香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及證券及期貨事務監察委員會對本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聲明，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依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

Eternal Beauty Holdings Limited
穎通控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

的申請版本

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，僅用作提供資訊予香港公眾人士。

本申請版本為草擬本。本申請版本內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。 閣下閱覽本文件，即代表 閣下知悉、接納並向穎通控股有限公司(「**本公司**」)、其聯席保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員表示同意：

(a) 本文件僅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任何補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其聯席保薦人、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) 本文件或其任何補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最終的正式上市文件內全部或部分轉載；

(d) 申請版本並非最終上市文件，本公司可不時根據聯交所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、通函、小冊子或廣告，亦非邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約，且不旨在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；

(f) 本文件不得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、聯席保薦人、整體協調人、顧問或包銷商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) 本文件所述證券並非供任何人士申請認購，而即使提出申請亦將不會獲接納；

(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傳播可能受到法律限制， 閣下同意自行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、收回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

於本公司招股章程根據香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例送呈香港公司註冊處處長登記前，不會向香港公眾人士提出要約或邀請。倘在適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據於香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定，而該文件的文本將於發售期內向公眾人士派發。

重 要 提 示

若　閣下對本文件的任何內容有任何疑問，應諮詢獨立專業意見。

Eternal Beauty Holdings Limited
穎通控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

[編纂]

[編纂]項下的[編纂]總數	:	[編纂]股股份(包括[編纂]股股份及[編纂]股份，並視乎[編纂]行使與否而定)
[編纂]數目	:	[編纂]股股份(可予[編纂])
[編纂]數目	:	[編纂]股股份(包括[編纂]股股份及[編纂]股份，並視乎[編纂]行使與否而定及可予[編纂])
[編纂]	:	每股[編纂][編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00565%聯交所交易費及0.00015%會財局交易徵費(須於申請時以港元繳足，多繳款項可予退還)
面值	:	每股股份0.001港元
[編纂]	:	[●]

聯席保薦人、[編纂]

BNP PARIBAS　　中信证券

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。

本文件連同本文件附錄五「送呈公司註冊處處長及展示文件」所列明文件，已按香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條規定，送交香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上文所提及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(為我們本身及代表[**編纂**])於[**編纂**]協議釐定。預期[**編纂**]為[**編纂**](香港時間)或前後，且無論如何不遲於[**編纂**]中午十二時正(香港時間)(除非[**編纂**](為其本身及代表[**編纂**])與本公司(為我們本身及代表[**編纂**])另行商定，則作別論)。除非另行公佈，否則[**編纂**]將不高於每股[**編纂**][**編纂**]港元，且目前預期不低於每股[**編纂**][**編纂**]港元。倘[**編纂**](為其本身及代表[**編纂**])與本公司(為我們本身及代表[**編纂**])因任何理由而未能於[**編纂**]中午十二時正(香港時間)前協定[**編纂**]，則[**編纂**]將不會成為無條件，並將即時失效。[**編纂**]的申請人可能須於申請時(視乎申請渠道而定)就每股[**編纂**]支付最高[**編纂**][**編纂**]港元，連同1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00565%聯交所交易費及0.00015%會財局交易徵費，倘最終釐定的[**編纂**]低於[**編纂**]港元，則多繳款項可予退還。

於截止遞交[編纂]申請當日上午前任何時間，[編纂](代表[編纂])經本公司及[編纂]同意後，可在認為適當的情況下，調低[編纂]數目及／或指示性[編纂]範圍至低於本文件所列明者(即[編纂]港元至[編纂]港元)。在該情況下，有關調減[編纂]數目及／或指示性[編纂]範圍的通告將於作出有關調減決定後在切實可行的情況下盡快刊發，且無論如何不遲於截止遞交[編纂]申請當日上午。有關通告亦將刊登於本公司網站www.eternal.hk及聯交所網站www.hkexnews.hk。進一步詳情載於本文件「[編纂]的架構」及「如何申請[編纂]」。

有意投資者在作出投資決定前，務請審慎考慮本文件所載全部資料，特別是「風險因素」一節所載風險因素。

根據[**編纂**]所載有關[**編纂**]的終止條文，聯席保薦人及[**編纂**](為其本身行事及代表[**編纂**])有權在若干情況下全權酌情於[**編纂**]上午八時正前隨時終止[**編纂**]根據[**編纂**]的責任。有關終止條文的條款進一步詳情載於本文件「[**編纂**]－[**編纂**]安排及開支－[**編纂**]－終止理由」一節。務請　閣下參閱該節以了解進一步詳情。

[**編纂**]並無亦不會根據美國證券法或美國任何州的證券法登記，且不得在美國境內提呈發售或出售，或向任何美國人士(定義見S規例)或為美國人士或為美國人士的利益提呈發售或出售，惟獲豁免遵守美國證券法登記規定或在毋須遵守美國證券法登記規定的交易中進行者除外。根據S規例，[**編纂**]可在美國境外的離岸交易中向非美國人士提呈發售、出售或交付。

[編纂]

重 要 提 示

[編纂]

重 要 提 示

[編纂]

預期時間表 (1)

[編纂]

預期時間表 (1)

[編纂]

預期時間表 (1)

[編纂]

預期時間表 (1)

[編纂]

目　　錄

致投資者的重要通知

我們僅就[編纂]及[編纂]刊發本文件，除本文件根據[編纂]所提呈發售的[編纂]外，本文件並不構成出售任何證券的要約或購買任何證券的要約邀請。本文件不得用作亦不構成在任何其他司法管轄區或任何其他情況下的要約或邀請。我們並無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法管轄區派發本文件。在其他司法管轄區派發本文件以[編纂]、[編纂]及出售[編纂]須受限制，除非根據該等司法管轄區適用的證券法向有關證券監管機關登記或獲其准許或豁免，否則不得進行上述活動。

閣下應僅依賴本文件所載資料作出投資決定。我們並無授權任何人士向　閣下提供有別於本文件所載的資料。對於並非本文件所載或所作的任何資料或聲明，　閣下不應視為已獲我們、[編纂]、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]，以及任何[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、代理人、僱員或顧問或參與[編纂]的任何其他各方授權而加以依賴。

預期時間表 iv

目錄 viii

概要 1

釋義 27

技術詞彙表 44

前瞻性陳述 47

風險因素 49

有關本文件及[編纂]的資料 89

董事及參與[編纂]的各方 94

目　錄

公司資料 98

行業概覽 100

監管概覽 123

歷史、發展及公司架構 155

業務 168

與控股股東的關係 284

持續關連交易 295

董事及高級管理層 297

主要股東 310

股本 311

財務資料 315

未來計劃及[編纂]用途 391

[編纂] 408

[編纂]的架構 425

如何申請[編纂] 436

附錄一　－　會計師報告 I-1

附錄二　－　未經審計[編纂]財務資料 II-1

附錄三　－　本公司組織章程及開曼群島公司法概要 III-1

附錄四　－　法定及一般資料 IV-1

附錄五　－　送呈公司註冊處處長及展示文件 V-1

概　要

本概要旨在向　閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此乃概要，並不包含對　閣下而言可能重要的所有資料。　閣下在決定投資[編纂]前，應細閱整份文件。任何投資均存在相關風險。投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。　閣下在決定投資[編纂]前，應細閱該節。

概覽

我們的業務主要包括(i)分銷採購自品牌授權商的產品，我們從中產生收入；及(ii)對該等品牌授權商的市場部署，當中我們為品牌設計及實施量身定制的市場准入及擴張計劃，從而加強我們與彼等的關係，並提高彼等在中國（包括香港及澳門）的品牌價值。我們並無從業務中的市場部署組成部分產生任何收入。按2023年零售額計，我們是中國（包括香港及澳門）最大的香水品牌管理公司。我們擁有龐大且多元化的品牌組合，不僅包括香水，還包括彩妝、護膚品、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。我們在香水方面於中國（包括香港及澳門）取得領先地位，乃因我們悠久的經營歷史，我們在這些市場的香水行業中獲得了廣泛知識，並積累了相關專業知識及豐富的資源來管理及推廣眾多國際香水品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年零售額計，我們是中國（包括香港及澳門）第三大香水集團。按2023年零售額計，我們也是中國內地市場以及中國（包括香港及澳門）市場的五大香水集團當中唯一的香水品牌管理公司。

我們提供全面的銷售及分銷網絡，涵蓋中國（包括香港及澳門）幾乎所有可能的香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛的渠道。截至2024年9月30日，我們的產品於超過100個我們自身經營的線下POS及超過7,500個由零售商客戶經營的POS出售。截至同日，我們亦向線下分銷商銷售產品，後者可能將該等產品轉售予其他線下零售商。除線下銷售渠道外，我們亦通過中國（包括香港及澳門）的知名電商平台及社交媒體平台線上銷售產品。該龐大及全渠道的銷售及分銷網絡有助我們在不斷變化的市場環境中持續不斷地擴大消費群體，通過令消費者享受無縫連接及方便快捷的購物體驗使消費者價值最大化，並使我們能夠滿足不同年齡、消費力及產品偏好的眾多不同消費者的需求。我們均衡的全渠道銷售及分銷網絡亦使我們能夠靈活調整銷售方式，以應對可能影響我們業務及行業的變化。

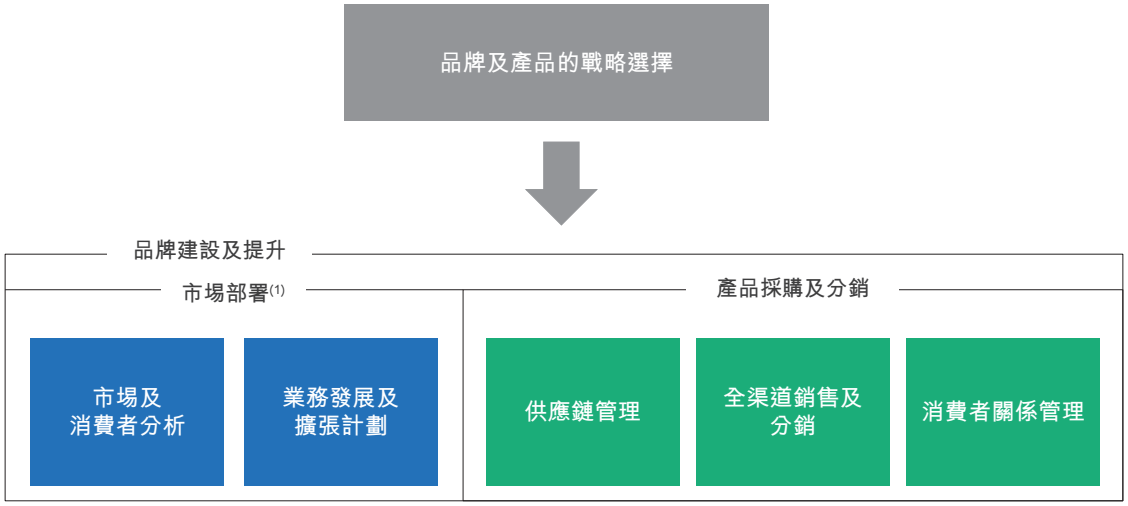
我們在世界領先品牌中的聲譽使我們成為許多希望進入或擴大其品牌在中國（包括香港及澳門）影響力的品牌授權商的首選合作夥伴。這種長期的商業關係使我們能夠在我們的產品組合中打造標誌性品牌及有吸引力的產品。截至最後實際可行日期，我們管理的外部品牌總數為66個，包括Hermès、Van Cleef & Arpels、Chopard、Albion及Laura Mercier，涵蓋多元化的定價層次及功能，迎合中國內地、香港及／或澳門消費者的差異化需求。有關詳情，請參閱本文件「業務—品牌及產品」一節。截至最後實際可行日期，我們就66個外部品牌中的59個自中國內地、香港及／或澳門的品牌授權商獲得若干產品及若干渠道的獨家授權或分授權。透過該等授權及分授權，該等品牌授權商亦授予我們在指定範圍內使用其知識產權（包括商標及標誌）的權利。我們相信，這些獨家授權及分授權體現了品牌授權商對我們的信任，並鞏固了我們相對於競爭對手的競爭優勢。

於往績記錄期間，我們的業務及經營業績保持穩定增長。我們的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣1,674.7百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣1,699.1百萬元，並進一步增至截至2024年3月31日止年度的人民幣1,863.8百萬元。我們的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣932.0百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣1,064.4百萬元。同樣，我們的純利由截至2022年3月31日止年度的人民幣170.9百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣173.1百萬元，並進一步增至截至2024年3月31日止年度的人民幣206.5百萬元。我們的純利由截至2023年9月30日止六個月的人民幣96.1百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣115.5百萬元。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們分別管理47個、51個、64個及62個外部品牌。

我們的商業模式

我們的業務主要包括兩個關鍵組成部分，使全球品牌能夠在中國（包括香港及澳門）站穩腳跟並繼續擴大其影響力及滲透率，即(i)在中國（包括香港及澳門）採購及分銷其品牌產品，其中我們通過我們的全渠道銷售及分銷網絡向廣大消費者分銷產品；及(ii)市場部署，當中我們為品牌設計及實施量身定制的市場准入及擴張計劃。

下圖說明我們於往績記錄期間的主要業務的業務模式：



附註：

(1) 我們並無自有關市場部署相關的服務（包括市場及消費者分析以及業務發展及擴張計劃）產生任何收入。其與我們向品牌授權商提供的品牌管理服務相輔相成，主要用於加強我們與品牌授權商的關係及提升其品牌價值。於往績記錄期間，我們就與市場部署相關的補充服務產生的開支主要於我們的綜合財務報表記錄為我們的銷售及分銷開支。我們目前概無計劃於未來就市場部署服務收取任何費用。誠如弗若斯特沙利文所告知，輔助性提供市場部署服務與行業慣例大致相符。

具體而言，我們按以下關鍵步驟開展業務：

- *品牌及產品的戰略性選擇* — 我們發掘與我們的增長及發展策略一致且具高度潛力的知名國際品牌。我們主要作為我們品牌授權商在中國內地、香港及／或澳門的獨家分銷商，其中我們獲得(i)品牌擁有者就某些產品及某些渠道管理其品牌的獨家授權；或(ii)品牌擁有者的一級授權經營商的獨家分授權，以管理其獲授權生產及分銷的若干指定產品的品牌。我們來自品牌擁有者的授權或來自一級授權經營商的分授權通常指定我們可獨家分銷的地區、產品及／或銷售渠道。有關我們與品牌授權商的業務關係詳情，請參閱本文件中「業務 — 供應商 — 品牌授權商」一節。

- *品牌建設及提升* — 我們進行市場部署及產品採購及分銷。就市場部署而言，我們主要進行市場及消費者分析以及業務發展及擴張計劃的制定及實施。在產品採購及分銷方面，我們進行供應鏈管理、涵蓋線上及線下場景的全渠道銷售及分銷以及消費者關係管理。詳情請參閱本文件「業務 — 我們的業務模式 — 品牌建設及提升」一節。

我們通過線上線下一體化營運，實施營銷及分銷計劃，利用我們現有的全渠道資源，不斷將營銷努力轉化為銷售及分銷機遇。在我們的線上線下一體化營運下，潛在消費者往往被名人、KOL和其他用戶在社交媒體平台(如抖音、微信及小紅書)上分享的內容引起興趣，去體驗我們在線下POS銷售的產品。這些線下嗅覺體驗及於線下POS接觸我們的產品，可推動及刺激消費者在線下POS或由我們、我們的分銷商或零售商經營的網店進行購買。倘進行購買的消費者在網上分享產品評論，他們也可激發其他潛在消費者體驗和購買產品。

品牌及產品

外部品牌

於往績記錄期間，我們幾乎所有收入均來自銷售香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛的外部品牌。我們銷售的產品主要來自於歐洲、日本及美國的品牌授權商。截至最後實際可行日期，我們的外部品牌組合包括66個品牌。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們管理的外部品牌的數目分別為47個、51個、64個及62個。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們與之交易的外部品牌的數目分別為48個、47個、57個及62個。於往績記錄期間，我們管理的若干品牌提供超過一個類別的產品。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
香水[1]	1,495,512	89.3	1,504,184	88.5	1,523,737	81.7	785,873	84.3	884,641	83.1
護膚品	73,223	4.4	87,136	5.1	114,355	6.1	47,431	5.1	60,470	5.7
彩妝	64,633	3.9	67,932	4.0	193,008	10.4	80,029	8.6	112,128	10.5
眼鏡	3,686	0.2	7,679	0.5	21,458	1.2	9,585	1.0	6,984	0.7
其他[2]	37,600	2.2	32,213	1.9	11,203	0.6	9,099	1.0	154	*
總計	**1,674,654**	**100.0**	**1,699,144**	**100.0**	**1,863,761**	**100.0**	**932,017**	**100.0**	**1,064,377**	**100.0**

附註：

* 少於0.1。

(1) 於往績記錄期間，我們銷售個人護理產品及家居香氛所產生的收益列入「香水」項下，原因為我們所管理的部份香水品牌亦提供個人護理產品及／或家居香氛，且於往績記錄期間銷售該等產品所產生的收益金額並不大。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度各年以及截至2024年9月30日止六個月，我們自銷售個人護理產品及家居香氛產生的總收入佔我們總收入不超過2.0%。

(2) 於往績記錄期間，我們以若干客戶的品牌名稱經營及管理其線上及線下門店的日常營運，並就此收取服務費。其他主要包括來自該等代理服務收費的服務收入。

下表載列所示期間品牌授權商數量的變動：

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
期初數量	21	28	32	40
增加[1]	8	6	11	1
減少[2]	(1)	(2)	(3)	(1)
期末	**28**	**32**	**40**	**40**

附註：

(1) 品牌授權商的增加主要指我們新訂立協議或其他形式授權的品牌授權商數量。

(2) 品牌授權商的減少主要指與其相關協議或其他形式授權已到期且並未續期的品牌授權商數。

其中，於2022年12月，與一家主要奢侈品牌的主要品牌授權商簽訂的分銷協議到期且並未續期，截至2023年3月31日止年度有關協議為我們的總收入貢獻人民幣424.7百萬元或約25.5%，主要是因為該品牌授權商決定自行在中國經營該品牌。

下表載列截至2024年9月30日我們管理的外部品牌的授權及分授權的到期時間表：

	外部品牌數量[1]
一年內[2]	12
一到三年	26
三到五年	17
五年以上[3]	7
總計	62

附註：

(1) 授權及分授權的屆滿日期乃基於(a)與品牌授權商協議的屆滿日期；或(b)如該等授權或分授權只有有效的授權書，則該等授權的屆滿日期。

(2) 包括協議或授權書已屆滿的品牌，且截至2024年9月30日我們正與相關品牌授權商就訂立新協議或取得新授權書進行磋商。

(3) 包括協議或授權書條款沒有終止日期的品牌。

我們是中國內地香水行業的領導者之一。我們管理多個知名全球品牌的多元化香水產品組合。我們管理及銷售各種價位的香水，包括入門高端香水（價格為每50毫升人民幣599元或以下）、高端香水（價格介乎每50毫升人民幣600元至人民幣1,199元）及奢侈香水（價格為每50毫升人民幣1,200元或以上）。為使我們銷售的香水產品對具有不同品味及偏好的消費者具有吸引力且易於使用，我們亦提供各種香型香水，包括花香調、東方香調、木質香調及清新香調。截至最後實際可行日期，我們提供來自48個外部品牌的香水。

我們自1987年開始在中國內地管理護膚品牌。我們自2014年起於香港經營高端日本護膚品牌Albion，並透過合資企業在中國內地的指定渠道分銷總部在德國的高端護膚品牌Dr. Babor的產品。截至最後實際可行日期，我們主要運營來自18個外部品牌的潔面乳、潤膚霜、精華、面霜、面膜、乳液及眼霜。

我們亦管理具有良好增長潛力的特選彩妝品牌。我們在中國（包括香港及澳門）擁有經銷權的彩妝品牌包括Laura Mercier。截至最後實際可行日期，我們主要運營來自九個外部品牌的粉底、口紅、腮紅及眼影。

此外，我們管理的多個提供香水的品牌亦提供個人護理產品。為擴大個人護理產品銷售，我們於2024年1月開始在中國內地管理以意大利傳統手工方式製造為特色的世界級意大利個人護理品牌Acca Kappa。截至最後實際可行日期，我們主要提供來自11個外部品牌的身體護理及護髮產品、牙膏、梳子及牙刷。

我們自1987年開始管理眼鏡，截至最後實際可行日期，我們主要提供採購自八個外部品牌的眼鏡及太陽眼鏡。

憑藉我們在管理香水品牌方面獲得的成功及經驗，我們成功拓展至家居香氛市場。於2023年，我們將全球知名家居香氛品牌Dr. Vranjes Firenze引入中國內地，在上海開設其首家中國旗艦店（為我們自營的線下門店）。截至最後實際可行日期，我們主要出售自14個外部品牌採購的香氛蠟燭、擴香器及家居香氛掛件。

有關我們管理的品牌及產品（包括香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛）的詳情，請參閱本文件「業務 － 品牌及產品 － 外部品牌產品組合」一節。

自有品牌及產品

除我們管理的外部品牌及產品外，我們管理一個自有品牌Santa Monica的香水及眼鏡。於1999年，我們開始以Santa Monica品牌提供眼鏡。截至最後實際可行日期，我們以Santa Monica品牌提供三類眼鏡。此外，於2022年，我們以Santa Monica品牌推出五款香水，該等香水通常被視為入門級高端香水。Santa Monica眼鏡致力於提供集科技創新與美學設計於一體的高性價比產品，為消費者打造時尚輕鬆的生活方式。有關我們Santa Monica品牌及相關產品的詳情，請參閱本文件「業務 － 品牌及產品 － 自有品牌的產品組合」一節。

定價

我們在考慮多項因素後設定我們所銷售產品的價格，包括與品牌授權商討論後釐定的建議零售價。該等建議零售價乃經考慮（其中包括）(i)我們的廣告、推廣及銷售及分銷渠道的預測成本及開支；(ii)我們的預期利潤率；及(iii)產品的採購價格而釐定。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，香水的平均售價分別為人民幣201.2元、人民幣215.6元、人民幣216.0元及人民幣225.2元。

於往績記錄期間，香水的平均售價增加，主要是由於我們所售的香水（一般介乎人民幣1,000元至人民幣2,000元）中建議零售價相對較高的香水的比例於往績記錄期間內增加所致。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度，香水銷量分別為7.1百萬件、6.5百萬件、6.7百萬件及3.7百萬件。截至2023年3月31日止年度，香水銷量較截至2022年3月31日止年度減少，其後於截至2024年3月31日止年度增加，主要是由於2022年產品銷量在COVID-19疫情影響下有所放緩，但COVID-19疫情結束後恢復正常。有關我們的定價政策的進一步詳情，請參閱本文件「業務－定價策略」一節。

我們的全渠道銷售及分銷網絡

我們擁有廣泛的全渠道銷售及分銷網絡，線下及線上渠道均具有高滲透率。通過我們的全渠道網絡，我們在中國（包括香港及澳門）建立了廣泛的銷售點。

我們的銷售及分銷網絡通常由直銷渠道、零售商渠道及分銷渠道組成。我們通過該銷售及分銷網絡向分銷商、零售商及消費者銷售品牌產品，以優化其覆蓋範圍。零售商通常向我們購買產品並直接轉售予消費者，而分銷商則向我們購買產品並主要分銷予零售商，但亦可直接向消費者銷售產品。

截至2024年9月30日，我們在中國400多個城市（包括香港及澳門）超過7,500個POS銷售產品，並由我們或我們的零售商運營。截至同日，我們亦向線下分銷商銷售產品，線下分銷商可能將該等產品轉售予其他線下零售商。此外，截至2024年9月30日，我們在上海經營一家線下拾氛氣盒門店及在雲南省昆明市經營一家線下拾氛氣盒門店。於2024年11月，我們在廣東省深圳市開設一家新線下拾氛氣盒門店。拾氛氣盒為我們的自營零售品牌，涵蓋線上門店及線下銷售渠道。

下表載列我們於所示期間按銷售及分銷渠道類別劃分的收入明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
直銷渠道										
• 網店	167,052	10.0	123,786	7.3	126,144	6.8	46,375	5.0	72,634	6.8
• 線下門店／專櫃	215,449	12.8	214,831	12.6	321,186	17.2	165,663	17.8	143,257	13.5
小計	382,501	22.8	338,617	19.9	447,330	24.0	212,038	22.8	215,891	20.3
零售商渠道										
• 線上零售商(1)	371,815	22.2	356,427	21.0	327,627	17.6	173,151	18.5	214,496	20.2
• 線下零售商(2)	412,994	24.7	404,713	23.8	517,122	27.7	252,482	27.1	301,413	28.3
– 大客戶	354,647	21.2	315,656	18.6	380,481	20.4	193,458	20.8	191,750	18.0
– 旅遊零售商	58,347	3.5	89,057	5.2	136,641	7.3	59,024	6.3	109,663	10.3
小計	784,809	46.9	761,140	44.8	844,749	45.3	425,633	45.6	515,909	48.5
分銷渠道										
• 線上分銷商	255,988	15.3	254,832	15.0	216,322	11.6	113,863	12.2	107,874	10.1
• 線下分銷商	213,756	12.8	312,342	18.4	344,157	18.5	171,384	18.4	224,549	21.1
小計	469,744	28.1	567,174	33.4	560,479	30.1	285,247	30.6	332,423	31.2
其他(3)	37,600	2.2	32,213	1.9	11,203	0.6	9,099	1.0	154	*
總計	**1,674,654**	**100.0**	**1,699,144**	**100.0**	**1,863,761**	**100.0**	**932,017**	**100.0**	**1,064,377**	**100.0**

附註：

* 少於0.1。

(1) 線上零售商為向我們購買產品並通過線上平台直接銷售予消費者的零售商，如電商平台及代表KOL的第三方公司。

(2) 線下零售商包括大客戶（通常為將我們管理的產品直接銷售予消費者的中國內地、香港及澳門的連鎖化妝品專賣店）及旅遊零售商（主要為將我們管理的產品直接銷售予消費者的機場、航空公司、郵輪及市區免稅店）。

(3) 於往績記錄期間，我們為若干客戶經營及管理其各自品牌名稱的線上及線下門店的日常營運並就此收取服務費。其他主要包括來自有關代理服務所產生收費的服務收入。

下表載列我們於所示期間按銷售及分銷渠道類別劃分的毛利及毛利率：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
	毛利	*毛利率*	*毛利*	*毛利率*	*毛利*	*毛利率*	*毛利*	*毛利率*	*毛利*	*毛利率*
							(未經審計)			
直銷渠道										
• 線上門店	109,439	65.5	75,068	60.6	79,197	62.8	29,175	62.9	46,748	64.4
• 線下門店／專櫃	150,036	69.6	153,578	71.5	229,645	71.5	117,508	70.9	101,132	70.6
小計	259,475	67.8	228,646	67.5	308,842	69.0	146,683	69.2	147,880	68.5
零售商渠道										
• 線上零售商	183,677	49.4	183,065	51.4	155,212	47.4	81,347	47.0	103,399	48.2
• 線下零售商	195,105	47.2	180,060	44.5	240,763	46.6	119,159	47.2	139,947	46.4
– 大客戶	169,391	47.8	138,670	43.9	178,874	47.0	92,505	47.8	88,348	46.1
– 旅遊零售商	25,714	44.1	41,390	46.5	61,889	45.3	26,654	45.2	51,599	47.1
小計	378,782	48.3	363,125	47.7	395,975	46.9	200,506	47.1	243,346	47.2
分銷渠道										
• 線上分銷商	119,388	46.6	125,382	49.2	101,456	46.9	54,261	47.7	50,428	46.7
• 線下分銷商	96,699	45.2	148,441	47.5	155,107	45.1	78,023	45.5	100,239	44.6
小計	216,087	46.0	273,823	48.3	256,563	45.8	132,284	46.4	150,667	45.3

* 僅供說明用途。銷售及分銷渠道的毛利及毛利率按各銷售及分銷渠道的商品銷售額減去已售商品成本計算。

直銷渠道

我們的直銷渠道包括我們在電商及社交媒體平台（如天貓、天貓國際、京東、京東國際、小紅書、抖音及微信）上經營的網店，以及我們在商場及百貨店經營的線下門店／專櫃，以直接向消費者銷售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們分別經營30家、32家、42家及48家網店。我們的自營門店及專櫃位於商場及百貨店，主要包括品牌精品店、綜合品牌專櫃及形象櫃。我們亦不時就特定促銷活動推出臨時店及快閃店。截至2024年9月30日，我們在中國內地及香港20多個城市設有自營線下門店／專櫃。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們分別於中國內地經營114個、81個、75個及79個線下門店／專櫃，於香港經營35個、41個、32個及31個線下門店／專櫃及於澳門經營五個、六個、九個及九個線下門店／專櫃。於往績記錄期間，澳門的線下門店及專櫃由我們的香港附屬公司潁通遠東經營。有關我們自營門店／專櫃的詳情，請參閱本文件「業務－產品銷售及分銷－直銷渠道－線下門店／專櫃」。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，直銷渠道銷售產品產生的收入分別為人民幣382.5百萬元、人民幣338.6百萬元、人民幣447.3百萬元及人民幣215.9百萬元，佔我們同期總收入的22.8%、19.9%、24.0%及20.3%。有關我們直銷渠道的詳情，請參閱本文件「業務－產品銷售及分銷－直銷渠道」。

零售商渠道

我們的零售商渠道包括線上零售商及線下零售商（包括大客戶及旅遊零售商）。於往績記錄期間，我們向其銷售產品的線上零售商主要包括中國內地主要或大型電商平台及通過其於電商平台上的網店銷售產品的零售商。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，我們分別向43名、57名、66名及53名線上零售商客戶銷售產品[1]。我們向其銷售產品的大客戶主要包括連鎖化妝品專賣店營運商、個別化妝品門店營運商、美容院、品牌精品店營運商及連鎖或個別眼鏡店營運商。於往績記錄期間，銷售向我們所採購產品的大客戶運營的POS主要包括位於中國（包括香港及澳門）的連鎖化妝品專賣店。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，我們分別向461名、522名、566名及454名大客

1　我們於各財政期間向其銷售產品的線上零售商數目乃根據於各財政期間與我們錄得至少一項交易的線上零售商數目計算。

戶[2]銷售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日各日期，我們向大客戶銷售的產品隨後在中國（包括香港及澳門）超過6,000個POS向彼等的客戶出售。我們向其銷售產品的旅遊零售商主要包括機場、航空公司、郵輪及市區免稅店。截至2024年9月30日，銷售向我們所採購產品的旅遊零售商的POS位於中國（包括香港及澳門）40個城市。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，我們分別向10家、七家、14家及14家旅遊零售商客戶[3]出售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們向旅遊零售商客戶出售的產品隨後分別在中國（包括香港及澳門）200個、183個、320個及321個POS售予彼等的客戶。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們零售商渠道產生的收入分別為人民幣784.8百萬元、人民幣761.1百萬元、人民幣844.7百萬元及人民幣515.9百萬元，分別佔同期總收入的46.9%、44.8%、45.3%及48.5%。有關我們直銷渠道的詳情，請參閱本文件「業務 － 產品銷售及分銷 － 零售商渠道」一節。

分銷渠道

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們通過分銷商銷售多種產品。我們的分銷商包括線上分銷商及線下分銷商，彼等向我們購買產品並主要分別轉售予線上零售商及線下零售商。部分分銷商亦直接向消費者銷售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，我們分別向86家、90家、98家及85家分銷商[4]銷售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，向分銷商銷售產品產生的收入分別為人民幣469.7百萬元、人民幣567.2百萬元、人民幣560.5百萬元及人民幣332.4百萬元，佔我們同期總收入的約28.1%、33.4%、30.1%及31.2%。我們一般只允許分銷商退回有缺陷的產品。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與分銷商並無重大糾紛。據董事所深知，於往績記錄期間，我們的所有分銷商均為獨立第三方。有關分銷商的進一步詳情，請參閱本文件「業務 － 產品銷售及分銷 － 分銷渠道」一節。

2　我們於各財政期間向其銷售產品的大客戶數目乃根據於各財政期間與我們錄得至少一項交易的大客戶數目計算。

3　我們於各財政期間向其銷售產品的旅遊零售商數目乃根據於各財政期間與我們錄得至少一項交易的旅遊零售商數目計算。

4　我們於各財政期間向其銷售產品的分銷商數目乃根據於各財政期間與我們錄得至少一項交易的分銷商數目計算。

競爭格局

品牌管理是香水行業的中游，可由品牌所有者或品牌管理公司進行。品牌所有者可選擇自行運營品牌，或向品牌管理公司授出管理品牌的許可，以享受與品牌管理公司合作所帶來的好處。有關詳情，請參閱本文件「行業概覽 － 中國（包括香港及澳門）香水行業概覽 － 品牌管理」。倘品牌所有者選擇在當地市場自行運營品牌，則可能與本集團等當地品牌管理公司構成一定程度的競爭，因為品牌所有者及最終採購相關產品的品牌管理公司的消費群體將可能相同。然而，憑藉對當地市場的專業知識和深入了解、連接上游供應商和下游銷售及分銷渠道的中游價值鏈定位，以及在市場佈局方面對品牌的增值服務，品牌管理公司或許能夠成功地與品牌所有者競爭，或成為品牌所有者的當地運營商。

於往績記錄期間，我們主要與在中國（包括香港及澳門）銷售產品的外部香水品牌所有者（不包括我們所管理香水品牌的品牌所有者）及品牌管理公司競爭，因為我們的大部分收入來自香水銷售。尤其是，由於截至最後實際可行日期，我們管理的外部香水品牌主要為國際品牌，因此我們面臨與目標客戶群相似的中國國內香水品牌的競爭。該等國內品牌相對於國際品牌具有一定競爭優勢。詳情請參閱本文件「業務 － 競爭」一節。

中國（包括香港及澳門）香水零售額總市場規模由2018年的人民幣146億元增加至2023年的人民幣261億元，複合年增長率約為12.3%，並有望進一步增長至2028年的人民幣477億元，2023年至2028年的複合年增長率約為12.8%。中國內地香水零售額的市場規模由2018年的人民幣114億元增加至2023年的人民幣229億元，複合年增長率約為15.0%，並預期增長至2028年的人民幣440億元，複合年增長率約為14.0%。以2023年的零售額計，我們為中國內地第四大香水集團，市場份額約為8.1%。以2023年的香水產品零售額計，我們於品牌管理公司中排名第一。以2023年的零售額計，我們亦為中國（包括香港及澳門）第三大香水集團，市場份額約為9.3%。

客戶

我們向零售商、分銷商及消費者銷售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們五大客戶產生的收入分別約為人民幣395.3百萬元、人民幣371.3百萬元、人民幣364.2百萬元及人民幣260.2百萬元，分別佔我們同期總收入的約23.6%、21.9%、19.5%及24.4%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們最大客戶產生的收入分別約為人民幣106.9百萬元、人民幣96.1百萬元、人民幣102.9百萬元及人民幣78.6百萬元，佔我們同期總收入的約6.4%、5.7%、5.5%及7.4%。詳情請參閱本文件「業務 — 客戶」。

據董事深知，於往績記錄期間各年，我們的五大客戶均為獨立第三方。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的任何股東於該等客戶中擁有任何權益。

供應商

於往績記錄期間，我們自外部品牌授權商採購品牌產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們向五大供應商作出的採購額分別約為人民幣810.7百萬元、人民幣698.1百萬元、人民幣771.5百萬元及人民幣476.5百萬元，分別佔我們同期總採購額的約85.1%、84.0%、81.6%及79.0%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們向最大供應商作出的採購額分別約為人民幣307.4百萬元、人民幣230.4百萬元、人民幣373.4百萬元及人民幣234.2百萬元，佔我們同期總採購額的約32.3%、27.7%、39.5%及38.8%。有關詳情，請參閱本文件「業務 — 供應商」。

據董事深知，於往績記錄期間各年，我們的五大供應商均為獨立第三方，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的任何股東於該等供應商中擁有任何權益。

我們的競爭優勢

我們認為，以下優勢為我們的成功作出了貢獻，使我們從競爭對手中脫穎而出：(i)我們在香水方面於中國（包括香港及澳門）保持領先地位；(ii)我們始終關注中國內地結構性增長且富有彈性的嗅覺經濟，以把握戰略市場機遇；(iii)我們培養了出色的品牌管理能力，為我們的競爭對手設置了巨大的市場准入門檻；(iv)我們是全球領先品牌的長期首選合作夥伴；(v)我們擁有龐大多層次的客戶群，包括全渠道銷售及分銷網絡，不斷覆蓋更廣泛的消費者群體；及(vi)我們由富有遠見的管理層團隊帶領，提倡以人為本的企業文化。

我們的業務策略

我們致力於保持在中國（包括香港及澳門）香水市場的領先地位，並繼續成為全球領先品牌的長期首選合作夥伴。為實現我們的目標，我們計劃實施以下主要策略：(i)透過優化、拓寬及多元化我們的品牌及產品組合，鞏固我們的市場領先地位；(ii)通過持續投資於直銷渠道，擴大我們的消費群；(iii)加速數字化轉型，精簡業務運營，加強對全週期消費者管理計劃的支持；及(iv)提升本集團的知名度及領先業界的聲譽。

重大風險因素概要

我們的業務面臨的風險包括本文件「風險因素」一節所載的風險。由於不同投資者在釐定風險的重要性時可能有不同的詮釋及標準，故　閣下在決定投資[**編纂**]前應完整閱讀「風險因素」一節。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們的業務很大程度上取決於我們所管理品牌的優勢及聲譽，而倘我們未能維持及提升該等品牌的知名度及聲譽，則消費者對我們所推廣及銷售產品的認可度及信任度可能會受到重大不利影響；

- 我們在競爭激烈的行業中開展運營。倘我們無法有效展開競爭，我們的業務及經營業績可能會受到不利影響；

- 我們依賴品牌授權商（包括品牌所有者及其一級授權經營商）來發展我們的業務。倘我們的主要品牌授權商無法保有品牌所有者的一級授權及我們未能獲得或維持與彼等的關係，我們的主要品牌授權商可能終止與我們的業務合作關係；

- 我們所銷售產品的現有市場規模可能比預測規模更少，且未必會如我們預期般迅速形成新的市場機遇，或根本無法形成新的市場機遇，從而會限制我們成功銷售產品的能力；

- 我們的銷售及營銷策略可能無法及時適應市場趨勢及消費者喜好的變化，且我們的營銷活動在吸引消費者方面可能不具成本效益。倘發生上述任何情況，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到損害；

- 倘我們賴以推廣及銷售產品的線上平台因任何原因而中斷或受干擾，或倘我們與該等線上平台的合作關係惡化或維持合作關係需要更高的成本或合作關係因任何原因而終止，或倘線上消費者的行為模式出現任何變動，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響；

- 供應鏈、運輸及物流中斷可能會損害我們的業務；

- 我們對我們的分銷商的控制可能有限；

- 我們可能在維持、擴大或優化銷售及分銷網絡方面遇到困難；及

- 我們面臨涉及供應商的集中風險。

財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的綜合財務資料概要，摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。下文所載綜合財務數據概要應與本文件所載綜合財務報表(包括相關附註)一併閱讀，並以其整體為準。我們的綜合財務資料乃根據香港財務報告準則編製。

綜合全面收益表概要

下表載列所示期間我們的綜合全面收益表的組成部分：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元（未經審計）*	*人民幣千元*
收入	1,674,654	1,699,144	1,863,761	932,017	1,064,377
銷售成本	(813,221)	(843,153)	(925,570)	(462,203)	(532,244)
毛利	861,433	855,991	938,191	469,814	532,133
銷售及營銷開支	(537,389)	(457,520)	(514,569)	(261,593)	(299,863)
行政開支	(157,699)	(169,954)	(202,670)	(88,170)	(102,681)
金融資產減值（撥備）／撥回	(489)	(622)	(474)	(1,622)	335
其他收入	13,382	12,057	12,346	3,618	1,694
其他收益／（虧損）淨額	32,908	(16,818)	(1,272)	(3,199)	3,997
經營溢利	212,146	223,134	231,552	118,848	135,615
財務收入	7,786	6,468	8,063	4,635	396
財務成本	(2,261)	(2,667)	(4,034)	(2,163)	(3,060)
財務收入淨額	5,525	3,801	4,029	2,472	(2,664)
分佔合營企業虧損	–	–	(2,964)	(1,618)	(1,271)
除所得稅前溢利	217,671	226,935	232,617	119,702	131,680
所得稅開支	(46,784)	(53,829)	(26,144)	(23,609)	(16,223)
年內溢利	170,887	173,106	206,473	96,093	115,457
其他全面（虧損）／收入					
其後可重新分類至損益的項目：					
海外業務換算的匯兑差額	(28,898)	39,148	17,333	20,195	8,123
年內全面收入總額	141,989	212,254	223,806	116,288	123,580
本公司擁有人應佔每股盈利					
基本及攤薄（每股以人民幣元呈列）	85,444	86,553	103,237	48,047	57,729

截至2023年3月31日止年度，我們的收入保持相對穩定，為人民幣1,699.1百萬元，而截至2022年3月31日止年度的收入為人民幣1,674.7百萬元，由截至2023年3月31日止年度的人民幣1,699.1百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣1,863.8百萬元。我們的收入亦由截至2023年9月30日止六個月的人民幣932.0百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣1,064.4百萬元。該等增加主要是由於全球經濟整體增長，尤其是COVID-19疫情結束後我們在中國（包括香港及澳門）經營所在的行業增長。有關我們按產品及銷售渠道劃分的收入波動詳情，請參閱本文件「財務資料－按期間比較經營業績」一節。

我們的純利由截至2022年3月31日止年度的人民幣170.9百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣173.1百萬元，並於截至2024年3月31日止年度進一步增至人民幣206.5百萬元。我們的純利亦由截至2023年9月30日止六個月的人民幣96.1百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣115.5百萬元。該等增加主要由於本文件「財務資料－按期間比較經營業績」一節所述經營業績變動所致。

綜合財務狀況表概要

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	**2023年**	**2024年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非流動資產總額	225,354	191,985	135,597	145,075
流動資產總額	906,087	902,614	897,799	1,139,183
資產總額	**1,131,441**	**1,094,599**	**1,033,396**	**1,284,258**
非流動負債總額	37,625	25,549	34,732	29,457
流動負債總額	581,251	533,652	540,119	672,676
負債總額	**618,876**	**559,201**	**574,851**	**702,133**
流動資產淨值	**324,836**	**368,962**	**357,680**	**466,507**
資產淨值	512,565	535,398	458,545	582,125

我們的流動資產淨值由截至2022年3月31日的人民幣324.8百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣369.0百萬元，主要是由於我們的流動負債總額減少幅度超過流動資產總額的減少幅度。我們的流動負債總額減少主要是由於我們的貿易應付款項及應付票據減少，主要是由於2021年COVID-19疫情對全球貿易及物流造成不利影響，並導致我們於2021年底及2022年初提前向供應商採購大量產品，以應對可能的全球供應

鏈中斷。我們的流動資產總值減少，主要因為我們於截至2022年3月31日有大量在途貨物，由於COVID-19疫情對全球供應鏈物流造成的中斷，致使我們的供應商延遲交付產品。於COVID-19疫情結束後，截至2023年3月31日產品的運輸及交付已恢復正常。

我們的流動資產淨值由截至2023年3月31日的人民幣369.0百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣357.7百萬元，主要是由於我們的流動負債增加及流動資產減少。我們的流動負債總額增加主要是由於應付一名董事的款項增加，該款項主要是由我們所宣派的股息產生，而截至2024年3月31日我們仍未向控股股東派付該股息。我們的流動資產總額減少主要由於我們向控股股東支付股息導致現金及現金等價物減少。

我們的流動資產淨值由截至2024年3月31日的人民幣357.7百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣466.5百萬元，主要由於我們的流動資產增加幅度超過流動負債的增加幅度。我們的流動資產總值由截至2024年3月31日的人民幣897.8百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣1,139.2百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣123.8百萬元，主要由於我們的業務擴張導致截至2024年9月30日止六個月的經營活動現金流量淨額增加所致；(ii)貿易應收款項增加人民幣41.8百萬元，主要由於我們向一名線上零售商客戶的銷售額增加，而我們通常向其授予30至60天的信貸期，及向若干旅遊零售商客戶的銷售額增加，而我們通常向其授予60天的信貸期；及(iii)存貨增加人民幣98.2百萬元，主要反映製成品隨業務擴張而增加，部分被以下各項所抵銷：(i)應收關聯公司款項減少人民幣3.5百萬元，主要因為我們於截至2024年9月30日止六個月收到關聯公司的財務資助還款；及(ii)按金、預付款項及其他應收款項減少人民幣15.6百萬元，主要由於我們加快向品牌授權商就我們於截至2024年9月30日止六個月為其品牌進行的額外廣告及推廣活動開具賬單及收取報銷款項，從而減少我們的其他應收款項。我們的流動負債總額由截至2024年3月31日的人民幣540.1百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣672.7百萬元，主要由於(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣162.7百萬元，其主要是由於我們於截至2024年9月30日止六個月末向我們的供應商下達大量採購訂單，以籌備即將於2024年下半年於中國（包括香港及澳門）舉行的購物節，而歐洲供應商就運輸及交付我們向其採購的產品所作的物流安排在7月至9月初暑假期間通常比年內其他月份慢；(ii)銀行借款增加人民幣38.6百萬元，乃由於我們取得額外銀行貸款以補充營運資金；及(iii)應付所得稅增加人民幣14.9百萬元，主要因為截至2024年3月31日的應付所得稅相對較低是由於轉讓定價安排導致應課稅收入

減少的一次性綜合效應所致，部分被應付一名董事的款項減少人民幣65.2百萬元所抵銷，原因是我們已結清截至2024年9月30日止六個月應付劉先生的股息付款。

有關我們流動資產淨值波動的詳情，請參閱本文件「財務資料－流動資產淨值」一節。

我們的資產淨值由截至2022年3月31日的人民幣512.6百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣535.4百萬元，主要由於我們於截至2023年3月31日止年度錄得全面收入總額人民幣212.3百萬元，部分被派付股東股息人民幣189.4百萬元所抵銷。我們的資產淨值由截至2023年3月31日的人民幣535.4百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣458.5百萬元，主要由於派付股東股息人民幣314.3百萬元，部分被我們於截至2024年3月31日止年度錄得的全面收入總額人民幣223.8百萬元所抵銷。我們的資產淨值由截至2024年3月31日的人民幣458.5百萬元增至截至2024年9月30日的人民幣582.1百萬元，主要由於我們於截至2024年9月30日止六個月錄得全面收入總額人民幣123.6百萬元。

綜合現金流量表概要

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	**2023年**	**2024年**	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*	*人民幣千元*
經營活動所得現金淨額	71,270	210,131	161,472	140,802	187,956
投資活動(所用)／所得現金淨額	(9,826)	(25,375)	(16,525)	(5,755)	1,646
融資活動所用現金淨額	(214,975)	(215,525)	(335,355)	(141,367)	(79,619)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	**(153,531)**	**(30,769)**	**(190,408)**	**(6,320)**	**112,983**
外匯匯率變動的影響	(38,153)	43,838	20,875	16,718	10,851
年初現金及現金等價物	499,077	307,393	320,462	320,462	150,929
年末現金及現金等價物	**307,393**	**320,462**	**150,929**	**330,860**	**274,763**

主要財務比率

下表載列我們於所示日期及期間的若干主要財務比率：

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
淨利率[1]	10.2%	10.2%	11.1%	10.3%	10.8%
流動比率[2]	1.6	1.7	1.7	2.0	1.7
速動比率[3]	0.8	1.0	0.9	1.2	1.0
股本回報率[4]	33.8%	33.0%	41.5%	32.4%	44.4%

附註：

(1) 淨利率等於年／期內溢利除以年／期內總收入再乘以100%。

(2) 流動比率等於截至年／期末的流動資產總值除以流動負債總額。

(3) 速動比率等於截至年／期末的流動資產總值減存貨除以流動負債總額。

(4) 股本回報率等於年／期內溢利除以年／期初及年／期末權益總額的平均結餘再乘以100%。

控股股東

緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），本公司將由穎通國際擁有[**編纂**]%，而穎通國際則由劉先生及劉太太分別持有90%及10%。因此，就[**編纂**]而言及根據上市規則，穎通國際、劉先生及劉太太將被視為本公司的一組控股股東。有關詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

截至最後實際可行日期，Eternal BVI為Gold Vision Limited（「Gold Vision」）的公司董事，該公司主要從事眼鏡產品零售業務。經考慮(i) Gold Vision的主要業務為零售眼鏡產品；(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們僅從事眼鏡產品的批發及分銷；(iii) Gold Vision及本集團無意改變各自的主要業務，董事認為Gold Vision與

本集團經營的業務之間劃分清楚且不存在重大競爭。有關進一步詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係－根據上市規則第8.10條的競爭」一節。

我們已與控股股東及／或其聯繫人訂立若干交易，根據上市規則第十四A章，該等交易將構成本公司的持續關連交易。有關詳情，請參閱本文件「持續關連交易」一節。

[編纂]

穎通國際將根據[**編纂**]出售[**編纂**]股銷售股份，佔本公司緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後已發行股本總額約[**編纂**]%（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）。有關進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－G.其他資料－13.[**編纂**]詳情」一節。

[編纂]購股權計劃

本公司於2024年6月18日採納[**編纂**]購股權計劃。截至本文件日期，可認購合共26,194,000股股份（佔緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後本公司已發行股本約[**編纂**]%，假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）的尚未行使購股權已由本公司根據[**編纂**]購股權計劃分別於2024年6月24日及2024年7月8日有條件授予合共18名承授人，而授出購股權的行使價為每份購股權0.1港元。[**編纂**]購股權計劃項下的購股權獲行使後，合共26,194,000股股份將配發及發行予Eternal Beauty Investment Limited（一家於英屬處女群島註冊成立的公司，並由Futu Trustee Limited全資擁有）。Futu Trustee Limited乃本公司為促進[**編纂**]購股權計劃的管理而設立的信託的受託人，並應其後將股份分派予相關承授人。截至最後實際可行日期，概無購股權已獲行使。

假設因根據[**編纂**]購股權計劃授出的所有尚未行使購股權獲悉數歸屬及行使而將發行26,194,000股股份，緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後及並無計及因[**編纂**]獲行使而可能配發及發行的任何股份，股東的股權將攤薄約[**編纂**]%。就該等尚未行使購股權發行股份而對我們每股盈利產生的攤薄影響約為[**編纂**]%。

有關[**編纂**]購股權計劃的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－E.[**編纂**]購股權計劃」一節。

近期發展

於往績記錄期間後及直至本文件日期，我們的業務及營運保持穩定，符合我們過往的趨勢及預期。

COVID-19疫情對本集團的影響

COVID-19疫情的爆發對我們的業務產生以下影響：(i)於COVID-19疫情期間，我們線下門店／專櫃的總消費者流量減少，導致存貨結餘及存貨周轉天數增加；(ii)於2021年及2022年，我們分別有三家及20家（或約4.0%及23.0%）的自營線下門店因COVID-19疫情而暫時關閉；及(iii)在COVID-19疫情的影響下，完成清關所需的時間相對較長。

自2022年12月以來，於COVID-19疫情的影響緩解後，我們的營運已完全恢復正常。鑑於我們的營運已恢復正常，且我們能夠在COVID-19疫情的影響下維持收入及毛利率的穩定，(i)我們的董事認為，COVID-19疫情並未於往績記錄期間對本集團的運營或財務狀況造成重大不利影響；(ii)我們的董事預期COVID-19疫情將不會對本集團的業務及財務表現產生進一步不利影響。

[編纂]用途

經扣除我們就[**編纂**]（假設[**編纂**]未獲行使）應付的[**編纂**]費用及佣金以及估計開支後，我們將收取的[**編纂**]估計[**編纂**]淨額將約為[**編纂**]百萬港元，假設[**編纂**]為[**編纂**]港元（即[**編纂**]範圍的中位數）。

我們擬將[**編纂**]淨額用作以下用途（基於本文件所述[**編纂**]範圍的中位數）：

- 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於進一步發展我們的自有品牌（包括Santa Monica），以及收購或投資外部品牌。

- 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於開發及擴展我們的直銷渠道，包括擴展我們的線上及線下拾氛氣盒門店以及其他自營線上及線下門店／專櫃。

- 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於加速我們的數字化轉型，主要通過升級我們的數字化CRM系統、中台系統以及財務及運營系統。

- 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於提升本集團的知名度及聲譽。

- 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於撥付營運資金及一般企業用途，以支持我們的業務營運及增長。

我們將不會因[**編纂**]於[**編纂**]中出售[**編纂**]而收取任何[**編纂**]。根據[**編纂**]每股股份[**編纂**]港元計算，我們估計[**編纂**]將自出售[**編纂**]收取[**編纂**]總額約[**編纂**]百萬港元。

詳情請參閱本文件「未來計劃及[**編纂**]用途」。

股息

本公司於往績記錄期間並無宣派或派付任何股息，自往績記錄期間末以來亦無建議派付任何股息。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，現時組成本集團的公司向其當時權益股東宣派的股息（經抵銷集團內股息後）分別為人民幣128.1百萬元、人民幣189.4百萬元、人民幣314.3百萬元及零。截至最後實際可行日期，現組成本集團的公司所宣派的股息並未悉數繳足，並將於[**編纂**]前結算。

在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金流量、經營及資本開支要求、未來業務發展策略及估計以及可能認為相關的其他因素後，董事會可宣派及本公司可派付股息。我們可以現金或認股權證的方式分派股息。倘董事認為我們的股價與股權規模不符，且分派股票股息有利於全體股東的利益，則我們可能會分派股票股息。任何股息宣派及派付以及股息金額均須遵守我們的組織章程文件及公司法。任何建議分派股息

須由董事會釐定，並須經股東於股東大會上批准。此外，我們可在董事會認為符合我們的溢利及整體財務要求的情況下宣派中期股息。除可合法分派的溢利及儲備外，不得宣派或派付任何股息。於[**編纂**]後，董事會在可預見的將來考慮上述因素後擬於有關股東大會上建議派發不少於年內可供分派予股東的溢利50%的年度股息。我們日後的股息宣派未必反映我們過往的股息宣派，並將由董事會酌情決定，並須經股東大會批准。

[編纂]開支

[**編纂**]開支指就[**編纂**]產生的專業費用、[**編纂**]佣金及其他費用。我們估計，我們的[**編纂**]開支總額（包括[**編纂**]佣金）將約為人民幣[**編纂**]百萬元。於往績記錄期間，約人民幣[**編纂**]百萬元及人民幣[**編纂**]百萬元的[**編纂**]開支已分別自我們截至2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月的綜合損益表扣除，而約人民幣[**編纂**]百萬元已資本化至我們的綜合財務狀況表並確認為截至2024年9月30日的預付[**編纂**]開支，預期將於[**編纂**]後從權益中扣除，因為該等開支直接歸屬於向公眾人士發行股份。估計餘下[**編纂**]開支約人民幣[**編纂**]百萬元預期將於我們截至2025年3月31日止年度的綜合損益表中扣除，而預期約人民幣[**編纂**]百萬元將於[**編纂**]後自權益中扣除。[**編纂**]開支包括[**編纂**]相關開支人民幣[**編纂**]百萬元及非[**編纂**]相關開支人民幣[**編纂**]百萬元（包括法律顧問及申報會計師的費用及開支人民幣[**編纂**]百萬元以及其他費用及開支人民幣[**編纂**]百萬元）。[**編纂**]將不會承擔任何[**編纂**]開支。

無重大不利變動

在進行董事認為適當的充分盡職調查工作並經審慎周詳考慮後，董事確認，直至本文件日期，自2024年9月30日（即我們最近期經審核綜合財務報表的編製日期）以來，我們的財務或交易狀況或前景並無重大不利變動，自2024年9月30日以來，概無發生會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。

[編纂]統計數據

假設[**編纂**]為[**編纂**]港元及[**編纂**]港元，我們的本公司所有人應佔未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值為每股股份[**編纂**]港元及每股股份[**編纂**]港元。詳情請參閱本文件附錄二「未經審計[**編纂**]財務資料－未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值報表」。

	基於[編纂]每股[編纂][編纂]港元	基於[編纂]每股[編纂][編纂]港元
資本化發行及[**編纂**]完成後我們股份的[**編纂**][2]	[**編纂**]百萬港元	[**編纂**]百萬港元
未經審計[**編纂**]經調整綜合每股股份有形資產淨值[3]	[**編纂**]港元	[**編纂**]港元

附註：

(1) 本表中的所有統計數據均基於[**編纂**]未獲行使的假設呈列。

(2) [**編纂**]乃根據緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後預期將發行的[**編纂**]股股份計算。

(3) 未經審計[**編纂**]經調整綜合每股股份有形資產淨值乃經本文件附錄二「未經審計[**編纂**]財務資料」所述調整後按預期於緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後將發行及發行在外的[**編纂**]股股份計算。

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。

「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其控制或直接或間接與其受共同控制的任何其他人士
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局(前稱香港財務匯報局)
「組織章程細則」或「細則」	指	本公司於2025年[●]有條件採納並自[**編纂**]生效的經修訂及重述組織章程細則(經不時修訂)
「聯繫人」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「穎芭中國」	指	穎芭中國控股有限公司，一家於2023年5月8日根據香港法例註冊成立的有限公司，由Eternal BVI及Dr. Babor分別持有50%及50%權益
「芭寶妍(北京)」	指	芭寶妍(北京)貿易有限公司，一家於2023年7月25日根據中國法律註冊成立的有限公司，由穎芭中國全資擁有
「芭寶妍(上海)」	指	芭寶妍(上海)貿易有限公司，一家於2023年6月27日根據中國法律註冊成立的有限公司，由穎芭中國全資擁有
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	香港銀行一般開門辦理正常銀行業務的日子(星期六、星期日或香港公眾假期除外)
「英屬處女群島」	指	英屬處女群島

「複合年增長率」	指	複合年增長率

[編纂]

「資本化發行」	指	誠如本文件附錄四「股東於2025年[●]通過的書面決議案」一節所述，將本公司的股份溢價賬部分金額撥充資本後發行股份
「中央結算系統」	指	香港結算設立及運作的中央結算及交收系統
「中國」或「中國內地」	指	中華人民共和國，僅就本文件及地理參考目的而言且除文義另有所指外，本文件對於「中國」的提述並不適用於香港、澳門及台灣
「緊密聯繫人」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司法」或「開曼公司法」	指	《開曼群島公司法》(經修訂)，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司條例」	指	香港法例第622章《公司條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「本公司」或「我們」	指	穎通控股有限公司，一家於2024年1月9日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「關連人士」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則所賦予的涵義

「控股股東」	指	具有上市規則所賦予的涵義，就本文件文義而言，指劉先生、劉太太及穎通國際
「核心關連人士」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載企業管治守則
「公司重組」	指	本集團為籌備[**編纂**]而進行的重組，詳情載於本文件「歷史、發展及公司架構－公司發展及重組」一節
「COVID-19」	指	2019年冠狀病毒病，由嚴重急性呼吸系統綜合症冠狀病毒(SARS-CoV-2)引起的傳染病，於2019年年底首次發現
「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
「Dr. Babor」	指	Dr. Babor GmbH & Co KG，一家根據德意志聯邦共和國法律註冊成立的公司，為獨立第三方
「E&C Holdings」	指	E&C Holdings Limited，一家於2021年9月2日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎得貿易」	指	穎得(香港)貿易有限公司，一家於2021年11月30日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「上海穎愷德」	指	上海穎愷德化妝品有限公司，一家於2021年12月2日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司

「永欣中國貿易」	指	永欣中國貿易有限公司，一家於2018年11月7日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「企業所得稅法」	指	全國人大於2007年3月16日採納並於2008年1月1日生效的《中華人民共和國企業所得稅法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「穎通美妍上海貿易」	指	穎通美妍(上海)貿易有限公司，於2023年8月14日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎通北京貿易」	指	穎通(北京)貿易有限公司，一家於2019年4月19日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「Eternal BVI」	指	Eternal Holdings Limited，一家於1995年4月7日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司，為本公司直接全資附屬公司
「穎通成都貿易」	指	穎通(成都)貿易有限公司，一家於2019年4月18日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎通中國」	指	穎通中國有限公司，一家於2017年4月10日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎通中國貿易」	指	穎通(中國)國際貿易有限責任公司，一家於2019年1月7日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司

「穎通發展」	指	上海穎通企業發展有限公司，一家於2024年1月23日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎通遠東」	指	穎通(遠東)有限公司，一家於1983年2月18日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎通廣州貿易」	指	穎通(廣州)貿易有限公司，一家於2019年6月24日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎通國際」	指	穎通國際有限公司，一家於2024年1月8日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司，由劉先生及劉太太分別擁有90%及10%的權益
「上海穎通化妝品」	指	上海穎通化妝品有限公司，一家於2019年2月15日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「上海穎通科技應用」	指	上海穎通科技應用有限公司，一家於2021年5月14日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「上海穎通光學」	指	上海穎通光學有限公司，一家於2021年6月10日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎通上海貿易」	指	穎通(上海)貿易有限公司，一家於2008年7月30日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司

「穎通深圳貿易」	指	穎通美業(深圳)貿易有限公司，一家於2023年6月30日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「穎通西安貿易」	指	穎通(西安)貿易有限公司，一家於2023年12月19日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「歐元」	指	歐洲聯盟27個成員國中20個成員國的法定貨幣歐元
「EuroItalia」	指	EuroItalia S.R.L.，一家根據意大利法律註冊成立的有限公司
「卓俊遠東」	指	卓俊遠東有限公司，一家於1996年10月22日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「極端情況」	指	於八號或以上風球改掛為三號或以下風球前，香港任何政府機構由於公共交通服務嚴重受阻、廣泛地區水浸、嚴重山泥傾瀉、大規模停電或任何其他惡劣情況，而公佈出現「極端情況」
「FINI」	指	由香港結算營運的網上平台，所有新[**編纂**]證券獲接納進行交易及(如適用)收集及處理認購及結算的特定資料，便須強制使用此平台
「弗若斯特沙利文」	指	Frost & Sullivan Limited，一家市場研究及諮詢公司，為獨立第三方
「弗若斯特沙利文報告」	指	如本文件「行業概覽」一節所述，弗若斯特沙利文受委託就本文件編製的獨立市場研究報告

「海關總署」	指	中華人民共和國海關總署

[編纂]

「政府部門」	指	任何政府、監管或行政委員會、理事會、團體、機關或機構，或任何證券交易所、自律組織，或其他非政府監管機關或任何法院、司法機關、仲裁庭或仲裁人，在各種情況下，不論屬於國家、中央、聯邦、省、州、地區、市、地方、國內、國外或超國家
「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，則指該等附屬公司（猶如該等附屬公司已於相關時間為本公司的附屬公司）
「廣州諮詢」	指	廣州穎通商務諮詢有限公司，一家於2019年1月24日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「廣州穎通進出口」	指	廣州穎通進出口有限公司，一家於2024年9月27日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「廣州慧昇貿易」	指	廣州慧昇貿易有限公司，一家於2014年10月15日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司

[編纂]

「香港法律顧問」	指	香港大律師伍頴珊女士
「香港財務報告準則」	指	香港會計師公會發佈的香港財務報告準則
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司
「香港結算[**編纂**]渠道」	指	在香港結算運作程序規則中有關香港結算參與者透過FINI向香港結算發出電子認購指示以代其認購新發行股份並支付申請股款以及根據該等指示行事的安排
「香港結算代理人」	指	香港中央結算(代理人)有限公司，為香港結算的全資附屬公司
「香港結算運作程序規則」	指	香港結算運作程序規則，當中載有與香港結算的服務及由或通過香港結算設立、運作及／或以其他方式提供的系統(包括FINI及中央結算系統)的運作及功能有關而不時生效的慣例、程序及行政或其他規定
「香港結算參與者」	指	獲准作為直接結算參與者、全面結算參與者或託管商參與者參與中央結算系統的參與者
「香港」	指	中國香港特別行政區
「港元」及「港仙」	指	香港法定貨幣港元及港仙

[**編纂**]

[編纂]

「香港證券及期貨條例」或「證券及期貨條例」	指	《證券及期貨條例》(香港法例第571章)，經不時修訂、補充或以其他方式修改

[編纂]

「香港收購守則」或「收購守則」	指	證監會頒佈的《公司收購、合併及股份回購守則》，經不時修訂、補充或以其他方式修改

[編纂]

「獨立第三方」	指	獨立於本集團且並非本集團關連人士(定義見上市規則)的一方或各方
「獨立轉讓定價顧問」	指	普華永道諮詢(深圳)有限公司北京分公司，我們的轉讓定價安排顧問

[編纂]

「InterParfums」	指	Interparfums, Inc.（一家根據美國法律註冊成立的有限公司）及其附屬公司

[編纂]

「聯席保薦人」	指	名列本文件「董事及參與[**編纂**]的各方」一節的聯席保薦人
「日圓」	指	日本法定貨幣日圓
「最後實際可行日期」	指	2025年[2月4日]，即本文件刊發前確定當中所載若干資料的最後實際可行日期
「法律」	指	所有相關司法管轄區的任何政府部門(包括但不限於聯交所和證監會)的所有法律、法規、法例、條例、規則、規例、指引、意見、通知、通函、命令、判決、判令或裁決
		[**編纂**]
「上市委員會」	指	聯交所上市委員會
		[**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
「主板」	指	聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，獨立於聯交所GEM及與其並行運作。為免生疑問，主板不包括聯交所GEM
「主要品牌」	指	按於往績記錄期間各年度／期間銷售貨品的收入計的旗下前十品牌，產品來自八家品牌授權商
「組織章程大綱」或「大綱」	指	本公司於2025年[●]採納的經修訂及重述組織章程大綱(經不時修訂)

「財政部」	指	中華人民共和國財政部
「工業和信息化部」	指	中華人民共和國工業和信息化部
「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「喜賢」	指	喜賢有限公司，一家於2021年10月1日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「朱先生」	指	朱維馴先生，本集團執行董事及首席財務官
「劉先生」	指	劉鉅榮先生，執行董事、董事會主席兼控股股東。彼為劉女士之父
「劉太太」	指	陳慧珍女士，為劉先生之配偶及劉女士之母
「林女士」	指	林荊女士，本集團執行董事兼行政總裁
「劉女士」	指	劉頴賢女士，執行董事及為劉先生之女
「全國人民代表大會」或「全國人大」	指	中華人民共和國全國人民代表大會
「提名委員會」	指	董事會提名委員會

[編纂]

「人民銀行」	指	中國人民銀行
「中國政府」	指	中國政府，包括所有政府分支(包括省、市及其他地區或當地政府機構)
「中國法律顧問」或「中國數據合規顧問」	指	北京市競天公誠律師事務所，我們有關中國法律(其中包括有關網絡安全及數據保護的中國法律法規)的法律顧問

「[**編纂**]購股權計劃」	指	獲當時股東於2024年6月18日採納及批准的購股權計劃，其主要條款概述於本文件附錄四「[**編纂**]購股權計劃」一節

[**編纂**]

「省」	指	分別指省，或如文義所指，中國中央政府直轄的省級自治區或直轄市
「S規例」	指	美國證券法S規例
「薪酬委員會」	指	董事會薪酬委員會
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣

[**編纂**]

「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「上海穎通品牌管理」	指	上海穎通品牌管理有限公司，於2024年2月29日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司

「上海穎通進出口」	指	上海穎通進出口有限公司，於2024年3月14日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「上海穎通商貿」	指	上海穎通商貿有限公司，於2024年2月28日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「上海微笑」	指	上海微笑美肌化妝品有限公司，一家於2020年5月3日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「上海一二派廣告」	指	上海一二派廣告有限公司，一家於2021年12月1日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「上海永欣貿易」	指	上海永欣貿易有限公司，一家於2013年3月12日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「上海妝味廣告」	指	上海妝味廣告有限公司，一家於2021年12月1日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.001港元的普通股
「購股權計劃」	指	我們股東於2025年[●]有條件採納及批准的購股權計劃，將自[**編纂**]起生效，其主要條款概述於本文件附錄四「購股權計劃」一節
「股東」	指	股份持有人

[編纂]

「國家工商總局」	指	中華人民共和國工商行政管理總局
「國家市場監管總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局，前稱為國家工商總局
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局
「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「國家生態環境部」	指	中華人民共和國生態環境部
「聯交所」或「香港聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司，為香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司
「附屬公司」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「主要股東」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「杰冠」	指	杰冠有限公司，一家於2021年10月8日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司間接全資附屬公司
「往績記錄期間」	指	截至2022年、2023年及2024年3月31日止三個財政年度以及截至2024年9月30日止六個月
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「美國人士」	指	S規例所界定的美國人士

「美國證券法」	指	1933年美國證券法(經修訂)

[編纂]

「美國」	指	美利堅合眾國，其領土、屬地及所有受其管轄的地區
「增值稅」	指	增值稅
「%」	指	百分比

本技術詞彙表載有若干與本公司有關及有關本公司業務或本公司而被用於本文件的詞彙之解釋。該等詞彙及其被賦予的涵義未必與業內標準釋義或用法一致。

「美容顧問」	指	線下渠道受培訓的專業人士，為消費者提供化妝品、護膚程序及美容技巧的個性化指導及建議，以滿足個性化的美容需求及偏好
「品牌授權商」	指	擁有品牌知識產權專有權利，並將其授權其他企業或個人，允許其將品牌知識產權用於特定商業目的的實體
「CRM」	指	即客戶關係管理，為一種消費者管理系統，利用技術追蹤、分析及增強與客戶在各接觸點的互動，旨在提高客戶忠誠度、滿意度及保留率
「直銷渠道」	指	我們直接向消費者銷售產品的自營線上門店及線下門店及專櫃
「分銷渠道」	指	我們所管理的產品由我們的線上分銷商及線下分銷商銷售的渠道，彼等向我們購買有關產品，再分別主要轉銷予線上零售商及線下零售商
「一線城市」	指	一線城市，包括中國北京、上海、廣州及深圳
「KOL」	指	在特定行業領域具有重大影響力、專業知識及信譽的個人
「低線城市」	指	低線城市指除一線城市及二線城市以外的餘下城市
「毫升」	指	毫升，容器的計量單位，相等於0.001公升

「新一線城市」	指	新一線城市包括成都、杭州、重慶、蘇州、武漢、西安、南京、長沙、天津、鄭州、東莞、昆明、寧波、青島及合肥
「OEM」	指	原始設備製造，當中製造商根據客戶的設計及規格製造產品，並以客戶的品牌名稱或不以特定品牌進行營銷及銷售
「ODM」	指	原始設計製造，當中製造商設計及製造由客戶指定的產品，並最終以客戶的品牌名稱或不以特定品牌進行營銷及銷售
「POS」	指	銷售點，完成零售交易的時間及地點
「香水集團」	指	經營香水品牌的公司，包括擁有品牌專有所有權的品牌所有者以及獲得品牌所有者或主要持牌者許可管理品牌的品牌管理公司
「零售商渠道」	指	我們所管理的產品由我們的線上零售商及線下零售商銷售予消費者的渠道，彼等向我們購買有關產品其後再分別透過線上平台或線下銷售點銷售予消費者
「SAP」	指	系統、應用及產品，我們的信息技術系統之一
「二線城市」	指	二線城市包括佛山、瀋陽、無錫、濟南、廈門、福州、溫州、常州、大連、石家莊、南寧、哈爾濱、金華、南昌、長春、南通、泉州、貴陽、嘉興、太原、惠州、徐州、紹興、中山、台州、煙台、珠海、保定、濰坊及臨沂
「SKU」	指	庫存單位，幫助識別及追蹤存貨

「平方米」	指	平方米，面積測量單位
「年輕消費者」	指	主要包括Z世代及千禧一代的人士

前瞻性陳述

本文件載有若干有關我們及附屬公司的前瞻性陳述及資料，有關陳述及資料乃基於管理層的見解、其作出的假設及其目前所得資料。本文件所用詞彙「預計」、「相信」、「或會」、「估計」、「預期」、「預測」、「日後」、「有意」、「可能」、「應當」、「計劃」、「預料」、「尋求」、「須」、「將會」、「可能會」、「擬」及類似措詞，在與本公司或管理層相關的情況下，意指前瞻性陳述。該等陳述反映本公司管理層對於未來事件、營運、流動資金及資本資源的當前看法，部份可能並不會實現或可能改變。此等前瞻性陳述可受若干風險、不確定因素及假設影響，包括本文件所述的其他風險因素。儘管我們相信我們在該等前瞻性陳述中表達的預期乃屬合理，但日後可能會發現我們的預期並不正確。我們的實際業績可能與我們的預期有重大差異。可能導致我們的實際業績與預期出現重大差異的重要風險及因素大致載於本文件「風險因素」、「業務」、「財務資料」及其他章節。 閣下應細閱本文件並應了解到我們未來的實際業績或會與我們所預期者存在重大差異及遜於預期。

務請 閣下注意，依賴任何前瞻性陳述均涉及已知及未知風險及不確定性。本公司面對可能會影響前瞻性陳述準確度的風險及不確定因素包括(但不限於)下列各項：

- 我們的業務策略、計劃、宗旨及目標，以及我們實施該等策略、計劃、宗旨及目標的能力；
- 我們的業務營運及前景；
- 我們未來的業務發展、財務狀況及經營業績；
- 化妝品(包括香水、護膚品、彩妝及個人護理產品)、眼鏡及家居香氛行業以及我們經營所在市場的預期增長；
- 我們對所銷售產品需求的預期；
- 我們經營所在行業及市場的監管及經營環境的變化；
- 我們經營所在行業的未來發展及競爭環境；
- 我們控制成本的能力；

- 我們遵守目前適用於或將適用於我們中國(包括香港及澳門)及國際業務的法律法規的能力；
- 我們未來的債務水平及資金需求；
- 知識產權；
- 「業務」及「財務資料」中關於價格趨勢、運營、利潤率、整體市場趨勢及風險管理的若干陳述；
- 競爭對手的行為及發展；
- 資本市場發展；
- 本文件中並非過往事實的其他陳述；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示者有重大差異，我們強烈建議投資者不應過分倚賴任何該等前瞻性陳述。任何前瞻性陳述僅截至作出陳述之日為止，除上市規則規定外，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其後任何意外事件的發生。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。

本文件的所有前瞻性陳述均明確地受此警示聲明的規限。

投資於我們的股份涉及重大風險。 閣下於投資我們的股份前，應審慎考慮本文件所載的所有資料，包括下文所述的風險及不確定因素。以下描述我們認為屬重大的風險。以下任何風險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。我們的股份市價可能因任何該等風險而大幅下跌，而 閣下可能會損失全部或部分投資。

該等因素為可能發生或可能不會發生的或然事件，而我們無法就任何該等或然事件發生的可能性發表意見。除非另有說明，否則所提供的資料均為截至最後實際可行日期的資料，於本文件日期後將不會更新，並受本文件「前瞻性陳述」的警示聲明所規限。

我們認為我們的營運涉及若干風險，其中部分風險非我們所能控制。我們已將該等風險及不確定因素分類為：(i)與我們的業務及行業有關的風險；(ii)與在我們經營所在地區開展業務有關的風險；及(iii)與[**編纂**]有關的風險。

與我們的業務及行業有關的風險

我們的業務很大程度上取決於我們所管理品牌的優勢及聲譽，而倘我們未能維持及提升該等品牌的知名度及聲譽，則消費者對我們所推廣及銷售產品的認可度及信任度可能會受到重大不利影響。

我們高度依賴我們所管理品牌的優勢及聲譽，以及我們推廣及銷售產品（如香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛）的能力。我們相信，品牌授權商對我們有效管理其品牌的能力的認可以及客戶對我們品牌及產品組合的認可，有助於我們在經營所在行業取得成功。然而，我們所管理品牌的聲譽可能會因（其中包括）產品缺陷、客戶服務不佳、產品責任索賠、消費者投訴、知識產權遭侵犯或負面輿論或媒體報導而受損。任何(i)針對我們管理的品牌、我們的品牌授權商或我們的負面索賠（即使毫無根據或未果），(ii)針對我們管理的品牌、我們的品牌授權商或我們的負面報導，或(iii)因外部人士假冒和偽造我們銷售的產品、分銷商通過非法分銷渠道對產品價格及產品銷售展開惡意競爭（即便對我們的營運毫無影響或影響較小）等原因而導致的負面報道，可能會損害我們的聲譽、削弱品牌授權商、客戶及消費者對我們的信心，並分散管理層的精力及佔用日常業務營運的其他資源，這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。此外，有關我們合作的品牌大使或KOL，或我們

在中國(包括香港及澳門)及其他地區所銷售產品及所管理品牌的質量、價格水平或安全性的負面媒體報導，以及由此產生的不利輿論，均可能會削弱消費者對我們、我們管理的品牌以及我們推廣及銷售的產品的信心，這可能會損害我們的聲譽及業務前景。

我們在競爭激烈的行業中開展運營。倘我們無法有效展開競爭，我們的業務及經營業績可能會受到不利影響。

於往績記錄期間，我們主要與外部香水品牌所有者(不包括我們所管理香水品牌的品牌所有者)及品牌管理公司競爭，因為我們的大部分收入來自香水銷售。尤其是，由於截至最後實際可行日期，我們管理的外部香水品牌主要為國際品牌，因此我們面臨與目標消費群相似的中國國內香水品牌的競爭，該等品牌相對於國際品牌享有一定競爭優勢。

我們部分現有競爭對手(尤其是外國競爭對手)為大型上市公司或大型上市公司的分部，可能較我們享有多種競爭優勢，包括但不限於品牌知名度更高、財務資源更豐富、經營歷史更長、產品組合更廣泛、銷售及分銷渠道更廣及消費群更大等。我們無法向閣下保證，我們將成功應對來自其他品牌所有者或品牌管理公司或新進入我們所在市場的參與者日益激烈的競爭。倘我們未能與競爭對手有效競爭並維持及擴大我們的消費群，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們是一家品牌管理公司，品牌及產品組合涵蓋香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡、家居香氛，並在中國(包括香港及澳門)銷售及分銷相關產品。儘管我們努力將平行進口的影響減至最低，但倘大量客戶轉而選擇我們所管理品牌的平行進口或假冒產品，其價格可能低於我們所售產品的價格，我們未必能與該等平行進口或假冒產品有效競爭，因此我們的銷售可能會受到影響。平行進口及假冒產品事件亦可能影響我們所管理品牌的價值及形象，並導致客戶及消費者對我們提供的產品失去信心，從而對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。舉例而言，倘帶有我們所管理品牌名稱的平行進口或假冒產品似乎損毀、曾被使用或在其他方面不及消費者的期望，我們所管理相關品牌的聲譽或會受損。倘我們無法有效控制平行進口及假冒產品，則可能會出現銷售虧損，從而可能對我們的業務、聲譽及前景產生重大不利影響。

我們依賴品牌授權商（包括品牌所有者及其一級授權經營商）來發展我們的業務。倘我們的主要品牌授權商無法保有品牌所有者的一級授權及我們未能獲得或維持與彼等的關係，我們的主要品牌授權商可能終止與我們的業務合作關係。

我們與品牌授權商訂立的大部分協議的初始期限介乎三至五年，可由品牌授權商在發出事先書面通知的情況下予以終止。與品牌授權商續簽協議通常須經雙方同意。此外，隨著我們的業務因應不斷變化的市況而發展，我們可能會發現與品牌授權商的現有安排不足以應對該等變化，並可能需要修改或調整有關安排的條款，而這需要取得彼等的同意。我們無法向　閣下保證，我們擬繼續與之合作的品牌授權商將不會終止現有協議、將同意與我們續簽協議或同意變更現有安排。例如，於2022年12月，與一家主要奢侈品牌的主要品牌授權商簽訂的分銷協議到期，截至2023年3月31日止年度有關協議為我們的總收入貢獻人民幣424.7百萬元或約25.5%，主要是因為該品牌授權商決定自行在中國內地經營該品牌。倘我們無法與目前或未來從其獲得貨源的品牌授權商取得合作，則彼等對我們的產品供應可能會中斷。我們亦可能因我們與品牌授權商之間的分歧而面臨訴訟風險。倘我們未能與品牌授權商取得穩定合作，我們的業務、財務狀況、經營業績、聲譽及前景將受到重大不利影響。即使我們能夠與品牌授權商取得合作，我們亦無法向閣下保證該等協議的條款會對我們有利。倘我們與品牌授權商的合作條款發生任何重大變動，我們的業務可能會受到重大不利影響，從而可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

除與品牌所有者直接合作外，我們還根據從一級授權經營商獲得的轉授權推廣及銷售我們產品組合中的部分產品，而轉授權則由相關品牌所有者授予該等一級授權經營商用以進行生產、營銷及分銷其產品。倘該等一級授權經營商未能鞏固與相關品牌所有者的業務關係，或因其他原因失去其相關授權，我們可能需要更換該等轉授權下的品牌及產品，或直接向相關品牌所有者取得授權。我們可能無法及時按上文所述行事或根本無法按此行事。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。截至最後實際可行日期，就一級授權經營商向我們授予分授權的主要品牌而言，我們從其各自的品牌所有者取得相關書面確認，確認其向一級授權經營商授予授權，而一級授權經營商其後向我們（作為二級授權商）授出相關分授權，以在指定地區及渠道分銷相關產品。

我們所銷售產品的現有市場規模可能較估計為小，且未必會如我們預期般迅速形成新的市場機遇，或根本無法形成新的市場機遇，從而會限制我們成功銷售產品的能力。

我們目前所經營或預期日後將進駐的若干市場正在不斷變革，因此難以準確預測我們目前及未來所銷售產品的市場規模。我們對我們目前及未來銷售產品的年度可拓展市場規模的估計乃基於多項內部及第三方的估計及假設。儘管我們認為我們對所推廣及銷售產品的可拓展市場總規模所作估計所依據的假設及數據屬合理，但該等假設及估計未必準確，且支持我們假設或估計的條件或我們所用第三方數據的相關條件可能隨時發生變化，從而降低我們估計的準確性。此外，我們的增長策略包括推出新產品及擴展至我們先前經驗有限或並無經驗的新市場。在現有市場銷售新產品或在新市場推出現有產品可能需要時間才能趨於成熟，而我們無法確定該等市場機會將如我們預期般形成。因此，我們可能會高估所銷售產品的可拓展市場總規模。

我們目前及未來將銷售產品的市場的未來增長取決於多項我們無法控制的因素，包括(其中包括)客戶及消費者對產品的認可度及接納度以及競品的增長、普及度及成本。短期內可能無法達到該等認可度及接納度，或根本達不到該等認可度及接納度。倘我們目前或未來將銷售產品的市場規模比預計更小或未能如我們預期般發展，我們的增長可能受到限制，且我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到不利影響。

我們的銷售及營銷策略可能無法及時適應市場趨勢及消費者喜好的變化，且我們的營銷活動在吸引消費者方面可能不具成本效益。倘發生上述任何情況，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到損害。

我們業務及營運的成功取決於我們持續提供對消費者具有吸引力的優質產品的能力。我們經營所在行業一定程度上受時尚及美容趨勢、技術以及消費者偏好與行為所驅動，而上述因素或會迅速轉變，且我們經營所在行業已受到消費者日趨頻繁且大量使用社交及數字媒體，以及媒體上信息與意見擴散速度的嚴重影響。隨著行業趨勢、技術及消費者偏好與行為不斷演變，我們亦須推出新產品、維持並提升我們所管理品牌的知名度、實現有利的產品組合及擴大我們的銷售及分銷網絡。因此，我們的未來增長取決於我們不斷推出新品牌及產品的能力。我們持續致力於推出新品牌及產品，不僅是為了適應不斷變化的消費者偏好，更是為了影響市場趨勢。推出新品牌或產品及擴展新產品類別存在固有風險，例如對消費者偏好、市場需求及新品牌形象與定價

的錯誤判斷。倘我們未能成功實現品牌及產品組合的多元化以適應不斷變化的消費者偏好及市場趨勢，則我們的利潤率可能會因無法收回相關成本而下降，這可能會損害我們的競爭優勢及市場份額，使得我們持續依賴現有品牌及產品組合。任何該等事件均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們的成功亦部分取決於產品能否吸引廣大消費者(彼等的偏好與行為無法準確預測且可能會迅速轉變)，以及我們能否及時透過品牌管理、營銷推廣活動以及產品選擇及多元化等方式以具成本效益的方式預測及應對不斷變化的行業趨勢及消費者偏好與行為。我們無法向閣下保證我們將能始終成功預測及應對不斷變化的行業趨勢及消費者偏好與行為，尤其是由於我們繼續擴大我們的消費群及針對具有不同特徵及偏好的消費者提供多樣化的產品組合。此外，我們的銷售及營銷策略可能不適用於我們日後可能推出的新品牌。在此情況下，我們可能需要實施新的銷售及營銷策略，而該等策略未必奏效。倘我們的銷售及營銷策略無法準確預測及應對市場變化及消費者偏好與行為，我們可能無法持續開發具有廣泛市場認可度的產品、捕捉新增長機會、對我們所銷售的現有產品採取具競爭力的銷售策略，或正確預測及管理我們的存貨。未能按上述行事亦可能對我們所管理品牌的形象產生負面影響，並導致客戶體驗及忠誠度下降。倘發生上述任何情況，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

我們的營銷活動可能不受好評、不成功或不具成本效益，這可能導致日後的營銷開支大幅增加。我們亦可能無法繼續開展我們現有的營銷活動，或成功在我們的營銷策略、渠道及方法中識別及利用可迎合目標消費者的新趨勢。我們亦可能無法及時調整我們的銷售及營銷策略，以緊跟消費者使用互聯網及移動設備的多變行為。未能以具成本效益的方式完善我們現有的營銷策略或引入新的有效營銷策略可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

於往績記錄期間，我們聘請了多名KOL來推廣我們銷售的產品。我們無法向閣下保證我們將能夠找到合適的KOL與之開展合作或繼續維持我們與現有KOL的業務關係，以推廣我們銷售的產品。由於行業可能會受到我們無法控制的因素(如監管收緊或替代推廣方法)的影響，我們亦無法保證我們有關KOL的營銷策略日後會成功或奏效。

倘我們賴以推廣及銷售產品的線上平台因任何原因而中斷或受干擾，或倘我們與該等線上平台的合作關係惡化或維持合作關係需要更高的成本或合作關係因任何原因而終止，或倘線上消費者的行為模式出現任何變動，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。

於往績記錄期間，我們的線上銷售主要向以下各方作出：(i)線上零售商，他們向我們採購產品並通過線上平台將產品出售給消費者；(ii)線上分銷商，他們向我們採購產品並主要將產品出售給線上零售商；及(iii)線上平台上我們自營網店的消費者。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們通過自營網店向線上零售商、線上分銷商及消費者銷售產生的收入分別佔我們總收入的約47.5%、43.3%、36.0%及37.1%。

倘(i)相關線上平台的服務或運營因（其中包括）平台運營中斷或平台業務策略變更而中斷，導致我們無法繼續使用其服務；(ii)相關線上平台未能提供令人滿意的消費者體驗，且未能吸引新用戶及留住現有用戶；(iii)我們與該等平台的合作終止、轉差或成本增加；(iv)我們未能激勵該等平台為相關網店帶來流量或促進產品銷售；(v)我們無法應對中國（包括香港及澳門）互聯網及手機普及率以及在線營銷行業的變化；(vi)我們無法應對KOL影響消費者偏好的方式的變化；或(vii)相關網絡基礎設施（如在線或移動支付平台）因任何原因而無法使用，我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響。我們無法保證我們將能夠及時找到符合我們商業上可接受的條款及條件的替代渠道，或根本無法找到，尤其是在中國（包括香港及澳門）電商行業具有領先地位及重大影響力的線上平台。此外，有關該等第三方線上平台的任何負面報導，或公眾認為或聲稱該等平台上出售屬非正品、假冒或存在瑕疵的商品，不論其是否有理據或經證實（上述大部分情況非我們所能控制），可能會減少有關平台的訪問量，並導致相關網店的用戶流量下降或產品銷售減少，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生負面影響。

此外，我們無法向閣下保證我們能夠緊跟不斷變化的消費者行為模式及偏好，或預測能夠吸引現有及潛在線上客戶的產品趨勢。因此，網上購物的熱度整體下降或我們未能識別及應對線上渠道不斷變化的趨勢及消費者需求，可能導致購買我們產品的線上客戶數量減少。這進而可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響。

供應鏈、運輸及物流中斷可能會損害我們的業務。

於往績記錄期間，我們主要向品牌授權商採購產品。該等供應商須遵守其經營所在國家和地區相關政府部門頒佈的多項廣泛的生產、健康、衛生、安全、勞工、出口管制及其他進出口相關法律及法規。倘發現彼等違反相關法規，彼等向我們的供應可能受到影響。彼等的產品供應亦可能受到(其中包括)相關材料短缺或全球及本地運輸系統中斷、勞工罷工或短缺、停工、戰爭、恐怖主義活動或僱用勞工或運輸方面的其他中斷或困難的影響。此外，倘與任何供應商發生糾紛，大量我們所採購產品的運輸及交付可能會延遲或取消，或我們可能被迫調整我們的採購計劃及業務計劃。該等事件可能導致我們的收入下降及成本增加，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。

於往績記錄期間，我們出售的大量產品乃自國外進口，受國際運輸的意外中斷及海關規定，以及政府根據適用法律及法規設定的關稅、檢驗及檢疫規限。該等貿易限制可能出現不利變動，且未能遵守海關法規或其他適用法律及法規可能會延遲我們向供應商採購的該等產品的運輸及交付。任何該等事件均可能影響我們向供應商採購產品並及時向客戶交付產品的能力。此外，我們及時以具成本效益的方式從不同國家及司法權區採購產品的能力可能受到港口狀況或影響運輸及倉儲供應商的問題的影響，其中包括港口及運輸能力短缺、勞資糾紛及惡劣天氣等原因。該等問題可能會延遲產品的跨境交付或要求我們尋找替代港口或倉儲供應商，以避免中斷向客戶交付產品。該等替代港口可能無法在短時間內尋得，或可能導致高昂的運輸成本。因此，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。

我們對我們的分銷商的控制可能有限。

於往績記錄期間，我們向分銷商出售若干產品，而分銷商隨後向零售商出售該等產品。部分分銷商亦直接向消費者銷售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們向分銷商銷售產品產生的收入分別為人民幣469.7百萬元、人民幣567.2百萬元、人民幣560.4百萬元及人民幣332.4百萬元，分別佔同期我們總收入的約28.1%、33.4%、30.1%及31.2%。有關我們分銷商的詳情，請參閱本文件「業務－產品銷售及分銷－分銷渠道」一節。分銷商的表現及彼等銷售

向我們採購的產品、維護我們所管理品牌的聲譽以及擴展其業務及銷售網絡的能力對我們業務的未來增長至關重要，並可能直接影響我們的銷量及盈利能力。鑒於我們的分銷商數量及市場規模，難以密切監控其行為。我們已採取措施避免渠道填塞及蠶食。有關該等措施的詳情，請參閱本文件「業務－產品銷售及分銷－分銷渠道－選擇及管理分銷商」一節。然而，我們對分銷商日常業務活動的控制有限，且我們對最終零售活動的控制可能有限。倘我們發現任何分銷商從事或採取可能對我們的業務及營運產生任何重大不利影響的任何行動，我們可能會施加處罰，包括我們暫停供應產品或終止我們與分銷商的業務關係，這可能會對彼等向我們所採購產品的整體銷售以及我們發展業務的能力及盈利能力產生不利影響。

我們可能在維持、擴大或優化銷售及分銷網絡方面遇到困難。

我們依賴全方位分銷網絡推廣及銷售產品。向分銷商及零售商的銷售額佔我們總收入的一大部分。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們總收入的74.9%、78.2%、75.4%及79.7%產生自向分銷商及零售商的銷售。對優質零售商及分銷商的競爭在我們的行業中非常激烈。儘管我們通常持有通過指定銷售渠道在相關地區分銷指定產品的獨家授權，且分銷商及零售商通常因此無法在相同渠道及／或地區向我們的競爭對手採購相同產品，但彼等可能因發現與我們訂立的協議以及銷售及分銷安排不如我們的競爭對手有利，而選擇分銷與我們所提供產品具有競爭關係的其他品牌產品。此外，我們可能會不時因應我們的業務策略終止與若干分銷商及零售商的關係，轉而聘請新的分銷商及零售商。尋找替代分銷商及零售商可能耗時較長，且由此產生的任何延誤均可能對我們的業務造成干擾及高昂代價，且我們無法向閣下保證我們將始終能夠維持與現有分銷商及零售商的關係，或與新分銷商及零售商建立關係以取代現有分銷商及零售商。

作為我們業務增長策略的一部分，我們亦不斷尋求通過開發新的分銷渠道、聘用新的分銷商及進入新的地區來擴大及優化我們的銷售及分銷網絡。然而，我們的擴張能否成功取決於下列因素（其中包括）：(i)是否存在或是否有合適的分銷渠道或地區及地點可供擴展我們的銷售及分銷網絡；(ii)我們與分銷商協商有利合作條款的能力；(iii)是否可動用我們的管理及財務資源；(iv)是否有合適的分銷商，尤其是在下沉市

場，我們依賴分銷商對當地的深入了解滲透到當地市場；(v)我們在直銷渠道僱用、培訓及留住技術人員的能力；及(vi)調整我們的物流及其他運營及管理系統以適應擴大後的銷售及分銷網絡。

因此，倘我們日後在維持、擴大或優化銷售及分銷網絡方面遇到困難，我們的業務、財務狀況及經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們面臨涉及供應商的集中風險。

於往績記錄期間，儘管我們從多個供應商採購產品，但若干供應商佔我們總採購額的一大部分採購。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，來自我們的五大供應商的交易金額分別佔我們總採購額的85.1%、84.0%、81.6%及79.0%。特別是，截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，來自我們的前兩大供應商的交易金額分別佔我們總採購額約54.8%、53.0%、63.3%及60.8%。儘管我們已與該等品牌授權商維持友好互利的關係，我們無法向　閣下保證我們日後將能夠與彼等維持業務關係。倘彼等任何一方決定終止與我們的業務關係，我們的業務運營、財務業績及競爭力將受到重大不利影響。我們可能需要與替代品牌授權商進行磋商並建立業務關係，而該等授權商未必能提供與我們目前產品組合中的產品相比同樣受我們的客戶及消費者歡迎或同樣具有吸引力的產品。概不保證我們將能及時以具成本效益的方式找到合適的替代者，或根本無法找到合適的替代者。失去與任何該等品牌授權商的業務關係可能會嚴重改變我們目前的業務擴張計劃並影響我們增長戰略的執行。

全球政治緊張局勢加劇可能對我們的業務及擴張計劃產生不利影響。

國際市場狀況及國際監管環境歷來受到地緣政治摩擦、地區衝突及各國之間競爭的影響。貿易政策、條約及限制的變動，或認為該等變動可能引發我們採購所銷售產品及其後我們銷售該等產品的國家或地區的經濟狀況下滑，可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

於往績記錄期間，我們主要從美國、歐洲及日本採購產品。我們涉及外國供應商的業務活動使我們面臨可能的銷售及／或採購中斷或取消以及因限制性貿易政策、關稅及稅費而導致的成本增加，或認為該等變動可能會發生。國際關係中不斷加劇的摩

擦及緊張局勢亦可能間接影響對我們產品的需求。該等國家或領土之間的任何緊張關係可能使我們在運營、財務及聲譽方面受到負面影響。政治緊張局勢加劇亦可能降低跨境貿易、投資及其他經濟活動的水平，此將對全球經濟狀況以及全球貿易及金融市場的穩定性產生重大不利影響，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。潛在的政治緊張局勢及／或貿易糾紛亦可能阻止我們進一步與外國供應商發展業務關係，甚至無法與外國供應商維持目前的業務關係。倘我們未能及時有效地應對該等未能預期的發展，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。

倘我們失去為我們貢獻大部分收入的任何客戶，或我們與彼等的業務關係以任何方式受到重大損害，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自相對較少的客戶，而我們的大部分採購來自相對較少的供應商，並預期在不久的將來會繼續如此。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們五大客戶產生的收入分別為人民幣395.3百萬元、人民幣371.3百萬元、人民幣364.2百萬元及人民幣260.2百萬元，分別佔我們總收入的約23.6%、21.9%、19.5%及24.4%。我們無法向 閣下保證我們將能夠維持或加強與主要客戶的關係，或彼等將繼續向我們下達大量採購訂單。倘主要客戶的採購開支因(其中包括)行業整合、財務狀況惡化、採購預算削減及監管批准遭拒絕或延遲而大幅減少，而我們無法從其他客戶獲得同等規模及類似條款的採購訂單作為替代，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。此外，倘我們的任何主要客戶延遲或拖欠我們的款項，我們的現金流量及財務狀況可能會受到重大不利影響。

與我們所銷售產品有關的任何質量問題均可能導致客戶流失及銷量受損。

我們業務的成功部分基於我們持續採購及銷售優質產品的能力。維持一貫的產品質量依賴於我們質量控制系統的成效，而這又取決於多項因素，包括我們質量控制系統的設計及功能以及我們能否確保僱員及其他參與我們運營的第三方會遵守該等質量控制政策及指引。儘管我們已在營運中實施了若干質量控制措施，但我們無法向閣下保證我們的質量控制系統將始終奏效，或我們能夠及時發現我們向客戶銷售的產品中

的任何缺陷。有關我們質量控制措施的詳情，請參閱本文件「業務－質量控制」一節。倘我們採購及銷售的任何產品的質量因任何原因而變差，或倘消費者認為產品並非如其所聲稱般優質或有吸引力，我們可能面臨產品退貨、訂單取消及／或客戶投訴的情況。此外，我們銷售的產品含有多種成分，其中一些成分或成分組合可能對環境或人體健康有著實際或未知的不利影響。因此，消費者可能會不時或在一般情況下對我們銷售的某些產品提出投訴或擔憂，這可能會損害客戶對該等產品或我們的信心。

此外，倘我們銷售的產品存在任何缺陷或不利影響，導致財產損失或人身傷害，我們可能面臨產品責任索賠或產品召回，從而導致財務及聲譽受損。即便我們最終勝訴，該等法律索賠的抗辯費用亦可能較為高昂。此外，倘相關香水、護膚品、彩妝、個人護理、眼鏡及家居香氛行業出現普遍的質量問題，則消費者對我們所銷售產品的看法及購買意願亦可能受到負面影響，而不論該等質量問題是否與我們有關。與我們銷售的產品及我們經營所在相關行業有關的任何質量問題(無論實際或被外界認定)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。

我們將以[編纂]的[編纂]淨額撥付的擴張及／或發展計劃可能不成功。

我們的擴張計劃的成功實施需要大量投資，可能需要(其中包括)開發自營品牌及開設新的自營線下拾氛氣盒門店及其他自營門店／專櫃。我們經營自營品牌及線下拾氛氣盒門店的經驗有限。截至2024年9月30日，我們僅擁有一個自有品牌Santa Monica。截至同日，我們在中國內地經營兩家線下拾氛氣盒門店。於2024年11月，我們在廣東省深圳市開設一家額外線下拾氛氣盒門店。由於我們的大部分開支必須在我們的擴張計劃可實現的任何額外銷售之前產生，因此獲得充足的融資至關重要。概不保證該等融資將按我們可接受的條款提供，或根本無法提供，而我們為執行擴張計劃及發展計劃而獲得足夠資金的能力受各種不確定因素的影響，包括但不限於我們經營或計劃經營業務所在司法權區的未來經營業績、財務狀況及現金流量以及經濟、政治及其他狀況。倘我們無法及時以合理的成本獲得充足的營運資金或獲得融資，我們的增長、競爭地位及未來盈利能力可能會受到重大不利影響。

我們聘請第三方公司提供若干外包服務，包括倉儲、運輸及廣告與推廣。我們對該等服務提供商的控制有限，倘任何該等服務因任何原因而中斷或終止，則可能會對我們的業務營運造成不利影響。

我們在業務營運中依賴第三方服務提供商提供的多項服務，包括倉儲、報關、運輸及廣告與推廣。因此，我們面臨與該等服務提供商能否提供滿意服務相關的風險。此外，我們可能會不時更換該等服務提供商，且當我們從一家第三方提供商轉移至另一家時，我們可能會面臨服務中斷的風險。此外，倘我們的外包服務成本高於預期，或倘我們的外包服務中斷或遭到破壞，導致我們蒙受損失或損害、我們的內部營運或控制存在缺陷或機密、專有或客戶資料的披露不當，或倘我們分銷產品的能力中斷，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

此外，我們無法保證我們將可監察第三方服務提供商是否遵守適用的法律法規。倘彼等違反任何有關法律法規，我們的業務、財務狀況、經營業績及聲譽可能會受到不利影響。

我們依賴消費者對我們所銷售產品的支出及需求。彼等的支出或需求下降可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績、現金流量及前景產生重大不利影響。

我們的業務增長部分取決於消費者對我們所銷售產品的需求。於往績記錄期間，由於中國(包括香港及澳門)香水、護膚品、彩妝、個人護理、眼鏡及家居香氛行業的持續增長，我們受益於所銷售產品的需求增加。該趨勢倘放緩或發生逆轉將可能對我們所推廣及銷售產品的需求產生重大不利影響。此外，我們受到若干經濟狀況變動的限制，該等經濟狀況會影響消費者對我們所銷售產品的支出水平。消費者支出模式受業務狀況、利率、稅收、當地經濟狀況、未來經濟前景不明朗以及將可支配支出轉向其他產品等因素的影響。消費者偏好及經濟狀況可能會有所不同或不時發生變化。我們無法保證我們將能夠保持收入及淨利潤的歷史增長率，或維持盈利狀態。此外，整體經濟增長放緩或未來經濟前景不明朗可能會影響消費者的消費習慣，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們可能無法有效管理我們的存貨以及零售商及分銷商的存貨。

維持最佳存貨水平對我們業務的成功至關重要。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們存貨的賬面值分別為人民幣417.8百萬元、人民幣357.6百萬元、人民幣390.3百萬元及人民幣488.5百萬元。我們因各種超出我們控制範圍的因素而面臨存貨風險，包括但不限於不斷變化的消費趨勢及客戶偏好以及競爭產品的推出。此外，就備貨而言，我們通常會在實際銷售時間之前估計我們所銷售若干產品的需求。我們無法向閣下保證，我們能夠準確預測該等趨勢及事件，並始終維持充足的存貨水平。市場對我們所售產品的需求意外下降可能導致存貨過剩或過時，而我們可能被迫提供折扣或進行促銷活動以處置滯銷存貨，進而可能會對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。另一方面，存貨不足可能令我們失去銷售機會。任何該等事件均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。

此外，我們向零售商及分銷商出售部分產品，而彼等維持本身向我們採購的產品存貨。我們一般不會監察分銷商及零售商的存貨水平。因此，我們可能無法準確追蹤零售商及分銷商的存貨水平或識別我們銷售及分銷網絡各層級的任何過度存貨積壓。當我們推出新產品時，由於該等產品的市場接受度不確定，我們面臨較高的存貨過剩或過時風險。在此情況下，向我們購買產品的零售商及分銷商未來或會減少訂單，直至其存貨水平與其消費者或零售商的需求保持一致，這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。此外，我們允許若干大客戶根據協定的條款及條件向我們退回未售出的產品，該等產品通常指彼等無法於一定期間內達成銷售目標的產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，享受該等特殊產品退貨政策的大客戶產生的收入分別佔我們總收入的7.7%、5.5%、6.3%及7.0%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，該等大客戶因非缺陷原因退回的產品總值分別為人民幣4.7百萬元、人民幣6.9百萬元、人民幣5.9百萬元及人民幣4.2百萬元。倘該等零售商向我們退回大量產品，我們的財務業績及業務營運可能會受到重大不利影響。

我們依賴主要合格人員，倘我們無法招聘、培訓及挽留有關人員，我們可能無法實現目標。

我們未來的成功在很大程度上取決於我們的高級管理人員、人才及其他主要人員的持續服務。我們的主要人員在業務策略、產品設計及開發、業務營運、銷售及營銷、監管合規以及與客戶及供應商的關係方面的專業知識對我們至關重要。我們並無為任何主要人員投購要員保險。倘我們的一名或多名高級管理人員或其他主要人員無法或不願繼續擔任現職，我們可能無法及時或根本無法取代彼等，這可能會嚴重擾亂我們的業務並影響我們的財務狀況、經營業績及未來前景。此外，我們行業的特點是對人才的高需求和激烈競爭，我們可能無法吸引或挽留高技能僱員或主要人員。我們無法向閣下保證，我們的主要人員將不會加入競爭對手或組建競爭業務。對合格人員的競爭可能推高僱員薪酬開支，這可能會對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們與品牌授權商及其他業務合作夥伴的協議可能載有與營運要求及／或業績目標、銷售及採購相關的條文。未能達成該等目標或要求可能導致我們提前終止相關協議。

我們與業務合作夥伴(包括品牌授權商)的協議可能載有與營運要求及／或業績目標(如有關分銷商的要求、銷售及採購金額目標)相關的條文。例如，我們與品牌授權商的協議可能載有以下規定：(i)本集團於特定期間內向品牌授權商作出的最低採購額；(ii)本集團於特定期間內應向客戶銷售的最低銷售額；及／或(iii)選擇分銷商。倘我們未能達到該等最低採購額或最低銷售目標，或倘我們的分銷商並無嚴格遵循我們品牌授權商的指引，部分分銷協議規定品牌授權商有權以事先書面通知終止與我們的相關分銷協議。倘我們與品牌授權商的分銷協議提前終止，我們的業務營運、財務狀況、經營業績及聲譽以及業務前景可能會受到重大不利影響。

倘我們未能取得或重續業務營運所需的若干批文、牌照、許可證及／或證書，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。

根據相關法律及法規，我們須自相關部門取得及持有多項批文、牌照、許可證及／或證書以經營業務。有關我們業務所需批文、牌照、許可證及／或證書的詳情，請參閱本文件「業務 — 牌照、證書及許可證」一節。此外，我們須就業務營運取得及重

續若干證書、許可證及牌照。倘未能取得或重續我們營運所需的有關批文、牌照、許可證及／或證書，則可能導致有關執法行動(包括相關監管機構發出的命令)，這可能導致我們的業務停止，並可能須作出需要大量資本開支的補救措施，從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。

部分該等批文、許可證、牌照及／或證書須由相關部門定期續期及／或重新評估，而有關續期及／或重新評估的標準可能不時變動。我們無法保證我們將能夠及時成功促成有關續期及／或重新評估，或根本無法促成。倘我們未能取得必要的續期及／或重新評估及以其他方式維持隨時開展業務所需的所有批文、牌照、許可證及／或證書，則可能嚴重干擾我們的營運，這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。

倘現有法律及法規的詮釋或實施發生變化或新法規生效，要求我們取得先前經營現有業務毋須取得的任何額外批文、許可證、牌照或證書，我們無法向閣下保證，我們將成功取得該等批文、許可證、牌照或證書。倘未能取得額外批文、許可證、牌照或證書，則可能會限制我們的業務營運、減少我們的收入及／或增加我們的成本，這可能嚴重削弱我們的盈利能力及前景。

倘未能發現或防止我們的僱員、客戶、分銷商、零售商、供應商或其他第三方的欺詐或非法活動或其他不當行為，則可能對我們的業務造成重大不利影響。

我們面臨僱員、客戶、分銷商、零售商、供應商或其他第三方的欺詐或非法活動或其他不當行為，我們可能因而被政府部門施加責任、罰款及其他處罰，以及被負面報導。儘管我們已就審閱及批准商戶賬戶、銷售活動、與業務合作夥伴及政府官員的互動及其他相關事宜實施內部控制及政策，概無保證我們的控制及政策將能防止該等人士進行欺詐或非法活動或於日後不會發生類似事件。我們的僱員、客戶、分銷商、零售商、供應商或其他第三方的任何非法、欺詐、貪污或合謀行為均可能使我們受到負面報導，從而可能嚴重損害我們或我們所管理品牌的聲譽，而倘該等行為由我們的僱員作出，我們可能須進一步對第三方負上重大財務及其他責任，並被政府部門施加罰款及作出其他處罰。因此，倘未能發現及防止我們的僱員、客戶、分銷商、零售商、供應商或其他第三方的欺詐或非法活動或其他不當行為，則可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們的保險範圍有限，任何超出我們保險範圍的索償均可能導致我們產生巨額成本及分散資源。

我們根據適用法律及法規的要求並基於對我們營運需求的評估投購保險，包括財產保險及公眾責任保險，全面涵蓋重大業務中斷及意外損失，如火災、水災及惡意破壞。我們並無投購產品責任及專業過失與疏忽保險，該保險涵蓋因使用、消耗或操作我們銷售的產品而引致的產品責任索償及因業務營運中的疏忽而引致的索償(任何適用法律或法規均無要求)。此外，並非我們所有附屬公司均投購涵蓋在我們場所內發生的涉及第三方事件的公眾責任保險，或董事及高級職員責任保險。我們並無為任何高級管理層或主要人員投購要員人壽保險，亦無投購業務中斷保險。概不保證我們投購的保單足以涵蓋我們所有營運風險。我們直銷渠道或我們保險範圍以外的人員引致的任何責任或損害，均可能導致我們產生巨額成本及分散資源，這可能對我們的業務營運造成重大不利影響。

未來就針對我們的任何訴訟、法律糾紛、索償或行政訴訟進行抗辯可能費錢耗時。

我們可能不時面對於一般業務過程中或因政府或監管執法行動產生的法律訴訟及索償。儘管我們認為針對我們的任何訴訟的判定不會個別或整體地對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響，惟我們隨後牽涉的訴訟仍可能產生巨額成本並從日常業務營運中分散管理層的注意力及其他資源。此外，原本並不重大的任何訴訟、法律糾紛、索償或行政訴訟均可能因案件事實及案情、敗訴的可能性、所涉金額以及涉案各方等多項因素而升級並變得重大。

我們的保險未必足以涵蓋針對我們的索償、未必可提供足夠款項以涵蓋解決一項或多項有關索償的全部費用及未必可以我們接受的條款續期。特別是，倘(i)索償超出我們與客戶訂立的彌償安排的範圍；(ii)客戶不按規定遵守彌償安排；或(iii)責任超出任何適用彌償限額或保險責任範圍，則有關索償可能令我們承擔預料之外的責任。倘針對我們的索償未投保或投保金額不足，則可能產生意外成本，並可能對我們的業務、財務狀況、經營業績或聲譽造成重大不利影響。

在推廣我們銷售的產品時未能遵守適用的廣告法律及法規可能會使我們面臨潛在風險及處罰。

我們不時通過各種渠道(包括電視、廣告牌及海報、新聞及雜誌、互聯網及社交媒體)宣傳我們管理的品牌及我們銷售的產品，這些渠道主要受中國(包括香港及澳門)的適用法律及法規規限。例如，我們可能會不時就廣告中使用的若干數據的來源或若干詞彙的選擇受到審查。2024年4月，上海市青浦區市場監督管理局對我們位於上海的一家附屬公司處以人民幣30,000元罰款，並命令其暫停發佈相關廣告，消除廣告造成的負面影響，因為其在天貓及抖音的若干自營網店銷售部分產品宣傳無相關依據。據我們的中國法律顧問所告知，根據《中華人民共和國廣告法》，發佈虛假廣告的，由相關市場監督管理部門責令停止發佈，相應消除影響，並處廣告費用三倍以上五倍以下的罰款。在廣告費用無法計算或明顯偏低的情況下，則處以人民幣200,000元以上但不多於人民幣1.0百萬元的罰款。此外，根據《中華人民共和國廣告法》，倘廣告主於兩年內違法行為有三次以上，或有其他嚴重違法行為，則(i)處以廣告費用五倍以上但10倍以下的罰款；(ii)在廣告費用無法計算或明顯偏低的情況下，則處以人民幣1.0百萬元以上但人民幣2.0百萬元以下的罰款；(iii)可吊銷營業執照；及(iv)相關廣告審查機關將撤銷廣告審查核准文件，一年內不再受理廣告審查。截至最後實際可行日期，我們已悉數繳納有關罰款。

此外，倘我們的僱員或我們委聘的第三方服務提供商未能遵守有關法律及法規，或相關政府部門在行政執法過程中最終採取與我們理解不一致的觀點，我們可能面臨潛在風險及處罰。我們無法向　閣下保證，日後不會發生無意的不合規事件，這可能會使我們受到相關部門的進一步處罰，並可能進一步損害我們所管理品牌的形象及聲譽。我們日後可能需要增加合規成本以遵守適用的廣告或其他法律及法規。因此，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。

倘我們未能根據中國相關法律法規的程序為各項員工福利計劃繳納足夠費用，則我們可能會受到處罰。

根據中國相關法律法規，僱主有義務直接按期為員工繳納社會保險及住房公積金。截至2024年6月30日，我們聘請第三方人力資源機構為合共151名員工繳納社會保險及住房公積金。我們聘請該等第三方機構為該等僱員繳納社會保險及住房公積金，主要是因為彼等更願意在其各自的居住地支付社會保險及住房公積金，以方便在當地使用有關福利。據我們的中國法律顧問所告知，就社會保險供款而言，倘僱主未能按時足額繳納社會保險費，社會保險費徵收機構應責令其限期繳納或補足，並自拖欠日期起按日收取0.05%的滯納金。逾期不繳納的，由有關行政部門處以繳納金額一倍以上三倍以下的罰款。就住房公積金而言，倘僱主未能辦理住房公積金登記或未能為其僱員辦理住房公積金賬戶設立手續，主管部門將責令限期完成。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。

截至最後實際可行日期，我們尚未收到員工因與第三方人力資源機構簽訂代理安排而受到的任何行政處罰或勞動仲裁申請。然而，我們無法向　閣下保證，相關地方政府部門不會認為該第三方代理安排不符合中國相關法律的要求，且我們亦無法向　閣下保證，有關當局不會要求我們在指定期限內繳納社會保險及住房公積金，或不會因我們的此類違規行為而對我們處以滯納金或罰款。截至最後實際可行日期，與我們合作的第三方人力資源機構並無未付或拖欠員工社會保險費或住房公積金的情況。然而，倘人力資源機構未按照適用中國法律法規的要求為及代表我們的員工繳納社會保險及住房公積金，則我們可能會被政府主管機關責令糾正此類錯誤或受到行政處罰，這可能會對我們的財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

影響我們經營所在行業的政府法規或慣例的變化可能導致我們為遵守新法規而產生額外成本。

影響我們經營所在行業的政府法規或慣例可能發生變化，包括與香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛有關的法規或慣例。倘監管規定放寬或引入簡化審批程序，我們潛在競爭對手的進入壁壘可能會降低，從而可能導致更激烈的市場競爭。另一方面，倘適用的監管規定變得更加嚴格，我們的品牌授權商或我們可能更難以通過我們自身或我們的銷售及分銷網絡滿足該等要求，或降低我們所售產品的成本效益，因為我們可能需要產生更多成本以遵守該等嚴格的監管規定。任何該等事件均可能消除或大幅降低對我們所售產品的需求，從而對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

與我們使用客戶資料有關的隱私及網絡安全問題，或我們或第三方實際或被認為無法保護我們的專有數據及客戶資料，或以其他方式遵守適用的數據保護法律及法規或隱私政策，均可能會對我們的聲譽造成負面影響，使我們承擔政府或法律責任並嚴重損害我們的業務。

我們的業務運營涉及個人資料的收集、使用、儲存、保留、轉移、披露及處理。進一步詳情請參閱本文件「業務－信息技術系統－網絡安全及客戶隱私保護」一節。目前，我們依賴第三方線上平台進行線上產品銷售。上述第三方線上平台會在必要時與我們共享我們消費者的交易相關資料。我們僅將獲得的有關資料或數據用於分析相關市場及與消費者接洽，包括交付彼等向我們購買的產品、提供售後服務及發送有關品牌及產品的最新資料。

我們須遵守有關數據安全及隱私的多項法律及法規，包括有關收集、使用、存儲、保留、傳送、披露及其他數據處理的限制。例如，全國人民代表大會常務委員會頒佈於2017年6月1日生效的《中華人民共和國網絡安全法》。此外，於2021年6月10日，全國人民代表大會常務委員會頒佈《中華人民共和國數據安全法》(「數據安全法」)，於2021年9月1日生效。數據安全法載列有關從事數據相關活動的實體及個人承擔的多項數據安全及隱私責任。《中華人民共和國個人信息保護法》(「個人信息保護法」)(於2021年8月20日頒佈並於2021年11月1日生效)規定了個人信息處理人何時以及如何處理個人信息的法定要求，並編纂了不同情況的要求。個人信息保護法規定(其

中包括）適用範圍、個人信息和個人敏感信息的定義、對個人信息處理活動通知的內容要求、我們處理個人信息所依據的法律基礎以及若干內部合規程序。

儘管我們致力遵守我們的內部數據合規規則以及所有適用的數據保護及網絡安全法律法規，任何未能或被認為未能遵守有關個人信息保護、數據安全及網絡安全的法律法規的行為均可能使我們受到潛在的責任、聲譽損害及客戶忠誠度的喪失。此外，數據合規及網絡安全的監管環境非常複雜且不斷發展，這可能會增加我們的合規成本及營運複雜性。任何未能密切監控相關監管動態的行為均可能使我們承擔潛在責任，從而進一步對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

此外，倘我們的數據分析模型有任何缺陷，我們對消費者行為的預測在我們的業務過程中未必準確。就我們數據的準確性而言，我們依賴第三方供應商提供的資料以及直接從我們的線上線下客戶收集的資料。我們不會驗證所有此類數據的真實性。倘我們收集的資料嚴重不準確或虛假，這可能會對我們對市場趨勢的預測以及我們增長策略的實施產生重大不利影響。由於我們依靠大數據分析以制定及調整我們管理的品牌的業務發展及擴張計劃，故未能收集及分析若干關鍵數據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。

對我們的信息技術系統的任何重大干擾，例如重大網絡安全事件或我們供應商的服務故障，都可能會嚴重中斷我們的業務營運。

我們的業務營運以信息技術系統為支撐，功能包括企業資源規劃、物流管理及電商平台對接、CRM、會計系統、財務報告、第三方平台的電商交易及線下銷售點管理等。建立此類信息技術系統的眾多基礎設施由第三方雲服務提供商提供。有關我們的信息技術系統的詳情，請參閱本文件「業務－信息技術系統」一節。該等系統對於維持公司營運、業務效率、數據質量和及時決策至關重要。然而，我們的信息技術（「IT」）系統面臨各種風險，包括系統故障（包括雲服務供應商造成的故障）、數據不準確、網絡攻擊、數據外洩及其他安全事件。倘此類風險對應事件實際發生，有關事件可能會擾亂我們的營運，損害我們的數據，並導致重大的補救成本、法律責任及聲譽損害。因此，我們的業務可能會遭受重大干擾，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。

我們可能因我們擁有或租賃的若干物業的缺陷而面臨處罰、其他行政罰款或第三方的質疑。

我們可能因我們租賃的物業的缺陷而面臨處罰、其他行政罰款或質疑，這可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響。截至2024年9月30日，我們所租賃的58項物業並未在中國內地進行租賃登記備案。儘管我們將採取切實合理的措施要求上述及未來租賃物業的出租人與我們合作及時完成備案，惟我們無法向閣下保證有關出租人將同意合作。我們將該等物業用作辦公室、倉庫及線下門店／專櫃。據我們的中國法律顧問告知，未能向相關中國政府部門登記該等租賃協議並不影響租賃協議的有效性，但相關中國政府部門可能會責令我們或出租人在規定期限內登記租賃協議。倘未能在限期內登記，則可能導致我們就每項未登記租賃被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。倘我們未能根據相關中國政府部門的規定登記租賃協議，截至2024年9月30日，我們可能被處以最高金額人民幣580,000元的罰款。

截至2024年9月30日，我們所租賃總建築面積約1,614.11平方米的36項物業的出租人並未向我們提供有關租賃物業或其他所有權的有效業權證書，或證明彼等有權租賃該等物業的相關文件。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們將該等租賃物業用作辦公室及線下門店／專櫃。與該等物業有關的任何爭議或索償，包括相關出租人聲稱未經授權租賃該等物業，均可能迫使我們搬遷相關辦公室及線下門店／專櫃。倘我們的任何租約因第三方提出的質疑而終止或無法執行，我們將需要尋求替代物業，這可能會產生搬遷成本。倘我們未能按我們可接受的條款及條件為受影響業務找到合適物業，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

為支持我們的發展或適應業務狀況的變化，我們可能需要額外融資，然而我們可能未必能以優惠條款獲得額外融資或根本無法獲得額外融資。

倘若我們出現營運虧損或為了業務的未來增長及發展（包括我們可能決定進行的任何投資或收購），我們可能需要額外融資。有關詳情，請參閱本文件「業務－我的業務策略」及「未來計劃及[**編纂**]用途」各節。倘若我們的融資不足以滿足我們的營運資金需求，我們可能會尋求發行額外的股本或債務證券，或獲得新的或擴大的信貸融資。我們未來獲得外部融資的能力受到多種不確定因素的影響，包括我們未來的財務狀況、經營業績、現金流量、股價表現、國際資本和貸款市場的流動性以及中國有關外國投資及我們經營我們的業務所在行業的法規。此外，招致的負債會增加我們的償

債義務，並可能導致限制我們運營及增長的經營及融資契約。概不保證能及時獲得融資，也不能保證能以對我們有利的金額或條款獲得融資，甚至根本無法獲得融資。倘若不能以對我們有利的條件籌集到所需資金，或根本不能籌集到所需資金，可能會嚴重限制我們的流動性，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。此外，任何股本或股票掛鈎證券的發行都可能導致對我們現有股東股權的重大攤薄。

我們須遵守環境保護、消防及健康與安全法律法規，並可能面臨潛在的合規成本及責任，包括意外污染、化學或生物危害或人身傷害的後果。

我們須就（其中包括）我們存放若干香水產品的倉庫遵守多項環境、消防、健康及安全法律法規。有關詳情，請參閱本文件「監管概覽」一節。於往績記錄期間，根據《危險化學品安全管理條例》，我們採購並儲存於中國內地的若干香水並無儲存於專用倉庫（「危險化學品倉庫」）。未能根據中國內地適用的法律法規妥善儲存危險化學品可能會導致主管政府部門責令整改，並處以不少於人民幣50,000元且不超過人民幣100,000元的罰款，而拒不改正的可能導致暫停營業、吊銷相關營業執照或變更經營範圍，任何構成犯罪的個人將根據適用的中國法律及法規追究刑事責任。於2023年3月23日，我們收到佛山市南海區應急管理局發出的行政處罰決定書，其就未將香水儲存於危險化學品倉庫而向我們處以人民幣55,000元的罰款。截至最後實際可行日期，我們已全額支付有關罰款。

此外，於往績記錄期間，我們並無遵照危險品條例（香港法例第295章）（「危險品條例」）存儲分類為屬《2012年危險品（適用及豁免）規例》（香港法例第295E章）下PGII包裝類別的第3類危險品的若干香水。於往績記錄期間，我們於2022年8月收到一份指控我們儲存有關香水產品的數量超過危險品條例相關限額的傳票，罰款為10,000港元。截至最後實際可行日期，我們已悉數支付有關罰款。截至2024年9月30日，我們委聘第三方物流提供商設計並執行我們的物流安排，使根據危險品條例分類為危險品的大部分將由我們銷售的香水產品儲存正移至中國內地，以符合相關規則及法規。然而，倘我們與相關第三方服務供應商的安排中斷或無效，我們或因違反危險品條例而被相關機構檢控，從而導致我們在香港的業務運營可能受到重大不利影響。

