

## 財務資料

您應細閱有關財務狀況及經營業績的下列討論與分析，連同本文件附錄一所載會計師報告中截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2024年及2025年9月30日以及截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月的綜合財務報表以及隨附附註。會計師報告乃根據國際財務報告準則編製。有意[編纂]應細閱會計師報告全文，而不應僅依賴本節所載資料。以下討論與分析載有涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。有關該等風險和不確定因素的更多資料，請參閱「風險因素」。

### 概述

我們是中國領先的數字零售綜合運營服務商之一，根據弗若斯特沙利文，按2024年GMV計，在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，市場份額為1.2%。數字零售綜合運營服務商為一類不僅為品牌方提供服務亦為大型連鎖商超提供服務的電商運營服務商。我們同時也是中國品牌產品分銷商及品牌資產管理商，致力於以數智科技與高效運營驅動品牌成長，成就品牌價值。我們依託自研的AI智能體平台和全面的行業解決方案，為全球品牌提供一站式數字零售綜合運營服務，助力品牌在數字時代實現高效增長。截至最後實際可行日期，我們已累計與全球超過200個大健康、美妝個護、大快消（食品飲料、母嬰）、家居及家電等多個品類的品牌開展合作，其中大多數為國際頭部知名品牌。此外，我們還為全球多個大型連鎖商超提供數字零售綜合運營服務，幫助其打通線上線下全域渠道。

根據弗若斯特沙利文，按2024年GMV計，我們在中國數字零售綜合運營服務商中排名第二，在中國電商運營服務商中排名第五，佔電商運營服務市場的1.2%。同時，作為中國領先的跨境進口電商服務商，我們通過跨境進口方式，協助國際零售品牌進入和深耕中國市場。根據弗若斯特沙利文，2024年，我們的跨境進口電商運營GMV達到人民幣74億元，在中國電商運營服務商中排名第一。同時，我們也將跨境出口作為我們的重要發展戰略。

---

## 財務資料

---

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

- **品牌至消費者的解決方案(線上)**。我們的品牌至消費者的解決方案起到將品牌方與消費者有效鏈接的橋樑作用。我們的品牌至消費者的解決方案業務通過線上渠道進行。在品牌至消費者的解決方案下，我們向消費者銷售品牌方的產品以及直接向消費者提供服務。通過提供品牌至消費者的解決方案，我們幫助品牌合作夥伴將產品銷售給消費者，並同時向品牌合作夥伴提供包括品牌策略、店鋪運營、渠道分銷、整合營銷與廣告投放以及供應鏈管理等內的其他數字零售綜合運營服務，協助其產品的銷售。我們的品牌至消費者的解決方案可以進一步分為線上渠道經銷模式以及運營服務模式。在這兩種模式下，我們為品牌合作夥伴提供的服務性質類似，均為向消費者銷售品牌方的產品以及直接向消費者提供服務，主要區別在於我們是同時從品牌合作夥伴處購買產品，還是單純提供服務。
- **品牌至企業的解決方案(線下)**。我們的品牌至企業的解決方案起到將品牌方與擁有廣大消費者群體的線下渠道有效鏈接的橋樑作用。我們的品牌至企業的解決方案業務通過線下渠道進行，我們基本上是品牌至企業的解決方案下的品牌方產品的分銷商。在品牌至企業的解決方案下，我們從品牌合作夥伴處採購產品，並將產品銷售給大型連鎖商超等線下渠道，例如沃爾瑪、大潤發、麥德龍，而這些線下渠道後續自行將產品銷售給消費者，我們並不參與線下渠道後續向消費者銷售產品環節。

品牌至消費者的解決方案與品牌至企業的解決方案的主要區別在於我們是否直接向消費者提供服務 — 在品牌至消費者的解決方案下，我們向消費者銷售品牌方的產品以及直接向消費者提供服務；而在品牌至企業的解決方案下，我們服務線下渠道(主要包括大型連鎖商超)而非消費者。

- **品牌資產管理與IP商業化運營**。憑藉多年來積累的行業洞察以及我們的品牌全價值鏈服務能力，我們逐漸與品牌合作夥伴形成更深層次的合作。在品牌資產管理業務下，我們(i)從品牌合作夥伴獲得品牌的獨家經營權，主要包括在指定國家／地區開展品牌方產品的全渠道營銷和銷售，或(ii)參與擬售產品的開發和創新，通過我們的市場和消費者數據分析，為品牌方提

## 財務資料

供市場洞察，協助品牌方識別具有市場潛力的新產品，並在之後進行相關新產品的營銷和銷售，與品牌合作夥伴共同培育、發展和經營品牌，進一步提升品牌價值。除此之外，我們開展IP商業化運營業務，在該業務下，我們向品牌合作夥伴購買品牌IP的授權並開發IP衍生產品，以及獨家開展我們所開發的IP衍生產品或品牌合作夥伴現有IP衍生產品的營銷和銷售，提升品牌IP的知名度和影響力。我們參與品牌全生命週期的管理及運營，從電商運營服務商發展為更具決策權的品牌資產管理商。

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

於往績記錄期間，我們的收入由2022年的人民幣1,117.3百萬元增長21.3%至2023年的人民幣1,355.5百萬元，並進一步增長3.3%至2024年的人民幣1,400.3百萬元，及由截至2024年9月30日止九個月的人民幣889.1百萬元增長21.4%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1,079.2百萬元。我們的毛利由2022年的人民幣194.0百萬元增長7.5%至2023年的人民幣208.5百萬元，2024年則微降3.0%至人民幣202.3百萬元，及由截至2024年9月30日止九個月的人民幣133.0百萬元增長36.5%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣181.6百萬元。我們的年／期內利潤由2022年的人民幣37.6百萬元下降33.8%至2023年的人民幣24.9百萬元，2024年大幅增長100.3%至人民幣49.8百萬元，及由截至2024年9月30日止九個月的人民幣14.6百萬元增長25.8%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣18.4百萬元。

### 影響我們經營業績的主要因素

#### 一般因素

我們的業務及經營業績受到影響中國電商行業的一般因素的影響，該等因素包括：

- 中國的整體經濟增長和人均可支配收入水平；
- 中國電商的發展和普及，包括各種電商平台的擴張和網絡零售消費者的信任和信心水平；
- 消費者人口結構、品味和偏好的變化；

---

## 財務資料

---

- 行業應用技術的進步，尤其是人工智能與數據分析；及
- 影響中國及其他相關司法管轄區電商行業（尤其是跨境電商）的政府法規、政策及舉措。

### 特定因素

我們的經營業績一直並預計將繼續受到本公司特定因素的更直接影響，其中包括以下主要因素：

#### *我們留任及吸引品牌合作夥伴的能力*

我們保持和擴大具有競爭力的優質品牌合作夥伴基礎的能力對我們的經營業績至關重要。具體來說，我們的經營業績主要受到我們與品牌合作夥伴在以下方面進行合作的影響：

- **定價。**對於線上渠道經銷模式下的品牌至消費者的解決方案以及品牌至企業的解決方案，我們通常按照銷售協議規定的價格向品牌合作夥伴購買產品。若干情況下，我們會根據與品牌合作夥伴簽訂的銷售協議，以低於品牌合作夥伴市場銷售價格的折扣價購買產品。因此，該等模式下，我們的盈利能力主要受我們與品牌合作夥伴簽訂的銷售協議條款及條件的影響，特別是我們從品牌合作夥伴採購的價格，以及（如適用）對客戶的建議售價範圍。關於我們通過線上渠道經銷模式提供品牌至消費者的解決方案時及提供品牌至企業的解決方案時向客戶銷售產品的實際價格，我們一般會考慮品牌合作夥伴提供的定價建議，但可自行決定售價。
- **返利。**品牌合作夥伴向我們提供返利，作為對我們的採購、經銷及推廣的獎勵。品牌合作夥伴給予的返利可抵銷我們的部分銷售成本，主要影響我們的毛利。應收返利的結算也會影響我們的流動資金狀況。
- **服務費及獎勵。**關於我們品牌至消費者的解決方案下的運營服務模式，品牌合作夥伴通常向我們支付(i)績效服務費，該服務費由品牌合作夥伴根據若干關鍵績效指標（或KPI）要求的完成情況確定，例如投資回報率、點擊率、新客戶交易率、重複購買率和滾動預測的準確性，及其對我們服務的加權評分，及／或(ii)銷售佣金（按照預定的GMV比例計算）。不同類別品牌的佣金比例不同。通常情況下，美妝個護品牌由於精細化運營要求較

---

## 財務資料

---

高，佣金比例較高。倘年度銷售額超過規定金額，品牌合作夥伴亦可能給予我們分級額外獎勵。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們分別與合共81個、85個、84個及77個品牌合作。於往績記錄期間，我們獲得的大部分收入來自(i)根據我們的品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式向電商平台或消費者銷售該等品牌合作夥伴的產品，(ii)根據我們的品牌至企業的解決方案向線下渠道銷售品牌合作夥伴的產品，(iii)根據我們的品牌至消費者的解決方案運營服務模式，向該等品牌合作夥伴提供數字零售綜合運營服務，及(iv)提供品牌資產管理與IP商業化運營以及其他服務，我們將該等收入統稱為「與」該等品牌合作夥伴「相關」的收入，以評估我們與該等品牌合作夥伴的整體業務關係。

我們計劃進一步發展現有業務，通過品牌資產管理與IP商業化運營或其他新的業務舉措，深化與品牌合作夥伴的合作，拓展價值主張。此外，品牌合作夥伴的多樣性也會影響到我們通過品牌至消費者的解決方案向消費者銷售的產品種類，以及通過品牌至企業的解決方案向線下渠道銷售的產品種類。我們將繼續擴大品牌合作夥伴，特別是孵化或吸引產品對消費者有吸引力的新品牌，以加強我們的業務增長和競爭力。

### **與電商平台及其他銷售渠道的合作**

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式，即我們向電商平台銷售產品或通過我們在電商平台上運營的線上商店向消費者銷售產品。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們通過電商平台銷售產品的收入分別佔總收入的88.5%、71.8%、60.2%、67.9%及51.5%。線上渠道經銷模式下，我們產品銷售收入的增長在很大程度上取決於來自該等電商平台的採購量的增加。我們還在電商平台上開展各種經銷及推廣活動，並向其購買廣告服務，以增加產品在我們經營的網店中的曝光率。

此外，運營服務模式下，我們的收入主要來自在該等電商平台上為品牌合作夥伴提供的服務。京東商城、天貓商城和其他主流電商平台擁有廣泛的客戶群和高用戶流量。與該等客戶保持穩定、良好的合作關係，對我們獲取工具、資源和數據分析至關重要，從而亦可增強我們為品牌合作夥伴提供店鋪運營、市場經銷和其他數字零售服務的能力和競爭力。

---

## 財務資料

---

此外，我們努力緊跟最新趨勢，積極尋求與社交媒體、專業MCN、直播和現場銷售平台等新興渠道的合作，以此作為我們業務戰略的一部分。隨著海外業務的發展，我們還計劃擴大與海外電商平台的合作。

除線上渠道外，我們還將銷售網絡拓展到線下渠道，包括與大潤發及麥德龍等聲譽卓著的大型連鎖商超合作。與該等線下渠道的合作對於我們的品牌至企業的解決方案的成功至關重要。

### *我們識別不斷變化的市場趨勢和消費者需求的能力*

識別市場趨勢，提供滿足消費者需求的品牌和產品組合，對我們的持續成功至關重要。我們的戰略重點是大健康產品及美妝個護產品，該等產品在電商行業具有巨大的增長潛力。我們的品牌及產品組合還涵蓋其他類別，包括大快消（包括食品、飲料及母嬰產品）以及家居及家電。

由於各產品類別的市場趨勢變化迅速，我們努力甄別並應對商品銷售和消費者偏好的變化。在進口電商領域，我們成功入駐了眾多海外熱門品牌和產品，迅速擴大了市場份額。根據弗若斯特沙利文的數據，2024年，按GMV計，我們在中國電商運營服務商中排名第一，佔電商運營服務市場的1.2%。由於消費者對中國品牌優質產品的需求日益增長，中國跨境電商出口總銷售額也在持續增長，我們還致力於發展和擴大出口電商業務。為此，我們研究消費者偏好，緊跟當地市場趨勢，最初專注於有志於開拓海外市場的國內品牌。如今，我們已在海外領先的電商平台如Temu、亞馬遜、Coupang和SHEIN上運營自己的店鋪，並繼續在東南亞拓展業務。

此外，隨著我們與品牌合作夥伴在品牌資產管理與IP商業化運營方面形成更深層次的合作，我們的競爭優勢在於能夠根據不斷變化的消費者偏好和市場動態調整品牌戰略。通過緊跟該等趨勢，我們有望有效地調整我們的產品，以滿足品牌目標受眾的特定需求，確保提高消費者的滿意度和忠誠度。

---

## 財務資料

---

### *我們的技術創新和有效投資的能力*

我們通過改進技術，特別是人工智能、數據分析和經銷知識，創新和持續制定品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案以及品牌資產管理與IP商業化運營戰略的能力，是我們長期增長和競爭力的關鍵驅動力。對技術和技術基礎設施的投資使我們能夠更好地服務於品牌合作夥伴，幫助其提高業務績效。從而亦有助於我們留任及吸引品牌合作夥伴，保持增長勢頭。

我們對技術基礎設施進行成本效益投資的能力也會影響我們的經營業績。我們預計，隨著工程師、數據科學家、服務和工具等投資的增加，我們的技術支出也將隨之增加。我們的技術投資，尤其是在人工智能和機器學習方面的投資，為我們提供的各種解決方案和服務提供了支持，並降低了我們業務運營過程中的低效情況。我們的技術基礎設施為我們的產品研究、用戶流量跟蹤和轉換評估、消費者行為分析、產品目錄跟蹤、銷售跟蹤、訂單管理以及物流和倉庫管理提供支持。長遠而言，我們的技術投資有望進一步提高運營效率和業務產出。

