

股票简称：老凤祥
老凤祥 B

股票代码：600612
900905

编号：临 2025-045

老凤祥股份有限公司

关于日常关联交易预计的公告

本公司董事会及全体董事保证本公告内容不存在任何虚假记载、误导性陈述或者重大遗漏，并对其内容的真实性、准确性和完整性承担法律责任。

重要内容提示

● 本项日常关联交易按一般商业条款进行，无其他附加条件，有利老凤祥股份有限公司（以下简称“公司”）开发亚太区域高端奢侈品市场，整合公司中高端及定制产品资源和业务，提升公司高端产品投资运营管理能力。不会影响公司独立性，不会导致对关联人形成较大的依赖。

● 经评估，预计 2025 年、以及 2025 年至 2027 年三年关联交易金额合计不超过公司 2024 年度经审计的净资产的 5%。根据《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——交易与关联交易（2025 年 3 月修订）》《公司章程》等有关规定，本项日常关联交易事项在公司董事会的审批权限内，无需提交股东大会审议。

● 在协议期限内每年的采购商品等关联交易事项，公司将根据《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——交易与关联交易（2025 年 3 月修订）》《公司章程》的有关规定，作为日常关联交易事项，按照预计的金额提交公司董事会或股东会审议批准，履行相应的关联交易审议程序。

● 本项日常关联交易对公司持续经营能力及当期财务状况无不利影响，不存在损害公司及中小股东利益的情形。

为开拓国际市场、提升企业综合实力，公司拟通过下属控股子公司老凤祥香港有限公司（以下简称“老凤祥香港公司”或“LFXHK”）投资认购 Maybach Luxury Asia Pacific Co. Limited,（迈巴赫奢侈品亚太有限公司，以下简称“迈巴赫奢侈品亚太”或“MAP”）20%股权。LFXHK 希望参与 MAP 的业务发展，在《股权投资协议》签署日，MAP 与 LFXHK 的关联公司上海老凤祥臻品商贸有限公司（目前工商初步核名为“上海老凤祥臻品商贸有限公司”，尚在注册成立中，

最终以工商注册备案登记为准）签署《品牌代理协议》，就日后 MAP 在品牌代理业务方面达成战略合作。

有关内容详见公司同日披露的《老凤祥股份有限公司关于控股子公司拟投资迈巴赫奢侈品亚太有限公司股权暨关联交易的公告》，公告编号：2025-044。

公司以及老凤祥香港公司与 MAP 以及其现有股东不构成关联关系，根据公司的管理安排，LFXHK 投资 MAP 后，将由公司董事、高级管理人员李军女士担任 MAP 的董事。根据《上海证券交易所股票上市规则》规定，MAP 与上海老凤祥臻品商贸有限公司签署《品牌代理协议》及商品采购事项等事项将构成关联交易。

一、日常关联交易基本情况

（一）日常关联交易履行的审议程序

公司于 2025 年 9 月 30 日召开了第十一届董事会独立董事专门会议和董事会审计委员会第十七次会议，会议审议通过了《关于公司日常关联交易预计的议案》，全体独立董事和审计委员会委员同意该议案，并将该议案提交公司第十一届董事会第二十次（临时）会议审议。

公司于 2025 年 9 月 30 日第十一届董事会独立董事专门会议和审计委员会会议审议完成后，召开了第十一届董事会第二十次（临时）会议，审议通过了《关于公司日常关联交易预计的议案》，董事李军女士回避表决。根据《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——交易与关联交易（2025 年 3 月修订）》《公司章程》等有关规定，本项日常关联交易事项在公司董事会的审批权限内，无需提交股东大会审议。

在协议期限内每年的采购商品等关联交易事项，公司将根据《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第 5 号——交易与关联交易（2025 年 3 月修订）》《公司章程》的有关规定，作为日常关联交易事项，按照预计的金额提交公司董事会或股东会审议批准，履行相应的关联交易审议程序。