我們無法向閣下保證將能夠符合所有環境保護、消防及健康與安全規定，並獲得全部監管批准。延遲或未能獲得的所有必要監管批准可能會影響我們按計劃推出、存儲產品並向客戶交付產品的能力。由於該等法律法規所施加的要求可能會發生變化，並且可能會採用更嚴格的法律及法規，因此我們未必能遵守或準確預測遵守該等法律法規的任何潛在重大成本。倘我們未能遵守相關法律法規，我們的業務運營可能會面臨整改令、巨額罰款或潛在重大金錢損失。此外，我們無法完全消除在我們存放若干香水產品的倉庫發生意外污染、生物或化學危害或人身傷害的風險。一旦發生該等事故，我們可能須承擔賠償和清理費用的責任，倘在現有保險或彌償條款未涵蓋的範圍內，則可能會對我們的業務造成損害。該等責任還可能導致其他不利影響，包括聲譽受損。

我們面臨與零售商的委託安排有關的風險。

於往績記錄期間，我們與若干線上及線下零售商訂立委託協議。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，有關委託安排產生的收入分別為人民幣16.2百萬元、人民幣13.7百萬元、人民幣20.5百萬元及人民幣15.2百萬元，佔我們同期總收入約1.0%、0.8%、1.1%及1.4%。根據該等安排，我們(作為委託人)向相關零售商(作為受託人)提供貨品，而彼等代表我們向其客戶銷售有關貨品。儘管相關零售商在銷售過程中擁有貨品，我們仍保留貨品的所有權，直至貨品被受託人出售。我們對零售商的擁有權並無管控權，其銷售過程涉及委託安排下的貨品。我們無法向閣下保證，我們的零售商將一直嚴格遵守委託安排的條款及條件。彼等作出的任何不當行為均可能損害我們的業務或引致針對我們的產品責任索償或客戶投訴。倘任何該等零售商未能及時或有效地或根據委託安排條款分銷我們的產品，或根本無法分銷我們的產品，或倘我們的委託安排被暫停、終止或以其他方式到期而未續約，則我們的業務、財務狀況、經營業績及聲譽可能會受到重大不利影響。

倘我們不能提供優質的客戶服務，我們的業務及聲譽可能受到不利影響。

我們認為，為消費者提供優質的客戶服務(這是我們客戶關係管理的重要組成部分)對我們的業務增長至關重要，任何未能維持該等客戶服務標準或相關市場認知的行為均可能影響我們向現有及潛在客戶銷售產品的能力。為消費者提供卓越的客服體驗需要我們的客戶服務團隊投入大量時間及資源。我們可能需要增加客戶服務團隊的人員，這將增加我們的運營成本。因此，未能充分擴展我們的客戶服務組織可能會對我們的業務業績及財務狀況產生不利影響。

此外，隨著我們業務的快速擴張，我們可能需要聘請第三方客戶服務提供商，倘該等第三方無法提供與我們相當的服務水平，這可能會進一步增加我們的運營成本並對客戶體驗品質產生負面影響。我們向其提供客戶服務的消費者數量的增長將給我們的客戶服務團隊帶來額外壓力。我們可能無法足夠快地聘用合資格員工，或聘用所需員工以滿足需求增長。倘發生上述情況，我們的聲譽、業務、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

勞工成本增加、勞工短缺或勞資關係惡化或會減緩我們的增長及對我們的盈利能力造成影響。

勞工成本日後可能增加。勞工成本增加可能使銷售成本、銷售及分銷開支及我們業務經營產生的其他開支增加，而我們未必能夠將增加的成本轉嫁予客戶。我們亦可能不時經歷勞工短缺。任何此類短缺將會阻礙我們向客戶及時交付產品和維持或擴大業務經營的能力，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績及前景造成重大不利影響。此外，我們尋求保持良好的勞資關係，因為我們認為我們的長期增長取決於我們僱員的專業知識、經驗和發展。倘我們不能與我們的僱員維持友好關係，我們日後可能出現任何勞資糾紛。我們勞資關係的惡化可能導致糾紛、罷工、索賠、法律訴訟及聲譽損害、干擾我們業務營運的勞工短缺，以及經驗、專有技術和商業秘密的損失。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。

我們的過往財務及經營業績未必能反映我們未來的表現。

我們的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣1,674.7百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣1,699.1百萬元，並進一步增至截至2024年3月31日止年度的人民幣1,863.8百萬元。我們的純利由截至2022年3月31日止年度的人民幣170.9百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣173.1百萬元，截至2024年3月31日止年度進一步增至人民幣206.5百萬元。我們的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣932.0百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣1,064.4百萬元。我們的純利由截至2023年9月30日止六個月的人民幣96.1百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣115.5百萬元。我們的財務狀況及經營業績可能因多項因素而出現波動，其中許多因素非我們所能控制，包括：(i)我們保留及增加客戶數量的能力；(ii)我們與品牌授權商維持現有及探索新業務關係的能力；(iii)我們維持或擴大銷售及分銷網絡的能力；(iv)我們成功擴大所銷售產品的市場份額；及(v)我們成功營銷及推廣我們所管理的品牌。

此外，我們未必能於未來期間維持我們的歷史增長率，且我們未來未必能維持中期或年度的盈利能力。我們的過往業績、增長率及盈利能力未必能反映我們未來的表現。倘我們的盈利未能達到投資團體的預期，我們的股份可能會出現大幅價格波動。任何該等事件均可能導致我們的股份價格大幅下跌，從而進一步損害我們的業務、財務狀況及經營業績。

我們面臨來自客戶的貿易應收款項信貸風險。

未能悉數或及時收取貿易應收款項可能會對我們的業務運營及財務狀況造成重大不利影響。我們若干大客戶及主要線上零售商客戶的貿易條款以信貸為主。我們向有關客戶授出的信貸條款通常為30日至90日。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的貿易應收款項分別為人民幣116.5百萬元、人民幣157.0百萬元、人民幣175.3百萬元及人民幣217.1百萬元。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的平均貿易應收款項周轉天數為29.6天、29.4天、32.7天及33.8天。我們的董事確認，管理層的估計及有關信貸風險相關假設乃根據我們現有可得的信息而作出。然而，倘已獲知新資料，則可能須對該等估計或假設作出調整。倘實際可收回率低於預期，或倘任何新資料導致我們過往作出的貿易應收款項減值撥備不足，我們或須提供額外的貿易應收款項減值撥備，從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。

我們目前在經營所在地區可獲得的任何財政激勵（包括政府補助）的終止可能會對我們的財務狀況、經營業績、現金流量及前景產生不利影響。

於往績記錄期間，我們受益於政府補助及補貼。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們分別收到金額為人民幣13.3百萬元、人民幣12.0百萬元、人民幣10.7百萬元及人民幣0.3百萬元的政府補助。我們可能需滿足相關要求，以繼續獲得該等財政激勵。該等激勵由相關政府機關酌情決定，可隨時決定取消或減少該等財政激勵或優惠待遇，通常具有預期效果。由於根據政府慣例，我們獲得的財政激勵或優惠待遇存在一定的時間滯後性，只要我們繼續獲得這些財政激勵或優惠待遇，除我們可能面對的任何業務或經營許可外，視乎該等財政激勵的潛在變化，我們於特定期間的淨收入可能會高於或低於其他期間。

我們應付的企業所得稅金額可能因我們的集團內公司間交易而受到主管機構的調整，這可能對我們的盈利能力及財務狀況產生重大不利影響。

於往績記錄期間，本集團進行了若干關聯方交易。詳情請參閱本文件「業務－轉讓定價安排」一節。根據關聯企業之間轉讓定價的規定，關聯方交易須遵循公平磋商原則。倘關聯方交易不符合該原則，則主管稅務機關有權依照若干程序進行調整。詳情請參閱本文件「監管概覽－有關稅項的法規－轉讓定價」一節。

我們無法保證我們的轉讓定價政策不會受到有關當局的詢問，亦無法確保管理此類安排的相關規定將維持不變。倘不遵守有關原則，導致企業及其關聯方的收入或應納稅所得額減少，稅務機關有權採取合理方法進行調整。根據中國內地相關稅務法律法規，中國內地稅務機關有權在關聯交易發生的納稅年度後10年內對關聯交易進行調整。《稅務條例》第61A條訂明，倘可斷定有關人士訂立或進行交易的唯一或主要目的為獲取稅務利益（意指避免或暫緩納稅的責任或有關款項減少），則有關人士的稅項負債將評估為(a)猶如該交易或其任何部分並未訂立或進行；或(b)以監管機構認為適當的其他方式，以抵銷否則將獲得的稅收優惠。

遞延稅項資產的可收回性存在不確定性，這可能對我們未來的財務狀況產生影響。

我們需要對遞延稅項資產的確認作出判斷、估計及假設。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的遞延稅項資產分別為人民幣11.6百萬元、人民幣12.0百萬元、人民幣17.1百萬元及人民幣20.1百萬元。有關我們的遞延稅項資產於往績記錄期間的變動詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註20。遞延稅項資產僅在未來應課稅金額很可能可用於該等暫時性差額及稅務虧損時予以確認。這涉及對若干交易的稅務處理作出重大判斷，並評估未來可用於收回遞延稅項的應課稅溢利的可能性、時間及充足性。估計及相關假設乃基於過往經驗及其他相關因素。因此，實際結果可能與該等會計估計不同。遞延所得稅資產的變現主要取決於我們對未來能否獲得足夠溢利的估計。倘預期不會產生足夠的未來應課稅溢利或倘應課稅溢利低於預期，我們可能無法收回我們的遞延稅項資產，這可能對我們未來的財務狀況造成重大不利影響。

人民幣及港元匯率波動可能會引致外幣匯兑損失。

[**編纂**][**編纂**]將以港元收取。此外，我們主要在中國內地及香港銷售產品，該等產品主要來自歐洲、美國及日本。因此，我們主要以歐元、美元及日圓或其他外幣向供應商付款，客戶則以港元及人民幣付款。因此，港元或人民幣兑歐元、美元及日圓或其他外幣發生任何升值或貶值均可能影響我們[**編纂**][**編纂**]的價值或我們的利潤。我們截至2022年3月31日止年度錄得匯兑收益人民幣31.8百萬元，截至2023年3月31日止年度錄得匯兑虧損人民幣17.4百萬元，截至2024年3月31日止年度錄得匯兑虧損人民幣1.6百萬元。截至2022年3月31日止年度，我們因換算境外業務的匯兑差額而錄得其他綜合虧損人民幣28.9百萬元。截至2023年、2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，我們因換算境外業務的匯兑差額而分別錄得其他綜合收益人民幣39.1百萬元、人民幣17.3百萬元及人民幣8.1百萬元。有關本公司匯率波動及匯兑差額收益及虧損相關風險的詳情，請參閱本文件「財務資料－有關市場風險的定量及定性披露－外匯風險」一節。港元或人民幣兑歐元、美元及日圓或其他外幣的匯率受(其中包括)中國政府的政策、中國(包括香港及澳門)及世界政治與經濟狀況的變化以及當地市場的供需影響。難以預測未來市場力量或政府政策如何影響港元或人民幣與歐元、美元及日圓或其他外幣之間的匯率，可能會導致港元或人民幣兑歐元、美元及日圓或其他外幣大幅升值或貶值。

此外，可供我們以合理成本降低外匯風險的工具有限。任何該等因素均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響，並可能降低我們股份的外幣價值及應付股息。

倘我們無法實施及維持有效內部控制制度，我們或無法準確或及時地報告我們的經營業績或預防欺詐，且我們證券的投資者信心及市場價格可能受到重大不利影響。

我們將於[**編纂**]完成後成為上市公司，而我們的內部控制對業務及財務業績的完整性至關重要。我們的公開報告責任預期將於可見未來對我們的管理、營運及財務資源及系統造成壓力。為應對內部控制問題及整體提升內部控制及合規環境，我們已採取多項措施以改善內部控制及程序，包括制定合規計劃、採納新政策，並就控制、程

序及政策向全職僱員提供大量及不間斷培訓。此外，為籌備[**編纂**]，我們已實施其他措施以進一步提升內部控制，並計劃採取措施進一步提升內部控制。

倘我們無法建立及維持足夠的內部控制系統，我們的財務報表可能會出現重大錯誤陳述，我們無法履行我們的匯報責任，這很可能導致投資者對我們報告的財務資料失去信心。這可能限制我們進入資本市場、對經營業績產生不利影響，並導致我們證券交易價格下跌。無效的內部控制亦可能使我們面臨更大的欺詐或濫用公司資產的風險，並可能使我們面臨從[**編纂**]所在證券交易所[**編纂**]或其他監管調查以及民事或刑事制裁。此外，於我們成為上市公司後，我們的報告義務可能會在可預見的未來對其管理、運營及財務資源及系統造成重大壓力。我們可能無法及時完成我們的評估測試以及我們先前在財務報告方面的內部控制缺陷的任何必要補救措施。上述任何情況均可能對我們的業務、聲譽及財務狀況造成不利影響。

我們可能面臨第三方的侵權索償，且我們未必能保護我們的知識產權免遭未經授權使用，這兩種情況均可能降低我們所管理品牌的價值並損害我們的業務及競爭市場地位。

知識產權對我們的業務至關重要。我們依賴版權、專有技術、商業秘密、專利及商標法以及第三方保密協議的結合來保護我們的知識產權及產品。有關我們知識產權的詳情，請參閱本文件「附錄四－法定及一般資料－C.有關我們業務的進一步資料－2.本集團的重大知識產權」一節。就申請及註冊成本以及捍衛及執行該等權利的成本而言，對專利、商標、版權及域名的有效保護成本高昂且難以維持。知識產權通常難以註冊、維持及執行。法定法律及法規受司法解釋及執行所規限。任何該等因素均可能妨礙我們有效保護我們的知識產權。此外，我們依賴品牌授權商的知識產權來保護我們所銷售產品的權利。我們無法向　閣下保證我們的品牌授權商或我們的知識產權不會受到質疑、失效、回避或無法執行，或我們將獲得有效的保護或充分的補救。例如，未經授權的第三方可能會複製我們的品牌授權商或我們的知識產權，或獲取及使用我們或我們的品牌授權商視為專有的資料。此外，第三方可能對我們或我們的品牌

授權商主張獨家專利、版權及其他知識產權。在我們日常經營的其他方面，如我們在廣告及促銷活動中使用圖像、字體或音樂，以及計算機軟件，我們亦可能會受到第三方的侵權或盜用申索。

我們或我們的品牌授權商可能無法在該等糾紛中捍衛知識產權。該等索償引致的任何訴訟均可能導致我們產生巨額成本並分散我們的資源。倘針對我們或品牌授權商的任何知識產權索償獲判勝訴，我們未必有合法權利繼續使用或銷售被裁定侵犯第三方知識產權的產品或使用廣告及促銷活動中的相關圖像、字體或音樂以及我們日常經營的計算機軟件。我們可能須在法律上耗費大量資源更換我們銷售的現有產品，以免侵犯第三方的知識產權，或我們可能須取得相關許可以避免進一步侵權。因此，我們的聲譽、業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

我們採納的以股份為基礎的薪酬可能會對我們的經營業績造成重大不利影響，並攤薄　閣下於本公司的權益。

於2019年12月1日及2024年3月31日，Eternal BVI根據其購股權計劃向本集團多家附屬公司的若干董事、高級管理層及主要僱員（統稱為「英屬處女群島購股權承授人」）授出合共26,194,000份購股權（「英屬處女群島購股權」）。此外，作為公司重組的一部分，本公司於2024年6月18日採納[**編纂**]購股權計劃，據此，26,194,000份購股權（「開曼購股權」）分別於2024年6月24日及2024年7月8日授予英屬處女群島購股權承授人，以一對一基準換取交回及註銷英屬處女群島購股權。有關詳情，請參閱本文件「歷史、發展及公司架構－公司發展及重組－以英屬處女群島購股權交換開曼購股權」一節。以股份為基礎的薪酬可能會攤薄現有股東的股權，而我們可能會於收入表中記錄以股份為基礎的薪酬開支。我們日後可能繼續向僱員授出以股份為基礎的薪酬獎勵。我們與以股份為基礎的薪酬相關的開支可能會增加，這可能會影響我們的財務狀況及經營業績。我們可能會不時重新評估適用於以股份為基礎的薪酬計劃項下授出的歸屬時間表、禁售期或其他主要條款。倘我們選擇如此行事，我們以股份為基礎的薪酬開支可能於報告期間出現重大變動，從而可能對我們的財務業績造成重大影響。

我們面臨與其他不可預見事件（例如傳染病的爆發（包括COVID-19）、不可抗力事件的發生、監管變動及／或自然災害）有關的風險，這可能嚴重擾亂我們的運營。

我們的業務可能會受到自然災害（例如暴風雪、地震、火災或水災）、廣泛傳播的流行病爆發或其他事件（例如戰爭、恐怖主義活動、環境事故、電力短缺或通信中斷）的重大不利影響。在我們經營及開展業務所在地爆發傳染病及其他不利的公共衛生事件均可能嚴重損害我們的供應鏈運營或損害我們員工的工作。爆發任何嚴重的流行病（如禽流感、H1N1流感、SARS或COVID-19）均可能擾亂我們線下銷售渠道等的業務營運，這或會對我們的財務狀況、經營業績、供應鏈管理及未來前景產生負面影響。

COVID-19疫情於銷售、供應鏈、物流、財務表現及未來業務計劃方面對我們的業務產生影響。有關該影響的詳情，請參閱本文件「業務－COVID-19疫情對本集團的影響」一節。儘管世界衛生組織已宣佈COVID-19疫情不再為全球衛生緊急情況，但我們無法向　閣下保證COVID-19疫情不會再次發生。倘COVID-19疫情再次爆發，可能採取嚴厲措施以保障居民健康，這可能會對我們的線下業務產生負面影響，從而可能對我們的業務、財務狀況及經驗業績產生重大不利影響。

任何有關我們、我們的業務、股東、聯屬人士、董事、高級管理層及僱員以及我們的第三方業務合作夥伴及我們經營所在行業的負面報導，均可能對我們造成重大不利影響，而不論其準確性如何，這可能會損害我們的聲譽、業務、財務狀況及前景。

有關我們、我們的業務、股東、聯屬人士、董事、高級管理層及僱員以及我們的第三方業務合作夥伴（包括我們的供應商及戰略合作夥伴）以及我們經營所在行業的負面報導可能會損害我們的聲譽及我們留住品牌授權商及客戶的能力。有關我們及該等人士的負面報導可能與各種事宜有關，包括但不限於：(i)董事、股東、高級管理層、聯屬人士及僱員作出的不當行為（不論被指控或其他情況）或其他不當活動，包括我們的高級管理層或僱員在履行職責過程中作出的任何失實陳述；(ii)有關我們或我們的董事、股東、高級管理層、聯屬人士及僱員的虛假或惡意指控或謠言；(iii)客戶對我們銷售的產品或客戶服務的投訴；(iv)與供應商的糾紛；(v)我們客戶或僱員的機密資料的安全漏洞；(vi)與指控僱傭歧視、工資及工時違規、涉及支付員工薪金及／或花紅的錯誤計算及其延誤有關的僱傭相關投訴及申索；及(vii)因我們未能遵守適用法律及法規而導致的政府及監管調查或處罰。

我們亦可能面臨第三方業務合作夥伴(包括我們的供應商)採取任何非法行動或不當行為的風險。任何針對彼等的負面宣傳及索償，或因實際或預期的漏洞而向彼等施加的罰款，均可能對我們的公眾形象、聲譽、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。此外，我們經營所在行業的負面報導可能對我們的業務前景及經營業績造成重大不利影響。

除傳統媒體外，社交媒體及相似平台(包括即時通訊應用(如微信)、社交媒體網站及其他互聯網通訊形式)的使用量不斷增加，可令個人廣泛接觸大批客戶群體及其他感興趣的人士。實際上，即時通訊應用及社交媒體平台上的信息的獲取具有即時性，不會向我們、我們的股東、聯屬人士、董事、高級管理層、僱員或第三方業務合作夥伴提供補救或糾正信息的機會。傳播信息(包括錯誤信息)的機會似乎無限且唾手可得。有關我們、我們的業務、我們的股東、聯屬人士、董事、高級管理層、僱員或第三方業務合作夥伴的信息可隨時發佈於有關平台上。與任何負面宣傳或錯誤信息有關的風險無法完全消除或減低，且可能會對我們的聲譽、業務、財務狀況及經營業績造成嚴重損害。

與在我們經營所在地區開展業務有關的風險

經濟、政治及社會狀況以及監管政策顯著影響我們經營所在地區的整體經濟增長，未能應對相關發展情況可能會對我們的業務產生重大不利影響。

我們的業務、前景、財務狀況及經營業績可能在很大程度上受我們經營所在地區政治、經濟及社會狀況的影響。我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到以下因素的不利影響：

- 我們經營所在地區出現經濟放緩；
- 對我們經營所在市場的經濟狀況作出的評估不準確；
- 政府實施的經濟政策及舉措；
- 現行市場利率轉變；
- 破產率上升；及
- 政府對資本投資的規定或稅務法規的變更。

我們經營所在地區經濟增長放緩可能會減少對我們推廣及銷售的產品的需求，並可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

中國法律法規可能會不時演變。

中國的法律體系以成文法為基礎。1970年代末，中國政府開始頒佈一套規管整體經濟事務的綜合法律法規體系。過去30年立法的整體影響已大幅增加中國各類外商或私營部門投資可獲得的保障。我們的中國附屬公司須遵守整體適用於中國公司的各項中國法律法規。

具體而言，有關我們經營所在行業(包括香水、護膚品、彩妝、眼鏡、家居香氛及個人護理行業)的中國法律及法規正在不斷發展及演變。中國政府部門未來可能會頒佈新的法律法規以監管該等相關行業。我們無法向　閣下保證我們的做法不會被視為違反任何有關該等相關行業的新中國法律或法規。此外，我們經營所在行業的發展可能會令中國法律、法規及政策發生變化，或令現有法律、法規及政策的詮釋及應用發生變化，進而可能限制我們的業務運營，或會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們須就我們的海外[編纂]及[編纂]以及我們的未來集資活動向中國證監會進行備案。

2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(「境外上市試行辦法」)及五項相關指引，自2023年3月31日起施行。根據境外上市試行辦法，中國境內企業境外發行上市後，在同一境外市場發行後續證券或在其他境外市場發行上市(「未來發售」)的，應當向中國證監會備案，並報送相關信息。境外上市試行辦法規定，發行人符合下列情形的，該發行人境外發行證券和上市將被認定為中國境內企業間接境外發行，並須遵守備案程序：(i)中國境內企業最近一個會計年度的營業收入、利潤總額、總資產或者淨資產，任一指標佔發行人同期經審計合併財務報表相關指標的比例超過50%；及(ii)發行人經營活動的主要環節在中國開展或者主要場所位於中國，或者負責經營管理的高級管理人員多數為中國公民或者經常居住地位於

中國。發售是否構成「間接境外發行」及是否由「中國境內企業」進行上市，須遵循實質重於形式的原則認定。我們須就建議[**編纂**]向中國證監會完成備案程序。有關更多資料，請參閱本文件「監管概覽－有關境外上市的法律法規」一節。

基於上文所述，對於本次[**編纂**]後的任何未來發售，我們可能須遵守中國證監會的備案程序。未能完成備案程序可能會對我們造成重大不利影響。

未能遵守有關僱員持股計劃或購股權計劃登記規定的中國法規，可能使中國計劃參與者或我們面臨罰款及其他法律或行政制裁。

於2012年2月，國家外匯管理局發佈《關於境內個人參與境外上市公司股權激勵計劃外匯管理有關問題的通知》(「國家外匯管理局7號文」)。根據國家外匯管理局7號文以及其他相關法規及規定，參與境外上市公司股權激勵計劃的中國居民須向國家外匯管理局或其地方分支機構進行登記並辦理若干其他手續。身為中國居民的股權激勵計劃參與者須保有一名合資格中國代理(可為該境外上市公司的中國附屬公司或該中國附屬公司選定的其他合資格機構)，以就股權激勵計劃代表其參與者辦理國家外匯管理局登記及其他手續。參與者亦須保有一家境外委託機構，以處理有關購股權行使、相關股票買賣或權益及資金轉讓等事宜。此外，倘股權激勵計劃、中國代理或境外委託機構發生任何重大變動或出現其他重大變動，中國代理須就股權激勵計劃向國家外匯管理局辦理登記變更。另外，國家外匯管理局於2014年7月頒佈《關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》(「國家外匯管理局37號文」)，規定參與境外非上市特殊目的公司股權激勵計劃的中國居民於其行使購股權前可向國家外匯管理局或其地方分支機構登記。我們授出的購股權將受該等法規規限。我們的中國購股權持有人或受限制股東未能向國家外匯管理局辦理登記，可能使該等中國居民面臨罰款及法律制裁，亦可能限制我們向中國附屬公司額外出資的能力，限制中國附屬公司向我們分派股息的能力，或以其他方式對我們的業務產生重大不利影響。

國家稅務總局亦已頒佈有關僱員股份獎勵的相關法規及規定。根據該等法規及規定，我們在中國工作的僱員將須因行使購股權或獲授受限制股份而繳納中國個人所得稅。我們中國附屬公司有義務就已授出購股權或受限制股份向相關稅務機關提交文件，並因購股權獲行使或授出受限制股份為其僱員預扣個人所得稅。倘我們僱員未能

根據相關法規及規定繳納或我們未能預扣其個人所得稅，則我們可能面臨政府主管部門施加的處罰。

閣下在對我們、我們的股東、董事及高級管理層送達法律程序文件或執行海外判決方面的資源可能有限。

我們是一家在開曼群島註冊成立的獲豁免公司。我們目前的大部分業務(包括該等業務的資產)位於中國內地及香港。此外，我們的部分現任高級職員為中國內地及香港公民及／或居民，且該等人士的絕大部分資產均位於中國內地及香港。因此，倘　閣下根據適用證券法律或其他法律認為權利遭侵犯，　閣下可能難以或不能向我們或該等人士送達法律程序文件或在香港對我們或該等人士提起訴訟。

2019年1月18日，最高人民法院與香港特別行政區政府簽署《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》(「2019年安排」)，自2024年1月29日起施行。2019年安排旨在根據書面雙邊協議管轄以外的準則建立一個更加清晰及明確的機制，以在中國內地與香港相互認可及執行更廣泛的民商事案件判決。根據2019年安排，任何當事人均可向相關中國內地法院或香港法院申請認可及執行2019年安排所載條件規定的民商事案件生效判決。然而，我們無法向　閣下保證所有最終判決將會得到有關中國內地及香港法院的認可及有效執行。

境外證券監管機構可能無法在中國未經適當許可收集資料。

投資者所在司法權區的境外證券監管機構可能尚未與中國當局建立監管合作關係，以在中國進行有效調查及取證。即使已建立有關合作，境外證券監管機構未必能在未取得中國政府部門收集資料的批准的情況下獲得監管調查或訴訟所需的資料。例如，根據2020年3月生效的《中華人民共和國證券法》第一百七十七條，境外證券監督管理機構不得直接進行調查取證活動，未經《中華人民共和國證券法》第一百七十七條

合理授權，任何單位和個人不得擅自向境外提供與證券業務活動有關的文件和資料。境外證券監督管理機構未能在中國境內收集資料可能會增加我們投資者保障自身權益的難度。

我們收取附屬公司支付的股本股息及其他分派，為我們的部分現金及融資需求提供資金。附屬公司向我們支付股息的能力受到限制，可能會對我們開展業務的能力產生重大不利影響。

本公司收取附屬公司支付的股本股息及其他分派，為我們的部分現金及融資需求提供資金，其中包括向股東支付股息及其他現金分派所需資金、償還我們可能產生的任何債務所需資金及支付我們的經營開支所需資金。此外，我們預期未來附屬公司數量將會繼續增加。倘我們任何中國附屬公司日後自行承擔債務，則規管債務的工具可能會限制其向我們派付股息或作出其他分派的能力。另外，相關中國法律及法規僅允許附屬公司利用其根據中國會計準則及法規釐定的保留盈利(如有)派付股息。根據中國法律法規，我們在中國的各附屬公司須每年根據中國會計準則撥出至少10%的稅後利潤作為法定儲備，直至該儲備的累計金額超過其註冊資本的50%。該等儲備不可作為現金股息分派。鑒於該等中國法律法規，我們的附屬公司以股息形式向我們轉讓其淨利潤的能力可能會受到限制。附屬公司向我們派付股息或作出其他分派的能力受到限制，可能會對我們的增長、投資或收購、派付股息或以其他方式提供資金及開展業務的能力造成重大不利限制。

我們的中國附屬公司向我們支付的股息須繳納中國預扣稅。

根據企業所得稅法及其實施細則，除非另有規定，倘(i)直接控股公司既非中國居民企業，亦非於中國內地設有任何機構或營業場所，或(ii)直接控股公司於中國內地設有機構或營業場所，惟相關收入與該機構或營業場所並無實際聯繫，則外商投資企業分配予其於中國內地境外的直接控股公司的利潤適用10%的預扣稅。根據香港與中國內地之間的一項特殊安排，倘香港居民企業於緊接取得有關公司的股息前12個月期間內一直直接擁有中國公司25%以上的股份，該稅率可降至5%。此外，根據國家稅務總局於2009年2月20日頒佈的《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》，倘離岸安排的主要目的為取得稅務優惠待遇，中國稅務機關可酌情調整相關離岸實體享有的稅率。我們無法向　閣下保證，中國稅務機關將認定5%的稅率適用於我們的香港附屬公司自中國附屬公司收取的股息，亦無法保證中國稅務機關未來不會對該等股息徵收更高的預扣稅率。根據國家稅務總局頒佈及於2020年1月1日生效《非居民納稅人享受協定待遇管理辦法》，非居民納稅人自行判斷符合享受協定待遇條件的，可在納稅申報時，或通過扣繳義務人在扣繳申報時，自行享受協定待遇，同時按照規定歸集和留存相關資料備查，並接受稅務機關後續管理。

與[編纂]有關的風險

股份過往並無公開市場。我們股份的流動性、成交量及市價可能會波動。

於[**編纂**]前，我們的股份並無公開市場。儘管已申請[**編纂**]，但我們無法向　閣下保證我們的股份將會形成一個活躍的公開市場，或我們股份的市價將不會跌至低於其初始[**編纂**]。股份的[**編纂**]將由我們、[**編纂**]與[**編纂**]磋商釐定，其未必代表[**編纂**]完成後股份的市價。　閣下可能無法按[**編纂**]或高於[**編纂**]的價格出售　閣下的股份，從而可能損失　閣下對有關股份的全部或部分投資。未能建立活躍及流通的公開交易市場可能對我們股份的市價及流動性造成重大不利影響。

閣下將面臨即時及重大攤薄，且倘我們日後發行額外股份，則可能面臨進一步攤薄。

[**編纂**]的[**編纂**]高於緊接[**編纂**]前的每股有形資產淨值。因此，[**編纂**]中[**編纂**]的買家將面臨[**編纂**]綜合有形資產淨值的即時攤薄。無法保證倘我們於[**編纂**]後立即清盤，任何資產將在債權人提出索償後分派予股東。此外，為擴展我們的業務，我們日後可能會考慮發售及發行額外股份。倘我們日後以低於當時每股有形資產淨值的價格發行額外股份，[**編纂**]的買家可能會面臨其股份每股有形資產淨值的攤薄。

股份日後在公開市場大量出售或預期大量出售可能導致股價下跌。

緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）在公開市場大量出售股份，或認為該等出售可能發生，可能會對我們股份的市價造成不利影響。假設[**編纂**]未獲行使，緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），將有[**編纂**]股發行在外股份。我們的控股股東同意，彼等持有的任何股份將於[**編纂**]後受到禁售。有關進一步詳情，請參閱本文件「[**編纂**]－根據[**編纂**]作出的承諾－[控股股東]就彼等本身作出的承諾」。然而，[**編纂**]可解除該等證券的該等限制，且有關股份於禁售期屆滿後可自由買賣。

倘證券或行業分析師不刊發有關我們業務的研究報告，或彼等對有關我們股份的建議作出不利變動，我們股份的市價及成交量可能會下降。

我們股份的交易市場將受到行業或證券分析師發佈的有關我們或我們業務的研究及報告的影響。倘報導我們的一名或多名分析師將我們的股份降級，我們股份的價格可能會下跌。倘一名或多名該等分析師師不再報導本公司或未定期發佈有關我們的報告，我們可能會失去在金融市場的知名度，從而可能導致我們的股價或成交量下降。

我們的控股股東對本公司具有重大影響力，而彼等的利益可能與我們其他股東的利益不一致。

緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），本公司將由穎通國際擁有[**編纂**]%，而穎通國際由劉先生及劉太太分別持有90%及10%。因此，我們的控股股東將對我們的業務產生重大影響，包括有關合併、綜合及出售我們全部或絕大部分資產、選舉董事及其他重大公司行動的決策。所有權集中可能會阻礙、延遲或阻止本公司的控制權變動，從而可能剝奪股

東在出售本公司股份時收取溢價的機會，或可能降低股份的市價。即使我們的其他股東（包括在[**編纂**]中購買股份的股東）反對，我們仍可採取該等行動。此外，控股股東的利益可能有別於其他股東的利益。

過往股息分派並非我們未來股息政策的指標。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，於對銷集團內公司間股息後，我們分別向控股股東宣派及派付股息人民幣128.1百萬元、人民幣189.4百萬元、人民幣314.3百萬元及零。本公司日後宣派及派付任何股息將由董事酌情決定，並將取決於我們的未來營運及盈利、資本需求及盈餘、整體財務狀況、合約限制及董事認為相關的其他因素。任何宣派及派付以及股息金額亦將遵守我們的組織章程細則及適用法律及法規，包括（如需要）股東及董事的批准。此外，我們未來的股息派付將取決於從我們的附屬公司收取的股息。由於上述原因，我們無法向　閣下保證我們日後將參考過往股息就股份派付任何股息，或根本不會派付任何股息。有關本公司股息政策的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－股息」一節。

我們對[編纂][編纂]淨額的使用方式擁有重大酌情權，而　閣下未必同意我們的使用方式。

我們的管理層可能以　閣下可能不同意或不會為我們的股東帶來有利回報的方式使用[**編纂**][**編纂**]淨額。我們計劃以多種方式使用[**編纂**][**編纂**]淨額，包括(i)進一步發展我們的自有品牌；(ii)發展及擴大我們的直銷渠道，包括拾氛氣盒門店及其他自營線下門店／專櫃；(iii)加速我們的數字化轉型，以（其中包括）精簡我們的業務運營，加強對我們全週期消費者管理計劃的支持；及(iv)提升本集團的知名度及聲譽。詳情請參閱本文件「未來計劃及[**編纂**]用途－[**編纂**]用途」一節。然而，我們的管理層將酌情決定[**編纂**]淨額的實際用途。　閣下將　閣下的資金委託予我們的管理層，而　閣下須就我們對本次[**編纂**][**編纂**]淨額的具體用途倚賴管理層的判斷。

我們是一家開曼群島公司，由於開曼群島法律下有關股東權利的司法先例與香港或其他司法權區的法律有所不同，因此　閣下可能難以保障　閣下的股東權利。

我們的公司事務受(其中包括)我們的組織章程大綱及細則以及公司法及開曼群島普通法規管。根據開曼群島法律，股東對董事採取行動的權利、少數股東的行動及董事對我們的受信責任在很大程度上受開曼群島普通法規管。開曼群島普通法部分源自開曼群島相對有限的司法先例以及英國普通法，其對開曼群島法院具有說服力但不具約束力。開曼群島有關保障少數股東權益的法律在部分方面有別於其他司法權區的法律。

我們無法保證本文件所載有關自弗若斯特沙利文報告獲得的若干資料的事實及其他統計數據的準確性。

本文件所載若干事實及統計數據，包括但不限於有關全球及中國香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡、家居香氛行業的資料及統計數據，乃基於弗若斯特沙利文報告或摘錄自董事認為可靠的各種公開刊物。我們無法保證有關事實及統計數據的質量或可靠性。我們已合理審慎確保所呈列的事實及統計數據乃準確摘錄及轉載自有關刊物及弗若斯特沙利文報告。然而，我們、聯席保薦人、[**編纂**]、[**編纂**]、[**編纂**]、[**編纂**]、[**編纂**]、[**編纂**]、[**編纂**]或參與[**編纂**]的任何其他各方(就弗若斯特沙利文報告及其資料而言，不包括弗若斯特沙利文)並無獨立核實該等事實及統計數據，且概無就其準確性作出聲明。事實及統計數據可能與其他來源所編製的其他資料不一致，且有意投資者不應過分依賴來自公開資料的任何事實及統計數據。

本文件所載前瞻性陳述涉及風險及不確定因素。

本文件載有若干前瞻性陳述及資料，並使用「預期」、「相信」、「可」、「未來」、「打算」、「計劃」、「預計」、「尋求」、「預料」、「可能」、「應當」、「應該」、「將會」或「會」等前瞻性詞彙及類似表達。　閣下務請注意，依賴任何前瞻性陳述涉及風險及不確定因素，任何或所有該等假設可能被證明為不準確，因此，基於該等假設的前瞻性陳述亦可能不正確。鑒於該等及其他風險及不確定因素，本文件所載前瞻性陳述不應被視為我們的計劃及目標將得以實現的聲明或保證，且應根據各種重要因素(包括本節所

載者）考慮該等前瞻性陳述。根據上市規則的規定，我們無意因新資料、未來事件或其他原因而向公眾更新或以其他方式修訂本文件的前瞻性陳述。因此， 閣下不應過分依賴任何前瞻性資料。本文件所載所有前瞻性陳述均受本警告聲明的限制。

閣下應仔細閱讀整份文件，我們強烈提醒 閣下不要依賴報章或其他媒體所載有關我們或[編纂]的任何資料。

於本文件日期後但於[**編纂**]完成前，可能會有關於我們及[**編纂**]的報章及媒體報導，當中載有（其中包括）有關我們及[**編纂**]的若干財務資料、預測、估值及其他前瞻性資料。我們並無授權在報章或其他媒體披露任何有關資料，亦不對有關報章文章或其他媒體報導的準確性或完整性承擔責任。我們對有關我們的任何預測、估值或其他前瞻性資料的適當性、準確性、完整性或可靠性不發表任何聲明。倘有關陳述與本文件所載資料不一致或有衝突，我們概不負責。因此，有意投資者應僅根據本文件所載資料作出投資決定，不應依賴任何其他資料。

閣下作出有關我們股份的投資決定時，應僅依賴本文件、[**編纂**]及我們在香港發佈的任何正式公告所載資料。我們概不就報章或其他媒體所報導的任何資料的準確性或完整性承擔任何責任，亦不就報章或其他媒體就我們的股份、[**編纂**]或我們發表的任何預測、觀點或意見的公平性或適當性承擔任何責任。我們對任何有關數據或刊物的適當性、準確性、完整性或可靠性不發表任何聲明。因此，有意投資者在決定是否投資於我們的[**編纂**]時不應依賴任何有關資料、報告或刊物。 閣下申請在[**編纂**]中購買股份，即被視為已同意不會依賴本文件及[**編纂**]所載以外的任何資料。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

董事

姓名	地址	國籍
執行董事		
劉鉅榮先生	香港 新界葵涌 華景山路3號 海峰花園3座16樓A室	中國
林荊女士	香港 荃灣楊屋道1號 萬景峯5座51樓A室	中國
劉穎賢女士	香港 新界葵涌 華景山路3號 海峰花園4座8樓B室	中國
朱維馴先生	香港 九龍 旺角西洋菜街2-J號 新江大樓18樓C室	中國
獨立非執行董事		
陶志強先生	香港 九龍啟德 沐泰街12號 Monaco 2B座7樓A室	中國
Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生	112 Kim Seng Road #16-03 Singapore 239432	法國
Chan Soh Cheng女士	Sheares Ville Unit 08-06 9 Holt Road Singapore 249446	新加坡

有關董事的更多資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

參與[編纂]的各方

聯席保薦人

法國巴黎證券(亞洲)有限公司
香港
中環
金融街8號
國際金融中心二期
60樓及63樓

中信證券(香港)有限公司
香港
金鐘道88號
太古廣場一座18樓

[編纂]

[編纂]

本公司的法律顧問

香港法律：

摩根路易斯律師事務所
香港
皇后大道中15號
置地廣場
公爵大厦19樓

香港監管及合規事宜：

伍頴珊女士
香港大律師
香港
中環紅棉路8號
東昌大厦2203A & B室

中國法律：

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

聯席保薦人及[編纂]的法律顧問	*香港及美國法律：* **蘇利文•克倫威爾律師事務所（香港）有限法律責任合夥** 香港 中環 渣打道18號 歷山大廈20樓 *中國法律：* **君合律師事務所** 中國 廣東省 廣州市天河區 珠江新城 珠江西路21號 粵海金融中心28層
核數師及申報會計師	**羅兵咸永道會計師事務所** *執業會計師* 註冊公眾利益實體核數師 香港 中環 太子大廈22樓
獨立行業顧問	**弗若斯特沙利文股份有限公司** 香港 中環 康樂廣場8號 交易廣場二期 30樓3006室

[編纂]

合規顧問	**同人融資有限公司** 香港 德輔道中19號 環球大廈 7樓03室

公司資料

註冊辦事處	Cricket Square Hutchins Drive PO Box 2681 Grand Cayman KY1-1111 Cayman Islands
總部及香港主要營業地點	香港 九龍 常悅道3號 企業廣場二期22樓
公司網站	**www.eternal.hk** *(該網站所載資料不構成本文件的一部分)*
公司秘書	**鍾閣娟女士** *香港公司治理公會會士* 香港 九龍 常悅道3號 企業廣場二期22樓
審核委員會	陶志強先生*(主席)* Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生 Chan Soh Cheng女士
薪酬委員會	Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生 *(主席)* 林荊女士 陶志強先生
提名委員會	劉鉅榮先生*(主席)* 陶志強先生 Chan Soh Cheng女士

授權代表	**林荊女士** 香港 荃灣 楊屋道1號 萬景峯 5座51樓A室 **朱維馴先生** 香港 九龍旺角 西洋菜街2-J號 新江大樓18樓C室

[編纂]

主要往來銀行	**中國銀行(香港)有限公司** 香港 花園道1號 **星展銀行(香港)有限公司** 香港 中環 皇后大道中99號 中環中心地下

本節所載若干資料、統計數字及數據摘錄自政府官方刊物及行業來源以及弗若斯特沙利文報告。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立行業報告弗若斯特沙利文報告。我們、[編纂]、聯席保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、任何我們或彼等各自的董事、高級職員、員工、顧問、代理或代表或參與[編纂]的任何其他各方（不包括弗若斯特沙利文）均無獨立核實來自政府官方來源的資料及統計數據，對其準確性亦不發表任何聲明。

資料來源

我們委託獨立諮詢公司弗若斯特沙利文對2018年至2028年的香水行業、護膚品行業、彩妝行業、個人護理行業、眼鏡行業及家居香氛行業進行了詳細研究。該報告由弗若斯特沙利文編製，不受我們的影響。弗若斯特沙利文是一家獨立的全球諮詢公司，於1961年在紐約成立。其提供行業研究及市場策略，並提供增長諮詢及企業培訓。就所提供的市場研究服務而言，我們已同意就編製弗若斯特沙利文報告向弗若斯特沙利文支付168,000美元。我們已在本節以及本文件「概要」、「風險因素」、「業務」、「財務資料」及其他章節摘錄弗若斯特沙利文報告中的若干資料，以向我們的潛在投資者更全面地介紹我們經營所在的行業。

弗若斯特沙利文進行了一級及二級研究，並取得有關目標研究市場行業趨勢的知識、統計數據、資料及行業見解。一級研究涉及採訪行業參與者。二級研究涉及審查公司報告、獨立研究報告以及基於弗若斯特沙利文自身的研究數據庫的數據。

弗若斯特沙利文報告主要基於以下假設編製：(i)中國內地經濟將維持穩定增長；及(ii)預測期內，中國內地社會、經濟及政治將持續穩定，確保化妝品行業（包括中國內地的香水、護膚產品、彩妝及個人護理產品）以及眼鏡及家居香氛市場持續穩定發展。

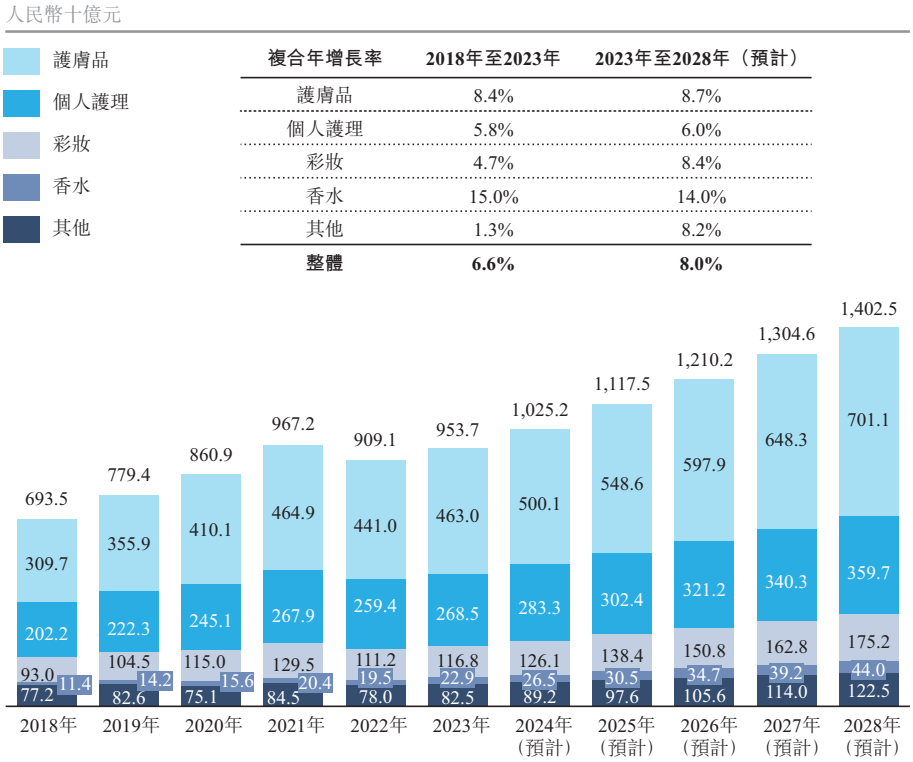
我們的董事確認，於採取合理謹慎的措施後，截至最後實際可行日期，自弗若斯特沙利文報告刊發日期起，本文所載市場資料並無不利變化。

中國內地化妝品行業概覽

中國內地擁有全球第二大化妝品市場，按2023年零售額計，中國內地化妝品行業的國際市場份額為11.9%。根據弗若斯特沙利文的資料，由於消費支出增加，中國內地化妝品行業於2017年至2021年呈現增長，而2022年COVID-19疫情對化妝品行業的影響部分抵銷了該增長。中國內地化妝品行業的市場規模（按零售額計）由2018年的人民幣6,935億元增至2023年的人民幣9,537億元，複合年增長率為6.6%。中國內地化妝品行業增速在全球主要經濟體[1]中名列前茅。根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地化妝品行業的市場規模（按零售額計）預計將於2028年達到人民幣14,025億元，自2023年以來的複合年增長率為8.0%。

根據弗若斯特沙利文的資料，化妝品可分為五類：護膚、個人護理、彩妝、香水及其他。其他主要包括母嬰護理、除臭劑及脫毛產品。下圖展示按產品類別劃分的中國內地化妝品行業於2018年至2028年的市場規模（按零售額計）：

2018年至2028年（預計）按產品類別劃分的中國內地化妝品行業市場規模（按零售額計）



複合年增長率	2018年至2023年	2023年至2028年（預計）
護膚品	8.4%	8.7%
個人護理	5.8%	6.0%
彩妝	4.7%	8.4%
香水	15.0%	14.0%
其他	1.3%	8.2%
整體	**6.6%**	**8.0%**

資料來源：中國國家統計局及弗若斯特沙利文報告

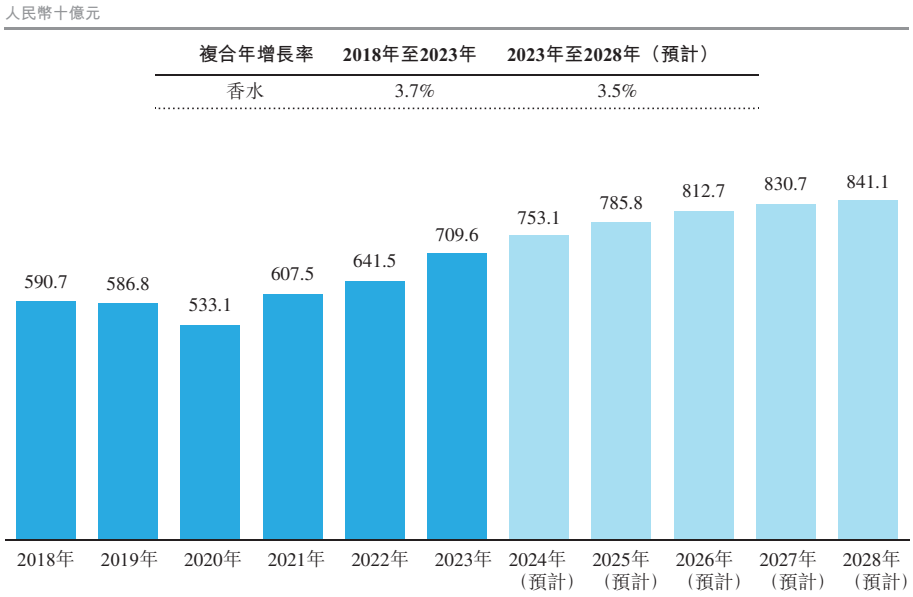
1 主要經濟體指於2023年名義國內生產總值超過2.0萬億美元的國家。

全球香水行業概覽

香水指芳香液體，通常由鮮花及香料提取的精油製成，用於為頭髮、身體或衣服提供令人愉悅的氣味。香水的主要成分是酒精、香精及少量水。精油揮發速度的不同，一般將香水的香氣分為前調、中調及後調三個階段。

根據弗若斯特沙利文的資料，美國、巴西、法國、德國及英國為2023年香水市場規模排名前五的國家。全球香水市場規模（按零售額計）由2018年的人民幣5,907億元增加至2023年的人民幣7,096億元，複合年增長率為3.7%，預計2028年將增長至人民幣8,411億元，複合年增長率為3.5%。下圖展示2018年至2028年全球香水市場的市場規模（按零售額計）：

2018年至2028年（預計）全球香水行業市場規模（按零售額計）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文的資料，與其他發達國家相比，中國內地人均香水支出相對較低。這主要是由於香水在中國內地的滲透率較低，以及中國內地人口規模較大。目前，中國內地香水的滲透率低於其他發達國家（如日本、韓國、美國及英國）。然而，隨著中國內地經濟持續穩定發展，加上其龐大的人口規模，預期經濟增長與香水消費的正相關關係將增加香水的滲透率，帶動中國內地市場規模的增長。此外，近年中國

內地的人均香水支出正值快速增長。根據弗若斯特沙利文的資料，2023年中國內地人均香水支出為人民幣16元，遠低於2023年日本、韓國、美國及英國，分別為人民幣47元、人民幣170元、人民幣423元及人民幣406元。根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地人均香水支出與其他發達地區的顯著差距表明了中國內地市場的增長潛力。此外，預計2023年至2028年中國內地人均香水支出將以14.0%的複合年增長率增長，於同期優於日本、韓國、美國及英國。根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地人均香水支出的上升趨勢歸因於中國內地消費者對香水的喜愛和接受程度不斷提高，顯示中國內地香水行業有充足的增長及擴張空間。

中國（包括香港及澳門）香水行業概覽

中國（包括香港及澳門）香水行業概覽

概覽

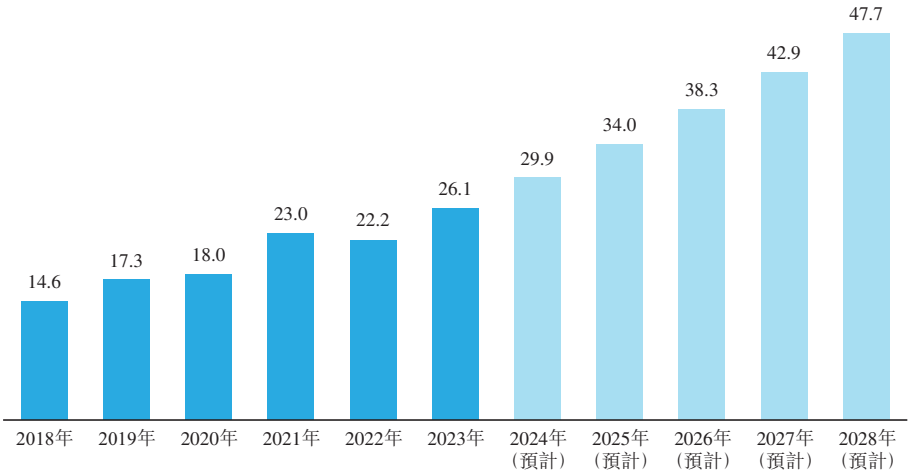
根據弗若斯特沙利文的資料，中國（包括香港及澳門）香水行業經歷了(i)1978年前的萌芽階段，香水消費尚未普及，進入市場的國際香水品牌非常有限；(ii) 1978年至2000年的發展階段，中國（包括香港及澳門）正處於市場改革初期，香水市場發展緩慢，國際香水品牌開始進入中國（包括香港及澳門），但產品種類有限；(iii) 2000年至2015年加速發展階段，國際大香水集團加速進入中國（包括香港及澳門），本地香水生產企業數量開始上升。在此階段，國際品牌佔據高端市場，而中國（包括香港及澳門）本地品牌則主攻大眾市場。此外，本地香水企業開始依賴線上渠道銷售產品；及(iv) 2015年至今的高質量發展階段，中國（包括香港及澳門）香水市場相對成熟，行業規範逐步完善，中國（包括香港及澳門）消費者對香水的認知度快速提升。在此階段，國際品牌香水仍佔據較大市場份額，成為中國（包括香港及澳門）香水市場增長的主要動力。此外，電商平台銷售額增長，加速了中國（包括香港及澳門）香水市場的發展。

中國（包括香港及澳門）香水總市場規模（按零售額計）由2018年的人民幣146億元增加至2023年的人民幣261億元，複合年增長率約為12.3%，預計2028年將進一步增長至人民幣477億元，2023年至2028年複合年增長率約為12.8%。

2018年至2028年（預計）中國（包括香港及澳門）香水行業市場規模（按零售額計）

人民幣十億元

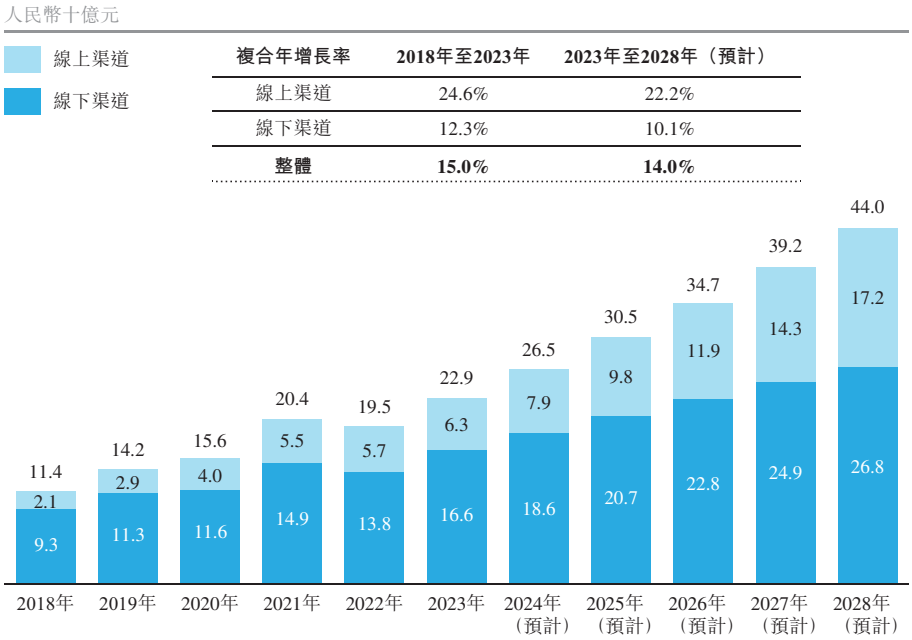
複合年增長率	2018年至2023年	2023年至2028年（預計）
中國（包括香港及澳門）香水市場	12.3%	12.8%



資料來源：中國國家統計局、香港政府統計處、澳門統計暨普查局及弗若斯特沙利文報告

中國內地香水市場規模（按零售額計）由2018年的人民幣114億元增加至2023年的人民幣229億元，複合年增長率約為15.0%，預計於2028年將增長至人民幣440億元，複合年增長率約為14.0%。下圖展示2018年至2028年按線上線下渠道劃分中國內地香水市場的市場規模：

2018年至2028年（預計）按線上線下渠道劃分中國內地香水行業市場規模（按零售額計）



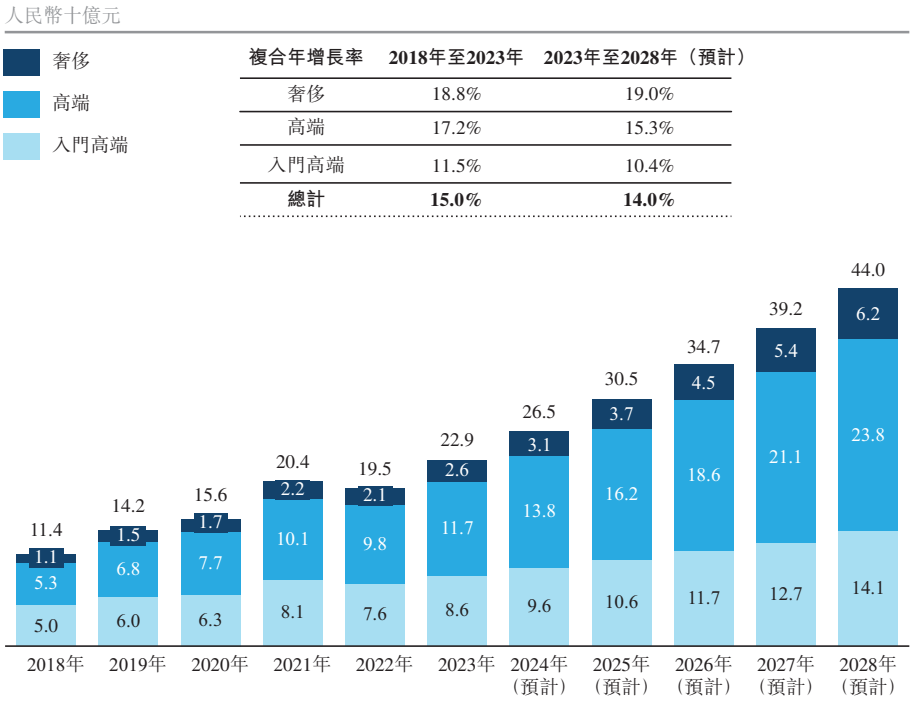
複合年增長率	2018年至2023年	2023年至2028年（預計）
線上渠道	24.6%	22.2%
線下渠道	12.3%	10.1%
整體	**15.0%**	**14.0%**

資料來源：中國國家統計局及弗若斯特沙利文報告

中國內地銷售的香水原料主要包括乙醇及甘油。根據弗若斯特沙利文的資料，乙醇的價格由2018年每噸人民幣5,482元增加至2023年每噸人民幣6,690元，複合年增長率約為4.1%，而甘油的價格由2018年的人民幣6,869元下降至2023年的人民幣4,338元，複合年增長率約為-8.8%。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地香水市場的產品按價格範圍劃分可分為三個類別，包括(i)入門高端香水，每50毫升的價格通常在人民幣599元或以下；(ii)高端香水，每50毫升的價格通常介乎人民幣600元至人民幣1,199元；及(iii)奢侈香水，每50毫升的價格通常在人民幣1,200元或以上。下圖展示2018年至2028年按價格範圍劃分中國內地香水市場的市場規模：

2018年至2028年（預計）按價格範圍劃分中國內地香水行業市場規模（按零售額計）

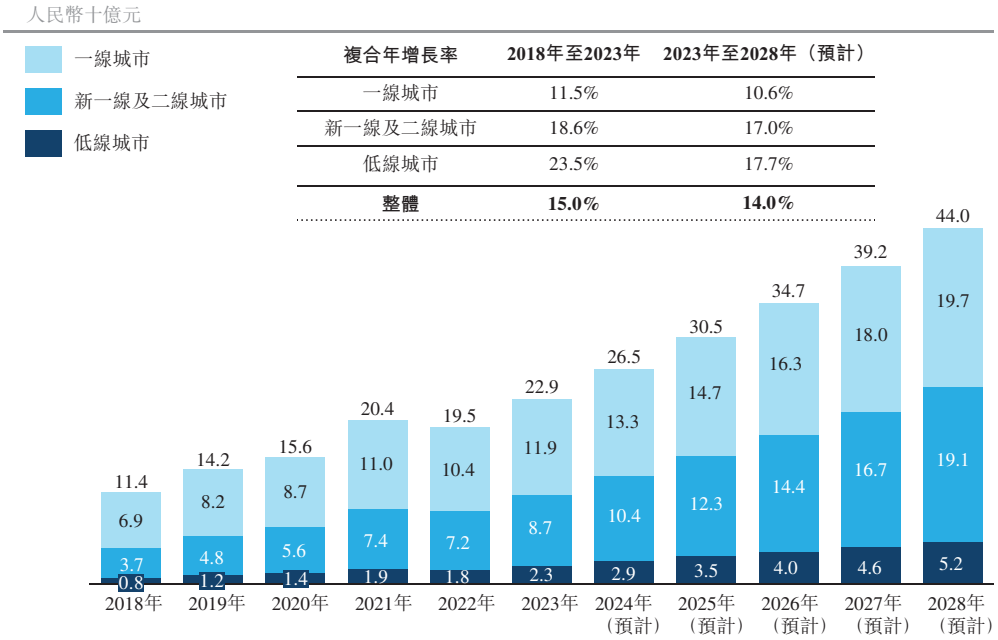


複合年增長率	2018年至2023年	2023年至2028年（預計）
奢侈	18.8%	19.0%
高端	17.2%	15.3%
入門高端	11.5%	10.4%
總計	**15.0%**	**14.0%**

資料來源：中國國家統計局及弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地的城市一般可分為一線城市、新一線及二線城市以及低線城市。下圖展示2018年至2028年按城市等級劃分中國內地香水市場的市場規模：

2018年至2028年（預計）按城市等級劃分中國內地香水行業市場規模（按零售額計）



複合年增長率	2018年至2023年	2023年至2028年（預計）
一線城市	11.5%	10.6%
新一線及二線城市	18.6%	17.0%
低線城市	23.5%	17.7%
整體	**15.0%**	**14.0%**

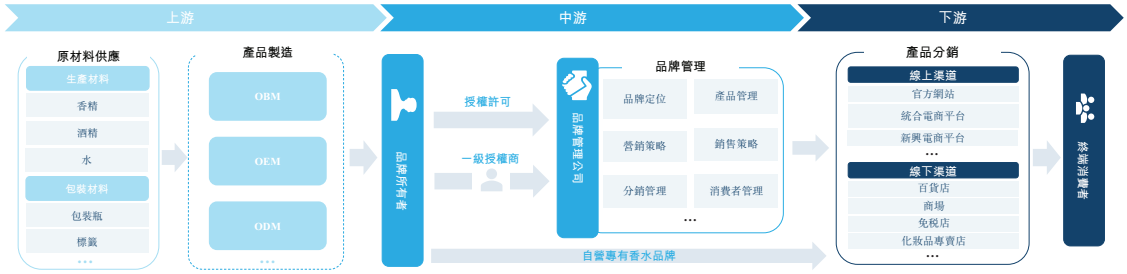
資料來源：中國國家統計局及弗若斯特沙利文報告

香水行業的業務模式

根據弗若斯特沙利文的資料，香水行業涵蓋(i)上游，包括原料供應及產品製造；(ii)中游，包括品牌管理；品牌管理可由品牌所有者或品牌管理公司進行。品牌管理公司包括直接獲得品牌所有者授權的一級授權商，或獲得一級授權商授權的二級授權商；及(iii)下游，包括通過各種銷售渠道分銷產品予終端消費者。

下圖說明香水行業的產業鏈：

香水行業的產業鏈



資料來源：弗若斯特沙利文報告

品牌管理

品牌管理處於香水行業的中游，包括兩種主要業務模式：(i)品牌所有者自營，其中香水品牌所有者獨立管理業務的各個方面，包括產品開發、營銷以及銷售渠道的建立及監督。品牌所有者完全掌控整個價值鏈，以塑造及管理品牌形象；及(ii)品牌所有者與品牌管理公司之間的合作，其中品牌管理公司直接獲得品牌所有者的一級授權，或獲得一級授權商的二級授權，以在各個方面管理該品牌在指定區域的業務。品牌所有者或會選擇自行運營品牌，或向品牌管理公司授出管理品牌的許可，原因包括(i)彼等僅有香水開發方面的技術，並須利用外部方的專業知識管理產品的推廣及銷售；(ii)彼等缺乏對地方消費市場的深度了解，或於地方市場上的銷售網絡有限；及／或(iii)彼等其中部分為特大型公司集團，香水業務僅為彼等整體業務中一個相對小的分部，使彼等傾向聘請第三方專業品牌管理公司處理品牌產品的營銷及銷售，使彼等能更專注於業務的其他領域。

品牌管理公司的品牌管理為品牌所有者提供多種益處，包括但不限於(i)減輕品牌所有者的財務壓力及營運負擔，其可利用品牌管理公司的資源及當地合作夥伴成熟的銷售及分銷網絡，快速進入當地市場；(ii)憑藉品牌管理公司在營銷策略、品牌定位、產品管理、銷售策略及分銷管理等方面的當地專業知識，通過了解相關地區目標消費者的具體偏好及行為以促成銷售；及(iii)與品牌管理公司分擔營運風險。

分銷渠道及銷售模式

香水行業的銷售渠道包括(i)線上渠道，主要包括官網、綜合電商平台及新興電商平台；及(ii)線下渠道，主要包括百貨店、商場、化妝品專賣店及精品香水店等。香水行業存在三種銷售模式，品牌所有者及品牌管理公司一般根據其需求及競爭優勢採用相應的銷售模式。首先，品牌所有者及品牌管理公司可通過直銷渠道直接向終端消費者銷售香水產品。其次，品牌所有者及品牌管理公司也常常通過零售商銷售產品。此外，彼等亦通過分銷商經營的銷售渠道銷售產品，以擴大市場覆蓋範圍並覆蓋更廣泛的消費者群體。

競爭格局

中國內地香水行業的競爭格局

我們與中國內地所有銷售香水的公司競爭，主要包括其他品牌管理公司及品牌所有者。按2023年零售額計，我們是中國內地第四大香水集團，市佔率約為8.1%。我們於2023年就香水產品零售額在品牌管理公司中排名第一。下圖載列2023年中國內地零售額排名前五的香水集團的詳細資料：

2023年中國內地五大香水集團(1)排名

排名	集團名稱	經營者	市場份額
1	集團A(2)	品牌所有者	10.4%
2	集團B(3)	品牌所有者	10.2%
3	集團C(4)	品牌所有者	9.0%
4	本集團	品牌管理公司	8.1%
5	集團D(5)	品牌所有者	7.2%

資料來源：弗若斯特沙利文報告

附註：

(1) 香水集團指經營香水品牌的公司，包括品牌所有者（擁有品牌的專有所有權）及品牌管理公司（獲品牌所有者或一級授權商授權管理品牌）。

(2) 集團A是一家於1910年在法國創立的私人公司，為消費者提供服裝、香水及配飾等產品。

(3) 集團B是一家於1987年創立，總部位於法國的上市公司，主要為消費者提供香水、化妝品及珠寶。

(4) 集團C是一家於1909年創立，總部位於法國的上市公司，為消費者提供護膚品及化妝品等產品。

(5) 集團D是一家於1946年創立，總部位於美國上市公司，主要為消費者提供化妝品及香水。

按2023年零售額計，我們在中國內地管理的七個品牌均位列中國內地香水品牌前30名，市佔率分別約為4.0%、1.6%、0.7%、0.7%、0.4%、0.4%及0.3%。在前30名香水品牌的營運商中，我們是僅有的兩家品牌管理公司之一。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地及中國（包括香港及澳門）兩個香水行業的品牌管理公司的領先效應明顯。中國（包括香港及澳門）的品牌管理公司的競爭格局主要由兩個大型領導集團及若干中小型市場參與者組成。

此外，根據弗若斯特沙利文的資料，於2023年，三大品牌管理公司在中國內地香水行業佔據約14.0%的市場份額，而本集團以8.1%的市場份額排名第一。下表載列2023年中國內地前三大香水品牌管理公司的排名及市場份額信息。

2023年中國內地前3大香水品牌管理公司的排名

排名	集團名稱	市場份額
1	本集團	8.1%
3	公司E	5.2%
3	公司F	0.7%

資料來源：弗若斯特沙利文報告

附註：

(1) 集團E成立於1904年，是一家總部位於美國的上市公司，主要從事全球香水、彩妝、個人護理產品及其他化妝品的品牌管理業務。

(2) 集團F是一家位於中國上海的非上市公司，於2018年成立，主要在中國內地從事香水及其他化妝品的品牌管理業務。

中國（包括香港及澳門）香水行業的競爭格局

我們與中國（包括香港及澳門）所有銷售香水的公司競爭，主要包括其他品牌管理公司及品牌所有者。有關競爭主要由於(i)其他香水品牌所有者及香水品牌管理公司以相似的消費群為目標；(ii)並無一直主導中國（包括香港及澳門）香水市場的暢銷品牌或產品；(iii)主觀及不斷變化的消費者偏好。

按2023年零售額計，我們是中國（包括香港及澳門）第三大香水集團，市佔率約為9.3%。下圖載列2023年中國（包括香港及澳門）零售額排名前五香水集團的詳細資料：

2023年中國（包括香港及澳門）排名前五香水集團(1)

排名	集團名稱	經營者	市場份額
1	集團A	品牌所有者	10.6%
2	集團B	品牌所有者	9.4%
3	本集團	品牌管理公司	9.3%
4	集團C	品牌所有者	9.1%
5	集團D	品牌所有者	8.3%

資料來源：弗若斯特沙利文報告

附註：

(1) 香水集團指經營香水品牌的公司，包括品牌所有者（擁有品牌的專有所有權）及品牌管理公司（獲品牌所有者或一級授權商授權管理品牌）。

按2023年零售額計，我們在中國（包括香港及澳門）香水市場管理的8個品牌在該綜合香水市場位列前30名，市佔率分別約為4.2%、1.6%、0.8%、0.7%、0.5%、0.4%、0.4%及0.3%。在前30名香水品牌的營運商中，我們是僅有的兩家品牌管理公司之一。

此外，於2023年，三大品牌管理公司在中國（包括香港及澳門）香水行業中佔據約16.0%的市場份額，而本集團以9.3%的市場份額排名第一。下表載列2023年中國（包括香港及澳門）三大香水品牌管理公司的排名及市場份額信息。

2023年中國（包括香港及澳門）三大香水品牌管理公司的排名

排名	集團名稱	市場份額
1	本集團	9.3%
3	公司E	6.1%
3	公司F	0.6%

資料來源：弗若斯特沙利文報告

中國內地香水市場增長動力及發展趨勢

中國內地香水市場的主要增長動力如下：

- *經濟增長與電商發展協同促進香水向低線城市的滲透*：隨著低線城市經濟的發展及快速城市化，改善了低線城市新興中產階級的財務狀況，並培養了其個人形象及品味意識，香水已成為中國內地低線城市中產階級日常生活的一部分。此外，線上渠道為香水品牌提供了廣闊便利的平台，可精準定位消費者群體，進行精準營銷及個性化推薦，增強消費者的購買慾望，培養強烈的品牌忠誠度。因此，電商發展使香水品牌得以進一步滲透中國內地市場，尤其是在低線城市，線上渠道仍可在沒有實體店的情況下實現有效覆蓋。

- *香水使用量增加導致購買頻率增加*：隨著中國消費者對香水產品的認知度不斷提高，越來越多消費者開始在一天內多次使用同一種香水，或在不同場合使用不同類型香水。香水使用量增加導致購買頻率增加，刺激中國內地香水行業的增長動力。

- *消費場景的多元化刺激了更多的消費需求*：近年來，隨著香水的社會價值及收藏價值日益受到關注，中國消費者購買香水的頻率逐漸提高，不僅用於個人日常使用，亦用於收藏及饋贈等用途。香水消費場景的不斷多元化將繼續刺激消費需求的增長，從而進一步推動中國內地香水行業市場規模的擴大。

- *利好政府政策：*利好政府政策推動了中國內地免稅渠道的增長，香水分部尤其受惠，為有關渠道的主要產品類別。於2020年6月，財政部、國家稅務總局及海關總署聯合頒佈《海南離島旅客免稅購物政策》，規定海南省離島旅客的免稅購物政策。該項政策上調每人每年免稅購物額度至人民幣100,000元，增加免稅商品種類，取消單件商品人民幣8,000元的限額，並提高旅客每次旅程可購買化妝品的數量上限至30件。該等利好調整增強了海南免稅購物的吸引力、提高了消費限額並增加商品選擇，有利於推動免稅渠道的增長，並使香水等相關產品的行業受惠。於2024年8月，財政部、商務部、中國文化和旅遊部、海關總署及國家稅務總局聯合頒佈《市內免稅店管理暫行辦法》。該項新政策加強了對市內免稅店的監管，以促進有序且可持續的增長。此外，中國內地13個城市(包括北京及上海)的免稅店將從外匯商品免稅店轉型為市內免稅店，並於其他主要城市(如廣州、成都及深圳)推出八家新免稅店。該項政策顯示免稅行業穩步擴張，我們相信這會刺激免稅渠道銷售的相關商品行業增長，包括香水。

中國內地香水市場的主要發展趨勢載列如下：

- *中國內地正在成為下一個香水全球前沿*：中國內地是全球增長最快的香水市場之一，預計未來將繼續保持此勢頭。現有香水品牌過去曾針對中國消費者推出專屬香水產品，更多品牌正計劃在中國市場探索專屬產品線。此外，越來越多國際品牌進入中國市場。根據弗若斯特沙利文的資料，更多國際品牌渴望在不久將來進入中國市場。

- *國際香水品牌與本地業者合作*：國際香水品牌因其優良品質、悠久經營歷史及鼓舞人心的品牌理念而廣受認可。然而，其在中國內地建立及擴大業務存在若干進入壁壘，包括與主要零售商的關係薄弱、分銷網絡有限以及對中國市場及中國消費者偏好缺乏了解等。國際香水品牌與本地業者之間的合作形成強大的互惠互利夥伴關係。本地業者是國際香水品牌成功的關鍵因素之一。

- *線上線下渠道融合*：與其他消費行業不同，線下體驗對於香水行業至關重要，消費者需要透過聞及體驗香水以了解香水的特性。同樣地，線上平台乃新聞推送及購物的主要渠道。線下門店與線上平台之間將日益融合，消費者可在線上平台上了解產品的詳細資料，然後在線下親身體驗感興趣的產品。隨著線上線下渠道的定價趨同，體驗更佳的線下渠道仍然是大多數終端消費者購買香水的首選渠道。

- *國際品牌持續主導市場*：國際品牌憑藉著卓越的質量、強大的品牌影響力及先進的市場策略，繼續保持主導地位。此外，國際品牌企業擁有豐富的研發、技術及產品創新能力，能滿足消費者的多元需求。這些品牌亦巧妙運用各種營銷策略，提升品牌知名度及影響力，有效吸引消費者，進一步鞏固市場主導地位。中國消費者越來越重視個人形象及生活質量，導致對香水等生活產品的需求不斷增長，其中質量及品牌聲譽亦獲考慮在內。

中國內地香水市場的主要進入壁壘

中國內地香水市場的主要進入壁壘包括以下各項：

- *綜合營運能力及資源*：香水業務需要產品開發、營銷、銷售覆蓋及風險分擔等綜合能力。由於頂級香水製造商的財務狀況及聲譽，領先香水品牌更有可能招募或與頂級香水製造商合作。此外，領先香水品牌通常屬於大型化妝品集團，擁有足夠的營銷預算，能通過其他創收產品線平衡香水產品線的任何損失。其成功的產品線通常不止一條。

- *深厚的品牌歷史*：香水被認為是非必需消費品，意味著人們在開始追求高質量生活方式時傾向於購買香水。就香水而言，消費者往往更重視產品質量以及與品牌的情感互動，而非價格。因此，擁有深厚品牌歷史的香水品牌自然更能吸引消費者。

- *雄厚的資金實力*：與其他消費產品不同，產品製造商可能會利用現有模具或原材料降低成本，然而，各種香水的味道均需要高度定制化的生產，大量前期成本乃無可避免。氣味對於消費者而言是極其主觀，每種味道的回報乃高度不可預測。擁有雄厚資本資源的品牌有更佳機會推出成功的氣味，並擴大對市場的了解，以開發更成功的氣味。

- *進軍中國內地香水市場為國際品牌帶來挑戰*：由於文化差異、當地競爭、監管限制以及建立強大銷售網絡及品牌知名度的需要，進入中國市場對國際香水品牌構成巨大的挑戰。因此，與本地品牌管理公司(如本公司)合作變得至關重要。本地品牌管理公司在監管細微差別、對品牌及營銷策略的洞察力以及提升品牌文化及知名度的能力方面的專業知識需要對當地市場深入了解、經驗豐富及高技能的專業團隊以及大量時間及資本投資。

- *廣泛、有效率及多渠道的銷售網絡*：建立銷售網絡需要在基礎設施、物流及分銷渠道方面進行大量投資。為維持此網絡亦需滿足監管規定，並與經銷商、零售商及電商平台建立合作夥伴關係。因此，擁有強大銷售及分銷網絡的老牌品牌管理公司擁有競爭優勢，使新市場參與者難以與其有效競爭。

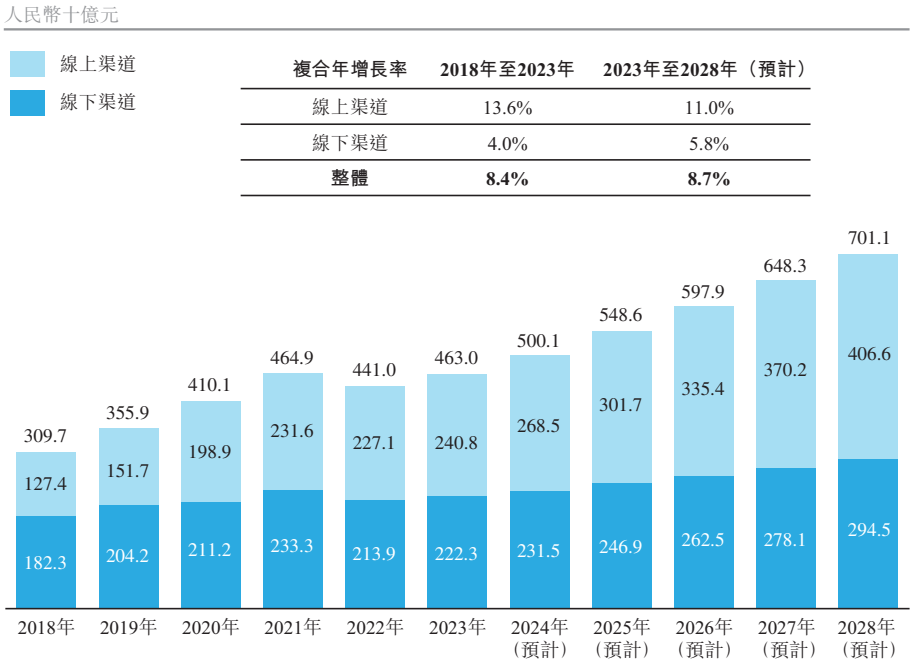
中國內地其他主要化妝品行業概覽

中國內地護膚行業概覽

護膚產品是指改善皮膚完整性、緩解皮膚狀況並解決特定皮膚問題（包括痤瘡、黑斑、色素沉著、細紋及發炎）的產品。護膚產品主要分為臉部護理、身體護理、手部護理等。臉部保養產品包括洗面乳、爽膚水、保濕霜、精華液、乳霜、面膜及防曬等。身體護理產品包括身體乳霜及身體乳液等。手部護理產品包括護手霜、護手乳液和洗手液等。

按零售額計，中國內地護膚產品市場規模由2018年的人民幣3,097億元增加至2023年的人民幣4,630億元，複合年增長率約為8.4%，預計2028年將增長至人民幣7,011億元，複合年增長率約為8.7%。下圖展示2018年至2028年按線上線下渠道劃分中國內地護膚市場的市場規模：

2018年至2028年（預計）按線上及線下渠道劃分的中國內地護膚品行業市場規模（按零售額計）



複合年增長率	2018年至2023年	2023年至2028年（預計）
線上渠道	13.6%	11.0%
線下渠道	4.0%	5.8%
整體	**8.4%**	**8.7%**

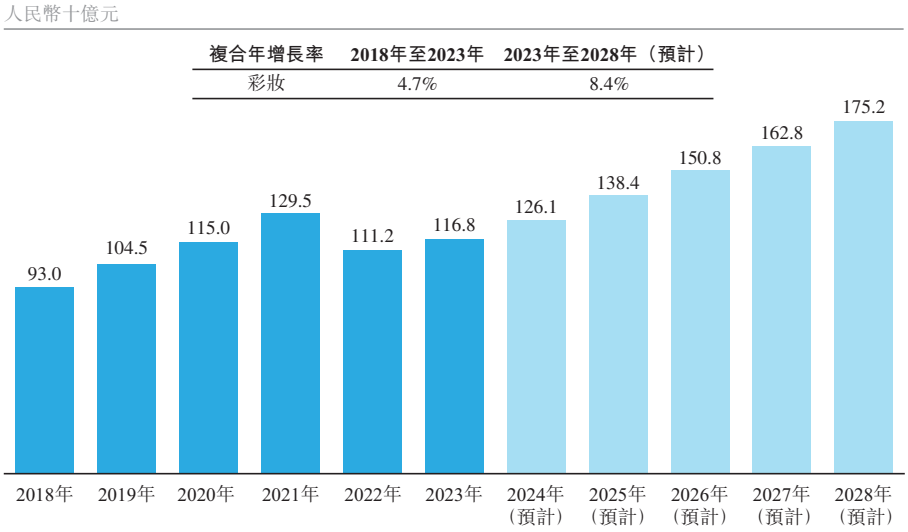
資料來源：中國國家統計局及弗若斯特沙利文報告

中國內地彩妝行業概覽

彩妝是指日常生活中通過化妝強調或改變皮膚、嘴唇、眼睛、臉部或身體其他部位顏色的行為，其目的是突出個人特徵、增強膚色或創造多樣化外觀。彩妝產品主要分為(i)臉部產品，如粉底、遮瑕、粉餅、腮紅、打亮等；(ii)眼部產品，如眼線筆、眼影及睫毛膏；(iii)唇部產品，如口紅及唇彩；及(iv)其他。

按零售額計，中國內地彩妝市場規模由2018年的人民幣930億元增加至2023年的人民幣1,168億元，複合年增長率約為4.7%，預計2028年將增長至人民幣1,752億元，複合年增長率約為8.4%。下圖展示2018年至2028年中國內地彩妝市場的市場規模：

2018年至2028年（預計）中國內地彩妝行業市場規模（按零售額計）



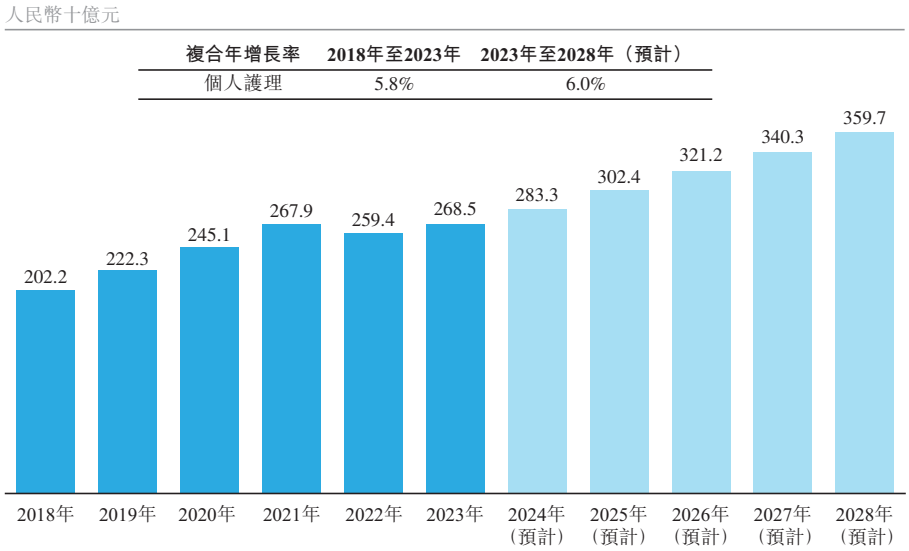
資料來源：中國國家統計局及弗若斯特沙利文報告

中國內地個人護理行業概覽

個人護理是指能夠清潔和修復肌膚、身體和頭髮等的產品，主要包括沐浴及淋浴產品、頭髮護理及口腔護理產品。

按零售額計，中國內地個人護理市場規模由2018年的人民幣2,022億元增至2023年的人民幣2,685億元，複合年增長率約為5.8%，預計2028年將增至人民幣3,597億元，複合年增長率約為6.0%。下圖展示2018年至2028年中國內地個人護理市場的市場規模：

2018年至2028年（預計）中國內地個人護理行業市場規模（按零售額計）



資料來源：中國國家統計局及弗若斯特沙利文報告

中國內地其他主要化妝品市場增長動力及發展趨勢

中國內地其他主要化妝品市場的主要增長動力載列如下：

- *消費意願及能力不斷增強*：隨著中國內地經濟穩定增長及中國內地人民生活水平提升，預期中國人均化妝品支出錄得增長。此外，經濟發展及城市化進程加速已逐漸提高了中國內地低線城市消費者的購買力及個性化生活方式的意識。電商的發展亦讓品牌可直接向低線城市的消費者交付產品，

傳達品牌理念及提供美容知識。因此，低線城市的化妝品市場蘊藏巨大的機會與潛力。

- *消費群年輕化及多元化*：年輕一代對美麗及個性表達的需求正在增長，主要是由於受接觸到網絡、影視劇及動漫仿妝等各種美容信息及推薦所推動，成為該市場的重要消費動力。此外，越來越多成熟消費者購買高端產品，而男性消費者越來越注重形象，這兩種因素進一步推動市場增長。

- *新興社交媒體與電商渠道的發展*：媒體平台的出現及創新的營銷方式提升了網絡用戶的購物體驗，並培養了其對化妝品的興趣。消費者在社交媒體及電商渠道分享的體驗及推薦評價可激發其他消費者的購買慾望。此外，該等平台的發展提供更便捷的購物體驗，讓消費者獲取有關化妝產品的詳細資料及教學。

中國內地其他主要化妝品市場的主要發展趨勢載列如下：

- *多品牌營運模式盛行*：公司採取多品牌策略以與競爭對手有效競爭至關重要。憑藉多個品牌，化妝品公司可以更好地滿足不同消費者的特定需求。此方法亦讓公司得以針對不同客戶群體，靈活制定差異化的銷售及營銷策略。此外，多品牌營運模式可降低與業務集中度及市場波動相關的風險。

- *品牌力發展*：領先品牌及新興品牌均積極提升品牌力及競爭力。新興品牌越來越注重產品研發，引入國際先進技術及理念。同時，領先品牌利用各種營銷渠道以提升品牌知名度，包括積極參與時尚活動以及與社交媒體上具影響力的人士的合作。

- *加大研發投資*：該市場上的公司不斷研發創新，以提升產品質量，開發適合不同肌膚類型需求的產品，以滿足中國消費者的審美偏好。這些公司亦加大產品設計投資，將時尚與個性融為一體，使產品在視覺上更具吸引力、時尚、獨特，從而提升品牌形象。

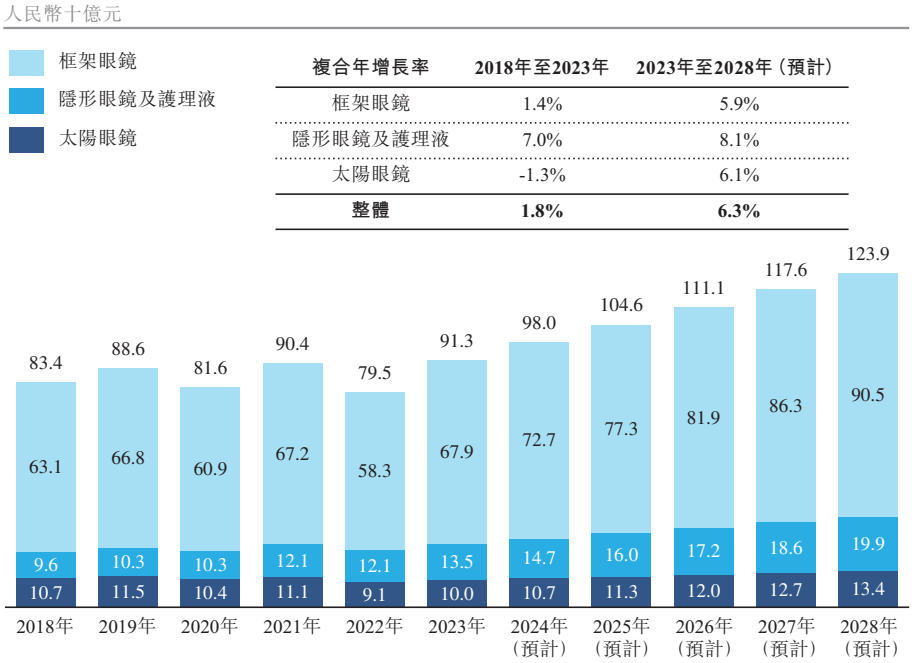
中國內地眼鏡行業概覽

概覽

眼鏡是指眼睛的矯正或保護用品，包括框架眼鏡、太陽眼鏡、隱形眼鏡及護理液。

按零售額計，中國內地眼鏡市場規模由2018年的人民幣834億元增加至2023年的人民幣913億元，複合年增長率約為1.8%。COVID-19疫情爆發導致2020年至2022年中國內地眼鏡行業市場規模略有下降。然而，2023年已恢復增長趨勢，並於2028年增長至人民幣1,239億元，複合年增長率約為6.3%。下圖展示2018年至2028年中國內地眼鏡市場的市場規模：

2018年至2028年（預計）中國內地按產品類別劃分的眼鏡行業市場規模（按零售額計）



複合年增長率	2018年至2023年	2023年至2028年（預計）
框架眼鏡	1.4%	5.9%
隱形眼鏡及護理液	7.0%	8.1%
太陽眼鏡	-1.3%	6.1%
整體	**1.8%**	**6.3%**

資料來源：弗若斯特沙利文報告

中國內地眼鏡市場增長動力及發展趨勢

中國內地眼鏡市場的主要增長動力載列如下：

- *視力健康意識提高*：科技快速發展導致人們長期使用電子設備，這通常會導致使用者出現視力問題。因此，其更關注視力健康。此外，戶外活動增加亦為太陽眼鏡的使用場景帶來了更多可能性。因此，消費者對太陽眼鏡及框架眼鏡等眼鏡產品的需求快速增長。

- *線上銷售渠道快速發展*：由於COVID-19疫情期間購物習慣的改變以及跨境電商商家的市場開拓等因素，消費者越來越習慣網上購物。此外，直播電商及團購亦成為不少品牌觸達消費者的主導策略。線上銷售渠道的強勁表現將推動中國內地眼鏡市場的增長。

- *持續多元化的眼鏡品牌設計*：隨著中國內地消費者日益追求個性化、獨特性以及更廣泛的顏色及形狀選擇，眼鏡品牌開始推出更廣泛的選擇，從而導致多種類型的眼鏡時尚配件可供選擇，以容納不同個人風格及品味。因此，眼鏡市場將出現更多元化的設計及應用場景，推動中國內地眼鏡行業的發展。

中國內地眼鏡市場的主要發展趨勢載列如下：

- *品牌集合店銷售模式快速發展*：品牌集合店提供的一站式購物體驗提供豐富的品牌、款式、尺寸及設計的眼鏡選擇，滿足消費者不同喜好及場合，讓消費者更方便找到合適的眼鏡。提供一站式購物體驗的品牌管理公司，可精選知名品牌的產品，確保產品符合質量標準。

- *國際眼鏡品牌與國內品牌管理公司加強合作*：越來越多國際品牌尋求進入或擴大在中國內地的業務。其對當地消費者偏好缺乏熟悉，往往導致其尋求與擁有豐富當地市場專業知識的知名品牌管理公司合作，使其能夠獲得更大市場份額。

- *加快行業數字轉型*：預計中國內地眼鏡行業未來將繼續推動數字化變革，這將導致更多地採用數字技術及線上銷售渠道。這些數字技術的採用有望提高中國內地眼鏡行業的整體效率，並增強市場參與者的競爭力。其亦將為消費者帶來更個性化的購物及配戴體驗，推動中國內地眼鏡行業進一步增長與發展。

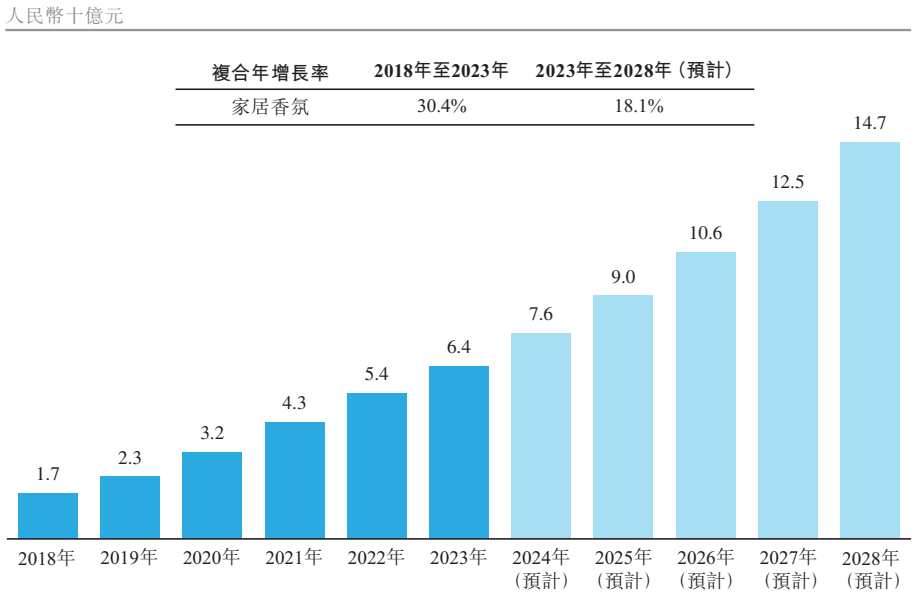
中國內地家居香氛行業概覽

家居香氛指旨在改善家庭氛圍及空氣質量的各種產品，包括香氛蠟燭、擴香器、室內噴霧劑、精油、香石以及旨在釋放宜人香氣以營造舒適家居氛圍的擴香裝置等。

COVID-19疫情期間，居民往往被迫花更多時間待在家中，導致人們更加重視家庭環境質量以及對情感價值及社交的渴望。此趨勢推動了中國內地家居香氛行業的快速擴張。隨著家居香氛的消費習慣及提升家居生活質量的需求不斷演變，家居香氛市場預計將持續增長。

按零售額計，中國內地家居香氛市場規模由2018年的人民幣17億元增加至2023年的人民幣64億元，複合年增長率約為30.4%，預計2028年將增長至人民幣147億元，複合年增長率約為18.1%。下圖展示2018年至2028年中國內地家居香氛市場的市場規模：

2018年至2028年（預計）中國內地家居香氛行業市場規模（按零售額計）



資料來源：中國國家統計局及弗若斯特沙利文報告

本節載列與本公司營運及業務有關的中國內地及香港法律法規若干方面的概要。

有關我們中國內地業務運營的法律法規

有關公司的法規

在中國內地設立、經營和管理公司實體受《中華人民共和國公司法》(「中華人民共和國公司法」) 的規管，該法由全國人大常委會於1993年12月頒佈並於2023年12月最新修訂。最新修訂將於2024年7月生效。中華人民共和國公司法的主要修訂涉及優化公司設立、退出制度、優化公司組織架構、細化股東權利行使、完善公司資本制度及強化控股股東、管理人員的責任等。中華人民共和國公司法對公司的設立、公司架構及公司管理作出規定，亦適用於外商投資企業。有關外商投資的法律另有規定的，從其規定。

有關外商投資的法規

於2020年1月1日，全國人大頒佈的《中華人民共和國外商投資法》(「外商投資法」) 及國務院頒佈的《中華人民共和國外商投資法實施條例》生效並成為規管外商在中國內地投資的主要法律法規，取代三項先前規管外商在中國投資的主要法律，即《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》，連同其實施細則及附屬法規。

根據外商投資法，「外商投資」是指外國的個人、企業或者其他組織直接或者間接在中國內地境內進行的投資活動，包括下列情形：(i)外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國內地境內設立外商投資企業；(ii)外國投資者取得中國內地境內企業的股份、股權、財產份額或者其他類似權益；(iii)外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國內地境內投資新建項目；及(iv)外國投資者通過法律、行政法規或者國務院規定的其他方式進行的投資。

外商投資法及其實施條例對外商投資實行准入前國民待遇加負面清單管理制度，「准入前國民待遇」是指在投資准入階段給予外國投資者及其投資不低於本國投資者及其投資的待遇，而「負面清單」是指在特定領域或行業對外商投資實施的准入特別管理措施。負面清單之外的外商投資，給予國民待遇。負面清單規定禁止投資的領域，外國投資者不得投資，而限制投資的領域，外國投資者進行投資應當符合若干關於持股及高級管理人員的特殊要求。根據於2024年11月1日生效的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2024年版）》，我們的業務不屬於限制或禁止外商投資的類別。

於2019年12月30日，商務部及國家市場監督管理總局（「國家市場監督管理總局」）聯合頒佈《外商投資信息報告辦法》，並於2020年1月1日生效。根據該辦法，外國投資者直接或者間接在中國內地境內進行投資活動，外國投資者或者外商投資企業應通過企業登記系統、國家企業信用信息公示系統向商務主管部門報送投資信息。

有關產品責任及消費者保護的法規

全國人大常委會頒佈並於1993年9月1日生效，並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國產品質量法》（「產品質量法」），載列加強產品質量控制的要求及銷售者為維持待售產品質量而應採取的措施。根據產品質量法，銷售者應當建立並執行進貨檢查驗收制度，驗明產品合格證明和其他標識。銷售者不得摻雜、摻假，不得以假充真、以次充好，不得以不合格產品冒充合格產品。違反產品質量法可能導致沒收非法產品及處以罰款。此外，有關銷售者將被責令停業，情節嚴重的，吊銷營業執照並追究刑事責任。根據產品質量法，因產品存在缺陷造成人身或財產損害的消費者或受害人可以向生產者或銷售者要求賠償。屬於生產者的責任，銷售者賠償後，有權向生產者追償，反之亦然。

全國人大常委會頒佈並於1994年1月1日生效，並於2013年10月25日最新修訂的《中華人民共和國消費者權益保護法》(「消費者權益保護法」)，載明在中國內地經營者的義務及消費者的權益。根據消費者權益保護法，經營者應當保證其提供的商品或者服務符合保障人身、財產安全的要求，並向消費者提供有關商品或者服務的質量、性能、用途和有效期限的真實及完整信息。經營者發現其提供的商品或者服務存在缺陷，可能對人身、財產安全造成危害的，應當立即向有關行政部門報告及告知消費者，並採取停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀等措施。違反消費者權益保護法可能導致警告、沒收違法所得及處以罰款。此外，相關經營者可能被責令停業整頓，情節嚴重的，吊銷營業執照並追究刑事責任。根據消費者權益保護法，消費者在購買、使用商品時，其合法權益受到損害的，可以向銷售者要求賠償。銷售者賠償後，屬於生產者的責任或者屬於向銷售者提供商品的其他銷售者的責任的，銷售者有權向生產者或者其他銷售者追償。消費者或者其他受害人因商品缺陷造成人身、財產損害的，可以向生產者和銷售者要求賠償。屬於生產者責任的，銷售者賠償後，有權向生產者追償，反之亦然。

有關商品流通的法規

化妝品銷售

國務院頒佈並於2021年1月1日生效的《化妝品監督管理條例》要求化妝品經營者應當建立並執行進貨查驗記錄制度，查驗供貨者的市場主體登記證明、化妝品註冊或者備案情況、產品出廠檢驗合格證明，如實記錄並保存相關憑證。特殊化妝品和普通化妝品經藥品監督管理部門註冊或備案後方可進口。國家市場監督管理總局頒佈並於2021年5月1日生效的《化妝品註冊備案管理辦法》，要求普通化妝品上市或者進口前，備案人按照國家藥品監督管理局(「國家藥品監督管理局」)的要求通過信息服務平台提交備案資料後即完成備案。我們的化妝品(包括香水、護膚品、彩妝及個人護理產品)進口至中國內地前須完成相關備案。

我們的化妝品須遵守標籤規定。根據於2021年5月31日發佈並於2022年5月1日生效的《化妝品標籤管理辦法》，化妝品的最小銷售單元應當有標籤。標籤應當符合相關法律、行政法規、部門規章、強制性國家標準和技術規範要求。標籤內容應當合法、真實、完整、準確，並與產品註冊或者備案的相關內容一致。

根據國家市場監督管理總局頒佈並於2022年1月1日生效的《化妝品生產經營監督管理辦法》及國家藥品監督管理局發佈並於2023年9月1日生效的《化妝品網絡經營監督管理辦法》(「化妝品網絡經營辦法」)，化妝品經營者(包括平台化妝品經營者)應當建立並執行進貨查驗記錄制度。化妝品網絡經營辦法要求經營者履行化妝品信息披露的義務，並須配合化妝品電子商務平台經營者進行質量和產品安全管理。經營者發現任何化妝品存在質量缺陷，可能危害人體健康的，應當立即停止銷售，並通知相關化妝品註冊人、備案人。此外，經營者應當依照有關法律法規的規定和化妝品標籤標示的要求儲存化妝品，定期檢查並及時處理變質或者超過使用期限的化妝品。我們線上及線下銷售化妝品，並須遵守上述規定。

根據於2012年2月1日生效並於2018年11月23日最後修訂的《進出口化妝品檢驗檢疫監督管理辦法》，進口化妝品須接受海關檢驗及檢疫。進口化妝品收貨人應當對進口化妝品銷售情況進行備案，備案期限不得少於2年。進口化妝品應當在取得檢驗檢疫證書前存放在檢驗檢疫機構指定或者批准的場所，未經檢驗檢疫機構許可，不得運輸、銷售、使用。我們將化妝品進口至中國內地，並須遵守檢驗檢疫規定。

醫療器械銷售

根據由國務院頒佈、於2000年4月1日生效並於2025年1月20日最新修訂的《醫療器械監督管理條例》及國家市場監督管理總局於2022年3月10日頒佈並於2022年5月1日生效的《醫療器械經營監督管理辦法》，按照醫療器械風險程度，醫療器械經營實施分類管理。銷售第一類醫療器械不需要許可和備案，銷售第二類醫療器械實行備案管理，而銷售第三類醫療器械實行許可管理。醫療器械經營企業應當建立進貨查驗記錄制度，從事第二類、第三類醫療器械批發業務以及第三類醫療器械零售業務的經營企

業應當建立銷售記錄制度。我們的部分護膚產品被分類為第二類醫療器械，並須遵守若干備案要求。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，銷售該等護膚品產生的收入分別為零、人民幣1.9百萬元、人民幣13.2百萬元及人民幣16.8百萬元，於同期分別佔我們總收入的零、0.1%、0.7%及1.6%。

本公司符合《醫療器械經營監督管理辦法》項下「醫療器械經營企業」的標準，並已於所有重大方面遵守《醫療器械監督管理條例》及《醫療器械經營監督管理辦法》，包括於銷售上述第二類醫療器械前完成備案，並保存該等醫療器械的銷售記錄制度。

危險化學品管理

根據國務院於2002年1月26日頒佈並於2013年12月7日最新修訂的《危險化學品安全管理條例》，危險化學品包括具有毒害、腐蝕、爆炸、燃燒、助燃等性質，對人體、設施、環境具有危害的劇毒化學品和其他化學品。危險化學品應當儲存在專用倉庫、專用場地或者專用儲存室內，並由專人負責管理。有違規情形的，由安全生產監督管理部門責令改正，處人民幣5萬元以上人民幣10萬元以下的罰款；拒不改正的，責令停產停業整頓直至由原發證機關吊銷其相關許可證件，並由工商行政管理部門責令其辦理經營範圍變更登記或者吊銷其營業執照。國家對危險化學品經營(包括倉儲經營)實行許可制度。未經許可，任何單位和個人不得經營危險化學品。根據危險化學品主管部門應急管理部在官方網站上的答覆，其計劃將危險化學品經營許可證的範圍調整為不再涵蓋日用化學品及醫療用品。

根據應急管理部、中央網信辦、教育部、工業和信息化部、公安部、國家市場監督管理總局、國家郵政局於2022年12月3日發佈的《關於加強互聯網銷售危險化學品安全管理的通知》，通過互聯網銷售危險化學品的企業，必須依法取得危險化學品生產企業安全生產許可證或危險化學品經營許可證，日用化學品及醫療用品除外。我們的香水產品為日化產品，並受上述豁免規限。佛山市地方當局要求我們的部分香水產品符合危險化學品的儲存要求。有關更多詳情，請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們須遵守環境保護、消防及健康與安全法律法規，並可能面臨潛在的合規成本及責任，包括意外污染、化學或生物危害或人身傷害的後果」及「業務 — 法律程序及合規」。

反不正當競爭

由全國人大常委會頒佈，於1993年12月1日生效並於2019年4月23日最新修訂的《中華人民共和國反不正當競爭法》(「反不正當競爭法」) 制止經營者為損害競爭對手的利益而進行的不正當競爭行為，包括偽造或假冒他人商標、名稱、標誌、侵犯他人商業秘密、通過廣告或者其他方式進行虛假或者引人誤解的商業宣傳、賄賂、損害競爭對手的商業信譽、商品聲譽。違反反不正當競爭法可能導致處以罰款、沒收違法所得。情節嚴重的，吊銷營業執照。我們在中國內地的營運須遵守反不正當競爭規則。

價格

全國人大常委會頒佈並於1998年5月1日生效的《中華人民共和國價格法》(「價格法」) 禁止經營者進行不正當價格行為，包括操縱市場價格、以低於成本的價格傾銷商品、哄抬價格、利用虛假的或者使人誤解的價格手段，誘騙消費者或者其他經營者以及價格歧視。未能遵守價格法的經營者可能受到警告、停止違法行為、賠償、沒收違法所得及罰款等行政處罰。情節嚴重的，經營者可能被責令停業整頓，吊銷營業執照。我們須遵守中國內地業務的定價規則。

廣告

根據全國人大常委會頒佈，於1995年2月1日生效並於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國廣告法》，廣告不得含有虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙、誤導消費者。《化妝品監督管理條例》亦對化妝品廣告的內容作出限制，化妝品廣告不得明示或者暗示產品具有醫療作用，不得含有虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙、誤導消費者。

國務院頒佈並於2024年7月1日生效的《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》(以下簡稱「該條例」)，主要就消費者保護法規定的義務提供詳情規定，其中包括保證消費者的人身和財產安全、處理缺陷產品、禁止虛假廣告、明確標明價格、使用格式條款、履行質量保證責任及保護消費者個人信息。例如，要求經營者保證其營業場所及設施符合保障人身、財產安全的標準，並實施必要的安全措施，經營者應當採用通俗易懂的方式，真實、全面地向消費者提供商品或者服務有關信息。不得通過虛構經營者資質、資格或者榮譽，虛構交易信息、經營數據，篡改、編造、隱匿用戶評價等方式，進行具欺騙性、誤導性的廣告宣傳。在線上消費方面，經營者不得利用技術手段強制或者變相強制消費者購買商品或者接受服務，或者限制消費者選擇其他經營者提供的產品或者服務。經營者亦不得在消費者不知情的情況下，對同一商品或者服務在同等交易條件下設置不同的價格或者收費標準。

在推廣和銷售產品時，我們於中國內地的附屬公司必須遵守消費者保護法及該條例中概述的消費者保護條文。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於中國內地的附屬公司已遵守該條例的所有主要方面。自該條例生效日期起及直至最後實際可行日期，我們並未因違反該條例而受到任何處罰。我們認為實施該條例將不會對我們的業務營運或財務狀況造成重大不利影響。

於2020年11月5日，國家市場監督管理總局頒佈《市場監管總局關於加強網絡直播營銷活動監管的指導意見》。根據指導意見，商品經營者通過網絡直播銷售商品或提供服務，應遵守相關法律法規，建立並執行商品進貨檢查驗收制度。不得通過網絡直播銷售法律、法規規定禁止生產、銷售的商品或服務；不得通過網絡直播發佈法律、

法規規定禁止在大眾傳播媒介發佈的商業廣告；不得通過網絡直播銷售禁止進行網絡交易的商品或服務。於2022年3月25日，國家互聯網信息辦公室(「網信辦」)、國家稅務總局(「國家稅務總局」)及國家市場監督管理總局聯合發佈《關於進一步規範網絡直播營利行為促進行業健康發展的意見》。上述意見對網絡直播服務相關市場主體提出一些具體要求，以進一步規範相關行為，維護市場秩序，顯示對網絡直播及電子商務平台的監管趨於加強。我們線下及線上銷售產品、進行線上直播活動，並須遵守上述廣告規定。

電子商務

根據全國人大常委會頒佈並於2019年1月1日生效的《中華人民共和國電子商務法》，電子商務經營者是指通過互聯網等信息網絡從事銷售商品或者提供服務的經營活動的自然人、法人及非法人組織，包括電子商務平台經營者、平台內經營者以及通過自建網站、其他網絡服務銷售商品或者提供服務的電子商務經營者。電子商務經營者應當在其首頁顯著位置，持續公示營業執照信息、與其經營業務有關的行政許可信息，或者上述信息的鏈接標識。電子商務經營者應當全面、真實、準確、及時地披露商品或者服務信息，保障消費者的知情權和選擇權。電子商務經營者不得以虛構交易、編造用戶評價等方式進行虛假或者引人誤解的商業宣傳，欺騙、誤導消費者。作為電子商務經營者，我們須遵守電子商務相關規則。

有關消防的法規

根據全國人大常委會頒佈、於1998年9月1日生效並於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國消防法》(「消防法」)、住房和城鄉建設部頒佈、於2020年6月1日生效並於2023年8月21日最新修訂的《建設工程消防設計審查驗收管理暫行規定》，消防暫行規定規定的特殊建設工程應在施工前進行消防設計審查，並在該工程投入使用前進行消防驗收。特殊建設工程以外的其他建設工程應進行消防驗收備案，由住房和城鄉建設主管部門進行消防驗收抽查。消防驗收不合格的，應當停止使用。公眾聚集場所

投入使用或營業前，建設單位或者使用單位應當向縣級或以上地方人民政府消防救援機構申請消防安全檢查。未經消防驗收或者經驗收不符合消防安全要求，擅自投入使用、營業的公眾聚集場所，可能會被責令停止施工、停止使用或者停產停業，並處以罰款。

有關知識產權的法規

著作權

於1990年9月7日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國著作權法》(「著作權法」)，於1991年6月1日生效並於2020年11月11日最新修訂。經修訂的著作權法將著作權保護範圍擴大至互聯網活動、通過互聯網傳播的產品及軟件產品。此外，中國版權保護中心設有自願登記制度。根據著作權法，中國公民、法人或者其他組織的作品(指文學、藝術和科學領域內具有獨創性並能以一定形式表現的智力成果)，不論是否發表，享有著作權。著作權人享有多項權利，包括發表權、署名權及複製權。侵權人應當承擔停止侵害、賠禮道歉、賠償損失等民事責任。侵權人亦可能被處以罰款及／或情節嚴重的，追究行政或刑事責任。

為進一步落實國務院於2001年12月20日頒佈並於2013年1月30日最新修訂的《計算機軟件保護條例》，國家版權局於2002年2月20日頒佈《計算機軟件著作權登記辦法》，訂明有關軟件著作權登記的詳細程序及要求。

商標

商標受於1982年8月23日頒佈並於2019年4月23日最新修訂的《中華人民共和國商標法》及國務院於2002年8月3日通過並於2014年4月29日最新修訂的《中華人民共和國商標法實施條例》保護。中國註冊商標包括商品商標、服務商標、集體商標及證明商標。國家知識產權局的商標局主管中國內地商標註冊及管理的工作，並授予註冊商標

10年有效期。註冊商標有效期滿，需要繼續使用的，可每10年續展一次。商標續展申請應當在期滿前十二個月辦理。商標註冊人可以通過簽訂商標使用許可合同，許可他人使用其註冊商標。許可人應當監督被許可人使用其註冊商標的商品質量，被許可人應當保證使用該註冊商標的商品質量。《中華人民共和國商標法》就商標註冊採納「先申請先註冊」原則。申請註冊的商標同他人在同一種商品或服務或者類似商品或服務上已經註冊的或者初步審定的商標相同或者近似的，商標註冊申請會被駁回。任何申請商標註冊的人士不得損害他人現有的在先權利，也不得搶先註冊他人已經使用並有「一定影響」的商標。

專利

專利受於1984年3月12日頒佈並於2020年10月17日最新修訂的《中華人民共和國專利法》保護。國家知識產權局下屬專利局負責受理、審查和批准專利申請。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。除法律另有規定的若干特定情況外，未經專利權人同意或許可，任何第三方使用者都不得實施其專利，否則該實施將構成侵犯其專利權。

域名

於2017年8月24日，工信部頒佈《互聯網域名管理辦法》(「域名辦法」)，於2017年11月1日生效。域名辦法規範域名(例如中國的國家頂級域名「.CN」)註冊。域名註冊申請者應當向域名註冊服務機構提供域名持有者真實、準確、完整的身份信息等域名註冊信息。域名註冊完成後，申請人將成為相關域名的持有者。中國互聯網絡信息中心(「中國互聯網絡信息中心」)於2019年6月18日發佈《國家頂級域名註冊實施細則》及《國家頂級域名爭議解決辦法》，據此中國互聯網絡信息中心可授權域名爭議解決機構裁決域名相關爭議。

有關外匯的法規

根據國務院於1996年1月29日頒佈並於2008年8月5日最新修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》以及國家外匯管理局(「國家外匯管理局」)及其他相關中國政府機關頒佈的多項法規，人民幣可就經常項目的付款(例如貿易及服務相關外匯交易以及支付股息)自由兑換，但除非事先取得國家外匯管理局或其地方部門的批准，否則不可就資本項目(如在中國內地境外直接投資、貸款或證券投資)自由兑換。

於2014年7月4日，國家外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》(「國家外匯管理局37號文」)，規定中國內地居民或實體通過特殊目的公司在中國內地境內尋求境外投融資或進行返程投資的外匯事宜。根據國家外匯管理局37號文，「特殊目的公司」是指境內居民和境內機構以境外投融資為目的，以其合法持有的境內或境外企業資產或權益，在境外直接設立或間接控制的境外企業，而「返程投資」是指中國內地居民或實體通過特殊目的公司對境內開展的直接投資活動，即通過設立外商投資企業取得所有權、控制權、經營管理權。國家外匯管理局37號文規定，中國內地居民或實體向特殊目的公司出資前，應向國家外匯管理局申請辦理境外投資外匯登記手續。於2015年2月13日，國家外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》，於2015年6月1日生效並於2019年12月30日最新修訂。其進一步修訂國家外匯管理局37號文，要求中國內地居民或實體就以境外投融資為目的設立的境外企業向合資格銀行(而非國家外匯管理局或其地方分支機構)登記。

有關稅項的法規

企業所得稅

《中華人民共和國企業所得稅法》及《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(統稱「企業所得稅法」)分別於2007年3月16日及2007年12月6日頒佈，並於2024年12月6日最新修訂。根據企業所得稅法，納稅人包括居民企業及非居民企業。居民企業是指依照中國法律在中國內地境內成立，或者依照外國法律成立但實際管理機構在中國內地境內的企業。非居民企業是指依照外國法律成立且實際管理機構不在中國內地境內，但在中國內地境內設立機構、場所的，或者在中國內地境內未設立機構、場所，但有來源於中國內地境內所得的企業。根據企業所得稅法及相關實施條例，企業所得稅的稅率統一為25%。然而，倘非居民企業在中國內地境內未設立永久機構、場所的，或者雖設立永久機構、場所但取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，企業所得稅稅率則為其來源於中國內地境內的所得的10%。

增值稅

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》(「增值稅條例」)。根據增值稅條例，在中國內地境內銷售或者進口貨物或者在中國內地境內提供加工、修理修配勞務應當繳納增值稅。

轉讓定價

根據企業所得稅法及其實施細則以及全國人大常委會於1992年9月4日頒佈並於2015年4月24日最新修訂的《中華人民共和國稅收徵收管理法》，關聯方交易應遵守公平磋商原則。倘關聯方交易未能遵守公平交易原則，造成企業應課稅收入減少，則稅務機關有權於不合規關聯方交易發生的納稅年度起十年內以合理方法作出調整。

根據於2016年6月29日頒佈及生效的《國家稅務總局關於完善關聯申報和同期資料管理有關事項的公告》，進行交易量超過若干上限的關聯方交易的企業須於每個稅務年度就關聯方交易編製同期資料並遞交至稅務機關(倘稅務機關要求)。

有關貨物進出口的法規

貨物進出口

根據全國人大常委會於1987年1月22日通過並於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國海關法》，進口貨物的收貨人、出口貨物的發貨人應當及時向海關如實申報。進口貨物應當由收貨人在貨物的進境地海關辦理海關手續，出口貨物應當由發貨人在貨物的出境地海關辦理海關手續。經海關同意，進口貨物的收貨人可以在設有海關的指運地、出口貨物的發貨人可以在設有海關的啟運地辦理海關手續。

根據全國人大常委會於1994年5月12日頒佈並於2022年12月30日最新修訂的《中華人民共和國對外貿易法》，取消了從事貨物進出口或者技術進出口的對外貿易經營者須辦理備案登記的規定。

根據中國國務院頒佈並於2002年1月1日生效及於2024年3月10日最新修訂的《中華人民共和國貨物進出口管理條例》，除法律、行政法規明確禁止或者限制的貨物外，中國國務院允許貨物的自由進出口，依法維護公平、有序的貨物進出口貿易。

中華人民共和國海關總署(「**海關總署**」)於2021年11月19日頒佈《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》(「海關登記規定」)，其於2022年1月1日生效並廢止了於2014年3月13日頒佈並於2018年5月29日最新修訂的《中華人民共和國海關報關單位註冊登記管理規定》。根據海關登記規定，進出口貨物收發貨人或報關企業只需向海關申請備案，無須再向海關總署登記。備案信息應當通過中國海關企業進出口信用信息公示平台進行公佈。

關稅

我們將產品進口至中國內地時須繳納關稅。根據國務院於1985年3月7日頒佈並於2017年3月1日最新修訂的《中華人民共和國進出口關稅條例》，中國內地准許進出口的貨物、進境物品，除國務院另有規定外，應徵收關稅。進出口貨物，應當適用海關接受該貨物申報進口或者出口之日實施的稅率。

於2024年4月26日，全國人大常委會通過《中華人民共和國關稅法》，該法將於2024年12月1日生效，屆時國家管理關稅的依據將從條例規定層面上升到法律層面。

進口增值稅

當我們的產品進口到中國內地時，我們須繳納增值稅。根據增值稅條例，在中國內地境內銷售貨物或者進口貨物，加工、修理修配勞務，應當繳納增值稅。進口貨物，應當向報關地海關申報納稅，增值稅由海關代徵。財政部、國家稅務總局、海關總署於2019年3月20日發佈《關於深化增值稅改革有關政策的公告》(「39號文」)，自2019年4月1日起生效。根據39號文，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%。

化妝品消費稅

根據於2009年1月1日生效的《中華人民共和國消費稅暫行條例》，在中國內地境內生產、委託加工和進口消費品的單位和個人，以及國務院確定的銷售消費品的其他單位和個人，應當繳納消費稅。納稅人生產的應稅消費品，於納稅人銷售時納稅。委託加工的應稅消費品，除受託方為個人外，由受託方在向委託方交貨時代收代繳稅款。進口的應稅消費品，於報關進口時納稅。

根據於2016年10月1日生效的《關於調整化妝品進口環節消費稅的通知》，將徵收範圍調整為高檔美容修飾類化妝品、高檔護膚類化妝品。高檔美容修飾類和高檔護膚類化妝品進口環節消費稅稅率由30%下調為15%，普通化妝品取消徵收進口環節消費稅。高檔美容修飾類和高檔護膚類化妝品界定標準為進口完稅價格在人民幣10元／毫升(克)或人民幣15元／片(張)及以上。我們的部分產品符合上述標準，並須於進口至中國內地時繳納化妝品消費稅。

個人郵遞物品的進口

根據進出口關稅條例，不超過海關總署規定數額的個人自用(與一般貿易的商業性質相對)進境個人郵遞物品將免徵進口稅，超過規定數額但仍在合理數額內且由個人自用(與一般貿易的商業性質相對)的進境個人郵遞物品將徵收進口稅，進口稅將關稅、進口增值稅及消費稅合為一種稅項。

國務院關稅稅則委員會分別於2016年3月16日、2018年9月30日及2019年4月8日發佈《關於調整進境物品進口稅有關問題的通知》(「2號文」)、《關於調整進境物品進口稅有關問題的通知》(「49號文」)及《關於調整進境物品進口稅有關問題的通知》(「17號文」)，有關通知分別於2016年4月8日、2018年11月1日及2019年4月9日生效。根據上述通知，三個稅目的稅率被調整為13%(適用於食品及飲料、書籍及計算機、藥品等)、20%(適用於運動用品及紡織品等，以及其他兩項除外)及50%(適用於煙、酒、高端化妝品等)。

個人攜帶的個人物品，包括其在海外購買併入境中國內地的產品，可能須繳納價值超過指定金額的進口稅。

跨境電商的稅項

根據於2016年4月8日生效的《關於跨境電子商務零售進口稅收政策的通知》及於2019年1月1日生效的《關於完善跨境電子商務零售進口稅收政策的通知的規定》，跨境電子商務零售進口商品按照貨物徵收關稅、增值稅及消費稅。購買跨境電子商務零售進口商品的個人作為納稅義務人，實際交易價格(包括貨物零售價格、運費和保險費)作為完稅價格，電子商務企業、電子商務交易平台企業或物流企業可作為代收代繳義務人。跨境電子商務零售進口商品的單次交易限值為人民幣5,000元，個人年度交易限值為人民幣26,000元。在限值以內進口的跨境電子商務零售進口商品，關稅稅率暫設為0%；指定金額進口免徵增值稅及消費稅取消免徵稅額，暫按法定應納稅額的70%徵收。當中國內地居民通過跨境電商平台購買我們的產品時，該等產品須就限額內的交易繳納上述稅項。

有關租賃的法規

根據全國人大常委會於1994年7月5日頒佈，於2019年8月26日最新修訂並於2020年1月1日生效的《中華人民共和國城市房地產管理法》，房屋租賃時，出租人及承租人應當簽訂書面租賃合同，約定租賃期限、租賃用途、租賃價格、修繕責任等條款，以及雙方的其他權利和義務。出租人及承租人亦須向房產管理部門登記備案。房屋所有權人以營利為目的，將以劃撥方式取得使用權的國有土地上建成的房屋出租的，應當將租金中所含土地收益上繳國家。

此外，根據國務院於1990年5月19日頒佈並於2020年11月29日最新修訂的《中華人民共和國城鎮國有土地使用權出讓和轉讓暫行條例(2020修訂)》，符合相關條件的，經市、縣人民政府土地管理部門和房產管理部門批准，其劃撥土地使用權和地上建築物、其他附著物所有權可以轉讓、出租、抵押。此外，對劃撥土地使用權，市、縣人民政府根據城市建設發展需要和城市規劃的要求，可以無償收回，並可依照該等條例的規定予以出讓。

