

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依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



TONGSHIFU

**HANGZHOU TONGSHIFU CULTURAL AND
CREATIVE (GROUP) CO., LTD.**

杭州銅師傅文創(集團)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，僅用作提供資訊予香港公眾人士。

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

- (a) 本文件僅為向香港公眾提供有關本公司的資料，概無任何其他目的。投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其保薦人、獨家整體協調人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法權區必須進行上市活動的責任。本公司最終會否進行上市仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 申請版本並非最終的上市文件，本公司可能不時根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則作出更新或修訂；
- (e) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約，且不在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或其任何聯屬公司、顧問或包銷商概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或招攬購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按1933年美國證券法(經修訂)或美國任何州立證券法例註冊；
- (j) 由於本文件的派發或本文件所載任何資料的發佈可能受到法律限制，閣下同意了解並遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關上市申請。

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

重要提示

重要提示：閣下如對本文件的任何內容有任何疑問，應取得獨立專業意見。



TONGSHIFU

**HANGZHOU TONGSHIFU CULTURAL AND
CREATIVE (GROUP) CO., LTD.**

杭州銅師傅文創（集團）股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

[編纂]

[編纂]的[編纂]數目：[編纂]股H股（視乎[編纂]行使
與否而定）

[編纂]數目：[編纂]股H股（可予調整）

[編纂]數目：[編纂]股H股（可予調整及視乎[編纂]
行使與否而定）

最高[編纂]：每股H股[編纂]港元，另加1.0%經紀佣金、
0.0027%證監會交易徵費、0.00565%聯交
所交易費及0.00015%會財局交易徵費（須
於申請時以港元繳足，多繳股款可予退
還）

面值：每股H股人民幣1.00元

[編纂]：[編纂]

獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]

CMBI 招銀国际

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

本文件連同「附錄八一送呈香港公司註冊處處長及展示文件」所列明的文件已根據香港法例第32章公司（清盤及雜項條文）條例第342C條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。

[編纂]並無及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[編纂]、出售、抵押或轉讓，惟豁免根據美國證券法進行登記的規定除外。[編纂]可根據S規例通過離岸交易在美國境外[編纂]、出售或交付。

預計[編纂]將由[編纂]（代表[編纂]）與我們於[編纂]以協議方式釐定。[編纂]預計為2025年[編纂]（香港時間）或前後，惟無論如何不遲於2025年[編纂]中午十二時正（香港時間）。[編纂]將不會超過每股[編纂][編纂]港元且目前預計不會低於每股[編纂][編纂]港元。倘[編纂]（代表[編纂]）與我們因任何理由而未能於2025年[編纂]中午十二時正（香港時間）前協定[編纂]，則[編纂]將不會進行並告失效。[編纂]的申請人在申請時（視乎申請渠道而定）或須就每股[編纂]支付最高[編纂][編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費。

[編纂]在決定投資前，須仔細考慮本文件所載的全部資料，包括「風險因素」一節所載的風險因素。

倘若[編纂]上午八時正前出現若干理由，[編纂]（為其本身及代表[編纂]）可終止[編纂]於[編纂]項下的責任。請參閱「[編纂]」一節。

[編纂]

[編纂]

重 要 提 示

[編纂]

重 要 提 示

[編纂]

預 期 時 間 表

[編 纂]

預 期 時 間 表

[編 纂]

預 期 時 間 表

[編 纂]

目 錄

致[編纂]的重要通知

本公司僅就[編纂]及[編纂]刊發本文件，除[編纂]外，本文件並不構成出售任何證券的[編纂]或[編纂]或購買任何證券的[編纂]招攬。本文件不得用作亦不構成在任何其他司法權區或任何其他情況下出售任何證券的[編纂]或[編纂]或購買任何證券的[編纂]招攬。本公司並無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區內[編纂][編纂]或派發本文件。在其他司法權區內派發本文件以及[編纂]及出售[編纂]須受限制，且除非已根據該等司法權區的適用證券法向有關證券監管機關登記或獲其授權或豁免，否則不得進行上述活動。

閣下應僅依賴本文件所載資料作出投資決定。我們並無授權任何人士向閣下提供與本文件所載不同的資料。閣下不應將並非載於本文件的任何資料或聲明視為已經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們或彼等各自任何董事、高級職員、僱員、代理或其任何代表，或參與[編纂]的任何其他人士或各方授權而加以依賴。我們的網站www.tongshifu.com所載的資料並不構成本文件的一部分。

頁次

預期時間表.....	iv
目錄	vii
概要	1
釋義	21
技術詞彙表.....	34
前瞻性陳述.....	38
風險因素.....	40
豁免嚴格遵守上市規則	70
有關本文件及[編纂]的資料	74
董事及參與[編纂]的各方	79
公司資料.....	84

目 錄

行業概覽.....	86
監管概覽.....	106
歷史、發展及公司架構	124
業務	156
與單一最大股東的關係	268
董事及高級管理層	274
股本	288
主要股東.....	294
財務資料.....	297
未來計劃及[編纂].....	351
[編纂].....	359
[編纂]的架構	371
如何申請[編纂]	382
附錄一 — 會計師報告.....	I-1
附錄二 — 未經審計[編纂]財務資料.....	II-1
附錄三 — 物業估值報告.....	III-1
附錄四 — 稅項及外匯.....	IV-1
附錄五 — 主要法律及監管規定概要	V-1
附錄六 — 公司章程概要.....	VI-1
附錄七 — 法定及一般資料.....	VII-1
附錄八 — 送呈香港公司註冊處處長及展示文件	VIII-1

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於這僅為概要，故並不包含可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂][編纂]前應閱讀整份文件。任何投資均涉及風險，有關[編纂][編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前應仔細閱讀該節。本節所用的若干表述的定義或解釋載於本文件「釋義」及「技術詞彙表」。

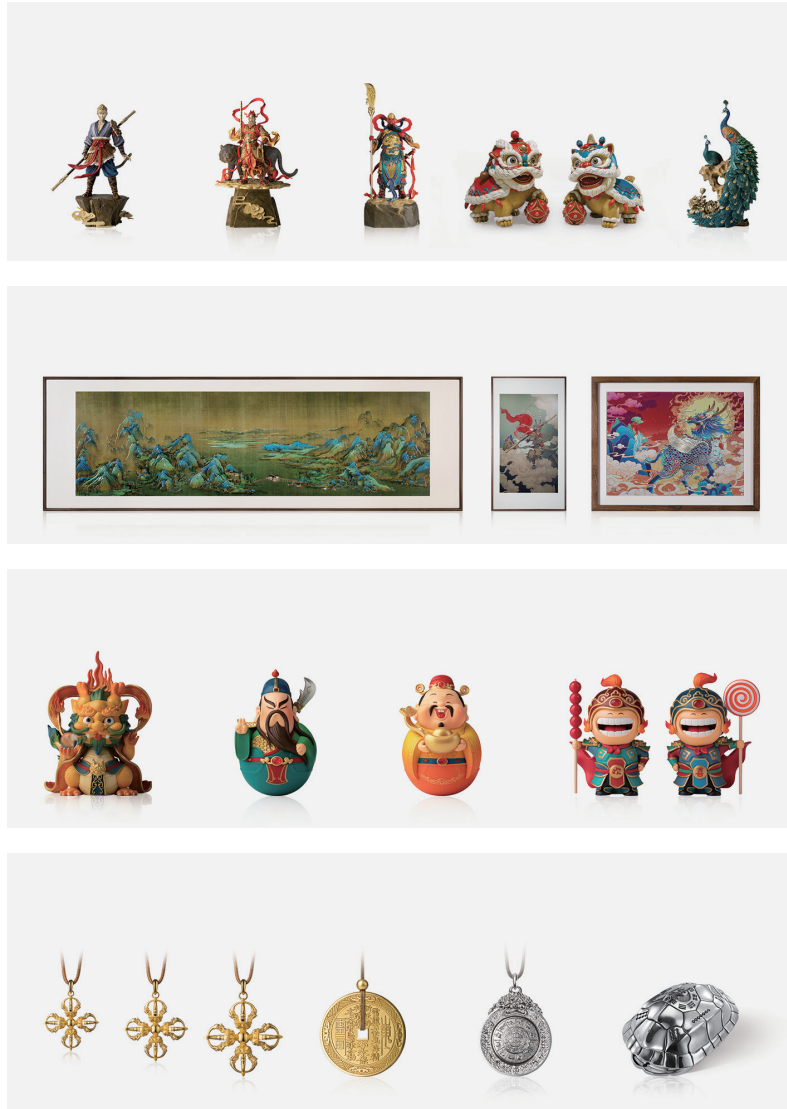
概覽

我們（即銅師傅）自成立以來，一直專注於將傳統工藝與現代設計和使用場景相結合，開發銅質文創產品。根據弗若斯特沙利文報告，截至2024年12月31日止年度，我們在中國銅質文創工藝產品市場按總收入計位列第一，市場份額達35.0%，彰顯了我們在金屬文創工藝產品市場中該細分領域（約佔6.3%）的強勁地位。

銅師傅品牌發軔於承襲中國傳統工藝的銅器工坊，歷經十年演進，成為全國領軍文創品牌。通過持續投入於原創設計與研究和發展，我們將材質版圖延伸至金、銀與塑膠，吸引更多廣泛的受眾並拓展創意可能。我們的銅質、黃金、銀質產品均採用純金屬製成。若干銅質文創產品SKU在表面鍍有一層純金或純銀，以提升其美觀及價值。我們旨在打造符合當代消費者審美偏好及使用場景的產品。

概 要

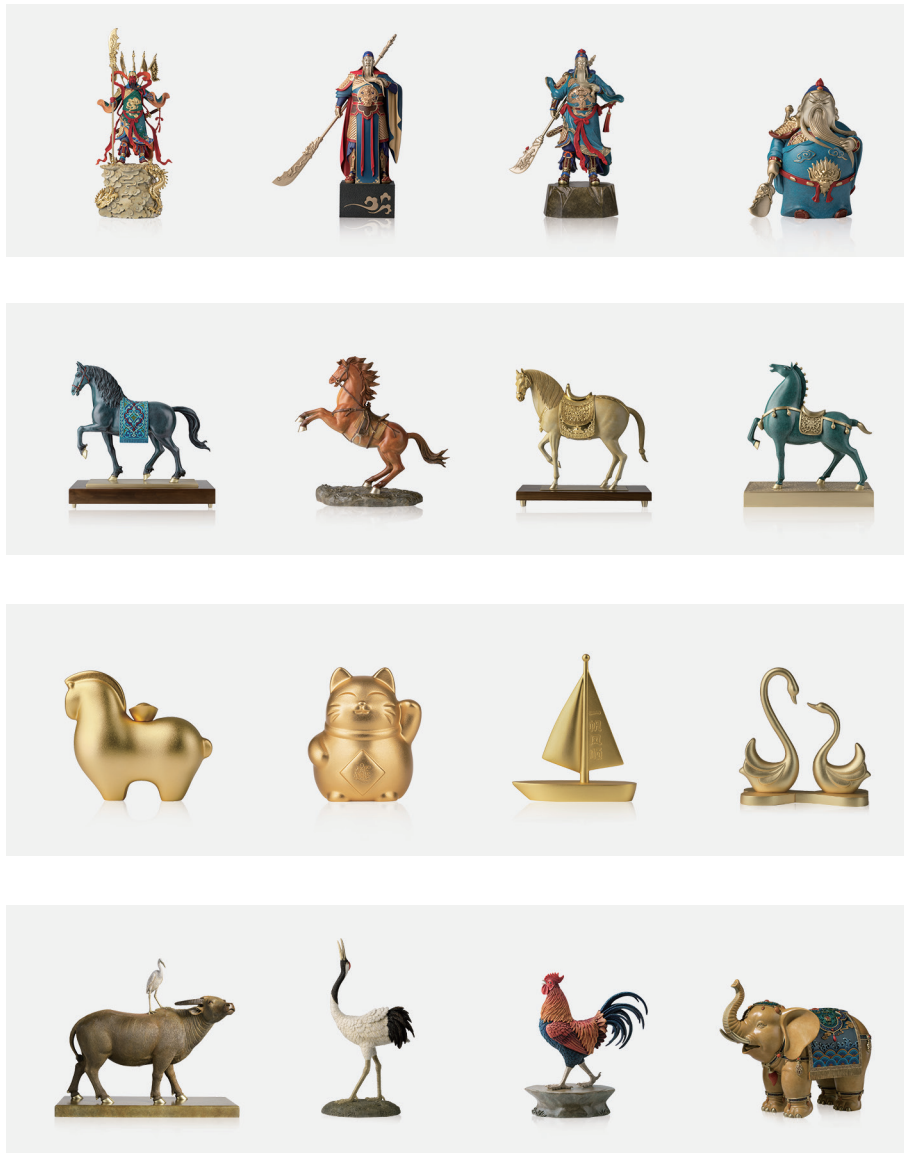
產品矩陣



銅質文創產品至今仍是我們產品矩陣的核心品類。銅質文創工藝產品市場相對集中，前三大市場參與者共同佔截至2024年12月31日止年度按收入劃分的市場總額的71.9%以上。我們的領先地位得益於我們的創意和製造模式、強大的品牌資產以及高度參與的消費者社區文化。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們銅質文創產品的收入分別為人民幣479.6百萬元、人民幣488.0百萬元、人民幣551.3百萬元、人民幣273.9百萬元及人民幣292.5百萬元，分別佔同期總收入的95.4%、96.3%、96.6%、96.6%及94.9%。在此基礎上，我們逐步拓展至塑膠潮玩、銀質文創產品及黃金文創產品等多元材質品類，充分發揮在美學設計與規模化工藝方面的積累優勢，以回應消費者對多樣材質、富有文化表達力產品的持續增長需求。

概 要

精選銅質文創產品



優勢

我們認為以下優勢有助於我們的成功並使我們從競爭對手中脫穎而出：(i)中國銅質文創工藝產品市場的第一品牌；(ii)通過結構化定價及工藝平衡質量及親民價格；(iii)透過結構化的工作流程及工藝優化提升傳統工藝；(iv)以原創設計推動了長期發展；(v)以多元渠道佈局構建了廣覆蓋的多渠道觸達能力；及(vi)經驗豐富的管理層和富有創意的團隊，助力長期業務增長。有關詳情，請參閱本文件「業務－優勢」。

概 要

戰略

我們計劃實施以下針對性戰略：(i)持續產品開發，催生新增長動力；(ii)優化多方位銷售網絡，打造綜合零售生態；(iii)提升需求預測和資源配置，優化訂單交付履行；(iv)國際拓展策略及區域市場發展；及(v)選擇性進行數字化升級，支持運營效率提升。有關詳情，請參閱本文件「業務－戰略」。

我們的產品

我們的產品類別

我們的產品根據材質與工藝分為以下四大類：(i)銅質文創產品；(ii)塑膠潮玩；(iii)銀質文創產品及(iv)黃金文創產品。每個產品類別均經精心設計，將傳統工藝與現代技術相結合，滿足不同消費者的偏好和市場趨勢。我們的產品組合主要定位於金屬文創工藝產品市場，重點聚焦銅質文創產品。銅質文創市場是更廣泛的金屬文創工藝產品市場的專業化細分領域。有關市場架構的進一步詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節。

我們的產品將傳統工藝與現代設計融合，具有多種功能，可滿足客戶的多種需求。作為送禮的理想選擇，有關產品是節日場合、個人慶賀和企業活動的完美之選。限量版物件（尤其是靈感來自於我們專有IP的物件）亦深受收藏者的青睞。例如，我們的觀音和關羽系列銅像經常成為店面或公司入口處的裝飾品，象徵著歡迎和尊敬，而桌面擺件等小型物件則非常適合裝飾書房、學習室和會議空間。另外一個例子是金磚系列，因其設計及材質構成而兼具投資價值及收藏者吸引力。同樣地，金葫蘆也是意義非凡的禮物，特別適合送給家中長輩，原因是它象徵著在中國文化中備受推崇的富貴和長壽。此外，我們的銅雕畫為商業空間、辦公環境和傢具增添了一抹藝術氣息。同時，我們的金銀文創產品提供小巧、多用途的單品，例如吊墜和小公仔，可作為包包和衣服上的飾品佩戴，或作為裝飾品展示。

概 要

下表載列於往績記錄期內我們按產品類別劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估收入		估收入		估收入		估收入		估收入	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
	(未經審計)									
銅質文創產品.....	479,645	95.4	488,005	96.3	551,251	96.6	273,865	96.6	292,452	94.9
— 銅質擺件	428,004	85.1	434,161	85.7	497,831	87.2	246,066	86.8	267,756	86.9
— 銅雕畫	51,641	10.3	53,844	10.6	53,420	9.4	27,799	9.8	24,696	8.0
塑膠潮玩.....	3,286	0.7	13,304	2.6	14,252	2.5	8,216	2.9	5,213	1.7
銀質文創產品.....	4,771	0.9	3,320	0.7	4,232	0.7	592	0.2	4,692	1.5
黃金文創產品.....	—	—	—	—	1,274	0.2	846	0.3	5,878	1.9
木質文創產品.....	15,483	3.0	1,754	0.4	179	0.0	97	0.0	3	0.0
總計	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

下表載列於往績記錄期內我們按產品類別劃分的毛利及毛利率明細。有關趨勢討論的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－節選損益表項目的說明－收入－銷售渠道」一節。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
銅質文創產品.....	155,654	32.5	155,902	31.9	194,024	35.2	97,514	35.6	103,342	35.3
塑膠潮玩.....	1,491	45.4	6,806	51.2	6,215	43.6	4,097	49.9	1,767	33.9
銀質文創產品.....	1,883	39.5	1,339	40.3	1,558	36.8	231	38.9	2,079	44.3
黃金文創產品.....	—	—	—	—	205	16.1	174	20.6	975	16.6
木質文創產品.....	3,200	20.7	162	9.2	83	46.4	39	40.2	*	10.8
總計	<u>162,228</u>	<u>32.2</u>	<u>164,209</u>	<u>32.4</u>	<u>202,085</u>	<u>35.4</u>	<u>102,055</u>	<u>36.0</u>	<u>108,163</u>	<u>35.1</u>

概 要

下表載列於往績記錄期內我們的主要產品類別的銷量及平均售價。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的產品－我們的產品類別」。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元
銅質文創產品.....	1,318,788	363.7	1,297,376	376.1	1,549,310	355.8	673,662	406.5	1,006,929	290.4
塑膠潮玩.....	25,842	127.1	140,313	94.8	185,743	76.7	94,741	86.7	87,020	59.9
銀質文創產品.....	2,860	1,668.1	2,556	1,299.2	6,451	655.9	509	1,162.4	10,660	440.1
黃金文創產品.....	-	-	-	-	14	91,025.3	1	845,958.7	238	24,699.0
木質文創產品.....	44,500	347.9	11,601	151.2	1,314	136.6	187	524.6	39	94.8
總計	<u>1,391,990</u>	-	<u>1,451,846</u>	-	<u>1,742,832</u>	-	<u>769,100</u>	-	<u>1,104,886</u>	-

基於我們在銅工藝方面的專業知識，於2024年末，我們已逐步將自身產品供應擴展到黃金文創工藝產品。這兩種金屬的共同特性使我們能夠在設計、工藝和生產流程方面發揮協同作用。我們的黃金文創產品以專門的子品牌「璽匠金舖」進行營銷。這些產品由999純金打造。除[編纂]外，「璽匠金舖」子品牌下的特定SKU亦有純銀版可供選擇。

於往績記錄期，我們亦以「唯檀」品牌提供有限的木質文創產品。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，木質文創產品產生的收入分別佔總收入的3.0%、0.4%、少於0.1%、少於0.1%及少於0.1%。該類別的絕對金額及佔收入比例均較低，且由於我們決定自2022年起停止生產木質文創產品，因此收入大幅下降。其後期間的收入主要來自出售剩餘存貨。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的產品－我們的產品類別」。

我們的產品開發

我們的產品開發是我們業務不可或缺的一部分，專注於原創設計、樣品創建及工藝改進，而非基礎技術進步。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的產品－我們的產品開發」。

概 要

我們的IP矩陣

我們已建立全面的IP矩陣，包括自研IP和授權IP合作，並輔以設計專利、著作權和專有技術的強大體系支持。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，基於自研IP的SKU的收入分別約為人民幣473.5百萬元、人民幣447.2百萬元、人民幣535.4百萬元、人民幣260.7百萬元及人民幣281.0百萬元，佔總收入約94.1%、88.3%、93.7%、91.9%及91.2%。另一方面，基於授權IP的SKU的收入分別約為人民幣29.7百萬元、人民幣59.1百萬元、人民幣35.8百萬元、人民幣22.9百萬元及人民幣27.2百萬元，佔總收入5.9%、11.7%、6.3%、8.1%及8.8%。

我們持續透過自研及授權IP豐富知識產權組合，各年度／期間推出新款SKU以配合不斷發展的產品管線。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，以及直至最後實際可行日期，我們分別新推出407款、350款、528款、190款、240款及174款基於自研IP的SKU。同期，我們分別新推出176款、164款、179款、87款、50款及81款基於授權IP的SKU。新增SKU數量乃基於各期間內新發售SKU計算。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，來自我們五大IP的收入合共分別佔總收入的20.5%、20.1%、23.9%及23.2%。我們已建立廣泛且多元化的IP矩陣，確保我們不會極大依賴任何單一IP。

截至2025年6月30日，我們已獲得1,677項藝術著作權、246項外觀設計專利、12項實用新型專利、九項軟件版權及三項發明專利，反映了我們在研發和IP保護方面的持續投入。為支持IP戰略，我們建立了專門的創意研發系統，截至2025年6月30日，該系統由126名研發人員組成。我們繼續擴大研發人才庫，深化設計專業化，這體現在於往績記錄期，在不斷擴大的產品類別和主題範圍內，新SKU產量穩步增長。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的IP矩陣」。

我們的定價

我們的定價策略乃基於質價比原則，強調每件產品的藝術、文化和物質價值，同時確保廣泛的消費者可及性。於往績記錄期，我們的線上客單價於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月分別約為人民幣958元、人民幣822元、人民幣777元及人民幣556元。於往績記錄期，來自我們線下直營店的線下客單價於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月分別約為人民幣1,918元、人民幣1,734元、人民幣568元及人民幣659元。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的定價」。

概 要

我們的生產

我們採用一體化生產和採購模式，將內部製造與有限的委託生產相結合。我們在杭州設施進行內部生產，截至2025年6月30日，杭州設施的總建築面積約為155,626平方米。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的委託生產成本分別佔營業成本的3.7%、4.1%、4.8%、5.0%及6.8%，表明我們克制地使用外部資源支持生產效率。

銅是我們生產過程中使用的主要原材料，其價格波動是影響我們採購成本的關鍵因素。於往績記錄期，直接材料（主要包括我們的銅質文創產品所用的銅）分別佔截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月總營業成本的約51.9%、47.1%、47.1%、46.7%及48.7%。有關更多詳情，請參閱本文件「財務資料－節選損益表項目的說明－營業成本」。

我們的產能反映我們銅質文創產品的藝術價值，按銅的年加工量（千克）計算。我們的設計產能由標準勞動假設計算得出，當中考慮所涉及的人工工序。於往績記錄期，我們的產能利用率維持相對穩定，處於較高水平。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的產能利用率分別為99.7%、99.3%、101.7%、98.3%及99.0%。

於往績記錄期，並無任何重大收入集中或歸因於任何單一熟練工人的貢獻。

有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的生產」。

銷售及營銷

下表載列於往績記錄期內我們按整體線上銷售及線下銷售劃分的收入：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
線上銷售.....	410,780	81.7	414,994	82.0	455,070	79.7	221,906	78.3	247,870	80.5
線下銷售.....	92,405	18.3	91,389	18.0	116,118	20.3	61,710	21.7	60,368	19.5
總計	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

概 要

下表載列於往績記錄期內我們按銷售渠道劃分的產品銷售收入：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元 (未經審計)	%	人民幣千元	%
直銷										
線上直銷.....	355,392	70.6	353,977	69.9	402,889	70.5	189,595	66.9	215,118	69.8
線下直銷.....	3,648	0.7	3,624	0.7	17,627	3.1	5,730	2.0	14,570	4.7
其他直銷 ⁽¹⁾	12,805	2.5	13,354	2.6	17,761	3.1	9,458	3.3	8,775	2.8
小計.....	<u>371,845</u>	<u>73.8</u>	<u>370,955</u>	<u>73.2</u>	<u>438,277</u>	<u>76.7</u>	<u>204,783</u>	<u>72.2</u>	<u>238,463</u>	<u>77.3</u>
經銷										
線上經銷商.....	51,842	10.3	47,027	9.3	37,996	6.7	27,883	9.8	19,576	6.4
線下經銷商.....	75,952	15.1	74,342	14.7	78,986	13.8	45,919	16.2	35,805	11.6
小計.....	<u>127,794</u>	<u>25.4</u>	<u>121,369</u>	<u>24.0</u>	<u>116,982</u>	<u>20.5</u>	<u>73,802</u>	<u>26.0</u>	<u>55,381</u>	<u>18.0</u>
代銷.....	<u>3,546</u>	<u>0.8</u>	<u>14,059</u>	<u>2.8</u>	<u>15,929</u>	<u>2.8</u>	<u>5,031</u>	<u>1.8</u>	<u>14,394</u>	<u>4.7</u>
總計.....	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 其他直銷指直接向本集團下單的機構及個人客戶。機構客戶包括企業、政府實體及購買我們為特定節日、活動或推廣活動而定制的產品的其他組織。

我們運營一個多渠道銷售網絡，包括：(i)直銷，包括通過電商旗艦店的線上直銷及通過直營零售店的線下直銷；(ii)經銷，由買斷模式下的線上及線下經銷商組成；(iii)代銷，主要通過託管的第三方線上平台進行。

下表載列於往績記錄期內我們按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率。在所有渠道中，線上直銷對我們毛利及毛利率的影響最大。截至2024年12月止年度，線上直銷的毛利強勁增至人民幣155.2百萬元，乃受所有銷售渠道的定價調整所推動。該增加令毛利率提高至38.5%，較2023年的35.8%有所上升。該等調整以及線下直營店網絡擴張及積極響應客戶已對我們的整體盈利能力造成積極影響。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－銷售及營銷」。

概 要

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
直銷										
線上直銷.....	126,525	35.6	126,598	35.8	155,167	38.5	76,732	40.5	82,451	38.3
線下直銷.....	1,422	39.0	1,291	35.6	7,477	42.4	2,385	41.6	6,039	41.4
其他直銷.....	4,590	35.8	4,706	35.6	6,135	34.5	3,569	37.7	2,972	33.9
經銷										
向線上經銷商銷售..	13,899	26.8	12,211	26.0	10,323	27.2	7,595	27.2	5,108	26.1
向線下經銷商銷售..	14,472	19.1	13,484	18.1	16,169	20.5	9,739	21.2	6,473	18.1
代銷.....	1,320	37.2	5,919	41.8	6,814	42.8	2,035	40.4	5,120	35.6
總計	162,228	32.2	164,209	32.4	202,085	35.4	102,055	36.0	108,163	35.1

下表載列於往績記錄期內我們按銷售渠道劃分的產品銷量及平均售價。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－銷售及營銷」。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元
直銷										
線上直銷.....	998,770	355.8	1,016,364	348.3	1,209,487	333.1	505,820	374.8	772,544	278.5
線下直銷.....	7,563	482.4	9,450	383.5	65,431	269.4	25,873	221.5	42,667	341.5
其他直銷.....	36,019	355.5	52,966	252.1	73,310	242.3	23,760	398.1	42,813	205.0
經銷										
向線上經銷商銷售..	127,141	407.8	127,462	369.0	122,046	311.3	82,712	337.1	71,786	272.7
向線下經銷商銷售..	209,802	362.0	206,684	359.7	201,858	391.3	101,284	453.4	107,714	332.4
代銷.....	12,695	279.3	38,920	361.2	70,700	225.3	29,651	169.7	67,362	213.7
總計	1,391,990	-	1,451,846	-	1,742,832	-	769,100	-	1,104,886	-

概 要

客戶及供應商

在所有銷售渠道中，我們的線上旗艦店佔我們總收入的最大比例。此渠道的客戶主要為在我們的線上旗艦店進行零散消費的個人客戶。該等客戶雖然規模零散，但整體上是我們業務的主要收入基礎。除直接零售客戶外，我們的主要客戶亦包括經銷商及代銷合作夥伴。於往績記錄期各年度／期間，我們於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月來自五大客戶的收入分別為人民幣51.6百萬元、人民幣47.2百萬元、人民幣51.5百萬元及人民幣29.6百萬元，佔同年／期總收入的10.2%、9.3%、9.0%及9.6%。有關詳情，請參閱本文件「業務－客戶－主要客戶」。

我們的供應商主要包括金屬原材料、輔助鑄材以及提供線上銷售和營銷基礎設施的電商平台。於往績記錄期各年度／期間，我們於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月應付五大供應商的採購成本分別為人民幣67.4百萬元、人民幣79.3百萬元、人民幣90.9百萬元及人民幣53.7百萬元，佔同年／期總採購成本的29.0%、37.6%、35.3%及33.7%。有關詳情，請參閱本文件「業務－供應商－主要供應商」。

風險因素

閣下在作出任何投資決定前，應審慎考慮本文件所載的所有資料，尤其應考慮「風險因素」一節所述的風險。該等風險包括（其中包括）：(i)我們可能無法持續推出符合不斷變化的消費者偏好及市場需求的產品，這可能會對我們的業務及增長前景產生不利影響；(ii)任何對我們主要品牌或子品牌的聲譽、獨特性或完整性的損害均可能對我們的業務表現、消費者信任度及增長前景產生重大不利影響；(iii)若我們的產品開發能力下降，我們的競爭力及市場份額可能會受到不利影響；(iv)大宗商品價格（尤其是銅價）的波動可能會對我們的業務、經營業績或財務狀況產生重大不利影響；及(v)我們於中國的大部分線上銷售依賴若干線上電商平台。有關詳情，請參閱本文件「風險因素」一節。

歷史財務資料概要

下表呈列我們於所示期間或截至所示日期的歷史財務資料概要。下文所載歷史財務資料概要應與載於本文件附錄一所載會計師報告中的歷史財務資料（包括隨附附註）及「財務資料」所載資料一併閱讀，方為完整。我們的歷史財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

概 要

綜合損益表概要

下表載列我們於所示期間的綜合損益表，有關項目以絕對金額及佔收入百分比形式呈列：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	佔收入		佔收入		佔收入		佔收入		佔收入	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
	(未經審計)									
收入	503,185	100.0	506,383	100.0	571,188	100.0	283,616	100.0	308,238	100.0
營業成本	(340,957)	67.8	(342,174)	67.6	(369,103)	64.6	(181,561)	64.0	(200,075)	64.9
毛利	162,228	32.2	164,209	32.4	202,085	35.4	102,055	36.0	108,163	35.1
其他收入	13,747	2.7	15,620	3.1	14,370	2.5	7,631	2.7	5,131	1.7
其他收益及虧損	42	0.0	105	0.0	260	0.0	(143)	0.1	771	0.2
預期信用減值損失	(756)	0.1	715	0.1	(190)	0.0	(70)	0.0	4	0.0
銷售及營銷開支	(62,667)	12.4	(72,448)	14.3	(71,590)	12.5	(37,366)	13.2	(39,935)	13.0
行政開支	(27,972)	5.6	(30,426)	6.0	(26,923)	4.7	(12,800)	4.5	(12,686)	4.1
其他經營開支	(2,479)	0.5	(2,291)	0.4	(1,637)	0.3	(803)	0.3	(803)	0.3
[編纂]	-	-	-	-	-	-	-	-	(12,627)	4.1
研發開支	(18,802)	3.7	(28,638)	5.7	(28,212)	5.0	(14,185)	5.0	(15,498)	5.0
財務成本	(896)	0.2	(5)	0.0	(97)	0.0	(37)	0.0	(47)	0.0
除稅前利潤	62,445	12.4	46,841	9.2	88,066	15.4	44,282	15.6	32,473	10.5
所得稅開支	(5,507)	1.1	(2,710)	0.5	(9,084)	1.6	(4,517)	1.6	(2,229)	0.7
年／期內利潤及全面										
收益總額	56,938	11.3	44,131	8.7	78,982	13.8	39,765	14.0	30,244	9.8

截至2024年12月31日止年度，我們的淨利潤增至人民幣79.0百萬元，較2022年的人民幣56.9百萬元有所增加，但其後於截至2025年6月30日止六個月減至人民幣39.8百萬元。截至2022年12月31日止年度至2023年12月31日，我們的淨利潤由人民幣56.9百萬元減至人民幣44.1百萬元，減幅為22.5%。該減幅主要是由於技術升級導致生產量下降、銷售開支增加及持續的研發投入。此外，儘管收入適度增長，但包括營銷及行政開支在內的營運成本增加對整體盈利能力造成壓力。具體而言，我們的收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣503.2百萬元適度增長至截至2023年12月31日止年度的人民幣506.4百萬元。該增長受到生產線升級導致年內產能暫時性減緩的限制，這種情況限制了約三個月的產出量。儘管2023年我們的毛利率保持穩定(32.4%)，但營運開支有所增加，包括銷售及營銷開支增加(2023年為人民幣72.4百萬元，而

概 要

2022年則為人民幣62.7百萬元)。此外，研發開支增加(部分原因是持續的產品開發投入)也對整體盈利能力增加壓力。相較之下，2024年我們的淨利潤回升至人民幣79.0百萬元，較2023年增長79.0%。該增幅主要原因是銷售業績強勁，尤其是生產效率有所提升的銅質文創產品。我們的毛利率由2023年的32.4%上升至2024年的35.4%，反映生產流程的改善及高利潤率產品銷售增加。這類改善亦受到更有利的產品組合及下半年定價調整的部分影響。截至2025年6月30日止六個月，我們的淨利潤為人民幣30.2百萬元，較2024年同期減少23.9%。該減幅主要歸因於已產生[編纂]。截至2025年12月31日止年度，我們預計，[編纂]將導致淨利潤較2024年有所減少。然而，扣除這些一次性開支後，預測截至2025年12月31日止年度的淨利潤將超過2024年。我們預期，在營銷、研發及[編纂]過程中進行的投資將在未來期間帶來正面回報，最終在該等成本穩定後增強盈利能力。

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，我們亦使用並非國際財務報告準則規定或按其呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)作為新增財務計量。我們認為，該等計量為投資者及其他人士提供有用資料，供其以幫助我們管理層的相同方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)未必可與其他公司呈列的類似標題的計量相比較。使用該等非國際財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離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而獨立看待，或將其視為可替代對根據國際財務報告準則所呈報的經營業績或財務狀況所作之分析。

經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)

我們將經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)定義為年／期內利潤及全面收益總額，包括[編纂]，因為其為與[編纂]有關的開支。

概 要

下表提供年／期內利潤及全面收益總額與所示年度／期間的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）的對賬。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
年／期內利潤及全面收益總額					
與經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）的對賬					
年／期內利潤及					
全面收益總額	56,938	44,131	78,982	39,765	30,244
加：					
[編纂]	—	—	—	—	12,627
經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）					
	56,938	44,131	78,982	39,765	42,871

收入

下表載列於所示期間我們按地理市場劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
中國內地	495,990	98.6	500,514	98.8	564,147	98.8	279,725	98.7	304,603	98.8
中國台灣	7,195	1.4	5,869	1.2	6,624	1.1	3,479	1.2	3,360	1.1
美國	—	—	—	—	417	0.1	412	0.1	275	0.1
總計	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

概 要

綜合財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們的流動資產及流動負債情況：

	截至12月31日			截至 6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
流動資產				
存貨	115,681	107,161	132,305	146,840
貿易及其他應收款項	10,972	9,469	18,631	22,753
退貨權資產	434	548	558	470
可收回稅項	1,349	1,527	9	5,356
按公允價值計入損益的金融資產	—	—	30,097	52,183
定期存款	—	—	17,019	17,162
受限制銀行存款	*	—	—	—
銀行結餘及現金	55,677	114,094	88,044	78,618
流動資產總值	184,113	232,799	286,663	323,382
流動負債				
貿易及其他應付款項	66,667	73,035	68,584	73,342
退款負債	688	831	889	746
應付所得稅	*	216	2,114	350
租賃負債	—	403	2,016	2,180
合約負債	5,662	11,638	5,284	4,245
流動負債總額	73,017	86,123	78,887	80,863
非流動資產總值	175,888	184,680	202,361	198,165
非流動負債總額	956	1,197	996	1,299
流動資產淨值	111,096	146,676	207,776	242,519
資產淨值	286,028	330,159	409,141	439,385

* 金額低於人民幣1,000元

截至2022年12月31日、2023年12月31日、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的流動資產淨值分別為人民幣111.1百萬元、人民幣146.7百萬元、人民幣207.8百萬元及人民幣242.5百萬元。流動資產淨值的波動反映我們的流動資金狀況於往績記錄期持續改善。自2022年12月31日至2025年6月30日的流動資產淨值增長可歸因於流動資產的增長及流動負債的穩定。資產負債表項目的變動包括存貨及貿易應收款項增加，加上策略性管理負債，尤其是貿易應付款項及租賃負債，其於期內保持相對穩定。流動資產由截至2022年12月31日的人民幣184.1百萬元增至截至2025年6月30日的人民幣323.4百萬元，是由於持續的盈利能力，其提高了經營

概 要

現金流入。這使盈餘流動資金得以累積，其中部分投資於低風險的結構性存款。此外，存貨由2022年的人民幣115.7百萬元增至2025年的人民幣146.8百萬元，支持了需求增長並確保供應鏈的韌性。同樣，貿易應收款項隨著收入增長而增加，進一步推動流動資產整體上升。

截至2022年12月31日、2023年12月31日、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的資產淨值分別為人民幣282.7百萬元、人民幣323.7百萬元、人民幣399.9百萬元及人民幣429.0百萬元。資產淨值的波動是由於持續的盈利能力，其引致留存盈利累積及法定儲備轉撥。期內全面收益總額由2022年的人民幣56.9百萬元增加至2024年的人民幣78.9百萬元，促成儲備穩步累積，鞏固了我們的資產淨值狀況。展望未來，[編纂]的估計[編纂]（約[編纂]百萬港元）預期將於[編纂]後進一步改善我們的資產淨值狀況。有關更多資料，請參閱本文件「財務資料－綜合財務狀況表中若干經選定項目的討論」。

截至2025年12月31日止年度，我們預計，[編纂]將導致淨利潤較2024年有所減少。然而，扣除這些一次性開支後，預測截至2025年12月31日止年度的淨利潤將超過2024年。我們預期，在營銷、研發及[編纂]中進行的投資將在未來期間帶來正面回報，最終在該等成本穩定後增強盈利能力。

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間我們的現金流量：

	截至12月31日			截至6月30日	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
經營活動所得現金淨額	28,414	82,493	58,548	16,853	22,665
投資活動所用現金淨額	(19,203)	(24,024)	(83,058)	(8,162)	(27,316)
融資活動所用現金淨額	(68,315)	(62)	(1,683)	(665)	(4,758)
年／期初現金及現金等價物 ..	114,520	55,677	114,094	114,094	88,044
年／期末現金及現金等價物 ..	55,677	114,094	88,044	122,186	78,618

概 要

主要財務比率

	截至12月31日／截至12月31日止年度			截至6月30日／ 截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審計)	
淨利潤率.....	11.3%	8.7%	13.8%	14.0%	9.8%
權益回報率.....	22.1%	14.3%	21.4%	11.4%	7.1%
資產總值回報率.....	15.2%	11.4%	17.4%	9.1%	6.0%
流動比率.....	2.52	2.70	3.63	3.26	4.00
速動比率.....	0.94	1.46	1.96	1.70	2.18

單一最大股東

截至最後實際可行日期，俞先生持有本公司約26.27%的表決權。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），我們的單一最大股東將能夠行使我們經擴大股本合計投票權的約[編纂]%。有關詳情，請參閱本文件「與單一最大股東的關係」一節。

[編纂]投資者

我們已與[編纂]投資者進行[編纂]投資。我們的[編纂]投資包括[編纂]投資者通過股權轉讓及／或認購我們股份的方式進行多輪投資。有關我們[編纂]投資者的身份及背景以及[編纂]投資的主要條款的進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－[編纂]投資」。

申請於聯交所[編纂]

我們已向上市委員會申請(i)我們根據[編纂]將予發行的H股（包括因[編纂]獲行使而可能發行的任何H股）以及(ii)將由我們現有境內非上市股份轉換而來的H股[編纂]及[編纂]。

概 要

[編纂]統計數據

下表統計數據基於(i)[編纂]完成，[編纂]中新發行[編纂]股H股，(ii)[編纂]完成後，[編纂]股境內非上市股份將轉換為H股，及(iii)[編纂]的[編纂]未獲行使的假設作出：

	按[編纂]每股[編纂]港元計算	按[編纂]每股[編纂]港元計算
我們股份的[編纂] ^(附註1)	[編纂]	[編纂]
未經審計[編纂]經調整綜合每股		
有形資產淨值 ^(附註2)	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]乃根據緊隨[編纂]後預期將發行[編纂]股股份計算。
- (2) 未經審計[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值乃經作出本文件「附錄二－未經審計[編纂]財務資料」所述調整後計算得出。

[編纂]開支

與[編纂]相關的估計[編纂]開支總額約為人民幣[編纂]百萬元（相當於約[編纂]百萬港元），假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數）且[編纂]未獲行使，則約佔[編纂][編纂]的[編纂]%。我們估計將產生[編纂]約[編纂]港元，其中約[編纂]港元預計將直接於綜合損益及其他全面收益表中確認為行政開支及約[編纂]港元預計於[編纂]後將直接確認為權益扣除。截至2025年6月30日，合共約[編纂]港元的[編纂]已於損益中確認。其餘金額[編纂]港元將於未來確認。按性質而言，我們的[編纂]包括(i)[編纂]佣金約[編纂]港元；及(ii)[編纂]相關開支約[編纂]港元，其中包括法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]港元，以及其他費用及開支約[編纂]港元。上述[編纂]為現階段所作估計，僅供參考，於我們的綜合收益表中確認的最終金額尚待審計並受屆時多種變量及假設變動的影響。

概 要

未來計劃及[編纂]

假設[編纂]為[編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數），經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]佣金及其他估計開支，並假設[編纂]並無獲行使，我們估計將自[編纂]收取[編纂]約[編纂]港元。

我們擬將[編纂][編纂]用於支持我們戰略舉措的實施。具體而言，我們計劃將[編纂]分配作以下用途：

- 投資產品開發及設計能力（約[編纂]（相當於約[編纂]百萬[編纂]）），
- 提高產能及履約靈活性（約[編纂]（相當於約[編纂]百萬[編纂]）），
- 加強銷售渠道及營銷能力（約[編纂]（相當於約[編纂]百萬[編纂]）），
- 升級數字化和信息基礎設施（約[編纂]（相當於約[編纂]百萬[編纂]）），及
- 營運資金及一般公司用途（約[編纂]（相當於約[編纂]百萬[編纂]））。

有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

股息

於往績記錄期，我們未宣派或派付任何股息。本公司自註冊成立以來或本集團任何附屬公司於往績記錄期概無擬派、派付或宣派股息。我們並無任何股息政策以於可見將來宣派或派付任何股息。

無重大不利變動

我們的董事確認，直至本文件日期，自2024年12月31日（即本文件附錄一所載會計師報告所述最近財政年度末）起，我們的財務或貿易狀況或前景並無重大不利變動。

概 要

COVID-19疫情的影響

COVID-19疫情導致暫時的供應鏈及物流中斷。然而，我們垂直一體化的運營及強大的電商佈局使我們能夠維持業務可持續性。與依賴第三方製造的公司不同，我們的內部生產減小外部依賴性並降低運營風險。物流延誤是疫情期間最值得注意的挑戰，但數字化渠道保持韌性，使我們能夠維持銷售動能。政府支持措施亦促進供應鏈恢復。儘管疫情對我們業務的直接影響有限，但卻加快了我們對數字化基礎設施、自動化製造及供應鏈多元化的投資。我們全面遵守衛生條例，確保工作場所安全及運營穩定性。整體而言，COVID-19並未對我們的業務或財務表現產生重大不利影響。

近期發展

自2025年6月30日起及直至最後實際可行日期，我們的業務、財務狀況及經營業績概無發生重大不利變動。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。若干其他詞彙的解釋載於本文件「技術詞彙表」一節。

「會計師報告」	指	本公司會計師報告，其全文載於本文件附錄一
「聯屬人士」	指	直接或間接控制或受控於該特定人士或與該特定人士處於直接或間接共同控制之下的任何其他人士
「會財局」	指	會計及財務匯報局
「章程」或「公司章程」	指	本公司於2025年4月30日有條件採納並將於[編纂]生效及經不時修訂的公司章程，其概要載於本文件附錄六
「聯繫人」	指	具有上市規則賦予的涵義
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	董事會
「營業日」	指	香港持牌銀行一般開門辦理日常銀行業務的任何日子（星期六、星期日或公眾假期除外）
「複合年增長率」	指	複合年增長率

[編纂]

「中國」	指	中華人民共和國，但就本文件而言及僅供地理參考之用，除文義另有所指外，本文件對「中國」的提述不適用於香港、中華人民共和國澳門特別行政區及台灣

釋 義

「緊密聯繫人」	指	具有上市規則賦予的涵義
「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	杭州銅師傅文創（集團）股份有限公司，於2013年3月26日在中國成立的有限公司，於2014年11月11日改制為股份有限公司
「公司法」或 「中國公司法」	指	《中華人民共和國公司法》（經不時修訂及補充或以其他方式修改）
「關連人士」	指	具有上市規則賦予的涵義
「核心關連人士」	指	具有上市規則賦予的涵義
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「COVID-19」	指	新型冠狀病毒(COVID-19)，已確定為導致呼吸系統疾病爆發的冠狀病毒
「中國結算」	指	中國證券登記結算有限責任公司
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「分立」	指	本公司分立為兩家公司，即本公司及銅木主義，其已於2020年12月17日在建德市場監督管理局註冊登記
「董事」	指	本公司董事

釋 義

「境內非上市股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，以人民幣認購及繳足
「華東」	指	中華人民共和國東部地理區域，包括以下省級行政區劃：上海市、江蘇省、浙江省、安徽省、福建省、江西省和山東省。
「企業所得稅」	指	企業所得稅
「企業所得稅法」	指	《中華人民共和國企業所得稅法》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「ESG」	指	環境、社會及管治

[編纂]

「極端情況」	指	於八號或以上颱風信號改掛為三號或以下颱風信號前，香港政府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惡劣情況而宣佈出現「極端情況」
「弗若斯特沙利文」	指	弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，我們的行業顧問，為獨立第三方
「弗若斯特沙利文報告」	指	我們委託弗若斯特沙利文編製的獨立市場研究報告，就本文件而言，其概要載於「行業概覽」一節

[編纂]

釋 義

[編纂]

「大中華區」	指	中華人民共和國，連同香港特別行政區、澳門特別行政區及台灣省
「本集團」或「我們」	指	本公司及其於相關時間的附屬公司或（倘文義另有所指，就本公司成為其現時附屬公司的控股公司前的期間）於相關時間猶如本公司附屬公司的該等附屬公司
「新上市申請人指南」或「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元的境外[編纂]外資普通股，將以港元認購及買賣，並已就其申請批准在聯交所主板[編纂]及買賣

[編纂]

「杭州唯檀」	指	杭州唯檀藝術品有限公司，一家於2021年3月29日在中國成立的公司及本公司的全資附屬公司
「杭州閱銀」	指	閱銀（杭州）文化創意有限公司，一家於2022年6月27日在中國成立的公司及本公司的全資附屬公司
「杭州至鉞」	指	杭州至鉞衛浴有限公司，一家於2012年6月1日在中國成立的公司及本公司的全資附屬公司
「港元」	指	港元，香港法定貨幣

釋 義

[編纂]

「香港」 指 中國香港特別行政區

[編纂]

釋 義

[編纂]

「歡喜小將」	指	歡喜小將(杭州)文化創意有限公司，一家於2021年11月2日在中國成立的公司及本公司的全資附屬公司。「歡喜小將」亦是我們用以設計、營銷和銷售塑膠潮玩產品的子品牌名稱
「國際會計準則」	指	國際會計準則
「國際財務報告準則」	指	國際財務報告準則，為國際會計準則理事會頒佈的所有適用單項國際財務報告準則、國際會計準則及詮釋的統稱
「獨立第三方」	指	據董事經作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，獨立於且並非我們關連人士(定義見上市規則)的一名或多名人士、一家或多家公司

[編纂]

釋 義

[編纂]

「IPs」	指	知識產權
「IT」	指	信息技術
「關鍵績效指標」	指	關鍵績效指標，為用來評估組織或個人是否成功實現其目的及目標的量化指標
「最後實際可行日期」	指	2025年11月3日，即本文件刊發前確定當中所載若干資料的最後實際可行日期

[編纂]

「上市規則」	指	聯交所證券上市規則（經不時修訂或補充）
「主板」	指	由聯交所經營的證券交易所（不包括期權市場），獨立於聯交所GEM及與其並行營運
「財政部」	指	中華人民共和國財政部
「俞先生」或 「單一最大股東」	指	俞光先生，本公司董事長、執行董事兼總經理。有關詳情，請參閱「與單一最大股東的關係」一節
「國家發改委」	指	中華人民共和國國家發展和改革委員會

釋 義

「提名委員會」	指	董事會轄下提名委員會
「華北」	指	中華人民共和國北部地理區域，包括以下省級行政區劃：北京市、天津市、河北省、山西省。
「全國人大」	指	中華人民共和國全國人民代表大會

[編纂]

「境外上市試行辦法」	指	中國證監會於2023年2月17日發佈並於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》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「中國人民銀行」	指	中國人民銀行，中國的中央銀行

釋 義

「POS」	指	銷售點
「POS機」	指	允許企業接受客戶付款的設備
「中國數據合規法律顧問」	指	君合律師事務所，本公司有關中國數據合規法律的法律顧問
「中國公認會計準則」	指	中國公認會計準則
「中國政府」或「國家」	指	中華人民共和國中央人民政府，包括所有政府分支機構（包括省、市及其他地區或地方政府實體）及其機關，或（按文義所指）其中任何一個分支機構或機關
「中國法律顧問」	指	君合律師事務所，本公司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》（經不時修訂及補充）

[編纂]

「S規例」	指	美國證券法S規例
「薪酬與考核委員會」	指	董事會轄下薪酬與考核委員會

釋 義

「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，負責外匯管理相關事宜的中國政府部門，包括地區分局（如適用）
「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
「國資委」	指	國務院國有資產監督管理委員會
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局
「全國人大常委會」	指	全國人民代表大會常務委員會
「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）
「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（經不時修訂或補充）
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，包括我們的境內非上市股份及H股
「股東」	指	股份持有人

[編纂]

釋 義

[編纂]

「獨家保薦人」、「[編纂]」 指 名列本文件「董事及參與[編纂]的各方」一節的獨家保薦人、[編纂]

「華南」 指 中華人民共和國南部地理區域，包括以下省級行政區劃：廣東省、廣西壯族自治區、海南省。

[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

「戰略委員會」 指 董事會戰略委員會

「附屬公司」 指 具有公司條例第15條項下賦予的涵義

「主要股東」 指 具有上市規則賦予的涵義

「太銅」 指 本公司專門針對銅質文創產品且價格區間定位較高的子品牌。「太銅」是我們主要「銅師傅」品牌的高端延伸

「銅木主義」 指 杭州銅木主義傢具股份有限公司，一家於2020年12月17日根據分立於中國成立的公司

「銅師傅」 指 本公司的主品牌名稱，我們用以開發、生產及營銷文創工藝產品

「銅師傅文創」 指 銅師傅(杭州)文化創意有限公司，一家於2023年4月17日在中國成立的公司及本公司的全資附屬公司

釋 義

「往績記錄期」	指	截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度以及截至2025年6月30日止六個月
「美元」	指	美元，美國法定貨幣
「美國證券法」	指	1933年美國證券法（經不時修訂及補充或以其他方式修改）及據此頒佈的規則及規例

[編纂]

「美國」	指	美利堅合眾國、其領土、屬地及受其司法管轄的所有地區
「增值稅」	指	增值稅，一種對生產及銷售鏈中各環節產生的新增價值徵收的消費稅
「唯檀」	指	本公司專門針對木質文創產品的子品牌

[編纂]

「璽匠藝術畫」	指	杭州璽匠藝術畫有限公司，一家於2021年10月11日在中國成立的公司及本公司的全資附屬公司
「璽匠金舖」	指	璽匠金舖（杭州）文化有限公司，一家於2024年7月17日在中國成立的公司及本公司的全資附屬公司。「璽匠金舖」亦是我們用以開發、營銷和銷售黃金文創產品的子品牌名稱

釋 義

「閱銀」 指 本公司專注於設計、開發和銷售銀質文創產品的子品牌

「%」 指 百分比

本文件所載的若干金額及百分比數字已作約整。因此，若干表格內所示的總數未必為其之前數字的算術總和。任何圖表若所顯示總額與所列數額總額不符，乃因約整所致。

為便於參考，本文件載有中國政府機關、機構、設施、證書、頭銜、國民、個人、公司或實體、法律或法規的中英文名稱，倘中英文版本有任何歧異，概以中文版為準。標有「*」的中文公司名稱及其他詞彙的英譯本僅供識別之用。

技術詞彙表

本技術詞彙表載有本文件所用與本集團及其業務有關的若干詞彙的涵義。若干該等詞彙的涵義未必與該等詞彙的標準行業涵義或用法相同。

「平均售價」	指	平均銷售價格，是指一個年度／期間內每售出一件產品所產生的平均收入，按該年／期內的總收入除以同年／期內的總銷售量計算。
「燒色」	指	一種傳統的表面處理技術，涉及對銅或其他金屬採用控制加熱，以產生自然發生的顏色漸變、表面氧化的光澤度或鮮豔的色調效果。
「雕刻」	指	一種使用設計好的特定工具在物體表面雕刻不同圖案的技术。
「文創產業」	指	文創產業，主要是利用文化資源和融合歷史、藝術及科技等元素以創造傳達文化、審美及商業價值的產品及服務。
「景泰藍」	指	一種裝飾性的金屬加工技術，將彩色琺瑯塗抹於金屬表面附著的金屬絲隔板，隨後高溫燒製形成複雜而有光澤的圖案。
「數控雕刻機」	指	電腦控制的雕刻設備，用於根據預先編程好的設計精確切割、雕刻或塑造材料。
「銅雕畫」	指	一種銅質文創工藝產品，以平面銅板上的浮雕雕刻為特色並結合傳統雕刻技術與受中國古典繪畫啟發的構圖美學。與普通二維工藝品不同，銅雕畫具有雕塑般的深度及紋理細節。
「聯營」	指	一種購物中心與其入駐店舖間常見的商業安排，購物中心（而非店舖自身）收取店舖銷售所得並向最終客戶開具發票，之後再在一個商定的期限內與店舖結算。

技術詞彙表

「文創工藝產品」	指	融合文化主題、美學設計及創意表達，通過傳統手工技術或標準化工業流程（例如鑄造、壓花或拋光）生產的產品。
「花絲」	指	一種將黃金、銀及銅等各種金屬拉成細線並塑造成不同形狀的技術。
「大聖」	指	「大聖」系列，我們最具標誌性的獨創IP產品線之一，其靈感來源於中國傳奇形象美猴王孫悟空。
「國潮」	指	一種融合中國傳統文化元素與現代美學的消費及設計潮流，深受年輕一代的歡迎。國潮通過以當代風格及故事情節重新詮釋傳統的產品，強調民族認同、文化自信及消費者認同。
「手繪」	指	一種手工技術，使用細刷及礦物或以色素為基礎的顏料，將顏色手工塗抹於精心製作的表面（通常是金屬）。
「杭州設施」	指	我們位於浙江省杭州市的生產設施，主要從事生產我們的文創工藝產品。
「鏡面打磨」	指	一種表面處理技術，涉及漸進式手工或機械打磨，以達致光滑的鏡面效果。
「口彩」	指	一種中國傳統做法，採用語音雙關語及視覺隱喻的方式傳達祝福或情感信息，創造性地將發音相似的詞語與相應的象徵意象融合，以表達和平（平安）、財富（財）及喜悅（喜）等主題。
「失蠟鑄銅法」	指	一種古老的金屬鑄造技術，在蠟模塗上耐火材料以形成模具。待蠟熔化並流乾後，將熔融金屬倒入空腔內，從而形成一個精細的雕塑。

技術詞彙表

「新一線城市」	指	按《第一財經周刊》新一線城市研究所發佈的《2023城市商業魅力排行榜》的定義，為綜合商業魅力指數僅次於一線城市而高於二線城市的城市。根據該排行榜，新一線城市包括成都、重慶、杭州、武漢、蘇州、西安、南京、長沙、天津、鄭州、東莞、青島、昆明、寧波及合肥。
「線下客單價」	指	線下客單價按年／期內線下直營店的總銷售訂單金額除以同年／期在該門店進行購買的客戶總數計算。
「線上客單價」	指	線上客單價按年／期內平台（天貓、京東或抖音）的總銷售訂單金額除以同年／期內在平台上進行購買的客戶總數計算。
「砂殼」	指	在失蠟鑄銅過程中圍繞蠟模形成的耐火模層。待蠟熔化並流乾後，硬化的砂殼用作將熔融金屬倒入的空腔。
「表面處理」	指	控制性添加穩定著色表層，可取代可能形成的任何自然氧化物（鐵鏽）並使藝術品呈現其最終外觀。
「打樣」	指	在最終生產之前製作初步樣品或模型以測試設計、結構及工藝的過程。
「熟練技工」	指	在本公司同一崗位連續工作12個月或以上的生產線技術人員。
「SKU」	指	庫存單位，表示庫存中的產品數目，用於識別每一獨特產品及追蹤庫存水平。

技術詞彙表

「一線城市」	指	根據《第一財經周刊》新一線城市研究所發佈的《2023城市商業魅力排行榜》，為北京、上海、廣州及深圳。
「三線城市」	指	按《第一財經周刊》新一線城市研究所發佈的《2023城市商業魅力排行榜》的定義，為綜合商業魅力指數低於二線城市的城市。根據該排行榜，三線城市包括濰坊、保定、鎮江、揚州、桂林、唐山、三亞、湖州、呼和浩特、廊坊、洛陽、威海、鹽城、臨沂、江門、汕頭、泰州、漳州、邯鄲、濟寧、淄博、銀川、柳州、綿陽、湛江、鞍山、贛州、大慶、宜昌、包頭、咸陽、秦皇島、株洲、莆田、吉林、淮安、肇慶、寧德、衡陽、南平、連雲港、丹東、麗江、揭陽、延邊朝鮮族自治州、舟山、蘭州、龍岩、瀘州、撫順、襄陽、上饒、營口、三明、麗水、岳陽、清遠、荊州、泰安、衢州、盤錦、東營、南陽、馬鞍山、南充、西寧、孝感及齊齊哈爾。
「二線城市」	指	按《第一財經周刊》新一線城市研究所發佈的《2023城市商業魅力排行榜》的定義，為綜合商業魅力指數僅次於新一線城市的城市。根據該排行榜，二線城市包括福州、濟南、無錫、佛山、長春、溫州、南通、哈爾濱、南寧、徐州、惠州、煙台、嘉興、中山、呼和浩特、大連、太原及蕪湖。基於該分類，就本文件而言，我們亦將常州視為「二線城市」。
「銅彩燒色」	指	一種以熱能為基礎的表面處理方法，在高溫下反覆燒製銅，通過控制氧化產生類似礦物的顏色。
「顏彩手繪」	指	一種傳統的手繪技術，使用軟刷將精細研磨的天然礦物顏料塗抹於金屬表面。

前 瞻 性 陳 述

本文件載有有關我們計劃、目標、預期及意向的前瞻性陳述，其可能並不代表我們於與該等陳述有關的期間內的整體表現。此等陳述反映管理層對於未來事件、經營、流動資金及資金來源的當前觀點，其中部分觀點可能不會實現或可能會改變。該等陳述存在若干風險、不確定因素及假設，包括本文件所述其他風險因素。

謹請 閣下特別留意，依賴任何前瞻性陳述會涉及已知及未知的風險及不確定因素。本公司面臨的風險及不確定因素可能會影響前瞻性陳述的準確性，包括但不限於下列方面：

- 我們的業務戰略及完成該等戰略的計劃；
- 我們經營所在行業及市場政治與監管環境的變化；
- 客戶偏好、需求及業務表現的變化；
- 競爭狀況的變化及我們在該等狀況下的競爭能力；
- 我們競爭對手的舉措及發展；
- 我們經營所在行業及市場的未來發展、趨勢及狀況；
- 我們經營所在市場的整體經濟、政治及商業狀況；
- 全球金融市場及經濟狀況的影響；
- 我們未來債務水平及資金需求；
- 我們的財務狀況及表現；
- 我們的股息政策；及
- 利率、匯率、股價、銷量、經營、利潤、風險管理及整體市場趨勢的變化或波動情況。

於若干情況下，我們使用「旨在」、「期望」、「相信」、「能夠」、「繼續」、「可能」、「估計」、「預期」、「展望」、「擬」、「應」、「或會」、「可能會」、「計劃」、「潛在」、「預測」、「預計」、「尋求」、「應該」、「將」、「將會」等詞彙及類似表述以識別前瞻性陳述。特別是，我們在本文件就未來事件、我們未來的財務、業務或其他表現及發展、我們行業的未來發展，以及我們主要市場整體經濟的未來發展等使用這些前瞻性陳述。

前 瞻 性 陳 述

該等前瞻性陳述乃基於假設及估計而作出，且僅就截至作出有關陳述當日而言。我們並無責任就新資料、未來事件或其他情況更新或修訂任何前瞻性陳述。前瞻性陳述涉及固有風險及不確定因素，並存在假設，其中部分並非我們所能控制。我們謹請閣下留意，多項重要因素均可導致實際結果與任何前瞻性陳述所表達者有所不同或有重大差異。

董事確認，該等前瞻性陳述乃經合理審慎及周詳考慮後作出。然而，本文件所論述的前瞻性事件及情況可能由於風險、不確定因素及假設而未必會以我們所預期的方式發生或根本不會發生。

因此，閣下不應過份依賴任何前瞻性資料。此項提示聲明適用於本文件所載的一切前瞻性陳述。

風險因素

[編纂]於我們的H股涉及重大風險。閣下在[編纂]我們的H股前，應審慎考慮本文件內的所有資料，包括下述風險及不確定因素。下文描述我們認為對我們而言屬重大的風險。任何下述風險均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。我們H股的[編纂]可能因任何該等風險而大幅下跌，而閣下可能會損失全部或部分投資。

該等因素為或然因素，未必會發生，且我們現時無法就任何有關或然因素發生的可能性發表意見。除非另有指明，否則所提供的資料均為截至最後實際可行日期的資料，於本文件日期後不會作出更新，並受限於本文件「前瞻性陳述」中的警示聲明。

與我們的業務及行業有關的風險

我們可能無法持續推出符合不斷變化的消費者偏好及市場需求的產品及IP，這可能會對我們的業務及增長前景產生不利影響。

我們於文創工藝產品市場經營業務。我們保持設計精巧與價格管控之間的平衡，需要持續進行產品迭代、成本結構優化以及對消費者預期的快速響應。這一優勢出現任何減弱可能會損害消費者信任並削弱我們的市場地位。

為緊跟消費者偏好與審美感知的持續變化，我們定期新上線SKU及產品系列。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們分別新推出583款、514款、707款、277款及290款SKU。我們的產品開發流程依託文化洞察、趨勢研究以及創作團隊、營銷團隊與業務團隊之間的跨部門合作。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的產品－我們的產品開發」一節。我們深入挖掘中國傳統文化元素並進行現代表達，以培育原創IP，同時開展國際IP合作，擴大品牌吸引力，觸及全球受眾。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們為獲得IP合作而產生的成本分別為人民幣1.7百萬元、人民幣4.9百萬元、人民幣2.9百萬元、人民幣1.0百萬元及人民幣2.6百萬元。該雙軌並行策略使我們能夠滿足不同人口特徵、地域和文化背景的多樣化消費者群體的需求。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的IP矩陣」一節。

開發文創產品需要大量時間投入於雕刻、打樣以及表面處理環節。精準實現生產計劃與銷售需求的匹配是我們當前面臨的挑戰之一。近年來，我們多次遭遇消費者反響熱度超出預期，進而導致預訂週期延長、交付時效降低的情況。

風險因素

此外，若未能把握在禮品消費旺季推出契合的主題產品或及時發佈新產品，可能致使我們錯失收入增長機會及消費者互動度下降。我們產品所蘊含的象徵意義特性，使得對產品上市時效的適切把控成為關鍵營運考量因素。

若我們無法持續開發、發佈及交付契合消費者偏好變化並符合其對象徵意義期待的產品及IP，我們可能會面臨品牌關聯度降低、無法吸引新客戶或現有消費者忠誠度衰減。這可能對我們的業務表現、品牌聲譽及長期增長前景產生重大不利影響。

任何對我們主要品牌或子品牌的聲譽、獨特性或完整性的損害均可能對我們的業務表現、消費者信任度及增長前景產生重大不利影響。

我們的主要品牌「銅師傅」是我們企業標識及消費者參與不可或缺的一部分。銅師傅融合中國傳統工藝，以現代雕塑設計為表現手段，融入能引起客戶強烈共鳴的符號價值。倘偏離此定位（不論是源自設計不一致、產品缺陷或負面的消費者體驗），可能引致能夠通過社交媒體、直播平台及電商渠道迅速傳播的負面口碑及網絡評價。在以文化因素及消費者行為為重的細分類別中，即使是暫時性的消費者信任度喪失也可能嚴重損害我們的品牌聲譽及銷售。

除銅師傅外，我們還經營戰略性開發的子品牌矩陣，以迎合不同材料、消費者人群及主題表達的需求。「歡喜小將」針對關注潮流的年輕消費者，提供融合文化元素與潮玩設計的塑膠收藏品。「閱銀」主打銀質文創產品，專注於茶具及裝飾品等功能性、象徵性物件。「唯檀」提供通過傳統雕刻技法表達精神主題的木質文創產品，但這條業務線已於近期縮減規模。「璽匠金鋪」代表我們的黃金文創產品，包括使用失蠟鑄銅法及鏡面打磨等傳統方法以純金打造的限量版工藝品。該等子品牌旨在強化市場細分、材料多樣性及文化表達。然而，該等子品牌在產品開發、設計語言及消費者體驗方面需要清晰的品牌定位和一致性執行。未能堅守美學表現、符號關聯性或工藝的預期標準可能迷惑或疏遠目標受眾，從而有損品牌利益並降低消費者忠誠度。

隨著我們的產品生態擴大，我們面臨越來越多的外部威脅，例如知識產權侵權、假冒產品及未經授權使用我們的品牌標識。我們產品所蘊含的獨特視覺元素、象徵意義設計以及原創敘述，日益成為造假者和仿冒品牌的目標，且在網絡環境下更為嚴重。例如，我們曾遭受未經授權方直接盜用我們的官方產品圖片推銷與之毫無關聯的商品，使消費者對產品的真實來源和質量有所誤導。其他情況下，一些相似品牌以極具迷惑性的類似名稱推出了類似的產品，可能會造成品牌混淆並侵蝕我們的市場形象。

風險因素

此外，我們的自主設計和原創角色均遭受未經授權改編或複製，其中包括未經許可使用我們標誌性的銅葫蘆公仔、對大聖系列進行細微改動後製成的仿製品，以及與我們的瑞獸或書法主題產品相似的衍生作品。仿冒產品質量往往低劣，但卻利用我們已建立的聲譽，而消費者可能會將其購買這些仿冒產品的任何負面體驗錯誤地歸咎於我們。

我們積極監測市場並執行自身商標權益，打擊侵權行為。截至2025年6月30日，我們已於中國內地註冊577項商標，涵蓋核心品牌名稱及子品牌。截至最後實際可行日期，我們於美國、英國及歐盟等司法權區擁有13項註冊商標。此外，我們目前正於香港及加拿大等司法權區申請九項商標。然而，無法保證我們的所有商標申請均能獲批，亦不能保證我們現有的權益在新興銷售渠道中不會面臨挑戰、遭受稀釋或被規避。線上平台以及短視頻電商平台的持續發展，亦為我們執行自身權益帶來持續挑戰。

若我們的產品開發能力下降，我們的競爭力及市場份額可能會受到不利影響。

在中國，銅質文創工藝產品市場高度集中。根據弗若斯特沙利文報告，中國銅質文創工藝產品市場高度集中，截至2024年12月31日止年度前三大市場參與者合共佔市場總收入的70%以上。其中，我們在總收入及線上收入方面均位居首位，市場份額分別約為35.0%及44.1%。儘管新進入者因產品開發的複雜性、品牌積淀以及工藝要求而面臨較高的進入壁壘，但頭部企業之間競爭依然白熱化。有關更多詳情，請參閱本文件「行業概覽－競爭格局」一節。該環境下，我們保持並拓展創作及產品開發優勢的能力對維護我們的市場領導地位至關重要。

截至最後實際可行日期，我們的產品開發團隊擁有183名員工。該團隊在我們的創始人及專門的研發中心統籌的集中管理機制下運作，指導產品路線圖、專題策劃以及迭代流程。

我們的研發支出主要投向原創設計、樣品開發以及工藝改進，而非傳統的工程研發。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們為研發活動分別投入約人民幣18.8百萬元、人民幣28.6百萬元、人民幣28.2百萬元、人民幣14.2百萬元及人民幣15.5百萬元，分別佔各期間總收入的約3.7%、5.7%、4.9%、5.0%及5.0%。這體現了我們著重文化創作與手工製作超過技術提升的業務模式特性。每件產品均需投入大量人力、時間以及材料。尤其對銅質產品而言，其創作週期涵蓋諸多耗時的工序，如手工雕刻、模具調整、失蠟鑄銅、拋光以及表面處理。若創作與生產部門合作不暢，可能引發延誤、成本攀升或產品質量參差不齊。

風 險 因 素

另外，若我們無法持續吸引並留聘關鍵的設計人員、概念藝術家以及雕塑家，或若我們與外部創作者、機構或IP授權方之間的合作因創作理念不匹配或執行環節遭遇瓶頸而中斷，我們的新產品管線可能受到影響。一旦質量、數量或產品發佈時效性出現任何惡化，均可能削弱品牌互動，導致市場份額受侵蝕。

若我們的產品開發能力因人才流失、創意同質化、流程效率低下或競爭壓力等任何原因而下降，我們可能無法維持市場領導地位，無法符合市場期望或執行長期增長戰略。這可能會對我們的業務、品牌認知及財務表現產生重大不利影響。

任何無法獲取、維持及執行我們的IP權利可能會對我們的產品吸引力、競爭地位及財務表現產生重大不利影響。

我們已採取專注拓展自身IP體系，打造品牌資產及增強消費者認可的長期戰略。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，基於自研IP的SKU的收入為人民幣473.5百萬元、人民幣447.2百萬元、人民幣535.4百萬元、人民幣260.7百萬元及人民幣281.0百萬元，分別約佔我們總收入的94.1%、88.3%、93.7%、91.9%及91.2%。這些數字突顯我們在戰略上專注於建立一個提升品牌形象、消費者參與及毛利率的專有IP體系。我們的IP資產對我們提供差異化產品和維持品牌關聯度的能力至關重要。雖然我們通過與文化機構、博物館和娛樂公司開展合作，持有少量授權IP，但我們的產品組合主要依託自研IP和自主設計。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，基於授權IP的SKU貢獻收入人民幣29.7百萬元、人民幣59.1百萬元、人民幣35.8百萬元、人民幣22.9百萬元及人民幣27.2百萬元，分別佔總收入約5.9%、11.7%、6.3%、8.1%及8.8%。這些成果涵蓋由我們的內部創作團隊獨立創作的原創雕塑形象、人物系列、紀念主題以及傳統文化元素重構演繹的作品。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的IP矩陣」一節。

然而，我們產品的商業成功取決於我們知識產權的持續優勢及保護。若我們無法獲得專利授權或版權註冊，維持自身權利的法律效力，或保護這些權利免遭侵權或濫用，我們商業化新產品概念或保持品牌獨特性的能力可能會受到損害。此外，在文創工藝產品市場，未經授權盜用或仿冒我們自主IP的現象依然屢禁不止。

儘管我們積極通過行政和法律手段，監控並執行自身權利，但知識產權的執行不僅耗時良久、成本高昂，且無法預測。侵權可能發生在線上平台、實體零售店以及海外經銷渠道，其中許多超出我們的直接控制範圍。未經授權設計的泛濫可能會削弱消費者對我們原創作品的認可，降低我們產品的獨特性，導致流失潛在的銷售機會。

風 險 因 素

此外，儘管授權IP在我們的產品組合中所佔比例相對較小，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月分別約佔我們總收入的5.9%、11.7%、6.3%、8.1%及8.8%，但我們無法保證所有相關授權均能以商業有利的條款重續或延期。一旦任何授權安排因爭議或授權方變更的原因而終止、到期或無法獲取，我們可能會喪失對相關產品進行商業化的權利。再者，概不保證基於授權IP開發的產品能夠取得預期的商業表現。

大宗商品價格（尤其是銅價）的波動可能會對我們的業務、經營業績或財務狀況產生重大不利影響。

銅作為我們製造工藝所用的主要原材料，其價格波動是影響我們採購成本的關鍵因素。於往績記錄期，直接材料（主要包括我們的銅質文創產品所用的銅）分別佔截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月總營業成本的約51.9%、47.1%、47.1%、46.7%及48.7%。有關更多詳情，請參閱本文件「財務資料－節選損益表項目的說明－營業成本」。於往績記錄期，中國銅價整體呈上升但波動趨勢。根據弗若斯特沙利文報告，銅的年均價格由2019年的每噸人民幣47,621.8元上漲至2024年的每噸人民幣74,958.3元，並於2024年5月達到每噸人民幣88,600.0元的歷史峰值。截至2025年6月30日，銅價已達致每噸人民幣77,596.2元。此期間銅價上漲的主要驅動因素包括持續的基礎設施投資、工業擴張、商品市場投機活動以及區域供需動態。此外，近期市場發展動態表明，鑒於全球供應收緊以及基礎設施、電動汽車和可再生能源領域對銅的需求增加，銅價可能呈上升趨勢。特別是全球貿易緊張局勢的加劇以及對全球供應鏈安全的擔憂再度浮現，進一步加劇了銅價的波動。

我們持續面臨大宗商品價格波動風險，銅價任何急劇或持續上漲均可能顯著推高我們的生產成本。鑒於我們堅持以實惠價格提供精湛工藝藝術產品的價值主張，成本上升可能制約定價靈活性。此外，我們的內部生產模式屬於銅密集型生產，且集中於杭州單一設施。此加劇我們對原材料供應鏈中斷與延誤的敏感性（尤其在季節性需求高峰期間）。倘我們無法及時獲取具成本效益的銅材供應，我們的生產安排、存貨周轉及訂單交付均可能遭受不利影響。我們無法保證能完全抵銷未來大宗商品價格波動的影響。銅價或相關供應成本的任何不利變動，均可能對我們的毛利率、經營業績及整體財務狀況造成重大影響。

風險因素

我們於中國的大部分線上銷售依賴若干線上電商平台。

我們於中國的大部分收入來自線上銷售，尤其是通過一系列集中的第三方電商平台實現。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的線上直銷額分別為人民幣355.4百萬元、人民幣354.0百萬元、人民幣402.9百萬元、人民幣189.6百萬元及人民幣215.1百萬元，佔各期間總收入的約70.6%、69.9%、70.5%、66.8%及69.8%。此外，通過第三方經銷商進行的線上經銷在同期分別貢獻了我們總收入的另外10.3%、9.3%、6.7%、9.8%及6.4%。總體而言，我們的線上直銷和線上經銷渠道於截至2022年12月31日止年度佔總收入的80%以上，於截至2023年12月31日止年度佔總收入的約79%，於截至2024年12月31日止年度佔總收入的約77%，及於截至2025年6月30日止六個月佔總收入的約76%，突顯了我們對數字平台的持續戰略依賴。

我們在多個線上渠道開展業務，包括同一或不同電商平台（如天貓、京東及抖音）的直營旗艦店、線上經銷商及代銷合作夥伴。該等平台通常不設定銷售區域限制，不同渠道可能因此爭奪重疊的消費者群體，從而引發內部競爭、銷售蠶食、定價不一及品牌稀釋等風險。此外，經銷商或代銷合作夥伴的行為未必始終符合我們的整體品牌戰略或消費者互動策略，可能損害消費體驗並削弱品牌資產。

我們亦受限於該等第三方平台的商業慣例、技術環境及商業政策，而我們對此控制有限。平台規則變動（如搜索算法調整、促銷限制、佣金上浮或流量分配政策），可能會顯著影響產品曝光度、流量、轉化率及銷售表現。此外，任何平台層面的運營中斷均可能間接影響交易量或消費者信任度，進而影響我們的線上營運。

在銷售高峰期競爭加劇時，我們為維持曝光度與轉化率，可能須增加付費引流、直播推廣及促銷補貼的支出，進而壓縮利潤率。倘我們無法於主要電商平台保持優勢競爭地位，或倘消費者行為或監管體制發生重大轉向，偏離平台零售，我們的銷售表現、獲客效率及長期增長前景或將遭受重大不利影響。

我們可能會遭遇生產延誤或中斷，這可能會對我們的客戶體驗、品牌聲譽及經營業績產生不利影響。

我們目前所有的內部生產活動均於浙江省杭州市的單一生產設施開展。該地域集中性使我們在發生區域性中斷（如自然災害、公共衛生緊急事件、公用事業停電、工業事故或政府施加的限制）的情況下面臨營運風險。由於我們並無備用的生產場地，杭州設施出現任何重大中斷，可能會嚴重擾亂我們的生產活動、延遲訂單履行，並對我們的財務狀況及聲譽產生不利影響。

風險因素

我們的生產過程本身涉及多個複雜且相互依存的環節，如蠟模成型、鑄造、打磨、表面處理、著色、組裝以及檢驗，其中許多屬於勞動密集型作業，需要技術熟練的工匠。我們的核心產品線採用手工製作工藝，使我們的營運極易受到勞動力供應、部門間協調以及車間調度因素的影響。勞動力短缺、員工缺勤、設備故障或上游工序不穩定均可能導致生產延誤。表面處理、著色等手工操作步驟特別容易受到時間銜接不當、環境條件以及員工專業技能水平所影響。為保證工藝水平和視覺質量，我們亦實施嚴格的內部標準，中間產出若未能達到預期，可能導致返工、拒收或生產速度減慢。進一步詳情請參閱本文件「業務－我們的生產」一節。

此外，部分SKU（尤其是涉及全新視覺或結構元素者）可能需要較長的生產週期或反覆迭代優化，增加了生產計劃的複雜性。若未能有效應對這些風險，可能導致交付延誤、客戶滿意度下降及負面品牌認知，特別是在旺季、文化節日或促銷活動期間。

任何重大生產中斷（無論是因區域性事件或營運效率低下所致）可能會對我們的客戶體驗、收入確認及整體業務表現產生不利影響。

我們的過往增長率未必反映未來表現，且我們的成功取決於執行業務戰略的能力。

於往績記錄期，我們在有利的宏觀經濟條件、消費者對文創產品越來越感興趣以及我們的銅質產品組合持續取得成功的推動下，實現了強勁的收入增長。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的收入分別為約人民幣503.2百萬元、人民幣506.4百萬元、人民幣571.2百萬元、人民幣283.6百萬元及人民幣308.2百萬元。

我們過往的增長得益於中國更廣泛的結構性趨勢，其中包括可支配收入持續增加、文化自信提升、國潮美學蓬勃興起以及多渠道零售基礎設施的發展。然而，我們過往的表現乃於特定的歷史和市場條件下實現，不能保證這些趨勢未來將會持續，亦不能保證我們未來能夠以同樣的程度充分利用這些趨勢。

我們未來的表現將取決於我們有效執行關鍵業務戰略的能力，包括：

- 持續推出具有商業吸引力的原創IP產品；
- 在不降低工藝標準的基礎上，提高生產規模的可擴展性；
- 拓展線下市場佈局，並探索新國際市場；

風 險 因 素

- 加強品牌互動及消費者關係；及
- 提高採購、供應鏈和零售執行環節的營運效率。

有關更多詳情，請參閱本文件「業務－戰略」一節。實施上述戰略需要進行合理的資源分配、內部協調並靈活應對市場發展動態。為實現可持續增長，我們必須在長期品牌建設與短期業績壓力之間尋求平衡，同時緊跟消費者偏好、競爭態勢及零售環境的變化。

我們亦可能面臨存貨管理、需求預測或品類擴展相關的執行風險，特別是在開拓新消費群體、多元化材料應用或進入陌生地域市場時。戰略優先次序或營運協調失誤可能會導致效率降低、利潤率壓縮或投資回報延遲。

我們過往的財務及營運表現未必可靠反映我們的未來業績。如未能有效執行戰略計劃或適應市場狀況，可能會對我們的收入增長、財務狀況及長期前景產生重大不利影響。

我們開展的委託生產有限，如有關各方未能滿足我們的質量或交付要求，可能會對我們的品牌形象和業務營運產生不利影響。

為補充我們的內部產能，我們在兩個特定領域開展有限委託生產：(i)「歡喜小將」品牌塑膠潮玩系列的大部分生產；及(ii)依賴專業工業設備的若干獨立機械加工流程委託。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，委託生產分別佔我們營業成本的約3.7%、4.1%、4.8%、5.0%及6.8%。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的生產－我們的委託生產」一節。外部製造商帶來了部分並非完全處於我們營運控制範圍內的風險。

我們針對委託生產制定質量要求、提供規格並進行檢驗。然而，我們無法保證第三方製造商始終遵循我們所設定的質量、交付或合規標準。任何偏離規定規格（無論是因營運效率低下、人員問題、流程失誤還是監督不足所致）均可能導致產品缺陷、延誤或不一致，從而影響製成品的質量。這些風險在季節性促銷活動、推廣發佈或是限量版產品發行時期，可能會被放大。

外部製造商並不隸屬於我們內部的生產管理體系。因此，我們對其人力管理情況了解有限。一旦外部加工商出現任何營運中斷、表現失常或合規問題，均可能影響我們的存貨周轉率、履約能力或生產時間表。

風險因素

我們的品牌與工藝和產品完整性緊密相連。委託生產的任何失誤，即便是早期階段或非核心部件，均可能對消費者認知產生負面影響，削弱品牌信任，並影響整體業務營運及財務業績。

我們可能無法完全控制或協調多個銷售渠道，從而可能導致渠道衝突或品牌稀釋。

我們採用涵蓋線上直銷、線下直銷、經銷及代銷的多渠道網絡銷售產品。該模式使我們能夠服務不同消費群體、價格點和區域市場的多樣化客戶群體。隨著我們收入基礎的持續擴大和零售網絡的不斷拓展，管理特定渠道的營運以及保持定價規則、品牌一致性以及客戶體驗變得日益複雜。

我們的直銷渠道，尤其是在天貓、抖音等主要電商平台上的線上直營店，成為收入增長和消費者參與的主要引擎。同時，我們與線上及線下經銷商合作，以開拓更廣闊的市場，並通過代銷加強在目標文化零售空間和生活方式渠道的零售佈局。這些渠道在促銷管理、營運自主性和零售環境方面存在顯著差異。

我們的線上旗艦店、線上經銷商及代銷合作夥伴可能在相同或不同電商平台上運營。在這種情況下，存在不同渠道可能爭奪相同客戶群的風險，其可能導致內部競爭、銷售蠶食和品牌定位不一致。此外，透過代銷或經銷商銷售的產品可能定價不同，或以與我們品牌調性不一致的方式進行推廣，尤其是在我們對其零售執行控制有限的情況下。這些問題可能導致定價不一致、產品混淆或削弱消費者對我們品牌和產品價值的認知。概不保證我們能完全避免跨渠道衝突或產品蠶食，特別是在我們擴展產品組合和零售覆蓋範圍時。若未能有效協調和管理銷售渠道，可能會對我們的銷售表現、消費者忠誠度和長期品牌價值造成不利影響。

由於各渠道營運性質的不同，部分經銷商或零售合作商可能會未經授權提供折扣、執行不一致的捆綁銷售或促銷活動，或改編營銷材料時偏離我們的品牌基調與定位。這可能導致不同渠道或地區之間出現價格差異，引發消費者困惑，破壞定價完整性，削弱產品價值感知。

此外，渠道表現的不一致或被認為在支持或流量分配方面存在不公平，可能導致渠道合作商不滿，影響其推廣我們產品或維持長期合作的意願。

若我們無法有效協調和管理銷售渠道，我們可能會面臨渠道衝突或品牌分化問題，這可能會對我們的銷售表現、消費者忠誠度及長期品牌價值產生重大不利影響。

風 險 因 素

我們在若干市場的產品銷售部分依賴於經銷商，而我們無法控制其行為或表現可能會使我們面臨營運、法律及聲譽風險。

除直接線上及線下銷售外，我們與經銷商開展經銷，主要於國內市場，並逐步拓展至國際市場開發。截至2025年6月30日，我們有六家授權線上經銷商運營六家獨立線上店鋪（主要在淘寶及京東），及我們有56家授權線下經銷商經營總共63家門店。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，經銷商銷售（含線上及線下）所得收入合計分別為人民幣127.8百萬元、人民幣121.4百萬元、人民幣117.0百萬元、人民幣73.8百萬元及人民幣55.4百萬元，分別佔我們總收入的25.4%、24.0%、20.5%、26.0%及18.0%。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－銷售及營銷－經銷」一節。

未來，我們計劃主要通過線下經銷安排擴大海外市場佈局，作為我們擴大國際銷售更廣泛戰略的一部分。依賴經銷商進入新市場及觸及消費者，增加了我們在陌生司法權區的營運及合規風險。

我們對經銷商日常活動的監督能力有限。部分經銷商可能未經授權自行定價、開展與我們品牌定位不相符的營銷活動，或將我們產品與不相關產品捆綁銷售。其他經銷商可能在產品推廣方面表現欠佳、出售競爭品牌或傳遞不準確的產品信息。這些情況可能會影響銷售表現、造成消費者混淆或損害我們的品牌形象。

我們訂立經銷協議，當中界定採購義務、定價規定、地域範圍及退貨機制。然而，我們監控及執行這些條款的能力，特別是針對下游零售商或經銷商運營的平台，仍然有限。部分經銷商可能會從事未經授權的定價行為，將我們的產品與無關產品捆綁，或以與我們品牌定位不一致的方式推廣我們的產品。例如，於2023年，我們監察到四家經銷商在二級市場平台從事未經授權的低價銷售。為此，我們已採取執行措施，包括暫停供應一個季度或沒收介於人民幣30,000元至人民幣50,000元的保證金。其他經銷商可能會銷售競爭品牌、銷售執行不力或拖延付款，這些行為均可能對我們的銷售、現金流及品牌形象造成負面影響。例如，於2024年，我們有三家經銷商的業績遠未達到其年度銷售目標，這在特定情況下導致終止合作並退還其保證金。同時，部分經銷商可能在臨近促銷期或年底前大量訂購產品，以預期未來銷售，導致存貨積壓和囤積（渠道堵塞）。因此，我們未來可能面臨銷售數據失真、存貨過時或經銷商複購訂單減少的問題。

若我們未能及時有效監控、管理或更換表現不佳的經銷商，或若任何經銷商未能達到我們的品牌、銷售或合規預期，我們的地域覆蓋、財務表現及市場聲譽可能會受到重大不利影響。

風 險 因 素

我們面臨與線下直營店相關的營運、管理及拓展風險。

除核心線上銷售渠道外，我們在中國部分城市運營線下直營店。截至2025年6月30日，我們在新一線及二線城市的高流量商業區戰略性地運營11家直營店。上述實體店主要位於購物中心或文化零售區，以提升品牌知名度、提供沉浸式產品體驗，並作為支持活動發佈及饋贈的場地。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－銷售及營銷－直銷－線下直銷」一節。

隨著我們持續加強線下佈局（作為更廣泛多渠道拓展戰略的一部分），我們於合適門店選址、磋商有利租賃條款、管理租金波動以及吸引穩定客流量方面，可能會面臨挑戰。店內營運亦可能受季節性消費者行為、區域需求變化以及前線員工提供品牌一致體驗的能力所影響。

由於我們擴大門店網絡，我們在維持零售效率與標準化方面亦可能會面臨更為複雜的局面，尤其是於存貨規劃、視覺陳列以及服務質量方面。若我們的店內產品與當地市場偏好不符，或若未能有效執行營運流程，可能導致業績欠佳、成本效益低下或消費者滿意度下降。

若我們未能有效管理、運營或拓展線下零售店，我們可能無法達成預期的線下增長目標，而我們的整體銷售表現、品牌曝光度及盈利能力可能會受到不利影響。

我們依賴熟練技工以確保手工生產的質量及一致性，任何人員短缺或成本上升可能會對我們的營運及品牌形象產生不利影響。

文創工藝產品行業本質屬勞動密集型產業，許多生產流程要求極高的手工技藝、藝術判斷力和文化解讀能力。儘管機械化和工業管理有所進步，但手工製品的價值與獨特性依託於自動化技術無法輕易取代或複製的技藝。因此，文創工藝產品行業依賴熟練技工來完成諸如手工雕刻、打磨、氧化燒色和細節描繪等複雜的多步驟工藝。這些工藝需要手工靈巧性、美學判斷力和文化解讀能力，這些特質難以通過自動化技術複製。於往績記錄期，我們截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日分別僱用了約271名、379名、421名及488名熟練技工，分別佔各年度／期間生產總勞動力約29.6%、38.7%、50.8%及53.8%。我們的運營可能會受到合適工人短缺、無法根據需求擴大培訓規模，或因市況導致勞工成本上升的影響。熟練技工的供給、表現或留任率下降均可能影響我們的生產質量、交付時間表和運營穩定性。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的生產－我們的生產設施－產能」。

風險因素

然而，由於人口結構變化以及就業偏好演變，年輕一代可能不太願意從事傳統手工藝或工廠職位。

中國的勞動力成本持續上升，尤其是如我們主要生產設施所在的杭州等城市製造中心。任何合資格工匠短缺、員工突然離職、內部工藝標準下降或與人力相關的擾亂因素，均可能會影響我們的生產計劃、質量控制或產品一致性，從而可能損害消費者對我們品牌的信任，並對我們的商業表現及聲譽產生不利影響。

我們拓展海外市場時可能會面臨戰略、營運、法律及文化方面的挑戰，這可能會對我們的增長前景產生不利影響。

作為我們長期戰略的一部分，我們計劃拓展特定海外市場，以擴充客戶群、提升品牌知名度並把握新增長機遇。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們已通過線下經銷商進入台灣及美國市場，並開始制定拓展東南亞地區的戰略規劃。我們的國際拓展戰略預計將主要聚焦於線下經銷、文化零售佈局及區域協同合作。有關我們擴張計劃的進一步詳情，請參閱本文件「業務－戰略」一節。

我們的文創產品靈感源自中國文化符號和紀念傳統。雖然在許多海外市場（尤其是亞洲市場），公眾對中國美學的興趣日益濃厚，但不同國家對這類產品的解讀和接受程度可能存在顯著差異。美學領域的文化細微差別、消費者反應以及送禮習俗，均可能增加消費者接受度的不確定性。在中國市場表現優異的產品，若未經進一步調整，可能無法契合海外消費者的期望或品味。不同價值體系、收藏文化尚欠成熟或對中國文化主題認知的局限性等挑戰，可能會影響產品與市場的適配性。

我們的海外業務模式著重與當地經銷商合作。該模式可進行本地化推廣及消費者互動，但同時限制我們對執行的直接控制。

海外拓展亦可能使我們面臨不熟悉法律及監管框架的風險，其中包括進口規定、標籤標準、營銷限制以及消費者保護法規。不合規可能導致行政處罰、海關延誤或聲譽風險。在某些司法權區，地緣政治緊張局勢加劇或貿易政策變化可能進一步影響市場准入及商業執行。

若我們未能有效管控與海外拓展相關的文化、物流及監管挑戰，或若我們的產品未能與當地消費者建立深度聯繫，我們的國際化戰略可能無法達到預期效果，並可能對我們的整體增長態勢產生不利影響。

風 險 因 素

全球經濟、政治或社會狀況的變化可能會對我們的營運產生不利影響。

我們的業務受中國及國際宏觀經濟形勢以及消費者情緒的影響。近期的全球動態，包括長期經濟不確定性、GDP增長放緩、國際貿易緊張局勢以及地緣政治不穩定，加劇了消費市場的波動性，同時擾亂全球供應鏈。特別是，貿易摩擦持續升級、保護主義政策、關稅調整和地區衝突可能削弱國際合作，限制市場准入，並影響商品、材料及資本的流動。這些動態亦可能影響全球消費者的信心，減少可支配支出，特別是對文創產品等非生活必需品的支出。

鑒於我們的業務表現與家庭消費水平以及送禮需求緊密相關，可支配收入下降或消費意願降低可能會對銷售、存貨周轉及盈利能力產生不利影響。儘管中國是我們的主要市場，但全球經濟和政治格局變化可能會影響我們的上游供應環境、下游經銷策略以及海外拓展前景。我們無法保證將能夠完全緩解或應對不斷演變的宏觀經濟和地緣政治風險。一旦更為廣泛的環境出現重大惡化，可能會對我們的財務狀況、營運穩定性及未來增長產生負面影響。

我們可能無法有效開展營銷活動。

我們在品牌知名度建設、文化內涵傳達及推動產品轉化方面的能力極為依賴我們營銷工作的成效。於往績記錄期，我們截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月的銷售及營銷開支分別約為人民幣62.7百萬元、人民幣72.4百萬元、人民幣71.6百萬元、人民幣37.4百萬元及人民幣39.9百萬元，分別約佔各期間收入的12.5%、14.3%、12.5%、13.2%及13.0%。

我們的營銷策略主要涵蓋數字營銷活動、社交媒體內容、直播以及主題品牌活動，並輔以部分線下體驗和季節性零售展示。我們並不依賴大規模的網紅代言或大量流量獲取。該方式可能會限制我們的曝光度和覆蓋範圍，尤其是在重大促銷期間或競爭激烈的消費細分市場。有關進一步詳情，請參閱「業務－銷售及營銷」一節。

我們營銷活動的成效取決於眾多內外部因素，其中包括平台算法變化、數字廣告成本波動、用戶的創意疲勞以及社交媒體渠道內容日趨飽和。此外，我們的產品通常需要更細緻的創作方向。若我們未能有效傳達預期的情感、象徵意義或使用場景，營銷活動可能無法引發消費者共鳴，導致參與度低或聲譽誤解。營銷表現的衡量和歸因亦仍是一大挑戰。我們可能難以單獨評估各項營銷活動對消費者行為或銷售轉化的影響。隨著我們品牌在各平台和地區擴展，追蹤投資回報率並優化線上及線下渠道的預算分配將變得愈發複雜。

若我們的營銷策略、內容執行或資源分配未能達到預期目標，或若營銷投資回報率低於預期，我們的品牌認知、消費者參與及收入增長可能會受到重大不利影響。

風 險 因 素

不斷變化的線上營銷生態系統和消費者行為可能會對我們的數字銷售及營銷效率產生不利影響。

我們依賴電商平台、短視頻和直播平台以及社交媒體等線上平台推廣及銷售我們的產品。隨著數字內容消費習慣變化及平台生態系統日趨複雜，我們在保持曝光度、控制成本並實現持續消費者互動方面面臨愈發嚴峻的挑戰。

特別是，直播、短視頻及用戶評價等新興營銷形式已成為產品發現和影響消費者的重要手段。這些形式由算法驅動且對市場趨勢敏感，其曝光規則、廣告政策以及內容監管可能會頻繁變動。若我們無法適應這些變化或不能提供能與平台受眾產生共鳴的內容，我們的線上流量及轉化率可能會下降。

數字領域的消費者行為高度變化且難以預測。文化美學、收藏形式以及具有象徵意義的贈禮相關的偏好，可能會隨時間轉變。若主流趨勢與我們品牌的基調或產品風格不契合，或若市場對文化主題手工製品需求下降，我們的營銷效果及品牌關聯度可能會受到不利影響。

此外，針對線上廣告、個人數據使用、網紅推廣以及平台內容的監管審查力度不斷加強，可能會帶來合規及營運負擔。法律或執法方式的變更可能會影響我們的數字營銷運營。

若我們無法適應不斷變化的線上營銷實踐、消費者偏好或平台政策，或若我們的數字營銷活動未能產生預期的回報，我們的線上銷售表現及營銷效率可能會受到重大不利影響。

我們的營運依賴眾多第三方支持，而其業務中斷或不當行為可能對我們的業務、聲譽及客戶體驗產生不利影響。

我們營運的多個環節均依賴各類第三方服務供應商和合作商的支持，包括原材料採購、委託生產工序、物流倉儲以及銷售渠道執行。雖然我們實施內部控制並制訂合同安排，但我們無法全面監督或控制該等第三方的日常營運。此外，我們可能因第三方的行為（如勞動糾紛、監管違規或網絡安全漏洞）而面臨聲譽或法律風險，即便本公司未直接涉及。

其中，物流服務供應商對線上及線下訂單履行至關重要。鑒於我們的銅質產品較重、易碎且通常具有紀念意義的特性，交付質量直接影響客戶的滿意度。運輸過程中的任何延誤、處理不當、丟失或包裝損壞，均可能導致消費者產生負面體驗、投訴或要求退款。在某些情況下，交付失敗或最後一公里服務不足亦可能導致不滿或損害我們的品牌認知。

風 險 因 素

第三方合作商的任何重大表現不佳、業務中斷或不當行為均可能會影響我們的產品交付，損害客戶信任，並對我們的品牌形象及業務營運產生不利影響。

我們的業務依賴創始人及關鍵人員的持續貢獻，任何人員流失或不穩均可能會對我們的表現及增長產生不利影響。

我們的成功與創始人俞光先生（擔任我們的董事長兼總經理）的遠見、領導力及個人參與緊密相連。俞先生對塑造我們的品牌價值、產品方向及文化定位發揮基石作用。其持續參與設計戰略、創作開發以及企業領導工作，對我們的形象和長期發展方向至關重要。除俞先生外，我們依賴規模更龐大的高級管理層、創作領導團隊，以及產品設計、生產管理、品牌推廣和運營等部門的專業技術人員。文創產業本質屬人才驅動型產業，對具備傳統工藝、視覺敘事以及文化重構演繹經驗的人才需求極大。有關進一步詳情，請參閱「業務－優勢－經驗豐富的管理層和富有創意的團隊，助力長期業務增長」一節。

關鍵人員的突然離任、無法獲取或表現欠佳可能會對我們的創作連貫性、營運持續性或市場執行力造成破壞。鑒於行業競爭以及我們工作的專業性，我們可能難以招聘及留聘具備同等資質的替代人員。若我們無法挽留、吸引或激勵對我們的創作願景、管理效能或生產執行至關重要的人員，我們的業務表現、品牌凝聚力及未來增長前景可能會受到重大不利影響。

我們須遵守中國的環境保護及工作場所安全法律法規，包括有關廢棄物處置、排放及工作場所安全的法律法規。任何不合規、監管變動或加強執法均可能導致成本增加或罰款，並可能對我們的營運產生不利影響。

作為一家金屬類文創產品製造商，我們須遵守中國一系列環境保護及工作場所安全法律法規。這些法律法規涵蓋污染物排放、危險廢棄物處置、噪音及粉塵控制、化學品和氣體處理、防火、職業病預防、員工健康保護以及工作場所安全標準方面的要求。詳情請參閱本文件「業務－牌照、許可及批文」。

我們的生產流程包括金屬熔煉、鑄造、打磨、拋光、表面處理及著色等環節，涉及使用加熱設備、高溫作業及可能釋放煙霧、顆粒物或揮發性物質的金屬化合物。若管理不當，這些操作可能引致燒傷、吸入暴露、粉塵相關呼吸危害或化學接觸傷害等安全風險。我們須取得並持續持有排污許可證及工作場所安全許可證，同時須實施消防安全、氣體檢測、防護用品使用及員工健康監測方面的內部規程。安全意識、設備維護、防護材料使用或應急響應機制的任何不足，均可能增加事故或職業病風險。

風 險 因 素

環境保護亦日益成為監管執法重點關注領域。粉塵、煙霧或拋光廢料的排放須符合相關標準，地方當局可能會進行突擊檢查或要求整改。未能符合環境或安全要求可能會導致行政處罰、責令整改、暫停部分生產流程，甚至在極端情況下被吊銷營業執照。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無因環境或安全違規而遭受任何重大行政處罰。然而，我們無法保證日後的檢查或監管變化不會加重我們的合規負擔，或不會導致須就設施升級、防護設備或監測系統產生額外的資本支出。

若我們未能遵守適用的環境或職業健康與安全法規，或若監管要求變得更為嚴苛或不可預測，我們可能會面臨處罰、聲譽損害、營運中斷或成本上升，所有這些情況均可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。

未能維持最佳存貨水平、確保存貨的安全性或管理存貨的減值風險可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們儲備原材料、在製品、製成品及在途貨品存貨以支持生產及銷售活動。於往績記錄期，我們的存貨水平及周轉天數保持相對穩定，乃主要得益於穩定的客戶需求。截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的存貨分別為人民幣115.7百萬元、人民幣107.2百萬元、人民幣132.3百萬元及人民幣146.8百萬元，平均存貨周轉天數分別為107天、119天、119天及128天。然而，我們無法保證有關存貨水平始終適當。

鑒於我們許多產品為手工製作，且部分SKU具備季節性或紀念性特質，需求波動、銷售預測不準確或消費者偏好變化均可能會導致存貨過剩或滯銷。此外，部分產品需要小心處理，並可能隨時間推移而出現損壞，尤其是帶有外露金屬飾面或結構複雜的產品。

如果我們未能完全遵守適用的中國勞動法（包括有關社會保險及住房公積金供款），我們可能會受到處罰或其他監管行動。

根據適用的中國勞動法律及法規，我們須與僱員訂立書面僱傭合約，並根據當地法規向多項法定計劃（包括養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金）供款及扣繳僱員供款。

風 險 因 素

過往，由於行政複雜性、當地慣例差異及內部管理限制等原因，我們的若干附屬公司可能未能在所有方面完全遵守該等責任。例如，在某些情況下，供款可能沒有根據僱員的實際工資或在規定的時間範圍內進行。截至最後實際可行日期，我們並未收到中國相關部門就該等事項發出的任何行政處罰或整改通知。

根據我們的中國法律顧問，基於目前的監管環境及我們的合規記錄，本公司受到處罰或被要求補足往績記錄期欠繳的社會保險及住房公積金供款的可能性被認為極低。然而，我們無法向閣下保證有關部門日後不會採取更嚴格的立場、進行追溯性檢查或施加追溯性供款、附加費或行政處罰。任何該等行動均可能增加我們的合規成本、產生勞資糾紛或聲譽風險，並對我們的財務狀況、業務營運及前景造成不利影響。有關進一步詳情，請參閱本文件「監管概覽－有關勞動合同、社會保險及住房公積金的法規」及「業務－不合規事件」。

我們須遵守中國的各項監管審批、許可及合規要求。監管發展可能增加我們的合規負擔及相關成本，從而對我們的業務營運及財務表現造成不利影響。

我們須取得並持有中國國家及地方主管部門頒發的各類執照、許可、備案及行政批准，包括營業執照、排污許可證、環境影響評估、生產安全認證以及知識產權管理體系認證等。詳情請參閱本文件「業務－牌照、許可及批文」一節。我們亦須持續遵守相關批准的各項合規要求，並接受定期檢查。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們已取得目前營運所需的的所有重要執照。然而，我們無法保證日後對新執照、續期或範圍擴展的申請不會出現延誤、被拒或須遵守額外條件的情況，尤其是在監管標準日益嚴格的環境下。

作為一家金屬文創產品製造商，我們的生產流程涉及高溫熔煉、鑄造、打磨、拋光、表面處理及燒色。這些工序需使用金屬化合物及加熱設備，可能產生粉塵、煙霧及揮發性物質。我們須建立並維護防火系統、防護裝備使用規範、氣體檢測及員工健康監測機制。近年來，職業安全、有害廢棄物管控及排放標準等領域的法規執行日趨嚴格。符合這些不斷變化的要求可能需要投資於設施升級、空氣與噪音過濾系統、防護設備，以及加強培訓與監測機制。

此外，我們需遵守中國與網絡安全及數據隱私相關的法律法規，包括但不限於《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》及《中華人民共和國個人信息保護法》。隨著數據治理領域的執法實踐演變及新監管動態發展，我們或需採取額外合規措施。

風 險 因 素

我們的僱員的不當行為或欺詐可能會導致財務損失、法律責任及業務聲譽損害。

我們面臨僱員及一線人員（包括直營零售店、倉庫及生產設施的工作人員）不當行為、欺詐或其他不當舉措的風險。此類不當行為可能包括盜竊、挪用公款、偽造記錄、商業賄賂、濫用機密信息或不合規的銷售與營銷行為。我們可能無法發現或防止所有不當行為，尤其是當有關行為被隱瞞或涉及串通時。

任何公開的僱員不當行為事件，即便只是個別情況，都可能損害我們的品牌形象，引發監管審查或消費者投訴，並導致財務損失或內部混亂。嚴重情況下，我們還可能面臨行政處罰或法律申索。若無法有效管理僱員行為或確保合規，可能會對我們的經營誠信、聲譽及經營表現產生不利影響。

我們的保單可能無法完全保障我們應對所有營運風險。

我們根據行業慣例投保，以涵蓋我們營運的若干方面。有關我們保單的詳情，請參閱本文件「業務－保險」一節。然而，我們現有的保險可能無法完全涵蓋所有類型的損失或責任，並且可能會受到免賠額、除外責任或承保範圍限制的約束。

此外，任何保險理賠的結果及時間均可能存在不確定性，而且我們無法向閣下保證未來的保險費仍具有商業可行性。任何未得到保險充分承保的重大損失均可能對我們的財務狀況及業務營運產生不利影響。

我們面臨與第三方付款安排相關的風險。

自2022年1月1日至2023年2月14日，我們收到第三方通過不屬於相關買賣協議合同當事人的賬戶代表數量有限的經銷商支付的款項。截至2022年及2023年12月31日止年度，我們分別從四家及兩家經銷商處收到此類款項，總額約為人民幣11.3百萬元及人民幣6,000元，分別佔各年總收入約2.3%及0.001%。截至2024年12月31日止年度或直至最後實際可行日期，我們並無收到任何第三方付款。有關更多資料，請參閱「業務－客戶－第三方付款安排」。我們可能面臨與此類歷史第三方付款安排相關的風險，包括但不限於第三方付款人或其清算人提出的潛在索賠、對資金來源或擬定用途不知情，或可能針對我們提起與此類付款相關的法律訴訟。如發生任何該等風險，我們可能需要分配額外的財務及管理資源來處理相關事宜，這可能對我們的業務及財務表現產生重大不利影響。

風險因素

我們依賴信息技術系統開展各方面業務。我們系統的任何故障或違規行為均可能導致業務中斷、財務損失、聲譽損害或監管處罰。

我們依賴信息系統及數字工具來支持銷售、物流、存貨及客戶參與。這些系統的任何故障、失靈或安全漏洞均可能導致營運延誤、數據丟失、客戶投訴或財務損失。我們還在營運過程中收集和處理消費者數據。根據適用的中國數據保護法，任何未經授權的訪問、數據洩露或系統受損都可能導致聲譽受損、監管審查或法律責任。我們無法保證完全防範不斷變化的網絡安全風險。任何重大IT事故均可能對我們的業務表現、消費者信任及品牌聲譽造成不利影響。

使用社交媒體可能會對我們的聲譽造成重大不利影響。

我們利用社交媒體平台來推廣我們的品牌、吸引消費者並支持數字銷售。然而，這些平台上用戶生成內容的快速性及不可控性使我們面臨著可能難以控制的聲譽風險。負面帖子、誤導性的重新解讀或惡意活動可能會被廣泛傳播，並通過算法功能放大。即使此類內容不準確或出於商業動機，其可能會迅速傳播，並在採取糾正措施之前扭曲公眾對我們品牌的認知。

此外，經過戲劇化處理或選擇性編輯的內容，尤其是短視頻或直播形式的內容，可能會被煽情或斷章取義，從而引發強烈的負面反應。針對此類內容的平台限制或暫停可能會進一步影響我們有效應對的能力。我們亦面臨因員工或高級管理層在公共平台上的不當行為或言論而引發的聲譽風險。任何被認為不敏感、有爭議的言論或與我們品牌價值不符的行為都可能引起消費者的負面反應，並損害我們的公眾形象。

有關我們、我們的股東及聯屬人士、我們的品牌及我們管理層的負面宣傳可能會對我們的業務、聲譽及我們股份的[編纂]造成重大不利影響。

我們的品牌及業務對公眾看法高度敏感，任何形式的負面宣傳均可能對我們的聲譽、消費者信任及投資者信心造成不利影響。此類宣傳可能來源廣泛，話題多樣，包括涉及本公司、管理層、董事、股東、聯屬人士、產品或業務實踐的爭議。潛在的觸發因素包括媒體報道、分析師評論、舉報人申索、監管機構調查、供應商或員工糾紛，或與企業管治、道德行為或股東背景相關的指控。

即使有關問題與我們的核心業務無關，或是由我們無法控制的情況引起，公眾對負面報道的聯想也可能會削弱對我們文化、價值觀或品牌形象的信心。倘我們的任何關鍵人員或股東受到審查、爭議或歷史聲譽問題的影響，由此引發的關注可能會對公眾及市場的看法造成過大的影響。

風 險 因 素

鑒於我們產品的文化及價值定位，負面宣傳可能會比純功能性產品更快地削弱消費者的忠誠度。倘此類事件發生在我們[編纂]前夕或關鍵品牌活動期間，也可能會影響[編纂]情緒及我們H股的[編纂]表現。

我們無法保證所有聲譽風險都能被預測、預防或減輕。任何重大負面宣傳事件均可能對我們的品牌、業務營運及[編纂]表現產生不利影響。

我們的部分物業缺乏所有權證書，可能會引至搬遷風險。

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃了多處物業作為線下直營店。其中，部分租賃場所並無有效的房產證。此外，部分租賃未按照適用法規的規定在中國相關房屋管理部門進行登記。我們亦佔用兩個自有場所，總建築面積約為480平方米，且尚未獲得正式所有權證書，目前用於塗料存儲及清潔車間。更多資料請參閱本文件「業務－物業－自有物業」。

根據中國法律，未辦理租賃登記一般不會影響租賃協議的有效性，但出租人或承租人可能會受到行政警告或罰款。租賃不具有產權證書的物業可能會面臨較高的法律風險。倘出租人沒有合法產權，或倘第三方主張所有權或政府強制改變土地用途，我們可能會被要求騰空或搬遷受影響的門店。

目前，我們未獲悉有關該等物業的任何糾紛、監管處罰或搬遷通知。根據當前評估，被強制搬遷的可能性較低。然而，未來的情況發展可能會影響我們繼續佔用該等場所的能力。如果需要搬遷，我們認為按照可接受的條款找到替代場所在商業上具有可行性。儘管如此，搬遷可能會導致暫時的運營中斷、額外的租賃投資或者對受影響門店的客戶體驗造成影響。

諸如COVID-19之類的突發公共衛生事件可能會擾亂我們的營運，並對我們的財務業績產生不利影響。

於COVID-19疫情期間，由於生產暫停、物流延誤以及線下消費者流量的波動，我們的業務受到影響。雖然整體影響已經消退，業務狀況也已基本恢復正常，但對於未來潛在的突發公共衛生事件仍存在不確定性。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－COVID-19疫情的影響」一節。

COVID-19疫情的任何反覆或類似傳染病的爆發以及相關公共衛生措施均可能再次擾亂我們的供應鏈、線下零售活動或物流運營，並可能對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。

風險因素

我們的銷售或會受季節性影響。

我們的銷售呈現季節性特徵，「雙十一」、「雙十二」及「618」年中大促等主要線上促銷活動期間通常錄得更高的線上訂單金額。例如，在2024年，6月、11月及12月每個月的線上訂單金額都超過了該年度的月度平均訂單金額約12%至45%。有關我們季節性的更多詳請，請參閱本文件「財務資料－季節性」一節。

這些季節性高峰可能會導致我們的銷售額出現波動，給生產及物流規劃帶來壓力，並影響收入確認的時間。倘我們在需求旺盛時期未能準確預測需求或做出有效應對，我們的銷售表現及營運效率可能會受到不利影響。

我們可能無法繼續享有稅務優惠或獲得政府補助。

目前，我們享受中國高新技術企業（「**高新技術企業**」）的優惠稅率，使我們的企業所得稅稅率降低至15%。我們的高新技術企業證書有效期至2027年12月，之後需要續期以保持這一稅收優惠待遇。雖然這種身份在我們行業的上市公司中很常見，但無法絕對保證我們能成功續期。倘無法續期我們的高新技術企業身份，將導致我們失去相關的稅收優惠，使我們必須按照標準企業所得稅率納稅，並可能增加我們的稅收支出。這可能會對我們的盈利能力及財務表現產生不利影響。此外，倘高新技術企業資格要求發生變化或稅務機關的執法更加嚴格，我們達到續期標準的能力可能會受到影響，從而進一步影響我們的稅務責任。

我們過往曾獲得政府補助，並享受稅收優惠，以支持研發、人才招聘及文化發展等領域。這些形式的支持構成了我們的其他收入，並有助於抵銷若干營運成本。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們確認的政府補助分別約為人民幣2.4百萬元、人民幣3.0百萬元、人民幣2.6百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣0.3百萬元。這些補助及政策優惠構成了我們的其他收入。

然而，大多數政府補助均為非經常性的，受政府財政預算、政策轉變或行政裁量權的影響。同樣，我們獲得稅收優惠的資格也取決於是否符合不斷變化的法規及基於績效的重新評估。我們無法保證今後會繼續獲得此類支持。該等優惠的任何減少、延遲或中止均可能增加我們的營運成本，並對我們的財務狀況及盈利能力產生不利影響。

風 險 因 素

近期美國關稅增加及全球貿易緊張局勢的加劇可能會對我們的國際拓展及業務表現產生不利影響。

隨著拓展國際市場及多元化收入基礎的戰略推進，我們日益受全球貿易政策演變影響（尤以中美政策為甚）。當前我們的產品主銷中國市場。然而，隨著我們進軍海外市場，我們可能面臨國際貿易摩擦升級的風險。有關進一步資料，請參閱本文件「業務－戰略－國際拓展策略及區域市場發展」。

全球貿易環境持續快速演變。自2025年初以來，美國政府已對自中國進口的貨物加徵關稅，將基本關稅率提至10%，同時自2025年5月14日起暫停實施其餘24%加徵稅率，為期90天。中國政府採取對等措施進行應對，同步將報復性關稅從125%降至10%。然而，於2025年9月25日，美國宣佈新一輪針對特定進口商品的關稅措施，包括對傢具徵收30%的關稅及對廚櫃徵收50%的關稅，自2025年10月1日起生效。該等事態發展預示著關稅保護制不斷升級的更廣泛趨勢，對中國的消費品出口商帶來重大不確定性。此外，中美貿易緊張局勢持續帶來全球連鎖反應，尤其影響越南、泰國及印尼等東南亞國家的貿易動態。該等國家已成為日益重要的製造樞紐，但近期對其採取的關稅措施可能削弱該等較低成本地區的利益。貿易緊張局勢升級不僅提高關稅，亦可能導致更嚴格的法規或市場限制，令我們的國際拓展工作更為複雜並增加運營成本。

我們無法預測該等地緣政治因素將如何演變，但持續的關稅、貿易限制或對等措施可能削弱我們的競爭力，影響定價戰略，並干擾我們的物流及市場進入工作。隨著我們拓展進入新市場，該等貿易挑戰可能影響我們的戰略計劃，包括可能改變消費者需求或與外國經銷商的關係。

此外，持續貿易衝突可能抑制部分司法權區的消費意願或可自由支配開支（尤其對文創工藝產品等非必需或消費者偏好驅動類別）。該等發展亦可能削弱外國經銷商或授權合作夥伴與中國生產商的合作意願，或導致我們重新評估國際拓展計劃。最近這些專門針對傢具及建築材料的關稅公告，凸顯與我們的目標市場相鄰的家居裝飾及室內設計領域所面臨的風險升高。若不利進口條件、高關稅或廣泛貿易限制重啟或延伸，我們進軍新市場、建立海外品牌知名度或獲取全球合作夥伴關係方面的舉措或將遭受重大不利影響。

如果全球貿易政策變得越來越嚴格，或倘我們的目標出口目的地實施不利的進口條件或報復性措施，我們的國際增長戰略、收入多元化努力以及整體財務表現可能會受到重大不利影響。

風 險 因 素

我們或會受到自然災害、戰爭或恐怖主義行為等我們無法控制的不可抗力事件影響。

我們的營運可能會受到我們無法控制的事件的干擾，包括自然災害（如地震、洪水或颱風）、大流行病、戰爭、恐怖主義或社會動亂。該等事件可能會損壞設施、中斷供應鏈及物流、影響用工或暫停生產及零售業務。

我們還依賴第三方平台及數字基礎設施進行線上銷售，而這可能會受到停電、網絡事件或地區不穩定的影響。此外，地緣政治的發展可能會影響我們的國際夥伴關係或IP授權安排。

若我們未能遵守反賄賂或反洗錢法律，我們可能會受到處罰。

在中國以及我們開展或可能開展業務的其他司法權區，我們受到各種反賄賂及反洗錢法律及法規的約束。這些法律法規禁止（其中包括）公司及其中介機構直接或間接向政府官員或私人提供、承諾、授權或給予任何有價物品，以獲取或保留業務或以其他方式尋求優惠待遇。此外，《中華人民共和國反洗錢法》及相關法規要求機構及相關實體採用內部控制制度，以識別、監控及報告可疑交易，並配合有關部門的反洗錢調查。

我們無法向閣下保證我們或我們的被投資公司的董事、高級人員、僱員、經銷商、代理商或業務合作夥伴不會從事違反適用法律法規的活動。

匯率波動可能會影響我們的財務表現。

我們的財務報表以人民幣為單位，人民幣亦為本公司的功能貨幣。儘管我們目前的業務主要在中國開展，且我們絕大部分的收入、成本及開支以人民幣計值，但隨著我們逐步拓展至國際市場，我們仍可能面臨外匯風險。

