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

Suzhou ecMAX Information Technology Co., Ltd.
蘇州極易科技股份有限公司

(「**本公司**」)

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

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，僅用作提供資料予香港公眾人士。

本申請版本為草擬本，其內所載資料並不完整，亦可能會作出重大變動。您閱覽本文件，即代表您知悉、接納並向本公司、其獨家保薦人、保薦人兼整體協調人、整體協調人、顧問或承銷團成員表示同意：

(a) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的。投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；

(b) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其獨家保薦人、保薦人兼整體協調人、整體協調人、顧問或承銷團成員在香港或任何其他司法管轄區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行發售仍屬未知之數；

(c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在實際最終的上市文件內全部或部分轉載；

(d) 本文件並非最終的上市文件，本公司可能不時根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則作出更新或修訂；

(e) 本文件並不構成向任何司法管轄區的公眾提呈出售任何證券的招股說明書、發售通函、通知、通告、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) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦無意構成該等勸誘；

(g) 本公司或其任何聯屬公司、獨家保薦人、保薦人兼整體協調人、整體協調人、顧問或承銷團成員概無於任何司法管轄區透過刊發本文件而發售任何證券或招攬投資者提出認購或購買任何證券的要約；

(h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不予接納；

(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)或美國任何州份證券法例註冊；

(j) 由於本文件的登載或本文件所載任何資料的發佈可能受到法律限制，您同意了解並遵守任何該等適用於您的限制；及

(k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘本公司於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送呈香港公司註冊處處長登記的本公司招股說明書作出投資決定；有關文本將於發售期內向公眾刊發。

重要提示

您如對本文件的任何內容有任何疑問，應諮詢獨立專業意見。

Suzhou ecMAX Information Technology Co., Ltd.
蘇州極易科技股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

[編纂]

[編纂]項下的[編纂]數目 ： **[編纂]股H股(視乎[編纂]行使與否而定)**

[編纂]數目 ： **[編纂]股H股(可予[編纂])**

[編纂]數目 ： **[編纂]股H股(可予[編纂]及視乎[編纂]行使與否而定)**

最高[編纂] ： **每股H股[編纂]，另加[編纂]([編纂]以港元[編纂]，[編纂]可予退還)**

面值 ： **每股H股人民幣1.00元**

[編纂]

中信证券

獨家保薦人、[編纂]

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。

本文件副本連同本文件附錄五「送呈公司註冊處處長及展示文件」一節所述的文件，已按照公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定，送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期[**編纂**]將由我們與[**編纂**](為其本身及代表[**編纂**])於[**編纂**]或前後以協議方式釐定。除另有公佈外，[**編纂**]將不會高於每股[**編纂**]，且目前預期將不會低於每股[**編纂**]。若我們與[**編纂**](為其本身及代表[**編纂**])因任何理由而未能於香港時間[**編纂**]中午十二時正前協定[**編纂**]，則[**編纂**]將不會進行並將告失效。

[編纂](為其本身及代表[編纂])可在徵得我們同意的情況下，於遞交[編纂][編纂]的截止日期上午或之前任何時間，調減[編纂]數目及／或指示性[編纂]範圍至低於本文件所述者。在該情況下，我們將在作出調減決定後，在切實可行情況下盡快且無論如何不遲於遞交[編纂][編纂]截止日期當日上午，在聯交所網站www.hkexnews.hk及本公司網站www.ecmax.cn刊登有關調減[編纂]數目及／或指示性[編纂]範圍的通知。有關進一步資料，請參閱本文件「[編纂]」及「[編纂]」。

於作出[編纂]決定之前，有意[編纂]應注意，倘於[編纂]上午八時正之前出現若干事由，[編纂](為其自身及代表[編纂])可終止[編纂]於[編纂]項下的責任。有關理由載於本文件「[編纂]」一節。務請參閱該節以了解更多詳情。

[**編纂**]並無亦將不會根據美國證券法或美國任何州證券法登記，且不得在美國境內提呈[**編纂**]、出售、質押或轉讓，惟獲豁免遵守美國證券法及任何適用美國州證券法登記規定或於毋須遵守該等登記規定的交易中進行者除外。[**編纂**]可於美國境外在根據S規例進行的離岸交易中提呈[**編纂**]及出售。

[**編纂**]的申請人於[**編纂**]時(視乎[**編纂**]而定)可能須就每股[**編纂**]支付[**編纂**]的最高[**編纂**]，連同[**編纂**]。

重要提示

[編纂]

重要提示

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

目　錄

致[編纂]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**]*提呈*[**編纂**]*的*[**編纂**]*外，本文件並不構成出售或招攬購買任何證券的*[**編纂**]*。本文件不得用作亦不構成在任何其他司法管轄區或任何其他情況下的*[**編纂**]*或邀請。本公司並無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法管轄區*[**編纂**][**編纂**]*或派發本文件。於其他司法管轄區就*[**編纂**]*以及提呈*[**編纂**]*及銷售*[**編纂**]*而派發本文件須受限制，除非根據向有關證券監管機構登記或獲其授權或豁免，而獲該等司法管轄區的適用證券法准許，否則不得進行上述活動。*

您應僅依賴本文件所載資料作出[**編纂**]*決定。*[**編纂**]*僅依據本文件所載資料及所作聲明進行。我們並無授權任何人士向您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，您不應視為已獲我們、獨家保薦人、*[**編纂**]*、我們或彼等各自的任何董事、高級人員、僱員、代理或代表或參與*[**編纂**]*的任何其他各方授權而加以依賴。*

頁次

預期時間表 iv

目錄 vii

概要 1

釋義 17

技術詞彙表 29

前瞻性陳述 32

風險因素 34

豁免嚴格遵守上市規則 79

目　錄

有關本文件及[編纂]的資料 82

董事及參與[編纂]的各方 87

公司資料 91

行業概覽 93

監管概覽 109

歷史、發展及公司架構 137

業務 172

財務資料 257

董事及高級管理層 307

與控股股東的關係 325

股本 330

主要股東 333

未來計劃及[編纂] 335

[編纂] 339

[編纂] 353

[編纂] 364

附錄一　－　會計師報告 I-1

附錄二　－　[編纂] II-1

附錄三　－　公司章程概要 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

本概要旨在為您提供本文件所載資料的概覽。由於其為概要，故並無載列對您而言可能屬重要的所有資料，完整內容以本文件為準，且應與本文件全文一併閱讀。您於決定[**編纂**][**編纂**]*前務請細閱整份文件。任何*[**編纂**]*均涉及風險。部分與*[**編纂**][**編纂**]*相關的特定風險載於本文件「風險因素」一節。您在決定*[**編纂**][**編纂**]*前務請細閱該節。*

概覽

我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商[1]及絲路電商服務商[2]。我們同時也是AI與數智驅動的品牌資產管理商，致力於以數智科技與高效運營驅動品牌成長，成就品牌價值。十年深耕電商運營服務行業，我們形成了領跑行業的品牌全價值鏈閉環服務能力。取決於品牌合作夥伴的具體需求，我們為其提供數字零售綜合運營服務。根據弗若斯特沙利文，按2024年GMV計，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，在中國電商運營服務商[3]中排名第五。我們同時也是行業領先的絲路電商服務商。根據弗若斯特沙利文，按2024年跨境進口電商運營GMV計，我們在中國跨境進口電商運營服務商中排名第一。

憑藉我們豐富的服務矩陣以及強大的覆蓋品牌全價值鏈的服務能力，截至最後實際可行日期，我們已累計與全球超過200個大健康、美妝個護、大快消（食品飲料、母嬰）、家居及家電等品類的優秀品牌開展合作，其中大多數為國際頭部知名品牌。根據弗若斯特沙利文，按2024年來自大健康品類的GMV計，我們在中國所有的電商運營服務商中排名第一。此外，我們還為全球多個大型商超提供數字零售綜合運營服務，幫助傳統零售商打通線上線下全域渠道。

---

1 數字零售綜合運營服務商指客戶組合不僅包括品牌客戶還包括實體零售商的電商運營服務商。

2 絲路電商服務商指於中國與越南、意大利及澳大利亞等合作夥伴國家簽訂的電商合作機制框架下開展跨境電商業務的電商運營服務商。

3 電商運營服務商指專注於為品牌提供全方位電商服務的服務供應商，包括IT解決方案、網店營運、市場營銷、客戶服務、倉儲與配送等的服務供應商。

概　要

作為行業領先的絲路電商服務商，我們將高品質海外商品進口至中國以滿足中國消費者對海外商品不斷上升的需求，同時與有志於開拓海外市場的中國品牌合作，將高性價比、受海外消費者青睞的優質中國商品出口至海外。我們通過跨境進口方式，協助國際零售品牌進入和深耕中國市場。截至最後實際可行日期，我們已經累計服務了140多個國際品牌。2024年，我們的跨境進口電商運營GMV達到人民幣74億元，根據弗若斯特沙利文，在中國電商運營服務商中排名第一。依託跨境進口業務所積累的行業經驗，我們自2024年開始逐步探索跨境出口業務，與有志於開拓海外市場的中國品牌合作，構建我們在跨境出口電商領域的全域分銷能力。我們已逐漸將我們的業務拓展至澳洲和東南亞等全球市場，並開啟中東和北非市場佈局。根據弗若斯特沙利文，我們已經成為中國市場少有的同時具備跨境進口和跨境出口服務能力的規模化電商運營服務商之一。

此外，近年來，電商運營服務逐漸向專業化、數智化發展，品牌對一體化、專業化、定制化的高效運營服務需求不斷提升。憑藉多年來積累的行業洞察以及我們的品牌全價值鏈服務能力，我們篩選具備高成長潛力的優質品牌並與其建立合作，通過與成熟品牌方聯合進行新品開發、獲得品牌方獨家授權、成為品牌方在指定區域內的總代理、股權投資品牌方或與品牌方合資運營等形式，我們全面主導品牌的市場洞察、全域整合營銷和全渠道運營，協同品牌進行新品的創新與研發。我們通過參與品牌的全生命週期的管理與經營，從通過特定渠道銷售品牌合作夥伴的產品或是向其提供運營服務，拓展至與品牌合作夥伴的多元合作乃至深度戰略合作，逐步實現從電商運營服務提供者到品牌資產管理者的轉型。

基於跨境電商和全球數字貿易新格局，面向卓越零售品牌和全球市場，我們完成了從以流量為導向的電商運營至以消費人群為導向的電商運營的能力迭代，將基於產品找尋消費者的傳統零售模式，重建為從消費者需求出發進行產品研發創新和消費場景建構的新零售模式。往績記錄期間，我們的GMV從2022年的人民幣82億元增長35.1%至2023年的人民幣111億元，並進一步增長35.3%至2024年的人民幣150億元。

我們的業務模式

基於我們多年來的行業深耕及洞見，輔以我們數據數智化能力及一體化供應鏈管理能力，我們形成了差異化的解決方案及資產管理能力，為品牌合作夥伴更精準定位品牌形象、更廣泛拓展觸達領域、更精確管理消費者畫像、更高效實現商品分銷。

取決於我們是否協助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者，我們主要通過品牌至消費者的解決方案和品牌至企業的解決方案向品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務。其次，我們也向品牌合作夥伴提供品牌資產管理與IP商業化運營服務以及其他服務。

- **品牌至消費者的解決方案**。我們的品牌至消費者的解決方案起到將品牌方與消費者有效鏈接的橋樑作用。我們的品牌至消費者的解決方案可以進一步分為線上渠道經銷模式以及運營服務模式。

  - ***線上渠道經銷模式***。在線上渠道經銷模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，再通過線上渠道，協助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者。根據客戶的不同，我們的在線上渠道經銷模式分為兩種形式－B2B2C模式和B2C模式。

    在B2B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，向電商平台出售我們從品牌合作夥伴處採購的產品，再通過運營這些電商平台自營店的方式，協助這些電商平台將產品出售給終端消費者。在B2B2C模式下，電商平台是我們的客戶。

    在B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並通過我們在電商平台上運營的品牌旗艦店或專營店直接將從品牌合作夥伴採購的產品出售給消費者。在B2C模式下，消費者是我們的客戶。

  - ***運營服務模式***。在運營服務模式下，我們向品牌合作夥伴提供一站式數字零售綜合運營服務。不同於線上渠道經銷模式，在運營服務模式下，我們不從品牌合作夥伴處購買產品，不擁有產品的所有權。

  在這兩種模式下我們為品牌合作夥伴提供的數字零售綜合運營服務是類似的，主要區別在於我們是否從品牌合作夥伴處購買產品，還是單純提供服務。通過提供品牌至消費者的解決方案，我們幫助品牌合作夥伴將產品銷售給終端消費者，並同時向品牌合作夥伴提供包括品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷與廣告投放以及供應鏈管理等在內的其他數字零售綜合運營服務，協助其產品的銷售。

- **品牌至企業的解決方案**。我們的品牌至企業的解決方案起到將品牌方與擁有廣大消費者群體的包括沃爾瑪、大潤發、麥德龍在內的大型商超等優質線下渠道有效鏈接的橋樑作用。在品牌至企業的解決方案下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並將產品銷售給大型商超等線下渠道，而這些線下渠道後續自行將產品出售給消費者。

- **品牌資產管理與IP商業化運營。**憑藉多年來積累的行業洞察以及我們的品牌全價值鏈服務能力，我們通過與成熟品牌方聯合進行新品開發、獲得品牌方獨家授權、成為品牌方在指定區域內的總代理、股權投資品牌方或與品牌方合資運營等形式，逐漸與品牌合作夥伴形成更深層次的合作。在品牌資產管理業務模式下，我們全面主導品牌的市場洞察、全域整合營銷和全渠道運營，並與品牌協同進行新品的創新和研發。除此之外，我們還開展IP商業化運營業務。我們向品牌合作夥伴購買品牌IP的授權，開發、銷售和推廣IP衍生產品，提升品牌IP的知名度和影響力。

- **其他**。除上述數字零售綜合運營服務外，我們也不時為品牌合作夥伴提供項目制的數字運營和內容營銷服務，包括廣告創意及設計、渠道廣告投放，以及市場諮詢及策略等，並收取服務費。此外，我們也不時接受委託，協助客戶進行系統升級或提供軟件開發服務，並收取服務費。

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括(i)電商平台，我們主要在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下向他們出售我們從品牌合作夥伴採購的產品，(ii)品牌合作夥伴，我們主要在品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下向他們提供數字零售綜合運營服務，及(iii)線下渠道，我們主要在品牌至企業的解決方案的業務模式下向他們出售我們從品牌合作夥伴採購的產品。在2022年、2023年及2024年，來自前五大客戶的收入分別為人民幣863.4百萬元、人民幣796.0百萬元及人民幣787.1百萬元，分別佔各期間總收入的77.3%、58.7%及56.2%。在2022年、2023年及2024年，來自最大客戶的收入分別為人民幣804.4百萬元、人民幣652.0百萬元及人民幣542.6百萬元，分別佔各期間總收入的72.0%、48.1%及38.8%。

我們的供應商主要包括：(i)品牌合作夥伴，(a)我們在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下向他們採購產品並出售給電商平台，(b)在品牌至消費者的解決方案的B2C模式下向他們採購商品並出售給消費者，或(c)在品牌至企業的解決方案下向他們採購產品並出售給線下渠道，(ii)第三方倉儲物流服務提供商，以及(iii)提供營銷推廣工具和服務的電商平台。在2022年、2023年及2024年，我們向前五大供應商的採購額分別為人民幣541.9百萬元、人民幣608.2百萬元及人民幣770.3百萬元，分別佔我們各期間採購總額的43.1%、39.4%及49.6%。在2022年、2023年及2024年，我們向最大供應商的採購額分別為人民幣143.4百萬元、人民幣171.1百萬元及人民幣257.0百萬元，分別佔我們各期間採購總額的11.4%、11.1%及16.6%。

競爭格局

電商運營服務商是指專注於為品牌提供全面電商服務的服務供應商，包括IT解決方案、網店營運、市場營銷、客戶服務、倉儲與配送等。電商運營服務價值鏈主要包括：(i)上游品牌；(ii)中游電商運營服務商；(iii)下游電商平台和消費者。中國電商運營服務商的總GMV由2020年的人民幣5,867億元增至2024年的人民幣12,749億元，年複合增長率為21.4%。預計2029年將達到人民幣22,189億元，2024年至2029年的年複合增長率為11.7%。

電商運營服務市場在中國的集中度並不高，於2024年，前十大服務商佔總GMV的15.3%。而根據其業務覆蓋範圍和能力，部分電商運營服務商可歸類為數字零售綜合運營服務商，例如我們。該等提供商不僅為產品品牌提供電商服務，亦為超市和會員商店等零售商品牌提供服務，自該等零售商獲得一部分收入。根據弗若斯特沙利文，按2024年GMV計，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，在中國電商運營服務商中排名第五。

電商行業的六大分部中，大健康分部的GMV增長潛力較大。隨著各大電商平台放寬對大健康產品銷售的監管要求，越來越多的大健康品牌拓展至線上銷售渠道。早期，醫藥行業的專業知識對於大健康品牌的運營至關重要，因此品牌方通常傾向於自主運營。隨著行業經驗和渠道資源的不斷積累，電商運營服務商與更多的大健康品牌實現了合作，帶動了大健康產業電商GMV的快速增長。電商運營服務商在大健康產業的GMV由2020年的人民幣23億元增至2024年的人民幣801億元，年複合增長率達142.1%。預計2029年將達到人民幣2,379億元，2024年至2029年的年複合增長率為24.3%。我們從2016年與全球知名高麗參健康品牌集團建立合作起，開始拓展我們在

大健康領域的業務。憑藉我們在大健康領域的專業性優勢，我們已成為中國領先的聚焦大健康品類的電商運營商。根據弗若斯特沙利文，按2024年來自大健康品類的GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一。

隨著品牌進入國際市場的強烈需求和支持跨境電商的政策出台，越來越多的品牌開始尋求通過跨境電商平台進入國際市場，以增強品牌影響力，增加銷售渠道，提高銷售業績。因此，提升跨境電商運營能力是電商運營服務商的發展趨勢。由於進口電商行業的資源壁壘，進口電商領域的電商運營服務相對中國整個電商運營服務市場更為集中。按來自跨境進口電商的GMV計，2024年排名前五電商運營服務商佔總GMV的20.7%。我們通過跨境進口方式，協助國際零售品牌進入和深耕中國市場。根據弗若斯特沙利文，於2024年，按跨境進口電商GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一。

有關中國電商運營服務市場競爭格局的進一步詳情，請參閱「行業概覽」一節。

競爭優勢

我們認為，以下優勢是我們取得良好業績、實現持續增長的基礎，也是我們區別於競爭對手的關鍵所在：

- 我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商及絲路電商服務商；
- 我們擁有深刻的行業洞見助力佈局大健康等優質賽道，賦能差異化解決方案；
- 我們具備成熟的品牌全價值鏈服務能力及跨境進出口能力；
- 我們從電商運營服務提供者轉型為更有決策權的品牌資產管理者；
- 我們的前瞻性AI技術佈局打造專為電商運營服務打造的數字化運營能力，形成業務壁壘，實現降本增效；及
- 我們擁有富有遠見及創業精神的管理層及行業經驗豐富的團隊。

我們的發展戰略

我們計劃採取以下戰略，以實現我們的使命：

- AI驅動全鏈全域服務能力的提升；
- 持續拓展品牌資產管理與IP商業化運營業務，從電商運營服務提供者成長為有更多決策權的品牌資產管理者；
- 從中國走向全球。

主要風險因素

我們認為，以下為可能對我們的業務及財務表現產生影響的部分主要風險：

- 如果我們未能準確或及時地預測不斷變化的市場趨勢和消費者偏好，我們可能無法成功營銷和銷售我們品牌合作夥伴的產品或甄選出具備增長潛力的新品牌合作夥伴或產品，我們的經營業績可能會受到重大不利影響。
- 如果我們未能維持與現有品牌合作夥伴(尤其是對我們收入貢獻較大的品牌合作夥伴)的穩定合作，我們的經營業績及前景可能受到重大不利影響。
- 如果我們未能甄選出並與新的品牌建立合作關係或與現有品牌合作夥伴一起拓展新的產品或品類，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到不利影響。
- 我們依賴電商平台開展我們的業務。如果我們未能維持與主要電商平台的關係，未能及時適應新興電商渠道，或電商平台因其他原因削弱或抑制我們藉助其平台提供電商零售及批發解決方案的能力，我們的解決方案對現有及潛在品牌合作夥伴的吸引力將會降低。
- 我們在開展國際業務以及拓展跨境電商業務方面面臨特定風險。
- 與品牌合作夥伴或電商平台合作條款的變更可能會對我們的財務狀況產生不利影響。

- 我們面臨適用於電商業務和不同產品類別的不斷變化的監管要求相關風險。如果我們未能遵守這些要求或這些要求發生了變化，可能會對我們的業務運營產生不利影響。

控股股東

截至最後實際可行日期，本公司由王先生合計控制約33.45%權益，其中(i)直接控制本公司約16.10%權益；(ii)王先生通過青島易華及僱員激勵平台(即蘇州尚來、易賣有為及極易大展)等王先生擔任執行事務合夥人並行使該等實體持有本公司權益所附表決權的實體，控制本公司約16.54%權益；及(iii)王先生透過南京極晟控制本公司約0.81%的權益，根據王先生與南京極晟訂立的表決權委託協議(「**表決權委託協議**」)，王先生作為真實及合法的受託人，就南京極晟持有的本公司全部股份進行表決。在表決權委託協議之前，南京極晟已按照王先生的指示就南京極晟持有股份所附帶的表決權採取一切行動。有關僱員激勵平台的進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－僱員持股平台」分節。[**編纂**]前，王先生、青島易華、僱員激勵平台及南京極晟因此構成本公司控股股東集團。

緊隨[**編纂**]完成後，王先生將於我們已發行股本的約[**編纂**]擁有權益(假設[**編纂**]未獲行使)。因此，緊隨[**編纂**]後，王先生、青島易華、僱員激勵平台及南京極晟將仍為我們的控股股東。

歷史財務資料概要

綜合損益表概要

下表載列摘自本文件附錄一的我們的綜合經營業績的絕對金額概要。下表所列的我們的歷史業績並不一定代表未來任何期間的預期業績。

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
收入	**1,117,250**	**1,355,503**	**1,400,287**
銷售成本	(923,287)	(1,146,971)	(1,197,981)
毛利	**193,963**	**208,532**	**202,306**

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
其他收入	8,816	4,611	2,135
其他收益及虧損	1,385	881	299
貿易及其他應收款項（減值虧損）／減值虧損撥回	(3,120)	(9,193)	2,370
銷售開支	(71,497)	(83,556)	(68,101)
行政開支	(60,774)	(62,725)	(72,075)
經營利潤	**68,773**	**58,550**	**66,934**
融資成本	(20,467)	(24,724)	(20,082)
應佔聯營公司虧損	(534)	(154)	(275)
除税前利潤	**47,772**	**33,672**	**46,577**
所得税（開支）／抵免	(10,189)	(8,802)	3,245
年度利潤	**37,583**	**24,870**	**49,822**
以下各方應佔：			
本公司擁有人	37,583	24,568	48,157
非控股權益	–	302	1,665
	37,583	**24,870**	**49,822**

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用國際財務報告準則並無規定亦並非按照國際財務報告準則呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）作為額外財務計量。我們在計算經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）時剔除了[**編纂**]及股份支付。我們認為，該非國際財務報告準則計量消除若干項目的潛在影響，有助比較不同期間的經營表現。

我們認為，該非國際財務報告準則計量為[**編纂**]及其他人士提供有用資料，幫助[**編纂**]及其他人士以與我們管理層相同的方式了解及評估我們的經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）可能無法與其他公司所呈列類似名稱的計量指標作比較。使用該非國際財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，您不應與我們根據國際財務報告準則所呈報的經營業績或財務狀況分開考慮，或將其視為該等經營業績或財務狀況分析的替代。

下表載列我們於所示年度的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)與年度利潤的對賬：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
年度利潤	**37,583**	**24,870**	**49,822**
就以下各項調整：			
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
股份支付	1,219	429	429
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)	**38,802**	**25,299**	**54,894**

收入

於2022年、2023年及2024年，我們的收入分別為人民幣1,117.3百萬元、人民幣1,355.5百萬元及人民幣1,400.3百萬元。

於往績記錄期間，我們的收入主要來自品牌至消費者的解決方案及品牌至企業的解決方案。我們還從品牌資產管理與IP商業化運營業務及其他服務中產生少量收入。下表載列於所示期間按業務板塊劃分的收入明細，以絕對金額及佔總收入的百分比列示。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*
品牌至消費者的解決方案	989,586	88.5	973,726	71.8	843,199	60.2
線上渠道經銷模式	906,602	81.1	876,868	64.7	733,832	52.4
運營服務模式	82,984	7.4	96,858	7.1	109,367	7.8
品牌至企業的解決方案	63,217	5.7	282,130	20.8	494,461	35.3
品牌資產管理與IP商業化運營	40,989	3.7	74,450	5.5	44,506	3.2
其他服務	23,458	2.1	25,197	1.9	18,121	1.3
總計	**1,117,250**	**100.0**	**1,355,503**	**100.0**	**1,400,287**	**100.0**

毛利及毛利率

於2022年、2023年及2024年，我們的毛利分別為人民幣194.0百萬元、人民幣208.5百萬元及人民幣202.3百萬元，毛利率分別為17.4%、15.4%及14.4%。下表載列於所示期間按業務板塊劃分的毛利及毛利率的明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*
品牌至消費者的解決方案	175,769	17.8	169,594	17.4	154,904	18.4
線上渠道經銷模式	142,409	15.7	131,473	15.0	94,675	12.9
運營服務模式	33,360	40.2	38,121	39.4	60,229	55.1
品牌至企業的解決方案	1,905	3.0	3,933	1.4	26,941	5.4
品牌資產管理與IP商業化運營	10,955	26.7	19,705	26.5	12,328	27.7
其他服務	5,334	22.7	15,300	60.7	8,133	44.9
總計	**193,963**	**17.4**	**208,532**	**15.4**	**202,306**	**14.4**

綜合財務狀況表概要

下表載列我們於所示期間的綜合財務狀況表概要：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非流動資產總值	48,312	48,051	88,495
流動資產總值	774,784	1,059,669	1,065,775
資產總值	823,096	1,107,720	1,154,270
非流動負債總額	5,836	8,385	14,067
流動負債總額	536,638	675,046	660,577
負債總額	542,474	683,431	674,644
流動資產淨值	238,146	384,623	405,198
資產淨值	280,622	424,289	479,626
資本及儲備			
股本	30,701	33,014	33,014
儲備	249,921	390,973	444,170
本公司擁有人應佔權益	280,622	423,987	477,184
非控股權益	–	302	2,442
總權益	280,622	424,289	479,626

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣384.6百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣405.2百萬元，主要是由於(i)銀行及現金結餘增加人民幣80.8百萬元，(ii)其他借款減少人民幣74.8百萬元，及(iii)貿易應付款項減少人民幣33.8百萬元。該等因素部分被(i)銀行借款增加人民幣98.0百萬元及(ii)存貨減少人民幣28.5百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣238.1百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣384.6百萬元，主要是由於(i)貿易應收款項增加人民幣108.4百萬元，(ii)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣96.7百萬元，(iii)其他借款減少人民幣36.6百萬元，及(iv)存貨增加人民幣35.6百萬元。該等因素部分被(i)銀行借款增加人民幣91.5百萬元，及(ii)貿易應付款項增加人民幣58.8百萬元所抵銷。

綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示期間的綜合現金流量表概要：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	
經營活動(所用)／所得現金淨額	(180,562)	(119,948)	63,832
投資活動所用現金淨額	(1,365)	(32,787)	(3,903)
融資活動所得現金淨額	125,185	159,540	17,043
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	**(56,742)**	**6,805**	**76,972**
年初現金及現金等價物	138,409	101,500	115,858
外匯匯率變動的影響	19,833	7,553	3,850
年末現金及現金等價物	**101,500**	**115,858**	**196,680**

主要財務比率

下表載列我們於截至所示日期或於所示期間的主要財務比率概要：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
毛利率[(1)]	17.4%	15.4%	14.4%
淨利潤率[(2)]	3.4%	1.8%	3.6%
平均資產回報率[(3)]	5.2%	2.6%	4.4%
平均權益回報率[(4)]	15.7%	7.1%	11.1%

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
流動比率(5)	1.4	1.6	1.6
速動比率(6)	0.9	1.1	1.2

附註：

1. 毛利率等於毛利除以年內總收入，再乘以100%。

2. 淨利潤率等於淨利潤除以年內總收入，再乘以100%。

3. 平均資產回報率等於淨利潤除以年內平均資產，再乘以100%。

4. 平均權益回報率等於淨利潤除以年內平均權益，再乘以100%。

5. 流動比率等於流動資產總值除以流動負債總額。

6. 速動比率等於流動資產總值減去存貨，再除以流動負債總額。

[編纂]

下表中的所有統計數據均基於以下假設：(i)[**編纂**]已完成，且根據[**編纂**][**編纂**]；及(ii)[**編纂**]未獲行使。

	按指示性[編纂]計算	按指示性[編纂]計算
我們的[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]
本公司權益股東應佔[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]

附註：

(1) [**編纂**]基於預期於緊隨[**編纂**]完成後將[**編纂**][**編纂**]股股份(假設[**編纂**]未獲行使)計算。

(2) 於2024年12月31日的[**編纂**]是經作出「附錄二－[**編纂**]」中所述的調整後計算得出。

[**編纂**]

未來計劃及[編纂]

假設[**編纂**]為每股[**編纂**][**編纂**](即本文件所述[**編纂**]範圍的中位數)，並假設[**編纂**]未獲行使，扣除[**編纂**]及[**編纂**]以及就[**編纂**]的其他估計開支後，我們估計我們將收到的[**編纂**][**編纂**]將約為[**編纂**]。我們擬將[**編纂**][**編纂**]用於以下用途：

- 合計估計[**編纂**]約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於我們的技術及研發計劃：
  - o 合計估計[**編纂**]約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於增強我們的AI能力和升級我們的AI智能體平台；
  - o 合計估計[**編纂**]約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於持續提升我們的信息技術基礎設施；及
  - o 合計估計[**編纂**]約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於招聘額外研發人才及設立相關培訓計劃，以建立我們的內部研發團隊；

- 合計估計[**編纂**]約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於擴展我們的品牌資產管理與IP商業化運營業務：

  - o 合計估計[**編纂**]約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於擴大我們的品牌總代及IP商業化運營實踐；及

  - o 合計估計[**編纂**]約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於投資社交媒體營銷及廣告；

- 合計估計[**編纂**]約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於產業鏈內的潛在併購機會，以增強我們的競爭力；及

- 合計估計[**編纂**]其餘約[**編纂**]或[**編纂**]將用作營運資金及其他一般公司用途。

有關進一步詳情，請參閱「未來計劃及[**編纂**]」一節。

股息

於往績記錄期間，我們並未宣派任何股息。[**編纂**]完成後，我們可採用現金或公司章程允許的其他方式派發股息。任何股息的宣派及派付以及股息金額將受限於我們的公司章程及有關中國法律。根據我們的公司章程，我們每年至少須分派一次股息。董事會經考慮諸多因素後有權酌情決定股息的形式及金額，該等因素包括我們的經營業績、現金流量、財務狀況、估計營運資金需求、子公司向我們派付的現金股息、業務前景、對我們宣派及派付股息的法定及監管限制以及董事會認為重要的其他因素，惟須獲得股東批准方可作實。於任何特定年度未分派的任何可分配利潤將予以留存，以支持我們的運營及長期發展。目前，我們並無固定的派息率。有關更多資料，請參閱「財務資料－股息」。

無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，我們的財務或經營狀況或前景自2024年12月31日(即本公司最新財務報表日期)以來概無任何重大不利變動，且自2024年12月31日以來概無發生對本文件附錄一會計師報告所載資料造成重大影響的任何事件。

釋　義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有下文所載涵義。若干其他詞彙於本文件「技術詞彙表」一節解釋。

「會計師報告」	指	本公司往績記錄期間的會計師報告，其全文載於本文件附錄一
「聯屬人士」	指	就任何特定人士而言，指直接或間接控制上述特定人士或受上述特定人士直接或間接控制或與上述特定人士受到直接或間接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
「章程」或「公司章程」	指	本公司於2025年6月7日有條件採納並將自[**編纂**]起生效的公司章程，其概要載於本文件附錄三
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	董事會

[**編纂**]

「營業日」	指	香港銀行一般開門辦理日常銀行業務的任何日子（星期六、星期日或香港公眾假期除外）

[**編纂**]

「中國」	指	中華人民共和國，僅就本文件而言，除文義另有所指外，不包括香港、中華人民共和國澳門特別行政區及台灣地區
「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
「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
「本公司」	指	蘇州極易科技股份有限公司(前稱蘇州易賣東西信息技術有限公司)，一家於2015年10月21日在中國成立的有限公司，並於2021年12月28日改制為股份有限公司
「控股股東」	指	王先生、青島易華、僱員激勵平台及南京極晟
「中國結算」	指	中國證券登記結算有限責任公司
「中國結算香港」	指	中國證券登記結算(香港)有限公司
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「董事」	指	本公司董事
「企業所得税法」	指	《中華人民共和國企業所得税法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「僱員激勵平台」	指	蘇州尚來、易賣有為及極易大展(均為本公司股東)

「極端情況」	指	在八號或以上颱風信號由三號或以下颱風信號取代之前，香港任何政府當局因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不利情況而宣佈發生的「極端情況」

[編纂]

「弗若斯特沙利文」	指	我們的行業顧問弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，為獨立第三方
「弗若斯特沙利文報告」	指	由弗若斯特沙利文編製的報告

[編纂]

「本集團」或「我們」	指	本公司及其不時的子公司或(按文義所指，就本公司成為我們現有子公司的控股公司之前的期間而言)於相關時間被視為本公司子公司的子公司
「新上市申請人指南」	指	聯交所發佈的《新上市申請人指南》，經不時修訂、補充或以其他方式修改

「H股」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的[**編纂**]普通股，將以港元認購及買賣並將於聯交所[**編纂**]

[**編纂**]

「香港」	指	中國香港特別行政區

[**編纂**]

「港元」	指	香港法定貨幣港元

[**編纂**]

[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]

「國際會計準則」	指	國際會計準則
「國際財務報告準則」	指	國際會計準則理事會不時頒佈的國際財務報告準則
「獨立第三方」	指	並非本公司關連人士的任何實體或人士或該等人士的聯繫人(具有上市規則所賦予的涵義)

[編纂]

「IP」	指	知識產權
「京東」	指	京東集團股份有限公司，其股份根據上市規則第十九C章在香港聯交所主板上市（股份代號：9618（港幣櫃檯）及89618（人民幣櫃檯））及其美國存託股份在納斯達克上市（代碼為「JD」）的公司
「京東集團」	指	京東及其子公司以及併表聯屬實體
「京東邦能」	指	江蘇京東邦能投資管理有限公司，一家於2015年8月4日在中國成立的有限公司

「極易大展」	指	蘇州極易大展企業管理合夥企業(有限合夥)，一家於2020年12月18日在中國成立的有限合夥企業(王先生為其普通合夥人及執行事務合夥人)，是我們的僱員激勵平台及控股股東之一
「最後實際可行日期」	指	2025年6月10日，即於本文件刊發前確定其中所載若干資料的最後實際可行日期

[**編纂**]

「上市委員會」	指	聯交所上市委員會

[**編纂**]

「上市規則」	指	聯交所證券上市規則，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「主板」	指	聯交所運作的證券交易所(不包括期權市場)，其獨立於聯交所GEM並與其併行運作
「工信部」	指	中華人民共和國工業和信息化部
「財政部」	指	中華人民共和國財政部
「商務部」	指	中華人民共和國商務部

「吉先生」	指	吉融先生，本公司執行董事兼副總經理
「王先生」	指	王珊先生，本公司創始人、執行董事、董事長、總經理及我們的控股股東之一
「南京極晟」	指	南京極晟企業管理合夥企業(有限合夥)，一家於2021年7月3日在中國成立的有限合夥企業，並為我們的控股股東之一
「國家發改委」	指	中華人民共和國國家發展和改革委員會
「提名委員會」	指	董事會提名委員會
「全國人大」	指	中華人民共和國全國人民代表大會

[**編纂**]

[**編纂**]

「境外上市試行辦法」	指	中國證監會於2023年2月17日頒佈並於2023年3月31日生效的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》
「《中國公司法》」	指	《中華人民共和國公司法》，經不時修訂、修改及／或以其他方式補充
「中國公認會計準則」	指	財政部於2006年2月15日頒佈的《中國企業會計準則》及其附例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「中國法律顧問」	指	環球律師事務所，為我們有關中國法律的法律顧問
「《中國證券法》」	指	《中華人民共和國證券法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「[**編纂**]前投資」	指	[**編纂**]前投資者對本公司作出的投資，詳情載於本文件「歷史、發展及公司架構－[**編纂**]前投資」一節
「[**編纂**]前投資者」	指	本文件「歷史、發展及公司架構－[**編纂**]前投資－有關[**編纂**]前投資者的資料」一節所載的投資者

[**編纂**]

「省份」	指	由中國中央政府直接管轄的省或(按文義所指)省級自治區或直轄市
「青島易華」	指	青島易華生鑫企業管理合夥企業(有限合夥)(前稱蘇州易華生鑫企業管理合夥企業(有限合夥))，一家於2017年9月21日成立的有限合夥企業，並為我們的控股股東之一
「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	人民幣，中國法定貨幣
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局
「工商行政管理總局」	指	中華人民共和國國家工商行政管理總局，現已併入國家市場監管總局
「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
「國家税務總局」	指	中華人民共和國國家税務總局
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「滬港通」	指	由聯交所、上海證券交易所、香港結算及中國證券登記結算有限責任公司聯合開展的滬港證券市場交易結算互聯互通機制

「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，包含未上市股份及[**編纂**]後H股
「股東」	指	股份持有人

[**編纂**]

「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「聯交所」或「香港聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「蘇州尚來」	指	蘇州尚來企業管理合夥企業(有限合夥)，一家於2017年9月21日在中國成立的有限合夥企業(王先生為其普通合夥人及執行事務合夥人)，是我們的僱員激勵平台及控股股東之一
「往績記錄期間」	指	截至2022年、2023年及2024年12月31日止的財政年度

[**編纂**]

「未上市股份」	指	本公司發行的每股面值人民幣1.00元的未上市普通股，相關股份未在任何證券交易所上市或交易
「美國」	指	美利堅合眾國、其領土及屬地、美國任何州及哥倫比亞特區
「美國證券法」	指	1933年美國證券法(經不時修訂)及據此頒佈的規則及法規
「美元」	指	美元，美國法定貨幣

「增值税」	指	增值税
「易賣有為」	指	蘇州易賣有為企業管理合夥企業(有限合夥)，一家於2020年12月17日在中國成立的有限合夥企業(王先生為其普通合夥人及執行事務合夥人)，是我們的僱員激勵平台及控股股東之一

於本文件內，除文義另有所指外，「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「核心關連人士」、「關連交易」、「控股股東」、「子公司」及「主要股東」與上市規則界定的該等詞彙具有相同涵義。

技術詞彙表

本技術詞彙表載有本文件所用與我們的業務及我們所處行業相關的若干技術詞彙的解釋。該等詞彙及其涵義未必與其標準行業涵義或用途相符。

「AI」	指	人工智能
「AI智能助手」	指	能夠自主代用戶或其他系統執行任務的系統或程序
「大數據」	指	可通過計算分析揭示模式、趨勢和關聯(特別是與人類行為和互動相關)的規模巨大的數據集
「保稅倉」	指	由海關批准設立的供進口貨物儲存而不受關稅法和進口管制條例管理的倉庫
「電商運營服務商」	指	專注於為品牌提供全方位電商服務的服務供應商，包括IT解決方案、網店營運、市場營銷、客戶服務、倉儲與配送等的服務供應商
「品牌旗艦店」	指	在電商平台上註冊、擁有自有品牌或擁有商標所有人獨家授權品牌的店鋪
「品牌合作夥伴」	指	為品牌及／或商標在相關司法管轄區內的所有人及／或註冊擁有人，且與本公司保持業務關係的商業實體
「年複合增長率」	指	年複合增長率
「七夕促銷」	指	於農曆七月初七或前後在中國舉辦的年度線上購物促銷活動
「CRM」	指	客戶關係管理，一套分析整個客戶生命週期的客戶交互，以幫助企業管理並改善與客戶關係的系統及流程

技術詞彙表

「跨境保稅區」	指	國內的指定區域，商品在離開該區域或進入國內市場銷售前可免徵關稅和稅款進行存儲、加工或處理
「跨境電商」	指	來自不同關稅領域的貿易實體通過電商平台完成交易、電子結算付款，並通過跨境電商物流和遠程倉儲交付貨物完成交易的國際商業活動
「跨境出口電商」	指	公司利用線上渠道將產品銷售給海外消費者的模式
「跨境進口電商」	指	企業通過電商平台將海外商品直接銷售給國內消費者的模式
「電商」	指	電子商務，指利用互聯網買賣商品或服務，以及為進行該等交易而進行資金及數據轉移
「數字零售綜合運營服務商」	指	客戶組合不僅包括品牌客戶還包括實體零售商的電商運營服務商
「GMV」	指	商品交易總額，指(i)本公司運營的網店上交易和結算的所有購買行為的總價值，(ii)線下渠道與本公司之間交易和結算的所有購買行為的總價值，及(iii)本公司提供數字零售綜合運營服務及其他服務所產生的服務費的總和
「ISO27001」	指	一項信息安全管理體系的國際標準
「KOC」	指	關鍵意見消費者，通過個人體驗和推薦影響他人的真實消費者

「KOL」	指	關鍵意見領袖，在特定領域擁有專業產品知識和影響力，受相關意向群體信任並對消費者行為產生顯著影響的個人或組織
「MCN」	指	多頻道網絡，與多個頻道合作，為頻道所有者提供支持以實現業務穩定變現的公司或實體
「OTC藥物」	指	非處方藥，指並未自醫療保健專業人士獲取處方而直接銷售給消費者的藥物，而並非僅可銷售給擁有有效處方的消費者的處方藥
「ROI」	指	投入產出比
「絲路電商服務商」	指	於中國與越南、意大利及澳大利亞等合作夥伴國家簽訂的電商合作機制框架下開展跨境電商業務的電商運營服務商
「雙十一促銷」	指	於11月11日或前後在中國舉辦的年度線上購物促銷活動
「SKU」	指	庫存單位，具體類型的待售物品(如產品或服務)，以及與該物品類型相關的所有可區別於其他物品類型的屬性
「SMS」	指	短信服務
「SPU」	指	標準產品單位，標準化產品的特定變體或一種物品類型
「618促銷」	指	於6月18日或前後在中國舉辦的年度線上購物促銷活動

前瞻性陳述

本文件的若干陳述為前瞻性陳述，而基於其性質，該等陳述會受重大風險及不確定因素的影響。任何表達或涉及討論預期、信念、計劃、目標、假設或未來事件或表現的陳述(通常但並非總是通過使用「將」、「預期」、「預計」、「估計」、「相信」、「展望」、「應該」、「可能」、「尋求」、「應當」、「意圖」、「計劃」、「預測」、「潛在」、「可能」、「願景」、「目標」、「目的」、「致力於」、「目標」、「時間表」和「前景」等詞彙)，並非歷史事實，而是具有前瞻性的，可能涉及估計和假設，並受風險(包括但不限於本文件詳述的風險因素)、不確定性以及其他一些超出本公司控制範圍且難以預測的因素的影響。因此，這些因素可能導致實際業績或結果與前瞻性陳述中所表述的內容存在重大差異。

我們的前瞻性陳述所依據的關於未來事件的假設和因素可能被證實不準確。這些假設和因素是基於我們目前掌握的關於我們所經營業務的信息。可能影響實際結果的風險、不確定性和其他因素，其中許多超出我們的控制，包括但不限於：

- 我們的業務前景；
- 我們達成該等戰略的業務策略和計劃，包括我們的擴張計劃；
- 我們維護與主要客戶和供應商的關係的能力，以及影響客戶和供應商的行動及發展；
- 我們所處行業及市場的未來發展、趨勢及狀況；
- 我們所處市場的整體經濟、政治及商業環境；
- 我們所處行業及市場的監管環境變化以及未來發展、趨勢及狀況；
- 第三方按照合同條款和具體要求履約的能力；
- 我們留住高級管理層和關鍵人員以及招聘合格員工的能力；
- 影響我們競爭對手的行動及發展；及
- 本文件「風險因素」一節所述的所有其他風險及不確定性因素。

由於實際結果或成果可能與任何前瞻性陳述中表述的內容存在重大差異，我們強烈提醒[**編纂**]不要過度依賴任何此類前瞻性陳述。任何前瞻性陳述僅代表截至作出該陳述之日的狀況，除上市規則要求外，我們不承擔任何義務更新任何前瞻性陳述以反映該等陳述作出日期之後的事件或情況，或反映發生預期外事件。關於我們或我們任何董事意向的陳述或引用，均截至本文件發佈之日。任何該等意向都可能隨著未來的發展而改變。

本文件中所包含的所有前瞻性陳述均明確受本節載列的警示性陳述的限制。

您於[**編纂**]*我們的H股前應細閱本文件中的所有資料，尤其是下文所述風險及不確定性。在近乎所有方面，我們在營運所在司法管轄區的業務受到法律、法規、司法解釋和政府政策的規定與限制的重大影響。*

下述風險並非可能影響我們或我們的[**編纂**]*的全部風險。其他我們尚未知曉或目前認為不重要的風險及不確定因素，亦可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及增長前景造成不利影響。倘發生以下所述任何可能事件，我們的業務、經營業績、財務狀況及增長前景或會受到重大不利影響。我們的H股*[**編纂**]*或會因任何該等風險而下跌，您可能損失部分或全部*[**編纂**]*。*

與我們的業務及行業有關的風險

如果中國的電商市場不再增長，或增長速度緩於預期，對我們的解決方案或服務的需求將會降低。

作為一家電商運營服務商及品牌資產管理商，我們主要通過電商平台向中國消費者銷售來自全球品牌商的產品，或為這些品牌提供各類電商運營服務，從而獲得收入。因此，我們現有和未來潛在的品牌合作夥伴是否繼續使用我們的解決方案或對我們提供的服務有需求，取決於中國電商市場是否將繼續增長。

儘管近年來中國電商行業發展迅猛，越來越多的人已習慣於線上購物，我們仍無法保證該行業日後將繼續以我們預期的速度增長。中國電商行業的長期發展及前景受許多我們可能無法控制的因素的影響，包括但不限於：

- 品牌方對電商服務需求的變化；
- 中國互聯網、寬帶、電腦和手機使用的普及率以及增長率；
- 電商行業的產品及服務的整體質量；
- 中國線上零售消費者的信任程度及信心水平、線上購物的用戶體驗以及消費者人群結構、品味及偏好的變化；
- 線上購物的履行、支付及其他線上購物相關服務的發展；

- 數據分析和人工智能等技術的發展；
- 社交媒體及其他社交網絡應用的開發；
- 中國電商行業競爭格局變動；及
- 中國電商行業的監管環境。

此外，儘管我們相信電商銷售渠道可提供豐富多樣的有趣購物體驗，但我們無法向您保證，消費者的行為偏好不會隨時間而變更為更青睞線下銷售渠道。此外，相比於線上銷售渠道，線下銷售渠道可以提供更豐富的產品種類、更具吸引力的購物體驗、更有效的溝通以及更佳的售後服務，因此可能會造成線上電商銷售渠道的消費者流失。

因此，倘中國電商市場的發展低於我們的預期，我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。

如果我們未能準確或及時地預測不斷變化的市場趨勢和消費者偏好，我們可能無法成功營銷和銷售我們品牌合作夥伴的產品或甄選出具備增長潛力的新品牌合作夥伴或產品，我們的經營業績可能會受到重大不利影響。

我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商及絲路電商服務商。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年GMV計，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，在中國電商運營服務商中排名第五。作為我們業務的重要組成部分，我們向精選的品牌合作夥伴購買產品並通過以下方式觸達終端消費者：(i)通過我們在電商平台上運營的(電商平台)自營店或品牌旗艦店，在品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下，將產品出售給消費者；(ii)在品牌至企業的解決方案下，通過線下渠道將採購的品牌產品出售給線下渠道。因此，我們的成功在一定程度上取決於我們和我們的品牌合作夥伴預測和應對不斷變化的市場趨勢和消費者偏好的能力，包括我們選擇品牌合作夥伴和產品的能力。

不斷變化的消費者偏好已經影響並將繼續影響中國的零售行業。例如，在往績記錄期間內，我們的收入主要來源於銷售大健康及美妝個護產品。然而，這些行業市場趨勢變化迅速，我們無法保證消費者將繼續對我們目前合作的品類或產品保持濃厚的興趣及信心。因此，我們必須緊跟消費者的偏好變化，預測對現有及潛在消費者具吸引力的產品趨勢。我們需要綜合考慮多種因素來預測市場趨勢和消費者偏好，包括但不限於深入理解及準確分析市場趨勢、及時收集消費者反饋、培養強大的數據分析能力。如果我們或我們的品牌合作夥伴未能識別或應對商品和消費者偏好的變化，或我

們的品牌合作夥伴的聲譽或受歡迎度受損，我們品牌至消費者的解決方案和品牌至企業的解決方案下品牌產品的銷售都可能會受到影響。我們可能無法繼續留住現有品牌合作夥伴，進一步擴大我們的客戶群，或與現有品牌合作夥伴一起拓展新的品類或產品，而我們的業務和經營業績也可能會受到重大不利影響。

我們的歷史增長率未必能反映我們未來的增長。此外，如果我們無法有效執行我們的戰略，我們的業務和前景可能會受到重大不利影響。

我們在往績記錄期間實現了增長。我們的收入從2022年的人民幣1,117.3百萬元增至2023年的人民幣1,355.5百萬元，並進一步增至2024年的人民幣1,400.3百萬元。雖然我們的收入在往績記錄期間穩步增長，但我們無法向您保證我們能夠維持收入增長或繼續實現盈利。

此外，我們的增長可能會給我們的管理和資源帶來巨大壓力。為了推動我們的持續增長，我們預計將需要實施一系列業務戰略，包括加強AI能力建設以及拓展跨境電商業務。我們還需要繼續擴大、培訓、管理和激勵我們的員工隊伍，並管理我們與品牌合作夥伴、供應商和其他業務夥伴的關係。

所有這些努力都涉及風險，並且需要我們進行需要大量的管理工作和額外支出。我們無法向您保證能夠持續地有效管理我們的增長或執行我們的發展戰略，包括能否成功繼續找到受中國及海外消費者歡迎的產品、能否繼續成功拓展新的產品品類等。任何失敗都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。此外，由於一些我們無法控制的因素，我們的收入、支出和經營業績可能會因時期而異。因此，[**編纂**]不應依賴我們的歷史業績來預測我們未來的財務或經營業績。

我們的成功與我們向其提供電商運營服務的現有及未來的品牌合作夥伴的成功息息相關。

我們的成功在很大程度上取決於我們當前合作的品牌合作夥伴的持續成功。隨著我們不斷擴大和優化我們的品牌合作夥伴群體，我們未來的成功也將與我們未來品牌合作夥伴的成功息息相關。我們無法向您保證能夠繼續成功吸引新的品牌合作夥伴並優化我們的品牌合作夥伴群體；如果這些努力不成功，可能會對我們的業務表現或經營業績產生重大不利影響。

中國的零售業競爭非常激烈。如果我們的品牌合作夥伴由於任何原因(例如產品質量或安全問題、產品受歡迎程度下降等)而經歷品牌聲譽的顯著下降，或者如果他們遇到任何財務困難、品牌遭受損害或產品需求或盈利能力因任何其他原因而下降，可能會對我們的經營業績以及我們維持和發展業務的能力產生不利影響。此外，如果我們中國品牌合作夥伴的市場份額下降或經營規模縮小，他們在中國開展大規模營銷和促銷活動的意願也會減弱，進而對我們的業務、財務狀況和前景產生重大不利影響。

如果我們未能維持與現有品牌合作夥伴(尤其是對我們收入貢獻較大的品牌合作夥伴)的穩定合作，我們的經營業績及前景可能受到重大不利影響。

我們根據合同安排(通常為期一年)，通過銷售品牌合作夥伴的產品或向其提供電商服務，為其提供電商運營服務。我們無法向您保證能與現有品牌合作夥伴(尤其是有強大議價能力的品牌合作夥伴)以相同或對我們而言更優惠的條款續約或及時續約。與此同時，我們與品牌合作夥伴的多項合同安排中規定了我們在一定時期內要完成的採購目標；如果我們未能按期完成採購目標，我們的品牌合作夥伴有權單方面終止協議。此外，我們可能無法準確預測品牌合作夥伴續約的未來趨勢，且品牌合作夥伴與我們的續約率可能會因其對我們解決方案以及收費滿意度等因素以及我們無法控制的因素(例如他們自身面臨的競爭水平、他們在電商方面的成功程度以及他們自身的支出)而下降或產生波動。

同時，我們的品牌合作夥伴可能會對其業務及營銷策略或產品重心作出調整，可能導致其對我們服務的需求減少。舉例而言，我們為我們的品牌合作夥伴提供電商運營服務，幫助他們處理在中國電商市場可能面臨的各種複雜狀況和困難。然而，這些複雜狀況及困難的程度可能會因為電商環境格局的變動、品牌合作夥伴對中國電商市場的逐漸熟悉或其他原因而下降，或者我們的品牌合作夥伴可能會認為其他渠道更具成本效益。若發生以上情況，我們的品牌合作夥伴可能會決定發展其自身的能力來替代我們的解決方案並直接與電商平台開展合作，或使用其他渠道銷售品牌產品，而非委聘我們，從而導致對我們解決方案的需求下降，進而使我們的業務、經營業績及財務狀況受到重大不利影響。此外，大型電商平台在流量資源、品牌知名度、信息技術基礎設施、行業洞察力以及財務、技術和營銷資源方面可能比我們更具優勢。因此，如果他們決定直接向品牌合作夥伴提供電商運營服務，他們可能能夠在自己的平台上投入更多資源進行營銷和促銷活動、採取激進的定價或存貨政策，並投入更多資源發展與品牌合作夥伴的關係，令我們的解決方案對品牌合作夥伴的吸引力降低。

此外，我們與現有品牌合作夥伴的部分合同根據相關品牌合作夥伴建議的標準形式訂立，當中包含競業禁止條款，包括禁止我們向其競爭對手採購產品或提供類似服務。這些條款已經限制並可能繼續限制我們與部分品牌合作夥伴的業務發展及擴張。隨著我們業務的進一步擴張，我們可能會與多個品牌合作夥伴開展業務。這些品牌合作夥伴之間可能存在相互競爭，而我們可能受現有或未來品牌合作夥伴要求的競業禁止條款的限制。我們無法向您保證，若現有或未來的品牌合作夥伴就違反該等競業禁止條款對我們提出索賠時，我們不會被認定違反相關條款。如果我們的任何品牌合作夥伴向我們提出索賠及我們被認定違反競業禁止條款，我們可能會因違約而承擔潛在責任和處罰，包括支付違約金和沒收銷售獎勵。我們的品牌合作夥伴也可能會決定終止與我們的合同，導致我們收入的損失。因此，我們的聲譽、財務狀況和經營業績可能會受到重大不利影響。

截至本文件日期，我們已與部分現有品牌合作夥伴進行了多年的合作。在往績記錄期間，我們主要通過以下途徑從品牌合作夥伴處獲得了很大一部分收入：(i)在品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下，將品牌合作夥伴的產品出售給電商平台或消費者，(ii)在品牌至企業的解決方案下，將品牌合作夥伴的產品出售給線下渠道，(iii)在品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下，向這些品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務，及(iv)提供品牌資產管理和IP商業化服務以及其他服務。這類收入被我們統稱為與這些品牌合作夥伴「相關」的收入，用以評估我們與他們的整體業務關係。於2022年、2023年及2024年，與我們前十大(按貢獻的相關收入計)品牌合作夥伴相關的收入分別合計佔我們總收入的81.2%、66.4%及65.7%，與我們前五大(按貢獻的相關收入計)品牌合作夥伴相關的收入分別佔我們總收入的77.3%、58.7%及56.2%。因此，如果我們現有的品牌合作夥伴，特別是那些為我們貢獻很大一部分收入的品牌合作夥伴，終止或不再續約與我們的業務關係，或以較不利的條款續約，或縮減其所採用的服務與解決方案，而我們未能取得替代品牌合作夥伴或擴大我們的品牌合作夥伴基礎，則我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。

此外，我們正在積極拓展與品牌合作夥伴更深入的合作，包括在品牌資產管理業務下入股核心品牌合作夥伴或與品牌方共同成立合資公司，全方位參與品牌的產品研發、策劃、營銷和運營。我們同時也在計劃進行自有品牌的孵化，進一步拓展品牌資產管理業務。這類戰略投資可能不會取得成功，並可能為我們的業務帶來新的挑戰和風險。請參閱「－我們可能面臨與投資其他實體、戰略聯盟或合資企業以及戰略收購相關的風險」。

如果我們未能甄選出並與新的品牌建立合作關係或與現有品牌合作夥伴一起拓展新的產品或品類，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到不利影響。

為維持及優化我們的業務增長，甄別於其品類方面具有巨大增長潛力的新品牌的優質產品並與該等新品牌建立合作關係以滿足中國消費者不斷變化的需求，對我們而言至關重要。截至2024年12月31日，我們與84個品牌開展合作，而截至2023年及2022年12月31日分別為85個和81個品牌。然而，我們無法保證我們將能夠繼續成功甄選出並委聘其產品對中國消費者具有吸引力的新品牌。

同時，我們業務的成功也在一定程度上取決於我們是否能幫助現有品牌合作夥伴成功拓展新的產品或品類。新產品或品類的拓展往往會帶來新的風險和挑戰，包括我們在經營新產品或品類、獲得經營新產品或品類所需的必要批准及證書、為新市場和新業務招募足夠數量的合格員工等方面缺乏專業知識和相關經驗。如果我們無法成功應對這些挑戰和風險，我們在新產品或品類方面的嘗試可能會不成功，從而對我們和品牌合作夥伴的關係以及我們的業務運營造成不利影響。

我們預計將持續面對來自中國其他電商運營服務商在業務方面的挑戰及激烈競爭。如果我們未能及時甄選出新的品牌合作夥伴並與其建立合作關係，或未能成功與現有品牌合作夥伴一起拓展新的產品或品類，我們的業務、經營業績及前景將受到重大不利影響。

我們依賴電商平台開展我們的業務。如果我們未能維持與主要電商平台的關係，未能及時適應新興電商渠道，或電商平台因其他原因削弱或抑制我們藉助其平台提供電商零售及批發解決方案的能力，我們的解決方案對現有及潛在品牌合作夥伴的吸引力將會降低。

在往績記錄期間，我們的絕大部分收入來自品牌至消費者的解決方案，其中包括：(i)在線上渠道經銷模式下通過在我們電商平台運營的網店將品牌合作夥伴的產品銷售給電商平台或消費者，以及(ii)在運營服務模式下通過在我們電商平台運營的網店將品牌合作夥伴的產品銷售給消費者。在2022年、2023年以及2024年，我們向電商平台銷售產品以及在電商平台運營的店鋪所得的收入分別佔我們總收入的88.5%、71.8%及60.2%。如果未來我們與合作的電商平台的關係發生惡化，這些平台可能會減少與我們的合作或對我們產品的採購，這可能大幅限制或抑制我們向品牌合作夥伴提供電商運營服務的能力，從而對我們的盈利能力產生不利影響。此外，隨著社交電商等新興電商渠道的出現並日益普及，如果我們未能及時與這些渠道建立合作關係，我們為品牌合作夥伴提供的服務的吸引力將下降，這可能會對我們的盈利能力產生不利影響。

另外，鑒於中國各電商平台之間存在激烈競爭，部分電商平台可能會要求我們降低進貨價，或在與我們的合作安排中附加合作前提。如果任何具有強大議價能力的電商平台要求我們降低進貨價，我們可能無法向品牌合作夥伴獲得與從前相同的折扣或返利，導致我們的盈利能力受到不利影響；而如果電商平台要求我們就某些產品的銷售與其進行獨家合作，那麼我們通過多個平台接觸消費者的能力將受到限制。我們的品牌合作夥伴可能會因為上述任何原因不再通過這些平台銷售產品，進而導致品牌合作夥伴對我們提供的服務的需求減弱。

同時，我們也需要遵守這些電商平台針對使用其平台的網店運營商所制定的各項規則，而違反這些規則可能導致我們受到懲罰。然而，這些電商平台可能會不時對他們的業務模式、政策、系統或發展計劃作出重大變動。我們無法向您保證這些變化不會為我們遵守電商平台的規則帶來任何困難，或不會削弱或抑制我們或我們的品牌合作夥伴在電商平台上銷售產品的能力，從而對我們的業務、經營業績和財務狀況造成重大不利影響。

主流電商平台的經營表現可能會對我們的經營業績產生影響。

在往績記錄期間，我們的銷售額的很大一部分來自我們在電商平台上銷售的產品或提供的服務。如果主流電商平台未能成功吸引消費者，或他們的聲譽因任何原因受到不利影響，我們的品牌合作夥伴可能不得不限制或停止通過這些渠道銷售產品。由於我們的經營業績依賴於我們向及通過這些電商平台的產品銷售以及我們品牌合作夥伴在這些平台上的店鋪的銷售業績，這些渠道使用率的下降將導致品牌合作夥伴對我們服務的需求降低，且我們可能須在其他渠道進行更多銷售，而這需要進行搜索及過渡的時間。因此，我們無法向您保證，我們的業務及經營業績在短期內不會因該等情況的出現而受到負面影響。

我們在開展國際業務以及拓展跨境電商業務方面面臨特定風險。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國市場少有的同時具備規模化跨境進口和跨境出口服務能力的電商運營服務商。我們在中國以及海外市場開展業務，這使我們面臨特定的風險和不確定性。例如，我們可能對海外市場的法規和政策不夠熟悉，這些法規可能與中國的法規相比有著重大差異。如果我們未能遵守這些法律法規，或未能獲得在海外市場運營所需的許可、執照和批准，我們的運營和商業前景將受到不利影響。此外，海外國家或地區的政治和文化環境或經濟狀況的變化，例如政治不穩

定、通貨膨脹、貨幣波動、關稅的意外變化、貿易壁壘和監管要求等，可能會妨礙我們在這些國家或地區的商業活動，從而對我們的盈利能力和增長潛力產生負面影響。

我們一直致力於並將繼續將我們的業務拓展至全球市場。我們在不同業務模式下出售的大多數產品來自海外，通過跨境電商模式銷往中國境內。同時，我們也在積極拓展我們的跨境出口業務，包括通過Temu、亞馬遜、Coupang、SHEIN等平台將中國品牌合作夥伴的產品銷售至海外。

拓展國際運營可能會導致我們的業務易受到各種國際業務風險及挑戰的影響，包括但不限於：

- 我們目標市場的消費者對於本國生產和銷售的產品不斷變化的需求和偏好；
- 中國及海外跨境電商業務的監管環境；
- 將我們的政策及程序(包括技術及物流基礎設施)複製或應用至與中國不同的運營環境時的挑戰；
- 與管理及協調國際運營相關的成本結構以及文化和語言因素；
- 保持高效統一的內部系統(包括信息技術基礎設施)以及定制化這些系統並將其與我們數字化運營的其他組成部分整合所面臨的挑戰；
- 增加資源投入及成本的需求，用以管理我們在國際化運營中對外國司法管轄區的各種監管規定、法律及稅收政策的合規情況；
- 吸引及留住具國際視野且能有效管理及運營本地業務的優秀人才的能力；
- 不同司法管轄區之間對於數據傳輸的更多限制及障礙；
- 通過我們的國際及跨境平台所進行的交易可能需遵守的各種複雜且可能不利的不同海關、進出口法律、稅務法規或其他貿易壁壘或限制、相關合規義務及不合規的後果，以及上述因素的任何新發展；

- 國際及跨境支付系統及物流基礎設施的可用性、可靠性及安全性；
- 匯率波動；及
- 地緣政治格局的變動、政治不穩定以及特定國家或地區的整體經濟或政治狀況，包括領土或貿易爭端、戰爭及恐怖主義。

國際市場瞬息萬變的態勢以及任何我們未能妥善應對相關風險及挑戰的情況均會對我們開展國際業務以及拓展國際及跨境業務的能力產生不利影響，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

與品牌合作夥伴或電商平台合作條款的變更可能會對我們的財務狀況產生不利影響。

與品牌合作夥伴合作條款的變更，例如品牌合作夥伴的返利和定價政策，可能對我們的利潤和財務狀況產生不利影響。在品牌至消費者的解決方案和品牌至企業的解決方案下，我們主要向品牌合作夥伴直接採購產品。根據行業慣例，我們的品牌合作夥伴一般同意給我們一定的採購返利作為對我們的採購、推廣服務及／或營銷服務的激勵。我們可以獲得的返利金額與我們品牌合作夥伴的返利政策及預算密切相關。我們無法保證日後可以繼續從品牌合作夥伴獲得同樣的返利，或根本無法獲得返利。如果我們的品牌合作夥伴修改其返利政策，大幅減少其返利預算，改變返利結算頻率，或以其他方式大幅減少給予我們的返利，我們的盈利能力、經營業績及財務狀況將受到重大不利影響。

在品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下以及品牌至企業的解決方案下，我們通常以銷售協議中指定的價格向品牌合作夥伴採購產品。在某些情況下，我們根據銷售協議以低於品牌合作夥伴市場售價的折扣採購產品。因此，在這些業務模式下，我們的盈利能力主要受與品牌合作夥伴的銷售協議條款和條件的影響，特別是我們向品牌合作夥伴採購商品的價格，以及在適用情況下，我們客戶銷售產品的建議零售價格範圍。因此，如果品牌合作夥伴提高我們的採購價或壓低我們的建議零售價(如有)，我們的盈利能力將受到損害，導致我們可能無法與競爭對手有效競爭，對我們的經營業績和前景產生不利影響。

我們合作的電商平台也可能會調整與我們的合作條款，這可能會對我們的盈利能力產生負面影響。例如，電商平台通常會向我們收取佔銷售額一定百分比的費用作為我們的平台使用費。我們合作的主要電商平台在市場上佔有較大份額，因此我們一

般無法與他們就收費進行協商。電商平台還可能決定提高我們在其平台上交易的費用和其他收費。我們可能無法將電商平台收取的此類額外費用轉嫁給客戶，這可能會對我們的盈利能力產生不利影響，故而對我們的經營業績和財務狀況造成不利影響。此外，如果電商平台決定直接向品牌合作夥伴提供電商運營服務，那麼我們與這些電商平台的合作可能同樣會受到負面影響。電商平台可能將不再向我們提供我們目前所享有的優惠條款，或甚至停止與我們的合作或禁止我們訪問他們的平台。因此，我們未來可能經歷增長放緩或收入下降，我們的業務、財務狀況和經營業績也將受到重大不利影響。

我們從某些品牌合作夥伴處獲得的收入中，有一部分會根據產品銷售額而變化。這種機制的任何變化都可能對我們的財務業績產生不利影響。

根據我們與某些品牌合作夥伴簽訂的合約條款，我們從他們處獲得的收入中，有一部分是基於我們運營的品牌網店的產品銷售額按一定比例而來，因而會隨著產品銷售額的變化而改變。如果產品銷售額下降，未按預期增長，或倘我們的品牌合作夥伴要求定價條款不得根據在我們經營的店鋪中交易和結算的購買價值作出變動，我們的收入、盈利能力和業務前景可能會受到不利影響。

此外，隨著品牌合作夥伴議價能力的增強或我們提供的服務範圍的縮小，我們基於網店產品銷售額獲得收入的比例可能會發生變化，這可能會對我們的財務業績產生不利影響。我們計劃專注於銷售額較高的產品類別來提高收入。然而，儘管我們努力提高我們基於產品銷售額所獲得收入的比例，我們並不能保證能成功實現這一目標；如果我們無法做到這一點，可能會對我們的財務業績產生不利影響。

我們面臨適用於電商業務和不同產品類別的不斷變化的監管要求相關風險。如果我們未能遵守這些要求或這些要求發生了變化，可能會對我們的業務運營產生不利影響。

我們受制於適用於中國電商行業的法律法規和監管要求。這些要求較新且不斷變化，因此對這些法律和監管要求的解釋和執行預測往往是不確定的。對這些法律法規和監管要求的不準確解釋和對其執行的錯誤預測可能會對我們的業務和運營產生不利影響。此外，這些法律法規和監管要求的任何未來變化都可能導致我們的不合規，或導致我們需要對我們的業務實踐和執照獲取作出改變以確保合規。這些改變可能會導致我們付出大量成本，進而對我們的業務和前景產生不利影響。

我們提供的電商運營服務涵蓋多種類型的產品，主要包括大健康產品以及美妝個護產品，這些產品可能使我們受到中國多個監管機構對包括線上醫療器械運營、化妝品業務、食品業務以及線上交易和電商等領域的監管。特別是在大健康領域，由於大健康產品具有固有風險，監管機構可能會頒佈更嚴格的規則和法規來監管在電商平台上的大健康產品的銷售，這可能會要求我們獲得額外的批准或許可來進行相關產品的採購和銷售或遵守額外的監管要求。任何未能遵守新法規和監管要求或將產生重大合規成本的行為都可能對我們的大健康產品業務的發展和經營業績造成不利影響。違反任何法規可能會導致我們被處以重大處罰，從而可能影響我們的業務、運營、聲譽和財務前景。

由於我們將來可能會拓展至新的產品品類並提供新的服務，我們可能將會被要求遵守更多適用的法律法規。我們可能會需要取得必要的證書、執照或許可證，並投入額外資源來實時掌握監管和政策的發展。如果我們未能充分遵守這些更多法律法規，我們可能會被禁止銷售相關產品或提供相關服務，甚至可能會不得不暫停整體業務，從而對我們的業務、財務狀況和經營業績造成重大不利影響。

如果我們未能向客戶提供優質產品及／或服務，我們的業務及聲譽將會受到重大不利影響。

我們相信，客戶滿意度對於我們業務的發展和前景至關重要。質量不合格或有缺陷的產品可能會削弱客戶(包括品牌至企業的解決方案的線上渠道經銷模式下的電商平台和消費者以及品牌至企業的解決方案下的線下渠道)對我們的信任及信心。此外，對於品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下的銷售，如果我們合作的第三方倉儲和物流服務提供商無法確保為消費者提供高效可靠的物流安排，消費者可能逐漸流向其他網店。此外，我們的客戶服務團隊必須及時成功處理客戶的要求。

未能向客戶提供令其滿意的產品或服務可能會損害我們在客戶中的聲譽，並導致我們的銷售量或服務量下降。我們可能失去現有品牌合作夥伴，並於日後無法吸引新的品牌合作夥伴，這會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們所處行業的競爭非常激烈。如果我們現在或未來未能在與競爭對手的競爭中脫穎而出，我們的業務將會受到不利影響。

中國電商運營服務市場的競爭非常激烈。根據弗若斯特沙利文報告，於2024年，按GMV計，中國市場前十大電商運營服務商市場份額共計約15.3%。我們在行業內面臨激烈競爭，且我們預計未來的競爭仍會加劇。我們的競爭對手主要包括中國大型的電商運營服務商，尤其是那些能夠提供電商跨境進出口服務的公司。

產品銷售方面，我們與品牌合作夥伴的產品銷售合同通常不具排他性，且我們通常無權阻止其他電商運營服務提供商銷售我們品牌合作夥伴的產品。因此，一旦品牌合作夥伴決定將部分產品銷售權轉移給我們的競爭對手，我們可能會面臨與品牌合作夥伴合作的其他品牌管理商的競爭。競爭加劇可能導致我們提供產品的價格下降或市場份額減少，這些都可能對我們保留現有品牌合作夥伴及發展新品牌合作夥伴的能力、未來的財務和經營業績，以及業務增長能力產生負面影響。而在電商運營服務方面，我們在行業知識和理解、定制化的消費者和行業分析等方面與競爭對手展開競爭。

我們在許多方面都面臨競爭。例如，為了吸引消費者、提升消費者參與度並提高消費者留存率，我們需要與競爭對手在所提供產品及服務的多樣性、便利性、性價比、定制化以及全方位的用戶體驗及等方面展開競爭。為了吸引品牌合作夥伴並穩定維持與他們的合作，我們需要與競爭對手在對行業的理解、提升規模經濟效應以吸引消費者購買產品的能力、提高品牌合作夥伴銷售額的能力以及我們的物流基礎設施在交付產品方面的效率等方面展開競爭。此外，我們的業務發展離不開富有經驗且高效的人才，因此我們也會與競爭對手為了這些人才展開競爭。

我們能否在競爭中勝出取決於多項因素，而其中有些因素可能並非我們所能控制，例如我們現在面對或未來將面對的部分競爭對手可能擁有或會獲得比我們更高的品牌知名度、更好的與品牌方之間的關係、更堅實的消費者基礎或更優秀的財務、技術或營銷資源，因而可能能夠提供價格更低且質量更高的服務。即便是規模較小的競爭對手或尚未進入市場的潛在競爭對手，也可能被資金雄厚的知名企業或投資者收購、投資或建立戰略關係，從而增強其競爭地位。同時，我們的部分競爭對手可能會從品牌方獲得更優惠的條件、在銷售及促銷活動、信息技術基礎設施系統上投入更多的資源、採用更激進的定價政策等。因此，我們無法保證，我們現在或未來能在與競爭對手的競爭中脫穎而出，且較高的競爭壓力可能會導致我們會產生更多的運營費用，以及分散我們管理團隊執行現有計劃的專注力。如果我們未能在競爭中脫穎而出，可能會對我們的業務、經營及財務業績以及我們的聲譽產生不利影響。

電商渠道的重大中斷可能會導致我們無法向品牌合作夥伴提供服務，並減少我們運營的網店的銷售額。

電商渠道可能因多種事件而意外停止運營，包括電信服務中斷、計算機病毒和非法訪問等。任何重大的電商渠道故障或中斷都可能使我們無法向品牌合作夥伴提供服務，並減少我們運營的網店的銷售額。在某些高峰期和活動期間，例如「雙11」等促銷活動或其他促銷活動期間或前後，用戶活躍度和線上交易量與一年中的其他時間相比要高得多，導致電商平台停運風險升高。由於我們的銷售額主要集中在有限幾個電商平台上，如果我們合作的電商渠道發生故障或中斷，我們的整體運營可能會受到重大影響。此外，這種電商渠道的不穩定性和易受影響性可能會總體上對我們網店的不間斷服務造成嚴重挑戰，從而對我們的業務和運營產生重大不利影響。

我們對電商平台及其他分銷商的行為的控制有限，因而我們可能面臨與他們行為相關的風險。

我們與品牌合作夥伴的協議通常列明我們了我們在銷售其產品時所享有的權利以及需要履行的義務，例如我們獲准銷售的產品類型及獲得准許的產品分銷渠道。在業務經營中，我們需要遵守與品牌合作夥伴的協議。為確保我們在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下以及品牌至企業的解決方案下的分銷商與我們一樣遵守品牌合作夥伴的政策，我們通常要求下游分銷商按照品牌合作夥伴預先制定的政策開展業務，包括指定的銷售渠道、營銷活動、建議零售價格和客戶服務。

然而，在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下以及品牌至企業的解決方案下，鑒於我們無法全面控制第三方電商平台或線下渠道的行為，我們無法保證他們將完全按照我們或我們的品牌合作夥伴要求的政策和標準開展業務。同時，如果第三方電商平台或線下渠道進行了任何未經授權的活動，均可能使我們承擔違約責任。根據相關分銷協議，當分銷商違約時，我們可獲得的賠償可能不足以彌補我們可能遭受的所有損失。例如，我們的分銷商可能會使用未經授權的折扣來處理過剩庫存，這可能會損害產品的價值以及品牌方的形象。如果發生了此類情況，我們的聲譽以及與品牌合作夥伴的關係可能會受損，進而對我們的業務、經營業績和財務狀況產生不利影響。

此外，電商平台或線下渠道分銷商在經營門店或其他銷售渠道時必須遵守中國的相關法律法規。如果分銷商因未能遵守相關中國法律法規而被要求暫停或停止其運營，我們的經營業績、市場份額、業務覆蓋地理範圍和聲譽均可能會受到重大不利影響。

我們可能因出售了有缺陷或不合格產品而需承擔責任，可能會導致我們的業務及聲譽受到重大不利影響。

我們通常與知名品牌合作，並向知名品牌合作夥伴採購產品。然而，品牌合作夥伴對通過電商平台銷售有缺陷或不合格產品的防範措施可能不夠充足。除了我們自營的倉庫之外，我們也聘請第三方倉儲及物流服務提供商進行產品交付，我們可能無法察覺和阻止第三方倉儲及物流服務提供商或我們參與交付的員工的所有潛在不當行為或疏忽。

儘管在往績記錄期間，通過我們所營運網店銷售的產品並未遇到任何重大質量問題，我們無法保證我們的質量控制機制能夠識別出所有有缺陷或不合格的產品，這可能會給消費者帶來安全方面的風險。如果我們分銷的任何產品造成任何人身傷害或財產損壞，受害人可能會向我們提出索賠。消費者也可能因依賴於我們對第三方品牌產品的推廣購買產品受到損害而向我們提出索賠。如果針對我們的索賠成功，將對我們的業務產生不利影響。倘相關品牌合作夥伴或製造商負有責任，我們可能有權根據我們簽訂的合約或適用法律、規則及法規就向消費者作出的產品責任、人身傷害賠償或類似索償向有關方追償，但我們無法保證我們能夠向有關方追回全部或任何款額。任何產品責任的索賠(無論是否合理或成功)均會對我們的聲譽產生負面影響，並可能會導致我們支出額外費用、分散我們管理層的注意力。

未能有效管理我們的倉庫可能會對我們的業務和經營業績產生負面影響。

截至2024年12月31日，我們擁有1個自營倉，合計建築面積為5,000平方米。設施的管理十分複雜。我們對倉庫的有效管理，包括其容量和利用率，對於我們的訂單交付至關重要。我們還使用了一些由第三方運營的倉庫，而我們可能無法有效管理或利用這些倉庫。如果我們未能充分利用倉庫設施，我們的成本佔收入的比例將上升；如果倉庫容量不足，我們的收入可能無法達到預期。未能管理好我們的倉庫容量和利用率可能會對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

此外，我們的履約和倉儲基礎設施可能容易受到火災、洪水、停電、電信故障、入侵、地震、健康流行病、人為錯誤和其他事件造成的損害。如果我們的任何倉庫無法正常運營，我們可能需要對受影響倉庫中存儲的商品的損失負責，並且我們的供應鏈運營也將受到干擾，這可能會對我們的訂單履約能力產生負面影響。

我們的業務及經營業績面臨第三方倉儲及物流服務提供商相關的風險。

我們供應鏈的平穩運轉部分依賴於第三方倉儲及物流服務提供商提供的服務。如果這些服務提供商的服務出現任何重大中斷或故障，均可能對我們的日常存貨管理、存貨周轉率、訂單履約以及產品及時或成功交付產生重大不利影響。這類服務的中斷可能是由於第三方服務提供商的原因，也可能是由於我們或第三方服務提供商無法控制的不可預見事件，例如惡劣天氣、自然災害、健康流行病、運輸中斷或工人騷亂或短缺等。若第三方服務提供商的行為造成了我們的損失，即使我們可根據與其訂立的協議就相關損失向他們索賠，但索賠的法律程序冗長且複雜，且我們無法保證支付賠償金可以換得受損失消費者的諒解。未能提供可靠的物流服務也可能削弱消費者對我們服務的信心、損害我們的聲譽、造成產品複購訂單的減少以及損害我們與品牌合作夥伴之間的信任關係。

於往績記錄期間，我們依賴於數量有限的第三方服務提供商，為我們提供物流及倉儲服務。由於我們與有限的倉儲及物流合作夥伴建立了廣泛的合作，我們將很難找到替代的第三方服務提供商或是重建我們的物流網絡，且這將耗費大量的財力及時間。如果我們無法以商業上可接受的條款及時找到其他的可靠第三方物流服務提供商，我們的業務運營將會中斷，盈利能力也將會受損。此外，如果倉儲及物流合作夥伴顯著提高了他們收取的服務費用，我們的運營費用可能會顯著增加，導致我們的利潤率降低。

客戶集中度風險可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

於2022年、2023年及2024年，來自我們前五大客戶的收入分別為人民幣863.4百萬元、人民幣796.0百萬元及人民幣787.1百萬元，佔我們各年度總收入的77.3%、58.7%及56.2%。於2022年、2023年及2024年，我們來自最大客戶的收入分別為人民幣804.4百萬元、人民幣652.0百萬元及人民幣542.6百萬元，佔我們各年度總收入的72.0%、48.1%及38.8%。

儘管我們就實現客戶群體更加多元化不斷努力，但我們無法保證這些主要客戶對我們總收入的貢獻比例在不久的將來會下降。如果任何主要客戶減少或終止與我們的業務，對這些數量有限的主要客戶的依賴將使我們面臨可能遭受重大損失的風險。具體而言，我們無法保證我們的主要客戶(尤其是大型電商渠道)不會多元化其供應商、改變其業務範圍或業務模式或不再對我們提供的品牌產品有很高的需求。我們主要客

戶的業務、運營和需求的任何重大不利變化都可能對我們產生重大不利影響。此外，如果我們未能與這些主要客戶維持良好的合作關係，並且如果我們無法以商業上理想的條款或及時找到替代客戶或根本無法找到替代客戶，我們的業務、財務狀況、經營業績和前景可能會受到重大不利影響。

我們的經營業績可能會因業務的季節性及其他因素而產生季節性波動。

我們的收入曾經歷季節性波動，且預計將繼續經歷季節性波動，這已並將繼續導致我們的經營業績發生波動。根據過往經驗，消費者在春節假期期間網上消費一般較少，且中國的部分企業在春節假期期間休業，故而我們第一季度的銷售活動通常相對不活躍。相反地，在過往期間，由於各種大型促銷活動(例如「618」和「雙11」購物節)，我們在第二季度和第四季度的業績通常會更好。我們的經營業績可能會因這類季節性因素及其他因素產生波動，而其中一些因素是我們無法控制的。如果我們未來的經營業績低於公開市場分析師和[**編纂**]的預期，或者我們的財務業績出現重大波動，我們的H股[**編纂**]可能會出現大幅波動。

我們過往經營活動產生負現金流動淨額，且日後我們經營活動可能產生負現金流動淨額。這使我們面臨一定的流動性風險，可能會限制我們業務經營上的靈活性，並對我們的財務狀況產生不利影響。

於2022年及2023年，我們的經營活動所用現金淨額分別為人民幣180.6百萬元及人民幣119.9百萬元。於2024年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣63.8百萬元。我們無法向您保證未來隨著業務的擴張以及庫存水平的提升及貿易應收款項的增加，我們的經營活動將持續產生現金流量淨額。請參閱「－如果我們未能有效管理我們的存貨，我們的經營業績、財務狀況及流動資金可能會受到重大不利影響」和「－我們可能面臨與我們的貿易應收款項相關的風險」。

如果我們未來錄得經營現金流出淨額，我們的營運資金可能會受限，從而對我們的財務狀況產生不利影響。我們未來的流動性、支付應付貿易款項的能力以及可獲得的銀行及其他借款主要取決於我們維持充足經營活動現金流入和外部融資的能力。如果我們無法及時且以合理的條件維持所需資金來源，或根本無法維持所需資金來源，我們可能會面臨流動性問題，並導致我們的業務、財務狀況和經營業績受到重大不利影響。

我們可能需要籌集額外資金來支持我們的業務，但我們可能無法以可接受的條款獲得資金，或根本無法獲得資金。

我們的業務規模和業務模式要求我們維持大量營運資金以資助我們的採購成本和運營費用。同時，我們的流動性也受到存貨和應收賬款周轉率的影響。請參閱「－如果我們未能有效管理我們的存貨，我們的經營業績、財務狀況及流動資金可能會受到重大不利影響」和「－我們可能面臨與我們的貿易應收款項相關的風險」。此外，如果我們的供應商決定縮短授予我們的信用期，我們可能需要比以前更頻繁地與供應商結算款項，這可能會對我們的流動性產生不利影響。在往績記錄期間，我們的營運資金主要來自借款和股東的股權貢獻。

為了保持良好的流動資金水平，我們未來可能需要額外的資金來為我們的持續經營提供資金，而我們可能無法在需要時通過股權融資或債務融資獲得額外資金或是以優惠的條件獲得額外資金，或根本無法獲得額外資金。如果我們通過公開或私募股權發行籌集額外資金，我們現有股東(包括本次[**編纂**]的[**編纂**])的所有權權益將被稀釋，且該等證券的條款可能包括清算條款或其他對我們股東的權利產生不利影響的優先權條款。如果我們通過債務融資籌集額外資本，我們採取某些行動的能力可能會受到某些條款的限制，例如承擔額外債務、進行資本支出或派發分紅。如果我們無法及時或以我們可接受的條款獲得足夠的額外資金，我們的流動性可能會受到不利影響，導致我們缺乏足夠的現金流向品牌合作夥伴採購產品及／或履行我們現有的還款義務，從而對我們的業務和財務狀況將造成重大不利影響。

如果我們未能有效管理我們的存貨，我們的經營業績、財務狀況及流動資金可能會受到重大不利影響。

我們的品牌至消費者的解決方案和品牌至企業的解決方案業務要求我們保持一定的存貨水平並有效管理存貨，以確保收到消費者訂單後及時交貨。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的存貨分別為人民幣271.5百萬元、人民幣307.1百萬元及人民幣278.6百萬元。於2022年、2023及2024年，我們的存貨周轉天數分別為92.9天、94.1天及91.0天。於往績記錄期間，我們的存貨周轉天數維持相對平穩。

我們根據參考我們過往銷售統計數據作出的需求預測來制定採購計劃及規劃存貨水平。然而，由於季節性的影響、新產品的推出和定價、消費者消費模式的變動以及消費者偏好及審美變動等多項可能影響我們需求預測準確性的因素，我們對產品採購的需求預測不可避免地存在不確定性。例如，當我們剛開始銷售新產品時，由於缺乏經驗，我們很難預測市場需求。我們通常並無權利將未售出的合格品退還予我們的品牌合作夥伴，但我們供應協議中規定的個別情況下除外。此外，在我們品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下，在高庫存未能及時解決的情況下，我們一般允許電商平台退回向我們購買的、超過其倉庫最大容量的產品，這也會增加我們存貨管理的難度。

綜上，我們可能因存貨積壓而面臨存貨的風險增加。長時間的存貨過剩可能對我們的倉儲系統及履約能力造成壓力，並增加我們持有存貨的成本及陳舊存貨臨期的風險。此外，我們可能會選擇下調產品的售價，導致毛利率下降。而如果我們低估了對我們產品的需求，或我們的品牌合作夥伴無法及時提供優質產品，我們可能出現存貨短缺，這可能導致我們的銷售收入下降、消費者滿意度下降以及我們市場份額減少，從而損害我們的業務及聲譽。

我們可能面臨與我們的貿易應收款項相關的風險。

在各類業務模式及為品牌合作夥伴提供服務的模式下，我們通常向客戶提供一定的信用期。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的貿易應收款項分別為人民幣146.9百萬元、人民幣255.3百萬元及人民幣241.1百萬元。我們無法向您保證我們的客戶能夠及時向我們付款。如果他們的付款過程變長，我們的流動性和營運資金效率可能會受到不利影響，進而使得我們的融資成本增加，對我們的業務運營和財務業績造成不利影響。

於2022年、2023年及2024年，我們的貿易應收款項周轉天數分別為40.3天、57.6天及68.9天。我們的貿易應收款項周轉率在很大程度上受我們在品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下向客戶收取款項能力的影響。於往績記錄期間，我們的貿易應收款項的周轉天數增加，主要是由於在品牌至企業的解決方案下的業務以及品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下的業務持續增長，這兩項業務的客戶均要求較長的信用期。由於我們計劃繼續擴大業務規模，我們無法保證未來貿易應收款項周轉天數不會增加。如果我們貿易應收賬款周轉天數增加，我們有效管理營運資金的難度將會增大，使得我們的經營業績、財務狀況和流動性可能會受到重大不利影響。

此外，我們的品牌合作夥伴還向我們提供返利作為採購、促銷及／或營銷的獎勵。我們無法保證將來能夠及時收回所有應收返利賬款。如果我們未能收回大部分應收返利或不能及時收回應收返利，我們的經營業績和財務狀況將受到重大不利影響。

我們的營運受政府補助影響。

於往績記錄期間，我們於2022年、2023年及2024年分別收到政府補助人民幣6.5百萬元、人民幣3.2百萬元及人民幣1.4百萬元，佔我們相關期間收入的0.6%、0.2%及0.1%。該等政府補助主要包括人才補貼及為支持我們的業務營運而自地方政府收到的補貼。政府補助可能酌情授出，且須遵守地方政府規定的若干甄選條件及程序，我們未來未必符合有關條件及程序。概不保證我們未來能否及何時能夠收到任何該等政府補助，甚或根本無法收到政府補助，從而可能對我們的盈利能力產生負面影響。

我們可能面臨與投資其他實體、戰略聯盟或合資企業以及戰略收購相關的風險。

於往績記錄期間，我們對多家公司進行了少數股權投資，由於我們在財務報表中採用權益法對某些虧損的被投資公司進行了核算，因此我們錄得應佔聯營公司虧損。截至2022年、2023年及2024年12月31日，本公司應佔聯營公司虧損分別為人民幣0.5百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣0.3百萬元。我們投資的公司可能會作出我們不同意但我們無法控制的業務、財務或管理決策，又或者我們投資的公司的大股東或管理層可能會冒進行事或以其他不符合我們利益的方式行事，導致我們面臨風險。具體而言，我們採用權益法核算的投資的賬面價值可能會受到多個因素的影響，例如業績份額、減值、稀釋、發行權益證券和貨幣換算差異。上述任何一項均可能對我們的業務和經營業績產生不利影響。

此外，我們在聯營公司的少數股權投資面臨流動性風險。即使我們投資的聯營公司在權益會計報告上錄得盈利，我們在收到分紅之前也不會從對這些公司的投資中獲得現金流，因而我們的少數股權投資不像其他投資產品那樣具有流動性。此外，面對經濟、財務及投資狀況變動，我們及時出售一項或多項聯營公司權益的能力有限。市場受多項因素影響，如整體經濟狀況、融資可得性、利率及供求，大部分非我們所能控制。

另外，我們可能還會尋求建立與我們的業務和運營互補的戰略聯盟或成立合資企業及挖掘潛在的戰略收購機會，包括可以幫助我們擴大服務範圍和增強技術能力的

機會。與第三方的戰略聯盟或成立合資企業可能使我們面臨許多風險，包括與共享專有信息相關的風險、對方不履約或違約的風險以及建立這些新聯盟會導致的額外費用等，其中任何一項都可能對我們的業務產生重大不利影響。我們可能無法控制或監督戰略合作夥伴的行為。如果戰略合作夥伴因其業務運營而遭受任何負面報道，我們的聲譽可能會連帶受到負面影響。

該等交易可能會要求我們的管理層積累新領域的專業知識並管理新的業務關係。我們將任何投資、收購及／或合夥經營與我們現有業務及經營融合方面也可能會遇到困難。這樣的整合將需要我們管理層的高度重視，因而可能會分散現有業務資源，繼而對我們的業務運營產生不利影響。此外，我們收購的資產或業務可能不會產生我們預期的財務業績，並可能導致我們動用大量現金、稀釋我們已發行的股權、產生重大商譽減值費用以及使得我們承擔收購業務的潛在未知負債，因而會對我們的業務和財務狀況產生重大不利影響。

我們無法確定我們遞延稅項資產的可收回性，這可能對我們日後的財務狀況造成不利影響。

我們需要對遞延稅項資產的賬面價值做出判斷、估計和假設。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的遞延稅項資產分別為人民幣30.1百萬元、人民幣25.6百萬元及人民幣29.5百萬元。有關我們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37。遞延稅項資產僅在未來應納稅額很可能可用於利用這些暫時性差額及稅項虧損時才予以確認。這需要對某些交易的稅務處理作出重大判斷，並對可用於收回遞延稅項的未來應稅利潤的可能性、時間和充分性進行評估。估計和相關假設基於歷史經驗和其他相關因素，因此實際結果可能與這些會計估計不同。遞延所得稅資產的變現主要取決於對未來能否獲得充足利潤的估計。如果預計未來不能產生足夠的應稅利潤或應稅利潤低於預期，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產生重大不利影響。

若我們、我們的員工、關聯方或商業合作夥伴未能遵守適用的反洗錢、反賄賂、出口管制、經濟和貿易制裁及類似的法律法規，可能會導致我們遭受監管處罰及聲譽的損害。

我們、我們的員工、關聯方和商業合作夥伴必須遵守各種反洗錢、反賄賂、出口管制以及經濟和貿易制裁的法律法規。例如，我們受中國的反洗錢和反賄賂腐敗法律

的約束，這些法律通常禁止任何參與轉移犯罪活動收益的行為，並禁止公司及其中介向政府官員支付款項，以獲取或保留業務或獲得任何其他不當利益。我們還受出口管制和經濟及貿易制裁法規的約束，這些法規禁止進口和出口受控產品和技術等行為。