（二）前次日常关联交易的预计和执行情况

本项日常关联交易发生前，公司没有发生与迈巴赫奢侈品亚太有限公司日常关联交易。

（三）本次日常关联交易预计金额和类别

单位：万元 币种：美元

关联交易类别	关联人	本次预计金额 (2025年度)	占同类业务比例 (%)	本年年初至披露日与关联人累计已发生的交易金额	上年实际发生金额	占同类业务比例 (%)	本次预计金额与上年实际发生金额差异较大的原因
向关联人购买商品	迈巴赫奢侈品亚太有限公司 (MAP)	100	100%	0	0	0	新增业务
	小计	100	100%	0	0	0	

《品牌代理协议》约定如下：

1.本协议有效期为本协议签署之日起至 2031 年 12 月 31 日，且自动续期三年至 2034 年 12 月 31 日，且后续应根据延期期限续期，除非依照本协议的规定提前终止。双方确认并同意，本协议后续可一次或多次延期，每次延期的年数为八年（“延期期限”），或双方共同协商确定的其他时限。

2. 上海老凤祥臻品商贸有限公司作为代理商向 MAP 采购其商品金额为：2025 年作为过渡期采购订货量金额不低于 100 万美元、2026 年度内每半年的订货量应不低于 200 万美元。自 2027 年开始，每季度订货量应不低于 200 万美元。2025 年至 2027 年三年预期合计为不低于 1300 万美元。商品采购为买断式。

经评估，预计 2025 年、以及 2025 年至 2027 年三年关联交易金额合计不超过公司 2024 年度经审计的净资产的 5%。

3.在协议期限内，至少在下一年度的第一天之前 30 个工作日，双方应讨论并制定适用于下一年度的预期采购计划，其中应注明：(i)拟购买的迈巴赫奢侈品的类别、项目和数量，以及代理价格；(ii) 最低购买量；以及 (iii) 代理商在以往销售数据、市场动态、库存、合理财务预测和其他需要考虑的因素的基础上需要遵守的任何其他细节（“采购计划”），采购计划的具体明细将以每个月具体采购订单来确定。

4. MAP 确认，MAP 与老凤祥股份有限公司集团任何成员之间发生的任何交易、协议、安排或谅解（合称“关联交易”），在根据适用法律、老凤祥股份有限公司上市的证券交易所的上市规则以及老凤祥股份有限公司组织性文件取得所需全部内部批准（包括但不限于任何董事会决议）之前，不得订立、修改、续展或

放弃。

二、日常关联交易基本情况

（一）关联人的基本情况

1、公司名称：迈巴赫奢侈品亚太有限公司

2、公司类型及成立日期：公司于 2025 年 2 月 11 日在香港注册成立，为一间根据香港法例第 622 章《公司条例》（“公司条例”）注册成立之私人股份有限公司，商业登记号码为 77683308。最新商业登记证（号码为 77683308-000-02-25-8）之有效期限为 2025 年 2 月 11 日至 2026 年 2 月 10 日）

3、注册资本：港币 10,000 元

4、注册地址：中国香港德辅道西 418 号太平洋广场 11 楼 1101R 室

5、股东及出资比例：

股东名称	持股数量（股）	持股比例
MAYBACH Icons of Luxury GmbH	5,100	51%
Eifel Equity Limited	2,000	20%
Maysia Commerce HK Limited 迈亚商贸香港有限公司	1,500	15%
Halcyon Hong Kong Limited 赫興香港有限公司	1,400	14%
总计	10,000	100%

（1）MAYBACH Icons of Luxury GmbH：一家依照德意志联邦共和国法律注册成立的有限责任公司，营业地址位于 Kiefernweg 11, 56729 Baar, Germany；

（2）Eifel Equity Limited：一家依照英属维尔京群岛法律注册成立的有限责任公司，注册地址为 OMC Chambers, Wickhams Cay 1, Road Town, Tortola, British Virgin Islands；股东为邱芬（Qiu Fen）持股比例为 100%。