### *我們管理成本、提高運營效率和管理運營資本的能力*

我們的經營業績取決於我們有效管理成本和費用的能力。特別是，我們控制銷售成本的能力對我們的經營業績至關重要。於往績記錄期間，我們的銷售成本主要包括採購成本。從品牌合作夥伴獲得的返利於銷售產品時從我們的銷售成本中扣除。隨著我們繼續實施成本控制措施，利用人工智能技術提高我們的運營效率和減少開支，以及優化我們的收入貢獻組合，我們預計我們的銷售成本佔收入的百分比將下降。於往績記錄期間，我們的銷售開支主要包括員工成本、倉儲費用及銷售運營費用，而行政開支主要包括員工成本及研發費用。我們預計，為支持我們的業務擴張計劃，我們的銷售支出將隨著我們持續擴張業務而增長。我們的擴張也將導致對我們的管理及運營資源的大量需求，從而增加我們的行政開支。通過利用我們在人工智能和自動化技術方面的持續投資，我們有望實現高於銷售成本和費用的收入增長率，不斷提高我們的運營效率。

---

## 財務資料

---

### COVID-19對我們經營及財務表現的影響

COVID-19疫情對全球經濟造成重大不利影響。為應對疫情，自2020年一月下旬以來，包括中國在內的世界各國及地區已採取多項措施以遏制COVID-19疫情的蔓延。於2023年，大部分與COVID相關的限制性措施已解除。

由於我們作為電商運營服務商的業務性質，於往績記錄期間，我們的經營業績及財務狀況並未受到COVID-19疫情的不利影響。2022年至2023年，我們的GMV由2022年的人民幣82億元增加至2023年的人民幣111億元，而我們的收入由2022年的人民幣1,117.3百萬元增加至2023年的人民幣1,355.5百萬元。我們於2022年及2023年的年內利潤分別為人民幣37.6百萬元及人民幣24.9百萬元。因此，COVID-19於往績記錄期間並未對我們的經營或財務表現造成重大不利影響。

### 編製基準

我們的歷史財務資料乃按國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的所有適用的國際財務報告準則會計準則而編製。國際財務報告準則會計準則包括國際財務報告準則、國際會計準則及詮釋。

### 重要會計政策資料、關鍵判斷及主要估計

我們確定了若干對編製綜合財務報表具有重要意義的會計政策。我們的若干會計政策涉及主觀假設及估計，以及與會計項目有關的複雜判斷。我們會根據歷史經驗和其他因素，包括我們認為在當時情況下合理的行業慣例和對未來事件的預期，對估計及判斷進行持續的重新評估。於往績記錄期間，我們並無變更我們的假設或估計，亦無發現我們的假設或估計有任何重大錯誤。當前情況下，我們預計我們的假設或估計在未來不會發生重大變化。審閱我們的綜合財務報表時，您應考慮：(i)我們的重要會計政策；(ii)影響該等政策應用的判斷及其他不確定因素；及(iii)報告結果對條件及假設變化的敏感性。

---

## 財務資料

---

我們於下文載列若干我們認為對我們至關重要的會計政策，或在編製我們的綜合財務報表時涉及的最重要的估計及判斷。我們的重要會計政策資料以及關鍵會計判斷及主要估計對了解我們的財務狀況和經營業績非常重要，詳見本文件附錄一所載會計師報告附註4及5。

### 重要會計政策資料

#### 收入及其他收入

當產品或服務的控制權轉移給客戶時，我們按預期有權獲得的承諾對價金額（不包括代表第三方收取的金額）確認收入。收入不包括增值稅或其他銷售稅，並經扣除任何貿易折扣、退貨撥備及相關附加費。

我們提供品牌至消費者的解決方案、品牌至企業的解決方案、品牌資產管理與IP商業化運營及其他服務。各業務板塊的收入主要來自產品銷售及／或提供服務。

#### 產品銷售

我們的收入來自將購自品牌合作夥伴及／或其授權分銷商的产品（包括大健康、美妝個護、大快消、家居及家電）(i)在品牌至消費者的解決方案項下通過我們於電商平台運營的授權品牌旗艦店及其他品牌店直接銷售予消費者；(ii)在品牌至消費者的解決方案項下出售予電商平台；或(iii)在品牌至企業的解決方案項下銷售予分銷商，包括線下渠道。銷售產品所得收入按總額確認，因為(i)我們（而非品牌合作夥伴）主要負責履行提供指定商品的承諾；(ii)我們承擔存貨風險；及(iii)我們可自行釐定產品售價。

就在電商平台向消費者銷售產品而言，商品的控制權在消費者於電商平台規定的期間內手動確認收到商品時或在電商平台於規定期間後自動確認收到訂單時轉移。消費者向電商平台開設的託管賬戶預付全額價款，該價款於訂單獲確認收到後轉移至我們品牌旗艦店的資金賬戶。

---

## 財務資料

---

就向電商平台銷售產品而言，商品的控制權於有關電商平台（作為我們的直接客戶）發出證明商品控制權轉移至消費者的單據（如結算單）時或商品送達指定地點或交付至指定承運人時轉移。於釐定我們向客戶銷售產品的售價時，我們會考慮可變因素（如返利及折扣）的影響及使用預計價值法（該方法可更好預測我們將有權收取的對價金額）估計我們將有權收取的對價金額。

品牌至企業的解決方案所得收入產生自向分銷商（包括線下渠道）銷售產品。收入於根據有關運輸條款產品送達指定地點或交付至指定承運人時產品控制權轉移至分銷商（即線下渠道）時確認。我們可能會要求分銷商（包括線下渠道）在交付前預付款項。我們收到的售價款於產品交付至線下渠道前確認為合約負債。

在若干情況下，電商平台（包括電商平台）及線下渠道的消費者有權在收到自我們購買的產品後退貨。於往績記錄期間，客戶退貨產生的財務影響並不重大。

收入以我們預期就轉移產品予客戶將收取的對價金額計量。減少收入的退貨撥備基於我們保存的歷史數據及按產品類別劃分的退貨分析，採用最有可能金額法估算。

### 提供服務

我們作為服務提供商，為品牌合作夥伴的品牌產品線上銷售和其他客戶提供便利，並履行提供各種電商運營服務的義務，其中可能包括IT解決方案、線上商店運營、數字營銷、客戶服務和履約服務的任何組合。由於客戶同時取得並消耗我們履約所帶來的利益，因此提供服務產生的收入隨時間確認。

IT解決方案（如一次性網上商店設計及建立服務）產生的收入於提供服務時確認。

物流服務（包括倉儲服務、快遞及貨運服務及相關增值服務以及其他類型的服務）產生的收入於服務期限內確認。

## 財務資料

利息收入採用實際利率法於應計時確認。就按攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益(可重新分類)計量而並無信貸減值的金融資產而言，實際利率應用於資產的賬面總值。就發生信貸減值的金融資產而言，實際利率則應用於資產的攤銷成本(即扣除虧損撥備的賬面總值)。

股息收入於股東有權收取付款時確認。

### 物業、廠房及設備

用於生產或供應貨物或服務，或用於行政目的的物業、廠房及設備(下文所述的在建物業除外)，在綜合財務狀況表中按成本減去後續累計折舊及後續累計減值虧損(如有)列報。

僅當與該項目相關的未來經濟利益有可能流入我們，且該項目的成本能夠可靠地計量時，後續成本方會酌情計入資產的賬面值或確認為一項單獨的資產。所有其他維修及維護費用於發生期間計入損益。

物業、廠房及設備的折舊按足以撇銷其成本(扣除殘值)的比率，於其估計可使用年期內以直線法計算。主要可使用年期如下：

樓宇	20年
租賃裝修	2至10年
計算機設備	3年
辦公設備	3至5年

殘值、可使用年期及折舊方法會於各報告期結束時進行審查及調整(如適用)，變更任何估計的影響均以預期基準入賬。

出售物業、廠房及設備的收益或虧損是銷售所得淨額與相關資產賬面金額之間的差額，於損益中確認。

### 無形資產

軟件及專利按成本減去累計攤銷及減值虧損列報。其攤銷金額按估計可使用年期(10年)採用直線法計算。

---

## 財務資料

---

### 存貨

存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者入賬。成本採用加權平均法確定。購入存貨的成本於扣除返利及折扣後確定。可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減去估計完工成本及估計銷售所需的成本。

### 貿易及其他應收款項

貿易應收款項於我們有權無條件收取對價時予以確認。倘僅隨時間即可支付對價，則收取對價的權利乃屬無條件。倘我們擁有無條件收取對價的權利前已確認收入，則該金額作為合同資產列報。

貿易應收款項最初按無條件對價金額確認，除非其中包含重要的融資成分，則按公允價值確認。我們持有貿易應收款項的目的是收取合同現金流量，因此隨後採用實際利率法按攤銷成本減去信貸虧損撥備來計量。

### 金融工具的確認及終止確認

當集團實體成為該工具合同條文的訂約方時，金融資產及金融負債於綜合財務狀況表中予以確認。

金融資產及金融負債最初按公允價值計量。收購或發行金融資產及金融負債（以公允價值計量且其變動計入當期損益（「以公允價值計量且其變動計入當期損益」）的金融資產和金融負債除外）直接產生的交易成本於初始確認時酌情計入金融資產或金融負債的公允價值或從中扣除。收購以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產或金融負債直接產生的交易成本立即計入損益。

僅當資產現金流的合同權利到期，或將金融資產及資產所有權的大部分風險及回報轉移給另一實體時，我們方會終止確認金融資產。倘我們既無轉移也無保留所有權的絕大部分風險及回報，且繼續控制所轉移的資產，我們會確認於該資產中的保留權益以及可能需要支付的相關負債。倘我們保留所轉讓金融資產所有權的絕大部分風險及回報，我們將繼續確認該金融資產，同時確認所獲收益的抵押借款。

---

## 財務資料

---

僅當我們的義務被解除、取消或到期時，我們方會終止確認金融負債。終止確認的金融負債的賬面金額與已付和應付對價（包括所轉讓的任何非現金資產或所承擔的任何負債）之間的差額於損益中確認。

### 金融資產

所有金融資產的正常購買或出售均按交易日確認及終止確認。定期購買或出售指需要在法規或市場慣例規定的時限內交付資產的金融資產購買或出售。所有已確認的金融資產均按攤銷成本或公允價值進行後續計量，具體取決於金融資產的分類。

### 債務投資

本集團持有的債務投資分為按以下方式計量的類別之一：

- 攤銷成本，倘持有投資是為收取合同現金流量，即純粹為獲得本金及利息付款。投資所得利息收入採用實際利率法計算。
- 以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益 — 可撥回，倘投資的合同現金流量僅包括本金及利息付款，且投資於以通過收取合同現金流量及出售實現目標的商業模式下持有。公允價值的變化於其他綜合收益中確認，但於損益中確認的預期信貸虧損、利息收入（使用實際利率法計算）和外匯損益除外。終止確認投資時，其他綜合收益中的累計金額將從權益轉入損益。
- 倘投資不符合按攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益（可重新分類）計量的標準，則按以公允價值計量且其變動計入當期損益計量。投資公允價值（包括利息）的變動於損益中確認。

### 股權投資

股本證券投資歸類為以公允價值計量且其變動計入當期損益，除非該股權投資並非持作買賣用途，且初始確認投資時，本集團選擇將該投資指定為以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益（不可撥回），從而在其他綜合收益中確認其後的公允價值變動。該選擇乃根據逐項工具基準作出，惟僅可在投資從發行人角度而言符合權益的定義時作出。倘作出該選擇，其他綜合收益中累計的金額將保留於公允價值儲備（不可撥回）中，直到投資被出售為止。出售時，公允價值儲備（不可撥回）中的累計金額將轉

---

## 財務資料

---

入保留盈利，而不會透過損益重新撥回。股本證券投資產生的股息，無論歸類為以公允價值計量且其變動計入當期損益或以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益，均於損益中確認為其他收入。

### 研發支出

研究活動支出於其產生年度／期間確認為開支。

### 根據僱員激勵計劃向服務提供商作出的股份支付

本公司已根據僱員激勵計劃分別向服務提供商授予蘇州尚來及易賣有為的合夥權益。有關本公司與服務提供商訂立的諮詢協議等進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－僱員持股平台」分節。本集團評估認定，與服務提供商訂立的一系列諮詢協議連同相關合夥權益，構成國際財務報告準則第2號「股份支付」範疇內的以權益結算的股份支付交易。

授予服務提供商的權益乃作為其提供諮詢服務的唯一對價。根據本公司與服務提供商之間的協議，該等權益授予的會計處理詳情如下：

1. **2020年及2021年授予的權益（於往績記錄期間之前）：**授予的權益不會因服務終止而被沒收。因此，該等授予被視為於各自授予日期立即無條件歸屬。授予的權益工具的公允價值於授予日期計量，並立即全額確認為費用。
2. **2025年授予的權益（於往績記錄期間內）：**若服務提供商在五年合約服務期內終止服務，則其有義務將其股份轉讓給指定的第三方或最終股東。

此項義務構成一項歸屬條件。因此，相關費用在五年歸屬期內確認。該費用按授予日期所授出權益工具的公允價值扣除服務提供商支付的任何對價後計量。

然而，管理層評估後釐定相關股份支付開支並不重大，因此，相關開支於截至2025年9月30日止九個月並無入賬。

---

## 財務資料

---

### 關鍵判斷及重要估計

#### 應用會計政策時的關鍵判斷

在應用會計政策的過程中，我們的董事作出了以下對綜合財務報表中確認金額具有重大影響的判斷（涉及估計的判斷除外，相關說明將在下文闡述）。

#### 委託人與代理人對價

我們按品牌至消費者的解決方案的B2B2C模式從事產品銷售。計及我們主要負責履行提供產品的承諾等指標，我們認為，我們在此類交易中充當委託人，因為我們將指定產品轉讓給客戶前控制該產品。我們有存貨風險及貨物的合法所有權。我們履行履約義務時，我們按合同規定的我們預期有權獲得的對價總額確認貿易收入。

#### 估計不確定因素的主要來源

下文討論了有關未來的關鍵假設，以及報告期末估計不確定因素的其他主要來源，該等假設及來源極有可能導致下一財政年度資產及負債的賬面金額的重大調整。

#### 遞延稅項資產

遞延稅項資產能否變現主要取決於未來是否有足夠的未來利潤或應稅暫時性差異。倘未來實際產生的應稅利潤少於或多於預期，或事實和情況發生變化，導致對未來應稅利潤的估算進行變更，則可能會出現遞延稅項資產的重大撥回或進一步確認，並在發生撥回或進一步確認的當期損益中予以確認。