為有效遵守這些法律法規，我們、我們的關聯方和商業合作夥伴必須建立健全的內部控制政策和程序，而這可能需要大量資源和投入。儘管我們已實施相關政策和程序，但無法保證我們過去或未來能夠完全防止我們的員工、關聯方或商業合作夥伴從事違反這些法律法規的活動。此外，我們無法完全控制員工、關聯方或商業合作夥伴的行為。如果我們未能遵守反洗錢、反賄賂、出口管制和經濟及貿易制裁的法律法規，我們可能會面臨罰款、執法行動、監管制裁、額外的合規要求、對我們業務增加監管審查或其他政府部門施加的處罰，並且我們的聲譽可能會受到損害。我們還可能因員工、關聯方或商業合作夥伴的行為而承擔責任，這可能使我們面臨監管調查和處罰。無論我們能否成功應對行動或調查，我們都可能面臨包括法律費用在內的高額成本，並受到聲譽的損害以及管理層注意力的轉移。

跨境貿易政策和國際貿易壁壘的變化，或貿易緊張局勢的升級，可能會對我們的業務造成不利影響。

近期的國際貿易爭端及其造成的不確定性可能會擾亂跨國貨物流通，嚴重破壞全球和中國經濟的穩定，從而損害我們的業務。我們經營或計劃經營的司法管轄區的貿易政策、條約和關稅的變化，或對這些變化的預期，可能會對我們的跨境業務、財務狀況和經營業績造成不利影響。舉例而言，其他國家與中國之間的貿易爭端、關稅增加或其他限制性貿易政策可能會削弱我們商品進口和貿易的能力，對我們的業務造成重大影響。我們可能無法滿足客戶的需求或提升我們的運營成本，從而可能導致我們的利潤下降。

目前，中國與美國等其他國家在貿易政策、條約、政府法規和關稅方面的未來關係存在很大的不確定性。美國通過多輪加稅，對從多個國家進口的各種商品徵收更高的關稅，其中大部分行動發生在2025年初。對來自中國的商品的關稅漲幅尤其高，自2025年4月9日起，多數商品關稅升至145%。雖然其中一些措施(但不適用於中國商品的措施)已被暫停，但美國的關稅稅率仍處於歷史高位。作為對美國行動的回應，中國從2025年4月12日起對大多數美國商品徵收125%的報復性關稅；中國還對某些關鍵礦

物和相關產品實施了出口限制，並採取了針對美國的其他監管措施。於2025年5月12日，美國和中國聯合宣佈，從2025年5月14日開始的90天內，兩國將對對方商品互降115%的關稅，雙方將繼續談判。目前尚不清楚美國或其他政府將就關稅或其他貿易政策採取哪些額外行動(若有)。這些關稅和其他貿易限制預計將減少主要經濟體之間的貿易量、跨境投資、技術交流和其他經濟活動，並對全球經濟狀況以及全球金融和股票市場的穩定產生重大不利影響。未來可能會發生貿易戰、與關稅或國際貿易政策相關的進一步政府行動或國際貿易行業的稅收或其他監管變化，這些都可能會對我們的業務、經營業績、財務狀況和前景產生不利影響。

針對我們、我們的ecMAX品牌、管理層、品牌合作夥伴和產品種類的負面報道(包括互聯網上的負面文章)可能對我們的業務、聲譽和我們H股的[編纂]造成重大不利影響。

互聯網帖文和其他媒體來源可能會不時出現關於我們、我們的ecMAX品牌、管理層或董事、品牌合作夥伴、所經營的店鋪和產品種類的負面報道。我們無法保證未來不會出現其他性質更為嚴重的負面報道。舉例而言，如果我們的客服代表未能滿足消費者的需求，消費者可能會感到不滿並傳播針對我們產品種類和服務的負面評價。同時，我們的品牌合作夥伴也可能因各種原因而遭受負面報道，例如消費者對其產品和相關服務質量的投訴或其他公關事件，這些均可能會對這些品牌合作夥伴的產品銷售造成不利影響並間接對我們的聲譽造成不利影響。

此外，有關中國其他線上零售商或電商運營服務商的負面報道可能不時出現，導致消費者對我們提供的產品和服務失去信心。任何此類負面宣傳，無論真實性如何，都可能對我們的業務、財務業績、聲譽以及我們H股的[**編纂**]造成重大不利影響。

我們在業務中會收集和處理大量數據，且我們受各類不斷發展的網絡安全和數據隱私法律法規的約束。未能解決網絡安全和數據隱私問題，包括任何不當使用、披露或未經授權訪問這些數據的行為，都可能損害我們的業務和聲譽，並可能導致我們遭到訴訟、行政處罰並承擔相關責任。

我們在業務中收集和處理大量用戶個人、交易和行為數據，因此我們在處理和保護這些大量數據方面面臨風險。特別是，我們面臨著與交易和其他活動數據相關的許多挑戰，包括：

- 保護我們系統中儲存和託管的數據，包括防止外部對我們系統的攻擊以及防止我們員工的欺詐行為；

- 解決與隱私和數據共享、安全、保障和其他因素相關的問題；

- 遵守與個人信息的收集、使用、披露或安全有關的適用法律、規則及法規，包括監管機構和政府機構對此類數據的任何要求；及

- 確保第三方服務提供商遵守與我們達成的協議中與數據保護相關的條款。

我們可能需要大量資金和其他資源來防止信息安全漏洞或解決此類漏洞造成的問題或遵守我們的隱私政策或與隱私相關的法律義務。隨著黑客和其他網絡犯罪者使用的方法越來越複雜且不斷發展，我們所需的資源可能會隨著時間的推移而增加。如果我們未能或被認為未能防止信息安全漏洞或遵守隱私政策或與隱私相關的法律義務，或出現任何安全損害導致未經授權的個人身份信息或其他客戶數據洩露或轉移，我們的消費者可能會對我們失去信任，並對我們進行法律索賠。如果公眾認為線上交易或用戶信息隱私變得越來越不安全或容易受到攻擊，電商服務的增長速度可能會整體減緩。

我們受中國和其他國家和地區有關收集、使用、保存、安保和轉移客戶和員工個人身份信息的法律法規的約束。例如，2021年8月20日，全國人民代表大會常務委員會(「全國人大常委會」)頒佈了《中華人民共和國個人信息保護法》，該法於2021年11月1日生效。該法律進一步明確了處理個人信息的要求，定義了個人信息處理者的概念，並規定了委託處理、向第三方提供、轉移和公開披露個人信息的要求。這些法律在不同的司法區域之間可能有所不同。請參閱「監管概覽－有關網絡安全及數據安全、個人信息保護及應用程序規定的法規」。

近年來，中國出台了一系列關於網絡安全和數據安全保護的法律、法規及相關政策。例如，2016年11月7日，全國人大常委會頒佈了《中華人民共和國網絡安全法》，該法於2017年6月1日生效，規定了網絡安全的相關管理要求。2021年6月10日，全國人大常委會頒佈了《中華人民共和國數據安全法》，該法於2021年9月1日生效，規定了從事數據處理活動的組織和個人的數據安全責任。截至最後實際可行日期，(i)我們未

因網絡安全、數據安全或個人信息保護問題而受到任何相關監管機構的任何重大行政處罰、強制整改或其他制裁；(ii)我們未遇到任何與網絡安全、數據安全或個人信息安全相關的重大事件；(iii)我們未侵犯任何第三方的權利，也未因違反《網絡安全法》《數據安全法》《個人信息保護法》《網絡安全審查辦法》和《數據出境安全評估辦法》等與數據安全相關的法律法規而遭遇任何重大爭議、衝突、索賠或處罰；及(iv)我們已設立相關部門，制定了關於網絡安全、數據安全和個人信息保護的內部控制管理政策，以提高我們在數據安全管理方面的能力，並確保我們遵守相關法律法規。

2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室(「網信辦」)與其他十二個相關國家政府部門聯合發佈了修訂後的《網絡安全審查辦法》，該辦法於2022年2月15日生效。根據《網絡安全審查辦法》，掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。然而，《網絡安全審查辦法》並未對「網絡平台運營者」和「國外上市」這兩個術語提供進一步的澄清或解釋；也未規定計劃在香港上市的網絡平台運營者必須接受網絡安全審查。

鑒於(i)《網絡安全審查辦法》中使用的術語是「國外上市」，而不是「境外上市」，以及(ii)根據《中華人民共和國香港特別行政區基本法》，香港不被視為中國境外的海外國家或地區，除非未來有具體解釋將香港納入「國外」的範圍，我們的中國法律顧問認為，我們的[**編纂**]將不被視為「國外上市」。因此，我們沒有根據《網絡安全審查辦法》第7條就[**編纂**]主動申報網絡安全審查申請的義務。

此外，在2025年1月8日，我們的中國法律顧問與中國網絡安全審查技術與認證中心(「CCRC」)進行了實名電話諮詢。CCRC是由網信辦指定的政府機構，負責建立網絡安全審查諮詢熱線，並專門處理與網絡安全審查相關的事務。在諮詢中，CCRC確認《網絡安全審查辦法》中規定的「國外上市」不包括在香港上市，因此，計劃在香港[**編纂**]不會觸發網絡安全審查。

2024年9月24日，國務院頒佈了《網絡數據安全管理條例》，該條例已於2025年1月1日生效。該條例要求那些其數據處理活動影響或可能影響國家安全的網絡數據處理者，依據相關國家法規進行國家安全審查。請參閱「監管概覽－有關網絡安全及數據安全、個人信息保護及應用程序規定的法規」。《網絡數據安全管理條例》並未明確界定

「影響或可能影響國家安全」的行為，留待網信辦提供進一步的澄清和詳細指導。根據我們的中國法律顧問，監管機構在解釋「影響或可能影響國家安全」的含義方面可能擁有廣泛的自由裁量權。根據我們的中國法律顧問於2025年1月8日向CCRC進行的實名電話諮詢，CCRC確認「影響或可能影響國家安全」由相關監管單位確認。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未接到處理「影響或可能影響國家安全」的數據的任何通知，亦未接到任何網絡安全審查的通知，我們認為我們的數據處理活動不會影響或不太可能影響國家安全，因此不太可能被歸類為影響或可能影響國家安全的數據處理者。

我們的中國法律顧問預計，截至最後實際可行日期，我們在所有重要方面遵守《網絡數據安全管理條例》不會遇到任何重大障礙，理由如下：截至最後實際可行日期，(i)我們未因違反網絡安全和數據保護法律而受到任何重大罰款、行政處罰、強制整改或其他監管機構的制裁；我們也未經歷任何可能對業務運營產生重大不利影響的數據或個人信息洩露，或違反網絡安全、數據保護或隱私法律的情況；(ii)我們未受到網信辦進行的任何網絡安全審查調查，也未收到任何相關的詢問、通知、警告或制裁；(iii)我們已在重大方面實施有效的網絡安全和數據保護政策、程序和措施，以確保數據的安全存儲和傳輸，並防止未經授權的訪問或使用；及(iv)我們將繼續關注網絡安全和數據保護立法及法規的發展，保持與相關政府部門的持續溝通，並及時採取一切必要措施，以確保持續遵守適用的法律法規。

然而，如果中國的監管機構行使其廣泛的自由裁量權，將我們歸類為「影響或可能影響國家安全」的數據處理者，我們可能會受到網絡安全審查。如果未能通過此審查，可能會限制我們完成[**編纂**]的能力，對我們的業務經營產生負面影響，並導致嚴重的罰款和其他監管措施。

由於中國的隱私和數據保護法律法規相對較新，並可能繼續演變，我們無法保證我們的隱私和數據保護措施在適用法律法規下一直且將總是被視為足夠。此外，我們的隱私和數據保護措施的有效性可能會受到系統故障、中斷、缺陷、安全漏洞或網絡攻擊的影響。如果我們未能遵守或被認為未能遵守關於隱私和數據保護的適用法律法規，可能會導致政府調查、詢問、執法行動、起訴、民事索賠、訴訟、罰款和處罰、負面宣傳或潛在業務損失。這可能會損害我們的聲譽，阻礙現有和潛在客戶使用我們的服務，並使我們面臨顯著的法律、財務和運營後果。

此外，隨著我們業務的擴張，我們將受到品牌合作夥伴、消費者和其他客戶所在的其他司法管轄區的更多法律的約束。其他司法管轄區的法律、規則及法規可能處於更成熟的發展階段，其範圍更全面，也更細緻入微，並且其施加的要求和處罰可能較中國更為嚴格或與中國的相關法律、規則及法規相衝突，我們可能會付出大量的資源和成本以遵守這些要求。如果我們未能遵守或被認為未能遵守我們的隱私政策或監管要求或任何隱私保護相關法律、規則及法規，都可能導致政府實體或其他方對我們提起訴訟或採取行動。這些程序或行動可能會使我們遭受嚴厲處罰和負面報道、要求我們改變商業慣例、增加成本並嚴重擾亂我們的業務。

我們的業務涉及算法技術。與新興技術相關的法律和監管要求正在迅速變化，這可能會對我們的業務運營產生不利影響。

2023年7月10日，在國家發展和改革委員會、教育部、科學技術部、工業和信息化部、公共安全部和國家廣播電視總局的批准下，國家互聯網信息辦公室發佈了《生成式人工智能服務管理暫行辦法》(「《生成式AI管理辦法》」)，於2023年8月15日生效。《生成式AI管理辦法》規定了向中國公眾提供生成式AI服務的合規要求。

我們將人工智能生成內容(「AIGC」)技術的使用嚴格限制僅用於內部，未向中國客戶提供任何使用AIGC技術的互聯網信息服務。我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未提供具有輿論屬性或者社會動員能力的AIGC服務，暫不需要進行算法備案。同時，根據我們的中國法律顧問於2025年1月8日實名向網信辦進行的實名電話諮詢，我們無需進行算法備案。但若未來我們擬向中國客戶提供AIGC相關服務，我們會及時依照相關法規履行相應義務。

我們的IT系統和服務器的正常運轉對我們的業務至關重要。我們可能無法使系統的性能保持令人滿意的水平，導致我們的業務和聲譽受到重大不利影響。

我們的IT系統和服務器令人滿意的性能、可靠性和承載能力對我們的成功運營以及提供優質服務的能力至關重要。自然災害、電信故障、系統升級或系統擴展期間遇到的錯誤、計算機病毒、安全漏洞、網絡攻擊或其他試圖損害我們系統的行為可能會

引起我們系統的中斷或故障。有關中斷或故障可能導致我們的技術系統變得不可用或速度變慢、訂單履約性能下降或導致額外的運輸和處理成本，而這可能單獨或共同對我們的業務、聲譽、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。舉例而言，假如由於促銷活動的增加或其他需求的激增，過多消費者在短時間訪問我們在品牌至消費者的解決方案下運營的網店，我們可能會遭遇系統中斷，導致我們的網店無法使用或無法將訂單傳送至我們的履約部門，從而減少我們網店的交易量、降低我們網店對消費者的吸引力。

此外，我們必須繼續升級和改進我們的IT系統以支持我們的業務增長，否則我們的增長可能會受到阻礙。然而，我們無法向您保證我們將成功執行這些系統升級和改進的策略。具體而言，我們的系統可能會在升級過程中遇到中斷，而我們新的技術或新的基礎設施可能無法及時與我們現有系統完全集成，或者根本無法集成。如果我們的IT系統現在或未來無法正常運行，可能會導致系統中斷和響應時間變慢，影響數據傳輸，進而對我們的業務、財務狀況和經營業績造成重大不利影響。

我們可能無法及時且經濟高效地響應或採取不斷發展的技術。

技術變化迅速是電商市場的一大特點。同時，在特定平台上銷售品牌合作夥伴產品的規則、規範和其他要求也經常發生變化。我們維持與現有品牌合作夥伴的合作以及吸引新品牌合作夥伴合作的能力，在很大程度上取決於我們增強和改進現有解決方案的能力以及採用能夠快速適應主流電商平台技術變化的新解決方案的能力。為了獲得市場對我們解決方案的認可，我們必須有效預測並及時提供滿足頻繁變化需求的解決方案。如果我們無法做到這一點，我們與現有品牌合作夥伴續約的能力以及我們創造或提升對我們解決方案的需求的能力將受到損害。

中國電信基礎設施的任何缺陷都可能損害我們提供電商運營服務的能力，從而對我們的經營業績產生重大不利影響。

我們的業務取決於中國電信基礎設施的性能和可靠性。我們在電商平台上的網店的可用性以及我們的線上交易和通信取決於電信運營商和其他第三方提供商的通信和存儲容量，包括寬帶和服務器存儲等。幾乎所有互聯網和移動網絡的接入都是通過受行政控制的國有電信運營商來維護。我們獲得了這些電信運營商和服務提供商運營的終端用戶網絡的接入權，從而得以向消費者展示我們的互聯網平台。儘管我們在往績

記錄期間沒有遇到任何重大的服務中斷，任何此類中斷都可能讓消費者缺乏信心並打消他們下訂單的念頭，可能導致我們和我們的品牌合作夥伴失去消費者，從而對我們的經營業績造成不利影響。

我們可能無法充分保護我們的知識產權。

我們依靠中國和香港的商標、專利、版權和商業秘密保護法以及保密程序和合同條款來保護我們的知識產權。我們還與員工簽訂了含有保密條款的僱傭協議，並與任何可能訪問我們專有信息的第三方簽訂了保密協議，並嚴格控制對我們專有技術和信息的訪問。

在我們經營所在的中國或其他地區，知識產權的保護可能不夠充分。交易對手可能會違反保密協議，而我們對於此類違約行為可能並沒有足夠的補救措施。因此，我們可能無法有效地保護我們的知識產權或在中國或其他地區行使我們的合同權利。此外，監管未經授權使用我們知識產權的行為非常困難、耗時且成本高昂，而我們採取的措施可能不足以防止第三方盜用我們的知識產權。如果我們通過訴訟來行使我們的知識產權，我們可能會需要支付巨額費用並分散我們的管理和財務資源。我們無法保證會在此類訴訟中勝訴。此外，我們的商業機密可能會被洩露或以其他方式提供給我們的競爭對手，或被競爭對手發現。任何未能保護或執行我們的知識產權的行為都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們可能會被指控侵犯第三方知識產權和違反相關法律的內容限制。

我們可能會被第三方指控我們經營網店或提供服務時使用的技術或內容侵犯了他們的知識產權。隨著我們業務的不斷發展，尤其是我們業務的國際化發展，我們因知識產權被索賠的可能性也隨之增加。無論此類索賠是否有依據，此類索賠都可能導致我們耗費大量財務和管理資源、面臨不利於我們的強制令或被要求支付賠償金。我們可能需要從指控我們侵權的第三方獲得適用知識產權的許可，但我們可能無法以我們可接受的條款獲得此類許可或根本無法獲得許可。以提出此類索賠為業的第三方的數量增多也加劇了這類風險。

此外，中國還頒佈了有關互聯網接入以及通過互聯網銷售產品和服務以及傳播新聞、信息、音頻視頻節目和其他內容的法律法規。中國政府禁止通過互聯網傳播其認為違反中國法律法規的信息。如果中國政府認為我們運營的網店傳播的任何信息違反

了任何內容限制規定，我們將無法繼續展示此類內容，並可能受到包括沒收收入、罰款、暫停營業和吊銷所需許可證在內的處罰，可能對我們的業務、財務狀況和經營業績造成重大不利影響。

任何索賠、調查和訴訟的結果本質上都是不確定的，但無論如何，針對這些索賠進行辯護都可能昂貴且耗時，並可能極大地分散我們管理層和其他人員的精力和資源。任何此類訴訟或程序的不利裁定都可能導致我們需要支付賠償金、律師費以及其他費用，從而限制我們開展業務的能力或被迫改變經營方式。

我們業務的成功取決於我們的關鍵員工以及高級管理人員的持續努力。如果我們無法僱用、保留或激勵我們的關鍵員工為我們服務，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們未來成功與否，很大程度上取決於我們的關鍵員工及高級管理人員的持續服務。如果任何關鍵員工或高級管理人員離開了我們，我們可能無法及時找到合適或合格的替代人員，並可能因招募及培訓新員工導致額外開支，導致我們業務中斷、無法有效實施發展策略。中國的電商運營服務市場對人才的競爭非常激烈，而合格且合適的人選非常有限。激烈的人才競爭可能會導致我們需要提供更高的薪酬和員工福利來吸引和留住人才。此外，如果我們的任何高級管理人員加入競爭對手或組建公司與我們競爭，我們可能會失去大量的現有客戶，並可能失去大量的研發成果，面臨更激烈的競爭，對我們的業務、財務狀況、經營業績和前景產生重大不利影響。

即便我們提供更高的薪酬和員工福利(例如股權激勵等)，也不能保證這些人才會選擇加入或繼續為我們工作。任何未能吸引或留住高級管理人員和關鍵員工的行為都可能嚴重擾亂我們的業務和發展。我們投入了大量的時間和資源對員工進行培訓，因此如果他們隨後離開我們，我們的市場競爭力將會有所下降。

我們依靠與在線服務、搜索引擎和其他網站簽訂的營銷和促銷協議來為我們經營的網店以及我們服務的客戶吸引流量。如果我們無法簽訂或妥善維護和管理這些協議，我們創造收入的能力可能會受到不利影響。

我們已與線上服務商、搜索引擎和其他網站簽訂了營銷和促銷協議，來為我們的品牌合作夥伴的電商業務提供內容、廣告橫幅以及其他鏈接。我們希望利用這類協議為我們品牌合作夥伴的電商業務吸引更多客流量，並吸引新的品牌方與我們展開合

作。我們同時還為客戶提供數字營銷服務。如果我們無法維持該等關係或以可接受的條款訂立新安排，我們吸引新品牌合作夥伴和新客戶的能力可能會受損。此外，可能與我們簽訂線上廣告協議的潛在合作方同時也為其他商品營銷商提供廣告服務，因此他們可能不願意與我們建立或維持關係。

此外，中國電商市場在過去幾年經歷了快速增長。線上流量競爭的加劇可能會提升我們的營銷和推廣費用。我們需要嘗試新的營銷方法以跟上行業發展的步伐。我們還可能需要增加成本來採取創新的營銷和推廣方法，例如直播和KOL代言，以吸引在線流量。如果這些努力無法達到預期的效果，我們的整體盈利能力可能會受到不利影響。

如果我們無法獲得足夠的流量或從第三方的採購中獲得足夠的收入，我們和品牌合作夥伴維持市場份額和收入的能力可能會受到限制，我們的盈利能力也會受到影響。此外，如果我們無法以經濟高效的方式為客戶管理和開展營銷和推廣活動，我們的客戶可能會轉向其他服務提供商，從而導致我們收入的減少，並可能對我們的業務和聲譽造成重大不利影響。

我們對某些租賃物業的使用可能會受到第三方或政府機關的質疑，這可能使我們面臨潛在的罰款，並對我們使用所租物業的能力產生負面影響。

我們主要通過租賃物業運營業務。截至最後實際可行日期，我們在中國有20份用於營運的物業租賃合同。根據適用的中國法律法規，物業租賃合同必須在中國住房和城鄉建設部的地方分支機構登記。截至最後實際可行日期，我們尚未按照適用中國法律法規在規定時間內完成在中國簽訂的該等20份物業租賃合同的登記。儘管我們將採取切實合理的措施請求上述及未來租賃物業的出租方與我們合作，及時完成登記，但我們不能向您保證這些出租方會同意合作。根據我們的中國法律顧問的意見，按照中國法律，未完成租賃登記不會影響租賃協議的有效性，但如果在主管中國政府部門要求我們完成登記後，我們未能完成任何租賃協議的登記，可能會被處以每份未登記租賃合同最高人民幣10,000元的罰款。

我們還面臨與租賃物業相關的其他風險。截至最後實際可行日期，我們有6處用於營運的租賃物業的出租方未向我們提供有效的產權證明或任何其他證明其擁有租賃物業權利的文件。截至最後實際可行日期，我們未發現任何第三方對我們目前租賃的

物業或這些物業所在土地的使用提出挑戰的訴訟或索賠，也未收到來自中國政府部門的任何通知。然而，如果我們的出租方並非物業的所有者，或未獲得所有者或其出租方的同意或相關政府部門的許可，我們的租賃合同可能會失效，我們可能需要向實際所有者賠償或搬遷到其他場所。上述情況的發生可能會對我們的經營業績和財務狀況產生重大不利影響。

我們面臨與支付相關的風險。

我們的客戶可通過多種方式與我們結算付款，包括使用中國各大銀行發行的信用卡和借記卡進行在線支付，以及通過支付寶和微信支付等第三方在線支付平台進行支付。對於某些支付方式，包括信用卡和借記卡，我們會支付一定的交易費和其他費用，這些費用可能會隨著時間的推移而增加，從而增加我們的運營成本並降低我們的盈利能力。

我們依賴支付服務提供商為客戶提供支付處理服務，這可能會使我們面臨超出我們控制範圍的收款問題，包括與這些支付方式相關的欺詐和其他非法活動。如果客戶不再能夠使用這些支付渠道進行支付，我們的收款情況可能會受到不利影響，進而對我們的收入產生不利影響。

我們還受制於管理電子資金轉賬的各種規則、法規和要求(無論是監管的還是其他的)，這些規則、法規和要求可能會發生變化或被重新解釋，使我們難以或無法遵守。如果我們不遵守這些規則或要求，我們可能會受到罰款和更高的交易費用，並失去接受消費者信用卡和借記卡付款、處理電子資金轉賬或促進其他類型的在線支付的能力，並且我們的業務、財務狀況和經營業績可能受到重大不利影響。

任何自然災害、大規模流行病或其他疫情的發生都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們的業務可能受到自然災害(如地震、火災或洪水、暴風雪)、大規模流行病(如禽流感、H1N1流感、SARS)或其他事件(如戰爭、恐怖主義行為、環境事故、電力短缺或通信中斷)的重大不利影響。流行病的爆發可能會對我們的業務產生不利影響。如果因自然災害或人為問題造成我們業務的重大中斷，我們可能無法繼續運營，並且可能會遭受所提供服務的服務長時間中斷、聲譽損害、數據安全漏洞和關鍵數據丟失等，其中任何一項都可能對我們的業務、經營業績和財務狀況產生不利影響。

我們可能未能投購足夠的保險。

我們為部分員工購買了意外險和醫療保險，我們的倉儲和物流合作夥伴通常為存放在其倉庫中的產品購買了財產險。但是，與一般市場慣例相符，我們沒有購買任何其他業務中斷保險、涵蓋我們網絡基礎設施或信息技術系統損壞的保險或產品責任保險，這些也並非中國法律強制要求購買的保險。我們保險的不足可能會使我們面臨潛在的索賠和損失。任何業務中斷、訴訟、監管行為、流行病爆發或自然災害都可能使我們面臨巨大的成本和資源投入。我們無法向您保證我們的投保範圍足以覆蓋我們可能遭受的任何損失，或者我們能夠基於我們購買的保險及時成功索賠，或根本無法索賠。如果我們遭受的損失不在承保範圍內，或者我們獲得賠償金額遠遠低於我們的實際損失，我們的業務、財務狀況和經營業績可能會受到重大不利影響。

與在我們經營所在司法管轄區經營業務有關的風險

本次[編纂]及我們未來融資活動須符合中國證監會或其他中國政府部門的批准、備案或其他要求。

2021年7月6日，國務院辦公廳與另一部門聯合印發了《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》(「證券活動意見」)，該意見要求加強對境外上市中國企業的監管，提出修訂此類公司股份境外發行上市的相關規定，並明確了國內相關行業監管部門和政府機關的職責。2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(「境外上市試行辦法」)及五項配套指引，於2023年3月31日生效。根據境外上市試行辦法，我們作為尋求在境外市場[**編纂**][**編纂**]的中國境內企業，需要在向境外監管機構提交[**編纂**]文件後的三個工作日內向中國證監會備案。此外，境外上市試行辦法還要求已完成境外發行上市的發行人就相關信息或重大事件(如控制權變更或主動或強制終止上市)向中國證監會提交後續報告。鑒於境外上市試行辦法出台時間相對較短，其解釋、適用和執行仍在不斷發展，我們正密切關注其將如何影響我們的運營和未來的融資活動。此外，我們無法向您保證我們能夠完成或及時履行所有備案或報告要求或根本無法備案或報告。未能完成或延遲完成[**編纂**]或未來融資活動的備案或報告程序，將使我們受到中國證監會或其他中國監管機構的制裁。這些監管機構可能會

對我們在中國的業務運營處以罰款和處罰，限制我們向中國境外支付股息的能力，限制我們在中國的經營活動，延遲或限制[**編纂**]或未來融資活動[**編纂**]匯回中國，或採取其他可能對我們的業務、財務狀況、經營業績和前景以及H股[**編纂**]產生重大不利影響的行動。

若區域或全球經濟經歷嚴重或長期的低迷，我們的業務、經營業績和財務狀況可能會受到重大不利影響。

地緣政治、經濟和市場狀況，包括全球金融市場的流動性、債券和股票價格的水平和波動性、利率、貨幣和商品價格、投資者情緒、通貨膨脹以及資本和信貸的可用性和成本等因素，已經並將繼續影響我們業務經營所在的國家。對於包括美國和中國在內的一些世界主要經濟體央行和金融部門採取的擴張性貨幣和財政政策的長期影響，存在相當大的不確定性。中東、歐洲和非洲的動亂和恐怖主義威脅以及烏克蘭和敘利亞所涉及的衝突正引發持續擔憂。目前尚不清楚這些挑戰和不確定性是否會得到控制或解決，以及它們長期上可能會對全球政治和經濟狀況造成什麼影響。全球或中國經濟的任何嚴重或長期低迷都可能對我們的業務、經營業績和財務狀況造成重大不利影響。

經濟、政治和社會狀況的變化可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們的絕大部分資產和業務都位於中國。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績和前景可能在很大程度上受到中國總體政治、經濟和社會狀況以及中國整體經濟持續增長的影響。雖然過去幾十年中國經濟取得了顯著增長，但不能保證這種增長會持續或在各行業間保持均衡。中國政府已實施多種措施鼓勵經濟增長。其中一些有利於中國整體經濟的措施，可能未必會利於我們的業務經營。

此外，全球經濟、政治和社會狀況變化迅速且存在不確定性。例如，疫情對全球經濟造成了顯著下行壓力。地緣政治緊張和衝突、國際貿易和投資環境受到干擾、能源危機、通脹風險、利率波動、金融體系不穩定以及美聯儲收緊貨幣政策，都給全球經濟帶來新的挑戰和不確定性。目前尚不清楚這些挑戰和不確定性是否會得到控制或解決，以及它們長期上可能會對全球政治和經濟狀況造成什麼影響。

例如，美國政府出台政策，限制對中國投資，這可能影響我們獲取資本的能力。於2024年10月，美國財政部(「財政部」)頒佈《關於美國在受關注國家投資有關國家安全技術和產品的規定》(「境外投資規則」)。境外投資規則於2025年1月2日生效，針對涉及與「受關注國家」(目前僅涵蓋中國，包括香港及澳門)相關的個人與實體的投資，對從事與以下三大行業相關活動公司的廣泛投資實施投資禁令和申報要求：(i)先進微芯片與微電子，(ii)量子信息技術，及(iii)人工智能系統。根據境外投資規則，與受關注國家存在實質性關聯並從事與這三大行業相關的活動的實體被定義為受轄外國主體，除有限例外情況外，美國人(定義見境外投資規則)對受轄外國主體的股權投資須遵守禁止或申報要求。因此，如果一家公司被視為受轄外國主體，其融資能力可能受到不利影響。境外投資規則可能演變、擴大範圍並增設新的障礙，加劇與中國存在關聯(甚至僅有有限中國業務)的企業的跨境合作、投資及融資機會的不確定性。於2025年2月，美國總統唐納德•特朗普發佈《美國優先投資政策備忘錄》，概述了激勵美國盟友和夥伴投資的多項舉措，同時限制涉及包括中國在內的「外國對手」的投資。除其他外，該政策旨在擴大境外投資規則的行業覆蓋範圍，並通過實施制裁強化境外投資限制。擬議限制可能會進一步增加在中國開展業務的公司跨境合作、投資及融資機會的不確定性。儘管我們認為我們不屬於境外投資規則下的受轄外國主體，但我們無法向您保證財政部不會作出相悖解釋，亦無法預測境外投資規則或類似的境外投資規則或法律的未來發展不會使本公司的投資複雜化或限制對本公司的投資。

另外，美國或其他司法管轄區不時單方面實施制裁和出口管制措施。這些措施預計將對目標國家、市場及／或實體產生重大影響。中國公司可能會受到此類制裁或出口管制措施的影響。隨著我們繼續拓展跨境業務，我們不能向您保證我們未來的運營將完全不受制裁風險影響，也不能保證我們的業務將符合美國或任何其他司法管轄區當局的期望和法規。我們在與受制裁或出口管制約束的業務夥伴合作時可能會面臨風險。我們可能因此需要承擔額外成本以遵守這些法規和措施，並且即使是無意的違規行為也可能面臨處罰。

有關外幣兑換及人民幣匯入及匯出中國的法律法規可能會影響我們對收入的使用及我們派發分紅的能力。

有關外幣兑換及人民幣匯入及匯出中國的法律法規可能會影響我們收入的使用及我們派發分紅的能力。中國政府對人民幣兑換外幣，以及在某些情況下對人民幣匯入及匯出中國制定了法律法規限制。根據中國現行的外匯管理規定，我們進行的經常項目下的外匯交易，包括支付股息，只要符合一定的程序要求並在中國境內具有外匯業務經營許可的指定外匯銀行辦理，就可以用外幣進行，無需事先取得國家外匯管理局的批准。然而，資本項目下的外匯交易，除非法律另有允許，通常需要經國家外匯管理局或其地方分支機構批准或登記。外匯不足可能會限制我們滿足外幣需求的能力，並且我們可能無法以外幣向我們的H股持有人派付股息。

匯率波動可能導致外匯匯兑損失，並可能對我們的財務表現造成重大不利影響。

我們的一大部分收入和支出以人民幣計價。我們可能需要獲得外幣以派付股息(如有)。此外，我們從[**編纂**]獲得的[**編纂**]將以港元計價。人民幣兑港元、美元及其他貨幣的匯率以中國人民銀行設定的匯率為基礎確定，而該匯率受多種因素影響，其中包括全球及區域政治和經濟狀況的變化、貨幣市場的供需以及國內外的經濟和政治發展等。我們難以預測市場或政策方面的外部因素未來將如何影響人民幣兑港元、美元或其他貨幣的匯率。因此，人民幣兑港元的任何升值均可能導致我們從[**編纂**]獲得的[**編纂**]減少。相反，人民幣的任何貶值均可能對我們以外幣計價的H股的價值及應付股息產生不利影響。此外，我們以合理成本降低外匯風險敞口的可用工具有限。所有這些全球及區域政治和經濟因素都可能對我們以港元計價的H股的價值及應付股息產生不利影響。

如果我們未能應對中國監管環境的變化，我們的業務、經營業績和財務狀況可能會受到重大不利影響。

我們主要通過在中國的子公司開展業務，我們的業務主要受適用的中國法律、規則及法規的監管。中國法律體系以成文法及最高人民法院對其的解釋為基礎。先前的法院判決可以作為參考引用，但判例價值有限。

中國法律體系持續發展，以應對不斷變化的經濟及其他狀況。我們無法預測中國未來立法發展的影響，包括新法律的頒佈、現有法律或對其解釋或執行的變化，或國家法律對地方法規的優先適用。

如果我們未能遵守中國關於繳納社會保險和住房公積金的規定，我們可能會面臨罰款以及其他法律或行政處罰。

根據相關中國法律法規，僱主在中國必須為員工繳納社會保險和住房公積金，未按要求繳納的單位可能會被要求在規定的時間內補繳欠款，並面臨處罰或罰款。在往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們已為所有員工繳納了社會保險及住房公積金，但並無按照中國相關法律法規的規定全額繳納。

於2025年4月及2025年5月，我們已與蘇州工業園區人力資源和社會保障局、上海市社會保險事業管理中心及上海市住房公積金管理中心(據中國法律顧問告知，均為提供有關確認的主管政府機構)進行訪談並獲得確認，根據中國現行法律、法規及政策，若並無僱員提出投訴，有關政府部門將不會要求僱主繳付欠繳金額。

經考慮上文所述，董事認為，經考慮：(i)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭受任何行政處罰，(ii)截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何僱員針對我們提出任何有關社會保險及住房公積金的投訴，亦無牽涉與僱員有關社會保險及住房公積金的勞資糾紛，(iii)截至最後實際可行日期，我們並無收到中國有關部門的任何通知，要求我們繳付有關社會保險及住房公積金的欠繳金額或任何滯納金，(iv)日後，如遇有關部門要求我們在規定期限內補繳社會保險(包括滯納金)或住房公積金，我們將立即補繳，並在規定期限內補繳；及(v)據中國法律顧問告知，考慮到相關監管政策及上述事實，若未發生僱員投訴，我們因未能為僱員提供全額的社會保險及住房

公積金供款而受到收取歷史欠款及遭受任何重大處罰的可能性極低，該不合規不會對我們的業務、經營業績或財務狀況或[**編纂**]造成重大不利影響。然而，我們無法向您保證不會因這些不合規事件而受到相關中國政府部門的處罰或罰款，或被要求整改。任何此類處罰、罰款、命令或投訴都可能損害我們的企業形象，並對我們的財務狀況和經營業績產生不利影響。

如果中國稅務法規發生變動，或我們未能遵守變化後的法規，我們的業務及財務業績可能會受到不利影響。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「企業所得稅法」)，除非符合資格享受優惠稅務待遇，否則我們及我們的中國運營子公司按25%的法定稅率繳納企業所得稅(「企業所得稅」)。於往績記錄期間，本公司及部分中國子公司享有稅收優惠待遇：(i)2023年11月6日，我們獲主管部門批准認定為高新技術企業，享受15%的企業所得稅優惠稅率和三年免徵期；(ii)於2024年10月23日，我們獲得主管部門頒發的軟件企業證書，第一年至第二年免徵企業所得稅，第三年至第五年減半徵收企業所得稅。由於2024年是我們獲得軟件企業證書後的第二年，我們於2024年匯算清繳企業所得稅時免徵企業所得稅；及(iii)部分中國子公司根據中國企業所得稅制度被認定為小微企業，據此，該等中國子公司收入的25%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅。有關我們的稅收優惠待遇詳情，請參閱「財務資料－綜合損益表的主要組成部分－所得稅(開支)／抵免－中國」。上述稅收優惠的終止或目前我們在中國可享受的適用優惠稅率的變動可能會對我們的經營業績及財務狀況產生重大不利影響。我們無法向您保證未來能夠維持目前的實際稅率。

此外，中國政府不時調整或更改其對增值稅、營業稅、資源稅、燃油稅、房地產稅和其他稅項的政策。未遵守中國稅務法律法規也可能導致相關稅務機關進行處罰或處以罰款。中國稅務法律法規的調整或變動以及稅務處罰或罰款可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

本公司H股的持有者可能須承擔中國所得稅相關義務。

根據中國適用稅務法律法規及法定文件，非中國居民個人和企業須就我們發放的股息或在出售或以其他方式處置H股所變現的收益繳稅。

非中國居民個人一般須就來源於中國的所得或收益按20%的稅率繳納中國個人所得稅，除非國務院稅務機關明確免稅或按適用稅務條約減免。我們須從派付的股息中預扣預繳相關稅款。

根據適用的法規，在香港發行股份的境內非外商投資企業在派發股息時，一般可按10%的稅率預扣預繳個人所得稅。但是，我們向名列H股股東名冊的H股非中國居民個人股東(「非中國居民個人股東」)派付股息時，可根據適用的稅務條約按其他稅率(如無適用稅務條約，最高為20%)繳納預扣稅，前提是我們了解個人股東的身份及適用稅率。仍不確定非中國居民個人股東處置在海外證券交易所上市的股份所變現收益，是否須繳納中國個人所得稅。

根據企業所得稅法以及其他適用中國稅務法規及法定文件，非中國居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖設立機構、場所但取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，應當就其自中國公司收取的股息以及處置中國公司股權所變現的收益，按10%的稅率繳納企業所得稅。如中國與非居民企業所在司法管轄區間訂有特別安排或適用條約，據此可減免稅項。

根據適用法規，我們擬自派付予H股非中國居民企業股東(包括[**編纂**])的股息中按10%的稅率預扣預繳稅項。根據適用所得稅條約有權以減按稅率納稅的非中國居民企業將須向中國稅務機關申請退還超出適用條約稅率的任何預扣預繳金額，退還款額將由中國稅務機關核定。

關於中國稅務機關對相關中國稅務法律的解釋和應用，仍然存在較大不確定性，包括是否及如何對H股持有人於海外證券交易所處置H股獲得的收益徵收個人所得稅。如徵收該稅項，我們的H股價值可能會受到重大不利影響。有關更多詳情，請參閱「監管概覽－有關中國稅項的法規」。

向我們或我們居住在中國的管理層送達訴訟文書或執行任何非中國法院作出的判決的難度可能會比較高。

我們的絕大部分業務和運營都位於中國。此外，我們幾乎所有董事和高管都居住在中國，且他們的絕大部分資產也都位於中國。因此，[**編纂**]向居住在中國的該等人士送達訴訟文書或在中國針對我們或他們執行任何非中國法院作出的判決的難度可能會比較高。中國沒有規定相互認可和執行大多數其他司法管轄區法院判決的條約。因此，在中國認可和執行任何境外司法管轄區法院的判決可能很困難，甚至不可能。

於2006年7月14日，中國最高人民法院與香港特別行政區政府簽署《最高人民法院關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行當事人協議管轄的民商事案件判決的安排》(「該安排」)。根據該安排，內地人民法院和香港特別行政區法院在具有書面管轄協議的民商事案件中作出的須支付款項的具有執行力的終審判決，當事人可以向內地人民法院或者香港特別行政區法院申請認可和執行。書面管轄協議，是指當事人為解決爭議，自該安排生效之日起，以書面形式明確約定香港特別行政區法院或者內地人民法院具有唯一管轄權的協議。因此，如果爭議當事人未約定以書面形式簽訂管轄協議，則可能無法在中國執行香港法院作出的判決。因此，[**編纂**]針對我們位於中國的若干資產、董事或高管送達訴訟文書，尋求在中國認可和執行境外判決可能很困難，甚至不可能。

於2019年1月18日，中國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》(「新安排」)。新安排將擴大中國內地與香港根據該安排互相執行判決的範圍。雖然管轄選擇需要當事人之間簽訂協議以書面形式約定明確的司法管轄區對該安排事項具有唯一管轄權，但新安排規定，原審法院可根據若干規定未經訂約方同意而行使管轄權。於2024年1月29日新安排生效後，該安排被廢止。根據新安排，任何當事人均可按照新安排規定的條件，向

中國或香港的有關法院申請認可和執行民商事案件中已生效的判決。雖然新安排已簽署生效，但根據新安排採取的任何行動的結果和有效性可能仍不確定。我們無法向您保證符合新安排的已生效判決可在中國法院得到認可和執行。

勞動力成本上升可能對我們的業務、經營業績、財務狀況和前景產生不利影響。

法律規定最低工資的變化、勞動力市場動向或行業對人才的競爭加劇等因素可能導致勞動力成本的上升，從而會對我們支付給員工或其他第三方服務提供商的費用產生上行壓力。我們通過運營效率、流程改進或技術創新來管理和降低勞動力成本上升影響的能力也將顯著影響我們的競爭力和財務業績。但是，不能保證我們將成功有效管理勞動力成本上升的影響。此外，勞動力成本上升可能導致需要調整我們的服務定價，這可能會降低我們的解決方案在市場上的競爭力。試圖通過提高服務費將上升的勞動力成本轉嫁給客戶可能會導致需求減少或市場份額流失。

與本次[編纂]有關的風險

我們的H股此前並無[編纂]進行交易，因此我們的H股的流動性和[編纂]可能不穩定。

在[**編纂**]完成之前，我們的H股未曾在[**編纂**]交易。我們向[**編纂**][**編纂**]的H股的初始[**編纂**]將由我們與[**編纂**](為其本身及代表[**編纂**])協商確定，而該[**編纂**]可能與[**編纂**]後我們H股的[**編纂**]存在很大差異。我們已向[**編纂**]申請H股[**編纂**]及獲准[**編纂**]；然而，在聯交所[**編纂**]並不能保證我們的H股將形成或在[**編纂**]後維持(如已形成)活躍且流動性強的交易市場，也不能保證我們H股的[**編纂**]不會在[**編纂**]後下跌。

此外，我們的H股的[**編纂**]和[**編纂**]量可能不穩定。以下因素可能影響我們H股[**編纂**]的成交量及[**編纂**]：

- 我們的收入、收益和現金流的變化；
- 新的投資、戰略聯盟或收購的宣佈；
- 因自然災害或電力短缺導致的任何意外業務中斷；
- 我們的主要人員或高級管理層發生任何重大變動；

- 我們無法獲得或維持監管機構對我們業務的批准；
- 我們未能在與對手的競爭中勝出；
- 政治、經濟、金融和社會發展；
- 我們產品或原材料的市場價格波動；或
- 對H股交易的限制的取消。

此外，其他在聯交所及其他證券交易市場上市的部分公司股票也在過去經歷了大幅價格和交易量波動。我們的H股也可能會出現與我們業績不直接相關的[**編纂**]變動，導致我們的H股[**編纂**]遭受重大損失。

由於我們的H股在[編纂]與開始[編纂]之間會有數日的間隔，我們的H股持有人可能會面臨我們的H股[編纂]在H股開始[編纂]之前這段時間內下跌的風險。

我們的H股的[**編纂**]預計將於[**編纂**]確定。然而，我們的H股在交付之前不會在聯交所開始[**編纂**]，而交付預計在[**編纂**]後的數個工作日內。因此，[**編纂**]可能無法在該期間出售或以其他方式[**編纂**]我們的H股。如果在出售與開始交易當日之間出現了不利的市場條件或其他不利發展，我們的H股[**編纂**]可能會在[**編纂**]開始前下跌。

未來大量出售或預期[編纂]後在[編纂]大量出售我們的H股可能會對我們的H股[編纂]造成重大不利影響。

儘管我們的控股股東受到上市規則規定的鎖定期限制，不能出售股份，並需遵守本文件「[**編纂**]」所述的對我們有利的某些承諾，但未來我們的控股股東或其他現有股東在[**編纂**]後可能會或被認為會在[**編纂**]大量出售我們的H股，可能會導致我們的H股[**編纂**]下跌，並可能嚴重損害我們未來通過[**編纂**]H股籌集資金的能力。我們無法向您保證，在上述限制到期後，我們的控股股東不會處置其持有的股份，或我們不會根據授予我們董事的發行股份的一般授權或其他方式發行股份。因此，我們無法預測控股股東未來是否會出售股份、控股股東將出售的股份數量或本公司發行股份對H股[**編纂**]的影響(如有)。我們的控股股東或我們可能會，或可能被市場認為會，出售或發行大量股份，那麼我們的H股現行[**編纂**]可能會受到重大不利影響。

未來任何可能將未上市股份轉換為H股的行為，可能會增加市場上的H股數量，從而對我們H股的[編纂]產生負面影響。

在獲得國務院證券監管機構的批准後，我們的未上市股份可以轉換為H股，且這些轉換後的股份可以在海外證券交易所上市或交易。任何在海外證券交易所上市或交易的轉換股份也須遵守該交易所的監管程序、規則和要求。然而，《中華人民共和國公司法》規定，在公司[**編纂**]的情況下，該公司在[**編纂**]前發行的股份自[**編纂**]之日起一年內不得轉讓。因此，在獲得必要的批准後，我們的未上市股份在轉換後可以在[**編纂**]滿一年後以H股形式在聯交所[**編纂**]，這可能會進一步增加市場上H股的數量，並可能對我們H股的[**編纂**]產生負面影響。

我們可能會需要額外資本，而出售或發行額外的股份或其他股本證券可能會導致我們的股東權益進一步被稀釋。

儘管我們目前擁有現金和現金等價物以及[**編纂**][**編纂**]，但我們可能需要額外的現金資源來為我們的持續增長或其他未來發展提供資金(包括我們可能決定進行的任何投資或收購)。此類額外融資所需的金額和時間將取決於我們投資及／或從第三方收購新業務的時間以及我們運營產生的現金流量。如果我們的資源不足以滿足我們的現金需求，我們可能會通過出售額外的股本或債務證券或獲得信貸來尋求額外融資。出售額外的股本證券可能會導致我們的股東權益進一步被稀釋。債務的產生將導致我們償還債務的義務增加，並可能導致或會(其中包括)限制我們的運營或派付股息能力的經營及融資契諾。同時，償還此類債務的義務也可能給我們的運營帶來負擔。如果我們未能及時償還債務或無法遵守該等債務契諾，我們可能會違反相關債務責任，導致我們的流動性和財務狀況受到重大不利影響。

我們無法向您保證能以可接受的金額或條款獲得融資，或根本無法獲得融資。如果我們未能籌集到額外資金，我們可能需要出售債券或額外的股本證券，或將我們的增長降至現金流可以支持的水平，或推遲計劃的支出。

我們對如何使用[編纂][編纂]擁有很大的自由裁量權，而您可能不一定同意我們的使用方式。

我們的管理層可能會以您不同意的方式或不會為我們的股東帶來良好回報的方式來使用[**編纂**][**編纂**]。有關詳情，請參閱「未來計劃及[**編纂**]」。然而，我們的管理層將

對我們[**編纂**]的實際用途擁有自由裁量權。您將資金委託予我們的管理層，因而對於我們就本次[**編纂**][**編纂**]的具體用途，您須倚賴我們管理層所作出的判斷。

由於我們的H股[編纂]高於我們的每股H股綜合有形資產淨值，在[編纂]中購買我們的H股的[編纂]可能會在購買時立即遭遇攤薄。

由於我們H股的[**編纂**]高於緊接[**編纂**]前每股綜合有形資產淨值，[**編纂**]中我們的H股買家可能會面臨即時攤薄。我們現有股東的股份中每股[**編纂**]將會增加。此外，倘我們於日後[**編纂**]額外股份以募集額外資金，我們的H股持有人可能會面臨進一步權益稀釋。

我們的控股股東可能對本公司有重大影響，而其利益可能與其他股東的利益不一致。

我們的控股股東對我們的業務有重大影響，包括在與我們的管理有關的事項、有關合併、擴張計劃、合併和出售我們全部或絕大部分資產的政策和決定、董事選舉和其他重大公司行動等方面。緊隨[**編纂**]完成後，我們的控股股東將有權行使本公司約[**編纂**]的投票權。這種所有權集中可能會阻礙、延遲或阻止本公司控制權的變更，可能剝奪其他股東在出售本公司時獲得其股份溢價的機會，並可能降低我們的H股[**編纂**]。即使我們的其他股東反對，上述事件也可能發生。此外，我們的控股股東的利益可能與我們其他股東的利益不同。我們的控股股東可能會對我們施加重大影響，導致我們進行交易、採取或不採取的行動或作出的決定與其他股東最佳利益相衝突。

我們無法向您保證我們日後會否及何時宣派及派付股息。

儘管根據我們的公司章程可從可分派利潤中派付股息，但於往績記錄期間並無分派股息。可分派利潤是指期內淨利潤，加上期初可分派利潤或扣除期初累計虧損(如有)，減去分配至一般風險準備金、交易風險準備金的法定儲備金及任意盈餘公積金(經股東會批准)。因此，我們未必有充足利潤促使我們於日後向股東分派股息，即使根據國際財務報告準則編製的財務報表顯示我們的營運錄得利潤。

此外，未來股息的釐定亦將取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、現金流量及財務狀況、資本充足率、營運及資本開支要求以及董事會認為相關的其他因素。我們無法向您保證我們所考慮的因素日後不會改變。

本文件中包含的某些來自外部來源的事實、預測和統計數據可能不可靠，且市場機會估計未必準確。

本文件中的某些事實和其他統計數據，特別是與總體經濟、數字支付、電商和金融服務行業有關的事實和其他統計數據，來自各種公共來源、行業協會、獨立研究機構和其他第三方來源提供的信息，包括我們委託弗若斯特沙利文編寫的報告。我們尚未獨立核實來自官方政府來源的信息和統計數據。雖然我們在採用這些信息時已採取合理謹慎的態度，但我們無法向您保證這些事實及統計數據的準確性和可靠性。由於收集方法可能存在缺陷或無效，發佈信息與市場慣例也可能存在差異及其他數據問題，本文件所載統計數據可能不準確。[**編纂**]應仔細考慮應該賦予此類事實或統計數據多大的權威性和重要性。

本文件所載的市場機會估計(包括我們在相關市場取得重大份額的能力)存在重大不確定性，且基於可能被證明為不準確的假設和估計。我們用於計算市場機會的變量隨著時間的推移而改變，且無法保證我們的市場機會估計將如預期在使用我們產品及服務的客戶中實現。我們市場的任何擴張取決於多項因素，包括與我們及競爭對手的業務相關的成本、表現及感知價值。即使我們所競爭的市場滿足本文件中的規模估計和增長預測，我們的業務亦可能無法以類似的速度增長，或根本不會增長。我們的增長受多項因素影響，包括我們能否成功實施業務策略，而業務策略本身存在若干風險及不確定因素。

本文件中的前瞻性陳述涉及風險和不確定因素。

本文件包含某些前瞻性陳述和信息以及使用前瞻性術語，例如「預期」、「相信」、「可能」、「展望」、「打算」、「計劃」、「預測」、「尋求」、「預期」、「或會」、「應當」、「應該」、「可能會」或「將會」以及其他類似表述。務請您注意，依賴任何前瞻性陳述涉及風險和不確定因素，任何或所有該等假設均可能被證實為不準確，因此，基於該等假設的前瞻性陳述亦可能並不正確。鑒於上述情況以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會實現的聲明或保證，該等前瞻性陳

述應根據多項重要因素(包括本節所載者)加以考慮。根據上市規則的規定，不論由於新資料、未來事件或其他原因所致，我們均無意公開更新或另行修訂本文件的前瞻性陳述。因此，您不應過分依賴任何前瞻性資料。本文件的所有前瞻性陳述均受本警示性聲明規限。

您應仔細閱讀文件，務請您不要倚賴新聞文章或其他媒體中包含的有關我們和*[編纂]*的任何信息。

我們可能會在本文件發佈之前以及在本文件日期之後但在[**編纂**]完成之前接受新聞和媒體報道。新聞和媒體可能包含若干未出現在本文件中的有關我們的財務資料、行業比較、利潤預測及其他資料。

您就股份作出[**編纂**]決定時，應僅倚賴本文件、[**編纂**]及我們在香港發佈的任何正式公告所載資料。我們對媒體或其他媒體報道的任何信息的準確性或完整性，以及新聞或其他媒體就我們或[**編纂**]發表的任何預測、觀點或意見的公平性或適當性不承擔任何責任。

我們對任何此類資料、報告或刊物的適當性、準確性、完整性或可靠性不作任何陳述。因此，有意[**編纂**]在就[**編纂**]作出[**編纂**]決定時不應倚賴任何這些資料、報告或刊物。

在決定是否[**編纂**]於我們的H股時，有意[**編纂**]應僅倚賴本文件、[**編纂**]以及我們在香港發佈的任何正式公告所載的財務、營運及其他資料。您申請購買我們[**編纂**]的H股，即被視為已同意：除本文件、[**編纂**]和我們在香港發佈的任何正式公告所載資料外，您不會倚賴任何其他資料。

為籌備[**編纂**]，我們已尋求以下對嚴格遵守上市規則的若干規定的豁免：

管理層人員留駐香港

根據上市規則第8.12條及第19A.15條，我們須有足夠的管理人在香港。此一般是指至少須有兩名執行董事通常居於香港。

本集團的管理、業務運營和資產主要位於香港以外地區。本集團的總部和高級管理層主要位於中國，而本集團管理層在中國能夠最好地履行其職能。董事認為，委任通常居於香港的執行董事對本集團而言並不有利或適當，因此不符合本公司及股東的整體最佳利益。因此，本公司目前不具備且在可預見的未來也不會具備足夠的管理層人員留駐香港，以符合上市規則第8.12條及第19A.15條項下管理層人員留駐香港的要求。

因此，我們已向聯交所申請且聯交所[已經批准]豁免嚴格遵守上市規則第8.12條及第19A.15條的規定。為維持與聯交所的定期有效溝通，我們將採取以下措施：

- 我們已根據上市規則第3.05條委任兩名授權代表，作為我們與聯交所的主要溝通渠道。兩名授權代表為王先生及聯席公司秘書陳佩貞女士(統稱「**授權代表**」)。聯交所可隨時通過電話和電子郵件與授權代表聯絡，以便及時處理聯交所的詢問，並應聯交所要求在合理時間內與聯交所會面討論任何事宜；

- 各授權代表已有一切必要途徑，以便在聯交所希望就任何事宜聯絡董事(包括獨立非執行董事)時，能隨時迅速聯絡到董事；

- 所有並非通常居於香港的董事擁有或能夠申請有效的旅行證件來香港處理商務事宜，並可在收到合理通知後與聯交所會面；

- 本公司將聘請一名香港法律顧問，就[**編纂**]後與上市規則及其他適用的香港法律法規的應用有關的事宜提供意見；

- 新百利融資有限公司(我們的合規顧問)將作為與聯交所溝通的額外渠道，我們將確保合規顧問能夠聯絡到我們的授權代表、董事及其他高級人員。我們也應確保該等人士將及時提供合規顧問就履行上市規則第三A章所載合規顧問職責可能需要或可能合理要求的資料和協助；及

- 根據上市規則第3.20條，各董事將向聯交所提供其電話號碼、手機號碼、電郵地址、住址及聯絡地址(如有)。

聯席公司秘書

根據上市規則第3.28條及8.17條，公司秘書必須為聯交所認為在學術或專業資格或有關經驗方面足以履行公司秘書職責的人士。

根據上市規則第3.28條註1，聯交所接納下列各項為認可學術或專業資格：

(i) 香港公司治理公會會員；

(ii) 香港法例第159章《法律執業者條例》所界定的律師或大律師；及

(iii) 香港法例第50章《專業會計師條例》所界定的會計師。

根據上市規則第3.28條註2，評估是否具備「有關經驗」時，聯交所會考慮該名人士的下列各項：

(i) 其任職於發行人及其他發行人的年期及其所擔當的角色；

(ii) 其對上市規則以及其他相關法例及規則(包括證券及期貨條例、公司條例、公司(清盤及雜項條文)條例及收購守則)的熟悉程度；

(iii) 除上市規則第3.29條的最低要求外，該名人士是否曾經及／或將會參加相關培訓；及

(iv) 於其他司法管轄區的專業資格。

本公司已委任我們的財務總監兼證券事務代表朱明先生(「**朱先生**」)及卓佳專業商務有限公司的陳佩貞女士(「**陳女士**」)擔任本公司的聯席公司秘書。有關其履歷，請參閱本文件「董事及高級管理層－聯席公司秘書」一節。

陳女士為特許秘書、公司治理師，並且是香港公司治理公會及英國特許公司治理公會的會員，因此符合上市規則第3.28條註1項下的資格要求，並遵守上市規則第8.17條。

本公司的主要業務活動位於香港境外。本公司認為，由本公司僱員且對本公司事務有日常了解的人士(如朱先生)擔任聯席公司秘書符合本公司的最佳利益以及本集團的企業管治要求。朱先生與董事會存在必要聯繫，並與本公司管理層保持密切的工作關係，從而能夠以最有效及高效的方式履行聯席公司秘書職能並採取必要行動。

因此，我們已根據新上市申請人指南第3.10章第11至17段的規定，向聯交所申請且聯交所[已批准]我們豁免嚴格遵守上市規則第3.28條及第8.17條的規定，豁免期為自[**編纂**]起計三年，惟須符合以下條件：(i)委任陳女士為聯席公司秘書，協助朱先生履行其公司秘書職責，並獲取上市規則第3.28條項下的有關經驗；(ii)倘若陳女士在該三年期間停止以聯席公司秘書身份為朱先生提供協助，則該豁免將立即撤銷；及(iii)若本公司嚴重違反上市規則，該豁免可被撤銷。此外，朱先生將遵守上市規則第3.29條項下的年度專業培訓要求，並於自[**編纂**]起計的三年期間內提升其對上市規則的了解。本公司將進一步確保朱先生能夠獲得相關的培訓和支持，以加深其對上市規則以及聯交所[**編纂**]發行人公司秘書職責的了解。在三年期屆滿前，本公司將進一步評估朱先生的資格和經驗以及是否仍需要陳女士的持續協助。我們將證明，朱先生在過去三年受益於陳女士的協助後，將已具備履行公司秘書職責所需的技能以及上市規則第3.28條註2界定的有關經驗，從而無需進一步豁免。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

董事

姓名	地址	國籍
執行董事		
王珊先生	中國江蘇省蘇州市 蘇州工業園區 林泉街608號 翰林緣花園 22幢1203室	中國
吉融先生	中國江蘇省南京市 玄武區漢府街6號 06幢702室	中國
非執行董事		
楊啓焜先生	中國廣東省深圳市 南山區前海深港合作區 杜鵑巷1號 可可苑北座 T1棟608室	中國
鍾卓彬先生	中國北京市 西城區 南禮士路19號	中國
陳靜先生	中國 廣東省廣州市 天河區珠江新城 嘉裕公館 H棟3101室	中國
席酉民先生	中國江蘇省蘇州市 蘇州工業園區 星洲街88號 中海御湖熙岸 56幢101室	中國

獨立非執行董事

馬健榮先生	中國北京市昌平區 景興街19號院 泰禾拾景園二期 25號樓 1單元601室	中國
鐘鳴先生	中國上海市 浦東新區 環龍路 263弄30號 601室	中國
盧玲女士	中國上海市 浦東新區 張楊路 1515弄18號 2701室	中國
易永發先生	香港半山 旭齡道8號 秀麗閣 21樓B室	中國

有關進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

參與[編纂]的各方

獨家保薦人

中信證券(香港)有限公司
香港
金鐘道88號
太古廣場1期18樓

[編纂]

本公司法律顧問

有關香港及美國法律：
佳利(香港)律師事務所
香港
銅鑼灣
軒尼詩道500號
希慎廣場37樓

有關中國法律：
環球律師事務所
中國
深圳市
南山區
深南大道9668號
華潤置地大廈B座27層

獨家保薦人及[編纂]的法律顧問	*有關香港及美國法律：* **Herbert Smith Freehills Kramer** 香港中環 皇后大道中15號 告羅士打大廈23樓 *有關中國法律：* **競天公誠律師事務所** 中國 北京市 朝陽區 建國路77號 華貿中心3號寫字樓34層
核數師兼申報會計師	**羅申美會計師事務所** *執業會計師* *註冊公眾利益實體核數師* 香港 銅鑼灣 恩平道28號 利園二期29樓
行業顧問	**弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司** 中國上海市 南京西路1717號 會德豐國際廣場 2504室

[編纂]

公司資料

註冊辦事處及總部	中國 江蘇省蘇州市 蘇州工業園區 仁愛路99號 D205-208
根據公司條例第16部在香港登記的主要營業地點	香港銅鑼灣 希慎道33號 利園一期19樓1919室
本公司網站	**www.ecmax.cn** *(該網站資料並不構成本文件的一部分)*
聯席公司秘書	**朱明先生** 中國江蘇省蘇州市 蘇州工業園區 仁愛路99號 B3棟4樓 **陳佩貞女士** 香港銅鑼灣 希慎道33號 利園一期19樓1919室
授權代表	**王珊先生** 中國江蘇省蘇州市 蘇州工業園區 林泉街608號 翰林緣花園 22幢1203室 **陳佩貞女士** 香港銅鑼灣 希慎道33號 利園一期19樓1919室
審計委員會	*盧玲女士(主席)* 鐘鳴先生 馬健榮先生

公司資料

薪酬委員會

馬健榮先生*(主席)*
席酉民先生
盧玲女士

提名委員會

王珊先生*(主席)*
鐘鳴先生
馬健榮先生

[編纂]

合規顧問

新百利融資有限公司
香港中環
皇后大道中29號
華人行20樓

主要往來銀行

中國農業銀行股份有限公司
蘇州斜塘支行
中國江蘇省蘇州市
蘇州工業園區
婁葑東區
聯豐廣場2178號

中國建設銀行股份有限公司
江蘇自貿試驗區蘇州片區支行
中國(江蘇)自由貿易試驗區蘇州片區
蘇州工業園區
啟月街288號
紫金東方商務廣場1商幢3-127室

上海銀行股份有限公司
蘇州工業園區支行
中國(江蘇)自由貿易試驗區蘇州片區
蘇州工業園區
時代廣場23幢101-102室

本文件本節及其他各節所載的資料及統計數據摘錄自我們委託弗若斯特沙利文編製的報告，以及來自各種官方政府刊物和其他可公開獲得的刊物。我們已委聘弗若斯特沙利文編製有關[**編纂**]*的獨立行業報告，即弗若斯特沙利文報告。來自政府官方來源的資料未經我們、獨家保薦人、*[**編纂**]*、彼等各自的任何董事、僱員、代理或顧問，或參與*[**編纂**]*的任何其他人士或各方獨立核實，概不就其準確性、公平性及完整性發表任何聲明。有關與我們行業有關的風險的討論，請參閱「風險因素」。董事經作出合理查詢後確認，自弗若斯特沙利文報告日期以來，市場資料概無任何不利變動，以致限制本節內的資料或與之產生矛盾或對其造成重大影響。*

中國企業對消費者電商市場概覽

電商的定義與分類

電商作為一種以信息網絡技術為依託、以商品交易為核心的正在發展的商業運營模式，已成為現代商業活動的重要組成部分。它不僅打破了傳統商業活動的地域和時空限制，而且大大提高了交易的效率和便利性。根據賣家與終端客戶的不同身份，電商的主要模式可分為企業對消費者、企業對企業及消費者對消費者三種，各自針對不同的市場需求和商業邏輯。

企業對消費者電商指企業直接向個人消費者銷售產品或服務的一種電商類型，其中通常涉及使用電商平台。企業對消費者電商下，企業為賣家，而終端用戶為出於個人用途而購買產品的個人消費者。該模式通常與電商平台相關聯(以亞馬遜及天貓為代表)。

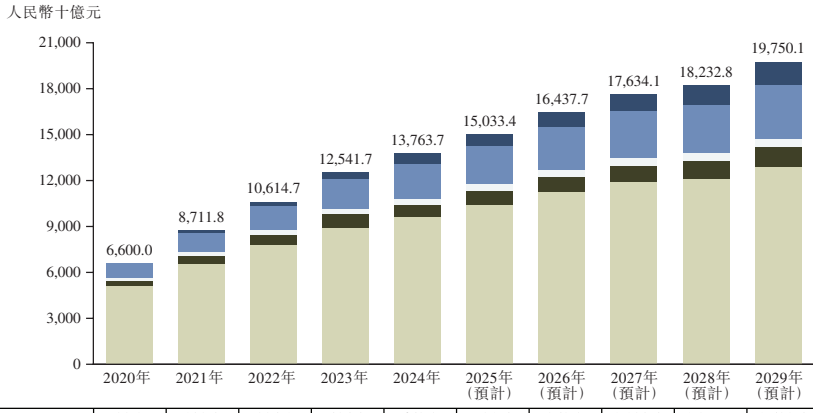
在企業對消費者電商市場中，部分市場參與者(如本公司)具備全面且專業的服務能力，因此能夠直接與品牌方合作，提供電商運營服務。電商運營服務商專注於為品牌提供全方位電商服務，包括IT解決方案、網店營運、市場營銷、客戶服務、倉儲與配送等，協助品牌方進行商品銷售及品牌價值提升。本公司主要通過提供品牌對消費者的解決方案、品牌對企業的解決方案及品牌資產管理與IP商業化運營來開展電商運營服務。

中國企業對消費者電商市場

得益於中國龐大的零售市場和消費者日常需求的持續增長，加上電商平台在提升用戶體驗、優化供應鏈、改善物流配送等方面的創新，中國企業對消費者電商市場的規模由2020年的人民幣66,000億元大幅增至2024年的人民幣137,637億元，預期將繼續增至2029年的人民幣197,501億元。大快消由於與消費者日常生活息息相關，需求穩定且頻繁，呈現高頻購買的特點。因此，按GMV計，大快消在中國企業對消費者電商中佔比最大，2024年達到17.0%，並有望繼續提升佔比，至2029年達到總額的17.7%，交易總額將達到人民幣34,985億元。

下圖列示所示年度中國企業對消費者電商的GMV（按產品類別劃分）的明細。

2020年至2029年（預計）中國企業對消費者電商的GMV（按類別劃分）



大健康	28.2	139.3	294.1	494.3	658.8	791.5	952.0	1,123.4	1,277.7	1,522.4	119.8%	18.2%
大快消	929.1	1,268.7	1,569.3	1,898.6	2,346.5	2,472.4	2,813.6	3,024.4	3,192.9	3,498.5	26.1%	8.3%
美妝個護	188.2	247.9	301.4	355.4	396.3	433.7	478.5	516.2	537.6	586.0	20.5%	8.1%
家居及家電	364.8	530.9	707.0	906.4	751.9	963.4	985.4	1,104.5	1,128.7	1,242.1	19.8%	10.6%
其他	5,089.6	6,525.0	7,742.9	8,886.9	9,610.3	10,372.3	11,208.3	11,865.6	12,096.0	12,901.0	17.2%	6.1%
總計	**6,600.0**	**8,711.8**	**10,614.7**	**12,541.7**	**13,763.7**	**15,033.4**	**16,437.7**	**17,634.1**	**18,232.8**	**19,750.1**	**20.2%**	**7.5%**

附註： 大健康產品包括保健品、膳食補充品、OTC藥物及醫療器械；大快消包括食品及非酒精飲料產品以及母嬰護理產品；其他包括服飾、消費性電子產品、寵物食品與產品。

資料來源：弗若斯特沙利文

企業對消費者跨境電商市場

跨境電商指來自不同關稅領域的貿易實體通過電商平台完成交易、電子結算付款，並通過跨境電商物流和遠程倉儲交付貨物的國際商業活動。該商業模式超越了國內交易，利用全球市場一體化的優勢，連接全球買家和賣家。跨境電商促進了國際貿易的增長，並帶動了相關產業的發展，在全球經濟一體化中發揮著至關重要的作用。其涵蓋了進口和出口兩種貿易渠道。

絲路電商指於中國與越南、意大利及澳大利亞等合作夥伴國家簽訂的電商合作機制框架下開展的跨境電商業務。作為中國跨境電商的一個細分領域，其為「一帶一路」倡議下利用中國電商技術、商業模式創新及市場規模等優勢，積極推進電商國際合作的重要舉措，旨在促進合作夥伴國家的優質商品進入中國，以及中國的優質產品出口到該等合作夥伴國家。現階段，絲路電商的首要任務是促進海外優質商品進入中國，刺激國內消費。

發展絲路電商是《中華人民共和國國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和2035年遠景目標綱要》的重要目標。一系列具體的發展政策和舉措已不斷出台，例如在上海建立絲路電商試驗區和舉辦中國國際進口博覽會(CIIE)。該等工作旨在加強物流、支付系統、數據管理等電商基礎設施，進一步加快絲路電商的發展。

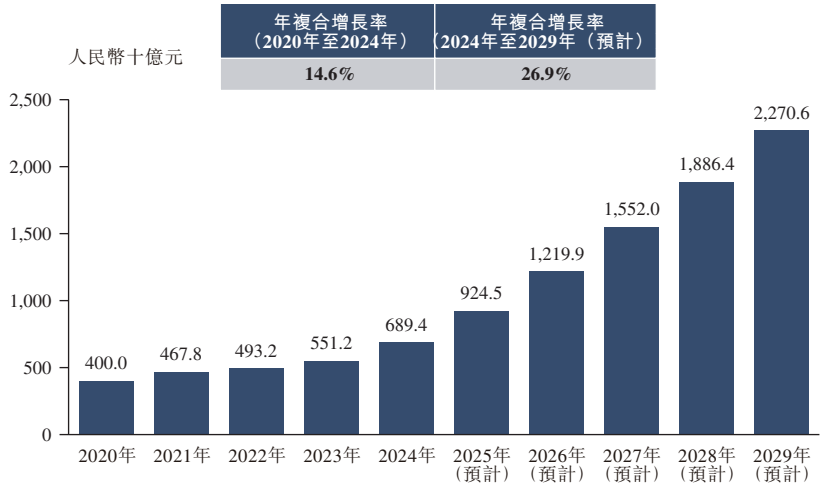
企業對消費者跨境進口電商市場

中國企業對消費者跨境進口電商指企業通過電商平台直接向國內消費者銷售國外商品的模式。該模式下，消費者可以購買國外產品，而國外企業則可以進入中國消費市場。

隨著中國中等收入人群的擴大和收入水平的提高，消費者對高質量、多樣化產品的需求日益增長。中國企業對消費者跨境進口電商滿足了國內消費者對海外優質商品的需求，使消費者可輕鬆購買國外商品。得益於國內消費者對海外商品的強勁需求，以及企業對消費者模式在提升購物體驗方面的優勢，近年來，中國企業對消費者跨境進口電商的GMV持續增長，由2020年的人民幣4,000億元增至2024年的人民幣6,894億元。預測期內，中國企業對消費者跨境進口電商的GMV預計將進一步增長，於2029年增至人民幣22,706億元，2024年至2029年的年複合增長率為26.9%。

下圖顯示所示年度中國企業對消費者跨境進口電商市場的GMV。

2020年至2029年(預計)中國企業對消費者跨境進口電商的GMV



資料來源：弗若斯特沙利文

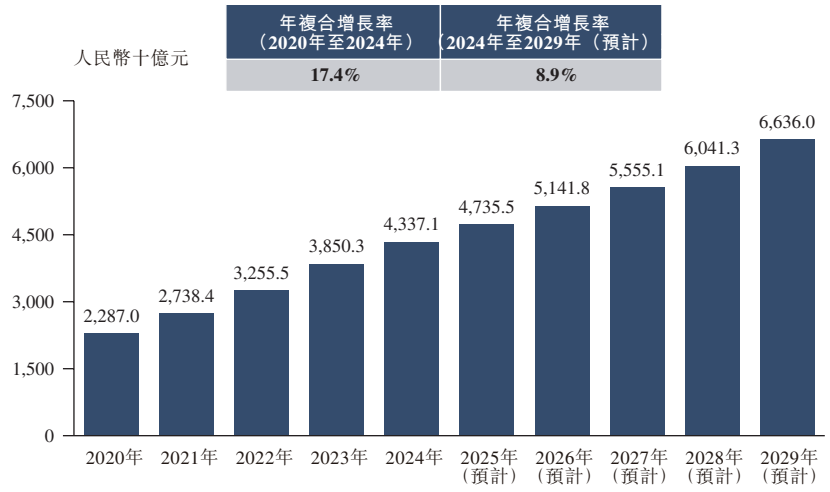
企業對消費者跨境出口電商市場

企業對消費者跨境出口電商指企業利用線上渠道向海外消費者銷售國內產品的模式。依託於中國強大的生產能力和多元化的產業集群，電商企業可利用互聯網的便利性，高效地將各式各樣的優質產品推向全球市場，滿足國際消費者的多樣化需求。中國企業對消費者跨境出口電商市場不僅表現出強大的市場活力，更顯示出增長潛力。

隨著國內製造業的數字化、自動化升級，中國產業不斷轉型升級，國產品牌憑藉高性價比在全球市場展現出強大的競爭力，受到海外消費者的青睞。企業對消費者模式下，企業更直接受到消費端的影響，尤其是在新興市場和地區的拓展方面，其更容易帶來新的增長點。國內中小企業和供應鏈工廠通過成熟的市場策略和創新的託管模式在海外市場取得成功，帶動了中國企業對消費者跨境出口電商的持續增長。中國企業對消費者跨境出口電商的GMV由2020年的人民幣22,870億元持續增至2024年的人民幣43,371億元，該期間的年複合增長率為17.4%，預計到2029年將進一步增至人民幣66,360億元，2024年至2029年的年複合增長率為8.9%。

下圖列示所示年度中國企業對消費者跨境出口電商市場的GMV。

2020年至2029年(預計)中國企業對消費者跨境出口電商的GMV



資料來源：弗若斯特沙利文

中國電商運營服務市場的概況

電商運營服務的定義與分類

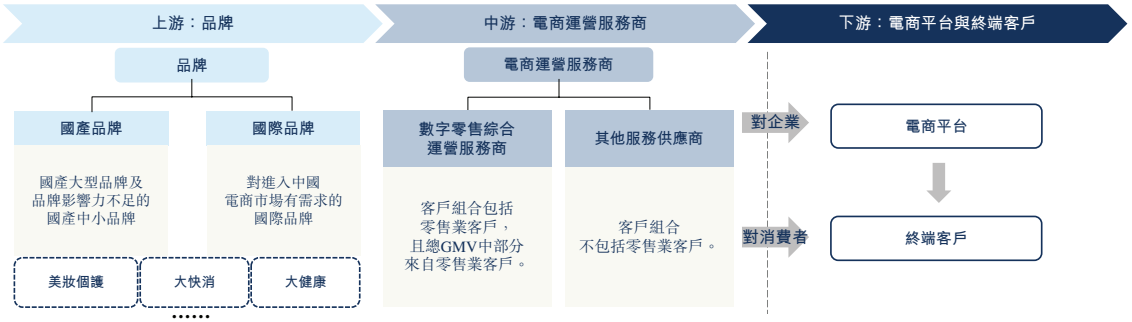
電商運營服務商是指專注於為品牌提供全面電商服務的服務供應商，包括網店營運、市場營銷、客戶服務、IT解決方案及倉儲與配送等。

此外，倘客戶組合不僅包括品牌客戶還包括實體零售商，則電商運營服務商可歸類為數字零售綜合運營服務商。

電商運營服務價值鏈

電商運營服務價值鏈主要包括：(i)上游品牌；(ii)中游電商運營服務商；(iii)下游電商平台和消費者。

電商運營服務的產業價值鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

- *上游品牌*包括國產品牌和國際品牌，涉及美妝個護、大快消、大健康、家電、消費電子產品、通訊設備等多個領域，為電商運營服務商帶來了豐富的需求，是電商運營服務產業的基點。

- *中游電商運營服務商*包括數字零售綜合運營服務商及其他服務供應商。詳見「一 電商運營服務的定義與分類」。

- *下游包括電商平台和消費者*。電商運營服務商主要有兩種業務模式獲得收入，包括在天貓、京東、拼多多、小紅書及抖音等主要電商平台為品牌方提供電商運營服務，以及將向品牌方採購的商品售予消費者。

電商運營服務商通常透過以下兩種模式獲得收入：

- *分銷模式*。電商運營服務商向品牌方採購商品，然後在天貓、京東、拼多多、小紅書、抖音等電商平台上售予消費者，從買入賣出中賺取差價。

- *服務模式*。電商運營服務商向品牌方提供電商運營服務，並收取GMV的一定比例作為佣金。不同品類品牌的佣金比例不同。通常情況下，美妝個護品牌因精細化運營要求較高，佣金比例較高。

在實踐中，電商運營服務商通常會將這兩種業務模式結合起來，以提高收入矩陣的穩定性和持續增長，並降低風險。此外，電商運營服務商還會不斷拓展其他業務，如市場策略分析及廣告服務等，以提高盈利能力，強化服務矩陣。

中國電商運營服務市場

中國電商運營服務商的總GMV由2020年的人民幣5,867億元增至2024年的人民幣12,749億元，年複合增長率為21.4%。預計2029年將達到人民幣22,189億元，2024年至2029年的年複合增長率為11.7%。

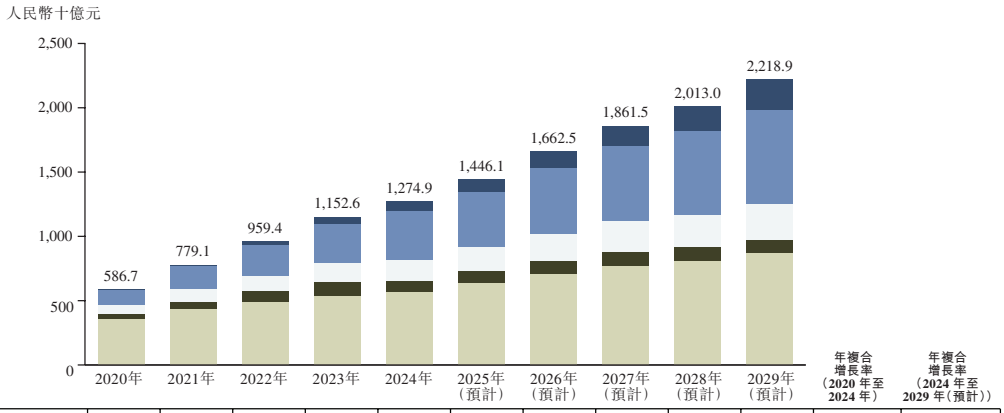
電商行業的五大板塊中，大健康板塊的GMV增長潛力較大。隨著政府出台政策支持各大電商平台銷售大健康產品，越來越多的大健康品牌拓展至線上銷售渠道。早期，醫藥行業的專業知識對於大健康品牌的運營至關重要，因此品牌方通常傾向於自主運營。隨著行業經驗和渠道資源的不斷積累，電商運營服務商與更多的大健康品牌實現了合作，帶動了大健康產業電商交易總額的快速增長。電商運營服務商在大健康產業的GMV由2020年的人民幣23億元增至2024年的人民幣801億元，年複合增長率達142.1%。預計2029年將達到人民幣2,379億元，2024年至2029年的年複合增長率為24.3%。

此外，大快消、美妝個護等行業在電商市場中也扮演著重要的角色，2024年這兩個行業貢獻了較高的GMV，佔電商運營服務GMV總額的42.8%。由於大快消產品在消費者日常生活中購買頻繁，銷售額巨大，許多品牌方向電商運營服務商尋求營運支持，以提高營運效率和降低營運成本。此外，電商運營服務商也將大快消視為分銷模式下的主要銷售產品類別之一，以提高收入矩陣的穩定性。美妝個護領域，品牌建設和精細化運營至關重要，電商運營服務商需要具備渠道資源和運營能力的優勢，並能夠收取較高的佣金比例。

各行業電商運營服務總收入的增長取決於各行業電商運營服務獲得的GMV的增長，以及各行業的退貨率和佣金比率。一般而言，大快消行業的退貨率相對較高，而家居及家電行業的退貨率則低得多。美妝個護業的佣金比率較高，而大快消業的佣金比率則相對較低。電商運營服務商在大健康產業獲得的收入由2020年的人民幣6億元增至2024年的人民幣163億元，年複合增長率為126.3%。預計2029年將達到人民幣461億元，2024年至2029年的年複合增長率為23.1%。

下圖分別載列所示年度中國電商運營服務按類別劃分的GMV及總收入明細。

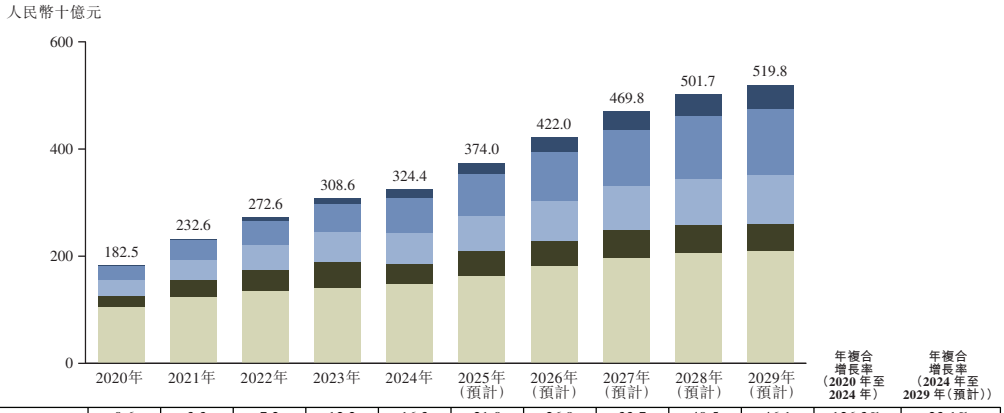
2020年至2029年（預計）中國電商運營服務的GMV（按類別劃分）



	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年（預計）	2026年（預計）	2027年（預計）	2028年（預計）	2029年（預計）	年複合增長率（2020年至2024年）	年複合增長率（2024年至2029年（預計））
大健康	2.3	13.2	31.6	59.3	80.1	102.3	130.2	162.2	194.2	237.9	142.1%	24.3%
大快消	121.2	177.2	234.6	302.0	381.5	426.3	514.8	584.2	649.7	732.1	33.2%	13.9%
美妝個護	70.6	96.7	122.1	149.3	164.2	186.2	212.8	237.3	255.3	281.2	23.5%	11.4%
家居及家電	41.0	61.1	83.1	108.8	83.1	100.7	102.0	111.2	109.4	104.0	19.3%	4.6%
其他	351.6	431.0	488.0	533.2	566.0	630.6	702.8	766.5	804.4	863.9	12.6%	8.8%
總計	**586.7**	**779.1**	**959.4**	**1,152.6**	**1,274.9**	**1,446.1**	**1,662.5**	**1,861.5**	**2,013.0**	**2,218.9**	**21.4%**	**11.7%**

資料來源：弗若斯特沙利文

2020年至2029年（預計）中國電商運營服務的總收入（按類別劃分）



	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年（預計）	2026年（預計）	2027年（預計）	2028年（預計）	2029年（預計）	年複合增長率（2020年至2024年）	年複合增長率（2024年至2029年（預計））
大健康	0.6	3.3	7.2	12.2	16.3	21.0	26.9	33.7	40.5	46.1	126.3%	23.1%
大快消	27.2	36.8	44.6	52.0	64.9	78.2	93.0	106.3	118.2	123.5	24.3%	13.7%
美妝個護	28.9	38.3	46.6	54.7	58.5	65.4	73.6	80.9	85.6	89.9	19.3%	9.0%
家居及家電	21.4	30.3	39.2	48.5	37.5	46.1	47.5	52.5	52.5	50.2	15.0%	6.0%
其他	104.4	123.8	135.0	141.2	147.2	163.3	181.0	196.4	204.9	210.1	9.0%	7.4%
總計	**182.5**	**232.6**	**272.6**	**308.6**	**324.4**	**374.0**	**422.0**	**469.8**	**501.7**	**519.8**	**15.5%**	**9.9%**

資料來源：弗若斯特沙利文

中國電商運營服務市場的驅動因素

品牌方的需求不斷增長

隨著中國互聯網的發展，有網購習慣的消費者數量不斷增加，開發線上渠道已成為品牌的重要業務方向之一。對於進入電商行業的品牌及希望在電商市場有進一步業務增長的品牌，與專業服務商合作可有效實現線上業務的快速擴張，提高銷售業績。這一需求為電商運營服務商提供了更廣闊的發展空間。

技術日新月異

隨著大數據和人工智能等技術的發展，電商運營服務商可使用數字工具準確分析用戶需求、市場趨勢和競爭形勢，從而為品牌提供更好的服務，提高效率。專業化水平的提高使電商運營服務商能夠不斷提升銷售業績，實現更高的銷售增長，收取更高的佣金比率，推動市場快速增長。

消費者體驗期望值不斷提高

隨著電商行業競爭不斷加劇，消費者對線上購物體驗和個性化的要求不斷提高。因此，品牌需要準確地推薦產品，回應客戶詢問，及時處理售後問題。此外，更多的品牌需要尋求電商運營服務商提供專業服務，以提高業務績效。這種下游需求的升級推動了電商運營服務商市場的發展。

電商平台日益複雜

隨著電商行業的不斷發展，主流電商平台入駐的運營模塊的複雜度和難度越來越大，如平台規則更新及流量定位方式多樣。憑藉長期的實踐經驗和多年與電商平台互動的積累，電商運營服務商可幫助品牌有效應對變化，並為品牌提供店鋪管理、市場分析、戰略制定及營銷推廣等全方位支持。

中國電商運營服務市場的發展趨勢

人工智能相關能力不斷提升

電商行業快速發展及具有網絡消費習慣的人群日益增多，推動電商平台加強標準化，從而更難以捕捉消費者的期望。因此，電商運營服務商通過使用大數據及人工智能等技術進行轉型，更精準分析消費者行為和預測市場趨勢，從而制定更個性化的策略，從而可提高運營效率和控制成本。

跨境電商服務不斷拓展

隨著品牌進入國際市場的強烈需求和支持跨境電商的政策出台，越來越多的品牌開始尋求通過跨境電商平台進入國際市場，以增強品牌影響力，增加銷售渠道，提高銷售業績。因此，提升跨境電商運營能力是電商運營服務商的發展趨勢。

全方位服務和全渠道運營能力不斷提升

發展和優化全方位服務和全渠道能力已成為中國電商運營服務商市場的趨勢。隨著品牌對降本增效的要求不斷提高，電商運營服務商需要擴大服務範圍，不僅要為品牌提供特定方面的服務，亦要提供全電商平台的全運營服務，包括品牌策劃、產品管理、售後服務及營銷服務，這樣能夠開發更多運營需求複雜的品牌客戶，鞏固與現有品牌客戶的客戶關係。

集中度提升

大型電商運營服務商憑藉豐富的行業經驗、先進的技術實力和優質的服務，逐步擴大了市場份額。同時，其可通過併購整合行業資源，提高競爭力，從而促進行業整體水平的提升和市場集中度的提高。

發展品牌資產管理業務

電商運營服務商的品牌資產管理通常指為品牌方提供全方位的品牌管理支持，包括戰略定位、品牌營銷、零售及電商運營、供應鏈及物流以及技術賦能。在此業務模

式下，服務商通常會從品牌方獲得特定區域內的獨家經營權，以實施全渠道深度品牌運營。服務商還可能通過對品牌方進行股權投資或合資運營來加強合作關係。

隨著電商市場步入穩定增長階段，電商運營服務商正邁向專業化競爭時代，亟需通過開拓新的業務增長點提升差異化競爭力。品牌資產管理作為整合全渠道資源與多層次服務能力的業務形態，其運營門檻篩選出具備專業水平的服務商。這些服務商通過構建端到端的服務生態系統，強化品牌價值整合，形成獨特的競爭壁壘。同時，這一業務的專業化發展推動市場資源向頭部聚集，通過競爭篩選機制加速行業標準升級及運營模式創新，引領電商運營服務市場邁向更專業、高效的發展方向。

中國電商運營服務市場的競爭格局

中國電商運營服務市場的主要參與者包括數字零售綜合運營服務商和其他服務商。電商運營服務市場在中國的集中度並不高，於2024年，前十大服務商分別佔總GMV的15.3%。於2024年，按GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第五，在數字零售綜合運營服務商中排名第二。

下表載列2024年按GMV計算的中國頭部電商運營服務商的詳情。

2024年中國電商運營服務商排名（按GMV計）

排名	公司名稱	GMV（人民幣十億元）	市場份額
1	公司A	46.7	3.7%
2	公司E	30.0	2.4%
3	公司C	27.1	2.1%
4	公司H	18.8	1.5%
5	本公司	15.0	1.2%
6	公司F	14.2	1.1%
7	公司B	13.5	1.1%
8	公司J	11.8	0.9%
9	公司K	9.1	0.7%
10	公司L	8.4	0.7%

附註： 公司A是中國領先的電商運營服務商及先驅，擁有廣泛的品牌客戶。公司B、公司G、公司J及公司L致力於為品牌提供量身定制的高效電商服務，旨在提升品牌競爭力，推動增長。公司C、公司F及公司H因其創新和創意的電商運營戰略和服務而備受認可，能夠幫助品牌獲得市場份額及提升品牌價值。公司E專注美妝電商運營領域，提供專業服務並具備深厚的行業知識。公司K專注汽車及3C電商運營領域，提供專業服務並具備深厚的行業知識。此外，公司F及公司H被歸類為數字零售綜合運營服務商。

資料來源：弗若斯特沙利文

根據其業務覆蓋範圍和能力，部分電商運營服務商可歸類為數字零售綜合運營服務商。該等提供商不僅為產品品牌提供電商服務，亦為超市和會員商店等零售商品牌提供服務，自該等零售商獲得一部分收入。

下表載列2024年中國頭部數字零售綜合運營服務商的GMV排名及其在整個電商運營服務市場中的市場份額排名。於2024年，按GMV計，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二。

2024年中國數字零售綜合運營服務商排名（按GMV計）

排名	公司名稱	GMV（人民幣十億元）	市場份額
1	公司H	18.8	1.5%
2	本公司	15.0	1.2%
3	公司F	14.2	1.1%
4	公司G	5.0	0.4%
5	公司M	3.4	0.3%

*附註：*公司M為品牌客戶提供多維度、定制化及靈活的企業服務。

資料來源：弗若斯特沙利文

跨境進口電商領域的電商運營服務相對中國整個電商運營服務市場更為集中，2024年前五大服務商佔總GMV的20.7%。於2024年，按跨境進口電商GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一。