（3）根据 Malaysia Commerce HK Limited（迈亚商贸香港有限公司）之存档日期为 2025 年 1 月 8 日的《法团成立表格》，Malaysia Commerce HK Limited（邁亞商貿香港有限公司）于 2025 年 1 月 8 日在香港注册成立，其发行股本为港币 10,000 元，创办成员为王藝霏（Wang Yifei），持股比例为 100%。

（4）根据 Halcyon Hong Kong Limited（赫興香港有限公司）之存档日期为 2025 年 3 月 21 日的《法团成立表格》，Halcyon Hong Kong Limited（赫興香港有限公司）于 2025 年 3 月 21 日在香港注册成立，其发行股本为港币 10,000 元，创办成员为赵冬梅（Zhao Dongmei），持股比例为 100%。

6.LFXHK 投资后，迈巴赫奢侈品亚太(MAP)股东结构将变化如下

序号	股东名称	持股数量（股）	持股比例	表决权
1	MAYBACH Icons of Luxury GmbH	3,100	31%	有
2	老凤祥香港有限公司 Lao Feng Xiang Hong Kong Co., Limited	2,000	20%	有
3	Eifel Equity Limited	2,000	20%	有
4	Maysia Commerce HK Limited 迈亚商贸香港有限公司	1,500	15%	无
5	Halcyon Hong Kong Limited 赫興香港有限公司	1,400	14%	无
总计		10,000	100%	

7、MAP 尚未正式开展经营。

（二）与上市公司的关联关系

公司以及老凤祥香港公司与 MAP 以及其现有股东不构成关联关系，根据公司的管理安排，LFXHK 投资 MAP 后，将由公司董事、高级管理人员李军女士担任 MAP 的董事。根据《上海证券交易所股票上市规则》第 6.3.3 条的规定，MAP 与公司构成关联关系。

（三）公司委托国浩律师（香港）事务所对 MAP 进行尽职调查，同时委托上海立信资产评估有限公司对 MAP 股东全部权益价值进行了估值。

三、日常关联交易主要内容

迈巴赫奢侈品亚太有限公司（MAP）与上海老凤祥臻品商贸有限公司签订品牌代理协议（“品牌代理协议”），该协议项下迈巴赫奢侈品亚太有限公司（MAP）应向上海老凤祥臻品商贸有限公司授予销售、推广、经销迈巴赫奢侈品的权利，以及在该等经销活动中使用迈巴赫标志的权利。该等经销权利在亚太地区（上海地区除外）非独家，在上海地区独家。

协议有效期为本协议签署之日起至 2031 年 12 月 31 日，且自动续期三（3）年至 2034 年 12 月 31 日，且后续应根据延期期限续期，除非依照本协议的规定提前终止。双方确认并同意，本协议后续可一次或多次延期，每次延期的年数为八年（“延期期限”），或双方共同协商确定的其他时限。

有关《品牌代理协议》的主要条款请详见本公告附件。

四、公司独立董事专门会议以及董事会审计委员意见

公司独立董事专门会议及董事会审计委员同意本次签订《品牌代理协议》关联交易事项，以及 2025 年度上海老凤祥臻品商贸有限公司作为代理商向 MAP 采购其商品交易金额及关联交易预计事项，并将本议案提交公司董事会审议。

在协议期限内，每年的该项关联交易事项将根据《上海证券交易所股票上市规则》《上海证券交易所上市公司自律监管指引第5号——交易与关联交易（2025年3月修订）》《公司章程》的有关规定，作为日常关联交易事项，按照预计的金额提交公司董事会或股东会审议批准，履行相应的关联交易审议程序。

五、日常关联交易目的和对公司的影响

本次与MAP签订《品牌代理协议》，有利于进一步拓展公司业务，形成国内与境外市场双循环发展战略布局，提升公司品牌的国际知名度。通过与迈巴赫奢侈品亚太的合作，整合公司中高端及定制产品资源和业务，提升公司高端产品投资运营管理能力，丰富公司产品体系，助力公司不断做强主业、做优品牌。