#### 物業、廠房及設備以及使用權資產減值

物業、廠房及設備以及使用權資產按成本減累計折舊及減值（如有）列報。確定一項資產是否減值時，我們須作出判斷及估計，特別是評估以下方面：(1)是否發生可能影響資產價值的事件或跡象；(2)資產的賬面值是否能得到可收回金額的支持，使用價值的情況下，可收回金額指根據資產的持續使用情況估算出的未來現金流的淨現值；及(3)估算可收回金額時適用的適當關鍵假設，包括現金流預測及適當的折現率。無法估算單項資產（包括使用權資產）的可收回金額時，我們會估算該資產所屬現金產

## 財務資料

生單位的可收回金額。假設及估計的變更，包括現金流預測中的折現率或增長率，可能會對可收回金額產生重大影響。

### 貿易應收款項減值虧損

我們採用實際權宜法，利用撥備矩陣估算貿易應收款項的預期信貸虧損。撥備率基於債務人的賬齡，按不同債務人分組，並計及我們的歷史違約率以及無需過多成本或精力即可獲得的合理且可支持的前瞻性信息。各報告日，我們會重新評估觀察到的歷史違約率，並考慮前瞻性信息的變化。

### 呆滯存貨撥備

呆滯存貨撥備根據存貨的賬齡和估計可變現淨值計算。撥備金額的評估涉及判斷與估算。倘未來的實際結果與最初的估算不同，該差異將影響存貨的賬面值以及變更該估算止期間的撥備支出／撥回。

### 綜合損益表的主要組成部分

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

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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 .....	<b>1,117,250</b>	<b>1,355,503</b>	<b>1,400,287</b>	<b>889,141</b>	<b>1,079,200</b>
銷售成本 .....	(923,287)	(1,146,971)	(1,197,981)	(756,117)	(897,556)
毛利 .....	<b>193,963</b>	<b>208,532</b>	<b>202,306</b>	<b>133,024</b>	<b>181,644</b>
其他收入 .....	8,816	4,611	2,135	1,156	1,659
其他收益及虧損 .....	1,385	881	299	(3,080)	(10,536)
貿易及其他應收款項減值					
虧損(撥備)／撥回 .....	(3,120)	(9,193)	2,370	3,203	(935)
銷售開支 .....	(71,497)	(83,556)	(68,101)	(50,410)	(59,710)
行政開支 .....	(60,774)	(62,725)	(72,075)	(52,563)	(75,893)

## 財務資料

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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
經營利潤.....	68,773	58,550	66,934	31,330	36,229
融資成本.....	(20,467)	(24,724)	(20,082)	(15,939)	(15,466)
應佔聯營公司虧損.....	(534)	(154)	(275)	(275)	(5)
除稅前利潤.....	47,772	33,672	46,577	15,116	20,758
所得稅(開支)/抵免.....	(10,189)	(8,802)	3,245	(498)	(2,372)
年/期內利潤.....	<u>37,583</u>	<u>24,870</u>	<u>49,822</u>	<u>14,618</u>	<u>18,386</u>
以下各方應佔：					
本公司擁有人.....	37,583	24,568	48,157	13,577	24,527
非控股權益.....	-	302	1,665	1,041	(6,141)
	<u>37,583</u>	<u>24,870</u>	<u>49,822</u>	<u>14,618</u>	<u>18,386</u>

### 非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用國際財務報告準則並無規定亦並非按照國際財務報告準則呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量。我們通過加回(i)與[編纂]有關的[編纂]及(ii)非現金性質的股份支付界定經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)。我們認為，該非國際財務報告準則計量消除若干項目的潛在影響，有助比較不同期間的經營表現。

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

## 財務資料

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

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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
年／期內利潤 .....	37,583	24,870	49,822	14,618	18,386
就以下各項調整：					
[編纂].....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
股份支付.....	1,219	429	429	322	322
經調整淨利潤（非國際財務 報告準則計量）.....	<u>38,802</u>	<u>25,299</u>	<u>54,894</u>	<u>14,940</u>	<u>35,457</u>

### 綜合損益表主要組成部分說明

#### 收入

於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的收入分別為人民幣1,117.3百萬元、人民幣1,355.5百萬元、人民幣1,400.3百萬元、人民幣889.1百萬元及人民幣1,079.2百萬元。

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

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	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	(%)
品牌至消費者的										
解決方案 .....	989,586	88.5	973,726	71.8	843,199	60.2	603,615	67.9	555,845	51.5
線上渠道經銷模式..	906,602	81.1	876,868	64.7	733,832	52.4	526,080	59.2	483,709	44.8
運營服務模式.....	82,984	7.4	96,858	7.1	109,367	7.8	77,535	8.7	72,136	6.7
品牌至企業的										
解決方案 .....	63,217	5.7	282,130	20.8	494,461	35.3	243,301	27.4	344,268	31.9

## 財務資料

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	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	(%)
品牌資產管理與										
IP商業化運營.....	40,989	3.7	74,450	5.5	44,506	3.2	32,341	3.6	173,545	16.1
其他服務.....	23,458	2.1	25,197	1.9	18,121	1.3	9,884	1.1	5,542	0.5
	<u>1,117,250</u>	<u>100.0</u>	<u>1,355,503</u>	<u>100.0</u>	<u>1,400,287</u>	<u>100.0</u>	<u>889,141</u>	<u>100.0</u>	<u>1,079,200</u>	<u>100.0</u>

品牌至消費者的解決方案下，我們向品牌合作夥伴銷售產品（線上渠道經銷模式下）或提供服務（運營服務模式下）而產生部分收益（按整體基準）。線上渠道經銷模式下，我們從品牌合作夥伴購買產品，然後售予(i)電商平台，該情況下，產品隨後通過我們為其運營的電商平台自營網店售予消費者，或(ii)通過我們在電商平台上運營的線上品牌旗艦店售予消費者。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的線上渠道經銷模式下的B2B2C模式產生的收入分別為人民幣820.9百萬元、人民幣719.6百萬元、人民幣628.8百萬元、人民幣453.9百萬元及人民幣438.7百萬元，而我們的線上渠道經銷模式下的B2C模式產生的收入分別為人民幣85.7百萬元、人民幣157.2百萬元、人民幣105.0百萬元、人民幣72.2百萬元及人民幣45.0百萬元。運營服務模式下，我們向品牌合作夥伴提供一站式數字零售綜合運營服務，以收取按預定金額及／或按績效計算的服務費。請參閱「一重要會計政策資料、關鍵判斷及主要估計－重要會計政策資料－收入及其他收入－產品銷售」。

品牌至企業的解決方案下，我們從品牌合作夥伴購買的產品銷售至線下渠道，包括大型連鎖商超（例如沃爾瑪、大潤發和麥德龍），再由該等大型連鎖商超將產品售予消費者，從而產生部分收入（按整體基準）。請參閱「一重要會計政策資料、關鍵判斷及主要估計－重要會計政策資料－收入及其他收入－服務」。於往績記錄期間，我們從品牌至企業的解決方案產生的收入以及相應的收入貢獻持續增長。這主要是由於(i)我們在品牌至企業的解決方案下合作的品牌數目增加，及(ii)我們不斷擴大在品牌至企業的解決方案下與品牌合作的渠道，從而導致品牌產品的銷售額增加。我們於往績記錄期間戰略性地擴展了我們的品牌至企業的解決方案，以積累線下渠道資源並增強我們的線下渠道運營能力，這促進了我們線上和線下渠道資源的整合，並為我們的品牌資產管理業務的發展奠定了基礎。

## 財務資料

於往績記錄期間，我們的一小部分收入來自境外客戶。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的境外收入分別為人民幣32.0百萬元、人民幣69.2百萬元、人民幣48.5百萬元、人民幣26.0百萬元及人民幣135.9百萬元，分別佔各年／期總收入的2.4%、5.1%、3.5%、2.9%及12.6%。我們的境外客戶主要分佈在香港、澳大利亞、德國、馬來西亞及越南。

除品牌至消費者的解決方案及品牌至企業的解決方案外，我們還向品牌合作夥伴提供品牌資產管理與IP商業化運營服務以及其他服務（主要是項目制的數字運營和內容營銷服務），以收取按預定金額及／或按績效計算的服務費，從而產生部分收益（按整體基準）。請參閱「重要會計政策資料、關鍵判斷及主要估計－重要會計政策資料－收入及其他收入－服務」。

### 銷售成本

於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的銷售成本分別為人民幣923.3百萬元、人民幣1,147.0百萬元、人民幣1,198.0百萬元、人民幣756.1百萬元及人民幣897.6百萬元。

下表載列於所示期間按性質劃分的銷售成本，包括絕對金額和佔總銷售成本的百分比。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	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)									
採購成本.....	820,717	88.9	1,050,002	91.5	1,112,916	92.9	695,929	92.0	840,331	93.6
員工成本.....	60,047	6.5	61,298	5.3	60,597	5.1	44,655	5.9	39,665	4.4
物流成本.....	33,116	3.6	24,696	2.2	22,156	1.8	13,638	1.8	16,357	1.8
其他.....	9,407	1.0	10,975	1.0	2,312	0.2	1,895	0.3	1,202	0.1
銷售成本總額.....	<u>923,287</u>	<u>100.0</u>	<u>1,146,971</u>	<u>100.0</u>	<u>1,197,981</u>	<u>100.0</u>	<u>756,117</u>	<u>100.0</u>	<u>897,555</u>	<u>100.0</u>

我們的銷售成本包括：(i)採購成本，主要是向品牌合作夥伴採購產品的價格；(ii)員工成本，主要包括品牌至消費者的解決方案運營服務模式下員工的薪金及福利；(iii)物流成本，主要是第三方服務商收取的產品運輸和配送費用；及(iv)其他，主要包括我們品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下支付給外包勞務的服務費。

## 財務資料

從我們的品牌合作夥伴獲得的返利在銷售產品時從我們的採購成本中扣除。我們從品牌合作夥伴獲得的返利包括合同返利及酌情返利。對於合同返利，我們與品牌合作夥伴的合同中明確規定了(i)我們有權獲得相關返利的情形及(ii)我們可能有權獲得的返利金額的計算方式。對於酌情返利，雖然合同規定了我們可能有權獲得相關返利的情形，但我們可以與相關品牌合作夥伴協商我們可能有權獲得的返利金額。我們可能有權獲得的酌情返利金額主要受我們的銷售業績及品牌預算的影響。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們的合同返利分別為人民幣39.3百萬元、人民幣104.6百萬元、人民幣115.1百萬元、人民幣63.1百萬元及人民幣103.2百萬元，而我們的酌情返利分別為人民幣75.0百萬元、人民幣113.3百萬元、人民幣83.8百萬元、人民幣68.2百萬元及人民幣141.8百萬元。酌情返利由品牌合作夥伴與我們雙方協定並透過電子郵件確認。於往績記錄期間，概無品牌合作夥伴授出的酌情返利因任何原因而須於其後作出調整，亦無發生導致有關其後調整的情況。

### 毛利及毛利率

毛利指我們的收入減去銷售成本，毛利率指我們的毛利佔收入的百分比。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的毛利分別為人民幣194.0百萬元、人民幣208.5百萬元、人民幣202.3百萬元、人民幣133.0百萬元及人民幣181.6百萬元，毛利率分別為17.4%、15.4%、14.4%、15.0%及16.8%。

下表載列於所示期間按業務板塊劃分的毛利及毛利率的明細：

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	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)									
品牌至消費者										
的解決方案 . . . . .	175,769	17.8	169,594	17.4	154,904	18.4	115,401	19.1	119,719	21.5
線上渠道經銷										
模式 . . . . .	142,409	15.7	131,473	15.0	94,675	12.9	67,142	12.8	80,327	16.6
運營服務模式 . . . . .	33,360	40.2	38,121	39.4	60,229	55.1	48,259	62.2	39,392	54.6
品牌至企業										
的解決方案 . . . . .	1,905	3.0	3,933	1.4	26,941	5.4	7,009	2.9	9,520	2.8

## 財務資料

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	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)									
品牌資產管理與										
IP商業化運營.....	10,955	26.7	19,705	26.5	12,328	27.7	8,429	26.1	50,221	28.9
其他服務.....	5,334	22.7	15,300	60.7	8,133	44.9	2,185	22.1	2,184	39.4
總計.....	<u>193,963</u>	<u>17.4</u>	<u>208,532</u>	<u>15.4</u>	<u>202,306</u>	<u>14.4</u>	<u>133,024</u>	<u>15.0</u>	<u>181,644</u>	<u>16.8</u>

具體而言，在我們品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下，於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們B2B2C模式的毛利率分別為15.6%、14.7%、12.1%、11.1%及15.9%，線上渠道經銷模式下B2C模式的毛利率分別為17.0%、16.5%、17.8%、23.0%及23.2%。

### 其他收入

於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，其他收入分別為人民幣8.8百萬元、人民幣4.6百萬元、人民幣2.1百萬元、人民幣1.2百萬元及人民幣1.7百萬元。

下表載列於所示期間的其他收入的明細：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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)				
以公允價值計量且其變動計入 其他綜合收益的金融資產的					
股息收入.....	3	11	-	-	13
銀行存款利息收入.....	1,109	653	506	472	591
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產的					
收益.....	10	39	48	87	112
政府補助.....	6,502	3,240	1,366	550	809
其他.....	1,192	668	215	47	134
總計.....	<u>8,816</u>	<u>4,611</u>	<u>2,135</u>	<u>1,156</u>	<u>1,659</u>

## 財務資料

其他收入包括：(i)以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產的股息收入，即與我們的基金投資相關的股息；(ii)銀行存款利息收入；(iii)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的收益，即我們從銀行購買的金融產品投資的利息收入／虧損；(iv)政府補助，主要是地方政府部門為支持我們的業務運營而提供的補貼；及(v)其他，主要包括其他稅收減免。

### 其他收益及虧損

於2022年、2023年及2024年，其他收益分別為人民幣1.4百萬元、人民幣0.9百萬元及人民幣0.3百萬元。截至2024年及2025年9月30日止九個月，其他虧損為人民幣3.1百萬元及人民幣10.5百萬元。