下表載列2024年按跨境進口電商GMV計的中國頭部電商運營服務商的詳情。

2024年中國電商運營服務商排名（按跨境進口電商GMV計）

排名	公司名稱	GMV（人民幣十億元）	市場份額
1	**本公司**	**7.4**	**8.5%**
2	公司E	3.5	4.1%
3	公司C	3.5	4.0%
4	公司B	2.5	2.9%
5	公司A	1.1	1.3%

資料來源：弗若斯特沙利文

於2024年，按大健康產品GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一。

下表載列2024年按大健康產品GMV計的中國頭部電商運營服務商的詳情。

2024年中國電商運營服務商排名（按大健康產品GMV計）

排名	公司名稱	GMV（人民幣十億元）	市場份額
1	**本公司**	**2.8**	**3.5%**
2	公司B	2.7	3.3%
3	公司A	2.7	3.3%
4	公司L	2.1	2.7%
5	公司J	1.8	2.3%

資料來源：弗若斯特沙利文

中國電商運營服務市場的准入壁壘

經驗壁壘

經驗壁壘是電商運營服務的關鍵因素。不同行業的運營策略和需求差異極大。例如，健康行業注重產品安全和合規性，美妝行業強調品牌形象和用戶體驗，母嬰行業則更注重質量和安全。缺乏相應行業經驗的服務商往往難以把握這些細微差別，導致經營業績差強人意。因此，豐富的行業經驗對於提高電商運營服務商的服務質量至關重要。

資源壁壘

渠道和客戶資源對電商運營服務商的可持續發展和業務發展至關重要。在渠道資源方面，倘服務商缺乏與主流電商平台的互動，將難以掌握平台的運作規則，為品牌提供高效服務。客戶資源亦同樣重要。品牌傾向於與長期服務商保持關係。由於缺乏客戶資源，新進入者將難以實現業務增長和擴大品牌影響力。因此，渠道和客戶資源是新進入者的重要壁壘之一。

技術壁壘

技術壁壘表現在電商運營服務對數據分析和精準營銷的高要求上。隨著電商平台規則的完善和消費者期望的提高，服務商應具備強大的數據分析能力，以實現精準的市場運營。缺乏大數據軟件使用經驗的新進入者難以提高運營能力，在市場競爭中處於劣勢。因此，技術壁壘已成為新進入者進入市場的主要壁壘。

全渠道運營壁壘

從事品牌資產管理業務，電商服務商需要具備強大的全渠道運營能力。這涉及整合貨架電商、內容電商和線下渠道的資源，同時實現與數據樞紐的協同。電商服務商還需要突破傳統執行角色，構建品牌戰略規劃及全行業資源整合的能力。這要求實施以數據驅動的品牌管理戰略，例如利用多源數據開發深度用戶資產管理系統，運用算法工具進行分層運營和實時響應，以及構建智能供應鏈網絡等。在技術研發及供應鏈基礎設施方面的資本投入，以及跨職能人才的招聘與培訓，都是實現上述能力的重要因素，這些對新進入者構成了重大准入壁壘。

資料來源及可靠性

為進行[**編纂**]，我們聘請總部位於美國的獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文，對我們經營的電商運營服務行業進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文成立於1961年，提供多個行業的市場研究。本文件中披露的來自弗若斯特沙利文的資料乃摘自弗若斯特沙利文報告，該報告由我們委託編製，費用為人民幣790,000元，並經弗若斯特沙利文同意披露。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無就[**編纂**]委託編製任何其他行業報告。

我們將弗若斯特沙利文報告中的若干資料載入本文件，是由於我們認為該等資料有助於[**編纂**]了解電商運營服務市場。弗若斯特沙利文根據其內部數據庫、獨立第三方報告及知名行業組織的公開數據編製報告。弗若斯特沙利文會於必要時聯繫業內公司，以收集和綜合有關市場、價格及其他相關信息的資料。弗若斯特沙利文認為，編製弗若斯特沙利文報告時使用的基本假設(包括用於進行未來預測的假設)均屬真實、正確且不具誤導性。弗若斯特沙利文已對資料進行獨立分析，但其審查結論的準確性在很大程度上取決於所收集資料的準確性。弗若斯特沙利文的研究可能會受到該等假設的準確性及該等一手及二手資料來源選擇的影響。

弗若斯特沙利文在編製有關全球宏觀經濟環境以及中國整體及細分電商運營服務市場的行業分析時，採用以下主要參數和假設：

(i) 所討論的全球市場的社會、經濟和政治狀況在預測期內將保持穩定；

(ii) 在預測期內，中國政府對電商運營服務市場的政策將保持不變；及

(iii) 中國電商運營服務市場將受到本報告所述因素的推動。

本節載列影響我們在中國的業務活動或股東自我們收取股息及其他分派權利的最重要的規則及法規概要。

有關公司的法規

中國公司的設立、經營及管理受中華人民共和國全國人民代表大會常務委員會(「**全國人大常委會**」)於1993年12月29日頒佈並於1994年7月1日生效的《中華人民共和國公司法》規管。《中華人民共和國公司法》其後於1999年、2004年、2005年、2013年、2018年及2023年修訂。最新修訂的《中華人民共和國公司法》於2024年7月1日生效。《中華人民共和國公司法》一般適用兩類公司：有限責任公司和股份有限公司。兩類公司均具有法人地位，有限責任公司及股份有限公司的股東以其認購的註冊資本金額為限對公司承擔責任。《中華人民共和國公司法》亦適用於外商投資企業。外商投資法律另有規定的，從其規定。

一般事項

「股份有限公司」指根據《中華人民共和國公司法》於中國註冊成立的企業法人，有獨立的法人財產，享有法人財產權，且其註冊資本分為股份。公司以其全部財產對公司的債務承擔責任，股東以其認購的股份為限對公司承擔責任。

股東會

根據《中華人民共和國公司法》，有限公司股東會由全體股東組成。股東會是公司的權力機構，依照《中華人民共和國公司法》行使職權。

股東會須每年舉行一次。臨時會議須於《中華人民共和國公司法》指定的若干情形發生後兩個月內舉行。

股東出席股東會會議，所持每一股份有一表決權，非普通股股東除外。公司持有的本公司股份沒有表決權。

股東會作出決議，應當經出席會議的股東所持表決權過半數通過，股東會作出公司合併、分立、解散、增加或者減少註冊資本、變更公司形式或修改公司章程的決議，應當經出席會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。

股東委託代理人出席股東會會議的，代理人應當向公司提交股東授權委託書，並在授權範圍內行使表決權。

股份轉讓

股東持有的股份可以依法轉讓。根據《中華人民共和國公司法》，股東轉讓其股份，應當在依法設立的證券交易場所進行或者按照國務院規定的其他方式進行。股票的轉讓，由股東以背書方式或者法律、行政法規規定的任何其他方式進行；轉讓後由公司將受讓人的姓名或者名稱及住所記載於股東名冊。股東會會議召開前二十日內或者公司決定分配股利的基準日前五日內，不得變更股東名冊。法律、行政法規或者國務院證券監督管理機構對上市公司股東名冊變更另有規定的，從其規定。

根據《中華人民共和國公司法》，公司公開發行股份前已發行的股份，自公司在證券交易所上市之日起一年內不得轉讓。公司董事、監事、高級管理人員應當向公司申報所持有的本公司的股份及其持股變動情況，在就任時確定的任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有本公司股份總數的25%；所持本公司股份自公司在證券交易所上市之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，亦不得轉讓其所持有的本公司股份。公司章程可以對公司董事、監事、高級管理人員轉讓其所持有的本公司股份作出其他限制性規定。

有關外商投資的法規

有關外商投資的中國法律

於2019年3月15日，全國人大頒佈《中華人民共和國外商投資法》(《外商投資法》)，於2020年1月1日生效，取代了《中華人民共和國中外合資經營企業法》《中華人民共和國中外合作經營企業法》及《中華人民共和國外資企業法》，成為中國外商投資的法律基礎。《外商投資法》對外商投資實行准入前國民待遇加負面清單管理制度。根據《外商投資法》，國家給予負面清單之外的外國投資者及其投資不低於本國投資者及其投資的待遇。

於2019年12月26日，國務院頒佈《中華人民共和國外商投資法實施條例》，於2020年1月1日生效。《外商投資法實施條例》對《外商投資法》中的投資保護、投資促進及投資管理原則提供具體操作規則。

根據商務部於2016年10月8日頒佈並於2018年6月29日最後修訂的《外商投資企業設立及變更備案管理暫行辦法》，外商投資企業的設立及變更，不涉及國家規定實施准入特別管理措施的，應向相關商務主管部門進行備案。於2019年12月30日，商務部及國家市場監管總局頒佈《外商投資信息報告辦法》，於2020年1月1日生效，《外商投資企業設立及變更備案管理暫行辦法》同時廢止。外國投資者直接或者間接在中國境內進行投資活動，應由外國投資者或者外商投資企業向商務主管部門報送投資信息。

於2020年12月19日，國家發改委及商務部聯合頒佈《外商投資安全審查辦法》，於2021年1月18日生效，當中載列有關外商投資安全審查機制的規定，包括進行審查的投資類型、審查範圍及程序等。國家發改委將設立外商投資安全審查工作機制辦公室(「**工作機制辦公室**」)，工作機制辦公室將與商務部共同承擔工作。外國投資者或者中國境內相關當事人應當在實施下列投資前須主動向工作機制辦公室申報安全審查：(i)投資軍工、軍工配套等關係國防安全的領域，以及在軍事設施和軍工設施周邊地域投資；及(ii)投資關係國家安全的重要農產品、重要能源和資源、重大裝備製造、重要基礎設施、重要運輸服務、重要文化產品與服務、重要信息技術和互聯網產品與服務、重要金融服務、關鍵技術以及其他重要領域，並取得目標企業的控制權。前款第(ii)項所稱「控制權」存在於(a)外國投資者持有目標企業50%以上股權；(b)外國投資者持有目標企業股權不足50%，但其所享有的表決權能夠對目標企業董事會或股東會的決議產生重大影響；或(c)其他導致外國投資者能夠對目標企業的經營決策、人事、財務、技術等產生重大影響的情形。日後，我們可能通過收購互補業務增加業務。遵守上述安全審查法規及其他相關規則以完成有關交易可能耗時，任何規定批准程序可能延遲或抑制我們完成有關交易的能力。

《外商投資產業指導目錄》

根據於2002年4月1日生效的《指導外商投資方向規定》，外商投資項目分為鼓勵、允許、限制和禁止四類。除允許類外商投資項目外，鼓勵類、限制類和禁止類的外商投資項目列入最新修訂的《外商投資產業指導目錄》(於2017年7月28日生效)，部分因經不時修訂的《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2018年版)》(於2018年7月28日生效)及《鼓勵外商投資產業目錄(2019年版)》(於2019年7月30日生效)失效。本規定適用於在中國境內投資舉辦中外合資經營企業、中外合作經營企業和外資企業的項目以及其他形式的外商投資項目。香港特別行政區的投資者舉辦的投資項目，比照本規定執行。

於2024年9月6日，商務部及國家發改委頒佈《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)》(「**《負面清單》(2024版)**」)(於2024年11月1日生效)，取代了先前版本的《負面清單》。《負面清單》(2024版)載列有關股權要求、高管要求等外商投資准入方面的特別管理措施。《負面清單》(2024版)之外的領域，按照內外資一致原則實施管理。

有關網絡交易的法規

網絡交易經營

於2014年1月26日，國家工商行政管理總局(「**國家工商管理總局**」，現併入國家市場監督管理總局)頒佈《網絡交易管理辦法》，於2014年3月15日生效，於2021年5月1日由《網絡交易監督管理辦法》(「**《網絡交易辦法》**」)取代，以規管通過互聯網(包括移動互聯網)進行的商品交易經營活動及相關服務條文。根據《網絡交易辦法》，「網絡交易經營者」包括網絡交易平台經營者、平台內經營者、自建網站經營者以及通過其他網絡服務開展網絡交易活動的網絡交易經營者。除《中華人民共和國電子商務法》第十條規定的不需要進行登記的情形外，網絡交易經營者應當依法辦理市場主體登記。

網絡交易經營者不得通過虛構交易、編造用戶評價或任何其他方式作虛假或引人誤解的商業宣傳，欺騙、誤導消費者。網絡交易經營者應當全面、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。

於2018年8月31日，全國人大常委會頒佈《電子商務法》，並於2019年1月1日施行。《電子商務法》對「電子商務經營者」(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)提出一系列規定。例如，《電子商務法》規定電子商務經營者尊重和平等保護消費者合法權益，向消費者提供不針對其個人特徵的選項，同時規定電子商務經營者搭售商品或者服務，應當以顯著方式提請消費者注意，不得將搭售商品或者服務作為默認同意的選項。

根據商務部、國家發改委、財政部、海關總署、國家稅務總局、國家市場監管總局於2018年11月28日頒佈並於2019年1月1日實施的《關於完善跨境電子商務零售進口監管有關工作的通知》，「跨境電商零售進口」是指中國境內消費者通過跨境電商第三方平台經營者自境外購買商品，並通過「網購保稅進口」或「直購進口」運遞進境的消費行為。上述商品應符合以下條件：(i)屬於《跨境電子商務零售進口商品清單》內、限於個人自用並滿足跨境電商零售進口稅收政策規定的條件；(ii)通過與海關聯網的電子商務交易平台交易，能夠實現交易、支付、物流電子信息「三單」比對；(iii)未通過與海關聯網的電子商務交易平台交易，但進出境快件運營人、郵政企業能夠接受相關電商企業、支付企業的委託，承諾承擔相應法律責任，向海關傳輸交易、支付等電子信息。跨境電商企業負責確保商品質量安全，保護消費者權益，提醒和告知消費者，建立商品質量安全風險防控機制，以及建立健全「網購保稅進口模式」適用商品質量追溯體系。從事跨境電子商務零售進出口業務的企業還應向海關實時傳輸真實的業務相關電子數據和電子信息，自行或者代為向海關申報清單，並承擔相應責任。開展跨境電子商務零售進口業務的境外註冊企業所委託的境內代理企業，由其在海關辦理註冊登記，承擔如實申報責任，依法接受相關部門監管，並承擔民事責任。

根據海關總署2018年12月10日頒佈並於2019年1月1日實施的《關於跨境電子商務零售進出口商品有關監管事宜的公告》，跨境電子商務平台企業、物流企業、支付企業等參與跨境電子商務零售進口業務的企業，應當依據海關報關單位註冊登記管理相關規定，向所在地海關辦理註冊登記；境外跨境電子商務企業應委託境內代理人向該代理人所在地海關辦理註冊登記。對跨境電子商務直購進口商品及適用「網購保稅進口」進口政策的商品，按照個人自用進境物品監管，不執行有關商品首次進口許可批件、註冊或備案要求。但對相關部門明令暫停進口的疫區商品和對出現重大質量安全風險的商品啟動風險應急處置時除外。

根據國家質量監督檢驗檢疫總局(現並稱國家市場監管總局)於2015年6月10日頒佈的《質檢總局關於加強跨境電子商務進出口消費品檢驗監管工作的指導意見》，明確跨境電商企業的質量安全主體責任，構建以風險管理為核心，以事前備案、事中監測、事後追溯為主線的跨境電商進出口消費品質量安全監管模式，逐步建立跨境電商消費品質量安全風險監測機制和質量安全追溯機制。

產品質量和消費者權益保護

《產品質量法》適用於中國境內的所有生產和銷售活動。根據該法，銷售的商品必須符合相關的質量和安全標準。企業不得以任何方式生產或銷售假冒商品，包括偽造品牌標籤或提供有關商品製造商的虛假信息。違反國家或行業衛生安全標準及其他相關違法行為，可能導致民事責任和行政處罰，如賠償損失、罰款、停業或關閉企業，以及沒收違法生產和銷售的產品和銷售違法產品的收入。嚴重的違法行為可能使責任個人或企業承擔刑事責任。因產品存在缺陷造成人身、他人財產損害的，受害人可以向產品的生產者要求賠償，也可以向產品的銷售者要求賠償。屬於產品的生產者的責任，產品的銷售者賠償的，產品的銷售者有權向產品的生產者追償。屬於產品的銷售者的責任，產品的生產者賠償的，產品的生產者有權向產品的銷售者追償。

《消費者權益保護法》規定了中國經營者的義務和消費者的權益。根據該法，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。對可能危及人身、財產安全的商品和服務，應當向消費者作出真實的說明和明確的警示，並說明和標明正確使用商品或者接受服務的方法以及防止危害發生的方法。消費者通過網絡交易平台購買商品或者接受服務，其合法權益受到損害的，可以向銷售者或者服務者要求賠償。網絡交易平台提供者不能提供銷售者或者服務者的真實名稱、地址和有效聯繫方式的，消費者也可以向網絡交易平台提供者要求賠償；網絡交易平台提供者作出更有利於消費者的承諾的，應當履行承諾。網絡交易平台提供者賠償後，有權向銷售者或者服務者追償。不遵守《消費者權益保護法》的規定，經營者可能要承擔退還貨款、更換、修理、停止侵害、賠償、恢復名譽等民事責任，甚至在涉及人身損害或者情節嚴重的情況下，對經營者或者責任人追究刑事處罰。

網絡直播營銷

根據國家市場監管總局於2020年11月5日頒佈的《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》(「《關於網絡直播營銷的指導意見》」)，商品經營者通過網絡直播銷售商品或提供服務，應遵守《電子商務法》《消費者權益保護法》《反不正當競爭法》《產品質量法》《廣告法》《價格法》《商標法》《專利法》的規定及其他適用法律。直播者在直播期間的宣傳應當真實、合法，並應符合《反不正當競爭法》和《廣告法》的有關規定。《關於網絡直播營銷的指導意見》規定了商品經營者和直播者的責任，包括以下規定：(i)規範商品或服務營銷範圍，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；(ii)廣告審查發佈，法律、行政法規規定應進行發佈前審查的廣告，未經審查不得發佈廣告；及(iii)保護消費者的知情權和選擇權。凡與網絡直播營銷有關的違法行為，將依法予以查處。

根據公安部、國家網信辦、商務部、文化和旅遊部、國家稅務總局、國家監督管理總局、國家市場監督管理總局、國家廣播電視總局於2021年4月23日頒佈並於2021年5月25日生效的《網絡直播營銷管理辦法(試行)》規定，直播間運營者、直播營銷人員從事網絡直播營銷活動，應當遵守法律法規和國家有關規定，遵循社會公序良俗，真實、準確、全面地發佈商品或服務信息，不得有下列行為：(i)違反《網絡信息內容生態治理規定》第六條、第七條規定的；(ii)發佈虛假或者引人誤解的信息，欺騙、誤導用戶；(iii)營銷假冒偽劣、侵犯知識產權或不符合保障人身、財產安全要求的商品；(iv)虛構或者篡改交易、關注度、瀏覽量、點贊量等數據流量造假；(v)知道或應當知道他人存在違法違規或高風險行為，仍為其推廣、引流；(vi)騷擾、詆毀、謾罵及恐嚇他人，侵害他人合法權益；(vii)傳銷、詐騙、賭博、販賣違禁品及管制物品等；及(viii)其他違反國家法律法規和有關規定的行為。直播間運營者、直播營銷人員應當依法依規履行消費者權益保護責任和義務，不得故意拖延或者無正當理由拒絕消費者提出的合法合理要求。

食品貿易

根據國家市場監管總局於2023年6月15日頒佈並於2023年12月1日生效的《食品經營許可和備案管理辦法》，在中國從事食品銷售和餐飲服務活動須取得食品經營許可。但是，銷售食用農產品、僅銷售預包裝食品等情形可以不取得食品經營許可。僅銷售預包裝食品的，應當報所在地縣級以上地方市場監督管理部門備案。食品經營者從事網絡經營的，外設倉庫(包括自有和租賃)的，應當在開展相關經營活動之日起十個工作日內向所在地縣級以上地方市場監督管理部門報告。所在地縣級以上地方市場監督管理部門應當在食品經營許可和備案管理信息平台記錄報告情況。

於2016年7月14日，國家食品藥品監督管理總局頒佈《網絡食品安全違法行為查處辦法》，後經國家市場監管總局於2025年3月18日修訂，並於2025年5月1日生效。據此，中國網絡食品交易第三方平台提供者應當向所在地省級食品藥品監督管理部門備案，取得備案號。網絡食品交易第三方平台提供者未履行相應備案義務的，由市場監督管理部門責令改正，給予警告；拒不改正的，處人民幣5,000元以上人民幣3萬元以下罰款。

醫療器械經營

《醫療器械經營監督管理辦法》(「**《醫療器械管理辦法》**」) 由國家食品藥品監督管理總局 (「**國家食品藥品監督管理總局**」，現稱國家藥品監督管理總局「**國家藥品監督管理總局**」) 於2014年7月30日頒佈，並於2022年5月1日由國家市場監管總局修訂，適用於在中國境內從事醫療器械經營活動及其監督管理。根據《醫療器械管理辦法》，國家藥品監督管理局主管全國醫療器械經營監督管理工作。按照醫療器械風險程度，醫療器械經營實施分類管理。經營第三類醫療器械實行許可管理，經營第二類醫療器械實行備案管理，經營第一類醫療器械不需要許可和備案。此外，根據國務院於2000年1月4日頒佈並於2024年12月6日最新修訂的《醫療器械監督管理條例》規定，第一類醫療器械產品備案，由備案人向所在地的藥品監督管理部門提交備案資料申請。第二類醫療器械產品註冊，註冊申請人應當向所在地省級藥品監督管理部門提交註冊申請資料。申請第三類醫療器械產品註冊，註冊申請人應當向國家藥品監督管理總局提交註冊申請資料。

於2017年12月20日，國家食品藥品監督管理總局頒佈《醫療器械網絡銷售監督管理辦法》(「**《醫療器械網絡銷售辦法》**」)，於2018年3月1日施行。根據《醫療器械網絡銷售辦法》，從事醫療器械網絡銷售的企業應當是依法取得醫療器械生產許可、經營許可或者辦理備案的醫療器械生產經營企業。法律法規規定不需要辦理許可或者備案的除外。從事醫療器械網絡銷售的企業、醫療器械網絡交易服務第三方平台提供者應當採取技術措施，保障醫療器械網絡銷售數據和資料的真實、完整、可追溯。從事醫療器械網絡銷售的企業應當記錄醫療器械銷售信息，記錄應當保存至醫療器械有效期後2

年；無有效期的，保存時間不得少於5年；植入類醫療器械的銷售信息應當永久保存。從事醫療器械網絡銷售的企業，應當在其主頁面顯著位置展示其醫療器械生產經營許可證件或者備案憑證，產品頁面應當展示該產品的醫療器械註冊證或者備案憑證。從事醫療器械網絡銷售的企業在網上發佈的醫療器械信息，應當與經註冊或者備案的相關內容保持一致。從事醫療器械網絡銷售的企業，經營範圍不得超出其生產經營許可或者備案的範圍。

有關對外貿易及海關法的法規

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》(「**《對外貿易法》**」)，自2022年12月30日起，對外貿易經營者無需登記。除法律及行政法規另有規定外，中國政府允許貨物及技術自由進出口。2022年12月30日前，根據修訂前的《對外貿易法》，從事貨物進出口或者技術進出口的對外貿易經營者，應當向國務院對外貿易主管部門或者其委託的機構辦理備案登記；但是，法律、行政法規和國務院對外貿易主管部門規定不需要備案登記的除外。對外貿易經營者未按照規定辦理備案登記的，海關不予辦理進出口貨物的報關驗放手續。

根據全國人大常委會於1987年1月22日頒佈並於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國海關法》，中華人民共和國海關是國家的進出關境監督管理機關。海關依照有關法律、行政法規，監管進出境的運輸工具、貨物、行李物品、郵遞物品和其他物品，徵收關稅和其他稅、費，查緝走私，並編製海關統計和辦理其他海關業務。

根據海關總署於2021年11月19日頒佈的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》，自2022年1月1日起，報關單位是指在海關備案的進出口貨物收發貨人、報關企業。進出口貨物收發貨人、報關企業申請備案的，應當取得市場主體資格；其中進出口貨物收發貨人申請備案的，還應當取得對外貿易經營者備案。報關單位備案長期有效。臨時備案有效期為1年，屆滿後可以重新申請備案。

有關廣告的法規

根據全國人大常委會於1994年10月27日頒佈並於2021年4月29日修訂的《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。廣告主、廣告經營者、廣告發佈者從事廣告活動，應當遵守法律、法規，誠實信用，公平競爭。廣告中對商品的性能、功能、產地、用途、質量、成分、價格、生產者、有效期限、允諾等或者對服務的內容、提供者、形式、質量、價格、允諾等有表示的，應當準確、清楚、明白。發佈醫療、藥品、醫療器械、農藥、獸藥和保健食品廣告，以及法律、行政法規規定應當進行審查的其他廣告，應當在發佈前由有關部門對廣告內容進行審查。廣告經營者、廣告發佈者明知或者應知廣告虛假仍設計、製作、代理、發佈的，發佈屬於廣告法禁止的情形之一的廣告，或者從事其他違反廣告法的活動，由市場監督管理部門沒收廣告費用，並處罰款，並可以由有關部門暫停廣告發佈業務、吊銷營業執照。構成犯罪的，依法追究刑事責任。

根據國家市場監管總局於2019年12月24日頒佈、2020年3月1日實施的《藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告審查管理暫行辦法》，未經市場監管總局或其地方分支機構審查，不得發佈藥品、醫療器械、保健食品和特殊醫學用途配方食品廣告。藥品、醫療器械、保健食品和特殊醫學用途配方食品廣告應當真實、合法，不得含有虛假或者引人誤解的內容。藥品、醫療器械、保健食品和特殊醫學用途配方食品廣告應當顯著標明廣告批准文號。廣告主、廣告經營者、廣告發佈者應當嚴格按照審查通過的內容發佈藥品、醫療器械、保健食品和特殊醫學用途配方食品廣告，不得進行剪輯、拼接、修改。已經審查通過的廣告內容需要改動的，應當重新申請廣告審查。

於2023年2月25日，國家市場監管總局發佈《互聯網廣告管理辦法》(「**《互聯網廣告管理辦法》**」)，於2023年5月1日施行，廢止《互聯網廣告管理暫行辦法》。根據《互聯網廣告管理辦法》，發佈醫療、藥品、醫療器械、農藥、獸藥、保健食品、特殊醫

學用途配方食品廣告等法律、行政法規規定應當進行審查的廣告，應當在發佈前由廣告審查機關對廣告內容進行審查；未經審查，不得發佈。禁止以介紹健康、養生知識等形式，變相發佈醫療、藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告。此外，禁止利用互聯網發佈處方藥廣告或煙草(含電子煙)，法律、行政法規另有規定的，依照其規定。

《互聯網廣告管理辦法》進一步規定，互聯網廣告應當具有可識別性，能夠使消費者辨明其為廣告。對於競價排名的商品或者服務，廣告發佈者應當顯著標明「廣告」，與自然搜索結果明顯區分。以彈出等形式發佈互聯網廣告，廣告主、廣告發佈者應當顯著標明關閉標誌，確保一鍵關閉。不得以某種方式欺騙、誤導用戶點擊、瀏覽廣告。廣告經營者、廣告發佈者違反《互聯網廣告辦法》的，可能受到處罰，包括但不限於罰款、沒收廣告費用、暫停廣告發佈業務、吊銷營業執照等。

有關網絡安全及數據安全、個人信息保護及應用程序規定的法規

中國網絡安全及數據安全

於2015年7月1日，全國人大常委會發佈《中華人民共和國國家安全法》(「**《國家安全法》**」)，於同日生效。《國家安全法》規定，國家應維護國家主權、安全和網絡安全發展利益，國家建立國家安全審查和監管的制度和機制，對可能影響中國國家安全的外商投資、關鍵技術、互聯網、信息技術產品和服務以及其他重大活動進行審查。

於2016年11月7日，全國人大常委會發佈《中華人民共和國網絡安全法》(「**《網絡安全法》**」)，於2017年6月1日生效。這是中國第一部針對網絡安全的法律。《中華人民共和國網絡安全法》規定，網絡運營者須建立符合網絡安全等級保護制度要求的內部安全管理制度，包括指定專職網絡安全人員，採取防範計算機病毒、網絡攻擊及入侵的技術措施，採取監測、記錄網絡運行狀態和網絡安全事件的技術措施，及採取數據分類、備份和加密等數據安全措施。《中華人民共和國網絡安全法》強調，任何個人和組

織使用網絡不得危害網絡安全，不得利用網絡從事危害國家安全、擾亂經濟秩序和社會秩序，以及侵害他人名譽、隱私、知識產權和其他合法權益等違法活動。任何違反《中華人民共和國網絡安全法》規定及要求的行為均可能使互聯網服務提供者被警告、罰款、沒收違法所得、吊銷許可證、關閉網站等處罰，甚至被追究刑事責任。

於2021年12月28日，工信部等多個中國政府部門聯合發佈《網絡安全審查辦法》，規定(i)掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查；(ii)「關鍵信息基礎設施」運營者採購影響或者可能影響國家安全的網絡產品和服務，應當申報網絡安全審查；及(iii)網絡平台運營者開展影響或者可能影響國家安全的數據處理活動，應當申報網絡安全審查。《網絡安全審查辦法》於2022年2月15日施行，取代於2020年4月頒佈的《網絡安全審查辦法》。

於2021年6月10日，全國人大常委會發佈《中華人民共和國數據安全法》，於2021年9月1日生效。《中華人民共和國數據安全法》確立了國家數據安全審查制度，據此對影響或者可能影響國家安全的數據處理活動進行審查。此外，該法明確了開展數據活動、落實數據安全保護責任的組織和個人的數據安全保護義務。數據處理者應當建立健全全流程數據安全管理制度，組織開展數據安全培訓，採取適當的技術措施和其他必要措施保護數據安全。任何組織或個人的數據處理活動違反《中華人民共和國數據安全法》的，應根據具體情況承擔相應的民事、行政或刑事責任。於2024年9月24日，國務院發佈《網絡數據安全管理條例》，於2025年1月1日施行。《網絡數據安全管理條例》規定，數據處理者開展影響或者可能影響國家安全的數據處理活動，應當依照有關法律法規申報網絡安全審查。

於2020年7月22日，公安部發佈《貫徹落實網絡安全等級保護制度和關鍵信息基礎設施安全保護制度的指導意見》，其中規定根據網絡(包含網絡設施、信息系統、數據資源等)在國家安全、經濟建設、社會生活中的重要程度，以及其遭到破壞後的危害程度等因素，科學確定網絡的安全保護等級，實施分等級保護、分等級監管，重點保障關鍵信息基礎設施和第三級(含第三級)以上網絡的安全。

於2021年7月30日，國務院頒佈《關鍵信息基礎設施安全保護條例》，於2021年9月1日生效，將「關鍵信息基礎設施」定義為公共通信和信息服務等重要行業和領域的，以及其他一旦遭到破壞、喪失功能或者數據洩露，可能嚴重危害國家安全、國計民生、公共利益的重要網絡設施、信息系統等。根據《關鍵信息基礎設施安全保護條例》，相關政府部門負責參考其中所載多因素制定關鍵信息基礎設施認定規則，並根據該等規則進一步認定相關行業、領域的關鍵信息基礎設施。相關部門亦須將其是否分類為關鍵信息基礎設施運營者的認定結果通知運營者。

於2022年7月7日，國家網信辦發佈《數據出境安全評估辦法》(「**《安全評估辦法》**」)，於2022年9月1日生效。《安全評估辦法》規定，數據處理者向境外接收者提供在中國境內運營中收集和產生的重要數據或依法應當進行安全評估的個人信息時，應當進行安全評估。於2024年3月22日，國家網信辦發佈《促進和規範數據跨境流動規定》(「**《數據跨境流動規定》**」)，其中規定符合下列條件之一的，數據處理者應當通過所在地省級網信部門向國家網信部門申報數據出境安全評估：(i)關鍵信息基礎設施運營者向境外提供個人信息或者重要數據；及(ii)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者向境外提供重要數據，或者自當年1月1日起累計向境外提供100萬人以上個人信息(不含敏感個人信息)或者1萬人以上敏感個人信息。根據《安全評估辦法》的定義，「重要數據」是指一旦遭到篡改、破壞、洩露或者非法獲取、非法利用等，可能危害國家安全、經濟運行、社會穩定、公共健康和安全等的數據。《數據跨境流動規定》亦規定，關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供10萬人以上、不滿100萬人個人信息(不含敏感個人信息)或者不滿1萬人敏感個人信息的，應當依法與境外接收方訂立個人信息出境標準合同或者通過個人信息保護認證。《數據跨境流動規定》第三至六條主要規定了免予申報數據出境安全評估或認證及訂立標準合同的豁免情形。豁免包括但不限於不包含個人信息或者重要數據的國際貿易、跨境運輸、學術合作、跨國生產製造、市場營銷等活動。此外，《跨境數據流動規定》明確指出，未被相關部門、地區告知或者公開發佈為「重要數據」的，數據處理者不需要作為重要

數據申報數據出境安全評估。倘我們未能遵循該等規定，則會面臨停業整頓、罰款、吊銷相關業務許可證或者吊銷營業執照等處罰。

於2021年12月31日，國家網信辦在其網站上發佈《互聯網信息服務算法推薦管理規定》(「**《算法推薦規定》**」)，於2022年3月1日施行，對使用算法推薦技術的互聯網信息服務提供者提出若干新的合規要求。具體而言，《算法推薦規定》要求算法推薦服務提供者應當向用戶提供不針對其個人特徵的選項，或者向用戶提供便捷的關閉算法推薦服務的選項。

個人信息保護

《中華人民共和國民法典》於2020年5月28日頒佈並於2021年1月1日施行，規定自然人的個人信息受法律保護。任何組織和個人在必要時應依法獲取他人的個人信息，並確保該等個人信息的安全，不得非法收集、使用、處理、傳輸他人個人信息，不得非法買賣、提供、公開他人個人信息。

《中華人民共和國網絡安全法》對網絡運營者規定了若干數據保護義務，包括網絡運營者不得洩露、篡改、毀損其收集的用戶個人信息，並有義務刪除非法收集的信息，更正錯誤信息。此外，未經同意，網絡運營者不得向給他人提供用戶的個人信息。經不可逆處理以致無法識別特定個人身份的信息不受這些規則的約束。另外，《中華人民共和國網絡安全法》對涉及個人信息的違規行為規定了違規通知要求。

工信部於2011年12月29日頒佈並於2012年3月15日生效的《規範互聯網信息服務市場秩序若干規定》規定，未經用戶同意，互聯網信息服務提供者不得收集用戶個人信息(定義為能夠單獨或者與其他信息結合識別用戶的信息)，且未經用戶事先同意，不得將用戶個人信息提供給他人。互聯網信息服務提供者僅可收集提供服務所需的用戶個人信息，且應當明確告知用戶收集和處理用戶個人信息的方法、內容和用途。此外，互聯網信息服務提供者還必須妥善保管用戶個人信息，這些信息洩露或者可能洩露時，應當立即採取補救措施，信息洩露造成嚴重後果的，應當立即向電信管理機構報告。

於2012年12月28日，全國人大常委會發佈《全國人大常委會關於加強網絡信息保護的決定》並立即生效。於2013年7月16日，工信部發佈《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》，於2013年9月1日生效。收集、使用用戶個人信息應當經用戶同意，遵循合法、正當、必要的原則，明示目的、方式和範圍。互聯網信息服務提供者還應當對這些信息嚴格保密，不得洩露、篡改或者毀損，不得出售或者向他人提供。互聯網信息服務提供者應當採取技術等措施，防止收集的個人信息未經授權洩露、毀損、丟失。

於2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國個人信息保護法》，於2021年11月1日施行。根據《中華人民共和國個人信息保護法》，個人信息是以電子或者其他方式記錄的與已識別或者可識別的自然人有關的各種信息，不包括匿名化處理後的信息。個人信息的處理包括個人信息的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開、刪除等。處理個人信息應當具有明確、合理的目的，並應當與處理目的直接相關，採取對個人權益影響最小的方式。收集個人信息，應當限於實現處理目的的最小範圍，不得過度收集個人信息。此外，《中華人民共和國個人信息保護法》特別訂明處理敏感個人信息的規則，即敏感個人信息一旦洩露或者非法使用，容易導致自然人的人格尊嚴受到侵害或者人身、財產安全受到危害，包括生物識別、金融賬戶、行蹤軌跡等信息，以及未滿十四週歲未成年人的個人信息。個人信息處理實體應當對其個人信息處理活動負責，並採取必要措施保障所處理的個人信息的安全。否則，個人信息處理實體被責令改正或暫停或終止提供服務、沒收非法收入、進行罰款或其他處罰。

於2019年8月22日，國家網信辦發佈《兒童個人信息網絡保護規定》，於2019年10月1日施行。網絡運營者應當設置專門的兒童個人信息保護規則和用戶協議，並指定專人負責兒童個人信息保護。網絡運營者收集、使用、轉移、披露兒童個人信息的，應當以顯著、清晰的方式告知兒童監護人，並應當徵得兒童監護人的同意。

於2015年2月4日，國家網信辦頒佈《互聯網用戶賬號名稱管理規定》，自2015年3月1日施行，其中明確提出對互聯網用戶真實身份的認證要求，要求用戶在註冊過程中提供真實姓名。於2021年10月26日，國家網信辦發佈《互聯網用戶賬號名稱信息管理規定(徵求意見稿)》，徵求公眾意見。根據規定，互聯網用戶賬號服務平台應當(其中包括)建立健全並嚴格落實賬號名稱信息管理、信息內容安全、個人信息保護等制度，建立賬號名稱信息動態核驗巡查制度以驗證真實身份信息，健全技術手段以促使賬號信息合規，及支持賬號名稱真實性核驗。於2022年6月27日，國家網信辦頒佈《互聯網用戶賬號信息管理規定》，於2022年8月1日施行。互聯網信息服務提供者的義務包括但不限於：(i)對申請註冊相關賬戶的用戶身份信息進行認證，並核實用戶註冊時提交的賬戶信息；及(ii)配備與服務規模相適應的專業人員和技術能力。

根據全國人大常委會於2015年8月29日頒佈並於2015年11月1日生效的《中華人民共和國刑法修正案(九)》，任何互聯網服務提供商未按適用法律要求履行互聯網信息安全管理相關義務，經責令改正拒不改正的，將受到刑事處罰。根據於2013年4月23日頒佈的《最高人民法院、最高人民檢察院、公安部關於依法懲處侵害公民個人信息犯罪活動的通知》《中華人民共和國刑法》第253條及於2017年5月8日頒佈並於2017年6月1日生效的《最高人民法院、最高人民檢察院關於辦理侵犯公民個人信息刑事案件適用法律若干問題的解釋》，以下行為可能構成侵犯公民個人信息罪：(i)違反國家有關規定，向特定人提供公民個人信息，或者通過網絡或其他途徑發佈公民個人信息；(ii)未經被收集者同意，將合法收集的公民個人信息向他人提供的，但是經過處理無法識別特定個人且不能復原的除外；(iii)違反適用規則及規定，在履行職責或者提供服務過程中收集公民個人信息；或(iv)違反適用規則及規定，通過購買、收受、交換等方式獲取公民個人信息。

有關物業租賃的法規

根據住房和城鄉建設部於2010年12月1日發佈的《商品房屋租賃管理辦法》，租賃合同訂立後30日內，租賃合同當事人應當到房屋所在地直轄市、縣級市建設(房地產)主管部門辦理租賃登記備案。未按上述規定辦理的，主管部門可按每份租賃合同處以人民幣1,000元以上人民幣10,000元以下的罰款。

有關外匯的法規

根據《中華人民共和國外匯管理條例》(於2008年8月5日修訂)，人民幣在股利分派、利息支付、貿易和服務相關外匯交易等經常項目下可自由兑換，而在直接投資、貸款、投資匯回和境外證券投資等資本項目下不可自由兑換，除非事先獲得國家外匯管理局批准並向國家外匯管理局進行登記。

國家外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》(國家外匯管理局19號文)，取代《國家外匯管理局綜合司關於完善外商投資企業外匯資本金支付結匯管理有關業務操作問題的通知》。國家外匯管理局進一步頒佈《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(國家外匯管理局16號文)，該文於2016年6月9日生效，當中包括對國家外匯管理局19號文的若干條文作出修訂。根據國家外匯管理局19號文及國家外匯管理局16號文，外商投資企業外匯資本金結匯所得人民幣資金的劃轉和使用將予以規範，不得將所得人民幣資金用於企業經營範圍之外或向非關聯企業發放貸款，經營範圍明確許可的情形除外。違反國家外匯管理局19號文或國家外匯管理局16號文將被處以行政處罰。

於2019年10月23日，國家外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》(「**國家外匯管理局28號文**」)，取消非投資性外商投資企業資本金境內股權投資限制，允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施(負面清單)且所投項目真實、合規的前提下，依法以資本金在中國境內進行

股權投資。根據國家外匯管理局於2020年4月10日發佈的《國家外匯管理局關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》(「**國家外匯管理局8號文**」)，在確保資金使用真實合規並符合現行資本項目收入使用管理規定的前提下，允許符合條件的企業將資本金、外債和境外上市等資本項目收入用於境內支付時，無需事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。經辦銀行應按有關要求進行事後抽查。國家外匯管理局28號文和國家外匯管理局8號文的解釋及實際執行仍存在相當大的不確定性。

根據國家外匯管理局於2014年12月26日頒佈的《國家外匯管理局關於境外上市外匯管理有關問題的通知》，境內公司應在境外上市發行結束之日起15個工作日內，到其註冊地國家外匯管理局當地分支機構辦理境外上市登記。境內公司境外上市募集資金可調回境內或存放境外，資金用途應與招股說明文件、公司債券募集說明文件、股東通函、董事會或股東大會決議等公開披露的文件所列相關內容一致。

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》，並於2020年最新修訂。《中華人民共和國著作權法實施條例》於2002年頒佈，並於2013年最新修訂。《中華人民共和國著作權法》及其實施條例是規範著作權相關事宜的主要法律法規。根據修訂後的《中華人民共和國著作權法》，通過互聯網傳播的作品和軟件產品等均有權獲得著作權保護。著作權登記採取自願原則，由中國版權保護中心負責管理。

國務院和國家版權局已頒佈多項有關中國軟件保護的規則和條例，包括國務院於2001年12月20日頒佈、於2013年1月30日最新修訂並於2013年3月1日生效的《計算機軟件保護條例》，以及國家版權局於2002年2月20日頒佈並於同日生效的《計算機軟件著作權登記辦法》。根據該等規則和條例，軟件所有者、被許可人及受讓人可向國家

版權局或其地方分支機構登記其軟件權利，並獲得軟件著作權登記證書。雖然中國法律並不強制要求進行著作權登記，但鼓勵軟件所有者、被許可人及受讓人完成登記程序，從而使已登記的軟件權利得到更好的保護。

域名

於2017年8月24日，工信部頒佈《互聯網域名管理辦法》，自2017年11月1日起廢止《中國互聯網絡域名管理辦法》。此後，在中國境內從事互聯網域名服務及其運行維護、監督管理等相關活動，應當遵守《互聯網域名管理辦法》。根據中國互聯網絡信息中心(「**CNNIC**」)頒佈的《國家頂級域名爭議解決辦法》(於2019年6月18日生效)，域名爭議可由CNNIC認可的域名爭議解決機構受理解決。

商標

《中華人民共和國商標法》(於1982年通過並於2019年最新修訂)及其實施細則(於2002年通過並於2014年修訂)對註冊商標提供保護。國家工商行政管理總局商標局主管商標註冊工作，註冊商標的保護期為十年。商標許可協議應當向商標局備案。

專利

全國人大常委會於1984年通過《中華人民共和國專利法》，並於2020年最新修訂。授予專利權的發明或實用新型必須符合三項條件：新穎性、創造性和實用性。科學發現、智力活動的規則和方法、疾病的診斷和治療方法、動物和植物品種或用原子核變換方法獲得的物質概不獲授專利權。國家知識產權局專利局負責接收、審查及批准專利申請。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，均自申請日起計算。除法律規定的若干特定情況外，第三方使用人必須獲得專利權人的同意或適當的許可方可使用該專利，否則將會構成侵犯專利權人的權利。

有關中國稅項的法規

本公司主要稅項

企業所得稅

全國人大於2007年3月16日頒佈《中華人民共和國企業所得稅法》(於2018年12月29日最新修訂)，且國務院已頒佈《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(於2024年12月6日最新修訂)(統稱為「**企業所得稅法**」)。根據企業所得稅法，企業所得稅稅率為25%，但對特殊行業及項目給予稅收優惠的情況除外。符合條件的小型微利企業，減按20%的稅率徵收企業所得稅。需要中國政府重點扶持的高新技術企業，減按15%的稅率徵收企業所得稅。

增值稅

根據於1993年12月13日頒佈及於2017年11月19日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》及其實施條例，在中國境內銷售貨物、提供加工、維修或維護勞工服務、或銷售服務、無形資產或不動產，或向中國進口貨品的單位和個人，應被視為增值稅納稅人，並須繳納增值稅。

根據於2024年12月25日頒佈及將自2026年1月1日起生效的《中華人民共和國增值稅法》，在中國境內銷售貨物、服務、無形資產、不動產，以及進口貨物的單位和個人，為增值稅的納稅人，應當依照本法規定繳納增值稅。銷售貨物、服務、無形資產、不動產，是指有償轉讓貨物、不動產的所有權，有償提供服務，有償轉讓無形資產的所有權或者使用權。納稅人銷售貨物、加工修理修配服務、有形動產租賃服務；或進口貨物，除另有規定外，稅率為百分之十三；納稅人銷售交通運輸、郵政、基礎電信、建築、不動產租賃服務，銷售不動產，轉讓土地使用權，銷售或者進口指定貨物，除另有規定外，稅率為百分之九；納稅人銷售服務、無形資產，除另有規定外，稅率為百分之六；納稅人出口貨物，稅率為零；國務院另有規定的除外；中國境內單位和個人跨境銷售國務院規定範圍內的服務、無形資產，稅率為零。

股息分派

根據中國公司法，公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的百分之十列入公司法定公積金。公司法定公積金累計額為公司註冊資本的百分之五十以上的，可以不再提取。公司的法定公積金不足以彌補以前年度虧損的，在提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。公司從稅後利潤中提取法定公積金後，經股東會決議，還可以從稅後利潤中提取任意公積金。此外，企業所得稅法規定，中國實體為所得稅目的向非居民企業支付的股息應繳納10%的中國預扣稅，並可根據與中國簽訂的適用稅收協定進行扣減。

股息稅項

個人投資者

根據全國人大常委會於1980年9月10日頒佈及於2018年8月31日最新修訂的《中華人民共和國個人所得稅法》以及國務院於2018年12月18日最新修訂及於2019年1月1日生效的《中華人民共和國個人所得稅法實施條例》，中國企業向個人投資者支付的股息通常按20%的比例稅率徵稅。對於非中國居民的外籍個人，如從中國企業收取股息，通常應繳納20%的個人所得稅，除非取得國務院稅務機關特別豁免或根據相關稅務條約獲得減免。此外，根據財政部及國家稅務總局於1994年5月13日發佈的《關於個人所得稅若干政策問題的通知》，外籍個人從外商投資企業取得的股息、紅利所得，暫不徵收個人所得稅。

企業投資者

根據企業所得稅法，非居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖設立機構、場所但取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，應當就其來源於中國境內的所得(包括從中國居民企業收取的股息)繳納企業所得稅，且企業所得稅稅率一般為10%。對非居民企業應繳納的前述所得稅，實行源泉扣繳，以支付人為扣繳義務人，稅款由扣繳義務人在每次支付或者到期應支付時，從支付或者到期應支付的款項中扣繳。

國家稅務總局於2008年11月6日頒佈及生效的《關於中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》進一步闡明，中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發2008年及以後年度股息時，統一按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。國家稅務總局於2009年7月24日頒佈的《關於非居民企業取得B股等股票股息徵收企業所得稅問題的批覆》進一步規定，在中國境內外公開發行、上市股票(A股、B股和海外股)的中國居民企業，在向非居民企業股東派發2008年及以後年度股息時，應統一按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。非居民企業股東需要享受稅收協定待遇的，依照稅收協定執行的有關規定辦理。

股份轉讓所得稅項

個人投資者

根據個人所得稅相關規例，個人須就出售中國居民企業股份所得繳納20%的個人所得稅。

根據財政部及國家稅務總局於1998年3月30日頒佈的《關於個人轉讓股票所得繼續暫免徵收個人所得稅的通知》，從1997年1月1日起，對個人轉讓上市公司股票取得的所得繼續暫免徵收個人所得稅。財政部、國家稅務總局及中國證監會於2009年12月31日聯合頒佈的《關於個人轉讓上市公司限售股所得徵收個人所得稅有關問題的通知》規定，對個人轉讓在相關國內證券交易所上市公司股票所得，繼續免徵個人所得稅，惟《關於個人轉讓上市公司限售股所得徵收個人所得稅有關問題的補充通知》界定的相關限售股除外。截至最後實際可行日期，前述條文未明確規定是否就非居民個人股東轉讓中國居民企業於海外證券交易所上市的股份徵收個人所得稅。

企業投資者

根據企業所得稅法，非居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖設立機構、場所但取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，應當就其來源於中國境內的所得(包括出售中國居民企業股份的所得)繳納企業所得稅，且企業所得稅稅率一般為10%。有關稅項可根據適用稅收協定或安排予以減免。

有關勞動的法規

勞動法及勞動合同

根據於1994年7月5日頒佈以及於2009年8月27日及2018年12月29日修訂的《中華人民共和國勞動法》，用人單位必須建立、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。企業事業單位必須為僱員提供符合有關勞動保護法律法規的安全工作場所及衛生條件。

於2007年6月29日頒佈及於2012年12月28日修訂的《中華人民共和國勞動合同法》以及於2008年9月18日頒佈的《中華人民共和國勞動合同法實施條例》分別訂明有關勞動合同的簽立、條款及終止以及勞動者與用人單位相關權利及義務的具體條文。用人單位招用勞動者時，應當如實告知勞動者工作內容、工作條件、工作地點、職業危害、安全生產狀況、勞動報酬，以及勞動者要求了解的其他情況。

派遣勞工

根據人力資源和社會保障部於2014年1月24日頒佈並於2014年3月1日實施的《勞務派遣暫行規定》，用工單位只能在臨時性、輔助性或者替代性的工作崗位上使用被派遣勞動者。上述的臨時性工作崗位是指存續時間不超過六個月的崗位；輔助性工作崗位是指為主營業務崗位提供服務的非主營業務崗位；替代性工作崗位是指用工單位的勞動者因脫產學習、休假等原因無法工作的一定期間內，可以由其他勞動者替代工作的崗位。根據《勞務派遣暫行規定》，用工單位應當嚴格控制勞務派遣用工數量，使用的被派遣勞動者數量不得超過其用工總量的10%。

根據《勞務派遣暫行規定》《中華人民共和國勞動合同法》及《中華人民共和國勞動合同法實施條例》，用工單位違反有關勞務派遣規定的，由勞動行政部門責令限期改正；逾期不改正的，以逾10%限額的每人人民幣五千元以上人民幣一萬元以下的標準處以罰款。

社會保險及住房公積金

中國境內用人單位須為職工繳納多項社會保險金(包括養老保險、失業保險、醫療保險、工傷保險、生育保險金)以及住房公積金。規管用人單位繳納社會保險金責任的多項法律法規包括全國人大常委會於2010年10月28日頒佈及於2018年12月29日修訂的《中華人民共和國社會保險法》、國務院於1999年1月22日頒佈及於2019年3月24日修訂的《社會保險費徵繳暫行條例》、國務院於2003年4月27日頒佈及於2010年12月20日修訂的《工傷保險條例》以及於1999年4月3日頒佈及實施並於2002年3月24日及2019年3月24日修訂的《住房公積金管理條例》。根據《中華人民共和國社會保險法》，用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收萬分之五的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。根據《住房公積金管理條例》，違反本條例的規定，單位不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣1萬元以上人民幣5萬元以下的罰款。違反本條例的規定，單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

有關反不正當競爭及反壟斷的法規

根據全國人大常委會於1993年9月2日頒佈及於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》，經營者在生產經營活動中，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德。不正當競爭行為是指經營者在生產經營活動中，違反《反不正當競爭法》規定，擾亂市場競爭秩序，損害其他經營者或者消費者的合法權益的行為。

全國人大常委會於2008年8月1日頒佈及於2022年6月24日修訂並於2022年8月1日施行的《中華人民共和國反壟斷法》規定，禁止具有競爭關係的經營者達成壟斷協議，經營者不得組織其他經營者達成壟斷協議或者為其他經營者達成壟斷協議提供實質性幫助。具有市場支配地位的經營者不得濫用市場支配地位。經營者集中達到國務院規定的申報標準的，應當事先向國務院反壟斷執法機構申報，未申報的不得實施集中。經營者違反《反壟斷法》實施集中，且具有或者可能具有排除、限制競爭效果的，責令停止實施集中、限期處分股份或者資產、限期轉讓營業以及採取其他必要措施恢復到集中前的狀態，處上一年度銷售額百分之十以下的罰款；不具有排除、限制競爭效果的，處人民幣五百萬元以下的罰款。經營者合併、通過收購、協議安排等方式取得對其他經營者的控制權或施加決定性影響，達到國務院於2008年8月發佈、於2018年9月及2024年1月修訂的《國務院關於經營者集中申報標準的規定》的申報標準的，應當事先向反壟斷執法機構申報。

有關證券及境外上市的法規

證券法律法規

全國人大常委會於1998年12月29日頒佈及於2019年12月28日修訂並於2020年3月1日施行的《中華人民共和國證券法》對中國證券市場活動進行全面規範，包括證券發行、證券交易、上市公司的收購、證券交易所、證券公司、證券監督管理機構職責等事項。《證券法》進一步規定，境內企業直接或者間接到境外發行證券或者將其證券

在境外上市交易，應當符合國務院的有關規定，境內公司股票以外幣認購和交易的，具體辦法由國務院另行規定。中國證監會作為國務院設立的證券監督管理機構，依法對全國證券市場實行集中統一監督管理。目前，H股的發行與交易主要遵循國務院及中國證監會頒佈的相關法規和規則。

境外上市

於2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(「**《試行辦法》**」)及五項配套指引等一套新規，於2023年3月31日施行。《試行辦法》完善監管制度，對境內企業直接和間接境外發行上市活動實施備案管理；明確備案主體、備案時點、備案程序等要求。境內企業直接境外發行上市的，發行人應當向中國證監會備案；境外首次公開發行或者上市的，應當在境外提交發行上市申請文件後3個工作日內向中國證監會備案；後續發行應當在《試行辦法》規定的時限內向中國證監會備案。境內企業違反《試行辦法》規定未履行備案程序，可能被給予警告，並處以人民幣100萬元以上人民幣1,000萬元以下的罰款。

於2023年2月24日，中國證監會、財政部、國家保密局和國家檔案局聯合發佈《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》(「**《保密和檔案管理規定》**」)，於2023年3月31日施行。根據《保密和檔案管理規定》，境內企業擬向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供、公開披露，或者通過其境外上市主體等提供、公開披露涉及國家秘密、國家機關工作秘密的文件、資料的，應當依法報主管部門事先批准，並報同級保密行政管理部門備案。境內企業向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供會計檔案或會計檔案複製件的，應當按照國家有關規定履行相應程序。為境內企業境外發行上市提供相應服務的證券公司、證券服務機構在境內形成的工作底稿應當存放在境內。需要出境的，按照國家有關規定辦理審批手續。

我們已於[●]就股份在聯交所[**編纂**]及[**編纂**]向中國證監會提交備案申請，中國證監會於[●]公告已完成相關備案程序。

H股全流通

「全流通」是指H股公司的境內未上市股份(包括境外上市前境內股東持有的未上市內資股、境外上市後增發的未上市內資股以及外資股東持有的未上市股份)到聯交所上市流通。於2019年11月14日，中國證監會發佈《H股公司境內未上市股份申請「全流通」業務指引》(「**《全流通指引》**」)，於2023年8月10日修訂。《全流通指引》規定，在符合相關法律法規以及國有資產管理、外商投資和行業監管等政策要求的前提下，境內未上市股份股東可自主協商確定申請流通的股份數量和比例，並可委託H股公司向中國證監會提出「全流通」申請。尚未上市的境內股份有限公司可在申請境外首次公開發行上市時一併提出「全流通」申請。境內未上市股份到聯交所上市流通後，不得再轉回境內。根據《試行辦法》，境內企業直接境外發行上市的，持有其境內未上市股份的股東申請將其持有的境內未上市股份轉換為境外上市股份並到境外交易場所上市流通，應當符合中國證監會有關規定，並委託境內企業向中國證監會備案。根據中國證券登記結算有限責任公司(或中國結算)和深圳證券交易所(或深交所)於2019年12月31日聯合發佈的《H股「全流通」業務實施細則》(「**《實施細則》**」)，H股「全流通」業務涉及的跨境轉登記、存管和持有明細維護、交易委託與指令傳遞、結算、結算參與人管理、名義持有人服務等相關業務適用《實施細則》。《實施細則》未作規定的，參照中國結算及中國證券登記結算(香港)有限公司(或中國結算香港)、深交所其他業務規則辦理。

概覽

我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商[1]及絲路電商服務商[2]。我們同時也是AI與數智驅動的品牌資產管理商，致力於以數智科技與高效運營驅動品牌成長，成就品牌價值。本公司成立於2015年10月，並於2021年12月改制為股份有限公司。

主要業務里程碑

下表載列我們的公司及業務發展的主要里程碑：

年份	事件
2015年	我們於中國成立為有限公司。
2016年	我們協助沃爾瑪及山姆會員店等國際品牌在京東電商平台設立旗艦店。
2018年	我們完成A輪融資，京東作為唯一投資者投資人民幣25,000,000元。
2019年	我們完成A+輪及A++輪融資。 品牌合作數量突破80個。 蘇州工業園區授予我們「經濟貢獻突出企業」稱號及我們獲認定為國家高新技術企業。
2020年	我們完成B輪融資，合共籌資人民幣234,000,000元，參投方包括元禾原點、建銀科創及東方富海(各定義見下文)。
2021年	本公司改制為股份有限公司。

1 數字零售綜合運營服務商指客戶組合不僅包括品牌客戶還包括實體零售商的電商運營服務商。

2 絲路電商服務商指於中國與越南、意大利及澳大利亞等合作夥伴國家簽訂的電商合作機制框架下開展跨境電商業務的電商運營服務商。

年份	事件
2022年	我們獲江蘇省評為潛在獨角獸企業，並獲商務部選為科技創新應用案例。
2023年	我們完成由招商局資本領投的C輪融資，總投資額為人民幣113,000,000元。
	我們獲江蘇省評為現代服務業「高質量發展領軍企業」。
2024年	我們獲認定為國家專精特新「小巨人」企業。
	在與故宮文化合作的基礎上，我們與華納兄弟探索開展合作，並在IP商業化運營領域取得顯著進展。
	我們的新加坡控股公司Simpor Jaya Pte. Ltd.在東南亞開展業務，標誌著我們正式進入東南亞市場。
2025年	我們完成pre-[**編纂**]輪融資，Walgreens Boots Alliance旗下基金作為唯一投資者投資人民幣40,000,000元。同時，我們與國際知名的醫療保健、藥店和零售業務一體化領先企業Walgreens Boots Alliance訂立業務合作協議，在品牌資產管理業務拓展方面邁出了重要步伐。

我們的主要子公司

於往績記錄期間(其中包括)對我們經營業績作出重大貢獻的本公司主要子公司的詳情載列如下。

公司名稱	成立地點	成立日期	主要業務活動
蘇州極茂信息技術有限公司	中國	2018年5月2日	貨物銷售及運營服務
無錫易勝紫岩數據科技有限公司	中國	2017年9月14日	貨物銷售及運營服務

公司名稱	成立地點	成立日期	主要業務活動
蘇州西斯廷信息技術有限公司	中國	2019年6月4日	貨物銷售及運營服務
蘇州易勝華鑫信息技術有限公司	中國	2019年10月28日	貨物銷售及運營服務
北京晶世文化傳媒有限公司	中國	2018年7月23日	運營服務
上海半橙電子商務有限公司	中國	2017年1月4日	貨物銷售及運營服務
蘇州購美信息技術有限公司	中國	2020年3月24日	貨物銷售及運營服務
璟實供應鏈(深圳)有限公司	中國	2023年4月24日	貨物銷售及運營服務
深圳市璟實商貿有限公司	中國	2023年6月30日	貨物銷售及運營服務
深圳市璟實科技有限公司	中國	2023年6月30日	貨物銷售及運營服務
蘇州新易盛信息技術有限公司	中國	2020年4月22日	貨物銷售及運營服務
上海可萬威訊信息技術有限公司	中國	2020年1月21日	貨物銷售及運營服務
香港極易有限公司	香港	2018年8月8日	產品貿易及相關服務
梭納投資有限公司	香港	2015年5月15日	產品貿易及相關服務
蘇州喜立數據網絡科技有限公司	中國	2020年11月2日	貨物銷售及運營服務

公司發展

本公司成立

於2015年10月21日，本公司根據中國法律成立為有限公司，初始註冊資本為人民幣20,000,000元。成立時本公司的股權架構如下：

股東	認繳註冊資本	於本公司的股權
	(人民幣元)	
王先生	13,000,000	65.00%
上海焱華焱實業發展有限公司(「**上海焱華**」)(1)	4,000,000	20.00%
吉先生	2,000,000	10.00%
薛軍(2)	1,000,000	5.00%
總計	**20,000,000**	**100.00%**

附註：

1. 上海焱華為獨立第三方。於本公司成立時，王先生為上海焱華的股東，持有其約5%股權。

2. 薛軍為獨立第三方。

減少註冊資本

根據本公司於2016年7月20日通過的股東決議案，本公司註冊資本減至人民幣5,000,000元。當時股東的股權維持不變。

本公司的主要公司發展

(a) 2017年股權轉讓

2017年7月至2017年9月，當時現有股東間以及向蘇州尚來(僱員激勵平台之一)及青島易華(截至最後實際可行日期王先生為其執行事務合夥人)進行了多次本公司股權轉讓，對價為零。鑒於當時的相關股東尚未繳付所收購的股權，故股權轉讓不需要對價。轉讓後，薛軍及上海焱華均不再為股東。

(b) 2018年及2019年A輪、A+輪及A++輪融資

根據日期為2018年1月3日的增資協議，京東邦能同意認繳本公司註冊資本人民幣1,666,667元，佔增資完成後本公司約25%股權，對價為人民幣25,000,000元。

根據日期為2018年12月20日的增資協議，以下投資者同意認繳本公司註冊資本人民幣632,603元，總對價為人民幣39,000,000元。投資者繳付的相關認繳金額及對價如下：

投資者名稱	對價	認繳註冊資本	於本公司的相應概約股權(增資完成後)
	(人民幣元)	*(人民幣元)*	
謙亮投資諮詢(上海)有限公司(「**謙亮投資**」)	10,000,000	162,206	2.22%
蘇州新麟三期創業投資企業(有限合夥)(「**新麟三期**」)	20,000,000	324,412	4.44%
廈門為來卓識股權投資基金合夥企業(有限合夥)(「**廈門為來卓識**」)	9,000,000	145,985	2.00%

根據日期為2019年4月26日的增資協議，以下投資者同意認繳本公司註冊資本人民幣233,517元，總對價為人民幣15,500,000元。投資者繳付的相關認繳金額及對價如下：

投資者名稱	對價	認繳註冊資本	於本公司的相應概約股權（增資完成後）
	（人民幣元）	*（人民幣元）*	
蘇州工業園區中億明源二期創業投資中心（有限合夥）（「**中億明源**」）	8,000,000	120,525	1.60%
寧波梅山保稅港區嗣昌投資中心（有限合夥）（「**梅山嗣昌**」）	7,500,000	112,992	1.50%

(c) 2020年及2021年股權轉讓及B輪融資

2020年4月至2020年7月，本公司股權進行了以下轉讓：

轉讓人	受讓人	轉讓註冊資本	轉讓股權的概約百分比	對價
		（人民幣元）		*（人民幣元）*
青島易華	蘇州翼樸一號股權投資合夥企業（有限合夥）（「**翼樸一號**」）	67,423	0.90%	7,250,000
青島易華	蘇州翼樸二號股權投資合夥企業（有限合夥）（「**翼樸二號**」）	67,423	0.90%	7,250,000

轉讓人	受讓人	轉讓註冊資本	轉讓股權的概約百分比	對價
		(人民幣元)		*(人民幣元)*
青島易華...	江蘇聿泉元禾原點智能叁號創業投資合夥企業(有限合夥)(「**元禾原點**」)	15,810	0.21%	1,700,000
王先生	元禾原點	32,549	0.43%	3,500,000
吉先生	元禾原點	32,549	0.43%	3,500,000

根據日期為2020年4月16日的增資協議，以下投資者同意認繳本公司註冊資本人民幣1,678,735元，總對價為人民幣234,000,000元。投資者繳付的相關認繳金額及對價如下：

投資者名稱	對價	認繳註冊資本	於本公司的相應概約股權(增資完成後)
	(人民幣元)	*(人民幣元)*	
翼樸一號.....	17,750,000	127,340	1.38%
翼樸二號.....	17,750,000	127,340	1.38%
元禾原點.....	21,300,000	152,808	1.66%
寧波道合融海投資管理合夥企業(有限合夥)(「**道合融海**」).....	25,000,000	179,352	1.95%
蘇州文匯高齊股權投資中心(有限合夥)(「**文匯高齊**」).....	15,000,000	107,611	1.17%
建銀科創(蘇州)投貸聯動股權投資基金(有限合夥)(「**建銀科創**」)...	30,000,000	215,222	2.34%
揚州富海三七互聯網文化投資中心(有限合夥)(「**揚州富海**」).....	25,000,000	179,352	1.95%

投資者名稱	對價	認繳註冊資本	於本公司的相應概約股權（增資完成後）
	（人民幣元）	*（人民幣元）*	
福建大器極易股權投資合夥企業（有限合夥）（「**福建大器**」）	20,000,000	143,482	1.56%
珠海崇星股權投資合夥企業（有限合夥）（「**珠海崇星**」）	7,200,000	51,653	0.56%
深圳市國宏三號管理諮詢服務合夥企業（有限合夥）（「**國宏三號**」）	20,000,000	143,482	1.56%
蘇州康力君卓股權投資中心（有限合夥）（「**君卓股權**」）	20,000,000	143,482	1.56%
西安交大思源普惠投資合夥企業（有限合夥）（「**交大思源**」）	15,000,000	107,611	1.17%
總計	**234,000,000**	**1,678,735**	**18.22%**

2020年12月至2021年7月，本公司股權進行了以下轉讓：

轉讓人	受讓人	轉讓註冊資本	轉讓股權的概約百分比	對價
		(人民幣元)		*(人民幣元)*
王先生	易賣有為[1]	276,346	3.00%	750,000
王先生	極易大展[1]	506,634	5.50%	23,650,000
王先生	蘇州高策極易創業投資合夥企業(有限合夥)(「**蘇州高策**」)	70,858	0.77%	10,000,000
王先生	上海淼霖諮詢管理合夥企業(有限合夥)(「**上海淼霖**」)	70,858	0.77%	10,000,000
吉先生	上海淼霖	70,858	0.77%	10,000,000
吉先生	上海謙京企業管理中心(有限合夥)(「**上海謙京**」)	17,714	0.19%	2,500,000
吉先生	梅山嗣昌	17,714	0.19%	2,500,000
謙亮投資[2]	上海謙京	162,206	1.76%	10,000,000
吉先生	南京極晟[3]	92,115	1.00%	2,260,000

附註：

1. 易賣有為及極易大展為僱員激勵平台。詳情請參閱本節下文「－僱員持股平台」。

2. 於轉讓時，謙亮投資為上海謙京的執行事務合夥人。轉讓後，謙亮投資不再為股東。

3. 南京極晟為王先生及吉先生的持股平台。

(d) 改制為股份有限公司

於2021年12月3日，本公司於股東大會上通過股東決議案，批准(i)本公司名稱由「蘇州易賣東西信息技術有限公司」變更為「蘇州極易科技股份有限公司」，(ii)本公司由有限公司改制為股份有限公司，及(iii)註冊資本由人民幣9,211,522元增加至人民幣30,000,000元。於2021年7月31日本公司經審計資產淨值人民幣105,002,716.77元已轉換為30,000,000股每股人民幣1.00元的未上市股份，其餘人民幣75,002,716.77元計入本公司的資本儲備。

改制完成後，本公司註冊資本變為人民幣30,000,000元，分為30,000,000股每股面值人民幣1.00元的未上市股份，由當時的股東按改制前其各自於本公司的股權比例認繳。改制於2021年12月28日完成。

(e) 2022年B+輪融資

根據日期為2022年1月7日的股份認購協議，武夷山市大器一號股權投資合夥企業(有限合夥)(「**武夷山大器**」)同意認繳700,935股未上市股份，佔認購完成後本公司約2.28%股權，對價為人民幣30,000,000元。

(f) 2023年股權轉讓及C輪融資

2023年10月至12月，未上市股份進行了以下轉讓：

轉讓人	受讓人	認繳的未上市股份數目	轉讓股權的概約百分比	對價
				(人民幣元)
翼樸一號.....	淮北市產業扶持基金有限公司(「**淮北產業基金**」)	294,153	0.96%	14,352,247
翼樸一號.....	蘇州康力君卓數字經濟產業投資基金合夥企業(有限合夥)(「**君卓數字**」)	139,336	0.45%	6,798,433
上海謙京.....	淮北產業基金	135,868	0.44%	4,647,753
上海謙京.....	君卓數字	64,359	0.21%	2,201,567

根據日期為2023年11月28日的股份認購協議(經日期為2023年12月21日的補充協議修訂)，以下投資者同意認繳合計2,312,804股未上市股份，佔認購完成後本公司約7.01%股權，總對價為人民幣113,000,000元。投資者繳付的相關認繳金額及對價如下：

投資者名稱	對價	認繳的未上市股份數目	於本公司的相應概約股權(增資完成後)
	(人民幣元)		
無錫產發服務貿易投資基金合夥企業(有限合夥)(「**無錫產發**」)	50,000,000	1,023,365	3.10%
無錫經開區新智創業投資合夥企業(有限合夥)(「**無錫新智**」)	30,000,000	614,019	1.86%
蘇州清策創業投資合夥企業(有限合夥)(「**蘇州清策**」)	8,000,000	163,738	0.50%
蘇州新麟四期創業投資合夥企業(有限合夥)(「**新麟四期**」)	15,000,000	307,009	0.93%
青島雪和友清源創業投資基金合夥企業(有限合夥)(「**雪和友**」)	10,000,000	204,673	0.62%
總計	**113,000,000**	**2,312,804**	**7.01%**

(g) 2024年及2025年股權轉讓及pre-[編纂]輪融資

2024年11月至2025年5月，(i)京東邦能、道合融海、中億明源、上海謙京、廈門為來卓識及珠海崇星分別將其持有的全部或部分未上市股份轉讓予南京泛瑞工貿有限責任公司或南京極晟，該等未上市股份隨後轉讓予蘇州致道數字經濟創業投資合夥企業(有限合夥)(「**致道數字**」)、太倉婁城生物醫藥創業投資合夥企業(有限合夥)(「**太倉**

婁城」)、蘇贛(南京)文化產業股權投資基金合夥企業(有限合夥)(「**蘇贛文化**」)、南京市文學之都文化產業發展基金(有限合夥)(「**南京文學**」)、武漢江豚股權投資合夥企業(有限合夥)(「**武漢江豚**」)、沃博聯廣藥(廣州)股權投資合夥企業(有限合夥)(「**沃博聯廣藥基金**」)、南京極晟及北京世紀光華管理諮詢有限公司(「**北京世紀**」);(ii)京東邦能、中億明源及翼樸一號分別將其持有的全部或部分未上市股份轉讓予蘇州文化產業投資基金(有限合夥)(「**蘇州文化基金**」);及(iii)中億明源及君卓數字分別將其持有的全部或部分未上市股份轉讓予杭州乾杯創業投資合夥企業(有限合夥)(「**杭州乾杯**」)。

轉讓後，中億明源、上海謙京、廈門為來卓識、珠海崇星、翼樸一號及君卓數字均不再為股東。詳情請參閱本節下文「[**編纂**]前投資」小節。

根據日期為2025年5月8日的股份認購協議，沃博聯廣藥基金同意認繳733,639股未上市股份，佔認購完成後本公司約2.17%股權，對價為人民幣40,000,000元。

主要收購、出售及合併

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無進行任何重大收購、出售及合併。

僱員持股平台

為表彰員工的貢獻並激勵他們進一步推動我們的發展，蘇州尚來、易賣有為及極易大展(均直接持有本公司股份)均作為我們的僱員持股平台於中國成立。

(1) 蘇州尚來

蘇州尚來於2017年9月21日根據中國法律成立為有限合夥企業。截至最後實際可行日期，蘇州尚來直接持有本公司約3.86%股權。截至最後實際可行日期，蘇州尚來有23名合夥人，包括王先生及22名其他合資格參與者。

王先生為蘇州尚來的普通合夥人及執行事務合夥人，負責蘇州尚來的管理。蘇州尚來持有的未上市股份所附投票權，由蘇州尚來的執行事務合夥人根據蘇州尚來的普通及有限合夥人訂立的合夥協議行使。

(2) 易賣有為

易賣有為於2020年12月17日根據中國法律成立為有限合夥企業。截至最後實際可行日期，易賣有為直接持有本公司約2.67%股權。截至最後實際可行日期，易賣有為有37名合夥人，包括王先生、楊小盈先生(首席財務官)及35名其他合資格參與者。

王先生為易賣有為的普通合夥人及執行事務合夥人，負責易賣有為的管理。易賣有為持有的未上市股份所附投票權，由易賣有為的執行事務合夥人根據易賣有為的普通及有限合夥人訂立的合夥協議行使。

(3) 極易大展

極易大展於2020年12月18日根據中國法律成立為有限合夥企業。截至最後實際可行日期，極易大展直接持有本公司約4.89%股權。截至最後實際可行日期，極易大展有50名合夥人，包括王先生、王成龍先生(董事會秘書)、朱明先生(聯席公司秘書)及45名其他合資格參與者、蘇州極易小滿企業管理合夥(有限合夥)(「**極易小滿**」)及蘇州極易領航企業管理合夥(有限合夥)(「**極易領航**」)。極易小滿及極易領航均為持股平台，截至最後實際可行日期分別直接持有極易大展約3.74%及2.66%權益。截至最後實際可行日期，(i)極易小滿有32名合夥人，包括王先生、朱明先生(聯席公司秘書)及30名其他合資格參與者；及(ii)極易領航有32名合夥人，包括王先生、王成龍先生(董事會秘書)及30名其他合資格參與者。

王先生為極易大展的普通合夥人及執行事務合夥人，負責極易大展的管理。極易大展持有的未上市股份所附投票權，由極易大展的執行事務合夥人根據極易大展的普通及有限合夥人訂立的合夥協議行使。

[編纂]前投資

概覽

[**編纂**]前投資的詳情載列如下：

[編纂]前投資者名稱	認繳或轉讓註冊資本／未上市股份	協議日期	對價結算日期	認繳的註冊資本金額／未上市股份數目	對價	已付每股股份概約成本(1)	較[編纂]折讓概約比例(2)
					(人民幣元)	*(人民幣元)*	
京東邦能	認繳	2018年1月3日	2018年4月2日	人民幣1,666,667元	25,000,000	4.61	[編纂]
新麟三期	認繳	2018年12月20日	2018年12月25日	人民幣324,412元	20,000,000	18.93	[編纂]
梅山嗣昌	認繳	2019年4月26日	2019年5月20日	人民幣112,992元	7,500,000	20.38	[編纂]
	轉讓	2021年1月21日	2021年2月1日	人民幣17,714元	2,500,000	43.33	[編纂]
翼樸二號	轉讓	2020年4月13日	2020年4月29日	人民幣67,423元	7,250,000	33.02	[編纂]
	認繳	2020年4月16日	2020年5月9日	人民幣127,340元	17,750,000	42.80	[編纂]
元禾原點	轉讓	2020年6月16日	2020年7月24日	人民幣15,810元	1,700,000	33.02	[編纂]
	轉讓	2020年6月16日	2020年7月24日	人民幣32,549元	3,500,000	33.02	[編纂]
	轉讓	2020年6月16日	2020年7月24日	人民幣32,549元	3,500,000	33.02	[編纂]
	認繳	2020年4月16日	2020年7月24日	人民幣152,808元	21,300,000	42.80	[編纂]
道合融海	認繳	2020年4月16日	2020年4月30日	人民幣179,352元	25,000,000	42.80	[編纂]
文匯高齊	認繳	2020年4月16日	2020年6月1日	人民幣107,611元	15,000,000	42.80	[編纂]
建銀科創	認繳	2020年4月16日	2020年6月24日	人民幣215,222元	30,000,000	42.80	[編纂]
揚州富海	認繳	2020年4月16日	2020年7月1日	人民幣179,352元	25,000,000	42.80	[編纂]
福建大器	認繳	2020年4月16日	2020年4月27日	人民幣143,482元	20,000,000	42.80	[編纂]
國宏三號	認繳	2020年4月16日	2020年6月23日	人民幣143,482元	20,000,000	42.80	[編纂]

[編纂]前投資者名稱	認繳或轉讓註冊資本／未上市股份	協議日期	對價結算日期	認繳的註冊資本金額／未上市股份數目	對價	已付每股股份概約成本(1)	較[編纂]折讓概約比例(2)
					(人民幣元)	*(人民幣元)*	
君卓股權.....	認繳	2020年4月16日	2020年5月7日	人民幣143,482元	20,000,000	42.80	[編纂]
交大思源.....	認繳	2020年4月16日	2020年5月6日	人民幣107,611元	15,000,000	42.80	[編纂]
蘇州高策.....	轉讓	2021年1月21日	2021年2月1日	人民幣70,858元	10,000,000	43.33	[編纂]
上海淼霖.....	轉讓	2021年1月21日	2021年2月2日	人民幣70,858元	10,000,000	43.33	[編纂]
	轉讓	2021年1月21日	2021年2月1日	人民幣70,858元	10,000,000	43.33	[編纂]
武夷山大器.....	認繳	2022年1月7日	2022年1月17日	700,935股未上市股份	30,000,000	42.80	[編纂]
淮北產業基金.....	轉讓	2023年12月4日	2023年12月8日	294,153股未上市股份	14,352,247	48.79	[編纂]
	轉讓	2023年10月30日	2023年12月8日	135,868股未上市股份	4,647,753	34.21	[編纂]
無錫產發.....	認繳	2023年11月28日（經日期為2023年12月21日的補充協議修訂）	2023年12月26日	1,023,365股未上市股份	50,000,000	48.86	[編纂]
無錫新智.....	認繳	2023年11月28日（經日期為2023年12月21日的補充協議修訂）	2023年12月28日	614,019股未上市股份	30,000,000	48.86	[編纂]

[編纂]前投資者名稱	認繳或轉讓註冊資本／未上市股份	協議日期	對價結算日期	認繳的註冊資本金額／未上市股份數目	對價	已付每股股份概約成本[1]	較[編纂]折讓概約比例[2]
					（人民幣元）	*（人民幣元）*	
蘇州清策	認繳	2023年11月28日（經日期為2023年12月21日的補充協議修訂）	2023年12月15日	163,738股未上市股份	8,000,000	48.86	[編纂]
新麟四期	認繳	2023年11月28日（經日期為2023年12月21日的補充協議修訂）	2023年12月7日	307,009股未上市股份	15,000,000	48.86	[編纂]
雪和友	認繳	2023年11月28日（經日期為2023年12月21日的補充協議修訂）	2023年12月7日	204,673股未上市股份	10,000,000	48.86	[編纂]
蘇州文化基金	轉讓	2024年11月14日	2024年11月19日	220,092股未上市股份	10,000,000	45.44	[編纂]
	轉讓	2024年11月14日	2024年11月19日	52,822股未上市股份	1,600,000	30.29	[編纂]
	轉讓	2024年11月14日	2024年11月19日	200,813股未上市股份	8,400,000	41.83	[編纂]
致道數字	轉讓	2025年3月12日	2025年3月20日	330,137股未上市股份	15,000,000	45.44	[編纂]
太倉婁城	轉讓	2025年3月28日	2025年4月3日	910,724股未上市股份	40,000,000	43.92	[編纂]

[編纂]前投資者名稱	認繳或轉讓註冊資本／未上市股份	協議日期	對價結算日期	認繳的註冊資本金額／未上市股份數目	對價	已付每股股份概約成本[1]	較[編纂]折讓概約比例[2]
					(人民幣元)	*(人民幣元)*	
蘇贛文化	轉讓	2025年4月11日	2025年4月16日	198,082股未上市股份	9,000,000	45.44	[編纂]
南京文學	轉讓	2025年4月11日	2025年4月16日	132,055股未上市股份	6,000,000	45.44	[編纂]
武漢江豚	轉讓	2025年4月10日	2025年4月25日	660,275股未上市股份	30,000,000	45.44	[編纂]
沃博聯廣藥基金	轉讓	2025年5月8日	2025年5月16日	380,928股未上市股份	15,000,000	39.38	[編纂]
	認繳	2025年5月8日	2025年5月16日	733,639股未上市股份	40,000,000	54.52	[編纂]
北京世紀	轉讓	2025年4月10日	2025年4月16日	800,333股未上市股份	40,000,000	49.98	[編纂]
杭州乾杯	轉讓	2025年2月24日	2025年3月27日	126,442股未上市股份	5,000,000	39.54	[編纂]
	轉讓	2025年2月24日	2025年3月27日	203,695股未上市股份	10,000,000	49.09	[編纂]

附註：

1. 就我們[**編纂**]前投資者於本公司於2021年12月改制為股份有限公司(「**改制**」)前作出的投資而言，每股股份成本已作出調整，以計及本公司因改制而擴大的註冊資本。有關數額乃按基於彼等各自認繳或購買的對價除以有關[**編纂**]前投資者所持註冊資本因改制而轉換的股份總數計算得出。

2. 假設[**編纂**]為每股[**編纂**][**編纂**](即指示性[**編纂**]範圍的中位數)。

3. 上表僅提供有關股權轉讓及[**編纂**]前投資者(即截至最後實際可行日期仍為股東的投資者)作出的注資詳情。

本公司通過董事、股東或業務夥伴引薦或通過網絡活動，結識各[**編纂**]前投資者。

[編纂]前投資的主要條款

下文載列[**編纂**]前投資的主要條款：

對價的釐定基準	[**編纂**]前投資的對價乃經本公司(或相關售股股東，如適用)與[**編纂**]前投資者公平磋商並考慮投資的時間以及本公司的運營及前景後釐定。
[編纂]前投資的所得款項用途	截至最後實際可行日期，本公司從[**編纂**]前投資中獲得的所得款項已全部用於我們的主要業務，包括但不限於業務增長及擴張以及一般營運用途。
[編纂]前投資者給本公司帶來的戰略裨益	我們認為，本公司可從[**編纂**]前投資者的投資注入的額外資本中受益。其投資也表明了他們對本集團業務和運營的信心，亦是對本集團表現、優勢及前景的認可。我們亦認為，大部分[**編纂**]前投資由相關行業的專業戰略投資者作出，可為我們提供彼等的知識及經驗，我們認為該等知識及經驗對本集團的未來發展有利
禁售	根據適用中國法律，所有現有股東(包括[**編纂**]前投資者)於[**編纂**]後12個月內不得轉讓其持有的任何股份。

[編纂]前投資者的特別權利

根據本公司、王先生、吉先生與[**編纂**]前投資者等訂立日期為2025年5月8日的股東協議，[**編纂**]前投資者有權獲得若干慣常特別權利，其中包括領售權、優先購買權、優先認購權、共同出售權、反稀釋權、贖回權、董事提名權及知情權。

根據本公司、王先生、吉先生與[**編纂**]前投資者等訂立日期為2025年5月8日的股東協議補充協議(「**補充協議**」)，若干特別權利(包括贖回權)於簽署補充協議時或緊接提交[**編纂**]當日前中止，並將於緊接[**編纂**]前終止。根據補充協議終止的特別權利將在發生下列情況時(以最早者為準)自動恢復：(i)本公司未能於2025年12月31日之前提交[**編纂**]；(ii)本公司的[**編纂**]被拒絕；(iii)在提交[**編纂**]後18個月內(或持有本公司三分之二或以上投票權的股東同意的較後日期)未進行[**編纂**]；及／或(iv)本公司撤回其[**編纂**]。所有其他特別權利將於緊接[**編纂**]前終止。

有關[編纂]前投資者的資料

京東邦能

京東邦能為於2015年8月在中國成立的有限公司，主要從事投資管理。其為京東集團股份有限公司(其股份於香港聯交所主板上市(股份代號：9618(港元櫃檯)及89618(人民幣櫃檯)及其美國存託股份於納斯達克上市(代碼為「JD」))的綜合可變利益實體。據本公司所深知，京東邦能為獨立第三方。

新麟三期

新麟三期為於2017年3月在中國成立的有限合夥企業。新麟三期的普通合夥人為蘇州高新創業投資集團清源新麟創業投資管理有限公司(「**清源新麟管理公司**」)，而清源新麟管理公司控股股東為深圳清源時代投資管理控股有限公司。深圳清源時代投資管理控股有限公司控股股東為深圳清源投資管理股份有限公司。深圳清源投資管理股份有限公司實際控制人為汪宏和劉建雲。新麟三期有16名有限合夥人，概無有限合夥人持有其30%或以上權益。據本公司所深知，新麟三期、清源新麟管理公司、深圳清源時代投資管理控股有限公司、深圳清源投資管理股份有限公司、汪宏、劉建雲及新麟三期的有限合夥人均為獨立第三方。

梅山嗣昌

梅山嗣昌為於2016年5月在中國成立的有限合夥企業。梅山嗣昌的普通合夥人為寧波梅山保稅港區伯施投資中心(有限合夥)，後者的普通合夥人為寧波梅山保稅港區珠池鋆鼎投資管理合夥企業(有限合夥)。寧波梅山保稅港區伯施投資中心(有限合夥)隸屬於寶捷會創新基金。該基金源自於寶潔校友會。寶潔校友會已集結了4,000名校友人才，其中600多名是企業總裁級高管，包括耐克、安踏、飛利浦、強生、雀巢、莊臣等中國區總裁；還有一大批訓練有素和經實戰打磨的營銷及管理人才。梅山嗣昌有27名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，梅山嗣昌、寧波梅山保稅港區伯施投資中心(有限合夥)、寧波梅山保稅港區珠池鋆鼎投資管理合夥企業(有限合夥)及梅山嗣昌的有限合夥人均為獨立第三方。

翼樸二號

翼樸二號為於2020年1月在中國成立的有限合夥企業。翼樸二號的普通合夥人為蘇州翼樸二號創喆管理諮詢合夥企業(有限合夥)，後者的普通合夥人為蘇州翼樸股權投資基金管理有限公司。翼樸二號有17名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，翼樸二號、蘇州翼樸二號創喆管理諮詢合夥企業(有限合夥)、蘇州翼樸股權投資基金管理有限公司及翼樸二號的有限合夥人均為獨立第三方。

元禾原點

元禾原點為於2020年6月在中國成立的有限合夥企業。元禾原點的普通合夥人為蘇州工業園區原點治則創業投資管理中心(有限合夥)，後者的執行事務合夥人為費建江。元禾原點有12名有限合夥人，其中蘇州工業園區元禾原點叁號創業投資企業(有限合夥)為其最大有限合夥人，持有其約45.8%權益。元禾原點其餘有限合夥人中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，元禾原點、蘇州工業園區原點治則創業投資管理中心(有限合夥)、費建江及元禾原點的有限合夥人均為獨立第三方。

道合融海

道合融海為於2018年7月在中國成立的有限合夥企業。道合融海的普通合夥人為北京小溪文創管理諮詢合夥企業(有限合夥)，後者的普通合夥人為姬興慧。道合融海有兩名有限合夥人，其中北京文華創新股權投資合夥企業(有限合夥)(「**文華創新**」)為其最大有限合夥人，持有約83.6%權益。據本公司所深知，道合融海、北京小溪文創管理諮詢合夥企業(有限合夥)、姬興慧及道合融海的有限合夥人均為獨立第三方。

文匯高齊

文匯高齊為於2019年7月在中國成立的有限合夥企業。文匯高齊的普通合夥人為北京文華海匯投資管理有限公司，後者由姬興慧最終控制。文匯高齊有七名有限合夥人，其中文華創新為其最大有限合夥人，持有34%權益。文匯高齊其餘有限合夥人中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，文匯高齊、北京文華海匯投資管理有限公司、姬興慧及文匯高齊的有限合夥人均為獨立第三方。

建銀科創

建銀科創為於2017年12月在中國成立的有限合夥企業，且為建銀國際基金系列的子基金。建銀科創的普通合夥人為天津建銀國際金禾股權投資管理有限公司，後者由建銀國際資本管理(天津)有限公司全資擁有。建銀科創有九名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，建銀科創、天津建銀國際金禾股權投資管理有限公司、建銀國際資本管理(天津)有限公司及建銀科創的有限合夥人均為獨立第三方。

揚州富海

揚州富海為於2017年6月在中國成立的有限合夥企業。揚州富海的普通合夥人為上海富海萬盛投資管理有限公司(「**富海萬盛**」)和上海富海三七投資管理有限公司，其中執行事務合夥人是富海萬盛。富海萬盛由深圳市東方富海投資管理股份有限公司(「**東方富海**」)全資擁有。東方富海由陳瑋直接和間接持有約44.4%權益。上海富海三七投資管理有限公司是由富海萬盛(持有70%股權)和三七互娛(上海)科技有限公司(持有30%股權)共同成立。揚州富海有16名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其

30%或以上權益。據本公司所深知，揚州富海、富海萬盛、上海富海三七投資管理有限公司、東方富海、陳瑋、三七互娛(上海)科技有限公司及揚州富海的有限合夥人均為獨立第三方。

福建大器

福建大器為於2020年1月在中國成立的有限合夥企業。福建大器的普通合夥人為華宸創芯創業投資基金管理(海南)有限公司，後者由華海波最終控制。福建大器有八名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，福建大器、華宸創芯創業投資基金管理(海南)有限公司、華海波及福建大器的有限合夥人均為獨立第三方。

國宏三號

國宏三號為於2016年3月在中國成立的有限合夥企業。國宏三號的普通合夥人為馬志強，後者持有其60%權益，而其餘權益由劉思敏持有。據本公司所深知，國宏三號、馬志強及劉思敏均為獨立第三方。

君卓股權

君卓股權為於2018年4月在中國成立的有限合夥企業。君卓股權的普通合夥人為蘇州君卓創業投資管理有限公司(「**君卓創投**」)，而君卓創投由蘇州君子蘭資本管理有限公司、康力電梯股份有限公司(「**康力電梯**」，一家於深圳證券交易所上市的公司，證券代碼：002367)及蘇州工業園區君子鑫企業管理有限公司分別持有55%、35%及10%權益。君卓股權有兩名有限合夥人，其中康力電梯為其最大有限合夥人，持有約87.7%權益。據本公司所深知，君卓股權、君卓創投、蘇州君子蘭資本管理有限公司、康力電梯、蘇州工業園區君子鑫企業管理有限公司及君卓股權其他有限合夥人均為獨立第三方。

交大思源

交大思源為於2018年4月在中國成立的有限合夥企業。交大思源的普通合夥人為寧波思源普惠資產管理有限公司，後者由張旗及何元凌分別持有99%及1%權益。交大思源有兩名有限合夥人，其中西安交通大學教育基金會為其最大有限合夥人，持有約98%權益。據本公司所深知，交大思源、寧波思源普惠資產管理有限公司、張旗、何元凌及交大思源的有限合夥人均為獨立第三方。

蘇州高策

蘇州高策為於2020年10月19日在中國成立的有限合夥企業。蘇州高策的普通合夥人為深圳清源。有關深圳清源的詳情，請參閱上文新麟三期的介紹。蘇州高策有兩名有限合夥人，即本公司另一名[**編纂**]前投資者蘇州清策及蘇州高創天使二號投資合夥企業(有限合夥)，各自持有約49.5%權益。據董事所深知，深圳清源及蘇州高創天使二號投資合夥企業(有限合夥)均為獨立第三方。

上海淼霖

上海淼霖為於2020年10月在中國成立的有限合夥企業。上海淼霖的普通合夥人為陸瑞豪。上海淼霖有兩名有限合夥人，即姜明及賴建法，各自持有45%權益，而其餘權益由陸瑞豪持有。據董事所深知，陸瑞豪、姜明及賴建法均為獨立第三方。

武夷山大器

武夷山大器為於2020年2月在中國成立的有限合夥企業。武夷山大器的普通合夥人為華宸創芯創業投資基金管理(海南)有限公司，而後者由華海波及海南華眾成鑫科技中心(有限合夥)分別持有80%及20%權益。海南華眾成鑫科技中心(有限合夥)則由華海波及華海燕分別持有95%及5%權益。武夷山大器有三名有限合夥人，其中天津大器概念投資合夥企業(有限合夥)為其最大有限合夥人，持有約81.4%權益。據本公司所深知，武夷山大器、華宸創芯創業投資基金管理(海南)有限公司、華海波、海南華眾成鑫科技中心(有限合夥)、華海燕及武夷山大器的有限合夥人均為獨立第三方。

