

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聲明，並明確表示概不就因本申請版本全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Dream Garden

Shandong Huawutang Cosmetics Co., Ltd.

山東花物堂化妝品股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

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，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即代表閣下知悉、接納並向本公司、獨家保薦人、獨家保薦人兼整體協調人、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人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的；投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其任何補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、獨家保薦人、獨家保薦人兼整體協調人、整體協調人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法權區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其任何補充、修訂或更換附頁的內容未必會全部或部分轉載於最終正式上市文件；
- (d) 本文件並非最終上市文件，本公司可能會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) 本文件並非招股章程，且不得視為向任何司法權區的公眾人士提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通函、小冊子或廣告，亦非邀請公眾人士提呈認購或購買任何證券的要約，且並非旨在邀請公眾人士提呈認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為勸誘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、獨家保薦人、獨家保薦人兼整體協調人、整體協調人、顧問或包銷團成員概無透過刊發本文件而於任何司法權區發售任何證券或徵求購買任何證券；
- (h) 本文件所述的證券並非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司不曾亦不會根據1933年美國證券法(經修訂)或美國任何州證券法登記本文件所述的證券；
- (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，閣下同意自行了解並且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、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘於適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據與香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定。該文件的文本將於發售期內向公眾人士派發。

重 要 提 示

重要提示：如果閣下對本文件的任何內容有任何疑問，應尋求獨立的专业意見。



Dream Garden

Shandong Huawutang Cosmetics Co., Ltd.

山東花物堂化妝品股份有限公司

(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]H股(視乎[編纂]行使與否而定)
- [編纂]數目：[編纂]H股份(可予重新分配)
- [編纂]數目：[編纂]H股(可予重新分配和視乎[編纂]行使與否而定)
- 最高公開[編纂]：每股H股[編纂]港元，另加經紀佣金1.0%、證監會交易徵費0.0027%、香港聯交所交易費0.00565%及會財局交易徵費0.00015%(須於申請時以港元繳足，多繳款項可予退還)。
- 面值：每股H股人民幣0.20元
- [編纂]：[編纂]

獨家保薦人、[編纂]、
[編纂]、[編纂]和[編纂]



中信证券

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

本文件的副本連同本文件「附錄五一送呈公司註冊處處長及展示文件」所指明的文件已根據《公司(清盤及雜項條文)條例》(香港法例第32章)第342C條的規定，送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期[編纂]將由[編纂](代表[編纂])與本公司於[編纂]協定。[編纂]預期為[編纂]([編纂])或前後(香港時間)，在任何情況下不得遲於[編纂]([編纂])中午12時正(香港時間)。除非另行公佈，否則[編纂]將不會高於[編纂][編纂]港元，而目前預期將不會低於每股[編纂][編纂]港元。倘若[編纂](代表[編纂])與本公司於[編纂]([編纂])(香港時間)中午十二時正(香港時間)前未能就[編纂]達成協議，則[編纂]將不會進行，並將告失效。

代表[編纂]的[編纂]如認為適當，並經本公司同意，可於遞交[編纂]申請的最後日期上午前任何時間，將[編纂]數目及／或指示[編纂]範圍(即每股[編纂][編纂]港元至每股[編纂][編纂]港元)削減至低於本文件所載者。在此情況下，削減[編纂]數目及／或指示性[編纂][編纂]的通告，將於作出有關削減的決定後，在切實可行範圍內盡快在本公司網站<http://www.banmuhuatian.com>及香港聯交所網站www.hkexnews.hk刊載，惟無論如何不得遲於遞交香港[編纂]申請的最後一日早上。更多詳情，請參閱本文件中的「[編纂]架構」和「如何申請[編纂]」。

倘於[編纂]上午八時正前發生若干事件，香港[編纂]在香港[編纂]協議項下的責任可由[編纂](代表[編纂])終止。詳情請參閱本文件「[編纂]」一節。

[編纂][編纂]並無及將不會根據《美國證券法》或美國任何州證券法進行登記，且不得在美國境內[編纂]、出售、抵押或以其他方式轉讓，惟根據《美國證券法》的登記要求獲得豁免，或在不受《美國證券法》登記要求約束的交易中進行者除外，以及根據美國任何適用的州證券法進行。[編纂]僅可在美國境外依據《S規例》在離岸交易中[編纂]和銷售。[編纂]將不會在美國[編纂]。

[編纂]

本文件為草擬本。其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

重 要 提 示

[編 纂]

本文件為草擬本。其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

重 要 提 示

[編 纂]

預 期 時 間 表 ⁽¹⁾

[編 纂]

預 期 時 間 表 ⁽¹⁾

[編 纂]

預 期 時 間 表 ⁽¹⁾

[編 纂]

預 期 時 間 表 ⁽¹⁾

[編 纂]

目 錄

本文件僅由公司就[編纂]而發行，除本文件根據[編纂]的[編纂]外，本文件並不構成出售任何證券的[編纂]或購買任何證券的[編纂]邀請。本文件不得用於也不構成在任何其他司法管轄區或任何其他情況下的[編纂]或邀請。除香港外，未採取任何行動允許在任何司法管轄區[編纂]或派發本文件。

閣下應僅依據本文件所載資料作出投資決定。本公司未授權任何人向閣下提供與本文件所載內容不同的資料。閣下不得依賴本文件中未提供的任何資料或陳述，將其視為已獲得本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]、任何[編纂]、其各自的任何董事、高級職員、代表或顧問或參與[編纂]的任何其他人士的授權。

	頁次
預期時間表	i
目 錄	v
概要	1
釋義	19
技術詞彙表	32
前瞻性陳述	35
風險因素	36
豁免嚴格遵守上市規則	66
有關本文件和[編纂]的資料	70
董事、監事和參與[編纂]的各方	74
公司資料	78
行業概覽	81
監管概覽	100

目 錄

	頁次
歷史、發展和公司架構	120
業務	136
董事、監事和高級管理層	203
與控股股東的關係	215
主要股東	219
股本	222
財務資料	225
未來計劃和[編纂]用途	265
[編纂]	269
[編纂]的架構	278
如何申請[編纂]	288
附錄一 — 會計師報告	I-1
附錄二 — 未經審計的[編纂]財務資料	II-1
附錄三 — 公司章程概要	III-1
附錄四 — 法定和一般資料	IV-1
附錄五 — 送呈香港公司註冊處處長和展示文件	V-1

概 要

本概要旨在向閣下概述本文件中包含的資料。由於僅為概要，其中並未包含對閣下可能重要的所有資料。在決定投資[編纂]前，閣下應閱讀文件全文。任何投資都有風險。投資[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。在決定投資於[編纂]前，閣下應仔細閱讀該節全文。

概覽

我們是半畝花田(Dream Garden)，一個因持續高速增長、多品類拓展而在行業中脫穎而出的中國皮膚及個人護理品牌。我們於2010年成立於中國「玫瑰之鄉」山東濟南，從誕生之初就致力於「花植」的研究，並確立了「以花悅膚」的品牌理念。

我們堅持核心產品引領，以深刻的消費者洞察為導向，從單一明星產品逐步拓展至涵蓋身體、髮部和面部洗護的全品類矩陣，成為少數能夠在中國皮膚及個人護理市場的多個品類均實現領先地位的國貨品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們是身體乳、身體磨砂膏、潔面慕斯的國貨第一品牌。

大單品引領、全品類拓展的產品策略

我們堅持以核心單品為引領，並系統性地拓展多品類產品矩陣。通過將玫瑰花水、牡丹籽油等天然花植成分融入核心配方，並持續推動配方技術升級，我們打造了具有鮮明特色的身體洗護產品系列。借此，我們不僅把握了身體洗護市場的增長機遇，更在這一高增長品類中建立起領先的品牌地位。

我們將這一大單品引領的策略，成功轉化為身體洗護核心品類的持續市場表現。我們的身體磨砂膏產品線於2015年推出，截至2025年9月30日，累計銷售約37.7百萬瓶，使我們成為中國身體磨砂膏市場(包括所有國際與國貨品牌)第二大品牌，同時，根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們也是該品類國貨第一品牌。我們的身體乳產品線於2012年上市，並經於2023年推出及於2024年及2025年升級的美白身體乳的成功進一步增強。截至2025年9月30日，該產品線累計銷售約56.9百萬瓶。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們是中國身體乳市場(包括所有國際與國貨品牌)第八大品牌，也是該品類國貨第一品牌。

概 要

我們並未止於單一品類的成功。依靠對消費者需求的洞察，我們將此戰略從身體洗護領域延伸至相關品類。我們運用東方植萃配方理念，陸續推出鮮花花萃系列洗髮水、米醇氨基酸潔面慕斯等明星單品，帶動髮部洗護與面部洗護品類快速成長。截至2025年9月30日止九個月，我們的髮部洗護品類收入達到人民幣482.2百萬元，同比增長496.1%，成為第二增長曲線。在我們的旗艦潔面慕斯的帶動下，截至2025年9月30日止九個月，面部洗護品類產生人民幣462.9百萬元的收入。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額統計，我們是中國所有國際及本土品牌中第二大、本土品牌中第一大潔面慕斯品牌。

體系化打造旗艦大單品

我們建立起獨屬於半畝花田的、體系化的、以消費者為中心的產品開發流程，這是我們從單一明星產品向全品類皮膚及個人護理品牌發展的基石。我們內部組成橫跨產品規劃、研發、營銷、供應鏈、質量管理及客戶服務等部門的集成的產品開發團隊，實現從消費者需求挖掘到產品落地的產品全生命週期管控。在半畝花田產品開發流程下，我們的產品矩陣取得了顯著的市場成果。例如，我們的美白身體乳自推出起至2025年9月30日已累計銷售約8.0百萬瓶，鮮花花萃系列洗髮水累計銷售約8.1百萬瓶。

在前端精準識別消費者需求後，我們憑藉強勁的研發實力，將這些洞察轉化為差異化的產品解決方案。我們高度重視研發，被認定為國家高新技術企業、山東省專精特新企業。我們以「花之源、花之效、花之悅」為核心開發理念，搭建起覆蓋「原料開發—基礎研究—技術轉化—產品落地—功效驗證」的全鏈條研發體系，成為品牌持續推出爆款產品、拓展全品類佈局的核心技術引擎，為「大單品+全品類」戰略提供堅實技術支撐。

在這一平台體系下，我們對專有原料和技術的持續研發，進一步強化了我們的差異化優勢。我們開發出專有成分及技術，例如FloaferMin花容因（一種源自花植的活性複合物）及RIVETOR PRO修護技術等，並在利用頂空固相微萃取的方法研究花植鮮活香氣的基礎之上，通過閃式提取技術快速萃取天然活性物，同時利用腦神經科學技術獲取對鮮花香氣的情緒反應。這些能力共同支撐我們在功能及感官層面實現創新，釋放東方花植在皮膚及個人護理領域的全部應用潛力。

請參閱「業務—我們的產品開發」。

概 要

從線上成功到一體協同的全渠道銷售網絡

我們實現了從單一線上到全域佈局的渠道變革，並正進一步夯實我們的渠道滲透。我們的渠道變革始於對線上零售趨勢的前瞻把握。我們早期深耕天貓、京東等貨架電商，深度積累了線上電商的流量規則和運營邏輯的經驗。隨著內容電商的崛起，我們基於在貨架電商的累積快速拓展線上渠道，於2018年開始佈局小紅書、抖音等內容電商平台。在抖音平台，我們通過一品類直播間、達人直播、短視頻內容激發用戶的興趣，於2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們來自線上渠道的銷售收入分別為人民幣1,026.9百萬元、人民幣1,137.1百萬元、人民幣807.4百萬元和人民幣1,444.5百萬元，佔我們同期總收入的85.7%、75.9%、75.3%和76.3%。

同時，我們亦重視線下渠道對於皮膚及個人護理品牌建立長期價值的戰略意義，於2021年加速推進線下佈局，構建線上線下協同發展的全渠道體系。目前，我們的線下網絡已全面覆蓋商超、化妝品專營店、新零售店及OTC藥房等多種終端，銷售網點遍佈全國31個省、自治區和直轄市。我們相信，線下渠道不僅帶來新的增長，更是消費者體驗、品牌建設和長期市場份額鞏固的關鍵陣地。

我們的行業機遇

我們身處快速發展的中國皮膚及個人護理行業，主要專注於身體、髮部及面部洗護市場。得益於有利的行業態勢，我們得以進一步提升品牌價值，從而實現了持續的品類擴張。

身體洗護是我們業務的基石，而不斷提高的消費者認知正改變中國市場格局。消費者需求從基本功能轉向更精細、細分的需求，加快了該品類的產品升級。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，2024年中國身體洗護行業的市場規模約為人民幣1,110億元，預計到2029年將達到人民幣1,455億元，2024年至2029年的複合年增長率為5.6%。同時，線上渠道成為品牌理念傳播、精準內容營銷的主要媒介，讓品牌能夠保持與消費者的直接互動並提高用戶粘性，從而實現快速增長。根據弗若斯特沙利文的資料，以零售額計，中國身體洗護行業2029年線上銷售額預計將達到人民幣846億元，從2024年到2029年的複合年增長率將達7.4%。

在髮部洗護領域，洗髮水和護髮素因其剛需特性，是消費者日常生活中高頻購買的洗護產品之一。雖然該品類市場整體增長較穩定，但人們越來越注重品質生活的趨勢使得消費者將護膚理念逐漸延伸至髮部洗護。根據弗若斯特沙利文的資料，

概 要

以零售額計，中國頭髮洗護行業2024年市場規模約為人民幣1,121億元，預計將以6.1%的年複合增長率增長至2029年人民幣1,510億元。

面部洗護領域也呈現出相似趨勢。面部清潔是面部洗護的重要環節，是皮膚護理的基礎。消費者對面部清潔產品的需求趨於多元化、精細化，消費者逐漸追求兼具溫和性、功效性的高品質產品。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，中國面部清潔行業的市場規模約為人民幣3,657億元，預計將以7.4%的年複合增長率進一步增長，到2029年將達到人民幣5,221億元。

我們的財務表現

我們在往績記錄期實現了持續高速增長。我們的收入從2023年的人民幣1,198.7百萬元增長至2024年的人民幣1,498.9百萬元，增幅為25.0%；並從截至2024年9月30日止九個月的人民幣1,072.3百萬元增長至2025年同期的人民幣1,894.7百萬元，增幅為76.7%。我們的經調整淨利潤（非國際財務報告準則指標）由2023年的人民幣23.7百萬元增加249.4%至2024年的人民幣82.8百萬元，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣49.7百萬元增加197.2%至2025年同期的人民幣147.7百萬元。特別是，在往績記錄期內，我們的線下渠道收入實現了快速增長，由2023年的人民幣167.2百萬元增至2024年的人民幣355.6百萬元，增幅為112.7%，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣260.6百萬元增至2025年同期的人民幣446.1百萬元，增幅為71.2%，線下業務實現了持續快速擴張。

請參閱「業務一概覽」。

我們的品牌和產品

我們的品牌

半畝花田（Dream Garden）以花卉的生命力與真實感為靈感，是一個持續高速增長、多品類拓展的中國領先皮膚及個人護理品牌。品牌發展始終秉持「以花悅膚」的理念，相信花卉所蘊含的天然活力與美感可以轉化為既具功效又能引發情感共鳴的產品。通過將真實花卉原料與東方美學相結合，我們塑造了獨具文化辨識度的品牌形象，贏得了消費者在功效與體驗雙重需求上的信任。

我們的產品

於企業發展道路上，我們致力於捕捉消費者尚未被滿足的需求，並打造出廣受認可、具有行業定義能力的產品。我們最初深耕身體洗護領域，憑藉一系列旗艦產品填補了市場空白，並為品牌及產品的發展奠定了堅實基礎。依託這一強勁勢頭，我們進一步執行「核心旗艦產品引領，拓展至全品類」的策略，進軍髮部及面部洗護市場。從早期推出的美白系列身體乳及冰激凌香氛系列磨砂膏等身體洗護產品，到

概 要

隨後推出的米醇氨基酸潔面慕斯等面部洗護產品及鮮花花萃系列洗髮水等髮部洗護產品，我們持續證明了自身精準洞察市場需求的能力，並成功打造多款旗艦產品，在贏得消費者信賴的同時，帶動各品類的增長。截至2025年9月30日，我們精心打造的產品組合達至509個主要SKU。

下表列出了我們按產品類別劃分的所示期間的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額 (未經審計)	% (未經審計)	金額 (未經審計)	% (未經審計)
(人民幣以千元為單位，百分比除外)								
身體洗護	521,628	43.5	700,245	46.8	492,259	46.0	791,012	41.8
髮部洗護	43,255	3.6	113,978	7.6	80,884	7.5	482,160	25.4
面部洗護	600,794	50.1	609,143	40.6	447,443	41.7	462,864	24.4
其他 ⁽¹⁾	32,977	2.8	75,510	5.0	51,709	4.8	158,706	8.4
總計	<u>1,198,654</u>	<u>100.0</u>	<u>1,498,876</u>	<u>100.0</u>	<u>1,072,295</u>	<u>100.0</u>	<u>1,894,742</u>	<u>100.0</u>

註：

- (1) 其他主要指銷售店內陳列材料(例如貨架)、涵蓋髮部洗護、面部洗護及身體洗護類別的組合產品套裝以及特定自產原料。

下表列出了我們的產品在指定期間的銷售量及平均銷售價格(「平均售價」)：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價
(銷售量以千件為單位，平均售價以人民幣為單位)								
身體洗護	22,143	23.6	31,910	21.9	20,771	23.7	34,339	23.0
髮部洗護	2,729	15.9	8,722	13.1	6,212	13.0	23,175	20.8
面部洗護	29,028	20.7	33,952	17.9	23,989	18.7	28,014	16.5
其他 ⁽¹⁾	884	37.3	3,076	24.6	2,201	23.5	2,483	63.9
總計	<u>54,784</u>	<u>21.9</u>	<u>77,660</u>	<u>19.3</u>	<u>53,173</u>	<u>20.2</u>	<u>88,011</u>	<u>21.5</u>

註：

- (1) 其他主要指銷售店內陳列材料(例如貨架)、涵蓋髮部洗護、面部洗護及身體洗護類別的組合產品套裝以及特定自產原料。

請參閱「業務—我們的品牌和產品」。

概 要

我們的銷售網絡

我們已建立全渠道銷售網絡，並成功實現從線上驅動為主向線上線下一體化模式的轉型，這有利於我們擴大消費者觸達範圍、增強品牌影響力及提升渠道的風險抵禦能力。通過充分發揮線上渠道的規模效應與效率，同時拓展線下零售商及經銷商佈局，我們已構建一個具有協同效應的銷售網絡，為可持續增長及深耕市場提供有力支持。我們的銷售網絡涵蓋：

- **線上渠道**，包括(i)主要通過我們的自營品牌旗艦店線上直銷予消費者；(ii)銷售予京東自營店及唯品會等線上電商平台；以及(iii)銷售予線上分銷商，再由其將產品轉售至其他線上渠道或終端消費者；以及
- **線下渠道**，包括(i)銷售予線下分銷商，後者將產品轉售至其他線下渠道；及(ii)銷售予超市、美妝專營店及新零售網點等線下零售商，後者通過其自有店鋪將產品售予最終消費者。

下表列出了我們於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
					(未經審計)		(未經審計)	
	(人民幣以千元計，百分比除外)							
線上渠道	1,026,871	85.7	1,137,145	75.9	807,383	75.3	1,444,524	76.3
線上直銷	837,875	69.9	868,702	58.0	623,936	58.2	1,167,977	61.7
向線上電商平台銷售	122,326	10.2	165,957	11.1	119,181	11.1	142,839	7.5
向線上分銷商銷售	66,670	5.6	102,486	6.8	64,266	6.0	133,708	7.1
線下渠道	167,241	13.9	355,566	23.7	260,624	24.3	446,133	23.5
向線下分銷商銷售	149,042	12.4	326,991	21.8	239,283	22.3	418,739	22.1
向線下零售商銷售	18,199	1.5	28,575	1.9	21,341	2.0	27,394	1.4
其他 ⁽¹⁾	4,542	0.4	6,165	0.4	4,288	0.4	4,085	0.2
總計	1,198,654	100.0	1,498,876	100.0	1,072,295	100.0	1,894,742	100.0

註：

- (1) 其他主要包括(i)銷售我們自產的原材料；及(ii)提供予員工作為員工福利之產品的視同銷售。

請參閱「業務—我們的銷售網絡」。

概 要

採購及生產

我們的採購模式，其中大部分原材料由我們於中國自行採購，部分原材料則由OEM工廠透過我們的指定渠道直接採購。我們採購的原材料包括玫瑰和茉莉等植物，該等原材料將進一步加工為玫瑰花水、玫瑰發酵濾液及RIVETOR植物油，其後提供予OEM工廠。我們亦與OEM供應商合作生產成品。我們向OEM供應商提供特定關鍵原材料，如植物提取物、表面活性劑及包裝材料。而其他常用原材料則由OEM供應商透過我們的指定渠道直接採購。為保持質量管控標準並確保最佳效率，我們已制定嚴格的OEM供應商遴選標準。我們建立了靈活的產能保障機制，通常在實際需求之上保留一定比例的OEM產能。我們擁有一個經嚴格篩選的合資格OEM供應商庫，以支持我們的產品生產，從而盡量降低交付風險。通過與外部OEM供應商協作，我們對產品配方信息進行嚴格控制，對所有功效配方擁有獨家所有權和控制權。

我們在山東省濟南市運營一家原材料加工廠，用於生產特定原材料，包括玫瑰水、玫瑰發酵濾液及RIVETOR植物油。這使我們能夠專注於關鍵原材料和配方開發，並在市場上保持競爭優勢。下表列示本公司位於濟南的原材料加工廠在所示期間的設計年產能、實際產量及利用率：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
設計年產能(噸)	1,210	1,210	1,210	1,150
實際產量(噸)	884.9	1,140.0	808.0	669.7
利用率(%)	73.1	94.2	89.0	77.6

附註：

- (1) 設計年產能基於各設備每日運行8小時，每月25個工作日（全年300個工作日，不包括生產線升級或調整時間）的最優小時產量計算得出。設計年產能從2024年9月30日止九個月的1,210噸減至2025年9月30日止九個月的1,150噸，主要歸因於對生產線的調整以優化效率。
- (2) 產量指相關期間的實際產出。實際產量從2023年的884.9噸增至2024年的1,140.0噸，主要因為我們將玫瑰水添加到多款新推出的產品中，促使我們擴大其生產規模。實際產量從2024年9月30日止九個月的808.0噸減至2025年9月30日止九個月的669.7噸，主要是因為我們將部分生產職能委託給新簽約的原材料加工合作夥伴，以確保原材料供應穩定。

概 要

- (3) 利用率按實際產量除以同期設計年產能計算，並按相關期間比例調整。利用率從2023年的73.1%升至2024年的94.2%，主要歸因於因為我們將玫瑰水添加到多款新推出的產品中，促使我們擴大其生產規模。利用率從2024年9月30日止九個月的89.0%跌至2025年9月30日止九個月的77.6%，主要原因在於部分設備被分配用於產品開發和試產。

請參閱「業務—採購及生產」。

我們的優勢

我們堅信以下核心優勢不僅成就了今日的我們，也將是達成我們願景目標、實現長期可持續發展的關鍵：

- 快速成長的中國皮膚及個人護理品牌，植根於大單品引領的多品類佈局；
- 集成產品開發管理體系，奠基優質產品；
- 以花植為核心的端到端研發平台，打造核心創新優勢；
- 以消費者為中心、具備強協同效應的全域銷售網絡；
- 以質量和效率為先的供應鏈體系奠基強控制、高效率的卓越運營模式；及
- 堅持「長期主義」和具備前瞻性的創始人和管理層，共同打造以奮鬥者為本的戰略組織能力。

請參閱「業務—我們的優勢」。

我們的戰略

我們致力於成為全球最值得信賴的皮膚及個人護理領導品牌，將持續堅定執行以下發展戰略：

- 大力發展旗艦大單品，引領品類協同，鞏固我們於皮膚及個人護理領域的領先地位；
- 線上精準滲透，線下拓展提效，全域觸達消費者；
- 構建強大研發技術內核，持續推動產品創新，築牢品牌核心競爭力；
- 打造端到端協同的柔性供應鏈體系，滿足日益增長的市場需求；
- 加強數智化建設，提升全鏈路管理能力及運營效率；

概 要

- 佈局國際化業務，建立品牌國際影響力；及
- 堅持充滿活力、共同奮鬥的組織與人才戰略。

請參閱「業務—我們的戰略」。

定價

我們在所有銷售渠道實施統一的整體定價策略。產品零售價基於多重因素確定，包括原材料成本、市場同類產品價格、市場環境以及我們的生產運營成本。我們可能不定期提供折扣優惠，並參與第三方電商平台及百貨商店的促銷活動。我們亦可能根據會員政策向註冊會員提供獎勵及折扣。針對經銷商銷售，產品通常以低於建議零售價的折扣出售，具體考慮因素包括經銷商採購量、經銷商利潤率、市場產品定價、銷售渠道營銷推廣成本、指定分銷區域以及經銷商可覆蓋的終端客戶數量。針對售予零售商的產品，價格乃透過雙方協商共同決定。有關不同銷售渠道定價政策，詳見「業務—我們的銷售網絡」。

請參閱「業務—定價」。

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括位於中國的個人消費者、電商平台、零售商和經銷商。於往績記錄期間，每年／期間來自五大客戶的收入分別為人民幣168.5百萬元、人民幣233.3百萬元及人民幣239.0百萬元，佔我們同一年度／期間總收入的14.0%、15.6%及12.7%。於往績記錄期內，我們並未面臨任何重大的客戶集中風險。

概 要

我們的供應商主要由電子商務平台服務提供商、促銷服務提供商，OEM供應商及原材料和包裝供應商組成。於往績記錄期內，每年／期間向五大供應商採購的金額分別約為人民幣343.5百萬元、人民幣363.5百萬元及人民幣546.1百萬元，佔該年度總採購額的34.2%、28.8%及33.7%。於往績記錄期內各年度／期間內，我們向最大供應商採購的金額分別約為人民幣138.9百萬元、人民幣127.2百萬元及人民幣222.9百萬元，佔我們同一年度／期間總採購額的13.8%、10.1%及13.8%。

於往績記錄期內，我們五大客戶中的兩家同時也是我們在2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月的供應商。供應商E為我們2023年及2024年五大供應商之一，同時亦為我們在2024年及截至2025年9月30日止九個月的客戶。此外，供應商I為我們截至2025年9月30日止九個月的五大供應商之一，同時亦為我們截至2025年9月30日止九個月的客戶。

請參閱「業務—我們的客戶」、「業務—我們的供應商」及「業務—主要客戶與供應商重疊」。

競爭

我們在中國皮膚及個人護理行業開展業務。我們面臨著現有皮膚及個人護理品牌製造商及新進品牌的競爭，後者包括中國本土品牌和國際品牌。盡管國際巨頭憑借深厚的品牌認知度、雄厚財力及成熟渠道管理佔據優勢，但本土品牌近年展現出強勁增長勢頭。憑借對本土消費者偏好的深刻洞察、快速的產品創新能力、強大的供應鏈整合實力以及強大的全渠道戰略，我們得以迅速搶佔市場份額並拓展細分領域。隨著消費者需求持續向功能性、天然性和感官體驗型產品演進，我們相信憑借戰略定位、研發實力和覆蓋全面的分銷網絡，將進一步鞏固競爭優勢，把握中國皮膚及個人護理市場日益增長的機遇。

請參閱「行業概覽」。

概 要

歷史財務資料概要

經營業績的主要構成部分說明

下表按絕對金額及佔收入百分比形式，列示了所示期間經營業績的概要：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)			
收入	1,198,654	100.0	1,498,876	100.0	1,072,295	100.0	1,894,742	100.0
銷售成本	(409,764)	(34.2)	(565,521)	(37.7)	(403,410)	(37.6)	(695,197)	(36.7)
毛利	788,890	65.8	933,355	62.3	668,885	62.4	1,199,545	63.3
其他收入及收益	5,431	0.5	12,225	0.8	8,340	0.8	6,756	0.4
銷售及營銷開支	(637,176)	(53.2)	(677,410)	(45.2)	(499,686)	(46.6)	(896,222)	(47.3)
行政開支	(98,349)	(8.2)	(161,477)	(10.8)	(116,746)	(10.9)	(126,985)	(6.7)
研發費用	(28,616)	(2.4)	(32,003)	(2.1)	(22,348)	(2.1)	(28,138)	(1.5)
其他費用	(1,272)	(0.2)	(820)	(0.1)	(643)	(0.0)	(1,254)	(0.0)
財務費用	(2,984)	(0.2)	(4,418)	(0.3)	(3,100)	(0.3)	(3,076)	(0.2)
金融資產減值損失淨額	(467)	(0.0)	(646)	(0.0)	(686)	(0.1)	117	0.0
稅前利潤	25,457	2.1	68,806	4.6	34,016	3.2	150,743	8.0
所得稅費用	(4,953)	(0.4)	(19,393)	(1.3)	(11,887)	(1.1)	(25,666)	(1.4)
本年度／期內利潤及								
綜合收益總額	20,504	1.7	49,413	3.3	22,129	2.1	125,077	6.6
歸屬於：								
母公司擁有人	20,504	1.7	49,413	3.3	22,129	2.1	125,077	6.6

概 要

非國際財務報告準則指標

為補充依據《國際財務報告準則》(IFRS)會計標準編製的合並財務報表，我們亦採用經調整淨利潤作為補充性財務指標，該指標並非國際財務報告準則會計標準所要求或依據其編製。我們認為通過消除特定項目的潛在影響，非國際財務報告準則指標有助於跨期間及跨公司比較經營業績。我們認為該指標為投資者及其他人士提供有用信息，有助他們以與本公司管理層相同的方式，理解和評估本公司的綜合經營業績。但需注意，此類非國際財務報告準則財務指標可能無法與其他公司披露的類似指標直接比較。使用該非國際財務報告準則會計標準指標不應視為我們依據《國際財務報告準則》會計標準對經營業績或財務狀況進行分析的替代。

我們將年度／期內經調整利潤(非國際財務報告準則指標)定義為年度／期內利潤加回[編纂]開支及以股權結算的股份獎勵費用。下表列示我們的年度／期內經調整利潤(非國際財務報告準則指標)與根據《國際財務報告準則》呈列的年度／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	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
	(未經審計) (未經審計)			
本年度／期內利潤	20,504	49,413	22,129	125,077
加：				
股份支付 ⁽¹⁾	3,209	33,419	27,522	17,854
[編纂]開支 ⁽²⁾	—	—	—	4,735
本年度／期內經調整利潤(非國際 財務報告準則指標)	<u>23,713</u>	<u>82,832</u>	<u>49,651</u>	<u>147,666</u>

附註：

(1) 股份支付指向若干員工支付的與我們的股份獎勵相關的非現金費用。

(2) [編纂]開支指就[編纂]產生的開支。

概 要

特定關鍵資產負債表項目討論

下表列示截至所示日期我們的選定資產負債資料。

	截至12月31日止年度		截至9月30日
	2023年	2024年	止九個月
	(人民幣千元)		2025年
			(未經審計)
流動資產總值	223,072	385,200	547,507
非流動資產總值	173,376	189,666	192,306
資產總值	396,448	574,866	739,813
流動負債總額	348,483	441,721	460,604
非流動負債總額	42,198	43,346	39,518
負債總額	390,681	485,067	500,122
流動(負債)淨額／資產淨值	(125,411)	(56,521)	86,903
資產淨值	5,767	89,799	239,691

流動資產淨值／負債淨額

本公司流動負債淨額由2023年12月31日的人民幣125.4百萬元減少至2024年12月31日的人民幣56.5百萬元，主要因(i)存貨增加，主要歸因於為滿足預期銷售增長所帶動的採購需求，我們增加了外包加工材料及製成品；(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加，主要歸因於電商直播間的線上推廣服務預付款項增加；以及(iii)現金及現金等價物增加，惟部分被貿易應付款項增加所抵銷，主要歸因於產品銷售增加導致外包加工材料的採購量上升所致。

資產淨值

我們的資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣5.8百萬元大幅增加至截至2024年12月31日的人民幣89.8百萬元，主要由於(i)截至2024年12月31日止年度的利潤人民幣49.4百萬元；及(ii)以權益結算以股份支付的付款安排人民幣33.4百萬元。

我們的資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣89.8百萬元進一步增加至截至2025年9月30日的人民幣239.7百萬元，主要由於截至2025年9月30日止九個月的利潤人民幣125.1百萬元。

概 要

綜合現金流量表摘要

下表概述本公司各期間現金流情況：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
	(未經審計) (未經審計)			
經營活動產生的淨現金流	56,499	96,896	66,884	136,790
投資活動所用／所產生的淨現金流	(55,996)	(36,464)	(33,494)	9,005
融資活動產生的／(用於)				
淨現金流	14,738	(23,093)	(15,724)	(88,469)
現金及現金等價物淨增加額	15,241	37,339	17,666	57,326
年初／期初現金及現金等價物 . . .	51,681	66,922	66,922	104,261
年末／期末現金及現金等價物 . . .	<u>66,922</u>	<u>104,261</u>	<u>84,588</u>	<u>161,587</u>

主要財務比率

下表列示本公司在所示期間／日期之主要財務比率：

	截至／截至12月31日		截至九個月／ 截至9月30日	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	(未經審計) (未經審計)			
毛利率(%) ⁽¹⁾	65.8	62.3	62.4	63.3
經調整淨利潤率(%) ⁽²⁾	2.0	5.5	4.6	7.8
流動比率(%) ⁽³⁾	64.0	87.2	不適用	118.9
資產負債比率(%) ⁽⁴⁾	98.5	84.4	不適用	67.6

附註：

- (1) 毛利率等於毛利潤除以收入再乘以100%。
- (2) 經調整淨利潤率等於年度／期間經調整利潤除以收入再乘以100%。
- (3) 流動比率等於流動資產除以流動負債。
- (4) 資產負債比率等於總負債除以總資產再乘以100%。