本次日常关联交易不会影响公司业务的独立性，不会对公司当年财务状况产生重大影响，不存在损害中小股东的情形。

六、备查文件

1. 公司第十一届董事会第二十次（临时）会议决议；
2. 公司独立董事2025年第一次专门会议决议；
3. 公司第十一届董事会审计委员会第十七次会议意见。

特此公告。

老凤祥股份有限公司

2025年10月10日

附件：《品牌代理协议》的主要条款及内容

一、协议各方

- 1、授权方：迈巴赫奢侈品亚太有限公司（“授权方”）
- 2、代理商：上海老凤祥臻品商贸有限公司（“代理商”）

双方本着平等自愿、互利共赢、诚信合作的原则，拟针对迈巴赫奢侈品在授权区域的销售、推广和经销展开合作，经友好协商，就授权方授权代理商在授权区域内代理销售迈巴赫奢侈品的相关事宜达成一致，并签署本协议。

二、协议中有关定义术语

1. **授权方**：授权方迈巴赫奢侈品亚太有限公司（简称“迈巴赫奢侈品亚太”或“MAP”）是在亚太地区（定义如下文）目前唯一的迈巴赫奢侈品（定义如下文）的代理商，依法有权在

授权区域（定义如下文）内授权其他人士销售、推广、经销迈巴赫奢侈品；

2. 亚太地区：指协议附表 B 所列国家和地区，可经双方协商一致不时作出修改

3. 代理价格：指适用于代理商从授权方处购买的每一迈巴赫奢侈品的单价

4. 迈巴赫标志

指商标及其对应标识，可不时修订的，在授权区域中被授权给代理商用于迈巴赫奢侈品的经销、营销、商品化、广告、促销及销售。范围应包括但不限于：（i）附表 C 所载的于本协议签署日品牌方（定义如下文）持有的迈巴赫商标；（ii）关键迈巴赫商标（定义见双方和其他相关方签署的《投资和股东协议》）；（iii）“迈巴赫”、“Maybach”和“Maybach Icons of Luxury”的商号；（iv）本协议内授权方不时授予代理商的新增授权（定义如下）项下商品所涉及的商标和标识。

5. 迈巴赫奢侈品/产品

指 MIOL（指 MAYBACH Icons of Luxury GmbH，迈巴赫奢侈品有限公司）经正式授权有权合法生产和/或销售的所有带有迈巴赫标志的奢侈消费类商品，包括在本协议内授权方不时授予代理商的新增授权（定义如下）所涉商品（于本协议签署日，商品类型包括但不限于附表 A 所列）。所有迈巴赫奢侈品必须从 MIOL 采购。

6. 授权区域

指（i）中华人民共和国上海市行政区域，在该区域内，代理商享有迈巴赫奢侈品的独家经销权（“**独家区域**”）；（ii）不包括中华人民共和国上海市行政区域的亚太地区，在该等区域内，代理商享有非独家经销权，授权方保留根据其商业利益合理需要直接或通过第三方开展业务的权利（“**非独家区域**”，与独家区域统称“**授权区域**”）。

三、授权方的陈述与保证

1. 授权方已从 MIOL 处获得（x）在亚太地区销售、推广并经销带有迈巴赫标志产品的权利，权利期限应至少覆盖且不短于本协议期限；（y）在亚太地区进行前述销售、推广、经销活动中使用迈巴赫标志的权利，权利期限应至少覆盖且不短于本协议期限；及（z）该等权利有关协议中不包含任何合理预期可能损害本协议有效性、可执行性或持续性的限制或终止约定。

2. MIOL 已从迈巴赫标志（不论是否已完成注册）的所有权人（“**品牌所有权人**”）获得（x）在亚太地区销售、推广并经销带有迈巴赫标志产品的权利，权利期限应至少覆盖且不短于本协议期限；（y）在亚太地区进行前述销售、推广、经销活动中使用迈巴赫标志的权利，权利期限应至少覆盖且不短于本协议期限；及（z）该等权利有关协议中不包含任何合理预期可能损害本协议有效性、可执行性或持续性的限制或终止约定。