於往績記錄期，我們於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月錄得外匯收益淨額分別為人民幣394,000元、人民幣26,000元、人民幣157,000元及人民幣68,000元以及虧損人民幣19,000元。這些波動乃主要由於以外幣結算的若干交易，包括跨境採購、物流或國際服務費。

隨著我們尋求進一步的國際拓展，以美元或其他外幣結算等外幣交易風險可能會增加。在這種情況下，外幣兌人民幣升值可能會增加我們的商品營業成本或營運開支，而貶值則可能會降低海外收入的折算價值。我們於往績記錄期未採取任何對沖政策來管理外匯風險。未來匯率的任何波動均可能導致我們報告的財務業績或資產淨值的波動，並可能對我們的盈利能力及財務狀況產生不利影響。

風 險 因 素

與在中國開展業務有關的風險

根據中國政府機構頒佈的有關境外發售及上市的新法律法規，我們可能須遵守額外的監管規定。

於2021年7月6日，中國政府有關部門發佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》，強調要加強對證券違法活動的管理及對境內公司境外上市的監督。這些意見提出採取有效措施，如推進監管制度建設，以應對境內企業境外上市所面臨的風險及事件。

於2023年2月24日，中國證監會、財政部、中國國家保密局、中國國家檔案局聯合發佈了《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》（「**檔案規則**」），自2023年3月31日起施行。檔案規則規定，境內企業境外直接或間接進行證券發行及上市活動中，境內企業以及提供相關證券服務的證券公司及證券服務機構，須嚴格遵守保密及檔案管理的要求，建立健全內部系統，並採取必要措施落實相關管理責任。

由於我們為一家尋求在香港**[編纂]**的中國公司，我們必須遵守上述監管框架下的監管制度。該等規則的解釋及實施仍在不斷演變，我們無法保證我們不會被要求進一步披露資料、調整內部政策或產生額外的合規成本。未能遵守上述規定可能會對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響。

我們未來**[編纂]**可能須遵守中國證監會或其他中國政府機構的批准、備案或其他規定。

於2021年7月6日，中國相關政府機關發佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》。該意見加強對中國公司境外上市的管理及監督，並建議切實採取措施，如推進相關監管體系建設，以應對境外上市中國公司所面臨的風險及突然情況。

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**」）以及於2023年3月31日生效的五項詮釋指引。試行辦法全面完善及改革原有中國境內企業證券境外上市監管制度，及通過採納以備案為基礎的監管制度對中國境內企業證券的直接及間接境外上市實行監管。根據試行辦法，我們作為一家尋求於海外市場**[編纂]**證券的中國境內公司，須於向海外監管機構遞交**[編纂]**文件後三個工作日內向中國證監會申請備案手續及呈報相關資料。

風 險 因 素

此外，我們無法向閣下保證日後頒佈的任何新規則或法規將不會對我們或我們的融資活動施加任何其他規定或限制。我們可能無法及時遵守有關其他規定，甚至根本無法遵守。此外，我們可能會因本次[編纂]無法尋求中國證監會備案或其他政府授權而受到中國證監會或其他中國監管機構的調整，該等監管機構可能對我們實施罰款及處罰、影響我們在中國的經營活動、影響我們派發股息的能力、延遲或影響將[編纂][編纂]匯回中國或採取其他影響融資活動的行動，這可能會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

我們的H股持有人可能須繳納中國所得稅。

根據中國現行稅收法律及法規，非中國居民個人及非中國居民企業須就我們向其派付的股息及因出售或以其他方式處置H股所實現的收益履行不同的稅務責任。

根據《中華人民共和國個人所得稅法》及其實施細則，非中國居民個人從中國境內取得的股息或股份轉讓收益須按20%稅率繳納中國個人所得稅。因此，除非中國與外國居民個人居住的司法權區間的適用稅務協議就相關稅務責任提供減免，否則我們須自股息付款中預扣該稅項。

根據於2006年8月21日簽署的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》，中國政府可就中國公司向香港特別行政區居民（包括自然人及法人）派付的股息徵稅，但該稅項將不得超過中國公司應付股息總額的10%。倘一名香港特別行政區居民在一家中國公司直接持25%或以上股權，則該稅項不得超過該中國公司應付股息總額的5%。國家稅務總局頒佈並於2019年12月6日生效的《〈內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排〉第五議定書》規定，以獲取上述稅收優惠為主要目的的安排或交易，不受上述規定的約束。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》，對於未在中國設立機構或經營場所的非中國居民企業，以及雖在中國設有機構或經營場所，但其收入與所設機構或經營場所無關的該等企業，我們派付的股息及上述外國企業出售或以其他方式處置H股後實現的收益，一般須按20%的稅率繳納中國企業所得稅。根據國家稅務總局頒佈的《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》，該稅率已降低至10%，而依據中國與相關非中國居民企業所在司法權區之間的特別安排或適用協議，該稅率亦可進一步降低。

風 險 因 素

由於若干因素的影響，適用中國稅務法律法規在解釋及應用方面仍受限於屆時相關法律法規的規定。該等因素包括未來是否會廢除相關稅收優惠待遇，從而導致所有非中國居民個人持有人須按照20%的統一稅率繳納中國個人所得稅。此外，中國稅務當局對適用中國稅法及規則的解釋和應用仍在不斷演變中，包括非中國居民企業須繳納的資本利得稅、對我們H股的非中國居民個人持有人所派付的股息及出售或以其他方式處置H股後所實現的收益而徵收的個人所得稅。中國的稅法、規則和法規亦可能會變更。如適用的稅法及規則及其解釋或應用出現任何變更，則閣下對我們H股投資的價值可能會受到重大影響。

可能難以向我們、我們的董事及高級管理層送達法律程序文件、執行外國判決或提出原訴。

我們為一家根據中國法律註冊成立的公司，且我們的絕大部分資產均位於中國境內。此外，我們的大部分董事及高級管理層均居住在中國境內。因此，在中國境內送達法律程序文件、調查、收集證據、追認及執行程序應遵循《中華人民共和國民事訴訟法》以及其他適用法律、法規及解釋的規定。於2006年7月14日，中國最高人民法院與香港簽訂《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》（「**2006年安排**」），於2008年7月3日發佈並於2008年8月1日生效。根據2006年安排，內地人民法院和香港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終審判決，當事人可以向內地人民法院或者香港法院申請認可和執行。但需要爭議各方同意根據2006年安排訂立書面管轄協議。

於2019年1月18日，中國最高人民法院與香港簽訂《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》（「**2019年安排**」），2019年安排於2024年1月25日發佈，並於2024年1月29日生效。2019年安排已取代2006年安排，並使相互認可和執行民商事案件判決更清晰及明確。2019年安排生效前，當事人已簽署2006年安排所稱「書面管轄協議」的，仍適用該安排。然而，在中國確認及執行該等判決及仲裁裁決的任何特定申請的結果仍存在不確定因素。

風險因素

外匯監管可能會限制我們的外匯交易，包括我們派付股息及履行其他義務的能力，並可能影響 閣下所持H股的價值。

中國的貨幣兌換法規可能會限制我們利用人民幣收入為中國境外業務活動提供資金或以外幣支付股息的能力。根據中國現行的外匯法規，包括利潤分配以及與貿易和服務相關的外匯交易在內的經常賬戶項目可在遵守特定程序要求的情況下以外幣支付，而無需事先獲得國家外匯管理局的批准。然而，將人民幣兌換成外幣以及將外幣匯出中國境外用於資本賬戶項目（如直接投資、貸款及證券投資）需要事先獲得國家外匯管理局或其地方分支機構的批准或登記。我們無法保證國家外匯管理局或其他相關中國政府機構不會對我們向股東匯出股息或其他款項施加任何限制。此外，亦無法保證將來不會頒佈新的法規或政策，進一步限制或取消我們以外幣支付股息或其他款項的能力。對向股東支付股息或其他款項的能力的任何限制均可能會對 閣下的投資價值產生重大不利影響。

與[編纂]有關的風險

股份過往並無[編纂]，及我們股份的流通量及[編纂]可能會發生波動。

我們的H股於[編纂]前並無[編纂]。H股的初步[編纂]由我們與獨家保薦人（為其自身及代表[編纂]）磋商而定，而[編纂]可能與[編纂]後H股的[編纂]有很大差異。我們無法向 閣下保證H股將會形成交易活躍的市場，也不能保證其在[編纂]後持續活躍，亦不保證H股的[編纂]將不會跌破[編纂]。我們H股的[編纂]可能會受到多種因素的影響而劇烈波動，其中一些因素非我們所能控制。

股份的[編纂]可能會發生波動，從而可能會給 閣下帶來重大損失。

我們H股的[編纂]可能會波動，並可能因我們無法控制的因素而大幅波動。這些因素包括但不限於：我們收入、盈利及現金流的變化，我們經營業績的變化，分析師估計的變化，對我們行業的看法及以中國及其他地方的監管發展。[編纂]不時出現與特定公司經營表現無關的[編纂]及成交量的大幅波動。該等[編纂]波動亦可能會對H股的[編纂]造成重大不利影響。

此外，根據中國法律，所有現有股東（包括[編纂]投資者）於[編纂]後的首12個月內不得出售其任何股份。該[編纂]期可能會影響我們H股於緊隨[編纂]後的流動性及成交量。這些因素與我們的實際業務表現無關，可能會導致我們的H股價格大幅波動，並給投資者帶來潛在損失。

風 險 因 素

於[編纂]中[編纂]我們H股的[編纂]可能會面臨即時攤薄，若我們日後增[編纂]股份，則可能會面臨進一步攤薄。

我們的H股於[編纂]中的[編纂]可能高於緊接[編纂]前每股H股的有形賬面淨值。因此，[編纂]中我們H股的[編纂]的有形賬面淨值可能面臨即時攤薄。此外，我們日後可能需要[編纂]更多資金，並可能[編纂]更多股份或可轉換為股份的證券。倘我們日後增[編纂]股份或證券，我們H股的[編纂]的每股有形賬面淨值可能面臨進一步被攤薄。

未來[編纂]或預期[編纂]大量H股可能會對[編纂]造成不利影響及攤薄股東持股。

我們H股的[編纂]及我們以有利條款籌集資金的能力可能會受到未來在[編纂]大量[編纂]H股的負面影響，尤其是倘我們的董事、高管或最大股東[編纂]H股，或倘我們發行[編纂]或[編纂]的證券。對此類[編纂]的看法也可能對我們的[編纂]造成下行壓力。此外，倘我們日後增[編纂]證券，我們現有股東的持股可能面臨攤薄。

我們可能會根據任何現有或未來的股權激勵計劃[編纂]新股，進一步攤薄股東權益。該等新[編纂]的股份或與股份掛鈎的證券可能具有優先於H股的權利及特權。我們的最大股東持有的若干股份有[編纂]期，自我們的股份於香港聯交所開始[編纂]之日起計。我們無法保證其屆時或日後不會[編纂]股份。此類[編纂]或該等股份進入[編纂]的可能性可能會對我們H股的現行[編纂]產生負面影響。

此外，在[編纂]中[編纂]股份的[編纂]可能不受其H股的任何[編纂]，並且出於各種法律、監管、業務或市場原因，他們可能已有現有安排或協議，以便於緊隨[編纂]後[編纂]部分或全部H股。該等銷售，尤其是倘於緊隨[編纂]後發生，可能會對H股的[編纂]造成下行壓力，並導致我們的H股[編纂]大幅波動。

我們單一最大股東的利益可能與我們其他股東的最佳利益衝突。

緊隨[編纂]完成後，在不考慮根據[編纂][編纂]的任何股份的情況下，我們的單一最大股東將合共持有我們已發行股本總額的約[編纂]，從而對我們的業務及公司決策擁有重大控制權。這種所有權集中使我們的單一最大股東能夠對需要股東批准的事宜施加重大影響，包括董事選舉、合併、業務合併、資產收購或處置、增[編纂]股份或其他權益證券、股息支付以及整體公司戰略。

風 險 因 素

這種控制水平可能導致我們的單一最大股東做出符合其利益的決策，但不一定符合我們少數股東的利益。此外，這種所有權集中可能會阻礙、推遲或阻止本公司控制權的變更，否則股東就有機會溢價出售股份。此種行為可能會對我們H股的[編纂]產生負面影響，並限制其他股東對本公司治理及未來發展方向的影響。

我們的歷史股息未必代表我們未來的股息政策，亦無法保證未來會派付股息。

我們的董事會可自行決定是否派發股息。我們過去支付的股息金額並不代表我們日後的股息政策或股息金額。派發及支付股息將由我們的董事會酌情決定，並取決於各種因素，包括我們的業務前景、財務表現、現金流、資本需求及融資安排條款。我們無法保證將來會宣派及支付任何金額的股息。

我們對如何使用[編纂][編纂]擁有重大酌情權，閣下未必會同意我們使用該等款項的方式。

我們的管理層可能以閣下不同意的方式或無法給我們的股東帶來可觀回報的方式使用[編纂][編纂]。有關我們使用[編纂][編纂]的計劃的更多詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。然而，我們的管理層將就[編纂]的實際用途具有酌情權。閣下將自身的資金委託予我們的管理層，閣下須依賴我們的管理層判斷決定本次[編纂][編纂]的特定用途。

本文件中自公開可得政府官方來源獲得的若干事實、預測及其他統計數據未經獨立核實及未必可靠。

本文件所載的若干事實、預測及其他統計數據均來自各種公開的政府官方來源。儘管我們的董事認為這些來源適當，並在獲取及複製這些資料時採取了合理的謹慎措施，我們無法保證相關來源材料的準確性、質量或可靠性。由於該數據未經我們或參與[編纂]的任何其他方獨立核實，我們對其準確性不作任何聲明。

此外，我們無法向投資者保證本資料乃按其他地方提供的類似數據的標準或按照相同的準確度編製。因此，[編纂]在評估本文件時務請仔細考慮自身對有關事實及統計數據的重視程度。

風 險 因 素

我們的前瞻性陳述受不確定因素影響，及未來業績可能與其中明示或暗示者存在重大差異。

本文件包含與我們業務有關的前瞻性陳述。前瞻性陳述根據管理層當前的想法、假設及使用當時可用資料作出。可通過「旨在」、「預期」、「相信」、「可能」、「預料」、「打算」、「或許」、「計劃」、「潛在」、「預測」、「預計」、「尋求」、「將」等詞彙以及類似表述識別前瞻性陳述。該等陳述反映了管理層對未來事件、營運、流動性及資金來源的看法；然而，其本質上存在風險、不確定性及假設。

若發生一項或以上此類風險或不確定性因素，或者相關假設被證明為不正確，我們的實際結果可能與該等前瞻性陳述所預期者有重大差異。我們無法控制的因素以及未來的業務決策可能會影響結果，其中許多因素於本文件的「風險因素」一節內討論。

鑒於該等不確定性，前瞻性陳述不應被視為對特定計劃或目標的保證，謹請[編纂]不要過分依賴。本文件中的所有前瞻性陳述均受該等警示性陳述的限制。除上市規則或香港聯交所規定的持續[編纂]外，我們不打算因新資料、未來事件或其他因素而[編纂]更新或修訂前瞻性陳述。

有意[編纂]應僅基於本文件（而非媒體報道）做出投資決定。

我們強烈勸告 閣下不應依賴新聞稿或其他媒體所載有關我們及[編纂]的任何資料。本文件刊發前，有報章及媒體對我們、我們的業務、我們所處行業及[編纂]作出報道。本文件刊發日期後但於[編纂]完成前，可能另有媒體對我們、我們的業務、我們所處行業及[編纂]作出報道。該等報章及媒體報道可能提及本文件未有載列的若干資料，包括若干經營及財務資料和預測、估值及其他資料。我們或參與[編纂]的任何其他人士均未曾授權在報章或媒體披露任何有關資料，且對任何該等報章或媒體報道或任何有關資料或刊物是否準確或完整概不負責。本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們及彼等各自的任何董事、高級職員、代表、僱員、顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方對任何該等資料或刊物是否適當、準確、完整或可靠亦不作出任何聲明。倘任何上述資料與本文件所載者不一致或有衝突，本公司、獨家保薦人、[編纂]、我們及彼等各自的任何董事、高級職員、代表、僱員、顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方概不負責， 閣下不應依賴該等資料。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，本公司已尋求並[已獲授予]以下對嚴格遵守上市規則相關規定的豁免。

有關管理層留駐香港的豁免

根據上市規則第8.12條及第19A.15條，我們必須有足夠的管理層人員留駐香港。此一般是指我們至少須有兩名執行董事通常居於香港。

我們的管理層、業務營運及資產主要位於香港以外地區。本集團的主要管理層總部主要設在中國。本公司認為本集團的管理層以中國為基地最能發揮其職能。我們的執行董事目前概不會，且在本公司[編纂]後亦不會通常居於香港。董事認為，將我們的執行董事調遷至香港將對本公司造成負擔且成本高昂，且增聘通常居於香港的執行董事可能不符合本公司及股東的整體最佳利益。因此，我們並無且於可預見將來不會擁有足夠管理層人員留駐香港以符合上市規則第8.12條及第19A.15條的規定。

因此，我們已向聯交所申請，且聯交所[已授予]我們對嚴格遵守上市規則第8.12條及第19A.15條規定的豁免，惟本公司須落實以下安排：

- (1) 我們已根據上市規則第3.05條委任兩名授權代表，彼等將作為我們與聯交所的主要溝通渠道。兩名獲委任的授權代表為執行董事羅仁祥先生及聯席公司秘書之一梁皚欣女士（「梁女士」）。梁女士常駐香港。各授權代表可應聯交所要求，於合理時限內於香港與聯交所會面，並將可隨時以電話、傳真及電郵聯絡；
- (2) 聯交所如欲就任何事宜聯絡我們的董事，各授權代表均有方法隨時迅速聯絡我們的全體董事（包括獨立非執行董事）；
- (3) 每名並非通常居於香港的董事均持有或可申請有效訪港旅遊證件，並可應要求於合理時限內與聯交所會面；
- (4) 我們已根據上市規則第3A.19條委任創陞融資有限公司為合規顧問，其將可於任何時間聯絡我們的授權代表、董事及高級管理層，並將作為聯交所與我們的其他溝通渠道；及
- (5) 我們已向聯交所提供每名董事的聯絡資料（包括彼等各自的移動電話號碼、辦公室電話號碼及電郵地址）。

豁免嚴格遵守上市規則

如授權代表、董事及／或合規顧問有任何變動，本公司將根據上市規則在切實可行情況下盡快通知聯交所。

聯席公司秘書

根據上市規則第3.28條及第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。上市規則第3.28條註1規定，聯交所接納下列各項為認可學術或專業資格：(a)香港公司治理公會會員；(b)香港法例第159章法律執業者條例所界定的律師或大律師；及(c)香港法例第50章專業會計師條例所界定的執業會計師。

上市規則第3.28條註2進一步規定，香港聯交所在評估有關人士是否具備「有關經驗」時會考慮下列因素：

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

根據指南第3.10章，聯交所會根據具體事實及情況考慮發行人有關上市規則第3.28條及第8.17條的豁免申請。聯交所會考慮的因素包括：

- (a) 發行人的主營業務是否主要在香港以外地方經營；
- (b) 發行人能否證明其有必要委任不具有認可資格（定義見上市規則第3.28(1)條）或有關經驗（定義見上市規則第3.28(2)條）的人士出任公司秘書；及
- (c) 董事何以認為有關人士適合擔任發行人的公司秘書。

豁免嚴格遵守上市規則

此外，根據指南第3.10章，豁免（如授出）將適用於指定期間，並附帶以下條件：

- (a) 擬委任的公司秘書在固定期限內須獲得擁有上市規則第3.28條所規定的資格或經驗且獲委任為聯席公司秘書的人士協助；及
- (b) 若發行人嚴重違反上市規則，有關豁免可予撤銷。

鑒於董事會秘書及國際部經理徐佳穎女士（「徐女士」）過往在本集團的工作經驗以及其對我們內部行政、業務運營及企業文化的了解，本公司已委任徐佳穎女士為我們的聯席公司秘書之一。因此，儘管徐女士並不具備上市規則第3.28條嚴格規定的特定資格，董事相信徐女士有能力在梁女士的協助下履行聯席公司秘書的職責。梁女士符合上市規則第3.28條的規定，並已獲委任擔任另一名聯席公司秘書，以就[編纂]合規事宜以及其他香港監管規定協助徐女士，初始年期自[編纂]起計為三年。在此期間，我們將採取以下措施，以協助徐女士符合上市規則第3.28條及第8.17條規定的必要資格：

- (a) 梁女士將協助徐女士履行其作為聯席公司秘書的職責及責任。鑒於梁女士的有關經驗，其將能夠就上市規則及其他適用香港法例及規例的相關規定向徐女士及我們提供意見；
- (b) 徐女士將獲梁女士協助，初始年期自[編纂]起計為三年，應足以讓其獲得上市規則第3.28條規定的必要知識及經驗；
- (c) 我們將確保徐女士可獲取相關培訓及支持，以使其熟悉上市規則以及發行人公司秘書所規定的職責，而徐女士已承諾出席有關培訓；
- (d) 梁女士將就與我們的營運及事務有關的企業管治、上市規則及其他適用香港法例及規例的事宜定期與徐女士溝通。梁女士將與徐女士密切合作並向其提供協助，以履行其作為公司秘書的職責及責任，包括但不限於組織董事會會議及股東大會；及
- (e) 根據上市規則第3.29條，梁女士及徐女士亦將於各財政年度參與不少於15小時的相關專業培訓課程，以熟悉上市規則的規定以及香港其他法例及監管規定。梁女士與徐女士均將在適當及需要時獲得有關香港法例的法律顧問及合規顧問的意見。

豁免嚴格遵守上市規則

因此，我們已向聯交所申請，且聯交所[已授予]我們對嚴格遵守上市規則第3.28條及第8.17條的規定的豁免，初始年期自[編纂]起計為三年（「豁免期」）。根據指南第3.10章，授予豁免的條件為：(1)本公司委任梁女士（其符合上市規則第3.28條註1項下的規定）為聯席公司秘書，以協助徐女士履行其聯席公司秘書的職能，並按上市規則第3.28條規定獲取有關經驗；及(ii)倘梁女士於三年期內停止向徐女士提供協助，或倘本公司嚴重違反上市規則，有關豁免將即時撤銷。三年期屆滿前，我們將對徐女士的資格及經驗進行進一步評估，以確定是否能夠滿足上市規則第3.28條及第8.17條的規定，且我們將向聯交所證明並尋求聯交所確認，徐女士在受益於梁女士的協助三年後已獲得有關經驗（定義見上市規則第3.28條註2），因此無須進一步豁免。有關梁女士及徐女士履歷的更多詳情，請參閱「董事及高級管理層－聯席公司秘書」一節。

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

董事

姓名	地址	國籍

執行董事

俞光先生	中國 浙江省 建德市 洋溪街道 一江春水江風苑 15幢2單元502室	中國

羅仁祥先生	中國 浙江省 杭州市 下城區 萬和璽園 1幢1501室	中國

何贊先生	中國 浙江省 新昌縣 南明街道 鐘樓南村 5-121號	中國

汪小霞女士	中國 浙江省 建德市 大慈岩鎮 汪山村8號	中國

陳銳廣先生	中國 廣東省 潮州市 湘橋區 官塘鎮 石湖村 石門巷路 下四橫5號	中國

董事及參與[編纂]的各方

姓名	地址	國籍
非執行董事		
肖峰先生	中國 浙江省 紹興市 柯橋區 漓渚鎮 棠二村 大塢55號	中國
獨立非執行董事		
涂必勝先生	中國 浙江省 杭州市 西湖區 耀江文鼎苑 12幢 1401室	中國
黃文禮博士	中國 浙江省杭州市 西湖區 浙大路 38號	中國
方俊輝先生	香港 九龍塘 畢架山一號 5座 6樓A室	中國(香港)

有關進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

董事及參與[編纂]的各方

參與[編纂]的各方

獨家保薦人

招銀國際融資有限公司
香港中環
花園道3號
冠君大廈
45樓

[編纂]

本公司法律顧問

有關香港法例：

君合律師事務所
香港
中環
康樂廣場1號
怡和大廈
37樓3701-10室

董事及參與[編纂]的各方

有關中國法律：

君合律師事務所
中國北京市
建國門北大街8號
華潤大廈20層

有關中國網絡安全及數據隱私法律：

君合律師事務所
中國上海市
石門一路288號
興業太古匯
香港興業中心一座26層
(郵編：200041)

獨家保薦人及[編纂]的法律顧問

有關香港法例：

競天公誠律師事務所有限法律責任合夥
香港
皇后大道中15號
置地廣場
公爵大廈32樓
3203至3207室

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

核數師及申報會計師

德勤•關黃陳方會計師行
執業會計師
註冊公眾利益實體核數師
香港
金鐘道88號
太古廣場一期35樓

董事及參與[編纂]的各方

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
靜安區
南京西路1717號
會德豐國際廣場2504室

物業估值師

戴德梁行有限公司
香港鰂魚涌
華蘭路18號
太古坊港島東中心27樓

[編纂]

公 司 資 料

中國註冊辦事處及總部

中國
浙江省
建德市
洋溪街道雅鼎路777號

根據公司條例第16部於香港註冊的營業地點

香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心
46樓

聯席公司秘書

徐佳穎女士
中國上海市
浦東新區
花木鎮
梅花路289號

梁璿欣女士
香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心
46樓

授權代表

羅仁祥先生
中國
浙江省
杭州市
下城區
萬和璽園
1幢1501室

梁璿欣女士
香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心
46樓

審計委員會

方俊輝先生(主席)
肖峰先生
涂必勝先生

提名委員會

黃文禮博士(主席)
汪小霞女士
方俊輝先生

公 司 資 料

薪酬與考核委員會

黃文禮博士 (主席)
涂必勝先生
羅仁祥先生

戰略委員會

俞光先生 (主席)
羅仁祥先生
黃文禮博士

合規顧問

創陞融資有限公司
香港灣仔
告士打道128號祥豐大廈13樓B室

[編纂]

主要往來銀行

中信銀行股份有限公司杭州建德支行
中國浙江省
杭州市建德市
嚴州大道1289號

中國銀行股份有限公司杭州建德支行
中國浙江省
杭州市建德市
新安江街道
新安路193號

本公司網址

www.tongshifu.com

(本文件在本公司網站可供查閱。除本文件所載資料外，本公司網站所載其他資料均非本文件的一部分)

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自我們就[編纂]委託弗若斯特沙利文獨立編製的行業報告。此外，若干資料基於、源自或摘錄自(其中包括)不同政府機構及內部機構刊物、市場統計數據提供者及與中國各政府機構的溝通或其他獨立第三方來源(除非另有說明)。我們認為有關資料及統計數據的來源屬恰當，且於摘錄及轉載有關資料時已採取合理審慎的態度。本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、或彼等各自的任何董事、顧問及聯屬人士或參與[編纂]的任何其他人士或各方並無獨立核實來自政府官方來源的資料及統計數據，亦無就其準確性發表任何聲明。

文創工藝產品市場概覽

文創工藝產品市場為文創產業的一個細分領域。文創產業以文化資源開發為核心，通過融合歷史、藝術與科技等元素，創造兼具文化內涵、美學價值與商業價值的產品和服務。文創產業在保護文化遺產的同時，對推動當代社會創新發展具有關鍵作用。消費者對兼具藝術表現力、承載文化遺產且富有情感象徵意義的產品需求持續增長，亦對文創產業產生影響。隨著消費者愈發追求能夠彰顯個人品味與價值觀的個性化、精緻美觀且蘊含豐富內涵的產品，消費者的偏好在代際審美差異、文化思潮演變、生活方式變遷及社交媒體實時影響的推動下迅速變化。

文創產業涵蓋廣泛領域，包含傳統工藝美術，也涉及現代數字媒體、時尚設計等領域。根據聯合國教科文組織(UNESCO)的分類方法，文創產業可分為以下領域：文化藝術領域、媒體與內容、創意服務設計、數字創意產業以及文化衍生品。

全球文創產業的市場規模

文創產業作為將文化遺產轉化為當代適切相關的廣闊產業，正經歷快速發展演變。全球範圍內，文創產業已成為驅動消費互動的核心力量，持續推動藝術、設計與商業交叉領域的創新。2019年至2024年，全球文創產業穩步擴張，市場規模從2019年的人民幣16.0萬億元增長至2024年的人民幣19.5萬億元。該期間的複合年增長率為4.0%。未來五年，市場預計保持穩定增長態勢，到2029年達到約人民幣23.1萬億元。2024年至2029年的複合年增長率預計將達到3.4%，反映了文化消費與內容驅動型經濟活動的相對穩定增長。

行業概覽

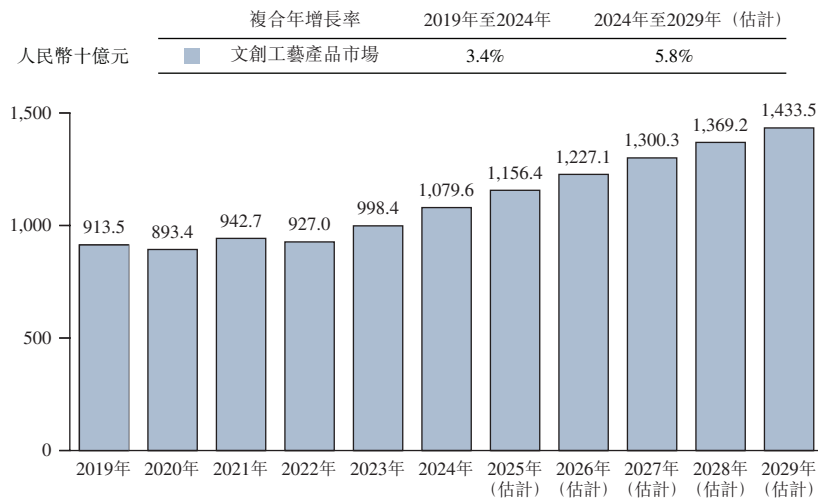
全球文創產業的持續增長受多項結構性因素驅動。內容創作、分發和消費的數字化進程，大幅提升了產業在發達市場與新興市場的滲透率。同時，消費者日益青睞個性化、沉浸式及文化共鳴體驗，推動了產品形態與商業模式更加多元化發展。同時，著力發展創意經濟、促進文化輸出的政府政策繼續創造有利的宏觀環境。隨著跨界合作、IP商業化及平台化經銷模式的進一步成熟，該產業有望持續成為全球服務經濟的強韌動力。

全球文創工藝產品市場的市場規模

2019年，全球文創工藝產品市場規模為人民幣9,135億元，早年略經波動後，2024年達到人民幣10,796億元。該五年期間，市場的複合年增長率為3.4%。展望未來，該市場預計將進入加速增長階段，預計到2029年增長至人民幣14,335億元。2024年至2029年，受消費者日益注重手工製品、本地化生產及富含文化內涵的設計所驅動，該市場的複合年增長率將大幅提速至5.8%。

全球文創工藝產品市場加速增長主要受多項因素驅動。隨著消費者對彰顯個人特質、情感價值與文化內涵意義的產品需求持續升溫，推動手工精制與注重設計的產品贏得更大的市場接受度。與此同時，電商平台和社交媒體營銷渠道的拓展，降低了市場准入門檻，尤其是對獨立創作者和區域品牌而言。此外，可持續發展和匠心工藝日益成為消費者關注的核心要素，與文創工藝產品的定位高度契合。這一發展態勢為跨不同材質、多樣設計風格的老牌企業和新進入者提供了強勁的增長潛力。

2019年至2029年（估計）按銷售收入劃分的全球文創工藝產品市場的市場規模



資料來源：中國文化用品商品交易會、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國文創產業的市場規模

2019年，中國文創產業整體市場規模為人民幣4.5萬億元，呈持續按年增長態勢，2024年達人民幣6.4萬億元，該五年期間的複合年增長率為7.4%。展望未來，該市場預計將持續擴張，2029年市場規模預計攀升至人民幣8.8萬億元。受國內消費及文創領域機構投資所推動，2024年至2029年的預期複合年增長率為6.5%，呈持續增長態勢。

中國文創產業的穩步增長受政策支持、數字化轉型及不斷變化的消費者偏好共同推動。政策層面，中國政府持續加碼發展文化產業，將其納入更廣泛經濟多元化戰略，提供資金支持、基礎設施建設和監管指引。同時，市場對兼具文化相關性、精緻美學與能引發情感共鳴的產品需求不斷提升，持續重塑消費者市場，特別是年輕消費群體。數字平台在內容創作、分發及消費環節的廣泛應用，促進了產業規模擴張和跨界合作。這些動態發展共同增強中國文創產業生態系統的韌性和長期發展潛力。

中國文創工藝產品市場的市場規模

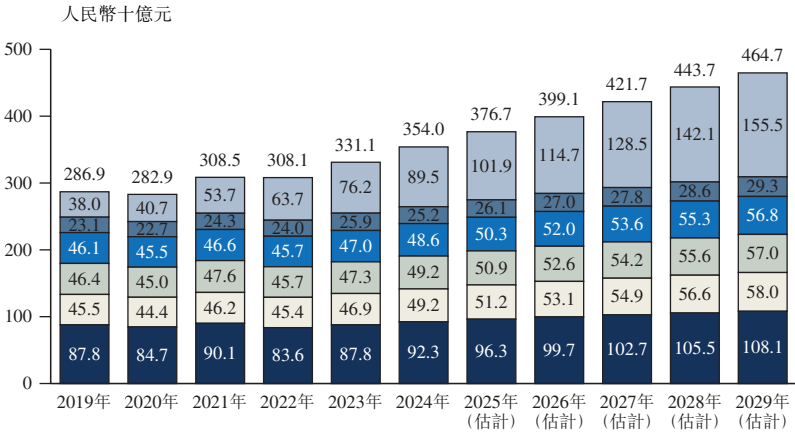
2019年至2029年，中國文創工藝產品市場呈整體穩步擴張態勢，從2019年的人民幣2,869億元增長至2029年的預計人民幣4,647億元。所有材質中，塑膠樹脂增長最為迅猛，從2019年的人民幣380億元躍升至2029年的估計人民幣1,555億元，反映其憑藉成本效益和設計靈活性，日益受市場追捧。金屬材質增長雖較為緩慢，但規模保持穩定，從2019年的人民幣231億元增長至2029年的人民幣293億元。與金屬板塊類似，其他類別（如竹木、陶瓷黏土、石玉）在整個期間保持相對平穩或溫和的增長態勢。

上述增長態勢反映該產業明顯的材料轉變趨勢，塑膠樹脂迅速搶佔市場份額，尤其是在批量生產、現代風格或面向年輕群體的工藝製品中。金屬、陶瓷等傳統材質在文創工藝產品行業中一直保持較高的文化和美學價值。市場不斷變化的材料構成體現雙重發展趨勢：工藝產品生產的工業化程度日益提高，以及尋求兼具性價比和視覺吸引力的消費者群體不斷擴大。

行業概覽

2019年至2029年（估計）根據材質按銷售收入劃分的中國文創工藝產品市場的市場規模

複合年增長率	塑膠樹脂	金屬材質	陶瓷黏土	竹木	石玉	其他	總計
2019年至2024年	18.7%	1.8%	1.1%	1.2%	1.6%	1.0%	4.3%
2024年至2029年（估計）	11.7%	3.1%	3.2%	3.0%	3.4%	3.2%	5.6%



附註：其他包括纖維織物、動植物基材料、玻璃釉彩、紙質材料、複合材料等。

資料來源：中國國家統計局、中國輕工業聯合會、弗若斯特沙利文

中國金屬文創工藝產品的市場規模

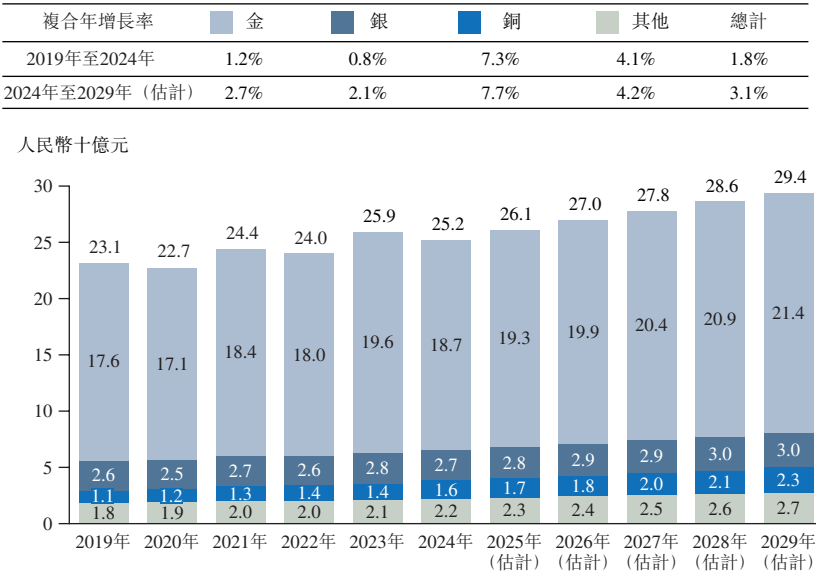
2019年至2024年，中國金屬文創工藝產品整體市場規模從人民幣231億元溫和增長至人民幣252億元，複合年增長率為1.8%。在各種金屬類別中，銅質工藝產品的增長勢頭最強勁，從2019年的人人民幣11億元增長至2024年的人人民幣16億元，複合年增長率為7.3%。相比之下，金銀材質工藝產品同期增勢相對較弱，複合年增長率分別為1.2%及0.8%。展望未來，銅質工藝產品有望保持強勁增長勢頭，預計到2029年達到人民幣23億元，2024年至2029年預計複合年增長率為7.7%，領跑所有其他材質細分品類。預計到2029年，金屬工藝產品市場的整體規模將增長至人民幣294億元，這在一定程度上得益於銅質產品的持續表現。在這一市場格局中，黃金文創工藝產品被視為有別於傳統黃金珠寶的獨立品類，因為其更注重文化敘事和藝術表現。相較於投資或時尚價值，這些產品所吸引的消費者更注重象徵意義、工藝和美學精緻。

中國金屬文創工藝產品市場受益於消費者對兼具文化內涵、視覺辨識度和高品質裝飾品的需求不斷增長。相較於傳統貴金屬製品，銅等材質憑藉親民價格、文化象徵意義及適配於多種設計風格而更受市場青睞。當前整體市場繼續朝著更多樣化的產品供應方向發展，傳統工藝、當代美學與IP驅動設計的融合度不斷提高，推動金屬工藝產品細分市場的長期價值創造。

行業概覽

此外，金屬文創工藝產品（尤其是涉及鑄造、雕刻及鑲嵌等技法的工藝產品）依賴人工工藝。由於該等工藝的複雜性及文化特殊性，大規模機械化生產通常不切實際且可能有損每件作品的藝術純粹性和獨特性。因此，工匠手藝人一直對保留金屬工藝品所蘊含的文化價值和獨特性發揮關鍵作用。

2019年至2029年（估計）根據材質按銷售收入劃分的中國金屬文創工藝產品市場的市場規模



附註：其他包括鐵、青銅、鋼材等

資料來源：中國國家統計局、弗若斯特沙利文

中國文創工藝產品市場的市場驅動因素

「國潮」文化興起

「國潮」美學的崛起，反映了以當代設計視角重新詮釋中國傳統文化，已成為文創工藝產品行業消費者參與的主要動力。這一趨勢反映出消費者，尤其是年輕一代，越來越渴望以貼近現代生活的方式重新與自己的文化根源建立聯繫。為此，品牌更加強調工藝產品的敘事和象徵意義，這不僅能保存文化遺產，還能喚起人際關係。以文化為靈感的贈禮方式越來越受歡迎，進一步說明了人們正在轉向使用蘊含祝福、身份認同和藝術價值的產品，以更深層的文化意義豐富日常生活。國風品牌搜索熱度飆升表明，消費者對具有文化底蘊的設計表現出更廣泛、更持久的興趣，這直接刺激了對手工文創工藝產品的需求。更高的線上曝光度轉化為更強的品牌知名度和消費者教育，從而促進了生活方式、送禮及裝飾等細分領域的嘗試購買及重複購買。隨著消費者越來越追求能夠體現文化象徵意義及美學特徵的產品，本集團以傳統工藝及現代詮釋為特色的產品類別，正好能夠抓住這一不斷增長的需求。

行業概覽

具有文化共鳴的日常用品的吸引力不斷擴大

將藝術與設計融入日常生活的願望，正日益影響著中國文創工藝產品市場。這些產品強調文化內涵、情感吸引力以及平易近人的價格，反映出廣泛轉向契合不斷發展的消費者價值觀的「日常美學」。隨著審美意識和文化自信的不斷提升，文創工藝產品正被廣泛地應用於各種生活場景，包括贈禮、裝飾、個人收藏和自我獎勵式購買。這種趨勢已成為市場持續擴張的重要動力。

設計與IP加持需求升級

隨著競爭加劇，在這個熙熙攘攘的市場中，注重獨特創新設計的品牌愈發脫穎而出。這些品牌強調美觀性和用戶體驗，吸引了消費者的注意力，並培養了品牌忠誠度。強大的設計與有效的IP保護雙管齊下，提高了市場競爭力，使品牌方能夠精心打造扣人心弦的故事，與消費者產生共鳴，建立情感聯繫。在當今市場，消費者追求個性化產品，能夠成功將創新設計與強大的IP差異化相融合的品牌，將更有利於佔據市場份額並實現長期的可持續發展。

政策支持

政府對文化消費和傳統工藝保護的支持性舉措，為文創工藝產品市場注入了更多活力。例如，《雲南省數字經濟發展三年行動方案（2022-2024年）》及《推動工藝美術行業傳承創新發展的指導意見》等中國文化產業發展計劃，通過為手工藝人提供資源和創建創作展示平台，在促進經濟增長的同時，亦推動了文化傳承。此外，政府亦通過資助研發活動，鼓勵文化領域的創新，助力企業探索新技術和新材料。此類支持包括為振興傳統工藝或將其融入現代設計的項目提供資助。「十四五」規劃政策強調傳統工藝的傳承與創新以及文創工藝產品的商業化，這擴大了手工文創工藝產品的潛在市場。通過強化認證標準、IP保護以及為設計與研發提供資金，這些政策提升了產品認可度、質量穩定性及定價能力。配套措施擴大了合規經銷及數字化賦能，將政策投入轉化為對手工文創工藝產品的持續需求增長及平均售價提升。根據新華社發佈的《國潮品牌年輕消費洞察報告》，過去十年國潮品牌的搜索熱度增長528%，90後消費者佔該消費群體的87%，突顯年輕一代對具有文化認同感產品日益增長的需求。綜上所述，政府的支持對於培育充滿活力的文化生態系統、刺激投資及促進文創工藝品市場的繁榮至關重要。

行業概覽

中國文創工藝產品市場的未來趨勢

重視原創性及設計主導的創新

隨著消費者越來越尋求能夠體現個人品味和文化相關性的產品，中國的文創工藝產品市場預期將更加重視設計主導的創新。領導品牌不再僅僅依賴複製或授權，而是投資內部創作能力，以重構演繹和豐富授權IP，同時有選擇地開發增強文化敘事的專有元素。這種方法支持長期的品牌差異化，並反映了消費者對具有清晰視覺形象的有意義、故事驅動的產品的更廣泛轉變。在競爭日益激烈的市場中，將文化靈感與當代設計相結合的工藝產品預計會影響日後產品及品牌發展。

可持續工藝創新

在中國雙碳目標和日益增強的環保意識驅動下，文創工藝產品產業加速向綠色可持續發展轉型。越來越多的文化品牌開始在產品設計中採用再生金屬、天然纖維、可降解包裝等環保材料。同時，企業日益注重採用低碳製造工藝和資源高效型生產方式。部分品牌還與非營利組織合作推出環保主題系列產品，強化品牌的社會責任和公眾形象。融入可持續發展理念不僅符合國家政策和社會趨勢，也增強消費者黏性，推動產業的長期價值創造。

中國文創工藝產品市場的威脅及挑戰

產品同質化加劇

隨著文創產業高速發展，眾多品牌聚焦相似主題、元素及IP聯名，導致市場充斥雷同產品。這種同質化現象削弱了消費者興趣與品牌黏性，同時激化價格競爭與渠道壓力。企業需通過強化原創設計與敘事能力實現差異化突圍。

傳統與創新融合難度攀升

現代消費者（尤其是年輕群體）日益追求文化傳承與當代價值兼具的產品。這對品牌提出更高要求：既需保留傳統工藝的精髓與技藝深度，又須適應新的審美偏好、使用場景及生活方式。實現文化遺產的現代轉化，需要品牌構建內容開發、設計轉譯與市場觸達的完整能力體系。

中國銅質文創工藝產品市場概覽

銅質文創工藝產品市場為金屬文創工藝產品市場的一個細分領域。銅質文創工藝產品指以銅為主要材質，通過雕刻、鑄造、浮雕、焊接及表面處理等傳統與現代工藝製成的產品。這

行業概覽

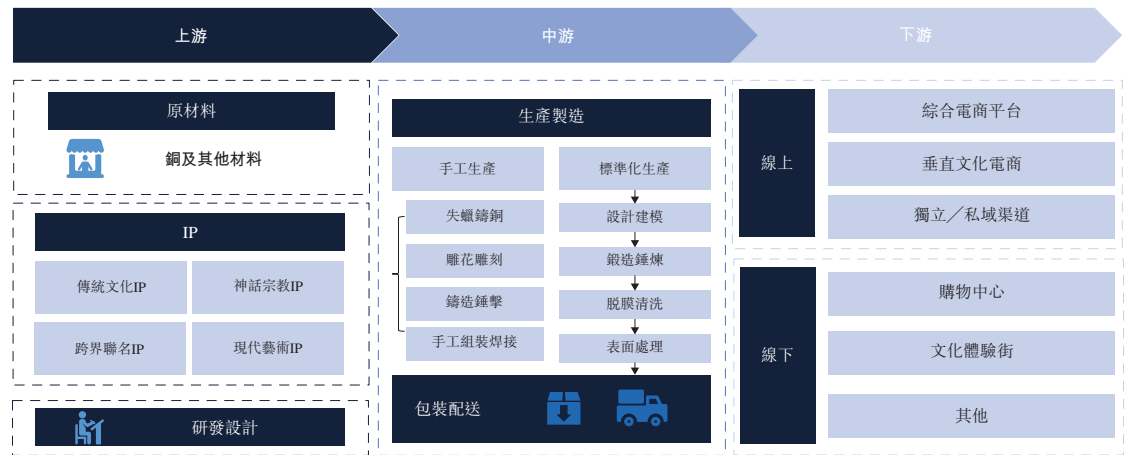
類工藝產品融合文創元素，通常具有象徵意義、美學價值與傳統工藝特色。銅工藝產品廣泛應用於裝飾、禮品饋贈、旅遊紀念及文化展覽，詮釋了傳統工藝與現代文化消費的完美交融，兼具裝飾和收藏價值。

銅質文創工藝產品市場的目標客戶是重視象徵意義、情感及美學屬性的個人。該市場透過多樣化的產品線迎合男性及女性消費者，涵蓋從傳統文化主題到潮流IP合作的各種產品。雖然30歲以上的成年人，尤其是男性客戶，仍然是具收藏價值及文化底蘊作品的主要受眾，但年輕消費者的參與度也日益提高。隨著品牌融入國內外熱門IP，並從傳統設計轉向更時尚前衛的美學理念，這些品牌正吸引20歲及以上追求個性表達及以生活方式為導向產品的個人，表明市場年齡分佈正在逐步擴大。

銅質文創工藝產品市場的價值鏈

上游環節涵蓋原材料採購、IP開發以及產品研究和設計。IP來源包括傳統文化、神話、博物館藏品和跨行業合作。設計公司、博物館和創作者通過文化研究和概念開發，幫助將文化元素轉化為產品概念。中游環節涵蓋生產、製造和包裝。大多數公司採用標準化生產流程，如鑄造、建模及表面處理，以實現效率和一致性。少數公司仍採用手工製作方法，如失蠟鑄銅及雕刻，以增強文化表現力。下游環節涉及線上及線下渠道的產品經銷。線上渠道涵蓋主要電商平台、垂直文化電商平台及私域流量平台。其中，垂直文化電商指專注於文創產品的專業平台，提供精選商品與沉浸式文化敘事體驗。線下渠道則包括博物館、書店及購物場所。這些渠道有助於銅質工藝品牌觸達消費者，推動文化價值的實現。

銅質文創工藝產品市場的價值鏈



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

全球銅質文創工藝產品市場的市場規模

2019年，全球銅質文創工藝產品市場的銷售收入為人民幣4,573.9百萬元，2024年達到約人民幣6,267.0百萬元，2019年至2024年的複合年增長率為6.5%。展望未來，該市場有望延續增長勢頭，預計到2029年增至人民幣8,708.6百萬元。2024至2029年，該市場預計將以6.8%的更快複合年增長率擴張，反映了全球對兼具文化內涵、精緻美學且具收藏價值的銅質工藝產品的持續需求。

全球銅質工藝產品市場的增長主要得益於對文化靈感啟發的裝飾產品需求不斷攀升、傳統工藝復興浪潮以及消費者日益注重手工設計。銅材特有的耐久性、視覺吸引力和豐富象徵意義，尤其適用於文創領域。近年來，產品創新、與本土文化元素融合，以及拓展至全球旅遊和禮品渠道，進一步提升了銅質工藝產品的國際競爭力。

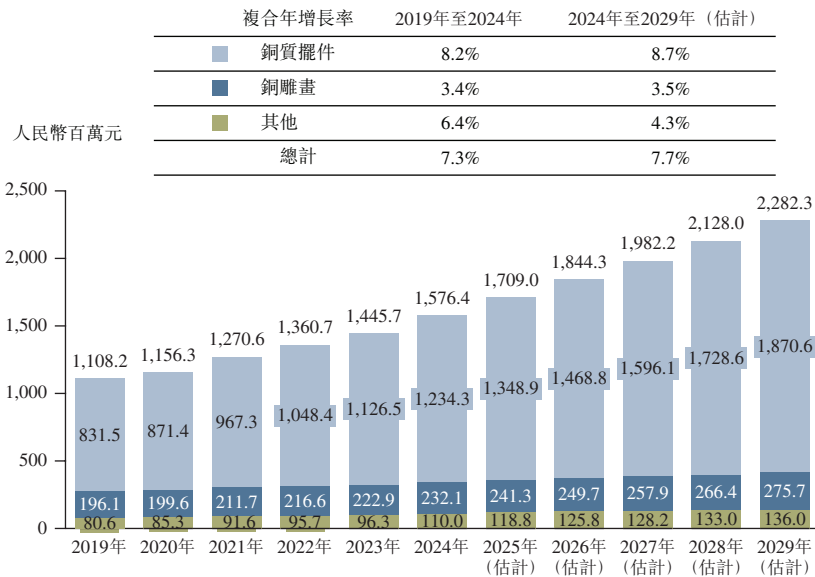
中國銅質文創工藝產品市場的市場規模

2019年，中國銅質文創工藝產品市場規模達到人民幣1,108.2百萬元，預計到2029年將增至人民幣2,282.3百萬元，十年間增長近乎翻番。銅質擺件一直是最大的產品類別，佔市場的75%以上。按銷售收入計，這一細分市場預計將由2024年的人民幣1,234.3百萬元增長至2029年的人民幣1,870.6百萬元，複合年增長率為8.7%，超過整體市場增長水平。相較之下，銅雕畫的增長較為平緩，到2029年將達至人民幣275.7百萬元，而「其他」類別則相對穩定，十年間約佔總量的7%。

受裝飾及贈禮場景所拉動，銅質擺件需求旺盛，市場呈現出強勁的擴張勢頭。相較之下，銅雕畫和其他產品類型的增長速度較慢，更多是作為產品多樣性的補充。隨著消費者的偏好轉向個性化審美、文化表達及裝飾品，銅質擺件預計仍將是該品類的主要增長動力。

行業概覽

2019年至2029年（估計）根據產品品類按銷售收入劃分的中國銅質文創工藝產品市場的市場規模



資料來源：銅陵銅藝術品協會、弗若斯特沙利文

附註：

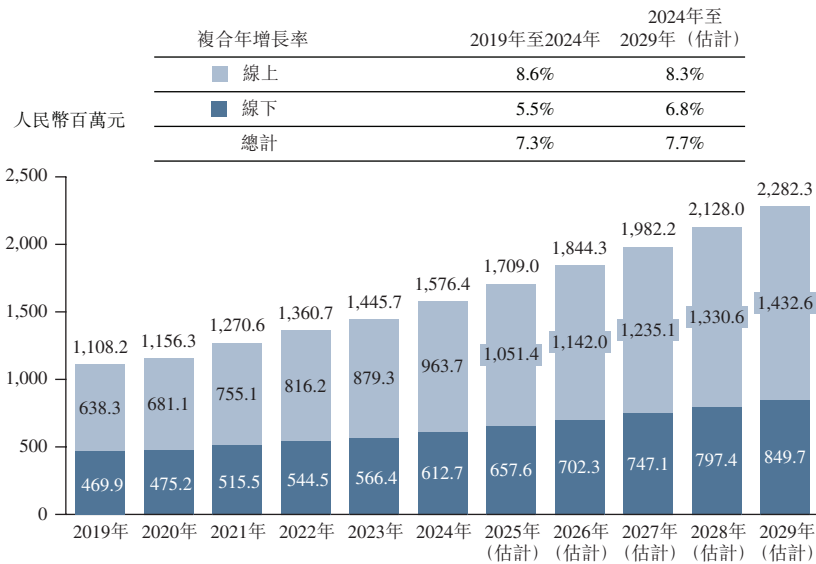
- (1) 其他包括銅像、銅書籤、銅香爐等。
- (2) 2024年銅質文創工藝產品佔金屬文創工藝產品的6.3%。

2019年至2024年，中國銅質文創工藝產品整體市場從人民幣1,108.2百萬元穩步增長至人民幣1,576.4百萬元。其中，線上銷售額快速增長，複合年增長率為8.6%。預計到2029年，線上渠道佔總銷售額將超過62%，反映了消費者對數字化平台的偏好度持續提升，以及直播和社交電商的日益重要性。

線上銷售額的快速增長受零售數字化轉型、文化類電商平台數量激增，以及消費者對線上購買藝術收藏品的接受度日益提高驅動。短視頻、直播和社交電商已成為銅質工藝產品品牌獲取流量的核心渠道，特別是在年輕消費群體和城市消費者中。線下渠道雖增速相對放緩，但在體驗式零售、高端定制服務和文化旅遊場景中仍保持重要地位。整體而言，預計線上線下融合將成為未來銅質工藝產品的主流銷售模式。

行業概覽

2019年至2029年（估計）根據銷售渠道按銷售收入劃分的
中國銅質文創工藝產品的市場規模



資料來源：銅陵銅藝術品協會、弗若斯特沙利文

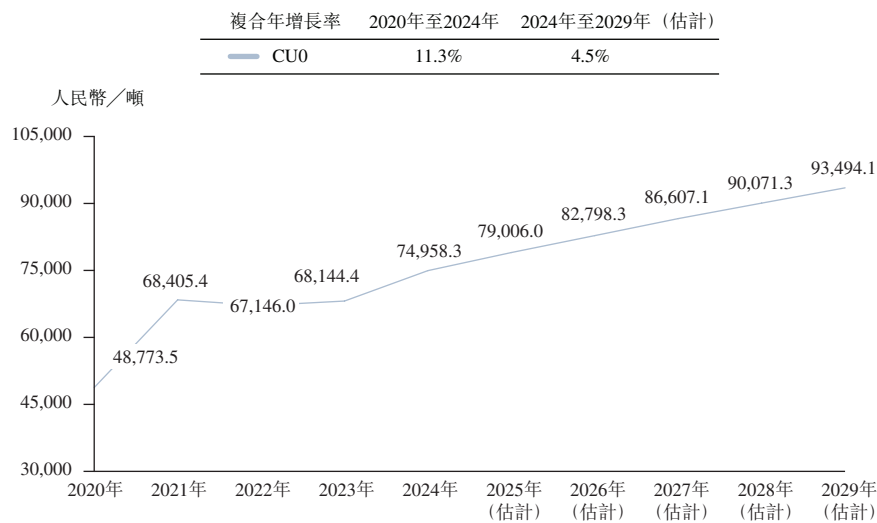
成本分析

2020年至2029年中國銅(CU0)價格走勢。銅價由2020年的每噸人民幣48,773.5元飆升至2024年的每噸人民幣74,958.3元，複合年增長率高達11.3%。截至2025年6月30日，銅價已達致每噸人民幣77,596.2元。於2024年至2029年，價格預期將以4.5%的較溫和複合年增長率增長，到2029年達到每噸人民幣93,494.1元。

2020年至2024年銅價大幅上漲主要受疫情後經濟復甦、基礎設施投資增加以及電動汽車及可再生能源等綠色能源領域需求增長推動。此外，地緣政治不確定性及全球供應鏈中斷亦導致價格波動。從2024年起，隨著供需逐漸平衡、新產能上線以及全球貨幣緊縮下大宗商品價格溫和，銅價有望企穩，從而走上更穩定的增長軌跡。

行業概覽

2020年至2029年（估計）CU0的原材料價格分析

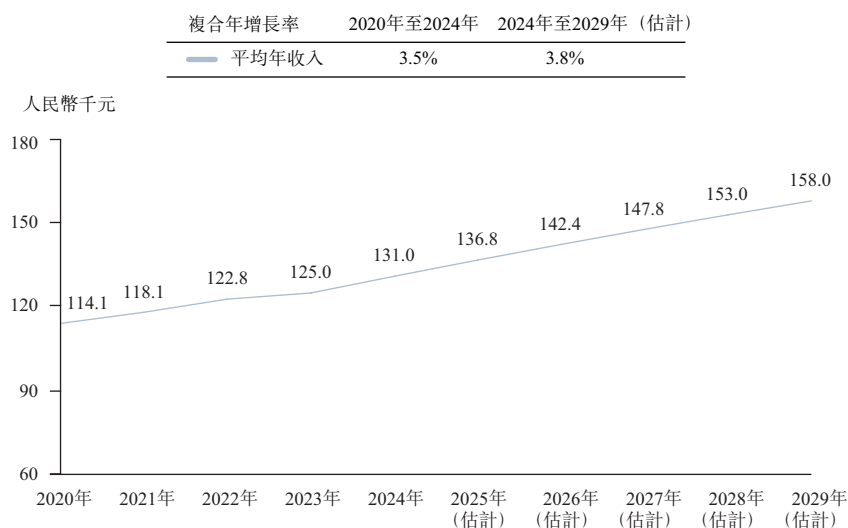


附註：各年度銅價按當年每日平均價格計算。

資料來源：上海期貨交易所、弗若斯特沙利文

2020年至2024年，中國熟練工人的平均年收入由人民幣114.1千元增至人民幣131.0千元，複合年增長率為3.5%。預期該上升趨勢將持續，預計工資將於2029年達到人民幣158.0千元，自2024年起的複合年增長率為3.8%。該穩定增長反映了熟練勞動力供給趨緊、高端製造業與文化領域對工藝的需求增加以及中國產業升級背景下整體薪資水平上漲推動的勞動力成本上升。

2020年至2029年（估計）熟練工人的平均年收入



附註：平均年收入包括工資及獎金。

資料來源：中國國家統計局、弗若斯特沙利文

行業概覽

中國銅質文創工藝產品市場的市場驅動因素

情感價值驅動

隨著消費者日益追求具有與個人情感共鳴和審美契合的產品，銅質文創工藝產品憑藉其象徵意義、精湛的藝術細節和獨特性，贏得市場廣泛青睞。特別是在較高購買力的消費者中，如年輕專業人士和文化素養較高的中產階級消費者，對兼具個性化、情感表達和視覺美感的產品展現出強勁需求。這種情感價值主張有助於拓展客戶群體，提升長期品牌親和力。

政策驅動行業發展

在十四五規劃期間，中國政府相繼出台《中華優秀傳統文化傳承發展工程「十四五」重點項目規劃》、《關於推動工藝美術行業傳承創新發展的指導意見》等系列扶持政策，以及促進文旅融合發展的指導意見。這些政策舉措支持傳統工藝振興、非物質文化遺產商業化開發以及工藝產品產業現代化轉型。各地方政府也配套出台資金支持項目及工藝產品產業園建設。在有利的政策環境推動下，銅工藝正加速轉型為標準化、高附加值的文創產品，同時本集團等企業也在擴展商業渠道。這得益於行業標準及認證體系的完善、質量與合規基礎設施的強化以及設計、研發與知識產權保護的加強，疊加對合規經銷及數字化渠道的政策支持，這些舉措共同提升了產品認可度及定價能力，並擴大了市場覆蓋面。根據新華社發佈的《國潮品牌年輕消費洞察報告》，過去十年國潮品牌的搜索熱度增長528%，90後消費者佔該消費群體的87%。作為中華文化傳承的經典載體，銅質文創工藝產品有望從這種上升的文化消費趨勢中受益。

文化敘事及IP驅動參與

以「國潮」為代表的文化美學的崛起，重塑了消費者對具有更強敘事焦點體驗的期望。銅質工藝產品品牌正透過將傳統文化元素與當代IP相結合，以各種形式（包括神話、文化遺產機構、動畫和娛樂內容）增強消費者的參與度。與故宮博物院、敦煌藝術、民族風媒體等資源的戰略合作，使產品同時體現了象徵意義和視覺相關性，加強了其文化表達和市場吸引力。除了能立即引起消費者的興趣外，基於IP的敘事還能加深情感連結，並隨著時間推移創造出可辨識的文化身份，從而支持品牌的長期生命力。

中國銅質文創工藝產品市場的未來趨勢

消費客群與應用場景不斷拓展

中國銅質文創工藝產品的消費群體正在不斷擴大，不再局限於傳統的成熟、有文化氣息、購買力強的核心群體。雖然這一細分市場仍然很重要，但「國潮」美學的興起，加上不斷

行業概覽

發展的品牌敘事、當代設計元素和更多元化的定價結構，正在吸引具有不同美學偏好和消費動機的更廣泛受眾。作為回應，品牌正在豐富其在多個價格區間和設計風格的產品，以滿足更廣泛的消費者期望。同時，銅工藝產品的使用場景已超越傳統的送禮、裝飾場景，延伸至個人收藏、自我獎勵性購買以及日常的文化表達。受眾和應用的多樣化正在推動多維增長，並加強銅工藝產品與生活方式的相關性。

中國文化工藝產品在全球的影響力與日俱增

在中國國家影響力不斷提升、文化交流持續推進的背景下，銅質文創工藝產品逐漸蜚聲國際。在「一帶一路」等政府倡議和鼓勵中國企業拓展海外市場政策的支持下，傳統文化的表現形式正得到全球受眾的認可。與此同時，「國潮」美學的吸引力與日俱增，增強了國際社會對中國設計及敘事的興趣。在此背景下，文化品牌正通過開發既能保留中國藝術精髓，又能適應當地文化偏好的產品線不斷尋求全球擴張。參與國際展覽、藝術博覽會、博物館合作以及跨境零售合作使這些品牌能夠在全球平台上展示東方美學的現代視野。隨著中國文創產品在東南亞、歐洲和北美等市場的發展，不僅開啟了新的增長機遇，也為中國文化身份受國際認可表達方式的崛起作出了貢獻。

中國銅質文創工藝產品市場的威脅及挑戰

原材料與工藝成本的波動風險

銅作為核心材料，其價格極易受到全球大宗商品走勢、環保法規及供應鏈變動的影響。此外，銅質工藝產品常涉及複雜鑄造與手工技法，導致生產成本居高不下且難以預測。在性價比主導的市場環境中，持續上升的材料與勞工成本可能會壓縮企業利潤空間，對中小型企業的影響尤為顯著。

原創設計能力不足與同質化風險加劇

在IP聯名日益重要、消費者審美持續升級的背景下，銅質文創工藝產品行業在原創設計方面面臨嚴峻挑戰。大量中小型企業缺乏專業創意團隊，往往依賴傳統紋樣或市場跟風，導致產品同質化嚴重，文化內涵與品牌辨識度不足。這不僅削弱了產品溢價能力，更降低了對年輕消費群體的吸引力。建立可持續的原創內容生成體系，提升文化表達力與視覺獨特性，已成為行業長遠發展的關鍵突破點。

競爭格局

中國有約1,000家專營銅質文創工藝產品生產的企業，包含知名國家品牌及多個地方中小企及工作坊。行業集中度較高，兩家龍頭企業持有多數市場份額，餘下企業競爭零碎份額。這些小型製造商許多專注於合約生產或低成本銷售，通常缺乏原創設計能力及標準化的質量控制

行業概覽

體系，導致產品質量良莠不齊。這些企業主要從事定制禮品及低端文旅紀念品等領域。儘管這些企業可滿足價格敏感型顧客的短期需求，但長期競爭力有限。行業正逐步推進更大的品牌化及標準化發展。

按銅質工藝產品收入劃分的中國銅質文創工藝產品企業排名 (2024年)

排名	企業	上市狀態	2024年銅質工藝產品收入 ³ (人民幣百萬元)	2024年按銅質工藝產品收入劃分的市場份額
1	本公司	私營	551.3	35.0%
2	公司A ¹	私營	501.2	31.8%
3	公司B ²	私營	80.3	5.1%
前三名小計			1,132.8	71.9%

資料來源：蟬媽媽、企查查、弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 該公司總部位於杭州，成立於2006年，專門從事建築領域銅質工藝產品的設計、生產及銷售。
- (2) 該公司總部位於泰安，成立於2024年，從事銷售金屬手工藝品，其主要業務為根據風水設計的銅手工藝品。
- (3) 收入數字反映各公司來自銅質文創工藝產品的銷售收入。

按線上銅質工藝產品收入劃分的中國銅質文創工藝產品企業排名 (2024年)

排名	企業	上市狀態	2024年線上銅質工藝產品收入 ³ (人民幣百萬元)	2024年按線上銅質工藝產品收入劃分的市場份額
1	本公司	私營	425.1	44.1%
2	公司A ¹	私營	200.5	20.8%
3	公司B ²	私營	68.3	7.1%
前三名小計			693.9	72.0%

行業概覽

資料來源：蟬媽媽、企查查、弗若斯特沙利文

附註：

- (1) 該公司總部位於杭州，成立於2006年，專門從事建築領域銅質工藝產品的設計、生產及銷售。
- (2) 該公司總部位於泰安，成立於2024年，從事銷售金屬手工藝品，其主要業務為根據風水設計的銅手工藝品。
- (3) 收入數字反映各公司來自銅質文創工藝產品的銷售收入。

在中國金屬文創工藝產品市場，行業參與者數量眾多，根據商業登記數據，登記實體超過30,000家。絕大多數是小型企業或作坊式運營，地理上分佈廣泛，形成「長尾」結構。然而，就市場份額而言，龍頭企業憑藉其品牌影響力、設計與研發能力及渠道控制，佔據了市場的主要部分。因此，市場集中度遠高於市場參與者的分佈，反映出「眾多小企業與少數龍頭領導企業並存」的典型結構。

按金屬工藝產品收入劃分的中國金屬文創工藝產品企業排名 (2024年)

排名	企業	上市狀態	2024年金屬工藝產品收入（以百萬計）	2024年的市場份額
1	公司C ¹	私營	2,880.0	11.4%
2	公司D ²	私營	2,160.0	8.6%
3	公司E ³	私營	1,310.4	5.2%
		前三名小計	6,350.4	25.2%

附註：

- (1) 該公司總部位於北京，成立於1987年，是中國人民銀行授權獨家發行及銷售法定貴金屬紀念幣的官方機構。
- (2) 該公司總部位於北京，成立於2004年，致力於為國家紀念項目提供支持，並推動貴金屬產品的文化推廣。
- (3) 該公司總部位於徐州，成立於2011年，主要從事金屬工藝美術品的設計、生產及製造。
- (4) 2024年，該公司在中國金屬文創工藝產品市場的佔有率約為2.2%。

資料來源：蟬媽媽、企查查、弗若斯特沙利文

行業概覽

進入壁壘分析

設計壁壘

在銅質文創工藝產品行業，原創設計已成為差異化、打造品牌價值的關鍵壁壘。領先的企業通常擁有專業的設計團隊，能夠將傳統文化、市場趨勢和現代美學深度融合，形成獨特的產品風格體系。同時，他們與知名藝術家、IP授權方進行深度合作，提升設計精緻度與文化深度，增強品牌知名度及消費者親和力。在銅質文創工藝產品市場，本公司目前是唯一一家獲得授權IP合作的企業。原創設計不僅提升了產品的文化價值和市場吸引力，也顯著提高了行業的進入壁壘，形成了可持續的競爭優勢。

技術工藝壁壘

銅質文創工藝產品生產涵蓋鑄造、雕刻、拋光、表面處理、鑲金等複雜工藝。這些工藝對工匠的手藝、審美判斷及實操經驗要求極高，尤以傳統手工製品為甚。與批量生產的產品不同，銅質工藝產品往往因其難以通過自動化設備或速成培訓複製的工藝獨特性而備受珍視。行業頭部企業已建立自主專有技術和內部工藝體系，構築了顯著的技術壁壘，缺乏技術沉澱與生產品控能力的新進入者難以在高端品質層面與其競爭。

熟練工人壁壘

在文創工藝產品行業，熟練工匠構成重大進入壁壘。高價值生產依賴多年學徒生涯及親身實踐積累的精湛技藝及審美判斷，這些直接決定了產品的產量、一致性及交付可靠性。沒有成熟工匠團隊及結構化培訓體系的新入行者面臨更長的過渡時期及更高的擴張成本，並且通常難以達到優質標準。此外，非標準定制化及IP修復工作很大程度上依賴經驗豐富的手工技藝，而這些技藝在短期內難以被通用自動化所取代。

品牌及文化認同壁壘

銅質文創工藝產品天然承載著文化表達與情感價值，這意味著消費者的購買決策不僅取決於產品品質，更受品牌調性、文化敘事和歷史共鳴的影響。老牌品牌通過與博物館、文化機構及知名IP的合作，歷經多年培育品牌資產，贏得了消費者的高度信任和市場認可。這些品牌通常傳遞其與文化傳承、工藝和象徵意義的深度融合，加強客戶黏性。缺乏強大文化根基、故事講述能力或品牌知名度的新進入者，難以在以情感共鳴為關鍵購買驅動力的中高端細分市場立足。

行業概覽

渠道及資源整合壁壘

銅質工藝產品經銷渠道覆蓋博物館禮品店、文旅景區、電商平台、定制禮品服務及線下展覽等多元專業場景。頭部企業通過與核心渠道運營商、IP授權方、設計師及原材料供應商建立的長期合作關係，形成了涵蓋產品研發、營銷推廣及經銷的全產業鏈生態。該網絡效應使行業先行者能快速響應市場趨勢及消費者偏好，同時實現規模經濟與範圍效益。相比之下，新進入者在優質銷售渠道接入、合作夥伴獲取及供應鏈協同方面面臨重重挑戰，使其難以實現規模營運及高效觸達目標消費者。

其他市場概覽

中國銅質文創工藝產品市場概覽

黃金文創工藝產品指將傳統工藝與文化敘事、象徵紋樣及現代美學融合的黃金產品，用於送禮、裝飾、收藏等用途。與強調材質價值和投資屬性的傳統黃金珠寶不同，這些工藝產品旨在傳遞文化傳承、情感表達及故事敘事。典型消費場景包括節日饋贈、宗教或精神儀式、文化表達及藝術收藏。這類產品通常涉及神話、歷史人物、非物質文化遺產或授權IP。與傳統黃金珠寶相比，這類產品通常針對更寬泛的價格區間及更多樣化的消費人群，尤其是重視象徵意義及個性化文化特徵，而非純粹材質投資的人群。

2019年至2024年，按銷售收入計，中國黃金文創工藝產品市場規模溫和增長，從人民幣176億元增長至人民幣187億元，複合年增長率為1.2%。儘管在2020年及2022年受公共衛生事件影響出現短暫下滑，但受消費者日益注重文化遺產和高品質工藝，以及對兼具奢華屬性與文化內涵產品的投資偏好驅動，該時期消費者對黃金工藝產品和財富保值的需求持續增長。

市場規模預計將繼續擴大，到2029年估計銷售收入達到人民幣214億元，2024年至2029年複合年增長率為2.7%。越來越多具有較高可支配收入的中產階級人群越來越青睞具有文化意義和藝術工藝的產品，且公眾日益注重可持續及符合道德標準的原材料，這些因素推動該市場規模的增長。

中國潮流玩具市場概覽

潮流玩具（又稱藝術玩具或收藏玩具）指由藝術家、設計師或品牌創作的具有獨特風格限量版公仔及物件，通常主打原創IP角色、藝術美感和鮮明視覺識別特徵。與面向兒童的量產玩具不同，設計師玩具的目標群體一般定位於追求情感共鳴、文化價值與個性表達的成年收藏家及年輕消費群體。

行業概覽

近年來中國潮流玩具市場快速擴張，總銷售收入從2019年的人民幣207億元增長至2024年的人民幣713億元，2019年至2024年複合年增長率高達28.1%。展望未來，儘管增長預計會有所放緩，但該市場仍預計2029年達到人民幣1,321億元，2024年至2029年的複合年增長率為13.1%，這一轉變表明該品類正從新興小眾市場向更結構化的成熟消費領域轉型。

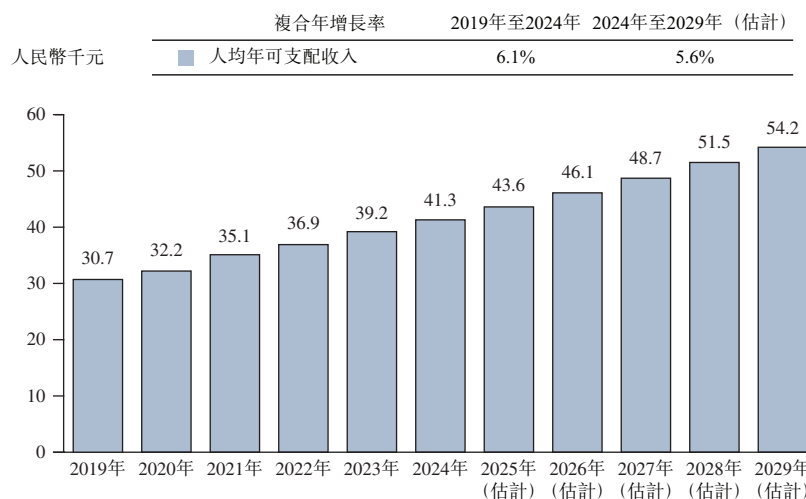
中國潮流玩具市場的強勁表現受Z世代和千禧一代日益增長的文化消費、對具有收藏價值和表現力產品的接受度不斷提高，以及IP內容整合趨勢興起驅動。隨著消費者偏好轉向情感價值、個人特質及生活美學表達，潮流玩具逐步從小眾收藏轉向主流文化產品。持續的IP合作創新、跨界合作及數字化互動預計將繼續推動市場增長勢頭。

中國人均年可支配收入

2019年至2024年，中國人均年可支配收入呈連續增長，由人民幣30.7千元增至人民幣41.3千元，反映呈上升態勢的複合年增長率為6.1%，主要受經濟穩定性提高、城市化進程及就業機會增加等因素驅動。隨著可支配收入增加，消費者能夠將更多資金用於非必要消費，從而提升其整體生活質量，並刺激各領域的需求。

2024年至2029年，人均年可支配收入預期將達2029年的人民幣54.2千元，預計複合年增長率為5.6%。這種持續增長表明生活水平及消費者購買力不斷提高。可支配收入的增加很可能會進一步推動消費者對更廣泛產品及服務的需求，包括裝飾用品及個人消費品。隨著可支配收入持續提高，消費者將能夠更多地投入體驗及商品，從而營造充滿活力且穩健的市場環境。

2019年至2029年（估計）中國人均年可支配收入



資料來源：中國國家統計局、弗若斯特沙利文

行業概覽

資料來源

就[編纂]而言，我們已委聘弗若斯特沙利文就中國文創工藝產品市場和銅質文創工藝產品市場進行詳細分析，並編製市場研究報告。弗若斯特沙利文為獨立全球市場研究及諮詢公司，於1961年成立，總部設於美國。弗若斯特沙利文提供的服務包括市場評估、競爭基準、各行業的戰略及市場規劃。就編製及使用弗若斯特沙利文報告而向弗若斯特沙利文支付的約定費用為人民幣420,000元。該款項的支付並不取決於我們成功[編纂]或弗若斯特沙利文報告的結果。除弗若斯特沙利文報告外，我們並無委託任何其他與[編纂]有關的市場研究報告。我們在本文件中納入了弗若斯特沙利文報告中的若干資料，因為我們相信有關資料有助於[編纂]了解銅質文創工藝產品市場。除另有說明外，本節中的市場估計或預測代表弗若斯特沙利文對文創工藝產品市場及銅質文創工藝產品市場未來發展的看法。

於編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文依賴其內部數據庫、獨立第三方報告以及信譽良好行業組織的公開數據。如有必要，弗若斯特沙利文會聯繫該行業的公司來收集和綜合有關市場、價格和其他相關資料的資料。弗若斯特沙利文在收集和審查所收集的資料時已採取應有的審慎態度，並相信於編製弗若斯特沙利文報告時使用的基本假設（包括用於作出未來預測的假設）屬真實、正確且不存在誤導成分。弗若斯特沙利文獨立分析了這些資料，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。弗若斯特沙利文在編撰及編製研究時假設相關市場的社會、經濟和政治環境可能在預測期內保持穩定，這些因素確保了銅質文創工藝產品市場的穩定健康發展。此外，弗若斯特沙利文還根據以下基礎和假設制定預測：(i)全球範圍內的經濟可能在未來十年保持穩定增長，及(ii)基於經濟的宏觀經濟假設，銅質文創工藝產品市場有望增長。弗若斯特沙利文的研究可能會受到這些假設的準確性以及這些一手及二手資料來源的選擇影響。除另有說明外，本節中的所有數據和預測均來自弗若斯特沙利文報告。

監管概覽

本公司的業務經營須遵守中國相關法律、行政法規、部門規章及其他規範性文件。本節載列本公司須遵守的主要中國法律、法規及政策的概要。

公司法

根據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日實施及最近一次於2023年12月29日修訂並於2024年7月1日生效的《中華人民共和國公司法》，在中國境內設立的有限責任公司和股份有限公司都是法人。有限責任公司的股東以其認繳的出資額為限對公司承擔責任；股份有限公司的股東以其認購的股份為限對公司承擔責任。中國公司法也適用於外商投資企業，除非外商投資相關法律另有規定。

有關外商投資的法規

中國全國人民代表大會（「全國人大」）於2019年3月15日頒佈《中華人民共和國外商投資法》，自2020年1月1日起生效，明確規定外商投資的定義，並確立了促進、保護及管理外商投資的基本框架。

於2019年12月30日，中國商務部及國家市場監督管理總局聯合頒佈《外商投資信息報告辦法》（於2020年1月1日生效）。根據該辦法，外商投資企業設立過程中、外國投資者購買境內企業股權過程中以及外國投資者認購境內企業增資過程中的相關參與方，須通過專門登記系統提交初始報告。此外，前述企業發生股權結構等重要事項變更時，相關參與方須通過同一登記系統提交變更報告。

外國投資者在中國境內的投資活動，主要受《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2024年版）》（簡稱2024年版負面清單）監管。2024年版負面清單於2024年11月1日生效，以集中列明方式對外商投資准入實施特別管理措施。外國投資者不得投資負面清單禁止的任何領域，投資負面清單限制領域須符合規定條件；對負面清單以外領域的外商投資，則按照內外資一致原則實施管理。

有關產品質量及消費者保護的法規

《中華人民共和國產品質量法》由全國人大常委會於1993年2月22日頒佈及最近一次於2018年12月29日修訂，是規範產品質量監督管理的主要法律。根據《中華人民共和國產品質量法》，生產者應對其生產的產品質量負責，而銷售者應採取措施確保其所銷售產品的質量。生

監管概覽

產者對於因產品存在缺陷造成的人身傷害或該缺陷產品以外的其他財產損害應當承擔賠償責任，但生產者能夠證明有下列情形之一的除外：(i)未將產品投入流通；(ii)產品投入流通時引起損害的缺陷尚不存在；或(iii)將產品投入流通時的科學技術水平尚不能發現缺陷的存在。銷售者對於因產品缺陷造成他人人身傷害或財產損害應當承擔賠償責任。因銷售者的過錯使產品存在缺陷，造成他人人身傷害或財產損害的，銷售者應當承擔賠償責任。銷售者不能指明缺陷產品的生產者也不能指明缺陷產品的供貨者的，銷售者應當承擔賠償責任。因產品存在缺陷造成人身傷害或他人財產損害的，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。

根據全國人大於2020年5月28日頒佈並於2021年1月1日生效的《中華人民共和國民法典》規定，因產品缺陷造成他人損害的，被侵權人可以向產品的生產者請求賠償，也可以向產品的銷售者請求賠償，並有權要求生產者、銷售者承擔停止侵害、排除妨礙、消除危險等侵權責任。

《中華人民共和國消費者權益保護法》於1993年10月31日頒佈及最近一次於2013年10月25日修訂，其要求所有經營者在生產、銷售商品及／或提供服務時均須遵守其規定，且經營者必須高度重視保護消費者隱私，並對其在經營過程中獲取的消費者信息嚴格保密。此外，若經營者通過網絡銷售商品，消費者有權在收到商品後七日內無理由退貨(特定商品除外)。此外，消費者在購買、使用商品和接受服務時享有其人身、財產安全不受損害的權利。違反《中華人民共和國消費者權益保護法》可能導致經營者被處以罰款、停業整頓、吊銷營業執照，甚至追究刑事責任。

《中華人民共和國消費者權益保護法實施條例》於2024年3月15日頒佈並於2024年7月1日生效，其要求經營者應當採用通俗易懂的方式，真實、全面地向消費者提供商品或者服務相關信息，不得通過虛構經營者資質、資格或者所獲榮譽，虛構商品或者服務交易信息、經營資料，篡改、編造、隱匿使用者評價等方式，進行虛假或者引人誤解的宣傳，欺騙、誤導消費者。若經營者發現其提供的商品或服務可能存在危及人身、財產安全的缺陷，應當立即向有關行政部門報告並告知消費者，同時採取停止銷售、警示、召回、銷毀、停止生產或者停止服務等措施。實施召回措施的，經營者應當承擔消費者因商品被召回所支出的必要費用。

監管概覽

有關產品銷售的法規

反不正當競爭法

根據全國人大常委會於1993年9月2日頒佈及最近一次於2019年4月23日修訂的《中華人民共和國反不正當競爭法》，不正當競爭行為是指經營者在生產經營活動中違反《中華人民共和國反不正當競爭法》規定，擾亂市場競爭秩序，損害其他經營者或者消費者合法權益的行為。根據《中華人民共和國反不正當競爭法》，經營者不得有下列行為：(i)實施足以引人誤認為是他人商品或者與他人存在特定聯繫的混淆行為；(ii)對其商品的性能、功能、質量、銷售狀況、用戶評價、曾獲榮譽等作虛假或者引人誤解的商業宣傳，欺騙、誤導消費者；(iii)通過組織虛假交易等方式，幫助其他經營者進行虛假或者引人誤解的商業宣傳；(iv)侵犯商業秘密；及(v)編造、傳播虛假信息或者誤導性信息，損害競爭對手的商業信譽、商品聲譽。

此外，經營者利用網絡從事生產經營活動，亦應當遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》的規定。經營者不得利用技術手段，通過影響用戶選擇或者其他方式，妨礙、破壞其他經營者合法提供的網絡產品或者服務正常運行。

違反《中華人民共和國反不正當競爭法》的經營者可能面臨責令改正、沒收違法所得、罰款及／或吊銷營業執照或經營許可證，並可能承擔相應的民事或刑事責任。

廣告法

在中國境內，由商品經營者或服務提供者通過一定媒介和形式直接或間接介紹其商品或服務的商業廣告活動，均受《中華人民共和國廣告法》監管。該法由全國人大常委會於1994年10月27日頒佈及最近一次於2021年4月29日修訂。《中華人民共和國廣告法》要求廣告主、廣告經營者及廣告發佈者確保其製作或發佈的廣告內容真實，並完全符合適用法律法規，且相關廣告內容不得包含以下禁止性信息，包括但不限於：(i)危害人身、財產安全或侵犯個人隱私的信息；(ii)含有「國家級」、「最高級」、「最佳」等用語的信息；及(iii)含有民族、種族、宗教或性別歧視內容的信息。

此外，《中華人民共和國廣告法》規定，通過電子方式發佈的廣告應當顯著標明廣告發佈者的真實身份和聯繫方式，並提供便捷的拒絕接收方式。此外，若廣告主、廣告經營者或廣告發佈者發佈彈出式廣告，必須確保關閉標誌清晰可見，使瀏覽者能夠一鍵關閉廣告。

監管概覽

違反上述規定可能導致罰款、沒收廣告業務所得收入、責令停止發佈廣告或發佈更正廣告以消除誤導等處罰。對於情節嚴重者，國家市場監督管理總局（「**國家市場監管總局**」）或其地方機構可責令違規者暫停廣告業務，甚至吊銷營業執照。此外，若廣告主、廣告經營者或廣告發佈者侵害他人合法權益，還可能承擔民事責任。

此外，國家市場監管總局於2023年2月25日頒佈《互聯網廣告管理辦法》，並於2023年5月1日生效。該辦法適用於通過網站、網頁或互聯網應用程序以文字、圖片、音頻、視頻或其他形式發佈的廣告。該辦法亦對互聯網廣告活動中的廣告主、廣告經營者及廣告發佈者提供更詳細的指導。

電子商務法

《中華人民共和國電子商務法》由全國人大常委會於2018年8月31日頒佈及於2019年1月1日生效，其確立了電子商務經營者的基本行為準則，強調電子商務活動應遵循誠信守法原則，以保障網絡市場秩序的健康、公平發展。根據《中華人民共和國電子商務法》，電子商務經營者從事經營活動，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德，公平參與市場競爭，履行消費者權益保護、環境保護、知識產權保護、網絡安全與個人信息保護等方面的義務，承擔產品和服務品質責任。

若電子商務經營者未履行合同義務、違反約定或造成他人損害，應依法承擔相應責任。違反《中華人民共和國電子商務法》的行為可能面臨罰款、責令停業整頓等處罰。

有關貨物進出口的法規

根據全國人大常委會於1994年5月12日頒佈及於1994年7月1日生效以及最近一次於2022年12月30日修訂的《中華人民共和國對外貿易法》以及中國國務院於2001年12月10日頒佈以及最近一次於2024年3月10日修訂並於2024年5月1日生效的《中華人民共和國貨物進出口管理條例》，除法律、行政法規另有規定外，中國境內的貨物與技術進出口實行自由原則，所有從事貨物進出口經營活動的實體均應遵守相關法律法規。於1987年1月22日頒佈及最近一次於2021年4月29日修訂的《中華人民共和國海關法》訂明，進出口貨物的收發貨人或者其代理人應當在

監管概覽

辦理海關申報手續前，向相關海關辦理備案登記。中國海關總署於2021年11月19日頒佈並於2022年1月1日生效的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》進一步對備案所需材料提供詳細要求，並規定備案信息發生變更時應及時向主管海關報告。

有關安全生產的法規

《中華人民共和國安全生產法》由全國人大常委會於2002年6月29日頒佈及最近一次於2021年6月10日修訂並於2021年9月1日生效。安全生產法適用於中國境內從事生產經營活動的所有單位。根據《中華人民共和國安全生產法》規定，生產經營單位應當加強安全生產管理，建立健全全員安全生產責任制和安生產規章制度，加大安全生產資金、物資、技術、人員的投入，改善安全生產條件，加強安全生產標準化、信息化建設，構建安全風險分級管控和隱患排查治理雙重預防機制，完善風險防範化解機制，確保安全生產。違反《中華人民共和國安全生產法》的行為，可能面臨罰款、責令停產停業、吊銷許可證等行政處罰。

有關網絡安全及數據安全的法規

根據於2000年12月28日頒佈及最近一次於2009年8月27日修訂的《全國人民代表大會常務委員會關於維護互聯網安全的決定》，通過互聯網從事下列活動，構成犯罪的，依照《中華人民共和國刑法》追究刑事責任：(i)侵入國家事務、國防建設、尖端科學技術領域的計算機信息系統；(ii)故意製作、傳播計算機病毒等破壞性程序，攻擊計算機系統及通信網絡，致使計算機系統或者通信網絡遭受損害；(iii)違反國家規定，擅自中斷計算機網絡或者通信服務，造成計算機網絡或者通信系統不能正常運行；(iv)利用互聯網造謠、誹謗或者發表、傳播其他有害信息，煽動顛覆國家政權、推翻社會主義制度，或者煽動分裂國家、破壞國家統一；(v)通過互聯網竊取、洩露國家秘密、情報或者軍事秘密；(vi)利用互聯網煽動民族仇恨、民族歧視，破壞民族團結；(vii)利用互聯網組織邪教組織、聯絡邪教組織成員，破壞國家法律、行政法規實施；(viii)利用互聯網銷售偽劣產品或者對商品、服務作虛假宣傳；(ix)利用互聯網損害他人商業信譽和商品聲譽；(x)利用互聯網侵犯他人知識產權；(xi)利用互聯網編造並傳播影響證券、期貨交易或者其他擾亂金融秩序的虛假信息；(xii)在互聯網上建立淫穢網站、網頁，提供淫穢

監管概覽

站點鏈接服務，或者傳播淫穢書刊、影片、音像、圖片；(xiii)利用互聯網侮辱他人或者捏造事實誹謗他人；(xiv)非法截獲、篡改、刪除他人電子郵件或者其他數據資料，侵犯公民通信自由和通信秘密；及(xv)利用互聯網進行盜竊、詐騙、敲詐勒索。

中國公安部（「公安部」）於2005年12月13日頒佈並於2006年3月1日生效的《互聯網安全保護技術措施規定》規定，互聯網服務提供者及單位互聯網使用者必須落實互聯網安全技術措施，例如防範計算機病毒、網絡入侵、攻擊或破壞等網絡空間安全威脅之措施，並規定所有互聯網接入服務提供者須採取措施記錄及留存用戶註冊信息。

根據公安部、中國國家保密局、國家密碼管理局及國務院信息化工作辦公室（現已撤銷）於2007年6月22日聯合頒佈的《信息安全等級保護管理辦法》，根據信息系統遭到破壞後對公民、法人及其他組織的合法權益、社會秩序、公共利益及國家安全造成的危害程度，將信息系統的安全保護等級劃分為五級。該辦法進一步要求，第二級及以上信息系統的運營使用單位應自確定安全保護等級或信息系統投入運行之日起30日內，向所在地的主管公安機關辦理備案手續。

於2015年7月1日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國國家安全法》並於同日生效。該法規定，國家應當建立網絡與信息安全保障體系，提升網絡與信息安全保護能力，實現網絡信息核心技術、關鍵信息基礎設施和重要領域信息系統及數據的安全可控。此外，要求建立國家安全審查監管制度，對影響或可能影響中國國家安全的外商投資、網絡信息技術關鍵產品和服務等事項進行國家安全審查。

於2016年11月7日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國網絡安全法》並於2017年6月1日生效。該法將「網絡」定義為由計算機或其他信息終端及相關設備組成的、按照一定的規則和程序對信息進行收集、存儲、傳輸、交換、處理的系統；「網絡運營者」則指網絡的所有者、管理者以及網絡服務提供者。網絡運營者須承擔多項安全保護義務，包括：(i)按照網絡安全等級保護制度的要求履行安全保護義務，具體包括：制定內部安全管理制度和操作規程、確定網絡安全負責人、採取防範計算機病毒和網絡安全危害的技術措施、實施網絡運行狀態和網絡安全事件的監測與記錄技術措施，以及採取數據分類、備份和加密等數據安全措施；(ii)制定網絡安全事件應急預案，及時處置安全風險，在發生危害網絡安全的事件時，立即啟動應急預案，採

監管概覽

取相應的補救措施，並向有關主管部門報告；及(iii)根據適用法律規定，為公安機關和國家安全機關依法維護國家安全和偵查犯罪的活動提供技術支持和協助。網絡服務提供者如違反《中華人民共和國網絡安全法》，可能面臨責令改正、警告、罰款、停業整頓、關閉網站及／或吊銷營業執照。

於2021年6月10日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國數據安全法》並於2021年9月1日生效。《中華人民共和國數據安全法》訂明開展數據處理活動的組織和個人在數據安全與隱私保護方面的義務。《中華人民共和國數據安全法》建立了數據分類分級保護制度，根據數據在經濟社會發展中的重要程度，以及一旦遭到篡改、破壞、洩露或者非法獲取、非法利用，對國家安全、公共利益或者個人、組織合法權益造成的危害程度，對數據實行分類分級保護。各類數據需採取相應級別的保護措施，例如重要數據處理者應當明確數據安全負責人和管理機構，開展數據處理活動風險評估並向有關主管部門報送風險評估報告。違反《中華人民共和國數據安全法》者，可能面臨責令停止違法行為、警告、罰款、停業整頓、吊銷營業執照及／或經營許可證，相關負責人員或其他直接責任人員亦可能被處以罰款。

《網絡產品安全漏洞管理規定》由工業和信息化部（「工信部」）、國家互聯網信息辦公室（「國家網信辦」）及公安部於2021年7月12日聯合發佈並於2021年9月1日生效，其訂明網絡產品（包括硬件和軟件）提供者、網絡運營者以及從事網絡產品安全漏洞發現、收集及發佈等活動的組織或個人應當遵守該等規定，並應當建立健全網絡產品安全漏洞信息接收渠道並保持暢通，留存網絡產品安全漏洞信息接收日誌不少於六個月。網絡產品提供者應於獲悉安全漏洞後兩日內向工信部報送相關信息，並為網絡產品使用者提供技術支持。網絡運營者發現或者獲知其網絡、信息系統及其設備存在安全漏洞後，應當立即採取措施，及時對安全漏洞進行驗證並完成修補。違反該等規定者，將依據《中華人民共和國網絡安全法》相關規定予以行政處罰。

於2020年4月13日，國家網信辦連同其他12個中國政府部門聯合發佈《網絡安全審查辦法》並於2020年6月1日生效，其後於2021年12月28日修訂。根據該辦法，關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務，或者網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或者可能影響國家安全的，應當進行網絡安全審查。此外，掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外

監管概覽

上市，也應當申報網絡安全審查。政府主管部門認為相關運營者的網絡產品或服務、數據處理活動影響或者可能影響國家安全的，亦可依職權啟動網絡安全審查。《網絡安全審查辦法》第十條載有網絡安全審查中評估國家安全風險的一般及重要因素，包括：(i)產品和服務使用後帶來的關鍵信息基礎設施被非法控制、遭受干擾或者破壞的風險；(ii)產品和服務供應中斷對關鍵信息基礎設施業務連續性的危害；(iii)產品和服務的安全性、開放性、透明性、來源的多樣性，供應渠道的可靠性以及因為政治、外交、貿易等因素導致供應中斷的風險；(iv)產品和服務提供者遵守中國法律、行政法規、部門規章情況；(v)核心資料、重要資料或者大量個人信息被竊取、洩露、毀損以及非法利用、非法出境的風險；(vi)上市存在關鍵信息基礎設施、核心資料、重要資料或者大量個人信息被外國政府影響、控制、惡意利用的風險；及(vii)其他可能危害關鍵信息基礎設施安全、網絡安全和資料安全的因素。網絡安全審查辦公室認為需要開展網絡安全審查的，應當自向運營者發出書面通知之日起30個工作日內完成初步審查，情況複雜的可以延長至45個工作日。初步審查完成後，網絡安全審查辦公室應當形成審查結論建議和將審查結論建議發送網絡安全審查工作機制成員單位、相關部門徵求意見。各成員單位和相關部門應當自收到審查結論建議之日起15個工作日內書面回覆意見。如網絡安全審查辦公室與相關部門意見一致的，網絡安全審查辦公室以書面形式通知運營者；意見不一致的，按照特別審查程序處理。特別審查程序應當在90個工作日內完成，情況複雜的可以延長。《網絡安全審查辦法》規定，違反本辦法規定的，依照《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》的規定承擔法律後果。

《中華人民共和國民法典》亦明確規定自然人的個人信息受法律保護，並為隱私權及個人信息侵權索賠提供主要法律依據。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》並於2021年11月1日生效。《中華人民共和國個人信息保護法》界定個人信息範圍；確立個人信息處理規則及跨境傳輸規則；明確個人在信息處理活動中的權利及處理者的義務。《中華人民共和國個人信息保護法》規定（其中包括）(i)事先告知個人信息處理規則及目的、個人信息處理的影響以及個人行使權利的方式；(ii)對處理個人信息取得個人同意（處理敏感個人信息、向其他個人信息處理者提供個人信息、跨境提供個人信息、公開個人信息等需取得單獨同意）；(iii)對處理個人信息制定內部管理制度及操作規程，並採取適當技術措施；(iv)根據《中華人民共和國個人信息保護法》建立個人行使權利的申請受理和處理機制；及(v)在特定個人信息處理情況下進行個人信息保護影響評估。

監管概覽

於2024年9月24日，國務院頒佈《網絡數據安全管理條例》（簡稱網絡數據條例），於2025年1月1日生效。網絡數據條例在《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》及《中華人民共和國個人信息保護法》構成的現有數據保護框架上，就各項數據合規要求提供詳細的實施細則與指引。網絡數據條例對《中華人民共和國個人信息保護法》中關於告知、同意及個人權利行使等方面的要求作出補充，進一步細化重要數據處理者的合規義務，並基於國家網信辦現行規定，為優化數據跨境傳輸流程提供更多指導。

此外，於2022年12月8日，工信部頒佈《工業和信息化領域數據安全管理辦法（試行）》（簡稱數據安全管理辦法），於2023年1月1日生效。該辦法適用於工業和信息化領域數據，包括工業數據、電信數據和無線電數據（「**工信領域數據**」）。數據安全管理辦法根據數據一旦遭到篡改、破壞、洩露或者非法獲取、非法利用，可能對國家安全、公共利益及個人合法權益造成的危害程度，將工信領域數據劃分為三類：一般數據、重要數據和核心數據。數據安全管理辦法同時要求工信領域數據處理者建立數據全生命週期安全管理制度，指定數據安全管理人員，合理配置操作權限，對數據安全事件制定應急預案、組織應急演練及開展相關培訓。

有關勞動合同、社會保險及住房公積金的法規

勞動合同

根據(i)全國人大常委會於1994年7月5日頒佈及最近一次於2018年12月29日修訂的《中華人民共和國勞動法》；(ii)全國人大常委會於2007年6月29日頒佈及最近一次於2012年12月28日修訂並於2013年7月1日生效的《中華人民共和國勞動合同法》；及(iii)中國國務院於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》，用人單位與勞動者之間建立的勞動關係必須以書面形式訂立，並實行最低工資保障制度。用人單位支付給勞動者的工資不得低於省級地方政府確定的最低工資標準。此外，用人單位必須建立健全勞動安全衛生制度，其勞動安全衛生設施必須符合有關主管部門規定的標準。

社會保險及住房公積金

根據全國人大常委會於2010年10月28日頒佈及最近一次於2018年12月29日修訂的《中華人民共和國社會保險法》、中國國務院於1994年4月3日頒佈及最近一次於2019年3月24日修訂的《住房公積金管理條例》，以及中國國務院頒佈及最近一次於2019年3月24日修訂的《社會

監管概覽

保險費徵繳暫行條例》，在中國境內設立的企業應按有關主管部門規定的費率為其員工繳納基本養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險、基本醫療保險等社會保險費，並繳存住房公積金。

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，處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。用人單位未按時足額繳存住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，住房公積金管理中心可向人民法院申請強制執行。

根據最高人民法院於2025年7月31日頒佈並於2025年9月1日實施的《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋（二）》，用人單位與勞動者約定或者勞動者向用人單位承諾無需繳納社會保險費的，人民法院應當認定該約定或者承諾無效。

有關知識產權的法規

專利

根據全國人大常委會於1984年3月12日頒佈及最近一次於2020年10月17日修訂並於2021年6月1日生效的《中華人民共和國專利法》，以及中國國務院於2001年6月15日頒佈及最近一次於2023年12月11日修訂並於2024年1月20日生效的《中華人民共和國專利法實施細則》之規定，可申請專利的發明創造包括發明、實用新型和外觀設計。

發明是指對產品、方法或其改進所提出的新技術方案；實用新型是指對產品的形狀、構造或其結合所提出的適於實用的新技術方案；外觀設計是指對產品的整體或局部形狀、圖案或其結合以及色彩與形狀、圖案的結合所作出的富有美感並適於工業應用的新設計。發明專利權的有效期為二十年，實用新型專利權的有效期為十年，外觀設計專利權的有效期為十五年，均自申請之日起計算。

執行本單位的任務或者主要是利用本單位的物質技術條件所完成的發明創造為職務發明創造。職務發明創造申請專利的權利屬於僱傭發明人或者設計人或為該發明創造提供所必須的

監管概覽

大量物質或技術條件的單位。申請被批准後，該單位為專利權人。被授予專利權的單位應當對職務發明創造的發明人或者設計人給予獎勵。職務發明創造專利實施後，根據其推廣應用的範圍和取得的經濟效益，對發明人或者設計人給予合理的報酬。

商標

根據全國人大常委會於1982年8月23日頒佈及最近一次於2019年4月23日修訂並於2019年11月1日生效的《中華人民共和國商標法》，以及中國國務院於2002年8月3日頒佈及最近一次於2014年4月29日修訂並於2014年5月1日生效的《中華人民共和國商標法實施條例》，商標的註冊、註銷、續展、變更、轉讓及無效宣告等程序均有明確規範。根據前述法例：商標註冊有效期為十年，自核准註冊之日起計算；商標註冊人需繼續使用該商標的，應在期滿前十二個月內辦理續展手續；若未能在規定期限內辦理續展手續，可享有六個月的寬展期；每次續展註冊的有效期均為十年，自該商標上一屆有效期滿次日起計算；商標註冊人可通過簽訂商標使用許可合同，許可他人使用其註冊商標；商標使用許可未經備案不得對抗善意第三人。

著作權

根據全國人大常委會於1990年9月7日頒佈及最近一次於2020年11月11日修訂並於2021年6月1日生效的《中華人民共和國著作權法》，受著作權保護的作品是指文學、藝術和科學領域內具有獨創性並能以一定形式表現的智力成果，包括：(i)文字作品；(ii)口述作品；(iii)音樂、戲劇、曲藝、舞蹈、雜技藝術作品；(iv)美術、建築作品；(v)攝影作品；(vi)視聽作品；(vii)工程設計圖、產品設計圖、地圖、示意圖等圖形作品和模型作品；(viii)計算機軟件；及(ix)其他符合前述作品特徵的智力成果。著作權包含人身權和財產權，主要包括發表權、署名權、修改權、發行權、複製權及信息網絡傳播權等權利。

根據中國國家版權局於2002年2月20日頒佈並同日生效的《計算機軟件著作權登記辦法》，以及由中國國務院於2001年12月20日頒佈及最近一次於2013年1月30日修訂並於2013年3月1日生效的《計算機軟件保護條例》，中國國家版權局主管全國軟件著作權登記管理工作，及

監管概覽

中國版權保護中心被指定為計算機軟件著作權登記機構。對於符合前述辦法和條例規定的計算機軟件著作權登記申請，中國版權保護中心應當向申請人發放登記證書。

域名

根據工信部於2017年8月24日頒佈並於2017年11月1日生效的《互聯網域名管理辦法》，在中國境內設立域名根服務器、域名根服務器運行機構、域名註冊管理機構及域名註冊服務機構前，應當向工信部或其所在地對應主管部門取得相應許可。

有關稅務的法規

企業所得稅

根據全國人大常委會於2007年3月16日頒佈及最近一次於2018年12月29日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》，以及中國國務院於2007年12月6日頒佈及最近一次於2024年12月6日修訂並於2025年1月20日生效的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，在中國境內成立的企業，以及依照外國（地區）法律成立但實際管理機構在中國境內的企業，均應認定為中國居民企業。居民企業應當就其來源於中國境內外的所得，按25%的稅率繳納企業所得稅。根據中國科學技術部、中國財政部和中國國家稅務總局於2008年4月14日頒佈及最近一次於2016年1月29日修訂的《高新技術企業認定管理辦法》，經政府認定的高新技術企業可享受15%的優惠企業所得稅稅率。此外，合條件的小型微利企業可享受特定稅收優惠。根據於2021年4月7日發佈的《國家稅務總局關於落實支持小型微利企業和個體工商戶發展所得稅優惠政策有關事項的公告》，2021年1月1日至2022年12月31日期間，對小型微利企業年應納稅所得額不超過人民幣100萬元的一部分，減按12.50%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅。根據於2023年3月26日發佈的《關於小微企業和個體工商戶所得稅優惠政策的公告》及於2023年8月2日發佈的《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》，自2023年1月1日至2027年12月31日，對小型微利企業年應納稅所得額不超過人民幣100萬元的一部分，減按25%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅的政策將繼續適用。

監管概覽

增值稅

根據中國國務院於1993年12月13日頒佈及最近一次於2017年11月19日修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》，以及中國財政部於2008年12月18日頒佈及最近一次於2011年10月28日修訂並於2011年11月1日生效的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，在中國境內銷售貨物、提供服務或進口貨物的單位，均應繳納增值稅（「增值稅」）。對於從事貨物銷售、勞務、有形動產租賃或進口貨物（前述條例及法規特別列明的除外）的一般納稅人，增值稅稅率原為17%，後根據財政部、國家稅務總局及海關總署於2019年3月20日聯合發佈的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》調整為13%。對於從事交通運輸服務、郵政服務、基礎電信服務、建築服務、不動產租賃及銷售、土地使用權轉讓、銷售或者進口若干貨物等業務的一般納稅人，適用11%的增值稅稅率。對於從事服務及無形資產銷售的一般納稅人，適用6%的增值稅稅率。此外，小規模納稅人適用3%的增值稅徵收率，以及除中國國務院另有規定外，從事貨物出口及跨境服務、無形資產銷售的納稅人適用零稅率。

全國人大常委會於2024年12月25日頒佈《中華人民共和國增值稅法》，將於2026年1月1日生效。根據《中華人民共和國增值稅法》，從事貨物銷售、加工修理修配服務、有形動產租賃或進口貨物的一般增值稅納稅人，增值稅稅率調整為13%；從事（其中包括）銷售交通運輸服務、郵政服務、基礎電信服務、建築服務、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《中華人民共和國增值稅法》訂明的若干貨物的一般增值稅納稅人，增值稅稅率調整為9%。自《中華人民共和國增值稅法》生效之日（即2026年1月1日）起，《中華人民共和國增值稅暫行條例》將廢止。

有關環境保護的法規

環境保護

根據全國人大常委會於1989年12月26日頒佈及最近一次於2014年4月24日修訂並於2015年1月1日生效的《中華人民共和國環境保護法》，其明確劃定各級環境保護監管機構的權限與職責。生態環境部被授權制定國家環境質量標準及污染物排放標準，並負責全國環境保護工作的監督管理。同時，地方環保部門可制定嚴於國家標準的地方污染物排放標準，於此情況下，相關企業須同時遵守國家標準及地方標準。

監管概覽

環境影響評價

根據中國國務院於1998年11月29日頒佈及最近一次於2017年7月16日修訂的《建設項目環境保護管理條例》，建設單位應當根據建設項目對環境的影響程度，編製環境影響報告書、環境影響報告表或者填報環境影響登記表。對於需編製環境影響報告書或報告表的建設項目，建設單位應當在開工建設前將環境影響報告書或報告表報環境保護行政主管部門審批。倘建設項目環境影響評價文件未經審批部門依法審查或者審查後未予批准的，建設單位不得開工建設。

根據全國人大常委會於2002年10月28日頒佈及最近一次於2018年12月29日修訂的《中華人民共和國環境影響評價法》，對於可能造成環境影響的建設項目，建設單位應當按照其對環境影響的程度，編製環境影響報告書、環境影響報告表或者填報環境影響登記表。

污染物排放

根據生態環境部於2024年4月1日頒佈並於2024年7月1日生效的《排污許可管理辦法》，企業事業單位及其他生產經營者，凡屬排污許可管理名錄所列範圍，應於規定期限內申請取得排污許可證或完成固定污染源排污登記。

根據生態環境部於2019年12月20日發佈的《固定污染源排污許可分類管理名錄（2019年版）》，依污染物產生量、排放量及對環境影響程度等因素，對排污單位實施重點管理、簡化管理和登記管理三種分類管理方式；僅納入登記管理的排污單位無需申領排污許可證。

有關消防的法規

全國人大常委會於1998年4月29日頒佈《中華人民共和國消防法》及最近一次於2021年4月29日修訂及生效。根據《中華人民共和國消防法》，企業應履行下列消防安全職責：(i)實行消防安全責任制，制定本單位的消防安全制度、消防安全操作規程，制定滅火和應急疏散預案；(ii)按照適用法律、行業標準配置消防設施、器材，設置消防安全標誌，並定期組織檢驗、維

監管概覽

修，確保完好有效；(iii)對建築消防設施每年至少進行一次全面檢測，確保完好有效，檢測記錄應當完整準確，存檔備查；(iv)保障疏散通道、安全出口、消防車通道暢通，保證防火防煙分區、防火間距符合消防技術標準；(v)組織防火檢查，及時消除火災隱患；(vi)組織進行有針對性的消防演練；及(vii)履行法律、法規規定的其他消防安全職責。

根據中國住房和城鄉建設部（「**住房和城鄉建設部**」）於2020年4月1日頒佈及最近一次於2023年8月21日修訂的《建設工程消防設計審查驗收管理暫行規定》，該規定所指的若干特殊建設工程施工前，其消防設計必須經住房和城鄉建設部的地方分支機構審查批准。上述特殊建設工程竣工前，其消防設施和建築亦應由批准其消防設計的住房和城鄉建設部的地方分支機構進行驗收。不屬特殊建設工程的其他建設工程，在申請建築工程施工許可證時，建設單位應提交消防設計及其他有關技術資料。工程竣工前，建設單位應完成竣工驗收消防備案。住房和城鄉建設部的地方分支機構應當對適用備案機制的建設工程進行抽查。未按照《建設工程消防設計審查驗收管理暫行規定》履行上述審批或備案程序的，可按照《中華人民共和國消防法》的規定處以罰款、責令停止施工、責令停止使用、責令停產停業。

有關房屋租賃的法規

根據《中華人民共和國民法典》，所有權人對自己的不動產或者動產，依法享有佔有、使用、收益和處分的權利。根據於2020年12月29日頒佈的《最高人民法院關於審理城鎮房屋租賃合同糾紛案件具體應用法律若干問題的解釋》（2020年修正），出租人就未取得建設工程規劃許可證或者未按照建設工程規劃許可證的規定建設的房屋，與承租人訂立的租賃合同無效。

於2010年12月1日，住房和城鄉建設部頒佈《商品房屋租賃管理辦法》，於2011年2月1日生效。根據該辦法，相關租賃訂立後30日內，出租人及承租人應當到住房和城鄉建設部的當地分支機構辦理租賃登記備案。未完成登記備案的，責令限期改正；逾期不改正的，可就每份租賃處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。

監管概覽

有關外匯的法規

中國外匯管理的主要法規是於1996年1月29日頒佈及最近一次於2008年8月5日修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》。根據該條例，經常項目下的外匯收支不受國家管制或限制。資本項目下的外匯交易（如直接投資或資本金交易）將受到限制，並需獲得外匯管理機關（即國家外匯管理局（「**國家外匯管理局**」）或其地方分支機構的批准或完成登記。

根據國家外匯管理局於2005年2月1日發佈及最近一次於2014年12月26日修訂的《國家外匯管理局關於境外上市外匯管理有關問題的通知》，國家外匯管理局及其分支機構將對境內企業境外上市涉及的業務登記、賬戶開立與使用、跨境收支、資金結匯等行為進行監督管理。上述境內企業應在境外首次公開發行結束後十五個工作日內，攜帶所需材料向註冊地外匯局辦理境外上市登記手續。

於2015年2月13日，國家外匯管理局頒佈《關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》（「**匯發13號文**」）並於2015年6月1日生效及最近一次於2019年12月30日修訂。根據匯發13號文，商業銀行可直接辦理境內直接投資項下外匯登記和境外直接投資項下外匯登記，國家外匯管理局及其地方分支機構通過商業銀行對直接投資外匯登記實施間接監管。

於2015年3月30日，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》（「**匯發19號文**」）並於2015年6月1日生效。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》（「**匯發16號文**」）及《國家外匯管理局關於廢止和失效5件外匯管理規範性文件及7件外匯管理規範性文件條款的通知》，其（其中包括）對匯發19號文的若干條文作出修訂。根據匯發19號文，外商投資企業外匯資本金結匯所得人民幣資金的使用不得用於企業經營範圍外的用途或向非關聯企業提供借款（除經營範圍另有規定外）。違反匯發19號文或匯發16號文規定的，可能面臨行政處罰。

監管概覽

根據國家外匯管理局於2020年4月10日發佈的《關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》，符合條件的企業可將資本金、外債和境外上市等資本項目收入用於境內支付，在確保資金使用真實合規的前提下，企業無需事前向銀行提供資金真實性證明材料，以及相關資金使用須符合現行資本項目收入使用管理規定。銀行應按相關要求對資金使用情況進行事後抽查。

有關境外發行證券的法規

境外發行證券

中國證監會於2023年2月17日頒佈《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**」），自2023年3月31日起施行。根據該試行辦法，境內企業境外首次公開發行或上市，應在向境外提交發行上市申請文件後三個工作日內向中國證監會備案；發行人如存在以下情形之一的，不得境外發行上市：(i)法律、行政法規或者國家有關規定明確禁止上市融資；(ii)經中國國務院有關主管部門依法審查認定擬進行的證券發行和上市可能危害國家安全；(iii)擬進行證券發行和上市的境內企業或其控股股東、實際控制人最近三年內存在貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪；(iv)擬進行證券發行和上市的境內企業涉嫌犯罪或重大違法違規正在被依法立案調查，尚未有明確結論；及(v)境內企業的控股股東或受控股股東及／或實際控制人支配的其他股東存在重大權屬糾紛。倘境內企業尋求直接境外發行上市，發行人應向中國證監會備案提交備案報告、法律意見書及其他相關材料並承諾所提交材料真實、準確及完整。

中國證監會、中國財政部、中國國家保密局及中國國家檔案局於2023年2月24日發佈《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》並於2023年3月31日生效。該規定要求境內企業直接或間接境外發行證券及上市時，其自身及提供證券服務的證券公司、證券服務機構應嚴格遵守國家保密和檔案管理相關規定，建立健全保密和檔案管理制度並採取必要措施履行保密和檔案管理職責。根據該規定，若境內企業在境外發行上市過程中需向

監管概覽

證券公司、證券服務機構及／或境外監管機構提供或公開披露可能涉及國家秘密或對國家安全及公共利益造成不利影響的文件資料，應依法依規辦理審批／備案等監管程序。

H股「全流通」

本公司應遵守H股「全流通」相關規定，將其內資股轉換為H股並在香港聯交所流通。根據中國證監會於2019年11月14日發佈及實施並於2023年8月10日修訂的《H股公司境內未上市股份申請「全流通」業務指引》，在符合所有適用法律法規的前提下，境內未上市股份持有人可自主協商確定申請流通的股份數量和比例。境內未上市股份在交易所上市流通後，不得轉回境內。

根據境外上市試行辦法及其配套指引，「全流通」是指直接境外發行上市的境內企業的境內未上市股份股東，將其境內未上市股份轉換為境外上市股份並在境外市場流通。境內未上市股份股東應授權境內企業向中國證監會提交「全流通」備案申請，就關鍵合規事項提交備案材料，包括「全流通」是否履行完畢充分的內部決策程序、必要的內部審批和授權，以及「全流通」是否涉及國有資產管理、行業監管和外商投資等法律法規政策規定的審批或備案程序，如涉及，是否已履行相關審批或備案程序。

根據中國證券登記結算有限責任公司（「中國結算」）及深圳證券交易所（「深交所」）於2019年12月31日發佈的《H股「全流通」業務實施細則》，H股「全流通」相關業務（包括跨境轉登記、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）均適用該細則規定，未盡事宜應參照中國結算、中國證券登記結算（香港）有限公司及深交所其他運作規則執行。為推進H股「全流通」改革，明確相關股份登記、存管、結算和交收的業務安排和辦理程序，中國結算於2020年2月7日發佈《關於發佈〈H股「全流通」業務指南〉的通知》（最新版本由中國結算深圳分公司於2024年9月20日發佈），其中訂明業務準備、賬戶安排、跨境轉登記和境外集中存管等操作要求與指引。

歷史、發展及公司架構

我們的歷史

概覽

我們(即銅師傅)自成立以來，一直專注於將傳統工藝與現代設計和使用場景相結合，開發銅質文創產品。根據弗若斯特沙利文報告，截至2024年12月31日止年度，我們在中國銅質文創工藝產品市場按總收入計位列第一，市場份額為35.0%，彰顯了我們在金屬文創工藝產品市場中該細分領域(約佔6.3%)的強勁地位。

我們的歷史可追溯至2013年3月，當時我們的創始人、董事長兼總經理俞先生創立本公司。在具有美術專業背景，是工藝與文化傳統堅定的信仰者的創始人俞先生的領導下，於2014年11月，本公司改制為股份有限公司。

里程碑

我們的主要發展里程碑概述如下：

年份	里程碑
2013年	俞先生創立本公司，首家天貓旗艦店投入運營
2016年	本公司獲建德市人民政府評為「行業龍頭企業」、「重點工業企業」及「成長型企業」
2017年	我們推出首屆年度「銅粉節」
2019年	在北京、山西省及遼寧省的首家線下經銷店開業
2020年	首家抖音、京東、拼多多旗艦店投入運營
2021年	我們進行分立，據此我們的主要業務與銅木主義分離，而銅木主義主要專注於生產及設計實木傢具。 我們獲新浪財經、鉛筆道及企查查評為2021新消費品牌未來獨角獸
2022年	我們獲創業邦100評為創業邦100未來獨角獸