根據《中華人民共和國民法典》，承租人經出租人同意，可以將租賃物轉租給第三人。承租人轉租的，承租人與出租人之間的租賃合同繼續有效。承租人未經出租人同意轉租的，出租人可以解除合同。此外，出租人轉讓租賃物的，承租人與出租人之間的租賃合同繼續有效。

於2010年12月1日，中華人民共和國住房和城鄉建設部頒佈《商品房屋租賃管理辦法》，於2011年2月1日生效。根據該等辦法，業主及租戶應當訂立租賃合同，一般應當載有特定條文，且租賃合同須在訂立後三十日內向相關市、縣人民政府建設或房地產主管部門辦理登記。倘業主及租戶未能辦理登記手續，則業主及租戶均可能被處以罰款。租賃合同續租、終止或者房屋租賃登記備案內容發生變化的，業主及租戶應當在有關續租、終止或變更三十日內，到相關建設或房地產主管部門辦理房屋租賃登

記備案的變更、延續或者註銷手續。此外，根據該等辦法，有下列情形之一的房屋不得出租：(i)屬於違法建築的；(ii)不符合安全、防災等工程建設強制性標準的；(iii)違反相關規定改變房屋使用性質的；或(iv)法律、法規規定禁止出租的其他情形。違反該等辦法規定的，由直轄市、市、縣人民政府建設(房地產)主管部門責令限期改正，對沒有違法所得的，可處以人民幣5,000元以下罰款；對有違法所得的，可以處以違法所得一倍以上三倍以下，但不超過人民幣30,000元的罰款。

有關僱傭及社會福利的法規

勞動合同法

根據於1994年7月5日頒佈並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國勞動法》，企業及機構必須建立、健全勞動安全衛生制度，嚴格執行國家勞動安全衛生規程和標準，對中國內地勞動者進行勞動安全衛生教育。勞動安全衛生設施必須符合國家規定的標準。企業及機構必須為勞動者提供符合國家規定的勞動安全衛生條件和必要的勞動防護用品。於2008年1月1日實施並於2012年12月28日最新修訂的《中華人民共和國勞動合同法》主要旨在規管僱員／僱主的權利及義務，包括有關訂立、履行及終止勞動合同的事宜。根據《中華人民共和國勞動合同法》，企業或機構與勞動者建立勞動關係或已建立勞動關係的，應當訂立書面勞動合同。企業及機構不得強迫勞動者超時工作。僱主應當按照法律法規向勞動者支付加班費。此外，勞動工資不得低於當地最低工資標準，並向勞動者及時支付。

社會保險及住房公積金

根據於2004年1月1日實施並於2010年12月20日最新修訂的《工傷保險條例》、於1995年1月1日實施的《企業職工生育保險試行辦法》、於1997年7月16日頒佈的《國務院關於建立統一的企業職工基本養老保險制度的決定》、於1998年12月14日頒佈的《國務院關於建立城鎮職工基本醫療保險制度的決定》、於1999年1月22日頒佈的《失業保

險條例》及於2011年7月1日實施並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國社會保險法》的規定，企業有義務為其在中國內地的僱員提供涵蓋養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險及醫療保險的福利計劃。該等付款須向當地行政部門支付。僱主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0.05%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。根據國務院於1999年4月3日頒佈並於2019年3月24日最新修訂的《住房公積金管理條例》，企業應當向住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，經有關住房公積金管理中心審核，並到相關銀行辦理職工住房公積金賬戶設立手續。僱主亦須為其僱員按時、足額繳存住房公積金。

有關網絡安全及數據保護的法律法規

根據《民法典》，個人的個人信息受法律保護，而處理個人信息的，應當遵循合法、正當、必要原則，不得過度處理。

於2016年11月7日，全國人大常委會頒佈並於2017年6月1日生效的《中華人民共和國網絡安全法》(「網絡安全法」)，要求網絡運營者履行與網絡安全保護相關的若干職能，加強網絡信息管理。例如，根據網絡安全法，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。收集、使用個人信息的網絡運營者應當公開收集、使用規則，明示收集、使用信息的目的、方式及範圍，並經被收集者同意。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、行政法規的規定或與該等人士的約定收集或使用個人信息，並應當依照法律、行政法規的規定及與該等人士的約定，處理其保存的個人信息。網絡運營者不得洩露、篡改、毀損其收集的個人信息；未經被收集者同意，不得向他人提供個人信息。但是，經過處理無法識別特定個人且不能復原的除外。個人發現網絡運營者違反法律、行政法規或者雙方的約定收集、使用其個人信息的，有權要求網絡運營者刪除其個人信息；個人發現網絡運營者收集、存儲的其個人信息有錯誤的，有權要求任何網絡運營者予以更正。網絡運營

者應當採取措施刪除信息或者更正錯誤。任何個人或組織不得竊取或者以其他非法方式獲取個人信息，不得非法出售或者非法向他人提供個人信息。

於2021年6月10日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國數據安全法》(「數據安全法」)，於2021年9月1日生效。數據安全法保護個人、組織與數據有關的權益，鼓勵數據依法合理有效利用，保障數據依法有序自由流動，促進以數據為關鍵要素的數字經濟發展。此外，數據安全法亦規定中國內地應當建立數據分類分級保護制度及數據安全審查制度，對影響或者可能影響國家安全的數據處理活動進行國家安全審查。依法作出的安全審查決定為最終決定。數據的處理者應當依照法律、法規的規定，建立健全全流程數據安全管理制度，組織開展數據安全教育培訓，採取相應的技術措施及其他必要措施，保障數據安全。利用互聯網等信息網絡開展數據處理活動，應當在網絡安全等級保護制度的基礎上，履行上述數據安全保護義務。處理數據時應當加強風險監測措施，處理者發現數據安全缺陷、漏洞等風險時，應當立即採取補救措施。發生數據安全事件時，處理者應當立即採取處置措施，按照規定及時告知用戶並向有關主管部門報告。任何組織、個人收集數據，應當採取合法、正當的方式，不得竊取或者以其他非法方式獲取數據。有關部門將制定跨境轉移進口數據的措施。倘任何公司違反數據安全法，則可能受到行政制裁，包括但不限於處罰、罰款及／或可能責令暫停相關業務或吊銷營業執照。作為數據的處理者，本公司須在業務運營及新產品開發的整個過程中落實相關數據安全管理制度及保護責任義務，並遵守《中華人民共和國數據安全法》對數據安全保護的多重高要求，且要求合作夥伴遵守相應的要求。

2021年7月6日，中國共產黨中央委員會辦公廳、國務院辦公廳亦聯合頒佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》，強調完善數據安全、跨境數據流動、涉密信息管理等相關法律法規，抓緊修訂關於加強在境外發行證券與上市相關保密及檔案管理工作的規定，壓實境外上市公司信息安全主體責任，以及加強跨境信息提供機制與流程的規範管理，進一步深化跨境審計監管合作。

2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國個人信息保護法》(「個人信息保護法」)，於2021年11月1日生效。個人信息保護法進一步強調個人信息處理者的義務及責任對個人信息保護的重要性，規定(其中包括)適用範圍、個人信息及個人敏感信息的定義、對個人信息處理活動通知的內容要求、我們處理個人信息所依據的法律基礎及跨境轉移個人信息的標準及程序以及若干內部合規程序，例如個人信息保護影響評估。

2021年11月14日，網信辦聯同相關部門發佈《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》。根據《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》，數據處理者開展以下活動，應當按照有關規定，申報網路安全審查：(i)匯聚掌握大量關係國家安全、經濟發展、公共利益的數據資源的互聯網平台運營者實施合併、重組或分立，影響或者可能影響國家安全的；(ii)處理一百萬人以上個人信息的數據處理者赴國外上市的；及(iii)數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的；及其他影響或者可能影響國家安全的數據處理活動。

有關境外上市的法律法規

2021年，中國共產黨中央委員會辦公廳、國務院辦公廳聯合頒佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》。證券活動意見強調，要加強對證券違法活動的管理及對中國公司境外上市的監督，並提出要採取有效措施，例如推進相關監管制度體系建設，做好中概股公司風險及突發情況應對。

此外，2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(「境外上市試行辦法」)及五項相關指引，自2023年3月31日起施行。根據境外上市試行辦法，中國內地境內企業尋求以直接或間接方式在境外市場發行並上市證券以進行首次公開發售，有關後續在其證券先前發行並上市的同一境外市場發行證券，以及後續在境外其他市場進行證券發行及上市的，應當根據境外上市試行辦法完成備案手續，同時向中國證監會報告相關情況。境外上市試行辦法規定，發行人符合下列

情形的，由該發行人進行的境外發行證券及上市認定為間接境外發行，須遵守備案程序：(i)境內企業最近一個會計年度的營業收入、利潤總額、總資產或者淨資產，任一指標佔發行人同期經審計合併財務報表相關資料的比例超過50%；及(ii)發行人經營活動的主要環節在中國內地開展或者或其主要營業場所位於中國內地，或者負責經營管理的高級管理人員多數為中國公民或者經常居住地位於中國內地。倘發行人向境外主管機構提交申請首次公開發行，該發行人須在提交該申請後三個營業日內向中國證監會備案。誠如我們的中國法律顧問所告知，我們須就建議[**編纂**]向中國證監會完成備案程序。我們已於2024年7月23日就[**編纂**]向中國證監會提交備案申請。

於2023年2月24日，中國證監會、財政部、國家保密局及國家檔案局發佈《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》(「保密規定」)，自2023年3月31日起施行。根據保密規定，直接境外發行上市的境內股份有限公司和間接境外發行上市公司的境內運營實體向證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位或個人提供、公開披露涉及國家秘密或國家機關工作秘密的任何文件、資料的，或者提供、公開披露其他洩露後會對中國國家安全或者公共利益造成不利影響的文件、資料的，必須取得批准並完成備案或其他要求。

有關我們香港業務運營的法律法規

香港法例第295章《危險品條例》(「危險品條例」)及香港法例第295A章《危險品(適用及豁免)規例》(「危險品(適用及豁免)規例」)

危險品條例載有有關「危險品」的規定，並適用於所有爆炸品、壓縮氣體、石油及其他發出易著火蒸氣的物質、發出有毒氣體或蒸氣的物質、腐蝕性物質、與水或空氣相互影響時會變為危險的物質、可自燃或隨時可能燃燒的物質及放射性物料。

危險品條例訂明，除根據或按照香港消防處批給的牌照外，任何人不得製造、貯存、運送或使用任何危險品。即使根據有關條例或其他條例的條文會產生任何其他法律責任，違反批註在發出的牌照上的任何條款或條件，即屬犯罪，一經循簡易程序定罪，可處罰款不超過10,000港元及監禁不超過一個月。如一間公司犯上述條例所訂任何罪行，則董事及關涉公司管理的高級人員，除非證明構成該罪行的作為是在他不知道或沒有同意的情況下發生的，否則均屬犯有相同罪行。

危險品（適用及豁免）規例載有危險品條例適用的危險品的類別劃分。特別是，「香水產品」被歸類為危險品（適用及豁免）規例項下屬於PG II包裝類別的第3類危險品。

香港法例第26章《貨品售賣條例》

《貨品售賣條例》旨在將與貨品售賣有關的法律編纂為成文法則，應適用於本集團業務活動。其規定：

(a) 憑貨品說明售貨的合約，均有貨品必須與貨品說明相符的隱含條件；

(b) 凡賣方在業務運作中售貨，有一項隱含的條件：根據合約供應的貨品具可商售品質，但在以下事項方面則並無該項條件：(i)在合約訂立前曾明確地促請買方注意的缺點；或(ii)如買方在合約訂立前驗貨，則該次驗貨應揭露的缺點；或(iii)如合約是憑樣本售貨的合約，則在對樣本進行合理檢驗時會顯現的缺點；及

(c) 憑樣本售貨的合約，有以下各項隱含條件：(i)整批貨品須在品質上與樣本相符；(ii)買方須有合理機會，將整批貨品與樣本作比較；及(iii)貨品並無任何令其不可商售且不會在對樣本進行合理檢驗時顯現的缺點。

凡法律上隱含任何權利、責任或法律責任根據售貨合約而產生，該權利、責任或法律責任可在不抵觸香港法例第71章《管制免責條款條例》的情況下，藉明訂的協議，或藉雙方交易過程，或藉慣例（如該慣例對合約雙方均具約束力）而予以否定或變更。

香港法例第362章《商品說明條例》

《商品說明條例》禁止在貿易過程中提供的貨品或該等貨品的供應商的虛假商品說明、虛假、具誤導性或不完整的資料、作虛假標記和錯誤陳述。根據上述條例，與貨品有關的「商品說明」定義為就貨品或貨品任何部分直接或間接及以任何方式給予的說明，包括指明事項的說明，包括：其中包括數量、尺寸或規格、製造方法、成分、適用性、可用性、是否符合任何人士指定或認可的標準、製造、生產、加工或翻新的價格、地點或日期、製造、生產、加工或翻新的人士。我們產品的標籤及廣告須遵守其中的相關條文。

《商品説明條例》訂明，(i)在任何貿易或業務過程中，將虛假商品説明應用於任何貨品，或供應或要約供應任何已應用虛假商品説明的貨品；(ii)為銷售或任何貿易目的而管有或製造任何應用虛假商品説明的貨品；(iii)將虛假商品説明應用於向消費者提供或要約提供的服務；(iv)向消費者提供或要約提供應用虛假商品説明的服務；或(v)進口或出口任何使用虛假商品説明或偽造商標的貨品，即屬犯罪。《商品説明條例》進一步訂明，經營者與消費者有關的商業行為，即(i)誤導性遺漏；(ii)具有威嚇性的行為；或(iii)構成(a)誘餌式廣告，(b)先誘後轉銷售，或(c)不當地接受產品付款，即屬犯罪。

任何人士觸犯《商品説明條例》所訂罪行，一經循公訴程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁五年，而經簡易程序定罪，則可處最高罰款100,000港元及監禁兩年。

香港法例第456章《消費品安全條例》

《消費品安全條例》對某些消費品的製造商、進口商及供應商徵收關稅，以確保彼等供應的消費品安全及作附帶用途。

《消費品安全條例》未有涵蓋以下貨品：(a)食物及水；(b)遊艇及類似的船隻；(c)飛機（滑翔風箏除外）；(d)汽車；(e)《氣體安全條例》（香港法例第51章）所界定的氣體、石油氣儲存器、氣體用具、氣體配件及氣體軟喉；(f)電氣產品；(g)除害劑；(h)煙草及煙草製品；(i)藥劑製品、毒藥及抗生素；(j)傳統中藥；(k)《玩具及兒童產品安全條例》（香港法例第424章）所指的玩具及兒童產品；及(l)有特定法例負責安全管制的其他貨品。

《消費品安全條例》禁止任何人士於香港境內供應、製造或進口消費品，除非該等消費品符合消費品一般安全規定或認可標準則另作別論。現時，概無已獲得《消費品安全條例》中任何法規認可的認可標準。

一般安全規定是有關消費品，須合乎合理的安全程度，而確定該消費品是否合乎該安全程度，須考慮到所有情況，包括下列情況：(a)介紹、推廣或推銷該消費品所採用的形式，及作介紹、推廣或推銷的該消費品用途；(b)就該消費品所採用的任何標記，及就該消費品的存放、使用或耗用所給予的指示或警告；(c)由標準檢定機構或類

似機構就該消費品所屬的消費品類別，或就與該類別的消費品有關事宜所公佈的合理安全標準；及(d)當考慮到作出改善的成本、可能性及程度，是否有合理的方法使到該消費品更為安全。

違反上述規定屬刑事罪行，如屬首次定罪，可處罰款100,000港元及監禁一年，而其後每次定罪，可處罰款500,000港元及監禁兩年。

香港法例第60E章《進出口（登記）規例》

根據《進出口（登記）規例》第4及5條，進出口或轉口任何並非《進出口（登記）規例》第3條所載的豁免物品之物品的人士（包括公司）須按照香港海關關長（「**關長**」）指明的規定，使用指明團體提供的服務，就該物品向關長及任何海關副關長或助理關長呈交準確而完整的進出口報關單。每份報關單須於該報關單所涉及的物品進口或出口後14天內呈交。

香港法例第486章《個人資料（私隱）條例》

《個人資料（私隱）條例》規定資料使用者於作出任何有關個人資料的行為時必須遵守的原則（「**保障資料原則**」）。個人資料指符合以下說明的任何資料：(a)直接或間接與一名在世的個人有關的；(b)從該資料直接或間接地確定有關的個人的身份是切實可行的；及(c)該資料的存在形式令予以查閱及處理均是切實可行的。

保障資料原則概要如下：

(1) 足夠個人資料應為(i)直接與資料使用者的職能或活動有關的合法目的而收集；(ii)以公平合法方法取得。資料當事人獲明確告知(a)他有責任提供該資料抑或是可自願提供該資料；(b)收集目的及該資料可能移轉予甚麼類別的人；(c)在該資料首次用於它們被收集的目的之時或之前，他要求查閱該資料及要求改正該資料的權利以及可能處理該等要求的個人資料。

(2) 須採取所有切實可行的步驟，以確保個人資料的準確性及保存時間不超過將其保存所需的時間。

(3) 個人資料不應用於當事人同意之外的目的。

(4) 須採取所有切實可行的步驟，以確保由資料使用者持有的個人資料受保障而不受未獲准許的或意外的查閱、處理、刪除、喪失或使用所影響。

(5) 須採取所有切實可行的步驟，以確保任何人(a)能確定資料使用者在個人資料方面的政策及實務；(b)能獲告知資料使用者所持有的個人資料的種類；(c)能獲告知資料使用者持有的個人資料是為或將會為甚麼主要目的而使用的。

(6) 資料當事人有權確定資料使用者是否持有他屬其資料當事人的個人資料及要求查閱個人資料。他的要求被拒絕時獲提供理由並有權反對該拒絕。

違反保障資料原則的行為可能使個人資料私隱專員有權發出書面通知，指令該資料使用者糾正該項違反，以及防止該違反再次發生。違反上述通知的行為屬犯罪，犯罪者(a)經首次定罪，可處罰款50,000港元及監禁兩年，及如罪行在定罪後持續，可處每日罰款1,000港元；及(b)經再次定罪，可處罰款100,000港元及監禁兩年；及如罪行在定罪後持續，可處每日罰款2,000港元。資料使用者如證明自己已作出一切應作出的努力，以遵從有關執行通知，即可以此作為免責辯護。

香港法例第619章《競爭條例》

制定《競爭條例》旨在(其中包括)禁止妨礙、限制或扭曲在香港的競爭的行為。其設定兩項主要禁制，以兩項跨行業適用的「行為守則」形式存在：

(1) 第一行為守則禁止目的或效果是限制在香港的競爭的協議及經協調做法；及

(2) 第二行為守則禁止具有相當程度的市場權勢的業務實體，不得藉從事目的或效果是限制在香港的競爭的行為，而濫用該權勢。也就是說，其僅適用於具有相當程度(並非集體)市場權勢的單一實體。

第一行為守則適用於協議或經協調做法。必須有涉及某種形式的兩個或以上協議方的行為才能適用第一行為守則。第一行為守則的重點為商業競爭對手之間的嚴重合謀反競爭活動，其將構成嚴重反競爭行為，其中包括：

(1) 合謀定價：就客戶價格或折扣及價格範圍等價格因素達成協議；

(2) 瓜分市場：競爭對手之間的不競爭將通過分配部分市場達成，如按客戶人口統計或地理位置；

(3) 限制產量：限制產量或銷量作為調高價格的手段；及

(4) 圍標：與競爭對手協商中標者，顛覆招標過程的競爭性質。

該等嚴重反競爭行為將由競爭事務委員會作出最嚴格的處理。如供應商與客戶之間的縱向協議的行為，一般不被視為嚴重反競爭行為。

第二行為守則僅適用於業務實體在特定市場中具有相當程度的市場權勢。於考慮某業務實體是否具有相當程度的市場權勢時，相關事宜為：(a)業務實體的市場佔有率；(b)業務實體作出定價及其他決定的能力；(c)競爭者進入有關市場的任何障礙；及(d)任何其他有關事宜。

《競爭條例》規定，符合以下說明的行為，可構成上述濫用：(a)該行為包含對競爭對手的攻擊性表現；或(b)該行為包含以損害消費者的方式，限制生產、市場或技術發展。可能被視為濫用具有相當程度的市場權勢行為的例子為：(a)掠奪性定價；(b)反競爭搭售及捆綁銷售；(c)利潤擠壓；(d)拒絕交易；及(e)獨家交易。

如競爭事務委員會有合理因由相信，在下列情況下違反第一行為守則事件已發生：(1)違反並不牽涉嚴重反競爭行為，競爭事務委員會於提起法律程序前，必須先發出告誡通知；及(2)違反牽涉嚴重反競爭行為或違反第二行為守則，競爭事務委員會可發出違章通知書，倘違章通知書獲遵守，則不提起該等程序。

倘公司及／或其董事被發現涉及違反競爭條例，可能的處罰為：(a)高達年度本地營業額10%的罰款；(b)取消董事資格令最長五年；(c)資產、股份或業務剝離；(d)協議作廢；及(e)禁制令。

香港法例第528章《版權條例》

《版權條例》確認版權為存在於各類作品的產權。

任何人未獲作品的版權擁有人的特許，而自行或授權他人作出任何受版權所限制的作為，即屬侵犯該作品的版權（亦即直接侵犯版權），其中包括：(a)複製作品；(b)向公眾發放作品的複製品；(c)租賃作品的複製品予公眾；(d)向公眾提供作品的複製品；(e)公開表演、放映或播放作品；(f)廣播作品或將作品包括在有線傳播節目服務內；(g)改編作品或作出任何上述與改編有關的行為；及(h)《版權條例》第II部所指的其他行為。

《版權條例》亦規定分類為間接侵犯版權的行為，包括（其中包括）：為任何貿易或業務的目的或於任何貿易或業務的過程中管有、展示或分發（有關的貿易是否包含經營版權作品的侵犯版權複製品並不具關鍵性）；出售、出租、要約出售或要約出租，或為出售或出租而展示；或分發侵犯版權複製品並達到損害版權擁有人的程度。

倘侵權者知道或有理由相信作品的複製品是該作品的侵犯版權複製品，即屬間接侵犯版權行為的刑事罪行。對於在任何貿易或業務的過程中出售侵犯版權製品的行為，一經循公訴程序定罪，侵權者可就每份侵犯版權複製品處50,000港元罰款，並可監禁四年。

就本集團使用分銷商提供的照片而言，可能會或可能不會構成對版權擁有人版權的間接侵犯，本集團很可能並不知情且沒有合理理由懷疑該照片是由侵犯版權的分銷商提供。

就本集團在網站、零售店及營銷材料中使用及展示的圖片而言，本集團為該等圖片的作者，因此為版權擁有人。就部分產品上可能存在的版權作品而言，本集團在拍攝該等照片時會製作該等版權作品的副本。倘若該人士複製藝術作品以宣傳該作品的銷售，則可作為侵犯版權的抗辯理由。由於本集團複製產品中的版權作品以宣傳產品（連同版權作品）的銷售，故本集團可依賴該等抗辯。

香港法例第559章《商標條例》

《商標條例》保護註冊商標。註冊商標的有效期為十年，每段續期的期間為十年。倘註冊商標連續三年沒有在香港使用，則其可能於撤銷法律程序中受到質疑。

如任何人在營商過程或業務運作中，使用的標誌符合以下情況，則該人即屬侵犯該註冊商標：

(1) 如某商標已就某些貨品或服務而註冊，就與該等貨品或服務相同的貨品或服務而使用與該商標相同的標誌；

(2) 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商標相同的標誌；及就該等其他貨品或服務而使用該標誌相當可能會令公眾產生混淆；

(3) 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商標相類似的標誌；及就該等其他貨品或服務而使用該標誌相當可能會令公眾產生混淆；或

(4) 就任何貨品或服務而使用與馳名商標相同或相類似的標誌；及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。

於最後實際可行日期，本集團在香港註冊10個對本集團業務而言屬重大的商標。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並無收到任何商標侵權申索。有關本集團香港重大知識產權的進一步詳情，請參閱本文件「附錄四－法定及一般資料－C. 有關我們業務的進一步資料－2.本集團的重大知識產權」。

香港法例第310章《商業登記條例》

《商業登記條例》規定，於香港經營業務的每名人士(公司或個人)須於稅務局登記及於開始經營業務的一個月內取得商業登記證。相關商業登記旨在通知稅務局一間公司於香港註冊成立，因此其目的為促進稅務局向香港的各公司徵稅。

香港法例第282章《僱員補償條例》

根據《僱員補償條例》，僱主必須投購有效的保險單，以承擔僱主就發生的工傷而言在《僱員補償條例》及普通法方面的責任，否則不得僱用僱員從事任何工作。凡僱員人數不超過200名，最低投保額應不少於每宗事故100百萬港元，而如超過200名，則最低投保額應不少於每宗事故200百萬港元。僱主不遵從即屬犯罪，一經循公訴程序定罪，可處罰款100,000港元及監禁兩年。

凡因本法例的規定而獲發給保險單的僱主，須在其僱用僱員工作所在的每個處所的顯眼處，展示一份符合處長指明格式的通告，以中文及英文列明(a)僱主姓名或名稱；(b)保險人名稱；(c)保險單號碼；(d)保險單發出日期；(e)保險生效日期及屆滿日期；(f)保險單發出時根據該保險單受保的僱員人數；及(g)根據保險單受保的法律責任所涉的款額。

香港法例第485章《強制性公積金計劃條例》

《強制性公積金計劃條例》規定，倘僱員的受僱期為60日或以上，僱主須為僱員登記強制性公積金計劃並作出供款。僱傭合約少於60日但一再續約的僱員受《強制性公積金計劃條例》及香港法例第57章《僱傭條例》保障，原因為其將相關合約視為「連續性合約」。

香港法例第509章《職業安全及健康條例》

《職業安全及健康條例》規定，每名僱主均須在合理地切實可行範圍內，確保其所有在工作中的僱員的安全及健康。

於下列情況下，僱主可被視為沒有遵守有關規定：(a)沒有提供或維持在合理地切實可行範圍內屬安全和不會危害健康的作業裝置及工作系統；(b)沒有作出有關的安排，以在合理地切實可行範圍內確保在使用、處理、貯存或運載作業裝置或物質方面是安全和不會危害健康的；(c)沒有提供所需的資料、指導、訓練及監督，以在合理地切實可行範圍內確保其在工作中的僱員的安全及健康；(d)對於任何由僱主控制的工作地點(i)沒有維持該工作地點處於在合理地切實可行範圍內屬安全和不會危害健康的情況；或(ii)沒有提供或維持在合理地切實可行範圍內屬安全和不會危害健康的進出該工作地點的途徑；(e)沒有為其僱員提供或維持在合理地切實可行範圍內屬安全和不會危害健康的工作環境。

任何僱主沒有遵守上述規定，即屬犯罪，一經定罪，可處罰款200,000港元。任何僱主如蓄意地沒有遵守或明知而沒有遵守或罔顧後果地沒有遵守，即屬犯罪，一經定罪，可處罰款200,000港元及監禁六個月。

於強制執行方面，勞工處處長可向僱主送達敦促改善通知書及暫時停工通知書。如無合理辯解而沒有遵從通知書的規定，即屬刑事罪行，一經定罪，可被分別處以罰款200,000港元及500,000港元及監禁十二個月。

倘意外造成僱員死亡或遭受嚴重身體傷害，僱主或工作地點佔用人必須在該意外發生的時間後的7日內或24小時內將該意外通知一名職業安全主任。工作地點佔用人亦須於24小時內將任何危險事故通知一名職業安全主任。未有通知職業安全主任屬刑事罪行，可處罰款50,000港元。

香港法例第112章《稅務條例》

《稅務條例》規定，僱主須以書面形式提供：(1)於聘用三個月內，提供任何可能被徵收薪俸稅的新僱員詳情（即表格56E）；及(2)於其僱員停止受僱前至少一個月，提供任何即將停止或停止於香港受僱的僱員詳情（即表格56F）。倘僱主未有如此行事且無合理辯解，即屬刑事罪行，一經定罪，可處罰款10,000港元，且法院可命令僱主作出其不曾遵辦的作為。

《稅務條例》規定，任何應徵收利得稅的人士提交報稅表，如有必要提供補充文件，並相應繳納應課利得稅。

香港法例第608章《最低工資條例》

《最低工資條例》規定法定最低工資，自2011年5月1日生效。須就某工資期支付予某僱員的工資（按該僱員在該工資期內的總工作時數的平均數計算）不得低於法定最低工資水平。僱主如故意及並無合理辯解而不依時支付法定最低工資，可被檢控，一經定罪，可處罰款350,000港元及監禁三年。

香港的轉讓定價法律法規

關於相聯企業之間轉讓定價的法規可於《稅務條例》（香港法例第112章）及香港與其他國家或地區（包括中國內地）之間的全面性避免雙重課稅協定（「**全面性避免雙重課稅協定**」）內找到。

根據《稅務條例》第60條，凡評稅主任認為任何應課稅的人尚未就任何課稅年度被評稅，或認為該人被評定的稅額低於恰當的稅額，則評稅主任可在該課稅年度或在該課稅年度屆滿後六年內，按照其斷定該人應該被評稅的款額或補加款額而對該人作出評稅，及凡任何人不曾就任何課稅年度被評稅或其評稅偏低，是由於欺詐或蓄意逃稅所致，則該項評稅或補加評稅可在該課稅年度屆滿後10年內任何時間作出。

《稅務條例》第61A條訂明，倘若會得出結論，認為訂立或實行交易的人士的唯一或主要目的，是獲得稅項利益(指對繳稅法律責任的規避或延期，或稅額的減少)，則相關人士的稅務責任的評定，將(a)猶如該項交易或其任何部分不曾訂立或實行一樣；或(b)以監管當局認為適合的其他方式評定，用以消弭從該項交易中原可獲得的稅項利益。

全面性避免雙重課稅協定規定相聯企業之間的定價交易須採用公平原則。公平原則使用獨立企業的交易作為釐定如何就相聯企業之間的交易分配溢利及開支的基準。全面性避免雙重課稅協定目的的基本規則為已扣除或應付的利得稅應作調整(如必要)，以反映應用公平原則而非企業之間的真實交易價格時會存在的狀況。

稅務局於2009年4月頒佈的稅務條例釋義及執行指引第45號－因轉讓定價或利潤再分配調整而享有的雙重徵稅豁免，使得香港納稅人於因另一司法管轄區稅務機關所作出之轉讓定價調整而產生的雙重徵稅的情況下，可根據香港與該國家(與香港簽訂稅務安排之司法管轄區，包括中國內地)之稅收協定申索寬免。

稅務局亦於2009年12月就轉讓定價指引－方法及相關問題發出稅務條例釋義及執行指引第46號(「稅務條例釋義及執行指引第46號」)。如稅務條例釋義及執行指引第46號所述，根據《稅務條例》，轉讓定價文件並非強制性，亦無明確要求納稅人編製符合公平原則的具體文件。稅務局於2012年3月進一步頒佈稅務條例釋義及執行指引第48號，當中訂明納稅人與稅務局預先協定轉讓定價安排的機制。

2018年稅務(修訂)(第6號)條例(「修訂法案」)於2018年7月頒佈，引入立法框架以將相聯人士之間商品及服務供應價格的釐定及實施方式編纂為成文法則。編纂成文的國際轉讓定價原則包括(其中包括)關於相聯人士之間的條款的獨立交易原則、關於將非香港居民人士的收入或虧損歸因於有關人士的獨立企業原則，以及關於總體檔案、分部檔案及國別報告的三級轉讓定價文件規定。根據修訂法案，凡有人(「獲益人」)如按非獨立交易條款的基礎被徵稅，原會獲得香港稅務利益，該人的收入會獲上調，而其虧損則會下調。獲益人的收入或虧損，須在猶如已訂定或施加獨立交易條款(而非該實際條款)的情況下計算。根據《稅務條例》第50AAF條，如獲益人未能證明致使稅務局評稅主任信納，其報稅表所申報的該人的收入或虧損的款額，屬獨立交易款額，則該稅務局評稅主任須估算出一個數額，作為獨立交易款額，並在顧及該估算數額後(a)對該人作出評稅或補加評稅；或(b)就該人發出虧損計算表，或就該人修改虧損計算表，以致計算所得的虧損款額較小。於2019年7月，稅務局進一步發出稅務條例釋義及執行指引第58號、59號及60號，對修訂法案作出詮釋。

概覽

按2023年的零售銷售計，我們是中國（包括香港及澳門）最大的香水品牌管理公司，擁有龐大而多樣化的標誌性品牌組合由我們管理，不僅包括香水，還包括彩妝、護膚品、眼鏡及家居香氛。

我們的歷史可追溯至1987年，當時我們的主要經營附屬公司之一潁通遠東開始將國際香水引入中國內地，並將眼鏡產品引入香港及澳門。我們為將進口香水產品引進中國內地市場的早期先行者。這一舉措開創了先河，鞏固了本集團未來在業內的領先地位。劉先生於我們經營所在行業積逾40年經驗，成功帶領我們躋身中國（包括香港及澳門）領先的香水品牌管理公司。有關劉先生背景的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

經過多年的營運，我們積累了豐富的經驗、行業領先的專業知識及豐富的資源，管理和推廣國際品牌組合。截至最後實際可行日期，我們管理合共66個外部品牌，包括Hermès、Van Cleef & Arpels、Chopard、Albion及Laura Mercier。此外，我們通過管理國際香水品牌在中國（包括香港及澳門）建立並維持全渠道銷售及分銷網絡。截至2024年9月30日，我們的銷售網絡在中國內地400多個城市、香港及澳門覆蓋超過7,500個線下POS，並由我們或零售商運營。

關鍵里程碑

我們的關鍵發展里程碑及成就如下：

年份	里程碑
1987年	我們獲授權在中國內地分銷一個巴黎品牌的進口香水
	我們訂立首項獨家分銷協議，在香港及澳門分銷進口眼鏡產品
	我們為管理中國內地進口護膚品牌的先行者
1992年	我們與InterParfums建立分銷商合作夥伴關係，InterParfums是一家全球知名公司，專門從事高端香水及化妝品的開發、生產及分銷，作為我們的主要商業合作夥伴與我們持續合作超過30年

年份	里程碑
1999年	我們以「Santa Monica」的品牌名稱推出我們的自有眼鏡品牌
2005年	我們開始在中國內地管理Hermès（一家總部位於法國的全球領先時尚公司）的香水產品，為市場上最高端的香水之一
2007年	我們與EuroItalia建立了分銷商合作夥伴關係，EuroItalia是全球香氛和化妝品行業的領先公司，創立、生產及分銷品類繁多的奢侈香氛和化妝品，作為我們的主要商業合作夥伴與我們持續合作超過15年
	我們透過於北京首都機場出售產品開始建立旅遊零售商網絡
2012年	我們為一個彩妝國際品牌首先推出天貓旗艦店，將零售商渠道擴張至電商平台
2014年	我們獲高端日本護膚品牌Albion授權擔任唯一品牌管理人，於香港及澳門的百貨店管理並分銷其產品
2016年	我們利用線上銷售渠道推出零售品牌「拾氛氣盒」，並其後於2018年開設旗艦店
2019年	我們打造一支由超過100名員工組成的大型內部電商團隊
	我們協助於中國內地上線並運營Albion天貓旗艦店
	我們將銷售及分銷渠道擴闊至覆蓋京東
2020年	我們開始與獨立第三方行業顧問合作每年發佈《中國香水行業研究白皮書》，成為中國內地香水行業備受好評的研究報告
	於2020年2月，我們以兩星期時間推出了微信小程序，正式建立了全渠道銷售及分銷平台

年份	里程碑
2021年	我們將銷售及分銷渠道拓寬到抖音，包括設立內部直播團隊及建立直播銷售專屬基地
	我們引入Santa Maria Novella，一個歷史悠久的意大利品牌，主要有超過800年的歷史，在中國內地提供香水及家居香氛
	我們在中國內地、香港及澳門逾300個城市建立了逾6,000個線下POS
2022年	我們引入Maison 21G，拓展到家居香氛市場
	我們以品牌名稱「Santa Monica」推出自有香水品牌
2023年	我們就Dr. Babor的業務運營與德國高端護膚品牌組建合資企業穎芭中國，成為Dr. Babor中國內地就指定產品及渠道的零售業務的獨家被授權商
	我們與全球領先的化妝品品牌Laura Mercier建立合作夥伴關係，開始分銷其產品
	我們在香港率先推出Albion首家擁有隔間美容療程的獨立旗艦店
2024年	我們在中國內地、香港及澳門逾400個城市涵蓋逾7,500個線下POS，並由我們或我們的零售商運營

有關本集團榮獲的獎項及認可詳情，請參閱本文件「業務－獎項及認可」一節。

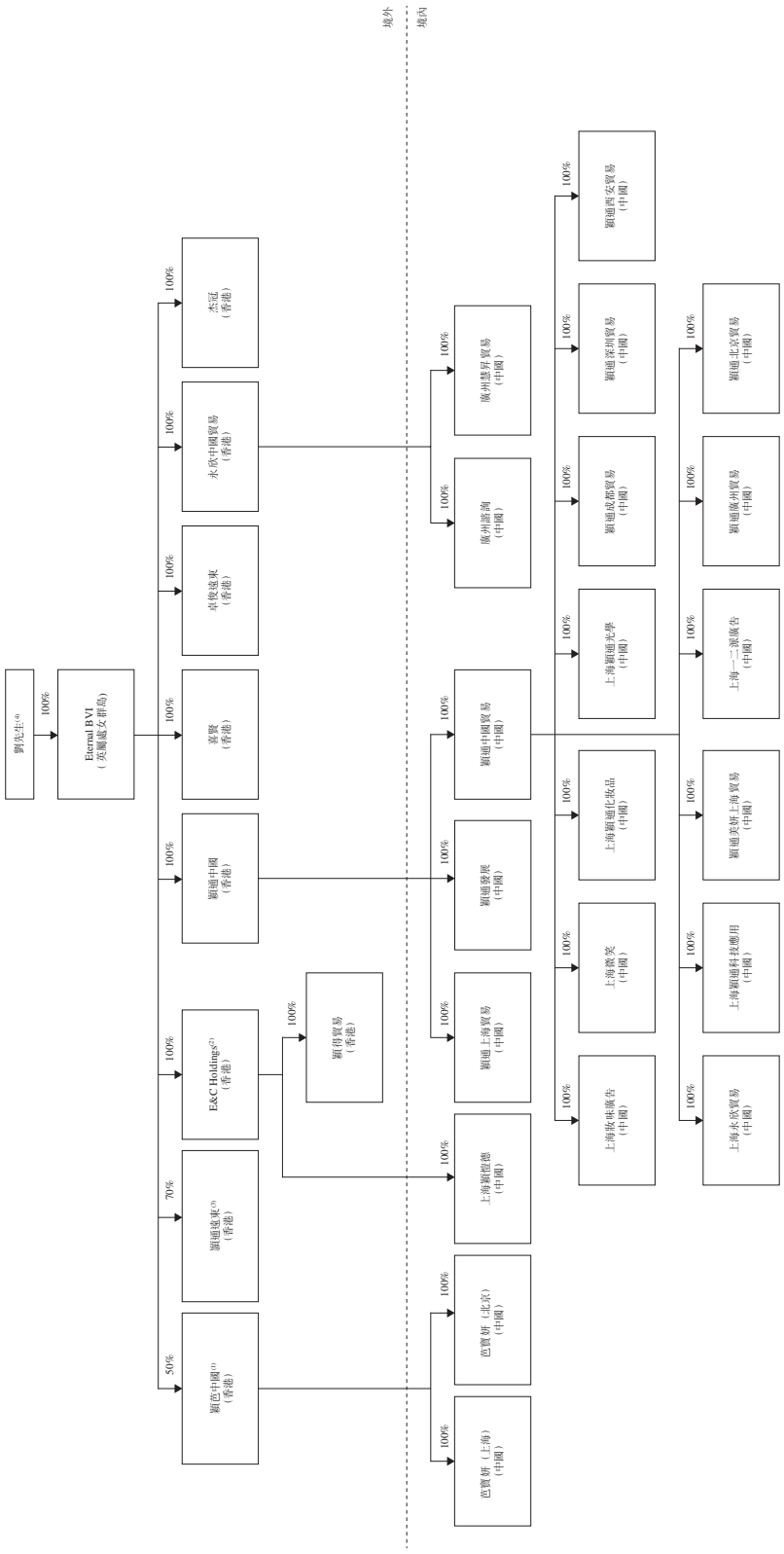
我們的股東

作為公司重組的一部分，本公司成為本集團的最終控股公司。本公司於2024年1月9日根據公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。詳情請參閱本節下文「－公司發展及重組」一段。

公司發展及重組

為籌備[**編纂**]及精簡我們的公司架構，我們進行了公司架構的公司重組，以便我們的境內附屬公司可由境內控股公司持有。

下圖載列我們緊接公司重組前的公司架構：



附註：

(1) 穎芭中國餘下50%股權由Dr. Babor持有，Dr. Babor除為穎芭中國的主要股東外，為一名獨立第三方。

(2) 根據Eternal BVI、劉先生及於往績記錄期間五大供應商之一的供應商(「該供應商」)於2021年12月21日訂立的中國策略及選擇權協議(「選擇權協議」)，Eternal BVI向該供應商授出選擇權購買E&C Holdings的全部已發行股本(「收購選擇權」)。收購選擇權可由該供應商最早於選擇權協議滿五週年之日起計六個月期間內隨時行使。

(3) 穎通遠東餘下30%股權由劉先生及劉太太分別持有20%及10%。

(4) 過往，我們於香港的香水、護膚產品、彩妝、眼鏡及家居香氛零售、批發及分銷業務主要透過穎通遠東及Visual Promotion Limited(「Visual Promotion」，一家於香港註冊成立的有限公司，由劉先生100%實益擁有)進行。於其自2024年4月起終止業務前的往績記錄期間，Visual Promotion錄得(i)分別約249.5百萬港元、60.0百萬港元及8.4百萬港元的收入；(ii)分別約37.1百萬港元、11.8百萬港元及1.3百萬港元的毛利；及(iii)分別約30.6百萬港元、9.1百萬港元及0.3百萬港元的淨利潤。於2022年、2023年及2024年3月31日，(i) Visual Promotion的總資產分別約為44.7百萬港元、48.3百萬港元及4.3百萬港元；(ii)負債總額分別約為10.0百萬港元、4.5百萬港元及4.3百萬港元；及(iii)資產淨值分別約為34.7百萬港元、43.8百萬港元及44,000港元。

由於Visual Promotion及本集團在整個往績記錄期間由劉先生共同控制，故於往績記錄期間，與Visual Promotion業務有關的所有資產、負債及經營業績計入本集團的財務資料。於往績記錄期間，為精簡本集團架構及以「Eternal」品牌開展業務，我們逐步縮減Visual Promotion的業務規模，並自2024年4月起不再開展任何業務。誠如我們的香港法律顧問告知，於2024年4月終止業務營運前，Visual Promotion完全遵守香港的所有相關法律法規。考慮到其不再開展任何業務及我們預期註銷有關公司，故我們並無於公司重組期間將Visual Promotion納入本集團。

公司重組涉及以下步驟：

註冊成立穎通國際及本公司

穎通國際於2024年1月8日在英屬處女群島註冊成立為有限公司，並獲授權發行最多50,000股無面值股份。同日，一股穎通國際股份以1美元發行及配發予劉先生。於2024年4月17日，八股穎通國際股份以8美元發行及配發予劉先生，一股穎通國際股份以1美元發行及配發予劉太太。於有關配發後，穎通國際由劉先生及劉太太分別持有90%及10%。

本公司於2024年1月9日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為380,000港元，分為380,000,000股每股面值0.001港元的股份。同日，一股認購人股份發行予一名獨立第三方創辦人，其後轉讓予穎通國際。

收購穎通遠東餘下股權

於2024年5月9日，9,990,000股穎通遠東普通股以入賬列作繳足方式按面值配發及發行予Eternal BVI。緊隨有關配發及發行後，Eternal BVI、劉先生及劉太太各自分別持有穎通遠東的99.97%、0.02%及0.01%。

於2024年6月17日，劉先生及劉太太分別向Eternal BVI轉讓2,000股及1,000股穎通遠東普通股。作為代價，Eternal BVI按劉先生及劉太太的指示以面值向本公司配發及發行九股入賬列作繳足的股份。緊隨有關轉讓後，穎通遠東由Eternal BVI全資擁有。

收購Eternal BVI

於2024年6月18日，劉先生將一股Eternal BVI股份（相當於Eternal BVI的100%已發行股本）轉讓予本公司。作為代價，本公司以面值向穎通國際配發及發行一股入賬列作繳足的股份。緊隨有關轉讓後，Eternal BVI由本公司直接全資擁有。

註冊成立穎通發展

穎通發展於2024年1月23日在中國成立為外商獨資企業，註冊資本為人民幣100百萬元，由穎通中國全資擁有。註冊資本須於2028年12月31日前繳足。

註冊成立中國附屬公司

上海穎通商貿於2024年2月28日在中國成立，註冊資本為人民幣一千萬元，由穎通發展全資擁有。註冊資本須於2028年12月31日前繳足。

上海穎通進出口於2024年3月14日在中國成立，註冊資本為人民幣一千萬元，由穎通發展全資擁有。註冊資本須於2028年12月31日前繳足。

上海穎通品牌管理於2024年2月29日在中國成立，註冊資本為人民幣一百萬元，由穎通發展全資擁有。註冊資本須於2028年12月31日前繳足。

誠如中國法律顧問所告知，我們已取得中國相關機構就公司重組發出的相關批文及許可，而所涉及的程序符合適用中國法律法規的規定。

以英屬處女群島購股權交換開曼購股權

Eternal BVI為一家於1995年在英屬處女群島成立的有限公司，於公司重組前由劉先生直接全資擁有。於2024年6月進行上文「收購Eternal BVI」一節所述的重組步驟後，Eternal BVI及其附屬公司成為本集團的附屬公司。除持有本集團多家附屬公司的股權外，Eternal BVI並無開展任何其他業務。

於2019年12月1日及2024年3月31日，Eternal BVI根據Eternal BVI購股權計劃向本集團多家附屬公司的若干董事、高級管理層及主要僱員（統稱「英屬處女群島購股權承授人」）授出合共26,194,000份購股權（「英屬處女群島購股權」，相當於Eternal BVI的26,194,000股相關股份及約[**編纂**]股權），以挽留彼等並激勵彼等繼續為本集團的發展作出貢獻。英屬處女群島購股權已歸屬，但於公司重組前仍未獲英屬處女群島購股權承授人行使。每份英屬處女群島購股權的行使價為0.1港元。

作為公司重組的一部分，本公司於2024年6月18日採納[**編纂**]購股權計劃，據此26,194,000份可認購緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）已發行股份總數約[**編纂**]%的購股權（「開曼購股權」）分別於2024年6月24日及2024年7月8日授予英屬處女群島購股權承授人，以一對一基準換取交回及註銷英屬處女群島購股權。英屬處女群島購股權的數目與開曼購股權數目相同。每份開曼購股權的行使價為0.1港元。

我們的主要營運附屬公司

下文載列於往績記錄期間對本集團營運作出重大貢獻的附屬公司的若干詳情。

實體	註冊成立日期及司法權區	法定股本／註冊資本	已發行／實繳資本	歸屬於本集團的股權	主要業務活動
穎通遠東.....	1983年2月18日 香港	1,000,000 港元	1,000,000 港元	100%	香水、護膚品、彩妝及眼鏡的貿易及零售
卓俊遠東.....	1996年10月22日 香港	300,000 港元	300,000 港元	100%	香水、彩妝及護膚品的貿易及零售
上海穎通化妝品....	2019年2月15日， 中國	人民幣 10,000,000元	人民幣 10,000,000元	100%	香水、彩妝及護膚品貿易及零售
廣州諮詢.....	2019年1月24日， 中國	人民幣 1,000,000元	人民幣 1,000,000元	100%	香水及彩妝採購
廣州慧昇貿易.....	2014年10月15日， 中國	人民幣 25,000,000元	人民幣 25,000,000元	100%	香水、護膚品及彩妝貿易
穎通北京貿易.....	2019年4月19日， 中國	人民幣 1,000,000元	人民幣 1,000,000元	100%	香水、護膚品及彩妝零售
穎通成都貿易.....	2019年4月18日 中國	人民幣 1,000,000元	人民幣 1,000,000元	100%	香水、護膚品及彩妝零售
穎通廣州貿易.....	2019年6月24日 中國	人民幣 1,000,000元	人民幣 1,000,000元	100%	香水、護膚品及彩妝零售

重大收購、出售及合併

於往績記錄期間，我們並無進行任何我們認為對我們而言屬重大的收購、出售或合併。

[編纂]購股權計劃

本公司於2024年6月18日採納[**編纂**]購股權計劃。截至本文件日期，可認購合共26,194,000股股份（佔緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後本公司已發行股本約[**編纂**]%，假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）的尚未行使購股權已由本公司根據[**編纂**]購股權計劃分別於2024年6月24日及2024年7月8日有條件授予合共18名承授人，而授出購股權的行使價為每份購股權0.1港元。[**編纂**]購股權計劃項下的購股權獲行使後，合共26,194,000股股份將配發及發行予Eternal Beauty Investment Limited（一家於英屬處女群島註冊成立的公司，並由Futu Trustee Limited全資擁有）。Futu Trustee Limited乃本公司為促進[**編纂**]購股權計劃的管理而設立的信託的受託人，並應其後將股份分派予相關承授人。截至最後實際可行日期，概無購股權已獲行使。

因行使[**編纂**]購股權計劃而配發及發行的股份受若干禁售限制。有關[**編纂**]購股權計劃的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－E.[**編纂**]購股權計劃」一節。

公眾持股量要求

緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後，且並無計及因[**編纂**]、根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份，穎通國際持有的股份（由我們的執行董事、董事會主席兼控股股東劉先生及劉先生的配偶劉太太分別擁有90%及10%）將不會計入公眾持股量。

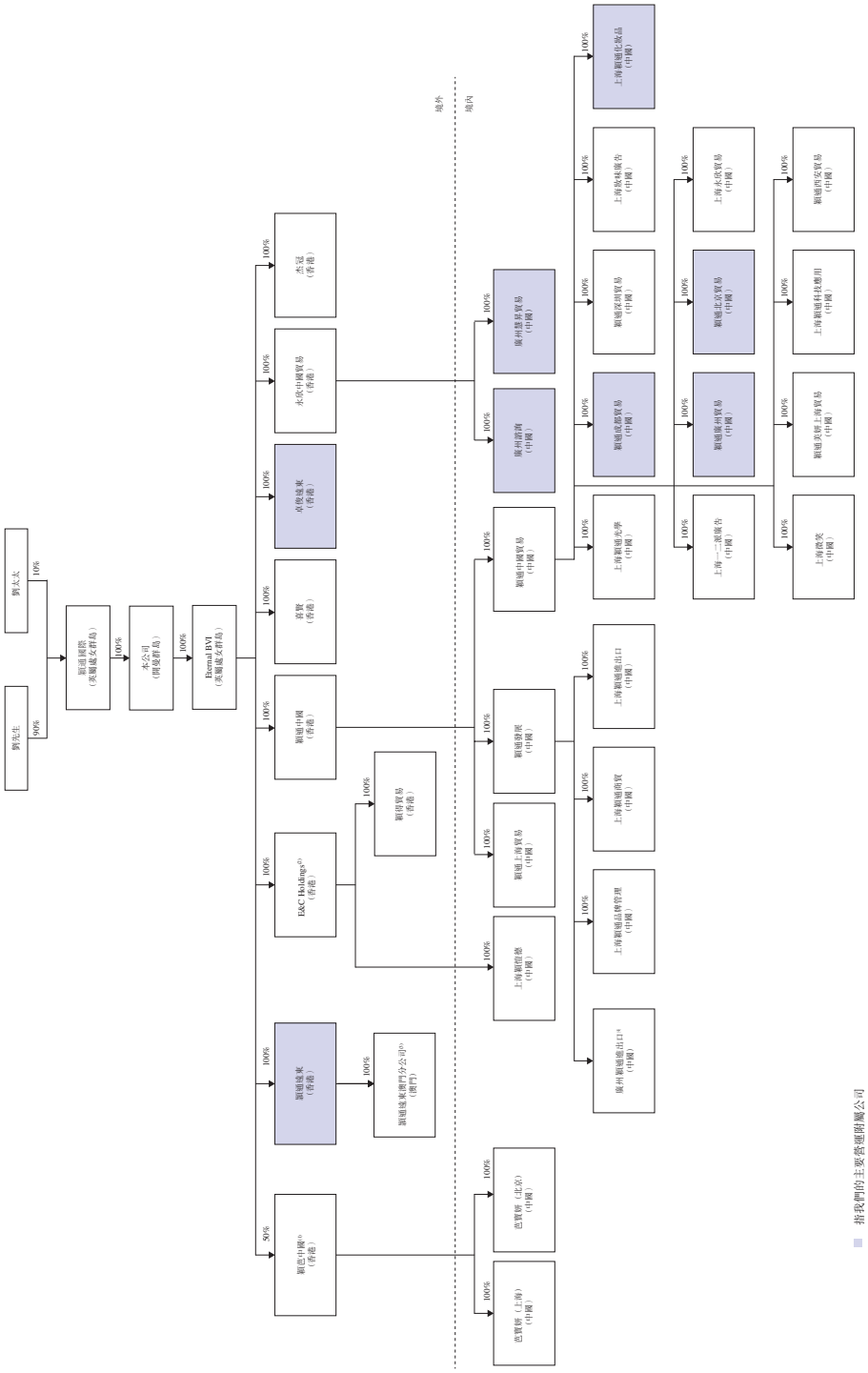
除上文所披露者外，據董事所深知，概無其他股東(i)為本公司核心關連人士；(ii)經由本公司核心關連人士直接或間接融資收購股份；或(iii)慣例就收購、處置、投票或其他處置以其名義登記或以其他方式持有的股份接受本公司核心關連人士的指示，而就上市規則第8.08條而言，該等股東持有的所有股份將於[**編纂**]後計入本公司的公眾持股量。因此，緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無

計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），我們已發行股份的約[**編纂**]%將由公眾持有，並計入上市規則第8.08條規定的公眾持股量。

公司架構

下圖說明(1)緊隨公司重組完成後但於資本化發行及[**編纂**]完成前，及(2)緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]並無獲行使且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）我們的股權及公司架構。

緊隨公司重組完成後但於資本化發行及[編纂]完成前



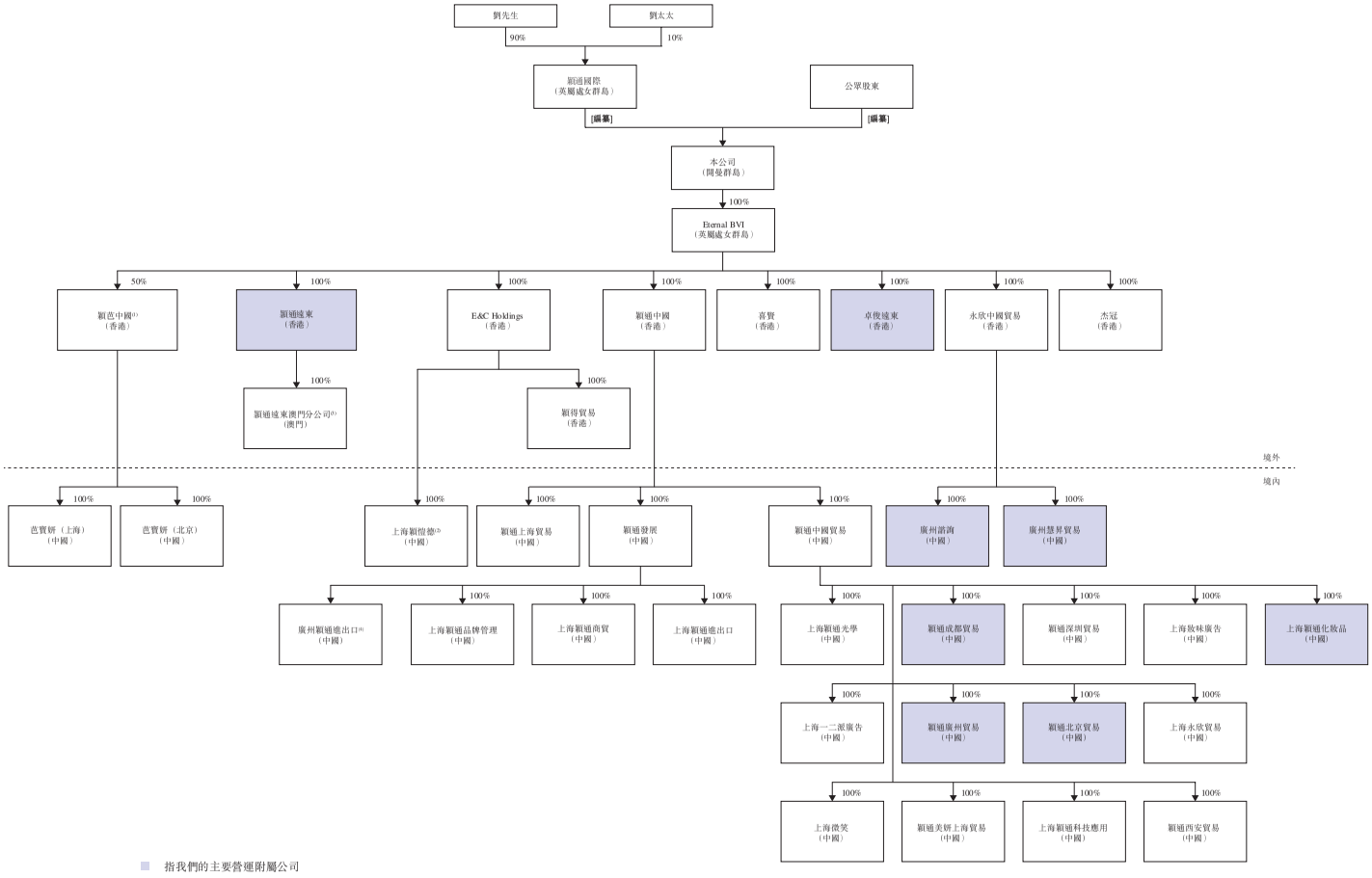
附註：

(1)–(2) 請參閱本文件第159頁附註(1)至(2)。

(3) 穎通遠東澳門分公司成立為本集團業務擴張的一部分，且主要從事香水、護膚品、彩妝及眼鏡零售。

(4) 廣州穎通進出口成立為本集團業務擴張的一部分，且主要從事香水、彩妝及護膚品貿易。

緊隨資本化發行及[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使且並無計及因根據[編纂]購股權計劃授出或根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份）



附註：

(1)-(4) 請參閱本文件第166頁附註(1)至(4)。

概覽

按2023年零售額計，我們是中國（包括香港及澳門）最大的香水品牌管理公司。我們擁有龐大且多元化的標誌性品牌組合，不僅包括香水，還包括彩妝、護膚品、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。我們在香水方面於中國（包括香港及澳門）取得領先地位，乃因我們悠久的經營歷史，我們在這些市場的香水行業中獲得了廣泛知識，並積累了相關專業知識及豐富的資源來管理及推廣無數國際香水品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年零售銷售計，我們是中國（包括香港及澳門）第三大香水集團。按2023年零售銷售計，我們也是中國內地市場以及中國（包括香港及澳門）市場的五大香水集團當中唯一的香水品牌管理公司。

憑藉我們在中國內地香水行業的市場領先地位、深厚的行業知識及寶貴經驗，我們處於有利位置，可從中國內地香水市場的預期增長中受益。根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地香水市場近年錄得增長，有潛力進一步擴大，主要是由於中國內地香水的滲透率較低，而且與其他發達國家相比，中國內地人口規模龐大。我們相信我們將繼續掌握中國內地新興嗅覺經濟帶來的市場機遇，打造在各種消費場景下為消費者提供個性及美學價值的香水品牌。

在長期經營過程中，我們逐漸累積了卓越的品牌管理能力，在中國（包括香港及澳門）引進及管理多個全球領先品牌，使我們能夠解決全球品牌在這些市場的市場進入戰略、分銷網絡規劃及消費者迎合策略方面所面臨的挑戰。我們的品牌管理能力得到我們的深入市場洞察力、龐大的全渠道網絡、經驗豐富的專業團隊及強大供應鏈管理能力的支持，而這些能力都是通過我們對中國內地香水市場的早期滲透、當地影響力及持續的資本投資以及維持及擴大業務關係而獲得。這種全面的品牌管理能力亦使我們得以與品牌授權商建立並維持牢固、穩定及雙贏的關係，進一步加強多層次市場准入門檻。我們認為，競爭對手不易複製這些因素。

我們在世界領先品牌中的聲譽使我們成為許多希望進入或擴大其品牌在中國（包括香港及澳門）業務的品牌授權商的首選合作夥伴。這種長期的商業關係使我們能夠在我們的產品組合中策劃標誌性品牌及有吸引力的產品。截至最後實際可行日期，我們管理的外部品牌總數為66個，包括Hermès、Van Cleef & Arpels、Chopard、Albion、Dolce & Gabbana及Laura Mercier，涵蓋多元化的定價層次及功能，迎合中國（包括香港及澳門）消費者的差異化需求。有關詳情，請參閱本節「—品牌及產品」。往績記錄期間，我們就若干產品及渠道獲得中國內地、香港及／或澳門的品牌授權商的大量獨家授權及分授權。透過這些授權及分授權，上述品牌授權商亦授予我們在指定範圍內使用其知識產權（包括商標及標誌）的權利。我們相信，這些獨家授權及分授權體現了品牌授權商對我們的信任，並鞏固了我們相對於競爭對手的競爭優勢。

我們提供全面的銷售及分銷網絡，涵蓋中國（包括香港及澳門）幾乎所有可能的香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛的渠道。截至2024年9月30日，我們的產品於超過100個我們自身經營的線下POS及超過7,500個由零售商客戶經營的POS出售。截至同日，我們亦向線下分銷商銷售產品，後者可能將該等產品轉售予其線下零售商。除線下銷售渠道外，我們亦通過中國（包括香港及澳門）的知名電商平台及社交媒體平台線上銷售產品。該龐大及全渠道的銷售及分銷網絡有助我們在不斷變化的市場環境中保持不斷增長的消費者基礎，通過令消費者享受無縫連接及方便快捷的購物體驗使消費者價值最大化，並使我們能夠滿足大量不同年齡、消費力及產品偏好的消費者的需求。我們涵蓋線上線下渠道的均衡銷售及分銷網絡亦使我們能夠靈活調整銷售方式，以應對可能影響我們業務及行業的變化。

於往績記錄期間，我們的業務及經營業績保持穩定增長。我們的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣1,674.7百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣1,699.1百萬元，並進一步增至截至2024年3月31日止年度的人民幣1,863.8百萬元。我們的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣932.0百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣1,064.4百萬元。同樣，我們的純利由截至2022年3月31日止年度的人民幣170.9百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣173.1百萬元，並進一步增至截至2024年3月31日止年度的人民幣206.5百萬元。我們的純利由截至2023年9月30日止六個月的人民幣96.1百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣115.5百萬元。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們分別管理47個、51個、64個及62個外部品牌。

我們的競爭優勢

我們認為，以下優勢為我們的成功作出了貢獻，使我們從競爭對手中脱穎而出：

我們在香水方面於中國（包括香港及澳門）保持領先地位

以2023年香水零售額計，我們是中國（包括香港及澳門）最大的香水品牌管理公司及第三大的香水集團。在中國內地香水市場前五名香水集團中，我們是2023年唯一一家品牌管理公司。此外，我們管理的香水品牌組合中，有七個品牌躋身2023年中國內地香水零售額排名前30名的香水品牌之列。

憑藉40多年的持續經營，我們在中國（包括香港及澳門）取得了領先地位，當中我們獲得了對這些市場香水產業的廣泛了解，為國際香水品牌的管理及推廣累積了相關專業知識及豐富的資源。為與中國（包括香港及澳門）香水行業的主要參與者分享我們寶貴的行業見解，包括但不限於國際香水品牌所有者、香水行業專家以及國內外時尚及化妝品出版物，自2020年開始，我們每年與一名獨立第三方行業顧問共同發佈《中國香水行業研究白皮書》。該白皮書已成為廣受歡迎的研究報告，分析中國內地香水相關市場趨勢及消費者行為模式，為中國內地香水行業的現有及潛在參與者提供一般觀察及建議。自發佈以來，該研究白皮書已被眾多的香水行業參與者用作參考。2023年，多家媒體參與者及KOL參加了我們的《中國香水行業研究白皮書》發佈會，大批觀眾觀看線上直播。此外，亦發表了有關此次發佈會的新聞報道及文章超過160篇。

除我們管理的外部品牌外，我們亦於1999年推出一個自有品牌Santa Monica，當中我們於往績記錄期間銷售眼鏡及香水。我們相信，Santa Monica的成功推出及持續營運展示了我們充分利用管理國際品牌的經驗、全渠道銷售及分銷網絡以及我們在香水市場運營中積累的專業知識和資源的能力，有助於將我們從競爭對手中脱穎而出。

我們始終關注中國內地結構性增長且富有彈性的嗅覺經濟，以把握戰略市場機遇

中國內地新興嗅覺經濟預計將成為中國內地香水市場的可持續增長動力。根據弗若斯特沙利文的資料，2018年至2023年全球香水行業零售額排名前十的國家中，中國內地是增長最快的香水市場，在此期間複合年增長率為15.0%。相較之下，美國、巴西、法國、德國及英國的香水市場於同期的複合年增長率分別為7.0%、2.8%、0.7%、2.4%及0.7%。中國內地香水市場在不斷變化的宏觀環境中也表現出了韌性，包括COVID-19疫情的不利影響。2018年至2023年中國內地香水市場的市場規模（按零售額計）複合年增長率為15.0%（包括2020年至2022年複合年增長率11.7%），預計到2028年將以14.0%的複合年增長率進一步增長。根據弗若斯特沙利文的資料，此增長率高於美國、英國、日本及韓國香水市場的增長率。

儘管近年中國內地香水市場的零售額增長，惟與其他國家（包括日本及韓國等其他亞洲國家）以及大型香水市場（如美國及英國）相比，中國內地消費者的人均香水支出仍然相對較低，主要是由於香水在中國內地的滲透率較低以及中國內地人口規模較大。然而，中國內地人均香水支出呈上升趨勢，2018年至2023年複合年增長率約為14.9%。中國內地香水市場未來增長的關鍵因素為嗅覺經濟。根據弗若斯特沙利文的資料，其為中國內地香水消費者在噴香水或使用其他香水產品時追求獨特、個性及美學價值的一種趨勢。這一趨勢預計將繼續激發消費者對香水及其他日用、個人收藏及禮品等香氛產品的需求（視情況而定），並進一步推動中國內地香水市場增長。

憑藉我們在中國內地香水行業的市場領先地位、深厚的行業知識及寶貴經驗，我們處於有利位置，可從中國內地香水市場的預期增長中受益。作為中國內地香水市場的領導者，我們的零售額市佔率於2023年約為8.1%。截至最後實際可行日期，我們的香水品牌組合包括48個外部品牌，涵蓋多個世界知名品牌、著名香水品牌及新興小眾品牌，部分包括Versace、Santa Maria Novella、Parfums de Marly及Xerjoff。我們在香水市場上提供的產品迎合不同年齡、消費能力、香味品味及使用香水需求的不同消費者群體。我們亦因在中國內地成功推出及管理國際品牌得以證明的往績記錄而在香水行業的全球參與者中享有盛譽。我們相信，該成功歸功於我們能夠預測當地趨勢，並透過持續探索適合消費者需求和喜好的新產品來快速適應當地趨勢。特別是，我們抓住中國內地嗅覺經濟帶來的市場機遇，精心策劃為不同消費場景的消費者提供不同個性及美學價值的香水品牌。例如，我們於2021年將Santa Maria Novella引入中國內地市場，其為產品設計可追溯至意大利文藝復興時期的意大利品牌。我們相信，該等特色迎合中國內地若干消費者的歷史審美及意大利文化。我們亦於2022年推出了知名品牌Maison 21G，該品牌能夠按照消費者的特定偏好及對氣味的味覺，為個別消費者創造

定製香水，我們認為該品牌能夠滿足追求個性及個人品味的若干消費者。此外，我們強調令人滿意的消費者購物體驗。為此，我們打造了自營零售品牌拾氛氣盒，這是一個一站式購物空間，為消費者提供豐富多樣的香水選擇。我們採取了多種營銷及銷售方式，激發消費者對拾氛氣盒的購物慾望及忠誠度。更多詳情請參閱本節「－我們的競爭優勢－我們擁有龐大多層次的客戶群，包括全渠道銷售及分銷網絡，不斷覆蓋更廣泛的消費者群體」。

由於我們有能力抓住中國內地香水市場的增長機會，我們來自在中國內地銷售香水的收入於往績記錄期間穩定增加。儘管2021年至2023年COVID-19疫情對中國經濟產生影響，惟鑒於我們同期的收入增長，我們的香水銷售仍保持韌性。

我們培養了出色的品牌管理能力，為我們的競爭對手設置了巨大的市場准入門檻

在長期經營過程中，我們逐漸累積了深入的行業理解及強大的執行能力，在中國(包括香港及澳門)引入及管理多個全球領先品牌。我們為品牌提供高增值及一站式服務，一般涵蓋其在當地市場運營的各個方面。這種品牌管理能力使我們能夠應對全球品牌在市場准入戰略、分銷網絡規劃及消費者迎合策略方面所面臨的挑戰。我們的品牌管理能力主要體現在以下方面：

- *品牌戰略及上市計劃：*我們維持高效的組織架構，這讓我們能夠整合內部及外部資源，並為我們的品牌授權商提供全面的品牌管理服務。在中國(包括香港及澳門)推出新品牌時，我們密切關注當地消費者的需求及市場趨勢。根據特定品牌的不同市場定位及發展需求，我們憑藉強大的國際專業知識及本地市場洞察力，制定量身定制的品牌發展策略、消費者拓展策略及上市計劃。我們亦為我們所管理的品牌定制營銷佈局計劃，使其可以同時享受媒體及公共關係曝光，從而接觸到廣泛而多樣化的當地消費者群體。憑藉與KOL及媒體的緊密聯繫，我們能夠利用該等資源幫助我們組合中的品牌獲得寶貴的市場曝光率並滲透到當地市場的各個層面，以實現其

投資回報最大化。我們亦利用我們強大的客戶關係管理數據庫密切跟蹤不斷變化的消費者偏好，我們相信這將使我們能夠實現中國（包括香港及澳門）品牌的預期業務擴展期望。

- *銷售及分銷網絡：*我們已建立全面的銷售及分銷網絡，涵蓋香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛的幾乎所有可能渠道。根據弗若斯特沙利文的資料，本地銷售及分銷網絡資源有限是國際品牌普遍面臨的挑戰。依託我們在當地市場的長期和實地佈局及深厚的行業知識（其幫助我們克服了中國內地快速發展市場中的挑戰），同時依靠我們在複雜的行業和監管環境中積累的專業知識，我們逐步建立起全渠道銷售及分銷網絡。截至2024年9月30日，我們廣泛的銷售網絡在中國（包括香港及澳門）400多個城市涵蓋超過7,500個POS，並由我們或我們的零售商運營，這使我們能夠為我們管理的新品牌快速部署上市策略。

- *進口合規：*我們擁有一支專門的專業監管事務團隊，包括一支監管事務諮詢團隊及一支技術團隊，為我們管理的品牌提供涵蓋監管事務諮詢、產品測試及註冊備案的一站式合規解決方案。其亦幫助品牌在產品開發階段進行合規審查，在產品進入中國市場前完成註冊備案，並在進口後繼續進行合規監督。擁有專責內部註冊團隊的優勢在於，除了幫助我們的品牌授權商完成必要的產品備案外，我們還可以與內部供應鏈部門合作，確保以合規方式進口商品及確保註冊信息與備案信息一致，以及與品牌推廣和業務團隊合作，以確保產品發佈按所述業務計劃書進行。

- *供應鏈管理*：我們有能力處理供應鏈流程中的所有事務，從產品採購、倉儲以至物流支援。根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地供應鏈流程中的文化差異及行業知識為有意進入此市場的國際品牌所面臨的數個艱鉅挑戰之一。我們能及時安排進口、倉儲及物流，從產品的採購到交付予客戶。我們使用的倉庫位於多個城市，包括香港、上海及廣州，讓我們在產品存儲方面的物流選擇上更靈活且更有彈性地應對供應鏈的意外干擾。

我們相信我們的市場洞察力、當地專業知識、供應鏈管理能力以及銷售及分銷網絡乃透過我們對中國內地香水市場的早期滲透、當地的實地影響力以及持續的資本投資以及業務關係的維護及擴展而獲得，而我們相信我們的競爭對手無法輕易複製。我們亦有能力掌握及解讀管理品牌的核心價值，並將其產品與中國消費者進行有效適當的連結。我們相信這是我們的一個關鍵優勢，限制新市場進入者的顛覆性潛力。此外，我們廣泛的品牌管理能力使我們能夠與品牌授權商建立並維持牢固穩定及雙贏的關係。我們相信，與品牌授權商的這種密切合作關係可進一步加強多層市場進入壁壘，從而為我們的競爭對手複製我們的成功創造更多障礙。

我們是全球領先品牌的長期首選合作夥伴

憑藉我們在中國（包括香港及澳門）成功推出和管理國際品牌的良好記錄，我們在世界領先品牌中享有盛譽。我們的聲譽使我們能夠成為許多擬進軍該等市場或將其品牌影響力拓展至該等市場的品牌授權商的首選合作夥伴，尤其是在中國，根據弗若斯特沙利文的資料，其越來越被視為國際品牌全球擴張及增長的具戰略意義的重要市場。我們與品牌授權商保持長期穩定的關係。例如，我們與InterParfums及Albion合作。InterParfums為一家全球知名公司，專門從事香水及化妝品的設計、製造及分銷。我們與InterParfums合作超過30年，InterParfums亦為我們於往績記錄期間各財政年度的五大供應商之一。此外，自2014年起，我們一直是日本高端護膚品牌Albion在香港的唯一本地運營商。

截至最後實際可行日期，大部分我們管理的品牌首次引進中國（包括香港及澳門）市場，並在該地區從零開始立足。我們引入這些市場的品牌包括（其中包括）：(i) Coach，1941年在紐約創立的全球標誌性時裝品牌；(ii) Van Cleef & Arpels，世界知名的奢華珠寶品牌，同時亦提供小眾香水；及(iii)Santa Maria Novella，一個歷史悠久的意大利品牌，與意大利文藝復興時期有著悠久的聯繫。

我們與領先的國際品牌授權商的長期業務關係使我們能夠策劃標誌性品牌及具吸引力的產品。截至最後實際可行日期，我們管理的外部品牌總數為66個，其中包括Coach（提供紐約女士及紐約男士等流行香水）以及Van Cleef & Arpels（提供月光廣藿香及月光白雪檀香等香水）。詳情請參閱本文件「一 品牌及產品」一節。

我們管理的品牌及產品涵蓋多變及多元化的價位及功能，迎合中國(包括香港及澳門)消費者的差異化需求。例如，我們向不同消費能力的消費者提供入門高端香水、高端香水及奢侈香水。為了使我們銷售的香水產品對具有不同品味和香味偏好的消費者具有吸引力並易於使用，我們亦提供各種香型香水，包括花香調、東方香調、木質香調及清新香調。在護膚品類別中，我們提供多種產品，涵蓋不同肌膚年齡、肌膚狀況以及美白、保濕及抗衰老等功能。

我們主要根據獨家授權或獨家再授權在選定銷售渠道及地區推廣及銷售若干我們管理的品牌的特色產品，這使得我們的競爭對手(甚至品牌授權商本身)無法在相同渠道及／或地區銷售相同產品。於往績記錄期間，與我們合作的大部分品牌授權商已授予我們在選定產品、渠道及分銷地區方面的獨家經營權。我們相信，這些獨家授權及分授權體現了品牌授權商對我們的信任，並鞏固了我們的市場競爭優勢。

我們擁有龐大多層次的客戶群，包括全渠道銷售及分銷網絡，不斷覆蓋更廣泛的消費者群體

我們提供全面的銷售及分銷網絡，涵蓋中國(包括香港及澳門)的香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛的幾乎所有可能渠道。我們的產品通過多個渠道接觸消費者，包括社交媒體平台及電商平台等線上銷售渠道，以及商場、百貨店、旅遊零售商及連鎖化妝品專賣店等線下銷售渠道。該等渠道由我們直接經營(即我們的直銷渠道)或由我們的零售商及分銷商客戶經營(彼等向我們採購產品並將其出售予其他零售商及／或消費者)。我們相信，這龐大且多元化的銷售及分銷網絡有助於我們在不斷變化的市場環境中保持穩定增長的消費者基礎。

我們的全渠道銷售及分銷網絡主要具有以下特點：

- *強大的線下銷售及分銷網絡*：我們維持均衡且全面整合的線上線下銷售及分銷網絡，我們提供線下購物空間，讓消費者可親身體驗實際產品，並與我們的常駐美容顧問互動，而網上購物則提供方便快捷的購物體驗。與我們的一些競爭對手相比，我們擁有更廣大的線下銷售及分銷網絡，而這是我們得到市場主要參與者的高度認可，以及長期累積的富有成效的業務關係的成果。截至2024年9月30日，我們經營逾40家精品店。截至同日，我們銷售網絡的線下銷售渠道涵蓋超過7,500個銷售點，並由我們或零售商運營，遍佈中國(包括香港及澳門)400多個城市。

- *全面的線上平台業務*：根據弗若斯特沙利文的資料，我們通過中國內地所有主要線上平台銷售產品。該等線上平台包括天貓、京東等電商平台，以及抖音、快手及小紅書等社交媒體平台。除於線上平台銷售產品外，我們參與線上平台舉辦的各種銷售及推廣活動，以推廣我們所管理的品牌。例如，於2018年，我們作為代表商家或「艦長」參加了天貓香水品類日，這是天貓一年多次舉辦的重要香水推廣活動。我們亦不時與線上平台合作，分析彼等收集的消費者數據及其他資料，以編製線上平台及我們可用於更好地接觸線上消費者的研究報告。

我們通過我們廣泛的銷售及分銷網絡吸引及接觸消費者，從而捕捉最新市場趨勢。例如，於往績記錄期間，我們通過線上及線下拾氛氣盒門店販售逾55個品牌超過2,000件產品（按SKU計）。我們在拾氛氣盒門店及拾氛氣盒名下成功推出各種銷售及營銷活動，充分利用我們的銷售及營銷資源，展現了我們自營零售商品牌的優勢。這些舉措包括但不限於(i)香氛銀行，一項營銷及產品展示計劃，旨在於消費者與其氣味記憶之間建立聯繫感，可透過香水重現；(ii)嗅覺社交，為門店設計理念，我們將門店設計成香水愛好者的社交空間，超越購物空間，有助於提高消費者流量及忠誠度；及(iii)香水盲盒，為一種銷售舉措，我們將迷你香水包裝在無標籤的盒子中，設計精美，為消費者帶來驚喜，刺激購買慾望。此外，我們為香水盲盒建立了全渠道會員制度，不斷將潛在消費者轉化為忠誠客戶。

我們通過管理國際香水品牌建立了此全渠道銷售及分銷網絡，並有能力利用該廣泛的網絡銷售其他類型的品牌產品，包括護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。我們認為，建立及擴展該網絡的困難為我們的競爭對手在銷售及分銷能力方面與我們競爭設置了高准入障礙。

我們的多層銷售及分銷網絡使我們能夠覆蓋不同年齡、消費能力及產品偏好的廣泛消費者。我們致力提供適宜及合適的產品，滿足如此多樣化的消費者群體的個人化需求。基於我們從線下線上銷售渠道收集的消費者購物數據，並利用我們的大數據分析能力，我們通過常駐美容顧問為消費者提供量身訂製的美容建議及意見，而我們相信這有助於與消費者建立親密的互動並激發他們的購買慾望。我們的銷售和分銷網絡亦使我們能夠確定城市、銷售渠道及營銷活動，以及我們認為最適合我們銷售的產

品到達目標消費群體的分銷方式。此外，為了與消費者建立持久及個人化的關係，截至2024年9月30日，我們建立了擁有超過2.0百萬名消費者會員的會員計劃。我們建立了覆蓋消費者全生命週期的全週期消費者管理方案。為制定有針對性的銷售及營銷策略，我們將消費者分類為潛在消費者、熱情的潛在消費者、活躍及忠誠消費者、正常消費者、不活躍消費者及流失消費者。有關我們針對不同類型潛在消費者及消費者的銷售及營銷策略詳情，請參閱本節「－我們的業務模式－品牌建設及提升－產品採購及分銷－消費者關係管理」一段。我們致力於通過與美容顧問互動、會員計劃及各種營銷活動，不斷將首次消費者轉變為對我們高度忠誠的常客。我們均衡的銷售及分銷網絡亦使我們得以靈活調整銷售方式，以應對可能影響我們經營所在行業或我們業務的任何發展。

我們由富有遠見的管理層團隊帶領，提倡以人為本的企業文化

在我們的創始人兼總裁劉先生的領導下，我們擁有一支經驗豐富且富有遠見的高級管理團隊，該團隊具有深厚的行業、運營及技術知識和強烈的使命感，致力為品牌及消費者服務。我們的高級管理團隊成員在中國（包括香港及澳門）的香水、護膚品、彩妝、眼鏡、家居香氛、個人護理產品及／或零售行業擁有豐富的經驗。劉先生於我們經營所在行業擁有逾40年經驗，並成功帶領我們成為中國內地領先的香水品牌管理公司。我們的行政總裁林女士於我們擁有約25年相關經驗。我們的執行董事劉女士（劉先生的女兒）於2004年加入本集團，在公共關係、品牌管理及產品採購（關於香水及彩妝兩者）方面積累了豐富經驗。我們的首席財務官朱維馴先生於會計師事務所及聯交所上市公司任職，累積逾20年會計及財務經驗。彼負責我們的整體財務管理及投資者關係事務。我們的營運總監王巍女士在美容行業及電商方面擁有逾14年經驗，負責本集團的銷售及營運。自加入本公司以來，彼利用其在中國內地其中一個最大電商平台獲得的經驗領導我們銷售及分銷網絡的開發及擴展，將20多個電商及社交媒體平台納入我們的銷售渠道。本集團中國內地區副總裁薛燕河先生自1998年加入本集團以來，積累了擴展銷售渠道的豐富經驗。彼與各類商場及百貨店建立緊密關係。本集團現代銷售渠道總經理黃慧勇先生在零售及化妝品行業的銷售、營銷及整體管理方面擁有逾20年經驗。我們認為，薛先生及黃先生在相關銷售渠道的經驗及業務合作夥伴關係，將繼續助力我們更深入地滲透至這些渠道。

我們維持以人為本的文化，激勵我們的員工始終追求卓越。我們的管理層及人力資源團隊致力於為員工提供量身定制的成長計劃，從而發現及培養其優勢。我們的大部分高級管理層成員在本集團擁有超過10年工作經驗，期間彼等接受內部培訓，並根據其潛力及表現逐步晉升。我們亦招募在本集團之外獲得寶貴技能及經驗的外部人才。我們重視內部培訓的人才的忠誠度及本身的能力，亦重視外部人才的互補技能及外部經驗。我們相信，我們以人為本的文化對吸引及留住高素質人才作出了重要貢獻，這是我們賴於成功的支柱，促進了我們的可持續增長。

我們的業務策略

為鞏固我們的市場領先地位並進一步推動我們的業務增長，我們擬採取以下業務策略：

透過優化、拓寬及多元化我們的品牌及產品組合，鞏固我們的市場領先地位

為保持我們於中國（包括香港及澳門）作為領先香水品牌管理公司的競爭優勢，我們擬優化、拓寬及多元化我們所管理的外部品牌及自有品牌組合。

外部品牌

就外部品牌而言，我們計劃與知名及領先國際品牌的新品牌授權商合作，該等品牌提供我們認為適合目標消費者並根據我們的市場分析在中國（包括香港及澳門）有增長潛力且別具吸引力的產品。具體而言，(i)就香水而言，我們擬物色我們認為能夠與我們的現有香水品牌和產品組合相輔相成、支持我們加快香水業務擴展策略的合適合作品牌。具體而言，基於廣泛市場研究和豐富的行業見解，我們會在選擇合作品牌時考慮以下因素，部分包括(A)其市場聲譽及財務表現；(B)其增長前景；及(C)其按零售額計是否名列知名第三方市場研究顧問所編製美國百大企業牌；(ii)就護膚品而言，我們努力物色防曬及抗衰老細分市場的領先品牌，並將該等品牌引入中國（包括香港及澳門）；(iii)就家居香氛而言，我們擬引入高端品牌產品，包括擴香器及香氛蠟燭等；及(iv)就個人護理產品而言，我們計劃物色我們在管、同時出售個人護理產品的理想香水品牌及家居香氛品牌，以促進及推動該等品牌下個人護理產品的銷售額。我們認為，我們品牌及產品組合的擴張將繼續推動我們的收入增長，在中國（包括香港及澳門）深化市場滲透度，並增加我們在現有經營所在行業的市場份額。我們亦可能探索與品牌授權商的不同靈活合作方式，包括但不限於成立合營企業以管理品牌及其產品。

自有品牌

我們計劃繼續投資開發我們的自有品牌，包括我們現有的自有品牌Santa Monica，以及將在未來推售的其他自有品牌。就Santa Monica而言，我們將微調產品分類，使之更加切合目標客戶的偏好及消費力。我們亦計劃在我們的Santa Monica品牌下開發家居香氛，以抓住該細分市場中不斷增長的市場機遇。除Santa Monica外，我們將於不久的將來開發推售護膚品品牌等其他自有品牌。

除開發自有品牌外，我們亦可能收購或投資現有護膚產品外部品牌，或與其品牌主成立合資企業，以經營該等品牌。我們在選擇進行收購的該等護膚品牌時將考慮以下因素，其中包括：(i)位置，其中我們將主要考慮收購或投資位於中國（包括香港及澳門）或亞太區其他地方的品牌主；(ii)穩健經營紀錄及市場聲譽；(iii)多樣化優質產品；及(iv)過往成功推售護膚產品的往績（於最近期財政年度的年度零售額超過10百萬美元）。截至最後實際可行日期，我們尚未發現任何合適收購或投資目標。

我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額的[**編纂**]百萬港元或[**編纂**]%投資於發展我們的自有品牌以及收購或投資外部品牌。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[**編纂**]用途」。

通過持續投資於直銷渠道，擴大我們的消費群

我們致力通過以下方式擴展我們的直銷渠道：(i)在中國內地一線、新一線及二線城市開設及擴張我們的拾氛氣盒門店；(ii)為我們管理的品牌開設額外的自營門店／專櫃；及(iii)在中國內地二線及以下城市收購當地經驗豐富的香水及彩妝零售商。

拾氛氣盒

我們的願景是將拾氛氣盒打造成一個具代表性的線上和線下自營零售連鎖店，(i)吸引文藝青年，其為傾向於在所使用的產品中表達自己個性和美學品味的年輕消費者；及(ii)指導香水新手用戶，培養其成為我們所銷售產品的忠實消費者。為實現此目標，我們計劃：

- *推出能夠滿足拾氛氣盒目標消費者需求的香水及其他香氛相關產品*：鑒於與美國、英國、日本及韓國等國家相比，中國內地在香水方面的人均支出相對較低，我們認為，我們在繼續獲得市場份額及擴大中國內地業務方面

具有龐大潛力。因此，我們將與若干品牌授權商合作，提供不同香味組合及各種價位的香水，以供於我們的拾氛氣盒門店出售。根據線下拾氛氣盒門店的位置以及當地目標消費者的喜好和消費能力，我們可以在單一的綜合購物空間靈活地從我們管理的品牌中提供多種不同價格水平的香水及香氛相關產品。

- *加快拾氛氣盒的線下覆蓋*：我們計劃於未來四年在中國內地合共開設約100家線下拾氛氣盒門店。我們擬主要考慮位於合適位置、客流龐大的一線商場及／或百貨店，以開設線下拾氛氣盒門店。截至2024年9月30日，我們在上海開設一家線下拾氛氣盒門店，在雲南省昆明市開設一家線下拾氛氣盒門店。於2024年11月，我們在廣東省深圳市開設一家新線下拾氛氣盒門店。截至同日，我們正在開設數家額外新線下拾氛氣盒門店。有關我們的新線下拾氛氣盒門店的門店開業過程以及收支平衡期及投資回收期分析的詳情，請參閱本節「－產品銷售及分銷－直銷渠道－擴張計劃」一段。

- *繼續提升線上拾氛氣盒門店的銷售及影響力*：為擴大線上拾氛氣盒門店的影響力，我們依賴過往在多個電商及社交媒體平台上經營及管理自營線上門店的經驗。截至2024年9月30日，我們已在天貓、微信商城、小紅書商城及抖音開設四家線上拾氛氣盒門店。我們的目標是通過各種專門的營銷計劃以及與相關線上平台合作，進一步增加我們來自線上拾氛氣盒門店銷售的收入，並提高其影響力。例如，我們計劃在小紅書上進行更多營銷及推廣活動，以進一步提升拾氛氣盒的知名度。我們亦可能為線上拾氛氣盒門店推出更多促銷活動，包括在購物節期間提供主題香水，以及向拾氛氣盒會員發送場外邀請，以在線下拾氛氣盒門店進行嗅覺試驗。

我們認為，拾氛氣盒具有以下潛力：(i)滿足中國內地嗅覺經濟複雜多樣的需求，其消費者在使用香水時越趨追求獨特性、個性和美學價值；及(ii)發展成為覆蓋中國內地眾多主要城市的連鎖香水專業零售商，我們相信這將繼續擴大我們對全國消費者的影響力，並成為推動我們增長的核心動力。拾氛氣盒門店亦有助我們加快若干在管品牌（尤其是首度打入中國內地的新品牌）產品的推出。

其他自營門店／專櫃

我們計劃通過持續為我們目前管理的品牌及我們計劃合作的新品牌開設線下門店／專櫃及線上門店，加快擴展其他自營門店及專櫃。具體而言，我們會於未來數年通過在中國（包括香港及澳門）一線、新一線及二線城市為我們目前管理的品牌及我們計劃合作的新品牌開設新自營線下門店／專櫃，專注擴大線下銷售及分銷網絡。有關我們的新自營線下門店／專櫃的門店開業過程以及收支平衡期及投資回收期分析的詳情，請參閱本文件「業務－產品銷售及分銷－直銷渠道－擴張計劃」一節。此外，我們計劃於多個線上平台開設更多自營線上門店。尤其是，我們計劃於未來兩年在抖音上開設新線上門店。我們認為，在抖音上開設線上門店將使我們能夠利用該平台，結合充滿活力的社交媒體平台及蓬勃發展的電商空間。

我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額的[**編纂**]百萬港元或[**編纂**]%投資於擴展及發展我們的拾氛氣盒門店及其他自營門店／專櫃。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[**編纂**]用途」。

收購或投資於當地零售商

除透過拾氛氣盒門店以及其他自營門店／專櫃發展我們的直銷渠道外，我們亦可能尋求機會收購或投資於若干在中國內地二線及以下城市（尤其是在江蘇省、浙江省及廣東省等）的龐大本地零售網絡。我們在進行有關潛在收購目標的分析時，將主要考慮以下準則：(i)紮實市場聲譽及可靠度；(ii)穩健財務表現；及(iii)擁有龐大及不斷擴展的消費者群體。我們認為，有關投資及／或收購將補充我們的擴張策略，並使本公司處於有利的策略地位，能夠迅速滲透到當地市場並開拓新的消費者群。根據弗若斯特沙利文的資料，共有10,000多家企業符合上述遴選準則。配合我們的擴展策略，董事認為，該等企業都是我們會在未來考慮探索的潛在收購目標。然而，截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何明確收購目標。我們擬採用上述準則，確定潛在合適當地零售商收購目標，並計劃在未來三至五年進行一項或多項收購。完成時間表視審批過程的時間而定。

加速數字化轉型，精簡業務運營，加強對全週期消費者管理計劃的支持

為精簡業務運營、提高運營效率及增強技術能力，我們擬將我們的整個業務運營系統數字化。具體而言，我們計劃：

- *升級我們的數字化CRM系統以支持我們的全週期消費者會員管理計劃*：我們擬將現有CRM系統升級，因為其目前僅載有少數消費者及會員的相關數據。我們的目標是將此系統擴大及數字化，涵蓋所有在管品牌及產品的消費者及會員的相關數據。我們亦計劃按全業務單元的消費者及會員的購買紀錄、消費力及產品偏好，將消費者及會員分類標準化。我們認為，此升級的CRM系統將有助我們更準確地分析及發現向消費者及會員交叉銷售不同在管品牌及產品的機會。此全面數字化的CRM系統亦有助我們取得更全面的消費者數據，我們認為這可支持我們將會進行的市場分析及研究。

- *升級我們的中台系統以提高我們業務運營的效率及效益*：我們計劃透過（其中包括）以下各項進一步升級我們現有的中台系統，(i)進一步升級我們的SAP系統，以同步本集團內處理我們供應鏈及存貨的各部門之間的數據及資料，並整合我們業務部門及財務部門的運營；(ii)建立數字化系統，實時收集線上平台的相關數據及信息，從而使我們的廣告及推廣活動更加具針對性及有效，我們相信這將有助於提升我們在該等活動中的投資回報；及(iii)加快數據資本化流程，以將我們目前擁有的數據轉化為有價值的數據資產，我們預期這將主要包括我們的龐大市場數據。我們將制訂相關數據資產標準，並設計合適數據資產評價系統以及相關流程及技術要求。我們致力有效管理及利用數據資產，並提高有關數據資產的經濟及社會價值，同時遵守適用數據安全法律法規。

- *升級我們的財務及營運系統以提高我們各部門之間的協調效率*：我們計劃透過（其中包括）以下各項進一步升級我們的財務及營運系統：(i)澄清及規範我們現有的財務報告系統，以提高我們的財務數據管理效率；(ii)通過優化辦公自動化（「OA」）流程完善OA系統，以滿足業務運營需求及要求；及(iii)通過在我們的運營中引入多種工作自動化措施，包括連接我們的訂單管理系統及SAP系統，以及在我們的運營中引入機器人流程自動化，從而提高我們僱員的生產力。

我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額的[**編纂**]百萬港元或[**編纂**]%投資於加速我們的數字化轉型。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[**編纂**]用途」。

提升本集團的知名度及領先業界的聲譽

我們致力不斷提升我們在行業參與者及消費者間的知名度，並鞏固我們在中國(包括香港及澳門)香水市場中的領先地位。作為一家品牌管理公司，我們認為該等知名度及聲譽對維繫我們與品牌授權商的穩定互惠業務關係以及我們的長期成功至關重要。具體而言，我們擬採取以下措施：

- *行業活動*：我們將繼續組織及參與全行業香水會議及其他活動，預計與我們合作的分銷商及貿易夥伴等行業參與者將會出席。例如，我們計劃舉辦業界香水沙龍，主要市場參與者可在此分享香水行業最新知識及經驗，並討論當前市場趨勢。

- *行業研究及刊物*：我們擬繼續與業務合作夥伴合作進行相關市場研究，並於2024年及往後刊發具影響力的《中國香水行業研究白皮書》。此外，我們日後可能為其他產品類別(尤其是護膚產品)刊發市場研究論文。

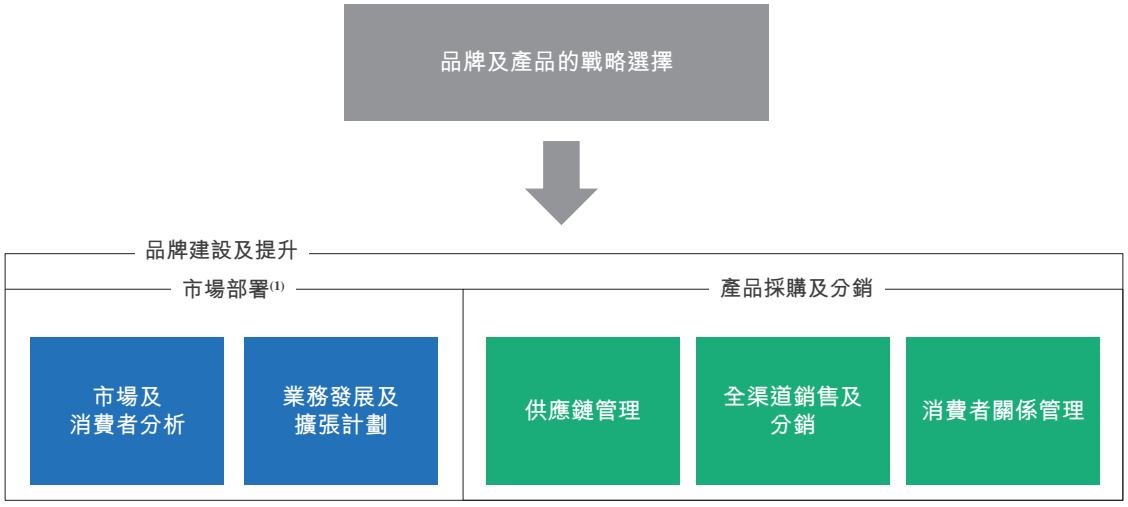
- *促銷活動*：我們將開展營銷活動以進一步提升消費者對我們所管理品牌及本集團的認知度。例如，我們可能與行業協會及KOL合作，在小紅書等社交媒體平台促銷在管品牌及產品。我們亦計劃繼續參與香水展，我們在香水展可以直接與香水愛好者互動，以提升我們的形象並培養消費者。此外，我們可能會組織廣告及促銷活動，如在中國(包括香港及澳門)高校校園設置香水售賣機，我們認為這可吸引高校學生及年輕消費者。

我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額的[**編纂**]百萬港元或[**編纂**]%投資於提升本集團的知名度及聲譽。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[**編纂**]用途」。

我們的業務模式

我們管理及運營全球品牌，涵蓋整個業務流程，包括品牌及產品的戰略選擇、市場發展及擴張計劃的制定、產品採購、庫存管理、物流、倉儲、營銷、銷售及分銷以及客戶關係管理。因此，我們在全球香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡、家居香氛產業價值鏈中佔有重要地位，我們通過全渠道銷售及分銷網絡持續擴充消費者基礎。我們的業務主要包括兩個關鍵組成部分，使全球品牌能夠在中國（包括香港及澳門）站穩腳跟並繼續擴大其影響力及滲透率，即(i)市場部署，其中我們為品牌設計及實施量身定制的市場准入及擴張計劃；及(ii)在中國（包括香港及澳門）採購及分銷其品牌產品，其中我們通過我們的全渠道銷售及分銷網絡向廣大消費者分銷產品。

下圖說明我們於往績記錄期間業務的業務模式：



附註：

(1) 我們並無自有關市場部署的服務（包括市場及消費者分析以及業務發展及擴張計劃）產生任何收入。其與我們向品牌授權商提供的品牌管理服務相輔相成，主要用於加強我們與品牌授權商的關係及提升其品牌價值。於往績記錄期間，我們就與市場部署相關的補充服務產生的開支主要於我們的綜合財務報表記錄為我們的銷售及分銷開支。我們目前概無計劃於未來就市場部署服務收取任何費用。誠如弗若斯特沙利文所告知，輔助性提供市場部署服務與行業慣例大致相符。

品牌及產品的戰略選擇

我們戰略性地挑選品牌進行管理，並推廣及銷售其產品。我們的管理團隊調查相關行業，以物色符合我們增長及發展策略的具有高潛力的知名國際品牌。一旦我們選定一個品牌及其若干產品，我們將與有權授予我們相關品牌及產品獨家授權的品牌授權商展開合作。我們通過多年的持續經營在中國（包括香港及澳門）的香水品牌管理方面建立了領先地位並保持了良好聲譽。我們主要作為我們品牌授權商在中國內地、香港及／或澳門的獨家分銷商，由此我們獲得(i)品牌擁有人的獨家授權，以管理其特定產品的品牌；或(ii)品牌擁有人的一級授權經營商的獨家分授權，以管理其獲許可生產及分銷的若干指定產品的品牌。我們來自品牌擁有人的授權或來自一級授權經營商的分授權通常指定我們可進行獨家分銷的地區、產品及／或銷售渠道。除直接自品牌授權商取得授權外，我們亦一直探索與彼等管理品牌的其他合作模式。例如，於2023年，我們就Dr. Babor在中國內地的零售業務與其成立合營企業並成為其指定產品及渠道獨家授權商。有關我們與品牌授權商的業務關係詳情，請參閱本節「－供應商－品牌授權商」一段。我們在品牌聲譽和產品質量方面保持高標準。在我們與新品牌合作之前，由我們的創始人兼董事會主席劉先生領導的高級管理團隊檢查其產品組合中的相關產品。除我們親自收集的現場信息外，我們的高級管理團隊可能會參考（其中包括）在業內參與者中的品牌認可度、第三方專業人士發佈的行業研究報告、備受尊敬的業內參與者的見解和意見以及歷史品牌宣傳，從而對目標品牌及相關產品形成整體看法。

品牌建設及提升

我們認為，我們在中國（包括香港及澳門）建立及提升全球品牌形象的能力是品牌授權商指定我們為其授權商的主要原因之一。透過我們的品牌建設及提升計劃，我們旨在教育消費者：(i)培養彼等對進入中國（包括香港及澳門）的新品牌產品的意識及購買欲；及(ii)擴大已在中國（包括香港及澳門）立足的品牌及產品的市場份額。我們的品牌建設及提升工作貫穿於我們為合作品牌提供的一站式服務中，主要包括市場部署及產品採購及分銷。

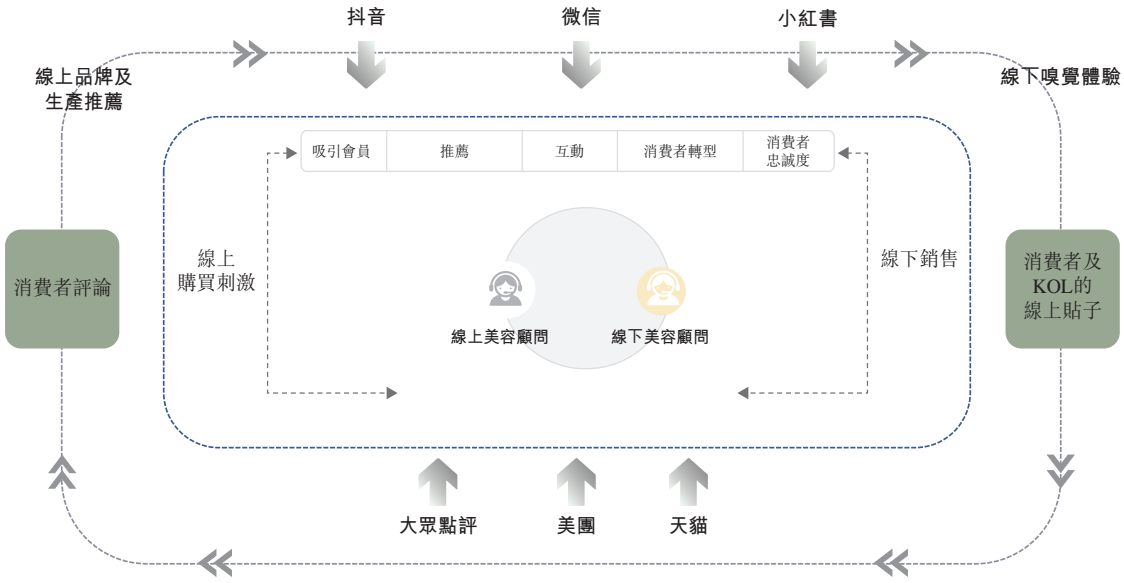
市場部署

我們的市場部署工作主要包括(i)市場及消費者分析，通常由我們在管理品牌之前及期間進行。我們在品牌及產品甄選流程中收集有關目標品牌及其競爭對手的市場信息，以了解目標品牌的潛力，並通過e-Hub及第三方專業人士提供的數據不斷收集及整合銷售數據、消費者偏好數據、產品開發趨勢及CRM數據，以更新我們的品牌管理計劃；(ii)制定業務發展及擴張計劃，主要包括營銷計劃（其中載列如何建立品牌形象及提高品牌曝光率、如何吸引目標消費者以及是否應有美容顧問或其他專家參與）及分銷計劃（其中可能規定產品的分銷渠道類型及相關預算分配）；及(iii)實施業務發展及擴張計劃，主要由我們的內部團隊執行。

我們一般不會就市場部署工作中產生的費用向品牌授權商收費。然而，倘品牌授權商決定進行超出協議由我們承擔的業務發展及擴張計劃範圍外的其他業務發展活動，或行動產生的開支超出業務發展及擴張計劃下的協定金額，我們將與品牌授權商協商有關支付額外開支的事宜。具體付款程序將視乎與品牌授權商磋商及慣例而定。

我們通過線上線下一體化營運，實施營銷及分銷計劃，利用我們現有的全渠道資源，不斷將營銷努力轉化為銷售及分銷機遇。在我們的線上線下一體化營運下，潛在消費者往往被名人、KOL和其他用戶在社交媒體平台(如抖音、微信及小紅書)上分享的內容引起興趣，去體驗我們在線下POS銷售的產品。這些線下嗅覺體驗及於線下POS接觸我們的產品，可推動及刺激消費者在線下POS或由我們、我們的分銷商或零售商經營的網店進行購買。倘進行購買的消費者在網上分享產品評論，他們也可激發其他潛在消費者體驗和購買產品。下圖載列我們線上線下營運的詳細情況：

線上線下營運



有關營銷計劃及活動的進一步詳情，請參閱本節「－營銷及推廣」一段。此外，有關分銷過程的詳情，請參閱本節「－我們的業務模式－品牌建設及提升－產品採購及分銷」及「－產品銷售及分銷」各段。

產品採購及分銷

在我們與品牌授權商的合作下，我們從品牌授權商採購品牌產品，並通過各種渠道向零售商、分銷商及消費者分銷，主要包括：

- ***供應鏈管理***：我們根據產品採購計劃向品牌授權商購買產品，而產品採購計劃根據(其中包括)使用各銷售點的資料計算的銷售預測、歷史銷售額、未結算採購訂單及我們現有的存貨水平制定。在採購過程中，我們利用我們在國際貿易方面的豐富經驗及專業知識，確保我們採購的產品符合中國(包括香港及澳門)適用的進口和海關要求，其中包括《進出口化妝品檢驗檢疫監督管理辦法》、《中華人民共和國進出口關稅條例》、《中華人民共和國海關法》、《化妝品註冊備案管理辦法》及《化妝品監督管理條例》。我們已指定內部團隊根據中國(包括香港及澳門)的適用法律及法規申請產品註冊並安排貼標及重新包裝。我們採用數字化SAP系統以跟蹤我們的存貨狀況。該系統使我們能夠實時監控存貨水平並生成存貨報告，從而幫助我們實現最佳存貨水平並提高我們的營運資金效率。存貨主要暫時存放於自獨立第三方租用的倉庫，直至進行進一步物流安排。除租賃倉庫外，截至2024年9月30日，我們聘請了兩家倉儲及物流服務供應商(均為獨立第三方)，該等供應商就儲存於彼等位於中國內地倉庫的產品向我們提供倉儲及配送服務。我們主要聘請獨立第三方物流服務提供商，將產品運送及交付予我們的客戶。有關我們供應鏈管理的詳情，請參閱本節「－存貨管理」及「－採購、倉儲及物流」各段。

- ***全渠道銷售及分銷***：我們擁有廣泛的全渠道銷售及分銷網絡。我們的銷售渠道涵蓋中國(包括香港及澳門)幾乎所有可能接觸到消費者的香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛渠道，包括(i)直銷渠道，我們通過我們的自營線上及線下門店或專櫃直接向消費者銷售產品；(ii)零售商渠道，我們通過該渠道向線上及線下零售商銷售產品及(iii)分銷渠道，我們在此向線上及線下分銷商銷售產品。有關我們銷售及分銷安排的進一步詳情，請參閱本節「－產品銷售及分銷」一段。截至2024年9月30日，我們亦在上海推出及運營一家線下拾氛氣盒門店，在昆明推出及運營一家線下拾氛氣盒門店，及在深圳推出及運營一家線下拾氛氣盒門店，並於天貓、微信商城、小紅書商城及抖音推出及運營四家線上拾氛氣盒門店。拾氛氣

盒是我們涵蓋線下及線上銷售渠道的零售商品牌。在此零售商品牌下，我們致力打造一站式線上及線下購物空間，讓消費者可以體驗及購買各種各樣的香水。我們計劃將該零售商品牌打造成為自營線上及線下門店的主打品牌，可吸引文藝青年和香水初用者。有關拾氛氣盒的進一步詳情，請參閱「－我們的業務策略－通過持續投資於直銷渠道，擴大我們的消費群」及「－產品銷售及分銷－直銷渠道－拾氛氣盒」各節。

- ***消費者關係管理***：我們密切管理我們與消費者的關係，以不斷提升我們管理的品牌形象並培養消費者忠誠度。我們建立了全週期消費者管理計劃，涵蓋消費者的整個生命週期，包括(i)潛在消費者及熱情的潛在消費者，我們旨在通過（其中包括）推出會員福利、提供迎新禮品或抽樣試用、舉辦聯合品牌活動以增加消費者流量、鼓勵與美容顧問的互動、提供首張訂單獎勵以啟動首購；(ii)正常消費者及活躍／忠誠消費者，我們旨在通過（其中包括）生日禮品及優惠券、保留邀請、美容顧問的私人問候、每月品牌活動、新產品推出活動及節日回電，激發重購；(iii)不活躍／流失消費者，我們旨在透過（其中包括）品牌活動邀請、新產品推出活動及新產品特別試用優惠重新激活購買或重新吸引流失消費者。我們多元化的品牌及產品組合支持我們開展有助於啟動、維持、重新激活和贏回消費者購買的活動，這些活動迎合消費者的個性化需求及偏好。截至2024年9月30日，我們的消費者管理計劃有超過2.0百萬名消費者會員。我們計劃將此消費者管理計劃數字化，使其對我們的業務擴充更加有效率及有用處。有關該數字化轉型的詳情，請參閱本節「－我們的業務策略－加速數字化轉型，精簡業務運營，加強對全週期消費者管理計劃的支持」一段。

品牌及產品

我們主要管理全球的香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛品牌。我們銷售的產品主要來自主要位於歐洲、日本及美國的品牌授權商。截至最後實際可行日期，我們的外部品牌組合包括66個品牌，而於我們的廣泛品牌組合，我們截至同日管理48個提供香水的品牌、18個提供護膚品的品牌、九個提供彩妝的品牌、11個提供個人護理產品的品牌、八個提供眼鏡的品牌及14個提供家居香氛的品牌。於往績記錄期間，我們管理的若干品牌提供超過一個類別的產品。此外，我們與業務合作夥伴合作開發自有品牌Santa Monica，提供香水及眼鏡。我們聘請外部製造商以OEM方式生產Santa Monica品牌產品。

下表載列所示期間我們管理的外部品牌的變動：

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
期初數量	34	47	51	64
增加[1]	16	8	16	1
減少[2]	(3)	(4)	(3)	(3)
期末	47	51	64	62

附註：

(1) 品牌的增加主要指我們新訂立協議或其他形式授權的外部品牌數量。

(2) 品牌的減少主要指其相關協議或其他形式授權終止的外部品牌數量。

截至2023年3月31日止年度，我們的外部品牌數量增幅相對較低，主要是因為中國內地疫情相關管控措施較2022年相對嚴格的影響，致使我們放慢與品牌授權商就獲得新品牌的主要授權或分授權而進行主動協商。我們的外部品牌數量於往績記錄期間的減少主要是由於與品牌授權商的相關協議或其向我們授予的其他形式的授權屆滿所致。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
香水[1]	1,495,512	89.3	1,504,184	88.5	1,523,737	81.7	785,873	84.3	884,641	83.1
護膚品	73,223	4.4	87,136	5.1	114,355	6.1	47,431	5.1	60,470	5.7
彩妝	64,633	3.9	67,932	4.0	193,008	10.4	80,029	8.6	112,128	10.5
眼鏡	3,686	0.2	7,679	0.5	21,458	1.2	9,585	1.0	6,984	0.7
其他[2]	37,600	2.2	32,213	1.9	11,203	0.6	9,099	1.0	154	*
總計	**1,674,654**	**100.0**	**1,699,144**	**100.0**	**1,863,761**	**100.0**	**932,017**	**100.0**	**1,064,377**	**100.0**

附註：

* 少於0.1。

(1) 於往績記錄期間，我們自銷售個人護理產品及家居香氛產生的收入列入「香水」項下，原因為我們所管理的部份香水品牌亦提供個人護理產品及家居香氛，且於往績記錄期間自銷售該等產品產生的收入金額並不大。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度各年以及截至2024年9月30日止六個月，我們自銷售個人護理產品及家居香氛產生的總收入佔我們總收入不超過2.0%。

(2) 於往績記錄期間，我們以若干客戶的品牌名稱經營及管理其線上及線下門店的日常營運，並就此收取服務費。其他主要包括來自該等代理服務收費的服務收入。

外部品牌產品組合

香水

我們是中國（包括香港及澳門）香水行業的領導者之一。多年來，我們不斷促進全球眾多香水品牌在中國（包括香港及澳門）發展並擴大影響力。我們管理多個全球知名品牌的多元化香水產品組合。我們管理及銷售各種價位的香水，包括入門高端香水、高端香水及奢侈香水。根據製造商的性質，我們銷售的香水亦可分為(i)商業香水，一般由頂級時尚設計師操刀，通常帶有品牌印記；及(ii)沙龍香水，主要由獨立香水工坊生產。截至最後實際可行日期，我們出售自48個外部品牌採購的香水。

下表載列我們的主要香水品牌組合(按英文字母排序)：

主要品牌	主要產品		
ACCA KAPPA	白苔		
ATKINSONS	24號老邦德街	玫瑰夢境	無根之水
BRUNELLO CUCINELLI	女士香水	男士香水	
Chopard	莫高爾茉莉	愛在蕭邦	
COACH NEW YORK	紐約女士	紐約男士	

業　務

主要品牌	主要產品		
CREED 1760	拿破侖之水	銀色山泉	絕色名伶
FURLA SINCE 1927 ITALY	茉莉沁柚	黛紫蒼蘭	
GRAFF	我們的光I	我們的光III	
JIMMY CHOO PARFUMS	杏花春雨	耀我	
LALIQUE	墨戀	沐日晨光	
LANVIN PARFUMS	光韻	我願意	

業　務

主要品牌	主要產品		
MCM	恩思恩經典香水		
MONCLER	雪羽鳶尾	雪岳之茶	
MONTBLANC	探尋旅者	純白印記	傳奇
MOSCHINO	熊二代	泡泡熊	
Salvatore Ferragamo	伊人女士	托斯卡納傑作饗宴	

業　務

主要品牌	主要產品		
Officina Profumo - Farmaceutica di Santa Maria Novella Firenze 1221	修道院玫瑰	石榴陶罐	
TOUS	桃絲寶貝	粉紅寶貝	
Van Cleef & Arpels HAUTE PARFUMERIE	月光廣藿香	加州美夢	月光白雪檀香
VERSACE	同名男士	粉耀晶鑽	落日夢曲
4711	紅橙羅勒	白桃芫荽	牡丹檀香

護膚品

1987年，我們開始在中國內地管理護膚品牌。我們自2014年起在香港管理高端日本護膚品牌Albion。於2023年，我們與Dr. Babor成立合資企業，並成為其在中國內地的零售業務的獨家授權持有人。Dr. Babor是一家總部位於德國的高端護膚品牌，在我們成為其指定產品及渠道在中國內地的獨家本地運營商之前，其產品通常僅通過美容院分銷。我們認為，與Dr. Babor成立合營企業將使我們通過合營企業的日常管理獲得護膚行業的寶貴洞察，且因我們共享與Dr. Babor成立的合營企業的利潤及虧損，因此將與Dr. Babor形成更具戰略性及可持續的業務關係。

下表載列我們的主要護膚品牌組合（按英文字母排序）：

主要品牌	主要產品		
BABOR			
	HSR提升抗皺眼霜	Hydra Plus透明質酸瑩潤安瓶	精緻修顏活力精華液
ALBION			
	健康化妝水N	賦活彈力緊緻滲透乳S	
ultrasun Professional Protection			
	護顏防曬乳SPF30	隔離多效亮膚防曬乳SPF50+	護顏防曬乳SPF50+

截至最後實際可行日期，我們主要出售自18個外部品牌採購的潔面乳、保濕霜、精華素、面霜、面膜、乳液及眼霜。

彩妝

我們管理具有巨大增長潛力的精選彩妝品牌。截至最後實際可行日期，我們是Laura Mercier指定彩妝產品及渠道在中國內地(包括香港及澳門)以及Elegance在香港及澳門的分銷商。

下表載列我們主要的彩妝品牌組合(按英文字母排序)：

主要品牌	主要產品		
Elégance PARIS			
	極緻定妝蜜粉餅		
LAURA MERCIER PARIS | NEW YORK			
	煥顏清誘蜜粉	煥顏清誘蜜粉	活力煥彩腮紅 蜜桃赤茶

截至最後實際可行日期，我們主要出售自九個外部品牌採購的粉底液、口紅、腮紅及眼影。

個人護理產品

我們管理的多個提供香水的品牌亦提供個人護理產品。為擴大我們的個人護理產品銷售，我們於2024年1月開始在中國內地管理以意大利傳統手工方式製造為特色的世界級意大利個人護理品牌Acca Kappa。

下表載列我們的主要個人護理產品品牌組合(按英文字母排序)：

主要品牌	主要產品	
ACCA KAPPA	白苔沐浴露	尼龍環形山毛櫸木舒柔按摩髮刷
Officina Profumo - Farmaceutica di Santa Maria Novella Firenze 1221	修道院玫瑰沐浴系列	

截至最後實際可行日期，我們主要出售自11個外部品牌採購的身體護理及護髮產品、牙膏、梳子及牙刷。

眼鏡

我們於1987年開始管理眼鏡品牌。下表載列我們主要的眼鏡品牌組合：

主要品牌	主要產品			
MODO	Paper-Thin 系列	Titanium系列	R1000系列	Conquer the Sun

截至最後實際可行日期，我們主要出售自八個外部品牌採購的眼鏡及太陽眼鏡。

家居香氛

憑藉我們在管理香水品牌方面獲得的成功及經驗，我們成功拓展至家居香氛市場。於2023年，我們亦將舉世聞名的家居香氛品牌Dr. Vranjes Firenze引入中國內地，在上海開設中國內地首家旗艦店（為我們的自營線下門店）。我們是該品牌指定產品在中國（包括香港及澳門）所有銷售渠道的獨家分銷商。

下表載列我們的主要家居香氛品牌組合（按英文字母排序）：

主要品牌	主要產品		
ATKINSONS LONDON 1799	蘇豪花園蠟燭	漫步科茨沃爾德香氛蠟燭	藍莓麥芬香氛蠟燭
DR.VRANJES FIRENZE	紅酒貴族無火藤條香薰	烏木貴族無火藤條香薰	紅酒貴族香薰蠟燭碧璽色

截至最後實際可行日期，我們主要出售自14個品牌採購的香氛蠟燭、擴香器及家居香氛掛件。

自有品牌的產品組合

除我們管理的外部品牌外，我們亦管理一個自有品牌Santa Monica。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們以Santa Monica品牌提供香水及眼鏡。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，Santa Monica

產品產生的收入分別約為人民幣1.0百萬元、人民幣5.3百萬元、人民幣17.0百萬元及人民幣6.5百萬元，分別佔我們同期收入的0.1%、0.3%、0.9%及0.6%。

於2022年，我們以Santa Monica品牌推出五款香水，該等香水通常被視為入門級高端香水。我們亦提供迷你香水套裝，以吸引年輕消費者。於1999年，我們開始以Santa Monica品牌提供眼鏡。截至最後實際可行日期，我們在Santa Monica品牌下出售三類眼鏡－S系列、M系列及K系列－以滿足不同年齡及性別消費者的不同需求。我們的S系列眼鏡具有傳統設計的高端市場定位。我們的M系列眼鏡設計簡約創新，價格適中。我們的K系列眼鏡專為兒童及青少年設計，因此通常色彩鮮艷且耐用。Santa Monica眼鏡致力於提供集科技創新與美學設計於一體的高性價比產品，為消費者打造時尚輕鬆的生活方式。

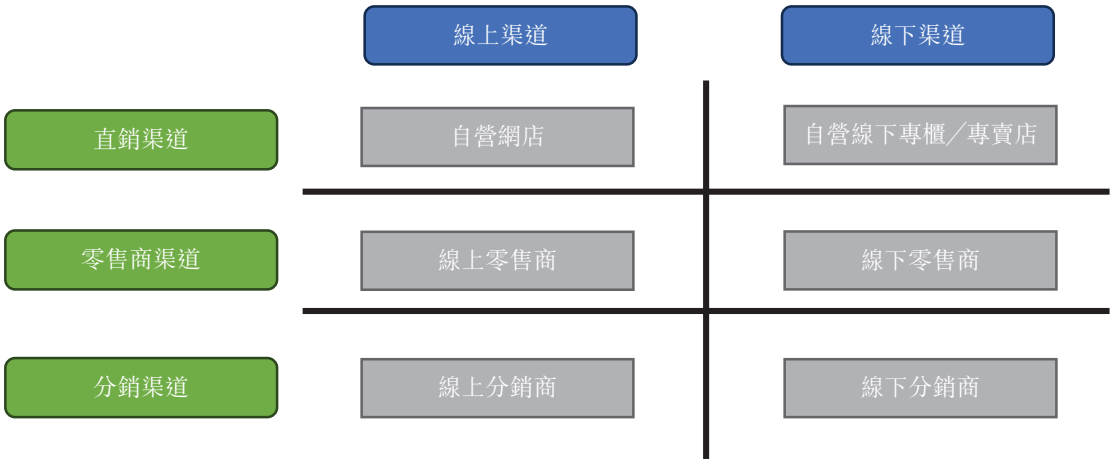
下表載列我們Santa Monica眼鏡及香水的主要產品組合：

產品類別	主要產品
眼鏡	S系列 M系列 K系列 太陽眼鏡
香水	大都會 林間清幽 清晨玫瑰 幽靜茶雨 浪漫花都

產品銷售及分銷

我們擁有廣泛的全渠道銷售及分銷網絡，線下及線上渠道均具有高滲透率。通過我們的全渠道網絡，我們在中國（包括香港及澳門）建立了廣泛的銷售點，使我們管理的品牌能夠與消費者建立聯繫。下圖載列我們全渠道銷售及分銷網絡的矩陣：