淮北產業基金

淮北產業基金為一家於2015年7月在中國成立的有限責任公司。該公司由一家國有公司淮北市科技產業投資發展有限公司全資擁有，而後者由淮北市產業投資集團有限公司(一家由淮北市人民政府國有資產監督管理委員會全資擁有及控制的有限公司)全資擁有。據本公司所深知，淮北產業基金、淮北市科技產業投資發展有限公司及淮北市產業投資集團有限公司均為獨立第三方。

無錫產發

無錫產發為一家於2019年11月在中國成立的有限合夥企業，為招商局資本旗下主要投資於科技類項目的基金。無錫產發的普通合夥人為深圳市招商金葵資本管理有限責任公司，後者是招商局資本管理有限責任公司100%控股的一家投資公司。無錫產發有六名有限合夥人，其中最大的有限合夥人無錫產業發展集團有限公司持有約49.3%合夥權益。另外，無錫產發的重要有限合夥人服務貿易創新發展引導基金(有限合夥)是由財政部、招商局集團等共同發起，中央財政引導社會資金出資設立的國家級政府投資基金。概無其他有限合夥人於無錫產發的合夥權益中持有30%或以上合夥權益。據本公司所深知，無錫產發、深圳市招商金葵資本管理有限責任公司、招商局資本管理有限責任公司及無錫產發的有限合夥人均為獨立第三方。

無錫新智

無錫新智為一家於2022年1月在中國成立的有限合夥企業。無錫新智的普通合夥人為無錫尚賢私募基金管理有限公司，後者由一家於中國成立的國有有限責任公司無錫新尚投資有限公司全資擁有。無錫新智有四名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，無錫新智、無錫尚賢私募基金管理有限公司、無錫新尚投資有限公司及無錫新智的有限合夥人均為獨立第三方。

蘇州清策

蘇州清策為一家於2019年12月在中國成立的有限合夥企業。蘇州清策的普通合夥人為深圳清源。有關深圳清源的詳情，請參閱上文有關新麟三期的介紹。蘇州清策有七名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，蘇州清策、深圳清源及蘇州清策的有限合夥人均為獨立第三方。

新麟四期

新麟四期為一家於2021年11月在中國成立的有限合夥企業。新麟四期的普通合夥人為清源新麟管理公司。有關清源新麟管理公司的詳情，請參閱上文有關新麟三期的介紹。新麟四期有24名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，新麟四期、清源新麟管理公司及新麟四期的有限合夥人均為獨立第三方。

雪和友

雪和友為一家於2022年5月在中國成立的有限合夥企業。雪和友的普通合夥人為青島雪和友清源企業管理合夥企業(有限合夥)，後者的普通合夥人為清源新麟管理公司。有關清源新麟管理公司的詳情，請參閱上文有關新麟三期的介紹。雪和友有5名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，雪和友、青島雪和友清源企業管理合夥企業(有限合夥)、清源新麟管理公司及雪和友的有限合夥人均為獨立第三方。

蘇州文化基金

蘇州文化基金為一家於2021年2月在中國成立的有限合夥企業。蘇州文化基金的普通合夥人為蘇州蘇新文化產業發展合夥企業(有限合夥)，後者的普通合夥人為由蘇州市財政局全資擁有的有限公司蘇州文化投資發展集團有限公司。蘇州文化基金有4名有限合夥人，其最大有限合夥人蘇州文旅集團文化發展有限公司持有40%權益。蘇州文化基金的餘下有限合夥概無擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，蘇州文化基金、蘇州蘇新文化產業發展合夥企業(有限合夥)、蘇州文化投資發展集團有限公司及蘇州文化基金的有限合夥人均為獨立第三方。

致道數字

致道數字為一家於2023年5月在中國成立的有限合夥企業。致道數字的普通合夥人為蘇州工業園區計鑫企業管理中心(有限合夥)，後者的普通合夥人為王曉春。致道數字有14名有限合夥人當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，致道數字、蘇州工業園區計鑫企業管理中心(有限合夥)、王曉春及致道數字的有限合夥人均為獨立第三方。

太倉婁城

太倉婁城為一家於2022年5月在中國成立的有限合夥企業。太倉婁城的普通合夥人為蘇州衍盈投資管理有限公司，後者由蘇州香塘科技實業股份有限公司持有51%權益，餘下股份由三名其他股東持有。蘇州香塘科技實業股份有限公司由顧振其最終控制。太倉婁城有1名有限合夥人，為太倉高新投資管理有限公司，其持有99%合夥權益，餘下權益由蘇州衍盈投資管理有限公司持有。據本公司所深知，太倉婁城、蘇州衍盈投資管理有限公司、蘇州香塘科技實業股份有限公司、顧振其及太倉高新投資管理有限公司均為獨立第三方。

蘇贛文化

蘇贛文化為一家於2024年10月在中國成立的有限合夥企業。蘇贛文化的普通合夥人為南京文投股權投資管理有限公司(「**南京文投股權**」)，後者由南京市文化投資控股集團有限責任公司(「**南京市文化投資**」)及南京文化金融服務中心有限責任公司分別持有60%及40%權益。南京文化金融服務中心有限責任公司由南京市文化投資全資擁有，而南京市文化投資由南京市財政局全資擁有。蘇贛文化有8名有限合夥人，當中概無任何人士擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，蘇贛文化、南京文投股權、南京市文化投資、南京文化金融服務中心有限責任公司及蘇贛文化的有限合夥人均為獨立第三方。

南京文學

南京文學為一家於2021年6月在中國成立的有限合夥企業。南京文學的普通合夥人為南京文投股權。有關南京文投股權的詳情，請參閱上述有關蘇贛文化的介紹。南京文學有2名有限合夥人，即南京市文化投資及江蘇省大運河(南京)文化旅遊發展基金(有限合夥)，彼等分別持有69%及30%權益。據本公司所深知，南京文學、南京文投股權及南京文學的有限合夥人均為獨立第三方。

武漢江豚

武漢江豚為一家於2024年7月在中國成立的有限合夥企業。武漢江豚的普通合夥人為萬銀資產管理有限公司及深圳市賽富動勢股權投資基金管理企業(有限合夥)。萬銀資產管理有限公司由龔小林最終控制。深圳市賽富動勢股權投資基金管理企業(有限

合夥)背景是賽富投資基金(原名：軟銀亞洲基礎設施投資基金(軟銀賽富)，直至2009年更名)。賽富投資基金是一家領先的為亞太地區的高成長性企業提供資金支持的私募股權公司，專注於中國和印度的早期及成長期高科技企業的投資，是中國最早的大型股權基金管理平台之一。武漢江豚有1名有限合夥人武商集團股份有限公司，持有96.5%權益。武商集團股份有限公司是湖北省最大的綜合性商業零售企業之一。據本公司所深知，武漢江豚、萬銀資產管理有限公司、深圳市賽富動勢股權投資基金管理企業(有限合夥)、龔小林及武商集團股份有限公司均為獨立第三方。

沃博聯廣藥基金

沃博聯廣藥基金為一家於2023年6月在中國成立的有限合夥企業。沃博聯廣藥基金的普通合夥人為廣州廣藥資本私募基金管理有限公司，後者分別由一家於中國成立的國有有限責任公司廣州醫藥集團有限公司及廣州明碩投資有限公司持有80%及20%權益。沃博聯廣藥基金有5名有限合夥人，包括廣州廣藥基金股權投資合夥企業(有限合夥)及沃博聯亞洲投資有限公司，各自持有33.4%權益。沃博聯亞洲投資有限公司是國際知名的醫療健康、藥店和零售業務一體化領先企業Walgreens Boots Alliance控制的公司。沃博聯廣藥基金的餘下有限合夥人概無擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，沃博聯廣藥基金、廣州廣藥資本私募基金管理有限公司、廣州醫藥集團有限公司、廣州明碩投資有限公司與沃博聯廣藥基金的有限合夥人均為獨立第三方。

北京世紀

北京世紀為一家於2023年11月在中國成立的有限公司，由馬旭傑全資擁有。據本公司所深知，北京世紀及馬旭傑均為獨立第三方。

杭州乾杯

杭州乾杯為一家於2021年9月在中國成立的有限合夥企業。杭州乾杯的普通合夥人為杭州乾杯企業管理諮詢合夥企業(有限合夥)，後者的普通合夥人為杭州乾杯文化諮詢有限公司(由朱軼晨最終控制)。杭州乾杯有7名有限合夥人，其最大有限合夥人上海繪界文化傳播有限公司持有45.2%權益。上海繪界文化傳播有限公司由中國知名線上

平台嗶哩嗶哩的子公司上海幻電信息科技有限公司全資擁有。杭州乾杯的餘下有限合夥人概無擁有其30%或以上權益。據本公司所深知，杭州乾杯、杭州乾杯企業管理諮詢合夥企業(有限合夥)、杭州乾杯文化諮詢有限公司、朱軼晨及杭州乾杯的有限合夥人均為獨立第三方。

遵守新上市申請人指南

基於(i)[**編纂**]前投資的對價已於首次向聯交所提交[**編纂**]日期前不少於28個足日結清；及(ii)向[**編纂**]前投資者授出的特別權利(於上文「[**編纂**]前投資者的特別權利」分節所披露者)終止，獨家保薦人認為，[**編纂**]前投資符合新上市申請人指南第4.2章。

遵守法律法規

我們的中國法律顧問已確認，我們已依法完成並取得中國法律規定的所有上述增資、股權轉讓、股份認購、註冊資本變更及改制為股份有限公司所需的所有必要監管批准及登記。

[編纂]

本公司的股權結構

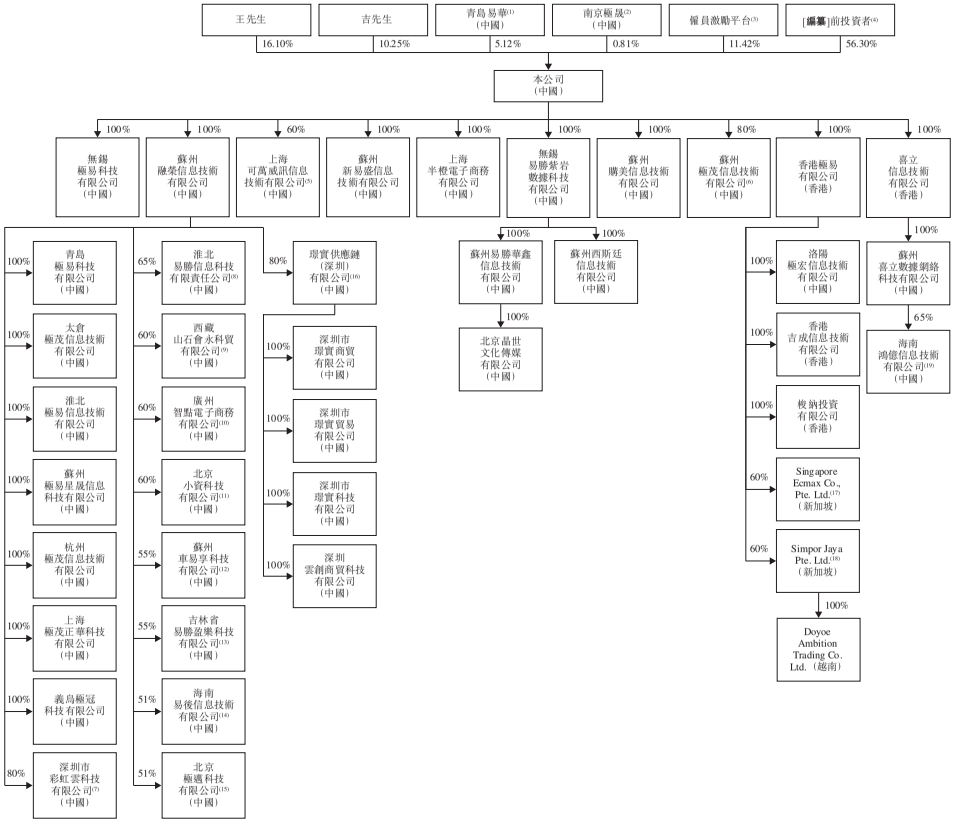
本公司已提出H股「全流通」申請，以在[**編纂**]後將若干未上市股份轉換為H股。未上市股份轉換為H股將涉及合共[**編纂**]股未上市股份，約佔截至最後實際可行日期本公司已發行股本總額的[**編纂**]。下表為截至最後實際可行日期及緊隨[**編纂**]完成(假設[**編纂**]未獲行使)及未上市股份轉換為H股後本公司的資本化概要：

	截至最後實際可行日期			緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)		
股東	所持股份數目	股份說明	概約持股百分比	所持股份數目	股份說明	概約持股百分比
王先生	5,431,529	未上市股份	16.10%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
吉先生	3,460,014	未上市股份	10.25%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
青島易華	1,729,336	未上市股份	5.12%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
蘇州尚來	1,302,716	未上市股份	3.86%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
京東邦能	3,203,972	未上市股份	9.49%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
新麟三期	1,056,542	未上市股份	3.13%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
梅山嗣昌	425,682	未上市股份	1.26%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
翼樸二號	634,302	未上市股份	1.88%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
元禾原點	761,164	未上市股份	2.26%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
道合融海	443,926	未上市股份	1.32%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
文匯高齊	350,467	未上市股份	1.04%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
建銀科創	700,933	未上市股份	2.08%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
揚州富海	584,112	未上市股份	1.73%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
福建大器	467,291	未上市股份	1.38%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
國宏三號	467,291	未上市股份	1.38%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
君卓股權	467,291	未上市股份	1.38%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
交大思源	350,467	未上市股份	1.04%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
易賣有為	900,001	未上市股份	2.67%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
極易大展	1,650,001	未上市股份	4.89%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
蘇州高策	230,770	未上市股份	0.68%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
上海淼霖	461,539	未上市股份	1.37%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
南京極晟	274,235	未上市股份	0.81%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
武夷山大器	700,935	未上市股份	2.08%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
淮北產業基金	430,021	未上市股份	1.27%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
無錫產發	1,023,365	未上市股份	3.03%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
無錫新智	614,019	未上市股份	1.82%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
蘇州清策	163,738	未上市股份	0.49%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
新麟四期	307,009	未上市股份	0.91%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
雪和友	204,673	未上市股份	0.61%	[編纂]	[編纂]	[編纂]

	截至最後實際可行日期			緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）		
股東	所持股份數目	股份說明	概約持股百分比	所持股份數目	股份說明	概約持股百分比
蘇州文化基金	473,727	未上市股份	1.40%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
致道數字	330,137	未上市股份	0.98%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
太倉婁城	910,724	未上市股份	2.70%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
蘇贛文化	198,082	未上市股份	0.59%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
南京文學	132,055	未上市股份	0.39%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
武漢江豚	660,275	未上市股份	1.96%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
沃博聯廣藥基金	1,114,567	未上市股份	3.30%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
北京世紀	800,333	未上市股份	2.37%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
杭州乾杯	330,137	未上市股份	0.98%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他[編纂]股東	–	–	–	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	33,747,378		**100%**	[編纂]		**100%**

公司架構

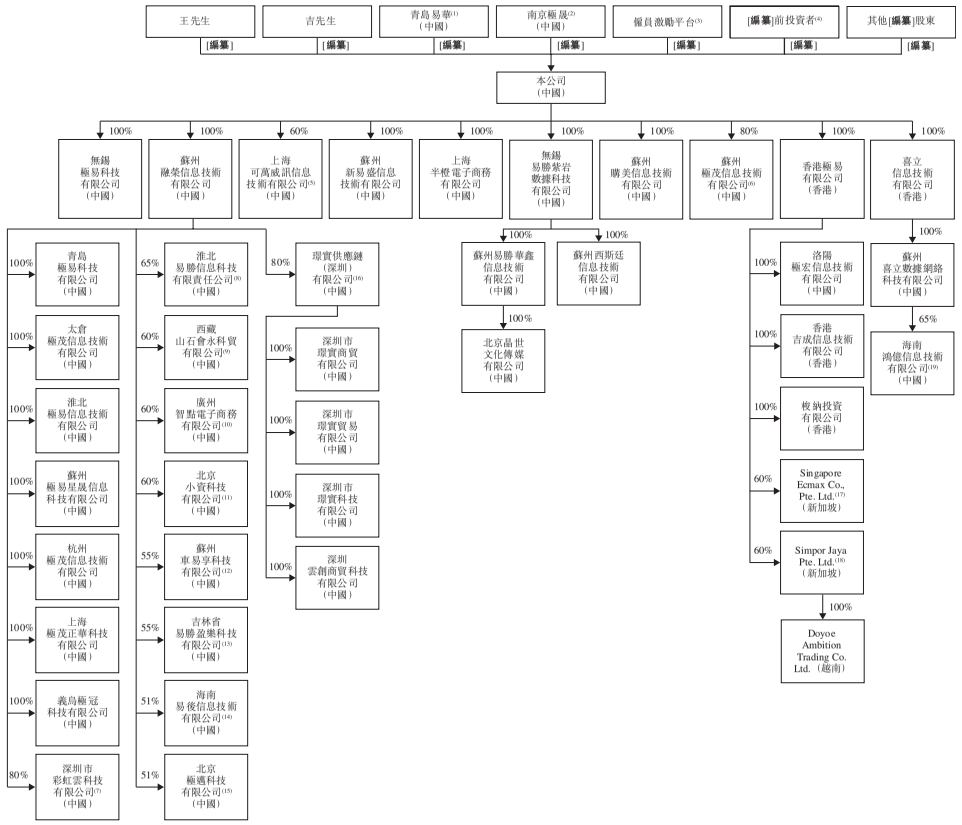
下圖載列本集團截至最後實際可行日期的公司架構：



附註：

1-19. 請參閱本集團緊隨[**編纂**]完成後(假設[**編纂**]未獲行使)的公司架構相應附註。

下圖載列本集團緊隨[**編纂**]完成後的公司架構(假設[**編纂**]未獲行使)：



附註：

1. 截至最後實際可行日期，王先生為青島易華的執行事務合夥人。

2. 根據王先生與南京極晟訂立的表決權委託協議(「**表決權委託協議**」)，南京極晟委任王先生作為其真實及合法的受託人，就南京極晟持有的本公司全部股份進行表決。在表決權委託協議之前，南京極晟已按照王先生的指示就南京極晟持有股份所附帶的表決權採取一切行動。

3. 蘇州尚來、易賣有為及極易大展均為直接持有本公司股份的僱員激勵平台，各自持有本公司少於5%的股權。進一步詳情，請參閱上文「僱員持股平台」分節。

4. [**編纂**]前投資者包括京東邦能、新麟三期、梅山嗣昌、翼樸二號、元禾原點、道合融海、文匯高齊、建銀科創、揚州富海、福建大器、國宏三號、君卓股權、交大思源、蘇州高策、上海淼霖、武夷山大器、淮北產業基金、無錫產發、無錫新智、蘇州清策、新麟四期、雪和友、蘇州文化基金、致道數字、太倉婁城、蘇贛文化、南京文學、武漢江豚、沃博聯廣藥基金、北京世紀及杭州乾杯。進一步詳情，請參閱上文「有關[**編纂**]前投資者的資料」分節。

   據本公司所知，截至最後實際可行日期，交大思源牽涉的訴訟與我們無關。由於該訴訟，根據橫琴粵澳深度合作區人民法院作出的判決，交大思源接獲於2023年10月8日至2026年10月7日期間對其於本公司的股權進行凍結的凍結令。據中國法律顧問告知，司法凍結公司股東的股份或股權不會影響該等股份或股東持有的股權的合法所有權，但股東於規定期間內無法處置凍結令所涉該等股份或股權的任何部分。

5. 上海可萬威訊信息技術有限公司的餘下股權由獨立第三方北京信邑晟企業管理有限公司持有40%。

6. 蘇州極茂信息技術有限公司的餘下股權由本公司的全資子公司蘇州融榮信息技術有限公司持有20%。

7. 深圳市彩虹雲科技有限公司的餘下股權由獨立第三方海南德贍供應鏈管理有限公司持有20%。

8. 淮北易勝信息科技有限責任公司的餘下股權由獨立第三方敬松持有35%。

9. 西藏山石會永科貿有限公司的餘下股權由獨立第三方王岩持有40%。

10. 廣州智點電子商務有限公司的餘下股權由獨立第三方孫丹丹持有40%。

11. 北京小資科技有限公司的餘下股權由獨立第三方陳明偉持有40%。

12. 蘇州車易享科技有限公司的餘下股權由獨立第三方杭州國鏈築夢科技合夥(有限合夥)持有45%。

13. 吉林省易勝盈樂科技有限公司的餘下股權由獨立第三方吉林省盈樂投資有限公司持有45%。

14. 海南易俊信息技術有限公司的餘下股權由獨立第三方上海俊非軟件科技有限公司持有49%。

15. 北京極邁科技有限公司的餘下股權由獨立第三方海口融智有數科技合夥企業(有限合夥)持有49%。

16. 璟實供應鏈(深圳)有限公司的餘下股權由獨立第三方海南德贍供應鏈管理有限公司持有20%。

17. Singapore Ecmax Co., Pte. Ltd.的餘下股權由獨立第三方香港信屹誠國際貿易有限公司持有40%。

18. Simpor Jaya Pte. Ltd.的餘下股權由獨立第三方Jiraporn Ananthasook持有40%。

19. 海南鴻億信息技術有限公司的餘下股權由獨立第三方金文靜持有35%。

我們的願景

以領先的AI技術和數智科技，成為全球品牌客戶首選的商業數字化合作夥伴和卓越的品牌資產管理商。

我們的使命

成就品牌價值，賦能全球增長，助力美好生活。

概覽

公司定位

我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商[1]及絲路電商服務商[2]。我們同時也是AI與數智驅動的品牌資產管理商，致力於以數智科技與高效運營驅動品牌成長，成就品牌價值。基於跨境電商和全球數字貿易新格局，面向眾多卓越零售品牌和全球市場，我們依託自研的AI智能體平台和豐富的行業知識，為全球品牌提供一站式數字零售綜合運營服務，助力品牌實現高效增長。截至最後實際可行日期，我們已累計與全球超過200個大健康、美妝個護、大快消(食品飲料、母嬰)、家居及家電等多個品類的優秀品牌開展合作，其中大多數為國際頭部知名品牌。根據弗若斯特沙利文，按2024年來自大健康品類的GMV計，我們在中國電商運營服務商[3]中排名第一。此外，我們還為全球多個大型商超提供數字零售綜合運營服務，幫助傳統零售商打通線上線下全域渠道。

根據弗若斯特沙利文，按2024年GMV計，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，在中國電商運營服務商中排名第五。同時，作為行業領先的絲路電商服務商，我們通過跨境進口方式，協助國際零售品牌進入和深耕中國市場。根據弗若斯

---

1 數字零售綜合運營服務商指客戶組合不僅包括品牌客戶還包括實體零售商的電商運營服務商。

2 絲路電商服務商指於中國與越南、意大利及澳大利亞等合作夥伴國家簽訂的電商合作機制框架下開展跨境電商業務的電商運營服務商。

3 電商運營服務商指專注於為品牌提供全方位電商服務的服務供應商，包括IT解決方案、網店營運、市場營銷、客戶服務、倉儲與配送等的服務供應商。

特沙利文，2024年，我們的跨境進口電商運營GMV達到人民幣74億元，在中國電商運營服務商中排名第一。同時，我們也將跨境出口作為我們的重要發展戰略。憑藉我們在跨境進口領域，特別是渠道分銷、行業洞察及供應鏈管理等方面積累的豐富經驗，我們自2024年開始逐步探索跨境出口業務，與有志於開拓海外市場的中國品牌合作，構建我們在跨境出口電商業務的全域分銷能力。我們已逐漸將我們的業務拓展至澳洲和東南亞等全球市場，並開啟中東和北非市場佈局。

通過為品牌合作夥伴提供優質服務，我們的GMV和按GMV計的市場份額等關鍵運營指標不斷提升。我們的GMV從2022年的人民幣82億元增長35.1%至2023年的人民幣111億元，並進一步增長35.3%至2024年的人民幣150億元。

(1) 根據弗若斯特沙利文，以2024年GMV計；
(2) 根據弗若斯特沙利文，以來自大健康產品的GMV和收入計；
(3) 根據弗若斯特沙利文，以2024年收入計；
(4) 根據弗若斯特沙利文，以2024年GMV計；
(5) 截至最後實際可行日期，累計已與全球超過200個大健康、美妝個護、大快消（食品飲料、母嬰）、家居及家電等品類的優秀品牌開展合作

我們的市場機遇

全球品牌數字化經營浪潮洶湧澎湃

隨著移動互聯網和社交媒體的普及，全球消費者對購物體驗的期望已從單一的交易行為轉向無縫化、個性化和即時化的消費體驗，而數字化能夠幫助品牌捕捉消費者偏好，從而優化經營決策。因此，品牌方必須通過數字化手段分析消費者行為數據，掌握消費者需求，並在此基礎上進行產品創新和決策優化，精準滿足用戶需求。在這一背景下，為實現降本增效、業務擴張及可持續發展，在全球範圍內，傳統品牌方和零售商對數字零售綜合運營服務的需求日漸增強。

專業化、一體化、定制化運營需求增強

近年來，隨著電商平台運營環境變得愈發複雜化，以及消費行為更具多樣性、難預測性，品牌對一體化、專業化、定制化的高效運營服務和提升消費者體驗的需求不斷提升，從而提升它們的市場競爭力。因此電商運營服務正逐步向專業化、數智化發展。電商運營服務商不僅需要深刻理解品牌的核心價值，還需具備豐富的行業經驗、數據分析能力、全鏈路運營管理能力以及定制化的服務能力，為品牌提供從策略到落地執行的一體化解決方案，幫助品牌在複雜的市場環境中勝出。

數智化賦能電商

目前，全世界，特別是中國，已經形成了優質的電商市場，並培育出龐大的消費者群體，這為AI技術在電商領域的應用提供了廣闊空間。數智化正在成為電商運營的核心驅動力。基於AI技術的賦能，電商運營不再僅僅依賴行業經驗，而是借助算法和數據分析能力，實現更高效、轉換率更高的運營。

我們應對市場變化的前瞻佈局

近年來，中國電商運營服務行業正經歷深刻變革。根據弗若斯特沙利文，行業的整合加速、服務同質化趨勢以及技術創新步伐加快，對行業參與者把握市場發展機遇及服務迭代的能力形成挑戰，傳統有限的電商運營服務已無法滿足品牌、電商平台及消費者的需求。隨著中國製造業出海以及電商影響力的全球化擴展，「絲路電商運營服務商」正在逐步成為推動跨境貿易發展的重要力量。

在這樣的市場變化下，專業化、定制化的服務能力以及AI技術能力的應用尤為關鍵。我們憑藉多年來在行業的深耕，前瞻性自研AI智能體平台，建立核心技術壁壘，使得我們能夠在運營中實現多環節的優化，助力品牌更高效地觸達全球消費者，亦全面提升了消費者體驗。我們基於對電商運營服務的不斷深化，成功把握住市場變化和行業發展的機遇，逐步從為品牌提供零售服務及數據運營服務的服務商，將能力延伸到以數智化為驅動力的品牌資產管理商，並積累了海量的用戶資產、品牌資產和數據資產，助力我們與品牌合作夥伴共同培育及經營品牌，成就品牌價值。

我們的解決方案

基於我們多年來的行業深耕及洞見，輔以我們數據數智化能力及一體化供應鏈管理能力，我們形成了差異化的解決方案及品牌資產管理能力，為品牌合作夥伴更精準定位品牌形象、更廣泛拓展觸達領域、更精確管理消費者畫像、更高效實現商品分銷。

取決於我們是否協助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者，我們主要通過品牌至消費者的解決方案和品牌至企業的解決方案提供數字零售綜合運營服務。其次，我們也提供品牌資產管理與IP商業化運營服務以及其他服務：

- **品牌至消費者的解決方案**。我們的品牌至消費者的解決方案起到將品牌方與消費者有效鏈接的橋樑作用。通過提供品牌至消費者的解決方案，我們幫助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者，並同時向品牌合作夥伴提供包括品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷與廣告投放以及供應鏈管理等在內的其他數字零售綜合運營服務，協助其產品的銷售。我們的品牌至消費者的解決方案可以進一步分為線上渠道經銷模式以及運營服務模式。在這兩種模式下我們為品牌合作夥伴提供的數字零售綜合運營服務是類似的，主要區別在於我們是否從品牌合作夥伴處購買產品，還是單純提供服務。

- **品牌至企業的解決方案**。我們的品牌至企業的解決方案起到將品牌方與擁有廣大消費者群體的包括沃爾瑪、大潤發、麥德龍在內的大型商超等優質線下渠道有效鏈接的橋樑作用。在品牌至企業的解決方案下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並將產品銷售給大型商超等線下渠道，而這些線下渠道後續自行將產品出售給消費者。

- **品牌資產管理與IP商業化運營**。憑藉多年來積累的行業洞察以及我們的品牌全價值鏈服務能力，我們通過與成熟品牌方聯合進行新品開發、獲得品牌方獨家授權、成為品牌方在指定區域內的總代理、股權投資品牌方或與品牌方合資運營等形式，逐漸與品牌合作夥伴形成更深層次的合作。在品牌資產管理業務模式下，我們全面主導品牌的市場洞察、全域整合營銷和全渠道運營，並與品牌協同進行新品的創新和研發。除此之外，我們還開展IP商業化運營業務。我們向品牌合作夥伴購買品牌IP的授權，開發、銷售和推廣IP衍生產品，提升品牌IP的知名度和影響力。

- **其他**。除上述數字零售綜合運營服務外，我們也不時為品牌合作夥伴提供項目制的數字運營和內容營銷服務，包括廣告創意及設計、渠道廣告投放，以及市場諮詢及策略等，並收取服務費。此外，我們也不時接受委託，協助客戶進行系統升級或提供軟件開發服務，並收取服務費。

依託我們在電商運營服務領域十年的數字化運營能力和行業經驗，我們構建了強大的AI技術體系，自研多模態異構計算引擎平台（AI智能體平台），為我們提供的解決方案實現了多環節的優化，在降本增效的同時降低人為失誤：例如，在智能內容生成方面，我們利用AI智能體平台製作、潤色高質量商品營銷文案、海報等內容，有效提升商品廣告內容的吸引力、縮短商品營銷材料和廣告創意的製作時間；在精準營銷與推薦方面，我們依託AI算法結合消費者行為數據，為消費者提供個性化體驗，大幅提升廣告投放轉化率。同時，我們通過AI智能體平台實現了多個核心業務場景的數智化：智能補貨方面，我們實時監控銷售和庫存數據，靠AI預測需求自動生成補貨計劃，提升補貨效率和準確性；智能客服方面，我們基於海量真人客服對話樣本構建AI話術體系，結合消費者畫像動態生成個性化服務方案與精準產品推薦，提高客戶滿意

度並降低成本；智能營銷優化方面，我們運用AI自動制定並動態調整營銷策略，保障廣告資源高效利用。AI技術的運用也降低了我們在運營各環節所需的人力，減少人為失誤，提升了我們對內運營效率。

與全球卓越品牌集團同行

得益我們以消費者為核心的電商運營經驗以及我們的行業專業人才對不同垂類業態的深耕獲得的行業洞見，我們通過對消費者消費意識的轉變分析，戰略性聚焦大健康、美妝個護、大快消、家居及家電等市場潛力巨大、利潤大但對電商運營能力要求較高的品類。我們的品牌合作夥伴大多數為國際頭部知名品牌。我們認為與擁有全球知名度、在特定品類中擁有良好聲譽及領先地位的品牌合作至關重要。這些品牌能夠認可我們的價值，雙方也可在合作中協同共進。

以大健康品類為例，我們是業內少有的聚焦大健康品類的電商運營商。根據弗若斯特沙利文，按2024年來自大健康品類的GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一。2022、2023年及2024年，我們來自大健康品類的收入佔公司同期總收入的比重分別為45.5%、39.3%及44.0%。截至最後實際可行日期，我們在大健康領域已經與GNC、拜耳、賽諾菲、暉致等國際領先品牌開展全域深入合作。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除了我們出於戰略考慮主動結束合作關係的情況外，我們與所有的品牌合作夥伴均保持合作關係。與優秀品牌的不斷深化合作及積累的經驗不僅幫助我們更快速、更準確地把握市場脈搏，還讓我們積累了海量的用戶資產、品牌資產和數據資產，形成了高運營能力壁壘，加寬我們的競爭護城河。

競爭優勢

中國領先的數字零售綜合運營服務商及絲路電商服務商

我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商及絲路電商服務商。根據弗若斯特沙利文，按2024年GMV計算，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，在中國電商運營服務商中排名第五。憑藉我們豐富的服務矩陣以及強大的覆蓋品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷與廣告投放以及供應鏈管理在內的品牌全價值鏈閉環服務能力，截至最後實際可行日期，我們累計已與全球超過200個大健康、美妝個護、大快消、家居及家電等品類的優秀品牌開展合作，其中大多數為國際頭部知名品牌。更為重要的是，我們完成了從以流量為導向的電商運營至以消費人群為導向的電商運營的能力迭代，將基於產品找尋消費者的傳統零售模式，重建為從消費者需求出發進行產品創新研發和消費場景建構的新零售模式，從而構建了我們的核心能力壁壘。此外，我們抓住中國電子商務發展期的機遇，自研AI智能體平台，建立核心技術壁壘，使得我們能夠在消費生態中實現多環節的優化，助力品牌更高效地觸達全球消費者，亦全面提升了消費者的用戶體驗。持續的技術創新也幫助我們實現了多個核心業務場景的數智化，使我們能夠不斷提高運營效率，進而能夠服務更多品牌。

我們同時也是行業領先的絲路電商服務商：我們將高品質海外商品進口至中國以滿足中國消費者對海外商品不斷上升的需求，同時與有志於開拓海外市場的中國品牌合作，將高性價比、受海外消費者青睞的優質中國商品出口至海外。2024年，我們的進口電商運營GMV達到人民幣74億元，根據弗若斯特沙利文，在中國電商運營服務商中排名第一。憑藉豐富的跨境供應鏈整合及國際品牌渠道投放經驗，截至最後實際可行日期，我們已經累計服務了140多個國際品牌。依託跨境進口業務所積累的豐富經驗和全方位服務能力，我們也在通過境外平台、大宗商品貿易及股權投資和海外資產併購等方式積極佈局跨境出口業務，實現跨境進出口業務的協同發展。根據弗若斯特沙利文，我們已成為中國市場少有的同時具備跨境進口和跨境出口服務能力的規模化電商運營服務商之一。我們相信，我們行業領先的跨境進口和跨境出口服務能力將幫助我們將我們的足跡在中國及海外不斷拓展。

我們的卓越成績獲得了行業以及權威機構的廣泛認可，被認證為國家級專精特新小巨人、國家級高新技術企業、商務部科技創新應用案例單位，我們還獲得了虎嘯獎（金獎）、ECI Awards國際數字創新獎等知名獎項。

深刻的行業洞見助力佈局大健康等優質賽道，賦能差異化解決方案

憑藉我們的電商經驗與深刻的行業洞見，我們戰略性聚焦市場潛力巨大、利潤大但對電商運營能力要求較高的品類，包括大健康、美妝個護、家居及家電等優質賽道，以更好地發揮我們的優勢。

隨著消費者對健康愈加重視，且越來越多的大健康品牌尋求直接面向消費者的新興業務模式，大健康品類擁有巨大的發展潛力。根據弗若斯特沙利文，2024年，中國電商運營服務市場下大健康領域的GMV達到人民幣801億元，並預計將在2029年增長至人民幣2,379億元，2024年至2029年的年複合增長率預計將達到24.3%。大健康領域的電商運營存在較高的進入壁壘。由於處方藥等特殊商品的合規要求和產品宣傳方面的多種限制，大健康領域的電商運營服務商須具備豐富的行業專業知識及專業背景及知識。以醫藥行業為例，醫藥行業在產品推廣及銷售流程等方面監管嚴格。電商運營服務商須遵守有關準確描述藥品功效、適應症和禁忌症的規定，且廣告內容不能包含虛假或誇大信息。在銷售流程方面，藥品通常受到關於經銷渠道和銷售資質的特殊規定約束。電商運營服務提供商需要確保自身在法律允許的範圍內開展經營活動，包括持有必要的營業執照，並滿足藥品儲存和運輸(例如低溫冷鏈運輸等)的相關要求。

我們從2018年與全球知名高麗參健康品牌集團建立合作起，開始拓展我們在大健康領域的業務，並逐步與拜耳、賽諾菲、暉致、GNC等全球頭部大健康品牌建立深度合作關係。憑藉我們在大健康領域的專業性，我們已成為中國領先的聚焦大健康品類的電商運營商。根據弗若斯特沙利文，按2024年來自大健康品類的GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一。我們的大健康團隊有數十名大健康領域的專家，擁有豐富的處方藥和非處方藥電商運營經驗，在大健康領域平均有超過5年的從業經驗。得益於我們的專業團隊對產品原理、監管合規方面的知識和經驗，以及我們在大健康品類長期深耕所積累的寶貴數據資產，我們能夠協助品牌合作夥伴針對大健康產品消費者的差異化需求更有針對性的進行產品推廣及廣告投放，提高品牌產品銷量，擴大品牌影響力。2022年、2023年及2024年，我們來自大健康品類的收入佔公司同期總收入的比重分別為45.5%、39.3%及44.0%。

此外，我們也積極佈局其他品類，通過我們的行業經驗以及數智化能力，為不同領域的品牌合作夥伴提供差異化的解決方案。憑藉我們的業務發展能力和數字化經營能力，我們積極進軍門檻高、利潤大、潛力廣的高端美妝市場。我們也積極建立與快速消費品領域的品牌合作夥伴的合作，特別是食品、生鮮及母嬰領域，並積極拓展低溫、凍品等品類，不斷優化運營流程、提升運營效率，以充分滿足這些品類在物流和倉儲等方面的較高要求。

此外，我們還為多個大型商超提供數字零售綜合運營服務，幫助傳統零售商打通線上線下全域渠道。我們從2016年開始負責沃爾瑪的線上運營業務，並陸續與山姆會員店、麥德龍和物美等其他大型商超合作，在處理海量SKU等複雜任務上擁有出色表現。

成熟的品牌全價值鏈服務能力及跨境進出口能力

十年深耕電商運營服務行業，我們形成了領跑行業的品牌全價值鏈閉環服務能力，在協助品牌提升產品銷售的同時，通過數據銀行和客戶關係管理(「CRM」)方面的核心能力來積累和提升品牌人群資產，做到品銷合一，最終實現品牌長遠發展。取決於品牌合作夥伴的具體需求，我們在品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷及廣告投放、供應鏈管理五大方面為其提供覆蓋品牌全價值鏈的數字零售綜合運營服務，在協助其產品銷售的同時提升其品牌知名度及運營效率，驅動品牌成長。這些品牌全價值鏈服務能力構成了我們品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案以及品牌資產管理與IP商業化運營的核心引擎。

憑藉我們多年積累的覆蓋品牌全價值鏈的服務經驗，我們對各領域品牌生態鏈各環節形成了深刻的行業洞察，幫助我們為品牌合作夥伴快速把握市場趨勢、競爭格局、銷售渠道及消費者需求和習慣。以大健康品類為例，膳食補充劑和傳統滋補品、處方藥和OTC的種類和特性各異，且在產品宣傳等方面的複雜法規及政策為大健康產品的電商運營增加了眾多限制。得益於我們的專業團隊對產品原理、監管合規的知識和經驗，以及我們在大健康品類長期深耕所積累的數據資產，我們能夠協助品牌合作夥伴利用電商平台工具，針對大健康產品消費者的差異化需求進行產品推廣及廣告投放，吸引新客購買，提升老客複購，最大化產品銷售收益。

作為國內最早的跨境進口運營服務商之一，我們積累了豐富的渠道資源，具備面向多品牌、多品類的全渠道銷售能力，能夠根據品牌合作夥伴的需求將他們的產品通過最合適的渠道觸達消費者。我們的渠道資源目前已覆蓋京東、天貓等大型、綜合的線上電商平台，唯品會等垂類電商平台，抖音、快手、小紅書和微信(朋友圈和小程序應用)等新興社交電商，以及大型商超等線下渠道。通過分析產品在不同分銷渠道的銷售狀況，我們明確重點提升渠道，制定分渠道的分銷策略，有效助力品牌產品觸達廣大的消費者，提升品牌影響力。

同時，根據弗若斯特沙利文，我們是中國市場少有的同時具備跨境進口和跨境出口服務能力的規模化電商運營服務商之一。目前我們合作的大部分品牌為國際品牌，而我們在不同業務模式下銷售的大部分產品來自海外，通過跨境電商模式銷往中國境內。根據弗若斯特沙利文，按2024年跨境進口業務GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一。同時，隨著我們業務規模的持續擴大，我們進一步佈局跨境出口業務和國際業務，包括我們與汽車品牌合作的汽車配件業務等。我們也通過股權投資等方式進一步開拓跨境出口市場及海外當地市場。目前我們的跨境出口業務主要涵蓋澳洲和東南亞市場，並為部分東南亞市場的本土零售企業實現線上化轉型。我們在泰國、越南和馬來西亞還部署了本地化團隊，更好地服務品牌，支持我們在當地市場的業務拓展。

從電商運營服務提供者轉型為更有決策權的品牌資產管理者

近年來，電商運營服務逐漸向專業化、數智化發展，品牌對一體化、專業化、定制化的高效運營服務需求不斷提升。憑藉多年來積累的行業洞察以及我們的品牌全價值鏈服務能力，我們篩選具備高成長潛力的優質品牌並與其合作，通過與成熟品牌方聯合進行新品開發、獲得品牌方獨家授權、成為品牌方在指定區域內的總代理、股權投資品牌方或與品牌方合資運營等形式，我們全面主導品牌的市場洞察、全域整合營銷和全渠道運營，並與品牌協同進行新品的創新和研發。我們將數智化運營分析能力嵌合到品牌的全生命週期，實現對所服務品牌的整體操盤，形成對品牌在消費者洞察、商品運營及流轉、消費場景及渠道的全局運營管理，與品牌合作夥伴共同培育及經營品牌，提升品牌價值。例如在品牌總代模式下，我們承接了一家以其高端洗護和

美容產品及復古風格包裝所聞名的英國美妝品牌在中國市場的獨家經營。在股權投資的形式下，我們已與深圳證券交易所上市公司重慶萊美藥業股份有限公司成立合資公司，拓展在大健康領域的深度合作。我們通過參與品牌的全生命週期的管理與經營，從通過特定渠道銷售品牌合作夥伴的產品或是向其提供運營服務，拓展至與品牌合作夥伴的多元合作乃至深度戰略合作，逐步實現從電商運營服務提供者到品牌資產管理者的轉型。

除此之外，我們還開展IP商業化運營業務。我們向品牌合作夥伴購買品牌IP的授權，開發、銷售和推廣IP衍生產品，提升品牌IP的知名度和影響力。我們自2019年承接故宮文化在某電商平台的官方旗艦店運營服務開始，先後為故宮等文創IP提供線上營銷、數據洞察與產品創新、分銷與大客戶採購業務服務。在此基礎上，我們進一步與巨星傳奇、華納兄弟探索公司簽署合作協議，擁有包括周同學、哈利波特、貓和老鼠等在內的經典IP的全渠道旗艦店運營以及圍繞IP開發產品的權益，吸引廣大的品牌IP粉絲和消費者。此外，我們也在積極佈局自有品牌IP的孵化，圍繞自有品牌IP進行產品開發。我們致力於成為涵蓋IP孵化、產品設計和開發、供應鏈管理及全域銷售在內的覆蓋IP全價值鏈的運營團隊。

前瞻性AI技術佈局打造專為電商運營服務打造的數字化運營能力，形成業務壁壘，實現降本增效

依託我們在電商運營服務領域多年的數字化運營能力和行業經驗，我們建立了自研AI智能體平台，構築了領跑行業的數字化運營能力。我們自研的AI智能體平台集成了多種開源和閉源大模型，並實現高效的AI工作流與應用能力。我們強大的技術基因及數據底座，結合我們自主開發的算法庫及對行業的深刻理解，通過AI模型的推理、歸納及總結能力，幫助我們為品牌實現了精準定位潛在用戶群體和銷售渠道，為品牌營銷決策提供幫助和支持。截至最後實際可行日期，我們在大數據分析算法能力及營銷觸達上積累了40餘項軟著和10餘項專利，建立技術護城河。

我們的AI智能體平台在多個方面引領創新：

- **垂直領域認知增強系統**。依託十年沉澱的覆蓋用戶畫像、渠道特徵、供應鏈網絡等維度的行業知識圖譜，我們基於過往業務數據提煉通用能力，將我們的經驗與行業洞察快速無縫部署至各個業務場景。我們訓練了多個領域小模型，如運營銷售預測模型和品牌生意增長洞察模型等，顯著提高運營效率，實現商業決策從經驗驅動向數據驅動的範式躍遷。

- **人機協作範式創新**。通過大模型的意圖識別，到響應執行，再到知識反饋自更新的全鏈路自動化，我們目前實現了多個核心業務場景的數智化。例如自動補貨方面，我們基於歷史數據，通過模型算法自動生成補貨計劃，並自動下單以及進行流轉確認，最終通過實際銷售結果與補貨計劃效果分析進行模型的進一步更新，大幅降低供應鏈補貨決策人力的依賴度。

- **多矩陣智能助手協同化**。我們不斷優化和迭代各功能的AI智能助手，如運營智能助手、研究智能助手、法務智能助手等，使其在各自的業務領域表現出更加智能和高效的處理能力，減少人工干預，提高內部效率。同時，我們實現了跨部門智能助手的交互協同。以業務立項場景為例，我們通過市場洞察智能助手、資源協調智能助手、風控智能助手、決策智能助手的協同運作，重構了從商機挖掘到立項評審的端到端工作流，大幅提升內部溝通和立項效率。

- **AI驅動的品牌資產管理革新**。我們構建了跨品牌知識聯邦引擎，將我們在標桿品牌運營的經驗萃取和遷移。基於行業知識圖譜，形成可複用的經驗模版，包括幫助品牌搭建消費者數字資產庫、構建品牌風險控制體系、制定適合品牌定位的創意營銷推廣等。

我們通過高效且貼近業務需求的技術應用，不斷精進我們的數據洞察能力，賦能業務運營。基於我們在行業內的數據和技術積累，我們構建了供應鏈－運營分析－CRM的數據洞察體系，可以實現供應鏈的精細化預測，精準分析商品不同週期的銷售情況、計劃未來採購規模、追蹤庫存和存貨週轉天數情況等。此外，我們還通過對競

品和本品在行業內的銷售情況進行的同期對比，設定、調整和複盤銷售目標和銷售策略，幫助品牌提高消費者滿意度和成交轉化率、識別潛在業務增長機會。同時，基於我們在業務運營中處理和分析的數據，我們不斷對AI模型進行優化和升級，模型的預測精準度和效率在行業內處於領先地位。

我們跨越多個品類的數據分析經驗幫助我們實現經驗與技術的複用及延展，形成運營壁壘。通過與衆多對於整體運營的精細化能力要求更高的行業標桿客戶進行合作，我們打磨出行業稀缺的精細化運營經驗，形成標準化的解決方案。通過多年積累，我們的技術已經打通多個行業品類，在各個板塊都擁有頭部品牌客戶，在保證數據隱私和安全的基礎上，促進不同品牌之間的數據共享，通過數據的聯動和交叉分析，發現新的商業機會和提升空間，實現了經驗與技術的複用及拓展。同時，我們精細化的運營體系可以應用於全渠道，我們能夠將產品運營經驗延伸至京東、天貓、抖音、拼多多等線上商城，以及線下分銷渠道，通過多品牌與多渠道的矩陣，建立深厚的數字化運營能力壁壘。

人才對於我們的研發成功至關重要。我們已經組建了一支專業的技術團隊，保障我們在技術與研發方面的持續發展。截至2024年12月31日，我們擁有技術人員74名，佔我們員工總數的9.3%。我們的技術團隊包含了多名在AI、自動化、數據和算法開發等方面有豐富經驗的信息技術專家。我們致力於技術創新，注重研發投入。2022年、2023年及2024年，我們的研發費用分別為人民幣15.2百萬元、人民幣10.1百萬元及人民幣15.7百萬元。此外，我們還與國內外頂尖高校和研究機構進行產學研深度合作。我們已與西安交通大學蘇州研究院合作成立了數智零售技術聯合研發中心，協同外部資源，發展數據驅動的精細化運營。同時，我們正在聯合蘇州大學、西交利物浦大學及中國聯合網絡通信集團有限公司(蘇州市工業園區分公司)等合作夥伴進行全球AI數據協同產業創新聯合體的創建，聚焦於人工智能領域核心技術攻關與產業化應用，包括數據隱私保護與合規、消費者行為和畫像捕捉、數據驅動供應鏈協同和庫存優化等，打造長三角地區人工智能創新高地。我們的數智能力得到了眾多知名平台及行業機構認證，幫助我們斬獲虎嘯獎(金獎)等行業知名獎項。同時，我們還被認證為國家級專精特新小巨人、國家級高新技術企業、商務部科技創新應用案例單位。

富有遠見及創業精神的管理層及行業經驗豐富的團隊

我們由一支富有遠見和創業精神的管理團隊領導。我們的核心管理團隊深耕行業多年，平均擁有20年以上的行業工作經驗，具備深厚的資源整合能力以及敏銳的商業嗅覺，掌握最新的市場趨勢，並及時調整業務運營的策略進行應對。

人才對我們業務的持續發展至關重要。我們已經逐步構建了一支成熟的、專業化的覆蓋數據銀行、CRM以及內容生產與媒介的運營團隊，因此可以做到包含人群分析與定位、產品開發與測試、內容生產與媒介傳播、用戶資產管理的整體服務方案輸出。我們的專業團隊擁有來自全球知名品牌集團和頭部互聯網平台企業的人才，背景覆蓋業務鏈路的各個環節。我們的團隊中不僅有擁有電商運營經驗的人才，也有具備知名零售品牌、電商平台以及線下銷售渠道工作經驗的人才，因此可以做到從產品創新、運營、市場策略和供應鏈等多個角度全方位理解業務，更充分地解決上下游的基本需求。

我們注重人才培養，為團隊成員提供持續的、與其業務職能相關的培訓，保持充足的人才儲備，增強團隊凝聚力，保證團隊的向上發展。我們關注員工的自身發展，為團隊成員提供豐富的職業發展機會。此外，我們通過動態化架構設計與敏捷型團隊配置，實現組織效能持續提升，同時提升團隊的凝聚力和穩定性。我們的管理團隊平均司齡超過5年，中高管團隊中自有培養晉升員工佔比超過30%，形成了我們兼具戰略定力與創新活力的組織特質。

戰略

AI驅動全鏈全域服務能力的提升

秉持「數智運營」的理念，我們將持續加強對於電商運營服務行業的AI能力建設，加大技術及研發投入，鞏固競爭優勢，創造更大品牌價值。

我們的技術開發應用以消費者為中心，旨在賦能品牌合作夥伴的電商運營，利用AI技術的深度挖掘和全方位賦能，提升運營、供應鏈管理、設計、財務、客服等各個經營環節的效率和效果。

通過智能分析和決策支持，優化資源配置，提高工作流程的自動化程度，減少人為錯誤，並提供更加精準的服務和創新的設計方案，全面提升各垂直場景的整體績效，推動企業向數據驅動型、智能化轉型，實現持續發展和競爭優勢。我們計劃運用AI技術賦能我們的出海業務，全方位優化跨境電商流程，包括定制營銷素材生成、KOL/KOC合作、供應鏈服務等環節，提升跨境電商運營效率，助力優質中國品牌開拓國際市場，實現全球增長。

我們將聚焦數據能力的提升，加強知識中台底座建設，進一步完善自研AI智能體平台。我們致力於持續增強數字分析能力，不斷優化數據算法，以更好地了解消費者消費習慣並制定和修改運營政策。同時，我們將增強數智化能力，擴展AI模型庫，強化多領域小模型訓練，提升AI智能助手的智能化水平，着力建設強大的知識中台。

通過這些舉措，我們將為AI系統注入豐富的企業經驗和專業知識，構建堅實的企業知識儲備，並基於此構建涵蓋不同業務場景的場景工廠，並打造更多針對不同業務場景的AI智能助手。我們的目標是打造一個智能、高效的數據驅動平台，使AI能夠更深刻理解和應用企業知識，從而提升決策的準確性與效率，為企業創新和發展提供強有力的支持。

為實現上述戰略，我們亦將繼續招聘和培養新人才，尤其是AI數據分析師、前端開發工程師、算法工程師、軟件架構師等崗位。我們還將繼續與國內外頂尖高校和研究機構合作，設立聯合實驗室和研發中心，在數智零售、智能營銷等領域開展深入的產學研合作。通過這些合作，我們將獲得最新的研究成果和技術資源，同時也為高校和研究機構提供真實的應用場景和產業化路徑。

持續拓展品牌資產管理與IP商業化運營業務，從電商運營服務提供者成長為有更多決策權的品牌資產管理者

隨著數字零售和電商市場的競爭加劇，品牌面臨著流量分散化、用戶需求個性化和產品創新即時化的要求，品牌需要數字化合作夥伴具備全域運營、數據洞察及供應鏈優化等綜合服務能力，與其分享權益、共擔風險並形成深度合作。憑藉多年深耕品牌全價值鏈的管理運營，通過新品聯合開發、獨家授權、品牌總代、股權投資等形式，從通過特定渠道銷售品牌合作夥伴的產品或是向其提供運營服務，拓展至與品牌合作夥伴的多元合作乃至深度戰略合作，逐步實現從電商運營服務商到品牌資產管理商的轉型。我們計劃持續拓展我們的品牌資產管理與IP商業化運營業務，通過技術賦能、資產併購與用戶運營，實現從「幕後服務者」到「台前主導者」的跨越。

具體而言，我們計劃積極探索在以下方面的機會：

- *新品聯合開發*：在為品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務的基礎上，我們計劃繼續充分發揮在市場洞察、競爭格局分析、市場策略等方面積累的優勢，與在細分領域居於領導地位的零售品牌一起進行新品創新，並獨家承接特定新產品的孵化、整合營銷、全渠道銷售與用戶運營。例如2025年開始，我們加深了與全球某知名膳食補充劑品牌的合作，在為其提供傳統電商運營服務的基礎上，與其聯合進行新品SKU的市場洞察、用戶調研和新品設計，並繼而獨家承接這些新品SKU的全域營銷和銷售。

- *品牌總代*：我們計劃引進更多具有影響力和發展潛力的零售品牌，成為其在中國或者海外市場的獨家總代理，全面負責品牌在線上線下全渠道的整合營銷和全域銷售，為品牌選擇最適合的分銷渠道並針對不同分銷渠道設計個性化的銷售策略，幫助品牌產品觸達更廣闊的消費者群體，最大程度提升品牌銷售和知名度，實現品牌收益多元化，助力品牌合作夥伴成長。

- *股權投資*：我們計劃繼續通過投資品牌方或與品牌方共同成立合資公司的方式與品牌方(主要是大健康領域和快消領域的品牌方)深度綁定，與品牌方一同進行產品的研發和策劃，並全面負責品牌的營銷和銷售，深度參與品牌方的各項決策和運營管理，同時將我們的業務運營向產業鏈上下游延伸。

- *IP商業化運營*：我們計劃繼續拓展IP商業化運營業務。我們計劃購買不同類型的品牌IP授權，基於品牌IP，設計、開發和運營IP衍生產品，並利用我們的整合營銷能力和豐富的渠道資源，將產品推廣和銷售至更廣闊的市場，進一步提升品牌IP的知名度和影響力。此外，我們計劃進行自有品牌IP的孵化，圍繞自有品牌IP進行產品開發。

從中國走向全球

我們認為跨境出口市場潛力巨大且存在服務缺口，需要具備全面、專業服務能力的服務提供商。根據弗若斯特沙利文，2024年，中國企業對消費者跨境出口電商市場GMV為人民幣43,000億元，預計到2029年可達到66,000億元，2024年至2029年的年複合增長率為8.9%。我們相信，我們可以將我們通過跨境進口業務所形成的渠道分銷及運營能力，資金、庫存及供應鏈管理(如報關及倉儲物流)能力，風控能力以及行業洞察，運用到我們的跨境出口業務，形成跨境進出口業務的協同發展，將我們的足跡在中國及海外不斷拓展。

我們計劃通過多種方式拓展我們的跨境出口業務。在我們品牌至消費者的解決方案下，我們將選取在中國市場發展成熟、有志於開拓海外市場、產品認證要求高的品牌合作，在Temu、亞馬遜、eBay、SHEIN等擁有廣大消費者基礎和流量的境外電商平台自主經營店鋪並銷售品牌產品，幫助國內品牌出海。在我們品牌至企業的解決方案下，我們計劃重點佈局大健康、快消、家居及家電以及工業品類目。例如，自2024年起，我們開始從事汽車底盤件、擺臂等汽車配件、零件的出口。此外，我們還計劃投資或收購海外品牌和海外的當地市場運營和技術團隊，參與這些海外品牌的業務包括他們的市場推廣、營銷和運營，甚至掌握對其業務的決策權，同時加深公司在海外運營品牌的能力。目前我們的跨境出口業務主要涵蓋澳洲和東南亞市場，並為部分東南亞市場的本土零售企業實現線上化轉型。我們還在泰國、越南和馬來西亞部署了本地化團隊，更好地服務品牌，支持我們在當地市場的業務拓展。

我們的業務模式

我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商及絲路電商服務商。我們同時也是AI與數智驅動的品牌資產管理商。根據弗若斯特沙利文，按2024年GMV計，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，在中國電商運營服務商中排名第五。我們致力於以數智科技與高效運營驅動品牌成長，通過品牌資產管理與IP商業化運營提升品牌價值，與全球卓越品牌同行。我們已累計與全球超過200個大健康、美妝個護、大快消(食品飲料、母嬰)、家居及家電等品類的代表性品牌開展合作，其中大多數為國際頭部品牌。根據弗若斯特沙利文，按2024年來自大健康品類的GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一。

十年深耕中國電商運營服務行業，我們形成了領跑行業的品牌全價值鏈閉環服務能力。取決於品牌合作夥伴的具體需求，我們在品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷及廣告投放、供應鏈管理(包括跨境進出口)等方面為其提供全方位的數字零售綜合運營服務，在提高其產品銷售的同時提升其品牌知名度及運營效率，驅動品牌成長。

取決於我們是否協助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者，我們主要通過品牌至消費者的解決方案和品牌至企業的解決方案向品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務。其次，我們也向品牌合作夥伴提供品牌資產管理與IP商業化運營服務以及其他服務：

- **品牌至消費者的解決方案**：我們的品牌至消費者的解決方案起到將品牌方與消費者有效鏈接的橋樑作用。通過提供品牌至消費者的解決方案，我們幫助品牌合作夥伴將產品銷售給終端消費者，並同時向品牌合作夥伴提供包括品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷與廣告投放以及供應鏈管理等在內的其他數字零售綜合運營服務，協助其產品的銷售。我們的品牌至消費者的解決方案可以進一步分為線上渠道經銷模式以及運營服務模式。在這兩種模式下我們為品牌合作夥伴提供的數字零售綜合運營服務是類似的，主要區別在於我們是否從品牌合作夥伴處購買產品，還是單純提供服務：

- ***線上渠道經銷模式***。在線上渠道經銷模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，再通過線上渠道，協助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者。根據客戶對象，我們的線上渠道經銷模式分為兩種形式－B2B2C模式和B2C模式。

  在B2B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，向電商平台出售我們從品牌合作夥伴處採購的產品，再通過運營這些電商平台自營店的方式，協助這些電商平台將產品出售給終端消費者。在B2B2C模式下，品牌合作夥伴是我們的供應商，電商平台是我們的客戶，而我們的收入為我們向電商平台銷售產品所獲取的產品銷售收入。

  在B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並通過我們在電商平台上運營的品牌旗艦店或專營店直接將從品牌合作夥伴採購的產品出售給消費者。在B2C模式下，品牌合作夥伴是我們的供應商，消費者是我們的客戶，我們的收入為我們向終端消費者銷售產品所獲取的產品銷售收入。

- ***運營服務模式***。在運營服務模式下，我們向品牌合作夥伴提供一站式數字零售綜合運營服務，包括但不限於品牌策劃，運營其在電商平台上的旗艦店和專營店，整合營銷、廣告投放以及供應鏈管理。不同於線上渠道經銷模式，在運營服務模式下，我們不從品牌合作夥伴處購買產品，不擁有產品的所有權。在運營服務模式下，品牌合作夥伴是我們的客戶，我們的收入為我們向品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務收取的服務費。

- **品牌至企業的解決方案**。我們的品牌至企業的解決方案起到將品牌方與擁有廣大消費者群體的優質線下渠道有效鏈接的橋樑作用。在該模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並將產品銷售給大型商超等線下渠道，例如沃爾瑪、大潤發、麥德龍，而這些線下渠道後續自行將產品出售給消費者。在該模式下，品牌合作夥伴是我們的供應商，線下渠道是我們的客戶，而我們的收入為我們向線下渠道銷售採購自品牌合作夥伴的產品所獲取的產品銷售收入。

- **品牌資產管理與IP商業化運營**。憑藉多年來積累的行業洞察以及我們的品牌全價值鏈服務能力，我們通過與成熟品牌方聯合進行新品開發、獲得品牌方獨家授權、成為品牌方在指定區域內的總代理、股權投資品牌方或與品牌方合資運營等形式，逐漸與品牌合作夥伴形成更深層次的合作。在品牌資產管理業務模式下，我們全面主導品牌的市場洞察、全域整合營銷和全渠道運營，並與品牌協同進行新品的創新和研發，與品牌合作夥伴共同培育、發展和經營品牌，進一步提升品牌價值。除此之外，我們還開展IP商業化運營業務，向品牌合作夥伴購買品牌IP的授權，開發、銷售和推廣IP衍生產品，提升品牌IP的知名度和影響力。

- **其他**。除上述數字零售綜合運營服務外，我們也不時為品牌合作夥伴提供項目制的數字運營和內容營銷服務，包括廣告創意及設計、渠道廣告投放，以及市場諮詢及策略等，並收取服務費。此外，我們也不時接受委託，協助客戶進行系統升級或提供軟件開發服務，並收取服務費。

隨著消費升級和全球化，中國消費者對高品質海外商品的需求不斷上升，而中國品牌憑藉高性價比在全球市場中展現出強大的競爭力、受到海外消費者的青睞，中國的跨境電商進口和出口服務的需求也在日漸升高。因此，跨境進口和出口能力對於電商運營服務商來說至關重要。根據弗若斯特沙利文，我們是中國市場少有的同時具備跨境進口和跨境出口服務能力的規模化電商運營服務商之一，按2024年跨境進口業務GMV計算，我們在中國電商運營服務商中排名第一。我們合作的大部分品牌為國際品牌，而我們在不同業務模式下銷售的大部分產品來自海外，通過跨境電商模式銷往中國境內。同時，憑藉我們在跨境進口領域，特別是渠道分銷、行業洞察及供應鏈管理等方面積累的豐富經驗，從2024年開始，我們逐步探索跨境出口業務，與有志於開拓海外市場的中國品牌合作，在Temu、亞馬遜、Coupang、SHEIN等境外電商平台自主經營店鋪，構建我們在跨境出口領域的全域分銷能力。我們行業領先的跨境進口和跨境出口服務能力幫助我們將我們的足跡在中國及海外不斷拓展。詳情請參閱「－品牌全價值鏈服務能力－供應鏈管理」。

下表載列我們在所示期間按業務板塊拆分以絕對金額及佔總收入的百分比列示的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*
收入：						
品牌至消費者的解決方案	989,586	88.5	973,726	71.8	843,199	60.2
線上渠道分銷模式	906,602	81.1	876,868	64.7	733,832	52.4
運營服務模式	82,984	7.4	96,858	7.1	109,367	7.8
品牌至企業的解決方案	63,217	5.7	282,130	20.8	494,461	35.3
品牌資產管理與IP商業化運營	40,989	3.7	74,450	5.5	44,506	3.2
其他	23,458	2.1	25,197	1.9	18,121	1.3
	1,117,250	**100.0**	**1,355,503**	**100.0**	**1,400,287**	**100.0**

實踐中，我們會根據品牌合作夥伴在銷售渠道、物流等方面的需求，與品牌合作夥伴進行協商，共同決定具體的合作模式。舉例來說，高端美妝品牌通常不經過經銷商或中間平台，而是直接通過自己的官方渠道(如開設在主流電商平台的品牌旗艦店或自營店、官網商城或App等)向消費者進行銷售，所以我們多以品牌至消費者的解決方案下的運營服務模式向其提供服務。而對於在中國市場尚未有成熟的銷售渠道的品牌合作夥伴，我們則通常會以品牌至消費者的解決方案下的線上渠道經銷模式，或通過提供品牌至企業的解決方案模式，與其開展合作。此外，對於物流鏈條較長、對於庫存周轉管理要求較高的跨境進口品牌，我們通常承擔其在中國市場存貨中間站的角色，通過品牌至消費者的解決方案下的線上渠道經銷模式或品牌至企業的解決方案將他們的產品銷往國內市場。

品牌至消費者的解決方案

我們的品牌至消費者的解決方案起到將品牌方與消費者有效鏈接的橋樑作用。通過提供品牌至消費者的解決方案，我們利用我們的全域分銷能力幫助品牌合作夥伴將產品銷售給終端消費者。同時，我們也向品牌合作夥伴提供包括品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷與廣告投放以及供應鏈管理在內的其他數字零售綜合運營服務，進一步協助其產品的銷售。詳情請參閱「－品牌全價值鏈服務能力」。

根據我們是否在銷售品牌合作夥伴的產品之前先從品牌合作夥伴處購買產品並獲得產品的所有權，我們的品牌至消費者的解決方案可以進一步分為線上渠道經銷模式以及運營服務模式。在這兩種模式下我們為品牌合作夥伴提供的數字零售綜合運營服務是類似的，主要區別在於我們是否從品牌合作夥伴處購買產品，還是單純提供服務。

品牌至消費者解決方案

線上渠道經銷模式

在線上渠道經銷模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，再通過線上渠道，協助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者。我們在線上渠道經銷模式下的品牌合作夥伴涵蓋大健康、美妝個護、大快消、家居及家電以及其他領域。2022年、2023年及2024年，我們線上渠道經銷業務獲得的收入分別為人民幣906.6百萬元、人民幣876.9百萬元及人民幣733.8百萬元，分別佔同期總收入的81.1%、64.7%及52.4%。

根據客戶對象，我們的線上渠道經銷模式分為兩種形式－B2B2C模式和B2C模式。

B2B2C模式

在B2B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，向電商平台出售我們從品牌合作夥伴處採購的產品，再通過運營這些電商平台自營店的方式，協助這些電商平台將產品出售給終端消費者。在這一模式下，我們助力品牌產品觸及優質電商平台的廣大消費者群體。我們B2B2C模式下的品牌合作夥伴涵蓋大健康、美妝個護、大快消、家居及家電以及其他領域。截至最後實際可行日期，我們向7個電商平台出售來自品牌合作夥伴的商品。我們在這些電商平台自主運營28個電商平台自營店，將採購自品牌合作夥伴的產品銷售給終端消費者。我們負責店鋪的全部運營管理，包括商品管理、網頁內容管理、店內營銷及促銷管理、客戶服務和庫存預測及商品向電商平台倉庫的配送管理等。

在B2B2C模式下，品牌合作夥伴是我們的供應商，電商平台是我們的客戶，我們的收入為我們向電商平台銷售產品所獲取的產品銷售收入。在B2B2C模式下，在將我們自品牌合作夥伴採購的產品出售給電商平台之前，我們擁有產品的所有權。

B2C模式

在B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並通過我們在電商平台上運營的品牌旗艦店或專營店，將從品牌合作夥伴採購的產品直接出售給終端消費者。我們B2C模式下的品牌合作夥伴涵蓋大健康、美妝個護、大快消、家居及家電以及其他領域。截至最後實際可行日期，我們在11個電商平台自主運營118個品牌旗艦店或專營店，並通過這些店鋪銷售我們採購自品牌合作夥伴的產品。所有品牌旗艦店及專營店均由品牌合作夥伴授權設立，我們負責店鋪的全部運營管理，包括但不限於商品管理、網頁內容管理、店內營銷及促銷管理、客戶服務和庫存預測及商品配送。

在B2C模式下，品牌合作夥伴是我們的供應商，消費者是我們的客戶，而我們的收入為我們向消費者銷售產品所獲取的產品銷售收入。在B2C模式下，在將我們自品牌合作夥伴採購的產品出售給終端消費者之前，我們擁有產品的所有權。

運營服務模式

在運營服務模式下，我們向品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務，協助他們在電商平台等運營他們的旗艦店和專營店，並通過我們運營的旗艦店和專營店將品牌合作夥伴的產品直接出售給消費者，除了店鋪運營之外，我們還會向品牌合作夥伴提

供品牌策略、整合營銷與廣告投放以及供應鏈管理等數字零售綜合運營服務。我們運營服務業務的品牌合作夥伴主要分佈在大健康(主要是處方藥)、美妝個護(尤其是高端美妝)、大快消等領域。

不同於品牌至消費者的解決方案下的線上渠道經銷模式以及品牌至企業的解決方案，在運營服務模式下，我們不從品牌合作夥伴處購買產品，不取得產品的所有權，不產生任何存貨。在運營服務模式下，品牌合作夥伴是我們的客戶，而我們的收入為我們向品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務收取的服務費。我們收取的服務費主要分為固定服務費和佣金(通常為GMV的特定比例)兩種形式。

2022年、2023年及2024年，我們運營服務業務獲得的收入分別為人民幣83.0百萬元、人民幣96.9百萬元及人民幣109.4百萬元，分別佔同期總收入的7.4%、7.1%及7.8%。

品牌至企業的解決方案

我們的品牌至企業的解決方案起到將品牌方與擁有廣大消費者群體的優質線下渠道有效鏈接的橋樑作用。在品牌至企業的解決方案下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並將產品銷售給包括沃爾瑪、大潤發、麥德龍在內的大型商超等線下渠道。這些線下渠道後續自行將產品出售給消費者。詳情請參閱「－線下渠道」及「－品牌全價值鏈服務能力」。我們品牌至企業的解決方案的品牌合作夥伴涵蓋大健康、美妝個護、大快消、家居及家電以及其他領域。截至最後實際可行日期，我們的品牌至企業的解決方案向11個線下渠道出售來自品牌合作夥伴的商品。

在品牌至企業的解決方案下，品牌合作夥伴是我們的供應商，線下渠道是我們的客戶，而我們的收入為我們向線下渠道銷售採購自品牌合作夥伴的產品所獲取的產品銷售收入。在品牌至企業的解決方案下，在將自品牌合作夥伴處採購的產品出售給線下渠道之前，我們擁有這些產品的所有權。

品牌至企業解決方案

2022年、2023年及2024年，我們的品牌至企業解決方案獲得的收入分別為人民幣63.2百萬元、人民幣282.1百萬元及人民幣494.5百萬元，分別佔同期總收入的5.7%、20.8%及35.3%。

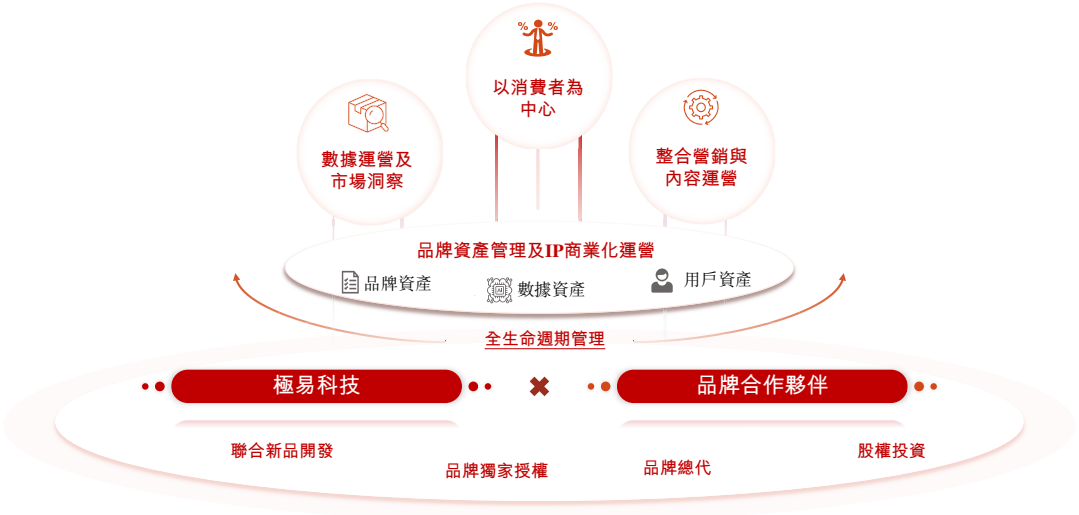
品牌資產管理與IP商業化運營

近年來，電商運營服務逐漸向專業化、數智化發展，品牌對一體化、專業化、定制化的高效運營服務需求不斷提升。憑藉多年來積累的行業洞察以及我們的品牌全價值鏈服務能力，我們篩選具備高成長潛力的優質品牌，通過與成熟品牌方聯合進行新品開發、獲得品牌方獨家授權、成為品牌方在特定國家或區域內的總代理、股權投資品牌方或與品牌方合資運營等形式和IP商業化運營，與品牌合作夥伴形成更深層次的合作，逐步實現從電商運營服務提供者到品牌資產管理者的轉型。

在品牌資產管理模式下，我們通常在與品牌方合作的初期採取品牌總代的合作方式，在一定期限內負責品牌的全域分銷，與品牌方進行快速磨合，同時進一步了解品牌和行業情況，評估品牌的成長潛力和長期發展前景。在對品牌有了更深層的了解後，對於有積極增長預期的品牌，我們會進一步將品牌總代的合作模式升級到合資運營模式，與品牌方成立合資公司，搭建團隊負責合資公司的運營，參與品牌的全方位運營管理，實現品牌的快速增長。除此之外，我們還開展IP商業化運營業務，通過對品牌IP的有效管理和運營，提升品牌知名度和影響力。在IP商業化運營業務下，我們向品牌合作夥伴購買品牌IP的授權，基於IP開發、銷售和推廣IP衍生產品，提升品牌IP的知名度和影響力，或是進一步轉售IP授權並收取轉售費用。

相較於品牌至消費者的解決方案以及品牌至企業的解決方案，在品牌資產管理模式與IP商業化運營下，我們主導品牌的市場洞察、全域整合營銷和全渠道運營，並與品牌協同進行新品的創新和研發。例如，在品牌至消費者的解決方案以及品牌至企業的解決方案下，品牌方一般會授權多個電商運營服務商，各電商運營服務商分別在有限的指定渠道進行品牌產品的銷售，因此我們一般是通過某個特定的線上或線下渠道銷售品牌方的產品；而在品牌資產管理模式的品牌總代形式下，我們獲得品牌方的獨家授權，成為品牌在中國或者特定區域的唯一代理方，利用我們豐富的渠道資源，通過線上線下全渠道對品牌方的產品進行全域分銷，幫助品牌產品觸達更廣闊的消費者群體，同時加深與品牌的穩定合作。不僅如此，在品牌至消費者的解決方案以及品牌至企業的解決方案下，我們一般只根據品牌合作夥伴的需要向其提供數字零售綜合運營服務；而在品牌資產管理運營模式下，我們會全方位參與品牌的產品研發、策劃和運營。例如，在品牌資產管理模式的合資經營形式下，我們入股品牌方或與品牌方成立合資公司，與品牌方一同進行產品的研發和策劃，深度參與品牌的各項決策和運營管理；而在IP商業化運營業務下，我們持有專項授權的品牌IP並擁有與IP相關的一切權利，可以自行進行IP衍生產品的設計、研發、策劃、銷售與推廣。此外，我們未來還計劃進行自有品牌的孵化，進一步拓展品牌資產管理業務及IP商業化運營業務。

在品牌資產管理與IP商業化運營模式下，我們參與品牌的產品研發、策劃、運營等全生命週期的管理與經營，從電商運營服務提供者成長為有更多決策權的品牌資產管理者，同時積累了海量的用戶資產、品牌資產和數據資產。結合我們的數智化運營分析能力和供應鏈管理能力，我們能夠實現對品牌在消費者(人)、商品運營及流轉(貨)、消費場景及渠道(場)的全局運營管理，從而能夠為合作品牌更精準定位品牌形象、更廣泛拓展觸達領域、更精確管理客戶畫像、提升商品流轉效率、更深刻積累行業洞見，與品牌合作夥伴共同培育及經營品牌，提升品牌價值。



我們的品牌資產管理與IP商業化運營業務目前正處於快速發展階段。截至最後實際可行日期，我們已為近10個品牌提供了品牌資產管理與IP商業化運營服務。我們在品牌資產管理與IP商業化運營模式下的收入主要包括分銷品牌方的產品所獲得的銷售收入、銷售獨立研發或與品牌方共同開發的產品的銷售收入等多種收入形式。2022年、2023年及2024年，我們通過品牌資產管理與IP商業化運營獲得的收入分別為人民幣41.0百萬元、人民幣74.5百萬元及人民幣44.5百萬元，分別佔同期總收入的3.7%、5.5%及3.2%。

其他服務

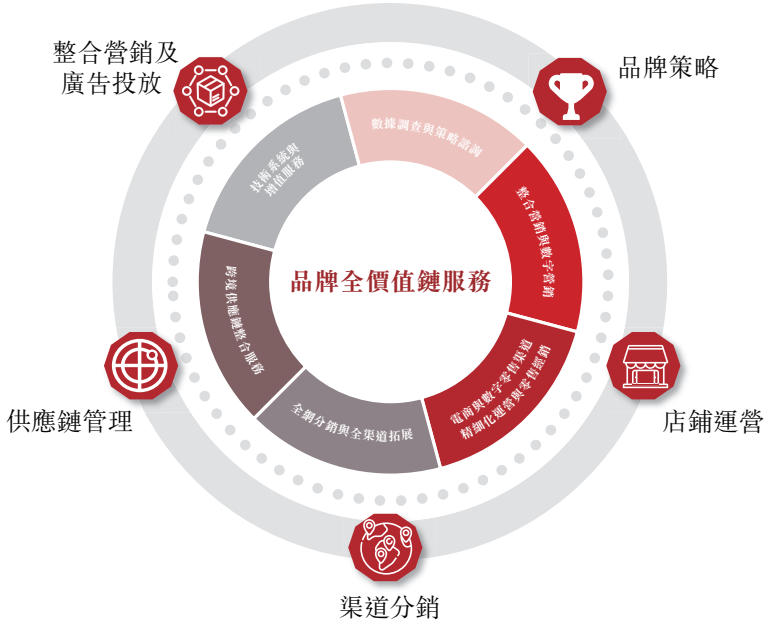
基於品牌合作夥伴的營銷需求，我們也為其提供項目制的內容營銷服務。服務內容包含廣告創意及設計、渠道廣告投放以及市場諮詢及策略等，我們從中收取服務費。例如，我們為一家領先的美國高性能運動用品公司提供內容營銷服務，通過歷史銷售數據分析、競品分析等方式，幫助其針對不同渠道和不同目標人群製作並投放廣告。服務期間總計為該客戶的網店引入超過30萬名訪客，渠道流量環比增長超過800%。

我們也不時接受客戶委託提供技術開發服務，並從中收取服務費。例如，我們為一家中國領先的科技企業的線上商城系統進行數字化升級，實現其商城系統與會員權益系統的融合，極大降低了響應時間，提高了商城訪問人數和用戶滿意度。

2022年、2023年及2024年，我們提供其他服務獲得的收入分別為人民幣23.5百萬元、人民幣25.2百萬元及人民幣18.1百萬元，分別佔同期總收入的2.1%、1.9%及1.3%。

品牌全價值鏈服務能力

十年深耕中國電商運營服務行業，我們形成了領跑行業的品牌全價值鏈閉環服務能力。取決於品牌合作夥伴的具體需求，我們在品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷及廣告投放、供應鏈管理五大方面為其提供覆蓋品牌全價值鏈的數字零售綜合運營服務，在協助其產品銷售的同時提升其品牌知名度及運營效率，驅動品牌成長。這些品牌全價值鏈服務能力構成了我們品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案以及品牌資產管理與IP商業化運營的核心引擎。



品牌策略

憑藉我們多年的線上運營經驗，我們形成了對各品類的深刻洞察。憑藉對市場趨勢、競爭格局、銷售渠道及消費者理念及消費習慣的認識，我們為品牌合作夥伴提供差異化、本地化的品牌策略，向目標消費者精準傳遞品牌形象及產品核心賣點。我們的品牌策略能夠助力新品牌有效進入中國市場，幫助富有潛力的中國品牌拓展海外市場，以及賦能現有品牌優化產品佈局、提升銷售業績。

我們的品牌策略服務主要包括：

— *市場及用戶調研*：我們專門的數據及調研團隊會對目標市場進行調研，研究行業發展趨勢、分析競爭格局，並利用生成式AI技術，自動生成市場分析報告和用戶調研結果，提升調研效率和報告質量。我們還會通過對行業數據、用戶數據、輿情內容的分析，了解市場趨勢和消費者偏好。此外，我們也會以用戶行為數據和畫像標籤為出發點，使用大數據分析和機器學習算法進行聚類分析，幫助品牌識別產品類目的核心人群，深入挖掘類目人群特徵，理解其購買偏好，為品牌合作夥伴制定更有效的品牌策略解決方案。例如，通過數據分析，我們發現某高端美妝品牌的核心用戶主要集

中在一線城市，且偏好天然成分產品。我們相應為其設計了針對核心用戶所在區域和偏好的營銷活動，極大提升了該品牌的市場佔有率和用戶滿意度。

- *品牌定位*：我們的品牌管理團隊會與品牌合作夥伴開展不同形式的諮詢會、研討會等，挖掘其對自身的品牌及產品認知。憑藉我們對目標市場及消費人群的充分調研，我們可以將品牌合作夥伴的品牌認知及調性以適合中國或其他目標市場商業習慣及文化的方式予以表達。

- *渠道分析*：我們會分析品牌合作夥伴的某個產品在不同渠道的銷售狀況，並運用AI算法，基於產品在不同渠道的銷售數據以及整體市場趨勢，為品牌合作夥伴推薦合適其新產品的銷售渠道及已有產品的重點提升渠道，最終提升整體銷售表現。例如，若AI分析確定某產品在某渠道的銷售轉化率最高，我們會建議品牌重點投放資源在該渠道進行推廣。

店鋪運營

我們的店鋪運營從分析和洞察市場入手，幫助品牌識別目標人群，提高品牌影響力，並最終提升品牌的客戶黏性。具體而言，我們會從貨品及價格體系、人群滲透策略、用戶運營及客服支持等方面提供店鋪運營服務。

- *貨品賣點挖掘及價格體系構建*：我們分析類目關係，理解新、老顧客的類目購買偏好，從而為品牌合作夥伴優化產品組合、制定交叉銷售策略等提供建議。此外，我們會使用AI算法對競品進行分析，比較不同價格區間的貨品在各渠道的銷售情況，為品牌產品構建更具吸引力的線上價格體系以及更加合理的定價策略和折扣安排。

- *品牌人群滲透*：我們通常會協助品牌合作夥伴制定1-3年的GMV目標規劃，明確各年度的主要運營任務。通過評估不同銷售渠道在不同細分人群中的獲客效果，包括點擊率、轉化率等，制定流量投放計劃，借助電商平台日常及大型促銷活動、商品推薦系統等站內資源，充分利用社交媒體營

銷、搜索引擎營銷等站外資源，精細化利用優惠券、禮品等權益工具高效觸達品牌的目標客群，助力品牌提高曝光量、確保營銷投入獲得更高的銷售收益，最大化投資回報率。

— *用戶生命週期管理*：我們助力品牌合作夥伴進行用戶生命週期管理。通過分析新、老客人群畫像差異，挖掘潛在客戶，促進會員轉化。同時，我們利用AI技術分析用戶最近消費時間、消費頻次、消費金額，對老客進行分層，運用AI技術對競品購買用戶的流入流出進行分析，提供智能化的用戶維護方案。同時，我們利用AI驅動的推薦系統，定期向用戶推送個性化的產品和優惠信息，提升老客的複購率和非活躍用戶的喚醒率，通過豐富的互動形式、差異化的會員權益等提升用戶的品牌忠誠度。

— *客服支持*：我們也可以提供售前和售後客戶服務。售前客服通常涉及回覆消費者購買前對產品規格或促銷細節的諮詢。售後客服通常與配送跟進、退換貨安排及客訴處理有關。

渠道分銷

我們具備面向全域的多品牌、多品類、全渠道銷售能力，能夠根據品牌合作夥伴的需求將他們的產品通過我們在電商平台上運營的電商平台自營店、品牌旗艦店銷售給消費者，或將品牌合作夥伴的產品銷售給大型商超等線下渠道，由這些線下渠道後續自行將產品銷售給消費者。

— *綜合線上電商平台*：我們的分銷渠道覆蓋京東、天貓及考拉海購等大型、綜合的線上電商平台。這些主流電商平台囊括了多個行業品類，並吸引了中國線上購物的大部分流量。我們在對電商平台的商品銷售以及在相關平台的店鋪運營上投入了大量精力，並在大健康、高端美妝等細分市場積累了大量經驗，奠定了我們在這些細分市場的優勢。以大健康市場為例，保健品、營養食品、處方藥和OTC的種類和特性各異，且產品宣傳等方面的法規及政策複雜，增加了消費者觸達的難度。我們的大健康團隊有數十名大健康領域的專家，擁有豐富的處方藥和非處方藥電商運營經驗，在大健康領域平均有超過5年的從業經驗。得益於我們的專業團隊對產品原理、

監管合規方面的知識和經驗，以及我們在大健康品類長期深耕所積累的數據資產，我們能夠協助品牌合作夥伴利用電商平台工具，針對大健康產品消費者的差異化需求更有針對性地進行產品推廣及廣告投放，吸引新客購買，提升老客複購，提高產品銷售。

我們主要通過品牌至消費者的解決方案與綜合線上電商平台合作，助力品牌合作夥伴的產品通過這些電商平台觸及廣大消費者。詳情見「－我們的業務模式－品牌至消費者的解決方案」。

- *社交電商渠道*：除了綜合線上電商平台之外，我們也與新興社交電商渠道開展密切合作。截至最後實際可行日期，我們已在抖音、快手、小紅書和微信(通過其朋友圈和小程序應用)等社交電商平台開展數字營銷、內容產出和在線銷售等活動。例如，根據品牌合作夥伴的需求，我們在社交電商平台上發佈產品種草貼文等營銷軟文，幫助其提高產品銷量。

- *線下渠道*：針對數量相當可觀的中國線下消費群體，我們與沃爾瑪、大潤發、麥德龍等線下大型商超合作，利用這些大型商超在中國的廣泛線下佈局、卓越的顧客服務及會員制度銷售我們品牌合作夥伴的產品。我們主要在提供品牌至企業的解決方案時與線下渠道進行合作。此外，我們也為大型商超提供數字零售綜合運營服務，助力線下大型商超進行線上化轉型，打通線上線下全域渠道。例如，我們幫助麥德龍運營其官方APP，提供包括商品管理、網頁內容管理、在線活動管理、客戶服務等在內的數字零售綜合運營服務。

整合營銷及廣告投放

我們秉持「投數一體」的方法論，為品牌合作夥伴提供靈活的、數據驅動的、以消費者為中心的實時決策，賦能其調整產品的整合營銷及廣告投放策略，以應對複雜和不斷變化的市場情況。

— *營銷策略開發(「Evolve」)*：對市場機會、品牌資產的深度剖析是產品營銷成功的重要前提。我們能夠將市場機會剖析和品牌資產剖析成果轉化為有效的產品營銷策略，推動產品的營銷成功。在市場機會剖析方面，我們運用機器學習和聚類分析模型，深入挖掘海量的消費數據，識別市場機會和潛在消費群體，不僅可以精準洞察不同地區、不同年齡段、不同消費水平的消費者的需求，還能提前預測最新的市場趨勢，從而為品牌合作夥伴制定差異化和本地化的營銷策略。例如，通過對搜索關鍵詞以及行業報告數據的綜合分析，我們能夠及時發現新的細分市場機會，為品牌合作夥伴提供前瞻性的營銷策略建議。此外，我們使用生成式AI技術自動生成市場分析報告和戰略建議，提升我們對市場機會的分析效率和洞察深度。在品牌資產剖析方面，我們首先通過收集多維度品牌數據，為品牌精準定位目標受眾；進而通過深入挖掘消費者反饋，探尋消費者需求，協助品牌打造差異化賣點；最後，我們依據所收集的信息，為品牌篩選適配營銷渠道。

— *執行營銷計劃(「Execute」)*：在營銷計劃的執行方面，我們重點關注營銷場景的構建以及營銷計劃的觸達，並同時對流量進行動態監管。我們注重構建多場景協同與個性化定制的營銷場景。我們會根據不同產品的特性與目標受眾，投放定制化的內容廣告，強化品牌的形象塑造。同時，我們使用搜索類付費工具，幫助品牌進行重點目標人群的設置以及產品關鍵詞的設置及優化，確保消費者通過搜索關鍵詞尋找意向商品時品牌產品的高曝光度。在營銷計劃的執行過程中，我們還會運用大數據決策系統，根據消費者的消費行為數據和行業動態實時調整營銷計劃，並運用AI驅動的流量管理工具優化廣告投放策略，實時調整廣告投放渠道和方式，確保轉化率和投資回報率的最大化。

在客戶觸達策略方面，我們通過整合多渠道的用戶數據，構建統一的用戶畫像體系，通過用戶畫像分析提高廣告投放的精準度與有效性。例如，針對高價值的潛在新客戶，我們通常採用多形式的廣告觸達方式，配合新客優惠權益，逐步引導其完成購買轉化；而對於已經購買過產品的現有客戶，我們則會推送高關聯產品或會員專屬優惠信息，以促進其進行多次購買，提升其品牌忠誠度。

在流量管理方面，我們會依據不同渠道的流量質量、轉化率以及成本效益，動態調整流量分配比例。例如，在電商大促收割爆發期，我們會加大對高轉化率購物場景渠道的流量投入；而在新品推廣種草階段，我們則會側重於社交媒體場景渠道的流量引入，以提高消費者互動及品牌知名度。同時，我們建立了流量監控預警機制，實時監測流量異常波動，及時調整投放策略，確保流量的穩定與高效利用。

— *評估營銷效果(「Evaluate」)*：我們重視對營銷效果的評估，以便於我們改進為品牌方制定的營銷計劃。執行營銷計劃後，我們會運用精準的數據分析技術，通過完整的複盤流程來評估營銷策略的執行效果。我們從電商平台和公司投放營銷廣告的渠道處收集包括廣告曝光量、點擊量、轉化率、銷售額、點擊成本等關鍵數據，並運用數據挖掘與統計分析方法，結合大數據分析工具對收集到的數據進行深度分析，對比不同營銷活動、不同投放策略下的各項指標表現，找出數據中的規律與異常點，例如通過對比測試分析不同廣告創意對用戶點擊率的影響。根據對這些數據和指標的分析結果，我們對活動投放的整體效果進行綜合評估，判斷投放效果是否達到預期目標，哪些方面表現達到預期，哪些方面存在不足及如何改進。我們通常會撰寫詳細的營銷效果評估報告，為後續改進營銷策略提供數據支持與決策依據。

在評估營銷效果時，我們會重點關注包括投入產出比(ROI)、新客下單率等關鍵指標，並對這些關鍵指標進行全面細緻的分析。在分析ROI時，我們會詳細拆解包括廣告製作費用、媒體投放費用在內的廣告投放成本，並結合不同渠道、不同投放時段對ROI的影響，將廣告的投放成本與其帶來的直接銷售收入進行對比分析。在分析新客下單率時，除了評估付費投放新客的人群滲透率外，我們會進一步分析新客來源渠道、新客購買產品種類與金額分佈、新客購買後的留存率與複購率等指標，並通過用戶行為路徑分析，了解新客從認知品牌到下單購買的轉化過程中的關鍵節點與流失原因。此外，我們通過使用多觸點歸因分析模型，分析不同營銷渠道的貢獻和效果，幫助品牌合作夥伴篩選出最優渠道，優化品牌合作夥伴的渠道資源分配。

— *改進營銷策略(「Enhance」)*：基於我們對營銷效果的評估以及我們對市場機會變化的預測，我們從不同方面對品牌的營銷策略進行調整和改進，以保持品牌的市場競爭力與吸引力。我們建立了閉環反饋機制，系統性地採集和分析營銷執行過程中的各類數據反饋，根據分析結果持續優化和改進營銷策略，更好地滿足客戶需求。例如，如果某種投放渠道或形式投資產出比低，則我們會相應減少相關投入。若某個社交媒體廣告投放雖然曝光量高但轉化率極低，我們會重新評估廣告投放策略，調整廣告形式、投放時段或目標受眾定位，或考慮暫停該渠道投放，轉向轉化率更高的渠道。而對於新客下單率低的情況，我們會相應進行新客獲取與轉化策略的優化。若是通過某些投放渠道所吸引的新客轉化率較低，我們會拓展新的優質渠道，或加強與現有高轉化率渠道的合作深度；若是新客在購買轉化過程中的某個環節流失嚴重，如購物車棄購率高，我們則會針對性地優化該環節的流程，提供優惠激勵或改善用戶體驗，降低流失率。此外，我們還會運用機器學習和預測性分析技術，根據歷史數據和當前市場動態，對營銷策略進行前瞻性的調整和優化。