歷史、發展及公司架構

年份	里程碑
	我們獲天貓和淘寶授予天貓人氣品牌獎
2023年	我們在中國授權展獲得孩之寶商貿(中國)有限公司授予2023年優秀被授權商獎－潮流玩具行業
	我們獲環球產品與消費體驗授予2023年度環球產品與消費體驗最具匠心文創產品獎
2024年	我們獲中共浙江省委宣傳部評為2024年浙江省重點文化企業
	我們獲阿裡魚授予2024年匠心設計品牌
2025年	我們獲建德市人民政府評為市級重點製造業企業之一

本公司的成立與發展

A. 本公司的成立

本公司以杭州太銅工藝品有限公司的名稱於2013年3月26日成立。本公司成立時的註冊資本為人民幣3百萬元，當時本公司共有17名股東。本公司成立時的股權架構詳情如下：

序號	股東姓名	繳入註冊資本 (人民幣元)	股權百分比
1.	俞先生	2,160,000	72.00%
2.	楊風	180,000	6.00%
3.	李麗 ⁽²⁾	150,000	5.00%
4.	何贊 ⁽¹⁾	90,000	3.00%
5.	羅仁祥 ⁽¹⁾	90,000	3.00%
6.	盧哲恒 ⁽²⁾	60,000	2.00%
7.	盧華華 ⁽²⁾	30,000	1.00%
8.	王秋霞 ⁽²⁾	30,000	1.00%
9.	呂亮 ⁽²⁾	30,000	1.00%
10.	徐偉 ⁽²⁾	30,000	1.00%
11.	丁紅良 ⁽²⁾	30,000	1.00%
12.	俞清 ⁽²⁾	30,000	1.00%

歷史、發展及公司架構

序號	股東姓名	繳入註冊資本 (人民幣元)	股權百分比
13.	徐燕	30,000	1.00%
14.	李淦 ⁽²⁾	15,000	0.50%
15.	黃楠楠 ⁽²⁾	15,000	0.50%
16.	李希芳 ⁽²⁾	15,000	0.50%
17.	黃星 ⁽²⁾	15,000	0.50%
總計：		3,000,000	100.00%

附註：

- (1) 註冊資本乃由俞先生支付予執行董事何贊先生及羅仁祥先生，以共同發展本公司。
- (2) 註冊資本乃由俞先生支付予該等人士（於當時為本公司或雅鼎創意家居股份有限公司（現稱璽匠科技（杭州）有限公司（「璽匠科技」），一家由俞先生創立的公司）的僱員），旨在留任、激勵及酬勞該等人士。

俞先生為我們僱員或璽匠科技的僱員提供我們註冊資本或股份資金的理由

本公司或璽匠科技的僱員收取由俞先生所支付股權／股份的戰略性決策，乃旨在留任、激勵及酬勞關鍵人才，為本公司的長遠成功奠定基礎。促成此安排的情況包括以下主要因素：

1. 留聘及激勵僱員：受激勵僱員是璽匠科技的主要團隊成員，包括中層至高層管理人員，對俞先生而言，該等人員憑藉其在企業管理、財務、營銷和產品設計方面的專業知識，為璽匠科技的發展做出了重大貢獻。俞先生於2013年創立本公司，並尋求彼所信賴僱員的支持，以促進我們發展。鑒於對其專業知識、可靠性及奉獻精神的認可，俞先生通過提供我們的股權而戰略性地使他們參與本公司的發展及成功。該等激勵已為本公司的長期發展帶來裨益，塑造了一種以責任感、奉獻精神和參與度為特點的文化，促進我們取得成功。
2. 酬勞受激勵僱員：本公司由俞先生創辦，其業務經營領域與璽匠科技不同，璽匠科技主要專注於衛浴產品的設計、生產及銷售。鑒於本公司未來發展存在不確定性，包括但不限於本公司的市場定位、創收能力及競爭力可持續性，同時認識到受激勵僱員的財務限制，俞先生因此決定為我們分配予該等僱員的部分註冊資本付款。此安排使本公司得以借助經驗豐富的領導層，留任值得信賴的人士，並將他們的激勵與企業成功掛鉤，從而為我們未來的擴張和穩定奠定堅實基礎。

歷史、發展及公司架構

B. 2013年3月及2013年6月的股權轉讓

根據2013年3月29日訂立的股權轉讓協議，黃星將本公司0.50%的股權無償轉讓給當時的股東楊風。根據2013年6月21日的股權轉讓協議，盧哲恒將本公司2%的股權無償轉讓給當時的股東梁越華。黃星和盧哲恒均為本公司或璽匠科技當時的僱員，彼等最初獲得俞先生支付的股權，旨在留任、激勵及酬勞彼等。因彼等離職，根據本公司的安排，黃星和盧哲恒將上述股權轉讓給楊風和梁越華。

C. 2014年11月改制為股份有限公司及增資

根據2014年10月15日、2014年10月20日及2014年10月22日通過的股東決議案，本公司於2014年11月11日改制為股份有限公司，並更名為杭州璽匠文化藝術品股份有限公司。

根據於2014年10月20日通過的股東決議案，議決按本公司截至2014年9月30日的經審計資產淨值(扣除特別儲備後)人民幣2,909,167.72元，將(i)人民幣2,900,000元計入本公司註冊股本，並按1.003:1的比率轉換為2,900,000股每股面值人民幣1.00元的本公司股份；及(ii)剩餘人民幣9,167.72元計入本公司資本儲備。由此產生的註冊股本差額人民幣100,000元將由當時股東按其出資比例按比例認購。

此外，股東於2014年10月20日亦議決，俞先生再以每股人民幣1元的價格認購2,000,000股股份。改制為股份有限公司及上述增資完成後，本公司的股權架構如下：

序號	股東姓名	股份數目	概約股權
1.	俞先生	4,160,000	83.20%
2.	楊風	195,000	3.90%
3.	李麗	150,000	3.00%
4.	何贊	90,000	1.80%
5.	羅仁祥	90,000	1.80%
6.	梁越華	60,000	1.20%
7.	盧華華	30,000	0.60%
8.	王秋霞	30,000	0.60%
9.	呂亮	30,000	0.60%
10.	徐偉	30,000	0.60%
11.	丁紅良	30,000	0.60%

歷史、發展及公司架構

序號	股東姓名	股份數目	概約股權
12.	俞清	30,000	0.60%
13.	徐燕	30,000	0.60%
14.	李淦	15,000	0.30%
15.	黃楠楠	15,000	0.30%
16.	李希芳	15,000	0.30%
總計：		5,000,000	100.00%

D. 本公司股權架構變動

自本公司改制為股份公司以來，本公司進行了多輪增資及股份轉讓，並已引入新股東。於最後實際可行日期，我們的註冊資本為人民幣57,000,000元，包括57,000,000股股份。改制後及直至最後實際可行日期，我們的註冊資本及股權變動概述如下。有關我們[編纂]投資者及其相應投資的詳情，請參閱本節「一[編纂]投資」。

(i) 2015年5月的增資

2015年5月，本公司的註冊資本由人民幣5,000,000元增加至人民幣10,000,000元，而我們於2015年5月7日更改名稱為杭州璽匠文化創意股份有限公司。新增註冊資本人民幣5,000,000元由俞先生、何贊先生、羅仁祥先生、肖峰先生及13名其他人士以認購價每股人民幣5元認購。

下表列示緊隨上述增資完成後本公司的股權架構：

股東	所持股份數目	股權百分比
俞先生	6,915,000	69.15%
3名身為我們董事的人士 ⁽¹⁾ 及 ⁽²⁾	800,000	8.00%
25名人士，包括俞清先生（俞先生的胞弟）及24名 屬獨立第三方的人士，包括本集團的僱員 及／或前僱員 ⁽¹⁾	2,285,000	22.85%
總計：	10,000,000	100%

附註：

1. 上述每名人士於本公司少於5%的股份中擁有權益。
2. 包括董事羅仁祥先生、何贊先生及肖峰先生。

歷史、發展及公司架構

(ii) 2016年1月至2017年4月期間的股份轉讓及2017年5月的增資

2016年1月至2017年4月期間，股東之間進行了48次股份轉讓。緊接2017年5月的增資前，當時的股東包括俞先生、3名董事成員以及56名其他股東。有關[編纂]投資者的身份及對價基準的詳情，請參閱下文「[編纂]投資」一節。

2017年5月，註冊資本由人民幣10,000,000元增加至人民幣10,208,333元。新增註冊資本人民幣125,000元及人民幣83,333元分別由謝亮亮及杭州錦元哲誠投資管理合夥企業（有限合夥）（現稱長興錦元哲誠投資管理合夥企業（有限合夥））（「錦元哲誠」）均以認購價每股人民幣24元認購。

下表列示緊隨上述增資完成後本公司的股權架構：

股東	所持股份數目	股權百分比
俞先生	5,407,500	52.97%
3名身為我們董事的人士 ^{(1)及(2)}	700,000	6.86%
58名人士／公司，包括俞清先生（俞先生的胞弟） 及57名屬獨立第三方的人士，包括本集團 的僱員及／或前僱員 ⁽¹⁾	4,100,833	40.17%
總計：	10,208,333	100%

附註：

1. 上述每名人士於本公司少於5%的股份中擁有權益。
2. 包括董事羅仁祥先生、何贊先生及肖峰先生。

(iii) 2017年5月及6月的股份轉讓

2017年5月24日，股東批准呂立翰以每股人民幣5元的對價向李麗轉讓合計300,000股股份。

2017年6月21日，股東批准梁越華和丁紅良分別以每股人民幣3元的對價及無償向俞先生轉讓合計90,000股股份。2017年6月30日，股東批准李麗以每股人民幣23元的對價向羅文娟轉讓合計400,000股股份。

歷史、發展及公司架構

就丁紅良的轉讓，丁紅良最初獲得俞先生支付的股份，旨在留任、激勵及酬勞我們的僱員。因丁先生離職，根據本公司的安排，丁紅良將上述股份轉讓給俞先生。

羅文娟作為代名人分別代董聖芳及王利靜持有40,000股股份及10,000股股份。有關終止代名人安排的詳情，請參閱「(x) 2023年2月的股份轉讓」分節。

(iv) 2017年8月、2017年9月、2018年1月及2018年8月的增資以及2018年2月及8月的股份轉讓

(a) 我們在2017年8月、2017年9月、2018年1月及2018年8月進行四輪增資，詳情概述如下：

股東	2017年8月		2017年9月		2018年1月		2018年8月	
	所持股份數目	股權百分比	所持股份數目	股權百分比	所持股份數目	股權百分比	所持股份數目	股權百分比
俞先生.....	5,497,500	51.39%	5,497,500	41.11%	5,497,500	40.20%	5,497,500	29.10%
3名身為我們董事								
的人士 ^{(1)及(2)}	700,000	6.54%	700,000	5.23%	700,000	5.12%	595,000	3.15%
羅文娟.....	600,000	5.61%	600,000	4.49%	600,000	4.38%	600,000	3.18%
包括俞清先生(俞先生								
的胞弟)及其他屬獨立								
第三方的人士／								
公司，包括本集團的								
僱員及／								
或前僱員 ⁽¹⁾	3,410,833	31.88%	3,410,833	25.51%	3,410,833	24.94%	3,315,833	17.55%
新股東								
寧波錦元翰飛投資管理								
中心(有限合夥)								
(現稱長興錦元翰飛								
投資管理中心								
(有限合夥))								
(「錦元翰飛」).....	490,000	4.58%	490,000	3.66%	490,000	3.58%	490,000	2.59%
Shunwei Ventures III								
(Hong Kong) Limited								
(「順為」).....	—	—	1,872,208	14.00%	1,872,208	13.69%	2,644,739	14.00%

歷史、發展及公司架構

股東	2017年8月		2017年9月		2018年1月		2018年8月	
	所持股份數目	股權百分比	所持股份數目	股權百分比	所持股份數目	股權百分比	所持股份數目	股權百分比
天津金米投資合夥企業 (有限合夥)								
(「天津金米」)	-	-	802,375	6.00%	802,375	5.87%	1,889,099	10.00%
北京合眾創投股權投資 中心(有限合夥)								
(「北京合眾」)	-	-	-	-	303,930	2.22%	696,047	3.68%
歐之福有限公司								
(「歐之福」)	-	-	-	-	-	-	1,966,047	10.41%
北京光信股權投資基金 合夥企業(有限合夥)								
(「北京光信」)	-	-	-	-	-	-	1,196,724	6.34%
股份總數	10,698,333	100%	13,372,916	100%	13,676,846	100%	18,890,989	100%
每股對價(人民幣元) . .	25		20		24		58.49	

附註：

- 除羅文娟外，上述每名人士於本公司少於5%的股份中擁有權益。
 - 包括董事羅仁祥先生、何贊先生及肖峰先生。
- (b) 2018年2月，股東批准八名人士以每股人民幣20元的對價向北京合眾進行八次轉讓合計200,000股股份。
- (c) 2018年8月，股東批准23名人士以每股人民幣51元的對價向深圳市國林豐資產管理中心(有限合夥)(「深圳國林豐」)進行23次轉讓合計215,500股股份。

(v) 2020年12月本公司分立

2020年10月，股東議決進行分立，據此，本公司分立為本公司及銅木主義。分立的主要目的是將實木傢俱的生產及設計從本集團剝離，以便本公司集中資源發展本公司現有業務。

歷史、發展及公司架構

由於進行分立，銅木主義於2020年12月17日成立，註冊資本為人民幣11,275,453元。緊隨重組後，銅木主義的股權架構與分立前本公司的股權架構相同。分立於2020年12月17日向建德市場監督管理局辦理登記，本公司的註冊資本由人民幣18,890,989元減少至人民幣7,615,536元。

下表列示緊隨上述本公司分立完成後本公司的股權架構：

股東	所持股份數目	股權百分比
俞先生	2,216,211	29.10%
順為	1,066,175	14.00%
歐之福	792,574	10.41%
天津金米.....	761,554	10.00%
北京光信.....	482,436	6.34%
3名身為我們董事的人士 ⁽¹⁾ 及 ⁽²⁾	239,862	3.15%
44名人士／公司，包括俞清（俞先生的胞弟） 及43名屬獨立第三方的人士／公司，包括本集團 的僱員及／或前僱員 ⁽¹⁾	2,056,724	27.01%
總計：	7,615,536	100%

附註：

1. 上述每名人士於本公司少於5%的股份中擁有權益。
2. 包括董事羅仁祥先生、何贊先生及肖峰先生。

(vi) 2021年7月的增資

2021年7月，註冊資本由人民幣7,615,536元增加至人民幣7,962,805元。新增註冊資本人民幣301,576元、人民幣41,733元、人民幣3,960元分別由中小企業發展基金（西安）國中合夥企業（有限合夥）（現稱國中私募股權投資基金（西安）合夥企業（有限合夥））（「國中基金」）、寧波梅山保稅港區復星惟盈股權投資基金合夥企業（有限合夥）（「復星惟盈」）及徐丹妮以認購價每股約人民幣328.28元認購。

歷史、發展及公司架構

下表列示緊隨上述增資完成後本公司的股權架構：

股東	所持股份數目	股權百分比
俞先生	2,216,211	27.83%
順為	1,066,175	13.39%
歐之福	792,574	9.95%
天津金米	761,554	9.56%
北京光信	482,436	6.06%
3名身為我們董事的人士 ⁽¹⁾ 及 ⁽²⁾	239,862	3.01%
47名人士／公司，包括俞清先生（俞先生的胞弟） 及46名屬獨立第三方的人士／公司，包括本集團 的僱員及／或前僱員 ⁽¹⁾	2,403,993	30.20%
總計：	7,962,805	100%

附註：

1. 上述每名人士於本公司少於5%的股份中擁有權益。
2. 包括董事羅仁祥先生、何贊先生及肖峰先生。

(vii) 2021年7月的股份轉讓

2021年7月30日，我們若干當時的已有股東向共青城金達股權投資合夥企業（有限合夥）（「共青城金達」）出售其部分或全部本公司股份，詳情如下：

轉讓人	承讓人	股份數目	每股對價 (人民幣元)
俞先生	共青城金達	124,775	328.28
李麗	共青城金達	80,626	328.28
石鈞	共青城金達	32,250	328.28
俞清	共青城金達	6,047	328.28

(viii) 2022年1月的資本化發行

2022年1月，根據我們的企業戰略及發展規劃，為擴大本公司股本，當時的股東同意以資本儲備資本化的方式將註冊資本由人民幣7,962,805元增加至人民幣57,000,000元，各股東的持股比例保持不變。

歷史、發展及公司架構

下表列示緊隨資本化發行完成後本公司的股權架構：

股東	所持股份數目	股權百分比
俞先生	14,971,100	26.27%
順為	7,631,981	13.39%
歐之福	5,673,468	9.95%
天津金米	5,451,418	9.56%
北京光信	3,453,413	6.06%
3名身為我們董事的人士 ^{(1)及(2)}	1,716,999	3.01%
45名屬獨立第三方的人士／公司，包括本集團的 僱員及／或前僱員 ⁽¹⁾	18,101,621	31.76%
總計：	57,000,000	100%

附註：

1. 上述每名人士於本公司少於5%的股份中擁有權益。
2. 包括董事羅仁祥先生、何贊先生及肖峰先生。

(ix) 2022年12月的股份轉讓

2022年12月，歐之福與以下承讓人訂立轉讓協議，出售合計501,625股本公司股份，詳情如下：

轉讓人	承讓人	日期 (年／月／日)	股份數目	每股對價 (人民幣元)
歐之福	上海如碼有花企業管理 合夥企業(有限合夥) (「上海如碼」)	2022年12月31日	171,000	28.07
歐之福	張磊	2022年12月31日	142,500	28.07
歐之福	金宏偉	2022年12月31日	106,875	28.07
歐之福	陳理升	2022年12月31日	35,625	28.07
歐之福	梁鈺	2022年12月31日	35,625	28.07
歐之福	錢家陽	2022年12月31日	10,000	28.07

歷史、發展及公司架構

(x) 2023年2月的股份轉讓

2023年2月，羅文娟以人民幣920,000元將其115,429股股份轉讓給董聖芳。

(i) 羅文娟與董聖芳／王利靜之間的代名人安排

2017年6月，羅文娟向李麗收購400,000股本公司股份，其中(i) 40,000股股份由羅文娟作為董聖芳的代名人持有；(ii) 10,000股股份由羅文娟作為王利靜的代名人持有；及(iii) 350,000股股份由其本人作為實益法定擁有人持有。董聖芳與羅文娟是朋友，而王利靜當時是羅文娟所控制實體的僱員。於羅文娟向李麗收購股份前，羅文娟與王利靜和董聖芳就本次投資機會協商同意一起進行投資。董聖芳及王利靜亦分別協商同意由彼等中持有最多股權的人士（即羅文娟女士）代表彼等持有及管理相關股份。

(ii) 羅文娟與董聖芳之間的代名人安排及隨後終止該安排

2017年5月，羅文娟於與李麗磋商有關400,000股股份的股份轉讓時，羅女士與董聖芳協商同意共同投資及收購轉讓的部分股份。2017年6月28日，董聖芳向羅文娟支付合計人民幣920,000元，以收購李麗轉讓的40,000股股份，同時羅文娟作為代名人代其持有這些股份。2017年8月，董聖芳與羅文娟簽署代名人協議，確認該40,000股股份由羅文娟代董聖芳持有，相應款項已於2017年6月由董聖芳轉入羅文娟的賬戶。

2023年2月18日，羅文娟與董聖芳訂立(i)終止協議，終止代名人安排；及(ii)股份轉讓協議，由羅文娟向董聖芳轉讓115,429股股份（即同批40,000股股份，惟股份數目於2020年12月分立完成及2022年1月資本儲備資本化後增加），對價為人民幣920,000元，該款項已於2017年6月由董聖芳結清。股份轉讓完成後，羅文娟與董聖芳之間的代名人安排已完全終止。

歷史、發展及公司架構

(iii) 羅文娟與王利靜之間的代名人安排及隨後終止該安排

2017年5月，羅文娟於與李麗磋商有關400,000股股份的股份轉讓時，羅女士與王利靜協商同意共同投資及收購轉讓的部分股份。2017年5月24日，王利靜向羅文娟的指定賬戶支付人民幣230,000元，以收購李麗轉讓的10,000股股份，同時羅文娟作為代名人代其持有這些股份。2017年8月，王利靜與羅文娟簽署代名人協議，確認該10,000股股份由羅文娟代王利靜持有，相應款項已於2017年5月轉入羅文娟的指定賬戶。

2022年8月18日，羅文娟與王利靜訂立終止及轉讓協議，終止代名人安排，王利靜同意將28,857股股份（即同批10,000股股份，惟股份數目於2020年12月分立完成及2022年1月資本儲備資本化後增加）轉讓給羅文娟，對價為人民幣675,000元，該款項已於2022年8月結清。

上述代名人安排終止後，羅文娟為1,616,002股股份（即同批360,000股股份，惟股份數目於2020年12月分立完成及2022年1月資本儲備資本化後增加）的法定實益擁有人。

我們的中國法律顧問已確認(i)上述代名人安排的確立及存續並不違反適用中國法律，(ii)該等安排的後續終止根據中國法律生效，及(iii)所涉各方、本公司或股東概無向任何中國法院提起與該等安排的終止有關的糾紛。

(xi) 2023年5月、2024年5月及2024年12月的股份轉讓

2023年5月，歐之福轉讓其2,493,750股股份，包括將1,781,250股股份轉讓給央視融媒體產業投資基金（有限合夥）（「央視基金」）及將712,500股股份轉讓給廣東灣區一號數字文化產業投資合夥企業（有限合夥）（「灣區一號」），每股對價為約人民幣28.07元。

2024年5月，因其家庭安排，劉丹將其57,717股股份無償轉讓給其配偶丁屹。

2024年12月，王佳瑩與金麗華訂立股份轉讓協議，據此，王佳瑩將其所持144,282股本公司股份轉讓給金麗華，對價為人民幣600,000元。於2024年12月24日，我們更改名稱為杭州銅師傅文創（集團）股份有限公司。

歷史、發展及公司架構

股權結構表

下表列示緊隨上述股份轉讓完成後及於最後實際可行日期及[編纂]（假設[編纂]未獲行使及於境內非上市股份轉換為H股後）本公司的股權架構：

序號	股東姓名	截至最後 實際可行 日期持有的 股份數目	於最後實際 可行日期的 概約股權	於[編纂] （假設[編纂]未獲行使） 持有的境內非上市 股份／H股數目	於[編纂] （假設[編纂]未 獲行使）佔股份 總數的百分比	H股是否 將計入 公眾持股量
1...	俞先生 ^(附註)	14,971,100	26.27%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2...	順為	7,631,981	13.39%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
3...	天津金米	5,451,418	9.56%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
4...	北京光信	3,453,413	6.06%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
5...	歐之福	2,678,093	4.70%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
6...	國中基金	2,158,766	3.79%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
7...	北京合眾	2,008,599	3.52%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
8...	央視基金	1,781,250	3.13%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
9...	共青城金達	1,744,459	3.06%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
10...	羅文娟	1,616,002	2.84%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
11...	錦元翰飛	1,414,004	2.48%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
12...	裘德康	1,154,287	2.03%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
13...	青島賀智投資管理合夥 企業（有限合夥） （「青島賀智」）	1,096,577	1.92%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
14...	肖峰 ^(附註)	1,067,715	1.87%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
15...	灣區一號	712,500	1.25%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
16...	深圳國林豐	621,875	1.09%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
17...	阮卓爾	519,434	0.91%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
18...	楊軻	490,571	0.86%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
19...	趙磊	481,917	0.85%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
20...	呂立翰	447,285	0.78%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
21...	張磊	431,071	0.77%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
22...	何賀 ^(附註)	360,713	0.63%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
23...	復星惟盈	298,737	0.53%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
24...	羅仁祥 ^(附註)	288,571	0.51%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
25...	黎萬強	288,571	0.51%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
26...	丁鵬飛	288,571	0.51%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
27...	錦元哲誠	240,475	0.42%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
28...	陳靜芝	216,431	0.38%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
29...	殷雪龍	202,000	0.35%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
30...	張建梅	178,914	0.31%	[編纂]	[編纂]	[編纂]

歷史、發展及公司架構

序號	股東姓名	截至最後 實際可行 日期持有的 股份數目	於最後實際 可行日期的 概約股權	於[編纂] (假設[編纂]未獲行使) 持有的境內非上市 股份／H股數目	於[編纂] (假設[編纂]未 獲行使)佔股份 總數的百分比	H股是否 將計入 公眾持股量
31...	上海如碼	171,000	0.30%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
32...	金澤廣	144,283	0.25%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
33...	金麗華	144,282	0.25%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
34...	張衛江 ^(附註)	144,282	0.25%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
35...	呂杭軍	144,282	0.25%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
36...	申屠佳惠	144,282	0.25%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
37...	楊竣傑	144,282	0.25%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
38...	錢家陽	125,427	0.22%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
39...	俞宏	124,089	0.22%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
40...	董聖芳	115,429	0.20%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
41...	黃東升	115,427	0.20%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
42...	任炳章	109,658	0.19%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
43...	金宏偉	106,875	0.19%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
44...	周乘風	95,227	0.17%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
45...	史子鳴	92,342	0.16%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
46...	安輝	92,342	0.16%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
47...	任亮	89,457	0.16%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
48...	王玥楨	86,572	0.15%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
49...	盧華華 ^(附註)	86,572	0.15%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
50...	胡文萍 ^(附註)	57,717	0.10%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
51...	丁屹	57,717	0.10%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
52...	呂亮	57,717	0.10%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
53...	張傑 ^(附註)	57,717	0.10%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
54...	王秋霞 ^(附註)	57,717	0.10%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
55...	梁鈺	35,625	0.06%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
56...	陳理升	35,625	0.06%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
57...	徐丹妮	28,347	0.05%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
58...	賈金富	14,431	0.03%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
59...	黃寧寧	14,431	0.03%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
60...	崔玉舒	11,546	0.02%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
61...	其他公眾股東	0	0.00%	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計：		<u>57,000,000</u>	<u>100.00%</u>	<u>[編纂]</u>	<u>100%</u>	

附註：該等股東為於最後實際可行日期本公司的現任僱員或董事，且為其各自股份的法定實益擁有人。

我們的中國法律顧問已確認，上述股份改制、分立、資本化發行、增資及股權轉讓已於所有重大方面遵守當時生效的所有適用中國法律法規，並於所有重大方面妥善合法地完成及支付。

歷史、發展及公司架構

[編纂]

境內非上市股份轉換為H股後及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）：

- (a) (i)單一最大股東兼執行董事俞先生，(ii)董事羅仁祥先生、何贊先生及肖峰先生，(iii)我們的主要股東順為將被視為我們的核心關連人士，而(iv)張衛江、盧華華、呂亮、王秋霞及賈金富均為我們的現任或前任僱員，其股份由俞先生直接支付，且就上市規則第8.24條而言不會被視為「公眾人士」。因此，其所持總計[編纂]股境內非上市股份（將轉換為H股並在聯交所[編纂]）將不會計入[編纂]（佔我們總股本約[編纂]）；
- (b) 北京合眾及上海如碼所持總計[編纂]股境內非上市股份將不會轉換為H股及於聯交所[編纂]，因此不會被視為[編纂]的一部分（佔我們總股本約[編纂]）；及
- (c) [編纂]名股東所持總計[編纂]股境內非上市股份將會轉換為H股及於聯交所[編纂]，因此將會被視為[編纂]的一部分（佔我們總股本約[編纂]）。

有關將於[編纂]完成及境內非上市股份轉換為H股後由境內非上市股份轉換而來並於聯交所[編纂]的H股的更多詳情，請參閱「股本－境內非上市股份轉換為H股」。

根據上市規則第19A.13A(1)條，假設[編纂]並無獲行使，(i)按[編纂]每股[編纂][編纂]（即指示性[編纂]的下限）至每股[編纂][編纂]（即指示性[編纂]的上限）計算，我們[編纂]時的預期[編纂]為約[編纂]至[編纂]，因此在[編纂]內適用於股份的最低規定[編纂]比例為[編纂]。

因此，緊隨[編纂]完成及境內非上市股份轉換為H股後，計及根據[編纂]（假設[編纂]未獲行使）擬[編纂]的[編纂]股H股，合共[編纂]股H股將根據上市規則第19A.13A(1)條計入本公司的[編纂]，約佔本公司已發行股份總數的[編纂]，符合上市規則第19A.13A(1)條的規定。

基於[編纂]每股H股[編纂]，本公司預期將符合上市規則第19A.13C(1)條項下的自由流通量規定。

歷史、發展及公司架構

先前嘗試在深交所創業板上市

本公司曾考慮尋求在中國深交所創業板進行首次公開發售的可能性（「創業板上市嘗試」）。於2022年6月，本公司聘請中國國際金融股份有限公司（「輔導公司」）就中國證監會的要求提供指引及初步合規建議。由於市場情況及戰略考慮，我們調整了[編纂]計劃，並於2024年9月終止與輔導公司的合作，且已向中國證券監督管理委員會浙江監管局提交該終止事宜備案，因此，本公司自願決定不向中國境內的任何證券交易所提交正式的[編纂]申請。

由於董事認為在聯交所[編纂]可使我們獲得海外融資機會及接觸國際[編纂]的投資者並有助於實施拓展海外市場的戰略，因此董事決定申請在聯交所[編纂]。董事確認，除輔導公司的聘任因商業原因而有所變動外，本公司在創業板上市嘗試至我們在聯交所[編纂]之間並無對專業各方作出任何變動。

據董事所知及所信，他們認為：(i)不存在與創業板上市嘗試相關、且本公司和與創業板上市嘗試有關的各方之間亦不存在可能影響本公司在聯交所[編纂]適當性的未完成、重大或未決問題、查詢或事宜；(ii)我們與輔導公司不存在糾紛或分歧，且他們並不知悉須提請聯交所及[編纂]垂注的任何其他事宜；(iii)不存在與創業板上市嘗試相關、需要聯交所及[編纂]關注的事宜；(iv)不存在將對本公司在聯交所[編纂]產生重大不利影響的與創業板上市嘗試相關的事宜。

基於獨家保薦人的盡職調查工作，獨家保薦人未發現任何與創業板上市嘗試相關、對本公司[編纂]適宜性產生重大不利影響的重大問題，亦未發現需提請聯交所關注的與創業板上市嘗試相關的其他事宜。

歷史、發展及公司架構

[編纂]投資

我們的[編纂]投資包括[編纂]投資者通過股權轉讓及／或認購我們的新增註冊股本的方式進行多輪投資。

下表概述[編纂]投資的主要條款：

[編纂]投資者	協議日期 (年／月／日)	投資方式	結算日期 (年／月／日)	每股面值	較[編纂] (折讓)／溢價 ⁽²⁾	緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]未獲行使) ⁽³⁾	
				人民幣1.00元		股份數目	概約持股量
				股份的概約成本 ⁽¹⁾			
I. 專業投資者 ⁽⁴⁾							
1..... 順為	2017年8月25日及 2018年7月31日	增資	2017年9月30日及 2018年8月20日	6.93 20.27	[編纂] [編纂]	[編纂]	[編纂]
2..... 天津金米	2017年8月25日及 2018年7月31日	增資	2017年9月30日及 2018年8月22日	6.93 20.27	[編纂] [編纂]	[編纂]	[編纂]
3..... 北京光信	2018年7月31日	增資	2018年8月23日	20.27	[編纂]	[編纂]	[編纂]
4..... 歐之福	2018年7月31日	增資	2018年9月12日	20.27	[編纂]	[編纂]	[編纂]
5..... 國中基金	2021年6月25日	增資	2021年7月21日	45.86	[編纂]	[編纂]	[編纂]
6..... 北京合眾	2017年10月25日、 2018年1月15日 及2018年7月31日	增資 股份轉讓 增資	2017年11月10日、 2018年5月14日及 2018年8月28日	8.32 6.93 20.27	[編纂] [編纂] [編纂]	[編纂]	[編纂]
7..... 央視基金	2023年4月27日	股份轉讓	2023年5月23日	28.07	[編纂]	[編纂]	[編纂]
8..... 共青城金達	2021年7月30日	增資	2021年8月9日	45.86	[編纂]	[編纂]	[編纂]
9..... 錦元翰飛	2017年7月8日	增資	2017年7月11日	8.66	[編纂]	[編纂]	[編纂]
10..... 青島賢智	2018年7月20日	股份轉讓	2018年7月27日	17.67	[編纂]	[編纂]	[編纂]
11..... 灣區一號	2023年4月27日	股份轉讓	2023年5月25日	28.07	[編纂]	[編纂]	[編纂]
12..... 深圳國林豐	2018年7月20日	股份轉讓	2018年8月6日	17.67	[編纂]	[編纂]	[編纂]
13..... 復星惟盈	2021年6月25日	增資	2021年7月19日	45.86	[編纂]	[編纂]	[編纂]
14..... 錦元哲誠	2017年4月27日	增資	2017年4月27日	8.32	[編纂]	[編纂]	[編纂]
15..... 上海如碼	2022年12月31日	股份轉讓	2023年2月28日	28.07	[編纂]	[編纂]	[編纂]
II. 個人投資者 ⁽⁵⁾							
1..... 羅文娟	2017年1月15日及 2017年6月23日	股份轉讓 股份轉讓	2017年1月24日及 2017年6月30日 ⁽⁸⁾	7.62 7.97	[編纂] [編纂]	[編纂]	[編纂]
2..... 裘德康	2016年8月26日	股份轉讓	2016年8月31日	6.93	[編纂]	[編纂]	[編纂]
3..... 肖峰	2015年4月18日	增資	2015年4月28日	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
4..... 阮卓爾	2015年4月18日	增資	2015年4月28日	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]

歷史、發展及公司架構

[編纂]投資者	協議日期 (年/月/日)	投資方式	結算日期 (年/月/日)	每股面值	較[編纂] (折讓)/溢價 ⁽²⁾	緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]未獲行使) ⁽³⁾	
				人民幣1.00元 股份的概約成本 ⁽¹⁾		股份數目	概約持股量
5..... 楊軻	2015年4月18日	增資	2015年4月28日	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
6..... 趙磊	2016年7月26日	增資	2016年1月6日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
7..... 呂立翰	2015年4月18日及 2016年7月26日	增資 股份轉讓	2015年4月28日 ⁽⁹⁾	1.73 1.73	[編纂] [編纂]	[編纂]	[編纂]
8..... 張磊	2017年1月9日及 2022年12月31日	增資 股份轉讓	2016年8月31日及 2023年2月15日	6.93 28.07	[編纂] [編纂]	[編纂]	[編纂]
9..... 黎萬強	2016年6月29日	股份轉讓	2022年1月19日 ⁽¹⁴⁾	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
10..... 丁鵬飛	2016年5月6日	股份轉讓	2022年1月21日 ⁽¹⁴⁾	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
11..... 陳靜芝	2017年1月9日	股份轉讓	2016年8月27日及 2016年9月1日	6.93	[編纂]	[編纂]	[編纂]
12..... 殷雪龍	2016年10月30日	股份轉讓	2016年9月1日	6.93	[編纂]	[編纂]	[編纂]
13..... 張建梅	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月6日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
14..... 金澤廣	2016年10月30日	股份轉讓	2016年9月5日	6.93	[編纂]	[編纂]	[編纂]
15..... 呂杭軍	2015年4月18日	增資	2015年4月23日	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
16..... 申屠佳惠	2015年4月18日	股份轉讓	2015年4月28日 ⁽¹¹⁾	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
17..... 楊竣傑	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月11日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
18..... 金麗華	2024年12月26日	股份轉讓	2024年12月31日	4.16	[編纂]	[編纂]	[編纂]
19..... 錢家陽	2016年7月26日及 2022年12月31日	股份轉讓 股份轉讓	2016年1月7日及 2023年1月30日	5.54 28.07	[編纂] [編纂]	[編纂]	[編纂]
20..... 俞宏	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月7日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
21..... 董聖芳	2017年8月15日 ⁽⁸⁾	股份轉讓	2017年6月28日 ⁽⁸⁾	7.97	[編纂]	[編纂]	[編纂]
22..... 黃東升	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月7日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
23..... 任炳章	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月8日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
24..... 金宏偉	2022年12月31日	股份轉讓	2023年2月22日	28.07	[編纂]	[編纂]	[編纂]
25..... 周乘風	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月6日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
26..... 史子鳴	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月6日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
27..... 安輝	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月8日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]

歷史、發展及公司架構

[編纂]投資者	協議日期 (年/月/日)	投資方式	結算日期 (年/月/日)	每股面值 人民幣1.00元 股份的概約成本 ⁽¹⁾	較[編纂] (折讓)/溢價 ⁽²⁾	緊隨[編纂]完成後 (假設[編纂]未獲行使) ⁽³⁾	
						股份數目	概約持股量
28..... 任亮	2016年7月26日	股份轉讓	2016年1月6日	5.54	[編纂]	[編纂]	[編纂]
29..... 王玥楨	2016年10月30日	股份轉讓	2016年8月26日	6.93	[編纂]	[編纂]	[編纂]
30..... 丁屹	2024年5月9日	股份轉讓	— ⁽¹⁰⁾	—	[編纂]	[編纂]	[編纂]
31..... 梁鈺	2022年12月31日	股份轉讓	2023年2月7日	28.07	[編纂]	[編纂]	[編纂]
32..... 陳理升	2022年12月31日	股份轉讓	2023年2月2日	28.07	[編纂]	[編纂]	[編纂]
33..... 徐丹妮	2021年6月25日	增資	2021年7月14日	45.86	[編纂]	[編纂]	[編纂]
34..... 崔玉舒	2016年10月30日	股份轉讓	2016年8月26日	6.93	[編纂]	[編纂]	[編纂]
35..... 黃寧寧	2016年10月30日	股份轉讓	2022年1月19日 ⁽¹⁴⁾	6.93	[編纂]	[編纂]	[編纂]

III. 僱員⁽⁶⁾..

1..... 何賢	2015年4月18日	增資	2015年4月28日 ⁽¹²⁾	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2..... 羅仁祥	2015年4月18日	增資	2015年4月28日 ⁽¹²⁾	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
3..... 張衛江	2015年4月18日	增資	2015年4月28日 ⁽¹²⁾	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
4..... 胡文萍	2015年4月18日	增資	2015年5月5日	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
5..... 張傑	2015年4月18日	增資	2015年4月28日	1.73	[編纂]	[編纂]	[編纂]
6..... 賈金富	2015年12月9日	增資	— ⁽¹³⁾	—	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 根據支付的對價金額除以分別就於2020年12月及2022年1月分立及／或資本化發行（視情況而定）作出調整的股份數目計算。
- (2) 較[編纂]折讓／溢價百分比乃按[編纂][編纂]（即[編纂]指示性範圍的中位數）並基於人民幣0.91175元兌1港元的貨幣匯率計算。
- (3) 按緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）已發行的每股面值人民幣1.00元的[編纂]總數計算。

歷史、發展及公司架構

- (4) 該等[編纂]投資者包括私募股權基金、機構。各自對價基準乃經公平磋商釐定，當中計及我們於投資時的發展狀況、投資時我們的品牌聲譽及客戶認可度不斷提高、我們的業務及行業前景及相關方之間於轉讓／增資時磋商的商業對價。有關若干輪[編纂]投資估值存在重大差異的原因，請參閱下文：
- (a) 順為及天津金米於2017年9月完成的增資中，每股成本低於同期或前後其他投資者作出的增資，主要因素有前者在行業內享有卓著聲譽，彼等的參與對本公司的聲譽產生了積極影響，以及彼等各自收購的股份數目較多。
 - (b) 於2018年1月向北京合眾作出股份轉讓的每股成本與我們於2018年8月的增資及股份轉讓大不相同，主要是由於投資磋商的時間不同，因此釐定對價基準時參考點有所不同。北京合眾於2017年較早開始磋商，因此獲得了較低的每股成本。
 - (c) 歐之福於2022年向上海如碼作出股份轉讓的每股成本與我們2021年7月的增資大不相同，主要幾大因素包括宏觀經濟增長放緩、中國消費支出下降及與消費品相關的上市公司在二級市場表現不佳等。此外，轉讓人尋求從其2018年進行的初始投資中變現部分投資回報，使其能夠接受比2021年7月的每股成本更低的每股成本。
 - (d) 總體而言，通過股份轉讓的每股成本低於同期通過增資的每股成本，原因是在增資的情況下，投資資金直接支付予本公司，增加了本公司的淨資產及用於業務發展的可用資金，直接有利於我們的未來增長，並提高了投資者投資的價值。
- (5) 該等[編纂]投資者包括從我們的增資、俞先生及歐之福作出的轉讓或其他投資者作出的轉讓中獲得股份的個人投資者。就我們的增資或俞先生及歐之福作出的轉讓而言，各自對價基準乃經公平磋商釐定，於投資時計及我們的發展狀況、我們日益提升的品牌聲譽及客戶認可度、我們的業務及行業前景及相關方之間於轉讓／增資時磋商的商業對價。就其他投資者作出的轉讓而言，本公司並無參與相關方之間就該等轉讓的磋商，然而，據董事所深知，除下文所載有關若干個人[編纂]投資者的附註8、9及10外，[編纂]投資者各自的對價乃經公平磋商釐定，並參考投資時機、我們的業務前景、轉讓人於當時的個人融資需求及轉讓人於投資時支付的對價。有關若干輪[編纂]投資估值存在重大差異的原因，請參閱下文：
- (a) 俞先生向[編纂]投資者所作出股份轉讓的每股成本(i)於2016年年中至年底介乎人民幣5.54元至人民幣6.93元，及(ii)於2017年1月介乎人民幣6.93元至人民幣7.62元，主要是由於投資磋商的時間不同所致。較早進行磋商的投資者獲得較低的每股成本。
 - (b) 歐之福於2022年向[編纂]投資者作出股份轉讓的每股成本與我們2021年7月的增資大不相同，主要幾大因素包括宏觀經濟增長放緩、中國消費支出下降及與消費品相關的上市公司在二級市場表現不佳等。此外，轉讓人尋求從其2018年進行的初始投資中變現部分投資回報，使其能夠接受比2021年7月的每股成本更低的每股成本。
 - (c) 有關王佳瑩於2024年向金麗華轉讓股份的每股成本，本公司未參與磋商，且除本附註5所載者外，並不知悉其他對價基準。
- (6) 該等[編纂]投資者包括本公司僱員。各自對價基準乃於本公司處於發展早期時為激勵該等僱員而釐定。

歷史、發展及公司架構

- (7) 本公司成立後，我們的創始人俞先生曾進行未載入上表的增資及股份轉讓。有關俞先生進行的增資及股份轉讓的詳情載列如下：
- (i) 於2014年11月的增資未載入上表，乃由於增資的對價合共人民幣2,072,000元由我們的創始人俞先生支付予本公司，悉數支付對價的日期為2015年1月14日。有關增資的每股成本為每股人民幣0.35元。有關增資較[編纂]的折讓為[編纂]。有關增資的詳情，請參閱上文「C. 2014年11月改制為股份有限公司及增資」。
 - (ii) 於2015年5月的增資未載入上表，乃由於增資的對價人民幣13,775,000元由我們的創始人俞先生支付予本公司，悉數支付對價的日期為2015年4月28日。有關增資的每股成本為每股人民幣1.73元。有關增資較[編纂]的折讓為[編纂]。有關增資的詳情，請參閱上文「D. 本公司股權架構變動 – (i) 2015年5月的增資」。
 - (iii) 於2016年1月及2016年8月的九次轉讓未載入上表，其中(1)兩次轉讓無償進行，原因是何賢先生及羅仁祥先生將起初由俞先生支付的95,000股股份轉回給俞先生，以便轉讓給新任僱員及／或投資者；(2)由徐偉及李淦向俞先生作出的總共45,000股股份的兩次股份轉讓無償進行，原因是彼等起初獲得俞先生支付的本公司股份，旨在留任、激勵及酬勞彼等。因彼等辭任，根據本公司的安排，上述股東向俞先生轉讓140,000股股份；(3)由當時的股東楊風向俞先生作出的總共195,000股股份的兩次轉讓按公平原則磋商並基於各方的真實意圖釐定；(4)由王松梅向俞先生作出的490,000股股份的一次股份轉讓是為了向轉讓人撥回及轉回股份而進行，原因是承讓人並未向轉讓人支付對價；及(5)由呂立翰及申屠佳惠向俞先生作出的總共150,000股股份的兩次股份轉讓是為了抵銷轉讓人結欠承讓人的未償還貸款而進行。有關股份轉讓的詳情，請參閱上文「D. 本公司股權架構變動 – (ii) 2016年1月至2017年4月期間的股份轉讓及2017年5月的增資」。本附註所列股份數目未因2020年12月的分立及2022年1月的資本儲備資本化而予以調整。
 - (iv) 於2017年6月的兩次股份轉讓未載入上表，其中(1)由梁越華作出的60,000股股份的一次轉讓乃由俞先生支付，悉數支付對價的日期為2017年7月5日。有關增資的每股成本為每股人民幣1.73元。有關股份轉讓較[編纂]的折讓為[編纂]；及(2)由丁紅良向俞先生作出的30,000股股份的一次轉讓無償進行。丁先生獲得俞先生支付的本公司上述股份，旨在留任、激勵及酬勞我們的僱員。因丁先生從本公司離職，根據本公司的安排，丁先生將上述股份轉讓給俞先生。有關股份轉讓的詳情，請參閱上文「D. 本公司股權架構變動 – (iii) 2017年5月及6月的股份轉讓」。本附註所列股份數目未因2020年12月的分立及2022年1月的資本儲備資本化而予以調整。
- (8) 於2017年8月15日，董聖芳與羅文娟簽訂代名人安排。有關羅文娟與董聖芳之間代名人安排終止的詳情，請參閱「(x) 2023年2月的股份轉讓 – (i) 羅文娟與董聖芳／王利靜之間的代名人安排」一段。
- (9) 就2015年4月18日的協議而言，呂先生提供的資金源自俞先生提供的人民幣1.5百萬元貸款。隨後，呂先生向俞先生償還了人民幣1百萬元，餘下人民幣500,000元則抵銷了於2015年12月呂先生向俞先生轉讓的100,000股股份。就2016年7月26日的協議而言，呂立翰自呂潔瓊（呂立翰的胞姊妹）獲得的股份經公平磋商並按雙方真實意願釐定。本附註所列股份數目未因2020年12月的分立及2022年1月的資本儲備資本化而予以調整。
- (10) 因其家庭安排，劉丹向其配偶丁屹無償轉讓57,717股股份。

歷史、發展及公司架構

- (11) 申屠女士提供的資金源自俞先生提供的人民幣0.5百萬元的貸款。隨後，申屠女士向俞先生償還了人民幣0.25百萬元，餘下人民幣0.25百萬元則抵銷了於2016年1月申屠女士向俞先生轉讓的50,000股股份。本附註所列股份數目未因2020年12月的分立及2022年1月的資本儲備資本化而予以調整。
- (12) 羅先生、何先生及張先生分別提供的資金人民幣0.55百萬元、人民幣0.55百萬元及人民幣0.25百萬元乃由俞先生支付予彼等，旨在留任、激勵及酬勞我們的僱員或為共同發展本公司。詳情請參閱上文「俞先生為我們僱員或璽匠科技的僱員提供我們註冊資本或股份資金的理由」一段。
- (13) 何贊先生向賈金富（當時的僱員）無償轉讓5,000股股份作為僱員激勵。本附註所列股份數目未因2020年12月的分立及2022年1月的資本儲備資本化而予以調整。詳情請參閱上文「俞先生為我們僱員或璽匠科技的僱員提供我們註冊資本或股份資金的理由」一段。
- (14) 2016年，黎萬強先生、丁鵬飛先生及黃寧寧女士分別與俞先生訂立股份轉讓協議，內容有關其分別收購100,000股、100,000股及5,000股股份。交易的約定對價分別為黎先生人民幣1.6百萬元、丁先生人民幣1.6百萬元及黃女士人民幣0.1百萬元。俞先生與黎先生、丁先生及黃女士分別共同協定，約定對價的付款無需立即進行。鑒於本公司的創業板上市嘗試，為確保過往所有股份轉讓均已結清，上述協議項下的付款義務其後已由各方於2022年1月結清。因此，各方就上述股份轉讓協議不存在任何爭議或未結債務。本附註所列股份數目未因2020年12月的分拆及2022年1月的資本儲備資本化而進行調整。

[編纂]投資主要條款

特殊權利

根據股東協議及其不時修訂本（「股東協議」）以及增資協議，[編纂]投資者有權享有董事提名權、回購權、知情權、清算優先權、股息分派權、反稀釋權以及共同銷售權等若干特殊權利。

根據自相關[編纂]投資者獲得的確認函，證實[編纂]投資者已於2021年9月達成共同協議，使股東協議授予的所有特殊權利自始無效。其後，由於本公司當時預計的創業板上市嘗試的進展及為確保全面的文件記錄，本公司與[編纂]投資者於2022年12月31日簽署終止協議。據中國法律顧問所告知，(i)相關[編纂]投資者發出的上述所有確認函均無違反中國法律及法規且屬對相關[編纂]投資者具有約束力的法律文件；及(ii)授予[編纂]投資者的所有特殊權利於往續記錄期之前均已有效終止。為免生疑問，[編纂]投資者於往續記錄期內並無行使贖回權。

獨家保薦人已就於往續記錄期之前終止[編纂]投資者的特殊權利進行以下盡職調查工作：(i)取得並審查與[編纂]投資者的特殊權利相關的文件；(ii)與本公司就終止特殊權利的背景及理由進行討論；(iii)與本公司中國法律顧問進行討論並審查本公司中國法律顧問就終止特殊權利出具的法律意見；及(iv)與本公司申報會計師就（其中包括）終止特殊權利的會計處理及德勤就此執行的相關審計程序進行討論。

歷史、發展及公司架構

就[編纂]投資者終止特殊權利，本公司申報會計師已檢查上述各段所載相關文件，並參加與本公司、獨家保薦人以及本公司中國法律顧問及獨家保薦人中國法律顧問的討論及會議，作為其就編製會計師報告所進程序的一部分。

禁售

根據中國適用法律，我們的所有現有股東（包括[編纂]投資者）均受禁售期（[編纂]後的12個月）所規限。

所得款項用途

我們從[編纂]投資者獲得的所得款項（如適用）乃用作擴充業務生產規模、購置廠房及設備及一般營運資金。我們已動用本公司從相關[編纂]投資者收取的全部所得款項。

[編纂]投資者對本公司的戰略利益

董事認為，本集團可從[編纂]投資者對本公司的承諾中受益，因為其投資有助於我們業務的拓展及發展，證明該等投資者對本集團業務營運的信心，是對本公司表現、實力及增長前景的認可。此外，在我們的[編纂]投資者分別進行投資時，董事認為，本集團可自該等[編纂]投資者在本公司投入的額外資本以及彼等的知識及／或經驗中受益。

此外，董事認為，[編纂]投資者將能夠提供與我們的營運及業務戰略有關的寶貴意見及業務見解。部分[編纂]投資者為專業投資公司，他們為我們帶來了在業務戰略見解及公司治理、財務報告及內部控制意見方面的豐富經驗，我們亦將能夠加強我們的業務發展，並獲得此類領先發展的經驗分享。此外，本集團還可能不時自[編纂]投資者提供的業務資源及潛在商機中獲益。

歷史、發展及公司架構

[編纂]投資者資料

我們在下文中載列了[編纂]投資者（即個人、私募股權基金或公司）的說明，[編纂]投資者的背景載於下文。

順為

Shunwei Ventures III (Hong Kong) Limited由Shunwei China Internet Fund III, L.P.全資擁有。截至最後實際可行日期，Shunwei China Internet Fund III, L.P.的普通合夥人為Shunwei Capital Partners III GP, L.P.，而Shunwei Capital Partners III GP, L.P.的普通合夥人為Shunwei Capital Partners III GP Limited。Silver Unicorn Ventures Limited持有Shunwei Capital Partners III GP Limited超過50%的已發行在外的股份，Koh Tuck Lye先生為Silver Unicorn Ventures Limited的唯一股東。Koh Tuck Lye先生於2011年共同創立了Shunwei Capital，Shunwei Capital為一家專注於深科技、智能製造、互聯網+、消費物聯網、消費、企業服務及電動汽車生態領域早期至成長期投資的風險投資公司。

天津金米

天津金米為中國有限合夥企業，主要從事股權投資。截至最後實際可行日期，天津金米由天津金星創業投資有限公司（「天津金星」）作為普通合夥人擁有約86.20%，並由天津眾米企業管理合夥企業（有限合夥）擁有約13.80%，而天津金星為天津眾米企業管理合夥企業（有限合夥）的普通合夥人。天津金星由小米科技有限責任公司全資擁有，而小米科技有限責任公司為小米集團（股份代號：1810，由獨立第三方雷軍先生擔任最終控股股東）的綜合聯屬實體。

北京光信

北京光信為中國有限合夥企業，主要從事非證券業務投資、投資管理及諮詢。截至最後實際可行日期，北京光信(i)由嘉興光信私募基金管理合夥企業（有限合夥）（「嘉興光信」）作為其普通合夥人擁有約2.75%及(ii)由九個實體作為其有限合夥人持擁有約97.25%，該等有限合夥人對北京光信的股權出資均低於30%。截至最後實際可行日期，嘉興光信由光信私募基金管理（北京）有限公司（「光信基金」）作為其普通合夥人擁有約2%，由萍鄉大信商務諮詢中心（有限合夥）（「萍鄉大信」）作為有限合夥人擁有約98%。光信基金及萍鄉大信分別由Huang Guanchen及Feng Tao擁有90%及10%。Huang Guanchen、Feng Tao以及北京光信的有限合夥人均為獨立第三方。

歐之福

歐之福為一家於香港註冊成立的公司，主要從事股權投資。截至最後實際可行日期，歐之福由凱輝中小企業基金三期全資擁有，獨立第三方蔡明潑為基金管理公司的實際控制人。

歷史、發展及公司架構

國中基金

國中基金為中國有限合夥企業，主要從事私募股權投資、風險投資基金管理服務。截至最後實際可行日期，國中基金(i)由深圳國中常榮資產管理有限公司（「**深圳國中**」）作為其普通合夥人擁有約1%；及(ii)由國家中小企業發展基金有限公司（「**中小企業發展基金**」）及八家機構作為其有限合夥人分別擁有約33.33%及65.67%。除中小企業發展基金外，八家機構概無對國中基金的持股超過20%。截至最後實際可行日期，中小企業發展基金由中華人民共和國財政部及15家法團（彼等持有中小企業發展基金的股權均低於15%）分別擁有42.66%及57.34%。截至最後實際可行日期，深圳國中由獨立第三方施安平最終控制。國中基金的有限合夥人均為獨立第三方。

北京合眾

北京合眾為中國有限合夥企業，主要從事投資管理及諮詢服務。截至最後實際可行日期，北京合眾(i)由北京百泉納海投資管理有限公司（「**百泉納海**」）作為其普通合夥人擁有約3.63%，及(ii)由23個實體作為其有限合夥人擁有約96.37%，該等有限合夥人對北京合眾的股權出資均低於15%。截至最後實際可行日期，百泉納海分別由汪文忠、胡海泉、王昱擁有約35%、25%及25%。百泉納海的所有股東以及北京合眾的有限合夥人均為獨立第三方。

央視基金

央視基金為中國有限合夥企業，主要從事股權投資、投資及資產管理服務。截至最後實際可行日期，央視基金(i)由海通創意私募基金管理有限公司（「**海通創意**」）、中視融合（上海）企業管理合夥企業（有限合夥）（「**中視融合**」）作為其普通合夥人擁有約0.70%及(ii)由24個實體作為有限合夥人擁有約99.30%，該等有限合夥人對央視基金的股權出資均低於20%。截至最後實際可行日期，海通創意由海通開元投資有限公司擁有53.25%股權，而海通開元投資有限公司為國泰海通證券股份有限公司（「**國泰海通證券**」）的全資附屬公司，國泰海通證券於聯交所（股份代號：2611）及上交所（股份代號：601211）上市。截至最後實際可行日期，國泰海通證券股份有限公司實際控制人為上海國際集團有限公司。央視基金的所有有限合夥人均為獨立第三方。

歷史、發展及公司架構

共青城金達

共青城金達為中國有限合夥企業，主要從事股權投資、投資及資產管理服務。截至最後實際可行日期，共青城金達(i)由北京方圓金鼎投資管理有限公司（「北京方圓」）作為其普通合夥人擁有約0.1148%及(ii)由20個實體作為其有限合夥人擁有約99.89%，該等有限合夥人對共青城金達的股權出資均低於25%。截至最後實際可行日期，北京方圓為北京同創金鼎投資管理有限公司的全資附屬公司，北京同創金鼎投資管理有限公司由北京華夏金鼎投資管理有限公司擁有62.50%，而北京華夏金鼎投資管理有限公司由何富昌擁有51.20%。北京方圓的所有股東以及共青城金達的有限合夥人均為獨立第三方。

羅文娟及裘德康

我們透過單一最大股東俞先生的引薦結識裘先生及羅女士，而俞先生則為通過彼等的朋友結識裘先生及羅女士。羅文娟及裘德康均為有15年以上股權投資經驗的投資者，屬獨立第三方。羅女士為裘先生配偶。

錦元翰飛及錦元哲誠

錦元翰飛為中國有限合夥企業，主要從事投資管理、資產投資及產業投資。截至最後實際可行日期，錦元翰飛(i)由杭州錦元資產管理有限公司（「杭州錦元」）作為其普通合夥人擁有約1.17%；及(ii)由王箭雲及五個實體作為其有限合夥人分別擁有約38.91%及59.92%。除王箭雲外，五個實體對錦元翰飛的持股均未超過20%。截至最後實際可行日期，杭州錦元分別由謝亮亮和蘭鈺擁有70%及30%。

錦元哲誠為中國有限合夥企業，主要從事投資管理、投資諮詢及資產投資。截至最後實際可行日期，錦元哲誠(i)由杭州錦元作為其普通合夥人擁有約0.99%及(ii)由張雲峰、王箭雲、王天煜及謝亮亮作為其有限合夥人分別擁有約54.01%、27.00%、9.00%及9.00%。張雲峰、謝亮亮、蘭鈺、王箭雲以及錦元翰飛及錦元哲誠的其他有限合夥人均為獨立第三方。

青島贊智

青島贊智為中國有限合夥企業，主要從事股權投資、投資及資產管理服務。截至最後實際可行日期，青島贊智(i)由上海贊匯股權投資管理有限公司（「上海贊匯」）作為其普通合夥人擁有約0.50%，由北京創維酷開影業有限公司（前稱霍爾果斯創維酷開文化傳媒有限公司）（「創維傳媒」）作為有限合夥人擁有約99.50%。截至最後實際可行日期，上海贊匯分別由陳鵬飛及

歷史、發展及公司架構

高江慧擁有55%及45%。截至最後實際可行日期，創維傳媒為深圳市酷開網絡科技股份有限公司的全資附屬公司，深圳市酷開網絡科技股份有限公司由深圳創維-RGB電子有限公司擁有56.95%，深圳創維-RGB電子有限公司最終由黃宏生、林衛平及林勁控制。陳鵬飛、高江慧及青島贊智的有限合夥人均為獨立第三方。

肖峰

肖峰為本公司非執行董事。詳情請參閱「董事及高級管理層－非執行董事」一節。

灣區一號

灣區一號為中國有限合夥企業，主要從事股權投資、投資及資產管理服務。於最後實際可行日期，灣區一號(i)由廣東灣區創業投資有限公司（「**灣區投資**」）作為普通合夥人擁有約0.50%及(ii)由廣東新華發行集團股份有限公司（「**廣東新華**」）及廣東南方傳媒投資有限公司（「**廣東南方傳媒**」）作為有限合夥人分別擁有約49.00%及40.50%。灣區投資由廣東南方傳媒、重慶融灣創富企業管理合夥企業（有限合夥）（「**重慶融灣**」）及廣州南傳資本管理合夥企業（有限合夥）分別擁有41.67%、41.67%及16.67%。於最後實際可行日期，廣東新華由南方出版傳媒股份有限公司（上海證券交易所上市公司，證券代碼：601900）（「**南方出版**」）擁有99.39%。根據其2024年報披露，該公司之控股股東為廣東省出版集團有限公司，而廣東省出版集團有限公司由廣東省人民政府全資擁有。於最後實際可行日期，重慶融灣由郭姍楠、郭雨佳及代文婷分別擁有45%、30%及25%。於最後實際可行日期，廣東南方傳媒由南方出版全資擁有。據董事經作出一切合理查詢後所知，灣區一號之普通合夥人及有限合夥人均為獨立第三方。

深圳國林豐

深圳國林豐為中國有限合夥企業，主要從事投資信息諮詢、投資管理及股權投資。於最後實際可行日期，深圳國林豐(i)由深圳承遠投資有限公司（「**深圳承遠**」）作為普通合夥人擁有約0.44%及(ii)由丁寧、杜靖翊、范曾、孔凡臻及楊海英作為有限合夥人分別擁有約31.11%、24.89%、16.00%、16.00%及11.56%。於最後實際可行日期，深圳承遠由葉天雲及范曾分別擁有51%及49%。葉天雲、范曾及深圳國林豐的有限合夥人均為獨立第三方。

歷史、發展及公司架構

楊軻

我們透過單一最大股東俞先生的引薦結識楊先生，俞先生與楊先生是同學。自2015年4月至最後實際可行日期，楊先生擔任本公司監事。2020年12月至2022年4月期間，楊先生曾任銅木主義之監事。

復星惟盈

復星惟盈為中國有限合夥企業，主要從事私募股權投資。於最後實際可行日期，復星惟盈(i)由上海復星惟實股權投資管理合夥企業(有限合夥)(「復星惟實」)作為普通合夥人擁有約0.80%及(ii)由17家企業作為有限合夥人擁有約99.20%，有關企業於復星惟盈所持股權均少於15%。於最後實際可行日期，復星惟實由上海復星創富投資管理股份有限公司(「復星創富」)作為普通合夥人及由上海復業投資管理中心(有限合夥)作為有限合夥人分別擁有75%及25%。復星創富由上海復星高科技(集團)有限公司(「復星高科技」)控制。復星高科技之控股股東為復星國際有限公司(「復星國際」，聯交所上市公司，股份代號：00656)，復星國際之控股股東為復星控股有限公司。復星控股有限公司之實益擁有人為復星國際控股有限公司，復星國際控股有限公司分別由郭廣昌先生及汪群斌先生擁有85.29%及14.71%。據董事經作出一切合理查詢後所知，復星惟盈之普通合夥人及有限合夥人均為獨立第三方。

上海如碼

上海如碼為中國有限合夥企業，主要從事企業管理及信息諮詢服務。於最後實際可行日期，上海如碼(i)由上海如碼企業管理諮詢有限公司(「如碼管理」)作為普通合夥人擁有約1.96%及(ii)由劉學林及四家實體作為有限合夥人擁有約29.41%及68.63%，彼等於上海如碼所持股權均少於20%。於最後實際可行日期，如碼管理由上海歐捷文化傳播有限公司擁有99%，而上海歐捷文化傳播有限公司則由王長林及張海雲擁有50%及50%。據董事經作出一切合理查詢後所知，上海如碼之普通合夥人及有限合夥人均為獨立第三方。

其他個人[編纂]投資者

我們透過單一最大股東俞先生的引薦或從企業活動上結識黎萬強先生、丁鵬飛先生、陳靜芝女士、呂杭軍先生及徐丹妮女士。據董事經作出一切合理查詢後所深知，彼等均擁有若干企業所有權及／或投資經驗且為獨立第三方。

歷史、發展及公司架構

我們透過單一最大股東俞先生的引薦結識阮卓爾先生、趙磊先生、呂立翰女士、張磊先生、殷雪龍先生、張建梅女士、金澤廣先生、申屠佳惠女士、楊竣傑先生、金麗華女士、錢家陽先生、俞宏先生、黃東升先生、任炳章先生、周乘風先生、史子鳴先生、安輝先生、任亮先生、王玥楨女士、崔玉舒先生、丁屹先生（其配偶劉丹女士為俞先生的朋友）及黃寧寧女士，彼等均為獨立第三方。

董聖芳女士為羅文娟女士（曾作為代名人代董女士持有若干股份）的朋友。有關終止代名人安排的詳情，請參閱「(x) 2023年2月的股份轉讓」分節。董女士為獨立第三方。

我們與金宏偉先生、梁鈺女士及陳理升先生在彼等獲悉歐之福擬出售我們股份時結識。金先生、梁女士及陳先生均為獨立第三方。

羅仁祥先生及何贊先生為執行董事。有關詳情，請參閱「董事及高級管理層－執行董事」一節。除羅先生及何先生外，我們的僱員及前僱員包括(a)張衛江先生，我們生產中心第二分部的經理；(b)胡文萍，採購中心的採購總監及我們的監事；(c)張傑，我們分銷部門的經理及直營店營銷中心經理；(d)賈金富，本公司前僱員。除羅先生、何先生及胡女士外，所有僱員及前僱員均為獨立第三方。

對[編纂]投資指引遵守情況

基於(i)[編纂]投資的對價已不可撤銷地於我們就[編纂]向聯交所首次提交[編纂]日期前超過28個完整日結算；根據[編纂]投資條款授予[編纂]投資者的所有特殊權利將於[編纂]時終止，獨家保薦人認為，[編纂]投資符合新上市申請人指南第4.2章的規定。

歷史、發展及公司架構

我們的附屬公司

截至最後實際可行日期，我們於中國成立了七家全資附屬公司，以拓展我們於中國的業務。我們的附屬公司的主要業務活動、成立日期及成立地點載列如下：

附屬公司名稱	主要業務活動	成立日期
銅師傅文創.....	文藝創作，工藝美術品及收藏品零售 <i>(附註)</i>	2023年4月17日
璽匠藝術畫.....	在電商平台經營店鋪銷售銅雕畫	2021年10月11日
歡喜小將.....	在電商平台經營店鋪銷售潮玩塑膠製品	2021年11月2日
璽匠金舖.....	在電商平台經營店鋪銷售黃金文創產品	2024年7月17日
杭州閱銀.....	在電商平台經營店鋪銷售銀質文創產品	2022年6月27日
杭州至鉞.....	房屋租賃	2012年6月1日
杭州唯檀.....	在電商平台經營店鋪銷售木質文創產品	2021年3月29日

附註： 截至最後實際可行日期，銅師傅文創尚未開始運營。

重大收購、出售及合併

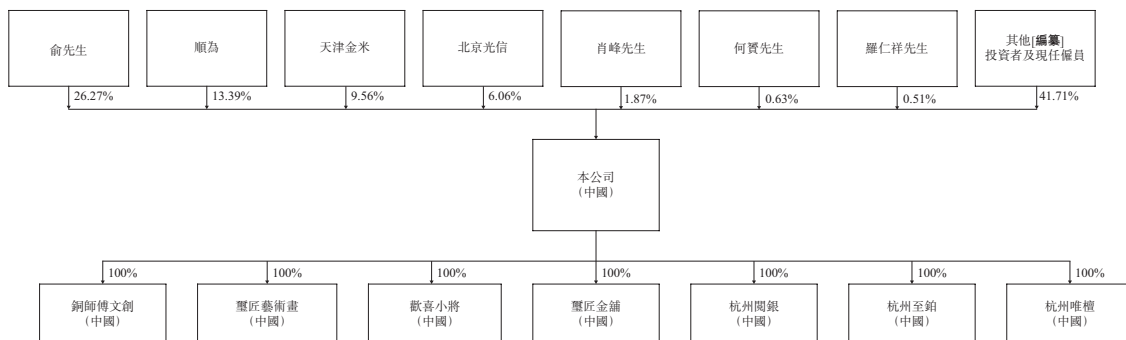
於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，本集團概無任何重大收購、出售或合併。

歷史、發展及公司架構

本公司的公司架構

於最後實際可行日期的公司架構

截至最後實際可行日期本集團的股權架構及公司架構如下：

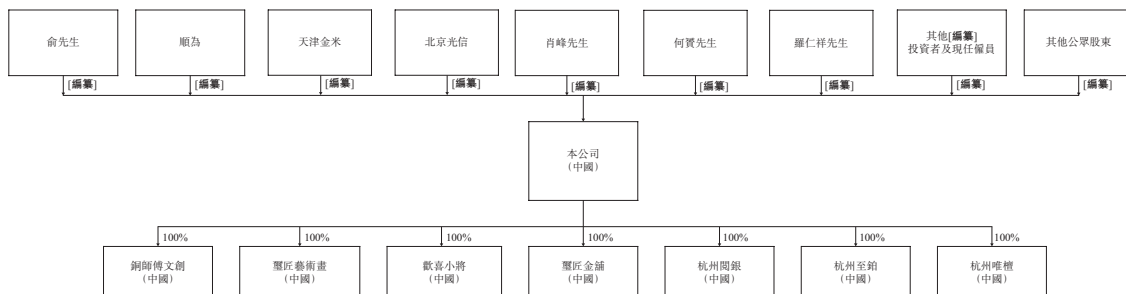


附註：

- (1) 有關[編纂]投資者的詳情，請參閱上文「[編纂]投資者資料」一段。有關[編纂]時由境內非上市股份轉換並由[編纂]投資者各自持有的H股的進一步詳情載於本文件「股本－境內非上市股份轉換為H股」一節。

緊隨[編纂]完成後的公司架構

本集團於緊隨[編纂]完成後的股權架構及公司架構如下（假設[編纂]未獲行使且自最後實際可行日期以來以下股權未發生變動）：



附註：

有關更多資料，請參閱上文「於最後實際可行日期的公司架構」一段附註(1)。

業 務

概覽

我們（即銅師傅）自成立以來，一直專注於將傳統工藝與現代設計和使用場景相結合，開發銅質文創產品。根據弗若斯特沙利文報告，截至2024年12月31日止年度，我們在中國銅質文創工藝產品市場按總收入計位列第一，市場份額達35.0%，彰顯了我們在金屬文創工藝產品市場中該細分領域（約佔6.3%）的強勁地位。

銅師傅品牌發軔於承襲中國傳統工藝的銅器工坊，現已成為全國領軍文創品牌。通過持續投入於原創設計與研究和發展，我們將材質版圖延伸至金、銀與塑膠，吸引更廣泛的受眾並拓展創意可能。我們的銅質、黃金、銀質產品均採用純金屬製成。若干銅質文創產品SKU在表面鍍有一層純金或純銀，以提升其美觀及價值。我們旨在打造符合當代消費者審美偏好及使用場景的產品。

隨著消費者更加注重個性表達與文化認同，對設計精美的產品的需求有所增加。在這樣廣泛的背景下，文創工藝產品已確立獨特地位，專注於工藝、材質及文化價值。

在文創產業使用的多種材料中，銅具有獨特的藝術和文化價值。銅的歷史可追溯至夏朝和商朝，一直以來都是中國工藝的基石，憑藉其強度、延展性及能夠表達雕塑的深度和象徵意義而備受重視。我們採用失蠟鑄銅古法，實現了高水平的雕塑精準度。我們的銅質文創產品涵蓋多種形式，包括裝飾擺件、承載美好寓意的禮品，以及兼具文化價值與藝術鑒賞性的收藏級產品，每一件都體現了傳統文化與現代設計的融合。

銅質文創產品至今仍是我們產品矩陣的核心品類。根據弗若斯特沙利文報告，截至2024年12月31日止年度按總收入及線上收入計，我們在中國銅質文創工藝產品市場均排名第一，市場份額分別約為35.0%及44.1%。銅質文創工藝產品市場相對集中，前三大市場參與者共同佔截至2024年12月31日止年度按收入劃分的市場總額的71.9%以上。我們的領先地位得益於我們垂直整合的創意和製造模式、強大的品牌資產以及高度參與的消費者社區文化。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們銅質文創產品的收入分別為人民幣479.6百萬元、人民幣488.0百萬元、人民幣551.3百萬元、人民幣273.9百萬元及人民幣292.5百萬元，分別佔同期總收入的95.4%、96.3%、96.6%、96.6%及94.9%。在此基礎上，我們逐步拓展至塑膠潮玩、銀質文創產品及黃金文創產品等多元材質品類，充分發揮在美學設計與規模化工藝方面的積累優勢，以回應消費者對多樣材質、富有文化表達力產品的持續增長需求。

業 務

文化融合與「國潮」興起

近年來，消費者越來越偏愛那些以現代方式演繹傳統、兼具文化表現力與設計感的產品，這一消費潮流被廣泛稱為「國潮」。我們的產品理念與這一趨勢天然契合：我們從中國傳統文化與象徵體系中汲取靈感，並通過當代設計語言加以重塑，創作出兼具傳承與當代設計的作品。在堅守傳統底蘊的基礎上，我們不斷探索藝術創作與工藝美學的融合，形成了獨具風格的國潮美學表達方式。

自2018年起，我們便著手探索將傳統文化意象融入當代設計語言的路徑，開啟了與「國潮」相關的系統性創作實踐。彼時，我們率先攜手領先文化機構及當代藝術家，將傳統文化元素轉化為產品系列。進入2022年與2023年，我們進一步拓展該策略，與多家國家級博物館聯合開展文化合作項目，圍繞典藏圖案開發主題系列產品，並通過直播首發、用戶共創、線上互動等方式，擴大了年輕消費群體的文化參與度。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－知識產權－IP授權安排」一節。

我們的原創IP矩陣涵蓋多個主題各異、持續拓展的產品系列。其中包括：

- 傳統文化系列：以雕塑語言致敬歷史傳奇人物與文學經典形象，將傳統美德轉化為跨越代際的精神象徵，喚起文化認同與時代共鳴。
- 口彩吉祥系列：汲取中國傳統「口彩」文化的語言魅力，融合諧音祝福、視覺隱喻與吉祥意涵，通過富有寓意的銅質藝術作品傳遞祝願，展現語言與造型的雙重美學。
- 文物新生系列：以自主研發與館方合作並行的方式，對青銅器和香爐等歷史遺珍進行現代演繹，打造兼具考古還原度與創意表達力的收藏作品，賦予文物「活化」的當代表達。
- 神話民俗系列：以民間信仰與節令傳統為靈感，以富有動感的當代雕塑語言重塑神話人物、季節主題與瑞獸意象。

業 務

我們的產品系列



有關我們產品系列的進一步詳情，請參閱本文件「— 我們的產品 — 我們的產品類別」一節。原創IP系列是我們品牌創作的核心所在，每一個系列的產品均汲取自中國神話、民間傳說與文化符號體系。其中，銅葫蘆系列與大聖系列尤為突出，作為我們最具代表性且最暢銷的兩大產品線，充分展現了我們將傳統文化內涵轉化為藝術形態的創作能力。

銅葫蘆系列以現代設計語言重塑了中國傳統吉祥符號「葫蘆」的文化意涵，將其長期象徵的護佑、福氣與生機轉化為一個持續迭代、極具延展性的產品系列，並伴隨品牌成長逐步豐富。該系列最初以一款定價親民的好運銅葫蘆面世，成功吸引大量消費者初次領略銅工藝之美。在市場良好反響的基礎上，我們陸續推出了更具工藝複雜度與文化寓意的升級版本。其中代表作品**福祿滿堂**以和諧對稱的雕塑構圖融合五福主題。於往績記錄期，銅葫蘆系列錄得銷量逾719,475件，創收約人民幣129.9百萬元，展現其持續的市場影響力及商業表現。

大聖系列汲取靈感自中國古典四大名著之一《西遊記》中的核心人物 — 孫悟空。這家喻戶曉的文化符號，亦被尊稱為「齊天大聖」，經由文學、戲曲、影視、舞台等多元藝術形式的反覆演繹，早已深植於幾代中國人的集體記憶之中。其形象融合了歷史、民俗與大眾信仰，象

業 務

徵著叛逆精神、堅韌意志與自我超越的生命旅程。我們通過雕塑語言對這一經典角色進行現代重構，以「齊天大聖」的人生三階段為主軸展開敘事。於往績記錄期，大聖系列創收約人民幣108.2百萬元，反映了其市場接受度並鞏固了其作為我們最具標誌性的產品線之一的地位。

在銅質文創工藝產品的基礎上，我們不斷拓展產品邊界，陸續推出黃金、銀質及塑膠文創產品，展現品牌與工藝體系的持續演進。黃金文創產品尤適用於紀念及贈禮場景。塑膠潮玩則以明快靈動的設計語言，重新演繹傳統文化元素，深受年輕一代與設計敏感型消費群體的喜愛。

我們始終堅信：工藝不僅具有廣泛吸引力，更是文化敘事的媒介。基於這一理念，我們積極參與IP合作，以中國視角重塑全球知名角色。有關進一步詳情，請參閱本文件「— 我們的IP矩陣 — IP戰略合作與授權合作」一節。此類合作不僅拓寬了我們的全球受眾基礎，也展示了中國傳統工藝所蘊含的情感張力。

為保持在創意端的持續領先，我們始終堅持「原創為本，IP授權為輔」的發展策略。該策略不僅確保我們的核心產品體系以原創藝術創作為基礎，同時也通過有選擇地引入外部優質IP，豐富整體產品矩陣，實現多元表達與受眾覆蓋的協同效應。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們各年度／期間新推出583款、514款、707款、277款及290款SKU。截至2025年6月30日，我們已獲得1,677項藝術著作權、246項外觀設計專利、12項實用新型專利、九項軟件版權及三項發明專利，表明我們在創意自主權與跨界合作方面的持續投入。

多渠道拓展：加強線上線下佈局

在渠道維度上，銷售分為線上與線下兩類，其中線上渠道持續為我們貢獻主要收入。在商業模式維度上，渠道又可細分為：(i)直銷；(ii)經銷；以及(iii)代銷三種模式。其中，直銷為我們最主要的收入來源，包括線上直銷、通過直營店進行的線下直銷，以及面向機構客戶的小部分銷售，分別佔截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月總收入的2.5%、2.6%、3.1%、3.3%及2.8%；經銷包括與線上及線下渠道商簽署買斷協議後進行銷售；代銷則主要依託第三方線上平台開展。

我們早便深諳電商在推動規模增長、運營效率及直接消費者參與方面的優勢，自創立之初即採用線上渠道優先策略。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的線上直銷（主要來自天貓、京東、抖音等旗艦店）分別佔總收入的70.6%、69.9%、70.5%、66.9%及69.8%。疊加線上經銷商銷售，線上渠道收入佔同期總收入的80.9%、79.2%、77.2%、76.6%及76.2%。

業 務

儘管線上渠道保持主導地位，我們仍實施精準線下零售拓展，以補充及增強數字體驗。線下渠道包括線下直銷和線下經銷。截至2025年6月30日，線下直營網絡覆蓋11家門店。與此同時，我們建立了更廣泛的線下經銷網絡，覆蓋56家授權線下經銷商運營的63家門店。

多年來的戰略內容策劃、故事敘述以及渠道培育工作，助力我們打造了一個充滿熱誠且高度參與的消費者社群。我們獨特的品牌定位、差異化的產品矩陣以及精準的營銷舉措，吸引了大批忠實消費者和文化愛好者，他們通常被稱作「銅粉」。銅粉定期參加我們的季節性活動與品牌活動，如年度「銅粉節」。這種持續參與加強了各平台上我們品牌的客戶忠誠度與消費者黏性。我們將複購率定義為於同一曆年內在某個平台下達一次以上已確認購買訂單的用戶比例。我們強大的品牌親和力更體現在我們於往績記錄期在各線上直銷渠道均實現持續穩定的複購率。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，我們於各線上直銷渠道的加權平均複購率分別為約59.2%、56.9%、56.4%及52.3%。

於往績記錄期，隨著消費者群體的不斷擴大，我們的市場佔有率持續提升，截至2024年12月31日止年度按銷售收入計，我們的市場份額達35.0%。展望未來，我們將繼續致力於持續產品開發、國際拓展以及數據驅動的運營模式，以把握國內外文創領域的新興機遇，同時進一步提升品牌影響力和市場領導地位。

優勢

中國銅質文創工藝產品市場的第一品牌

根據弗若斯特沙利文報告，截至2024年12月31日止年度按總收入及線上收入計，我們是中國銅質文創工藝產品市場的第一品牌，相應市場份額分別為約35.0%及44.1%。中國的銅質文創工藝產品市場相對集中，前三大參與者佔截至2024年12月31日止年度按收入劃分的市場總額的71.9%以上。我們以自研IP與富有藝術辨識度的產品系列為核心驅動，輔以強大的品牌知名度與穩固的用戶忠誠度，構建起獨具一格的產品體系。我們持續將中國文化符號轉化為兼具重要價值與收藏屬性的產品，並通過線上與線下渠道同步觸達消費者，鞏固了我們在該細分領域的標桿地位。

銅質文創工藝產品市場是中國更廣泛文創產業中一個獨特且不斷發展的細分領域。根據弗若斯特沙利文報告，該市場從2019年的人民幣1,108.2百萬元增長至2024年的人民幣1,576.4百萬元，複合年增長率約為7.3%，預計到2029年達到人民幣2,282.3百萬元，複合年增長率加速至7.7%。消費者對具象寓意、收藏屬性與美學價值兼具的產品持續保持高度關注，成為推動市場穩定增長的核心動力。

業 務

銅質文創工藝產品市場整體仍呈碎片化格局，行業中眾多小型廠商在產品多樣性、設計差異化及文化表達能力方面存在明顯不足。這一現狀為擁有自有設計體系、原創IP資源及生產能力的整合型品牌創造了擴大市場影響力、重塑品質標準與創意高度的有利契機。我們的產品體系覆蓋從可收藏的藝術公仔、富有精神象徵意義的文化器物，到高端裝飾藝術品與當代表達型文化符號等多元品類。

我們強勁的商業表現和品牌吸引力也廣獲主流電商平台和零售生態系統認可。在往績記錄期，我們獲得多個獎項，例如2024年度天貓家居年度卓越品牌獎和2022抖音電商家居家電行業年度巔峰品牌獎。有關我們所獲獎項的進一步詳情，請參閱本文件「一 獎項、認可及榮譽」一節。

通過結構化定價及工藝平衡質量及親民價格

我們採取旨在向廣大消費群體提供優質文創品的產品與定價策略。我們的定價策略在實現上述願景中發揮著關鍵作用。我們精心平衡材料品質、製作工藝的複雜度與設計的精緻程度，確保每一件產品都能體現出較高的感知價值。我們的定價考慮了材料選擇、生產複雜性及設計特點。由銅、銀及其他材料製成的產品均按照一致的生產標準開發。通過多層次的定價架構，我們成功覆蓋了廣泛的消費人群，如首次嘗試的用戶、回購用戶以及長期收藏者。

我們也將「質價比」理念貫穿至產品開發與零售渠道的各個環節。憑藉嚴格的成本控制、高效的內部生產體系以及垂直整合的運營模式，我們在保證產品品質的同時，實現了定價的靈活性。我們的多渠道零售網絡進一步確保各渠道間的定價體系保持一致、透明且易於消費者接受。通過這種方法，我們能夠在確保親民價格的同時，保持生產質量和價格靈活性。

透過結構化的工作流程及工藝優化提升傳統工藝

我們的核心流程仍以銅彩燒色和顏彩手繪等傳統方法為基礎，同時引入現代流程思維，以支持一致性、可擴展性和質量控制。

我們的生產模式強調手工工藝，通過結構化的工作流程、模塊化設計原則及選擇性使用技術得以加強。在我們的杭州生產基地，我們採用使設計、鑄造、表面處理及檢查之間實現密切協調的垂直整合體系。雖然我們的每件產品由熟練工匠手工製成，但我們提高了生產效率和質量控制，將複雜的藝術品分解為多個標準化工藝流程處理，使我們能夠在縮短生產週期的同時保持藝術品質。

業 務

根據弗若斯特沙利文報告，文創工藝產品行業的特點一直是手工藝比重較高，而手工藝是賦予產品質量及藝術價值的必要且決定性要素。許多複雜的工藝流程，如精細雕刻和細緻繪畫，由於其複雜性和所需的精湛技藝，目前尚無法被機器取代。此外，對於此類工藝產品而言，大規模機械化往往不切實際或經濟效益不高，因為這可能會損害手工製品所固有的真實性和文化意義。這一行業特性凸顯了保護傳統技藝和工匠的重要性，確保每件作品的文化本質和藝術價值得以延續。

為支持該體系，我們重構了傳統學徒模式。通過針對性的培訓、確定的技能發展路徑以及結構化的團隊配置方法，我們縮短了新手工匠的入職培訓時間，提高了團隊的整體一致性。這種方法不僅確保傳統工藝的連續性，還讓其根據不斷變化的消費期望演進。

技術是支持這一框架的基礎。數字雕塑工具、自動化雕刻輔助設備以及人工智能輔助建模用於提高準確度和工作流程速度。然而，我們作品的創作本質仍圍繞以尊重細節、材質及傳統為引導的人類工藝。

以原創設計推動了長期發展

我們的研發聚焦創作開發，涵蓋文化研究、主題探索到設計構思、雕塑以及打樣。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們分別為研發活動投入約人民幣18.8百萬元、人民幣28.6百萬元、人民幣28.2百萬元、人民幣14.2百萬元及人民幣15.5百萬元，分別佔相應年度／期間總收入的約3.7%、5.7%、4.9%、5.0%及5.0%。

在創始人俞先生的帶領下，我們的內部創作團隊持續引領品牌的藝術方向。我們建立了一套系統化、可迭代的創作開發流程，能夠將抽象的文化意象高效轉化為切實的高品質產品。該流程涵蓋早期的文化策源與內容策劃、協作式設計共創、3D建模與手工雕塑、打樣驗證與成型優化等多個階段，並配套設立明確的階段審查節點、內部評審機制與快速反饋回路，有效兼顧創意表達與上市節奏的平衡。此機制實現了設計師、雕塑師、打樣團隊與生產規劃人員之間的跨職能協同，在保障創意完整性的同時，確保可行性。

為保護、提升我們的創意資產，我們實行嚴格的IP管理制度，涵蓋專利、藝術著作權和專有技術。截至2025年6月30日，我們已獲得1,677項藝術著作權、246項外觀設計專利、12項實用新型專利、九項軟件版權及三項發明專利。這些保護措施維護我們的創作完整性，並鞏固我們在激烈市場競爭中的差異化優勢。

業 務

以多元渠道佈局構建了廣覆蓋的多渠道觸達能力

我們的多渠道策略旨在提升品牌在不同地區和產品類別中的可及性與影響力。雖然我們早期的增長得益於在中國強勁的線上零售表現，且我們在中國各大電商平台佔據領先地位，但隨著產品組合不斷擴充和品牌目標持續擴大，我們的渠道策略持續發展。我們的線上渠道使我們能高效服務全國消費者，尤其是二三線城市，雖然其文創零售渠道還在拓展階段，但一直是我們品牌推廣和商業成功的重要基石。

隨著產品矩陣不斷擴展，我們的銷售策略也相應調整。例如，我們的黃金文創產品由於材質珍貴、單價較高且工藝精細，更適合通過線下零售渠道銷售，讓消費者能夠現場感受其質感與細節。這類產品通常定位於更高價格區間，在線下場景中更能體現其價值。在國際市場方面，我們當前主要通過線下經銷商開展海外銷售。此類經銷合作在我們觸達海外消費者過程中發揮了關鍵作用。隨著我們在東南亞等新興市場持續拓展，預計當地線下經銷商將繼續成為我們國際拓展策略的重要組成部分。

經驗豐富的管理層和富有創意的團隊，助力長期業務增長

我們的成功離不開一支兼具深厚行業專長與藝術追求的精練團隊。公司創始人俞先生擁有美術專業背景，一貫支持工藝與文化傳承，現任董事長、執行董事兼總經理，並領導本公司的整體創意方向。憑藉在工業設計和雕塑美學兩方面的深厚造詣，俞先生獲得了多項殊榮，反映了他長期致力於原創設計。他曾獲得國際知名的iF產品設計獎，並在中國創新設計論壇上被提名最佳創新設計師。他還獲得了紅棉獎金獎及中國工藝美術文化創意獎銅獎，以認可其對行業的貢獻。

我們的高級管理團隊融合了文創、金融、工程和商業運營等多領域的專業知識，提供長期發展與增長所需的戰略願景。團隊下設的設計創作體系由設計師、雕塑師和工匠構成，其中大多數成員擁有十年以上相關經驗，具備繪畫、工業設計、雕塑與金屬藝術等多元專業背景，能夠將複雜的藝術構想精準轉化為高標準的成品。近年來，隨著先進工具的引入，公司也吸納了一批擅長數化工具的年輕人才，為傳統工藝注入新的活力。通過持續的研究和發展投入，我們不斷打磨工藝體系，使每一件作品既具有藝術深度，也展現出工藝的專業性。

業 務

戰略

持續產品開發，催生新增長動力

我們圍繞銅質文創工藝產品的核心優勢，積極推進產品開發戰略，旨在進一步鞏固市場領先地位，並更好回應不斷演進的消費者需求。我們聚焦開發原創IP系列、拓展授權合作並持續推出更多SKU，滿足消費群體日益多元化的需求。

我們在國內市場加速拓展線下直營店，重點佈局文化氛圍濃厚與人流密集的商圈；而在海外市場，我們計劃通過與當地經銷商和零售渠道的合作，完善主要海外市場的線下分銷體系，提升品牌的國際覆蓋力與消費觸達深度。線上線下協同發力，將為公司帶來新的增長引擎。

作為材質與品類拓展的一部分，我們也在有選擇地推動黃金文創產品系列的開發。該類產品多聚焦於吊墜、墜飾與小型擺件等體量較小、寓意鮮明的造型，受到注重符號價值與材質工藝的消費者青睞。我們延續在銅工藝中打磨出的精湛技藝，結合黃金材質的特性優化設計與生產流程，同時保持藝術表達與文化深度。

優化多方位銷售網絡，打造綜合零售生態

我們致力於整合線上與線下渠道，優化並拓展多方位銷售網絡，打造一個提升消費者互動、統一品牌體驗並擴大市場覆蓋的協同零售生態。線上銷售是我們長期的業務優勢與增長引擎。我們將繼續通過社交媒體、直播平台及內容驅動策略強化該優勢，優化用戶觸達與轉化路徑。未來，我們將重點整合數字媒體資源，深化核心平台消費者連接，提升客戶忠誠度，並拓展多元人群的觸達廣度。

在線下方面，我們計劃在全國主要城市和區域中心顯著擴張直營零售店網絡。截至2025年6月30日，我們共經營11家直營店。未來三年內，我們計劃新開設50家直營店，重點佈局如北京、上海、杭州、成都、重慶、西安及福州等一線、新一線及二線城市。

與此同時，我們也在主動優化國內經銷商網絡。在往績記錄期，我們已逐步調整部分市場表現不佳、規模較小或品牌協同度不足的經銷商，從而釋放運營資源，更專注於直營渠道建設，並聚焦支持更優質、區域覆蓋能力強的合作夥伴。通過直營與優化後的經銷雙輪並行，我們將持續提升線下消費體驗，增強渠道效率，支持品牌的長期可持續發展。

業 務

提升需求預測和資源配置，優化訂單交付履行

提升生產計劃與交付效率是我們當前運營的重點工作之一，旨在應對產品需求的階段性波動以及預售產品較長的生產前置週期。儘管我們的產品由於手工製作要求高、工藝複雜，天然具備一定生產週期，但整體挑戰並不在於產能本身，而在於產能的精準配置與需求預測的精度提升。

於往績記錄期，部分產品在短時間內出現超出預期的集中訂單，導致車間排產和技工調配承壓。這類波動造成局部資源使用不均，部分產品預售週期被迫延長至數月，儘管承受這些局部壓力，但整體產能利用率在該期間保持相對高位。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的產能利用率分別為99.7%、99.3%、101.7%、98.3%及99.0%。我們旨在通過提升調配效率及於需要時擴大產出能力來進一步優化總體產能利用率。

針對該等挑戰，我們正在完善我們的集成式規劃框架，提升銷售端和生產端之間的可視化水平及提高產能配置響應能力。該框架的主要部分包括：

- 對產品進行細化到SKU層面的規劃：對於仍處於其產品生命週期的歷史最熱銷SKU，我們擬每月根據預期年度銷售目標來預測產品需求，確保在不過度集中工坊資源的情況下實現穩定供應。
- 新品上市的生產預測：對於新開發的SKU，我們旨在建立涵蓋預測上市量、定價等級及發售時間表的全年規劃模型。該等模型將用於指導階段性的生產計劃及減輕前期集中的需求激增壓力。
- 優化工藝層面的人力模型：對於最熱銷的產品，我們正在編製詳細的生產週期數據，包括每個工藝的勞動時間，進而確定對穩定高效的工坊運作而言最優的人力配置組合。
- 對即將投產的SKU進行生產前模擬：對於每條即將投產的生產線，我們將估計各個主要環節的預計勞動投入並制定最合適的工藝組合，實現更順利的提產並盡量減少學習曲線中斷。
- 利用電商平台數據、社交媒體溝通及預售訂單趨勢加強需求預測，實現更精準的實時生產資源配置。
- 實行預警機制及反饋回路，針對預測需求變化及時調整生產計劃。
- 通過一體化系統獲得數字賦能，包括數據分析工具、存貨監測平台及生產計劃軟件。

業 務

該框架不僅會提高規劃準確度、減少波動，還會支持我們整體產能的逐漸提升，讓我們能夠在保持品牌匠心本質的同時滿足消費者期望。我們旨在提供一種更加平衡、反應迅速並與我們擴充產品組合的步調相匹配的交付體驗。

國際拓展策略及區域市場發展

我們正在實施一項國際拓展策略，首選與中國工藝在歷史、語言或文化親和力方面具備共性的區域作為切入點。我們的近期重點為東南亞市場，當地消費者對具有文化象徵意義的藝術形式具有較高接受度，且具備成熟的線下消費場景，為品牌落地提供了天然的土壤。此外，我們亦計劃逐步拓展至香港及澳門，借助文化背景相近的地區作為連接國內與海外市場的重要橋樑與前哨。

針對東南亞市場，我們將以線下銷售渠道為主要進入方式，計劃通過與本地優質經銷商合作，並擇址於人流密集的文化場館、商場等零售空間進行品牌首發。在這些地區，線下場景是構建品牌認知的重要平台，能讓消費者直觀感知我們產品的工藝精度、文化底蘊與審美語言。

中長期而言，我們計劃在日本和歐洲探索更多機會。這些市場有望成為我們在東南亞地區建立品牌知名度與運營基礎後的下一階段國際拓展重點。作為初步嘗試的一部分，我們已經參加歐洲地區的一個相關展會，進一步展示品牌形象，並與當地經銷商及文化消費群體建立聯繫。我們以推動中外文化交流為核心導向，致力於將中國文化符號與工藝精神傳遞至更廣闊的全球舞台。

選擇性進行數字化升級，支持運營效率提升

我們將數字技術視為支持我們設計、工藝和零售核心運營的輔助性工具。雖然我們的業務始終立足於文化創意和工匠技藝，但我們選擇性地於能夠優化規劃、協調和資源效率的領域增強數字化能力。

我們的戰略側重於實用、輕量級及模塊化的解決方案，旨在提升跨部門的可視化程度並提高生產、倉儲及銷售的統籌效率。具體而言，我們正在實施為我們的業務需求量身打造的企業軟件系統，包括用於生產規劃、現場執行及追溯的生產執行系統（「**MES**」）以及用於庫存追蹤、出入庫物流及循環盤點的倉庫管理系統（「**WMS**」）。我們預期將分階段開發及部署該等系統，並安裝相應的終端硬件以支持實時數據收集和系統運行。我們亦計劃通過部署配套硬件來升級IT基礎設施，例如數據服務器、網絡防火牆及物聯網賦能傳感器節點，此將提高信息安全性並支持在各關鍵生產及存儲位置實時追蹤材料及工作流程狀態。

業 務

該等升級預期將共同提高我們預測消費者需求的能力，能更有效地配置生產資源，更迅速地響應訂單量及庫存水平的浮動。

我們的產品

我們的產品類別

我們設計、開發、製造並銷售融合中國傳統藝術與現代美學的多元化文創產品。我們的產品組合以銅質文創產品為核心，同時輔以塑膠潮玩、銀質、黃金文創產品作補充。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，銅質文創產品產生的收入分別佔總收入的95.4%、96.3%、96.6%、96.6%及94.9%。

我們的產品根據材質與工藝分為以下四大類：(i)銅質文創產品；(ii)塑膠潮玩；(iii)銀質文創產品及(iv)黃金文創產品。每個產品類別均經精心設計，將傳統工藝與當代技術相結合，滿足不同消費者的偏好和市場趨勢。

下表載列於往績記錄期內我們按產品類別劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	估收入		估收入		估收入		估收入		估收入	
	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比	人民幣千元	百分比
	(未經審計)									
銅質文創產品.....	479,645	95.4	488,005	96.3	551,251	96.6	273,865	96.6	292,452	94.9
— 銅質擺件	428,004	85.1	434,161	85.7	497,831	87.2	246,066	86.8	267,756	86.9
— 銅雕畫	51,641	10.3	53,844	10.6	53,420	9.4	27,799	9.8	24,696	8.0
塑膠潮玩.....	3,286	0.7	13,304	2.6	14,252	2.5	8,216	2.9	5,213	1.7
銀質文創產品.....	4,771	0.9	3,320	0.7	4,232	0.7	592	0.2	4,692	1.5
黃金文創產品.....	—	—	—	—	1,274	0.2	846	0.3	5,878	1.9
木質文創產品.....	15,483	3.0	1,754	0.4	179	0.0	97	0.0	3	0.0
總計	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

業 務

下表載列於往績記錄期內我們按產品類別劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
銅質文創產品.....	155,654	32.5	155,902	31.9	194,024	35.2	97,514	35.6	103,342	35.3
塑膠潮玩.....	1,491	45.4	6,806	51.2	6,215	43.6	4,097	49.9	1,767	33.9
銀質文創產品.....	1,883	39.5	1,339	40.3	1,558	36.8	231	38.9	2,079	44.3
黃金文創產品.....	-	-	-	-	205	16.1	174	20.6	975	16.6
木質文創產品.....	3,200	20.7	162	9.2	83	46.4	39	40.2	*	10.8
總計	<u>162,228</u>	<u>32.2</u>	<u>164,209</u>	<u>32.4</u>	<u>202,085</u>	<u>35.4</u>	<u>102,055</u>	<u>36.0</u>	<u>108,163</u>	<u>35.1</u>

有關更詳細的討論，請參閱本文件「財務資料－節選損益表項目的說明－毛利及毛利率」。

下表載列於往績記錄期內我們的主要產品類別的銷量及平均售價。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元
銅質文創產品.....	1,318,788	363.7	1,297,376	376.1	1,549,310	355.8	673,662	406.5	1,006,929	290.4
塑膠潮玩.....	25,842	127.1	140,313	94.8	185,743	76.7	94,741	86.7	87,020	59.9
銀質文創產品.....	2,860	1,668.1	2,556	1,299.2	6,451	655.9	509	1,162.4	10,660	440.1
黃金文創產品.....	-	-	-	-	14	91,025.3	1	845,958.7	238	24,699.0
木質文創產品.....	44,500	347.9	11,601	151.2	1,314	136.6	187	524.6	39	94.8
總計	<u>1,391,990</u>	-	<u>1,451,846</u>	-	<u>1,742,832</u>	-	<u>769,100</u>	-	<u>1,104,886</u>	-

業 務

截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的總銷量由769,100件增加至1,104,886件，而混合平均售價有所降低，反映期內產品組合向形制更小巧的銅質SKU以及銅、金、銀系列中的入門級產品轉變。該等較小的SKU（包括「山鬼花錢」、「小如意」及「小葫蘆」等產品）旨在吸引更多尋求經濟實惠且具收藏價值產品的受眾。儘管該等較小的產品能產生較高的銷量，但其較低的價格自然降低了該類別產品的整體平均售價。儘管如此，我們仍成功地擴大了其客戶群，並增加了購買頻率，尤其是針對散客和首次購買的客戶。

截至2022年及2023年12月31日止年度，銅質文創產品銷量保持大致穩定，約為130萬件，其後於截至2024年12月31日止年度增加至約150萬件。2024年的增長主要受惠於成功新推出形制更小巧、設計更精緻、價格更相宜的SKU，擴大了客戶群並帶動了送禮消費需求。截至2025年6月30日止六個月，銷量由2024年同期的673,662件進一步增加至1,006,929件，主要歸因於在線上促銷及線下直銷渠道的支持下，新推出的「山鬼花錢」系列表現強勁，該系列定位為小巧、入門級銅件。銅質文創產品的平均售價由2022年的人民幣363.7元微升至2023年的人民幣376.1元，主要反映在生產工藝升級初期，產品組合轉向略為高端的SKU。截至2024年12月31日止年度，平均售價下降至人民幣355.8元，主要由於前文提及的推出形制更小巧、售價較低的SKU。截至2025年6月30日止六個月，平均售價由2024年同期的人民幣406.5元進一步下降至人民幣290.4元，主要因為這些小巧入門級SKU的貢獻加大。

塑膠潮玩銷量從截至2022年12月31日止年度的25,842件大幅上升至截至2023年12月31日止年度的140,313件，並進一步增加至截至2024年12月31日止年度的185,743件。此增長歸因於我們增加了產品種類，尤其是吸引年輕消費者、對潮流趨勢敏感的SKU。2023年的增長亦反映2022年底推出的新增六條自研IP產品線（包括「龍生九子」、「財富小分隊」、「不倒翁」、「十二生肖」、「歡喜小將」及「五虎上將」系列）所帶來的全年貢獻。

塑膠潮玩的平均售價由截至2022年12月31日止年度的人民幣127.1元下降至截至2023年12月31日止年度的人民幣94.8元，並進一步下降至截至2024年12月31日止年度的人民幣76.7元。該下降主要源於我們為提升市場滲透率及消費者參與度，對新推出的SKU採取競爭性定價策略。截至2024年12月31日止年度，平均售價的下降亦受到針對陳舊庫存實施的定向清倉折扣影響，與我們的庫存優化舉措相符。截至2025年6月30日止六個月，塑膠潮玩銷量為87,020件（對比2024年同期為94,741件），平均售價由人民幣86.7元下降至人民幣59.9元。平均售價下降主要是我們持續清理庫存戰略的結果，按此戰略我們開展了促銷及降價活動，尤其是針對精選傳承系列的促銷及降價活動。按入門級價格區間推出新款SKU的影響相對有限。

業 務

銀質產品銷量雖維持低位，但在溫和增長措施推動下，由截至2023年12月31日止年度的2,556件增至截至2024年12月31日止年度的6,451件。然而，平均零售價由截至2023年12月31日止年度的人民幣1,299.2元下降至截至2024年12月31日止年度的人民幣655.9元，主要由於產品結構轉向更簡約的銀元素加入混合材質的SKU，定價較低。於整個往績記錄期，該品類始終作為補充性業務存在，未獲重點戰略關注。截至2025年6月30日止六個月，銀質產品銷量由2024年同期的509件增加至10,660件，主要由於對新推出的「山鬼花錢一銀」系列的強勁需求，該系列為小巧文創品項，價格介於人民幣198至712元（促銷期間電商折扣價為人民幣149至559元）。平均售價由2024年同期的人民幣1,162.4元下降至人民幣440.1元，主要由於銷售組合中這些更便宜SKU的佔比提高。

黃金文創產品類別於2024年新推出。銷量有限（14件）反映「璽匠金舖」子品牌旗下此產品線尚處發展初期。平均售價約為人民幣91,025元，與其定位相符。隨著消費者認知度提升及產品種類日益豐富，我們擬逐步擴展此品類。截至2025年6月30日止六個月，黃金文創產品銷量增加至238件，而平均售價由2024年同期的人民幣845,958.7元下降至人民幣24,699.0元。平均售價下降主要因為2024年的銷售額反映一筆一次性訂單，而2025年我們推出價格更親民且定位為重要家庭節日及送禮用途的SKU。儘管價格更便宜，但由此形成的客群擴大帶來銷量及收入貢獻雙雙提高。

木質產品銷量由截至2022年12月31日止年度的44,500件大幅減少至截至2023年12月31日止年度的11,601件，並進一步減少至截至2024年12月31日止年度的1,314件。此減少與我們自2022年起逐步淘汰該產品類別的決策一致。相應地，由於我們透過促銷折扣清理剩餘庫存，平均售價由截至2022年12月31日止年度的人民幣347.9元下降至截至2023年12月31日止年度的人民幣151.2元以及截至2024年12月31日止年度的人民幣136.6元。截至2025年6月30日止六個月，木質產品銷量為39件，平均售價為人民幣94.8元，與剩餘庫存持續減少相符。

銅質文創產品

銅質文創產品是我們產品組合的根基。我們的銅工藝根植於其在中國藝術史上的重要價值，有賴於材料的延展性、耐用性和豐富的美學表現力，可打造各種各樣迎合收藏家和當代消費者的產品。

為滿足不同消費者偏好，我們已將銅質文創產品組織為兩大品牌。「銅師傅」是我們的核心品牌，提供各種各樣的銅質文創產品，將中國傳統文化主題與現代設計相融合。另一方面，

業 務

「太銅」代表中高端、收藏級系列。「太銅」之名體現高超的銅工藝水平，將藝術匠心與精湛技藝完美結合。該品牌瞄準將優質、獨特工藝作品當作表達文化價值並傳承傳統遺產的消費者。太銅品牌代表產品線包括：

- **景泰藍平安福祿：**銅葫蘆系列最暢銷單品之一，融合傳統景泰藍工藝、繁複吉祥紋飾與精湛工藝，塑造象徵中國傳統文化中平安、福運與長壽的葫蘆形象。
- **財富彌勒：**該銅質擺件以笑口常開、腹垂如鼓的彌勒佛為主形象，手持滿載金銀元寶的寶袋。彌勒佛寓意喜樂、包容與知足，寶袋象徵財富福運綿延不絕，作品寄託事業昌隆、財源廣進之祝禱。
- **國色天香：**作品刻畫雙孔雀傲立於盛放牡丹基座之姿。牡丹在中國傳統符號中寓意富貴榮華，孔雀則象徵華美、尊貴與祥瑞。該產品尤為適宜祝賀場景贈禮作裝飾禮物。

我們的銅質文創產品進一步細分為兩個主要類別：(i)銅質擺件和(ii)銅雕畫。其中，銅質擺件佔我們銷售額的大部分，反映了消費者對靈感源自中國神話、歷史和民間傳說的立體藝術表現形式的強勁需求。銅師傅及太銅兩個品牌均涵蓋銅質擺件和銅雕畫。在下文列出的產品示例中，屬於太銅品牌的物品已特別註明。除非另有說明，否則所有列出的產品均屬銅師傅品牌一部分。

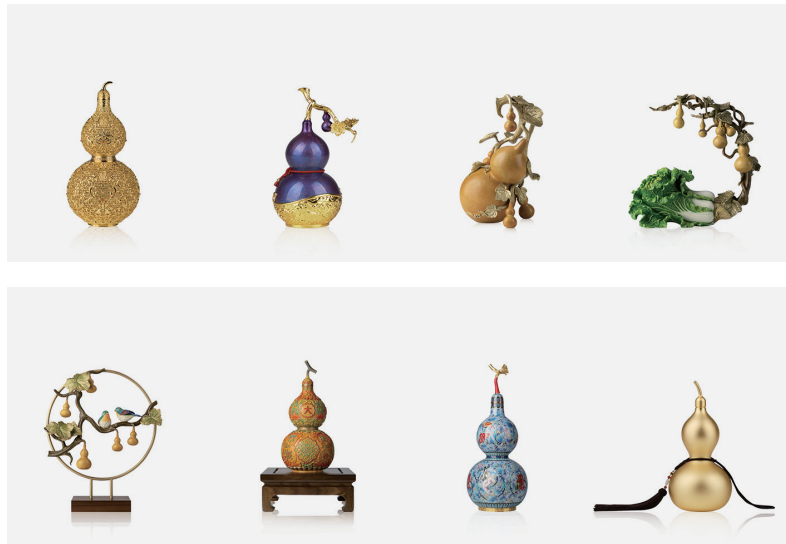
銅質擺件

我們兩個最具代表性及最暢銷的銅質擺件系列是銅葫蘆系列和大聖系列。作為「銅師傅」品牌旗下旗艦系列，這兩個系列充分說明我們有能力開發具有文化意義、設計豐富的系列，通過藝術迭代和消費者洞察不斷演變。這些產品一直是我們在各大網絡上最暢銷的產品，具有持續的銷售業績和穩定的複購率。

銅葫蘆系列靈感源自中國傳統象徵葫蘆，葫蘆長期以來一直寓意著好運、健康和守護。該系列源於我們最早提供的以價值為導向的產品－**好運銅葫蘆**，有助吸引大量消費者初次了解銅工藝。此後，該系列發展成為藝術表現形式日趨複雜，材質日趨精良，象徵意義日趨豐富的多元化系列。

業 務

銅葫蘆系列



該系列內主要作品包括：

- **花絲葫蘆**：採用正宗的花絲工藝和真金電鍍精心製作的高端收藏品，展現了精緻的花卉圖案和古典工藝。
- **大吉大利葫蘆**：代表吉祥和繁榮的別緻造型，通常用作新年祝福禮物。
- **福祿滿堂**：該設計融合了道家哲學和民間象徵意義，將五個銅葫蘆塑造成一個和諧的組成，分別代表**福**、**祿**、**壽**、**喜**、**財**。葫蘆本身就是驅除疾病和吸引正能量的著名護身符。五個葫蘆共同組成一個完整的祝福，寓意生活美滿而和諧。

大聖系列是我們最具代表性和最成功的原創IP系列之一，其靈感來自中國古典小說《西遊記》中的傳奇人物孫悟空。在中國傳統中，「齊天大聖」、「孫悟空」和「美猴王」等稱號都指這位獨一無二的神話英雄，是從石頭中蹦出的頑靈，他在西天取經途中違抗天庭，保護同伴，最終實現了精神覺醒。

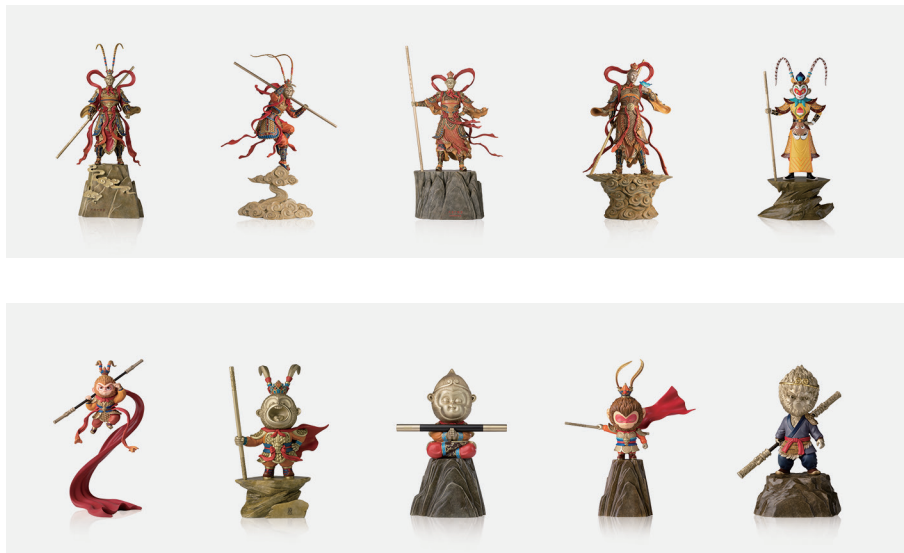
在原著小說中，「大聖」之名為孫悟空自封，表現他對天庭權威的質疑和對認可的渴望。在現代用法中，「大聖」也與意味著「大捷」的同音詞「大勝」相呼應，新增一層象徵意義，將人物與勝利、毅力和戰勝困難的勇氣聯繫在一起。這種文化上的細微差別強化了該系列名稱產生的吸引力及其作為成功和蛻變象徵的廣泛吸引力。大聖系列通過不同版本的雕塑敘事手法重新詮釋了這一經久不衰的人物。每件作品都探索了孫悟空神話之旅的不同階段，從年少輕狂成長

業 務

為與唐三藏西天取經過程中的守規矩徒弟，再到最後的大徹大悟。通過這種結構，該系列呈現自我發現和賦權的敘事發展過程，為消費者提供的不僅是創意內容，還有對堅韌和內在美主題的認同。

該旗艦系列涵蓋銅質擺件和銅雕畫，以多種形式展現我們的精湛工藝。每個版本都呈現獨特的盔甲設計、動感的姿態和富有表現力的細節，體現了孫悟空的威風凜凜、內心掙扎和救贖能量。我們的內部雕刻家團隊為悟空打造了專屬的視覺形象，逐步打磨其面部結構、肌肉系統和標誌性圖案，創造出一個一眼就能認出、有別於傳統或動畫形象的人物形象。

大聖系列



大聖系列中的標誌性作品包括：

- **大聖傳奇珍藏版：**一幅雕像，以其細緻的盔甲、飄逸的斗篷和戲劇化的戰鬥姿勢奠定了該系列的基調。此款產品在我們太銅品牌下開發。
- **蓋世英雄：**以動態有力的姿勢展現孫悟空的精髓。這雕刻品刻畫的是孫悟空騰躍雲霄，手中揮舞金箍棒，體現了勇敢、飛升和勝利。孫悟空飄逸的服飾和富有表現力的動作等精微細節，表達出一種不屈不撓的決心和英雄氣概。這件作品深深地引起了客戶的共鳴，象徵著對勝利的追求和成功的化身。
- **我命由我：**散發出蔑視和自決氣息的姿勢，引起尋求賦權主題的更年輕消費者的共鳴。
- **一飛沖天：**展現飛入空中、乘風踏雲的孫悟空，隱喻個人突破和上升勢頭。

業 務

大聖系列一經推出便快速實現廣受歡迎，自此成為我們敘事系統和粉絲生態系統的基石，在直播活動、限量版產品發售和季節性系列中佔據重要地位。作為堅毅、蛻變和文化自豪感的表現物，該系列反映了我們品牌對中國傳統神話當代重新演繹的獨特貢獻。

傳統文化系列

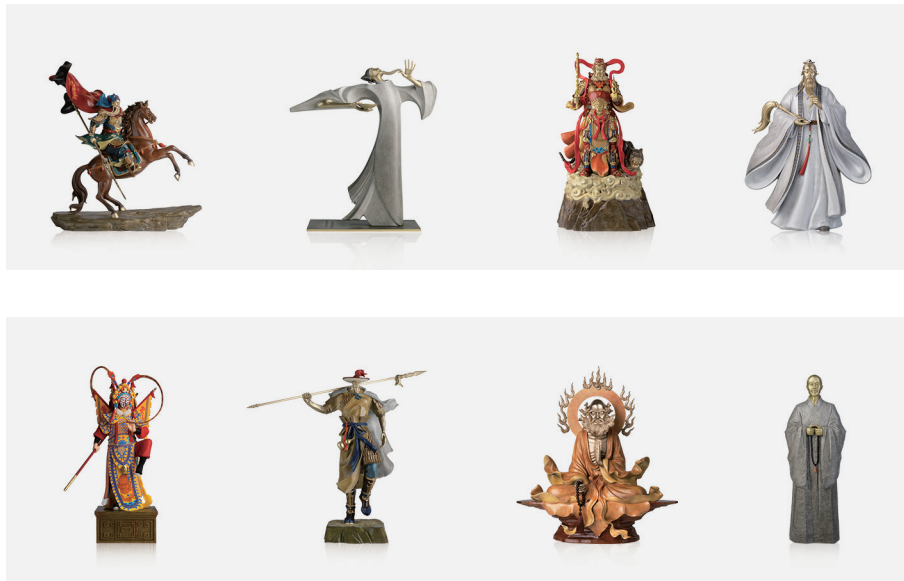
該系列讓傳奇歷史人物和文化偶像栩栩如生，通過雕刻的重新演繹精準呈現中國歷史、文學和民俗的精神內核。

標誌性作品包括：

- **天地正氣、關公系列**：作為我們的標誌性原創IP之一，關公系列向長期以來被尊崇為忠誠、勇氣和正義象徵的尊將關羽致敬。這款旗艦作品刻畫關公呈手持橫刀之勢，將青龍偃月刀握於胸前。該雕刻品傳達出一種強大的道德權威和武力。傳統上，關公被擺放在家里和寺廟中，用來闢邪納福，該作品在當代仍然是公平、商業成功和守護能量的象徵。
- **詩仙李白**：致敬著名唐代詩人，該雕刻品將優雅及自由奔放具象化，其富有表現力的造型讓人聯想到中國古典詩歌的韻律和高雅。
- **京劇魅力**：該系列致敬被廣泛譽為中國國寶之一的京劇博大精深的文化藝術。每件作品均融匯臉譜的瑰麗色彩、頭飾的精美絕倫和戲袍的飄逸靈動等標誌性視覺元素，再現這一傳統表演藝術的表現力及程式美學。我們通過雕塑語言重新詮釋生、旦、淨、丑等角色，賦予角色舞台張力。
- **仙風道骨 (武當文化聯名)**：該作品靈感源自道教聖地武當山的玄妙之境及武術哲學，以流動線條與極簡形制勾勒出陰陽和合、道法自然、天人合一的道教理念。

業 務

傳統文化系列



文物新生系列

該系列從中國浩瀚的歷史文物中汲取靈感，將古代文物與當代美學相融合，讓文化標誌以嶄新的通俗方式觸達當今受眾。該系列中的許多作品都是對有據可查的歷史文物的原創性重新詮釋或精良改編，並注入了新的內涵、形式和故事性。除獨立的再創作外，我們還與國家和地區主要博物館合作，共同開發以選定文物為原型的主題產品。這些合作不僅為我們的作品提供了權威文化背景和歷史可信度，也為博物館推廣文物教育、擴大中國文創產業的影響力提供了支持。