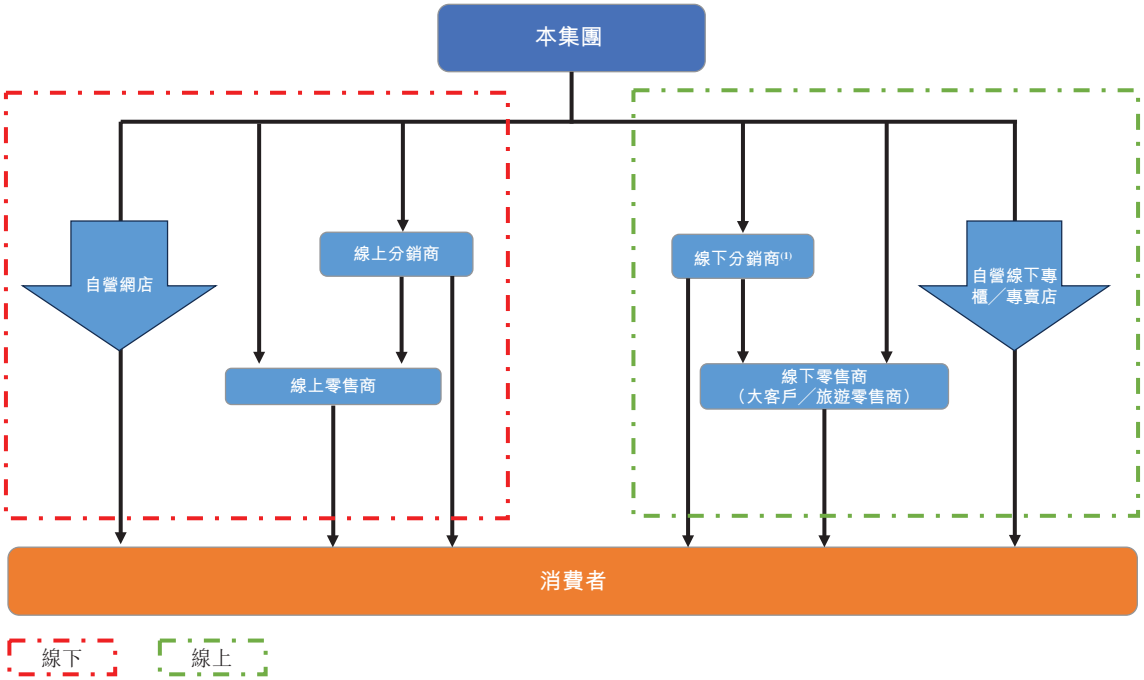
銷售及分銷網絡



截至最後實際可行日期，我們的線上及線下銷售網絡保持平衡。我們維持並將於未來繼續維持該結構，因為我們相信我們多元化的線下及線上渠道在我們的業務中發揮著同等重要的作用。消費者可在線下渠道親身體驗現實產品，感受購物環境的佈局，展示品牌形象，並與店內美容顧問及銷售人員建立個人關係。我們相信，該等體驗可對消費者的購買決定產生積極影響，尤其是香水，試香僅可線下體驗。線上渠道亦為重要，可為消費者提供多重好處，包括一站式便捷購物體驗及更廣泛的產品選擇。此外，我們可根據從線下及線上渠道收集的數據更全面地了解最新市場趨勢及消費者偏好，從而為不同品牌制定更精確的銷售及營銷策略。

我們的銷售及分銷網絡通常由直銷渠道、零售商渠道及分銷渠道組成。我們通過該銷售及分銷網絡向分銷商、零售商及消費者銷售品牌產品，以優化其覆蓋範圍。零售商通常向我們購買產品並直接轉售予消費者，而分銷商則向我們購買產品並主要分銷予零售商，但亦可直接向消費者銷售產品。下圖載列我們品牌產品的銷售流程：

銷售流程



下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
直銷渠道										
• 網店	167,052	10.0	123,786	7.3	126,144	6.8	46,375	5.0	72,634	6.8
• 線下門店／專櫃	215,449	12.8	214,831	12.6	321,186	17.2	165,663	17.8	143,257	13.5
小計	382,501	22.8	338,617	19.9	447,330	24.0	212,038	22.8	215,891	20.3

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
零售商渠道										
• 線上零售商[1]	371,815	22.2	356,427	21.0	327,627	17.6	173,151	18.5	214,496	20.2
• 線下零售商[2]	412,994	24.7	404,713	23.8	517,122	27.7	252,482	27.1	301,413	28.3
– 大客戶	354,647	21.2	315,656	18.6	380,481	20.4	193,458	20.8	191,750	18.0
– 旅遊零售商	58,347	3.5	89,057	5.2	136,641	7.3	59,024	6.3	109,663	10.3
小計	784,809	46.9	761,140	44.8	844,749	45.3	425,633	45.6	515,909	48.5
分銷渠道										
• 線上分銷商	255,988	15.3	254,832	15.0	216,322	11.6	113,863	12.2	107,874	10.1
• 線下分銷商	213,756	12.8	312,342	18.4	344,157	18.5	171,384	18.4	224,549	21.1
小計	469,744	28.1	567,174	33.4	560,479	30.1	285,247	30.6	332,423	31.2
其他[3]	37,600	2.2	32,213	1.9	11,203	0.6	9,099	1.0	154	*
合計	**1,674,654**	**100.0**	**1,699,144**	**100.0**	**1,863,761**	**100.0**	**932,017**	**100.0**	**1,064,377**	**100.0**

附註：

(1) 線上零售商為向我們購買產品並通過線上平台直接銷售予消費者的零售商，如電商平台及代表KOL的第三方公司。

(2) 線下零售商包括大客戶（通常為將我們管理的產品直接銷售予消費者的中國內地、香港及澳門的連鎖化妝品專賣店）及旅遊零售商（主要為將我們管理的產品直接銷售予消費者的機場、航空公司、郵輪及市區免稅店）。

(3) 於往績記錄期間，我們以若干客戶的品牌名稱經營及管理其線上及線下門店的日常營運，並就此收取服務費。其他主要包括來自該等代理服務收費的服務收入。

我們主要根據銷售及分銷渠道的類型經營業務並監控我們的財務及經營表現。為此，我們根據不同渠道的特點將我們的核心業務團隊劃分為四類，即百貨店／商場團隊、大客戶團隊、旅遊零售團隊及線上渠道團隊。我們在該等團隊之間分配內部資源，並根據這些類別監控我們的整體業務表現。

於往績記錄期間，我們主要就應要求向若干零售商客戶銷售的產品及若干眼鏡銷售與若干線上及線下零售商訂立寄售協議。我們做出該寄售安排主要是由於眼鏡行業的市場慣例或我們與各零售商客戶的協商及業務安排(視情況而定)。根據該等安排，我們(作為寄售人)向相關零售商(作為代售人)提供商品，以代表我們向其客戶銷售。儘管相關零售商在銷售過程中管有商品，但我們仍保留商品的所有權，直至商品被代售人出售為止。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，與該等零售商的寄售安排產生的收入分別為人民幣16.2百萬元、人民幣13.7百萬元、人民幣20.5百萬元及人民幣15.2百萬元，分別約佔我們同期總收入的1.0%、0.8%、1.1%及1.4%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們分別與13名、15名、25名及21名零售商訂立寄售安排。

我們面臨來自平行進口的風險及影響。有關詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們在競爭激烈的行業中開展運營。倘我們無法有效展開競爭，我們的業務及經營業績可能會受到不利影響」。根據《中華人民共和國海關關於〈中華人民共和國知識產權海關保護條例〉的實施辦法》，如進口貨物涉及在海關備案的知識產權(「知識產權」)，但進口商或者製造商使用有關知識產權的情況未備案的，海關可以要求收發貨人在規定期限內申報貨物的知識產權狀況和提交相關證明文件。如收發貨人未遵守該等規定或者海關懷疑貨物可能侵犯已備案的知識產權的，海關將中止放行貨物。因此，未獲品牌所有者或擁有知識產權的其他各方(例如我們取得在中國內地分銷相關產品的授權或分授權)授權而進行平行進口可能被視為非法。我們與品牌授權商的獨家授權及分授權一般不允許任何人士未經我們許可於特定渠道和地區銷售許可及分許可範圍內的品牌產品。我們與零售商和分銷商的協議一般亦禁止他們自第三方採購相關品牌產品。因此，倘(i)授予我們獨家授權或分授權的品牌授權商未經我們同意通過第三方於授權渠道及地區銷售相關產品；或(ii)我們的零售商及分銷商未經我們同意以任可方式自第三方採購相關品牌產品(包括平行進口)，我們有權要求賠償我們可能產生的損失及／或終止與他們的相關協議及業務關係。鑒於適用法律法規以及品牌授權商、零售商及分銷商的合約責任，我們認為我們並無面臨與平行進口相關的重大風險及影響。然而，為進一步降低與平行進口有關的任何潛在風險及影

響，我們將持續採取若干行動，其中包括：(i)在與零銷商及分銷商訂立或重續合作之前進行了解客戶程序，以識別過往涉及平行進口的情況；(ii)每月審閱我們的銷售分類賬，以識別任何異常採購訂單；及(iii)我們透過（其中包括）我們銷售團隊及／或我們聘請的第三方服務供應商抽樣，監察於不同地區向消費者銷售的產品。

渠道選擇及個性化分銷計劃

作為我們所管理品牌的品牌建設及提升計劃的一部分，我們為品牌制定及實施業務發展及擴張計劃，其中包括分銷計劃。一般而言，我們會為每個品牌授權商制定業務發展及擴張計劃，並提交予品牌授權商審批。在該計劃中，我們根據對目標市場的分析提供有關（其中包括）提高品牌曝光度、拓寬理想銷售渠道及實現相對競爭品牌更高銷售額的具體措施。我們可能會選擇該品牌的一個或多個支柱產品於年內投放市場，該等產品有潛力作為增長引擎及吸納消費者的驅動力。我們亦可能定期（通常每年一次）與品牌授權商的相關人員會面，以審查該等計劃的實施情況，其中我們向品牌授權商呈報我們實施計劃的表現及成果，包括年內按不同渠道劃分的銷售收入、相關POS的變動以及品牌及產品的代表性專櫃陳列。

我們根據個人化的分銷計劃銷售及分銷產品。在選擇合適的銷售及分銷渠道時，我們主要考慮哪些渠道最有助於觸達相關品牌及產品的目標消費者。

直銷渠道

我們的直銷渠道包括我們在電商及社交媒體平台上經營的網店以及我們在商場及百貨店經營的線下門店／專櫃，以直接向消費者銷售產品。

網店

我們在多個電商平台及社交媒體平台經營網店，包括天貓、天貓國際、京東、京東國際、小紅書、抖音及微信。於往績記錄期間，我們主要以我們所銷售產品的品牌名稱經營網店。在中國內地的重大購物節之前，我們根據大數據分析在天貓及京東上物色新的目標消費者，我們會定期進行大數據分析，在購物節期間將所需的消費者線上流量引導至我們推廣及銷售的產品。截至2024年9月30日，我們在13個電商平台及社交媒體平台上經營網店。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們分別經營30家、32家、42家及48家網店。

線下門店／專櫃

我們在商場及百貨店經營線下門店／專櫃，主要包括(i)品牌精品店，即提供我們所管理單一品牌精選產品的獨立門店；(ii)綜合品牌專櫃，即提供我們所管理多個品牌精選產品的專櫃。其通常按與其所在的商場或百貨店統一的風格進行裝飾；及(iii)形象櫃，即提供我們所管理單一品牌精選產品的專櫃。其通常根據品牌的特徵及定位進行裝飾。我們亦不時就特定促銷活動推出(i)臨時店，即我們通常開設不足一年的臨時門店；及(ii)快閃店，即我們通常開設不足半年的臨時門店。

於往績記錄期間，我們通常與商場及百貨店訂立特許經營協議或租賃協議，以開設及經營我們的自營線下門店及專櫃。我們的特許經營安排及租賃安排詳情如下：

*特許經營協議：*於往績記錄期間，我們與商場及百貨店的特許經營協議的期限通常為一年或以上。根據該等協議，我們每月向商場或百貨店支付特許費，該費用根據(其中包括)門店／專櫃將產生的預期收入以及門店／專櫃的佔地面積計算。根據該等協議，我們通常需向商場或百貨店支付按金，按金可根據特許經營協議自門店或專櫃開設開始日期起一段特定期間後退回。我們亦可能需向商場及百貨店支付經營該等門店及專櫃產生的維護費、水電費及其他適用開支。根據若干協議，倘相關門店或專櫃未能達到指定經營目標，商場及百貨店有權終止該等協議。根據特許經營安排於我們的自營門店／專櫃銷售我們的產品的款項通常由商場及百貨店代我們收取，再將我們根據相關特許經營協議有權收取的每月銷售所得款項(即於扣除特許費及其他費用及開支(如有)後的銷售收入)於我們開立付款發票後30日內轉予我們。

*租賃協議：*於往績記錄期間，我們與商場及百貨店的租賃協議的期限通常為一年或以上。根據租賃協議，我們租賃場地用於經營我們的門店／專櫃，租金通常包括(i)相關租賃協議規定的基本租金；及(ii)門店或專櫃產生的月收入百分比。部分租賃協議可能規定租金為基本租金及每月收入的指定百分比兩者中的較高者。根據該等租賃協

議，我們需向商場或百貨店支付按金，按金可根據租賃協議自門店或專櫃開設日期起一段期間後退回。我們亦可能需向商場及百貨店支付經營該等門店及專櫃產生的維護費、水電費及其他適用開支。我們通常根據租賃安排自行於我們在商場及百貨店的自營門店／專櫃收取銷售所得款項，並單獨向商場及百貨店支付租金。

截至2024年9月30日，我們根據特許經營協議租賃68家自營門店及專櫃，及根據租賃協議租賃51家自營門店及專櫃。

截至2024年9月30日，我們在中國（包括香港及澳門）20多個城市設有自營線下門店／專櫃。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們分別於中國內地經營114個、81個、75個及79個線下門店／專櫃，於香港經營35個、41個、32個及31個線下門店／專櫃及於澳門經營五個、六個、九個及九個線下門店／專櫃。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，澳門的線下門店及專櫃由我們的香港附屬公司頴通遠東及／或其澳門分公司經營。我們的線下門店／專櫃數量於往績記錄期間減少，主要是由於我們的管理團隊關閉了表現不佳的線下門店／專櫃。

下表載列往績記錄期間自營線下門店／專櫃的變動：

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
中國內地				
期初數量	115	114	81	75
增加[1]	34	16	38	18
減少[2]	(35)	(49)	(44)	(14)
期末	114	81	75	79
香港及澳門[3]				
期初數量	34	40	47	41
增加[4]	15	16	29	8
減少[5]	(9)	(9)	(35)	(9)
期末	40	47	41	40

附註：

(1) 中國內地自營線下門店／專櫃的增加主要指我們於年內開始運營的新線下門店／專櫃數量。

(2) 中國內地自營線下門店／專櫃的減少主要指我們於年內終止運營的線下門店／專櫃數量。

(3) 於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，位於澳門的自營線下商店／專櫃由我們的香港附屬公司顥通遠東及／或其澳門分公司運營。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，該等門店及專櫃的數量分別為五個、六個、九個及九個。

(4) 香港及澳門自營線下門店／專櫃的增加主要指我們與商場或百貨店訂立租賃的新線下門店／專櫃數量。

(5) 香港及澳門自營線下門店／專櫃的減少主要指我們與商場或百貨店的租賃終止的線下門店／專櫃數量。

截至2023年3月31日止年度，我們在中國內地的自營門店及專櫃數量由截至2022年3月31日的114個減少至截至2023年3月31日的81個，乃由於受COVID-19疫情影響，我們關閉若干表現不佳的門店及專櫃，並放慢開設新門店及專櫃的步伐，導致新門店及專櫃數量減少以及關閉門店及專櫃數量增加。

截至2024年3月31日止年度，香港新開設及關閉的門店及專櫃的數量均多於截至2023年3月31日止年度的數量，主要由於我們於截至2024年3月31日止年度開設更多快閃店，該等門店通常於開業日期起計不到半年後關閉，以應對COVID-19疫情結束後商場及百貨店消費人潮復甦緩慢所帶來的相關潛在風險。

拾氛氣盒

拾氛氣盒是我們的自營零售商品牌，涵蓋線上門店及線下銷售渠道。我們主要向拾氛氣盒門店消費者直接銷售香水及香氛相關產品。截至2024年9月30日，我們在上海K11購物藝術中心運營一家線下拾氛氣盒門店，該中心為中國內地首家「藝術購物中心」，在消費空間為消費者提供藝術及美學享受，以及在昆明王府井百貨運營一家拾氛氣盒門店。截至同日，我們亦在天貓、微信商城、小紅書商城及抖音經營四間線上拾氛氣盒門店。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的線下拾氛氣盒門店產生的收入分別為人民幣0.7百萬元、人民幣1.0

百萬元、人民幣2.3百萬元及人民幣1.0百萬元，毛利率分別為59.3%、66.1%、71.7%及67.6%。同期，線上拾氛氣盒門店的收入分別為人民幣17.3百萬元、人民幣16.0百萬元、人民幣15.2百萬元及人民幣7.1百萬元，毛利率分別為58.3%、59.2%、57.9%及64.1%。於往績記錄期間，我們通過線上及線下拾氛氣盒門店銷售逾55個品牌超過2,000款產品（以SKU計），該等產品主要為不同型號的香水，對年輕消費者更具有吸引力。於2024年11月，我們在廣東省深圳市COCO Park購物中心開設一家新線下拾氛氣盒門店。

我們計劃就線上及線下門店將拾氛氣盒打造成一個標誌性零售商品牌，能夠(i)吸引文藝青年，即傾向於在所使用的產品表達個性和審美品味的年輕消費者；及(ii)引導新香水用戶，從而培養他們成為經常購買我們所銷售香水的忠實和常購消費者。為吸引文藝青年，我們將線下拾氛氣盒門店的店面與線上拾氛氣盒門店的界面設計得對年輕消費者有吸引力，同時結合潮流和小眾特色。以下照片及截圖展示拾氛氣盒的線下門店的店面及線上門店的界面：

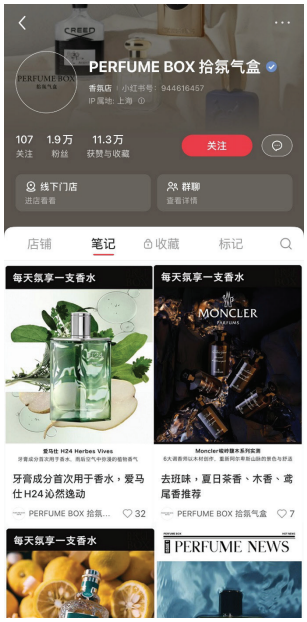
線下拾氛氣盒門店—上海K11購物藝術中心

線下拾氛氣盒門店 – 昆明王府井百貨

線下拾氛氣盒門店 – 深圳COCO Park購物中心

線上拾氛氣盒門店

小紅書商城　　天貓　　微信商城



我們亦積極尋求其他營銷機會，以提高拾氛氣盒的曝光率，包括(i)參與我們線下拾氛氣盒門店所在商場的促銷活動，從而獲得曝光及吸引新客戶；(ii)與非香水品牌合作開發跨界主題活動，將參與活動的消費者流量引向拾氛氣盒；及(iii)邀請名人推廣或代言拾氛氣盒銷售的香水。

擴張計劃

我們致力於中國內地一線、新一線及二線城市開設新自營線下拾氛氣盒門店。截至2025年、2026年、2027年及2028年3月31日止年度，我們預期開設約10家、20家、40家及40家新拾氛氣盒門店，包括截至2025年3月31日止年度的約三家旗艦店及截至2026年3月31日止年度的約五家旗艦店。餘下門店將為常規門店。我們預計，旗艦店將佔地約100平方米，而常規門店將佔地約40平方米至60平方米。一般而言，我們將為新拾氛氣盒門店物色及挑選頂級商場及／或百貨店。截至2024年9月30日，我們在上海經營一家線下拾氛氣盒門店及在雲南省昆明市經營一家線下拾氛氣盒門店。此外，於2024年11月，我們在廣東省深圳市開設一家額外線下拾氛氣盒門店。截至同日，我們正在中國內地開設數家額外新線下拾氛氣盒門店。

此外，我們計劃開設新自營線下門店及專櫃，作為我們網絡擴張策略一部分。具體而言，未來四年，我們擬在中國(包括香港及澳門)的一線、新一線及二線城市為我們管理的品牌開設共約100家新自營線下門店／專櫃。該等線下門店／專櫃大部分將在中國內地開設，其餘線下門店／專櫃將在香港及／或澳門開設。我們將為我們現有在管品牌及我們擬合作的新品牌保持平衡的新自營門店／專櫃組合。該等新自營線下門店／專櫃將佔地約40平方米至60平方米。一般而言，我們將為新自營線下門店／專櫃物色及挑選頂級商場及／或百貨店。

有關我們自營線下拾氛氣盒門店的擴張計劃的進一步詳情，請參閱「－我們的業務策略－通過持續投資於直銷渠道，擴大我們的消費群」一段。

(i)　收支平衡期及投資回收期分析

根據我們的經驗，收支平衡期(定義為達到門店每月經營收入至少相等於其每月經營開支(如已售商品成本、租金、員工成本、與門店相關的折舊開支及稅項等)的第一個時間點所需的時間(「收支平衡期」))與投資回收期(定義為門店累計淨利潤至少相等於開設及經營門店的成本的第一個時間點所需的時間(「投資回收期」))的長短，通常取決於當時的市況、經濟環境、相關門店的規模及位置、估計消費者流量、租金及其他應付設施擁有人的款項、特定門店可銷售的產品類型及種類、特定零售門店的經營業績、經營成本及初始投資成本。因此，不同時期不同門店達到收支平衡期或投資回收期所需的時間迥然不同。

就計算收支平衡期及投資回收期而言，我們對自營線下拾氛氣盒門店及自營線下門店／專櫃使用類似的估計資本開支，包括租金開支以及僱員的薪金及福利。因此，我們目前預期我們的新線下拾氛氣盒門店及自營線下門店／專櫃的收支平衡期將至少約為九個月，而該等門店及專櫃的投資回收期將至少約為2.5年。

有關資料根據我們目前的擴張計劃及我們管理層的現時預期而編製，並可能受各種風險、假設及不確定因素所影響。無法保證我們的實際擴張計劃將不會偏離我們的目前擴張計劃。我們的管理層將考慮對我們的業務計劃作出多項調整，包括但不限於在我們的營運資金或業務表現可能受到重大不利影響時延遲或暫停擴張計劃以及增加

債務及／或股權融資。倘情況或我們的業務計劃狀況出現重大變動，為符合上市規則第13.09條，我們會在業務受到重大不利影響時作出適當公佈。下表所載有關收支平衡期及投資回收期的所有資料僅供參考及說明用途。

(ii)　新門店／專櫃開業流程

我們的新門店／專櫃開業流程（從規劃開始，以門店／專櫃開業結束）通常需要六個月至一年才能完成。其主要包括：(i)由我們的管理層識別及批准門店／專櫃位置；(ii)我們的品牌授權商批准位置；(iii)進行損益的初步分析；(iv)與出租人訂立租賃協議；(v)聘請專業人士進行室內設計；(vi)取得所有必要的牌照及許可證；及(vii)招聘店長、美容顧問及其他員工、進行新員工培訓及完成其他開業前準備工作。

零售商渠道

線上零售商

線上零售商為向我們購買產品並通過線上平台直接銷售予消費者的零售商。於往績記錄期間，我們向其銷售產品的線上零售商主要包括中國內地主要或大型電商平台及通過其於電商平台上的網店銷售產品的零售商。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，我們向其出售產品的線上零售商數目分別為43、57、66及53。該等線上零售商包括代表KOL的第三方公司，我們與該等公司合作，在抖音、小紅書及天貓等多個社交媒體及電商平台推廣我們銷售的品牌產品。該等KOL包括名人、公眾號及其他具有不同知名度的KOL。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們分別向兩家、四家、五家及八家該等第三方公司銷售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，向該等第三方公司銷售產生的收入分別為人民幣1.3百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣5.1百萬元及人民幣7.2百萬元，分別佔我們同期總收入的0.1%、0.1%、0.3%及0.7%。該等公司亦向我們提供營銷服務。有關我們於社交媒體平台及透過KOL進行的推廣活動詳情，請參閱本節「－營銷及推廣」一段。

大客戶

我們向其銷售產品的大客戶主要包括連鎖化妝品專賣店營運商、個別化妝品門店營運商、美容院、品牌精品店營運商及連鎖或個別眼鏡店營運商。於往績記錄期間，銷售向我們所採購產品的大客戶經營的POS主要包括位於中國（包括香港及澳門）的連鎖化妝品專賣店。截至2024年9月30日，銷售向我們所採購產品的大客戶的POS位於中國（包括香港及澳門）的300多個城市。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，我們分別向461名、522名、566名及454名大客戶銷售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日各日期，我們向大客戶銷售的產品隨後在中國（包括香港及澳門）超過6,000個POS向彼等的客戶出售。

旅遊零售商

我們向其銷售產品的旅遊零售商主要包括機場、航空公司、郵輪及市區免稅店。截至2024年9月30日，銷售向我們所採購產品的旅遊零售商的POS位於中國（包括香港及澳門）40個城市。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月，我們分別向10家、七家、14家及14家旅遊零售商客戶出售產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們向旅遊零售商客戶出售的產品隨後分別於200個、183個、320個及321個POS售予彼等的客戶。

近年來，中國內地多個政府部門頒佈政策支持旅遊零售行業發展。例如，於2020年6月，財政部、國家稅務總局及海關總署聯合發佈《海南離島旅客免稅購物政策》，規定海南省離島旅客的免稅購物政策。2021年2月，財政部、國家稅務總局及海關總署聯合發佈《關於增加海南離島旅客免稅購物提貨方式的公告》，據此，離島旅客除在機場、火車站或碼頭指定區域提貨外，可選擇郵寄送達方式提貨。

我們認為，該等支持性政策以及中國內地旅遊零售業的發展將對我們向中國內地旅遊零售商銷售產生的收入增長有所貢獻。我們自品牌授權商獲得的獨家授權或分授權通常涵蓋向中國內地的旅遊零售商的銷售，使我們能夠向中國內地的旅遊零售商獨家銷售及分銷相關品牌產品。因此，我們認為我們能夠自該等政策中受益。例如，我們的旅遊零售商客戶銷售其向我們採購的產品的POS數量由截至2023年3月31日的183個大幅增加至截至2024年3月31日的320個，其中，截至2023年3月31日及2024年3月

31日，分別有66個及111個POS位於海南省。我們自向旅遊零售商銷售產生的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣58.3百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣89.1百萬元，並進一步增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣136.6百萬元。我們自向旅遊零售商銷售產生的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣59.0百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣109.7百萬元。

於2024年8月，財政部、商務部、中國文化和旅遊部、海關總署及國家稅務總局聯合頒佈《關於完善市內免稅店政策的通知》(「通知」)，並已於2024年10月生效。通知亦頒佈《市內免稅店管理暫行辦法》(「辦法」)。根據通知及辦法：

(i) 中國內地現有的13家外匯商品免稅店(為僅允許16歲或以上、持中國護照於過去六個月內進入中國內地的中國國民購買免稅商品的免稅店)將轉型為市內免稅店，並且於通知生效日期起三個月內經海關驗收合格後方可開始營業；

(ii) 將在廣州、成都、深圳、天津、武漢、西安、長沙和福州開設八家新市內免稅店；及

(iii) 辦法將適用於市內免稅店。於辦法生效前，中國內地的市內免稅店僅允許短期離境外國旅客購買免稅商品。然而，辦法規定市內免稅店將允許即將於60日內搭乘航空運輸工具或國際郵輪離開中國內地的旅客(包括外國及中國國民)購買免稅商品。此外，辦法規定市內免稅店應當在口岸出境隔離區設立提貨點，以供消費者提取所購商品，且須於離開中國內地時攜帶該等商品。

我們相信通知及辦法將不會對我們的業務營運及財務表現造成重大不利影響，主要是由於(i)根據弗若斯特沙利文的資料，截至最後實際可行日期，中國內地共有超過200家免稅店。根據通知，13家現有外匯商品免稅店轉型為市內免稅店，並於中國內地開設八家新市內免稅店，僅代表國內的少量免稅店；及(ii)機場及郵輪港口的現有免稅店的消費者流量將不會大幅減少，原因為根據辦法，於市內免稅店購買商品的消費者仍須於機場及郵輪港口的指定提貨點提取商品。

截至2024年9月30日，我們主要通過向旅遊零售商客戶銷售產品覆蓋免稅店。截至同日，我們售予該等旅遊零售商客戶的產品其後在該等旅遊零售商營運的中國內地九家外匯商品免稅店（包括40個POS）及一家市內免稅店（包括19個POS）出售。我們相信，根據通知及辦法作出的變動可為我們的旅遊零售商客戶帶來新商機，主要是由於(i)實施辦法將使中國國民和外國旅客組成的消費群較辦法生效前的外匯商品免稅店和市內免稅店消費群更多元化。我們相信上述多元化將為該等門店提供更穩定的收入來源，從而可能增加該等門店的銷售額；及(ii)通知宣佈開設八家新市內免稅店，而根據弗若斯特沙利文的資料，這進一步鞏固免稅店穩定擴張帶來的中國內地旅遊零售商市場增長潛力。鑒於上文所述我們的旅遊零售商渠道近期於往績記錄期間錄得收入增長，我們相信我們能夠把握有關增長機會。我們相信免稅店擴張及旅遊零售商渠道的預期增長可帶來更多由我們旅遊零售商客戶下達的採購訂單，進而可幫助我們優化收入來源並推動我們的增長及業務發展。然而，即使我們未能充分把握該等旅遊零售商渠道的增長機會，我們相信我們仍將能夠保持穩定業務及收入增長，主要是由於我們的銷售及分銷渠道多元化且相輔相成，使我們能夠迅速將資源從表現不理想的渠道重新分配至其他可用的銷售及分銷渠道，從而維持整體收入增長及盈利能力。

我們預期通知及辦法項下的政策不會對我們未來的業務計劃產生任何重大影響。為了繼續擴大我們在中國內地的銷售及分銷網絡（包括海南省的旅遊零售商渠道及擁有已轉型或新開設市內免稅店的城市），我們計劃(i)繼續加強我們與中國內地主要旅遊零售商的關係，以尋找擴張我們旅遊零售商網絡的新機遇；及(ii)密切監察擁有新市內免稅店的城市的市場趨勢，從而及時採取措施以進一步擴大我們對旅遊零售商的銷售額。

分銷渠道

概覽

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們通過分銷商銷售多種產品。我們的分銷商包括線上分銷商及線下分銷商，彼等向我們購買產品並主要分別轉售予線上零售商及線下零售商。部分分銷商亦直接向消費者銷售產品。於往績記錄期間，我們

的線下分銷商向其分銷產品的線下零售商主要包括化妝品專賣店。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，向分銷商銷售產品產生的收入分別為人民幣469.7百萬元、人民幣567.2百萬元、人民幣560.5百萬元及人民幣332.4百萬元，分別佔同期總收入約28.1%、33.4%、30.1%及31.2%。來自分銷商的收入於產品控制權轉移時確認。

我們通過分銷商銷售產品，主要是因為：

- 如弗若斯特沙利文所告知，通過分銷商銷售產品是我們經營所在行業的慣例。與分銷商合作在我們尚未通過附屬公司或分支機構建立直接業務的若干地方市場為我們提供多項利益，以最大限度地提高我們的市場滲透率及曝光度，從而擴大我們的業務規模。例如，分銷商擁有廣泛的銷售網絡，並對其經營所在地區的當地市場趨勢及消費者偏好有更深入的了解，這可促進我們銷售的產品的滲透。彼等亦可為不同地方市場的消費者提供現場銷售支持及售後服務。

- 通過分銷商銷售產品限制了我們直接開發部分當地市場的風險。其有助我們更有效地將資源分配至銷售及分銷，從而改善我們的營運及財務表現。

我們一般只允許分銷商退回有缺陷的產品。我們要求分銷商在交付日期起的一段時間內（通常為五至30天）提出退貨要求。提出退貨要求後，我們的相關員工將審核有關要求（包括有缺陷產品的照片），以驗證其確實符合退貨要求。經過核實後，我們的員工將引導分銷商將有缺陷產品退回至指定的倉庫並檢查退回的產品。一旦確認退回的產品已妥為退回至倉庫且確有缺陷，我們將根據分銷商的喜好安排退款或換貨。有關我們整體產品退貨及退款政策的詳情，請參閱本節「－客戶－客戶服務、保修及產品更換／退貨政策」一段。經弗若斯特沙利文確認，我們的分銷安排（包括針對分銷商的產品退貨政策）大致符合行業慣例。

下表載列於所示期間分銷商數目的變動：

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
線上分銷商				
期初數目	33	47	47	51
增加[1]	25	7	18	11
減少[2]	(11)	(7)	(14)	(24)
年／期末	47	47	51	38
線下分銷商				
期初數目	31	39	43	47
增加[1]	11	15	15	8
減少[2]	(3)	(11)	(11)	(8)
年／期末	39	43	47	47

附註：

(1) 新分銷商數目指本年度與我們進行交易但上年度並無與我們進行交易的分銷商數目。

(2) 已終止分銷商數目指上年度與我們進行交易但本年度並無與我們進行交易的分銷商數目。

我們各財政年度的新增及已終止分銷商數目的波動主要是由於我們於往績記錄期間並未與大量分銷商維持靈活的買賣關係。我們透過該等分銷商臨時向我們下達的一次性採購訂單向彼等銷售產品。該等分銷商是否於相關年度與我們進行交易取決於多種原因，包括彼等業務重心的轉移或彼等經營所在當地市場不斷變化的市場需求。

我們的線上分銷商數目由截至2023年3月31日的47家增至截至2024年3月31日的51家，主要是由於我們開始銷售額外的護膚品及彩妝並擴大我們的分銷商網絡，以促進我們的業務擴張。我們的線上分銷商數量由截至2024年3月31日的51名減少至截至2024年9月30日的38名，主要因為鑒於下半年即將在中國（包括香港及澳門）的有關平

台展開推廣活動，我們的管理層於截至2024年9月30日止六個月對線上零售商（例如主要電商平台）的銷售分配更多資源及注意力，因而令焦點及資源分配從線上分銷商轉移。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與分銷商並無重大糾紛。據董事所深知，於往績記錄期間，我們的所有分銷商均為獨立第三方。

選擇及管理分銷商

在選擇潛在分銷商時，我們主要考慮(i)其在我們銷售或計劃銷售產品的當地市場的分銷網絡覆蓋範圍；(ii)其分銷能力及規模；(iii)其在我們經營所在行業的經驗；(iv)其過往分銷產品的類型及品牌形象是否符合我們目前銷售的產品定位；(v)其經營歷史及信譽；及(vi)其增長潛力。

我們通常不允許分銷商聘用任何次級分銷商。根據我們與分銷商的協議，彼等於聘用任何次級分銷商前，應徵求我們的事先批准。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並不知悉有任何分銷商聘用任何次級分銷商。

與分銷商的合約

截至2024年9月30日，我們已與佔我們截至2024年9月30日止六個月來自分銷商的收入約80%的分銷商簽訂分銷協議，其通常包含以下主要條款：

- *期限*：協議期限通常為一年。

- *重續*：協議一般經雙方同意後可重續。

- *分銷渠道*：我們通常限制分銷商獲准分銷產品的分銷渠道。彼等不得在指定分銷渠道以外銷售產品。線上分銷商及線下分銷商通常僅可分別向線上零售商及線下零售商及／或直接向消費者轉售產品。

- *最低採購要求*：我們一般不對分銷商設定最低採購要求。

- *最低銷售目標*：我們通常不會設定最低銷售目標，以指定分銷商在合約上有義務銷售的產品數量。一旦於該期間向我們購買的產品總值超過相關協議規定的預設目標，我們可向分銷商提供追溯銷售回扣。

- *定價政策：*我們通常按建議零售價的折扣價向分銷商銷售產品。

- *付款及信貸期*：一般而言，我們會在所有相關款項提前結清後才安排向分銷商交付產品。因此，我們一般不會向分銷商提供信貸。

- *退貨安排*：線上分銷商一般須於交付時檢驗產品，而線下分銷商須於交付日期起的特定期間內(通常為五天)檢驗產品。於協定時間後提出的任何退貨要求通常會被拒絕。我們通常僅接受有缺陷產品的退貨要求。

- *終止*：協議可由任何一方發出事先書面通知終止或因故終止。

對於若干向我們進行臨時採購的分銷商，我們已經並將繼續以採購訂單的方式與其進行交易。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們分別未與61名、65名、67名及32名分銷商訂立分銷協議。我們並未與該等分銷商訂立長期協議，主要是由於我們相信通過一次性採購訂單而非長期分銷協議銷售使我們能夠最大限度地提高與分銷商進行交易的靈活性。自截至2024年9月30日未與我們訂立協議的分銷商產生的收入佔我們於截至2024年9月30日止六個月來自分銷商的收入約20%。概無該等分銷商佔我們截至2024年9月30日止六個月來自分銷商的收入超過5%。通過保留終止向我們的任何分銷商供應產品的完全決定權(不論彼等是否與我們訂立分銷協議)，我們認為，我們能夠確保分銷商不會以對我們造成任何重大不利影響的方式或任何行動，銷售我們向其供應的產品。

基於上述各項，董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據彼等所知，我們已實施的措施及控制有效地確保我們的分銷商不會對我們的整體業務及營運造成任何重大不利影響。更多詳情請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們對我們的分銷商的控制可能有限」及「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 倘未能發現或防止我們的僱員、客戶、分銷商、零售商、供應商或其他第三方的欺詐或非法活動或其他不當行為，則可能會對我們的業務造成重大不利影響」。

防止渠道填塞的措施

我們認為我們的銷售符合消費者實際需求，我們的產品於銷售及分銷網絡中出現渠道填塞的風險較低，主要因為(i)我們一般會在將產品交付予分銷商前要求全額付款；(ii)除非產品出現缺陷，否則我們一般不接受已售予分銷商的產品退貨；及(iii)我們一般與分銷商保持買賣關係，我們因而一般不會設定最低採購要求以指定分銷商有責任向我們採購的產品數量，亦不會設定最低銷售目標以指定分銷商有責任銷售的產品數量。

儘管以上因素令渠道填塞風險較低，但我們已採取以下策略及內部控制政策以防止我們日後銷售及分銷網絡出現渠道填塞：

(i) 我們通常要求分銷商在交付產品前向我們全額付款。除非我們在若干有限的情況下向分銷商授予信貸期，否則我們將在分銷商悉數結清付款後才安排向分銷商交付產品。

(ii) 我們一般只允許分銷商在有限的情況下（例如產品存在缺陷）退貨或換貨。我們與分銷商溝通並進行分析，以充分了解其退貨理由。在接受任何退貨或換貨之前，我們亦會進行質量檢查，以確保其符合退貨或換貨標準。

(iii) 我們每月審閱我們的銷售分類賬，當中記錄分銷商的採購訂單，以識別主要分銷商的任何異常採購訂單，例如不規則採購高峰或休眠採購。

(iv) 我們每月與分銷商就彼等向我們所採購產品的存貨狀況進行溝通，並向分銷商提供產品目錄，供彼等在向我們下採購訂單前考慮產品是否適合其目標客戶，旨在盡量減少無法銷售或滯銷產品。我們亦通過我們指定員工及／或外部服務提供商的不定期走訪檢查分銷商倉庫的實際存貨狀況。

(v) 我們已實施各項措施以發現潛在的渠道填塞。這些措施包括(a)我們的銷售團隊每月及每季度對銷售數據進行抽樣，以審閱分銷商在相關渠道和地區的銷售情況，並追蹤可能顯示存在高渠道填塞風險的銷售；(b)委聘第三方服務提供商持續監察有關透過線上渠道所售產品的銷售資料，這將讓我們可隨時了解他們所發現涉及向我們採購的產品的任何異常銷售情況；及(c)基於我們所售產品附帶的獨有批次代碼的產品追蹤系統，這讓我們能夠通過追蹤指定產品批次代碼來識別進行銷售的分銷商。

(vi) 倘我們發現任何分銷商的做法或任何行動可能對我們的業務及營運造成任何重大不利影響，例如故意囤積產品以擾亂市場銷售，我們的管理層將審視該影響的重要性，並決定是否應對該等分銷商採取任何適當行動或處罰，包括暫停供應產品直至獲得足夠賠償為止或終止與彼等的業務關係。我們相信暫停產品供應或終止與分銷商的業務關係並無重大障礙，因為(a)與分銷商的協議（如有）通常僅為期一年，而我們並無義務於協議期滿後重續；及(b)與分銷商的協議一般不禁止我們暫停向彼等供應產品。於往績記錄期間，我們並無因任何分銷商的不當行為而終止我們與彼等的業務關係。

(vii) 在與分銷商訂立或重續合作之前，我們對分銷商進行了解客戶程序（當中涉及（其中包括）分銷商與我們或其他行業參與者的歷史交易），以了解其營運，特別是他們的存貨管理能力，並確保其獨立於本集團。

基於上述措施及我們與主要分銷商（全部均為獨立第三方）的交易並無任何重大異常的跡象，董事及聯席保薦人並未注意到我們的銷售與消費者的實際需求不符。

防止蠶食的措施

分銷渠道帶來的蠶食風險

為防止我們的分銷商之間相互蠶食以及(i)我們的直銷渠道／零售商渠道與(ii)我們的分銷渠道之間相互蠶食，我們已採納以下策略及內部控制政策：

(i) 我們將中國內地市場分為多個城市級別。於一線、新一線及二線城市的銷售主要透過直銷渠道及零售商渠道進行，而於低線城市的銷售主要透過分銷渠道進行。零售商及分銷商保留在中國內地指定級別的特定城市內分配其銷售額的自由，並須執行其自身的銷售策略以避免不良市場競爭。儘管我們不將其銷售限制於特定城市，但這種按城市級別劃分的地理差異化降低了(a)直銷渠道／零售商渠道；與(b)分銷渠道相互蠶食的風險。

(ii) 我們分銷的產品通常按存貨周轉天數分組，即A、B、C及N類，其中A類為銷售最快的產品，N類為銷售最慢的產品。有關該等類型的分類詳情，請參閱本節「－存貨管理」一段。大部分A類產品將通過在一線、新一線及二線城市的直銷渠道及零售商渠道銷售，而大部分其他類型的產品將由低線城市的分銷商銷售。此衡量標準區分了(i)直銷渠道及零售商渠道；及(ii)分銷渠道銷售的產品類型。我們認為，由於位處不同級別城市的消費群體擁有不同的產品偏好，此方式有助於區分該等渠道的消費群體，從而降低因該等渠道之間的不良競爭而產生的蠶食風險。

(iii) 為進一步降低分銷商之間的蠶食風險，我們要求分銷商在向我們下採購訂單時告知我們其計劃銷售產品的城市，並於有關銷售地點有任何變動時通知我們。

(iv) 作為盡量降低蠶食風險的措施，我們一般不會為線下分銷商指定特定城市或為線上分銷商指定特定線上平台。然而，我們通常要求線上分銷商僅經線上渠道轉售向我們採購的產品，並要求線下分銷商僅經線下渠道轉售向我們採購的產品，從而防止線上分銷商與線下分銷商之間相互蠶食。我們已實施各項措施以發現高於平常的蠶食風險，例如線上分銷商在線下渠道進行銷售或線下分銷商在線上渠道進行銷售。該等措施包括(a)我們的銷售團隊每月及每季度對分銷商的銷售數據進行抽樣，以審閱分銷商在相關渠道和地區的銷售情況，並追蹤可能顯示存在高蠶食風險的銷售，例如異常的分銷地點或定價；(b)委聘第三方服務提供商持續監察有關透過線上渠道所售產品的銷售資料，這將讓我們可隨時了解他們所發現涉及向我們採購的產品的任何異常銷售情況；及(c)基於我們所售產品附帶的獨有批次代碼的產品追蹤系統，這讓我們能夠通過追蹤指定產品批次代碼來識別進行銷售的分銷商。

(v) 我們對通過不同渠道（包括直銷渠道、零售商渠道及分銷渠道）銷售的相同產品實施標準化建議定價機制，以盡量減少發生價格戰的可能性。

(vi) 倘我們發現任何分銷商的做法或任何行動可能對我們的業務及營運造成任何重大不利影響，例如違反分銷地點或通過價格戰進行不公平競爭，我們的管理層將審視該影響的重要性，並決定是否應對該等分銷商採取任何適當行動或處罰，包括暫停產品供應直至獲得足夠賠償為止或終止與彼等的業務關係。我們相信暫停產品供應或終止與分銷商的業務關係並無重大障礙，因為(a)與分銷商的協議（如有）通常僅為期一年，而我們並無義務於協議期滿後重續；及(b)與分銷商的協議一般不禁止我們暫停向彼等供應產品。於往績記錄期間，我們並無因任何分銷商的不當行為而終止我們與彼等的業務關係。

(vii) 於委聘任何分銷商前，我們亦會在與彼等訂立交易前考慮彼等過往銷售的地理覆蓋範圍。倘與現有銷售及分銷渠道有任何重疊，我們的管理層將參考重疊程度、蠶食風險以及我們銷售及分銷渠道的整體佈局等因素，決定我們是否應與該等分銷商訂立交易。然而，我們不會僅因分銷商的地理覆蓋範圍與我們的現有銷售及分銷渠道重疊而停止委聘分銷商。

零售商渠道帶來的蠶食風險

我們的直銷渠道與零售商渠道之間的地理覆蓋範圍可能重疊。我們相信這種重疊情況不會對我們的業務造成重大不利影響，主要是由於(i)我們的直銷渠道和零售商渠道迎合不同消費者喜好，共同為消費者提供更全面的購物體驗。我們的直銷渠道主要包括(i)我們只銷售多個品牌的香水產品的自營拾氛氣盒門店；及(ii)專注於單一品牌（例如品牌精品店及形象櫃）或多個品牌（即綜合品牌專櫃）不同類別產品的自營門店及專櫃。因此，我們的直銷渠道主要服務尋求特定品牌或購買特定類別產品的消費者。例如，當消費者清楚他們有意購買的確切品牌或產品類型時，他們可到訪我們的精品店及專櫃。倘消費者有意購買香水但未選定品牌，他們可到訪我們的拾氛氣盒門店。然而，我們的零售商渠道可服務並非尋求特定產品的消費者，或讓消費者能一次性購買多種不同類型產品；及(ii)由於直銷渠道及零售商渠道在滿足消費者需求方面相輔相成，於同一地區的兩種渠道銷售產品使我們能夠（其中包括）提高我們管理的品牌對龐大消費群體的曝光率，為彼等提供不同的購物選擇並為購物者提供便利。

即使我們相信直銷渠道與零售商渠道之間地理覆蓋範圍重疊的負面影響相對較低，我們已採取以下策略及內部控制政策以防止該兩個渠道之間出現蠶食：

(i) 我們備存一份直銷渠道及零售商渠道的POS清單，因此能夠規劃及監控一線城市門店地點，防止直銷渠道與零售商渠道之間出現蠶食。倘我們發現自營門店／專櫃與零售商的POS之間存在涉及同一地區消費者的不良競爭（例如價格戰），我們能夠採取若干行動以消除有關競爭，包括挑選自營網絡及零售商網絡的POS地點，或透過與相關零售商進行討論以區分相關自營門店／專櫃及零售商的POS銷售的產品類別。

(ii) 我們已實施各項措施以發現高於平常的蠶食風險。該等措施包括(a)我們的銷售團隊每月及每季度對零售商的銷售數據進行抽樣，以審閱零售商在相關渠道和地區的銷售情況，並追蹤可能顯示存在高蠶食風險的銷售，例如異常的銷售地點或定價；(b)委聘第三方服務提供商持續監察有關透過線上渠道所售產品的銷售資料，這將讓我們可隨時了解他們所發現涉及向我們採購的產品的任何異常銷售情況；及(c)基於我們所售產品附帶的獨有批次代碼的產品追蹤系統，這讓我們能夠通過追蹤指定產品批次代碼來識別進行銷售的零售商。

(iii) 我們對通過不同渠道（包括直銷渠道、零售商渠道及分銷渠道）銷售的相同產品實施標準化建議定價機制，以盡量減少發生價格戰的可能性。

(iv) 倘我們發現任何零售商的做法或任何行動可能對我們的業務及營運造成任何重大不利影響，例如通過價格戰進行不公平競爭，我們的管理層將審視該影響的重要性，並決定是否應對該等零售商採取任何適當行動或處罰，包括暫停產品供應直至獲得足夠賠償為止或終止與彼等的業務關係。於往績記錄期間，我們並無因任何零售商客戶的不當行為而終止我們與彼等的業務關係。

(v) 於委聘任何零售商前，我們亦會在與彼等訂立交易前考慮彼等過往銷售的地理覆蓋範圍。倘與現有銷售及分銷渠道有任何重疊，我們的管理層將參考重疊程度、蠶食風險以及我們銷售及分銷渠道的整體佈局等因素，決定我們是否應與該等零售商訂立交易。然而，我們不會僅因零售商的地理覆蓋範圍與我們的現有銷售及分銷渠道重疊而停止委聘零售商。

營銷及推廣

作為一家品牌管理公司，營銷及推廣活動對我們的成功至關重要。截至2024年9月30日，我們的品牌組由83名員工組成，負責協調我們的營銷活動及維持與品牌授權商的合作關係。我們亦組建專業團隊，為重要品牌提供更多定制及有效的營銷和推廣活動。截至2024年9月30日，我們僱傭了75名營銷人員，主要負責就營銷活動與我們的各個團隊及部門進行聯絡。此外，我們有一個數字營銷團隊，主要利用我們通過e-Hub收集的數字資源及市場數據，並與我們的其他部門及團隊聯絡以進行營銷活動。有關我們數字營銷團隊的詳情，請參閱本節「－信息技術系統－數字化戰略－數字營銷團隊」一段。

個性化營銷計劃

作為我們為所管理品牌進行的品牌建設及提升計劃的一部分，我們為品牌制定及實施業務發展及擴張計劃，其中包括滿足品牌授權商個性化需求的模塊化營銷計劃。根據該等計劃，我們為品牌選擇理想的營銷渠道，其中包括社交媒體平台、電商平台的網店橫幅、報章雜誌等權威媒體、面對面的消費者活動、商場展覽及路演等。在選擇該等渠道時，我們主要考慮哪些渠道最有助於觸達我們所銷售相關品牌及產品的目標消費者。

我們因實施營銷計劃而產生開支，並將其記錄在我們的銷售及營銷開支項下。具體預算分配因品牌而異。然而，就各品牌授權商而言，根據分銷協議，我們一般須將銷售相關產品所得收入的一部分用於其廣告及推廣。倘品牌授權商決定進行超出業務發展及擴張計劃範圍的額外業務發展活動，或因活動而產生的開支超出業務發展及擴張計劃下協定的金額，我們將與品牌授權商協商支付該等額外開支。具體付款程序將視乎與品牌授權商磋商及慣例而定。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度

以及截至2024年9月30日止六個月，我們的廣告及推廣開支分別為人民幣210.1百萬元、人民幣113.5百萬元、人民幣80.3百萬元及人民幣82.7百萬元，分別佔總收入約12.5%、6.7%、4.3%及7.8%。

我們在社交媒體平台上的推廣及銷售安排取決於其運營模式，而該等模式因平台而異。例如，自2020年至2021年，抖音主要是一個推廣平台，網絡主播在該平台上推廣產品並在評論區中提供購買該等產品的鏈接，引導觀眾到單獨的電商平台完成購買。因此，在此運營模式下，抖音被用作我們的推廣平台之一，而不是我們簡單地安排將鏈接添加到相關網絡直播頁面的銷售及分銷渠道。自2021年抖音開始開設網店起，我們開始在我們的自營店及若干網絡主播的店舖銷售產品，使抖音成為我們的營銷平台及銷售平台。

除與社交媒體平台合作外，我們委聘多名KOL（由我們與之訂約合作的公司代表）在彼等經營的社交媒體平台上推廣產品。該等KOL主要包括抖音及快手上的網絡主播，以及小紅書上的生活時尚網紅。我們主要與代表該等KOL的公司訂立營銷服務協議，據此，該等公司向我們提供營銷及分銷服務，包括通過彼等所代表的KOL推廣及銷售產品。有關服務的費用通常根據以下方式計算：(i)每次點擊費用模式，其乃基於觀看者對廣告的點擊總數計費；(ii)每千人次成本模式，其乃基於廣告的頁面瀏覽總數計費；(iii)每日成本模式，其乃基於廣告的時長計費；(iv)每次操作模式，其乃基於觀看者的操作計費；及／或(v)每次獲取名單成本模式，其乃基於吸引的客戶數量計費。

我們並不直接規管KOL及主播的行為，因為我們僅與代表彼等的第三方公司保持合約關係。根據我們與該等公司的協議，彼等通常有義務確保其聘用的KOL及／或主播的活動遵守適用的法律及法規，並應賠償我們因KOL及／或主播的不合規行為而蒙受的任何損失。我們通常向第三方公司提供經營銷及法律團隊審閱的營銷內容，而有關第三方公司應確保他們的KOL及主播於營銷活動中遵循有關內容。此外，我們的指定員工將查看KOL及主播進行的營銷活動，檢查他們是否符合我們的協議及適用法律法規。我們要求有關第三方公司向我們提供參與有關營銷活動的KOL及主播的身份，使我們能對其公眾形象、適合性及對適用法律法規的過往合規情況進行必要的背景調查。

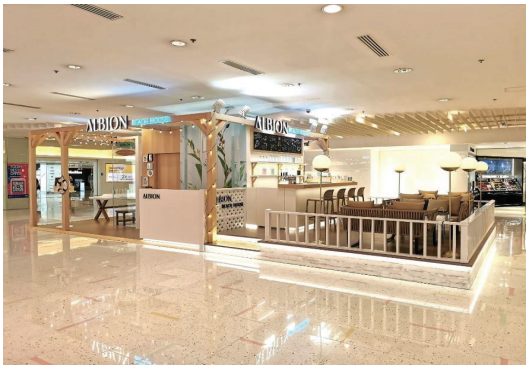
營銷及促銷活動

我們致力充分利用線上及線下資源，提高旗下品牌產品的市場知名度及銷量。我們於2022年參與由京東舉辦的促銷活動京妝大牌，期間，我們的推廣工作令我們管理的一個奢侈品牌在一個中國內地主要電商平台上的搜索排名上升。我們亦於2022年為Albion健康化妝水舉辦以海濱別墅為主題的大型活動，期間重新推廣這項產品，以提高消費者對產品的認知度。同年，我們與淘寶頂級主播合作，直播推廣Coach香水，商品交易總額超過人民幣1.5百萬元。於2023年，我們與抖音及小紅書1,000多名KOL展開合作，共為我們管理的產品進行2,000多次直播推廣。於2024年，我們邀請了媒體及業內人士參加在上海西岸美術館舉辦的Ferragamo新產品發佈晚宴，以預熱新產品發佈。

下圖為我們於往績記錄期間組織的營銷及促銷活動。

Versace大型活動

Albion大型活動



除品牌及產品的營銷及推廣活動外，我們一直積極組織及參與我們認為可幫助我們獲得全行業認可的全行業活動。自2020年起，我們每年與獨立第三方行業顧問共同發佈《中國香水行業研究白皮書》。有關我們的《中國香水行業研究白皮書》的詳情，請參閱「我們的競爭優勢－我們在香水方面於中國（包括香港及澳門）保持領先地位」一段。下圖為2023年《中國香水行業研究白皮書》發佈會。

2023年《中國香水行業研究白皮書》發佈會

採購、倉儲及物流

採購流程

我們根據（其中包括）利用各銷售點的資料、歷史銷售額、未結算採購訂單及我們的存貨水平計算的銷售預測制定產品採購計劃。採購計劃獲管理團隊批准後，我們會相應地向供應商（包括品牌產品的品牌授權商）下達訂單。我們通常根據未來三至四個月的存貨計劃訂購所需的產品。供應商隨後向我們開具發票，並在收到我們的確認後與我們協調安排將產品運輸至我們的指定地點。供應商將產品運送至我們指定地點的空運通常需要兩至四週，而海運則需要兩至五個月。一般而言，我們於產品交付或開具發票後向供應商付款，而我們的信貸期自產品交付或開具發票日期起計為60天至120天（視情況而定）。就我們的自有品牌Santa Monica而言，於往績記錄期間，我們聘用外部製造商按OEM基礎生產Santa Monica品牌產品，並自該等製造商採購產品。Santa Monica品牌產品的採購計劃乃根據歷史銷售以及我們對市場需求的估計而制定。除聘用外部製造商及制定採購計劃外，我們的Santa Monica品牌產品的採購流程與外部品牌產品的採購流程大致相同。

由於我們主要從歐洲、日本及美國採購產品，我們的採購流程通常涉及進口及清關。我們指定的內部團隊致力確保進口產品符合適用的法律法規，主要包括(i)產品註冊，為此我們指導品牌授權商準備相關文件，並提交予中國（包括香港及澳門）地方當

局以取得產品許可證；(ii)標籤，為此我們作出安排以按當地法律法規規定的格式及規格在進口產品上貼標籤；及(iii)包裝，為此我們作出安排以確保進口產品的包裝符合當地法律及法規，並為後續運輸做好準備。

倉儲及物流

截至2024年9月30日，我們已完成進口流程但尚未出售的產品主要儲存於自獨立第三方租賃的倉庫。我們為於該等倉庫工作的人員制定內部安全措施及政策，當中規定各人員在安全檢查、事件報告及問題解決方面的職責。我們亦於該等租賃倉庫制定相關程序，涵蓋倉庫運營的各大方面，包括(其中包括)日常管理及維護、交貨程序、處置包裝材料以及儲存環境檢查。截至2024年9月30日，我們亦委聘兩家倉儲服務提供商(均為獨立第三方)，就儲存於彼等位於中國內地倉庫的產品向我們提供相關倉庫、交付及其他輔助服務。根據我們與第三方倉儲服務提供商的協議，服務供應商應保證儲存環境及條件符合適用法律法規及規則或遵守海關要求的倉庫管理系統，並應賠償因彼等不遵守該等規定而給我們帶來的任何損失。此外，經我們的中國法律顧問確認，在該情況下，由於本集團不負責產品的儲存，因此倘第三方倉儲服務提供商不遵守規定，本集團及董事將毋須根據中國適用的法律法規承擔任何法律責任。儘管如此，我們不時與第三方倉儲服務提供商就我們於彼等倉庫儲存的產品的狀況進行溝通，使我們能夠監察彼等涉及儲存該等產品的合規狀況。除該等倉庫外，我們可能會不時租賃臨時倉庫以滿足我們的意外需求。

產品通常在我們收到客戶訂單後一至七天內交付至客戶指定地點。我們主要委聘獨立第三方物流服務供應商通過陸路運輸向客戶交付產品。截至2024年9月30日，我們已委聘10家第三方物流服務供應商。

我們與就倉儲及／或物流服務的第三方服務供應商訂立的長期協議包含以下主要條款：

- *期限*：協議期限通常介於一至三年。部分協議可每年自動續期，直至任何一方或雙方就類似事宜訂立新協議而終止。

- *服務費*：根據協議所載費用表按月計算。

- *信貸及付款條款*：付款按月結算。我們通常獲授自付款到期日起最長30天的信貸期。

- *責任及賠償*：服務供應商對運輸過程中產生的損害及損失承擔責任，除非是由於我們的過錯或不可抗力造成的。

- *終止*：一般而言，協議可於年期屆滿前經任何一方事先通知或因故終止。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的倉儲及物流開支分別為人民幣25.3百萬元、人民幣26.9百萬元、人民幣26.1百萬元及人民幣14.0百萬元。

存貨管理

為盡量降低存貨持有成本及保留營運資金，我們致力維持最佳存貨水平。我們的存貨主要包括自第三方品牌授權商購買的製成品。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的存貨結餘分別為人民幣417.8百萬元、人民幣357.6百萬元、人民幣390.3百萬元及人民幣488.5百萬元。同期，我們的平均存貨周轉天數分別為159.2天、179.2天、160.7天及163.4天。

為維持適當的存貨水平，同時避免產品短缺，我們將我們銷售的產品分為四個主要類別：(i)A類，主要包括過去三個月銷售額最高的產品；(ii) B類，一般指過去三個月銷售額較低的產品；(iii) C類，包括過去三個月銷售額最低的產品；及(iv)N類，包括90天內未售出或首次售出的產品。我們根據該產品分類制定採購計劃，以確保具有較高歷史銷售額的產品有足夠的庫存。我們跟蹤銷量的變化並相應調整產品分類。此外，大部分A類產品將通過在一線、新一線和二線城市的直銷渠道及零售商渠道銷售，而大部分其他類型的產品將由低線城市的分銷商銷售。

作為存貨管理的一部分，我們維護一個數字化SAP系統來跟蹤我們的存貨。該等SAP系統使我們能夠管理存貨的不同方面，包括(i)採購協議及訂單以及訂單結算；(ii)轉移存貨；(iii)客戶下達的訂單及相關交付流程；及(iv)我們倉庫的存貨變動。該系統使我們能夠監控我們的存貨水平，並可以實時生成存貨報告，從而幫助我們維持最佳存貨水平並提高我們的營運資金效率。

定價策略

我們在考慮多項因素後設定價格，包括一般根據我們與品牌授權商的討論而釐定的建議零售價。建議零售價乃經考慮(其中包括)(i)我們的廣告、推廣及分銷渠道的預測成本及開支；(ii)我們的預期利潤率；及(iii)產品的採購價格而釐定。該等建議零售價一般在我們與品牌授權商訂立的協議或其他形式的授權中訂明。

下表載列我們於往績記錄期間按我們向客戶銷售的產品類別劃分的建議零售價範圍：

產品類別	建議零售價範圍
	人民幣元
香水(1)	30至60,000
護膚品	30至15,000
彩妝	15至6,600
眼鏡	190至2,600

附註：

(1) 香水的建議零售價包括我們的個人護理產品及家居香氛的建議零售價，原因為我們於往績記錄期間管理的部分香水品牌亦提供個人護理產品及／或家居香氛。

我們通常按建議零售價的折扣向線上及線下分銷商及零售商銷售產品，該折扣乃基於(其中包括)與分銷商或零售商的磋商、我們提供的過往折扣及市場上類似產品的折扣水平而釐定。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的平均售價及銷量：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月	
	2022年		2023年		2024年		2024年	
	平均售價[1]	銷量[2]	平均售價[1]	銷量[2]	平均售價[1]	銷量[2]	平均售價[1]	銷量[2]
	(人民幣)		*(人民幣)*		*(人民幣)*		*(人民幣)*	
香水	201.2	7,117,824	215.6	6,540,534	216	6,650,498	225.2	3,700,626
護膚品	135	521,045	114.2	781,289	108.7	1,028,632	95.7	681,914
彩妝	174.8	363,379	157.3	422,348	201.2	941,782	231.3	482,133
眼鏡	319.5	10,983	353	27,022	308.8	69,061	198,8	36,670
家居香氛	233.9	1,353	266.5	7,529	323.5	58,336	341.3	34,230
個人護理產品	101	6,617	270.6	3,652	313.8	13,639	206.8	8,572

附註：

(1) 平均售價按銷售貨品的收入除以銷量計算。平均售價未必能代表我們每項所售產品產生的收入，主要由於我們於往績記錄期間所售產品的價格範圍差異很大。價格之所以如此寬泛，是因為我們所售產品有不同的建議零售價，該產品有不同的型號、價格類別（例如奢侈、高端及入門高端香水）及包裝（如套裝及單品）。

(2) 銷量的具體單位因產品而異，其中包括護膚品的瓶或盒，以及彩妝的盒或套。

一旦零售商及分銷商客戶於該期間內購買的產品數量超出我們與其達成的協議中規定的門檻數量，我們可向彼等提供追溯銷售回扣。銷售回扣將僅按產品抵銷。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們向零售商提供的銷售回扣金額分別為人民幣17.6百萬元、人民幣19.3百萬元、人民幣21.1百萬元及人民幣2.1百萬元。同期，我們向分銷商提供的銷售回扣金額分別為人民幣0.5百萬元、人民幣1.4百萬元、人民幣4.2百萬元及人民幣0.4百萬元。

我們已採取多種方法追蹤售予消費者的產品的最終零售價，其中包括(i)要求零售商定期向我們報告銷售數據，其包括彼等所售產品的實際零售價；(ii)通過我們的e-Hub收取實際零售價；(iii)指派專門的內部員工持續追蹤我們出售的產品的實際零售價。

客戶

我們向零售商、分銷商及消費者銷售產品。就董事所知，於往績記錄期間各年，我們的五大客戶均為獨立第三方。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本超過5%的任何股東於該等客戶中擁有任何權益。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們五大客戶產生的收入分別約為人民幣395.3百萬元、人民幣371.3百萬元、人民幣364.2百萬元及人民幣260.2百萬元，分別佔我們同期總收入約23.6%、21.9%、19.5%及24.4%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們最大客戶產生的收入約為人民幣106.9百萬元、人民幣96.1百萬元、人民幣102.9百萬元及人民幣78.6百萬元，佔我們同期總收入約6.4%、5.7%、5.5%及7.4%。

下表載列我們於往績記錄期間各期間的五大客戶的詳情：

截至2022年3月31日止年度

排名	客戶	主營業務	位置	所售產品種類	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	收入金額	佔我們總收入的百分比
							天	*人民幣千元*	*%*
1.....	客戶A	主要向終端消費者銷售化妝品的公司	中國內地	香水	銀行轉賬	2020年	交付前支付現金	106,888	6.4
2.....	客戶B	主要向終端消費者銷售化妝品的跨國公司	中國內地及香港	香水及其他化妝品	銀行轉賬	2013年	發票日期起30日	96,612	5.8

排名	客戶	主營業務	位置	所售產品種類	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	收入金額	佔我們總收入的百分比
							天	*人民幣千元*	*%*
3....	客戶C	主要向終端消費者銷售香水的公司	中國內地及新加坡	香水、護膚品及其他化妝品	銀行轉賬	2018年	發票日期起50日	92,600	5.5
4....	客戶D	主要向終端消費者銷售香水的公司	香港	香水	銀行轉賬	2016年	發票日期起60日	52,270	3.1
5....	客戶E	主要向終端消費者銷售化妝品的公司	中國內地	香水	銀行轉賬	2012年前	交付前支付現金	46,944	2.8
總計 .								395,314	23.6

截至2023年3月31日止年度

排名	客戶	主營業務	位置	所售產品種類	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	收入金額	佔我們總收入的百分比
							天	*人民幣千元*	*%*
1.....	客戶C	主要向終端消費者銷售香水的公司	中國內地、新加坡	香水、護膚品及化妝品	銀行轉賬	2018年	發票日期起50日	96,122	5.7
2.....	客戶A	主要向終端消費者銷售化妝品的公司	中國內地	香水	銀行轉賬	2020年	交付前支付現金	76,140	4.5
3.....	客戶F	主要向終端消費者銷售(其中包括)化妝品及其他消費品的旅遊零售商	香港	香水、護膚品及其他化妝品	銀行轉賬	2014年	發票日期起60日	69,458	4.1
4.....	客戶G	主要向終端消費者銷售香水的公司	香港	香水、護膚品及其他化妝品	銀行轉賬	2015年	發票日期起60日	66,988	3.9
5.....	客戶B	主要向終端消費者銷售化妝品的跨國公司	中國內地、香港	香水及其他化妝品	銀行轉賬	2013年	發票日期起30日	62,555	3.7
總計 ..								371,263	21.9

截至2024年3月31日止年度

排名	客戶	主營業務	位置	所售產品種類	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	收入金額	佔我們總收入的百分比
							天	*人民幣千元*	*%*
1.....	客戶F	主要向終端消費者銷售(其中包括)化妝品及其他消費品的旅遊零售商	香港	香水、護膚品及其他化妝品	銀行轉賬	2014年	發票日期起60日	102,858	5.5
2.....	客戶C	主要向終端消費者銷售香水的公司	中國內地及新加坡	香水、護膚品及其他化妝品	銀行轉賬	2018年	發票日期起50日	76,967	4.1
3.....	客戶H	主要向終端消費者銷售化妝品的跨國公司	中國內地及香港	香水及護膚品	銀行轉賬	2010年	發票日期起30日	62,953	3.4
4.....	客戶A	主要向終端消費者銷售化妝品的公司	中國內地	香水	銀行轉賬	2020年	交付前支付現金	61,721	3.3
5.....	客戶I	主要向終端消費者銷售香水的公司	香港	香水	銀行轉賬	2021年	交付前支付現金	59,726	3.2
總計								364,225	19.5

截至2024年9月30日止六個月

排名	客戶	主營業務	位置	所售產品種類	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	收入金額	佔我們總收入的百分比
							天	*人民幣千元*	*%*
1.....	客戶F	主要向終端消費者銷售(其中包括)化妝品及其他消費品的旅遊零售商	香港	香水、護膚品及其他化妝品	銀行轉賬	2014年	發票日期起60日	78,627	7.4
2.....	客戶H	主要向終端消費者銷售化妝品的跨國公司	中國內地及香港	香水及護膚品	銀行轉賬	2010年	發票日期起30日	55,775	5.2
3.....	客戶C	主要向終端消費者銷售香水的公司	中國內地及新加坡	香水、護膚品及其他化妝品	銀行轉賬	2018年	發票日期起60日	55,298	5.2
4.....	客戶A	主要向終端消費者銷售化妝品的公司	中國內地	香水	銀行轉賬	2020年	交付前支付現金	39,140	3.7
5.....	品尚品有限公司	主要向零售商及終端消費者銷售香水的公司	香港	香水、護膚品及其他化妝品	銀行轉賬	2022年	交付前支付現金	31,372	2.9
總計								260,212	24.4

我們對客戶A的銷售產生的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣106.9百萬元減少至截至2023年3月31日止年度的人民幣76.1百萬元，並進一步減少至截至2024年3月31日止年度的人民幣61.7百萬元，主要由於截至2022年3月31日止年度，我們向該客戶的大部分銷售來自一個主要奢侈品品牌，有關該品牌的分銷協議已於2022年12月屆滿。因此，該客戶向我們採購產品的需求於往績記錄期間減少。

客戶服務、保修及產品更換／退貨政策

我們向零售商及分銷商銷售的產品須遵守相關協議項下及／或內部政策的退換貨規定。一般而言，零售商及分銷商應在自交付日期起計的特定期間內檢查產品，該期間通常為五至30天。於協定時間後提出的任何退貨要求通常會被拒絕。我們通常僅接受有缺陷產品的退貨。然而，我們對少數大客戶設有特殊的產品退貨政策，據此，我們可(i)允許其根據協定的條款及條件向我們退回滯銷產品；或(ii)在若干有限的情況下，允許其每年無條件退還購買總額的一小部分。滯銷產品通常指大客戶無法在一定期間內（一般介乎兩至六個月）達成其銷售目標的產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，享受該等特殊產品退貨政策的大客戶產生的收入分別佔我們總收入的7.7%、5.5%、6.3%及7.0%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，該等大客戶因非缺陷原因退回的產品總值分別為人民幣4.7百萬元、人民幣6.9百萬元、人民幣5.9百萬元及人民幣4.2百萬元。董事及弗若斯特沙利文均認為，上述產品退貨政策符合我們經營所在行業的一般市場慣例。

就我們直接向其銷售產品的消費者而言，一旦購買產品，我們通常不允許退貨或換貨。然而，我們向消費者銷售產品的部分商場、百貨店及電子商務平台可能有若干適用於通過其進行的所有銷售的退換貨政策，而我們通常會遵守其政策。例如，天貓訂有一項允許消費者自購買之日起七日內無理由退貨或換貨的政策，前提是被退回或換貨的產品未被消費者損壞。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的產品退貨（包括來自具有特殊產品退貨政策的大客戶及所有其他客戶的退貨產品）分別為人民幣10.4百萬元、人民幣9.7百萬元、人民幣10.4百萬元及人民幣2.6百萬元，分別佔相同期間我們貨品銷售總收入的0.6%、0.6%、0.6%及0.2%。產品退貨的主要原因包括包裝破損、物質缺陷及部件損壞。

就零售商及分銷商而言，我們根據相關協議、內部政策及／或市場慣例所訂明的要求提供客戶服務。對於我們直接向其銷售產品的消費者，我們根據我們的內部政策及行業慣例提供客戶服務，包括產品使用指引、產品退貨及產品更換。當我們收到消費者的投訴時，我們的客戶服務部門將審查投訴並根據手頭的問題提供解決方案，其中包括產品使用指引以及產品退貨或換貨。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因所售產品的質量問題而遭受任何重大投訴或產品責任或其他法律申索。

與零售商的合約

於往績記錄期間，我們與零售商訂立的長期協議通常包含以下主要條款：

- *期限*：協議期限通常為一年、一段未確定的期限或自動重續，直至任何一方終止協議或訂立一份新協議以取代現有協議。

- *重續*：倘協議訂有初始期限，則一般可自動重續或經雙方同意重續，直至任何一方透過事先書面通知終止。

- *最低採購要求*：我們一般不會設定任何最低採購要求。

- *銷售及績效目標*：我們通常不會設定銷售及績效目標，以指定零售商根據合約須向消費者銷售的產品數量。一旦於該期間向我們購買的產品總值超過相關協議規定的預設目標，我們可向零售商提供追溯銷售回扣。

- *定價政策*：我們按雙方協定的價格水平向零售商銷售產品。

- *付款及信貸條款*：倘協議並非寄售安排，則協議可規定：(i)零售商須於發票日期起計的特定期間內（一般介乎30至60天）向我們付款；或(ii)我們僅會在相關付款結清後安排向零售商交付產品。倘協議屬寄售安排，零售商通常每月向我們提供銷售數據，我們將據此向零售商開具付款發票。零售商隨後於發票日期起的特定期間內（通常為五至60天）向我們付款。

- *退貨安排*：零售商應在自交付日期起計的特定期間內（一般介乎五至90天不等）檢查產品。於協定時間後提出的任何退貨要求通常會被拒絕。我們通常僅接受有缺陷產品的退貨要求。此外，根據寄售安排，零售商可於協議終止後向我們退回未售出產品，前提是退回的產品並無缺陷或無法轉售。

- *終止*：協議可由任何一方發出事先書面通知終止或因故終止。

截至最後實際可行日期，我們與兩家零售商的協議無明確期限或將自動重續，直至終止或替換，主要由於我們與該等零售商的協議乃基於彼等的標準格式合約，其中包括根據彼等內部法律政策的有關合約條款。

有關往績記錄期間我們與分銷商訂立的長期協議的詳情，請參閱本節「－產品銷售及分銷－分銷渠道－與分銷商的合約」一段。

供應商

概覽

於往績記錄期間，我們向品牌授權商（包括品牌所有人及主要被授權人）採購品牌產品。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們向五大供應商作出的採購額分別約為人民幣810.7百萬元、人民幣698.1百萬元、人民幣771.5百萬元及人民幣476.5百萬元，分別佔我們同期總採購額的約85.1%、84.0%、81.6%及79.0%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們向最大供應商作出的採購額分別約為人民幣307.4百萬元、人民幣230.4百萬元、人民幣373.4百萬元及人民幣234.2百萬元，分別佔我們同期總採購額的約32.3%、27.7%、39.5%及38.8%。於往績記錄期間，我們的五大供應商均為獨立第三方，且概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的任何股東於往績記錄期間及直至最後實際可行日期於該等供應商中擁有任何權益。

下表載列我們於往績記錄期間各期間的五大供應商的詳情：

截至2022年3月31日止年度

排名	供應商	主營業務	位置	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	交易金額	佔我們總採購額的百分比
						天	*人民幣千元*	*%*
1.....	EuroItalia	香水及美容產品製造商及分銷商	意大利	電匯	2007年	提單日期起90日	307,410	32.3

排名	供應商	主營業務	位置	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	交易金額	佔我們總採購額的百分比
						天	*人民幣千元*	*%*
2.....	InterParfums	香水及其他化妝品製造商及分銷商	法國及美國	電匯	1992年	發票日期起90至120日	214,282	22.5
3.....	供應商A	香水等各類奢侈品品牌的品牌主	意大利	電匯	2016年	發票日期起90日	196,529	20.6
4.....	Hermes Parfums	香水等各類奢侈品品牌的品牌主	中國內地及法國	銀行轉賬	2005年	發票日期起45至90日	71,197	7.5
5.....	供應商B	消費品公司	中國內地及日本	銀行轉賬	2021年	交付前支付現金	21,261	2.2
總計							810,679	85.1

截至2023年3月31日止年度

排名	供應商	主營業務	位置	主要付款方式	業務關係時長	一般信貸期	交易金額	佔我們總採購額的百分比
						天	*人民幣千元*	*%*
1.....	EuroItalia	香水及美容產品製造商及分銷商	意大利	電匯	2007年	提單日期起90日	230,368	27.7
2.....	InterParfums	香水及其他化妝品製造商及分銷商	法國及美國	電匯	1992年	發票日期起90至120日	210,126	25.3
3.....	供應商A	香水等各類奢侈品品牌的品牌主	意大利	電匯	2016年	發票日期起90日	164,491	19.8
4.....	Hermes Parfums	香水等各類奢侈品品牌的品牌主	中國內地及法國	銀行轉賬	2005年	發票日期起45至90日	61,430	7.4
5.....	Albion Co., Ltd.	化妝品品牌的品牌主	中國內地及日本	電匯	2013年	提單日期起90日	31,693	3.8
總計							698,108	84.0

截至2024年3月31日止年度

排名	供應商	主營業務	位置	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	交易金額	佔我們總採購額的百分比
						天	*人民幣千元*	*%*
1.....	EuroItalia	香水及美容產品製造商及分銷商	意大利	電匯	2007年	提單日期起90日	373,433	39.5
2.....	InterParfums	香水及其他化妝品製造商及分銷商	法國及美國	電匯	1992年	發票日期起90至120日	225,225	23.8
3.....	Hermes Parfums	香水等各類奢侈品品牌的品牌主	中國內地及法國	銀行轉賬	2005年	發票日期起45至90日	81,764	8.6
4.....	Bareminerals Ar Wires & Ac	彩妝及護膚品品牌的品牌主	美國	電匯	2022年	發票日期起60日	48,818	5.2
5.....	Fontaine Limited	香水品牌的品牌主	法國	電匯	2021年	發票日期起60日	42,278	4.5
總計 ...							771,518	81.6

截至2024年9月30日止六個月

排名	供應商	主營業務	位置	主要付款方式	開展業務關係的年份	一般信貸期	交易金額	佔我們總採購額的百分比
						天	*人民幣千元*	*%*
1	EuroItalia	香水及美容產品製造商及分銷商	意大利	電匯	2007年	提單日期起90日	234,235	38.8
2	InterParfums	香水及其他化妝品製造商及分銷商	法國及美國	電匯	1992年	發票日期起90至120日	132,493	22.0
3	供應商C	香水等各類奢侈品品牌的品牌主	意大利	電匯	2023年	發票日期起60日	39,711	6.6
4	Hermes Parfums	香水等各類奢侈品品牌的品牌主	中國內地及法國	銀行轉賬	2005年	發票日期起45至90日	38,884	6.4
5	供應商D	護膚產品製造商及品牌主	中國內地	銀行轉賬	2021年	交付前支付現金	31,134	5.2
總計							476,457	79.0

品牌授權商

我們主要作為我們品牌授權商在中國內地、香港及／或澳門的獨家分銷商，由此我們獲得(i)品牌主的獨家授權，以管理其特定產品的品牌；或(ii)品牌主的一級授權經營商的獨家分授權，以管理其獲許可生產及分銷的若干指定產品的品牌。我們來自品牌主的授權或來自一級授權經營商的分授權通常指定我們進行獨家分銷的地區、產品及／或銷售渠道。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們大部分收入來自在獨家授權及分授權下作出的銷售。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們獲授40個、44個、54個及53個品牌於指定地區、產品及／或銷售渠道的獨家授權或分授權。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，根據該等獨家授權或分授權銷售相關品牌產品產生的收入分別為人民幣1,463.3百萬元、人民幣1,486.4百萬元、人民幣1,562.7百萬元及人民幣917.7百萬元。

一般而言，視乎各品牌授權商的慣例，我們可能會與該品牌授權商訂立分銷協議，及／或其可能向我們發出授權書，以委任我們為有權通過指定銷售渠道在指定地區推廣及分銷指定品牌產品並處理所有相關事宜的分銷商。品牌授權商向我們發出的授權書通常載有授權期限、我們獲授權分銷的產品類型及指定分銷區域。

於往績記錄期間，我們旗下的主要品牌來自八家品牌授權商。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，主要品牌產生的收入分別為人民幣1,508.9百萬元、人民幣1,541.9百萬元、人民幣1,643.6百萬元及人民幣1,040.1百萬元，分別佔我們同期總收入約92.2%、92.5%、88.7%及97.7%。截至2024年9月30日，(i)主要品牌中五個品牌的授權為非獨家授權，而於中國內地、香港及／或澳門指定產品及渠道的餘下授權或分授權為獨家的；(ii)概無主要品牌的現有授權或分授權將於2025年12月前到期；(iii)目前大部分品牌授權商就主要品牌授出的現有授權或分授權將於2026年12月前到期，或將按年獲默認重續，直至以書面形式終止；及(iv)就獲一級授權經營商授予分授權的主要品牌而言，我們從其各自的品牌所有者取得相關書面確認，確認其向一級授權經營商授予授權，而一級授權經營商其後向我們（作為二級授權商）授出相關分授權，以在指定地區及渠道分銷相關產品。

於往績記錄期間，我們的品牌授權商概無在協議到期前終止與我們的協議。於2022年12月，我們與一個主要奢侈品牌的主要品牌授權商的分銷協議到期，其後並無重續，主要由於該品牌授權商決定於中國內地自行運營該品牌。我們與該品牌授權商的業務關係始於2016年。截至2022年及2023年3月31日止年度，銷售該品牌產品產生的收入分別為人民幣460.3百萬元及人民幣424.7百萬元，分別佔同年總收入的27.5%及25.0%。截至2022年及2023年3月31日止年度，該品牌的毛利率分別為42%及41%。截至2022年及2023年3月31日止年度各年，該品牌授權商均為我們的五大供應商之一。此外，截至2022年及2023年3月31日止年度，我們向該品牌授權商的附屬公司出售若干數量先前自該品牌授權商採購的香水。這是因為該品牌授權商的附屬公司位於中國內地，而我們於中國內地銷售及分銷相關香水的獨家授權不允許該品牌授權商本身在中國內地（即便是向其附屬公司）銷售該等香水。截至2022年及2023年3月31日止年度，向該品牌授權商的附屬公司銷售香水產生的收入分別為人民幣0.6百萬元及人民幣4.0百萬元。儘管我們與該品牌授權商的分銷協議已於2022年12月到期，我們在2023年6月下旬才停止銷售相關品牌產品，以清理存貨中該等產品的剩餘庫存。我們自該品牌授權商取得另一份授權書，以於分銷協議到期至2023年6月30日期間進行有關銷售。

終止與該品牌授權商的業務關係部分抵銷了我們截至2022年3月31日止年度至截至2023年3月31日止年度的收入增長，因為這是我們截至2022年3月31日止年度至截至2023年3月31日止年度線上零售商產生的收入減少、分銷渠道毛利率下降及銷售成本增加的主要原因之一。然而，我們認為終止與該品牌授權商的業務關係並無對我們的業務營運及財務表現造成任何重大不利影響，主要原因是截至2023年3月31日止年度至截至2024年3月31日止年度，(i)我們的收入增長約9.7%，增幅甚至高於截至2022年3月31日止年度至截至2023年3月31日止年度的收入增長率1.5%；(ii)我們的毛利率保持相對穩定，截至2024年3月31日止年度為50.3%，而截至2023年3月31日止年度則為50.4%；及(iii)我們管理的外部品牌數量由截至2023年3月31日的51個增至截至2024年3月31日的64個，且我們的品牌授權商數量由截至2023年3月31日的32個增至截至2024年3月31日的40個，這表明我們與其他品牌授權商的業務關係保持穩定，且我們能夠繼續擴大我們的品牌組合。

於往績記錄期間各財政期間，以交易金額計，我們的主要品牌授權商EuroItalia及InterParfums為我們的前兩大供應商。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，EuroItalia的交易金額分別為人民幣307.4百萬元、人

民幣230.4百萬元、人民幣373.4百萬元及人民幣234.2百萬元，分別佔我們同期總採購額的32.3%、27.7%、39.5%及38.8%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，InterParfums的交易金額分別為人民幣214.3百萬元、人民幣210.1百萬元、人民幣225.2百萬元及人民幣132.5百萬元，分別佔我們同期總採購額的22.5%、25.3%、23.8%及22.0%。我們相信與有關集中採購相關的風險相對較低，主要是因為(i)我們與EuroItalia及InterParfums維持長期業務關係，分別為超過15年及超過30年；(ii)我們能夠與EuroItalia及InterParfums就（其中包括）獨家經營權、地理覆蓋範圍及／或定價條款持續達致互惠合約條款，我們相信此顯示彼等對我們未來合作的信心，並進一步鞏固我們持續的合夥關係；及(iii)我們能夠透過及時與其他品牌合作以減少主要品牌的虧損，從而維持我們的整體收入及盈利能力。誠如上文所述，在我們與一個主要奢侈品牌的協議於2022年12月到期後，我們能夠將自截至2023年3月31日止年度至截至2024年3月31日止年度的收入增長維持在約9.7%，儘管該主要奢侈品牌的收入已佔我們截至2023年3月31日止年度的總收入約25.0%。

為減輕終止與主要品牌授權商的業務關係可能產生的潛在影響，我們將繼續採取以下措施：(i)通過與更多具有增長潛力的新品牌展開合作等方式豐富我們的品牌組合，以減少對單個或多個品牌的依賴；(ii)與我們現有的品牌授權商保持互惠互利的關係；及(iii)進一步尋求與品牌授權商的新合作方式，如合營及取得期限更長的授權，以培養更穩定、更有彈性的業務關係。

與品牌授權商的合約

於往績記錄期間我們與第三方品牌授權商訂立的分銷協議通常載有以下主要條款：

- *分銷權期限*：一般而言，分銷協議初始有效期為三至五年，或一段不確定的時間，直至品牌授權商或我們通過發出提前通知終止。

- *重續*：倘分銷協議規定初始期限，則可於到期前通過品牌授權商與我們協商予以重續。部分分銷協議於屆滿時自動重續，除非根據分銷協議的相關條文於屆滿前終止。

- *分銷地區及獨家經營權*：我們通常獲品牌授權商授權通過指定銷售渠道在中國內地、香港及／或澳門分銷指定產品。眾多品牌授權商委任我們為其於相關地區的獨家分銷商，以防品牌授權商通過同一地區的相同銷售渠道直接或間接銷售特定產品。

- *將予分銷的產品*：我們獲授權分銷的產品於分銷協議中訂明。

- *定價策略及價格調整*：我們所售產品的建議零售價一般根據與相關品牌授權商的討論釐定。品牌授權商向我們出售產品的銷售價格乃經考慮(其中包括)建議零售價及我們的預期利潤率而釐定。在有限情況下，部分品牌授權商獲授予通過事先通知我們而調整產品建議零售價的權利。一般而言，我們在品牌授權商通知之前下達的訂單應按有關變更前的條款及價格處理。

- *銷售渠道及分銷商選擇要求：*分銷協議可能規定我們僅可通過若干類型的銷售渠道／分銷商或指定銷售渠道／分銷商分銷品牌授權商的產品。倘我們違反該等分銷商選擇標準，部分分銷協議將授權品牌授權商通過發出通知終止分銷協議。

- *最低採購額及銷售目標*：分銷協議可能載有以下規定：(i)本集團於特定期間內向品牌授權商作出的最低採購額；及／或(ii)本集團於特定期間應向客戶銷售的最低銷售額。倘我們未能達到最低採購額或最低銷售目標，部分分銷協議規定品牌授權商有權發出通知終止分銷協議。

- *付款*：分銷協議通常訂明信貸條款、付款貨幣及付款方式。我們的信貸期通常為自發票或交付日期起計60至120天。倘信貸期、付款貨幣及／或付款方式未於分銷協議中列明，則其可能會由品牌授權商在發票中指明或由品牌授權商與我們不時另行協定。

- *終止*：分銷協議可由品牌授權商以事先書面通知方式終止。此外，倘一方無力償債或嚴重違約，另一方通常有權在發出或不發出通知的情況下提前終止分銷協議。倘(其中包括)我們以違反分銷協議規定的方式開展廣告活動，或我們在指定地區以外積極銷售產品，部分分銷協議亦授予品牌授權商終止分銷協議的權利。

倘我們預期我們可能無法滿足與品牌授權商相關協議項下的條款及條件(如最低採購額及銷售目標)，我們將與相關品牌授權商磋商以就該等條款及條件達成新安排或諒解。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因未能符合我們與品牌授權商所訂協議或其他形式授權的條款及條件而受到任何品牌授權商的處罰。

供應商的選擇標準

我們尋求識別、採購及提供具有高潛力、符合我們的增長及發展策略的知名國際品牌的產品。於往績記錄期間，我們主要向全球品牌授權商採購高質量香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。

董事確認，於往績記錄期間，我們在物色合適的產品供應商方面並無遇到任何重大困難。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無與任何供應商發生可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的糾紛。

為盡量降低與品牌授權商潛在供應短缺相關的風險，我們的銷售團隊會監控產品供應並及時更新銷售計劃，以在出現任何可能的供應短缺或延誤的情況下滿足客戶的需求。於往績記錄期間，我們並無經歷任何重大供應短缺或延誤。

客戶與供應商重疊

據董事所深知及確信，截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們分別向五大客戶中的四名、四名、四名及四名客戶採購若干服務，彼等亦為我們於往績記錄期間的供應商。此外，於相同期間，我們分別向五大供應商中的兩家、兩家、零家及一家供應商銷售產品或提供服務，而該等供應商亦為我們於往績記錄期間的客戶。經我們的董事確認，(i)我們向該等重疊客戶及供應商作出銷售及採購的條款乃按個別基準進行磋商，而銷售及採購既非相互關聯亦非

互為條件；及(ii)與該等重疊客戶及供應商的主要交易條款與我們與其他客戶及供應商的交易條款類似，並符合一般商業條款。於往績記錄期間，我們向五大供應商中的兩家供應商銷售先前按集團基準自彼等採購的產品，即本節「－供應商」一段項下的供應商A及供應商C。供應商A及供應商C均為我們的品牌授權商。截至2022年及2023年3月31日止年度，我們向供應商A於中國內地的附屬公司出售若干數量先前自供應商A採購的香水。截至2022年及2023年3月31日止年度，該等銷售產生的收入分別為人民幣0.6百萬元及人民幣4.0百萬元。此外，截至2024年9月30日止六個月，我們向供應商C於香港及澳門的若干附屬公司出售若干數量先前自供應商C採購的香水。截至2024年9月30日止六個月，該等銷售產生的收益為人民幣0.7百萬元。我們將香水售回予供應商A及供應商C的附屬公司，因為該等附屬公司位於中國內地、香港或澳門（視情況而定），而我們於中國內地、香港或澳門銷售及分銷相關香水的獨家許可（視情況而定）不允許供應商A及供應商C本身在有關地區（即便是向彼等的附屬公司）銷售該等香水。除供應商A及供應商C外，於往績記錄期間，我們自該等重疊客戶及供應商購買的產品並無向彼等售回，反之亦然。於往績記錄期間，我們向該等重疊客戶及供應商銷售的產品主要包括香水、彩妝及護膚品，而該等重疊客戶及供應商主要向我們提供營銷及推廣服務以及／或物流及倉儲服務。

我們擁有該等重疊客戶及供應商，主要是因為(i)當我們在某些零售商客戶的銷售點進行營銷及推廣活動時，彼等可能向我們提供相關服務以促進我們的活動，為此彼等可能向我們收取營銷及推廣服務費；(ii)我們的主要客戶之一為一家集團公司，旗下多間附屬公司涵蓋多個業務分部，包括於往績記錄期間向我們提供的物流及倉儲服務；及(iii)我們於往績記錄期間向若干主要供應商提供營銷及推廣服務。

下表載列於往績記錄期間該等重疊客戶及供應商應佔的收入及採購額：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月	
	2022年		2023年		2024年		2024年	
	人民幣千元	*佔總數的百分比*	*人民幣千元*	*佔總數的百分比*	*人民幣千元*	*佔總數的百分比*	*人民幣千元*	*佔總數的百分比*
亦為我們供應商的五大客戶								
收入	343,044	20.5	304,276	17.9	304,499	16.3	228,840	21.5
－產品銷售	343,044	20.5	304,276	17.9	304,499	16.3	228,840	21.5
購買	46,233	4.9	26,634	3.2	26,781	2.8	18,443	3.1
－存貨	–	–	288	*	–	–	–	–
－營銷及推廣	42,269	4.4	21,084	2.5	23,744	2.5	16,761	2.8
－其他[1]	3,964	0.42	5,262	0.6	3,037	0.3	1,682	0.3
亦為我們客戶的五大供應商								
收入	8,372	0.5	16,683	1.0	–	–	717	0.1
－產品銷售	622	*	3,991	0.2	–	–	717	0.1
－服務提供	7,750	0.5	12,692	0.8	–	–	–	–
購買	217,332	22.8	195,972	23.6	–	–	39,454	6.5
－存貨	217,326	22.8	195,081	23.5	–	–	39,447	6.5
－營銷及推廣	6	*	891	0.1	–	–	7	*

附註：

* 少於0.1。

(1) 其他主要包括倉儲及物流服務。

信息技術系統

數字化戰略

數字營銷團隊

我們認為中國內地是世界上主要的社交媒體市場，與世界其他地區大不相同。為積極參與及管理中國內地社交媒體市場以推廣我們的產品，截至2024年9月30日，我們已組建了一支由70至80名員工組成的數字營銷團隊。數字營銷團隊主要負責利用數字資源及我們通過e-Hub收集的市場數據來（其中包括）分析市場趨勢、為品牌制定重大推廣活動計劃、探索產品賣點、設計及執行營銷計劃及協調我們的媒體資源。數字營銷團隊亦與我們的其他部門及團隊聯絡以開展營銷活動。

我們的數字營銷團隊為我們在數字時代的營銷成功做出了巨大貢獻。例如，於2023年，我們推廣Versace香水時，我們的數字營銷團隊根據從電商平台和社交媒體平台收集的數據對女性香水市場進行了分析，發現了中性香水在女性香水市場這一賣點。因此，該團隊為即將推出的Versace香水產品設計了專屬營銷計劃，圍繞打造中性香水的形象開展。數字營銷團隊隨後通過（其中包括）與適合建立該產品形象的KOL合作來實施該營銷計劃。我們的數字營銷團隊亦持續監控互聯網上有關我們所推廣及銷售品牌及產品的討論，並安排將討論引向我們期望的方向，及擴大討論範圍以覆蓋更多網民，從而持續推動消費者購買產品。

大數據分析

我們已將大數據分析應用於我們運營的各個方面。我們建立了e-Hub，該系統是一個收集及分析市場數據的綜合大數據分析團隊，其中包括源自銷售數據及產品開發數據趨勢的統計數據。就e-Hub所收集的客戶相關及個人資料而言，我們取得(i)關於特定類別產品的銷售趨勢的行業銷售數據，該等數據屬統計數據，其本身並不構成個人信息保護法所指的「個人資料」；及(ii)消費者在我們直銷渠道的自營銷售及購買記錄。我們透過加入我們的會員俱樂部消費者同意會員俱樂部隱私政策取得彼等同意可收集及分析其個人資料。我們並無分析或接觸零售商及分銷商客戶的終端消費者的個人資料。據我們中國數據合規顧問所告知，我們已根據適用的數據隱私法律法規從我們的消費者取得適當的法律依據，例如同意有關的法律法規。我們的e-Hub幫助我們洞悉市場中的新機遇、品牌及產品的潛力以及我們的消費者行為模式。我們依賴e-Hub為我們管理的品牌制定業務發展及擴張計劃。這使我們能夠確定中國（包括香港及澳門）的營銷策略以及銷售及分銷渠道，從而釋放我們所管理品牌的潛力。我們相信，大數據分析亦有助於完善我們向客戶提供的服務及產品，分析及確定消費者趨勢、品味及偏好的變化，以及進行有針對性及一般的營銷活動及及時評估市場趨勢等。

未來，我們預計將依賴我們的e-Hub以探索更多符合我們發展戰略的投資及收購機會。

網絡安全及客戶隱私保護

我們重視網絡安全問題，並致力於保護客戶的隱私及其個人信息。我們使用各種技術（包括加密、防病毒軟件及防火牆）保護我們的信息技術系統，涵蓋網絡安全、數據安全及終端安全。我們不斷升級該等技術，以加強我們的信息安全管理，並採取嚴格的措施以保護客戶／會員數據並確保其機密性。例如，我們將客戶／會員數據的訪問權限限制為獲提供相關密碼的選定授權員工。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的信息技術系統並無出現任何故障或癱瘓而對我們的整體業務營運造成重大不利影響。

此外，我們已實施若干客戶數據保護政策及規則，例如客戶資料文件管理操作標準及電腦及軟件管理操作標準。我們已採取必要措施，例如頒佈僱員內部個人信息保護規定，以防止客戶數據洩露，並為僱員提供培訓，以確保彼等了解我們有關客戶數據保護的內部政策。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大客戶數據隱私違規、洩露或糾紛。

我們的業務運營涉及個人數據的收集、使用、存儲、保留、轉讓、披露及其他處理。我們的客戶主要通過以下渠道與我們聯繫：(i)我們開展業務的電商平台上的自營線上門店；(ii)會員俱樂部的線上微信小程序、微信公眾號及我們的官方網站；及(iii)自營線下門店／專櫃，引導客戶回到有關會員俱樂部。

經消費者事先同意或其他適用法律依據，我們主要收集以下類型的消費者數據：聯絡信息、送貨地址及購買記錄。我們收集其付款信息作為購買記錄的一部分，以在消費者進行購買時完成交易並向其提供會員忠誠度福利。自消費者收集的數據將被安全地存儲在我們的CRM系統中，並按品牌邏輯分離，這將有助於我們收集消費者情報、引導消費者偏好並及時評估市場趨勢。在我們分析消費者數據之前，我們的指定員工將在必知基礎上限制對此類信息的訪問。

我們根據中國內地有關數據隱私和安全的相關法律法規收集和維護消費者的個人信息。我們已採取措施對該等資料保密，以確保遵守監管規定。具體而言，我們制定了一系列關於個人信息保護的內部規則，規定了收集及使用消費者個人信息時我們有義務明確告知消費者信息收集和使用的目的、方式和範圍，以及行使權利的渠道，如更正信息、刪除信息等。我們還制定了個人信息保護實施文件，如數據分類、個人信息保護影響評估等。

誠如我們的中國數據合規顧問、北京市競天公誠律師事務所所告知，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期於所有重大方面一直遵守有關數據安全及隱私保護的適用中國法律及法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大數據洩露或數據丟失，亦無經歷任何未經授權使用消費者個人信息的重大事件。

為解決近期頒佈的有關數據私隱和安全的法律法規所帶來的問題，我們在業務營運中採取更審慎的方法，並通過以下措施在一定程度上降低我們因該等法律法規的實施而面臨的風險：

- 密切關注監管發展的最新動向，並與相關監管機構保持持續溝通；
- 根據最新監管要求加強及改進數據處理活動；
- 持續採取安全措施及內部控制系統，保護客戶數據免受數據洩露、失竊、破壞及非法控制的風險，並根據監管發展提前做好準備；
- 培訓經常直接與消費者互動的員工，使彼等了解有關數據私隱及安全的最新要求；
- 進一步完善用戶協議及隱私政策以及其他與個人信息收集及使用有關的法律文件；
- 在未來的網絡開發及部署中不斷提高網絡安全意識；及
- 進行適用的個人信息保護影響評估及其他相關評估，並進行適用的監管備案，以解決可能在數據處理活動中的安全問題／疑慮。

截至最後實際可行日期，我們尚未收到任何中國主管監管機構的任何網絡安全、數據安全或個人信息保護相關問詢。2024年5月20日，我們就建議[**編纂**]向中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心（「CCRC」，根據國家互聯網信息辦公室關於網絡安全審查適用性方面的授權，負責受理網絡安全審查的申請材料及初步諮詢）作出正式諮詢（「CCRC正式諮詢」）。在了解我們的業務營運及擬赴香港[**編纂**]的情況後，CCRC的有關人員表示，我們無需根據《網絡安全審查辦法》第7條申請網絡安全審查。

據我們的中國數據合規顧問的意見，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面符合有關網絡安全的適用中國法律及法規。於CCRC正式諮詢期間，CCRC的有關人員同意我們的看法，即鑒於我們的主要業務為銷售及分銷化妝品及個人護理產品，我們的數據處理活動不會影響國家安全，因此我們無需根據《網絡安全審查辦法》第2條的規定接受網絡安全審查。此外，我們的中國數據合規顧問認為，鑒於(i)我們的業務營運不涉及重要數據或核心數據的處理；及(ii)本集團的任何實體均未獲通知及指定為關鍵信息基礎設施的運營商，《中華人民共和國網絡安全法》不會對本集團於中國內地的業務營運或擬赴香港[**編纂**]造成重大不利影響。我們的中國數據合規顧問亦認為，根據《中華人民共和國網絡安全法》，本集團的業務營運或擬赴香港[**編纂**]不會引致國家安全風險。鑒於中國有關數據隱私及網絡安全的立法及執法仍在不斷發展，我們將密切關注進一步的監管發展並及時採取適當措施。

我們的董事認為，我們已在各重大方面遵守中國（包括香港及澳門）有關數據隱私及個人信息保護的所有適用法律及法規。

轉讓定價安排

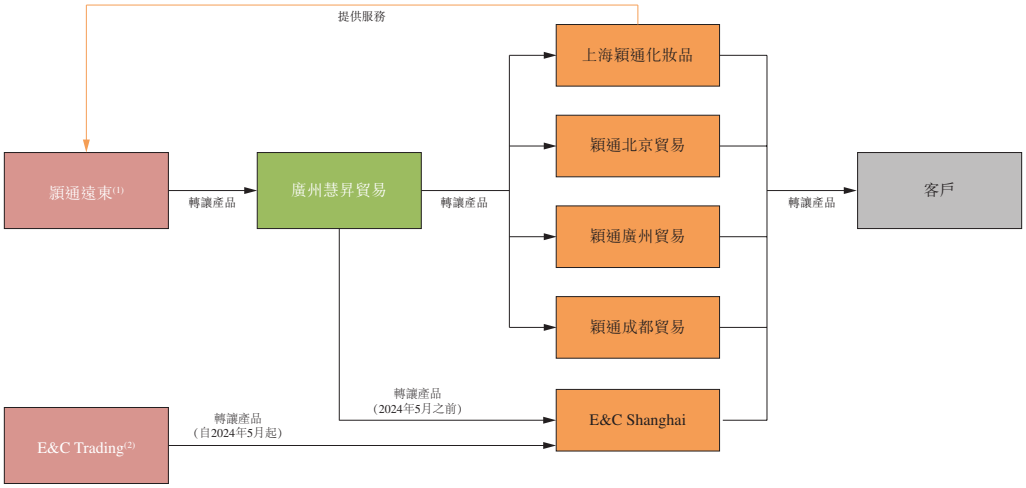
於往績記錄期間，本集團內部發生多項集團內關聯方交易，主要包括以下內容：

- 廣州慧昇貿易自穎通遠東（其自我們的海外供應商購買）購買若干製成品，並將其出售予我們的若干中國附屬公司，包括上海穎通化妝品、穎通北京貿易、穎通廣州貿易、穎通成都貿易及E&C Shanghai，而該等附屬公司向我們的獨立第三方客戶繼續銷售相同產品。該等產品主要包括香水、護膚品及彩妝。

- 廣州諮詢自獨立第三方供應商購買若干香水並將其出售予我們的若干中國附屬公司，而該等附屬公司向我們的獨立第三方客戶繼續銷售相同的產品。

- 此外，本集團各成員公司之間亦發生關聯方服務交易。於往績記錄期間，上海穎通化妝品向穎通遠東及我們的若干其他中國附屬公司提供銷售及營銷支持服務。

於往績記錄期間，該等集團內關聯方交易中有多項跨境集團內公司間交易。下圖展示往績記錄期間內該等跨境集團內公司間交易的交易流程：



附註：

(1) 穎通遠東，為我們的香港附屬公司及從轉讓定價角度而言為本集團內的主要實體，該公司為該等交易制定整體策略。根據該等策略，上海微笑聘用中國內地的第三方製造商為其開發及供應成品。該等成品隨後由上海微笑出售予第三方客戶，以及出售予上海穎通化妝品及穎通北京貿易進行轉售。

(2) 自2024年5月起，E&C Trading向海外供應商採購若干製成品，並將該等產品出售予E&C Shanghai，後者將相同產品繼續銷售予我們的獨立第三方客戶。

誠如上圖所示，我們的香港附屬公司穎通遠東向我們的中國內地附屬公司廣州慧昇貿易銷售產品，廣州慧昇貿易在中國內地再將產品銷售予上海穎通化妝品、穎通北京貿易、穎通廣州貿易及穎通成都貿易及E&C Shanghai（統稱為「銷售公司」），以進一步向客戶銷售及分銷。穎通遠東與廣州慧昇貿易之間的價格以及廣州慧昇貿易與銷售公司之間的價格均按成本加成基準（即產品成本加利潤）計算。自2024年5月起，E&C Trading一直向E&C Shanghai銷售產品，以進行進一步的銷售及分銷活動。E&C Trading的售價乃按成本加成基準計算。

於2023年，我們委聘獨立轉讓定價顧問審查我們轉讓定價安排的執行情況，並據此提供完善本集團轉讓定價安排的建議。經獨立轉讓定價顧問審查及建議後，倘銷售公司未能達致目標息稅前利潤（「EBIT」）率（即2.0%，以EBIT除以收入計算得出），則穎通遠東（作為本集團內的主要實體）將透過轉讓定價調整（「TPA」，可令銷售公司的

EBIT率達到目標）向銷售公司作出賠償。上海微笑亦採用TPA做法，其將獲賠償以致EBIT回報達到目標。下表載列我們於往績記錄期間按交易類型劃分的跨境關聯方交易的交易金額明細：

	交易類型	交易金額
		（港元）
截至2022年3月31日止年度	銷售產品	454,830,874
	關聯方服務	37,193,377
截至2023年3月31日止年度	銷售產品	333,792,386
	關聯方服務	83,005,703
截至2024年3月31日止年度	銷售產品	348,694,400
	關聯方服務	119,039,105
	TPA	212,603,379
截至2024年9月30日止六個月	銷售產品	167,351,013
	關聯方服務	1,035,731
	TPA	171,985,328

我們已根據（其中包括）有關轉讓定價的適用法規及指引委聘獨立轉讓定價顧問分別為穎通遠東、廣州慧昇貿易、上海穎通化妝品、穎通北京貿易、穎通成都貿易、穎通廣州貿易、上海微笑及E&C Shanghai編製就相關中國附屬公司於往績記錄期間進行的TPA的轉讓定價同期資料本地文檔或轉讓定價分析報告（統稱為「轉讓定價報告」）。本集團為編製轉讓定價報告的中國附屬公司，即廣州慧昇貿易、上海穎通化妝品、穎通北京貿易、穎通成都貿易、穎通廣州貿易、上海微笑及E&C Shanghai，以下統稱為「被測試方」。

根據轉讓定價報告，獨立轉讓定價顧問根據被測試方所履行的職能、承擔的風險及擁有的資產來描述被測試方的特徵。獨立轉讓定價顧問其後進行經濟分析，以基於有關分類評估被測試方的利潤水平。為評估轉讓定價報告被測試方的利潤水平，獨立轉讓定價顧問認為交易淨利潤率法（「交易淨利潤率法」）是審閱被測試方利潤合理性最合適的轉讓定價方法，同時會進行轉讓定價基準研究。根據交易淨利潤率法，為編製轉讓定價報告，已對本集團內與被測試方相同或類似職能的可資比較非受控公司進行搜查。獨立轉讓定價顧問分析該等可資比較非受控公司的財務數據，並制定符合公平交易原則的利潤範圍。

下表概述有關可資比較非受控公司於依照公平交易原則所示期間的加權平均EBIT率：

	2018年至2020年	2019年至2021年	2020年至2022年	2021年至2023年
可資比較非受控公司的數量.....	10家	9家	11家	13家
加權平均EBIT率－下四分位數..	0.91%	0.76%	1.22%	0.83%
加權平均EBIT率－中位數	1.35%	1.39%	1.78%	1.38%
加權平均EBIT率－上四分位數..	2.61%	2.51%	3.87%	2.93%

下表概述於所示期間各被測試方在中國內地的EBIT率：

被測試方	期間	EBIT率
廣州慧昇貿易....	截至2021年12月31日止年度至截至2023年12月31日止年度的加權平均值	1.37%(1)
	2024年1月1日至2024年9月30日的加權平均數	0.87%(1)
上海穎通化妝品..	截至2021年12月31日止年度至截至2023年12月31日止年度的加權平均值	2.00%
	2024年1月1日至2024年9月30日的加權平均數	2.00%
穎通北京貿易....	截至2021年12月31日止年度至截至2023年12月31日止年度的加權平均值	2.46%
	2024年1月1日至2024年9月30日的加權平均數	2.00%

被測試方	期間	EBIT率
穎通廣州貿易	截至2021年12月31日止年度至截至2023年12月31日止年度的加權平均值	2.00%
	2024年1月1日至2024年9月30日的加權平均數	2.00%
穎通成都貿易	截至2021年12月31日止年度至截至2023年12月31日止年度的加權平均值	2.00%
	2024年1月1日至2024年9月30日的加權平均數	2.00%
上海微笑.	截至2021年12月31日止年度至截至2023年12月31日止年度的加權平均值	2.81%
	2024年1月1日至2024年9月30日的加權平均數	不適用(2)
E&C Shanghai . . .	2022年1月1日至2024年9月30日的加權平均數	2.00%

附註：

(1) 用於轉讓定價分析的EBIT率摘自轉讓定價報告。

(2) 上海微笑於2024年1月1日至2024年9月30日並無活躍於業務營運，因此於此期間並無涉及TPA。

根據轉讓定價報告，於上表所示的往績記錄期間，被測試方的加權平均EBIT率位於基準研究得出的四分位數範圍之內。此外，獨立轉讓定價顧問進行(其中包括)行業分析及價值鏈分析，以評估被測試方關聯方交易的公平性質。

根據獨立轉讓定價顧問編製的轉讓定價報告，被測試方的集團內公司間交易適當、公平，符合中國內地及香港轉讓定價的適用法律法規。

編製轉讓定價報告時，獨立轉讓定價顧問主要參考以下法律法規：

- *中國內地：*(i)國家稅務總局於2016年發佈的《關於完善關聯申報和同期資料管理有關事項的公告》；及(ii)國家稅務總局於2017年發佈的《＜特別納稅調查調整及相互協商程序管理辦法＞的公告》。

- *香港：*香港稅務局發佈的(i)香港法例第112章《稅務條例》；(ii)《2018年稅務（修訂）（第6號）條例》；及(iii)《稅務條例釋義及執行指引第58號》。

根據適用法律及法規，我們並無責任就中國內地或香港的轉讓定價安排通知相關稅務機關。截至最後實際可行日期，我們概無接獲任何稅務機關就轉讓定價安排作出的查詢或調查。

為持續管理轉讓定價風險，本公司將於[**編纂**]時或之前採取措施：(i)跟進監管更新，以確保本集團遵守該等轉讓定價規則及規例；(ii)參考最新的基準數據，定期檢討轉讓定價安排；(iii)妥善記錄所有相關資料，以支持轉讓定價安排的合理性及適當性；及(iv)在必要時重新審視轉讓定價安排（例如，當相應實體的功能及風險狀況發生任何重大變化時）。

董事確認，彼等將繼續密切監察集團內公司間交易的定價安排，包括審閱及確保定價政策的合理性及公平性。

根據與獨立轉讓定價顧問及董事的討論及對本集團上述用於管理轉讓定價風險及確保持續合規的內部控制程序的檢討，並考慮(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團概無接獲任何稅務機關就轉讓定價安排作出的任何查詢或調查；及(ii)獨立轉讓定價顧問認為，被測試方的集團內部交易乃屬適當、公平及符合中國內地及香港適用的轉讓定價法律及法規，故聯席保薦人並未發現任何事項令其相信該等轉讓定價措施在任何重大方面有所不足。

質量控制

我們有一套篩選供應商及產品的質量控制措施，以確認我們採購的產品屬優質、安全及適合消費或使用，並將全面遵守當地相關法律及法規。我們的質量控制措施概述如下：

(i) 我們的供應鏈團隊會在供應商交付產品時檢查產品質量，並為瑕疵品安排退貨或換貨；

(ii) 我們定期審查採購價格及整體產品質量標準；及

(iii) 我們所有的採購計劃將由負責(其中包括)供應鏈管理及財務的多個團隊審核，並最終由我們的首席運營官批准以供後續執行。

僱員

截至2024年9月30日，我們共有1,151名僱員，其中77名已獲得碩士或以上學位。截至同日，我們有816名僱員位於中國內地，其餘335名僱員位於香港及澳門。下表載列截至2024年9月30日按職能劃分的僱員明細。

職能	僱員人數	佔總數的百分比
銷售	709	61.6%
管理及行政	132	11.5%
供應鏈	119	10.3%
品牌團隊	83	7.2%
營銷	75	6.5%
技術	33	2.9%
總計	1,151	100.0%

我們認為，我們的成功部分取決於我們吸引、招募及留住優秀僱員的能力。我們旨在營造一種協作型工作環境，鼓勵僱員與我們共同發展職業生涯。此外，我們設有一個有效的培訓系統(包括入職及持續在職培訓)，以加快我們員工(包括美容顧問，彼等對所代理品牌及產品的了解及理解對於吸引新客戶及維持現有客戶關係至關重要)的學習進度及提高其知識及技術水平。我們的入職流程涵蓋公司文化及政策等主題。我們的定期在職培訓涵蓋職業道德、環境、健康與安全管理制度以及適用法律及法規規定的強制性培訓。

為維持增長，我們定期檢討我們的能力並調整我們的員工隊伍，以確保我們擁有最佳的專才組合，從而滿足我們所銷售產品的需求。我們為員工提供有競爭力的薪金及基於表現的現金獎金。我們認為，我們的聲譽、工作環境、培訓體系、薪酬待遇及僱員股權激勵計劃具有吸引合資格候選人的優勢。於往績記錄期間，我們採用互聯網招聘、社會招聘及現有僱員內部推薦等招聘方法。我們的招聘流程主要包括相關團隊及部門的初步招聘要求、在就業市場發佈招聘要求、與候選人面談、候選人背景調查及管理層的招聘批准。在考慮及篩選合資格求職者時，我們會考慮彼等的教育背景、工作經驗、相關專業知識及特定技能，以及對空缺職位的需求及目標。

根據適用法律及法規的規定，我們為僱員參與由地方政府管理的各類僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療保險、生育保險及失業保險。獎金一般部分依據僱員的表現，部分依據我們整體營業表現酌情釐定。我們已授予並計劃於日後繼續向僱員授予股份獎勵，以激勵彼等對我們的增長及發展作出貢獻。

我們的僱員尚未成立任何僱員工會或協會。我們認為，我們與僱員保持著友好而富有成效的工作關係，且我們於往績記錄期間並無經歷任何重大勞資糾紛。

知識產權

本集團擁有的知識產權

我們的知識產權對我們的成功及競爭力而言至關重要，其主要包括商標、專利、軟件版權、作品版權及域名。截至最後實際可行日期，我們擁有(i)165個商標，包括155個在中國內地註冊的商標及10個在香港註冊的商標；(ii)兩個在中國內地註冊的專利；(iii)一個在中國內地註冊的軟件版權；(iv)三個在中國內地註冊的作品版權；及(v)22個域名，包括11個在中國內地註冊的域名及11個在香港註冊的域名。有關我們知識產權的更多資料，請參閱本文件「附錄四－法定及一般資料－C.有關我們業務的進一步資料－2.本集團的重大知識產權」一節。

在部分情況下，我們依賴商業秘密及／或機密資料來保護我們所使用技術的若干方面。我們通過與高級管理層及主要人員訂立保密安排來保護我們的專有技術及工藝。儘管我們已採取措施保護我們的知識產權，但我們的專有資料仍有可能被未經授權人士取得。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並不知悉我們的知識產權受到任何重大侵犯，亦無因我們的業務而產生任何與侵犯第三方知識產權有關的重大糾紛或索償。請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能面臨第三方的侵權索償，且我們未必能保護我們的知識產權免遭未經授權使用，這兩種情況均可能降低我們所管理品牌的價值並損害我們的業務及競爭市場地位」一節。

品牌授權商授予本集團的知識產權

我們通常獲品牌授權商授權使用該等品牌授權商的品牌名稱或商標，或就我們的部分銷售及營銷活動使用相關產品的品牌名稱或商標。儘管有該等授權，我們與銷售及營銷活動有關的營銷計劃、材料及藝術品通常須經我們的品牌授權商批准。

物業

截至2024年9月30日，我們並無在中國內地、香港或澳門擁有任何物業。截至同日，我們租賃總建築面積約25,475.88平方米的73項物業，其中63項物業位於中國內地（總建築面積約為18,307.47平方米）及10項物業位於香港（總建築面積約為7,168.41平方米）。該等租賃物業主要用作倉庫、辦公室及零售店。

截至2024年9月30日，構成非物業活動的單項物業權益的賬面值均未達到我們總資產的15%，且構成物業活動的單項物業權益的賬面值亦未達到我們總資產的1%。因此，根據上市規則第五章及香港法例第32L章公司（豁免公司及文件遵從條文）公告第6(2)條，本文件可豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條有關公司（清盤及雜項條文）條例附表三第34(2)段的規定，該條規定須就本集團所有土地或樓宇權益編製估值報告。

截至2024年9月30日，我們在中國內地租賃的58處物業尚未完成租賃登記備案。該等物業被我們用作辦公室、倉庫及線下門店／專櫃。根據《商品房屋租賃管理辦法》，出租人與承租人須訂立書面租賃合同，並於自租賃合約日期起30日內向當地房地產管理主管部門辦理租賃登記備案。我們未能完成租賃登記備案，主要由於我們的出租人不願意配合我們完成租賃登記備案。未能向相關中國政府部門登記該等租賃協議並不影響該等租賃協議的有效性，但相關中國政府部門可命令我們或出租人在規定時限內登記該等租賃協議。倘我們未能於時限內進行登記，每項未登記租賃或會被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元不等的罰款。倘我們未能根據有關中國政府部門的規定登記租賃協議，則截至2024年9月30日，我們可能會被處以最高人民幣580,000元的罰款。截至2024年9月30日，我們並無收到任何來自相關政府部門的登記要求，亦無受到相關政府部門徵收的任何該等罰款。我們將採取一切切實可行的合理步驟，確保相關租賃已進行登記，並繼續與該等出租人溝通，尋求彼等合作以完成登記及備案程序。為減少日後再次發生該等不合規情況，我們將透過委任相關人員就該等事宜監督及監察行政人員，加強對遵守適用法律及法規的內部監督。

獎項及認可

於往績記錄期間，我們所銷售產品的質量及受歡迎程度獲得認可。我們獲得的部分重要獎項及認可載列如下。

獲獎年份	獎項／認可	頒獎機構／機關	實體
2024年	2024年度智慧商業數智化創新實踐獎	中國商業信息化行業大會	本集團
2020年、2021年、2022年及2023年....	「商界展關懷」標誌	香港社會服務聯會	本集團

獲獎年份	獎項／認可	頒獎機構／機關	實體
2021年	奧納獎－2021年度傑出愛心企業	第四屆社會責任大會	本集團
2023年	年度品牌管理公司	Beauty Inc	本集團
2024年	5年+「商界展關懷」（5 Years+ Caring Company）	香港社會服務聯會	本集團
2024年	Hashtag Asia Awards 2024 – Best Social Media Partnerships: Celebrities	marketing-interactive.com	本集團

競爭

根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年零售額計，我們是中國（包括香港及澳門）的最大香水品牌管理公司，按2023年零售額計，我們是中國（包括香港及澳門）第三大香水集團。於往績記錄期間，我們主要與外部香水品牌所有者（不包括我們所管理香水品牌的品牌所有者）及在中國（包括香港及澳門）銷售產品的其他香水品牌管理公司競爭，因為我們的大部分收入來自香水銷售。特別是，截至最後實際可行日期，我們管理的外部香水品牌主要為國際品牌，因此我們面臨與目標消費群相似的中國國內香水品牌的競爭。該等中國國內品牌相對於我們具有一定競爭優勢，包括(i)能夠將中國傳統文化融入其產品，產品設計採用更天然的材料、東方香型或其他中國特色，而且產品特徵能滿足中國消費者的文化認同需求；(ii)數字營銷的靈活性及對中國市場的強大適應能力，讓他們能快速佈局線上平台的營銷舉措；及(iii)更具成本效益的定價，有助吸引對價格敏感的中國消費者。

我們相信，憑藉我們在品牌及產品組合、市場洞察力、大數據分析能力、供應鏈管理以及銷售及分銷網絡方面的優勢，我們將在未來提高我們的市場份額並抓住更多業務機會。我們相信，我們處於有利地位，能夠在行業內的競爭中脱穎而出。然而，我們的部分現有及潛在競爭對手可能享有多項優於我們的競爭優勢，包括但不限於更高的品牌知名度、更多的財務資源、更長的經營歷史、更廣泛的產品組合、更廣的分銷渠道、更大的客戶群及與品牌授權商更牢固的關係。我們可能無法與彼等有效競爭。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－我們在競爭激烈的行業中開展運營。倘我們無法有效展開競爭，我們的業務及經營業績可能會受到不利影響」一節。

季節性

由於我們的業務性質，以及全年每個季節都有促銷節日，其中包括母親節、情人節、春節、聖誕節、新年、雙十一（11月11日）及618購物節（6月18日）等，我們每個季度錄得的收入並無明顯的季節性。

保險

截至最後實際可行日期，我們就我們的業務投購保險，包括火災保險及貨物運輸保險。我們並無投購產品責任險。根據中國內地社會保險法律及法規，我們須為僱員繳納社會保險基金。我們亦於香港及澳門投購相關僱員補償及公眾責任保險。

我們認為，我們的保險覆蓋範圍符合中國（包括香港及澳門）的行業慣例，包括保單的條款及覆蓋範圍。然而，概不保證我們投購的保單足以涵蓋我們的所有營運風險。有關更多資料，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的保險範圍有限，任何超出我們保險範圍的索償均可能導致我們產生巨額成本及分散資源」。

牌照、證書及許可證

下表載列我們目前業務持有的重要牌照及許可證清單：

編號	實體	許可證名稱	發出日期	到期日[1]
1.....	上海穎通化妝品	第二類醫療器械經營備案憑證	2021年7月6日	–
2.....	穎通中國貿易	進出口貨物收發貨人	2019年3月20日	–
3.....	穎通上海貿易	進出口貨物收發貨人	2008年9月9日	–
4.....	上海穎通進出口	進出口貨物收發貨人	2024年3月26日	–
5	上海穎通化妝品	進出口貨物收發貨人	2019年12月4日	–
6	穎通發展	進出口貨物收發貨人	2024年3月22日	–
7	上海穎通商貿	進出口貨物收發貨人	2024年3月25日	–
8	上海穎通品牌管理	進出口貨物收發貨人	2024年3月26日	–

附註：

(1) 該等牌照毋須重續。

董事確認，除上文所述外，截至最後實際可行日期，我們已自有關部門取得對我們於中國(包括香港及澳門)的業務而言屬重大的所有必要牌照、證書及許可證。

有關適用於本集團業務營運的中國(包括香港及澳門)法律及法規的詳情，請參閱本文件「監管概覽」一節。

法律程序及合規

概覽

我們可能不時在日常業務過程中捲入法律訴訟。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們不曾為亦非任何重大法律、仲裁或行政訴訟的當事方，且我們並不知悉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的針對我們或我們的董事的任何未決或面臨的法律、仲裁或行政訴訟。

下文載列本集團於往績記錄期間及直至最後實際可行日期發生的若干過往非重大及非系統性不合規事件的詳情。董事認為，下述不合規事件整體而言不大可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。據我們的中國法律顧問及香港法律顧問告知，我們已在所有重大方面分別遵守中國內地及香港的所有相關法律及法規。據董事所深知，我們已在所有重大方面遵守澳門的所有相關法律及法規。