請參閱「財務資料—主要財務比率」。

概 要

[編纂]統計數據

以下表格中所有統計數據均基於[編纂]未獲行使的假設：

	按每股H股[編纂] [編纂]港元計算	按每股H股[編纂] [編纂]港元計算
緊隨[編纂]完成後我們的股份市 值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核[編纂]調整後每股H股合併淨 有形資產 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值計算乃基於預期緊隨[編纂]完成後將發行的[編纂]股股份（假設[編纂]未獲行使）。
- (2) 未經審核[編纂]每股H股淨有形資產乃經上文所述調整後得出，計算基準為假設於2025年9月30日已完成轉制為股份有限公司、股份拆細及[編纂]，因而發行在外的股份為[編纂]股，但並不計及(i)因行使[編纂]而可能配發及發行的任何股份；或(ii)於2026年1月額外發行的任何股份。就本未經審核[編纂]調整後每股H股淨有形資產而言，人民幣金額按[編纂]港元兌人民幣[編纂]元的匯率換算為港元。

有關所用假設及計算方法的進一步詳情，請參閱「附錄二—未經審計備考財務資料」。

未來計劃和[編纂]用途

我們估計，扣除與[編纂]相關的[編纂]、[編纂]及預計應付的開支後，假設[編纂]為[編纂]港元，[編纂]將為我們帶來約[編纂]港元的[編纂]淨額（即[編纂]至[編纂]港元的[編纂]區間中位數），且假設股份分拆已完成并且[編纂]未獲行使。我們計劃將[編纂]淨額用於以下用途：

- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於渠道開發、產品營銷推廣及品牌建設；
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於加強產品研發能力。我們計劃增加研發投入，強化核心技術並提升創新能力；
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於建立一個全球多元化的人才隊伍；

概 要

- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於強化數字化與智能化基礎設施，以提升端到端管理能力及運營效率，從而推動業務發展；
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於營運資金及一般企業用途。

請參閱「未來計劃和[編纂]用途」。

股息與股息政策

在往績記錄期內，本公司未派發或宣派任何股息。目前我們尚未制定正式股息政策或固定派息比率。未來股息的宣派與支付將由董事酌情決定，並取決於以下因素：實際及預期經營業績、現金流與財務狀況、整體商業環境及業務策略、預期營運資金需求與未來擴張計劃、法律法規及其他合同限制，以及董事認為相關的其他因素。根據本公司中國法律顧問的建議，未來產生的任何淨利潤須經董事會制定利潤分配方案並經股東大會批准後，方可用於支付或宣派股息。但該淨利潤須首先用於彌補歷史累計虧損，之後須將淨利潤的10%計入法定普通儲備金，直至該儲備金達到註冊資本的50%以上。

請參閱「財務資料—股息與股息政策」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及「風險因素」一節所載若干風險。閣下在決定投資[編纂]前應細閱該整節。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們身處競爭激烈而且瞬息萬變的市場，業務成功取決於我們在中國皮膚及個人護理行業中有效競爭的能力；
- 我們的成功取決於產品持續受歡迎程度，以及及時預判和響應行業趨勢及消費者喜好變化的能力；
- 我們的業務與前景取決於品牌聲譽及市場認知。任何涉及本公司、管理層、品牌及產品、KOL、品牌代言人、供應商、經銷商或其他業務夥伴的負面報道，都可能對品牌形象及經營業績造成重大不利影響；
- 以往經營業績及財務表現未必代表未來表現；

概 要

- 我們的產品設計及開發投資可能無法產生預期成果；
- 我們的業務成功取決於持續開發、推出和推廣新產品的能力，否則可能削弱我們的競爭優勢和市場份額減少；
- 產品質量是本公司業務的核心。任何產品相關質量問題可能導致客戶流失和銷量下降，使本公司面臨責任索賠、收回產品或監管行動的風險；
- 若我們無法吸引、招聘和留住產品開發人才，則可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響；
- 我們依賴部分供應商提供電商平台服務、推廣服務以及進行產品製造和原料採購，可能使我們面臨供應商集中風險；及
- 我們易受原料及關鍵成分供應短缺和成本上漲的影響，可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

請參閱「風險因素」。

[編纂]開支

假設每股[編纂]的[編纂]為港幣[編纂]元（即本文件所述指示性[編纂]的中間價），本次[編纂]中，本公司應支付的[編纂]及費用總額（含聯交所[編纂]費、AFRC交易征費、證監會交易征費、聯交所交易費、法律及其他專業服務費、印刷及其他相關費用）預計合計約人民幣[編纂]元，佔[編纂]總收益的[編纂]%的[編纂][編纂]總額（假設未根據[編纂]發行[編纂]），其中約人民幣[編纂]元預計將計入損益，約人民幣[編纂]元直接歸屬於[編纂]及[編纂]我們的[編纂]，將於[編纂]時從權益中扣除。本公司[編纂]開支本質上由以下部分構成：(i)[編纂][編纂]約人民幣[編纂]元；(ii)非[編纂]相關費用約人民幣[編纂]元，其中法律顧問及報告會計師費用約人民幣[編纂]元，其他費用約人民幣[編纂]元。

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，本公司由亓先生直接持有約25.70%股權，由珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍共同持有約59.33%股權，其中：(i)珠海坤澤由亓先生及商女士分別持有60%及40%股權。商女士為亓先生之配偶；及(ii)濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍均由

概 要

亓先生作為普通合夥人控制。因此，截至最後實際可行日期，亓先生、商女士、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍控制本公司股東大會約85.03%的表決權。

[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，亓先生、商女士、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍將有權控制本公司股東大會約[編纂]%的表決權。因此，亓先生、商女士、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍共同構成本公司的控股股東集團。

請參閱「與控股股東的關係」。

[編纂]投資

我們已完成多輪[編纂]的投資。有關[編纂]的投資者之身份及背景，以及該等投資的關鍵條款詳情，請參閱本文件「歷史、發展和公司架構—[編纂]的投資」。

近期發展及無重大不利變動

本公司董事確認，截至本文件日期，自2025年9月30日(即往績記錄期結算日)以來，本公司的財務狀況、經營狀況或前景未發生重大不利變動，且自2025年9月30日以來亦未發生任何可能對本文件附錄I所載會計師報告所示信息產生重大影響的事項。

釋 義

在本文件中，除非上下文另有要求，下列術語和表述具有以下定義。其他某些術語的解釋詳見「技術術語詞匯表」。

「%」	指	百分比
「聯屬人士」	指	就任何指定人士而言，指直接或間接控制該指定人士或受該指定人士控制或與其直接或間接受共同控制的任何其他人士
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局
「組織章程」或「章程」	指	本公司於2026年1月15日日採納的組織章程細則（將於[編纂]生效及經不時修訂），其概要載於本文件「附錄三一組織章程細則概要」內
「聯繫人」	指	具有《上市規則》賦予該詞的含義
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「半畝花田化妝品」	指	山東半畝花田化妝品有限公司，於2018年9月20日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「半畝花田電子科技」	指	山東半畝花田電子科技有限公司，於2018年9月20日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「董事會」或「董事會」	指	本公司董事會
「工作日」	指	香港銀行一般對公眾正常營業的日子（星期六、星期日或公眾假期除外
「CAGR」	指	複合年增長率

[編纂]

釋 義

「中國」、 「中國大陸」或 「中華人民共和國」	指	中華人民共和國，就本文件而言，僅供地理參考，除文義所需外，本文件中提及的「中國」及「中華人民共和國」不適用於香港、澳門特別行政區及台灣
「緊密聯繫人」	指	具有《上市規則》賦予該詞的含義
「公司條例」	指	《公司條例》(香港法例第622章)，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司(清盤及雜項規定)條例」	指	經不時修訂、補充或以其他方式修改的《公司(清盤及雜項條文)條例》(香港法例第32章)
「公司」、「本公司」或 「本公司」	指	山東花物堂化妝品股份有限公司(前稱山東花物堂生物科技有限公司)，是一家根據中國法律於2018年6月21日成立的有限責任公司，並於2025年12月12日轉制為股份有限公司。
「公司法」或 「中國公司法」	指	經不時修訂、補充或以其他方式修改的《中華人民共和國公司法》
「合規顧問」	指	新百利融資有限公司
「關連人士」	指	具有《上市規則》賦予該詞的含義
「關連交易」	指	具有《上市規則》賦予該詞的含義
「控股股東」	指	具有《上市規則》賦予該詞的涵義，除文義另有所指外，指本公司控股股東集團，即亓先生、商女士、珠海坤澤、海南胤睿、海南花之效、濟南花之源、珠海邦華及海南瑾妍。

釋 義

「境內[編纂]股份轉換為H股」	指	[編纂]完成後，將[編纂]現有股東合計持有的[編纂]股境內[編纂]股份轉換為H股。相關境內[編纂]股份轉換為H股已向中國證監會提交申請，而中國證監會已於2026年[●]日就[編纂]發出存案通知；並已向香港聯交所[編纂]H股於香港聯交所[編纂]
「核心關連人士」	指	具有《上市規則》賦予該詞的含義
「企業管治守則」	指	《上市規則》附錄C1所載的《企業管治守則》
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「董事」	指	本公司董事
「境內[編纂]股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.20元的股份，以人民幣認購或入賬列作已繳股款，且未在任何證券交易所[編纂]
「企業所得稅法」	指	經不時修訂、補充或以其他方式修改的《中華人民共和國企業所得稅法》
「ESG」	指	環境、社會和企業管治

[編纂]

「極端情況」	指	因超級颱風或其他大規模自然災害所導致的極端情況，經香港政府宣佈後，嚴重影響在職人士復工能力或持續引發安全隱患。
--------	---	---

釋 義

[編纂]

「弗若斯特沙利文」或「行業顧問」	指	弗若斯特沙利文(北京)公司上海分公司，我們的行業顧問
「弗若斯特沙利文報告」	指	由我們委託弗若斯特沙利文獨立編寫的行業報告，其摘要載於本文件「行業概覽」部分

[編纂]

「集團」、「我們的集團」、「我們」、「我們的」或「我們」	指	本公司及本公司的附屬公司，或(如文意所需)就本公司成為本公司目前附屬公司的控股公司之前的期間而言，該等附屬公司或其前身(視情況而定)所經營的業務
「廣東花物堂」	指	廣東花物堂生物科技有限公司，於2021年10月13日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「廣州潤澤」	指	廣州潤澤檢測技術有限公司，於2021年6月13日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「新上市申請人指南」	指	香港聯合交易所頒佈的《新上市申請人指南》，由2024年1月1日起生效(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「海南邦辰」	指	海南邦辰生物科技有限公司，於2021年5月14日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。

釋 義

「海南花物堂」	指	海南花物堂生物科技有限公司，於2021年3月12日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「海南花之效」	指	海南花之效企業管理中心(有限合夥)(前稱西藏萬邦企業管理中心(有限合夥))，一家於2020年8月31日根據中國法律成立的有限合夥企業，為我們的控股股東之一
「海南瑾妍」	指	海南瑾妍企業管理中心(有限合夥)(前稱西藏邦碩企業管理中心(有限合夥))，一家於2020年9月2日根據中國法律成立的有限合夥企業，是我們的控股股東之一
「海南胤睿」	指	海南胤睿企業管理中心(有限合夥)，一家於2021年7月1日根據中國法律成立的有限合夥企業，也是我們的控股股東之一
「H股股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣0.20元的股份，將以港元認購和交易，並將在香港聯交所 [編纂]

[編纂]

「香港」	指	中華人民共和國香港特別行政區
------	---	----------------

[編纂]

「港元」或「港幣」或「港幣」	指	香港的法定貨幣為港元
----------------	---	------------

釋 義

[編 纂]

「香港證券交易所」或 「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司，香港交易及結算所有 限公司的全資附屬公司
「收購守則」	指	證監會發出的《公司收購、合並及股份購回守則》

釋 義

[編纂]

「國際財務報告準則」	指	《國際財務報告準則》(IFRS)，包括國際會計準則理事會(IASB)頒佈的準則、修正案和解釋，以及國際會計準則委員會(IASC)頒佈的國際會計準則和解釋
「獨立第三方」	指	據我們的董事在作出一切合理查詢後所知、所悉及所信，獨立於我們公司及《上市規則》所界定的我們的關連人士的第三方人士或公司及其各自的最終實益擁有人

[編纂]

釋 義

「濟南沐之源」	指	濟南市沐之源化妝品有限公司，於2023年3月17日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「濟南天雄」	指	濟南天雄生物科技有限公司，一家於2017年5月8日根據中國法律成立的有限責任公司，是本公司的全資附屬公司
「濟南頤美」	指	濟南頤美國度化妝品有限公司，於2016年12月8日根據中國法律成立的有限責任公司，為本公司的全資附屬公司
「濟南盈澤」	指	濟南盈澤化妝品有限公司，於2020年7月6日根據中國法律成立，是本公司的全資附屬公司。
「濟南遠志」	指	濟南遠志生物科技有限公司，於2017年8月29日根據中國法律成立的有限責任公司，是本公司的全資子公司
「濟南澤潤」	指	濟南澤潤生物科技有限公司，是一家於2020年7月9日根據中國法律成立的有限責任公司，是本公司的全資附屬公司。
「濟南花之源」	指	濟南花之源企業管理合夥企業(有限合夥)，於2025年8月27日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，亦為我們的控股股東之一
「濟南花之悅」	指	濟南花之悅企業管理合夥企業(有限合夥)，於2025年8月27日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司
「最後實際可行日期」	指	2026年1月9日，即在本文件刊發前為確定其所載若干信息的最後實際可行日期

釋 義

[編纂]

「上市規則」	指	經不時修訂或補充的香港聯合交易所有限公司證券上市規則
「主板」	指	由聯交所經營的股票市場（不包括期權市場），該市場獨立於聯交所的創業板，與創業板並行經營
「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「亓先生」	指	亓雲吉先生，本公司創始人、執行董事、董事長及控股股東之一
「商女士」	指	商西梅女士，亓先生的配偶及我們的控股股東之一
「國家發改委」	指	中華人民共和國國家發展和改革委員會
「提名委員會」	指	董事會提名委員會

[編纂]

釋 義

[編纂]

「中國人民銀行」	指	中國人民銀行
「中國法律顧問」	指	競天公誠律師事務所，本公司的中國法律顧問

[編纂]

「文件」	指	本文件就[編纂]而發佈
「省」	指	由中華人民共和國中央政府直接管轄的省，或根據情況需要，省級自治區或直轄市
「青島百芙潤」	指	青島百芙潤化妝品有限公司，於2021年9月10日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「S規例」	指	《美國證券法》下的S規例
「薪酬委員會」	指	董事會薪酬委員會
「人民幣」	指	人民幣
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國外匯管理局，負責外匯管理事務的中國政府機構，包括適用的地方分支機構

釋 義

「三亞軒邦」	指	三亞軒邦企業管理中心合夥企業(有限合夥)(前稱海南德泰企業管理中心(有限合夥))，一家於2021年7月6日根據中國法律設立的有限合夥企業
「國家稅務總局」	指	中國國家稅務總局
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	經不時修訂或補充的《證券及期貨條例》(香港法例第571章)
「山東米秀」	指	山東米秀化妝品有限公司，於2016年12月22日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「山東瑤草」	指	山東瑤草化妝品有限公司，於2017年9月25日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「股份」	指	本公司股本中每股份面值人民幣0.20元普通股
「股東」	指	股份持有人
「獨家保薦人」	指	中信證券(香港)有限公司

[編纂]

「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「證券交易所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有《公司條例》第15條賦予該詞的含義
「大股東」	指	具有《上市規則》賦予該詞的含義

釋 義

「天海邦華」	指	北京天海邦華生物科技有限公司，於2019年10月30日依據中華人民共和國法律設立之有限責任公司，為本公司之全資附屬公司。
「西藏邦泰」	指	西藏邦泰生物科技有限公司，一家於2020年9月2日根據中國法律成立的有限責任公司，是本公司的全資附屬公司
「往績記錄期」	指	截至2023年12月31日、2024年12月31日的兩年以及截至2025年9月30日止九個月

[編 纂]

「U.S.」或「美國」	指	美利堅合眾國、其領土、屬地和受其管轄的所有地區
「美國證券法」	指	美國1933年《證券法》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)以及據此頒佈的規則和法規
「美元」或「美圓」	指	美元，美國當時的法定貨幣
「增值稅」	指	增值稅，或加值型營業稅
「珠海邦華」	指	珠海邦華企業管理中心(有限合夥)，一家於2020年8月7日根據中國法律成立的有限合夥企業，是我們的控股股東之一
「珠海坤澤」	指	珠海市坤澤生物科技有限公司，一家於2020年8月6日根據中國法律成立的有限責任公司，也是我們的控股股東之一

除非另有明確說明或上下文另有要求，本文件中的所有數據均截至本文件日期。

釋 義

本文件所載中國實體、中國法律法規及中國政府機關的英文名稱系根據其中文名稱翻譯而來，僅為識別之用。如有任何歧義，應以中文名稱為準。

本文件所載部分金額及百分比數據已進行四舍五入調整。因此，某些表格中顯示的總數可能並非其前置數據的算術總和。

技術詞彙表

本技術詞彙表列出本文件採用的與本公司及我們的業務有關的若干詞彙的釋義。該等詞彙及其涵義未必與該等詞彙的標準行業涵義或用法一致。

「618購物節」	指	中國每年在6月18日當天或前後舉行的線上促銷活動
「BI系統」	指	商業智能系統
「CAGR」	指	年複合增長率，其計算公式為：期末金額除以期初金額後，將結果開期間年數次方，再從中減去1
「CMA」	指	中國計量認證，是由政府授權實驗室於中國發佈具法律效力測試數據的政府管理認證制度，該認證正式認可實驗室具備開展特定檢測的技術能力
「化妝品」	指	護膚品、個人護理品、彩妝及其他旨在美化、提升和改善面部及身體外觀的產品
「得物」	指	新一代潮流線上購物社群，集潮流裝備、潮流商品鑒別及潮流生活社群於一體
「雙十一購物節」	指	中國電商平台每年11月期間舉辦的年度線上促銷活動
「抖音」	指	中國一款用於創作及分享短視頻的社交媒體及電子商務平台
「電子商務平台」	指	一款能讓企業在線上進行商業交易的軟件解決方案
「ERP」	指	企業資源規劃
「IP」	指	知識產權
「IT」	指	資訊科技
「京東」	指	一家在中國提供各類商品的第三方電商平台

技術詞彙表

「主要SKU」	指	在售之可用SKU，不包括樣品、禮品及銷量低於1,000個單位之產品
「KOC(s)」	指	關鍵意見客戶
「KOL(s)」	指	關鍵意見領袖
「新SKU」	指	於有關期間內新推出的單位，包括新產品上市、產品迭代，以及規格變動(例如尺寸、包裝或配方)
「OEM」	指	原始設備製造，即製造商根據客戶的設計和規格製造產品，並以客戶品牌或無特定品牌進行銷售
「OMS」	指	訂單管理系統
「拼多多」	指	中國一家企業對消費者的第三方電商平台
「QMS」	指	質量管理體系
「研發」	指	研究與開發
「小紅書」	指	一家在中國社交網絡與電子商務平台
「複購率」	指	特定時段內，購買次數在兩次及以上的消費者數量，佔該時段內所有購買過商品(至少一次)的消費者數量的比例
「零售額」	指	最終消費者購買成品時支付的貨幣價值
「退換貨率」	指	將有關期間內於確認收入後退還或換貨予客戶之總額，除以同期已確認收入與退款或換貨金額之總和計算得出的百分比
「RDM」	指	研發配方管理
「皮膚及個人護理」	指	可清潔、保護及滋潤皮膚、髮部等部位的產品

技 術 詞 彙 表

「護膚品」	指	可保護及改善皮膚狀態的產品
「SKU(s)」	指	庫存單位，用於識別和追蹤存貨
「平方米」	指	平方米，面積計量單位
「天貓」	指	一家在中國境內的第三方企業對消費者的電子商務平台
「TMS」	指	物流管理系統
「唯品會」	指	一家專門提供品牌商品折扣優惠的中國電子商務平台

前 瞻 性 陳 述

本文件包含與本公司、本公司附屬公司及合並關聯實體有關的某些前瞻性陳述，這些陳述基於本公司管理層的信念以及本公司管理層的假設和本公司管理層目前掌握的資料。本文件中使用的「目標」、「預期」、「相信」、「可能」、「期望」、「未來」、「打算」、「可能」、「應該」、「計劃」、「項目」、「尋求」、「應該」、「將會」、「會」以及這些詞語的反義詞和其他類似表述，凡與我們集團或我們的管理層有關的，均用於識別前瞻性表述。這些陳述反映了我們管理層目前對未來事件、運營、流動性和資本資源的看法，其中一些看法可能不會實現或可能發生變化。這些陳述受到某些風險、不確定性和假設的影響，包括本文件中描述的其他風險因素。強烈提醒閣下，對任何前瞻性陳述的依賴都包含已知和未知的風險和不確定性。我們集團面臨的可能影響前瞻性陳述準確性的風險、不確定性和其他因素包括但不限於以下方面：

- 宏觀環境、區域經濟和全球經濟的變化，以及與我們的業務相關的行業趨勢；
- 我們成功實施業務計劃、戰略、目的和目標的能力；
- 我們獲得充足的資本資源為未來發展計劃提供資金的能力；
- 我們控制成本以及實現和保持運營效率的能力；
- 我們客戶需求和期望的變化；
- 我們經營所處行業的競爭格局發生的變化；
- 我們保護自身聲譽和品牌形象以及商標、技術、專有知識、專利和其他知識產權的能力；
- 我們開展業務的國家和地區當地經濟和政治條件的變化，以及在遵守國際法律法規方面的變化；以及
- 技術發展以及我們成功緊貼技術進步的能力。

風 險 因 素

投資本公司股份涉及重大風險。閣下在決定投資本公司股份之前，應審慎考慮本文件內所載的全部資料，包括下文所述的風險及不確定因素。下文闡述本公司認為屬重大的風險。下列任何風險均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。在任何有關情況下，本公司股份的[編纂]可能下跌，而閣下可能會損失全部或部分投資。該等因素為未必會發生的或然事件，本公司無法就任何或然事件發生的可能性發表任何意見。除非另有指明，所提供的資料均為截至最後實際可行日期，於本文件日期後將不再更新，並受本文件「前瞻性陳述」的警示聲明規限。

與我們的業務和行業相關的風險

我們身處競爭激烈而且瞬息萬變的市場，業務成功取決於我們在中國皮膚及個人護理行業中有效競爭的能力。

我們在中國皮膚及個人護理行業中競爭，該行業以產品更新迅速、消費者偏好持續變化為特徵。市場高度分散，既有國際品牌憑借全球知名度、豐富產品線和雄厚營銷資源參與競爭，也有本土品牌依托對本地消費者的深刻了解和靈活供應鏈展開角逐。因此，我們能否有效應對不斷變化的市場競爭對公司成功至關重要。

在核心身體洗護、面部洗護及髮部洗護領域，隨著消費者日益追求多功能、天然成分及感官體驗型產品，令競爭日趨激烈。因此，我們持續面臨來自既有品牌及新興企業的雙重挑戰，他們既能快速創新，又能迅速複製成功產品模式。此外，消費者喜好可能受社交媒體趨勢、KOL推薦及季度宣傳企劃等因素影響而快速變化。若未能預判或應對這些變化、在維持品牌認知度的同時保持價格競爭力或有效管理銷售渠道，可能導致市場份額和品牌價值流失。若無法通過持續研發、成分創新或按消費者喜好更新來保持產品差異化，我們的競爭力和品牌吸引力將受到損害。

此外，中國皮膚及個人護理行業正經歷數字化轉型及新零售模式興起帶來的加速變革。抖音、小紅書、天貓等線上平台的競爭出現內容驅動和數據密集的趨勢，企業需持續投入營銷資源並具備精湛運營能力，方能維持消費者關注度及轉化效率。若無法有效管控營銷支出、獲取更多流量或維持跨渠道品牌形象一致，將對利

風 險 因 素

潤率及整體盈利能力產生負面影響。倘若無法通過及時的產品創新、品牌差異化及高效渠道管理維持競爭力，我們的業務、財務狀況及經營業績可能遭受重大不利影響。

我們的成功取決於產品持續受歡迎程度，以及及時預判和響應行業趨勢及消費者喜好變化的能力。

我們所處的中國皮膚及個人護理行業，特點是消費者喜好與行業趨勢的變化持續不斷且難以預測。業務與運營的成功很大程度上取決於我們能否預判、解讀並適應這些變化，並持續推出吸引消費者的產品。

消費者對我們產品的需求可能因多種因素波動，包括消費模式變化、生活方式趨勢、產品創新、品牌認知、營銷活動成效以及就業水平和可支配收入等宏觀經濟狀況。尤其在身體洗護、面部洗護和髮部洗護產品領域，市場需求對消費者情緒和購買行為極為敏感，這些因素還可能受季節性、促銷活動及新品上市影響。隨著生活水平提升，消費者日益青睞多功能、天然成分及感官體驗豐富的產品，推動行業從基礎清潔洗護轉型為滿足感官及情感。然而消費者需求本質上變化多端而迅速，使準確預測趨勢或及時推出新產品以把握機遇變得困難。為維持並鞏固市場地位，我們投入大量資源於研發、產品開發、營銷及品牌建設活動，但仍無法保證這些努力會取得成功，也無法保證我們的新產品能夠獲得或維持市場認可。如果我們未能準確預測或適應消費者喜好和市場趨勢的變化，或者如果我們的新品發佈或營銷策略無效，我們的產品需求可能會下降，或會導致銷量下降、庫存積壓和市場份額流失，從而對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們的業務與前景取決於品牌聲譽及市場認知。任何涉及本公司、管理層、品牌及產品、KOL、品牌代言人、供應商、經銷商或其他業務夥伴的負面報道，都可能對品牌形象及經營業績造成重大不利影響。

本公司的業務成功高度依賴於「半畝花田」品牌的聲譽及市場認知度，而這些因素受消費者體驗、產品質量、營銷效果以及管理層及商業夥伴行為所影響。無論是否屬實，針對本公司、管理層、品牌及產品，或任何關聯方（如KOL、品牌代言人、供應商、經銷商或其他商業夥伴）的負面報道或指控，均可能損害消費者信任並損害品牌形象。

風 險 因 素

在皮膚及個人護理行業，品牌市場認知及聲譽受多重因素影響，包括任何實際存在或感知上的產品質量及安全問題、品牌形象一致度、營銷誠信度及售後服務質量。負面媒體報道、公眾投訴、社交媒體爭議或產品相關事件可能通過網絡渠道快速散佈，加劇聲譽損害。此外，任何涉及業務合作夥伴的負面宣傳、服務質量有誤或消費者投訴，都可能被消費者視為我方品牌聲譽問題，從而損害公眾形象。若品牌聲譽惡化或未能有效應對負面輿論，消費者信心與品牌忠誠度可能下降，進而導致銷售額減少、市場份額流失，並對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

以往經營業績及財務表現未必代表未來表現。

我們於2010年開展業務運營，並在往績記錄期內快速增長，收入從2023年的人民幣1,198.7百萬元增至2024年的人民幣1,498.9百萬元，增幅為25.0%。截至2024年9月30日止九個月期間收入為人民幣1,072.3百萬元，截至2025年9月30日止九個月期間收入增至人民幣1,894.7百萬元，增幅為76.7%。2023年、2024年及截至2024年9月30日與2025年9月30日止九個月期間，本集團毛利率分別為65.8%、62.3%、62.4%及63.3%。此外，淨利潤從2023年的人民幣20.5百萬元大幅增長至2024年的人民幣49.4百萬元，並從截至2024年9月30日止九個月的人民幣22.1百萬元顯著提升至截至2025年9月30日止九個月的人民幣125.1百萬元，而2023年、2024年及截至2024年9月30日和2025年9月30日的九個月期間，淨利潤率分別為1.7%、3.3%、2.1%及6.6%。我們可能無法維持同等增長水平，或因消費者需求下降、原料成本波動、供應鏈中斷、行業競爭加劇、聲譽或品牌形象受損等因素導致收入、毛利率及稅前利潤下滑。運營中亦可能遭遇不可預見的困難。若未能有效應對這些風險及挑戰，將影響公司的增長及盈利能力。因此，閣下不應將我們以往經營業績作為未來表現的依據。

我們的產品設計及開發投資可能無法產生預期成果。

我們高度重視產品的設計與開發，這對於保持我們的競爭優勢至關重要，確保我們的產品能夠滿足消費者不斷變化的喜好和標準。我們已在上海、濟南和廣州設立產品開發中心。2023年、2024年及截至2024年9月30日和2025年9月30日止九個月期間，我們的研發費用分別為人民幣28.6百萬元、人民幣32.0百萬元、人民幣22.3百萬元及人民幣28.1百萬元。然而，產品設計與開發的投資存在無法達成預期效果的固有風險。開發新產品的過程充滿複雜和不確定因素，從構思到上市可能需要漫長周期。儘管我們致力製造優質產品，但無法保證新產品或改良產品能獲得市場認

風 險 因 素

可、取得商業成功或實現投資回報。倘若產品設計及開發活動未能成功推出產品或未達成公司戰略目標，將削弱我們的增長和保持競爭力的能力，或對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的業務成功取決於持續開發、推出和推廣新產品的能力，否則可能削弱我們的競爭優勢和市場份額減少。

消費者日益尋求具實證功效、成分安全和滿足情感的化妝品。天然和可持續配方已成為化妝品行業日益重要的首要考量。我們能否保持競爭地位並推動未來增長，很大程度上取決於持續開發、推出和推廣新產品的能力，以迎合不斷演變的消費者喜好及市場趨勢。我們已投入巨資，並計劃繼續投資於以標志性產品和核心成分為本的新產品開發。詳見「業務—我們的品牌和產品—我們的產品」章節。

然而，新產品開發及上市過程需大量投資於產品開發、市場營銷及分銷，且存在消費需求變化、監管審批及供應鏈限制等固有不确定因素。我們無法保證新產品能獲得市場認可或取得商業成功。若未能有效預判或回應消費者喜好，或新產品未能贏得市場接受，可能導致投資成本無法回收，進而損害盈利能力。此外，產品開發或上市延遲，或推廣不力，可能錯失市場機遇並侵蝕市場份額。

同時，競爭對手可能更快更有效地推出新產品，或更迅速地應對市場變化，從而削弱我方產品的吸引力。此外，新產品的推出可能導致某些現有產品的銷量下降。上述任何情況都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

產品質量是本公司業務的核心。任何產品相關質量問題可能導致客戶流失和銷量下降，使本公司面臨責任索賠、收回產品或監管行動的風險。

我們的聲譽和客戶信任非常依賴穩定的產品品質。任何產品質量有誤或意料之外的情況，無論是源於生產缺陷、供應鏈問題還是質量控制措施不足，都會導致退貨或收回產品的風險，並嚴重損害我們的品牌形象、客戶忠誠度及市場地位。我們的質量管控體系未必能始終成功檢測缺陷、質量問題或意外情況，尤其當這些問題源於我們無法直接控制的因素時，例如原料缺陷或第三方供應商問題。此外，在開發測試、開發和生產過程中，我們無法完全消除意外污染、生物或化學危害或人身

風 險 因 素

傷害的風險。若發生此類事故，我們可能面臨名譽受損及產品責任索賠，並需承擔損害賠償及清理費用。若現有保險或賠償條款未能覆蓋相關損失，將對業務造成損害。

此外，我們需遵守多項涉及化妝品生產、銷售、註冊及備案的健康安全法規。詳見「監管概述—有關化妝品的法規—化妝品生產及銷售」。我們可能需要承擔大量成本以符合現行或未來的健康安全法規，否則將對我們的業務、財務狀況和經營業績產生不利影響。

若我們無法吸引、招聘和留住產品開發人才，則可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

自創立以來，我們始終致力於產品所用技術及核心成分的研發。未來的成功很大程度上取決於我們吸引、招聘和留住合資歷研發人員的能力。截至2025年9月30日，我們的產品開發團隊由61名人員組成，其中超過70.0%持有碩士及以上學位。詳見「業務—研發—研發團隊及平台」章節。然而鑒於行業對專業人才需求旺盛且競爭激烈，我們無法保證始終具備吸引、招聘及留住優秀研發人員的能力。若核心產品開發人員流失或無法引進新人才，將導致研發進程及創新能力延誤遲或中斷，進而削弱我們應對技術變革或消費者喜好變化的能力。上述任何情況均可能對本公司業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們與頂尖大學及研究機構攜手合作，共同推進多項領域的研究，包括成分功效、合成生物學、皮膚科學，以及植物品種的開發與優化。詳見「業務—研發—研發合作」章節。我們無法保證這些合作能實現預期目標或產生商業可行成果。合作成功取決於多重因素，包括戰略目標一致、有效溝通、及時達成研究里程碑及雙方資源投入的承諾。若合作夥伴未能履行義務或雙方預期出現偏差，可能導致項目延遲、成本增加或合作終止。此外，當中可能涉及知識產權擁有權、保密協議違約及合規風險。與合作夥伴的爭議或分歧可能擾亂研發進程，阻礙新產品上市。上述任何情況均可能對本公司業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

風 險 因 素

我們依賴部分供應商提供電商平台服務、推廣服務以及進行產品製造和原料採購，可能使我們面臨供應商集中風險。

在往績記錄期內，我們依賴部分供應商，包括電商平台服務供應商、推廣服務供應商、OEM供應商及原料和包裝供應商。在往績記錄期內，每年／期間向五大供應商的採購金額分別為人民幣343.5百萬元、人民幣363.5百萬元及人民幣546.1百萬元，分別佔同年／同期總採購金額的34.2%、28.8%及33.7%。在往績記錄期期內，每年／期間向最大供應商採購金額分別為人民幣138.9百萬元、人民幣127.2百萬元及人民幣222.9百萬元，分別佔同期總採購金額的13.8%、10.1%及13.8%。詳見「業務—我們的供應商」章節。此依賴情況形成集中風險，可能對供應鏈及運營產生重大不利影響。若主要供應商在質量、數量或時效方面未能履行義務，我們可能無法及時或以商業合理條件找到替代來源。