我們的整合營銷及廣告投放能力獲得了諸多認可，以及包括虎嘯獎(金獎)、ECI Awards國際艾奇營銷創新獎在內的諸多知名獎項。

供應鏈管理

我們為品牌合作夥伴提供覆蓋了商品備貨、入庫、倉儲、出庫、交貨等全流程的供應鏈管理服務。首先，我們會負責整體庫存備貨，根據品牌歷史數據和預估銷量制定採購計劃，並跟蹤採購到貨情況，確保商品及時入庫並準確記錄。在庫存管理方面，我們制定了完備的存貨管理制度，無論商品位於我們租賃的倉庫還是第三方倉儲服務提供商的倉庫，我們都對商品進行全方面的管理並制定存貨周轉計劃。詳情請參閱「－存貨管理」。在訂單履行方面，我們根據訂單區域分佈情況以及各物流服務供應商的區域與優勢匹配最優的物流計劃，保證商品及時和準確的交付。此外，我們通過數字化系統的應用，提高了對供應鏈各個環節的管理效率，進一步優化庫存管理、提升訂單效率，協助品牌方向消費者提供流暢、高效的購物體驗。例如，我們會使用供應鏈優化模型，對庫存和物流方案進行實時調整，確保產品在最短時間內到達消費者手中，從而提升銷售效率和用戶體驗。

隨著消費升級和全球化，中國消費者對高品質海外商品的需求不斷上升，而中國品牌憑藉高性價比在全球市場中展現出強大的競爭力、受到海外消費者的青睞，中國的跨境電商進口和出口服務的需求也在日漸升高。因此，跨境進口和出口的供應鏈管理能力對於電商運營服務商拓展跨境業務來說至關重要。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國市場少有的同時具備規模化跨境進口和跨境出口服務能力的電商運營服務商。而我們出色的跨境進口和出口能力是我們供應鏈管理能力的重要組成部分。

- *跨境進口*：得益於我們參與的貿易形態的多樣性以及我們積累的行業經驗和資源，我們能夠為品牌方全面對接報關行、航空、貨車以及快遞公司等第三方服務商，為其提供跨境進口供應鏈管理一站式綜合解決方案。我們從品牌合作夥伴處採購位於境外的產品，並安排將這些產品整裝運輸至中國的跨境保稅區(貨物做一線入關申報後，或運輸至電商平台保稅倉(品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下)或在此留待清關(品牌至消費者的解決方案的B2C模式下))。品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下，在電商平台或線下渠道向我們下單後，我們安排將產品交付至其指定的交付地點，並由電商平台或線下渠道管理保稅倉。品牌至消費者的解決方案的B2C模式下，我們通常參與管理保稅倉。一旦消費者完成購買，我們將為特定貨物執行清關流程，並將貨物送達消費者，我們通常會聘請第三方合作夥伴執行這些流程。我們通常與倉儲和物流服務提供商簽訂年度服務協議，並承擔不因服務提供商過錯而造成的貨品損壞和損失風險。詳情請參閱「－倉儲及物流合作夥伴」。

  根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，我們跨境進口業務的GMV在國內電商運營服務商中排名第一。

- *跨境出口*：我們將我們在跨境進口領域的供應鏈管理方面積累的豐富經驗運用至跨境出口業務，全面拓展我們的跨境電商業務。我們已經建立了位於日本和美國的物流鏈路，在亞馬遜的日本站和美國站的多個海外倉庫中部署庫存，力求達到甚至超越平台的配送時效，以滿足日本和美國不同地區客戶的需求。同時，我們也在SHEIN和Temu平台經營店鋪出售商品至海外，構建多樣化的出海模式。我們採用由買家自配送(FBM)以及由亞馬遜物流(FBA)的混合備貨與發貨策略，以適應不同品類、不同平台以及不同時間段的需求。此外，我們在泰國、馬來西亞、越南當地也進行了供應鏈佈局，以支撐我們的業務範圍輻射整個東南亞。

案例分析

案例一：萬艾可

客戶訴求：萬艾可是暉致旗下的市場頭部處方藥男科品牌。雖然萬艾可的銷量長期位於市場頭部行列，但各類價格更低的仿製藥不斷進入市場，導致市場競爭激烈，萬艾可的銷量開始下滑，老客逐漸流失至低價競品，新客增長方面也出現了負增長的情況。為了在日漸激烈的市場競爭中保持品牌領先地位，萬艾可需要在獲客方面實現突破。

我們的解決方案：我們主要通過目標客戶人群模型的搭建以及營銷內容的匹配觸達幫助萬艾可穩固已有客戶，追回流失客戶，同時實現新客增長。

- *新客人群模型搭建*：在目標客戶人群模型搭建上，我們定位了萬艾可的競品人群和跨類目高關聯人群，從這兩類人群入手進行獲客。我們對瀏覽萬艾可及其競品的人群進行了分析，發現瀏覽萬艾可和競品的總人數超過二百萬，但其中只瀏覽萬艾可人數僅佔不到四分之一。這個發現顯示了競品客戶可帶來的潛在流量，因此我們將競品人群定義為一大獲客目標人群。同時，我們着眼於其他高關聯產品的市場，識別購買與萬艾可高關聯的產品的跨類目高關聯人群。運用數據分析工具對人群特徵進行分析後，我們發現，萬艾可的跨類目高關聯人群為計生情趣類目下的男用延時、潤滑液購買人群、非處方藥類目下的補益用藥人群以及酒水類人群。

- *營銷內容匹配觸達*：搭建目標客戶人群模型後，我們針對不同人群進行營銷內容的投放。我們首先緊抓七夕這一黃金營銷節點，針對計生情趣類目的受眾制定營銷企劃。在七夕期間，兩性健康關注度激增的背景下，整合站內外全域渠道資源，依託不同的頁面頻道、關鍵詞搜索等消費者流量入口，結合人群類別數據標籤，精準鎖定25歲至40歲的具高消費潛力的人群。在此基礎上，我們採用「秒殺＋搜索詞攔截」雙引擎驅動銷售轉化，通過限時優惠激發消費者購買慾望，同時通過分析消費者搜索數據設置專屬優惠活動，吸引消費者關注。同時，我們搭建患教內容體系，以圖文形式

為消費者提供相關健康知識和教育內容，並與消費者進行互動，在平台內私域頻道打造情感共鳴場域，增強用戶的情感認同和品牌忠誠度，同時提升用戶體驗並促進銷售轉化，實現品牌價值與銷售成果的雙向提升。

- *運營策略個性定制*：其次通過洞察品牌整體購買用戶的畫像變動以及各品規用戶的畫像差異，我們發現：萬艾可的銷量在年輕人群中增長迅猛，在中流砥柱家庭人群中增長穩定；各劑量小片規格(例如1片，2片)的藥品購買者中，學生、小鎮青年，16至35歲人群佔比較高，而高劑量大片規格的藥品購買者以中產、銀髮人群為主，購買人群具有已婚、高購買力的特點。基於這一分析結果，我們為品牌制定個性化人群運營策略：針對購買能力、頻率或忠誠度上表現突出的高價值用戶，我們推出專屬會員權益，並為其定制化產品組合；針對在特定場景下或對特定產品有較高消費意願的類別策略人群，我們對其進行二次精準觸達，通過定向發放優惠券、根據特定購買場景或用戶需求定制營銷內容等方式，提升流轉效率，實現用戶價值的最大化挖掘。

最終效果：通過我們為萬艾可定制和執行的解決方案，我們幫助萬艾可實現了新客和老客人數的雙重增長。2024年，萬艾可在某主流電商平台店鋪的新客人數較2023年同比增長5%，老客人數較2023年同比增長13%。同時，萬艾可在該主流電商平台店鋪的老客銷售額增幅明顯，相較2023年同比上升38%。

案例二：一家高端香水品牌

客戶訴求：2022年，某高端香水品牌正式入駐某主流電商平台。2024年，面對更激烈的競爭以及更高的銷售目標壓力，該品牌亟需找到新的業務增長點。我們作為該品牌在該主流電商平台的全域服務商，運用我們的數投能力和數據分析能力，幫助該品牌進行精細化的人群資產運營，並結合我們的營銷能力和豐富的營銷場景資源，幫助品牌找到業務增長的新抓手。

我們的解決方案：我們為該高端香水品牌定制的解決方案主要包括以下步驟：

- *「人」－潛在客戶識別*：為識別該高端香水品牌的目標消費者人群以及了解這些消費者的消費習慣，我們首先運用數據分析工具，對該品牌的專營店鋪在2023年促銷季的用戶購買數據以及該主流電商平台的香水購買人群進行梳理和分析，依據用戶的消費習慣(包括消費類目、消費時間、消費頻次、消費金額等)對用戶進行人群細分。結合該主流電商平台對消費人群的分類，我們對該品牌消費人群的基礎標籤、特徵標籤以及品類偏好進行分析，並通過聚類算法進行模型預測，最終將該品牌的目標人群梳理為四類：品質家庭、中產人群、悅己女性和儀式感Z世代。

- *「貨」－客戶需求挖掘*：我們對各價格段的香水銷售數據進行了分析，以挖掘目標客戶人群對於香水類目的具體需求，例如用戶對於不同價位香水的需求變化。通過分析，我們發現香水在各價格段銷售走勢呈現兩極分化—在人民幣300元以下的低價段以及人民幣800元至人民幣1,000元及以上的高價格段上漲，而在人民幣300元至人民幣600元的中間價格段帶明顯下降。

- *「場」－消費場景分析*：我們對2023年促銷季在該品牌的專營店購買產品的用戶進行聚類分析，重點關注他們的屬性和購買行為。例如我們發現在促銷季通過該品牌的專營店購買產品的一大場景是送禮，而在購買產品作為禮物的人群中，男性用戶的決策週期通常很短，他們的購買行為一般在促銷日前二至三天進入爆發期，而在促銷日當天達到峰值。

- *「人+貨+場」－方案落地*：利用這些對消費者行為的洞察分析，我們首先制定「人+貨」策略，為我們梳理出的四大核心人群匹配不同的產品、禮盒以及促銷機制。而在營銷場景的建構上，我們從送禮場景出發，制定主打男性禮贈的營銷策略，並結合我們對男性用戶決策週期的分析，在促銷日臨近期間加大營銷力度。而在營銷內容上，我們針對不同類型的人群製作了不同內容的投放素材，並將它們針對性地投放至所匹配的人群。同時，我們將不同的營銷內容投放至同類型人群以測試投放效果，從而找到效果更好的創意素材以及與每種素材所匹配的人群類型，從而進一步提升投放的效率和成果。

最終效果：通過我們為該高端香水品牌定制和執行的解決方案，在2024年，該品牌在該主流電商平台的專營店銷售額同比提升了60%，在該主流電商平台的香水線和家居線品牌中排名前列。同時，我們幫助該品牌將獲客成本降低了40%，打破傳統消費圈層，吸引了大批的新用戶群體。

案例三：佳沛

客戶訴求：佳沛是全球最大的奇異果銷售商，其奇異果已銷往超過50個國家。在最初進入中國市場時，佳沛專注於線下銷售渠道。隨著2020年第一個五年計劃的啟動，電商平台的線上銷售成為佳沛業務擴展的增長引擎。作為佳沛在數智化運營方面的關鍵合作夥伴之一，我們憑藉我們在數據分析、決策制定和營銷活動等方面的能力為其賦能。

我們的解決方案：我們為佳沛定制的解決方案主要包括以下步驟：

- *「人」－潛在客戶識別：*我們首先運用聚類人群分析技術就佳沛在某主流電商平台的用戶購買行為進行分析並重建目標人群指數(TDI)標籤，以識別消費者通常與佳沛產品一同購買的產品種類。我們發現購買佳沛產品的客戶往往也會購買乳製品、進口食品和母嬰產品。

- *「貨」+「場」－客戶需求挖掘：*我們對這些購買佳沛產品的用戶進行聚類分析，重點關注他們的屬性和購買行為。我們發現：通過該主流電商平台購買佳沛產品的主要有四大聚類人群。然後，我們為佳沛不同的產品規格創建標籤，並針對這四大聚類人群和他們的消費場景進行投放測試和轉化測試。這些測試讓我們更好地了解了各場景下的複購可能和複購偏好，從而幫助佳沛針對不同場景的潛在銷售增長作以規劃，並設計相應的產品規格。例如，某聚類人群最偏好購買的是巨大果22個裝+特大果25-27個裝，其主要消費場景包括早餐和零食場景。

- *方案落地：*利用這些對消費者行為的洞察分析，我們針對佳沛不同的人群和消費場景，通過包括秒殺提前購、KOL推廣、線下活動宣傳、會員券發放納新等多元推廣方式，重點推廣不同產品。以育兒家人群的早餐和零食

場景為例，我們建議佳沛通過與酸奶品牌進行聯合營銷以及與奶酪棒品牌聯合開卡，搭配投放優惠券等推廣方式，重點推廣育兒家人群最可能購買的巨大果和特大果貨品。

最終效果：通過我們為佳沛定制的解決方案，在2024年，佳沛在該主流電商平台店鋪的GMV同比提升了35%。此外，我們幫助佳沛提升了現有客戶的銷售額，與2023年相比，來自現有客戶的GMV增長了40%。

品牌合作夥伴

我們認為與擁有全球知名度、在特定產品類別中擁有領先地位，且在中國消費者中擁有良好聲譽，或具備強大增長潛力的優質品牌合作對我們的業務至關重要。這些品牌能夠認可我們的價值，雙方也可在合作中協同共進。

隨著消費者對健康重視程度提升，我們及時關注到大健康行業的巨大市場潛力，已與拜耳、賽諾菲、暉致、GNC等國際知名品牌成功建立了深度合作關係。在與這些領先品牌的合作中，我們圍繞大健康領域，形成了產品創新、零售合規運營、精準營銷等方面的深刻洞察，業務規模取得了顯著增長。

我們從2020年起與暉致展開合作，經營包括萬艾可在內的行業知名處方藥品牌，正式開始在處方藥和OTC線上2C化經營的佈局。隨著我們在大健康領域的深入，我們與更多知名大健康品牌展開合作，運營範圍覆蓋了多款處方藥和OTC。截至2024年12月31日，我們累計在電商平台銷售共25款處方藥和5款OTC。此外，我們還在與一家世界知名寵物醫藥品牌密切合作，積極開拓獸藥領域。

我們在大健康領域出色的電商運營服務能力幫助品牌合作夥伴實現了銷售量和品牌影響力的持續提升。以我們與暉致的合作為例，自2020年與暉致合作以來，我們幫助暉致將其在某主流電商平台品牌旗艦店的GMV從2021年的人民幣1.9億元提升至2024年的突破人民幣5億元。以我們與拜耳的合作為例，我們從2020年1月開始成為拜耳在某主流電商平台的品牌旗艦店運營商和品牌二級經銷商，通過拜耳的品牌旗艦店進行直接面向消費者的銷售。在我們的運營下，拜耳的品牌旗艦店在2020年雙十一期間的GMV達到了人民幣1,482萬元。由於我們提供的服務所取得的出色成績，2022年1月，我們升級成為了拜耳的核心運營商和品牌一級經銷商，並在當年幫助拜耳品牌旗艦店突破了GMV人民幣1.82億元。

同時，我們憑藉強大的業務發展能力和數字化經營能力，積極進軍門檻高、利潤大、潛力廣的高端美妝市場，成功與雅詩蘭黛集團旗下的倩碧、祖•瑪瓏、蒂佳婷，皮爾法伯集團旗下的雅漾、康如，寶潔集團旗下的SK-II等眾多國際高端美妝品牌建立了合作關係。2021年，我們與雅詩蘭黛集團開始合作，運營其在某主流電商平台旗艦店。到2024年，我們服務的高端美妝品牌數目已經增長至六個，我們在高端美妝類目的GMV突破了人民幣17億元。

此外，我們也積極關注快速消費品領域的品牌合作夥伴，特別是食品、生鮮及母嬰領域，並積極拓展低溫、凍品等品類，不斷優化運營流程、提升運營效率，以充分滿足這些品類在物流和倉儲等方面的較高要求。

截至最後實際可行日期，我們已形成強大的品牌合作夥伴體系，向33個品牌合作夥伴(包括51個品牌)採購產品，為28個品牌合作夥伴(包括33個品牌)提供運營服務。

下表選列了截至最後實際可行日期在以下三種業務板塊下我們合作的知名品牌：

	大健康	美妝個護	大快消	家居及家電	其他
品牌至消費者的解決方案	拜耳 暉致 Ostelin Cenovis OLLY	SK-II 祖•瑪瓏 舒適達 Vera Wang Selsun Sheveu 蜂花	哈根達斯 奧利奧 灣仔碼頭 伊利 佳沛 飛鶴 美德樂 家樂 北緯47°	星巴克 無印良品 西門子 博世	山姆 麥德龍
品牌至企業的解決方案	–	雅漾	飛鶴	–	–
品牌資產管理與IP商業化運營	GNC	Dermaroller Soap & Glory	豫園	Kartell	華納兄弟探索 故宮文創 周同學

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分以絕對金額及佔總收入的百分比列示的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	收入	佔收入的百分比	收入	佔收入的百分比	收入	佔收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)					
大健康	508,052	45.5	533,102	39.3	615,456	44.0
美妝個護	73,086	6.5	199,179	14.7	187,304	13.4
大快消	339,140	30.4	474,812	35.0	324,160	23.1
家居及家電	117,339	10.5	71,790	5.3	116,439	8.3
其他	79,633	7.1	76,620	5.7	156,928	11.2
總計	**1,117,250**	**100.0**	**1,355,503**	**100.0**	**1,400,287**	**100.0**

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分以絕對金額及佔總GMV的百分比列示的GMV明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	GMV	佔總GMV的百分比	GMV	佔總GMV的百分比	GMV	佔總GMV的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)					
大健康	1,405,352	17.1	2,284,611	20.6	2,805,924	18.7
美妝個護	1,622,157	19.8	2,862,608	25.8	5,128,627	34.2
大快消	4,406,246	53.7	5,295,580	47.7	6,350,513	42.3
家居及家電	774,936	9.4	646,681	5.9	723,090	4.8
其他	2,806	0.0	5,163	0.0	7,361	0.0
總計	**8,211,497**	**100.0**	**11,094,643**	**100.0**	**15,015,515**	**100.0**

品牌合作夥伴的選擇與維護

在與新的品牌合作夥伴建立合作時，我們制定並執行嚴格的篩選程序，包含了從發掘合作機會、評估篩選及審查新品牌到與新品牌合作立項的完整流程。

- *發掘合作機會*：我們從多個渠道發掘與新品牌的合作機會，包括行業內資源推薦(例如與我們合作的電商平台以及品牌合作夥伴的引薦)、通過線上和線下的公關宣傳吸引品牌主動聯繫我們尋求合作、參加活動和展會主動挖掘潛在品牌等。

- *評估篩選*：我們首先會根據新品牌的體量和規模(包括銷售額、市場規模、市場知名度等)、與新品牌的潛在合作業務類型以及新品牌的發展階段，將新品牌劃分為不同的類型。在確定新品牌的類型以後，我們會從新品牌的銷售規模、資金規模、業務類型、合作模式、合作渠道等方面對新品牌進行系統性評估，分析該品牌的優勢與劣勢、機會與市場競爭情況。

- *資格審查*：待與新品牌進一步明確合作意向後，我們會對其進行嚴格的資格審查。我們只會與通過了我們的評估審查的新品牌建立合作。

除了與新品牌建立合作外，我們認為加強與現有品牌合作夥伴，特別是與知名品牌的合作，對我們的業務發展同樣有著關鍵作用。為此，我們會在與品牌合作之初，就配備具有相應行業及產品品類經驗的專門品牌管理團隊，提供量身定制的運營和服務。我們的品牌管理團隊會與品牌合作夥伴密切溝通，根據數據分析、營銷反饋等與品牌研究及調整銷售策略及方案，促進實現品牌產品的業務績效。同時，為適應不同品牌生命週期階段，我們也會對品牌管理團隊的結構進行不時的重組及調整，以最大程度地賦能品牌業務增長。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除了我們出於戰略考慮主動結束合作關係的情況外，我們與所有的品牌合作夥伴均保持合作關係。我們在維持與品牌合作夥伴的長期合作關係的同時，憑藉我們對品牌合作夥伴的深入了解以及我們為品牌所提供的定制化服務的持續精進，不斷加深與品牌方合作的深度，拓寬合作的廣度，拓展合作所覆蓋的品類以及產品組合。舉例而言，自2021年和雅詩蘭黛集團建立合作以來，我們與雅詩蘭黛集團的合作已經由單一品牌逐漸延伸至其旗下的多個品牌。截至2024年，我們與雅詩蘭黛集團旗下的倩碧、祖•瑪瓏、蒂佳婷共計3個品牌同時合作。我們與品牌合作夥伴合作的深度和廣度的延伸證明了品牌合作夥伴對我們提供的服務的認可，體現了公司的核心競爭力和維護品牌客戶的能力。

此外，為優化收入結構、提高盈利能力、提升經營質量，我們在業務發展過程中，也會主動進行品類調整、優化品牌合作夥伴，包括戰略性放棄少數在市場前景、品牌信譽等方面存在不足或佔用資金較多但效益不顯著的品牌合作夥伴。

下表載列於往績記錄期間直至最後實際可行日期我們在品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案以及品牌資產管理與IP商業化運營業務模式下合作的品牌數目變動情況：

	截至12月31日止年度			2024年12月31日至最後實際可行日期
	2022年	2023年	2024年	
品牌數目(1)				
期初	78	81	85	84
新增合作品牌	31	29	31	10
終止合作品牌	28	25	32	4
淨增加／(減少)	3	4	(1)	6
期末	81	85	84	90

附註：

(1) 由於我們在「其他」業務模式下提供的服務為項目制而非持續提供服務，統計該業務板塊合作品牌的數量變動沒有意義，故此表中僅載列我們品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案以及品牌資產管理與IP商業化運營業務下合作的品牌合作夥伴數目變動。

我們有眾多長年合作的品牌合作夥伴。往績記錄期間內，我們的收入主要集中於少數品牌合作夥伴。詳情請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－如果我們未能維持與現有品牌合作夥伴(尤其是對我們收入貢獻較大的品牌合作夥伴)的穩定合作，我們的經營業績及前景可能受到重大不利影響」。

與品牌合作夥伴訂立的協議

我們的品牌合作夥伴在品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下以及品牌至企業的解決方案下被視為我們的供應商，我們通常與其簽署銷售協議；而在品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下，我們的品牌合作夥伴則被視為我們的客戶，我們與其通常簽署服務協議。

這些協議的核心條款如下：

有效期 ..... 銷售協議和服務協議的有效期一般均為一年；部分銷售協議規定，首個協議期限為協議簽訂之日起至當年年末。部分銷售協議存在自動續約條款，若期滿前一個月雙方均未書面停止合作，則協議期滿後自動延期一年。

指定分銷渠道..... 銷售協議會明確約定品牌合作夥伴授權我們銷售產品的分銷渠道。我們可能被授權進行全渠道銷售或指定渠道銷售。

專營權 ..... 品牌至消費者的解決方案的B2C模式下，部分品牌合作夥伴會在銷售協議中授權我們在某些主流電商平台開設品牌旗艦店並獨家銷售產品。

採購價 ..... 我們一般按銷售協議規定的價格向品牌合作夥伴購買產品。部分情況下，我們依據銷售協議以品牌合作夥伴現賣價的折扣價向他們購買商品。

零售定價控制..... 銷售協議下，我們一般尊重品牌合作夥伴提出的建議價，但有權按照市場具體情況自行決定轉售價格。

採購目標及最低採購要求；銷售額目標..... 銷售協議下，品牌合作夥伴通常會規定我們的月度、季度及／或年度採購目標。部分協議下規定，如果我們未能完成進貨額指標(或與進貨指標差額達一定比例)，品牌合作夥伴有權提前解除合同，或調整銷售區域及合作模式。

服務協議下，我們應在指定網站實現協議期內品牌產品的銷售額目標。如未達標，品牌合作夥伴有權終止協議。

採購返利..... 部分銷售協議下，達到設定的採購目標，品牌合作夥伴會向我們返利。

交付 ..... 銷售協議下，品牌合作夥伴通常在訂單指定的地點向我們交付產品。

所有權及風險轉移 .. 銷售協議下，產品的所有權及風險一般於交付時轉移至我們。

付款期限..... 銷售協議下，我們通常在收到結算單的一定期間內支付品牌產品應付款，該期間通常不超過我們收到並驗收產品後的60天；對於某些品牌合作夥伴，或在與特定品牌合作夥伴首次合作時，我們會在品牌合作夥伴交付產品之前支付產品的購買價或一定比例的預付款。

退貨及換貨..... 根據銷售協議，如合同產品的數量、質量與規格不合規定或存在差異，我們應在交付後指定期限內提出。品牌合作方核實確認後採取補貨、換貨、修理或削減購買價款等措施。

終止 ..... 一般而言，如果因為(1)不可抗力、(2)資不抵債、破產或清算、(3)嚴重違反協議，或(4)未能在規定期限內糾正違反協議的行為，則一方可終止協議。

電商平台

品牌至消費者的解決方案下，我們主要通過三種模式與電商平台開展合作：(i)在B2B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品並出售給電商平台，並通過運營這些電商平台自營店的方式，協助電商平台將產品出售給終端消費者；(ii)在B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並通過我們在電商平台上設立並經營的、由品牌合作夥伴授權的品牌旗艦店或專營店將產品直接出售給消費者；以及(iii)運營服務模式下，我們不從品牌合作夥伴處採購產品，而是通過我們幫助品牌在電商平台運營的品牌旗艦店和專賣店將品牌合作夥伴的產品直接出售給消費者，這些品牌旗艦店和專賣店的所有權歸屬於品牌方。

2018年我們獲得京東集團的戰略投資並簽署戰略合作協議，同時雙方也會共同進行業務創新。我們也已陸續和天貓平台、唯品會、拼多多等其他知名電商平台，以及抖音、快手等新興社交媒體電商平台展開合作。

在選擇與電商平台合作前，我們會評估電商平台的覆蓋品類、銷售經驗及背景，包括市場聲譽、信譽、銷售渠道實力及客戶群。

截至最後實際可行日期，我們在B2B2C模式下，通過運營這些電商平台上28間自營店的方式，向7個電商平台出售來自品牌合作夥伴的商品。截至同日，我們在B2C模式下在11個電商平台經營118間品牌旗艦店或專營店，將從品牌合作夥伴購入的產品出售給消費者。

B2B2C模式下與電商平台的關係

在B2B2C模式下，我們從品牌合作夥伴處採購產品並出售給電商平台，再通過運營這些電商平台自營店的方式，協助這些電商平台將產品出售給終端消費者。這一模式下，電商平台是我們的分銷商，我們與這些合作電商平台之間的關係為買賣關係。我們的分銷模式符合行業習慣。

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期我們在B2B2C模式下合作的電商平台的數目變動情況：

	截至12月31日止年度			2024年12月31日至最後實際可行日期
	2022年	2023年	2024年	
我們合作的電商平台的數目				
期初	7	7	7	7
新增合作電商平台	0	0	0	0
終止合作電商平台	0	0	0	0
淨增加／(減少)	0	0	0	0
期末	7	7	7	7

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與電商平台沒有任何重大糾紛，並與他們保持良好的合作關係。2022年、2023年及2024年，我們來源於電商平台的產品銷售收入分別為人民幣820.9百萬元、人民幣719.6百萬元及人民幣628.8百萬元，佔同期總收入的73.5%、53.1%及44.9%。

根據與電商平台結算形式的不同，我們的B2B2C模式可以分為分銷和寄售兩種結算形式。分銷形式下，電商平台在驗收產品後給我們發送月度產品結算單，結算單上一般寫明上個月電商平台向我們採購的產品的數量及其他詳情，雙方核對無誤後，我們確認銷售收入；寄售形式下，我們在消費者支付貨款並確認收貨後確認收入。我們在這兩種結算形式下與電商平台分別簽署分銷和寄售協議。

B2B2C模式下與電商平台的協議

下表載列我們在B2B2C模式下與電商平台訂立的分銷及／或寄售協議的主要條款：

有效期	分銷及／或寄售協議的有效期通常為一年。倘於協議屆滿前的指定時間內並無任何一方提出任何異議，則部分分銷協議將自動延長90天。
指定分銷渠道	協議對電商平台的銷售渠道通常不作限制。
定價政策	我們給電商平台提供的產品供貨價一般會為較同期同標準市場價格具有競爭力的價格。部分電商平台要求供貨價不高於同等條件下給特定第三方提供的商品價格。電商平台通常有權結合我們的建議零售價(如有)，自行決定銷售給消費者的零售價。
交付	產品一般交付至電商平台指定的地點。
所有權及風險轉移	根據分銷協議，所有權通常在電商平台驗收入庫後轉移。在交付電商平台驗收入庫前的一切費用及風險責任由我們承擔。 根據寄售協議，所有權自消費者成功支付貨款並確認收貨後方轉移至電商平台且隨即轉移至消費者。消費者訂單確認收貨前產品滅失等風險由我們自擔。

退貨安排..... 分銷協議下，對於部分電商平台，我們接受基於任何原因的退貨。

寄售協議下，出現商品下架、不健康庫存等約定情形時，電商平台有權退貨。

付款期限..... 電商平台通常在收到我們的核定結算單起5-7個工作日就所採購的產品向我們付款。

降價調整..... 部分協議下，如商品的供貨價發生降低，我們同意對電商平台之前按照較高單價購入的商品，按照尚未對外銷售的庫存量進行差價補償；對於促銷降價商品，也同意根據實際銷售量進行差價補償。

利潤保障..... 我們同意保障向某些第三方電商平台供應的特定品類的產品在特定週期的銷售毛利率不低於約定比例。差額部分，可在應結算貨款中以票折方式等結算。

終止 ..... 一般而言，如果因為(1)不可抗力、(2)資不抵債、破產或清算、(3)嚴重違反協議，或(4)未能在規定期限內糾正違反協議的行為，則一方可終止協議。

B2C模式下與電商平台的關係

在B2C模式下，我們經品牌合作夥伴授權，在電商平台開設並運營品牌旗艦店，向品牌合作夥伴採購產品後，直接通過這些店鋪將產品銷售給消費者。

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期我們在B2C模式下合作的電商平台的數目變動情況：

	截至12月31日止年度			2024年12月31日至最後實際可行日期
	2022年	2023年	2024年	
我們合作的電商平台的數目				
期初	8	8	9	11
新增合作電商平台	0	1	3	0
終止合作電商平台	0	0	1	0
淨增加／(減少)	0	1	2	0
期末	8	9	11	11

在部分情況下，同一品牌的同一產品在多個電商平台的品牌旗艦店或專營店或同一電商平台的不同網店(例如電商平台的自營店和該平台上的品牌旗艦店或專營店)均有出售。雖然產品的定價以品牌方和電商平台的要求為基準，但同一商品在不同線上店鋪的標價通常類似。不同的電商平台通常針對不同的消費者群體，其線上流量來源也不盡相同；而同一電商平台上的不同店鋪也具有不同的特徵，可營造出不同的購物體驗並吸引不同喜好的消費者。因此，通過多個線上店鋪進行銷售可以擴大我們的銷售覆蓋，觸達具有不同消費習慣的多種類型的消費者，在降低我們經營的集中性風險並擴大我們經營收益的同時幫助品牌合作夥伴提升其品牌知名度。為避免或減少銷售同一產品的不同線上店鋪之間的相互競爭，提升產品在不同線上店鋪、不同電商平台的銷量，我們通常統一同一商品在不同店鋪中的銷售價格。此外，我們分析不同電商平台的受眾特性並採用差異化的SKU和SPU策略、營銷與促銷策略以及用戶權益策略，減少相互競爭，吸引各平台面向的具有不同特性、不同消費習慣和偏好的消費者，促進商品銷量在多銷售渠道的全面增長，實現品牌資產的一體化經營。

B2C模式下與電商平台的協議

我們已與電商平台訂立服務協議，以根據B2C模式在電商平台上經營及管理我們的線上店鋪。服務協議的有效期通常為一年，並且通常可以經雙方同意後續約。我們作為銷售者，以自身名義在平台發佈商品信息，與終端消費者交流、訂立買賣合同並向購買商品的消費者提供售後服務。此外，我們可以使用電商平台提供的其他有償服務。為進一步推廣我們經營的店鋪、增加所售品牌產品的宣傳，我們通常會購買由電商平台提供的推廣工具和服務。

電商平台通常會根據我們的交易金額，向我們就使用他們的平台收取月度或年度固定服務費及佣金。例如，一些電商平台就我們在其平台所運營的品牌旗艦店，收取我們GMV的一定比例作為平台使用費，以及我們GMV的一定比例作為佣金。B2C交易中，我們將商品發貨到消費者的指定收貨地址，在電商平台顯示客戶確認收貨後，我們的收款賬戶會自動收到貨款並生成收款記錄，我們每月根據電商平台對賬單顯示的銷售額扣除售後退款、賠款，及作出其他調整。

線下渠道

除電商平台外，我們也在品牌至企業解決方案模式下將自品牌合作夥伴採購的產品銷售給線下渠道，包括從事批發零售業務的大型商超，如沃爾瑪、大潤發及麥德龍等。在品牌至企業解決方案模式下，線下渠道是我們的分銷商，我們與這些線下渠道之間的關係為買賣關係。我們的分銷模式符合行業習慣。2022年、2023年及2024年，我們來源於線下渠道的產品銷售收入分別為人民幣63.2百萬元、人民幣282.1百萬元及人民幣494.5百萬元，佔同期總收入的5.7%、20.8%及35.3%。

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期我們合作的線下渠道的數目變動情況：

	截至12月31日止年度			2024年12月31日至最後實際可行日期
	2022年	2023年	2024年	
我們合作的線下渠道數目				
期初	3	4	11	11
新增合作線下渠道	1	7	0	0
終止合作線下渠道	0	0	0	0
淨增加／(減少)	1	7	0	0
期末	4	11	11	11

我們與線下渠道簽訂分銷協議。下表載列我們與線下渠道訂立的主要分銷協議：

有效期 ..... 分銷協議的有效期通常為一年。

指定銷售渠道 ..... 協議對線下渠道的銷售渠道通常不作特別約定。

定價政策 ..... 我們向線下渠道供應的商品價格不高於給予其他零售企業的最低價格。

交付 ..... 產品一般交付至線下渠道指定的地點。

所有權及風險轉移 ..... 產品所有權通常在交付時轉移至線下渠道。我們一般承擔向目的地交付的運輸成本、交付風險和費用。

退貨安排 ..... 除產品存在缺陷、受損、包裝錯誤外，線下渠道通常不得退回向我們購買的產品，此為行業慣常做法。

付款期限..... 我們一般在線下渠道收貨後向線下分銷商開具發票。線下渠道在對賬完成後30至60日內向我們支付貨款。

銷售目標..... 我們通常不就線下渠道設定最低銷售目標或要求。

終止 ..... 一般而言，任何一方可提前30天向另一方發出書面通知終止協議。如發生不可抗力事件，受影響的協議義務履行期間應予延長。

據董事所知，在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們所有的分銷商均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，我們於以品牌至企業解決方案模式與之合作的一名分銷商中持有少數股權。我們為與品牌方建立合作關係，對該分銷商進行股權投資。根據弗若斯特沙利文的資料，該安排在行業內並不罕見。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與該分銷商的交易及合作按正常商業條款進行。除上述所披露者外，據我們董事所深知，我們的分銷商與我們之間不存在其他關係。

倉儲及物流合作夥伴

截至最後實際可行日期，我們租賃了1處物業用於倉儲用途。詳情請參閱「－物業及設施」。我們也使用第三方提供的倉儲、物流服務。

我們與信譽良好的的第三方倉儲、物流合作夥伴進行合作，並根據事先約定的費用標準向他們支付倉儲、物流服務費用。下表載列我們與第三方服務商簽訂的倉儲、物流服務協議的主要條款：

有效期 ..... 我們與倉儲及物流合作夥伴協議的有效期通常為一至兩年。我們與部分倉儲及物流合作夥伴的協議存在自動續約條款，若期滿前一個月雙方均未提出書面異議，則協議期滿後自動延期一年。

倉儲責任和風險 ..... 倉儲服務提供方應保證產品在倉庫內的安全性，若因他們的原因導致我方產品的損耗或滅失，倉儲服務提供方應承擔我們的經濟損失以及我們支付給第三方的賠償費用。倉儲服務提供方應根據我們委託倉儲的貨物性質採取妥善保管措施，定期對產品狀態進行檢查並向我們報告。

可選服務..... 倉儲及物流服務提供方根據我們的委託以及實際需求提供庫存管理、訂單處理、分揀包裝、物流配送、退換貨操作、報關辦理等服務。

交付 ..... 物流服務提供方應於收到我們發出的委託出庫配送訂單指令後，按照我們的要求將產品按時交付至指定地址。

付款期限..... 我們的倉儲及物流合作夥伴一般每月向我們提供上月的結算單，並在對賬無誤後向我們開具發票；我們一般在收到發票的7至60個工作日內向倉儲及物流合作夥伴付款。

終止 ..... 一般而言，若任何一方未遵守協議的約定履行義務或承擔責任，另一方有權隨時解除協議。若發生不可抗力事件，協議履行期應予延長，但受影響方應盡快書面通知另一方。

訂單付款及支付服務提供商

在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下，電商平台通常在我們發出的結算單核定付款日起的7個工作日內向我們支付採購產品的款項。

在品牌至消費者的解決方案的B2C模式下，我們向消費者提供了多種靈活的付款方式，包括使用中國主要銀行發行的信用卡和借記卡在線支付，以及通過支付寶、微信支付等第三方在線支付平台進行支付。對於跨境電子商務模式銷售的海外產品，消費者仍以人民幣支付為主，第三方支付服務提供商收取人民幣並處理貨幣兑換事宜，該筆款項將以我們選擇的幣種在結算時轉入我們指定的收款銀行賬戶。

在品牌至企業的解決方案下，線下渠道一般會在收到我們發出的支付單確認函後，在我們與其事先協商好的付款期內支付貨款。

保修及退貨政策

在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下，我們接受部分電商平台的無條件退貨，並對超過保質期或有效期、產品或包裝損毀、不符合中國相關監管政策等不適合銷售的商品以及海關責令退運的商品負責退運出境或銷毀。若退回的產品為無瑕疵品，我們一般會將其分配到其他的銷售渠道；若退回的產品為瑕疵品，我們一般會將其退回至品牌方，或尋找其他分銷渠道進行銷售。我們認為我們在B2B2C模式下的退貨政策符合行業慣例。在B2B2C模式下，若電商平台針對產品向我們提出投訴或退貨申請，我們的客戶服務代表會對投訴或退貨申請進行審核和處理，並跟進處理進度。

在品牌至消費者的解決方案的B2C模式下，若消費者購買的產品存在質量問題或嚴重瑕疵或出現發錯貨或未送達的情況，我們按照消費者的要求提供換貨服務或全款退貨。在產品無質量問題的情況下，若消費者提出退換貨申請且我們審核同意，我們也會提供退貨服務，但此種情況下消費者通常需要承擔退換貨所產生的運費。B2C模式下，消費者一般需將需要退還的產品郵寄至我們指定的運貨地址。若產品有保修期，我們將按售後服務承諾推定或保修卡的承諾規定與消費者協商維修事宜並提供維修服務；若維修後仍無法正常使用，我們將提供退換貨服務，消費者將承擔將產品發送至我們指定維修點的費用，而我們將承擔維修後將產品返還至消費者的費用。

在品牌至企業的解決方案下，我們通常只接受基於產品瑕疵、產品損壞和錯誤包裝的退貨。除此種情況外，線下渠道一般不得退回向我們購買的產品。我們認為我們在品牌至企業的解決方案下的退貨政策符合行業慣例。在品牌至企業的解決方案下，若線下渠道針對產品向我們提出投訴或退貨申請，我們的運營團隊負責人會對客訴事宜進行評估、審核和處理。

於2022年、2023年及2024年，向我們退回的產品總價值分別為人民幣27.0百萬元、人民幣33.2百萬元及人民幣43.3百萬元。於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們並未收到任何就我們售出的產品質量提起的重大投訴，也不曾面臨因產品質量問題導致的重大退換貨、產品召回或是任何重大產品責任索賠。且據我們所知，於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們的品牌合作夥伴並未就我們所售出的產品作出任何可能對我們的業務和運營產生重大不利影響的產品召回。

定價策略

我們在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式和B2C模式下分別向電商平台和消費者銷售我們從品牌合作夥伴處採購的產品，並在品牌至企業的解決方案下向線下渠道銷售我們從品牌合作夥伴處採購的產品。我們尊重品牌合作夥伴提供的建議零售價，以維持統一的品牌形象，但有權按照市場具體情況自行決定轉售價格。在決定轉售價格時，我們通常會考慮包括商品採購成本、倉儲物流開支、銷售及營銷開支、我們希望達到的利潤水平等在內的各項因素。通過跨境電商銷售產品時，我們在決定轉售價格時也會考慮匯率波動。

在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下，我們出售給電商平台的產品會通過我們運營的電商平台自營店進一步出售給消費者。在此情況下，電商平台通常有權在參考我們的建議零售價(如有)的基礎上，自行決定銷售給消費者的零售價。在品牌至企業的解決方案下，我們出售給線下渠道的產品會由線下渠道自行出售給消費者。在此情況下，線下渠道通常有權自行決定銷售給消費者的零售價。

技術與研發

我們的強勢增長得益於強大的技術基因。

人才對於我們的研發成功至關重要。我們組建了一支專業的技術團隊。截至2024年12月31日，我們擁有技術人員74名，佔我們員工總數的9.3%，其中包括多名在人工智能、自動化、數據、算法開發等方面有豐富經驗的信息技術專家。此外，我們還與國內外頂尖高校和研究機構進行深度產學研合作。我們已與西安交通大學蘇州研究院合作成立了數智零售技術聯合研發中心，協同外部資源，發展數據驅動的精細化運營。同時，我們正在聯合蘇州大學、西交利物浦大學及中國聯合網絡通信集團有限公司(蘇州市工業園區分公司)等合作夥伴，進行全球AI數據協同產業創新聯合體的創建，聚焦於人工智能領域核心技術攻關與產業化應用，包括數據隱私保護與合規、消費者行為和畫像捕捉、數據驅動供應鏈協同和庫存優化等，打造長三角地區人工智能創新高地。

成立以來，我們一貫致力於技術創新，注重研發投入。2022年、2023年及2024年，我們的研發費用分別為人民幣15.2百萬元、人民幣10.1百萬元及人民幣15.7百萬元。我們數據驅動的精細化運營獲得眾多知名平台及行業機構認證，斬獲虎嘯獎(金獎)等行業知名獎項。截至最後實際可行日期，我們在大數據分析算法能力及營銷觸達上積累了40餘項軟著和10餘項專利，建立技術護城河。

SOLIN－我們的自研AI智能體平台

依託我們在數字化運營及電商運營服務運營方面的豐富經驗，我們建立了SOLIN－我們卓越的自研AI智能體平台。我們的AI智能體平台對於我們的運營和服務能力發揮了至關重要的作用，在提高運營效率的同時，不斷精進、優化我們的營銷策略及方案：

- *自研模型*：SOLIN接入多款開源和閉源的合規大語言模型。我們利用這些大語言模型成功訓練並搭建了多個針對特定服務領域的模型，例如能夠幫助我們提升補貨和庫存效率的銷售預測模型，能夠幫助我們更好的識別某個品牌潛在業務增長機會的品牌生意增長洞察模型等知名範例。基於我們在業務運營中處理和分析的巨量數據，我們對模型進行不斷優化升級。

- *數據底座及算法庫*：SOLIN裝備有強大的數據底座及算法庫。通過AI驅動的強大數據底座為運營能力提供支撐，我們能夠為品牌構建線上價格體系，推薦最優的銷售渠道和策略等，從而幫助品牌極大提高消費者滿意度和成交轉化率。此外，通過先進AI大模型和自有算法庫的融合，我們能夠對品牌在電商平台的商品銷售情況進行深度分析，精確計算某個商品在不同渠道的銷售情況以及潛在用戶群，為品牌營銷決策提供支持和幫助。

- *工具庫*：SOLIN集成了為精準營銷策略制定、營銷內容製作而準備的多項AI技術。舉例來說，我們通過對品牌銷售數據、市場趨勢、季節性變化以及促銷活動等因素的分析，利用SOLIN預測未來商品趨勢，為品牌制定精準的營銷策略；同時，我們內部可以利用SOLIN製作、潤色高質量商品營銷文案、海報等內容，有效提升商品廣告內容的吸引力、縮短商品營銷材料和創意的製作時間。

持續的技術創新也使我們能夠不斷提高運營效率，進而能夠服務更多品牌。SOLIN能夠提高訂單核對、出入庫管理、商品上新、物流對賬等重複場景的處理效率，節省人員工時、降低人工操作失誤。同時，配合我們的AI能力，SOLIN能夠進一步處理包括自然語言處理、圖像識別、數據分析和決策等複雜的非結構化任務，極大地提升我們業務流程的效率和智能化水平：

- *智能補貨*：SOLIN能夠實時監控庫存狀態，自動匯總各渠道庫存數據，基於歷史銷售數據、市場趨勢、季節性變化以及促銷活動等因素，預測未來的商品需求，並自動生成補貨訂單，聯動自研workflow平台通知供應鏈計劃組進行補貨。

- *智能營銷*：基於我們強大的數據底座及算法庫，SOLIN能夠自動推理出目標渠道、商品人群，智能匹配目標渠道與商品受眾，為品牌制定個性化的營銷策略，並執行定向廣告投放、郵件營銷及推送通知等操作，同步實時追蹤營銷數據。基於營銷效果分析，SOLIN再次進行強化學習，優化我們的策略制定算法，提升下一次策略輸出的效果。

- *智能客服*：基於海量真人客服的經驗以及客服對話樣本訓練，SOLIN能夠實時解析客戶語義數據，結合客戶畫像動態生成個性化服務方案與精準產品推薦，並同步追蹤客戶交互軌跡與滿意度反饋數據。與此同時，SOLIN能夠持續學習客戶行為特徵與服務評價正負反饋，從而賦能客服人員，提升我們客戶服務的效率、優化客戶服務的解決方案，從而滿足各個領域的品牌需求。

知識產權

我們的知識產權包括專利、商標、商業機密、軟件著作權和其他知識產權的註冊和申請。我們力求通過結合中國大陸以及香港的針對專利、商標、商業機密以及著作權相關的知識產權法律以及保密協議等保護措施來保護我們的知識產權。

截至最後實際可行日期，我們在中國大陸擁有註冊專利12項、待批專利申請4項、註冊商標74項、註冊軟件著作權50項，在香港擁有註冊商標1項。截至同一日期，我們還擁有註冊域名4項，其中包括我們的主網站「www.ecmax.cn」。此外，我們的品牌合作夥伴許可我們在為其提供運營服務及銷售、推廣其產品時根據他們的要求使用其名稱、標誌以及其他指定產品商標。

我們深知保護和行使知識產權的重要性。根據我們與員工簽訂的勞動合同以及我們的內部政策，我們的員工須承擔保密以及保護知識產權的義務，且除非與我們另行約定外，員工在受僱於我們期間與執行工作任務相關或使用我們的資源或技術所創作的知識產權歸我們所有。我們定期審視技術開發的知識產權及申請進展、積極申請新的技術專利，以避免侵犯第三方權利或被第三方侵權情況的發生。我們相信已採取了一切合理措施來防止我們的知識產權受到侵害。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並不知悉任何第三方主張我們侵害其知識產權的重大索賠或訴訟，反之亦然。

數據隱私及網絡安全

在提供品牌至消費者的解決方案的過程中，我們會收集店鋪經營和產品交付所必需的數據，包括電商平台上的運營數據(例如銷售數據、客服數據、訂單數據等)。這些運營數據來源於各店鋪所在的電商平台。我們的數據研發部門人員定期從電商平台導出運營數據，手動提取店鋪訂單詳情數據並將其導入我們的數據中心進行數據分析。這些數據分析均是在品牌方合作夥伴或消費者的授權範圍內和電商平台的管理規則內使用，符合相關協議約定。

在消費者知情並授權同意的情況下，我們會手動將通過電商平台獲取的消費者數據(例如消費者的用戶名、收貨地址、手機號等)，錄入至我們客服系統中，用於為消費者提供客戶服務、售後服務(包括退換貨)之目的。根據第三方電商平台的平台協議及規則，我們從正式入駐第三方電商平台時即可通過第三方電商平台提供的工具使用其數據資源。第三方電商平台於消費者註冊平台賬號時取得其授權。此外，對於品牌

至消費者的解決方案下的運營服務模式，基於與品牌合作夥伴簽署的服務協議，品牌合作夥伴授權我們使用其消費者數據，並委託我們為其提供網站設計、建設、日常維護以及客戶服務、訂購和交付等服務內容。

我們相信這些數據的充分記錄、存儲和保護對我們的業務運營而言至關重要。我們內部已建立了嚴格的數據安全及個人隱私保護制度。

我們收集的數據會存儲在第三方雲服務提供商雲端。一般而言，我們僅在數據處理所需的時間期限內遵照適用法律的規定存儲這些運營數據和消費者數據。以品牌至消費者的解決方案下的運營服務模式為例，除非品牌合作夥伴另有要求，否則我們會在三個月後將存儲的數據刪除銷毀。此外，我們會對上述數據採取安全保障技術措施，包括建立防火牆、對數據進行加密存儲、留存網絡操作日誌等。

為確保數據安全，我們成立數據安全管理領導小組(「領導小組」)，對本集團數據安全工作全面負責。領導小組由本公司高級管理層擔任總負責人，決策組成員包括數據與研發事業部、財務中心、法務條線、人力資源中心的負責人。領導小組主要工作職責包括統籌推進本公司數據管理工作；審議公司數據管理重要規劃和文件，協調解決數據管理重點、難點和爭議點問題，協調配置公司數據安全管理工作必要的人力、物力、資金等資源；指導督促公司各部門、各事業部及所屬企業落實數據管理工作責任。

此外，我們制定並實施完整的數據安全管理政策，包括《數據安全管理制度》《數據分類分級保護制度》《數據安全事件應急演練及響應、處置制度》《內部違規處置制度》《數據處理全生命週期合規指引》，內容涉及對數據訪問控制、權限管理、數據安全使用、外部數據接收者安全管理、數據刪除／銷毀、數據安全崗位職責、安全審計、個人信息(包含員工個人信息)安全保障、網絡安全保護、計算機病毒防範、安全教育和培訓等數據安全管理的各個方面進行全面規範。

我們同時採用符合行業標準的安全措施保護個人隱私及敏感信息。具體而言，我們已建立數據使用的流程指引和規範，避免未經授權的數據訪問、公開、使用、篡改、損壞或丟失。如需導出消費者個人信息，我們會對這些信息進行加密處理，只有有權限的人員才可接觸到這些信息。我們定期檢查所有系統使用者的操作記錄，確保內部員工通過系統接觸和導出的信息屬於相關員工的正常工作範圍。

我們也非常注重網絡安全。我們已安排專門運維團隊對本公司網絡運行狀態、內部管理系統和業務運營系統進行日常監督和管理。建立嚴格的網絡安全及應急制度，以及時響應數據安全方面可能會出現的問題。我們的數據中心獲得了「二級信息安全認證」。此外，我們已在2024年2月28日取得了ISO27001信息安全管理體系認證，並且會定期請IT審計就數據安全方面開展評估和審計。

2024年，我們聘請了外部IT審計團隊對我們的信息系統及其IT環境進行了審計和評價。根據外部IT審計團隊在2024年5月19日出具的IT審計報告，我們的信息系統控制完善、補償性控制措施有效，業務數據與財務數據一致性較高，變動趨勢一致且合理，不存在舞弊的風險，不存在可能導致財務報表出現重大錯報的風險。

此外，我們會定期對員工進行網絡安全、數據安全及隱私保護培訓。我們會根據員工的級別、職能以及責任限制他們接觸公司系統和數據的權限，一旦相關員工辭職，我們會撤銷對其的授權，並關閉員工郵箱等賬號的使用權限。我們與員工簽訂的勞動合同中也包含保密協議，並就違反保密協議造成信息洩露的員工予以懲罰。

更多關於數據隱私和網絡安全漏洞對我們的潛在影響和相關風險，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們在業務中會收集和處理大量數據，且我們受各類不斷發展的網絡安全和數據隱私法律法規的約束。未能解決網絡安全和數據隱私問題，包括任何不當使用、披露或未經授權訪問這些數據的行為，都可能損害我們的業務和聲譽，並可能導致我們遭到訴訟、行政處罰並承擔相關責任」及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的業務涉及算法技術。與新興技術相關的法律和監管要求正在迅速變化，這可能會對我們的業務運營產生不利影響」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遭遇任何重大數據、個人隱私洩露或爭議。據我們的中國法律顧問所告知，我們對數據的處理以及我們制定和採取的網絡信息安全、數據安全和隱私保護的內部政策及措施在所有重大方面均符合中國相關法律法規的要求。截至最後實際可行日期：

(i) 我們不存在因違反中國適用的網絡安全、數據安全和隱私保護法律而受到重大行政處罰或強制整改的情況；

(ii) 我們不涉及向境外傳輸個人信息或重要數據，且未曾發生任何與網絡安全、數據安全或個人信息安全相關的重大事件；

(iii) 我們未曾因違反《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國數據安全法》《個人信息保護法》《網絡安全審查辦法》或《數據出境安全評估辦法》等而面臨任何重大法律訴訟或處罰；

(iv) 我們未曾收到關鍵信息基礎設施保護工作部門的任何通知，未曾被認定為關鍵信息基礎設施運營者；

(v) 我們未曾因網絡安全審查或上市相關事宜而被國家網信辦調查；及

(vi) 根據《網絡安全審查辦法》第10條所載因素，我們的業務運營被視為影響國家安全的可能性很低。我們的中國法律顧問在2025年1月8日向CCRC進行了實名電話諮詢。在諮詢中，CCRC確認認定特定數據是否「影響或可能影響國家安全」應由相關監管部門確認。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未接到指出我們處理了「影響或可能影響國家安全」的數據的通知，未接到申報網絡安全審查的通知。我們認為我們的數據處理活動不太可能影響國家安全，因此被歸類為影響或可能影響國家安全的數據處理者的可能性較低。綜上所述，我們的中國法律顧問確認，我們在所有重大方面遵守《網絡安全審查辦法》及《網絡數據安全管理條例》。

我們的客戶及供應商

我們的客戶

在往績記錄期間，我們的客戶主要包括(i)電商平台，我們主要在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下向他們出售我們從品牌合作夥伴採購的產品，(ii)品牌合作夥伴，我們主要在品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下向他們提供數字零售綜合運營服務，及(iii)線下渠道，我們主要在品牌至企業的解決方案的業務模式下向他們出售我們從品牌合作夥伴採購的產品。在2022年、2023年及2024年，來自前五大客戶的收入分別為人民幣863.4百萬元、人民幣796.0百萬元及人民幣787.1百萬元，分別佔各

期間總收入的77.3%、58.7%及56.2%。在2022年、2023年及2024年，來自最大客戶的收入分別為人民幣804.4百萬元、人民幣652.0百萬元及人民幣542.6百萬元，分別佔各期間總收入的72.0%、48.1%及38.8%。

下表列示往績記錄期各期間我們前五大客戶的詳情：

截至2022年12月31日止年度

排名	客戶	客戶業務簡介	公司主要提供的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	交易額	收入貢獻佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
1....	客戶A	主要從事電商業務	從品牌合作夥伴處採購產品	30至60日	2015年	電匯	804.4	72.0
2....	客戶B	主要從事零售業務	電商運營服務	60日	2016年	電匯	18.0	1.6
3....	客戶C	主要從事美妝個護產品的製造和銷售	電商運營服務	180日	2021年	電匯	16.4	1.5
4....	客戶D	主要從事零售業務	從品牌合作夥伴處採購產品	30日	2022年	電匯	12.3	1.1
5....	客戶E	主要從事消費品分銷	從品牌合作夥伴處採購產品	180日	2021年	電匯	12.2	1.1
	總計						863.4	77.3

截至2023年12月31日止年度

排名	客戶	客戶業務簡介	公司主要提供的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	交易額	收入貢獻佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
1....	客戶A	主要從事電商業務	從品牌合作夥伴處採購產品	30至60日	2015年	電匯	652.0	48.1
2....	客戶B	主要從事零售業務	電商運營服務	60日	2016年	電匯	42.8	3.2
3....	客戶F	主要從事藥品製造和銷售	從品牌合作夥伴處採購產品	180日	2023年	電匯	37.2	2.8
4....	客戶G	主要從事電商、互聯網和數字技術業務	從品牌合作夥伴處採購產品	30至60日	2022年	電匯	34.8	2.5
5....	客戶H	主要從事消費品分銷	從品牌合作夥伴處採購產品	120日	2023年	電匯	29.2	2.1
	總計						796.0	58.7

截至2024年12月31日止年度

排名	客戶	客戶業務簡介	公司主要提供的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	交易額	收入貢獻佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
1....	客戶A	主要從事電商業務	從品牌合作夥伴處採購產品	30至60日	2015年	電匯	542.6	38.8
2....	客戶I	主要從事消費品分銷	從品牌合作夥伴處採購產品	180日	2023年	電匯	71.7	5.1
3....	客戶B	主要從事零售業務	電商運營服務	60日	2016年	電匯	69.5	5.0
4....	客戶J	主要從事電商業務	從品牌合作夥伴處採購產品	30至60日	2018年	電匯	57.2	4.1
5....	客戶K	主要從事消費品分銷	從品牌合作夥伴處採購產品	180日	2023年	電匯	46.1	3.2
	總計						787.1	56.2

據我們的董事所知，我們於往績記錄期各期間的前五大客戶均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，客戶A持有本公司9.5%的股權。除上述披露的以外，我們的董事，以及據我們的董事所知，持有本公司5%以上已發行股份的股東或他們各自的聯繫人，於往績記錄期各期間概無在我們的前五大客戶中擁有任何權益。

我們的供應商

在往績記錄期間，我們的供應商主要包括：(i)品牌合作夥伴，(a)我們在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下向他們採購產品並出售給電商平台，(b)在品牌至消費者的解決方案的B2C模式下向他們採購商品並出售給消費者，或(c)在品牌至企業的解決方案下向他們採購產品並出售給線下渠道，(ii)第三方倉儲物流服務提供商，以及(iii)提供營銷推廣工具和服務的電商平台。

在2022年、2023年及2024年，我們向前五大供應商的採購額分別為人民幣541.9百萬元、人民幣608.2百萬元及人民幣770.3百萬元，分別佔我們各期間採購總額的43.1%、39.4%及49.6%。在2022年、2023年及2024年，我們向最大供應商的採購額分別為人民幣143.4百萬元、人民幣171.1百萬元及人民幣257.0百萬元，分別佔我們各期間採購總額的11.4%、11.1%及16.6%。

下表列示往績記錄期各期間我們前五大供應商的詳情：

截至2022年12月31日止年度

排名	供應商	供應商業務簡介	公司主要採購的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	採購額	採購額佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
1	供應商A	主要從事電商業務	營銷和推廣產品和服務；物流服務	預付款	2015年	電匯	143.4	11.4
2	供應商B	主要從事藥品製造和銷售	大健康產品	30日	2020年	電匯	128.5	10.2
3	供應商C	主要從事電商業務	大健康產品	預付款	2021年	電匯	93.0	7.4

排名	供應商	供應商業務簡介	公司主要採購的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	採購額	採購額佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
4	供應商D	主要從事乳製品的製造和銷售	乳製品	預付款	2021年	電匯	92.7	7.4
5	供應商E	主要從事大健康產品的製造和銷售	大健康產品	60日	2020年	電匯	84.3	6.7
	總計						541.9	43.1

截至2023年12月31日止年度

排名	供應商	供應商業務簡介	公司主要採購的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	採購額	採購額佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
1	供應商A	主要從事電商業務	營銷和推廣產品和服務；物流服務	預付款	2015年	電匯	171.1	11.1
2	供應商B	主要從事藥品製造和銷售	大健康產品	30日	2020年	電匯	145.7	9.4
3	供應商E	主要從事大健康產品的製造和銷售	大健康產品	60日	2020年	電匯	121.4	7.9

排名	供應商	供應商業務簡介	公司主要採購的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	採購額	採購額佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
4	供應商F	主要從事乳製品的製造和銷售	乳製品	預付款	2021年	電匯	91.6	5.9
5	供應商D	主要從事乳製品的製造和銷售	乳製品	預付款	2021年	電匯	78.4	5.1
	總計						608.2	39.4

截至2024年12月31日止年度

排名	供應商	供應商業務簡介	公司主要採購的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	採購額	採購額佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
1	供應商F	主要從事乳製品的製造和銷售	乳製品	預付款	2021年	電匯	257.0	16.6
2	供應商B	主要從事藥品製造和銷售	大健康產品	30日	2020年	電匯	171.1	11.0
3	供應商A	主要從事電商業務	營銷和推廣產品和服務；物流服務	預付款	2015年	電匯	123.4	7.9

排名	供應商	供應商業務簡介	公司主要採購的產品／服務	信貸期	業務關係起始年份	付款方式	採購額	採購額佔比
							(人民幣百萬元)	*(%)*
4....	供應商E	主要從事大健康產品的製造和銷售	大健康產品	60日	2020年	電匯	116.7	7.5
5....	供應商G	主要從事消費品的製造和銷售	大健康產品；消費品	預付款	2020年	電匯	102.1	6.6
	總計						770.3	49.6

據我們的董事所知，我們在往績記錄期各期間的前五大供應商均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，供應商A持有本公司9.5%的股權。除上述披露的以外，我們的董事，以及據我們的董事所知，持有本公司5%以上已發行股份的股東或他們各自聯繫人，於往績記錄期各期間概無於我們的前五大供應商中擁有任何權益。

既是客戶也是供應商的實體

據我們的董事所知，在2022年、2023年及2024年，我們的前五大客戶中分別有2個、2個和2個客戶同時也是我們的供應商。這些客戶亦為我們的供應商主要是因為我們在品牌至消費者的解決方案以及品牌至企業的解決方案下向他們銷售品牌產品或提供數字零售綜合運營服務，同時向他們採購品牌產品或營銷推廣工具和服務。根據弗若斯特沙利文的資料，這一安排符合行業慣例。在2022年、2023年及2024年，我們向這些客戶銷售產生的收入分別佔我們總收入的73.1%、50.7%和43.9%。同期，我們向這些客戶的採購額分別佔我們總採購額的12.8%、12.7%和8.3%。

據我們的董事所知，在2022年、2023年及2024年，我們的前五大供應商中分別有1個、1個和1個供應商同時也是我們的客戶。該供應商亦為我們的客戶主要是因為我們向他們採購產品或營銷推廣工具和服務，同時在品牌至消費者的解決方案以及品

牌至企業的解決方案下向他們銷售產品或提供數字零售綜合運營服務。根據弗若斯特沙利文的資料，這一安排符合行業慣例。在2022年、2023年及2024年，我們向這些供應商的採購額分別佔我們總採購額的11.4%、11.1%和7.9%。同期，我們向這些客戶銷售產生的收入分別佔我們總收入的72.0%、48.1%和38.8%。

存貨管理

我們高度重視庫存管理，以確保產品安全、高效流通。我們已制定完備的存貨管理制度。無論是我們租賃的倉庫，還是第三方倉儲服務提供商的倉庫，我們都將安全、完好無損和及時整理作為首要原則。

針對儲存在我們租賃的倉庫中的產品，我們會安排專門人員在產品入庫前對產品進行驗收以及和單據的比對，確認產品與單據相符後確認收貨，並錄入倉庫系統。存貨入庫後，我們會及時登記和核對貨品信息，將貨品嚴格按照不同的類別、性能、特點和用途分類，並分區存放，以及保證庫容的干淨整齊。我們會對庫存進行定期盤點，並仔細核對存貨信息，確保報表數據的準確性和可靠性，以有效監控存貨水平。存貨出庫時，我們須按客戶要求仔細核對訂單，確保所發貨物與訂單一致。

針對儲存在第三方倉儲服務提供商的倉庫中的產品，我們通常要求第三方倉庫將收貨入庫、倉儲、發貨出庫等信息錄入我們的系統，幫助我們對存貨進行監查。同時，我們要求第三方倉庫妥善保管存貨，並定期對存貨的狀態(包括外觀、有效期等)進行檢查，並向我們報告。

除此之外，我們的計劃部門會負責整體庫存備貨，根據品牌歷史數據和預估銷量制定採購計劃，並跟蹤採購到貨情況，確保貨物及時入庫。同時，計劃部門會根據銷售預測，提前一個月進行準備，尤其是針對「618」、「雙11」、年貨節等大型購物節，確保我們擁有充足的庫存，並合理規劃周轉，以降低供應商的供貨壓力，提高整體運營效率。

季節性

受消費者消費習慣、產品品類以及促銷活動等諸多因素影響，我們的經營業績存在季節性波動。根據過往經驗，消費者在春節假期期間網上消費一般較少，且中國的部分企業在春節假期期間休業，因此我們第一季度的銷售活動通常相對不活躍。而在

「618」和「雙11」等大型購物節期間，各類線上促銷活動通常會導致我們品牌至消費者的解決方案下的B2B2C以及B2C業務銷售額出現大幅的增長，也會導致品牌方對我們運營服務需求的增加以及我們運營服務業務收入的增長。因此我們每年通常在第二季度和第四季度會達到一年中收入的頂峰。同時，我們也會受到我們銷售的產品本身的季節性影響，例如農產品的季節性影響。我們認為我們的經營業績於可預見未來將會持續受到季節性波動的影響。

質量控制

我們通過線上和線下渠道出售的產品的質量，對維持我們的聲譽及競爭力而言至關重要。我們制定了詳細的收貨及驗收標準及程序。儘管我們的供應商(主要為品牌合作夥伴)會在向我們交付產品之前確保產品質量，我們會在產品抵達我們的倉庫時檢查產品的外觀，包括包裝檢查和有效期檢查，並審閱產品的檢測報告。有缺陷及不合格商品將退回供應商。由於我們嚴格的質量控制政策，在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因重大質量問題而接獲客戶的任何重大產品退貨要求或客戶的任何重大投訴。此外，在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因品牌產品的質量缺陷而遭受中國監管機構的罰款或處罰。

僱員

截至2024年12月31日，我們一共擁有798名員工，其中包括16名兼職員工。我們絕大部分員工位於中國，其餘的員工位於新加坡、越南和馬來西亞。

下表載列截至2024年12月31日按職能劃分的員工人數：

職能	員工人數	佔員工總數的百分比
運營人員	633	79.3%
管理人員	30	3.8%
財務人員	49	6.1%
行政後勤人員	12	1.5%
技術人員	74	9.3%
總計	**798**	**100.0%**

我們相信，我們為員工提供了有競爭力的薪酬待遇、員工培訓和職業發展計劃，以及鼓勵員工積極性、和諧且充滿活力的工作環境，幫助我們得以吸引和留住人才，並保持穩定的核心管理團隊。我們為員工提供全面的入職培訓，以及員工入職後的持續業務培訓，提高員工所具備的專業知識技能、職業道德、業務水平、行業理解以及工作效率。

根據相關中國法規的要求，我們參加了各項員工社會保障計劃，包括社保、公積金、養老、醫療等。

我們通過短期績效評價與長期激勵相結合的方式，打造一支有能力、負責任且積極主動的員工隊伍。我們相信我們與員工保持著良好的工作關係。我們在2019年成立了員工工會委員會。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未經歷過任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的人員嚴重短缺、重大勞資糾紛或罷工情況。

競爭

隨著中國龐大的零售市場和消費者日常需求的持續增長，加之電商平台在提升用戶體驗、優化供應鏈以及改進物流和配送方面的突破，中國的電商市場規模顯著擴大，吸引了眾多國內電商運營服務商。同時，中國跨境電商進出口均實現大幅增長。隨著中國的跨境電商進口滿足了國內消費者對高品質海外商品的需求並提升了購物的便利性，而國內品牌憑藉高性價比在全球市場中展現出強大的競爭力、受到海外消費者的青睞，中國的跨境電商進口和出口服務的需求也在日漸增高。因此，我們所處的行業充滿激烈競爭，且我們預計未來的競爭仍會加劇。我們的競爭對手主要包括中國的大型電商運營服務商。

我們認為，我們行業的主要競爭因素包括品牌合作夥伴及電商平台資源積累、國內及跨境供應鏈管理能力、客戶服務能力、財務／技術和營銷資源、應對不斷變化的技術／法規或客戶要求的能力以及聲譽等。此外，我們相信為品牌提供一站式服務的能力也是幫助服務提供商提升品牌價值、服務更廣泛的品牌客戶的關鍵因素。新技術的出現及技術升級或會進一步加劇行業競爭。我們認為，基於上述因素，我們已為有效競爭做好充分準備。我們現在面對或未來將面對的部分競爭對手可能擁有或會獲得

比我們更高的品牌知名度、更好的與品牌方之間的關係、更堅實的消費者基礎或更優秀的財務、技術或營銷資源，因而可能能夠提供價格更低且質量更高的服務。詳情請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們所處行業的競爭非常激烈。如果我們現在或未來未能在與競爭對手的競爭中脫穎而出，我們的業務將會受到不利影響」。有關我們行業競爭格局的更多資料，請參閱「行業概覽」。

物業及設施

我們的總部位於中國蘇州。截至最後實際可行日期，我們擁有1處物業，佔地面積共約241平方米，用作辦公場所。截至最後實際可行日期，我們在中國境內共租賃了20個物業，主要分佈在7個城市，佔地面積共約12,068平方米，主要用作辦公場所及倉庫。我們認為我們現有的物業及設施總體上可以滿足我們當前業務經營的需求，但我們可能會尋求額外的物業及設施空間以適應我們持續的業務增長。

我們面臨與部分租賃物業相關的一些問題，並因此相應地承擔相關風險。根據適用的中國法律法規，物業租賃合同必須在中國住房和城鄉建設部的地方分支機構登記。截至最後實際可行日期，我們尚未按照適用中國法律法規在規定時間內完成在中國簽訂用於經營的20個物業的租賃合同登記。根據我們的中國法律顧問的意見，按照中國法律，未完成租賃登記不會影響租賃協議的有效性，但如果在主管中國政府部門要求我們完成登記後，我們未能完成任何租賃協議的登記，可能會被處以每份未登記租賃合同最高人民幣10,000元的罰款。此外，截至最後實際可行日期，我們有6處租賃物業的出租方未向我們提供有效的產權證明或任何其他證明其擁有租賃物業權利的文件。截至最後實際可行日期，我們未發現任何第三方對我們目前租賃的物業或這些物業所在土地的使用提出挑戰的訴訟或索賠，也未收到來自中國政府部門的任何通知。然而，如果我們的出租方並非物業的所有者，或未獲得所有者或其出租方的同意或相關政府部門的許可，我們的租賃合同可能會失效，我們可能需要向實際所有者賠償或搬遷到其他場所。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們對某些租賃物業的使用可能會受到第三方或政府機關的質疑，這可能使我們面臨潛在的罰款，並對我們使用所租物業的能力產生負面影響」。

截至2024年12月31日，我們並無任何單一物業的賬面值佔我們總資產的15%或以上。因此，根據《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條，本文件獲豁

免遵守公司(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3第34(2)段的規定，該規定要求就我們所有土地或樓宇權益提供估值報告。

保險

我們針對我們租賃的倉庫中的存貨購買了財產保險；針對我們儲存在第三方倉儲服務提供商的倉庫的存貨，第三方倉儲服務提供商一般會購買財產保險。我們為我們的員工投購了社會保障保險，包括養老保險、工傷保險及醫療保險。此外，我們也為絕大多數員工投購了補充性商業保險，包括健康保險、交通保險及意外傷害保險。我們並未投購任何的營業中斷險或關鍵人員人壽保險。我們認為，我們目前投購的保險範圍符合監管要求和行業慣例，並且足以覆蓋我們現有業務運營的需求。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未就我們的業務提出任何重大的保險索賠，或成為任何重大保險索賠的對象。詳情請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能未能投購足夠的保險」。

風險管理及內部控制

財務報告風險管理

我們已經制定並採用了一系列財務報告風險管理政策，例如財務系統管理、資產保護管理、預算管理及運營分析管理政策，以及實施這些政策的相關程序。我們的財務部門會根據相關政策和程序對我們的管理賬戶進行定期的監管和審查。同時，我們向財務部門員工提供定期的培訓，以確保他們熟悉我們的會計政策、財務報告風險管理政策以及相關程序。

監督內部控制及風險管理政策執行情況的現行措施

我們的審計委員會會持續監督內部控制及風險管理政策在整個集團的執行情況。我們制定並採取了以下風險管理措施：

- 採納多項政策，以確保遵守上市規則(包括與風險管理、關連交易及信息披露有關的規定)；

- 向董事及高級管理層提供培訓，幫助他們了解上市規則的相關要求以及對[**編纂**]公司董事的職責要求，並實時掌握相關要求的更新；

- 建立內部舉報機制或舉報熱線，允許內部員工向我們的人力資源部門及高級管理層舉報不當行為，並實施鼓勵內部舉報不當行為的獎勵措施；

- 制定員工行為準則，並對員工以及高級管理人員定期進行包括反腐敗、反賄賂等在內的合規培訓，增進他們對於適用法律法規的了解；及

- 於必要時，聘請合規顧問、外部法律顧問及其他顧問等外部專業人員，就我們的合規情況提供專業意見。

環境、社會及企業治理

環境、社會及企業治理事務

我們致力履行社會責任，並認為環境保護、社會責任及企業治理對我們的持續業務發展和成功至關重要。我們已採取多種措施，以盡量減少我們的業務對環境的任何影響。

我們已將環境保護、社會責任及企業治理納入我們的發展戰略、業務及日常營運中。為提升我們的環境、社會及企業治理理念和實踐，我們已制定了全面的環境、社會及企業治理框架、政策及程序以管理及監測環境、社會及企業治理事務。

我們的環境、社會及企業治理政策中列明我們在環境保護、社會責任及企業治理方面的目標和責任。目前，董事會為我們環境、社會及企業治理的最高責任機構，負責對環境、社會及企業治理事宜進行監督，並決策相關工作戰略，包括識別、評估重大環境、社會及企業治理事項並按優次排序。董事會需要每年審視我們在環境、社會及企業治理方面的核心原則，包括理解業務對環境、員工、社區及社會的潛在影響，以及氣候轉變對業務及行業的潛在影響，確保環境、社會及企業治理是員工從事本公司業務的關鍵優先事項並促進負責任和可持續的程序和做法，以負責任的態度對待環境，以可持續的方式使用資源、保護環境和管理廢物，監測和測量廢物、排放和能源使用的主要來源並按照法律及監管義務匯報等。董事會將對環境、社會及企業治理事

宜進行年度審議，包括每年審視環境、社會及企業治理政策、目標及指導方針，並負責批准環境、社會及企業治理報告的發行，以審視公司目前的環境、社會及企業治理工作進展與取得的成效，並決策下一年工作目標。同時，董事會將審閱環境、社會及企業治理政策以確保其有效性，並討論及批准需要作出的任何修訂。

根據我們的環境保護、社會責任及企業治理政策，我們將建立一個環境、社會及企業治理監督委員會，負責識別、評估、管理與環境、社會及企業治理有關的重大事項並按優次排序。我們的環境、社會及企業治理監督委員會最初將由我們的核心管理層代表組成，並不時進行適當調整。有關我們高級管理層的資格及經驗的更多詳情，請參閱「董事及高級管理層－高級管理層」。環境、社會及企業治理監督委員會將每年至少召開一次會議，以確定、評估並管理董事會協定的年度關鍵環境、社會及企業治理目標的進展。若認為有必要，監督委員會可聘請第三方顧問，以支持我們實現環境、社會及企業治理目標。如果我們聘請第三方顧問，環境、社會及企業監督委員會將負責管理該第三方顧問。我們將把環境、社會及企業治理相關事項納入僱員的各項培訓計劃。環境、社會及企業治理監督委員會亦將主要負責編寫我們的環境保護、社會責任及企業治理報告，並每年向董事會報告。此外，我們將在環境、社會及企業治理監督委員會下建立一個環境、社會及企業治理工作組，負責開展特定的環境、社會及企業治理事務。

我們秉持合規運營為基本原則，嚴格遵循運營所在地區的法律法規。我們相信董事會的專業水平和多樣化是確保企業實現穩健有序發展的關鍵因素。我們致力於建立清晰、有效的公司管治機制的同時，持續強化董事構成多元化，從董事的專業技能、知識、經驗等多個維度保證高水平決策能力。

我們搭建透明、高效的利益相關方溝通渠道，通過線上、線下多種方式與股東、政府、監管機構、客戶、員工、供應商等利益相關方保持密切聯繫，積極聽取各利益相關方對本公司環境、社會及企業治理管理工作的反饋和建議，並持續提升環境、社會及企業治理實踐以滿足利益相關方期望。

環境保護

我們已識別可能對公司業務運營產生影響的若干氣候變化相關風險與機遇：

- *實體風險*：極端天氣事件，如颱風、暴雨、洪水及其他惡劣天氣情況下可能對商品運輸造成物流運輸延遲和產品損壞。

- *轉型風險*：生產運營中所需要的包裝材料、能源等資源以及溫室氣體排放等受到中國越來越嚴格的法律法規的要求，如綠色清潔能源轉型要求、綠色包裝要求、溫室氣體排放披露要求等，造成資源短缺或價格上漲。

- *潛在機遇*：隨著可持續發展及低碳理念日益普及，我們致力於打造低碳運營的業務環境，從而獲得品牌客戶及消費者青睞。

我們在業務經營中始終秉承節能環保的理念。我們嚴格遵守《中華人民共和國環境保護法》和其他適用的環境法律和法規，並制定了多種致力於環境保護的內部規則。我們在業務運營中不從事產品生產，因此我們業務運營的耗電量和耗水量並不大。在2022年、2023年和2024年，我們業務運營的耗電量分別約為290,020 kWh、299,020 kWh和321,683 kWh。我們在業務運營中積極節約能源，設定了可再生能源使用比例到2030年超過20%的目標，並預計在未來設定年度減排目標。例如我們提倡高效用電，並在下班時間關閉空調和照明系統，避免不必要的耗電。我們的大樓管理人員也會進行每日巡視，以確保所有暖氣、通風和空氣調節系統及照明系統都在非工作時間關閉。我們也會進行定期水管洩漏檢測，以避免潛在的水浪費。此外，我們鼓勵雙面打印和辦公垃圾分類，減少浪費。

我們遵守所有適用環境政策及指引，並承擔減輕氣候相關風險及減少溫室氣體排放的社會責任。我們在業務運營中不從事產品生產，因此我們的業務運營不會產生大量的碳排放或污染物排放。我們的主要溫室氣體排放來自辦公運營消耗電力所產生的排放，在2022年、2023年和2024年產生的範圍二溫室氣體排放分別約為176,941kg CO2-e、166,494kg CO2-e和172,615kg CO2-e。我們的範圍三溫室氣體排放主要來自商品分銷和運輸中產生的溫室氣體排放，在2022年、2023年和2024年因物流運輸產生的範圍三溫室氣體排放分別約為267,984,396kg CO2-e、199,636,290kg CO2-e和179,103,565kg CO2-e。為減少在與倉儲、物流合作夥伴的物流運作中產生的溫室氣體排放，我們積極提倡綠色環保，例如推動使用生物降解及可重複使用的包裝及紙箱紙盒，減少物流運作中的環境污染和材料浪費。我們還倡導電動車取代柴油車，並且推動倉儲及物流合作夥伴優化運送路線，減少碳足跡。

社會責任及企業治理

我們遵守運營地員工僱傭相關的法律法規，遵從誠信、公平的原則招納人才。我們禁止因國籍、民族、性別、性取向、宗教、年齡等對候選人和員工的歧視和騷擾，同時在招聘過程中嚴格審核候選人資質，確保不會發生僱傭童工、強制勞工的情況。2022年、2023年及2024年，我們的員工均為中國(含港澳台)員工。

下表載列於所示日期的員工僱傭數據：

	截至12月31日		
	2022	2023	2024
按性別劃分的全職員工總數			
男性	269	274	290
女性	487	482	492
按僱傭類型劃分的員工總數			
全職	756	756	782
兼職	13	13	16
按年齡組劃分的全職員工總數			
小於30歲	362	363	425
30-50歲	387	384	349
大於50歲	7	9	8
員工總數	**769**	**769**	**798**

我們關注員工的自身發展，為員工提供多樣的職業發展機會。我們為員工制定了全面的培訓計劃並定期組織員工培訓，培訓內容涵蓋專業技能、企業文化、職業道德、員工權利及義務、領導力等主題，幫助員工在專業領域以及自身發展領域均不斷提升。我們已制定員工管理和專業雙通道職業發展規劃，根據不同的崗位性質以月度、雙月度、年度形式對全體員工進行績效評估，並對人才進行年度盤點，結合績效評估結果、綜合能力評估以及年度人力資源規劃對員工予以晉升，以識別和保留人才。

我們遵循價值和效率優先的公平原則，確保我們薪酬體系的公平性。在遵守運營地法律法規要求的基礎上，我們制定了《薪酬管理制度》，以崗位、能力、績效、市場水平制定薪酬體系，針對崗位特性採取不同的薪酬策略，使我們的薪酬具有競爭力。

除此之外，我們關注員工的身心健康。我們為員工繳納社會保險及住房公積金、商業保險等，會定期派發員工滿意度問卷，並組織員工進行包括郊遊、爬山、籃球賽等在內的集體活動。

我們致力於為員工提供安全健康的工作場所。我們遵守中國有關職業健康安全的法律法規，並制定和實施安全指南。我們對我們的辦公場地進行定期檢查，以確保員工身處安全健康的工作環境。同時，我們為新員工進行入職健康檢查，並且為員工定期提供職業安全教育和培訓，增強員工對勞動安全的理解以及安全意識。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在運營過程中並無遇到任何有關職業健康或安全的重大事故，亦無因不遵守健康、安全或環境法規而受到任何重大罰款或其他懲罰。2022年、2023年及2024年，我們的員工工傷次數分別為2次、2次、1次，造成的員工因工損失工作日數分別為7天、8天和0天。於往績記錄期間並未發生員工工亡事件。

我們已制定採購管理政策，對供應商的准入要求、供應商評價、供應商分級管理等做出規定。我們定期組織對供應商的風險識別和評估，以提升供應鏈的穩定性和可靠性。

我們嚴格遵守《中華人民共和國民法典》及跨境電商相關法律法規，嚴禁虛假和誇大宣傳，在銷售和服務過程中應保證本公司與客戶的知識產權不受侵犯。我們保證客戶信息存儲符合歐盟《通用數據保障條例》要求，禁止洩露跨境客戶隱私數據。

我們嚴格遵守《反不正當競爭法》等商業道德相關法律法規要求，制定《廉政監督與管理制度》等一系列政策，對員工在反賄賂、反舞弊、反洗錢、利益衝突等方面提出行為規範，由廉政監督小組對日常商業道德工作進行管理和匯報。如員工發現任何違反商業道德相關要求的行為，可通過公開郵箱、熱線和線下等方式進行舉報。我們對所有舉報均將進行記錄和審查，並在必要的情況下進行獨立調查，除非法律另有要求，否則我們會對舉報人的信息保密。

此外，履行社會責任、回饋和造福社會是我們公司的宗旨。我們積極投身慈善和公益活動。例如，在2021年，我們數次向蘇州工業園區慈善總會捐贈了包括口罩、護膚用品在內的物資，用於園區疫情防控。這些回饋社會的公益活動不僅培養了我們的良好聲譽和社會影響力，同時也給我們的員工帶來了自豪感和責任感，增強團隊凝聚力。

執照及許可證

據我們的中國法律顧問告知，我們的董事確認，截至最後實際可行日期，我們已從相關監管機構獲得了我們在中國開展業務所需的全部必要執照、許可證批准及證書。截至最後實際可行日期，這些執照、許可證及批准一直且仍然有效，我們並不知悉存在任何可能導致任何執照、許可證及批准被取消的情形。

下表列出了我們目前持有的重要執照、許可證及批准列表。

執照／許可證	持證公司	證照發放日期	證照到期時間
食品經營許可證(預包裝食品(含冷藏冷凍食品)銷售、保健食品銷售、特殊醫學用途配方食品銷售)	蘇州極茂信息技術有限公司	2021年8月	2026年8月

執照／許可證	持證公司	證照發放日期	證照到期時間
食品經營許可證(預包裝食品(含冷藏冷凍食品)銷售、保健食品銷售、特殊醫學用途配方食品銷售)	蘇州易勝華鑫信息技術有限公司	2021年7月	2026年7月
第二類醫療器械經營備案憑證	蘇州易勝華鑫信息技術有限公司	2024年10月	不適用
醫療器械經營許可證	蘇州易勝華鑫信息技術有限公司	2023年5月	2028年5月

執照／許可證	持證公司	證照發放日期	證照到期時間
食品經營許可證(預包裝食品(含冷藏冷凍食品)銷售、散裝食品(含冷藏冷凍食品)銷售、保健食品銷售、特殊醫學用途配方食品銷售、嬰幼兒配方乳粉銷售).....	蘇州新易盛信息技術有限公司	2021年9月	2026年7月
食品經營許可證(預包裝食品(含冷藏冷凍食品)銷售、散裝食品(含冷藏冷凍食品)銷售、保健食品銷售、特殊醫學用途配方食品銷售).....	蘇州喜立數據網絡科技有限公司	2021年9月	2025年11月

執照／許可證	持證公司	證照發放日期	證照到期時間
食品經營許可證(預包裝食品(不含冷藏冷凍食品)銷售、葡萄酒銷售)	海南易後信息技術有限公司	2021年2月	2026年2月

這些執照的有效期限為4年至5年，惟並無屆滿日期的第二類醫療器械經營備案憑證除外。大部分執照需要定期重續。我們不認為我們會在重續重要執照和許可證這一方面遇到任何重大障礙。我們的業務模式不涉及通過任何渠道銷售處方藥，我們僅在品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下，為大健康領域(主要是處方藥)的品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務。基於上述事實，我們的中國法律顧問告知我們，根據相關法律法規(如《中華人民共和國藥品管理法》)，我們毋須獲得在中國境內生產及銷售處方藥的執照。

獎項及表彰

獎項／認可	頒獎機構	獲獎日期
國家專精特新小巨人企業	工信部	2024年9月
商務部科技創新應用案例	商務部	2022年9月
國家高新技術企業	江蘇省科學技術廳	2023年11月

獎項／認可	頒獎機構	獲獎日期
江蘇省現代服務業高質量發展領軍企業	江蘇省發改委	2023年12月
虎嘯獎(金獎)	中國商務廣告協會	2023年6月
艾奇獎(國際數字經濟創新獎)	國際數字經濟創新組織	2020年

法律訴訟及合規

法律訴訟

我們可能不時捲入日常業務過程中產生的法律訴訟，例如知識產權相關訴訟。截至最後實際可行日期，我們並不知悉有任何針對我們或我們的董事的未決或面臨將提起的法律、仲裁或行政訴訟可能會單獨或共同對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

合規

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並未發生董事認為會單獨或共同對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的不合規事件。

您應細閱有關財務狀況及經營業績的下列討論與分析，連同本文件附錄一所載會計師報告中截至2022年、2023年及2024年12月31日以及截至該等日期止年度各年的綜合財務報表以及隨附附註。會計師報告乃根據國際財務報告準則編製。有意[**編纂**]*應細閱會計師報告全文，而不應僅依賴本節所載資料。以下討論與分析載有涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。有關該等風險和不確定因素的更多資料，請參閱「風險因素」。*

概述

我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商及絲路電商服務商。我們同時也是AI與數智驅動的品牌資產管理商，致力於以數智科技與高效運營驅動品牌成長，成就品牌價值。我們依託自研的AI智能體平台和全面的行業解決方案，為全球品牌提供一站式數字零售綜合運營服務，助力品牌在數字時代實現高效增長。截至最後實際可行日期，我們已累計與全球超過200個大健康、美妝個護、大快消(食品飲料、母嬰)、家居及家電等品類的優秀品牌開展合作，其中大多數為國際頭部知名品牌。此外，我們還為全球多個大型商超提供數字零售綜合運營服務，幫助傳統零售商打通線上線下全域渠道。

根據弗若斯特沙利文，按2024年GMV計，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，在中國電商運營服務商中排名第五。同時，作為行業領先的絲路電商服務商，我們通過跨境進口方式，協助國際零售品牌進入和深耕中國市場。根據弗若斯特沙利文，2024年，我們的跨境進口電商運營GMV達到人民幣74億元，在中國電商運營服務商中排名第一。同時，我們也將跨境出口作為我們的重要發展戰略。

取決於我們是否協助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者，我們主要通過品牌至消費者的解決方案和品牌至企業的解決方案向品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務。其次，我們也向品牌合作夥伴提供品牌資產管理與IP商業化運營服務以及其他服務。

- **品牌至消費者的解決方案**。我們的品牌至消費者的解決方案起到將品牌方與消費者有效鏈接的橋樑作用。通過提供品牌至消費者的解決方案，我們幫助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者，並同時向品牌合作夥伴提供包括品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷與廣告投放以及供應鏈管理等在內的其他數字零售綜合運營服務，協助其產品的銷售。我們的品牌至消費者的解決方案可以進一步分為線上渠道經銷模式以及運營服務模式。在這兩種模式下我們為品牌合作夥伴提供的數字零售綜合運營服務是類似的，主要區別在於我們是否從品牌合作夥伴處購買產品，還是單純提供服務。

- **品牌至企業的解決方案**。我們的品牌至企業的解決方案起到將品牌方與擁有廣大消費者群體的優質線下渠道有效鏈接的橋樑作用。在品牌至企業的解決方案下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並將產品銷售給大型商超等線下渠道，例如沃爾瑪、大潤發、麥德龍，而這些線下渠道後續自行將產品出售給消費者。

- **品牌資產管理與IP商業化運營**。憑藉多年來積累的行業洞察以及我們的品牌全價值鏈服務能力，我們通過與成熟品牌方聯合進行新品開發、獲得品牌方獨家授權、成為品牌方在指定區域內的總代理、股權投資品牌方或與品牌方合資運營等形式，逐漸與品牌合作夥伴形成更深層次的合作。在品牌資產管理業務模式下，我們全面主導品牌的市場洞察、全域整合營銷和全渠道運營，並與品牌協同進行新品的創新和研發。通過品牌資產管理，我們與品牌合作夥伴共同培育、開發及運營品牌，進一步提升品牌價值。除此之外，我們還開展IP商業化運營業務。我們向品牌合作夥伴購買品牌IP的授權，開發、銷售和推廣IP衍生產品，提升品牌IP的知名度和影響力。我們參與品牌全生命週期的管理及運營，從電商運營服務商發展為更具決策權的品牌資產管理商。

- **其他**。除上述數字零售綜合運營服務外，我們也不時為品牌合作夥伴提供項目制的數字運營和內容營銷服務，包括廣告創意及設計、渠道廣告投放，以及市場諮詢及策略等，並收取服務費。此外，我們也不時接受委託，協助客戶進行系統升級或提供軟件開發服務，並收取服務費。

於往績記錄期間，我們的收入從2022年的人民幣1,117.3百萬元增長21.3%至2023年的人民幣1,355.5百萬元，並進一步增長3.3%至2024年的人民幣1,400.3百萬元。我們的毛利從2022年的人民幣194.0百萬元增長7.5%至2023年的人民幣208.5百萬元，2024年則微降3.0%至人民幣202.3百萬元。年度利潤從2022年的人民幣37.6百萬元下降33.8%至2023年的人民幣24.9百萬元，2024年大幅增長100.3%至人民幣49.8百萬元。

影響我們經營業績的主要因素

一般因素

我們的業務及經營業績受到影響中國電商行業的一般因素的影響，該等因素包括：

- 中國的整體經濟增長和人均可支配收入水平；
- 中國電商的發展和普及，包括各種電商平台的擴張和網絡零售消費者的信任和信心水平；
- 消費者人口結構、品味和偏好的變化；
- 行業應用技術的進步，尤其是人工智能與數據分析；及
- 影響中國及其他相關司法管轄區電商行業(尤其是跨境電商)的政府法規、政策及舉措。