存儲香水

中國

不合規背景

於往績記錄期間，根據《危險化學品安全管理條例》，我們採購並儲存於中國內地的若干香水並無儲存於專用倉庫(「危險化學品倉庫」)。根據《中華人民共和國安全生產法》及《危險化學品安全管理條例》的規定，中華人民共和國應急管理部負責危險化學品的綜合管理工作。該不合規事件主要因中國地方政府部門對相關法律及規例的執行或詮釋於相關時間並不明確所致。誠如我們的中國法律顧問所確認，不同城市的地

方當局可能對危險化學品有不同的執行或詮釋。例如，中華人民共和國應急管理部並未明確規定將香水作為危險化學品進行管理，亦無規定儲存香水的企業必須獲得危險化學品經營許可證，而上海應急管理局在公告中表示，目前日化產品一般不作為危險化學品管理。深圳應急管理局也在官網回覆稱，香水(化妝品)不屬於危險化學品。然而，於2023年3月，我們被廣東省佛山市南海區應急管理局罰款。

法律後果及潛在最高處罰

未能根據中國內地適用的法律及法規妥善儲存危險化學品可能會導致被主管政府部門責令整改，並處以不少於人民幣50,000元且不超過人民幣100,000元的罰款，而拒不改正的可能導致暫停營業、吊銷相關營業執照或變更經營範圍。於2023年3月23日，我們收到佛山市南海區應急管理局發出的行政處罰決定書，其就未將香水儲存於危險化學品倉庫而向我們處以人民幣55,000元的罰款。截至最後實際可行日期，我們已全額支付有關罰款。

為防止日後違規及確保持續合規而採取的補救及整改措施

截至最後實際可行日期，我們已於廣東省及上海委聘第三方物流及倉儲服務提供商為產品提供供應鏈解決方案(包括儲存及交付服務)。我們已與該等服務提供商訂立供應鏈服務協議。

根據《危險化學品安全管理條例》的規定，儲存危險化學品需要領取危險化學品經營許可證。中華人民共和國應急管理部(其負責根據《中華人民共和國安全生產法》和《危險化學品安全管理條例》的規定對危險化學品進行綜合管理)，該部門於2022年1月發佈的公開回應中確認，根據《危險化學品安全管理辦法》及《危險化學品經營許可證管理辦法》，日用化學品及醫療用品毋須申領危險化學品經營許可證。經我們的中國法律顧問確認，香水根據《國民經濟行業分類》被視作日用化學品，及監管危險化學品的主管部門中華人民共和國應急管理部並未明確規定香水按危險化學品管理，也沒有規定儲存香水的企業必須取得危險化學品經營許可證。

香港

不合規背景

於往績記錄期間，我們並無遵照危險品條例（香港法例第295章）（「**危險品條例**」）存儲分類為屬《2012年危險品（適用及豁免）規例》（香港法例第295E章）下PGII包裝類別的第3類危險品的若干香水。過往，我們一直使用我們於香港租賃的倉庫包裝產品及準備運輸及交付。我們當時主要負責管理該等倉庫營運的員工（在未獲得任何專業法律意見的情況下）誤解了危險品條例及相關規例，並認為對「儲存」數量限制不適用於暫時存放在該處所的貨品，因為該等貨品正處於包裝及／或準備運輸過程中。此外，由於可用的該等持牌倉庫（如有）非常有限，因此在香港租賃一個具有危險品條例牌照的倉庫以儲存我們的香水存貨亦不切實際。

法律後果及潛在最高處罰

儲存超過危險品條例規定豁免數量的危險品或會使我們及／或我們的管理層觸犯法律，並須承擔以下責任：(i)經首次定罪，可處罰款100,000港元及監禁6個月；(ii)經再次定罪，可處罰款200,000港元及監禁12個月。於往績記錄期間，我們於2022年8月收到一份指控我們儲存有關香水產品的數量超過危險品條例相關限額的傳票，罰款為10,000港元，我們已即時全額支付及結清有關罰款。

為防止日後違規及確保持續合規而採取的補救及整改措施

就我們將在香港銷售的香水產品而言，作為整改措施，我們亦已委聘另一家第三方物流及倉儲服務提供商提供供應鏈解決方案，包括包裝、儲存、運輸及交付服務。該等產品將直接交付至該服務提供商位於中國的保稅倉庫。就儲存於我們倉庫的現有香水產品而言，我們已按照協定時間表逐步將該等產品移往第三方物流及倉儲服務提供商的倉庫。於最後實際可行日期，現有香水產品的搬遷已經完成。

在選擇上述第三方物流及倉儲服務提供商時，我們基於其行業地位及履約能力等因素對其資質進行了綜合評估。我們選擇該等第三方物流及倉儲服務提供商，乃由於我們認為基於彼等的過往經驗及聲譽，彼等為相關行業內領先的物流及倉儲服務提供商，能夠向我們提供專業及稱職的服務。

我們已採取以下措施以確保該等第三方服務提供商遵守相關法律法規：

(i) 對於我們在中國內地出售的產品，我們與服務提供商的合約訂明彼等必須具備合約所述服務的必要資格，且必須按照國家、行業標準及我們的服務要求完成相應的供應鏈服務。對於我們在香港出售的產品，我們與相關第三方服務提供商的合約訂明該服務提供商必須遵守中國內地海關的倉庫管理規定。倘服務提供商不遵守該等規定而導致我們遭受任何損失，其應就該等損失全額賠償我們。

    我們與服務提供商的合約亦要求彼等根據國家及行業標準規定的儲存條件儲存貨物或妥善儲存我們的產品。

(ii) 我們定期監管服務提供商合約的表現。

(iii) 我們檢查服務提供商對適用法律法規的持續遵守情況，如果我們發現彼等因任何重大違反法律或法規的行為而受到處罰，則可能終止與彼等的業務關係。

此外，我們已實施其他內部控制措施以防止日後再次發生有關不合規事件，其中包括(i)要求法律團隊隨時了解相關監管要求及更新，及讓我們的管理層對有關規定保持警惕；(ii)定期及不定期指派人員到訪有關倉庫，檢查儲存情況；及(iii)向相關員工提供有關持續遵守相關法律及法例的培訓，包括遵守有關在中國儲存有害化學品的規定。我們的內部控制顧問確認並無發現有關上述不合規事件的任何內部控制問題。

董事認為且聯席保薦人同意，該等不合規事件屬一次性，主要是由於(i)導致中國內地及香港不合規事件的原因性質不同；(ii)我們對先前不合規事件的了解不能防止我們牽涉到隨後的不合規事件；及(iii)我們採取的整改措施已防止再次發生該等不合規事件。我們因違反香港危險品條例而於2022年8月收到指控我們的傳票，主要由於相關員工誤解了對「儲存」數量限制不適用於暫時存放在有關處所的貨品，因為該等貨品正處於包裝及／或準備運輸過程中。我們已採取行動以糾正有關不合規情況，方式是在管理層注意到不合規事件時立即嘗試在香港物色合規倉庫。然而，我們未能找到該類倉庫，原因是可用的該等香港持牌倉庫（如有）非常稀少。因此，為確保日後合規，我們已委聘第三方物流及倉儲服務提供商，以為我們將在香港銷售的香水產品提供供應

鏈服務。然而，涉及《危險化學品安全管理條例》的不合規情況導致我們於2023年3月被相關中國政府部門處罰，主要是由於中國地方政府部門對相關法律及規例的執行或詮釋並不明確。經我們的中國法律顧問確認，中華人民共和國應急管理部並未明確規定香水按危險化學品管理，也沒有規定儲存香水的企業必須取得危險化學品經營許可證。因此，鑒於對相關規定的詮釋並不明確，即使我們於2022年8月的事件後加強就危險化學品遵守適用法律法規的內部審查，鑒於對相關規定的詮釋模糊，我們仍將未能發現可能違反《危險化學品安全管理條例》的情況。

考慮到(i)中國內地及香港各自的不合規事件相互並無關聯且屬一次性；(ii)該等不合規事件並非因本集團的任何系統性失誤所致；(iii)不合規事件不涉及董事的故意不當行為、欺詐、不誠實或故意違約；(iv)我們已採取補救及整改措施以防止任何類似事件再次發生；及(v)該等事件的性質並無對本集團造成任何重大法律及財務影響，我們的董事認為且聯席保薦人同意，該等不合規事件並不重大，且屬非系統性事件，將不會影響董事根據上市規則第3.08及3.09條之適合性。

廣告

不合規背景

我們管理的品牌及產品的廣告須遵守中國內地、香港及澳門的適用法律及法規。2024年4月，上海市青浦區市場監督管理局對我們位於上海的附屬公司處以罰款人民幣30,000元，並責令其停止刊登相關廣告及消除廣告的負面影響，因為其在我們於天貓及抖音的部分自營網上商店所售的若干產品在廣告中帶有若干聲稱，如「溫和」、「舒緩效果」、「適合任何皮膚類型」及「控油」，但均缺乏支持性證據或測試。根據《中華人民共和國廣告法》第二十八條，有關商品的性能、功能、產地、用途、質量、規格、成分、價格、生產者、有效期限、銷售狀況、曾獲榮譽等信息，或者服務的內容、提供者、形式、質量、價格、銷售狀況、曾獲榮譽等信息，以及與商品或者服務有關的允諾等信息與實際情況不符，對購買行為有實質性影響的，則構成虛假廣告。因此，該附屬公司的行為違反了《中華人民共和國廣告法》的相關規定。截至最後實際可行日期，我們已全數繳付該罰款。

法律後果及潛在最高處罰

根據《中華人民共和國廣告法》，發佈虛假廣告的，由相關市場監督管理部門責令停止發佈，相應消除影響，並處廣告費用三倍以上五倍以下的罰款。在廣告費用無法計算或明顯偏低的情況下，則處以人民幣200,000元以上但不多於人民幣一百萬元的罰款。此外，根據《中華人民共和國廣告法》，倘廣告主於兩年內違法行為有三次以上，或有其他嚴重違法行為，(i)則處以廣告費用五倍以上但10倍以下的罰款；(ii)在廣告費用無法計算或明顯偏低的情況下，則處以人民幣一百萬元以上但人民幣二百萬元以下的罰款；(iii)可吊銷營業執照；及(iv)相關廣告審查機關將撤銷廣告審查核准文件，一年內不再受理廣告審查。

為防止日後違規及確保持續合規而採取的補救及整改措施

我們已實施內部控制措施以防止日後再次發生有關不合規事件，包括但不限於(i)從合法合規及侵權風險的角度來看，改善審查廣告及其他營銷及宣傳材料的內部政策；(ii)在委聘營銷及推廣活動第三方供應商前加強對其資歷的檢討；(iii)加強該等第三方供應商的合約責任，以就彼等未能遵守適用的廣告法例及法規而產生的任何損失向我們作出賠償；(iv)委聘法律顧問就最新廣告法的監管要求尋求意見；及(v)向相關員工提供有關持續遵守適用廣告法律及規例以及我們有關銷售及營銷的政策的培訓。經我們的內部控制顧問確認（如「－內部控制及風險管理」項下所披露），我們所實施的內部控制措施已足夠及有效防止類似不合規事件再次發生。

董事及聯席保薦人的意見

考慮到(i)截至最後實際可行日期，我們已就上述事件悉數繳付所有罰款，且並無因上述事件遭受任何進一步處罰或調查；及(ii)我們已採取或正在採取一切可行及合理措施，以避免類似事件再次發生，我們的董事認為，該等不合規事件不會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

基於以上所述，董事認為且聯席保薦人認同，本集團實施的上述補救及內部控制措施乃屬充分有效。

環境、社會及管治事宜

企業及可持續發展管治

我們深知對社會的責任。作為企業公民，我們致力於將環境、社會及管治（「ESG」）原則融入我們業務營運的所有主要方面。我們已制定各種管治措施，以監督ESG相關政策及可持續發展願景的實施，該等措施已嵌入我們的標準運營程序中。董事會全面負責我們的ESG策略及報告。本公司已獲董事會授權成立一個ESG工作小組（「ESG工作小組」），以協助規劃及執行ESG相關事宜，並直接向董事會匯報。

我們將設立重要性評估程序，以識別對本集團及其利益相關方有重大影響的ESG議題。該過程首先通過全面研究、參與及分析識別與本集團相關的可持續發展議題。評估提及的主要利益相關方包括股東、僱員、客戶、行業組織及監管標準機構。其後，該等重大可持續發展議題將會根據利益相關方的期望及彼等對我們業務及營運產生重大影響的潛力，按優先順序排列。該ESG議題排名可作為制定企業策略的指南。

於[**編纂**]後及於適當時，我們亦將每年發佈ESG報告，以披露我們遵守上市規則附錄C2環境、社會及管治報告指引（「ESG報告指引」）規定的工作及成果。

根據我們的ESG政策，我們的董事會對以下事項負有共同及整體責任：

(i) 監督及檢討本集團的ESG框架、管理原則及策略；

(ii) 監督ESG風險及氣候相關風險管理機制，並定期評估有效性；及

(iii) 檢討與ESG相關的目標及指標所取得的進展。

我們亦將成立由董事會授權的ESG工作小組，由總裁辦公室的代表組成。ESG工作小組將協助實施董事會批准的ESG相關框架、政策及策略。ESG工作小組的主要職責包括：

(i) 建立及維持與主要利益相關方的溝通渠道；

(ii) 通過重要性評估來評估ESG相關重大議題並確定其優先次序；

(iii) 分析關鍵績效指標；

(iv) 執行及實施董事會批准的ESG相關政策、程序及措施；及

(v) 每年向董事會匯報ESG相關政策的實施情況及編製ESG報告。

環境事宜

本集團深知應對氣候變化及減少對環境的影響對實現可持續發展至關重要。我們須遵守中國多項環境法律及法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》及《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團在所有重大方面均遵守中國內地、香港及澳門的所有相關環境法律及法規。鑒於我們行業及業務經營的性質，我們並無面臨重大的環境責任風險，且日後亦不會面臨巨額合規成本。

能源及溫室氣體（「GHG」）排放

鑒於我們的業務，我們並無產生大量的範圍1及範圍2排放。範圍2排放是我們溫室氣體排放的主要來源，來自我們辦公室及零售店所消耗的外購電力。我們的範圍1排放來自本公司自有車輛，該等車輛用於社區用途。為減少該等範圍1排放，我們將逐步淘汰汽油動力汽車，並以電動汽車取代。目前，我們擁有一輛電動汽車，預計該數字將隨時間適度增加。

就辦公室及門店的設備而言，我們已逐步將照明光源替換為節能的LED燈，以節約能源。為進一步加強節能工作，我們計劃在非高峰時段關閉若干非必要設備，如電梯。此外，我們對樓宇設備進行定期檢查，以更節能的替代設備取代舊系統及有缺陷的設備。

廢物處理

由於本集團的主要廢物產生來自辦公室及行政活動，我們的減廢策略著重於通過嚴格的管理實踐將此類固體廢物減至最少。我們的辦公室、門店及倉庫嚴格遵守當地的廢物分類規定。我們已實現倉庫運營數字化，消除了交付過程中的紙張使用，並提高了供應鏈效率和透明度。此外，我們已制定電子廢物收集計劃，以促進員工負責任地處理使用過的技術物品。在我們的倉庫及門店中，廢物(包括紙板、紙張及塑料薄膜等包裝廢物以及建築及園林維護廢物)經仔細分類及處理，以減少對環境的影響。我們亦不定期組織廢物回收活動，以鼓勵減少廢物消耗，並鼓勵僱員及客戶共同支持採用環保做法。

產品包裝

我們的部分產品需要重新包裝以符合當地及海關規定。我們嚴格執行《限制商品過度包裝要求－食品和化妝品》，減少不必要的包裝材料消耗。我們對員工進行培訓，以履行中國內地、香港及澳門相關法律法規所規定有關包裝層數及空洞率方面的責任。此外，我們組織環保活動，鼓勵顧客自備購物袋，以減少派發購物袋。

供應鏈管理

在與我們的供應商建立合作關係前，我們通常會執行程序以了解(其中包括)彼等的聲譽、資格及營運。我們亦可能要求我們的供應商提供營業執照或生產及經營許可證，以證明彼等遵守適用法律及法規。管理團隊透過(其中包括)實地考察潛在供應商的辦公室及生產設施、閱讀第三方專業人士發佈的行業研究報告、尋求知名業內人士的意見及查閱其過往宣傳資料，以收集該等信息。此外，我們與供應商的合約一般訂明彼等有責任確保所供應產品的品質符合適用法律及法規。展望未來，為加強我們的可持續發展舉措，我們將考慮潛在供應商對環境及社會政策、法律及法規的遵守情況，以實現對環境更友好及／或對社會更負責任的供應鏈管理。

氣候風險及機遇

鑒於我們的業務性質，我們預計環境及氣候相關風險短期內不會對我們的業務營運產生重大影響。然而，我們認為該等風險可能會影響我們的中長期業務價值鏈及財務狀況。我們已確定整個業務鏈中需要解決的多項實體及過渡風險及機遇。倘風險及機遇被視為重大，我們將計劃將該等風險及機遇納入我們的策略及財務規劃流程。

就急性實體風險而言，颱風及水災等極端天氣事件可能導致產品交付時間延遲及我們的產品及零售店受損。倘有關事件在長期內更頻繁地發生，我們的保費及營運成本將會增加。就長期實體風險而言，氣溫上升可能會導致空調為維持相同的室溫而令耗電量增加，從而可能增加營運成本。

政策及法規的風險，包括影響現有產品及服務的強制性排放披露及法規變更，可能導致合規成本增加及現有資產過早報廢。就市場風險而言，我們可能會受到客戶行為變化的影響，因為消費者更喜歡有機及環保的香水。倘我們對該等產品類型不夠重視，則可能導致產品需求減少。此外，我們可能會遇到市場機會，因為在炎熱的天氣條件下，客戶可能對使用香水來掩蓋體味有更高的需求。從長遠來看，任何能夠承受高溫並有效去除體味的香水均可能會受到歡迎，從而增加收入。

社會事宜

現有勞動力

截至最後實際可行日期，我們合共擁有1,151名僱員。明細概要呈列如下：

		截至2022年3月31日	截至2023年3月31日	截至2024年3月31日	截至最後實際可行日期
按性別劃分	男性	399	374	360	309
	女性	998	962	894	842
按層級劃分	管理層	7	7	8	7
	非管理層	1,390	1,329	1,246	1,144

		截至2022年3月31日	截至2023年3月31日	截至2024年3月31日	截至最後實際可行日期
按年齡段劃分	16-29歲	430	390	312	268
	30-39歲	576	549	553	512
	40-49歲	306	299	295	283
	50歲及以上	85	98	94	88
按地區劃分	中國內地	1,136	1,016	916	810
	香港及澳門	261	320	338	341
總計		1,397	1,336	1,254	1,151

僱員關懷

我們的員工是我們最大的資產，且我們努力創造一個支持性和包容性的環境，使我們的僱員能夠在個人和專業方面蓬勃發展。我們充分保障僱員在招聘、辭退、薪金、福利等方面的合法權利及權益，確保所有僱員享有平等機會，營造多元包容的工作氛圍。本集團致力成為平等機會僱主，不論種族、膚色、國籍、宗教、性別、性取向、年齡或任何其他受保護特徵，均會考慮所有職位的應聘者。此外，我們通過提供母乳餵哺設施、公司產品的家庭折扣以及鼓勵員工與親人一起參加社交活動，將僱員的關懷和福祉放在首位。

有關僱員福利、招聘、職業發展、培訓及發展機會以及我們的多元化及平等機會政策的詳情，請參閱本節「－ 僱員」。

職業及工作場所安全

本集團已制定程序，通過在員工手冊中列出一系列供員工遵循的工作安全措施，為僱員提供安全健康的工作環境。本集團根據中國內地、香港及澳門的相關法律及法規遵守有關健康及安全的規則及法規，並據此在工作場所制定一系列工作場所環境控制及衛生要求。截至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守有關健康、職業安全及環境保護的適用法律及法規。

我們的行政部門負責我們工作安全措施的日常實施及合規記錄保存。我們認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，遵守適用健康、工作安全、社會及環境法律法規的年度成本並不重大，且預計有關合規成本於日後並不重大。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並無發生任何與工人安全有關的重大事故或意外。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭受任何重大的人身或財產損害賠償申索，或與健康、工作安全、社會及環境保護有關的處罰，亦無牽涉任何事故或死亡，且在所有重大方面均遵守相關司法權區的適用法律及法規。

反腐敗

本集團堅定不移地以誠信、透明的方式開展業務，並完全遵守所有適用的反腐敗法律及法規。為維護我們的聲譽及維持最高道德標準，我們已制定全面的反賄賂政策，要求全體僱員嚴格遵守相關法律法規，履行職責及開展活動。

我們已實施穩健的內部控制及嚴格的審計機制，以防止、發現及迅速應對任何欺詐活動。本集團對賄賂及腐敗採取零容忍態度，任何違反反賄賂政策的行為均可能導致嚴重的紀律處分，包括終止僱傭或業務關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並無審結任何有關腐敗、賄賂、欺詐及洗錢行為的法律案件。

動物試驗

我們委聘具備必要執照的合資格第三方機構進行相關毒理學試驗，並在相關法律法規要求時進行動物試。我們並無直接進行任何動物試驗。

本集團亦已制定相關規例以確保符合法律規定。根據《化妝品註冊備案資料管理規定》，註冊或者備案產品的產品檢驗報告，由化妝品註冊和備案檢驗機構出具，產品檢驗報告包括微生物與理化檢驗、毒理學試驗等。普通化妝品的生產企業已取得所在國(地區)政府主管部門出具的生產質量管理體系相關資質認證，且產品安全風險評估結果能夠充分確認產品安全性的，可免於提交該等產品的毒理學試驗報告。

社區參與

本集團非常關心我們經營所在社區的福祉，因為其福祉對我們的成功至關重要。我們積極鼓勵僱員參與社區事件及活動，例如支持當地文化及提供義工服務在現場幫助弱勢社群。於往績記錄期間，我們組織了「粉紅色服裝日」活動，鼓勵所有僱員穿著粉紅色服裝，以加強對我們組織內及我們所服務社區內受乳腺癌影響的個人的關注及支持。

此外，我們已贊助所有僱員觀看電影《總是有愛在隔離》，該電影旨在為受COVID-19疫情影響的電影業從業者籌集資金。我們了解該危機對電影業的巨大影響，並致力在充滿挑戰的時期為有需要的人提供支持。通過該等舉措，我們努力培養強烈的社區意識，為社會福祉作出貢獻。

COVID-19疫情對本集團的影響

自2019年12月以來，新型冠狀病毒COVID-19在全球爆發。為應對COVID-19病毒（包括Delta及Omicron變體等變異體及變異株）的傳播，若干商業及社會活動在某程度上受到影響。我們已在我們經營的銷售場所實施預防措施，包括要求所有進入者佩戴口罩、測量體溫及向消費者及僱員提供個人消毒產品（如洗手液）。

儘管我們認為COVID-19疫情對我們業務的影響已有所緩解，但COVID-19疫情的爆發對我們於往績記錄期間的業務、經營業績及財務狀況產生以下影響：(i)於COVID-19疫情期間，我們線下門店／專櫃的總消費者流量減少，導致存貨結餘及存貨周轉天數增加；(ii)於2021年及2022年，我們分別有三家及20家（或約4.0%及23.0%）的自營線下門店因COVID-19疫情而暫時關閉；及(iii)在COVID-19疫情的影響下，完成清關所需的時間相對較長。

自2022年12月起，在COVID-19疫情的影響有所緩解後，我們已全面恢復正常營運。鑒於我們的營運恢復如常，且我們在COVID-19疫情的影響下能夠維持穩定的收入及毛利率，(i)董事認為COVID-19疫情於往績記錄期間並無對本集團的經營或財務狀況產生重大不利影響；及(ii)董事預期COVID-19疫情不會對本集團的業務及財務表現產生進一步不利影響。儘管COVID-19疫情不再對我們的業務運營造成任何重大影響，但我們將保持線上線下銷售網絡的平衡，以應對未來與COVID-19疫情類似的任何情況可能帶來的挑戰。

內部控制及風險管理

內部控制

我們已委聘內部控制顧問，以執行與本公司及我們主要附屬公司的內部控制有關的若干協定程序，並報告有關本集團各過程實體層面控制及內部控制的事實調查結果，包括財務報告及披露控制、銷售、應收賬款及收款、採購、應付賬款及付款、固定資產及在建資產、人力資源及工資管理、現金及財務管理、IT系統的一般控制、稅務管理、生產及成本、保險管理、研發及無形資產。內部控制顧問就本公司內部控制制度於2024年4月執行程序並於2024年5月執行跟進程序。截至最後實際可行日期，概無與本集團內部控制有關的餘下重大問題。

我們已就我們營運的各個方面採取各種措施及程序，例如知識產權保護、環境保護及職業健康與安全。作為僱員培訓計劃的一部分，我們向僱員提供有關該等措施及程序的定期培訓。我們亦透過我們的內部控制人員定期監控該等措施及程序的實施情況。我們的董事（負責監督我們的企業管治）將在我們的法律顧問的協助下，於[**編纂**]後定期審查我們對所有相關法律法規的合規情況。

以下為我們已實施或計劃實施的內部控制政策、措施及程序概要：

- 我們已成立審核委員會，其須(i)就委任及罷免外聘核數師向董事作出建議；及(ii)審閱我們的財務報表並監督我們的財務報告及內部審計；及(iii)監督我們的風險管理及內部控制程序。有關更多詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層－企業管治－審核委員會」一節。

- 我們已委聘同人融資有限公司作為我們的合規顧問，就上市規則相關事宜向董事及管理團隊提供意見，直至[**編纂**]後首個財政年度結束為止。我們的合規顧問預期將確保[**編纂**]後我們的資金使用符合本文件「未來計劃及[**編纂**]用途」一節，並及時就相關監管部門的規定提供支持及建議。

- 我們計劃委聘法律顧問於[**編纂**]後就適用法律及法規向我們提供意見並及時了解最新情況。我們將繼續安排外部法律顧問及／或任何適當的認可機構不時(如需要)提供各種培訓，以使我們的董事、高級管理層及相關僱員了解適用於我們的最新的法律法規。

風險管理

我們認識到風險管理對我們業務運營的成功至關重要。我們面臨的主要營運風險包括我們經營所在行業的整體市場狀況及監管環境的變動、我們提供優質服務的能力、我們管理預期增長及執行增長策略的能力，以及我們與我們的競爭對手競爭的能力。有關我們面臨的各種風險及不確定因素的討論，請參閱本文件「風險因素」一節。我們亦面臨各種市場風險。尤其是，我們面臨有關外匯、現金流量、公允價值利率、信貸及流動性的風險。有關該等市場風險的討論，請參閱「財務資料－有關市場風險的定量及定性披露」。

為應對該等挑戰，我們的審核委員會由三名董事組成，即陶志強先生、Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生及Chan Soh Cheng女士，並由陶志強先生擔任主席，負責審閱及監督我們的財務報告流程、風險管理及內部控制系統。

我們就財務報告風險管理維持一套會計政策，例如財務報告管理政策、預算管理政策、負債政策、財務報表編製政策以及財務部門及員工管理政策。我們有各種程序和IT系統來實施我們的會計政策，我們的財務部門相應地審查我們的管理賬目。我們亦為財務部門員工提供定期培訓，以確保彼等了解我們的財務管理及會計政策，並在日常營運中嚴格執行。

此外，我們在中國內地、香港及澳門制定了多項人力資源管理標準操作程序，包括員工管理制度、培訓手冊及人力資源規劃政策。該等措施旨在降低我們在招聘不足、員工流失、違反勞動法規、員工信息管理等方面的風險。

我們的控股股東

緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），本公司將由穎通國際擁有[**編纂**]%，而穎通國際由劉先生及劉太太分別持有90%及10%。就[**編纂**]而言及根據上市規則，穎通國際、劉先生及劉太太因此將被視為本公司的一組控股股東。

控股股東的獨立性

經考慮以下因素後，董事相信我們有能力於[**編纂**]後獨立於控股股東及其緊密聯繫人經營業務。

管理獨立性

我們的業務由董事會及高級管理層管理及開展。[**編纂**]後，我們的董事會將包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。有關更多資料，請參閱「董事及高級管理層」一節。

我們的董事認為，董事會及高級管理層將獨立於我們的控股股東履行其職能，原因在於：

(a) 各董事均知悉其作為董事的受信責任，該等責任要求（其中包括）其為本公司權益及利益行事，且不容許其董事職責與其個人利益之間存在任何衝突；

(b) 我們的日常管理及經營由執行董事及高級管理團隊執行，除控股股東之一劉先生及劉先生的女兒劉女士外，其餘均獨立於控股股東並擁有本公司所從事行業的豐富經驗，因此將能夠作出符合本集團最佳利益的業務決策；

(c) 我們有三名於不同專業及行業擁有豐富經驗的獨立非執行董事。彼等根據上市規則的要求獲委任，以確保董事會的決策乃經過審慎考慮獨立及公正意見後作出。董事認為，不同背景的獨立非執行董事參與可平衡觀點及意見；

(d) 倘本集團將與董事或彼等各自聯繫人訂立的任何交易存在潛在利益衝突，存在利益關係的董事須申明相關權益性質，並除於細則規定的若干情況外，不得就有關交易於本公司相關董事會會議中投票；及

(e) 我們已採納一系列企業治理措施以管理本集團與任何控股股東之間的利益衝突（如有），以支援我們的獨立管理。有關更多資料，請參閱本節「－企業管治措施」。

基於上述理由，我們的董事認為，我們的董事會整體及與高級管理層共同可獨立於我們的控股股東及彼等各自緊密聯繫人履行其管理職責並經營本集團業務。

運營獨立性

本集團在經營上不依賴控股股東及彼等各自緊密聯繫人，包括：

(a) 我們已成立自身的組織架構，由獨立的單個部門組成，而每個部門有其自身行政及企業管治基礎設施；

(b) 我們持有所有對業務經營屬重大的相關許可及知識產權，並擁有充足的資金、設施、設備及僱員，可獨立經營業務；

(c) 控股股東於我們任何五大供應商及客戶中並無權益。我們並不依賴控股股東及其緊密聯繫人並可獨立接觸供應商及客戶；及

(d) 我們已制定一套內部控制程序，以促進我們的業務獨立於控股股東有效營運。

我們於往績記錄期間與控股股東及其緊密聯繫人訂立若干租賃協議，據此，本公司若干附屬公司同意租賃物業作為其辦公室及倉庫。該等租賃協議的主要條款載列如下：

承租人	出租人	物業	概約建築面積	月租	用途	期限	上市規則涵義
			(平方米)				
物業租賃協議一							
顥通遠東.....	立恒投資有限公司，一家由劉先生及劉太太全資擁有的公司	香港九龍灣常悅道3號企業廣場二期11樓	875	197,000港元	辦公室	2024年4月1日至2026年3月31日(包括首尾兩天)	此物業租賃協議一受限於固定期限，並根據上市規則被視為資本資產的一次性關連收購。由於此物業租賃協議一於[**編纂**]前訂立而項下擬進行交易性質屬一次性，其項下擬進行的租金付款將不會根據上市規則第十四A章被分類為持續關連交易。因此，此物業租賃協議一項下的交易將不須遵守上市規則第十四A章項下的申報、公告、年度審核及獨立股東批准的規定。
		香港九龍灣常悅道3號企業廣場二期22樓1-3室	319	72,000港元	辦公室	2024年4月1日至2026年3月31日(包括首尾兩天)	
		香港油塘高輝道7號高輝工業大廈A座9樓1及2室	2,114	292,000港元	倉庫	2024年4月1日至2026年3月31日(包括首尾兩天)	
		香港九龍灣常悅道3號企業廣場二期22樓5-6室	304	69,000港元	辦公室	2024年4月1日至2026年3月31日(包括首尾兩天)	

承租人	出租人	物業	概約建築面積	月租	用途	期限	上市規則涵義
			(平方米)				
物業租賃協議二							
顥通遠東.....	劉先生及劉太太	香港九龍灣常悅道3號企業廣場二期22樓7室	112	25,000港元	辦公室	2024年4月1日至2026年3月31日(包括首尾兩天)	此物業租賃協議二受限於固定期限，並根據上市規則被視為資本資產的一次性關連收購。由於此物業租賃協議二於[**編纂**]前訂立而項下擬進行交易性質屬一次性，其項下擬進行的租金付款將不會根據上市規則第十四A章被分類為持續關連交易。因此，此物業租賃協議二項下的交易將不須遵守上市規則第十四A章項下的申報、公告、年度審核及獨立股東批准的規定。
物業租賃協議三							
顥通遠東.....	Glassworld International Limited，一家由劉先生及劉太太合共持有30%的公司	香港九龍灣常悅道3號企業廣場二期22樓8室	140	32,000港元	辦公室	2024年4月1日至2026年3月31日(包括首尾兩天)	此物業租賃協議三受限於固定期限，並根據上市規則被視為資本資產的一次性關連收購。由於此物業租賃協議三於[**編纂**]前訂立而項下擬進行交易性質屬一次性，其項下擬進行的租金付款將不會根據上市規則第十四A章被分類為持續關連交易。因此，此物業租賃協議三項下的交易將不須遵守上市規則第十四A章項下的申報、公告、年度審核及獨立股東批准的規定。

承租人	出租人	物業	概約建築面積（平方米）	月租	用途	期限	上市規則涵義
物業租賃協議四							
穎通北京貿易...	劉先生及劉穎恆先生	中國遼寧省瀋陽市瀋河區青年大街121號嘉里中心企業廣場A座18樓1805室	220	人民幣30,000元	辦公室	2024年4月1日至2026年3月31日	此物業租賃協議四受限於固定期限，並根據上市規則被視為資本資產的一次性關連收購。由於此物業租賃協議四於[**編纂**]前訂立而項下擬進行交易性質屬一次性，其項下擬進行的租金付款將不會根據上市規則第十四A章被分類為持續關連交易。因此，此物業租賃協議四項下的交易將不須遵守上市規則第十四A章項下的申報、公告、年度審核及獨立股東批准的規定。
物業租賃協議五							
穎通北京貿易...	劉女士	中國北京市朝陽區東大橋路8號院A座29樓3307室	508	人民幣66,900元	辦公室	2024年4月1日至2026年3月31日	此物業租賃協議五受限於固定期限，並根據上市規則被視為資本資產的一次性關連收購。由於此物業租賃協議五於[**編纂**]前訂立而項下擬進行交易性質屬一次性，其項下擬進行的租金付款將不會根據上市規則第十四A章被分類為持續關連交易。因此，此物業租賃協議五項下的交易將不須遵守上市規則第十四A章項下的申報、公告、年度審核及獨立股東批准的規定。

承租人	出租人	物業	概約建築面積 (平方米)	月租	用途	期限	上市規則涵義
物業租賃協議六							
上海穎通化妝品	上海夏意國際貿易有限公司，一家由劉先生全資擁有的公司	中國上海市閔行區閔虹路166號樓T3-3201至T3-3219單元	2,236	人民幣613,813元	辦公室	2024年4月1日至2026年3月31日	此物業租賃協議六受限於固定期限，並根據上市規則被視為資本資產的一次性關連收購。由於此物業租賃協議六於[**編纂**]前訂立而項下擬進行交易性質屬一次性，其項下擬進行的租金付款將不會根據上市規則第十四A章被分類為持續關連交易。因此，此物業租賃協議六項下的交易將不須遵守上市規則第十四A章項下的申報、公告、年度審核及獨立股東批准的規定。

儘管有該等一次性交易，董事認為我們一直並將繼續在經營時獨立於控股股東及其緊密聯繫人，理據如下：

(a) 我們將向控股股東及其緊密聯繫人租賃的物業用作辦公室及倉庫，而市場上有其他隨時可用的物業並可以合理價格向獨立第三方租賃。我們可向獨立第三方尋求其他合適的替代物業，而不會對我們的業務經營造成任何重大不利影響；及

(b) 該等一次性交易於日常及一般業務過程中經公平磋商及按正常商業條款訂立，屬公平合理，並符合本公司及股東的整體利益。

基於上述理由，董事認為我們的業務經營獨立於我們的控股股東及彼等各自緊密聯繫人。

財務獨立性

我們擁有獨立的內部控制及會計系統。我們亦擁有一個負責履行財務職能的獨立財務部門，以及僅由獨立非執行董事組成的審核委員會監察我們的會計及財務申報過程。必要時，我們能獲得第三方融資而不倚賴控股股東。

於往績記錄期間，控股股東之一劉先生個人、其控制的實體或其擁有的物業提供若干擔保及質押，而控股股東之一劉太太為我們的貸款及融資以其與劉先生共同擁有的物業提供質押。於往績記錄期間，穎通遠東亦就其貸款及融資向一家由劉先生及劉太太控制的實體（即立恒投資有限公司）提供擔保，而有關擔保已於2024年5月解除。

於2024年12月31日（即債務的最後實際可行日期），劉先生為未結清的銀行融資提供的擔保約為人民幣39.1百萬元。於最後實際可行日期，我們已向相關銀行取得同意，於[**編纂**]後以我們的企業擔保代替，解除上述擔保及質押資產。

於2021年12月21日，穎通遠東與我們於往績記錄期間的五大供應商之一（「該供應商」）訂立分銷協議（「分銷協議」），據此，該供應商向穎通遠東授予在中國內地、香港及澳門獨家分銷及銷售其產品的權利。同日，劉先生、Eternal BVI與該供應商訂立選擇權協議，以進一步訂明實施該供應商與本集團之間合作的策略、架構及步驟，包

括但不限於Eternal BVI須新設一家特殊目的私營公司（後稱為E&C Holdings），作為該供應商的分銷商運營，以僅分銷該供應商的產品，而該供應商應有權投資或收購E&C Holdings的股份。為此，該供應商被授予購買E&C Holdings全部已發行股本的選擇權（「收購選擇權」），將可於（其中包括）選擇權協議滿第五週年、第七週年或第九週年之日起六個月期間內隨時行使，代價乃根據來自分銷協議允許的線上及線下渠道的本集團除息稅折舊攤銷前盈利（EBITDA）及行使收購選擇權的時間釐定。此外，根據選擇權協議，劉先生為Eternal BVI妥善遵守及履行其於選擇權協議項下的職責及責任提供擔保，並同意因Eternal BVI違反其於選擇權協議項下的責任而令該供應商可能蒙受的所有損失向該供應商作出彌償，惟劉先生於選擇權協議項下的最高責任限額不得超過3百萬歐元，除非倘本集團違反選擇權條款或我們未能保留E&C Holdings的100%控制權，則彌償金額將不超過5百萬歐元。

其後於2023年，該供應商、Eternal BVI及劉先生等訂立變更更替契據（「更替契據」），以修訂分銷協議及選擇權協議的若干條款，包括擴大根據分銷協議允許本集團分銷產品並以E&C Holdings取代頴通遠東作為該供應商產品的分銷商運營的若干電子渠道。E&C Holdings於分銷協議項下的職責包括（其中包括）：(i)於任何時候均盡最大努力於指定地區向客戶推銷及銷售該供應商的產品，同時維持與有關產品相關的奢華魅力和光環；(ii)設立並維持一支專門的專業團隊以獨家處理該供應商的品牌；(iii)採購該供應商產品並維持充足庫存，以支持潛在需求及銷售；及(iv)遵循訂約方不時協定的年度活動計劃及策略，以營銷及宣傳該供應商的產品。根據更替契據，劉先生亦就E&C Holdings妥善遵守及履行其於分銷協議項下的職責及責任提供擔保，並同意就因（其中包括）E&C Holdings違反其於分銷協議項下的責任而令該供應商蒙受的所有損失向該供應商作出彌償，惟劉先生在更替契據下的最高責任限額不得超過3百萬歐元，但欺詐或欺詐性虛假陳述等特殊情況除外。劉先生根據選擇權協議及更替契據作出的彌償乃由該供應商與我們根據該供應商承擔的最大虧損並參考本集團根據分銷協議而對該供應商產品的估計最高採購額經公平磋商後釐定。

E&C Holdings為一家投資控股公司，旗下有兩家附屬公司，即E&C Shanghai及E&C Trading，兩家公司均主要從事該供應商產品的獨家貿易及零售業務。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，E&C Holdings及其附屬公司錄得(i)收入分別為零、約人民幣14.9百萬元、人民幣64.9百萬元及人民幣56.5百萬元；(ii)毛利分別為零、約人民幣9.6百萬元、人民幣38.4百萬元及人民幣33.0百萬元；及(iii)淨虧損分別約人民幣17,000元、人民幣4.7百萬元、人民幣13.1百萬元及人民幣9.2百萬元。據董事所知及所悉，E&C Holdings於往績記錄期間及直至最後實際可行日期已在所有重大方面遵守其營運適用的相關法律及規例。

兩項擔保由劉先生作為控股股東按該供應商要求提供。然而董事認為，基於以下原因，我們於財務上獨立於控股股東及／或其緊密聯繫人：

(a) 截至2024年9月30日，我們的現金及現金等價物約為人民幣274.8百萬元，將足以支付劉先生根據選擇權協議及更替契據提供的擔保及彌償；及

(b) 於往績記錄期間，分銷該供應商產品產生的收入僅佔總收入的小部分，截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月分別約為人民幣11.9百萬元、人民幣61.0百萬元、人民幣94.0百萬元及人民幣63.3百萬元，分別佔我們同期總收入的約0.7%、3.6%、5.0%及5.9%。因此，我們目前無意解除或取代由劉先生根據選擇權協議及更替契據提供的擔保，且我們認為，劉先生在[**編纂**]後繼續提供有關擔保將不會構成任何重大依賴，且從財務角度將不會影響我們獨立於控股股東運營的能力。

除上文所述外，我們的資金來源和財務獨立於控股股東，於往績記錄期間，控股股東或其各自緊密聯繫人概無為我們的運營提供資金。董事確認，本集團無意從我們的任何控股股東或其各自緊密聯繫人獲得任何進一步借款、擔保、質押和抵押。基於上文所述，董事認為本集團在財務上於本集團業務經營中不依賴控股股東或彼等各自緊密聯繫人。

根據上市規則第8.10條的競爭

於往績記錄期間，本集團向Gold Vision Limited（「Gold Vision」，一家於1998年10月23日根據香港法律註冊成立並由劉先生之子劉顥恆先生控制的公司）出售眼鏡產品。Gold Vision主要從事眼鏡產品零售。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，Gold Vision的收入分別約為5.0百萬港元、6.3百萬港元、6.9百萬港元及3.1百萬港元。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，Gold Vision分別錄得虧損淨額約0.1百萬港元、淨利潤約0.7百萬港元、0.4百萬港元及1.1百萬港元。

預期我們與Gold Vision的交易將於[**編纂**]後繼續進行。有關詳情，請參閱本文件「持續關連交易」一節。Eternal BVI為Gold Vision的董事之一。因此，根據上市規則第8.10(2)條，我們的控股股東將被視為以董事身份於Gold Vision擁有權益。經考慮(i) Gold Vision的主要業務為以企業對消費者模式零售眼鏡產品，其目標客戶為眼鏡產品的終端消費者；(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們僅以企業對企業模式從事眼鏡產品的批發及分銷，我們的目標客戶主要為零售商；(iii) Gold Vision及本集團的目標客戶群截然不同；及(iv) Gold Vision及本集團均無意改變彼等各自的主要業務，董事認為Gold Vision與本集團經營的業務之間存在明確劃分且並無重大競爭。

我們的控股股東確認，截至最後實際可行日期，除上文所披露者外，其概無於直接或間接與本集團業務構成競爭或可能構成競爭的業務（本集團業務除外）中擁有任何權益而須根據上市規則第8.10條作出披露。此外，有關董事的確認，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節「上市規則第8.10條」一段。

企業管治措施

董事明白良好企業管治對保障股東權益的重要性。我們已採納下列企業管治措施以解決本集團與控股股東之間的實際或潛在利益衝突：

(a) 根據細則，若將召開股東大會以審議我們的控股股東或其任何聯繫人於其中擁有重大權益的擬定交易，則控股股東將不會就相關決議案進行表決；

(b) 本公司已設立內部控制機制以識別關連交易，而倘於[**編纂**]後我們將與控股股東或其任何聯繫人訂立關連交易，則我們將遵守適用的上市規則；

(c) 獨立非執行董事將每年檢討本集團與控股股東之間是否存在任何利益衝突，並提供公正及專業的意見以保障少數股東的利益；

(d) 我們的控股股東將承諾提供一切必要資料或獨立非執行董事就年度審核而要求的資料，包括所有相關財務、經營及市場資料；

(e) 本公司將於中期報告及年報中或按上市規則規定以公告方式披露獨立非執行董事檢討事項的決定；

(f) 倘我們的董事合理要求獨立專業人士(如財務顧問)的意見，委任該等獨立專業人士的費用將由本公司承擔；

(g) 我們已委任同人融資有限公司擔任我們的合規顧問，以就遵守適用法律法規以及上市規則(包括與企業管治有關的各項規定)提供意見及指引；及

(h) 我們已設立審核委員會、薪酬委員會及提名委員會，並根據上市規則及企業治理守則訂立其書面職權範圍。審核委員會所有成員均為非執行董事，且大部分成員(包括主席)為獨立非執行董事。

根據以上所述，董事認為已採取充足企業管治措施管理[**編纂**]後本集團與控股股東之間的利益衝突以及保障少數股東的利益。

概覽

我們過去曾與於[**編纂**]後將成為本公司關連人士的有關方訂立若干交易。於[**編纂**]後，我們將繼續進行若干關連交易。本公司根據上市規則第十四A章進行的該等持續關連交易詳情載列如下。

相關關連人士

於[**編纂**]完成後，我們已與其訂立交易的以下有關方根據上市規則將被視為我們的關連人士。

關連人士	關連關係
Gold Vision Limited（「**Gold Vision**」）....	Gold Vision Limited由劉頴恆先生持有70%，彼為劉先生之子及劉女士胞弟。因此，根據上市規則，彼被視為本公司的關連人士。
劉先生.....	劉先生為本公司的執行董事及本公司的控股股東之一，因此為本公司於上市規則下的關連人士。

獲全面豁免持續關連交易

向Gold Vision銷售眼鏡產品

於往績記錄期間，我們向主要從事眼鏡產品零售的Gold Vision銷售眼鏡產品。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們向Gold Vision銷售的收入分別約為50,600港元、23,200港元、39,900港元及20,100港元。眼鏡產品的銷售已經並將按與向獨立第三方客戶提供的條款相若的條款進行。

與Gold Vision的交易已經並將於本集團的日常及一般業務過程中按正常商業條款或更佳的條款訂立。根據與Gold Vision的歷史交易金額，董事預期於[**編纂**]後我們向Gold Vision銷售的收入不會超過每年200,000港元。由於上市規則下有關與Gold Vision之間的交易的各項適用百分比比率（盈利比率除外）預計按年度基準低於0.1%，故該等交易根據上市規則第14.76(1)條將構成符合最低豁免水平的交易並將獲全面豁免遵守上市規則第十四A章項下的申報、年度審核、公告、通函及獨立股東批准規定。

倘上市規則下有關與Gold Vision之間交易的任何適用百分比比率（盈利比率除外）預期將超出上市規則第14A.76(1)條所規定的適用最低豁免水平門檻，則我們將須遵守上市規則第十四A章項下的所有適用規定。

劉先生的擔保

劉先生就我們妥為遵守並履行選擇權協議及更替契據項下的義務提供個人擔保（統稱「擔保」）。有關擔保的更多詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係 — 控股股東的獨立性 — 財務獨立性」。

各項擔保構成本公司關連人士為本集團利益提供的財務資助，乃(i)按正常商業條款或更佳條款訂立，原因為其由劉先生單方面提供，以擔保我們妥為遵守並履行選擇權協議或更替契據項下的義務，而本集團對劉先生並無任何相互義務，及(ii)並非以本集團資產作抵押。因此，擔保將獲全面豁免遵守上市規則第14A.90條項下的年度審核、申報、公告及獨立股東批准的規定。

該供應商獲授予收購選擇權，可在（其中包括）選擇權協議第五、第七或第九週年後六個月期間內隨時行使。選擇權協議項下的擔保條款將一直具有十足效力及作用，直至選擇權協議項下的義務獲全面履行為止，而更替契據項下的擔保條款將一直具有十足效力及作用，直至該供應商行使收購選擇權完成買賣E&C Holdings相關股份為止。因此，擔保的期限可能超過三年。考慮到(i)該供應商授予本集團長期獨家分銷其產品的權利的商業先決條件包括其收購E&C Holdings股份的權利以及劉先生提供的擔保；(ii)與該供應商建立長期獨家分銷安排將加強我們與該供應商的關係，並幫助我們獲得並擴大我們於業內的客戶群；及(iii)擔保由劉先生單方面提供，以擔保我們妥為遵守並履行選擇權協議及更替契據項下的義務，而本集團對劉先生並無任何相互義務，董事認為且聯席保薦人贊同，提供三年以上的擔保對本集團及股東整體而言屬適當及有利。

董事

[**編纂**]後，董事會將由七名董事組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。下表載列有關董事的若干資料：

姓名	年齡	職位	加入本集團日期	獲委任為董事日期	角色及職責
執行董事					
劉鉅榮先生[1]	78歲	執行董事兼董事會主席	1983年2月	2024年1月9日	本集團的整體戰略規劃及業務方向
林荊女士	49歲	執行董事兼首席執行官	1999年12月	2024年7月10日	本集團的整體營運管理
劉穎賢女士[1]	50歲	執行董事	2004年3月	2024年7月10日	本集團的整體業務發展
朱維馴先生	50歲	執行董事兼首席財務官	2010年7月[2]	2024年7月10日	本集團的整體財務管理及投資者關係事務
獨立非執行董事					
陶志強先生	54歲	獨立非執行董事	2025年[●]	2025年[●]	監督董事會並向董事會提供獨立判斷

附註：

(1) 劉女士為劉先生之女兒。

(2) 朱維馴先生由2010年7月至2020年3月首次加入本集團，並於2023年5月再次加入本集團。

姓名	年齡	職位	加入本集團日期	獲委任為董事日期	角色及職責
Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生.....	49歲	獨立非執行董事	2025年[●]	2025年[●]	監督董事會並向董事會提供獨立判斷
Chan Soh Cheng女士...	57歲	獨立非執行董事	2025年[●]	2025年[●]	監督董事會並向董事會提供獨立判斷

執行董事

劉鉅榮先生，78歲，本集團創辦人，於2024年1月9日獲委任為董事，並於2024年7月12日調任為執行董事。彼亦為董事會主席，主要負責制定本集團的整體戰略規劃及業務方向。劉先生亦為我們若干附屬公司(即Eternal BVI、卓俊遠東、穎通中國、穎通遠東、喜賢、杰冠、E&C Holdings、穎得貿易、穎通中國貿易及穎通上海貿易)的董事，並為我們合營企業公司穎芭中國的董事。劉先生為執行董事劉女士的父親。

劉先生擁有逾40年香水代理銷售、零售及品牌營運管理的豐富經驗。於創立本集團前，彼於1972年8月至1988年3月任職於國泰航空有限公司，離職前的最後職務為總艙務長。考慮到缺乏品牌管理公司將進口香水引入中國市場，劉先生於1988年通過在北京一家百貨公司開設香水精品專櫃，將國際香水引入中國。彼自1988年起投身香水行業的業務，並成功帶領我們成為中國(包括香港及澳門)領先的香水品牌管理公司。

劉先生為香港化粧品同業協會的榮譽會長。劉先生分別於2021年及2023年獲頒「奧納獎－傑出愛心企業家」榮譽。

劉先生於1966年8月畢業於The Harrow E. T. School Hong Kong。

林荊女士，49歲，於1999年12月加入本集團。彼於2024年7月10日獲委任為董事，於2024年7月12日獲調任為執行董事。彼亦為本集團首席執行官，主要負責本集團的整體營運管理。林女士亦為我們合營企業公司穎芭中國的董事。

自加入本集團以來，林女士曾於本集團不同業務部門擔任多個職位。於1999年12月至2005年2月，彼擔任商務行政人員，負責本集團的商務行政工作。於2005年3月至2007年9月，彼獲委任為營運經理，負責統籌中國內地的整體營運。於2007年10月至2011年2月，彼擔任本集團的品牌發展及管理總監，負責統籌產品生命週期發展計劃。彼於2011年3月擔任本集團副總裁，其後於2018年2月擔任本集團高級副總裁，負責統籌香港與中國內地的業務，包括內部營運及客戶關係，並領導發展本集團的供應鏈管理、數字化轉型及數字化營銷等後台職能。

林女士於本集團擁有逾20年豐富的管理經驗，對香水、護膚品、彩妝品行業均有深入了解。彼為2023年第27屆中國美容博覽會品牌聯盟副主席、2022年中國美容博覽會副會長兼代言人、2021年中國化妝品零售行業大會戰略重點扶持企業代表以及2021年第26屆中國美容博覽會品牌聯盟副主席。

於加入本集團前，林女士於1997年2月至1999年8月任職於怡華實業有限公司（一家家居用品製造商），擔任市場推廣及銷售助理，負責市場推廣及銷售。

林女士於1998年11月取得香港城市大學商業研究文學士學位。

劉穎賢女士，50歲，於2004年3月加入本集團。彼於2024年7月10日獲委任為董事，並於2024年7月12日獲調任為執行董事。彼主要負責本集團整體業務發展。劉女士亦為我們若干附屬公司（即穎通中國、穎通遠東、喜賢、杰冠、E&C Holdings、穎得貿易、永欣中國貿易及廣州諮詢）的董事。劉女士為我們的創辦人、董事會主席兼執行董事劉先生的女兒。

劉女士為其職位帶來逾20年的行業經驗。於海外完成學業後，劉女士於2001年8月至2004年3月任職於Eagle Star Insurance Company Limited（蘇黎世金融服務集團旗下的一家英國保險公司），負責財務策劃。於2004年加入本集團後，劉女士於組織內曾擔

任不同主要職務，專注香港區域業務。其豐富的市場營銷經驗及戰略願景使市場部有卓越貢獻，為本集團不斷擴充的品牌組合奠下基礎。劉女士其後分管銷售，利用其對消費者趨勢及市場動態的深刻了解，推動業務發展，極大地鞏固了我們的收入來源。為表揚其突出貢獻，劉女士於2020年獲委任為副總裁，全面負責香港的銷售及運營。

除業務板塊外，劉女士擔任本集團在香港及澳門舉辦的國際香氛基金會的主席。此外，劉女士亦於2024年3月至2025年2月獲委任為關懷大使，以表揚彼於企業社區參與計劃的貢獻。

劉女士於2001年9月取得澳洲麥覺理大學文學學士學位。

朱維馴先生，50歲，於2010年7月首次加入本集團擔任顥通遠東的財務總監直至2020年3月。朱先生於2023年5月再次加入本集團擔任首席財務官。彼於2024年7月10日獲委任為董事，並於2024年7月12日獲調任為執行董事，主要負責本集團的整體財務管理及投資者關係事務。

朱先生從事審計及財務工作多年，擁有豐富的投資及財務管理經驗。於2002年5月至2005年2月，朱先生任職於香港中天華正會計師事務所有限公司，離職前的最後職務為中級審計助理。於2005年4月至2008年12月，彼任職於羅兵咸永道會計師事務所，離職前的最後職務為經理。於2009年1月至2010年6月，彼擔任天道香港會計師事務所有限公司高級審計經理。於2020年3月至2021年9月，彼擔任思派健康科技有限公司(一家目前於聯交所上市(股份代號：314)的醫療健康服務公司)的高級財務總監。於2021年9月至2022年12月，彼擔任神州醫療科技股份有限公司的財務副總裁。於2012年3月至2018年6月以及自2021年6月起，朱先生擔任南京熊貓電子股份有限公司(一家目前於聯交所(股份代號：553)及上海證券交易所(股票代碼：600775)上市的電子設備公司)的獨立非執行董事。

朱先生於2001年1月獲認可為澳洲會計師公會會員。彼於2002年6月獲得澳洲新南威爾士大學金融學碩士學位，並於2000年10月獲得悉尼科技大學商學學士學位。

獨立非執行董事

陶志強先生（「陶先生」），54歲，於2025年[●]月獲委任為獨立非執行董事，主要負責監督董事會並向其提供獨立判斷。

陶先生在財務管理及審計方面擁有豐富的工作經驗。加入本集團前，陶先生於1993年7月至1996年2月任職於安永會計師事務所的審計部，離職時擔任三級會計師。自1996年3月至1998年5月，陶先生為精藝集團國際有限公司（現稱德泰新能源集團有限公司）（股份代號：559）的會計經理。自1998年6月至1999年10月，陶先生於新世界中國地產有限公司（一家於1999年7月於聯交所上市並於2016年8月退市的公司）擔任助理經理。自1999年10月至2003年9月，彼於畢馬威會計師事務所工作，最後擔任經理。自2004年4月至2009年10月，彼於羅兵咸永道會計師事務所任職，最後擔任高級經理。陶先生其後分別於2009年12月至2010年9月及2010年10月至2011年7月擔任Birdland (Hong Kong) Limited及雀氏國際集團有限公司的財務總監。彼於2011年10月至2015年8月擔任力量礦業能源有限公司（現稱力量發展集團有限公司）（股份代號：1277）的財務總監及公司秘書。目前，陶先生擔任南旋控股有限公司（股份代號：1982）的首席財務官兼公司秘書，以及TATA健康國際控股有限公司（股份代號：1255）的獨立非執行董事。

陶先生於1993年12月取得香港浸會學院（現稱香港浸會大學）工商管理學士學位，並於1996年9月成為特許公認會計師公會會員，於2010年7月成為香港會計師公會資深會員。彼亦於2024年1月在會計及財務匯報局註冊為註冊會計師。

Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生（「Nagy先生」），49歲，於2025年[●]月獲委任為獨立非執行董事，主要負責監督董事會並向其提供獨立判斷。

Nagy先生擁有超過18年的亞太地區品牌建設經驗。自2006年6月至2017年1月，彼擔任一家主要從事批發妝業務的新加坡公司Puig Asia Pacific Pte Ltd. 的董事，監督本集團在亞太地區的業務發展。自2017年7月至2019年5月，彼擔任一家主要從事鞋類零售的新加坡公司C&J Clarks (S) Pte. Ltd.的董事。自2022年12月起，彼一直擔任新加坡公司Clarins Pte. Ltd.的董事，該公司主要從事化妝品及洗護用品業務以及經營美容院及水療中心。

Nagy先生於1999年12月獲得法國Grenoble商學院(Graduate School of Business of Grenoble)管理碩士學位，並於2016年6月通過遠程學習獲得英國華威大學工商管理碩士學位。

Chan Soh Cheng女士(「**Chan女士**」)，57歲，於2025年[●]獲委任為獨立非執行董事，主要負責監督董事會並向其提供獨立判斷。

加入本集團前，Chan女士於2019年4月至2021年9月擔任一家從事香水及美容產品分銷的公司曼林(上海)貿易有限公司的董事總經理。自2022年5月起，彼一直擔任施華洛世奇(上海)貿易有限公司大中華區總裁，負責該公司的整體管理。

Chan女士於1983年畢業於新加坡Buona Vista Secondary School。

除上文所披露者外，於緊接本文件日期前三年內，概無董事於其證券於香港或海外任何證券市場上市的公眾公司擔任任何董事職務。除本節所披露者外，據董事作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，概無有關委任董事的其他事宜須提請股東垂注，亦無有關董事的資料須根據上市規則第13.51(2)(a)至(v)條披露。

高級管理層

我們的高級管理層負責業務日常管理。下表載列有關我們高級管理層的若干資料：

姓名	年齡	職位	加入本集團日期	角色及職責
王巍女士.....	43歲	首席運營官	2010年4月	本集團的整體營運管理
薛燕河先生.....	56歲	副總裁	1998年7月	購物中心及百貨店銷售渠道管理

姓名	年齡	職位	加入本集團日期	角色及職責
黃慧勇先生.....	51歲	渠道總經理	2016年12月	現代銷售渠道管理
林曉盈女士.....	38歲	財務總監	2013年3月	本集團的財務管理

王巍女士，43歲，為本集團首席運營官。

王巍女士於2010年4月首次加入本集團擔任本集團彩妝事業分部品牌經理直至2016年10月，負責本集團彩妝事業分部，經營本集團管理的多個彩妝品牌。於2016年11月至2018年12月，彼擔任阿里巴巴集團控股有限公司(一家於紐約證券交易所上市(股票代碼：BABA)的公司)的附屬公司魅力惠(上海)貿易有限公司的商品及營運副總裁，負責天貓奢侈品業務線，並開始設立天貓奢侈品牌店。王女士於2019年1月再次加入本集團擔任副總裁，並帶領開拓電商渠道業務至超過20個電商平台。彼於2022年9月獲晉升為首席運營官，負責統籌線上線下銷售渠道、營銷及供應鏈管理。

王女士於2003年7月取得中國東北財經大學法學學士學位，並於2014年11月取得香港大學工商管理(國際)碩士學位。

薛燕河先生，56歲，為本集團中國區副總裁。

薛先生於1998年7月加入本集團，負責拓展本集團業務並開始與北京的購物中心及百貨店合作。彼自2018年起擔任中國區副總裁，負責監督並管理本集團的購物中心及百貨店銷售渠道。

薛先生於1996年3月獲得英國曼徹斯特商業協會工商管理文憑。

黃慧勇先生，51歲，為本集團渠道總經理。

黃先生於2016年12月加入本集團，曾擔任廣州地區總經理及現任本集團現代銷售渠道總經理，主要負責本集團現代銷售渠道，包括大客戶及化妝品門店。

黃先生擁有逾20年零售及化妝品行業的銷售、營銷及綜合管理經驗。於加入本集團前，彼於2002年6月至2008年9月擔任歐萊雅(中國)有限公司(一家專注於染髮、護膚、防曬、彩妝、香水及護髮的化妝品公司)的大眾化妝品部區域銷售經理。於2014年3月至2015年6月，黃先生擔任廣州碧歐特化妝品有限公司(一家擁有並經營品牌的中國化妝品公司)的總經理。於加入本集團前，彼於2016年1月至2016年12月擔任深圳京潤珍珠銷售有限公司(一家從事珍珠研發、生產、銷售及文化展覽的公司)的總經理。

黃先生於1994年7月取得中國黎明職業大學企業管理專業文憑，目前正攻讀中國東華大學高級工商管理碩士課程。

林曉盈女士，38歲，為本集團財務總監。

於加入本集團前，林女士於2009年1月至2013年2月任職於普華永道會計師事務所，離職前的最後職務為高級審計師。林女士於2013年3月加入本集團，負責本集團的財務分析及管理。彼於2024年4月獲晉升為財務總監。

林女士於2012年2月獲香港會計師公會認可為執業會計師，並於2009年12月取得香港中文大學工商管理學士學位。

公司秘書

鍾閣娟女士，獲委任為本公司公司秘書，於2024年7月12日生效。

鍾女士於2006年6月加入本集團，於2024年4月晉升為總務總監，負責總裁辦公室的商務行政管理、跨部門協調及合規監管。

鍾女士於2023年11月畢業於英國特許公司治理公會。彼於2024年7月獲准成為香港公司治理公會會員。彼於2023年9月獲得香港都會大學企業管治碩士學位。

董事及高級管理層薪酬

本公司以袍金、工資、薪金、酌情花紅、退休金供款、住房公積金、醫療保險、其他社會保險、以股份為基礎的薪酬開支及其他僱員福利形式向作為其僱員的執行董事及高級管理層支付薪酬。獨立非執行董事將按其職責(包括擔任董事會委員會成員或主席)獲得薪酬。我們採納以市場及激勵為基礎的僱員薪酬結構，並實施以績效及管理目標為核心的多層考核體系。我們亦採納[**編纂**]購股權計劃及購股權計劃，以吸引、留任及激勵僱員。有關[**編纂**]購股權計劃及購股權計劃的更多詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－E.[**編纂**]購股權計劃」及「F.購股權計劃」一節。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，向董事支付的薪酬總額(包括袍金、工資、薪金、酌情花紅、退休金供款、住房公積金、醫療保險、其他社會保險及以股份為基礎的薪酬開支)分別約為人民幣14.3百萬元、人民幣15.8百萬元、人民幣18.8百萬元及人民幣6.6百萬元。有關所有董事於往績記錄期間的薪酬詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註33。

根據於本文件日期當前有效的安排，估計董事截至2025年3月31日止年度的薪酬總額(不包括酌情花紅)將約為人民幣12.2百萬元。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，本集團五名最高薪酬人士分別包括三名、三名、三名及三名董事。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，以工資、薪金、酌情花紅、退休金供款、住房公積金、醫療保險、其他社會保險、以股份為基礎的薪酬開支及其他僱員福利形式向本集團其餘非董事最高薪酬人士支付的薪酬總額分別為人民幣4.8百萬元、人民幣5.0百萬元、人民幣10.2百萬元及人民幣2.5百萬元。有關於往績記錄期間本集團五名最高薪酬人士薪酬的更多詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註10。

於往績記錄期間，(i)概無向董事或本集團五名最高薪酬人士支付任何薪酬作為招攬加入或加入本集團後的獎勵，(ii)概無向董事、前任董事或本集團五名最高薪酬人士支付或應付任何酬金，作為離任本集團任何成員公司董事職務或與管理本集團任何成員公司事務有關的任何其他職務的補償，及(iii)概無董事放棄任何薪酬。除上文所披露者外，於往績記錄期間，本公司或其任何附屬公司概無向董事或本集團五名最高薪酬人士支付或應付其他款項。

各執行董事已於2025年[●]月[●]日與我們訂立服務合約，而我們亦已於2025年[●]月[●]日與各獨立非執行董事訂立委任函。有關我們與董事訂立的服務合約及委任函的詳情，請參閱本文件附錄四「D.有關董事及主要股東的進一步資料－1.董事服務合約及委任函」一節。

企業管治

本公司已根據相關法律法規及上市規則的企業管治常規成立三個董事會委員會，即審核委員會、薪酬委員會及提名委員會，自[**編纂**]起生效。董事會委員會按照董事會批准的書面職權範圍運作。

審核委員會

本公司已根據上市規則第3.21條及企業管治守則成立審核委員會，並制定書面職權範圍。審核委員會由陶志強先生、Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生及Chan Soh Cheng女士組成。陶志強先生為審核委員會主席，彼具備上市規則第3.10(2)條及第3.21條規定的適當專業資格／會計或相關的財務管理專長。審核委員會的主要職責為檢討本集團的財務控制及內部控制與風險管理系統、監察本公司財務報表的完整性、檢討並監察外部核數師的獨立性及客觀性以及審計過程的效率，以及履行董事會指派的其他職責及責任。

薪酬委員會

本公司已根據上市規則第3.25條及企業管治守則成立薪酬委員會，並制定書面職權範圍。薪酬委員會由Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生、林荊女士及陶志強先生組成。Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生為薪酬委員會主席。薪酬委員會的主要職責包括但不限於以下各項：(i)就所有董事及高級管理層的薪酬政策及架構以及就制定

有關薪酬政策建立正式透明的程序向董事會提出建議；(ii)釐定所有董事及高級管理層的具體薪酬待遇，或就有關薪酬待遇向董事會提出建議；及(iii)檢討執行董事薪酬待遇總額中與績效相關的部分，以使其利益與股東利益保持一致。

提名委員會

本公司已根據上市規則第3.27A條及企業管治守則成立提名委員會，並制定書面職權範圍。提名委員會由劉鉅榮先生、陶志強先生及Chan Soh Cheng女士組成。劉鉅榮先生為提名委員會主席。提名委員會的主要職責包括但不限於檢討董事會的架構、規模及組成、評估獨立非執行董事的獨立性及就有關委任董事的事宜向董事會提出建議。

董事會多元化政策

為提升董事會效率並維持高水平企業管治，我們已採納董事會多元化政策，當中載列我們達致並維持董事會多元化的目標及方法。根據有關政策，我們於甄選董事會候選人時會考慮多項因素，包括但不限於性別、技能、年齡、專業經驗、知識、文化與教育背景及服務年期，以達致董事會多元化。委任的最終決定將基於選定候選人將為董事會帶來的裨益及貢獻。

董事會由七名董事組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。董事的性別、知識、技能及經驗(包括但不限於管理、銷售、品牌管理、零售、會計及財務)分佈平衡。考慮到我們目前的業務模式、具體需求以及董事的不同背景，董事會組成符合董事會多元化政策，而本公司董事會及提名委員會將定期評估董事會的組成。

提名委員會負責檢討董事會多元化狀況。[**編纂**]後，提名委員會將繼續不時監督並評估董事會多元化政策的實施情況，以確保政策持續有效，而我們會於每年在企業管治報告披露董事會多元化政策的實施情況，包括為實施董事會多元化政策而設定的任何可計量目標，以及實現該等目標的進度。我們亦將持續採取措施促進本公司各級(包括但不限於董事會及高級管理層)的性別多元化。

企業管治守則

董事深明將良好企業管治元素納入本集團管理架構及內部控制程序對實現有效問責的重要性。

本公司致力達致高標準的企業管治，以保障股東利益。為達致此目標，本公司已採納並擬於[**編纂**]後遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則的守則條文。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任同人融資有限公司為合規顧問。合規顧問將就遵守上市規則及適用香港法例向我們提供指導及建議。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將於若干情況下向本公司提供建議，包括：

(a) 於刊發任何監管公告、通函或財務報告前；

(b) 擬進行可能屬須公佈或關連交易的交易，包括發行股份及購回股份；

(c) 我們擬以有別於本文件所詳述的方式動用[**編纂**][**編纂**]，或本集團業務活動、發展或業績偏離本文件內的任何預測、估計或其他資料；及

(d) 聯交所根據上市規則第13.10條向本公司作出查詢。

合規顧問的任期將自[**編纂**]開始，並預期於本公司就[**編纂**]後開始首個完整財政年度的財務業績遵守上市規則第13.46條規定之日結束。

董事確認

上市規則第8.10條

除本文件「與控股股東的關係」一節「根據上市規則第8.10條的競爭」一段所披露者外，各董事已確認，截至最後實際可行日期，其並無於直接或間接與我們業務構成競爭或可能構成競爭的業務中擁有任何根據上市規則第8.10條須披露的權益。

上市規則第3.09D條

各董事已確認，其(i)已於2024年7月獲得上市規則第3.09D條所述的法律意見；及(ii)已了解其作為上市發行人董事須根據上市規則所承擔的責任。

上市規則第3.13條

各獨立非執行董事已確認(i)其於上市規則第3.13(1)至(8)條所述的各項因素有關的獨立性；(ii)截至最後實際可行日期，其過往或現時概無於本公司或其附屬公司的業務中擁有任何財務或其他權益或與本公司任何核心關連人士（定義見上市規則）有任何關連；及(iii)於獲委任時概無其他可能影響其獨立性的因素。

據董事所知，緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），以下人士將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向我們披露的權益及／或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利可在任何情況下於本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：

主要股東姓名／名稱	身份／權益性質	緊隨資本化發行及[編纂]完成後[2]	
		股份數目[1]	本公司股權的概約百分比
穎通國際	實益擁有人	[**編纂**]	[**編纂**]%
劉先生	於受控法團的權益[3][4]	[**編纂**]	[**編纂**]%
劉太太	配偶權益[4]	[**編纂**]	[**編纂**]%

附註：

(1) 所列的所有權益均為好倉。

(2) 假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份。

(3) 穎通國際由劉先生擁有90%及由劉太太擁有10%。根據證券及期貨條例，劉先生因此被視為於穎通國際擁有權益的所有股份中擁有權益。

(4) 劉太太為劉先生的配偶。根據證券及期貨條例，劉太太因此被視為於劉先生擁有權益的所有股份中擁有權益。

除上文所披露者外，董事並不知悉任何人士將於緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）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或第3分部的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在任何情況下於本集團任何成員公司（本公司除外）股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。董事並不知悉任何可能於其後日期導致本公司控制權變動的安排。

股本

以下為本公司於緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後已發行及將予發行為繳足或入賬列作繳足的法定及已發行股本概況。

法定股本

截至最後實際可行日期，我們的法定股本為380,000港元，分為380,000,000股每股面值0.001港元的股份。

已發行股本

假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份，於緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後，本公司的已發行股本如下：

			佔已發行股本概約百分比
		港元	*(%)*
2股	於本文件日期已發行的股份	0.002	0.00
[**編纂**]股	根據資本化發行將予發行的股份	[**編纂**]	[**編纂**]
[**編纂**]股	根據[**編纂**]將予發行的股份	[**編纂**]	[**編纂**]
[**編纂**]股	股份合計	[**編纂**]	100.00

假設[**編纂**]獲悉數行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份，於緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後，本公司的已發行股本如下：

			佔已發行股本概約百分比
		港元	*(%)*
2股	於本文件日期已發行的股份	0.002	[0.00]
[**編纂**]股	根據資本化發行將予發行的股份	[**編纂**]	[**編纂**]
[**編纂**]股	根據[**編纂**]將予發行的股份	[**編纂**]	[**編纂**]
[**編纂**]股	股份合計	[**編纂**]	100.00

假設

上表假設[**編纂**]成為無條件且股份根據資本化發行及[**編纂**]發行。上表亦無計及(i)因根據[**編纂**]購股權計劃授出的購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份，及(ii)本公司根據授予董事有關發行或購回股份的一般授權（如下所述或以其他方式）而可能發行或購回的任何股份。

地位

[**編纂**]將在所有方面與本文件所述目前已發行或將予發行的所有股份享有同等地位，並將合資格及同等享有於本文件日期後的記錄日期就股份宣派、作出或派付的所有股息或其他分派。

須召開股東大會的情況

根據開曼公司法以及組織章程大綱及細則的條款，本公司可不時透過股東普通決議案(i)增加其股本；(ii)將其股本合併及分拆為面值較大的股份；(iii)將其股份分拆為多個類別；(iv)將其股份拆細為面值較小的股份；及(v)註銷任何未獲認購的股份。此外，本公司可透過由股東通過特別決議案削減股本或資本贖回儲備金，惟須遵守開曼公司法以及組織章程大綱及細則的條文。有關詳情，請參閱本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要－2.組織章程細則－(a)股份－(iii)更改股本」。

發行股份的一般授權

待[**編纂**]成為無條件後，董事已獲授一般無條件授權，以配發、發行及處理總面值不超過以下各項之和的股份：

(a) 緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後已發行股份（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份）總數的20%；及

(b) 本公司根據下文所指購回股份的授權而可能購回的已發行股份總數（如有）。

此項發行股份的一般授權將維持有效，直至於以下最早發生者屆滿：

(a) 我們下屆股東週年大會結束時；或

(b) 細則或任何適用法律規定我們須舉行下屆股東週年大會之日；或

(c) 股東於股東大會上通過普通決議案撤銷或更改授予董事的權力時。

有關此項配發、發行及處理股份的一般授權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－4.股東於2025年[●]通過的書面決議案」。

購回股份的一般授權

待[**編纂**]成為無條件後，董事已獲授一般無條件授權，以行使本公司一切權力以購回股份，惟總數不得超過於緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後已發行股份（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）總數的10%。

此項授權僅涉及在聯交所或股份可能[**編纂**]（且就此獲證監會及聯交所認可）的任何其他證券交易所進行的購回，且須根據所有適用法律法規及上市規則的規定進行。相關上市規則的概要載於本文件附錄四「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－5.購回本身股份」。

此項購回股份的授權將維持有效，直至於以下最早發生者屆滿：

(a) 我們下屆股東週年大會結束時；或

(b) 細則或任何適用法律規定我們須舉行下屆股東週年大會之日；或

(c) 股東於股東大會上通過普通決議案撤銷或更改授予董事的權力時。

有關此項購回股份的一般授權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－4.股東於2025年[●]通過的書面決議案」。

[編纂]購股權計劃及購股權計劃

本公司於2024年6月18日採納[**編纂**]購股權計劃及於2025年[●]有條件採納購股權計劃。有關[**編纂**]購股權計劃及購股權計劃的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－E. [**編纂**]購股權計劃」及「F. 購股權計劃」。

閣下應將以下討論與本文件附錄一會計師報告（根據香港財務報告準則編製）所載的綜合財務報表及其附註，以及本文件其他章節所包括的選定歷史財務資料及經營數據一併閱讀。

以下討論及分析載有前瞻性陳述，反映我們目前對未來事件及財務表現的看法。該等陳述乃基於我們的經驗及對歷史趨勢、當前狀況及預期未來發展的看法以及我們認為在有關情況下合適的其他因素作出的假設及分析。然而，實際結果及發展是否符合我們的預期及預測取決於多項風險及不確定因素。於評估我們的業務時， 閣下應審慎考量「風險因素」及「前瞻性陳述」各節及本文件其他章節所提供的資料。

概覽

我們的業務主要包括(i)分銷採購自品牌授權商的產品，我們從中產生收入；及(ii)對該等品牌授權商的市場部署，當中我們為品牌設計及實施量身定制的市場准入及擴張計劃，從而加強我們與彼等的關係，並提高彼等在中國（包括香港及澳門）的品牌價值。我們並無從業務中的市場部署組成部分產生任何收入。按2023年零售額計，我們是中國（包括香港及澳門）最大的香水品牌管理公司。我們擁有龐大且多元化的標誌性品牌組合，不僅包括香水，還包括彩妝、護膚品、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。

我們管理及運營全球品牌，涵蓋整個業務流程，包括品牌及產品的戰略選擇、市場及消費者分析、業務發展及擴張計劃、產品採購、存貨管理、物流、倉儲、營銷、銷售及分銷以及消費者關係管理。因此，我們在全球香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛產業鏈中佔有重要地位。我們的業務主要包括兩個關鍵組成部分，使全球品牌能夠在中國（包括香港及澳門）站穩腳跟並繼續擴大其影響力及滲透率，即(i)在中國（包括香港及澳門）採購及分銷其品牌產品，其中我們通過我們的全渠道銷售及分銷網絡向廣大消費者分銷產品；及(ii)市場部署，當中我們會進行市場及消費者分析，並為我們管理的品牌制定業務發展及擴張計劃。

我們在中國(包括香港及澳門)為香水、護膚產品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛擁有全面的銷售及分銷網絡，幾乎涵蓋所有可能渠道。於往績記錄期間，我們的銷售及分銷網絡包括(i)直銷渠道，其由自營線上門店及線下門店／專櫃組成；(ii)零售商渠道，我們通過該渠道向線上及線下零售商銷售產品；及(iii)分銷渠道，我們通過該渠道向線上及線下分銷商銷售產品。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的收入分別為人民幣1,674.7百萬元、人民幣1,699.1百萬元、人民幣1,863.8百萬元及人民幣1,064.4百萬元。同期，我們的大部分收入來自香水，分別佔我們總收入的約89.3%、88.5%、81.7%及83.1%。同期，我們的大部分收入來自通過直銷渠道進行的銷售，分別佔我們總收入的69.7%、64.7%、69.3%及68.8%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們分別錄得純利人民幣170.9百萬元、人民幣173.1百萬元、人民幣206.5百萬元及人民幣115.5百萬元。

影響我們財務狀況及經營業績的主要因素

本集團的業務及過往財務狀況及經營業績受多項重要因素影響，我們認為日後將繼續影響我們的財務狀況及經營業績。這些因素主要包括：

我們經營所在行業的宏觀經濟環境與發展

我們的業務及經營業績受到影響化妝品行業(包括香水、護膚品、彩妝及個人護理產品)以及眼鏡及家居香氛行業的一般因素的影響，包括：

- 中國(包括香港及澳門)宏觀經濟的發展；
- 人均可支配收入及人均香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛支出的變動；
- 中國(包括香港及澳門)不斷變化的消費模式及習慣，尤其是化妝品(包括香水、護膚品、彩妝、個人護理產品)以及眼鏡及家居香氛；
- 化妝品行業的線上線下競爭格局持續增長及演變，包括中國(包括香港及澳門)化妝品(包括香水、護膚品、彩妝、個人護理產品)以及眼鏡及家居香氛的市場；及

- 影響中國(包括香港及澳門)化妝品行業、眼鏡行業及家居香氛行業的政府政策、舉措及激勵措施。

任何該等一般行業狀況的不利變動及任何挑戰均可能對我們銷售的產品的需求產生重大不利影響，從而對我們的經營業績造成重大不利影響。

消費者需求及消費模式

我們的經營業績亦受到我們經營所在行業的消費者需求及消費模式的影響，而這在很大程度上取決於中國(包括香港及澳門)的可支配收入的增長以及可能對我們的銷售額變動作出重大貢獻的其他因素。於往績記錄期間，由於中國內地香水、護膚品、彩妝、個人護理、眼鏡及家居香氛行業的持續增長，我們受益於所銷售的產品需求增加。根據弗若斯特沙利文的資料，(i)按零售額計，中國內地香水行業的市場規模由2018年的人民幣114億元增至2023年的人民幣229億元，複合年增長率約為15.0%；(ii)按零售額計，中國內地護膚品行業的市場規模由2018年的人民幣3,097億元增至2023年的人民幣4,630億元，複合年增長率約為8.4%；(iii)按零售額計，中國內地彩妝行業的市場規模由2018年的人民幣930億元增至2023年的人民幣1,168億元，複合年增長率約為4.7%；(iv)按零售額計，中國內地個人護理行業的市場規模由2018年的人民幣2,022億元增至2023年的人民幣2,685億元，複合年增長率約為5.8%；(v)按零售額計，中國內地眼鏡行業的市場規模由2018年的人民幣834億元增至2023年的人民幣913億元，複合年增長率約為1.8%；及(vi)按零售額計，中國內地家居香氛行業的市場規模由2018年的人民幣17億元增至2023年的人民幣64億元，複合年增長率約為30.4%。

市場發展趨勢放緩或逆轉及消費者需求的任何變化可能對我們推廣及銷售的產品的需求產生重大不利影響。根據弗若斯特沙利文的資料，中國內地的中產階級和年輕一代對有關嗅覺經濟發展的美感與個性表達的需求已成為中國內地化妝品行業的主要增長動力。此外，我們受到影響我們銷售產品的消費者支出水平的經濟狀況變化的影響。消費者支出模式受(其中包括)業務狀況、利率、稅項、當地經濟狀況、未來經濟前景的不確定性及可自由支配支出的變化所影響。有關詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險—我們依賴消費者對我們所銷售產品的支出及需求。彼等的支出或需求下降可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績、現金流量及前景產生重大不利影響」一節。

品牌授權商及品牌與產品組合

我們產品組合中品牌及品牌產品的質量及數量對我們的業務及經營業績以及我們維持收入增長及盈利能力的能力至關重要。我們主要在中國(包括香港及澳門)以多個品牌銷售各種香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。我們的盈利能力受我們提供的品牌及產品組合影響。為維持及不斷擴大我們的品牌及產品組合，我們需要自品牌授權商取得授權並與其續簽授權，以管理品牌及產品。我們與品牌授權商磋商，提供不同的產品組合及產品定價策略，可能涉及有關折扣及回扣、銷售目標、信貸及分銷區域及渠道限制的不同條款。我們依賴我們的品牌授權商為我們提供數量足夠而能滿足消費者需求的高質量產品。我們通過加強與現有品牌授權商的戰略業務關係，並在我們的品牌和產品組合中加入新品牌和產品，努力保持最佳的品牌和產品組合。

於往績記錄期間，本集團的大部分收入來自香水銷售，分別佔截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月總收入的約89.3%、88.5%、81.7%及83.1%。於同期，護膚品、彩妝及眼鏡產品產生的收入分別佔總收入的4.4%、5.1%、6.1%及5.7%；3.9%、4.0%、10.4%及10.5%；以及0.2%、0.5%、1.2%及0.7%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，該等香水的毛利分別為人民幣740.1百萬元、人民幣738.0百萬元、人民幣739.2百萬元及人民幣448.8百萬元。同期，香水的毛利率分別為49.5%、49.1%、48.5%及50.7%。因此，我們的董事認為，產品組合的變動可能會影響我們的業務及經營業績。

擴大及維持我們的銷售及分銷網絡

我們擁有廣泛的全渠道銷售及分銷網絡，線下及線上渠道均具有高滲透率。我們的銷售渠道涵蓋我們提供的產品在中國(包括香港及澳門)觸及消費者的幾乎所有可能渠道，包括(i)直銷渠道，我們通過該渠道利用我們的自營線上及線下門店或專櫃直接向消費者銷售產品；(ii)零售商渠道，我們通過該渠道向線上及線下零售商銷售產品；及(iii)分銷渠道，我們通過該渠道向線上及線下分銷商銷售產品。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的直銷渠道產生的收入分別為人民幣382.5百萬元、人民幣338.6百萬元、人民幣447.3百萬元及人民幣215.9百萬元，分別佔同期總收入的約22.8%、19.9%、24.0%及20.3%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的零售商渠道產生的收入分別為人民幣784.8百萬元、人民幣761.1百萬元、人民幣844.7百萬元及人民幣515.9百萬元，分別佔同期總收入的46.9%、44.8%、45.3%及48.5%。於往績記錄期間，在零售商渠道中，我們的線上零售商及大客戶為我們的收入作出重要貢獻，截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，分別佔我們總收入的22.2%、21.0%、17.6%及20.2%以及21.2%、18.6%、20.4%及18.0%。因此，我們與線上零售商及大客戶的業務關係發生重大變化可能會影響我們的收入及盈利能力。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的分銷渠道產生的收入分別為人民幣469.7百萬元、人民幣567.2百萬元、人民幣560.5百萬元及人民幣332.4百萬元，分別佔同期總收入的約28.1%、33.4%、30.1%及31.2%。

我們計劃進一步擴大我們在中國（包括香港及澳門）的直銷渠道，尤其是線下專櫃及門店。詳情請參閱本文件「業務 — 我們的業務策略 — 通過持續投資於直銷渠道，擴大我們的消費群」一節。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的直銷渠道產生的收入分別佔總收入約22.8%、19.9%、24.0%及20.3%。其中，我們的自營線上門店產生的收入分別佔總收入約10.0%、7.3%、6.8%及6.8%，而自營線下門店／專櫃產生的收入分別佔總收入約12.8%、12.6%、17.2%及13.5%。我們預計，我們直銷渠道的擴張將有助於我們未來的收入的增長。然而，倘我們無法執行業務擴展策略，尤其是與擴展直銷渠道有關的策略，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。有關詳情，請參閱本文件「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能在維持、擴大或優化銷售及分銷網絡方面遇到困難」一節。

供應鏈管理

我們通常處理我們從品牌授權商採購的產品的供應鏈流程中的所有事宜，包括進口合規、倉儲及物流支持。我們根據產品採購計劃向主要位於外國的品牌授權商採購產品，在此期間，我們利用我們在國際貿易方面的豐富經驗及專業知識，確保我們採購的產品符合適用的進口及海關規定。我們已指定內部團隊直接或委聘獨立第三方服

務供應商根據中國(包括香港及澳門)的適用法律及法規申請產品註冊及安排標籤及重新包裝。我們或將存貨暫時存放於向獨立第三方租賃的倉庫，直至作出進一步物流安排。除租賃倉庫外，截至2024年9月30日，我們委聘了兩家獨立第三方倉儲及物流服務供應商，該等供應商就儲存於彼等位於中國內地倉庫的產品向我們提供倉儲及派送服務。我們主要委聘獨立第三方物流服務供應商向客戶運輸及交付產品。

我們有效管理及整合供應鏈資源的能力對我們的業務營運及經營業績至關重要。憑藉我們豐富的行業經驗，我們管理存貨以盡量降低與產品供應短缺或過剩有關的風險。我們旨在進一步提升我們的供應鏈管理能力，以提升我們的運營及管理效率以及我們的財務表現。有關詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務策略－加速數字化轉型，精簡業務運營，加強對全週期消費者管理計劃的支持」一節。

品牌及營銷活動

品牌推廣及營銷活動的有效性對我們的財務表現至關重要。作為我們為我們管理的品牌進行的品牌建設及提升計劃的一部分，我們為其制定及實施業務發展及擴張計劃，其中包括為滿足品牌授權商個別需求而量身定制的營銷計劃。根據該等計劃，我們選擇理想的營銷渠道推廣我們所銷售的產品，其中包括社交媒體平台、電商平台上的網店橫幅、報紙及雜誌等權威媒體、面對面的消費者活動、商場展覽及路演。此外，我們定期參加行業會議並定期發表研究論文，以提高本集團在行業參與者中的知名度。有關我們品牌推廣及營銷活動的進一步詳情，請參閱本文件「業務－營銷及推廣」一節。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的廣告及促銷開支分別為人民幣210.1百萬元、人民幣113.5百萬元、人民幣80.3百萬元及人民幣82.7百萬元，分別佔同期總收入約12.5%、6.7%、4.3%及7.8%。我們擬繼續有效利用可用資源並降低廣告及促銷開支佔總收入的比例，同時保持品牌推廣及營銷活動有效推動我們的收入及業務擴張。倘我們未能如此行事，可能會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

歷史財務資料的編製及呈列基準

歷史財務資料乃根據歷史成本慣例編製，惟按公允價值計入損益(「按公允價值計入損益」)的金融資產除外，其按公允價值計量。編製符合香港財務報告準則的歷史財務資料需要使用若干關鍵會計估計，亦要求管理層在應用本集團會計政策的過程中作出判斷。涉及較高程度判斷或複雜性的範疇，或對歷史財務資料而言屬重大的假設及估計範疇於本文件附錄一會計師報告附註4披露。歷史財務資料以人民幣呈列，除另有指明外，所有金額均約整至最接近千位(人民幣千元)。歷史財務資料乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則編製。香港財務報告準則由以下權威文獻組成：(i)香港財務報告準則；(ii)香港會計準則；及(iii)由香港會計師公會制定的詮釋。

過往，我們在香港的業務主要通過潁通遠東及Visual Promotion(由劉先生100%實益擁有)進行。由於Visual Promotion及本集團於整個往績記錄期間由劉先生共同控制，故於往績記錄期間與Visual Promotion業務有關的若干資產、負債及經營業績計入本集團的財務資料。於往績記錄期間，為精簡本集團的架構並以「Eternal」品牌開展業務，我們逐步縮減Visual Promotion的業務規模，並自2024年4月起不再開展任何業務。由於其不再經營任何業務且我們預期將註銷該公司，故我們並無將Visual Promotion納入本集團。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、發展及公司架構－公司發展及重組」一節及附錄一會計師報告附註1.2及1.3。

重大會計政策

我們已確定若干我們認為對編製綜合財務報表最為重要的會計政策。我們的部分重大會計政策涉及主觀假設及估計，以及管理層對會計項目的複雜判斷。該等估計及相關假設乃基於我們的過往經驗及我們認為在有關情況下屬合理的各種其他相關因素，其結果構成對無法從其他來源確定的資產及負債賬面值作出判斷的基礎。實際結果可能有別於該等估計。

我們於下文載列我們認為對我們至關重要或於編製財務報表時涉及重大估計、假設及判斷的會計政策。我們的重大會計政策載於本文件附錄一會計師報告相關附註，以及主要估計不確定性詳載於會計師報告附註4。

收入確認

收入按已收或應收代價的公允價值計量，指供應貨品的應收金額，並扣除已給予的折扣。給予客戶的折扣分類為收入減少。本集團於收入金額能夠可靠計量、未來經濟利益可能流入本集團及本集團各項活動符合下文所述特定標準時確認收入。

商品銷售

本集團在中國(包括香港及澳門)經營連鎖零售店及寄售專櫃，銷售香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。銷售貨品的收入於產品的控制權已轉移予客戶時確認。交易價格須於客戶購買產品時即時支付。

本集團亦向中國內地及香港香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛的零售商及分銷商批發及分銷。銷售於產品控制權轉移時確認，即當產品交付予零售商及分銷商時，零售商及分銷商對銷售產品的渠道及價格擁有全權酌情權，且並無可能影響零售商及分銷商接受產品的未履行責任。

服務收入

本集團以若干客戶的品牌名稱經營及管理其線上及線下門店的日常營運，並就此收取服務費。提供服務的收入於提供服務期間確認。

銷售回扣

一旦於該期間內購買的產品數量超過合約規定的閾值，則可向若干客戶提供追溯銷售回扣。返利於本集團的合約負債中確認。為估計預期未來返利的可變代價，具有單一交易量門檻的合約採用最可能金額法，而具有超過一個交易量門檻的合約採用預

期價值法。最能預測可變對價金額的選定方法主要由合約中包含的交易量閾值數量決定。累計經驗乃用於估計銷售回扣的撥備，而收入僅在很可能不會發生重大撥回的情況下確認。

銷售退貨

就向客戶提供於指定期間內退貨權利的合約而言，預期價值法乃用於估計將不會退回的貨品，因為該方法最能預測本集團將有權獲得的金額。退款負債乃根據本集團所持有的歷史數據估計，並視乎實際回報的不同或預期的不同而作出調整。

合約負債

當合約任何一方已履約，本集團視乎本集團履約與客戶付款之間的關係，於財務狀況表中將合約呈列為合約資產或合約負債。合約負債為本集團向客戶轉移本集團已向客戶收取代價的產品或服務的責任。

物業、廠房及設備

本集團的物業、廠房及設備按歷史成本減累計折舊及減值列賬。歷史成本包括收購項目直接應佔的開支。

其後成本僅於與該項目相關的未來經濟利益可能流入本集團且該項目的成本能夠可靠計量時，方計入資產的賬面值或確認為獨立資產(如適用)。入賬為獨立資產的任何組成部分的賬面值於被替換時終止確認。所有其他維修及保養於其產生的報告期間計入損益。資產的剩餘價值及可使用年期於往績記錄期間各財政年度末進行審閱及調整(如適用)。倘資產的賬面值高於其估計可收回金額，則該資產的賬面值會即時撇減至其可收回金額。出售收益及虧損乃通過比較所得款項與賬面值釐定。該等費用計入損益。當重估資產被出售時，本集團的政策是將有關該等資產計入其他儲備的任何金額轉撥至保留盈利。

物業、廠房及設備的折舊乃使用直線法按估計可使用年期將其成本分配至其剩餘價值(如適用)計算如下：

租賃物業裝修	3年或餘下租賃期(以較短者為準)
建築物	2-3%
空調廠房	10%
家具及固定裝置	20%
辦公設備	20%
電腦設備	25%
機動車輛	33%

金融資產

本集團將其金融資產分類為以下計量類別：(i)其後按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產；及(ii)按攤銷成本計量的金融資產。分類取決於實體管理金融資產的業務模式及現金流量的合約條款。

定期買賣金融資產於交易日(即本集團承諾購買或出售資產的日期)確認。當自金融資產收取現金流量的權利已到期或已轉讓，且本集團已轉讓所有權的絕大部分風險及回報時，則終止確認金融資產。

貿易及其他應收款項

貿易及其他應收款項為本集團於日常業務過程中就銷售商品或提供服務而應收客戶的款項。倘貿易及其他應收款項預期於一年或以內(或倘較長，則於業務的正常營運週期)收回，則其分類為流動資產。倘否，則呈列為非流動資產。貿易及其他應收款項初步按公允價值確認，其後採用實際利率法按攤銷成本減減值撥備計量。

即期及遞延所得稅

年內稅項開支包括即期及遞延所得稅。稅項於損益確認，惟與於其他全面收益或直接於權益確認的項目有關者除外。在此情況下，稅項亦分別於其他全面收益或直接於權益中確認。

即期所得稅

即期所得稅乃根據本集團經營及產生應課稅收入所在國家於報告日期已頒佈或實質頒佈的稅法計算。我們的管理層定期就適用稅務法規受詮釋的情況評估報稅表採取的立場，並考慮稅務機關是否可能接受不確定的稅務處理。本集團根據最可能的金額或預期價值計量其稅項結餘，視乎哪種方法能更好地預測不確定性的解決情況。

遞延所得稅

遞延所得稅乃使用負債法就資產及負債的稅基與其於綜合財務報表中的賬面值之間的暫時差額作出全額撥備。然而，倘遞延稅項負債產生自商譽的初始確認，則不會確認遞延稅項負債。倘遞延所得稅產生自非業務合併交易中初始確認的資產或負債，於交易時既不影響會計及應課稅利潤或虧損及不產生相等的應課稅及可扣減暫時性差額，亦不會入賬確認。遞延所得稅乃使用於各往績記錄期間末已頒佈或實質頒佈並預期於相關遞延所得稅資產變現或遞延所得稅負債結算時適用的稅率(及法律)釐定。

遞延稅項資產僅於未來可能有應課稅金額可動用該等暫時性差額及虧損時確認。

倘本公司能夠控制暫時性差額的轉回時間，且該等差額於可預見未來很可能不會轉回，則不會就境外業務投資的賬面值與稅基之間的暫時性差額確認遞延稅項負債及資產。

抵銷

於存在法定可執行權利以當期稅項資產抵銷當期稅項負債時，以及遞延所得稅資產和負債與同一稅務機關向應納稅實體或不同納稅實體徵收的所得稅相關，並有意按淨額基準結算餘額的情況下，遞延所得稅資產和負債予以抵銷。

貿易及其他應付款項

貿易及其他應付款項指於財政年度結束前向本集團提供商品及服務的未付負債。除非付款不會於報告期後12個月內到期，否則貿易及其他應付款項呈列為流動負債。其初始按公允價值確認，隨後使用實際利率法按攤銷成本計量。

撥備

當本集團因過往事件而須承擔現有法律或推定責任時，便會確認撥備。清償該責任可能需要資源流出，且撥備金額已可靠估計。不會就未來經營虧損確認撥備。

倘有多項類似責任，在結算時將需要流出金額的可能性乃透過考慮整個責任類別而釐定。即使屬於同一類別債務的任何項目發生流出金額的可能性較小，仍會確認撥備。

撥備乃使用反映當前市場對貨幣時間價值及責任特定風險評估的稅前利率，按管理層對履行責任所需支出的最佳估計的現值計量。

租賃

本集團租賃若干辦公室、倉庫、門店、專櫃、打印機及租賃土地。租賃合約的固定期限一般為1至3年，其中或包含延長租賃的選擇權。

租賃條款乃按個別基準協商，並且包括眾多不同的條款及條件。除出租人持有的租賃資產的擔保權益外，租賃協議並未施加任何契諾。租賃資產不得作為借款擔保。

租賃於租賃資產可供本集團使用之日確認為使用權資產及相應的負債。

租賃產生的資產和負債在現值基礎上進行初始計量。租賃負債包括下列租賃付款的淨現值：

- 固定付款額(包括實質固定付款額)，扣除應收的租賃激勵；及
- 終止租賃的罰款金額，前提是租賃期反映出承租人將行使該選擇權。

租賃付款按照租賃內含利率折現。如果無法確定該利率，則採用承租人的增量借款利率，即個別承租人為在類似經濟環境下獲得與使用權資產價值相近的資產，以類似條款、擔保和條件借入資金而必須支付的利率。為釐定增量借款利率，本集團：

- (如可行)以個別承租人最近收到的第三方融資為起點，並作出調整以反映自獲得第三方融資以來融資狀況的變化；
- 使用累加法，首先就本集團所持有租賃的信貸風險(最近並無第三方融資)調整無風險利率；及
- 進行租賃特定的調整，例如期限、國家、貨幣及抵押。

租賃付款於本金及融資成本之間作出分配。融資成本於租期內自損益扣除，以計算出各期間負債結餘的固定週期利率。

使用權資產按成本計量，包括以下各項：

- 租賃負債的初步計量金額；
- 於開始日期或之前所作的任何租賃付款，減去所得的任何租賃優惠；
- 任何初始直接成本；及
- 修復成本。

使用權資產一般按直線法以資產使用壽命或租期(以較短者為準)予以折舊。倘本集團合理確定行使購買選擇權，則使用權資產於相關資產的使用壽命內予以折舊。

與短期租賃有關之款項，乃按直線基準於損益中確認為開支。短期租賃指租期為十二個月或以下之租賃。

本集團自2021年4月1日起採納香港財務報告準則第16號(修訂本)－COVID-19相關租金寬免。修訂本提供可選擇的可行權宜方法，允許承租人選擇不評估與COVID-19相關的租金寬免是否屬租賃修訂。採納該選擇的承租人可將合資格租金寬免以非租賃修訂的入賬方式入賬。可行權宜方法僅應用於因COVID-19疫情直接引致的租金寬免且須滿足如下所有條件方會適用：a. 租賃付款變動導致經修訂租賃代價與緊接變動前租賃代價相比，基本相同或更低；b. 租賃付款的任何減少僅影響於2022年6月30日或之前到期的付款；及c. 租賃的其他條款及條件無實質性變動。

關鍵會計估計及判斷

估計及判斷乃根據過往經驗及其他因素(包括認為在有關情況下對未來事件的合理預期)進行持續評估。

本集團對未來作出估計及假設。根據定義，由此產生的會計估計很少會等於相關的實際結果。該等估計及假設可能導致下一個財政年度內資產及負債的賬面值出現重大調整的重大風險於下文載述。

非金融資產減值

我們的管理層於各報告期末評估是否有客觀證據顯示非金融資產(包括物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產)的投資出現減值。減值評估需要運用判斷及估計。倘預期有別於原先估計，有關差額將影響有關估計變動期間的資產賬面值及減值。

存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減估計銷售開支。該等估計乃基於當前市況及銷售類似性質產品的過往經驗。其可能因客戶品味的變化及競爭對手為應對嚴峻行業周期的行動而發生重大變化。我們的管理層於各報告日期末重新評估該等估計。

金融資產撥備

金融資產的虧損撥備乃基於有關違約風險及預期虧損率的假設。本集團根據本集團的過往歷史、現有營銷狀況以及於各報告期末的前瞻性估計，在作出該等假設及選擇減值計算的輸入數據時作出判斷。

即期及遞延所得稅

本集團須繳納中國內地及香港境內所得稅。於釐定各司法權區的所得稅撥備時須作出重大判斷。於日常業務過程中，有許多交易及計算方法的最終稅項釐定並不確定。倘該等事項的最終稅務結果與最初記錄的金額不同，則該等差額將影響作出有關釐定期間的所得稅及遞延稅項撥備。

與若干暫時性差額及稅項虧損有關的遞延稅項資產於管理層認為可能有未來應課稅溢利可用作抵銷暫時性差額或稅項虧損時確認。倘我們能夠控制暫時性差額的轉回時間，且該等差額很可能不會於可預見未來轉回，則與境外業務投資的賬面值與稅基之間的暫時性差額相關的遞延稅項負債將不予確認。倘預期有別於原先估計，有關差額將影響有關估計變動期間的遞延稅項資產／負債及稅項開支的確認。

經營業績

下表呈列我們於所示期間的綜合損益及全面收益表的概要：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*	*人民幣千元*
收入	1,674,654	1,699,144	1,863,761	932,017	1,064,377
銷售成本	(813,221)	(843,153)	(925,570)	(462,203)	(532,244)
毛利	861,433	855,991	938,191	469,814	532,133
銷售及營銷開支	(537,389)	(457,520)	(514,569)	(261,593)	(299,863)
行政開支	(157,699)	(169,954)	(202,670)	(88,170)	(102,681)
金融資產減值(撥備)／撥回	(489)	(622)	(474)	(1,622)	335
其他收入	13,382	12,057	12,346	3,618	1,694
其他收益／(虧損)淨額	32,908	(16,818)	(1,272)	(3,199)	3,997
經營溢利	212,146	223,134	231,552	118,848	135,615
財務收入	7,786	6,468	8,063	4,635	396
財務成本	(2,261)	(2,667)	(4,034)	(2,163)	(3,060)
財務收入／(成本)淨額	5,525	3,801	4,029	2,472	(2,664)
分佔合營企業虧損	–	–	(2,964)	(1,618)	(1,271)
除所得稅前溢利	217,671	226,935	232,617	119,702	131,680
所得稅開支	(46,784)	(53,829)	(26,144)	(23,609)	(16,223)
年內溢利	170,887	173,106	206,473	96,093	115,457
其他全面(虧損)／收入					
其後可重新分類為損益的項目：					
海外業務換算的匯兑差額	(28,898)	39,148	17,333	20,195	8,123
年內全面收入總額	141,989	212,254	223,806	116,288	123,580
本公司擁有人應佔每股盈利					
基本及攤薄(以每股人民幣元呈列)	85,444	86,553	103,237	48,047	57,729

綜合損益及全面收益表主要組成部分的說明

收入

按產品劃分收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛的銷售。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的收入分別為人民幣1,674.7百萬元、人民幣1,699.1百萬元、人民幣1,863.8百萬元及人民幣1,604.4百萬元。下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
香水[1].....	1,495,512	89.3	1,504,184	88.5	1,523,737	81.7	785,873	84.3	884,641	83.1
護膚品	73,223	4.4	87,136	5.1	114,355	6.1	47,431	5.1	60,470	5.7
彩妝	64,633	3.9	67,932	4.0	193,008	10.4	80,029	8.6	112,128	10.5
眼鏡	3,686	0.2	7,679	0.5	21,458	1.2	9,585	1.0	6,984	0.7
其他[2].....	37,600	2.2	32,213	1.9	11,203	0.6	9,099	1.0	154	*
總計	**1,674,654**	**100.0**	**1,699,144**	**100.0**	**1,863,761**	**100.0**	**932,017**	**100.0**	**1,064,377**	**100.0**

附註：

* 少於0.1。

(1) 於往績記錄期間，銷售個人護理產品及家居香氛產生的收入主要記錄於「香水」下，乃由於我們管理的若干香水品牌亦提供個人護理產品及／或家居香氛，而該等產品銷售產生的收入金額於往績記錄期間內並不重大。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度各年以及截至2024年9月30日止六個月，我們自銷售個人護理產品及家居香氛產生的總收入佔我們總收入不超過2.0%。

(2) 於往績記錄期間，我們為若干客戶經營及管理其各自品牌下的線上及線下門店的日常運營，並就此收取服務費。其他主要包括來自有關代理服務所產生收費的服務收入。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的大部分收入來自香水銷售，分別為人民幣1,495.5百萬元、人民幣1,504.2百萬元、人民幣1,523.7百萬元及人民幣884.6百萬元，分別佔我們總收入的89.3%、88.5%、81.7%及83.1%。於同期，護膚品及彩妝銷售產生的收入金額分別為人民幣

73.2百萬元、人民幣87.1百萬元、人民幣114.4百萬元及人民幣60.5百萬元以及人民幣64.6百萬元、人民幣67.9百萬元、人民幣193.0百萬元及人民幣112.1百萬元，分別佔總收入的4.4%、5.1%、6.1%及5.7%以及3.9%、4.0%、10.4%及10.5%。

於往績記錄期間，我們的自有品牌Santa Monica產生的少量香水及眼鏡收入於截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月分別為人民幣1.0百萬元、人民幣5.3百萬元、人民幣17.0百萬元及人民幣6.5百萬元，分別佔總收入的0.1%、0.3%、0.9%及0.6%。

按渠道劃分收入

按銷售及分銷渠道而言，我們的收入主要包括來自直銷渠道、零售商渠道及分銷渠道的銷售。下表載列我們於所示期間按銷售及分銷渠道劃分的收入明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
直銷渠道										
• 線上門店	167,052	10.0	123,786	7.3	126,144	6.8	46,375	5.0	72,634	6.8
• 線下門店／專櫃	215,449	12.8	214,831	12.6	321,186	17.2	165,663	17.8	143,257	13.5
小計	382,501	22.8	338,617	19.9	447,330	24.0	212,038	22.8	215,891	20.3
零售商渠道										
• 線上零售商[1]	371,815	22.2	356,427	21.0	327,627	17.6	173,151	18.5	214,496	20.2
• 線下零售商[2]	412,994	24.7	404,713	23.8	517,122	27.7	252,482	27.1	301,413	28.3
– 大客戶	354,647	21.2	315,656	18.6	380,481	20.4	193,458	20.8	191,750	18.0
– 旅遊零售商	58,347	3.5	89,057	5.2	136,641	7.3	59,024	6.3	109,663	10.3
小計	784,809	46.9	761,140	44.8	844,749	45.3	425,633	45.6	515,909	48.5
分銷渠道[3]										
• 線上分銷商	255,988	15.3	254,832	15.0	216,322	11.6	113,863	12.2	107,874	10.1
• 線下分銷商	213,756	12.8	312,342	18.4	344,157	18.5	171,384	18.4	224,549	21.1
小計	469,744	28.1	567,174	33.4	560,479	30.1	285,247	30.6	332,423	31.2
其他	37,600	2.2	32,213	1.9	11,203	0.6	9,099	1.0	154	*
總計	**1,674,654**	**100.0**	**1,699,144**	**100.0**	**1,863,761**	**100.0**	**932,017**	**100.0**	**1,064,377**	**100.0**

附註：

* 少於0.1。

(1) 線上零售商為向我們購買產品並通過線上平台直接銷售予消費者的零售商，如電商平台及代表KOL的第三方公司。資料乃由我們的財務團隊根據可得的與線上零售商客戶訂立的銷售協議或由我們的銷售團隊編製並由我們的財務團隊審閱的內部記錄編製。

(2) 線下零售商包括大客戶（通常為將我們管理的產品直接銷售予消費者的中國內地、香港及澳門的連鎖化妝品專賣店）及旅遊零售商（主要為將我們管理的產品直接銷售予消費者的機場、航空公司、郵輪及市區免稅店）。

(3) 於往績記錄期間，我們為若干客戶經營及管理其各自品牌名稱的線上及線下門店的日常營運並就此收取服務費。其他主要包括來自有關代理服務所產生收費的服務收入。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們線上渠道（包括線上零售商、自營網店及線上分銷商）產生的收入分別為人民幣794.9百萬元、人民幣735.0百萬元、人民幣670.1百萬元及人民幣395.0百萬元，分別佔我們同期總收入的約47.5%、43.3%、36.0%及37.1%。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們線下渠道（包括線下零售商、自營線下門店及線下分銷商）產生的收入分別為人民幣842.2百萬元、人民幣931.9百萬元、人民幣1,182.5百萬元及人民幣669.2百萬元，分別佔我們同期總收入的50.3%、54.8%、63.4%及62.9%。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們零售商渠道產生的收入分別為人民幣784.8百萬元、人民幣761.1百萬元、人民幣844.7百萬元及人民幣515.9百萬元，分別佔我們同期總收入的46.8%、44.8%、45.3%及48.5%。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們直銷渠道產生的收入分別為人民幣382.5百萬元、人民幣338.6百萬元、人民幣447.3百萬元及人民幣215.9百萬元，分別佔我們同期總收入的22.8%、19.9%、24.0%及20.3%。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們分銷渠道產生的收入分別為人民幣469.7百萬元、人民幣567.2百萬元、人民幣560.5百萬元及人民幣332.4百萬元，分別佔同期總收入的28.1%、33.4%、30.1%及31.2%。

此外，我們於往績記錄期間產生服務收入，主要包括我們就為若干客戶經營及管理線上及線下門店／專櫃日常經營而向彼等收取的服務費。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的服務收入總額分別為人民幣37.6百萬元、人民幣32.2百萬元、人民幣11.2百萬元及人民幣0.2百萬元，分別佔我們總收入的2.2%、1.9%、0.6%及不到0.1%。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)已售商品成本，主要包括採購我們所銷售產品的成本及相關關稅；(ii)員工成本，主要指向若干客戶提供代理服務相關的費用；及(iii)其他，主要包括我們為可能減少的存貨產品數量而作出的撥備、與我們向供應商採購產品有關的運輸開支以及與我們存貨有關的營業稅及附加費。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的銷售成本分別為人民幣813.2百萬元、人民幣843.2百萬元、人民幣925.6百萬元及人民幣532.2百萬元。下表載列所示期間銷售成本的組成部分及佔總銷售成本的百分比。

	截止3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
已售商品成本	782,710	96.3	801,337	95.0	891,178	96.3	443,444	95.9	522,330	98.1
員工成本	14,748	1.8	15,878	1.9	8,407	0.9	6,726	1.5	–	–
其他	15,763	1.9	25,938	3.1	25,985	2.8	12,033	2.6	9,914	1.9
總計	**813,221**	**100.0**	**843,153**	**100.0**	**925,570**	**100.0**	**462,203**	**100.0**	**532,244**	**100.0**

毛利及毛利率

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的毛利分別為人民幣861.4百萬元、人民幣856.0百萬元、人民幣938.2百萬元及人民幣532.1百萬元。同期，我們的毛利率分別為51.4%、50.4%、50.3%及50.0%。

就產品而言，我們的大部分毛利來自香水銷售，截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月分別為人民幣740.1百萬元、人民幣738.0百萬元、人民幣739.2百萬元及人民幣448.8百萬元。同期，香水銷售的毛利率分別為49.5%、49.1%、48.5%及50.7%。

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的毛利及毛利率：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
	毛利	*毛利率*	*毛利*	*毛利率*	*毛利*	*毛利率*	*毛利*	*毛利率*	*毛利*	*毛利率*
							(未經審計)			
直銷渠道										
• 線上門店	109,439	65.5	75,068	60.6	79,197	62.8	29,175	62.9	46,748	64.4
• 線下門店／專櫃	150,036	69.6	153,578	71.5	229,645	71.5	117,508	70.9	101,132	70.6
小計	259,475	67.8	228,646	67.5	308,842	69.0	146,683	69.2	147,880	68.5
零售商渠道										
• 線上零售商	183,677	49.4	183,065	51.4	155,212	47.4	81,347	47.0	103,399	48.2
• 線下零售商	195,105	47.2	180,060	44.5	240,763	46.6	119,159	47.2	139,947	46.4
– 大客戶	169,391	47.8	138,670	43.9	178,874	47.0	92,505	47.8	88,348	46.1
– 旅遊零售商	25,714	44.1	41,390	46.5	61,889	45.3	26,654	45.2	51,599	47.1
小計	378,782	48.3	363,125	47.7	395,975	46.9	200,506	47.1	243,346	47.2
分銷渠道										
• 線上分銷商	119,388	46.6	125,382	49.2	101,456	46.9	54,261	47.7	50,428	46.7
• 線下分銷商	96,699	45.2	148,441	47.5	155,107	45.1	78,023	45.5	100,239	44.6
小計	216,087	46.0	273,823	48.3	256,563	45.8	132,284	46.4	150,667	45.3

* 僅供說明用途。銷售渠道的毛利及毛利率按各銷售渠道的商品銷售額減去已售商品成本計算。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支主要包括(i)僱員福利開支，主要包括銷售及營銷人員的薪金及福利；(ii)與我們的營銷及推廣活動有關的廣告及推廣開支；(iii)可變租賃付款相關開支，主要與我們的自營線下門店／專櫃的租賃付款有關；(iv)使用權資產攤銷，主要指自營門店及專櫃租賃的攤銷；及(v)其他，主要包括向就銷售及營銷活動向我們提供外包勞工第三方公司的付款。下表載列於所示期間我們銷售及營銷開支的組成部分及佔銷售及營銷開支總額的百分比：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
僱員福利開支	177,815	33.1	198,685	43.3	241,451	47.0	120,048	45.9	117,381	39.1
廣告及推廣開支減所得償付	210,129	39.1	113,537	24.8	80,340	15.6	47,497	18.2	82,718	27.6
短期租賃相關開支	20,219	3.8	24,983	5.5	27,971	5.4	8,197	3.1	11,097	3.7
可變租賃付款相關開支	40,249	7.5	34,570	7.6	51,700	10.0	23,245	8.9	26,386	8.8
使用權資產減值撥備	–	–	4,704	1.0	63	*	–	–	1,537	0.5
物業、廠房及設備減值撥備	–	–	2,570	0.6	33	*	–	–	1,145	0.4
差旅開支	2,594	0.5	2,271	0.5	9,229	1.8	4,235	1.6	3,335	1.1
信用卡費用	1,155	0.2	1,603	0.4	3,088	0.6	1,606	0.6	1,435	0.5
物業、廠房及設備折舊	10,109	1.9	11,455	2.5	19,056	3.7	11,384	4.4	9,913	3.3
使用權資產攤銷	18,406	3.4	30,733	6.7	39,694	7.7	23,269	8.9	21,091	7.0
快遞及交付	16,288	3.0	7,898	1.7	10,445	2.0	5,110	2.0	5,678	1.9
其他	40,425	7.5	24,511	5.4	31,499	6.2	17,002	6.5	18,147	6.1
總計	**537,389**	**100.0**	**457,520**	**100.0**	**514,569**	**100.0**	**261,593**	**100.0**	**299,863**	**100.0**

* 低於0.1%

行政開支

行政開支主要指(i)僱員福利開支，主要包括行政人員的薪金及福利；(ii)使用權資產攤銷，主要指辦公室及倉庫租賃的攤銷；(iii)辦公室開支；及(iv)其他，主要包括我們行政運作產生的費用及開支。下表載列我們於所示期間行政開支的組成部分及佔行政開支總額的百分比：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
僱員福利開支	110,877	70.3	121,631	71.6	135,765	66.9	56,929	64.6	56,472	55.0
短期租賃相關開支	1,039	0.7	1,355	0.8	1,347	0.7	6,819	7.9	–	–
差旅開支	1,191	0.8	1,556	0.9	4,037	2.0	1,917	2.2	1,772	1.7
物業、廠房及設備折舊	5,100	3.2	4,870	2.9	3,995	2.0	1,930	2.2	1,638	1.6
使用權資產攤銷	20,598	13.1	20,156	11.9	17,941	8.9	6,104	6.9	14,476	14.1
辦公室開支	10,819	6.9	11,001	6.5	11,929	5.9	6,364	7.2	7,179	7.0
法律及專業費用	1,463	0.9	1,344	0.8	3,166	1.6	823	0.9	1,310	1.3
無形資產攤銷	638	0.4	853	0.5	1,602	0.8	678	0.8	810	0.8
[編纂]開支	–	–	–	–	[編纂]	2.8	–	–	[編纂]	12.2
其他	5,974	3.7	7,188	4.1	17,265	8.4	6,606	7.5	6,481	6.3
總計	**157,699**	**100.0**	**169,954**	**100.0**	**[編纂]**	**100.0**	**88,170**	**100.0**	**[編纂]**	**100.0**

金融資產減值(撥備)╱撥回

我們的金融資產減值主要指貿易應收款項、按金及其他應收款項、應收合營公司款項、應收一名股東款項及應收關聯公司款項的減值。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度，我們分別錄得金融資產減值撥備人民幣0.5百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣0.5百萬元。截至2023年9月30日止六個月，我們錄得金融資產減值撥備人民幣1.6百萬元。截至2024年9月30日止六個月，我們錄得金融資產減值撥回人民幣0.3百萬元。

其他收入

其他收入主要指(i)政府補助，與中國內地產業扶持基金及香港政府的僱員支援補貼有關；(ii)管理費收入，主要指我們就經營與Dr. Babor的合營公司穎芭中國賺取的服務費；及(iii)展覽支持服務收入，主要指我們於截至2024年9月30日止六個月向中國內地的香水展覽提供一次性服務產生的收入。中國內地產業扶持基金乃由相關政府部門持續發放給我們，條件是我們繼續繳納中國內地相關附屬公司的應繳稅款，包括增值稅及企業所得稅。香港政府就COVID-19疫情授予的保就業補助屬一次性性質，於2023年已終止。下表載列所示期間我們其他收入的組成部分及佔其他收入總額的百分比：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
政府補助	13,308	99.4	11,979	99.4	10,748	87.1	3,578	98.9	294	17.4
管理費收入	74	0.6	78	0.6	1,598	12.9	40	1.1	–	–
展覽支持服務收入	–	–	–	–	–	–	–	–	1,400	82.6
總計	**13,382**	**100.0**	**12,057**	**100.0**	**12,346**	**100.0**	**3,618**	**100.0**	**1,694**	**100.0**

其他收益／(虧損)淨額

我們的其他收益及虧損主要指外匯收益及虧損。下表載列於所示期間我們其他收益／(虧損)淨額的組成部分：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
匯兑收益／(虧損)淨額	31,815	(17,429)	(1,584)	(2,965)	(11,783)
按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產收益／(虧損)	296	145	(479)	(232)	776
提前終止租約的收益	22	21	844	–	–
出售物業、廠房及設備的收益／(虧損)	775	445	(53)	(2)	245
出售分類為持作出售的資產的收益	–	–	–	–	14,759
總計	**32,908**	**(16,818)**	**(1,272)**	**(3,199)**	**3,997**

財務收入

財務收入主要指我們自銀行存款收取的利息收入。下表載列所示期間我們財務收入的組成部分及佔財務收入總額的百分比：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
銀行存款利息收入	7,721	99.2	6,468	100.0	8,063	100.0	4,635	100.0	396	100.0
給予一名董事貸款的利息收入	65	0.8	–	–	–	–	–	–	–	–
總計	**7,786**	**100.0**	**6,468**	**100.0**	**8,063**	**100.0**	**4,635**	**100.0**	**396**	**100.0**

財務成本

財務成本主要指(i)從銀行借款的利息開支；及(ii)長期租賃辦公室、倉庫及自營線下門店／專櫃產生的租賃負債利息開支。下表載列所示期間我們財務成本的組成部分及佔財務成本總額的百分比：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
							(未經審計)			
借款利息開支	(65)	2.9	–	–	–	–	–	–	(389)	12.7
租賃負債利息開支	(2,196)	97.1	(2,667)	100.0	(4,034)	100.0	(2,163)	100.0	(2,671)	87.3
總計	**(2,261)**	**100.0**	**(2,667)**	**100.0**	**(4,034)**	**100.0**	**(2,163)**	**100.0**	**(3,060)**	**100.0**

分佔合營企業虧損

分佔合營企業虧損指本集團與Dr. Babor的合營企業穎芭中國產生的虧損淨額。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的分佔合營企業虧損分別為零、零、人民幣3.0百萬元及人民幣1.3百萬元。

所得稅開支

我們須按實體基準就本集團成員公司所在及經營所在稅務司法權區產生或衍生的溢利繳納所得稅。根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，本公司及本集團於開曼群島及英屬處女群島註冊成立的附屬公司毋須繳納任何所得稅。

我們的業務營運主要在中國內地及香港進行，因此，我們須繳納中國企業所得稅及香港利得稅。根據企業所得稅法及《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，於往績記錄期間，我們的中國內地附屬公司須按估計應課稅溢利的25%繳納中國內地企業所得稅。根據香港法例第112章稅務條例，於往績記錄期間，我們的香港附屬公司須按估計應課稅溢利的16.5%繳納香港利得稅，惟一間符合利得稅兩級制資格的附屬公司除外，其首2.0百萬港元的應課稅溢利按8.25%稅率徵稅，餘下應課稅溢利則按16.5%稅率徵稅。

下表載列於所示期間我們所得稅開支的明細：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*	*人民幣千元*
即期所得稅					
－香港利得稅	42,345	54,789	18,615	25,047	12,253
－中國內地企業所得稅	6,672	(542)	12,618	154	8,887
遞延所得稅	(2,233)	(418)	(5,089)	(1,592)	(2,982)
先前年度稅項超額撥備：					
－中國企業所得稅	–	–	–	–	(1,935)
所得稅開支	**46,784**	**53,829**	**26,144**	**23,609**	**16,223**

我們截至2024年3月31日止年度的轉讓定價安排導致相關香港附屬公司應課稅收入減少且中國內地附屬公司動用餘下累計稅項虧損，兩者的綜合影響導致實際稅率減少。有關轉讓定價安排的詳情，請參閱本文件「業務－轉讓定價安排」一節。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與相關稅務機關並無爭議或未解決的稅務問題。

按期間比較經營業績

截至2024年9月30日止六個月與截至2023年9月30日止六個月比較

收入

我們的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣932.0百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣1,064.4百萬元，主要是由於全球經濟整體增長，尤其是COVID-19疫情結束後我們在中國（包括香港及澳門）經營所在的相關行業持續增長。

我們銷售香水產生的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣785.9百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣884.6百萬元，銷售護膚產品產生的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣47.4百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣60.5百萬元，銷售彩妝產生的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣80.0百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣112.1百萬元。我們來自香水、護膚產品及彩妝各自銷售的收入增加乃主要由於我們線下分銷商就這些產品向我們作出的香水、護膚產品及彩妝採購訂單增加。銷售彩妝產生的收入增加部分乃由於銷售流行彩妝品牌Laura Mercier產生的收入持續增加。我們的眼鏡銷售收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣9.6百萬元減少至截至2024年9月30日止六個月的人民幣7.0百萬元，主要是由於我們調整涉及自有Santa Monica品牌眼鏡的企業戰略並升級眼鏡產品設計，以緊貼不斷變化的行業趨勢及迎合不同的消費者喜好。於截至2024年9月30日止六個月，我們按OEM基準委聘的Santa Monica品牌產品外部製造商仍正在製造新設計的眼鏡產品，因此我們的零售商及分銷商客戶並未就該等眼鏡產品下達任何新訂單。