供應商數量有限還可能導致價格上漲、對生產周期掌控力減弱及原料質量潛在受損。針對部分關鍵原料，我們已接洽多個供應商，並實施嚴格的質量控制措施，以確保原料及產品品質穩定。但我們仍無法保證這些措施足以防止供應中斷，亦無法確保在供應商出現問題時仍能維持競爭優勢。此外，主要供應商遭遇的任何財務、運營或其他障礙都可能導致本公司生產中斷。此類事件的發生可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們易受原料及關鍵成分供應短缺和成本上漲的影響，可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們的業務依靠花卉植萃、表面活性劑、調理劑、油分及乳化劑等原材料以及包裝材料的穩定供應和成本效益。詳見「業務—採購及生產—我們的採購」章節。原材料的供應情況和價格容易受季節性收成、天氣條件、供應商產能、生產或運輸成本變化，以及更廣泛的市場動態等因素影響而波動。我們主要從第三方供應商採購原材料和包裝材料。2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月期間，我們的原材料及消耗品成本分別為人民幣220.5百萬元、人民幣328.4百萬元及人民幣418.0百萬元。若供應商出現質量問題、交貨延遲或財務困境，可能導致我們的生產計劃中斷，並加劇對替代來源的依賴；而替代來源未必能立即以同等條件供應。此外，甘油、表面活性劑及天然精油等關鍵投入品的價格波動，可能對我們的運營造成成本壓力。若無法通過及時調整產品定價或優化產品組合轉嫁成本上漲，將對我們的毛利率及整體財務表現造成不利影響。

風 險 因 素

若未能維持有效的定價策略，或產品價格出現下調，可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們在所有銷售渠道實施統一的整體定價策略。詳見「業務一定價」。我們產品的零售價受多重因素影響，包括材料成本、市場同類產品售價、市場行情以及我們的生產經營成本，無法保證始終能採取或維持與市場趨勢、消費者預期及競爭動態相符的定價策略。

若市場調查結果或定價分析未能準確反映消費者情緒，可能導致產品定價過低導致利潤率下降，或定價過高導致銷量及收入萎縮。即使初期定價合理，我們仍需要在產品生命週期中調整價格，或在雙十一購物節等大型促銷活動中提供限時折扣，以提升品牌知名度和推動銷售。然而，頻繁或大幅度的價格調整可能削弱消費者對價值的認知，並影響我們作為高性價比產品供應商的定位。此外，來自其他品牌的競爭性定價或促銷定價壓力，或平台佣金和物流成本的變化，都可能限制我們維持穩定定價和盈利的能力。任何未能有效管理定價策略的行為，都可能對我們的收入增長、毛利率及整體財務表現產生不利影響。

若第三方製造商未能滿足或維持相關生產標準，或其生產活動被干擾或暫停，可能對我們的業務運營產生重大不利影響。

我們主要依靠特定的合格代工生產(OEM)供應商生產皮膚及個人護理產品。利用成熟的外部製造資源，使我們得以保持運營靈活性，專注於產品配方及成分開發和公司管理。然而，儘管這種生產模式為我們提供擴大規模的能力，但也使我們面臨與第三方製造商的合規、質量和生產連續性相關的某些風險。

我們的合作製造商須持有有效的生產資質，並遵守適用的生產、衛生、安全及環保標準。我們已建立內部控制程序，以保障產品配方機密性並監控生產流程。然而，一旦製造合作夥伴未能維持必要認證或遵守相關法規，則可能導致處罰、停產、產品召回或損害我們的品牌聲譽。此外，這些OEM供應商的任何不符合我們的質量標準可能導致產品性能的不一致、客戶不滿和潛在的產品召回，也可能破壞消費者對我們品牌的信任，導致聲譽受損，最終可能對我們的運營和盈利能力產生不利影響。

風 險 因 素

此外，我們的OEM供應商工廠若發生設備故障、原材料短缺、勞資糾紛、環境事故或其他不可預見的事件，均可能導致生產延誤或影響訂單履約能力。針對部分關鍵原材料，我們保留有限的自有加工產能；然而，此產能可能無法完全抵銷第三方製造商的大規模業務中斷。若製造合作夥伴未能維持合規性、產品質量或生產連續性，或我們無法及時找到合格的替代製造商，將對產品供應、品牌聲譽及財務表現造成重大不利影響。

我們依賴特定第三方服務供應商，但對其管控有限。其服務質量的任何影響或下降都可能對我們的業務產生重大不利影響。

我們依賴第三方服務供應商支持業務運營的若干環節，包括物流倉儲、資訊科技系統及數碼營銷。該等合作夥伴使我們能夠高效運營、管理全國範圍內的產品交付，並維持穩定的消費者互動。儘管我們已建立內部控制與監控機制，但我們確保第三方持續履行義務及合規的能力存在固有局限性。若該等服務供應商因運營中斷、財務困境、勞動力短缺、網絡安全事件、自然災害或其他不可預見事件，未能及時、可靠且合規地履行其義務，可能導致服務中斷、訂單交付延遲、客戶體驗受損或數據洩露。這些合作夥伴使我們能夠實現高效運營、覆蓋全國的產品交付，並維持穩定的消費者互動。儘管我們已建立內部控制和服務水平監控機制，但我們確保第三方持續履約的能力終歸有限。若這些服務供應商因運營中斷、財務困難、勞動力短缺、網絡安全事件、自然災害或其他不可預知事件而未能及時、可靠且合規地履行義務，可能導致服務中斷、訂單履行延誤、客戶體驗受損或數據洩露。

此外，若任何關鍵服務供應商終止合作關係或大幅變更服務條款，而我們無法在商業合理條件下或合理期限內找到合適替代方案，將影響業務連續性。此外，第三方若存在不當行為、違規操作或違反監管規定，例如虛假廣告、數據處理不當或侵犯第三方權益，即使我們沒有直接責任，仍可能面臨聲譽損害、監管審查或法律責任的風險。

未能執行有效的銷售和營銷策略，或未能根據市場變化調整此類策略，可能會對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們的業務成功取決於能否通過有效的銷售和營銷策略吸引並留住消費者，這些策略對於推動產品銷售、增強品牌認知度以及維護客戶關係至關重要。抖音、天貓、京東和小紅書等線上渠道已成為行業的重要渠道。於2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣637.2百萬元、人民幣677.4百萬元、人民幣499.7百萬元及人民幣896.2百萬元。在線上銷售與營銷方面，我們持續增長的能力取決於能否不斷調整策略以適應不斷變化的消費者偏好、流量動態及平台算法。我們運營內部直播工作室和數字營銷團隊，負責管理

風 險 因 素

內容創作、品牌傳播及促銷活動。若未能準確評估市場趨勢、消費者行為或平台發展動態，或未能相應調整營銷投資和內容策略，則可能對我們維持品牌曝光度、轉化效率及銷售增長的能力產生不利影響。我們亦委託第三方KOL及品牌代言人進行部分營銷活動。若該等提供商未能遵守廣告法規或我們的品牌指引，可能導致內容失實、監管問詢或聲譽問題，進而影響我們的營銷效果及整體業務表現。

與此同時，我們持續通過與零售商和經銷商合作來深化線下佈局，以保持全渠道佈局的平衡。然而，我們的線下營銷措施可能無法達到預期的消費者參與度或銷售轉化率。例如，我們在主要城市的促銷活動旨在加強消費者體驗和提高品牌認知度，需要在策劃、場地安排和營銷資源方面進行大量投入，但這些活動可能無法轉化為預期的品牌知名度或銷售量的提升。此外，若無法有效協調線上線下渠道，或無法確保跨渠道定價、信息傳遞及消費者體驗的一致性，可能削弱品牌形象並降低整體營銷成效。此外，隨著國際業務拓展，我們的營銷策略必須考量不同市場間在電子商務生態、監管環境及消費者偏好的差異。若未能針對海外消費者實施本地化營銷內容或調整產品定位與分銷策略，將可能對海外業務增長及品牌認知產生負面影響，進而影響整體業務表現。

我們可能無法成功將業務擴展到新市場或新地區，或無法有效管理我們的國際擴張計劃。

我們可能制定戰略計劃以拓展海外市場，並優化及擴大銷售渠道。詳見「業務—我們的戰略—佈局國際化業務，建立品牌國際影響力」。然而，成功實施擴張戰略需要大量資源和管理層關注，並使我們面臨額外的監管、經濟和政治風險及挑戰，包括：

- 以具成本效益方式建立本地化運營基礎設施，涵蓋產品設計開發、生產製造、市場營銷、物流和倉儲服務及客戶服務，同時應對本土供應商日益激烈的競爭；
- 應對原材料成本波動及全球供應鏈中斷風險；
- 確保持續遵守適用司法管轄區的法律法規；
- 根據不同市場消費者的多樣化需求定製和本地化產品，同時以契合當地市場的方式推廣品牌和產品；
- 在各市場及司法管轄區內獲取知識產權保護；
- 應對關稅及其他非關稅壁壘，如配額限制和本土化內容規定；

風 險 因 素

- 應對不同地區互聯網技術普及程度與基礎設施差異，以及不斷攀升或波動的網絡及托管服務提供商成本；
- 應對匯率波動並遵守外匯管制法規；以及
- 應對可能影響我們運營的政治、社會和經濟狀況重大變化。

我們無法保證定能成功拓展目標市場。此外，國際擴張可能導致我們產生重大費用。若未能有效管控這些風險，可能使我們承擔無法挽回的重大成本，從而危及現有競爭地位，並對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們依賴第三方電商平台進行線上產品銷售。若因市場狀況導致該等平台服務中斷或運營惡化，或我們與該等平台的合作終止、惡化或成本上升，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

在業績追溯期內，我們持續依賴抖音、天貓、京東等第三方電商平台進行線上銷售，並通過該等平台獲取部分線上銷售收入。2023年、2024年及截至2024年9月30日與2025年9月30日的九個月期間，我們通過線上直銷產生的收入分別為人民幣837.9百萬元、人民幣868.7百萬元、人民幣623.9百萬元及人民幣1,168.0百萬元，佔同期總收入比例分別為69.9%、58.0%、58.2%及61.7%。此外，在2023年、2024年及截至2024年9月30日和2025年9月30日的九個月期間，我們向線上零售商銷售所得的收入（該等零售商直接向終端消費者銷售我們的產品）分別為人民幣122.3百萬元、人民幣166.0百萬元、人民幣119.2百萬元及人民幣142.8百萬元，分別佔我們總收入的10.2%、11.1%、11.1%及7.5%。詳見「業務—銷售網絡—線上渠道」。

倘若此類平台的服務或運營中斷，或未能提供滿意的客戶體驗、吸引新用戶和留住現有用戶，或我們與該第三方電商平台的合作終止、惡化或成本增加，或我們未能激勵此類平台為我們在該平台上的網店引流或推廣我們的產品銷售，則我們的業務和經營業績可能會受到重大不利影響。我們無法保證能夠及時找到符合我們商業要求的替代渠道，甚至可能完全無法找到替代渠道，尤其是考慮到這些平台在中國電子商務行業中的領先地位和重大影響力。此外，任何關於這些平台的負面宣傳、公眾認為或指稱這些平台銷售非正品、假冒或有缺陷的商品（無論是否屬實），都可能影響消費者訪問這些平台，導致客流量減少或產品銷量下降，從而對我們的業務、財務狀況和經營業績產生負面影響。

風 險 因 素

我們向經銷商及零售商銷售產品可能面臨相關風險。

我們通過廣泛的銷售網絡銷售產品。詳見「業務—我們的銷售網絡」。2023年、2024年及截至2024年9月30日和2025年9月30日的九個月期間，我們向線上及線下經銷商銷售產生的收入分別為人民幣215.7百萬元、人民幣429.5百萬元、人民幣303.5百萬元和人民幣552.4百萬元，分別佔相應年度／期間總收入的18.0%、28.6%、28.3%及29.2%。於2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們從線下零售商產生的收入分別為人民幣18.2百萬元、人民幣28.6百萬元、人民幣21.3百萬元及人民幣27.4百萬元，分別佔相應年度／期間總收入的1.5%、1.9%、2.0%及1.4%。

我們無法保證未來能夠維持與主要經銷商及零售商的關係。我們通常與經銷商簽訂標準分銷協議。我們無法保證現有經銷商或零售商在協議到期後會續簽此類協議，或未來繼續以當前或前期同等規模向我們下達採購訂單。若任何經銷商或零售商大幅減少對本公司產品的需求或終止業務關係，本公司可能無法及時或完全彌補流失客戶或採購訂單，銷售業績或將下滑。任何主要客戶訂單量意外中斷或大幅減少，均可能對本公司業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

此外，若任何經銷商或零售商未能遵守適用法律及法規的相關要求，可能對本公司產品的銷售和分銷造成不利影響。另外，鑒於本公司依賴經銷商管理其銷售實踐，我們對經銷商最終銷售的管控制力有限。經銷商與零售商對零售網點及銷售點的有效管理，對於維護我們的品牌形象和保障產品供應至關重要。在庫存管理、市場推廣和客戶服務方面管理不善可能損害消費者觀感並導致銷量下滑。我們無法保證他們始終遵守我們的銷售政策，或不會就我們的產品相互爭奪市場份額。

由於皮膚和個人護理產品滿意度具有主觀性，我們容易受到消費者投訴的影響。

我們的業務在很大程度上依賴於消費者對產品的持續滿意度。該行業的消費者偏好（例如偏愛的香型，以及基於個人膚質對產品功效的預期）具有高度主觀性，且因人而異。儘管我們致力於提供高品質產品與客戶服務，但仍存在消費者因認為產品未達預期效果、未滿足個人功效標準或香氛偏好而提出投訴或負面反饋的固有風險。若收到大量投訴或負面評價，可能損害品牌聲譽，進而影響銷售業績及財務狀況。

風 險 因 素

我們的配送、退貨和換貨政策可能會給我們帶來額外的成本和費用，從而對我們的財務狀況和經營業績產生不利影響。

我們採取的運輸政策並不一定將全部運輸成本轉嫁給消費者。我們的產品退貨政策允許客戶在規定期限內退回或更換存在缺陷的產品。若產品品質出現任何劣化，我們將承擔更高的退貨、換貨及保修相關成本。我們還實施了客戶友好的退換貨政策，使客戶在完成直接在線購買後七日內可便捷地改變主意。詳見「業務一品牌和營銷一客戶服務」章節。法律或平台政策亦可能要求我們制定新政策或修訂現有退換貨及保修條款。這些政策雖能提升客戶體驗、增強客戶忠誠度，從而有助於客戶獲取與留存，但同時將產生額外成本與支出，且未必能通過收入增長予以抵銷。我們無法保證客戶不會濫用退貨、換貨及保修政策，此類濫用可能大幅增加成本，並對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。若為降低成本而修訂政策，可能引發客戶不滿，導致現有客戶流失或新用戶增長放緩，進而對經營業績產生重大不利影響。

我們的業務成功取決於高級管理層及其他關鍵人員的持續努力。

我們的業務運營與增長前景依賴於高級管理層成員及關鍵人員的技能、經驗和表現，他們在戰略規劃、運營管理、產品開發和客戶關係等多個領域承擔著重要職能。若這些成員因辭職、退休或其他原因停止服務，可能導致運營中斷，並影響我們有效執行業務戰略的能力。在皮膚及個人護理行業，經驗豐富且資質合格的人才競爭激烈，我們可能無法及時或以商業上的合理條件吸引或留住合適的替代者。此外，若公司創始人、高級管理層或其他關鍵人員遭遇負面輿論，未能及時識別並處理可能導致聲譽受損，分散管理層對其他重要業務的關注與資源投入，並可能引發產品銷售下滑。

董事、高級管理人員、員工、KOL、品牌代言人、零售商、經銷商、供應商或其他業務夥伴的違法行為或不當行為，可能使我們面臨潛在法律責任及負面輿論風險。

我們的聲譽和運營誠信取決於董事、高級管理人員、員工、KOL、品牌代言人、零售商、經銷商、供應商及其他業務夥伴的專業素養、道德操守和合規意識。我們無法保證所有相關方始終遵守適用法律、法規及內部標準。上述人員任何違法

風 險 因 素

行為、欺詐、疏忽、賄賂、數據處理不當、產品質量問題或其他不當行為，都可能導致公司面臨調查、處罰或民事索賠。鑒於品牌與產品質量的緊密關聯，此類事件一無論是否直接歸咎於公司一都可能引發負面輿論，損害消費者信心並破壞品牌形象。

外部合作夥伴(包括經銷商、供應商、KOL或品牌代言人)的不當行為可能進一步引發監管審查、產品召回或合同糾紛，導致運營中斷並增加合規及法律成本。就KOL和品牌代言人而言，涉及他們的負面輿論、消費者偏好的轉變或KOL營銷的監管調整可能會削弱我們的營銷效果。這些KOL和品牌代言人的任何不當行為或形象損害都可能導致營銷物料被刪除並增加我們的成本。在某些情況下，我們可能需要採取法律行動尋求賠償，這可能會分散管理層的精力並產生額外的費用。若未能有效發現、預防或應對員工或業務夥伴的不當行為或違規行為，將對我們的聲譽、業務運營及財務表現造成重大不利影響。

受季節性因素影響，我們的銷售量可能出現波動。

我們的經營業績受產品需求季節性波動影響，主要由消費者消費習慣和促銷活動驅動。歷年來，我們在重大節日和購物節期間通過促銷活動，例如618購物節及雙十一購物節體驗銷售高峰。此外，由於產品特性與消費者偏好，部分品類可能面臨季節性需求波動。例如，身體磨砂膏銷量通常在上半年增長，而身體乳銷量則在第四季度達到高峰。未來，我們的財務狀況及經營業績可能繼續受此類季節性波動影響。因此，閣下在評估我們的業務表現及未來前景時應充分考慮季節性變化因素。

我們可能無法充分保護自身知識產權，且可能面臨知識產權侵權索賠，這可能導致高昂成本並嚴重損害我們的業務、財務狀況及經營業績。

我們的成功部分取決於獲取、維持及保護知識產權的能力，以及在運營過程中避免侵犯他人知識產權的能力。我們通過專利、商標、著作權、商業秘密法及保密協議等合同限制措施綜合保護知識產權。但無法保證這些保護措施完全有效。我們可能面臨阻止第三方侵犯或盜用我方知識產權(如商號、專利、著作權及專有技術)的挑戰。此外，權利執行過程可能困難且成本高昂。為維護知識產權，我們可能需對相關方提起訴訟，這將導致運營資源被轉移，且最終結果未必如我方所願。即使

風 險 因 素

該等法律程序結果對我們有利，我們亦可能無法執行判決，且可能無法充分追回補救措施或損害賠償以補償我們的實際或預期損失，不論是有形或無形。任何此類事件都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

此外，儘管我們已採取預防措施，仍無法保證業務不會侵犯第三方持有的專利、著作權或其他知識產權。若未來被認定侵犯他人知識產權，我們可能面臨賠償責任索賠，導致需支付巨額許可費、法律費用及其他開支，或被禁止開發或商業化相關產品。我們可能依法被要求投入大量資源重新設計產品以避免侵犯第三方知識產權，或需獲取相關許可以規避後續侵權風險。此外，訴訟、法律或合同糾紛、調查及行政程序引發的負面輿論可能損害公司聲譽，對品牌形象造成不利影響，進而對業務、財務狀況及經營業績產生重大負面影響。

我們的品牌和產品可能面臨第三方仿冒、模仿和／或侵權行為，我們可能無法阻止假冒產品在市場上流通。

我們的品牌和產品是我們市場身份和消費者吸引力的重要組成部分。第三方可能製造和分銷侵犯我們商標、設計、專利或其他知識產權的假冒偽劣產品。此類假冒產品在市場流通可能導致品牌價值稀釋、收入損失及聲譽損害，進而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。例如，我們強調天然花植成分與東方美學的品牌定位、產品及包裝設計，可能被現有或潛在競爭對手效仿，以吸引消費者對自然美的關注。若競爭對手模仿我們的品牌理念或產品設計，將稀釋我們獨特的市場身份與消費者認可。

我們面臨與產品倉儲相關的風險。若未能根據產品需求水平維持和預測庫存水平，可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們的庫存主要包括：(i)外包加工材料，(ii)製成品，(iii)在途貨物，以及(iv)原材料和消耗品。截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日，本公司庫存分別為人民幣61.0百萬元、人民幣132.3百萬元及人民幣185.8百萬元。維持最佳庫存水平對業務成功至關重要。我們需要精確預測需求來確保最佳庫存水平。需求預測存在任何不準確都可能導致庫存過剩或缺貨，這兩種情況都會導致成本增加和銷售損失。我們產品的市場需求可能會受到周期性波動、新產品發佈、產品周期和定價變化、產品缺陷、促銷活動以及消費者消費模式和偏好的變化的影響。準確預

風 險 因 素

測需求並確定產品或原材料的合理庫存水平可能存在困難，這可能導致減值虧損、或為保障必要生產以避免交付延遲而增加成本。若未能有效管理庫存或與第三方製造商和供應商協商有利的付款期，將使我們面臨庫存過時風險增加及庫存價值下降的風險。

我們可能面臨任何優惠稅收的終止、減少或延遲待遇或政府補助。

2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止的九個月，本公司所得稅開支分別為人民幣5.0百萬元、人民幣19.4百萬元、人民幣11.9百萬元及人民幣25.7百萬元。本公司及兩家附屬公司分別於2023年11月、2023年12月及2021年12月獲認證為「高新技術企業」(「HNTE」)。2021年12月獲頒之認證證書已於2024年12月獲延長有效期。據此，本公司及兩家附屬公司於往績記錄期內享有15%之優惠企業所得稅率。參見「財務信息—經營業績主要構成部分說明—所得稅費用」。然而，無法保證我們日後將能持續合資格享受該等稅收優惠待遇。若未能維持高新技術企業資格，或適用法律法規發生變更，我們的實際稅率可能上升，這可能會對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們還獲得地方政府提供具有條件性、自由裁量性、一次性且每年變動的補助。在2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日的九個月期間，我們獲得的政府補助分別為人民幣3.3百萬元、人民幣9.1百萬元，人民幣6.2百萬元及人民幣5.6百萬元。地方政府可決定隨時減少或取消此類補助，因此我們無法保證能持續獲得當前享有的政府補助。任何減少、取消或追繳政府補助的都可能對我們的業務、財務狀況及前景產生不利影響。

我們的貿易應收賬款存在信用風險。

我們的貿易應收款項主要來自客戶的應收款項。截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日，我們的貿易應收賬款分別人民幣28.9百萬元、人民幣35.1百萬元及人民幣48.9百萬元，此為截至各日期我們貿易應收賬款相關信用風險敞口。截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日，本公司應收賬款減值損失分別為人民幣100萬元、人民幣140萬元及人民幣190萬元。

在往績記錄期間，我們通常給予客戶7至60天的信用期。然而，我們無法保證客戶應付款項能及時收回。這可能導致貿易應收賬款周轉緩慢，並限制我們的營運資金來源。在2023年、2024年及截至2025年9月30日的九個月期間，我們的應收賬款週轉天數分別為7.1天、7.8天和6.0天。詳見「財務信息—特定關鍵資產負債表項目討論—應收賬款」。若未能及時收到客戶付款，將對我們的現金流及財務狀況造成重大不利影響。

風 險 因 素

我們的計息債務使我們面臨利率風險，且債務水平可能導致我們無法履行相關債務義務，從而影響我們籌集額外資金以支持運營的能力。

在往績記錄期內，我們曾通過借款為業務提供運營資金及資本支出。我們預計未來將繼續此操作，因為流動性風險可能會隨之增加。截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日，我們的計息銀行借款餘額分別為人民幣83.5百萬元、93.3百萬元及94.7百萬元人民幣。銀行借款利率區間為2.60%至4.40%。詳見「財務資料—負債—計息銀行借款」。

我們因浮動利率債務義務面臨利率波動風險。利率上升可能增加與未償還浮動利率借款相關的利息支出，這可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景產生重大不利影響。

高負債水平可能迫使我們將更多現金流用於償還本金和利息，從而限制可用於營運資金和戰略舉措的資金。此外，這可能限制我們適應行業變化或尋求新機遇的靈活性，阻礙進一步融資渠道，並加劇我們對利率波動和意外不利事件的風險敞口。債務中的限制性條款亦可能進一步限制我們獲取額外債務或股權融資的能力，導致違約風險上升，進而加速償債義務，危及財務穩定性。若未能妥善管理債務，我們的業務、經營業績及財務狀況可能遭受重大不利影響。

我們可能需要額外資本，但可能無法獲得有利條件的融資，甚至完全無法獲得融資。

在往績記錄期內，我們主要通過經營活動產生的現金流及債務融資滿足資本支出需求。由於業務環境變化或其他未來發展，包括新產品與服務的推出、新業務的探索、向新國家和地區的擴張、各類研發活動及營銷舉措或投資決策，我們可能需要額外的現金資源。若經營活動無法產生充足現金流，我們可能需要通過增發股權或債務融資籌措資金。若無法以合理條款及時獲得此類融資，將對公司運營能力、業務擴張及應對競爭所產生的不利影響。此外，若通過發行股份或可轉換證券籌集資金，現有股東權益可能被稀釋。另外，債務可能使我們受限於相關契約條款，這些條款將限制我們的運營及實施特定企業決策的能力，同時需支付相關債務的利息和本金，這可能為我們帶來額外的現金需求和財務風險。

風 險 因 素

未能履行合同負債可能對我們的經營業績、流動性和財務狀況產生重大不利影響。

我們的合約負債代表客戶就產品銷售預付的款項及預估的數量折扣。截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日，我們合同負債分別為人民幣12.6百萬元、人民幣44.4百萬元及人民幣69.8百萬元。若我們無法履行合同負債項下的義務，該等合同負債金額將不予確認為收入。由此可能對我們的經營業績、流動性及財務狀況造成重大不利影響。

我們委聘第三方物流服務供應商運送產品。任何交付延遲、處理不當或運輸成本上升都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生不利影響。

我們依賴第三方物流服務供應商進行產品存儲及向門店及客戶進行配送。發貨前，產品暫時儲存於第三方倉儲服務供應商運營的倉庫中。盡管我們及合作夥伴持有財產保險以覆蓋火災、洪水等意外事故造成的潛在損失，但此類保險可能不足以完全抵銷由此產生的損害或業務中斷。庫存或倉儲設施遭受重大損毀可能導致供應鏈中斷、交付延遲，並產生意外維修或更換成本。

此外，及時且經濟高效地配送產品對維持客戶滿意度和銷售業績至關重要，而我們須依賴第三方物流服務供應商在全國範圍內收集及分發產品。如果這些第三方物流服務供應商因運營問題、產能限制、財務困境，或因監管變化、自然災害及運輸中斷等外部因素而無法滿足服務要求，我們可能面臨交付延遲、運輸成本上升或銷售損失。此外，產品在倉儲或運輸過程中的不當處理也可能導致產品污染、洩漏或損壞，進而導致產品召回、責任索賠及聲譽損害。任何持續性的大規模的物流或倉儲運營中斷都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們的信息技術系統對業務運營至關重要。任何重大系統中斷都可能擾亂正常業務運營。

我們的業務運營依賴信息技術(「IT」)系統支撐多項功能，包括包括產品研發、生產、供應鏈、訂單管理、物流、質量管理、人力資源及數據分析。請參閱「業務—信息技術」章節。這些系統對維持運營效率、數據準確性和及時決策至關重要。然而，我們的IT系統面臨多種風險，包括系統故障、數據不準確、網絡攻擊、

風 險 因 素

數據洩露及其他安全事件。此外，我們的IT系統需定期更新和升級，以緊貼科技進步和不斷變化的業務需求。此類更新可能引發系統中斷或兼容性問題，導致運營中斷、數據洩露，並產生重大修復成本、法律責任及聲譽損害。

若這些供應商未能履行服務義務，可能影響我們IT系統的性能。此外，這些供應商的任何違約或終止服務都可能導致我們的IT系統運營中斷，並在過渡到新供應商的過程中產生額外成本與時間延誤。同時，我們的IT系統需遵守與數據保護與隱私相關的各類監管要求。未遵守這些要求可能會招致法律處罰及聲譽損害。

任何違反數據隱私和安全法律的行為，或對我們收集、使用、存儲、保留、轉移、披露及其他數據處理實踐或政策的其他擔憂，都可能使我們面臨潛在責任。

在運營過程中，我們主要使用訂單管理系統(OMS)存儲天貓、京東、抖音、唯品會、小紅書、得物等主流電商平台收集的訂單數據。請參閱「業務—數據安全和隱私保護」。因此，我們的業務運營需遵守多項數據隱私與安全法律，包括《中華人民共和國數據安全法》、經修訂的《中華人民共和國網絡安全法》及《中華人民共和國個人信息保護法》等。請參閱「監管概覽—有關網絡安全、數據保護及隱私保護的法規」。隨著業務持續擴展，我們可能須遵守更多與數據保護和隱私相關的監管要求，這可能需要我們調整數據框架，並產生額外成本。任何未能或被認為未能遵守數據隱私與安全法律的行為，或對我們在數據收集、使用、存儲、保留、傳輸、披露及其他處理方式及網絡安全措施的其他質疑，都可能導致我們承擔潛在法律責任、聲譽損害，並失去客戶信任。

若未能遵守與我們所在行業、產品安全、標籤要求、廣告標準以及電商和社交媒體活動相關的現行或新出台的政府法規，可能會對我們的業務和經營業績產生重大不利影響。

中國的皮膚及個人護理行業受政府全面監管與監督，涵蓋行業相關產品的審批、註冊、生產、包裝、許可及營銷流程的嚴格政策。此外，政府可能不時出台新的或更嚴格的法律、法規及其他監管措施。請參閱「監管概覽—化妝品相關條例」。儘管我們密切關注相關法律法規變化，並已採取措施確保持續合規，監管制度的變動仍可能對本公司業務產生重大不利影響，包括：(i)增加開發或商業化在研新產品的合規成本及限制；(ii)對產品生產提出更嚴格或多樣化的要求；(iii)獲取相關監管批准的難度增加；(iv)營銷活動在範圍、內容及形式上受到限制，可能削弱營銷效

風 險 因 素

果；以及(v)業務合作夥伴運營面臨更嚴格的監管審查(如對售予消費者的產品管理，以及對經營實體及相關人員所需的資格及許可要求)，可能對其業務造成不利影響，進而波及我們的運營。

此外，我們無法保證業務合作夥伴始終能夠及時或完全遵守法律法規，若出現此類情況，我們可能不得不終止合作關係。由此可能導致收入下降、支出增加及負面輿論影響，所有這些情況都將對我們的業務、財務狀況和經營業績產生不利影響。

在推廣產品時若未遵守適用廣告法律法規，可能使我們面臨潛在風險及處罰。

我們通過多種線上線下渠道推廣品牌及產品，但相關活動須遵守適用的中國法律法規。請參閱「業務一品牌建設與市場營銷」。根據中國廣告法律法規，我們必須確保廣告內容完全符合適用法律法規的規定，例如廣告不得包含任何虛假、不準確或誤導性產品信息。此外，根據《中華人民共和國廣告法》、《互聯網廣告管理辦法》及《化妝品監督管理條例》等中國法律法規，化妝品的營銷推廣需遵循更高標準。若未來我們被認為違反上述任何相關法律法規，我們可能面臨行政處罰，包括罰款、吊銷營業執照及停止廣告活動。此外，我們可能因不準確或誤導性廣告或其他違反廣告法規或侵害消費者權益的違法行為，而導致政府部門採取措施，亦可能面臨民事索償。

此外，如果我們的員工或我們聘用的第三方服務供應商未能遵守這些法律法規，則我們可能會面臨潛在風險和處罰。我們可能需要耗費大量資源作出抗辯，從而可能會損害我們的聲譽，導致收入減少並對我們的經營業績產生負面影響。

隨著環境、社會和管治(以下簡稱「ESG」)問題日益受到關注，可能導致更嚴格的法律法規出台，從而增加我們的合規成本。

隨著包裝廢棄物、溫室氣體排放及環境保護等ESG議題關注度提升，更嚴格的法律法規可能出台。因此，我們可能需要投入更多精力和資源確保合規。我們已採取一系列措施，以確保我們遵守適用的ESG法律法規。請參閱「業務一環境、社會和企業管治」。我們無法保證這些風險管理措施能有效降低相關風險，並幫助我們

風 險 因 素

應對監管環境。現有ESG相關法律法規的變更或新法規的頒佈，可能會增加我們的合規成本，而且若我們未能遵守此類ESG法律法規，我們的業務、經營業績及財務表現可能會受到不利影響。

我們的風險管理和內部控制系統可能不夠充分或有效。

我們在業務運營的各個方面均已制定並實施全面的風險管理政策。請參閱「業務—風險管理與內部控制」。由於我們的風險管理系統設計與實施存在固有局限，若外部環境發生重大變化或出現特殊事件，該系統可能無法充分有效地識別、管理及防範所有風險。此外，盡管我們努力預判相關風險，新業務計劃仍可能引發當前尚未預見的額外風險。若我們的風險管理系統未能如預期識別業務潛在風險，或存在其他缺陷與不足之處，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的風險管理還依賴於員工的有效執行。我們無法保證員工的執行始終如預期般進行，亦無法保證執行過程中不會涉及任何人為失誤、過失或故意不當行為。若我們未能及時執行政策和程序，或未能及時識別影響業務的風險以制定應急預案，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們現有保險的覆蓋範圍可能不足以保障我們免於承擔潛在責任或覆蓋全部潛在損失。

我們為日常運營投購保險。請參閱「業務—保險」。我們無法保證現有保險能充分覆蓋所有與業務運營相關的風險。若發生保險未涵蓋的重大損失及責任，我們可能需自行承擔保險保障範圍不足的損失。由此，可能導致我們產生巨額成本支出，影響資源調配，對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

若未能取得、維持或續期相關許可、執照、批准文件及證書，可能損害我們開發、製造或商業化產品並產生預期收入的能力。

我們的運營需要取得多項許可、執照、批准文件和證書。我們持有的某些許可、執照和證書需要定期續期。請參閱「業務—執照、許可和批文」。如果我們在現有許可和證書到期時未能維持或續期一項或多項執照和證書，或未能及時獲得有關續期，我們的運營可能會遭到中斷。如果我們未能及時妥善續期和維持任何此類必需執照，我們可能會面臨處罰。此外，遵守法規變更可能日益困難，而任何不合規

風 險 因 素

情況均可能導致我們承擔法律責任。若發生任何不合規情況，我們可能需承擔經濟支出，並投入大量管理時間和資源以彌補缺陷。此類缺陷還可能引發負面輿論，對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們在物業方面須承擔若干風險。

截至最後實際可行日期，我們租賃了16處物業，主要用於研究、生產、辦公空間及員工宿舍。然而，我們無法保證能在不大幅增加成本的情況下續租，甚至可能無法續租。若未能續租關鍵運營場所，我們的業務運營可能中斷，並可能需要關閉或搬遷業務。我們可能無法找到合適替代場所，即使找到，也可能面臨裝修成本、搬遷導致的收入損失及其他費用與風險，這些因素可能對我們的業務及財務表現產生重大不利影響。