下表載列於所示期間的其他收益及虧損明細：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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
出售物業、廠房及設備的損失.....	(94)	-	-	-	-
終止租賃收益.....	-	-	-	-	1
無形資產撤銷.....	(1,367)	-	-	-	-
匯兌收益／(虧損)淨額.....	2,378	4,488	(2,566)	(7,355)	(6,576)
衍生工具的公允價值收益.....	-	298	-	-	-
衍生工具的已實現損失.....	-	(2,055)	(159)	(159)	-
存貨撥備撥回／(計提).....	468	(1,850)	3,024	4,434	(3,961)
<b>總計</b> .....	<b>1,385</b>	<b>881</b>	<b>299</b>	<b>(3,080)</b>	<b>(10,536)</b>



## 財務資料

費、我們為增加我們運營的網店對消費者的曝光率而從電商平台購買的線上營銷和推廣服務及產品所產生的營銷和推廣費用，以及第三方支付渠道收取的服務費，(iv)服務費，主要包括與品牌至消費者的解決方案的客戶服務有關的勞務外包費用，(v)辦公及差旅費用，及(vi)其他費用，包括品牌產品的樣品和測試費用、辦公室的租賃、物業管理和公用事業費用、使用權資產折舊，以及我們的物業、廠房及設備的折舊和攤銷。

根據若干協議，我們的品牌合作夥伴同意向我們償付品牌營銷和推廣活動產生的全部支出(品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下)或部分支出(品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下以及品牌至企業的解決方案下)。在品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下，我們主要為品牌合作夥伴提供網店運營等服務，且我們僅產生服務費作為收入，因此品牌合作夥伴向我們償付品牌營銷及推廣活動產生的全部支出。在品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下及在品牌至企業的解決方案下，我們於進行每次營銷及推廣活動後向品牌合作夥伴提交一份全面的償付方案(其中包括我們的銷售業績、營銷活動效果分析及相關支出的明細)，品牌合作夥伴根據對我們償付方案的審核釐定償付金額。在品牌資產管理與IP商業化運營下，我們對品牌運營擁有自主運營權(包括品牌產品的銷售、營銷及推廣)，且我們從產品銷售中產生收入，因此品牌合作夥伴不會向我們償付品牌營銷及推廣活動產生的支出。我們收到的償付金額從銷售開支中扣除，這符合國際財務報告準則。下表載列我們於包括往績記錄期間的各年度／期間按業務模式從品牌合作夥伴獲得並已從我們的銷售開支中扣除的償付金額：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元				
品牌至消費者的					
解決方案.....	151,168	209,592	155,784	122,733	150,627
線上渠道經銷模式...	137,819	171,323	89,570	78,489	59,336
運營服務模式.....	13,349	38,269	66,214	44,244	91,291
品牌至企業的					
解決方案.....	9,429	26,230	50,565	42,881	34,436
<b>總計 .....</b>	<b>160,597</b>	<b>235,822</b>	<b>206,349</b>	<b>165,614</b>	<b>185,063</b>

## 財務資料

我們向其購買營銷及推廣服務及產品的若干電商平台同意給予我們返利，返利乃從銷售開支中扣除。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們自電商平台收取的返利分別為人民幣3.1百萬元、人民幣1.4百萬元、人民幣4.2百萬元、人民幣2.6百萬元及人民幣2.7百萬元。

### 行政開支

於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的行政開支分別為人民幣60.8百萬元、人民幣62.7百萬元、人民幣72.1百萬元、人民幣52.6百萬元及人民幣75.9百萬元，分別佔同期總收入的5.4%、4.6%、5.1%、5.9%及7.0%。

下表載列於所示期間的行政開支明細，以絕對金額和佔總行政開支的百分比列示：

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	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)									
員工成本.....	23,494	38.7	26,852	42.8	23,849	33.1	17,466	33.2	19,705	26.0
研發費用.....	15,173	25.0	10,102	16.1	15,702	21.8	10,128	19.3	13,894	18.3
存貨損失.....	3,662	6.0	2,618	4.2	466	0.6	576	1.1	-	-
使用權資產折舊...	4,627	7.6	4,571	7.3	3,981	5.5	2,246	4.3	2,463	3.2
專業及其他										
服務支出.....	4,426	7.3	4,706	7.5	10,432	14.5	7,052	13.4	25,864	34.1
辦公及差旅費用...	3,770	6.2	5,441	8.7	7,085	9.8	4,741	9	4,870	6.4
租金及相關費用...	3,236	5.3	4,386	7.0	4,084	5.7	3,950	7.5	4,748	6.3
其他.....	2,386	3.9	4,049	6.4	6,476	9	6,404	12.2	4,348	5.7
總計.....	<u>60,774</u>	<u>100.0</u>	<u>62,725</u>	<u>100.0</u>	<u>72,075</u>	<u>100.0</u>	<u>52,563</u>	<u>100.0</u>	<u>75,893</u>	<u>100.0</u>

我們的行政開支包括：(i)員工成本，包括管理及行政人員的薪金、股份報酬及其他福利；(ii)研發費用；(iii)存貨損失，主要是存貨的虧絀及報廢；(iv)使用權資產折舊；(v)專業及其他服務支出，包括專業服務支出（包括與[編纂]相關的專業服務支出）以及其他服務支出，例如培訓和招聘服務；(vi)辦公及差旅費用；(vii)與我們的辦公室租賃相關的租金和相關支出；及(viii)其他，主要包括物業、廠房及設備以及無形資產折舊和攤銷、保險、稅金和維修支出。

## 財務資料

### 融資成本

融資成本包括(i)銀行借款利息，(ii)其他借款(即從第三方公司收到的貸款)利息，及(iii)租賃負債利息開支。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的融資成本分別為人民幣20.5百萬元、人民幣24.7百萬元、人民幣20.1百萬元、人民幣15.9百萬元及人民幣15.5百萬元。

下表載列於所示期間的融資成本明細：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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
銀行借款利息.....	18,557	21,742	18,183	14,593	13,936
其他借款利息.....	1,489	2,567	1,488	1,116	1,112
租賃負債利息開支.....	421	415	411	230	418
<b>總計</b> .....	<b>20,467</b>	<b>24,724</b>	<b>20,082</b>	<b>15,939</b>	<b>15,466</b>

### 應佔聯營公司虧損

由於我們於往績記錄期間採用權益法核算若干發生虧損的被投資公司，因此我們錄得應佔聯營公司虧損。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們分別錄得應佔聯營公司虧損人民幣0.5百萬元、人民幣0.2百萬元、人民幣0.3百萬元、人民幣0.3百萬元及人民幣5千元。

### 所得稅(開支)／抵免

2022年及2023年，我們產生的所得稅開支分別為人民幣10.2百萬元及人民幣8.8百萬元。同期，我們的實際稅率分別為21.3%及26.1%。我們於2022年及2023年分別支付所得稅人民幣5,000元及人民幣170,000元。即期稅項開支與2022年及2023年繳納的所得稅之間存在差異，是因為我們根據管理賬目進行了2022年及2023年的稅務申報，並為[編纂]籌備，我們對某些財務項目的會計處理進行了調整(例如我們收取的返利及償付)，以符合適用於上市公司的會計準則，該等準則與我們管理賬目所採用的準則不同。由於我們籌備[編纂]，截至2025年5月31日(即上一年度報稅的截止日期)，2024年的經審計財務數據尚未最終確定。因此，為避免因潛在財務調整而導致重複報稅，

## 財務資料

我們於2025年5月並無作出稅項調整。我們目前正準備就有關年度作出稅項調整。截至本文件日期，我們並無因該等差異而受到相關稅務機關的任何處罰。2024年，我們的所得稅抵免為人民幣3.2百萬元，實際稅率為負7.0%。截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們分別產生所得稅開支人民幣0.5百萬元及人民幣2.4百萬元。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與相關稅務機關並無任何重大糾紛或未解決的稅務問題。

我們在不同的司法管轄區須按不同稅率繳納所得稅。下文概述影響我們在中國及香港適用稅率的主要因素。

### 中國

根據於2008年1月1日生效並於2018年12月29日修訂的企業所得稅法，除享有稅收優惠待遇的若干子公司外，我們所有中國子公司的法定稅率均為25%。

其他地區應稅利潤的稅項支出乃基於我們經營所在國家的現行法律、詮釋及常規，按其通行稅率計算。

於2023年11月6日，我們獲江蘇省科學技術廳、江蘇省財政廳及江蘇省稅務局批准認定為高新技術企業（證書編號：GR202332001445）。根據企業所得稅法第二十八條和實施條例第九十三條，本公司享受15%的企業所得稅優惠稅率和三年免徵期。

根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於實施小微企業和個體工商戶所得稅優惠政策的公告》（財稅[2021]12號），對小微企業年應納稅所得額不超過人民幣1百萬元的一部分，在《關於實施小微企業普惠性稅收減免政策的通知》（財稅[2019]13號）第二條規定的優惠政策基礎上，再減半徵收企業所得稅。執行期限為2021年1月1日至2022年12月31日。

根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於小微企業和個體工商戶所得稅優惠政策的公告》（2023年第6號），2023年1月1日至2024年12月31日，對小微企業年應納稅所得額不超過人民幣1百萬元的一部分，減按25%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅。根據財政部與國家稅務總局發佈的《關於進一步支持小微企業和個體工商戶發展有關稅費政策的公告》（2023年第12號），對小微企業減按25%計算應納稅所得

## 財務資料

額，按20%的稅率繳納企業所得稅政策，延續執行至2027年12月31日。

我們於2024年10月23日獲江蘇省軟件行業協會頒發軟件企業證書。根據《國務院關於印發新時期促進集成電路產業和軟件產業高質量發展若干政策的通知》(2020年第8號)、工業和信息化部公告2021年第10號《國家鼓勵的重點軟件企業條件》及國家稅務總局公告2018年第23號《國家稅務總局關於發佈修訂後的〈企業所得稅優惠政策事項辦理辦法〉的公告》，我們符合上述規定對軟件企業第一年至第二年免徵所得稅、第三年至第五年減半徵收所得稅的條件。由於2024年是我們獲得軟件企業證書後的第二年，我們於2024年匯算清繳企業所得稅時免繳企業所得稅。

### 香港

根據利得稅兩級制，在香港成立的合資格集團實體首2百萬港元的利潤按8.25%的稅率繳稅，而超過該金額的利潤則按16.5%的稅率繳稅。不符合利得稅兩級制的集團實體的利潤將繼續按16.5%的稅率繳稅。

### 經營業績

#### 截至2025年9月30日止九個月與截至2024年9月30日止九個月的比較

#### 收入

我們的收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣889.1百萬元增加21.4%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1,079.2百萬元，主要由於我們的品牌資產管理與IP商業化運營以及我們的品牌至企業的解決方案所得收入增加。

品牌至消費者的解決方案所得收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣603.6百萬元減少7.9%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣555.8百萬元，原因是(i)線上渠道經銷模式所得收入減少人民幣42.4百萬元，由於我們終止了與部分品牌方的若干產品合作，及(ii)運營服務模式所得收入減少人民幣5.4百萬元，原因在於我們在該業務模式下終止與兩家美妝品牌的合作。

品牌至企業的解決方案所得收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣243.3百萬元增加41.5%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣344.3百萬元，主要由於我們

---

## 財務資料

---

在該業務板塊下新開展的與大健康品牌及美妝品牌的合作以及我們已有合作的美妝品牌的產品銷售額增加。

品牌資產管理與IP商業化運營所得收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣32.3百萬元增加436.6%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣173.5百萬元，主要由於我們與該業務板塊下的若干新品牌建立合作，包括一個全球知名大健康品牌，我們於截至2024年及2025年9月30日止九個月自該品牌產生的收入分別為人民幣0.3百萬元及人民幣122.6百萬元。

其他服務所得收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣9.9百萬元減少43.9%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣5.5百萬元，乃由於我們於該業務板塊下的項目數目減少所致。我們為品牌合作夥伴提供其他服務項下的一次性項目制的數字運營和內容營銷服務。

### 銷售成本

我們的銷售成本由截至2024年9月30日止九個月的人民幣756.1百萬元增加18.7%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣897.6百萬元，與我們的收入增長一致。

我們的採購成本由截至2024年9月30日止九個月的人民幣695.9百萬元增加20.7%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣840.3百萬元，與我們從品牌合作夥伴採購的產品的銷售額增長一致。我們的員工成本由截至2024年9月30日止九個月的人民幣44.7百萬元減少11.2%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣39.7百萬元，主要由於我們的品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下的業務量減少。我們的物流成本由截至2024年9月30日止九個月的人民幣13.6百萬元增加19.9%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣16.4百萬元，主要由於品牌資產管理與IP商業化運營的業務量增加。

### 毛利及毛利率

由於上文所述，我們的毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣133.0百萬元增加36.5%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣181.6百萬元。我們的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的15.0%上升至截至2025年9月30日止九個月的16.8%，主要由於我們的品牌資產管理與IP商業化運營的收入貢獻增加，其毛利率高於我們的品牌至消費者的解決方案及品牌至企業的解決方案的毛利率。

品牌至消費者的解決方案的毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣115.4百萬元增加3.7%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣119.7百萬元。品牌至消費者的

---

## 財務資料

---

解決方案的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的19.1%上升至截至2025年9月30日止九個月的21.5%，主要由於毛利率相對較高的項目增加。

品牌至企業的解決方案的毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣7.0百萬元增加35.8%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣9.5百萬元。截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月，品牌至企業的解決方案的毛利率維持相對穩定，分別為2.9%及2.8%。

品牌資產管理與IP商業化運營的毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣8.4百萬元增加495.8%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣50.2百萬元。截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月，品牌資產管理與IP商業化運營的毛利率維持相對穩定，分別為26.1%及28.9%。

截至2024年及2025年9月30日止九個月，其他服務的毛利均穩定在人民幣2.2百萬元。其他服務的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的22.1%上升至截至2025年9月30日止九個月的39.4%。

### 其他收入

其他收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣1.2百萬元增加43.5%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1.7百萬元，主要由於政府補助增加，尤其是培訓補貼及若干企業補貼，而我們在截至2024年9月30日止九個月並未獲得該補貼。