我們來自線下渠道（包括線下零售商、自營線下門店／專櫃及線下分銷商）的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣589.5百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣669.2百萬元，主要是由於COVID-19疫情結束後中國內地經濟復甦，推動我們的線下銷售增加，部分被我們的自營線下專櫃及門店收入減少人民幣22.4百萬元所抵銷，主要是由於我們於截至2024年9月30日止六個月關閉數家錄得虧損的門店及專櫃，且我們尚未完成提高數家新開門店及專櫃的銷售額。我們來自線上渠道的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣333.4百萬元增加至截至2024年9月30日

止六個月的人民幣395.0百萬元，主要是由於(i)來自線上零售商的收入增加人民幣41.3百萬元，主要原因是來自主要線上零售商客戶的採購訂單增加。我們認為這可能歸因於（其中包括）他們預期中國政府於2024年9月出台的經濟刺激政策將會帶動中國內地的消費者支出；及(ii)我們的自營網店收入增加人民幣26.3百萬元，主要原因是我們的自營網店數量於截至2024年9月30日止六個月有所增加。

我們來自零售商渠道的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣425.6百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣515.9百萬元，主要是由於(i)來自線上零售商的收入增加人民幣41.3百萬元；及(ii)來自旅遊零售商的收入增加人民幣50.6百萬元，主要原因是來自我們旅遊零售商客戶的採購訂單增加。我們認為這歸因於（其中包括）鑒於有關中國政府部門在2024年8月發佈若干免稅店支持政策，他們預期旅遊零售商渠道的消費需求將會增加。有關該等政策及其對我們旅遊零售商業務的潛在影響的詳情，請參閱本文件「行業概覽 — 中國（包括香港及澳門）香水行業概覽 — 競爭格局」及「業務 — 產品銷售及分銷 — 零售商渠道 — 旅遊零售商」各節。我們來自直銷渠道的收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣212.0百萬元略增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣215.9百萬元，主要是由於我們的自營網店收入增加人民幣26.3百萬元，部分被我們的自營線下專櫃及門店收入減少人民幣22.4百萬元所抵銷。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2023年9月30日止六個月的人民幣462.2百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣532.2百萬元。該增加主要是由於已售商品成本增加人民幣78.9百萬元，與我們得益於消費需求不斷上升而令截至2024年9月30日止六個月的收入增加一致。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2023年9月30日止六個月的人民幣469.8百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣532.1百萬元。

我們的毛利率保持相對穩定，截至2024年9月30日止六個月為50.0%，截至2023年9月30日止六個月則為50.4%。香水銷售的毛利率由截至2023年9月30日止六個月的48.7%增至截至2024年9月30日止六個月的50.7%，主要由於(i)毛利率相對較高的渠道

（如旅遊零售商渠道及自營網店）的香水銷售額增加；及(ii)毛利率相對較高的若干香水品牌比例增加，原因是我們在向客戶銷售產品時向其提供較低的建議零售價折扣。

我們直銷渠道的毛利率由截至2023年9月30日止六個月的69.2%輕微下降至截至2024年9月30日止六個月的68.5%，主要由於自營線下門店和專櫃的毛利率下降。這是因為我們於截至2024年9月30日止六個月關閉數家錄得虧損的自營門店及專櫃，且我們尚未完成提高數家新開門店及專櫃的銷售額，因為該等新門店及專櫃開業時間尚短。我們的零售渠道毛利率於截至2024年9月30日止六個月保持相對穩定於47.2%，而截至2023年9月30日止六個月為47.1%。我們的分銷渠道毛利率由2023年9月30日止六個月的46.4%下降至截至2024年9月30日止六個月的45.3%，主要由於截至2024年9月30日止六個月，若干毛利率相對較低的品牌產品向分銷商的銷售（由於銷售價格相對較低）增加。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由截至2023年9月30日止六個月的人民幣261.6百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣299.9百萬元，主要是由於廣告及推廣開支增加人民幣35.2百萬元，其主要原因是與截至2024年9月30日止六個月所進行的活動相比，我們於截至2023年9月30日止六個月為我們管理的若干外部品牌進行更多超出業務發展及擴張計劃範圍的營銷及推廣活動。這導致我們於截至2023年9月30日止六個月自相關品牌授權商收取更高金額的報銷費用。

行政開支

我們的行政開支由截至2023年9月30日止六個月的人民幣88.2百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣102.7百萬元，主要是由於(i)我們為籌備[**編纂**]而產生的[**編纂**]開支增加人民幣[**編纂**]百萬元；及(ii)使用權資產攤銷增加人民幣8.4百萬元，主要是我們於截至2024年9月30日止六個月向控股股東及其緊密聯繫人租賃物業用作辦公室及倉庫。詳情請參閱本文件「與控股股東的關係－控股股東的獨立性」。

金融資產減值（撥備）／撥回

我們於截至2023年9月30日止六個月錄得金融資產減值撥備人民幣1.6百萬元。我們於截至2024年9月30日止六個月錄得金融資產減值撥回人民幣0.3百萬元，主要是由於我們在截至2024年9月30日止六個月就向第三方提供墊款收到第三方還款，因此我們對其他應收款項的若干減值撥備作出撥回。

其他收入

我們的其他收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣3.6百萬元減少至截至2024年9月30日止六個月的人民幣1.7百萬元，主要是由於政府補助減少人民幣3.3百萬元，主要原因是作為我們收到的政府補助一部分的中國內地產業扶持基金於截至2024年9月30日止六個月減少。

其他收益／（虧損）淨額

我們於截至2023年9月30日止六個月錄得其他虧損人民幣3.2百萬元，主要反映匯兑虧損人民幣3.0百萬元。這主要是由於我們主要通過我們可用的港元現金向我們位於歐洲的若干品牌授權商支付以歐元計值的款項，其後兑換為歐元進行付款結算，且歐元兑港元匯率於2023年2月至5月急劇上升。我們於截至2024年9月30日止六個月錄得其他收益人民幣4.0百萬元，主要反映截至2024年9月30日止六個月出售一項物業收益產生的出售分類為持作出售的資產的收益，部分被匯兑虧損人民幣11.8百萬元所抵銷，主要原因是(i)歐元兑港元匯率於2024年6月至9月急劇上升，原因是我們主要透過可用港元現金向若干位於歐洲的品牌授權商作出以歐元計值的付款，而當時其後轉換為歐元進行支付結算；及(ii)人民幣兑港元匯率於2024年5月至6月急劇下跌，原因為我們主要收到以人民幣計值的付款，然後轉換為港元以用於與我們香港的附屬公司進行付款結算。

財務收入

我們的財務收入由截至2023年9月30日止六個月的人民幣4.6百萬元減少至截至2024年9月30日止六個月的人民幣0.4百萬元，主要是由於銀行存款的利息收入減少人民幣4.2百萬元，主要原因是我們於截至2024年9月30日止六個月提取若干金額的銀行存款支付應付劉先生的股息。

財務成本

我們的財務成本由截至2023年9月30日止六個月的人民幣2.2百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣3.1百萬元，主要是由於(i)租賃負債的利息開支增加人民幣0.5百萬元，原因是我們根據長期租賃以固定按金及租金租賃的自營線下門店／專櫃數量增加；及(ii)借款的利息開支增加人民幣0.4百萬元，主要是由於我們借入銀行貸款以補充我們的營運資金。

分佔合營企業虧損

我們於截至2023年9月30日止六個月錄得分佔合營企業虧損人民幣1.6百萬元，而截至2024年9月30日止六個月為人民幣1.3百萬元，主要是由於我們於2023年5月與Dr. Babor成立合營企業穎芭中國，由於該合營企業仍處於營運初期階段，故於截至2023年及2024年9月30日止六個月錄得虧損。

除所得稅前溢利

由於上述原因，我們的除所得稅前溢利由截至2023年9月30日止六個月的人民幣119.7百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣131.7百萬元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2023年9月30日止六個月的人民幣23.6百萬元減少至截至2024年9月30日止六個月的人民幣16.2百萬元，主要是由於我們的香港利得稅減少人民幣12.8百萬元，部分被中國企業所得稅增加人民幣8.7百萬元所抵銷，其主要原因是我們截至2024年9月30日止六個月的轉讓定價安排，產生相關香港附屬公司的應課稅收入減少及中國內地附屬公司應課稅收入增加的一次性綜合效應，導致實際稅率減少。由於我們於臨近截至2024年3月31日止年度結束時開始作出該等轉讓定價安排，故截至2023年9月30日止六個月的所得稅開支不受其影響。

年內溢利

由於上述原因，我們的年內溢利由截至2023年9月30日止六個月的人民幣96.1百萬元增加至截至2024年9月30日止六個月的人民幣115.5百萬元。

截至2024年3月31日止年度與截至2023年3月31日止年度比較

收入

我們的收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣1,699.1百萬元增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣1,863.8百萬元。增加主要是由於整體全球經濟增長，尤其是COVID-19疫情結束後我們在中國（包括香港及澳門）經營所在的行業增長，部分被一個奢侈品牌所產生的收入（佔我們截至2023年3月31日止年度總收入的約25.0%）減少所抵銷，原因為與該品牌的品牌授權商的分銷協議於2022年12月屆滿，而其後並無重續。

我們的香水銷售收入保持相對穩定，於截至2024年3月31日止年度為人民幣1,523.7百萬元，而於截至2023年3月31日止年度為人民幣1,504.2百萬元。我們的護膚產品銷售收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣87.1百萬元增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣114.4百萬元，主要是因為我們管理的其中一個護膚品牌錄得銷售大幅增長，此乃由於此品牌旗下護膚產品在我們的主要客戶之一的更多POS出售。我們的彩妝銷售收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣67.9百萬元大幅增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣193.0百萬元，主要是因為我們於2023年1月開始管理一個受歡迎的彩妝品牌Laura Mercier。我們的眼鏡銷售收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣7.7百萬元增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣21.5百萬元，主要是因為我們調整了涉及自有Santa Monica品牌眼鏡的企業戰略，此讓我們能夠增加其在中國內地的銷售。

我們來自線下渠道（包括線下零售商、自營線下門店／專櫃及線下分銷商）的收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣931.9百萬元增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣1,182.5百萬元，主要是由於COVID-19疫情結束後中國內地經濟復甦，推動線下銷售增加。我們來自線上渠道的收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣735.0百萬元減少至截至2024年3月31日止年度的人民幣670.1百萬元，主要是由於我們的管理層於截至2024年3月31日止年度，因應中國內地政府推出若干鼓勵線下零售購物的政策，將更多資源及注意力分配至線下渠道，因而將焦點及資源分配從線上渠道轉移。我們來自零售商渠道的收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣761.1百萬元增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣844.7百萬元，主要是由於(i)來自大客戶的收入增加人民幣64.8百萬元，主要是由於銷售向我們採購的產品的大客戶POS數量增加；(ii)旅遊零售商產生的收入增加人民幣47.6百萬元，主要是因為COVID-19疫情結束後，國際旅行恢復正常，令國際機場及免稅店的客流量增加，部分被線上零售商產生的收入減少人民幣28.8百萬元所抵銷，主要是由於與一個主要奢侈品品牌的品牌授

權商的分銷協議於2022年12月到期，我們於2023年6月不再銷售其品牌產品導致線上平台的銷售減少，部分被銷售若干其他品牌產品的收入增加所抵銷，主要是由於我們於營銷及推廣方面的持續努力。我們從直銷渠道產生的收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣338.6百萬元增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣447.3百萬元，主要由於線下門店／專櫃產生的收入增加人民幣106.4百萬元，主要是因為我們於2023年1月開始管理一個受歡迎的彩妝品牌Laura Mercier，其產品主要通過線下門店／專櫃銷售。我們自分銷渠道產生的收入保持相對穩定，截至2024年3月31日止年度為人民幣560.5百萬元，而截至2023年3月31日止年度為人民幣567.2百萬元。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2023年3月31日止年度的人民幣843.2百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣925.6百萬元。增加主要是由於已售商品成本增加人民幣89.8百萬元，與我們截至2024年3月31日止年度的收入因消費者需求不斷增長而增加一致。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2023年3月31日止年度的人民幣856.0百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣938.2百萬元。

截至2024年3月31日止年度，我們的毛利率保持相對穩定於50.3%，而截至2023年3月31日止年度則為50.4%。截至2024年3月31日止年度，銷售香水的毛利率保持相對穩定於48.5%，而截至2023年3月31日止年度則為49.1%。

直銷渠道的毛利率由截至2023年3月31日止年度的67.5%增加至截至2024年3月31日止年度的69.0%，主要是由於我們自營網店的毛利率增加，此乃主要是由於我們於截至2024年3月31日止年度開始在我們的自營網店銷售兩個熱門品牌的產品。該等產品錄得較高的毛利率。截至2024年3月31日止年度，我們零售商渠道的毛利率保持相對穩定於46.9%，而截至2023年3月31日止年度為47.7%。分銷渠道的毛利率由截至2023年3月31日止年度的48.3%下降至截至2024年3月31日止年度的45.8%，主要是由於(i)與一家主要奢侈品牌的品牌授權商的分銷協議於2022年12月到期，且我們於2023年6月停止銷售其品牌產品；及(ii)截至2024年3月31日止年度，若干已售產品的採購成本相對較高，主要由於歐元兌港元的匯率相對較高。分銷渠道的利潤率通常低於其他渠道，使其對匯率波動更為敏感。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由截至2023年3月31日止年度的人民幣457.5百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣514.6百萬元。增加主要是由於(i)僱員福利開支增加人民幣42.8百萬元，主要是因為我們聘任新銷售及營銷人員以促進我們的銷售增長及分銷網絡的擴展，並普遍增加僱員的薪金；(ii)可變租賃付款增加人民幣17.1百萬元，主要是由於與商場及百貨店簽訂的特許經營協議項下的付款增加，其按若干商場及百貨店相關門店／專櫃的收入百分比計算。與商場及百貨店簽訂的特許經營協議項下的付款增加主要是由於相關門店／專櫃產生的收入增加，部分被廣告及推廣開支減少人民幣33.2百萬元所抵銷，主要是因為截至2024年3月31日止年度，超出業務發展及擴張計劃範圍的額外營銷及推廣活動較截至2023年3月31日止年度有所增加。該等活動所產生的開支由我們的品牌授權商償付。

行政開支

我們的行政開支由截至2023年3月31日止年度的人民幣170.0百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣202.7百萬元。增加主要是由於(i)僱員福利開支增加人民幣14.1百萬元，主要是由於我們行政人員的薪金及福利增加；及(ii)其他增加人民幣10.1百萬元，主要由於我們於2024年籌辦若干內部企業活動，如我們因COVID-19疫情於過往幾年並無籌辦的週年晚宴及公司活動，並產生有關該等活動的額外開支。

金融資產減值撥備

截至2024年3月31日止年度，我們的金融資產減值撥備保持相對穩定於人民幣0.5百萬元，而截至2023年3月31日止年度則為人民幣0.6百萬元。

其他收入

截至2024年3月31日止年度，我們的其他收入保持相對穩定於人民幣12.3百萬元，而截至2023年3月31日止年度則為人民幣12.1百萬元。

其他收益╱(虧損)淨額

我們的其他虧損由截至2023年3月31日止年度的人民幣16.8百萬元減少至截至2024年3月31日止年度的人民幣1.2百萬元，主要由於匯兑虧損淨額減少人民幣15.8百萬元。此乃主要由於我們主要透過以港元計值的可用現金(隨後轉換為歐元用作付款結算)向歐洲品牌授權商支付以歐元計值的款項，而歐元兑港元的匯率自2022年10月至2023年年中上升，其後開始下降。

財務收入

我們的財務收入由截至2023年3月31日止年度的人民幣6.5百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣8.1百萬元。此增加乃主要由於我們的銀行存款利息收入增加人民幣1.6百萬元，主要因為我們於截至2024年3月31日止年度新增短期定期銀行存款，以受惠於港元及美元存款利率上升。

財務成本

我們的財務成本由截至2023年3月31日止年度的人民幣2.7百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣4.0百萬元。增加乃主要由於租賃負債的利息開支增加人民幣1.4百萬元，原因為我們根據長期租賃以固定按金及租金租賃的自營線下門店╱專櫃數量增加。

分佔合營企業虧損

截至2023年及2024年3月31日止年度，我們分別錄得分佔合營企業虧損為零及人民幣3.0百萬元，主要因為我們於2023年5月與Dr. Babor成立合營企業穎芭中國，由於該合營企業處於營運初期階段，於截至2024年3月31日止年度錄得虧損。

除所得稅前溢利

由於上述原因，我們的除所得稅前溢利由截至2023年3月31日止年度的人民幣226.9百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣232.6百萬元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2023年3月31日止年度的人民幣53.9百萬元減少至截至2024年3月31日止年度的人民幣26.1百萬元。該減少主要由於香港利得稅減少人民幣36.2百萬元，部分被截至2024年3月31日止年度錄得的中國內地企業所得稅增加人民幣13.2百萬元所抵銷，主要是由於我們截至2024年3月31日止年度的轉讓定價安排，產生相關香港附屬公司的應課稅收入減少及中國內地附屬公司動用餘下累計稅項虧損的一次性綜合效應，導致實際稅率減少所致。有關轉讓定價安排的詳情，請參閱本文件「業務－轉讓定價安排」一節。

年內溢利

由於上述原因，我們的年內溢利由截至2023年3月31日止年度的人民幣173.1百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣206.5百萬元。

截至2023年3月31日止年度與截至2022年3月31日止年度比較

收入

我們的收入保持相對穩定，截至2023年3月31日止年度為人民幣1,699.1百萬元，而截至2022年3月31日止年度為人民幣1,674.7百萬元。

我們的香水銷售收入保持相對穩定，截至2023年3月31日止年度為人民幣1,504.2百萬元，而截至2022年3月31日止年度為人民幣1,495.5百萬元。我們的護膚產品銷售收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣73.2百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣87.1百萬元，主要因為我們所管理其中一個護膚品牌的產品在大客戶更多的POS上銷售。我們的彩妝銷售收入保持相對穩定，截至2023年3月31日止年度為人民幣67.9百萬元，而截至2022年3月31日止年度為人民幣64.6百萬元。我們的眼鏡銷售收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣3.7百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣7.7百萬元，主要是由於我們調整涉及自有Santa Monica品牌眼鏡的企業戰略，使我們能夠增加其在中國內地的銷量。

我們來自直銷渠道的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣382.5百萬元減少至截至2023年3月31日止年度的人民幣338.6百萬元，而我們來自零售商渠道的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣784.8百萬元減少至截至2023年3月31日止年度的人民幣761.1百萬元，均主要因為我們與一個主要奢侈品牌授權商的分銷協議於2022年

12月到期，我們逐漸停止銷售該品牌的產品。相關分銷協議到期所導致的零售商渠道收入減少，部分被旅遊零售商產生的收入增加人民幣30.7百萬元所抵銷，主要是由於客戶需求日益增加令旅遊零售商銷售增加。我們自分銷渠道產生的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣469.7百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣567.2百萬元，主要是由於自線下分銷商產生的收入增加人民幣98.6百萬元（主要是由於我們合作的線下分銷商數量增加）。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2022年3月31日止年度的人民幣813.2百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣843.2百萬元。該增加主要由於我們的已售商品成本增加人民幣18.6百萬元，主要是因為一個主要奢侈品牌的分銷協議於2022年12月到期，就此我們向客戶提供折扣，以加快其剩餘產品庫存的銷售。這導致已售產品數量增加，從而導致我們的已售商品成本增加。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2022年3月31日止年度的人民幣861.4百萬元減少至截至2023年3月31日止年度的人民幣856.0百萬元。我們的毛利率由截至2022年3月31日止年度的51.4%下降至截至2023年3月31日止年度的50.4%。

香水銷售的毛利率由截至2022年3月31日止年度的49.5%減少至截至2023年3月31日止年度的49.1%。我們的整體毛利率及香水銷售的毛利率下降主要是由於一個主要奢侈品牌的分銷協議於2022年12月到期，就此我們向客戶提供折扣，以加快其剩餘產品庫存的銷售。

就銷售渠道而言，截至2023年3月31日止年度，我們直銷渠道的毛利率為67.5%，保持相對穩定，而截至2022年3月31日止年度為67.8%。截至2023年3月31日止年度，我們零售商渠道的毛利率亦保持相對穩定於47.7%，而截至2022年3月31日止年度為47.8%。分銷渠道的毛利率由截至2022年3月31日止年度的46.0%增至截至2023年3月31日止年度的48.3%，主要是由於截至2023年3月31日止年度出售的若干產品以相對較低的成本向供應商採購，而這主要是因為歐元兌港元的匯率相對較低。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由截至2022年3月31日止年度的人民幣537.4百萬元減少至截至2023年3月31日止年度的人民幣457.5百萬元。該減少主要由於：(i)廣告及推廣開支減少人民幣96.6百萬元，主要是因為我們能夠高效利用現有資源開展營銷及推廣活動；及(ii)快遞及交付減少人民幣8.4百萬元，主要是由於產品運輸因受COVID-19疫情影響而中斷，部分被我們的僱員福利開支增加人民幣20.9百萬元所抵銷，主要是因為我們僱傭薪金相對較高的若干銷售及營銷人員。

行政開支

我們的行政開支由截至2022年3月31日止年度的人民幣157.7百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣170.0百萬元。該增加主要由於我們的僱員福利開支增加人民幣10.8百萬元，主要是因為我們僱傭薪金相對較高的若干行政人員。

金融資產減值撥備

我們的金融資產減值撥備相比截至2022年3月31日止年度的人民幣0.5百萬元，截至2023年3月31日止年度維持相對穩定於人民幣0.6百萬元。

其他收入

我們的其他收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣13.4百萬元減少至截至2023年3月31日止年度的人民幣12.1百萬元。該減少主要由於政府補助減少人民幣1.3百萬元，而這主要是因為香港政府提供的僱員支援補貼於截至2023年3月31日止年度終止。

其他收益╱(虧損)淨額

我們截至2022年3月31日止年度錄得其他收益人民幣32.9百萬元及截至2023年3月31日止年度錄得其他虧損人民幣16.8百萬元，主要由於我們於截至2022年3月31日止年度的匯兌收益人民幣31.8百萬元及截至2023年3月31日止年度的匯兌虧損人民幣17.4百萬元，大致因我們主要透過以港元計值的可用現金(隨後轉換為歐元用作付款結算)向歐洲的多家品牌授權商支付以歐元計值的款項，而歐元兌港元匯率於截至2022年3月31日止年度下降及自2022年10月以來上升。

財務收入

我們的財務收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣7.8百萬元減少至截至2023年3月31日止年度的人民幣6.5百萬元。該減少主要由於來自銀行存款的利息收入減少人民幣1.3百萬元，主要因為我們於2023年2月向控股股東派付股息，使我們的銀行現金存款金額減少所致。

財務成本

我們的財務成本由截至2022年3月31日止年度的人民幣2.3百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣2.7百萬元。該增加主要由於租賃負債的利息開支增加人民幣0.5百萬元，主要是由於我們根據長期租賃以固定按金及租金租賃的自營線下門店／專櫃數量增加。

除所得稅前溢利

由於上述原因，我們的除所得稅前溢利由截至2022年3月31日止年度的人民幣217.6百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣226.9百萬元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2022年3月31日止年度的人民幣46.8百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣53.8百萬元。該增加主要由於我們的香港附屬公司於截至2023年3月31日止年度產生的收入增加導致香港利得稅增加人民幣12.4百萬元。

年內溢利

由於上述原因，我們的年內溢利由截至2022年3月31日止年度的人民幣170.9百萬元增至截至2023年3月31日止年度的人民幣173.1百萬元。

流動資產淨值

下表載列我們截至所示日期的流動資產及流動負債明細：

	截至3月31日			截至9月30日	截至12月31日
	2022年	2023年	2024年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
流動資產：					
存貨	417,753	357,578	390,309	488,462	387,742
貿易應收款項	116,511	156,959	175,279	217,077	238,033
按金、預付款項及其他應收款項	61,742	52,670	113,861	98,294	106,926
可收回所得稅	2,385	–	–	–	–
應收關聯公司款項	13	984	51,155	47,650	44,001
應收合營企業款項	–	–	13,514	12,172	8,677
應收一名股東款項	–	110	271	–	–
按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產	290	463	–	765	–
定期存款	–	13,388	–	–	–
現金及現金等價物	307,393	320,462	150,929	274,763	238,094
分類為持作出售的資產	–	–	2,481	–	–
流動資產總值	906,087	902,614	897,799	1,139,183	1,023,473
流動負債：					
貿易應付款項及應付票據	229,491	113,498	93,223	255,874	123,561
合約負債	21,541	23,015	16,307	9,730	6,246
應計費用及其他應付款項	177,229	177,448	168,737	159,322	129,610
撥備	7,484	8,718	9,836	7,830	7,730
應付所得稅	5,650	24,103	5,500	20,424	30,233
應付關聯公司款項	56,543	61,941	7,045	–	–
應付一名董事款項	41,353	76,693	186,951	121,733	122,368
應付一名股東款項	1,506	–	–	–	–
銀行借款	–	–	–	38,647	36,298
租賃負債	40,454	48,236	52,520	59,116	59,835
流動負債總額	581,251	533,652	540,119	672,676	515,881
流動資產淨值	324,836	368,962	357,680	466,507	507,592

我們的流動資產淨值由截至2022年3月31日的人民幣324.8百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣369.0百萬元，主要由於我們的流動負債總額減少幅度超過流動資產總值的減少幅度。我們的流動負債總額由截至2022年3月31日的人民幣581.3百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣553.7百萬元，主要由於我們的貿易應付款項及應付票據減少人民幣116.0百萬元，主要由於2021年的COVID-19疫情對全球貿易及物流造成不利影響，導致我們於2021年底及2022年初提前向供應商採購大量產品，以應對可能發生的全球供應鏈中斷。貿易應付款項及應付票據的減少部分被以下各項所抵銷：(i)應付一名董事款項增加人民幣35.3百萬元，主要由於我們宣派的股息於截至2023年3月31日仍未支付予我們的控股股東；及(ii)應付所得稅增加人民幣18.5百萬元，主要由於截至2023年3月31日止年度香港附屬公司產生的應課稅收入增加。我們的流動資產總值由截至2022年3月31日的人民幣906.1百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣902.6百萬元，主要由於存貨減少人民幣60.2百萬元，主要因為我們於截至2022年3月31日有大量在途商品，由於COVID-19疫情對全球供應鏈物流造成的中斷，致使我們的供應商延遲交付產品。於COVID-19疫情結束後，截至2023年3月31日產品的運輸及交付已恢復正常。流動資產總值減少部分被以下各項所抵銷：(i)貿易應收款項增加人民幣40.4百萬元，該增加主要是由於我們向一般獲授較長信貸期的若干大客戶的銷售額增加；及(ii)定期存款增加人民幣13.3百萬元，主要由於截至2023年3月31日止年度我們將可用現金存為定期銀行存款。

我們的流動資產淨值由截至2023年3月31日的人民幣369.0百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣357.7百萬元，主要由於我們的流動負債增加及流動資產減少。我們的流動負債總額由截至2023年3月31日的人民幣533.7百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣540.1百萬元，主要是由於應付一名董事的款項增加人民幣110.3百萬元，原因是我們宣派的股息截至2024年3月31日仍然未支付予控股股東，部分被以下各項所抵銷：(i)應付關聯公司款項減少人民幣54.9百萬元，主要因為我們於截至2024年3月31日止年度償還若干關聯公司提供的財務資助；(ii)貿易應付款項及應付票據減少人民幣20.3百萬元，主要由於我們的若干主要供應商於截至2023年3月31日止年度授予我們的信貸期較截至2024年3月31日止年度的信貸期更長所致；及(iii)應付所得稅減少人民幣18.6百萬元，主要是由於我們截至2024年3月31日止年度的轉讓定價安排，產生相關香港附屬公司的應課稅收入減少及中國內地附屬公司動用餘下累計稅項虧損的一次性綜合效應，導致實際稅率減少所致。有關我們轉讓定價安排的詳情，請參閱本文件「業務－轉讓定價安排」一節。我們的流動資產總值由截至2023年3月31日的人民幣902.6百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣897.8百萬元，主要由於向控股股東作出的股息付款，導致我們的現金及現金等價物減少人民幣169.5百萬元，部分被按

金、預付款項及其他應收款項的即期部分增加人民幣61.2百萬元所抵銷，有關增加主要由於(i)向第三方墊款的即期部分增加人民幣28.3百萬元，乃由於截至2023年3月31日錄得的向第三方墊款非即期部分重新分類為截至2024年3月31日向第三方墊款的即期部分，因為我們預期該等第三方將在12個月內償還該款項；及(ii)其他應收款項增加人民幣15.6百萬元，主要由於若干品牌授權方應付予我們的款項對賬時間相對較長。

我們的流動資產淨值由截至2024年3月31日的人民幣357.7百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣466.5百萬元，主要由於我們的流動資產增加幅度超過流動負債的增加幅度。我們的流動資產總值由截至2024年3月31日的人民幣897.8百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣1,139.2百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣123.8百萬元，主要由於我們的業務擴張導致截至2024年9月30日止六個月的經營活動現金流量淨額增加所致；(ii)貿易應收款項增加人民幣41.8百萬元，主要由於我們向一名線上零售商客戶的銷售額增加，而我們通常授予該等客戶30至60天的信貸期，及向若干旅遊零售商客戶的銷售額增加，而我們通常向其授予60天的信貸期；及(iii)存貨增加人民幣98.2百萬元，主要反映製成品隨業務擴張而增加，部分被按金、預付款項及其他應收款項減少人民幣15.6百萬元所抵銷，主要由於我們加快向品牌授權商就我們於截至2024年9月30日止六個月為其品牌進行的額外廣告及推廣活動開具賬單及收取報銷款項，從而減少我們的其他應收款項。我們的流動負債總額由截至2024年3月31日的人民幣540.1百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣672.7百萬元，主要由於(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣162.7百萬元，其主要是由於我們於截至2024年9月30日止六個月末向我們的供應商下達大量採購訂單，以籌備即將於2024年下半年於中國（包括香港及澳門）舉行的購物節，而歐洲供應商就運輸及交付我們向其採購的產品所作的物流安排在7月至9月初暑假期間通常較年內其他月份慢；(ii)銀行借款增加人民幣38.6百萬元，乃由於我們取得額外銀行貸款以補充營運資金；及(iii)應付所得稅增加人民幣14.9百萬元，主要因為截至2024年3月31日的應付所得稅相對較低是由於轉讓定價安排導致應課稅收入減少的一次性綜合效應所致，部分被應付一名董事的款項減少人民幣65.2百萬元所抵銷，原因是我們已結清截至2024年9月30日止六個月應付劉先生的股息付款。

我們的流動資產淨值由截至2024年9月30日的人民幣466.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣507.6百萬元，主要由於我們的流動負債總額減少幅度超過流動資產總值的減少幅度。我們的流動負債總額由截至2024年9月30日的人民幣672.7百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣515.9百萬元，主要由於(i)貿易應付款項及應付票據減少人民幣132.3百萬元，主要是由於我們在2024年7月至9月進行旺季產品採購，以應對即將於2024年第四季度舉行的中國內地購物節，我們就此按到期日安排於2024年12月前結算相關貿易應付款項及應付票據；及(ii)應計費用及其他應付款項減少人民幣29.7百萬元，主要是由於我們安排於2024年12月31日前結算，方便我們的中國內地供應商進行稅務結算。我們的流動資產總值由截至2024年9月30日的人民幣1,139.2百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣1,023.5百萬元，主要由於(i)存貨減少人民幣100.7百萬元，主要是由於我們於2024年第四季度的中國內地購物節期間消耗存貨；及(ii)現金及現金等價物減少人民幣36.7百萬元，主要原因是我們於2024年10月至12月結算若干貿易應付款項及應付票據以及應計費用及其他應付款項。

我們綜合財務狀況表中若干關鍵項目的描述

存貨

我們的存貨主要包括製成品及在途商品。除眼鏡通常無保質期外，我們所銷售產品的保質期介乎三到五年。下表載列我們截至所示日期的存貨結餘概要：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	**2023年**	**2024年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
製成品－按成本	321,873	332,763	379,355	420,271
在途商品	119,635	53,764	46,977	104,099
減：存貨撥備	(23,755)	(28,949)	(36,023)	(35,908)
存貨減撥備	**417,753**	**357,578**	**390,309**	**488,462**

我們定期逐款產品檢討存貨狀況，並就陳舊及滯銷存貨項目作出撥備。我們的存貨由截至2022年3月31日的人民幣417.8百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣357.6百萬元，主要反映在途商品減少人民幣65.9百萬元，主要由於截至2022年3月31日止年度COVID-19疫情導致全球供應鏈物流中斷，令我們的供應商延遲交付產品。COVID-19疫情結束後，截至2023年3月31日，產品運輸及交付已恢復正常。

我們的存貨由截至2023年3月31日的人民幣357.6百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣390.3百萬元，並進一步增至截至2024年9月30日的人民幣488.5百萬元，主要反映我們的製成品隨著我們擴展業務而增加。

下表載列我們於所示期間的平均存貨周轉天數：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
平均存貨周轉天數[1]	159.2	179.2	160.7	163.4

附註:

(1) 存貨周轉天數按相關年度存貨期初結餘與期末結餘的平均數除以年內銷售成本，再乘以相關年度的天數計算，截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月分別為365天、365天、366天及183天。

我們的平均存貨周轉天數由截至2022年3月31日止年度的159.2天增加至截至2023年3月31日止年度的179.2天，主要是因為我們自2021年底前後及2022年初開始增加產品庫存，以應對全球供應鏈可能出現的中斷。我們的平均存貨周轉天數由截至2023年3月31日止年度的179.2天減少至截至2024年3月31日止年度的160.7天，主要因為我們認為國際航運及物流已恢復正常，因此我們於截至2024年3月31日止年度減少產品的預防性庫存的存貨水平。我們的平均存貨周轉天數由截至2024年3月31日止年度的160.7天增加至截至2024年9月30日止六個月的163.4天，主要由於我們截至2024年9月30日存貨結餘中的在途商品增加。該等在途商品增加乃由於涉及我們於截至2024年9月30日止六個月向供應商下的採購訂單增加，以籌備即將於2024年下半年於中國(包括香港及澳門)舉行的購物節，以及我們向歐洲供應商採購若干產品的運輸及交付延誤所致，原因是歐洲的有關安排在7月至9月初暑假期間通常較年內其他月份慢。

下表載列截至所示日期我們存貨的賬齡分析：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
最多180天	378,023	274,226	327,081	428,450
180天至一年	34,583	64,427	60,815	50,132
一年至兩年	15,125	35,405	26,877	30,810
兩年至三年	6,096	3,425	5,469	9,354
三年以上	7,681	9,044	6,090	5,624
減：存貨撥備	(23,755)	(28,949)	(36,023)	(35,908)
合計	**417,753**	**357,578**	**390,309**	**488,462**

截至2024年12月31日，我們截至2024年9月30日的存貨人民幣254.0百萬元（即50.0%）已於其後結算。截至最後實際可行日期，我們的存貨並無遇到任何可收回性問題。我們認為截至2024年12月31日的存貨其後結算正常，與我們的過往存貨結算進度一致。

貿易應收款項

貿易應收款項主要指我們就向其出售的產品而應收若干零售商客戶的未償還款項。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的貿易應收款項分別為人民幣116.5百萬元、人民幣157.0百萬元、人民幣175.3百萬元及人民幣217.1百萬元。與我們的若干大客戶及主要線上零售商客戶的交易條款主要為信貸。我們授予該等客戶的信貸期通常為30天至90天。我們力求保持對未償還應收款項的嚴格控制，以盡量降低信貸風險。我們的管理層會定期審閱長期逾期結餘。我們並無就貿易應收款項結餘持有任何抵押品。貿易應收款項不計息。

下表載列我們貿易應收款項淨額的明細：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貿易應收款項	116,886	157,243	175,726	217,457
減：虧損撥備	(375)	(284)	(447)	(380)
貿易應收款項淨額	116,511	156,959	175,279	217,077

與已知存在財務困難的客戶或嚴重懷疑能否對向收回應收款項的客戶有關的應收款項進行單獨評估，以單獨計提減值撥備。我們的貿易應收款項由截至2022年3月31日的人民幣116.5百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣157.0百萬元，並進一步增至截至2024年3月31日的人民幣175.3百萬元，主要是由於向我們的若干大客戶的銷售額增加，與其他信貸客戶相比，我們通常授予該等客戶60至90天的較長信貸期。我們的貿易應收款項由截至2024年3月31日的人民幣175.3百萬元增至截至2024年9月30日的人民幣217.1百萬元，主要由於我們向一名線上零售商客戶的銷售額增加，而我們通常向其授予30至60天的信貸期，及向若干旅遊零售商客戶的銷售額增加，而我們通常向其授予60天的信貸期。

下表載列我們於所示期間的平均貿易應收款項周轉天數：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
平均貿易應收款項周轉天數[1]	29.6	29.4	32.7	33.8

附註：

(1) 貿易應收款項周轉天數按相關年度貿易應收款項期初結餘與期末結餘的平均數除以收入，再乘以天數計算，截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月分別為365天、365天、366天及183天。

我們的平均貿易應收款項周轉天數保持相對穩定，於截至2023年3月31日止年度為29.4天，而於截至2022年3月31日止年度為29.6天。我們的平均貿易應收款項周轉天數由截至2023年3月31日止年度的29.4天增加至截至2024年3月31日止年度的32.7天，主要是因為截至2024年3月31日止年度大客戶及其他通常賒賬的客戶數量增加。我們的平均貿易應收款項周轉天數由截至2024年3月31日止年度的32.7天增加至截至2024年9月30日止六個月的33.8天，主要由於我們向若干線上零售商客戶的銷售額增加，而我們通常向其授予30至60天的信貸期，及向若干旅遊零售商客戶的銷售額增加，而我們通常向其授予60天的信貸期。

下表載列截至所示日期我們貿易應收款項的賬齡分析：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
30天內	84,010	106,001	107,895	138,255
31至90天	26,204	37,668	48,784	68,451
超過90天	6,672	13,574	19,047	10,751
總計	**116,886**	**157,243**	**175,726**	**217,457**

截至2024年12月31日，我們截至2024年9月30日的貿易應收款項中的人民幣200.7百萬元（即92.4%）已於其後結清。董事確認我們的貿易應收款項不存在重大可收回性問題。

按金、預付款項及其他應收款項

我們按金、預付款項及其他應收款項主要包括(i)存貨及其他經營開支的預付款項，主要包括我們在交付產品前向供應商作出的預付款項；(ii)向第三方墊款，主要包括無抵押、免息及須按要求償還的墊款，有關結餘的賬面值與其公允價值相若；(iii)其他應收款項，主要包括我們就廣告及推廣活動自品牌授權商收取的酬金；(iv)按金，主要包括自營線下門店及專櫃租賃的按金；及(v)非金融資產預付款項，指用於支持我們數字化系統的軟件的預付款項。

向第三方作出的墊款包括向我們的三名零售商客戶（即零售商A、零售商B及零售商C）作出的墊款。截至最後實際可行日期，零售商A的一名股東持有零售商A的70.0%權益，其為本公司執行董事兼行政總裁林女士的胞兄。零售商B及零售商C的股東為本集團的前僱員及／或劉先生的業務夥伴。於往績記錄期間，除作為客戶向本集團購買產品外，零售商A、零售商B及零售商C亦各自向我們出售若干產品。我們於2018年至2019年向零售商A提供墊款以支持其業務營運。此外，我們亦於2015年至2018年向零售商B及零售商C提供免息墊款以支持其業務營運，我們當時認為倘彼等成功營運可能有助我們滲透中國內地眼鏡市場。我們向該等零售商客戶提供墊款，主要是由於該等零售商客戶的前股東及現有股東與本集團及／或高級管理層成員擁有長期業務關係及／或互信關係。截至2024年12月31日，我們其後結清截至2024年9月30日對第三方的墊款人民幣4.3百萬元。我們計劃於2025年2月前結清第三方墊款的餘下結餘。我們目前預期不會向第三方作出任何進一步的墊款。

截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們按金、預付款項及其他應收款項的即期部分分別為人民幣61.7百萬元、人民幣52.7百萬元、人民幣113.9百萬元及人民幣98.3百萬元。下表載列截至所示日期我們按金、預付款項及其他應收款項的即期部分明細：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
存貨及其他經營開支預付款項	31,460	13,903	23,317	31,805
[編纂]開支預付款項	–	–	1,357	5,534
向第三方墊款(1)	–	–	28,284	21,269
其他應收款項	14,886	17,202	32,824	16,928
可收回增值稅	7,102	11,402	8,183	4,212
按金	8,294	10,163	19,896	18,546
總計	**61,742**	**52,670**	**113,861**	**98,294**

附註：

(1) 結餘以港元及人民幣計值。截至2022年及2023年3月31日，董事預計第三方於報告期後的12個月內償還有關結餘，故將結餘分類為流動資產。

按金、預付款項及其他應收款項的即期部分由截至2022年3月31日的人民幣61.7百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣52.7百萬元，主要是由於存貨及其他經營開支的預付款項減少人民幣9.4百萬元，主要是由於我們終止與若干未授予我們信貸期的供應商的業務關係。我們的按金、預付款項及其他應收款項的即期部分由截至2023年3月31日的人民幣52.7百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣113.9百萬元，主要是由於(i)向第三方支付的墊款的即期部分增加人民幣28.3百萬元，是由於我們預期有關第三方將在12個月內償還有關款項，故將截至2023年3月31日錄得的向第三方墊款的非即期部分重新分類為截至2024年3月31日向第三方墊款的即期部分；及(ii)其他應收款項增加人民幣15.6百萬元，主要是由於若干品牌授權商與我們之間的應付款項對賬耗時相對較長。按金、預付款項及其他應收款項的即期部分由截至2024年3月31日的人民幣113.9百萬元減少至截至2024年9月30日的人民幣98.3百萬元，主要是由於其他應收款項減少人民幣15.9百萬元，主要是由於我們加快結算品牌授權商就我們於截至2024年9月30日止六個月為其品牌進行的額外廣告及推廣活動的報銷款項，部分被存

貨及其他經營開支預付款項增加人民幣8.5百萬元所抵銷，主要由於我們於截至2024年9月30日止六個月末向我們的供應商下達大量採購訂單，以籌備即將於2024年下半年於中國（包括香港及澳門）舉行的購物節，其導致截至2024年9月30日支付予供應商的預付款項尚未結清。

下表載列截至所示日期我們按金、預付款項及其他應收款項的非即期部分明細：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非金融資產的預付款項	–	3,054	4,207	6,817
對第三方的墊款(1)	46,089	28,061	–	–
按金	4,441	7,400	6,217	7,974
總計	**50,530**	**38,515**	**10,424**	**14,791**

附註：

(1) 結餘以港元及人民幣計值。截至2022年及2023年3月31日，董事預期第三方不會於報告期後12個月內償還有關結餘，故將該結餘分類為非流動資產。

按金、預付款項及其他應收款項的非即期部分由截至2022年3月31日的人民幣50.5百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣38.5百萬元，主要是由於我們對第三方的墊款減少人民幣18.0百萬元，而這主要是由於我們預期第三方將於12個月內償還有關款項，故將截至2023年3月31日錄得的向第三方墊款的非即期部分重新分類為截至2024年3月31日的向第三方墊款的即期部分。按金、預付款項及其他應收款項的非即期部分由截至2023年3月31日的人民幣38.5百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣10.4百萬元，主要由於向第三方墊款減少人民幣28.1百萬元，主要由於有關第三方向我們償還部分墊款。按金、預付款項及其他應收款項的非即期部分由截至2024年3月31日的人民幣10.4百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣14.8百萬元，主要是由於(i)非金融資產預付款項增加人民幣2.6百萬元，主要原因是我們就用於支持我們數字化系統的軟件支付預付款項；及(ii)按金增加人民幣1.8百萬元，主要由於我們就辦公室及倉庫的若干長期租賃支付的按金增加所致。

截至2024年12月31日，我們截至2024年9月30日的按金、預付款項及其他應收款項中的人民幣57.3百萬元（即50.7%）已於隨後結算。

應收合營企業款項

我們應收合營企業款項屬貿易性質，主要來自向本集團與Dr. Babor的合營企業穎芭中國銷售商品及提供服務。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們應收合營企業款項分別為零、零、人民幣13.5百萬元及人民幣12.2百萬元。該等結餘將於[**編纂**]前結清。

可收回所得稅

我們的可收回所得稅主要是指我們預付的所得稅高於實際應付稅項而產生的可收回稅項。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們錄得的可收回所得稅分別為人民幣2.4百萬元、零、零及零，主要因為我們為若干附屬公司計提的撥備導致過往年度的超額納稅，從而導致其後年度的可收回稅項。

按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產

我們按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產主要包括銀行外匯掉期存款。作出投資後，我們會定期密切監察該等投資的表現及公允價值。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度，我們按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產為人民幣0.3百萬元、人民幣0.5百萬元及零，主要由於截至2022年及2023年3月31日，我們擁有外匯掉期存款，但截至2024年3月31日並無該等存款。截至2024年9月30日，我們按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產為人民幣0.8百萬元，主要包括外匯掉期存款及外匯遠期合約。

定期存款及現金及現金等價物

我們的定期存款主要包括到期日在三個月內的銀行存款。於往績記錄期間各財政期末，我們的現金及現金等價物以及定期存款按介乎0.3%至5.5%的現行市場年利率計息。

截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的定期存款(到期日為三個月以上)結餘分別為零、人民幣13.4百萬元、零及零，主要由於我們於截至2023年3月31日止年度將可用現金存入銀行定期存款，其於截至2024年3月31日止年度到期。

我們的現金及現金等價物由截至2022年3月31日的人民幣307.4百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣320.5百萬元，主要由於我們截至2023年3月31日止年度的經營活動所得現金流量淨額增加。我們的現金及現金等價物由截至2023年3月31日的人

民幣320.5百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣150.9百萬元，主要是由於我們向控股股東支付股息。我們的現金及現金等價物由截至2024年3月31日的人民幣150.9百萬元增至截至2024年9月30日的人民幣274.8百萬元，主要由於我們業務擴張導致截至2024年9月30日止六個月來自經營活動的現金流量淨額增加。

我們僅將銀行結餘存入近期並無違約記錄的信譽良好的銀行。董事確認，我們的現金及現金等價物維持在穩健水平，以符合我們日常業務營運的要求。

分類為持作出售的資產

我們分類為持作出售的資產主要包括我們預期於不久將來出售的物業。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們分類為持作出售的資產分別為零、零、人民幣2.5百萬元及零。

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在日常業務過程中向供應商購買的貨品或服務的付款責任。供應商授予我們的信貸期一般介乎60至120天。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，所有貿易應付款項及應付票據均須於一年內支付。

下表載列截至所示日期的貿易應付款項及應付票據：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貿易應付款項	229,132	113,498	93,223	255,874
應付票據	359	–	–	–
總計	**229,491**	**113,498**	**93,223**	**255,874**

我們的貿易應付款項及應付票據由截至2022年3月31日的人民幣229.5百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣113.5百萬元，主要是由於2022年COVID-19疫情對全球貿易及物流造成不利影響。並導致我們於2021年底及2022年初提前向供應商採購大量產品，以應對全球供應鏈中斷。我們的貿易應付款項及應付票據由截至2023年3月31日的人民幣113.5百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣93.2百萬元，主要由於

若干主要供應商於截至2023年3月31日止年度授予我們的信貸期比截至2024年3月31日止年度更長。我們的貿易應付款項及應付票據由截至2024年3月31日的人民幣93.2百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣255.9百萬元，其主要是由於我們於截至2024年9月30日止六個月末向我們的供應商下達大量採購訂單，以籌備即將於2024年下半年於中國（包括香港及澳門）舉行的購物節，而歐洲供應商就我們從彼等採購的產品的運輸及交付作出的物流安排於7月至9月初的暑假期間通常較年內其他月份慢。

下表載列於所示日期末的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
30天內	132,808	59,684	54,046	123,242
31至90天	83,106	49,979	32,556	103,445
超過90天	13,577	3,835	6,621	29,187
總計	**229,491**	**113,498**	**93,223**	**255,874**

下表載列我們於所示相關期間的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
平均貿易應付款項及應付票據周轉天數[1]	100.1	74.2	40.9	60.0

附註：

(1) 貿易應付款項及應付票據周轉天數按相關年度貿易應付款項及應付票據期初結餘與期末結餘的平均數除以銷售成本，再乘以相關年度的天數計算，截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月分別為365天、365天、366天及183天。

平均貿易應付款項及應付票據周轉天數表示我們向供應商支付現金的平均時間。我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數由截至2022年3月31日止年度的100.1天減少至截至2023年3月31日止年度的74.2天，並進一步減少至截至2024年3月31日止年度的40.9天，主要是因為我們於2023年及2024年合作的若干主要供應商給予我們較其他供應商更短的信貸期。我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數由截至2024年3月31日止年度的40.9天增至截至2024年9月30日止六個月的60.0天，主要是因為我們於截至2024年9月30日止六個月末向我們的供應商下達大量採購訂單，以籌備即將於2024年下半年於中國（包括香港及澳門）舉行的購物節，而歐洲供應商就我們從彼等採購的產品的運輸及交付作出的物流安排於7月至9月初的暑假期間通常比年內其他月份慢，從而導致我們向彼等付款的速度放緩。

截至2024年12月31日，我們截至2024年9月30日的貿易應付款項及應付票據中的人民幣245.6百萬元（即96.0%）已於其後結算。

合約負債

我們的合約負債指(i)我們向客戶銷售貨品的責任，而本集團已就此向客戶收取代價；及(ii)客戶尚未索取回扣，該等回扣僅以貨品結算。合約負債預計將在我們的正常經營週期內結算，並根據我們最早向客戶轉讓商品的義務分類為流動負債。

我們的合約負債由截至2022年3月31日的人民幣21.5百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣23.0百萬元，主要是由於我們的若干客戶向我們作出預付款項以確保交易。我們的合約負債由截至2023年3月31日的人民幣23.0百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣16.3百萬元，主要是因為我們在COVID-19疫情結束後能夠按正常規模向客戶交付產品。我們的合約負債由截至2024年3月31日的人民幣16.3百萬元減少至截至2024年9月30日的人民幣9.7百萬元，主要是因為在COVID-19疫情結束後，隨著國際及國內物流恢復正常，我們向客戶交付產品的效率持續提高。

我們的董事確認，對於往績記錄期間截至每個年末的合約負債的真實、存在和合理程度毫無疑問。

截至2024年12月31日，我們截至2024年9月30日的合約負債中的人民幣7.3百萬元（即74.6%）已於隨後結算。

應計費用及其他應付款項

我們的應計費用及其他應付款項主要包括(i)廣告及推廣開支的應計費用，主要與已進行的廣告及推廣活動的未支付開支有關；(ii)應計員工成本，主要指延遲向僱員支付的薪金及福利；(iii)自第三方收取的墊款，主要包括我們有關擬與若干第三方合作而自其收取的預付款項；(iv)其他應付款項及應計費用，主要包括與採購無關的雜項服務的未支付費用；及(v)其他應付稅項，主要包括我們進口產品產生的增值稅。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，所有應計費用及其他應付款項均須於一年內支付。

下表載列截至所示日期的應計費用、撥備及其他應付款項明細：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
即期				
廣告及推廣應計費用	80,971	79,456	83,837	73,120
應計員工成本	24,507	47,264	35,894	43,546
已收第三方墊款	43,170	29,000	26,500	8,500
其他應付款項及應計費用	15,474	12,871	10,588	17,627
其他應付稅項	13,107	8,857	9,682	14,544
[**編纂**]開支應計費用	–	–	2,236	1,985
	177,229	177,448	168,737	159,322

應計費用及其他應付款項保持相對穩定，截至2023年3月31日為人民幣177.4百萬元，而截至2022年3月31日為人民幣177.2百萬元。

應計費用及其他應付款項由截至2023年3月31日的人民幣177.4百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣168.7百萬元，主要由於應計員工成本減少人民幣11.4百萬元，該減少乃由於截至2023年3月31日止年度延遲支付僱員薪金及福利而產生，主要原因是因為我們根據相關政府部門公佈允許遞延付款以支持當地公司營運的適用政策，遞延若干僱員福利的支付。

應計費用及其他應付款項由截至2024年3月31日的人民幣168.7百萬元減少至截至2024年9月30日的人民幣159.3百萬元，主要是由於(i)已收第三方應計費用減少人民幣18.0百萬元，主要由於我們決定不進行擬定合作，因此償還一定數額的已收第三方墊款；及(ii)廣告及推廣應計費用減少人民幣10.7百萬元，主要是因為在COVID-19疫情結束後，與向我們提供營銷及推廣服務的供應商的付款結算速度加快所致。

截至2024年12月31日，我們截至2024年9月30日的應計費用及其他應付款項中的人民幣101.6百萬元（即63.8%）已於隨後結算。

撥備

我們的撥備主要包括(i)僱員未休年假撥備；及(ii)其他撥備，主要包括因恢復我們關閉的門店／專櫃而產生的開支撥備。

下表載列截至所示日期我們的撥備明細：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非即期				
長期服務金撥備	852	780	1,658	1,814
	852	780	1,658	1,814
即期				
未休年假撥備	5,416	6,076	6,604	4,790
其他撥備	2,068	2,642	3,232	3,040
	7,484	8,718	9,836	7,830
	8,336	9,498	11,494	9,644

我們的撥備由截至2022年3月31日的人民幣8.3百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣9.5百萬元，並進一步增至截至2024年3月31日的人民幣11.5百萬元，主要由於(i)往績記錄期間僱員未休年假撥備增加，主要由於我們的僱員福利開支增加；及(ii)往績記錄期間其他撥備增加，主要與我們就恢復自營線下門店／專櫃而產生的開支計提的撥備有關。我們的撥備由截至2024年3月31日的人民幣11.5百萬元減少至截至2024年9月30日的人民幣9.6百萬元，主要是由於未使用年假的撥備減少人民幣1.8百萬元，大致由於COVID-19疫情結束後，隨著國際旅行恢復正常，許多員工使用了他們的年假。

應付所得稅

我們的應付所得稅主要包括香港附屬公司應付的所得稅。

我們的應付所得稅由截至2022年3月31日的人民幣5.7百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣24.1百萬元，主要由於香港附屬公司於截至2023年3月31日止年度產生的應課稅收入增加所致。我們的應付所得稅由截至2023年3月31日的人民幣24.1百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣5.5百萬元，主要是由於我們截至2024年3月31日止年度的轉讓定價安排，產生相關香港附屬公司的應課稅收入減少及中國內地附屬公司動用餘下累計稅項虧損的一次性綜合效應，導致實際稅率減少所致。有關我們的轉讓定價安排詳情，請參閱本文件「業務－轉讓定價安排」一節。我們的應付所得稅由截至2024年3月31日的人民幣5.5百萬元增至截至2024年9月30日的人民幣20.4百萬元，主要由於截至2024年3月31日，應付所得稅相對較低是由於轉讓定價安排導致應課稅收入減少的一次性綜合效應所致。

應付／應收關聯公司／董事／股東款項

應收關聯公司款項

我們應收關聯公司款項屬非貿易性質，主要來自我們向若干關聯公司提供的財務資助。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的應收關聯公司款項分別為人民幣61.2百萬元、人民幣56.0百萬元、人民幣51.2百萬元及人民幣47.7百萬元。

我們的應收關聯公司款項由截至2022年3月31日的人民幣61.2百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣56.0百萬元，再減少至截至2024年3月31日的人民幣51.2百萬元，並進一步減少至截至2024年9月30日的人民幣47.7百萬元，主要因為我們要求關聯公司償還財務資助。

應收一名股東款項

我們應收一名股東款項屬非貿易性質，該筆款項主要來自我們代其中一名控股股東劉太太作出預付款項。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的應收一名股東款項分別為零、人民幣0.1百萬元、人民幣0.3百萬元及零。

應付關聯公司款項

我們的應付關聯公司款項屬非貿易性質，主要來自若干關聯公司向我們提供財務資助。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的應付關聯公司款項分別為人民幣56.5百萬元、人民幣61.9百萬元、人民幣7.0百萬元及零。

我們的應付關聯公司款項由截至2022年3月31日的人民幣56.5百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣61.9百萬元，主要由於我們的若干關聯公司向我們提供額外財務支持。我們的應付關聯公司款項由截至2023年3月31日的人民幣61.9百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣7.0百萬元，並進一步減少至截至2024年9月30日的零，主要因為我們已結清與關聯公司之間的大部分未償付財務資助款項。應付關聯公司款項減少至截至2024年9月30日的零，因為我們已悉數結清相關財務資助的未償付款項。

應付一名董事款項

我們的應付一名董事款項屬非貿易性質，主要來自尚未支付予其中一名控股股東、執行董事兼董事會主席劉先生的股息。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的應付一名董事款項分別為人民幣41.4百萬元、人民幣76.7百萬元、人民幣187.0百萬元及人民幣121.7百萬元。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，所有應付董事的款項均按要求償還。該等結餘將於[**編纂**]前結清。

我們的應付一名董事款項由截至2022年3月31日的人民幣41.4百萬元增至截至2023年3月31日的人民幣76.7百萬元，並進一步增至截至2024年3月31日的人民幣187.0百萬元，主要反映我們宣派但於往績記錄期間仍未支付予劉先生的股息。我們的應付一名董事款項由截至2024年3月31日的人民幣187.0百萬元減少至截至2024年9月30日的人民幣121.7百萬元，主要因為我們於截至2024年9月30日止六個月結清應付劉先生的股息。預期所有應付一名董事款項將於[**編纂**]後結清。

於2021年12月，我們其中一間香港附屬公司與若干關聯公司及劉先生訂立債務轉讓協議。債務轉讓完成後，該香港附屬公司將其應收該等關聯公司的結餘人民幣197.8百萬元轉讓予劉先生。因此，我們應付一名董事的款項減少了人民幣197.8百萬元。該債務轉讓安排旨在透過非現金交易有效結清應收該等關聯公司的未償還款項。

應付一名股東款項

我們應付一名股東款項屬非貿易性質，該筆款項主要來自其中一名控股股東劉太太代我們作出預付款項。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的應付一名股東款項分別為人民幣1.5百萬元、零、零及零。

投資於合營企業

我們於合營企業的投資主要指我們在本集團與Dr. Babor的合營企業穎芭中國的投資。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們於合營企業的投資分別為零、零、人民幣2.9百萬元及人民幣1.6百萬元。

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要指門店及專櫃租賃物業裝修、樓宇、電腦設備及汽車。下表載列截至所示日期我們的物業、廠房及設備明細：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	**2023年**	**2024年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
租賃物業裝修	11,254	6,603	12,271	16,704
樓宇	1,126	1,167	–	–
辦公室設備	123	154	291	278
冷氣機房	775	805	659	647
電腦設備	5,112	4,438	3,925	3,386
汽車	2,546	2,368	1,966	1,292
傢俬及裝置	494	604	449	324
總計	**21,430**	**16,139**	**19,561**	**22,631**

我們的物業、廠房及設備由截至2022年3月31日的人民幣21.4百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣16.1百萬元，主要由於租賃物業裝修減少人民幣4.7百萬元，這主要由於在COVID-19疫情的影響下我們關閉若干門店及專櫃而令我們的自營線下門店／專櫃的裝修開支減少。我們的物業、廠房及設備由截至2023年3月31日的人民幣16.1百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣19.6百萬元，並進一步增至截至2024年9月30日的人民幣22.6百萬元，主要由於租賃物業裝修增加，因為我們產生了裝修新開的線下自營門店及專櫃的額外開支。

無形資產

我們的無形資產主要包括會籍及電腦軟件。下表載列截至所示日期我們的無形資產明細：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
會籍	209	228	237	235
電腦軟件	4,613	3,760	3,448	3,879
總計	**4,822**	**3,988**	**3,685**	**4,114**

我們的無形資產由截至2022年3月31日的人民幣4.8百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣4.0百萬元，並進一步減少至截至2024年3月31日的人民幣3.7百萬元，主要是因為我們安裝的電腦軟件產生了相關折舊。我們的無形資產由截至2024年3月31日的人民幣3.7百萬元增至截至2024年9月30日的人民幣4.1百萬元，主要由於我們安裝了新的電腦軟件。

使用權資產

我們的使用權資產主要指我們的辦公室、倉庫、門店、專櫃及辦公設備等的租賃。下表載列截至所示日期我們的使用權資產明細：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
辦公室	18,855	14,202	12,498	30,498
倉庫	12,662	9,907	8,433	5,185
門店及專櫃	41,650	39,477	59,857	45,192
打印機	1,411	1,398	1,142	979
租賃土地	1,272	1,334	–	–
總計	**75,850**	**66,318**	**81,930**	**81,854**

我們的使用權資產由截至2022年3月31日的人民幣75.9百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣66.3百萬元，主要由於我們在COVID-19疫情的影響下關閉了若干自營線下門店及專櫃，導致相關租賃終止。我們的使用權資產由截至2023年3月31日的人民幣66.3百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣81.9百萬元，主要由於我們開設新的自營線下門店及專櫃並訂立新租賃有關。我們的使用權資產保持相對穩定，截至2024年9月30日為人民幣81.9百萬元，而截至2024年3月31日為人民幣81.9百萬元。

遞延稅項資產

我們的遞延稅項資產主要指(i)資產及負債稅基與其賬面值之間的暫時差額；及(ii)往績記錄期間各個財政年度末將予動用的即期及過往年度稅項虧損。截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的遞延稅項資產分別為人民幣11.6百萬元、人民幣12.0百萬元、人民幣17.1百萬元及人民幣20.1百萬元。我們的遞延稅項資產保持相對穩定，截至2023年3月31日為人民幣12.0百萬元，而截至2022年3月31日為人民幣11.6百萬元。我們的遞延稅項資產由截至2023年3月31日的人民幣12.0百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣17.1百萬元，主要是由於我們預期會動用我們中國內地附屬公司截至2024年3月31日的稅項虧損。我們的遞延稅項資產由截至2024年3月31日的人民幣17.1百萬元增加至截至2024年9月30日的人民幣20.1百萬元，主要是由於反映租賃負債的稅基與其賬面值及存貨未變現利潤之間的暫時差額。

債務

我們的債務主要包括租賃負債、應付一名董事款項、應付關聯公司款項及銀行借款。

下表載列截至所示日期我們的債務明細：

	截至3月31日			截至9月30日	截至12月31日
	2022年	2023年	2024年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
流動					
租賃負債	40,454	48,236	52,520	59,116	59,835
應付關聯公司款項	56,543	61,941	7,045	–	–
應付董事款項	41,353	76,693	186,951	121,733	122,368
銀行借款	–	–	–	38,647	36,298
非流動					
租賃負債	36,773	24,769	33,074	27,643	20,520
債務總額	**175,123**	**211,639**	**279,590**	**247,139**	**239,021**

我們的租賃負債主要與我們在中國（包括香港及澳門）的商場及百貨店的門店及專櫃的租賃有關。於往績記錄期間，我們就位於中國（包括香港及澳門）的商場及百貨店的門店及專櫃訂立若干短期及長期租賃合約，租期一般介乎一至兩年。

我們的租賃負債由截至2022年3月31日的人民幣77.2百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣73.0百萬元，主要由於我們在COVID-19疫情的影響下於截至2023年3月31日止年度終止了若干自營線下門店及專櫃的租賃合約。我們的租賃負債由截至2023年3月31日的人民幣73.0百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣85.6百萬元，再增至截至2024年9月30日的人民幣86.8百萬元，主要由於我們就開設新的自營線下門店及專櫃訂立新租約。我們的租賃負債由截至2024年9月30日的人民幣86.8百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣80.4百萬元，主要由於租賃負債攤銷所致。

截至2022年、2023年及2024年3月31日，我們並無銀行借款。截至2024年9月30日，我們的銀行借款為人民幣38.6百萬元，其於截至2024年9月30日止六個月以港元計值，加權平均實際年利率為5.53%。該等銀行借款主要用作滿足營運資金需求。截至2024年9月30日，我們有人民幣142.3百萬元的未動用銀行融資。

該等銀行借款就我們其中一家中國附屬公司潁通遠東作出若干契諾及承諾，包括(i)潁通遠東的總負債及或然負債，其不超過潁通遠東有形資產淨值的兩倍；以及(ii)潁通遠東的淨資產負債比率不超過0.3倍。我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，並無延遲或拖欠償還該等銀行借款，亦無嚴重違反與我們其他借款有關的契諾或規定，從而可能影響該等銀行借款的續期。我們的董事預期上述契諾及規定將不會嚴重限制本集團為執行業務計劃而進行所需額外債務或股本融資的整體能力。

有關我們應付一名董事款項及應付關聯公司款項的進一步詳情，請參閱本節「－我們綜合財務狀況表中若干關鍵項目的描述－應付／應收關聯公司／董事／股東款項」一段。

承擔

我們的承擔主要與不可撤銷辦公室及倉庫短期租賃有關。下表載列我們截至所示日期的短期租賃承擔：

	截至3月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
不遲於一年	5,614	9,842	14,988	13,053

債務聲明

董事確認，截至最後實際可行日期，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無就任何未償還債務訂立任何重大契諾，亦無違反任何契諾。董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團在取得銀行貸款及其他借款方面並無遇到任何困難、拖欠銀行貸款及其他借款或違反契諾。

除上文所披露者外，以及除集團內負債及正常貿易應付款項外，截至2024年12月31日，我們並無任何其他重大按揭、押記、債權證、貸款資本、債務證券、貸款、銀行透支或其他類似債務、融資租賃或租購承擔、承兑負債(一般貿易票據除外)、承兑信貸(有抵押或無抵押)或擔保或其他重大或然負債。董事確認，自2024年12月31日至本文件日期，我們的債務並無任何重大變動。

或然負債

截至最後實際可行日期，我們並無任何未入賬的重大或然負債、擔保或任何針對我們的訴訟。

流動資金及資本資源

現金流量分析

於往績記錄期間，我們的現金主要用於為我們的營運資金需求及資本開支提供資金。我們過往主要通過經營活動所得現金流量滿足營運資金需求。截至2022年、2023年及2024年3月31日、2024年9月30日以及2024年12月31日，我們的未動用銀行融資分別為人民幣72.3百萬元、人民幣78.9百萬元、人民幣82.2百萬元、人民幣142.3百萬元及人民幣148.9百萬元。

[**編纂**]完成後，我們預期主要透過融資活動所得現金流量、本公司[**編纂**][**編纂**]淨額及經營活動所得現金流量滿足營運資金需求。

下表載列我們於所示期間的現金流量概要：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	**2023年**	**2024年**	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
經營活動所得現金流量淨額	71,270	210,131	161,472	140,802	187,956
投資活動(所用)／所得現金流量淨額	(9,826)	(25,375)	(16,525)	(5,755)	1,646
融資活動所用現金流量淨額	(214,975)	(215,525)	(335,355)	(141,367)	(76,619)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(153,531)	(30,769)	(190,408)	(6,320)	112,983
年／期初現金及現金等價物	499,077	307,393	320,462	320,462	150,929
外匯匯率變動的影響	(38,153)	43,838	20,875	16,718	10,851
年／期末現金及現金等價物	**307,393**	**320,462**	**150,929**	**330,860**	**274,763**

經營活動產生的現金流量淨額

於往績記錄期間，我們的經營活動所用現金流量主要用於支付所得稅，而我們的經營活動所得現金流量主要來自銷售香水、護膚產品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。

截至2024年9月30日止六個月，我們的經營活動產生的現金淨額為人民幣188.0百萬元。該現金流入淨額主要歸因於(i)除所得稅開支前溢利人民幣131.7百萬元；(ii)營運資金變動前正調整總額人民幣37.3百萬元；及(iii)營運資金正變動人民幣23.3百萬元，部分被繳納所得稅人民幣4.3百萬元所抵銷。營運資金變動前正調整總額主要反映(i)使用權資產折舊人民幣35.6百萬元；及(ii)物業、廠房及設備折舊人民幣11.6百萬元。營運資金正變動主要反映(i)貿易應付款項及應付票據人民幣160.5百萬元；及(ii)按金、預付款項及其他應收款項人民幣19.1百萬元。

截至2024年3月31日止年度，我們的經營活動產生現金淨額為人民幣161.5百萬元。該現金流入淨額主要歸因於(i)除所得稅開支前溢利人民幣232.6百萬元；及(ii)營運資金變動前正調整總額人民幣115.7百萬元，部分被(a)營運資金負變動人民幣137.0百萬元；及(b)繳納所得稅人民幣49.8百萬元所抵銷。營運資金變動前正調整總額主要反映(i)使用權資產折舊人民幣57.6百萬元；(ii)物業、廠房及設備折舊人民幣23.1百萬元；(iii)以股份為基礎的付款開支人民幣13.6百萬元；及(iv)與短期租賃有關的開支人民幣12.9百萬元。營運資金負變動主要反映(i)存貨增加人民幣38.3百萬元；(ii)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣29.7百萬元；(iii)貿易應付款項及應付票據減少人民幣22.7百萬元；及(iv)貿易應收款項增加人民幣15.7百萬元。

截至2023年3月31日止年度，我們的經營活動產生的現金淨額為人民幣210.1百萬元。該現金流入淨額主要歸因於(i)除所得稅開支前溢利為人民幣226.9百萬元；及(ii)營運資金變動前正調整總額為人民幣89.4百萬元，部分被(i)營運資金負變動人民幣72.4百萬元；及(ii)繳納所得稅人民幣33.9百萬元所抵銷。營運資金變動前正調整總額主要反映(i)使用權資產折舊人民幣50.9百萬元；及(ii)物業、廠房及設備折舊人民幣16.3百萬元。營運資金負變動主要反映(i)貿易應付款項及應付票據減少人民幣116.0百萬元；及(ii)貿易應收款項增加人民幣36.5百萬元，部分被(i)存貨減少人民幣56.4百萬元；及(ii)按金、預付款項及其他應收款項減少人民幣24.9百萬元所抵銷。

截至2022年3月31日止年度，我們的經營活動產生現金淨額為人民幣71.3百萬元。該現金流入淨額主要歸因於(i)除所得稅開支前溢利為人民幣217.7百萬元；及(ii)營運資金變動前正調整總額為人民幣56.0百萬元，部分被(i)營運資金負變動人民幣117.0百萬元；及(ii)繳納所得稅人民幣85.4百萬元所抵銷。營運資金變動前正調整總額主要反映(i)使用權資產折舊人民幣39.0百萬元；及(ii)物業、廠房及設備折舊人民幣15.2百萬元。營運資金負變動主要反映(i)存貨增加人民幣175.2百萬元；及(ii)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣23.3百萬元，部分被(i)應計費用及其他應付款項增加人民幣41.5百萬元；(ii)貿易應收款項減少人民幣31.3百萬元；及(iii)貿易應付款項及應付票據增加人民幣12.8百萬元所抵銷。

投資活動（所用）╱所得現金流量淨額

於往績記錄期間，我們的投資活動主要包括(i)購買物業、廠房及設備；(ii)定期存款付款；(iii)應收合營企業款項的墊款；及(iv)購買無形資產。

截至2024年9月30日止六個月，我們的投資活動所得現金淨額為人民幣1.6百萬元。該現金流入淨額主要歸因於(i)出售分類為持作出售的資產的所得款項人民幣17.2百萬元；(ii)收取應收關聯公司款項的還款人民幣3.5百萬元及(iii)出售物業、廠房及設備的所得款項人民幣1.6百萬元，部分被購買物業、廠房及設備人民幣17.2百萬元所抵銷。

截至2024年3月31日止年度，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣16.5百萬元。該現金流出淨額主要歸因於購買物業、廠房及設備人民幣27.6百萬元，部分被贖回定期存款人民幣13.4百萬元所抵銷。

截至2023年3月31日止年度，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣25.4百萬元。該現金流出淨額主要歸因於(i)定期存款付款人民幣13.4百萬元；及(ii)購買物業、廠房及設備人民幣13.2百萬元，部分被已收利息人民幣6.5百萬元所抵銷。

截至2022年3月31日止年度，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣9.8百萬元。該現金流出淨額主要歸因於購買物業、廠房及設備人民幣22.0百萬元，部分被(i)償還董事貸款人民幣8.0百萬元；及(ii)所得利息人民幣7.8百萬元所抵銷。

融資活動所用現金流量淨額

於往績記錄期間，我們的融資活動主要包括(i)已付股息；(ii)償還董事款項；(iii)支付租賃負債本金部分；及(iv)償還關聯方款項。

截至2024年9月30日止六個月，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣76.6百萬元。該現金流出淨額主要歸因於(i)已付股息人民幣64.4百萬元；(ii)支付租賃負債本金部分人民幣35.8百萬元；及(iii)償還關聯方款項人民幣7.5百萬元。

截至2024年3月31日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣335.4百萬元。該現金流出淨額主要歸因於(i)已付股息人民幣144.9百萬元；(ii)支付租賃負債本金部分人民幣61.2百萬元；及(iii)償還關聯方款項人民幣61.0百萬元。

截至2023年3月31日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣215.5百萬元。該現金流出淨額主要歸因於(i)已付股息人民幣145.6百萬元；及(ii)支付租賃負債本金部分人民幣50.2百萬元。

截至2022年3月31日止年度，我們的融資活動所用現金淨額為人民幣215.0百萬元。該現金流出淨額主要歸因於(i)已付股息人民幣200.3百萬元；及(ii)支付租賃負債本金部分人民幣29.6百萬元，部分被董事墊款人民幣44.2百萬元所抵銷。

營運資金充足性

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們主要通過經營活動所得現金流量以滿足營運資金需求。經計及本集團可動用的財務資源（包括經營活動所得現金流量、可用銀行融資及[**編纂**]估計[**編纂**]淨額），董事認為，經審慎周詳查詢後，我們有足夠的可用營運資金以滿足目前自本文件日期起計未來至少12個月所需。

資本開支

於往績記錄期間，我們的資本開支主要包括(i)購買物業、廠房及設備及(ii)購買無形資產。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，我們的資本開支分別為人民幣26.7百萬元、人民幣13.2百萬元、人民幣28.9百萬元及人民幣18.4百萬元。

截至2025年3月31日止年度，我們預計將產生人民幣29.2百萬元的資本開支，主要包括(i)購買物業、廠房及設備及(ii)購買無形資產。我們預期主要以經營活動所得現金、[**編纂**][**編纂**]淨額及我們可用的銀行借款為該等資本開支提供資金。

我們於任何未來期間的當前資本開支計劃或會發生變動，且我們或會根據我們的未來現金流量、經營業績及財務狀況、我們的業務計劃、市場狀況及各種其他因素調整我們的資本開支。

資產負債表外安排

除本文件其他章節披露者外，截至最後實際可行日期，我們並無訂立任何資產負債表外交易。

重大關聯方交易

於往績記錄期間，我們與關聯方訂立若干關聯方交易，有關詳情載於「－我們綜合財務狀況表中若干關鍵項目的描述－應付／應收關聯公司／董事／股東款項」一段及本文件附錄一會計師報告附註33。

此外，劉先生兒子及關聯方擁有的若干建築物被質押以獲得本集團的現有銀行融資，截至2022年、2023年及2024年3月31日尚未動用。該質押截至最後實際可行日期已被解除。

董事認為，於往績記錄期間，我們與關聯方的交易乃於日常業務過程中按公平基準進行，並無曲解我們的往績記錄業績或使我們的過往業績無法反映我們的未來表現。

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期及期間的若干主要財務比率：

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
純利率[1]	10.2%	10.2%	11.1%	10.3%	10.8%
流動比率[2]	1.6	1.7	1.7	2.0	1.7
速動比率[3]	0.8	1.0	0.9	1.2	1.0
股本回報率[4]	33.8%	33.0%	41.5%	32.4%	44.4%

附註：

(1) 純利率等於年／期內溢利除以年／期內總收入再乘以100%。

(2) 流動比率等於截至年／期末的流動資產總值除以流動負債總額。

(3) 速動比率等於截至年／期末的流動資產總值減存貨除以流動負債總額。

(4) 股本回報率等於年／期內溢利除以年／期初及年／期末權益總額的平均結餘再乘以100%。截至2024年9月30日止六個月的股本回報率按年化基準計算。

純利率

截至2023年3月31日止年度，我們的純利率保持相對穩定於10.2%，而截至2022年3月31日的純利率為10.2%。我們的純利率由截至2023年3月31日的10.2%增加至截至2024年3月31日的11.1%。我們的純利率由截至2024年3月31日的10.3%增加至截至2024年9月30日的10.8%。

流動比率

截至2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，我們的流動比率保持相對穩定，分別為1.6、1.7、1.7及1.7。

速動比率

我們的速動比率由截至2022年3月31日的0.8增加至截至2023年3月31日的1.0，主要因為我們的流動資產總值減存貨由截至2022年3月31日的人民幣488.3百萬元增加至截至2023年3月31日的人民幣545.0百萬元，而我們的流動負債總額由截至2022年3月31日的人民幣581.3百萬元減少至截至2023年3月31日的人民幣533.7百萬元。我們的速動比率由截至2023年3月31日的1.0降至截至2024年3月31日的0.9，主要是由於我們的流動資產總值減存貨由截至2023年3月31日的人民幣545.0百萬元減少至截至2024年3月31日的人民幣507.5百萬元，而我們的流動負債總額由截至2023年3月31日的人民幣533.7百萬元增至截至2024年3月31日的人民幣540.1百萬元。我們的速動比率由截至2024年3月31日的0.9增至截至2024年9月30日的1.0，主要是由於我們的流動資產總值減存貨由截至2024年3月31日的人民幣507.5百萬元增至截至2024年9月30日的人民幣650.7百萬元，而我們的流動負債總額以較慢的速度由截至2024年3月31日的人民幣540.1百萬元增至截至2024年9月30日的人民幣672.7百萬元。

股本回報率

我們的股本回報率由截至2022年3月31日的33.8%減少至截至2023年3月31日的33.0%，主要因為我們的年內純利由截至2022年3月31日止年度的人民幣170.9百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣173.1百萬元，而我們權益總額的平均結餘由截至2022年3月31日止年度的人民幣505.6百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣524.0百萬元。我們的股本回報率由截至2023年3月31日的33.0%增加至截至2024年3月31日的41.5%，主要因為我們的年內純利由截至2023年3月31日止年度的人民幣173.1百萬元增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣206.5百萬元，而我們權益總額的平均結餘由截至2023年3月31日止年度的人民幣524.0百萬元減少至截至2024年3月31日止年度的人民幣497.0百萬元。截至2024年9月30日止六個月，按年化基準計算，我們的股本回報率增至約44.4%，乃由於同期純利增加所致。

有關市場風險的定量及定性披露

我們的活動使我們面臨各種財務風險：外匯風險、現金流量及公允價值利率風險、信貸風險及流動資金風險。我們的整體風險管理計劃專注於金融市場的不可預測性，並尋求盡量減少對我們財務表現的潛在不利影響。風險管理根據董事批准的政策進行。董事提供整體風險管理原則。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3。

外匯風險

本集團面臨來自各種貨幣的外匯風險，主要與港元、歐元、英鎊(「英鎊」)及美元有關。外匯風險來自未來商業交易及已確認資產及負債。

下表列示於往績記錄期間各財政年度末，在所有其他可變因素保持不變的情況下，我們的除稅後溢利(由於貨幣資產及負債的公允價值變動)及我們的權益對外幣匯率的合理可能變動的敏感度。

	外幣匯率 上升／(下降)	除稅後溢利 增加／(減少)
	%	*人民幣千元*
截至2022年3月31日		
倘港元兑人民幣貶值	(5)	5,724
倘港元兑人民幣升值	5	(5,724)

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

	外幣匯率上升／(下降)	除稅後溢利增加／(減少)
	%	*人民幣千元*
倘歐元兌人民幣貶值	(5)	8,848
倘歐元兌人民幣升值	5	(8,848)
倘英鎊兌人民幣貶值	(5)	(3,202)
倘英鎊兌人民幣升值	5	3,202
倘美元兌人民幣貶值	(5)	(609)
倘美元兌人民幣升值	5	609
倘澳元兌人民幣貶值	(5)	–
倘澳元兌人民幣升值	5	–
截至2023年3月31日		
倘港元兌人民幣貶值	(5)	52
倘港元兌人民幣升值	5	(52)
倘歐元兌人民幣貶值	(5)	3,731
倘歐元兌人民幣升值	5	(3,731)
倘英鎊兌人民幣貶值	(5)	(703)
倘英鎊兌人民幣升值	5	703
倘美元兌人民幣貶值	(5)	(5,748)
倘美元兌人民幣升值	5	5,748
截至2024年3月31日		
倘港元兌人民幣貶值	(5)	715
倘港元兌人民幣升值	5	(715)
倘歐元兌人民幣貶值	(5)	2,258
倘歐元兌人民幣升值	5	(2,258)
倘英鎊兌人民幣貶值	(5)	(7)
倘英鎊兌人民幣升值	5	7
倘美元兌人民幣貶值	(5)	(385)
倘美元兌人民幣升值	5	385

	外幣匯率上升／(下降)	除稅後溢利增加／(減少)
	%	*人民幣千元*
截至2024年9月30日		
倘港元兑人民幣貶值	(5)	(902)
倘港元兑人民幣升值	5	902
倘歐元兑人民幣貶值	(5)	8,008
倘歐元兑人民幣升值	5	(8,008)
倘英鎊兑人民幣貶值	(5)	(7)
倘英鎊兑人民幣升值	5	7
倘美元兑人民幣貶值	(5)	(4,552)
倘美元兑人民幣升值	5	4,552

我們主要在中國內地及香港銷售產品，產品主要來自歐洲、美國及日本。因此，我們主要以歐元、美元及日圓或其他外幣向供應商付款，而客戶則以港元及人民幣付款。因此，港元或人民幣兑歐元、美元及日圓或其他外幣(視情況而定)的任何升值或貶值均可能影響我們的利潤。截至2022年3月31日止年度，我們錄得匯兑收益人民幣31.8百萬元，截至2023年3月31日止年度錄得匯兑虧損人民幣17.4百萬元，截至2024年3月31日止年度錄得匯兑虧損人民幣1.6百萬元，及截至2024年9月30日止六個月錄得匯兑虧損人民幣11.8百萬元。錄得該等匯兑收益及虧損的主要原因是我們主要透過可用港元現金(其後兑換成歐元用於付款)向多家位於歐洲的品牌授權商支付以歐元計值的款項，而歐元兑港元的匯率於截至2022年3月31日止年度內下降，並自2022年10月起上升至2023年年中，其後開始下降。截至2023年9月30日止六個月，我們錄得匯兑虧損人民幣3.0百萬元，主要由於歐元兑港元的匯率於2023年2月至5月急劇上升。此外，我們錄得匯兑虧損人民幣11.8百萬元，主要由於(i)歐元兑港元匯率於2024年6月至9月急劇上升；及(ii)人民幣兑港元匯率於2024年5月至6月急劇下跌，原因為我們主要收到以人民幣計值的付款，然後轉換為港元以用於與我們香港的附屬公司進行付款結算。

此外，截至2022年3月31日止年度，我們因換算海外業務的匯兑差額錄得其他全面虧損人民幣28.9百萬元。截至2023年及2024年3月31日止年度，我們因換算海外業務產生的匯兑差額分別錄得其他全面收益人民幣39.1百萬元及人民幣17.3百萬元。截

至2024年9月30日止六個月，我們因換算海外業務的匯兑差額錄得其他全面收益人民幣8.1百萬元。相關虧損及收入主要來自於往績記錄期間本集團香港附屬公司的財務狀況及表現由港元(該等附屬公司的功能貨幣)換算為人民幣(本集團的呈列貨幣)產生的差額。

現金流量及公允價值利率風險

除現金及現金等價物以及按攤銷成本計量的定期存款外，本集團的收入及經營現金流量基本上不受市場利率變動影響。

信貸風險

本集團的信貸風險主要來自存放於銀行及金融機構的存款及按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產，以及貿易應收款項、按金及其他應收款項以及應收關聯公司款項、應收一家合營企業款項及應收一名股東款項的信貸風險。該等結餘於財務狀況表的賬面值代表我們面臨的與金融資產有關的最大信貸風險。

本集團的金融資產(包括貿易應收款項、按金及其他應收款項、應收一家合營企業款項、應收一名股東款項及應收關聯公司款項受預期信貸虧損模式規限。

我們應用香港財務報告準則第9號簡化方法計量預期信貸虧損，其對所有貿易應收款項使用全期預期虧損撥備。為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已根據其各自的預期虧損率單獨評估撥備。預期虧損率乃根據外部信用評級、行業特定數據或其他內部及外部信用數據來源的違約概率及虧損率計算。過往虧損率經調整以反映影響客戶結算應收款項能力的全球經濟增長宏觀經濟因素的當前及前瞻性資料。貿易應收款項於無法合理預期收回時撇銷。

有關信貸風險的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註3.1。

流動資金風險

流動資金風險是由於我們無法在到期時履行義務，這是由於資產及負債的金額及期限錯配。

本集團採用預測現金流量分析，通過預測所需現金金額及監控本集團的營運資金來管理流動資金風險，以確保能夠滿足所有到期負債及已知資金需求。為滿足我們的短期及長期流動資金需求，本集團成員公司可調整支付予股東的股息金額及提取可用銀行融資。此外，我們的管理層每月對應收款項及應付款項進行賬齡分析，以確保本集團能夠維持充足的財務資源以滿足其流動資金需求及跟進任何逾期結餘。

本集團就(i)所有按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產；及(ii)按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產及金融工具的已結清淨額及總額（其合約到期日對了解現金流量的時間至關重要）根據各往績記錄期末至合約到期日的剩餘期間將金融負債劃分為相關到期組別的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註3.1(d)。

股息

本公司於往績記錄期間並無宣派或派付任何股息，自往績記錄期間末以來亦無建議派付任何股息。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，現時組成本集團的公司向其當時權益股東宣派的股息（經抵銷集團內股息後）分別為人民幣128.1百萬元、人民幣189.4百萬元、人民幣314.3百萬元及零。截至最後實際可行日期，現構成本集團的公司所宣派的股息尚未繳足，並將於[**編纂**]前結清。

在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金流量、經營及資本開支要求、未來業務發展策略及估計以及可能認為相關的其他因素後，董事會可宣派及本公司可派付股息。我們可以現金或認股權證的方式分派股息。倘董事認為我們的股價與股權規模不符，且分派股票股息有利於全體股東的利益，則我們可能會分派股票股息。任何股息宣派及派付以及股息金額均須遵守我們的組織章程文件及公司法。任何建議分派股息須由董事會釐定，並須經股東於股東大會上批准。此外，我們可在董事會認為符合我們的溢利及整體財務要求的情況下宣派中期股息。除可合法分派的溢利及儲備外，不得宣派或派付任何股息。於[**編纂**]後，董事會在可預見的將來考慮上述因素後擬於有關股東大會上建議派發不少於年內可供分派予股東的溢利50%的年度股息。我們日後的股息宣派未必反映我們過往的股息宣派，並將由董事會酌情決定，並須經股東大會批准。

可分派儲備

截至2024年9月30日，本集團根據適用法律法規，在滿足若干條件及程序後，共有保留盈利人民幣582.1百萬元可供分配。

[編纂]開支

[**編纂**]開支指就[**編纂**]產生的專業費用、[**編纂**]佣金及其他費用。我們估計，我們的[**編纂**]開支總額（包括[**編纂**]佣金）將約為人民幣[**編纂**]百萬元。於往績記錄期間，約人民幣[**編纂**]百萬元及人民幣[**編纂**]百萬元的[**編纂**]開支已分別自我們截至2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月的綜合損益表扣除，而約人民幣[**編纂**]百萬元已資本化至我們的綜合財務狀況表並於截至2024年9月30日確認為預付[**編纂**]開支，預期將於[**編纂**]後從權益中扣除，因為該等開支直接歸因於向公眾人士發行股份。估計餘下[**編纂**]開支約人民幣[**編纂**]百萬元預期將於我們截至2025年3月31日止年度的綜合損益表中扣除，而預期約人民幣[**編纂**]百萬元將於[**編纂**]後自權益中扣除。[**編纂**]開支包括[**編纂**]相關開支人民幣[**編纂**]百萬元及非[**編纂**]相關開支人民幣[**編纂**]百萬元（包括法律顧問及申報會計師的費用及開支人民幣[**編纂**]百萬元以及其他費用及開支人民幣[**編纂**]百萬元）。[**編纂**]不會承擔任何[**編纂**]開支。

無重大不利變動

在進行董事認為適當的充分盡職調查工作並經審慎周詳考慮後，董事確認，直至本文件日期，自2024年9月30日（即我們最近期經審核綜合財務報表的編製日期）以來，我們的財務或交易狀況或前景並無重大不利變動，自2024年9月30日以來，概無發生會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。

根據上市規則第13.13至13.19條作出的披露

董事確認，截至最後實際可行日期，概無任何情況導致須根據上市規則第13.13至13.19條作出披露。

未經審計[編纂]經調整有形資產淨值報表

以下本集團未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值報表乃根據上市規則第4.29段編製，僅供說明之用，並於下文載列以說明[**編纂**]對截至2024年9月30日本公司擁有人應佔本集團有形資產淨值的影響，猶如[**編纂**]已於該日進行。

本集團未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值報表僅供說明用途而編製，且由於其假設性質，未必能真實反映本集團截至2024年9月30日或[**編纂**]後任何未來日期的綜合有形資產淨值。

	截至2024年9月30日本公司所有人應佔本集團經審計綜合有形資產淨值[1]	[編纂]估計[編纂]淨額[2]	截至2024年9月30日本公司所有人應佔未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值	未經審計[編纂]經調整綜合每股股份有形資產淨值[3][4][5]	
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣元*	*港元*
按[**編纂**]每股[**編纂**][**編纂**]港元計算	578,011	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]
按[**編纂**]每股[**編纂**][**編纂**]港元計算	578,011	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]

附註：

(1) 於2024年9月30日本公司所有人應佔本集團經審計綜合有形資產淨值乃摘錄自本文件附錄一所載會計師報告，該報告乃根據於2024年9月30日本公司所有人應佔本集團經審計綜合資產淨值約人民幣582,125,000元（經扣除本集團於2024年9月30日的無形資產約人民幣4,114,000元）為基準。

(2) [**編纂**]估計[**編纂**]淨額乃根據[**編纂**]股股份及指示性[**編纂**]每股[**編纂**][**編纂**]港元及每股[**編纂**][**編纂**]港元（即指示性[**編纂**]範圍的下限及上限）計算，經扣除[**編纂**]費用及其他相關開支（不包括已計入截至2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月綜合全面收益表的[**編纂**]開支約人民幣[**編纂**]元）。

(3) 未經審計[**編纂**]經調整綜合每股股份有形資產淨值乃經先前段落所述調整後得出，且以[**編纂**]股已發行股份為基礎，假設資本化發行及[**編纂**]已於2024年9月30日完成，惟並無計及本公司根據一般授權可能配發及發行或本公司根據行使購回授權下的[**編纂**]（如本文件「股本」一節所述）而購回的任何股份。

(4) 就未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值報表而言，人民幣金額乃按人民幣0.9208元兌1.00港元的匯率換算為港元。概不代表人民幣金額已經、原可或可能按該匯率兌換成港元，反之亦然。

(5) 概無對未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值作出任何調整以反映本集團於2024年9月30日後的任何買賣業績或其他交易。

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細討論，請參閱本文件「業務 — 我們的業務策略」一節。

[編纂]用途

下表載列我們將收取的[**編纂**]估計[**編纂**]淨額，經扣除我們就[**編纂**]應付的[**編纂**]費用及佣金以及估計開支（假設[**編纂**]未獲行使）：

假設[**編纂**]為每股[**編纂**][**編纂**]港元（即本文件所述[**編纂**]範圍的下限）.....	[**編纂**]百萬港元
假設[**編纂**]為每股[**編纂**][**編纂**]港元（即本文件所述[**編纂**]範圍的中位數）.....	[**編纂**]百萬港元
假設[**編纂**]為每股[**編纂**][**編纂**]港元（即本文件所述[**編纂**]範圍的上限）.....	[**編纂**]百萬港元

我們擬將[**編纂**][**編纂**]淨額按以下所載金額用作以下用途：

估計[編纂]淨額的分配（按[編纂]的中位數計算）	擬定主要用途
約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元.....	進一步發展我們的自有品牌及收購或投資外部品牌。有關詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的業務策略 — 透過優化、拓寬及多元化我們的品牌及產品組合，鞏固我們的市場領先地位」一節。 具體而言，我們計劃實施以下措施： • 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為開發我們日後推出的自有品牌（Santa Monica除外）提供資金。我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額用於（其中包括）進行初步市場研究、進行品牌及產品的必要研發、規劃及進行廣告及推廣活動以及向相關員工支付薪金及福利。

估計[編纂]淨額的分配（按[編纂]的中位數計算）	擬定主要用途
	• 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為發展我們現有自有品牌Santa Monica提供資金。我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額用於（其中包括）推出新產品系列、參加產品展覽、進行廣告及推廣活動以及向相關員工支付薪金及福利。
	• 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為收購或投資外部品牌提供資金，方式是收購或投資相關品牌的品牌所有者或與彼等成立合營企業以經營有關品牌。根據我們於「業務－我們的業務策略－透過優化、拓寬及多元化我們的品牌及產品組合，鞏固我們的市場領先地位」一節所確定的收購及投資選擇標準，我們認為有一組合適的收購或投資目標。根據弗若斯特沙利文的資料，約有200家企業符合上述選擇標準。根據我們的擴張策略，董事認為，該等企業構成我們未來考慮追求的潛在收購目標清單。然而，截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何特定收購目標。我們擬應用上述標準以識別潛在的合適收購目標，並計劃於未來三年進行一項或多項收購。完成時間表取決於審批程序的持續時間。

估計[編纂]淨額的分配（按[編纂]的中位數計算）	擬定主要用途
約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元.....	發展及擴大我們的直銷渠道。請參閱「業務－我們的業務策略－通過持續投資於直銷渠道，擴大我們的消費群」一節。具體而言，我們計劃(i)使用[**編纂**][**編纂**]淨額於截至2026年、2027年及2028年3月31日止年度在中國內地一線城市、新一線城市及二線城市開設20、40及40間新的拾氛氣盒門店，以擴大我們的拾氛氣盒門店的覆蓋範圍；及(ii)使用[**編纂**][**編纂**]淨額於截至2026年、2027年及2028年3月31日止年度在中國一線城市、新一線城市及二線城市（包括香港和澳門）開設30、30及30間其他新自營門店／專櫃，以擴展我們的其他自營門店及專櫃。在選擇開設新門店或專櫃的商場或百貨店時，我們將主要考慮(i)其他領先同業在該等商場或百貨店開設的門店數目；(ii)該等商場或百貨店的市場定位及形象是否與拾氛氣盒或將於相關新門店或專櫃推出的品牌產品一致；及(iii)該等商場或百貨店的歷史消費人流。尤其是，我們僅會在購物商場開設拾氛氣盒門店，我們認為與百貨店相比，商場具有一定的優勢，例如有利的租金安排和吸引人潮的裝潢。 我們擬實施以下措施： • 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於開設我們的新拾氛氣盒門店。我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額用於（其中包括）裝修新門店、進行廣告及促銷活動、支付物業租賃租金以及支付相關員工的薪金及福利。有關我們線下拾氛氣盒門店擴展計劃的進一步詳情，請參閱本文件「業務－產品銷售及分銷－直銷渠道－擴張計劃」一段。

估計[編纂]淨額的分配（按[編纂]的中位數計算）	擬定主要用途
	• 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於開設其他新自營線下門店／專櫃。我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額用於（其中包括）裝修新門店、進行廣告及促銷活動、支付物業租賃租金以及支付相關員工的薪金及福利。有關我們其他線下自營門店及專櫃擴張計劃的進一步詳情，請參閱本文件「業務－產品銷售及分銷－直銷渠道－擴張計劃」一段。
約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元.....	加速數字化轉型。有關詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務策略－加速數字化轉型，精簡業務運營，加強對全週期消費者管理計劃的支持」一節。具體而言，我們擬通過數字化轉型精簡業務運營、提高運營效率及增強技術能力。我們擬實施以下措施： • 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為升級我們的數字化CRM系統提供資金。 • 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為升級我們的中台系統提供資金，以提高我們業務運營的效率及有效性。 • 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為升級我們的財務及營運系統提供資金。

估計[編纂]淨額的分配（按[編纂]的中位數計算）	擬定主要用途
	有關升級我們的數字化CRM系統、中台系統以及財務及營運系統，我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額用於就實施各項上述措施升級硬件、購買新軟件並支付第三方IT顧問的服務。
約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元.....	提升本集團的知名度及聲譽。有關詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務策略－提升本集團的知名度及領先業界的聲譽」一節。我們計劃投資各種營銷活動以提升我們在行業參與者和消費者間的知名度，並鞏固我們在中國（包括香港及澳門）香水市場的領先地位。我們擬實施以下措施： • 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為我們的行業研究及發表研究論文提供資金。我們計劃將[**編纂**][**編纂**]淨額用於（其中包括）進行市場研究、編製研究論文及召開發佈會以宣佈研究結果或發表研究論文。 • 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為我們組織及參與業界的香水會議及其他活動提供資金。 • 約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元將用於為我們的各種推廣活動提供資金，以進一步提升消費者對我們所管理品牌及本集團的認知度。
約[**編纂**]%或[**編纂**]百萬港元.....	營運資金及一般企業用途，以支持我們的業務營運及增長。

發展自有品牌及直銷渠道的理由及裨益

自有品牌

我們已在經營現有自有品牌Santa Monica方面積累相關經驗。於往績記錄期間，我們努力透過提升我們對Santa Monica品牌香水及眼鏡的設計，抓緊中國內地香水市場及眼鏡市場的市場機遇。具體而言：

- *眼鏡*：於2021年，我們委聘第三方消費者研究顧問對Santa Monica品牌眼鏡的潛在及現有消費者進行調查，以查明我們可如何提高Santa Monica品牌眼鏡的競爭力。根據該等調查，(i)多名受訪消費者表示，Santa Monica品牌的太陽鏡具有與若干著名及奢侈太陽鏡品牌競爭的潛力；(ii)多名年齡介乎26至40歲的受訪消費者對我們的Santa Monica親膚系列光學眼鏡的佩戴體驗表示認可；(iii)我們應在我們的品牌推廣及營銷計劃中使我們的Santa Monica品牌眼鏡的特點更具特色，以將其與其他眼鏡品牌區分開來；及(iv)我們應引入設計更時尚的新型Santa Monica品牌光學眼鏡，以吸引目標消費者。於2023年，我們根據調查推出了S系列、M系列及K系列Santa Monica品牌眼鏡，並對其進行了升級設計。

- *香水*：在我們推出Santa Monica品牌香水之前，我們亦於2021年委聘第三方消費者研究顧問對潛在消費者進行調查，以指導我們涉及Santa Monica品牌香水的產品開發及營銷計劃。受訪消費者在嗅覺上試用了我們的Santa Monica品牌香水樣品，並根據他們對香味的偏好、香味的獨特性、香味與產品名稱及包裝的相容性等因素對香水樣品進行評級。於2022年，我們根據這些調查結果推出了五款Santa Monica品牌的香水，有效地分配了我們的市場部署資源。

我們在Santa Monica品牌眼鏡及香水方面的努力能有效改善其財務表現。Santa Monica品牌眼鏡產生的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣0.4百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣4.6百萬元，並進一步增加至截至2024年3月31日止年度的人民幣16.6百萬元。Santa Monica品牌香水產生的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣0.2百萬元增加至截至2023年3月31日止年度的人民幣0.7百萬元。Santa Monica品牌香水產生的收入減少至截至2024年3月31日止年度的人民幣0.4百萬元，並進一步減少至截至2024年9月30日止六個月的人民幣0.3百萬元。我們相信該減少主要

是由於我們於截至2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止六個月減少了廣告及推廣活動，原因是預期我們將於2025年初推出設計升級的新Santa Monica品牌產品，這需要新的品牌推廣及營銷方式。然而，於往績記錄期間，Santa Monica品牌產品的毛利率（以涉及該等產品的貨品銷售額減去已售貨品成本計算）於各個財政期間為45.0%以上，高於同期內我們大部分主要品牌。

我們相信Santa Monica品牌產品的財務表現及消費者調查顯示我們的Santa Monica品牌有潛力成為本集團的增長引擎。我們計劃根據消費者的反饋及當前市場趨勢，繼續升級我們的產品設計及Santa Monica品牌產品的市場部署。截至最後實際可行日期，我們憑藉在中國香水行業的經驗及見解，正在升級我們的Santa Monica品牌香水，以使其對中國年輕消費者更具吸引力。我們計劃於2025年初推出兩款新的Santa Monica品牌香水，並將在此升級後的產品定位下進行設計及品牌推廣。截至同日，我們亦正在升級S系列及M系列Santa Monica品牌眼鏡的產品設計。我們計劃於2025年推出這兩個系列的若干新眼鏡產品。

就發展Santa Monica以外的自有品牌而言，我們亦進行相關行業的可行性研究以指導我們的發展工作。例如於2024年，我們根據2023年的市場數據及資料進行中國內地護膚行業的市場可行性研究，結果顯示（其中包括）(i)幫助解決皮膚問題的功效性護膚品越來越受消費者歡迎；(ii)越來越多年齡介乎25至35歲的年輕消費者關注皮膚老化問題，如膠原蛋白流失、乾燥、皺紋及毛孔擴大；(iii)醫美（包括使用專業護膚品提升患者外表及滿意度的醫療程序）在中國內地二線及低線城市的滲透率持續增加；及(iv)在各個銷售護膚品的線上渠道中，護膚品於淘寶、京東及抖音等主要電商平台的銷售收入最高。我們或會根據上述見解發展護膚品牌。

除了收入的增長，我們認為對自有品牌（包括我們現有的自有品牌及未來的自有品牌）的投資將為我們帶來短期及長期的裨益。就短期而言，我們可以利用在中國（包括香港及澳門）管理全球品牌所獲得的市場洞察力、與業務夥伴建立的穩固關係，以及所維持的廣泛銷售及分銷網絡，啟動並推出自有品牌。通過推出自有品牌，我們可以提升企業形象及市場聲譽。就長期而言，我們預期強大的自有品牌將進一步使我們的收入來源及目前主要由外部品牌組成的現有品牌組合多元化，從而減輕我們的品牌授權商及外部品牌帶來的挑戰所產生的風險，包括可能與外部品牌相關的任何負面宣

傳、其經營所在國家的適用法律和法規的重大變化以及業務關係的意外變化或終止。我們認為自有品牌是將本公司從純粹分銷及營銷品牌產品轉型為成為涵蓋上游(開發品牌產品)、中游(市場部署)及下游(分銷產品)更全面的市場參與者的門戶。根據弗若斯特沙利文的建議，各行業的企業推出自有品牌是比較普遍的戰略方式，因為在發展自有品牌時，企業將能夠利用前期的資本積累、已建立的銷售渠道以及對市場需求的了解，進一步提升品牌影響力，提高利潤率。在不久的將來，我們計劃繼續專注於以外部品牌的品牌管理業務為主，同時利用自有品牌帶來的效益，不斷豐富我們的品牌及產品組合。長遠而言，倘我們的自有品牌被證明是成功的，我們可能會考慮實現外部品牌及自有品牌的均衡組合。

直銷渠道

我們的若干自營線下門店及專櫃於往績記錄期間錄得虧損。下表載列所示期間我們按地區劃分的虧損自營線下門店及專櫃詳情：

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
中國內地				
虧損自營門店／專櫃數量	25	31	44	42
該等門店／專櫃所產生收入(人民幣千元)	7,130	15,211	21,423	26,090
來自該等門店／專櫃的毛利(人民幣千元)(1)	5,300	11,525	16,450	18,504
來自該等門店／專櫃的虧損(人民幣千元)(2)	(4,667)	(8,837)	(11,369)	(12,571)
香港				
虧損自營門店／專櫃數量	26	22	17	17
該等門店／專櫃所產生收入(人民幣千元)	25,289	32,086	39,046	20,777
來自該等門店／專櫃的毛利(人民幣千元)(1)	17,328	21,949	26,735	13,758
來自該等門店／專櫃的虧損(人民幣千元)(2)	(8,150)	(7,339)	(11,208)	(7,951)

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
澳門[3]				
虧損自營門店／專櫃數量	3	5	6	7
該等門店／專櫃所產生收入（人民幣千元）	1,013	995	3,289	2,333
來自該等門店／專櫃的毛利（人民幣千元）[1]	746	670	2,397	1,609
來自該等門店／專櫃的虧損（人民幣千元）[2]	(161)	(930)	(3,149)	(1,301)

附註：

(1) 毛利乃按虧損的自營商店／專櫃的貨品銷售額減銷售成本計算。

(2) 就虧損自營門店／專櫃而言，虧損乃按銷售貨品扣除所有相關經營成本及開支計算。

(3) 於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，位於澳門的虧損自營線下門店／專櫃由我們的香港附屬公司頴通遠東及／或其澳門分公司經營。

雖然我們有若干數量的自營線下門店及專櫃於往績記錄期間錄得虧損，但考慮到下列各項，我們相信將有足夠的市場需求支持我們開設新的線下拾氛氣盒門店及其他自營線下門店及專櫃的計劃：

(i) 截至最後實際可行日期，我們仍於中國內地若干新一線及二線城市並無涉足或涉足有限。該等城市的香水市場預計未來五年擁有強勁的增長潛力。根據弗若斯特沙利文的數據，中國內地新一線及二線城市的香水市場規模預計將按17.0%的複合年增長率增長，未來五年的增長快於一線城市的10.6%。我們目前通過直銷渠道在新一線及二線城市的覆蓋範圍有限。截至2024年9月30日，我們的線下拾氛氣盒門店僅覆蓋中國內地的一個一線城市（即深圳）及一個二線城市（即昆明）。截至同日，我們僅有37個（約

31.1%）自營線下門店及專櫃位於中國內地新一線及二線城市。該等線下自營門店及專櫃僅覆蓋10個（約21.7%）中國內地新一線及二線城市。我們預計未來三年將在新一線及二線城市開設86家新的線下拾氛氣盒門店，覆蓋46個新一線及二線城市。待與相關品牌授權商確認其他自營線下門店及專櫃的位置後，我們亦預期我們的其他自營線下門店及專櫃將通過直銷渠道擴大我們在中國內地新一線及二線城市的覆蓋範圍；

(ii) 我們位於上海K11購物藝術中心的現有線下拾氛氣盒門店產生的收入由截至2022年3月31日止年度的人民幣0.7百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣2.3百萬元，並由截至2023年9月30日止六個月的人民幣0.7百萬元增至截至2024年9月30日止六個月的人民幣1.0百萬元。於往績記錄期間，我們經營位於昆明的線下拾氛氣盒門店並無產生任何收入；

(iii) 自營線下門店及專櫃產生的總收益由截至2022年3月31日止年度的人民幣215.4百萬元增至截至2024年3月31日止年度的人民幣321.2百萬元；及

(iv) 我們於往績記錄期間持續經營的自營線下門店及專櫃產生的總收入於截至2022年、2023年及2024年3月31日止三個年度持續增加。下表載列於所示期間按地區劃分的持續經營的線下自營門店及專櫃的收入增減情況：

	截至3月31日止年度		截至9月30日止六個月
	2023年與2022年[1]	**2024年與2023年[2]**	**2023年與2024年[3]**
中國內地	(17.2)%[4]	16.7%	(20.3)%[5]
香港	25.1%	44.1%	(21.5)%[5]
澳門	(4.1)%[4]	28.9%	(29.3)%[5]
總計	(1.4)%[4]	29.4%	(21.7)%[5]

附註：

(1) 為了計算本次比較，我們將持續經營的自營線下門店及專櫃定義為2021年4月1日至2023年3月31日期間持續經營的自營線下門店及專櫃。根據該定義，該等門店／專櫃有80個。

(2) 為了計算本次比較，我們將持續經營的自營線下門店及專櫃定義為2022年4月1日至2024年3月31日期間持續經營的自營線下門店及專櫃。根據該定義，該等門店／專櫃有67個。

(3) 為了計算本次比較，我們將持續經營的自營線下門店及專櫃定義為2023年4月1日至2024年9月30日期間持續經營的自營線下門店及專櫃。根據該定義，該等門店／專櫃有67個。

(4) 截至2022年3月31日止年度至截至2023年3月31日止年度，我們於中國內地持續經營的自營線下門店及專櫃產生的收入減少17.2%，主要由於截至2023年3月31日止年度，受COVID-19疫情影響，中國內地商場及百貨店的消費者流量減少所致。我們於香港和澳門的自營線下門店及專櫃產生的收入受COVID-19疫情影響下消費者流量減少的影響較小，主要是因為(i)香港及澳門的COVID-19疫情的相關防疫措施相對較中國內地更早解除；(ii)我們於截至2023年3月31日止年度開始在我們位於香港的自營線下門店及專櫃銷售一個熱門品牌的產品，這有助於我們在該地區的收入增加。

(5) 與截至2023年9月30日止六個月相比，截至2024年9月30日止六個月，我們於中國內地、香港及澳門持續經營的自營線下門店及專櫃產生的收入減少20.3%、21.5%及29.3%，主要由於與截至2023年9月30日止六個月相比，截至2024年9月30日止六個月，若干門店或專櫃所在百貨店的消費者流量減少。根據弗若斯特沙利文的資料，行業趨勢顯示，作為消費者購物首選目的地的百貨店有所下降，原因是(其中包括)基礎設施陳舊、業務模式過時及其營運商採取保守的經營策略。我們認為該下降導致我們自營門店所在的若干百貨店的消費者流量減少。

我們認為多個自營門店／專櫃於往績記錄期間錄得的虧損主要是由於若干過往因素，而該等因素不太可能持續對我們自營門店／專櫃的近期表現造成負面影響。該等因素主要包括：

(i) COVID-19疫情的影響，導致我們自營門店／專櫃所在的商場及百貨店的消費者流量大幅減少。根據弗若斯特沙利文的資料，消費者流量的減少部分是由於COVID-19疫情期間，客戶主要因關注健康問題而希望減少與人接觸，使得他們偏好一站式購物，而非前往多個購物地點。即使到了COVID-19疫情後，這種行為仍持續一段時間。由於COVID-19疫情已於2022年結束，我們預期短期內財務表現將不會持續受到不利影響；及

(ii) 根據弗若斯特沙利文的資料，行業趨勢顯示，作為消費者購物首選目的地的百貨店有所下降，原因是(其中包括)基礎設施陳舊、業務模式過時及其營運商採取保守的經營策略。該下降導致我們自營門店所在的若干百貨店的消費者流量減少。百貨店衰落和商場興起表明中國(包括香港及澳門)出現了商場取代百貨店成為消費者購物首選目的地的趨勢。根據弗若斯特沙利文的資料，商場預期於未來五年持續增長，主要是由於其有能力滿足不

斷變化的消費者需求。配合此趨勢，於往績記錄期間，我們關閉位於百貨店的自營門店／專櫃，以轉移資源於商場開設並經營更多自營門店／專櫃，並計劃近期主要於商場開設新門店／專櫃。下表載列我們位於百貨店及商場的自營門店／專櫃的詳情：

	截至3月31日／截至3月31日止年度			截至9月30日／截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
百貨店				
期初自營門店／專櫃數量	117	110	90	59
自營門店／專櫃增加[1]	19	15	14	8
自營門店／專櫃減少[2]	(26)	(35)	(45)	(11)
期末自營門店／專櫃數量	110	90	59	56
該等門店／專櫃產生的收入（人民幣千元）	178,529	147,593	179,776	70,590
商場				
期初自營門店／專櫃數量	32	44	38	57
自營門店／專櫃增加[1]	30	17	53	18
自營門店／專櫃減少[2]	(18)	(23)	(34)	(12)
期末自營門店／專櫃數量	44	38	57	63
該等門店／專櫃產生的收入（人民幣千元）	36,920	67,238	141,410	72,667

附註：

(1) 自營門店／專櫃增加指期內開設的門店／專櫃。

(2) 自營門店／專櫃減少指期內關閉的門店／專櫃。

我們的自營線下門店及專櫃對於優化我們的營銷效果及加強我們與品牌授權商的關係發揮關鍵作用，其進而刺激及改善我們於整個銷售及分銷網絡的銷售。我們認為這導致我們於往績記錄期間收入及盈利能力的整體增長。這主要是因為：(i)我們對該等門店及專櫃進行的銷售及營銷活動有更多控制權，使我們能夠最大限度地提升我們旗下品牌的品牌效應；(ii)我們能夠通過自營線下門店及專櫃深入了解實地市場需求，從而有助於我們的市場分析；(iii)我們通過我們的駐店美容顧問與消費者進行直接面對面的互動，從而有助於建立消費者忠誠度；(iv)線下嗅覺體驗及於我們的自營線下門店及專櫃接觸我們的產品使終端消費者能親身體驗該等產品，這可促進及刺激彼等通過由我們、我們的分銷商或零售商經營的線上渠道進行後續購買；及(v)若干品牌授權商要求我們於特定期間內在線下門店及專櫃（可能為具有地點及裝修規範的精品店）推出其品牌產品。鑒於我們對其經營擁有全面控制權，在我們的自營線下門店及專櫃推出該等品牌產品可能是保證該等規範的唯一方法。由於我們運營由直銷渠道、零售商渠道及分銷渠道組成的全渠道線上及線下網絡，我們在自營線下門店及專櫃積累的品牌效應、市場洞察力及消費者忠誠度將有助於線上渠道的線上銷售以及零售商渠道及分銷渠道的線下銷售，從而持續實現整體收入增長及盈利能力。

特別是，我們認為線下拾氛氣盒門店將帶來額外好處，其中包括：(i)與僅出售一種或少數品牌產品的其他線下門店或專櫃相比，銷售收入更穩定，原因是線下拾氛氣盒門店提供的品牌及產品多樣化，消費者在門店購買的可能性預計相對較高；(ii)為品牌授權商推出新品牌產品的速度更快，原因是我們可以在現有拾氛氣盒門店推出新產品，而無需再花費時間或重大資本開支開設新門店；及(iii)為影響力相對較小的品牌（線下門店及專櫃數量有限）增加曝光率，原因是我們可以在已設立及營運的現有拾氛氣盒門店更輕鬆地推出其品牌產品。展望未來，我們計劃開設更多拾氛氣盒門店，相比自營線下門店及專櫃，我們在選擇門店地點及經營方式（包括選擇將銷售的品牌及產品）方面擁有更大靈活性，而自營線下門店及專櫃在很大程度上取決於我們的品牌授權商。我們認為這種靈活性將使我們能夠從我們的直銷渠道中抓住更多機會，從而增加我們的收入和盈利能力。

下表載列按城市等級劃分的將開設的新線下拾氛氣盒門店數量的進一步詳情：

	截至3月31日止年度		
	2026年	2027年	2028年
一線城市	6	8	–
新一線城市	13	26	–
二線城市	1	6	40
總計	20	40	40

下表載列按現有品牌／新品牌劃分的新自營線下門店／專櫃數量的進一步詳情：

	截至3月31日止年度		
	2026年	2027年	2028年
現有品牌的門店／專櫃	5	5	5
新品牌的門店／專櫃	25	25	25
總計	30	30	30

根據我們的經驗，收支平衡期(定義為達到門店每月經營收入至少相等於其每月經營開支(如已售商品成本、租金、員工成本、與門店相關的折舊開支及稅項等)的第一個時間點所需的時間(「收支平衡期」))與投資回收期(定義為門店累計淨利潤至少相等於開設及經營門店的成本的第一個時間點所需的時間(「投資回收期」))的長短，通常取決於當時的市況、經濟環境、相關門店的規模及位置、估計消費者流量、租金及其他應付設施擁有人的款項、特定門店可銷售的產品類型及種類、特定零售門店的經營業績、經營成本及初始投資成本等因素。因此，不同時期不同門店達到收支平衡期或投資回收期所需的時間迥然不同。

就計算收支平衡期及投資回收期而言，我們對自營線下拾氛氣盒門店及自營線下門店／專櫃使用類似的估計資本開支，其中包括租金開支以及門店／專櫃僱員的薪金及福利。因此，我們目前預期我們的新線下拾氛氣盒門店及自營線下門店／專櫃的收支平衡期將至少約為九個月，而該等門店及專櫃的投資回收期將至少約為2.5年。收支平衡期及投資回收期主要基於以下假設計算：

(i) 每家門店初始成本介乎人民幣480,000元至人民幣1,500,000元，視乎門店地點、建築面積及初始裝修要求而定；

(ii) 每家門店每月開支介乎人民幣75,000元至人民幣270,000元，包括(a)銷售成本，假設為每月收入的30%；(b)僱員成本，例如薪金及福利；(c)租金開支；及(d)廣告及推廣開支。僱員成本、租金開支以及廣告及推廣開支金額亦視乎門店地點、建築面積及經營年期而定。租金開支一般假設為每年增加5%；及

(iii) 每家門店每月收入通常介乎人民幣65,000元至人民幣355,000元，視乎門店地點、建築面積及經營年期而定。就計算上述假設的每家門店每月收入而言，我們參考了線下拾氛氣盒門店以及自營線下門店及專櫃於往績記錄期間產生的歷史收入。

實施時間表

下表載列估計將於所示財政年度應用的[**編纂**]淨額明細。

	截至3月31日止年度		
	2026年	**2027年**	**2028年**
		（百萬港元）	
[編纂]用途			
進一步推出自有品牌及收購或投資外部品牌			
－開發我們日後推出的自有品牌（Santa Monica除外）	[編纂]	[編纂]	[編纂]
－發展我們現有自有品牌 Santa Monica	[編纂]	[編纂]	[編纂]
－通過收購或投資相關品牌的品牌所有者或與彼等成立合營企業以經營有關品牌，從而收購或投資外部品牌	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計	[編纂]	[編纂]	[編纂]
發展並擴大我們的直銷渠道			
－開設新的拾氛氣盒門店	[編纂]	[編纂]	[編纂]
－開設其他新自營線下門店／專櫃	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計	[編纂]	[編纂]	[編纂]

	截至3月31日止年度		
	2026年	2027年	2028年
		(百萬港元)	
加速數字化轉型			
－升級我們的數字化CRM系統	[編纂]	[編纂]	[編纂]
－升級我們的中台系統	[編纂]	[編纂]	[編纂]
－升級我們的財務及營運系統	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計	[編纂]	[編纂]	[編纂]
提升本集團的知名度及聲譽			
－行業研究及發表研究論文	[編纂]	[編纂]	[編纂]
－組織及參與業界的香水會議及其他活動	[編纂]	[編纂]	[編纂]
－推廣活動	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金及一般企業用途，以支持我們的業務營運及增長	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]

我們將不會從[**編纂**]於[**編纂**]中出售的[**編纂**]中獲得任何[**編纂**]。假設[**編纂**]為每股股份[**編纂**]港元(即指示性[**編纂**]範圍的中位數)，[**編纂**]估計其將合共收取[**編纂**][**編纂**]總額約[**編纂**]百萬港元。

倘[**編纂**]釐定為高於或低於估計[**編纂**]範圍每股[**編纂**][**編纂**]港元至[**編纂**]港元的中位數，則上述[**編纂**]分配將按比例調整。

倘我們的[**編纂**]淨額高於或低於預期，我們將按比例增加或減少分配至上述用途的[**編纂**]淨額。

此外，倘[**編纂**]的[**編纂**]淨額並未即時用於上述用途，且在相關法律及法規允許的範圍內，則未動用[**編纂**]淨額將僅以短期計息賬戶形式存放於持牌商業銀行及／或其他認可金融機構（定義見證券及期貨條例）或其他司法管轄區的適用法律法規。倘上述建議[**編纂**]用途有任何重大變動，我們將作出適當公告。

倘若[**編纂**]獲悉數行使，基於[**編纂**]為每股[**編纂**][**編纂**]港元（即[**編纂**]範圍的中位數），並經扣除我們應付的[**編纂**]費用及佣金後，我們將獲得[**編纂**]獲悉數行使後將予配發及發行的[**編纂**]股股份的額外[**編纂**]淨額約[**編纂**]百萬港元。所籌集的額外款項將按比例用於上述[**編纂**]用途。倘[**編纂**]的[**編纂**]淨額少於我們的預期開支，我們預期透過使用我們的內部資金及／或將從其他融資活動所得資金（如適用）撥付差額。

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

以下第I-1至I-3頁所載為收取自本公司申報會計師羅兵咸永道會計師事務所（香港執業會計師）的報告全文，以供收錄於本文件。此會計師報告乃按照香港會計師公會頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」的要求擬備，並以本公司董事及聯席保薦人為收件人。

[草擬]

[羅兵咸永道會計師事務所信箋]

就歷史財務資料向穎通控股有限公司列位董事及法國巴黎證券（亞洲）有限公司及中信證券（香港）有限公司發出的會計師報告

序言

本所（以下簡稱「我們」）謹此就第I-4頁至I-60頁所載的穎通控股有限公司（「貴公司」）及其附屬公司（統稱為「貴集團」）的歷史財務資料作出報告，此等歷史財務資料包括於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日的綜合財務狀況表、於2024年3月31日及2024年9月30日的　貴公司財務狀況表，以及截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度各年以及截至2024年9月30日止六個月（「往績記錄期間」）的綜合全面收益表、綜合權益變動表和綜合現金流量表，以及重大會計政策資料及其他解釋資料（統稱為「歷史財務資料」）。第I-4頁至I-60頁所載的歷史財務資料為本報告的組成部分，其擬備以供收錄於　貴公司日期為[日期]有關　貴公司股份在香港聯合交易所有限公司主板進行首次[**編纂**]的文件（「文件」）內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註1.3及2所載的呈列及編製基準編製真實而中肯的歷史財務資料，並對其認為為使歷史財務資料的編製不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所必需的內部控制負責。

申報會計師的責任

我們的責任是對歷史財務資料發表意見，並將我們的意見向　閣下報告。我們已按照香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資

通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」執行我們的工作。該準則要求我們遵守道德規範，並規劃及執行工作以對歷史財務資料是否不存在重大錯誤陳述獲取合理保證。

我們的工作涉及執行程序以獲取有關歷史財務資料所載金額及披露的證據。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。在評估該等風險時，申報會計師考慮與該實體根據歷史財務資料附註1.3及2所載的呈列及編製基準編製真實而中肯的歷史財務資料相關的內部控制，以設計適當的程序，但目的並非對該實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評價董事所採用會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體列報方式。

我們相信，我們所獲得的證據能充足及適當地為我們的意見提供基礎。

意見

我們認為，就本會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註1.3及2所載的呈列及擬備基準，真實而中肯地反映了 貴公司於2024年3月31日及2024年9月30日的財務狀況和 貴集團於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日的綜合財務狀況，及 貴集團於往績記錄期間的綜合財務表現及綜合現金流量。

審閱追加期間的比較財務資料

我們已審閱 貴集團追加期間的比較財務資料，此等財務資料包括截至2023年9月30日止六個月的綜合全面收益表、綜合權益變動表和綜合現金流量表，以及其他解釋資料(「追加期間的比較財務資料」)。 貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註1.3及2所載的呈列及編製基準，呈列及編製追加期間的比較財務資料。我們的責任是根據我們的審閱，對追加期間的比較財務資料作出結論。我們已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱工作準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。審閱包括主要向負責財務和會計事務的人員作出查詢，及應用分析性和其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據香港審計準則進行審計的範圍為小，故不能保證我們會留