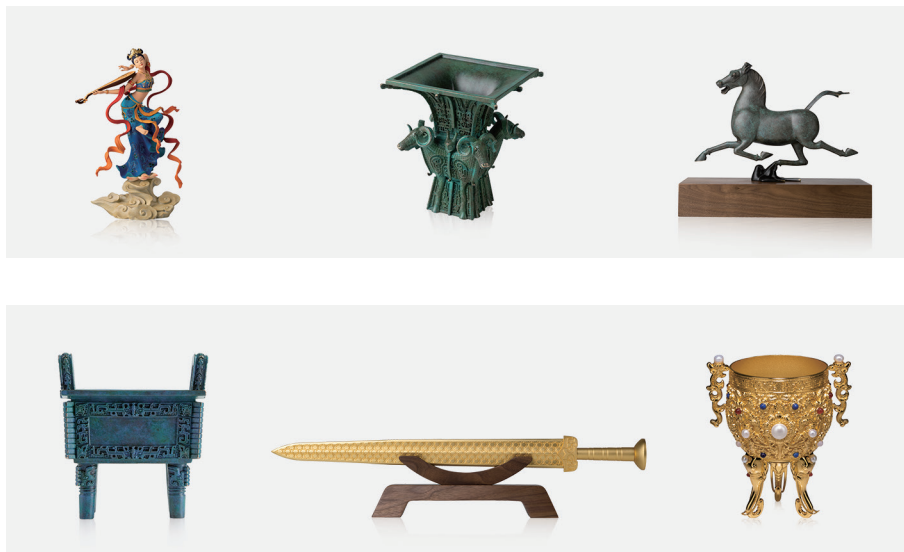
我們的設計師仔細研究每件文物的藝術風格與文化內涵，然後以現代的方式重新詮釋。這種方法既保留原有的文化價值，也使產品更容易被當今受眾所接受。最具代表性的子系列為：

- 敦煌飛天：靈感源自莫高窟壁畫中的飛天人物，該系列以流暢體態、音樂符號及靈韻妙相重構飛天意象，以分層浮雕技法及動感造型凝鑄敦煌文化歎為觀止的藝術表現及宗教美學。
- 四羊方尊：效仿商朝標誌性的青銅器「四羊方尊」，該作品致敬中國最重要的考古發現之一。我們的重現保留原有的雄渾形制和精簡鑄刻，同時加入微妙的敘事元素將文物重塑為莊嚴氣象、禮制傳承及民族自豪的圖騰。

業 務

- **越王勾踐劍**：這件作品靈感源自中國歷史中象徵著堅韌品格與戰略智慧的傳奇寶劍越王勾踐劍，通過現代先進的金屬鑄造技術再現古劍的獨特元素，還原複雜花紋和劍身銘文，致敬傳統工藝。

文物新生系列



口彩吉祥系列

口彩吉祥系列借鑒了使用雙關語和視覺隱喻（即口彩）的中國傳統習俗，通過雕刻形式表達祝願和象徵內涵。該系列的每件作品都使用具有文化雙重涵義的日常符號表達對祥和、繁榮、健康、智慧和成功的祝福。通過將手工雕刻與語言象徵意義相結合，這些作品將裝飾品轉變成為衷心的祝福信物。

該系列以守護、和諧和個人成長的價值觀為根基，在婚慶、喬遷、畢業和春節等季節性節日期間特別受歡迎。其象徵意義豐富，也是職業里程碑和家庭慶祝的贈禮佳品。

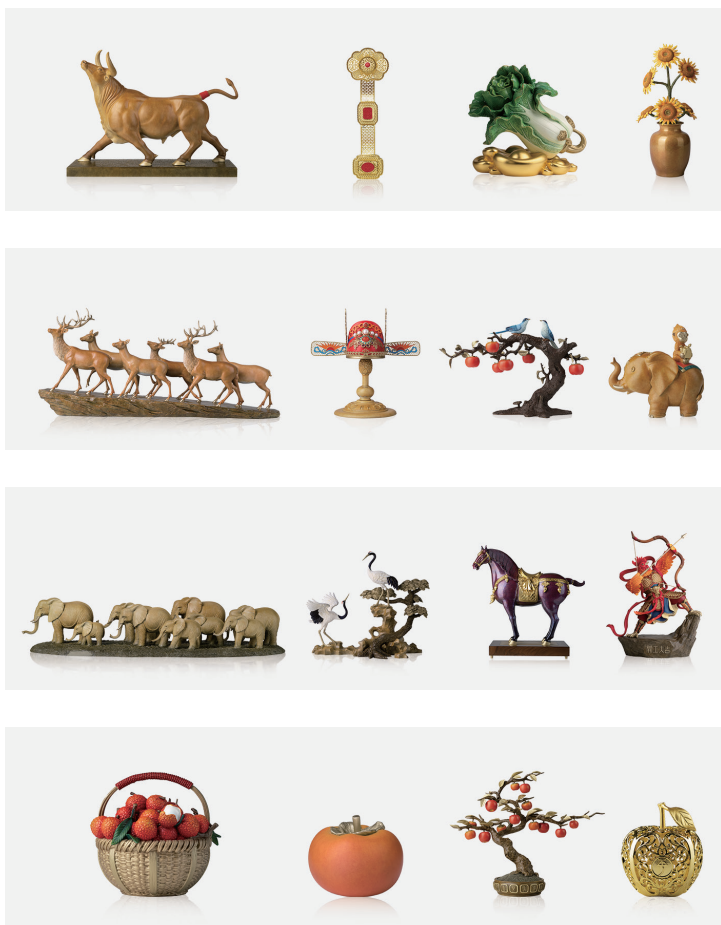
主要代表性作品包括：

- **喜事連連**：該雕刻品以棲息在成熟柿子樹上的喜鵲為特色，象徵喜訊傳來，前路平坦。在中文中，「喜」和「柿」共同表達了對連連歡樂和成功的期盼。該形象還寓意著事業進步和碩果累累。
- **如意百財**：這件作品由金色的如意和翠綠的白菜（白菜，「百財」的雙關語）組合而成，象徵著財富、富足和吉祥回報。

業 務

- **鹿鹿大順**：此多鹿銅雕作品靈感源自「鹿」與「六」的諧音雙關，呼應傳統祝福語「六六大順」，傳遞對持久順遂與吉祥福運的美好祈願。每隻鹿均以獨特姿態雕琢成形，整體象徵和諧共生、綿延不息與運勢攀升。
- **吉祥蘋果**：這款設計靈感源自蘋果作為平安果的文化意義，象徵著吉祥、安全 and 幸福。無論是在平安夜、婚禮還是生日贈送，紅蘋果都蘊含著健康、和諧與好運的多重寓意。在清朝傳統中，人們還將蘋果放在新娘的坐墊旁，祝福婚姻和睦，從而深化了蘋果的文化意義。

口彩吉祥系列



神話民俗系列

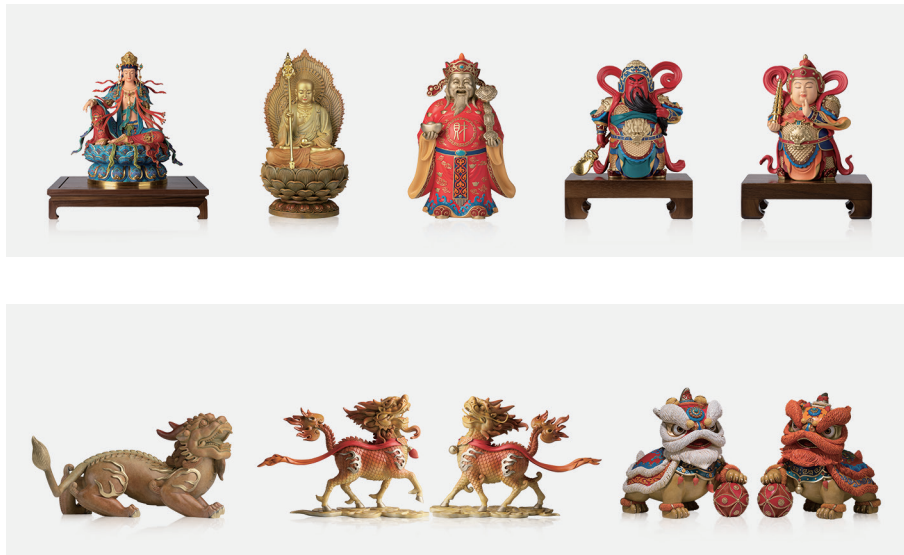
神話民俗系列從中國傳統神話、民間習俗和象徵性意象中汲取靈感。我們通過原創雕刻設計和現代工藝重新塑造這些歷史悠久的人物、故事和圖案，為文化遺產注入新的活力。每件作品不僅是藝術品，也是文化媒介，將傳統價值觀與當今消費者的生活情趣相融合。我們旨在以更貼近生活、緊貼潮流的形式，振興民間信仰，傳遞和諧、繁榮和堅韌的祝福。

業 務

主要代表性作品包括：

- **觀音**：這些作品靈感源自佛教圖像，以寧靜的方式詮釋大慈大悲的觀音菩薩。自在觀音和水月觀音等作品刻畫了平靜、清淨和精神指引的主題。它們象徵著內心的平靜和對家庭的庇佑，因此廣受歡迎。此兩款作品在我們太銅品牌下開發及銷售。
- **獅舞祥瑞**：醒獅系列中的旗艦作品，該雕刻品抓住了傳統舞獅的精髓，舞獅是一種充滿活力的表演藝術，與闢邪迎祥有著廣泛的聯繫。獅子挺拔的身姿和獅口大張傳遞著活力、守護和共樂。這件作品通常用於春節或開業慶典，體現了對祥和、繁榮和一帆風順的祝願。
- **地藏王菩薩**：地藏王菩薩尊為冥界亡魂的守護神，因其大慈大悲及拯救眾生的大願而備受敬仰。我們的雕塑將其鑄為冥思禪定之姿，手持錫杖及如意寶珠，周身流轉靜謐堅毅之氣、慰靈安神之光。

神話民俗系列



業 務

授權IP合作

我們通過與全球和國內主要知識產權的精心合作來豐富產品生態系統。這些合作使我們能夠多元化創意組合，增強跨時代吸引力，並拓展到更廣泛的消費細分領域。

於往績記錄期，我們與數個著名娛樂公司合作，通過中國傳統工藝開發重構演繹全球公認角色的原創銅質擺件系列。這些合作涵蓋動畫、電影及文化領域，並按照與國際及國內IP持有人簽訂的授權安排來執行。這些合作豐富了我們的產品生態系統，拓展了銅質藝術的表現潛力，並有助於吸引更廣泛的消費者群體。有關進一步詳情，請參閱本節「我們的IP矩陣－IP戰略合作與授權合作」。

銅雕畫

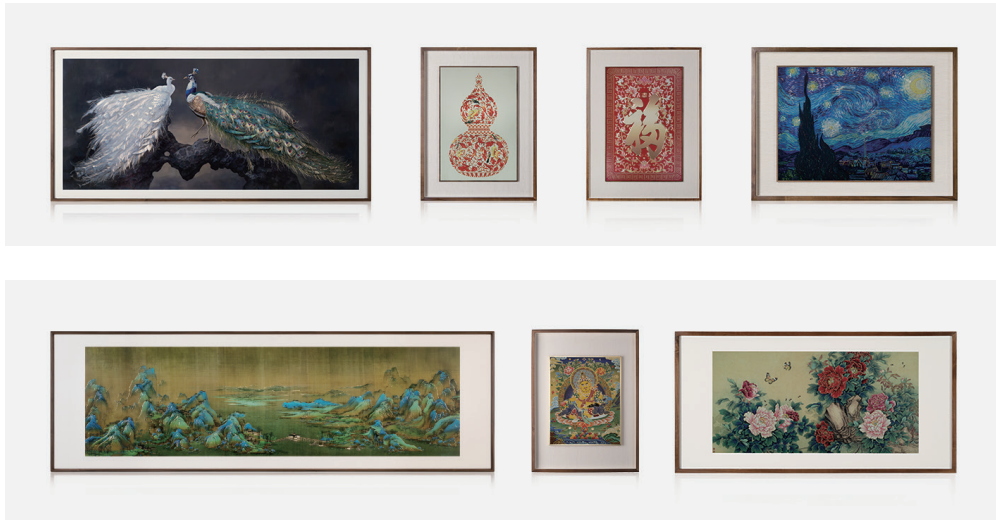
我們的銅雕畫體現中國古典價值與傳統金屬工藝的融合。通過將二維繪畫和象徵性圖案重塑為層次豐富的銅雕畫，我們將藝術表現轉化成一種可觸摸的立體產品。這些精心製作的作品既可掛在牆上，也可擺放在桌面上，適用於個人和儀式場所。

我們的銅雕畫主題廣泛，風格多樣。代表性作品包括：

- *千里江山圖*：宋代王希孟傑作的重構演繹，通過分層雕刻、氧化變色和構圖平衡捕捉廣闊的景觀及流動的水域。
- *絕代雙驕*：這件作品是我們太銅品牌下的精品銅雕畫，刻畫一對開屏孔雀，象徵美麗、尊貴與和諧。
- *花香滿園*：這幅精美的銅雕畫展示了牡丹、菊花和梅花爭奇鬥艷的和諧畫面，通過錯落有致的佈局再現了繁花似錦的園林意境，精心雕刻的每朵鮮花質感細膩，呈現出花團錦簇的蓬勃生機。
- *黃財神*：這件唐卡雕刻品是對西藏財富之神的精神刻畫，細節上採用了象徵性的圖案和精確的線條處理。

業 務

銅雕畫



我們的唐卡系列將傳統的藏傳佛教卷軸畫（唐卡）重構演繹為銅雕畫。唐卡歷來在棉布或絲綢上精心製作而成，刻畫神祇、曼荼羅或精神教義，在佛教修行中具有深厚的宗教和文化意義。我們對唐卡的創作保留了其精神圖像，同時提升了其持久性和雕塑維度。

我們也與一群精心組成的中國當代藝術家積極合作，拓展銅雕畫具表現力的維度，將傳統金屬工藝與現代藝術視角相融合。通過邀請不同的創作者加入我們的銅雕畫創作實踐，我們豐富了產品矩陣，使其組成具有層次感，引起現代收藏家的共鳴，並拓寬了我們的主題範圍。

塑膠潮玩

為吸引關注潮流的年輕消費者，我們開發了子品牌「歡喜小將」，一個將中國傳統文化和現代設計感融為一體的塑膠收藏品系列。這些人物質地輕盈，比銅質產品更經濟實惠，強調互動性和收藏性。該類別設計迭代和補貨快，是我們核心銅質產品系列充滿活力而又靈活的補充。

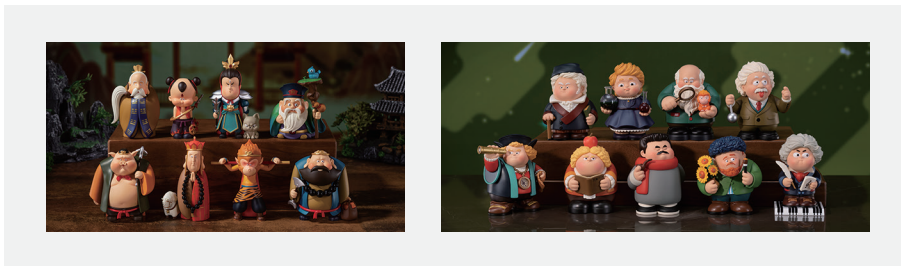
截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，塑膠潮玩產生的收入分別佔總收入的0.7%、2.6%、2.5%、2.9%及1.7%，體現它們在品牌多樣化和吸引年輕人方面的戰略作用。

業 務

主要系列包括：

- **萌說西遊**：該系列是對經典小說趣味化的呈現，展現了孫悟空和唐僧等深受喜愛的人物，以可愛別緻的造型吸引各年齡段的粉絲。
- **逢考必勝**：該子系列形象靈感源自中國傳統對學業成功的殷切祈願。人物手持象徵科舉及第的卷軸，身著代表士人榮耀的傳統服飾，並以生動的卡通造型進行現代詮釋。其精巧尺寸與歡悅神態使其成為考試季與畢業時節廣受學子歡迎的饋贈佳品。

歡喜小將系列



這些系列展現了我們致力於開發和演進原創IP的決心。有關產品不僅蘊含豐富的文化內涵，而且新穎有趣。

銀質文創產品

我們的「閱銀」品牌提供銀質文創產品，與我們的核心銅質產品相得益彰。憑藉銀的獨特材料優勢（如抗菌特性、高導熱性和延展性），我們主要專注於功能性和裝飾性應用，包括茶具、配飾和象徵性擺件。與銅製品相比，銀製品強調優雅、日常實用性和更低調的美感，迎合了既欣賞文化傳承又注重實用精緻的消費者的需求。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，銀質文創產品產生的收入分別佔總收入的0.9%、0.7%、0.7%、0.2%及1.5%。我們的銀質文創產品系列在多樣化我們的材料組合和豐富我們不同產品類別的文化表現力方面發揮著重要的輔助作用。

黃金文創產品

基於我們在銅工藝方面的專業知識，我們已逐步將自身產品供應擴展到黃金文創工藝產品。這一轉變代表著材料應用和藝術表達的戰略演進，因為銅和金具有相同材質屬性，便於進行細緻的雕塑、雕刻和鑄造。這兩種金屬的共同特性使我們能夠在設計、工藝和生產流程方面發揮協同作用，從而實現更順利和更高效的拓展。

業 務

我們的黃金文創產品以專門的子品牌「璽匠金舖」進行營銷，這標誌著我們通過貴金屬重新詮釋中國傳統美學開啟了新篇章。該品牌的定位是吸引追求吉祥、精緻和象徵意義黃金產品的收藏家和消費者。通過應用失蠟法、雕刻和鏡面打磨等傳統工藝，我們開發出了既能體現裝飾藝術又能體現內在價值的高端黃金收藏品系列。這些產品由999純金打造。除黃金產品外，「璽匠金舖」子品牌下的特定SKU亦有純銀版可供選擇。

截至最後實際可行日期，我們熱門的黃金產品系列包括：

- **金剛杵**：該吊墜靈感源自佛教文化中象徵著堅不可摧和精神力量的宗教聖器金剛杵，以純金打造，具有力量和堅韌的寓意，用作隨身庇佑和精神修煉的護身符。
- **金貔貅牌**：一款以傳說中的神獸貔貅為圖案的純金牌，貔貅歷來被視為財富積累和保護的強大象徵。

黃金文創產品



木質文創產品

於往績記錄期，我們亦以「唯檀」品牌提供有限的木質文創產品。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，木質文創產品產生的收入分別佔總收入的3.0%、0.4%、少於0.1%、少於0.1%及少於0.1%。該類別的絕對金額及佔收入比例均較低，且由於我們決定自2022年起停止生產木質文創產品，因此收入大幅下降。其後期間的收入主要來自出售剩餘存貨。

我們的產品開發

產品開發是我們業務的基礎，在功能上與我們的研發工作相結合。就我們而言，研發並無產生專有核心技術，而是作為一個實用和創作引擎，不斷創造SKU、迭代產品和拓展原創IP。因此，我們的研發開支主要投放於原創設計、樣品開發及工藝改進方面。換言之，我們的

業 務

研發資源致力於新產品開發所涉及的構思、雕刻、取樣和工藝改進。有關更多詳情，請參閱本文件「財務資料－節選損益表項目的說明－研發開支」。截至2025年6月30日，我們有126名全職研發人員。這些員工嵌入我們的項目團隊中，其工作遵循基於項目的架構，每個週期一般會發佈新產品或更新IP產品線。

產品開發理念強調文化故事性、手工精確度和市場反響。從最初的設計草圖到模具開發和試生產，每個階段都要經過反覆的審查流程，在創意意圖、技術可行性和生產可擴展性之間取得平衡。這一綜合系統使我們能夠保持產品的高新鮮度，保持文化的真實性，並通過一系列銅質文創產品來強化我們的品牌形象。

創意產品開發

我們採取雙軌制進行創意產品開發，將自研IP與授權合作相結合，確保產品組合的多元化及商業可行性。我們秉持設計優先理念，其中獨創和文化關聯性是我們產品的根本。

為推動產品及工藝發展，我們已成立專門的研發中心，由我們的創始人領導並由專業團隊（包括創作團隊、營銷團隊及業務團隊）提供支持。憑藉其豐富的藝術背景和對中國文化遺產的深刻理解，我們的創始人俞先生在引導我們品牌的創意方向方面發揮著核心作用。他親自參與所有主要原創IP的概念審查、美學判斷和最終批准，確保各產品線在審美視角和文化真實性方面的一致性。這一架構使我們通過嚴謹的多階段流程，完善產品創意。

請參閱下列我們創意產品的開發流程圖。



業 務

(i) 概念探索與市場調研

創作團隊和營銷團隊通過識別新興文化主題、藝術潮流和消費者偏好，開啟這一階段。通過廣泛的市場調研，我們分析競爭對手的產品、開展行業對標，並探尋市場空白。我們與文化機構和知名藝術家合作，從傳統和當代藝術中汲取靈感。這一階段確保我們的產品概念符合藝術願景，同時具備商業可行性。

(ii) 設計構思與雕刻

選定概念後，創作團隊將創意轉化為具體設計。初步草圖與3D數字模型同步開發，以可視化形式呈現外形和比例。融入傳統手工雕刻技藝，保持藝術品質，同時借助先進數字建模，進行精準調整。多輪內部評審，優化比例、細節和材料可行性，同時確保符合文化本真性。

(iii) 內部評審與打樣

創作團隊與技術團隊、業務團隊緊密合作，進行可行性評估。打樣採用快速打樣法，如3D打印、泥塑建模。每一原型均須進行結構耐久性、美學一致性和可製造性評估。這一階段確保產品保持卓越藝術性，同時能高效生產。

(iv) 生產前測試與改進

營銷團隊與研發團隊合作進行材料質控試驗，耐久性和表面處理。通過對失蠟鑄銅法和模具注塑等先進生產技術進行測試，確保製造過程的一致性。為提高生產效率，同時保留精細複雜的藝術細節，我們亦會作出調整。

(v) 市場投放與迭代優化

產品投放市場後，營銷團隊和創作團隊會分析消費者反饋和銷售業績。根據數據作出的評估有助於確定需要改進的方面以及未來的改進方向。通過迭代優化，對設計和生產工藝進行調整，提高產品的吸引力及市場響應能力。

授權IP產品開發

除自研IP外，我們還對授權IP產品的設計和商業化保持結構化流程。這一流程使我們能夠將IP資產轉化為符合我們品牌定位和工藝標準的產品。

業 務

(i) 授權機會評估和IP入選

業務團隊與營銷團隊合作，通過市場情報、趨勢監測和跨領域對標，定期評估潛在授權機會。遴選標準包括IP文化契合度、受眾範圍、授權條款和戰略相關性。在達成協議後，我們會進行入選流程，在此期間事業部與我們的法律和品牌管理團隊合作，對授權條款、視覺識別指南和使用權進行審查和記錄。

(ii) 聯名創意規劃和改編

創作團隊領導改編過程，通過開發創意概念將授權IP的視覺識別和主題精髓與我們獨特的設計語言相結合。我們與授權方共同制定聯名開發時間表、審美界限和審查檢查點。這一階段通常涉及多輪草圖繪製、數字建模和敘事手法改進，確保最終概念既尊重原創IP，又符合我們的品牌價值。

(iii) 原型共同驗證和授權方審查

技術團隊和創作團隊利用內部雕刻和快速建模能力共同執行原型製作。在這整個階段，我們會積極徵求並採納授權方的反饋意見。姿勢、材質表面處理和品牌表現等設計元素都要經過審批。原型必須同時滿足內部質量標準和授權方審批標準，才能推進至生產規劃。

(iv) 生產調整和IP合規

原型獲批後，技術團隊會與我們的生產團隊進行協調，確保所有生產規格、模具和表面處理技術都符合內部標準和授權方要求。包裝、標籤和聯名品牌視覺元素將在聯合審查下最終確定，所有面向市場的材料都要獲得授權方的批准。

(v) 推出市場和業績監測

營銷團隊領導通過指定渠道（包括直營店和電商平台）協調推出授權IP產品。推出後，我們持續監測產品接受度、社交媒體參與度和銷售業績。業務團隊與授權方保持定期匯報，並根據市場反響和戰略調整發起設計更新或拓展建議。

業 務

我們的IP矩陣

我們已建立全面的IP矩陣，包括自研IP和授權IP合作，並輔以設計專利、著作權和專有技術的強大體系支持。截至2025年6月30日，我們已獲得1,677項藝術著作權、246項外觀設計專利、12項實用新型專利、九項軟件版權及三項發明專利，反映了我們在研發和IP保護方面的持續投入。為支持IP戰略，我們建立了專門的創意研發系統，截至2025年6月30日，該系統由126名研發人員組成。我們繼續擴大研發人才庫，深化設計專業化，這體現在於往績記錄期，在不斷擴大的產品類別和主題範圍內，新SKU產量穩步增長。

下表載列所示期間基於自研IP的SKU及基於授權IP的SKU的收入貢獻及佔收入百分比。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	收入	%	收入	%	收入	%	收入	%	收入	%
	人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元	
	(未經審計)									
基於自研IP的SKU	473,520	94.1	447,243	88.3	535,398	93.7	260,720	91.9	281,014	91.2
基於授權IP的SKU	29,665	5.9	59,140	11.7	35,790	6.3	22,896	8.1	27,224	8.8
總計	503,185	100.0	506,383	100.0	571,188	100.0	283,616	100.0	308,238	100.0

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，基於自研IP的SKU的收入分別約為人民幣473.5百萬元、人民幣447.2百萬元、人民幣535.4百萬元、人民幣260.7百萬元及人民幣281.0百萬元，佔總收入約94.1%、88.3%、93.7%、91.9%及91.2%。另一方面，基於授權IP的SKU的收入分別約為人民幣29.7百萬元、人民幣59.1百萬元、人民幣35.8百萬元、人民幣22.9百萬元及人民幣27.2百萬元，佔總收入5.9%、11.7%、6.3%、8.1%及8.8%。

我們持續透過自研及授權IP豐富知識產權組合，各年度／期間推出新款SKU以配合不斷發展的產品管線。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，以及直至最後實際可行日期，我們分別新推出407款、350款、528款、190款、240款及266款基於自研IP的SKU。同期，我們分別新推出176款、164款、179款、87款、50款及58款基於授權IP的SKU。新增SKU數量乃基於各年度／期間內新發售SKU計算。

業 務

於往績記錄期，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，我們五大IP產生的收入分別為人民幣26.5百萬元、人民幣50.3百萬元、人民幣23.2百萬元及人民幣16.9百萬元，分別佔各年度／期間總收入的20.5%、20.1%、23.9%及23.2%。我們並無極大依賴任何單一IP。我們的IP矩陣多元化，涵蓋自研及授權IP。這種多元化減輕了與市場波動相關的風險，並確保我們的業務在面對不斷變化的趨勢或競爭壓力時，仍能保持韌性。

知識產權保護始終是我們業務的基石。我們積極獲取外觀設計專利、藝術著作權和專有生產工藝，保護我們的獨創作品。我們的法律和合規團隊持續監控市場未經授權複製行為，並針對侵權行為迅速採取行動。

自研IP及獨創設計能力

我們的獨創IP構成我們品牌形象和創意戰略的基石。它們體現了我們獨立構思、雕刻和商業化具有文化內容的能力，這些內容既立足於中國傳統，又適應現代消費者不斷變化的偏好。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，基於自研IP的SKU的收入分別佔我們總收入的約94.1%、88.3%、93.7%、91.9%及91.2%。這些數字突顯我們在戰略上專注於建立一個提升品牌形象、消費者參與及毛利率的專有IP系統。

我們的IP創作能力體現在我們以原創性和相關性重新詮釋中國遺產的能力。我們不是完全依賴美學複製，而是探索中國歷史、民俗和文學傳統中蘊含的象徵和文化價值。我們的設計理念強調轉化優於複製，將古典文化符號與新的敘事形式、美學更新和符合當代生活方式和消費心理的使用場景相融合。

我們組織多個主題和產品維度的原創IP，包括：

- 文化人物和歷史偶像：通過富有表現力的具象雕塑進行重構，如標誌性詩人、將軍和文人大家。
- 神話和宗教原型：包括對孫悟空、瑞獸、生肖符號以及佛教或道教神祇的重新詮釋。
- 具有象徵意義及受民俗啟發的創作：表現鄉土信仰、季節性儀式和反映日常生活的文化表達。
- 跨類別藝術發展：我們的IP涵蓋銅雕和銅雕畫，融入多種展示形式和使用環境。

有關我們IP家族及代表性產品系列的進一步詳情，請參閱本節「我們的產品－銅質文創產品」。

業 務

在競爭激烈的文化產品行業，我們廣泛且不斷發展的原創IP組合是關鍵差異化因素。它使我們能夠保持較高的產品新鮮度，促進重複參與，並隨著時間的推移確立品牌資產。展望未來，我們計劃以更深入的故事講述、跨類別延伸和潛在的數字化應用，進一步豐富IP生態系統。這些舉措乃我們長期戰略的一部分，即以自主開發的文化創意與傳承為基礎發展中國藝術品牌。

IP戰略合作與授權合作

除自研IP外，我們還積極與頭部娛樂特許授權商、文化傳媒節目及著名博物館合作，豐富我們的產品組合並拓展文化可及性。我們精心策劃這些合作，確保與我們的藝術理念及品牌價值觀一致。鑒於准入門檻較高，這些授權一般僅授予在工藝、產品安全及敘事重構演繹方面表現卓越的合作夥伴。我們能否取得並保留有關IP反映我們的技術能力及文化信譽。有關我們授權IP協議的主要條款，請參閱本文件「業務－知識產權－IP授權安排」。

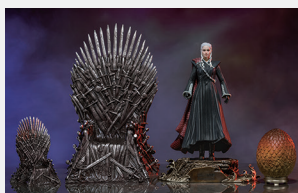
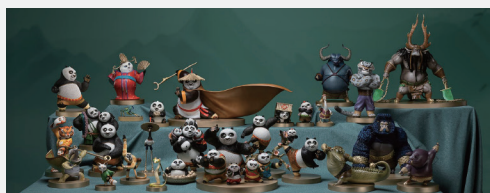
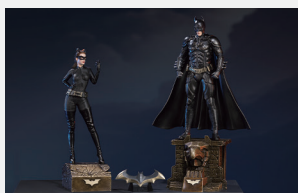
我們已推出一系列靈感源自多樣化文娛IP的授權產品系列，包括：

- 《權力的遊戲》：靈感源自該奇幻冒險劇，該銅質收藏品以象徵性符號及角色為原型。
- 《復仇者聯盟》、《蜘蛛俠》及《鋼鐵俠》：以富有表現力的姿勢及複雜精細的雕刻細節重構的標誌性超級英雄角色。
- 《功夫熊貓》、《侏羅紀世界》、《小黃人》、《萌寵大作戰》、《速度與激情》、《瘋狂原始人》及《穿靴子的貓》：轉化成有收藏價值的銅質擺件形式的知名動畫及真人版電影。
- 《變形金剛》：以擎天柱、大黃蜂等人物為特色的栩栩如生的高浮雕未來機器人系列。
- 《先祖效應》：將未來科技與古老文化元素相結合的機甲主題宇宙，融入優質銅質擺件中。
- 《貓和老鼠》：改編成有趣的銅創作品的經典動畫及動作角色。
- 又見武當：雕塑品延續中國傳統武術哲學和意象。武當為中國功夫和武術中的突出流派，以內家心法及道教哲學為本。

業 務

- 敦煌：受壁畫啟發的作品，描繪了莫高窟的飛天、蓮花和其他佛教意象。

授權IP產品



業 務

我們的定價

定價政策

我們的定價策略乃基於質價比原則，強調每件產品的藝術、文化和物質價值，同時確保廣泛的消費者可及性。我們的目標是提供技藝精湛的具有收藏價值的產品，其價格公正反映設計感與質感。

我們對中國境內各渠道（包括線上旗艦店、直播平台、經銷及線下零售店）實行統一的零售定價政策。消費者就各渠道上相同產品獲提供相同標準的零售價格，加強了價格透明度、品牌誠信和渠道紀律。就有限的一部分海外經銷而言，轉售價格或會因關稅變化、物流成本和匯率波動而與國內零售價有所不同。儘管如此，我們仍與國際經銷商密切合作，確保定價與我們的全球定位和品牌價值保持一致。

於往績記錄期，我們的線上客單價於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月分別約為人民幣958元、人民幣822元、人民幣777元及人民幣556元。整體下滑主要是由於消費者偏好逐漸轉向更輕便、更精緻的SKU。該等SKU更輕便、更小巧（用料更少），因此售價普遍較低，既能覆蓋更廣泛的客戶群體，又比更大更重的物件更具價格優勢。我們推出該等新SKU，亦是持續拓展市場覆蓋範圍的舉措之一。由於我們的線上直銷佔總收入的70%左右，因此能夠廣泛反映消費者口味的變化。於往績記錄期，來自我們線下直營店的線下客單價於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月分別約為人民幣1,918元、人民幣1,734元、人民幣568元及人民幣659元。2024年大幅下降主要由於我們擴張線下直營店。截至2022年及2023年12月31日止年度，我們僅運營一至兩家直營店，均位於杭州中高端商業區，人流量大且消費能力強。截至2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，我們在多個城市新開了七家及兩家門店，觸達更多元且更年輕的客戶群體，這導致平均交易金額下降。

為了支持該定價理念，我們在整個生產鏈中實行嚴格的成本控制：

- 原材料採購：我們與經過認證的銅、銀和其他金屬合金供應商保持長期合作關係，這使我們能夠穩定投入成本並確保材料質量。
- 生產效率：通過將傳統工藝技術與數字建模、失蠟鑄銅法和數控輔助流程相結合，我們能在經濟地擴大生產規模的同時保留手工藝的細節。

業 務

- 流程優化：我們在杭州運營一處集約化生產設施，使我們能夠整合採購、培訓和精加工技術，從而提高生產產量並減少損耗。

我們不依賴激進的定價促銷或壓價策略，而是讓工藝、敘事和產品質量說明一切。

在制定定價架構時，我們會考慮多個因素，包括：

- 原材料成本：銅、銀及其他關鍵材料受市場波動影響。我們優化採購策略以最大限度地降低成本波動。
- 生產效率：我們在保持精細複雜工藝的同時標準化製造的能力使我們能夠在不影響質量的情況下控制成本。
- 競爭格局：我們不斷對標業內同行，以確保我們的產品價格親民。
- 市場需求及消費者行為：我們監控購買模式及客戶反饋，以完善我們的定價方法，確保與感知價值保持一致。
- 產品類別及定位：標準系列、限量版及IP合作款的定價根據其特有性及工藝複雜度而有所不同。
- 規模經濟：隨著我們業務規模擴大，成本效益使我們能夠在增加產品供應的同時維持價格穩定。

價格管理及渠道監督

我們在所有銷售渠道均採用統一的零售定價方法，確保市場一致性和品牌誠信。雖然我們為線下轉售商提供標準經銷商折扣，但對終端消費者的轉售價格與我們通過直營渠道（包括線上旗艦店和線下直銷）提供的價格一致。

所有促銷活動，包括折扣活動和捆綁發售，都進行集中管理，並統一適用於所有參與渠道。選擇參與此類活動的經銷商必須遵守與我們自有平台相同的定價條款，確保公平競爭環境，避免品牌內價格差異。

價格審查及調整

我們根據評估材料成本、消費者情緒、產品性能和競爭定位的結構化框架進行定期定價審查。這些審查一般因應原材料價格波動或消費者偏好轉變等市場動態進行。必要時，我們會審慎地進行調整，通常伴隨著有形價值提升，如包裝升級、產品細節化或功能擴展。這種審慎的方法使我們能夠長期保持穩定的定價，同時強化我們對質量和長期客戶價值的承諾。

業 務

我們的生產

我們採用一體化生產和採購模式，將內部製造與有限的委託生產相結合。我們在杭州設施進行內部生產，充分利用當地豐富的手工遺產和先進的供應鏈基礎設施。為了確保在滿足市場需求和優化資源配置方面的靈活性，我們還為若干需要標準化流程或急需擴大產能的產品類別聘請第三方製造商。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的委託生產成本分別佔營業成本的3.7%、4.1%、4.8%、5.0%及6.8%。

我們的採購流程

我們的採購策略強調採購優質原材料，尤其是銅及其合金，以保持我們文創工藝產品的完整性和藝術價值。

銅是我們製造過程中使用的主要原材料，其價格波動是影響我們採購成本的關鍵因素。於往績記錄期，直接材料（主要包括我們的銅質文創產品所用的銅）分別約佔截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月總營業成本的51.9%、47.1%、47.1%、46.7%及48.7%。有關更多詳情，請參閱本文件「財務資料 — 節選損益表項目的說明 — 營業成本」一節。

我們採購各種加工形式的銅相關原材料，包括電解銅、銅板、銅棒和銅顆粒。該等材料均向知名供應商採購，並於冶煉廠作初步加工後再購買。因此，我們的採購價格不僅包括銅含量價值，亦包括加工費和物流成本，該等費用因產品形式和供應商安排而各異。

該等材料中，電解銅的銅含量通常達到99.9%的標準，而黃銅及青銅合金等其他材料的銅含量較低，一般介乎60%至90%，具體視乎其成分及用途而定。我們根據每種材料的擬定用途，採用不同的質量檢測和採購標準。

銅價受全球供求動態、宏觀經濟狀況和商品市場波動的影響。在行業實踐中，中國銅價最常引用的基準是上海期貨交易所（「上海期貨交易所」）銅合約，該合約反映標準電解銅（99.9%純度）的期貨價格，是合約結算和趨勢分析的指示性參考。

業 務

如下表所示，我們銅的採購價格與現行市場趨勢基本一致：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
平均銅購買價格					
(人民幣元／千克) ⁽¹⁾	58.6	59.5	63.2	63.4	65.2
市場價格					
(人民幣元／千克) ⁽²⁾	67.1	68.1	75.0	74.7	77.6

附註：

- (1) 我們的平均銅購買價格指銅含量介乎約60%至99%的各種銅質原材料的平均採購成本。其亦包括我們的供應商收取的加工費和運輸費，該等費用反映不同材料形態所需的預加工程度（如壓平或切割）及交付安排。
- (2) 市場價格指上海期貨交易所所報的電解銅（99.9%純度）的全年平均期貨價格。該基準價以純銅為基礎，不考慮我們採購的實際原材料在成分或形態上的差異，因此僅供參考比較。

於往績記錄期，平均銅價呈現出波動性，反映了經濟和大宗商品市場的大趨勢。我們的銅採購價格與現行市場價格基本一致。未來，受基礎設施及工業應用的持續需求影響，預計銅價將於近期內持續上升，但可能會因全球貿易局勢及宏觀經濟不確定因素而出現短期波動。

為減輕銅價波動的潛在影響，未來我們可能視市場情況採取組合策略，包括根據生產需求和現行市場趨勢按月調整採購計劃，與可靠供應商維持長期合作關係以提升價格穩定性與材料一致性。此外，視乎當時的運營需求及風險管理政策，我們或考慮運用期貨合約或其他對沖工具管控銅價波動相關風險。

我們的生產設施

我們在浙江省杭州市運營一處生產設施（「杭州設施」），專門製造我們的文創工藝產品。我們的設施地理位置優越，充分利用了當地豐富的手工遺產、熟練的勞動力和完善的供應鏈基礎設施。截至2025年6月30日，杭州設施的總建築面積約為155,626平方米。

業 務

設備及機械

我們已部署各種生產機械以支持及改善我們生產過程中的關鍵環節。該等機械旨在提升效率、提高一致性並幫助我們的熟練工執行多重生產階段中的複雜任務。

於我們的杭州設施，我們運行負責表面處理的拋光產線、負責打磨及色調控制的著色產線、負責基礎塑形的銅料成型產線、負責裝飾細節的手繪產線。我們還啟用蠟模產線為鑄造工序作準備，以及用於打印定制化圖案及表面紋理的數碼打印機。

此外，我們的設備組合包括精密雕刻機、數控雕刻系統及3D建模工具，用於支持我們的雕刻及設計優化工序。我們根據標準化時間表維護所有機械，確保銅相關產線的穩定運行及產品質量。

產能

我們的產能反映我們銅質文創產品的藝術價值，按銅的年加工量(千克)計算。我們的設計產能由標準勞動假設計算得出，當中考慮所涉及的人工工序。具體而言，我們通過模擬在全年標準工時下具代表性的工作流程所需的平均加工時間來估計設計產能。另一方面，實際生產量按錄入庫存的銅質製成品總重量計算。

下表載列於往績記錄期內我們的設計產能、實際生產量和利用率明細：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
設計產能 ⁽¹⁾ (千克)	1,391,500	1,268,625	1,518,750	853,497	632,814
實際生產量 ⁽²⁾ (千克)	1,386,737	1,259,101	1,545,168	839,254	626,176
利用率 ⁽³⁾ (%).....	99.7	99.3	101.7	98.3	99.0

附註：

- (1) 按有關期間生產員工平均數量乘以每名工人的全年標準工時，再乘以每小時勞動的銅生產量。每小時勞動的銅生產量由代表性工序的標準加工時間計算得出。全年標準工時乃基於一年250個工作日、每日八個工作時。
- (2) 基於相關期間內已完工且錄入庫存的銅質文創產品製成品的實際重量(千克)。
- (3) 利用率等於實際生產量除以設計產能。

業 務

於往績記錄期，我們的產能利用率維持相對穩定，處於較高水平。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的產能利用率分別為99.7%、99.3%、101.7%、98.3%及99.0%，反映我們對優化工藝管理、完善勞動力部署及針對需求波動提高生產規劃準確度的持續努力。2024年我們的利用率略微超出100%，表明我們能夠通過經強化的經營統籌安排及臨時性的生產力增強措施來滿足龐大的消費者需求。我們未來提高產能的計劃旨在使我們能夠滿足未來需求的增長、減少交付延誤並保持產品質量和品牌聲譽。截至2025年6月30日止六個月利用率略微提高至99.0%。生產效率提高與我們的協同優化策略及更集中的勞動力部署直接掛鉤。通過委託生產非核心、低價值流程，內部員工可專注於高價值生產任務，如手工雕刻及複雜表面處理。這些勞動分工方面的改進及熟練工藝的發展實現了類似複雜產品的更快速生產，最終在無需額外勞動力成本的情況下提高產能利用率。

此外，我們計劃將[編纂][編纂]約[編纂]（相當於約[編纂]）分配用於提升我們的內部產能及提高需求預測與製造產出的一致性，從而提高履約靈活性並支持長期產品供應。我們的計劃新增設計產能約為680,000千克，使擴充後的總設計產能達到2,200百萬千克。有關更多詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]—提高產能及履約靈活性」。

我們的生產員工分為三個級別：工人、技術人員、管理人員。技師及總監級別的人員分類為熟練技工，負責監督生產質量、執行技術要求較高的工序，並通過日常現場學徒指導初級員工。我們將「熟練技工」界定為在本公司同一崗位連續工作12個月或以上的生產線技術人員。這些個人一般負責複雜和高精度的工序，包括蠟模雕刻、手工雕刻、精密焊接、光澤處理和最終表面處理。他們積累的經驗和技藝對確保產品一致性和保持我們的藝術特色至關重要。

為支持員工穩定性及促進技能傳授，我們運作結構化學徒計劃及內部晉升途徑。我們相信，這種模式對保持產能的深度及連續性至關重要。

雖然文創產品行業的常見特徵是對熟練技工有結構性依賴，皆因傳統工藝高度依賴手工操作，但我們認為自身並無對個別熟練技工有重大或結構性依賴。於往績記錄期，我們於截至2022年、2023年及2024年末以及2025年6月30日分別僱用約271名、379名、421名及488名熟練技工，分別佔我們各年度／期間生產總勞動力約29.6%、38.7%、50.8%及53.8%。這些熟練技工主要負責流程密集型工序，如雕刻、打磨及細節手繪。雖然這些技術需要熟練技巧及視覺判斷，但其已被模塊化為定義明確、標準化的流程步驟，能夠進行有效任務分割及可擴展培訓。

業 務

我們的內部流程設計使我們能夠培訓並部署不具有金屬工藝經驗的初級工人。在我們結構化的學徒制模式下，新員工通常需要接受一至三個月的密集實操培訓和指導，才能獨立操作分配的流程環節。生產環節的每名工人專注於生產鏈中一個或幾個明確界定的步驟，與傳統的端到端工藝模式相比，這顯著降低了技能掌握門檻。我們還運作一個結構化的評估及角色適應機制。各年度／期間，我們均會特意招收較多數量的新生產培訓生，並通過集中的培訓週期觀察彼等的適應能力。例如，2024年就若干燒色及手繪職位而言，到年底僅約20%至30%的新招收工人仍留在原崗位。這種結果符合我們的內部規劃，體現了我們旨在評估及支持新員工適應具體職位要求的深思熟慮機制。透過這種結構化的培訓和分配流程，我們確保有效的角色匹配，並減少對熟練技工的結構性依賴。一旦被分配到常規生產崗位，我們的熟練工人將通過與產量及質量掛鉤的績效模式獲得報酬。對於持續達到我們標準的資深工人，可以獲得高於長江三角洲地區平均水平的收入。此舉有助我們獲得僱員高滿意度及維持運營穩定性。

由於我們設有模塊化的內部流程、可擴展的培訓系統及具備區域勞動力供應優勢，在往績記錄期，我們在招聘或留任熟練生產工人方面未遇到任何重大困難。除COVID-19疫情期間出現短期中斷外，我們一直通過直聘及內部技能提升來滿足人力需求。

我們的委託生產

為補充我們的內部產能，我們在兩個特定領域開展有限委託生產：(i)「歡喜小將」品牌塑膠收藏玩具系列的大部分生產；及(ii)依賴專門的工業設備的若干獨立機械加工流程委託。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的委託生產成本分別佔營業成本的3.7%、4.1%、4.8%、5.0%及6.8%，表明我們克制地使用外部資源支持生產效率。

我們選擇性地委託若干僅間歇性需要或數量相對較少的機械工序。這些工序雖然有助於產品細節和表面處理，但主要依賴於專門的工業設備。鑒於需求的非連續性，我們認為委託生產比購置和保有專用機械更具成本效益，否則專用機械會長期閒置。委託生產這類工序使我們能夠保持運營靈活性，避免不必要的固定投資，並使生產更好地與實時需求相匹配。具體而言，我們通常委託生產的獨立機械工序包括：

- 金屬鍍層（如鍍金或鍍銀），偶爾應用於選定產品作裝飾用途。例如，銅質產品系列中的少量SKU可能具有鍍金細節，以增強視覺吸引力。

業 務

- 衝壓，例如將生銅片製成傳統鑄錠（元寶）形狀，一般以批量週期生產，而毋須持續生產。

於2025年，我們還委託若干小巧入門級銅質文創產品的生產。

我們與多家外部製造商建立了穩定的合作關係，這使我們能夠保持靈活性和可擴展性，同時確保嚴格的質量控制。每件委託生產產品在納入我們的最終庫存之前，都要經過徹底檢查，確保遵守我們的嚴格標準。

委託生產流程

對於塑膠收藏玩具，我們負責產品設計、原型開發及技術繪圖，並提供予合資格第三方製造商進行生產。完成後，製成品交付我們進行內部檢驗。符合我們的規格與質量標準的產品方可入庫。該委託生產模式使我們無需建立專門的內部生產線，即可高效拓展IP至新材料品類。

另外，對於特定金屬製品SKU，我們將若干非經常性需要且涉及專門的工業流程的離散生產工序委託生產，由第三方加工商按我們的指示及技術規格加工。收到產品後，我們會進行質檢，再將加工生產的部件納入內部工作流程。最終組裝與高工藝要求的工序由內部嚴格執行。

工藝及製造

我們的製造流程基於將中國傳統工藝納入現代工藝改良，使我們能夠大規模交付具有文化內涵和藝術價值的複雜作品。

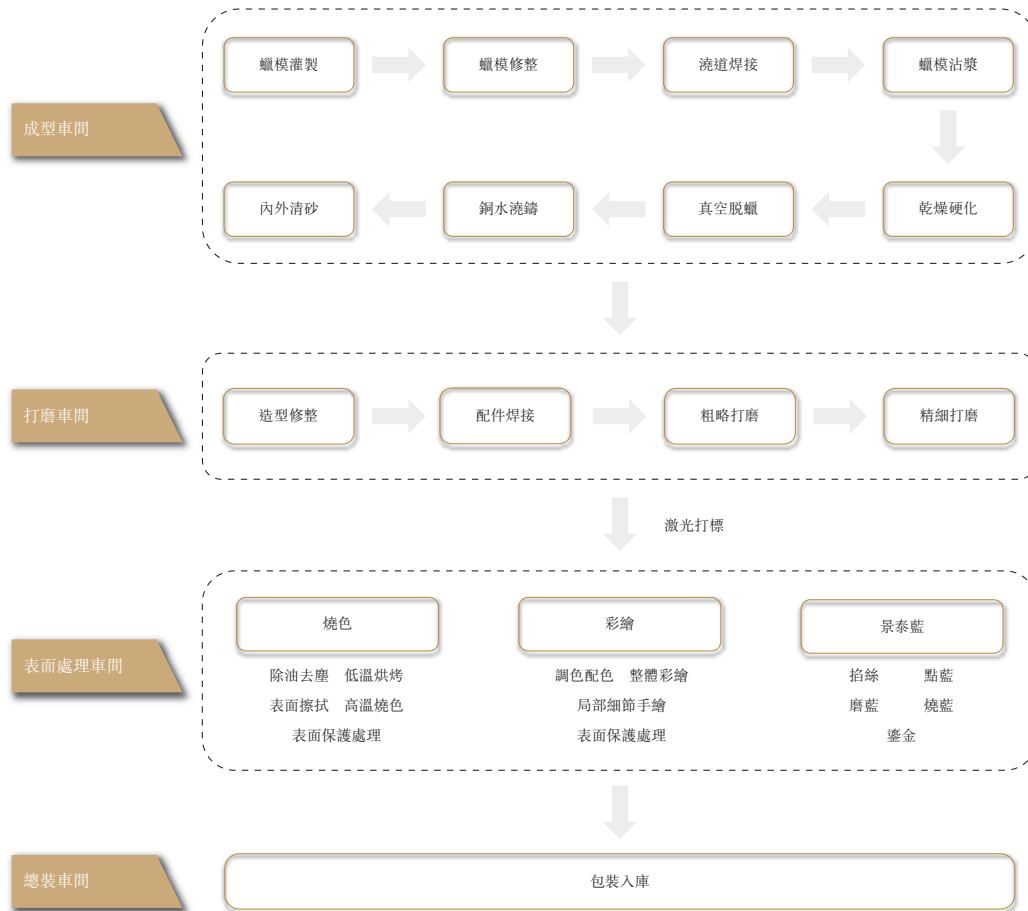
所有原材料，包括銅和其他金屬原料，在交付後、入庫前均須接受強制性質量檢查。每批原材料均由我們的質檢團隊進行外觀、尺寸和純度檢查。只有符合我們內部標準的原材料才能進入生產週期。

失蠟鑄銅工藝

我們採用傳統失蠟鑄銅法製作銅質擺件，將數百年的工藝與現代工作流程改進相結合。整個工藝流程一般需要大約12個工作日，涉及四個核心車間：成型、打磨、表面處理及總裝。

業 務

下圖說明我們失蠟鑄銅工藝流程的主要階段。



(i) 成型車間

成型車間是我們利用失蠟鑄銅法製備及形成銅質文創產品初步造型的車間。該車間包含蠟模灌製、蠟模修整、澆道焊接及蠟模黏漿等工序。蠟模通過射蠟機進行注蠟，確保模體一致性，然後手工修整並與澆道組裝。組裝完成的蠟模反覆在陶瓷漿料中浸漿，形成堅固陶瓷殼，經過硬化處理後準備鑄造。此過程中，我們還利用自動化設備進行真空脫蠟及乾燥硬化工序，以讓模具為銅水澆鑄做好準備。

業 務

(ii) 打磨車間

打磨車間負責去除鑄造殘留物並精細化銅質半成品的表面紋理。在銅水澆鑄和內外清砂後，每件產品均需經過多道工序的手工打磨。這些工序包括配件焊接，以重新組裝分離部件、使用打磨工具進行整體及細節打磨，進行最終精細處理，使表面光滑並為藝術處理作準備。雖然機器會輔助打磨，但最終效果在很大程度上取決於工匠的技藝，以達到所期望的表面光滑度和形狀精度。

(iii) 表面處理車間

表面處理車間完成每件產品的裝飾部分。我們根據預期的藝術風格，採用燒色、手繪和景泰藍等多種傳統技藝。

- 燒色：可形成豐富、多層光澤並穩定表面色調的受控熱氧化工藝。
- 手繪：用於上色並突出面部特徵、紋理和圖案的複雜繪畫。
- 景泰藍：涉及金屬絲鑲嵌、彩色珐瑯填充、高溫燒製和多階段拋光，以實現鮮艷的玻璃般飾面的精湛技藝。

這些工序高度依賴手工技藝，需要精準掌控顏色漸變、質感及裝飾細節。每件產品在裝飾過程中及完成後均經過嚴格檢驗，以確保美學表現一致，並忠實呈現獨創設計精髓。

(iv) 總裝車間

總裝車間負責功能配件與結構加固件的安裝，並進行最終質檢及包裝。所有成品部件均手工組裝，必要時會進行調整或加固，以確保耐用性及準確度。

成型車間一般需要約12天，打磨車間需要約三小時，表面處理車間需要約八小時，最終組裝約於15分鐘內完成。

我們根據生產流程中每個步驟的自動化程度，以及最終成果對工藝技術的依賴程度，將其分類為手工主導或採用機械操作。若某工序需由人員直接操作，且高度依賴工匠技藝，即使使用了某些機械輔助，該工序仍會被視為「手工」。反之，若某工序由設備執行，且對手工技藝的依賴程度較低，則會被視為「採用機械操作」。

業 務

在失蠟鑄銅工藝中，採用機械操作工序包括蠟模灌製、真空脫蠟及乾燥硬化，均採用專用設備執行以確保穩定生產量與生產效率。後續流程如蠟模修整、澆道焊接、蠟膜黏漿、銅水澆鑄、內外清砂、部件焊接、打磨及最終表面處理等，則主要依賴手工完成，並高度依賴工匠精湛技藝以達到預期藝術效果與品質要求。

除了工藝與設備，嚴格的質量控制是我們生產過程中不可或缺的一環。我們在進料檢驗階段及生產流程中進行多重檢測，確保成品符合我們對美觀性、結構性及耐用性的標準。

在生產過程中，我們會於多個關鍵階段進行製程品質檢驗。對於採用失蠟鑄銅工藝製作的銅質產品，主要檢驗環節包括：(i)銅水澆鑄，以確保形態完整，無缺料變形；(ii)精細打磨，檢驗表面光潔度及除瑕處理；及(iii)表面處理階段（如燒色、手繪及景泰藍），每件製品均需經過目視檢查以確保符合擬定藝術設計要求。

銅雕畫工藝流程

銅雕畫通過將傳統手工雕刻與現代輔助工具相結合的細緻工藝流程創作而成。我們的作品主要由直接在銅板上作業的熟練工匠雕刻而成。這一工藝流程注重精準、耐心和藝術眼光，每件作品都經過層層手工雕刻逐漸成形。

下圖概述我們從原銅切割到最終包裝的標準銅雕工藝流程。



銅雕畫的製作始於將銅板切割並製備成所需的尺寸和形狀。這些銅板經過拋光去除氧化物和雜質，從而形成清潔表面以進行雕刻。我們的團隊再繪製出構圖，確定主題、比例和線條結構。視覺細節，包括輪廓、紋理和層次深度，都完全手工雕刻而成。最後，每件成品都會裝裱到定制畫框或背板上，檢查其一致性和工藝，並精心包裝以便交付。

根據我們的標準工作流程，整個銅雕畫的工藝流程涉及四大階段：激光切割通常需要三天左右，表面處理需要九天左右，主要雕刻工藝流程需要約九天半。前三個階段可以同時進行。最終組裝和入庫另外需要兩天。因此，總生產週期通常約為十一天半。

業 務

就銅雕畫而言，雖然部分工序（如激光切割及表面處理）採用機械操作，但核心生產環節，即構圖設計、裝飾線條的手工雕刻、裝裱及最終包裝均以手工方式進行。

就銅雕畫而言，質控主要於手工雕刻階段及完成後進行，重點檢視雕刻線條的準確性、深度及一致性。

質量控制及製造卓越

質量控制

我們在整個生產過程中十分重視嚴格的質量控制，旨在確保每件產品都能達到與我們品牌定位一致的工藝、功能和美感水平。鑒於我們的產品並非標準化產品，每款SKU具有獨特的具體技術及質量規格，而我們會在整個生產週期嚴格遵守及監控有關規格。

原材料檢查

我們基於所用原材料的類型採取差異化的檢查方法：

- 對於黃銅及青銅，我們主要評估銅鋅（或銅錫）的組成比例，確保合金的一致性。我們採用光譜測定法分析每批入庫材料的樣本，驗證其是否符合我們內部的材料規格。
- 對於電解銅，我們驗證其純度並要求所有材料均達到我們採購標準所規定的含銅量閾值。
- 對於銅板，我們檢查平整度、表面紋理及厚度一致性，確保銅板符合雕刻及其他表面工藝的要求。
- 對於其他金屬及非金屬部件（例如木料、玻璃或半寶石），我們根據具體的設計要求進行視覺及物理性質測試。

只有符合我們內部質量標準的原材料才會用於生產。若不符合標準，我們會通知供應商且可能拒收該批次的材料。

過程中的質量控制

我們的生產過程包括多個手工製作及半自動化環節，包括成型、塑形、雕刻、打磨、表面處理、著色及組裝。在每個關鍵的生產階段，質量控制人員會根據技術圖紙及工藝參數進行檢查，有關圖紙及參數記載產品的預期形狀、表面細節及視覺呈現效果而非結構性的要求。

業 務

- 塑形及成型：我們評估產品是否符合經過審批的視覺規格中所列的預期輪廓、弧度、三維形狀。例如，在「韋陀天尊」中，蓮座及裝飾性盔甲須符合尺寸公差要求以實現視覺和諧性。
- 表面處理及著色：我們評估表面光滑度、塗層一致性及受控光照條件下的色調。以「變形金剛 犀牛勇士」為例，我們會注意在未進行人工表面處理前的抗氧化性及金屬表面清晰度。
- 組裝及細節檢測：對於有分層或懸空組件的物件，例如「搖錢樹」，我們檢查樹枝擺放及錢幣位置的平衡、間距及視覺對稱性。

所有中間檢查結果均歸檔記錄且可追溯。

最終產品檢查

每件製成品在包裝前均須接受最終檢查，包括：

- 與具體SKU的視覺及尺寸標準進行對比；
- 檢查雕刻線條、銘文或裝飾性插件；
- 功能測試（如適用），例如可動部位或定制結構；
- 檢查表面缺陷，例如色差、殘留加工痕跡或未打磨邊緣。

只有通過所有檢查點的產品才會允許發貨。每個產品批次附帶檢查記錄標籤，可追溯生產日期及工場人員。

我們設有全面的質量記錄系統，包括檢查報告、缺陷日誌及反饋記錄。我們會根據生產數據、客戶反饋及更新標準進行持續優化，確保我們的產品在具備傳統藝術美感的同時也會接受嚴格的質量管理。

銷售及營銷

我們已建立一個綜合多渠道銷售網絡，該網絡整合直銷、經銷及代銷。這種多元化的方法使我們能夠覆蓋廣泛的客戶群體，從收藏家和藝術愛好者到對文化藝術收藏品感興趣的年輕消費者。

業 務

下表載列於往績記錄期內我們按整體線上銷售及線下銷售劃分的收入：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
線上銷售.....	410,780	81.7	414,994	82.0	455,070	79.7	221,906	78.3	247,870	80.5
線下銷售.....	92,405	18.3	91,389	18.0	116,118	20.3	61,710	21.7	60,368	19.5
總計	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

下表載列於往績記錄期內我們按銷售渠道劃分的產品銷售收入：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
<i>(未經審計)</i>										
直銷										
線上直銷.....	355,392	70.6	353,977	69.9	402,889	70.5	189,595	66.9	215,118	69.8
線下直銷.....	3,648	0.7	3,624	0.7	17,627	3.1	5,730	2.0	14,570	4.7
其他直銷.....	12,805	2.5	13,354	2.6	17,761	3.1	9,458	3.3	8,775	2.8
小計	<u>371,845</u>	<u>73.8</u>	<u>370,955</u>	<u>73.2</u>	<u>438,277</u>	<u>76.7</u>	<u>204,783</u>	<u>72.2</u>	<u>238,463</u>	<u>77.3</u>
經銷										
線上經銷商.....	51,842	10.3	47,027	9.3	37,996	6.7	27,883	9.8	19,576	6.4
線下經銷商.....	75,952	15.1	74,342	14.7	78,986	13.8	45,919	16.2	35,805	11.6
小計	<u>127,794</u>	<u>25.4</u>	<u>121,369</u>	<u>24.0</u>	<u>116,982</u>	<u>20.5</u>	<u>73,802</u>	<u>26.0</u>	<u>55,381</u>	<u>18.0</u>
代銷	<u>3,546</u>	<u>0.8</u>	<u>14,059</u>	<u>2.8</u>	<u>15,929</u>	<u>2.8</u>	<u>5,031</u>	<u>1.8</u>	<u>14,394</u>	<u>4.7</u>
總計	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

有關趨勢討論的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－節選損益表項目的說明－收入－銷售渠道」一節。

業 務

下表載列於往績記錄期內我們按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
直銷										
線上直銷.....	126,525	35.6	126,598	35.8	155,167	38.5	76,732	40.5	82,451	38.3
線下直銷.....	1,422	39.0	1,291	35.6	7,477	42.4	2,385	41.6	6,039	41.4
其他直銷.....	4,590	35.8	4,706	35.6	6,135	34.5	3,569	37.7	2,972	33.9
經銷										
向線上經銷商銷售..	13,899	26.8	12,211	26.0	10,323	27.2	7,595	27.2	5,108	26.1
向線下經銷商銷售..	14,472	19.1	13,484	18.1	16,169	20.5	9,739	21.2	6,473	18.1
代銷.....	1,320	37.2	5,919	41.8	6,814	42.8	2,035	40.4	5,120	35.6
總計	162,228	32.2	164,209	32.4	202,085	35.4	102,055	36.0	108,163	35.1

於往績記錄期，我們按銷售渠道劃分的毛利及毛利率反映定價調整、產品及渠道組合的變動以及我們零售網絡的擴大。具體而言，2024年的整體上升部分是由於年初在所有銷售渠道實施的價格調整。

就線上直銷而言，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月的毛利分別為人民幣126.5百萬元、人民幣126.6百萬元、人民幣155.2百萬元、人民幣76.7百萬元及人民幣82.5百萬元，同時2022年及2023年的毛利率保持穩定，分別為35.6%及35.8%，2024年上升至38.5%。改善主要是由於年初在所有銷售渠道實施的全面定價調整。該調整涉及新推出產品的較高定價結構，其有助於改善毛利率。然而，對於舊存貨和旨在清理庫存的产品，則沒有調高價格。所有渠道的價格調整均一致。因此，線上直銷的規模顯著擴大，吸引了更廣泛的客戶群，尤其是年輕和散客收藏者，有助於實現規模經濟，從而提高整體盈利能力。就通過直營店進行的線下直銷而言，毛利由2023年的人民幣1.3百萬元增加至2024年的人民幣7.5百萬元，毛利率由35.6%上升至42.4%。這主要是由於我們擴大門店網絡，門店數量由2023年的兩家增加至2024年成都、武漢及重慶等城市的九家。就其他直銷而言，毛利由2022年及2023年的人民幣4.6百萬元及人民幣4.7百萬元增加至2024年的人民幣6.1百萬元。毛利率大致保持穩定，分別為35.8%、35.6%及34.5%。毛利增加得益於機構及紀念品訂單的銷量增加。

業 務

就向線上經銷商銷售而言，毛利由2022年的人民幣13.9百萬元下降至2024年的人民幣10.3百萬元。毛利率由2023年的26.0%略微上升至2024年的27.2%。就向線下經銷商銷售而言，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月的毛利分別為人民幣14.5百萬元、人民幣13.5百萬元、人民幣16.2百萬元、人民幣9.7百萬元及人民幣6.5百萬元，而毛利率分別為19.1%、18.1%、20.5%、21.2%及18.1%。2024年的利潤率上升乃由於太銅的銷售額佔比提高及更有利的成本結構。太銅產品因卓越的設計、工藝和有限的發行量而定價高於銅師傅產品。此高端定位讓太銅產品擁有更有利的成本結構和更高的毛利率。

就代銷而言，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月的毛利分別為人民幣1.3百萬元、人民幣5.9百萬元、人民幣6.8百萬元、人民幣2.0百萬元及人民幣5.1百萬元，毛利率分別為37.2%、41.8%、42.8%、40.4%及25.6%。2022年至2024年有關增加主要是由於通過京東的銷售額持續增長，而京東提供的服務條款更加穩定、定價控制力度更大。截至2025年6月30日止六個月的毛利率降低主要是由於抖音代銷店試運營所得利潤率降低。

下表載列於往績記錄期內我們按銷售渠道劃分的產品銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元	件	人民幣元
直銷										
線上直銷.....	998,770	355.8	1,016,364	348.3	1,209,487	333.1	505,820	374.8	772,544	278.5
線下直銷.....	7,563	482.4	9,450	383.5	65,431	269.4	25,873	221.5	42,667	341.5
其他直銷.....	36,019	355.5	52,966	252.1	73,310	242.3	23,760	398.1	42,813	205.0
經銷										
向線上經銷商銷售...	127,141	407.8	127,462	369.0	122,046	311.3	82,712	337.1	71,786	272.7
向線下經銷商銷售...	209,802	362.0	206,684	359.7	201,858	391.3	101,284	453.4	107,714	332.4
代銷.....	12,695	279.3	38,920	361.2	70,700	225.3	29,651	169.7	67,362	213.7
總計.....	<u>1,391,990</u>	-	<u>1,451,846</u>	-	<u>1,742,832</u>	-	<u>769,100</u>	-	<u>1,104,886</u>	-

業 務

就線上直銷（其對我們總收入的貢獻一直保持在70%左右）而言，平均售價由2022年的人民幣355.8元降低至2023年的人民幣348.3元，並進一步降低至2024年的人民幣333.1元，而銷量由2022年的約998,770件增加至2023年的1,016,364件及2024年的1,209,487件。平均售價降低主要是由於消費者偏好逐漸轉向零售價更低的小型精品SKU，尤其是電商渠道的年輕人群。儘管該等小型產品吸引大量客戶，並令銷售頻率增加，但其較低單價必然會導致整體平均售價下降。

就線下直銷（其指通過我們直營零售店的銷售）而言，平均售價由2022年的人民幣482.4元大幅降低至2023年的人民幣383.5元及2024年的人民幣269.4元，而銷量由2022年的7,563件激增至2023年的9,450件及2024年的65,431件。2024年銷量激增及平均售價的相應降低主要是由於我們擴大零售佈局。於2022年及2023年，我們僅經營一至兩家位於杭州高端商業區的直營店，當地客流量及購買力相對較高。於2024年，我們於成都、武漢及重慶等城市開設另外七家門店，使我們觸達更廣大、更多樣化的客戶群體。新門店吸引了具有不同偏好的各類客戶，提高了單價較低的小型SKU的銷售額佔比，導致整體平均售價降低。

就經銷而言，向線上經銷商銷售產品的平均售價由2022年的人民幣407.8元降低至2023年的人民幣369.0元，並進一步降低至2024年的人民幣311.3元，與SKU小型化的整體趨勢一致。與之相反，向線下經銷商銷售的平均售價由2022年的人民幣362.0元及2023年的人民幣359.7元略微提高至2024年的人民幣391.3元。2024年的提高主要是由於經銷商採購我們高端太銅品牌的佔比提高，因設計更複雜、收藏價值更高，該品牌的單價較高。

就其他直銷（其包括機構及個人訂單）而言，平均售價由2022年的人民幣355.5元降低至2023年的人民幣252.1元及2024年的人民幣242.3元，而銷量穩定增加。該趨勢反映來自選擇小型定制化產品的機構客戶及個人的銷量日益增加。

就代銷而言，平均售價由2022年的人民幣279.3元提高至2023年的人民幣361.2元，隨後降低至2024年的人民幣225.3元。2024年平均售價降低主要歸因於產品組合轉變，原因是2024年售予代銷合作夥伴的單價相對較低的SKU比例不斷提高。

渠道管理及風險控制

我們通過線上及線下銷售渠道開展業務，涵蓋三種銷售模式：直銷、經銷及代銷。直銷渠道包括線下直營店及主要電商平台的線上旗艦店。經銷商包括線下經銷商及經營自有店面的線上經銷商。此外，我們委聘精選的代銷合作夥伴。我們已實施一系列內部措施，以管理潛在的蠶食及渠道填塞風險。

業 務

我們主要遵循買賣經銷模式，在該模式中經銷商向我們採購產品，後續由他們自行處理銷售。除定價控制及渠道／地域限制外，我們一般不會對經銷商的後續行為施加限制或進行監督。我們相信經銷商有自己的渠道與能力來管理銷售。經銷商通常也不願意受到嚴格的監督，因為他們擔心這可能會干擾他們的銷售渠道，並限制其獨立運作的能力。

管理蠶食風險的措施

我們通過線上及線下兩種渠道經營，且已積極實施一系列措施以管理及降低蠶食風險。我們的策略基於認識到各渠道都有不同用途及受眾。對於線上渠道，重點是通過主流電商平台拓展業務範圍。通過利用多個平台，我們避免了在單一平台內自我競爭，這讓我們能夠獲得更廣泛的客戶群，同時最大限度地降低重疊風險。相較之下，線下渠道則專注於通過親自接觸產品來提升消費者體驗。例如，我們有意地在關鍵地點擴大線下展示空間，以突顯我們核心產品的獨特性，例如銅質文創工藝產品及黃金產品。這讓消費者能夠充分領略精湛工藝，進而促使其作出購買決策。

- **線上銷售渠道：**
 - **平台多元化：**為避免線上平台之間的蠶食，我們審慎規劃我們在多個平台上的線上店鋪佈局，面向不同的客戶群體。這使我們得以形成互補效應及避免重疊，確保我們不在同一平台上自我競爭。
 - **向線上直營店轉型：**展望未來，我們計劃減少線上經銷商的數量並更加專注於線上直營店。這將使我們得以更有效地管理客戶體驗及產品銷售，並降低線上渠道內部競爭的可能性。
- **線下銷售渠道：**
 - **門店位置及市場研究：**開設任何直營店或經銷商門店前，我們會全面評估選址以確保周邊地區的經濟規模及人流量符合我們產品的潛在需求。這種審慎的評估確保我們的門店位置不會自相競爭或導致蠶食。
 - **現有門店評估：**我們還會定期評估現有直營店與經銷商經營門店之間的距離。這有助我們避免在可能形成自相競爭的地區開設門店，並確保門店實現最大化銷售額而不會對其他門店造成負面影響。

業 務

- **向直營店轉型：**未來，我們將逐漸減少對線下經銷商門店的依賴並增加直營店的數量。此戰略將加強我們對銷售的直接控制、降低門店蠶食的可能性及提高運營效率。截至最後實際可行日期，我們在40個城市僅有20家線下直營店及63家線下經銷商門店。單個城市的最大門店數量（包括直營店及經銷商門店）為七家。
- **擴張策略：**隨著我們擴張，我們趨於專注於在未開設門店的城市開設新門店。我們近期內並不計劃於同一城市增設門店，確保我們避免於任何單一市場的過飽和。我們持續完善門店可行性研究以確保新選址不會稀釋現有門店的銷售額。
- **與經銷商溝通：**根據我們與經銷商的定期溝通，我們認為整體蠶食風險較低。在我們的持續討論過程中，經銷商並未提出有關轄區內蠶食或線上線下渠道間蠶食的任何問題。
- **統一定價及渠道／轄區限制：**我們對線上及線下所有銷售渠道實施統一的定價政策以確保一致性。這種定價規則有助於防止渠道之間的任何直接競爭並減少內部競爭的誘因。此外，我們實行嚴格的渠道及轄區限制以防止經銷商在彼此的區域內或在重疊平台上進行銷售。

雖然部分消費者可能逛完線下門店後在線上完成購買，但統一定價及集中調配意味著這種「展廳效應」不會削弱線下經濟。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何重大的跨渠道蠶食事件，故對我們過往收入及毛利率的影響微乎其微。

我們目前的線下直營店規模尚未達到需要關注蠶食的程度。根據我們持續的市場可行性評估及與經銷商的定期溝通，我們認為整體蠶食風險較低。我們的決策流程包括持續完善市場研究以確保新的門店選址不會對現有門店造成負面影響。作為我們長期擴張戰略的一部分，我們專注於在未開設門店的城市開設新門店，這降低了市場蠶食風險。此外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的經銷商並無提出在其各自的轄區內存在任何明顯的蠶食問題，這進一步佐證了我們認為蠶食目前並非重大風險的觀點。截至最後實際可行日期，我們僅有20家線下直營店。展望未來，隨著我們擴張，我們將繼續透過以下方式處理蠶食情況：(i)各渠道統一定價及監控；(ii)集中生產及倉儲，並針對不同渠道進行數量控制；及(iii) SKU層面流向監督，並在適當情況下調整發貨時間或調配方式。除這些措施外，我們還將確保對新門店進行嚴格的選址評估，並評估新門店與現有門店的距離。這包括全面的可行性研究及距離評估，以防

業 務

止開設可能稀釋既有位置銷售額的新門店。我們管理渠道內的產品調配以確保不存在單一渠道庫存積壓或過量供應，而有關情況可能會導致某個渠道對另一個渠道造成負面影響。我們基於歷史銷售數據、區域需求模式及市場考慮因素來調配產品數量。在我們定期監控需求的同時，我們也會基於可得銷售數據來調整熱門SKU的庫存水平，確保產品供應一直符合市場需求。這種方法有助於防止蠶食並支持線上線下渠道的高效運營。我們亦將參考實際銷售及利潤數據來評估渠道組合及產品策略，如果特定情境下出現蠶食情況，我們將調整門店推廣節奏、調配及促銷機制，以保障整體收入增長及可持續盈利能力。

管理渠道填塞風險的措施

我們按簡單的買賣基準向經銷商出售：經銷商下達購買訂單並支付預付款，之後在我們的渠道及平台限制範圍內管理自身庫存、定價規則及實際銷售。我們不監督經銷商的下游庫存水平，也不會為了「湊數」而強迫其出貨。對於最低購買量條款，我們框架協議的條款規定，倘經銷商未能達成這些目標，我們有權終止協議而不支付任何賠償。實際上，於往績記錄期內，我們未曾強迫任何經銷商為達成最低購買量而作出過量採購。根據協議條款，最低購買量具有彈性，不會強迫經銷商必須達成該等購買量。例如，2024年山東一經銷商未能達到規定的年度目標；經討論，我們協定2025年1月至6月的經調整認購承擔不低於人民幣0.8百萬元，該經銷商其後達到了預期目標。相反，對於即使經過補救性協商仍屢次業績不佳的經銷商，我們可能會暫停或終止合作。總體而言，熱門SKU屬需求帶動型：對於大聖、銅葫蘆及「山鬼花錢」系列的熱門新品，經銷商一般提前一至兩個月預訂，並且在高峰期可能會排隊等待調配，而不是囤積庫存。「獅舞吉祥」的經驗體現了我們的做法。該產品定價通常在約人民幣999元至人民幣1,199元之間。上市時，我們準備了首批約1,000套，並實時追蹤訂單以調整補貨。首月的實際銷售為約2,500套，正常的生產交貨期為約45天。根據實時需求數據，我們多次補貨這款SKU（2022年約五次，2023年三次，2024年兩次）。實際上，由於調配有限，部分經銷商在高峰期無法獲得期望的數量。這種「快速實際銷售、數據驅動補貨與有限調配」的模式表明，我們追趕需求而非提前發貨或鼓勵囤積。

此外，我們的退貨受到政策限制（就經銷商而言，僅限瑕疵產品），而按渠道劃分，於往績記錄期內退貨率仍然較低。具體而言，就線上直銷，截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們的退貨率分別約為3.7%、3.8%及5.8%，截至2025年6月30日止六個月約為5.2%；就線下直銷，同年／期我們的退貨率分別約為0.0%、0.1%、0.3%及0.0%；而就向經銷商銷售，同年／期我們的退貨率分別約為0.00%、0.02%、0.01%及0.02%。我們按銷售淨額基準與代銷合作夥伴結算款項，因此並無就代銷設有退貨率指標。結合我們的渠道控制及調配實務，我們認為於往績記錄期或直至最後實際可行日期，我們並無出現過度渠道填塞。

業 務

- 嚴格的結算條款：經銷商通常須預付貨款。在代銷下，結算僅基於實際銷售。此結構可抑制脫離消費者需求的投機性超額訂貨。
- 退貨政策：除有缺陷的產品外，概不接受退貨。這有助於確保存貨反映實際銷售量，而非虛高的出貨量。
- 與經銷商溝通：我們與經銷商設有持續反饋機制，以應對潛在的渠道填塞風險。此溝通流程讓我們能夠定期了解經銷商的經營狀況及銷售業績，確保產品供應與實際消費需求相符。利用這些溝通，我們可以快速識別並解決任何過度囤積的跡象，確保我們的銷售渠道保持平衡，並能對市場狀況作出反應。

據我們所深知，截至最後實際可行日期，我們並未遇到任何重大的跨渠道蠶食或過度囤積的情況。

直銷

直銷使我們能夠直接與消費者互動，並保持對品牌、定價及客戶體驗的控制。為了保持品牌完整性，所有線下和線上銷售渠道均統一執行定價政策。

線上直銷

我們在天貓、京東及抖音等大型電商平台經營線上旗艦店，作為我們與消費者之間的關鍵數字化觸點。這些線上旗艦店由我們直營，提供各品類各價格區間的最全面的產品選擇。於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，通過線上直銷產生的收入分別為人民幣355.4百萬元、人民幣354.0百萬元、人民幣402.9百萬元、人民幣189.6百萬元及人民幣215.1百萬元，約佔我們同年／期總收入的70.6%、69.9%、70.5%、66.8%及69.8%。

我們與電商平台訂立標準合作協議，以運營我們品牌旗下的線上旗艦店。這些協議一般與平台運營商訂立，用於規範我們線上店面的運營、推廣、交易結算及合規義務。具體條款可能有所不同，但主要條款通常包括以下內容：

- **佣金安排：**我們根據交易額的一定百分比向平台運營商支付固定佣金。佣金率因產品類別、推廣參與度和其他平台特定指標而有所不同。每筆交易的佣金費用通常由平台實時扣除。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，我們的固定佣金費用約佔相關交易額的3.1%至5.9%。

業 務

- **營銷與流量服務：**除佣金外，我們還購買數字廣告和推廣服務，以提升門店曝光度和流量轉化率。其中包括流量套餐、關鍵詞競價和推廣活動。在許多情況下，參與需要達到最低支出門檻，並圍繞按效果付費或固定預算模式進行建構。營銷與流量服務費用通常於預算確認後提前結算，或於完成後基於績效指標結算，具體取決於服務類型。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，我們的營銷與流量服務費用（包括流量套餐、關鍵詞競價及活動類流量購買）約佔相關交易額的3.5%至9.9%。這些百分比根據平台實際結算金額（可能因平台、產品類別、推廣參與情況及其他平台特定指標而異）計算得出。
- **運營合規：**我們須遵守各平台關於產品上架、定價、物流、客戶服務、數據使用和消費者保護的規則。在不合規情況下，例如配送延遲、客戶投訴過多或違反產品真實性和安全標準，平台可能會處以罰款、降低曝光度或暫停服務。我們已成立內部團隊來監督並確保持續合規。
- **數據存取與隱私：**各平台都保留客戶和交易數據的所有權。我們獲授予有限的後端分析訪問權限，以用於運營和營銷優化。我們對此類數據的使用受各平台的隱私政策和數據使用協議的約束。
- **期限與終止：**這些協議通常為固定期限，經雙方同意並經績效考核後可予續簽。任何一方均可在預先確定的情況下終止協議，例如重大違約或聲譽受損。

我們認為，這些安排於日常業務過程中按一般商業條款進行。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無因這些合作協議而遭遇任何重大糾紛、執法行動或營運中斷。

我們的內部電商運營團隊負責店鋪管理，包括產品展示優化、庫存及定價管理、客戶溝通及推廣執行。我們積極利用數字化工具及平台分析工具打造專屬不同渠道及消費者群體的市場推廣及促銷活動策略。

直播帶貨是我們線上直銷策略不可或缺的一部分。我們主要依賴主播及內容創作者的內部團隊。我們的內部主播深入了解我們的產品、工藝技術及品牌理念，使其能夠有效傳達我們產品所蘊含的藝術價值、象徵意義及文化價值。通過在天貓、京東及抖音上的日常直播及精選特別直播，我們與客戶實時互動，提供詳細的產品展示、敘事及人性化推薦。

業 務

線下直銷

截至2025年6月30日，我們在全國新一線及二線城市的高流量商業區戰略要地運營11家直營店。這些門店既是優質零售網點，也是沉浸式品牌體驗中心，設有互動產品展示、現場工藝演示和限時展覽，可宣傳我們品牌的文化深度及藝術價值。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，通過線下直銷產生的收入分別為人民幣3.6百萬元、人民幣3.6百萬元、人民幣17.6百萬元、人民幣5.7百萬元及人民幣14.6百萬元，約佔我們同年／期總收入的0.7%、0.7%、3.1%、2.0%及4.7%。

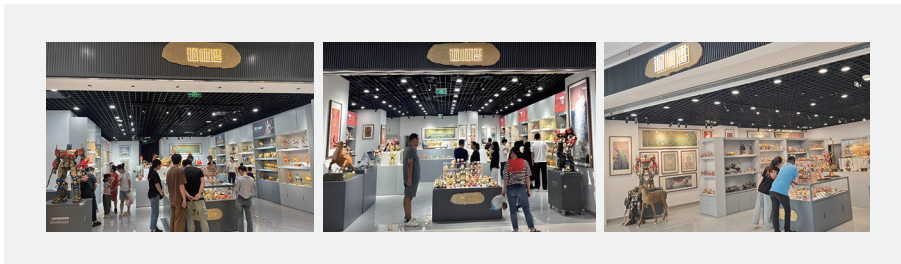
直營店位置及遷移

我們在選址程序中優先考慮曝光度、客戶流量及品牌契合度。我們目標放在客流量高、臨近受歡迎品牌、周圍有繁華住宅區或文化區的商業綜合體。其他關鍵標準包括租賃期、體驗區佈局靈活性及區域經濟活力。截至最後實際可行日期，我們的直營店位於杭州、蘇州、成都、武漢及重慶等城市的核心商業區。

於2022年，我們僅經營兩家直營店，均位於杭州。我們的第一家直營店坐落杭州西湖區，於2020年開業，於2022年12月租期屆滿後關閉。於2023年，我們調整我們在杭州的線下門店網絡，關閉我們原先的杭州大廈店並在杭州大廈的另一處位置開設一家新門店。我們還於2023年11月在杭州城北萬象城開設另一家門店。於2024年，我們加快線下擴張，新設七家直營店，將佈局拓展至新一線、二線及三線城市。該等新門店位於成都、合肥、常州、武漢、蘇州及重慶。截至最後實際可行日期，我們在中國共有20家直營店。

我們的直營店通常位於客流量大的購物商場內，面積介乎約50至200平方米。每家門店均設計成沉浸式體驗網點，提供能夠反映我們品牌藝術定位的精選產品陳列、主題展覽及現場工藝展示。

每家直營店的設計旨在創造文化空間而非傳統的零售點。通過精心挑選的裝置、限量版發佈和靈感源自傳統及當代文化主題的應季展示，門店室內裝修強調沉浸式體驗。



業 務

截至最後實際可行日期，我們所有的直營店均根據租賃安排經營，惟位於杭州大廈的一家直營店根據聯營協議經營除外。我們通常與購物商場或商業物業業主簽訂租賃協議，據此我們在人流量大的購物中心內租賃專用零售空間。下文載列我們直營店租賃協議的主要條款概要：

租賃協議

期限	通常為兩至三年，可經雙方同意續期。
租金組成.....	固定基礎租金，不時收取額外的物業費或分攤水電費。須每月或每季度提前支付租金。
押金	相等於四至五個月的基礎租金，根據完成情況及條件可退還。
終止	一般會限制提前終止權利，但不可抗力或重大違約除外。
翻新裝修.....	我們負責門店室內裝飾及維護，惟須遵守商場指引。
分租	分租存在若干限制

除上述租賃安排外，我們位於杭州大廈的門店根據聯營協議經營。聯營協議通常涉及與門店業績掛鉤的可變商業條款，且商場可更多地參與日常銷售管理。根據為期一年且可每年重續的聯營協議，我們每月向商場支付實際銷售額10.5%的佣金，而最低月銷售額門檻為人民幣2.5百萬元。除佣金外，我們亦須每月支付相當於實際銷售額或視作銷售額（以較高者為準）2.5%的管理費。每月的付款於下月結算。此外，合約期內的廣告和推廣費用上限合共為人民幣8,000元。且我們亦向商場支付門店以信用卡付款總額的0.8%的手續費作為金融服務費。

門店管理及運營

所有直營店均在一個由總部及區域總監管理的集中管理框架下經營。每家門店配備一名經理及至少兩名銷售人員，視乎建築面積而定。銷售人員通常為對中國文化及工藝感興趣的年輕人。新員工須接受結構化的入職培訓，涵蓋產品知識、品牌歷史、銷售技巧及店內作業。我們通過數字化學習工具、門店手冊及同事指導提供培訓材料。

業 務

店內行為及展示受嚴格的作業標準規管。有關標準包括統一著裝要求、日常團隊報告、姿勢規定及標準化問候話術。我們亦會評估員工流利介紹產品的能力，包括工藝技術、象徵涵義及收藏主題。我們設有客戶反饋機制及定期的門店審計以評估績效。

為維持運營紀律及效率，每家門店配備有實時數字化庫存管理系統，涵蓋入庫／出庫記錄、庫存警告及自動化補貨。我們每月現場審計庫存。零售檢查團隊定期檢查門店視覺效果、衛生、展示邏輯及客戶走動路線，確保整個企業層面的一致性。

零售及售後程序

我們所有門店的零售及售後工作流程遵守標準化形式。我們通過中央POS機處理購買訂單，即時同步銷售數據。售後服務包括七天退換貨政策，通過質量檢查且產品符合條件方可進行退換貨。我們支持到店退貨及郵寄退貨。有明確質量問題的產品可免費維修或替換。消費者處理或二次損壞導致的退貨須收取一定費用。我們培訓門店員工為消費者提供有關維護指示、處理方案及與特定產品類型（例如宗教或象徵性作品）相關的文化實踐的指導。

我們的直營店亦是當地社區溝通的支點，包括私人作坊、會員活動及社交媒體互動。我們鼓勵每家門店通過微信成立「銅粉」群，通過粉絲群抽獎、拍賣活動及搶先體驗活動提高當地的粉絲參與度。這些舉措有助於增加消費者黏性、加深文化教育及培養交易互動之外的品牌忠誠度。

其他直銷

此類包括本集團向機構及個人客戶的其他直銷。機構客戶包括購買我們為特定節日、事件或促銷活動定制的產品的企業、政府實體及其他組織。例如，一名機構客戶訂購了約1,000件以龍年為主題的銅質擺件。另外一個例子涉及一家工業製造公司，該公司委託定制了200多件刻有其公司名稱的鋼鐵俠銅質擺件。另一方面，個人客戶通常訂購價值相對較高的單品或小批量產品。如採購訂單及收據所記錄，該等交易通常於客戶下單付款後完成。個人客戶根據該等特別訂單安排購買的產品包括單價超過人民幣9,999元的「變形金剛」等銅質擺件。有關交易通常涉及契合客戶需求及偏好的定制化產品規格，包括紀念禮品、獎品、文化主題定製品或個性化收藏品。其他直銷收入在產品交付至客戶指定地點時確認。支付條款視乎具體客戶及合約條款而有所不同，但通常不超過交付日期起30日。

業 務

經銷

為了將市場覆蓋範圍擴大至自營零售渠道及直銷以外，我們已開發多渠道經銷網絡，包括線上及線下經銷合作夥伴。我們的經銷商採用買斷模式，即經銷商預先購買庫存，並在獲授權的渠道及地區內獨立管理銷售。

我們主要透過與經銷商簽訂經銷協議經銷產品，該等協議通常為期一年。根據經銷協議，產品責任劃分明確；當貨物交付至指定承運人後，產品損失、損壞或報廢的責任由經銷商承擔。除獲授自交付日期起30至60日信用期的選定經銷商外，我們一般會在交付前收取經銷商的全額預付款。

於往績記錄期，我們並無委任任何分經銷商，亦未提供銷售回扣，此舉符合行業慣例。

於往績記錄期，我們於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月的經銷收入分別為人民幣127.8百萬元、人民幣121.4百萬元、人民幣117.0百萬元、人民幣73.8百萬元及人民幣55.4百萬元，佔同年／期我們收入的25.4%、24.0%、20.5%、26.0%及18.0%。

線上經銷

我們與一組精選的授權線上經銷商合作，該等經銷商在中國主要電商平台上運營獨立門店。截至2025年6月30日，我們有六家線上授權經銷商經營六家獨立線上店鋪（主要在淘寶及京東）。這些經銷商按買斷制經營，在商業及經營層面獨立於我們。

下表載列我們於所示期間的線上經銷商變動情況：

	截至12月31日止年度			截至2025年	2025年6月30日
	2022年	2023年	2024年	6月30日止 六個月	至最後實際 可行日期
年／期初線上經銷商數目	7	7	7	7	6
新增線上經銷商數目	0	0	0	0	0
線上經銷商退出數目	0	0	0	1	0
年／期末線上經銷商數目	<u>7</u>	<u>7</u>	<u>7</u>	<u>6</u>	<u>6</u>

業 務

上文所載線上經銷商指我們於往績記錄期在中國境內的國內經銷商。2025年，我們開始與兩家海外線上經銷商的試行合作，作為我們國際市場拓展的一部分。其中一家獲授權經營面向歐洲及美國客戶的線上店舖，而另外一家獲授權在新加坡進行線上經銷。該等試行安排體現我們在透過授權經銷商探索跨境線上銷售方面的初步措施。

在線上經銷模式下，貨物控制權轉移至經銷商時（交付至指定地點或經銷商選定的運輸工具時）確認收入。付款一般按經銷合約所規定者通過墊款結算或授出最多30日的信用期。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，通過線上經銷模式產生的收入分別為人民幣51.8百萬元、人民幣47.0百萬元、人民幣38.0百萬元、人民幣27.9百萬元及人民幣19.6百萬元，佔我們相關年度／期間總收入的10.3%、9.3%、6.7%、9.8%及6.4%。

所有線上經銷協議為非獨家性協議，根據合約，經銷商須遵守我們的定價政策、視覺營銷標準及品牌定位指引。線上經銷協議的主要條款包括：

- **授權範圍：**我們授權線上經銷商通過電商平台的指定線上店舖專門銷售獲批准的產品。合約禁止跨平台銷售或通過獲批准渠道之外的渠道轉售。
- **銷售定價一致性：**根據合約，線上經銷商須就相同SKU與我們的自有線上直營店維持定價一致性。明確禁止價格傾銷、未經授權的折扣或不一致的促銷定價。
- **最低購買承擔：**經銷商須達成最低年度採購目標，乃按城市等級、門店位置及其他相關因素磋商釐定。倘經銷商連續兩個季度未能達成季度目標，我們有權單方面終止協議而無需承擔任何賠償責任。於往績記錄期內，我們未曾強迫任何經銷商為達成最低購買量而作出過量採購。
- **購買及支付條款：**線上經銷商以買斷模式經營，並須遵守預付款規定。產品按我們官方價格清單所列的經銷商價格供應。經銷商必須在發貨前全額付款。
- **品牌使用及視覺形象：**使用我們的商標、產品圖像及推廣材料必須嚴格遵守我們的品牌指引。未經事先書面同意，經銷商不得使用我們所批准範圍之外的IP。

業 務

- **終止權利：**倘經銷商進行跨平台銷售、侵犯我們的知識產權、連續兩個季度未能達到最低購買目標、或出現有損我們品牌形象的行為，我們保留單方面終止協議的權利。

通過擴大我們在直營店未能有效覆蓋的消費者群體及地區中的品牌數字化佈局，這種模式補充了我們的線上直銷。相較於直銷，經銷模式在允許較少參與經營的同時，通過第三方專業實力實現可拓展的創收能力並增強地區響應能力。

線下經銷

我們與區域線下經銷商合作以擴大我們的零售範圍並觸達我們並未經營直營店的地區的客戶。我們的線下經銷網絡主要以中國新一線、二線及三線城市為目標，並選擇當地專業實力及物流限制可使經銷商模式更加高效的海外市場。來自線下經銷商的收入於交付至經銷商指定承運人後貨品控制權轉移時確認。

截至最後實際可行日期，我們在中國台灣聘請一家線下經銷商（其經營一家線下經銷商門店），並在美國聘請另一家線下經銷商。台灣經銷商獲授權可進行線上線下銷售，但主要透過實體零售店經營，因此就披露而言被分類為線下經銷商。我們在中國內地及台灣的線下經銷商一般經營僅出售我們產品的獨家品牌門店。相反，美國的線下經銷商經營亦上架第三方產品的非獨家零售店。

我們以經銷商為基礎的零售策略特別適合直接經營門店的成本高昂或物流效率低下的地區。與直營店相比，經銷商模式提供可拓展性、本地化的客戶接觸和較低的資本開支。在跨境物流、售後服務及產品本地化都更具挑戰性的海外市場，我們全盤依賴線下經銷商。由於我們的產品為手工藝品、相對較重且附帶特定文化，本地經銷模式允許我們管理運營風險並提高交付效率。在台灣等地區，我們的產品通過獲授權線下經銷商專門銷售，有關經銷商監督零售運作、本地化營銷及基礎的售後支持。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，線下經銷模式產生的收入分別為人民幣76.0百萬元、人民幣74.3百萬元、人民幣79.0百萬元、人民幣45.9百萬元及人民幣35.8百萬元，佔我們相關年度／期間總收入的15.1%、14.7%、13.8%、16.2%及11.6%。

我們的線下經銷模式乃基於限定地區的單經銷商授權。截至2025年6月30日，我們有56家獲授權線下經銷商經營總共63家門店。該等經銷商分佈於華東、華南及華北各地。

業 務

每名經銷商須開設並經營至少一家位於高級購物廣場或文化地標綜合體等客流量高的商業位置的指定實體零售店。門店必須於合約簽訂後90日內開業，開業前須進行檢查以確保符合我們的品牌設計藍圖及運營標準。未獲得事先書面批准，經銷商嚴禁開設其他經銷點或從事線上銷售。任何未經授權的拓展或線上銷售構成重大違約且可能導致即時終止和沒收保證金。

下表載列我們於所示期間線下經銷商變動情況：

	截至12月31日止年度			截至2025年 6月30日止 六個月	2025年6月30日 至最後實際 可行日期
	2022年	2023年	2024年		
年／期初線下經銷商數目	60	68	72	54	53
新增線下經銷商數目	18	12	7	3	0
退出線下經銷商數目	(10)	(8)	(25)	(1)	(2)
年／期末線下經銷商數目	68	72	54	56	51

下表載列我們於所示期間線下經銷商門店的變動：

	截至12月31日止年度			截至2025年 6月30日止 六個月	2025年6月30日 至最後實際 可行日期
	2022年	2023年	2024年		
年／期初線下經銷商門店數目	80	87	77	68	63
新增線下經銷商門店數目	27	20	13	1	0
線下經銷商門店關閉數目	(20)	(30)	(22)	(6)	(0)
年／期末線下經銷商門店數目	87	77	68	63	63

於往績記錄期內，線下經銷商的數量有所減少，體現出我們的渠道戰略正在逐漸調整。

業 務

在中國，線下經銷商通常經營品牌實體店，允許終端客戶親自體驗我們的產品。鑒於我們核心的銅質文創產品的獨特材料性質（包括雕塑重量、氧化深度及表面處理），親自把玩能顯著提高客戶的感知及喜愛度。此外，我們以專門的子品牌進行市場推廣的黃金文創產品新業務線更加適合線下展示，乃由於其收藏品定位，強調工藝和符號價值。因此，經銷商經營的線下門店通過沉浸式的產品展示及文化敘事，幫助我們打造品牌。各線下經銷商獲授權於特定地區經營，且嚴禁其線上銷售我們的產品。線下經銷商如作出任何有關線上銷售，則被視為違反經銷商協議。

經銷商數量於往績記錄期內減少的原因是，經銷商自願退出，且我們根據業務表現及雙方共識選擇性地終止經銷關係。我們選擇性終止與經銷商的合作主要取決於經銷商是否存在以下情況：(i) 未能達到合約規定的年度採購要求；(ii) 從事未經授權的跨渠道銷售；或(iii) 在實體零售店內展示競爭對手的品牌產品，此舉可能削弱我們的品牌形象及銷售表現。我們在合約期滿及與經銷商直接溝通後作出該等調整。自2024年起，我們開始在中國除杭州外的選定城市逐漸建立線下直營店，替代或補充先前的經銷商覆蓋範圍。這種轉變體現出我們在國內市場加強品牌控制、優化客戶體驗及增強經營一致性的長期目標。

未來，我們計劃繼續完善我們的國內經銷商網絡並在優先地區擴大我們的直營零售佈局。我們的國際拓展仍處於早期階段，而我們計劃主要依賴本土線下經銷商以進入新市場及打造品牌知名度基礎。這種以線下經銷商為主的模式令我們能夠高效滲透海外市場，同時實現本地化的零售執行並降低初始的經營開支。

經銷商資格及遴選

我們的線下經銷商網絡包括企業實體及個人創業者。我們綜合考慮財務實力、零售運營經驗、門店位置及品牌價值契合度來評估意向經銷商。儘管我們接受合資格的個人，但我們通常要求以專門的法律實體簽訂協議及履行運營責任。

線下經銷商協議的主要條款

每份線下經銷商協議均為標準化格式且由固定期限（通常為一年，可予重續）的合約規管。主要條款包括：

- **授權地區及門店要求：**每名線下經銷商獲授權在授權城市區域通過至少一家專門的門店銷售我們的產品。門店必須滿足我們的最小面積及設計要求，必須於合約簽訂後90日內開業。

業 務

- **年度購買要求：**線下經銷協議中規定了年度及季度最低購買量。倘線下經銷商未能達成該等目標，我們保留無賠償終止協議的權利。於往績記錄期內，我們未曾強迫任何線下經銷商為達成最低購買量而作出過量採購。
- **定價及銷售政策：**線下經銷商必須遵守我們的全國定價政策。零售價必須與我們官方線上直營店的價格一致。嚴禁未經授權的折扣、漲價或未經事先批准參與商場專屬的促銷。
- **跨地區銷售限制：**線下經銷商禁止進行跨地區銷售或通過電商平台、社交媒體或第三方中介機構線上銷售。違反者將面臨處罰及終止協議。
- **保證金：**經銷商須於合約簽訂後存放可退換保證金。只有在不發生違約且所有賬款已結算的情況下，方會在屆滿或終止後退還保證金。
- **採購及支付條款：**所有產品訂單必須由獲授權人員提交並經書面確認。訂單確認後三日內須全額付款。只接受付款轉賬至我們的指定企業銀行賬戶。
- **售後政策：**我們就質量相關問題提供交付後三個月內的售後支持。倘出現產品缺陷，我們免費提供維修及替換服務。不允許其他理由的退貨或換貨。

經銷商監督及表現管理

我們設有集中經銷商管理團隊，負責審批合作夥伴、監控門店合規、執行定價及展示標準以及審查經銷商表現。經銷商須配合我們的全國營銷安排並參與重大銷售活動，例如節日促銷或產品上市。參與商場專屬的促銷必須獲得事先批准，確保符合產品定位及整體活動策略。

代銷

我們主要與大型電商平台訂立代銷安排，大部分的代銷乃通過京東的自營倉庫模式進行。這種模式涉及將產品直接發貨至京東的自營倉庫，在產品售予終端客戶前由京東管理產品的倉儲與履約。就代銷而言，收入於商品的控制權轉移予終端客戶時確認。我們通常會將商品運送至代銷合作夥伴，但會保留控制權直至商品交付予終端客戶為止。

業 務

除線上平台外，我們約8%的代銷乃通過線下合作夥伴進行，包括精選的旅遊景點及文化機構。這些合作夥伴通常在其場所經營零售櫃台，借此根據代銷條款展示及銷售我們的產品。有關合作關係允許我們無需成立自有店舖便可在高客流文化目的地拓展實體觸點。

於往績記錄期，2022年我們與共計一家線上代銷合作夥伴開展代銷，2023年增至兩家線上代銷合作夥伴。2024年，線上代銷合作夥伴數量增長至三家，而截至2025年6月30日，數量保持在兩家。就線下代銷而言，2022年我們並無任何線下代銷合作夥伴。然而，2023年我們聘請一家線下代銷合作夥伴，2024年數量增加至五家線下代銷合作夥伴。截至2025年6月30日，線下代銷合作夥伴數量保持穩定在五家。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，代銷所得收入分別為人民幣3.5百萬元、人民幣14.1百萬元、人民幣15.9百萬元、人民幣5.0百萬元及人民幣14.4百萬元，佔各年度／期間我們總收入的約0.8%、2.8%、2.8%、1.8%及4.7%。

下表載列於所示期間我們按線上及線下渠道劃分的代銷收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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)	%	人民幣千元	%
線上代銷.....	3,546	100.0	13,990	99.5	14,185	89.1	4,428	88.0	13,176	91.5
線下代銷.....	—	—	69	0.5	1,744	10.9	603	12.0	1,218	8.5
代銷收入總額.....	<u>3,546</u>	<u>100.0</u>	<u>14,059</u>	<u>100.0</u>	<u>15,929</u>	<u>100.0</u>	<u>5,031</u>	<u>100.0</u>	<u>14,394</u>	<u>100.0</u>

我們典型代銷安排的主要條款載列如下：

- **所有權及風險：**在最終向終端客戶銷售及交付前，我們保留庫存的所有權並承擔所有庫存相關風險。
- **倉儲及履約：**代銷合作夥伴負責倉儲、訂單履約、包裝及最後一公里的交付。倘為線上代銷，則產品交付至並存放在平台指定的倉庫。
- **銷售結算：**銷售所得款項定期（通常按月）結算，並根據平台核算的銷售數據計算。結算時扣除平台服務費、推廣開支及就退貨或呆滯庫存協定的任何扣減。

業 務

- **定價及促銷控制：**我們保留決定產品零售價的權利，參與任何促銷活動前必須經我們批准。然而，平台合作夥伴可根據績效指標或平台活動提供建議。
- **退貨及售後支持：**於平台售後期限內退貨的產品根據預先協定的安排重新入庫、折讓或撤銷。根據平台政策，退貨物流成本通常由我們承擔。
- **服務費：**代銷合作夥伴通常就流量投放、倉儲及訂單履約收取標準服務費，一般按商品交易總額的某個百分比（介乎約10%至12%之間）計算。此外，服務費亦可採用直接折讓產品價格的形式，折讓率介乎10%至8%之間。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們就代銷合作夥伴實際產生並確認的服務費分別為人民幣0.5百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣1.2百萬元，截至2025年6月30日止六個月為人民幣0.4百萬元。
- **期限及終止：**協議通常訂為一年期限，經雙方同意後可予重續。任何一方均可通過發出一般為15至30日的事先書面通知終止協議。

內部指引及管理

我們已就代銷運營實施內部指引以確保定價一致性、品牌定位及庫存準確性，包括：

- 標準化SKU單品定價授權機制；
- 我們的ERP系統與平台數據界面之間的庫存對賬方案；
- 指定客戶經理監督平台運營並協調產品促銷安排。

社交媒體及內容營銷

我們積極利用各種社交媒體平台作為我們品牌打造及銷售策略不可分割的一部分。除我們在抖音上已建立的佈局外，我們在小紅書及微信上運營官方賬號，使我們能夠與大範圍消費者人群互動。

我們的內容涵蓋多種形式，包括手藝人作坊鏡頭記錄、分步驟工藝教程、劇本文化短劇、幕後設計故事及精彩直播回放。自2020年開通抖音官方賬號以來，我們已創作3,400多條短視頻，通過傳統銅工藝與創意敘事手法相融合，同時引發注重傳承的群體和年輕受眾的共鳴。我們的創始人俞先生持續積極參與內容創作，不時出鏡短視頻，為我們的品牌敘事帶來真實及人性化的聲音。

業 務

我們設有專門的內部主播團隊，有關主播均為已與我們簽訂勞動合同的全職僱員。彼等的薪酬包括基礎薪資和基於銷售額的佣金。我們已建立結構化的關鍵績效指標制度，用於內部主播績效管理，其中包括月度及年度銷售額目標、基於達成等級的個人佣金率和超過團隊銷售額目標時的額外獎勵。每半年評估是否達成關鍵績效基準，而獎金發放與個人貢獻及部門整體成就掛鉤。

我們主要依賴內部主播開展內容營銷及銷售。我們的內部團隊接受系統化培訓，培訓不僅有關產品知識及銷售技巧，還有關傳達我們產品的文化敘事、工藝價值及象徵價值。

為確保內容投資的高回報，我們依賴強大的內部策劃及數據驅動的迭代。我們的社交媒體團隊管理內容全生命週期，確保所有創作產出符合我們的品牌調性、產品策略及客戶洞察。關鍵績效指標包括完播率、轉化率及漲粉數量。我們收集每個平台每次活動的績效數據，直接反饋給我們的月度內容評估機制。

品牌活動

我們已採取多層面的品牌宣傳戰略，通過文化敘事、數字化活躍度及沉浸式體驗三管齊下提高我們的市場佔有率及加深消費者參與度。我們的舉措涵蓋直播、跨界合作、高影響力活動、參與行業活動及積極參與線下活動。

文化直播及敘事內容

我們的品牌活動策略以視頻及直播內容為敘事及受眾互動的關鍵載體。我們定期開展以產品展示為主的直播，直播過程中我們的內部主播會解釋所展示產品的文化寓意、歷史由來或設計靈感。主播通常身著古風服飾、身處古風背景，以增強產品的主題連貫性，創造文化氛圍豐富的沉浸式購物體驗。

除直播外，我們為不同平台及不同偏好的觀眾量身打造各種各樣的原創視頻內容，包括記錄失蠟鑄銅法等傳統技法的科普類微電影，由於所需條件特殊，該等電影全程在我們的工坊環境拍攝。我們亦製作文化主題創新視頻，包括經典故事的喜劇翻拍（例如大聖故事系列）以及快節奏的搞笑短視頻。

品牌聯名及跨界合作

我們已與博物館、文化機構及專業媒體達成戰略合作以擴大我們的品牌佈局及豐富我們的產品敘事。例如，我們共同策劃了以中國遺產及標誌性文物為主題的直播及產品活動，通過當代設計鏡頭展示有關遺產及文物。我們亦與多名知名演員、達人主播及網紅合作，支持重點活動並宣傳我們的藝術價值觀和文化自豪感。

業 務

新穎營銷及媒體高光時刻

若干里程碑活動對我們品牌形象的打造起到關鍵作用。於2015年，我們的第一部品牌紀錄片《久煉成器，造化入銅》在線上獲得廣泛關注。於2016年，我們通過短片及眾籌推出以美猴王為靈感啟發的原創IP系列，收穫廣泛的媒體及社會關注，創下銅藝術品通過線上眾籌的全國銷售記錄。

銷售季節性

我們的收入存在季節性波動，主要受各大電商促銷活動及中國傳統送禮場合的推動。特別是6月的「618購物節」及11月的「雙11購物節」以及12月的「雙十二」等線上購物節，由於促銷力度加大、全平台流量激增以及消費者參與度提高，持續產生大量訂單。

傳統節日亦是影響季節性需求的關鍵因素。第一季度通常得益於新年及春節期間，該等期間是個人及企業送禮的高峰期。第四季度包括國慶黃金週及中秋節。

因此，我們的收入一般在每年的第一季度和第四季度達到高峰。故此，收入及盈利能力的同期比較可能無法反映全年趨勢。

客戶

主要客戶

在所有銷售渠道中，我們的線上旗艦店佔我們總收入的最大比例。此渠道的客戶主要為在我們的線上旗艦店進行零散消費的個人客戶。該等客戶雖然規模零散，但整體上是我們業務的主要收入基礎。除直接零售客戶外，我們的主要客戶亦包括經銷商及代銷合作夥伴。

截至2022年12月31日止年度，我們來自最大客戶的收入佔總收入的約4.5%，而五大客戶的合計收入佔總收入的約10.2%。

截至2023年12月31日止年度，我們來自最大客戶的收入佔總收入的約3.6%，而五大客戶的合計收入佔總收入的約9.3%。

截至2024年12月31日止年度，我們來自最大客戶的收入佔總收入的約2.4%，而五大客戶的合計收入佔總收入的約9.0%。

業 務

截至2025年6月30日止六個月，我們來自最大客戶的收入佔總收入的3.7%，而五大客戶貢獻合計約9.6%。

我們的經銷商包括線上和線下渠道合作夥伴。線上經銷商主要在淘寶、京東等主要電商平台經營店鋪，借此他們向我們購買產品以供轉售予終端消費者。另一方面，線下經銷商一般為通過實體店轉售我們產品的區域交易商或零售合作夥伴。請參閱本文件「一 銷售及營銷－經銷」一節以了解進一步詳情。此外，若干主要電商平台採用代銷模式運營，借此模式平台將我們的產品直接上架並銷售予消費者，我們確認扣除平台佣金及營銷費用後收入。請參閱本文件「一 銷售及營銷－代銷」一節以了解進一步詳情。

下表載列於往績記錄期各年度／期間五大客戶的詳情：

截至2022年12月31日止年度

客戶	客戶類型	客戶背景	信用期	付款方式	關係年限	收入 人民幣千元	佔總收入 百分比 %
客戶A.....	線上經銷商	在淘寶平台經營 一家品牌店鋪	不適用	銀行轉賬	5	22,524	4.5
客戶B.....	線上經銷商	在京東平台經營 線上經銷店	不適用	銀行轉賬	5	11,625	2.3
客戶C.....	線下經銷商	在台灣從事線下 零售經銷	60日	銀行轉賬	5	7,195	1.4
客戶D.....	線上經銷商	在淘寶上經營的 個體經銷商	不適用	銀行轉賬	5	5,587	1.1
客戶E.....	線上經銷商	在淘寶平台經營 一家品牌店鋪	不適用	銀行轉賬	5	4,629	0.9
小計						51,560	10.2

業 務

截至2023年12月31日止年度

客戶	客戶類型	客戶背景	信用期	付款方式	關係年限	收入 人民幣千元	佔總收入 百分比 %
客戶A.....	線上經銷商	在淘寶平台經營一家品牌店舖	不適用	銀行轉賬	5	18,385	3.6
客戶B.....	線上經銷商	在京東平台經營線上經銷店	不適用	銀行轉賬	5	11,135	2.2
客戶D.....	線上經銷商	在淘寶上經營的個體經銷商	不適用	銀行轉賬	5	7,289	1.4
客戶C.....	線下經銷商	在台灣從事線下零售經銷	60日	銀行轉賬	5	5,868	1.2
客戶F.....	線下經銷商	位於煙台及淄博(山東省)的區域線下經銷商	不適用	銀行轉賬	5	4,567	0.9
小計						47,244	9.3

業 務

截至2024年12月31日止年度

客戶	客戶類型	客戶背景	信用期	付款方式	關係年限	收入	佔總收入 百分比
						人民幣千元	%
客戶G.....	代銷	在京東平台以代 銷模式經營	不適用	銀行轉賬	1	13,614	2.4
客戶A.....	線上經銷商	在淘寶平台經營 一家品牌店舖	不適用	銀行轉賬	5	13,412	2.3
客戶B.....	線上經銷商	在京東平台經營 線上經銷店	不適用	銀行轉賬	5	11,384	2.0
客戶C.....	線下經銷商	在台灣從事線下 零售經銷	60日	銀行轉賬	5	6,624	1.2
北京成卓基業科技 發展有限公司 (「北京成卓」)....	線下經銷商	在北京市朝陽區 及海淀區經營的 線下零售經銷商	不適用	銀行轉賬	5	6,421	1.1
小計						51,455	9.0

業 務

截至2025年6月30日止六個月

客戶	客戶類型	客戶背景	信用期	付款方式	關係年限	收入 人民幣千元	佔總收入 百分比 %
客戶G.....	代銷	在京東平台以 代銷模式經營	不適用	銀行轉賬	1	11,529	3.7
客戶A.....	線上經銷商	在淘寶平台經營 一家品牌店舖	不適用	銀行轉賬	5	6,504	2.1
客戶B.....	線上經銷商	在京東平台經營 一家品牌店舖	不適用	銀行轉賬	5	4,867	1.6
客戶C.....	線下經銷商	在台灣從事線下 零售經銷	60日	銀行轉賬	5	3,360	1.1
北京成卓.....	線下經銷商	在北京市朝陽區及 海淀區經營的 線下零售經銷商	不適用	銀行轉賬	5	3,343	1.1
小計						29,603	9.6

鑒於我們絕大部分收入來自線上旗艦店，客戶以個人終端消費者為主。另一方面，我們的主要客戶主要包括少量以批發形式採購或作為零售中介的經銷商及代銷合作夥伴。除客戶G（其與一家上市電商平台集團有關聯）外，我們於往績記錄期各年度／期間的五大客戶均為私營公司或個人。於往績記錄期各年度／期間的五大客戶中：

- 客戶G為一家與公眾上市電商平台集團有關聯的代銷合作夥伴，採用電商自營模式。由於通過平台系統實時結算，故不設信用期。

業 務

- 客戶A、客戶B、客戶D及客戶E為線上經銷商，於淘寶或京東等電商平台經營品牌或個人店鋪。由於此類線上經銷商總數較少，部分交易對手方因相對規模躋身往績記錄期各年度／期間的前五之列。該等客戶均為私營實體或個人，根據標準安排不獲授予信用期。對於經銷商，我們一般要求款到發貨，僅在全額收款後安排出貨。
- 客戶C是我們在台灣的長期線下經銷商。因其獨家負責台灣地區銷售，採購量相對高於其他線下合作夥伴。鑒於屬跨境客戶，根據海外銷售政策，我們向其提供60日的信用期。

據我們董事所知悉，於往績記錄期各年度／期間，概無董事、其緊密聯繫人或任何股東（於緊隨[編纂]完成後持有本公司已發行股本超過5%）於我們的任何五大客戶中擁有任何權益。

客戶留存與會員計劃

客戶滿意度及參與度是我們品牌理念的核心。我們已建立結構化的流程，通過多個觸點（包括電商平台、社交媒體、線下門店及售後渠道）收集、監控及回應客戶的反饋意見。我們的客戶服務團隊目標是於24小時內回應查詢，未解決的案例升級上報高級管理層。該等反饋機制幫助我們持續完善產品質量、服務體驗及設計方向。

我們已培養出一個高參與度的客戶社區，以「銅粉」著稱，我們以「銅粉」指代已購買我們產品的所有終端客戶。儘管我們目前並未運作一個正式的會員等級制或積分制會員計劃，但銅粉社區自發地發展成為一個忠誠且活躍的客戶群，在我們的品牌敘事中扮演積極角色。

為加深我們與銅粉的聯繫，我們組織一系列品牌活動，最著名的是年度「銅粉節」。銅粉節於2017年推出，每年5月舉行，已發展成為我們標誌性的消費者面對面活動。其將推廣激勵與社區參與度結合，包括限量版禮品、等級購買額獎勵及獨家紀念商品。於2024年，為慶祝我們的十週年，銅粉節舉行多級獎勵計劃，購買額超過特定門檻的客戶獲得青銅、白銀及黃金紀念獎章，還有服飾、公仔及定制藝術品等主題贈品。除推廣外，銅粉節還充當文化參與平台，在直營零售地點設置互動性店內體驗、主題展示及產品上新展示。該等活動培養收藏者的社區感，允許客戶親身體驗我們的品牌歷史。

業 務

此外，我們通過專門的微信群與部分銅粉社區維持活躍溝通，我們通過微信群定期分享有關新品上市、品牌活動及促銷活動的信息。通過該等舉措，我們已打造強大且可持續的以文化聯結的消費者社區，有關消費者通過重複購買及作為品牌擁護者助力我們的內涵式增長。

退換貨政策

我們的售後政策清晰靈活、以客戶為中心，旨在加強消費者信賴度及滿意度。儘管我們的標準書面政策規定缺陷產品應於簽收後15日內進行退換貨，但實際上我們的做法更加親民。於往績記錄期內，我們一直提供長於官方窗口期的售後維修及維護服務，取決於問題性質及維修可行性。大多數維修是作為口碑服務免費提供，除非需進行重大材料替換。

如欲發起退貨或維修請求，客戶須通過指定的服務渠道提交證明資料。核實後，我們將安排產品收取、評估及服務方案。對於不涉及產品缺陷的隨意退貨，退貨運費一般由客戶承擔。

第三方付款安排

第三方付款安排的背景

於2022年1月1日至2023年2月14日期間（「**有關期間**」），我們通過並非由相關買賣協議的訂約方持有的銀行賬戶自第三方（代表少量個體經銷商）收取付款（「**第三方付款安排**」）。該等安排主要由個體經銷商為營運便利而提出，指定第三方付款人通常為有關經銷商的法定代表人、配偶或家庭成員。

於截至2022年及2023年12月31日止年度，我們已分別自四家及兩家經銷商收到第三方付款，總計約為人民幣11.3百萬元及人民幣6,000元，約佔各年度總收入的2.3%及0.001%。於截至2024年12月31日止年度或直至最後實際可行日期，我們並無收到任何第三方付款。該等事件相互獨立、規模有限，且並不代表我們經銷商網絡內的任何系統性或經常性行為。於有關期間，我們已根據內部會計政策及適用稅收法規將所有有關付款正式入賬。

業 務

整改措施及加強內部控制

於2022年發現有關安排後，我們立即採取措施整改及預防第三方付款安排的進一步發生。具體而言，於2022年8月，我們開始整改並修訂和重新簽立與全部現有經銷商的經銷協議（於2023年1月完成重新簽立），修訂後的經銷商協議模板明確禁止第三方支付安排。自2023年2月14日起，我們：

- 不再自並非由訂約經銷商持有的賬戶接收付款；
- 加強內部協議，要求財務團隊拒絕不匹配的付款並根據註冊經銷商的記錄驗證所有付款指示；
- 於有關部門開展內部培訓，以提高意識及遵守更新後的政策。