3. 不存在任何可合理预期会导致以下结果的事实、情形、调查或程序：（i）限制或禁止在亚太地区任何适用司法管辖区内进口、营销、销售或分销任何迈巴赫奢侈品或相关服务；或（ii）导致迈巴赫标志的公允市场价值出现重大减损，或导致迈巴赫标志被完全或部分排

除在亚太地区任何市场之外的任何限制。

4. 授权方及授权方在每一订单项下供应的迈巴赫奢侈品，均符合迈巴赫奢侈品的内部质量控制程序，并符合授权区域内或其中任何区域在制造、包装、进口、出口、销售、广告、营销及零售等所有方面有效适用的所有法律。但代理商承担迈巴赫奢侈品在销售地为满足前述法律要求进行检测所需的样品和测试费用。

5. 由授权方授权的迈巴赫标志，连同授权方向代理商提供的产品文件、营销材料及其他文件、纸质资料、文件和材料，在所有方面均应符合授权区域或其中任何区域有效适用的所有法律，包括但不限于知识产权、商业秘密、专有技术、广告、营销、反不正当竞争等所有方面，并且不得在任何程度上侵犯或导致代理商侵犯任何第三方合法权益。

四、代理商委任及授权

1、协议 2.1.1 条款 根据本协议条款及条件，授权方在此同意委任代理商在（a）独家区域内作为独家代理商（b）在非独家区域内作为非独家总代理商，代理商同意接受该等委任。

在授权区域内，代理商有权：

（i）根据本协议的条款和条件，开展迈巴赫奢侈品的销售、进出口、市场营销及客户管理业务，且所有销售点应从授权方指定家具供应商处采购家具；

（ii）在每个销售点展示相关店铺招牌；

（iii）在营销、推广及销售迈巴赫奢侈品过程中使用迈巴赫商标，使用场所包括但不限于授权销售点；

（iv）提供售后服务，基于本协议第 8.2 条；

（v）经营业务并根据本协议的条款与条件开展业务、履行协议所需的其他方面权利；

（vi）利用其现有的经销网络进行本协议项下约定的经销、销售、推广、售后服务和其他活动；以及

（vii）授权其截至本协议签署日现有二级经销商行使代理商在本协议下的权利和义务，但前提是获得授权方审批同意。如果该等二级经销商符合授权方制定的普遍适用，事先披露给代理商的经销商选择标准，授权方不得不合理地拒绝同意。

2. 协议 2.1.1 条款

除截至本协议签署日已在独家区域内销售特定品类的迈巴赫奢侈品，并经代理商确认的奔驰经销商和现有眼镜授权经销商（如协议附表 D所列，“**现有经销商**”）以外，在本协议期限内，授权方不得在独家区域委任其他任何人士作为代理商或经销商销售迈巴赫奢侈品，或以任何形式授权任何人士向独家区域内销售迈巴赫奢侈品。授权方本人或其关联方亦不得以任何形式向独家区域内的客户销售迈巴赫奢侈品。授权方应促使并确保其他经销商/授权商不会将迈巴赫奢侈品销售至独家区域。授权方应确保其或其关联方签订的任何经销合同均包含禁止该等合同相对方将迈巴赫奢侈品销售至独家区域的条款。

未免疑义，授权方应促使并确保该等现有经销商在任何情况下不得将代理商销售或可能销售的任何迈巴赫奢侈品无偿或以低于中国市场零售价直接或间接提供给消费者或其他第三方。

3. 协议 2.1.3 条款

在本协议内，如授权方自品牌方、MIOL、及或其关联公司不时取得就新增产品类目之合法、有效且可执行之正式授权，授权方应立即向代理商发出书面通知，并基于该等授权授予代理商与本协议约定的条款条件（除授权期限外）一致的授权（“**新增授权**”），包括但不限于就新增授权所涉迈巴赫奢侈品进行销售、进出口、市场营销、售后服务、客户管理等，并许可代理商使用新增授权所涉迈巴赫标志（如有）。新增授权的授权期限应与授权方取得的授权期限一致。