特定因素

我們的經營業績一直並預計將繼續受到本公司特定因素的更直接影響，其中包括以下主要因素：

我們留任及吸引品牌合作夥伴的能力

我們保持和擴大具有競爭力的優質品牌合作夥伴基礎的能力對我們的經營業績至關重要。具體來說，我們的經營業績主要受到我們與品牌合作夥伴在以下方面進行合作的影響：

- *定價*。對於線上渠道經銷模式下的品牌至消費者的解決方案以及品牌至企業的解決方案，我們通常按照銷售協議規定的價格向品牌合作夥伴購買產品。若干情況下，我們會根據與品牌合作夥伴簽訂的銷售協議，以低於品牌合作夥伴市場銷售價格的折扣價購買產品。因此，該等模式下，我們的盈利能力主要受我們與品牌合作夥伴簽訂的銷售協議條款及條件的影響，特別是我們從品牌合作夥伴採購的價格，以及(如適用)向客戶建議的零售價範圍。關於通過線上渠道經銷模式提供品牌至消費者的解決方案以及提供品牌至企業的解決方案時的產品的實際零售價格，我們一般會考慮品牌合作夥伴提供的定價建議，但可自行決定零售價。

- *返利*。我們的品牌合作夥伴向我們提供返利，作為對我們的採購、經銷及推廣的獎勵。品牌合作夥伴給予的返利可抵銷我們的部分銷售成本，主要影響我們的毛利。應收返利的結算也會影響我們的流動資金狀況。

- *服務費及獎勵*。關於我們品牌至消費者的解決方案下的運營服務模式，我們的品牌合作夥伴通常向我們支付(i)績效服務費，該服務費由我們的品牌合作夥伴根據若干關鍵績效指標(或KPI)要求的完成情況確定，例如投資回報率、點擊率、新客戶交易率、重複購買率和滾動預測的準確性，及其對我們服務的加權評分，及／或(ii)銷售佣金(按照預定的GMV比例計算)。不同類別品牌的佣金比例不同。通常情況下，美妝個護品牌由於精細化運營要求較高，佣金比例較高。倘年度銷售額超過規定金額，品牌合作夥伴亦可能給予我們分級額外獎勵。

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們分別與合共81個、85個及84個品牌合作。於往績記錄期間，我們獲得的大部分收入來自(i)根據我們的品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式向電商平台或消費者銷售該等品牌合作夥伴的產品，(ii)根據我們的品牌至企業的解決方案向線下渠道銷售品牌合作夥伴的產品，(iii)根據我們的品牌至消費者的解決方案運營服務模式，向該等品牌合作夥伴提供端到端數字零售服務，及(iv)提供品牌資產管理與IP商業化運營以及其他服務，我們將該等收入統稱為「與」該等品牌合作夥伴「相關」的收入，以評估我們與該等品牌合作夥伴的整體業務關係。

我們計劃進一步發展現有業務，通過品牌資產管理與IP商業化運營或其他新的業務舉措，深化與品牌合作夥伴的合作，拓展價值主張。此外，品牌合作夥伴的多樣性也會影響到我們通過品牌至消費者的解決方案向消費者銷售的產品種類，以及通過品牌至企業的解決方案向線下渠道銷售的產品種類。我們將繼續擴大我們的品牌合作夥伴基礎，特別是孵化或吸引產品對消費者有吸引力的新品牌，以加強我們的業務增長和競爭力。

與電商平台及其他銷售渠道的合作

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式，即我們向電商平台銷售產品或通過我們在電商平台上運營的線上商店向消費者銷售產品。2022年、2023年及2024年，我們通過電商平台銷售產品的收入分別佔總收入的88.5%、71.8%及60.2%。線上渠道經銷模式下，我們產品銷售收入的增長在很大程度上取決於來自該等電商平台的採購量的增加。我們還在電商平台上開展各種經銷及推廣活動，並向其購買廣告服務，以增加產品在我們經營的網店中的曝光率。

此外，運營服務模式下，我們的收入主要來自在該等電商平台上為品牌合作夥伴提供的服務。京東商城、天貓商城和其他主流電商平台擁有廣泛的客戶群和高用戶流量。與該等客戶保持穩定、良好的合作關係，對我們獲取工具、資源和數據分析至關重要，從而亦可增強我們為品牌合作夥伴提供店鋪運營、市場經銷和其他數字零售服務的能力和競爭力。

此外，我們努力緊跟最新趨勢，積極尋求與社交媒體、專業MCN、直播和現場銷售平台等新興渠道的合作，以此作為我們業務戰略的一部分。隨著海外業務的發展，我們還計劃擴大與海外電商平台的合作。

除線上渠道外，我們還將銷售網絡拓展到線下渠道，包括與大潤發及麥德龍等聲譽卓著的大型實體零售商合作。與該等線下渠道的合作對於我們的品牌至企業的解決方案的成功至關重要。

我們識別不斷變化的市場趨勢和消費者需求的能力

識別市場趨勢，提供滿足消費者需求的品牌和產品組合，對我們的持續成功至關重要。我們的戰略重點是大健康產品及美妝個護產品，該等產品在電商行業具有巨大的增長潛力。我們的品牌及產品組合還涵蓋其他類別，包括大快消(包括食品、飲料及母嬰產品)以及家居及家電。

由於各產品類別的市場趨勢變化迅速，我們努力甄別並應對商品銷售和消費者偏好的變化。在進口電商領域，我們成功入駐了眾多海外熱門品牌和產品，迅速擴大了市場份額。根據弗若斯特沙利文的數據，2024年，我們在中國電商運營服務商中的GMV排名第一。由於消費者對中國品牌優質產品的需求日益增長，中國跨境電商出口總銷售額也在持續增長，我們還致力於發展和擴大出口電商業務。為此，我們研究消費者偏好，緊跟當地市場趨勢，最初專注於有志於開拓海外市場的國內品牌。如今，我們已在海外領先的電商平台如Temu、亞馬遜、Coupang和SHEIN上運營自己的店鋪，並繼續在東南亞拓展業務。

此外，隨著我們與品牌合作夥伴在品牌資產管理與IP商業化運營方面形成更深層次的合作，我們的競爭優勢在於能夠根據不斷變化的消費者偏好和市場動態調整品牌戰略。通過緊跟該等趨勢，我們有望有效地調整我們的產品，以滿足品牌目標受眾的特定需求，確保提高消費者的滿意度和忠誠度。

我們的技術創新和有效投資的能力

我們通過改進技術，特別是人工智能、數據分析和經銷知識，創新和持續制定品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案以及品牌資產管理與IP商業化運營戰略的能力，是我們長期增長和競爭力的關鍵驅動力。對技術和技術基礎設施的投資使我們能夠更好地服務於我們的品牌合作夥伴，幫助其提高業務績效。從而亦有助於我們留任及吸引品牌合作夥伴，保持增長勢頭。

我們對技術基礎設施進行成本效益投資的能力也會影響我們的經營業績。我們預計，隨著工程師、數據科學家、服務和工具等投資的增加，我們的技術支出也將隨之增加。我們的技術投資，尤其是在人工智能和機器學習方面的投資，為我們提供的各種解決方案和服務提供了支持，並降低了我們業務運營過程中的低效情況。我們的技術基礎設施為我們的產品研究、用戶流量跟蹤和轉換評估、消費者行為分析、產品目錄跟蹤、銷售跟蹤、訂單管理以及物流和倉庫管理提供支持。長遠而言，我們的技術投資有望進一步提高運營效率和業務產出。

我們管理成本、提高運營效率和管理運營資本的能力

我們的經營業績取決於我們有效管理成本和費用的能力。特別是，我們控制銷售成本的能力對我們的經營業績至關重要。於往績記錄期間，我們的銷售成本主要包括採購成本。從我們的品牌合作夥伴獲得的返利於銷售產品時從我們的銷售成本中扣除。隨著我們繼續實施成本控制措施，利用人工智能技術提高我們的運營效率和減少開支，以及優化我們的收入貢獻組合，我們預計我們的銷售成本佔收入的百分比將下降。於往績記錄期間，我們的銷售開支主要包括員工成本、倉儲費用及銷售營運費用，而行政開支主要包括員工成本及研發費用。我們預計，為支持我們的業務擴張計劃，我們的銷售支出將隨著我們持續擴張業務而增長。我們的擴張也將導致對我們的管理及運營資源的大量需求，從而增加我們的行政開支。通過利用我們在人工智能和自動化技術方面的持續投資，我們有望實現高於銷售成本和費用的收入增長率，不斷提高我們的運營效率。

編製基準

我們的歷史財務資料乃按國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的所有適用的國際財務報告準則會計準則而編製。國際財務報告準則會計準則包括國際財務報告準則、國際會計準則及詮釋。

重要會計政策信息、關鍵判斷及主要估計

我們確定了若干對編製綜合財務報表具有重要意義的會計政策。我們的若干會計政策涉及主觀假設及估計，以及與會計項目有關的複雜判斷。我們會根據歷史經驗和其他因素，包括我們認為在當時情況下合理的行業慣例和對未來事件的預期，對估計及判斷進行持續的重新評估。於往績記錄期間，我們並無變更我們的假設或估計，亦無發現我們的假設或估計有任何重大錯誤。當前情況下，我們預計我們的假設或估計在未來不會發生重大變化。審閱我們的綜合財務報表時，您應考慮：(i)我們的重要會計政策；(ii)影響該等政策應用的判斷及其他不確定因素；及(iii)報告結果對條件及假設變化的敏感性。

我們於下文載列若干我們認為對我們至關重要的會計政策，或在編製我們的綜合財務報表時涉及的最重要的估計及判斷。我們的重要會計政策信息以及關鍵會計判斷及主要估計對了解我們的財務狀況和經營業績非常重要，詳見本文件附錄一所載會計師報告附註4及5。

重要會計政策信息

收入及其他收入

當產品或服務的控制權轉移給客戶時，我們按預期有權獲得的承諾對價金額（不包括代表第三方收取的金額）確認收入。收入不包括增值稅或其他銷售稅，並經扣除任何貿易折扣、退貨撥備及相關附加費。

我們提供品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案、品牌資產管理與IP商業化運營及其他服務。各業務板塊的收入主要來自產品銷售及／或提供服務。

產品銷售

我們的收入來自將購自品牌合作夥伴及／或其授權分銷商的產品（包括大健康、美妝個護、大快消、家居及家電）(i)在品牌至消費者的解決方案項下通過我們於電商平台運營的授權品牌旗艦店及其他品牌店直接銷售予消費者；(ii)在品牌至消費者的解決方案項下出售予電商平台；或(iii)在品牌至企業的解決方案項下銷售予分銷商，包括線下渠道。銷售產品所得收入按總額確認，因為(i)我們（而非品牌合作夥伴）主要負責履行提供指定商品的承諾；(ii)我們承擔存貨風險；及(iii)我們可自行釐定產品零售價。

就在電商平台向消費者銷售產品而言，商品的控制權在消費者於電商平台規定的期間內手動確認收到商品時或在電商平台於規定期間後自動確認收到訂單時轉移。消費者向電商平台開設的託管賬戶預付全額價款，該價款於訂單獲確認收到後轉移至我們品牌旗艦店的資金賬戶。

就向電商平台銷售產品而言，商品的控制權於有關電商平台(作為我們的直接客戶)發出證明商品控制權轉移至消費者的單據(如結算單)時或商品送達指定地點或交付至指定承運人時轉移。於釐定產品的零售價時，我們會考慮可變因素(如返利及折扣)的影響及使用預計價值法(該方法可更好預測我們將有權收取的對價金額)估計我們將有權收取的對價金額。

品牌至企業的解決方案所得收入產生自向分銷商(包括線下渠道)銷售產品。收入於根據有關運輸條款產品送達指定地點或交付至指定承運人時產品控制權轉移至分銷商(即線下渠道)時確認。我們可能會要求分銷商(包括線下渠道)在交付前預付款項。我們收到的零售價款於產品交付至線下渠道前確認為合約負債。

在若干情況下，電商平台(包括電商平台)及線下渠道的消費者有權在收到自我們購買的產品後退貨。於往績記錄期間，客戶退貨權產生的財務影響並不重大。

收入以我們預期就轉移產品予客戶將收取的對價金額計量。減少收入的退貨撥備基於我們保存的歷史數據及按產品類別劃分的退貨分析，採用最有可能金額法估算。

提供服務

我們作為服務提供商，為我們的品牌合作夥伴的品牌產品線上銷售和其他客戶提供便利，並履行提供各種電商運營服務的義務，其中可能包括IT解決方案、線上商店運營、數字營銷、客戶服務和履約服務的任何組合。由於客戶同時取得並消耗我們履約所帶來的利益，因此提供服務產生的收入隨時間確認。

IT解決方案(如一次性網上商店設計及建立服務)產生的收入於提供服務時確認。

物流服務(包括倉儲服務、快遞及貨運服務及相關增值服務以及其他類型的服務)產生的收入於服務期限內確認。

利息收入採用實際利率法於應計時確認。就按攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益(可重新分類)計量而並無信貸減值的金融資產而言，實際利率應用於資產的賬面總值。就發生信貸減值的金融資產而言，實際利率則應用於資產的攤銷成本(即扣除虧損撥備的賬面總值)。

股息收入於股東有權收取付款時確認。

物業、廠房及設備

用於生產或供應貨物或服務，或用於行政目的的物業、廠房及設備(下文所述的在建物業除外)，在綜合財務狀況表中按成本減去後續累計折舊及後續累計減值虧損(如有)列報。

僅當與該項目相關的未來經濟利益有可能流入我們，且該項目的成本能夠可靠地計量時，後續成本方會酌情計入資產的賬面值或確認為一項單獨的資產。所有其他維修及維護費用於發生期間計入損益。

物業、廠房及設備的折舊按足以撇銷其成本(扣除殘值)的比率，於其估計可使用年期內以直線法計算。主要可使用年期如下：

樓宇	20年
租賃裝修	2至10年
計算機設備	3年
辦公設備	3至5年

殘值、可使用年期及折舊方法會於各報告期結束時進行審查及調整(如適用)，變更任何估計的影響均以預期基準入賬。

出售物業、廠房及設備的收益或虧損是銷售所得淨額與相關資產賬面金額之間的差額，於損益中確認。

購入的無形資產－軟件

軟件按成本減去累計攤銷及減值虧損列報。其攤銷金額按估計可使用年期(10年)採用直線法計算。

存貨

存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者入賬。成本採用加權平均法確定。購入存貨的成本於扣除返利及折扣後確定。可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減去估計完工成本及估計銷售所需的成本。

貿易及其他應收款項

貿易應收款項於我們有權無條件收取對價時予以確認。倘僅隨時間即可支付對價，則收取對價的權利乃屬無條件。倘我們擁有無條件收取對價的權利前已確認收入，則該金額作為合同資產列報。

貿易應收款項最初按無條件對價金額確認，除非其中包含重要的融資成分，則按公允價值確認。我們持有貿易應收款項的目的是收取合同現金流量，因此隨後採用實際利率法按攤銷成本減去信貸虧損撥備來計量。

金融工具的確認及終止確認

當集團實體成為該工具合同條文的訂約方時，金融資產及金融負債於綜合財務狀況表中予以確認。

金融資產及金融負債最初按公允價值計量。收購或發行金融資產及金融負債(以公允價值計量且其變動計入當期損益(「以公允價值計量且其變動計入當期損益」)的金融資產和金融負債除外)直接產生的交易成本於初始確認時酌情計入金融資產或金融負債的公允價值或從中扣除。收購以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產或金融負債直接產生的交易成本立即計入損益。

僅當資產現金流的合同權利到期，或將金融資產及資產所有權的大部分風險及回報轉移給另一實體時，我們方會終止確認金融資產。倘我們既無轉移也無保留所有權的絕大部分風險及回報，且繼續控制所轉移的資產，我們會確認於該資產中的保留權

益以及可能需要支付的相關負債。倘我們保留所轉讓金融資產所有權的絕大部分風險及回報，我們將繼續確認該金融資產，同時確認所獲收益的抵押借款。

僅當我們的義務被解除、取消或到期時，我們方會終止確認金融負債。終止確認的金融負債的賬面金額與已付和應付對價(包括所轉讓的任何非現金資產或所承擔的任何負債)之間的差額於損益中確認。

金融資產

所有金融資產的正常購買或出售均按交易日確認及終止確認。定期購買或出售指需要在法規或市場慣例規定的時限內交付資產的金融資產購買或出售。所有已確認的金融資產均按攤銷成本或公允價值進行後續計量，具體取決於金融資產的分類。

債務投資

本集團持有的債務投資分為按以下方式計量的類別之一：

- 攤銷成本，倘持有投資是為收取合同現金流量，即純粹為獲得本金及利息付款。投資所得利息收入採用實際利率法計算。

- 以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益－可撥回，倘投資的合同現金流量僅包括本金及利息付款，且投資於以通過收取合同現金流量及出售實現目標的商業模式下持有。公允價值的變化於其他綜合收益中確認，但於損益中確認的預期信貸虧損、利息收入(使用實際利率法計算)和外匯損益除外。終止確認投資時，其他綜合收益中的累計金額將從權益轉入損益。

- 倘投資不符合按攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益(可重新分類)計量的標準，則按以公允價值計量且其變動計入當期損益計量。投資公允價值(包括利息)的變動於損益中確認。

股權投資

股本證券投資歸類為以公允價值計量且其變動計入當期損益，除非該股權投資並非持作買賣用途，且初始確認投資時，本集團選擇將該投資指定為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益(不可撥回)，從而在其他綜合收益中確認其後的公允價值變

動。該選擇乃根據逐項工具基準作出，惟僅可在投資從發行人角度而言符合權益的定義時作出。倘作出該選擇，其他綜合收益中累計的金額將保留於公允價值儲備(不可撥回)中，直到投資被出售為止。出售時，公允價值儲備(不可撥回)中的累計金額將轉入保留盈利，而不會透過損益重新撥回。股本證券投資產生的股息，無論歸類為以公允價值計量且其變動計入當期損益或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益，均於損益中確認為其他收入。

關鍵判斷及重要估計

應用會計政策時的關鍵判斷

在應用會計政策的過程中，我們的董事作出了以下對綜合財務報表中確認金額具有重大影響的判斷(涉及估計的判斷除外，相關說明將在下文闡述)。

委託人與代理人對價

我們按品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式從事產品銷售。計及我們主要負責履行提供產品的承諾等指標，我們認為，我們在此類交易中充當委託人，因為我們將指定產品轉讓給客戶前控制該產品。我們有存貨風險及貨物的合法所有權。我們履行履約義務時，我們按合同規定的我們預期有權獲得的對價總額確認貿易收入。

估計不確定因素的主要來源

下文討論了有關未來的關鍵假設，以及報告期末估計不確定因素的其他主要來源，該等假設及來源極有可能導致下一財政年度資產及負債的賬面金額的重大調整。

遞延稅項資產

遞延稅項資產能否變現主要取決於未來是否有足夠的未來利潤或應稅暫時性差異。倘未來實際產生的應稅利潤少於或多於預期，或事實和情況發生變化，導致對未來應稅利潤的估算進行變更，則可能會出現遞延稅項資產的重大撥回或進一步確認，並在發生撥回或進一步確認的當期損益中予以確認。

物業、廠房及設備以及使用權資產減值

物業、廠房及設備以及使用權資產按成本減累計折舊及減值(如有)列報。確定一項資產是否減值時，我們須作出判斷及估計，特別是評估以下方面：(1)是否發生可能影響資產價值的事件或跡象；(2)資產的賬面值是否能得到可收回金額的支持，使用價值的情況下，可收回金額指根據資產的持續使用情況估算出的未來現金流的淨現值；及(3)估算可收回金額時適用的適當關鍵假設，包括現金流預測及適當的折現率。無法估算單項資產(包括使用權資產)的可收回金額時，我們會估算該資產所屬現金產生單位的可收回金額。假設及估計的變更，包括現金流預測中的折現率或增長率，可能會對可收回金額產生重大影響。

貿易應收款項減值虧損

我們採用實際權宜法，利用撥備矩陣估算貿易應收款項的預期信貸虧損。撥備率基於債務人的賬齡，按不同債務人分組，並計及我們的歷史違約率以及無需過多成本或精力即可獲得的合理且可支持的前瞻性信息。各報告日，我們會重新評估觀察到的歷史違約率，並考慮前瞻性信息的變化。

呆滯存貨撥備

呆滯存貨撥備根據存貨的賬齡和估計可變現淨值計算。撥備金額的評估涉及判斷與估算。倘未來的實際結果與最初的估算不同，該差異將影響存貨的賬面值以及變更該估算止期間的撥備支出／撥回。

綜合損益表的主要組成部分

下表載列摘自本文件附錄一的我們的綜合經營業績的絕對金額概要。下表所列的我們的歷史業績並不一定代表未來任何時期的預期業績。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
收入	**1,117,250**	**1,355,503**	**1,400,287**
銷售成本	(923,287)	(1,146,971)	(1,197,981)
毛利	**193,963**	**208,532**	**202,306**
其他收入	8,816	4,611	2,135
其他收益及虧損	1,385	881	299
貿易及其他應收款項(減值虧損)／減值虧損撥回	(3,120)	(9,193)	2,370
銷售開支	(71,497)	(83,556)	(68,101)
行政開支	(60,774)	(62,725)	(72,075)
經營利潤	**68,773**	**58,550**	**66,934**
融資成本	(20,467)	(24,724)	(20,082)
應佔聯營公司虧損	(534)	(154)	(275)
除税前利潤	**47,772**	**33,672**	**46,577**
所得税(開支)／抵免	(10,189)	(8,802)	3,245
年度利潤	**37,583**	**24,870**	**49,822**
以下各方應佔：			
本公司擁有人	37,583	24,568	48,157
非控股權益	–	302	1,665
	37,583	**24,870**	**49,822**

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用國際財務報告準則並無規定亦並非按照國際財務報告準則呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量。我們在計算經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)時剔除了[**編纂**]及股份支付。我們認為，該非國際財務報告準則計量消除若干項目的潛在影響，有助比較不同期間的經營表現。

我們認為，該非國際財務報告準則計量為[**編纂**]及其他人士提供有用資料，幫助投資者及其他人士以與我們管理層相同的方式了解及評估我們的經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)可能無法與其他公司所呈列類似名稱的計量指標作比較。使用該非國際財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，您不應與我們根據國際財務報告準則所呈報的經營業績或財務狀況分開考慮，或將其視為該等經營業績或財務狀況分析的替代。

下表載列我們於所示年度的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)與年度利潤的對賬：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
年度利潤	**37,583**	**24,870**	**49,822**
就以下各項調整：			
[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]
股份支付	1,219	429	429
經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)	**38,802**	**25,299**	**54,894**

綜合損益表主要組成部分說明

收入

於2022年、2023年及2024年，我們的收入分別為人民幣1,117.3百萬元、人民幣1,355.5百萬元及人民幣1,400.3百萬元。

於往績記錄期間，我們的收入主要來自品牌至消費者的解決方案及品牌至企業的解決方案。我們還從品牌資產管理與IP商業化運營業務及其他服務中產生少量收入。

下表載列於所示期間按業務板塊劃分的收入明細，以絕對金額及佔總收入的百分比列示。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*
品牌至消費者的解決方案	989,586	88.5	973,726	71.8	843,199	60.2
線上渠道經銷模式	906,602	81.1	876,868	64.7	733,832	52.4
運營服務模式	82,984	7.4	96,858	7.1	109,367	7.8
品牌至企業的解決方案	63,217	5.7	282,130	20.8	494,461	35.3
品牌資產管理與IP商業化運營	40,989	3.7	74,450	5.5	44,506	3.2
其他服務	23,458	2.1	25,197	1.9	18,121	1.3
	1,117,250	**100.0**	**1,355,503**	**100.0**	**1,400,287**	**100.0**

品牌至消費者的解決方案下，我們向品牌合作夥伴銷售產品(線上渠道經銷模式下)或提供服務(運營服務模式下)而產生部分收益(按整體基準)。線上渠道經銷模式下，我們從品牌合作夥伴購買產品，然後售予(i)電商平台，該情況下，產品隨後通過我們為其運營的電商平台自營網店售予消費者，或(ii)通過我們在電商平台上運營的線上品牌旗艦店售予消費者。運營服務模式下，我們向品牌合作夥伴提供一站式數字零售綜合運營服務，以收取按預定金額及／或按績效計算的服務費。請參閱「－重要會計政策信息、關鍵判斷及主要估計－重要會計政策信息－收入及其他收入－產品銷售」。

品牌至企業的解決方案下，我們從品牌合作夥伴購買的產品銷售至線下渠道，包括大型商超(例如沃爾瑪、大潤發和麥德龍)，再由該等大型商超將產品售予消費者，從而產生部分收入(按整體基準)。請參閱「－重要會計政策信息、關鍵判斷及主要估計－重要會計政策信息－收入及其他收入－服務」。

除品牌至消費者的解決方案及品牌至企業的解決方案外，我們還向品牌合作夥伴提供品牌資產管理與IP商業化運營服務以及其他服務(主要是項目制的數字運營和內容營銷服務)，以收取按預定金額及／或按績效計算的服務費，從而產生部分收益(按整體基準)。請參閱「－重要會計政策信息、關鍵判斷及主要估計－重要會計政策信息－收入及其他收入－服務」。

銷售成本

2022年、2023年及2024年，我們的銷售成本分別為人民幣923.3百萬元、人民幣1,147.0百萬元及人民幣1,198.0百萬元。

下表載列於所示期間按性質劃分的銷售成本，包括絕對金額和佔總銷售成本的百分比。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*
採購成本	820,717	88.9	1,050,002	91.5	1,112,916	92.9
員工成本	60,047	6.5	61,298	5.3	60,597	5.1
物流成本	33,116	3.6	24,696	2.2	22,156	1.8
其他	9,407	1.0	10,975	1.0	2,312	0.2
銷售成本總額	**923,287**	**100.0**	**1,146,971**	**100.0**	**1,197,981**	**100.0**

我們的銷售成本包括：(i)採購成本，主要是向品牌合作夥伴採購產品的價格；(ii)員工成本，主要包括品牌至消費者的解決方案運營服務模式下員工的薪金及福利；(iii)物流成本，主要是第三方服務商收取的產品運輸和配送費用；及(iv)其他，主要包括我們品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下支付給外包勞務的服務費。

從我們的品牌合作夥伴獲得的返利在銷售產品時從我們的採購成本中扣除。

毛利及毛利率

毛利指我們的收入減去銷售成本，毛利率指我們的毛利佔收入的百分比。於2022年、2023年及2024年，我們的毛利分別為人民幣194.0百萬元、人民幣208.5百萬元及人民幣202.3百萬元，毛利率分別為17.4%、15.4%及14.4%。

下表載列於所示期間按業務板塊劃分的毛利及毛利率的明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*
品牌至消費者的解決方案	175,769	17.8	169,594	17.4	154,904	18.4
線上渠道經銷模式	142,409	15.7	131,473	15.0	94,675	12.9
運營服務模式	33,360	40.2	38,121	39.4	60,229	55.1
品牌至企業的解決方案	1,905	3.0	3,933	1.4	26,941	5.4
品牌資產管理與IP商業化運營	10,955	26.7	19,705	26.5	12,328	27.7
其他服務	5,334	22.7	15,300	60.7	8,133	44.9
總計	**193,963**	**17.4**	**208,532**	**15.4**	**202,306**	**14.4**

其他收入

2022年、2023年及2024年，其他收入分別為人民幣8.8百萬元、人民幣4.6百萬元及人民幣2.1百萬元。

下表載列於所示期間的其他收入的明細：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的股息收入	3	11	–
銀行存款利息收入	1,109	653	506
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的收益	10	39	48
政府補助	6,502	3,240	1,366
其他	1,192	668	215
總計	**8,816**	**4,611**	**2,135**

其他收入包括：(i)以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的股息收入，即與我們的基金投資相關的股息；(ii)銀行存款利息收入；(iii)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的收益，即我們從銀行購買的金融產品投資的利息收入；(iv)政府補助，主要是地方政府部門為支持我們的業務運營而提供的補貼；及(v)其他，主要包括其他稅收減免。

其他收益及虧損

於2022年、2023年及2024年，其他收益分別為人民幣1.4百萬元、人民幣0.9百萬元及人民幣0.3百萬元。

下表載列於所示期間的其他收益及虧損明細：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
出售物業、廠房及設備的損失	(94)	–	–
無形資產撇銷	(1,367)	–	–
匯兑收益／(虧損)淨額	2,378	4,488	(2,566)
衍生工具的公允價值收益	–	298	–
衍生工具的已實現損失	–	(2,055)	(159)
存貨撥備撥回／(撥備)	468	(1,850)	3,024
總計	**1,385**	**881**	**299**

其他收益及虧損包括：(i)出售物業、廠房及設備的損失；(ii)無形資產撇銷；(iii)匯兑收益／(虧損)淨額，即我們的外匯損益；(iv)衍生工具的公允價值收益；(vi)衍生工具的已實現損失；及(vii)存貨撥備撥回或撥備，原因是市場條件的變化以及若干產品的銷售，導致若干產品的估計可變現淨值增加，而該等產品於過往年度已撇減至可變現淨值。

貿易及其他應收款項(減值虧損)／減值虧損撥回

我們為貿易及其他應收款項確認全期預期信貸虧損。2022年及2023年，我們分別錄得貿易及其他應收款項減值虧損人民幣3.1百萬元及人民幣9.2百萬元。2024年，我們錄得貿易及其他應收款項減值虧損撥回人民幣2.4百萬元。

銷售開支

2022年、2023年及2024年，我們的銷售開支分別為人民幣71.5百萬元、人民幣83.6百萬元及人民幣68.1百萬元，分別佔同期總收入的6.4%、6.2%及4.9%。

下表載列於所示期間銷售開支的明細，以絕對金額和佔總銷售開支的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*
員工成本	26,572	37.2	38,526	46.1	30,221	44.4
倉儲費用	16,393	22.9	18,425	22.1	12,264	18.0
銷售運營費用	13,298	18.6	8,421	10.1	9,704	14.2
服務費	7,776	10.9	6,765	8.1	6,441	9.5
辦公及差旅費用	4,292	6.0	6,712	8.0	4,873	7.2
其他	3,166	4.4	4,707	5.6	4,598	6.7
總計	**71,497**	**100.0**	**83,556**	**100.0**	**68,101**	**100.0**

我們的銷售開支包括：(i)員工成本，主要包括品牌至消費者的解決方案下的線上渠道經銷模式以及品牌至企業的解決方案下的員工薪金及福利，(ii)與品牌產品存儲有關的倉儲費用，(iii)銷售運營費用，主要包括按交易金額收取的電商平台佣金和服務費、我們為增加我們運營的在線商店對消費者的曝光率而從電商平台購買的線上營銷和推廣服務及產品所產生的營銷和推廣費用，以及第三方支付渠道收取的服務費，(iv)服務費，主要包括與品牌至消費者的解決方案的客戶服務有關的勞務外包費用，(v)辦公及差旅費用，及(vi)其他費用，包括品牌產品的樣品和測試費用、辦公室的租賃、物業管理和公用事業費用、使用權資產折舊，以及我們的物業、廠房及設備的折舊和攤銷。

根據若干協議，我們的品牌合作夥伴同意向我們償還品牌經銷和推廣活動產生的全部支出(品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下)或部分支出(品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下以及品牌至企業的解決方案下)，該等支出從銷售開支中扣除。

行政開支

2022年、2023年及2024年，我們的行政開支分別為人民幣60.8百萬元、人民幣62.7百萬元及人民幣72.1百萬元，佔同期總收入的5.4%、4.6%及5.1%。

下表載列於所示期間的行政開支明細，以絕對金額和佔總行政開支的百分比列示：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣千元	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*	*人民幣千元*	*(%)*
員工成本	23,494	38.7	26,852	42.8	23,849	33.1
研發費用	15,173	25.0	10,102	16.1	15,702	21.8
存貨損失	3,662	6.0	2,618	4.2	466	0.6
使用權資產折舊	4,627	7.6	4,571	7.3	3,981	5.5
專業及其他服務支出	4,426	7.3	4,706	7.5	10,432	14.5
辦公及差旅費用	3,770	6.2	5,441	8.7	7,085	9.8
租金及相關費用	3,236	5.3	4,386	7.0	4,084	5.7
其他	2,386	3.9	4,049	6.4	6,476	9
總計	**60,774**	**100.0**	**62,725**	**100.0**	**72,075**	**100.0**

我們的行政開支包括：(i)員工成本，包括管理及行政人員的薪金、股份報酬及其他福利；(ii)研發費用；(iii)存貨損失，主要是存貨的虧絀及報廢；(iv)使用權資產折舊；(v)專業及其他服務支出，包括專業服務支出(包括與[**編纂**]相關的專業服務支出)以及其他服務支出，例如培訓和招聘服務；(vi)辦公及差旅費用；(vii)與我們的辦公室租賃相關的租金和相關支出；及(viii)其他，主要包括物業、廠房及設備以及無形資產折舊和攤銷、保險、稅金和維修支出。

融資成本

融資成本包括(i)銀行借款利息，(ii)其他借款(即從第三方公司收到的貸款)利息，及(iii)租賃負債利息開支。2022年、2023年及2024年，我們的融資成本分別為人民幣20.5百萬元、人民幣24.7百萬元及人民幣20.1百萬元。

下表載列於所示期間的融資成本明細：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
銀行借款利息	18,557	21,742	18,183
其他借款利息	1,489	2,567	1,488
租賃負債利息開支	421	415	411
總計	**20,467**	**24,724**	**20,082**

應佔聯營公司虧損

由於我們於往績記錄期間採用權益法核算若干發生虧損的被投資公司，因此我們錄得應佔聯營公司虧損。2022年、2023年及2024年，我們分別錄得應佔聯營公司虧損人民幣0.5百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣0.3百萬元。

所得稅(開支)／抵免

2022年及2023年，我們產生的所得稅開支分別為人民幣10.2百萬元及人民幣8.8百萬元。同期，我們的實際稅率分別為21.3%及26.1%。2024年，我們的所得稅抵免為人民幣3.2百萬元，實際稅率為負7.0%。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任何重大糾紛或未解決的稅務問題。

我們在不同的司法管轄區須按不同稅率繳納所得稅。下文概述影響我們在中國及香港適用稅率的主要因素。

中國

根據於2008年1月1日生效並於2018年12月29日修訂的企業所得稅法，除享有稅收優惠待遇的若干子公司外，我們所有中國子公司的法定稅率均為25%。

其他地區應稅利潤的稅項支出乃基於我們經營所在國家的現行法律、詮釋及常規，按其通行稅率計算。

於2023年11月6日，我們獲江蘇省科學技術廳、江蘇省財政廳及江蘇省稅務局批准認定為高新技術企業（證書編號：GR202332001445）。根據企業所得稅法第二十八條和實施條例第九十三條，本公司享受15%的企業所得稅優惠稅率和三年免徵期。

根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於實施小微企業和個體工商戶所得稅優惠政策的公告》（財稅[2021]12號），對小微企業年應納稅所得額不超過人民幣1百萬元的部分，在《關於實施小微企業普惠性稅收減免政策的通知》（財稅[2019]13號）第二條規定的優惠政策基礎上，再減半徵收企業所得稅。執行期限為2021年1月1日至2022年12月31日。

根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於小微企業和個體工商戶所得稅優惠政策的公告》（2023年第6號），2023年1月1日至2024年12月31日，對小微企業年應納稅所得額不超過人民幣1百萬元的部分，減按25%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅。根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於進一步支持小微企業和個體工商戶發展有關稅費政策的公告》（2023年第12號），對小微企業減按25%計算應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅政策，延續執行至2027年12月31日。

我們於2024年10月23日獲江蘇省軟件行業協會頒發軟件企業證書。根據《國務院關於印發新時期促進集成電路產業和軟件產業高質量發展若干政策的通知》（2020年第8號）、工業和信息化部公告2021年第10號《國家鼓勵的重點軟件企業條件》及國家稅務

總局公告2018年第23號《國家稅務總局關於發佈修訂後的<企業所得稅優惠政策事項辦理辦法>的公告》，我們符合上述規定對軟件企業第一年至第二年免徵所得稅、第三年至第五年減半徵收所得稅的條件。由於2024年是我們獲得軟件企業證書後的第二年，我們於2024年匯算清繳企業所得稅時免繳企業所得稅。

香港

根據利得稅兩級制，在香港成立的合資格集團實體首2百萬港元的利潤按8.25%的稅率繳稅，而超過該金額的利潤則按16.5%的稅率繳稅。不符合利得稅兩級制的集團實體的利潤將繼續按16.5%的稅率繳稅。

經營業績

截至2024年12月31日止年度與截至2023年12月31日止年度的比較

收入

我們的收入由2023年的人民幣1,355.5百萬元增加3.3%至2024年的人民幣1,400.3百萬元，主要是由於我們的品牌至企業的解決方案所得收入增加。

品牌至消費者的解決方案所得收入由2023年的人民幣973.7百萬元減少13.4%至2024年的人民幣843.2百萬元，是由於考慮到投資回報率較低及市場對其產品需求波動等多項因素，我們戰略性地終止與若干大快消品牌的合作，導致線上渠道經銷模式所得收入減少人民幣143.0百萬元，部分被運營服務模式所得收入增加人民幣12.5百萬元所抵銷，是由於我們加強與高端美妝品牌合作夥伴合作及在美妝個護領域持續擴張，導致我們在高端美妝領域的業務量增加。

品牌至企業的解決方案所得收入由2023年的人民幣282.1百萬元增加75.3%至2024年的人民幣494.5百萬元，是由於我們在該業務板塊與若干品牌合作夥伴深化合作並增加業務量。

品牌資產管理與IP商業化運營所得收入由2023年的人民幣74.5百萬元減少40.2%至2024年的人民幣44.5百萬元，主要是由於我們戰略性地終止了通過某些渠道與該業務板塊若干利潤率相對較低的品牌合作夥伴的合作。

其他服務所得收入由2023年的人民幣25.2百萬元減少28.1%至2024年的人民幣18.1百萬元，是由於我們在該業務板塊下的項目數量減少。我們於其他服務項下為品牌合作夥伴提供一次性項目制的數字運營和內容營銷服務。

銷售成本

我們的銷售成本由2023年的人民幣1,147.0百萬元增加4.4%至2024年的人民幣1,198.0百萬元，與我們的收入增長一致。

我們的採購成本由2023年的人民幣1,050百萬元增加6.0%至2024年的人民幣1,112.9百萬元，與我們從品牌合作夥伴採購的產品的銷售額增長一致。於2023年及2024年，我們的員工成本保持相對穩定，分別為人民幣61.3百萬元及人民幣60.6百萬元。我們的物流成本由2023年的人民幣24.7百萬元減少10.3%至2024年的人民幣22.2百萬元，主要是由於(i)我們的品牌至企業的解決方案的收入貢獻增加，而當中涉及的物流服務較少，及(ii)我們在物流管理中應用AI技術推動成本降低。

毛利及毛利率

由於上文所述，我們的毛利由2023年的人民幣208.5百萬元減少3.0%至2024年的人民幣202.3百萬元。我們的毛利率由2023年的15.4%下降至2024年的14.4%，主要是由於我們的品牌至企業的解決方案所得收入貢獻增長，而其毛利率低於其他業務板塊。

品牌至消費者的解決方案的毛利由2023年的人民幣169.6百萬元減少8.7%至2024年的人民幣154.9百萬元。品牌至消費者的解決方案的毛利率由2023年的17.4%增至2024年的18.4%，主要是由於運營服務模式的收入貢獻增加，而其毛利率高於線上渠道經銷模式。

品牌至企業的解決方案的毛利由2023年的人民幣3.9百萬元大幅增至2024年的人民幣26.9百萬元。品牌至企業的解決方案的毛利率由2023年的1.4%增至2024年的5.4%，主要是由於隨著我們品牌至企業的解決方案的發展，我們擁有更強的議價能力，能夠與合作毛利率更高的更多優質品牌合作夥伴建立合作關係。

品牌資產管理與IP商業化運營的毛利由2023年的人民幣19.7百萬元減少至2024年的人民幣12.3百萬元。品牌資產管理與IP商業化運營的毛利率由2023年的26.5%增至2024年的27.7%，主要是由於我們將重心放在該業務板塊毛利率較高的品牌合作夥伴上並戰略性地終止了與若干毛利率較低的品牌合作夥伴的合作。

其他服務的毛利由2023年的人民幣15.3百萬元減少46.8%至2024年的人民幣8.1百萬元。其他服務的毛利率由2023年的60.7%下降至2024年的44.9%。2023年，其他服務的毛利率較高，是因為我們為一家中國領先的科技企業的線上商城系統進行數字化升級，該項目的費率較高。與2023年相比，我們的品牌合作夥伴於2024年減少了對該板塊的投資。

其他收入

其他收入由2023年的人民幣4.6百萬元減少53.7%至2024年的人民幣2.1百萬元，主要是由於與人才補貼和企業發展特別獎勵有關的政府補助減少。

其他收益及虧損

其他收益由2023年的人民幣0.9百萬元減少66.1%至2024年的人民幣0.3百萬元，主要是由於2024年產生的匯兑虧損淨額，而2023年錄得匯兑收益淨額。

貿易及其他應收款項(減值虧損)／減值虧損撥回

我們於2024年錄得貿易及其他應收款項減值虧損撥回人民幣2.4百萬元，而2023年錄得貿易及其他應收款項減值虧損人民幣9.2百萬元，主要是由於貿易應收款項及其他應收款項的總賬面值及相關壞賬撥備減少。請參閱「－節選綜合財務狀況表分析－貿易應收款項」及「－節選綜合財務狀況表分析－按金、預付款項及其他應收款項」。

銷售開支

銷售開支由2023年的人民幣83.6百萬元減少18.5%至2024年的人民幣68.1百萬元，主要歸因於(i)員工成本減少，主要是由於我們採用AI技術提高了運營效率並降低了員工成本；及(ii)倉儲費用減少，主要是由於我們的業務量增加，導致第三方倉儲服務提供商收取的費率下降。

行政開支

行政開支由2023年的人民幣62.7百萬元增加14.9%至2024年的人民幣72.1百萬元，主要歸因於(i)專業及其他服務支出增加，主要是由於與[**編纂**]相關的專業服務支出增加，及(ii)研發費用增加，是由於我們持續進行研發投資以提高AI能力，部分被員工成本減少所抵銷，主要是由於我們採用AI技術提高了運營效率並降低了員工成本。

融資成本

融資成本由2023年的人民幣24.7百萬元減少18.8%至2024年的人民幣20.1百萬元，主要是由於平均利率下降導致銀行借款利息減少。

應佔聯營公司虧損

我們的應佔聯營公司虧損由2023年的人民幣0.2百萬元增加78.6%至2024年的人民幣0.3百萬元，是由於兩家我們擁有少數股權的聯營公司產生虧損。

除税前利潤

由於上文所述，我們的除税前利潤由2023年的人民幣33.7百萬元增加38.3%至2024年的人民幣46.6百萬元。

所得税(開支)╱抵免

於2024年，我們的所得税抵免為人民幣3.2百萬元，而2023年則為所得税開支人民幣8.8百萬元，是由於我們於2024年獲得軟件企業證書，因此，2024年豁免繳納企業所得税。

年內利潤

由於上文所述，我們的年內利潤由2023年的人民幣24.9百萬元增加100.3%至2024年的人民幣49.8百萬元。我們的淨利潤率由2023年的1.8%升至2024年的3.6%。

截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度的比較

收入

我們的收入由2022年的人民幣1,117.3百萬元增加21.3%至2023年的人民幣1,355.5百萬元，主要是由於我們的品牌至企業的解決方案所得收入增加。

品牌至消費者的解決方案所得收入由2022年的人民幣989.6百萬元減少1.6%至2023年的人民幣973.7百萬元，是由於市場競爭加劇導致線上渠道經銷模式所得收入減少人民幣29.7百萬元，部分被運營服務模式所得收入增加人民幣13.8百萬元所抵銷，是由於我們加強與高端美妝品牌合作夥伴合作及在美妝個護領域持續擴張，導致我們在高端美妝領域的業務量增加。

品牌至企業的解決方案所得收入由2022年的人民幣63.2百萬元增加346.3%至2023年的人民幣282.1百萬元，是由於我們該業務板塊的品牌合作夥伴數量增加。

品牌資產管理與IP商業化運營所得收入由2022年的人民幣41.0百萬元增加81.6%至2023年的人民幣74.5百萬元，主要由於我們在該業務板塊與品牌合作夥伴合作渠道的拓展，使得我們與該品牌合作夥伴的業務量有所增加。

其他服務所得收入由2022年的人民幣23.5百萬元增加7.4%至2023年的人民幣25.2百萬元，是由於我們在該業務板塊下的項目數量增加。我們於其他服務項下為品牌合作夥伴提供一次性項目制的數字運營和內容營銷服務。

銷售成本

銷售成本由2022年的人民幣923.3百萬元增加24.2%至2023年的人民幣1,147.0百萬元，與我們的收入增長一致。

我們的採購成本由2022年的人民幣820.7百萬元增加27.9%至2023年的人民幣1,050.0百萬元，與我們從品牌合作夥伴採購的產品的銷售額增長一致。我們的員工成本由2022年的人民幣60.0百萬元增加2.1%至2023年的人民幣61.3百萬元，與我們品牌至消費者的解決方案的運營服務模式產生的收入增加一致。我們的物流成本由2022年的人民幣33.1百萬元減少25.4%至2023年的人民幣24.7百萬元，主要是由於(i)我們的業務量增加導致第三方物流服務提供商收取的費率下降，及(ii)我們的品牌至企業的解決方案的收入貢獻增加，而當中涉及的物流服務較少。

毛利及毛利率

由於上文所述，我們的毛利由2022年的人民幣194.0百萬元增加7.5%至2023年的人民幣208.5百萬元。我們的毛利率由2022年的17.4%下降至2023年的15.4%，主要是由於我們的品牌至企業的解決方案所得收入貢獻增長，而其毛利率低於其他業務板塊。

品牌至消費者的解決方案的毛利由2022年的人民幣175.8百萬元減少3.5%至2023年的人民幣169.6百萬元。於2022年及2023年，品牌至消費者的解決方案的毛利率保持相對穩定，分別為17.8%及17.4%。

品牌至企業的解決方案的毛利由2022年的人民幣1.9百萬元增加106.5%至2023年的人民幣3.9百萬元。品牌至企業的解決方案的毛利率由2022年的3.0%下降至2023年的1.4%，主要是由於我們與若干毛利率較低的品牌合作夥伴合作。2023年，為擴大線上和線下渠道網絡，我們開始戰略性拓展品牌至企業的解決方案，在此過程中，我們進行了大量初期投資，並戰略性降低毛利率，以促進業務增長。

品牌資產管理與IP商業化運營的毛利由2022年的人民幣11.0百萬元增加79.9%至2023年的人民幣19.7百萬元。於2022年及2023年，品牌資產管理與IP商業化運營的毛利率保持相對穩定，分別為26.7%及26.5%。

其他服務的毛利由2022年的人民幣5.3百萬元增加186.8%至2023年的人民幣15.3百萬元。其他服務的毛利率由2022年的22.7%增至2023年的60.7%，主要是由於我們為一家中國領先的科技企業的線上商城系統進行數字化升級，該項目的費率較高。

其他收入

其他收入由2022年的人民幣8.8百萬元減少47.7%至2023年的人民幣4.6百萬元，主要是由於與支持我們運營的激勵和補貼相關的政府補助減少。

其他收益及虧損

其他收益由2022年的人民幣1.4百萬元減少36.4%至2023年的人民幣0.9百萬元，主要是由於(i)於2023年錄得存貨撥備，而2022年錄得存貨撥備撥回，及(ii)於2023年錄得衍生工具的已實現損失，而2022年並未錄得該虧損，部分被匯兑收益淨額增加所抵銷。

貿易及其他應收款項減值虧損

貿易及其他應收款項減值虧損由2022年的人民幣3.1百萬元增加194.6%至2023年的人民幣9.2百萬元，主要是由於貿易應收款項及其他應收款項的總賬面值及相關壞賬撥備增加。請參閱「－節選綜合財務狀況表分析－貿易應收款項」及「－節選綜合財務狀況表分析－按金、預付款項及其他應收款項」。

銷售開支

銷售開支由2022年的人民幣71.5百萬元增加16.9%至2023年的人民幣83.6百萬元，主要由於我們於2023年開始戰略性地聚焦和擴展品牌至企業的解決方案，並進行了大量初期投資，導致品牌至企業的解決方案員工人數增加，令員工成本增加。該增加部分被銷售運營費用減少所抵銷，銷售運營費用減少主要由於我們優化了營銷和推廣效率，令營銷及推廣費用減少。

行政開支

行政開支由2022年的人民幣60.8百萬元增加3.2%至2023年的人民幣62.7百萬元，主要由於員工成本及辦公及差旅費用增加，與我們的收入增長一致。上述因素部分被研發費用減少所抵銷，主要原因是我們在2022年對ERP系統進行了一次性針對性開發，以更好地支持我們的運營，而2023年未進行此類開發。

融資成本

融資成本由2022年的人民幣20.5百萬元增加20.8%至2023年的人民幣24.7百萬元，主要是由於銀行借款增加導致銀行借款利息增加。

應佔聯營公司虧損

我們的應佔聯營公司虧損由2022年的人民幣0.5百萬元減少71.2%至2023年的人民幣0.2百萬元，這是由於我們於一家聯營公司(我們持有其少數股權)的投資價值已於2022年減值至零。

除稅前利潤

由於上文所述，我們的除稅前利潤由2022年的人民幣47.8百萬元減少29.5%至2023年的人民幣33.7百萬元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2022年的人民幣10.2百萬元減少13.6%至2023年的人民幣8.8百萬元，主要是由於我們的應課稅收入減少。

年內利潤

由於上文所述，我們的年內利潤由2022年的人民幣37.6百萬元減少33.8%至2023年的人民幣24.9百萬元。我們的淨利潤率由2022年的3.4%下降至2023年的1.8%。

流動資產淨值

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年4月30日，我們的流動資產淨值分別為人民幣238.1百萬元、人民幣384.6百萬元、人民幣405.2百萬元及人民幣423.2百萬元。下表載列截至所示日期我們的流動資產及負債的明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*
存貨	271,499	307,105	278,593	492,145
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	1,001	1	1,023	200
貿易應收款項	146,873	255,260	241,131	215,230
按金、預付款項及其他應收款項	253,853	350,523	344,686	356,645
即期稅項資產	58	77	3,662	204
銀行存款	–	30,845	–	–
銀行及現金結餘	101,500	115,858	196,680	179,661
流動資產總值	**774,784**	**1,059,669**	**1,065,775**	**1,244,085**
銀行借款	336,596	428,082	526,082	603,910
其他借款	113,117	76,468	1,680	11,200
衍生工具	–	234	–	–
租賃負債	4,830	5,551	4,475	5,551
貿易應付款項	48,370	107,144	73,392	150,515
應計費用及其他應付款項	27,801	47,015	46,205	44,089
即期稅項負債	5,924	10,552	8,743	5,594
流動負債總額	**536,638**	**675,046**	**660,577**	**820,859**
流動資產淨值	**238,146**	**384,623**	**405,198**	**423,226**

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣405.2百萬元增至截至2025年4月30日的人民幣423.2百萬元，主要由於存貨增加人民幣213.6百萬元，部分被(i)銀行借款增加人民幣77.8百萬元及(ii)貿易應付款項增加人民幣77.1百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣384.6百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣405.2百萬元，主要是由於(i)銀行及現金結餘增加人民幣80.8百萬元，(ii)其他借款減少人民幣74.8百萬元，及(iii)貿易應付款項減少人民幣33.8百萬元。該等因素部分被(i)銀行借款增加人民幣98.0百萬元及(ii)存貨減少人民幣28.5百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣238.1百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣384.6百萬元，主要是由於(i)貿易應收款項增加人民幣108.4百萬元，(ii)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣96.7百萬元，(iii)其他借款減少人民幣36.6百萬元，及(iv)存貨增加人民幣35.6百萬元。該等因素部分被(i)銀行借款增加人民幣91.5百萬元，及(ii)貿易應付款項增加人民幣58.8百萬元所抵銷。

根據我們於整個往績記錄期間的流動資產淨值狀況，並考慮到我們預計自[**編纂**]收取的[**編纂**]，董事認為，我們有充足營運資金可滿足目前及自本文件日期起計未來至少12個月的需求。

我們的未來現金需求將取決於諸多因素，包括我們的營業收入、物業、廠房及設備以及無形資產的資本支出、市場對我們服務的接受程度或其他不斷變化的商業環境和未來發展，包括我們可能決定進行的任何投資或收購。由於不斷變化的商業環境或其他未來發展，我們可能需要額外的現金。倘我們的現有現金不足以滿足我們的需求，我們可能會尋求發行股權及／或債務證券或向貸款機構借款。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能需要籌集額外資金來支持我們的業務，但我們可能無法獲得資金或無法以可接受的條款獲得資金」。

節選綜合財務狀況表分析

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備包括樓宇、租賃裝修、計算機設備及辦公設備。下表載列截至所示日期我們的物業、廠房及設備明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
樓宇	4,090	3,892	3,694
租賃裝修	1,087	1,069	1,444
計算機設備	597	462	483
辦公設備	655	539	388
總計	**6,429**	**5,962**	**6,009**

截至2023年12月31日及2024年12月31日，我們的物業、廠房及設備保持相對穩定，分別為人民幣6.0百萬元及人民幣6.0百萬元。

我們的物業、廠房及設備由截至2022年12月31日的人民幣6.4百萬元減少7.3%至截至2023年12月31日的人民幣6.0百萬元，主要是由於我們的物業、廠房及設備折舊。

使用權資產

我們的使用權資產指我們租賃作為辦公室和倉庫的物業。我們的使用權資產於租賃開始之日確認。於2022年、2023年及2024年12月31日，我們錄得使用權資產分別為人民幣9.1百萬元、人民幣12.7百萬元及人民幣17.4百萬元。

存貨

下表載列截至所示日期我們的存貨明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
製成品	277,077	314,533	282,997
存貨撥備	(5,578)	(7,428)	(4,404)
總計	**271,499**	**307,105**	**278,593**

我們的存貨由截至2023年12月31日的人民幣307.1百萬元減少9.3%至截至2024年12月31日的人民幣278.6百萬元，主要是由於(i)考慮到投資回報率較低及市場對其產品需求波動等多項因素，我們戰略性地終止與若干大快消品牌的合作，及(ii)我們提升了存貨控制能力及存貨周轉效率，導致製成品減少人民幣31.5百萬元。

我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣271.5百萬元增加了13.1%至截至2023年12月31日的人民幣307.1百萬元，主要是由於我們自品牌合作夥伴採購增加，導致製成品增加人民幣37.5百萬元，與我們的收入增長一致。

下表載列於所示期間我們的存貨周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
存貨周轉天數[(1)]	92.9	94.1	91.0

(1) 按期初及期末存貨結餘平均值除以期內銷售成本，再乘以365天計算。

於2022年及2023年，我們的存貨周轉天數保持相對穩定，分別為92.9天及94.1天。我們的存貨周轉天數由2023年的94.1天減少至2024年的91.0天，乃由於我們提升了存貨控制能力及存貨周轉效率。

截至2025年4月30日，我們截至2024年12月31日的存貨中的人民幣217.1百萬元或76.7%已售出。

貿易應收款項

我們的貿易應收款項指我們的客戶因購買我們於正常業務過程中銷售的產品或提供的服務而應付的未償金額。

下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項詳情：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貿易應收款項	155,374	272,215	256,089
呆賬撥備	(8,501)	(16,955)	(14,958)
總計	**146,873**	**255,260**	**241,131**

我們通常向品牌至企業的解決方案的客戶授出30至180天的信貸期，向品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下的客戶授出30至60天的信貸期，向品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下的客戶授出180天的信貸期，向品牌資產管理與IP商業化運營的客戶授出30至180天的信貸期。我們力求嚴格控制未償還的應收款項。我們的董事定期審查逾期結餘。

我們的貿易應收款項由截至2023年12月31日的人民幣255.3百萬元減少5.5%至截至2024年12月31日的人民幣241.1百萬元，主要是由於我們加強信貸控制。

我們的貿易應收款項由截至2022年12月31日的人民幣146.9百萬元增加73.8%至截至2023年12月31日的人民幣255.3百萬元，與我們的業務和收入增長一致。

下表載列截至所示日期基於發票日期(或確認日期，以較早者為準)的貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
1年內	144,266	244,656	234,417
1至2年	2,266	9,336	6,019
2年以上	341	1,268	695
總計	**146,873**	**255,260**	**241,131**

下表載列於所示期間我們的貿易應收款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
貿易應收款項周轉天數(1)	40.3	57.6	68.9

(1) 按期初及期末貿易應收款項的平均結餘除以該期間收入，再乘以365天計算。

我們的貿易應收款周轉天數由2022年的40.3天增至2023年的57.6天，並進一步增至2024年的68.9天，主要是由於我們品牌至企業的解決方案下及品牌至消費者的解決方案的運營服務模式的業務持續增加，該等業務的客戶通常需較長信貸期。

截至2025年4月30日，我們截至2024年12月31日未清償的貿易應收款項中的人民幣183.8百萬元或71.8%已清償。

按金、預付款項及其他應收款項

我們的按金、預付款項及其他應收款項包括(i)我們在電子商務平台上經營線上店鋪的電子商務平台保證金，(ii)預付款項，主要指向品牌合作夥伴支付購買產品的款項，(iii)其他應收税項，主要指應收增值税，及(iv)其他應收款項，主要指採購、營銷及推廣返利以及品牌合作夥伴提供的營銷及推廣費用報銷，減去預期信貸虧損。

下表載列截至所示日期我們的按金、預付款項及其他應收款項的明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
按金	9,692	14,934	23,547
預付款項	99,176	123,034	179,610
其他應收税項	4,000	6,258	9,982
其他應收款項	142,553	208,604	133,518
減：呆賬撥備	(1,568)	(2,307)	(1,971)
總計	**253,853**	**350,523**	**344,686**

我們的按金、預付款項及其他應收款項由截至2023年12月31日的人民幣350.5百萬元減少1.7%至截至2024年12月31日的人民幣344.7百萬元，主要是由於我們終止與還款相對較慢的品牌合作，導致我們的返利減少，令其他應收款項減少人民幣75.1百萬元，部分被我們主要就品牌資產管理與IP商業化運營業務下的新項目向品牌合作夥伴購買產品的預付款項增加人民幣56.6百萬元所抵銷。

我們的按金、預付款項及其他應收款項由截至2022年12月31日的人民幣253.9百萬元增加38.1%至截至2023年12月31日的人民幣350.5百萬元，主要是由於我們的返利及營銷及推廣費用報銷增加，令其他應收款項增加人民幣66.1百萬元，與我們的收入增長一致。

截至2025年4月30日，我們截至2024年12月31日未清償的按金、預付款項及其他應收款項中的人民幣178.1百萬元或51.4%已清償。

銀行及現金結餘

於往績記錄期間，我們截至2022年、2023年及2024年12月31日的銀行及現金結餘分別為人民幣101.5百萬元、人民幣115.9百萬元及人民幣196.7百萬元。有關往績記錄期間的現金流量分析，請參閱「－流動資金及資本來源」。

貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要指(i)因購買產品應付品牌合作夥伴而未付的貿易款項及(ii)就倉儲及物流服務應付第三方服務提供商而未付的貿易款項。

我們的貿易應付款項由截至2023年12月31日的人民幣107.1百萬元減少31.5%至截至2024年12月31日的人民幣73.4百萬元，主要是由於我們的存貨管理改善。我們的貿易應付款項由截至2022年12月31日的人民幣48.4百萬元增加121.5%至截至2023年12月31日的人民幣107.1百萬元，主要是由於我們自品牌合作夥伴和第三方服務提供商的採購增加(與我們的收入增長基本一致)及授予我們較長信貸期之品牌合作夥伴的貢獻增加。

下表載列截至所示日期基於收貨日期的貿易應付款項的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
一年內	47,334	103,811	73,293
一至兩年	1,036	3,181	97
兩年以上	–	152	2
總計	**48,370**	**107,144**	**73,392**

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的董事確認我們並未拖欠任何貿易應付款項。

下表載列於所示年度我們的貿易應付款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
貿易應付款項周轉天數(1)	15.7	24.7	27.5

(1) 按期初及期末貿易應付款項的平均結餘除以該期間銷售成本，再乘以365天計算。

我們的貿易應付款項周轉天數由2022年的15.7天增至2023年的24.7天，並進一步增至2024年的27.5天，主要是由於我們加強與若干品牌合作夥伴的合作，並獲授更優惠的信貸條款。

截至2025年4月30日，我們截至2024年12月31日的貿易應付款項中的人民幣67.4百萬元或91.8%已清償。

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)應計費用，主要指其他應繳稅項及應付員工的工資及福利；(ii)其他應付款項，主要指與若干營銷及推廣活動有關的應付款項；及(iii)合約負債，主要指在我們確認相關收入之前，客戶支付對價時或客戶根據合約要求支付對價且該金額已到期時確認的產品交付預付款項。

下表載列截至所示日期的應計費用及其他應付款項的明細：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
應計費用	16,023	30,122	32,219
其他應付款項	4,187	4,771	2,050
合約責任	7,591	12,122	11,936
總計	**27,801**	**47,015**	**46,205**

我們的應計費用及其他應付款項由截至2023年12月31日的人民幣47.0百萬元減少1.7%至截至2024年12月31日的人民幣46.2百萬元，主要是由於與若干營銷及推廣活動有關的其他應付款項減少人民幣2.7百萬元，部分被其他應付稅項增加人民幣1.9百萬元所抵銷，其他應付稅項增加與我們的業務活動增加一致。

我們的應計費用及其他應付款項由截至2022年12月31日的人民幣27.8百萬元增加69.1%至截至2023年12月31日的人民幣47.0百萬元，主要是由於其他應付稅項增加令應計費用增加人民幣14.1百萬元(與我們的業務活動增加一致)及合約負債增加人民幣4.5百萬元(與我們的業務活動增加一致)所致。

截至2025年4月30日，我們截至2024年12月31日未清償的應計費用及其他應付款項中的人民幣40.0百萬元或86.6%已清償。

流動資金及資本來源

過往，我們的運營資金主要來自手頭現金及現金等價物、經營所得現金和銀行借款。我們的現金及現金等價物主要包括銀行及手頭現金。截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣101.5百萬元、人民幣115.9百萬元及人民幣196.7百萬元。我們認為目前的現金及預期經營現金流量將足以滿足我們的預期現金需求，包括至少未來12個月的現金需求。

綜合現金流量表

下表載列我們於所示期間的綜合現金流量表概要：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
經營活動(所用)／所得現金淨額 ...	(180,562)	(119,948)	63,832
投資活動所用現金淨額	(1,365)	(32,787)	(3,903)
融資活動所得現金淨額	125,185	159,540	17,043
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	**(56,742)**	**6,805**	**76,972**
年初現金及現金等價物	138,409	101,500	115,858
外匯匯率變動的影響	19,833	7,553	3,850
年末現金及現金等價物	**101,500**	**115,858**	**196,680**

經營活動所用現金淨額

2024年，經營活動所得現金淨額為人民幣63.8百萬元，主要是由於(i)除税前利潤人民幣46.6百萬元及(ii)存貨減少人民幣32.3百萬元所致。上述各項部分被貿易應付款項增加人民幣34.1百萬元所抵銷。

2023年，經營活動所用現金淨額為人民幣119.9百萬元，主要是由於(i)貿易應收款項增加人民幣116.8百萬元，及(ii)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣97.4百萬元。上述各項部分被(i)貿易應付款項減少人民幣58.8百萬元及(ii)除税前利潤人民幣33.7百萬元所抵銷。

2022年，經營活動所用現金淨額為人民幣180.6百萬元，主要是由於(i)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣104.1百萬元，(ii)存貨增加人民幣84.4百萬元，及(iii)貿易應收款項增加人民幣63.9百萬元。上述各項部分被除税前利潤人民幣47.8百萬元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

2024年，投資活動所用現金淨額為人民幣3.9百萬元，主要是由於支付無形資產按金人民幣29百萬元及購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣25.7百萬元，惟部分被到期日超過三個月的非質押銀行存款減少人民幣30.8百萬元及出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣24.7百萬元所抵銷。

2023年，投資活動所用現金淨額為人民幣32.8百萬元，主要是由於到期日超過三個月的非質押銀行存款增加人民幣30.8百萬元及購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣8.0百萬元，惟部分被出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣9.0百萬元所抵銷。

2022年，投資活動所用現金淨額為人民幣1.4百萬元，主要是由於購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣5.0百萬元及購買以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產人民幣2.0百萬元，惟部分被出售金融資產所得款項人民幣5.0百萬元所抵銷。

融資活動所得現金淨額

2024年，融資活動所得現金淨額為人民幣17.0百萬元，主要是由於銀行借款人民幣699.1百萬元及其他借款人民幣195.7百萬元，惟部分被償還銀行借款人民幣600.6百萬元及償還其他借款人民幣270.6百萬元所抵銷。

2023年，融資活動所得現金淨額為人民幣159.5百萬元，主要是由於籌集銀行借款人民幣535.9百萬元、其他借款人民幣268.2百萬元及發行股份所得款項人民幣113.0百萬元，惟部分被償還銀行借款人民幣445.9百萬元及償還其他借款人民幣305.4百萬元所抵銷。

2022年，融資活動所得現金淨額為人民幣125.2百萬元，主要是由於籌集銀行借款人民幣459.5百萬元及其他借款人民幣433.5百萬元，惟部分被償還銀行借款人民幣427.0百萬元及償還其他借款人民幣366.1百萬元所抵銷。

資本支出

2022年、2023年及2024年，我們的資本支出分別為人民幣0.5百萬元、人民幣2.1百萬元及人民幣30.9百萬元。我們的資本支出主要用於購買物業、廠房及設備項目以及無形資產。於2024年，我們就無形資產支付的按金與我們於品牌資產管理及IP商業化運營業務項下購買的品牌IP許可有關。

下表載列於所示期間我們的資本支出：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
物業、廠房及設備	486	716	1,320
無形資產	–	1,406	620
支付無形資產按金	–	–	29,000
總計	**486**	**2,122**	**30,940**

合約責任及商業承諾

資本承諾

截至2022年及2023年12月31日，我們並無任何資本承諾。截至2024年12月31日，我們就品牌資產管理及IP商業化運營業務購買的無形資產的合約承諾為人民幣10.4百萬元。自2024年12月31日起至最後實際可行日期，我們的資本承諾並未發生重大變化。

債務

下表載列截至所示日期的債務明細：

	截至12月31日			截至4月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元* *(未經審計)*
即期				
銀行借款	336,596	428,082	526,082	603,910
其他借款	113,117	76,468	1,680	11,200
租賃負債	4,830	5,551	4,475	5,551
小計	454,543	510,101	532,237	620,661
非即期				
租賃負債	4,491	7,454	12,978	9,649
總計	**459,034**	**517,555**	**545,215**	**630,310**

銀行借款

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年4月30日，我們已確認銀行借款分別為人民幣336.6百萬元、人民幣428.1百萬元、人民幣526.1百萬元及人民幣603.9百萬元。所有借款均須於一年內償還，平均利率相對穩定，介乎3.39%至4.04%。

截至最後實際可行日期，我們未動用的銀行融資為人民幣290.0百萬元。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無違反借款中的任何重大契約，亦並未出現任何拖欠借款的情況，且我們在獲得銀行或其他借款方面亦無遇到任何困難。

其他借款

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年4月30日，我們來自一家第三方公司的其他借款分別為人民幣113.1百萬元、人民幣76.5百萬元、人民幣1.7百萬元及人民幣11.2百萬元。其他借款按4.6%至11%的固定利率安排，使我們面臨公允價值利率風險。其他借款乃以貿易應收款項作為擔保。有關我們其他借款的更多資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註32。

租賃負債

我們於往績記錄期間租賃若干樓宇用作辦公樓及倉庫。租賃負債於租賃開始日期按租賃期內應付租賃付款的現值確認，使用租賃中隱含的利率貼現，或倘該利率無法輕易確定，則使用相關的增量借款利率貼現。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年4月30日，我們已確認租賃負債總額分別為人民幣9.3百萬元、人民幣13.0百萬元、人民幣17.5百萬元及人民幣15.2百萬元。有關我們租賃負債的更多資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註34。

除上文所披露的債務外，截至2025年4月30日(即我們債務報表的最後實際可行日期)，我們並無未償還債務或其他重大或然負債。董事確認，自2025年4月30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，我們並無重大或然負債。

資產負債表外安排

截至最後實際可行日期，我們並無任何未執行的資產負債表外安排。

主要財務比率

下表載列我們於截至所示日期或於所示期間的主要財務比率概要：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
毛利率(1)	17.4%	15.4%	14.4%
淨利潤率(2)	3.4%	1.8%	3.6%
平均資產回報率(3)	5.2%	2.6%	4.4%
平均權益回報率(4)	15.7%	7.1%	11.1%

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
流動比率(5)	1.4	1.6	1.6
速動比率(6)	0.9	1.1	1.2

附註：

(1) 毛利率等於毛利除以年內總收入，再乘以100%。

(2) 淨利潤率等於淨利潤除以年內總收入，再乘以100%。

(3) 平均資產回報率等於淨利潤除以年內平均資產，再乘以100%。

(4) 平均權益回報率等於淨利潤除以年內平均權益，再乘以100%。

(5) 流動比率等於流動資產總值除以流動負債總額。

(6) 速動比率等於流動資產總值減去存貨，再除以流動負債總額。

有關於相關期間影響我們毛利率及淨利潤率之因素的討論，請參閱「－影響我們經營業績的主要因素」。

我們的平均資產回報率由2022年的5.2%下降至2023年的2.6%，主要是由於我們的年內利潤減少及我們的融資增加。我們的平均資產回報率由2023年的2.6%上升至2024年的4.4%，主要是由於我們的年內利潤增加所致。

我們的平均股本回報率由2022年的15.7%下降至2023年的7.1%，主要是由於我們的年內利潤減少。我們的平均資產回報率由2023年的7.1%上升至2024年的11.1%，主要是由於我們的年內利潤增加所致。

我們的流動比率由截至2022年12月31日的1.4上升至截至2023年12月31日的1.6，是由於我們的流動資產增幅超過流動負債增幅。截至2023年及2024年12月31日，我們的流動比率均維持穩定在1.6。

我們的速動比率由截至2022年12月31日的0.9上升至截至2023年12月31日的1.1，再上升至截至2024年12月31日的1.2，是由於我們的流動資產減存貨的增幅超過流動負債的增幅。

財務風險管理目標及政策

於我們的日常業務過程中，我們面臨著各種市場風險，包括外匯風險、信貸風險、流動性風險及利率風險。我們遵循控制政策，持續監控風險，力求將對我們財務業績的潛在不利影響降至最低。我們管理該等風險的政策如下。

外匯風險

由於我們的大部分業務交易、資產及負債主要以人民幣、港元(「港元」)、美元(「美元」)、歐元(「歐元」)、新加坡元(「新加坡元」)及瑞士法郎(「瑞士法郎」)計值，因此我們面臨一定的外匯風險。我們就外匯交易、資產及負債設有外匯對沖政策。我們密切監控外匯風險，並將於需要時考慮對沖重大外匯風險。

信貸風險

信貸風險指交易對手不履行金融工具或客戶合約規定的義務，從而導致財務損失的風險。我們的經營活動(主要是貿易及其他應收款項)及融資活動(包括銀行及金融機構存款、外匯交易及其他金融工具)均存在信貸風險。由於交易對手是由國際信用評級機構授予較高信用評級的銀行及金融機構，我們認為其信貸風險較低，因此我們面臨的現金及現金等價物產生的信貸風險有限。除本文件附錄一會計師報告附註39所載財務擔保外，我們並未提供任何其他會使我們面臨信貸風險的擔保。

流動性風險

本集團內的個別經營實體負責各自的現金管理，包括參與與銀行的供應商融資安排及籌集貸款以滿足預期現金需求，惟當借款超過預定授權水平時，須經董事批准。我們的政策是定期監控當前及預期的流動資金需求，以確保我們有充足的現金儲備以滿足短期及長期的流動資金需求。

利率風險

我們的現金流利率風險主要與浮動利率銀行結餘有關。我們的銀行存款、銀行借款及其他借款按固定利率計息，因此存在公允價值利率風險。我們面臨的利率風險來自銀行結餘。該等存款按浮動利率計息，利率隨當前市況而變化。

關聯交易

於往績記錄期間，我們進行了若干關聯交易。該等交易主要包括向一家擁有共同董事的關聯公司支付的租金，及向一家聯營公司銷售貨物。我們亦於日常業務過程中向主要管理人員提供薪酬。有關我們關聯交易的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註44。

董事認為，我們的關聯交易乃於日常業務過程中進行。董事認為，關聯交易乃按公平基準進行，並未對我們於往績記錄期間的經營業績造成扭曲，亦未導致有關業績無法反映我們未來的業績表現。

股息

根據適用於我們的中國相關法律及法規，我們每年須提取特定金額的累計除稅後利潤(如有)，作為法定公積金。股息僅可從可分配利潤中支付，可分配利潤是我們根據中國公認會計準則或國際財務報告準則釐定的保留盈利(以較低者為準)，減去上述法定公積金及任何任意盈餘公積金。

經我們的中國法律顧問確認，根據中國法律及公司章程，我們未來的任何淨利潤須首先用於彌補過往累計虧損，隨後我們須將淨利潤的10%分配予法定公積金，直到該基金達到我們註冊資本的50%以上。經股東會批准，我們亦可向任意公積金分配若干比例的淨利潤。

於往績記錄期間，我們並未宣派任何股息。[**編纂**]完成後，我們可採用現金或公司章程允許的其他方式派發股息。任何股息的宣派及派付以及股息金額將受限於我們的公司章程及有關中國法律。根據我們的公司章程，我們每年須分派至少一次股息。董事會經考慮諸多因素後有權酌情決定股息的形式及金額，該等因素包括我們的經營業績、現金流量、財務狀況、估計營運資金需求、子公司向我們派付的現金股息、業務前景、對我們宣派及派付股息的法定及監管限制以及董事會可能認為重要的其他因素，惟須獲得股東批准後方可作實。於任何特定年度未分派的任何可分配利潤將予以留存，以支持我們的運營及長期發展。目前，我們並無固定的派息率。

可分配儲備

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們並無可供分配予權益持有人的儲備。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

上市規則所要求的披露

董事已確認，截至最後實際可行日期，概無任何須根據上市規則第13.13至13.19條的規定予以披露的情況。

無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，我們的財務或經營狀況或前景自2024年12月31日(即本公司最新財務報表日期)以來概無任何重大不利變動，且自2024年12月31日以來概無發生對本文件附錄一會計師報告所載資料造成重大影響的任何事件。

董事會

董事會由十名董事組成，包括兩名執行董事、四名非執行董事及四名獨立非執行董事。下表載列各董事的若干資料：

姓名	年齡	職務	加入本集團的時間	獲委任為董事的日期	角色及職責
王珊先生.....	43歲	創始人、執行董事、董事長兼總經理	2015年10月	2015年10月	負責本集團的整體戰略規劃及本集團業務的日常營運及管理
吉融先生.....	57歲	執行董事兼副總經理	2015年10月	2018年1月	負責本集團業務的日常營運及管理
楊啓焜先生...	38歲	非執行董事	2023年8月	2023年8月	負責就本公司的公司及業務戰略提供指導和建議
鍾卓彬先生...	46歲	非執行董事	2025年5月	2025年5月	負責就本公司的公司及業務戰略提供指導和建議

姓名	年齡	職務	加入本集團的時間	獲委任為董事的日期	角色及職責
陳靜先生.....	41歲	非執行董事	2025年5月	2025年5月	負責就本公司的公司及業務戰略提供指導和建議
席酉民先生...	68歲	非執行董事	2021年12月	2021年12月	負責就本公司的公司及業務戰略提供指導和建議
馬健榮先生...	61歲	獨立非執行董事	2025年5月	2025年5月(自[**編纂**]起生效)	負責向董事會提供獨立意見
鐘鳴先生.....	55歲	獨立非執行董事	2025年5月	2025年5月(自[**編纂**]起生效)	負責向董事會提供獨立意見
盧玲女士.....	43歲	獨立非執行董事	2025年5月	2025年5月(自[**編纂**]起生效)	負責向董事會提供獨立意見
易永發先生...	66歲	獨立非執行董事	2025年6月	2025年6月(自[**編纂**]起生效)	負責向董事會提供獨立意見

執行董事

王珊先生，43歲，為我們的創始人、本公司執行董事、董事長兼總經理。王先生起初於2015年10月獲委任為董事，並將自[**編纂**]起獲調任為執行董事。王先生主要負責本集團的整體戰略規劃及本集團業務的日常營運及管理。王先生亦擔任提名委員會主席。

王先生亦於本集團其他成員公司擔任以下職務：

本集團其他成員公司(與本集團的關係)	於本集團其他成員公司擔任的職務	獲委任日期
無錫極易科技有限公司(全資子公司)	執行董事	2023年9月
蘇州極茂信息技術有限公司(非全資子公司)	執行董事	2018年5月
無錫易勝紫岩數據科技有限公司(全資子公司)	執行董事	2017年9月
蘇州西斯廷信息技術有限公司(全資子公司)	執行董事	2024年1月
蘇州易勝華鑫信息技術有限公司(全資子公司)	執行董事	2019年10月
北京晶世文化傳媒有限公司(全資子公司)	執行董事	2023年11月
上海半橙電子商務有限公司(全資子公司)	執行董事	2021年5月
蘇州購美信息技術有限公司(全資子公司)	執行董事兼總經理	2020年3月

本集團其他成員公司(與本集團的關係)	於本集團其他成員公司擔任的職務	獲委任日期
蘇州融榮信息技術有限公司(全資子公司).....	執行董事兼總經理	2020年3月
杭州極茂信息技術有限公司(全資子公司).....	執行董事兼總經理	2023年6月
淮北極易信息技術有限公司(全資子公司).....	執行董事兼總經理	2023年9月
蘇州極易星晟信息科技有限公司(全資子公司).....	執行董事	2024年5月
淮北易勝信息科技有限責任公司(非全資子公司).....	董事	2024年10月
太倉極茂信息技術有限公司(全資子公司).....	執行董事	2025年2月
青島極易科技有限公司(全資子公司).....	董事	2025年2月
蘇州車易享科技有限公司(非全資子公司).....	董事	2025年4月
蘇州新易盛信息技術有限公司(全資子公司).....	執行董事兼總經理	2020年4月
上海可萬威訊信息技術有限公司(非全資子公司).....	執行董事	2020年1月

本集團其他成員公司(與本集團的關係)	於本集團其他成員公司擔任的職務	獲委任日期
香港極易有限公司(全資子公司).....	董事	2018年8月
香港吉成信息技術有限公司(全資子公司).....	董事	2020年10月
梭納投資有限公司(全資子公司).....	董事	2015年5月
海南鴻億信息技術有限公司(非全資子公司).....	董事兼總經理	2024年10月
洛陽極宏信息技術有限公司(全資子公司).....	董事兼總經理	2025年4月

王先生於2008年7月至2009年4月在中海發展(蘇州)有限公司工作。彼於2009年4月至2012年9月擔任西交利物浦大學品牌及市場辦公室主任，負責品牌建設及推廣。自本集團成立以來，王先生貢獻了豐富的行業專業知識，並利用其以往的經驗助力我們的業務。王先生於2015年12月被評為蘇州工業園區科技領軍人才，並於2018年7月被評為姑蘇創新創業領軍人才。

王先生於2008年6月獲得中國西安交通大學傳播學碩士學位。

吉融先生，57歲，為本公司執行董事兼副總經理。吉先生起初於2018年1月獲委任為董事，並將自[**編纂**]起獲調任為執行董事。彼亦自2015年10月起擔任我們的副總經理。吉先生主要負責本集團業務的日常營運及管理。

吉先生亦於本集團其他成員公司擔任以下職務：

本集團其他成員公司(與本集團的關係)	於本集團其他成員公司擔任的職務	獲委任日期
梭納投資有限公司（全資子公司）.....	董事	2015年5月

吉先生在科技領域擁有超過30年的豐富經驗。於加入本集團前，吉先生在電子工業部第二十八研究所及深圳聯想電腦有限公司等多家公司擔任職位。吉先生亦於2000年4月至2020年12月擔任南京泛瑞工貿有限責任公司法定代表人。

吉先生於1989年7月獲得中國東南大學自動控制專業工學學士學位。

非執行董事

楊啓焜先生，38歲，於2023年8月獲委任為董事，並將自[**編纂**]起獲調任為非執行董事。楊先生負責就本公司的公司及業務戰略提供指導和建議。

楊先生的職業生涯始於京東集團股份有限公司(其股份根據上市規則第十九C章在香港聯交所主板上市(股份代號：9618(港幣櫃檯)及89618(人民幣櫃檯))及其美國存託股份在納斯達克上市(代碼為「JD」)的公司)，彼於2008年至2010年擔任消費電子事業部的採購及銷售經理。此後，楊先生在京東集團股份有限公司擔任多個重要職務，包括2010年至2016年擔任消費電子事業部負責人，以及2016年至2017年擔任數碼事業部負責人，帶領團隊實現數碼產品品類市場份額第一。2017年至2023年，楊先生擔任京東泰國首席執行官，全面負責該公司營運，擴大京東集團股份有限公司在國際

市場的足跡，並將京東泰國確立為該地區的主要參與者。自2023年起，楊先生擔任京東集團股份有限公司副總裁兼京東零售國際業務(京東集團股份有限公司零售業務的跨境業務運營)總裁，負責監督跨境電商進口業務及港澳台地區業務管理。

楊先生於2009年7月獲得中國江西農業大學軟件工程學士學位。

鍾卓彬先生，46歲，於2025年5月獲委任為董事，並將自[**編纂**]起獲調任為非執行董事。鍾先生負責就本公司的公司及業務戰略提供指導和建議。

鍾先生在證券投資和項目管理方面擁有超過17年的經驗。鍾先生自2016年1月起擔任招商局資本投資有限責任公司董事總經理，負責投資管理。

鍾先生分別於2001年7月及2004年4月獲得中國北京郵電大學通信工程學士學位及信號與信息處理碩士學位。

陳靜先生，41歲，於2025年5月獲委任為董事，並將自[**編纂**]起獲調任為非執行董事。陳先生負責就本公司的公司及業務戰略提供指導和建議。

陳先生擁有超過16年的企業融資和管理經驗。彼於2008年7月至2013年12月在國泰君安証券股份有限公司(上海證券交易所上市公司，證券代碼：601211，香港聯交所上市公司，股份代號：2611)投資銀行部開始職業生涯，最終擔任助理董事一職。彼其後於2014年1月至2017年4月擔任廣州白雲山醫藥集團股份有限公司(上海證券交易所上市公司，證券代碼：600332，香港聯交所上市公司，股份代號：874)董事會秘書。陳先生於2017年4月至2018年5月擔任廣州白雲山醫藥集團股份有限公司產業基金籌備負責人。陳先生於2018年6月至2022年2月擔任廣東廣藥金申股權投資基金管理有限公司總經理。陳先生自2022年3月起擔任廣州廣藥資本私募基金管理有限公司總經理，負責投資管理。

陳先生分別於2006年6月及2008年6月獲得中國華中科技大學管理學院會計學學士學位及會計學碩士學位。

席酉民先生，68歲，於2021年12月獲委任為董事，並將自[**編纂**]起獲調任為非執行董事。席先生負責就本公司的公司及業務戰略提供指導和建議。席先生亦擔任薪酬委員會成員。

席先生在高等教育領域擁有近40年的經驗，其研究和教學領域涵蓋領導力和戰略管理、組織行為和決策以及決策支持系統等。席先生自1985年以來一直在西安交通大學擔任多個職務。彼於1988年至1992年擔任西安交通大學管理學院副教授，自1992年起擔任教授，於1993年至1996年擔任副院長，於1996年至2000年擔任院長。彼亦擔任西安交通大學戰略與決策研究所副所長，並擔任西安交通大學副校長。除在西安交通大學擔任職務外，席先生自1996年6月起擔任陝西工商管理碩士學院常務副院長，自2008年8月起擔任西交利物浦大學執行校長，自2008年10月起擔任英國利物浦大學副校長。

席先生不時擔任多個國家級董事會成員，擁有多個頭銜，包括於1999年擔任教育部全國工商管理教育指導委員會委員，並擔任中國企業管理研究會副會長。

席先生於1982年獲中國陝西機械學院(現稱西安理工大學)應用科學物理學專業學士學位，1984年獲中國西安交通大學系統工程專業工程學碩士學位並於1987年獲得管理工程專業工程學博士學位。

獨立非執行董事

馬健榮先生，61歲，自[**編纂**]起獲委任為獨立非執行董事。馬先生負責向董事會提供獨立意見。彼亦為薪酬委員會主席、審計委員會及提名委員會成員。

馬先生在政府部門、IT業及電子商貿業擁有豐富經驗。馬先生曾於聯想集團有限公司(香港聯交所上市公司，股份代號：992)擔任政府事務部總經理及企業社會責任總監等多個職務。馬先生亦曾於京東集團股份有限公司(其股份根據上市規則第十九C章在香港聯交所主板上市(股份代號：9618(港幣櫃檯)及89618(人民幣櫃檯))及其美國存託股份在納斯達克上市(代碼為「JD」)的公司)擔任公司事務副總裁等多個重要職務，負責管理對外關係，促進戰略業務合作。

馬先生於1986年6月獲得中國四川外語學院(現稱四川外國語大學)英語語言專業學士學位。

鐘鳴先生，55歲，自[**編纂**]起獲委任為獨立非執行董事。鐘先生負責向董事會提供獨立意見。彼亦為審計委員會及提名委員會成員。

於1992年7月至2002年1月，鐘先生於廣州寶潔有限公司擔任品牌經理。其後彼於2003年8月至2006年6月加入和路雪(中國)有限公司上海分公司，出任市場營銷部副總裁。彼於2006年6月至2008年6月獲聘為利潔時家化(中國)有限公司的市場營銷總監。鐘先生自2012年6月起擔任德太滬華(上海)股權投資管理企業(有限合夥)高級營運副總裁。其後彼於2014年9月至2016年5月加入陸遜梯卡(上海)商貿有限公司並擔任其法定代表人。鐘先生於2016年8月至2019年11月任職於飛利浦的多家子公司，最後的職位是飛利浦(中國)投資有限公司大中華區個人健康事業部的BM&S負責人。鐘先生自2023年11月起擔任開貝科技(蘇州)有限公司首席執行官。

鐘先生亦自2014年6月起擔任贏家時尚控股有限公司(香港聯交所上市公司，股份代號：3709)獨立非執行董事。

鐘先生於1992年7月獲得中國科學技術大學生物物理專業理學學士學位，並於2007年9月完成中國中歐國際工商學院高層管理人員工商管理碩士課程。

盧玲女士，43歲，自[**編纂**]起獲委任為獨立非執行董事。盧女士負責向董事會提供獨立意見。彼亦為審計委員會主席及薪酬委員會成員。

盧女士在消費品行業擁有超過20年的財務管理經驗。彼於畢馬威華振會計師事務所(特殊普通合夥)開始其職業生涯，並於2004年8月至2007年12月擔任助理審計經理。此後，盧女士於2007年12月至2011年7月在歐萊雅(中國)工作，最初擔任集團媒體投資和採購財務經理，之後擔任美容品牌組合財務經理。盧女士於2011年7月至

2015年11月任職於中國電子商務平台一號店，起初擔任高級財務計劃分析經理，之後擔任財務計劃分析總監。盧女士於2015年11月至2019年4月在耐克體育(中國)有限公司擔任多個職務，最終擔任大中華區總部財務計劃、績效及聯合市場管理財務總監。盧女士自2019年5月起擔任中國高端生活方式電子商務企業上海野派電子商務有限公司財務總監，負責監督財務規劃及控制、會計運營及內部控制系統。

盧女士分別於2004年7月及2005年7月獲得中國上海交通大學國際經濟與貿易學士學位及行政管理學士學位。彼其後於2017年11月獲得中國中歐國際工商學院工商管理碩士學位。彼於2009年12月獲上海市註冊會計師協會授予註冊會計師資格。

易永發先生，66歲，獲委任為獨立非執行董事，自[**編纂**]起生效。易先生負責向董事會提供獨立意見。

易先生於公司財務、直接投資及審計方面擁有豐富經驗。易先生為深圳市海王英特龍生物技術股份有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：8329)及中國水發興業能源集團有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：750)(「**水發興業**」)兩家公司的獨立非執行董事、薪酬委員會及提名委員會成員以及審核委員會主席。其亦為超媒體控股有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：72)的獨立非執行董事、提名委員會成員及審核委員會和薪酬委員會主席。此外，彼於2017年8月至2022年6月亦擔任耐世特汽車系統集團有限公司(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：1316)的獨立非執行董事、薪酬及提名委員會主席以及審核及合規委員會成員，並於1999年7月至2025年2月擔任Shanghai International Shanghai Growth Investment Limited(一家於香港聯交所上市的公司，股份代號：770)的獨立非執行董事、薪酬委員會及提名委員會成員以及審計委員會主席。

易先生於1982年取得香港中文大學會計專業工商管理學士學位，其分別自1990年11月及2003年7月起成為英國特許公認會計師公會及香港會計師公會資深會員。

易先生曾擔任以下以撤銷註冊方式解散之私人有限公司的董事，該等公司均於香港註冊成立：

公司名稱	解散前的主要業務活動	解散事由	解散日期
中國快購食品有限公司	休眠	停止營業	2012年3月2日
欣裕投資有限公司	休眠	停止營業	2008年10月3日
日通祕書服務有限公司	公司秘書服務	停止營業	2004年8月20日
剛聯有限公司	辦公場所租賃	停止營業	2000年10月27日

易先生確認(i)並無判決或調查結果表明其就該等已解散公司存在任何欺詐、不誠實、任何不當行為或不法行為；(ii)概無因該等已解散公司向其提出的未決申索或責任；及(iii)該等公司各自於解散時具備償付能力。

易先生自水發興業(前稱為中國興業太陽能技術控股有限公司(「**興業太陽能**」))於2008年6月在香港聯交所上市以來一直擔任該公司獨立非執行董事。興業太陽能為一家於百慕達註冊成立的公司，主要從事設計、製造及提供並安裝傳統幕牆及光伏建築一體化系統及製造並銷售太陽能產品。

如興業太陽能日期為2018年10月18日及2019年1月10日的公告所披露，興業太陽能已拖欠支付其若干債務證券。於2019年7月19日，興業太陽能公佈一項與若干持有人進行的建議離岸債務重組事項，當中載有通過在百慕達及香港訂立的協議安排(「**該等安排**」)實施的建議重組條款。該等安排需獲得安排債權人的所需大多數票批准，該批准其後已於2019年11月25日的安排債權人會議上正式獲得。於2019年12月4日及2019年12月5日，百慕達及香港的相關法院分別批准了該等安排，該等安排均於2019年12月16日生效。易先生在興業太陽能進行該等安排時擔任董事。

一般事項

除上文所披露者外，各董事已確認：

(i) 彼現時及於緊接最後實際可行日期前三年內並無於香港或海外上市的任何其他公司擔任任何其他董事職務；

(ii) 概無有關該董事的任何其他資料須根據上市規則第13.51(2)條予以披露；及

(iii) 概無有關董事的其他重大事項須提請股東垂注。

除本文件附錄四「法定及一般資料－C. 有關董事及主要股東的進一步資料－1.權益披露」一節所披露者外，概無董事於股份中持有根據證券及期貨條例第XV部須予披露的任何權益。

高級管理層

除我們的執行董事外，本集團的高級管理層團隊負責我們業務的日常管理。下表載列我們各高級管理層成員的若干資料：

姓名	年齡	職務	加入本集團的時間	獲委任為高級管理層日期	角色及職責
楊小盈先生.	49歲	首席財務官	2017年12月	2017年12月	負責本集團財務活動的整體管理
王成龍先生.	37歲	董事會秘書	2020年9月	2021年12月	負責本集團董事會相關事宜、資本市場相關事宜及公司治理

楊小盈先生，49歲，自2017年12月加入本集團起一直擔任本公司首席財務官。楊先生主要負責本集團財務活動的整體管理。

楊先生亦於本集團其他成員公司擔任以下職務：

本集團其他成員公司(與本集團的關係)	於本集團其他成員公司擔任的職務	獲委任日期
上海可萬威訊信息技術有限公司（非全資子公司）.....	財務總監	2020年1月
淮北易勝信息科技有限責任公司（非全資子公司）.....	財務總監	2024年10月

楊先生擁有逾24年的財務經驗。於加入本集團前，彼於2010年12月至2013年7月擔任五洲國際集團有限公司財務總監。楊先生於2013年8月至2014年2月擔任上海麗人麗妝化妝品股份有限公司(上海證券交易所上市公司，證券代碼：605136)財務總監。楊先生其後於2015年3月至2016年3月擔任上海家化電子商務有限公司副總經理，於2016年9月至2017年11月擔任金華市億博網絡科技有限公司財務總監。