法律及合規評估

根據我們中國法律顧問的意見，鑒於上述：(i)上述第三方付款並未違反當前適用中國法律法規的任何強制性或禁止性規定；(ii)我們須負責將根據第三方付款安排作出的付款退還予有關經銷商及其指定第三方的風險被視為甚微；(iii)考慮到有關期間主管部門向我們發出的書面合規確認，以及我們於往績記錄期並未因第三方付款而遭受中國人民銀行（「中國人民銀行」）有關分行的調查或處罰，我們被視為犯下洗錢罪行的風險亦被視為甚微。

我們的內部控制顧問已對有關[編纂]的內部控制系統進行了全面審查，審查涵蓋2024年2月至2025年1月期間。根據2025年3月所執行的程序，我們的內部控制顧問建議加強我們的《貨幣資金管理制度》。2025年4月進行了後續審查，基於選定樣本及協定工作範圍，並未發現進一步缺陷。

根據弗若斯特沙利文的資料，經銷商（尤其小規模經銷商）通常通過三方付款人結算其公司交易，以提高便利性及效率。

基於上文所述及經作出一切合理查詢，董事確認，過往第三方付款安排並無且將不會對我們的業務營運、財務狀況或內部控制系統造成任何重大不利影響。

業 務

供應商

我們的供應商主要包括中國的金屬原材料、輔助鑄材供應商以及提供線上銷售和營銷基礎設施的電商平台。我們從國內供應商採購用於失蠟鑄銅工藝流程的關鍵金屬投入品，如電解銅、鋅錠和各種銅合金。此外，我們還採購用於制殼和備模的輔助材料，如鑄粉及相關物資。截至2025年6月30日，我們與中國500多家供應商保持長期合作關係。

主要供應商

截至2022年12月31日止年度，應付最大供應商的採購成本佔總採購成本的約10.0%，而應付五大供應商的合計採購成本佔總採購成本的約29.0%。

截至2023年12月31日止年度，應付最大供應商的採購成本佔總採購成本的約11.6%，而應付五大供應商的合計採購成本佔總採購成本的約37.6%。

截至2024年12月31日止年度，應付最大供應商的採購成本佔總採購成本的約10.9%，而應付五大供應商的合計採購成本佔總採購成本的約35.3%。

截至2025年6月30日止六個月，應付最大供應商的採購成本佔總採購成本的約7.3%，而應付五大供應商的合計採購成本佔總採購成本的約33.7%。

鑒於我們的銷售額主要通過線上渠道，尤其是通過主要電商平台上的直營店產生，我們與領先平台合作，以支持我們的直銷業務。根據這些安排，我們按照標準協議支付佣金、營銷與流量服務費用。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，我們來自供應商A及供應商C（定義見下文）的固定佣金費用約佔相關交易額的4.6%至5.6%。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，我們來自供應商A及供應商C（定義見下文）的營銷與流量服務費用約佔相關交易額的3.8%至6.2%。因此，這些電商平台就其提供付費營銷和平台服務而被確認為供應商。有關該等協議主要條款的詳情，請參閱「業務－銷售及營銷－直銷－線上直銷」。

業 務

下表載列於往績記錄期各年度／期間五大供應商的詳情：

截至2022年12月31日止年度

供應商	採購類型	供應商背景	信用期	付款方式	關係年限	我們的 採購額 人民幣千元	佔總採購額 百分比 %
江陰嘉世傑貿易 有限公司.....	金屬原材料	位於中國的電解銅 和鋅錠供應商	不適用	銀行轉賬	5	23,277	10.0
供應商A.....	電商推廣費	天貓電商平台運 營商	不適用	銀行轉賬	12	18,716	8.1
新茂集團 ¹	金屬原材料	位於中國的電解銅 和鋅錠供應商	不適用	銀行轉賬	3	12,345	5.3
供應商B.....	金屬原材料	位於中國的電解銅 供應商	不適用	銀行轉賬	3	6,814	2.9
上海天申銅業集團 有限公司.....	金屬原材料	位於中國的黃銅 板供應商	15日	銀行轉賬	7	6,268	2.7
小計						67,420	29.0

附註(1)：「新茂集團」指杭州新茂金屬材料有限公司及杭州力能堅機械有限公司的統稱，兩家公司受共同控制且就披露而言已予合併計算。

業 務

截至2023年12月31日止年度

供應商	採購類型	供應商背景	信用期	付款方式	關係年限	我們的 採購額 人民幣千元	佔總採購額 百分比 %
新茂集團.....	金屬原材料	位於中國的電解銅 和鋅錠供應商	不適用	銀行轉賬	3	24,462	11.6
江西譽馳貿易 有限公司 (「江西譽馳」)....	金屬原材料	位於中國的黃銅、 青銅和紅銅礫 供應商	不適用	銀行轉賬	3	21,728	10.3
供應商A.....	電商推廣費	天貓電商平台 運營商	不適用	銀行轉賬	12	17,249	8.2
梅州市旭昌首飾 有限公司.....	金屬原材料	位於中國的黃銅 合金供應商	30日	銀行轉賬	2	8,000	3.8
廣州市泓景首飾鑄造 材料有限公司....	耗材(鑄粉)	位於中國的鑄粉 供應商	60日	銀行轉賬	4	7,871	3.7
小計						<u>79,310</u>	<u>37.6</u>

業 務

截至2024年12月31日止年度

供應商	採購類型	供應商背景	信用期	付款方式	關係年限	我們的 採購額 人民幣千元	佔總採購額 百分比 %
新茂集團.....	金屬原材料	位於中國的電解銅 和鋅錠供應商	不適用	銀行轉賬	3	28,190	10.9
江西譽馳.....	金屬原材料	位於中國的黃銅、 青銅和紅銅礫 供應商	30日	銀行轉賬	3	26,233	10.2
供應商A.....	電商推廣費	天貓電商平台運 營商	不適用	銀行轉賬	12	18,827	7.3
廣州市泓景首飾鑄造 材料有限公司....	耗材(鑄粉)	位於中國的鑄粉 供應商	60日	銀行轉賬	4	10,484	4.1
供應商C.....	電商推廣費	京東平台服務 供應商	不適用	銀行轉賬	5	7,128	2.8
小計						90,862	35.3

業 務

截至2025年6月30日止六個月

供應商	採購類型	供應商背景	信用期	付款方式	關係年限	我們的 採購額 人民幣千元	佔總採購額 百分比 %
供應商A	電商推廣費	天貓電商平台 運營商	不適用	銀行轉賬	12	11,611	7.3
江西譽馳	金屬原材料	位於中國的黃銅、 青銅和紅銅礫 供應商	30日	銀行轉賬	3	11,512	7.2
供應商D	原材料(銅坯)	位於中國的銅坯 供應商	30日	銀行轉賬	2	11,151	7.0
新茂集團	金屬原材料	位於中國的電解銅 和鋅錠供應商	不適用	銀行轉賬	3	10,071	6.3
供應商E	金屬原材料	位於中國的黃金 供應商	不適用	銀行轉賬	1	9,333	5.9
小計						53,678	33.7

在我們的電商平台供應商中，供應商A與供應商C是我們的兩大合作夥伴。我們根據標準化合作安排，在這些平台上為我們的品牌（包括銅師傅、太銅及歡喜小將）經營線上旗艦店。根據與供應商A的協議，我們按交易總額的百分比支付固定佣金費用（就各交易實時扣減）。佣金率視乎產品類別與店鋪類型而異，通常介乎2%至5%之間。我們亦支付年度技術服務費，有關費用根據店鋪級別而不同，按相關服務協議條款收取。此外，我們購買線上廣告及推廣服務（包括關鍵字競價、流量套餐及季節性購物節等促銷活動），按固定預算或績效基準計費。該等費用透過平台商戶系統結算並根據其公布的結算規則定期對賬。

就供應商C而言，我們在其開放平台經營商家店鋪。每筆交易實時扣除佣金，適用費率按產品類別劃分並公示於平台商戶門戶。例如，銅質產品的佣金率通常為5%。我們亦購買增值服務（含流量工具、推薦展示位及履約支援），該等服務可能根據服務類別按固定費用或效果付費模式計價。結算流程依合作協議規定透過平台商戶後台系統定期執行。

業 務

我們的主要供應商主要分為兩類：(i)電商平台，我們向其購買網店營運服務，及(ii)原材料及部件供應商，為生產流程提供電解銅、黃銅合金及鑄造材料等關鍵物料。

供應商A與供應商C為與兩大電商集團有關聯的平台服務供應商，為我們的直營旗艦店提供交易基礎設施、促銷服務及廣告投放服務。支付予該等供應商的佣金及推廣費用將根據實際交易量或活動參與情況實時扣除。因此，該等平台運營商不提供信用期，相關費用均通過其後台系統以自動或定期對賬方式結算。

其餘主要供應商為從事銅原料、鑄粉及珠寶級金屬部件供應的私營企業。該等供應商通常屬中小型經營規模，多數與我們保持多年合作關係。我們與該等對手方簽訂標準框架採購協議，明確採購程序、產品規格、質量標準、交貨條款及結算機制。於往績記錄期，該等供應商一般會向我們授出信用期，根據供應商及產品類別，一般信用期為15至60天不等。

與主要供應商協議之重點條款

於往績記錄期，我們的主要供應商包括(i)電商平台供應商，及(ii)原材料及部件供應商。有關我們與電商平台供應商（供應商A及供應商C）合作之重點條款，請參閱「業務－銷售及營銷－直銷－線上直銷」。就我們的原材料及部件供應商（如供應商B、供應商D及供應商E）而言，我們通常簽訂採用標準格式及商業慣例的簡式框架採購協議。該等協議一般為非獨家，其關鍵條款包括以下內容：

- 範圍與期限：協議涵蓋指定類別的銅、合金或其他材料，固定期限為一至兩年並附有續約條款。
- 訂單機制：根據實際生產需求通過滾動採購訂單進行採購，不設具約束力的最低採購義務。
- 定價：單價按下達每個訂單時的報價或經協商確定，並可根據原材料市場波動調整。
- 付款條款：通常基於歷史合作情況給予我們15至60日的信用期。
- 交付與驗收：供應商須交付至我們指定場所，我們有權在收貨檢驗後拒收或退回不符合規格之貨品。
- 質量保證：供應商承諾產品符合約定規格，並對驗收或使用過程中發現的質量缺陷承擔責任。

業 務

重疊客戶與供應商

於往績記錄期，我們曾出現一例客戶與供應商重疊的情況，雖然合約訂立方不同，但最終均由同一電商平台集團控制。供應商C為我們在其開放平台經營的線上旗艦店之平台服務供應商。我們向供應商C採購交易處理、店鋪維護及推廣工具等平台服務。另一方面，客戶G為同一集團內的代銷合作夥伴，通過其直營電商零售店經銷我們的產品。根據此代銷安排，客戶G將我們的產品上架銷售予終端消費者，並在扣除約定服務佣金後將款項匯予我們。

與供應商C的交易作為銷售及分銷費用入賬，而與客戶G的交易則按代銷模式確認為收入。於往績記錄期，我們向供應商C的採購金額截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月分別約為人民幣4.7百萬元、人民幣6.8百萬元、人民幣7.1百萬元、人民幣4.3百萬元及人民幣4.5百萬元，分別佔各年度／期間總採購成本約2.0%、3.2%、2.8%、3.2%及2.8%。同時，相應年度／期間來自客戶G的收入分別約為人民幣3.6百萬元、人民幣4.2百萬元、人民幣13.6百萬元、人民幣4.4百萬元及人民幣11.5百萬元，分別佔各年度／期間總收入約0.7%、0.8%、2.4%、1.6%及3.7%。

所涉合約訂立方屬同一集團內不同法律實體，概無在此等重疊安排中發現有利益衝突或優待情況。董事確認，該等交易均為按正常商業條款於日常業務過程中訂立。

據我們董事所知悉，於往績記錄期各年度／期間，概無董事、其緊密聯繫人或任何股東（於緊隨[編纂]完成後持有本公司已發行股本超過5%）於我們的任何五大供應商中擁有任何權益。

供應商選擇及管理

我們的供應商選擇流程通常涉及多個階段。我們根據兩個主要標準優先選擇供應商：產品質量和價格競爭力。除了該等基本條件外，我們還會評估其滿足我們生產需求的能力、訂單響應速度以及長期戰略契合度。

對於所有選定的供應商，我們會簽訂框架協議，概述一般合作條款。具體產品採購則通過採購訂單執行，質量標準通常以批准的樣品為準。合同協議定義了關鍵條款，如付款週期、交貨時間表及爭議解決機制。倘發生不可預見的情況，雙方會本著誠信原則協商解決方案，以確保合作的穩定性。

業 務

我們與關鍵供應商保持長期關係，同時定期根據定價、質量和及時交貨情況評估其表現。我們的供應商數據庫會不斷更新，表現不佳的供應商將接受審查並可能被替換。我們的採購主要包括原材料和委託生產，兩者均遵循不同的管理協議。這令我們得以在維持靈活性的同時確保高標準。

我們制定了一套嚴格的供應商資格要求，如「三合一」證書。該證書是一份綜合性的監管認證，集營業執照、組織機構代碼證及稅務登記證於一體。此文件對於評估供應商的營運合法性至關重要，並確保其遵守適用法律。「三合一」證書是供應商入選及管理的基礎文件，用於驗證其營運範圍、合法性以及對國家監管標準的遵守情況。

此外，為達成我們的ESG目標，我們要求供應商證明完全符合環境標準。供應商必須提供相關的環境認證，包括但不限於排放控制及資源回收政策。例如，對於提供金屬的供應商，我們強調其致力於減少碳排放並採取符合我們環境目標的可持續發展實務。這些標準已納入我們的採購中心指南，以確保每位合作夥伴都符合嚴格的可持續發展及道德標準。具體而言，對於生產過程（包括銅澆鑄及精加工）可能對環境造成較大影響的金屬供應商，我們會實施額外的ESG審計。這些審計評估能源效率、用水量、廢棄物管理及排放控制等環境政策。我們會評估供應商在資源節約實務上的執行情況，確保其符合我們的可持續發展目標。在採購策略中，我們會優先選擇位於我們生產設施附近的供應商，以支持當地經濟發展並最大限度地減少運輸相關的碳排放量。

此外，我們也會優先選擇位於我們設施附近的供應商，特別是建德市的供應商，以減少碳排放並支持當地經濟發展。這項強調「就近供應商」的策略，確保了我們的供應鏈既可持續又高效。

除標準採購規章外，我們實行嚴格的內部控制及定期審計以監控供應商表現。我們的採購員工定期審查供應商基礎並尋求在不影響質量的情況下降低成本的機會。我們還鼓勵開發新的供應商以助優化採購成本。為加強我們的內部控制及預防供應鏈中斷，我們已制定全面措施，包括定期表現評估及制定應急計劃。這些措施有助於盡可能降低供應鏈風險並確保我們的採購活動符合業務目標及可持續發展標準。

物流與庫存管理

我們運營自有倉庫以維持對儲存、派件及庫存流程的完全控制。我們的杭州設施總面積約為155,626平方米，其中，我們擁有並運營一個倉庫。該倉庫是我們的主要物流樞紐，支持線

業 務

上線下銷售渠道的全國訂單履約。除我們的自有倉庫外，我們的庫存還包括存放在第三方平台經營的倉庫的貨物（主要是京東等電商平台代銷安排下的貨物）及存放在我們自營線下門店附屬小型儲存區的產品。該等補充性的倉庫主要用於最後一公里配送、日常零售補貨及促銷活動。

就會計目的而言，庫存包括原材料、在製品、製成品及持作出售或日常業務過程中使用的在途貨品。存放在第三方倉庫及零售點的庫存亦確認為庫存結餘的一部分，前提是我們已保留所有權風險及回報。

我們的倉庫按標準化運營框架管理，包括明確的入庫及出庫程序、按產品類型分類存放、常規庫存週期清點、及基於條形碼的庫存追蹤系統。我們通過ERP系統監控所有庫存變動，從而能夠實時查看和及時補貨。我們為倉庫人員提供有關安全處理及手工易碎品存放的培訓，確保產品完好無損。

所有物流及運輸職能委託予第三方服務提供商。根據年度框架協議，我們與若干知名物流公司合作，涵蓋全國交付服務、退貨物流及大宗訂單或企業訂單的專屬配送。該等協議通常載明交付時間、客戶服務響應和基於發運貨物申報價值的運輸損失或損壞賠償等履約責任。

庫存管理

我們的庫存主要包括存放在杭州倉庫的製成品、在製品以及原材料和耗材。我們採取主動的庫存規劃策略，其中考慮銷售季節性、促銷週期及產品發佈時間表。庫存規劃由我們的運營、營銷及財務團隊共同管理，我們會根據歷史周轉數據、營銷日曆表及產能進行定期審視。

我們會在「618」及「雙十一」等重大購物節和包括春節及中秋節在內的主要文化送禮期間之前主動調整庫存水平。於往績記錄期，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，我們的庫存周轉天數分別為107天、119天、119天及128天。

我們定期進行庫存清點及系統對賬程序以維持庫存準確性。庫存按產品類型及貨齡分類，每月進行現場審計，庫存差異上報總部。

安全生產

我們毋須遵守《安全生產許可證條例》的安全生產許可證規定，原因是我們的主要業務活動不屬於必須取得此類許可證的企業類別，包括採礦、建築以及危險化學品或爆炸物品生產。

業 務

我們已獲得杭州市應急管理局頒發的安全生產標準化三級企業證書，有效期至2028年3月。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們一直遵守適用的國家和地方安全生產法律法規。我們並無就安全生產事宜而受到任何行政處罰，同年／期亦無發生任何分類為生產安全事故的工作相關事故。

安全管理體系

我們高度重視工作場所安全，並根據《中華人民共和國安全生產法》、《消防法》及其他相關法規建立全面的安全生產管理體系。

我們的安全框架的關鍵部分包括：

- 指定各部門的安全職責，並建立分級責任結構，確保全體員工履行其安全職責。
- 每週對生產車間進行安全檢查，節假日前加強檢查。
- 每天對防護設備的使用、機器操作進行操作安全檢查及落實安全責任。
- 每三年對主要危險源進行一次評估和登記，且負責單位定期進行巡邏及記錄。

安全培訓與意識

我們為新入職及在職員工提供系統的安全培訓計劃。所有新員工上崗前接受涵蓋職業危害、個人防護裝備（「**個人防護裝備**」）使用、消防疏散、化學品處置及事故報告程序等核心事項的安全培訓。所有員工每年須接受複訓並輔以提供場景演練及可視化材料。

通過考勤記錄與定期評估監控培訓效果，個人防護裝備發放記錄存檔並對其合規性進行審計。培訓照片、記錄及安全警示張貼於各生產大樓的顯眼位置。

我們相信，培養安全意識對長期卓越運營至關重要，我們將持續致力於不斷改善我們的制度、設施和培訓，為所有員工提供安全可靠的工作環境。

業 務

危險化學品管理

我們在運營過程中採購、儲存及使用磷酸、二氯甲烷、甲苯、乙酸乙酯、乙酸丁酯等多種危險化學品和其他揮發性化合物。我們已設立前體化學品管理小組負責管理採購、存貨控制及使用追蹤。危險化學品存放於配備通風系統、防洩漏區及門禁管理的專用庫房。

我們已採用危險化學品專項內部應急預案及制定《化學品事故應急預案》。一旦發生事故，相關程序包括現場疏散、污染源控制、污染防控以及通報監管部門和緊急服務部門。每起事故均按《事故報告與調查制度》啟動內部根本原因審查程序。

職業健康及疾病防控

我們委託第三方合資格檢測機構定期對所有重點車間及工序開展職業危害評估。評估重點是參照國家職業接觸限值，監測車間的粉塵、煙霧、蒸汽、噪音、高溫等物理及化學因素，並要求對已確定的風險區域配備防護基礎設施和裝備。

我們對高風險崗位員工實施崗前、在崗及離崗健康檢查，存置個人防護裝備發放與使用台賬，所有高暴露崗位配備口罩、護目鏡、耳塞及手套等適當的個人防護裝備，並於員工入職時提供相關培訓。

安全事故報告與應急響應

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們保持良好的安全記錄，實現零重大安全生產事故及零安全生產處罰。

我們維持一個清晰且結構化的框架，用於報告、調查及處理工作場所的安全事故，包括火災、設備故障、化學品洩漏及工傷事故。我們的指定應急響應團隊負責管理此類事件，並定期進行演習，以加強準備，確保響應迅速、協調。

發生事故時，我們會啟動正式內部調查，由受過訓練的人員帶領。我們遵循一套標準化規程，旨在確保全面問責、有效解決問題及組織學習。具體而言，我們會：(i)確定責任人或責任流程，(ii)分析根本原因以了解事故發生的過程及原因，(iii)實施糾正措施以防止事故再次發生，及(iv)總結並在相關團隊之間分享經驗教訓，以促進持續的安全意識。我們亦將所有事件及結果記錄在中央安全管理檔案中，以便追蹤動向、監控後續行動的實施情況，並持續改進我們的安全系統。

業 務

知識產權

我們將知識產權視為品牌權益及產品競爭力的重要組成部分。我們的知識產權組合包括自主開發的產品設計、專有視覺圖案、獨特藝術創作、生產技術及商標。為保障我們的創意資產及經營權，我們採取了雙軌IP戰略，在強調原創內容開發的同時，選擇性地參與IP授權安排。

自研IP

我們的自研IP是我們品牌的文化及戰略基礎。這些IP由我們的產品創作團隊、文化研究人員及雕塑藝術家通過跨職能合作進行內部構思和開發。每個IP均體現了來源於中國神話、民間傳說、象徵主義或歷史敘事的獨特主題身份。

我們實施了內部協議，以記錄創作過程、註冊相關版權及設計權，並定期監察市場上的潛在侵權行為。截至2025年6月30日，我們已獲得1,677項藝術著作權、246項外觀設計專利、12項實用新型專利、九項軟件版權及三項發明專利。我們計劃繼續投資於原創IP的保護和開發，這是我們長期戰略的一部分。

IP授權安排

除了自研IP外，我們還與精選第三方IP授權方合作，以拓闊我們的產品組合，利用現有的粉絲群體，並為我們的產品線帶來更多元的文化主題。這些授權安排使我們能夠通過獨特的審美和工藝重新詮釋流行角色和故事。

我們通常與知名IP所有者或授權代理訂立非獨家授權協議。授權IP可能包括人物、藝術作品、影視作品或歷史圖案，並應用於我們品牌旗下的選定產品線。授權協議一般涵蓋界定區域（通常是中國）、指定的產品範圍和規定的期限。我們的授權安排的主要條款通常包括：

- **授權範圍：**在指定產品類別和形式中使用授權IP的非獨佔、不可轉讓的權利。
- **地域和期限：**授權通常授予在中國內地或大中華區使用，固定期限為一至三年，重續選擇視乎雙方協定。
- **特許權使用費結構：**我們的授權協議一般要求支付基於授權產品銷售淨額的一定百分比的特許權使用費，惟有最低保證付款額。就下限而言，特許權使用費約為授權產品銷售淨額的2.0%且無最低保證，而就上限而言，特許權使用費約為銷售淨額的10.0%且最低保證付款額為人民幣1.5百萬元。特許權使用費通常按季度結算，並受授權方審計權的規限。

業 務

- **審批機制：**所有帶有授權IP的產品設計和宣傳材料均須提交授權方進行事先審查和書面批准。此舉可確保與授權方的品牌準則和商業政策保持一致。
- **IP所有權和侵權：**授權方保留授權IP的一切所有權，且我們須在產品和包裝上註明適當的所有權和商標聲明。如出現第三方侵權行為，我們有義務通知授權方，並在必要時配合強制執行行動。
- **保密和終止：**各協議均載有保密條文以及任何一方可以終止協議的條件，包括因違約或破產。

商標和版權保護

截至2025年6月30日，我們在中國註冊577項商標，涵蓋了我們的核心品牌名稱和子品牌。截至最後實際可行日期，我們於美國、英國及歐盟等司法權區擁有13項註冊商標。此外，我們目前正於香港及加拿大等司法權區申請九項商標。我們還註冊了主要產品設計、包裝元素和視覺藝術作品的版權。我們聘請外部律師就商標註冊和版權合規事宜提供建議，並定期監察電商平台和社交媒體上的潛在侵權行為。

我們已制定內部協議來管理侵權投訴，包括發出終止信，要求刪除數字平台上的內容，並在必要時採取法律行動。我們還與關鍵僱員、承包商和供應鏈合作夥伴簽訂了保密協議和限制性契約，以降低未經授權披露或濫用我們專有設計的風險。

環境、社會及管治

我們堅信我們於往績記錄期及直至最後實際可行日期已遵守《中華人民共和國環境保護法》及其他相關環保法規。我們的ESG戰略以我們的核心價值觀－工藝、文化保護及質價比為指引，並通過結構化的治理框架和可衡量的可持續發展實踐予以實施。

ESG管治框架

我們的ESG管治框架確保對ESG戰略的有力監督和系統執行。為了確保ESG工作有效推進，我們制定了ESG管理政策，界定了董事會及ESG工作組的職責。

業 務

董事會承擔ESG監督的最終責任，負責制定我們的ESG策略目標、批准ESG管理政策、批准ESG文件及披露材料，以及監督ESG措施的實施。為進一步推進ESG舉措的實施，我們成立了ESG工作組，成員包括來自環境安全部、生產部及採購中心等部門的代表。ESG工作組負責改善、評估、監控及管理ESG風險與機會、搜集及審查績效指標，以及編製年度ESG報告等。我們的管治框架透過內部政策及控制措施得到強化，以確保符合適用的法規。

環境管理與績效

我們遵守《中華人民共和國環境保護法》及其他相關環境法規。我們的生產過程會產生工業廢氣、廢水、固體廢物。我們實施了環境管理政策，以處理污染控制、廢物管理和提高資源效率。為減輕環境影響，我們採用了污染預防技術、節能設備和節水系統。我們還定期進行環境影響評估，並保持環境事故應急機制。

我們深知氣候變化帶來的轉型與實體風險，並已將氣候考量因素納入環境風險管理框架。轉型風險可能源自未來法規變動、市場轉向及聲譽考量，包括(i)國家與地方排放法規趨嚴，或需追加設備升級或工藝優化投資；(ii)碳排放法規加強，可能推高營運成本；及(iii)消費者愈發青睞低碳產品，或需調整生產工藝。實體風險則涵蓋極端天氣事件及長期氣候變遷，可能影響供應鏈與生產運作。例如，颱風暴雨頻率增加可能阻斷原料運輸，夏季氣溫攀升則可能提高工作場所的溫控能耗。

作為ESG工作小組風險評估流程的一部分，我們定期評估這些風險並制定應對策略，包括供應商多元化佈局、提升設備抗災能力及加強用水與能耗監測。

遵守ESG相關法律

我們致力於遵守中國所有適用的環保、職業安全及員工保障法律法規。該等法律法規包括《環境保護法》、《大氣污染防治法》、《安全生產法》以及涉及平等機會、職業健康及工作場所標準的相關勞動就業法規等。

為確保合規，我們已建立符合監管要求的內部管理政策及操作流程。該等政策涵蓋污染物排放監測、應急預案制定、危險廢物分類與處置、員工安全程序及定期環境影響評估。我們的ESG工作小組定期進行內部審查，並協調各職能部門以確保相關政策的有效執行。於往績記

業 務

錄期，我們的ESG相關合規成本主要包括安全設備升級與廢棄物處置及與ESG數據收集及披露相關的專業服務費用。根據估算，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，ESG合規總成本分別約為人民幣5.2百萬元、人民幣3.7百萬元、人民幣2.9百萬元及人民幣1.9百萬元。

溫室氣體排放和污染管理

我們致力於通過有效管理溫室氣體（「溫室氣體」）排放、空氣和水污染以及固體廢物，最大限度地減少我們的環境足跡。根據《大氣污染防治法》、《水污染防治法》和《固體廢物污染環境防治法》等中國法律法規，我們建立了全面的環境管理框架，確保所有排放指標均符合國家和地方排放標準。

我們的運營會產生範圍1（直接）、範圍2（能源間接）和範圍3（其他間接）溫室氣體排放。我們實施了節能措施和效率升級，此舉有助於我們在業務增長的情況下降低排放強度。下表概述我們於往績記錄期的溫室氣體排放量：

排放類型	關鍵績效指標	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
		2022年	2023年	2024年	2025年
溫室氣體	範圍1排放量 (噸二氧化碳)	1,444	1,188	1,263	548
	範圍2排放量 (噸二氧化碳)	10,210	10,974	14,491 ⁽²⁾	6,446
	範圍3排放量 (噸二氧化碳) ⁽¹⁾	30	26	28	13
	總排放量 (噸二氧化碳)	11,684	12,188	15,782 ⁽²⁾	7,007
	溫室氣體排放強度 (噸／人民幣百萬元收入)	22.8	23.8	27.2 ⁽²⁾	22.5

附註：

- (1) 範圍3溫室氣體排放包括運營及商務出行過程中產生的廢棄物。
- (2) 2023年下半年，我們的新生產線開始運轉，其在沖洗及鑄造工序中需大量用水，同時熔爐煅燒亦需大量用電。

為支持我們2025年的量化ESG目標，我們旨在將每人民幣百萬元收入的空氣污染物排放較2024年的基線減少1%。

業 務

我們的主要空氣污染物包括氮氧化物(NO_x)、硫氧化物(SO_x)和顆粒物(PM)，乃主要產生於打磨、噴砂、手繪和著色過程中。下表概述我們於往績記錄期內的空氣污染物。

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
NO _x (千克).....	271.0	592.7 ⁽¹⁾	541.2	225.9
SO _x (千克).....	0.8	1.0 ⁽¹⁾	1.2 ⁽¹⁾	0.6
PM (千克)	21.9	29.5 ⁽¹⁾	32.5	18.5

附註：

- (1) 由於產品線擴張需要實施電鍍工藝，我們須通過貨運卡車將產品運輸至第三方加工設施進行電鍍。此舉已導致柴油和汽油燃料消耗量增加，從而令廢氣排放量增加。

我們通過以下方式管理排放物：

- 安裝和升級廢氣處理設備，包括用活性炭吸收裝置取代UV光催化系統。
- 每年由第三方對污染物排放進行監測。
- 對生產員工進行減排協定培訓。

我們營運內部廢水處理站和沉澱池，用於處理生產廢水，包括石膏沖洗水，這些廢水都經過處理並重複使用。所有經過處理的廢水按照市政標準排放。

我們按照中國相關法規管理有害及無害固體廢棄物。廢棄物按類別進行分類、標記和儲存。處理工作由獲許可第三方實體進行。

- 有害廢棄物包括油漆殘渣、蠟渣、化學污染材料和污泥。
- 無害廢棄物包括爐渣、灰塵和銅屑。
- 在可行的情況下，爐渣和拋光粉等工業副產品會被再利用。

業 務

下表呈列我們於往績記錄期的固體廢棄物管理績效數據。

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
有害廢棄物 (噸)	76.9	121.9 ⁽¹⁾	210.0 ⁽¹⁾	81.8
有害廢棄物強度 (噸／人民幣百萬元收入)	0.2	0.2	0.4	0.3
無害廢棄物 (噸) ⁽¹⁾	4,046	6,794 ⁽¹⁾	6,092	3,613
無害廢棄物強度 (噸／人民幣百萬元收入)	7.9	13.3	10.5	11.7

附註：

(1) 2023年下半年，我們的塗色工藝開始運轉，其產生有害廢棄物（如廢塗料）及無害廢棄物。

根據我們的ESG目標，我們已制定可衡量的廢棄物密度減少目標。具體而言，我們旨在2025年底前，將每人民幣百萬元收入產生的有害廢棄物及無害廢棄物量從2024年的基準水平減少1%。

能源及資源效率

我們致力於通過應用先進技術、優化生產流程和培養可持續發展實踐，提高整個運營過程中的能源和資源效率。我們的舉措專注於減少對化石燃料的依賴，加強節約水電，並盡量減少資源浪費，同時遵守《中華人民共和國節約能源法》、《中華人民共和國可再生能源法》和《中華人民共和國水法》。

我們的直接能源消耗包括汽油、柴油和天然氣等化石燃料，而間接能源使用主要來自外購電力。

業 務

下表載列於往績記錄期我們的直接及間接能源消耗總量以及強度指標：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
汽油 (公升)	2,304	4,832 ⁽¹⁾	7,339 ⁽¹⁾	6,790
柴油 (公升)	49,779	56,233	66,562	32,908
天然氣 (立方米)	597,031	469,321	488,122	203,080
外購電力 (兆瓦時)	16,455	17,238	23,353 ⁽²⁾	10,389
直接能源總量 (兆瓦時)	6,799	5,557	5,889	2,542
間接能源總量 (兆瓦時)	16,455	17,238	23,353	10,389
能源消耗總量 (兆瓦時)	23,254	22,795	29,242	12,931
能源強度 (兆瓦時／ 人民幣百萬元收入)	45.4	44.6	50.5	41.4

附註：

- (1) 由於產品線擴張需要實施電鍍工藝，我們須通過貨運卡車將產品運輸至第三方加工設施進行電鍍。此舉已導致柴油和汽油燃料消耗量增加，從而令廢氣排放量增加。
- (2) 2023年下半年，我們的新生產線開始運轉。新生產線在沖洗及鑄造工序中需大量用水，同時熔爐煅燒亦需大量用電。此導致我們的整體用電量及用水量明顯增加。

我們採取了多項措施來減少能源使用：

- 分階段處理未充分利用的汽油和柴油車輛，以減少燃料使用。
- 部署先進的氣體洩漏檢測系統，防止天然氣浪費。
- 投資於設備升級，如將陳舊的打包機更換為效率更高的機型（從6.5千瓦更換為2.2千瓦）。
- 投資於將硅膠模具轉換為石膏模具，減少對高能耗設備的依賴（例如，23個靜置槽和6台總功率550千瓦的除濕機）。後期工藝優化，設備使用頻率降低約50%，部分除濕機逐步淘汰。
- 對電力線路和設備進行例行檢查，以發現和糾正效率低下的問題。
- 所有辦公室和生產設施全面採用LED照明，並進行日常巡查以執行能源紀律（例如「無人值守時關燈」）。

業 務

下表概述於往績記錄期我們的總用水量及用水強度：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
總用水量 (噸).....	136,510	195,109 ⁽¹⁾	260,196 ⁽¹⁾	113,513
耗水強度 (噸／ 人民幣百萬元收入)	266.6	381.4 ⁽¹⁾	449.6 ⁽¹⁾	363.8

附註：

- (1) 2023年下半年，我們的新生產線開始運轉。新生產線在沖洗及鑄造工序中需大量用水，同時熔爐煅燒亦需大量用電。此導致我們的整體用電量及用水量明顯增加。

我們通過技術升級、流程優化、行為引導不斷提高用水效率：

- 在我們的石膏清潔過程中，沖洗水在沉澱池中經過處理並過濾以供重複使用。
- 專職人員每天檢查供水裝置並按照預定的規程操作主閥門。
- 及時調查和控制異常用水事件。

我們已制定量化能源和用水減少目標。到2025年底，我們的目標是將每人民幣百萬元收入的能源和用水強度在2024年的水平上降低1%。這些目標支持我們將可持續發展融入運營績效和長期規劃的更廣泛戰略。

社會責任

僱員福利及發展

我們致力於營造一個尊重、包容、平等的工作場所，嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》、《勞動合同法》和《婦女權益保障法》等相關中國勞動法律和國際標準。我們也支持《世界人權宣言》和《公民權利和政治權利國際公約》等全球人權原則。我們明確禁止童工、強迫勞動以及一切形式的騷擾或歧視。

為此，我們通過《僱員手冊》和《人力資源內部控制指南》等內部政策實施了全面的僱傭實踐。我們的管理實踐涵蓋招聘、績效評估、晉升、薪酬和離職手續，確保所有僱員不論年齡、性別、國籍、宗教信仰、殘疾或婚姻狀況，都能獲得公平的待遇和發展機會。

業 務

我們提供廣泛的法定和非法定假期，包括年假、病假、婚假和產假，並通過規範的工作時數和健康倡議確保工作與生活的平衡。僱員享有非工資福利，例如子女教育資助以及使用包括專門員工活動中心在內的休閒娛樂設施。我們定期組織健康活動和文化活動，例如乒乓球錦標賽，以營造充滿活力和吸引力的工作環境。

我們定期進行績效考核，並將獎金分配與月度績效結果掛鉤。晉升途徑透明且擇優錄用，我們提供定制化的職業發展支持，包括崗位培訓、技能學習和繼續教育機會。所有新僱員均接受包含ESG意識培訓在內的入職培訓。我們還鼓勵僱員參加外部學術課程和專業資格評估。

我們的僱員反饋機制使員工能夠通過多種渠道報告需求或建議。每一份呈交文件都由管理層進行調查和回覆。董事長親自監督解決策略，以確保僱員滿意度持續提升。

為提升透明度及員工參與度，我們追蹤及分析關鍵人力資源指標，包括員工流失率及性別多元化。截至2025年6月30日，我們共有1,206名員工，其中男性約佔63.5%（766名僱員），女性約佔36.5%（440名僱員）。於往績記錄期，我們的整體員工流失率於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月分別約為47.1%、32.9%、36.1%及16.8%。

截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，從事生產相關崗位的員工分別佔員工總數的約79.8%、75.3%、72.9%及72.8%。該等崗位一般涉及車間工作，如手繪、打磨、雕刻及相關工序。鑒於生產勞動力的結構，我們亦追蹤另類流失率，該流失率不包括在三個月試用期內離職的員工，而試用期是我們學徒制入職模式的核心部分。根據這種另類計算方法，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，我們的經調整員工流失率分別約為28.7%、22.0%、26.0%及8.6%。根據我們的內部管理制度，新入職的生產人員須接受一至三個月的結構化訓練及評估期。在此期間，彼等獲正式僱傭，但我們會積極評估其是否適合特定職位任務（例如精細打磨、手繪）。例如，2024年，若干生產崗位的新招收工人中，年終時僅有20%至30%留任原崗位，這符合我們的內部規劃。這是一種深思熟慮機制，旨在確保崗位匹配及質量保證。有關我們的招募及入職機制的進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的生產」。因此，原流失率包含大量短期離職者，彼等屬於我們規劃的評估和適應週期的一部分。我們認為，經調整流失率從營運角度更準確地反映勞動力的穩定性。

業 務

截至2024年12月31日止年度，男性員工的平均流失率約為37.3%，而女性員工的平均流失率約為33.8%。截至2025年6月30日止六個月，男性員工的平均流失率下降至約16.5%，同時女性員工的平均流失率亦下降至約17.3%。流失情況主要集中在年輕及職級較低的一線工人，尤其是生產部門的職位，此類崗位對體力要求較高，且工作性質具季節性特徵。管理層及技術職位的流失率在整個往績記錄期內穩定於較低水平。為改善留任情況，我們亦已採取針對性措施，包括具競爭力的薪酬待遇及舉辦文化活動以增強長期歸屬感與團隊凝聚力。

供應鏈管理

截至2025年6月30日，我們與中國470多家供應商保持長期合作關係。我們的採購制度受採購中心指南的約束，並逐步在供應商入選時納入ESG合規檢查要點。我們要求供應商提供環境許可證，並限制不符合基本可持續發展標準的供應商的業務量。經批准的供應商於註冊中心獲登記，並通過對質量、交付、定價和服務的評估接受監控。

我們著重強調與位於我們建德生產設施附近的供應商合作，藉此促進當地經濟發展及減少碳排放。我們在策略上優先考慮「就近供應商」，以進一步契合我們的可持續發展目標。未能符合我們基本的可持續發展標準的供應商會面臨訂單量減少或終止合作。

除環境合規外，我們嚴格監督供應商遴選及管理流程，確保ESG因素成為我們採購中心指南的一項關鍵標準。有關我們供應商管理的進一步詳情，請參閱本文件「一 供應商 — 供應商選擇及管理」一節。

產品責任

我們已建立以《中華人民共和國產品質量法》和《消費者權益保護法》等法律為指導的全面質量保證框架。我們監督整個產品生命週期，從設計和開發到採購、製造和售後服務。我們的多階段檢測流程可確保一致性、可靠性和符合產品標準。

我們積極管理產品安全和消費者權益。於往績記錄期內，概無發生重大產品召回或與健康相關的事件。我們在所有主要平台上都保持較高的客戶滿意度。例如，我們抖音旗艦店的得分始終為4.9/5分至5/5分，京東、天貓和小紅書的得分也相似。

我們通過數據加密保護消費者隱私，並堅持數據最小化和合法使用的原則。

業 務

管治與道德

我們秉持濃厚的誠信文化，以行為守則為指導，並受我們反欺詐、反賄賂和反腐敗政策的約束。我們設有舉報人保護制度和多個匿名舉報渠道。人力資源部調查所有提交的材料，並直接向董事會和管理層報告。

董事會轄下審計委員會領導進行反腐敗監督，同時我們的內部審計團隊會定期進行合規檢查。嚴禁採購人員收受禮品或回扣。

我們為各級員工提供強制性道德培訓，並輔以定期審計和風險評估。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，概無報告任何與道德相關的爭議或違法行為。

社區參與

我們積極為社會福利和地方發展作貢獻。通過捐款和志願服務，我們已為建德及周邊地區的貧困家庭、老年人、孤兒、殘疾人和鄉村振興計劃提供支持。我們認為社會投資是我們長期發展和企業目標不可或缺的一部分。

ESG績效監控

我們已設立ESG績效指標，如碳排放、資源效率、減廢、員工滿意度和供應商ESG合規。我們的董事會及ESG工作組每年審查這些指標，並監督2025年減排目標的進展情況。我們的目標是使我們的披露與聯交所ESG報告指引等國際標準保持一致。

數據隱私及網絡安全合規

我們已委聘君合律師事務所為我們有關中國數據合規法律的法律顧問。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們通過於電商平台上的線上旗艦店、微信小程序、CRM系統及內部IT基礎設施收集並處理我們客戶、求職者、僱員及業務聯繫人的若干個人數據，主要用於營運、營銷、客戶服務、招聘、人力資源管理及業務管理目的。所收集個人資料的類別取決於資料主體類型及處理目的，所有資料收集均嚴格遵循「最低限度與必要性」原則。具體而言，我們主要向客戶收集姓名、電話號碼、個人頭像、送貨地址、會員資料、訂單資料及設備資料。我們收集求職者及僱員的姓名、性別、出生日期、電話號碼、教育背景、工作經驗、專業資格證明等資料。我們收集業務聯繫人的姓名、聯絡資料、公司名稱及職位等資料。我們不曾將任何個人資料或重要數據由中國跨境傳輸至海外司法權區。

業 務

我們已採取內部規則及技術保障措施，以確保個人資料的收集、存儲、使用、共享及銷毀符合適用中國法律法規，包括《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》及《網絡數據安全管理條例》。例如，我們已實施《數據安全與個人信息保護政策》、《個人信息權利應對政策》、《數據安全事件應對政策》、《數據留存政策》、《個人信息保護影響評估政策》，與第三方供應商簽署數據處理協議，以及針對不同資料主體制定不同版本的隱私政策。此外，我們已於數據收集前取得數據主體的知情同意或基於其他無需同意之法律依據處理個人數據、限制授權人士訪問並根據數據敏感性採取分層數據保護措施。

於2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室（「**國家網信辦**」）與中國其他監管部門發佈《網絡安全審查辦法》。根據《網絡安全審查辦法》，關鍵信息基礎設施運營者（「**關鍵信息基礎設施運營者**」）採購網絡產品／服務，網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或者可能影響國家安全的，應當進行網絡安全審查。截至最後實際可行日期，考慮到我們並未接獲任何政府機關發出通知將我們識別或可能識別為關鍵信息基礎設施運營者，根據中國數據合規法律顧問之意見，根據《網絡安全審查辦法》第二條規定，我們不大可能被認定為關鍵信息基礎設施運營者或需要申請網絡安全審查。

根據《網絡安全審查辦法》第七條，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申報網絡安全審查。根據中國數據合規法律顧問向中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心（「**CCRC**」）（該部門在網絡安全審查辦公室的指導下，負責受理網絡安全審查申請並進行形式審查）的電話諮詢，於香港[編纂]不被視為《網絡安全審查辦法》所界定的國外上市範疇。因此，根據中國數據合規法律顧問的意見，我們毋須根據《網絡安全審查辦法》第七條進行網絡安全審查。

此外，《網絡安全審查辦法》賦予網絡安全審查工作機制成員酌情權，若認為任何實體的數據處理活動影響或可能影響國家安全，即可對該實體啟動網絡安全審查。然而，《網絡安全審查辦法》並未界定「影響或可能影響國家安全的數據處理活動」之涵義。截至最後實際可行日期，我們不曾因國家安全事宜接獲政府部門任何調查、通知、警告或制裁。然而，鑒於「影響或可能影響國家安全的數據處理活動」範圍未明，且網絡安全審查工作機制成員具有廣泛酌情權，中國數據合規法律顧問認為，倘網絡安全審查工作機制成員認定我們的數據處理活動可能影響國家安全，則不能完全排除我們可能須根據《網絡安全審查辦法》第十六條規定接受網絡安全審查之可能性。

業 務

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無出現任何重大數據洩漏，或未經授權使用或訪問個人資料的情況。據中國數據合規法律顧問所告知，我們已於所有重大方面遵守網絡安全、數據安全及個人信息保護相關法律法規，包括但不限於《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國數據安全法》及《中華人民共和國個人信息保護法》。我們將繼續監控監管發展情況並確保遵守所有適用司法權區的數據保護法，董事亦致力於加強內部控制並採納網絡安全及數據管治的最佳常規。

COVID-19 疫情的影響

COVID-19 疫情導致暫時的供應鏈及物流中斷。然而，我們垂直一體化的運營及強大的電商佈局使我們能夠維持業務可持續性。與依賴第三方製造的公司不同，我們的內部生產減小外部依賴性並降低運營風險。

物流延誤是疫情期間最值得注意的挑戰，但數字化渠道保持韌性，使我們能夠維持銷售動能。政府支持措施亦促進供應鏈恢復。

儘管疫情對我們業務的直接影響有限，但卻加快了我們對數字化基礎設施、自動化製造及供應鏈多元化的投資。我們全面遵守衛生條例，確保工作場所安全及運營穩定性。整體而言，COVID-19 並未對我們的業務或財務表現產生重大不利影響。

僱員

截至2025年6月30日，我們擁有1,238名全職僱員。下表載列截至2025年6月30日按職能劃分的僱員明細：

職能	數量
生產	906
營銷	131
研發	126
行政	37
採購	20
高級管理層	10
財務	8
總計	1,238

我們為直接僱傭員工提供具競爭力的薪酬方案，包括基本薪資和績效花紅。我們的招聘策略同時針對公開市場和高校，薪酬基於僱員的資質、經驗、職位和資歷釐定。

業 務

我們按照《中華人民共和國勞動合同法》與全體僱員簽訂勞動合同，確保不涉及強迫勞動。這些合同旨在保障僱員權利，並遵守中國適用法律關於工作條件、薪酬和其他福利的法定要求。

保險

我們為生產設施投購財產保險，主要保障火災、爆炸、自然災害及其他意外事件產生的損失。所投保財產位於我們在杭州的主要生產場地。董事將繼續評估我們的保險保障範圍，並可能會投購額外的財產保險或彼等認為必要的其他種類保險以支持我們的業務運營。

此外，我們根據適用中國法律法規為僱員提供社會福利保險，其中包括根據中國社保制度的基本養老保險、醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險供款。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無經歷對我們的業務或財務狀況造成重大影響的任何重大保險申索。

物業

截至最後實際可行日期，我們在中國各地擁有及租賃物業，主要用於支持生產、辦公室運營及其他業務活動。物業組合包括自有場地的土地使用權及對我們的業務至關重要的各處租賃場所。

自有物業

截至最後實際可行日期，我們物業權益的賬面值超過資產總值的15%。因此，根據上市規則第5.01條，我們須在本文件中載入有關物業權益的估值報告。我們已委任獨立物業估值師戴德梁行有限公司評估我們的物業權益截至2025年4月9日的市值。估值師函件全文及戴德梁行有限公司編製的估值證書載於本文件「附錄三－物業估值報告」。根據上市規則第五章及香港法例第32L章《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，我們的其他物業權益獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條有關該條例附表3第34(2)段的規定，該段另行規定須就有關物業權益提交估值報告。

截至最後實際可行日期，我們持有位於浙江省建德市洋溪街道的兩塊土地的土地使用權，總佔地面積約為117,987平方米。該等地塊指定作工業用途，其土地使用期限分別至2056年10月17日及2075年1月18日。該等場地作為我們的主要生產基地，支援主要的製造及運營職能。此外，我們擁有有效業權證書證明的總建築面積合計約為155,626平方米，位於浙江省建德市洋溪街道雅鼎路777號。該等樓宇指定作非住宅用途，主要用於生產、辦公及倉儲。

業 務

租賃物業

該等物業用於非物業活動（定義見上市規則第5.01(2)條），並非持作投資目的。我們認為，中國有充足的商業物業供應，且我們認為我們的業務營運並不依賴於任何特定租賃。因此，我們能夠以商業上合理的條款獲得合適的替代物業，而不會對我們的業務造成重大干擾。

截至2025年6月30日，我們在中國租賃總計15處物業，總建築面積約1,366.2平方米。這些租賃物業主要用於直營零售店運營及倉儲。下表載列截至2025年6月30日我們的租賃物業詳情：

編號	位置	概約 總建築面積 (平方米)	租期	擬定用途
1.	浙江省杭州市餘杭區杭行路1499號城北萬象城L506舖	93	2023年10月6日－ 2025年11月5日（根據銷售情況自動續期至2026年11月5日）	線下直營店
	浙江省杭州市餘杭區杭行路1499號城北萬象城B1M層B1M014倉庫	15.68	2025年5月1日－ 2026年4月30日	倉庫
2.	四川省成都市成華區雙城二路38號成都萬象城B-B158舖	46	2023年12月10日－ 2025年12月9日	線下直營店
	四川省成都市成華區雙城二路38號成都萬象城CB1層C-B1-09倉庫	15.3	2025年2月8日－ 2026年2月7日	倉庫
3.	浙江省杭州市蕭山區北干街道金城路927號蕭山萬象匯L507舖	56	2024年4月1日－ 2026年3月31日	線下直營店
	浙江省杭州市蕭山區金城路927號蕭山萬象匯B3層B3-F-9倉庫	18.59	2025年5月18日－ 2026年5月17日	倉庫

業 務

編號	位置	概約 總建築面積 (平方米)	租期	擬定用途
4.	江蘇省常州市天寧區常州萬象城L536舖	125	2024年4月30日－ 2026年4月29日	線下直營店
5.	湖北省武漢市武昌區武昌萬象城B1083舖	139.3	2024年4月18日－ 2026年4月17日	線下直營店
6.	重慶市渝中區1及2B號樓時代天街L1-04舖	110.7	2024年4月20日－ 2026年3月31日	線下直營店
7.	安徽省合肥市包河區包河萬象匯B117舖	118	2024年4月25日－ 2026年5月24日	線下直營店
8.	江蘇省蘇州市高新區塔園路181號獅山天街A-5F-12舖	110.74	2024年4月15日－ 2026年4月14日	線下直營店
9.	浙江省杭州市武林廣場1號杭州大廈B座5樓CB5-08-04倉庫	9	2025年7月1日－ 2025年11月30日	倉庫
10.	甘肅省蘭州市安寧區莫高大道鑫源街710號環宇城13號樓1樓1-21舖	100.92	2024年8月1日－ 2027年7月31日	代銷門店
11.	江西省南昌市紅谷灘區學府大道388號南昌萬象城B137A舖	66	2025年4月1日－ 2027年3月31日	線下直營店
12.	江蘇省南京市棲霞區棲霞大道108號南京城北萬象匯L2036A舖	96	2025年5月25日－ 2027年6月8日	線下直營店
13.	河南省鄭州市金水區丹尼斯大衛城B1層BF－114舖	80	2025年6月1日－ 2027年5月31日	線下直營店

業 務

編號	位置	概約 總建築面積 (平方米)	租期	擬定用途
14.	北京市海淀區清河中街68號／66號院 1號樓北京清河萬象匯L462A舖	48	2025年7月25日－ 2027年7月24日	線下直營店
15.	湖南省長沙市芙蓉區東屯渡街道萬家 麗中路一段99號101萬家麗國際購 物廣場地下1層A07－1號舖	88	2025年8月8日－ 2027年8月7日	線下直營店
	湖南省長沙市芙蓉區東屯渡街道萬家 麗中路一段99號101萬家麗國際購 物廣場地下1層倉庫區倉庫G#	30	2025年8月15日－ 2026年8月14日	倉庫
16.	重慶市沙坪壩區磁器口幸福街94號附 1號躍1(自編號：C-3F-1)	71.73	2025年9月21日－ 2027年9月20日	線下直營店
	重慶市沙坪壩區磁器口幸福街94號附 1號E區2樓2號倉庫	19.61	2025年9月21日－ 2026年9月20日	倉庫
	重慶市沙坪壩區磁器口幸福街94號附 1號E區2樓1號倉庫	16.89	2025年9月25日－ 2026年9月24日	倉庫
17.	山東省煙台市芝罘區煙台大悅城購物 中心1樓41A舖	106	2025年9月15日－ 2027年9月14日	線下直營店
18.	江西省贛州市章貢區贛州君尚購物中 心1樓1053舖	80	2025年1月1日－ 2027年9月30日	線下直營店

業 務

編號	位置	概約 總建築面積 (平方米)	租期	擬定用途
19.	四川省成都市天府新區成都天府大悅城購物中心B1-A-71舖	62.58	2025年9月22日－ 2027年9月21日	線下直營店
20.	上海市長寧區長寧路1018號龍之夢購物中心1樓1017舖	62	2025年9月5日－ 2027年9月4日	線下直營店
21.	上海市徐匯區漕寶路261號鑫耀•光環Live 1樓01單元S5-L1-32舖	52.22	2025年9月20日－ 2027年10月17日	線下直營店
22.	廣東省深圳市龍崗區梅阪大道雅寶路星河WORLD•COCO Park購物中心2樓L2S-031舖	81.12	2025年10月15日－ 2028年10月14日	線下直營店
23.	南京市秦淮區飲馬巷30號光環花園城B1-K-07舖	85	2025年10月31日－ 2027年10月30日	線下直營店
24.	北京市朝陽區湖景東路北京新奧天虹商場地下一層101號B1-75-014舖	105	2025年11月1日－ 2026年10月31日	線下直營店

不合規事件

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並未因違反適用中國法律法規而遭受任何重大行政處罰。下文所載為往績記錄期的幾起獨立、非系統性及偶然不合規事件，每起事件均於特定情況下發生。基於該等事件的性質、規模及監管背景，以及我們中國法律顧問的意見，我們認為，該等事件均未對或合理可能會對我們的業務營運、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。

業 務

社保及住房公積金供款

於往績記錄期，本集團的若干分公司（包括位於成都、重慶、蘇州、常州、合肥及武漢的分公司）並未根據相關法定要求為若干僱員全額繳納社保及住房公積金。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，社會保險基金的欠繳總額分別約為人民幣13.5百萬元、人民幣13.8百萬元、人民幣17.1百萬元及人民幣9.3百萬元。另一方面，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，住房公積金的欠繳總額則分別約為人民幣3.5百萬元、人民幣3.5百萬元、人民幣4.4百萬元及人民幣2.4百萬元。

根據我們中國法律顧問的意見，中國法律對欠繳社保供款的最高處罰包括(i)主管部門責令限期補足欠繳金額，(ii)自欠繳之日起按日加收0.05%的滯納金，及(iii)有關單位未在規定期限內補足差額的，處欠繳數額1倍以上3倍以下的罰款。就住房公積金供款而言，主管部門或會責令限期繳存，逾期仍不繳存的，可申請法院強制執行。

根據最高人民法院於2025年7月31日頒佈並於2025年9月1日實施的《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋（二）》，用人單位與勞動者約定或者勞動者向用人單位承諾無需繳納社會保險費的，人民法院應當認定該約定或者承諾無效。然而，該司法解釋並無廢除中國目前有效的社會保險法律法規。鑒於相關僱員與我們並無訂立免除我們繳納社保的任何協議，董事認為該司法解釋的實施將不會對我們的業務或財務業績造成重大不利影響。

根據我們中國法律顧問的意見，於往績記錄期或直至最後實際可行日期，我們並未就有關事件而遭受任何行政處罰。有關部門並未開展任何強制行動，亦無針對我們提起任何投訴或糾紛。基於有關司法權區的主管部門發佈的官方合規函以及與地方監管官員的面談，我們的中國法律顧問認為，日後就有關過往欠繳情況而遭受處罰或強制行動的風險甚微。因此，我們認為該等事件並無亦將不會對我們的業務營運、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。

無業權證書的自有物業

截至最後實際可行日期，我們佔用位於浙江省建德市洋溪街道雅鼎路777號的兩處自有物業，總建築面積約為480平方米，目前用於塗料存儲及清潔車間。雖然我們已獲得相關地塊的土地使用權證，但我們尚未取得該等場所的房屋所有權證。

業 務

根據適用的中國法律法規，未取得必要的規劃及施工許可，自用工業用地不得用於其上建設建築物。違反有關規定建造的建築物通常被視為違規，無資格獲得正式的房產所有權證書。

於2022年11月，經我們申請及與當地政府磋商後，建德市洋溪街道辦事處正式要求建德市「三改一拆」辦公室（「該部門」）考慮允許我們留存及繼續使用上述物業。考慮到該等建築物的規模較小、其非核心輔助功能（即清潔及材料存儲而非生產）、我們的整體監管合規記錄以及我們所溝通的情況，該部門於2022年11月28日發佈正式通知，確認該等建築物不具重大安全或結構風險、不構成嚴重違規行為及可保持現狀。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並未因土地使用或施工相關違規行為而遭受任何行政處罰。基於上文所述，我們的中國法律顧問認為，被要求拆除或騰空相關建築物的風險甚微。因此，我們認為缺乏該等物業的業權證書不大可能會對我們的業務營運或財務狀況造成任何重大不利影響。

無所有權證書及未登記租約的租賃物業

截至最後實際可行日期，我們已租賃四處物業，三處為線下直營店，一處為代銷門店，業主並未就此提供有效的房產所有權證書。根據業主提供的解釋，有關證書正在申請中或因其不願合作而無法提供。截至2025年6月30日止六個月，該等物業合共貢獻收入約人民幣1.9百萬元，約佔同期總收入的0.6%。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何與該等物業的使用有關的糾紛、調查或處罰，我們的營運亦無遭遇任何中斷。我們認為，如有需要，可在對營運影響最小的情況下找到合適的替代場所。倘我們因缺少所有權證書而被強制搬遷，我們有權向出租人索要損失賠償。鑒於上文所述，我們及中國法律顧問認為，這一問題並無且將不會對我們的業務營運或財務狀況造成任何重大不利影響。

截至最後實際可行日期，我們已就十處租賃物業中的一處完成租賃登記及備案。我們的中國法律顧問已告知，根據適用的中國法律（包括《商品房屋租賃管理辦法》），未能完成租賃登記不會影響租賃的法律效力。然而，當地住房部門可能會對每項租賃處以最高人民幣10,000元的罰款。截至最後實際可行日期，我們並未收到任何有關處罰。我們未能登記租賃乃主要由於若干業主不願合作，且預期不會產生任何重大法律或營運風險。

業 務

牌照、許可及批文

下表載列我們目前持有的重大牌照及許可清單：

證書／牌照／許可	頒發機關	到期日／重續日
高新技術企業證書	浙江省經濟和信息化廳、浙江省 財政廳、國家稅務總局 浙江省稅務局	2027年12月5日
安全生產標準化三級 企業證書	杭州市應急管理局	2028年3月
城鎮污水排入排水管 網許可證	建德市住房和城鄉建設局	2029年9月7日
排污許可證	杭州市生態環境局建德分局	2028年11月15日
出入境檢驗檢疫企業備案....	浙江出入境檢驗檢疫局	不適用

我們持續監督我們對相關法律及監管要求的遵守情況，以確保所有必要的批文、牌照及許可均妥為取得及保存。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們在取得、重續或遵守上述牌照及證書的條款方面並未遇到任何重大困難。根據我們的經營歷史及證書的現狀，我們預計於到期時重續該等牌照及證書不會面臨任何重大困難，且預計該等許可的監管狀況產生的任何問題亦不會對我們的業務營運或財務狀況產生重大不利影響。

業 務

法律訴訟

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，並無發生任何可能對我們產生重大不利影響的訴訟、仲裁或行政程序。截至最後實際可行日期，我們以原告身份參與三起未決訴訟案件，每起案件的索賠金額均超過人民幣300,000元。這些案件涉及知識產權及不正當競爭糾紛，預期概不會對我們的財務狀況或營運產生重大不利影響。

風險管理及內部控制

風險管理框架

我們已建立結構性的風險管理框架以識別、評估及減輕可能影響我們業務運營及財務表現的潛在風險。董事會對監督風險管理負有最終責任，確保設有有效的內部控制措施。

我們的風險管理框架採取系統化方法，在決策過程中融入風險評估。我們定期進行風險評估並評估運營、財務、監管及戰略風險。我們亦設有內部報告機制，確保在所有組織層級均能及時識別並解決風險相關問題。

內部控制系統

我們的內部控制系統乃為保障資產、確保財務報告準確性及促進適用法律法規合規而設計。我們已制定內部政策及程序以規管我們業務的各個方面，包括財務管理、採購、存貨控制及合規監控。

我們通過內部審計及合規檢查定期審查內部控制系統的有效性，由獨立內部審計職能部門開展。該等審計有助於評估我們控制措施的充足性，識別有待改進領域，並確保及時實施整改行動。此外，我們的內部控制顧問於2025年5月對我們的主要業務流程進行整體審查，並未發現需要進一步行動的任何重大缺陷。截至最後實際可行日期，考慮到我們內部控制顧問的發現（其並未提出需要另行複查的任何進一步問題或關注），董事認為我們的內部控制系統有效。

財務風險管理

我們通過全面的財務控制及戰略規劃積極管理財務風險，包括信貸風險、流動性風險及市場風險。我們的財務團隊監控現金流量、資本配置及貨幣風險敞口，確保財務穩定性及韌性。我們秉持審慎的財務政策以減輕與市況波動及經濟不確定因素有關的潛在風險。

業 務

合規及法律風險管理

我們致力於全面遵守相關中國法律法規及最佳行業慣例。我們的法律及合規團隊監督監管合規情況，確保符合企業管治標準及運營要求。

為預防法律及監管風險，我們定期為僱員進行合規培訓，使其了解相關法律、商業道德行為及反腐敗政策。我們亦設有檢舉和舉報渠道，促進提早發現和解決潛在合規問題。

獎項、認可及榮譽

下表載列我們於最後實際可行日期的部分主要獎項及認可，有關獎項及認可頒授予我們以表示對我們的業務發展及所提供的優質服務的認可，其反映出我們對卓越品質、可持續性及企業責任的持續追求，且獲得了權威行業協會及政府機構的認證。

年份	認可獎項	認證／頒授機構／部門
2025年	浙江省重點商標保護名錄	浙江省市場監督管理局
2025年	浙江省數字化商貿流通龍頭企業	浙江省商務廳
2025年	2025年度市級重點製造業企業	建德市人民政府
2025年	建德市誠信經營單位	建德市消費者權益保護委員會
2025年	2025抖音電商家居廚用行業618 超級品牌獎	抖音
2024年	浙江省重點文化企業	中共浙江省委宣傳部
2024年	浙江省非遺工坊－「失蠟鑄銅」 省級非遺工坊	浙江省文化廣電和旅遊廳

業 務

年份	認可獎項	認證／頒授機構／部門
2024年	杭州市市級非遺代表性傳承人， 杭州市非遺保護傳承載體專項 基金補助（2024失蠟鑄銅－ 非遺工坊）	杭州市文化廣電旅遊局
2024年	2024年第二批浙江省數字文化 梯度培育企業領軍型	浙江省文化和旅遊廳、浙江省 經濟和信息化廳
2024年	2024年第三批浙江省文化和旅遊 企業梯度培育計劃領軍型企業	浙江省文化和旅遊廳
2024年	2024年度匠心設計品牌	阿里魚
2024年	天貓家居年度卓越品牌獎	天貓 淘寶
2023年	2023年度市級重點製造業企業	建德市人民政府
2023年	抖音種草營銷獎	抖音
2023年	孩之寶潮流玩具行業獎	孩子寶
2023年	孩之寶商貿（中國）有限公司， 中國授權展－優秀被授權 商獎－潮流玩具行業	孩子寶
2023年	淘寶天貓家裝家居生態大會－ 天貓家居618成交貢獻獎	天貓 淘寶
2022年	天貓人氣品牌獎	天貓 淘寶

業 務

年份	認可獎項	認證／頒授機構／部門
2022年	抖音電商家居家電行業年度巔峰品牌	抖音
2022年	環球影業大中華區－最佳文創產品開拓獎	環球影業
2022年	京東省心服務金獎	京東
2022年	2022消費品牌未來獨角獸TOP100	藍鯊消費
2022年	2022年杭州市重點文化企業	杭州市文化創意產業指導委員會
2022年	2022－反彈力－消費界－中國最具價值時尚潮玩品牌	消費界、檸檬品牌社
2022年	創業邦100未來獨角獸	創業邦100
2022年	2022失蠟鑄銅法－非遺工坊	錢塘江詩路（富春山水）文化傳承生態保護區創建領導小組

與單一最大股東的關係

概覽

於最後實際可行日期，俞先生持有本公司約26.27%的表決權。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），俞先生將直接持有本公司約[編纂]%股份。因此，俞先生於[編纂]後將有權於我們的股東大會上行使及控制行使合共約[編纂]%投票權並將被視為我們的單一最大股東。

除上文所述者外，俞先生亦為本公司董事長、執行董事兼總經理。有關俞先生的進一步背景資料，請參閱本文件「董事及高級管理層－執行董事」一節。

除外業務

於最後實際可行日期，俞先生（本公司執行董事、董事長、總經理及單一最大股東）於本集團以外的若干公司擁有重大權益，詳情載列如下：

公司名稱	註冊成立地點	註冊成立日期	所有權
設計國（杭州）科技 有限公司（「設計國」）.....	中國杭州	2018年 10月25日	由俞先生、張慧芳及潘育分別持有96%、 2%及2%，各為獨立第三方

與單一最大股東的關係

公司名稱	註冊成立地點	註冊成立日期	所有權
銅木主義.....	中國杭州	2020年 12月17日	由俞先生持有約29.10%，由Shunwei Ventures III (Hong Kong) Limited (「順為」) 持有14.00%、由楊軻(本公司監事) 持有0.90%、由胡文萍(本公司監事) 持有0.11%、由俞清(俞先生的胞弟) 持有0.08%及由47名股東持有餘下55.81%(其中概無股東持有銅木主義股份超過15%)。除俞先生(我們的董事及主要股東)、順為(我們的主要股東)、楊軻先生及胡文萍女士(本公司監事) 及俞清先生(俞先生的聯繫人) 外，銅木主義其餘47名股東(由於進行分立，其中43名持有本公司少數股權。有關詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－(v) 2020年12月本公司分立」一節) 均為獨立第三方。

與單一最大股東的關係

公司名稱	註冊成立地點	註冊成立日期	所有權
璽匠科技(杭州)有限公司 (「璽匠科技」)	中國建德	2001年 7月17日	由銅木主義持有約98.39%，由四名股東持有餘下約1.61% (其中概無股東持有璽匠科技註冊資本超過1%)。除董事羅仁祥先生 (持有璽匠科技0.0083%股權) 外，餘下三名股東均為獨立第三方
杭州亦格智造家居有限公司 (「杭州亦格」)	中國建德	2010年 9月10日	由璽匠科技全資擁有
杭州璽匠銅木主義家居股份有限公司 (「銅木主義家居」)	中國建德	2019年 12月17日	由銅木主義及俞先生分別持有99%及1%

於最後實際可行日期，俞先生為銅木主義及銅木主義家居各自的董事會主席以及杭州亦格及設計國各自的董事。於最後實際可行日期，俞先生並無於璽匠科技擔任任何董事或管理職務。

自其成立以來及直至最後實際可行日期，設計國並無實際業務經營。璽匠科技及其全資附屬公司杭州亦格主要從事衛浴產品的設計、生產及銷售。於最後實際可行日期，璽匠科技及杭州亦格已停止業務營運。因此，俞先生無意於[編纂]後將其於上述公司的權益注入本集團。

通過分立，銅木主義於2020年12月自本集團分立。有關詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構 – (v) 2020年12月本公司分立」一節。銅木主義及其附屬公司銅木主義家居主要從事實木傢俱的生產及銷售，其業務模式與本集團業務清晰劃分。

俞先生確認，其各自緊密聯繫人概無於與我們的業務直接或間接構成或可能構成競爭的業務中擁有任何須根據上市規則第8.10條予以披露的權益。

與單一最大股東的關係

我們業務的獨立性

經考慮以下因素後，董事信納我們可於[編纂]後獨立於單一最大股東運作、營運及開展業務。

營運獨立

我們完全有權獨立於單一最大股東及其緊密聯繫人作出業務決策及開展業務。基於以下原因，我們董事認為本公司於[編纂]後將繼續在營運上獨立於單一最大股東及其緊密聯繫人：

- (a) 我們不依賴單一最大股東或由單一最大股東控制的其他公司擁有的商標；
- (b) 我們持有對我們業務營運至關重要的所有相關牌照，並擁有足夠的資本、設備及僱員獨立經營我們的業務；
- (c) 我們主要自行採購以及進行銷售及營銷。除本文件所披露者外，本集團擁有獨立的供應商及客戶渠道，而我們的主要客戶及供應商與我們的單一最大股東及其緊密聯繫人概無關聯；
- (d) 於最後實際可行日期，我們自獨立第三方租賃廠房及辦公場所。我們業務營運所需的所有物業及設施均獨立於我們的單一最大股東及其緊密聯繫人；
- (e) 我們擁有自己的行政及企業管治基礎設施，包括我們的自有會計及人力資源部門；
- (f) 於最後實際可行日期，我們所有全職僱員的招聘均獨立於我們的單一最大股東及其緊密聯繫人，且主要通過就業市場招聘及內部轉介進行；
- (g) 我們董事預期本集團與我們單一最大股東或其緊密聯繫人於[編纂]後或[編纂]後不久將不會進行任何其他交易；及
- (h) 我們的單一最大股東及其緊密聯繫人概無擁有任何與本集團業務構成競爭或可能構成競爭的權益。

管理獨立

我們的管理及營運決策由董事會集體作出。董事會由五名執行董事、一名非執行董事及三名獨立非執行董事組成。進一步詳情請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

與單一最大股東的關係

於最後實際可行日期，除俞先生外，概無董事或高級管理層團隊成員在不屬於本集團的俞先生的公司擔任任何職位。

我們的董事認為，董事（除俞先生外）擁有確保董事會正常運作的相關經驗。我們進一步相信，我們的董事（除俞先生外）及高級管理層成員能夠在管理我們業務方面獨立於我們的單一最大股東而履行彼等於本公司的職責，原因如下：

- (i) 作為我們籌備[編纂]的一部分，我們已頒佈公司章程以遵守上市規則。特別是，我們的公司章程規定，任何董事及高級管理層成員不得將其自身置於其職責與其自身權益可能發生衝突的境地。倘與本集團將予進行的任何交易產生利益衝突，所有有利益衝突的董事須就有關交易放棄投票，且不得計入相關董事會會議的法定人數；
- (ii) 獨立非執行董事佔董事會三分之一以上，且彼等概無與我們的單一最大股東有任何關係。我們的獨立非執行董事在各領域擁有豐富經驗。我們相信，彼等將能夠行使其獨立判斷，並將能夠在董事會決策過程中提供公正意見，以保障我們股東的權益；
- (iii) 各董事均知悉其作為董事的受信責任，該等責任要求（其中包括）其為本公司的最佳利益行事，且不得允許其作為董事的職責與其個人利益發生任何衝突；及
- (iv) 倘召開股東大會以考慮我們單一最大股東擁有重大權益的擬進行交易，則我們的單一最大股東須就決議案放棄投票，且不得計入投票法定人數。

財務獨立

我們擁有本身的財務管理系統，並按照本身業務需要作出財務決策。我們已建立內部控制及會計制度，並設有一個獨立的財務部門負責我們的庫務職能。由於我們預計我們的營運資金將由現金、手頭現金等價物以及[編纂][編纂]撥付，我們預計於[編纂]後不會依賴我們的單一最大股東及其有關緊密聯繫人進行融資。董事確認，俞先生於截至2022年12月31日止年度為本公司借款提供的唯一擔保人民幣128,500,000元已於該年度悉數解除。截至最後實際可行日期，單一最大股東及其有關緊密聯繫人並無提供未償還貸款或擔保。根據上文所述，董事相信，我們於[編纂]後可在財務上維持獨立於單一最大股東及其緊密聯繫人。

與單一最大股東的關係

企業管治措施

本公司將遵守企業管治守則的條文，該守則列明良好企業管治的原則。

董事相信，本公司已採取足夠的企業管治措施管理單一最大股東與本集團的潛在利益衝突及保障股東的整體利益，原因如下：

- (i) 倘獨立非執行董事被要求審閱本集團與單一最大股東及／或董事之間的任何利益衝突情況，單一最大股東及／或董事須向獨立非執行董事提供所有必要資料，及本公司須通過其年報或以公告形式披露獨立非執行董事的決定；
- (ii) 本公司已制定內部控制機制識別關連交易。於[編纂]後，倘本公司與單一最大股東及其各自的緊密聯繫人訂立關連交易，本公司將遵守適用的上市規則；
- (iii) 我們承諾董事會內執行董事及非執行董事（包括獨立非執行董事）的人數將保持平衡。我們已委任三名獨立非執行董事，我們相信獨立非執行董事(i)具備足夠的經驗，(ii)並無擁有任何可對其作出獨立判斷有重大干擾的業務或其他關係，及(iii)將有能力提供公正的外部意見，保障股東的整體利益。有關獨立非執行董事的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節；
- (iv) 本集團與董事（包括俞先生及／或其各自的聯繫人）擬進行的任何交易將須遵守公司章程及上市規則的規定，包括（如適用）申報、年度審閱、公告及獨立股東批准規定；及
- (v) 我們已委任創陞融資有限公司為我們的合規顧問，彼將就遵守適用法律及上市規則（包括有關董事職責及企業管治的各項規定）向我們提供意見及指引。基於上文所述，董事信納本公司已採取足夠的企業管治措施，以管理本公司與單一最大股東之間可能產生的利益衝突，並於[編纂]後保障少數股東的利益。

此外，本公司與單一最大股東及／或董事及彼等各自的聯繫人擬進行的任何交易將須遵守上市規則的規定，包括（如適用）年度申報、公告、通函及獨立股東批准規定。

董事及高級管理層

董事會

董事會目前由九名董事組成，包括五名執行董事、一名非執行董事及三名獨立非執行董事。下表載列有關我們董事的一般資料：

姓名	職位	年齡	獲委任為董事 的日期	加入本集團 的日期	角色及職責	與其他董事及 高級管理層的 關係
俞光先生.....	董事長、執行 董事兼總經理	53歲	2013年3月	2013年3月	本集團整體管理、 整體戰略規劃、 業務方向、 產品開發 及營運管理	無
羅仁祥先生.....	執行董事、 副總經理兼 財務總監	50歲	2021年6月	2014年4月	本集團整體財務 管理	無
何贊先生.....	執行董事、 副總經理兼 線下營銷中心 營銷總監	52歲	2014年10月	2014年1月	本集團整體生產 管理	無
汪小霞女士.....	執行董事、 副總經理兼 線上營銷中心 營銷總監	37歲	2024年7月	2019年10月	本集團的整體營銷	無
陳銳廣先生.....	執行董事、 職工代表董事 兼影像總監	37歲	2024年7月	2014年7月	負責本集團的產品和 營銷推廣方面的 影像拍攝管理	無

董事及高級管理層

姓名	職位	年齡	獲委任為董事 的日期	加入本集團 的日期	角色及職責	與其他董事及 高級管理層的 關係
肖峰先生.....	非執行董事	49歲	2015年4月	2015年4月	參與企業及業務 戰略等重大事項 的決策	無
涂必勝先生.....	獨立非執行董事	61歲	2021年12月	2021年12月	監督董事會並向 其提供獨立判斷	無
黃文禮博士.....	獨立非執行董事	43歲	2024年7月	2024年7月	監督董事會並向 其提供獨立判斷	無
方俊輝先生.....	獨立非執行董事	47歲	2025年4月	2025年4月	監督董事會並向 其提供獨立判斷	無

董事履歷載列如下：

執行董事

俞光先生，53歲，為本公司董事長、執行董事兼總經理。彼主要負責本集團的整體管理、整體戰略規劃、業務方向、產品開發及營運管理。俞先生自2013年3月起擔任本公司董事長、董事及於2025年4月調任為執行董事。俞先生自2021年12月起擔任本公司總經理。

俞先生擁有近25年企業管理工作經驗。俞先生於2001年7月至2019年11月擔任雅鼎創意家居股份有限公司（現稱璽匠科技（杭州）有限公司（「璽匠科技」））董事長兼總經理，該公司主要從事衛浴產品的設計、生產及銷售，俞先生負責管理公司的整體運營。

俞先生於1991年6月畢業於紹興市中等專業學校87屆工藝美術班。俞先生於2012年7月畢業於上海交通大學中國CEO（總裁）創新管理高級研修班。

董事及高級管理層

俞先生曾擔任以下已解散公司的董事：

公司名稱	註冊成立地點	任職職位	解散日期	主要業務活動	狀況
香港雅鼎（國際）集團有限公司	香港	董事	2007年 9月14日	無實際 業務營運	以除名方式 解散

俞先生確認，(i)他沒有導致解散的不當行為；(ii)他不知道因解散而已經或將要對他提出任何未決或潛在的索賠；以及(iii)在解散過程中沒有涉及不當行為或瀆職。

羅仁祥先生，50歲，為我們的執行董事、副總經理兼財務總監。彼主要負責本集團整體財務管理。羅先生於2014年4月至2017年8月獲委任為董事，並於2021年6月重新獲委任為董事及於2025年4月調任為執行董事。羅先生分別於2021年12月及2019年4月獲委任為本公司副總經理及財務總監。羅先生於2021年12月至2025年3月獲委任為董事會秘書。

於2008年6月至2019年4月，羅先生曾任職於璽匠科技，歷任財務部經理、財務總監、董事會秘書等職務，負責該公司的財務會計、財務管理、投融資決策。

羅先生於2006年12月畢業於中南財經政法大學，通過遠程學習獲得會計學學士學位。羅先生於2018年9月畢業於浙江工商大學與加拿大魁北克大學席庫提米分校，獲得項目管理碩士學位。羅先生自2004年9月起為中國湖北省註冊會計師協會的註冊會計師。2022年9月，羅先生被授予中級會計師證書。

何贊先生，52歲，為我們的執行董事、副總經理兼線下營銷中心營銷總監。彼主要負責本集團整體生產管理。何先生自2014年10月起擔任董事，並於2025年4月調任為執行董事。何先生於2025年1月至2025年7月擔任生產總監。何先生分別自2021年12月及2025年7月起獲委任為副總經理兼線下營銷中心營銷總監。何先生自2014年1月加入本公司並擔任總經理、事業部經理、採購總監等職位。

何先生擁有逾20年的工作經驗。於2003年1月至2014年1月，何先生曾任職於璽匠科技，擔任事業部經理及採購部經理，主要負責該公司原材料採購、生產車間管理等事宜。

董事及高級管理層

何先生於1990年6月畢業於浙江省新昌縣城關中學，取得職高文憑。

汪小霞女士，37歲，為我們的執行董事、副總經理兼線上營銷中心營銷總監。彼主要負責本集團的整體營銷。汪女士自2024年7月起獲委任為董事，並於2025年4月調任為執行董事。此外，汪女士於2019年10月加入本公司並自2021年12月起獲委任為副總經理。汪女士自2020年7月起獲委任為營銷總監並自2025年7月起調任為本公司線上營銷中心營銷總監。

汪女士擁有逾13年的工作經驗。自2011年11月至2015年6月，彼於杭州岩色廣告策劃有限公司任職。自2015年7月至2016年12月，汪女士於杭州粒子文化科技有限公司任職。於2017年1月至2018年12月，汪女士於浙江岩華文化傳媒有限公司（現稱浙江岩華文化科技有限公司）任職。自2019年1月至2019年9月，汪女士於杭州橘喵文化創意有限公司任職。

於2020年6月，汪女士畢業於浙江工業大學，通過非全日制專科轉本科獲得工商管理學士學位。

陳銳廣先生，37歲，為我們的執行董事、職工代表董事和影像總監。彼主要負責本集團的產品和營銷推廣方面的影像拍攝管理。陳先生於2014年7月加入本公司並於2024年7月獲委任為董事。彼於2025年4月調任為執行董事和擔任職工代表董事。陳先生自2025年1月起獲委任為本公司影像總監。

陳先生擁有逾15年的工作經驗。於2008年7月至2014年7月，陳先生亦曾於璽匠科技擔任攝影部經理，主要負責為該公司產品進行攝影，以供市場營銷及推廣。

於2006年7月，陳先生獲潮州市職業技能鑒定指導中心授予圖形圖像處理職業資格證書。

非執行董事

肖峰先生，49歲，為我們的非執行董事。彼主要負責參與企業及業務戰略等重大事項的決策。肖先生於2015年4月獲委任為董事，並於2025年4月調任為非執行董事。

自2001年6月至2012年8月，肖先生擔任浙江前景園林綠化工程有限公司的項目經理。於2013年11月至2020年7月，肖先生擔任紹興市柯橋區灘渚鎮棠二村村書記。

董事及高級管理層

肖先生於2004年6月畢業於浙江省委黨校函授學院，獲得經濟管理專業文憑。

獨立非執行董事

涂必勝先生，61歲，為我們的獨立非執行董事。彼主要負責監督董事會並向其提供獨立判斷。涂先生於2021年12月獲委任為獨立董事，並於2025年4月調任為獨立非執行董事。

於1987年9月至1993年8月，涂先生為杭州商學院（現浙江工商大學）助教。於1993年9月至2001年11月，涂先生擔任杭州商學院（現浙江工商大學）講師。於2001年12月至2024年10月，涂先生擔任浙江工商大學副教授。於2022年12月至2025年5月，涂先生擔任杭州宇谷科技股份有限公司獨立董事。自2019年5月至今，涂先生擔任元成環境股份有限公司（股份代號：603388，一家於上海證券交易所上市的公司）的獨立董事。自2019年12月至今，涂先生擔任浙江松原汽車安全系統股份有限公司（股份代號：300893，一家於深圳證券交易所上市的公司）的獨立董事。

涂先生於1986年7月畢業於杭州商學院（現浙江工商大學），獲得商業財務會計專業學士學位。涂先生於2001年12月畢業於廈門大學，獲得國民經濟碩士學位。

黃文禮博士，43歲，為我們的獨立非執行董事。彼主要負責監督董事會並向其提供獨立判斷。黃博士於2024年7月獲委任為獨立董事，並於2025年4月調任為獨立非執行董事。

於2016年6月至2023年12月，黃博士受聘於浙江財經大學中國金融研究院，擔任副院長及執行院長。於2016年7月至2022年5月，黃博士擔任浙江京華激光科技股份有限公司（股份代號：603607，一家於上海證券交易所上市的公司）的獨立董事。於2021年12月至2024年6月，黃博士擔任浙江零跑科技股份有限公司（股份代號：9863，一家於聯交所上市的公司）的獨立非執行董事。於2017年12月至2023年12月，黃博士在浙江臨安農村商業銀行股份有限公司擔任獨立董事。自2024年1月起，彼現任職位為浙江財經大學金融學院黨委書記。

黃博士於2005年6月畢業於寧波大學，獲得數學與應用數學學士學位，並於2008年6月獲得該大學的基礎數學碩士學位。黃博士於2011年6月畢業於浙江大學，獲得數學博士學位。黃博士於2016年4月獲得中國科學技術大學管理科學與工程博士後學位。

董事及高級管理層

彼為其研究生的校內導師，這些研究生發表的《ZUFE量化交易體系》於2023年12月榮獲浙江省研究生教育學會優秀實踐成果獎。

方俊輝先生，47歲，為我們的獨立非執行董事，主要負責監督董事會並向其提供獨立判斷。方先生於2025年4月獲委任為獨立非執行董事。

方先生在上市公司、初創企業、投資銀行及基金領域擁有逾20年的投資、融資及企業管理經驗，主導過眾多金融項目，包括直接投資、首次公開募股(IPO)、併購、企業及債務重組、股票及債券發行以及財務顧問工作。

方先生自2024年10月起擔任芒果金融有限公司總裁，自2025年8月起擔任科興生物製藥股份有限公司(股票代碼：688136.SH)獨立及非執行董事，自2025年5月起擔任Living Homeopathy International Ltd.(股票代碼：LHI.US)獨立董事及自2025年6月起擔任貝塔金融科技控股有限公司(股票代碼：BTFT.US)獨立董事。

由2023年9月至2024年9月任職玖壹叁陸零醫學科技南京有限公司的顧問兼首席財務官，成功為其完成了B輪融資。自2021年10月至2023年9月任職中國平安資本(香港)有限公司(中國平安保險(集團)股份有限公司(股份代號：2318.HK)成員)的企業融資及醫療健康組主管。自2019年11月至2020年12月任職興證國際融資有限公司(興證國際金融集團有限公司(股份代號：6058.HK)成員)企業融資部主管及董事總經理。自2018年8月至2019年10月任職於東方融資(香港)有限公司(東方證券股份有限公司(股份代號：3958.HK)成員)，為投資銀行部執行董事。自2010年7月至2017年8月任職於中銀國際亞洲有限公司(中國銀行股份有限公司(股份代號：3988.HK)成員)，離任前為投資銀行部執行董事。自2005年5月至2009年1月任職於法國巴黎百富勤融資(亞太)有限公司，離任前為高級經理。自2004年5月至2005年5月任職於工商東亞融資有限公司(中國工商銀行股份有限公司(股份代號：1398.HK)成員)。自2001年9月至2003年2月任職安永(香港)會計師事務所審計員。

方先生在2001年獲取香港大學精算學學士學位並榮獲滙豐香港銀行助學金。於2006年7月，方先生成為香港會計師公會會員並從2018年起擔任香港會計師公會企業融資委員會委員。方先生現任天使投資基金會有限公司副主席、香港證券及期貨專業總會理事及中國國家行政學院(香港)工商專業同學會會員。彼為香港大學專業進修學院兼職講師。方先生是香港精準分子病理化驗所有限公司的聯合創始人，負責公司創立、戰略規劃及融資工作。

董事及高級管理層

除本文件所披露者外，各董事就其本身確認，據其所深知、全悉及確信，其(1)於最後實際可行日期概無於本公司或任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份、債權證中持有其他好倉或淡倉；(2)與本公司任何董事、高級管理層或主要股東概無其他關係；(3)於最後實際可行日期之前三年內並無於其證券於香港及／或海外任何證券市場上市的任何公眾公司擔任任何其他董事職務；及(4)概無有關董事委任的其他事宜須提請股東及聯交所垂注或須根據上市規則第13.51(2)(h)至(v)條予以披露。

高級管理層

我們的高級管理層負責我們業務的日常管理。下表載列有關本集團高級管理層的若干資料：

姓名	職位	年齡	獲委任日期	加入本集團的日期	角色及職責	與其他董事及高級管理層的關係
俞光先生.....	總經理	52歲	2013年3月	2013年3月	本集團整體管理、整體戰略規劃、業務方向、產品開發及營運管理	無
羅仁祥先生...	副總經理兼財務總監	49歲	2019年4月	2019年4月	本集團整體財務管理	無
何贊先生.....	副總經理兼線下營銷中心營銷總監	52歲	2014年1月	2014年1月	本集團整體生產管理	無
汪小霞女士...	副總經理兼線上營銷中心營銷總監	37歲	2019年10月	2019年10月	本集團整體營銷	無

董事及高級管理層

姓名	職位	年齡	獲委任日期	加入本集團 的日期	角色及職責	與其他董事及 高級管理層的 關係
徐佳穎女士...	董事會秘書、國 際部經理	28歲	2025年3月	2025年2月	管理董事會的日常事 務、國際業務的開 拓	無

俞光先生，詳情請參閱「－董事會－執行董事」。

羅仁祥先生，詳情請參閱「－董事會－執行董事」。

何贊先生，詳情請參閱「－董事會－執行董事」。

汪小霞女士，詳情請參閱「－董事會－執行董事」。

徐佳穎女士，28歲，為董事會秘書兼國際部經理。彼主要負責管理董事會的日常事務、國際業務的開拓。徐女士自2025年2月起擔任國際部經理，自2025年3月起擔任董事會秘書。

於2021年7月至2025年1月，彼於中國國際金融股份有限公司投資銀行部先後擔任分析師及經理。

徐女士於2020年7月畢業於北京大學，獲得金融學學士學位，並於2021年9月獲得倫敦商學院金融分析科學碩士學位。

聯席公司秘書

徐佳穎女士，已獲委任為本公司的聯席公司秘書，自[編纂]起生效。詳情請參閱「－高級管理層」。

梁熾欣女士，已獲委任為聯席公司秘書，自[編纂]起生效。

梁女士於香港上市公司的公司秘書服務及公司管治方面擁有超過14年的經驗，現任香港中央證券登記有限公司企業實體解決方案助理經理。

梁女士持有香港樹仁大學頒授的會計學(榮譽)商學士學位，為香港公司治理公會及英國特許公司治理公會會員。

董事及高級管理層

監事會

根據我們於2025年4月30日召開的首屆臨時股東大會，股東已批准一項決議案，即本公司自[編纂]起不再設監事會，監事會職權將由審計委員會行使。因此，我們現任監事及監事會的任期將於緊接[編纂]前終止。我們的中國法律顧問已確認，該等安排符合中國相關法律法規的規定。

董事委員會

董事會將若干職責授權予各董事委員會。根據中國相關法律法規、章程及上市規則，我們已設立審計委員會、薪酬與考核委員會、提名委員會、戰略委員會。

審計委員會

我們已於2025年4月30日成立審計委員會，其職權範圍符合上市規則第3.21條及企業管治守則第D.3段，自[編纂]起生效。審計委員會由涂必勝先生、方俊輝先生及肖峰先生組成，方俊輝先生為委員會主席。

審計委員會的主要職能為協助董事會評估及完善我們的財務報告程序、內部監控及風險管理系統、監督審計程序及履行董事會指派的其他職責及責任，其中包括：

- 向董事會建議委任及更換外聘審計事務所；
- 審閱內部審計工作報告，評估內部審計工作的結果，督促重大問題的整改；
- 聯絡我們的內部審計部門與外聘核數師；
- 監察公司的財務報表以及年度報告及賬目、半年度報告及（若擬刊發）季度報告的完整性，並審閱報表及報告所載有關財務申報的重大意見；及
- 董事會授予的其他職責。

薪酬與考核委員會

我們已於2025年4月30日成立薪酬與考核委員會，其職權範圍符合上市規則第3.25條及企業管治守則第E.1段，自[編纂]起生效。薪酬與考核委員會由黃文禮博士、涂必勝先生及羅仁祥先生組成，黃文禮博士為委員會主席。

董事及高級管理層

薪酬與考核委員會的主要職能為制定及審查董事和高級管理層薪酬政策以及制定公司董事和高級管理層成員的評估標準並對其進行評估，其中包括：

- 對董事及高級管理層的評估標準進行研究，就董事及高級管理層的整體薪酬政策及結構向董事會提出建議，並就制定薪酬政策的正式、透明程序提出建議；
- 釐定執行董事及高級管理層成員的具體薪酬待遇條款，包括非金錢福利、退休金權利及賠償金額（包括喪失或終止職務或委任之賠償），並就非執行董事的薪酬向董事會提出建議；
- 參考董事不時議決的企業目標及宗旨，審閱及批准薪酬方案；及
- 董事會授予的其他職責。

提名委員會

我們已於2025年4月30日成立提名委員會，其職權範圍符合上市規則第3.27A條及企業管治守則第B.3段，自[編纂]起生效。提名委員會由黃文禮博士、汪小霞女士及方俊輝先生組成，黃文禮博士為委員會主席。

提名委員會的主要職能為就委任及罷免董事向董事會提出推薦建議，其中包括：

- 每年檢討董事會的架構、規模及組成，並就任何建議變動向董事會提出推薦建議；
- 物色、篩選或就篩選獲提名出任董事職位之人選向董事會提出推薦建議；
- 評估獨立非執行董事的獨立性；
- 就董事委任、續聘及繼任的相關事宜向董事會提出推薦建議；及
- 董事會授予的其他職責。

董事及高級管理層

戰略委員會

我們已成立戰略委員會，其主要職能為對本公司長期發展戰略和重大投資決策進行研究並提出建議。戰略委員會由俞光先生、羅仁祥先生及黃文禮博士組成，而俞光先生為委員會主席。戰略委員會的主要職責如下：

- 對本公司長期發展戰略以及技術和產品的發展方向進行研究並提出建議；
- 對公司章程規定須經董事會批准的重大投資融資方案進行研究並提出建議；
- 對公司章程規定須經董事會批准的重大資本運作、資產經營項目進行研究並提出建議；及
- 對其他影響公司發展的重大事項進行研究並提出建議。

董事確認

上市規則第8.10條

各董事確認，於最後實際可行日期，其並無於與本公司業務直接或間接競爭或可能競爭的業務中擁有須根據上市規則第8.10條作出披露的任何權益。

上市規則第3.09D條

各董事確認，其(i)已於2025年4月30日獲得上市規則第3.09D條所述法律意見；及(ii)了解其作為[編纂]發行人董事於上市規則項下的義務。

上市規則第3.13條

各獨立非執行董事已確認(i)其具備與上市規則第3.13(1)至(8)條所述的各項因素有關的獨立性；(ii)於最後實際可行日期，其過往或當時並無於本公司或其附屬公司業務中擁有財務或其他權益，亦無與本公司任何核心關連人士（定義見上市規則）有任何關連；及(iii)於其獲委任時概無其他可能會影響其獨立性的因素。

董事及高級管理層

企業管治

企業管治守則守則條文第C.2.1條

根據企業管治守則第C.2.1段，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。俞先生為本公司的董事長兼總經理。俞先生於文創工藝產品行業擁有豐富的經驗，自本公司成立以來一直為本公司效力。俞先生負責本集團的整體管理、業務、戰略發展及科學研發。儘管董事長及總經理的角色由俞先生兼任偏離企業管治守則第C.2.1段，但董事會認為，由同一人兼任董事長及總經理的職責有利於本集團的管理。董事會及高級管理層（由經驗豐富且多元化的人士組成）的運作可確保權力及權限的平衡。董事會目前包括五名執行董事（包括俞先生）、一名非執行董事及三名獨立非執行董事，因此其組成具備高度獨立性。

除上文所披露者外，本公司擬於[編纂]後遵守企業管治守則的所有守則條文。

董事會多元化

董事會已於[編纂]前採納董事會及僱員多元化政策（「**董事會及僱員多元化政策**」），以提高董事會的效率並維持高標準的企業管治。本公司認可並接受多元化董事會的益處。根據董事會及僱員多元化政策，本公司在審閱及評估合適人選擔任本公司董事時，將從不同方面考慮一系列多元化因素，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業資格、技能、知識及服務年限。董事會所有任命均將基於候選人的專業能力及其對董事會或職位所能做出的貢獻，並考慮到成員多元化的整體利益及組織需求。

於最後實際可行日期，董事會由八名男性成員及一名女性成員組成，年齡介乎37歲至61歲。我們的董事擁有投資、融資、企業管理、會計、數學等方面的均衡知識與技能組合，並獲得了數學、會計學、精算學、工商管理等多個領域的學位。本公司已審閱董事會的成員、架構及組成，認為董事會的架構合理，且董事在各個方面及領域的經驗及技能可令本公司維持高標準運作。

[編纂]後，提名委員會將不時審閱董事會及僱員多元化政策，制定並審閱實施該政策的可衡量目標，並監察實現該等可衡量目標的進度，以確保該政策持續有效。本公司將(i)披露每位董事的履歷詳情及(ii)在其年度企業管治報告內匯報董事會及僱員多元化政策的實施情況（包括我們是否已實現董事會多元化）。

董事及高級管理層

董事及高級管理層的酬金

我們向董事及高級管理層成員（亦為本公司僱員）提供薪金、津貼、獎金及實物福利形式的酬金。我們的獨立非執行董事根據其職責（包括擔任董事委員會成員或主席）收取酬金。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度以及截至2025年6月30日止六個月，向董事支付的薪酬總額（包括董事袍金、薪金、津貼及福利以及退休福利計劃供款）分別為人民幣1.5百萬元、人民幣1.8百萬元、人民幣2.6百萬元及人民幣1.0百萬元。

根據於本文件日期有效的安排，預計截至2025年12月31日止年度應付董事的薪酬總額（包括董事袍金、薪金、津貼及福利以及退休福利計劃供款）將約為人民幣2.8百萬元。

於往績記錄期，本集團五名最高薪酬人士分別包括一名、兩名、兩名及一名董事。其餘4名、3名、3名及4名個人於整個往績記錄期的酬金（包括薪金、津貼及福利以及退休福利計劃供款）分別約為人民幣2.3百萬元、人民幣1.7百萬元、人民幣1.7百萬元及人民幣1.1百萬元。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度以及截至2025年6月30日止六個月，我們的董事或本集團任何成員公司的任何離任董事概無收取任何款項作為(a)促使其加入本公司或加入本公司之後的獎勵；或(b)離任本集團任何成員公司董事職位或與本集團任何成員公司管理事務相關的任何其他職位而給予的補償。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度以及截至2025年6月30日止六個月，概無董事放棄或同意放棄任何酬金的任何安排。

除上文所披露者外，本公司或我們的任何附屬公司於往績記錄期內概無向董事或本集團五名最高薪酬人士支付或應付其他款項。

有關於往績記錄期內董事、最高行政人員及僱員酬金的更多資料以及有關最高薪酬人士的資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註10。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條及第19A.05條委任創陞融資有限公司（「創陞」）為我們的合規顧問。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將就下列情況向我們提供意見：

- (a) 刊發監管機構或適用法律要求的任何公告、通函或財務報告之前；

董事及高級管理層

- (b) 擬進行交易（可能構成上市規則項下之須予公佈的交易或關連交易），包括股份發行及證券購回；
- (c) 我們擬運用[編纂][編纂]的方式與本文件所詳述者不同，或我們的業務活動、發展或業績與本文件所述任何預測、估計或其他資料不同；及
- (d) 聯交所根據上市規則第13.10條就價格及成交量異常波動或其他事項向我們作出查詢。

根據上市規則第19A.06條，創陞將及時通知我們聯交所公佈的任何上市規則修訂或補充。創陞亦將通知我們適用法律及指引的任何修訂或補充。

任期將於[編纂]開始，並於我們根據上市規則第13.46條就[編纂]後開始的首個完整財政年度發佈年度報告當日結束。

股 本

股本

緊接[編纂]前

於最後實際可行日期，本公司的註冊股本為人民幣57,000,000元，包括每股面值人民幣1.00元的57,000,000股境內非上市股份。

於[編纂]完成後

緊隨[編纂]及境內非上市股份轉換為H股（有關詳情，見本節下文「一 境內非上市股份轉換為H股」）後（假設[編纂]未獲行使），本公司股本將為如下所示：

股份描述	股份數目	佔[編纂]後 經擴大已發行 股本概約百分比
已發行境內非上市股份	[編纂]	[編纂]
由境內非上市股份轉換而來的H股	[編纂]	[編纂]
根據[編纂]將予發行的H股	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	100%

緊隨[編纂]後（假設[編纂]獲悉數行使），本公司股本將為如下所示。

股份描述	股份數目	佔[編纂]後 經擴大已發行 股本概約百分比
已發行境內非上市股份	[編纂]	[編纂]
由境內非上市股份轉換而來的H股	[編纂]	[編纂]
根據[編纂]將予發行的H股	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	100%

股 本

股份類別

於[編纂]完成後的已發行H股及境內非上市股份均為本公司股本中的普通股，應視為同一類別股份。然而，H股僅可由中國合資格境內機構投資者、香港、澳門、台灣或中國內地以外任何國家或司法權區的法人及自然人以港元[編纂]及在其之間[編纂]（滬港通及深港通（如適用）的H股除外，有關H股可以人民幣買賣）。除中國若干合資格境內機構投資者以及滬港通及深港通（如適用）的若干中國合資格投資者外，中國法人及自然人一般不能[編纂]或在其之間[編纂]H股。另一方面，境內非上市股份可在中國法人及自然人、合資格外國機構投資者或合資格外國戰略投資者之間購買或轉讓。

地位

根據公司章程，境內非上市股份及H股應視為同一類別股份，並將於本文件日期後在宣派、派付或作出的所有股息或分派方面享有同等地位。然而，境內非上市股份的轉讓須遵守中國法律可能不時施加的有關限制。

境內非上市股份轉換為H股

於[編纂]完成後，我們的股份將包括境內非上市股份及H股，該等股份均為本公司股本中的普通股。我們的境內非上市股份目前並無在任何證券交易所上市或買賣。根據國務院證券監管機構及公司章程的規定，境內非上市股份持有人可自行選擇授權本公司向中國證監會申請將其各自股份轉換為H股。於境內非上市股份轉換後，該等經轉換股份可於境外證券交易所[編纂]或[編纂]，條件為在有關經轉換股份轉換及買賣前妥為完成任何必要的內部批准程序，並須取得中國有關監管機構（包括中國證監會）批准。此外，有關轉換、買賣及[編纂]須在各方面遵守國務院證券監管機構訂立的法規及相關境外證券交易所訂立的法規、規定及程序。

有關經轉換股份在聯交所[編纂]須獲得聯交所批准。根據本節所述的境內非上市股份轉換為H股的方法及程序，我們可於任何建議轉換前申請全部或任何部分境內非上市股份以H股方式在聯交所[編纂]，以確保可於知會聯交所及有關股份在H股股東名冊交付登記後即時完成轉換過程。由於聯交所通常會將我們在聯交所[編纂]後的任何額外股份[編纂]視作純粹行政事宜，故於我們在香港[編纂]時毋須作出有關事先[編纂]申請。

股 本

在完成備案及取得一切所需的批准後，進行轉換將須完成下列程序：相關境內非上市股份將自境內股東名冊撤銷，而我們會將有關股份在香港存置的H股股東名冊中重新登記，以及指示[編纂]發出H股股票。在我們的H股股東名冊登記須符合下列條件：(a) [編纂]致函聯交所，確認有關H股已妥善登記於H股股東名冊及正式派發H股股票及(b) H股[編纂]在聯交所[編纂]符合上市規則及不時生效的[編纂]與[編纂]。於經轉換股份在我們的[編纂]重新登記前，該等股份不得以H股方式[編纂]。

經轉換股份在境外證券交易所[編纂]及買賣毋須類別股東表決。任何經轉換股份於我們首次[編纂]後在聯交所申請[編纂]，須以公告方式事先通知股東及公眾任何建議轉換。

於[●]完成[編纂]及向中國證監會備案程序後，58名股東所持合共[編纂]股境內非上市股份將按[編纂]基準轉換為H股並在聯交所[編纂][編纂]（佔於境內非上市股份轉換為H股及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）本公司已發行股份總數的約[編纂]%），轉換詳情以及於[編纂]之前及之後的H股及境內非上市股份數目載列如下：

股東姓名	於最後實際可行日期所持境內非上市股份數目	申請轉換為H股的股份數目	於最後實際可行日期申請轉換為H股的股份數目佔股東所持股份數目的百分比	H股	
				於[編纂]後所持H股數目	佔[編纂]後（假設[編纂]未獲行使）股份總數的百分比
俞先生	14,971,100	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
順為	7,631,981	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
天津金米	5,451,418	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
北京光信	3,453,413	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
歐之福	2,678,093	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
國中基金	2,158,766	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
央視基金	1,781,250	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
共青城金達	1,744,459	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
羅文娟	1,616,002	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
錦元翰飛	1,414,004	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
裘德康	1,154,287	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

股 本

股東姓名	於最後實際可行 日期所持境內 非上市股份數目	申請轉換為 H 股的股份數目	於最後實際可行 日期申請轉換為 H 股的股份數目 佔股東所持股份 數目的百分比	H 股	
				於[編纂]後 所持H股數目	佔[編纂]後 (假設[編纂] 未獲行使) 股份總數 的百分比
青島贊智.....	1,096,577	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
肖峰	1,067,715	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
灣區一號.....	712,500	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
深圳國林豐.....	621,875	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
阮卓爾	519,434	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
楊軻	490,571	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
趙磊	481,917	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
呂立翰	447,285	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
張磊	431,071	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
何贊	360,713	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
復星惟盈.....	298,737	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
羅仁祥	288,571	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
黎萬強	288,571	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
丁鵬飛	288,571	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
錦元哲誠.....	240,475	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
陳靜芝	216,431	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
殷雪龍	202,000	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
張建梅	178,914	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
金澤廣	144,283	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
金麗華	144,282	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
張衛江	144,282	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
呂杭軍	144,282	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
申屠佳惠.....	144,282	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
楊竣傑	144,282	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
錢家陽	125,427	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
俞宏	124,089	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
董聖芳	115,429	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
黃東升	115,427	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
任炳章	109,658	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
金宏偉	106,875	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
周乘風	95,227	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
史子鳴	92,342	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
安輝	92,342	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
任亮	89,457	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

股 本

股東姓名	於最後實際可行 日期所持境內 非上市股份數目	申請轉換為 H 股的股份數目	於最後實際可行 日期申請轉換為 H 股的股份數目 佔股東所持股份 數目的百分比	H 股	
				於[編纂]後 所持 H 股數目	佔[編纂]後 (假設[編纂] 未獲行使) 股份總數 的百分比
王玥楨	86,572	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
盧華華	86,572	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
胡文萍	57,717	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
丁屹	57,717	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
呂亮	57,717	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
張傑	57,717	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
王秋霞	57,717	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
梁鈺	35,625	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
陳理升	35,625	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
徐丹妮	28,347	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
賈金富	14,431	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
黃寧寧	14,431	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
崔玉舒	11,546	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	54,820,401	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

據我們所知，除上述所列相關股東外，目前概無其他股東擬將其任何境內非上市股份轉換為 H 股。

聯交所的[編纂]批准

我們已向聯交所上市委員會申請批准根據[編纂]將予發行的 H 股（包括因[編纂]獲行使而可能發行的任何 H 股）以及將由[編纂]股境內非上市股份轉換的 H 股於聯交所[編纂]及[編纂]，惟須待聯交所批准方告作實。

我們將在獲得聯交所的批准後，就境內非上市股份轉換為 H 股進行以下程序：(1)就轉換所得的 H 股的相關股票向[編纂]發出指示；及(2)讓轉換所得的 H 股獲[編纂]接納為合資格證券，可於[編纂]內寄存、結算及交收。

股 本

股東大會

有關須召開股東大會的情況詳情，請參閱本文件「附錄五－主要法律及監管規定概要」及「附錄六－公司章程概要」。

登記未於境外證券交易所上市的股份

根據中國證監會發佈的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》，境外上市公司須向境內證券登記及結算機構集中登記其並非於任何境外證券交易所上市的股份。

轉讓於[編纂]前已發行的股份

根據中國公司法，公司[編纂]股份前已發行的股份，自該等公開[編纂]的股份在相關證券交易所[編纂]及[編纂]之日起一年內不得轉讓。因此，本公司於發行H股前已發行的股份自[編纂]起計一年期間內將須遵守該等有關轉讓的法定限制。

股東批准[編纂]

本公司發行H股並申請H股於聯交所[編纂]須取得股東批准。本公司已於2025年4月30日舉行的股東大會上取得相關批准。

主要股東

據董事所深知，緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），下列人士將於我們的股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司股東大會上投票之任何類別股本面值10%或以上權益：

股東／最終股東	權益性質	股份類別	股份數目 ⁽²⁾	權益概約百分比	
				於[編纂]完成後 的相關類別股份 ⁽¹⁾	於[編纂]完成後 的本公司總股本 ⁽¹⁾
俞先生	實益權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
順為 ⁽³⁾	實益權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Shunwei China ⁽³⁾	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Shunwei Capital LP ⁽³⁾ ...	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Shunwei Capital Ltd ⁽³⁾ ...	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Silver Unicorn ⁽³⁾	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Koh Tuck Lye ⁽³⁾	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
天津金米 ⁽⁴⁾	實益權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小米科技 ⁽⁴⁾	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小米通訊技術 ⁽⁴⁾	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
Xiaomi HK ⁽⁴⁾	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]

主要股東

股東／最終股東	權益性質	股份類別	股份數目 ⁽²⁾	權益概約百分比	
				於[編纂]完成後 的相關類別股份 ⁽¹⁾	於[編纂]完成後 的本公司總股本 ⁽¹⁾
小米集團 ⁽⁴⁾	於受控法團的權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
北京合眾 ⁽⁵⁾	實益權益	境內非上市 股份	[編纂]	[編纂]	[編纂]
百泉納海 ⁽⁵⁾	於受控法團的權益	境內非上市 股份	[編纂]	[編纂]	[編纂]
汪文忠 ⁽⁵⁾	於受控法團的權益	境內非上市 股份	[編纂]	[編纂]	[編纂]
上海如碼 ⁽⁶⁾	實益權益	境內非上市 股份	[編纂]	[編纂]	[編纂]
如碼企業 ⁽⁶⁾	於受控法團的權益	境內非上市 股份	[編纂]	[編纂]	[編纂]
上海歐捷 ⁽⁶⁾	於受控法團的權益	境內非上市 股份	[編纂]	[編纂]	[編纂]
王長林 ⁽⁶⁾	於受控法團的權益	境內非上市 股份	[編纂]	[編纂]	[編纂]
張海雲 ⁽⁶⁾	於受控法團的權益	境內非上市 股份	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 按緊隨[編纂]完成後（未計及因[編纂]獲行使而可能發行的H股）已發行的[編纂]股股份總數（包括[編纂]股境內非上市股份及[編纂]股H股）計算。
- (2) 「L」表示好倉。
- (3) Shunwei Ventures III (Hong Kong) Limited (「順為」) 由Shunwei China Internet Fund III, L.P. (「**Shunwei China**」) 全資擁有。Shunwei China的普通合夥人為Shunwei Capital Partners III GP, L.P. (「**Shunwei Capital LP**」)，Shunwei Capital LP的普通合夥人為Shunwei Capital Partners III GP Limited (「**Shunwei Capital Ltd**」)。Silver Unicorn Ventures Limited (「**Silver Unicorn**」) 持有Shunwei Capital Ltd超過50%的已發行在外的股份，而Koh Tuck Lye先生為Silver Unicorn的唯一股東。因此，根據證券及期貨條例，Shunwei China、Shunwei Capital LP、Shunwei Capital Ltd、Silver Unicorn及Koh Tuck Lye均被視為於順為直接持有的所有股份中擁有權益。

主要股東

- (4) 天津金米投資合夥企業(有限合夥)(「**天津金米**」)的普通合夥人為天津金星創業投資有限公司(「**天津金星**」)，而天津金星由小米科技有限責任公司(「**小米科技**」)全資擁有，小米科技為小米通訊技術有限公司(「**小米通訊技術**」)透過(其中包括)小米科技與小米通訊技術訂立的合約安排控制的綜合聯屬實體。小米軟件及小米通訊技術均由Xiaomi H.K. Limited(「**Xiaomi HK**」)全資擁有，而Xiaomi HK則由小米集團(股份代號：1810.HK)(「**小米集團**」)全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，天津金星、小米科技、小米通訊技術、Xiaomi HK及小米集團均被視為於天津金米直接持有的所有股份中擁有權益。
- (5) 北京合眾創投股權投資中心(有限合夥)(「**北京合眾**」)由北京百泉納海投資管理有限公司(「**百泉納海**」)作為其普通合夥人擁有約3.63%的股權，而汪文忠則擁有百泉納海約35%的股權。因此，根據證券及期貨條例，百泉納海及汪文忠被視為於北京合眾直接持有的所有股份中擁有權益。
- (6) 上海如碼有花企業管理合夥企業(有限合夥)(「**上海如碼**」)由上海如碼企業管理諮詢有限公司(「**如碼企業**」)作為其普通合夥人擁有約1.96%的股權，而上海歐捷文化傳播有限公司(「**上海歐捷**」)擁有如碼企業99%的股權，而王長林和張海雲分別擁有上海歐捷50%和50%的股權。因此，根據證券及期貨條例，如碼企業、上海歐捷、王長林和張海雲被視為於上海如碼直接持有的所有股份中擁有權益。

除本文所披露者外，董事並不知悉任何人士將於緊隨[編纂]後於我們的股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司股東大會上投票之任何類別股本面值10%或以上權益。

財務資料

閣下應將以下討論及分析與我們載於本文件附錄一所載會計師報告的綜合財務資料連同其附註一併細閱。我們的綜合財務資料乃根據國際財務報告準則編製，該等準則可能於各重大方面與其他司法權區的公認會計原則有所不同。

以下討論及分析載有反映我們現時對未來事件及財務表現的看法的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們根據經驗及對過往走勢、目前狀況及預期未來發展的見解以及我們相信於有關情況下屬適合的其他因素而作出的假設及分析。然而，實際結果及發展會否與我們的預期及預測一致乃取決於多項風險及不確定因素。於評估我們的業務時，閣下應審慎考慮本文件「風險因素」一節所提供的資料。

就本節而言，除文義另有規定外，有關2022年、2023年及2024年的提述乃指我們截至該年度12月31日止財政年度。除文義另有規定外，本節所述財務資料乃按綜合基準進行描述。

概覽

我們（即銅師傅）自成立以來，一直專注於將傳統工藝與現代設計和使用場景相結合，開發銅質文創產品。根據弗若斯特沙利文報告，截至2024年12月31日止年度，我們在中國銅質文創工藝產品市場按總收入計位列第一，市場份額為35.0%，彰顯了我們在金屬文創工藝產品市場中該細分領域（約佔6.3%）的強勁地位。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的收入分別為人民幣503.2百萬元、人民幣506.4百萬元、人民幣571.2百萬元、人民幣283.6百萬元及人民幣308.2百萬元。同期的毛利率分別為32.2%、32.4%、35.4%、36.0%及35.1%，顯示出我們於業務拓展及運營效率方面的穩定表現。

編製基準

本公司（即杭州銅師傅文創（集團）股份有限公司）為一家根據中國法律註冊成立的股份有限公司。本集團於往績記錄期內的綜合財務報表乃根據本文件附錄一會計師報告附註2所載會計政策編製。該等會計政策符合所有適用的國際財務報告準則（「國際財務報告準則」），其中包括國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的所有國際會計準則及詮釋。

財務資料

綜合財務報表已由香港執業會計師德勤•關黃陳方會計師行根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港審計準則進行審計。除非另有說明，否則綜合財務資料以人民幣（本集團的功能及呈報貨幣）列示。

影響經營業績的重要因素

於往績記錄期內及未來，諸多外部及內部因素影響並預期將繼續影響我們的財務表現。主要考慮因素載列如下。

消費者情緒、宏觀經濟狀況及文化消費趨勢

我們的表現與中國的宏觀經濟狀況及消費者情緒密切相關。作為非必要消費類別，文創工藝產品行業對收入水平、購買信心及消費行為的變化高度敏感。儘管中國長期經濟基本面保持穩定，但全球經濟的諸多不利因素（包括地緣政治緊張局勢、通脹壓力及外部需求放緩）或會帶來不確定性，從而可能抑制消費者信心及非必要消費。特別是消費品行業，不僅越來越受到家庭收入及就業預期的影響，而且還受到更廣泛的經濟前景情緒及生活方式偏好的影響。

在此背景下，我們觀察到消費者價值觀明顯從物質功能轉向象徵意義及文化相關性。消費者在作出購買決定時更加注重產品的象徵意義、文化認同感及個性化審美。這導致對能夠反映個人品味及文化表達的產品需求不斷增長。順應這一趨勢，我們積極加快產品開發週期，各年度／期間推出大量新品。

根據弗若斯特沙利文報告，2024年城市滲透率僅達到2.34%，預計到2029年將上升至2.58%，而農村滲透率仍低於1.4%。尤其是隨著文化意識的提高、電商渠道的拓展以及對傳統文化與現代消費融合的政策持續支持，行業仍具有增長潛力。

與此同時，消費者參與的結構亦已發生變化。線上渠道在推動早期增長方面發揮了核心作用，於往績記錄期內，大多數的收入來自通過天貓、京東及抖音等平台的線上直銷。最近，線下零售的擴張與我們的數字化佈局相輔相成，使我們能夠打造沉浸式體驗，促進更緊密的社區聯繫。於2024，隨著新直營店的開業，我們的線下收入顯著增長，我們相信這種混合模式將繼續增強消費者參與，支持可持續增長。

財務資料

產品能力、開發及產品組合拓展

從根本上說，我們的業務乃由產品實力推動，這乃基於我們的創意能力、精湛工藝以及將文化內涵轉化為有形形式的能力。我們的增長建立在以設計為核心理念之上，將原創美學表達與精良的生產執行相結合。

銅仍為我們品牌的文化及物質基礎，在此基礎上，我們逐步將產品矩陣擴展到以金、銀及塑膠為基礎的文創產品。每個材質類別均體現了對不同消費者偏好、使用場景及價格預期的戰略回應。特別是我們的黃金文創產品，強調豐富的象徵意義及紀念價值，市場吸引力不斷增強。

在材料多元化的同時，我們不斷深化及拓展IP矩陣。我們的產品開發以自研IP為主導，與消費者建立持久的連接。我們選擇性地使用授權IP（包括與博物館及全球知名品牌的合作）作為補充，以豐富我們的產品，並延伸到不同的消費群體。我們所有的IP（無論是自主創作還是外部授權）均通過內部整合流程進行開發及商業化，該流程將文化研究、設計、建模、打樣及生產結合起來。

我們的產品定位及定價策略

我們的品牌以追求質價比為根本理念，通過親民定價提供高水平的藝術效果和文化內涵。這種方針是我們能夠觸達廣泛消費者群體，同時維持高工藝水平的基礎。我們的定價是一項關鍵優勢，其謹慎平衡產品複雜度、文化意義與客戶價值。該策略讓我們能夠建立客戶信任並促進與客戶建立長期關係。