4. 协议 2.2 条款 限制

代理商应遵守本协议所授予的权利范围及下文指定的授权区域。未经授权方事先书面同意，代理商不得开展与迈巴赫奢侈品相关的、超出上述权利范围（例如开设迈巴赫奢侈品线上店铺，或通过电商平台、电视频道销售迈巴赫奢侈品，该等渠道的合作应由双方另行协商）或超出授权区域的经营活动。

五、产品采购

1. 协议 4.1 条款 采购计划

在协议期限内，至少在下一年度的第一天之前 30 个工作日，双方应讨论并制定适用于下一年度的预期采购计划，其中应注明：(i) 拟购买的迈巴赫奢侈品的类别、项目和数量，以及代理价格；(ii) 最低购买量；以及 (iii) 代理商在以往销售数据、市场动态、库存、合理财务预测和其他需要考虑的因素的基础上需要遵守的任何其他细节（“**采购计划**”），采购计划的具体明细将以每个月具体采购订单来确定。

2. 协议 4.4 条款 退货与换货机制

代理商可于产品运抵代理商指定地点并完成卸货后的十四（14）个日历日内，就产品款式、尺寸、数量及外观进行抽检，并通知授权方任何不符，包括但不限于短缺、溢装、款式错误、尺寸偏差或表面瑕疵（“**瑕疵产品**”）。授权方应重新安排瑕疵产品的包装、发送及运输，并在代理商届时指定的期限内将该等产品送达代理商指定地点，由此产生的一切费用和成本均由授权方承担。

尽管有前述约定，在每一产品向代理商交货后的三（3）年内，产品出售给消费者后，若发现存在产品缺陷（无论代理商是否可检查或检验），授权方应承担相应售后责任，即，代理商有权在前述任何时间以客户之名义退换该等产品。授权方应重新安排退换产品的包装、发送及运输，并在代理商届时指定的期限内将该等产品送达代理商指定地点，由此产生的一切费用和成本均由授权方承担。若因任何原因（如缺货或无货），授权方无法满足代理商的换货请求，授权方应退还该等退换产品的款项。授权方还应赔偿代理商在产品退换过程中遭

受的任何损失。

协议条款 4.5.4 双方同意，付款方式应原则上按照如下方式确定：

(a) 订单经授权方确认后，代理商应支付相当于订单金额的 50%作为预付款，授权方收到预付款后开始备货；

(b) 备货完成后，由授权方通知代理商。代理商应在收到授权方通知后支付订单金额的 50%作为尾款，授权方收到尾款后发货。

协议 4.7 滞销品不接受退回，不允许折扣销售，但授权方应尽最大努力促使并确保在全球范围内换货或者其他渠道消化。亲友销售等其他滞销品处理方案由双方另行协商书面约定。

6. 最低采购量

1) 代理商有义务在每个日历年中不时完成根据本协议确定或调整的最低采购量采购目标。

2) 2025 年作为过渡期，代理商的最低采购量应不低于一百万（1,000,000）美元，2026 年度内每半年的订货量应不低于两百万（2,000,000）美元。自 2027 年开始，每季度订货量应不低于两百万（2,000,000）美元。为确保代理商能够满足最低采购量，授权方有义务保证相应年度的供货量，根据代理商的采购订单要求提供相应的产品。

3) 如果发生任何特殊情况，双方同意根据届时情况协商降低最低采购量。

4) 若代理商在任意一个年度内未能达到最低采购额要求，授权方有权将该未达标情形视为本协议项下的违约行为，并可发出书面通知，要求代理商赔偿因此产生的损失。

5) 避免误解，尽管有前述约定，若代理商在任意一个年度内未能达到最低采购额，系归因于以下情形的，则该未达标情形不应被视为违约：（i）因授权方原因，例如授权方调整或拒绝代理商的采购订单申请、延迟交货、供货数量不足等；（ii）因不可抗力。