### 其他虧損

其他虧損由截至2024年9月30日止九個月的人民幣3.1百萬元增加242.1%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣10.5百萬元，主要由於截至2025年9月30日止九個月計提存貨撥備，而截至2024年9月30日止九個月則為存貨撥備撥回。

### 貿易及其他應收款項減值虧損(撥備)／撥回

---

## 財務資料

---

截至2025年9月30日止九個月，我們錄得貿易及其他應收款項減值虧損人民幣0.9百萬元，而截至2024年9月30日止九個月則錄得貿易及其他應收款項減值虧損撥回人民幣3.2百萬元，主要由於其他應收款項的總賬面值及相關壞賬撥備增加。請參閱「一節選綜合財務狀況表分析－按金、預付款項及其他應收款項」。

### 銷售開支

銷售開支由截至2024年9月30日止九個月的人民幣50.4百萬元增加18.4%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣59.7百萬元，主要由於我們品牌至企業的解決方案及品牌資產管理及IP商業化業務的擴張導致員工成本增加。

### 行政開支

行政開支由截至2024年9月30日止九個月的人民幣52.6百萬元增加44.4%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣75.9百萬元，主要由於與[編纂]相關的專業及其他服務支出增加。

### 融資成本

截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月，融資成本維持相對穩定，分別為人民幣15.9百萬元及人民幣15.5百萬元。

### 應佔聯營公司虧損

我們應佔聯營公司虧損由截至2024年9月30日止九個月的人民幣0.3百萬元減少98.2%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣5千元，原因是我們於若干聯營公司（我們持有少數股份）的投資價值已減值至零。

### 除稅前利潤

由於上文所述，我們的除稅前利潤由截至2024年9月30日止九個月的人民幣15.1百萬元增加37.3%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣20.8百萬元。

### 所得稅(開支)／抵免

---

## 財務資料

---

我們的所得稅開支由截至2024年9月30日止九個月的人民幣0.5百萬元增加376.3%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣2.4百萬元，原因為(i)我們截至2025年9月30日止九個月錄得的除稅前利潤較2024年同期有所增加；及(ii)我們於2024年獲得軟件企業證書，因此獲豁免繳納2024年的企業所得稅。

### 期內利潤

由於上文所述，我們的期內利潤由截至2024年9月30日止九個月的人民幣14.6百萬元增加25.8%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣18.4百萬元。截至2025年9月30日止九個月，我們錄得淨利潤率1.7%。

### 截至2024年12月31日止年度與截至2023年12月31日止年度的比較

#### 收入

我們的收入由2023年的人民幣1,355.5百萬元增加3.3%至2024年的人民幣1,400.3百萬元，主要是由於我們的品牌至企業的解決方案所得收入增加。

品牌至消費者的解決方案所得收入由2023年的人民幣973.7百萬元減少13.4%至2024年的人民幣843.2百萬元，是由於考慮到投資回報率較低及市場對其產品需求波動等多項因素，我們戰略性地終止與若干大快消品牌的合作，導致線上渠道經銷模式所得收入減少人民幣143.0百萬元，部分被運營服務模式所得收入增加人民幣12.5百萬元所抵銷，是由於我們加強與高端美妝品牌合作夥伴合作及在美妝個護領域持續擴張，導致我們在高端美妝領域的業務量增加。

品牌至企業的解決方案所得收入由2023年的人民幣282.1百萬元增加75.3%至2024年的人民幣494.5百萬元，是由於我們在該業務板塊與若干品牌合作夥伴的合作加深及業務量增加。

品牌資產管理與IP商業化運營所得收入由2023年的人民幣74.5百萬元減少40.2%至2024年的人民幣44.5百萬元，主要是由於我們戰略性地終止了通過某些渠道與該業務板塊若干利潤率相對較低的品牌合作夥伴的合作。

其他服務所得收入由2023年的人民幣25.2百萬元減少28.1%至2024年的人民幣18.1百萬元，是由於我們在該業務板塊下的項目數量減少。我們於其他服務項下為品

---

## 財務資料

---

牌合作夥伴提供一次性項目制的數字運營和內容營銷服務。

### 銷售成本

我們的銷售成本由2023年的人民幣1,147.0百萬元增加4.4%至2024年的人民幣1,198.0百萬元，與我們的收入增長一致。

我們的採購成本由2023年的人民幣1,050百萬元增加6.0%至2024年的人民幣1,112.9百萬元，與我們從品牌合作夥伴採購的產品的銷售額增長一致。於2023年及2024年，我們的員工成本保持相對穩定，分別為人民幣61.3百萬元及人民幣60.6百萬元。我們的物流成本由2023年的人民幣24.7百萬元減少10.3%至2024年的人民幣22.2百萬元，主要是由於(i)我們的品牌至企業的解決方案的收入貢獻增加，而當中涉及的物流服務較少，及(ii)我們在物流管理中應用AI技術推動成本降低。

### 毛利及毛利率

由於上文所述，我們的毛利由2023年的人民幣208.5百萬元減少3.0%至2024年的人民幣202.3百萬元。我們的毛利率由2023年的15.4%下降至2024年的14.4%，主要是由於我們的品牌至企業的解決方案所得收入貢獻增長，而其毛利率低於其他業務板塊。與其他業務板塊相比，我們的品牌至企業的解決方案的毛利率較低，主要是因為：(i)我們於2023年開始戰略擴張品牌至企業的解決方案，以擴大我們的線上和線下渠道網絡，我們進行了大量初始投資，並戰略性地降低了毛利率，以促進業務增長；(ii)我們的品牌至企業的解決方案的本質是通過線下渠道分銷品牌產品。根據弗若斯特沙利文的資料，在產品分銷方面，市場主體通常需要通過相對較低的定價來建立競爭優勢，以維持高質量的合作夥伴關係，這導致毛利率相對較低；及(iii)由於我們主要作為品牌至企業的解決方案下的品牌產品分銷商，與我們向品牌提供產品分銷以外的其他電商服務的其他業務板塊相比，我們與品牌及線下渠道的議價能力相對較低，導致我們品牌至企業的解決方案的毛利率較低。

品牌至消費者的解決方案的毛利由2023年的人民幣169.6百萬元減少8.7%至2024年的人民幣154.9百萬元。品牌至消費者的解決方案的毛利率由2023年的17.4%上升至2024年的18.4%，主要是由於運營服務模式的收入貢獻增加，而其毛利率高於線上渠道經銷模式。運營服務模式的毛利率由2023年的39.4%上升至2024年的55.1%，主要由於(i)隨著運營服務模式持續增長的規模經濟，及(ii)我們應用了AI技術(如AI客戶服務)，降低了我們的勞動力成本並提高效率。

品牌至企業的解決方案的毛利由2023年的人民幣3.9百萬元大幅增至2024年的人民幣26.9百萬元。品牌至企業的解決方案的毛利率由2023年的1.4%上升至2024年

---

## 財務資料

---

的5.4%，主要是由於隨著我們品牌至企業的解決方案的發展，我們擁有更強的議價能力，能夠與合作毛利率更高的更多優質品牌合作夥伴建立合作關係。

品牌資產管理與IP商業化運營的毛利由2023年的人民幣19.7百萬元減少至2024年的人民幣12.3百萬元。品牌資產管理與IP商業化運營的毛利率由2023年的26.5%上升至2024年的27.7%，主要是由於我們將重心放在該業務板塊毛利率較高的品牌合作夥伴上並戰略性地終止了與若干毛利率較低的品牌合作夥伴的合作。

其他服務的毛利由2023年的人民幣15.3百萬元減少46.8%至2024年的人民幣8.1百萬元。其他服務的毛利率由2023年的60.7%下降至2024年的44.9%。2023年，其他服務的毛利率較高，是因為我們為一家中國領先的科技企業的線上商城系統進行數字化升級，該項目的費率較高。與2023年相比，品牌合作夥伴於2024年減少了對該板塊的投資。

### 其他收入

其他收入由2023年的人民幣4.6百萬元減少53.7%至2024年的人民幣2.1百萬元，主要是由於與人才補貼和企業發展特別獎勵有關的政府補助減少（尤其是我們於2023年獲得的蘇州獨角獸企業和蘇州生產性服務業龍頭企業的補貼終止）。

### 其他收益及虧損

其他收益由2023年的人民幣0.9百萬元減少66.1%至2024年的人民幣0.3百萬元，主要是由於2024年產生的匯兌虧損淨額，而2023年錄得匯兌收益淨額。

### 貿易及其他應收款項(減值虧損)/減值虧損撥回

我們於2024年錄得貿易及其他應收款項減值虧損撥回人民幣2.4百萬元，而2023年錄得貿易及其他應收款項減值虧損人民幣9.2百萬元，主要是由於貿易應收款項及其他應收款項的總賬面值及相關壞賬撥備減少。請參閱「一節選綜合財務狀況表分析－貿易應收款項」及「一節選綜合財務狀況表分析－按金、預付款項及其他應收款項」。

### 銷售開支

---

## 財務資料

---

銷售開支由2023年的人民幣83.6百萬元減少18.5%至2024年的人民幣68.1百萬元，主要歸因於(i)員工成本減少，主要是由於我們採用AI技術提高了運營效率並降低了員工成本；及(ii)倉儲費用減少，主要是由於我們的業務量增加，導致第三方倉儲服務提供商收取的費率下降。

### 行政開支

行政開支由2023年的人民幣62.7百萬元增加14.9%至2024年的人民幣72.1百萬元，主要歸因於(i)專業及其他服務支出增加，主要是由於與[編纂]相關的專業服務支出增加，及(ii)研發費用增加，是由於我們持續進行研發投資以提高AI能力，部分被員工成本減少所抵銷，主要是由於我們採用AI技術提高了運營效率並降低了員工成本。

### 融資成本

融資成本由2023年的人民幣24.7百萬元減少18.8%至2024年的人民幣20.1百萬元，主要是由於平均利率下降導致銀行借款利息減少。

### 應佔聯營公司虧損

我們的應佔聯營公司虧損由2023年的人民幣0.2百萬元增加78.6%至2024年的人人民幣0.3百萬元，是由於兩家我們擁有少數股權的聯營公司產生虧損。

### 除稅前利潤

由於上文所述，我們的除稅前利潤由2023年的人民幣33.7百萬元增加38.3%至2024年的人民幣46.6百萬元。

### 所得稅(開支)／抵免

於2024年，我們的所得稅抵免為人民幣3.2百萬元，而2023年則為所得稅開支人民幣8.8百萬元，是由於我們於2024年獲得軟件企業證書，因此，2024年豁免繳納企業所得稅。

### 年內利潤

由於上文所述，我們的年內利潤由2023年的人民幣24.9百萬元增加100.3%至2024年的人民幣49.8百萬元。我們的淨利潤率由2023年的1.8%升至2024年的3.6%。

### 截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度的比較

---

## 財務資料

---

### 收入

我們的收入由2022年的人民幣1,117.3百萬元增加21.3%至2023年的人民幣1,355.5百萬元，主要是由於我們的品牌至企業的解決方案所得收入增加。

品牌至消費者的解決方案所得收入由2022年的人民幣989.6百萬元減少1.6%至2023年的人民幣973.7百萬元，是由於市場競爭加劇導致線上渠道經銷模式所得收入減少人民幣29.7百萬元，部分被運營服務模式所得收入增加人民幣13.8百萬元所抵銷，是由於我們加強與高端美妝品牌合作夥伴合作及在美妝個護領域持續擴張，導致我們在高端美妝領域的業務量增加。

品牌至企業的解決方案所得收入由2022年的人民幣63.2百萬元增加346.3%至2023年的人民幣282.1百萬元，是由於我們該業務板塊的品牌合作夥伴數量增加。

品牌資產管理與IP商業化運營所得收入由2022年的人民幣41.0百萬元增加81.6%至2023年的人民幣74.5百萬元，主要由於我們在該業務板塊與品牌合作夥伴合作渠道的拓展，使得我們與該品牌合作夥伴的業務量有所增加。

其他服務所得收入由2022年的人民幣23.5百萬元增加7.4%至2023年的人民幣25.2百萬元，是由於我們在該業務板塊下的項目數量增加。我們於其他服務項下為品牌合作夥伴提供一次性項目制的數字運營和內容營銷服務。

### 銷售成本

銷售成本由2022年的人民幣923.3百萬元增加24.2%至2023年的人民幣1,147.0百萬元，與我們的收入增長一致。

我們的採購成本由2022年的人民幣820.7百萬元增加27.9%至2023年的人民幣1,050.0百萬元，與我們從品牌合作夥伴採購的產品的銷售額增長一致。我們的員工成本由2022年的人民幣60.0百萬元增加2.1%至2023年的人民幣61.3百萬元，與我們品牌至消費者的解決方案的運營服務模式產生的收入增加一致。我們的物流成本由2022年的人民幣33.1百萬元減少25.4%至2023年的人民幣24.7百萬元，主要是由於(i)我們的業務量增加導致第三方物流服務提供商收取的費率下降，及(ii)我們的品牌至企業的解決方案的收入貢獻增加，而當中涉及的物流服務較少。

### 毛利及毛利率

---

## 財務資料

---

由於上文所述，我們的毛利由2022年的人民幣194.0百萬元增加7.5%至2023年的人民幣208.5百萬元。我們的毛利率由2022年的17.4%下降至2023年的15.4%，主要是由於我們的品牌至企業的解決方案所得收入貢獻增長，而其毛利率低於其他業務板塊。

品牌至消費者的解決方案的毛利由2022年的人民幣175.8百萬元減少3.5%至2023年的人民幣169.6百萬元。於2022年及2023年，品牌至消費者的解決方案的毛利率保持相對穩定，分別為17.8%及17.4%。

品牌至企業的解決方案的毛利由2022年的人民幣1.9百萬元增加106.5%至2023年的人民幣3.9百萬元。品牌至企業的解決方案的毛利率由2022年的3.0%下降至2023年的1.4%，主要是由於我們與若干毛利率較低的品牌合作夥伴合作。2023年，為擴大線上和線下渠道網絡，我們開始戰略性拓展品牌至企業的解決方案，在此過程中，我們進行了大量初期投資，並戰略性降低毛利率，以促進業務增長。

品牌資產管理與IP商業化運營的毛利由2022年的人民幣11.0百萬元增加79.9%至2023年的人民幣19.7百萬元。於2022年及2023年，品牌資產管理與IP商業化運營的毛利率保持相對穩定，分別為26.7%及26.5%。