在中國市場，我們在線上線下渠道均採用統一的零售定價機制，確保透明度和一致性。通過垂直一體化生產、嚴格的成本管理及可拓展的產品設計，我們能夠在多個價格點位提供具有文化底蘊的優質產品，使我們能夠在服務消費者的同時鞏固我們在銅質文創產品市場的領先地位。我們一貫的表現進一步驗證了此策略的有效性。有關更多資料，請參閱本文件「業務－我們的定價」。

我們與第三方電商平台的關係

我們的大部分收入來自通過中國主要第三方電商平台（包括天貓、京東及抖音）進行的線上直銷，分別佔截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月總收入的70.6%、69.9%、70.5%、66.9%及69.8%。該等平台是我們主要的消費者觸點，對於建立品牌知名度、消費者參與和交易量至關重要。我們在該等平台的旗艦店由我們直營，令我們得以管理定價、內容及客戶服務，同時利用各平台的用戶基礎、物流基礎設施和營銷生態。此外，我們與主要電商平台的長期積極關係使我們能夠獲得顯眼的推廣投放、參加大流量的活動事件及獲取實時的消費者意見以優化產品策略。

財務資料

原材料成本及採購策略

銅是我們生產過程中使用的主要原材料，銅價波動直接影響我們的營業成本及毛利率。於往績記錄期，中國銅價呈現出整體上升且波動的趨勢。根據弗若斯特沙利文報告，銅的年均價格自2019年的每噸人民幣47,621.8元上漲至2024年的每噸人民幣74,958.3元，於2024年5月達到歷史峰值，為每噸人民幣88,600.0元。截至2025年6月30日，銅價已達致每噸人民幣77,596.2元。這一走勢反映了工業需求增長、供應鏈中斷以及更廣泛的全球大宗商品市場動態的綜合影響。在中國市場，由於進口成本、倉儲、稅收政策及外匯因素，國內價格通常高於國際基準價格。

因此，我們的成本結構受到銅價變化的影響。銅價大幅上漲而產品價格未能相應調整，可能導致利潤率壓縮，尤其是對於定價彈性有限的大眾市場或低價SKU。相反，銅價下跌可能會提高我們的毛利率。我們目前沒有在供應商合約中加入原材料價格波動條款，乃依靠採購計劃及設計規劃來降低這種風險。

為減輕銅價波動的潛在影響，未來我們可能視市場情況採取組合策略。該等策略可能包括根據生產需求和現行市場趨勢按月調整採購計劃，與可靠供應商維持長期合作關係以提升價格穩定性與材料一致性。此外，視乎當時的運營需求及風險管理政策，我們或考慮運用期貨合約或其他對沖工具管控銅價波動相關風險。

敏感度分析

以下敏感度分析說明原材料成本的假設波動對我們於所示期間總營業成本的影響。材料成本的假設波動率設定為5.0%。

	對總營業成本的影響			
	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	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
增加／(減少)				
+5.0%	338,895	338,482	365,248	197,707
-5.0%	327,374	329,602	355,160	192,087

我們將繼續完善採購及生產計劃機制，以更好地應對市場波動，確保產品質量、價格及盈利能力與業務目標保持一致。

財務資料

人工成本及熟練勞動力

生產手工製作的文創產品本質上屬勞動密集型及工藝推動型。與標準化工業製造不同，我們這一分部的產品通常需要複雜的手工工藝，如蠟模雕刻、手工雕刻、精密焊接及表面上色等。因此，熟練工人的供應、穩定性及生產力直接影響我們的成本結構、生產能力以及保持品牌一致性的能力。

在行業層面，銅質文創工藝產品領域在結構上依賴熟練的工匠。根據弗若斯特沙利文報告，傳統工藝的傳承越來越受到年輕從業者數量有限、學徒週期較長以及由於早期職業階段經濟回報率低而導致新入行者興趣下降的制約。這種人才短缺在失蠟鑄銅法及高精度細節處理等工藝複雜的環節尤為突出，這些工藝難以機械化或用自動化工具替代。在這種情況下，人工成本上升及對經驗豐富的技術人員的競爭壓力已成為整個行業關注的問題，尤其是在文化生產集群集中的城市地區。

從我們的運營角度來看，我們將「熟練技工」定義為在同一技術崗位工作12個月或以上的生產線技術人員。這些人員負責執行技術要求高的工序，監督工藝完整性，並通過現場學徒模式指導初級工匠。這種方法使我們能夠把握基於工藝的生產強度及技術瓶頸。因此，員工數量、加班水平或員工士氣的波動可能會對我們的履約效率及交付時間管理產生不成比例的影響。

於往績記錄期內，儘管我們的總體人工成本有所增長，但由於通脹導致的工資上漲趨勢、對高度熟練工人需求的增加以及年輕僱員期望的變化，我們預計仍將面臨持續的上升壓力。

季節性

我們的收入存在季節性波動，主要受各大電商促銷活動及中國傳統送禮場合的推動。特別是6月的「618購物節」及11月的「雙11購物節」以及12月的「雙十二」等線上購物節，由於促銷力度加大、全平台流量激增以及消費者參與度提高，持續產生大量訂單。

傳統節日亦是影響季節性需求的關鍵因素。第一季度通常得益於新年及春節期間，該等期間是個人及企業送禮的高峰期。第四季度包括國慶黃金週及中秋節。

因此，我們的收入一般在每年的第一季度和第四季度達到高峰。故此，收入及盈利能力的同期比較可能無法反映全年趨勢。

財務資料

重大會計政策及估計

我們已識別若干對編製綜合財務報表至關重要的會計政策。我們的部分會計政策涉及主觀假設及估計，以及與會計項目相關的關鍵判斷。

下文載列我們認為對我們至關重要或於編製綜合財務報表時涉及最重大估計及判斷的會計政策。我們的重大會計政策及估計於本文件附錄一所載會計師報告的附註2及3中有詳細說明，有關會計政策及估計對於了解我們的財務狀況及經營業績至關重要。

重大會計政策

收入確認

我們根據國際財務報告準則第15號的規定在（或因）貨品控制權轉移至客戶時確認收入。我們的收入主要來自通過多元化銷售網絡銷售各類材質文創產品（包括銅、金、銀、塑膠及木質產品），銷售網絡涵蓋線上直銷、線下零售店、代銷及向第三方經銷商銷售。

收入按照我們預期因轉讓貨品予客戶而有權獲得的對價金額計量，扣除增值稅及其他類似稅費。在確定交易價格時，我們考慮可變對價（包括數量折扣及退貨）、重大融資成分（如有）、非現金對價以及應付予客戶的對價的影響。

就線上直銷而言，收入於貨品控制權轉移至客戶時確認，即客戶確認收貨時或於線上平台指定的交付日期後一段時間（通常為七天）（以較早者為準）。

透過零售店銷售貨品的收入於貨品控制權轉移至客戶時（即客戶於零售店購買貨品時）確認。交易價格應在銷售時點即時支付。

就本集團直接銷售予客戶的貨品而言，收入於貨品控制權轉移時（即貨品已交付至客戶時）確認。該等交易為貨到付款或具信貸條款，標準信用期為交付後30天。

就透過線上及線下經銷商銷售貨品而言，收入於貨品控制權轉移時確認，不論是交付至指定地點或移交至經銷商的指定承運商。

財務資料

就代銷而言，收入於收貨人將貨品控制權轉移至終端客戶時確認。於銷售前，本集團通常將貨品運送至收貨人；然而，本集團仍保留貨品控制權，直至貨品交付予終端客戶。於此期間，本集團保留對貨品定價及經銷的全權酌情權，並繼續承擔與過時及虧損有關的風險。

對於涉及可變對價（如退貨權）的交易，我們根據預期價值估計預期有權獲得的收入金額。我們就預期向客戶退款確認退款負債，就結算退款負債後自客戶收回產品的權利確認資產。

租賃

我們於合約簽立時評估合約是否屬於或包含租賃。倘合約為換取對價而給予在一段時間內控制可識別資產使用的權利，則該合約屬於或包含租賃。

本集團作為承租人

我們對所有租賃採用單一確認及計量方式，惟短期租賃及低價值資產租賃除外。我們就租賃付款確認租賃負債，而使用權資產則代表使用相關資產的權利。

(a) 使用權資產

使用權資產於租賃開始日期確認，並按成本計量，成本包括初始租賃負債的金額、於開始日期或之前作出的租賃付款。

使用權資產隨後於資產的租期及估計可使用年期（以較短者為準）按直線法折舊。

(b) 租賃負債

租賃負債初始按租賃期內租賃付款的現值計量。租賃付款包括固定付款（包括實質上固定付款）。

由於租賃的隱含利率通常不易確定，租賃付款的現值採用本集團的增量借款利率釐定。租賃負債隨後通過增加賬面值以反映租賃負債的利息，並減少賬面值以反映已作出租賃付款進行計量。

(c) 短期租賃及低價值資產租賃

我們對短期租賃（租賃期為12個月或更短）及低價值資產租賃實行豁免確認。該等租賃項下的租賃付款於租賃期內按直線法確認為開支。

財務資料

外幣

於編製各集團實體的財務報表時，以該實體功能貨幣以外的貨幣（外幣）進行的交易按交易日的現行匯率入賬。於各報告期末，以外幣計值的貨幣項目按報告日期的現行匯率折算。

貨幣項目結算或重新換算產生的匯兌差額於當期損益中確認。

政府補助

政府補助於合理保證本集團將遵守補助條件並收到補助時予以確認。

與收入相關的補助於相關成本產生的期間內系統地於損益中確認。旨在補償已產生費用或提供即時財務支持且不承擔未來義務的補助在應收時於損益中確認，並作為「其他收入」列報。

與購置非流動資產相關的補助確認為遞延收入，並於相關資產的可使用年期內系統地轉入損益。

僱員福利

(a) 退休福利

本集團參與定額供款退休計劃及國家管理退休計劃。於僱員提供服務時使其有權獲得該等計劃的供款時將其確認為支出。

(b) 短期僱員福利

短期僱員福利於提供相關服務時按未貼現金額確認。於扣除已支付的任何金額後，對應計福利確認負債。除非根據另一項國際財務報告準則要求或允許資本化，否則該等成本確認為支出。

稅項

所得稅包括當期及遞延稅項。當期稅項根據年內應課稅收入，採用報告日期前已頒佈或實質已頒佈的稅率計算。

對於財務報表中資產及負債的賬面值與其相應稅基之間的暫時性差額，確認遞延稅項。對所有應課稅暫時性差額確認遞延稅項負債。於應課稅利潤很有可能可用於抵扣可抵扣暫時性差額時，確認遞延稅項資產。

財務資料

在不影響會計利潤或應課稅利潤的交易中，於初始確認資產及負債時不確認遞延稅項。初始確認商譽時亦不確認遞延稅項負債。

遞延稅項資產及負債根據報告日期前已頒佈或實質已頒佈的稅率，採用資產變現或負債清償期間預期適用的稅率進行計量。

於損益外確認的項目的稅收影響於同一期間於其他綜合收益或權益中確認。

遞延稅項資產及負債僅於存在可依法強制執行的抵銷權且與同一稅務機關及實體相關的情況下予以抵銷。

對於租賃安排，分別對租賃負債及相關資產確認遞延稅項。倘可能產生應課稅利潤，則確認租賃負債的遞延稅項資產。

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備為持有用以生產或供應貨品或作行政用途的有形資產。其按成本減累計折舊及任何減值損失列賬。

在建資產亦按成本減減值損失（如有）入賬。該等成本包括使資產達到預定地點及狀態的直接成本，包括測試成本。當資產可供使用時開始折舊。

對於同時包含土地使用權及樓宇的物業，付款於初始確認時按土地及樓宇部分的相對公允價值進行分配。倘無法可靠地進行分配，則將整個資產分類為物業、廠房及設備。

採用直線法計算折舊，在考慮殘值的情況下，在資產（在建資產除外）的估計可使用年期限內撇銷其成本。於各報告期末，對估計可使用年期、殘值及折舊方法進行審閱。

資產於處置時或預計其持續使用不會帶來未來經濟利益時終止確認。終止確認所產生的收益或損失於損益確認。

無形資產

單獨取得且可使用年期有限的無形資產按成本減累計攤銷及減值損失入賬。其於估計可使用年期限內按直線法攤銷，並且於各報告日期進行審閱，如有必要則進行前瞻性調整。具無限可使用年期的無形資產按成本減減值損失入賬。

內部開發產生的無形資產在滿足特定標準時予以確認。研究成本於產生時支銷。

財務資料

物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產的減值

於各報告日期，本集團評估物業、廠房及設備、使用權資產及具有限可使用年期的無形資產是否存在減值跡象。倘存在此類跡象，則估計資產的可收回金額。

可收回金額指資產的公允價值減出售成本與使用價值兩者之中的較高者。當無法確定單項資產的可收回金額時，則於該資產所屬的現金產生單位（「**現金產生單位**」）層面進行評估。在有可能進行合理且一致的分配的情況下，將企業資產分配至各現金產生單位。

當資產的賬面值超出其可收回金額時，於損益中確認減值損失。損失首先用於減少任何商譽（如適用），然後按賬面值按比例分配至其他資產。資產的賬面值不會減至低於其公允價值減出售成本（如可計量）、使用價值（如可確定）或零中的最高者。

倘於後續期間可收回金額增加，則撥回的減值損失於損益確認，但該資產可收回金額不得超過假設未確認減值損失時應確定的賬面值。

存貨

存貨以成本與可變現淨值兩者中的較低者入賬。成本是以加權平均法計算，其中包括所有採購成本、轉換成本及使存貨處於當前地點及狀況產生的其他成本。

可變現淨值以日常業務過程中的估計售價減估計完工成本及銷售所需的估計成本，包括增量及不可避免的非增量營業成本。

金融工具

當本集團成為工具合約條款的一方時，確認金融資產及負債。金融資產的正常購買及銷售按交易日確認及終止確認。

金融工具初始按公允價值計量。對於並非按公允價值計入損益（「**按公允價值計入損益**」）的工具，與收購或發行直接相關的交易成本計入初始公允價值或自初始公允價值中扣除。與按公允價值計入損益計量的工具相關的交易成本於產生時支銷。

金融資產

初始確認後，金融資產分類為：

- 攤銷成本：倘金融資產是在以收取合約現金流量為目標的業務模式下持有，且該現金流量僅為支付本金及利息。

財務資料

- 按公允價值計入損益：所有其他金融資產。

利息收入採用實際利率法，基於總賬面值確認，除非該資產發生信貸減值。

金融資產減值

我們根據國際財務報告準則第9號對包括貿易及其他應收款項以及銀行結餘在內的金融資產應用預期信貸虧損（「**預期信貸虧損**」）模式。

- 對貿易應收款項確認全期預期信貸虧損。
- 對其他金融資產採用12個月預期信貸虧損計量，除非信貸風險顯著增加。

倘付款逾期超過30天，則推定信貸風險大幅增加，除非有合理可支持的資料予以反駁。

當一項或多項不利影響預期未來現金流量的事件發生（例如違約、破產）時，金融資產被視為發生信貸減值。

當無現實的收回可能性時，則會進行撇銷。後續任何收回的款項均於損益中確認。

預期信貸虧損基於違約概率、違約損失率及違約風險敞口進行計量，並根據前瞻性宏觀經濟因素進行調整。對於貿易應收款項，基於共同的信貸風險特徵進行整體評估。

外匯收益及虧損（金融資產）

按攤銷成本計量的以外幣計值金融資產於報告日期採用即期匯率換算，匯兌差額於損益中確認。

終止確認金融資產

當現金流的合約權利到期，或者資產已轉移且所有權的風險及報酬已實質轉移時，金融資產即終止確認。

金融負債及權益工具

債務及權益工具根據合約安排的實質內容進行分類。

權益工具指證明本集團資產淨值中剩餘權益的合約。發行所得款項按扣除直接交易成本後的金額入賬。

金融負債後續採用實際利率法按攤銷成本計量，包括貿易及其他應付款項以及借款。

財務資料

外匯收益及虧損（金融負債）

以外幣計值且按攤銷成本計量的金融負債於報告日期重新換算。匯兌差額於損益確認。

終止確認金融負債

當金融負債的義務解除時，即當負債解除、註銷或到期時，終止確認該金融負債。負債賬面值與已付對價之間的差額於損益確認。

估計不確定因素的主要來源

物業、廠房及設備之估計可使用年期

我們釐定我們物業、廠房及設備之估計可使用年期及相關折舊費用。此估計乃根據我們類似性質的物業、廠房及設備的實際可使用年期的過往經驗，並經考慮生產計劃。倘可使用年期預期少於先前估計年期，我們將增加折舊開支，或將撇銷或撇減該等技術上過時或廢棄的資產。

存貨撥備

我們於各資產負債表日審閱存貨的賬面值，以釐定存貨是否按成本與可變現價值的較低者列賬。可變現淨值根據當時市況及類似存貨的歷史經驗進行估算。有關假設如有任何變動，可能會導致存貨撥備金額或其隨後撥回增加或減少。撥備變動將影響我們年／期內利潤情況。

節選損益表項目的說明

下表載列我們於所示期間的綜合損益表，其中包含源自本文件附錄一會計師報告所載綜合損益表，有關項目以絕對金額及佔收入百分比形式呈列：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
(未經審計)										
收入	503,185	100.0	506,383	100.0	571,188	100.0	283,616	100.0	308,238	100.0
營業成本	(340,957)	67.8	(342,174)	67.6	(369,103)	64.6	(181,561)	64.0	(200,075)	64.9
毛利	162,228	32.2	164,209	32.4	202,085	35.4	102,055	36.0	108,163	35.1
其他收入	13,747	2.7	15,620	3.1	14,370	2.5	7,631	2.7	5,131	1.7
其他收益										
及虧損	42	0.0	105	0.0	260	0.0	(143)	0.1	771	0.2

財務資料

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
預期信用										
減值損失.....	(756)	0.1	715	0.1	(190)	0.0	(70)	0.0	4	0.0
銷售及營銷開支....	(62,667)	12.4	(72,448)	14.3	(71,590)	12.5	(37,366)	13.2	(39,935)	13.0
行政開支.....	(27,972)	5.6	(30,426)	6.0	(26,923)	4.7	(12,800)	4.5	(12,686)	4.1
其他經營開支.....	(2,479)	0.5	(2,291)	0.4	(1,637)	0.3	(803)	0.3	(803)	0.3
[編纂].....	-	-	-	-	-	-	-	-	(12,627)	4.1
研發開支.....	(18,802)	3.7	(28,638)	5.7	(28,212)	5.0	(14,185)	5.0	(15,498)	5.0
財務成本.....	(896)	0.2	(5)	0.0	(97)	0.0	(37)	0.0	(47)	0.0
除稅前利潤.....	62,445	12.4	46,841	9.2	88,066	15.4	44,282	15.6	32,473	10.5
所得稅開支.....	(5,507)	1.1	(2,710)	0.5	(9,084)	1.6	(4,517)	1.6	(2,229)	0.7
年／期內利潤及										
全面收益總額....	56,938	11.3	44,131	8.7	78,982	13.8	39,765	14.0	30,244	9.8

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，我們亦使用並非國際財務報告準則規定或按其呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）作為新增財務計量。我們認為，該等計量為投資者及其他人士提供有用資料，供其以幫助我們管理層的相同方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司呈列的類似標題的計量相比較。使用該等非國際財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應將其脫離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而獨立看待，或將其視為可替代對根據國際財務報告準則所呈報的經營業績或財務狀況所作之分析。

經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）

我們將經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）定義為年／期內利潤及全面收益總額，包括[編纂]開支，因為其為與[編纂]有關的開支。

財務資料

下表提供年／期內利潤及全面收益總額與所示年度／期間的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）的對賬。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
年／期內利潤及全面收益總額 與經調整淨利潤（非國際財務 報告準則計量）的對賬					
年／期內利潤及全面利潤總額 ...	56,938	44,131	78,982	39,765	30,244
加：					
[編纂].....	—	—	—	—	12,627
經調整淨利潤（非國際財務報告 準則計量）.....	<u>56,938</u>	<u>44,131</u>	<u>78,982</u>	<u>39,765</u>	<u>42,871</u>

收入

我們主要在資產控制權轉移給客戶時確認產品銷售收入，對於線上訂單，通常於交付並驗收時轉移控制權；對於零售及經銷商銷售，則於付款及交付時轉移控制權。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的收入分別為人民幣503.2百萬元、人民幣506.4百萬元、人民幣571.2百萬元、人民幣283.6百萬元及人民幣308.2百萬元。

產品類別

下表載列於往績記錄期內我們按產品類別劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
銅質文創產品...	479,645	95.4	488,005	96.3	551,251	96.6	273,865	96.6	292,452	94.9
— 銅質擺件	428,004	85.1	434,161	85.7	497,831	87.2	246,066	86.8	267,756	86.9

財務資料

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
— 銅雕畫	51,641	10.3	53,844	10.6	53,420	9.4	27,799	9.8	24,696	8.0
塑膠潮玩	3,286	0.7	13,304	2.6	14,252	2.5	8,216	2.9	5,213	1.7
銀質文創產品...	4,771	0.9	3,320	0.7	4,232	0.7	592	0.2	4,692	1.5
黃金文創產品...	—	—	—	—	1,274	0.2	846	0.3	5,878	1.9
木質文創產品...	15,483	3.0	1,754	0.4	179	0.0	97	0.0	3	0.0
總計	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

於整個往績記錄期內，銅質文創產品始終是我們的主要收入貢獻者，分別佔我們截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月總收入的95.4%、96.3%、96.6%、96.6%及94.9%。銅質文創產品收入自截至2022年12月31日止年度的人民幣479.6百萬元增加1.7%至截至2023年12月31日止年度的人民幣488.0百萬元，並進一步增加13.0%至截至2024年12月31日止年度的人民幣551.3百萬元。該增長乃主要受銅質擺件的強勁收入表現所推動，尤其是新推出小型SKU，因其性價比高、便攜及適合贈送，市場反響良好。我們的銅質文創產品收入自截至2024年6月30日止六個月的人民幣273.9百萬元增加6.8%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣292.5百萬元。收入增長主要是由於新推出的小巧入門級銅質擺件產品的銷售增強。銅雕畫產生的收入自截至2024年6月30日止六個月的人民幣27.8百萬元減少11.2%至2025年同期的人民幣24.7百萬元。減少主要是由於我們策略性地將更多研發資源分配至銅質擺件，繼而推出的銅雕畫新產品減少，導致期內銷量減少。

塑膠潮玩收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣3.3百萬元增至截至2023年12月31日止年度的人民幣13.3百萬元，並進一步增至截至2024年12月31日止年度的人民幣14.3百萬元。該增長乃主要歸因於推出各種新SKU，引起關注潮流的較年輕消費群體的共鳴。塑膠潮玩收入自截至2024年6月30日止六個月的人民幣8.2百萬元減少36.6%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣5.2百萬元。該減少主要是由於期內推出的新產品減少及推廣工作較2024年同期減少。

財務資料

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，銀質文創產品收入分別為人民幣4.8百萬元、人民幣3.3百萬元、人民幣4.2百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣4.7百萬元，分別佔各年度總收入的0.9%、0.7%、0.7%、0.2%及1.5%。2022年至2024年收入絕對值及其於總收入的佔比仍然較低，乃主要由於推出新產品較少及推廣工作有限。銀質文創產品的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣0.6百萬元增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣4.7百萬元。該增加主要是由於推出新的銀質SKU及消費者認可度提高。

截至2024年12月31日止年度，黃金文創產品收入為人民幣1.3百萬元。該新類別作為「璽匠金鋪」子品牌旗下產品於2024年正式推出，其以999純金為主要材料，個別產品亦提供純銀選擇。黃金文創產品的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣0.8百萬元進一步增加至截至2025年6月30日止六個月的人民幣5.9百萬元。隨著消費者意識形成及產品組合擴充，我們預期於未來數年拓展該產品線。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，木質文創產品收入分別為人民幣15.5百萬元、人民幣1.8百萬元、人民幣0.2百萬元、人民幣0.1百萬元及人民幣0.0百萬元，分別佔各年度／期間總收入的3.0%、0.4%、不到0.1%及不到0.1%。該類別收入的絕對值及佔比均較低，且因我們決定於2022年起暫停生產木質文創產品而大幅減少。於期後期間收入乃主要源於銷售餘下存貨。

銷售渠道

下表載列於往績記錄期內我們按銷售渠道劃分的產品銷售收入：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
(未經審計)										
直銷										
線上直銷.....	355,392	70.6	353,977	69.9	402,889	70.5	189,595	66.9	215,118	69.8
零售店銷售.....	3,648	0.7	3,624	0.7	17,627	3.1	5,730	2.0	14,570	4.7
其他直銷.....	12,805	2.5	13,354	2.6	17,761	3.1	9,458	3.3	8,775	2.8
小計	<u>371,845</u>	<u>73.8</u>	<u>370,955</u>	<u>73.2</u>	<u>438,277</u>	<u>76.7</u>	<u>204,783</u>	<u>72.2</u>	<u>238,463</u>	<u>77.3</u>
經銷										
線上經銷商.....	51,842	10.3	47,027	9.3	37,996	6.7	27,883	9.8	19,576	6.4
線下經銷商.....	75,952	15.1	74,342	14.7	78,986	13.8	45,919	16.2	35,805	11.6
小計	<u>127,794</u>	<u>25.4</u>	<u>121,369</u>	<u>24.0</u>	<u>116,982</u>	<u>20.5</u>	<u>73,802</u>	<u>26.0</u>	<u>55,381</u>	<u>18.0</u>
代銷	<u>3,546</u>	<u>0.8</u>	<u>14,059</u>	<u>2.8</u>	<u>15,929</u>	<u>2.8</u>	<u>5,031</u>	<u>1.8</u>	<u>14,394</u>	<u>4.7</u>
總計	<u><u>503,185</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>506,383</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>571,188</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>283,616</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>308,238</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

財務資料

我們運營一個多渠道銷售網絡，包括：(i)直銷，包括通過電商旗艦店的線上直銷及通過直營零售店的線下直銷；(ii)經銷，由買斷模式下的線上及線下經銷商組成；(iii)代銷，主要通過託管的第三方線上平台進行。

於整個往績記錄期，我們的收入結構一直以直銷為主，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，分別佔總收入的73.8%、73.2%、76.7%、72.2%及77.4%。在直銷中，主要通過天貓、京東及抖音等平台的旗艦店進行的線上直銷，同期分別佔總收入的70.6%、69.9%、70.5%、66.9%及69.8%。

截至2024年12月31日止年度，通過直營零售店的線下直銷顯著增加，收入自2023年的人民幣3.6百萬元增加386.4%至2024年的人民幣17.6百萬元。線下直銷的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣5.7百萬元大幅增加154.3%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣14.6百萬元。該增加主要是由於我們持續擴張直營店網絡，其由2022年及2023年的一至兩家門店增至截至最後實際可行日期的20家門店。這類擴張使我們能夠獲得更廣泛及更多元化的消費群體，且隨著我們的零售佈局更加成熟，推動了每家店鋪的銷售生產力。

其他直銷亦呈現出穩定增長，2023年增長4.3%，2024年增長33.0%，反映出企業禮品定制及紀念性採購的需求持續增加。其他直銷的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣9.5百萬元略微減少7.2%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣8.8百萬元。該減少主要是由於期內定制企業禮品訂單數量較少。

經銷對我們的直銷模式起到了補充作用，分別佔截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月總收入的25.4%、24.0%、20.5%、26.0%及18.0%。於往績記錄期，線下經銷商的收入適度下降。於往績記錄期內，線上經銷商的收入減少主要是由於我們的戰略重心放在拓展線下直營店網絡上。

代銷收入由截至2022年12月31日止年度的人民幣3.5百萬元大幅增長296.5%至截至2023年12月31日止年度的人民幣14.1百萬元，並於截至2024年12月31日止年度進一步增長13.3%至人民幣15.9百萬元。該增長主要歸因於我們在短期內拓展了一個新興的第三方零售平台，不過作為向自有渠道廣泛轉型的一部分，我們後來縮減了這方面的投入。代銷收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣5.0百萬元增加186.1%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣14.4百萬元，主要是由於抖音的管理店鋪渠道的表現更加強勁，這得益於直播活動及消費者對流行SKU的反響熱烈。

未來，我們計劃通過拓展線上和線下直營渠道深化直接面向消費者的策略，同時逐步優化經銷及代銷，以維護品牌一致性並保障長期盈利能力。

財務資料

地理區域

下表載列於所示期間我們按地理市場劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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)	%	人民幣千元	%
中國內地.....	495,990	98.6	500,514	98.8	564,147	98.8	279,725	98.7	304,603	98.8
中國台灣.....	7,195	1.4	5,869	1.2	6,624	1.1	3,479	1.2	3,360	1.1
美國.....	—	—	—	—	417	0.1	412	0.1	275	0.1
總計.....	<u>503,185</u>	<u>100.0</u>	<u>506,383</u>	<u>100.0</u>	<u>571,188</u>	<u>100.0</u>	<u>283,616</u>	<u>100.0</u>	<u>308,238</u>	<u>100.0</u>

我們絕大部分收入來自中國，於往績記錄期佔總收入的98.7%以上。來自中國的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣279.7百萬元增加8.9%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣304.6百萬元。該增加主要是由於線上旗艦店持續擴張及直營零售店的貢獻增加，促成增幅人民幣25.5百萬元，即由截至2024年6月30日止六個月的人民幣189.6百萬元增至截至2025年6月30日止六個月的人民幣215.1百萬元。於往績記錄期，來自台灣的收入保持穩定。我們的美國業務於2024年起步，於截至2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月的試運出貨額分別為人民幣0.4百萬元及人民幣0.3百萬元。未來，我們預計國內銷售將在渠道多元化及產品與市場匹配度提升的推動下繼續穩步增長。與此同時，我們的海外銷售尚處於初期階段，有待進一步探索。

營業成本

我們的營業成本主要由直接材料成本、直接人工成本及製造費用構成。於往績記錄期內，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的營業成本分別為人民幣341.0百萬元、人民幣342.2百萬元、人民幣369.1百萬元、人民幣181.6百萬元及人民幣200.1百萬元。

下表載列於所示期間我們按性質劃分的營業成本明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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)	%	人民幣千元	%
直接材料.....	176,932	51.9	161,176	47.1	173,682	47.1	84,777	46.7	97,416	48.7
直接人工.....	103,683	30.4	106,453	31.1	108,586	29.4	54,813	30.2	56,460	28.2
製造費用.....	60,342	17.7	74,545	21.8	86,835	23.5	41,971	23.1	46,199	23.1
總計.....	<u>340,957</u>	<u>100.0</u>	<u>342,174</u>	<u>100.0</u>	<u>369,103</u>	<u>100.0</u>	<u>181,561</u>	<u>100.0</u>	<u>200,075</u>	<u>100.0</u>

財務資料

直接材料始終是我們營業成本的最大組成部分，主要包括用於核心銅質文創產品的銅，以及包裝材料和塑膠、銀質產品線的部分材料。直接材料成本由截至2022年12月31日止年度的人民幣176.9百萬元減少至截至2023年12月31日止年度的人民幣161.2百萬元，反映2023年原材料消耗量因生產技術升級（使銅的利用率提高）而減少。該等升級暫時限制了年內約三個月的生產量。我們的直接材料成本於截至2025年6月30日止六個月繼續增長，主要是由於銷量增加及原材料價格提高，尤其是銅，而銅一直是我們文創產品的主要原料。

直接人工主要包括採用計件和計時兩種薪酬制度的生產人員的工資及績效薪酬。於往績記錄期，直接人工成本保持相對穩定。

製造費用包括公用事業支出（電、水及氣）、機械設備折舊以及分配到車間運營的管理人員工資、個人防護裝備等間接生產相關費用。製造費用由2022年的人民幣60.3百萬元增加至2023年的人民幣74.5百萬元及2024年的人民幣86.8百萬元，分別佔總營業成本的17.7%、21.8%及23.5%。截至2025年6月30日止六個月，製造費用由2024年同期的人民幣42.0百萬元增加至人民幣46.2百萬元。製造費用於整個往績記錄期內穩定增加，主要是由於公用事業支出增加，反映生產活動增加以滿足日益增長的需求。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的營業成本明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
銅質文創產品...	323,991	95.0	332,103	97.1	357,227	96.8	176,351	97.1	189,110	94.5
塑膠潮玩.....	1,795	0.5	6,498	1.9	8,037	2.2	4,119	2.3	3,446	1.7
銀質文創產品...	2,888	0.8	1,981	0.6	2,674	0.7	361	0.2	2,613	1.3
黃金文創產品...	—	—	—	—	1,069	0.3	672	0.4	4,903	2.5
木質文創產品...	12,283	3.7	1,592	0.4	96	—	58	0.0	3	0.0
總計	<u>340,957</u>	<u>100.0</u>	<u>342,174</u>	<u>100.0</u>	<u>369,103</u>	<u>100.0</u>	<u>181,561</u>	<u>100.0</u>	<u>200,075</u>	<u>100.0</u>

財務資料

毛利及毛利率

毛利是我們的收入與營業成本之間的差額，反映了核心業務的盈利能力。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的毛利分別為人民幣162.2百萬元、人民幣164.2百萬元、人民幣202.1百萬元、人民幣102.1百萬元及人民幣108.2百萬元。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的毛利率分別為32.2%、32.4%、35.4%、36.0%及35.1%。

下表載列於往績記錄期內我們按產品類別劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
(未經審計)										
銅質文創產品...	155,654	32.5	155,902	31.9	194,024	35.2	97,514	35.6	103,342	35.3
塑膠潮玩.....	1,491	45.4	6,806	51.2	6,215	43.6	4,097	49.9	1,767	33.9
銀質文創產品...	1,883	39.5	1,339	40.3	1,558	36.8	231	38.9	2,079	44.3
黃金文創產品...	—	—	—	—	205	16.1	174	20.6	975	16.6
木質文創產品...	3,200	20.7	162	9.2	83	46.4	39	40.9	*	10.8
總計	<u>162,228</u>	<u>32.2</u>	<u>164,209</u>	<u>32.4</u>	<u>202,085</u>	<u>35.4</u>	<u>102,055</u>	<u>36.0</u>	<u>108,163</u>	<u>35.1</u>

於往績記錄期，銅質文創產品的毛利及毛利率出現波動，主要由於生產效率變化及零售定價策略調整所致。截至2023年12月31日止年度，銅質文創產品毛利與2022年相比大致保持穩定。然而，毛利率略微下降，主要由於自2023年6月起實施重大生產工藝改革，暫時限制產能，固定製造費用分攤至減少的產量致使單位生產成本上升。該重大生產工藝改革帶來更精準的成本控制（例如降低後續工藝的勞工成本）及更細緻的產品打磨（例如更精細的雕刻）。截至2024年12月31日止年度，我們的毛利及毛利率較2023年均顯著提升，主要歸因於：(i)新生產工藝逐步趨於穩定，帶動生產效率提升及單位成本下降，及(ii)於2024年2月對選定範圍內的銅質SKU實施零售價格上調。截至2025年6月30日止六個月，毛利由2024年同期的人民幣97.5百萬元進一步增加至人民幣103.3百萬元，而毛利率由35.6%略微下降至35.3%。這主要是因為銷售

財務資料

委託生產的若干小巧入門級銅質文創產品對收入增長作出有意義的貢獻，但與往年相比這些產品的利潤率相對較低，導致儘管毛利有所增加，但整體利潤率略有下降。

塑膠潮玩的毛利及毛利率於往績記錄期亦呈現按年變動，主要由於銷售組合及定價策略變更。截至2023年12月31日止年度，毛利及毛利率較2022年均有所提升，主要由於銷量由2022年的25,842件大幅增加至2023年的140,313件。截至2024年12月31日止年度，毛利及毛利率則較2023年下降，原因是我們實施定向降價以加快對選定庫存品項進行清貨。截至2025年6月30日止六個月，毛利由2024年同期的人民幣4.1百萬元減少至人民幣1.8百萬元，毛利率由49.9%下降至33.9%，主要由於根據商業計劃持續開展促銷活動以清理積壓庫存。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，銀質文創產品的毛利分別為人民幣1.9百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣1.6百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣2.1百萬元。毛利率由2023年的40.3%下降至2024年的36.8%，主要由於重新分配內部設計和生產資源以支持黃金文創產品線的推出及發展。截至2025年6月30日止六個月，毛利及毛利率由2024年同期的人民幣0.2百萬元及38.9%增加至人民幣2.1百萬元及44.3%。該增幅主要歸因於小巧銀質文創產品的強勁銷售，與早期系列相比其利潤率較高。

截至2024年12月31日止年度，黃金文創產品的毛利為人民幣0.2百萬元，毛利率為16.1%，截至2025年6月30日止六個月毛利為人民幣1.0百萬元，毛利率為16.6%。該類別於2024年新推出。2024年上半年的利潤率因僅銷售一款品項而受到影響，而自2025年起，銷售額主要來自重量較低的黃金產品，帶來更穩定的收入及利潤率。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，木質文創產品的毛利分別為人民幣3.2百萬元、人民幣0.2百萬元、人民幣0.08百萬元、人民幣0.04百萬元及人民幣0.00百萬元。我們於2022年停止生產該類別，其後貢獻主要反映清售剩餘庫存。由於清理庫存的賬面成本較低，2024年錄得的毛利率有所提高，但對2025年的貢獻微乎其微。

其他收入

其他收入主要包括銷售生產廢料所得收益、租賃收入、政府相關獎勵、利息收入及補償收入。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的其他收入分別為人民幣13.7百萬元、人民幣15.6百萬元、人民幣14.4百萬元、人民幣7.6百萬元及人民幣5.1百萬元。

財務資料

下表載列我們於所示期間的其他收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
(未經審計)										
其他收入										
銷售廢料及										
其他	4,009	29.2	3,391	21.7	4,242	29.5	2,209	28.9	1,726	33.7
銷售配件.....	206	1.5	58	0.4	28	0.2	21	0.3	17	0.3
租金收入.....	5,143	37.4	5,143	32.9	3,656	25.4	1,828	24.0	1,828	35.6
政府補助.....	2,430	17.7	3,003	19.2	2,621	18.2	1,812	23.7	278	5.4
增值稅優惠.....	358	2.6	2,418	15.5	2,414	16.8	891	11.7	630	12.3
銀行存款利息										
收入	759	5.5	1,042	6.7	1,077	7.5	654	8.6	451	8.8
第三方賠償.....	842	6.1	565	3.6	332	2.4	216	2.8	201	3.9
總計	<u>13,747</u>	<u>100.0</u>	<u>15,620</u>	<u>100.0</u>	<u>14,370</u>	<u>100.0</u>	<u>7,631</u>	<u>100.0</u>	<u>5,131</u>	<u>100.0</u>

銷售廢料及其他主要包括處置金屬邊角料等可再利用生產材料及包裝。

銷售配件為附帶性質，主要包括與我們的主要產品分開出售的小部件。

租金收入源自將我們位於雅鼎路場地的閒置土地及設施出租給關聯方。於2024年減少反映租賃面積減少及租金調整。

政府補助指政府部門授予的酌情補貼，乃用於支持文化發展、穩就業及設備升級等目的。

增值稅優惠包括根據中國相關政策我們作為合資格高新技術企業獲授的稅收優惠。

銀行存款利息收入反映我們的現金管理活動的回報，包括定期存款及結構性存款。

第三方賠償包括因糾紛和解而獲得的賠償。該等項目為非經常性，視案件而異。

財務資料

其他收益及虧損

其他收益及虧損主要指與我們核心業務無關的非經常性項目。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度，我們分別錄得其他淨收益人民幣42,000元、人民幣105,000元及人民幣260,000元。截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們分別錄得其他淨收益人民幣143,000元及人民幣771,000元。

下表載列我們於所示期間的其他收益及虧損明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月					
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%	(未經審計)	
出售物業、廠房及設備												
(虧損) 收益.....	(352)	(838.1)	79	75.2	(247)	(95.0)	(247)	172.8	(80)	(10.3)		
匯兌收益(虧損)淨額.....	394	938.1	26	24.8	157	60.4	68	(47.6)	(19)	(2.5)		
按公允價值計入損益的金融												
資產公允價值收益.....	-	-	-	-	345	132.7	36	(25.2)	870	112.8		
出售於一家聯營公司的												
權益的收益.....	-	-	-	-	5	1.9	-	-	-	-		
總計.....	<u>42</u>	<u>100.0</u>	<u>105</u>	<u>100.0</u>	<u>260</u>	<u>100.0</u>	<u>(143)</u>	<u>100.0</u>	<u>771</u>	<u>100.0</u>		

截至2022年及2024年12月31日止年度，我們於固定資產升級過程中處置部分老舊生產設備而錄得虧損，而截至2023年12月31日止年度則確認小額淨收益。

預期信用減值損失

預期信用減值損失主要指根據國際財務報告準則第9號與貿易及其他應收款項相關的撥備及撥回。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們分別錄得減值損失淨額人民幣0.8百萬元、撥回淨額人民幣0.7百萬元、減值損失淨額人民幣0.2百萬元、減值損失淨額人民幣0.07百萬元及撥回淨額人民幣4,000元。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支主要包括支持銷售活動、開展促銷活動以及維護與客戶持續互動所產生的成本。該等開支通常包括銷售及營銷人員的工資及福利、廣告及促銷投放費用、客戶關係管理費用以及銷售部門產生的辦公公用事業費及耗材費用。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣62.7百萬元、人民幣72.4百萬元、人民幣71.6百萬元、人民幣37.4百萬元及人民幣39.9百萬元，分別佔同年總收入的12.5%、14.3%、12.5%、13.2%及13.0%。

財務資料

下表載列我們於往績記錄期按性質劃分的銷售及營銷開支明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月					
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%	(未經審計)	
平台服務及推廣	47,800	76.3	55,658	76.8	49,378	69.0	28,014	75.0	26,877	67.3		
僱員薪金及福利	10,485	16.7	10,871	15.1	14,544	20.3	6,440	17.2	8,747	21.9		
租金及相關成本	2,090	3.3	886	1.2	1,796	2.5	890	2.4	1,046	2.6		
辦公開支及耗材	1,103	1.8	753	1.0	1,951	2.7	253	0.7	1,265	3.2		
IP及授權費	988	1.6	3,657	5.0	1,972	2.8	771	2.1	846	2.1		
門店運營及差旅	137	0.2	539	0.8	1,489	2.1	715	1.9	812	2.0		
其他	64	0.1	84	0.1	460	0.6	283	0.7	342	0.9		
總計	<u>62,667</u>	<u>100.0</u>	<u>72,448</u>	<u>100.0</u>	<u>71,590</u>	<u>100.0</u>	<u>37,366</u>	<u>100.0</u>	<u>39,935</u>	<u>100.0</u>		

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度各年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，平台服務及推廣成本（包括廣告開支及平台服務費）佔我們銷售及營銷開支總額的最大部分，分別約佔銷售及營銷開支的76.3%、76.8%、69.0%、75.0%及67.3%。此處的平台服務費與「業務」一節支予電商平台的佣金開支屬於同一類開支，既包括根據交易價值支予線上直銷渠道的費用，也涵蓋為促進線上銷售支予代銷平台的款項。有關我們平台服務及推廣成本的詳情，請參閱「業務－銷售及營銷－直銷－線上直銷」及「業務－銷售及營銷－代銷」。

僱員薪金及福利為我們的第二大開支項目，分別佔同年銷售及營銷開支的約16.7%、15.1%、20.3%、17.2%及21.9%。其主要反映隨著我們擴大線下業務，我們內部銷售及推廣團隊的規模及結構於2024年有所增加。

其他組成部分包括租金及相關成本（包括門店租賃及裝修）、辦公耗材及折舊以及IP及授權費。

行政開支

行政開支主要指與我們的綜合管理職能、行政支持及公司運營相關的成本。這些開支通常包括行政人員的工資及福利、專業服務費、行政用途資產的折舊以及各類辦公相關成本。

財務資料

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的行政開支分別為人民幣28.0百萬元、人民幣30.4百萬元、人民幣26.9百萬元、人民幣12.8百萬元及人民幣12.7百萬元，分別佔各年度總收入的5.6%、6.0%、4.7%、4.5%及4.1%。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
僱員薪金及福利	12,023	43.0	15,214	50.0	15,741	58.5	7,716	60.3	7,742	61.0
專業諮詢費	8,539	30.5	7,043	23.1	2,589	9.6	1,577	12.3	495	3.9
辦公及公用事業開支	4,534	16.2	4,818	15.8	4,478	16.6	1,695	13.2	2,323	18.4
折舊及攤銷	1,899	6.8	1,812	6.0	2,521	9.4	1,031	8.1	1,349	10.6
其他	977	3.5	1,539	5.1	1,594	5.9	781	6.1	777	6.1
總計	<u>27,972</u>	<u>100.0</u>	<u>30,426</u>	<u>100.0</u>	<u>26,923</u>	<u>100.0</u>	<u>12,800</u>	<u>100.0</u>	<u>12,686</u>	<u>100.0</u>

我們的行政開支主要包括僱員薪酬、折舊及攤銷、專業服務費以及一般行政及辦公相關成本。於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，僱員薪金及福利始終佔行政開支的最大組成部分，分別約佔行政開支總額的43.0%、50.0%、58.5%、60.3%及61.0%。

專業服務費（主要包括法律、審計及財務顧問成本）於各年度分別佔30.5%、23.1%、9.6%、12.3%及3.9%。在2023年完成數項財務及內部控制檢查後，截至2024年12月31日止年度有所下降。作為[編纂]準備工作，我們開展了內部控制檢查，以確保有效及高效管理我們業務營運、財務報告及有關法規合規性。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，折舊及攤銷分別約佔行政開支的6.8%、6.0%、9.4%、8.1%及10.6%，主要與我們的行政用途物業及設備有關。

其他主要包括辦公公用事業、差旅、維護、租賃及相關耗材。

財務資料

其他經營開支

其他經營開支主要包括在日常業務過程中產生但未分類為營業成本、銷售及營銷開支或行政開支的雜項成本。我們的其他經營開支主要涉及(i)為關聯方提供的零部件加工成本；及(ii)出租予第三方的物業的折舊及攤銷，於相關租賃期間按持續基準確認。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的其他經營開支分別為人民幣2.5百萬元、人民幣2.3百萬元、人民幣1.6百萬元、人民幣0.8百萬元及人民幣0.8百萬元，分別佔同年總收入的0.5%、0.5%、0.3%、0.3%及0.3%。

研發開支

我們的研發開支主要指與文創產品的創意開發、設計迭代及優化相關的支出。我們的研發工作本質上以藝術和設計為導向，涵蓋原創IP開發、雕塑建模、打樣以及材料及工藝的迭代測試等活動。該等活動由我們的內部創意團隊以項目為基礎開展，是產品開發週期的核心部分。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的研發開支分別為人民幣18.8百萬元、人民幣28.6百萬元、人民幣28.2百萬元、人民幣14.2百萬元及人民幣15.5百萬元，分別佔同年總收入的3.7%、5.7%、4.9%、5.0%及5.0%。

下表載列我們於往績記錄期按性質劃分的研發開支明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024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	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
僱員薪金及福利	16,195	86.1	22,573	78.7	23,230	82.4	12,108	85.4	11,847	76.4
材料消耗	539	2.9	2,021	7.1	1,210	4.3	584	4.2	528	3.4
折舊	354	1.9	646	2.3	825	2.9	404	2.8	437	2.8
研發階段IP	691	3.7	1,260	4.4	940	3.3	203	1.4	1,731	11.2
其他	1,023	5.4	2,138	7.5	2,007	7.1	886	6.2	955	6.2
總計	<u>18,802</u>	<u>100.0</u>	<u>28,638</u>	<u>100.0</u>	<u>28,212</u>	<u>100.0</u>	<u>14,185</u>	<u>100.0</u>	<u>15,498</u>	<u>100.0</u>

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，僱員薪金及福利佔主要組成部分，分別佔研發開支總額的86.1%、78.7%、82.4%、85.4%及76.4%。其反映我們在維護內部驅動的設計及產品開發系統方面進行持續投資。

財務資料

研發階段IP成本主要指授權IP的授權費，有關授權IP可支持豐富我們於設計階段的產品組合。

其他涵蓋與研發活動有關的附帶支出，主要包括電費及公用事業開支及3D打印費。

財務成本

財務成本主要指銀行借款及租賃負債產生的利息支出。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的財務成本分別為人民幣896,000元、人民幣5,000元、人民幣97,000元、人民幣37,000元及人民幣47,000元。

於2023年大幅減少乃由於截至2022年12月31日止年度已全額償還短期銀行借款。截至2024年12月31日止年度，財務成本略有增加，主要由於隨著直營零售網絡的擴張及相關租賃安排，租賃負債項下確認的利息支出。

所得稅開支

我們的所得稅開支主要包括根據《中華人民共和國企業所得稅法》計提的當期稅費以及因暫時性差額產生的遞延稅項變動。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的所得稅開支分別為人民幣5.5百萬元、人民幣2.7百萬元、人民幣9.1百萬元、人民幣4.5百萬元及人民幣2.2百萬元，同年實際稅率約為8.8%、5.8%、10.3%、10.2%及6.9%。截至2023年12月31日止年度，所得稅開支有所下降，主要由於應課稅收入減少以及研發開支加計扣除的影響。於2024年其後增加則反映了稅前利潤的增加。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》（「**企業所得稅法**」）及其實施條例，中國企業適用的標準企業所得稅稅率為25%。然而，於往績記錄期內，我們的部分中國境內附屬公司符合「高新技術企業」或「小微企業」資格，有權享受15%的優惠稅率或其他稅收減免。

於往績記錄期，我們的實際稅率低於25%的法定稅率，主要由於以下稅收優惠：

- 優惠稅率；
- 研發開支加計扣除；
- 合資格員工成本及小額資產的額外扣除；
- 利用過往未確認的稅務虧損。

財務資料

經營業績的同期比較

截至2024年6月30日止六個月與截至2025年6月30日止六個月的比較

收入及毛利

截至2025年6月30日止六個月，我們的收入為人民幣308.2百萬元，較截至2024年6月30日止六個月的人民幣283.6百萬元增加8.7%。該增加主要由於我們銅質文創產品的銷量增加，而該銷量增加主要由於新推出的小巧入門級銅質擺件產品的銷售增強。

我們截至2025年6月30日止六個月的毛利為人民幣108.2百萬元，較2024年同期的人民幣102.1百萬元增加6.0%。我們的毛利率由2024年的36.0%略微下降至2025年的35.1%，主要由於開展促銷活動清理塑膠產品及銅雕畫的積壓庫存，這與利潤率相對較低以及銅價上漲有關。

營業成本

截至2025年6月30日止六個月的營業成本較2024年同期的人民幣181.6百萬元增加10.2%至人民幣200.1百萬元，這與收入增加一致。

其他收入

截至2025年6月30日止六個月的其他收入為人民幣5.1百萬元，較2024年同期的人民幣7.6百萬元減少32.8%。該減少主要由於已確認的政府補貼減少。

其他收益及虧損

截至2025年6月30日止六個月的其他收益及虧損為收益人民幣0.8百萬元，而2024年同期則為虧損人民幣0.1百萬元，主要歸因於按公允價值計入損益的金融資產公允價值收益人民幣0.9百萬元。

預期信用減值損失

我們於截至2025年6月30日止六個月錄得減值損失撥回淨額少於人民幣4,000元，而2024年同期的減值損失淨額為人民幣0.7百萬元。這種改善主要歸因於匯兌差額得以改善。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支自截至2024年6月30日止六個月的人民幣37.4百萬元增加6.9%至2025年同期的人民幣39.9百萬元，主要由於平台服務費隨收入增長而提高，以及線下業務擴張導致銷售員工薪酬增加。

財務資料

行政開支

行政開支保持相對穩定，截至2025年6月30日止六個月及2024年同期分別為人民幣12.7百萬元及人民幣12.8百萬元。

其他經營開支

其他經營開支保持不變，截至2024年6月30日止六個月及2025年同期均為人民幣0.8百萬元，包括未用於生產的租賃物業折舊。

[編纂]

截至2025年6月30日止六個月我們的[編纂]費用為人民幣12.6百萬元，而截至2024年6月30日止六個月則為零。

研發開支

截至2025年6月30日止六個月的研發開支為人民幣15.5百萬元，較2024年同期的人民幣14.2百萬元增加9.3%。該增加主要由於新IP產生的授權費增加，包括國內動畫及海外IP。

財務成本

截至2025年6月30日止六個月的財務成本為人民幣47,000元，較2024年同期的人民幣37,000元增加27.0%。該增加主要由於我們的門店擴張導致租賃負債增加。

所得稅開支

截至2025年6月30日止六個月的所得稅開支為人民幣2.2百萬元，較2024年同期的人民幣4.5百萬元減少50.7%。該減少主要由於應課稅收入減少，而應課稅收入減少主要歸因於期內產生[編纂]。

期內利潤及全面收益總額

我們截至2025年6月30日止六個月的利潤及全面收益總額為人民幣30.2百萬元，較2024年同期的人民幣39.8百萬元減少23.9%。該減少主要是由於產生[編纂]。

財務資料

截至2023年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度的比較

收入及毛利

我們的收入由截至2023年12月31日止年度的人民幣506.4百萬元增加12.8%至截至2024年12月31日止年度的人民幣571.2百萬元。該增加主要得益於銅質文創產品（尤其是銅質擺件）銷量的持續增長，產品質量的提升、線上直銷增加以及於日益結構化的管理體系下生產與需求更加同步均為其提供了支撐。

我們的毛利自截至2023年12月31日止年度的人民幣164.2百萬元增加23.1%至截至2024年12月31日止年度的人民幣202.1百萬元，而毛利率自2023年的32.4%上升至2024年的35.4%，這反映出產品設計優化、工藝改進及材料利用率提高的影響，有關情況提升了產品質量並有助於提高消費者滿意度。有關按產品類別劃分的毛利及毛利率詳情，請參閱上文「一節選損益表項目的說明－毛利及毛利率」。

營業成本

我們的營業成本自截至2023年12月31日止年度的人民幣342.2百萬元增加7.9%至截至2024年12月31日止年度的人民幣369.1百萬元。該增加主要歸因於直接材料及製造費用隨銷量上升及原材料價格整體上漲而增加。

其他收入

其他收入自2023年的人民幣15.6百萬元下降8.0%至2024年的人民幣14.4百萬元，主要由於重新分配租賃場地作內部運營用途導致租金收入降低。

其他收益及虧損

其他收益及虧損自2023年的人民幣0.1百萬元增加至2024年的人民幣0.3百萬元，主要由於金融工具公允價值收益，部分被處置資產的一次性損失所抵銷。

預期信用減值損失

我們於2024年錄得減值損失淨額人民幣0.2百萬元，而2023年為撥回淨額人民幣0.7百萬元。該變動歸因於若干應收賬款信貸風險狀況發生轉變。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支自2023年的人民幣72.4百萬元略微下降1.2%至2024年的人民幣71.6百萬元。該減少反映我們持續努力優化營銷支出及以產品為主導的銷售方法的有效性。

財務資料

行政開支

行政開支由2023年的人民幣30.4百萬元下降11.5%至2024年的人民幣26.9百萬元，主要由於2023年完成數項財務及內部控制檢查，使得專業服務費減少。

其他經營開支

其他經營開支由2023年的人民幣2.3百萬元下降28.5%至2024年的人民幣1.6百萬元，主要由於重新分配空間作內部用途後租賃物業的折舊減少。

研發開支

研發開支基本保持穩定，自2023年的人民幣28.6百萬元略微下降1.5%至2024年的人民幣28.2百萬元，主要由於授權費下降和材料消耗減少，原因為部分研發樣品通過回收過程重新整合。

財務成本

財務成本自2023年的人民幣5,000元增加至2024年的人民幣97,000元，主要由於新確認與線下零售擴張有關的租賃負債的利息開支。

所得稅開支

所得稅開支自2023年的人民幣2.7百萬元大幅增加至2024年的人民幣9.1百萬元，主要由於截至2024年12月31日止年度應課稅收入水平提高。

年內利潤及全面收益總額

我們年內利潤及全面收益總額自截至2023年12月31日止年度的人民幣44.1百萬元增加79.0%至截至2024年12月31日止年度的人民幣79.0百萬元。該增加主要是由於銅質文創產品的收入因銅擺件的銷售表現強勁及生產效率提高而增加。此外，產品設計優化、工藝改良及材料利用率更佳提升了產品質量，進而有助於提高客戶滿意度，令年內利潤及全面收益總額增加。

截至2022年12月31日止年度與截至2023年12月31日止年度的比較

收入及毛利

我們的收入自截至2022年12月31日止年度的人民幣503.2百萬元增加0.6%至截至2023年12月31日止年度的人民幣506.4百萬元。該適度增長反映了我們處於一個過渡階段，在此期間我們專注於升級產品線及改良手工藝流程。這些升級暫時限制了年內約三個月的生產量。

財務資料

我們的毛利自截至2022年12月31日止年度的人民幣162.2百萬元增加1.2%至截至2023年12月31日止年度的人民幣164.2百萬元，而我們的毛利率保持穩定，分別為32.2%及32.4%。毛利率表現得益於產品組合的早期改善和定價的精確性，其有助於抵銷生產提升期產出能力較低的暫時影響。有關按產品類別劃分的毛利及毛利率詳情，請參閱上文「一節選損益表項目的說明－毛利及毛利率」。

營業成本

我們的營業成本自2022年的人民幣341.0百萬元略微增加0.4%至2023年的人民幣342.2百萬元。該略微增加主要歸因於製造費用增加，部分被直接材料減少所抵銷，反映2023年原材料消耗量因生產技術升級而減少。

其他收入

其他收入自2022年的人民幣13.7百萬元增加13.6%至2023年的人民幣15.6百萬元，主要由於政府補助增加以及銀行存款利息收入的適度增長。

其他收益及虧損

其他收益及虧損自2022年的人民幣42,000元增加至2023年的人民幣105,000元，主要由於匯兌收益淨額以及出售設備的小額淨收益。

預期信用減值損失

我們於2023年錄得減值損失撥回淨額人民幣0.7百萬元，而2022年的減值損失淨額為人民幣0.8百萬元。這種改善主要歸因於信貸控制增強及收款效率提高。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支自2022年的人民幣62.7百萬元增加15.6%至2023年的人民幣72.4百萬元。該增加主要是由於廣告費及推廣費增加。儘管銷售開支相對於收入的整體比例略有上升，但成本增加的主要推動因素是平台服務及推廣成本、IP及授權費。廣告費波動的主要原因為電商平台廣告規則的變動及我們適應該等規則的能力。在特定時間點，廣告活動的成效可能低於預期，這會影響轉化率，進而導致廣告費出現波動。

行政開支

行政開支自2022年的人民幣28.0百萬元增加8.8%至2023年的人民幣30.4百萬元，主要由於較高的人員相關成本、公用事業支出及與員工食堂試運行相關的運營成本增加，該食堂於2022年完工後於2023年全面投入運營。

財務資料

其他經營開支

其他經營開支自2022年的人民幣2.5百萬元下降7.6%至2023年的人民幣2.3百萬元，主要由於對外租賃空間減少後租賃物業的折舊費用減少。

研發開支

我們的研發開支自2022年的人民幣18.8百萬元大幅增長52.3%至2023年的人民幣28.6百萬元，反映出我們研發團隊的規模擴大。

財務成本

財務成本自2022年的人民幣0.9百萬元下降至2023年的人民幣5,000元，主要由於償還計息銀行借款。

所得稅開支

所得稅開支自2022年的人民幣5.5百萬元下降50.8%至2023年的人民幣2.7百萬元，主要由於除稅前利潤水平降低。

年內利潤及全面收益總額

我們年內利潤及全面收益總額自截至2022年12月31日止年度的人民幣56.9百萬元下降22.5%至截至2023年12月31日止年度的人民幣44.1百萬元。該減少主要是由於2023年收入增長速度緩和及生產線升級導致暫時性生產減緩。這些因素限制了年內約三個月的產出量，影響了年內利潤及全面收益總額。

流動資金及資金來源

我們主要通過經營活動所得現金為業務運營提供資金。於往績記錄期，我們的主要資金來源為經營活動所得現金淨額，必要時以短期銀行借款作為補充。我們採取審慎的資本管理策略，定期監控流動資金狀況，以確保運營靈活性及財務穩定性。

營運資金狀況

我們的董事確認，考慮到目前本集團可動用的財務資源，包括內部資源及[編纂]的估計[編纂]，本集團擁有足夠的營運資金以滿足自本文件日期起至少未來12個月的當前需求。

我們的董事確認，於往績記錄期內及直至本文件日期，並無重大拖欠貿易及非貿易應付款項以及借款及／或違反財務契約的情況。

財務資料

現金流量

下表載列於所示期間我們的現金流量情況：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
經營活動所得現金淨額 ...	28,414	82,493	58,548	16,853	22,665
投資活動所用現金淨額 ...	(19,203)	(24,024)	(83,058)	(8,162)	(27,316)
融資活動所用現金淨額 ...	(68,315)	(62)	(1,683)	(665)	(4,758)
年／期初現金及現金等價物	114,520	55,677	114,094	114,094	88,044
年／期末現金及現金等價物	55,677	114,094	88,044	122,186	78,618

經營活動所得現金淨額

截至2025年6月30日止六個月，經營活動所得現金淨額為人民幣22.7百萬元，主要由於除稅前利潤人民幣32.5百萬元，並就(i)物業、廠房及設備折舊人民幣8.2百萬元，(ii)使用權資產折舊人民幣1.2百萬元，及(iii)無形資產攤銷人民幣1.9百萬元作出調整。該等調整部分被(i)銀行利息收入人民幣0.5百萬元，(ii)按公允價值計入損益的金融資產公允價值收益人民幣0.9百萬元，及(iii)貿易及其他應收款項減值損失撥回人民幣4,000元所抵銷。營運資金變動包括(i)存貨增加人民幣14.9百萬元，(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣3.8百萬元，(iii)貿易及其他應付款項增加人民幣8.7百萬元，及(iv)合約負債減少人民幣1.0百萬元。我們於期內亦支付所得稅人民幣9.4百萬元。

截至2024年6月30日止六個月，經營活動所得現金淨額為人民幣16.9百萬元，主要由於除稅前利潤人民幣44.3百萬元，並就(i)物業、廠房及設備折舊人民幣7.7百萬元，(ii)使用權資產折舊人民幣0.6百萬元，及(iii)財務成本人民幣0.04百萬元作出調整。該等調整部分被(i)銀行利息收入人民幣0.7百萬元，(ii)按公允價值計入損益的金融資產公允價值收益人民幣0.03百萬元，及(iii)存貨撇減撥回淨額人民幣0.1百萬元所抵銷。營運資金變動包括(i)存貨增加人民幣21.1百萬元，(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣6.0百萬元，(iii)合約負債減少人民幣8.4百萬元，及(iv)貿易及其他應付款項增加人民幣3.2百萬元。我們於期內亦支付所得稅人民幣3.8百萬元。

財務資料

截至2024年12月31日止年度，經營活動所得現金淨額為人民幣58.5百萬元，主要由於除稅前利潤人民幣88.1百萬元，並就(i)物業、廠房及設備折舊人民幣16.1百萬元以及使用權資產折舊人民幣1.7百萬元，(ii)無形資產攤銷人民幣2.3百萬元，及(iii)存貨撇減人民幣0.8百萬元作出調整。該等調整部分被(i)銀行利息收入人民幣1.1百萬元，(ii)按公允價值計入損益的金融資產公允價值收益人民幣0.3百萬元，及(iii)出售聯營公司的收益人民幣5,000元所抵銷。營運資金變動包括(i)存貨增加人民幣25.8百萬元，(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣8.7百萬元，及(iii)合約負債減少人民幣6.4百萬元。我們於年內亦支付所得稅人民幣5.9百萬元。與2023年相比，經營現金流入淨額減少主要反映在生產穩定性改善和產能擴張後，年底存貨水平較高的影響。

截至2023年12月31日止年度，經營活動所得現金淨額為人民幣82.5百萬元，主要由於除稅前利潤人民幣46.8百萬元，並就(i)物業、廠房及設備以及使用權資產折舊人民幣13.5百萬元，(ii)無形資產攤銷人民幣2.5百萬元，及(iii)貿易及其他應收款項減值損失撥回人民幣0.7百萬元作出調整。營運資金變動包括(i)存貨減少人民幣8.7百萬元，(ii)貿易及其他應付款項增加人民幣7.0百萬元，及(iii)合約負債增加人民幣6.0百萬元。年內已付所得稅為人民幣2.6百萬元。與2022年相比，經營現金流入淨額大幅增加主要是由於存貨減少，反映工藝轉型初期的供應限制。年內銷售額顯著增加，但由於產能未能完全趕上需求，存貨水平仍相對較低。

截至2022年12月31日止年度，經營活動所得現金淨額為人民幣28.4百萬元，主要由於除稅前利潤人民幣62.4百萬元，並就(i)物業、廠房及設備折舊人民幣11.7百萬元以及使用權資產折舊人民幣0.5百萬元，(ii)無形資產攤銷人民幣0.9百萬元，及(iii)貿易及其他應收款項減值損失人民幣0.8百萬元作出調整。該等調整部分被(i)銀行利息收入人民幣0.8百萬元，及(ii)匯兌收益淨額人民幣0.4百萬元所抵銷。營運資金變動包括(i)存貨增加人民幣32.2百萬元，(ii)合約負債減少人民幣9.9百萬元，及(iii)貿易及其他應付款項減少人民幣6.9百萬元。我們於年內支付所得稅人民幣7.8百萬元。經營現金流入淨額較少主要是由於我們於年末專門增加存貨水平以應對預期的銷售需求並解決之前積壓的訂單。

投資活動所用現金淨額

截至2025年6月30日止六個月，投資活動所用現金淨額為人民幣27.3百萬元。此乃主要反映(i)存放按公允價值計入損益的金融資產人民幣307.0百萬元及(ii)物業、廠房及設備付款人民幣3.4百萬元。該等流出部分被(i)提取按公允價值計入損益的金融資產人民幣285.8百萬元及(ii)出售物業、廠房及設備所得款項人民幣0.5百萬元所抵銷。

財務資料

截至2024年6月30日止六個月，投資活動所用現金淨額為人民幣8.2百萬元。該流出主要由於(i)物業、廠房及設備付款人民幣10.1百萬元及(ii)存放按公允價值計入損益的金融資產人民幣15.0百萬元，部分被(i)提取按公允價值計入損益的金融資產人民幣15.0百萬元及(ii)出售物業、廠房及設備人民幣2.1百萬元所抵銷。

截至2024年12月31日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣83.1百萬元。此乃主要反映(i)存放按公允價值計入損益的金融資產人民幣45.0百萬元，(ii)存放定期存款人民幣32.0百萬元，(iii)購買物業、廠房及設備人民幣15.7百萬元，及(iv)購買無形資產人民幣5.9百萬元。我們亦支付使用權資產人民幣1.9百萬元及與線下門店擴張相關的租金押金人民幣0.7百萬元。該等流出部分被(i)提取按公允價值計入損益的投資人民幣15.2百萬元，(ii)出售物業、廠房及設備所得款項人民幣2.1百萬元，及(iii)銀行利息收入人民幣0.8百萬元所抵銷。

截至2023年12月31日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣24.0百萬元。其主要包括購買物業、廠房及設備人民幣24.8百萬元，主要用於新生產線投資的最後階段。我們亦收購與IP授權有關的無形資產人民幣1.4百萬元。該等流出部分被資產出售所得款項人民幣1.4百萬元及利息收入人民幣1.0百萬元所抵銷。租賃相關變動（包括租賃按金及退款合共約人民幣0.3百萬元）亦於投資活動項下確認。

截至2022年12月31日止年度，投資活動所用現金淨額為人民幣19.2百萬元。其主要包括(i)物業、廠房及設備的資本支出人民幣22.1百萬元，及(ii)主要有關IP授權的無形資產人民幣3.3百萬元。該等流出部分被(i)銀行利息收入人民幣0.8百萬元，(ii)出售物業、廠房及設備所得款項人民幣0.2百萬元，及(iii)單一最大股東一次性還款人民幣5.1百萬元所抵銷。年內的投資反映我們對生產升級及創意開發的持續資本承擔。

融資活動所用現金流量淨額

截至2025年6月30日止六個月，融資活動所用現金淨額為人民幣4.8百萬元，主要由於(i)支付應計發行成本人民幣3.6百萬元及(ii)償還租賃負債人民幣1.2百萬元。

截至2024年6月30日止六個月，融資活動所用現金淨額為人民幣0.7百萬元，主要歸因於償還租賃負債人民幣0.7百萬元。

截至2024年12月31日止年度，融資活動所用現金淨額為人民幣1.7百萬元。此乃主要由於償還與我們直營線下門店相關的租賃負債人民幣1.7百萬元。該等流出部分被銀行借款所得款項人民幣1.0百萬元所抵銷，有關款項已於同年悉數償還。已付利息為人民幣1,000元。

截至2023年12月31日止年度，融資活動所用現金淨額為人民幣62,000元，主要歸因於償還租賃負債。由於我們的內部現金流足以支持營運，故年內並無新增銀行借款。

財務資料

截至2022年12月31日止年度，融資活動所用現金淨額為人民幣68.3百萬元。此乃主要由於償還銀行借款合同共人民幣128.6百萬元，部分被新增銀行借款所得款項人民幣61.0百萬元所抵銷。同時發生大額借款及還款反映了短期流動資金安排，旨在滿足業務增長過渡階段的營運資金需求。利息付款合共人民幣0.9百萬元。此外，我們收到股東注資人民幣0.2百萬元。

綜合財務狀況表中若干經選定項目的討論

下表載列截至所示日期我們的流動資產及流動負債情況：

	截至12月31日			截至 6月30日	截至 9月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動資產					
存貨	115,681	107,161	132,305	146,840	157,395
貿易及其他應收款項	10,972	9,469	18,631	22,753	21,414
退貨權資產	434	548	558	470	505
可收回稅項	1,349	1,527	9	5,356	1,832
按公允價值計入損益的金融資產	—	—	30,097	52,183	32,299
定期存款	—	—	17,019	17,162	17,234
受限制銀行存款	*	—	—	—	—
銀行結餘及現金	55,677	114,094	88,044	78,618	90,364
流動資產總值	184,113	232,799	286,663	323,382	321,043
流動負債					
貿易及其他應付款項	66,667	73,035	68,584	73,342	72,035
退款負債	688	831	889	746	801
應付所得稅	*	216	2,114	350	5
租賃負債	—	403	2,016	2,180	3,468
合約負債	5,662	11,638	5,284	4,245	4,171
流動負債總額	73,017	86,123	78,887	80,863	80,480
流動資產淨值	111,096	146,676	207,776	242,519	240,563

* 金額低於人民幣1,000元

財務資料

截至2022年12月31日、2023年12月31日、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的流動資產淨值分別為人民幣111.1百萬元、人民幣146.7百萬元、人民幣207.8百萬元及人民幣242.5百萬元。流動資產淨值的波動反映我們的流動資金狀況於往績記錄期持續改善，主要是由於存貨及貿易應收款項等特定資產負債表項目增加所致，而貿易應付款項及租賃負債在整個期間保持相對穩定。

具體而言，流動資產由截至2022年12月31日的人民幣184.1百萬元增至截至2025年6月30日的人民幣323.4百萬元，乃受盈利能力持續增長所帶動，這增強了我們的經營現金流入，並使我們能夠積累盈餘流動資金。該流動資金的一部分部署至低風險結構性存款，令現金及現金等價物、定期存款及按公允價值計入損益的金融資產增加。此外，我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣115.7百萬元增至截至2025年6月30日的人民幣146.8百萬元，是由於6月新推出的哪吒系列訂單產品的生產，以及我們新的黃金文創產品所需的黃金材料增加所致。為支持預期的需求增長及確保供應鏈的彈性，有必要增加存貨。貿易應收款項亦隨著收入增長而上升，與我們的代銷收入增加一致，促使流動資產整體增加。流動負債方面，貿易及其他應付款項由截至2022年12月31日的人民幣66.7百萬元增至截至2025年6月30日的人民幣73.3百萬元，原因是銷售量增加導致採購成本增加。租賃負債亦由截至2022年12月31日的零增加至截至2025年6月30日的人民幣2.2百萬元，反映新店開業（包括兩間於2025年6月前租賃的直營店）。該等穩定的負債，加上合約負債由2022年的人民幣5.7百萬元輕微增加至2025年的人民幣4.3百萬元，促使我們的流動資產淨值整體改善。

截至2022年12月31日、2023年12月31日、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的資產淨值分別為人民幣286.0百萬元、人民幣330.2百萬元、人民幣409.1百萬元及人民幣439.4百萬元。資產淨值的波動主要是由於我們的持續盈利能力，令我們累積留存盈利及法定儲備轉撥。這些增加反映了我們持續的盈利增長以及根據監管要求將利潤轉入儲備。

各期間的全面收益總額（詳見第I-7頁的權益變動表）反映了持續的盈利能力，其中全面收益總額由截至2022年12月31日止年度的人民幣56.9百萬元增至截至2024年12月31日止年度的人民幣79.0百萬元。正面的全面收益總額促使儲備穩步累積，進而提升了我們的資產淨值狀況。

展望未來，如本文件「未來計劃及[編纂]」一節所披露，[編纂]估計[編纂]（約[編纂]港元）將於[編纂]後進一步改善我們的資產淨值狀況。

財務資料

物業、廠房及設備

我們採用直線折舊法計算資產的估計可使用年期。於往績記錄期並無錄得減值。我們的物業、廠房及設備的賬面淨值自截至2022年12月31日的人民幣166.8百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣176.2百萬元，略微下降至截至2024年12月31日的人民幣171.4百萬元，而後進一步減少至截至2025年6月30日的人民幣165.5百萬元。

下表載列我們截至所示日期的物業、廠房及設備明細：

	截至12月31日			截至 6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
賬面淨值				
廠房及樓宇.....	126,215	121,392	116,090	113,343
機械.....	33,854	41,649	45,868	44,433
租賃物業裝修.....	33	388	1,407	1,555
辦公設備.....	4,284	3,917	2,771	2,100
汽車.....	2,459	3,032	5,250	4,037
在建工程.....	—	5,822	—	—
總計	166,845	176,200	171,386	165,468

物業、廠房及設備的賬面淨值自截至2022年12月31日的人民幣166.8百萬元增加5.6%至截至2023年12月31日的人民幣176.2百萬元。該增加主要歸因於(i)廠房及機械增加人民幣7.8百萬元，反映了於2023年為滿足生產需求而進行的產能擴張；及(ii)在建工程（「**在建工程**」）確認人民幣5.8百萬元，主要與新生產線投資有關。該等增加部分被年內折舊費用及有限的出售所抵銷。

截至2024年12月31日，物業、廠房及設備的賬面淨值小幅下降2.7%至人民幣171.4百萬元，主要是由於(i)年內計提折舊約人民幣16.3百萬元；及(ii)在建工程減少人民幣5.8百萬元，乃由於轉撥已完工資產。

截至2025年6月30日，物業、廠房及設備的賬面淨值減少3.5%至人民幣165.5百萬元，主要是由於折舊導致廠房及樓宇的賬面淨值減少。

財務資料

使用權資產

我們的使用權資產主要包括土地使用權及租賃物業。我們的使用權資產於租賃期及租賃資產估計可使用年期兩者中的較短期間內按直線法進行攤銷。截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的使用權資產的賬面淨值分別為人民幣6.0百萬元、人民幣6.6百萬元、人民幣10.0百萬元及人民幣10.5百萬元。

下表載列我們截至所示日期的使用權資產明細：

	截至12月31日			截至
	2022年	2023年	2024年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
土地使用權.....	5,957	5,786	7,525	7,473
租賃物業.....	—	795	2,446	3,024
總計	5,957	6,581	9,971	10,497

土地使用權與我們位於杭州的工業用地相關，按成本確認，並於50年的租賃期內進行攤銷。於2024年，我們在工廠場地附近再次收購了一塊毗鄰地塊，導致截至2024年12月31日土地使用權的賬面值增加至人民幣7.5百萬元。

租賃物業主要指我們的直營零售店。租賃物業的賬面值自2023年的人民幣0.8百萬元增加至2024年的人民幣2.4百萬元，這是由於線下門店的擴張，與我們的多渠道零售戰略相符。

無形資產

我們的無形資產主要包括外部收購的IP版權，按其估計可使用年期按直線法進行攤銷。截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，無形資產的賬面淨值分別為人民幣2.8百萬元、人民幣1.7百萬元、人民幣5.3百萬元及人民幣6.2百萬元。

賬面淨值由截至2022年12月31日的人民幣2.8百萬元下降至截至2023年12月31日的人民幣1.7百萬元，主要由於年內攤銷以及部分版權到期。隨後增加至截至2024年12月31日的人民幣5.3百萬元乃主要由於與外部內容合作及產品開發計劃相關的新IP權利收購。

財務資料

存貨

於往績記錄期，我們的存貨主要包括原材料及耗材、在製品、製成品及在途貨品。存貨按成本與可變現淨值中的較低者計量。截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的存貨分別為人民幣115.7百萬元、人民幣107.2百萬元、人民幣132.3百萬元及人民幣146.8百萬元。

下表載列我們截至所示日期的存貨明細：

	截至12月31日			截至 6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
原材料及耗材	20,883	22,345	22,354	39,634
在製品	18,517	30,360	26,456	28,501
製成品	71,476	47,951	76,574	75,627
在途貨品	4,805	6,505	6,921	3,078
總計	115,681	107,161	132,305	146,840

原材料及耗材在此期間保持相對穩定，自2022年的人民幣20.9百萬元增加至2023年及2024年的人民幣22.3百萬元及人民幣22.4百萬元，與生產需求一致。在製品由2022年的人民幣18.5百萬元增加至2023年的人民幣30.4百萬元，然後於2024年降至人民幣26.5百萬元，反映了生產計劃安排及吞吐效率。製成品由2022年的人民幣71.5百萬元下降至2023年的人民幣48.0百萬元。2023年的結餘減少主要反映在生產升級導致產量減少期間依賴現有存貨履行訂單。於2024年，製成品增加至人民幣76.6百萬元，恢復至符合銷售計劃及履行需求的正常存貨水平。

於2022年、2023年、2024年及2025年6月30日，我們分別確認存貨撥備人民幣2.4百萬元、人民幣2.2百萬元、人民幣3.1百萬元及人民幣3.6百萬元。該等撥備主要與老化期較長的原材料及製成品相關，並根據與存貨賬齡及可回收性相關的一致政策確定。

周轉天數

下表載列於往績記錄期內我們的存貨周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
	天			
存貨周轉天數 ⁽¹⁾	107	119	119	128

財務資料

附註：

- (1) 存貨周轉天數按存貨的年初及年末餘額的平均數除以本年度的營業成本，再乘以本年度的天數計算。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月，我們的存貨周轉天數保持相對穩定，分別為107天、119天、119天及128天。於往績記錄期內，存貨周轉天數增加主要是由於原材料存貨增加。於2025年，存貨周轉天數增加乃由於我們籌備與推出「哪吒」系列新產品有關的材料。此外，存貨增加亦是由於我們為黃金文創產品而積蓄黃金原材料，而有關業務於2024年才開始運營。

賬齡分析

下表載列截至所示日期我們存貨（不包括在途貨品）扣除撥備後的賬齡分析：

	截至12月31日			截至 6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
0至90日	63,870	61,786	71,157	91,474
91至180日	23,413	7,936	16,368	14,281
181至365日	18,197	14,433	13,377	10,323
一年以上至兩年	4,037	14,011	13,231	11,843
兩年以上	1,359	2,490	11,251	15,841
總計	110,876	100,656	125,384	143,762

截至各年末，我們大部分存貨的賬齡仍在一年內，賬齡處於0至180日的存貨比例保持穩定，反映了生產與銷售週期的有效銜接。賬齡超過一年的存貨餘額由截至2022年12月31日的人民幣5.4百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣16.5百萬元，並進一步增加至截至2024年12月31日的人民幣24.5百萬元及進一步增加至截至2025年6月30日的人民幣27.6百萬元。

賬齡一年以上的存貨增加主要由於過往銷售預測與存貨計劃之間的錯配。具體而言，截至2022年12月31日的陳舊存貨主要與若干主題SKU有關，當時對該等SKU的需求估計過高。更廣泛而言，部分產品的預備貨不足導致預售週期延長，而另一些產品則由於預測假設不準確而過量積壓。為此，我們對內部需求計劃和供應調整能力進行了改進，尤為側重於提高銷售預測的準確性和生產計劃的協調性。有關詳情，請參閱本文件「業務－戰略－提升需求預測和資源配置，優化訂單交付履行」。此外，我們亦積極開展針對性的促銷活動，逐步清理積壓庫存，提高庫存效率。

財務資料

截至2025年9月30日，我們截至2025年6月30日的存貨中人民幣111百萬元或77%其後已動用。

貿易及其他應收款項

於往績記錄期，我們的貿易及其他應收款項主要包括直銷及代銷、電商平台銷售產生的應收款項以及包括按金及預付款項在內的一小部分其他應收款項，分別佔我們截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日的貿易及其他應收款項總額的17.9%、16.4%、12.7%及13.3%。所有應收款項均無息，並受我們的內部信貸風險管理政策的規限。我們給予若干客戶介乎30至60日之信用期。

下表載列我們截至所示日期的貿易及其他應收款項情況：

	截至12月31日			截至 6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
貿易應收款項.....	5,808	2,715	9,062	9,814
其他應收款項.....	1,965	1,551	2,366	3,019
預付供應商款項.....	1,811	2,455	4,942	3,879
預付費用.....	978	2,164	858	105
可收回增值稅.....	410	584	1,403	1,560
遞延發行成本.....	—	—	—	4,376
總計	10,972	9,469	18,631	22,753

貿易及其他應收款項的餘額自2022年的人民幣11.0百萬元減少13.7%至2023年的人民幣9.5百萬元，乃主要由於收款週期改善及電商貿易應收款項減少。截至2024年12月31日，由於年內銷量上升，尤其是代銷及直銷渠道的銷量增加，該餘額大幅增加至人民幣18.6百萬元。截至2025年6月30日，餘額增至人民幣22.8百萬元，乃主要由於遞延發行成本增加，有關成本指符合撥充資本的標準且將於[編纂]後重新分類至權益的已產生[編纂]。

周轉天數

下表載列於往績記錄期內我們的貿易應收款項的周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
	天			
貿易應收款項周轉天數	5	4	4	6

財務資料

附註：

- (1) 貿易應收款項周轉天數按貿易應收款項的年初及年末餘額的平均數除以本年度的收入，再乘以本年度的天數計算。

於整個往績記錄期內，我們的貿易應收款項周轉天數始終較低，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年6月30日止六個月分別為五天、四天、四天及六天。始終處於低水平反映我們的信貸風險敞口有限及強大的收款能力。

賬齡分析

下表載列截至所示日期我們貿易應收款項（扣除信用損失撥備）按發票日期呈列的賬齡分析：

	截至12月31日			截至 6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
0至30日未逾期.....	4,766	2,715	8,465	9,139
31至60日未逾期.....	1,042	—	597	675
總計	5,808	2,715	9,062	9,814

截至2025年9月30日，我們截至2025年6月30日的貿易應收款項中人民幣9.8百萬元或99%其後已結算。

按公允價值計入損益的金融資產

截至2024年12月31日及2025年6月30日，我們按公允價值計入損益的金融資產分別為人民幣30.1百萬元及人民幣52.2百萬元。截至2022年及2023年12月31日，我們未持有任何此類資產。

該餘額為使用內部資金購買的結構性存款，合約期限少於90天，收益率與外匯市場表現掛鉤。2024年的預期年化收益率約為2.5%，2025年為1.58%至2.1%。

我們對上述結構性存款的投資乃按照我們的內部投資政策進行。我們已制定《貨幣資金管理制度》及其相應的審批流程，明確規定僅可購買保本型金融產品。我們的財務部門在財務總監羅仁祥先生的監督下，負責此類投資的評估和執行。羅先生在財務管理和會計領域擁有豐富經驗，持有會計學學士學位，並具備中國註冊會計師資格。於往績記錄期，所有此類投資均按照我們的投資程序進行，並經高級管理層批准。未來，我們將確保[編纂]後所有結構性存款的投資均需經董事會事前批准，並遵守上市規則項下的適用通知、公告及股東批准規定（視情況而定）。

財務資料

銀行結餘及現金

截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的銀行結餘及現金分別為人民幣55.7百萬元、人民幣114.1百萬元、人民幣88.0百萬元及人民幣78.6百萬元。2023年的增長反映了來自經營活動的現金積累，而2024年的減少主要由於重新配置至按公允價值計入損益的金融資產。

我們的銀行結餘及現金包括初始到期日為三個月以內之銀行現金及短期銀行存款。截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，該等結餘分別按介乎0.05%至0.9%、0.05%至0.7%、0.1%至1.3%及0.05%至1.3%的市場年利率計息。

貿易及其他應付款項

於往績記錄期，我們的貿易及其他應付款項主要反映了應付予供應商的原材料、公用事業及設備的款項，以及應計費用、經銷商保證金、工資負債及稅務相關應付款項。

貿易及其他應付款項的總餘額自截至2022年12月31日的人民幣66.7百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣73.0百萬元，增長了9.6%。2023年的增加主要是由於應付工資及獎金增加，反映2023年的總員工人數暫時增加，總員工人數隨後於2024年回歸正常，導致2024年年末前的應付結餘較少。

下表載列我們截至所示日期的貿易及其他應付款項情況：

	截至12月31日			截至 6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
貿易應付款項.....	31,077	34,525	32,554	38,390
其他應付款項及應計費用.....	7,779	6,825	7,222	6,319
購買物業、廠房及設備的				
應付款項.....	5,088	4,459	2,607	2,186
經銷商保證金.....	5,281	5,346	3,740	3,051
應計[編纂]開支.....	—	—	—	2,342
應計發行成本.....	—	—	—	812
應付工資及獎金.....	12,353	17,380	15,513	15,804
其他應付稅項.....	5,089	4,500	6,948	4,438
總計	<u>66,667</u>	<u>73,035</u>	<u>68,584</u>	<u>73,342</u>

財務資料

周轉天數

下表載列於往績記錄期內我們的貿易應付款項的周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	止六個月 2025年
	天			
貿易應付款項周轉天數	31	35	34	34

附註：

貿易應付款項周轉天數按貿易應付款項的年初及年末餘額的平均數除以本年度的營業成本，再乘以本年度的天數計算。

我們的貿易應付款項周轉天數於2022年及2023年保持相對穩定，分別為31天及35天，並於2024年及截至2025年6月30日止六個月維持穩定於34天。

賬齡分析

下表載列截至所示日期貿易應付款項的賬齡分析：

	截至12月31日			截至 6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
0至30日	21,763	29,965	29,216	32,085
31至60日	9,314	4,560	3,338	6,305
總計	<u>31,077</u>	<u>34,525</u>	<u>32,554</u>	<u>38,390</u>

截至2025年9月30日，我們截至2025年6月30日的貿易應付款項中人民幣38百萬元或99%其後已結算。

合約負債

於往績記錄期內，我們的合約負債主要產生自(i)經銷商就產品銷售支付的預付款項，及(ii)通過自營電商平台運作的積分計劃。當貨品控制權轉移予客戶或積分兌換時確認收入。

財務資料

與經銷商相關的合約負債主要指截至各年年末就未交付貨品提前收取的現金。根據我們的收入確認政策，當貨品控制權轉移予客戶時（通常於交付時）確認收入。因此，於各報告期末前已收取但未履約的預付款項確認為合約負債。

積分計劃反映客戶通過在我們於天貓、京東及抖音等電商平台開設的旗艦店作出的購買行為賺取的會員積分的估計價值。該等積分由各相關平台獨立發放、追蹤及管理，客戶可兌換積分以換取在特定平台生態系統內作出的未來購買訂單的折扣。客戶無法在不同平台之間積累或兌換會員積分。相關收入遞延至相應積分被兌換為止。

截至各報告期末的所有合約負債預計均將於下一個財政年度確認為收入。

下表載列我們截至所示日期的合約負債明細：

	截至12月31日			截至 6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
經銷商預付款.....	5,343	11,288	4,903	4,017
積分計劃.....	319	350	381	228
總計	5,662	11,638	5,284	4,245

截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的合約負債分別為人民幣5.7百萬元、人民幣11.6百萬元、人民幣5.3百萬元及人民幣4.2百萬元。於2023年的增長主要由於臨近年末時收取的經銷商預付款增加，而於2024年的下降則反映了未完成訂單的履行以及經銷商採購模式回歸正常化。

截至2025年9月30日，我們截至2025年6月30日的合約資產中人民幣3.8百萬元或90%其後已開具賬單。截至2025年9月30日，我們截至2025年6月30日的合約負債中人民幣3.8百萬元或90%其後已確認為收入。

租賃負債

我們的租賃負債主要與租賃的零售店舖相關，並按照適用的會計準則進行確認。流動負債及非流動負債的分類依據於各報告期末剩餘的合約租賃期。

財務資料

截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年6月30日，我們的租賃負債總額分別為零、人民幣797,000元、人民幣2,355,000元及人民幣2,895,000元。租賃負債的增加反映了我們線下直營店的持續擴張，其由截至2022年及2023年的一至兩家門店增至截至最後實際可行日期的20家門店，包括2024年在成都、武漢及重慶等城市開設七家新門店。

下表載列截至所示日期我們的租賃負債情況：

	截至12月31日			截至 6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
流動部分(一年內)	—	403	2,016	2,180
非流動部分(一至兩年)	—	394	339	715
總計	—	797	2,355	2,895

於2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月應用於租賃負債的加權平均增量借款利率分別為4.20%、4.01%及3.89%。

於2024年流動租賃負債的顯著增加乃由於新增店舖租賃的租賃付款。

債務

截至2025年9月30日，即本債務聲明的最近實際可行日期，除本節「債務」一段所披露的內容外，我們並無任何未償還或未動用的銀行借款、已發放或已同意發放的貸款資本、銀行透支、承兌負債(正常貿易應付款項除外)、承兌信貸、債務證券、定期貸款，或借貸性質的債務、抵押、押記、租購承諾、或然負債、債權證或擔保。

截至最後實際可行日期，我們的董事確認我們未簽訂任何重大貸款協議，亦未提取任何信貸融資。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們未受到與債務義務相關的任何重大契約約束，亦未違反任何財務或運營契約。我們在獲取或償還任何銀行融資或借款方面不存在困難，亦無發生任何預定還款的違約或延遲情況。截至最後實際可行日期，我們並無任何未動用的銀行信貸融資。我們的董事進一步確認，自2025年9月30日起直至本文件日期，我們的債務或或然負債並無發生重大變化。

財務資料

下表載列截至所示日期本集團的債務情況：

	截至12月31日			截至 6月30日	截至 9月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年	2025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
租賃負債(流動).....	—	403	2,016	2,180	3,468
租賃負債(非流動).....	—	394	339	715	2,198
總計	—	797	2,355	2,895	5,666

我們預計將繼續主要通過經營產生的現金流為業務運營提供資金。截至2025年9月30日，我們尚未使用任何銀行信貸額度，亦無獲批或提取任何銀行貸款。

資本支出

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，本集團資本支出分別約為人民幣25.4百萬元、人民幣26.2百萬元、人民幣23.5百萬元、人民幣10.3百萬元及人民幣6.4百萬元。我們的資本支出主要用於添置物業、廠房及設備、支付予IP授權方的IP授權費及土地使用權。

關聯方交易

於往績記錄期，我們的關聯方交易於本文件附錄一所載會計師報告附註33內概述。於往績記錄期，我們於日常業務過程中與關聯方進行若干交易。該等交易主要涉及貨品的銷售及採購、提供租賃服務以及接受股東擔保。

與關聯方的銷售及採購

我們向杭州銅木主義傢俱股份有限公司（「銅木主義」）及河北浙一建建築工程有限公司（「河北浙一建」）（均為關聯方）出售了少量貨品。我們亦自銅木主義採購少量原材料。

來自關聯方的租金收入

我們將部分物業出租予銅木主義，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月分別約為66,000平方米、66,000平方米、47,000平方米及47,000平方米，且截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，分別錄得租金收入人民幣5.1百萬元、人民幣5.1百萬元、人民幣3.7百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣1.8百萬元。租賃安排乃按正常商業條款達成。

財務資料

關聯方提供的擔保

截至2022年12月31日止年度，我們的單一最大股東俞先生為本集團的若干銀行借款合計人民幣128.5百萬元提供擔保。截至2022年12月31日，所有有關擔保均已全部解除。

主要管理人員薪酬

有關支付予董事及高級管理層的薪酬（包括工資、獎金及其他福利）詳情，請參閱會計師報告附註33。

我們的董事確認，會計師報告附註33所述所有關聯方交易均於公平磋商後按正常商業條款進行，且已考慮我們所支付的辦公室租金與類似地點同類物業的現行市場租金相若，故該等交易被認為屬公平、合理並符合股東的整體利益。

資本承擔

下表載列我們截至所示日期的資本承擔。

	截至12月31日		截至6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
已訂約但尚未計提撥備：				
－ 物業、廠房及設備	109	265	354	195

或然負債

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無任何或然負債。

資產負債表外承諾及安排

截至最後實際可行日期，我們未進行任何資產負債表外交易。

財務資料

主要財務比率

	截至12月31日／截至12月31日止年度			截至6月30日／ 截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	(未經審計)				
淨利潤率.....	11.3%	8.7%	13.8%	14.0%	9.8%
權益回報率.....	22.1%	14.3%	21.4%	11.4%	7.1%
資產總值回報率.....	15.2%	11.4%	17.4%	9.1%	6.0%
流動比率.....	2.52	2.70	3.63	3.26	4.00
速動比率.....	0.94	1.46	1.96	1.70	2.18

淨利潤率

淨利潤率按年內利潤除以收入，再乘以100%計算。我們截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月的淨利潤率分別為11.3%、8.7%、13.8%、14.0%及9.8%。

截至2022年12月31日止年度，我們的淨利潤率為11.3%，2023年下降至8.7%，主要是由於生產線升級生產中斷導致2023年生產量下降。這些暫時性中斷導致年內產能減緩約三個月，影響我們滿足需求的能力，進而影響整體利潤。儘管我們的收入由2022年的人民幣503.2百萬元增長0.6%至2023年的人民幣506.4百萬元，但這一增長幅度溫和，不足以抵銷產能受到的限制及營運成本增加（包括銷售及營銷開支增加）。因此，該年度的淨利潤率有所下降。然而，截至2024年12月31日止年度，我們的淨利潤率大幅提升至13.8%，較2023年大幅回升。該增幅乃由於多項因素，例如成功解決生產效率低下及升級後產量恢復正常。我們透過流程優化與員工技能發展相結合的方式，提高了生產效率。此外，我們精簡營運、提升員工技能及專注於高利潤產品的能力也促進了這項復甦。

截至2024年12月31日止年度，我們的利潤率提升也反映更有利的產品組合及為響應市場需求及消費者偏好而實施的定價調整，尤其是銅質文創產品。高利潤產品的強勁銷售業績，加上生產工藝的改進，使得實現較高的盈利能力。

截至2025年6月30日止六個月，我們的淨利潤率為9.8%，較2024年的峰值有所下降。該降幅主要歸因於該期間已產生的一次性[編纂]。儘管核心業務表現穩定，但這些非經常性開支仍對整體盈利能力產生負面影響。我們預期，一旦不產生這些[編纂]，我們的淨利潤率有望提高。

財務資料

權益回報率

權益回報率為年內淨利潤除以年初及年末股東權益餘額的算術平均數，再乘以100%。該比率由2022年的22.1%下降至2023年的14.3%，乃主要由於上文所述的生產暫時中斷。2024年回升至21.4%，反映盈利能力及運營效率提高。截至2025年6月30日止六個月，權益回報率減至7.1%，而2024年同期為11.4%，乃主要由於產生[編纂]導致淨利潤減少。

資產總值回報率

資產總值回報率按淨利潤除以年初及年末資產總值餘額的算術平均數，再乘以100%計算。該比率由2022年的15.2%下降至2023年的11.4%，隨後於同樣的生產有關影響及後續恢復的情況下，於2024年上升至17.4%。截至2025年6月30日止六個月，資產回報率減至6.0%，而2024年同期為9.1%，乃主要由於產生[編纂]導致淨利潤減少。

流動比率

流動比率按流動資產總值除以流動負債總額計算。我們的流動資金狀況良好，截至2022年、2023年、2024年12月31日以及2024年及2025年6月30日的流動比率分別為2.52、2.70、3.63、3.26及4.00。2024年上升主要由於按公允價值計入損益的金融資產及定期存款增加，反映我們優化現金部署策略。

速動比率

速動比率按流動資產總值減存貨再除以流動負債總額計算。我們的速動比率由截至2022年12月31日的0.94上升至截至2024年12月31日的1.96並進一步上升至截至2025年6月30日的2.18，主要反映上述流動性金融資產增加與流動負債水平保持穩定。

財務風險管理

於日常業務過程中，我們面臨各種財務風險，包括貨幣風險、利率風險、信貸風險及流動性風險。我們已採用一系列風險管理政策來降低該等風險敞口，包括內部信貸評估、現金流量規劃及保守的投資策略。

貨幣風險

我們面臨的貨幣風險主要產生自以非功能貨幣計值的貿易及其他應收款項以及銀行結餘。該等風險敞口主要與美元交易有關。

截至2024年12月31日，以外幣計值的貨幣資產賬面值約為人民幣1.2百萬元，與截至2023年12月31日的餘額相近。截至2022年12月31日，該餘額約為人民幣8.5百萬元。該等外幣風險敞口主要來自以美元持有的貿易應收款項及銀行賬戶餘額。

財務資料

利率風險

我們面臨的利率風險主要來自固定利率租賃負債及計息銀行存款。

為審慎管理此風險，我們持續監控與我們的業務運營及財務狀況有關的市場利率。根據評估，我們尋求實施有效的利率風險管理策略。

信貸風險

信貸風險指交易對手方違反合約義務引致我們遭受財務損失的風險。於各報告期末，我們的最大信貸風險敞口（因交易對手方未能履行義務而引致我們遭受財務損失）來自相關已確認金融資產的賬面值，其披露於綜合財務狀況表。

為降低信貸風險，我們已建立信貸風險評級系統，根據違約風險的程度分類風險敞口。我們的管理層將考慮公開可得的財務資料以及主要客戶及其他債務人的歷史還款記錄。我們持續監控與交易對手方有關的風險敞口並審查我們於各報告期末的信貸評級，確保就不可收回金額計提充足的減值損失（如有）。

流動性風險

在管理流動性風險的過程中，我們監控銀行結餘及現金並將其維持在管理層認為充足的水平，為我們的運營提供資金並減小現金流量波動的影響。

股息

於往績記錄期，我們未宣派或派付任何股息。本公司自註冊成立以來或本集團任何附屬公司於往績記錄期概無擬派、派付或宣派股息。我們並無任何股息政策以於可見將來宣派或派付任何股息。

於[編纂]完成後，我們可能以現金形式或公司章程允許的其他方式分派股息。任何股息的擬議分派須由董事會制定，並須經股東批准。日後宣派或派付任何股息的決定以及任何股息的金額將取決於多項因素，包括我們的盈利及財務狀況、經營要求、資本要求、業務前景、宣派及派付股息的法定、監管及合約限制，以及我們董事可能認為重要的任何其他因素。

概不保證將於任何年度宣派或分派任何金額的股息。目前，我們無意於[編纂]後採納正式股息政策或固定股息分派比率。

財務資料

可供分配儲備

截至2025年6月30日，我們的可供分配儲備約為人民幣358.2百萬元。

未經審計[編纂]經調整有形資產淨值

有關未經審計[編纂]報表的詳情，請參閱本文件附錄二。

[編纂]開支

我們估計就[編纂]產生的[編纂]開支總額將約為[編纂]百萬港元（相當於約人民幣[編纂]百萬元），約佔[編纂][編纂]總額的[編纂]%（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）且[編纂]未獲行使）。

我們估計將產生[編纂]開支約[編纂]百萬港元，其中約[編纂]百萬港元預計將於綜合損益及其他全面收益表中確認為行政開支及約[編纂]百萬港元預計於[編纂]後將直接確認為權益扣除。截至2025年6月30日，合共約[編纂]百萬港元的[編纂]開支已於損益中確認。其餘[編纂]百萬港元將於未來確認。按性質而言，我們的[編纂]開支包括(i)[編纂]佣金約[編纂]百萬港元及(ii)[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元，其中包括法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]百萬港元，以及其他專業費用及開支約[編纂]百萬港元。上述[編纂]開支為當前估計，僅供參考，於我們的綜合收益表中確認的最終金額尚待審計並受屆時多種變量及假設變動的影響。

無重大不利變動

我們的董事確認，直至本文件日期，除本文件所披露者外，自2025年6月30日（即本文件附錄一所載會計師報告所述期間末）起，我們的財務、經營或貿易狀況或前景並無重大不利變動。

根據上市規則第13.13條至第13.19條作出的披露

我們的董事確認，截至最後實際可行日期，概無任何情況導致須根據上市規則第13.13條至第13.19條的規定作出披露。

未來計劃及[編纂]

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細討論，請參閱本文件「業務－戰略」一節。

[編纂]理由

我們相信，[編纂]將提升我們的品牌形象及信譽，加強我們的資本基礎以支持業務拓展，並為我們提供進入國際[編纂]的途徑。[編纂]亦將有助我們擴大股東基礎及為我們的股份創造流通性強的市場，我們預期此舉將有助日後籌集資金以支持我們的戰略增長計劃。此外，[編纂]將為我們提供機會，以根據國際標準進一步完善我們的內部控制及企業管治框架，我們相信其將支持我們的長期發展。

[編纂]

假設[編纂]為每[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數），經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]佣金及其他估計開支，並假設[編纂]並無獲行使，我們估計將自[編纂]收取[編纂]約[編纂]百萬港元。

我們擬以下列方式運用[編纂][編纂]：

- 投資產品開發及設計能力（約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元））：我們計劃分配約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元）用於支持專有研發中心的建設。投資計劃涵蓋場地準備、結構工程、外牆及內飾建設以及採購設備及軟件。該設施亦將用於為經拓大的研究及設計團隊提供場所。此外，約[編纂]%的[編纂]將分配用於擴展及優化我們的產品組合。
- 提高產能及履約靈活性（約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元））：我們擬分配約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元）用於為杭州設施採購及安裝新生產設備，並分配約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元）用於招聘及培訓熟練生產人員。
- 加強銷售渠道及營銷能力（約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元））：我們擬通過擴大我們在中國的直營店網絡、發展國際市場渠道及加強數字化互動舉措來強化我們的銷售及營銷基礎設施，包括在客流量大的商業區投資建立直營店佈局、參加海外展覽及本地化促銷活動，以及製作品牌內容和優化平台流量，以提高我們在消費者中的知名度及提升線下線上觸點的轉化率。

未來計劃及[編纂]

- 升級數字化和信息基礎設施（約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元））：包括實施定製化企業軟件、綜合數據系統和運營協調平台。
- 營運資金及一般公司用途（約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元））：該等資金將支持戰略靈活性，使我們能夠審慎應對新出現的市場機遇及運營需求。

我們預期上述[編纂]的分配將使我們能夠執行本文件「業務－戰略」一節所載的戰略，並支持我們的長期增長及競爭力。

倘[編纂][編纂]因[編纂]或實際發行股份數目變動而高於或低於預期，我們可按比例調整上述分配，惟該變動不得導致建議[編纂]出現重大變動。[編纂]的任何重大變動將根據上市規則的規定予以披露。

1. 投資產品開發及設計能力

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元）用於提升我們的產品開發及設計能力，其乃我們增長策略的基礎。有關投資將主要用於支持專有研發中心的建設以及拓展和豐富我們的核心產品組合，包括銅質文創產品、黃金文創產品及塑膠潮玩。

建設及升級研發基礎設施

[編纂]約[編纂]%（相當於[編纂]百萬港元）將分配用於我們新研發中心的建設及設備配置，該研發中心預計將作為我們創意設計師、技術團隊及營銷專業人員之間跨職能協作的中心樞紐。

自2013年成立以來，我們始終將獨創設計作為產品開發的核心驅動力。內部的研發活動通常由分散於一般辦公空間內的多個創意團隊進行。隨著業務規模擴大及材料基地擴大，我們認為有必要建立一個集中式、專用研發中心，以整合創意資源、提升協同效率，並支持多材料產品的拓展。該研發中心將作為創意管理的專屬平台，涵蓋概念設計、數位建模、樣品開發及視覺呈現全流程。中心將配備專業軟硬件，包括3D設計系統、實體打樣工具及協同工作站。有別於工業或科學領域傳統的實驗室研發模式，我們的研發活動聚焦於產品構思、設計實現與模型測試，本質上具有迭代性與創作驅動特性。

未來計劃及[編纂]

於研發中心的投資總額預計將達[編纂]百萬港元，其中[編纂]百萬港元預計將由[編纂][編纂]撥付。按年度劃分的[編纂]計劃用途明細如下：

年度	建設支出	設備與 軟件採購	其他相關成本	總計
百萬港元				
2026年	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2027年	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
2028年	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

擬建的研發中心將設於杭州設施內，預計建築面積約為31,000平方米。建設預計於2026年6月動工，於2028年7月完工。該設施將用作包括產品設計、打樣、材料測試以及協作項目的專用空間。

建設將分場地準備、結構工程、外牆竣工、內部裝修及最後的系統調試等關鍵階段。設備及配套系統的採購將與大樓的準備同步進行，以便迅速安裝及試營運。我們計劃收購3D建模軟件、數控機及多材質3D打印機，以支持內部打樣及小批量產品驗證。這些系統的安裝預計將於2028年前完成，使新中心可於該年年底開始全面營運。

此項投資的主要商業理據在於實現我們從銅質文創產品拓展至金銀等其他材質類別的戰略目標。儘管我們擬通過每年大量推出新SKU來維持在銅質類別的領先地位，向新材質擴張對我們的創造能力、設計生產量及打樣資源提出的要求大幅提升。建立專業研發中心對實現這一轉型至關重要。該中心預計將使我們的產品產能顯著提升。我們預期於2026年推出約800款SKU，於2027年推出約1,000款SKU及於2028年推出約1,550款SKU，品類涵蓋銅、金及銀。

該研發中心亦將為創意專業人才提供結構化且專業的工作環境，其設計不僅旨在提升現有員工生產力，更將作為吸引和留任於產品造型、設計及視覺建模領域具備才幹之人才的戰略平台。與我們成為領先文創企業的長期願景一致，該中心將在構建整合型研發人才梯隊方面發揮核心作用，進一步強化我們的核心競爭力。

為支持職能擴充，我們計劃於2028年前增聘約100名員工，包括創意設計師、工藝工程師及項目協調人員。新中心預期將提高內部協作水平，加快打樣週期，並提高各產品線之間的材料整合度。

未來計劃及[編纂]

豐富及加強產品組合

[編纂]約[編纂]% (相當於[編纂]百萬港元) 將分配用於拓展及優化我們的產品組合。此包括豐富我們的銅質文創產品，同時推進開發分別以子品牌「璽匠金舖」及「歡喜小將」進行營銷的黃金文創產品及塑膠潮玩。

該等資金將主要用於支持與文化機構和藝術家合作的產品設計及打樣、IP聯名以及限量版授權項目。我們亦計劃探索傳統文化、健康及敘事的新主題，通過相應的營銷活動打造品牌標識和提高跨界吸引力。

2. 提高產能及履約靈活性

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]% (相當於約[編纂]百萬港元) 分配用於提升我們的內部產能及加強需求預測與製造產出的一致性，從而提高履約靈活性並支持長期產品供應。

於往績記錄期，我們始終保持高水平的產能利用。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的設計產能分別約為1,391,500千克、1,268,625千克、1,518,750千克、853,497千克及621,712千克，而實際產量則分別為1,386,737千克、1,259,101千克、1,545,168千克、839,254千克及626,176千克，產能利用率分別達99.7%、99.3%、101.7%、98.3%及99.0%。我們的設計產能是根據生產員工平均人數、全年標準工時及每工時銅生產量計算得出。此計算方式反映出生產模式的勞動密集型特質及現有條件下規模的固有局限。產能持續超負荷或接近滿負荷運轉表明現有設施已達運作極限。尤其是，2024年的峰值生產量已超過設計產能，凸顯我們須依賴強化工作安排及臨時加班措施以滿足市場需求。此等做法長期而言並不可持續，若不擴充產能，或會影響交付時間及產品品質。

擬定擴充計劃將集中於銅質擺件（仍為我們的主要產品線），並會增加銅雕畫投資。新增的空間與工作站將有助提升生產量，同時透過現場培訓實現技術傳承。我們計劃新增設計產能約為691,000件，使擴充後的總設計產能達到2,209,750件。

擴產預計有助我們更好地應對旺季需求、縮短交付週期，並減少對應急人員調配的依賴，從而提升營運韌性及產品品質穩定性。

未來計劃及[編纂]

採購及安裝設備以提升產能

[編纂]約[編纂]% (相當於約[編纂]百萬港元) 將用於採購及在杭州設施安裝新生產設備。採購計劃覆蓋關鍵環節，例如鑄造、機械加工、表面處理、環境控制及公用事業基礎設施。

下表概述主要設備類別、擬定功能和採購時間表：

類別	設備說明	功能	計劃安裝期間
鑄造	精密鑄造機	提高銅鑄件效率	2026年至2027年
機械加工.....	高精度數控工具	雕刻與表面處理	2026年至2027年
表面處理.....	噴塗與烘烤系統	自動著色及乾燥	2026年至2027年
環境	除塵通風	工作場所空氣過濾與 合規性	2026年至2027年
公用事業.....	水、氣、電設施升級改造	公用設施改造與安全升級	2026年至2027年
土木工程.....	設施改造	局部結構與佈局變更	2026年至2027年

規劃的佈局優化和部分設施重新配置預計需時不到一年，並將分階段實施，以盡量減少生產中斷。我們的內部團隊預計將監督公用設施調整和場地移交，而第三方供應商將負責設備安裝調試。

擴大及穩定熟練的生產員工隊伍

[編纂]約[編纂]% (相當於約[編纂]百萬港元) 將用於增聘及培訓約300名生產人員。該等人員包括250多名專門從事蠟模製作、焊接及打磨的熟練技工，以及後勤、支持及質量控制人員。

我們已實施內部學徒制度，根據該制度，有經驗的工匠將為新僱員提供在職指導。這種團隊架構旨在支持生產力，同時確保我們的工藝質量水準得到保持。通過擴大熟練員工隊伍及升級生產設備，我們預期將縮短生產週期時間並提高對大量SKU的響應能力，從而提高我們的整體訂單履約能力及經營韌性。

未來計劃及[編纂]

3. 加強銷售渠道及營銷能力

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元）分配用於擴大及加強我們的零售及營銷基礎設施，重點鞏固我們在中國的直營店網絡、加快國際化佈局及增強我們的數字化營銷和內容開發能力。

擴大我們在中國的直營店網絡

[編纂]約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元）將用於擴大我們在中國的直營店網絡，側重於一線、新一線、二線及三線城市。這些門店預期將作為融合文化敘事及互動體驗的沉浸式品牌觸點。

我們計劃於2026年至2028年開設約70家新門店。目標位置包括北京、深圳、重慶、南京、武漢、濟南、廈門、西安、昆明及貴陽等城市。該等位置是基於商業客流量、商場排名及區域消費趨勢而選出。每家新門店的預期建築面積約為100平方米。店均資本開支約為人民幣2.3百萬元，主要包括裝潢裝修、內部存貨成本、租賃押金以及員工招聘及培訓等項目。基於我們的過往經驗，預期每家新門店將於開業後約6至9個月內實現收支平衡。

加強數字化營銷及線上參與度

[編纂]約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元）將用於加強我們的數字化營銷基礎設施。我們的舉措將側重於製作品牌內容，包括短視頻、文化敘事及直播板塊。

我們計劃升級工作室能力、擴充剪輯和腳本撰寫團隊及制定各渠道的標準化直播流程。此外，我們擬增強用於實時表現追蹤及預算優化的後台分析系統。

發展國際業務及區域營銷渠道

[編纂]約[編纂]%（相當於約[編纂]百萬港元）將用於支持我們的國際拓展。我們計劃探索香港、澳門、東南亞、日本、歐洲及北美等市場。我們的策略包括參加海外展覽及商品交易會、與當地經銷商合作以及定制營銷活動。

於2025年，我們計劃通過預定的展覽進軍香港、日本及意大利市場，後續延伸至選定的西歐和北美市場。我們計劃將資金用於國際差旅、樣品準備、雙語材料、宣傳本地化及初期市場研究。

未來計劃及[編纂]

4. 升級數字化和信息基礎設施

我們擬將[編纂][編纂]約[編纂]%(相當於約[編纂]百萬港元)分配用於加強我們的數字化和信息基礎設施。該措施包括兩個主要組成部分：(i)實施企業軟件系統以優化生產和庫存統籌，及(2)部署配套硬件及智能設備以增強數據獲取能力及提高運營連通度。

部署配套IT基礎設施及智能設備

約[編纂]%(相當於約[編纂]百萬港元)將用於採購及安裝配套IT基礎設施。投資計劃包括四套用於系統部署及數據備份的專用數據服務器、一道用於信息安全的企業級網絡防火牆及用於支持在核心生產線及倉儲位置實時追蹤的物聯網賦能傳感器節點。該等硬件系統預期將於2026年至2027年期間安裝到位。

實施企業軟件系統

約[編纂]%(相當於約[編纂]百萬港元)將用於階段性開發和實施定制化軟件系統，包括側重於生產規劃、現場執行及工藝追溯的生產執行系統(「MES」)以及負責庫存位置追蹤、出入庫物流及定期庫存盤點的倉庫管理系統(「WMS」)。預期該等系統均配備相應的終端硬件以確保高效的數據集成和現場運行能力。MES系統及硬件計劃於2027年之前部署，WMS系統亦預期於2027年之前上線。該等系統將通過模塊化的定制契合我們現有的經營流程。

所有硬件及軟件部署將由我們的IT及財務團隊管理，在開發、測試及培訓環節分階段實施。組合系統預期將支持實時數據可視化、可追溯性及經營統籌，從而隨我們的業務發展提高效率 and 可拓展性。

5. 營運資金及一般公司用途

[編纂][編纂]約[編纂]%(相當於約[編纂]百萬港元)將保留用於一般營運資金及運營靈活性。該等資金將使我們能夠及時審慎應對戰略機遇及不可預見的市場變化。

倘分配的[編纂]不足以支付上述用途的全部資金，我們擬利用內部資源或股本債務融資支付任何款項差額。反之，若有盈餘資金，則會用於符合我們戰略目標的其他項目。

未 來 計 劃 及 [編 纂]

倘[編纂]最終確定為低於或高於指示性[編纂]的中位數，則分配至上述用途的[編纂]將按比例調整。因[編纂]獲行使而獲得的任何[編纂]將按比例分配至上述用途。

倘我們對[編纂][編纂]的上述用途有任何重大變更，或我們對上述用途之間[編纂]的分配有任何重大變更，我們將作出正式公告。

倘[編纂][編纂]未即時用於上述用途，我們僅會將該等[編纂]存入持牌商業銀行及／或其他認可財務機構（定義見證券及期貨條例或其他司法權區的適用法律法規）的短期計息賬戶。

倘上述[編纂][編纂]發生任何重大變更，我們將刊發公告。

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

[編 纂] 的 架 構

[編 纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

附錄一

會計師報告

以下為獨立申報會計師[德勤•關黃陳方會計師行](香港執業會計師)發出的報告全文(載於第I-[1]至I-[46]頁)，以供載入本文件內。

致杭州銅師傅文創(集團)股份有限公司列位董事及招銀國際融資有限公司就歷史財務資料出具的會計師報告

緒言

我們就載於第I-[3]至I-[46]頁杭州銅師傅文創(集團)股份有限公司(曾用名：杭州璽匠文化創意股份有限公司)(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的歷史財務資料作出報告，該等歷史財務資料包括 貴集團於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日的綜合財務狀況表、 貴公司於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日的財務狀況表，以及 貴集團於截至2024年12月31日止三個年度各年以及截至2025年6月30日止六個月(「往績記錄期」)的綜合損益及其他全面收益表、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「歷史財務資料」)。第I-[3]至I-[46]頁所載的歷史財務資料為本報告的組成部分，其擬備以供載入 貴公司日期為[日期]就 貴公司股份在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板進行首次[編纂]而刊發的文件(「文件」)內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事負責根據歷史財務資料附註1.2所載編製基準反映真實中肯意見的歷史財務資料，並對 貴公司董事認為歷史財務資料的編製不存在由於欺詐或錯誤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

我們的責任為對歷史財務資料發表意見，並將我們的意見向 閣下報告。我們已按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」執行我們的工作。該準則要求我們遵守道德規範，並規劃及執行工作以對歷史財務資料是否不存在任何重大錯誤陳述獲取合理保證。

附錄一

會計師報告

我們的工作涉及執程序以獲取有關歷史財務資料所載金額及披露的證據。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。於作出該等風險評估時，申報會計師考慮實體根據歷史財務資料附註1.2所載編製基準編製反映真實中肯意見的歷史財務資料相關的內部控制，以設計在有關情況下屬適當的程序，但並非就實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評估 貴公司董事所採用會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評估歷史財務資料的整體呈列方式。

我們相信，我們已獲得充足恰當的憑證，為我們的意見提供基礎。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料真實中肯反映根據歷史財務資料附註1.2所載編製基準編製的 貴集團及 貴公司於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日的財務狀況以及 貴集團於往績記錄期的財務表現及現金流量。

審閱追加期間比較財務資料

我們已審閱 貴集團的追加期間比較財務資料，包括截至2024年6月30日止六個月的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表以及其他解釋性資料（「追加期間比較財務資料」）。 貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註1.2所載編製基準編製追加期間比較財務資料。我們的責任為根據我們的審閱對追加期間比較財務資料發表結論。我們根據國際審計與鑒證準則理事會（「國際審計與鑒證準則理事會」）頒佈的國際審閱業務準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。審閱工作包括向主要負責財務及會計事務的人員作出查詢，並應用分析性及其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據國際審計準則進行審計的範圍為小，故無法保證我們將知悉審計中可能發現的所有重大事項。因此，我們不發表審計意見。根據我們的審閱，我們並無發現任何事項令我們認為，就會計師報告而言，追加期間比較財務資料在各重大方面並未根據歷史財務資料附註1.2所載編製基準編製。