6) 最低采购额不包含来源于退货、折扣抵扣、赠品或促销品或其他任何非标准商业活动的金额。

7、代理价格、付款和税

1) 授权方向代理商供应的每一迈巴赫奢侈品的代理价格应为 EXW(德国)基础上届时全球美金零售价（“吊牌价”）的一定折扣比例，该价格不包含所有适用税费，除非双方另行签署书面协议进行调整。

2) 针对特殊情形（如中国内地首家店铺），双方后续另行协商对代理商更优的付款方式。

六、市场营销与品牌发展

1、市场营销方案

1) 授权方承诺每年应向代理商支付一定数额的款项作为营销支持。执行市场营销方案所产生的各项费用及需投入的资源，需由双方另行书面约定。授权方应根据战略重要性及业

绩评估结果，以费用补贴、促销商品、广告资源或公关资源的形式，向代理商提供品牌支持。

2、品牌使用

1) 代理商可在本协议约定的授权范围内，在广告、促销、公关活动或其他商业活动中使用与授权方许可的迈巴赫标志相关的知识产权。

2) 除本协议另有约定的外，所有与迈巴赫标志相关的知识产权的使用，必须严格遵守授权方的官方品牌使用指引或手册，并且代理商应留存完整的使用记录。授权方保留在向代理商发出事先书面通知后，对代理商品牌使用情况进行定期审查的权利，如发现不符合约定或未经授权的使用行为时，授权方有权要求代理商立即整改、移除或停止使用，相关费用由代理商承担。

七、定价

1、定价策略。授权方应配合代理商议定产品定价、促销政策及结算方式，并根据市场情况适时调整定价和策略。代理商对授权区域内销售点销售的产品的零售价格拥有全权定价权，但原则上不得低于授权方官方网站显示的美元统一零售价。

2、统一定价。授权方保证，其向授权区域范围内有权销售迈巴赫奢侈品的其他任何人士（包括授权方未来可能成立的任何子公司）提供的经销价格，在授权区域内应始终是最优惠的价格。如果授权方违反本条规定，代理商有权要求将经销价格调整为授权区域内适用于该等其他分销商的最为优惠的采购价格。

授权方保证且有义务确保在任何时间，每件迈巴赫奢侈品在考虑任何折扣、回扣、促销或其他降价后的最终零售价（“**最终零售价**”）应在授权区域内同一国家或地区内的所有经销商的销售渠道（包括线上或线下渠道）保持完全相同。

授权方保证产品在任何时间的最终零售价在全球范围内基本一致。尽管有上述规定，代理商和/或品牌所有权人可以根据货币汇率、当地税收、关税和适用于该国家或地区的其他法定税费等因素，对每个国家或地区的零售价格进行调整。就本条而言，“基本一致”是指不同国家或地区之间的零售价格的任何差异应限于由本条款上述列举的原因引起的差异，不得由随意定价或歧视性定价引起。

尽管有前述约定，双方可协商在中国市场确定更高的最终零售价，但最终零售价不能低于吊牌价。

八、知识产权与品牌保护

1、知识产权归属与授权使用

1) 授权方依法被授予权利自行使用并有权授予其他方权利使用迈巴赫奢侈品所涉及的全部知识产权，包括但不限于注册及未注册的商标、商业标识、产品设计、包装、广告素材、图文资料、宣传语、商业秘密及其他相关知识产权。

2) 代理商仅在本协议有效期内，基于履行本协议之目的，获得一项非独占的、不可转让、不可再授权的、地域受限的使用权。未经授权方事先书面同意，不得用于其他商业目的。

或第三方合作中。

2、侵权防控与维权协作机制

1) 如任何第三方侵犯授权方知识产权，授权方有权单独或联合代理商采取法律、行政或其他强制手段进行维权，代理商应提供充分配合，包括但不限于提交侵权线索、提供证据资料、参与现场调查或公证取证等，但授权方应承担代理商配合维权产生的一切合理费用。