其他服務的毛利由2022年的人民幣5.3百萬元增加186.8%至2023年的人民幣15.3百萬元。其他服務的毛利率由2022年的22.7%上升至2023年的60.7%，主要是由於我們為一家中國領先的科技企業的線上商城系統進行數字化升級，該項目的費率較高。

### **其他收入**

其他收入由2022年的人民幣8.8百萬元減少47.7%至2023年的人民幣4.6百萬元，主要是由於與支持我們運營的激勵和補貼相關的政府補助減少（尤其是我們於2022年獲得的跨境電商服務提供商的若干補貼終止）。

### **其他收益及虧損**

其他收益由2022年的人民幣1.4百萬元減少36.4%至2023年的人民幣0.9百萬元，主要是由於(i)於2023年錄得存貨撥備，而2022年錄得存貨撥備撥回，及(ii)於2023年錄得衍生工具的已實現損失，而2022年並未錄得該虧損，部分被匯兌收益淨額增加所抵銷。

### **貿易及其他應收款項減值虧損**

---

## 財務資料

---

貿易及其他應收款項減值虧損由2022年的人民幣3.1百萬元增加194.6%至2023年的人民幣9.2百萬元，主要是由於貿易應收款項及其他應收款項的總賬面值及相關壞賬撥備增加。請參閱「一節選綜合財務狀況表分析－貿易應收款項」及「一節選綜合財務狀況表分析－按金、預付款項及其他應收款項」。

### 銷售開支

銷售開支由2022年的人民幣71.5百萬元增加16.9%至2023年的人民幣83.6百萬元，主要由於我們於2023年開始戰略性地聚焦和擴展品牌至企業的解決方案，並進行了大量初期投資，導致品牌至企業的解決方案員工人數增加，令員工成本增加。該增加部分被銷售運營費用減少所抵銷，銷售運營費用減少主要由於我們優化了營銷和推廣效率，令營銷及推廣費用減少。

### 行政開支

行政開支由2022年的人民幣60.8百萬元增加3.2%至2023年的人民幣62.7百萬元，主要由於員工成本及辦公及差旅費用增加，與我們的收入增長一致。上述因素部分被研發費用減少所抵銷，主要原因是我們在2022年對ERP系統進行了一次性針對性開發，以更好地支持我們的運營，而2023年未進行此類開發。

### 融資成本

融資成本由2022年的人民幣20.5百萬元增加20.8%至2023年的人民幣24.7百萬元，主要是由於銀行借款增加導致銀行借款利息增加。

### 應佔聯營公司虧損

我們的應佔聯營公司虧損由2022年的人民幣0.5百萬元減少71.2%至2023年的人民幣0.2百萬元，這是由於我們於一家聯營公司（我們持有其少數股權）的投資價值已於2022年減值至零。

### 除稅前利潤

由於上文所述，我們的除稅前利潤由2022年的人民幣47.8百萬元減少29.5%至2023年的人民幣33.7百萬元。

### 所得稅開支

## 財務資料

我們的所得稅開支由2022年的人民幣10.2百萬元減少13.6%至2023年的人民幣8.8百萬元，主要是由於我們的應課稅收入減少。

### 年內利潤

由於上文所述，我們的年內利潤由2022年的人民幣37.6百萬元減少33.8%至2023年的人民幣24.9百萬元。我們的淨利潤率由2022年的3.4%下降至2023年的1.8%。

### 流動資產淨值

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們的流動資產淨值分別為人民幣238.1百萬元、人民幣384.6百萬元、人民幣405.2百萬元及人民幣453.3百萬元。下表載列截至所示日期我們的流動資產及負債的明細：

	截至12月31日			截至	截至
	2022年	2023年	2024年	9月30日	10月31日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
存貨	271,499	307,105	278,593	449,767	494,532
以公允價值計量且其變動計入					
當期損益的金融資產	1,001	1	1,023	1,400	36,200
貿易應收款項	146,873	255,260	241,131	203,451	248,814
按金、預付款項及其他					
應收款項	253,853	350,523	344,686	481,943	507,278
即期稅項資產	58	77	3,662	1,065	–
銀行存款	–	30,845	–	–	–
銀行及現金結餘	101,500	115,858	196,680	280,943	212,435
<b>流動資產總值</b>	<b>774,784</b>	<b>1,059,669</b>	<b>1,065,775</b>	<b>1,418,569</b>	<b>1,499,259</b>
銀行借款	336,596	428,082	526,082	777,620	777,389
其他借款	113,117	76,468	1,680	50,674	53,209
衍生工具	–	234	–	–	–
租賃負債	4,830	5,551	4,475	3,640	3,609
貿易應付款項	48,370	107,144	73,392	74,206	71,436
應計費用及其他應付款項	27,801	47,015	46,205	49,438	64,040
即期稅項負債	5,924	10,552	8,743	9,670	7,770
<b>流動負債總額</b>	<b>536,638</b>	<b>675,046</b>	<b>660,577</b>	<b>965,248</b>	<b>977,453</b>
<b>流動資產淨值</b>	<b>238,146</b>	<b>384,623</b>	<b>405,198</b>	<b>453,321</b>	<b>503,806</b>

我們的流動資產淨值由截至2025年9月30日的人民幣454.3百萬元增至截至2025

## 財務資料

年10月31日的人民幣503.8百萬元，主要由於(i)貿易應收款項增加人民幣45.4百萬元；(ii)存貨增加人民幣44.8百萬元；及(iii)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產增加人民幣34.8百萬元。該等因素部分被銀行及現金結餘減少人民幣68.5元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣405.2百萬元增至截至2025年9月30日的人民幣453.3百萬元，主要由於(i)存貨增加人民幣171.2百萬元及(ii)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣137.3百萬元。該等因素部分被銀行借款增加人民幣251.5百萬元所抵銷。

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

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

根據我們於整個往績記錄期間的流動資產淨值狀況，並考慮到我們預計自[編纂]收取的[編纂]，董事認為，我們有充足營運資金可滿足目前及自本文件日期起計未來至少12個月的需求。

我們的未來現金需求將取決於諸多因素，包括我們的營業收入、物業、廠房及設備以及無形資產的資本支出、市場對我們服務的接受程度或其他不斷變化的商業環境和未來發展，包括我們可能決定進行的任何投資或收購。由於不斷變化的商業環境或其他未來發展，我們可能需要額外的現金。倘我們的現有現金不足以滿足我們的需求，我們可能會尋求發行股權及／或債務證券或向貸款機構借款。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能需要籌集額外資金來支持我們的業務，但我們可能無法獲得資金或無法以可接受的條款獲得資金」。

### 節選綜合財務狀況表分析

## 財務資料

### 物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備包括樓宇、租賃裝修、計算機設備及辦公設備。下表載列截至所示日期我們的物業、廠房及設備明細：

	截至12月31日			截至9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
樓宇 .....	4,090	3,892	3,694	4,094
租賃裝修.....	1,087	1,069	1,444	2,798
計算機設備.....	597	462	483	586
辦公設備.....	655	539	388	520
<b>總計 .....</b>	<b>6,429</b>	<b>5,962</b>	<b>6,009</b>	<b>7,998</b>

我們的物業、廠房及設備由截至2024年12月31日的人民幣6.0百萬元增加33.1%至截至2025年9月30日的人民幣8.0百萬元，主要由於我們的辦公室及其他租賃物業進行租賃裝修。

截至2023年12月31日及2024年12月31日，我們的物業、廠房及設備保持相對穩定，分別為人民幣6.0百萬元及人民幣6.0百萬元。

我們的物業、廠房及設備由截至2022年12月31日的人民幣6.4百萬元減少7.3%至截至2023年12月31日的人民幣6.0百萬元，主要是由於我們的物業、廠房及設備折舊。

### 使用權資產

我們的使用權資產指我們租賃作為辦公室和倉庫的物業。我們的使用權資產於租賃開始之日確認。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們錄得使用權資產分別為人民幣9.1百萬元、人民幣12.7百萬元、人民幣17.4百萬元及人民幣10.7百萬元。

### 存貨

## 財務資料

下表載列截至所示日期我們的存貨明細：

	截至12月31日			截至
	2022年	2023年	2024年	9月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	2025年
	人民幣千元			人民幣千元
製成品 .....	277,077	314,533	282,997	458,132
存貨撥備.....	(5,578)	(7,428)	(4,404)	(8,365)
<b>總計 .....</b>	<b>271,499</b>	<b>307,105</b>	<b>278,593</b>	<b>449,767</b>

截至2025年9月30日止九個月，我們錄得存貨人民幣449.8百萬元，主要由於製成品增加人民幣175.1百萬元，主要由於因我們截至2025年9月30日止九個月的產品銷售增加及為籌備雙十一促銷活動，我們自品牌合作夥伴採購增加。

我們的存貨由截至2023年12月31日的人民幣307.1百萬元減少9.3%至截至2024年12月31日的人民幣278.6百萬元，主要是由於(i)考慮到投資回報率較低及市場對其產品需求波動等多項因素，我們戰略性地終止與若干大快消品牌的合作，及(ii)我們提升了存貨控制能力及存貨周轉效率，導致製成品減少人民幣31.5百萬元。

我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣271.5百萬元增加了13.1%至截至2023年12月31日的人民幣307.1百萬元，主要是由於我們自品牌合作夥伴採購增加，導致製成品增加人民幣37.5百萬元，與我們的收入增長一致。

下表載列截至所示日期按產品類別劃分的存貨明細：

	截至12月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元			
大健康 .....	71,838	136,187	144,160	138,752
美妝個護.....	27,133	51,501	19,904	135,338
大快消 .....	145,654	62,743	52,862	97,650
家居及家電.....	19,997	40,037	40,642	65,075
其他 .....	12,455	24,065	25,429	21,317
存貨撥備.....	(5,578)	(7,428)	(4,404)	(8,365)
<b>總計 .....</b>	<b>271,499</b>	<b>307,105</b>	<b>278,593</b>	<b>449,767</b>

## 財務資料

於往績記錄期間，我們的大健康產品存貨於2022年至2024年持續增加，與我們在大健康類別的持續擴張一致，及由截至2024年12月31日的人民幣144.2百萬元略減至截至2025年9月30日的人民幣138.8百萬元，主要是由於我們終止與大健康品牌就若干產品的合作。由於我們在美妝個護品類的擴張，我們的美妝個護存貨由截至2022年12月31日的人民幣27.1百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣51.5百萬元，而減至截至2024年12月31日的人民幣19.9百萬元，乃由於我們終止與一個專注於護髮產品的個護品牌的合作（截至2023年及2024年12月31日，我們應佔該品牌的存貨分別為人民幣14.5百萬元及零），之後增至截至2025年9月30日的人民幣135.3百萬元，乃由於我們與兩個專注於口腔護理產品的個護品牌新建立合作關係，向品牌合作夥伴的採購增加（截至2025年9月30日，我們應佔該兩個品牌的存貨分別為人民幣72.9百萬元及人民幣49.7百萬元）。於往績記錄期間，我們的大快消存貨於各年度／期間末持續減少，符合我們的業務策略，及由截至2024年12月31日的人民幣52.9百萬元增至截至2025年9月30日的人民幣97.7百萬元，主要是由於我們新開展的與一個品牌的合作及我們為籌備雙十一促銷活動而增加採購。由於我們與若干新家居品牌方合作，我們的家居及家電存貨由截至2022年12月31日的人民幣20.0百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣40.0百萬元，並增至截至2024年12月31日的人民幣40.6百萬元及進一步增至截至2025年9月30日的人民幣65.1百萬元，這與我們的業務擴張一致。

下表載列截至所示日期我們存貨的賬齡分析：

	截至12月31日			截至9月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元			
1年以內 .....	269,772	304,209	276,518	430,379
1至2年 .....	4,797	6,891	4,774	25,847
2年以上 .....	2,508	3,433	1,705	1,906
<b>總計 .....</b>	<b><u>277,077</u></b>	<b><u>314,533</u></b>	<b><u>282,997</u></b>	<b><u>458,132</u></b>

我們已根據國際會計準則第2號制定及實施審慎及系統的存貨減值政策。減值撥備根據產品類別、賬齡分析及特定風險因素釐定。我們按產品類別對存貨進行分類，並相應進行減值測試。就各產品類別而言，我們考慮不同品牌的存貨賬齡及估計可使用年期，以釐定適當的減值撥備水平。超過其估計有效可使用年期之存貨會全數撇銷或按100%計提撥備，以確保不會誇大陳舊或無法出售之存貨。對於賬齡超過一年的存

## 財務資料

貨，我們進行逐項評估以評估減值風險。這包括考慮銷售歷史、市場需求趨勢、產品保質期及未來變現潛力等因素。我們認為，通過我們實施的這些方法，減值撥備乃以合理和充分的方式計提。

下表載列於所示期間我們的存貨周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至 9月30日 止九個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
	存貨周轉天數 <sup>(1)</sup> .....	92.9	94.1	91.0

(1) 按期初及期末存貨結餘平均值除以期內銷售成本，再乘以365天計算。九個月期間的存貨周轉天數等於該期初及期末的存貨結餘的平均值，除以該期間的銷售成本再乘以270天。

於2022年及2023年，我們的存貨周轉天數保持相對穩定，分別為92.9天及94.1天。我們的存貨周轉天數由2023年的94.1天減少至2024年的91.0天，乃由於我們提升了存貨控制能力及存貨周轉效率。我們的存貨周轉天數由2024年的91.0天減至截至2025年9月30日止九個月的74.3天，乃由於我們的品牌至企業的解決方案的貢獻增加，該業務的周轉期相較於其他業務板塊更短。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日的存貨中的人民幣319.0百萬元或69.6%已出售。

### 貿易應收款項

我們的貿易應收款項指我們的客戶因購買我們於正常業務過程中銷售的產品或提供的服務而應付的未償金額。

下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項詳情：

	截至12月31日			截至 9月30日 止九個月
	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
貿易應收款項 .....	155,374	272,215	256,089	217,522
呆賬撥備 .....	(8,501)	(16,955)	(14,958)	(14,071)
<b>總計 .....</b>	<b>146,873</b>	<b>255,260</b>	<b>241,131</b>	<b>203,451</b>