截至最後實際可行日期，一項中國租賃物業的出租人尚未取得該物業的有效權屬證書。據我們所知，出租人未能取得相關權屬證書，主要是由於我們設施所在工業園區的歷史遺留問題及程序性問題所致。若出租人未能取得相關物業所有權證書，相關主管機關可能會要求我們暫停使用、停止使用或騰空該等場地。任何此類要求均可能干擾我們的生產經營，並增加我們的搬遷及合規成本，進而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。此外，截至最後實際可行日期，部分租賃協議尚未依照中國法律規定向相關中國土地及房地產管理局辦理登記。據本公司中國法律顧問表示，未辦理登記不影響租賃協議效力，但主管部門可能對每份未登記租約處以人民幣1,000元至10,000元罰款。請參閱「業務—物業—租賃物業」。倘因未辦理登記而遭罰款，本公司可能無法向出租人追討相關損失。上述任何情況發生均可能導致本公司營運中斷、須於短期內搬遷辦公室、增加成本，或可能會對本公司業務、財務狀況或經營業績造成其他重大不利影響。

我們可能須繳納額外社會保險及住房公積金款項，以及由相關政府部門徵收的滯納金及罰款。

根據中國法律規定，與員工簽訂勞動合同的企業應為員工全額繳納社會保險及住房公積金。於往績記錄期內，本公司未為部分員工全額繳納社會保險及住房公積金。請參閱「業務—僱員—社會保險及住房公積金」。據本公司中國法律顧問表示，相關主管部門可能命令本公司於規定期限內補繳欠繳款項，若未能履行，可能面臨行政處罰或由人民法院採取強制執行措施。截至最後實際可行日期，本公司並未收到中國主管部門就社會保險計劃及住房公積金繳納事宜所作出的任何行政處罰或整改命令。據本公司中國法律顧問表示，經考慮自相關社保及住房公積金管理部門收到的確認，在現行中國政策法規及地方政府執法監管要求無重大變動的前提下，且

風 險 因 素

假設無員工投訴，則我們將面臨有關部門就我們過往因未能足額繳納社會保險及住房公積金供款而造成的過失而處以的重大行政處罰或集中追繳行動的可能性較低。然而，我們無法保證未來不會收到任何整改命令，亦無法保證不會出現相關員工投訴。任何此類命令均可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

我們須承擔與第三方付款安排相關的若干風險。

於往績記錄期內，有少數客戶（「有關客戶」）透過其指定之第三方（「第三方付款人」）向本公司支付款項。在第三方付款人付款前，相關客戶、第三方付款人及本集團已簽訂三方協議（「第三方付款安排」）。於往績記錄期內，本公司收到的第三方付款安排總金額分別為2023年人民幣68.5百萬元、2024年人民幣100.7百萬元及截至2025年9月30日止九個月人民幣98.0百萬元，分別佔同期總收入的5.7%、6.7%及5.2%。我們已向所有客戶發出正式通知，說明不再接受第三方付款，並已自2025年12月15日起停止接受任何此類付款。詳見「業務—第三方付款」。然而，我們仍面臨與此類第三方付款相關的風險，包括第三方付款人可能提出索償要求以追回款項（因其可能並無合約義務向我們付款），以及代表這些第三方付款人的清算人可能提出索償。倘第三方付款人或其清算人就第三方付款事宜，或因違反或未遵守法律法規而對我們提起任何索償或法律行動（不論民事或刑事），我們將需投入大量財務及管理資源進行抗辯，且可能被迫遵從法院裁決，退還已售產品及服務款項，而此舉可能對我們的財務表現及經營業績造成重大不利影響。

我們的收購活動及其他戰略交易可能帶來管理、整合、運營及財務風險，從而阻礙我們實現所進行收購的全部預期效益。

我們會不時通過收購、投資、合資或其他戰略交易拓展產品組合、進入新市場或增強運營能力。此類交易可能需要管理層投入大量精力、財務資源及整合工作。收購成功與否取決於我們識別合適目標、開展有效盡職調查、以有利條款構建交易結構，以及順利高效整合被收購業務、系統和人員的能力。

整合收購業務可能面臨諸多挑戰，包括：協調管理系統與企業文化、留住關鍵員工、整合供應鏈、維持產品品質一致性及保持品牌特色。此外，收購業務的意外負債、估值差異或業績不達預期，可能導致減值損失或投資回報降低。若我們未能

風 險 因 素

有效管理或整合未來收購業務，或任何被收購業務未能達到預期業績，則可能無法實現此類交易的預期收益。這些風險可能分散管理層注意力，增加運營複雜性，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們在正常業務過程中可能卷入訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序，這些情況可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及聲譽造成不利影響。

我們在日常業務運營中可能會不時卷入訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序。這些事項可能涉及合同違約、僱傭或勞資糾紛、反壟斷及侵犯知識產權等相關問題。若我們未能成功就任何此類索賠進行抗辯，我們可能需向索賠方支付巨額賠償。無論是否有理據，任何由我們發起或針對我們提起的任何索賠、糾紛或法律程序，均可能產生巨額成本、導致資源分散，並嚴重損害我們的聲譽。此外，針對我們的訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序可能源於供應商向我們出售的缺陷產品，而供應商可能無法及時或根本無法賠償我們因此類訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序所產生的費用。詳情請參閱「業務—法律程序與合規」。

我們的股份支付可能導致現有股東持股比例被稀釋，從而對我們的財務業績產生不利影響。

於往績記錄期間，以股份為基礎的付款乃根據股份獎勵協議支付予若干員工，作激勵目的。經參考估值師的估值，獎勵股份於授予日期的公平值計作股份支付費用並於表現及／或服務條件達成期間確認為僱員福利開支，並對權益作相應增加。於2023年、2024年，以及截至2024年9月30日及2025年9月30日止的九個月期間，我們分別確認了以股份為基礎的付款開支人民幣3.2百萬元、人民幣33.4百萬元、人民幣27.5百萬元及人民幣17.9百萬元。請參閱本文件附錄一的附註2.3「以股份為基礎的付款」。為進一步激勵我們的董事、高級管理層及關鍵員工為我們作出貢獻，我們或會於未來授出額外的以股份為基礎的付款。就該等以股份為基礎的付款而發行額外股份或會攤薄現有股東的持股比例。與有關以股份為基礎的付款而產生的開支亦可能會增加我們的經營開支，因此對我們的財務表現帶來不利影響。

未來發生的任何不可抗力事件、自然災害或傳染病爆發，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。

自然災害、健康流行病及大流行病（如SARS、埃博拉病毒、寨卡病毒或COVID-19）、戰爭行為、恐怖主義或其他不可抗力事件可能擾亂我們的供應鏈、破壞基礎設施並阻礙勞動生產力，從而對業務造成重大不利影響。暴風雪、地震、火災和洪

風 險 因 素

水等自然災害可能對我們的生產設施、設備及庫存造成物理損毀，導致生產延誤、庫存短缺及庫存品受損或無法使用，從而增加減值損失及維修更換成本。此外，此類事件可能引發停電、通信中斷和運輸中斷，進一步阻礙業務運營。

廣泛傳播的健康流行病（如COVID-19疫情）可能對我們的供應鏈產生深遠影響，尤其體現在原材料進口、倉儲和交付方面。此類事件期間實施的出行和貿易限制可能擾亂貨物與材料流通，導致延遲接收生產所需的關鍵投入。這可能引發庫存短缺、生產瓶頸，並迫使我們尋找替代供應商的成本增加，或為稀缺材料支付更高價格，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

在我們運營所在的司法管轄區開展業務相關的風險

我們運營所在的司法管轄區的經濟、政治和社會狀況，以及政府政策、法律法規，均可能影響我們的業務、財務狀況和經營成果。

我們絕大部分業務運營位於中國，且絕大部分收入都源自中國的業務。因此，我們的經營業績和前景在很大程度上受中國經濟、政治及法律發展的影響。中國政府通過實施與行業相關的政策調控經濟與行業，並借助財政與貨幣政策管理中國的宏觀經濟。我們的業績表現受中國經濟影響，而相關經濟環境可能受政府頒佈的與行業相關的政策及其他相關法規影響。我們無法預測當前經濟與監管環境發展面臨的所有風險，且其中許多風險超出我們的控制範圍。所有此類因素均可能對我們的業務、經營業績及財務表現產生重大不利影響。

我們可能須就海外發行及未來集資活動，遵守中國證監會或其他中國政府部門的審批、申報或其他要求。

2023年2月17日，中國證券監督管理委員會（「中國證監會」）頒佈了《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「境外上市法規」）及五項相關指引，自2023年3月31日起施行。境外上市法規同時適用於(i)中國境內註冊的企業（「境內企業」），及(ii)境外註冊但主要經營活動在中國境內的企業。該法規明確了直接與間接境外發行的

風 險 因 素

備案要求，並釐定了境外市場間接發行的認定標準。根據境外上市法規，發行人在向境外相關監管機構提交申請文件後三個工作日內，須向中國證監會完成備案程序，並按規定報送相關信息。

我們計劃進行的境外證券[編纂]須遵守境外上市法規。若未能完全遵守境外上市法規，或未能及時或根本無法取得必要的監管批准，可能限制或阻礙我們推進境外證券[編纂]的進程。

您可能難以對本公司及其董事、監事及管理層執行法律程序或執行外國判決。

本公司仍依據中國法律註冊成立之公司，幾乎所有資產及子公司均位於中國境內。本公司多數董事、監事及高級管理人員均居住於中國境內。該等董事、監事及高級管理人員的資產亦可能位於中國境內。因此，向中國境外之董事、監事及高級管理人員送達法律文書可能面臨困難且耗時。此外，若缺乏對其他司法管轄區司法裁決及裁定的相互承認與執行機制，投資者亦可能在執行判決時遭遇障礙。

此外，儘管我們的H股在聯交所[編纂]後將受《上市規則》及《收購守則》規管，但H股持有人將無法基於違反《上市規則》提出訴訟，而必須依靠聯交所執行其規則。此外，《收購守則》並無法律效力，僅提供香港收購、合併交易及股份回購中被視為可接受的商業行為標準。

我們的業務須遵守中國稅法及法規。

我們須接受中國稅務機關定期審查，以確認是否履行中國稅法規定的納稅義務。我們無法保證未來中國稅務機關的審查不會導致罰款、其他處罰或行動，此類處罰或行動可能對我們的業務、財務表現及經營業績造成重大不利影響。

本公司H股份持有人可能須承擔中國所得稅義務。

非中國居民個人就其來源於中國的所得或收益，一般應依《中華人民共和國個人所得稅法》規定，按20%之稅率繳納中國個人所得稅。本公司須就支付予非中國居民個人之股息款項預扣相關稅款，惟經國務院稅務機關特別免除，或適用之稅收協定規定減免者不在此限。然依據財政部、國家稅務總局於1994年5月13日頒佈之《財政部、國家稅務總局關於個人所得稅若干政策問題的通知》，外籍人士自外資企業獲取之股利及紅利所得，暫免徵個人所得稅。根據財政部、國家稅務總局於1998年3月30日頒佈的《財政部、國家稅務總局關於個人轉讓股份所得繼續暫免徵收個人

風 險 因 素

所得稅的通知》，個人轉讓上市公司股份所得繼續暫免徵收個人所得稅。2013年2月3日，國務院批准並頒佈《國務院批轉發展改革委等部門關於深化收入分配制度改革若干意見的通知》。2013年2月8日，國務院辦公室頒佈《國務院辦公廳關於深化收入分配制度改革重點工作分工的通知》。根據上述兩份文件，中國政府計劃取消外國個人從外商投資企業獲得股息的稅收豁免，財政部和國家稅務總局應負責制定並實施該計劃的細節。然而，財政部與國家稅務總局尚未頒佈相關實施細則或條例。鑒於上述情況，持有本公司H股份的非居民個人股東應注意，其可能須就H股份所獲股息及紅利繳納中國所得稅。

國際貿易政策、地緣政治與貿易保護措施、出口管制及經濟或貿易制裁的變動，可能影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

隨著我們致力拓展全球業務版圖，國際貿易政策、地緣政治、貿易保護措施、出口管制以及經濟或貿易制裁，皆可能影響我們的營運與財務表現。國際貿易政策與地緣政治常因政治、經濟及社會等不可控因素而頻繁變動且充滿不確定性。此類變動可能影響貿易協定、關稅、海關稅及其他國際貿易層面，進而增加營運成本並影響市場准入。貿易保護措施的變動（如反傾銷稅、反補貼稅或保障措施）可能導致出口成本上升或面臨限制。出口管制與經濟或貿易制裁可能限制我們在特定市場的產品出口或業務開展能力。任何違反這些管制與制裁的行為，都可能招致法律處罰、聲譽損害及出口特權喪失。

未能遵守中國反腐敗法律、法規及規則，可能導致本公司及／或本公司員工面臨調查及行政或刑事處罰，此舉可能損害本公司聲譽，並對本公司業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

我們已制定政策與程序，旨在確保員工遵守適用之中國反腐敗法律、法規及規則。詳見「業務—風險管理與內部控制」。我們無法保證我們建立的反腐敗內部控制與程序能有效防止因個別員工在我們不知情情況下採取行動而導致違反中國反腐敗

風 險 因 素

法律、法規及規則之情形。若發生此類情況，本公司及／或相關員工可能面臨調查及行政或刑事處罰，且本公司聲譽可能因相關負面報導而受損，此類事件可能對本公司業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們受制於貨幣兌換監管體系。

中國政府對人民幣兌換外幣實施管理。我們絕大部分收入以人民幣計價。外幣供應短缺可能限制我們匯出足夠外幣的能力，或影響我們履行以外幣計價的義務。根據現行中國外匯法規，經常項目款項（包括利潤分配、利息支付及貿易與服務相關外匯交易）在符合特定程序要求下，無需事先獲得國家外匯管理局批准即可以外幣支付。然而，若需將人民幣兌換成外幣並匯出中國以支付資本支出（如償還外幣貸款），則須獲得主管政府機關批准或辦理登記。中國政府未來可能限制經常帳戶交易的外匯取得管道。若外匯管制制度導致本公司無法取得足夠外匯以滿足外幣需求，則可能無法以外幣向股東支付股息。此外，本公司無法保證未來不會頒佈新法規，進而進一步限制人民幣匯入或匯出中國境內。

[編纂]相關風險

本公司股份從未於公開市場交易，其流動性及市場價格可能波動劇烈。

在本次[編纂]之前，我們的H股份並無公開市場。我們無法保證[編纂]完成後，我們的H股份將能發展並維持一個具備充足流動性及成交量的公開市場。此外，我們的H股份[編纂]預期將由[編纂]（代表其自身及[編纂]）與我們協議釐定，該價格未必能反映[編纂]完成後我們的H股份之市場價格。倘若[編纂]完成後未能為我們的H股份建立活躍的公開市場，則我們的H股份的市價及流通性可能受到重大不利影響。

[編纂]後，本公司H股份的流動性、成交量及[編纂]價格可能出現波動，這可能導致您蒙受重大損失。

本公司H股的[編纂]價格可能波動劇烈，並可能因我們無法控制的因素而大幅波動，包括香港、中國、美國及全球其他地區證券市場的整體市場狀況。特別是，其他主要業務位於中國內地並在香港[編纂]的公司之市場表現及股價波動，可能影響本公司H股價格波動及[編纂]量。多家以中國為基地的公司已在香港[編纂]，部分公司則正籌備在香港[編纂]。其中部分公司股價曾出現顯著波動，包括[編纂]後大幅下跌。該等公司證券於[編纂]時或[編纂]後的[編纂]表現，可能影響投資者對香港[編纂]中國公司的整體信心，進而影響本公司H股的交易表現。根據適用中國

風 險 因 素

法律，於[編纂]後十二個月內，所有現有股東（包括[編纂]前的投資者）均不得出售其持有的任何股份。基於該禁售規定，[編纂]後的短期內，H股的流通性及成交量可能受到重大影響。無論我們的實際營運表現如何，上述因素均可能對我們的H股市價及波動性構成重大影響。

未來在公開市場出售或預期出售大量本公司H股份，可能對本公司H股份價格及未來籌集額外資金的能力產生重大不利影響。

本公司H股的[編纂]價格可能因以下情況而下跌：未來在[編纂]市場出售大量本公司H股或其他與本公司H股相關的證券；發行新股份或其他證券；或市場預期此類出售或發行可能發生。未來大量出售或預期出售本公司證券（包括任何未來[編纂]）亦可能對本公司於特定時點及有利條件下籌集資金的能力造成重大不利影響。此外，倘本公司未來發行更多證券，股東所持股份可能面臨攤薄風險。本公司發行的新股或股份掛鉤證券亦可能賦予優先於H股所賦予之權利及特權。

我們的往期股息可能無法反映未來的股息政策，且無法保證未來將宣佈或派發任何金額的股息。若本公司於[編纂]後可預見的未來期間內未派發股息，您必須仰賴本公司股份的價格升值以獲取投資回報。

我們的往期股息可能無法反映未來股息政策。我們無法保證[編纂]後何時及以何種形式派發股份股息。股息的宣派與分派完全由董事會酌情決定，而我們能否向股東派發股息或其他分派，取決於多項因素，包括我們的業務及財務表現、資本與監管要求，以及整體商業環境。即使財務報表顯示本公司營運獲利，未來仍可能因缺乏足夠或任何盈餘而無法向股東支付股息。基於上述因素，本公司無法保證未來將支付／能夠支付股份股息。詳見「財務資料—股息與股息政策」。

倘若我們保留[編纂]後大部分或全部可用資金及未來收益，以資助研發管線產品的開發與商業化，則在可預見的未來，我們可能不會派發任何現金股息。因此，您可能無法將投資本公司股份視為未來股息收入的來源。

風 險 因 素

即使本公司董事會決議宣告及派發股息，未來股息（如有）之派發時機、金額及形式，仍將取決於本公司未來經營業績與現金流、資本需求與盈餘狀況、本公司自子公司獲取之分派金額（如有）、財務狀況、合約限制及其他董事會認為相關之因素。因此，您投資本公司股份之回報，極可能完全取決於本公司股份未來之價格升幅。本公司股份於[編纂]後未必會升值，甚至可能無法維持您購入時的價格。您可能無法從本公司股份投資中獲得回報，甚或可能損失全部投資本金。

您將立即承受重大稀釋影響，且若我們未來發行更多股份，您可能面臨進一步稀釋。

本次[編纂]的[編纂]高於[編纂]前每股有形資產淨值。因此，參與[編纂]認購[編纂]的投資者將立即面臨[編纂]綜合有形資產淨值的攤薄。無法保證若本公司於[編纂]後立即清盤，在償付債權人索償後尚有資產可分配予股東。為拓展業務，本公司未來可能考慮[編纂]股份。倘本公司日後以低於當時每股有形資產淨值之價格發行新股，認購[編纂]之買方所持股份之每股有形資產淨值可能因此攤薄。

我們的控股股東對本公司具有重大影響力，其利益可能與本公司其他股東的利益不一致。

我們的控股股東對本公司業務具有重大影響力，包括涉及管理層事宜、政策制定、合併決策、擴張計劃、資產整合及出售全部或絕大部分資產、董事選舉及其他重大公司行動等事項。[編纂]完成後，假設未行使[編纂]，本公司控股股東將有權於本公司股東大會上控制約[編纂]%投票權的行使。此股權集中狀況可能阻礙、延遲或阻止本公司控制權變更，導致其他股東在出售時喪失獲取溢價之機會。此舉亦可能導致本公司股份價格下跌。即使其他股東反對，上述情況仍可能發生。此外，控股股東的利益可能與其他股東存在差異。控股股東可能運用其重大影響力，從事與其他股東最佳利益相衝突的交易或決策。

本文件所載之若干事實、預測及其他統計數據，乃源自官方政府來源。

本文件中有關中國及全球經濟以及我們經營所在行業的若干事實、預測及統計數據乃從官方政府刊物獲得。我們認為本資料來源為有關資料的適當來源，且於轉載及摘錄該等資料供時，已採取合理審慎的態度。我們並無理由相信該等資料屬虛

風 險 因 素

假或具有誤導性，或遺漏任何會導致該等資料屬虛假或具誤導性的事實。然而，來自官方政府來源的資料未經本集團、獨家保薦人或參與[編纂]的任何其他人士獨立核實，故此並無就其準確性、可靠性及／或完整性發表任何聲明。由於可能有缺陷或無效的抽樣，或公佈的資料與市場慣例之間存在差異等問題，本文件中有關中國及全球經濟以及我們經營所在行業的統計數據可能不準確或與其他經濟體產生的統計數據相比不具有可比性，故不應過度依賴。此外，該等事實、預測及統計數據涉及風險及不確定性，可能會因各種因素而變化，故不應過度依賴。閣下應仔細考慮有關事實或統計數據的倚重或重視程度，不應過分依賴該等資料。

您應仔細閱讀整份文件，我們強烈提醒您切勿依賴任何新聞報導或其他媒體關於本公司或[編纂]的資訊。

強烈建議您仔細閱讀整份文件，並請注意切勿依賴任何新聞報導或媒體報導所載之資訊，該等資訊若未於本文件披露或與章程內容不符，則不應作為依據。

在完成[編纂]前，可能會有新聞媒體對本集團及[編纂]進行報導。本公司董事謹此向潛在投資者強調，本公司對該等資訊的準確性或完整性概不承擔任何責任，且該等資訊並非源自或經本公司董事或管理團隊授權。本公司董事對新聞媒體或其他媒體就本集團或本公司H股所發表之任何資訊之適當性、準確性、完整性及可靠性，或任何預測、觀點或意見之公平性或適當性，概不作出任何陳述。潛在投資者在決定是否投資本公司H股時，應僅依賴本文件所載之財務、營運及其他資料。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，我們已就嚴格遵守上市規則的若干規定尋求以下豁免。

有關管理層留駐香港的豁免

根據上市規則第8.12條，本公司必須有足夠的管理層留駐香港，通常指須有至少兩名執行董事常居於香港。上市規則第19A.15條進一步規定，在考慮申請方與香港聯合交易所保持定期溝通的安排等因素後，可豁免第8.12條的要求。

鑒於(i)本公司的核心業務主要位於中國，並在執行董事及高級管理層的監督下於中國管理及經營；及(ii)本公司的執行董事及高級管理層主要居住於中國，因此本公司認為執行董事及高級管理層繼續通常居住於本集團主要經營業務所在的中國，將更為切合實際。基於上述原因，本公司目前並無，亦不預期在可預見的未來會在香港留駐足夠的管理層，以符合上市規則第8.12條及第19A.15條的規定。

據此，我們已向聯交所申請豁免嚴格遵守上市規則第8.12條及第19A.15條的規定，[而聯交所亦已批准該申請]。我們將通過以下安排確保建立充分有效的溝通機制，實現與聯交所之間的定期有效溝通，並確保遵守上市規則：

- (a) 我們已委任亓豐偉先生及譚勇先生作為授權代表(「授權代表」)，以符合上市規則第3.05條之規定。授權代表將作為我們與聯交所的主要聯絡渠道，可通過電話及電郵隨時聯繫，以便及時處理聯交所的查詢。亓豐偉先生與譚勇先生均常居於中國內地，持有有效旅行證件，且能在證件到期時及時續簽以便赴港。因此，授權代表可在合理期限內與聯交所相關成員會晤，商討與本公司有關的任何事宜。有關本公司授權代表的更多信息，請參閱本文件「公司資料」章節；
- (b) 為方便與聯交所溝通，我們已向授權代表及聯交所提供董事的聯絡資料(即手機號碼、辦公室電話號碼、電郵地址及傳真號碼(如適用))。倘任何董事預期將外游或不在辦公室，該董事將向授權代表提供其住宿地點的電話號碼，以便授權代表可隨時或在香港聯交所需要聯絡本公司董事時，能

豁免嚴格遵守上市規則

迅速聯絡所有董事（包括建議獨立非執行董事）。據吾等所知及所悉，每名非通常居於香港的董事均持有或可申請有效旅行證件以訪港，並可在聯交所要求後於合理期間內與聯交所會晤；及

- (c) 我們已根據上市規則第3A.19條及第19A.05條的規定，委任新百利融資有限公司為我們的合規顧問（「合規顧問」）。除授權代表外，合規顧問將在[編纂]至本公司就[編纂]後首個完整財政年度的財務業績遵守上市規則第13.46條規定的日期期間，就上市規則下的持續義務向本公司提供專業建議，並作為本公司與聯交所溝通的額外渠道。合規顧問將隨時回答聯交所的查詢，並在授權代表無法聯繫時作為與聯交所溝通的額外渠道。

有關聯席公司秘書的豁免

上市規則第8.17條規定，本公司必須委任一名符合上市規則第3.28條要求的公司秘書。根據上市規則第3.28條，本公司必須委任一名個人，其須憑借其學術或專業資格或相關經驗，並獲聯交所認為有能力履行公司秘書的職責。根據上市規則第3.28條注1，聯交所認為下列各項學術或專業資格可予以接納：

- (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》所界定的註冊會計師。

此外，根據上市規則第3.28條注2，在評估「相關經驗」時，聯交所將考慮以下因素：

- (a) 該名人士任職於發行人及其他發行人的時長及其所擔當的角色；
- (b) 該名人士對上市規則及其他相關法律法規的熟悉程度，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；

豁 免 嚴 格 遵 守 上 市 規 則

- (c) 除上市規則第3.29條規定的最低要求外，該名人士是否已接受及／或將接受相關培訓；及
- (d) 該名人士於其他司法管轄區的專業資格。

本公司已委任譚勇先生（「譚先生」）為本公司聯席公司秘書之一。譚先生為現任董事會秘書，在處理公司事務、投資者關係管理及行政事務方面經驗豐富，但個人未具備上市規則第3.28條及第8.17條所規定的任何資格，可能無法單獨滿足上市規則的要求。因此，本公司已委任完全符合上市規則第3.28條及第8.17條規定要求的莊運啟女士（「莊女士」）擔任另一位本公司聯席公司秘書，並協助譚先生履行職責。該協助期自[編纂]起為期三年，旨在使譚先生能夠取得上市規則第3.28條附註2所指的「相關經驗」，從而全面符合第3.28條及第8.17條的規定。有關譚先生及莊女士的詳細履歷，請參閱本招股書「董事、監事及高級管理人員」章節。為協助譚先生取得上市規則第3.28條所要求的公司秘書資格及經驗，本公司現已或將作出以下安排：

- (a) 譚先生將參加相關培訓課程，包括本公司香港法律顧問以邀請形式舉辦的有關香港適用法律法規及上市規則最新修訂的簡報會，以及聯交所不時為[編纂]發行人舉辦的研討會；
- (b) 譚先生與莊女士均已確認，根據上市規則第3.29條的規定，每位董事在每個財政年度內將參加不少於15小時的培訓課程，內容涵蓋上市規則、企業管治、信息披露、投資者關係以及香港[編纂]發行人公司秘書的職能與職責；
- (c) 莊女士將協助譚先生獲取相關經驗（根據上市規則第3.28條要求），使其能夠履行本公司公司秘書的職責與責任；
- (d) 莊女士將就企業管治、上市規則及與本公司及其事務相關的其他法律法規事宜，與譚先生保持定期溝通。莊女士將與譚先生緊密協作並提供協助，以履行其公司秘書職責，包括組織本公司董事會會議及股東大會；
- (e) 在譚先生作為本公司公司秘書的初始任期屆滿前，我們將評估其經驗，以確定其是否已取得上市規則第3.28條所要求的資格，以及是否應安排持續

豁免嚴格遵守上市規則

協助，使譚先生的任命作為本公司公司秘書繼續符合上市規則第3.28條和第8.17條的規定；及

- (f) 本公司已根據上市規則第3A.19條及第19A.05條委任新百利融資有限公司為合規顧問，該顧問將作為與聯交所溝通的額外渠道（服務期自[編纂]起至本公司就[編纂]後首個完整財政年度的財務業績符合上市規則第13.46條之日止，或直至委聘終止，以較早者為準），並就遵守上市規則及所有適用法律法規向本公司（包括譚先生）提供專業指導與建議。

因此，本公司已向聯交所申請（且聯交所亦已批准）豁免嚴格遵守上市規則第3.28條及第8.17條。倘若(i)譚先生不再接受符合上市規則第3.28及8.17條資格規定的人士協助，或(ii)本公司嚴重違反上市規則，則該豁免將立即撤銷。在最初三年期屆滿前，我們將重新評估譚先生的資格，以確定其能否滿足《上市規則》第3.28條及第8.17條所訂明的規定，以及是否仍需持續協助。我們將向聯交所證明並尋求確認，譚先生在過去三年受惠於莊女士的協助後，已具備《上市規則》第3.28條附註2所指的相關經驗，並有能力履行第3.28條規定的公司秘書職能，因此無需進一步豁免。

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 、 監 事 和 參 與 [編 纂] 的 各 方

董 事

姓 名	地 址	國 籍
執行董事		
亓雲吉先生	中國山東省 濟南市市中區 華潤仰山一期 38號樓1單元1室	中國
亓豐偉先生	中國山東省濟南市歷城區 龍湖漢峪光年 2號樓1314室	中國
譚勇先生	中國山東省 濟南市市中區 華潤依山郡4區3單元501室	中國
郝偉先生	中國廣東省 廣州市花都區 迎賓大道187號嘉都匯16棟1102室	中國

獨立非執行董事

鄒兆麟先生	中國香港九龍觀塘 功樂道38號 景興閣12樓B室	中國 (香港)
張世興先生	中國山東省 青島市市南區 香港東路23號 22號樓一單元202戶	中國
祁雪女士	中國北京市 東城區和平里街道 安定門外大街86號 盛德紫闕A座1101室	中國

有關本公司董事的詳情，請參閱本文件中題為「董事、監事及高級管理層」的章節。

董事、監事和參與[編纂]的各方

監事

姓名	地址	國籍
李彥平女士	中國山東省 濟南市市中區 紫雲府2區2號樓1-1101室	中國
楊潔女士	中國上海市 奉賢區扶蘭路 18弄6號	中國
王喆先生	中國山東省 濟南市萊蕪區 張家窪街道辦事處魯中路1號	中國

有關本公司董事的詳情，請參閱本文件中題為「董事、監事及高級管理層」的章節。

[編纂]的參與方

獨家保薦人	中信證券(香港)有限公司 香港 金鐘道88號 太古廣場一座18樓
-------	---

[編纂]

董事、監事和參與[編纂]的各方

公司法律顧問

有關香港及美國法律：

高偉紳律師行

香港

中環

康樂廣場

怡和大厦

27樓

有關中國法律：

競天公誠律師事務所

中國

北京市朝陽區

建國路77號

華貿中心3號寫字樓34層

獨家保薦人的法律顧問 及[編纂]

有關香港及美國法律：

富而德律師事務所

香港

鰂魚涌太古坊

港島東中心55樓

有關中國法律：

金杜律師事務所

中國

北京市

朝陽區

東三環中路1號

環球金融中心辦公樓

東樓18層

報告會計師

安永會計師事務所

執業會計師

註冊公眾利益實體核數師

香港

鰂魚涌英皇道979號

太古坊一座27樓

董 事 、 監 事 和 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
上海市
南京西路1717號
會德豐國際廣場2504室

[編纂]

公 司 資 料

註冊辦事處

中國(山東)自由貿易試驗區
濟南片區舜華路街道經十路7000號
漢峪金融商務中心七區4號樓1301

中國總部及主要營業地點

中國(山東)自由貿易試驗區
濟南片區舜華路街道經十路7000號
漢峪金融商務中心七區4號樓1301

香港主要營業地點

香港銅鑼灣
希慎道33號
利園一期19樓1917室

公司網站

<http://www.banmuhuatian.com/>
(網站上的信息不構成本文件的一部分)

聯席公司秘書

譚勇先生

中國(山東)自由貿易試驗區
濟南片區舜華路街道經十路7000號
漢峪金融商務中心七區4號樓1301

莊運啟女士

(特許秘書、特許管治專業人員、香港特許管治學會及英國特許管治學會會員)

香港銅鑼灣
希慎道33號
利園一期19樓1917室

公 司 資 料

授權代表

亓豐偉先生

中國(山東)自由貿易試驗區

濟南片區舜華路街道經十路7000號

漢峪金融商務中心七區4號樓1301

譚勇先生

中國(山東)自由貿易試驗區

濟南片區舜華路街道經十路7000號

漢峪金融商務中心七區4號樓1301

審計委員會

張世興先生(主席)

鄒兆麟先生

祁雪女士

提名委員會

亓雲吉先生(主席)

鄒兆麟先生

祁雪女士

薪酬委員會

鄒兆麟先生(主席)

張世興先生

亓豐偉先生

合規顧問

新百利融資有限公司

香港皇后大道中29號華人行20樓

[編纂]