2) 如因代理商的疏忽、违规使用、保管不当或其他过错行为导致授权方知识产权受到侵害，代理商应承担相应法律责任。但授权方仅在实际遭受可直接证明的损失并已做出合理努力降低损失后，方可向代理商索取损害赔偿。

3) 同样地，如因授权方原因导致代理商无法对授权方知识产权按照本协议的规定进行正常使用，授权方应承担由此引发的所有法律责任并赔偿代理商由此产生的一切损失。

3、协议终止后的义务

1) 本协议终止或解除后，代理商应立即停止一切与授权方品牌相关的使用行为，包括但不限于商标、标识、促销内容、产品包装等，并在授权方要求下，于本协议终止后六（6）个月内清退、销毁或以其他方式处置该等物料。但若本协议因授权方原因而终止或提前终止，代理商履行前述义务的费用将由授权方承担。

2) 授权方有权对代理商是否履行该等义务进行核查，并保留违约情况下追责的权利，但授权方应尽力降低该等核查对代理商产生的不利影响（包括但不限于影响代理商正常经营）。

九、期限、续约与终止

1、本协议期限

本协议有效期为本协议签署之日起至 2031 年 12 月 31 日，且自动续期三（3）年至 2034 年 12 月 31 日，且后续应根据延期期限续期，除非依照本协议的规定提前终止。双方确认并同意，本协议后续可一次或多次延期，每次延期的年数为八年（“延期期限”），或双方共同协商确定的其他时限。

在本协议期限届满前至少六（6）个月，双方应就本协议的续签意向进行磋商，如果授权方从其上游取得/续期迈巴赫标志使用权和迈巴赫奢侈品经销权，除非经代理商明确书面通知不进行续签，本协议应自届满日开始自动续期八年（或双方届时协商确定的其他期限）。本协议期限届满或因任何原因终止后，若授权方拟向任何第三方就本协议项下相同或实质相似的授权进行新的授权，代理商在双方合作顺利的前提下，有权在同等条件下优先与授权方签订授权协议。

2、协议有理由终止。除非本协议另有约定，如发生任何重大违约事件的，守约方有权单方面终止本协议，且不影响其依法追究违约责任或主张赔偿的权利。

3、自动终止条款。在下列情形下，本协议可由任何一方经至少十五日提前书面通知对方终止本协议，且无需承担任何违约责任，但保留本协议终止前，终止一方在本协议项下的

原有权利：

十、争议解决和适用法律

1、本协议以中英文书就，当中文版本和英文版本不一致时，以英文版本为准。

2、因本协议的订立、履行、解释、终止或其他相关事项引发的任何争议或分歧，双方应本着诚实信用原则，首先通过协商方式解决。自一方书面通知另一方要求协商之日起，协商期限为三十（30）个自然日；如果双方在一方收到另一方提出协商请求后三十（30）天内（或双方书面同意的延长期限）无法通过协商解决争议，则任何一方均可将争议提交香港国际仲裁中心（HKIAC），并根据提交仲裁通知时有效的《香港国际仲裁中心仲裁规则》进行仲裁解决。通过仲裁最终解决任何争议可以包括仲裁员认为公正和公平的任何救济或救济，包括适用的国家或地方法规所规定的任何救济。仲裁结束后，仲裁员应出具书面决定，列明仲裁员裁决或决定所依据的基本认定和结论。

3、因本协议的订立、履行或争议解决过程中产生的律师费、诉讼费、仲裁费及其他法律费用，除非另有书面约定，均由败诉方承担；如双方各方均有过错或责任，则按各自责任比例承担相应费用。

4、本协议的订立、解释、履行及与之相关的所有事项，均适用香港特别行政区法律管辖并依其解释（不含其法律冲突规则）。为避免歧义，《联合国国际货物销售合同公约》及其他法域的法律将不适用于本协议。

5、本协议需要修改或补充，须经双方协商一致，并通过书面形式签署补充协议。补充协议与本协议具有同等法律效力。