意到審計中可能發現的所有重大事項。因此，我們不會發表審計意見。按照我們的審閱，我們並無發現任何事項令我們相信，就本報告而言，追加期間的比較財務資料在各重大方面未有根據歷史財務資料附註1.3及2所載的呈列及編製基準編製。

根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)及公司(清盤及雜項條文)條例須呈報的事項

調整

在編製歷史財務資料時，並無對第I-4頁所定義的相關財務報表作出任何調整。

股息

我們提述歷史財務資料附註14，當中聲明穎通控股有限公司並無就往績記錄期間派付股息。

貴公司並無法定財務報表

貴公司自註冊成立日期以來並無編製法定財務報表。

[羅兵咸永道會計師事務所]
執業會計師

香港，[日期]

I. 歷史財務資料

編製歷史財務資料

下文載列構成本會計師報告不可或缺部分的歷史財務資料。

貴集團於往績記錄期間的綜合財務報表(歷史財務資料以此為依據)乃由羅兵咸永道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計(「相關財務報表」)。

歷史財務資料以人民幣(「人民幣」)列示，除非另有說明，所有數值均四捨五入至最接近千位(人民幣千元)。

綜合全面收益表

	附註	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
		2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元
收入	5	1,674,654	1,699,144	1,863,761	932,017	1,064,377
銷售成本	7	(813,221)	(843,153)	(925,570)	(462,203)	(532,244)
毛利		861,433	855,991	938,191	469,814	532,133
銷售及營銷開支	7	(537,389)	(457,520)	(514,569)	(261,593)	(299,863)
行政開支	7	(157,699)	(169,954)	(202,670)	(88,170)	(102,681)
金融資產減值(撥備)／撥回		(489)	(622)	(474)	(1,622)	335
其他收入	6	13,382	12,057	12,346	3,618	1,694
其他收益／(虧損)淨額	8	32,908	(16,818)	(1,272)	(3,199)	3,997
經營溢利		212,146	223,134	231,552	118,848	135,615
財務收入	11	7,786	6,468	8,063	4,635	396
財務成本	11	(2,261)	(2,667)	(4,034)	(2,163)	(3,060)
財務收入／(成本)淨額		5,525	3,801	4,029	2,472	(2,664)
分佔合營企業虧損		–	–	(2,964)	(1,618)	(1,271)
除所得稅前溢利		217,671	226,935	232,617	119,702	131,680
所得稅開支	12	(46,784)	(53,829)	(26,144)	(23,609)	(16,223)
年／期內溢利		170,887	173,106	206,473	96,093	115,457
其他全面(虧損)／收入						
其後可重新分類為損益的項目：						
海外業務換算的匯兑差額		(28,898)	39,148	17,333	20,195	8,123
年／期內全面收入總額		141,989	212,254	223,806	116,288	123,580
貴公司擁有人應佔每股盈利						
基本及攤薄(以每股人民幣千元呈列)	13	85,444	86,553	103,237	48,047	57,729

綜合財務狀況表

	附註	於3月31日			於9月30日
		2022年	2023年	2024年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產					
非流動資產					
物業、廠房及設備	*17*	21,430	16,139	19,561	22,631
無形資產	*18*	4,822	3,988	3,685	4,114
使用權資產	*19(a)*	75,850	66,318	81,930	81,854
投資於合營企業	*16*	–	–	2,855	1,576
應收關聯公司款項	*33(f)*	61,147	55,000	–	–
按金、預付款項及其他應收款項	*22(b)*	50,530	38,515	10,424	14,791
遞延稅項資產	*20*	11,575	12,025	17,142	20,109
		225,354	191,985	135,597	145,075
流動資產					
存貨	*24*	417,753	357,578	390,309	488,462
貿易應收款項	*22(a)*	116,511	156,959	175,279	217,077
按金、預付款項及其他應收款項	*22(b)*	61,742	52,670	113,861	98,294
可收回所得稅		2,385	–	–	–
應收關聯公司款項	*33(f)*	13	984	51,155	47,650
應收合營企業款項	*16*	–	–	13,514	12,172
應收一名股東款項	*33(e)*	–	110	271	–
按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產	*3.3*	290	463	–	765
定期存款	*23*	–	13,388	–	–
現金及現金等價物	*23*	307,393	320,462	150,929	274,763
		906,087	902,614	895,318	1,139,183
分類為持作出售的資產	*25*	–	–	2,481	–
		906,087	902,614	897,799	1,139,183
總資產		1,131,441	1,094,599	1,033,396	1,284,258
權益及負債					
權益					
股本	*26*	–	–	–	*
儲備		512,565	535,398	458,545	582,125
總權益		512,565	535,398	458,545	582,125

* 於2024年3月31日及2024年9月30日的金額均低於人民幣1,000元。

		於3月31日			於9月30日
	附註	**2022年**	**2023年**	**2024年**	**2024年**
		人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
負債					
非流動負債					
長期服務金撥備	*29*	852	780	1,658	1,814
租賃負債	*19(b)*	36,773	24,769	33,074	27,643
非流動負債總額		37,625	25,549	34,732	29,457
流動負債					
貿易應付款項及應付票據	*27*	229,491	113,498	93,223	255,874
合約負債	*5*	21,541	23,015	16,307	9,730
應計費用及其他應付款項	*28*	177,229	177,448	168,737	159,322
撥備	*29*	7,484	8,718	9,836	7,830
應付所得稅		5,650	24,103	5,500	20,424
應付關聯公司款項	*33(f)*	56,543	61,941	7,045	–
應付一名董事款項	*33(d)*	41,353	76,693	186,951	121,733
應付一名股東款項	*33(e)*	1,506	–	–	–
銀行借款	*30*	–	–	–	38,647
租賃負債	*19(b)*	40,454	48,236	52,520	59,116
流動負債總額		581,251	533,652	540,119	672,676
總負債		618,876	559,201	574,851	702,133
總權益及負債		1,131,441	1,094,599	1,033,396	1,284,258

貴公司財務狀況表

	附註	於3月31日	於9月30日
		2024年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元
資產			
非流動資產			
投資於附屬公司		–	–
流動資產			
應收直接控股公司款項	*33(g)*	*	*
[編纂]開支預付款項	*22(b)*	1,357	5,534
總資產		1,357	5,534
權益			
股本	*26*	*	*
累計虧損		(5,623)	(16,838)
總虧絀		(5,623)	(16,838)
負債			
流動負債			
累計[編纂]開支	*28*	2,236	1,985
應付集團公司款項	*33(g)*	4,744	20,387
總負債		6,980	22,372
總權益及負債		1,357	5,534

* 於2024年3月31日及2024年9月30日的金額低於人民幣1,000元。

綜合權益變動表

	附註	股本（附註26）	匯兑儲備	法定儲備	以股份為基礎薪酬（附註15）	保留盈利	總計
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
2021年4月1日的結餘		–	(80,944)	3,352	12,835	563,463	498,706
年內溢利		–	–	–	–	170,887	170,887
其他全面虧損		–	(28,898)	–	–	–	(28,898)
年內全面(虧損)／收入總額		–	(28,898)	–	–	170,887	141,989
以擁有人身分與擁有人進行的交易							
股息	*14*	–	–	–	–	(128,130)	(128,130)
法定儲備利潤分配		–	–	1,430	–	(1,430)	–
2022年3月31日的結餘		–	(109,842)	4,782	12,835	604,790	512,565
2022年4月1日的結餘		–	(109,842)	4,782	12,835	604,790	512,565
年內溢利		–	–	–	–	173,106	173,106
其他全面收入		–	39,148	–	–	–	39,148
年內全面收入總額		–	39,148	–	–	173,106	212,254
以擁有人身分與擁有人進行的交易							
股息	*14*	–	–	–	–	(189,421)	(189,421)
2023年3月31日的結餘		–	(70,694)	4,782	12,835	588,475	535,398
2023年4月1日的結餘		–	(70,694)	4,782	12,835	588,475	535,398
年內溢利		–	–	–	–	206,473	206,473
其他全面收入		–	17,333	–	–	–	17,333
年內全面收入總額		–	17,333	–	–	206,473	223,806
以擁有人身分與擁有人進行的交易							
購股權計劃							
－承授人服務的價值		–	–	–	13,679	–	13,679
貴公司註冊成立	*26*	*	–	–	–	–	*
股息	*14*	–	–	–	–	(314,338)	(314,338)
2024年3月31日的結餘		*	(53,361)	4,782	26,514	480,610	458,545

* 於2024年3月31日及2024年9月30日的金額低於人民幣1,000元。

	附註	股本（附註26）	匯兑儲備	法定儲備	以股份為基礎薪酬（附註15）	保留盈利	總計
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
（未經審計）							
2023年4月1日的結餘		–	(70,694)	4,782	12,835	588,475	535,398
期內溢利		–	–	–	–	96,093	96,093
其他全面收入		–	20,195	–	–	–	20,195
期內其他全面收入總額		–	20,195	–	–	96,093	116,288
2023年9月30日的結餘		–	(50,499)	4,782	12,835	684,568	651,686
2024年4月1日的結餘		*	(53,361)	4,782	26,514	480,610	458,545
期內溢利		–	–	–	–	115,457	115,457
其他全面收入		–	8,123	–	–	–	8,123
期內其他全面收入總額		–	8,123	–	–	115,457	123,580
以擁有人身份與擁有人進行的交易							
發行普通股	*26*	*	–	–	–	–	*
2024年9月30日的結餘		*	(45,238)	4,782	26,514	596,067	582,125

* 於2024年3月31日及2024年9月30日的金額低於人民幣1,000元。

綜合現金流量表

	附註	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
		2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元
經營活動所得現金流量						
經營產生的現金	31(a)	156,694	244,018	211,308	144,833	192,237
已付所得稅淨額		(85,424)	(33,887)	(49,836)	(4,031)	(4,281)
經營活動所得現金淨額		71,270	210,131	161,472	140,802	187,956
投資活動所得現金流量						
購買物業、廠房及設備		(22,025)	(13,211)	(27,587)	(18,940)	(17,154)
購買無形資產		(4,626)	(3,054)	(2,443)	(1,600)	(3,851)
出售物業、廠房及設備所得款項	31(b)	1,021	599	163	83	1,581
出售分類為持作出售的資產的所得款項	25	–	–	–	–	17,169
償還董事貸款		8,018	–	–	–	–
贖回定期存款		–	–	13,388	13,388	–
存放定期存款		–	(13,388)	–	–	–
已收利息	11	7,786	6,468	8,063	4,635	396
投資合營企業的付款		–	–	(5,607)	(5,607)	–
給予關聯公司的墊款		–	(2,789)	(2,502)	–	–
關聯公司還款		–	–	–	2,286	3,505
投資活動(所用)／所得現金淨額		(9,826)	(25,375)	(16,525)	(5,755)	1,646

	附註	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
		2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元
融資活動現金流量						
已付利息	11，31(c)	(65)	–	–	–	(389)
提取銀行借款	31(c)	–	–	–	–	41,296
償還銀行借款	31(c)	(6,102)	–	–	–	(2,106)
支付租賃負債利息部分	31(c)	(2,196)	(2,667)	(4,034)	(2,163)	(2,671)
支付租賃負債本金部分	31(c)	(29,565)	(50,211)	(61,229)	(29,497)	(35,841)
已付股息	31(c)	(200,336)	(145,631)	(144,895)	–	(64,444)
股東墊款	31(c)	1,791	–	–	–	272
償還股東款項	31(c)	–	(1,614)	(156)	(58)	–
償還關聯方款項	31(c)	(14,605)	(5,162)	(61,017)	(58,810)	(7,510)
董事墊款	31(c)	44,154	79	13,117	11,849	46
償還董事款項	31(c)	(8,051)	(10,319)	(76,119)	(62,688)	(212)
[編纂]開支付款		–	–	(1,022)	–	(5,060)
融資活動所使用現金淨額		(214,975)	(215,525)	(335,355)	(141,367)	(76,619)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額		(153,531)	(30,769)	(190,408)	(6,320)	112,983
外匯匯率變動影響		(38,153)	43,838	20,875	16,718	10,851
年／期初現金及現金等價物		499,077	307,393	320,462	320,462	150,929
年／期末現金及現金等價物	23	307,393	320,462	150,929	330,860	274,763

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月的主要非現金交易請參閱附註31(d)。

II 歷史財務資料附註

1 一般資料、重組及呈列基準

1.1 一般資料

穎通控股有限公司(「貴公司」)乃於2024年1月9日根據開曼群島《公司法》第22章(1961年第3號法律)在開曼群島註冊成立的有限責任公司。 貴公司註冊辦公室地址為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman, KY1-1111, Cayman Islands。

貴公司為一家投資控股公司。 貴公司及其附屬公司(統稱「貴集團」)主要在中華人民共和國(「中國」)(包括香港及澳門)從事香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛的零售、批發及分銷(「[**編纂**]業務」)。

截至本報告日期， 貴公司的最終控股股東為劉鉅榮先生(「劉先生」)及陳慧珍女士(「劉太太」)。截至本報告日期， 貴公司的最終控股公司為穎通國際有限公司，該公司於2024年1月8日於英屬處女群島註冊成立，由劉先生及劉太太全資擁有。

1.2 重組

在 貴公司註冊成立及完成下述重組(「重組」)之前，[**編纂**]業務主要由Eternal Holdings Limited(「Eternal BVI」)及其附屬公司(統稱「營運公司」))以及Visual Promotion Limited(「Visual Promotion」，由劉先生實益擁有)進行。於重組完成前，營運公司的控股股東為劉先生及劉太太。於往績記錄期間，為精簡 貴集團架構及以「Eternal」品牌進行[**編纂**]業務， 貴集團逐步縮減Visual Promotion的業務規模，並自2024年4月起不再進行任何業務。

為籌備 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司主板[**編纂**](「[**編纂**]」)及[**編纂**](「[**編纂**]」)，營運公司進行重組，插入營運公司的新控股公司。以下交易已獲進行：

1.2.1 由劉先生註冊成立 貴公司

於2024年1月9日， 貴公司於開曼群島註冊成立。同日，一股股份獲發行並轉讓予穎通國際有限公司(「穎通國際」)，而 貴公司當時由穎通國際有限公司全資擁有。

1.2.2 由Eternal BVI成立穎通發展

於2024年1月23日，上海穎通企業發展有限公司(「穎通發展」)於中國成立，為外商獨資企業，由Eternal BVI的直接全資附屬公司穎通中國有限公司全資擁有。

1.2.3 穎通發展項下成立中國附屬公司

於2024年2月28日、2024年2月29日及2024年3月14日，上海穎通商貿有限公司、上海穎通品牌管理有限公司及上海穎通進出口有限公司分別於中國成立，為穎通發展的全資附屬公司。

1.2.4 向Eternal BVI配發穎通（遠東）有限公司（「穎通遠東」）股份及將股份由劉先生及劉太太轉讓予Eternal BVI

於往績記錄期間及緊接重組前，Eternal BVI、劉先生及劉太太分別持有7,000股、2,000股及1,000股穎通遠東股份，分別佔70%、20%及10%。於2024年5月9日，9,990,000股穎通遠東普通股已配發及發行予Eternal BVI，並計入繳足股款。緊隨有關配發及發行後，Eternal BVI、劉先生及劉太太各自分別持有穎通遠東的99.97%、0.02%及0.01%。

於2024年6月17日，劉先生及劉太太分別將2,000股及1,000股穎通遠東普通股轉讓予Eternal BVI。作為代價，Eternal BVI根據劉先生及劉太太的指示向 貴公司配發及發行9股計入繳足股款的股份。緊隨該轉讓後，穎通遠東由Eternal BVI全資擁有。

1.2.5 由劉先生將Eternal BVI股份轉讓予 貴公司

於2024年6月18日，劉先生將Eternal BVI的唯一一股已發行股份轉讓予 貴公司。作為代價， 貴公司向穎通國際配發及發行一股記入繳足股款的股份。緊隨該轉讓後，Eternal BVI成為 貴公司直接全資擁有的公司。

重組完成後及截至本報告日期， 貴公司於下列附屬公司中擁有直接及間接權益：

公司名稱	註冊成立／成立的國家／地點及日期	已發行及繳足股本／註冊資本	應佔權益百分比 截至3月31日 2022年	2023年	2024年	於9月30日 2024年	截至本報告日期	主要業務	附註
Eternal Holdings Limited	英屬處女群島，1995年4月7日	10股每股1美元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	投資控股	*(iii)*
穎通(遠東)有限公司	香港，1983年2月18日	10,000,000股每股100港元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	香水、護膚品、彩妝及眼鏡的貿易及零售	*(iv)*
E&C Holdings Limited	香港，2021年9月2日	10,000股每股1港元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	投資控股	*(v)*
穎得(香港)貿易有限公司	香港，2021年11月30日	1,000,000股每股1港元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	香水的貿易及零售	*(v)*
永欣中國貿易有限公司	香港，2018年11月7日	10,000股每股1港元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	投資控股	*(v)*
穎通中國有限公司	香港，2017年4月10日	1股每股1港元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	投資控股	*(v)*
卓俊遠東有限公司	香港，1996年10月22日	300,000股每股1港元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚產品的貿易及零售	*(v)*

公司名稱	註冊成立／成立的國家／地點及日期	已發行及繳足股本／註冊資本	應佔權益百分比 截至3月31日 2022年	2023年	2024年	於9月30日 2024年	截至本報告日期	主要業務	*附註*
喜賢有限公司	香港，2021年10月1日	10,000股每股1港元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	暫無活動	*(v)*
杰冠有限公司	香港，2021年10月8日	10,000股每股1港元的股份	100%	100%	100%	100%	100%	護膚品零售	*(v)*
上海穎愷德化妝品有限公司	中國，2021年12月2日	人民幣10,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	香水的貿易及零售	*(ii)*、*(viii)*
穎通(上海)貿易有限公司	中國，2008年7月30日	20,000,000港元	100%	100%	100%	100%	100%	暫無活動	*(ii)*、*(viii)*
上海一二派廣告有限公司	中國，2021年12月1日	人民幣500,000元	100%	100%	100%	100%	100%	暫無活動	*(ii)*、*(viii)*
穎通(西安)貿易有限公司	中國，2023年12月19日	人民幣1,000,000元	不適用	不適用	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的零售	*(ii)*、*(viii)*
穎通美業(深圳)貿易有限公司	中國，2023年6月30日	人民幣1,000,000元	不適用	不適用	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的零售	*(ii)*、*(viii)*
上海穎通化妝品有限公司	中國，2019年2月15日	人民幣10,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的貿易及零售	*(vi)*、*(viii)*
穎通美妍(上海)貿易有限公司	中國，2023年8月14日	人民幣1,000,000元	不適用	不適用	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的零售	*(ii)*、*(viii)*
穎通(中國)國際貿易有限責任公司	中國，2019年1月7日	人民幣50,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	投資控股	*(ii)*、*(viii)*
穎通(北京)貿易有限公司	中國，2019年4月19日	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的零售	*(ii)*、*(viii)*
上海穎通光學有限公司	中國，2021年6月10日	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	眼鏡貿易	*(ii)*、*(viii)*
廣州穎通商務諮詢有限公司	中國，2019年1月24日	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	香水及彩妝的採購	*(ii)*、*(viii)*

公司名稱	註冊成立／成立的國家／地點及日期	已發行及繳足股本／註冊資本	應佔權益百分比 截至3月31日 2022年	2023年	2024年	於9月30日 2024年	截至本報告日期	主要業務	*附註*
穎通(成都)貿易有限公司.....	中國，2019年4月18日	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的零售	*(ii)*、*(viii)*
上海穎通科技應用有限公司.....	中國，2021年5月14日	人民幣30,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	系統支持及開發	*(ii)*、*(viii)*
廣州慧昇貿易有限公司	中國，2014年10月15日	人民幣25,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	香水、護膚品及彩妝的貿易	*(vii)*、*(viii)*
穎通(廣州)貿易有限公司.....	中國，2019年6月24日	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的零售	*(ii)*、*(viii)*
上海微笑美肌化妝品有限公司....	中國，2020年5月3日	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	彩妝及護膚品的貿易	*(ii)*、*(viii)*
上海永欣貿易有限公司	中國，2013年3月12日	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	100%	100%	香水及彩妝的貿易	*(ii)*、*(viii)*
上海妝味廣告有限公司	中國，2021年12月1日	人民幣500,000元	100%	100%	100%	100%	100%	暫無活動	*(ii)*、*(viii)*
上海穎通企業發展有限公司.....	中國，2024年1月23日	人民幣100,000,000元	不適用	不適用	100%	100%	100%	投資控股	*(ii)*、*(viii)*
上海穎通商貿有限公司	中國，2024年2月28日	人民幣10,000,000元	不適用	不適用	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的貿易及零售	*(ii)*、*(viii)*
上海穎通品牌管理有限公司.....	中國，2024年2月29日	人民幣1,000,000元	不適用	不適用	100%	100%	100%	品牌管理	*(ii)*、*(viii)*
上海穎通進出口有限公司.....	中國，2024年3月14日	人民幣10,000,000元	不適用	不適用	100%	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的貿易	*(ii)*、*(viii)*
廣州穎通進出口有限公司.....	中國，2024年9月27日	人民幣10,000,000元	不適用	不適用	不適用	100%	100%	香水、彩妝及護膚品的貿易	*(ii)*、*(viii)*

附註：

(i) 除中國附屬公司以12月31日為財政年度結束日外， 貴集團旗下所有公司均以3月31日為財政年度結束日。

(ii) 該等公司尚未發佈截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度的經審計財務報表。

(iii) 該等公司尚未發佈截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度的經審計財務報表。

(iv) 該公司截至2022年及2023年3月31日止年度的法定財務報表經羅兵咸永道會計師事務所審計。截至本報告日期，該公司截至2024年3月31日止年度的經審計財務報表尚未發佈。

(v) 該等公司截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度的法定財務報表均由WKL & Partners C.P.A. Limited審計。

(vi) 該公司截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度的財務報表經上海宏大東亞會計師事務所審計。

(vii) 該公司截至2021年及2022年12月31日止年度的財務報表經廣東明心會計師事務所審計。該公司尚未發佈截至2023年12月31日止年度的經審計財務報表。

(viii) 上述公司英文名稱由 貴公司管理層盡力直接翻譯為中文名稱，乃因其尚未註冊任何正式英文名稱。

1.3 呈列基準

緊接及緊隨重組前後，[**編纂**]業務主要透過Eternal BVI的附屬公司及Visual Promotion（受 貴集團控股股東的共同控制）進行。根據重組，Eternal BVI已轉讓予 貴公司並由其持有。 貴公司於重組前並無參與任何其他業務，並不符合業務的定義。Visual Promotion自2024年4月起不再參與[**編纂**]業務。

重組為對[**編纂**]業務進行資本重整，而該業務的管理層並無變動，且[**編纂**]業務的最終控股股東保持不變。因此，因重組而產生的 貴集團被視為 貴公司旗下[**編纂**]業務的延續，而就本報告而言，歷史財務資料作為[**編纂**]業務的延續而編製及呈列， 貴集團的資產及負債（包括該等有關Eternal BVI的附屬公司及Visual Promotion所涉及的[**編纂**]業務）根據所呈列所有期間Eternal BVI及Visual Promotion的綜合財務報表項下[**編纂**]業務的賬面值確認及計量。

2 編製基準

歷史財務資料乃根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。

香港財務報告準則由以下權威文獻組成：

- 香港財務報告準則
- 香港會計準則
- 由香港會計師公會制定的詮釋。

歷史財務資料乃根據歷史成本慣例編製，惟按公允價值計入損益（「公允價值計入損益」）的金融資產除外，其按公允價值計量。

編製符合香港財務報告準則的歷史財務資料需要使用若干關鍵會計估計，亦要求管理層在應用 貴集團會計政策的過程中作出判斷。涉及較高程度判斷或複雜性的範疇，或對歷史財務資料而言屬重大的假設及估計範疇於附註4披露。

以下新準則及準則修訂本已頒佈但於往績記錄期間尚未生效，且 貴集團並無提早採納：

		於以下日期或之後開始的會計期間生效
香港會計準則第21號修訂本	缺乏可交換性	2025年1月1日
香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號修訂本	金融工具分類及計量之修訂	2026年1月1日
香港財務報告準則會計準則的年度改進－第11冊		2026年1月1日
香港財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露	2027年1月1日
香港財務報告準則第19號	不負有公共受託責任之附屬公司：披露	2027年1月1日
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或出資	待定

貴集團計劃於上述新準則及準則修訂本生效時予以採納。預期將適用於 貴集團的該等香港財務報告準則的進一步資料於下文載述。

香港財務報告準則第18號引入於綜合全面收益表內呈列的新規定，包括指定總額及小計。此外，實體須將損益表內所有收入及開支分類為以下五個新類別之一：經營、投資、融資、所得稅及已終止經營業務，其中前三個為新類別。當中亦要求披露新界定的管理層界定的業績計量，收入及支出小計，並包括根據主要財務報表和附註中釐定「角色」對財務資料進行彙總和分類的新要求。此外，香港會計準則第7號現金流量表已作出範圍狹窄的修訂，包括將釐定採用間接法下釐定經營現金流量的起始點由「損益」更改為「經營損益」，以及刪除有關股息及利息現金流量分類的選擇性。其他若干準則亦有相應修訂。香港財務報告準則第18號及其他準則修訂本於2027年1月1日或之後開始的報告期間生效，惟提早應用須予允許及必須披露。香港財務報告準則第18號將追溯應用。預期新規定將影響 貴集團損益表的呈列及 貴集團財務表現的披露。迄今為止， 貴集團認為採納香港財務報告準則第18號不大可能對 貴集團的經營業績及財務狀況產生重大影響。

貴集團正評估首次應用其他新準則及準則修訂本的影響。迄今為止， 貴集團認為該等其他新準則及準則修訂本可能導致會計政策變動，但不太可能對 貴集團的綜合財務表現及財務狀況產生重大影響。

3 財務風險管理

3.1 財務風險因素

貴集團的業務面對多種財務風險：外匯風險、現金流量及公允價值利率風險、信貸風險及流動資金風險。 貴集團的整體風險管理計劃專注於金融市場的不可推測性，並尋求盡量減少對 貴集團財務表現的潛在不利影響。風險管理乃根據董事批准的政策進行。董事提供整體風險管理原則。

(a) 外匯風險

貴集團面對來自各種貨幣的外匯風險，主要與港元(「港元」)、歐元(「歐元」)、英鎊(「英鎊」)、美元(「美元」)及日圓(「日圓」)有關。外匯風險來自未來商業交易及已確認資產及負債。

貴集團透過定期檢討及監察其外匯風險以管理其外匯風險。

倘港元(作為 貴集團多家附屬公司的功能貨幣)兑人民幣貶值／升值5%，而所有其他變數維持不變，於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，則年／期內溢利將分別約增加／減少人民幣5,724,000元、增加／減少人民幣52,000元、增加／減少人民幣715,000元及減少／增加人民幣902,000元，主要由於相關現金及現金等價物、貿易應收款項、其他應收款項、應收合營企業款項、應付一名董事款項、貿易應付款項及應計費用、撥備及其他應付款項的匯兑收益／虧損所致。

倘歐元兑人民幣貶值／升值5%，而所有其他變數維持不變，於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，則年／期內溢利將分別約增加／減少人民幣8,848,000元、增加／減少人民幣3,731,000元、增加／減少人民幣2,258,000元及增加／減少人民幣8,008,000元，主要由於換算以歐元計值的現金及現金等價物、其他應收款項、貿易應付款項、應計費用、撥備及其他應付款項的匯兑收益／虧損所致。

倘英鎊兑人民幣貶值／升值5%，而所有其他變數維持不變，於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，則年／期內溢利將分別約減少／增加人民幣3,202,000元、減少／增加人民幣703,000元、減少／增加人民幣7,000元及減少／增加人民幣7,000元，主要由於換算以英鎊計值的現金及現金等價物的匯兑虧損／收益所致。

倘美元兑人民幣貶值／升值5%，而所有其他變數維持不變，於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，則年／期內溢利將分別約減少／增加人民幣609,000元、減少／增加人民幣5,748,000元、減少／增加人民幣385,000元及減少／增加人民幣4,552,000元，主要由於換算以美元計值的現金及現金等價物、貿易應收款項、其他應收款項、應收合營企業款項、應付一名董事款項、貿易應付款項及應計費用、撥備及其他應付款項的匯兑虧損／收益所致。

倘日圓兑人民幣貶值／升值5%，而所有其他變數維持不變，於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，則年／期內溢利將分別約增加／減少人民幣139,000元、增加／減少人民幣257,000元、增加／減少人民幣76,000元及減少／增加人民幣1,886,000元，主要由於換算以日圓計值的現金及現金等價物及貿易應付款項的匯兑虧損／收益所致。

(b) 現金流量及公允價值利率風險

貴集團的利率風險主要來自其現金及現金等價物及以浮動利率計息的銀行借款。 貴集團的現金及現金等價物以及銀行借款的詳情已分別於歷史財務資料附註23及30披露。

除現金及現金等價物以及銀行借款外， 貴集團並無重大計息資產或負債。

於2022年、2023年、2024年3月31日及2024年9月30日，倘現金及現金等價物及銀行借款的利率上調／下調50個基點，而所有其他變數維持不變，則年／期內溢利將分別約增加／減少人民幣1,537,000元、增加／減少人民幣1,602,000元、增加／減少人民幣755,000元及增加／減少人民幣1,181,000元，主要由於現金及現金等價物的利息收入增加／減少及銀行借款的利息開支增加／減少。

(c) 信貸風險

(i) 風險管理

貴集團的信貸風險主要來自存放於銀行及金融機構的存款及按公允價值計入損益的金融資產，以及貿易應收款項、按金及其他應收款項、應收關聯公司款項、應收合營企業款項及應收股東款項的信貸風險。該等結餘於財務狀況表的賬面值指 貴集團就其金融資產所面對的最大信貸風險。

貴集團的銀行存款及按公允價值計入損益的金融資產存放於經獨立評級且獲高信貸評級的銀行及金融機構。由於該等銀行及金融機構過往並無違約記錄，管理層並不預期因該等銀行及金融機構不履約而產生任何損失。

就貿易應收款項而言，客戶的一般信貸期為30至90天。 貴集團已制定政策，以確保信貸期乃授予具有適當信貸記錄的對手方，而且管理層會對其對手方進行持續的信貸評估。評估客戶的信貸質素，當中計及彼等的財務狀況、過往經驗及其他因素。鑒於與該等客戶的業務往來記錄及收取應收客戶款項的歷史，管理層認為， 貴集團應收該等客戶的未清應收款項餘額並無重大固有信貸風險。管理層根據過往付款記錄、逾期長短、債務人的財務實力以及是否與債務人有任何糾紛，定期評估貿易應收款項的可收回性。 貴集團過往收取貿易應收款項的經驗在所記錄的撥備範圍內，且董事認為已於歷史財務報表中就不可收回的應收款項作出足夠撥備。

已參考有關對手方違約及對手方財務狀況的歷史資料，以評估按金及其他應收款項、應收關聯公司款項、應收合營企業款項及應收股東款項的信貸質素。管理層認為，考慮到過往並無違約記錄，與按金及其他應收款項及關聯公司／關聯方有關的信貸風險並不重大，且管理層並不預期因該等對手方及關聯公司／關聯方不履約而造成任何損失。

(ii) 金融資產減值

貴集團的金融資產（包括貿易應收款項、按金及其他應收款項、應收合營企業款項、應收股東款項及應收關聯公司款項）受預期信貸虧損模式規限。儘管現金及現金等價物以及定期存款亦須遵守香港財務報告準則第9號的減值規定，但由於該等款項主要存放於信譽良好的銀行及金融機構，故已識別減值虧損並不重大。

貿易應收款項

貴集團應用香港財務報告準則第9號的簡化方法計量預期信貸虧損，對所有貿易應收款項使用全期預期虧損撥備。

為計量預期信貸虧損，管理層參考市場信貸評級報告及客戶違約記錄，單獨評估上市客戶的信貸風險。虧損率經進一步調整以反映影響客戶結算應收款項能力的宏觀經濟因素的當前及前瞻性資料。 貴集團已確定香港的國內生產總值增長及貨幣供應，以及中國的國內生產總值增長及商品貿易結餘為最相關的前瞻性因素，並根據該等因素的預期變動對違約率進行相應調整。由於經參考穆迪信貸機構報告，該等客戶被分類為投資級別，故 貴公司董事認為該等客戶的預期信貸虧損並不重大。

預期信貸虧損計量－集體基準

為計量預期信貸虧損，管理層參考一般行業違約風險及該等客戶的違約記錄，集體評估非上市客戶的信貸風險。虧損率經進一步調整以反映影響客戶結算應收款項能力的宏觀經濟因素的當前及前瞻性資料。 貴集團已確定香港的國內生產總值增長及貨幣供應，以及中國的國內生產總值增長及商品貿易結餘為最相關的前瞻性因素，並根據該等因素的預期變動對違約率進行相應調整。

除對上市及非上市客戶進行單獨及集體評估外，亦對與已知存在財務困難的客戶或嚴重懷疑能否對向收回應收款項的客戶有關的應收款項進行單獨評估，以單獨計提減值撥備。

下表呈列於各報告期末的賬面毛值及相關虧損撥備的結餘。

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
賬面毛值(人民幣千元)	116,886	157,243	175,726	217,457
預期信貸虧損率	0.32%	0.18%	0.25%	0.17%
虧損撥備(人民幣千元)	(375)	(284)	(447)	(380)
賬面淨值(人民幣千元)	116,511	156,959	175,279	217,077

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日的貿易應收款項虧損撥備與該撥備的期初虧損撥備的對賬如下：

	貿易應收款項
	人民幣千元
於2021年4月1日	180
減值撥備	197
匯兑差額	(2)
於2022年3月31日	375
減值撥備撥回	(92)
匯兑差額	1
於2023年3月31日	284
減值撥備	162
匯兑差額	1
於2024年3月31日	447
減值撥備撥回	(67)
於2024年9月30日	380

按攤餘成本計量的其他金融資產

按攤銷成本列賬的其他金融資產(包括按金及其他應收款項、應收關聯公司款項、應收合營公司款項及應收股東款項)須遵守香港財務報告準則第9號的減值規定。 貴集團已根據一般方法評估有關預期信貸虧損。該等結餘的信貸質素已參考有關對手方違約率及財務狀況的歷史資料進行評估。於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，已就按金及其他應收款項分別計提虧損撥備人民幣7,092,000元、人民幣7,805,000元、人民幣8,116,000元及人民幣7,848,000元。該結餘包括按整個存續期預期虧損評估的經信貸減值其他應收款項約人民幣6,800,000元，以及於相關年度／期間按12個月信貸虧損評估的餘下按金及其他應收款項(違約率為1.2%-5.0%)。管理層認為，除該等對手方外，應收關聯公司／關聯方款項、應收合營公司款項及應收股東款項的信貸風險偏低，因為上述各項並有可信收款記錄，且交易對手方有穩定財務狀況。因此，於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，該等結餘的預期信貸虧損率被評估為並不重大。

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日的按金及其他應收款項的虧損撥備與該撥備的期初虧損撥備的對賬如下：

	按金及其他應收款項
	人民幣千元
於2021年4月1日	6,800
減值撥備	292
於2022年3月31日	7,092
減值撥備	714
匯兑差額	(1)
於2023年3月31日	7,805
減值撥備	312
匯兑差額	(1)
於2024年3月31日	8,116
減值撥備撥回	(268)
於2024年9月30日	7,848

(d) 流動性風險

流動性風險是指由於資產和負債的金額和期限錯配而導致 貴集團無法履行到期責任的風險。

貴集團採用預測現金流量分析，通過預測所需現金金額及監控 貴集團的營運資金來管理流動性風險，以確保能夠滿足所有到期負債及已知資金需求。為滿足短期及長期流動資金需求， 貴集團可調整向股東派付的股息金額及提取可用銀行融資。此外，管理層每月對應收款項及應付款項進行賬齡分析，以確保 貴集團能夠維持充足的財務資源以滿足其流動資金需求及跟進任何逾期結餘。

下表對以下兩項根據於報告期末至合約到期日的剩餘期間將 貴集團的金融負債明細分派至相關到期組別：

(a) 所有按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產，及

(b) 其合約到期日對了解現金流量時間至關重要的已結算按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產淨額和毛額。

於2022年3月31日

	應要求到期	1年內到期	1至2年內到期	3至5年內到期	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*
貿易應付款項及應付票據	–	229,491	–	–	229,491
應計費用及其他應付款項	–	139,615	–	–	139,615
應付關聯公司款項	56,543	–	–	–	56,543
應付董事款項	41,353	–	–	–	41,353
應付股東款項	1,506	–	–	–	1,506
租賃負債及利息付款	–	40,517	27,021	12,495	80,033
	99,402	409,623	27,021	12,495	548,541

	應要求到期	1年內到期	1至2年內到期	3至5年內到期	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*
按公允價值計量的金融資產					
已結算毛額(外幣合約)					
一流入	–	77,046	–	–	77,046
一(流出)	–	(76,756)	–	–	(76,756)
	–	290	–	–	290

於2023年3月31日

	應要求到期	1年內到期	1至2年內到期	3至5年內到期	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*
貿易應付款項	–	113,498	–	–	113,498
應計費用及其他應付款項	–	121,327	–	–	121,327
應付關聯公司款項	61,941	–	–	–	61,941
應付董事款項	76,693	–	–	–	76,693
租賃負債及利息付款	–	51,109	22,498	2,302	75,909
	138,634	285,934	22,498	2,302	449,368
按公允價值計量的金融資產					
已結算毛額(外幣合約)					
一流入	–	165,249	–	–	165,249
一(流出)	–	(164,786)	–	–	(164,786)
	–	463	–	–	463

於2024年3月31日

	應要求到期	1年內到期	1至2年內到期	3至5年內到期	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*
貿易應付款項	–	93,223	–	–	93,223
應計費用及其他應付款項	–	123,161	–	–	123,161
應付關聯公司款項	7,045	–	–	–	7,045
應付董事款項	186,951	–	–	–	186,951
租賃負債及利息付款	–	54,115	28,911	7,741	90,767
	193,996	270,499	28,911	7,741	501,147

於2024年9月30日

	應要求到期	1年內到期	1至2年內到期	3至5年內到期	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*
貿易應付款項	–	255,874	–	–	255,874
應計費用及其他應付款項	–	101,232	–	–	101,232
應付董事款項	121,733	–	–	–	121,733
銀行借款	38,647	–	–	–	38,647
租賃負債及利息付款	–	62,132	26,843	1,446	90,421
	160,380	419,238	26,843	1,446	607,907
按公允價值計量的金融資產					
已結算毛額(外幣合約)					
－流入	–	78,672	–	–	78,672
－(流出)	–	(77,907)	–	–	(77,907)
	–	765	–	–	765

如貸款協議內載有讓貸款人有權可隨時無條件要求償還的條款，應付款項則分類至貸款人最早可要求償還的時期。根據管理層所提供內部資料，預期貸款人並不會行使其權利以要求償還款項。經參考貸款協議所載還款時間表，預期現金流量如下：

	1年內	1至2年內	3至5年內	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
銀行借款	14,695	14,695	12,414	41,804

3.2 資本風險管理

貴集團管理資本的目標是保障 貴集團持續經營的能力，以為股東提供回報及為其他利益相關者提供利益，並維持最佳資本結構以降低資本成本。 貴集團主要使用權益為其營運提供資金。為維持或調整資本結構， 貴集團可於收到非貿易應收款項的現金時調整向股東派付的股息金額、向股東退還資本、發行新股份或出售資產以減少債項或償還借款。此外， 貴集團繼續監察及維持其營運所需的充足銀行融資。

與業內其他公司一致， 貴集團根據資產負債比率監控資本。該比率按淨債項除以總資本計算。淨債項按借款及租賃負債總額減現金及現金等價物及定期存款計算。總資本按綜合財務狀況表所示「權益」加淨債項額計算。

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日的資產負債比率如下：

		於3月31日			於9月30日
	附註	**2022年**	**2023年**	**2024年**	**2024年**
		人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
銀行借款	*30*	–	–	–	38,647
租賃負債	*19(b)*	77,227	73,005	85,594	86,759
減：現金及現金等價物	*23*	(307,393)	(320,462)	(150,929)	(274,763)
減：定期存款	*23*	–	(13,388)	–	–
淨現金		(230,166)	(260,845)	(65,335)	(149,357)
總權益		512,565	535,398	458,545	582,125
總資本		282,399	274,553	393,210	432,768
資產負債比率		不適用	不適用	不適用	不適用

3.3 公允價值估計

貿易應收款項、按金及其他應付款項、應收關聯公司款項、應收合營企業款項、應付股東款項、定期存款、現金及現金等價物、貿易應付款項及應付票據、應計費用及其他應付款項、應付關聯公司款項、應付股東款項、應付董事款項、銀行借款及租賃負債的賬面值均為其公允價值的合理約數，而按公允價值計入損益的金融資產則按公允價值列賬。就披露而言，金融負債的公允價值乃按 貴集團就類似金融工具可得的現行市場利率折現未來合約現金流量而估計釐定。

公允價值計量乃基於出售資產或轉讓負債的交易在以下情況發生的預設條件：

- 資產或負債的主要市場；或
- 在沒有主要市場的情況下，在資產或負債的最有利市場

貴集團必須可以進入主要或最有利市場。

資產或負債的公允價值乃使用市場參與者在為資產或負債定價時所使用的假設計量，並假設市場參與者按其經濟最佳利益行事。

非金融資產公允價值的計量參考市場參與者可從使用該資產得到之最高及最佳效用，或把該資產售予另一可從使用該資產得到最高及最佳效用之市場參與者所產生的經濟效益。

貴集團針對情況使用適合的估值方法，確保有足夠數據計量公允價值，並盡量利用相關可觀察輸入數據，並盡量減少使用不可觀察輸入數據。

所有以公允價值計量或在歷史財務報表中確認的資產和負債，均基於對計量公允價值整體而言屬重要的最低層級輸入數據按下述公允價值級別分類：

- 第一級－按相同資產或負債於活躍市場中所報未調整市價計算
- 第二級－對公允價值計量而言屬重要的最低級輸入值直接或間接可觀察的估值技術
- 第三級－對公允價值計量而言屬重要的最低級輸入值不可觀察的估值技術

對於在財務報表中按公允價值以持續基準確認的資產及負債， 貴集團於各報告期末重新評估分類(基於對公允價值計量整體而言屬重大的最低級輸入數據)，確定有否在不同級別之間出現轉移。

金融資產的分類等級別是根據公允價值計量低級的重要輸入值來決定。綜合財務狀況表中按公允價值計量的金融資產按公允價值級別劃分如下：

	第一級	第二級	第三級	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2022年3月31日				
資產				
按公允價值計入損益的金融資產	–	290	–	290

	第一級	第二級	第三級	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2023年3月31日				
資產				
按公允價值計入損益的金融資產	–	463	–	463

	第一級	第二級	第三級	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2024年9月30日				
資產				
按公允價值計入損益的金融資產	–	765	–	765

截至2022年及2023年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，第一級、第二級及第三級之間並無轉移。

4 關鍵會計估計及判斷

估計及判斷乃根據過往經驗及其他因素(包括在有關情況下對未來事件的合理預期)進行持續評估。

貴集團對未來作出估計及假設。故名思義，由此產生的會計估計很少會等於相關的實際結果。有重大風險導致下一財政年度內資產及負債賬面值出現重大調整的估計及假設列示如下。

(a) 非金融資產減值

貴集團管理層於各報告期末評估是否有客觀證據顯示於非金融資產(包括物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產)的投資出現減值。減值評估需要運用判斷及估計。倘預期有別於原先估計，有關差額將影響有關估計變動期間的資產賬面值及減值。

(b) 存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減估計銷售開支。該等估計乃基於當前市況及銷售類似性質產品的過往經驗。其可能因客戶品味的變化及競爭對手為應對嚴峻的行業周期所採取行動而發生重大變化。管理層於各報告日期末重新評估該等估計。

(c) 金融資產的撥備

金融資產的虧損撥備乃基於有關違約風險及預期虧損率的假設。於各報告期末， 貴集團根據本身過往歷史、現有營銷狀況及前瞻性估計作出該等假設及選擇減值計算的輸入數據。

(d) 即期及遞延所得稅

貴集團須於香港及中國繳納所得稅。於釐定上述各司法權區的所得稅撥備時須作出重大判斷。於日常業務過程中，有許多交易及計算方法的最終稅項釐定並不確定。倘該等事宜的最終稅務結果與最初記錄的金額不同，則該等差額將影響有關釐定期間的所得稅及遞延稅項撥備。

與若干暫時差額及稅項虧損有關的遞延稅項資產於管理層認為可能有未來應課稅溢利可用作抵銷暫時性差額或稅項虧損時確認。倘 貴公司能夠控制暫時性差額的轉回時間，且該等差額很可能不會可預見未來轉回，則與境外經營投資的賬面值與稅基之間的暫時性差額相關的遞延所得稅負債將不予確認。倘預期有別於原先估計，有關差額將影響有關估計變動期間的遞延稅項資產／負債及稅項開支的確認。

5 收入及分部資料

主要經營決策者(「主要經營決策者」)已確定為 貴公司作出戰略決策的執行董事。主要經營決策者將 貴集團的業務視為單一經營分部，並相應審閱歷史財務報表。由於 貴集團僅有一個經營分部根據香港財務報告準則第8號合資格作為報告分部，且執行董事就分配資源及評估經營分部表現而定期審閱的資料為 貴集團的歷史財務報表，故於歷史財務報表並無呈列另外的分部分析。

貴集團於往績記錄期間的收入及經營溢利全部來自中國(包括香港及澳門)，故並無呈列地區資料。

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日， 貴集團的所有非流動資產均位於中國(包括香港及澳門)。

於往績記錄期間，概無客戶單獨貢獻 貴集團總收入的10%或以上。因此，於往績記錄期間並無呈列主要客戶分析。

於往績記錄期間確認的收入如下：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*	*人民幣千元*
銷售貨品，扣除銷售回扣、折扣及退貨	1,637,054	1,666,931	1,852,558	922,918	1,064,223
服務及管理費收入	37,600	32,213	11,203	9,099	154
	1,674,654	1,699,144	1,863,761	932,017	1,064,377
收入確認時間					
－在某個時間點	1,637,054	1,666,931	1,852,558	922,918	1,064,223
－隨著時間推移	37,600	32,213	11,203	9,099	154
	1,674,654	1,699,144	1,863,761	932,017	1,064,377

貴集團已確認以下與客戶合約有關的負債：

	於4月1日	於3月31日			於9月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
	(未經審計)				
合約負債*(附註)*	9,629	21,541	23,015	16,307	9,730

附註： 貴集團於客戶支付代價但於 貴集團向客戶出售貨品前確認合約負債。

下表列示於往績記錄期間確認的與結轉合約負債有關的收入。

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
年／期初合約負債中已確認計入	9,629	21,541	23,015	23,015	16,307

貴集團已選擇符合實際權宜方法不披露餘下履約責任，因為有關履約責任是原預期為時一年或以下的合約的一部分。

收入會計政策

收入按已收或應收代價的公允價值計量，並指供應貨品的應收金額，並扣除已授出折扣列報。給予客戶的折扣分類為收入削減。 貴集團在以下情況時確認收入：收入金額能夠可靠計量時；未來經濟利益很可能流入 貴集團時；及當 貴集團的各項活動符合以下所述的特定標準時。

(a) 銷售貨品

貴集團於中國(包括香港及澳門)經營連鎖零售店及寄售專櫃，銷售香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。銷售貨品的收入於產品控制權轉讓予客戶時確認。交易價格於客戶購買產品時即時支付。

貴集團亦從事向中國(包括香港及澳門)的批發商及分銷商批發及分銷香水、護膚品、彩妝、個人護理產品、眼鏡及家居香氛。銷售於產品的控制權轉移時確認，即產品交付予零售商及分銷商時，零售商及分銷商可全權酌情決定銷售產品的渠道及價格，並且不存在可能影響批發商和分銷商接受產品的未履行責任。

(b) 服務收入

貴集團經營並管理若干客戶各自品牌下的線上及線下店舖的日常業務，以及就此收取服務費。提供服務的收入於提供服務期間確認。

(c) 銷售回扣

一旦於該期間內購買的產品數量超過合約規定的閾值，則可向若干客戶提供追溯銷售回扣。返利於 貴集團的合約負債中確認。為估計預期未來返利的可變代價，具有單一交易量門檻的合約採用最可能金額法，而具有超過一個交易量門檻的合約採用預期價值法。最能預測可變對價金額的選定方法主要由合約中包含的交易量閾值數量決定。累計經驗乃用於估計銷售回扣的撥備，而收入僅在很可能不會發生重大撥回的情況下確認。

(d) 銷售退貨

就向客戶提供於指定期間內退貨權利的合約而言，預期價值法乃用於估計將不會退回的貨品，因為該方法最能預測 貴集團將有權獲得的金額。退款負債乃根據 貴集團所持有的歷史數據估計，並視乎實際回報的不同或預期的不同而作出調整。

(e) 重大融資組成部分

貴集團預期不會就向客戶轉讓所承諾貨品或服務至客戶付款之間的期間超過一年而訂立任何合約。因此， 貴集團並無就貨幣時間價值調整任何交易價格。

(f) 委託人與代理分析

對 貴集團收入應呈列總額或淨額的釐定乃基於對多項因素的持續評估。於釐定 貴集團是否作為委託人或代理人向客戶提供貨品或服務時， 貴集團須於向客戶轉讓特定貨品或服務前首先識別特定貨品或服務的控制方。 貴集團為取得以下任何一項控制權的委託人：(i) 貴集團隨後將商品或其他資產轉讓予客戶；(ii)獲得另一方提供服務的權利，使 貴集團能夠指示該方代表 貴集團向客戶提供服務；(iii) 貴集團在向客戶提供指定商品或服務時將另一方的商品或服務與其他商品或服務合併。倘控制權不明確，當 貴集團在交易中負有主要責任、面臨存貨風險、在定價方面擁有自主權、或擁有上述若干但非全部指標，則 貴集團按總額確認收入。否則， 貴集團將所賺取的淨額記錄為銷售產品或提供服務的佣金。

貴集團已根據上述因素評估其所有收入流的收入確認，並認為 貴集團乃銷售貨品或服務的主要負責人。因此， 貴集團應按總額基準確認收入。

(g) 合約負債

當合約任何一方已履約， 貴集團視乎 貴集團履約與客戶付款之間的關係，於財務狀況表中將合約呈列為合約資產或合約負債。合約負債為 貴集團向客戶轉移 貴集團已向客戶收取代價的產品或服務的責任。

6 其他收入

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
政府補助*(附註i)*	13,308	11,979	10,748	3,578	294
管理費收入*(附註33)*	74	78	1,598	40	–
展覽支持服務收入*(附註ii)*	–	–	–	–	1,400
	13,382	12,057	12,346	3,618	1,694

附註i： 政府補助與中國財政扶持基金及香港特區政府的保就業計劃有關。該等補助並無附帶任何未達成條件或其他或然事項。

附註ii： 截至2024年9月30日止期間， 貴集團與獨立第三方訂立展覽合作協議，以就中國香水展覽會提供策劃、協調及支持服務。

政府補助的會計政策

政府補助在能夠合理確定將收到補助且 貴集團將符合所有附帶條件時按其公允價值確認。

與成本有關的政府補助會遞延，並在與擬補償的成本相匹配的必要期間內在綜合全面收益表中確認。

7 按性質分類的開支

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
已售存貨成本*(附註24)*	782,710	801,337	891,178	443,444	522,330
存貨減值撥備*(附註24)*	2,021	3,767	6,312	2,336	50
僱員福利開支*(附註9)*	303,440	336,194	377,216	183,703	173,853
廣告及推廣開支，扣除已收報銷費用	210,129	113,537	80,340	47,497	82,718
與可變租賃付款有關的開支*(附註19(c))*	40,249	34,570	51,700	23,245	26,386
與短期租賃有關的開支*(附註19(c))*	21,258	26,338	29,318	15,016	11,097
物業、廠房及設備折舊*(附註17(c))*	15,208	16,325	23,051	13,314	11,551

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
無形資產攤銷	638	853	1,602	678	810
使用權資產折舊*(附註19(c))*	39,004	50,889	57,635	29,373	35,567
物業、廠房及設備減值撥備 *(附註17(b))*	–	2,570	33	–	1,145
使用權資產減值撥備(*(附註19(c))*	–	4,704	63	–	1,537
租金減免*(附註)*	(1,254)	–	–	–	–
核數師酬金					
－審計服務	1,304	507	490	–	–
－非審計服務	–	–	214	–	–
倉儲及物流開支	25,295	26,872	26,131	12,846	13,996
差旅開支	3,785	3,827	13,266	6,152	5,107
辦公室開支	13,671	11,839	13,456	6,795	7,665
[編纂]開支	–	–	[編纂]	–	[編纂]
其他	50,851	36,498	65,181	27,567	28,433
總銷售成本、銷售及營銷開支以及行政開支	1,508,309	1,470,627	1,642,809	811,966	934,788

附註： 截至2022年3月31日止年度，與COVID-19相關的租金減免人民幣1,254,000元已計入銷售及營銷開支。

8 其他收益／(虧損)淨額

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
匯兑收益／(虧損)淨額	31,815	(17,429)	(1,584)	(2,965)	(11,783)
按公允價值計入損益的金融資產收益／(虧損)	296	145	(479)	(232)	776
提前終止租賃收益	22	21	844	–	–
出售物業、廠房及設備收益／(虧損)*(附註31(b))*	775	445	(53)	(2)	245
出售分類為持作出售的資產的收益 *(附註25)*	–	–	–	–	14,759
	32,908	(16,818)	(1,272)	(3,199)	3,997

9 僱員福利開支

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
薪金、工資及花紅*(附註)*	255,739	282,457	302,964	155,154	149,201
退休金成本－定額供款計劃	42,820	51,619	55,279	26,371	25,193
其他福利及津貼	3,187	1,793	3,938	1,304	1,107
長期服務金撥備／(撥備撥回)	768	(144)	1,046	582	174
未休年假撥備／(撥備撥回)	926	469	394	292	(1,822)
以股份為基礎的付款開支*(附註15)*	–	–	13,595	–	–
	303,440	336,194	377,216	183,703	173,853

附註： 結餘包括截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月的裁員成本，分別為人民幣3,014,000元、人民幣3,921,000元、人民幣6,626,000元、人民幣3,332,000元及人民幣5,671,000元。

僱員福利開支的會計政策

(a) 短期負債

工資及薪金負債預期將於期末後12個月內清償，其中僱員提供的相關服務將就彼等截至報告期末之服務確認，並按清償負債時預期將支付金額計量。有關負債於綜合財務狀況表呈列為當期僱員福利責任。

(b) 退休金負債

香港附屬公司參加一項香港的定額供款計劃，並按強制、合約或自願基準向公開或私人管理之退休金保險計劃作出供款。

中國附屬公司參加由中國有關政府機關為僱員設立及管理的界定供款退休計劃及其他僱員社會保障計劃(包括退休金、醫療及其他福利)。 貴集團根據有關法規指定的僱員總薪酬的若干百分比向該等計劃作出供款，供款設有上限。

貴集團於支付供款後概無進一步付款責任。該等供款將於到期時確認為僱員福利開支。倘日後付款可獲得現金退款或減免，預付供款確認為資產。

於往績記錄期間， 貴集團概無利用沒收供款減少該等年度的供款。

(c) 花紅

貴集團於合約帶有責任或過往慣例產生推定責任時確認負債及花紅開支。

(d) 僱員應享假期

僱員應享年假在僱員應享有時確認。已就直至報告日期僱員所提供服務而產生的年假估計負債計提撥備。

僱員應享有的病假及產假於休假時方會確認。

(e) 離職福利

離職福利負債會於 貴集團實體無法再撤回離職福利邀約及當其確認任何相關重組成本時(以較早者為準)時確認。

10 五大最高薪酬信息

於各往績記錄期間， 貴集團薪酬最高的五名人士包括3名、3名、3、3名及3名董事，其薪酬反映於附註34。支付予餘下2名、2名、2名、2名及2名人士的薪酬分別如下：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
薪金、工資及花紅	4,553	4,693	4,864	2,291	2,402
退休金成本－定額供款計劃	260	285	304	143	144
以股份為基礎的付款開支	–	–	5,011	–	–
	4,813	4,978	10,179	2,434	2,546

上述人士的薪酬均介於以下範圍內：

	人數				
	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
				(未經審計)	
薪酬範圍					
500,001港元至1,000,000港元	–	–	–	1	–
1,000,001港元至1,500,000港元	–	–	–	–	1
1,500,001港元至2,000,000港元	–	–	–	1	1
2,000,001港元至2,500,000港元	1	1	–	–	–
2,500,001港元至3,000,000港元	–	–	–	–	–
3,000,001港元至3,500,000港元	–	1	1	–	–
3,500,001港元至4,000,000港元	1	–	–	–	–
8,000,000港元至8,500,000港元	–	–	1	–	–

於往績記錄期間，概無就加入 貴集團或離職而支付或應付五名最高薪酬人士中任何人獎勵或補償金。

11 財務收入／(成本)淨額

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
財務收益：					
－銀行存款的利息收入	7,721	6,468	8,063	4,635	396
－向一名董事貸款的利息收入	65	–	–	–	–
	7,786	6,468	8,063	4,635	396
財務成本：					
－銀行借款的利息開支	(65)	–	–	–	(389)
－租賃負債的利息開支*(負債19(c))*	(2,196)	(2,667)	(4,034)	(2,163)	(2,671)
	(2,261)	(2,667)	(4,034)	(2,163)	(3,060)
財務收入／(成本)淨額	5,525	3,801	4,029	2,472	(2,664)

12 所得稅開支

(a) 開曼群島所得稅

貴公司於開曼群島註冊成立且無須繳納企業所得稅。

(b) 英屬處女群島所得稅

於英屬處女群島註冊成立的 貴集團附屬公司無須繳納企業所得稅。

(c) 香港利得稅

香港利得稅乃按於往績記錄期間的估計應課稅溢利16.5%計算，惟於利得稅兩級制項下符合資格的一家實體除外，根據該稅制，首2百萬港元的應課稅利潤按8.25%的稅率徵收，其餘應課稅利潤按16.5%的稅率徵收。

(d) 中國企業所得稅

中國企業所得稅乃按相關中國實體於往績記錄期間的應課稅溢利25%計算。

計入／(抵免)綜合全面收益表的所得稅金額指：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
即期所得稅					
－香港利得稅	42,345	54,789	18,615	25,047	12,253
－中國企業所得稅	6,672	(542)	12,618	154	8,887

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
先前年度稅項超額撥備					
－中國企業所得稅	–	–	–	–	(1,935)
遞延所得稅*(附註20)*	(2,233)	(418)	(5,089)	(1,592)	(2,982)
	46,784	53,829	26,144	23,609	16,223

貴集團有關除所得稅前溢利的稅項與採用 貴集團下的實體溢利的適用稅率而計算的理論稅額差額如下：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
除所得稅前溢利	217,671	226,935	232,617	119,702	131,680
按各營業國家／地區溢利適用的地方稅率計算的稅項	30,828	30,507	48,710	15,792	28,316
稅務影響：					
毋須課稅的收入	(2,791)	(2,443)	(2,161)	(2,246)	(1,906)
兩級制項的影響	(135)	(143)	(150)	(148)	(151)
先前年度稅項超額撥備	–	–	–	–	(1,935)
不可扣稅的開支	5,305	6,586	8,642	886	3,581
未確認的暫時差異	377	6,334	(5,876)	(3,366)	(2,247)
現收回先前未確認的稅項虧損以減少即期稅項開支*(附註)*	(3,408)	(1,930)	(28,899)	(1,817)	(12,984)
未確認的稅項虧損的稅務影響	16,616	14,923	5,881	14,524	3,557
稅項優惠	(8)	(5)	(3)	(16)	(8)
	46,784	53,829	26,144	23,609	16,223

附註： 為根據 貴集團的營運模式將若干中國附屬公司的經營表現正常化， 貴集團已於2023年12月與中國稅務局溝通，並由截至2024年3月31日止年度起，與一家香港附屬公司就該等中國附屬公司的集團內公司間交易協定新的轉讓定價安排。其後， 貴集團於截至2024年9月30日止六個月進一步與該香港附屬公司就一家中國附屬公司採納相同的轉讓定價安排。新轉讓定價安排允許中國附屬公司保留目標利潤率。管理層認為，此為基於2023年12月與中國稅務局的溝通而對即期稅項撥備的估計變動，因此於 貴集團就中國附屬公司採納新轉讓定價安排的年度／期間採用未來適用法對該轉讓定價安排進行處理。

即期及遞延所得稅的會計政策

年內稅項開支包括即期及遞延所得稅。稅項乃於損益確認，惟與於其他全面收益或直接於權益確認的項目有關者除外。於此情況下，稅項亦分別於其他全面收益或直接於權益確認。

(a) 即期所得稅

即期所得稅根據 貴公司及其附屬公司營運及產生應課稅收入的國家於報告日已頒佈或實質頒佈的稅務法例計算。管理層定期就適用稅法須予詮釋的情況評估報稅金額，並考慮稅務機構會否有可能接納不確定的稅項處理。 貴集團以最可能金額或預期值計算其稅項結餘，視乎哪種方法能更好地預測不確定性的解決方法。

(b) 遞延所得稅

遞延所得稅採用負債法按資產及負債的稅基與其在歷史財務資料中的賬面值產生的暫時差異悉數撥備。然而，倘遞延稅項負債亦從初步確認商譽產生，則不會予以確認；倘遞延所得稅從交易(業務合併除外)初步確認資產或負債產生，而於交易時不影響會計或應課稅利潤或虧損且不會導致產生等同應課稅及可扣減暫時差額，則並不予入賬。遞延所得稅按於報告期末已制定或實質制定，並預期於相關遞延所得稅資產變現或遞延所得稅負債清償時適用的稅率(及法律)釐定。

僅於可能出現未來應課稅溢利抵銷暫時差額及虧損時確認遞延稅項資產。

倘 貴公司有能力控制撥回暫時差額的時間及該等差額不會於可預見的將來撥回，則不會就於海外業務的投資的賬面值及稅基之間的暫時差額確認遞延稅項負債及資產。

(c) 抵銷

當有法定可強制執行權利將當期稅項資產與當期稅項負債抵銷，且遞延所得稅資產及負債與同一稅務機關對應課稅實體或不同應課稅實體徵收的所得稅有關，但有意按淨額基準結算所得稅結餘時，則可將遞延所得稅資產與負債相互抵銷。

13 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利按 貴公司擁有人應佔溢利除以往績記錄期間已發行普通股加權平均數計算。

在計算往績記錄期間已發行普通股加權平均數時，於重組期間向 貴公司擁有人發行的兩股股份(附註1.2.1)已追溯調整，猶如該等股份已自2021年4月1日起發行。

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
				(未經審計)	
貴公司普通股持有人應佔溢利(人民幣千元)	170,887	173,106	206,473	96,093	115,457
已發行普通股加權平均數	2	2	2	2	2
每股基本盈利(以每股人民幣千元呈列)	85,444	86,553	103,237	48,047	57,729

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利乃假設已轉換所有潛在攤薄普通股，透過調整已發行在外的普通股加權平均數計算。

於往績記錄期間， 貴公司的潛在攤薄普通股包括向 貴集團若干董事及僱員授出的購股權。由於購股權在 貴集團的資本化發行及[**編纂**]完成後有條件行使，故於報告年度／期間計算每股攤薄盈利並無計入潛在可發行股份。因此，每股攤薄盈利等於往績記錄期間的每股基本盈利。

14 股息

貴公司自其註冊成立以來概無派付或宣派股息。往績記錄期間的股息指於各相關年度／期間由現組成 貴集團的公司向該等公司的當時股東宣派的股息，並經扣除集團公司間股息後。由於股息派付率及可獲派股息的股份數目就本報告而言並無意義，因此並無呈列該等資料。

15 以股份為基礎的付款

貴集團根據於2019年通過的股東決議案批准並採納Eternal BVI項下[**編纂**]購股權計劃(「[**編纂**]僱員購股權計劃」)。購股權已於2019年12月1日及2024年3月31日授出，旨在吸引、挽留及激勵承授人致力為 貴集團的未來發展及擴展作出努力。

於2019年12月1日，向合共10名承授人(包括 貴集團若干董事及僱員)授出17,294,487份不附帶歸屬條件的購股權。購股權的行使價為每股0.1港元。已歸屬的購股權可於[**編纂**]後行使，其中40%已行使股份僅可於 貴集團[**編纂**]一個月後方可出售、30%已行使股份可於 貴集團[**編纂**]一年後出售以及餘下已行使股份可於 貴集團[**編纂**]兩年後出售。

於2024年3月31日，進一步向合共8名承授人(包括 貴集團若干僱員)授出8,898,690份不附帶歸屬條件的購股權。購股權的行使價為每股0.1港元。該等購股權的行使時間與2019年授出的購股權相似。

承授人需於行使購股權前28日通知 貴公司。 貴集團概無以現金回購或結算購股權的法律或推定義務。

因授出購股權而獲得的服務的公允價值乃經參考授出的購股權的公允價值計量。使用二項式模型釐定的已授出購股權的公允價值範圍以及模型的重大輸入數據如下：

	於授出日期的購股權	
	2019年12月1日	**2024年3月31日**
已授出[**編纂**]僱員購股權計劃的公允價值(人民幣)	12,835,000	13,595,000
預期波幅*(附註)*	50.07%	52.13%
預計購股權年期(年)	10	10
股息率	0%	0%
無風險率	1.82%	3.70%

附註： 預期波幅乃根據可比公司的歷史波幅而假設。

用於估計購股權公允價值的變數及假設為董事的最佳估計。主觀輸入假設的變動會對公允價值產生重大影響。

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，尚未行使的購股權數目分別為17,294,487份、17,294,487份、26,193,177份及26,193,177份。於往績記錄期間，概無購股權獲行使、失效或被沒收。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月，於損益中確認的以股份為基礎的付款開支分別為零、零、人民幣13,595,000元、零及零。

於2024年6月18日， 貴公司採納一項[**編纂**]購股權計劃(「開曼購股權計劃」)，以換取放棄Eternal BVI的[**編纂**]僱員購股權計劃。先前根據[**編纂**]僱員購股權計劃獲授的購股權承授人根據開曼購股權計劃獲授購股權，以一對一基準換取交回及註銷[**編纂**]僱員購股權計劃。

以股份為基礎的付款的會計政策

貴集團設有一項以權益結算以股份為基礎的薪酬計劃(即購股權計劃)，據此， 貴集團接受僱員的服務，作為 貴公司權益工具的代價。 貴集團授予承授人的購股權於授出日期根據權益工具的公允價值計量，並於歸屬期(即達成所有指定歸屬條件的期間)確認為僱員福利開支，並相應增加權益，列為「以股份為基礎的薪酬」。

於各報告期末， 貴集團根據非市場歸屬及服務條件修訂其對預期將予歸屬的購股權數目的估計。 貴集團於損益確認修訂原估計的影響(如有)，並對權益作出相應調整。

將予支銷的總金額參考已授出購股權的公允價值釐定：

- 包括任何市場表現條件(例如實體的股價)，
- 不包括任何服務及非市場表現歸屬條件的影響(例如盈利能力及在指定期間內仍為實體僱員)，及
- 包括任何非歸屬條件的影響(例如要求僱員在特定期間保存或持有股份)。

16 投資合營企業

	截至3月31日止年度	截至9月30日止六個月
	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
期初賬面值	–	2,855
購置非掛牌股份－按成本	5,607	–
應佔合營企業虧損	(2,964)	(1,271)
應佔合營企業業績－匯兑差異	212	(8)
期末賬面值	2,855	1,576

於2024年3月31日及2024年9月30日，合營企業並無承擔及或然負債。

(a) 應收合營企業款項

	於3月31日	於9月30日
	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*
應收合營企業款項	13,514	12,172

於2024年3月31日及2024年9月30日，該結餘為貿易性質、未擔保、免息及按需償還。該結餘的賬面值與其公允價值相若。應收合營企業款項按港元及人民幣計值。[預期所有應收合營企業結餘均將於[**編纂**]前結清。]

該合營企業的詳情概述如下。

實體名稱	註冊成立／成立國家／地區及日期	主要業務	所持股份類別	擁有人權益及投票權比例 於2024年3月31日	擁有人權益及投票權比例 於2024年9月30日
穎芭中國控股有限公司	香港，2023年5月8日	護膚品銷售及零售	普通股	50%	50%

17 物業、廠房及設備

	租賃物業裝修	建築	辦公室設備	冷氣機房	計算機設備	車輛	傢私及裝置	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*	*人民幣千元*
於2021年4月1日								
成本	13,211	2,401	3,690	1,252	27,159	5,884	7,143	60,740
累計折舊	(7,294)	(1,179)	(3,591)	(468)	(22,081)	(4,304)	(6,794)	(45,711)
賬面淨值	5,917	1,222	99	784	5,078	1,580	349	15,029
截至2022年3月31日止年度								
年初賬面淨值	5,917	1,222	99	784	5,078	1,580	349	15,029
添置	15,488	–	88	279	3,192	2,233	745	22,025
出售	(12)	–	–	(21)	(213)	–	–	(246)
折舊費用*(附註7)*	(10,108)	(59)	(62)	(247)	(2,936)	(1,196)	(600)	(15,208)
匯兑差異	(31)	(37)	(2)	(20)	(9)	(71)	–	(170)
年末賬面淨值	11,254	1,126	123	775	5,112	2,546	494	21,430
於2022年3月31日								
成本	32,187	2,326	3,601	1,372	26,789	5,901	3,363	75,539
累計折舊	(20,933)	(1,200)	(3,478)	(597)	(21,677)	(3,355)	(2,869)	(54,109)
賬面淨值	11,254	1,126	123	775	5,112	2,546	494	21,430
截至2023年3月31日止年度								
年初賬面淨值	11,254	1,126	123	775	5,112	2,546	494	21,430
添置	9,249	–	87	174	2,220	1,213	268	13,211
減值	(2,570)	–	–	–	–	–	–	(2,570)
出售	–	–	–	–	(7)	(147)	–	(154)
折舊費用*(附註7)*	(11,455)	(62)	(61)	(203)	(2,913)	(1,473)	(158)	(16,325)
匯兑差異	125	103	5	59	26	229	–	547
年末賬面淨值	6,603	1,167	154	805	4,438	2,368	604	16,139
於2023年3月31日								
成本	42,135	2,540	3,915	1,658	27,194	6,331	3,802	87,575
累計折舊及減值	(35,532)	(1,373)	(3,761)	(853)	(22,756)	(3,963)	(3,198)	(71,436)
賬面淨值	6,603	1,167	154	805	4,438	2,368	604	16,139

	租賃物業裝修	建築	辦公室設備	冷氣機房	計算機設備	車輛	傢私及裝置	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*	*人民幣千元*
截至2024年3月31日止年度								
年初賬面淨值	6,603	1,167	154	805	4,438	2,368	604	16,139
年內添置	24,860	–	205	64	1,581	859	18	27,587
分類為持作出售資產 *(附註25)*	–	(1,143)	–	–	–	–	–	(1,143)
減值	(33)	–	–	–	–	–	–	(33)
出售	(196)	–	(4)	(3)	(13)	–	–	(216)
折舊費用 *(附註7)*	(19,057)	(65)	(67)	(233)	(2,101)	(1,355)	(173)	(23,051)
匯兑差異	94	41	3	26	20	94	–	278
年末賬面淨值	12,271	–	291	659	3,925	1,966	449	19,561
於2024年3月31日								
成本	66,729	–	3,859	1,775	28,804	6,542	3,904	111,613
累計折舊及減值	(54,458)	–	(3,568)	(1,116)	(24,879)	(4,576)	(3,455)	(92,052)
賬面淨值	12,271	–	291	659	3,925	1,966	449	19,561

	租賃物業裝修	辦公室設備	冷氣機房	計算機設備	車輛	傢私及裝置	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*
截至2024年9月30日止六個月							
期初賬面淨值	12,271	291	659	3,925	1,966	449	19,561
期內添置	16,633	24	73	410	–	14	17,154
減值	(1,145)	–	–	–	–	–	(1,145)
出售	(1,113)	–	–	(173)	–	(50)	(1,336)
折舊費用 *(附註7)*	(9,913)	(35)	(80)	(769)	(665)	(89)	(11,551)
匯兑差異	(29)	(2)	(5)	(7)	(9)	–	(52)
期末賬面淨值	16,704	278	647	3,386	1,292	324	22,631
於2024年9月30日							
成本	81,398	3,815	1,834	28,553	5,678	3,819	125,097
累計折舊及減值	(64,694)	(3,537)	(1,187)	(25,167)	(4,386)	(3,495)	(102,466)
賬面淨值	16,704	278	647	3,386	1,292	324	22,631

(a) 質押予 貴集團銀行融資的物業、廠房及設備詳情載於附註30。

(b) 貴集團將各門店及專櫃視為可獨立識別的現金產生單位。由於若干門店及專櫃於年內相對預算表現欠佳或錄得虧損，管理層會於發生任何事件或情況變化顯示可能無法收回該等門店及專櫃的物業、廠房及設備以及使用權資產的賬面值時，對其進行減值評估。

倘資產的賬面值高於其估計可收回金額(公允價值減銷售成本或使用價值中的較高者)，則門店及專櫃的賬面值會撇減至其可收回金額。可收回金額的估計乃基於管理層批准的涵蓋剩餘租賃年期的財務預測的貼現現金流量預測(主要假設包括收入增長率及稅前貼現率)計算的可使用價值。因為減值評估，就 貴集團的若干門店及專櫃所作確認，於截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，物業、廠房及設備的減值虧損分別為零、人民幣2,570,000元、人民幣33,000元及人民幣1,145,000元，而使用權資產的減值虧損分別為零、人民幣4,704,000元、人民幣63,000元及人民幣1,537,000元。至於其他門店及專櫃，可收回金額充份超過該等門店及專櫃的資產賬面值。

釐定可收回金額的主要輸入數據包括平均收入增長及稅前貼現率。於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，用於釐定香港及中國可收回金額的稅前貼現率分別為10%-12%、10%-12%、11%-12%及11%-12%。

(c) 截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月，折舊費用分別有人民幣10,108,000元、人民幣11,455,000元、人民幣19,057,000元、人民幣11,384,000元及人民幣9,913,000元計入銷售及營銷開支，另有人民幣5,100,000元、人民幣4,870,000元、人民幣3,995,000元、人民幣1,930,000元及人民幣1,638,000元計入行政開支。

物業、廠房及設備會計政策

物業、廠房及設備的折舊採用直線法計算，以於其估計年期內將其成本分配至剩餘價值(如適用)，如下：

租賃物業裝修	3年或餘下租賃期(以較短者為準)
建築	2-3%
冷氣機房	10%
傢私及裝置	20%
辦公室設備	20%
計算機設備	25%
車輛	33%

貴集團的物業、廠房及設備按歷史成本減累計折舊及減值列賬。歷史成本包括收購項目直接應佔的開支。

其後成本計入資產賬面值或於適當時確認為獨立資產，惟以有關該項目的未來經濟利益很可能流入 貴集團及該項目的成本能可靠計量為限。入賬為獨立資產的任何組成部分的賬面值於被替換時終止確認。所有其他維修及保養於其產生的報告期間計入損益。

資產的剩餘價值及可使用年期於各報告期末進行審閱及調整(如適用)。

倘資產的賬面值高於其估計可收回金額，則該資產的賬面值會即時撇減至其可收回金額(附註36.6)。

出售的收益及虧損乃通過比較所得款項與賬面值釐定。該等款項計入損益。當重估資產被出售時，集團的政策是將有關該等資產計入其他儲備的任何金額轉撥至保留盈利。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

18 無形資產

	俱樂部會員資格	計算機軟件	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2021年4月1日			
成本	216	951	1,167
累計折舊	–	(326)	(326)
賬面淨值	216	625	841
截至2022年3月31日止年度			
年初賬面淨值	216	625	841
添置	–	4,626	4,626
扣除攤銷 *(附註7)*	–	(638)	(638)
匯兑差異	(7)	–	(7)
年末賬面淨值	209	4,613	4,822
於2022年3月31日			
成本	209	5,577	5,786
累計折舊	–	(964)	(964)
賬面淨值	209	4,613	4,822
截至2023年3月31日止年度			
年初賬面淨值	209	4,613	4,822
扣除攤銷 *(附註7)*	–	(853)	(853)
匯兑差異	19	–	19
年末賬面淨值	228	3,760	3,988
於2023年3月31日			
成本	228	5,577	5,805
累計折舊	–	(1,817)	(1,817)
賬面淨值	228	3,760	3,988
截至2024年3月31日止年度			
年初賬面淨值	228	3,760	3,988
添置	–	1,290	1,290
扣除攤銷 *(附註7)*	–	(1,602)	(1,602)
匯兑差異	9	–	9
年末賬面淨值	237	3,448	3,685
於2024年3月31日			
成本	237	6,867	7,104
累計折舊	–	(3,419)	(3,419)
賬面淨值	237	3,448	3,685
截至2024年9月30日止六個月			
期初賬面淨值	237	3,448	3,685
添置	–	1,241	1,241
扣除攤銷 *(附註7)*	–	(810)	(810)
匯兑差異	(2)	–	(2)
期末賬面淨值	235	3,879	4,114
於2024年9月30日			
成本	235	8,108	8,343
累計折舊	–	(4,229)	(4,229)
賬面淨值	235	3,879	4,114

於往績記錄期間， 貴集團向獨立第三方外部收購計算機軟件。

計算機軟件攤銷於往績記錄期間確認為行政開支。

無形資產會計政策

無形資產指俱樂部會員資格的無形資產按成本減折舊虧損(如有)呈列，而使用年期為4年的計算機軟件按成本減累計攤銷呈列。

19 租賃

(a) 使用權資產

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
辦公室	18,855	14,202	12,498	30,498
倉庫	12,662	9,907	8,433	5,185
門店及專櫃	41,650	39,477	59,857	45,192
打印機	1,411	1,398	1,142	979
租賃土地	1,272	1,334	–	–
	75,850	66,318	81,930	81,854

於截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2024年9月30日止六個月，使用權資產添置分別為人民幣70,358,000元、人民幣54,330,000元、人民幣75,958,000元及人民幣37,453,000元。於截至2024年3月31日止年度，約人民幣1,338,000元的使用權資產重新分類至持作出售資產(附註25)。

質押予 貴集團銀行融資的使用權資產詳情載於附註30。

(b) 租賃負債

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
流動部分	40,454	48,236	52,520	59,116
非流動部分	36,773	24,769	33,074	27,643
	77,227	73,005	85,594	86,759

於截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月，租賃現金流出總額(包括短期租賃付款、可變租賃、租賃負債及租賃利息付款)分別約為人民幣92,014,000元、人民幣113,786,000元、人民幣146,281,000元、人民幣69,921,000元及人民幣75,995,000元。

(c) 於綜合全面收益表中確認的金額

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
				(未經審計)	
使用權資產折舊*(附註7)*	39,004	50,889	57,635	29,373	35,567
使用權資產減值撥備*(附註7)*	–	4,704	63	–	1,537
租賃負債利息開支*(附註11)*	2,196	2,667	4,034	2,163	2,671
與可變租賃付款有關的開支（計入銷售及營銷開支）*(附註7)*	40,249	34,570	51,700	23,245	26,386
與短期租賃有關的開支（計入銷售及營銷開支）*(附註7)*	21,258	26,338	29,318	15,016	11,097
租金優惠（計入銷售及營銷開支）*(附註7)*	(1,254)	–	–	–	–

貴集團作為承租人的部分物業租賃包含與租賃門店及專櫃產生的銷售掛鈎的可變租賃付款條款。可變租賃條款用於將租賃付款與門店現金流量掛鈎並減少固定成本。可變租賃付款取決於銷售，因此取決於未來幾年的整體經濟發展。

有關使用權資產減值損失的詳情，請參閱附註17(b)。

(d) 貴集團的租賃活動及其會計處理

貴集團租賃若干辦公室、倉庫、門店、專櫃、打印機及租賃土地。租賃合約的固定期限一般為1年至3年，其中或包含延長租賃的選擇權。

租賃條款乃按個別基準協商，並且包括眾多不同的條款及條件。除出租人持有的租賃資產的擔保權益外，租賃協議並未施加任何契諾。租賃資產不得作為借款擔保。

租賃於租賃資產可供　貴集團使用之日確認為使用權資產及相應的負債。

租賃產生的資產和負債在現值基礎上進行初始計量。租賃負債包括下列租賃付款的淨現值：

- 固定付款額（包括實質固定付款額），扣除應收的租賃激勵；及
- 終止租賃的罰款金額，前提是租賃期反映出承租人將行使終止租賃該選擇權。

租賃付款按照租賃內含利率折現。如果無法確定該利率，則採用承租人的增量借款利率，即個別承租人為在類似經濟環境下獲得與使用權資產價值相近的資產，以類似條款、擔保和條件借入資金而必須支付的利率。為釐定增量借款利率， 貴集團：

- (如可行)以個別承租人最近收到的第三方融資為起點，並作出調整以反映自獲得第三方融資以來融資狀況的變化；
- 使用累加法，首先就 貴集團所持有租賃的信貸風險(最近並無第三方融資)調整無風險利率；及
- 進行租賃特定的調整，例如期限、國家、貨幣及抵押。

租賃付款於本金及融資成本之間作出分配。融資成本於租期內自損益扣除，以計算出各期間負債結餘的固定週期利率。

使用權資產按成本計量，包括以下各項：

- 租賃負債的初步計量金額；
- 於開始日期或之前所作的任何租賃付款，減去所得的任何租賃優惠；
- 任何初始直接成本；及
- 修復成本。

使用權資產一般按直線法以資產使用壽命或租期(以較短者為準)予以折舊。倘 貴集團合理確定行使購買選擇權，則使用權資產於相關資產的使用壽命內予以折舊。

與短期租賃有關的款項，乃按直線基準於損益中確認為開支。短期租賃指租期為十二個月或以下的租賃。

貴集團自2021年4月1日起採納香港財務報告準則第16號(修訂本)－COVID-19相關租金寬免。修訂本提供可選擇的可行權宜方法，允許承租人選擇不評估與COVID-19相關的租金寬免是否屬租賃修訂。採納該選擇的承租人可將合資格租金寬免以非租賃修訂的入賬方式入賬。可行權宜方法僅應用於因COVID-19疫情直接引致的租金寬免且須滿足如下所有條件方會適用：a. 租賃付款變動導致經修訂租賃代價與緊接變動前租賃代價相比，基本相同或更低；b. 租賃付款的任何減少僅影響於2022年6月30日或之前到期的付款；及c. 租賃的其他條款及條件無實質性變動。

(e) 可變租賃付款

部分物業租賃包含與店舖的銷售額掛鈎的可變付款額條款。就個別門店而言，租賃付款乃基於可變付款額條款而定，佔銷售額的百分比為15%至35%。取決於銷售的可變租賃付款額在觸發該等付款的條件發生期間於綜合全面收益表中確認。

(f) 延期及終止權

貴集團的若干物業及設備租賃包括延期及終止選擇權。該等選擇權乃用於就管理 貴集團運營中使用的資產令經營靈活性最大化。所持有的大部分延期及終止權僅可由 貴集團行使，惟不得由有關出租人行使。

20 遞延所得稅

當有法定可執行權利將可收回的當期所得稅與當期所得稅負債抵銷，且遞延所得稅資產和負債涉及由同一稅務機關對應課稅實體或不同應課稅實體徵收的所得稅有關，但有意向以淨額基準結算所得稅結餘時，則可將遞延所得稅資產與負債互相抵銷。抵銷金額載列如下：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
遞延所得稅資產淨值	11,575	12,025	17,142	20,109

遞延所得稅資產的淨變動如下：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
年／期初	9,354	11,575	12,025	17,142
計入綜合全面收益表*(附註12)*	2,233	418	5,089	2,982
匯兌重列	(12)	32	28	(15)
年／期末	11,575	12,025	17,142	20,109

遞延所得稅資產及負債的變動(未計及抵銷同一稅務司法轄區內的結餘)如下：

遞延所得稅資產	減速稅項折舊	稅項虧損	未實現的存貨溢利	租賃負債	撥備及其他	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*	*人民幣千元*
於2021年4月1日結餘	90	–	4,782	9,972	4,135	18,979
於損益(扣除)／入賬	(89)	–	2,147	477	371	2,906
匯兌重列	(1)	–	–	–	(15)	(16)
於2022年3月31日結餘	–	–	6,929	10,449	4,491	21,869
於2022年4月1日結餘	–	–	6,929	10,449	4,491	21,869
於損益(扣除)／入賬	–	–	(1,189)	(3,855)	357	(4,687)
匯兌重列	–	–	–	–	46	46
於2023年3月31日結餘	–	–	5,740	6,594	4,894	17,228
於2023年4月1日結餘	–	–	5,740	6,594	4,894	17,228
於損益入賬／(扣除)	495	4,434	(875)	(602)	1,951	5,403
匯兌重列	3	–	–	–	26	29
於2024年3月31日結餘	498	4,434	4,865	5,992	6,871	22,660

遞延所得稅資產	減速稅項折舊	稅項虧損	未實現的存貨溢利	租賃負債	撥備及其他	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*	*人民幣千元*
於2024年4月1日結餘	498	4,434	4,865	5,992	6,871	22,660
於損益(扣除)／入賬	(27)	175	2,154	1,036	193	3,531
匯兑重列	(4)	–	–	–	(11)	(15)
於2024年9月30日結餘	467	4,609	7,019	7,028	7,053	26,176

遞延所得稅負債	增速稅項折舊	使用權資產	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2021年4月1日結餘	–	9,625	9,625
於損益扣除	177	496	673
匯兑重列	(4)	–	(4)
於2022年3月31日結餘	173	10,121	10,294
於2022年4月1日結餘	173	10,121	10,294
於損益入賬	(160)	(4,945)	(5,105)
匯兑重列	14	–	14
於2023年3月31日結餘	27	5,176	5,203
於2023年4月1日結餘	27	5,176	5,203
於損益(入賬)/ 扣除	(28)	342	314
匯兑重列	1	–	1
於2024年3月31日結餘	–	5,518	5,518
於2024年4月1日結餘	–	5,518	5,518
於損益扣除	–	549	549
於2024年9月30日結餘	–	6,067	6,067

就結轉的稅項虧損而確認的遞延所得稅資產僅限於有關的稅務利益有可能透過未來應課稅盈利實現的部分。 貴集團並無就稅項虧損人民幣71,008,000元、人民幣90,681,000元、人民幣17,077,000元及人民幣28,642,000元於2022年3月31日、2023年3月31日、2024年3月31日及2024年9月30日分別確認中國遞延所得稅資產人民幣17,752,000元、人民幣22,670,000元、人民幣4,269,000元及人民幣7,160,000元，該等遞延所得稅資產可用於抵銷產生虧損的實體的未來應稅溢利，將於一至五年到期。

根據新企業所得稅法，自2008年1月1日開始，當中國境外成立的直接控股公司的中國附屬公司自2008年1月1日後以所賺取的溢利宣派股息，該等直接控股公司將被徵收10%預扣稅。

於往績記錄期間，概無就有關中國的附屬公司於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日的未匯付盈利應付的預扣稅人民幣19,474,000元、零、零及零分別確認遞延所得稅負債人民幣1,947,000元、零、零及零。未匯付盈利將用於長期未來發展。倘 貴集團能夠控制暫時性差額撥回的時間且該暫時性差額於可預見未來可能不會撥回，則不確認遞延所得稅負債。

21 按類別劃分的金融工具

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
按綜合財務狀況表的資產				
按攤銷成本計量的金融資產				
－貿易應收款項*(附註22(a))*	116,511	156,959	175,279	217,077
－其他應收款項及按金(不包括非金融資產)*(附註22(b))*	73,710	62,826	87,221	64,717
－應收關聯公司款項*(附註33(f))*	61,160	55,984	51,155	47,650
－應收股東款項*(附註33(e))*	–	110	271	–
－應收合營企業款項*(附註16)*	–	–	13,514	12,172
－固定按金*(附註23)*	–	13,388	–	–
－現金及現金等價物*(附註23)*	307,393	320,462	150,929	274,763
	558,774	609,729	478,369	616,379
按公允價值計入損益的金融資產	290	463	–	765
總計	559,064	610,192	478,369	617,144
按綜合財務狀況表的負債				
按攤銷成本計量的金融負債				
－貿易應付款項及應付票據*(附註27)*	229,491	113,498	93,223	255,874
－應計費用及其他應付款項(不包括非金融負債*(附註28)*	139,615	121,327	123,161	101,232
－應付董事款項*(附註33(d))*	41,353	76,693	186,951	121,733
－應付關聯公司款項*(附註33(f))*	56,543	61,941	7,045	–
－應付股東款項*(附註33(e))*	1,506	–	–	–
－銀行借款*(附註30)*	–	–	–	38,647
－租賃負債*(附註19(b))*	77,227	73,005	85,594	86,759
總計	545,735	446,464	495,974	604,245

22 貿易及其他應收款項

(a) 貿易應收款項

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貿易應收款項	116,886	157,243	175,726	217,457
減：虧損撥備	(375)	(284)	(447)	(380)
貿易應收款項淨額	116,511	156,959	175,279	217,077

按發票日期列示的貿易應收款項賬齡分析如下：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
30日內	84,010	106,001	107,895	138,255
31至90日	26,204	37,668	48,784	68,451
90日以上	6,672	13,574	19,047	10,751
	116,886	157,243	175,726	217,457
減：虧損撥備	(375)	(284)	(447)	(380)
貿易應收款項淨額	116,511	156,959	175,279	217,077

貿易應收款項的賬面值與其公允價值相若。 貴集團一般給予貿易客戶平均30至90日的信貸期。

貿易應收款項的賬面值按下列貨幣計值：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
港元	34,523	59,112	57,178	69,552
美元	10,602	19,333	16,056	43,879
人民幣	71,386	78,514	102,045	103,646
	116,511	156,959	175,279	217,077

(b) 按金、預付款項及其他應收款項－ 貴集團及 貴公司

貴集團

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
存貨及其他營運開支的預付款項	31,460	13,903	23,317	31,805
非金融資產的預付款項	–	3,054	4,207	6,817
[編纂]開支預付款項	–	–	1,357	5,534
向第三方墊款*(附註i)*	46,089	28,061	28,284	21,269
其他應收款項*(附註ii)*	14,886	17,202	32,824	16,928
可收回增值稅	7,102	11,402	8,183	4,212
按金	12,735	17,563	26,113	26,520
	112,272	91,185	124,285	113,085
減：非流動按金	(4,441)	(7,400)	(6,217)	(7,974)
減：非流動預付款項	–	(3,054)	(4,207)	(6,817)
減：向第三方墊款	(46,089)	(28,061)	–	–
流動部分	61,742	52,670	113,861	98,294

附註：

(i) 於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，向第三方墊款結餘為無抵押、免利息並須按要求償還。結餘的賬面值與其公允價值相若。該等結餘以港元及人民幣計值。於2022年及2023年3月31日， 貴公司董事預計第三方不會在報告期後12個月內償還有關結餘，並將結餘分類為非流動資產。

(ii) 其他應收款項

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
其他應收款項	21,978	25,007	40,940	24,776
減：虧損撥備	(7,092)	(7,805)	(8,116)	(7,848)
其他應收款項淨額	14,886	17,202	32,824	16,928

按金、預付款項及其他應收款項的賬面值按下列貨幣計值：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
港元	2,309	18,912	28,701	15,541
人民幣	102,976	62,716	74,394	78,382
美元	1,145	3,820	3,977	15,030
歐元	5,819	5,628	17,099	4,132
日圓(「日圓」)	23	109	114	–
	112,272	91,185	124,285	113,085

按金及其他應收款項的賬面值與其公允價值相若。

貴公司

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
[編纂]開支預付款項	–	–	1,357	5,534

23 現金及現金等價物及定期存款

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
現金及銀行結餘	307,393	320,462	150,929	274,763
定期存款(到期日超過3個月)	–	13,388	–	–
	307,393	333,850	150,929	274,763
最大信貸風險	307,366	333,819	150,895	274,742

現金及現金等價物以及定期存款與其於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日的公允價值相若，並按下列貨幣計值：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
美元	13,085	135,570	26,273	65,810
港元	41,594	109,125	44,825	63,989
人民幣	173,046	35,055	71,865	85,993
英鎊	76,683	16,850	166	173
澳幣	–	37,028	–	–
日圓	–	–	–	55,540
其他	2,985	222	7,800	3,258
	307,393	333,850	150,929	274,763

按人民幣計值的現金及銀行結餘在中國兑換為外幣以及將該等存款或現金匯出中國須遵守中國政府頒佈的相關外匯規則及法規。於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日， 貴集團銀行及手頭現金人民幣29,151,000元、人民幣29,476,000元、人民幣40,183,000元及人民幣80,603,000元存於中國銀行。

24 存貨

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
製成品-按成本	321,873	332,763	379,355	420,271
在途商品	119,635	53,764	46,977	104,099
減：存貨撥備	(23,755)	(28,949)	(36,023)	(35,908)
存貨(扣除撥備)	417,753	357,578	390,309	488,462

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月，確認為開支並計入銷售成本的存貨成本分別約為人民幣782,710,000元、人民幣801,337,000元、人民幣891,178,000元、人民幣443,444,000元及人民幣522,330,000元。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月，存貨減值撥備分別人民幣2,021,000元、人民幣3,767,000元、人民幣6,312,000元、人民幣2,336,000元及人民幣50,000元，於綜合全面收益表中確認作為銷售成本。

存貨的會計政策

存貨按成本與可變現淨值的較低者列賬。成本按加權平均法釐定。可變現淨值為在一般業務過程中的估計售價減估計進行銷售所需成本。

25 分類為持作出售資產

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分類為持作出售的資產	–	–	2,481	–

於2024年3月，頴通遠東與立恒投資有限公司(一家由劉先生控制的實體)訂立臨時買賣協議，據此，頴通遠東同意以18,800,000港元(等同於約人民幣17,169,000元)的代價出售賬面值分別為人民幣1,338,000元及人民幣1,143,000元位於香港的土地及建築物。代價乃根據土地及建築物的市價釐定。該交易已於2024年5月30日完成，代價已於同日結清。於完成後，截至2024年9月30日止六個月，確認出售分類為持作出售的資產的收益人民幣14,759,000元。

質押予 貴集團銀行融資的分類為持作出售資產的詳情載於附註30。

26 股本

	普通股數目	普通股面值等值
		人民幣千元
法定：		
每股0.001港元的普通股.....	380,000,000	347
已發行：		
於2024年1月9日(註冊成立日期).....	–	–
根據重組於2024年1月9日發行普通股.....	1	*
於2024年3月31日	1	*
根據重組於2024年6月18日發行普通股.....	1	*
於2024年9月30日	2	*

* 於2024年3月31日及2024年9月30日的金額低於人民幣1,000元。

27 貿易應付款項及應付票據

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貿易應付款項	229,132	113,498	93,223	255,874
應付票據	359	–	–	–
	229,491	113,498	93,223	255,874

基於發票日期呈列的貿易應付款項及應付票據的賬齡分析如下：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
30日內	132,808	59,684	54,046	123,242
31至90日	83,106	49,979	32,556	103,445
90日以上	13,577	3,835	6,621	29,187
	229,491	113,498	93,223	255,874

貿易應付款項及應付票據的賬面值按下列貨幣計值：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
歐元	200,758	73,624	51,534	193,683
人民幣	18,592	13,271	13,456	39,664
美元	6,682	17,657	21,079	11,788
日圓	3,329	6,261	4,058	10,358
港元	130	2,685	3,096	381
	229,491	113,498	93,223	255,874

28 應計費用及其他應付款項 – 貴集團及 貴公司

貴集團

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
即期				
廣告及促銷應計費用	80,971	79,456	83,837	73,120
應計員工成本	24,507	47,264	35,894	43,546
收取第三方墊款*(附註)*	43,170	29,000	26,500	8,500
其他應付款項及應計費用	15,474	12,871	10,588	17,627
其他應付稅項	13,107	8,857	9,682	14,544
[編纂]開支應計費用	–	–	2,236	1,985
	177,229	177,448	168,737	159,322

附註： 於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，收取第三方墊款結餘為無抵押、免息及須按要求償還。結餘的賬面值與其公允價值相若。結餘以港元及人民幣計值。

其他應付款項初步按公允價值確認並其後以實際利率法按攤銷成本計量。

應計費用及其他應付款項的賬面值以下列貨幣計值：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
港元	13,889	12,116	14,269	17,112
美元	6,290	2,950	2,562	3,556
歐元	27,024	21,584	19,293	3,354
人民幣	129,952	140,796	132,608	135,300
其他	74	2	5	–
	177,229	177,448	168,737	159,322

貴公司

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
[**編纂**]開支應計費用	–	–	2,236	1,985

29 撥備

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非即期				
長期服務金撥備	852	780	1,658	1,814
	852	780	1,658	1,814
即期				
未休年假撥備	5,416	6,076	6,604	4,790
其他撥備	2,068	2,642	3,232	3,040
	7,484	8,718	9,836	7,830
	8,336	9,498	11,494	9,644

30 銀行借款及銀行融資

	於9月30日
	2024年
	人民幣千元
附帶按要求償還條款的銀行借款	38,647

於2024年9月30日， 貴集團的應償還銀行借款如下：

	於9月30日
	2024年
	人民幣千元
1年內	12,912
1至2年	13,629
2至5年	12,106
	38,647

於2024年9月30日的所有借款均以港元計值。截至2024年9月30日止六個月，加權平均實際年利率為5.53%。

可供 貴集團附屬公司動用的銀行融資如下：

	於3月31日						於9月30日	
	2022年		2023年		2024年		2024年	
	可動用融資	已動用融資	可動用融資	已動用融資	可動用融資	已動用融資	可動用融資	已動用融資
	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*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
授予 貴集團一家附屬公司的銀行融資	72,289	–	78,947	–	82,192	–	180,955	38,647

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日， 貴集團的銀行融資由以下各項抵押及／或擔保：

(i) 於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，來自一名控股股東的無限個人擔保。[該擔保將於[**編纂**]後以 貴公司的公司擔保代替。]

(ii) 於2022年、2023年及2024年3月31日，由控股股東及其兒子持有的物業。有關擔保於2024年5月16日解除。

(iii) 於2022年、2023年及2024年3月31日， 貴公司一家附屬公司的物業。於2022年及2023年3月31日，已質押物業、廠房及設備分別約為人民幣1,126,000元及人民幣1,167,000元，使用權資產約為人民幣1,272,000元及人民幣1,334,000元。截至2024年3月31日，分類為持作出售的已質押資產約為人民幣2,481,000元。有關擔保於2024年5月16日解除。

(iv) 於2022年、2023年及2024年3月31日， 貴公司關聯方的物業。有關擔保於2024年5月16日解除。

銀行借款對穎通遠東具有若干契諾及承諾。該等財務契諾包括：

- 總負債及或然負債不得超過穎通遠東有形資產淨值的兩倍。
- 淨資產負債比率在任何時候均不得超過0.3倍。

於往績記錄期間， 貴集團已遵守該等契諾及承諾。

銀行借款及借款成本的會計政策

銀行借款初步按公允價值扣除已產生交易成本確認。銀行借款其後按攤銷成本計量。所得款項(扣除交易成本)與贖回金額之間的任何差額均採用實際利息法於銀行借款期間內在損益內確認。倘將有可能提取部分或全部融資，則就設立貸款融資支付的費用會確認為貸款的交易成本。於此情況下，該項費用將遞延至提款發生時為止。倘並無證據表明將有可能提取部分或全部融資，則費用將被資本化作為流動資金服務的預付款項，並於其相關融資期間內攤銷。

當合約中訂明之責任已獲解除、取消或到期，銀行借款將自財務狀況表內剔除。金融負債賬面值(已消除或轉撥至另一方)與已付代價(包括已轉讓的任何非現金資產或所承擔負債)之間的差額於損益中確認為財務成本。

除非　貴集團有權無條件將負債的結算遞延至報告期末後至少12個月，否則銀行借款分類為流動負債。

直接歸屬於收購、建造或生產合資格資產的一般和特定借款成本，在完成及準備該資產達致預定用途或銷售所需的期間內予以資本化。合資格資產是必需相當長時間達致預定用途或銷售的資產。

特定借款在用於合資格資產之前的臨時投資所獲得的投資收入，從符合資本化條件的借款成本中扣除。

其他借款成本於產生期間支銷。

31 現金流量資料

(a) 經營產生的現金：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*	*人民幣千元*
除所得稅開支前溢利	217,671	226,935	232,617	119,702	131,680
就以下項目調整：					
應佔合營企業虧損	–	–	2,964	1,618	1,271
物業、廠房及設備折舊	15,208	16,325	23,051	13,314	11,551
物業、廠房及設備減值撥備	–	2,570	33	–	1,145
無形資產攤銷	638	853	1,602	678	810
使用權資產折舊	39,004	50,889	57,635	29,373	35,567
使用權資產減值	–	4,704	63	–	1,537
財務收入	(7,786)	(6,468)	(8,063)	(4,635)	(396)
財務成本	2,261	2,667	4,034	2,163	3,060
按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產(收益)／虧損	(296)	(145)	479	232	(776)
出售物業、廠房及設備(收益)／虧損	(775)	(445)	53	2	(245)
提前終止租賃收益	(22)	(21)	(844)	–	–
出售分類為持作出售的資產的收益	–	–	–	–	(14,759)
金融資產減值撥備／(撥回)	489	622	474	1,622	(335)

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*	*人民幣千元*
存貨減值撥備	2,021	3,767	6,312	2,336	50
租金優惠	(1,254)	–	–	–	–
未休年假撥備／(撥回)	926	469	394	292	(1,822)
長期服務金撥備／(撥備撥回)	768	(144)	1,046	582	174
以股份為基礎付款開支	–	–	13,595	–	–
與短期租賃有關的開支	4,821	13,794	12,859	6,405	431
營運資金變動前經營溢利	273,674	316,372	348,304	173,684	168,943
營運資金變動：					
存貨	(175,195)	56,407	(38,283)	(62,788)	(98,368)
貿易應收款項	31,329	(36,505)	(15,684)	(46,898)	(43,199)
按金、預付款項及其他應收款項	(23,256)	24,871	(29,714)	(24,997)	19,138
貿易應付款項及應付票據	12,770	(115,993)	(22,736)	104,344	160,470
應計費用及其他應付款項及撥備	41,488	(2,608)	(9,543)	5,709	(9,527)
合約負債	(4,116)	1,474	(7,606)	(2,394)	(6,577)
應收合營企業款項	–	–	(13,430)	(1,827)	1,357
經營所得現金淨額	156,694	244,018	211,308	144,833	192,237

(b) 於綜合現金流量表中，出售物業、廠房及設備的所得款項包括：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*	*人民幣千元*
出售物業、廠房及設備的所得款項	1,021	599	163	83	1,581
減：賬面淨值	(246)	(154)	(216)	(85)	(1,336)
出售物業、廠房及設備收益／(虧損)	775	445	(53)	(2)	245

(c) 現金流量資料 – 融資活動

截至2022年、2023年及2024年3月31日止各年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月的融資活動負債變動：

	其他資產	融資活動負債					
	現金及現金等價物	1年內到期銀行借款	應付關聯方款項	應(付)／收股東款項	應付董事款項	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*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
截至2021年4月1日	499,077	(7,065)	(66,910)	260	(282,507)	(46,454)	96,401
外匯調整	(38,153)	963	2,673	25	7,254	919	(26,319)
現金流量	(153,531)	6,167	14,605	(1,791)	36,103	31,761	(66,686)
非現金項目：							
租約增加	–	–	–	–	–	(70,358)	(70,358)
債項轉讓	–	–	(2,090)	–	197,797	–	195,707
提前終止租約	–	–	–	–	–	1,095	1,095
利息開支	–	(65)	–	–	–	(2,196)	(2,261)
租金優惠	–	–	–	–	–	1,254	1,254
非現金租金開支	–	–	(4,821)	–	–	6,752	1,931
截至2022年3月31日	307,393	–	(56,543)	(1,506)	(41,353)	(77,227)	130,764

	其他資產	融資活動負債				
	現金及現金等價物	應付關聯方款項	應(付)／收股東款項	應付董事款項	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*	*人民幣千元*
截至2022年4月1日	307,393	(56,543)	(1,506)	(41,353)	(77,227)	130,764
外匯調整	43,838	(4,746)	2	(1,790)	(2,829)	34,475
現金流量	(30,769)	5,162	1,614	10,240	52,878	39,125
非現金項目：	–					
租約增加	–	–	–	–	(54,330)	(54,330)
股息	–	–	–	(43,790)	–	(43,790)
提前終止租約	–	–	–	–	11,170	11,170
利息開支	–	–	–	–	(2,667)	(2,667)
非現金租金開支	–	(5,814)	–	–	–	(5,814)
截至2023年3月31日	320,462	(61,941)	110	(76,693)	(73,005)	108,933

	其他資產	融資活動負債				
	現金及現金等價物	應付關聯公司款項	應(付)／收股東款項	應付董事款項	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*	*人民幣千元*
截至2023年4月1日	320,462	(61,941)	110	(76,693)	(73,005)	108,933
外匯調整	20,875	(628)	5	(3,817)	(1,741)	14,694
現金流量	(190,408)	61,017	156	13,231	65,263	(50,741)
非現金變動：						
租約增加	–	–	–	–	(75,958)	(75,958)
提前終止租約	–	–	–	–	3,881	3,881
股息	–	–	–	(119,672)	–	(119,672)
利息開支	–	–	–	–	(4,034)	(4,034)
非現金租金開支	–	(5,493)	–	–	–	(5,493)
截至2024年3月31日	150,929	(7,045)	271	(186,951)	(85,594)	(128,390)

	其他資產	融資活動負債					
	現金及現金等價物	應付關聯公司款項	應(付)／收股東款項	應付董事款項	租賃負債	銀行借款	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*
(未經審計)							
於2023年4月1日	320,462	(61,941)	110	(76,693)	(73,005)	–	108,933
外匯調整	16,718	239	2	(2,952)	(612)	–	13,395
現金流量	(6,320)	58,810	58	50,839	31,660	–	135,047
非現金變動：							
租約增加	–	–	–	–	(38,617)	–	(38,617)
利息開支	–	–	–	–	(2,163)	–	(2,163)
非現金租金開支	–	(2,722)	–	–	–	–	(2,722)
於2023年9月30日	330,860	(5,614)	170	(28,806)	(82,737)	–	213,873
於2024年4月1日	150,929	(7,045)	271	(186,951)	(85,594)	–	(128,390)
外匯調整	10,851	(34)	1	608	447	543	12,416
現金流量	112,983	7,510	(272)	64,610	38,512	(38,801)	184,542
非現金變動：							
租約增加	–	–	–	–	(37,453)	–	(37,453)
利息開支	–	–	–	–	(2,671)	(389)	(3,060)
非現金租金開支	–	(431)	–	–	–	–	(431)
於2024年9月30日	274,763	–	–	(121,733)	(86,759)	(38,647)	75,272

(d) 主要非現金交易：

於2021年12月31日， 貴集團其中一家香港附屬公司與 貴集團若干關聯方及一名董事訂立債務轉讓協議。於完成後，香港附屬公司將其應收若干關聯方結餘人民幣197,797,000元轉讓予 貴集團一名董事。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月，集團公司向當時股東宣派中期股息人民幣128,130,000元、人民幣189,421,000元、人民幣314,338,000元、零及零。經股東決議，劉鉅榮先生將代表集團公司餘下股東收取股息，而應付劉鉅榮先生的款項零、人民幣43,790,000元、人民幣119,672,000元、零及零計入截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月應付董事款項。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月，分別已從應付董事款項中支付股息人民幣200,336,000元、人民幣145,631,000元、人民幣144,895,000元、零及人民幣64,444,000元。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度， 貴公司同意通過應收關聯方款項抵銷應付租金人民幣6,752,000元、人民幣7,980,000元及人民幣7,366,000元。

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月， 貴公司同意通過應付關聯方款項抵銷應付租金人民幣4,821,000元、人民幣5,814,000元、人民幣5,493,000元、人民幣2,722,000元及人民幣431,000元。

32 承擔

短期租賃承擔

貴集團於有關辦公室物業及倉庫的短期不可撤銷租賃項下的未來最低租賃付款總額如下：

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
不超過一年	5,614	9,842	14,988	13,053

33 關聯方交易

倘一方有能力直接或間接控制另一方或對另一方在作出財務及經營決策時施加重大影響，則各方被視為關聯方。受共同控制的各方亦被視為關聯方。 貴集團的主要管理層成員及其近親亦被視為關聯方。

(a) 貴公司董事認為，以下各方／公司為於往績記錄期間與 貴集團有交易或結餘的關聯方：

關聯方名稱	與 貴公司的關係
劉先生	主席、執行董事及控股股東
劉太太	劉先生之配偶及控股股東
劉穎恆先生	劉先生之子
劉穎賢女士	劉先生之女及董事
嘉恒國際有限公司	受劉先生控制
Gold Vision Limited	受劉穎恆先生控制
立恒投資有限公司	受劉先生控制

關聯方名稱	與 貴公司的關係
海南夏意實業有限公司	受劉先生控制
上海夏意國際貿易有限公司	受劉先生控制
浙江自貿區穎通貿易有限公司	受劉先生控制
穎通國際有限公司	受劉先生控制
Forever Concept Limited	受劉太太控制
頴芭中國控股有限公司	合營企業

(b) 以下為與關聯方進行的交易：

於往績記錄期間， 貴集團與其關聯方進行以下重大交易。 貴公司董事認為，關聯方交易乃於日常業務過程中按 貴集團與有關關聯方磋商的條款進行。

往績記錄期間，除本報告附註10及34所披露者外，與關聯方進行的交易如下：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元 (未經審計)*	*人民幣千元*
向關聯方支付的薪金	2,675	1,467	1,535	688	702
向關聯方支付／應付的租金	13,390	15,104	13,807	6,030	7,809
來自關聯公司的管理費收入	74	78	82	40	–
來自合營企業的銷售及管理費收入	–	–	16,923	6,345	3,330
向合營企業支付的特許權使用費	–	–	3,456	–	–
向一名董事貸款的利息收入	65	–	–	–	–
向關聯公司的銷售	42	25	36	20	18

該等交易乃於日常業務過程中按 貴集團與關聯方協定的價格及條款進行。

(c) 主要管理層薪酬

貴公司董事被視為 貴公司的主要管理層。主要管理層薪酬詳情載於附註34。

(d) 應付董事款項

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
應付董事款項－劉先生	(41,353)	(76,693)	(186,951)	(121,733)

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，應付 貴集團董事的結餘為無抵押、非貿易性質、免息及須按要求償還，並與其公允價值相若。與董事的結餘以港元及人民幣計值。[預期所有應付董事款項均將於[**編纂**]前結清。]

(e) 應收／應付股東款項

	於3月31日			於9月30日
	2022	2023	2024	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
應收股東款項－劉太太.....	–	110	271	–
應付股東款項－劉太太.....	(1,506)	–	–	–

於2022年、2023年及2024年3月31日，非貿易應收／應付股東款項結餘為無抵押、免息及須按要求償還。結餘的賬面值與其公允價值相若。結餘以港元及人民幣計值。

(f) 應收／應付關聯公司款項

	於3月31日			於9月30日
	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非流動				
應收關聯公司款項.....	61,147	55,000	–	–
流動				
應收關聯公司款項.....	13	984	51,155	47,650
應付關聯公司款項.....	(56,543)	(61,941)	(7,045)	–

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，非貿易應收／應付關聯方結餘為無抵押、免息及按要求償還。結餘的賬面值與其公允價值相若。與關聯方的結餘以港元及人民幣計值。於2022年及2023年3月31日， 貴公司董事預計關聯公司不會在報告期後12個月內償還有關結餘，並將結餘分類為非流動資產。[預期應收關聯公司款項不會於[**編纂**]前結清。]

(g) 應收／應付直接控股公司及集團公司款項

於2024年3月31日及2024年9月30日，非貿易應收直接控股公司款項及非貿易應付集團公司款項為無抵押、免息及按要求償還。結餘的賬面值與其公允價值相若。應收直接控股公司款項以美元計值，而應付集團公司款項則以港元計值。

(h) 抵押

董事、劉先生之子及關聯方的樓宇已抵押，以取得 貴集團的銀行融資。詳情請參閱附註30。

34 董事的利益及權益

(a) 董事酬金

下表所示薪酬指董事於往績記錄期間作為 貴集團旗下公司的僱員／董事收取的薪酬。截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度各年以及截至2023年及2024年9月30日止六個月已付／應付各董事薪酬載列如下：

姓名	袍金	薪金	酌情花紅	津貼及實物福利	僱主對退休福利計劃的供款－界定供款	就董事有關管理[編纂]業務事務的其他服務已付或應收的其他酬金	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*
截至2022年3月31日止年度							
執行董事及主席							
劉先生	–	6,494	1,082	1,342	1,136	–	10,054
執行董事							
林荊女士	–	1,452	1,200	–	15	–	2,667
劉頴賢女士	–	935	644	–	15	–	1,594
總計	–	8,881	2,926	1,342	1,166	–	14,315

姓名	袍金	薪金	酌情花紅	津貼及實物福利	僱主對退休福利計劃的供款－界定供款	就董事有關管理[編纂]業務事務的其他服務已付或應收的其他酬金	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*
截至2023年3月31日止年度							
執行董事及主席							
劉先生	–	6,879	1,678	1,414	1,284	–	11,255
執行董事							
林荊女士	–	1,393	1,386	–	16	–	2,795
劉頴賢女士	–	995	759	–	16	–	1,770
總計	–	9,267	3,823	1,414	1,316	–	15,820

姓名	袍金	薪金	酌情花紅	津貼及實物福利	僅主對退休福利計劃的供款－界定供款	就董事有關管理[編纂]業務事務的其他服務已付或應收的其他酬金	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*
截至2024年3月31日止年度							
執行董事及主席							
劉先生	–	7,439	1,759	1,657	1,380	–	12,235
執行董事							
林荊女士	–	1,765	1,525	–	16	–	3,306
劉頴賢女士	–	1,138	835	–	16	–	1,989
朱維馴先生	–	1,050	200	–	15	–	1,265
總計	–	11,392	4,319	1,657	1,427	–	18,795

姓名	袍金	薪金	酌情花紅	津貼及實物福利	僅主對退休福利計劃的供款－界定供款	就董事有關管理[編纂]業務事務的其他服務已付或應收的其他酬金	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*
（未經審計）							
截至2023年9月30日止六個月							
執行董事及主席							
劉先生	–	3,685	–	–	461	–	4,146
執行董事							
林荊女士	–	788	83	–	8	–	879
劉頴賢女士	–	564	–	54	8	–	626
朱維馴先生	–	447	–	–	12	–	459
總計	–	5,484	83	54	489	–	6,110

姓名	袍金	薪金	酌情花紅	津貼及實物福利	僅主對退休福利計劃的供款－界定供款	就董事有關管理[編纂]業務事務的其他服務已付或應收的其他酬金	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*
截至2024年9月30日止六個月							
執行董事及主席							
劉先生	–	3,760	–	–	564	–	4,324
執行董事							
林荊女士.....	–	924	–	–	8	–	932
劉頴賢女士.....	–	662	–	42	8	–	712
朱維馴先生.....	–	636	–	–	8	–	644
總計	–	5,982	–	42	588	–	6,612

劉先生於2024年1月9日獲委任為 貴公司執行董事，而林荊女士、劉頴賢女士及朱維馴先生於2024年7月10日獲委任為 貴公司執行董事。陶志強先生、Nagy Guillaume Nicolas Sébastien先生及Chan Soh Cheng女士於2024年[●]獲委任為 貴公司獨立非執行董事。於往績記錄期間，尚未委任獨立非執行董事且並無人士以獨立非執行董事的身份收取董事酬金。於往績記錄期間，所有該等人士均未向 貴集團收取任何酬金，作為加入 貴集團或加入 貴集團時的獎勵或離職補償。

(b) 董事離職福利

於往績記錄期間，概無就提早終止委任向董事支付任何款項。

(c) 因提供董事服務而向第三方提供的代價

截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月， 貴公司並無就提供董事服務而向任何第三方支付代價。

(d) 有關以董事、受其控制的法人團體及與該等董事有關連的實體為受益人的貸款、準貸款及其他交易的資料

於2022年、2023年及2024年3月31日以及2024年9月30日，概無以董事、受其控制的法人團體及與該等董事有關連的實體為受益人的貸款、準貸款及其他交易安排。

(e) 董事於交易、安排或合約中的重大權益

除附註33所披露者外， 於往績記錄期間結束時或截至2022年、2023年及2024年3月31日止年度以及截至2023年及2024年9月30日止六個月的任何時間概無存續 貴公司作為訂約方而與 貴集團業務有關且 貴公司董事於其中直接或間接擁有重大權益的重大交易、安排及合約。

35 報告期後事項

除會計師報告其他部分所披露者外，於2024年9月30日以後並無發生其他重大期後事項。

36 其他會計政策概要

36.1 附屬公司

36.1.1 綜合

附屬公司為 貴集團擁有控制權的所有實體(包括結構化實體)。當 貴集團因為參與該實體而承擔可變回報的風險或享有可變回報的權益，並有能力透過其對該實體的權力影響此等回報時， 貴集團即控制該實體。附屬公司在控制權轉移至 貴集團之日起全面綜合入賬。附屬公司在控制權終止之日起停止綜合入賬。

集團內公司間交易、交易結餘及未變現收益予以對銷。除非交易有證據表明所轉讓資產已減值，否則未變現虧損亦抵銷。附屬公司的會計政策已於必要時作出更改，以確保與 貴集團所採納的政策一致。

36.1.2 獨立財務報表

於附屬公司的投資按成本扣除減值入賬。成本包括投資的直接歸屬成本。 貴公司將附屬公司的業績按已收及應收股息基準入賬。

倘自附屬公司收取的股息超出該附屬公司於宣派股息期間的綜合收益總額，或該項投資於獨立財務報表的賬面價值超出綜合財務狀況表所示被投資方的淨資產(包括商譽)的賬面價值，則須於收取該股息時對於附屬公司的該等投資進行減值測試。

36.1.3 業務合併

共同控制下的業務合併

歷史財務資料包括共同控制合併的實體或業務的財務報表項目，猶如其自該等實體或業務首次受控制方控制當日起已綜合入賬。

合併實體或業務的資產淨值按控制方的現有賬面值綜合入賬。在控制方持續擁有權益的情況下，共同控制合併時並無就商譽的代價或收購方於被收購方的可識別資產、負債及或然負債的公允值淨值之權益超出成本的部分確認任何金額。

綜合全面收益表載有各合併實體或業務自最早呈報日期或自合併實體或業務首次受共同控制之日(以較短期間為準)起計的業績，而不論共同控制合併日期為何日。

該等實體採用一套統一的會計政策。所有的集團內公司間交易、結餘及合併實體或業務間交易的未變現收益均予以對銷。

36.2 分部報告

經營分部的呈報方式與向主要經營決策者作出內部呈報的方式貫徹一致。主要經營決策者負責分配資源及評估經營分部的表現，並已被認定為作出策略決定的 貴公司執行董事。

36.3 合營安排

(i) 合營安排

根據香港財務報告準則第11號，於合營安排的投資分類為合營業務或合營企業。分類取決於各投資者的合約權利及義務，而非合營安排的法律架構。 貴集團已評估其合營安排的性質，並將其釐定為合營企業。合營企業採用權益法入賬。

(ii) 權益法

根據權益會計法，投資初步按成本確認，其後作出調整以於損益確認 貴集團應佔被投資方的收購後溢利或虧損，及於其他全面收益確認 貴集團應佔被投資方的其他全面收益的變動。已收或應收合營企業的股息確認為投資賬面值的扣減。

當 貴集團應佔權益法入賬投資的虧損等於或超過其於該實體的權益時， 貴集團不確認進一步虧損，除非其已代表合營企業產生責任或作出付款。

貴集團與其合營企業之間交易的未變現收益予以對銷，惟以 貴集團於合營企業的權益為限。未變現虧損亦予以對銷，除非交易提供所轉讓資產減值的證據。合營企業的會計政策已於必要時作出更改，以確保與 貴集團所採納的政策一致。

36.4 外幣換算

(a) 功能及呈列貨幣

歷史財務資料所列之項目乃按實體經營所在的主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)計量。歷史財務資料以人民幣呈報，人民幣為 貴公司的功能貨幣及 貴公司及 貴集團的呈報貨幣。

(b) 交易及結餘

外幣交易按交易日或項目重新計量的估值日的匯率換算為功能貨幣。因此等交易的結算而產生以及因以外幣為計值的貨幣資產及負債按年終匯率進行換算而產生的匯兑收益及虧損均於綜合全面收益表確認。

以外幣公允價值計量的非貨幣性項目，採用公允價值確定之日的匯率換算。以公允價值計量的資產和負債的換算差額作為公允價值損益的一部分進行報告。

(c) 集團公司

功能貨幣不同於呈報貨幣的境外業務(均未使用惡性通貨膨脹經濟體的貨幣)的業績和財務狀況按如下方式換算為呈報貨幣：

- 呈報的每份財務狀況表的資產和負債均按該財務狀況表日的收盤匯率換算
- 每份全面收益表的收入和費用均按平均匯率換算(除非這不是交易日現行匯率累積影響的合理近似值，在這種情況下，收入和費用按交易日匯率換算)，及
- 所有由此產生的匯兑差額均在其他全面收益中確認。

在合併時，因換算對境外實體的任何淨投資和借款及指定為有關投資對沖的其他金融工具而產生的匯兑差額在其他全面收益中確認。當出售境外業務或償還構成淨投資一部分的任何借款時，相關匯兑差額將重新分類至損益，作為出售損益的一部分。

36.5 無形資產

無形資產指按成本減減值虧損(如有)列賬的會籍及電腦軟件。會籍及電腦軟件的賬面值於各報告期末檢討，以評估公允價值是否下降至低於賬面值。倘出現非暫時性下跌，會籍賬面值將減至其公允價值。減少金額於全面收益表確認為開支。

36.6 非金融資產減值

無限定可使用年期的無形資產無需攤銷，惟須每年進行減值測試，或如果發生事件或情況變化顯示可能減值時，則需更頻繁進行減值測試。於事件或情況有變顯示賬面金額可能未能收回跡象時，其他資產進行減值測試。減值虧損按資產賬面值超逾其可收回金額的差額確認。可收回金額為資產公允價值減出售成本與使用價值之較高者。就評估減值而言，資產按可獨立識別的現金流入(在很大程度上獨立於其他資產或資產組別(現金產生單位)的現金流入)的最低水平劃分類別。倘商譽以外的非金融資產出現減值，則會於各報告期末檢查可否撥回減值。

36.7 持作出售的非流動資產

減值虧損以初始或期後將資產減記至公允價值扣除出售費用的金額進行確認。若該等資產的公允價值扣除出售費用上升，則相應確認收益，但不會超過之前所減記的累積減值虧損。該等非流動資產之前截至出售日期未確認的收益或虧損將在終止確認資產時確認。

非流動資產(不包括屬出售組別一部分的資產)在被歸類為持作出售後，不再進行折舊或攤銷。被分類為持作出售的出售組別的相關負債產生的利息和其他費用繼續進行確認。

被歸類為持作出售的非流動資產和出售組別資產，與財務狀況表中的其他資產單獨列示。分類為持作出售的出售組別負債與財務狀況表上的其他負債分開列示。

36.8 金融資產

36.8.1 分類

貴集團將其金融資產分類為以下計量類別：

- 其後按公允價值計量且其變動計入損益的金融資產，及
- 按攤銷成本計量的金融資產。

該分類取決於實體管理金融資產的業務模式以及現金流量合約條款。

36.8.2 確認和終止確認

常規方式購買及出售的金融資產於交易日確認。交易日是指 貴集團承諾購買或出售資產的日期。當收取金融資產現金流量的權利已到期或已轉讓，且 貴集團已經轉移了金融資產所有權上幾乎所有的風險和報酬，金融資產即終止確認。