主要往來銀行

招商銀行股份有限公司濟南陽光新路支行

中國山東省

濟南市市中區

陽光新路74號

公 司 資 料

北京銀行股份有限公司濟南大明湖支行
中國山東省
濟南市天橋區
大明湖東路777號

中國民生銀行股份有限公司濟南槐蔭支行
中國山東省
濟南市槐蔭區
經十路27566號
財富壹號廣場3號樓115號

行 業 概 覽

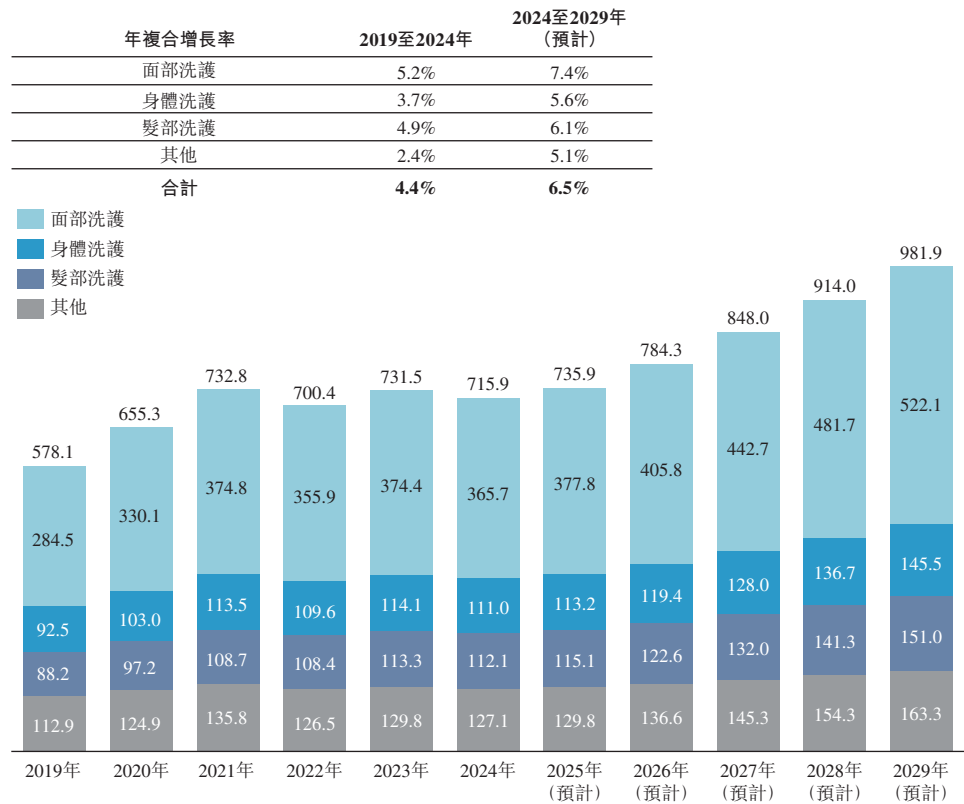
本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自不同政府官方刊物、公開市場研究的可用來源及獨立供應商的其他來源，以及弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立的行業報告—弗若斯特沙利文報告。我們認為本資料來自適當的來源，且已合理審慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由認為有關資料屬虛假或具有誤導成分，或遺漏任何事實導致有關資料屬虛假或具有誤導成分。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、其各自關聯方及顧問或任何其他參與[編纂]的人士或各方尚未對政府官方來源的資料進行獨立核證，亦不對其準確性發表任何聲明。

中國皮膚及個人護理行業概覽

中國皮膚及個人護理市場發展迅速，按零售額計，中國皮膚及個人護理行業的市場規模由2019年的人民幣5,781億元增長至2024年的人民幣7,159億元，複合年增長率為4.4%。隨著消費人群的持續擴大，以及消費者對個人健康、衛生管理與個人形象塑造的關注度不斷提升，皮膚及個人護理產品的需求進一步增長。未來，隨著消費者需求進一步細分，以及科技研發能力的持續賦能，皮膚及個人護理行業有望保持穩定、高質量的增長態勢，預計2024年至2029年將繼續以6.5%的年複合增長率增長。

行 業 概 覽

中國皮膚及個人護理行業市場規模以零售額計，按身體部位劃分（十億元人民幣）
2019–2029年預測



資料來源：國家統計局，弗若斯特沙利文

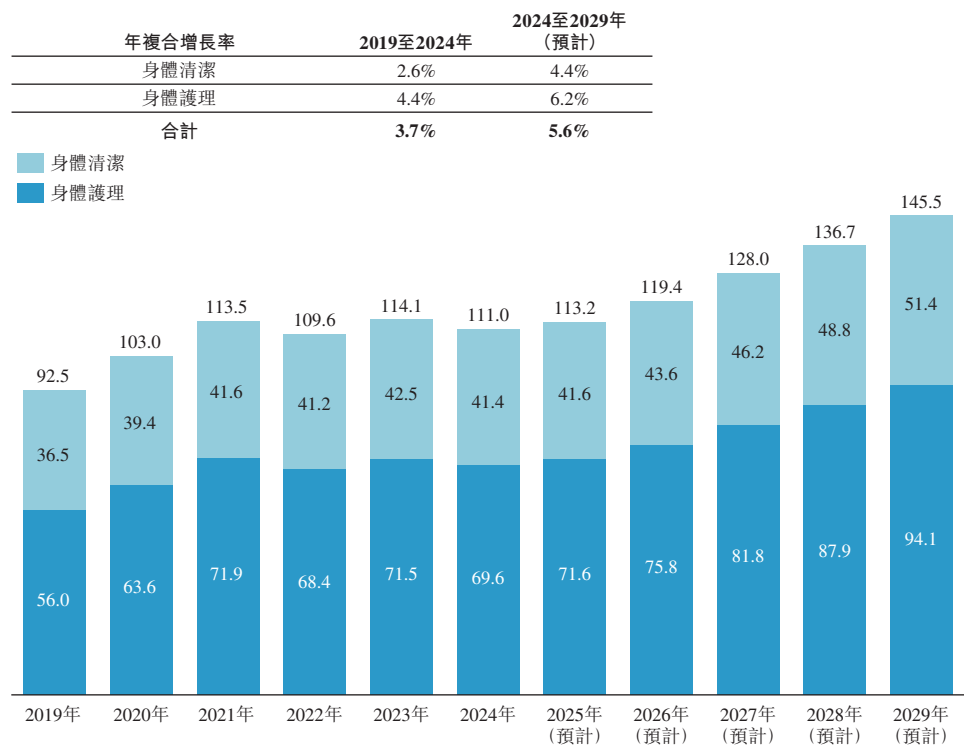
中國身體洗護行業概覽

按產品品類劃分的身體洗護市場

以零售額計，中國身體洗護行業市場規模由2019年的人民幣925億元增長至2024年的人民幣1,110億元，複合年增長率為3.7%。隨著我國經濟發展，人均可支配收入增長，消費者對生活品質的追求日益增強，對身體洗護產品的認知不斷深化，需求也趨於精細化和功能化，共同推動行業穩步增長。中國身體洗護行業市場規模預期到2029年將以5.6%的年複合增長率增長至人民幣1,455億元。

行 業 概 覽

中國身體洗護行業市場規模以零售額計，按產品類別劃分（十億元人民幣）
2019–2029年預測



資料來源：國家統計局，弗若斯特沙利文

身體清潔產品主要包括沐浴露、身體磨砂膏、香皂及其他產品。以2024年零售額計，身體清潔產品在中國身體洗護行業佔比約37.3%。隨著消費者對深度清潔、光滑肌膚的需求上升，具有溫和去角質功能的身體磨砂膏品類增長顯著。以零售額計，2024年中國身體磨砂膏行業市場規模約為人民幣31億元，並預計以11.1%的年複合增長率增長至2029年約人民幣53億元。在快節奏生活帶來的身心壓力下，沐浴時間逐漸被視為重要的放鬆場景。結合天然植物成分與香氛的身體磨砂膏，配合按摩手法使用，能為消費者帶來潔淨舒緩的沐浴體驗。身體磨砂膏的發展為沐浴乳領域注入了活力。

身體護理產品主要包括身體乳、身體油、護手霜及其他產品等。以2024年零售額計，身體護理產品在中國身體洗護行業佔比約62.7%，是身體洗護市場的主要構成部分。身體乳是當前被消費者廣泛使用的身体護理產品。以零售額計，2024年中

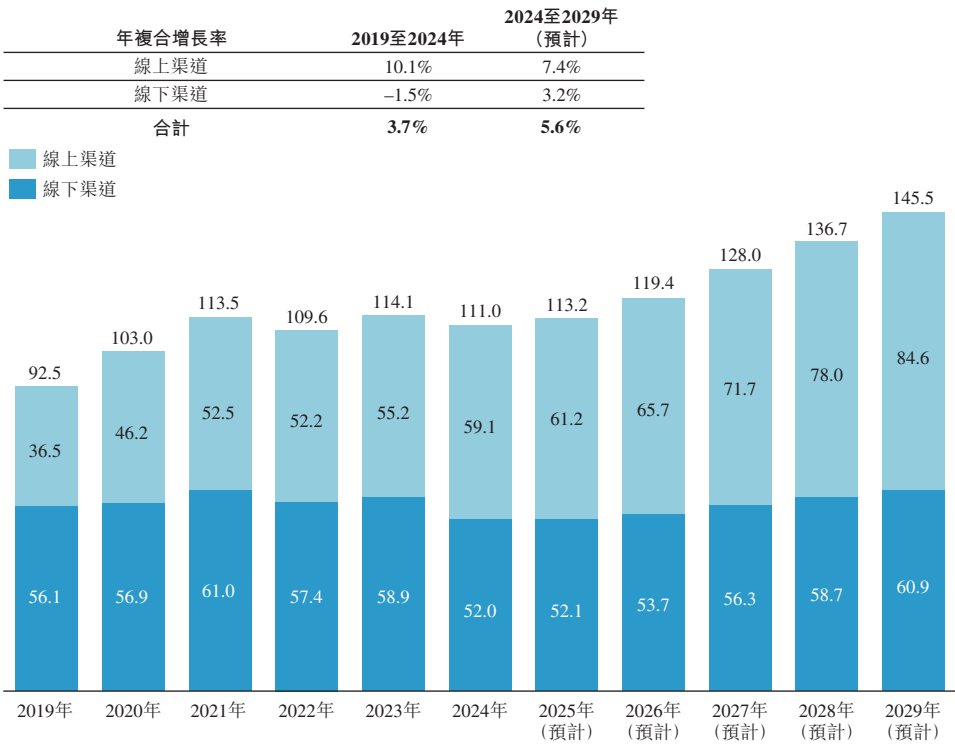
行 業 概 覽

國身體乳行業市場規模為人民幣421億元，並預計以6.3%的年複合增長率增長至2029年的人民幣570億元。消費者對身體護理產品的需求已不再局限於基礎保濕，而是逐漸拓展至美白及緊致等多重功效，驅動更多品牌拓展至身體護理領域。

按銷售渠道劃分的身體洗護市場

線上渠道的發展為中國身體洗護市場帶來增長動力。中國身體洗護行業線上渠道零售額由2019年的人民幣365億元增長至2024年的人民幣591億元，複合年增長率為10.1%。線上渠道為品牌理念的傳播、品牌的精準內容營銷提供媒介，讓品牌能夠保持與消費者的直接互動並提高用戶粘性，從而實現進一步增長。預計到2029年，中國身體洗護線上市場規模將以7.4%的年複合增長率增長至人民幣846億元。

中國身體洗護行業市場規模以零售額計，按銷售渠道劃分(十億元人民幣)
2019–2029年預測



資料來源：國家統計局，弗若斯特沙利文

行 業 概 覽

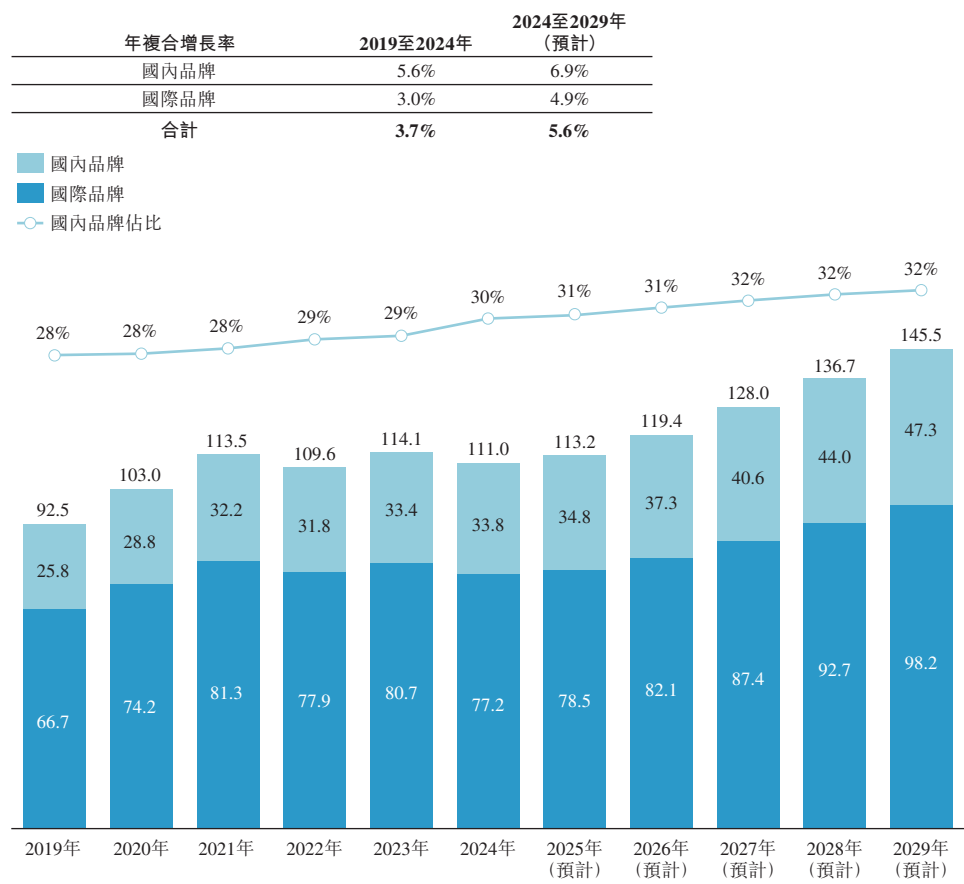
中國身體洗護行業正逐漸邁向線上線下渠道的整合發展。消費者過去主要透過線下渠道購買產品。身體洗護行業過去由線下渠道為主導，致力於滿足消費者體驗式消費與日用便捷採購的需求。隨著電商平台的發展，更多消費者透過電商平台購買產品，線上渠道逐漸呈現專業化細分並快速發展。新興電商平台憑藉其互動屬性和個性化營銷優勢，成為市場增長的主要驅動力，而全面的電商平台則保持穩定發展。品牌也積極推動渠道協同與資源整合，通過差異化產品策略與精準營銷投放，構建覆蓋多場景的產品策略組合，從而實現渠道资源配置的最優化與整體運營效率的持續提升。

按國貨及國際品牌劃分的身體洗護市場

消費者對國貨品牌的認同度不斷增強，國貨品牌迎來了發展機遇。相較於化妝品行業2024年的中國化妝品行業佔比約50%，身體洗護行業中的國貨品牌滲透率尚有較大發展空間。以零售額計，中國國貨身體洗護行業市場規模由2019年的人民幣258億元增長至2024年的人民幣338億元，複合年增長率為5.6%。國貨品牌在中國身體洗護行業的市場佔比由2019年的約28%增長至2024年的約30%。近年來，隨著本土公司不斷加大研發投入，精準把握消費者的需求，國貨品牌增長勢頭強勁。本地品牌依靠不斷增強的研發和生產能力，能夠在較短時間內將消費者的需求轉化為產品，快速進入消費者視野。中國國貨身體洗護行業市場規模預計到2029年將以6.9%的年複合增長率增長至人民幣473億元。

行 業 概 覽

中國身體洗護行業市場規模以零售額計，按國貨及國際品牌劃分（十億元人民幣）
2019–2029年預測



資料來源：國家統計局，弗若斯特沙利文

中國身體洗護行業驅動因素及發展趨勢分析

國貨品牌崛起。中國年輕一代消費者擁有更強的民族自信感，推動了國貨品牌的快速發展。本土企業能夠精準的捕捉中國消費者的需求變化並及時推出滿足消費者需求的產品，快速佔據市場份額。同時，基於其在中國成熟的供應鏈體系，能夠進一步降低其生產成本，從而降低產品價格，滿足消費者對高質價比的追求。隨著本土品牌不斷加大研發投入，更多功效性產品不斷推陳出新，滿足快速變化的市場需求。

需求細分推動產品迭代。消費者對產品使用感和功效性的高度關注激發了品牌的創新，推出具有不同功效性、針對不同身體部分、適合不同人群的產品，如敏感性肌膚人群對成分溫和、改善肌膚產品的需求，年輕消費者對美白、補水保濕產品

行 業 概 覽

較有需求。消費者對美白、緊致等效果的追求由面部逐漸拓展到身體、手部等全身部位。隨著消費者對健康安全的關注，天然植萃成分因其天然、溫和、有效及自然芳香等特性，越來越受到消費者青睞。身體洗護產品的功效及適用場景的豐富推動行業的整體增長。

香氛與舒緩體驗。身體洗護行業香氛及舒緩體驗的發展源於消費者從基礎清潔向情感體驗需求的躍遷。品牌通過對研發多元香調與留香技術，將沐浴護膚轉化為感官療愈儀式。香型設計深度綁定生活場景，木質調能舒緩壓力，花果香則喚醒活力。同時，品牌以天然精油替代人工香精，兼顧情緒價值與肌膚親和力，使產品從清潔升維至精神滿足，重塑日常洗護的意義內核。

多渠道發展促進行業持續滲透。互聯網和社交媒體的高度普及加速了信息傳播。不同地域的消費者都能夠接收到最新的美妝潮流、護膚知識、生活方式及品牌產品資訊。品牌也能夠通過互聯網平台收到消費者反饋，並針對不同地域消費者的偏好進行產品開發和營銷，激發不同市場消費者的情感共鳴和購買意願。同時，品牌通過線下渠道強化消費者教育，通過門店體驗互動等方式，傳遞品牌理念，激發消費者購買意願的同時滿足消費者的便捷性購買需求，促進身體洗護品類的持續滲透。

中國身體洗護行業市場進入壁壘分析

品牌壁壘。隨著生活水平的提高和消費模式的轉變，品牌知名度及忠誠度在身體洗護行業消費者決策中的重要性有所上升。品牌認知度是產品質量、品牌文化、生產技術、管理服務、營銷網絡及公眾認可的整體體現，需要投入大量的資金、資源與時間。知名品牌在各個方面均經過了廣泛的發展及積累，在消費者群體中形成了深入人心的品牌形象，從而鑄就其品牌認同及市場知名度。在相對較短時間內，市場新進入者與現有品牌競爭時可能會遇到壁壘。

研發創新。創造滿足快速變化需求的創新產品是身體洗護行業的持續挑戰。產品的研發涉及化學、皮膚科學及植物科學等不同領域，並需要深刻理解消費者的需求。這種跨學科的應用與研究跨越從基礎研究到工程應用的全面研發過程。因此，資金雄厚、人才充足、資源豐富並擁有廣泛研發積累的領先品牌，可以快速規律地研發新技術，開發新產品並深入市場推廣。這對行業新進入者構成了巨大的研發壁壘。

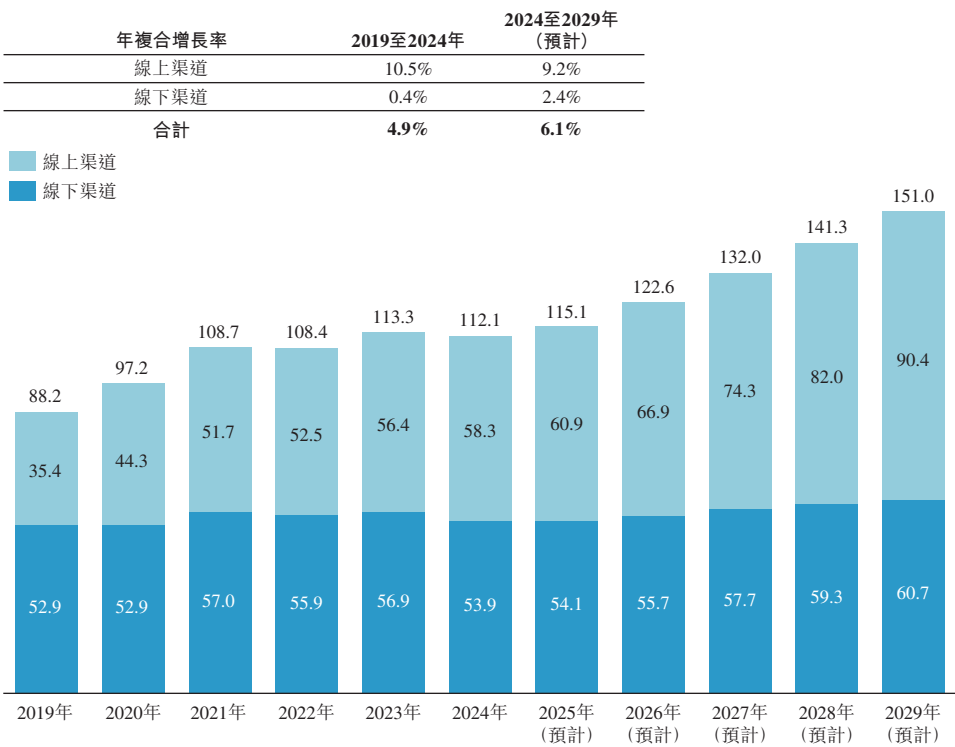
行 業 概 覽

渠道管理。強大的渠道管理能力是品牌持續發展的基石。不同的銷售渠道觸達的消費人群存在差異，因此對產品的需求也各有不同。知名品牌擁有專業的人才團隊，能夠根據不同渠道的特點進行差異化佈局，分配不同的產品組合和營銷資源以滿足不同消費者的需求。渠道管理能力的建立需要大量的資金與人才投入、多元的產品矩陣、以及對消費數據的成熟分析能力。新進入者難以迅速建立成熟的渠道管理機制。

中國髮部洗護行業概覽

以2024年零售額計，中國髮部洗護行業市場規模為人民幣1,121億元。其中，線上渠道為消費者的購買提供便利性，逐漸成為消費者採購的首選。以零售額計，中國髮部洗護行業線上渠道市場規模由2019年的人民幣354億元增長至2024年的人民幣583億元，複合年增長率為10.5%，並預計繼續以9.2%的年複合增長率增長至2029年的人民幣904億元。

中國髮部洗護行業市場規模以零售額計，按銷售渠道劃分（十億元人民幣）
2019–2029年預測



資料來源：國家統計局，弗若斯特沙利文

行 業 概 覽

髮部洗護產品主要包括洗髮水、護髮素、髮膜、頭皮洗護及其他產品等。隨著消費者對品質生活的追求，護膚理念逐漸被引用至髮部洗護領域。消費者對髮部洗護的需求從基礎清潔向功效精細化發展。這促使品牌不斷推出差異化的髮部洗護產品以滿足消費者對控油蓬鬆、固髮防脫、染髮修復等多種功效的需求。

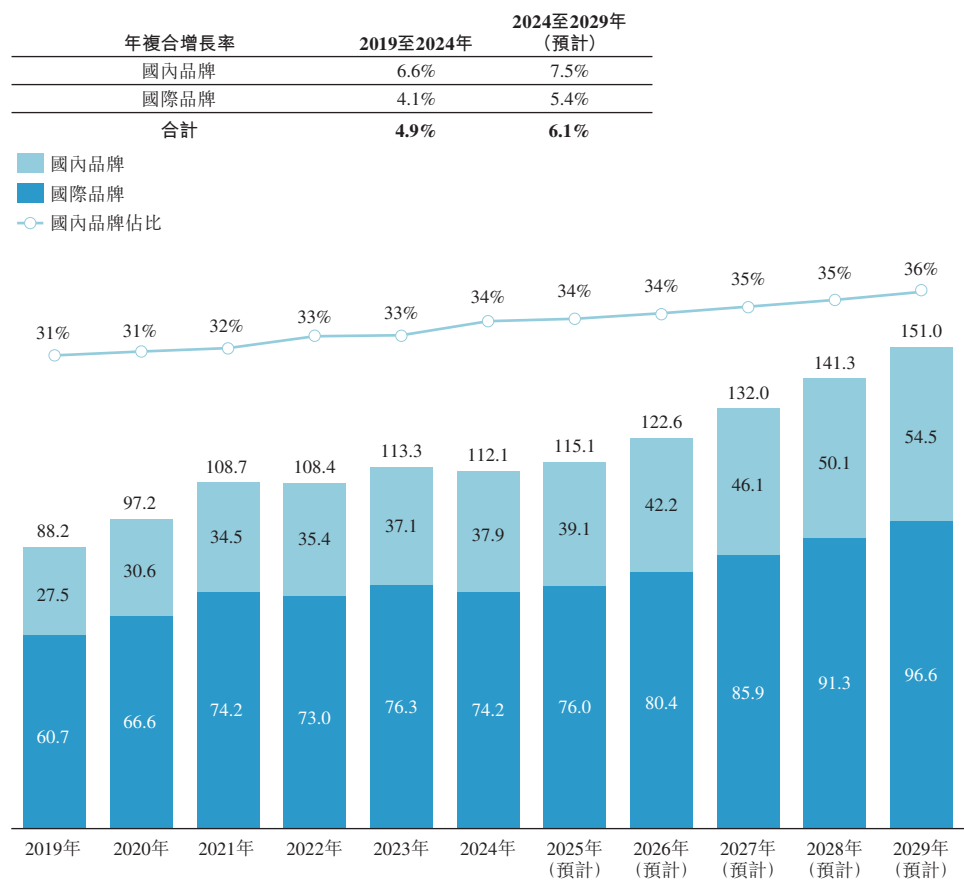
此外，情感體驗成為髮部洗護行業新的增長點。消費者對於情感體驗的追求日益清晰，擁有健康、清爽的頭皮和亮麗的頭髮能提升人的外在形象，進而增強自信心。在髮部洗護產品中添加天然植物精油、天然植物香氛等成分，在滿足消費者功效需求的同時提供情緒價值，推動行業多元化發展。

按國貨及國際品牌劃分的髮部洗護市場

早期，國際化妝品公司以髮部洗護品類快速滲透中國市場，國貨品牌在渠道拓展及產品營銷等方面都遭遇挑戰，國貨品牌不斷尋求差異化突破。近年來，線上平台的快速發展為國貨品牌的崛起創造了條件。國貨品牌憑藉多年來對消費者需求的深刻理解、不斷發展增強的技術創新能力，為消費者帶來持續穩定的優質產品輸出，並靈活運用多元化新興營銷渠道，快速提高品牌知名度，贏得消費者青睞。國貨品牌因此在髮部洗護行業快速發展。以零售額計，中國國貨髮部洗護行業市場規模由2019年的人民幣275億元增長至2024年的人民幣379億元，複合年增長率為6.6%。國貨品牌的市場佔比由2019年的約31%增長至2024年的約34%，相較於化妝品行業約50%的市佔率，仍有相當大的發展空間。中國國貨髮部洗護行業市場規模預計到2029年將以7.5%的年複合增長率增長至人民幣545億元。

行 業 概 覽

中國髮部洗護行業市場規模以零售額計，按國貨及國際品牌劃分(十億元人民幣)
2019–2029年預測



資料來源：國家統計局，弗若斯特沙利文

中國髮部洗護行業驅動因素及發展趨勢

成分安全與天然化。消費者對用於洗髮及其他髮部洗護產品的成分安全關注度日益增強，更傾向於選擇含有天然植物提取物、保護受損頭髮的產品。品牌將更加注重產品成分的提取，讓消費者能夠清楚了解產品的來源和安全性。同時，研發和使用更多天然、溫和的成分，如天然植物提取物等，符合消費者對健康和環保的追求。

行 業 概 覽

品牌精細化發展。人們追求品質生活的趨勢使得消費者將護膚理念逐漸應用至髮部洗護。消費者對髮部洗護產品的需求由基礎清潔向功效精細化發展。這促使品牌不斷推出豐富的產品以滿足消費者對控油蓬鬆、固髮防脫、燙染修復等多種功效的需求。在頭髮護理之外，消費者逐漸關注頭皮的健康和養護，注重科學養發理念。品牌紛紛增加對頭皮的針對性研究，推出頭皮預洗、頭皮卸妝等多樣化產品，推動髮部洗護行業的精細化發展。

基礎研究與技術提高。品牌已不再滿足於表層的清潔與柔順功效，而是通過深入、系統性地開展對頭髮與頭皮的基礎科學研究，來驅動產品的創新迭代。品牌研發實力的增強為產品品質提供有力保障。品牌通過向消費者傳遞其專業性和可靠性，實現品牌的快速、可持續發展。

新興電商模式帶動發展。電商平台的發展為市場帶來強勁的增長動力。綜合電商平台為眾多新興品牌的發展奠定基礎，而新興電商平台則提供以興趣及情感帶動的購物體驗。他們強化了品牌與消費者之間的互動性，有利於品牌積累消費者行為資訊，為品牌持續發展提供支持。

中國髮部洗護行業進入壁壘

合規壁壘。監管部門對髮部洗護產品的功效認證要求提高。特別是對於防脫類產品，2025年新規要求產品需同時滿足特證、原料功效證明和臨床數據的三重認證，臨床樣本量要求顯著提高，檢驗項目更加全面。通過認證的品牌在法規、技術、資金等方面都有深厚的積累。新進入者難以在短時間內迅速進入這一部分。

技術壁壘。髮部洗護產品的研發創新需要長期且雄厚的科研投入、深入的基礎研究以及對先進技術的整合能力。品牌憑藉擁有自主知識產權的專利成分保證產品的持續迭代，通過先進的生產工藝保證產品的功效保持和質量穩定。這些技術轉化為消費者可清晰感知的產品功效與體驗，從而構建起壁壘，對行業新進入者構成了挑戰。

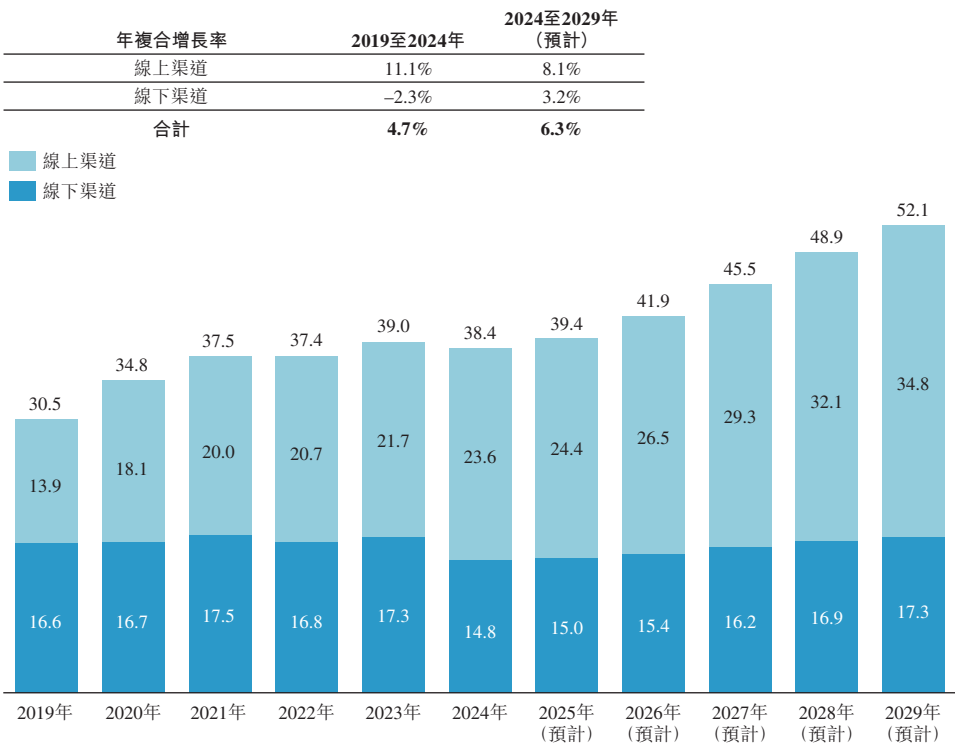
行 業 概 覽

資金壁壘。產品從設計、產品開發、生產、營銷推廣到最終被消費者認可，全鏈路的任何過程都需要持續性、大規模的資金投入。前期研發需要建立研發團隊並開展針對性研究；中期需要持續的生產線建設及升級投入，以確保產品能穩定、規模化量產。同時，在競爭激烈的市場中建立品牌信任需要持續的營銷及渠道建設投入。新進入者難以在短期發展持續融資與現金管理能力。

中國面部洗護行業概覽

就零售銷售而言，中國面部洗護行業的市場規模在2024年達到人民幣3,657億元，預計到2029年將達到人民幣5,221億元，複合年增長率為7.4%。潔面是護膚程序中至關重要的一環。以2024年零售額計，中國面部清潔行業的市場規模為人民幣384億元。隨著消費者對皮膚健康的關注提升，品牌更加關注科技創新與研發深化，依託皮膚微生態研究、新型表活技術等前沿科技，持續提升產品的精準性與有效性。面部清潔行業的市場規模預計將以6.3%的年複合增長率進一步增長，到2029年將達到人民幣521億元。

中國面部清潔行業市場規模以零售額計，按銷售渠道劃分（十億元人民幣）
2019–2029年預測



資料來源：國家統計局，弗若斯特沙利文

行 業 概 覽

消費者對面部清潔產品的需求趨於多元化、精細化，逐漸追求兼具溫和性、功效性的高品質產品。含有氨基酸等溫和表活成分的面部清潔產品越趨流行，同時，越來越多的產品在基礎清潔之外，進一步融入了養膚及其他護膚功效。隨著消費者對使用體驗的要求不斷提升，面部清潔產品的形態也更加多元。其中，潔面慕斯等產品因使用便捷，質地輕柔溫和而備受青睞。以2024年零售額計，中國潔面慕斯產品的市場規模約為85億元，並預計將以6.6%的年複合增長率進一步增長至2029年的117億元。

競爭格局

中國身體洗護行業

根據弗若斯特沙利文報告，半畝花田是少數能夠在皮膚及個人護理的多個細分品類中，成功躋身國內品牌領先地位的品牌之一。

根據弗若斯特沙利文報告，以2024年零售統計，半畝花田是中國第九大身體護理品牌，市場份額為0.8%。以2024年線上渠道零售額計，半畝花田是中國第四大身體護理品牌，是前五大品牌中唯一的國貨品牌，市場份額為1.2%。

中國身體護理十大品牌，以2024年零售額計

排名	品牌	集團所在地	市場份額	2022–2024年 年複合增長率
1	品牌A	法國	3.3 %	12.3 %
2	品牌B	美國	2.9 %	–6.8 %
3	品牌C	法國	2.3 %	4.4 %
4	品牌D	英國	1.2 %	–2.4 %
5	品牌E	法國	1.1 %	–1.4 %
6	品牌F	美國	1.1 %	–1.3 %
7	品牌G	德國	1.0 %	8.1 %
8	品牌H	中國	0.8 %	–2.7 %
9	半畝花田	中國	0.8 %	13.7 %
10	品牌I	中國	0.8 %	2.6 %

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

註釋：

品牌A：創立於1976年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

行 業 概 覽

品牌B：創立於1952年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

品牌C：創立於1907年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

品牌D：創立於1870年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

品牌E：創立於1954年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

品牌F：創立於1910年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

品牌G：創立於1911年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

品牌H：創立於1931年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

品牌I：創立於2008年的化妝品品牌，品牌提供的皮膚護理產品主要涉及面部護理、身體護理等。

中國身體護理五大品牌，以2024年線上零售額計

排名	品牌	集團所在地	市場份額	2022–2024年複合增長率
1	品牌B	美國	3.0%	–5.5%
2	品牌C	法國	2.7%	7.0%
3	品牌A	法國	2.2%	13.9%
4	半畝花田	中國	1.2%	3.7%
5	品牌F	美國	1.1%	1.6%