楊先生於2011年6月獲得中國上海財經大學西方經濟學碩士學位。楊先生於2020年8月獲江蘇省會計專業高級專業技術資格評審委員會認證為高級會計師。

王成龍先生，37歲，自2021年12月起擔任本公司董事會秘書。王先生主要負責本集團董事會相關事宜、資本市場相關事宜及公司治理。王先生於2020年9月加入本集團。

於加入本集團前，王先生於2014年6月至2024年7月擔任蘇州工業園區元禾原點創業投資管理有限公司投資總監，負責投後管理。

王先生於2014年6月獲得中國南京大學電子與通信工程碩士學位。

我們各高級管理層成員已確認，彼於緊接最後實際可行日期前三年內並無於香港或海外上市的任何其他公司擔任任何董事職務。

我們的董事及高級管理層成員與本公司其他董事或高級管理層成員概無關連。

聯席公司秘書

朱明先生，31歲，於2025年6月獲委任為本公司聯席公司秘書，自[**編纂**]起生效。

朱先生在普華永道中天會計師事務所(特殊普通合夥)開啟其職業生涯，於2016年10月至2020年7月擔任高級審計員。加入本集團前，朱先生於2020年8月至2022年7月擔任江蘇凱倫建材股份有限公司(一家於深圳證券交易所上市的公司，證券代碼：300715)的集團財務經理。自2022年8月起，朱先生擔任本公司財務總監兼證券事務代表。

朱先生於2016年6月獲得中國南京審計大學金融學學士學位。

陳佩貞女士，於2025年6月獲委任為本公司聯席公司秘書，自[**編纂**]起生效。陳女士於公司秘書領域擁有逾17年經驗，一直為香港上市公司以及跨國、私人及境外公司提供專業公司服務。彼目前擔任卓佳專業商務有限公司(Vistra Group的成員公司)公司秘書服務部的高級經理。彼現亦為碩奧國際控股有限公司(香港聯交所上市公司，股份代號：2336)的聯席公司秘書。

陳女士於2003年取得香港大學社會科學學士學位。陳女士為特許秘書、特許企業管治專業人士及香港公司治理學會及英國特許公司治理工會會員。

董事確認

上市規則第3.09D條

各董事確認，彼(i)已於2025年5月取得上市規則第3.09D條所述的法律意見，及(ii)深知其根據上市規則作為上市發行人董事的責任。

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)條所述各因素下的獨立性；(ii)截至最後實際可行日期，根據上市規則，其過往或現時並無於本公司或其子公司的業務中擁有任何財務或其他利益或與本公司任何核心關連人士有任何關連；及(iii)概無其他因素可能影響其獲委任時的獨立性。

上市規則第8.10條

概無董事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)中擁有任何須根據上市規則第8.10條予以披露的權益。

董事會委員會

我們已成立以下董事會委員會：審計委員會、薪酬委員會及提名委員會。各委員會根據董事會制定的職權範圍運作。

審計委員會

我們已遵照上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立審計委員會，並訂明其書面職權範圍。審計委員會由盧玲女士、鐘鳴先生及馬健榮先生組成。審計委員會主席為盧玲女士。

審計委員會的主要職責為審議有關外聘核數師及其委任的事宜、監督本集團的財務申報系統、風險管理及內部控制系統、審閱本集團的財務資料及審閱有關公司治理的政策及慣例。

薪酬委員會

我們已遵照上市規則第3.25條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立薪酬委員會，並訂明其書面職權範圍。薪酬委員會由馬健榮先生、席酉民先生及盧玲女士組成。薪酬委員會主席為馬健榮先生。

薪酬委員會的主要職責為檢討薪酬政策，並就董事及其他高級管理層的薪酬待遇向董事會作出推薦建議。

提名委員會

我們已遵照上市規則第3.27A條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立提名委員會，並訂明其書面職權範圍。提名委員會由王珊先生、鐘鳴先生及馬健榮先生組成。提名委員會主席為王珊先生。

提名委員會的主要職責為評估合適的董事候選人並作出推薦建議、建議委任董事及高級管理層的程序及標準、檢討董事會的架構、規模及組成以及評估獨立非執行董事的獨立性。

薪酬

我們的董事及高級管理層以薪金、酌情花紅及退休福利計劃供款的形式從本公司收取報酬，並須遵守適用的法律、規則及法規。有關我們已與董事訂立的服務合約的詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－C. 有關董事及主要股東的進一步資料－2.服務合約詳情」一節。

有關我們董事及／或五名最高薪酬人士於往績記錄期間薪酬的進一步資料載於本文件附錄一會計師報告及本文件附錄四「法定及一般資料－C. 有關董事及主要股東的進一步資料－3.董事薪酬」一節。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任新百利融資有限公司為我們[**編纂**]後的合規顧問(「**合規顧問**」)。我們已與合規顧問訂立合規顧問協議，其主要條款如下：

(i) 任期由[**編纂**]起，至本公司首個完整財政年度([**編纂**]起計，或直至協議終止為止，以日期較早者為準)的財務業績遵守上市規則第13.46條規定當日為止；

(ii) 根據上市規則第3A.23條，於本公司就以下情況提出諮詢時，合規顧問將(其中包括)及時以應有的謹慎及技能向本公司提供意見：

- 本公司刊發任何監管公告、通函或財務報告前；
- 若本公司擬進行的交易根據上市規則第十四或十四A章可能為須予公佈或關連交易，包括股份發行、庫存股份出售或轉讓及股份購回；
- 若本公司擬按有別於本文件所詳述的方式，動用[**編纂**][**編纂**]，或若本公司的業務活動、發展或業績有別於本文件中的任何預測、估計或其他資料；及
- 若聯交所根據上市規則第13.10條向本公司作出查詢；

(iii) 在合理可行的情況下，合規顧問將盡快通知我們上市規則作出的任何修訂或補充(由聯交所不時宣佈)，以及任何有關適用法律及指引的修訂或補充；及

(iv) 合規顧問將充當本公司與聯交所的額外溝通渠道。

企業管治守則

我們力爭達致高標準的企業管治，而這對我們的發展及保障股東權益而言至關重要。為達此目標，除下文所披露者外，我們預期在[**編纂**]後於所有重大方面遵守上市規則附錄C1所載的企業管治守則。

王先生為本公司董事長兼總經理。憑藉於本公司經營所在行業的豐富經驗，自本公司成立以來一直為本公司服務，王先生負責本集團的整體公司及業務戰略。董事會認為，將董事長及總經理的角色賦予同一人士有利於本集團的管理。董事會及高級管理層(由經驗豐富及富有遠見的人士組成)的運作確保權力及授權的平衡。[**編纂**]後，董事會將由兩名執行董事(包括王先生)、四名非執行董事及四名獨立非執行董事組成，因此其組成將具有強大的獨立性元素。

董事會多元化政策

我們已採納多元化政策(「**董事會多元化政策**」)，其列明實現及維持董事會多元化的目標及方法，以提高董事會效率。根據董事會多元化政策，我們在選擇董事會候選人時，通過考慮多項因素(包括但不限於專業經驗、技能、知識、教育背景、年齡、性別、文化背景及種族以及服務年期)，尋求實現董事會的多元化。

董事擁有均衡的知識及技能組合，我們有八名非執行董事，包括四名擁有不同行業背景的獨立非執行董事。董事在年齡、性別及背景方面多元化。董事的年齡介乎38至68歲。具體而言，本公司董事會目前有一名女性董事。經計及我們現有業務模式及特定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。董事會將定期檢討董事會多元化政策，以評估其成效。

控股股東

截至最後實際可行日期，本公司由王先生合計控制約33.45%權益，其中(i)直接控制本公司約16.10%權益；(ii)王先生通過青島易華及僱員激勵平台(即蘇州尚來、易賣有為及極易大展)等王先生擔任執行事務合夥人並行使該等實體持有本公司權益所附表決權的實體，控制本公司約16.54%權益；及(iii)王先生透過南京極晟控制本公司約0.81%的權益，根據王先生與南京極晟訂立的表決權委託協議(「**表決權委託協議**」)，王先生作為真實及合法的受託人，就南京極晟持有的本公司全部股份進行表決。在表決權委託協議之前，南京極晟已按照王先生的指示就南京極晟持有股份所附帶的表決權採取一切行動。有關僱員激勵平台的進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－僱員持股平台」分節。[**編纂**]前，王先生、青島易華、僱員激勵平台及南京極晟因此構成本公司控股股東集團。

緊隨[**編纂**]完成後，王先生將於我們已發行股本的約[**編纂**]擁有權益(假設[**編纂**]未獲行使)。因此，緊隨[**編纂**]後，王先生、青島易華、僱員激勵平台及南京極晟將仍為我們的控股股東。

不競爭

王先生已確認，截至最後實際可行日期，控股股東並無於與本集團業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭的任何業務(本集團業務除外)中擁有任何須根據上市規則第8.10條予以披露的權益。

獨立於控股股東

經考慮以下因素，董事信納，於[**編纂**]後，我們能夠獨立於控股股東開展業務。

管理獨立性

董事認為，董事會連同高級管理層團隊能夠獨立履行本集團的管理職責，理由如下：

(a) [**編纂**]後，董事會將由十名董事組成，包括執行董事王先生及吉先生、四名非執行董事及四名獨立非執行董事。王先生未對任何其他董事關於董事會管理的決策施加任何影響。各董事知悉其作為董事的受信責任，該等責任要求(其中包括)其以本公司的利益及符合本公司利益的方式行事，且不容許其作為董事的職責與其個人利益之間存在任何衝突；

(b) 我們的日常管理及營運由高級管理層團隊開展。我們的高級管理層團隊於本集團經營所在行業中擁有豐富的經驗，因此將能夠作出符合本集團最佳利益的商業決策；

(c) 我們有四名獨立非執行董事，本公司的若干事項應提交獨立非執行董事審閱；

(d) 就本集團將訂立而董事或其任何緊密聯繫人(或若上市規則規定，則其其他聯繫人)於其中擁有任何重大利益的任何合約或安排或任何其他計劃而言，該董事須放棄對決議案投票，且不得計入表決的法定人數；

(e) 倘舉行股東大會以審議控股股東或其任何聯繫人於其中擁有重大利益的擬議交易，則控股股東須放棄對決議案投票，且不得計入表決的法定人數；及

(f) 本公司已委任新百利融資有限公司為合規顧問，其將就遵守適用法律及上市規則(包括關於董事職責及企業管治的各項規定)的情況向本集團提供建議及指引。

運營獨立性

本集團自設運營架構，包括多個獨立部門，各自有明確的職責範圍，以便促進我們業務的有效運營。董事認為，[**編纂**]後本公司將持續獨立運營，理由如下：

(a) 我們並不依賴控股股東擁有的商標；

(b) 我們持有對我們的業務運營屬重大的所有相關牌照、批准及許可證，且擁有充足資本、設備及員工獨立運營業務；

(c) 我們擁有自身的行政及企業管治基礎架構，包括自身會計、法務及人力資源部；

(d) 除委聘王先生為執行董事外，董事預期，於[**編纂**]後或之後不久，本集團與控股股東或其聯繫人之間並無任何關連交易；及

(e) 各控股股東並無於與本集團業務構成競爭或可能構成競爭的業務中擁有任何利益。

財務獨立性

我們擁有獨立的內部控制及會計系統。我們亦擁有獨立的財務部，負責履行財務職能。此外，董事會已設立審計委員會，對(其中包括)我們的會計及財務報告流程提供獨立監督。

由於我們預計我們的營運資金將主要來自業務經營所得現金以及(較少比重)外部債務，故[**編纂**]後我們能夠從第三方獲得融資(如必要)，而無需依賴控股股東或其任何聯繫人。

截至2025年4月30日(「**債務日期**」)，我們的若干信貸融資由王先生及其配偶Yang Qinghua女士提供的擔保(「**擔保**」)抵押，該等擔保預期於[**編纂**]之後解除。詳情載列如下：

出借人(附註)	**截至債務日期的結餘**
中國農業銀行股份有限公司蘇州斜塘支行	人民幣95百萬元
中國建設銀行股份有限公司江蘇自貿試驗區蘇州片區支行	人民幣70百萬元
上海銀行股份有限公司蘇州工業園區支行	人民幣50百萬元
興業銀行股份有限公司蘇州分行	人民幣45百萬元
南京銀行股份有限公司蘇州吳中支行	人民幣30百萬元

出借人(附註)	截至債務日期的結餘
招商銀行股份有限公司蘇州中新支行	人民幣30百萬元
中國光大銀行股份有限公司蘇州金閶支行	人民幣20百萬元
恆豐銀行股份有限公司張家港支行	人民幣20百萬元
中信銀行股份有限公司蘇州工業園區支行	人民幣19.99百萬元
交通銀行股份有限公司蘇州姑蘇支行	人民幣15百萬元
交通銀行江蘇自貿試驗區蘇州片區支行	人民幣10百萬元
上海浦東發展銀行股份有限公司蘇州分行	人民幣10百萬元
蘇州銀行股份有限公司斜塘支行	人民幣10百萬元
總計	人民幣424.99百萬元

*附註：*我們正在與出借人聯絡，以於[**編纂**]後解除王先生及其配偶對其提供的相關擔保。

截至最後實際可行日期，控股股東或其緊密聯繫人概無應獲償還或應償還的貸款，除上文所披露者外，控股股東或其緊密聯繫人概無為我們的利益提供任何其他質押或擔保未解除。

綜上所述，董事認為，[**編纂**]後，董事會連同高級管理層團隊能夠保持財務獨立於控股股東。

企業管治措施

董事深知良好企業管治對保障股東利益的重要性。我們已採用下列企業管治措施解決本集團與控股股東之間的任何實際或潛在利益衝突：

(a) 倘舉行股東大會以審議控股股東或其任何聯繫人於其中擁有重大利益的擬議交易，則控股股東須放棄對決議案投票，且不得計入表決的法定人數；

(b) 本公司已建立內部控制機制以識別關連交易。[**編纂**]後，倘本公司與控股股東或其聯繫人訂立關連交易，本公司將遵守適用上市規則；

(c) [**編纂**]後，董事會將其中包括由四名非執行董事及四名獨立非執行董事組成，以確保董事會能夠在決策過程中有效、獨立判斷，並向股東提供獨立建議。獨立非執行董事將每年審查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、專業的建議，以保障少數股東的利益；

(d) 倘董事(包括獨立非執行董事)合理要求獨立專業人士(如財務顧問)的建議，委任該等獨立專業人士的費用將由本公司承擔；及

(e) 我們已委任新百利融資有限公司為合規顧問，其將就遵守適用法律及上市規則(包括關於企業管治的各項規定)的情況向我們提供建議及指引。

綜上所述，董事信納，已採取足夠的企業管治措施，以於[**編纂**]後管理本集團與控股股東之間可能出現的利益衝突及保障少數股東的利益。

股本

以下為本公司已發行及緊隨[**編纂**]完成後的註冊股本説明。

截至最後實際可行日期

截至最後實際可行日期，本公司的註冊及已發行股本為人民幣33,747,378元，由每股面值人民幣1.00元的33,747,378股未上市股份組成。

緊隨[編纂]完成後

緊隨[**編纂**]（假設[**編纂**]未獲行使）及未上市股份轉換為H股完成後，本公司股本將如下。

股份説明	股份數目	佔[編纂]後經擴大已發行股本的概約百分比
已發行未上市股份	[**編纂**]	[**編纂**]
已由未上市股份轉換而來的H股	[**編纂**]	[**編纂**]
根據[**編纂**]將發行的H股	[**編纂**]	[**編纂**]
總計	[**編纂**]	100%

本公司股份

[**編纂**]及若干未上市股份轉換為H股完成後，本公司的股份將包括未上市股份及H股，兩者均為我們股本中的普通股且被視為一類股份。然而，中國法人或自然人通常無法認購或買賣H股，但中國若干合資格境內機構投資者、滬港通及深港通下的合資格中國投資者以及根據相關中國法律法規或獲得任何主管部門批准有權持有我們H股的其他人士除外。

除非獲股東於股東大會或相關類別股份持有人於另行召開的股東大會上以特別決議案的方式批准，否則賦予任何類別股東的權利不得修改或廢止。

地位

根據公司章程，未上市股份及H股被視為一類股份，並將於所有其他方面彼此間享有同等地位，尤其是就本文件日期後宣派、派付或作出的股息及分派而言，將享有同等地位。H股的所有股息將以人民幣宣派，並將由本公司以港元或人民幣派付，而未上市股份的所有股息將由本公司以人民幣派付。除現金外，股息可以股份形式分派。

未上市股份轉換為H股

根據國務院證券監管機構的規定及我們的公司章程，未上市股份可轉換為H股，相關經轉換股份可於海外證券交易所[**編纂**]及[**編纂**]，前提是相關經轉換股份的轉換、[**編纂**]及[**編纂**]已取得國務院證券監管部門的批准。此外，相關轉換、[**編纂**]及[**編纂**]須完成必要的內部審批流程，並在所有方面遵守國務院證券監管機構規定的法規以及相關海外證券交易所規定的法規、規定及程序。

倘任何未上市股份轉換為H股，並於聯交所[**編纂**]及[**編纂**]，相關轉換、[**編纂**]及[**編纂**]將須取得包括中國證監會在內的相關中國監管部門的批准，以及聯交所的批准。根據下文所述的未上市股份轉換為H股的程序，我們或會在任何建議轉換前申請全部或任何部分未上市股份作為H股於聯交所[**編纂**]，以確保可於向聯交所發出通知並交付股份記入H股股東名冊後及時完成轉換程序。由於我們於聯交所[**編纂**]後額外股份的[**編纂**]通常被聯交所視為純粹行政事項，故我們於香港[**編纂**]時毋須預先申請[**編纂**]。該等股份的轉換或經轉換股份於海外證券交易所的[**編纂**]及[**編纂**]均毋須類別股東投票表決。經轉換股份於我們[**編纂**]後申請於聯交所[**編纂**]須以公告方式事先通知我們的股東及公眾任何建議轉換。

取得所有必要批准後，須完成以下程序以進行轉換：相關未上市股份將自未上市股份股東名冊中註銷，我們將於香港存置的H股股東名冊重新登記該等股份，並指示H股證券登記處發行H股股票。於我們的H股股東名冊上登記須滿足下列條件：(a) H股證券登記處向聯交所提交函件，確認相關H股已妥為記入H股股東名冊並已正式寄發H股股票；及(b) H股獲准於聯交所[**編纂**]符合上市規則、不時生效的香港結算一般規則及香港結算運作程序規則。經轉換股份於我們的H股股東名冊重新登記之前，該等股份將不會作為H股[**編纂**]。

關於轉讓於[編纂]前已發行股份的限制

根據《中國公司法》，公司公開發售股份前已發行的股份自相關公開發售股份於相關證券交易所上市及買賣當日起計一年內不得轉讓。因此，本公司於[**編纂**]前發行的股份將須遵守自[**編纂**]起計一年期間內的相關法定限制。

須召開股東大會的情形

關於須舉行股東大會的情形的詳情，請參閱本文件附錄三「公司章程概要－5.股東會」一節。

股東批准[編纂]

本公司發行H股及尋求H股於香港聯交所[**編纂**]須取得股份持有人的批准。本公司已於2025年6月7日舉行的股東大會上取得相關批准。

主要股東

就董事所知，緊隨[**編纂**]完成後(假設[**編纂**]未獲行使)，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有權利可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益：

				截至最後實際可行日期	緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)	
股東姓名／名稱	權益性質	股份說明	持有或擁有權益的股份數目	佔我們股本總額的概約持股百分比[1]	佔我們H股的概約持股百分比[2]	佔我們股本總額的概約持股百分比[2]
王先生[3]	實益擁有人、受控法團權益	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]
吉先生	實益擁有人	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]
京東邦能	實益擁有人	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]

附註：

(1) 計算乃基於最後實際可行日期已發行之合共33,747,378股未上市股份(包括[**編纂**]完成後將轉換為H股之[**編纂**]股未上市股份)。

(2) 計算乃基於合計[**編纂**]股未上市股份及[**編纂**]時已發行的[**編纂**]股H股，其中包括(a)由未上市股份轉換之合計[**編纂**]股H股；及(b)根據[**編纂**]將予發行的[**編纂**]股H股，且不計及因[**編纂**]獲行使而可能發行的H股。

(3) 截至最後實際可行日期，(a)王先生直接持有5,431,529股未上市股份；(b)青島易華(王先生為執行合夥人，並行使其所持本公司權益所附帶的表決權)直接持有1,729,336股未上市股份；(c)僱員激勵平台(即蘇州尚來、易賣有為及極易大展)，王先生擔任執行合夥人並行使其所持本公司權益附帶的表決權，直接持有合共3,852,718股未上市股份；及(d)南京極晟(根據王先生與南京極晟訂立的表決權委託協議(「**表決權委託協議**」)，王先生作為真實及合法的受託人，就南京極晟持有的本公司全部股份進行表決)直接持有274,235股未上市股份。在表決權委託協議之前，南京極晟已按照王先生的指示就南京極晟持有股份所附帶的表決權採取一切行動。因此，王先生被視為擁有青島易華、僱員激勵平台及南京極晟所持有股份的總數的權益。

主要股東

除上文所披露者外，董事並不知悉任何人士將於緊隨[**編纂**]完成後(假設[**編纂**]未獲行使)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分部的條文須予披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附有權利可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細描述，請參閱「業務－戰略」一節。

[編纂]

假設[**編纂**]為每股[**編纂**][**編纂**](即本文件所述[**編纂**]的中位數)，並假設[**編纂**]未獲行使，扣除[**編纂**]以及我們就[**編纂**]應付的估計開支後，我們估計我們將收到的[**編纂**][**編纂**]將約為[**編纂**]。

我們擬將[**編纂**][**編纂**]用於以下用途：

- 約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於我們的技術及研發計劃：

  - 約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於增強我們的AI能力和升級我們的AI智能體平台。例如，我們計劃開發一套AI驅動的全渠道數據整合模型，透過整合來自電商平台、社交媒體平台及客服系統等各個渠道的消費者數據，捕捉消費者潛在需求與反饋。該模式預期將有助於了解消費者的想法、提升產品迭代效率、優化營銷策略，從而令我們可提供全面的產業解決方案與品牌諮詢服務。我們還計劃優化AI驅動的銷售預測與供應鏈管理，旨在(i)透過結合歷史數據分析與未來營運活動及市場趨勢預測，實現動態需求預測；及(ii)透過優化產品包裝、材料、物流等多個維度，實現智能倉儲與配送管理。

  - 約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於持續提升我們的信息技術基礎設施，例如採購計算設備，包括高性能中央處理器、圖形處理器、數據儲存解決方案、雲服務、負載均衡服務器及帶寬，以提升我們的數據分析能力及維持令人滿意的用戶體驗。我們亦計劃購買防火牆等設備來確保我們的數據安全。高效、可擴展且安全的信息技術基礎設施是我們這樣的技術驅動型企業的支柱。隨著電商運營行業變得越來越複雜，我們需要更多資源來滿足品牌合作夥伴對多樣化數字智能解決方案日益增長的需求。

- 約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於招聘額外研發人才及設立相關培訓計劃，以建立我們的內部研發團隊。人才是我們研發成功的關鍵。隨著我們的業務增長及在研發及創新方面的持續投資，保留足夠的研發人才以提供優質服務及提高業務效率至關重要。為滿足我們長期業務發展不斷變化的需求，統一各部門的數據以支持業務決策，改進和升級我們的AI智能體平台，並在確保數據安全的同時增強我們的AI能力，我們計劃招聘在AI開發和電商運營行業方面具有專長的專家和人才。

- 約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於擴展我們的品牌資產管理與IP商業化運營業務：

  - 約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於擴大我們的品牌總代及IP商業化運營實踐。我們計劃與大健康領域(尤其是膳食補充品分部)的品牌合作，包括加強與全球領先的大健康品牌合作、與中國新興藥企建立夥伴關係，以及收購或與具有高潛力的歐洲大健康品牌成立合資企業。我們擬在新興市場(例如東南亞市場)擴展品牌資產管理業務，重點領域包括市場洞察、共同開發新產品、KOL/KOC合作、數字化人力資本規劃，以及全渠道銷售擴張。我們亦計劃通過擴大與品牌IP授權方的合作，繼續發展IP商業化運營業務，尤其是在東南亞和中東。我們計劃重點關注潮流品類，如收藏品和家居用品，與收藏品品牌IP授權方合作，並基於該等品牌IP開發、運營、推廣和銷售IP衍生產品。我們還計劃與中國及東南亞的年輕藝術家合作，孵化自有品牌IP並開發IP衍生產品。為實現目標，我們擬通過投資原創內容生成、KOL/KOC合作、直播帶貨，以及在機場、火車站等高人流區域設立IP產品自動販賣機，全面提升IP產品的全渠道營銷能力。

  - 約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於投資社交媒體營銷及廣告。截至最後實際可行日期，我們已累計與超過200個品牌合作。鑒於我們的品牌合作夥伴數目不斷增加，以及社交媒體在營銷及推廣方面的影響力日益增加，我們計劃透過擴大營銷渠道的覆蓋範圍來提升我們的社交媒體營銷。具體而言，我們計劃通過電商平台提供的營銷工具(該等工具

在電商運營行業中經常用作有效的營銷工具)加強營銷舉措，以接觸新消費者。我們亦計劃透過內容推廣，利用定制文章、短片及直播提升網店的流量，以及在微信、微博、抖音及小紅書等熱門社交媒體平台及其他新興平台上推廣活動及廣告，以接觸更廣泛的不同喜好及需求的消費者，進一步推廣品牌產品，突出品牌特色，提升品牌影響力。

- 約[**編纂**]或[**編纂**]將分配用於產業鏈內的潛在併購機會，以增強我們的競爭力。我們計劃選擇性地投資或收購與我們的業務有協同效應的合作夥伴或第三方品牌，例如海外市場的本地電商運營服務商，以更好地服務本地品牌並支持我們在海外市場的擴張，以及具有增長潛力的零售品牌(尤其是國際品牌)，以擴大我們的產品供應並獲得新的客戶群或技術。我們認為有關併購將可令我們整合互補優勢，從而創造規模經濟。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何合併、收購或投資的具體目標，亦未有訂立任何投資協議。

- 其餘約[**編纂**]或[**編纂**]將用作營運資金及其他一般公司用途。

倘[**編纂**]定為本文件所述[**編纂**]的上限(下限)，且假設[**編纂**]未獲行使，我們的[**編纂**]將增加(減少)約[**編纂**]([**編纂**])。倘釐定的[**編纂**]高於或低於估計[**編纂**]範圍的中位數，則上述[**編纂**]的分配情況將按比例作出調整。

[**編纂**]

我們將僅將毋須立即用作上述用途的[**編纂**][**編纂**]存入持牌商業銀行及／或相關認可金融機構(定義見證券及期貨條例或相關司法管轄區的適用法律及法規)的短期計息賬戶。在此情況下，我們將會遵守上市規則的適當披露規定。

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[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]

[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]

以下為本公司申報會計師羅申美會計師事務所(香港執業會計師)發出的報告全文(載於第I-1至I-65頁)，以供載入本文件。

致蘇州極易科技股份有限公司列位董事及中信證券(香港)有限公司就歷史財務資料出具的會計師報告

我們謹此就蘇州極易科技股份有限公司(「貴公司」)及其子公司(統稱為「貴集團」)的歷史財務資料(載於第I-3至I-65頁)作出報告，此等歷史財務資料包括於2022年、2023年及2024年12月31日　貴集團的綜合財務狀況表及　貴公司的財務狀況表，以及截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年(「往績記錄期間」)的綜合損益表、綜合其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表，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-3至I-65頁所載的歷史財務資料為本報告的組成部分，其編製以供收錄於　貴公司日期為[●]有關　貴公司H股在[**編纂**]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2所載的編製及呈列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，並將我們的意見向您報告。我們已按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」執行我們的工作。該準則要求我們遵守道德規範，並規劃及執行工作以對歷史財務資料是否不存在任何重大錯誤陳述獲取合理保證。

我們的工作涉及執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2所載的編製及呈列基準編製真實而中肯的歷史財務資料相關的內部控制，以設計該等情況下的適當程序，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，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註2所載的編製及呈列基準，真實而中肯地反映了 貴公司於2022年、2023年及2024年12月31日的財務狀況及 貴集團財務狀況，以及 貴集團於往績記錄期間的財務表現及現金流量。

就香港聯合交易所有限公司主板上市規則下事項出具的報告

調整

在編製歷史財務資料時，並無對載於第I-3頁中所界定的相關財務報表作出調整。

股利

我們提述歷史財務資料附註17，當中說明 貴公司並無就往績記錄期間派付任何股息。

羅申美會計師事務所
執業會計師
香港

[日期]

貴集團的歷史財務資料

編製歷史財務資料

下文載列歷史財務資料，其構成本會計師報告的組成部分。

貴集團於往績記錄期間的財務報表為歷史財務資料的編製基礎，乃經羅申美會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則審計(「相關財務報表」)。

歷史財務資料以人民幣(「人民幣」)列報，且所有數值已約整至最接近的千位(人民幣千元)(除非另有說明)。

A. 綜合損益表

	附註	截至12月31日止年度		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	*8*	1,117,250	1,355,503	1,400,287
銷售成本		(923,287)	(1,146,971)	(1,197,981)
毛利		193,963	208,532	202,306
其他收入	*10*	8,816	4,611	2,135
其他收益及虧損	*11*	1,385	881	299
貿易及其他應收款項(減值虧損)／減值虧損撥回		(3,120)	(9,193)	2,370
銷售開支		(71,497)	(83,556)	(68,101)
行政開支		(60,774)	(62,725)	(72,075)
經營利潤		68,773	58,550	66,934
融資成本	*12*	(20,467)	(24,724)	(20,082)
應佔聯營公司虧損		(534)	(154)	(275)
除税前利潤		47,772	33,672	46,577
所得税(開支)／抵免	*13*	(10,189)	(8,802)	3,245
年度利潤	*14*	37,583	24,870	49,822
以下人士應佔：				
貴公司擁有人		37,583	24,568	48,157
非控股權益		–	302	1,665
		37,583	24,870	49,822

B. 綜合其他全面收益表

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
年度利潤	37,583	24,870	49,822
其他綜合收益：			
可能重新分類至損益的項目：			
換算海外業務的匯兑差額	12,579	5,368	4,611
年度其他綜合收益，扣除税項	12,579	5,368	4,611
年度綜合收益總額	50,162	30,238	54,433
以下人士應佔：			
貴公司擁有人	50,162	29,936	52,768
非控股權益	–	302	1,665
	50,162	30,238	54,433

C. 綜合財務狀況表

	附註	於12月31日		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產				
物業、廠房及設備	*18*	6,429	5,962	6,009
使用權資產	*19*	9,092	12,733	17,350
無形資產	*20*	291	1,521	1,699
於聯營公司的投資	*22*	429	275	1,000
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產	*23*	2,000	2,000	3,914
已付按金	*27*	–	–	29,000
遞延稅項資產	*37*	30,071	25,560	29,523
非流動資產總值		48,312	48,051	88,495
流動資產				
存貨	*25*	271,499	307,105	278,593
以公允價值計量且其變動計入當期損益(「以公允價值計量且其變動計入當期損益」)的金融資產	*24*	1,001	1	1,023
貿易應收款項	*26*	146,873	255,260	241,131
按金、預付款項及其他應收款項	*27*	253,853	350,523	344,686
即期稅項資產		58	77	3,662
銀行存款	*28*	–	30,845	–
銀行及現金結餘	*28*	101,500	115,858	196,680
流動資產總值		774,784	1,059,669	1,065,775
資產總值		823,096	1,107,720	1,154,270
權益及負債				
貴公司擁有人應佔權益				
股本	*29*	30,701	33,014	33,014
儲備	*30*	249,921	390,973	444,170
		280,622	423,987	477,184
非控股權益		–	302	2,442
權益總額		280,622	424,289	479,626
負債				
非流動負債				
租賃負債	*34*	4,491	7,454	12,978
遞延稅項負債	*37*	1,345	931	1,089
非流動負債總額		5,836	8,385	14,067

	附註	於12月31日		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動負債				
銀行借款	*31*	336,596	428,082	526,082
其他借款	*32*	113,117	76,468	1,680
衍生工具	*33*	–	234	–
租賃負債	*34*	4,830	5,551	4,475
貿易應付款項	*35*	48,370	107,144	73,392
應計費用及其他應付款項	*36*	27,801	47,015	46,205
即期税項負債		5,924	10,552	8,743
流動負債總額		536,638	675,046	660,577
權益及負債總額		823,096	1,107,720	1,154,270

D. 綜合權益變動表

	貴公司擁有人應佔								
	股本	資本儲備	按公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產儲備	法定盈餘儲備	外幣換算儲備	(累計虧損)／保留盈利	總計	非控股權益	權益總額
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2022年1月1日	30,000	524,935	(5,000)	1,617	(2,814)	(349,497)	199,241	–	199,241
年度利潤	–	–	–	–	–	37,583	37,583	–	37,583
其他綜合收益	–	–	–	–	12,579	–	12,579	–	12,579
年度綜合收益總額	–	–	–	–	12,579	37,583	50,162	–	50,162
與擁有人以其擁有人身份進行的交易：									
發行股份 *(附註29)*	701	29,299	–	–	–	–	30,000	–	30,000
股份支付 *(附註38)*	–	1,219	–	–	–	–	1,219	–	1,219
轉撥至法定盈餘儲備	–	–	–	4,263	–	(4,263)	–	–	–
	701	30,518	–	4,263	–	(4,263)	31,219	–	31,219
於2022年12月31日及2023年1月1日	30,701	555,453	(5,000)	5,880	9,765	(316,177)	280,622	–	280,622
年度利潤	–	–	–	–	–	24,568	24,568	302	24,870
其他綜合收益	–	–	–	–	5,368	–	5,368	–	5,368
年度綜合收益總額	–	–	–	–	5,368	24,568	29,936	302	30,238
與擁有人以其擁有人身份進行的交易：									
發行股份 *(附註29)*	2,313	110,687	–	–	–	–	113,000	–	113,000
股份支付 *(附註38)*	–	429	–	–	–	–	429	–	429
轉撥至法定盈餘儲備	–	–	–	2,698	–	(2,698)	–	–	–
	2,313	111,116	–	2,698	–	(2,698)	113,429	–	113,429
於2023年12月31日及2024年1月1日	33,014	666,569	(5,000)	8,578	15,133	(294,307)	423,987	302	424,289

	貴公司擁有人應佔								
	股本	資本儲備	按公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產儲備	法定盈餘儲備	外幣換算儲備	(累計虧損)／保留盈利	總計	非控股權益	權益總額
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
年度利潤	–	–	–	–	–	48,157	48,157	1,665	49,822
其他綜合收益	–	–	–	–	4,611	–	4,611	–	4,611
	–	–	–	–	4,611	48,157	52,768	1,665	54,433
與擁有人以其擁有人身份進行的交易：									
收購子公司*(附註45)*	–	–	–	–	–	–	–	475	475
股份支付*(附註38)*	–	429	–	–	–	–	429	–	429
轉撥至法定盈餘儲備	–	–	–	6,218	–	(6,218)	–	–	–
	–	429	–	6,218	–	(6,218)	429	475	904
於2024年12月31日	33,014	666,998	(5,000)	14,796	19,744	(252,368)	477,184	2,442	479,626

E. 綜合現金流量表

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
經營活動之現金流量			
除税前利潤	47,772	33,672	46,577
調整項目：			
無形資產攤銷	40	176	442
無形資產撇銷	1,367	–	–
物業、廠房及設備折舊	1,044	1,183	1,273
使用權資產折舊	4,950	6,229	6,435
股息收入	(3)	(11)	–
衍生工具的公允價值收益	–	(298)	–
衍生工具的已實現損失	–	2,055	159
貿易及其他應收款項的減值虧損／（減值虧損撥回）	3,120	9,193	(2,370)
融資成本	20,467	24,724	20,082
銀行存款利息收入	(1,109)	(653)	(506)
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的收益	(10)	(39)	(48)
出售物業、廠房及設備的損失	94	–	–
存貨（撥回撥備）／撥備	(468)	1,850	(3,024)
應佔聯營公司虧損	534	154	275
股份支付	1,219	429	429
營運資金變動前的營業利潤	79,017	78,664	69,724
存貨（增加）／減少	(84,355)	(37,456)	32,314
貿易應收款項（增加）／減少	(63,873)	(116,841)	16,739
按金、預付款項及其他應收款項（增加）／減少	(104,139)	(97,409)	7,521
貿易應付款項增加／（減少）	17,521	58,774	(34,068)
應計費用及其他應付款項（減少）／增加	(4,261)	19,214	(2,688)
經營活動（所用）／所得現金	(160,090)	(95,054)	89,542
已付所得税	(5)	(170)	(5,628)
已付利息	(20,046)	(24,309)	(19,671)
租賃負債利息	(421)	(415)	(411)
經營活動（所用）／所得現金淨額	(180,562)	(119,948)	63,832

	附註	截至12月31日止年度		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
投資活動之現金流量				
收購子公司產生之現金流出淨額	*45*	–	–	(33)
收購一家聯營公司		–	–	(1,000)
支付無形資產按金		–	–	(29,000)
到期日超過三個月的非質押銀行存款(增加)／減少		–	(30,845)	30,845
購買物業、廠房及設備		(486)	(716)	(1,320)
購買無形資產		–	(1,406)	(620)
購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產		(5,001)	(8,004)	(25,661)
出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項		5,010	9,043	24,687
衍生工具的現金流出淨額		–	(1,523)	(393)
購買以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產		(2,000)	–	(1,914)
自以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益收取的股息		3	11	–
已收利息		1,109	653	506
投資活動所用現金淨額		(1,365)	(32,787)	(3,903)
融資活動之現金流量				
發行股份所得款項		30,000	113,000	–
所籌集銀行借款		459,529	535,882	699,092
償還銀行借款		(427,007)	(445,943)	(600,582)
所籌集其他借款		433,491	268,211	195,724
償還其他借款		(366,137)	(305,424)	(270,587)
租賃付款的本金部分		(4,691)	(6,186)	(6,604)
融資活動所得現金淨額		125,185	159,540	17,043
現金及現金等價物(減少)／增加淨額		(56,742)	6,805	76,972
外匯匯率變動的影響		19,833	7,553	3,850
年初現金及現金等價物		138,409	101,500	115,858
年末現金及現金等價物		101,500	115,858	196,680

F. 財務狀況表

	附註	於12月31日		
		2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產				
物業、廠房及設備		1,358	922	1,224
使用權資產		3,264	2,490	1,183
無形資產		291	251	36
於聯營公司的投資		–	–	1,000
於子公司的投資	*21*	8,891	12,565	29,463
已付按金		–	–	29,000
遞延税項資產		3,429	–	758
非流動資產總值		17,233	16,228	62,664
流動資產				
存貨		4,923	7,497	6,790
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產		1,000	–	–
貿易應收款項		28,330	38,241	52,239
應收子公司款項		551,834	743,734	732,741
按金、預付款項及其他應收款項		36,426	32,368	17,161
即期税項資產		–	–	3,438
銀行存款		–	30,845	–
銀行及現金結餘		11,549	10,257	60,883
流動資產總值		634,062	862,942	873,252
資產總值		651,295	879,170	935,916
權益及負債				
貴公司擁有人應佔權益				
股本	*29*	30,701	33,014	33,014
儲備	*30(b)*	329,576	471,472	527,327
權益總額		360,277	504,486	560,341
負債				
非流動負債				
租賃負債		2,056	1,116	–
遞延税項負債		490	–	148
非流動負債總額		2,546	1,116	148
流動負債				
銀行借款		262,950	358,082	361,092
衍生工具		–	234	–
租賃負債		1,174	1,330	1,116
財務擔保	*39*	1,802	1,678	4,130
貿易應付款項		3,822	1,479	1,211
應計費用及其他應付款項		18,724	9,367	7,878
即期税項負債		–	1,398	–
流動負債總額		288,472	373,568	375,427
權益及負債總額		651,295	879,170	935,916

G. 歷史財務資料附註

1. 一般資料

蘇州極易科技股份有限公司(「貴公司」)於2015年10月21日在中華人民共和國(「中國」)成立為有限公司，並於2021年12月28日改制為股份有限公司。註冊辦公地址為中國江蘇省蘇州市蘇州工業園區仁愛路99號D205-208室。

貴公司從事投資控股及提供品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案、品牌資產管理與IP商業化運營及其他服務。其子公司的主要業務活動載於歷史財務資料附註21。

2. 編製基準

歷史財務資料乃按國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的所有適用的國際財務報告準則會計準則而編製。國際財務報告準則會計準則包括國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)、國際會計準則(「國際會計準則」)及詮釋。

國際會計準則理事會已頒佈若干新訂及經修訂的國際財務報告準則會計準則，該等準則首次生效或可由 貴集團提早採納。附註3提供因首次應用該等準則而導致的會計政策變更的資料，該等變更與 貴集團於歷史財務資料中所反映的當前及過往會計期間相關。

3. 採納新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則

(a) 應用經修訂國際財務報告準則會計準則

於往績記錄期間， 貴集團一直採用與國際財務報告準則會計準則一致的會計政策，該等準則適用於 貴集團自2024年1月1日或之後開始的會計期間。

(b) 已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則

截至歷史財務資料發佈之日，國際會計準則理事會已頒佈多項新訂準則、經修訂準則及詮釋，該等準則尚未於截至2024年12月31日止年度生效，且未於歷史財務資料中應用。 貴集團並未提前應用以下可能與 貴集團相關的準則：

	自該日或之後開始的會計期間生效
國際會計準則第21號及國際財務報告準則第1號修訂本 — 缺乏可交換性	2025年1月1日
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號修訂本 — 金融工具的分類及計量	2026年1月1日
國際財務報告準則會計準則的年度改進 — 第11卷	2026年1月1日
國際財務報告準則第18號 — 財務報表的列報及披露	2027年1月1日
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號修訂本 — 投資者與其聯營公司或合營企業之間資產的出售或注資	待國際會計準則理事會釐定

貴公司董事現正評估該等新訂準則、經修訂準則及詮釋於初始應用期間的預期影響。目前認為，除國際財務報告準則第18號外，採納該等新訂準則、經修訂準則及詮釋不太可能對歷史財務資料產生重大影響。

國際財務報告準則第18號「財務報表的列報及披露」

國際財務報告準則第18號將取代國際會計準則第1號「財務報表的列報」，引入新規定，有助於實現類似實體財務業績的可比性，並向使用者提供更多相關資料及透明度。儘管國際財務報告準則第18號將不會影響綜合財務報表中項目的確認或計量，但國際財務報告準則第18號對財務報表的列報方式作出重大變動，並專注於損益表中列報的有關財務業績的資料，這將影響 貴集團於財務報表中列報及披露財務業績的方式。於國際財務報告準則第18號引入的主要變動涉及(i)損益表的結構，(ii)管理層界定的績效衡量標準(指替代性或非公認會計準則績效衡量標準)的披露規定，及(iii)對資料匯總和分類的要求有所提高。

貴公司董事現正評估應用國際財務報告準則第18號對綜合財務報表的列報及披露的影響。

4. 重要會計政策資料

歷史財務資料乃按照歷史成本原則編製，除非在下文的會計政策中另有說明(例如，若干以公允價值計量的金融工具)。

根據國際財務報告準則會計準則編製歷史財務資料需要使用若干關鍵會計估計。此外，管理層應用 貴集團會計政策過程中也需要行使判斷。涉及較高程度的判斷或複雜性，或假設及估計對歷史財務資料具有重要影響的領域，已於附註5中披露。

編製歷史財務資料時應用的重要會計政策如下。除非另有說明，否則該等政策已於往績記錄期間貫徹應用。

(a) 綜合入賬

歷史財務資料包括 貴公司及其子公司截至12月31日的財務報表。子公司指 貴集團對其擁有控制權的實體。 貴集團因參與該實體的活動而面臨或享有可變回報的風險，且能夠通過對該實體的權力影響該等回報時，即對該實體擁有控制權。 貴集團擁有現有權利，能夠即時指導相關活動(即對實體回報產生重大影響的活動)時， 貴集團對該實體擁有權力。

評估控制權時， 貴集團會考慮其潛在投票權以及其他人士持有的潛在投票權。僅當權利持有人具有實際行使該權利的能力時，方考慮潛在投票權。

子公司自 貴集團取得控制權之日起進行綜合入賬。自 貴集團失去控制權之日起停止綜合入賬。

出售子公司導致控制權喪失所產生的損益，等於(i)出售對價的公允價值加上於該子公司中保留的任何投資的公允價值，與(ii) 貴公司應佔該子公司淨資產加上任何剩餘商譽及與該子公司相關的任何累計外匯換算儲備之間的差額。

集團間交易、結餘及未實現利潤已予以抵銷。未實現損失亦予以抵銷，除非有證據表明該交易所轉移的資產存在減值。子公司的會計政策已根據需要進行調整，以確保與 貴集團應用的政策保持一致。

非控股權益指不直接或間接歸屬於 貴公司的子公司權益。非控股權益於綜合財務狀況表及綜合權益變動表中列示於權益部分。非控股權益於綜合損益表及綜合損益及其他全面收益表中列示為非控股股東與 貴公司擁有人之間的年度損益及綜合收益總額的分配。

損益以及其他綜合收益的各組成部分均歸屬於 貴公司擁有人與非控股股東，即使這將導致非控股權益出現負結餘。

貴公司對子公司所有權權益的變動，只要未導致控制權喪失，均應作為權益交易進行入賬(即與擁有人以其擁有人身份進行的交易)。控股權益和非控股權益的賬面金額應予以調整以反映其於子公司中的相對權益變化。非控股權益調整金額與已付或已收對價公允價值之間的任何差額應直接計入權益，並歸屬於 貴公司擁有人。

(b) 單獨財務報表

於 貴公司的財務狀況表中，對子公司的投資按成本減去減值虧損列示，除非該投資被分類為持作出售(或計入分類為持作出售的出售組別內)。成本包括投資的直接應佔成本。子公司的業績由 貴公司根據已收或應收的股息入賬。

從對子公司的投資中收到股息時，如果股息超過子公司當期宣派股息時的綜合收益總額，或者單獨財務報表中投資的賬面值超過被投資方綜合財務報表中淨資產(包括商譽)的賬面值，則需對有關投資進行減值測試。

(c) 業務合併

於業務合併中，應用收購法對子公司收購進行入賬。業務合併中轉移的對價乃按所獲資產、所發行權益工具、所產生負債及任何或然對價於收購日的公允價值進行計量。與收購相關的費用於費用發生且服務取得的期間確認為費用。被收購子公司的可識別資產及負債，除個別情況外，均按其收購日的公允價值計量。

轉讓對價總額超過 貴集團應佔子公司可識別資產及負債的公允價值淨額的部分，確認為商譽。 貴集團應佔可識別資產及負債的公允價值淨額超過所轉讓對價總額的部分，於綜合損益中確認為 貴集團應佔議價收購的收益。

於分階段進行的業務合併中，此前持有的子公司股權權益應按其於收購日的公允價值重新計量，由此產生的損益應計入綜合損益。公允價值應加計業務合併中轉讓的對價總額，以計算商譽。

子公司中的非控股權益初始計量為非控股股東於收購日於子公司可識別資產及負債公允價值淨額中所佔的比例份額。

(d) 聯營公司

聯營公司是指 貴集團對其具有重大影響力的實體。重大影響力指對實體的財務和經營政策決策具有參與權，但並非控制或共同控制該等政策。評估 貴集團是否對聯營公司具有重大影響力時，會考慮目前可行使或可轉換的潛在投票權及其影響，包括其他實體持有的潛在投票權。評估潛在投票權是否構成重大影響時，不考慮權利持有者行使或轉換該權利的意圖和財務能力。

對聯營公司的投資於歷史財務資料中應用權益法進行入賬，並初始以成本確認。於收購中，聯營公司的可識別資產及負債以收購日的公允價值計量。投資成本超過 貴集團應佔聯營公司可識別資產及負債的公允價值淨額的部分入賬列作商譽並計入投資的賬面值。 貴集團應佔聯營公司可識別資產及負債公允價值淨額超過收購成本的部分，於綜合損益中確認。

貴集團會評估是否存在客觀證據表明於聯營公司的權益可能發生減值。當存在任何客觀證據時，根據國際會計準則第36號，將投資的全部賬面值(包括商譽)作為單一資產進行減值測試，通過將其可收回金額(使用價值與公允價值減去出售費用兩者中的較高者)與賬面值進行比較。任何確認的減值損失不會分配予構成投資賬面值一部分的任何資產(包括商譽)。任何減值損失的撥回應根據國際會計準則第36號於投資的可收回金額隨後增加的範圍內確認。

貴集團應佔聯營公司收購後損益及其他綜合收益的份額在綜合損益及其他全面收益表中確認。當 貴集團於聯營公司中的虧損份額等於或超過其於聯營公司中的權益(包括任何實質上構成 貴集團對聯營公司淨投資部分的長期權益)時， 貴集團不再確認進一步虧損，除非其已承擔義務或代聯營公司支付款項。若聯營公司隨後報告利潤， 貴集團僅在所佔利潤份額等於未確認的虧損份額後，方恢復確認其應佔利潤份額。

導致失去重大影響力的聯營公司出售產生的損益，是指(i)出售對價的公允價值加上在該聯營公司中保留的任何投資的公允價值，與(ii) 貴集團對該聯營公司的全部賬面值(包括商譽)及任何相關累計外幣折算儲備之間的差額。若對聯營公司的投資轉為對合營公司的投資， 貴集團繼續應用權益法，且不重新計量保留權益。

貴集團與聯營公司之間的交易產生的未實現利潤，應於 貴集團對聯營公司的權益範圍內予以抵銷。未實現損失也應予以抵銷，除非有證據表明該交易所轉移的資產發生減值。聯營公司的會計政策已按需要作出改變，以確保與 貴集團應用的政策保持一致。

(e) 外幣換算

(i) 功能貨幣與列報貨幣

貴集團各實體的財務報表中所列示的項目均應用該實體所處主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)進行計量。歷史財務資料以人民幣列報，人民幣為 貴公司的功能貨幣及列報貨幣。

(ii) 各實體財務報表中的交易及結餘

以外幣進行的交易在初始確認時使用交易日適用的匯率將其換算為功能貨幣。以外幣計量的貨幣資產及負債按各報告期末的匯率換算。因該換算政策產生的匯兑損益於損益中確認。

以外幣的歷史成本計量的非貨幣資產及負債，使用交易日適用的匯率進行換算。交易日指 貴公司首次確認此類非貨幣資產或負債的日期。以外幣按公允價值計量的非貨幣項目，應用確定公允價值時適用的匯率進行換算。

非貨幣項目的損益於其他綜合收益中確認時，該損益中的匯率變動部分於其他綜合收益中確認。非貨幣項目的損益於損益中確認時，該損益中的匯率變動部分於損益中確認。

(iii) 綜合入賬的貨幣轉換

所有境外經營實體(均不屬高通脹經濟體)的經營業績和財務狀況，若其功能貨幣與 貴公司的列報貨幣不同，則按以下方式換算為 貴公司列報貨幣：

— 各期財務狀況表中列示的資產及負債，按該期財務狀況表日期的收盤匯率進行換算；

- 收入及開支按期間平均匯率進行換算(除非該平均匯率並非交易當日匯率累積影響合理約數，在此情況下，收入及開支按交易日匯率進行換算)；及

- 所有由此產生的匯兑差額在其他綜合收益中確認，並計入外幣換算儲備。

綜合入賬時，將構成對境外實體淨投資的貨幣項目進行換算而產生的匯兑差額，應在其他綜合收益中確認，並計入外幣換算儲備。當境外業務被出售時，有關匯兑差額作為出售損益之一部分重新分類至綜合損益。

因收購海外實體而產生的商譽及公允價值調整均視為海外實體的資產及負債處理，並以收市匯率換算。

(f) 物業、廠房及設備

用於生產或供應貨物或服務，或用於行政目的的物業、廠房及設備(下文所述的在建物業除外)，在綜合財務狀況表中按成本減去後續累計折舊及後續累計減值虧損(如有)列報。

僅當與該項目相關的未來經濟利益有可能流入 貴集團，且該項目的成本能夠可靠地計量時，後續成本方會酌情計入資產的賬面值或確認為一項單獨的資產。所有其他維修及維護費用於發生期間計入損益。

物業、廠房及設備的折舊按足以撇銷其成本(扣除殘值)的比率，於其估計可使用年期內以直線法計算。主要可使用年期如下：

樓宇	20年
租賃裝修	2至10年
計算機設備	3年
辦公設備	3至5年

殘值、可使用年期及折舊方法會於各報告期結束時進行審查及調整(如適用)，變更任何估計的影響均以預期基準入賬。

出售物業、廠房及設備的收益或虧損是銷售所得淨額與相關資產賬面金額之間的差額，於損益中確認。

(g) 租賃

合同開始時， 貴集團評估該合同是否構成或包含租賃。如果合同以對價換取在一段時間內控制已識別資產的使用權，則該合同構成或包含租賃。當客戶既擁有主導已識別資產的使用權，亦可獲得使用該資產所產生的絕大部分經濟利益時，即視為控制權已轉移。

(i) 貴集團作為承租人

若合同包含租賃成分和非租賃成分， 貴集團選擇不拆分非租賃成分，並就所有租賃將各租賃成分及任何相關非租賃成分入賬列作單一租賃成分。

貴集團於租賃開始日期確認使用權資產和租賃負債，惟租期不超過12個月的短期租賃以及低價值資產租賃除外(就 貴集團而言主要為筆記本電腦和辦公家具)。當 貴集團簽訂低價值資產租賃時，將逐筆判斷是否對該租賃進行資本化處理。未資本化租賃的相關租賃付款按系統基準在租期內確認為開支。

就資本化的租賃而言，租賃負債按租期內租賃付款應付款項的現值進行初始確認，並採用租賃內含的利率折現；若該利率無法輕易確定，則採用相關增量借款利率。合理確定將行使的續租選擇權項下的租賃付款亦納入租賃負債的計量。初始確認後，租賃負債按攤銷成本計量，利息費用採用實際利率法計算。

不與指數或比率掛鈎的可變租賃付款不納入租賃負債的計量，因此於其產生的會計期間自損益扣除。

為確定增量借款利率， 貴集團：

- 在可能的情況下，以個別承租人近期獲得的第三方融資利率為出發點作出調整以反映自獲得第三方融資以來融資條件的變化；
- 使用累加法，首先就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
- 針對租賃的具體情況進行調整，如期限、國家、貨幣及擔保情況。

若個別承租人通過近期融資或市場數據可輕易獲得與租賃付款特徵相似的可觀察攤銷貸款利率，則相關集團實體將以該利率為出發點確定增量借款利率。

資本化租賃確認的使用權資產初始按成本計量，其構成包括租賃負債的初始金額、於租賃開始日期或之前支付的任何租賃付款以及所產生的初始直接成本。適用情況下，使用權資產成本還包括拆除及移除相關資產或恢復相關資產或其所在場所的估計成本(折現至其現值，減已收取的任何租賃激勵)。使用權資產後續按成本減累計折舊及減值虧損列報。

貴集團於租賃期結束時合理確定將取得相關資產所有權的使用權資產，自租賃開始日期起至資產可使用年期結束止計提折舊。除此之外，使用權資產按直線法於估計可使用年期與租賃期孰短的期間內計提折舊。

根據國際財務報告準則第9號，可退還已付租賃按金初始按公允價值計量。初始確認時對公允價值的調整視為額外租賃付款，計入使用權資產成本。

若因指數或利率變動導致未來租賃付款發生變化、或 貴集團估計預計應付殘值擔保金額發生變更、或重新評估 貴集團是否合理確定將行使購買選擇權、續租選擇權或終止選擇權出現變動時，則重新計量租賃負債。若租賃負債按上述方式重新計量，相應調整使用權資產的賬面金額；或若使用權資產賬面金額已減記至零，則將調整金額計入損益。

當租賃範圍或租賃對價發生變更(該等變更未在原租賃合同中約定)(「租賃修改」)且未作為單獨租賃進行會計處理時，租賃負債亦需重新計量。此時，租賃負債乃根據修訂後租賃付款及租期採用於變更生效日期經修訂後的折現率予以重新計量。惟因COVID-19疫情直接產生且滿足國際財務報告準則第16號第46B段規定的租金減免除外。在此類情況下， 貴集團採用可行權宜方法，不予評估該租金減免是否構成租賃修改，並在觸發租賃減免事件或條件發生的期間，將對價變動確認為負租賃付款，列入損益。

(h) 購入的無形資產 – 軟件

軟件按成本減去累計攤銷及減值虧損列報。其攤銷金額按估計可使用年期(10年)採用直線法計算。

(i) 存貨

存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者入賬。成本採用加權平均法確定。購入存貨的成本於扣除返利及折扣後確定。可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減去估計完工成本及估計銷售所需的成本。

(j) 合約負債

當客戶在 貴集團確認相關收入前支付對價時，即確認合約負債。若 貴集團在確認相關收入前已擁有無條件收取對價的權利，亦應確認合約負債。在此情況下，亦確認相關應收款項。

(k) 金融工具的確認及終止確認

當集團實體成為該工具合同條文的訂約方時，金融資產及金融負債於綜合財務狀況表中予以確認。

金融資產及金融負債最初按公允價值計量。收購或發行金融資產及金融負債(以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產和金融負債除外)直接產生的交易成本於初始確認時酌情計入金融資產或金融負債的公允價值或從中扣除。收購以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產或金融負債直接產生的交易成本立即計入損益。

僅當資產現金流的合同權利到期，或將金融資產及資產所有權的大部分風險及回報轉移給另一實體時， 貴集團方會終止確認金融資產。倘 貴集團既無轉移也無保留所有權的絕大部分風險及回報，且繼續控制所轉移的資產， 貴集團會確認於該資產中的保留權益以及可能需要支付的相關負債。倘 貴集團保留所轉讓金融資產所有權的絕大部分風險及回報， 貴集團將繼續確認該金融資產，同時確認所獲收益的抵押借款。

僅當 貴集團的義務被解除、取消或到期時， 貴集團方會終止確認金融負債。終止確認的金融負債的賬面金額與已付和應付對價(包括所轉讓的任何非現金資產或所承擔的任何負債)之間的差額於損益中確認。

(l) 金融資產

所有金融資產的正常購買或出售均按交易日確認及終止確認。定期購買或出售指需要在法規或市場慣例規定的時限內交付資產的金融資產購買或出售。所有已確認的金融資產均按攤銷成本或公允價值進行後續計量，具體取決於金融資產的分類。

債務投資

貴集團持有的債務投資分為按以下方式計量的類別之一：

– 攤銷成本，倘持有投資是為收取合同現金流，即純粹為獲得本金及利息付款。投資所得利息收入採用實際利率法計算。

– 以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益－可撥回，倘投資的合同現金流僅包括本金及利息付款，且投資於以通過收取合同現金流量及出售實現目標的商業模式下持有。公允價值的變化於其他綜合收益中確認，但於損益中確認的預期信貸虧損、利息收入(使用實際利率法計算)和外匯損益除外。終止確認投資時，其他綜合收益中的累計金額將從權益轉入損益。

– 倘投資不符合按攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益(可重新分類)計量的標準，則按以公允價值計量且其變動計入當期損益計量。投資公允價值(包括利息)的變動於損益中確認。

股權投資

股本證券投資歸類為以公允價值計量且其變動計入當期損益，除非該股權投資並非持作買賣用途，且初始確認投資時， 貴集團選擇將該投資指定為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益(不可撥回)，從而在其他綜合收益中確認其後的公允價值變動。該選擇乃根據逐項工具基準作出，惟僅可在投資從發行人角度而言符合權益的定義時作出。倘作出該選擇，其他綜合收益中累計的金額將保留於公允價值儲備(不可撥回)中，直到投資被出售為止。出售時，公允價值儲備(不可撥回)中的累計金額將轉入保留盈利，而不會透過損益重新撥回。股本證券投資產生的股息，無論歸類為以公允價值計量且其變動計入當期損益或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益，均於損益中確認為其他收入。

(m) 貿易及其他應收款項

應收款項於 貴集團有權無條件收取對價時予以確認。倘僅隨時間即可支付對價，則收取對價的權利乃屬無條件。倘 貴集團擁有無條件收取對價的權利前已確認收入，則該金額作為合同資產列報。

貿易應收款項最初按無條件對價金額確認，除非其中包含重要的融資成分，則按公允價值確認。 貴集團持有貿易應收款項的目的是收取合同現金流量，因此隨後採用實際利率法按攤銷成本減去信貸虧損撥備來計量。

(n) 現金及現金等價物

現金及現金等價物包括銀行現金與手頭現金、銀行活期存款與於其他金融機構的活期存款、以及購入時距到期日不超過三個月、可隨時轉換為已知金額現金且價值變動風險極小的短期高流動性投資。構成 貴集團現金管理組成部分的可隨時償還銀行透支，在編製綜合現金流量表時亦列為現金及現金等價物組成部分。現金及現金等價物需進行預期信貸虧損評估。

(o) 金融負債及權益工具

金融負債與權益工具根據所訂立的合同安排內容以及國際財務報告會計準則中關於金融負債和權益工具的定義進行分類。權益工具為能證明 貴集團資產扣除全部負債後剩餘權益的任何合同。針對特定金融負債與權益工具所採用的會計政策如下列示。

(p) 借款

借款初始按公允價值扣除所產生的交易成本後確認，後續採用實際利率法按攤銷成本計量。所得款項(扣除交易成本)與贖回金額之間的任何差額，在借款期間內採用實際利率法於損益中確認。為貸款安排支付的費用在其部分或全部款項可能被提取的情況下，確認為貸款的交易成本。

除非 貴集團在報告期末有權將清償負債遞延至報告期後至少12個月，否則借款應分類為流動負債。

(q) 財務擔保合同

財務擔保合同在簽發時確認為金融負債，負債初始按公允價值計量及後續按以下兩項較高者計量：

- 根據國際財務報告準則第9號預期信貸虧損模型確定的金額；及
- 初始確認的金額扣減根據國際財務報告準則第15號－客戶合同收入確認的累計收入(如適用)所得金額。

財務擔保的公允價值按債務工具合同約定付款與無擔保情況下應付金額之現金流差額的現值、或就第三方承擔擔保義務而應付的預計金額確認。

當為聯營公司貸款或其他應付款項提供無償擔保時，其公允價值按資本投入列賬，並確認為投資成本的一部分。

(r) 貿易及其他應付款項

貿易及其他應付款項初始按公允價值確認，後續採用實際利率法按攤銷成本計量，若折現影響不重要，則按成本列示。

(s) 權益工具

權益工具指可證明實體資產扣除全部負債後剩餘權益的任何合同。 貴公司發行的權益工具按已收所得款項扣除直接發行成本列示。

(t) 衍生工具

衍生工具按公允價值進行初始確認及後續計量，其公允價值變動於損益中確認。

(u) 收入及其他收入

當產品或服務的控制權轉移給客戶時， 貴集團按預期有權獲得的承諾對價金額(不包括代表第三方收取的金額)確認收入。收入不包括增值稅或其他銷售稅，並經扣除任何貿易折扣、退貨撥備及相關附加費。

貴集團提供品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案、品牌資產管理與IP商業化運營及其他服務。各業務板塊的收入主要來自產品銷售及／或提供服務。

產品銷售

貴集團收入來自將購自品牌合作夥伴及／或其授權分銷商的產品(包括大健康、美妝個護、大快消、家居及家電)(i)在品牌至消費者的解決方案項下通過 貴集團於電商平台運營的授權品牌旗艦店及其他品牌店鋪直接銷售予終端消費者；(ii)在品牌至消費者的解決方案項下出售予電商平台；或(iii)分銷商，包括在品牌至企業的解決方案項下出售予線下渠道。銷售產品所得收入按總額確認，因為(i) 貴集團(而非品牌合作夥伴)主要負責履行提供指定商品的承諾；(ii) 貴集團承擔存貨風險；及(iii) 貴集團可自行釐定產品價格。

就電商平台向終端消費者銷售產品而言，商品的控制權在終端消費者於電商平台規定的期間內手動確認收到商品時或在電商平台於規定期間後自動確認收到訂單時轉移。消費者向電商平台開設的託管賬戶預付全額價款，該價款於訂單獲確認收到後轉移至 貴集團授權品牌旗艦店或其他品牌店的資金賬戶。

就向電商平台銷售產品而言，商品的控制權於有關電商平台(作為 貴集團的直接客戶)發出證明商品控制權轉移至終端消費者的單據(如結算單)時或商品送達指定地點或交付至指定承運人時轉移。於釐定交易價格時， 貴集團會考慮可變因素(如返利及折扣)的影響及使用預計價值法(該方法可更好預測 貴集團將有權收取的對價金額)估計 貴集團將有權收取的對價金額。

品牌至企業解決方案所得收入產生自向分銷商(包括線下渠道)銷售產品。收入於根據有關運輸條款將產品送達指定地點或交付至指定承運人時產品控制權轉移至分銷商時確認。 貴集團可能會要求分銷商(包括線下渠道)在交付前預付款項。 貴集團收到的交易價款於產品交付至分銷商合作夥伴前確認為合約負債。

在若干情況下，電商平台的終端消費者(包括各電商平台)及分銷商合作夥伴有權在收到自 貴集團購買的產品後退貨。於往績記錄期間，客戶退貨權產生的財務影響並不重大。

收入以 貴集團預期就轉讓產品予客戶將收取的對價金額計量。減少收入的退貨撥備基於 貴集團保存的歷史數據及按產品類別劃分的退貨分析，採用最有可能金額法估算。

提供服務

貴集團作為服務提供商，為自身品牌合作夥伴的品牌產品線上銷售和其他客戶提供便利，並履行提供各種電商運營服務的義務，其中可能包括IT解決方案、線上商店運營、數字營銷、客戶服務和履約服務的任何組合。由於客戶同時取得並消耗 貴集團履約所帶來的利益，因此提供服務產生的收入隨時間確認。

IT解決方案(如一次性網上商店設計及建立服務)產生的收入於提供服務時確認。

物流服務(包括倉儲服務、快遞及貨運服務及相關增值服務以及其他類型的服務)產生的收入於服務期限內確認。

利息收入採用實際利率法於發生時確認。就按攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益(可重新分類)計量而並無信貸減值的金融資產而言，實際利率應用於資產的賬面總值。就發生信貸減值的金融資產而言，實際利率則應用於資產的攤銷成本(即賬面總值扣除虧損撥備)。

股息收入於股東有權收取付款時確認。

(v) 員工福利

(i) 員工休假權益

員工年假及長期服務假權益於累積歸屬於員工時予以確認。 貴集團就截至報告期末止員工提供服務所產生的年假及長期服務假預計負債計提撥備。

員工病假及產假權益在實際休假時方予確認。

(ii) 養老金義務

貴集團為全體員工繳納界定供款退休計劃的供款。 貴集團及員工的供款按員工基本工資的特定比例計算。計入損益的退休福利計劃成本為 貴集團應向基金繳付的供款。

(iii) 離職福利

離職福利於 貴集團不可撤銷提供該等福利時與 貴集團確認涉及離職福利付款的重組成本時之兩者較早日期確認。

(w) 股份支付

貴集團向特定員工發放以權益結算的股份支付。以權益結算的股份支付按授出日權益工具的公允價值(不含非市場可行權條件的影響)計量。於以權益結算的股份支付授出日確定的公允價值在可行權期間按直線法基於 貴集團預計最終可行權的股份數量(根據非市場可行權條件的影響進行調整)確認為費用。

向董事及員工授出的以權益結算的股份支付按授出日權益工具的公允價值(不含非市場可行權條件的影響)計量。於以權益結算的股份支付授出日確定的公允價值在可行權期間按直線法基於 貴集團預計最終可行權的股份數量(根據非市場可行權條件的影響進行調整)確認為費用。

(x) 借款成本

所有借款成本均於發生時計入當期損益。

(y) 政府補助

當能夠合理保證 貴集團將滿足補助所附條件且能夠收到補助時，確認政府補助。

與收益相關的政府補助予以遞延並於擬補償的成本相匹配之發生期間計入損益。

用於補償已發生費用或損失或旨在向 貴集團提供即時財務支持且不產生未來相關成本的政府補助於應收當期計入損益。

(z) 稅務

所得稅為當期稅項和遞延稅項之和。

當期應繳稅費根據年度應稅利潤計算。由於存在其他年度的應納稅所得額或可抵扣費用項目以及永久不需納稅或不可抵扣的項目，應稅利潤與損益中確認的利潤存在差異。 貴集團當期稅項負債採用報告期末前已頒佈或實質上已頒佈的稅率計算。

遞延稅項按歷史財務資料中資產及負債賬面金額與計算應稅利潤採用的相關計稅基之暫時性差異確認。遞延稅項負債通常就所有應稅暫時性差異確認。遞延稅項資產通常就所有可抵扣暫時性差異予以確認，但以很可能取得用來抵扣可抵扣暫時性差異的應稅利潤為限。若暫時性差異於商譽中產生或於既不影響應稅利潤也不影響會計利潤之交易的其他資產與負債的初始確認(業務合併除外)中產生，且在交易發生時未產生等額的應稅及可抵扣暫時性差異，則不予確認相關資產與負債。

除 貴集團能夠控制暫時性差異撥回且該暫時性差異在可預見的未來很可能不會撥回外，對於因投資子公司及聯營公司產生的應稅暫時性差異，均應確認遞延稅項負債。

遞延稅項資產的賬面金額應於各報告期末進行覆核，並減記至不再可能獲得足夠應稅利潤用以全部或部分收回該資產。

遞延稅項按清償負債或變現資產期間預期適用的稅率計算，且該稅率應為報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率。遞延稅項於損益中確認，惟當其與於其他綜合收益或直接於權益確認的項目相關時，則亦應於其他綜合收益或直接於權益中確認遞延稅項。

遞延稅項資產與負債的計量，應反映 貴集團在報告期末預期收回或清償其資產與負債賬面金額的方式所產生的稅務影響。

在計量 貴集團確認使用權資產及相關租賃負債的租賃交易產生的遞延稅項時， 貴集團首先判定稅務抵扣是由使用權資產或租賃負債所引起。

就租賃負債產生稅務抵扣的租賃交易而言， 貴集團分別對使用權資產和租賃負債適用國際會計準則第12號的要求。 貴集團以很可能取得用來抵扣可抵扣暫時性差異的應稅利潤為限，確認與租賃負債相關的遞延稅項資產，並就所有應稅暫時性差異確認遞延稅項負債。

當具有法定可執行權利抵銷當期稅項資產及當期稅項負債且其與同一稅務機關徵收的所得稅相關，以及 貴集團計劃以淨額結算當期稅項資產與負債或同時變現資產並結算負債時，遞延稅項資產與負債可予抵銷。

(aa) 非金融資產減值

在各報告日期， 貴集團評估非金融資產賬面金額是否存在減值跡象，若資產出現減值，則通過綜合損益表將資產賬面金額作為開支減記至預計可收回金額。可收回金額按單項資產確定，惟若資產無法大體獨立於其他資產或資產組產生現金流入除外；在此情況下，可收回金額按資產所屬的現金產生單位確定。可收回金額為單項資產或現金產生單位的使用價值與公允價值減去處置費用後之兩者較高者。

使用價值指資產／現金產生單位預計未來現金流的現值。現值則採用反映貨幣時間價值及計量減值的資產／現金產生單位的特定風險的稅前折現率計算。

現金產生單位的減值虧損首先抵減該單位的商譽，再按比例抵減現金產生單位的其他資產。因估計變更導致的可收回金額後續增加計入損益，惟以撥回減值為限。

(bb) 金融資產減值

貴集團就以攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的債務工具投資、貿易及其他應收款項、銀行及現金結餘以及財務擔保合同的預期信貸虧損計提損失撥備。預期信貸虧損金額於報告日期予以更新，以反映自各金融工具初始確認以來的信貸風險變化。

貴集團通常對貿易應收款項確認整個存續期預期信貸虧損。該等金融資產的預期信貸虧損基於 貴集團歷史信貸損失經驗採用撥備矩陣確定，並根據債務人特定因素、整體經濟狀況以及報告日期當前與預測經濟狀況走向(包括貨幣時間價值(如適用))進行調整。

對於所有其他金融工具，若自初始確認後信貸風險已顯著增加， 貴集團確認整個存續期預期信貸虧損。然而，若金融工具信貸風險自初始確認後未顯著增加，則 貴集團按相當於12個月預期信貸虧損金額就該金融工具計提虧損撥備。

整個存續期預期信貸虧損指金融工具預計存續期內所有可能違約事件導致的預期信貸虧損。而12個月預期信貸虧損則指報告日期後12個月內可能發生的金融工具違約事件所導致的整個存續期預期信貸虧損的一部分。

信貸風險顯著增加

在評估金融工具信貸風險自初始確認後是否顯著增加時， 貴集團將報告日期金融工具發生違約的風險與初始確認日期的違約風險進行對比。 貴集團在進行此項評估時，綜合考慮合理且有依據的定量與定性信息，包括歷史經驗及無需付出不必要成本或努力即可獲取的前瞻性資料。所考量的前瞻性資料包括通過經濟專家報告、金融分析師、政府機構、相關智庫及其他類似機構等渠道獲取的 貴集團債務人運營所屬行業的未來前景；以及各種外部資源有關 貴集團核心業務相關的實際與預測經濟數據的考慮因素。

其中，在評估信貸風險自初始確認後是否顯著增加時，會考慮以下信息：

- 金融工具外部(如有)或內部信貸評級實際或預期出現顯著惡化；
- 特定金融工具外部市場信貸風險指標出現顯著惡化；
- 預計將導致債務人償債能力顯著下降的業務、財務或經濟狀況之已有或預期不利變化；
- 債務人經營業績實際或預期出現顯著惡化；
- 同一債務人的其他金融工具信貸風險顯著增加；
- 導致債務人償債能力顯著下降之債務人所處監管、經濟或技術環境實際或預期出現重大不利變化。

無論上述評估結果如何，若合同付款逾期超過30天， 貴集團即推定金融資產的信貸風險自初始確認後已顯著增加，惟 貴集團擁有合理且有依據的資料佐證相反情況除外。

儘管有以上所述，若金融工具在報告日期被判定為低信貸風險，則 貴集團假定其信貸風險自初始確認後未顯著增加。符合以下條件的金融工具被視為具有較低信貸風險：

(i) 金融工具的違約風險較低；

(ii) 債務人短期內履行合同現金流量義務的能力很強；及

(iii) 較長時期內經濟形勢和經營環境的不利變化可能但未必降低借款人履行其合同現金流量義務的能力。

當金融資產符合全球通用定義的「投資級」外部信貸評級時， 貴集團認定其具有較低信貸風險；或若無外部評級，則採用內部「正常類」評級標準－即交易對手財務狀況良好且無逾期款項。

就金融工具減值評估而言，財務擔保合同的初始確認日期為 貴集團成為不可撤銷承諾方的日期。在評估財務擔保合同信貸風險自初始確認後是否顯著增加時， 貴集團會考量特定債務人合同違約風險的變化情況。

貴集團定期監控信貸風險是否顯著增加識別標準的有效性，並適時修訂相關標準，以確保能夠在款項逾期前識別信貸風險的顯著增加。

違約的定義

基於歷史經驗表明符合下列任一條件的應收款項通常無法收回， 貴集團就內部信貸風險管理之目的將以下情形視為構成違約事件：

- 交易對手違反財務約定事項；或
- 內外部信息表明債務人很可能無法全額償付債權人(包括 貴集團)債務(未經考慮 貴集團持有的任何抵押物)。

無論上述分析結果如何，當金融資產逾期超過90天時， 貴集團即視為已發生違約，惟 貴集團擁有合理且有依據的資料佐證應採用更寬鬆的逾期標準更為恰當時，則除外。

發生信貸減值的金融資產

當發生一項或多項對金融資產預計未來現金流產生不利影響的事件時，該金融資產即已發生信貸減值。金融資產已發生信貸減值的證據包括以下可觀察信息：

- 發行方或對手方出現重大財務困難；
- 違反合同，如違約或逾期事件；
- 貸款人出於與對手方財務困難有關的經濟或合同考慮，給予對手方在任何其他情況下都不會考慮的讓步；
- 交易對手很可能進入破產或其他財務重組程序；或
- 因財務困難導致該金融資產活躍市場消失。

撇銷政策

當有信息表明債務人陷入嚴重財務困難且無實際回收可能時(包括債務人已進入清算或破產程序)，或貿易應收款項逾期超過兩年(以較早發生者為準)， 貴集團將撇銷金融資產。根據 貴集團追償程序，已撇銷金融資產仍可能採取追收措施(酌情考慮法律意見)。任何追回金額均於損益中確認。

預期信貸虧損計量與確認

預期信貸虧損計量是違約概率、違約損失率(即違約時的損失程度)和違約風險敞口的函數。違約概率和違約損失率的評估基於經上述前瞻性資料調整的歷史數據。就違約風險敞口而言，金融資產風險敞口指報告日期的賬面總額；財務擔保合同風險敞口包括於報告日期已提取的金額，以及基於歷史趨勢、 貴集團對債務人特定未來融資需求的理解和其他相關前瞻性資料確定的預計未來於違約日期提取的金額。

金融資產預期信貸虧損按 貴集團根據合同應收所有合同現金流量與 貴集團預期可收所有現金流的差額計算，並以原實際利率折現。

就財務擔保合同而言， 貴集團根據被擔保工具條款僅在債務人發生違約時需履行賠付義務，預期虧損撥備是就合同持有人發生的信貸虧損向其做出賠付的預計付款額，減去 貴集團預期向合同持有人、債務人或任何其他方收取的金額。

若 貴集團在前一報告期間已按照相當於整個存續期預期信貸虧損的金額計量金融工具的虧損撥備，但在當前報告日期認定不再滿足計提整個存續期預期信貸虧損的條件，則 貴集團在當前報告日期按照相當於12個月預期信貸虧損的金額計量虧損撥備，但採用簡化方法的資產除外。

貴集團就所有金融工具於損益中確認減值收益或虧損，同時通過虧損撥備賬相應調整其賬面金額。

(cc) 預計負債與或然負債

當 貴集團因過去事項而產生現時法定義務或推定義務，且履行該義務很可能導致經濟利益流出，且金額能夠可靠估計時，應確認具有不確定時間或金額的預計負債。若貨幣時間價值重大，預計負債按履行義務所需支出的現值列報。用於確定現值的折現率應為稅前利率，該利率需反映當前市場對貨幣時間價值及該負債特定風險的評估。因時間推移導致的預計負債增加應確認為利息費用。

若很可能不會發生經濟利益流出，或金額無法可靠估計，則該義務應披露為或然負債，惟流出可能性極低除外。若存在僅取決於未來某項或多項事項發生與否的潛在義務，亦應披露為或然負債，惟流出可能性極低除外。

(dd) 報告期後事項

為報告期末 貴集團狀況提供補充資料的報告期後事項屬調整事項，並已在歷史財務資料中反映。對於屬非調整事項的重大報告期後事項，則在歷史財務資料附註中予以披露。

5. 關鍵判斷及重要估計

在應用 貴集團會計政策的過程中(載於附註4)， 貴集團董事需作出對確認金額具有重大影響的判斷(涉及估計的判斷除外)，並對資產與負債的賬面價值作出無法輕易從其他來源獲知的估計和假設。該等估計及假設基於歷史經驗及其他相關因素，實際結果可能與該等估計存在差異。

貴集團持續檢討上述估計及相關假設。若會計估計變更僅影響當期，會計估計修訂於變更當期確認；若影響當期及未來期間，則該修訂於變更當期及未來期間確認。

應用會計政策時的關鍵判斷

在應用會計政策的過程中，董事作出了以下對歷史財務資料中確認金額具有重大影響的判斷(涉及估計的判斷除外，相關說明在下文闡述)。

(a) 對持股比例低於20%或50%的實體的權益法核算

儘管 貴集團於上海福邁食品有限公司(「福邁」)及上海優恩健康科技有限公司(「優恩」)的持股比例低於20%，但由於 貴集團有權委任福邁和優恩五名董事中其中一名董事，董事認為 貴集團對福邁和優恩擁有重大影響。

儘管 貴集團於無錫萊美吉晟科技有限公司(「無錫萊美」)的持股比例為50%，但由於 貴集團有權委任無錫萊美三名董事中其中一名董事，董事認為 貴集團對無錫萊美擁有重大影響。

(b) 委託人與代理人對價

貴集團在品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式下從事產品交易。計及 貴集團主要負責履行提供產品的承諾等指標， 貴集團認為， 貴集團在此類交易中充當委託人，因為 貴集團將指定產品轉讓給客戶前控制該產品。 貴集團承擔商品的存貨風險並擁有商品的法定所有權。 貴集團履行履約義務時，按合同規定的 貴集團預期有權獲得的對價總額確認經營收入。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度， 貴集團確認的B2B2C產品交易所得收入分別為人民幣820,866,000元、人民幣719,628,000元及人民幣628,815,000元。

估計不確定因素的主要來源

下文討論了有關未來的關鍵假設，以及報告期末估計不確定因素的其他主要來源，該等假設及來源極有可能導致下一財政年度資產及負債的賬面金額的重大調整。

(a) 遞延稅項資產

於2022年、2023年及2024年12月31日，已於綜合財務狀況表中確認有關未利用稅務虧損的遞延稅項資產分別為人民幣25,632,000元、人民幣20,247,000元及人民幣24,952,000元。由於未來盈利來源的不確定性，並未就稅務虧損人民幣-元、人民幣-元及人民幣36,000元確認遞延稅項資產。遞延稅項資產能否變現主要取決於未來是否有足夠的未來利潤或應稅暫時性差異。倘未來實際產生的應稅利潤少於或多於預期，或事實和情況發生變化，導致對未來應稅利潤的估算進行變更，則可能會出現遞延稅項資產的重大撥回或進一步確認，並在發生撥回或進一步確認的當期損益中予以確認。

(b) 物業、廠房及設備以及使用權資產減值

物業、廠房及設備以及使用權資產按成本減累計折舊及減值(如有)列報。確定一項資產是否減值時， 貴集團須作出判斷及估計，特別是評估以下方面：(1)是否發生可能影響資產價值的事件或跡象；(2)資產的賬面值是否能得到可收回金額的支持，使用價值的情況下，可收回金額指根據資產的持續使用情況估算出的未來現金流的淨現值；及(3)估算可收回金額時適用的適當關鍵假設，包括現金流預測及適當的折現率。無法估算單項資產(包括使用權資產)的可收回金額時， 貴集團會估算該資產所屬現金產生單位的可收回金額。假設及估計的變更，包括現金流預測中的折現率或增長率，可能會對可收回金額產生重大影響。

於2022年、2023年及2024年12月31日，物業、廠房及設備以及使用權資產的賬面金額分別約為人民幣6,429,000元、人民幣5,962,000元及人民幣6,009,000元；以及人民幣9,092,000元、人民幣12,733,000元及人民幣17,350,000元。

(c) 貿易應收款項減值虧損

貴集團採用實際權宜法，利用撥備矩陣估算貿易應收款項的預期信貸虧損。撥備率基於債務人的賬齡，按不同債務人分組，並計及 貴集團的歷史違約率以及無需過多成本或精力即可獲得的合理且可支持的前瞻性信息。各報告日， 貴集團會重新評估觀察到的歷史違約率，並考慮前瞻性信息的變化。

於2022年、2023年及2024年12月31日，貿易應收款項賬面金額分別為約人民幣146,873,000元(扣除呆賬撥備約人民幣8,501,000元)、約人民幣255,260,000元(扣除呆賬撥備約人民幣16,955,000元)及約人民幣241,131,000元(扣除呆賬撥備約人民幣14,958,000元)。

(d) 呆滯存貨撥備

呆滯存貨撥備根據存貨的賬齡和估計可變現淨值計算。撥備金額的評估涉及判斷與估算。倘未來的實際結果與最初的估算不同，該差異將影響存貨的賬面值以及變更該估算期間的撥備支出／撥回。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，呆滯存貨(撥回)／撥備計提金額分別為人民幣(468,000)元、人民幣1,850,000元及人民幣(3,024,000)元。

6. 金融風險管理

貴集團經營活動面臨多種金融風險：外匯風險、信貸風險、流動性風險及利率風險。 貴集團整體風險管理計劃著眼於金融市場的不確定性，力求將 貴集團財務業績的潛在不利影響降至最低。

(a) 外匯風險

由於 貴集團的大部分業務交易、資產及負債主要以人民幣、港元(「港元」)、美元(「美元」)、歐元(「歐元」)、新加坡元(「新加坡元」)及瑞士法郎(「瑞士法郎」)計價，因此 貴集團面臨一定的外匯風險。 貴集團就外匯交易、資產及負債設有外匯對沖政策。 貴集團密切監控外匯風險，並將於需要時考慮對沖重大外匯風險。

於報告期末， 貴集團以非相關集團實體功能貨幣計值的貨幣性資產及貨幣性負債的賬面金額如下：

資產	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
港元	18,782	15,630	46,197
美元	118,276	82,148	91,341
歐元	30,215	54,023	19,168
新加坡元	11,215	2,600	2,569

負債	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
港元	3,391	15,161	23,003
美元	55,944	12,864	2,523
歐元	31,595	34,311	7,358
新加坡元	2	2	–
瑞士法郎	–	–	28,792

敏感性分析

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
匯率上漲／(下降)	**5%/(5%)**	**5%/(5%)**	**5%/(5%)**
美元	2,649/(2,649)	3,102/(3,102)	3,994/(3,994)
歐元	(59)／59	882/(882)	531/(531)
港元	654/(654)	21/(21)	1,043/(1,043)
新加坡元	477/(477)	116/(116)	116/(116)
瑞士法郎	–	–	(1,295))/1,295

上述敏感性分析反映了在假設主要因美元、歐元、港元、新加坡元及瑞士法郎計值的預付款項、按金及其他應收款項、現金及現金等價物於2022年、2023年及2024年12月31日分別產生的外匯損益引起的年化匯率變動的情況下，對 貴集團年度利潤及累計虧損／保留利潤的影響。該分析在整個往績記錄期間均採用相同基準進行。

(b) 信貸風險

信貸風險指交易對手不履行金融工具或客戶合同規定的義務，從而導致財務損失的風險。 貴集團的經營活動(主要是貿易及其他應收款項)及融資活動(包括銀行及金融機構存款、外匯交易及其他金融工具)均存在信貸風險。由於交易對手是由國際信貸評級機構授予較高信貸評級的銀行及金融機構， 貴集團認為其信貸風險較低，因此 貴集團面臨的現金及現金等價物產生的信貸風險有限。

除附註39所載 貴集團所提供的財務擔保外， 貴集團並未提供任何其他會使 貴集團面臨信貸風險的擔保。於報告期末， 貴集團就上述財務擔保面臨的最大信貸風險於附註39中披露。

貿易應收款項

各業務單元按照 貴集團既定信貸風險管理政策、程序及控制措施管理客戶信貸風險。對所有需賒銷一定金額的客戶均進行獨立信貸評估，重點考察客戶過往到期付款記錄、當前償付能力

並考量客戶特定信息以及客戶經營所處經濟環境。貿易應收款項自開票日後30至180天到期， 貴集團通常不要求客戶提供抵押物。

貴集團存在信貸風險集中情況，其貿易應收款項總額的37%、23%和13%分別來自最大客戶。為降低信貸風險， 貴集團管理層已專門設立團隊負責信貸額度核定及授信審批。

貴集團對貿易應收款項按相當於整個存續期預期信貸虧損的金額計提虧損撥備，該金額採用撥備矩陣進行計算。由於 貴集團的歷史信貸損失經驗並未顯示不同客戶群體之間存在顯著差異的損失模式，因此基於逾期狀態的虧損撥備並未對 貴集團不同客戶群作出進一步區分。

於2022年、2023年及2024年12月31日， 貴集團貿易應收款項面臨的信貸風險及預期信貸虧損相關信息列示如下：

	於2022年12月31日		
	預期損失率	賬面總額	虧損撥備
	%	*人民幣千元*	*人民幣千元*
即期(未逾期)	5.00%	149,800	7,490
0至180天	5.00%	2,059	103
181至365天	18.50%	2,686	497
1至2年	44.12%	748	330
2年以上	100.00%	81	81
		155,374	8,501

	於2023年12月31日		
	預期損失率	賬面總額	虧損撥備
	%	*人民幣千元*	*人民幣千元*
即期(未逾期)	5.00%	255,519	12,776
0至180天	5.02%	2,013	101
181至365天	19.35%	11,544	2,234
1至2年	48.51%	2,515	1,220
2年以上	100.00%	624	624
		272,215	16,955

	於2024年12月31日		
	預期損失率	賬面總額	虧損撥備
	%	*人民幣千元*	*人民幣千元*
即期(未逾期)	4.91%	232,277	11,399
0至180天	5.00%	14,252	713
181至365天	16.06%	7,408	1,190
1至2年	46.26%	923	427
2年以上	100.00%	1,229	1,229
		256,089	14,958

預期損失率按過去3至5年的實際損失經驗確定，並根據歷史數據收集期間的經濟狀況與當前經濟狀況之間的差異，以及 貴集團對應收款項預期存續期內經濟狀況的預期作出調整。

於往績記錄期間，貿易應收款項虧損撥備的變動情況如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於1月1日	5,840	8,501	16,955
收購子公司	–	–	31
年內確認的減值虧損／(減值虧損撥回)	2,661	8,454	(2,028)
於12月31日	8,501	16,955	14,958

按攤銷成本計量的金融資產

按攤銷成本計量的金融資產主要包括代供應商墊付的款項產生的其他應收款項。

年內按攤銷成本計量的金融資產虧損撥備變動如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於1月1日	1,109	1,568	2,307
收購子公司	–	–	6
年內確認的減值虧損／(減值虧損撥回)	459	739	(342)
於12月31日	1,568	2,307	1,971

(c) 流動性風險

貴集團內的個別經營實體負責各自的現金管理，包括參與和銀行的供應商融資安排及籌集貸款以滿足預期現金需求，惟當借款超過預定授權水平時，須經 貴公司董事批准。

貴集團的政策是定期監控當前及預期的流動資金需求，以確保有充足的現金儲備以滿足短期及較長期的流動資金需求。

貴集團非衍生金融負債按合同非折現現金流的到期期限分析如下：

	一年內	一至兩年	二至五年	五年以上	非折現現金流	賬面金額
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2022年12月31日						
貿易應付款項	48,370	–	–	–	48,370	48,370
應計費用及其他應付款	20,210	–	–	–	20,210	20,210
銀行借款	344,860	–	–	–	344,860	336,596
其他借款	115,104	–	–	–	115,104	113,117
租賃負債	5,088	3,103	1,521	–	9,712	9,321
	533,632	3,103	1,521	–	538,256	527,614

	一年內	一至兩年	二至五年	五年以上	非折現現金流	賬面金額
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2023年12月31日						
貿易應付款項	107,144	–	–	–	107,144	107,144
應計費用及其他應付款	34,893	–	–	–	34,893	34,893
銀行借款	435,378	–	–	–	435,378	428,082
其他借款	78,113	–	–	–	78,113	76,468
租賃負債	5,942	3,369	3,738	874	13,923	13,005
衍生工具	234	–	–	–	234	234
	661,704	3,369	3,738	874	669,685	659,826

	一年內	一至兩年	二至五年	五年以上	非折現現金流	賬面金額
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2024年12月31日						
貿易應付款項	73,392	–	–	–	73,392	73,392
應計費用及其他應付款	34,269	–	–	–	34,269	34,269
銀行借款	535,144	–	–	–	535,144	526,082
其他借款	1,698	–	–	–	1,698	1,680
租賃負債	5,163	3,435	10,565	–	19,163	17,453
	649,666	3,435	10,565	–	663,666	652,876

(d) 利率風險

貴集團現金流利率風險主要與浮動利率銀行結餘有關。

貴集團的銀行存款、銀行借款及其他借款按固定利率計息，因此存在公允價值利率風險。

貴集團面臨的利率風險來自銀行結餘。該等存款按浮動利率計息，利率隨當時市況而變化。

於2022年、2023年及2024年12月31日，假設所有其他變量保持不變，若利率整體上升／下降50個基點，導致 貴集團年度稅後利潤增加／(減少)的預估如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
利率上升／(下降)			
50個基點	419	480	864
(50)個基點	(419)	(480)	(864)

上述敏感性分析反映了在假設利率變動對利息收入及費用產生年化影響的情況下，對 貴集團年度利潤及累計虧損／保留利潤的影響。該分析在整個往績記錄期間均採用相同基準進行。

(e) 金融工具分類：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
金融資產：			
按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產	1,001	1	1,023
按公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產	2,000	2,000	3,914
按攤銷成本計量的金融資產	403,050	629,452	602,887
金融負債：			
衍生工具	–	234	–
按攤銷成本計量的金融負債	527,614	659,592	652,876

(f) 公允價值

貴集團綜合財務狀況表中所列示金融資產及金融負債的賬面金額與其各自公允價值相近。

7. 按公允價值計量

公允價值指在計量日市場參與者之間的有序交易中，出售一項資產所能收到或者轉移一項負債所需支付的價格。下列公允價值計量的披露採用公允價值三層級結構，該層級根據用於計量公允價值的估值技術輸入值劃分：

第一層級輸入值： 貴集團於計量日能夠取得的相同資產或負債在活躍市場上的未經調整報價。

第二層級輸入值： 除第一層級輸入值外，相關資產或負債直接或間接可觀察的輸入值。

第三層級輸入值： 相關資產或負債的不可觀察輸入值。

貴集團的政策為，於導致轉移的事件或情況變動當日，確認三個層級中任何層級之間的轉入及轉出。

(a) 於2022年、2023年及2024年12月31日的公允價值層級披露：

	於2022年12月31日			
	公允價值計量採用：			
詳情	第一層級	第二層級	第三層級	合計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
經常性公允價值計量：				
金融資產				
按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產				
－投資產品	–	–	1,001	1,001
按公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產				
－未上市股本證券	–	–	2,000	2,000
於12月31日	–	–	3,001	3,001