## 財務資料

我們通常向品牌至企業的解決方案的客戶授出30至180天的信用期，向品牌至消費者的解決方案的線上渠道經銷模式下的客戶授出30至60天的信用期，向品牌至消費者的解決方案的運營服務模式下的客戶授出180天的信用期，向品牌資產管理與IP商業化運營的客戶授出30至180天的信用期。我們力求嚴格控制未償還的應收款項。我們的董事定期審查逾期結餘。

我們的貿易應收款項由截至2024年12月31日的人民幣241.1百萬元減少15.6%至截至2025年9月30日的人民幣203.5百萬元，主要由於因第四季度的大型促銷活動，我們第四季度的業績普遍好於第三季度，因此，我們截至9月底的貿易應收款項金額通常小於截至12月底的金額。

我們的貿易應收款項由截至2023年12月31日的人民幣255.3百萬元減少5.5%至截至2024年12月31日的人民幣241.1百萬元，主要由於我們加強信用管控。

我們的貿易應收款項由截至2022年12月31日的人民幣146.9百萬元增加73.8%至截至2023年12月31日的人民幣255.3百萬元，與我們的業務和收入增長一致。

下表載列截至所示日期基於發票日期（或確認日期，以較早者為準）的貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日			截至9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
1年內 .....	144,266	244,656	234,417	191,130
1至2年 .....	2,266	9,336	6,019	12,000
2年以上 .....	341	1,268	695	321
<b>總計 .....</b>	<b>146,873</b>	<b>255,260</b>	<b>241,131</b>	<b>203,451</b>

下表載列於所示期間我們的貿易應收款項周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至 9月30日 止九個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
貿易應收款項周轉天數 <sup>(1)</sup> . . . .	40.3	57.6	68.9	39.5

## 財務資料

- (1) 按期初及期末貿易應收款項的平均結餘除以該期間收入，再乘以365天計算。九個月期間的貿易應收款項周轉天數相等於期初及期末的貿易應收款項平均結餘，除以該期間的收入再乘以270天。

我們的貿易應收款周轉天數由2022年的40.3天增至2023年的57.6天，並進一步增至2024年的68.9天，主要是由於我們品牌至企業的解決方案下及品牌至消費者的解決方案的運營服務模式的業務持續增加，該等業務的客戶通常需較長信用期。我們的貿易應收款項周轉天數由2024年的68.9天減至截至2025年9月30日止九個月的39.5天，主要由於根據我們授予客戶的信用期，我們在上半年錄得的貿易應收款項通常在第三季度結算。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日尚未清償的貿易應收款項中的人民幣76.7百萬元或35.3%已清償。

### 按金、預付款項及其他應收款項

我們的按金、預付款項及其他應收款項包括(i)我們在電子商務平台上經營線上店鋪的電子商務平台保證金，(ii)預付款項，主要指向品牌合作夥伴支付購買產品的款項，(iii)其他應收稅項，主要指應收增值稅，(iv)其他應收款項，主要指採購、營銷及推廣返利以及品牌合作夥伴提供的營銷及推廣費用償付，減去預期信貸虧損，及(v)應收聯營公司款項。

下表載列截至所示日期我們的按金、預付款項及其他應收款項的明細：

	截至12月31日			截至
	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
按金 . . . . .	9,692	14,934	23,547	20,130
預付款項 . . . . .	99,176	123,034	179,610	160,319
其他應收稅項 . . . . .	4,000	6,258	9,982	20,202
其他應收款項 . . . . .	142,553	208,604	133,518	249,677
應收聯營公司款項 . . . . .	—	—	—	33,079
遞延[編纂] . . . . .	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
減：呆賬撥備 . . . . .	(1,568)	(2,307)	(1,971)	(3,776)
<b>總計 . . . . .</b>	<b>253,853</b>	<b>350,523</b>	<b>344,686</b>	<b>481,943</b>

## 財務資料

我們的按金、預付款項及其他應收款項由截至2024年12月31日的人民幣344.7百萬元增加39.8%至截至2025年9月30日的人民幣481.9百萬元，主要歸因於其他應收款項增加人民幣116.2百萬元，該增加是由於(i)來自品牌合作夥伴的返利增加，原因為我們與若干個護品牌新建立合作關係；及(ii)應收我們持股50%的聯營公司無錫萊美吉晟科技有限公司(我們於2025年11月收購其餘下50%股權)款項。

我們的按金、預付款項及其他應收款項由截至2023年12月31日的人民幣350.5百萬元減少1.7%至截至2024年12月31日的人民幣344.7百萬元，主要是由於我們終止與還款相對較慢且耗用大量資本資源的大快消品牌合作，導致我們的返利減少，令其他應收款項減少人民幣75.1百萬元，部分被我們主要就品牌資產管理與IP商業化運營業務下的新項目向品牌合作夥伴購買產品的預付款項增加人民幣56.6百萬元所抵銷。

我們的按金、預付款項及其他應收款項由截至2022年12月31日的人民幣253.9百萬元增加38.1%至截至2023年12月31日的人民幣350.5百萬元，主要是由於我們向品牌方提供的營銷及促銷服務增加令其他應收款項增加人民幣66.1百萬元，這是由於(i)我們與若干現有品牌方的業務量增加，及(ii)我們與一個新的大健康品牌建立了合作。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日尚未清償的按金、預付款項及其他應收款項中的人民幣164.2百萬元或33.8%已清償。

### 銀行及現金結餘

於往績記錄期間，我們截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日的銀行及現金結餘分別為人民幣101.5百萬元、人民幣115.9百萬元、人民幣196.7百萬元及人民幣280.9百萬元。有關往績記錄期間的現金流量分析，請參閱「一 流動資金及資本來源」。

### 貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要指(i)因購買產品應付品牌合作夥伴而未付的貿易款項及(ii)就倉儲及物流服務應付第三方服務提供商而未付的貿易款項。

截至2024年12月31日及截至2025年9月30日，我們的貿易應付款項維持相對穩定，分別為人民幣73.4百萬元及人民幣74.2百萬元。

## 財務資料

我們的貿易應付款項由截至2023年12月31日的人民幣107.1百萬元減少31.5%至截至2024年12月31日的人民幣73.4百萬元，主要是由於我們的存貨管理改善。我們的貿易應付款項由截至2022年12月31日的人民幣48.4百萬元增加121.5%至截至2023年12月31日的人民幣107.1百萬元，主要是由於我們自品牌合作夥伴和第三方服務提供商的採購增加（與我們的收入增長基本一致）及授予我們較長信用期之品牌合作夥伴的貢獻增加。

下表載列截至所示日期基於收貨日期的貿易應付款項的賬齡分析：

	截至12月31日			截至
	2022年	2023年	2024年	9月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	2025年
一年內 . . . . .	47,334	103,811	73,293	73,579
一至兩年 . . . . .	1,036	3,181	97	599
兩年以上 . . . . .	—	152	2	28
<b>總計 . . . . .</b>	<b>48,370</b>	<b>107,144</b>	<b>73,392</b>	<b>74,206</b>

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們的董事確認我們並未拖欠任何貿易應付款項。

下表載列於所示年度／期間我們的貿易應付款項周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至
	2022年	2023年	2024年	9月30日
				止九個月
貿易應付款項周轉天數 <sup>(1)</sup> . . . . .	15.7	24.7	27.5	14.8

(1) 按期初及期末貿易應付款項的平均結餘除以該期間銷售成本，再乘以365天計算。九個月期間的貿易應付款項周轉天數相等於期初及期末的貿易應付款項平均結餘，除以該期間的銷售成本再乘以270天。

## 財務資料

我們的貿易應付款項周轉天數由2022年的15.7天增至2023年的24.7天，並進一步增至2024年的27.5天，主要是由於我們加強與若干品牌合作夥伴的合作，並獲授更優惠的信貸條款。我們的貿易應付款項周轉天數由2024年的27.5天減至截至2025年9月30日止九個月的14.8天，主要由於截至2023年12月31日，我們尚未清償的貿易應付款項相對較高，我們合作的某些品牌縮短了授予我們的信用期。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日尚未清償的貿易應付款項中的人民幣62.8百萬元或84.7%已清償。

### 應計費用及其他應付款項

我們的應計費用及其他應付款項主要包括(i)應計費用，主要指其他應繳稅項及應付員工的工資及福利；(ii)其他應付款項，主要指與若干營銷及推廣活動有關的應付款項；及(iii)合約負債，主要指在我們確認相關收入之前，客戶支付對價時或客戶根據合約要求支付對價且該金額已到期時確認的產品交付預付款項。

下表載列截至所示日期的應計費用及其他應付款項的明細：

	截至12月31日			截至
	2022年	2023年	2024年	9月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	2025年
				人民幣千元
應計費用.....	16,023	30,122	32,219	27,976
其他應付款項.....	4,187	4,771	2,050	10,766
合約責任.....	7,591	12,122	11,936	10,696
<b>總計</b> .....	<b>27,801</b>	<b>47,015</b>	<b>46,205</b>	<b>49,438</b>

我們的應計費用及其他應付款項由截至2024年12月31日的人民幣46.2百萬元增加7.0%至截至2025年9月30日的人民幣49.4百萬元，主要是由於與本次[編纂]有關的其他應付款項增加人民幣8.7百萬元，部分被其他應付稅項及應付員工工資及福利因2025年第三季度的銷售業績低於2024年第四季度而減少導致的應計費用減少人民幣4.2百萬元抵銷。由於第四季度的大型促銷活動，我們在第四季度的銷售業績普遍較好。

## 財務資料

我們的應計費用及其他應付款項由截至2023年12月31日的人民幣47.0百萬元減少1.7%至截至2024年12月31日的人民幣46.2百萬元，主要是由於與若干營銷及推廣活動有關的其他應付款項減少人民幣2.7百萬元，部分被其他應付稅項增加人民幣1.9百萬元所抵銷，其他應付稅項增加與我們的業務活動增加一致。

我們的應計費用及其他應付款項由截至2022年12月31日的人民幣27.8百萬元增加69.1%至截至2023年12月31日的人民幣47.0百萬元，主要是由於其他應付稅項增加令應計費用增加人民幣14.1百萬元（與我們的業務活動增加一致）及合約負債增加人民幣4.5百萬元（與我們的業務活動增加一致）所致。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日尚未清償的應計費用及其他應付款項中的人民幣36.9百萬元或74.6%已清償。

### 流動資金及資本來源

過往，我們的運營資金主要來自手頭現金及現金等價物、經營所得現金和銀行借款。我們的現金及現金等價物主要包括銀行及手頭現金。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2024年及2025年9月30日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣101.5百萬元、人民幣115.9百萬元、人民幣196.7百萬元、人民幣193.0百萬元及人民幣280.9百萬元。我們認為目前的現金及預期經營現金流量將足以滿足我們的預期現金需求，包括至少未來12個月的現金需求。

### 綜合現金流量表

下表載列我們於所示期間的綜合現金流量表概要：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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
經營活動(所用)／所得現金淨額 ..	(180,562)	(119,948)	63,832	89,234	(241,761)
投資活動(所用)／所得現金淨額 ..	(1,365)	(32,787)	(3,903)	28,092	(21,014)
融資活動(所用)／所得現金淨額 ..	125,185	159,540	17,043	(41,287)	343,289
現金及現金等價物(減少)／					
增加淨額 .....	(56,742)	6,805	76,972	76,039	80,514

## 財務資料

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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
年／期初現金及現金等價物 . . . . .	138,409	101,500	115,858	115,858	196,680
外匯匯率變動的影響 . . . . .	19,833	7,553	3,850	1,129	3,749
年／期末現金及現金等價物 . . . . .	<b>101,500</b>	<b>115,858</b>	<b>196,680</b>	<b>193,026</b>	<b>280,943</b>

(未經審計)

### 經營活動(所用)／所得現金淨額

截至2025年9月30日止九個月，經營活動所用現金淨額為人民幣241.8百萬元，主要是由於(i)存貨增加人民幣175.1百萬元及(ii)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣139.1百萬元。前文所述者部分被除稅前利潤人民幣20.8百萬元所抵銷。截至2025年9月30日，我們的經營現金流出淨額主要是由於隨著業務擴張及收入增加以及與新品牌建立合作，我們增加了從品牌合作夥伴購買的產品，這消耗了大量資本資源。為改善現金流狀況，我們計劃通過實施銷售驅動型採購、提高銷售預測準確性、降低最低採購單位等方式提高採購效率，並與合作品牌洽談更優惠的信貸條款。我們預計2025年第四季度將進一步擴大與品牌方的合作並發展我們的業務，因此我們預計2025年第四季度將持續消耗資本資源。

2024年，經營活動所得現金淨額為人民幣63.8百萬元，主要是由於(i)除稅前利潤人民幣46.6百萬元及(ii)存貨減少人民幣32.3百萬元所致。上述各項部分被貿易應付款項增加人民幣34.1百萬元所抵銷。

2023年，經營活動所用現金淨額為人民幣119.9百萬元，主要是由於(i)貿易應收款項增加人民幣116.8百萬元，及(ii)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣97.4百萬元。上述各項部分被(i)貿易應付款項減少人民幣58.8百萬元及(ii)除稅前利潤人民幣33.7百萬元所抵銷。

2022年，經營活動所用現金淨額為人民幣180.6百萬元，主要是由於(i)按金、預付款項及其他應收款項增加人民幣104.1百萬元，(ii)存貨增加人民幣84.4百萬元，及(iii)貿易應收款項增加人民幣63.9百萬元。上述各項部分被除稅前利潤人民幣47.8百萬元所抵銷。

---

## 財務資料

---

### 投資活動所用現金淨額

截至2025年9月30日止九個月，投資活動所用現金淨額為人民幣21.0百萬元，主要是由於支付無形資產按金人民幣11.0百萬元、收購聯營公司人民幣4.2百萬元及購置物業、廠房及設備人民幣2.8百萬元。

2024年，投資活動所用現金淨額為人民幣3.9百萬元，主要是由於支付無形資產按金人民幣29百萬元及購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣25.7百萬元，惟部分被到期日超過三個月的非質押銀行存款減少人民幣30.8百萬元及出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣24.7百萬元所抵銷。