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

根據弗若斯特沙利文報告，以2024年零售統計，半畝花田是中國第八大身體乳品牌，亦是最大國貨身體乳品牌。以2024年線上零售統計，半畝花田是中國第四大身體乳品牌，亦是前五大品牌中唯一的國貨品牌，市場份額為1.9%。

行 業 概 覽

中國身體乳十大品牌，以2024年零售額計

排名	品牌	集團所在地	市場份額	2022–2024年 年複合增長率
1	品牌B	美國	3.4 %	–6.1 %
2	品牌C	法國	3.0 %	0.4 %
3	品牌A	法國	2.3 %	8.0 %
4	品牌D	英國	1.8 %	–1.9 %
5	品牌E	法國	1.5 %	–3.7 %
6	品牌F	美國	1.5 %	–8.2 %
7	品牌G	德國	1.3 %	14.1 %
8	半畝花田	中國	1.1 %	12.5 %
9	品牌H	中國	1.1 %	3.0 %
10	品牌I	中國	1.0 %	3.8 %

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

中國身體乳五大品牌，以2024年線上零售額計

排名	品牌	集團所在地	市場份額	2022–2024年 年複合增長率
1	品牌B	美國	4.4 %	6.7 %
2	品牌C	法國	3.6 %	2.9 %
3	品牌A	法國	2.1 %	8.0 %
4	半畝花田	中國	1.9 %	10.2 %
5	品牌F	英國	1.6 %	0.2 %

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

根據弗若斯特沙利文報告，以2024年零售統計，半畝花田是中國所有國際及本土品牌之中第二大身體磨砂膏品牌，亦是中國最大國貨身體磨砂膏品牌。以2024年線上渠道零售額計，半畝花田是中國第一大身體磨砂膏品牌，市場份額為8.5 %。

行 業 概 覽

中國身體磨砂膏五大品牌，以2024年零售額計

排名	品牌	集團所在地	市場份額	2022–2024年 年複合增長率
1	品牌J	英國	8.6 %	7.4 %
2	半畝花田	中國	8.4 %	49.9 %
3	品牌K	英國	4.8 %	1.4 %
4	品牌L	以色列	4.5 %	12.6 %
5	品牌B	美國	3.5 %	0.7 %

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

註釋：

品牌J：創立於1957年的化妝品品牌，品牌提供的身體洗護產品主要涉及身體磨砂膏、沐浴露等產品。

品牌K：創立於1899年的化妝品品牌，品牌提供的身體洗護產品主要涉及身體磨砂膏、沐浴露等產品。

品牌L：創立於1997年的化妝品品牌，品牌提供的身體洗護產品主要涉及身體磨砂膏、沐浴油等產品。

中國身體磨砂膏五大品牌，以2024年線上零售額計

排名	品牌	集團所在地	市場份額	2022–2024年 年複合增長率
1	半畝花田	中國	8.5 %	32.1 %
2	品牌J	英國	5.7 %	9.8 %
3	品牌L	以色列	3.8 %	14.4 %
4	品牌M	中國	3.7 %	23.3 %
5	品牌N	中國	3.7 %	25.4 %

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

註釋：

品牌M：創立於2015年的化妝品品牌，品牌提供的身體洗護產品主要涉及身體磨砂膏、沐浴油等產品。

品牌N：創立於2019年的化妝品品牌，品牌提供的身體洗護產品主要涉及身體磨砂膏、沐浴油等產品。

行 業 概 覽

中國髮部洗護行業

根據弗若斯特沙利文報告，中國髮部洗護行業競爭格局相對分散。半畝花田的洗髮水產品自推出以來迅速佔據了市場份額，自2022年到2024年，其洗髮水產品的收入增長率超過300%，遠超行業平均水平。

中國面部洗護行業

根據弗若斯特沙利文報告，以2024年零售統計，半畝花田是中國所有國際及本土品牌之中第二大潔面慕斯品牌，亦是最大的本土潔面慕斯品牌。

中國潔面慕斯五大品牌，以2024年零售額計

排名	品牌	集團所在地	市場份額	2022–2024年 年複合增長率
1	品牌O	美國	7.3 %	23.0 %
2	半畝花田	中國	4.3 %	55.5 %
3	品牌P	中國	3.0 %	–6.6 %
4	品牌Q	日本	2.4 %	–16.0 %
5	品牌R	中國	2.4 %	39.2 %

資料來源：弗若斯特沙利文，各公司公開資料或文件

註釋：

品牌O：創立於1947年的化妝品品牌，品牌提供的面部洗護產品主要涉及潔面慕斯、洗面奶等。

品牌P：創立於2016年的化妝品品牌，品牌提供的面部洗護產品主要涉及潔面慕斯、卸妝油等。

品牌Q：創立於2001年的化妝品品牌，品牌提供的面部洗護產品主要涉及潔面慕斯、洗面奶等。

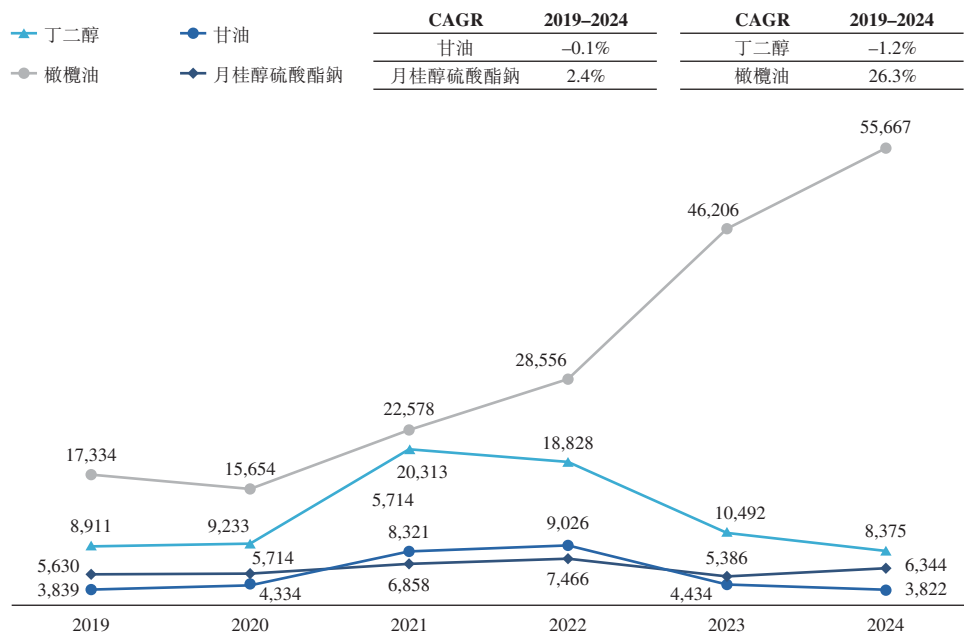
品牌R：創立於2016年的化妝品品牌，品牌提供的面部洗護產品主要涉及潔面慕斯、洗面奶等。

行 業 概 覽

原材料分析

皮膚和個人護理產品主要使用保濕劑、油脂和活性成分，主要包括甘油、月桂醇硫酸酯鈉(SLS)、丁二醇、橄欖油等。

主要原材料價格
人民幣／噸，2019至2024年



2024年，甘油、月桂醇硫酸酯鈉(SLS)和丁二醇每噸價格分別為3,822元、6,344元和8,375元，2019–2024年的複合年增長率分別為-0.1%、2.4%和-1.2%。對於甘油和丁二醇，在2020年至2022年期間由於供應鏈受阻價格有所上漲，此後逐漸恢復正常水平。月桂醇硫酸酯鈉在過去五年年保持相對穩定，受能源危機影響，2021年價格出現上漲。橄欖油由於主要依賴進口，價格波動較大，自2020年以來，由於主要產區氣候環境影響，產量降低，橄欖油價格持續上漲。

數據源和可靠性

就[編纂]而言，我們已聘請獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文對我們經營所在行業進行分析並編製行業報告，委託費為人民幣520千元。弗若斯特沙利文於1961年創立，是一家獨立的全球諮詢公司，服務範圍包括對各種行業進行行業研究並編製行業報告。本文件中披露的弗若斯特沙利文資料乃經其同意後摘錄自弗若斯特沙利文報告。

行 業 概 覽

在匯編及編製弗若斯特沙利文報告的過程中，弗若斯特沙利文採用了以下主要方法來收集多種信息來源、驗證所收集的數據和資料及對每位受訪者的資料和陳述進行交叉核驗：(i)詳細的一手研究，涉及與領先的行業參與者及行業專家討論行業現狀；及(ii)二手研究，涉及利用弗若斯特沙利文自有研究數據庫審查公司報告、獨立研究報告及數據。

在設計及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文已假定預測期內相關市場的社會、經濟及政治環境保持穩定，以確保中國皮膚及個人護理行業以及相關行業的穩定健康發展。此外，弗若斯特沙利文的預測乃基於以下基礎及假設：中國經濟在未來十年將保持平穩增長，且社會、經濟及政治環境在預測期內保持穩定。此外，中國皮膚及個人護理行業以及其他相關行業預計將按照相關宏觀經濟假設發展。我們的董事確認，經合理地審慎考慮後，自弗若斯特沙利文報告出具之日起至今，整體市場信息並未發生任何致使該等信息構成實質性限制、互相矛盾或產生重大影響的重大不利變化。

監管概覽

有關化妝品的法規

化妝品生產及銷售

根據於2021年1月1日施行的《化妝品監督管理條例》(中華人民共和國國務院令第727號)及於2022年1月1日施行的《化妝品生產經營監督管理辦法》(國家市場監督管理總局令第46號)，化妝品註冊人及備案人可自行生產化妝品或委託其他企業生產化妝品。若委託生產化妝品，化妝品註冊人或備案人應當委託取得相應化妝品生產許可的企業，並對受委託企業的生產活動進行監督，保證其按照法定要求生產化妝品。化妝品經營者應當依照有關法律法規的規定和化妝品標籤標示的要求儲存和運輸化妝品，定期檢查並及時處理變質或過期的化妝品。電商平台的化妝品經營者應當全面、真實、準確和及時披露所經營化妝品的資訊。化妝品廣告的內容應當真實和合法。化妝品廣告不得明示或暗示產品具有任何醫療效果，不得含有虛假或誤導性內容，不得欺騙或誤導消費者。化妝品註冊人或備案人化妝品存在可能危害人體健康的質量缺陷或其他問題時，應當立即停止生產，召回已上市銷售的化妝品，通知相關化妝品經營者和消費者停止經營和使用，並記錄召回和通知情況。化妝品註冊人或備案人應當對召回的化妝品採取補救措施、進行無害處理或銷毀，並向其所在地的省、自治區、直轄市人民政府藥品監督管理部門報告召回和處理情況。此外，化妝品新原料指在中國境內首次用於化妝品的天然或人工成分。具防腐、防曬、著色、染髮、祛斑及美白功能的化妝品新原料，應當由化妝品新原料註冊人而非化妝品註冊人在使用前向國務院藥品監督管理部門註冊；其他化妝品新原料應當由化妝品新原料備案人在使用前向國務院藥品監督管理部門備案。

根據於2022年7月1日施行的《化妝品生產質量管理規範》(國家藥監局公告2022年第1號)，化妝品註冊人、備案人及受託生產企業應當誠信自律，按照該規定要求建立生產質量管理體系，實現對化妝品物料採購、生產、檢驗、儲存、銷售和召回等全過程的控制和追溯，確保持續穩定生產出符合質量安全要求的化妝品。

監管概覽

根據於2016年12月1日施行的《化妝品安全技術規範(2015年版)》(國家食品藥品監督管理總局公告2015年第268號)，化妝品生產應當符合化妝品生產規範的要求，化妝品的生產過程應科學合理，以確保產品安全。化妝品上市前應進行檢驗，化妝品應符合產品質量安全相關要求，經檢驗合格後方可出廠。

根據於2022年5月1日施行的《化妝品標籤管理辦法》(國家藥監局公告2021年第77號)，化妝品最小銷售單元應當附加標籤。標籤應當符合相關法律、行政法規、部門規章、強制性國家標準及技術規範的規定。標籤內容應當合法、真實、完整和準確，並與產品註冊或備案的相關內容一致。

根據於2023年9月1日施行的《化妝品網絡經營監督管理辦法》(國家藥品監督管理局公告2023年第36號)，化妝品電商平台經營者應當依法承擔管理平台化妝品經營者的責任，建立並有效實施化妝品質量安全管理制度，包括實名登記、日常查驗、違法行為制止及舉報、投訴申訴處理等。平台化妝品經營者應當建立並執行進貨查驗記錄制度，查驗直接供應商的市場主體登記證明、特殊化妝品註冊證或普通化妝品備案資料及化妝品產品質量檢驗合格證明，並保存相關憑證。平台內化妝品經營者應當履行化妝品信息披露的義務，全面、真實、準確、清晰和及時披露與註冊或備案資料一致的化妝品標籤等資料，積極配合化妝品電商平台經營者開展日常檢查、監管公開資料自查等質量安全管理活動，並且應當依照有關法律法規的規定和化妝品標籤標示的要求儲存和運輸化妝品，定期檢查並及時處理變質或超過使用期限的化妝品。

化妝品註冊及備案

根據於2021年5月1日施行的《化妝品註冊備案管理辦法》(國家市場監督管理總局令第35號)，化妝品及化妝品新原料註冊人或備案人申請註冊或進行備案時，應當遵守有關法律、行政法規、強制性國家標準和技術規範的要求，對所提交資料的真實性和科學性負責，包括(但不限於)須遵守於2021年5月1日施行的《化妝品註冊

監管概覽

備案資料管理規定》(國家藥監局公告2021年第32號)、《化妝品新原料註冊備案資料管理規定》(國家藥監局公告2021年第31號)、《化妝品分類規則和分類目錄》(國家藥監局公告2021年第49號)、《化妝品安全評估技術導則(2021年版)》(國家藥監局公告2021年第51號)、《化妝品功效宣稱評價規範》(國家藥監局公告2021年第50號)和於2022年1月1日施行的《兒童化妝品監督管理規定》(國家藥監局公告2021年第123號)及於2019年9月3日施行的《化妝品註冊和備案檢驗工作規範》(國家藥監局公告2019年第72號)等所載的要求。化妝品及化妝品新原料註冊人及備案人應當依法履行產品註冊或備案義務，對化妝品及化妝品新原料的質量安全負責。

根據於2010年4月1日起施行的《國家食品藥品監督管理局關於印發〈化妝品行政許可申報受理規定〉的通知》(國食藥監許[2009]856號)及自2009年4月3日起施行的《國家食品藥品監督管理局關於加強國產非特殊用途化妝品備案管理工作的通知》(國食藥監許[2009]118號)，國產特殊用途化妝品必須按照行政許可管理規定，國產非特殊用途化妝品必須按照備案管理規定。

根據於2021年5月1日施行的《化妝品註冊備案資料管理規定》(國家藥監局公告2021年第32號)，申請特殊化妝品註冊時應當提交符合化妝品功效宣稱評價相關規定的人體功效試驗報告。普通化妝品的生產企業已取得所在國家或地區政府監管部門頒發的產品質量管理體系認證，且產品安全風險評估結果能夠充分確認產品的安全性，可免於提交該普通化妝品的毒理學試驗報告，但下列情形除外：(i)相關產品供嬰幼兒和兒童使用；(ii)產品使用尚在安全監測中的化妝品新原料；或(iii)根據量化分級評分結果，產品註冊人、境內責任人、生產企業被列為重點監管對象。企業對屬於上述情形的普通化妝品及中國相關法律法規要求的特殊化妝品，應當提交毒理學試驗報告，而其他普通化妝品只要符合上述要求，企業可免於提交毒理學試驗報告。

監管概覽

有關廣告的法規

根據於2021年4月29日施行的《中華人民共和國廣告法》(中華人民共和國主席令第81號)，通過特定媒介和形式從事商業廣告活動，直接或間接介紹其推廣的商品或服務的中國境內商品經營者或服務提供者，應當遵守本法。該法同時規定廣告主、廣告經營者、廣告發佈者及廣告代言人的義務。廣告不得含有虛假或引人誤解的內容，不得欺騙或誤導消費者，不得使用「國家級」、「最高級」、「最佳」等用語。廣告主應當對廣告內容的真實性負責。如廣告中表明推銷的商品或服務附帶贈品，應當明示贈品的品種、規格、數量、期限和方式。如廣告主違反前述要求，可責令停止發佈廣告並處以人民幣100,000元以下的罰款。

根據於2023年5月1日施行的《互聯網廣告管理辦法》(國家市場監督管理總局令第72號)，互聯網廣告應當具有可識別性，能夠使消費者辨明其為廣告。除法律、行政法規禁止發佈或變相發佈廣告的情形外，廣告主通過知識介紹、體驗分享、消費測評等形式推銷商品或服務，並附加購物連結等購買方式，應當顯著標明「廣告」。

有關外商投資的法規

根據於2023年12月29日最新修訂並將於2024年7月1日施行的《中華人民共和國公司法》(中華人民共和國主席令第15號)，公司可以採取有限責任公司或股份有限公司兩種形式。《公司法》亦適用於外商投資的有限責任公司和股份有限公司，但相關法律法規另有規定者除外。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就其認購的股份而依法注入的資本金額為限對公司承擔責任。

根據於2020年1月1日施行的《中華人民共和國外商投資法》(中華人民共和國主席令第26號)(以下簡稱「《外商投資法》」)，《外商投資法》的制定旨在進一步擴大開放，積極促進外商投資，保護外國投資者的合法權益，規範外商投資管理，推動形成全面開放新格局，促進社會主義市場經濟健康發展。外國的自然人、企業或其他組織可以直接或間接在中國境內進行投資活動。外商投資有權享受准入前國民待遇並受負面清單管理制度規限。准入前國民待遇指在投資准入階段給予外國投資者及其投資不低於本國投資者及其投資的待遇。中國對負面清單之外的外商投資，給予

監管概覽

國民待遇。負面清單管理制度指國家規定在特定領域對外商投資實施的准入特別管理措施。外國投資者不得投資於負面清單列明的任何禁止投資領域，並須滿足負面清單列明的條件後方可投資於任何受限制投資領域。

根據於2020年1月1日施行的《中華人民共和國外商投資法實施條例》(中華人民共和國國務院令第723號)，外國投資者、外商投資企業可以依照法律、行政法規或國務院的規定，享受財政、稅收、金融、用地等方面的優惠待遇。外國投資者以其在中國境內的投資收益在中國境內擴大投資的，依法享受相應的優惠待遇。根據於2021年1月18日施行的《外商投資安全審查辦法》(中華人民共和國國家發展和改革委員會、中華人民共和國商務部令第37號)，對影響或可能影響國家安全的外國投資者直接或間接在中國境內進行的投資活動進行安全審查。外商投資安全審查分為一般審查和特別審查。審查期間，當事人不得實施投資。外商投資通過安全審查決定的，當事人可以實施投資。

外商投資產業政策

外國投資者在中國境內的投資活動主要受中華人民共和國商務部(以下簡稱「商務部」)及國家發展和改革委員會(以下簡稱「國家發改委」)頒佈及不時修訂的《鼓勵外商投資產業目錄》(以下簡稱「《鼓勵目錄》」)及《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》(以下簡稱「《負面清單》」)，連同《外商投資法》及各自的實施細則及附屬條例規管。《鼓勵目錄》及《負面清單》列出在華外商投資的基本框架，將外商投資產業劃分為三類：「鼓勵」類、「限制」類及「禁止」類。未列入鼓勵目錄的行業通常被視為第四類「准許」類，惟受其他中國法律特別限制者除外。

根據於2023年1月1日施行的《鼓勵外商投資產業目錄(2022年版)》(中華人民共和國國家發展和改革委員會、中華人民共和國商務部令第52號)，鼓勵外商投資產業目錄包括全國鼓勵外商投資產業目錄和中西部地區外商投資優勢產業目錄，並廢止2020年12月27日施行的《鼓勵外商投資產業目錄(2020年版)》。根據於2024年11月1日施行的《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)》，外商投資企業在

監管概覽

中國境內投資，應符合外商投資准入負面清單的有關規定，並廢止2021年12月27日國家發改委及商務部發佈的《外商投資准入負面清單》(2021年版)。

有關產品責任的法規

根據全國人民代表大會常務委員會於1993年2月22日頒佈，並於2018年12月29日最新修正及施行的《中華人民共和國產品質量法》，禁止生產或銷售不符合保障人體健康和確保人身及財產安全之標準和要求的產品。產品不得存在危及人身及財產安全的不合理危險。若因缺陷產品造成身體傷害或財產損失，受害人可向產品製造商或銷售商要求賠償。不合規產品的製造商及銷售商可被勒令停止生產或銷售產品，並可被沒收產品及處以罰款。違反該等標準或要求的銷售盈利亦可被沒收，情節嚴重者之違法營業執照可被吊銷。2020年5月28日，全國人民代表大會頒佈《中華人民共和國民法典》(以下簡稱「《中國民法典》」)，並已於2021年1月1日生效及取代《中華人民共和國侵權責任法》、《中華人民共和國合同法》及中國若干其他基本民事法律。根據《中國民法典》，倘發現產品存在缺陷並危及他人人身及財產安全，受害人可要求產品的製造商或銷售商賠償。倘任何製造商或銷售商明知產品存在瑕疵仍製造或銷售，或產品流通後未能根據《中國民法典》的規定採取有效的補救措施而導致他人死亡或身體受嚴重損害，受害人有權要求懲罰性賠償。若運輸者或倉儲者等第三方之過失導致產品瑕疵而造成損害，製造商或銷售商支付賠償後，有權向相關第三方要求賠償。

消費者權益保護

根據於1994年1月1日施行並經最新修正於2014年3月15日施行的《中華人民共和國消費者權益保護法》(中華人民共和國主席令第7號)，消費者在購買、使用商品和接受服務時享有人身及財產安全不受損害的權利。消費者享有知悉其購買、使用的商品或者接受的服務的真實情況、自主選擇商品或者服務、公平交易、人格尊嚴、民族風俗習慣得到尊重的權利，並享有個人資訊依法得到保護的權利。經營者向消費者提供商品或者服務，應遵守此法。

監管概覽

根據於2019年1月1日施行的《中華人民共和國電子商務法》(中華人民共和國主席令第7號)，電子商務經營者指透過互聯網及其他信息網絡從事銷售商品或提供服務的商業活動的自然人、法人及非法人組織，包括電商平台經營者、平台內商業經營者，以及其他透過自建網站或其他網絡服務銷售商品或提供服務的電子商務經營者。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，履行消費者權利及權益保護、環境保護、知識產權保護、網絡安全及個人資料保護等方面的義務，承擔產品或服務質量責任，並接受政府和公眾的監督。根據2022年3月15日施行的《最高人民法院關於審理網絡消費糾紛案件適用法律若干問題的規定(一)》(法釋[2022]8號)，滿足相關情形下的電子商務經營者提供的格式條款無效，並對電子商務經營責任主體認定及直播營銷民事責任等方面作出規定。根據中國現行有效的有關產品責任的法律法規，本公司或須就產品缺陷對他人造成的損害承擔責任。

有關不正當競爭的法規

根據於1993年12月1日施行並於2019年4月23日最新修訂並施行的《中華人民共和國反不正當競爭法》(中華人民共和國主席令第29號)(以下簡稱「《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《反不正當競爭法》規定，擾亂市場競爭秩序，損害其他經營者或者消費者的合法權利及權益的行為。經營者在生產經營活動中，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德。經營者違反《反不正當競爭法》規定，將根據具體情節，承擔相應的民事責任、行政責任或刑事責任。

根據於1996年11月15日施行的《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》(中華人民共和國國家工商行政管理局令第60號)(以下簡稱「《禁止商業賄賂行為的規定》」)，商業賄賂是指經營者為銷售或者購買商品而向對方單位或個人提供金錢或財物或利用其他手段的行為，其他手段是指用作提供金錢或財物以外任何利益的手段。經營者以行賄手段銷售或者購買商品的，根據情節，可被處以罰款，沒收違法所得；構成犯罪的，依法追究刑事責任。

監管概覽

有關租賃的法規

根據於2020年1月1日施行的《中華人民共和國城市房地產管理法》(中華人民共和國主席令第32號)，租賃房屋時，出租人和承租人應當簽訂書面租賃合同，約定租賃期限、物業用途、租金、修繕責任等條款，以及雙方的其他權利和義務。出租人及承租人均須向房產管理部門辦理租賃登記備案。

根據《中國民法典》，承租人經出租人同意，可以將租賃物轉租給第三人。承租人轉租的，承租人與出租人之間的租賃合同繼續有效；第三人造成租賃物損失的，承租人應當賠償損失。承租人未經出租人同意轉租的，出租人可以解除合同。承租人經出租人同意將租賃物轉租給第三人，轉租期限超過承租人剩餘租賃期限的，超過部分的約定對出租人不具有法律約束力，但是出租人與承租人另有約定的除外。

根據於2011年2月1日施行的《商品房屋租賃管理辦法》(中華人民共和國住房和城鄉建設部令第6號)，房屋租賃當事人應當依法簽訂租賃合同，且租賃合同應於訂立後三十日內向市或縣級相關建設或房地產主管部門辦理登記備案。房屋租賃登記備案內容發生變化、續租或者租賃終止的，當事人應當在三十日內，到原租賃登記備案的部門辦理房屋租賃登記備案的變更、延續或者註銷手續。

有關境外直接投資的法規

2017年12月26日，國家發改委頒佈《企業境外投資管理辦法》(「國家發改委第11號令」)，於2018年3月1日生效。根據國家發改委第11號令，非敏感類項目需要向國家發改委地方分局備案。2014年9月6日，商務部頒佈了《境外投資管理辦法》，並於2014年10月6日生效。根據該等規定，中國內地企業的境外投資涉及非敏感國家和地區以及非敏感行業，必須向商務部當地分支機構備案。國家外匯管理局於2012年11月19日發佈了《國家外匯管理局關於進一步改進和調整直接投資外匯管理政策的通知》，並分別於2015年5月4日、2018年10月10日和2019年12月30日進行了修訂，規定中國內地企業必須在當地銀行進行境外直接投資登記。身為中國內地實體的股

監管概覽

東或實益擁有人須遵守有關海外投資的規定。未完成境外直接投資法規要求的備案或登記的，有關部門可責令其暫停或停止實施該項投資，並限期改正。

有關環境保護及工作安全的法規

環境保護

根據全國人大常委會於1989年12月26日發佈、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》(以下簡稱「《環境保護法》」)，任何在生產建設或者其他活動中排放或將排放污染物的實體，必須採取有效環境保護措施控制及妥善處理在該等活動中產生的廢氣、廢水、廢渣、粉塵、惡臭氣體、放射性物質、噪聲、振動以及電磁輻射等有害物質。

根據《環境保護法》，對環境有影響的建設項目應當進行環境影響評價。建設項目中防治污染的設施，必須與主體工程同時設計、同時施工、同時投產使用。未經政府主管部門批准，不得擅自拆除或者閒置該等設施。違反《環境保護法》的後果包括處以罰款、限期整改、強制停業或環境影響評價刑事處罰。

根據全國人大常委會於2002年10月28日發佈並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國環境影響評價法》，國務院實施環境影響評價，對建設項目按其對環境的影響程度進行分類。建設單位應當按照以下規定編製環境影響報告書、環境影響報告表或者填寫環境影響登記表：(i)可能造成重大環境影響的，應當編製環境影響報告書，對產生的環境影響進行全面評價；(ii)可能造成輕度環境影響的，應當編製環境影響報告表，對產生的環境影響進行分析或者專項評價；及(iii)對環境影響很小、不需要進行環境影響評價的，應當填寫環境影響登記表。

2020年11月30日，中華人民共和國生態環境部頒佈《建設項目環境影響評價分類管理名錄(2021年版)》(簡稱「《分類管理名錄(2021年版)》」)。

監管概覽

工作安全

根據全國人大常委會於2002年6月29日頒佈、並先後於2009年8月27日、2014年8月31日及2021年6月10日經修訂，並於2021年9月1日生效的《中華人民共和國安全生產法》規定，在中國從事生產經營活動的企業必須有計劃、有系統地建立安全生產目標和措施並改善勞動者的工作條件。生產經營單位亦須建立安全生產保護方案，以落實安全生產責任制。此外，生產經營單位必須安排安全生產培訓，並向員工提供符合國家標準或行業標準的勞動防護用品。

消防規管

根據全國人大常委會於1998年4月29日頒佈、於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國消防法》，以及住房和城鄉建設部於2020年4月1日頒佈、2023年4月21日最新修訂並自2023年10月30日起生效的《建設工程消防設計審查驗收管理暫行規定》，總建築面積大於2,500平方米的勞動密集型企業的生產車間及其他特殊建設工程的建設單位，必須向消防主管部門申請消防設計審查，並於建設工程完成後辦理消防驗收手續。其他建設工程的建設單位應在工程竣工驗收合格日起五個工作日內向主管部門辦理備案。

有關知識產權的法規

著作權

全國人大常委會於1990年9月7日頒佈《中華人民共和國著作權法》(以下簡稱「《著作權法》」)，自1991年6月1日起施行，並先後於2001年10月27日、2010年2月26日及2020年11月11日進行修訂，最新修訂自2021年6月1日起施行。2002年8月2日，國務院頒佈《中華人民共和國著作權法實施條例》，該條例於2013年1月30日最新修訂，並於2013年3月1日起施行。根據《著作權法》，中國公民、法人或其他組織於其可受著作權保護的作品(不論公佈與否)擁有著作權。著作權人享有若干法定權利，包括發表權、署名權及複製權。侵犯著作權人將須承擔各種民事責任，包括停止侵權活動、向著作權人道歉及賠償著作權人的損失。在嚴重情況下，侵犯著作權人亦可能遭處以罰款及／或面臨行政或刑事責任。為進一步實施國務院於2001年12月20

監管概覽

日頒佈、分別於2011年1月8日及2013年1月30日修訂的《計算機軟件保護條例》，國家版權局於2002年2月20日頒佈並於2004年6月18日修訂《計算機軟件著作權登記辦法》，訂明軟件著作權登記的詳細程序和規定。

商標

根據全國人大常委會於1982年8月23日頒佈，並分別於1993年2月22日、2001年10月27日、2013年8月30日及2019年4月23日修訂的《中華人民共和國商標法》，國務院工商行政管理部門負責中國內地商標註冊和管理的工作。國務院工商行政管理部門設立商標評審委員會，負責處理商標爭議事宜。註冊人可於註冊有效期屆滿前十二個月內申請續展註冊；在此期間未能及時辦理的，可以給予六個月的額外寬展期。註冊商標的有效期為十年，自核准註冊之日起計算。若註冊人未能在寬展期屆滿前申請，該註冊商標應予註銷。2014年4月29日，國務院頒佈經修訂的《中華人民共和國商標法實施條例》，訂明申請商標註冊及續期的規定。

專利

根據全國人大常委會於1984年3月12日頒佈，並分別於1992年9月4日、2000年8月25日、2008年12月27日及2020年10月17日修訂（最新修訂自2021年6月1日起施行）的《中華人民共和國專利法》（以下簡稱「《專利法》」），以及國務院於2001年6月15日頒佈，並分別於2002年12月28日、2010年1月9日及2024年1月20日修訂的《中華人民共和國專利法實施細則》（以下簡稱「《專利法實施細則》」），國務院專利行政部門負責管理全國專利相關工作，而省、自治區、直轄市人民政府管理專利工作的部門負責本行政區域內的專利管理工作。《專利法》及《專利法實施細則》規定了「發明」、「實用新型」及「外觀設計」三類專利。自申請日起計，發明專利有效期為二十年，實用新型專利有效期為十年，而自2021年6月1日起，申請日期在2021年6月1日之後的外觀設計專利有效期延長至十五年。

域名

2017年8月24日，工信部頒佈《互聯網域名管理辦法》（以下簡稱「《域名管理辦法》」），自2017年11月1日起施行。《域名管理辦法》規範域名註冊活動，例如中國國家頂級域名「.CN」。工信部是負責中國互聯網域名管理的主要監管機構，在其監督

監管概覽

下，中國互聯網絡信息中心(CNNIC)負責「.cn」域名及中文域名的日常管理，並採用「先申請先註冊」原則處理域名註冊。

有關外匯的法規

監管中國內地外匯的主要法規為國務院於1996年1月29日頒佈、1996年4月1日起施行，並先後於1997年1月14日及2008年8月5日修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》(以下簡稱「《外匯管理條例》」)。根據該條例，經常項目款項可在遵守若干程序規定的情況下，無須事先取得國家外匯管理局批准，即可以外幣支付。相反，倘人民幣轉換為外幣並匯出中國內地，以支付資本項目款項，則須取得相關政府機構的批准或進行登記。

2016年6月9日，國家外匯管理局頒佈《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》(以下簡稱「《16號文》」)。其核心政策與國家外匯管理局於2023年12月4日發佈關於進一步深化改革促進跨境貿易投資便利化的相關規定一致。《16號文》規定了有關資本項目外匯收入意願結匯的統一標準，適用於在中國註冊成立的所有企業。意願結匯是指資本項目外匯收入(包括外匯資本金、外債資金及境外上市調回資金)，凡經相關政策確認可實施意願結匯的，可根據境內機構的實際經營需要在銀行辦理結匯。外匯資本意願結匯比例暫定為100%。違反《16號文》規定者，可能根據《外匯管理條例》及相關規定面臨行政處罰。

此外，《16號文》規定，外商投資企業對於資本項目外匯收入的使用應遵守真實、自用原則，並在企業經營範圍之內使用。外商投資企業的資本項目外匯收入及其結匯所得人民幣資金不得用於以下用途：(i)直接或間接用於企業經營範圍之外或國家法律法規禁止的支出；(ii)直接或間接用於證券投資或除銀行保本產品之外的投資理財，除非其經營範圍另有明確許可；(iii)用於向非關聯企業發放貸款，除非其經營範圍明確許可；及(iv)用於購買或建設非自用的房產(房地產企業除外)。

根據於2019年10月23日頒佈並於2023年12月4日最新修訂的《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》(以下簡稱「《28號文》」)，《28號文》規