詳情	於2023年12月31日 公允價值計量採用：			
	第一層級	第二層級	第三層級	合計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
經常性公允價值計量：				
金融資產				
按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產				
－投資產品	–	–	1	1
按公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產				
－未上市股本證券	–	–	2,000	2,000
於12月31日	–	–	2,001	2,001
金融負債				
衍生工具	–	234	–	234

詳情	於2024年12月31日 公允價值計量採用：			
	第一層級	第二層級	第三層級	合計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
經常性公允價值計量：				
金融資產				
按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產				
－投資產品	–	–	23	23
－未上市股本證券	–	–	1,000	1,000
按公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產				
－未上市股本證券	–	–	3,914	3,914
於12月31日	–	–	4,937	4,937

於往績記錄期間第二層級與第三層級之間並未進行任何轉移。

(b) 按第三層級公允價值計量資產的調節表：

詳情	按公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產－未上市股本證券 於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於1月1日	–	2,000	2,000
新增	2,000	–	1,914
於以下各項確認的收益／(虧損)總額			
－其他綜合收益	–	–	–
於12月31日	2,000	2,000	3,914

於其他綜合收益確認的收益／(虧損)總額於綜合損益及其他全面收益表中按公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的權益工具公允價值變動列示。

(c) 貴集團估值流程及於2022年、2023年及2024年12月31日公允價值計量所用估值技術和輸入值的披露如下：

貴集團首席財務官負責財務報告目的所需的資產和負債的公允價值計量，包括第三層級公允價值計量。首席財務官直接向董事會匯報該等公允價值計量，並與董事會定期舉行會議討論估值流程及結果。

第二層級公允價值計量

通過金融機構取得的外匯合同衍生工具的公允價值採用估值技術確定。該等估值技術在可獲取的情況下最大限度地使用可觀察市場數據，並盡可能減少對金融機構特定估計的依賴。估值技術包括類似工具的市場報價或交易商報價。如果確定工具公允價值所需的所有重大輸入值均為可觀察數據，則該工具被歸類為第二層級。

第三層級公允價值計量

					公允價值		
					2022年	2023年	2024年
描述	估值技術	不可觀察輸入數據	範圍	輸入數據增加對公允價值的影響	資產	資產	資產
					人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分類為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產的私募股權投資...	相關資產的公允價值	不適用	不適用	不適用	2,000	2,000	3,914
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產.....	相關資產的公允價值	不適用	不適用	不適用	1,001	1	1,023

於往績記錄期間，所使用的估值技術並無變化。

8. 收入

貴集團通過以下主要產品和服務項目隨時間及在某一時間點轉讓商品和服務獲得收入：

截至12月31日止年度	品牌至消費者的解決方案			品牌至企業的解決方案			品牌資產管理與IP商業化運營			其他服務			總計		
	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*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*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
收入確認時間															
於某一時間點轉讓的商品銷售	906,602	876,868	733,832	63,217	282,130	494,461	36,601	63,450	39,356	–	–	–	1,006,420	1,222,448	1,267,649
隨時間轉讓的服務	82,984	96,858	109,367	–	–	–	4,388	11,000	5,150	23,458	25,197	18,121	110,830	133,055	132,638
總計	989,586	973,726	843,199	63,217	282,130	494,461	40,989	74,450	44,506	23,458	25,197	18,121	1,117,250	1,355,503	1,400,287

貴集團上述收入主要來自中國。

9. 分部資料

主要營運決策者已被識別為 貴公司董事。董事審閱 貴集團的內部報告，以分配資源及評估分部表現(專注於向外部客戶提供服務／產品的類別)。 貴集團已識別以下四個可呈報分部：

品牌至企業的解決方案	—	向分銷商(包括線下渠道)銷售產品
品牌至客戶的解決方案	—	向電商平台及在電商平台上向終端消費者銷售產品以及提供相關電商服務
品牌資產管理與IP商業化運營	—	通過各種商業模式與品牌合作夥伴形成更深層次的合作，包括與成熟品牌方聯合進行新品開發、獲得品牌方獨家授權，以及開發、銷售及推廣IP衍生產品
其他服務	—	基於項目的營銷服務和IT解決方案

貴集團的可呈報分部為提供不同產品及服務的策略業務單位。各業務通過所需的技術及市場策略進行集中管理。

經營分部的會計政策與歷史財務資料附註4所述的會計政策相同。收入及銷售成本參考該等分部產生的收入及該等分部發生的銷售成本分配至可呈報分部。用於報告分部業績的計量指標為毛利。

管理層根據各分部的經營業績作出決策。概無呈列分部資產及負債分析，原因是管理層並無定期審閱相關用於資源分配及表現評估的有關資料。因此，僅呈列分部收入及分部銷售成本。

貴集團對於分部之間的銷售及轉讓，按照向第三方進行銷售或轉讓的相同模式(即按當前市場價格)入賬。

有關經營分部損益的資料

	品牌至客戶的解決方案	品牌至企業的解決方案	品牌資產管理與IP商業化運營	其他服務	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*
截至2022年12月31日止年度					
來自外部客戶的收入	989,586	63,217	40,989	23,458	1,117,250
銷售成本	(813,817)	(61,312)	(30,034)	(18,124)	(923,287)
毛利	175,769	1,905	10,955	5,334	193,963
未分配金額：					
其他收入					8,816
其他收益或虧損					1,385
貿易及其他應收款項減值虧損					(3,120)
銷售開支					(71,497)
行政開支					(60,774)
融資成本					(20,467)
應佔聯營公司虧損					(534)
除税前利潤					47,772

	品牌至客戶的解決方案	品牌至企業的解決方案	品牌資產管理與IP商業化運營	其他服務	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*
截至2023年12月31日止年度					
來自外部客戶的收入	973,726	282,130	74,450	25,197	1,355,503
銷售成本	(804,132)	(278,197)	(54,745)	(9,897)	(1,146,971)
毛利	169,594	3,933	19,705	15,300	208,532
未分配金額：					
其他收入					4,611
其他收益或虧損					881
貿易及其他應收款項減值虧損					(9,193)
銷售開支					(83,556)
行政開支					(62,725)
融資成本					(24,724)
應佔聯營公司虧損					(154)
除税前利潤					33,672
截至2024年12月31日止年度					
來自外部客戶的收入	843,199	494,461	44,506	18,121	1,400,287
銷售成本	(688,295)	(467,520)	(32,178)	(9,988)	(1,197,981)
毛利	154,904	26,941	12,328	8,133	202,306
未分配金額：					
其他收入					2,135
其他收益或虧損					299
貿易及其他應收款項減值虧損撥回					2,370
銷售開支					(68,101)
行政開支					(72,075)
融資成本					(20,082)
應佔聯營公司虧損					(275)
除税前利潤					46,577

地區資料

貴集團所有來自外部客戶的收入和非流動資產都產生於中國且主要位於中國。

主要客戶收入

佔 貴集團總收入的10%或以上的主要客戶貢獻的收入如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
客戶A			
品牌至客戶的解決方案	800,256	642,232	535,206
品牌資產管理與IP商業化運營	2,546	5,049	5,468
其他服務	1,606	4,754	1,928
	804,408	652,035	542,602

10. 其他收入

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的股息收入	3	11	–
銀行存款利息收入	1,109	653	506
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的收益	10	39	48
政府補助*(附註)*	6,502	3,240	1,366
其他	1,192	668	215
	8,816	4,611	2,135

附註： 政府補助指中國政府向 貴集團提供的補貼，主要作為激勵措施，以鼓勵 貴集團發展及對地方經濟發展作出貢獻、領軍企業、人才引進補貼、工資及運營支持以及政府對創新和技術的支持。

11. 其他收益及(虧損)

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
出售物業、廠房及設備的損失	(94)	–	–
無形資產撇銷	(1,367)	–	–
匯兑收益／(虧損)淨額	2,378	4,488	(2,566)
衍生工具的公允價值收益	–	298	–
衍生工具的已實現損失	–	(2,055)	(159)
存貨撥回／(撥備)*(附註a)*	468	(1,850)	3,024
	1,385	881	299

附註：

(a) 截至2022年及2024年12月31日止年度，存貨撥備撥回是由於市況變動及銷售若干於過往年度已撇減至可變現淨值的產品，導致若干產品的估計可變現淨值增加所致。

12. 融資成本

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
銀行借款利息	18,557	21,742	18,183
其他借款利息	1,489	2,567	1,488
租賃負債利息開支	421	415	411
	20,467	24,724	20,082

13. 所得稅開支／(抵免)

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
即期稅項開支			
一香港	–	90	13
一中國	2,781	4,615	547
	2,781	4,705	560
遞延稅項*(附註37)*	7,408	4,097	(3,805)
	10,189	8,802	(3,245)

根據利得稅兩級制，在香港成立的合資格集團實體首2百萬港元的利潤按8.25%的稅率徵稅，而超過該金額的利潤則按16.5%的稅率徵稅。不符合利得稅兩級制的集團實體的利潤將繼續按16.5%的稅率徵稅。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「企業所得稅法」)和《企業所得稅法實施條例》的規定，在往績記錄期間的稅率為25%。

其他地區應稅利潤的稅項支出乃基於 貴集團經營所在國家的現行法律、詮釋及慣例，按其通行稅率計算。

於2023年11月6日， 貴公司獲江蘇省科技廳、江蘇省財政廳及國家稅務總局江蘇省稅務局批准認定為高新技術企業。 貴公司享受15%的企業所得稅優惠稅率和三年免徵期。

根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於實施小微企業和個體工商戶所得稅優惠政策的公告》(財稅[2021]12號)，對小微企業年應納稅所得額不超過人民幣1百萬元的部分，在《關於實施小微企業普惠性稅收減免政策的通知》(財稅[2019]13號)第二條規定的優惠政策基礎上，再減半徵收企業所得稅。實施期限為2021年1月1日至2022年12月31日。

根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於小微企業和個體工商戶所得稅優惠政策的公告》(2023年第6號)，自2023年1月1日至2024年12月31日，對小微企業年應納稅所得額不超過人民幣1百萬元的部分，減按收入的25%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅。根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於進一步支持小微企業和個體工商戶發展有關稅費政策的公告》(2023年12號)，對小微企業減按25%計算應納稅所得額、按20%的稅率繳納企業所得稅政策，延續執行至2027年12月31日。

貴公司於2024年10月23日獲江蘇省軟件行業協會頒發軟件企業證書。根據《國務院關於印發新時期促進集成電路產業和軟件產業高質量發展若干政策的通知》(2020年第8號)、工業和信息化部公告2021年第10號《國家鼓勵的重點軟件企業條件》及國家稅務總局公告2018年第23號《國家稅務總局關於發佈修訂後的<企業所得稅優惠政策事項辦理辦法>的公告》， 貴公司符合上述規定對軟件企業第一年至第二年免徵所得稅、第三年至第五年減半徵收所得稅的條件。2024年是其獲得利潤的第二年，因此其於2024年匯算清繳企業所得稅時免繳企業所得稅。

所得稅開支／(抵免)與除稅前利潤乘以中國企業所得稅率的乘積之間的對賬如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
除稅前利潤	47,772	33,672	46,577
按25%的國內所得稅稅率徵稅	11,943	8,418	11,644
子公司不同稅率的影響	4,958	4,222	786
稅項優惠	–	(3,132)	(15,392)
不可抵扣開支的稅務影響	1,227	1,082	259
應佔聯營公司虧損的稅務影響	133	39	69
因註銷子公司而終止確認稅項虧損的稅務影響	(9)	(3)	–
研發稅項抵免的稅務影響	(2,845)	(1,437)	–
稅率變化對遞延稅項結餘的影響	(5,218)	(387)	(611)
所得稅開支／(抵免)	10,189	8,802	(3,245)

14. 年度利潤

貴集團的年度利潤乃經扣除／(計入)以下各項列賬：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
無形資產攤銷	40	176	442
已售存貨成本	852,812	1,074,126	1,135,072
服務成本*(附註)*	70,475	72,845	62,909
物業、廠房及設備折舊	1,044	1,183	1,273
使用權資產折舊	4,950	6,229	6,435
貿易及其他應收款項的減值虧損／(減值虧損撥回)	3,120	9,193	(2,370)
[編纂]	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
研發費用	15,173	10,102	15,702

附註：

以下成本計入上文單獨披露的服務成本金額：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
員工成本	60,047	61,298	60,597

15. 僱員福利開支

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
僱員福利開支：			
薪資、花紅及津貼	102,471	112,558	102,912
股份支付	1,219	429	429
退休福利計劃供款	19,966	21,763	24,930
	123,656	134,750	128,271

五名最高薪人士

於往績記錄期間， 貴集團五名最高薪人士並不包括 貴公司任何董事。

五名人士於往績記錄期間的酬金如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
薪資、花紅及津貼	4,862	5,128	3,772
退休福利計劃供款	457	487	508
	5,319	5,615	4,280

酬金範圍如下：

	人數		
	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
500,001港元至1,000,000港元	0	0	4
1,000,001港元至1,500,000港元	5	5	1

於往績記錄期間內，概無 貴公司董事放棄或同意放棄任何薪酬的安排，而 貴集團亦無向 貴公司董事或五名最高薪人士支付任何酬金，作為加入或於加入 貴集團時的獎勵，或作為離職補償。

董事的福利及權益

(a) 董事酬金

每位董事的薪酬載列如下：

	就擔任 貴公司或其子公司董事的個人服務已付或應收的酬金							(附註ii) 就董事所提供與管理 貴公司或其子公司事務有關的其他服務而已付或應收的酬金	總計
	袍金	薪資	酌情花紅	(附註i) 其他福利的估計貨幣價值	僱主對退休福利計劃的供款	就接受董事職位而已付或應收的酬金	住房補貼		
	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*	*人民幣千元*
執行董事：									
王珊	–	180	–	–	30	–	–	–	210
吉融	–	180	–	–	14	–	–	–	194
非執行董事：									
林向紅(附註a)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
王雲鵬(附註b)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
獨立非執行董事：									
席酉民(附註c)	–	–	80	–	–	–	–	–	80
截至2022年12月31日止年度總計	–	360	80	–	44	–	–	–	484
執行董事：									
王珊	–	197	4	–	52	–	–	–	253
吉融	–	197	4	–	52	–	–	–	253
非執行董事：									
楊啟焜(附註d)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
林向紅(附註a)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
王雲鵬(附註b)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
獨立非執行董事：									
席酉民(附註c)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
截至2023年12月31日止年度總計	–	394	8	–	104	–	–	–	506
執行董事：									
王珊	–	356	–	–	54	–	–	–	410
吉融	–	356	–	–	53	–	–	–	409
非執行董事：									
楊啟焜(附註d)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
林向紅(附註a)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
吳瀚(附註e)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
席酉民(附註c)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
獨立非執行董事：									
席酉民(附註c)	–	–	–	–	–	–	–	–	–
截至2024年12月31日止年度總計	–	712	–	–	107	–	–	–	819

附註：

(a) 林向紅辭任非執行董事，自2024年2月2日起生效。

(b) 王雲鵬辭任非執行董事，自2023年6月14日起生效。

(c) 席酉民辭任獨立非執行董事，並獲委任為非執行董事，自2024年5月6日起生效。

(d) 楊啓焜獲委任為非執行董事，自2023年8月3日起生效。

(e) 吳瀚獲委任為非執行董事，自2024年2月2日起生效，並辭任非執行董事，自2024年5月6日起生效。

(b) 董事在交易、安排或合同中的重大利益

除附註44中披露的關聯交易外，於往績記錄期間， 貴公司並無訂立任何與 貴集團業務有關且 貴公司董事及 貴公司董事的關聯方於當中直接或間接擁有重大利益的重大交易、安排及合同。

16. 每股盈利

鑒於截至本報告日期尚未進行建議[**編纂**]，並無呈列每股盈利資料，原因為載入有關資料就本報告而言並無意義。

17. 股息

於往績記錄期間， 貴公司董事不建議派發任何末期股息。

18. 物業、廠房及設備

	樓宇	租賃裝修	計算機設備	辦公設備	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
成本					
於2022年1月1日	–	1,785	2,400	575	4,760
添置	4,173	54	82	350	4,659
出售	–	–	(171)	(81)	(252)
於2022年12月31日及2023年1月1日	4,173	1,839	2,311	844	9,167
添置	–	368	273	75	716
出售	–	–	(5)	–	(5)
於2023年12月31日及2024年1月1日	4,173	2,207	2,579	919	9,878
添置	–	1,014	303	3	1,320
於2024年12月31日	4,173	3,221	2,882	922	11,198
累計折舊					
於2022年1月1日	–	355	1,411	86	1,852
年內支出	83	397	445	119	1,044
出售	–	–	(142)	(16)	(158)
於2022年12月31日及2023年1月1日	83	752	1,714	189	2,738
年內支出	198	386	408	191	1,183
出售	–	–	(5)	–	(5)
於2023年12月31日及2024年1月1日	281	1,138	2,117	380	3,916
年內支出	198	639	282	154	1,273
於2024年12月31日	479	1,777	2,399	534	5,189
賬面值					
於2024年12月31日	3,694	1,444	483	388	6,009
於2023年12月31日	3,892	1,069	462	539	5,962
於2022年12月31日	4,090	1,087	597	655	6,429

於2022年、2023年及2024年12月31日， 貴集團正就位於中國的若干樓宇辦理不動產權證，其賬面值分別為人民幣4,090,000元、人民幣3,892,000元及人民幣3,694,000元。 貴集團已於2025年5月12日取得不動產權證。

19. 使用權資產

	租賃物業
	人民幣千元
於2022年1月1日	12,647
添置	1,395
折舊	(4,950)
於2022年12月31日及2023年1月1日	9,092
添置	9,870
折舊	(6,229)
於2023年12月31日及2024年1月1日	12,733
添置	11,052
折舊	(6,435)
於2024年12月31日	17,350

使用權資產包括中國的租賃物業。

於2022年、2023年及2024年12月31日，已確認租賃負債人民幣9,321,000元、人民幣13,005,000元及人民幣17,453,000元，分別涉及相關使用權資產人民幣9,092,000元、人民幣12,733,000元及人民幣17,350,000元。除出租人所持租賃資產的抵押權益外，租賃協議並無施加任何契諾。租賃資產不得用作借款的抵押。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
使用權資產的折舊開支	4,950	6,229	6,435
租賃負債利息開支(計入融資成本)	421	415	411
有關短期租賃的開支(計入銷售開支及行政開支)	948	748	1,881

有關租賃現金流出總額的詳情載於附註40(b)。

於往績記錄期間， 貴集團租賃多個辦公室及倉庫用於營運。租賃合同分別按1至2年、1至6年及1至6年的固定年期訂立，但可能按下文所述延期及終止。租賃條款按個別基準磋商，包括各種不同條款及條件。於釐定租期及評估不可撤銷期限的時長時， 貴集團應用合同的定義並釐定合同可執行的期限。

20. 無形資產

	軟件
	人民幣千元
成本	
於2022年1月1日	2,174
撇銷	(1,716)
於2022年12月31日及2023年1月1日	458
添置	1,406
於2023年12月31日及2024年1月1日	1,864
添置	620
於2024年12月31日	2,484
累計攤銷	
於2022年1月1日	476
年內攤銷	40
撇銷	(349)
於2022年12月31日及2023年1月1日	167
年內攤銷	176
於2023年12月31日及2023年1月1日	343
年內攤銷	442
於2024年12月31日	785
賬面值	
於2024年12月31日	1,699
於2023年12月31日	1,521
於2022年12月31日	291

於2022年、2023年及2024年12月31日，軟件的平均剩餘攤銷期分別為6年、9年及7年。

21. 於子公司的投資

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非上市投資，按成本	32,342	32,342	53,532
財務擔保	1,802	1,678	4,130
減：減值虧損	(25,253)	(21,455)	(28,199)
	8,891	12,565	29,463

應付子公司款項為無抵押、免息且無固定還款期限。

子公司的詳情如下：

子公司名稱	註冊成立／成立日期及地點	已發行股本詳情	貴公司應佔股權			主要活動
			於12月31日			
			2022年	2023年	2024年	
蘇州新易盛信息技術有限公司#	2020年4月22日 中國	人民幣5,000,000元	100%	100%	100%	<附註>
上海半橙電子商務有限公司#	2017年1月4日 中國	人民幣2,000,000元	100%	100%	100%	<附註>
無錫易勝紫岩數據科技有限公司#	2017年9月14日 中國	人民幣3,400,000元	100%	100%	100%	<附註>
蘇州極茂信息技術有限公司#	2018年5月2日 中國	人民幣10,000,000元	100%	100%	100%	<附註>
香港極易有限公司	2018年8月8日 香港	1,000,000港元	100%	100%	100%	<附註>
喜立信息技術有限公司	2020年9月30日 香港	10,000港元	100%	100%	100%	暫無營業
上海可萬威訊信息技術有限公司#	2020年1月21日 中國	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	<附註>
蘇州融榮信息技術有限公司#	2020年3月24日 中國	人民幣5,000,000元	100%	100%	100%	投資控股
蘇州購美信息技術有限公司#	2020年3月24日 中國	人民幣5,000,000元	100%	100%	100%	投資控股以及提供品牌至客戶的解決方案、品牌至企業的解決方案、品牌資產管理與IP商業化運營及其他服務
極邁貿易有限公司	2020年12月28日 香港	8,000,000港元	100%	不適用	不適用	暫無營業
無錫極易科技有限公司#	2023年9月25日 中國	人民幣23,200,000元	不適用	100%	100%	<附註>
淮北極易信息技術有限公司#	2023年9月28日 中國	人民幣0元	不適用	100%	100%	暫無營業
蘇州喜立數據網絡科技有限公司#	2020年11月2日 中國	人民幣0元	100%	100%	100%	銷售汽車零部件
蘇州易勝華鑫信息技術有限公司#	2019年10月28日 中國	人民幣3,000,000元	100%	100%	100%	<附註>
杭州極茂信息技術有限公司#	2023年6月15日 中國	人民幣0元	不適用	100%	100%	暫無營業
上海極茂正華科技有限公司#	2023年7月25日 中國	人民幣0元	不適用	100%	100%	暫無營業
蘇州極易星晟信息科技有限公司#	2024年5月28日 中國	人民幣0元	不適用	不適用	100%	暫無營業
蘇州西斯廷信息技術有限公司#	2019年6月4日 中國	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	<附註>

子公司名稱	註冊成立／成立日期及地點	已發行股本詳情	貴公司應佔股權			主要活動
			於12月31日			
			2022年	2023年	2024年	
北京晶世文化傳媒有限公司#	2018年7月23日 中國	人民幣1,000,000元	100%	100%	100%	直播服務
深圳市彩虹雲科技有限公司#	2023年4月19日 中國	人民幣0元	不適用	80%	80%	<附註>
璟實供應鏈(深圳)有限公司#	2023年4月24日 中國	人民幣0元	不適用	80%	80%	<附註>
深圳市璟實商貿有限公司#	2023年6月30日 中國	人民幣0元	不適用	80%	80%	<附註>
深圳市璟實科技有限公司#	2023年6月30日 中國	人民幣0元	不適用	80%	80%	<附註>
深圳雲創商貿科技有限公司#	2021年9月6日 中國	人民幣0元	不適用	不適用	80%	<附註>
北京極邁科技有限公司#	2023年6月1日 中國	人民幣0元	不適用	51%	51%	<附註>
海南易後信息技術有限公司#	2020年11月17日 中國	人民幣2,550,000元	100%	100%	100%	<附註>
義烏極冠科技有限公司#	2024年11月7日 中國	人民幣100,000元	不適用	不適用	100%	暫無營業
深圳市璟實貿易有限公司#	2018年9月10日 中國	人民幣2,000,000元	不適用	不適用	80%	暫無營業
淮北易勝信息科技有限責任公司#	2024年10月14日 中國	人民幣0元	不適用	不適用	65%	暫無營業
海南鴻億信息技術有限公司#	2024年10月23日 中國	人民幣100,000元	不適用	不適用	100%	暫無營業
西藏山石會永科貿有限公司#	2024年11月19日 中國	人民幣0元	不適用	不適用	60%	暫無營業
吉林省易勝盈樂科技有限公司#	2024年12月17日 中國	人民幣0元	不適用	不適用	55%	暫無營業
蘇州易合數據科技有限公司#	2020年12月14日 中國	人民幣0元	100%	不適用	不適用	暫無營業
梭納投資有限公司#	2015年5月15日 香港	10,000,000港元	100%	100%	100%	<附註>
香港吉成信息技術有限公司#	2020年10月15日 香港	10,000港元	100%	100%	100%	<附註>
香港易成信息技術有限公司#	2020年10月15日 香港	10,000港元	100%	100%	不適用	暫無營業
Simpor Jaya Pte. Ltd	2024年8月7日 新加坡	420,000美元	不適用	不適用	100%	投資控股
Singapore EcMax Co., Pte. Limited	2024年11月15日 新加坡	人民幣5,000,000元	不適用	不適用	60%	暫無營業
Doyoe Ambition Trading Co., Limited	2024年8月26日 越南	5,000,000越南盾	不適用	不適用	100%	暫無營業
韓國鴻億有限會社#	2024年11月29日 韓國	1,000,000韓元	不適用	不適用	100%	暫無營業

子公司名稱	註冊成立／成立日期及地點	已發行股本詳情	貴公司應佔股權			主要活動
			於12月31日			
			2022年	2023年	2024年	
北京小資科技有限公司#	2018年11月13日 中國	人民幣0元	不適用	不適用	60%	暫無營業
廣州智點電子商務有限公司#	2020年6月12日 中國	人民幣0元	不適用	不適用	60%	暫無營業

<附註> 子公司的主要活動為提供品牌至客戶的解決方案、品牌至企業的解決方案、品牌資產管理與IP商業化運營及其他服務。

這些子公司在中國註冊成立為有限公司。

於2022年、2023年及2024年12月31日， 貴集團的中國子公司以人民幣計值的銀行及現金結餘分別為人民幣33,271,000元、人民幣43,194,000元及人民幣143,416,000元。人民幣兌換為外幣須遵守中國的《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》。

22. 於聯營公司的投資

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非上市投資：			
分佔資產淨值	429	275	1,000

貴集團應收聯營公司的貿易應收款項於附註26披露。

於報告期末的聯營公司詳情如下：

名稱	註冊成立地點	已發行及繳足股本	擁有權權益／投票權百分比			主要活動
			2022年	2023年	2024年	
上海福邁食品有限公司（「福邁」）	中國	人民幣10,000,000元	17.1%	17.1%	17.1%	乳製品貿易
上海優恩健康科技有限公司（「優恩」）	中國	人民幣12,150,000元	5%	5%	5%	紙製品貿易
無錫萊美吉晟科技有限公司（「無錫萊美」）	中國	人民幣2,000,000元	–	–	50%	提供軟件及信息技術服務

上述於聯營公司福邁及優恩的投資透過 貴公司全資子公司持有。

雖然 貴集團持有福邁及優恩17.1%及5%的股本，但根據協議， 貴集團有權指派五名董事中的其中一名加入福邁及優恩的董事會，並對福邁及優恩具有重大影響力。董事認為， 貴集團對福邁及優恩具有重大影響力，故而將其分類為 貴集團的聯營公司。

雖然 貴集團持有無錫萊美50%的股本，但根據協議， 貴集團有權指派三名董事中的其中一名加入無錫萊美的董事會，該人數少於另一股東的兩名董事。因此，董事認為 貴集團對無錫萊美具有重大影響力，故而將其分類為 貴集團的一家聯營公司。

概無對 貴集團而言屬重大的聯營公司。這些聯營公司於歷史財務資料內採用權益法入賬。

23. 以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的非上市股本證券	2,000	2,000	3,914

下表載有以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產對賬。

	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於1月1日	–	2,000	2,000
添置	2,000	–	1,914
於12月31日	2,000	2,000	3,914

貴集團以非相關集團實體的功能貨幣計值的以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產的賬面值如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
泰銖	–	–	1,914

由於該投資為戰略投資目的而持有， 貴集團已在初步確認時不可撤銷地選擇將該投資確認為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產。

於往績記錄期間，以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產公允價值變動人民幣零元、人民幣零元及人民幣零元自其他全面收益扣除。

24. 以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
投資產品	1,001	1	23
未上市股本證券	–	–	1,000
	1,001	1	1,023

投資產品的變動如下：

	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於1月1日	1,000	1,001	1
補充投資產品	5,001	8,004	24,661
出售投資產品所得款項	(5,010)	(9,043)	(24,687)
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的收益	10	39	48
於12月31日	1,001	1	23

所有以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產均以人民幣計值。

投資產品為存放於中國金融機構的未上市金融工具。投資產品的公允價值源自金融機構報價的當前贖回價值。

於2024年12月31日， 貴公司於一間未上市實體投資人民幣1,000,000元，其中51%股權作為短期投資持有。

25. 存貨

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
製成品	277,077	314,533	282,997
存貨撥備	(5,578)	(7,428)	(4,404)
	271,499	307,105	278,593

存貨撥備的變動如下：

	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於1月1日	6,046	5,578	7,428
年內(撥備撥回)／撥備	(468)	1,850	(3,024)
於12月31日	5,578	7,428	4,404

26. 貿易應收款項

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貿易應收款項	155,374	272,215	256,089
呆賬撥備	(8,501)	(16,955)	(14,958)
	146,873	255,260	241,131

貴集團通常給予客戶30至180天的信貸期。每個客戶都有一個最高信用額度。 貴集團力求嚴格控制其未償還的應收款項。 貴公司的董事定期審查逾期結餘。

基於發票日期(或確認日期，以較早者為準)並扣除撥備的貿易應收款項的賬齡分析如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
一年內	144,266	244,656	234,417
一至兩年	2,266	9,336	6,019
兩年以上	341	1,268	695
	146,873	255,260	241,131

貿易應收款項的賬面金額包含受制於保理安排的應收款項。根據該安排， 貴集團已轉讓相關應收款項予保理商以換取現金，並被限制出售或質押應收款項。然而， 貴集團仍保留逾期付款及信貸風險。因此， 貴集團繼續在綜合財務狀況表中確認全部已轉讓資產。根據保理協議應償還的款項呈列為有抵押借款。 貴集團認為，持作收回的業務模式仍然適用於該等應收款項，因此繼續按攤銷成本計量。

相關賬面金額如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
已轉讓應收款項	51,029	52,279	541
相關有抵押的其他借款*(附註32)*	113,117	76,468	1,680

管理層認為，保理商實質上代表企業收取應收款項，並保留現金以結算單獨的融資交易。因此， 貴集團將從其他貸款方收到的現金流入列報為融資現金流入，並將債務人後續付款列報為經營現金流入和融資現金流出。

貴集團以相關集團實體功能貨幣之外的貨幣計值的貿易應收款項的賬面金額如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
美元	23,417	11,803	11,661
港元	357	137	–
歐元	168	569	160
澳元(「澳元」)	–	–	261

應收聯營公司的貿易應收款項

貴集團的貿易應收款項包括一筆應收 貴集團聯營公司的款項人民幣94,000元、人民幣94,000元及人民幣94,000元(已扣除預期信貸虧損撥備人民幣15,000元、人民幣39,000元及人民幣94,000元)，該等款項須按 貴集團向規模及狀況相似的客戶提供之類似信貸條款償還。未償還款項無抵押，賬面金額為人民幣13,000元、人民幣94,000元及人民幣94,000元，為逾期結餘。

27. 按金、預付款項及其他應收款項

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
按金	9,692	14,934	23,547
支付無形資產按金	–	–	29,000
預付款項	99,176	123,034	179,610
其他應收税項	4,000	6,258	9,982
其他應收款項	142,553	208,604	133,518
	255,421	352,830	375,657
減：呆賬撥備	(1,568)	(2,307)	(1,971)
	253,853	350,523	373,686

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分析為：			
流動資產	253,853	350,523	344,686
非流動資產	–	–	29,000
	253,853	350,523	373,686

28. 銀行存款以及銀行及現金結餘

短期銀行結餘的市場利率在2022年、2023年及2024年為每年0.01%至0.5%、0.07%至3.20%及0.05%至0.1%。

貴集團的銀行存款以及銀行及現金結餘的賬面金額以下列貨幣計值：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
人民幣	42,334	73,344	145,966
澳元	97	100	318
港元	4,861	4,021	28,107
美元	38,081	38,928	16,950
歐元	13,817	27,710	2,766
新加坡元(「新加坡元」)	2,306	2,596	2,569
英鎊(「英鎊」)	4	4	4
	101,500	146,703	196,680

人民幣兑換為外幣須遵守中國《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》。

29. 股本

	已發行股份數目	已發行及繳足
		人民幣千元
貴公司股本		
於2022年1月1日	30,000,000	30,000
發行股份(附註a)	700,935	701
於2022年12月31日及2023年1月1日	30,700,935	30,701
發行股份(附註b)	2,312,804	2,313
於2023年12月31日以及2024年1月1日及2024年12月31日	33,013,739	33,014

附註： 2018年之前， 貴公司註冊資本為人民幣5,000,000元，由其創始股東(「創始股東」)持有。於2018年、2019年及2020年， 貴公司及創始股東與新投資者(「新投資者」)簽訂了多項股份認購協議及股東協議，以認購 貴公司人民幣4,211,522元的註冊資本。2021年12月3日， 貴公司由有限責任公司改制為股份有限公司，並將註冊資本從人民幣9,211,522元增加至人民幣30,000,000元，分為30,000,000股每股面值人民幣1元的未上市普通股。

(a) 根據日期為2022年1月17日的股份認購協議，武夷山市大器一號股權投資合夥企業(有限合夥)同意認購700,935股未上市股份，佔認購完成後 貴公司約2.28%股權，對價為人民幣30,000,000元。

(b) 根據日期為2023年11月28日的股份認購協議(經日期為2023年12月21日的補充協議修訂)，無錫產發服務貿易投資基金合夥企業(有限合夥)、無錫經開區新智創業投資合夥企業(有限合夥)、蘇州清策創業投資合夥企業(有限合夥)、蘇州新麟四期創業投資合夥企業(有限合夥)、青島雪和友清源創業投資基金合夥企業(有限合夥)(統稱[**編纂**]前輪財務投資者)同意認購合計2,312,804股未上市股份，佔認購完成後 貴公司約7.01%股權，總對價為人民幣113,000,000元。

全體股東享有相同表決權及股息權。

貴集團的資本管理乃旨在確保 貴集團的持續經營能力，並通過優化債務及股權平衡為權益持有人帶來最大回報。

貴集團按比例設定風險資本金額。 貴集團管理其資本結構，並根據經濟狀況及相關資產風險特徵的變化而調整。為了維持或調整資本結構， 貴集團可能會調整股息派付、發行新股、回購股份、舉借新債、贖回現有債務或出售資產以減少債務。

貴集團基於負債經調整資本比率監察資本。該比率以債務淨額除以經調整資本計算。債務總額包括銀行借款、其他借款、衍生工具及租賃負債。經調整資本包括除非控股權益外的所有權益組成部分(即股本、累計虧損、法定盈餘儲備、資本儲備及外幣兑換儲備)。於2022年12月31日、2023年12月31日及2024年12月31日的負債經調整資本比率如下：

	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
債務總額	459,034	517,555	545,215
減：現金及現金等價物	(101,500)	(115,858)	(196,680)
債務淨額	357,534	401,697	348,535
權益總額	280,622	423,987	477,184
負債經調整資本比率	127%	95%	73%

於往績記錄期間， 貴集團的戰略與往年相同，即把債務權益比率維持在行業平均水平。

貴集團對計息借款不承擔任何外部資本要求。

30. 儲備

(a) 貴集團

貴集團的儲備金額及其變動於綜合損益及其他全面收益表以及綜合權益變動表呈列。

(b) 貴公司

	資本儲備	法定盈餘儲備	(累計虧損)／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*
於2022年1月1日	524,935	1,617	(268,037)	258,515
發行股份	29,299	–	–	29,299
股份支付	1,219	–	–	1,219
年內全面收益總額	–	4,263	36,280	40,543
於2022年12月31日及2023年1月1日	555,453	5,880	(231,757)	329,576
發行股份	110,687	–	–	110,687
股份支付	429	–	–	429
年內全面收益總額	–	2,698	28,082	30,780
於2023年12月31日及2024年1月1日	666,569	8,578	(203,675)	471,472
股份支付	429	–	–	429
年內全面收益總額	–	6,218	49,208	55,426
於2024年12月31日	666,998	14,796	(154,467)	527,327

(c) 儲備的性質及目的

(i) 資本儲備

資本儲備指 貴公司用作交換股本面值的 貴公司發行的股本面值與授予 貴集團僱員但尚未歸屬的股份的公允價值的差額，並根據以權益結算的股份支付所採用的會計政策確認。給予 貴集團的僱員及顧問的股份獎勵的公允價值按照歷史財務資料附註4(w)中所載的會計原則入賬。

(ii) 法定盈餘儲備

根據中國適用的法律法規，法定盈餘儲配不可分派，從 貴集團的中國子公司的稅後利潤中撥付。

(iii) 外幣兑換儲備

外幣兑換儲備包括因換算海外業務財務報表而產生的所有外匯差額。該儲備按照歷史財務資料附註4(e)所載的會計政策處理。

31. 銀行借款

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
銀行借款	336,596	428,082	526,082

應償還的借款如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
一年內	336,596	428,082	526,082

以相關集團實體功能貨幣以外之貨幣計值的 貴集團銀行借款之賬面值載列如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
歐元	20,950	22,182	–
美元	18,645	–	–
瑞士法郎	–	–	28,792

平均利率如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
銀行借款	4.04%	3.89%	3.39%

銀行借款按固定利率發放，因此 貴集團面臨公允價值利率風險。

貴集團的銀行借款由 貴公司的公司擔保、 貴公司董事的個人擔保以及 貴公司董事直系親屬擔保。

32. 其他借款

以相關集團實體功能貨幣以外之貨幣計值的 貴集團其他借款之賬面值載列如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
美元	33,264	10,063	–

利率如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
其他借款	7.5%至11%	7.5%至11%	4.6%至11%

其他借款按固定利率發放並使 貴集團面臨公允價值利率風險。

貴集團的其他借款由貿易應收款項保理作抵押(詳情請參閱附註26)。

33. 衍生工具

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
金融負債－外匯合同	–	234	–

於2023年12月31日， 貴集團訂立被指定為高度有效套期工具的外匯遠期合同，以緩釋 貴集團的外匯風險。

該等合同的主要條款如下：

2023年12月31日

名義價值	到期	合同價格
買／賣3,000,000美元	2024年1月29日	1美元：人民幣7.018元
買／賣500,000美元	2024年2月28日	1美元：人民幣7.085元

於往績記錄期間，公允價值虧損人民幣–元、人民幣298,000元及人民幣–元已於損益中確認。

34. 租賃負債

	最低租賃付款			最低租賃付款現值		
	於12月31日			於12月31日		
	2022年	2023年	2024年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
一年內	5,088	5,942	5,163	4,830	5,551	4,475
第二至第五年(含首尾兩年)	4,624	7,107	14,000	4,491	6,591	12,978
五年以上	–	874	–	–	863	–
	9,712	13,923	19,163	9,321	13,005	17,453
減：未來融資費用	(391)	(918)	(1,710)	不適用	不適用	不適用
租賃承擔現值	9,321	13,005	17,453	9,321	13,005	17,453
減：12個月內到期償付款項(列入流動負債)				(4,830)	(5,551)	(4,475)
12個月後到期償付款項				4,491	7,454	12,978

租賃負債適用的加權平均增量借款利率為4.2%。

貴集團應付租賃款項的賬面值以人民幣計值。

35. 貿易應付款項

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貿易應付款項	48,370	107,144	73,392

基於收貨日期的貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
一年內	47,334	103,811	73,293
一至兩年	1,036	3,181	97
兩年以上	–	152	2
	48,370	107,144	73,392

貴集團以相關集團實體功能貨幣以外貨幣計值的貿易應付款項的賬面價值如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
美元	15,221	27,309	27,475

36. 應計費用及其他應付款項

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
應計費用	16,023	30,122	32,219
其他應付款項	4,187	4,771	2,050
合約負債	7,591	12,122	11,936
	27,801	47,015	46,205

* 合約負債在 貴集團確認相關收入前，客戶支付對價時或根據合約要求支付對價且該金額已到期時確認。

合約負債變動

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於1月1日	8,697	7,591	12,122
年內確認收入令合約負債減少	(8,697)	(7,591)	(12,122)
預付款項令合約負債增加	7,591	12,122	11,936
於12月31日	7,591	12,122	11,936

上述金額與預期一年內確認為收入的已收履約預付款項有關。

37. 遞延稅項

以下為 貴集團確認的遞延稅項負債及資產。

	存貨撥備	貿易及其他應收款項的預期信貸虧損	稅項虧損	租賃負債	使用權資產	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2022年1月1日	1,337	1,242	33,559	1,639	(1,643)	36,134
(扣除自)／計入年內損益	(163)	656	(7,927)	(272)	298	(7,408)
於2022年12月31日及2023年1月1日	1,174	1,898	25,632	1,367	(1,345)	28,726
計入／(扣除自)年內損益	467	816	(5,385)	(409)	414	(4,097)
於2023年12月31日及2024年1月1日	1,641	2,714	20,247	958	(931)	24,629
(扣除自)／計入年內損益	(1,023)	163	4,705	118	(158)	3,805
於2024年12月31日	618	2,877	24,952	1,076	(1,089)	28,434

以下為綜合財務狀況表中遞延稅項結餘的分析：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
遞延稅項資產	30,071	25,560	29,523
遞延稅項負債	(1,345)	(931)	(1,089)
	28,726	24,629	28,434

38. 股份支付

為激勵 貴集團僱員並提高 貴集團的盈利能力及可持續性， 貴集團已於2017年9月通過董事會決議案採納及批准僱員激勵計劃(「該計劃」)。

於2022年，根據該計劃，貴集團設立股份獎勵計劃，股份獎勵計劃的條款及協議提出由有限合夥企業蘇州極易領航企業管理合夥(有限合夥)(「極易領航」)及蘇州極易小滿企業管理合夥(有限合夥)(「極易小滿」)作為 貴集團僱員持股平台。通過授予僱員極易領航及極易小滿的所有權，僱員將間接持有 貴集團的股份。

以權益結算的股份支付按權益工具於授予日的公允價值計量。於以權益結算的股份支付授予日釐定的公允價值乃根據貴集團對最終將歸屬的股份的估計，於歸屬期間按直線法支銷，並就非市場歸屬條件的影響作出調整。授予的股份的歸屬條件為僱員繼續為 貴集團服務，且不設任何績效要求。

合共2筆股份支付轉讓予極易領航及極易小滿。就首批股份支付而言，僱員持股平台極易領航向一名董事及39名僱員授予股份，獎勵股份數目為43,890股。授予股份於授予日立即歸屬。

就第二批股份支付而言，僱員持股平台極易小滿向一名董事及38名僱員授予股份，獎勵股份數目為61,710股。該股份獎勵計劃的歸屬期為四年，且不設任何業績要求。

(a) 截至授予日的授予價格詳情如下：

授予日	授予日公允價值(每股)
	人民幣元
2022年11月21日	42.8

(b) 期內確認為員工成本一部分的股份支付所產生的開支總額如下：

	於12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
員工成本	1,219	429	429

39. 財務擔保

	貴公司		
	2022年	2024年	2023年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
財務擔保的公允價值			
－子公司	1,802	1,678	4,130

於報告期末， 貴集團已就獲授銀行融資向若干銀行作出若干擔保。根據該等擔保，倘被擔保實體未能於到期時付款，則 貴集團須就各實體向銀行所借的全部或部分借款承擔責任。

於報告期末， 貴集團最高擔保負債為當日根據擔保提取的銀行貸款金額人民幣336,596,000元、人民幣428,082,000元及人民幣526,082,000元。

40. 綜合現金流量表附註

(a) 融資活動產生的負債對賬

下表詳述了 貴集團融資活動產生的負債變動，包括現金及非現金變動。融資活動產生的負債指已或將在 貴集團綜合現金流量表中分類為融資活動產生的現金流量的現金流量或未來現金流量。

	銀行借款（附註31）	其他借款（附註32）	租賃負債（附註34）	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1月1日	300,947	41,584	12,617	355,148
現金流量	13,965	68,865	(5,112)	77,718
利息開支	18,557	1,489	421	20,467
添置	–	–	1,395	1,395
匯兑差額	3,127	1,179	–	4,306
於2022年12月31日及2023年1月1日	336,596	113,117	9,321	459,034
現金流量	68,197	(39,780)	(6,601)	21,816
利息開支	21,742	2,567	415	24,724
添置	–	–	9,870	9,870
匯兑差額	1,547	564	–	2,111
於2023年12月31日及2024年1月1日	428,082	76,468	13,005	517,555
現金流量	80,327	(76,352)	(7,015)	(3,040)
利息開支	18,183	1,488	411	20,082
添置	–	–	11,052	11,052
匯兑差額	(510)	76	–	(434)
於2024年12月31日	526,082	1,680	17,453	545,215

(b) 租賃現金流出總額

合併現金流量表中包含的租賃金額包括以下內容：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
在經營現金流量範圍內	1,369	1,163	2,292
在融資現金流量範圍內	4,691	6,186	6,604
	6,060	7,349	8,896

該金額與以下內容有關：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
已付租金	6,060	7,349	8,896

(c) 主要非現金交易

於往績記錄期間，使用權資產添置分別為人民幣1,395,000元、人民幣9,870,000元及人民幣11,052,000元，由租賃負債提供資金。

41. 或有負債

於2022年、2023年及2024年12月31日， 貴集團並無任何重大或有負債。

42. 經營租賃安排

貴集團作為承租人

貴集團定期訂立用於辦公室及倉庫的短期租賃。於2022年、2023年及2024年12月31日，短期租賃組合與附註19中披露的短期租賃費用所屬的短期租賃組合類似。

43. 資本承擔

於往績記錄期間末， 貴集團的資本承擔如下：

	截至12月31日止年度		
	2022年	**2023年**	**2024年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
已訂約但未撥備：			
－ 無形資產－知識產權	–	–	10,377

44. 關聯交易

(a) 除綜合財務報表其他部分所披露的關聯交易及結餘外， 貴集團於年內與其關聯方進行了以下交易：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
向一家擁有共同董事的關聯公司支付的租金	2,612	2,671	2,240
向一家聯營公司銷售貨物所得收入	5	–	–

董事認為，上述與 貴公司聯營公司及 貴集團一家關聯公司的交易乃於日常業務過程中進行。

除上述情況外，聯營公司的貿易應收賬款詳情載於附註26。

(b) 貴集團主要管理人員的薪酬：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
短期利益	2,167	2,374	2,712
離職後福利	123	308	320
	2,290	2,682	3,032

執行董事及主要行政人員的薪酬由 貴公司董事會根據個人表現及市場趨勢釐定。獨立非執行董事的薪酬由董事會建議並經 貴公司股東於股東週年大會批准。

45. 子公司權益變動

收購子公司

於2024年12月31日， 貴集團分別以人民幣600,000元及人民幣60,000元的總對價收購北京小資及廣州智點60%及60%的已發行股本。北京小資及廣州智點於年內分別從事提供IP商業化運營。該收購旨在深化IP商業化運營項目。

於收購日期，北京小資及廣州智點所收購的可識別資產及負債的公允價值如下：

	北京小資	廣州智點	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
已收購資產淨值：			
存貨	778	–	778
貿易應收款項	582	–	582
預付款項、按金及其他應收款項	1,116	226	1,342
銀行及現金結餘	565	2	567
貿易應付款項	(316)	–	(316)
其他應付款項及應計費用	(1,640)	(178)	(1,818)
	1,085	50	1,135
非控股權益	(485)	10	(475)
	600	60	660
以下列方式支付：			
其他應付款項	–	60	60
現金	600	–	600
	600	60	660
收購產生的現金流出淨額：			
已付現金對價			600
已收購現金及現金等價物			(567)
			33

倘收購於2024年1月1日完成， 貴集團年內來自持續經營業務的總收入為人民幣1,400,287,000元，年內來自持續經營業務的利潤為人民幣49,786,000元。備考資料僅供說明之用，並不一定反映倘收購於2024年1月1日完成， 貴集團實際已達致的收入及經營業績，亦不構成對未來業績的預測。

46. 報告期後事項

新全資子公司太倉極茂信息技術有限公司於2025年2月20日註冊成立。

新全資子公司青島極易科技有限公司於2025年2月20日註冊成立。

新設子公司蘇州車易享科技有限公司，於2025年4月15日註冊成立，持有55%的股權。

新全資子公司洛陽極宏信息技術有限公司於2025年4月25日註冊成立。

根據日期為2025年5月8日的股份認購協議，沃博聯廣藥(廣州)股權投資合夥企業(有限合夥)同意以人民幣40,000,000元的對價認購 貴公司733,639股每股面值人民幣1元的未上市普通股，佔認購事項完成後 貴公司經擴大股本的約2.17%。

附錄二 [編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

本附錄載有我們於2025年6月7日採納的公司章程的主要條文概要，公司章程將於H股於聯交所[**編纂**]之日生效。本附錄主要目的在於為潛在[**編纂**]提供公司章程的概覽，故可能未有盡錄對於有意[**編纂**]而言屬重要的所有信息。如本文件附錄五「送呈公司註冊處處長及展示文件」一節所述，公司章程的中文全文可供查閱。

1. 股份及註冊資本

公司的股份採取股票的形式。公司股份的發行，實行公開、公平、公正的原則，同類別的每一股份具有同等權利。同次發行的同類別股份，每股的發行條件和價格相同；所有實體或個人所認購的股份，每股支付相同價額。

公司或子公司不得為他人取得本公司或者其母公司的股份提供贈與、墊款、貸款、擔保等形式的財務資助，公司實施員工持股計劃或經股東會或董事會根據公司章程授權則除外。

為公司利益，經股東會決議，或者董事會按照公司章程或者股東會的授權作出決議，公司可以為他人取得本公司股份提供財務資助，但財務資助的累計總額不得超過已發行股本總額的百分之十。董事會作出決議應當經全體董事的三分之二以上通過。

2. 增資、減資和回購股份

公司根據經營和發展的需要，依照法律、法規規定及本公司股份上市地[**編纂**]另行規定，經股東會作出決議，可以採用下列方式增加資本：

(1) 公開發售股份；

(2) 非公開發售股份；

(3) 向現有股東派送紅股；

(4) 以公積金轉增股本；

(5) 法律、行政法規、[**編纂**]及中國證監會規定的其他方式。

公司可以減少註冊資本。公司減少註冊資本，應當按照《中國公司法》、[**編纂**]及其他有關規定和公司章程規定的程序辦理。

公司不得收購本公司股份。但是，有下列情形之一的除外：

(1) 減少公司註冊資本；

(2) 與持有本公司股份的其他公司合併；

(3) 將股份用於員工持股計劃或者股權激勵；

(4) 股東因對股東會作出的公司合併、分立決議持異議，要求公司收購其股份；

(5) 將股份用於轉換公司發行的可轉換為股票的公司債券；

(6) 公司為維護公司價值及股東權益所必需；

(7) 法律、行政法規、公司股票上市地監管規則等許可的其他情況。

3. 股份轉讓

公司不接受本公司的股份作為質權的標的。

公司公開發行股份前已發行的股份，自公司股票在證券交易所上市交易之日起一年內不得轉讓。

公司董事、高級管理人員應當定期向公司申報所持有的本公司的股份及其變動情況。在就任時確定的任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有本公司同一類別股份總數的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，不得轉讓其所持有的本公司股份。

4. 股東的權利及義務

公司依據證券登記結算機構提供的憑證建立股東名冊，股東名冊是證明股東持有公司股份的充分證據。股東按其所持有股份的類別享有權利，承擔義務；持有同一類別股份的股東，享有同等權利，承擔同種義務。

公司召開股東會、分配股利、清算及從事其他需要確認股東身份的行為時，由董事會或者股東會召集人確定股權登記日，股權登記日收市後登記在冊的股東為享有相關權益的股東。

公司股東享有下列權利：

(1) 依照其所持有的股份份額獲得股利和其他形式的利益分配；

(2) 依法請求召開、主持、參加或者委派股東代理人參加股東會，並行使相應的發言權和表決權；

(3) 對公司的經營進行監督，提出建議或者質詢；

(4) 依照法律、行政法規及公司章程的規定轉讓、贈與或者質押其所持有的股份；

(5) 查閱、複製公司章程、股東名冊、股東會會議記錄、董事會會議決議、監事會會議決議及本公司及其全資子公司的財務會計報告；

(6) 公司終止或者清算時，按其所持有的股份份額參加公司剩餘財產的分配；

(7) 對股東會作出的公司合併、分立決議持異議的股東，要求公司收購其股份；

(8) 法律、行政法規、部門規章、[**編纂**]或者公司章程規定的其他權利。

公司股東承擔下列義務：

(1) 遵守法律、行政法規和公司章程；

(2) 依其所認購的股份和入股方式繳納股款；

(3) 除相關法律、行政法規規定的情形外，不得退股；

(4) 不得濫用股東權利損害公司或者其他股東的利益；不得濫用公司法人獨立地位和股東有限責任損害公司債權人的利益；

(5) 法律、行政法規、公司股份上市地證券監管規則及公司章程規定應當履行的其他義務。

公司股東濫用股東權利給公司或者其他股東造成損失的，應當依法承擔賠償責任。公司股東濫用公司法人獨立地位和股東有限責任，逃避債務，嚴重損害公司債權人利益的，應當對公司債務承擔連帶責任。

5. 股東會

(1) 一般規定

股東會是公司的權力機構，依法行使下列職權：

(1) 選舉和更換董事、決定有關董事的報酬事項；

(2) 審議批准董事會的報告；

(3) 審議批准公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；

(4) 對公司增加或者減少註冊資本作出決議；

(5) 對發行公司債券或其他類型證券作出決議；

(6) 對公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式作出決議；

(7) 修改公司章程；

(8) 對公司聘用、解聘承擔公司審計業務的會計師事務所作出決議；

(9) 審議批准公司章程第四十五條規定的擔保事項；

(10) 審議公司在一年內購買及／或出售重大資產超過公司最近一期經審計總資產百分之三十的事項；

(11) 審議批准變更募集資金用途事項；

(12) 審議股權激勵計劃和員工持股計劃；

(13) 審議法律、行政法規、部門規章、[**編纂**]或者公司章程規定應當由股東會決定的其他事項。

股東會分為年度股東會和臨時股東會(「**臨時股東會**」)。年度股東會每年召開一次，應當於上一會計年度結束後的六個月內舉行。

有下列情形之一的，公司在事實發生之日起兩個月以內召開臨時股東會：

(1) 董事人數不足《中國公司法》規定的法定最低人數或者公司章程所定人數的三分之二時；

(2) 公司未彌補的虧損達股本總額三分之一時；

(3) 單獨或者合計持有公司百分之十以上股份(不包括庫存股份)的股東請求時；

(4) 董事會認為必要時；

(5) 審計委員會提議召開時；

(6) 法律、行政法規、部門規章、[**編纂**]及公司章程規定的其他情形。

(2) 股東會的召集

董事會應當在規定的期限內按時召集股東會。經全體獨立董事過半數同意，獨立非執行董事(獨立董事)有權向董事會提議召開臨時股東會。對獨立董事要求召開臨時股東會的提議，董事會應當根據法律、行政法規和公司章程的規定，在收到提議後十日內提出同意或者不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。董事會同意召開臨時股東會的，在作出董事會決議後的五日內發出召開股東會的通知；董事會不同意召開臨時股東會的，說明理由並公告。

審計委員會向董事會提議召開臨時股東會，應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規和公司章程的規定，在收到提議後十日內提出同意或者不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。

董事會同意召開臨時股東會的，將在作出董事會決議後的五日內發出召開股東會的通知，通知中對原提議的變更，應徵得審計委員會的同意。

董事會不同意召開臨時股東會，或者在收到提議後十日內未作出書面反饋的，視為董事會不能履行或者不履行召集臨時股東會職責，審計委員會可以自行召集和主持。

單獨或者合計持有公司百分之十以上股份(不包括庫存股份)的股東向董事會請求召開臨時股東會，應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規和公司章程的規定，在收到股東請求後十日內提出同意或者不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。

董事會同意召開臨時股東會的，應當在作出董事會決議後的五日內發出召開股東會的通知，通知中對原請求的變更，應當徵得相關股東的同意。

董事會不同意召開臨時股東會，或者在收到請求後十日內未作出反饋的，連續九十日單獨或者合計持有公司百分之十以上股份(不包括庫存股份)的股東應當以書面形式向審計委員會提議召開臨時股東會。

審計委員會同意召開臨時股東會的，應在收到請求五日內發出召開臨時股東會的通知，通知中對原請求的變更，應當徵得相關股東的同意。

審計委員會未在規定期限內發出股東會通知的，視為審計委員會不召集和主持股東會，連續九十日單獨或者合計持有公司百分之十以上股份(不包括庫存股份)的股東可以自行召集和主持。

(3) 股東會的提案與通知

公司召開股東會，董事會、審計委員會以及單獨或者合計持有公司百分之一以上股份的股東，有權向公司提出提案。

單獨或者合計持有公司百分之一以上股份的股東，可以在股東會召開十日前提出臨時提案並書面提交召集人。臨時提案應有明確議題及具體決議事項。召集人應當在收到提案後兩日內發出股東會補充通知，公告臨時提案的內容並將該臨時議案提交股東會審議。但臨時提案違反法律、行政法規或者公司章程的規定，或者不屬於股東會職權範圍的除外。

除前款規定的情形外，召集人在發出股東會通知公告後，不得修改股東會通知中已列明的提案或者增加新的提案。

股東會通知中未列明或者不符合公司章程規定的提案，股東會不得進行表決並作出決議。

(4) 股東會的召開

股權登記日登記在冊的所有股東或其代理人均有權出席股東會及發言，並依照有關法律、法規、[**編纂**]及公司章程行使表決權。股東可以親自出席股東會，也可以委託代理人代為出席和表決。

股東會由董事長主持。董事長不能履行職務或者不履行職務時，由副董事長(公司有兩位或者兩位以上副董事長的，由過半數的董事共同推舉的副董事長主持)主持，副董事長不能履行職務或者不履行職務時，由過半數的董事共同推舉的一名董事主持。

審計委員會自行召集的股東會，由審計委員會召集人主持。審計委員會召集人不能履行職務或者不履行職務時，由過半數審計委員會成員共同推舉的一名審計委員會成員主持。

股東自行召集的股東會，由召集人或者其推舉代表主持。

召開股東會時，會議主持人違反議事規則使股東會無法繼續進行的，經出席股東會有表決權過半數的股東同意，股東會可推舉一人擔任會議主持人，繼續開會。

(5) 股東會的表決和決議

股東會決議分為普通決議和特別決議。

股東會作出普通決議，應當由出席股東會的股東(包括委託代理人)所持表決權的過半數通過。

股東會作出特別決議，應當由出席股東會的股東(包括委託代理人)所持表決權的三分之二以上通過。

下列事項由股東會以普通決議通過：

(1) 董事會的工作報告；

(2) 董事會擬定的利潤分配方案和彌補虧損方案；

(3) 董事會成員的任免及其報酬和支付方法；

(4) 除法律、行政法規規定、[**編纂**]或者公司章程規定應當以特別決議通過以外的其他事項。

下列事項由股東會以特別決議通過：

(1) 公司增加或者減少註冊資本；

(2) 公司的分立、分拆、合併、解散和清算；

(3) 公司章程的修改；

(4) 公司在一年內購買、出售重大資產或者向他人提供擔保的金額超過公司最近一期經審計總資產百分之三十的；

(5) 股權激勵計劃；

(6) 法律、行政法規、[**編纂**]或者公司章程規定的，以及股東會以普通決議認定會對公司產生重大影響的、需要以特別決議通過的其他事項。

6. 董事和董事會

(1) 董事

董事由股東會選舉或者更換。董事任期三年，任期屆滿可連選連任。

董事任期從就任之日起計算，至本屆董事會任期屆滿時為止。董事任期屆滿未及時改選，在改選出的董事就任前，原董事仍應當依照法律、行政法規、公司章程及公司股份上市地監管規則的規定，履行董事職務。

董事可以由高級管理人員兼任，但兼任高級管理人員職務的董事以及由職工代表擔任的董事，總計不得超過公司董事總數的二分之一。

(2) 董事會

董事會由10名董事組成，其中四名為獨立非執行董事。董事會設董事長一人。董事會行使下列職權：

(1) 召集股東會，並向股東會報告工作；

(2) 執行股東會的決議；

(3) 決定公司的經營計劃和投資方案；

(4) 制訂公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；

(5) 制訂公司增加或者減少註冊資本、發行公司債券或者其他證券及上市方案；

(6) 擬訂公司重大收購、收購本公司股票或者合併、分立、解散及變更公司形式的方案；

(7) 在股東會授權範圍內，決定公司對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關聯交易、對外捐贈等事項；

(8) 決定公司內部管理機構的設置；

(9) 決定聘任或者解聘公司經理，並決定其報酬事項和獎懲事項；根據經理的提名，決定聘任或者解聘公司副經理及財務負責人等高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；

(10) 制定公司的基本管理制度；

(11) 制訂公司章程的修改方案；

(12) 管理公司信息披露事項；

(13) 向股東會提請聘請或者更換為公司審計的會計師事務所；

(14) 聽取公司經理的工作匯報並檢查經理的工作；

(15) 法律、行政法規、部門規章、[**編纂**]、公司章程規定或股東會授予的其他職權。

公司董事會設置審計委員會、提名委員會及薪酬委員會。專門委員會對董事會負責，依照公司章程和董事會授權履行職責，專門委員會的提案應當提交董事會審議決定。專門委員會均由董事組成。董事會應負責制定專門委員會的工作規則並規範其運作。

7. 高級管理人員

公司設經理一名，由董事會決定聘任或者解聘。

經理對董事會負責，行使下列職權：

(1) 主持公司的生產經營管理工作，組織實施董事會決議，並向董事會報告工作；

(2) 組織實施公司年度經營計劃和投資方案；

(3) 擬訂公司內部管理機構設置方案；

(4) 擬訂公司的基本管理制度；

(5) 制定公司的具體規章；

(6) 提請董事會聘任或者解聘公司副經理、財務負責人；

(7) 決定聘任或者解聘除應由董事會決定聘任或者解聘以外的管理人員；

(8) 公司章程或者董事會授予的其他職權。

經理列席董事會會議。

8. 財務會計制度

公司依照法律、行政法規和國家有關部門的規定，制定公司的財務會計制度。

財務會計報告根據有關法律、行政法規、部門規章及[**編纂**]編製。

9. 利潤分配

本公司的利潤分配政策為：

(1) 利潤分配原則

公司實施積極的利潤分配政策，重視對股東的合理投資回報，同時兼顧公司的可持續發展，並保持利潤分配政策的連續性和穩定性。

(2) 利潤分配形式

公司可以現金、股票或兩者結合的方式分配利潤，在滿足現金股息條件的情況下，現金股息優先於股票股息。

10. 會計師事務所的聘任

公司聘用符合國家規定及[**編纂**]規定的會計師事務所進行財務報告審計、淨資產驗證及其他相關的諮詢服務等業務，聘期一年，可以續聘。

公司聘用或解聘會計師事務所，由股東會以普通決議案決定。董事會不得在股東會決定前委任會計師事務所。

11. 解散和清算

公司因下列原因解散：

(1) 公司章程規定的營業期限屆滿或者公司章程規定的其他解散事由出現；

(2) 股東會通過特別決議解散公司；

(3) 因公司合併或者分立需要解散；

(4) 依法被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷；

(5) 人民法院根據《公司法》第二百三十一條解散公司。

公司有本條第(1)項、第(2)項情形，且尚未向股東分配財產的，可以通過修改公司章程或者經股東會決議而存續。依照前款規定修改公司章程或者股東會作出決議的，須經出席股東會會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。

清算組在清理公司財產、編製資產負債表和財產清單後，應當制訂清算方案，並報股東會或者人民法院確認。

公司財產在分別支付清算費用、職工的工資、社會保險費用和法定補償金，繳納所欠稅款，清償公司債務後的剩餘財產，公司按照股東持有的股份比例分配。

清算期間，公司存續，但不得開展與清算無關的經營活動。公司財產在未按前款規定清償前，將不會分配給股東。

清算組在清理公司財產、編製資產負債表和財產清單後，發現公司財產不足清償債務的，應當依法向人民法院申請破產清算。

人民法院受理破產申請後，清算組應當將清算事務移交給人民法院指定的破產管理人。

公司清算結束後，清算組應當製作清算報告，報股東會或者人民法院確認，並報送公司登記機關，申請註銷公司登記。

12. 修改公司章程

有下列情形之一的，公司將修改公司章程：

(1) 經《中國公司法》或者有關法律及行政法規修改後，公司章程規定的事項與修改後的法律或行政法規的規定相抵觸的；

(2) 公司的情況發生變化，與公司章程記載的事項不一致的；

(3) 股東會通過特別決議決定修改公司章程的。

A. 有關本集團的進一步資料

1. 本公司註冊成立

本公司於2015年10月21日在中國成立為有限公司，並於2021年12月28日改制為股份有限公司。

我們在香港設有營業地點，地址為香港銅鑼灣希慎道33號利園一期19樓1919室，並於2025年5月30日根據公司條例第16部在香港以相同的地址註冊為非香港公司。陳佩貞女士已獲委任為我們的授權代表，於香港代表我們接收法律程序文件及通知。

由於我們在中國成立，我們的公司架構及公司章程受中國相關法律法規的規限。中國法律法規相關方面及公司章程的概要分別載於本文件「監管概覽」一節及附錄三。

2. 我們的股本變動

下表載列緊接本文件刊發前兩年內本公司的股本變動：

- 於2023年12月27日，本公司的註冊資本由人民幣30,700,935元增至人民幣33,013,739元；及
- 於2025年5月26日，本公司的註冊資本由人民幣33,013,739元增至人民幣33,747,378元。

除上文所述者外，緊接本文件日期前兩年內我們的股本並無變動。

3. 我們子公司的股本變動

公司資料概要及我們子公司的詳情載於附錄一會計師報告附註21。

以下子公司已於緊接本文件日期前兩年內成立：

子公司名稱	成立地點	成立日期
深圳市璟實商貿有限公司	中國	2023年6月30日
深圳市璟實科技有限公司	中國	2023年6月30日
上海極茂正華科技有限公司	中國	2023年7月25日
無錫極易科技有限公司	中國	2023年9月25日
淮北極易信息技術有限公司	中國	2023年9月28日
蘇州極易星晟信息科技有限公司	中國	2024年5月28日
Simpor Jaya Pte. Ltd.	新加坡	2024年8月7日
Doyoe Ambition Trading Co., Ltd.	越南	2024年8月26日
淮北易勝信息科技有限責任公司	中國	2024年10月14日
海南鴻億信息技術有限公司	中國	2024年10月23日
義烏極冠科技有限公司	中國	2024年11月7日
Singapore Ecmax Co., Pte. Ltd.	新加坡	2024年11月15日
西藏山石會永科貿有限公司	中國	2024年11月19日
吉林省易勝盈樂科技有限公司	中國	2024年12月17日
太倉極茂信息技術有限公司	中國	2025年2月20日
青島極易科技有限公司	中國	2025年2月20日
蘇州車易享科技有限公司	中國	2025年4月15日
洛陽極宏信息技術有限公司	中國	2025年4月25日

下文載列於緊接本文件日期前兩年內我們子公司的股本變動：

- 於2023年8月15日，蘇州易勝華鑫信息技術有限公司的註冊資本由人民幣1,000,000元增至人民幣3,000,000元；
- 於2023年12月29日，深圳雲創商貿科技有限公司的註冊資本由人民幣200,000元增至人民幣1,000,000元；
- 於2024年2月27日，蘇州喜立數據網絡科技有限公司的註冊資本由人民幣1,000,000元增至人民幣10,000,000元；
- 於2024年5月22日，廣州智點電子商務有限公司的註冊資本由人民幣1,000,000元減至人民幣100,000元；及
- 於2024年10月22日，深圳市璟實貿易有限公司的註冊資本由人民幣3,000,000元增至人民幣5,000,000元。

除上文所披露者外，於本文件日期前兩年內我們子公司的股本並無變動。

4. 股東決議案

在本公司於2025年6月7日舉行的特別股東大會上，除其他事項外，下列決議案已獲正式通過：

(a) 本公司發行每股面值人民幣1.00元的H股及該等H股於聯交所[**編纂**]；

(b) 將發行的H股數目不超過本公司經[**編纂**]([**編纂**]獲行使前)擴大的已發行股本總額的[**編纂**]及授出不超過根據[**編纂**]將初始[**編纂**]的H股數目[**編纂**]的[**編纂**]；

(c) 授權董事會及／或其授權人士處理與(其中包括)H股[**編纂**]及[**編纂**]有關的一切事宜；及

(d) 待[**編纂**]完成後，採納將於[**編纂**]生效的公司章程及授權董事會為[**編纂**]目的而修訂公司章程。

B. 有關我們業務的進一步資料

1. 重大合約概要

於緊接本文件日期前兩年內，我們已訂立以下屬重大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) 本公司與沃博聯廣藥（廣州）股權投資合夥企業（有限合夥）之間訂立的日期為2025年5月8日的股份認購協議，據此，沃博聯廣藥（廣州）股權投資合夥企業（有限合夥）同意以人民幣40,000,000元的對價認購本公司733,639股股份；及

(b) [**編纂**]。

2. 本集團的知識產權

截至最後實際可行日期，以下為董事認為對本集團業務而言屬重大的知識產權。

(a) 商標

截至最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對我們業務而言屬重大的商標：

序號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地	註冊編號	到期日
1.....	ecMAX	35	本公司	中國	77715454	2034年9月20日
2.....	极易优品	12	本公司	中國	76509787A	2034年8月20日
3.....	喜宝莉	25	本公司	中國	54586474	2031年12月20日
4.....	喜宝莉	35	本公司	中國	53379382	2032年10月13日
5.....	极易电商	35	本公司	中國	47388693	2031年5月13日
6.....	喜宝莉	35	本公司	中國	47320932	2031年12月27日

序號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地	註冊編號	到期日
7.	喜宝莉	16	本公司	中國	44585439	2031年2月20日
8.	喜宝莉	27	本公司	中國	44592375	2030年11月6日
9.	喜宝莉	21	本公司	中國	44585498	2031年2月20日
10.	喜宝莉	3	本公司	中國	44587133	2031年2月20日
11.	喜宝莉	18	本公司	中國	44576845	2030年11月20日
12.	极易云	35	本公司	中國	43476211	2031年1月13日
13.	极易优品	35	本公司	中國	43491459	2030年11月27日
14.	极电易商	35	本公司	中國	43477969	2031年1月6日
15.	极易优享	35	本公司	中國	43473303	2031年1月13日
16.	XIBAOLI 喜宝莉	24	本公司	中國	28685582	2028年12月13日
17.	XIBAOLI 喜宝莉	20	本公司	中國	28685835	2028年12月13日
18.	ecMax	35	本公司	中國	12909214	2024年12月27日
19.	极易	41	本公司	中國	12909121	2024年12月13日

截至最後實際可行日期，本集團已申請註冊以下我們認為對我們業務而言屬重大的商標：

序號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地	申請編號	申請日期
1.	ecMAX 极易科技 Brand Tech.	16、35	香港極易有限公司	香港	306812794	2025年2月19日

(b) 專利

截至最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對我們業務而言屬重大的專利：

序號	專利持有人名稱	說明	專利類型	專利編號	註冊地	註冊日期
1.....	本公司	一種基於大數據的商品推薦方法及系統	發明	ZL202310050055.2	中國	2023年10月27日
2.....	本公司	商品包的生成方法、系統、存儲介質及電子設備	發明	ZL202311212615.6	中國	2023年12月15日
3.....	本公司	基於機器學習的營銷信息識別方法、裝置、設備和介質	發明	ZL202311050755.8	中國	2023年11月21日
4.....	本公司	一種基於NLP的流媒體內容分析方法及系統	發明	ZL202310554226.5	中國	2023年8月4日
5.....	本公司	基於大數據的電商用戶訊息推送方法及系統	發明	ZL202110680936.3	中國	2022年5月13日

序號	專利持有人名稱	說明	專利類型	專利編號	註冊地	註冊日期
6.....	本公司	廣告投放方法、裝置、電子設備及存儲介質	發明	ZL202311569359.6	中國	2024年1月23日
7.....	本公司	一種用於電商直播的商品展示方法、用戶終端及存儲介質	發明	ZL202311181437.5	中國	2024年2月2日
8.....	本公司	基於市場滲透率的競品價格確定方法、裝置、設備及介質	發明	ZL202311061836.8	中國	2024年2月27日
9.....	本公司	一種用於電商平台的售後處理方法、裝置、設備和介質	發明	ZL202311642536.9	中國	2024年3月8日

(c) 域名

截至最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對我們業務而言屬重大的域名：

序號	域名	註冊擁有人	註冊地	註冊日期	到期日
1.....	ecmax.cn	本公司	中國	2013年11月30日	2025年11月30日

(d) 著作權

截至最後實際可行日期，本集團在中國已註冊以下我們認為對我們業務而言屬重大的著作權：

序號	著作權	註冊編號	註冊擁有人	註冊地	註冊日期
1.....	基於AI大模型企業員工問答管理系統的開發系統V1.0	2024SR0051145	本公司	中國	2024年1月8日
2.....	極易大數據處理流程及儲存管理系統V1.0	2023SR1293448	本公司	中國	2023年10月24日
3.....	極易流式大數據清洗系統V1.0	2023SR1293450	本公司	中國	2023年10月24日
4.....	極易基於web的海量數據處理系統V1.0	2023SR1293269	本公司	中國	2023年10月24日

序號	著作權	註冊編號	註冊擁有人	註冊地	註冊日期
5.....	Vlion實效整合數字營銷系統V1.0	2016SR060922	本公司	中國	2016年3月23日
6.....	Vscoial社會化精準傳播系統V1.0	2016SR353345	本公司	中國	2016年12月5日
7.....	ECEM客戶管理與消費者運營系統V1.0	2018SR227221	本公司	中國	2018年4月2日
8.....	EC零售平台營運綜合管理系統V1.0	2018SR227220	本公司	中國	2018年4月2日
9.....	EVESHOP社交零售電商平台系統V1.0	2018SR227218	本公司	中國	2018年4月2日
10.....	EASR智能商品管理與促銷管理系統V1.0	2018SR227216	本公司	中國	2018年4月2日
11.....	ESCOPE商業數據矩陣大數據處理及分析引擎系統V1.0	2018SR227215	本公司	中國	2018年4月2日

序號	著作權	註冊編號	註冊擁有人	註冊地	註冊日期
12.....	EPI+互動營銷系統V1.0	2018SR227213	本公司	中國	2018年4月2日
13.....	極易電商CRM短信營銷系統V1.0	2018SR813716	本公司	中國	2018年10月12日
14.....	極易客戶服務中心系統V1.0	2018SR899363	本公司	中國	2018年11月9日
15.....	極易電商超級互動營銷系統V1.0	2020SR0070607	本公司	中國	2020年1月14日
16.....	極易電商短信營銷系統V1.0	2020SR0070568	本公司	中國	2020年1月14日
17.....	極易電商新零售營銷系統V1.0	2020SR0066689	本公司	中國	2020年1月14日
18.....	極易基於RPA的自動化管理系統V1.0	2022SR0228635	本公司	中國	2022年2月15日
19.....	極易面向B端的客戶管理系統V1.0	2022SR0231226	本公司	中國	2022年2月15日
20.....	o2o數據後台管理系統V1.0	2023SR1390329	本公司	中國	2023年11月6日

序號	著作權	註冊編號	註冊擁有人	註冊地	註冊日期
21.....	基於IM機器人的異常報表自動化預警的的研發系統V1.0	2023SR1665549	本公司	中國	2023年12月18日
22.....	用戶評論監控分析系統V1.0	2023SR1390648	本公司	中國	2023年11月6日
23.....	極易基於大數據的智能數據分析系統V1.0	2023SR1340419	本公司	中國	2023年10月30日
24.....	極易基於AdaBoost算法的數據清洗系統V1.0	2023SR1357040	本公司	中國	2023年11月2日
25.....	極易基於優化深度置信網絡的多源異構數據清洗系統V1.0	2023SR1327477	本公司	中國	2023年10月27日
26.....	極易基於DMP大數據可視化分析處理系統V1.0	2023SR1340430	本公司	中國	2023年10月30日

C. 有關董事及主要股東的進一步資料

1. 權益披露

(a) 董事及本公司最高行政人員於本公司及其相聯法團的股份、相關股份及債權證中擁有的權益

緊隨[**編纂**]完成後(假設[**編纂**]未獲行使)，H股一經[**編纂**]，董事或最高行政人員在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(包括根據證券及期貨條例的有關條文被當作或視作由該等董事、監事或最高行政人員擁有的權益或淡倉)或根據證券及期貨條例第352條須登記於該條所指登記冊的權益或淡倉或根據上市規則附錄十所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》(「**《標準守則》**」)的權益或淡倉如下：

(i) 於本公司股份的權益

				截至最後實際可行日期	緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)	
董事或最高行政人員姓名	**權益性質**	**股份說明**	**持有或擁有權益的股份數目**	**佔我們股本總額的概約持股百分比[1]**	**佔我們H股的概約持股百分比[2]**	**佔我們股本總額的概約持股百分比[2]**
王先生[3]	實益擁有人、受控法團權益	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]
吉先生	實益擁有人	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]	[**編纂**]

附註：

(1) 計算乃基於最後實際可行日期已發行之合共[**編纂**]股未上市股份(包括[**編纂**]完成後將轉換為H股之[**編纂**]股未上市股份)。

(2) 計算乃基於合計[**編纂**]股未上市股份及[**編纂**]時已發行的[**編纂**]股H股，其中包括(a)由未上市股份轉換之合計[**編纂**]股H股；及(b)根據[**編纂**]將予發行的[**編纂**]股H股，且不計及因[**編纂**]獲行使而可能發行的H股。

(3) 請參閱本文件「主要股東」一節。

(ii) 於本公司相聯法團股份中的權益

我們的董事及最高行政人員概無於本公司任何相聯法團股份中擁有任何權益。

(b) 本集團任何成員公司(本公司除外)主要股東的權益

本集團成員公司	主要股東姓名／名稱	主要股東持有的股權概約百分比
上海可萬威訊信息技術有限公司	北京信邑晟企業管理有限公司	40.0%
深圳市彩虹雲科技有限公司	海南德贍供應鏈管理有限公司	20.0%
淮北易勝信息科技有限責任公司	敬松	35.0%
西藏山石會永科貿有限公司	王岩	40.0%
廣州智點電子商務有限公司	孫丹丹	40.0%
北京小資科技有限公司	陳明偉	40.0%
蘇州車易享科技有限公司	杭州國鏈築夢科技合夥(有限合夥)	45.0%
吉林省易勝盈樂科技有限公司	吉林省盈樂投資有限公司	45.0%
海南易後信息技術有限公司	上海後非軟件科技有限公司	49.0%

本集團成員公司	主要股東姓名／名稱	主要股東持有的股權概約百分比
北京極邁科技有限公司	海口融智有數科技合夥企業（有限合夥）	49.0%
璟實供應鏈(深圳)有限公司	海南德贍供應鏈管理有限公司	20.0%
海南鴻億信息技術有限公司.....	金文靜	35.0%
Singapore Ecmax Co., Pte. Ltd. ...	香港信屹誠國際貿易有限公司	40.0%
Simpor Jaya Pte. Ltd.	Jiraporn Ananthasook	40.0%

除上文所披露者外，緊隨[**編纂**]完成後(假設[**編纂**]未獲行使)，董事並不知悉任何人士(並非董事或本公司最高行政人員)將於附有權利可在任何情況下於本集團任何成員公司(本公司除外)之股東大會上投票的股本面值中直接或間接擁有10%或以上權益。

2. 服務合約詳情

我們[已]與各董事就(其中包括)遵從相關法律法規、遵守公司章程及仲裁條款訂立合約。

除上文披露者外，概無董事已或擬與本集團任何成員公司訂立服務合約(於一年內屆滿或由相關僱主於一年內終止而毋須賠償(法定賠償除外)的合約除外)。

3. 董事薪酬

我們就截至2022年、2023年及2024年12月31日止財政年度向董事支付的薪酬總額(包括薪金、酌情花紅、津貼及退休福利計劃供款)分別約為人民幣484,000元、人民幣506,000元及人民幣819,000元。

董事薪酬詳情亦載於本文件附錄一所載會計師報告附註15。除會計師報告所披露者外，本公司或我們任何子公司於往績記錄期間並無向董事支付或應付其他酬金。

於往績記錄期間五名最高薪人士概無擔任董事。於往績記錄期間，我們於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度向五名最高薪人士支付的薪酬總額分別約為人民幣5,319,000元、人民幣5,615,000元及人民幣4,280,000元。

根據現行安排，本公司於截至2025年12月31日止財政年度應付董事的薪酬及實物福利總額估計約為600,000港元。

於往績記錄期間，概無董事(或前董事)或五名最高薪人士獲支付任何款項(i)作為加盟或於加盟我們時的獎勵，或(ii)作為有關管理本集團任何成員公司事務的離職補償。

概無董事根據任何安排已放棄或同意放棄往績記錄期間的任何酬金或實物福利。

除本文件所披露者外，概無董事於我們發起中或我們擬收購的物業中曾擁有或擁有權益，概無董事獲任何人士支付或同意支付現金或股份或其他對價，誘使其出任或擔任董事，或以其他方式誘使其提供有關本公司發起或成立的服務。

4. 已收費用或佣金

除與[**編纂**]有關外，董事或名列下文「E.其他資料—7.專家同意書」一段的任何人士於緊接本文件日期前兩年內，概無就發行或銷售本集團任何成員公司的任何股本而收取任何佣金、折讓、經紀費用或其他特別條款。

5. 免責聲明

(a) 除本附錄四「C.有關董事及主要股東的進一步資料－1.權益披露」一節所披露者外，概無董事或最高行政人員於我們的H股在聯交所[**編纂**]後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分部將須知會我們及聯交所的任何權益及淡倉(包括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及淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條將須登記於該條所述的登記冊內的任何權益及淡倉，或根據標準守則將須知會我們及聯交所的任何權益及淡倉。

(b) 概無董事或下文「E.其他資料—6.專家資格」一段所列任何一方於我們的發起，或在於緊接本文件刊發日期前兩年內我們已收購或出售或租用，或我們擬收購或出售或租用的任何資產中擁有任何權益。

(c) 除與[**編纂**]有關者外，概無董事或下文「E.其他資料—6.專家資格」一段所列任何一方於本文件刊發日期仍然存續且對本集團業務而言屬重大的任何合約或安排中擁有重大權益。

(d) 除與[**編纂**]有關者外，下文「E.其他資料—6.專家資格」一段所列的任何一方概無：(i)於我們的任何股份或我們的任何子公司的任何股份中擁有法定或實益權益；或(ii)擁有可認購或提名他人認購本集團任何成員公司的證券的任何權利或購股權(不論是否可依法強制執行)。

(e) 董事或其各自的聯繫人(定義見上市規則)或任何股東(據董事所知，該等股東擁有我們已發行股本的5%以上)概無於我們的五大供應商或我們的五大客戶中擁有任何權益。

D. 僱員激勵計劃

我們的僱員激勵計劃(「**該計劃**」)由董事會於2017年9月以決議案採納及批准。由於該計劃不涉及本公司於[**編纂**]後授出購股權或獎勵，故該計劃不受上市規則第十七章條文規限。鑒於該計劃下的股份已發行，因此不會對已發行股份產生任何攤薄影響。

截至最後實際可行日期，本公司已設立三個僱員持股平台，即蘇州尚來、易賣有為及極易大展(均直接持有本公司股份)。截至最後實際可行日期，三個僱員持股平台合共持有3,852,718股未上市股份，佔緊接[**編纂**]完成前已發行股份總額約11.42%。有關僱員持股平台的進一步詳情，請參閱本文件「歷史、發展及公司架構－僱員持股平台」一節。

以下為該計劃主要條款的概要。

目的

該計劃旨在表彰我們的僱員對本集團的貢獻。該計劃促進了股東與管理團隊之間的共同利益，使本公司更能夠把注意力放在長期發展。

資格

合資格參與該計劃的人士為董事、監事、高級管理人員及核心僱員以及任何其他被視為對本集團作出重大貢獻的人士。

選定參與者的參與

各僱員持股平台的執行事務合夥人為王先生，其負責彼等各自的管理事務。董事會有權(其中包括)經考慮選定參與者的職位、工作表現及對本集團的貢獻等後釐定該計劃的選定參與者、將予授出的獎勵數目及授出價格。

該計劃項下的選定參與者(「**參與者**」)於僱員持股平台以經濟權益的形式獲授獎勵，並於收購相關僱員持股平台的合夥權益後，透過彼等各自作為相關僱員持股平台的有限合夥人的權益間接擁有本公司權益。

轉讓限制

根據該計劃授出的任何獎勵均為獲授獎勵的參與者的個人獎勵且不得轉讓。參與者不得出售或轉讓彼等各自於僱員持股平台的權益。

離職僱員安排

倘參與者離任本集團、喪失履職能力或身故，則參與者可(受限於屆時生效之適用法定限制)將其在相關僱員持股平台的合夥權益出售或轉讓予執行事務合夥人批准的本集團任何其他僱員，而轉讓對價將由相關各方釐定。然而，倘參與者因自身不當行為(包括但不限於失職、違反道德準則、違反保密義務、玩忽職守、瀆職或其他違反道德規範、法律法規或公司章程之行為)被終止與本集團之僱傭或服務關係，則相關僱員持股平台的執行事務合夥人有權要求參與者將其在相關僱員持股平台的合夥權益轉讓予彼或彼指定的本集團任何其他僱員，而轉讓對價將根據該計劃釐定(可抵銷給本集團或相關僱員持股平台造成的虧損金額)。

E. 其他資料

1. 遺產稅

董事已獲告知，根據香港及中國的法律，本公司或其任何子公司目前不大可能須承擔中國法律下的重大遺產稅責任。

2. 訴訟

截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何尚未了結或威脅針對我們或任何董事提出的重大訴訟或仲裁程序可能對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

3. 獨家保薦人

獨家保薦人符合上市規則第3A.07條所載的保薦人適用獨立標準。就獨家保薦人作為[**編纂**]保薦人所提供的服務而應向其支付的費用為950,000美元，並須由我們支付。

4. 開辦費用

我們並無就本公司的註冊成立產生任何重大開辦費用。

5. 發起人

本公司的發起人包括於改制為股份有限公司前本公司於2021年12月3日的當時所有27名股東。

編號	姓名／名稱
1	王珊
2	吉融
3	青島易華生鑫企業管理合夥企業(有限合夥)
4	蘇州尚來企業管理合夥企業(有限合夥)
5	江蘇京東邦能投資管理有限公司
6	蘇州新麟三期創業投資企業(有限合夥)
7	廈門為來卓識股權投資基金合夥企業(有限合夥)
8	蘇州工業園區中億明源二期創業投資中心(有限合夥)
9	寧波梅山保稅港區嗣昌投資中心(有限合夥)
10	蘇州翼樸一號股權投資合夥企業(有限合夥)
11	蘇州翼樸二號股權投資合夥企業(有限合夥)
12	江蘇聿泉元禾原點智能叁號創業投資合夥企業(有限合夥)
13	寧波道合融海投資管理合夥企業(有限合夥)
14	蘇州文匯高齊股權投資中心(有限合夥)

編號	姓名／名稱
15	建銀科創(蘇州)投貸聯動股權投資基金(有限合夥)
16	揚州富海三七互聯網文化投資中心(有限合夥)
17	福建大器極易股權投資合夥企業(有限合夥)
18	珠海崇星股權投資合夥企業(有限合夥)
19	深圳市國宏三號管理諮詢服務合夥企業(有限合夥)
20	蘇州康力君卓股權投資中心(有限合夥)
21	西安交大思源普惠投資合夥企業(有限合夥)
22	蘇州易賣有為企業管理合夥企業(有限合夥)
23	蘇州極易大展企業管理合夥企業(有限合夥)
24	蘇州高策極易創業投資合夥企業(有限合夥)
25	上海淼霖諮詢管理合夥企業(有限合夥)
26	上海謙京企業管理中心(有限合夥)
27	南京極晟企業管理合夥企業(有限合夥)

除[**編纂**]外，於緊接本文件日期前兩年內，概無就[**編纂**]及本文件所述相關交易向任何上文所述發起人支付、配發或給予現金、證券或其他利益，亦不擬向任何該等發起人支付、配發或給予現金、證券或其他利益。

6. 專家資格

以下為本文件載有其所發出的意見或建議的專家資格：

中信證券(香港)有限公司	獲發牌可進行第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(定義見證券及期貨條例)的法團
羅申美會計師事務所	執業會計師及註冊公眾利益實體核數師
環球律師事務所	本公司中國法律顧問
弗若斯特沙利文	獨立行業顧問

於最後實際可行日期，上述專家概無持有本集團任何成員公司的股權或擁有任何權利(不論能否合法強制執行)，以認購或提名他人認購本集團任何成員公司的證券。

7. 專家同意書

名列「—6.專家資格」的各專家均已就本文件的刊發分別發出同意書，同意以本文件所載的形式及內容轉載其報告及／或函件及／或意見及／或引述其名稱，且迄今並無撤回該等同意書。

8. H股持有人的稅務

倘H股的出售、購買及轉讓按本公司的H股股東名冊進行，包括於該等交易在聯交所進行的情況下，該等出售、購買及轉讓須繳納香港印花稅。對各買方及賣方徵收的稅率為對價或所出售或轉讓的H股的公允價值(以較高者為準)的0.1%。有關稅務的進一步詳情，請參閱本文件「監管概覽—有關中國稅項的法規」一節。

9. 約束力

倘根據本文件提出申請，本文件即具效力，全部有關人士均受公司(清盤及雜項條文)條例第44A及44B條的所有適用條文(罰則除外)的約束。

10. 購回股份的限制

有關詳情，請參閱本文件附錄三「公司章程概要－2. 增資、減資和回購股份」一節。

11. 雜項

(a) 緊接本文件日期前兩年內：

(i) 除本文件「歷史、發展及公司架構」、「股本」及「[**編纂**]」各節及本附錄四所披露者外，本公司或其任何子公司並無發行或同意發行或擬繳足或部分繳付任何股本或借貸資本以換取現金或現金以外的對價；

(ii) 除與[**編纂**]有關者外，並無就發行或出售本公司或其任何子公司任何股本或借貸資本而給予或同意給予任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特殊條款；及

(iii) 除與[**編纂**]有關者外，概無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司的任何股份或債權證而支付或應付任何佣金。

(b) 本集團並無發行任何認股權證，亦無任何發行在外的認股權證或任何可轉換債務證券。

(c) 本公司或其任何子公司的股本或借貸資本並無附帶購股權或有條件或無條件同意附帶購股權。

(d) 本公司或其任何子公司概無發行或同意發行任何創辦人、管理層或遞延股份。

(e) 董事確認：

(i) 自2024年12月31日（即本集團最新經審計綜合財務報表的編製日期）以來，本集團的財務或經營狀況或前景概無發生重大不利變動；

(ii) 概無訂立有關豁免或同意豁免日後股息的安排；及

(iii) 本文件日期前12個月內，本集團業務並無出現任何中斷而可能或已經對本集團的財務狀況構成重大影響。

(f) 概無影響我們從香港以外的地方匯入利潤或將資本匯回香港的任何限制。

(g) 本集團旗下公司現在並無於任何證券交易所上市，亦無於任何交易系統買賣。

(h) 本文件的英文及中文版本依據香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第4條訂明的豁免分開刊發。

送呈公司註冊處處長文件

隨本文件一併送呈香港公司註冊處處長以作登記的文件包括：

(a) 本文件附錄四「法定及一般資料—B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」一節所述重大合約副本；及

(b) 本文件附錄四「法定及一般資料—E.其他資料－7.專家同意書」一段所述同意書。

展示文件

下列文件的副本將於本文件日期起計14日（包括當日）內，於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站**www.ecmax.cn**上展示：

(a) 公司章程；

(b) 羅申美會計師事務所編製的會計師報告，其全文載於本文件附錄一；

(c) 本公司截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度的經審計綜合財務報表；

(d) 羅申美會計師事務所就[**編纂**]財務資料編製的報告，其全文載於本文件附錄二；

(e) 我們的中國法律顧問環球律師事務所就本集團於中國的若干方面及物業權益編製的中國法律意見；

(f) 弗若斯特沙利文刊發的行業報告，其概要載於本文件「行業概覽」一節；

(g) 本文件附錄四「法定及一般資料—B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」一節所述重大合約；

(h) 本文件附錄四「法定及一般資料—E.其他資料—7.專家同意書」一節所述書面同意；

(i) 本文件附錄四「法定及一般資料—C.有關董事及主要股東的進一步資料—2.服務合約詳情」一節所述的服務合約及委任書；及

(j) 《中國公司法》《中國證券法》《境外上市試行辦法》及中國證監會發佈的《上市公司章程指引》連同其非官方英文譯本。