36.8.3 計量

對於不被分類為以公允值計量且其變動計入損益的金融資產， 貴集團在計量以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產時會加上可直接歸屬於獲得該項金融資產的交易費用進行初始確認。

債務工具

債務工具的後續計量取決於 貴集團管理該資產的業務模式以及該資產的現金流量特徵。

- 以攤銷成本計量：對於持有以收取合同現金流量的資產，如果合同現金流量僅代表對本金和利息的支付，則該資產以攤銷成本計量。該等金融資產的利息收入以實際利率法計算，計入財務收入。終止確認時產生的收益或虧損直接計入損益，並與匯兑收益及虧損一同列示在其他收益淨額中。減值虧損作為單獨的科目在綜合全面收益表中呈列。

- 按公允價值計量且其變動計入損益（「按公允價值計量且其變動計入損益」）：其後按公允價值計量且其變動計入損益及不屬於對沖關係一部分的債務投資的收益或虧損在損益中確認，並於產生期間在綜合全面收益表中以淨額呈列。

36.8.4 減值

貴集團按前瞻性原則評估按攤銷成本列賬的債務工具相關的預期信貸虧損。所採用的減值方法取決於信貸風險是否大幅增加。

就貿易及其他應收款項而言， 貴集團採用香港財務報告準則第9號允許的簡化方法，其中要求全期預期虧損須自初始確認應收款項時確認。

就其他按攤銷成本計量的金融資產（包括應收合營企業款項、應收董事款項及應收關聯公司款項）， 貴集團已根據12個月預期損失法評估該等應收款項的預期信貸虧損並不重大。

36.8.5 金融工具抵銷

倘 貴集團目前擁有可合法強制執行之權利以抵銷已確認金額，且有意按其淨額作結算或同時變現資產和結算負債時，有關金融資產與負債可互相抵銷，並在綜合財務狀況表中呈報其淨值。有關可合法強制執行之權利不可取決於未來之事件而定，且必須可於正常業務過程中及公司或其交易對手違約、無力償債或破產之情況下強制執行。

36.9 現金及現金等價物

就綜合現金流量表的呈列而言，現金及現金等價物包括手頭現金、銀行通知存款、原屆滿期限為三個月或以下且可隨時轉換為已知金額的現金及價值變動風險不大的其他短期高流動性投資。

36.10 貿易及其他應收款項

貿易及其他應收款項為日常經營活動中就履行商品銷售或服務而應收客戶的款項。如貿易及其他應收款項的收回預期於一年或以內（如仍在正常經營週期中，則可較長時間），其被分類為流動資產，否則按非流動資產呈列。

貿易及其他應收款項以公允價值初始確認，其後用實際利率法按攤銷成本扣除減值撥備計量。有關 貴集團減值政策的說明請參閱附註36.8.4。

36.11 貿易及其他應付款項

此等金額指於財政年度結束前向 貴集團提供而未支付之商品和服務之負債。貿易及其他應付款項呈列為流動負債，除非付款並非於報告期後12個月內到期。有關款項初步按公允價值確認，其後採用實際利率法按攤銷成本計量。

36.12 撥備

當 貴集團因過往事件須承擔現有之法律或推定責任，而有關責任之履行可能需要資源流出，並可對有關金額作可靠估計時確認撥備。並未就未來經營虧損作出撥備。

倘存在多項相若責任時，履行該等責任是否需要資源流出須考慮整體責任之類別。即使同一類別之任何一項責任導致資源流出可能性極低，亦須確認撥備。

撥備採用稅前折扣率按照管理層對需履行有關責任之開支現值的最佳估計計量，該折扣率反映當時市場對金錢時間值和有關責任固有風險之評估。

36.13 每股收益

(i) 每股基本收益

每股基本盈利計算如下：

- 貴公司所有者應佔利潤(扣除普通股以外之任何權益成本)除以
- 財政年度發行在外普通股加權平均數，就年內已發行普通股的紅利因素(不包括庫存股份)進行調整。

(ii) 每股攤薄盈利

- 與潛在攤薄普通股相關的利息及其他融資成本的所得稅後影響；及
- 假設所有潛在攤薄普通股皆已轉換，已發行在外的其他普通股的加權平均數。

36.14 股息分配

對於處在報告期結束時或報告期結束之前但在報告期結束時未進行分配的、經適當授權且不再由實體自行決定的任何已宣派股息的金額作出撥備。

36.15 利息收入

按攤銷成本入賬的金融資產的利息收入使用實際利率法計算，並作為財務收入的一部分於綜合全面收益表確認。

持作現金管理用途的金融資產所賺取的利息收入呈列為財務收入。利息收入乃通過對金融資產的賬面總值應用實際利率計算。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

III　期後財務報表

貴公司或　貴集團現時旗下任何公司概無編製2024年9月30日之後及截至本報告日期任何期間的經審計財務報表。

*以下資料並不構成本文件附錄一所載本公司申報會計師羅兵咸永道會計師事務所(香港執業會計師)編製的會計師報告的一部分，載入本附錄乃僅供參考。未經審計[**編纂**]財務資料應與本文件的「財務資料」一節及本文件附錄一所載「會計師報告」一併閱覽。*

A. 未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表

以下本集團根據上市規則第4.29條編製的未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值報表僅供說明用途，載於下文以說明[**編纂**]對截至2024年9月30日本公司所有人應佔本集團有形資產淨值的影響，猶如[**編纂**]已於2024年9月30日進行。

本未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值報表僅為說明用途而編製，且基於其假設性質，未必能真實反映於2024年9月30日或[**編纂**]後任何未來日期本集團的綜合有形資產淨值。

	於2024年9月30日本公司所有人應佔本集團經審計綜合有形資產淨值	[編纂]估計[編纂]淨額	於2024年9月30日本公司所有人應佔未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值	未經審計[編纂]經調整綜合每股股份有形資產淨值	
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣*	*港元*
	(附註1)	*(附註2)*		*(附註3)*	*(附註4)*
按[**編纂**]每股[**編纂**][**編纂**]港元計算.....	578,011	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]
按[**編纂**]每股[**編纂**][**編纂**]港元計算.....	578,011	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]

附註：

(1) 於2024年9月30日本公司所有人應佔本集團經審計綜合有形資產淨值乃摘錄自本文件附錄一所載會計師報告，該報告乃基於2024年9月30日本公司所有人應佔本集團經審計綜合資產淨值約人民幣582,125,000元（經扣除本集團於2024年9月30日無形資產約人民幣4,114,000元）。

(2) [**編纂**]估計[**編纂**]淨額乃根據[**編纂**]股股份及指示性[**編纂**]每股[**編纂**][**編纂**]港元及每股[**編纂**][**編纂**]港元（即指示性[**編纂**]範圍的下限及上限）計算，並已扣除[**編纂**]費用及其他相關開支（不包括已計入截至2024年3月31日止年度及截至2024年9月30日止期間綜合全面收益表的[**編纂**]開支約人民幣[**編纂**]元）。

(3) 未經審計[**編纂**]經調整綜合每股股份有形資產淨值乃經先前段落所述調整後得出，且以[**編纂**]股已發行股份為基礎，假設資本化發行及[**編纂**]已於2024年9月30日完成，惟並無計及本公司因[**編纂**]或一般授權獲行使可能配發及發行或本公司根據購回授權購回的任何股份（如本文件「股本」一節所述）。

(4) 就未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值報表而言，人民幣金額乃按人民幣0.9208元兌1.00港元的匯率換算為港元。概不代表人民幣金額已經、原可或可能按該匯率兌換成港元，反之亦然。

(5) 概無對未經審計[**編纂**]經調整綜合有形資產淨值作出任何調整以反映2024年9月30日後的任何交易結果或本集團進行的其他交易。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂]

以下為本公司組織章程大綱及細則的若干條文與開曼公司法若干內容的概要。

本公司於2024年1月9日根據開曼群島公司法(經修訂)(「公司法」)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的組織章程文件包括其組織章程大綱(「大綱」)及其組織章程細則(「細則」)。

1. 組織章程大綱

(a) 大綱列明(其中包括)本公司股東所承擔責任以其當時各自所持有股份之未繳股款(如有)為限，而本公司之成立宗旨並無限制(包括作為投資公司)，及本公司擁有且能夠全面行使公司法第27(2)條所規定作為一名有完全行為能力的自然人可行使之全部職能，而不論是否涉及公司利益。由於本公司為獲豁免公司，故本公司不會在開曼群島與任何人士、商號或公司交易，惟就促進本公司在開曼群島境外之業務而進行者除外。

(b) 本公司可通過特別決議案修訂大綱所列之任何宗旨、權力或其他事項。

2. 組織章程細則

細則於[●]年[●]月[●]日獲有條件採納並自[**編纂**]起生效。以下為細則若干條文之概要：

(a) 股份

(i) 股份類別

本公司股本包括普通股。

(ii) 更改現有股份或類別股份的權利

在公司法的規限下，倘本公司股本在任何時間分拆為不同類別股份，則股份或任何類別股份所附的所有或任何特別權利可(除非該類別股份的發行條款另有規定)藉由持有該類已發行股份面值不少於四分之三的持有人的書面同意或該類股份持有人另行召開的股東大會上通過的特別決議案批准予以更改、修改或廢除。細則內有關股東大

會的條文在加以必要變通後均適用於上述各另行召開的股東大會，惟所需法定人數(包括續會)應為兩名持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士或其受委代表。該類別股份的每名持有人有權於投票表決時就其所持每股股份投一票。

除非有關股份的發行條款所附權利另行明文規定，否則賦予任何股份或類別股份持有人的任何特別權利，均不會因增設或發行與該等股份享有相同地位的額外股份而被視為遭變更。

(iii) 更改股本

本公司可藉股東通過普通決議案：

(i) 增設新股份，以增加其股本；

(ii) 將其全部或任何股本合併為面額高於其現有股份的股份；

(iii) 將其股份劃分為多個類別，並分別將本公司於股東大會或董事可能決定的任何優先、遞延、合資格或特別權利、特權、條件或限制附於該等股份；

(iv) 將其股份或任何部分股份拆細為面額較大綱所訂定者為細的股份；或

(v) 註銷於決議案通過當日仍未獲承購的任何股份，並按所註銷的股份數額削減股本金額。

本公司可藉特別決議案以任何方式削減其股本或任何股本贖回儲備或其他不可分派儲備。

(iv) 股份轉讓

所有股份轉讓均須以一般或通用格式或香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)所訂明的格式或董事會可能批准的相關其他格式的轉讓文件進行，並必須親筆簽署。如轉讓人或承讓人為結算所或其代理人，則可親筆或以機印方式簽署或以董事會不時批准的其他方式簽署。

儘管有前述規定，只要任何股份在聯交所上市，該等上市股份的權屬可以依據適用於該等上市股份的法律以及適用於或應當適用於該等上市股份的聯交所規則及規例(「上市規則」)予以證明及轉讓。本公司就其上市股份存置的股東名冊(無論是股東名

冊總冊或股東名冊分冊）可採用非可辨識的形式記錄公司法第40條所規定的詳情，前提是該等記錄須符合適用於該等上市股份的法律以及適用於或應當適用於該等上市股份的上市規則。

任何轉讓文件均須由轉讓人及承讓人親身或其代表簽署，惟董事會可豁免承讓人簽署轉讓文件。在有關股份以承讓人名義登記於股東名冊前，轉讓人仍被視為股份的持有人。

董事會有絕對酌情決定權在任何時候將股東名冊總冊中之任何股份轉移至任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊中之任何股份轉移至股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。

除非已就轉讓文件向本公司繳付董事釐定的費用（不超過聯交所可能釐定的應付最高費用），而轉讓文件已正式繳付印花稅（如適用），且僅涉及一類股份，並連同有關股票及董事會可合理要求證明轉讓人的轉讓權的其他證明文件（及倘轉讓文件由其他人士代為簽署，則包括該名人士如此行事的授權書）送交有關登記處或註冊辦事處或存置股東名冊總冊的其他地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓文件。

按聯交所的規定以公告或電子通訊方式或在任何報章以廣告方式或透過任何其他途徑發出通告後，可於董事會釐定的時間及期間，暫停辦理股份過戶登記。暫停辦理過戶登記期間合計每年不得超過三十(30)天。倘股東以普通決議案批准，該三十(30)天期限可於任何年度進一步延長一個或多個不超過三十(30)天的期限。

在上文所述的規限下，繳足股款的股份可自由轉讓，不受任何限制，而本公司於股份並無留置權。

(v) 本公司購回本身股份的權力

公司法及細則授權本公司在若干限制下購回本身股份，且董事會只可根據聯交所不時規定的任何適用規定而代表本公司行使該權力。

董事會可接受無償交回的任何繳足股份。

(vi) 本公司的任何附屬公司擁有本公司股份的權力

細則並無關於附屬公司擁有本公司股份的條文。

(vii) 催繳股款及沒收股份

董事會可不時向股東催繳有關彼等所持股份尚未繳付的任何款項(無論按股份的面值或溢價計算)。催繳股款可一次付清，亦可分期付清。倘任何催繳股款或分期股款在指定付款日期或之前尚未繳付，則欠款人士須按董事會可能同意接受的有關利率(不超過年息二十厘(20%))支付由指定付款日期至實際付款日期間的有關款項的利息，惟董事會可豁免繳付全部或部分有關利息。董事會如認為恰當，可向任何願意預繳股款的股東收取就其持有任何股份應付的全部或任何部分未催繳及未付股款或分期股款(以貨幣或貨幣等值項目繳付)，而本公司可就預繳的全部或任何款項按董事會可能釐定的有關利率(如有)支付利息。

倘股東於指定付款日期未能支付任何催繳股款，董事會可向股東發出不少於十四(14)個完整日的通知，要求彼支付尚未支付的催繳股款，連同任何應計並可能仍累計至實際付款日期的任何利息，並聲明若在指定時間或之前仍未付款，則有關催繳股款的股份可被沒收。

倘股東不遵守有關通知的要求，則有關該通知的任何股份於其後在支付通知所規定的款項前可隨時由董事會通過決議案予以沒收。有關沒收將包括有關被沒收股份的已宣派但於沒收前仍未實際支付的所有股息及紅利。

股份被沒收的人士將不再為有關被沒收股份的股東，惟仍有責任向本公司支付於沒收之日應就該等股份付予本公司的全部款項，連同(倘董事會酌情決定要求)由沒收之日至實際付款日期的有關利息，息率由董事會釐定，惟不得超過年息二十厘(20%)。

(b) 董事

(i) 委任、退任及罷免

於每屆股東週年大會上，當時三分之一的董事(倘其人數並非三的倍數，則以最接近但不少於三分之一的人數)將輪席退任，惟每名董事須最少每三年於股東週年大會

上退任一次。將輪席退任的董事須包括希望退任且不參加膺選連任的董事。任何其他將退任的董事乃自上次獲選連任或聘任以來任期最長的董事，但若多名董事上次乃於同一日獲選連任，則以抽籤決定須退任的董事(除非彼等另有協定)。

董事或替任董事均毋須持有本公司任何股份以符合資格。此外，細則並無規定董事到達某一年齡上限時必須退任。

董事有權委任任何人士出任董事，以填補董事會的臨時空缺或增加現有董事會成員名額。任何獲委任的董事，僅任職至其獲委任後的本公司首次股東週年大會為止，屆時將符合資格重選連任。

本公司可藉普通決議案將任期未滿的董事(包括常務或其他執行董事)罷免(惟並不損害該董事就彼與本公司的任何合約被違反而提出的損害賠償申索的權利)，且本公司股東可藉普通決議案委任另一名人士出任其職位。除非本公司於股東大會上另有決定，董事人數不得少於兩名，惟並無董事人數上限。

董事如有下述情形，即須停任董事職位：

(aa) 彼向本公司提交書面通知辭職；

(bb) 精神不健全或去世；

(cc) 未經特別批准而連續六(6)個月缺席董事會會議，而董事會議決將其撤職；

(dd) 彼破產或接獲針對彼作出的破產接管令或暫停付款或與其債權人訂立債務重整協議；

(ee) 彼被法律禁止擔任董事；或

(ff) 彼因法律的任何條文須停任董事或根據細則被罷免。

董事會可委任一名或多名成員為本公司董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或擔任任何其他職位或行政職位，任期及條款由董事會決定，而董事

會可撤銷或終止任何此等委任。董事會可將其任何權力、職權及酌情決定權授予董事會認為合適的董事及其他人士組成的委員會，並可不時就任何人士或事宜全部或部分撤回有關授權或撤回委任及解散任何該等委員會，惟所有以此方式成立的委員會在行使獲授予的權力、職權及酌情決定權時，須遵守董事會可能不時施行的任何規則。

(ii) 配發及發行股份及認股權證的權力

根據公司法、大綱及細則的規定，及在賦予任何股份或類別股份持有人的任何特別權利的規限下，董事可(a)決定發行具有或附有有關股息、投票權、歸還資本或其他方面的權利或限制的任何股份，或(b)發行任何股份，發行條款為本公司或其持有人有權選擇贖回該等股份。

董事會可發行認股權證或可轉換證券或類似性質的證券，賦予其持有人權利按董事會可能釐定的有關條款認購本公司股本中的任何類別股份或證券。

在遵照公司法及細則的條文及(如適用)上市規則，且不影響任何股份或任何類別股份當時所附的任何特別權利或限制的情況下，本公司所有未發行的股份由董事會處置，董事會可全權酌情決定按其認為適當的時間、代價、條款及條件向其認為適當的人士提呈發售或配發股份或就此授出購股權或以其他方式出售股份，惟股份不得以其面值的折讓價發行。

在配發、提呈發售或就此授出購股權或出售股份時，本公司或董事會均毋須向登記地址位於董事會認為尚未辦理登記聲明或其他特別手續而於當地進行配發、提呈發售、授出購股權或出售股份即屬違法或不可行的任何地區或多個地區的股東或其他人士作出上述行動。就任何方面而言，因前句而受影響的股東將不會成為或被視為另一類別的股東。

(iii) 出售本公司或其任何附屬公司資產的權力

細則並無載列關於出售本公司或其任何附屬公司資產的明確條文規定，惟董事可行使及執行本公司可行使、執行或批准的一切權力及一切行為及事宜，而該等權力、行為及事宜並非細則或公司法規定須由本公司於股東大會行使或執行。

(iv) 借貸權力

董事會可行使本公司的一切權力集資或借貸款項，並可將本公司全部或任何部分業務、物業及資產及未催繳股本按揭或抵押，並在公司法的規限下，發行本公司的債權證、債券及其他證券作為本公司或任何第三方的任何債項、負債或債務的全部或附帶抵押。

(v) 酬金

本公司可於股東大會上釐定董事的一般酬金，該等酬金(除經投票通過的決議案另有規定外)將按董事會協定的比例及方式分派，如未能達成協議，則由各董事平分，惟任何董事任職時間短於應付酬金的相應期間者，僅可按其任職時間比例收取酬金。董事亦有權預支或報銷因出席任何董事會會議、委員會會議或股東大會或本公司任何類別股份或債券的獨立會議或履行董事職務而合理預期支出或已支出的所有旅費、酒店費及其他額外開支。

倘任何董事應本公司的要求往海外公幹或居駐海外，或執行董事會認為超逾董事日常職責範圍的職務，董事會可作出決定向該董事支付額外酬金，作為任何一般董事酬金以外的額外報酬或代替該等一般酬金。執行董事獲委任為董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或其他行政人員可收取董事會不時決定的酬金、其他福利及津貼。上述酬金可作為董事酬金以外的額外報酬或代替董事酬金。

董事會可為本公司僱員(此詞在本段及下段均包括可能或曾經擔任本公司或其任何附屬公司任何行政職位或任何受薪職務的任何現任董事或前任董事)及前任僱員及彼等供養的人士或上述任何一類或多類人士，設立或聯同其他公司(指本公司的附屬公司或與本公司有業務聯繫的公司)設立養老金、疾病津貼或撫恤金、人壽保險或其他福利的任何計劃或基金，並由本公司負責供款。

董事會可在須遵守或毋須遵守任何條款或條件的情況下支付或訂立協議支付或給予可撤回或不可撤回的養老金或其他福利予僱員及前任僱員及彼等供養的人士或上述任何人士，包括該等僱員或前任僱員或彼等供養的人士根據上段所述計劃或基金已經或可以享有者(如有)以外的養老金或其他福利。在董事會認為適當的情況下，任何上述養老金或福利可在僱員預期實際退休前、實際退休時或退休後任何時間授予僱員。

董事會可議決將任何儲備或基金(包括股份溢價賬及損益賬)當時的進賬金額全部或任何部分資本化(不論該款項是否可供分派)，方式為將該等金額用於繳足未發行股份，以供配發予(i)本公司及／或其聯屬人士(指直接或透過一家或多家中間公司間接地控制本公司或受本公司控制或與本公司受共同控制的任何個人、法團、合夥公司、聯營公司、股份公司、信託、未註冊的聯營公司或其他實體(本公司除外))的僱員(包括董事)，時間為根據任何股份獎勵計劃或僱員福利計劃或與該等人士有關且已獲股東於股東大會上採納或批准的其他安排而授出的任何購股權或獎勵獲行使或歸屬後，或(ii)將獲本公司就運作任何股份獎勵計劃或僱員福利計劃或與該等人士有關且已獲股東於股東大會上採納或批准的其他安排而予以配發及發行股份的信託的受託人。

(vi) 對離職的補償或付款

根據細則，凡向任何董事或前任董事支付款項，以作為離職補償或有關退任的代價(此項付款並非董事根據合約的規定而享有)，須經本公司在股東大會上批准。

(vii) 向董事貸款及提供貸款抵押

本公司不得直接或間接向董事或其緊密聯繫人作出為香港法例第622章公司條例所禁止的任何貸款，猶如本公司為一家在香港註冊成立的公司。

(viii) 披露在與本公司或其任何附屬公司所訂立的合約中擁有的權益

董事可於在任期間兼任本公司任何其他職務或受薪職位(本公司的核數師除外)，任期及條款可由董事會釐定，而董事可收取任何細則規定或據此給予任何酬金以外的額外酬金。董事可擔任或出任由本公司創辦的任何公司或本公司擁有權益的任何其他公司的董事或其他高級人員或在該等公司擁有權益，而毋須向本公司或股東交代其因出任該等其他公司的董事、高級人員或股東，或在該等其他公司擁有權益而收取的任何酬金、溢利或其他利益。董事會亦可促使以其認為在各方面均屬適當的方式行使本公司持有或擁有任何其他公司的股份所賦予的投票權(包括投票贊成委任董事或任何董事為該等其他公司的董事或高級人員的決議案，或投票贊成或規定向該等其他公司的董事或高級人員支付酬金)。

董事或建議委任或候任董事概不應因其職務而失去與本公司訂立有關其兼任受薪職務或職位任期的合約或以賣方、買方或任何其他身份與本公司訂立合約的資格；而任何此等合約或任何董事於其中有利益關係的任何其他合約或安排亦不得被撤銷；參加訂約或有此利益關係的董事亦毋須因其兼任職務或由此而建立的受託關係而向本公司或股東交代其從任何此等合約或安排中所得的任何酬金、溢利或其他利益。倘董事知悉其於本公司所訂立或擬訂立的合約或安排中有任何直接或間接的利益關係，必須於首次考慮訂立該合約或安排的董事會會議上申明其利益性質(倘董事知悉其當時的利益關係)，或於任何其他情況下，則須於知悉此項利益關係後的首次董事會會議上申明其利益性質。

董事不得就其或其任何緊密聯繫人於當中涉及重大利益關係的任何合約或安排或其他建議的董事會決議案投票（亦不得被列入會議的法定人數內），惟此項限制不適用於下列任何事項，即：

(aa) 提供任何抵押或彌償保證予以下任何一方：

(aaa) 就任何董事應本公司或其任何附屬公司的要求或為本公司或其任何附屬公司的利益而借出的款項或產生或承擔的責任，而提供予董事或其緊密聯繫人；或

(bbb) 就董事或其緊密聯繫人本身承擔全部或部分責任（不論是單獨或共同根據一項擔保或彌償保證或透過提供抵押）的本公司或其任何附屬公司的債務或責任，而提供予第三方；

(bb) 有關發售本公司的或本公司可能創辦的或於其中擁有權益的任何其他公司的股份或債權證或其他證券（或由本公司或該等公司發售）以供認購或購買的任何提案，而董事或其緊密聯繫人因參與發售的包銷或分包銷而擁有或將擁有權益；

(cc) 有關本公司或其任何附屬公司的僱員利益的任何提案或安排，包括：

(aaa) 採納、修改或董事或其緊密聯繫人據其可能擁有利益的任何僱員股份計劃或任何股份獎勵計劃或購股權計劃；或

(bbb) 採納、修改或執行有關本公司或其任何附屬公司的董事、其緊密聯繫人及僱員的養老金或退休、身故或傷殘撫恤計劃，而並無給予任何董事或其緊密聯繫人一般不會給予與該計劃或基金有關類別的人士的任何特權或利益；

(dd) 任何下述合約或安排：在其中董事或其緊密聯繫人僅因其於本公司股份或債權證或其他證券中的權益而與持有本公司股份或債權證或其他證券的其他持有人以相同方式擁有權益。

(c) 董事會議事程序

董事會如認為合適，可舉行會議以處理事務、將會議延期或推遲及以其他方式規管會議。在任何會議上產生的問題，須由過半數票決定。如票數均等，會議主席有權投第二票或決定票。

(d) 更改組織章程文件及本公司名稱

本公司可在股東大會上透過特別決議案廢除、更改或修訂細則。細則訂明，更改大綱的條文、修訂細則或更改本公司的名稱均須通過特別決議案進行。

(e) 股東大會

(i) 特別及普通決議案

根據細則，本公司的特別決議案須在股東大會上獲親身或(若股東為公司)由正式授權代表或(若允許委任代表)委派代表出席股東大會(股東大會通告已根據細則正式發出)並有權投票的股東以不少於四分之三的大多數票通過。

根據公司法，任何特別決議案須於通過後十五(15)天內提交開曼群島公司註冊處處長。

按照細則的定義，普通決議案指在股東大會上獲親身或(若股東為公司)由正式授權代表或(若允許委任代表)委派代表出席股東大會(股東大會通告已根據細則正式發出)並有權投票的本公司股東以簡單大多數票通過的決議案。

(ii) 表決權及要求以投票方式表決的權利

在有關任何股份當時所附的任何表決特別權利或限制的規限下，於任何股東大會上以投票方式表決時，每名親身或委派代表(或若股東為公司，則由其正式授權代表)出席的股東每持有一股繳足股份可投一票，惟於催繳股款或分期股款之前就股份繳付或入賬列為實繳的股款，就上述情況而言不得作實繳股款論。凡有權投一票以上的股東毋須盡用其票，亦毋須以同一方式盡投其票。

於任何股東大會上，任何提呈大會表決的決議案須以投票方式表決。除非在實體會議上，大會主席以誠實信用的原則作出決定，容許純粹有關程序或行政事宜的決議案以舉手方式表決，則在該情況下，每名親身(或若股東為公司，由其正式授權代表)或委派代表出席的股東可投一票，惟倘超過一名受委代表獲身為結算所(或其代理人)的股東委任，各有關受委代表於以舉手方式表決時可投一票。投票(不論是以舉手方式或以股數投票方式)可按董事或大會主席可能決定的方式(電子或其他方式)進行。

身為股東之任何公司可透過其董事或其他管治機構之決議，授權其認為適合之人士作為本公司任何股東大會或任何類別股東大會之代表。獲授權人士有權代表該公司行使倘公司為個人股東可行使之同等權力，而倘某人獲授權出席會議，則有關公司須就細則而言，被視為親身出席任何有關會議。

倘本公司股東為一家認可結算所(或其代理人)，則可授權其認為合適的一名或多名人士於本公司任何大會或任何類別的股東大會上擔任代表，惟倘就此授權超過一名人士，則該授權應列明各獲授權人士所代表股份的數目及類別。根據此規定獲授權的人士應被視為獲正式授權(無需進一步事實憑證)及有權代表該認可結算所(或其代理人)行使相同權力，猶如該人士為該結算所(或其代理人)所持有本公司股份的登記持有人(包括發言及投票的權利，以及(若允許舉手投票)於舉手投票時作出獨立投票的權利)。

全體股東均有權在股東大會上發言及投票，惟根據聯交所的規則須放棄投票批准所審議事項的股東除外。

倘本公司知悉任何股東根據上市規則須就本公司任何特定決議案放棄投票或受限制僅投票贊成或反對本公司任何特定決議案，則由或代表該股東作出而違反該規定或限制的任何票數將不予計算。

(iii) 股東週年大會及股東特別大會

本公司每個財政年度須舉行一次股東週年大會，而有關股東大會必須於本公司財政年度結束後六(6)個月內舉行，除非較長的期間不違反上市規則。

股東特別大會可由一名或多名股東要求召開，該等股東於提出要求當日須持有本公司實繳股本不少於十分之一並有權在股東大會上按一股一票基準投票。有關要求須以書面形式向董事會或秘書提出，藉以要求董事會就處理有關要求所指明之任何事務或決議而召開股東特別大會。有關會議須在提呈該要求後2個月內召開。如董事會在提呈日期起計21日內未有安排召開有關會議，則請求人(或多名請求人)僅可在一個地點(即主要會議地點(定義見下文))自行召開實體會議，且請求人因董事會未有妥為召開會議而招致的所有合理費用，須由本公司償還請求人。

儘管細則載有任何規定，任何股東大會或任何類別大會可藉電話、電子或其他通訊設備舉行，其中此等通訊設備須使參與會議的所有人士可同時及即時互相溝通，且以此等方式參與會議須視為出席有關會議。

(iv) 會議通告及其商議的事務

召開股東週年大會須發出不少於二十一(21)個完整日的通知。所有其他股東大會須發出至少十四(14)個完整日的通知。該通告不包括發出或視作發出通告當日及送達通告當日，且須列明(a)大會舉行的時間及地點，(b)會議地點(電子會議除外)，及(若董事會根據細則決定於多個地點舉行會議)主要會議地點(「主要會議地點」)，(c)若股東大會將以混合會議或電子會議的方式召開，通告須載有相關聲明，並附有以電子方式出席及參與會議的電子設備的詳細資料，或本公司在會前將於何處提供相關詳細資料，及(d)將在會議上考慮的決議詳情。

此外，每份股東大會通告須發予本公司全體股東(按照細則或所持股份的發行條款規定無權自本公司收取該等通告的股東除外)及(當中包括)本公司當時的核數師。

根據細則向任何人士發出或由任何人士發出的任何通知，可通過以下方式發出或刊發：

(aa) 可採用面交方式送達有關人士；

(bb) 以郵遞方式寄往該名股東的註冊地址；

(cc) 交付或留存於該名股東的註冊地址；

(dd) 按照聯交所的規定於報章或其他刊物（如適用）投放廣告；

(ee) 在本公司遵守開曼群島法律及不時生效的任何其他適用法律、規則及規例有關取得該人士同意（或視作同意）的任何規定的規限下，以電子通訊方式按該人士根據細則可能提供的電子地址向該人士發送或傳送；

(ff) 在本公司遵守開曼群島法律及不時生效的任何其他適用法律、規則及規例有關取得該人士同意（或視作同意）的任何規定及／或向任何有關人士發出通告的規限下，可把通知登載於有關人士可訪問的本公司網站，該通知、文件或刊物可在本公司的電腦網絡網站取得；或

(gg) 在開曼群島法律及其他適用法律、規則及規例允許的範圍內，透過其他方式寄發或以其他方式向該人士提供。

在股東特別大會及股東週年大會上所處理的一切事務，均被視為特別事務，而在股東週年大會上所處理的以下各項事務均被視為一般事務：

(aaa) 宣派及批准股息；

(bbb) 考慮及採納賬目、資產負債表及董事會與核數師報告；

(ccc) 選舉董事接替退任董事；

(ddd) 委任核數師及其他高級人員；及

(eee) 釐定董事及核數師酬金。

(v) 大會及另行召開的類別大會的法定人數

股東大會如無足夠法定人數，則不可處理任何事項。但即使無足夠法定人數，仍可委任主席。

股東大會的法定人數為兩名親身出席並有權投票的股東(或倘股東為法團，則其正式授權代表)或其受委代表或(僅就法定人數而言)兩名由結算所委任為授權代表或受委代表的人士。為批准修訂某類別股份權利而另行召開的類別股東大會(包括續會)所需的法定人數為持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的兩名人士或其受委代表。

(vi) 委任代表

凡有權出席本公司會議並於會上表決的本公司股東，均有權委任另外一名人士為其受委代表，代其出席會議及表決。持有兩股或以上股份之股東可委任一名以上受委代表，代其出席本公司股東大會或類別股東大會及於會上代其表決。受委代表毋須為本公司股東，並有權代表個人股東行使權力，該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外，受委代表有權代表法團股東行使其代表的股東可行使的相同權力，猶如其為個人股東。股東可親身(或倘股東為法團，則其正式授權代表)或由受委代表投票。

(f) 賬目及審核

董事會須安排保存真確賬目，記錄本公司收支款項、收支事項、本公司的物業、資產、信貸及負債資料及公司法所規定或真確中肯反映本公司狀況及解釋有關交易所需的所有其他事項。

會計記錄須保存於註冊辦事處或董事會決定的其他一個或多個地點，並可供任何董事隨時查閱。任何股東(董事除外)概無權查閱本公司任何會計記錄或賬目或文件，惟該權利乃法律賦予或由董事會或本公司在股東大會上批准除外。然而，獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法例送達法令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供可能須予提供的賬冊副本或當中部分。

每份將於股東大會向本公司提呈的資產負債表及損益賬(包括法律規定須附上的所有文件)的副本，連同董事會報告的印製本及核數師報告的副本，須於大會舉行日期不少於二十一(21)日前，於發出股東週年大會通告的同時，寄交每位根據細則條文有權收取本公司股東大會通告的人士；然而，在遵守所有適用法律(包括上市規則)的情況下，本公司可向該等人士寄發摘錄自本公司年度賬目及董事會報告的財務報表概要，惟任何該等人士可向本公司送達書面通知，要求本公司除財務報表概要外，向其寄發本公司年度財務報表及董事會報告的完整印刷本。

於每年的股東週年大會或其後的股東特別大會上，股東須以普通決議案委任一名核數師審核本公司的賬目，該核數師的任期直至下屆股東週年大會為止。此外，股東可於任何股東大會上以普通決議案於核數師任期屆滿前隨時罷免核數師，並須於該大會上以普通決議案委任另一名核數師履行餘下任期。核數師酬金須由本公司於股東大會上通過普通決議案或由股東以普通決議案的方式釐定及批准。

本公司的財務報表須由核數師按照開曼群島或其他國家或司法權區的公認核數準則審核。核數師須按照公認核數準則編製有關報告書，並於股東大會上向股東提呈核數師報告。

(g) 股息及其他分派方式

本公司可於股東大會上以任何貨幣向股東宣派股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的數額。

細則規定股息可自本公司的利潤(已變現或未變現)或自任何從利潤撥出而董事認為不再需要的儲備中作出宣派及派付。在通過普通決議案後，股息亦可根據公司法就此批准的股份溢價賬或任何其他基金或賬目作出宣派及派付。

除任何股份所附權利或發行條款另有規定者外，(i)一切股息須按派息股份的實繳股款比例宣派及派付，惟就此而言，凡在催繳前就股份所繳付的股款將不會視為股份的實繳股款及(ii)一切股息須按派發股息的任何部分期間的實繳股款比例分配及派付。

如股東欠本公司催繳股款或其他款項，則董事可將所欠的全部數額(如有)自本公司應付予彼等的或有關任何股份的任何股息或其他款項中扣除。

董事會或本公司於股東大會上議決從本公司股本派付或宣派股息時，董事會可繼而按董事會的酌情決定議決(a)配發入賬列為繳足的股份以派發全部或部分股息，惟有權獲派股息的股東可選擇收取現金或部分現金股息以代替配發股份，或(b)有權獲派股息的股東可選擇獲配發入賬列為繳足的股份以代替全部或部分股息。

本公司在董事會建議下亦可通過普通決議案就本公司任何特定股息議決配發入賬列為繳足的股份以派發全部股息，而不給予股東選擇收取現金股息以代替配發股份的權利。

本公司向股份持有人以現金派付的任何股息、利息或其他款項可以支票或股息單的形式支付，並郵寄往持有人的登記地址，或如屬聯名持有人，則寄往就股份名列本公司股東名冊首位的持有人的地址，或寄往持有人或聯名持有人以書面指示的人士的地址。除持有人或聯名持有人另有指示外，每張支票或股息單的抬頭人須為持有人，或如屬聯名持有人，則為就有關股份名列本公司股東名冊首位的持有人，郵誤風險由彼等承擔，而銀行就有關支票或股息單付款後，本公司即已解除該項責任。兩名或多名聯名持有人中任何一人可就應付有關該等聯名持有人所持股份的任何股息或其他款項或可分派資產發出有效收據。

當董事會或本公司在股東大會上議決派付或宣派股息後，董事會可繼而議決通過分派任何種類之特定資產方式派付全部或部分股息。

所有於宣派一年後未獲認領的股息或紅利，可由董事會用作投資或其他用途，收益撥歸本公司所有，直至獲認領為止，而本公司不會就此成為有關款項的受託人。所有於宣派六年後仍未獲認領的股息或紅利，可由董事會沒收，撥歸本公司所有。

本公司就任何股份應付的股息或其他款項概不附帶利息。

(h) 查閱公司記錄

除非根據細則而暫停辦理股份過戶登記，否則根據細則，在香港存置的股東名冊及分冊必須於營業時間在註冊辦事處或根據公司法存置股東名冊的其他地點免費供股東查閱最少兩(2)小時，而任何其他人士在繳付最高2.50港元的費用或董事會指明的較少款額後亦可查閱，倘在存置股東名冊分冊的辦事處查閱，則須先繳付最高1.00港元或董事會指明的較低金額的費用。

(i) 少數股東遭欺詐或壓制時可行使的權利

細則並無關於少數股東在遭受欺詐或壓制時可行使的權利的條文。然而，開曼群島法律載有適用於本公司股東的若干修補條文，概述於本附錄第3(f)段。

(j) 清盤程序

除非公司法另有規定，否則有關本公司由法院清盤或自動清盤的決議案須為特別決議案。

在任何一個或多個類別股份當時所附有關於分配清盤後剩餘資產的任何特別權利、特權或限制的規限下：

(i) 倘本公司清算，且可供分配予本公司股東的資產足以償還清算開始時的全部繳足股本，則超額資產將根據該等股東分別所持繳足股份的數額按比例分配予各股東；及

(ii) 倘本公司清算，且可供分配予股東的資產不足以償還全部繳足股本，則該等資產仍會分派，惟該等資產的損失將盡可能根據本公司開始清算時股東分別持有已繳或應已繳付股本按比例由股東承擔。

倘本公司清算（不論自願清盤或遭法院頒令清盤），則清盤人在獲得特別決議案授權及公司法規定的任何其他批准的情況下，可將本公司全部或任何部分資產以實物或現物形式分發予股東，而不論該等資產為一類財產或不同類別的財產，清盤人可就此為前述將予分發的任何一類或多類財產釐定其認為公平的價值，並可決定股東或不同類別股東間的分發方式。清盤人在獲得類似授權的情況下，可將任何部分資產授予在獲得類似授權的清盤人認為適當而為股東利益而設的信託受託人，惟不得強迫股東接納任何涉及債務的股份或其他財產。

(k) 認購權儲備

在細則被無禁止及在遵守公司法的前提下，倘本公司已發行可認購股份的認股權證，且本公司採取任何行動或進行任何交易而致令該等認股權證的認購價低於股份的面值，則須設立認購權儲備並用以支付認購價與行使認股權證時股份面值的差額。

3. 開曼群島公司法

本公司在公司法的規限下在開曼群島註冊成立，因此須依據開曼群島法律營運。開曼公司法的若干條文載列如下，但本節並非旨在包含一切適用約制及例外情況或全面檢討開曼公司法的一切事宜及稅務，並可能有別於有關人士可能更為熟悉的司法權區的同等條文：

(a) 公司業務

作為獲豁免公司，本公司必須主要在開曼群島以外地區經營其業務。本公司須每年向開曼群島公司註冊處處長提交週年報表存檔，並按其授權股本數額支付費用。

(b) 股本

公司法規定倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他代價，須將相等於股份溢價總額或總值的款項撥入稱為「股份溢價賬」的賬項內。倘根據任何安排配發該公司的股份以作為收購或註銷任何其他公司股份的代價並按溢價發行股份，則公司可選擇不就該等股份溢價應用該等條文。

公司法規定，於組織章程大綱及細則條文（如有）的規限下，公司可以動用股份溢價賬，以：(a)向股東支付分派或股息；(b)繳足將發行予股東作為繳足紅股的公司未發行股份；(c)贖回及購回股份（按公司法第37條規定）；(d)撇銷公司的開辦費用；及(e)撇銷公司股份或債券的任何發行開支，或就該等發行所支付的佣金或給予的折扣。

除非在緊隨建議支付分派或股息的日期後公司將有能力償還其在正常業務過程中到期的債項，否則不得動用股份溢價賬向股東支付任何分派或股息。

公司法規定，倘其組織章程細則許可，則在獲開曼群島大法院（「**法院**」）確認後，股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可藉特別決議以任何方式削減其股本。

(c) 購回公司或其控股公司股份的財務資助

開曼群島並無任何法定限制公司向另一名人士提供財務資助以購買或認購其本身或其控股公司的股份。因此，倘公司董事在履行其審慎責任及真誠行事時認為可妥為給予財務資助而用途適當且符合公司的利益，則可提供有關資助。有關資助應按公平基準作出。

(d) 公司及其附屬公司購回股份及認股權證

倘股份有限公司或設有股本的擔保有限公司的組織章程細則許可，則有關公司可發行該公司或股東可選擇贖回或有責任贖回的股份，且公司法明確規定，任何股份附帶的權利可根據公司組織章程細則條文合法修改，以規定有關股份將予或有責任按此方式贖回。此外，倘該公司的組織章程細則許可，則其可購回本身的股份，包括任何可贖回股份。然而，倘組織章程細則並無批准購回的方式及條款，則公司不得購回任何本身股份，除非該公司事先通過普通決議案規定購回的方式及條款。公司於任何時間僅可贖回或購回其已繳足股款的股份。倘有關贖回或購回將導致公司再無除持作庫存股份以外的任何已發行股份，則公司不得贖回或購回其任何股份。除非於緊隨計劃付款的日期後公司仍有能力償還其在日常業務過程中到期的債項，否則公司自股本中撥款贖回或購回本身股份乃屬違法。

公司購回的股份須被視作已註銷，惟（在該公司的組織章程大綱及細則的規限下）該公司的董事於購回股份前議決以該公司的名義持有該等股份作庫存股份則除外。倘公司股份乃持作庫存股份，則該公司須於股東名冊內登記持有該等股份。然而，儘

管存在上文所述，該公司不得就任何目的被視作股東，亦不得就庫存股份行使任何權利，且任何有關權利的有意行使須屬無效，不得在該公司的任何大會上就庫存股份直接或間接進行表決，亦不得於釐定任何特定時間的已發行股份總數時被計算在內（不論是否就該公司的組織章程細則或公司法而言）。

公司並無被禁止購買本身的認股權證，公司可根據有關認股權證文據或證書的條款及條件購回本身的認股權證。開曼群島法律並無規定公司的組織章程大綱或細則須載有批准該等購買的明文規定，而公司董事可依據其組織章程大綱載列的一般權力買賣及處置各類個人財產。

根據開曼群島法律，附屬公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下，亦可收購該等股份。

(e) 股息及分派

公司法允許公司在通過償債能力測試及符合公司組織章程大綱及細則條文（如有）的情況下，動用股份溢價賬派付股息及作出分派。除上述者外，概無有關派付股息的法定條文。根據在此方面可能於開曼群島具影響力的英國案例法，股息僅可自利潤中派付。

不可宣派或派付股息，亦不可就庫存股份向該公司以現金或其他方式分派該公司的資產（包括因清算向股東作出任何資產的分派）。

(f) 保障少數股東及股東的訴訟

預期法院一般依循英國案例法判案，其准許少數股東以公司名義提出代表訴訟或引申訴訟，以反對(a)超越公司權限或非法的行為，(b)構成欺詐少數股東的行為，且過失方為對公司有控制權的人士，及(c)在通過須由規定大多數（或特別指定大多數）股東通過的決議案過程中出現的違規行為。

倘公司（並非銀行）股本分為股份，則法院可在持有公司不少於五分之一已發行股份股東提出申請下，委派調查員審查公司的事務並按法院指定的方式向法院呈報結果。

公司任何股東可入稟法院，倘法院認為公司清算屬公平公正，即可頒令將公司清算，或取代清算令，頒令(a)規管公司日後事務的進行，(b)要求公司停止進行或不得繼續進行入稟股東所申訴行為或進行入稟股東申訴其並無進行的行為，(c)批准入稟股東按法院可能指示的條款以公司名義並代表公司提出民事訴訟，或(d)規定其他股東或公司本身購買公司任何股東的股份，如由公司本身購買，則須相應削減公司股本。

股東對公司的申索一般須根據適用於開曼群島的一般合約法或侵權法，或根據公司組織章程大綱及細則所訂定的股東個別權利而提出。

(g) 出售資產

公司法並無有關董事處置公司資產權力的具體限制。然而，一般法例規定公司每名高級職員(包括董事、董事總經理及秘書)在行使其權力及執行其職責時，必須為公司的最佳利益忠誠信實行事，並以合理審慎的人士於類似情況下應有的謹慎、努力及技巧行事。

(h) 會計及審核規定

公司須促使存置有關：(i)公司所有收支款項及收支所涉及事項；(ii)公司所有銷貨與購貨記錄；及(iii)公司的資產與負債的妥善賬冊。

倘並無存置為真實公平反映公司事務狀況及解釋其交易所需的賬冊，則不被視作妥為存置賬冊。

獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法例送達法令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供可能須予提供的賬冊副本或當中部分。

(i) 外匯管制

開曼群島並無外匯管制規例或貨幣限制。

(j) 稅項

根據開曼群島稅務豁免法，本公司已獲承諾：

(1) 開曼群島並無頒佈法例對本公司或其業務所得利潤、收入、收益或增值徵收任何稅項；及

(2) 無須按或就本公司股份、債權證或其他責任繳納上述稅項或屬遺產稅或承繼稅性質的任何稅項。

本公司所獲承諾由2024年1月30日起計為期二十年。

開曼群島現時並無對個人或公司的利潤、收入、收益或增值徵收任何稅項，且並無任何屬承繼稅或遺產稅性質的稅項。除不時因在開曼群島司法權區內簽立若干文據或引入該等文據而可能須繳付的若干印花稅外，開曼群島政府不大可能對本公司徵收其他重大稅項。開曼群島已於2010年與英國訂立雙重徵稅公約，惟並無另行訂立任何雙重徵稅公約。

(k) 轉讓印花稅

開曼群島並無對轉讓開曼群島公司股份徵收印花稅，惟轉讓持有開曼群島土地權益的公司股份除外。

(l) 向董事提供貸款

公司法並無禁止公司向其任何董事提供貸款的明文規定。

(m) 查閱公司記錄

註冊辦事處通告乃公開記錄。公司註冊處備存現任董事及候補董事（如適用）名單，可供任何人於繳納費用後查閱。抵押登記冊可供債權人及股東查閱。

根據公司法，本公司股東並無查閱或獲得本公司股東名冊或公司記錄副本的一般權利。然而，彼等將享有本公司細則可能載列的該等權利。

(n) 股東名冊

獲豁免公司可在董事不時認為適當的開曼群島境內或境外地點存置其股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。股東名冊應根據公司法第40條的要求登記該等事項。股東名冊分冊須按公司法規定或許可存置股東名冊總冊的相同方式存置。公司須安排於存置公司股東名冊總冊的地點存置不時正式記錄的任何股東名冊分冊副本。

公司法並無規定獲豁免公司向開曼群島公司註冊處處長提交任何股東申報表。因此，股東姓名／名稱及地址並非公開記錄，且不會供公眾查閱。然而，獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法例送達法令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供可能須予提供的有關股東名冊(包括任何股東名冊分冊)。

(o) 董事及高級職員名冊

本公司須在其註冊辦事處存置董事及高級職員名冊，惟公眾人士不得查閱該名冊。該名冊的副本須提交予開曼群島公司註冊處處長存檔，而任何董事或高級職員變動須於任何有關變動後三十(30)日內知會公司註冊處處長。

(p) 實益擁有權名冊

獲豁免公司須在其註冊辦事處存置實益擁有權名冊，以記錄直接或間接最終擁有或控制公司25%或以上股權或投票權或有權委任或罷免公司大多數董事的人士的詳情。實益擁有權名冊並非公開文件，僅供開曼群島指定主管機關查閱。然而，此項規定並不適用於其股份於認可證券交易所上市的獲豁免公司，而認可證券交易所包括聯交所。因此，只要本公司股份一直於聯交所[**編纂**]，本公司無須遵守存置實益擁有權名冊的規定。

(q) 清算

公司可(a)在法院頒令下強制，(b)自願，或(c)在法院監督下清算。

法院有權在公司股東通過特別決議案要求公司由法院清算，或公司無力償債或法院認為將該公司清算屬公平公正等多種特定情況下頒令清算。倘公司股東(作為出資人)基於公司清算乃屬公平公正的理由入稟法院，法院有權發出若干其他命令以代替清算令，如規管公司事務日後操守的命令，授權入稟股東按法院可能指示的條款以公司名義或代表公司提出民事訴訟的命令，或規定其他股東或由公司本身購買公司任何股東的股份的命令。

倘公司(有限期公司除外)透過特別決議案議決自動清算或倘公司無法償還債務而於股東大會透過普通決議案議決自動清算，則公司可自動清算。倘進行自動清算，則該公司須自自動清算的決議案通過或於上述期間屆滿或由上述情況發生起停止營業(惟倘繼續營業或對其清算有利者則屬例外)。

為執行公司清算程序及協助法院，可委任一名或以上正式清盤人，而法院可委任其認為適當的有關人士擔任該職務，而不論乃屬於臨時或其他性質。倘委任超過一名人士擔任有關職務，法院須宣佈規定由或授權由正式清盤人進行的任何行動，是否須由全體或任何一名或以上該等人士進行。法院亦可決定正式清盤人接受委任是否需要提供任何擔保及有關擔保的種類；倘並無委任正式清盤人或於該職位懸空的任何期間，公司所有財產須由法院保管。

公司事務完全結束後，清盤人須隨即編製清算報告及賬目，顯示進行清算及處置公司財產的過程，並在其後召開公司股東大會，以便向公司提呈賬目及就此加以闡釋。清盤人須於此次最後股東大會至少21日之前，按公司的組織章程細則授權的任何方式，向每名出資人發出通知，並於憲報刊登。

(r) 重組

法例規定進行重組及合併須在就此召開的大會獲得價值相當於出席大會的(i)債權人百分之七十五(75%)，或(ii)股東或類別股東（視情況而定）百分之七十五(75%)的大多數票批准，且其後獲法院批准。儘管有異議的股東有權向法院表示彼認為徵求批准的交易對股東所持股份並無給予公允價值，惟倘無證據顯示管理層有欺詐或不誠實行為，法院不大可能僅基於上述理由否決該項交易。

公司法亦包含法律規定，規定公司如有以下理據，可向法院提出任命重組官的呈請：(a)其無法或可能無法償還公司法第93條所指的債務；及(b)有意根據公司法、外國法律或以達成一致同意的重組方式向其債權人（或其類別債權人）提出妥協或安排。該呈請可由其董事代為行事的公司提出，而毋須其股東的決議或組織章程細則的明確權力。於該呈請聆訊中，法院可頒佈命令任命重組官或頒佈法院認為合適的任何其他命令。

(s) 收購

倘一家公司提出收購另一家公司股份的建議，且在提出收購建議後四(4)個月內，屬收購建議標的的股份不少於百分之九十(90%)的持有人接納收購建議，則收購方在上述四(4)個月期滿後之兩(2)個月內，可隨時按指定方式發出通知，要求有異議的股東按收購建議的條款轉讓彼等的股份。有異議的股東可在該通知發出後一(1)個月內向法院提出反對轉讓。有異議股東須證明法院應行使其酌情權，惟除非有證據顯示收購方與接納收購建議的股份持有人之間有欺詐或不誠實或勾結行為，以不公平手法逼退少數股東，否則法院不大可能行使其酌情權。

(t) 彌償保證

開曼群島法例並無限制公司的組織章程細則可對高級職員及董事作出彌償保證的範圍，惟倘法院認為任何該等條文違反公眾政策（例如表示對觸犯刑事罪行的後果作出彌償保證的情況）則除外。

(u) 經濟實質規定

根據於2019年1月1日生效的開曼群島國際稅務合作(經濟實質)法(「經濟實質法」)，「相關實體」須滿足經濟實質法所載的經濟實質測試。「相關實體」包括於開曼群島註冊成立的獲豁免公司(如本公司)，然而，其並不包括在開曼群島之外有稅務居住處所的實體。因此，只要本公司為開曼群島境外(包括香港)的稅務居民，即無須滿足經濟實質法所載的經濟實質測試。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法例的特別法律顧問Conyers Dill & Pearman已向本公司發出一份意見函，概述開曼群島公司法的若干方面。按本文件附錄五「展示文件」一段所述，該函件連同公司法的副本可供查閱。任何人士如欲查閱開曼群島公司法的詳細概要，或就該法例與其較為熟悉的任何司法權區法例之間的差異取得任何意見，應諮詢獨立法律意見。

A. 有關本集團的進一步資料

1. 本公司註冊成立

本公司於2024年1月9日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。我們於2024年11月22日根據公司條例第16部向香港公司註冊處處長註冊為非香港公司，而我們的香港總辦事處及主要營業地點為香港九龍常悅道3號企業廣場二期22樓。朱先生已獲委任為本公司在香港接收法律程序文件的授權代表。法律程序文件送達地址為香港九龍常悅道3號企業廣場二期22樓。

由於本公司於開曼群島註冊成立，故其營運須遵守開曼公司法及其組織章程（包括組織章程大綱及細則）。組織章程大綱及細則以及公司法相關方面的概要載於本文件附錄三。

2. 本公司股本變動

截至註冊成立日期，本公司的法定股本為380,000港元，分為380,000,000股每股面值0.001港元的股份。於註冊成立日期，初始認購人認購而本公司發行及配發一股認購人股份。同日，初始認購人將一股初始股份按面值轉讓予穎通國際。

於2024年6月18日，本公司向穎通國際配發及發行一股入賬列為繳足的股份。

於[●]，本公司藉增設6,620,000,000股每股面值0.001港元額外股份，將法定股本由380,000港元（分為380,000,000股每股面值0.001港元的股份）增至7,000,000港元（分為7,000,000,000股每股面值0.001港元的股份）。

緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），本公司的法定股本將為7,000,000港元，分為7,000,000,000股股份，其中[**編纂**]股股份將繳足發行或入賬列為繳足，而[**編纂**]股股份將維持未發行。除根據本附錄「－A.有關本集團的進一步資料－4.股東於2025年[●]通過的書面決議案」一段所述的發行股份的一般授權外，董事目前無意發行本公司任何法定但尚未發行的股本，且在未經股東於股東大會上事先批准的情況下，概不會發行股份而實際改變本公司的控制權。

除上文所披露者外，本公司股本於緊接本文件日期前兩年內並無變動。

3. 我們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1.2。

除上文及「歷史、發展及公司架構」一節所披露者外，本公司任何附屬公司的股本於緊接本文件日期前兩年內概無變動。

4. 股東於2025年[●]通過的書面決議案

根據有權於本公司股東大會上投票的本公司當時股東於2025年[●]通過的書面決議案：

(a) 本公司批准及採納組織章程大綱，即時生效；

(b) 本公司批准及有條件採納組織章程細則，自[**編纂**]起生效；

(c) 待(i)聯交所上市委員會批准本文件所述（根據資本化發行、[**編纂**]、[**編纂**]、[**編纂**]購股權計劃及購股權計劃）已發行及將發行的股份在主板[**編纂**]及[**編纂**]；及(ii)[**編纂**]根據[**編纂**]須履行的責任成為無條件（包括由於任何條件獲豁免（如有關））且[**編纂**]並無根據[**編纂**]的條款或其他原因終止：

(i) 待本公司的股份溢價賬因[**編纂**]獲得進賬後，將總額[**編纂**]港元撥充資本，並用於按面值繳足[**編纂**]股股份的股款，以配發及發行予緊接[**編纂**]前名列本公司股東名冊的股東，而根據本決議案將予配發及發行的有關股份（或按股東指示）於各方面與現有已發行股份享有同等權益；

(ii) 批准[**編纂**]及[**編纂**]，並授權董事配發及發行[**編纂**]，以及按照本文件及相關申請表格所載條款及條件並在其規限下就因行使[**編纂**]而須配發及發行的股份；

(iii) 批准及採納購股權計劃的規則，並授權董事或董事會成立的任何董事委員會全權酌情：(1)管理購股權計劃；(2)不時應聯交所要求修訂／修正購股權計劃；(3)根據購股權計劃授出可認購最多達購股權計劃所述上限數目股份的購股權；(4)根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而配發、發行及買賣股份；(5)在適當時候向聯交所申請批准其後不時因根據購股權計劃授出的購股權獲行使而發行及配發的任何股份或其任何部分[**編纂**]及[**編纂**]；及(6)採取一切彼等認為必要、合適或合宜的行動以執行或實行購股權計劃；

(iv) 授予董事一般無條件授權，以行使本公司一切權力以配發、發行及買賣股份（包括有權提呈要約或訂立協議，或授出將會或可能需要配發及發行股份的證券），股份數目不超過緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），已發行股份總數的20%，惟以供股方式，或根據任何以股代息計劃或根據細則規定配發及發行股份以代替全部或部分股息的類似安排，或因行使本公司任何認股權證所附帶認購權發行股份，或因行使根據[**編纂**]購股權計劃、購股權計劃或任何其他購股權計劃授出的購股權，或當時獲採納藉以向本集團的董事及／或高級職員及／或僱員授出或發行股份的類似安排或認購股份的權利，或根據股東於股東大會上授出的特別授權而發行股份則不在此限，有關授權有效期直至本公司下屆股東週年大會結束（除非股東於股東大會上以普通決議案更新（無論是無條件或有條件）），或組織章程細則或開曼群島任何適用法例規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿，或股東於本公司股東大會上通過普通決議案改變或撤回授予董事的授權時（以較早者為準）；就本段而言，「**供股**」指向於指定記錄日期名列股東名冊的本公司股份持有人按其持股比例提呈發售本公司股份或提呈或發行認股權證、購股權或賦予於董事釐定的期間內認購股份權利的其他證券（惟董事有權就零碎配額，或考慮到適用於本公司的任何司法管轄區或任何認可監管機構或適用於本公司的任

何證券交易所的法例或規定的任何限制或責任，或於決定該等法例或規定的任何限制或責任的存在或範圍時可能涉及的開支或延誤，作出彼等認為必須或權宜的安排以將股東排除或作出其他安排）；

(v) 授予董事一般無條件授權，以行使本公司一切權力於聯交所或本公司證券可能[**編纂**]並獲證監會及聯交所就此認可的任何其他證券交易所購回總數不超過緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），已發行股份總數10%的股份（「**購回授權**」），有關授權有效期直至本公司下屆股東週年大會結束（除非股東於股東大會上以普通決議案更新（無論是無條件或有條件）），或本公司組織章程細則或開曼群島任何適用法例規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿，或股東於本公司股東大會上通過普通決議案改變或撤回授予董事的授權時（以較早者為準）；及

(vi) 批准於董事根據相關一般授權可能配發或同意有條件或無條件配發的股份總數，加入相當於本公司根據上文(c)(v)段所購回股份總數的數額，以擴大上文(c)(iv)段所述配發、發行及買賣股份的一般授權，惟經擴大數額不得超過緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），已發行股份總數的10%。

5. 購回本身股份

以下各段載有(其中包括)聯交所規定就本公司購回本身證券須載入本文件的若干資料。

(a) 上市規則的規定

上市規則批准在聯交所作主要上市的公司於聯交所購回其本身證券，惟須受若干限制所規限，其中最重要的限制概述如下：

(i) 股東批准

在聯交所作主要上市的公司擬進行的所有證券購回(如為股份，則須為繳足股份)必須事先經股東於股東大會上通過普通決議案(以一般授權或就特定交易作出特別批准的方式)批准。

根據股東於2025年[●]通過的決議案，董事獲授購回授權，以行使本公司一切權力於聯交所或本公司證券可能[**編纂**]並就此獲證監會及聯交所認可的任何其他證券交易所購回股份，該等股份總數最多為緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後(假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)，已發行股份總數的10%，而該項授權將於以下日期(以最早發生者為準)屆滿：(i)本公司下屆股東週年大會結束時(除非股東於股東大會上通過普通決議案無條件或有條件地重續)；(ii)組織章程細則或任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；及(iii)股東於股東大會上通過普通決議案修改或撤回該授權之日。

(ii) 資金來源

購回須以根據組織章程大綱及細則以及香港及開曼群島適用法律法規可合法作此用途的資金撥付。上市公司不得以現金以外的代價或以聯交所不時的交易規則規定以外的結算方式於聯交所購回本身證券。根據開曼群島法律，本公司作出的任何購回，所用資金必須來自溢利、就購回目的而發行新股份的所得款項、

股份溢價賬的進賬金額，或倘獲組織章程細則及開曼公司法授權，亦可從資本撥付。購回時應付高於購回股份面值的任何溢價，必須從溢利或股份溢價賬的進賬金額撥付，或倘獲組織章程細則及開曼公司法授權，亦可從資本撥付。

(iii) 交易限制

上市公司在聯交所可購回的股份總數最多為已發行股份總數的10%。

未經聯交所事先批准，公司不得於緊隨購回後為期30日內發行或宣佈擬發行新證券（因購回前尚未行使的、要求公司須發行證券的認股權證、購股權或類似工具獲行使而發行證券者除外）。此外，倘購買價較上市公司股份於聯交所買賣當日前五個交易日的平均收市價高出5%或以上，則該上市公司不得在聯交所購回其股份。倘購回將導致公眾所持上市證券數量低於聯交所規定的相關指定最低百分比，上市規則亦禁止上市公司購回其證券。上市公司須促使其委任以購回證券的經紀人向聯交所披露聯交所可能要求提供的有關購回的資料。

(iv) 購回股份的地位

所有購回證券的上市（不論在聯交所或在其他證券交易所）會自動取消，而有關股票亦必須註銷及銷毀。根據開曼群島法律，除非於進行購回前，董事議決持有本公司所購回股份作為庫存股份，否則本公司所購回股份須視為已註銷，而本公司已發行股本金額亦須按該等股份的面值減少。然而，根據開曼群島法律，購回股份不會被視為法定股本金額的減少。

(v) 暫停購回

發生股價敏感事件或就股價敏感事件作出決定後，直至公佈相關股價敏感資料前，上市公司不得購回任何證券。特別是，於緊接以下日期(以較早者為準)前一個月期間內，除特殊情況外，上市公司不得於聯交所購回其股份：(a)批准上市公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績(無論是否上市規則所規定)的董事會會議日期(根據上市規則首次知會聯交所的日期)及(b)上市公司根據上市規則刊發任何年度或半年度業績公告或季度或任何其他中期業績公告(無論是否上市規則所規定)的最後期限。此外，倘上市公司違反上市規則，聯交所或會禁止其於聯交所購回證券。

(vi) 申報規定

有關在聯交所或其他證券交易所購回證券的特定資料，必須在不遲於下一個營業日的早上交易時段或任何開市前時段開始(以較早者為準)前30分鐘向聯交所呈報。此外，上市公司的年報須披露在有關年度購回證券的詳情，包括購回證券數目的每月分析、每股購買價或就全部購回支付的最高價及最低價(如相關)與已付總價。

(vii) 核心關連人士

上市規則禁止公司在知情情況下於聯交所向「核心關連人士」(即公司或其任何附屬公司的董事、最高行政人員或主要股東，或彼等任何一方的緊密聯繫人(定義見上市規則))購買證券，而核心關連人士亦不得在知情情況下向公司出售其證券。

(b) 購回理由

董事相信，股東授予董事一般授權使本公司得以於市場購回股份，符合本公司及股東的最佳利益。視乎當時的市況及資金安排，有關購回可提高每股資產淨值或每股盈利，並僅於董事相信有關購回將對本公司及股東有利時方會進行。

(c) 購回資金

股份購回必須從根據細則及開曼群島適用法律可合法作此用途的資金撥付。

董事不得以現金以外的代價或聯交所交易規則規定以外的結算方式於聯交所購回股份。除上文所述外，董事作出的購回，所用資金必須來自本公司溢利、就購回目的而發行新股份的所得款項、或倘獲組織章程細則及開曼公司法授權，亦可從資本撥付，而購回時應付的任何溢價，必須從本公司溢利或本公司股份溢價賬的進賬金額撥付，或倘獲組織章程細則及開曼公司法授權，亦可從資本撥付。

然而，倘行使一般授權會對本公司所需營運資金構成重大不利影響或董事認為本公司的資產負債水平不時屬於合適，則董事不建議在該等情況下行使一般授權。

(d) 一般事項

按緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），已發行[**編纂**]股股份計算，於以下最早發生者前的期間，悉數行使購回授權可相應引致本公司購回最多約[**編纂**]股股份：

- 本公司下屆股東週年大會結束時（除非股東於股東大會上通過普通決議案無條件或有條件地重續）；

- 組織章程細則或任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的限期屆滿時；或

- 股東於股東大會上通過普通決議案修改或撤回該授權之日。

概無董事或（據董事作出一切合理查詢後所深知）彼等的任何聯繫人現時擬向本公司出售任何股份。

董事已向聯交所承諾，在適用情況下，彼等將根據上市規則及開曼群島適用法律行使購回授權。

倘因購回股份引致股東於本公司投票權的權益比例增加，根據收購守則，該增加將被視為一項收購。因此，一名股東或一組一致行動股東可能取得或鞏固對本公司的控制權，並須按照收購守則規則26提出強制要約。除上文所述者外，董事並不知悉因根據購回授權進行任何購回而產生收購守則所述的任何後果。

倘購回股份將導致公眾所持股份數目減至低於當時已發行股份的[**編纂**]%，則必須在聯交所同意豁免上市規則有關上述公眾持股量的規定後，方可進行。相信此項規定的豁免通常在特殊情況下方會授出。

概無本公司的核心關連人士知會本公司，表示在購回授權獲行使的情況下其現時有意向本公司出售股份或已承諾不會向本公司出售股份。

B. 公司重組

請參閱本文件「歷史、發展及公司架構－公司發展及重組」一節。

C. 有關我們業務的進一步資料

1. 重大合約概要

本公司或本公司任何附屬公司於本文件日期前兩年內訂立下列屬或可能屬重大的合約（並非於日常業務過程中訂立的合約）：

(a) 彌償契據；

(b) [**編纂**]。

2. 本集團的重大知識產權

截至最後實際可行日期，本集團已註冊或已申請註冊以下對本集團業務屬重要的知識產權。

(a) 香港商標

截至最後實際可行日期，我們已在香港註冊以下董事認為對我們的業務屬重要的商標：

序號	商標	註冊擁有人	註冊類別	註冊編號	屆滿日期（月／日／年）
1....	A B C	穎通遠東	3/7/9/25/35/44	304580604	06/28/2028
2....	拾 柔 氣 盒 拾 柔 氣 盒	穎通遠東	3/35/42/44	305515326	01/24/2031
3....	SANTA MONICA	穎通遠東	3/9	305554864	03/07/2031
4....		穎通遠東	3/9	305554873	03/07/2031
5....	A SANTA MONICA B SANTA MONICA	穎通遠東	9	200002274	05/19/2026
6....	SANTA MONICA	穎通遠東	9/21	303399751	05/05/2025
7....	ELITE TITAN	穎通遠東	9/21	303399760	05/05/2025
8....	YAN PLANET	喜賢	35	305987134	06/16/2032
9....	颜气圈	喜賢	35	305987152	06/16/2032
10...		穎通遠東	3/7/9/25/35/44	306503274	03/18/2034

(b) 中國商標

截至最後實際可行日期，我們已在中國註冊以下董事認為對我們的業務屬重要的商標：

序號	商標	註冊擁有人	註冊類別	註冊編號	屆滿日期（月／日／年）
1	yanqiquan	穎通上海貿易	3;5;9;16;21; 39; 42	49261309	06/06/2031
2	穎 通	穎通中國貿易	3	13205568	01/20/2025
3	穎 通	穎通中國貿易	9	13205593	01/20/2025
4	穎 通	穎通中國貿易	16	13205615	01/20/2025
5	穎 通	穎通中國貿易	35	13205659	01/06/2025
6	穎 通	穎通中國貿易	42	13205705	01/27/2025
7	Eternal	穎通中國貿易	44	13205741	05/20/2025
8	穎 通	穎通中國貿易	44	19850859	06/20/2027
9	E香氛	穎通中國貿易	9	20907706	09/27/2027
10 . . .	E香氛	穎通中國貿易	16	20907723	09/27/2027
11 . . .	E香氛	穎通中國貿易	42	20907625	12/06/2027
12 . . .	E香氛	穎通中國貿易	44	20907409	12/06/2027
13 . . .		穎通中國貿易	3;9;25;35;44	30872859	05/06/2029
14 . . .	Perfume Box	穎通中國貿易	35	14171010	05/06/2025
15 . . .	Perfume Box	穎通中國貿易	9;18;22; 25-26; 44	32979770A	10/13/2029
16 . . .	穎时尚	穎通中國貿易	3	33549814	06/27/2030

序號	商標	註冊擁有人	註冊類別	註冊編號	屆滿日期（月／日／年）
17 . . .	颖时尚	穎通中國貿易	3	33549814A	09/06/2029
18 . . .	PerfumeBox	穎通中國貿易	9;18;22;25-26;35;44	34127603A	11/06/2029
19 . . .	香 水 盒 子	穎通中國貿易	9;18;22;25-26;35;44	34127604A	11/06/2029
20 . . .	PerfumeBox 香 水 盒 子	穎通中國貿易	9;18;22;25-26;35;44	34127605A	11/06/2029
21 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	3	44874327	12/27/2030
22 . . .	颜气圈	穎通中國貿易	3;5;9;16;21;35;39;42	48852482A	05/06/2031
23 . . .	穎通星球	穎通中國貿易	3;35	60873102	05/13/2032
24 . . .	穎通星球	穎通中國貿易	9	65820042	01/13/2033
25 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	9	1338776	11/27/2029
26 . . .	圣曼尼加	穎通中國貿易	9	7112485	10/13/2030
27 . . .	SM2 SANTA MONICA	穎通中國貿易	9	15419253	11/06/2025
28 . . .	SM2 SANTA MONICA	穎通中國貿易	9	15418937	11/06/2025
29 . . .	SM2 SANTA MONICA	穎通中國貿易	9	15418930	11/06/2025
30 . . .	圣曼尼加2	穎通中國貿易	9	15419655	11/06/2025
31 . . .	leooptic	穎通中國貿易	35	15937571	02/20/2026
32 . . .	ELITE TITAN	穎通中國貿易	9	17210152	08/20/2026
33 . . .	SANT MONICA	穎通中國貿易	9	19847930	06/20/2027
34 . . .	圣曼尼加	穎通中國貿易	3	21477285	11/20/2027
35 . . .	圣曼尼加	穎通中國貿易	16	21477678	11/20/2027
36 . . .	圣曼尼加	穎通中國貿易	18	21477837	11/20/2027

序號	商標	註冊擁有人	註冊類別	註冊編號	屆滿日期（月／日／年）
37 . . .	圣曼尼加	穎通中國貿易	28	21478215	01/13/2028
38 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	9	22760587	02/20/2028
39 . . .	SANT MONICA JUNIOR	穎通中國貿易	9	24490974	06/13/2028
40 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	35	24588789	08/20/2028
41 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	9	24588817	08/20/2028
42 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	16	24591073	01/06/2029
43 . . .	Santa Monica Cali	穎通中國貿易	9	30872858	03/20/2029
44 . . .	拾氛生活馆	穎通中國貿易	3;35;42;44	49807842	09/13/2031
45 . . .	拾氛气盒	穎通中國貿易	3;35;42;44	49811718	05/27/2031
46 . . .	圣曼尼加	穎通中國貿易	10	50713161	06/20/2031
47 . . .	PERFUME BOX 拾 氛 盒	穎通中國貿易	35;44	50901756	09/27/2032
48 . . .	PERFUME BOX 拾 氛 盒	穎通中國貿易	3;42;44	50901756A	08/20/2031
49 . . .	YAN PLANET	穎通中國貿易	3;5;9;16;21; 35;39;42	51938017	08/20/2031
50 . . .	Santa Monster	穎通中國貿易	3;9;35	53252575	09/06/2031
51 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	3	53273692	02/13/2032
52 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	3;9;35	53273692A	10/20/2031
53 . . .	SANTA MONICA Perfume	穎通中國貿易	3	53257968	03/06/2032
54 . . .	SANTA MONICA Perfume	穎通中國貿易	3;35	53257968A	10/27/2031
55 . . .	SANTA MONICA Cosmetic	穎通中國貿易	3	53273733	03/13/2032
56 . . .	SANTA MONICA Cosmetic	穎通中國貿易	3;35	53273733A	10/20/2031

序號	商標	註冊擁有人	註冊類別	註冊編號	屆滿日期（月／日／年）
57 . . .	「19 SINCE DERM 26 SINCE ACTE」	穎通中國貿易	41;44	58321973A	04/27/2032
58 . . .	拾氛	穎通中國貿易	3	65746940	01/27/2033
59 . . .	拾氛	穎通中國貿易	4	65863495	12/27/2032
60 . . .	拾氛	穎通中國貿易	35;42;44	60487889	05/06/2032
61 . . .	拾氛星球	穎通中國貿易	3;35	60908147	07/27/2032
62 . . .	SANTA MONICA	穎通中國貿易	3;35	65967567	05/06/2033
63 . . .	PERFUME BOX 拾氛气盒	穎通中國貿易	3-4;35;42;44	66029634	01/13/2033
64 . . .		穎通中國貿易	3-4;35;42;44	66034725	01/06/2033
65 . . .	ETNDCC	穎通中國貿易	3;4;5;9;10;35; 38;41;42;44	69506460	09/06/2033
66 . . .		穎通中國貿易	3;5;9;10;35; 38;41;42;44	70589236	11/13/2033
67 . . .	「19 SINCE DERM 26 SINCE ACTE」	穎通中國貿易	5	70561710	10/06/2033
68 . . .	穎 通	穎通中國貿易	44	19850859	06/20/2027
69 . . .	Yan Fête	穎通中國貿易	21	51999988	08/13/2031
70 . . .	「19 SINCE DERM 26 SINCE ACTE」	穎通中國貿易	35	58321973	08/13/2033

(c) 著作權

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列董事認為對我們的業務屬重要的著作權：

序號	著作權	註冊擁有人	註冊編號	註冊日期（月／日／年）
1 . . .	穎通雲店管理系統V1.0	上海穎通科技應用杭州分公司	2023SR0420416	03/30/2023
2 . . .	ETERNAL	穎通中國貿易	國作登字-2022-F-10217075	10/27/2022
3 . . .	永恒之日	穎通中國貿易	國作登字-2022-F-10216736	10/27/2022
4 . . .	優雅永恒	穎通中國貿易	國作登字-2022-F-10217074	10/27/2022

(d) 專利

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列董事認為對我們的業務屬重要的專利：

序號	註冊擁有人	專利名稱	專利編號	申請日期（月／日／年）
1 . . .	穎通中國貿易	一種無螺絲鏡腳結構	ZL202222157852.4	08/16/2022
2 . . .	穎通中國貿易	一種無螺栓的鏡腿結構	ZL202021949681.3	09/08/2020

(e) 域名

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列董事認為對我們的業務屬重要的域名：

序號	域名	註冊擁有人	屆滿日期（月／日／年）
1	eternal.cn	穎通上海貿易	04/04/2033
2	eternalsys.com	穎通上海貿易	04/28/2033
3	m21g.cn	上海穎通科技應用杭州分公司	11/10/2027
4	m21g.net	上海穎通科技應用杭州分公司	11/10/2027
5	m21g.com	上海穎通科技應用杭州分公司	11/10/2027
6	m21g.com.cn	上海穎通科技應用杭州分公司	11/10/2027
7	eternal.hk	穎通遠東	09/29/2026
8	orlane.com.hk	穎通遠東	02/13/2025
9	santamonicaeyewear.com	穎通遠東	06/21/2028
10	eternal-op.com.hk	穎通遠東	01/16/2029
11	academie.com.hk	穎通遠東	06/16/2026

D. 有關董事及主要股東的進一步資料

1. 董事服務合約及委任函

(a) 執行董事

各執行董事已與本公司訂立服務合約，據此彼等同意擔任執行董事，任期自[**編纂**]起為期三年，可經雙方同意後續約。董事根據組織章程細則可於若干情況下被撤任。各執行董事的委任可由任何一方向另一方發出至少[三個月]書面通知予以終止。該等委任須符合組織章程細則下董事退任及輪席退任條文。

(b) 獨立非執行董事

各獨立非執行董事已與我們簽立委任函，任期自[**編纂**]起為期[一年]，可經雙方同意後續約。各獨立非執行董事的委任可由任何一方向另一方發出至少[三個月]書面通知予以終止。該等委任須符合組織章程細則下董事退任及輪席退任條文。

2. 董事酬金

有關董事酬金的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層－董事及高級管理層薪酬」及本文件附錄一所載會計師報告附註34。

3. 權益披露

*(a) 緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後我們的董事或行政總裁於我們的股本及相聯法團的權益及淡倉*

緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），董事或主要行政人員於本公司或其相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）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分部須知會我們及聯交所的權益或淡倉（包括彼等根據證券及期貨條例的該等條文被當作或視為擁有的權益或淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須登記於該條所述登記冊或根據上市規則附錄C3所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》須知會本公司及聯交所的權益或淡倉如下：

姓名	身份／權益性質	緊隨資本化發行及[編纂]完成後[2]	
		股份數目[1]	於本公司股權概約百分比
劉先生	於受控法團的權益[3][4]	[**編纂**]	[**編纂**]%
林女士	實益擁有人[4]	[6,380,000]	[**編纂**]%
劉女士	實益擁有人[4]	[3,189,000]	[**編纂**]%
朱先生	實益擁有人[4]	[1,282,000]	[**編纂**]%

附註：

(1) 上述所有權益均為好倉。

(2) 假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權。

(3) 穎通國際由劉先生擁有90%及由劉太太擁有10%。因此，根據證券及期貨條例，劉先生被視為於穎通國際擁有權益的所有股份中擁有權益。

(4) 該等股份指因根據[**編纂**]購股權計劃授出的購股權獲行使而將予發行的股份。

(b) 根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部須予披露的權益及淡倉

據董事所知，緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），以下人士（並非本公司董事或最高行政人員）預期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分部的條文須向本公司披露的權益或淡倉，或擁有附帶權利可在任何情況下於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中已發行投票權股份10%或以上的權益：

名稱／姓名	身份／權益性質	緊隨資本化發行及[編纂]完成後[2]	
		股份數目[1]	於本公司股權的概約百分比
穎通國際.....	實益擁有人	[**編纂**]	[**編纂**]%
劉太太	配偶權益[3]	[**編纂**]	[**編纂**]%

附註：

(1) 所列的所有權益均為好倉。

(2) 假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權。

(3) 劉太太為劉先生的配偶。根據證券及期貨條例，劉太太因此被視為於劉先生擁有權益的所有股份中擁有權益。

5. 免責聲明

除本文件所披露者外且截至最後實際可行日期：

(a) 概無董事或名列本附錄「G.其他資料－8.專家資格」一節的任何各方，直接或間接於本公司的發起創辦中擁有權益，或於緊接本文件日期前兩年內，於我們所收購或出售或租賃或本集團任何成員公司擬收購或出售或租賃的任何資產中擁有權益；

(b) 除與[**編纂**]有關者外，概無董事或名列本附錄「G.其他資料－8.專家資格」的任何各方，於對本集團業務整體而言屬重大且於本文件日期仍然存續的任何合約或安排中擁有重大權益；

(c) 除與[**編纂**]有關者外，名列下文「G.其他資料－8.專家資格」的各方概無於本公司或本集團任何成員公司的任何證券中擁有法定或實益權益；或擁有可認購或指派他人認購本公司或本集團任何成員公司證券的權利（不論是否可依法強制執行）；

(d) 概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或本公司任何股東（就董事所知，擁有我們已發行股本5%以上權益者）於我們任何五大客戶或五大供應商中擁有任何權益。

E. [編纂]購股權計劃

1. [編纂]購股權計劃的主要條款

下文概述當時股東採納並批准且自2024年6月18日起生效的本公司[**編纂**]購股權計劃的主要條款。[**編纂**]購股權的條款無須遵守上市規則第十七章的條文，因為其並不涉及本公司於[**編纂**]後授出獎勵認購新股份。本「[**編纂**]購股權計劃」分節所界定及使用的詞彙僅適用於本分節。

(a) 目的

[**編纂**]購股權計劃旨在認可若干合資格參與者作出的貢獻並給予獎勵，以挽留及激勵彼等為本集團的持續經營及發展作出貢獻，及透過向彼等提供取得本公司股權的機會，吸引合適人員為本集團的進一步發展作出貢獻。

(b) 參與者

[**編纂**]購股權計劃的參與者為本集團任何成員公司的管理人員、全職及兼職僱員。

(c) 行政管理

[**編纂**]購股權計劃須由董事會及／或受託人根據[**編纂**]購股權計劃及信託契約管理。董事會及／或受託人就與計劃或其詮釋或效力有關的所有事宜作出的決定（[**編纂**]購股權計劃另有規定者除外）為最終決定，對所有訂約方均具約束力。董事會可將其與計劃有關的任何或全部權力轉授予其任何委員會。

Eternal Beauty Investment Limited為一家於英屬處女群島註冊成立的公司，由本公司為促進[**編纂**]購股權計劃的管理而設立的信託（「**信託**」）的受託人Futu Trustee Limited（「**受託人**」）全資擁有。根據信託的信託契約，擁有8,900,000股相關股份的購股權由Eternal Beauty Investment Limited持有，並由受託人根據信託管理，僅為[**編纂**]購股權計劃下的若干已識別承授人的利益進行。餘下17,294,000股相關股份的購股權由相關承授人直接持有。

(d) 授出及調整購股權

對任何參與者的任何授出須由董事會考慮並須經董事會批准。倘任何參與者不符合[**編纂**]購股權計劃的資格，或調任任何其他職位或終止彼於本公司的僱傭關係或身故，則董事會可根據[**編纂**]購股權計劃對該等參與者作出調整。

(e) [編纂]購股權計劃的最高股份數目

[**編纂**]購股權計劃項下購股權的相關股份為本公司將予發行的股份。[**編纂**]購股權計劃項下購股權的最高股份數目不得超過26,194,000股，佔緊接[**編纂**]前本公司已發行股份總數約[**編纂**]%及緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）已發行股份總數約[**編纂**]%。

(f) 行使價

[**編纂**]購股權計劃項下每份購股權的行使價為0.1港元。

(g) 歸屬時間表

根據[**編纂**]購股權計劃授出的購股權不受任何歸屬時間表規限。

(h) 購股權的行使及失效

[**編纂**]購股權計劃項下的購股權期限為自授出日期起計10年。在滿足行使條件的前提下，參與者有權於[**編纂**]後行使根據[**編纂**]購股權計劃歸屬予該參與者的購股權或於年期內放棄有關權利。任何因參與者因任何原因而未於期限內行使的購股權，於期限屆滿時由董事會自動註銷。

(i) 禁售安排

因行使根據[**編纂**]購股權計劃授出的購股權而發行的股份須受以下禁售期所規限，在此期間，相關股份不得轉讓或用作抵押品或用於償還債務。

日期	不受禁售規限的購股權百分比
[**編纂**]後1個月	已授出購股權總數的40%
[**編纂**]後1年	已授出購股權總數的30%
[**編纂**]後2年	已授出購股權總數的30%

(j) 投票權

不得就任何購股權、尚未行使的購股權的相關股份行使投票權。

(k) 股息權利

毋須就任何購股權或尚未行使的購股權相關股份支付股息。

(l) 終止

本公司可隨時通過股東大會決議案終止[**編纂**]購股權計劃。於上述[**編纂**]購股權計劃終止後，不得再提呈任何購股權，惟[**編纂**]購股權計劃的條文在所有其他方面仍然有效。根據及按照[**編纂**]購股權計劃，於有關終止前授出但當時尚未行使的所有購股權將繼續有效及可予行使，直至相關行使期屆滿為止。

(m) 可轉讓性

未經董事會同意，承授人不得以任何方式出售、轉讓、抵押、按揭、設立產權負擔或就任何購股權為任何第三方設立任何權益（合法或實益）或試圖如此行事。倘違反上述規定，本公司有權註銷授予該承授人的任何尚未行使購股權或部分購股權。

(n) 稅項

承授人根據[**編纂**]購股權計劃收取的任何所得款項須繳納個人所得稅及根據適用稅法徵收的其他稅項及費用。承授人須承擔因行使、出售、轉讓、使用、購買及其他與[**編纂**]購股權計劃有關的情況而產生的費用及稅項。

2. 尚未行使購股權

截至最後實際可行日期，本公司已分別於2024年6月24日及2024年7月8日根據[**編纂**]購股權計劃以零代價向合共18名合資格參與者授出可認購合共26,194,000股股份的購股權，相當於緊隨資本化發行及[**編纂**]完成後（假設[**編纂**]未獲行使，且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）本公司已發行股本約[**編纂**]%。每份已授出購股權的行使價為0.1港元。

假設因根據[**編纂**]購股權計劃授出的所有尚未行使購股權獲悉數歸屬及行使而將發行26,194,000股股份，緊隨[**編纂**]及[**編纂**]完成後及並無計及因[**編纂**]獲行使而可能配發及發行的任何股份，股東的股權將攤薄約[**編纂**]%。就該等尚未行使購股權發行股份而對我們每股盈利產生的攤薄影響約為[**編纂**]%。

除上文所載者外，本公司概無根據[**編纂**]購股權計劃授出或同意授出其他購股權。本公司將不會於[**編纂**]之前、當日或之後根據[**編纂**]購股權計劃進一步授出任何購股權。

本公司已向上市委員會申請批准根據[**編纂**]購股權計劃將予發行的股份[**編纂**]及[**編纂**]。

3. 承授人概要

以下為截至最後實際可行日期[**編纂**]購股權計劃項下尚未行使的承授人名單：

姓名	地址	授出日期	購股權期限	已授出購股權項下股份數目	緊隨資本化發行及[編纂]完成後佔本公司已發行股本的概約百分比[1]
董事					
林荊女士.....	香港荃灣楊屋道1號萬景峯5座51樓A室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	6,380,000	[**編纂**]%
劉穎賢女士...	香港新界葵涌華景山路3號海峰花園4座8樓B室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	3,189,000	[**編纂**]%
朱維馴先生...	香港九龍旺角西洋菜街2-J號新江大樓18樓C室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	1,282,000	[**編纂**]%
高級管理層...					
王巍女士.....	上海市凱濱路19弄11號103室	2024年6月24日	自授出日期起計10年	2,868,000	[**編纂**]%

姓名	地址	授出日期	購股權期限	已授出購股權項下股份數目	緊隨資本化發行及[編纂]完成後佔本公司已發行股本的概約百分比[1]
薛燕河先生...	中國北京市西城區北官房胡同28號	2024年6月24日	自授出日期起計10年	2,702,000	[編纂]%
黃慧勇先生...	中國福建省泉州市鯉城區七星街74號11幢303室	2024年6月24日	自授出日期起計10年	1,442,000	[編纂]%
林曉盈女士...	香港日出康城Malibu 1B座12樓B室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	1,144,000	[編纂]%
其他僱員.....					
陳慧珍女士...	香港新界葵涌華景山路3號海峰花園3座16樓A室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	697,000	[編纂]%
劉穎恆先生...	香港葵涌華景山路3號海峰花園6座16樓A室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	1,890,000	[編纂]%

姓名	地址	授出日期	購股權期限	已授出購股權項下股份數目	緊隨資本化發行及[編纂]完成後佔本公司已發行股本的概約百分比[1]
鐘閣娟女士...	香港新界天水圍嘉湖山莊景湖居6座9樓A室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	752,000	[編纂]%
Lee Shuk King女士.....	香港新界黃大仙黃大仙下邨龍慧樓24樓2408室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	831,000	[編纂]%
Wong Wai Man女士.....	香港大圍綠怡花園B座8樓6室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	509,000	[編纂]%
Man On Kei女士.....	香港將軍澳維景灣畔1期5號樓40樓H室	2024年7月8日	自授出日期起計10年	620,000	[編纂]%
Li Weiguang先生.....	中國廣州市海珠區江燕南路14號501室	2024年6月24日	自授出日期起計10年	452,000	[編纂]%

姓名	地址	授出日期	購股權期限	已授出購股權項下股份數目	緊隨資本化發行及[編纂]完成後佔本公司已發行股本的概約百分比(1)
Fu Haifeng 先生.....	中國上海市浦東新區東陸路1182弄58號103室	2024年6月24日	自授出日期起計10年	429,000	[編纂]%
Wang Hongtao 先生.....	中國上海市松江區滬亭北路338弄135號1502室	2024年6月24日	自授出日期起計10年	553,000	[編纂]%
Wo Zhiwen 先生.....	中國上海市閘北區陝西北路449弄8號	2024年6月24日	自授出日期起計10年	221,000	[編纂]%
Song Yiwu 先生.....	中國上海市浦東新區桃林路815弄12棟903室	2024年6月24日	自授出日期起計10年	233,000	[編纂]%
總計				26,194,000	[編纂]%

附註：

(1) 上表假設[**編纂**]未獲行使且並無計及因根據[**編纂**]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份。

F. 購股權計劃

下文概述當時股東於2025年[●]有條件採納並批准且將自[**編纂**]起生效的本公司購股權計劃的主要條款。購股權計劃的條款將受上市規則第十七章規管。本「購股權計劃」分節所界定及使用的詞彙僅適用於本分節。

1. 目的

購股權計劃旨在向合資格參與者(定義見下段)提供於本公司擁有個人股權的機會，並激勵彼等提升日後對本集團所作出的貢獻，及／或就彼等過往的貢獻給予獎勵，以吸引及挽留或以其他方式繼續維持與對本集團的業績、增長或成功而言屬重要及／或其貢獻有利於或將有利於本集團的業績、增長或成功之合資格參與者的合作關係，另外就僱員參與者(定義見下文)而言，亦使本集團吸引及挽留經驗豐富且具備才能的人士及／或就彼等過往的貢獻給予獎勵。

2. 可參與人士

董事會可全權酌情根據購股權計劃所載條款向任何以下僱員參與者、相關實體參與者或服務提供者(統稱「**合資格參與者**」)提呈購股權(「**購股權**」)以認購有關數目的股份：

(a) 本公司或其任何附屬公司的任何董事或僱員，包括獲授予購股權作為與本公司或其任何附屬公司訂立僱傭合約的誘因的人士(「**僱員參與者**」)；

(b) 本公司的控股公司、控股公司附屬公司或聯營公司的董事或僱員(「**相關實體參與者**」)；及

(c) 在本集團的日常業務過程中持續或經常性地向本集團提供符合本集團長期增長利益的服務的任何人士，包括(i)向本集團任何成員公司提供商品或服務的供應商；(ii)本集團任何成員公司的客戶；(iii)本集團任何成員公司體育用品行業的業務或合資夥伴、加盟商、承包商、代理人或代表；(iv)向本集團的任何成員公司提供支持或任何諮詢、顧問、專業或其他服務(包括與設計、研發、市場營銷、創新升級、企業形象的戰略或商業規劃、投資者關係、產品質量控制、法規政策等方面的支持或服務)的人士或實體(作為獨立承包商、僱問、諮詢人或其他)；及(v)上述任何人士的關聯方(「**服務提供者**」)。為免生疑問，服務提供者可能不包括為集資、併購提供諮詢服務的配售代理或財務顧問，以及提供保證或需要公正持平地提供服務的專業服務提供者(例如核數師或估值師)。

3. 最高股份數目

因根據購股權計劃及本公司任何其他計劃將予授出的所有購股權獲行使而可能發行的最高股份數目，合共不得超過截至[**編纂**]已發行股份的10%（10%的上限指[**編纂**]股股份），不包括因本公司所授出[**編纂**]獲行使而可能將予發行的股份（「**計劃授權上限**」）。倘本公司的資本架構因本公司資本化發行、供股、合併、重新分類、重組、拆細或削減股本而發生任何變動，則計劃授權上限可能會有所調整，但無論如何不得超出上市規則規定的限額。任何有關調整應給予合資格參與者與彼等過往有權獲得的股本之比例相同的股本。就任何有關調整而言，除就資本化發行所作任何調整外，核數師須以書面形式向董事會轄下委員會確認有關調整符合要求。

本公司可於(i)購股權計劃獲採納日期；或(ii)股東批准最後更新日期（視乎情況而定）起計三年後在股東大會上尋求股東批准更新計劃授權上限。根據購股權計劃及本公司任何其他計劃按經更新的計劃授權上限授出的所有購股權及獎勵可予發行的股份總數不得為於股東批准更新的日期已發行股份的10%。

本公司可於股東大會上尋求股東另行批准授出超過計劃授權上限的購股權，惟尋求有關批准前，超出計劃授權上限的購股權僅可授予本公司指定的合資格參與者，並須遵守上市規則所載的要求。

4. 各參與者享有購股權數目上限

概無向任何一名人士授出購股權，致使因於任何12個月期間授予及將授予該人士的購股權獲行使而發行及將予發行的股份總數超過本公司不時已發行的任何相關類別股本的1%（「**1%個人限額**」）。倘向該合資格參與者增授購股權，會導致因直至增授購股權當日（包括該日）止12個月期間已授予及將授予該合資格參與者的所有購股權（包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權）獲行使而已發行及將予發行的股份合共超過1%個人限額，增授購股權須經股東在股東大會上另行批准，而該合資格參與者及其緊密聯繫人（如合資格參與者為關連人士，則彼之聯繫人）須放棄投票。本公司須向股東寄發一份通函，當中披露合資格參與者的身份、將授予該合資格參與者的購股權（及先

前已於12個月期間內授出的購股權）的數目及條款、向該合資格參與者授出購股權的目的及解釋購股權條款如何達致該目的。將授予該合資格參與者的購股權數目及條款（包括行使價）須於股東批准前釐定。就任何將授出的購股權而言，為計算該等購股權的行使價而建議增授購股權的董事會會議日期應被視作授出日期。

5. 提呈及授出購股權

根據購股權計劃條款，董事會有權自採納日期起計10年內隨時向由董事會可全權酌情選擇的任何合資格參與者提呈授出購股權，以按行使價認購董事會（根據購股權計劃條款）釐定的股份數目（惟認購的股份須為在聯交所[**編纂**]股份的[**編纂**]或以其完整倍數為單位）。

6. 向關連人士授出購股權

根據購股權計劃條款，僅於上市規則規定的時間內，向本公司董事、最高行政人員或主要股東（定義見上市規則）或彼等各自的任何聯繫人授出任何購股權須經本公司獨立非執行董事（不包括彼為購股權承授人的獨立非執行董事）事先批准。

倘向本公司一名主要股東（定義見上市規則）或獨立非執行董事或彼等各自的任何聯繫人授出購股權，致使因直至授出購股權當日（包括該日）止12個月期間授予及將授予該人士的所有購股權（包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權）獲行使而已發行及將予發行的證券合共超過已發行相關類別證券的0.1%，則增授購股權須經股東（以投票方式表決）批准。本公司須向股東寄發一份通函，當中載有上市規則項下規定的資料。承授人、其聯繫人及本公司所有核心關連人士須在有關股東大會上放棄投贊成票。

向身為董事、最高行政人員或主要股東或彼等各自的任何聯繫人的合資格參與者授出購股權的條款如有任何變動須經股東批准。承授人、其聯繫人及本公司所有核心關連人士須在有關股東大會上放棄投贊成票。

7. 授出購股權的時間限制

董事會知悉內幕消息後，不得根據購股權計劃授出任何購股權，直至（及包括當天）其公佈消息後之交易日為止。尤其是，於緊接以下兩者中較早發生者前一個月起計至業績公告刊發當日止期間不得授出購股權：(i)董事會為批准本公司任何年度、半年

度、季度或任何其他中期業績(無論上市規則規定與否)而舉行董事會會議日期(即根據上市規則首先知會聯交所的日期)；及(ii)本公司公佈任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績(無論上市規則規定與否)的最後限期。於任何延遲刊發業績公告期間或於上市規則指定為不可授出購股權期間的任何期間內，不得授出任何購股權。

8. 最短持有期限、歸屬及績效目標

根據上市規則的條文，董事會可全權酌情(i)在提呈授出購股權時在購股權計劃所載者以外施加董事會可能認為恰當的有關購股權的任何條件、約束或限制(載於載有授出購股權要約的函件中)，包括(在不影響上述一般原則的情況下)證明及／或維持有關本集團及／或承授人達致業績、經營或財務目標的合資格標準、條件、約束或限制，承授人在履行若干條件或維持責任方面的良好表現或行使任何股份的購股權權利歸屬前的時間或期間；及(ii)於授出購股權後，隨時取消或修訂有利於承授人的有關條件、約束或限制，惟有關條款或條件不得抵觸購股權計劃的任何其他條款或條件。除董事會另有釐定及授予函中所訂明者外，在購股權可獲行使前承授人亦無須達致任何績效目標。向本集團董事及高級管理層授出無績效目標的購股權須遵守上市規則的任何其他規定。

在若干情況下，歸屬或保留(視乎情況而定)任何購股權可能被視為不公平。因此，就向合資格參與者授出任何購股權而言，有關購股權受限於該合資格參與者退還或償還全部或特定部分的有關購股權及／或終止或更改合資格參與者接收或獲歸屬尚未歸屬於合資格參與者的任何有關購股權的全部或特定部分的權利(「**撥回**」)，包括但不限於本集團財務報告中存在重大錯誤陳述或遺漏的情況或相關承授人有嚴重疏忽、欺詐或不當行為。儘管購股權計劃有任何其他條款，根據本公司不時修訂的撥回政策，任何購股權可能須接受撥回。未經撥回而授予本公司董事及高級管理層的購股權須遵守上市規則項下的任何其他規定。

9. 購股權的應付金額及要約期限

合資格參與者可在授出日期起計28日內接納授出購股權的要約，惟不可在購股權計劃有效期屆滿後或購股權計劃被終止後接納授出購股權。本公司在有關合資格參與者須接納購股權要約之日，即不遲於要約日期後28日的日期(「**接納日期**」)或之前接獲由承授人正式簽署而構成接納購股權要約的授予函複本，連同以本公司為收款人的1.00港元匯款(作為授出購股權的代價)時，則購股權被視作已獲授出且經合資格參與者接納並生效。該匯款於任何情況下不得退回。

任何少於要約所提呈的股份數目的授出購股權要約可獲接納，惟可接納於聯交所[**編纂**]股份的[**編纂**]或以任何完整倍數為單位的股份數目，且該數目須清晰載於構成接納購股權要約的授予函複本內。倘直至接納日期授出購股權的要約未獲接納，則將被視作不可撤回地拒絕。

10. 行使價

任何特定購股權的行使價須由董事會於授出有關購股權時(及須載於載有授出購股權要約的函件中)全權酌情釐定，惟行使價不得少於以下各項之較高者：

(a) 於授出日期在聯交所每日報價表上的股份收市價；及

(b) 緊接授出日期前五個營業日(定義見上市規則)股份於聯交所每日報價表的平均收市價。

11. 行使購股權

(a) 承授人(或任何根據此購股權計劃獲准的其他人士)將按本購股權計劃所載方式於行使期間，通過以本公司滿意的方式向本公司發出說明購股權獲行使及訂明購股權獲行使所涉及的股份數目的書面通知全部或部分行使(倘僅部分行使，須以[**編纂**]或其任何完整倍數為單位予以行使)購股權。各有關通知須隨附發出的通知所涉及的股份總行使價全數的款項。在接獲通知

且（倘適用）接獲核數師根據購股權計劃發出的證書後28日內，本公司須相應地向承授人（或任何根據此購股權計劃獲准的其他人士）配發及發行自有關行使日期（不包括該日）起入賬列作繳足的有關數目的股份，並向承授人（或任何根據此購股權計劃獲准的其他人士）發出所配發股份的股票。

(b) 行使任何購股權須視乎本公司股東於股東大會上批准本公司法定股本的任何必要增加而定。

(c) 根據下文所述及根據已授出購股權須遵守的條款及條件，承授人可於行使期間隨時行使購股權，惟須符合以下各項：

(i) 倘承授人在行使（或全部行使）購股權前身故或永久性殘疾且該承授人概無發生購股權計劃條款所列終止聘任或委聘事件，則承授人（或其遺產代理人）可於彼身故或永久性殘疾後起計12個月期間或董事會可能釐定的更長期間內行使緊接承授人身故或永久性殘疾之前承授人應有的購股權（以尚未行使者為限）；

(ii) 倘承授人(i)因根據在相關時間適用於我們的退休計劃退休而不再為僱員參與者；或(ii)因根據適用於相關實體的退休計劃退休而不再為相關實體參與者（視乎情況而定），且就該承授人而言並無發生以下第(v)分段下終止僱傭或聘用的事件，其購股權（以尚未行使者為限）應可行使至承授人退休前的權利，直至相關行使期屆滿為止；

(iii) 倘承授人(i)因調職至相關實體而不再為僱員參與者；或(ii)因調職至我們而不再為相關實體參與者（視乎情況而定），其購股權（以尚未行使者為限）應可行使至相關行使期屆滿為止，除非董事會全權酌情另行決定該購股權（或其餘下部分）可於董事會釐定的有關期限內行使；

(iv) 倘承授人因任何原因（包括其受僱公司不再為本集團或相關實體（視乎情況而定）成員公司）而不再為僱員參與者，除承授人身故、永久性殘疾、根據適用於本集團或相關實體（視乎情況而定）退休計劃於有關時期退休或轉職至相關實體或本集團（視乎情況而定）或因辭職或構成罪行終止而終止與本集團相關成員公司或相關實體（視乎情況而定）的僱傭關係外，其購股權（以尚未行使者為限）將於終止受僱日期失效且不可行使，除非董事會另行決定該購股權（或其餘下部分）可於有關終止日期後於董事會全權酌情釐定的有關期限內行使；

(v) 倘承授人因辭職或構成罪行終止而終止僱傭關係而不再為僱員參與者或相關實體參與者（視乎情況而定），其購股權（以尚未行使者為限）將於終止通知送達當日（在辭職的情況下）或承授人收到終止僱傭通知當日（在構成罪行終止的情況下）失效且不可行使，除非董事會另行釐定該購股權（或其餘下部分）可於有關通知送達或收到通知日期後於董事會全權酌情釐定的有關期限內行使；

(vi) 倘承授人為：

(A) 執行董事而不再為本集團執行董事或高級管理層但仍留任非執行董事，其購股權（以尚未行使者為限）應可行使至相關行使期屆滿為止，除非董事會全權酌情另行決定該購股權（或其餘下部分）可於董事會釐定的有關期限內行使；或

(B) 非執行董事或獨立非執行董事而不再為董事：

(1) 因其根據我們的組織章程細則退任，並且通知本公司其不打算在本公司的股東週年大會上膺選連任（「**非執行董事退任**」），其購股權（以尚未行使者為限）應可行使至相關行

使期屆滿為止（惟以承授人緊接退任前的權利為限），除非董事會全權酌情另行決定該購股權（或其餘下部分）可於董事會釐定的有關期限內行使；或

(2) 因非執行董事退任以外原因，其購股權（以尚未行使者為限）將於終止受僱日期失效且不可行使，除非董事會另行決定該購股權（或其餘下部分）可於有關終止日期後於董事會全權酌情釐定的有關期限內行使；

(vii) 倘：

(A) 董事會在任何時間全權酌情釐定承授人已不再為合資格參與者；

(B) 承授人未能或不再符合或遵守授出購股權時可能附帶或作為授出購股權基準的標準或條款及條件，

則購股權（以尚未行使者為限）將於承授人獲通知當日（如屬情況(A)）或於承授人未能或不再符合或遵守上述有關標準或條款及條件當日（如屬情況(B)）失效及不得予以行使，除非董事會另行決定該購股權（或其餘下部分）可於該通知日期或未達成、未符合或未遵守日期後董事會全權酌情釐定的期間內行使，上限為緊接董事會釐定（如屬情況(A)）或承授人未能符合或遵守授出購股權所附帶的或作為授出購股權基準的標準或條款及條件（如屬情況(B)）之前享有的權利；

(viii) 倘承授人（為法團）：

(A) 就該承授人在全球任何地方的全部或部分資產或業務已委任清盤人或接管人；或

(B) 已暫停、終止或面臨暫停或終止業務；或

(C) 無力償還其債務；或

(D) 因其他理由無力償還債務；或

(E) 其組織章程、管理層、董事或股權發生董事會認為屬重大的改變；或

(F) 違反承授人或其聯繫人與本集團任何成員公司訂立的任何合約，

購股權（以尚未行使者為限）於委任清盤人或接管人當日或暫停或終止業務當日或面臨暫停或終止業務當日或如前述承授人被視為無力償還其債務當日或因其他理由無力償還債務當日或本公司發出通知指上述組織章程、管理層、董事或股權有重大變化當日或本公司發出通知指違反上述合約（視乎情況而定）當日失效且不可行使，除非董事會另行決定該購股權（或其餘下部分）可在發生上述情況當日後於董事會可能全權酌情釐定的期間內行使，上限為承授人於緊接發生本段(A)至(F)分段所述的任何情況之前享有的權利；

(ix) 倘承授人（為個人）：

(A) 按香港法例第6章《破產條例》或任何其他適用法律所界定，無力或合理預期不能償還其債務，或因其他理由無力償還債務；或

(B) 與其債權人全面達成任何償債安排或債務重組協議；或

(C) 因涉及誠信或誠實的任何刑事案件而被定罪；或

(D) 違反承授人或其聯繫人與本集團任何成員公司訂立的任何合約，

購股權（以尚未行使者為限）於其如前述被視為無力或合理預期不能償還債務當日或在任何司法權區已被提出破產呈請當日或其已與其債權人訂立上述償債安排或債務重組協議當日或其被定罪當日或違反上

述合約當日（視乎情況而定）失效且不可行使，除非董事會另行決定該購股權（或其餘下部分）可在發生上述情況當日後於董事會可能全權酌情釐定的期間內行使，上限為承授人於緊接發生本段(A)至(D)分段所述的任何情況之前享有的權利；

(x) 倘向所有股份持有人提出全面要約且該要約成為或被宣稱為無條件（在收購要約的情況下）或在有關股東大會上以必要大多數股東批准（在安排計劃的情況下），則承授人有權於該要約成為或被宣稱為無條件的當日後一個月內任何時間（在收購要約的情況下）或於本公司通知的時間及日期（在安排計劃的情況下）前行使購股權（以尚未行使者為限）；

(xi) 倘就旨在或有關本公司的重組計劃或與任何其他公司合併的計劃而提呈由本公司及其股東或債權人之間達成償債安排或債務重組協議，則本公司須向擁有尚未行使的購股權的承授人發出通知，同時向本公司的所有股東或債權人寄發召開審議該債務重組協議或償債安排的會議的通知，此後各承授人（或其遺產代理人或接管人）可於直至以下日期屆滿（以下列較早發生者為準）前行使全部或部分購股權：

(1) 行使期間；

(2) 有關通知之日起計兩個月期間；或

(3) 法院裁定的債務重組協議或償債安排日期。

除根據本段行使者外，所有在本段所述的有關期間屆滿後仍未行使的購股權將告失效。本公司可於其後要求各承授人轉讓或以其他方式處置因行使購股權而發行的股份，以便將承授人置於猶如該等股份已受有關債務重組協議或償債安排規限的相同情況；及

(xii) 倘本公司向其股東發出召開股東大會以審議及酌情批准自願清盤本公司決議案的通告，則本公司須於知會本公司每名股東的同日或其後盡快將相關事宜知會所有承授人，其後每名承授人（或其合法遺產代理

人）有權於不遲於建議舉行本公司股東大會前兩個營業日（定義見上市規則）內任何時間通過以本公司信納的方式向本公司發出書面通知行使其全部或任何購股權，同時悉數匯付通知所涉及股份的總行使價，其後本公司將盡快且在任何情況下於不遲於緊接上述建議舉行股東大會日期前的營業日（定義見上市規則）向承授人（或任何根據購股權計劃如此獲許可的其他人士）配發有關股份，並入賬列作繳足。

12. 購股權計劃的期限

在本購股權計劃條款的規限下，計劃將自其成為無條件之日起計10年內有效，其後不再授出或提呈購股權，惟購股權計劃的條文將在所有其他方面繼續具有效力。在到期前授出而當時尚未行使的全部購股權均將仍然有效，並可在購股權計劃規限下按照該計劃行使。

13. 購股權計劃失效

購股權（以尚未行使者為限）將於以下情況發生時（以最早發生者為準）自動失效及不可行使：

(a) 行使期間屆滿；

(b) 有關行使購股權的各段所述的任何期間屆滿；

(c) 受本附錄「F.購股權計劃－11.行使購股權」一段所述的期限所規限下本公司開始清盤的日期；

(d) 存在尚未執行而對承授人不利的判決、法令或裁決，或董事會有理由相信承授人無力償付或無法合理期望承授人未來有力償付其債務；

(e) 出現令任何人士有權採取任何行動、委派任何人士、提出訴訟或接獲本購股權計劃中就行使購股權所述任何類別指令的情況；

(f) 在任何司法權區內對承授人（為法團）的任何董事或股東下達破產令。

任何購股權失效後無須支付任何賠償金，惟董事會有權酌情以其認為對任何特定情況屬恰當的方式向承授人支付有關賠償金。

14. 調整

倘本公司的資本架構出現任何變動而任何購股權仍可予行使，則無論通過資本化發行、供股、合併、重新分類、重組、拆細或削減本公司股本的方式(或任何可能影響本公司股本的其他行動，發行股份作為本公司進行交易的代價除外)，倘董事會認為屬恰當，則可指示調整：

(a) 購股權計劃涉及的最高股份數目；及／或

(b) 未行使購股權涉及的股份總數；及／或

(c) 各未行使購股權的行使價，

惟計劃授權上限或服務提供者上限下根據本公司所有計劃授出的所有購股權及獎勵而可予發行的股份數目上限在緊接本公司資本架構變動前後佔已發行股份總數的百分比必須相同(約整至最接近的完整一股)。

倘董事會確定有關調整屬恰當(不包括資本化發行引致的調整)，則本公司委任的核數師將向董事會書面證明其認為任何有關調整屬公平合理，惟：

(a) 任何有關調整須給予合資格參與者與彼等過往有權獲得的股本之比例相同的股本(約整至最接近的完整一股)，惟有關調整不得在以低於其面值(如有)發行股份的情況下進行。就任何該等調整而言，除就資本化發行所作任何調整外，核數師須以書面向董事會確認有關調整符合本段所載的規定；

(b) 任何有關調整的基準為，承授人因悉數行使任何購股權而應付的總行使價須盡可能與調整前保持接近(但不得超過調整前數目)；

(c) 任何有關調整須根據上市規則第十七章及聯交所不時頒佈有關上市規則詮釋的補充指引的條文作出；及

(d) 作為交易代價的證券發行不得被視為須作出有關調整的情況。

15. 註銷尚未行使的購股權

董事會有權基於以下理由通過向承授人發出書面通知，說明有關購股權由通知所指明的日期(「**註銷日期**」)起全部或部分註銷：

(a) 承授人作出或允許作出或試圖作出或允許違反購股權轉讓性的限制或授出購股權所附帶的任何條款或條件；

(b) 承授人向董事會提出書面要求予以註銷購股權；或

(c) 倘董事會認為承授人以任何方式所作出的行為損害或不利於本公司或其附屬公司的利益。

就計算計劃授權上限及服務提供者上限而言，被註銷的購股權將被視為已動用。倘本公司取消向合資格參與者授出購股權，並向同一合資格參與者作出新授出，有關新授出僅可在本公司股東批准的可用計劃授權上限下根據該計劃作出。

16. 股份地位

因行使購股權而將予配發的股份將受不時頒佈的組織章程細則及開曼群島法律的所有條文規限，並自(i)配發日期，或(ii)倘該日為本公司暫停辦理股份過戶登記之日，則為重新辦理股份過戶登記的首日起在各方面與當時現有已發行繳足股份享有同等地位。因此，其將賦予持有人於(i)配發日期，或(ii)倘該日為本公司暫停辦理股份過戶登記之日，則為重新辦理股份過戶登記的首日或之後參與派付或作出的所有股息或其他分派的權利，惟倘記錄日期早於配發日期，則不包括先前已宣派或建議或議決派付或作出的任何股息或其他分派。

新承授人將因根據該計劃授出購股權而享有股東的任何權利，除非及直至因行使購股權實際向承授人發行股份。購股權不附帶任何在本公司股東大會上投票的權利，或股息權及其他權利，包括因本公司清盤而產生的權利。因行使購股權而發行的股份在承授人(或根據購股權計劃獲准的任何其他人士)登記為持有人之前不得附帶權利。

倘行使全部或部分購股權將導致公眾持有的已發行股份總數低於[**編纂**]%(或上市規則規定或聯交所允許的其他百分比)，則可能不會行使尚未行使的購股權。

倘承授人已被本集團相關成員公司或相關實體(視乎情況而定)暫停其職責或履行相關僱傭合約、董事職位、委任或聘用，則直至該等暫停解除前不得行使任何購股權。

17. 終止

本公司可在股東大會上通過決議案隨時終止購股權計劃的運作。待上述購股權計劃終止後，不得進一步提呈購股權，惟購股權計劃的條文在其他各方面仍然具有效力。在有關終止前已授出但當時尚未行使的所有購股權在購股權計劃規限下及符合購股權計劃的情況下仍然有效及可予行使，直至有關行使期屆滿為止。

18. 可轉讓性

購股權屬承授人個人所有，且不得轉讓，任何承授人均不得以任何方式向任何第三方出售、轉讓、押記、抵押、留置或增設有關任何購股權的任何權益(法定或實益)或試圖如此行事，惟就聯交所或上市規則所允許的遺產規劃或稅務規劃，為承授人及其任何家庭成員的利益而轉讓給載體(例如信託或私人公司)除外。一旦違反上述規定，本公司有權註銷授予該承授人的任何或部分尚未行使的購股權。

19. 更改購股權計劃

購股權計劃可通過董事會決議案在任何方面予以更改，除非股東在股東大會上經普通決議案事先批准，否則不得進行以下更改：

(a) 對該計劃的條款及條件作出任何重大更改，或就上市規則第17.03條所載事宜對購股權計劃的條文作出任何有利於合資格參與者的更改；

(b) 董事會更改該計劃條款的權力發生任何變化；及

(c) 對前述更改條文的任何變動，惟購股權計劃或購股權的經修訂條款須符合上市規則的適用規定。

20. 購股權計劃的條件

購股權計劃須待以下條件達成當日方始生效：

(a) 股東批准採納購股權計劃；

(b) 聯交所批准根據購股權計劃的條款及條件行使購股權計劃而將予配發及發行的最多[**編纂**]股股份[**編纂**]及[**編纂**]；

(c) 股份於聯交所開始[**編纂**]；及

(d) [**編纂**]於[**編纂**]項下的責任成為無條件且不會根據所涉條款或以其他方式終止。

倘上文(b)段所述許可未能於採納日期後兩個曆月授出，則：

(a) 購股權計劃將隨即終止；

(b) 根據購股權計劃授出或同意授出的任何購股權及有關授出的任何要約將會失效；

(c) 概無任何人士根據或就購股權計劃或任何購股權而擁有任何權利或利益或須承擔任何責任；及

(d) 董事會可進一步討論及制定另一份適用於私人公司的購股權計劃以供本公司採納。

我們已向聯交所申請批准因行使[**編纂**]購股權計劃及購股權計劃項下的購股權而可能發行的[**編纂**]股股份[**編纂**]。

G. 其他資料

1. 遺產稅

董事獲告知，本公司或我們的任何附屬公司不大可能承擔重大遺產稅責任。

2. 訴訟

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大訴訟、仲裁或申索，且據董事所知，我們並無任何尚未了結或面臨威脅、會對我們的經營業績或財務狀況造成重大不利影響的重大訴訟、仲裁或申索。

3. 聯席保薦人

聯席保薦人已代表我們向上市委員會申請批准(i)我們的已發行股份，(ii)根據[**編纂**]及資本化發行將予發行的股份（包括因[**編纂**]獲行使而可能發行的任何股份），及(iii)因行使根據[**編纂**]購股權計劃授出或根據購股權計劃可能授出的任何購股權而將予發行的任何股份[**編纂**]及[**編纂**]。

每名聯席保薦人均符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性標準。

本公司已與聯席保薦人訂立委聘協議，據此，本公司同意就聯席保薦人在[**編纂**]中擔任本公司保薦人向其支付總費用1,250,000美元。

4. 合規顧問

本公司已根據上市規則第3A.19條委任同人融資有限公司為我們的合規顧問。

5. 開辦費用

我們的估計開辦費用約為5,279美元，已由我們支付。

6. 發起人

我們並無任何發起人。於緊接本文件日期前兩年內，並無就本文件所述的[**編纂**]及關聯交易向任何發起人支付、配發或給予或建議支付、配發或給予任何現金、證券或其他利益。

7. 已收代理費或佣金

除本文件所披露者外，於本文件日期前兩年內，並無就發行或出售本集團任何成員公司任何股本而給予任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款。

8. 專家資格

以下為於本文件內所提供意見或建議的專家資格：

法國巴黎證券(亞洲)有限公司	根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)、第2類(期貨合約交易)、第4類(就證券提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團
中信證券(香港)有限公司	根據證券及期貨條例可從事第4類(就證券提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團
羅兵咸永道會計師事務所.....	香港法例第50章《專業會計師條例》項下的執業會計師 香港法例第588章《會計及財務匯報局條例》項下的註冊公眾利益實體核數師
Conyers Dill & Pearman.....	開曼群島律師
北京市競天公誠律師事務所.....	本公司有關中國法律及中國數據合規法律的法律顧問
伍頴珊女士.....	香港大律師
普華永道諮詢(深圳)有限公司 北京分公司.....	轉讓定價顧問
Frost & Sullivan Limited	行業顧問

截至最後實際可行日期，概無任何名列上文的專家於本公司或其任何附屬公司中擁有任何股權或認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論能否依法執行)。

9. 專家同意書

名列「專家資格」的各專家已就刊發本文件發出同意書，表示同意以本文件所載的形式及涵義轉載彼等的報告及／或函件及／或法律意見(視情況而定)以及引述其名稱，且迄今並無撤回。

10. 約束力

如根據本文件作出申請，本文件即具效力，使一切有關人士須受公司(清盤及雜項條文)條例第44A及44B條(在適用情況下)的一切有關規定(罰則除外)所約束。

11. 雙語文件

本文件的中英文版本乃依據香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第4條的豁免條文而分別刊行。

12. 無重大不利變動

我們的董事確認，直至本文件日期，自[2024年9月30日](即本集團最新經審計綜合財務報表的編製日期)以來本集團的財務或貿易狀況或前景概無重大不利變動。

13. [編纂]詳情

[編纂]將出售[編纂]股[編纂]股份，佔緊隨資本化發行及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使，且並無計及因根據[編纂]購股權計劃授出的任何購股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份）本公司已發行股本總額約[編纂]%。[編纂]於出售[編纂]股[編纂]股份之前及之後持有的股份數目載於下表：

[編纂]名稱	截至本文件日期[編纂]持有的股份數目	[編纂]將出售的[編纂]數目	緊隨資本化發行及[編纂]完成後[編纂]持有的股份數目(1)	緊隨資本化發行及[編纂]完成後[編纂]股權的概約百分比(1)
穎通國際有限公司	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]%

(1) 假設[編纂]未獲行使，且不計及根據[編纂]購股權計劃授出的任何購股權以及根據購股權計劃可能授出的任何購股權。

[編纂]詳情載列如下：

名稱： 穎通國際有限公司

註冊成立地點： 英屬處女群島

註冊成立日期： 2024年1月8日

註冊辦事處： Commerce House Wickhams Cay 1 P.O. Box 3140 Road Town, Tortola British Virgin Islands VG1110

作為[編纂]的一部分將予出售的[編纂]數目： [編纂]

H. 其他事項

1. 除本文件所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內：

   (a) 本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行或擬發行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) 概無本公司或其任何附屬公司的股份或借貸資本附有購股權或有條件或無條件同意附有購股權；

   (c) 本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行任何創辦人股份、管理股份或遞延股份；

   (d) 概無就發行或出售本集團任何成員公司的任何股份或借貸資本而已授出或同意授出佣金、折扣、經紀費用或其他特別條款；及

   (e) 概無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司任何股份而已付或應付任何佣金（支付予[**編纂**]的佣金除外）；

2. 本公司概無任何尚未行使的可換股債務證券或債權證；

3. 本集團內任何公司的股本或債務證券現時概無於任何證券交易所[**編纂**]或於任何交易系統買賣，亦無尋求或擬尋求任何上市或交易許可；

4. 概無放棄或同意放棄未來股息的安排；及

5. 於緊接本文件日期前十二(12)個月內，本集團並無任何業務中斷而可能或已經對本集團的財務狀況造成重大影響。

A. 送呈香港公司註冊處處長的文件

隨同本文件副本一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件為：

(a) 本文件附錄四「法定及一般資料－C. 有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」所述的重大合約副本；

(b) 本文件附錄四「法定及一般資料－G. 其他資料－4.專家同意書」所述的同意書；及

(c) [**編纂**]詳情説明副本。

B. 展示文件

下列文件副本將於本文件日期起計14日期間（包括首尾兩日）於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站**www.eternal.hk**展示：

(a) 組織章程大綱及細則；

(b) 羅兵咸永道會計師事務所編製的本集團會計師報告，其全文載於本文件附錄一；

(c) 羅兵咸永道會計師事務所編製的本集團未經審計[**編纂**]財務資料報告，其全文載於本文件附錄二；

(d) 本公司截至2022年、2023年及2024年3月31日止三個年度以及截至2024年9月30日止六個月的經審核綜合財務報表；

(e) 我們有關中國法律的法律顧問北京市競天公誠律師事務所就本集團若干一般公司事宜及物業權益出具的中國法律意見；

(f) 我們的中國數據合規顧問北京市競天公誠律師事務所就中國有關網絡安全及數據保護的法律法規出具的法律意見；

(g) 我們有關開曼群島法律的法律顧問Conyers Dill & Pearman就本文件附錄三所述的開曼公司法若干方面發出的意見函；

(h) 我們的香港法律顧問伍頴珊女士就本公司香港附屬公司的若干事宜出具的法律意見；

(i) 我們的轉讓定價顧問普華永道諮詢（深圳）有限公司北京分公司就本集團的轉讓定價安排出具的轉讓定價報告；

(j) 弗若斯特沙利文發出的報告，其概要載於本文件「行業概覽」一節；

(k) 本文件附錄四「法定及一般資料－C.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」所述的重大合約；

(l) 本文件附錄四「法定及一般資料－G.其他資料－4.專家同意書」所述的同意書；

(m) 本文件附錄四「法定及一般資料－D.有關董事及主要股東的進一步資料－1.董事服務合約及委任函」所述與董事訂立的服務合約及委任函；

(n) 購股權計劃的條款；

(o) 開曼公司法；及

(p) [**編纂**]詳情（包括姓名、註冊地址及描述）說明副本。