監管概覽

定，非投資性外商投資企業在不違反負面清單且境內所投項目真實、合規的前提下，可依法以資本金進行境內股權投資。此外，《28號文》規定，特定試點地區內符合條件的企業，將其資本金、外債及境外上市收入等資本項目收入用於境內支付時，無須事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。

國家外匯管理局於2020年4月10日頒佈《國家外匯管理局關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》(以下簡稱「《8號文》」)。根據《8號文》，在確保資金使用真實合規並符合現行資本項目收入使用管理規定的前提下，允許符合條件的企業將資本金、外債和境外上市等資本項目收入用於境內支付時，無須事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。

國家外匯管理局於2023年12月4日頒佈《關於進一步深化改革促進跨境貿易投資便利化的通知》(以下簡稱「《28號文》」)。根據該通知，廣東(含深圳)符合條件的高新技術、「專精特新」及科技型中小企業，可在不超過等值10百萬美元的額度內自主借用外債。《28號文》取消了境內企業境外直接投資前期費用累計匯出額不得超過等值3百萬美元的限制，僅保留累計匯出額不得超過中方擬投資總額的15%。

有關稅務的法規

企業所得稅

根據於2008年1月1日施行並經最新修正於2018年12月29日施行的《中華人民共和國企業所得稅法》(中華人民共和國主席令第23號)(以下簡稱「《企業所得稅法》」)及於2008年1月1日施行並於2019年4月23日修訂及施行《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(中華人民共和國國務院令第714號)，在中華人民共和國境內，企業和其他取得收入的組織應繳納企業所得稅。根據《企業所得稅法》，將企業分為居民企業和非居民企業。居民企業指在中國境內成立，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企業，該等企業就其全球收入按25%的統一稅率繳納企業所得稅。其亦規定，符合條件的「小型微利企業」，減按20%的稅率徵收企業所得稅。

監管概覽

稅，而中國政府需要重點扶持的「高新技術企業」，減按15%的稅率徵收企業所得稅。在若干情況下，企業所得稅可免徵或者減徵，或可能享有優惠企業所得稅率。

增值稅

根據於1994年1月1日施行並經最新修訂於2017年11月19日施行的《中華人民共和國增值稅暫行條例》(中華人民共和國國務院令第691號)以及於1993年12月25日施行並經最新修訂於2011年11月1日施行的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》(中華人民共和國財政部令第65號)，於中國境內從事銷售貨物、提供加工、維修及更換服務或進口貨物的企業或個別人士應繳付增值稅。除非另有所示，銷售貨物及銷售服務的增值稅稅率分別為17%及6%。

根據於2018年5月1日施行的《財政部、稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》(財稅[2018]32號)(以下簡稱「《32號文》」)，(i)發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用17%和11%稅率者，稅率分別調整為16%、10%；(ii)購進農產品，原適用11%稅率者，扣除率調整為10%；(iii)購進用於生產銷售或委託加工貨物的農產品稅率為16%者，按照12%的扣除率計算進項稅額；(iv)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%；及(v)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%。另外，根據於2019年4月1日施行的《財政部、稅務總局、海關總署關於深化增值稅改革有關政策的公告》(中華人民共和國財政部、國家稅務總局、中華人民共和國海關總署公告2019年第39號)，增值稅一般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%。

城市維護建設稅及教育費附加

根據於2021年9月1日施行的《中華人民共和國城市維護建設稅法》(中華人民共和國主席令第51號)，凡繳納消費稅、增值稅的納稅人，都是城市維護建設稅的納稅人，應當按根據本辦法繳納城市維護建設稅。納稅人所在地在市區的，稅率為7%，納稅人所在地在縣城、鎮的，稅率為5%，納稅人所在地不在市區、縣城或鎮的，稅率為1%。

監管概覽

根據於1986年7月1日施行並於2011年1月8日最新修訂及施行的《徵收教育費附加的暫行規定》(中華人民共和國國務院令第588號)，凡繳納消費稅、增值稅、營業稅的納稅人，都應當繳納教育費附加。教育費附加以各單位和個人實際繳納的增值稅、營業稅、消費稅的稅額為計徵依據，教育費附加率為3%，分別與增值稅、營業稅、消費稅同時繳納。其亦規定，企業繳納的教育費附加，一律在銷售收入(或營業收入)中支付。

印花稅

根據於2022年7月1日施行的《中華人民共和國印花稅法》(中華人民共和國主席令第89號)，所有書立應稅憑證、進行證券交易的單位和個人都為印花稅的納稅人。應納稅憑證包括書面合同(借款合同、融資租賃合同、買賣合同、承攬合同、建設工程合同、運輸合同、技術合同、租賃合同、倉儲合同、保管合同、財產保險合同)、產權轉移書據、營業賬簿、證券交易等。

有關僱傭及社會福利的法規

根據於2008年1月1日施行並經最新修訂於2013年7月1日施行的《中華人民共和國勞動合同法》(中華人民共和國主席令第73號)(以下簡稱「《勞動合同法》」)以及於2008年9月18日施行的《中華人民共和國勞動合同法實施條例》(中華人民共和國國務院令第535號)(以下簡稱「《勞動合同法實施條例》」)，建立勞動關係，應當訂立書面勞動合同。用人單位自用工之日起超過一個月不滿一年未與僱員訂立書面僱用合同者，用人單位須與僱員訂立書面僱用合同予以糾正，並向僱員支付由建立用人關係當日起滿一個月之次日至訂立書面用人合同之前一日期間員工薪金的雙倍金額。《勞動合同法》及《勞動合同法實施條例》亦規定若干終止情況下支付的補償。此外，用人單位擬執行與僱員訂立的用人合同或不競爭協議的不競爭條文，須自勞動合同終止或屆滿後的限制期內，向僱員每月支付賠償。在大多數情況下，用人單位亦須在終止用人關係後，向僱員支付遣散費。

根據於2011年7月1日施行並經2018年12月29日修訂並施行的《中華人民共和國社會保險法》(中華人民共和國主席令第25號)(以下簡稱「《社會保險法》」)、於1999年1月22日施行並經2019年3月24日最新修訂並施行的《社會保險費徵繳暫行條例》

監管概覽

(中華人民共和國國務院令第710號)，以及於1999年4月3日施行並經2019年3月24日最新修訂並施行的《住房公積金管理條例》(中華人民共和國國務院令第710號)(以下簡稱「《公積金管理條例》」)，中國企業須參加若干僱員福利計劃，包括社會保險基金和住房公積金，並向基金作出供款，金額相等於企業經營業務所在地或企業所在地的地方政府不時訂明的僱員薪金的若干百分比。

根據《社會保險法》，用人單位應當自註冊成立之日起三十日內憑營業執照、登記證書或者單位印章，向當地社會保險經辦機構申請辦理社會保險登記，用人單位應當自用工之日起三十日內為其職工向社會保險經辦機構申請辦理社會保險登記。用人單位若不辦理社會保險登記，由社會保險行政部門責令限期改正；若逾期不改正，對用人單位處應繳社會保險費數額最少一倍但最高三倍的罰款，對其直接負責的主管人員和其他直接責任人員處以最少人民幣500元但最高人民幣3,000元的罰款。此外，用人單位應當自行申報、按時足額繳納社會保險費，非因不可抗力等法定事由不得緩繳、減免。用人單位未按時足額繳納社會保險費者，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；若逾期仍不繳納，由有關行政部門處欠繳數額最少一倍但最高三倍的罰款。

根據《公積金管理條例》，新設立的企業單位應當自設立之日起30日內到住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，並自登記之日起20日內，為其單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續。違反相關規定的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處以最少人民幣10,000元但最高人民幣50,000元的罰款。單位亦應當按時、足額繳存住房公積金，不得逾期繳存或者少繳。單位逾期不繳或者少繳

監管概覽

住房公積金供款者，由住房公積金管理中心責令限期繳存；若逾期仍不繳存，可以申請人民法院強制執行。

有關境外證券發行及上市的法律法規

根據於2023年3月31日施行的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(中國證券監督管理委員會公告[2023]43號)(以下簡稱「《境外上市試行辦法》」)和五項相關指引，《境外上市試行辦法》引入了新的備案制度，要求直接及間接境外發行上市的境內企業向中國證監會備案，報送備案報告、法律意見書等有關材料。《境外上市試行辦法》規定，有下列情形之一的，明確禁止境外上市發行：(i)法律、行政法規或者國家有關規定明確禁止上市融資的；(ii)經國務院有關主管部門依法審查認定，境外發行上市可能危害國家安全的；(iii)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的；(iv)境內企業因涉嫌犯罪或者重大違法違規行為正在被依法立案調查，尚未有明確結論意見的；(v)控股股東或者受控股股東、實際控制人支配的股東持有的股權存在重大權屬糾紛的。境內企業境外發行上市活動，應當嚴格遵守外商投資、網絡安全、數據安全等國家安全法律、行政法規和有關規定，切實履行維護國家安全的義務。涉及安全審查的，應當在向境外證券監督管理機構、交易場所等提交發行上市申請前依法履行相關安全審查程序。

根據於2023年3月31日施行的《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》(中國證券監督管理委員會、財政部、國家保密局、國家檔案局公告[2023]44號)，境內企業向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供、公開披露，或者通過其境外上市主體等提供、公開披露涉及國家秘密、國家機關工作秘密的文件、資料的，應當依法報有審批權限的主管部門批准，並報同級保密行政管理部門備案。境內企業向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供會計檔案或會計檔案複印件的，應當按照國家有關

監管概覽

規定履行相應程序。為境內企業境外發行上市提供相關證券服務的證券公司、證券服務機構在境內形成的工作底稿等檔案應當存放在中國境內。需要出境的，按照國家有關規定辦理審批手續。

有關網絡安全、數據保護及隱私保護的法規

2016年11月7日頒佈、並於2025年10月28日修訂，自2026年1月1日起施行的《中華人民共和國網絡安全法》(以下簡稱「《網絡安全法》」)規定，建設、運營網絡或者通過網絡提供服務，應當依照法律、行政法規的規定和國家標準的強制性要求，採取技術措施和其他必要措施，保障網絡安全、穩定運行，有效應對網絡安全事件，防範網絡違法犯罪活動，維護網絡數據的完整性、保密性和可用性。《網絡安全法》強調，任何使用網絡的個人和組織不得危害網絡安全，亦不得利用網絡從事危害國家安全、擾亂經濟秩序和社會秩序，以及侵害他人名譽、隱私、知識產權和其他合法權益等違法活動。該法同時重申了其他現行法規中關於個人信息保護的基本原則與要求。若違反《網絡安全法》規定與要求，網絡服務提供者可能面臨整改、警告、罰款、沒收違法所得、吊銷業務許可證、停業整頓、關閉網站，甚至刑事責任。

於2021年6月10日經第十三屆全國人民代表大會常務委員會第二十九次會議通過、並於2021年9月1日正式施行的《中華人民共和國數據安全法》(以下簡稱「《數據安全法》」)規定，數據處理者建立健全全流程數據安全管理制度，組織開展數據安全教育培訓，採取相應的技術措施和其他必要措施，保障數據安全。數據處理者利用互聯網等信息網絡開展數據處理活動，應當在網絡安全等級保護制度的基礎上，履行上述數據安全保護義務。違反《數據安全法》規定及要求者，數據處理者可能面臨整改、警告、罰款、停業整頓、吊銷業務許可證甚至刑事責任。

於2020年5月28日經全國人民代表大會通過、並於2021年1月1日起正式施行的《中華人民共和國民法典》規定，自然人的個人信息受法律保護。任何組織或者個人需要獲取他人個人信息的，應當依法取得並確保信息安全，不得非法收集、使用、處理、傳輸他人個人信息，不得非法買賣、提供或者公開他人個人信息。

監管概覽

於2015年8月29日經全國人民代表大會常務委員會通過、並於2015年11月1日起正式施行的《中華人民共和國刑法修正案(九)》規定，違反國家有關規定，向他人出售或者提供公民個人信息，應當依法追究刑事責任。

於2021年8月20日經第十三屆全國人民代表大會常務委員會第三十次會議通過、並於2021年11月1日起正式施行的《中華人民共和國個人信息保護法》(以下簡稱「《個人信息保護法》」)重申了個人信息處理者處理個人信息的適用情形及相關要求，並明確規定了個人信息處理者的義務。違反《個人信息保護法》規定及要求的個人信息處理者可能面臨整改、警告、罰款、責令暫停相關業務、吊銷業務許可證、記入相關信用檔案，甚至刑事責任。

此外，由工業和信息化部於2013年7月16日頒佈、並於2013年9月1日起正式施行的《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》對互聯網信息服務提供者收集、使用個人信息及應採取的安全措施作出了詳細要求。「個人信息」包括用戶姓名、出生日期、身分證件號碼、住址、電話號碼、賬號和密碼等能夠單獨或者與其他信息結合識別用戶的信息以及用戶使用服務的時間、地點等信息。互聯網信息服務提供者收集及使用用戶個人信息，應經用戶同意，並遵循合法、正當、必要的原則，並應當明確告知用戶收集、使用信息的目的、方式和範圍。互聯網信息服務提供者及其工作人員對在提供服務過程中收集、使用的用戶個人信息應當嚴格保密，不得洩露、篡改或者毀損，不得出售或者非法向他人提供。互聯網信息服務提供者亦應對其工作人員進行用戶個人信息保護相關知識、技能和安全責任培訓。

2021年12月28日，包括網信辦在內的13個政府部門聯合頒佈《網絡安全審查辦法》，該等辦法於2022年2月15日生效。根據《網絡安全審查辦法》，關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務，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，應當按照該辦法進行網絡安全審查。關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務的，應當預判該產品和服務投入使用後可能帶來的國家安全風險。影響或者可能影響國家安全的，應當向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查，並於申請時提交國家安全潛在影響分析報告。此外，掌握超過100萬用戶個人

監管概覽

信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。若任何網絡產品、服務及數據處理活動影響或可能影響國家安全，網信辦可主動進行網絡安全審查。

中華人民共和國國務院於2024年9月24日頒佈、並於2025年1月1日起正式施行的《網絡數據安全管理條例》規定，處理1,000萬人以上個人信息的網絡數據處理者，應當明確網絡數據安全負責人和網絡數據安全管理機構。網絡數據安全負責人應當具備網絡數據安全專業知識和相關管理工作經歷，由網絡數據處理者管理層成員擔任，有權直接向有關主管部門報告網絡數據安全情況。網絡數據安全管理機構應當履行下列網絡數據安全保護責任：(1)制定實施網絡數據安全管理制度、操作規程和網絡數據安全事件應急預案；(2)定期組織開展網絡數據安全風險監測、風險評估、應急演練、宣傳教育培訓等活動，及時處置網絡數據安全風險和事件；(3)受理並處理網絡數據安全投訴、舉報。

此外，2024年3月22日，國家互聯網信息辦公室發佈《促進和規範數據跨境流動規定》。依據規定，數據處理者向境外提供數據，符合下列條件之一的，應當通過所在地省級網信部門向國家網信部門申報數據出境安全評估：(一)關鍵信息基礎設施運營者向境外提供個人信息或者重要數據；(二)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者向境外提供重要數據；(三)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者，自當年1月1日起累計向境外提供10萬人以上、不滿100萬人個人信息(不含敏感個人信息)或者不滿1萬人敏感個人信息的；(四)國家互聯網信息辦公室規定的其他需要開展數據跨境傳輸安全評估的情形。

歷史、發展和公司架構

概述

我們是半畝花田(Dream Garden)，一個因持續高速增長、多品類拓展而在行業中脫穎而出的中國皮膚及個人護理品牌。我們於2010年成立於中國「玫瑰之鄉」山東濟南，從誕生之初就致力於「花植」的研究，並確立了「以花悅膚」的品牌理念。

品牌歷史可追溯至2010年，創始人兼董事長亓先生創立半畝花田品牌。關於創始人亓先生的詳細履歷，請參閱本文件「董事、監事及高級管理人員」章節。2018年6月，本公司於中國註冊成立為有限責任公司，並於2025年12月更名為山東花物堂化妝品股份有限公司，完成股份制改制。

發展里程碑

下表概述了我們業務發展的關鍵里程碑：

年份	里程碑
2010年	創立半畝花田品牌
2012年	推出首款身體乳產品
2015年	推出首款身體磨砂膏產品
2018年	本公司於在廣東省廣州市設立供應鏈中心，以強化供應鏈整合能力
2019年	我們推出首款清潔慕斯產品一米醇氨基酸潔面慕斯 我們開始聘請品牌代言人以提升品牌知名度
2021年	我們在山東省濟南市設立了原材料加工廠，於上海市設立產品開發中心，並在廣東省廣州市建立高標準的產品配方功效測試中心 我們開始通過線下銷售渠道銷售產品
2023年	我們推出第一代美白系列身體乳產品
2024年	我們的清潔產品榮獲抖音618購物節身體洗護行業榜榜首殊榮

歷 史 、 發 展 和 公 司 架 構

年 份

里 程 碑

2025年 推出新旗艦產品鮮花花萃系列洗髮水

主要子公司

現列示往績記錄期內對經營業績作出重大貢獻的子公司信息：

子 公 司 名 稱	主 營 業 務	成 立 日 期	註 冊 地	股 本	持 股 比 例
濟南遠志	化妝品產業鏈運營涵蓋研發、生產、全渠道銷售及配套服務	2017年8月29日	中國	人民幣 2,000,000元	100%
濟南頤美	化妝品品牌運營及全渠道銷售，涵蓋研發、供應鏈及配套業務服務	2016年12月8日	中國	人民幣 1,000,000元	100%
濟南天雄	以化妝品及多品類產品銷售，配套開展生物技術研究、開發、進出口及商業服務	2017年5月8日	中國	人民幣 1,000,000元	100%
濟南盈澤	化妝品及相關產品的銷售，以及配套技術的研究、開發、進出口及商業服務	2020年7月6日	中國	人民幣 1,000,000元	100%
濟南澤潤	護膚原料的研發、生產，以及化妝品生產相關技術服務與產品銷售	2020年7月9日	中國	人民幣 30,000,000元	100%

歷史、發展和公司架構

本公司創立與發展歷程

(1) 公司成立

本公司於2018年6月21日依據中國法律註冊成立為有限責任公司，註冊資本為人民幣5百萬元。成立時本公司資本結構如下：

股東	認繳 註冊資本 (人民幣)	持股比例 (%)
亓先生	3,000,000	60.00
商女士 ^註	2,000,000	40.00
總計	5,000,000	100.00

註：商女士系亓先生之配偶。

(2) 2020年11月增資情況

2020年11月，由亓先生與商女士分別持股60%、40%的控股平台珠海坤澤，聯合海南花之效、珠海邦華、海南瑾妍(均為本公司員工持股平台)分別認購本公司增資人民幣2.5百萬元、人民幣1百萬元、人民幣1百萬元、人民幣0.5百萬元註冊資本。增資完成後，公司註冊資本增至人民幣10百萬元，由亓先生、商女士、珠海坤澤、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍分別持有30%、20%、25%、10%、10%及5%股權。

(3) 2021年11月及2022年2月股權轉讓

2021年11月，亓先生與商女士各自將其持有的本公司註冊資本人民幣2百萬元轉讓給珠海坤澤，轉讓代價為該等轉讓註冊資本的等值金額，而商女士不再是本公司股東。為理順本公司股權結構，在2022年2月，珠海坤澤將所持本公司註冊資本人民幣2.8百萬元轉讓給亓先生。

歷史、發展和公司架構

完成上述增資及股權轉讓後，本公司資本結構如下：

股東	認繳 註冊資本 (人民幣)	持股比例 (%)
亓先生	3,800,000	38.00
珠海坤澤	3,700,000	37.00
海南花之效	1,000,000	10.00
珠海邦華	1,000,000	10.00
海南瑾妍	500,000	5.00
合計	10,000,000	100

(4) 2023年12月增資

2023年12月，亓先生與珠海坤澤分別認購增資註冊資本人民幣1.2百萬元及人民幣0.8百萬元。各自支付的代價等於該等轉讓註冊資本金額。同時，本公司員工持股平台海南胤睿與三亞軒邦分別認購增資人民幣2百萬元及人民幣1百萬元。增資完成後，本公司註冊資本增至人民幣15百萬元。

(5) 2025年8月增資

2025年8月，另外兩家員工持股平台公司—濟南花之源和濟南花之悅—分別認購了人民幣3,450,956元和人民幣1,510,257元的增資註冊資本，代價為該等轉讓註冊資本的等值金額。增資完成後，本公司註冊資本增至人民幣19,961,213元。

(6) 2025年12月轉制為股份有限公司

2025年11月4日，本公司股東會議決議批准將公司由有限責任公司變更為股份有限公司。根據2025年11月4日簽署的發起人協議，全體當時股東同意將本公司截至2025年8月31日的淨資產價值人民幣266,980,005.58元轉換為19,961,213股本公司股份，每股面值人民幣1.00元，由全體當時股東按轉換前各自持股比例認購，剩餘淨資產價值計入本公司資本公積，本公司名稱變更為山東花物堂化妝品股份有限公司。

歷史、發展和公司架構

司。本次轉換於2025年12月12日完成。轉換完成後，本公司股本為人民幣19,961,213元，分為19,961,213股，每股面值人民幣1.00元，股權結構如下：

股東	持有的 本公司股份 (人民幣)	持股比例 (%)
亓先生	5,000,000	25.05
珠海坤澤	4,500,000	22.54
濟南花之源	3,450,956	17.29
海南胤睿	2,000,000	10.02
濟南花之悅	1,510,257	7.57
海南花之效	1,000,000	5.01
珠海邦華	1,000,000	5.01
三亞軒邦	1,000,000	5.01
海南瑾妍	500,000	2.50
合計	19,961,213	100.00

(7) 2025年12月股份轉讓

2025年12月，為進一步理順本公司股權架構，三亞軒邦已將本公司股本中人民幣392,838元股份轉讓予亓先生，相當於約1.97%的股權權益，轉讓代價為等值於該轉讓股本之金額。

(8) A輪融資

2026年1月，我們完成了A輪融資，根據協議，宿遷華泰產發科技股權投資基金（有限合夥）（「宿遷華泰」）、南京華泰鳳凰股權投資母基金（有限合夥）（「南京華泰」）、Discounter Seed HK Investment Limited（「Discounter Seed HK」）、青島茂達創業投資合夥企業（有限合夥）（「青島茂達」）及溫州源飛翼展創業投資合夥企業（有限合夥）（「溫州源飛翼展」）分別認購增資後股本人民幣349,318元、人民幣149,708元、人民幣299,418元、人民幣124,756元及人民幣74,855元，代價分別為人民幣69,999,834.02元、人民幣29,999,986.12元、人民幣60,000,373.02元（等值美元）、人民幣24,999,854.84元及人民幣15,000,193.45元。詳情請參閱本節「一[編纂]」。據此，本公司股本增至人民幣20,959,268元。

歷史、發展和公司架構

(9) A+輪融資

2026年1月，我們完成了A+輪融資，根據協議，上海房角石管理諮詢有限公司認購新增股本人民幣24,951元，代價為人民幣4,999,930.89元。詳情請參見本節「一[編纂]」。因此，本公司的資本增至人民幣20,984,219元。

(10) 股份拆細

根據本公司於2026年1月15日舉行之股東大會決議，緊接[編纂]前，本公司每股面值人民幣1.00元之股份將拆細為五股每股面值人民幣0.20元之股份（「股份拆細」）。股份分割完成後，本公司股本將劃分為104,921,095股，每股面值人民幣0.20元，惟不計及將為[編纂]而發行的新股份。

重大收購、出售及合併

在往績記錄期及截至最後實際可行日期，本公司未進行任何重大收購、出售或合併。

[編纂]

下表概述了[編纂]對本公司進行的[編纂]的關鍵條款：

[編纂]姓名	協議日期	代價結算日期	認購股本金額	代價	每股成本	較[編纂] 折讓 ⁽¹⁾	本公司[編纂] 持股比例 (假設[編纂] 未被行使)
宿遷華泰	2025年12月31日	2026年1月4日	人民幣349,318元	人民幣69,999,834.02元	人民幣40.08元	[編纂]%	[編纂]%
南京華泰	2025年12月31日	2026年1月4日	人民幣149,708元	人民幣29,999,986.12元	人民幣40.08元	[編纂]%	[編纂]%
Discounter Seed HK	2025年12月31日	2026年1月13日	人民幣299,418元	人民幣60,000,373.02元	人民幣40.08元	[編纂]%	[編纂]%
青島茂達	2025年12月31日	2026年1月4日	人民幣124,756元	人民幣24,999,854.84元	人民幣40.08元	[編纂]%	[編纂]%
溫州源飛翼展	2025年12月31日	2026年1月4日	人民幣74,855元	人民幣15,000,193.45元	人民幣40.08元	[編纂]%	[編纂]%
上海房角石	2026年1月13日	2026年1月13日	人民幣24,951元	人民幣4,999,930.89元	人民幣40.08元	[編纂]%	[編纂]%

註：

- (1) 按每股H股[編纂]港元（即[編纂]港元至[編纂]港元指示性[編纂]區間的中間價）的[編纂]計算。
- (2) 根據已付代價及股份拆細後之股份數目計算。於2026年1月15日，本公司股東大會批准將每股面值人民幣1.00元之股份拆細為五股每股面值人民幣0.20元之股份。股份拆細後，本公司股份總數將為104,921,095股。

歷史、發展和公司架構

[編纂]的主要條款及[編纂]的權利

下表列明[編纂]的其他主要條款：

[編纂]的[編纂]用途

我們利用[編纂][編纂]用於集團主營業務，包括但不限於集團業務的增長與擴展以及一般營運資金用途。截至最後實際可行日期，本公司從[編纂]募集的資金尚未被使用。

代價確定依據

[編纂]的投資的考量因素，是基於各[編纂]與本集團在充分考慮投資時機、本公司業務運營狀況及發展前景後，經公平協商確定的。

鎖定期

根據適用的中國法律，在[編纂]後的12個月內，所有現有股東（包括[編纂]）不得處置其在[編纂]前持有的任何股份。

[編纂]的特殊權利

[編纂]被授予慣例特殊權利，包括但不限於股份轉讓限制、反稀釋條款、股息權利、清算優先權、贖回權及信息獲取權。

歷史、發展和公司架構

根據本公司、冚先生及[編纂]於2026年1月13日簽訂的股東協議，本公司向聯交所提交[編纂]前一日，針對本公司的贖回權及清盤優先權即告終止。該等贖回權及清盤優先權自始無效。然若發生下列任一情形，包括：(i)本公司單方面終止[編纂]、或本公司自願撤回[編纂]、或[編纂]遭聯交所、證監會或中國證監會拒絕；(ii)本公司未能於向聯交所提交[編纂]後24個月內完成[編纂]，或[編纂]的保薦人撤回其對[編纂]的保薦資格；及(iii)本公司未能於獲相關證券交易所批准[編纂]後六個月內在該證券交易所完成[編纂]，冚先生須向[編纂]承擔相當於贖回價的賠償責任。

所有其他[編纂]前投資者的特別權利應於[編纂]前一日終止。

[編纂]的戰略效益

在進行[編纂]時，本公司董事認為，首次[編纂]對本公司的投資所提供的額外資本，以及[編纂]可能為本公司帶來的行業洞見、業務擴展或戰略方向建議，將使本公司受益。

我們的董事亦認為，[編纂]對本公司的投資，彰顯了他們對集團運營的信心，並印證了本公司的業績、優勢及發展前景。

歷史、發展和公司架構

遵守[編纂]指引

基於以下前提：(i)[編纂](即股份在聯交所首日交易之日)不早於[編纂]完成後120個完整日；(ii)授予[編纂]的贖回權已於公司首次向聯交所提交[編纂]前終止；及(iii)所有授予[編纂]的其他特別權利均應於[編纂]終止，獨家保薦人確認[編纂]符合《新[編纂]申請人指引》第4.2章的指引。

關於我們[編纂]的信息

以下為截至最後實際可行日期我們[編纂]的說明。據我們的董事所知，下列每位[編纂]均為獨立第三方。

華泰

宿遷華泰

宿遷華泰為於2023年10月16日於中國成立之有限合夥企業。主要從事股權投資業務。宿遷華泰由以下主體持有：(i)華泰證券股份有限公司(於聯交所上市，股份代號：6886)全資附屬公司華泰紫金投資有限責任公司持有0.20%權益，擔任普通合夥人；(ii)宿遷產發創業投資有限公司持有0.20%權益，擔任普通合夥人，該公司最終由宿遷市人民政府擁有；(iii)宿遷產發科技股權投資基金(有限合夥)持有49.80%權益，該基金最終由宿遷市人民政府擁有；以及(iv)其餘49.80%由其他兩位有限合夥人持有，且其中任何一方均未持有該公司三分之一或以上的權益。

南京華泰

南京華泰為於2022年12月29日於中國成立之有限合夥企業，主要從事股權投資業務。南京華泰之股權分配如下：i)華泰紫金投資有限責任公司持有10%，擔任普通合夥人；ii)由江蘇鳳凰出版傳媒股份有限公司持有89%權益，該公司於上海證券交易所上市(股票代碼：601928)；以及iii)1%由江蘇鳳凰傳媒投資有限公司(江蘇鳳凰出版傳媒股份有限公司的全資附屬公司)持有，擔任其有限合夥人。

歷史、發展和公司架構

Discounter Seed HK

Discounter Seed HK為一家於2021年4月13日在香港成立的有限責任公司，主要業務為進行股權投資。Discounter Seed HK由GenBridge Capital Fund II, L.P.最終控股，該基金乃由啟承資本管理的私募股權投資基金。啟承資本成立於2016年，是一家專注於投資中國消費領域，聚焦新一代品牌、零售、服務的專業投資管理人。

金鼎

青島茂達

青島茂達為於2021年8月4日在中國境內成立之有限責任公司，主要從事股權投資業務。青島茂達的股權結構如下：i)0.06%由廈門縱橫金鼎私募基金管理有限公司持有，該公司作為普通合夥人，最終由何富昌先生控制；ii)98.06%由廣東丸美生物技術股份有限公司（於上海證券交易所上市，股票代碼：603983）持有；及iii)1.88%由王開慧先生持有。

溫州源飛翼展

溫州源飛翼展於2023年7月12日在中國境內成立之有限合夥企業，主要從事股權投資業務。溫州源飛翼展股權結構如下：i)北京方圓金鼎投資管理有限公司作為其普通合夥人持有1%權益，該公司最終由何富昌先生控制；及ii)溫州源飛寵物玩具製品股份有限公司持有99%權益，該公司於深圳證券交易所上市（股票代碼：001222）。

上海房角石

上海房角石是於2018年8月31日根據中國法律註冊成立的有限公司，由孫來春先生及孫福春先生分別擁有97.5%及2.5%權益。

歷史、發展和公司架構

中國監管要求

本公司的中國法律顧問已確認，上述增資及股權轉讓在所有重要方面均已依法合規地完成，符合適用的中國法律法規。

公眾持股量

[編纂]完成後（假設本公司全流通申請已完成），本公司將擁有[編纂]股H股，其中：

- (i) 在[編纂]股H股股份中，根據本公司全流通申請轉換為H股並於聯交所[編纂]：
 - (a) 根據本公司全面流通申請將由國內[編纂]股份轉換並於聯交所[編纂]的[編纂]股H股（約佔[編纂]後已發行股份總數的[編纂]%），由亓先生、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍各自持有因該等股份由本公司核心關連人士持有或控制，故[編纂]不計入上市規則第8.08條所指的公眾持股量；及
 - (b) 根據本公司全面流通申請將由國內[編纂]股份轉換並於聯交所[編纂]的[編纂]股H股（約佔本公司[編纂]後已發行股份總數的[編纂]%），由濟南花之悅、三亞軒邦及[編纂]持有，[編纂]後將計入上市規則第8.08條所指的公眾持股量，因該等實體在本公司[編纂]時並非由本公司核心關連人士持有或控制，亦無習慣接受本公司核心關連人士就其股份的收購、出售、投票或其他處置事宜所作指示，且其收購股份並非直接或間接由本公司核心關連人士提供資金。
- (ii) [編纂]股H股將根據[編纂]發行。

就指示性[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（[編纂]下限）、每股[編纂][編纂]港元（[編纂][編纂]）及每股[編纂][編纂]港元（[編纂][編纂]）而言，假設[編纂]未獲行使，本公司H股於[編纂]時的預期[編纂]分別約為[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元。

歷史、發展和公司架構

鑒於H股於[編纂]時的預期市值超過[編纂]，根據《上市規則》第19A.13A(1)條，本公司於[編纂]時須符合的最低公眾持股比例應為以下較高者：(i)使公眾人士持有的H股於[編纂]時的預期市值達[編纂]的百分比；及(ii)[編纂] %。

根據上述[編纂]，為達使公眾人士持有的H股於[編纂]時的預期市值達[編纂]，所需公眾持股比例分別約為[編纂] % (按[編纂]每股[編纂]港元計算)、[編纂] % (按[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算)及[編纂] % (按[編纂]每[編纂]港元計算)。

由於上述各項比例均高於[編纂] %，因此根據《上市規則》第19A.13A(1)條，本公司於[編纂]時適用的最低公眾持股比例應為能使公眾人士持有的H股於[編纂]時的預期市值達15億港元的相應百分比。

考慮到本次[編纂] (假設[編纂]未獲行使)，[編纂]股股份 (佔本公司於[編纂]後已發行股份總數的[編纂] %) 將根據《上市規則》第8.08(1)條計入本公司公眾持股量，從而滿足《上市規則》第19A.13A(1)條所規定的公眾持股量要求。

自由流通量

[編纂]

歷史、發展和公司架構

本公司資本結構

截至最後實際可行日期及[編纂]時(假設[編纂]未獲行使)，本公司資本結構如下：

股東	緊接在完成股份拆細及 [編纂]之前		股份拆細及 [編纂]完成後	
	股份數目	佔本公司已發行 股本總額之 概約持股百分比	H股份數目 H股份	於[編纂]佔 本公司已發行 股本總額之 概約持股百分比
亓先生	5,392,838	25.70 %	[編纂]	[編纂]
珠海坤澤	4,500,000	21.44 %	[編纂]	[編纂]
濟南花之源	3,450,956	16.45 %	[編纂]	[編纂]
海南胤睿	2,000,000	9.53 %	[編纂]	[編纂]
濟南花之悅	1,510,257	7.20 %	[編纂]	[編纂]
海南花之效	1,000,000	4.77 %	[編纂]	[編纂]
珠海邦華	1,000,000	4.77 %	[編纂]	[編纂]
三亞軒邦	607,162	2.89 %	[編纂]	[編纂]
海南瑾妍	500,000	2.38 %	[編纂]	[編纂]
宿遷華泰	349,318	1.66 %	[編纂]	[編纂]
Discounter Seed HK	299,418	1.43 %	[編纂]	[編纂]
南京華泰	149,708	0.71 %	[編纂]	[編纂]
青島茂達	124,756	0.59 %	[編纂]	[編纂]
溫州源飛翼展	74,855	0.36 %	[編纂]	[編纂]
上海房角石	24,951	0.12 %	[編纂]	[編纂]
根據[編纂]將予 發行之H股份	—	—	[編纂]	[編纂]
總計	<u>20,984,219</u>	<u>100.00 %</u>	<u>[編纂]</u>	<u>100.00 %</u>