2023年，投資活動所用現金淨額為人民幣32.8百萬元，主要是由於到期日超過三個月的非質押銀行存款增加人民幣30.8百萬元及購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣8.0百萬元，惟部分被出售以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣9.0百萬元所抵銷。

2022年，投資活動所用現金淨額為人民幣1.4百萬元，主要是由於購買以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣5.0百萬元及購買以公允價值計量且其變動計入其他綜合收益的金融資產人民幣2.0百萬元，惟部分被出售金融資產所得款項人民幣5.0百萬元所抵銷。

### 融資活動所得現金淨額

截至2025年9月30日止九個月，融資活動所得現金淨額為人民幣343.3百萬元，主要是由於籌集銀行借款人民幣723.1百萬元及籌集其他借款人民幣166.2百萬元，惟部分被償還銀行借款人民幣465.1百萬元及償還其他借款人民幣117.2百萬元所抵銷。

2024年，融資活動所得現金淨額為人民幣17.0百萬元，主要是由於銀行借款人民幣699.1百萬元及其他借款人民幣195.7百萬元，惟部分被償還銀行借款人民幣600.6百萬元及償還其他借款人民幣270.6百萬元所抵銷。

2023年，融資活動所得現金淨額為人民幣159.5百萬元，主要是由於籌集銀行借款人民幣535.9百萬元、其他借款人民幣268.2百萬元及發行股份所得款項人民幣113.0百萬元，惟部分被償還銀行借款人民幣445.9百萬元及償還其他借款人民幣305.4百萬元所抵銷。

## 財務資料

2022年，融資活動所得現金淨額為人民幣125.2百萬元，主要是由於籌集銀行借款人民幣459.5百萬元及其他借款人民幣433.5百萬元，惟部分被償還銀行借款人民幣427.0百萬元及償還其他借款人民幣366.1百萬元所抵銷。

### 資本支出

於2022年、2023年及2024年以及2025年9月30日，我們的資本支出分別為人民幣0.5百萬元、人民幣2.1百萬元、人民幣30.9百萬元及人民幣15.4百萬元。我們的資本支出主要用於購買物業、廠房及設備項目以及無形資產。於2024年，我們就無形資產支付的按金與我們於品牌資產管理與IP商業化運營業務項下購買的品牌IP授權有關。

下表載列於所示期間我們的資本支出：

	截至12月31日止年度			截至
				9月30日
	2022年	2023年	2024年	止九個月
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	2025年
				人民幣千元
物業、廠房及設備 .....	486	716	1,320	2,774
無形資產 .....	—	1,406	620	12,631
支付無形資產按金 .....	—	—	29,000	—
總計 .....	<u>486</u>	<u>2,122</u>	<u>30,940</u>	<u>15,405</u>

### 合約責任及商業承諾

#### 資本承諾

截至2022年及2023年12月31日以及2025年9月30日，我們並無任何資本承諾。截至2024年12月31日，我們就品牌資產管理與IP商業化運營業務購買的無形資產的合約承諾為人民幣10.4百萬元。自2025年9月30日起至最後實際可行日期，我們的資本承諾並未發生重大變化。

## 財務資料

### 債務

下表載列截至所示日期的債務明細：

	截至12月31日			截至	截至
				9月30日	10月31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
<b>即期</b>					
銀行借款.....	336,596	428,082	526,082	777,620	777,389
其他借款.....	113,117	76,468	1,680	50,674	53,209
租賃負債.....	4,830	5,551	4,475	3,640	3,609
小計.....	<u>454,543</u>	<u>510,101</u>	<u>532,237</u>	<u>831,934</u>	<u>834,207</u>
<b>非即期</b>					
銀行借款.....	—	—	—	9,000	9,000
租賃負債.....	4,491	7,454	12,978	7,553	7,270
<b>總計.....</b>	<u><b>459,034</b></u>	<u><b>517,555</b></u>	<u><b>545,215</b></u>	<u><b>848,487</b></u>	<u><b>850,477</b></u>

### 銀行借款

截至2022年、2023年及2024年12月31日、2025年9月30日以及2025年10月31日，我們分別確認銀行借款人民幣336.6百萬元、人民幣428.1百萬元、人民幣526.1百萬元、人民幣786.6百萬元及人民幣786.4百萬元。截至2022年、2023年及2024年12月31日，所有借款均須於一年內償還；截至2025年9月30日，人民幣777.6百萬元的借款須於一年內償還，而人民幣9百萬元的借款則須於一年以上但兩年內償還。平均利率保持相對穩定，介乎2.94%至4.04%之間。

截至最後實際可行日期，我們未動用的銀行融資為人民幣313.4百萬元。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無違反借款中的任何重大契約，亦並未出現任何拖欠借款的情況，且我們在獲得銀行或其他借款方面亦無遇到任何困難。

### 其他借款

截至2022年、2023年及2024年12月31日、2025年9月30日以及2025年10月31日，我們來自一家提供保理服務的第三方公司的其他借款分別為人民幣113.1百萬元、人民幣76.5百萬元、人民幣1.7百萬元、人民幣50.7百萬元及人民幣53.2百萬元。其他借款按4.6%至11.0%的固定利率安排，並未使我們面臨公允價值利率風險。其他借款乃以貿易應收款項作為擔保，我們將該等貿易應收款項轉讓予該保理公司以換取貸款。有關我們其他借款的更多資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註32。

## 財務資料

### 租賃負債

我們於往績記錄期間租賃若干樓宇用作辦公樓及倉庫。租賃負債於租賃開始日期按租賃期內應付租賃付款的現值確認，使用租賃中隱含的利率貼現，或倘該利率無法輕易確定，則使用相關的增量借款利率貼現。截至2022年、2023年及2024年12月31日、2025年9月30日以及2025年10月31日，我們已確認租賃負債總額分別為人民幣9.3百萬元、人民幣13.0百萬元、人民幣17.5百萬元、人民幣11.2百萬元及人民幣10.9百萬元。有關我們租賃負債的更多資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註34。

除上文所披露的債務外，截至2025年10月31日（即我們債務報表的最後實際可行日期），我們並無未償還債務或其他重大或然負債。董事確認，自2025年10月31日至本文件日期，我們的債務並無任何重大變動。

### 或然負債

截至最後實際可行日期，我們並無重大或然負債。

### 資產負債表外安排

截至最後實際可行日期，我們並無任何未執行的資產負債表外安排。

### 主要財務比率

下表載列我們於截至所示日期或於所示期間的主要財務比率概要：

	截至12月31日止年度			截至
	2022年	2023年	2024年	9月30日 止九個月 2025年
毛利率 <sup>(1)</sup> . . . . .	17.4%	15.4%	14.4%	16.8%
淨利潤率 <sup>(2)</sup> . . . . .	3.4%	1.8%	3.6%	1.7%
平均資產回報率 <sup>(3)</sup> . . . . .	5.2%	2.6%	4.4%	1.4%
平均權益回報率 <sup>(4)</sup> . . . . .	15.7%	7.1%	11.1%	3.6%

## 財務資料

	截至12月31日			截至 9月30日 止九個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
流動比率 <sup>(5)</sup> .....	1.4	1.6	1.6	1.5
速動比率 <sup>(6)</sup> .....	0.9	1.1	1.2	1.0
資產負債比率 <sup>(7)</sup> .....	0.6	0.5	0.5	0.6

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以年／期內總收入，再乘以100%。
- (2) 淨利潤率等於淨利潤除以年／期內總收入，再乘以100%。
- (3) 平均資產回報率等於淨利潤除以年／期內平均資產，再乘以100%。
- (4) 平均權益回報率等於淨利潤除以年／期內平均權益，再乘以100%。
- (5) 流動比率等於流動資產總值除以流動負債總額。
- (6) 速動比率等於流動資產總值減去存貨，再除以流動負債總額。
- (7) 資產負債比率等於債務總額除以資產總值。

有關於相關期間影響我們毛利率及淨利潤率之因素的討論，請參閱「一 影響我們經營業績的主要因素」。

我們的平均資產回報率由2022年的5.2%下降至2023年的2.6%，主要是由於我們的年內利潤減少及我們的融資增加。我們的平均資產回報率由2023年的2.6%上升至2024年的4.4%，主要是由於我們的年內利潤增加所致。我們的平均資產回報率由2024年的4.4%下降至截至2025年9月30日止九個月的1.4%，主要由於(i)我們僅錄得九個月期間的利潤，而2024年錄得全年利潤，及(ii)我們就[編纂]產生[編纂]。

我們的平均股本回報率由2022年的15.7%下降至2023年的7.1%，主要是由於我們的年內利潤減少。我們的平均權益回報率由2023年的7.1%上升至2024年的11.1%，主要是由於我們的年內利潤增加所致。我們的平均權益回報率由2024年的11.1%下降至截至2025年9月30日止九個月的3.6%，主要由於(i)我們僅錄得九個月期間的利潤，而2024年錄得全年利潤，及(ii)我們就[編纂]產生[編纂]。

---

## 財務資料

---

我們的流動比率由截至2022年12月31日的1.4上升至截至2023年12月31日的1.6，是由於我們的流動資產增幅超過流動負債增幅。截至2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們的流動比率均維持穩定，分別為1.6、1.6及1.5。

我們的速動比率由截至2022年12月31日的0.9上升至截至2023年12月31日的1.1，再上升至截至2024年12月31日的1.2，是由於我們的流動資產減存貨的增幅超過流動負債的增幅。我們的速動比率由截至2024年12月31日的1.2下降至截至2025年9月30日的1.0，是由於我們流動負債的增幅超過流動資產減存貨的增幅。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們的資產負債比率保持相對穩定在0.6、0.5、0.5及0.6。

### 財務風險管理目標及政策

於我們的日常業務過程中，我們面臨著各種市場風險，包括外匯風險、信貸風險、流動性風險及利率風險。我們遵循控制政策，持續監控風險，力求將對我們財務業績的潛在不利影響降至最低。我們管理該等風險的政策如下。

#### 外匯風險

由於我們的大部分業務交易、資產及負債主要以人民幣、港元（「港元」）、美元（「美元」）、歐元（「歐元」）、新加坡元（「新加坡元」）、瑞士法郎（「瑞士法郎」）、越南盾（「越南盾」）及馬來西亞令吉（「令吉」）計值，因此我們面臨一定的外匯風險。我們就外匯交易、資產及負債設有外匯對沖政策。我們密切監控外匯風險，並將於需要時考慮對沖重大外匯風險。

#### 信貸風險

信貸風險指交易對手不履行金融工具或客戶合約規定的義務，從而導致財務損失的風險。我們的經營活動（主要是貿易及其他應收款項）及融資活動（包括銀行及金融機構存款、外匯交易及其他金融工具）均存在信貸風險。由於交易對手是由國際信用評級機構授予較高信用評級的銀行及金融機構，我們認為其信貸風險較低，因此我們面臨的現金及現金等價物產生的信貸風險有限。除本文件附錄一會計師報告附註39所載財務擔保外，我們並未提供任何其他會使我們面臨信貸風險的擔保。

---

## 財務資料

---

### 流動性風險

本集團內的個別經營實體負責各自的現金管理，包括參與與銀行的供應商融資安排及籌集貸款以滿足預期現金需求，惟當借款超過預定授權水平時，須經董事批准。我們的政策是定期監控當前及預期的流動資金需求，以確保我們有充足的現金儲備以滿足短期及長期的流動資金需求。

### 利率風險

我們的現金流利率風險主要與浮動利率銀行結餘有關。我們的銀行存款、銀行借款及其他借款按固定利率計息，因此存在公允價值利率風險。我們面臨的利率風險來自銀行結餘。該等存款按浮動利率計息，利率隨當前市況而變化。

### 關聯交易

於往績記錄期間，我們進行了若干關聯交易。該等交易主要包括向一家擁有共同董事的關聯公司支付的租金，及向一家聯營公司銷售貨物。我們亦於日常業務過程中向主要管理人員提供薪酬。有關我們關聯交易的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註44。

董事認為，我們的關聯交易乃於日常業務過程中進行。董事認為，關聯交易乃按公平基準進行，並未對我們於往績記錄期間的經營業績造成扭曲，亦未導致有關業績無法反映我們未來的業績表現。

### 股息

根據適用於我們的中國相關法律及法規，我們須彌補過往累計虧損且每年須提取特定金額的累計除稅後利潤(如有)，作為法定公積金。股息僅可從可分配利潤中支付，可分配利潤是我們根據中國公認會計準則或國際財務報告準則釐定的保留盈利(以較低者為準)，減去上述法定公積金及任何任意盈餘公積金。

經我們的中國法律顧問確認，我們不得在根據中國法律法規彌補累計虧損及提取公積金前宣派或派付股息。根據中國法律及公司章程，我們未來的任何淨利潤須首先用於彌補過往累計虧損，隨後我們須將淨利潤的10%分配予法定公積金，直到該基金達到我們註冊資本的50%以上。經股東會批准，我們亦可向任意公積金分配若干比例的淨利潤。

---

## 財務資料

---

於往績記錄期間，我們並未宣派任何股息。[編纂]完成後，我們可採用現金或公司章程允許的其他方式派發股息。任何股息的宣派及派付以及股息金額將受限於我們的公司章程及有關中國法律。根據我們的公司章程，我們每年須分派至少一次股息。董事會經考慮諸多因素後有權酌情決定股息的形式及金額，該等因素包括我們的經營業績、現金流量、財務狀況、估計營運資金需求、子公司向我們派付的現金股息、業務前景、對我們宣派及派付股息的法定及監管限制以及董事會可能認為重要的其他因素，惟須獲得股東批准後方可作實。於任何特定年度未分派的任何可分配利潤將予以留存，以支持我們的運營及長期發展。目前，我們並無固定的派息率。

### 可分配儲備

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們並無可供分配予權益持有人的儲備。

[編纂]

---

## 財務資料

---

[編纂]

---

## 財務資料

---

[編纂]

### 上市規則所要求的披露

董事已確認，截至最後實際可行日期，概無任何須根據上市規則第13.13至13.19條的規定予以披露的情況。

### 無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，我們的財務或經營狀況或前景自2025年9月30日（即本公司最新財務報表日期）以來概無任何重大不利變動，且自2025年9月30日以來概無發生對本文件附錄一會計師報告所載資料造成重大影響的任何事件。