附 錄 一

會 計 師 報 告

根據聯交所證券上市規則及公司（清盤及雜項條文）條例須呈報事項

調整

於編製歷史財務資料時，概無對第I-[3]頁界定的相關財務報表作出調整。

股息

我們提述歷史財務資料附註12，當中聲明 貴公司自其註冊成立以來並無宣派或派付股息。

[德勤•關黃陳方會計師行]

執業會計師

香港

[日期]

附 錄 一

會 計 師 報 告

貴集團的歷史財務資料

編製歷史財務資料

下文所載為構成本會計師報告一部分的歷史財務資料。

貴集團於往績記錄期的綜合財務報表（歷史財務資料乃基於此編製）已根據符合國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的國際財務報告會計準則的會計政策編製並由我們根據國際審計與鑒證準則理事會頒佈的國際審計準則進行審計（「相關財務報表」）。

歷史財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有指明外，所有價值均約整至最接近的千元（人民幣千元）。

附 錄 一

會 計 師 報 告

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
		2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
收入	4	503,185	506,383	571,188	283,616	308,238
營業成本		(340,957)	(342,174)	(369,103)	(181,561)	(200,075)
毛利		162,228	164,209	202,085	102,055	108,163
其他收入	5	13,747	15,620	14,370	7,631	5,131
其他收益及虧損	6	42	105	260	(143)	771
預期信用減值損失		(756)	715	(190)	(70)	4
銷售及營銷開支		(62,667)	(72,448)	(71,590)	(37,366)	(39,935)
行政開支		(27,972)	(30,426)	(26,923)	(12,800)	(12,686)
其他經營開支		(2,479)	(2,291)	(1,637)	(803)	(803)
[編纂]		—	—	—	—	(12,627)
研發開支		(18,802)	(28,638)	(28,212)	(14,185)	(15,498)
財務成本	7	(896)	(5)	(97)	(37)	(47)
除稅前利潤	8	62,445	46,841	88,066	44,282	32,473
所得稅開支	9	(5,507)	(2,710)	(9,084)	(4,517)	(2,229)
年／期內利潤及 全面收益總額		56,938	44,131	78,982	39,765	30,244
每股盈利	11					
基本 (人民幣元)		1.00	0.77	1.39	0.70	0.53

附錄一

會計師報告

綜合財務狀況表

		於12月31日			於6月30日
	附註	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
非流動資產					
物業、廠房及設備	13	166,845	176,200	171,386	165,468
使用權資產	14	5,957	6,581	9,971	10,497
無形資產	15	2,770	1,669	5,288	6,244
於一家聯營公司的權益	16	—	—	—	—
遞延稅項資產	17	316	230	443	487
定期存款	21	—	—	15,273	15,469
		175,888	184,680	202,361	198,165
流動資產					
存貨	18	115,681	107,161	132,305	146,840
貿易及其他應收款項	19	10,972	9,469	18,631	22,753
退貨權資產	24	434	548	558	470
可收回稅項		1,349	1,527	9	5,356
按公允價值計入損益					
（「按公允價值計入損益」）					
的金融資產	20	—	—	30,097	52,183
定期存款	21	—	—	17,019	17,162
受限制銀行存款	21	*	—	—	—
銀行結餘及現金	21	55,677	114,094	88,044	78,618
		184,113	232,799	286,663	323,382
流動負債					
貿易及其他應付款項	22	66,667	73,035	68,584	73,342
應付所得稅		*	216	2,114	350
租賃負債	25	—	403	2,016	2,180
合約負債	23	5,662	11,638	5,284	4,245
退款負債	24	688	831	889	746
		73,017	86,123	78,887	80,863
流動資產淨值		111,096	146,676	207,776	242,519
資產總值減流動負債		286,984	331,356	410,137	440,684
非流動負債					
租賃負債	25	—	394	339	715
遞延收入	26	956	803	657	584
		956	1,197	996	1,299
資產淨值		286,028	330,159	409,141	439,385
資本及儲備					
股本	27	57,000	57,000	57,000	57,000
儲備		229,028	273,159	352,141	382,385
權益總額		286,028	330,159	409,141	439,385

* 金額低於人民幣1,000元。

附錄一

會計師報告

貴公司財務狀況表

		於12月31日			於6月30日
	附註	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
非流動資產					
物業、廠房及設備	13	44,040	58,711	58,819	55,362
使用權資產	14	—	795	2,446	3,024
無形資產	15	2,770	1,669	5,288	6,244
於附屬公司的投資	35	3,974	3,974	5,774	7,774
於一家聯營公司的權益	16	—	—	—	—
遞延稅項資產	17	316	230	443	487
定期存款	21	—	—	15,273	15,469
		51,100	65,379	88,043	88,360
流動資產					
存貨	18	115,681	107,161	132,305	146,840
貿易及其他應收款項	19	137,263	129,962	126,456	126,679
退貨權資產	24	434	548	558	470
可收回稅項		1,644	1,873	—	5,339
按公允價值計入損益的					
金融資產	20	—	—	30,097	52,183
定期存款	21	—	—	17,019	17,162
受限制銀行存款	21	*	—	—	—
銀行結餘及現金	21	47,535	103,094	83,270	76,134
		302,557	342,638	389,705	424,807
流動負債					
貿易及其他應付款項	22	63,492	70,249	65,534	73,962
應付所得稅		—	—	1,795	—
租賃負債	25	—	403	2,016	2,180
合約負債	23	5,807	11,647	6,529	5,965
退款負債	24	688	831	889	746
		69,987	83,130	76,763	82,853
流動資產淨值		232,570	259,508	312,942	341,954
資產總值減流動負債		283,670	324,887	400,985	430,314
非流動負債					
租賃負債	25	—	394	339	715
遞延收入	26	956	803	657	584
		956	1,197	996	1,299
資產淨值		282,714	323,690	399,989	429,015
資本及儲備					
股本	27	57,000	57,000	57,000	57,000
儲備	34	225,714	266,690	342,989	372,015
權益總額		282,714	323,690	399,989	429,015

* 金額低於人民幣1,000元。

附錄一

會計師報告

綜合權益變動表

	股本	資本 儲備	法定 儲備	(累計虧損) 留存盈利	總計
	人民幣千元	人民幣千元 (附註i)	人民幣千元 (附註ii)	人民幣千元	人民幣千元
於2022年1月1日	57,000	254,679	4,450	(87,201)	228,928
年內利潤及全面					
收益總額.....	—	—	—	56,938	56,938
股東出資.....	—	162	—	—	162
轉撥至法定儲備	—	—	5,241	(5,241)	—
於2022年12月31日	57,000	254,841	9,691	(35,504)	286,028
年內利潤及全面					
收益總額.....	—	—	—	44,131	44,131
轉撥至法定儲備	—	—	4,098	(4,098)	—
於2023年12月31日	57,000	254,841	13,789	4,529	330,159
年內利潤及全面					
收益總額.....	—	—	—	78,982	78,982
轉撥至法定儲備	—	—	7,630	(7,630)	—
於2024年12月31日	57,000	254,841	21,419	75,881	409,141
期內利潤及全面收益總額.....	—	—	—	30,244	30,244
轉撥至法定儲備	—	—	2,781	(2,781)	—
於2025年6月30日	57,000	254,841	24,200	103,344	439,385
於2023年12月31日	57,000	254,841	13,789	4,529	330,159
期內利潤及全面收益總額.....	—	—	—	39,765	39,765
轉撥至法定儲備	—	—	3,732	(3,732)	—
於2024年6月30日					
(未經審計).....	57,000	254,841	17,521	40,562	369,924

附註：

- (i) 資本儲備指 貴公司股份溢價。
- (ii) 根據 貴公司及其附屬公司的公司章程，該等公司須將除稅後利潤的10%轉撥至法定儲備，直至儲備達到該等公司註冊資本50%。在轉入該儲備前，不得分派股息予權益持有人。法定儲備可用於彌補過往年度虧損、擴展現有營運或轉換為 貴公司及其附屬公司的額外資本。

附 錄 一

會 計 師 報 告

綜合現金流量表

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
	(未經審計)				
經營活動					
除稅前利潤.....	62,445	46,841	88,066	44,282	32,473
就下列各項作出調整：					
財務成本.....	896	5	97	37	47
銀行利息收入.....	(759)	(1,042)	(1,077)	(654)	(451)
物業、廠房及設備折舊.....	11,749	13,512	16,125	7,672	8,220
使用權資產折舊.....	523	229	1,663	586	1,218
無形資產攤銷.....	931	2,476	2,327	1,069	1,936
貿易及其他應收款項減值損失，					
扣除撥回.....	756	(715)	190	70	(4)
存貨撇減，扣除撥回.....	137	(185)	824	(121)	522
資產相關的政府補助收入.....	(175)	(153)	(146)	(73)	(73)
出售物業、廠房及設備的虧損(收益)....	352	(79)	247	247	80
出售於一家聯營公司的權益的收益.....	—	—	(5)	—	—
匯兌收益淨額.....	(394)	(26)	(157)	(68)	19
按公允價值計入損益的金融資產公允價值					
收益.....	—	—	(345)	(36)	(870)
營運資金變動前經營現金流量.....	76,461	60,863	107,809	53,011	43,117
存貨(增加)減少.....	(32,230)	8,672	(25,761)	(21,120)	(14,911)
貿易及其他應收款項減少(增加).....	8,669	2,542	(8,712)	(6,000)	(3,806)
退貨權資產(增加)減少.....	(64)	(114)	(10)	106	88
貿易及其他應付款項(減少)增加.....	(6,863)	6,997	(2,599)	3,165	8,743
合約負債(減少)增加.....	(9,852)	5,976	(6,354)	(8,422)	(1,039)
退款負債增加(減少).....	122	143	58	(105)	(143)
經營所得現金.....	36,423	85,079	64,431	20,635	32,049
已付所得稅.....	(7,829)	(2,586)	(5,883)	(3,782)	(9,384)
經營活動所得現金淨額.....	28,414	82,493	58,548	16,853	22,665

附 錄 一

會 計 師 報 告

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
投資活動					
已收銀行利息	759	1,042	785	654	113
出售物業、廠房及設備所得款項	240	1,422	2,062	2,062	485
物業、廠房及設備付款	(22,116)	(24,807)	(15,678)	(10,087)	(3,434)
無形資產付款	(3,320)	(1,375)	(5,946)	(189)	(2,892)
使用權資產付款	—	—	(1,910)	—	(56)
股東還款	5,102	—	—	—	—
出售於一家聯營公司的權益所得款項	—	—	5	—	—
租賃按金退款	—	116	28	7	51
租賃按金付款	—	(422)	(652)	(645)	(367)
提取受限制銀行存款	132	*	—	—	—
提取按公允價值計入損益的金融資產	—	—	15,248	15,036	285,784
存放按公允價值計入損益的金融資產	—	—	(45,000)	(15,000)	(307,000)
存放定期存款	—	—	(32,000)	—	—
投資活動所用現金淨額	(19,203)	(24,024)	(83,058)	(8,162)	(27,316)
融資活動					
銀行借款所得款項	61,000	—	1,000	—	—
償還銀行借款	(128,581)	—	(1,000)	—	—
已付利息	(896)	—	(1)	—	—
償還租賃負債	—	(62)	(1,682)	(665)	(1,194)
股東注資	162	—	—	—	—
支付應計發行成本	—	—	—	—	(3,564)
融資活動所用現金淨額	(68,315)	(62)	(1,683)	(665)	(4,758)
現金及現金等價物(減少)增加淨額	(59,104)	58,407	(26,193)	8,026	(9,409)
年／期初現金及現金等價物	114,520	55,677	114,094	114,094	88,044
外幣匯率變動的影響	261	10	143	66	(17)
年／期末現金及現金等價物總額，					
按銀行結餘及現金列示	<u>55,677</u>	<u>114,094</u>	<u>88,044</u>	<u>122,186</u>	<u>78,618</u>

* 金額低於人民幣1,000元。

附錄一

會計師報告

歷史財務資料附註

1. 歷史財務資料的一般資料及編製基準

1.1 一般資料

貴公司於2013年3月26日在中華人民共和國（「中國」）註冊成立為有限公司。於2014年10月28日，貴公司改制為股份有限公司並更名為杭州鑒匠文化藝術品股份有限公司。於2024年12月16日，貴公司進一步更名為杭州銅師傅文創（集團）股份有限公司。

於2022年1月1日，貴公司的股本增加至人民幣57,000,000元。貴公司的股本人民幣57,000,000元於整個往績記錄期維持不變。

於2025年6月30日，貴公司及其附屬公司（「貴集團」）創始人、董事長兼總經理俞光先生（「俞先生」）持有貴公司總股本的26.27%。其股權於整個往績記錄期維持不變。俞先生亦為貴公司單一最大股東。

貴公司註冊辦事處及主要營業地點的地址於文件「公司資料」一節披露。

誠如附註35所載，貴公司及其附屬公司主要從事研發、生產及銷售銅、塑膠、銀、金及木質文創產品。

歷史財務資料以貴公司功能貨幣人民幣呈列。

貴公司截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度的法定財務報表乃根據企業會計準則編製，並由在中國註冊的執業會計師德勤華永會計師事務所（特殊普通合伙）審計。

1.2 歷史財務資料的編製基準

歷史財務資料乃根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的國際財務報告會計準則基於會計政策編製。

2. 應用新訂及經修訂國際財務報告會計準則及重大會計政策資料

2.1 應用新訂及經修訂國際財務報告會計準則

就編製及呈列於往績記錄期的歷史財務資料而言，貴集團於往績記錄期已持續採用國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告會計準則，該等準則於2025年1月1日開始的會計期間生效。

已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告會計準則

貴集團並無提早應用已頒佈但尚未生效之以下經修訂國際財務報告會計準則：

國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號（修訂本）	金融工具分類及計量的修訂 ²
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）	涉及依賴自然能源生產電力的合約 ²
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號（修訂本）	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資 ¹
國際財務報告會計準則（修訂本）	國際財務報告會計準則的年度改進 — 第11卷 ²
國際財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露 ³

¹ 於待定日期或之後開始的年度期間生效。

² 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效。

³ 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效。

附錄一

會計師報告

除下文所述新訂國際財務報告會計準則以外，貴公司董事預期應用所有國際財務報告準則修訂本於可預見未來將不會對貴集團的綜合財務報表產生重大影響。

國際財務報告準則第18號財務報表的呈列及披露

國際財務報告準則第18號財務報表的呈列及披露，載列對財務報表中的呈列及披露規定，將取代國際會計準則第1號財務報表的呈列。本新訂國際財務報告會計準則於延續國際會計準則第1號多項要求的同時，亦引入於損益表中呈列特定類別及定義小計的新規定；於財務報表附註中提供管理層界定的績效計量的披露，並改善財務報表中將予披露的合併及分類資料。此外，國際會計準則第1號的部分段落已移至國際會計準則第8號及國際財務報告準則第7號。對國際會計準則第7號現金流量表及國際會計準則第33號每股盈利亦作出小幅修訂。

國際財務報告準則第18號及其他準則的修訂本將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，並允許提前應用。應用新訂準則預計將會對未來財務報表中損益表的呈列及披露造成影響。

2.2 重大會計政策資料

歷史財務資料乃按照國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告會計準則編製。就編製歷史財務資料而言，倘資料合理預期將影響主要使用者作出的決定，則有關資料被視為重大。此外，歷史財務資料包括香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）及香港公司條例所規定的適用披露。

歷史財務資料按歷史成本基準編製，惟若干金融工具按各報告期末的公允價值計量，如下文所載的會計政策所解釋。

歷史成本一般以為交換貨品之對價的公允價值計算。

公允價值為市場參與者之間於計量日期在有序交易中出售資產所收取或轉讓負債所支付的價格，而不論該價格是否可直接觀察取得或可使用其他估值技術估計。於估計資產或負債的公允價值時，貴集團會考慮市場參與者於計量日對資產或負債定價時所考慮的資產或負債的特點。於本歷史財務資料中作計量及／或披露用途的公允價值乃按此基準釐定，惟國際財務報告準則第2號以股份為基礎的付款範圍內的以股份為基礎的交易、國際財務報告準則第16號租賃範圍內核算的租賃交易及與公允價值相若但並非公允價值的計量（如國際會計準則第2號存貨中的可變現淨值或國際會計準則第36號資產減值中的使用價值）除外。

就按公允價值交易的金融工具以及於其後期間將使用不可觀察輸入數據計量公允價值的估值技術而言，估值技術會予以校正以使初始確認時估值技術的結果與交易價格相等。

此外，就財務申報而言，公允價值計量根據公允價值計量的輸入數據可觀察程度及公允價值計量的輸入數據對其整體的重要性分類為第一、第二或第三級，詳情如下：

- 第一級輸入數據為實體於計量日可獲取的相同資產或負債於活躍市場的報價（未經調整）；
- 第二級輸入數據為資產或負債的可直接或間接觀察的輸入數據，惟第一級所包括的報價除外；及
- 第三級輸入數據為資產或負債的不可觀察輸入數據。

綜合基準

歷史財務資料包括貴公司及其附屬公司的財務報表。貴公司在下列情況下取得控制權：

- 可對投資對象行使權力；
- 因參與投資對象之業務而可獲得或有權獲得可變回報；及
- 有能力藉行使其權力而影響其回報。

倘有事實及情況顯示上述三項控制權要素有一項或以上出現變動，貴集團會重新評估其是否對投資對象擁有控制權。

附錄一

會計師報告

附屬公司之綜合入賬於 貴集團取得有關附屬公司之控制權時開始，並於 貴集團失去有關附屬公司之控制權時終止。尤其是，於年內所收購或出售附屬公司的收入及開支，會由 貴集團從取得控制權當日起至 貴集團失去附屬公司控制權當日止計入綜合損益及其他全面收益表。

必要時，附屬公司的財務報表將予以調整，以使其會計政策與 貴集團的會計政策保持一致。

所有集團內公司間的資產及負債、權益、收入、開支以及 貴集團各成員公司間交易的現金流量於綜合入賬時悉數對銷。

客戶合約收入

有關 貴集團與客戶合約相關的會計政策資料載於附註4、23及24。

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備是為生產或供應商品或用於行政用途而持有的有形資產（下文所述的在建設備除外）。物業、廠房及設備於綜合財務狀況表內按成本減其後累計折舊及其後累計減值損失（如有）列賬。

用於生產、供應或行政用途之建設中的設備以成本減任何已確認減值損失列賬。成本包括使資產達到能夠按管理層擬定的方式運行所需的位置及狀況的任何直接應佔成本（包括測試相關資產是否正常運行的成本）。該等資產在資產可作擬定用途時按與其他物業資產相同的基準開始折舊。

物業、廠房及設備項目（在建設備除外）之折舊乃於其估計可使用年期內使用直線法確認以撇銷其成本減剩餘價值。估計可使用年期、剩餘價值及折舊方法乃於各報告期末檢討，任何估計變動之影響按前瞻基準入賬。

物業、廠房及設備項目於出售時或預期繼續使用該資產於日後不會產生任何經濟利益時終止確認。出售或報廢物業、產房及設備項目產生之任何收益或虧損，按出售所得款項淨額與資產賬面值之差額釐定並於損益中確認。

租賃

貴集團於合約開始時根據國際財務報告準則第16號項下的定義評估合約是否為租賃或包含租賃。除非合約的條款及條件其後出現變動，否則有關合約將不予重新評估。

貴集團作為承租人

分配對價至合約組成部分

就含有租賃組成部分以及一項或多項額外租賃或非租賃組成部分的合約而言， 貴集團根據租賃組成部分的相對單獨價格和非租賃組成部分的合計單獨價格將合約中的對價分配至各租賃組成部分。

非租賃組成部分自租賃組成部分分離，採用其他適用準則入賬。

短期租賃

貴集團對自開始日期起計之租期為十二個月或以下並且不包含購買選擇權的租賃（包括宿舍及零售店）採用短期租賃確認豁免。短期租賃的租賃付款於租期內按直線法確認為開支。

使用權資產

使用權資產成本包括：

- 租賃負債初始計量金額；及
- 貴集團產生的任何初始直接成本。

使用權資產按成本減任何累計折舊及減值損失計量，並就租賃負債的任何重新計量作出調整。

可退回租賃按金

已付可退回租賃按金根據國際財務報告準則第9號列賬並初步按公允價值計量。

附錄一

會計師報告

使用權資產按其估計可使用年期及租期的較短者以直線法折舊。

貴集團於綜合財務狀況表內將使用權資產呈列為單獨項目。

租賃負債

於租賃開始日期，貴集團按該日並未支付的租賃付款現值確認並計量租賃負債。於計算租賃付款現值時，倘租賃中所隱含之利率不易釐定，貴集團則於租賃開始日期使用增量借貸利率。

租賃付款為固定付款（包括實質固定付款）。

不取決於指數或利率的可變租賃付款並無計入租賃負債及使用權資產的計量，並在觸發付款之事件或情況出現之期間確認為開支。

於開始日期之後，租賃負債根據利息增長及租賃付款作出調整。

貴集團於綜合財務狀況表內將租賃負債呈列為單獨項目。

貴集團作為出租人

租賃的分類及計量

貴集團作為出租人的租賃歸類為融資租賃或經營租賃。當租賃條款將相關資產擁有權附帶的絕大部份風險及回報轉讓給承租人時，該項合約應歸類為融資租賃。所有其他租賃應歸類為經營租賃。

經營租賃的租金收入於相關租賃期內按直線法於損益確認。協商及安排經營租賃產生的初步直接成本計入租賃資產之賬面值，有關成本於租賃期內按直線法確認為開支。

無形資產

單獨收購的無形資產

單獨收購並且具有有限可使用年期的無形資產按成本減累計攤銷及任何累計減值損失列賬。具有有限可使用年期的無形資產攤銷乃以直線法按其估計可使用年期確認。估計可使用年期及攤銷方法於各報告期末檢討，任何估計變動的影響按前瞻基準入賬。

內部產生的無形資產－研發開支

研究活動的開支在產生期間確認為開支。

存貨

存貨按成本及可變現淨值的較低者列賬。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨估計售價減所有估計完工成本及進行銷售所需成本。進行銷售所需成本包括銷售直接應佔的增量成本及貴集團進行銷售必須產生的非增量成本。

銀行結餘及現金

銀行結餘及現金於綜合財務狀況表呈列，包括：

- (a) 現金，其包括手頭現金及活期存款；及
- (b) 現金等價物，其包括短期存款（通常原到期日為三個月或更短）。現金等價物持作滿足短期現金承擔，而非用於投資或其他目的。

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括上文定義的銀行結餘及現金。

撥備

倘貴集團因過往事件而承擔現時責任（法定或推定）及貴集團可能需要清償該責任，並且可就責任金額作出可靠估計，則確認撥備。

附 錄 一

會 計 師 報 告

確認為撥備的款額乃於報告期末清償現時責任所需對價的最佳估計，並已考慮有關責任的風險及不確定因素。倘撥備使用清償該現時責任的估計現金流量計量，其賬面值為該等現金流量的現值（如果貨幣的時間價值影響重大）。

於附屬公司的投資

於附屬公司的投資按成本減 貴公司財務狀況表內任何已識別的減值損失列賬。

政府補助

政府補助在能夠合理保證 貴集團將遵守政府補助所附帶的條件及將會獲取補助時方會確認。

政府補助於 貴集團將補助擬補償的相關成本確認為開支期間按系統化方法於損益內確認。具體而言，首要條件為 貴集團應購買、建設或以其他方式收購非流動資產的政府補助，於綜合財務狀況表中確認為遞延收入，並於相關資產的可使用年期內按系統化及合理的基準轉撥至損益。

作為彌補已產生開支或虧損，或向 貴集團提供並無未來相關成本的即時財務援助而應收的收入相關的政府補助，在成為應收款項期間內於損益內確認。有關補助於「其他收入」項下呈列。

僱員福利

退休福利成本

向國家管理退休福利計劃支付的款項於僱員已提供令其可享有該項供款的服務時確認為開支。

短期僱員福利

短期僱員福利於僱員提供服務時按預期將支付福利的未貼現金額確認。所有短期僱員福利均確認為開支，除非另一項國際財務報告會計準則要求或允許將福利計入資產成本。

僱員應計福利（如薪金及工資以及年假）於扣除任何已付金額後確認為負債。

外幣

編製個別集團實體的財務報表時，使用該實體功能貨幣以外的貨幣（外幣）的交易按交易日期的現行匯率確認。於各報告期末，以外幣計值的貨幣項目按該日期的現行匯率重新換算。

因結算貨幣項目及重新換算貨幣項目而產生的匯兌差額於產生期間在損益中確認。

稅項

所得稅開支即指即期應付稅項及遞延稅項之總額。

即期應付稅項按年內應課稅利潤計算。應課稅利潤與除稅前利潤不同，乃由於在其他年度應課稅或可扣稅的收入或開支及永不課稅或扣稅的項目。 貴集團的即期稅項負債乃按各報告期末已實行或實際上已實行的稅率計算。

遞延稅項按歷史財務資料內資產及負債賬面值與計算應課稅利潤所用相應稅基之間的暫時差額確認。遞延稅項負債一般就所有應課稅暫時差額確認。倘可能出現應課稅利潤可用作抵銷所有可扣減暫時差額，則一般就該等可扣減暫時差額確認遞延稅項資產。倘於一項交易中，因於初步確認資產與負債而引致的暫時差額既不影響應課稅利潤亦不影響會計利潤，且於交易發生時不產生相等的應課稅及可扣減暫時差額，則不會確認該等遞延稅項資產與負債。

附 錄 一

會 計 師 報 告

與於附屬公司及聯營公司投資有關的應課稅暫時差額會確認遞延稅項負債，惟倘 貴集團可控制暫時差額撥回及暫時差額可能不會於可見將來撥回則除外。與該等投資及權益相關之可扣減暫時差額所產生之遞延稅項資產僅於可能有足夠應課稅利潤以動用暫時差額之利益且預計於可見將來可予撥回時確認。

遞延稅項資產之賬面值乃於各報告期末進行檢討，並於預期將不可能有充裕之應課稅利潤以抵銷所有或部分將予收回之資產時調減。

遞延稅項資產及負債基於報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法）按於償還負債或變現資產期間的預期適用稅率計算。

遞延稅項負債及資產之計量反映 貴集團預期於報告期末收回或償還其資產及負債賬面值之方式所產生之稅務後果。

就計量 貴集團確認使用權資產及相關租賃負債的租賃交易遞延稅項而言， 貴集團首先確定稅項扣減是否歸因於使用權資產或租賃負債。

就稅項扣減歸因於租賃負債之租賃交易而言， 貴集團將國際會計準則第12號的規定分別應用於租賃負債及有關資產。 貴集團於可能有應課稅利潤以抵銷可扣減暫時差額時確認與租賃負債有關的遞延稅項資產，並就所有應課稅暫時差額確認遞延稅項負債。

當法律上有權執行將即期稅項資產用作抵銷即期稅項負債及於其涉及同一稅務機關向同一課稅實體所徵收的所得稅時，遞延稅項資產及負債即可予抵銷。

即期及遞延稅項於損益中確認。

物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產的減值

於各報告期末， 貴集團檢討其物業、廠房及設備、使用權資產及具有限可使用年期之無形資產之賬面值，以釐定該等資產是否出現蒙受減值損失之跡象。倘存在任何有關跡象，則估計相關資產之可收回金額，以釐定減值損失之範圍（如有）。

物業、廠房及設備、使用權資產及無形資產的可收回金額乃分別估計。當無法分別估計可收回金額時， 貴集團則估計該資產所屬的現金產生單位的可收回金額。

在測試現金產生單位的減值時，公司資產在可建立合理及一致的分配基準時分配至相關現金產生單位，否則將分配至可建立合理及一致的分配基準的最小現金產生單位組別。公司資產所屬的現金產生單位或現金產生單位組別會釐定可收回金額，並與相關現金產生單位或現金產生單位組別的賬面值進行比較。

可收回金額為公允價值減出售成本與使用價值兩者中較高者。於評估使用價值時，估計未來現金流量按稅前貼現率貼現至其現值，有關貼現率反映現時市場對貨幣時間價值及對未來現金流量估計未經調整的資產（或現金產生單位）特定風險的評估。

倘估計資產（或現金產生單位）的可收回金額低於其賬面值，則有關資產（或現金產生單位）的賬面值將調低至其可收回金額。就無法按合理及一致的基準分配至現金產生單位的公司資產或部分公司資產而言， 貴集團比較一組現金產生單位的賬面值（包括分配至該現金產生單位組別的公司資產或部分公司資產的賬面值）及該組現金產生單位的可收回金額。於分配減值損失時，減值損失根據該單位或現金產生單位組別內各資產的賬面值按比例分配至該等資產。資產的賬面值不得減至低於其公允價值減出售成本（如可計量）、其使用價值（如可釐定）及零之較高者。原將另行分配至資產的減值損失金額按比例分配至該單位或現金產生單位組別的其他資產。減值損失即時於損益確認。

倘減值損失於其後撥回，則該資產（或現金產生單位或一組現金產生單位）的賬面值會增加至其經重新估計的可收回金額，惟增加後的賬面值不得超過若於過往年度並無就該資產（或現金產生單位或一組現金產生單位）確認任何減值損失原應釐定的賬面值。減值損失的撥回即時於損益確認。

附錄一

會計師報告

金融工具

金融資產及金融負債在集團實體成為工具合約條文訂約方時確認。所有以正常方式買賣的金融資產按交易日基準確認及終止確認。以正常方式買賣指須於市場規定或慣例設定之期限內進行資產交付的金融資產買賣。

金融資產及金融負債初始按公允價值計量，惟來自客戶合約的貿易應收款項乃根據國際財務報告準則第15號初步計量。收購或發行金融資產及金融負債（按公允價值計入損益的金融資產除外）直接應佔的交易成本在初始確認時計入金融資產或金融負債（如適用）的公允價值，或於該公允價值中扣除。收購按公允價值計入損益的金融資產直接應佔的交易成本即時於損益確認。

實際利率法指於有關期間計算金融資產或金融負債的攤銷成本及分配利息收入及利息開支的方法。實際利率指在金融資產或金融負債的預期年內或（如適用）更短期間內，將估計未來現金收款及付款（包括所支付或收取屬實際利率組成部分的所有費用及點數、交易成本及其他溢價或折讓）準確貼現至初始確認時賬面淨值的利率。

金融資產

金融資產的分類及其後計量

符合以下條件的金融資產其後按攤銷成本計量：

- 金融資產以旨在收取合約現金流量之業務模式持有；及
- 合約條款於特定日期產生僅為支付本金及尚未償還本金之利息的現金流量。

所有其他金融資產其後以按公允價值計入損益計量。

(i) 攤銷成本及利息收入

其後按攤銷成本計量的債務工具的利息收入乃使用實際利息法予以確認。利息收入乃按一項金融資產賬面總值乘以實際利率予以計算，惟其後出現信貸減值的金融資產（見下文）除外。就其後出現信貸減值的金融資產而言，自下一報告期起，利息收入乃按金融資產攤銷成本乘以實際利率予以確認。倘信貸減值金融工具的信貸風險好轉，使金融資產不再出現信貸減值，於釐定資產不再出現信貸減值後，自報告期開始起利息收入乃按金融資產賬面總值乘以實際利率予以確認。

(ii) 按公允價值計入損益的金融資產

不符合按攤銷成本計量標準的金融資產按公允價值計入損益計量。

於各報告期末，按公允價值計入損益的金融資產按公允價值計量，包括於損益中確認的任何公允價值收益或虧損。於損益確認的收益或虧損淨額包括從金融資產賺取的任何股息或利息，並計入「其他收益及虧損」項目內。

須根據國際財務報告準則第9號進行減值評估的金融資產減值

貴集團就國際財務報告準則第9號項下須予減值評估之金融資產（包括貿易應收款項、其他應收款項、定期存款、受限制銀行存款以及銀行結餘）根據預期信貸虧損模式進行減值評估。預期信貸虧損之金額於各報告日期更新，以反映信貸風險自初步確認以來之變化。

全期預期信貸虧損指於相關工具的預期年內所有潛在違約事件所產生的預期信貸虧損。相反，12個月預期信貸虧損（「12個月預期信貸虧損」）指預期因報告日期後12個月內可能發生的違約事件而產生的全期預期信貸虧損部分。評估乃根據貴集團過往信貸虧損經驗而進行，並就債務人的特定因素、整體經濟狀況及於報告日期的現時狀況及未來狀況預測的評估作出調整。

貴集團始終就貿易應收款項確認全期預期信貸虧損。

附 錄 一

會 計 師 報 告

就所有其他工具而言，貴集團計量的虧損撥備相等於12個月預期信貸虧損，除非信貸風險自初步確認後顯著增加，則在該情況下，貴集團確認全期預期信貸虧損。評估應否確認全期預期信貸虧損是基於自初步確認以來發生違約情況的可能性或風險有否顯著增加。

(i) 信貸風險顯著增加

於評估信貸風險自初步確認以來是否顯著增加時，貴集團會比較金融工具於報告日期發生違約的風險與金融工具於初步確認日期發生違約的風險。作出本評估時，貴集團會考慮合理且有依據的定量及定性資料，包括過往經驗及毋須花費過多成本或精力即可獲取的前瞻性資料。

具體而言，評估信貸風險是否顯著增加時會考慮以下資料：

- 金融工具外部（如有）或內部信貸評級的實際或預期顯著惡化；
- 信貸風險的外部市場指標顯著惡化，例如債務人的信貸價差、信貸違約掉期價格顯著增加；
- 商業、金融或經濟情況目前或預期出現不利變動，預計將導致債務人履行債務責任的能力顯著下降；
- 債務人的營運業績實際或預期顯著惡化；
- 債務人的監管、經濟或技術環境出現實際或預期重大不利變動，導致債務人履行債務責任的能力顯著下降。

不論上述評估結果如何，貴集團假設當合約付款逾期超過30日時，信貸風險已自初步確認以來顯著增加，除非貴集團有合理且有依據的資料顯示並非如此則作別論。

貴集團定期監察用以識別信貸風險有否顯著增加的標準的有效性，並且適時作出修訂，以確保該標準能夠於有關款額逾期前識別信貸風險顯著增加。

(ii) 違約的定義

就內部信貸風險管理而言，貴集團認為，當內部制訂或來自外界來源的資料顯示債務人不大可能悉數向債權人（包括貴集團）還款，即屬發生違約事件（並無考慮任何貴集團持有的抵押品）。

無論上述分析如何，倘金融資產逾期超過一年，則貴集團認為已產生違約，除非貴集團有合理及可靠資料證明較寬鬆的違約標準更為適用則當別論。

(iii) 信貸減值金融資產

當發生一項或多項對金融資產估計未來現金流量有不利影響的事件時，金融資產出現信貸減值。有關金融資產出現信貸減值的證據包括有關以下事項的可觀察數據：

- (a) 發行人或借款人出現重大財務困難；
- (b) 違約，如拖欠或逾期事件；
- (c) 借款人的放款人因與借款人出現財務困難有關的經濟或合約理由而給予借款人在一般情況下放款人不予考慮的優惠條件；
- (d) 借款人可能將宣告破產或進行其他財務重組；或
- (e) 因為財務困難而導致該金融資產失去活躍市場。

附錄一

會計師報告

(iv) 撤銷政策

當有資料顯示交易對手方面臨嚴重財政困難及並無實際收回可能時，例如：交易對手方被清盤或已進入破產程序時，貴集團便會撤銷金融資產。撤銷的金融資產可能需根據目標集團的收回程序進行強制執行行動，於適當時，應聽取法律建議。撤銷構成終止確認事件。任何其後收回將於損益內確認。

(v) 預期信貸虧損之計量及確認

預期信貸虧損的計量為違約概率、違約虧損率（即違約虧損程度）及違約風險的函數。違約概率及違約虧損率之評估乃基於過往數據及前瞻性資料。預期信貸虧損的估計反映無偏概率加權金額，以發生違約的風險為權重確定。貴集團採用可行權宜方法，利用撥備矩陣估計貿易應收款項的預期信貸虧損，當中已計及過往信貸虧損經驗及毋須花費過多成本或精力即可獲取的前瞻性資料。

一般而言，預期信貸虧損為根據合約應付貴集團之所有合約現金流量與貴集團預期將收取之現金流量之間的差額，按初步確認時釐定之實際利率貼現。

貿易應收款項之全期預期信貸虧損乃經考慮逾期資料及相關信貸資料（如前瞻性宏觀經濟資料）後按組合基準考慮。

對於集體評估，貴集團在確定分組時考慮以下特徵：

- 逾期狀況；
- 債務人的性質、規模及行業；及
- 外部信貸評級（倘可獲得）。

分組由管理層定期檢討，以確保各組的組成部分繼續擁有類似信貸風險特徵。

利息收入乃根據金融資產的總賬面值計算，除非金融資產發生信貸減值，在此情況下，利息收入根據金融資產的攤銷成本計算。

貴集團就所有金融工具於損益確認減值收益或虧損，並對其賬面值作出相應調整，惟貿易應收款項及其他應收款項則透過虧損撥備賬確認相應調整。

匯兌收益及虧損

以外幣計值的金融資產賬面值按外幣釐定，並以各報告期末現行即期匯率換算。具體而言，就並非指定對沖關係一部分的按攤銷成本計量的金融資產而言，匯兌差額作為匯兌收益／（虧損）淨額的一部分於「其他收益及虧損」項目中的損益確認。

終止確認金融資產

僅當從資產收取現金流量的合約權利屆滿時，或轉讓金融資產及該資產所有權的絕大部分風險及回報至另一實體時，貴集團會終止確認該項金融資產。

於終止確認按攤銷成本計量的金融資產時，資產賬面值與已收及應收對價總額之差額於損益中確認。

金融負債及權益

分類為債務或權益

債務及權益工具乃根據合約安排的內容及金融負債與權益工具的定義分類為金融負債或權益。

權益工具

權益工具乃證明實體於扣減所有負債的資產中擁有剩餘權益的任何合約。貴集團所發行的權益工具確認為所收取的所得款項（扣除直接發行成本）。

附錄一

會計師報告

金融負債

所有金融負債其後使用實際利率法按攤銷成本計量。

按攤銷成本計量的金融負債

金融負債（包括貿易應付款項、其他應付款項、購置物業、廠房及設備應付款項及保證金）其後使用實際利率法按攤銷成本計量。

終止確認金融負債

貴集團於且僅於 貴集團之責任獲履行、取消或已到期時終止確認金融負債。終止確認之金融負債賬面價值與已付及應付對價之差額乃於損益中確認。

3. 重大會計判斷及估計不確定因素的主要來源

於應用 貴集團的會計政策時， 貴集團管理層須對未能透過其他來源確定的資產的賬面值作出判斷、估計及假設。該等估計及相關假設乃按照過往經驗及被視為相關之其他因素作出。實際結果可能有別於該等估計。

此等估計及相關假設均須持續進行檢討。倘對會計估計的修訂僅影響作出修訂的期間，則於該期間確認修訂，而倘影響當期及未來期間，則須在作出修訂的期間及未來期間作出確認。

估計不確定因素的主要來源

以下為報告期末對未來的主要假設及估計不確定因素（很可能導致下一個財政年度之資產賬面值須作出重大調整）的其他主要來源。

物業、廠房及設備之估計可使用年期

貴集團釐定其物業、廠房及設備之估計可使用年期及相關折舊費用。此估計乃根據類似性質的物業、廠房及設備的實際可使用年期的過往經驗，並經考慮生產計劃。倘可使用年期預期少於先前估計年期， 貴集團將增加折舊開支，或將撇銷或撇減該等技術上過時或廢棄的資產。

存貨撥備

貴集團於各資產負債表日審閱存貨的賬面值，以釐定存貨是否按成本與可變現價值的較低者列賬。可變現淨值根據當時市況及類似存貨的歷史經驗進行估算。有關假設如有任何變動，可能會導致存貨撥備金額或其隨後撥回增加或減少。撥備變動將影響 貴集團的年度利潤情況。

4. 收入

(i) 客戶合約收入之分類

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
貨品種類					
銅質文創產品	479,645	488,005	551,251	273,865	292,452
— 銅質擺件	428,004	434,161	497,831	246,066	267,756
— 銅雕畫	51,641	53,844	53,420	27,799	24,696
塑膠潮玩	3,286	13,304	14,252	8,216	5,213
銀質文創產品	4,771	3,320	4,232	592	4,692
黃金文創產品	—	—	1,274	846	5,878
木質文創產品	15,483	1,754	179	97	3
總計	503,185	506,383	571,188	283,616	308,238
收入確認時間					
某一時間點	503,185	506,383	571,188	283,616	308,238

附錄一

會計師報告

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
銷售渠道					
直銷	371,845	370,955	438,277	204,783	238,463
— 線上直銷	355,392	353,977	402,889	189,595	215,118
— 零售店銷售	3,648	3,624	17,627	5,730	14,570
— 其他直銷	12,805	13,354	17,761	9,458	8,775
經銷	127,794	121,369	116,982	73,802	55,381
— 線上經銷商	51,842	47,027	37,996	27,883	19,576
— 線下經銷商	75,952	74,342	78,986	45,919	35,805
代銷	3,546	14,059	15,929	5,031	14,394
— 線上	3,546	13,990	14,185	4,428	13,176
— 線下	—	69	1,744	603	1,218
總計	503,185	506,383	571,188	283,616	308,238

(ii) 履行客戶合約的責任及收入確認政策

銷售貨品

貴集團通過直銷向客戶、經銷及代銷銷售文創產品。

直銷

• 線上直銷

就線上直銷而言，收入於貨品控制權轉移至客戶時，即客戶確認收貨時或於線上平台指定的交付日期後一段時間（通常為7天）（以較早者為準）確認。

根據線上直銷，客戶有權按照線上平台的規定，於送達之日起7天內退貨。貴集團根據累積的歷史經驗應用期望值法，以估計投資組合層面的回報率。僅與已確認的累計收入很可能不會發生重大撥回時，方會確認收入。就估計將退回貨品的預期退款確認退款負債。貴集團於客戶行使其權利時收回產品的權利確認為退貨權資產，並對營業成本作出相應調整。貴集團管理層估計的退款負債詳情載於附註24。

• 零售店銷售

透過零售店銷售貨品的收入於貨品控制權轉移至客戶時（即客戶於零售店購買貨品時）確認。交易價格應在銷售時點即時支付。

• 其他直銷

就其他直銷而言，收入於貨品控制權轉移時（即貨品已交付至客戶時）確認。該等交易為貨到付款。

經銷

就透過線上及線下經銷商銷售貨品而言，收入於貨品控制權轉移至經銷商的指定承運商時確認。貴集團一般於交付前向經銷商收取全額預付款。因此，就尚未確認收入的銷售已收墊款確認合約負債。於若干情況下，選定經銷商獲延長自交付日期起計30至60日之信用期。交付之後，經銷商可自行決定經銷方式及售貨價格，並對銷售貨品負有主要責任，以及承擔與貨品有關的陳舊及虧損風險。

代銷

就代銷而言，收入於收貨人將貨品控制權轉移至終端客戶時確認。於銷售前，貴集團通常將貨品運送至收貨人；然而，貴集團仍保留貨品控制權，直至貨品交付予終端客戶。於此期間，貴集團保留對貨品定價及經銷的全權酌情權，並繼續承擔與過時及虧損有關的風險。

就直銷、經銷及代銷銷售貨品而言，與已售貨品相關的銷售相關保修不可單獨購買，其作用是確保所售產品符合約定規格。因此，貴集團根據國際會計準則第37號將保修入賬。

附錄一

會計師報告

積分計劃

對於線上直銷，貴集團按每次購買向客戶授予積分。該等積分使客戶有權在未來購買時享受折扣，若並無進行首次購買，則不會授予有關折扣。因此，提供未來折扣的承諾構成合約項下的獨立履約責任。總交易價格根據所售產品及會員積分的相對獨立售價在所售產品及積分之間進行分配。積分的獨立售價乃參考兌換時提供的折扣價值及預期兌換利率（使用貴集團的歷史數據釐定）估計。於首次銷售時，就積分確認合約負債。與積分有關的收入其後於兌換積分時確認。對於預期不會兌換的積分，收入根據客戶行使權利的模式按比例確認。

(iii) 分配至客戶合約餘下履約責任的交易價格

自客戶收取的墊款及未兌換的積分產生之合約負債預期於一年內確認為收入。根據國際財務報告準則第15號，貴集團並無披露分配至該等未履行履約責任的交易價格。

(iv) 分部資料

就資源分配及評估而言，向主要經營決策者俞先生呈報之資料採用按貨品類別及銷售渠道劃分的收入分析。除貴集團整體業績及財務狀況外，概無提供其他獨立財務資料。因此，僅呈列實體範圍的披露，包括主要客戶及地區資料。

地區資料

有關貴集團來自外部客戶之收入的資料乃根據營運地點呈列。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
中國內地.....	495,990	500,514	564,147	279,725	304,603
中國台灣.....	7,195	5,869	6,624	3,479	3,360
美國.....	—	—	417	412	275
	<u>503,185</u>	<u>506,383</u>	<u>571,188</u>	<u>283,616</u>	<u>308,238</u>

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，貴集團的非流動資產均位於中國內地。

有關主要客戶的資料

於往績記錄期，概無客戶貢獻超過貴集團總收入的10%。

5. 其他收入

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
銷售廢料及其他.....	4,009	3,391	4,242	2,209	1,726
銷售配件.....	206	58	28	21	17
租金收入(附註i).....	5,143	5,143	3,656	1,828	1,828
與以下各項相關之政府補助：					
— 收入(附註ii).....	2,255	2,850	2,475	1,739	205
— 資產(附註iii).....	175	153	146	73	73
增值稅加計抵減.....	358	2,418	2,414	891	630
銀行存款的利息收入.....	759	1,042	1,077	654	451
第三方賠償.....	842	565	332	216	201
	<u>13,747</u>	<u>15,620</u>	<u>14,370</u>	<u>7,631</u>	<u>5,131</u>

附錄一

會計師報告

附註：

- (i) 就租金收入而言，於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月（未經審計）及2025年6月30日止六個月，產生租金收入的物業所產生的直接經營開支分別為人民幣2,264,609元、人民幣2,229,975元、人民幣1,605,838元、人民幣803,008元及人民幣803,008元。
- (ii) 貴集團來自政府補助的收入包括中國相關地方政府機關提供的財政獎勵。該等獎勵旨在表彰貴集團對當地經濟發展的支持及貢獻。自該等地方政府機關收取的補助並無附帶任何特定條件。
- (iii) 貴集團已收到若干政府補助作為投資廠房及機械的激勵。該項補助於相關資產的可使用年期內於損益中確認。補助詳情載於附註26。

6. 其他收益及虧損

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2024年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元
出售物業、廠房及設備的 (虧損) 收益.....	(352)	79	(247)	(247)	(80)
出售於一家聯營公司的權益的 收益	—	—	5	—	—
匯兌收益 (虧損) 淨額	394	26	157	68	(19)
按公允價值計入損益的金融資產 公允價值收益	—	—	345	36	870
	42	105	260	(143)	771

7. 財務成本

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2024年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元
以下各項的利息：					
— 租賃負債	—	5	96	37	47
— 銀行借款	896	—	1	—	—
	896	5	97	37	47

8. 年內利潤

年內利潤乃經扣除（計入）下列各項：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2024年 人民幣千元 (未經審計)	2025年 人民幣千元
物業、廠房及設備折舊	12,025	13,480	16,331	7,864	8,366
使用權資產折舊	523	229	1,663	586	1,218
無形資產攤銷	931	2,476	2,327	1,069	1,936
折舊及攤銷總額	13,479	16,185	20,321	9,519	11,520
減：存貨資本化	(7,144)	(8,453)	(10,490)	(5,247)	(5,144)
	6,335	7,732	9,830	4,272	6,376
董事薪酬 (附註10)	1,544	1,846	2,573	682	1,046
薪金、津貼及福利	156,851	153,726	169,480	89,331	80,820
退休福利計劃供款	9,541	9,532	11,302	6,085	5,811
總員工成本 (包括董事)	167,936	165,104	183,355	96,098	87,677
減：存貨資本化	(128,810)	(117,178)	(129,765)	(69,358)	(59,299)
	39,126	49,926	53,590	26,740	29,378

附錄一

會計師報告

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
以下各項的預期信用減值損失：					
－ 貿易應收款項.....	756	(743)	190	70	(4)
－ 其他應收款項.....	—	28	—	—	—
	<u>756</u>	<u>(715)</u>	<u>190</u>	<u>70</u>	<u>(4)</u>
[編纂].....	—	—	—	—	12,627
核數師薪酬.....	116	943	472	472	472
存貨撇減 (計入營業成本)	2,296	1,510	1,664	763	1,250
撥回存貨撇減 (計入營業成本) .	(2,159)	(1,695)	(840)	(884)	(728)
確認為營業成本之存貨成本 (不包括存貨撇減及 撥回存貨撇減)	<u>333,135</u>	<u>334,042</u>	<u>360,204</u>	<u>174,089</u>	<u>190,923</u>

9. 所得稅開支

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
即期稅項：					
中國企業所得稅 (「企業所得稅」)	5,283	2,624	9,297	4,530	2,684
過往年度撥備不足	—	—	—	—	(411)
遞延稅項：					
當前年度 (附註17)	<u>224</u>	<u>86</u>	<u>(213)</u>	<u>(13)</u>	<u>(44)</u>
	<u>5,507</u>	<u>2,710</u>	<u>9,084</u>	<u>4,517</u>	<u>2,229</u>

於往績記錄期，根據《中華人民共和國企業所得稅法》(「企業所得稅法」) 及企業所得稅法實施條例，於中國經營的附屬公司須按25%的稅率繳納企業所得稅。

然而，整個往績記錄期 貴公司已獲認定為「高新技術企業」，因此合資格享有15%的優惠企業所得稅稅率直至截至2026年12月31日止年度。此外， 貴集團若干於中國經營的附屬公司已獲認定為「小微企業」，因此合資格享有20%的優惠企業所得稅稅率。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
除稅前利潤.....	62,445	46,841	88,066	44,282	32,473
按25%的企業所得稅稅率					
之稅項支出	15,611	11,710	22,017	11,071	8,118
按優惠稅率之稅項	(6,244)	(4,420)	(8,523)	(4,321)	(3,070)
過往年度撥備不足	—	—	—	—	(411)
不可扣稅開支的稅務影響.....	133	5	22	3	3
研發開支加計扣除的影響.....	(2,783)	(4,179)	(4,216)	(2,120)	(2,298)
若干開支稅項加計扣除的影響.	(521)	(239)	(246)	(132)	(123)
未確認為遞延稅項資產之未動用 稅項虧損的稅務影響	35	13	46	32	10
使用先前未確認為遞延稅項資產 的稅項虧損.....	<u>(724)</u>	<u>(180)</u>	<u>(16)</u>	<u>(16)</u>	<u>—</u>
所得稅開支.....	<u>5,507</u>	<u>2,710</u>	<u>9,084</u>	<u>4,517</u>	<u>2,229</u>

附錄一

會計師報告

10. 董事、最高行政人員及僱員酬金

於往績記錄期，根據適用上市規則及香港公司條例披露已付或應付獲委任為貴公司董事及最高行政人員的個人的酬金（包括於成為貴公司董事前擔任集團實體僱員／董事的服務酬金）詳情如下：

截至2022年12月31日止年度

	董事袍金	薪金、 津貼 及福利	退休 福利計劃 供款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
執行董事：				
俞光 (附註i)	—	587	36	623
何贊	—	435	36	471
羅仁祥 (附註ii)	—	258	12	270
肖峰	—	—	—	—
段蘭春 (附註v)	—	—	—	—
林祥鋒 (附註v)	—	—	—	—
獨立非執行董事：				
涂必勝	60	—	—	60
樓天陽	60	—	—	60
胡哲 (附註vi)	60	—	—	60
	180	1,280	32	1,544

截至2023年12月31日止年度

	董事袍金	薪金、 津貼 及福利	退休 福利計劃 供款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
執行董事：				
俞光 (附註i)	—	587	34	621
何贊	—	506	34	540
羅仁祥 (附註ii)	—	494	11	505
肖峰	—	—	—	—
段蘭春 (附註v)	—	—	—	—
林祥鋒 (附註v)	—	—	—	—
獨立非執行董事：				
涂必勝	60	—	—	60
樓天陽	60	—	—	60
胡哲 (附註vi)	60	—	—	60
	180	1,587	79	1,846

截至2024年12月31日止年度

	董事袍金	薪金、 津貼 及福利	退休 福利計劃 供款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
執行董事：				
俞光 (附註i)	—	652	36	688
何贊	—	559	36	595
羅仁祥 (附註ii)	—	533	12	545
肖峰	—	—	—	—
段蘭春 (附註v)	—	—	—	—
林祥鋒 (附註v)	—	—	—	—
陳銳廣 (附註iii)	—	138	6	144
汪小霞 (附註iii)	—	433	18	451
獨立非執行董事：				
涂必勝	60	—	—	60
樓天陽	60	—	—	60
胡哲 (附註vi)	—	—	—	—
黃文禮 (附註iv)	30	—	—	30
	150	2,315	108	2,573

附錄一

會計師報告

截至2024年6月30日止六個月（未經審計）

	董事袍金	薪金、津貼 及福利	退休福利計劃 供款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
執行董事：				
俞光 (附註i)	—	225	18	243
何賢	—	175	18	193
羅仁祥 (附註ii)	—	180	6	186
肖峰	—	—	—	—
段蘭春 (附註v)	—	—	—	—
林祥鋒 (附註v)	—	—	—	—
獨立非執行董事：				
涂必勝	30	—	—	30
樓天陽	30	—	—	30
胡哲 (附註vi)	—	—	—	—
	60	580	42	682

截至2025年6月30日止六個月

	董事袍金	薪金、津貼 及福利	退休福利計劃 供款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
執行董事：				
俞光 (附註i)	—	203	19	222
何賢	—	179	19	198
羅仁祥 (附註ii)	—	168	7	175
肖峰	—	—	—	—
陳銳廣 (附註iii)	—	145	6	151
汪小霞 (附註iii)	—	190	20	210
獨立非執行董事：				
涂必勝	30	—	—	30
樓天陽	30	—	—	30
黃文禮 (附註iv)	30	—	—	30
	90	885	71	1,046

上表所示執行董事的酬金乃就其管理 貴公司及 貴集團事務所提供的服務而支付。

上表所示非執行董事的酬金乃就彼等作為 貴公司及其附屬公司（如適用）董事所提供的服務而支付。

附註：

- i. 於往績記錄期，俞先生為 貴公司董事長兼行政總裁。
- ii. 於往績記錄期，羅仁祥為 貴公司財務總監。
- iii. 於2024年7月獲委任為執行董事。
- iv. 於2024年7月獲委任為獨立非執行董事。
- v. 於2024年7月辭任執行董事。
- vi. 於2024年7月辭任獨立執行董事。

概無 貴公司董事於往績記錄期放棄任何酬金。

附錄一

會計師報告

五名最高薪酬人士酬金

於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月（未經審計）及2025年6月30日止六個月，貴集團五名最高薪酬僱員包括貴公司1名、2名、2名、零名及1名董事，彼等之酬金載於上文。餘下4名、3名、3名、5名及4名最高薪酬人士的酬金如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
薪金、津貼及福利	2,163	1,654	1,667	1,447	1,061
退休福利計劃供款	102	78	40	28	30
	<u>2,265</u>	<u>1,732</u>	<u>1,707</u>	<u>1,475</u>	<u>1,091</u>

於往績記錄期，貴集團並無向貴公司董事或五名最高薪酬人士（包括董事及僱員）支付任何酬金，以作為其加入貴集團或加入貴集團時的獎勵或作為離職賠償。

五名最高薪酬人士之薪酬介乎以下範圍：

	人數			人數	
	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
				(未經審計)	
零至1,000,000港元	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>5</u>

11. 每股盈利

歸屬於貴公司擁有人的每股基本盈利乃基於以下數據計算：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
盈利：					
用以計算每股基本盈利之盈利.....	<u>56,938</u>	<u>44,131</u>	<u>78,982</u>	<u>39,765</u>	<u>30,244</u>

	股份數目				
	2022年	2023年	2024年	2024年6月30日	2025年6月30日
				(未經審計)	

股份數目：

用以計算每股基本盈利之

普通股加權平均數	<u>57,000,000</u>	<u>57,000,000</u>	<u>57,000,000</u>	<u>57,000,000</u>	<u>57,000,000</u>

由於並無已發行潛在普通股，故並無呈列截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月（未經審計）及2025年6月30日止六個月的每股攤薄盈利。

附錄一

會計師報告

12. 股息

於往績記錄期，概無向 貴公司普通股股東建議或派付股息，自報告期末以來亦無建議派付任何股息。

13. 物業、廠房及設備

貴集團

	廠房及樓宇	機械	租賃 物業裝修	辦公 設備	汽車	在建工程 (「在建 工程」)	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
成本							
於2022年1月1日	168,718	31,729	1,860	5,087	1,941	183	209,518
添置	—	5,252	—	3,436	1,500	10,143	20,331
出售	—	(1,968)	—	(185)	—	—	(2,153)
轉讓	1,422	8,904	—	—	—	(10,326)	—
於2022年12月31日	170,140	43,917	1,860	8,338	3,441	—	227,696
添置	—	12,385	—	2,231	2,105	7,457	24,178
出售	(494)	(496)	(1,860)	(186)	(1,213)	—	(4,249)
轉讓	949	282	404	—	—	(1,635)	—
於2023年12月31日	170,595	56,088	404	10,383	4,333	5,822	247,625
添置	—	3,515	1,993	1,265	6,120	933	13,826
出售	—	(82)	—	(5)	(2,349)	—	(2,436)
轉讓	246	6,509	—	—	—	(6,755)	—
於2024年12月31日	170,841	66,030	2,397	11,643	8,104	—	259,015
添置	—	1,573	785	233	369	53	3,013
出售	—	—	—	—	(641)	—	(641)
轉讓	—	53	—	—	—	(53)	—
於2025年6月30日	170,841	67,656	3,182	11,876	7,832	—	261,387
折舊							
於2022年1月1日	38,547	7,774	1,345	2,541	180	—	50,387
年內撥備	5,378	3,730	482	1,633	802	—	12,025
出售時核銷	—	(1,441)	—	(120)	—	—	(1,561)
於2022年12月31日	43,925	10,063	1,827	4,054	982	—	60,851
年內撥備	5,518	4,443	49	2,598	872	—	13,480
出售時核銷	(240)	(67)	(1,860)	(186)	(553)	—	(2,906)
於2023年12月31日	49,203	14,439	16	6,466	1,301	—	71,425
年內撥備	5,548	5,799	974	2,410	1,600	—	16,331
出售時核銷	—	(76)	—	(4)	(47)	—	(127)
於2024年12月31日	54,751	20,162	990	8,872	2,854	—	87,629
期內撥備	2,747	3,061	637	904	1,017	—	8,366
出售時核銷	—	—	—	—	(76)	—	(76)
於2025年6月30日	57,498	23,223	1,627	9,776	3,795	—	95,919
賬面值							
於2022年12月31日	126,215	33,854	33	4,284	2,459	—	166,845
於2023年12月31日	121,392	41,649	388	3,917	3,032	5,822	176,200
於2024年12月31日	116,090	45,868	1,407	2,771	5,250	—	171,386
於2025年6月30日	113,343	44,433	1,555	2,100	4,037	—	165,468

附錄一

會計師報告

貴公司

	機械	租賃 物業裝修	辦公 設備	汽車	在建工程	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
成本						
於2022年1月1日	27,910	9,923	5,074	1,941	183	45,031
添置	5,204	—	3,436	1,500	10,143	20,283
出售	(1,968)	—	(185)	—	—	(2,153)
轉讓	8,904	1,422	—	—	(10,326)	—
於2022年12月31日	40,050	11,345	8,325	3,441	—	63,161
添置	12,385	—	2,231	2,105	7,457	24,178
出售	(453)	(1,860)	(186)	(1,213)	—	(3,712)
轉讓	282	1,353	—	—	(1,635)	—
於2023年12月31日	52,264	10,838	10,370	4,333	5,822	83,627
添置	3,515	1,963	1,265	6,120	933	13,796
出售	(82)	—	(5)	(2,349)	—	(2,436)
轉讓	6,509	246	—	—	(6,755)	—
於2024年12月31日	62,206	13,047	11,630	8,104	—	94,987
添置	1,573	785	233	369	53	3,013
出售	—	—	—	(641)	—	(641)
轉讓	53	—	—	—	(53)	—
於2025年6月30日	63,832	13,832	11,863	7,832	—	97,359
折舊						
於2022年1月1日	5,918	5,048	2,529	180	—	13,675
年內撥備	3,411	1,161	1,633	802	—	7,007
出售時核銷	(1,441)	—	(120)	—	—	(1,561)
於2022年12月31日	7,888	6,209	4,042	982	—	19,121
年內撥備	4,093	875	2,598	872	—	8,438
出售時核銷	(44)	(1,860)	(186)	(553)	—	(2,643)
於2023年12月31日	11,937	5,224	6,454	1,301	—	24,916
年內撥備	5,582	1,787	2,410	1,600	—	11,379
出售時核銷	(76)	—	(4)	(47)	—	(127)
於2024年12月31日	17,443	7,011	8,860	2,854	—	36,168
期內撥備	2,937	1,047	904	1,017	—	5,905
出售時核銷	—	—	—	(76)	—	(76)
於2025年6月30日	20,380	8,058	9,764	3,795	—	41,997
賬面值						
於2022年12月31日	32,162	5,136	4,283	2,459	—	44,040
於2023年12月31日	40,327	5,614	3,916	3,032	5,822	58,711
於2024年12月31日	44,763	6,036	2,770	5,250	—	58,819
於2025年6月30日	43,452	5,774	2,099	4,037	—	55,362

除在建工程外，上述物業、廠房及設備項目經計及剩餘價值後按直線法折舊如下：

廠房及樓宇	每年2%至5%
機械	每年10%
租賃物業裝修	每年10%至63%
辦公設備	每年19%至48%
汽車	每年19%至24%

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，賬面值分別為人民幣103,544,000元、人民幣100,770,000元及零以及零的廠房及樓宇被 貴集團抵押作為銀行融資的擔保。

附錄一

會計師報告

貴集團作為出租人

貴集團根據經營租賃出租部分廠房。於整個往績記錄期，有關租賃的初始期限一般為1年。概無租賃包含可變租賃付款。經營租賃項下該部分廠房的分拆以及期初與期末賬面值的對賬載列如下：

	人民幣千元
成本	
於2022年1月1日	94,459
終止	(20,890)
於2022年12月31日	73,569
終止	(195)
於2023年12月31日	73,374
終止	(19,228)
於2024年12月31日	54,146
終止	(559)
於2025年6月30日	53,587
折舊	
於2022年1月1日	21,922
年內扣除	2,197
終止時對銷	(4,859)
於2022年12月31日	19,260
年內扣除	2,230
終止時對銷	(64)
於2023年12月31日	21,426
年內扣除	1,606
終止時對銷	(5,973)
於2024年12月31日	17,059
期內扣除	795
終止時對銷	(176)
於2025年6月30日	17,678
賬面值	
於2022年12月31日	54,309
於2023年12月31日	51,948
於2024年12月31日	37,087
於2025年6月30日	35,909

14. 使用權資產

貴集團作為承租人

	土地使用權 人民幣千元	租賃物業 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2022年12月31日			
賬面值	5,957	—	5,957
於2023年12月31日			
賬面值	5,786	795	6,581
於2024年12月31日			
賬面值	7,525	2,446	9,971
於2025年6月30日			
賬面值	7,473	3,024	10,497
截至2022年12月31日止年度			
折舊費用	170	353	523
截至2023年12月31日止年度			
折舊費用	170	59	229
截至2024年12月31日止年度			
折舊費用	170	1,493	1,663
截至2025年6月30日止期間			
折舊費用	108	1,110	1,218

附 錄 一

會 計 師 報 告

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	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
短期租賃相關開支	221	475	255	59
未計入租賃負債計量的 可變租賃付款	747	493	485	335
租賃現金流出總額	968	1,568	3,102	1,904
添置使用權資產	—	854	5,053	1,744

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，貴集團租賃多間零售店作營運用途。租賃合約之固定年期分別介乎39個月、24至25個月、23至25個月及23至25個月，不可選擇延期。貴集團經評估認為可合理確定不會行使終止選擇權。

租賃條款乃經個別磋商，並包含不同條款及條件。於釐定租期及評估不可撤銷期間的長度時，貴集團應用合約的定義並釐定合約可強制執行的期間。

此外，租期為50年的租賃土地指貴集團就位於中國內地且已取得土地使用權證的土地使用權預付款項。

貴集團定期就宿舍及若干零售店訂立短期租賃。於2022年、2023年、2024年12月31日以及2025年6月30日，短期租賃組合與上文所披露短期租賃開支的短期租賃組合類似。

可變租賃付款

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，零售店租賃包含基於銷售額20%、8%至20%、8%至12%及8%至12%的可變租賃付款及於租期內固定的最低年度租賃付款。若干可變付款條款包括上限條款。該等類型的租賃條款常見於貴集團經營所在中國零售店。於往績記錄期已付／應付相關出租人的固定及可變租賃付款：

	門店數量	固定付款	可變付款	總計付款
		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				
含可變租賃付款的零售店	1	—	117	117
截至2023年12月31日止年度				
含可變租賃付款的零售店	2	61	—	61
截至2024年12月31日止年度				
含可變租賃付款的零售店	8	1,684	48	1,731
截至2025年6月30日止六個月				
含可變租賃付款的零售店	10	1,158	36	1,194

使用可變付款條款的總體財務影響為銷售額較高的門店產生較高的租金成本。預期未來年度可變租金開支將繼續佔門店銷售額相若的比例。

租賃限制或契諾

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，確認租賃負債分別為零、人民幣797,000元、人民幣2,355,000元及人民幣2,895,000元，連同相關使用權資產分別為零、人民幣795,000元、人民幣2,446,000元及人民幣3,024,000元。除出租人持有的租賃資產中的擔保權益外，租賃協議不施加任何契諾。於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，除賬面值分別為人民幣5,957,000元、人民幣5,786,000元、零及零的土地使用權已被貴集團抵押作為銀行融資的擔保外，租賃資產不得用作借款的抵押品。

附錄一

會計師報告

貴公司作為承租方

	租賃物業
	人民幣千元
於2022年12月31日	
賬面值	—
於2023年12月31日	
賬面值	795
於2024年12月31日	
賬面值	2,446
於2025年6月30日	
賬面值	3,024
截至2022年12月31日止年度	
折舊費用.....	353
截至2023年12月31日止年度	
折舊費用.....	59
截至2024年12月31日止年度	
折舊費用.....	1,493
截至2025年6月30日止期間	
折舊費用.....	1,110

有關該等租賃物業的資料載於上文。

15. 無形資產

貴集團及 貴公司

	知識產權
	人民幣千元
成本	
於2022年1月1日	920
添置	3,320
屆滿	(637)
於2022年12月31日	3,603
添置	1,375
屆滿	(1,368)
於2023年12月31日	3,610
添置	5,946
屆滿	(3,216)
於2024年12月31日	6,340
添置	2,892
於2025年6月30日	9,232
攤銷	
於2022年1月1日	539
年內扣除.....	931
屆滿時核銷.....	(637)
於2022年12月31日	833
年內扣除.....	2,476
屆滿時核銷.....	(1,368)

附錄一

會計師報告

	知識產權
	人民幣千元
於2023年12月31日	1,941
年內扣除	2,327
屆滿時核銷	(3,216)
於2024年12月31日	1,052
年內扣除	1,936
於2025年6月30日	2,988
賬面值	
於2022年12月31日	2,770
於2023年12月31日	1,669
於2024年12月31日	5,288
於2025年6月30日	6,244

知識產權按估計可使用年期2年至10年（即合約期限）按直線基準攤銷。

16. 於一家聯營公司的權益

貴集團及 貴公司

	於12月31日			於6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
於一家聯營公司的投資成本	3,000	3,000	—	—
應佔收購後業績	(777)	(777)	—	—
	2,223	2,223	—	—
減：已確認的累計減值損失	(2,223)	(2,223)	—	—
	—	—	—	—

於2019年3月19日，貴集團收購一又科技（北京）有限公司（「一又科技」）30%股權，總對價為人民幣3,000,000元。根據一又科技的公司章程，所有與相關活動有關的重大決策均須經代表總表決權三分之二以上的股東批准，表決權按各股東的股權比例分配。因此，貴集團採用權益法將該投資入賬為一家聯營公司。

於2022年及2023年12月31日，一又科技因其業績不佳而悉數減值，而貴公司董事估計一又科技的可收回金額低於其賬面值。

截至2024年12月31日止年度，貴集團向一名獨立第三方出售其於一又科技的全部股權，總現金對價為人民幣5,000元，從而確認出售一家聯營公司權益收益人民幣5,000元。

17. 遞延稅項

貴集團及 貴公司

下文概述就財務申報而言的遞延稅項結餘：

	於12月31日			於6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
遞延稅項資產	316	230	443	487

附錄一

會計師報告

以下為報告期內已確認的主要遞延稅項資產及負債及其抵銷前的變動：

	存貨及 信貸 虧損撥備	租賃 負債	使用權 資產	遞延 收入	其他	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2022年1月1日	371	—	—	169	—	540
計入(扣自)損益	134	—	—	(26)	(332)	(224)
於2022年12月31日	505	—	—	143	(332)	316
(扣自)計入損益	(140)	120	(119)	(23)	76	(86)
於2023年12月31日	365	120	(119)	120	(256)	230
計入(扣自)損益	152	234	(248)	(22)	97	213
於2024年12月31日	517	354	(367)	98	(159)	443
計入(扣自)損益	78	80	(87)	(11)	(16)	44
於2025年6月30日	595	434	(454)	87	(175)	487

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，貴集團可用作抵銷未來利潤的未動用稅項虧損分別為人民幣1,972,000元、人民幣857,000元、人民幣1,057,000元及人民幣1,120,000元。由於無法預測足以動用該等虧損的未來利潤來源，故並無就該等附屬公司產生的未動用稅項虧損確認遞延稅項資產。

未確認稅項虧損將於以下年度結轉及屆滿：

	於12月31日			於6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
2026年	1,736	620	510	510
2027年	236	151	151	151
2028年	—	87	87	87
2029年	—	—	309	309
2030年	—	—	—	63
	1,972	857	1,057	1,120

18. 存貨

貴集團及 貴公司

	於12月31日			於6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
原材料及耗材	20,883	22,345	22,354	39,634
在製品	18,517	30,360	26,456	28,501
製成品	71,476	47,951	76,574	75,627
在途貨品	4,805	6,505	6,921	3,078
	115,681	107,161	132,305	146,840

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，存貨分別按扣除撇減約人民幣2,422,000元、人民幣2,237,000元、人民幣3,061,000元及人民幣3,583,000元列賬。

附錄一

會計師報告

存貨（不包括在途貨品）的賬齡（扣除存貨撥備）呈列如下：

	於12月31日			於6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
0至90天	63,870	61,786	71,157	91,474
91至180天	23,413	7,936	16,368	14,281
181至365天	18,197	14,433	13,377	10,323
一年以上至兩年	4,037	14,011	13,231	11,843
兩年以上	1,359	2,490	11,251	15,841
	<u>110,876</u>	<u>100,656</u>	<u>125,384</u>	<u>143,762</u>

19. 貿易及其他應收款項

貴集團

	於12月31日			於6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
貿易應收款項	6,752	2,884	9,421	10,169
減：信貸虧損撥備	(944)	(169)	(359)	(355)
	<u>5,808</u>	<u>2,715</u>	<u>9,062</u>	<u>9,814</u>
其他應收款項	1,965	1,579	2,394	3,047
減：信貸虧損撥備	—	(28)	(28)	(28)
	<u>1,965</u>	<u>1,551</u>	<u>2,366</u>	<u>3,019</u>
預付供應商款項	1,811	2,455	4,942	3,879
預付費用	978	2,164	858	105
可收回增值稅	410	584	1,403	1,560
遞延發行成本	—	—	—	4,376
	<u>3,199</u>	<u>5,203</u>	<u>7,203</u>	<u>9,920</u>
貿易及其他應收款項總額	<u>10,972</u>	<u>9,469</u>	<u>18,631</u>	<u>22,753</u>

於2022年1月1日，來自客戶合約的貿易應收款項為人民幣6,609,000元（扣除信貸虧損撥備人民幣188,000元）。

貴集團給予其若干客戶介乎30至60日之信用期。貿易應收款項（扣除信貸虧損撥備）按發票日期的賬齡分析呈列如下：

	於12月31日			於6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
0至30日未逾期	4,766	2,715	8,465	9,139
31至60日未逾期	1,042	—	597	675
	<u>5,808</u>	<u>2,715</u>	<u>9,062</u>	<u>9,814</u>

貿易應收款項及其他應收款項的減值評估詳情載於附註29b。

附錄一

會計師報告

以各集團實體功能貨幣以外的貨幣計值的貿易及其他應收款項載列如下：

	於12月31日			於6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
美元(「美元」).....	1,719	678	1,197	1,303
貴公司				
	於12月31日			於6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
貿易應收款項				
－ 附屬公司	3,361	4,799	1,673	197
－ 第三方	6,752	2,884	9,421	10,122
	10,113	7,683	11,094	10,319
減：信貸虧損撥備	(944)	(169)	(359)	(355)
	9,169	7,514	10,735	9,964
其他應收款項				
－ 附屬公司	123,613	116,330	106,997	104,398
－ 第三方	1,737	1,023	2,049	2,800
	125,350	117,353	109,046	107,198
減：信貸虧損撥備	—	(28)	(28)	(28)
	125,350	117,325	109,018	107,170
預付供應商款項				
－ 附屬公司	—	219	—	—
－ 第三方	1,666	2,455	4,851	3,819
	1,666	2,674	4,851	3,819
預付費用.....	978	2,164	775	105
可收回增值稅.....	100	285	1,077	1,245
遞延發行成本.....	—	—	—	4,376
	2,744	5,123	6,703	9,545
貿易及其他應收款項總額.....	137,263	129,962	126,456	126,679

20. 按公允價值計入損益的金融資產

貴集團及 貴公司

	於12月31日			於6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
結構性存款.....	—	—	30,097	52,183

截至2024年12月31日止年度，貴集團與銀行訂立結構性存款，其到期日為90日或以下。該等存款的收益與外幣市場掛鉤。因此，其被確認為按公允價值計入損益的金融資產。截至2024年12月31日止年度，預期年化收益率為每年2.5%。

截至2025年6月30日止六個月，貴集團與銀行訂立結構性存款，其中若干結構性存款並無到期日而其他結構性存款的到期期限為70日或以下。該等存款的收益與十年期中債國債的收益率及相關投資表現掛鉤，預期年化收益率介乎1.58%至2.1%。

有關該等按公允價值計入損益的金融資產之公允價值計量的進一步詳情於附註29披露。

附錄一

會計師報告

21. 銀行結餘及現金／受限制銀行存款／定期存款

貴集團

貴集團的銀行結餘及現金包括現金及原到期日為三個月或以下的短期銀行存款。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，該等短期銀行存款按市場年利率分別介乎0.05%至0.9%、0.05%至0.7%、0.1%至1.3%及0.05%至1.3%計息。

於2024年12月31日及2025年6月30日，原到期日超過三個月的定期存款按介乎1.7%至2.6%的固定年利率持有。

於2022年12月31日，貴集團持作衍生工具交易用途的保證金受限，因此並無分類為現金及現金等價物。

貴公司

貴公司的銀行結餘及現金包括現金及原到期日為三個月或以下的短期銀行存款。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，該等短期銀行存款按市場年利率分別介乎0.05%至0.9%、0.05%至0.7%、0.1%至1.3%及0.05%至1.3%計息。

於2024年12月31日及2025年6月30日，原到期日超過三個月的定期存款按介乎1.7%至2.6%的固定年利率持有。

以各集團實體功能貨幣以外的貨幣計值的銀行結餘及現金呈列如下：

	於12月31日			於6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
美元	6,753	494	—	—
歐元	*	*	*	*

* 金額低於人民幣1,000元。

22. 貿易及其他應付款項

貴集團

	於12月31日			於6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
貿易應付款項	31,077	34,525	32,554	38,390
其他應付款項及應計費用	7,779	6,825	7,222	6,319
購買物業、廠房及設備的應付款項	5,088	4,459	2,607	2,186
經銷商保證金	5,281	5,346	3,740	3,051
應計[編纂]	—	—	—	2,342
應計發行成本	—	—	—	812
應付薪金及花紅	12,353	17,380	15,513	15,804
其他應付稅項	5,089	4,500	6,948	4,438
貿易及其他應付款項總額	66,667	73,035	68,584	73,342

向供應商付款之期限基本為自收到貨品起計60日內掛賬。於報告期末，按發票日期呈列的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於12月31日			於6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
0至30日	21,763	29,965	29,216	32,085
31至60日	9,314	4,560	3,338	6,305
	31,077	34,525	32,554	38,390

附錄一

會計師報告

貴公司

	於12月31日			於6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
貿易應付款項	31,058	34,525	32,554	38,390
其他應付款項及應計費用				
— 附屬公司	549	205	—	2,223
— 第三方	7,179	6,797	7,222	6,316
	7,728	7,002	7,222	8,539
購買物業、廠房及設備的應付款項	3,959	4,199	2,289	2,096
經銷商保證金	5,281	5,346	3,740	3,051
應計[編纂]	—	—	—	2,342
應計發行成本	—	—	—	812
應付薪金及花紅	12,353	17,380	15,513	15,804
其他應付稅項	3,113	1,797	4,216	2,928
貿易及其他應付款項總額	63,492	70,249	65,534	73,962

於報告期末，貿易應付款項按發票日期的賬齡分析呈列如下：

	於12月31日			於6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
0至30日	21,744	29,965	29,216	32,085
31至60日	9,314	4,560	3,338	6,305
	31,058	34,525	32,554	38,390

23. 合約負債

貴集團

	於12月31日			於6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
流動負債：				
— 經銷商預付款	5,343	11,288	4,903	4,017
— 積分計劃	319	350	381	228
	5,662	11,638	5,284	4,245

於2022年1月1日，貴集團的合約負債為人民幣14,053,000元。

於各報告期末尚未償還的所有合約負債預期將於下一年度內確認為收入。

影響合約負債的主要付款條款如下：

— 經銷商預付款

貴集團通常於交付貨品前向經銷商收取100%預付款。該等預收款項作為合約負債入賬，並於貨品控制權轉移至客戶時確認為收入。

— 積分計劃

客戶通過在線上直銷購買貨品賺取積分。該等積分可於未來購物時兌換為折扣。因此，貴集團就未兌換積分的價值確認合約負債，其後將於兌換時確認為收入。

附錄一

會計師報告

貴公司

	於12月31日			於6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
流動負債：				
－經銷商預付款.....	5,343	11,288	4,903	4,017
－附屬公司預付款.....	145	9	1,245	1,720
－積分計劃.....	319	350	381	228
	<u>5,807</u>	<u>11,647</u>	<u>6,529</u>	<u>5,965</u>

於2022年1月1日，貴公司的合約負債為人民幣13,053,000元。

24. 退貨權資產／退款負債

退貨權資產指貴集團及貴公司根據7天退貨政策向行使退貨權的客戶收回產品的合約權利。貴集團根據過往經驗，使用預期價值法估計投資組合層面的預期回報。

退款負債源於客戶於購買後7天內退回產品的權利。於銷售時，貴集團就預期將予退回的產品確認退款負債及相應的收入調整。該等估計亦使用預期價值法於投資組合層面釐定，反映貴集團的過往收益模式。

25. 租賃負債

貴集團及貴公司

	於12月31日			於6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
應付租賃負債：				
一年內.....	—	403	2,016	2,180
一年以上但不超過兩年期內.....	—	394	339	715
	—	797	2,355	2,895
減：流動負債項下列示一年內到期的款項.....	—	(403)	(2,016)	(2,180)
非流動負債項下列示款項.....	—	394	339	715

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，應用於租賃負債的加權平均增量借款利率分別為4.20%、4.01%及3.89%。

26. 遞延收入

貴集團及貴公司

	資產相關的政府補助
	人民幣千元
於2022年1月1日.....	1,131
計入損益(附註5).....	(175)
於2022年12月31日.....	956
計入損益(附註5).....	(153)
於2023年12月31日.....	803
計入損益(附註5).....	(146)
於2024年12月31日.....	657
計入損益(附註5).....	(73)
於2025年6月30日.....	584

政府補助於相關資產的可使用年期內於損益中確認。

附錄一

會計師報告

27. 貴公司股本

法定、已發行及繳足：

	股份數目	面值 人民幣元	股本 人民幣千元
於2022年1月1日、2022年12月31日、2023年 12月31日、2024年12月31日 及2025年6月30日.....	57,000	1	57,000

28. 資本風險管理

貴集團管理其資本乃為確保 貴集團實體將可持續經營，同時透過有效管理負債權益比率為股東帶來最大回報。 貴集團整體資本管理策略於往績記錄期保持不變。

貴集團的資本架構包括債務淨額（包括附註25所披露的租賃負債）扣除現金及現金等價物以及 貴公司擁有人應佔權益（包括股本及儲備）。

貴公司董事定期檢討 貴集團的資本架構，並考慮資本成本及與各類資本相關的風險。根據該等評估及董事的推薦建議， 貴集團尋求透過股息分派、股份發行、股份購回以及發行新債務（如適用）的組合維持最佳資本架構。

29. 金融工具

a. 金融工具分類

	於12月31日			於6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
金融資產				
按攤銷成本計量的金融資產.....	63,450	118,360	131,764	124,082
按公允價值計入損益的金融資產.....	—	—	30,097	52,183
金融負債				
按攤銷成本計量的金融負債.....	44,699	46,025	39,890	44,505

b. 金融風險管理目標及政策

貴集團的主要金融資產及負債包括貿易及其他應收款項、按公允價值計入損益的金融資產、定期存款、銀行結餘及現金、貿易及其他應付款項以及退款負債。該等金融工具的詳情於相關附註中披露。與該等金融工具相關的風險及如何降低該等風險的政策載列如下。 貴集團管理層管理並監控該等風險，以確保及時且有效地採取適當措施。

市場風險

貴集團的營運主要面對貨幣風險及利率風險。於往績記錄期， 貴集團所面臨的該等風險及其管理及計量該等風險的方式並無重大變動。

(i) 貨幣風險

貴集團若干實體從事外幣交易（包括銷售），因而產生外幣風險。此外， 貴集團部分銀行結餘及現金以及貿易及其他應收款項乃以各實體功能貨幣以外的貨幣計值，從而使 貴集團面臨外幣風險。以各實體功能貨幣以外的外幣計值的貨幣資產及負債的賬面值於相關附註披露。

附錄一

會計師報告

貴集團主要面臨美元外幣風險，貴集團以外幣計值的貨幣資產（貿易及其他應收款項以及銀行結餘及現金）的賬面值如下：

	於12月31日			於6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
資產				
美元	8,472	1,172	1,197	1,303

敏感度分析

下表呈列貴集團對人民幣兌美元（貴集團可能面臨重大風險的外幣）升值及貶值5%的敏感度。該分析乃基於貴集團於報告期末以外幣計值之未償還貨幣項目，並就其換算作出調整以反映外幣匯率之5%變動。以下正數表示人民幣兌美元貶值5%時除稅後利潤有所增加，將對利潤及其他全面收益產生同等且相反的影響，而以下金額將為負數。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
對損益的影響					
美元	360	50	51	51	55

(ii) 利率風險

貴集團面臨主要與固定利率銀行結餘及租賃負債有關的公允價值利率風險。貴集團亦面臨與浮動利率銀行結餘有關的現金流量利率風險。

由於管理層認為公允價值利率風險和現金流量利率風險並不重大，因此並無編製有關風險的敏感度分析。

信貸風險及減值評估

信貸風險指交易對手方將違反其合約責任而導致貴集團蒙受財務虧損之風險。於各報告期末，貴集團因交易對手方未能履行責任而導致貴集團蒙受財務損失的最大信貸風險來自綜合財務狀況表所披露的相關已確認金融資產的賬面值。

為將信貸風險降至最低，貴集團持續監察交易對手方的風險，並於報告期末審閱其主要客戶及其他債務人的歷史還款記錄，以確保就不可收回金額計提足夠減值損失（如有）。

下表詳列貴集團須進行預期信貸虧損評估的金融資產的信貸風險：

			於12月31日			於6月30日
			2022年	2023年	2024年	2025年
			總賬面值	總賬面值	總賬面值	總賬面值
內部 信貸評級	12個月或 全期預期 信貸虧損		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按攤銷成本計量的金融資產						
銀行結餘 (附註i)	低風險	12個月預期信貸虧損	55,677	114,094	88,044	78,618
定期存款 (附註i)	低風險	12個月預期信貸虧損	—	—	32,292	32,631
其他應收款項 (附註ii)	低風險	12個月預期信貸虧損	1,965	1,579	2,394	3,047

附錄一

會計師報告

	內部 信貸評級	12個月或 全期預期 信貸虧損	於12月31日			於6月30日
			2022年 總賬面值	2023年 總賬面值	2024年 總賬面值	2025年 總賬面值
			人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項 (附註iii) ...	不適用	全期預期信貸虧損 (集體評估)	5,962	2,777	9,314	10,062
		全期預期信貸虧損 (單獨評估)	790	107	107	107

附註：

- (i) 貴集團已對銀行結餘及定期存款進行減值評估，並認為相關信貸風險有限，因為交易對手均為信譽良好且信貸評級高的銀行。
- (ii) 就其他應收款項而言，貴公司董事認為自初步確認以來信貸風險並無顯著增加。因此，貴集團根據12個月預期信貸虧損計提減值撥備。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，貴集團評估其他應收款項的預期信貸虧損，並分別確認虧損撥備零、人民幣28,000元、零及零。
- (iii) 貿易應收款項根據共同信貸風險特徵進行分組，其中，貿易應收款項分為(i) A組：線上直銷產生的貿易應收款項，及(ii) B組：除線上直銷外產生的其餘貿易應收款項。貴公司董事認為，A組應收款項的信貸風險極低，因此未就該組別確認虧損撥備。另一方面，已發生信貸減值的貿易應收款項由貴集團單獨評估。

貿易應收款項

作為貴集團信貸風險管理的一部分，貴集團使用債務人賬齡，評估與其業務有關的客戶的減值，原因為該等客戶由眾多小型客戶組成，彼等具有共同的風險特徵，能夠代表客戶按照合同條款支付所有應付款項的能力。下表提供有關貿易應收款項信貸風險敞口的資料，該等貿易應收款項於全期預期信貸虧損（無信貸減值）內使用撥備矩陣按集體基準進行評估。

總賬面值

	平均虧損率	2022年12月31日	
		貿易應收款項總額	預期信貸虧損金額
		人民幣千元	人民幣千元
A組：流動（未逾期）.....	—	835	—
B組：流動（未逾期）.....	3%	5,127	154
		5,962	154
	平均虧損率	2023年12月31日	
		貿易應收款項總額	預期信貸虧損金額
		人民幣千元	人民幣千元
A組：流動（未逾期）.....	—	700	—
B組：流動（未逾期）.....	3%	2,077	62
		2,777	62

附錄一

會計師報告

2024年12月31日			
	平均虧損率	貿易應收款項總額	預期信貸虧損金額
		人民幣千元	人民幣千元
A組：流動（未逾期）.....	—	693	—
B組：流動（未逾期）.....	3%	8,621	252
		9,314	252
2025年6月30日			
	平均虧損率	貿易應收款項總額	預期信貸虧損金額
		人民幣千元	人民幣千元
A組：流動（未逾期）.....	—	1,772	—
B組：流動（未逾期）.....	3%	8,290	248
		10,062	248

估計虧損率乃根據債務人預期年內觀察到的過往違約率估計，並就毋須花費過多成本或精力即可獲取的前瞻性資料作出調整。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，貴集團根據集體評估，分別就貿易應收款項計提減值損失人民幣154,000元、人民幣62,000元、人民幣252,000元及人民幣248,000元。於往績記錄期，貴集團就單獨評估的截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日總賬面值分別為人民幣790,000元、人民幣107,000元、人民幣107,000元及人民幣107,000元的貿易應收款項計提了減值撥備人民幣790,000元、人民幣107,000元、人民幣107,000元及人民幣107,000元。

下表顯示根據簡化方法使用撥備矩陣就貿易應收款項確認的全期預期信貸虧損變動。

	於12月31日			於6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
年初結餘.....	139	154	62	252
已確認（撥回）虧損撥備淨額.....	15	(92)	190	(4)
年末結餘.....	154	62	252	248

就減值評估而言，貴集團認為其其他金融資產的信貸風險較低。因此，虧損撥備按相等於12個月預期信貸虧損的金額計量。於就該等按攤銷成本計量的金融資產釐定預期信貸虧損時，貴公司董事已考慮過往違約經驗及行業的未來前景及／或考慮各種外部來源的實際及預測經濟資料（如適用）。貴公司董事認為，於各報告期末，12個月預期信貸虧損撥備並不重大。

附錄一

會計師報告

流動性風險

在流動性風險管理方面，貴集團監察及維持管理層認為充足的銀行結餘及現金水平，以為貴集團的運營提供資金及降低現金流量波動的影響。

下表詳述貴集團金融負債及租賃負債的剩餘合約年期。該表乃根據貴集團須支付的最早日期基於金融負債的未貼現現金流量而編製。該表包括利息及本金現金流量。倘利息流為浮動利率，則未貼現金額乃根據報告期末的利率計算。

	加權 平均利率	按要求或 少於一年	一至五年	未貼現 現金流量總額	總賬面值
	%	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					
貿易及其他應付款項		44,699	—	44,699	44,699
於2023年12月31日					
貿易及其他應付款項		46,025	—	46,025	46,025
租賃負債	4.20%	429	401	830	797
		46,454	401	46,855	46,822
於2024年12月31日					
貿易及其他應付款項		39,890	—	39,890	39,890
租賃負債	4.01%	2,073	342	2,415	2,355
		41,963	342	42,305	42,245
於2025年6月30日					
貿易及其他應付款項		44,505	—	44,505	44,505
租賃負債	3.89%	2,242	742	2,984	2,895
		46,747	742	47,489	47,400

c. 金融工具的公允價值計量

就財務申報而言，貴集團的部分金融工具按公允價值計量。於估計公允價值時，貴集團在可獲得的範圍內使用市場可觀察數據。

(i) 貴集團以經常性基準按公允價值計量的金融資產及金融負債的公允價值

貴集團的部分金融資產按各報告期末的公允價值計量。下表載列有關如何釐定該等金融資產及金融負債公允價值的資料（尤其是所採用的估值技術及輸入數據）。

金融資產	於2024年 12月31日的 公允價值	公允價值 層級	估值技術 及主要輸入數據	重大不可 觀察輸入數據
按公允價值計入損益的 金融資產	結構性存款： 人民幣30,097,000元	第二級	貼現現金流量 法，根據預期 回報及市場匯 率估計	不適用
金融資產	於2025年 6月30日的 公允價值	公允價值 層級	估值技術 及主要輸入數據	重大不可 觀察輸入數據
按公允價值計入損益的 金融資產	結構性存款： 人民幣52,183,000元	第二級	貼現現金流量 法，根據預期 回報及市場匯 率估計	不適用

附錄一

會計師報告

(ii) 並非以經常性基準按公允價值計量的金融資產及金融負債的公允價值

貴集團管理層認為，按攤銷成本於綜合財務狀況表列賬的金融資產及金融負債的賬面值與其公允價值相若。

該等按攤銷成本計量的金融資產及金融負債的公允價值乃根據公認定價模式基於貼現現金流量分析釐定，其中最為重要之輸入數據為反映交易對手方信貸風險的貼現率。

30. 資本承擔

貴集團根據不可撤銷合約就購買設備及建造樓宇的資本承擔如下：

	於12月31日			於6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
已訂約但尚未計提撥備				
－物業、廠房及設備	109	265	354	195

31. 退休福利計劃

貴公司及貴集團附屬公司之僱員為政府管理之國家管理退休福利計劃的成員。附屬公司須按薪資成本的特定百分比向退休福利計劃供款，為福利提供資金。貴集團應就退休福利計劃承擔的唯一責任為作出指定供款。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月（未經審計）及截至2025年6月30日止六個月，就上述計劃自損益扣除的總成本約為人民幣9,625,000元、人民幣9,613,000元、人民幣11,410,000元、人民幣6,127,000元及人民幣5,882,000元。

32. 融資活動產生之負債對賬

下表詳述貴集團因融資活動而產生的負債變動，包括現金及非現金變動。融資活動產生的負債指現金流量或未來現金流量在貴集團綜合現金流量表中分類為融資活動所得現金流量的負債。

	租賃負債	借款	應計發行成本	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	—	67,581	—	67,581
融資現金流量	—	(68,477)	—	(68,477)
利息開支	—	896	—	896
於2022年12月31日	—	—	—	—
融資現金流量	(62)	—	—	(62)
利息開支	5	—	—	5
新訂租賃	854	—	—	854
於2023年12月31日	797	—	—	797
融資現金流量	(1,682)	(1)	—	(1,683)
利息開支	96	1	—	97
新訂租賃	3,143	—	—	3,143
於2024年12月31日	2,354	—	—	2,354
融資現金流量	(1,194)	—	(3,564)	(4,758)
利息開支	47	—	—	47
新訂租賃	1,688	—	—	1,688
遞延發行成本	—	—	4,376	4,376
於2025年6月30日	2,895	—	812	3,707
於2024年1月1日	797	—	—	797
融資現金流量	(665)	—	—	(665)
利息開支	37	—	—	37
新訂租賃	3,143	—	—	3,143
於2024年6月30日（未經審計）	3,312	—	—	3,312

附錄一

會計師報告

33. 關聯方交易及結餘

關聯方及與 貴集團的關係如下：

關聯方名稱	關係
杭州銅木主義傢具股份有限公司 (「銅木主義」)	由 貴公司控股股東兼行政總裁俞先生控制。
河北浙一建建築工程有限公司 (「河北浙一建」)	貴公司執行董事肖峰擔任該實體的法定代表人。
俞光先生	單一最大股東

貴集團與關聯方有以下重大交易及結餘：

(a) 關聯方交易

(i) 銷售貨品的收入 (計入收入)

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
銅木主義	208	58	28	21	17
河北浙一建	—	46	39	39	—
	<u>208</u>	<u>104</u>	<u>67</u>	<u>60</u>	<u>17</u>

(ii) 租金收入 (計入其他收入)

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
銅木主義	<u>5,143</u>	<u>5,143</u>	<u>3,656</u>	<u>1,828</u>	<u>1,828</u>

(iii) 購買原材料 (計入營業成本)

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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	人民幣千元
				(未經審計)	
銅木主義	<u>196</u>	<u>3</u>	<u>982</u>	<u>195</u>	<u>536</u>

(b) 關聯方提供的擔保

截至2022年12月31日止年度，貴集團控股股東俞先生就借款提供擔保人民幣128,500,000元。該等擔保已於截至2022年12月31日止年度悉數解除。

附錄一

會計師報告

(c) 主要管理人員的酬金

貴公司董事及 貴集團其他主要管理人員於往績記錄期的薪酬如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024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)	人民幣千元
董事袍金.....	180	90	150	60	90
薪金及其他福利.....	2,338	2,769	3,731	1,042	1,124
退休福利計劃供款.....	101	169	120	118	136
	<u>2,619</u>	<u>3,028</u>	<u>4,001</u>	<u>1,220</u>	<u>1,350</u>

主要管理層的薪酬乃參考個人表現及市場趨勢而釐定。

34. 貴公司的儲備變動

	資本儲備	法定儲備	保留盈利	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2022年1月1日.....	128,640	4,450	40,049	173,139
股東出資.....	162	—	—	162
年內利潤及全面收益總額.....	—	—	52,413	52,413
轉撥至法定儲備.....	—	5,241	(5,241)	—
於2022年12月31日.....	128,802	9,691	87,221	225,714
年內利潤及全面收益總額.....	—	—	40,976	40,976
轉撥至法定儲備.....	—	4,098	(4,098)	—
於2023年12月31日.....	128,802	13,789	124,099	266,690
年內利潤及全面收益總額.....	—	—	76,299	76,299
轉撥至法定儲備.....	—	7,630	(7,630)	—
於2024年12月31日.....	128,802	21,419	192,768	342,989
期內利潤及全面收益總額.....	—	—	29,026	29,026
轉撥至法定儲備.....	—	2,781	(2,781)	—
於2025年6月30日.....	<u>128,802</u>	<u>24,200</u>	<u>219,013</u>	<u>372,015</u>

35. 附屬公司詳情

貴公司

	於12月31日			於6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
非上市股份，以成本計(附註).....	<u>3,974</u>	<u>3,974</u>	<u>5,774</u>	<u>7,774</u>

附註：截至2025年6月30日止六個月，貴公司向附屬公司銅師傅(杭州)文化創意有限公司及璽匠金鋪(杭州)文化有限公司各自注資現金人民幣1,000,000元。

附錄一

會計師報告

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月，貴公司於以下附屬公司所持直接及間接權益如下：

附屬公司名稱	成立地點	註冊成立／ 成立日期	註冊資本／ 已發行及 繳足資本 (人民幣 千元)	貴公司					主營業務	附註
				持有的應佔股權						
				12月31日		6月30日				
				2022年	2023年	2024年	2025年	本報告日期		
杭州至鉅衛浴 有限公司.....	中國	2012年6月1日	2,000	100%	100%	100%	100%	[100%]	房屋租賃	附註
杭州唯檀藝術品 有限公司.....	中國	2021年 3月29日	1,000	100%	100%	100%	100%	[100%]	在電商平台經營店鋪 銷售木質文創產品	附註
杭州璽匠藝術畫 有限公司.....	中國	2021年 10月11日	1,000	100%	100%	100%	100%	[100%]	在電商平台經營店鋪 銷售銅雕畫	附註
歡喜小將(杭州)文化創意 有限公司.....	中國	2021年 11月2日	1,000	100%	100%	100%	100%	[100%]	在電商平台經營店鋪 銷售潮玩塑膠製品	附註
閱銀(杭州)文化創意 有限公司.....	中國	2022年 6月27日	1,000	100%	100%	100%	100%	[100%]	在電商平台經營店鋪 銷售銀質文創產品	附註
銅師傅(杭州)文化 創意有限公司.....	中國	2023年 4月17日	1,000	—	100%	100%	100%	[100%]	文藝創作、工藝美術品 及收藏品零售	附註
璽匠金鋪(杭州)文化 有限公司.....	中國	2024年 7月17日	1,000	—	—	100%	100%	[100%]	在電商平台經營店鋪 銷售黃金文創產品	附註

於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月末，概無附屬公司已發行任何債務證券。

附註：截至本報告日期，概無編製該等實體截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年6月30日止六個月（如適用）的經審計財務報表。

36. 其後財務報表

[貴集團、貴公司或其任何附屬公司概無就2025年6月30日之後及直至本報告日期的任何期間編製經審計財務報表。]

37. 報告期後事項

[於2025年6月30日後及直至本報告日期，並無重大事項。]

附錄二

未經審計[編纂]財務資料

本附錄所載資料不構成本文件附錄一所載本公司申報會計師[德勤•關黃陳方會計師行] (香港執業會計師) 就本集團截至2024年12月31日止三個年度及截至2025年6月30日止六個月的歷史財務資料編製的會計師報告 (「會計師報告」) 的一部分，載入本文件僅作說明用途。

未經審計[編纂]財務資料應與本文件「財務資料」一節及本文件附錄一所載會計師報告一併閱讀。

A. 本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表

以下為根據上市規則第4.29段編製的本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表，僅供說明用途，其載列旨在闡述建議[編纂] (定義見本文件) 對於2025年6月30日本公司擁有人應佔本集團綜合有形資產淨值的影響 (猶如[編纂]已於該日進行)。

已編製本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表，僅供說明用途，且因其假設性質，其未必能真實反映於2025年6月30日或[編纂]後任何其後日期本公司擁有人應佔本集團綜合有形資產淨值。

以下本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表乃根據於2025年6月30日本公司擁有人應佔本集團經審計綜合有形資產淨值 (摘錄自本文件附錄一所載會計師報告) 而編製，並按下文所述作出調整。

	於2025年6月30日 本公司擁有人應佔 本集團經審計 綜合有形資產淨值	[編纂] 估計[編纂]	於2025年6月30日 本公司擁有人應佔 本集團未經審計 [編纂]經調整 綜合有形資產淨值	於2025年6月30日本公司擁有人 應佔本集團每股份未經審計 [編纂]經調整綜合有形資產淨值	
	人民幣 (「人民幣」) 千元 (附註1)	人民幣千元 (附註2)	人民幣千元	人民幣元 (附註3)	港元 (「港元」) (附註4)
按[編纂]每股[編纂]					
[編纂]港元計算.....	433,141	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按[編纂]每股[編纂]					
[編纂]港元計算.....	433,141	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附錄二

未經審計[編纂]財務資料

附註：

1. 於2025年6月30日的本公司擁有人應佔本集團經審計綜合有形資產淨值，乃自於2025年6月30日的本公司擁有人應佔經審計綜合資產淨值人民幣[439,385,000]元中扣除本公司擁有人應佔無形資產人民幣6,244,000元（摘錄自本文件附錄一所載會計師報告）後得出。
2. 根據[編纂]發行[編纂]的估計[編纂]乃基於[編纂]股股份按[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（相當於人民幣[編纂]元）及[編纂]港元（相當於人民幣[編纂]元）（即所述[編纂]的上限及下限）計算，並經扣除直至2025年6月30日尚未於損益確認的估計[編纂]費用及佣金以及其他[編纂]相關開支。其並無計及因[編纂]獲行使可能配發及發行的任何股份。

就本未經審計[編纂]財務資料而言，[編纂]估計[編纂]按1.00港元兌人民幣[0.9118]元的匯率由港元兌換為人民幣，該匯率為參考中國人民銀行公佈的匯率於2025年11月3日釐定的現行匯率。概不表示港元金額已經、可能已經或可能會以該匯率轉換為人民幣，或根本不會進行轉換，反之亦然。
3. 於2025年6月30日，本公司擁有人應佔本集團每股股份未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃基於已發行[編纂]股股份（包括[編纂]股現有已發行普通股及[編纂]）計算，並假設[編纂]已於2025年6月30日完成，且並無計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份。
4. 於2025年6月30日，本公司擁有人應佔本集團每股股份未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值按人民幣1.00元兌[1.0968]港元的匯率由人民幣兌換為港元，該匯率為參考中國人民銀行公佈的匯率於2025年11月3日釐定的現行匯率。概不表示人民幣金額已經、可能已經或可能會以該匯率轉換為港元，或根本不會進行轉換，反之亦然。
5. 概無就於2025年6月30日本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值作出調整，以反映本集團於2025年6月30日後的任何經營業績或訂立的其他交易。
6. 根據「附錄[三]－物業估值報告」所載於2025年9月30日的物業估值報告，截至2025年6月30日，本公司擁有人應佔本集團的物業權益錄得重估盈餘約人民幣120,400,000元，即這些物業（包括租賃土地及樓宇）的重估金額超逾其賬面值（以本公司擁有人應佔者為限）。本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值並未計及本集團持有的自用物業（包括租賃土地及樓宇）的重估盈餘，本集團亦不會將重估盈餘納入其未來財務報表。倘將直至2025年6月30日的重估盈餘納入本集團未來的財務報表，則將扣除每年額外折舊約人民幣3,885,000元（不包括稅務影響）。

附 錄 二

未 經 審 計 [編 纂] 財 務 資 料

[編 纂]

附 錄 二

未 經 審 計 [編 纂] 財 務 資 料

[編 纂]

附 錄 二

未 經 審 計 [編 纂] 財 務 資 料

[編 纂]

附錄三

物業估值報告

以下為獨立物業估值師戴德梁行有限公司就其對本集團在中國持有的物業權益於2025年9月30日的估值意見而編製的函件及估值報告全文，以供載入本文件。



香港
鰂魚涌
華蘭路18號
太古坊
港島東中心
27樓

敬啟者：

指示、目的及估值日期

吾等謹此提述杭州銅師傅文創（集團）股份有限公司（「貴公司」）指示戴德梁行有限公司（「戴德梁行」）就 貴公司及／或其附屬公司（統稱「貴集團」）於中華人民共和國（「中國」）擁有權益的物業編製市場估值。吾等確認，吾等已就該物業於2025年9月30日（「估值日期」）的價值進行吾等認為必要的視察、相關查詢及取得進一步資料，以向 貴公司提供吾等的意見。

估值基準

吾等對該物業的估值代表其市值，根據香港測量師學會頒佈的香港測量師學會估值準則（2024年版），市值定義為「資產或負債經適當推銷後，由自願買方與自願賣方於雙方均在知情、審慎及不受脅迫的情況下，於估值日期進行公平交易的估計金額」。

吾等確認，估值乃根據香港測量師學會估值準則、英國皇家特許測量師學會全球估值準則及國際估值準則進行。

吾等對該物業進行估值時，已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則第5章及第12項應用指引所載的規定。

吾等對該物業的估值以全部權益為基準。

附錄三

物業估值報告

估值假設

吾等對該物業的估值並不包括因特殊條款或情況（例如不尋常融資、售後租回安排、由任何與銷售有關的人士給予的特別考量或優惠，或僅特定擁有人或買方可獲得之任何價值元素）所抬高或貶低的估計價格。

吾等對該物業進行估值時倚賴 貴公司的法律顧問君合律師事務所就該物業業權及 貴公司於該中國物業的權益所提供的資料及建議。除非相關法律意見另有說明，否則在對物業進行估值時，吾等假定 貴集團於各獲批土地使用年期尚未屆滿，且已悉數繳清任何應付地價的整個期間內，擁有該物業的可強制執行業權，並有權自由及不受干預地使用、佔用或出讓該物業。

就位於中國的該物業而言，根據 貴公司提供的資料，業權狀況及主要證書、批文及執照的批授情況載於估值報告附註。吾等假設該等發展項目已獲得相關政府機關的所有同意書、批文及執照，且並無任何繁苛條件或延誤。此外，吾等假設該物業的設計及建設符合當地規劃規定，並已得到相關部門的批准。

吾等的估值並無考慮該物業的任何抵押、按揭或欠款，或出售成交時可能產生的任何費用或稅項。除另有說明外，吾等假定該物業並無可影響其價值的繁重產權負擔、限制及支銷。

估值方法

於為物業估值時，吾等採用市場比較法，參考相關市場的可比較銷售證據，並作出適當調整，包括但不限於樓層、面積、時間、景觀及其他相關因素。鑒於該物業屬於工業發展項目，可比較銷售交易頻繁，或可隨時獲得此類銷售資料。因此，吾等採用了符合市場慣例的市場比較法。

資料來源

於估值時，吾等在頗大程度上倚賴 貴集團及其法律顧問君合律師事務所提供的有關該物業業權及 貴集團於該物業的權益的資料。吾等已接納 貴集團就規劃批准、法定通告、地役權、年期、土地及樓宇鑑定、佔用詳情、佔地及建築面積、 貴集團應佔權益及所有其他相關事項給予吾等的意見。

附錄三

物業估值報告

尺寸、量度及面積乃以 貴公司提供予吾等的文件副本或其他資料為基準，故僅為約數。吾等並無進行實地測量。吾等並無理由懷疑 貴公司向吾等提供對估值而言屬重要之資料的真實性及準確性。吾等亦獲告知，所提供的資料並無遺漏任何重大事實。

業權調查

吾等已獲提供該物業之相關業權文件副本，但尚未進行任何土地業權調查。然而，吾等並無查閱文件正本以核實文件的所有權或核證吾等獲提供的副本可能並無載列的任何修訂。吾等亦未能確定該中國物業的業權，故吾等倚賴 貴公司就其於該物業的權益所提供的建議。

於估值時，吾等在頗大程度上倚賴 貴集團及其法律顧問君合律師事務所提供的有關該中國物業業權的資料。

實地視察

吾等杭州辦公室的Sammie Tse女士（為中國註冊資產評估師）已於2025年9月28日視察該物業的外部，並於可行情況下視察其內部。然而，吾等並無進行任何結構測量，惟吾等於視察過程中，並無發現任何嚴重損毀。此外，吾等並無進行任何實地調查，確定土壤情況及設施等是否適合任何未來發展。吾等編製估值時已假設此等方面令人信納及在建築期間不會產生超出預期的額外開支或延誤。吾等無法報告該物業確無腐朽、蟲蛀及任何其他結構損毀。吾等並無對任何設施進行測試。吾等編製估值時已假設此等方面令人信納。

除另有說明外，吾等並無進行詳細的實地測量以核證該物業的佔地及建築面積，並假設吾等獲提供的文件所示面積均屬準確。

獨立性確認

吾等謹此確認，戴德梁行及以下簽署人概無金錢或其他利益可能與該物業的適當估值有衝突，或可合理地被視為會影響吾等提供公正意見的能力。

吾等亦確認吾等為香港聯合交易所有限公司證券上市規則第5.08條所指的獨立合資格估值師。

本估值報告的刊發僅供 貴公司載入文件之用。

附 錄 三

物 業 估 值 報 告

貨 幣

除另有說明外，本估值報告內所列全部貨幣金額均以中國法定貨幣人民幣（「人民幣」）呈列。

隨函附奉估值概要及吾等的估值報告，以供閣下垂注。

此 致

中國
浙江省
建德市
洋溪街道
雅鼎路777號
杭州銅師傅文創（集團）股份有限公司
列位董事 台照

為及代表
戴德梁行有限公司
大中華區估值及顧問服務部
高級董事
林淑敏
MRICS，MHKIS，R.P.S.(GP)
謹啟

2025年11月[●]日

附註：林淑敏為皇家特許測量師學會會員、香港測量師學會會員及註冊專業測量師（產業測量）。林女士於大中華區及多個海外國家之專業物業估值及諮詢服務方面擁有逾30年經驗。林女士具備充足的當前全國市場知識，並具備勝任估值工作所需之技能及理解。

附錄三

物業估值報告

估值報告

貴集團於中國持作業主自用的物業

物業	概況及年期	佔用詳情	於2025年9月30日的現況下市值
位於中國浙江省建德市洋溪街道雅鼎路777號的工業發展項目。	該物業包含坐落於兩幅總佔地面積約117,987.00平方米的土地上的工業發展項目。 該物業包括15棟樓宇，已於2008年至2019年期間竣工。 該物業的總建築面積為約155,625.66平方米。 該物業位於洋溪街道。附近的發展項目主要為工業性質。根據 貴集團提供的資料，該物業用於工業用途。 該物業的土地使用權已獲授出，年期分別於2056年10月7日及2075年1月18日屆滿，用於工業用途。	於估值日期，該物業由業主佔用。	人民幣 238,000,000元 (人民幣貳億 叁仟捌佰萬元整)

附註：—

- (1) 根據房地產權證第(2023) 0467801號，該物業的土地使用權包括佔地面積113,961.00平方米及總建築面積155,625.66平方米，已歸屬於杭州至鉅衛浴有限公司，年期將於2056年10月7日屆滿，用於工業用途。

根據房地產權證第(2025) 0190388號，該物業的土地使用權包括佔地面積4,026.00平方米，已歸屬於杭州至鉅衛浴有限公司，年期將於2075年1月18日屆滿，用於工業用途。
- (2) 據 貴公司所告知， 貴公司有兩棟自有樓宇，目前用於塗料存儲及清潔車間。於2022年11月， 貴公司向相關部門申請允許按現狀保留並繼續使用這些樓宇。地方主管部門已確認，該用途不構成實質違規，且不構成任何重大安全隱患。因此， 貴公司獲准保留並繼續使用這些物業。根據目前的監管溝通情況及相關事實情況， 貴公司中國法律顧問認為， 貴公司被要求騰空或拆除這些樓宇的可能性甚微。根據 貴公司的指示，吾等在估值過程中已忽略這兩棟樓宇的估值。
- (3) 吾等已獲提供 貴公司的中國法律顧問就該物業編製的法律意見書，當中包括(其中包括)以下資料：
 - (a) 杭州至鉅衛浴有限公司是該物業的唯一合法土地使用者，並已取得相關權證及政府的實體批准(附註2的兩棟樓宇除外)；及
 - (b) 杭州至鉅衛浴有限公司有權自由轉讓、出租或處置該物業。
- (4) 在對該物業進行估值時，吾等已採用市場比較法。所採用主要假設為單位價格人民幣1,530元／平方米。

附錄四

稅項及外匯

證券持有人稅項

H股持有人的所得稅及資本利得稅乃根據中國及H股持有人為其居民或因其他原因須繳稅之司法權區的法律及慣例所規定。以下若干相關稅收規定概要以現行有效法律及慣例為基礎，有關法律及慣例均可能有所變更（可能有追溯影響），且不構成法律或稅務建議。有關討論無意涵蓋H股投資可能造成的一切稅務後果，亦無考慮任何個別投資者的特定情況，其中部分情況可能受特別的規則所規限。因此，閣下應就H股投資的稅務後果諮詢自身稅務顧問的意見。討論中並無述及所得稅、資本收益及利得稅、營業稅／增值稅、印花稅及遺產稅以外的任何中國或香港稅務問題。潛在[編纂]務請就擁有和出售H股方面涉及的中國、香港及其他稅務後果諮詢其財務顧問。

中國稅項

股息涉及的稅項

根據於2018年8月31日最新修訂的《中華人民共和國個人所得稅法》以及於2018年12月18日最新修訂的《中華人民共和國個人所得稅法實施條例》（下文統稱為「**個人所得稅法**」），中國企業分派股息須按20%的統一稅率繳納個人所得稅。對於非中國居民的外籍個人，倘從中國企業收取股息，通常須繳納20%的個人所得稅，除非獲國務院稅務機關特別豁免或按相關稅務條約獲減稅則除外。

根據國家稅務總局於2011年6月28日發佈的《關於國稅發[1993]045號文件廢止後有關個人所得稅徵管問題的通知》，境內非外商投資企業在香港發行股票，其境外居民個人股東可根據其居民身份所屬國家與中國簽署的稅收協定及內地和香港（澳門）間稅收安排的規定，享受相關稅收優惠。在香港發行股票的境內非外商投資企業向境外居民個人股東派發股息紅利時，一般可按10%稅率扣繳個人所得稅。取得股息的個人為低於10%稅率的協定國家居民，扣繳義務人可按監管規定，代為辦理享受有關協定待遇申請，經主管稅務機關審核批准後，對多扣繳稅款予以退還。取得股息的個人為高於10%低於20%稅率的協定國家居民，扣繳義務人派發股息紅利時應按協定實際稅率扣繳個人所得稅，無需辦理申請事宜。取得股息的個人為與我國沒有稅收協定國家居民及其他情況，扣繳義務人派發股息紅利時應按20%稅率扣繳個人所得稅。

附錄四

稅項及外匯

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、場所但其來自中國境內的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，則一般須就來自中國境內的收入（包括自中國居民企業取得的股息所得）繳納10%的企業所得稅。對非居民企業應繳納的前述所得稅，實行源泉扣繳，以支付人為扣繳義務人，稅款由扣繳義務人從應支付予非居民企業的款項中扣繳。

國家稅務總局於2008年11月6日發佈並實施的《國家稅務總局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》進一步說明，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。

根據2006年8月21日簽訂的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》（「**稅收安排**」），中國政府可對中國居民企業向香港居民（包括自然人及法律實體）支付的股息徵稅，所徵稅款不應超過中國居民企業股息總額的10%，而如果香港居民直接擁有中國居民企業至少25%股權，則所徵稅款不應超過中國居民企業股息總額的5%。

2019年12月6日生效的《〈內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排〉第五議定書》增加了享有協定待遇資格的標準。儘管稅收安排可能存在其他規定條文，倘相關收益在考慮到所有相關事實及條件後，被合理視為將根據稅收安排產生任何直接或間接利益的安排或交易的其中一個主要目的，則將不會在該情況下給予該標準下的協定待遇，惟倘根據該情況給予優惠符合稅收安排的相關目標及目的則除外。稅收協定股息條款的執行須符合《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》等中國稅收法律法規的規定。

稅收條約

居住在已經與中國簽有避免雙重徵稅條約或調整的司法權區的非居民投資者可享有從中國居民公司收取股息的中國企業所得稅減免。中國現時與多個國家和地區（包括香港特別行政區、澳門特別行政區、澳大利亞、加拿大、法國、德國、日本、馬來西亞、荷蘭、新加坡、英國、美國等）簽有避免雙重徵稅條約或安排。根據有關稅收條約或安排有權享有優惠稅率的非

附錄四

稅項及外匯

中國居民企業須向相關中國稅務機關申請退還超過協議稅率的企業所得稅，且退款申請有待相關中國稅務機關批准。

股份轉讓所涉稅項

根據個人所得稅法，出售中國居民企業股本權益所得的收益須繳納20%的個人所得稅。

根據2016年5月1日實施的《關於全面推開營業稅改徵增值稅試點的通知》(「**36號通知**」)，境內銷售服務的單位和個人應當繳納增值稅(「**增值稅**」)，而「在境內銷售服務」是指應稅服務的銷售方或者購買方在境內。36號通知亦規定，一般或外國增值稅納稅人轉讓金融產品(包括轉讓可出售證券的擁有權)須就應課稅收入(即扣除購買價後的銷售價結餘)按6%的稅率繳納增值稅。然而，個人轉讓金融產品則獲豁免增值稅，這在2009年1月1日生效的《財政部、國家稅務總局關於個人金融商品買賣等營業稅若干免稅政策的通知》中亦有規定。根據這些法規，如持股人為非居民個人，則出售或處置H股免徵中國增值稅，如持有人為非居民企業且H股買家是位於中國境外的個人或實體，則持股人不必支付中國增值稅，但如H股買家是位於中國的個人或實體，則持股人可能須支付中國增值稅。然而，在實際操作中，非中國居民企業處置H股是否須繳納中國增值稅仍不確定。

同時，增值稅納稅人亦須繳付城市維護建設稅、教育費附加稅和地方教育費附加稅(下文統稱「**地方附加稅**」)，通常為實際應付增值稅、營業稅及消費稅(如有)的12%。

企業所得稅

根據全國人大於2007年3月16日頒佈並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》及國務院於2007年12月6日頒佈、於2024年12月6日最新修訂並於2025年1月20日生效的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(下文統稱「**企業所得稅法**」)，在中國境內成立或者依照外國(地區)法律成立但實際管理機構在中國境內的居民企業應當就其來源於中國境內、境外的所得繳納企業所得稅，企業所得稅稅率為25%。

附錄四

稅項及外匯

增值稅

根據中國財政部和國家稅務總局於2018年4月4日聯合頒佈並於2018年5月1日生效的《財政部、國家稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》(財稅[2018]32號)，增值稅稅率、扣除率、出口退稅率調整如下：

- (1) 納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用17%和11%稅率的，稅率分別調整為16%、10%；
- (2) 納稅人購進農產品，原適用11%扣除率的，扣除率調整為10%；
- (3) 納稅人購進用於生產銷售或委託加工16%稅率貨物的農產品，按照12%的扣除率計算進項稅額；
- (4) 原適用17%稅率且出口退稅率為17%的出口貨物，出口退稅率調整至16%。原適用11%稅率且出口退稅率為11%的出口貨物、跨境應稅行為，出口退稅率調整至10%；
- (5) 外貿企業2018年7月31日前出口或銷售的第(4)條所涉貨物或者跨境應稅行為，購進時已按調整前稅率徵收增值稅的，執行調整前的出口退稅率；購進時已按調整後稅率徵收增值稅的，執行調整後的出口退稅率。生產企業2018年7月31日前出口或銷售的第(4)條所涉貨物或者跨境應稅行為，執行調整前的出口退稅率。調整出口貨物退稅率的執行時間及出口貨物的時間，以出口貨物報關單上註明的出口日期為準，調整跨境應稅行為退稅率的執行時間及銷售跨境應稅行為的時間，以出口發票的開具日期為準。

根據中國財政部、國家稅務總局及中國海關總署於2019年3月20日頒佈並於2019年4月1日生效的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》(財政部、稅務總局、海關總署公告2019年第39號)，納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用16%稅率的，稅率調整為13%；原適用10%稅率的，稅率調整為9%。

全國人大常委會於2024年12月25日頒佈《中華人民共和國增值稅法》，將於2026年1月1日生效。根據《中華人民共和國增值稅法》，從事貨物銷售、加工修理修配服務、有形動產租賃服務或進口貨物的一般增值稅納稅人，增值稅稅率調整為13%，從事(其中包括)銷售交通運

附錄四

稅項及外匯

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《中華人民共和國增值稅法》訂明的若干貨物的一般增值稅納稅人，增值稅稅率調整為9%。

所得稅

根據個人所得稅法，轉讓中國居民企業股本權益的收益須繳納20%的個人所得稅。根據國家稅務總局於1998年3月20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》，自1997年1月1日起，個人轉讓上市公司股份所得繼續暫免徵收個人所得稅。在最新修訂的中國個人所得稅法中，國家稅務總局沒有明確表示是否將繼續對個人轉讓上市公司股份所得暫免徵收個人所得稅。

於2009年12月31日，中國財政部、國家稅務總局及中國證監會聯合發佈《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》(於2009年12月31日生效)，規定對個人在上海證券交易所、深圳證券交易所轉讓從上市公司公開發售及轉讓市場取得的上市股份所得將繼續免徵個人所得稅，但上述部門於2010年11月10日聯合頒佈並實施的《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補充通知》中所界定的相關限售股份除外。截至最後實際可行日期，上述條文未明確規定是否就非中國居民個人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。

根據企業所得稅法，倘非中國居民企業在中國境內並無機構或場所，或在中國境內有機構或場所，但其來自中國境內的收入與上述機構或場所無實際聯繫，則非中國居民企業一般須就來自中國境內的收入(包括來自出售中國居民企業股權所得的收益)繳納10%的企業所得稅。對非居民企業應繳納的前述所得稅，實行源泉扣繳，以支付人為扣繳義務人，稅款由扣繳義務人從應支付予非中國居民企業的款項中扣繳。該稅項可根據有關避免雙重徵稅的稅收條約或協議減免。

印花稅

根據全國人大常委會於2021年6月10日頒佈並於2022年7月1日生效的《中華人民共和國印花稅法》，在中國境內書立應稅憑證、進行證券交易的單位和個人，以及在中國境外書立在境內使用的應稅憑證的單位和個人應當繳納印花稅。因此，對中國上市公司股份轉讓徵收的印花稅規定不適用於非中國投資者在中國境外收購及出售H股。

附錄四

稅項及外匯

遺產稅

截至本文件日期，根據中國法律，中國並無徵收遺產稅。

滬港通稅收政策及深港通稅收政策

中國財政部、國家稅務總局及中國證監會於2014年10月31日及2016年11月5日聯合發佈《關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》及《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》，據此，對內地企業投資者通過滬港通機制或深港通機制投資香港聯交所上市股票取得的轉讓差價及股息紅利所得，計入其收入總額，依法徵收企業所得稅。其中，內地居民企業連續持有H股滿12個月取得的股息紅利所得，依法免徵企業所得稅。H股公司對內地企業投資者不代扣股息紅利所得稅款，應納稅款由企業自行申報繳納。

對內地個人投資者通過滬港通機制及深港通機制投資香港聯交所上市H股取得的股息紅利，H股公司應向中國結算提出申請，由中國結算向H股公司提供內地個人投資者名冊，H股公司按照20%的稅率代扣個人所得稅。個人投資者在國外已繳納的預提稅，可持有效扣稅憑證到中國結算的主管稅務機關申請稅收抵免。對內地證券投資基金通過滬港通機制或深港通機制投資香港聯交所上市股票取得的股息紅利所得，按照上述規定計徵個人所得稅。

本公司在中國的主要稅項

請參閱本文件「監管概覽」一節。

外匯

人民幣是中國的法定貨幣，目前仍受外匯管制，不得自由兌換為外幣。經中國人民銀行授權，國家外匯管理局有權行使管理與外匯相關的所有事宜的職能，包括實施外匯管制規定。

於1996年4月1日實施及於2008年8月5日最新修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》（「外匯管理條例」）將所有國際支付及轉賬劃分為經常項目及資本項目。大部分經常項目毋須經

附錄四

稅項及外匯

外匯管理機關批准，而資本項目須經外匯管理機關批准，根據外匯管理條例的最新修訂，國家對經常性國際支付和轉移不予限制。

於1996年7月1日實施的《結匯、售匯及付匯管理規定》刪除經常賬項目項下外匯兌換的所有其他限制，但對資本項目項下外匯交易保留現行限制。

根據中國人民銀行於2005年7月21日頒佈及實施的《關於完善人民幣匯率形成機制改革的公告》，中國自2005年7月21日起開始實行以市場供求為基礎、參考一籃子貨幣進行調節、有管理的浮動匯率制度。因此，人民幣匯率不再盯住單一美元。中國人民銀行於每個工作日閉市後公佈當日銀行間外匯市場美元等交易貨幣對人民幣匯率的收盤價，作為下一個工作日該貨幣對人民幣交易的中間價格。

根據中國相關法律，中國企業（包括外商投資企業）需要外匯進行經常項目交易時，可毋須經國家外匯管理局批准，通過指定外匯銀行的外匯賬戶進行支付，但須提供有效的交易收據與憑證。需要外匯向股東分配利潤的外商投資企業及根據有關規定需要以外匯向股東支付股息的中国企業（如本公司），可根據其董事會或股東大會關於利潤分配的決議，從指定外匯銀行的外匯賬戶進行支付或在指定外匯銀行兌換與支付。

根據國務院於2014年10月23日發佈的《國務院關於取消和調整一批行政審批項目等事項的決定》，取消了國家外匯管理局及其分支機構對境外上市境外募集資金外匯調回結匯審批。

根據國家外匯管理局於2014年12月26日發佈並實施的《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個工作日內向其註冊成立地點的國家外匯管理局地方分支機構辦理境外上市登記；境內公司的境外上市所得款項可調回境內賬戶或存放境外賬戶，但所得款項用途應與招股章程及其他披露文件所列相關內容一致。境內公司（銀行類金融機構除外）應當憑境外上市憑證，針對其首發（或增發）、回購業務，在境內銀行開立專用外匯賬戶，辦理相關業務的資金匯兌與劃轉。

附錄四

稅項及外匯

根據國家外匯管理局頒佈、於2015年6月1日生效及於2019年12月30日部分撤銷的《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》，境內直接投資項下外匯登記核准和境外直接投資項下外匯登記核准由銀行直接審核辦理。國家外匯管理局及其地方分支機構通過銀行對直接投資外匯登記實施間接監管。

於2013年5月13日起施行、於2018年10月10日修訂及於2019年12月30日部分撤銷的《外國投資者境內直接投資外匯管理規定》(「國家外匯管理局21號文」)規定，境內直接投資的外匯登記確認及境外直接投資的外匯登記確認由銀行直接檢查及辦理。國家外匯管理局及其分支機構通過銀行對直接投資外匯登記實施間接監管。

根據國家外匯管理局於2016年6月9日頒佈並實施的《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》，相關政策已經明確實行意願結匯的資本項目外匯收入(包括境外上市調回資金)可根據境內機構的實際經營需要在銀行辦理結匯。境內機構資本項目外匯收入結匯比例暫定為100%，國家外匯管理局可根據國際收支形勢適時對上述比例進行調整。

根據於2019年10月23日頒佈的《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》，允許從事非投資業務的外商投資企業在不違反當時所施行《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》且境內投資項目屬真實及合規的前提下，依法以人民幣結算外匯資本金及以人民幣資金進行境內股權投資。

附錄五

主要法律及監管規定概要

本附錄載有中國公司及證券法律法規、中國公司法與公司（清盤及雜項條文）條例及公司條例之間的若干重大差異的概要。本概要的主要目的是向潛在[編纂]提供適用於本公司的主要法律法規的概覽。本概要無意載列對潛在[編纂]而言可能重要的所有資料。有關具體規管本公司業務的法律法規的討論，請參閱本文件「監管概覽」一節。

中國法律體系

中國法律體系以《中華人民共和國憲法》為基礎，由法律、行政法規、地方性法規、單行條例、自治條例、部門規章、地方政府規章、中國政府簽訂的國際條約及其他規範性文件組成。法院判決及裁決沒有先例約束力，但具有司法參照及指導作用。

根據憲法及《中華人民共和國立法法》，全國人大及全國人大常委會經授權行使國家立法權。全國人大有權制定及修改規管民事及刑事事務、國家機構及其他事務的基本法律。全國人大常委會經授權制定及修改應由全國人大制定的基本法律以外的法律，以及在全國人大閉會期間對全國人大制定的法律進行部分補充及修改，但有關補充及修改不得與有關法律的基本原則相抵觸。

國務院是中國的最高行政機關，有權根據憲法及法律制定行政法規。

省、自治區、直轄市的人民代表大會及其常務委員會可根據各自行政區域的具體情況及實際需要制定地方性法規，但有關地方性法規不得抵觸憲法、法律或行政法規的任何規定。

國務院各部、委員會、中國人民銀行、國家審計署及其他具有行政管理職能的國務院直屬機構，可以根據法律及國務院的行政法規、決定、命令，在其權限範圍內，制定規章。

設區市的人民代表大會及其常務委員會可在城鄉建設與管理、環境保護以及歷史文化保護等方面根據本市的具體情況及實際需要制定地方性法規，報省、自治區的人民代表大會常務委員會批准後實施，但有關地方性法規須符合憲法、法律、行政法規及本省或自治區的相關地方性法規的規定。民族自治地方的人民代表大會可依照當地民族的政治、經濟及文化的特點，制定自治條例及單行條例。

附錄五

主要法律及監管規定概要

省、自治區、直屬中央政府管理的直轄市及設區的市、自治州的人民政府，可以根據法律、行政法規及本省、自治區、直轄市的地方性法規，制定規章。

憲法具有最高的法律效力，一切法律、行政法規、地方性法規、自治條例或單行條例均不得同憲法相抵觸。法律的效力高於行政法規、地方性法規和規章。行政法規的效力高於地方性法規和規章。地方性法規的效力高於本級及下級地方政府的規章。省、自治區的人民政府制定的規章的效力高於該省、自治區的行政區域內設區的市、自治州的人民政府制定的規章。

全國人大有權改變或者撤銷任何由常務委員會制定的不適當的法律，有權撤銷任何由常務委員會批准的違背憲法或立法法規定的自治條例或單行條例。全國人大常委會有權撤銷任何與憲法及法律相抵觸的行政法規，有權撤銷任何與憲法、法律或行政法規相抵觸的地方性法規，有權撤銷有關省、自治區、直屬中央政府管理的直轄市的人民代表大會常務委員會批准的違背憲法及立法法規定的自治條例或地方性法規。國務院有權改變或者撤銷任何不適當的部門規章及地方政府規章。省、自治區或直屬中央政府管理的直轄市的人民代表大會有權改變或者撤銷任何由各自常務委員會制定的或批准的不適當的地方性法規。省、自治區的人民政府有權改變或者撤銷任何下級人民政府制定的不適當的規章。

根據憲法及立法法，法律解釋權屬於全國人大常委會。根據1981年6月10日通過的《全國人民代表大會常務委員會關於加強法律解釋工作的決議》，中華人民共和國最高人民法院（「**最高人民法院**」）有權對法院審判工作中具體應用法律、法令的問題制定司法解釋。國務院及其各部、委亦有權解釋其頒佈的行政法規及部門規章。在地方層面，對地方性法律法規及行政規章的解釋權歸頒佈有關法律法規及規章的地方立法及行政機構。

附錄五

主要法律及監管規定概要

中國司法體制

根據憲法及《中華人民共和國人民法院組織法（2018年修訂）》，中國司法體制由最高人民法院、地方各級人民法院及專門人民法院組成。

地方各級人民法院由基層人民法院、中級人民法院及高級人民法院組成。高級人民法院對基層人民法院及中級人民法院進行監督。人民檢察院亦有權對同級及下級人民法院的民事訴訟行使法律監督權。最高人民法院是中國的最高司法機關，監督各級人民法院及專門人民法院的審判工作。

人民法院採用兩審終審制度。當事人可以就地方人民法院的一審判決或裁定向上一級人民法院上訴。上一級法院作出的二審判決或裁定為最終判決或裁定。最高人民法院的一審判決或裁定亦為最終判決或裁定。但是，倘最高人民法院或上一級人民法院發現下級人民法院已經發生法律效力的判決或裁定有誤，或人民法院審判長發現本院已經發生法律效力的判決有誤，可以根據審判監督程序重新進行審理。

於1991年頒佈並於2007年、2012年、2017年及2023年修訂的《中華人民共和國民事訴訟法（2023年修訂）》規定提起民事訴訟、人民法院司法管轄權、進行民事訴訟需要遵守的程序及民事判決或裁定執行程序的各項標準。中國境內的民事訴訟各方當事人必須遵守民事訴訟法。一般而言，民事案件首先由被告所在省市的地方法院審理。合約各方亦可以通過合意選擇提起民事訴訟的法院，但是該法院地應為原告或被告的居住地、合約簽署或履行地或標的物所在地，並不得違反民事訴訟法中有關級別管轄及專屬管轄的規定。

外國公民或企業一般與中國公民或法人具有同樣的訴訟權利及義務。倘外國司法制度限制中國公民及企業的訴訟權利，則中國法院可以對該國在中國的公民及企業應用對等的限制。倘民事訴訟一方當事人拒絕在中國遵守人民法院作出的判決或裁定或仲裁庭作出的裁決，則另一方當事人可以向人民法院申請執行該判決、裁定或裁決。申請執行的期限為兩年。倘一方當事人未能在規定的時間內執行法院判決，則法院將可以經任何一方當事人提出申請後，依法執行該判決。

附錄五

主要法律及監管規定概要

當事人請求執行人民法院對不在中國境內或者財產不在中國境內的當事人作出的判決、裁定，可以向有管轄權的外國法院申請承認和執行判決及裁定。如果中國與外國締結或加入了規定承認和執行有關外國判決或裁定的國際條約，或者如果該判決或裁定符合法院根據互惠原則進行的審查，則人民法院也可以根據中國的執程序承認和執行外國判決或裁定，但人民法院認為承認或執行該判決或裁定會違反中國的基本法律原則、主權或安全或違反社會公共利益，則作別論。

公司法及管理辦法

在中國註冊成立並尋求在香港聯交所[編纂]的股份有限公司主要須遵守下列三部中國法律法規：

- 中國公司法，該法於1993年12月29日經全國人大常委會頒佈，於1994年7月1日生效，並分別於1999年12月25日、2004年8月28日、2005年10月27日、2013年12月28日、2018年10月26日及2023年12月29日修訂，最新修訂本已於2024年7月1日施行；
- 境外上市試行辦法（該辦法於2023年2月17日經中國證監會頒佈，於2023年3月31日生效）及中國證監會不時發佈的配套指引；
- 《上市公司章程指引》（「章程指引」），該法於2025年3月28日由中國證監會最新修訂並生效。

適用於本公司的公司法及試行辦法的主要規定概述如下。

一般事項

股份有限公司指依公司法設立的企業法人，其註冊資本分為等額面值股份。其股東的責任以其持有的股份數量為限，公司以其全部財產對公司的債務承擔責任。

股份有限公司從事業務活動，必須遵守法律及行政法規。公司可投資其他有限責任公司及股份有限公司，且其對所投資公司的責任以其投資金額為限。法律規定股份有限公司不得成為對所投資公司債務承擔連帶責任的出資人，從其規定。

附錄五

主要法律及監管規定概要

註冊成立

股份有限公司可採取發起設立或者募集設立的方式註冊設立。

註冊成立股份有限公司應要有一人以上200人以下為發起人，且須有至少半數發起人在中國境內有住所。發起人應當在公司成立前按照其認購的股份全額繳納股款。

發起人須在已發行股份足額繳納後30日內召開成立大會，並須於該大會前15日將成立大會日期通知各認購人或予以公告。成立大會只有在代表公司股份總數過半數的發起人、認購人出席時才能舉行。在成立大會上，將審議包括採納公司章程及選舉公司董事會成員及監事會成員等事宜。成立大會上所作任何決議均須經出席成立大會的認購人所持表決權的過半數通過。

在成立大會結束後30日內，董事會須授權代表向登記機關申請辦理股份有限公司成立的註冊登記。有關登記機關簽發營業執照後，公司即告正式成立，並具有法人資格。

股本

公司的發起人可以現金或可以貨幣計值及根據法律可予轉讓的實物，例如知識產權或土地使用權等方式按其估值作價出資。

如以現金以外的方式出資，則必須對注入的財產進行估值及核實並折合為股份。

公司應發行記名股份。

根據試行辦法，境內企業境外發行上市，可以外幣或人民幣方式募集資金及進行股息分派。

股東轉讓其股份，須在依法成立的證券交易所進行或按照國務院規定的其他方式進行。股東轉讓股份時必須以背書方式或法律或行政法規規定的其他方式轉讓。

公司於[編纂]股份前已發行的股份，自公司股份在證券交易所[編纂]之日起一年內不可轉讓。法律、行政法規或者國務院證券監督管理機構對上市公司的股東、實際控制人轉讓其所持有的公司股份另有規定，從其規定。公司的董事、監事及高級管理人員於任職期間每年轉讓的股份不得超過彼等各自所持公司股份的25%，且自公司[編纂]起一年內不得轉讓其各自所持有的任何公司股份。公司法不限制單一股東於公司的持股比例。

附錄五

主要法律及監管規定概要

在股東大會日期前20日內或為分派股息設定的記錄日前5日內，不得在股東名冊登記任何股份轉讓。

配發及發行股份

股份有限公司所有股份發行均依據公平及公正原則進行。同一類別的股份應享有同等權利。同次發行的同類別股份，發行條件及價格應相同。公司可以按面值或溢價發行股份，但股份發行價格不得低於面值。

公司可以按照公司章程的規定發行與普通股權利不同的類別股。

境內企業境外發行股份的，應當在提交境外發行上市申請文件後三個工作日內將發行上市申請文件報中國證監會備案。

記名股份

根據公司法，股東可以用現金出資，也可以用實物、知識產權、土地使用權等可以用貨幣估價並可以依法轉讓的非貨幣財產作價出資。

根據公司法，公司可以按照公司章程的規定發行與普通股權利不同的類別股，記載下列事項：

- 各股東的姓名或者名稱及住所；
- 各股東所持股份種類和數目；
- 發行紙面形式的股份的，各股東所持股份的編號；及
- 各股東取得股份的日期。

增加股本

根據公司法，如股份有限公司發行新股，股東大會應就新股類別及數額、新股發行價格、新股發行的起止日期及向現有股東擬發行新股的類別及數額通過決議。公司向社會公開募集股份，應當經國務院證券監督管理機構註冊，公告招股章程。新股發行款繳足後，應作出公告。

附錄五

主要法律及監管規定概要

削減股本

公司可依據下列公司法規定的程序削減其註冊資本：

- 公司應編製資產負債表及財產清單；
- 削減註冊資本應經股東大會批准；
- 公司應自作出削減註冊資本的決議通過之日起10日內通知債權人資本的減少，並於30日內在報章或者國家企業信用信息公示系統上作出相關公告；
- 債權人自接到通知書之日起30日內，未接到通知書的自公告之日起45日內，有權要求公司清償債務或提供相應擔保；
- 公司應向相關的登記管理局申請減少註冊資本的變更登記。

購回股份

根據公司法，股份有限公司不得購回其本身股份，但為下列目的之一而購回股份則除外：(i)減少公司註冊資本；(ii)與持有公司股份的另一家公司合併；(iii)為實施僱員持股計劃或股權激勵計劃授予股份；(iv)向在股東大會上就與其他公司合併或分立的決議持異議的股東購回公司股份；(v)將股份用於轉換上市公司發行的可轉換公司債券；及(vi)股份回購對上市公司為維護公司價值及股東權益而言屬必需。

因上述第(i)及(ii)項原因收購股份，須經股東大會決議通過。如公司按上述第(iii)、(v)或(vi)項情形進行股份回購，則根據公司章程的規定或股東大會的授權，須由出席大會的三分之二董事作出公司董事會決議。

在根據第(i)項收購股份後，有關股份須自收購之日起10日內註銷，如根據第(ii)或第(iv)項情形進行股份回購，股份須於六個月內轉讓或註銷。按第(iii)、(v)或(vi)項情形進行股份回購後公司合共所持股份不得超過公司已發行股份總數的10%，並應當在三年內轉讓或註銷。

作出股份回購的上市公司應當根據證券法的規定履行信息披露義務。如股份回購根據第(iii)、(v)或(vi)項情形進行，應當公開進行集中交易。

附錄五

主要法律及監管規定概要

股份轉讓

股東持有的股份可依相關的法律法規轉讓。根據公司法，股東轉讓其股份，應在依法設立的證券交易所進行或者按照國務院規定的其他方式進行。股東大會召開前20日內或者公司決定分派股息的基準日前5日內，不得進行因記名股份轉讓而導致的股東名冊變更登記。然而，如法律對上市公司股東名冊變更登記另有規定者，從其規定。

根據公司法，公開發行股份前已發行的股份，自股份有限公司在證券交易所上市之日起一年內不得轉讓。法律、行政法規或者國務院證券監督管理機構對上市公司的股東、實際控制人轉讓其所持有的股份另有規定，從其規定。董事、監事、高級管理人員應向公司申報所持有的公司股權及其變動情況。彼等在任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有公司股份總數的25%。彼等自公司股份在證券交易所上市及開始買賣之日起一年內不得轉讓所持公司股份，且在向公司請辭後六個月內不得轉讓所持公司股份。

股東

根據公司法，股份有限公司的普通股股東的權利包括：

- 有權出席或者委派代理人出席股東大會，並於會上行使表決權；
- 有權依照法律、行政法規及公司章程的規定轉讓股份；
- 有權查閱、複製公司的公司章程、股東名冊、股東大會會議記錄、董事會會議決議、監事會會議決議及財務會計報告，對公司的經營提出建議或者質詢；
- 倘股東大會及董事會通過的決議違反公司章程，有權請求人民法院撤銷該等決議；
- 有權依照其所持有的股份份額領取股息及其他形式的利益分配；
- 公司終止或者清算時，有權按其所持有的股份份額參與公司剩餘財產的分配；及

附錄五

主要法律及監管規定概要

- 法律、行政法規、其他規範性文件及公司的公司章程所賦予的其他權利。

股東的義務包括遵守本公司的公司章程，以其所認購的股份和出資方式繳納股款，以其所認購的股份數額為限承擔公司的債務及責任，以及公司的公司章程規定的任何其他股東義務。

股東大會

股東大會是公司的權力機構，根據公司法行使職權。

根據公司法，股東大會行使以下主要權力：

- 選舉或罷免董事和監事，決定有關董事和監事的報酬事項；
- 審議批准董事會的報告；
- 審議批准監事會的報告；
- 審議批准公司的利潤分配方案及彌補虧損方案；
- 對公司增加或者減少註冊資本作出決議；
- 對公司發行債券作出決議；
- 對公司合併、分立、解散、清算及其他事宜作出決議；
- 修改公司的公司章程；及
- 公司章程規定的其他職權。

股東週年大會須每年召開一次。根據公司法，當發生下列任何一項情形，公司應在情況發生後兩個月內召開臨時股東大會：

- 董事人數不足法律規定人數或不足公司章程所規定人數的三分之二；
- 公司未彌補的總虧損達公司實繳股本總額的三分之一；

附錄五

主要法律及監管規定概要

- 單獨或合計持有公司股份10%或以上的股東要求召開臨時股東大會；
- 董事會認為必要時；
- 監事會要求召開時；或
- 公司章程規定的其他情形。

根據公司法，股東大會應由董事會召開，董事長主持；倘董事長不能履行職務或者不履行職務，由副董事長主持大會；倘副董事長不能履行職務或者不履行職務，由半數以上董事共同推舉一名董事主持大會。

倘董事會不能履行或者不履行召開股東大會的職責，監事會應及時召集及主持股東大會；倘監事會不召集及主持有關大會，連續90日以上單獨或者合計持有公司10%以上股份的股東可以自行召集及主持股東大會。

根據公司法，股東大會的通告應列明大會會議召開的時間、地點及審議的事項並於大會召開20日前派發予各股東。臨時股東大會的通告應於大會召開15日前派發予各股東。

公司法對股東大會構成法定人數的股東人數並無具體規定。根據公司法，股東出席股東大會，所持每一股份有一票表決權，類別股股東除外。公司持有的股份沒有表決權。

於股東大會選舉董事、監事，可以依照公司章程的規定或者股東大會的決議，實行累積投票制。根據累積投票制，股東大會選舉董事或者監事時，每一股份擁有與膺選董事或者監事人數相同的表決權，股東擁有的表決權可以集中使用。

根據公司法，股東大會作出的決議必須經出席大會的股東所持表決權過半數通過。但是，股東大會就以下事項作出決議，必須經出席會議的股東所持表決權的三分之二以上通過：(i)修改公司章程；(ii)增加或者減少註冊資本；(iii)公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式；及(iv)股東大會以普通決議通過且認為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。

附錄五

主要法律及監管規定概要

根據公司法，於股東大會應當將所議事項的決定作成會議記錄，大會主席及出席大會的董事應在會議記錄上簽名。會議記錄應當與股東出席名冊及代表委任表格一併保存。

董事會

根據公司法，股份有限公司須設立董事會。倘董事會成員為三人以上，其成員中可以有公司職工代表。職工人數三百人以上的公司，除依法設監事會並有公司職工代表的外，其董事會成員中應當有公司職工代表。董事會中的職工代表由公司職工通過職工代表大會、職工大會或者其他形式民主選舉產生。董事任期由公司章程規定，但每屆任期不得超過三年。董事可膺選連任。董事任期屆滿未及時改選，或董事在任期內辭職而導致董事會成員低於法定人數，在正式改選出的公司董事就任前，原董事仍應依照法律、行政法規及公司章程規定履行董事職務。董事辭任的，應當以書面形式通知公司，公司收到通知之日辭任生效，但存在前述情形的，董事應當繼續履行職務。

根據公司法，董事會主要行使以下職權：

- 召開股東大會並向股東大會報告工作；
- 執行股東大會通過的決議；
- 決定公司的經營計劃及投資方案；
- 制訂公司的年度財務預算方案、決算方案；
- 制訂公司的利潤分配方案及彌補虧損方案；
- 制訂增減公司註冊資本及發行公司債券的方案；
- 擬訂公司合併、分立、解散及變更公司形式的方案；
- 制訂公司的基本管理制度；及
- 行使公司章程規定的或者股東大會授權的任何其他職權。

附錄五

主要法律及監管規定概要

董事會會議

根據公司法，股份有限公司董事會每年至少召開兩次會議。董事會應於會議召開10日前向全體董事及監事發出會議通告。代表10%以上投票權的股東、三分之一以上董事或監事會，可提議召開董事會臨時會議。董事長應自接到提議後10日內，召開及主持董事會會議。董事會會議由一半或以上的董事出席方可舉行。董事會的決議須經全體董事的過半數通過。董事會決議的表決，實行一人一票。董事應親身出席董事會會議。如董事因故不能出席董事會會議，可以書面授權另一董事代為出席董事會，授權書內應載明授權範圍。

倘董事會決議違反法律、行政法規或公司章程，並致使公司蒙受嚴重損失，則參與該決議的董事須對公司承擔賠償責任。但如經證明董事在投票表決是否通過決議時曾表明異議，且異議有記載於會議記錄，該董事可免除該責任。

董事長

根據公司法，董事會設董事長一名，並可設副董事長。董事長及副董事長由全體董事過半數選舉產生。董事長須召集及主持董事會會議，檢查董事會決議的實施情況。副董事長須協助董事長工作。如董事長不能履行職務或不履行職務，應由副董事長代其履行職務。如副董事長不能履行職務或不履行職務，應由過半數董事共同推舉一名董事履行其職務。

董事的資格

中國公司法規定，下列人員不得出任董事：

- 無民事行為能力或者限制民事行為能力的人；
- 因犯有賄賂、貪污、侵佔財產、挪用財產罪或者破壞社會市場經濟秩序罪，被判處刑罰，執行期滿未逾五年，或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾五年，被宣告緩刑的，自緩刑考驗期滿之日起未逾二年的人；

附錄五

主要法律及監管規定概要

- 曾擔任破產清算的公司、企業的董事或者廠長、經理，對該公司、企業的破產負有個人責任，自該公司、企業破產清算完結之日起未逾三年的人；
- 曾擔任因違法被吊銷營業執照、依法被責令關閉的公司或企業的法定代表人，並負有個人責任，自該企業被吊銷營業執照、責令關閉之日起未逾三年的人；或
- 負有數額較大的債務到期未清償被人民法院列為失信被執行人的的人。

監事會

股份有限公司設監事會，其成員不得少於三人。監事會應由股東代表及適當比例的公司職工代表組成，具體比例由公司章程規定，其中職工代表的比例不得低於監事的三分之一。監事會中的公司職工代表由職工通過職工代表大會、職工大會或者其他形式民主選舉產生。

董事及高級管理人員不得兼任監事。

監事會設主席一人，可以設副主席。監事會主席及副主席由全體監事過半數選舉產生。監事會主席召集及主持監事會會議；如監事會主席不能履行職務或者不履行職務，由監事會副主席召集及主持監事會會議；如監事會副主席不能履行職務或者不履行職務，由過半數監事共同推舉一名監事召集及主持監事會會議。

監事的任期每屆為三年，連選可以連任。監事任期屆滿未及時改選，或者監事在任期內請辭導致監事會成員低於法定人數，在正式改選出的監事就任前，原監事應當依照法律、行政法規及公司章程的規定，履行監事職務。

公司監事會每六個月至少召開一次會議。根據公司法，監事會決議案應當由全體監事過半數通過。

附錄五

主要法律及監管規定概要

監事會行使以下職權：

- 審查公司財務狀況；
- 對董事及高級管理人員履行職務的行為進行監督，對違反法律、法規、公司章程或股東大會決議的董事及高級管理人員提出解任的建議；
- 要求董事及高級管理人員糾正損害公司利益的有關行為；
- 提議召開臨時股東大會，以及在董事會未履行本法規定的召開及主持股東大會職責時召開及主持股東大會；
- 向股東大會提出決議提案；
- 對董事及高級管理人員提起訴訟；
- 公司章程規定的其他職權；及
- 監事可以列席董事會會議，並對董事會決議事項提出質詢或建議。監事會發現公司經營情況異常，可以進行調查；在必要時可以聘請會計師事務所協助其工作，費用由公司承擔。

股份有限公司可以按照公司章程的規定在董事會中設置由董事組成的審計委員會，行使本法規定的監事會的職權，不設監事會或者監事。審計委員會成員為三名以上，過半數成員不得在公司擔任除董事以外的任何職務，且不得與公司存在任何可能影響其獨立客觀判斷的關係。公司董事會成員中的職工代表可以成為審計委員會成員。審計委員會作出決議，應當經審計委員會成員的過半數通過。審計委員會決議的表決，應當一人一票。審計委員會的議事方式和表決程序，除本法有規定的外，由公司章程規定。

經理及高級管理人員

根據公司法，公司須設經理一名，由董事會聘任或解聘。

經理對董事會負責，根據公司章程的規定或者董事會的授權行使職權。經理應出席董事會會議。

附錄五

主要法律及監管規定概要

根據中國公司法，高級管理人員指公司的經理、副經理、財務負責人、董事會秘書（如屬上市公司）以及公司章程規定的其他人員。

董事、監事及高級管理人員的職責

根據中國公司法，公司董事、監事及高級管理人員須遵守相關的法律、法規及公司章程，對公司負有忠誠及勤勉義務。董事、監事及高級管理人員不得利用職權收受賄賂或其他非法收入，不得侵佔公司的財產。董事及高級管理人員不得：

- 侵佔公司財產、挪用公司資金；
- 將公司資金存入其個人賬戶或者以其他個人名義開立的賬戶；
- 利用職權收受賄賂或者其他非法收入；
- 將第三方與公司交易的佣金歸為己有；
- 未經授權洩露公司商業秘密；或
- 違反對公司忠誠義務的其他行為。

董事、監事或高級管理人員履行職務時違反任何法律、法規或公司的公司章程對公司造成任何損失，應對公司負個人責任。

股東大會要求董事、監事、高級管理人員列席會議的，董事、監事、高級管理人員應當列席並接受股東的質詢。董事、高級管理人員應當如實向監事會提供有關情況和資料，不得妨礙監事會或者監事行使職權。

財務與會計

根據中國公司法，公司應依照法律、行政法規及國務院財政部門的規定，建立財務及會計制度。公司應在每個財政年度結束時編製財務會計報告，並須依法經會計師事務所審計。公司財務會計報告應依照法律、行政法規及國務院財政部門的規定編製。

附錄五

主要法律及監管規定概要

根據中國公司法，公司應按照公司章程規定的期限將財務會計報告送交全體股東，公司財務會計報告應最少在召開股東週年大會前20日置備於公司供股東查閱。公司亦必須刊發公司的財務會計報告。

公司分配年度稅後利潤時，應提取稅後利潤的10%撥入公司的法定公積金，但累計金額達公司註冊資本50%時，可不再提取。

公司的法定公積金若不足以彌補上年度虧損，在依照前述規定提取法定公積金之前，應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，經股東大會決議，可以從稅後利潤中提取任意公積金。

彌補虧損及提取公積金後所餘稅後利潤應根據股東持有的股份數目按比例分配，但公司章程另有規定者除外。

公司持有的股份不得分配任何利潤。

以超過面值價格發行股份所得的溢價款以及國務院財政部門規定列入資本公積金的其他收入，應列為公司資本公積金。

公司的公積金用作彌補公司的虧損、擴大公司經營或者轉為增加公司註冊資本。公積金彌補公司虧損，應當先使用任意公積金和法定公積金；虧損仍不能彌補的，可以按照規定使用資本公積金。法定公積金轉為增加公司註冊資本時，所留存的該項公積金不得少於轉換前公司註冊資本的25%。

公司除法定會計賬簿外，不得另立會計賬簿。公司資產不得以任何個人名義開立賬戶存儲。

會計師事務所的聘用及解聘

根據中國公司法，公司聘用、解聘承辦公司審計業務的會計師事務所，應依照公司章程的規定，由股東大會、董事會或監事會決定。股東大會、董事會或監事會就解聘會計師事務所進行表決時，應允許會計師事務所陳述意見。公司應向聘用的會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計資料，不得拒絕、隱匿和謊報。

附錄五

主要法律及監管規定概要

章程指引規定，公司保證向聘用的會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計資料，不得拒絕、隱匿、謊報。會計師事務所的審計費用由股東大會決定。

利潤分配

根據中國公司法，公司不得在彌補虧損及計提法定公積金之前分配利潤。

公司章程的修訂

公司的公司章程任何修訂必須依照公司的公司章程規定的程序進行。如涉及公司登記事項，則須到登記機關辦理變更登記。

解散與清算

根據中國公司法，公司因以下原因應予解散：(i)公司章程所規定的經營期限屆滿或公司章程規定的其他解散事由出現；(ii)股東大會決議解散公司；(iii)因合併或分立需要解散；(iv)被吊銷營業執照，公司被責令關閉或被解散；或(v)公司經營管理發生不能以其他方法解決的嚴重困難，公司繼續存續會使股東利益受到重大損失，持有公司全部股東表決權10%以上的股東請求人民法院解散公司。

公司若有上述第(i)、(ii)項情形，且尚未向股東分配資產的，可以通過修改公司章程或經股東大會決議而存續。依照前述規定修改公司章程或經股東大會決議須經出席股東大會的股東所持表決權三分之二以上通過。

公司若在上述第(i)、(ii)、(iv)或(v)項所述情況下解散，應在解散事件出現之日起15日內成立清算組開始清算程序。

清算委員會由董事組成，但是公司章程另有規定或者股東大會決議另選他人的除外。清算義務人未及時履行清算義務，給公司或者債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。未能於限

附錄五

主要法律及監管規定概要

期內成立清算委員會或者成立清算委員會後不清算的，利害關係人可以申請人民法院指定有關人員組成清算委員會進行清算。人民法院應當受理該申請，並及時組織清算委員會進行清算。

清算組在清算期間行使以下職權：

- 處理公司資產，編製資產負債表及資產清單；
- 以通告或公告方式通知債權人；
- 處理與清算有關的公司未了結業務；
- 清繳所欠稅款以及清算過程中產生的稅款；
- 清理債權和清償債務；
- 分配清償債務後公司的剩餘資產；及
- 代表公司參與民事訴訟。

清算組應自其成立之日起10日內通知公司的債權人，並於60日內在報章或者國家企業信用信息公示系統上刊發公告。債權人應自接到通知書之日起30日內，或未接到通知書的則自公告之日起45日內，向清算組申報其債權。債權人須說明與其申報的債權相關的所有事項，並提供證明。清算組應對債權進行登記。在申報債權期間，清算組不得對債權人進行任何債務清償。

清算組在清理公司財產、編製資產負債表及資產清單後，應制訂清算方案，並提交股東大會或者人民法院確認。

公司在支付清算費用、工資、社會保險費用及法定補償金，清繳所欠稅款，清償公司債務後的剩餘資產，應按照股東持有股份的比例分配予股東。在清算期間，公司繼續存續，但僅可參與與清算相關的經營活動。公司的財產在未按前述規定清償前，不得分配給股東。

清算組在清算公司財產、編製資產負債表及資產清單後，如發現公司資產不足以清償債務，應依法向人民法院申請宣佈破產清算。

人民法院受理破產申請後，清算委員會應當將清算事務移交給人民法院指定的破產管理人。

附錄五

主要法律及監管規定概要

清算結束後，清算組應將清算報告呈報股東大會或人民法院確認，並報送公司登記機關，申請註銷公司登記。清算委員會成員履行清算職責，負有忠實義務和勤勉義務。

清算委員會成員怠於履行清算職責，給公司造成損失的，應當承擔賠償責任。倘清算組成員因故意或重大過失引致公司及其債權人蒙受任何損失，應負責對公司及其債權人作出賠償。

境外上市

根據試行辦法，境內企業應當在提交境外發行上市申請文件後三個工作日內將發行上市申請文件報中國證監會備案。

遺失股票

倘記名股票遺失、失竊或毀壞，有關股東可以根據民事訴訟法的有關規定向人民法院申請宣告該股票無效。人民法院宣告該股票失效後，股東可以向公司申請補發股票。

暫停及終止[編纂]

中國公司法已刪除有關暫停及終止上市的規定。中國證券法（2019年修訂）亦已刪除有關暫停上市的規定。倘上市證券屬證券交易所規定的退市情形，則證券交易所須按照業務規則終止其上市及交易。

證券交易所作出證券退市決定的，應當及時向國務院證券監督管理機構公告並備案。

合併與分立

公司可通過吸納合併或新設合併實體方式進行合併。倘公司採用吸納合併方式，則被吸納的公司須予解散；倘公司以組成新公司的方式合併，則兩家公司均會解散。

證券法律法規

中國已頒佈多項有關股份發行及交易以及信息披露方面的法規。於1992年10月，國務院成立證券委員會及中國證監會。證券委員會負責協調起草證券法規、制定證券相關政策、規劃證券市場發展，指導、協調及監督中國所有證券相關的機構，並管理中國證監會。中國證監會是證券委員會的監管部門，負責起草證券市場的監管規定、監督證券公司、監管中國公司在國

附錄五

主要法律及監管規定概要

內外公開發售證券、監管證券交易、編製證券相關的統計資料，並進行有關研究及分析。於1998年4月，國務院合併這兩個部門，並對中國證監會進行改革。

《股票發行與交易管理暫行條例》涉及公開發售股本證券的申請和批准程序、股本證券的交易、上市公司的收購、上市股本證券的保管、清算和過戶、有關上市公司的信息披露、調查和處罰及爭議解決。

於1995年12月25日，國務院頒佈並實行《國務院關於股份有限公司境內上市外資股的規定》。該規定主要涉及境內上市外資股的發行、認購、交易和股息宣派及其他分派和境內上市外資股的股份有限公司的信息披露等問題。

中國證券法於1999年7月1日開始實施，並分別於2004年8月28日、2005年10月27日、2013年6月29日、2014年8月31日及2019年12月28日修訂。該法是中國第一部全國性證券法，分為14章226條，規範（其中包括）證券的發行和交易、上市公司收購、證券交易所、證券公司和國務院證券監督管理機構的義務和責任等。中國證券法全面監管中國證券市場的活動。中國證券法第224條規定，境內企業必須遵守國務院的有關規定才能將股份在境外上市。目前，發行和買賣境外發行的股份（包括H股）主要受國務院和中國證監會頒佈的規則和條例監管。

仲裁及仲裁裁決的執行

於1994年8月31日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國仲裁法》，該法於1995年9月1日生效，並於2017年9月1日最新修訂。根據《中華人民共和國仲裁法》，仲裁委員會可以在中國仲裁協會頒佈仲裁規例之前，根據《中華人民共和國仲裁法》及《中華人民共和國民事訴訟法》制定仲裁暫行規則。倘當事人通過協議規定以仲裁作為解決爭議的方法及當事人向人民法院提起法律訴訟，則人民法院將拒絕受理有關案件，除非仲裁協議被認定為無效。

根據《中華人民共和國仲裁法》及《中華人民共和國民事訴訟法》規定，仲裁裁決是終局，對仲裁雙方均具有約束力。倘仲裁一方未能遵守仲裁裁決，則仲裁裁決的另一方可以向人民法院申請執行裁決。倘仲裁的程序或仲裁庭的組成違反法定程序，或倘裁決超出仲裁協議的範圍或超出仲裁委員會的管轄範圍，則人民法院可以拒絕執行仲裁委員會作出的仲裁裁決。

附錄五

主要法律及監管規定概要

尋求執行中國仲裁庭就並非身在或其財產不在中國境內的一方作出的仲裁裁決的當事人，可以向對案件有司法管轄權的外國法院申請執行。同樣地，外國仲裁機構作出的仲裁裁決也可以按照互惠原則或中國簽訂或加入的任何國際條約由中國法院承認及執行。中國根據於1986年12月2日通過的全國人大常委會決議加入於1958年6月10日通過的《承認及執行外國仲裁裁決公約》（「紐約公約」）。紐約公約規定，紐約公約成員國作出的所有仲裁裁決須得到紐約公約所有其他成員國的承認及執行，但是在若干情況下，紐約公約成員國有權拒絕執行，包括執行仲裁裁決與向其提出執行仲裁申請的所在國的公共政策存在衝突等。全國人大常委會在中國加入紐約公約時同時宣佈：(i)中國只會根據互惠原則承認及執行外國仲裁裁決及(ii)中國只會對根據中國法律認定由契約性及非契約性商務法律關係所引起的爭議應用紐約公約。

香港及最高人民法院之間就相互執行仲裁裁決問題達成一項安排。於1999年6月18日，最高人民法院採納《關於內地與香港特別行政區相互執行仲裁裁決的安排》，此項安排於2000年2月1日生效並經《最高人民法院關於內地與香港特別行政區相互執行仲裁裁決的補充安排(2021)》修訂。根據該項安排，中國仲裁機構根據仲裁法作出的裁決可以在香港執行。香港仲裁裁決也可在中國執行。

司法判決及其執行

《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》（「舊安排」）於2008年8月1日生效，並於2024年1月29日失效。同日，最高人民法院及香港政府所簽訂的《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」）取代舊安排。根據舊安排，對於中國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，當事人可根據該項安排向中國人民法院或香港特別行政區法院申請認可和執行。「書面管轄協議」指當事人為解決與

附錄五

主要法律及監管規定概要

特定法律關係有關的已經發生或可能發生的爭議，以書面形式明確約定中國人民法院或香港特別行政區法院具有專屬管轄權的協議。新安排取消了書面管轄協議的規定，建立一個更清晰、更具確定性的機制，以便於香港與中國內地相互認可和執行更廣泛的民商事案件判決。然而，如當事人於2024年1月29日之前簽訂舊安排所界定書面管轄協議，則舊安排仍適用。

香港與中國公司法的重大差異概要

香港公司法例主要載於公司（清盤及雜項條文）條例及公司條例，並以香港適用的普通法及衡平法規則補充。我們作為於中國成立並尋求將股份於香港聯交所[編纂]的股份有限公司，須遵守公司法及所有其他根據公司法頒佈的規則及法規。

下文載列香港公司法例與按公司法註冊成立並存續的股份有限公司適用的公司法的若干重大差異概要。然而，此概要不擬作出全面比較。

公司存續

根據香港公司法例，擁有股本的公司須通過香港公司註冊處處長註冊成立，而香港公司註冊處處長將於公司註冊成立時向公司頒發公司註冊證明書，及該公司將獲得獨立公司存續的地位。公司可註冊成立為公眾或私人公司。根據公司條例，在香港註冊成立的私人公司的公司章程須載有若干優先購買條文，而公眾公司的公司章程毋須載有有關優先購買條文。

根據公司法，股份有限公司可以發起或公開募集形式註冊成立。

股本

香港公司法例並無規定法定股本。香港公司的股本為其已發行股本。股份發行的全部所得款項將撥入股本並成為公司的股本。香港公司的董事經股東事先批准（如有需要）後，可發行公司的新股份。公司法亦無規定法定股本。我們的註冊資本是我們的已發行股本。我們的註冊資本如要增加，須經我們的股東大會批准並向相關中國政府及監管機構備案。

附錄五

主要法律及監管規定概要

根據公司法，股份可以貨幣或非貨幣資產（根據相關法律及行政法規不得用作出資的資產除外）認購。如非貨幣資產用作出資，則須進行評估及核實以確保資產並無高估或低估。香港法例對香港公司並無有關限制。

對持股及股份轉讓的限制

一般而言，以人民幣計值和以人民幣以外貨幣認購的境外上市股份，只可由《合格境內機構投資者境外證券投資管理試行辦法》批准的香港、澳門、台灣或中國境外任何國家及地區的投資者（或合資格境內機構投資者）認購和買賣。倘H股為合資格港股通證券，亦可由中國投資者根據滬港通或深港通規則和限額認購及買賣。

根據公司法，股份有限公司發起人不得在公司成立之日後一年內轉讓所持股份。**[編纂]** 前已發行的股份自股份於證券交易所**[編纂]**起一年內不得轉讓。股份有限公司的董事、監事與管理人員於任期內每年轉讓的股份不得超過彼等所持公司股份總數的25%，所持公司股份自股份**[編纂]**起一年內不得轉讓，於前述人員離職後半年內亦不得轉讓。公司章程可對公司董事、監事與高級職員轉讓所持公司股份作出其他限制規定。如本公司及其控股股東向香港聯交所作出的承諾所說明，除本公司在六個月內增發股份的限制及控股股東出售股份須遵守12個月的禁售期外，香港法例並無持股量與股份轉讓的相關限制。

購買股份的財務資助

公司法並無禁止或限制股份有限公司或其附屬公司提供財務資助購買本身或其控股公司的股份。

董事、高級管理層及監事

公司法有別於香港公司法例，並無有關董事申報重大合同的權益、限制董事在作出主要出售時的權力、限制公司向董事提供若干福利及為董事的責任提供擔保和禁止未經股東批准作出離職補償的任何規定。

附錄五

主要法律及監管規定概要

監事會

根據公司法，股份有限公司的董事和管理人員須受監事會監督。並無強制規定要求在香港註冊成立的公司成立監事會。

少數股東的衍生訴訟

根據香港法例，倘董事違反對公司的受信責任，而同時控制股東大會多數表決權，則少數股東可代表全體股東向該董事提起衍生訴訟，從而有效避免公司以本身名義控告董事違反責任。

公司法賦予股份有限公司股東權利，董事及高級管理層違反對公司的忠實義務時，連續180日以上單獨或合計持有公司1%以上股份的股東，可書面請求監事會向人民法院提起訴訟，而監事會違反對公司的忠實義務時，前述股東可書面請求董事會向人民法院提起訴訟。倘監事會或董事會收到上述股東書面請求後拒絕提起訴訟或自收到請求之日起30日內未有提起訴訟，或者情況緊急，不立即提起訴訟或會使公司遭受難以彌補的損害，則前述股東有權為公司利益以本身名義直接向法院提起訴訟。

保障少數股東權益

根據香港法例，倘在香港註冊成立公司的股東投訴公司以不公平的方式開展事務而對其利益造成損害，則可以向法院請求發出適當命令監管公司事務。此外，在若干情況下，香港財政司司長可指派獲授廣泛法定權力的督察員調查香港註冊成立公司的事務。中國法律並無類似保障措施。

股東大會通告

根據公司法，股東週年大會通告須於大會舉行日期前至少20日寄發。根據國務院於2019年10月17日頒佈的《國務院關於調整適用在境外上市公司召開股東大會通知期限等事項規定的批覆》，於中國境內設立但於中國境外上市的股份有限公司的股東大會通知期限、股東提議權及召開股東大會的程序應受中國公司法規管。

附錄五

主要法律及監管規定概要

至於在香港註冊成立的公司，如屬舉行股東週年大會，通知期不得少於21日，如屬其他情況，有限公司及無限公司的通知期分別不得少於14日及7日。此外，倘會議涉及審議須特別通知的決議案，公司亦須於會議前至少14日向股東發出決議案通知。

股東大會法定人數

根據香港法例，除非公司的公司章程另有規定，否則股東大會的法定人數至少須為兩名股東。至於只有一名股東的公司，法定人數必須為一名股東。公司法並無訂明股東大會法定人數的要求。

投票表決

根據香港法例，普通決議案須由親身或委派代表出席股東大會的股東以簡單多數票表決通過，而特別決議案則須經不少於四分之三親身或委派代表出席股東大會的股東以多數票表決通過。根據公司法，決議案必須經出席股東大會的股東所持表決權過半數投贊成票通過，惟對修改公司的公司章程、增減註冊資本、公司合併、分立、解散或變更公司形式的建議則須經出席股東大會的股東所持表決權的三分之二以上投贊成票通過。

財務披露

根據公司法，股份有限公司的財務報告須在召開股東週年大會20日前置備於公司供股東查閱。另外，公開發售股份的股份有限公司須公告其財務報告。公司條例要求於香港註冊成立的公司，在股東週年大會至少21日前向各股東寄發財務報表、核數師報告和董事報告，該等文件會在公司股東週年大會提交公司。根據中國法律，股份有限公司須按中國公認會計準則編製財務報表。

有關董事與股東的資料

公司法賦予股東查閱公司的公司章程、股東大會會議記錄和財務會計報告的權利。根據公司章程，股東有權查閱並複印（須支付合理費用）有關股東和董事的若干資料，其與香港法例賦予香港公司股東的權利類似。

附錄五

主要法律及監管規定概要

收款代理人

根據公司法及香港法例，股息在宣派後即成為應付股東的債款。根據香港法例，追討債務的訴訟時效為六年，而根據中國法律則為三年。

公司重組

涉及在香港註冊成立的公司的公司重組可以多種方式進行，例如根據公司（清盤及雜項條文）條例第237條，公司於進行自願清盤時轉讓全部或部分業務或財產予另一家公司，或根據公司條例第673條及第13部第2分部，由公司與其債權人或由公司與其股東達成妥協或安排（須經法院批准）。根據中國法律，股份有限公司合併、分立、解散或變更公司形式，須經股東於股東大會批准。

法定扣減

根據公司法，股份有限公司須按若干指定百分比轉撥稅後利潤作為法定公積金。香港法例並無相應規定。

公司的補救措施

根據公司法，倘董事、監事或管理人員履行職務過程中因違反任何法律、行政法規或公司的公司章程而對公司造成損害，則董事、監事或管理人員須就相關損害對公司負責。另外，上市規則規定上市公司的公司章程須載列與香港法例規定類似的公司補救措施（包括廢止相關合同及向董事、監事或高級管理人員追討利潤）。

股息

根據中國法律，公司有權於若干情況下就應付股東的股息或其他分派預扣及向有關稅務機關繳納應付稅款。根據香港法例，追討債務（包括追討已宣派股息）的訴訟時效為六年，而根據中國法律，相關時效為三年。適用訴訟時效到期前，公司不得行使權力沒收任何未領取的股份股息。

受信責任

在香港，有董事受信責任的普通法概念。

附 錄 五

主 要 法 律 及 監 管 規 定 概 要

暫停辦理股東登記

公司條例要求公司股東名冊在一年內全面暫停辦理股份過戶登記的時間不得超過30日（在若干情況下可延長至60日），而根據公司法規定，在股東大會日期前30日內或為分配股息設定的基準日前5日內不得登記股份轉讓。

任何人士如欲詳細了解中國法律或任何司法權區法律，務請徵求獨立法律意見。

附錄六

公司章程概要

本附錄主要為[編纂]提供公司章程的概覽。以下資料僅為概要，並非可能對於[編纂]而言屬重要的詳盡資料。

股份及註冊資本

公司股份的發行，實行公開、公平、公正的原則，同種類的每一股份應當具有同等權利。同次發行的同種類股份，每股的發行條件及價格應當相同；任何單位或者個人所認購的股份，每股應當支付相同價額。

公司發行的境內非上市股份須根據相關法例集中存管於中國證券登記結算有限責任公司。公司所發行境外上市股份的登記及結算安排由境外上市司法權區的法例規管。

公司發行的股份，以人民幣標明面值，每股面值為人民幣一元（人民幣1.0元）。

股份增發、回購及轉讓

股份增減

公司根據經營及發展的需要，依照法律、法規的規定，經股東會作出決議，可以採用下列方式增加註冊資本：

- (1) 向不特定對象發行股份；
- (2) 向指定對象發行股份；
- (3) 向現有股東派送紅股；
- (4) 以公積金轉增股本；
- (5) 法律、行政法規規定以及中國證監會批准的其他方式。

公司可以減少註冊資本。公司減少註冊資本，應當按照《中華人民共和國公司法》以及其他有關規定及公司章程規定的程序辦理。

股份回購

公司在下列情況下，可以依照法律、行政法規、部門規章及公司章程的規定，收購其自身股份：

- (1) 減少公司註冊資本；

附錄六

公司章程概要

- (2) 與持有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、分拆決議持異議，要求公司回購其股份的；
- (5) 將股份用於轉換公司發行的可轉換為股份的公司債券；
- (6) 公司為維護公司價值及股東權益所必需。

公司可通過公開集中交易或法律、行政法規、中國證監會或公司股份[編纂]所在地證券交易所證券監管機構批准的其他方式回購其自身股份。

倘公司根據上文第(3)、(5)或(6)項回購其自身股份，須通過公開集中交易進行。

倘公司根據上文第(1)或(2)項回購其自身股份，則須於股東會上作出決議。倘公司根據上文第(3)、(5)或(6)項回購其自身股份，則須根據公司章程於至少三分之二董事參會的董事會議上作出決議。

倘公司於上文第(1)項所載情況下回購其自身股份，股份須於回購日期起十(10)日內註銷；倘公司於上文第(2)或(4)項所載情況下回購其自身股份，股份須於六(6)個月內轉讓或註銷；倘公司於上文第(3)、(5)或(6)項所載情況下回購其自身股份，公司的回購股份總數不得超過公司已發行股份總數的百分之十(10%)，有關股份須於三(3)年內轉讓或註銷。

轉讓股份

公司股份應當依法轉讓。

公司不得接受其自身股份作為質押權的標的。

公司股份[編纂]前已發行之股份，自公司股份於香港聯交所[編纂][編纂]之日起一(1)年內不得轉讓。公司董事及高級管理人員應向公司申報其持有的公司股份及其任何變動。在委任時確定的任期內，每年轉讓股份不得超過其所持公司同類股份總數的百分之二十五(25%)。上述人員自公司股份[編纂][編纂]之日起一(1)年內，不得轉讓其持有之公司股份。離職後六(6)個月內，不得轉讓其持有之公司股份。

附錄六

公司章程概要

在法律、行政法規規定的限制轉讓期間內辦理股份質押的，質押人在該限制轉讓期間內不得行使質押權。

持有公司百分之五(5%)以上股份的股東(不包括香港法例不時生效有限條文下的認可結算機構或代名人)、董事、高級管理人員，在買入公司內資股或其他權益性證券後六(6)個月內賣出，或在賣出後六(6)個月內購回，由此產生的利潤歸公司所有，並由公司董事會收回。證券公司因[編纂]剩餘股份而持有百分之五(5%)以上股份，或中國證監會規定之其他情形，不適用本規定。

前段所稱董事、高級管理人員或自然人股東持有之股份或其他權益性證券包括其配偶、父母、子女或透過代名人賬戶持有之股份或其他權益性證券。

公司董事會未執行上述規定時，股東有權要求董事會於三十(30)日內執行有關規定。若董事會未於上述期限內執行，股東有權為公司利益以自身名義直接向人民法院提起訴訟。

倘公司董事會未執行上述規定，負有責任的董事應依法承擔連帶責任。

股東及股東會

股東

公司股東享有下列權利：

- (1) 依照其各自持股份額獲得股息及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、贈與或質押其所持有的股份；
- (5) 查閱並複製公司章程、股東名冊、股東會會議記錄、董事會決議及財務報告。符合規定要求的股東可查閱公司會計賬簿及憑證；
- (6) 公司終止或者清算時，按其各自持股份額參加公司剩餘財產的分配；

附錄六

公司章程概要

- (7) 對股東會作出的公司合併、分拆決議持異議的股東，要求公司收購其股份；
- (8) 法律、行政法規、部門規章、上市規則或公司章程規定的其他權利。

股東會或董事會決議之內容違反法律或行政法規的，股東有權請求人民法院認定無效。

股東會或董事會的會議召開程序或表決方式違反法律、行政法規或者公司章程，或者決議內容違反公司章程的，除在召開或表決程序上有輕微瑕疵而對決議無實質影響者外，股東可以自決議通過之日起六十(60)日內，向人民法院請求撤銷該決議。未被通知出席股東會的股東，可以自知悉或者應當知悉該決議之日起六十(60)日內，向人民法院請求撤銷該決議。自決議通過之日起一(1)年內未行使撤銷權的，撤銷權失效。

董事會、股東或其他相關人士對股東會決議之效力有爭議時，應當及時向人民法院提起訴訟。在法院判決或裁定撤銷決議前，各方均應執行該決議。公司、其董事及高級管理人員應切實履行職責，以確保公司之正常運營。

公司股東應承擔下列義務：

- (1) 遵守法律、行政法規及公司章程；
- (2) 依其所認購之股份及出資方式繳納認購股款；
- (3) 除法律法規允許的情況外，不得撤回其出資；
- (4) 不得濫用股東權利損害公司或其他股東之利益；不得濫用公司之獨立法人地位或其股東之有限責任損害公司債權人之利益；
- (5) 股東濫用其權利，對公司或其他股東造成損失的，應依法承擔賠償責任；股東濫用公司獨立法人地位或其有限責任逃避債務，嚴重損害公司債權人利益的，應對公司債務負連帶責任；及
- (6) 法律、規範性文件及公司章程規定的其他義務。

控股股東及實際控制人

公司控股股東及實際控制人應遵守以下規定：

- (1) 依法行使股東權利，不得濫用控股權或利用關連關係損害公司或其他股東的合法權益；
- (2) 嚴格履行所有作出的公開聲明及各項承諾，不得擅自修改或豁免；
- (3) 嚴格按照有關規定履行信息披露義務，積極主動配合公司做好信息披露工作，及時告知公司已發生或擬發生的重大事件；
- (4) 不得以任何方式佔用公司資金；
- (5) 不得強令、指使或要求公司或其相關人員違法違規提供擔保；
- (6) 不得利用公司未公開重大信息謀取利益，不得以任何方式洩露與公司相關的未公開重大信息，不得從事內幕交易、短線交易或市場操縱等違法行為；
- (7) 不得通過非公允的關連交易、利潤分配、資產重組、對外投資或其他任何方式損害公司及其他股東的合法權益；
- (8) 保證公司資產完整、人員獨立、財務獨立、機構獨立及業務獨立，不得以任何方式影響公司的獨立性；
- (9) 法律、行政法規、中國證監會規定、證券交易所業務規則及公司章程規定的其他要求。

公司控股股東或實際控制人未擔任董事但實際管理公司事務的，適用公司章程中關於董事受信義務及謹慎責任的規定。

控股股東或實際控制人指示董事或高級管理人員從事損害公司或股東利益的行為的，應與該等董事或高級管理人員承擔連帶責任。

股東會之一般規定

股東會由全體股東組成，為公司之權力機構，依法行使下列職權：

- (1) 選舉及更換董事，並決定有關董事的報酬事項；
- (2) 審議批准董事會報告；
- (3) 審議批准公司之利潤分配方案及彌補虧損方案；
- (4) 對公司增加或減少註冊資本作出決議；
- (5) 對發行公司債券作出決議；
- (6) 對公司合併、分拆、解散、清算或變更公司形式作出決議；
- (7) 修改公司章程；
- (8) 對公司聘用、解聘承辦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46條規定之擔保事項；
- (10) 審議公司於一年內購買、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(30%)之事項；
- (11) 審議批准變更募集資金用途的事項；
- (12) 審議股權獎勵計劃及員工持股計劃；及
- (13) 審議法律、行政法規、部門規章、上市規則或公司章程規定須由股東會決定的其他事項。

公司下列對外擔保行為，須經股東會審議通過：

- (1) 單筆擔保額超過公司最近一期經審計淨資產百分之十(10%)的擔保；
- (2) 公司及公司控股子公司的對外擔保總額，超過公司最近一期經審計淨資產百分之五十(50%)後所提供的擔保；

附錄六

公司章程概要

- (3) 為負債資產率超過百分之七十(70%)的擔保對象提供之擔保；
- (4) 公司在一年內對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(30%)之擔保；
- (5) 為股東、實際控制人或關連方提供之擔保；及
- (6) 法律、行政法規、上市規則或公司章程規定須提交股東會審議的其他對外擔保。

公司為控股股東、實際控制人或其關連方提供擔保時，該等人士應提供反擔保。

上述第(4)項擔保事項之決議，應經出席股東會之股東所持表決權的三分之二以上表決權通過。

上述第(1)至(3)項規定不適用於下列情況：

- (1) 公司為全資子公司提供擔保；或
- (2) 公司為控股子公司提供擔保，且控股子公司之其他股東按所享有的權益提供同等比例擔保，不損害公司利益的。

股東會包括年度股東會及臨時股東會。年度股東會每年召開一次，應於上一財政年度結束後六個月內舉行。

有下列情形之一的，公司應於事實發生之日起兩個月內召開臨時股東會：

- (1) 董事人數不足《中華人民共和國公司法》規定人數或公司章程規定人數之三分之二時；
- (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(10%)或以上表決權（按每股一票基準，不包括庫存股）之股東以書面請求時；
- (4) 董事會認為必要時；
- (5) 經審計委員會提議召開時；
- (6) 法律、行政法規、部門規章、上市規則或公司章程規定之其他情形。

附錄六

公司章程概要

股東會的召集

董事會應於規定期限內召開股東會。

股東會應由董事會召開，並由董事長主持。董事長不能或未能履行有關義務時，由過半數董事共同推舉一名董事主持。

經全體獨立非執行董事過半數同意，獨立非執行董事可向董事會提議召開臨時股東會。對於獨立非執行董事要求召開臨時股東會的提議，董事會應依法律、行政法規、上市規則及公司章程之規定，於收到提議後十(10)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。

如董事會同意召開臨時股東會，應於通過相關董事會決議後五(5)日內發出召開股東會的通知。如董事會不同意召開臨時股東會的，應說明理由並公告。

審計委員會可通過提交書面請求向董事會提出召開臨時股東會。董事會應當根據相關法律及公司章程之規定，於收到提議後十(10)日內提出書面反饋意見。

如董事會同意召開臨時股東會，應於通過相關決議後五(5)日內發出會議通知。通知中對原提議之修訂，應經審計委員會同意。

如董事會不同意召開臨時股東會或在收到提案後十(10)日內未作出反饋的，視為董事會不能履行或不履行召集股東會會議職責，審計委員會可以自行召集和主持。

單獨或合計持有百分之十(10%)或以上表決權（按每股一票基準，不包括庫存股）之股東，可向董事會提出書面請求，要求召開臨時股東會並於議程中增加議案。董事會應當根據法律和公司章程的規定，於收到請求後十(10)日內提出同意或不同意召開臨時股東會的書面反饋意見。

如董事會同意召開臨時股東會，應於在作出董事會決議後五(5)日內發出召開股東會的通知。對通知中原有提議之任何修訂，須經相關股東同意。

如董事會不同意召開臨時股東會，或未於十(10)日內作出反饋，股東可書面請求審計委員會召開會議。

如審計委員會同意召開臨時股東會，應於收到請求後五(5)日內發出召開股東會的通知。對通知中原有提議之任何修訂，須經相關股東同意。

附 錄 六

公 司 章 程 概 要

如審計委員會未於規定期限內發出通知，連續九十(90)日或以上單獨或者合計持有公司百分之十(10%)或以上表決權之股東可自行召集和主持。

如審計委員會或股東決定自行召開會議，應書面通知董事會。召開人之持股比例，於會議決議公告前不得低於百分之十(10%)。

審計委員會或召集股東於發佈會議通知及決議公告時，應依適用法律向相關主管機關及證券交易所提交證明文件(如需)。

股東會提議及通知

提交股東會之提議，應屬股東會之職權範圍；有明確議題及具體決議事項；並符合法律、行政法規、上市規則及公司章程的有關規定。

公司召開股東會，董事會、審計委員會或單獨或合計持有公司百分之一(1%)或以上股份之股東，有權向公司提出提案。

單獨或合計持有公司百分之一(1%)或以上股份之股東，可以在股東會召開十(10)日前提出臨時議案並書面提交召集人。召集人應於收到後兩(2)日內發佈補充通知，公告臨時提案的內容，並將該臨時提案提交股東會審議，但是該提議違反法律、法規或公司章程，或該事項超出股東會職權範圍的除外。

倘公司[編纂]司法權區之證券法規對補充通知有特別規定，則以該等規定為準，但該等規定不得違反包括《中華人民共和國公司法》在內之中國法律。因補充通知而依規定需延後召開者，應依規定延後召開。

除上述規定外，召開人於發出首次會議通知後，不得修改已公佈之提議或新增事項。

不得就下列事項進行表決或決議：(a)未列入會議通知；或(b)不符合公司章程第61條規定。

年度股東會通知須至少提前二十一(21)日發出，臨時股東會之通知須至少提前十五(15)日(不含會議當日，但包括通知日期)發出。

若法律、法規或上市規則允許，可採用較短的通知期間。

股東會通知應包含：

- (1) 會議日期、地點及期限；
- (2) 提交會議審議的事項和提案；

附錄六

公司章程概要

- (3) 以明顯的文字說明：(a)所有股東皆可出席；(b)允許代理人出席（代理人不必為股東）；
- (4) 有權出席股東會股東的股權登記日；
- (5) 會務常設聯繫人的姓名，電話號碼；
- (6) 網絡或者其他方式（如適用）的表決程序；
- (7) 法律、法規、部門規章、上市規則及公司章程規定之其他內容。

股東會通知和補充通知應充分及完整披露所有提案之全部具體內容，以及使股東能夠對所討論事項作出合理判斷所需全部資料或解釋。如將討論事項需獨立非執行董事之意見，獨立非執行董事之意見及其理由將同時附於股東會通知或補充通知中。

股東會代表

所有於股權登記日登記於股東名冊之股東或其代理人，均有權依照適用法律、法規、上市規則及公司章程出席股東會及行使表決權。

股東可親自出席會議，或委派一位或多位代理人（不必為股東）代其出席及投票。出席者（包括代理人）享有知情權、發言權、質詢權、表決權及適用法律規定之其他權利。股東有權在股東會上發言及投票，除非個別股東根據上市規則規定須就個別事宜放棄表決權（比如股東於表決中的個別交易或安排中持有重大權益）。

任何個人股東親自出席股東會時，應出示其有效身份證明文件或其他可證明其身份之有效證件。股東委託代理人出席會議的，代理人應出示本人有效身份證明文件及股東簽立的授權書。

法人股東應透過其法定代表或授權代表，或透過該法定代表或授權代表指定之代理人出席會議。出席會議的法定代表或授權代表應出示其有效身份證明文件及能證明其法定代表或授權代表身份的有效證明。委派代理人出席會議的，該代理人應出示其有效身份證明文件及由該法人股東的法定代表或授權代表依法妥為簽立的授權書（香港相關條例不時界定的認可結算所或其代名人除外），或經正式授權人士簽署的代理人表格。倘法人股東委派代表出席任何會議，則應被視為已親身出席會議。

附錄六

公司章程概要

股東可委任代理人代為出席股東會。代理人應向公司提交股東簽立之授權書，並嚴格依授權範圍行使表決權。委任代理人出席股東會之授權書應載明下列內容：

- (1) 股東姓名或名稱及所持股份類別及數量；
- (2) 代理人之姓名或名稱；
- (3) 股東之具體投票指示，包括對會議議程所列每項提議決議投贊成、反對或棄權票之指示；
- (4) 授權書之簽發日期及有效期限；及
- (5) 股東之簽名（或印章），但股東為國內法人實體時，授權書應蓋有該法人實體之公章。

授權書應註明，若股東未提供特定投票指示，代理人是否可酌情投票。

若委任人為法人實體，其法定代表或經董事會決議或其他主管機關授權之人士，可作為其代表出席公司股東會。

股東會之表決

股東會決議包括普通決議及特別決議。

普通決議應由出席會議之股東所持表決權（不含庫存股所附之表決權）過半數通過。特別決議應由出席會議股東所持表決權的至少三分之二通過。

就公司章程而言，「股東」一詞包括由代理人代為出席會議之股東。

下列事項應以普通決議通過：

- (1) 選舉及更換董事，及其報酬相關事項；
- (2) 董事會工作報告；
- (3) 董事會擬定之利潤分配方案及彌補虧損方案；
- (4) 公司之年度報告；
- (5) 聘任、解聘公司會計師事務所及確定審計費用；及

附 錄 六

公 司 章 程 概 要

(6) 法律、行政法規、上市規則或公司章程未規定以特別決議通過之其他事項。

下列事項應以特別決議通過：

- (1) 增加或減少公司註冊資本；
- (2) 公司合併、分拆、解散、變更公司形式或清算（包括自願清盤）；
- (3) 修訂公司章程；
- (4) 公司於一年內購買、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(30%)的；
- (5) 股權激勵計劃；及
- (6) 法律、行政法規、上市規則或公司章程規定，或股東會以普通決議決定將對公司有重大影響因而需要以特別決議通過的其他事項。

任何類別股份（不包括庫存股）所附權利之變更，須經出席並於單獨類別會議上投票之受影響類別股份持有人至少三分之二票數通過。

除非公司章程另有規定，否則每位股東（包括代理人）每持有一股股份可投一票。

在審議影響中小投資者權益的重大事項時，中小投資者的投票應單獨計算。單獨計算之結果應即時披露。

公司持有之公司自身股份不具表決權，不計入出席會議有表決權之股份總數。

在符合適用法律、法規及公司[編纂]司法權區證券監管機構要求的前提下，董事會、獨立非執行董事及符合相關要求的股東可公開向股東徵集表決權。徵集表決權應向被徵集方充分披露具體投票意向及其他相關資料。禁止以任何有償或變相有償的方式徵集表決權。除法律規定外，公司不得就徵集表決權設定任何最低持股要求。

倘上市規則規定任何股東須就決議放棄投票，或受限制僅可就決議投贊成或反對票，則該股東或其代理人違反該規定或限制所投之票數將不予理會。

附錄六

公司章程概要

投票表決時，持有兩票或兩票以上的股東（包括股東代理人）無需一致投票贊成或反對決議。

董事及董事會

董事

公司董事可包括執行董事、非執行董事及獨立非執行董事。非執行董事指不在公司擔任經營管理職務的董事，獨立非執行董事指符合任職條件、提名及選舉程序、職權等相關事項應按照法律、中國證券監督管理委員會及公司[編纂]地的證券交易所的有關規定的人士。董事應具備法律、行政法規、規章所要求的任職資格。

董事由股東會選任或更換，並可於任期屆滿前由股東會解任。董事之任期為三年，任期屆滿可重選，除非公司章程對獨立非執行董事之提名有特別規定。

倘法律並無其他規定，股東有權於任何董事（包括董事總經理或其他執行董事）任期屆滿前，由股東會以股東普通決議罷免該董事，罷免於決議通過當日生效。

董事對公司負有忠誠之義務。董事應遵守法律、行政法規及公司章程之規定，採取措施避免自身利益與公司利益發生衝突，不得利用職權謀取不當利益。

董事對公司負有勤勉盡責之義務。董事應遵守法律、行政法規及公司章程之規定，對公司負有勤勉盡責之義務，於執行職務時，應以公司之最佳利益為考量，盡管理人通常應盡之合理注意。

獨立非執行董事的職責應包括但不限於：

- (1) 出席董事會會議，並就有關策略、政策、公司表現、問責制、資源、重要任命及操守準則等事宜提供獨立判斷；
- (2) 在處理潛在利益衝突時發揮主導作用；
- (3) 應邀擔任審計委員會、薪酬與考核委員會以及提名委員會的成員；及

附錄六

公司章程概要

- (4) 審查公司績效是否符合既定企業目的與目標，並監督公司績效報告相關事宜。

獨立非執行董事應定期出席董事會及其所屬委員會之會議，並積極參與議事程序，以其技能、專業知識及多元化背景與資格作出貢獻。獨立非執行董事亦應出席股東會，以全面且公正地了解股東意見。

獨立非執行董事應提供獨立、具建設性且有根據的建議，對公司策略與政策的制定做出積極貢獻。

董事會

公司應設立董事會，對股東會負責。

董事會由九(9)名董事組成，分為執行董事、非執行董事及獨立非執行董事。獨立非執行董事人數至少應佔董事會成員總數的三分之一(1/3)，且在任何情況下人數不得少於三(3)名。公司設一(1)名由職工代表擔任的董事，由公司職工通過職工代表大會、職工大會或者其他形式民主選舉產生。

董事會行使下列職權：

- (1) 召開股東會，並向股東會報告工作；
- (2) 執行股東會之決議；
- (3) 決定公司經營計劃及投資方案；
- (4) 制定公司利潤分配方案及彌補虧損方案；
- (5) 制訂公司增加或減少註冊資本、發行債券或其他證券及[編纂]之方案；
- (6) 擬定公司重大收購、股份購回、合併、分拆、解散或變更公司形式之方案；
- (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、委託理財及關連交易等事項；
- (8) 決定公司內部管理機構的設置；

附錄六

公司章程概要

- (9) 聘任或者解聘總經理及董事會秘書；根據總經理的提名，聘任或者解聘副總經理、財務負責人及其他高級管理人員，並決定其薪酬及獎懲事項；
- (10) 制定公司的基本管理制度；
- (11) 擬定公司章程修改方案；
- (12) 向股東會提議聘任或更換為公司審計的會計師事務所；
- (13) 聽取總經理之工作報告，並監督其工作；
- (14) 行使法律、行政法規、部門規章、上市規則、公司章程或股東會賦予的其他職權。

超過股東會授權範圍之事項，由董事會提報股東會審議。

董事會會議分為定期會議及臨時會議。董事會每年至少召開四次定期會議，約每季召開一次，由董事長召開。董事長每年至少應與獨立非執行董事舉行一次沒有其他董事出席的會議。董事會定期會議之通知及文件，應於會議前至少十四日（不含會議當日）送達全體董事，以確保全體董事有充分機會出席。

有下列情形之一者，董事會應召開臨時會議：

- (1) 由代表十分之一以上表決權之股東提議時；
- (2) 三分之一以上董事聯合提議時；
- (3) 審計委員會提議時；
- (4) 董事長認為必要時；
- (5) 獨立非執行董事過半數提議時；
- (6) 由總經理在緊急情況下提議時；
- (7) 公司累積虧損已達股本總額三分之一時；或
- (8) 公司章程規定之其他情形。

就臨時董事會會議而言，書面通知應於會議前至少五日送達全體董事。如為緊急事項，須以電話或其他方式口頭通知全體董事及相關人員，並於董事會會議時提供書面確認。

附 錄 六

公 司 章 程 概 要

董事會會議通知應包括：

- (1) 會議日期及地點；
- (2) 會議期限；
- (3) 事由及議題；
- (4) 通知發出日期。

董事會會議應有過半數董事出席，方構成法定人數。除公司章程另有規定外，董事會決議應經全體董事過半數通過。對於公司章程第46條規定之對外擔保事項，決議須經全體董事過半數通過，並經至少三分之二出席董事同意。每名董事可就董事會決議投一票。

董事長

董事會設董事長一人，由全體董事以過半數票選舉產生。

董事長應行使下列職權：

- (1) 主持股東會，召集並主持董事會會議；
- (2) 督促、檢查董事會決議之執行；
- (3) 簽署重要的董事會文件或其他應由公司法定代表簽署的文件；
- (4) 行使法定代表的職權；
- (5) 在發生嚴重自然災害等不可抗力的緊急情況下，在符合法律規定及公司利益的前提下，對公司事務行使特別處理權，並於事後向董事會及股東會報告；
- (6) 決定公司章程規定可由董事長決定之交易事項；
- (7) 董事會授予或法律、行政法規或上市規則規定的其他職權。

董事長不能或未能執行職務時，由過半數董事共同推薦一名董事執行有關職務。

附 錄 六

公 司 章 程 概 要

董事會專門委員會

審計委員會

董事會應設立審計委員會，行使《中華人民共和國公司法》規定之監事會職權。

審計委員會由三(3)名成員組成，均為不在公司擔任高級管理人員之董事。其中二(2)人須為獨立非執行董事，由獨立非執行董事中之會計專業人員擔任召開人。

審計委員會負責審核公司財務資料及披露事項、監督及評估內外部審計工作和內部控制。下列事項應經審計委員會全體成員過半數同意後，方可提交董事會審議：

- (1) 披露財務會計報告、定期報告中財務資料及內部控制評估報告；
- (2) 聘任或解聘承辦公司審計業務之會計師事務所；
- (3) 委任或解聘公司財務負責人；
- (4) 會計政策或會計估計之變更，或重大會計錯誤之更正，但因會計準則變更而產生者除外；及
- (5) 法律、行政法規、中國證券監督管理委員會或公司章程規定的其他事項。

審計委員會應至少每季開會一次。經兩(2)位或以上成員提議，或召開人認為必要時，可召開臨時會議。審計委員會會議須至少三分之二(2/3)之成員出席，方構成法定人數。

審計委員會之決議應由其成員之過半數通過。審計委員會之每位成員均可就決議投一(1)票。

審計委員會決議記錄應妥為擬備，出席會議之成員應於記錄上簽名。

審計委員會之工作規程由董事會制定。

附 錄 六

公 司 章 程 概 要

戰略委員會

董事會應設立戰略委員會，該委員會應依公司章程及董事會授權履行其職責。戰略委員會之提議應提交董事會審議決定。戰略委員會之工作規程由董事會制定。

戰略委員會應由三名成員組成，包括董事長及至少一名獨立非執行董事。

戰略委員會主要負責研究公司長期發展戰略及重大投資決策，並就下列事項向董事會提出建議：

- (1) 公司長期戰略發展規劃以及技術及產品發展方向；
- (2) 依公司章程規定需經董事會核准之重大投融資方案；
- (3) 依公司章程規定須經董事會批准之重大資本營運及資產管理項目；
- (4) 法律、行政法規、中國證券監督管理委員會或公司章程規定的其他事項。

提名委員會

董事會應設立提名委員會，該委員會應依公司章程及董事會授權履行其職責。提名委員會之提議應提交董事會審議決定。提名委員會之工作規程由董事會制定。

提名委員會應由三名成員組成，召開人由獨立非執行董事擔任。獨立非執行董事應佔委員會大多數。

提名委員會應負責制定董事及高級管理人員之遴選標準與程序，評估與審查該等職位之候選人及其資格，並就下列事項向董事會提出建議：

- (1) 提名或任免董事；
- (2) 聘任或解聘高級管理人員；及
- (3) 法律、行政法規、中國證監會或公司章程規定的其他事項。

附 錄 六

公 司 章 程 概 要

董事會不採納或僅部分採納提名委員會建議的，董事會決議應記錄提名委員會的意見及不採納的具體理由，並予以披露。

薪酬與考核委員會

董事會應設立薪酬與考核委員會，該委員會應依公司章程及董事會授權履行其職責。薪酬與考核委員會之提議應提交董事會審議決定。薪酬與考核委員會之工作規程由董事會制定。

薪酬與考核委員會應由三名成員組成，召集人由獨立非執行董事擔任。獨立非執行董事應當過半數。

薪酬與考核委員會負責制定董事及高級管理人員的考核標準並進行評估，制定及審查薪酬釐定機制、決策流程、支付安排等薪酬政策與方案，並就以下事項向董事會提出建議：

- (1) 董事及高級管理人員之薪酬；
- (2) 設立或修改股權激勵計劃或員工持股計劃，以及根據該等計劃授予或行使權利須滿足的條件；
- (3) 董事及高級管理人員參與擬分拆子公司持股計劃的安排；及
- (4) 法律、行政法規、中國證監會或公司章程規定的其他事項。

董事會不採納或僅部分採納薪酬與考核委員會建議的，董事會決議應記錄委員會的意見及不採納的具體理由，並予以披露。

董事會秘書

公司設董事會秘書一人，負責安排股東會及董事會會議、保管公司記錄及股東文件、處理資料披露事宜及其他相關職務。董事會秘書應遵守所有適用法律、行政法規、部門規章及公司章程之相關規定。

高級管理人員

公司設總經理一人，並可設副總經理若干人。總經理及副總理由董事會聘任或解任。

董事可兼任總經理或其他高級管理人員，但兼任之董事人數不得達董事總數半數以上。

總經理及副總經理任期三年，任期屆滿可連聘連任。

總經理對董事會負責，行使下列職權：

- (1) 主持公司生產經營管理活動，執行董事會決議，並向董事會報告；
- (2) 執行公司年度經營計劃及投資方案；
- (3) 擬訂公司內部管理機構設置方案；
- (4) 制定公司基本管理制度；
- (5) 制定公司具體規章制度；
- (6) 提請董事會聘任或解聘副總經理及財務負責人；
- (7) 決定不需經董事會核准之管理人員之任免；及
- (8) 根據公司章程、董事會或上市規則授予之其他權力及職能。

除非擔任董事，否則總經理應以無表決權參與者的身份出席董事會會議。副總經理須協助總經理，並向其報告。

總經理應制定工作規則，經董事會通過後實施。

總經理及副總經理可於任期屆滿前辭職。具體辭職程序及措施以其與公司簽訂之勞動合同為準。

董事及高級管理人員之資格與義務

有下列情形之一者，不得擔任公司董事或高級管理人員：

- (1) 喪失民事行為能力或限制民事行為能力；
- (2) 曾因貪污、受賄、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序，被判處刑事處罰，執行期滿未逾五年的；或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾五年的。被判緩刑者，緩刑考驗期滿未逾兩年的；
- (3) 擔任破產清算公司、企業之董事、廠長或經理，應就破產負個人責任，且自破產清算完結時起未逾三年的；
- (4) 曾擔任因違法而被吊銷營業執照或被勒令關閉之公司或企業之法定代表，且該人士對此負有個人責任，且自吊銷或關閉起未逾三年的；
- (5) 因有重大債務未償還，被人民法院宣告為應予強制執行的失信被執行人；
- (6) 被中國證監會實施證券市場禁入，且禁入期限尚未屆滿；
- (7) 被證券交易所公開認為不適合擔任董事或高級管理人員，且取消資格期限尚未屆滿；或
- (8) 法律、行政法規、部門規章或上市規則規定的其他情形。

財務會計制度

公司須依照法律、行政法規及有關部門規章制定財務會計制度。公司股票[編纂]所在司法權區證券主管機關另有規定者，從其規定。

公司須依適用法律、行政法規及上市規則編製、刊發、發佈、呈交、披露、保存及公告其年度報告及中期報告。

附 錄 六

公 司 章 程 概 要

公司應於每個財政年度結束時編製年度財務報告，並依法經執業會計師事務所審計。

編製年度財務報告應遵守法律、行政法規及國務院財政部門的規定。該等報告應至少於年度股東會召開前二十(20)日置於公司處所供股東查閱。所有股東有權取得上述財務報告。

上述財務報告應包括：董事會報告；資產負債表(包括中國法律、行政法規、部門規章、規範性文件或上市規則規定的所有附件)；損益表(損益賬)或現金流量表；或(如適用的中國法律不禁止)經香港聯交所批准的財務摘要報告。

除公司章程另有規定外，公司應於年度股東會召開前至少二十一(21)日，以股東名冊登記之地址，向各海外上市股東交付或郵寄(預付郵資)上述財務報告。在符合法律、行政法規、部門規章及上市規則的前提下，公司也可以通過公告方式(包括在公司網站上公佈)披露該等報告。

公司除法定的會計賬簿外，不另立會計賬簿。公司之資金不得以個人名義開立賬戶存儲。

公司應使用人民幣作為其功能貨幣。人民幣與其他貨幣間的匯率應根據中國人民銀行公佈的匯率中間值計算。公司之非人民幣交易應依國家法律、法規及外匯管理規則辦理。

內部審計

公司應實行內部審計制度，明確治理架構、權責、人員配備、經費、審計結果運用及責任追究機制。內部審計制度應經董事會通過後實施，並公開披露。

內部審計機構應對公司之業務經營、風險管理、內部控制及財務資料進行監督檢查。內部審計機構應直接向董事會報告。

內部審計機構於執行職務時，應接受審計委員會之監督與指導。一旦發現重大問題或線索，內部審計機構應立即直接向審計委員會報告。

內部審計機構應負責組織實施公司內部控制評價程序。公司應依據內部審計機構出具之評估報告及證明資料，編製年度內部控制評估報告，並經由審計委員會審閱。

附錄六

公司章程概要

審計委員會與會計師事務所及國家審計機構等外部審計單位進行溝通時，內部審計機構應積極配合，提供必要的支持。

審計委員會應參與內部審計負責人之績效評估。

會計師事務所的聘任

公司應聘請具有中國證券法規定資格之會計師事務所，執行財務報表審計、淨資產驗證及其他相關諮詢服務，聘期為一年，期滿可續聘。

會計師事務所之聘任或解聘由股東會決定。未經股東會決定前，董事會不得聘任會計師事務所。

公司應確保向受聘會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計材料，不得拒絕、隱瞞或虛報。

會計師事務所之審計費用由股東會以過半數票決議。

公司提出解聘或不再續聘會計師事務所時，應提前三十日事先通知會計師事務所。股東會就解聘會計師事務所進行表決時，應允許會計師事務所陳述其意見。

會計師事務所提出辭任的，應向股東會說明公司有無不當情形。

公司之合併、分拆、增資及減資

公司可以吸收合併或新設方式進行合併。吸收合併是指一家公司吸收另一家公司，被吸收公司解散。以新設立方式合併是指兩家或以上公司合併成立一家新公司，而所有合併方解散。

公司與其持股百分之九十以上之公司合併時，被合併公司無須經股東會決議，但應通知其他股東，其他股東有權要求公司以合理價格購買其股權或股份。支付金額未逾公司淨資產百分之十之合併，除公司章程、公司股份[編纂]之證券交易所或證券監管機關另有規定者外，可不經股東會決議辦理。前兩段合併無須經股東會決議者，應經董事會決議通過。

附錄六

公司章程概要

合併時，合併各方應訂立合併協議，並編製資產負債表及資產清單。公司應自合併決議通過之日起十日內通知債權人，並於三十日內在報紙或國家企業信用信息公示系統公告。自接到通知之日起三十日內或（如未接到通知）自公告之日起四十五日內，債權人可以要求公司清償債務或者提供相應擔保。

合併時，合併各方之債權及債務由存續公司或新設立公司承擔。

分拆時，公司資產應相應分拆。公司須編製資產負債表及資產清單。公司應自分拆決議通過之日起十日內通知債權人，並於三十日內在報紙或國家企業信用信息公示系統公告。

公司分拆前的債務應由分拆後的公司承擔連帶責任，除非公司與其債權人在分拆前的書面協議中另有協定。

公司減少註冊資本時，應編製資產負債表及資產清單。公司應自股東會通過減資決議之日起十日內通知債權人，並於三十日內在報紙或國家企業信用信息公示系統公告。自接到通知之日起三十日內或（如未接到通知）自公告之日起四十五日內，債權人可以要求公司清償債務或者提供相應擔保。減少註冊資本時，除法律或公司章程另有規定外，應按比例減少股東之出資額或持股。

公司依公司章程第169(2)條規定補足虧損後如仍有虧損，可減少註冊資本以彌補虧損。在此情況下，公司不得向股東分派或免除股東出資或支付股款之義務。本款之減資，不受第169(2)條之限制，但公司應自股東會決議之日起三十日內，在報紙或國家企業信用信息公示系統公告。公司依前兩款規定辦理減資後，法定公積金及任意公積金累計額達到註冊資本百分之五十前，不得分派利潤。

違反《中華人民共和國公司法》或其他有關規定減少註冊資本的，股東應退還已收資金，減免的股東出資額應予恢復；對公司造成損失的，股東及負有責任的董事及高級管理人員應負賠償責任。

公司為增加註冊資本發行新股時，股東無優先認購權，但公司章程另有規定或股東會決議者除外。

附 錄 六

公 司 章 程 概 要

公司合併或分拆時，如登記事項有變更，應依法向公司登記機關辦理變更登記；公司解散時，應依法辦理註銷登記；新公司成立時，應依法辦理成立登記。增加或減少註冊資本，應依法向公司登記機關辦理登記。

公司的解散與清算

公司因下列原因解散：

- (1) 公司章程規定之營業期限屆滿或公司章程規定之其他解散事件發生；
- (2) 股東會決議解散；
- (3) 因公司合併或分拆而須解散；
- (4) 依法被吊銷營業執照、強制停業或被註銷；
- (5) 公司的經營管理發生嚴重困難，繼續存續會使股東利益受到重大損害，通過其他途徑無法解決時，持有百分之十或以上表決權的股東，可以向人民法院請求解散公司。發生前款規定的解散事由的，公司應當在十日內將解散事由通過國家企業信用信息公示系統予以公示。

公司如屬前項第(1)項或第(2)項情形，且尚未向股東分派資產者，可藉修改公司章程或股東會決議繼續存續。依前款規定修改公司章程或股東會決議時，應經出席股東會之股東所持至少三分之二表決權通過。

公司依前項第(1)、(2)、(4)或(5)項解散時，應辦理清算。董事為清算義務人，應於解散事由發生之日起十五日內組成清算組。清算組由董事組成，除非公司章程另有規定或股東會決議委任其他人士。清算義務人未及時履行清算義務，致使公司或債權人遭受損失的，應負賠償責任。

清算期間，清算組應行使下列職權：

- (1) 清算公司資產，分別編製資產負債表及財產清單；
- (2) 通知及公告債權人；
- (3) 處理與清算有關的未了結的業務；
- (4) 清算所欠稅款以及清算過程中產生的稅款；
- (5) 清理債權及債務；
- (6) 分配償還債務後的剩餘資產；
- (7) 代表公司參與民事訴訟活動。

公司章程之修訂

有下列情形之一時，公司應修訂公司章程：

- (1) 《中華人民共和國公司法》或其他適用法律法規修訂後，公司章程的規定與經修訂的法律、行政法規或上市規則相抵觸時；
- (2) 公司情況變更與公司章程記載事項不一致時；
- (3) 股東會決議修訂公司章程。

股東會決議通過的公司章程修改事項應經主管機關審批的，須報主管機關批准。修訂涉及公司登記事項的，應依法辦理變更登記。

董事會應依股東會修訂決議及相關主管機關批准意見修訂公司章程。

公司章程修訂如構成法律、法規或公司股票[編纂]司法權區之證券監管機關規定的應披露資料，應依規公告。

附錄七

法定及一般資料

A. 有關本公司的進一步資料

1. 本公司註冊成立

本公司於2013年3月26日根據中國法律成立為有限公司，並於2014年11月11日改制為股份有限公司。於最後實際可行日期，本公司註冊股本為人民幣57,000,000元。

本公司已於香港設立營業地點，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心46樓。本公司於2025年5月22日根據香港法例第622章公司條例第16部及香港法例第622J章公司（非香港公司）規例在香港註冊為非香港公司，梁熿欣女士獲委任為本公司的香港授權代表，以於香港接收須送達本公司的法律程序文件及任何通知。

由於本公司於中國註冊成立，其營運須遵守中國相關法律法規。中國法律法規及公司章程的相關方面概要分別載於附錄五及附錄六。

2. 本公司股本變動

有關本公司股本變動，請參閱「歷史、發展及公司架構」一節。

除上文所披露者外，本公司股本於緊接本文件日期前兩年內並無變動。

3. 附屬公司的股本變動

除下文「6.我們的附屬公司」所披露者外，本公司附屬公司的股本於緊接本文件日期前兩年內並無變動。

4. 股東大會通過有關[編纂]的決議案

於2025年4月30日舉行的臨時股東大會上，以下決議案（其中包括）獲正式通過：

- (i) 本公司發行每股面值人民幣1.00元的H股及有關H股於聯交所[編纂]；

附錄七

法定及一般資料

- (ii) 將予發行的H股數目不得超過[編纂]後([編纂]獲行使前)已發行股本總額的[編纂]%，及就不超過根據[編纂]所發行H股數目的[編纂]授出[編纂]；
- (iii) 授權董事會或其授權人士處理有關(其中包括)[編纂]、H股發行及於聯交所[編纂]的所有事宜；及
- (iv) 待[編纂]完成後，有條件採納經修訂公司章程，並於[編纂]生效。

5. 回購限制

有關詳情請參閱本文件附錄四及附錄五。

6. 我們的附屬公司

就本公司任何董事或最高行政人員所知，於最後實際可行日期，概無人士直接或間接擁有本公司附屬公司10%或以上已發行具投票權股份的權益。

於2024年7月17日，璽匠金舖於中國註冊成立為有限公司，股本為人民幣1百萬元。

於2024年10月，歡喜小將的註冊資本由人民幣5百萬元減少至人民幣1百萬元。

除上文所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，我們的附屬公司股本並無變動。

B. 有關業務的進一步資料

1. 重大合約概要

本集團已於緊接本文件日期前兩年內訂立以下屬或可能屬重大的合約(並非於日常業務過程中訂立的合約)：

- (a) [編纂]。

附錄七

法定及一般資料

2. 知識產權

於最後實際可行日期，以下知識產權對本集團業務而言屬重大：

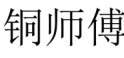
(a) 商標

於最後實際可行日期，本集團已註冊以下對其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	屆滿日期 (年／月／日)
1		6	本公司	中國	62218374	2032-07-20
2	TONGSHIFU	6	本公司	中國	62230472	2032-07-20
3		6	本公司	中國	34254242	2030-07-13
4	欢喜小将	28	本公司	中國	41681075	2030-06-27
5	太 铜	6	本公司	中國	12458502	2034-09-27
6		6	本公司	中國	54111387	2031-10-13
7		6	本公司	中國	33559554	2029-08-20
		14	本公司	中國	33552399	2029-06-20
8	玺匠	6	本公司	中國	15860442	2026-02-06
9	玺匠金鋪	14	本公司	中國	79108108	2035-02-06
10 . . .	阅银	14	本公司	中國	58089672	2032-01-27
11 . . .		20	本公司	中國	62234601	2032-09-20
12 . . .		20	本公司	中國	62234435	2032-09-20
13 . . .	 铜师傅	6、16、35	本公司	歐盟	018926127	2033-09-15
14 . . .	 铜师傅	6、16、35	本公司	英國	UK00003957151	2033-09-15
15	欢喜小将	6、9、11、14、16、 19、20、21、28、 35、36、40、41、 42、45	本公司	香港	306774724	2035-01-05

附錄七

法定及一般資料

序號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地	註冊編號	屆滿日期 (年／月／日)
16.....		6、9、11、14、16、 19、20、21、28、 35、36、40、41、 42、45	本公司	香港	306774733	2035-01-05
17.....		6、9、11、14、16、 19、20、21、28、 35、36、40、41、 42、45	本公司	香港	306774742	2035-01-05
18.....		6、9、11、14、16、 19、20、21、28、 35、36、40、41、 42、45	本公司	香港	306774751	2035-01-05
19.....		6、9、11、14、16、 19、20、21、28、 35、36、40、41、 42、45	本公司	香港	306823729	2035-02-27

於最後實際可行日期，本集團正在註冊以下對其業務而言屬重大的商標：

序號	商標	類別	申請人	申請地	申請編號	申請日期 (年／月／日)
1.....		6、9、11、14、16、 19、20、21、28、 35、36、40、41、 42、45	本公司	香港	306774760	2025-01-06

(b) 域名

於最後實際可行日期，本集團已註冊以下對其業務而言屬重大的域名：

序號	域名	註冊持有人	屆滿日期 (年／月／日)
1.....	brassmaster.cn	本公司	2026-07-24
2.....	brassmaster.com.cn	本公司	2026-07-24
3.....	brassmaster.mobi	本公司	2026-07-16
4.....	tongshifu.com.cn	本公司	2026-04-08
5.....	tongshifu.com	本公司	2026-06-17

附錄七

法定及一般資料

(c) 專利

於最後實際可行日期，本集團已註冊以下對其業務而言屬重大的專利：

序號	專利	類型	專利持有人	註冊 司法權區	專利編號	申請日期 (年/月/日)	專利權期限
1.....	一種具有浮雕效果的工藝品及其製作方法	發明	本公司	中國	2010101119185	2010-02-23	自申請之日起20年
2.....	一種多工序夾具	發明	本公司	中國	2020100244533	2020-01-10	自申請之日起20年
3.....	一種青花瓷銅工藝品的製作工藝	發明	本公司	中國	2021110534310	2021-09-09	自申請之日起20年
4.....	一種香薰瓶	實用新型	本公司	中國	2021221706570	2021-09-09	自申請之日起10年
5.....	防潮畫框	實用新型	本公司	中國	2020223532278	2020-10-21	自申請之日起10年
6.....	一種銅與實木結合的筆結構	實用新型	本公司	中國	2016209245969	2016-08-24	自申請之日起10年
7.....	一種防潮紫銅茶葉罐	實用新型	本公司	中國	2024206162028	2024-03-28	自申請之日起10年
8.....	擺件(自在觀音1020063)	外觀設計	本公司	中國	2022302077785	2022-04-13	自申請之日起15年
9.....	擺件(齊天大聖)	外觀設計	本公司	中國	2023306677044	2023-10-16	自申請之日起15年
10.....	擺件(5010132花絲葫蘆)	外觀設計	本公司	中國	2024302058641	2024-04-12	自申請之日起15年
11.....	擺件(花開富貴5060016)	外觀設計	本公司	中國	2022306393404	2022-09-27	自申請之日起15年
12.....	工藝品(王羲之)	外觀設計	本公司	中國	202130497053X	2021-08-03	自申請之日起15年
13.....	擺件(李白)	外觀設計	本公司	中國	2021305484153	2021-08-23	自申請之日起15年

附錄七

法定及一般資料

序號	專利	類型	專利持有人	註冊 司法權區	專利編號	申請日期 (年／月／日)	專利權期限
14.....	工藝品(牛市)	外觀設計	本公司	中國	2021302716233	2021-05-08	自申請之日起10年
15.....	擺件(大嘴貔貅)	外觀設計	本公司	中國	2021308774105	2021-12-31	自申請之日起15年
16.....	擺件(馬上有錢)	外觀設計	本公司	中國	2021306706480	2021-10-13	自申請之日起15年
17.....	擺件(歡歡)	外觀設計	本公司	中國	2021308410556	2021-12-20	自申請之日起15年
18.....	擺件(封侯拜相)	外觀設計	本公司	中國	2021308216503	2021-12-13	自申請之日起15年
19.....	擺件(2020038五路財神)	外觀設計	本公司	中國	2023300847662	2023-03-01	自申請之日起15年

(d) 著作權

於最後實際可行日期，本集團已註冊以下對其業務而言屬重大的著作權：

序號	作品名稱	著作權人	登記號	登記日期 (年／月／日)
1.....	千里江山	本公司	國作登字-2020-F-01031078	2020-05-07
2.....	醇厚千年 萬象入銅	本公司	國作登字-2021-F-00144484	2021-06-29
3.....	歡喜小將文字獨創設計圖	本公司	國作登字-2020-F-01192360	2020-12-10
4.....	太銅朱雀標誌	本公司	國作登字-2021-F-00091681	2021-04-23
5.....	銅師傅	本公司	國作登字-2019-F-00816561	2019-06-28
6.....	《千手觀音》美術畫	本公司	浙作登字11-2023-F-7587	2023-03-31
7.....	《趙公明》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-7586	2024-01-09
8.....	《前程似錦》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-7578	2023-03-31
9.....	《領頭羊》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-7577	2023-03-31
10.....	《財源滾滾健身球》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-7576	2023-03-31

附 錄 七

法 定 及 一 般 資 料

序號	作品名稱	著作權人	登記號	登記日期 (年／月／日)
11.....	《五路財神》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-6029	2023-03-17
12.....	《黑旋風－李逵》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-1519	2023-01-14
13.....	《十二生肖羊》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-1516	2023-01-14
14.....	《新竹報平安》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-1502	2023-01-14
15.....	《百戰百勝》美術作品	本公司	浙作登字11-2022-F-41695	2022-11-22
16.....	《喜氣盈門》美術畫	本公司	浙作登字11-2022-F-38098	2022-11-04
17.....	《高山流水》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2022-F-34078	2022-10-10
18.....	《花開富貴》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2022-F-34076	2022-10-10
19.....	《五虎上將之關公》雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-27932	2022-08-16
20.....	《義薄雲天》雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-27589	2022-08-12
21.....	九魚聚財美術畫	本公司	浙作登字11-2022-F-8275	2022-04-08
22.....	吉象之二美術畫	本公司	浙作登字11-2022-F-8274	2022-04-08
23.....	新款大聖雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-5786	2022-03-03
24.....	平頭哥雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-5539	2022-03-01
25.....	封侯拜相雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-3742	2022-02-10
26.....	鐘馗雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-2916	2022-01-26
27.....	林冲雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-2915	2022-01-26
28.....	諸事大吉雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-2079	2022-01-20
29.....	喜上眉梢新款雕塑	本公司	浙作登字11-2022-F-2077	2022-01-20
30.....	萌版文殊菩薩雕塑	本公司	浙作登字11-2021-F-30943	2021-09-29

附錄七

法定及一般資料

序號	作品名稱	著作權人	登記號	登記日期 (年／月／日)
31.....	王羲之雕塑	本公司	浙作登字11-2021-F-26272	2021-08-26
32.....	名利雙收雕塑	本公司	浙作登字11-2021-F-20367	2021-07-26
33.....	西方三聖之大勢至菩薩雕塑	本公司	浙作登字11-2021-F-19016	2021-07-15
34.....	關公雕塑	本公司	浙作登字11-2021-F-16845	2021-06-21
35.....	鹿鹿大順雕塑	本公司	浙作登字11-2021-F-16836	2021-06-21
36.....	安達盧西亞馬雕塑	本公司	浙作登字11-2021-F-13266	2021-05-26
37.....	貔貅之四方來財雕塑	本公司	浙作登字11-2021-F-12623	2021-05-20
38.....	忠義千秋雕塑	本公司	浙作登字11-2020-F-21227	2020-10-26
39.....	《九魚聚財》國畫	本公司	浙作登字11-2020-F-21208	2020-10-26
40.....	《花絲如意》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-20088	2024-07-10
41.....	《乾坤正氣(改款)》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-20093	2024-07-10
42.....	《花絲葫蘆》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-20095	2024-07-10
43.....	《姜太公釣魚》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-16146	2024-06-21
44.....	《乘風破浪》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-16175	2024-06-21
45.....	《魚躍龍門》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-13081	2024-05-25
46.....	《文曲星》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-12050	2024-05-15
47.....	《百福葫蘆》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-10873	2024-04-29
48.....	《故宮龍形浮雕》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-4480	2024-02-07
49.....	《莊周夢蝶》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-3722	2024-01-31
50.....	《張三豐》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-1951	2024-01-18

附 錄 七

法 定 及 一 般 資 料

序號	作品名稱	著作權人	登記號	登記日期 (年／月／日)
51.....	《恭喜發財財神》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-571	2024-01-09
52.....	《熊貓王富貴之搖滾人生》 雕塑作品	本公司	浙作登字11-2024-F-823	2024-01-09
53.....	《飛天之箜篌》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-36678	2023-10-31
54.....	《封侯拜相》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-27586	2023-08-29
55.....	《一葦渡江》雕塑作品	本公司	浙作登字11-2023-F-25727	2023-08-24
56.....	《大聖之傳奇》雕塑作品	本公司	浙作登字-2024-F-00022791	2024-07-31
57.....	《悟空》美術畫	本公司	浙作登字-2024-F-00026907	2024-09-03
58.....	《記憶中的布老虎(如意橙)》 雕塑作品	本公司	浙作登字-2024-F-00028174	2024-09-13
59.....	《彝族》美術畫	本公司	浙作登字-2024-F-00039310	2024-12-09
60.....	《青花瓷少女》雕塑作品	本公司	浙作登字-2024-F-00040320	2024-12-18
61.....	荷花自在觀音	本公司	浙作登字-2024-F-00040415	2024-12-18
62.....	《隋唐英雄程咬金》雕塑作品	本公司	浙作登字-2024-F-00044955	2024-12-31
63.....	《魯智深》雕塑作品	本公司	浙作登字-2025-F-00001014	2025-01-17
64.....	《緊箍茶葉罐》雕塑作品	本公司	浙作登字-2025-F-00002859	2025-02-28

附錄七

法定及一般資料

C. 有關我們董事及主要股東的進一步資料

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的權益及淡倉

下表載列緊隨[編纂]完成後（不計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行的H股），董事及本公司最高行政人員於本公司或其任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份或債權證中擁有於H股[編纂]後隨即須根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會我們及聯交所的權益及淡倉（包括彼等根據證券及期貨條例有關條文被當作或視為擁有的權益及淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所述登記冊的權益及淡倉，或根據上市規則所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會我們及聯交所的權益及淡倉：

姓名	身份／權益性質	於[編纂]後 所持股份類別	股份數目	於[編纂] 完成後佔相關 類別股份的概約 股權百分比 (假設[編纂] 未獲行使) ⁽¹⁾	於[編纂]後 佔本公司已發行 股本的概約股權 百分比(假設 [編纂]未獲行使) ⁽¹⁾
				[編纂]	[編纂]
俞先生 ⁽²⁾	實益權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
肖峰 ⁽²⁾	實益權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
何賢 ⁽²⁾	實益權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]
羅仁祥 ⁽²⁾	實益權益	H股	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 按緊隨[編纂]完成後已發行股份總數[編纂]股（包括[編纂]股境內非上市股份及[編纂]股H股）計算（不計及因[編纂]獲行使而可能發行的H股）。
- (2) 俞先生、肖峰先生、何贊先生及羅仁祥先生為董事。
- (3) 字母(L)指該人士於股份的好倉。

附錄七

法定及一般資料

(b) 主要股東之權益

除本文件「主要股東」一節所披露者外，緊隨[編纂]完成後且不計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份，董事並不知悉任何其他人士（並非董事或本公司最高行政人員）將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向我們及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有本公司或本集團任何成員公司10%或以上已發行具投票權股份的權益。

2. 董事服務合約詳情

根據香港上市規則第19A.54及19A.55條，我們將與各董事訂立合約，內容有關（其中包括）(i)遵守相關法律及法規，(ii)遵守公司章程，及(iii)仲裁條文。

除上文所披露者外，概無董事與本集團任何成員公司已訂立任何董事服務合約（於一年內屆滿或可由相關僱主於一年內終止而毋須支付賠償（不包括法定賠償）的合約除外）。

3. 董事薪酬

有關董事薪酬的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層－董事及高級管理層的酬金」及「附錄一－會計師報告」的附註10。

4. 已收代理費或佣金

除本節所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，概無就發行或出售本集團任何成員公司的任何資本而給予任何佣金、折扣、代理費、經紀費或其他特別條款。

5. 免責聲明

- (a) 除「主要股東」及本節「C.有關我們董事及主要股東的進一步資料」所披露者外，概無董事或最高行政人員於我們或任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份或債權證中擁有於H股在聯交所[編纂]後隨即須根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會我們及聯交所，或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所述登記冊，或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會我們及聯交所的任何權益或淡倉；

附錄七

法定及一般資料

- (b) 除「主要股東」及本節「C.有關我們董事及主要股東的進一步資料」所披露者外，概無董事為預期於H股在聯交所[編纂]後隨即將於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香港聯交所披露之權益的公司之董事或僱員；
- (c) 概無董事或下文「D.其他資料－8.專家資格及同意書」所述的任何專家：
 - (i) 於本集團任何成員公司發起過程中，或本集團任何成員公司於緊接本文件日期前兩年內收購、出售或租賃的或本集團任何成員公司擬收購、出售或租賃的任何資產中，擁有任何直接或間接權益；或
 - (ii) 在對本集團業務屬重大且於本文件日期仍然存續的任何合約或安排中擁有重大權益；
- (d) 除與[編纂]有關者外，概無董事或下文「D.其他資料－8.專家資格及同意書」所述的任何專家：
 - (i) 於本集團任何成員公司的任何股份中擁有合法或實益權益；或
 - (ii) 擁有任何權利（不論是否可依法強制執行）認購或提名人士認購本集團任何成員公司的任何證券；
- (e) 就董事所知，概無董事或其聯繫人或預期將於本公司緊隨[編纂]完成後已發行股本中擁有5%或以上權益的任何股東於本集團於往績記錄期各年度／期間的任何五大客戶或五大供應商中擁有任何權益。

D. 其他資料

1. 遺產稅

董事獲悉本集團不大可能有重大的遺產稅責任。

2. 訴訟

截至最後實際可行日期，除本文件「業務－法律訴訟」一節所披露者外，本公司並無涉及任何重大訴訟、仲裁或申索，且據董事所知，我們並無未決或面臨威脅或針對我們提起的或會對我們的經營業績或財務狀況造成重大不利影響的重大訴訟、仲裁或申索。

附錄七

法定及一般資料

3. 獨家保薦人的獨立性

獨家保薦人已代表我們向上市委員會申請批准H股（包括因[編纂]獲行使而可能發行的任何額外[編纂]）[編纂]及[編纂]。本公司已作出所有必要安排以令H股獲准納入[編纂]。獨家保薦人符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性標準。

獨家保薦人將就擔任[編纂]保薦人收取總費用600,000美元。

4. 合規顧問

本公司已遵照上市規則第3A.19條及第19A.05條委任創陞融資有限公司作為[編纂]後的合規顧問。

5. 開辦費用

本公司並無產生任何重大開辦費用。

6. H股持有人的稅項

出售、購買及轉讓在香港股東名冊分冊登記的H股，將須繳納香港印花稅。對買賣雙方收取的現行稅率為所出售或轉讓股份的對價或（如較高）公允價值的0.1%。有關稅務的進一步詳情，請參閱本文件附錄四。

7. 發起人

我們的發起人包括緊接我們於2014年11月11日改制為股份有限公司前的16名當時股東：

序號	發起人姓名
1.	俞先生
2.	楊風
3.	李麗
4.	何贊
5.	羅仁祥
6.	梁越華
7.	盧華華
8.	王秋霞
9.	呂亮
10.	徐偉
11.	丁紅良
12.	俞清
13.	徐燕
14.	李滢
15.	黃楠楠
16.	李希芳

附錄七

法定及一般資料

於緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]或本文件所述關聯交易向上述任何發起人支付、配發或給予或建議支付、配發或給予任何現金、證券、金額或利益。

8. 專家資格及同意書

在本文件中發表意見或建議的專家或本文件所提述之專家（定義見上市規則及公司（清盤及雜項條文）條例）的資格如下：

專家名稱	資格
招銀國際融資有限公司	一家根據證券及期貨條例可進行第1類（證券交易）及第6類（就機構融資提供意見）受規管活動的持牌法團
德勤•關黃陳方會計師行	執業會計師（根據會計及財務匯報局條例註冊的公眾利益實體核數師）
君合律師事務所	本公司有關中國法律的法律顧問
君合律師事務所	有關中國網絡安全及數據隱私法律的法律顧問
弗若斯特沙利文（北京）諮詢 有限公司上海分公司	行業顧問
戴德梁行有限公司	物業估值師

上文所列專家各自已就刊發本文件發出同意書，表示同意以其現時之形式及內容在本文件內載列其報告及／或函件及／或意見及／或引述其名稱及資格，且並未有撤回有關同意書。

9. 約束力

倘根據本文件提出申請，本文件即具效力，在適用情況下令全部有關人士受公司（清盤及雜項條文）條例第44A及44B條所有條文（罰則除外）約束。

10. 雙語文件

根據香港法例第32L章公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告第4條所規定之豁免，本文件之英文及中文版本分開刊發。

附錄七

法定及一般資料

11. 無重大不利變動

董事確認，自2025年6月30日（即本集團最近期經審計綜合財務報表的編製日期）起，本集團財務或貿易狀況或前景概無任何重大不利變動。

12. 其他事項

- (a) 除本節所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，本公司或其任何附屬公司並無發行或同意發行任何繳足或已部分繳款的股份或借貸資本，以換取現金或現金以外的對價。
- (b) 本公司或其任何附屬公司股份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。
- (c) 本公司或其任何附屬公司並無發行或同意發行任何創始人股份、管理層股份或遞延股份。
- (d) 本公司並無尚未行使的可換股債務證券或債權證。
- (e) 「一8.專家資格及同意書」所列專家概無：
 - (i) 於本集團任何成員公司的任何股份中擁有實益或非實益權益；或
 - (ii) 擁有認購或提名人士認購本集團任何成員公司證券的任何權利或購股權（不論可否依法強制執行），惟與[編纂]有關者除外。
- (f) 並無行使任何優先認購權或認購權的可轉讓性的任何程序。
- (g) 我們並無與我們業務有重大關係的期限超過一年的廠房租賃合同或租購合同。
- (h) 本文件的中英文版本如有歧異，概以英文版本為準。
- (i) 並無放棄或同意放棄未來股息的安排。
- (j) 於本文件日期前12個月內，本集團業務並無受到任何可能或已經對本集團的財務狀況產生重大影響的干擾。
- (k) 本公司目前並無在任何證券交易所[編纂]或在任何交易系統買賣。

附 錄 七

法 定 及 一 般 資 料

- (l) 我們的股本證券及債務證券現時概無於任何證券交易所[編纂]或於任何[編纂]系統[編纂]，現時並無亦不擬尋求有關[編纂]或[編纂]批准。
- (m) 本公司目前不擬申請成為中外合資股份有限公司，預期不受中國中外合資經營企業法所規限。
- (n) 概無影響我們從海外向香港匯入利得或匯回資本的限制。

附錄八

送呈香港公司註冊處處長及展示文件

送呈香港公司註冊處處長文件

隨同本文件一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件包括：

- (a) 「附錄七－法定及一般資料－B.有關業務的進一步資料－1.重大合約概要」所指的重大合約；及
- (b) 「附錄七－法定及一般資料－D.其他資料－8.專家資格及同意書」所指的同意書。

展示文件

以下文件將於本文件日期起計14日期間於聯交所網站 www.hkexnews.hk 及我們的網站 www.tongshifu.com 展示：

- (a) 公司章程；
- (b) 德勤•關黃陳方會計師行編製的會計師報告、未經審計中期財務資料及未經審計[編纂]財務資料報告，其全文分別載於「附錄一－會計師報告」及「附錄二－未經審計[編纂]財務資料」；
- (c) 本集團截至2022年、2023年、2024年12月31日止財政年度及截至2025年6月30日止財政期間的經審計綜合財務報表；
- (d) 本公司的中國法律顧問君合律師事務所就（其中包括）本公司一般事項及本集團於中國的物業權益出具的中國法律意見；
- (e) 本公司有關中國網絡安全及數據隱私法律的法律顧問君合律師事務所出具的法律盡職調查報告；
- (f) 弗若斯特沙利文編製的行業報告，其概要載於「行業概覽」；
- (g) 戴德梁行有限公司就本集團物業權益編製之函件、估值摘要，其全文載於「附錄三－物業估值報告」；
- (h) 中國公司法及境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法連同彼等的非官方英文譯本；
- (i) 「附錄七－法定及一般資料」所述各董事與本公司的服務合約；

附錄八

送呈香港公司註冊處處長及展示文件

- (j) 「附錄七－法定及一般資料－B.有關業務的進一步資料－1.重大合約概要」所述的重大合約；及
- (k) 「附錄七－法定及一般資料－D.其他資料－8.專家資格及同意書」所述的同意書。