(P) 表示該等H股份將於[編纂]時計入公眾持股量。

(N) 表示該等H股份於[編纂]時將不計入公眾持股量。

歷史、發展和公司架構

公司及股權結構

下圖展示本集團於[編纂]完成前的公司架構：



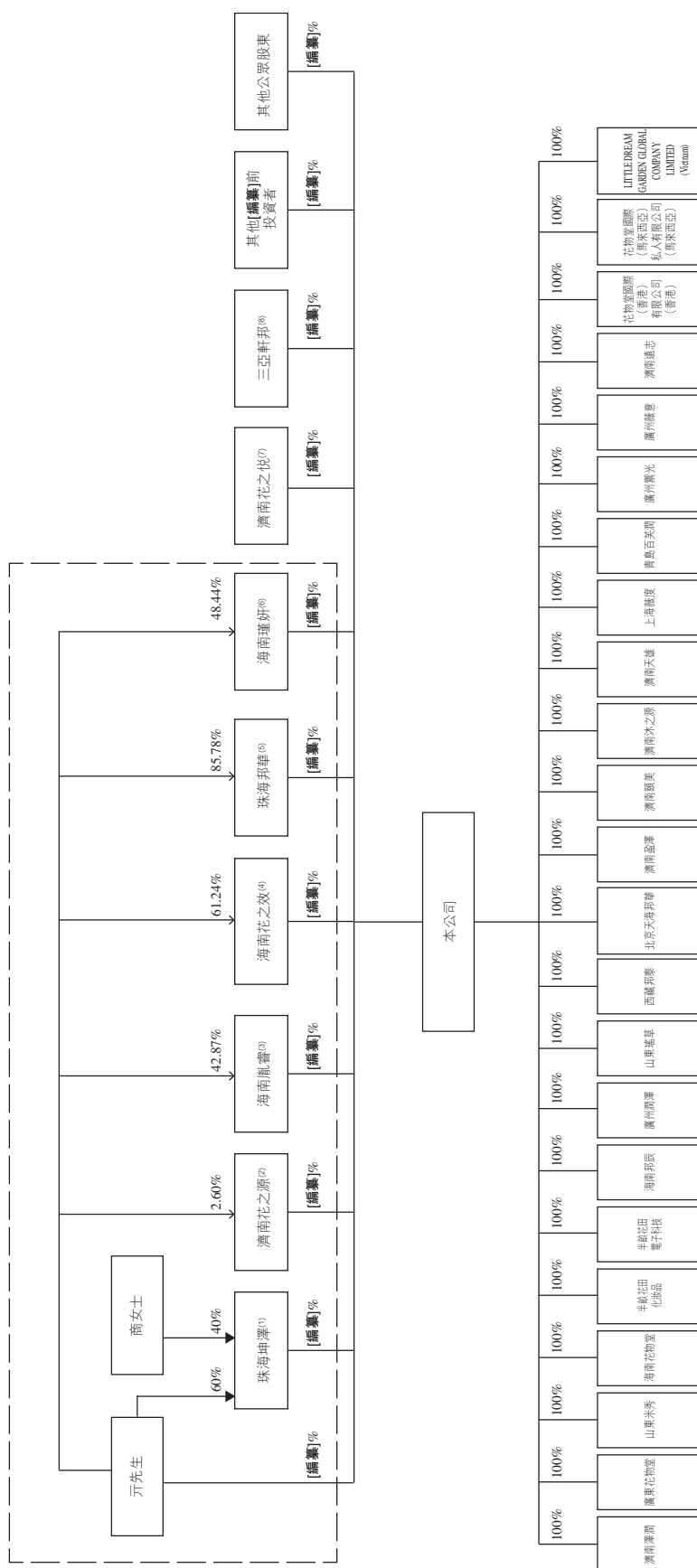
歷史、發展和公司架構

註：

- (1) 截至最後實際可行日期，作為持股平台的珠海坤澤由亓先生持有60%股權，商女士持有40%股權。
- (2) 截至最後實際可行日期，本公司員工持股平台濟南花之源由：(i) 亓先生作為普通合夥人持有約2.60%；(ii) 執行董事亓豐偉先生作為有限合夥人持有約49.15%；(iii) 39名均系本公司現任員工的有限合夥人持有約48.25%。除亓豐偉先生外，其餘合夥人於濟南花之源的合夥股權均未超過10%。截至最後實際可行日期，除王彬先生（半畝花田化妝品董事，以及濟南頤美及濟南天雄監事）、譚勇先生（本公司執行董事、首席財務官兼董事會秘書）、郝偉先生（本公司執行董事及員工代表董事以及廣東花物堂、海南邦辰、西藏邦泰、廣州潤澤、廣州禦光、王曉江先生（上海薇度董事及王曉江先生（本公司監事及監事會主席以及上海薇度、半畝花田化妝品、山東米秀、半畝花田電子科技、山東瑤草、濟南遠志、濟南盈澤、青島百芙潤及濟南沐之源監事）及袁寶華女士（青島百芙潤董事）外，所有濟南花之源的有限合夥人均非本公司核心關連人士。
- (3) 截至最後實際可行日期，本公司員工持股平台海南胤睿由(i) 亓先生作為普通合夥人持有約42.87%股權；及(ii) 18名均系本公司現任員工的個人持有約57.13%股權。除亓先生外，其餘合夥人於海南胤睿的合夥股權均未超過10%。截至最後實際可行日期，除亓豐偉先生、郝偉先生、譚勇先生、王彬先生、亓軍先生（濟南沐之源董事及濟南澤潤監事）、王喆先生及袁寶華女士之外，所有海南胤睿的有限合夥人均非本公司核心關連人士。
- (4) 截至最後實際可行日期，本公司員工持股平台海南花之悅的股權結構如下：(i) 作為普通合夥人的亓先生持有約61.24%；(ii) 作為有限合夥人的有24名自然人（均為本公司現任員工）合計持有約38.76%。除亓先生、王彬先生、王喆先生、李彥平女士及袁寶華女士外，概無海南花之悅的有限合夥人為本公司的核心關連人士。
- (5) 截至最後實際可行日期，本公司員工持股平台珠海邦華由(i) 亓先生作為普通合夥人持有約85.78%股權，(ii) 其餘14.22%由四名均系本公司現任員工及核心關連人士的個人作為有限合夥人持有，分別為郝偉先生、王曉江先生、亓豐偉先生及譚勇先生。除亓先生外，其餘合夥人於珠海邦華的合夥股權均未超過10%。
- (6) 截至最後實際可行日期，本公司員工持股平台海南瑾妍由(i) 普通合夥人亓先生持有約48.44%股權；(ii) 四名均系本公司現任員工及核心關連人士的個人作為有限合夥人各自持有約12.89%股權，分別為亓豐偉先生、郝偉先生、王曉江先生及譚勇先生。
- (7) 截至最後實際可行日期，本公司員工持股平台濟南花之悅的股權結構為：(i) 普通合夥人呂秋平女士持有約33.98%；(ii) 嚴曉女士作為其中一名有限合夥人持有約13.22%；及(iii) 34名有限合夥人（均為本公司現任員工）合計持有約52.80%。除呂秋平女士及嚴曉女士外，其餘合夥人於濟南花之悅的合夥股權均未超過10%。概無濟南花之悅的合夥人為本公司的核心關連人士。
- (8) 截至最後實際可行日期，本公司員工持股平台三亞軒邦由(i) 普通合夥人李軍先生持有約1.96%股權作為有限合夥人；及(ii) 35名均為本公司現任員工的個人作為有限合夥人持有約98.04%股權。所有合夥人於三亞軒邦的合夥股權均未超過10%。概無三亞軒邦的合夥人為本公司的核心關連人士。

歷史、發展和公司架構

下圖展示[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)本集團的公司架構：



註.

(1)-(8)：請參閱[編纂]完成前的股權及公司架構。

業 務

概覽

我們是半畝花田(Dream Garden)，一個因持續高速增長、多品類拓展而在行業中脫穎而出的中國皮膚及個人護理品牌。我們於2010年成立於中國「玫瑰之鄉」山東濟南，從誕生之初就致力於「花植」的研究，並確立了「以花悅膚」的品牌理念。

我們堅持核心產品引領，以深刻的消費者洞察為導向，從單一明星產品逐步拓展至涵蓋身體、髮部和面部洗護的全品類矩陣，成為少數能夠在中國皮膚及個人護理市場的多個品類均實現國貨領先地位的品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們是身體乳、身體磨砂膏、潔面慕斯的國貨第一品牌。

大單品引領、全品類拓展的產品策略

我們堅持以核心旗艦產品為引領，並系統性地拓展多品類產品矩陣。通過將玫瑰花水、牡丹籽油等天然花植成分融入核心配方，並持續推動配方技術升級，我們打造了具有鮮明特色的身體洗護產品系列。借此，我們不僅把握了身體洗護市場的增長機遇，更在這一高增長品類中建立起領先的品牌地位。

我們將這一大單品引領的策略，成功轉化為身體洗護核心品類的持續市場表現。我們的身體磨砂膏產品線於2015年推出，截至2025年9月30日，累計銷售約37.7百萬瓶，使我們成為中國身體磨砂膏市場(包括所有國際與國貨品牌)第二大品牌，同時，根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們也是該品類國貨第一品牌。我們的身體乳產品線於2012年上市，並經於2023年推出及於2024年及2025年升級的美白身體乳的成功進一步增強。截至2025年9月30日，該產品線累計銷售約56.9百萬瓶。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們是中國身體乳市場(包括所有國際與國貨品牌)第八大品牌，也是該品類國貨第一品牌。

我們並未止於單一品類的成功。依靠對消費者需求的洞察，我們將此戰略從身體洗護領域延伸至相關品類。我們運用東方植萃配方理念，陸續推出鮮花花萃系列洗髮水、米醇氨基酸潔面慕斯等明星單品，帶動髮部洗護與面部洗護品類快速成長。截至2025年9月30日止九個月，我們的髮部洗護品類收入達到人民幣482.2百萬元，同比增長496.1%，成為第二增長曲線。在我們的旗艦潔面慕斯的帶動下，截至

業 務

2025年9月30日止九個月，面部洗護品類產生人民幣462.9百萬元收入。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額統計，我們是中國所有國際及本土品牌中第二大、本土品牌中第一大潔面慕斯品牌。

體系化打造旗艦大單品

我們建立起獨屬於半畝花田的、體系化的、以消費者為中心的產品開發流程，這是我們從單一明星產品向全品類皮膚及個人護理品牌發展的基石。我們內部組成橫跨產品規劃、研發、營銷、供應鏈、質量管理及客戶服務等部門的集成產品開發團隊，實現從消費者需求挖掘到產品落地的產品全生命週期管控。在半畝花田產品開發流程下，我們的產品矩陣取得了顯著的市場成果。例如，我們的美白身體乳自推出起至2025年9月30日已累計銷售約8.0百萬瓶，鮮花花萃系列洗髮水累計銷售約8.1百萬瓶。

在前端精準識別消費者需求後，我們憑藉強勁的研發實力，將這些消費者洞察轉化為差異化的產品解決方案。我們高度重視研發，被認定為國家高新技術企業、山東省專精特新企業。我們以「花之源、花之效、花之悅」為核心開發理念，搭建起覆蓋「原料開發—基礎研究—技術轉化—產品落地—功效驗證」的全鏈條研發體系，成為品牌持續推出爆款產品、拓展全品類佈局的核心技術引擎，為「大單品+全品類」戰略提供堅實技術支撐。

在這一平台體系下，我們對專有原料和技術的持續研發，進一步強化了我們的差異化優勢。我們開發出專有成分及技術，例如FloaferMin花容因（一種源自花植的活性複合物）及RIVETOR PRO修護技術等，並在利用頂空固相微萃取的方法研究花植鮮活香氛的基礎之上，通過閃式提取技術快速萃取天然活性物，同時利用腦神經科學技術獲取對鮮花香氛的情緒反應。這些能力共同支撐我們在功能及感官層面實現創新，釋放東方花植在皮膚及個人護理領域的全部應用潛力。

從線上成功到一體協同的全渠道銷售網絡

我們實現了從單一線上到全域佈局的渠道變革，並正進一步夯實我們的渠道滲透。我們的渠道變革始於對線上零售趨勢的前瞻把握。我們早期深耕天貓、京東等貨架電商，深度積累了線上電商的流量規則和運營邏輯的經驗。隨著內容電商的崛起，我們基於在貨架電商的累積快速拓展線上渠道，於2018年開始佈局小紅書、抖音等內容電商平台。在抖音平台，我們通過一品類直播間、達人直播、短視頻內

業 務

容激發用戶的興趣，於2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們來自線上渠道的銷售收入分別為人民幣1,026.9百萬元、人民幣1,137.1百萬元、人民幣807.4百萬元和人民幣1,444.5百萬元，佔我們同期總收入的85.7%、75.9%、75.3%和76.3%。

同時，我們亦重視線下渠道對於皮膚及個人護理品牌建立長期價值的戰略意義，於2021年加速推進線下佈局，構建線上線下協同發展的全渠道體系。目前，我們的線下網絡已全面覆蓋商超、化妝品專營店、新零售店及OTC藥房等多種終端，銷售網點遍佈全國31個省、自治區和直轄市。我們相信，線下渠道不僅帶來新的增長，更是消費者體驗、品牌建設和長期市場份額鞏固的關鍵陣地。

我們的行業機遇

我們身處快速發展的中國皮膚及個人護理行業，主要專注於身體、髮部及面部洗護市場。得益於有利的行業態勢，我們得以進一步提升品牌價值，從而實現了持續的品類擴張。

身體洗護是我們業務的基石，而不斷提高的消費者認知正改變中國市場格局。消費者需求從基本功能轉向更精細、細分的需求，加快了該品類的產品升級。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，2024年中國身體洗護行業的市場規模約為人民幣1,110億元，預計到2029年將達到人民幣1,455億元，2024年至2029年的複合年增長率為5.6%。同時，線上渠道成為品牌理念傳播、精準內容營銷的主要媒介，讓品牌能夠保持與消費者的直接互動並提高用戶粘性，從而實現快速增長。根據弗若斯特沙利文的資料，以零售額計，中國身體洗護行業2029年線上銷售額預計將達到人民幣846億元，從2024年到2029年的複合年增長率將達7.4%。

在髮部洗護領域，洗髮水和護髮素因其剛需特性，是消費者日常生活中高頻購買的洗護產品之一。雖然該品類市場整體增長較穩定，但人們越來越注重品質生活的趨勢使得消費者將護膚理念逐漸延伸至髮部洗護。根據弗若斯特沙利文的資料，以零售額計，中國頭髮洗護行業2024年市場規模約為人民幣1,121億元，預計將以6.1%的年複合增長率增長至2029年人民幣1,510億元。

面部洗護領域也呈現出相似趨勢。面部清潔是面部洗護的重要環節，是皮膚護理的基礎。消費者對面部清潔產品的需求趨於多元化、精細化，消費者逐漸追求兼具溫和性、功效性的高品質產品。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，中國面部清潔行業的市場規模約為人民幣3,657億元，預計將以7.4%的年複合增長率進一步增長，到2029年將達到人民幣5,221億元。

業 務

我們的財務表現

我們在往績記錄期實現了持續高速增長。我們的收入從2023年的人民幣1,198.7百萬元增長至2024年的人民幣1,498.9百萬元，增幅為25.0%；並從截至2024年9月30日止九個月的人民幣1,072.3百萬元增長至2025年同期的人民幣1,894.7百萬元，增幅為76.7%。我們的經調整淨利潤（非國際財務報告準則指標）由2023年的人民幣23.7百萬元增加249.4%至2024年的人民幣82.8百萬元，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣49.7百萬元增加197.2%至2025年同期的人民幣147.7百萬元。特別是，在往績記錄期內，我們的線下渠道收入實現了快速增長，由2023年的人民幣167.2百萬元增至2024年的人民幣355.6百萬元，增幅為112.7%；並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣260.6百萬元增至2025年同期的人民幣446.1百萬元，增幅為71.2%，線下業務實現了持續快速擴張。

我們的優勢

我們堅信以下核心優勢不僅成就了今日的我們，也將是達成我們願景目標、實現長期可持續發展的關鍵。

快速成長的中國皮膚及個人護理品牌，植根於大單品引領的多品類佈局

我們是中國持續高速增長的皮膚及個人護理品牌，以消費者為中心的產品研發和創新是我們發展的核心基石。秉持著「以花悅膚」的品牌理念，我們專注於東方花植功效和香氛的創新與應用，前瞻性佈局身體護理，並延伸拓展髮部洗護和面部洗護，實現天然有效的皮膚及個人護理產品全覆蓋。我們是少數能夠在皮膚及個人護理領域的多個品類均實現國貨領先地位的品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們是身體乳、身體磨砂膏、潔面慕斯的國貨第一品牌。

身體洗護業務板塊是我們的壓艙石。植根中國超過15年，憑藉我們對本土個人護理市場變遷的深刻洞察以及本土消費者對個人護理的需求的深入了解，我們果斷率先進入具備高增長潛力的身體洗護領域。我們差異化推出了美白身體乳、冰激凌亮滑香氛磨砂膏等明星大單品，捕捉未被滿足的消費者需求及鞏固了我們在新興市場領域的地位。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們是中國前十大身體護理品牌（包含國貨及國際品牌），且在2022年至2024年間，在前十大品牌中增速最高。

依託於我們體系化的產品開發能力，我們走出了一條「聚焦－驗證－複製－擴張」，即「核心旗艦產品引領，拓展至全品類」的穩健產品開發路徑：首先聚焦資源打造明星大單品，快速建立品牌市場認知；隨後驗證明星產品開發流程與市場可行

業 務

性；接著將成功經驗複製到相關品類；最終實現該品類矩陣的戰略擴張。這一路徑既控制了初期試錯成本，又通過可複製的明星產品模式，為持續增長奠定堅實基礎。

我們將這套已驗證的「核心旗艦產品引領，拓展至全品類」的模式，成功複製到髮部護理領域和面部護理領域。經過數年發展，髮部與面部板塊已成為我們的增長新引擎，其中髮部品類已明確成長為品牌的第二增長曲線。由此，我們形成了均衡的品類結構，以身體洗護驅動全局，用髮部洗護拉動增長，並在面部洗護領域培育未來。我們的鮮花花萃系列洗髮水和米醇氨基酸潔面慕斯亦成為髮部洗護和面部洗護的明星代表產品。憑藉多品類產品矩陣，我們已從單一細分市場的領先者，進化為擁有多增長引擎的皮膚及個人護理品牌。

集成產品開發管理體系，奠基優質產品

我們建立了以消費者為中心的集成產品開發管理體系，這是我們實現「大單品引領、多品類拓展」的系統保障。集成產品開發是一個系統化的產品開發方法，其核心在於打破部門壁壘，整合全鏈條資源，以市場和消費者需求為導向，實現從概念開發到產品上市的高效協同。通過將市場驗證的產品開發經驗系統化並固化為可複製且不斷優化的產品開發流程，我們的集成產品開發管理體系從而確保我們能將從單一明星產品到全品類拓展的成功模式持續、高效地複製與放大。

我們的集成產品開發體系體現在以下幾個主要方面：

- **文化引領，理念貫穿全程**：我們堅持以消費者為中心、以市場為導向、以商業成功為目標，並將其融入到從戰略規劃到產品成功交付的每一個節點，確保所有產品決策始終服務於價值創造。
- **流程重構，實現精準交付**：通過端到端的集成產品開發體系，實現了從消費者需求洞察到產品開發驗證的閉環管理，確保每一款產品都能精準響應市場，交付滿足消費者需求的產品解決方案。

業 務

- **團隊協同，確保高效執行：**通過打造流程型組織，組建跨產品、研發、營銷、交付、質量、服務等多部門的「重量級」團隊，賦予其端到端的經營責任，實現從洞察到上市的全鏈路高效協同，從而在效率、成本與產品力上建立綜合優勢。
- **機制保障，推動高效落地：**依託於集成產品開發管理體系下的項目管理機制，實現從需求挖掘到產品上市的全過程精準管控，保證產品品質，實現產品上市即上量，保障商業成功。

我們在集成產品開發體系的驅動下，持續實現產品力、運營效率與成本結構的全面優化，構建難以複製的可持續競爭優勢。

以花植為核心的端到端研發平台，打造核心創新優勢

我們圍繞花植科學構建了覆蓋全鏈路的研發體系，憑藉持續專注的投入，先後獲評為「國家高新技術企業」與「山東省專精特新企業」。

我們在上海、濟南和廣州分設三大研發中心，分別聚焦基礎研究及配方研發、原料研究、配方開發和檢測評估，形成從科學探索到產品落地的完整閉環。研發實力的背後，是一支經驗豐富的研發團隊支撐。截至2025年9月30日，我們的研發團隊擁有61名成員，具備植物學、生物學、皮膚學及應用化學等多元背景，其中碩士及以上學歷人員佔比超過70%。

研發理念。鑒於消費者對天然溫和的「洗護」膚產品偏好日益提升，我們確立了根植於「花之源、花之效、花之悅」的研發理念，並將這一理念貫穿於「產品」創新的研發全過程。花之源代表對源頭的嚴格把控，我們精選玫瑰、牡丹等核心花植，並通過自有工廠加工核心原材料，以確保純度、穩定性和可追溯性。花之效專注於將科學轉化為可衡量的消費者價值，包括開發如RIVETOR PRO等獨家植物活性成分，並依託標準化功效評價體系，將其應用於多個產品線。花之悅則融合先進香氛設計與感官科學，例如通過頂空萃取與神經反應測試來捕捉花卉的真實特質，並將其轉化為能引發情感共鳴的產品體驗，包括我們標誌性的「花田香」。

業 務

我們的研發理念使我們不僅將花卉視為原材料，更作為一個完整的創新體系來對待，從成分的開發研究，到在肌膚上的功效表現，再到對消費者體驗的塑造。這一體系不僅強化了產品功效的可信度、增強了產品的差異化競爭力，更為我們產品矩陣的可持續拓展提供了堅實品牌資產支撐。

研發平台。我們的研發能力建立在四大相互協同的創新平台之上，共同構成一個驅動端到端有序創新的閉環引擎。前瞻性研究與核心技術平台由上海和濟南的研發中心提供支持，致力於快速將植物萃取、生物技術發酵、細胞功效機理研究和中國消費者皮膚頭皮研究成果轉化為可規模化應用的技術。技術應用與產品開發平台採用「技術標準優先於成本考慮」的配方研發理念，通過模塊化開發系統實現跨品類創新，並由專家技術委員會確保產品設計的科學嚴謹性。

我們的獨立功效與安全測試平台對產品功效與安全性進行獨立且客觀的評估。該平台還通過針對亞洲消費者皮膚、頭皮及頭髮特徵的定向研究，獲取獨特的洞察，從而指導整合我們核心成分的循證配方開發，進一步鞏固我們的技術護城河。此外，我們的開放式創新與數字驅動平台利用全球專家資源、智能成分篩選及學術合作，推動關鍵天然活性成分的開發，強化我們在皮膚及個人護理解決方案領域的競爭優勢。這些平台協同運作，使我們能夠創造出高品質且具商業可行性的產品，持續滿足中國消費者不斷演進的需求。

以消費者為中心、具備強協同效應的全域銷售網絡

我們的全域渠道網絡不僅是線上與線下渠道的簡單疊加，而是圍繞消費者場景，將功能各異的多個接觸點有機整合，包括承接主動搜索與高效轉化的貨架電商平台；專注種草、互動及KOL背書的內容電商平台；以及提供產品體驗、專業服務與和情感聯結的全國線下銷售網絡。上述渠道共同構成一個有機協同的生態體系，使我們能夠在從首次觸達、實際體驗到複購乃至長期忠誠的各個階段持續觸達並影響消費者。

該全渠道體系的戰略價值在於各渠道之間形成的協同效應。線上渠道為我們帶來規模化觸達、數據沉澱和品牌勢能，而線下渠道則將線上數字化影響力轉化為真實體驗、產品試用及情感聯結。通過協同的營銷與產品策略，我們將上述觸點整合

業 務

為一個高度聯動的網絡，使消費者洞察、流量動態和產品反饋在體系內流通，從而不斷優化產品組合、上市節奏及推廣重點。這一閉環機制將原本割裂的渠道轉化為統一的增長引擎，在獲客效率和客戶終身價值兩個維度上產生疊加式提升。

- **線上渠道。**線上渠道構成我們消費者觸達體系的戰略核心。天貓、京東等貨架電商平台是品牌建設、需求捕獲和數據沉澱的主陣地。其以搜索為導向的機制使我們能夠在規模化場景下實時洞察消費者意圖、購買行為和價格敏感度，為產品定位、新品節奏及組合優化提供堅實基礎。內容電商平台進一步放大這一能力，通過重塑消費者發現和理解產品的方式增強品牌影響力。我們通過在抖音開展以品類為核心的直播運營，以及在小紅書進行以知識為導向的內容溝通，使消費者不再只是購買者，而成為參與者和共創者。這些平台不斷輸出關於偏好變化、成分認知和使用反饋的早期信號，有助於縮短從消費者洞察到產品迭代的週期，同時持續增強品牌的專業度與情感共鳴。
- **線下渠道。**線下渠道是品牌得以具象化的關鍵場域。線下渠道不僅是銷售終端，更是沉浸式消費場景，使消費者能夠以數字化渠道無法替代的方式體驗產品的質地、香氣、功效及品牌故事。在由線上品牌勢能支撐的基礎上，我們的線下拓展聚焦於將產品嵌入超市、化妝品專營店、新零售店及OTC藥房等多元生活與消費場景。通過「玫瑰花開季」、「花養護理季」等主題活動，結合場景化陳列、產品試用及體驗式互動，我們將「以花悅膚」的品牌理念轉化為可感知的感官與情感體驗。明星代言、互動活動及精心設計的禮贈方案進一步豐富了消費體驗，提升消費者參與度和品牌記憶度。這種以場景為核心的體驗式互動顯著增強了消費者黏性，並有效推動複購與長期品牌忠誠度。

整體而言，以消費者為中心的全域渠道體系高度聯動，使我們能夠更精準觸達消費者、更高效實現轉化並持續深化客戶關係。該一體化渠道架構在支撐規模化增長的同時，進一步強化了我們將消費者洞察轉化為長期商業價值的能力。

以質量和效率為先的供應鏈體系奠基強控制、高效率的卓越運營模式

我們搭建了一個兼具質量與效率的供應鏈體系，致力於打造生態化合作組織，通過文化認同、深度協同、協調管理和全局賦能，為自身打造交付保障的護城河。

業 務

我們戰略性地採取了「抓住兩頭，放開中間」的供應鏈模式。這讓我們能夠對最重要的質量及品牌誠信進行強力控制，亦能鼓勵實力強大的OEM供應商大規模、快速及以具成本效益的方式交付。

- **原料採購。**我們的產品理念始於原料源頭。我們嚴選中國本土植物原料，包括玫瑰、牡丹、茉莉等，並通過長期供應合作，深度參與並鎖定了優質稀缺原料的源頭，滿足了消費者對原材料可溯源的需求。我們的鮮花供應鏈，不僅保證了原料的純正、穩定和可溯源，更為品牌提供了「從花田到心田」的動人故事和信任背書。
- **內部原料加工。**加強對產品核心原料的質量控制，我們亦在山東濟南建設了原料工廠，專注於植物發酵液、植物油脂、植物提取液與植物蒸餾液四類核心原料的研發生產。原料工廠的佈局，進一步夯實了我們對產品核心原料的質量把控。
- **OEM生產。**為了能夠和我們的高速增長適配，我們充分利用中國不同地區OEM工廠的特點和優勢，精選符合公司品質、安全及合規標準的優秀OEM工廠。我們的角色不僅是代工廠的客戶，而是其「賦能者」和「品控大腦」。我們將嚴格的質量管理體系完全嵌入合作夥伴的生產流程中，確保他們按照嚴格高標準進行生產；另外，我們向核心代工廠派駐自己的品控團隊，對原材料、生產過程、成品進行全程、實時的監控和檢測，實現品控的無縫嵌入。該模式使我們能夠迅速擴大產能，同時保留對產品品質的全面了解及控制。
- **產品質控。**我們與供應商共建以產品質量和消費者為中心的文化戰略。作為這一承諾的體現，我們是行業少有自設檢驗檢測機構的個護企業。截至2025年9月30日，我們的檢測中心擁有約20名專業檢測技術人員。我們的檢測能力取得《檢驗檢測機構資質認定(CMA)證書》，並已通過國家藥品監督管理局審核，已成為化妝品註冊和備案檢驗檢測機構。該設施使我們不僅能將品質保證植根於系統與流程之中，亦能體現在可獨立驗證的技術能力上。

總而言之，「抓住兩頭，放開中間」的供應鏈模式代表著柔性、可靠及充足的製造生態。憑藉該模式，我們可以保持極高的靈活性，快速響應市場變化和產品需求量，同時將寶貴的資源和精力聚焦於價值最高的研發和品牌建設上，實現了卓越的運營效率和健康的盈利能力。

業 務

堅持「長期主義」和具備前瞻性的創始人和管理層，共同打造以奮鬥者為本的戰略組織能力

我們由一支年輕進取且具備戰略遠見的管理團隊領導。創始人亓雲吉先生以「創造美好生活」為理念創建了半畝花田，並始終堅持長期主義戰略，聚焦兩大核心原則：開發以消費者為中心的旗艦產品、構建以奮鬥者為本的組織。憑藉其對行業的前瞻洞察與卓越貢獻，亓雲吉先生榮獲「中國化妝品行業十大新聞人物」和「中國化妝品先鋒人物」稱號。

在亓先生的領導下，我們組建了高度專業化、具備卓越戰略前瞻性、強大規劃與設計能力以及卓越凝聚力的經營管理團隊。我們的經營管理團隊成員平均擁有超過十年的行業經驗，在品牌管理、消費趨勢、技術趨勢與市場策略方面具備深厚專長。此外，我們擁有一支充滿活力、勇於推動創新且執行力強的管理幹部團隊。通過集成產品開發管理體系，我們推動跨部門協作，建立分層分級的流程結構，開發滿足客戶需求的旗艦產品，從而提升端到端的決策效率和組織活力。

我們致力於建設學習型組織。我們內部創立了花田學院，每年開展員工的諮詢輔導、培訓與能力建設。在人才梯隊發展方面，我們推出了「種子計劃」，每年從優質高校招聘優秀畢業生，並提供定製化培訓作為戰略人才儲備。該計劃持續為團隊注入年輕活力，推動內部人才成長與組織年輕化。通過設計清晰的職業發展路徑與能力標準，我們為員工成長提供明確指引，幫助新員工快速成為業務骨幹。在管理團隊發展方面，我們設計了領導力培養項目，並通過外部研學和內部輪崗實踐加以強化，持續提升管理幹部團隊的專業性。

我們秉持以奮鬥者為本的原則，通過股權激勵機制，將核心員工與公司的未來深度綁定，共享成果，實現共贏。

我們的戰略

我們致力於成為全球最值得信賴的皮膚及個人護理領導品牌，將持續堅定執行以下發展戰略。

業 務

強化旗艦產品開發，驅動品類協同，鞏固我們在皮膚及個人護理領域的領導地位

我們將持續深耕消費者對皮膚健康與美的需求，堅持「花之源、花之效、花之悅」的核心產品理念，通過旗艦大單品的迭代升級與新品推出，驅動身體、髮部及面部洗護全品類的協同發展。

身體洗護方面，我們將持續整合產品矩陣，滿足消費者從精致護理到情緒悅己的需求升級。未來，我們將進一步鞏固在身體磨砂膏和身體乳市場的領導地位；同時把握沐浴露剛需、高頻的市場特性，以「天然洗護＋情緒香氛」為差異化核心，通過冰激凌香氛系列磨砂膏及美白系列身體乳液精準匹配主流需求，實現在身體洗護賽道的突破。

髮部洗護方面，我們將持續升級洗髮系列產品，圍繞消費者多場景、多功能的洗護需求，拓展防脫、去屑、染後修護等高需求細分賽道，持續豐富產品矩陣，進一步擴大市場份額。

面部洗護方面，我們將聚焦面部清潔核心細分品類，以天然花植養護為基礎，推動功效技術創新。通過持續升級旗艦大單品，提升產品競爭力，並以面部清潔為戰略突破口，帶動面部洗護品類的協同發展。

線上精準滲透，線下拓展提效，全域觸達消費者

我們將通過線上線下渠道協同與精細化運營，增強品牌市場影響力，實現消費者全域觸達。通過建立線上社群用戶數據庫、開展線下客戶調研與消費者見面會等方式，我們將實時追蹤需求動態與使用反饋，精準把握消費者需求變化，推動渠道融合，提升線上線下效能共振。

在線上渠道方面，我們將圍繞消費者多元場景需求，持續擴大線上渠道覆蓋的廣度與深度。一方面，鞏固並強化在天貓、京東等貨架電商平台的核心優勢，以優質產品為基礎、場景化服務為支撐，優化消費者從選購到使用的全流程體驗，增強用戶粘性與複購率；另一方面，加大在抖音、小紅書等內容電商平台的投入，通過優質內容、「日不落」直播間及「一品類一直播間」等形式精準觸達目標客群。同時，我們將強化線上銷售過程中的實時互動，深化品牌認知與情感聯結。

業 務

在線下渠道方面，我們視其為品牌增長與品牌建設的重要驅動力，致力於打造沉浸式產品體驗、建立品牌信任。我們將持續豐富線下消費場景，積極拓展分銷網絡，擴大市場觸點。在拓展店鋪的同時，我們將通過區域化管理模式，對經銷商、零售門店及銷售人員進行系統化培訓，提升終端零售能力。此外，我們還將持續在主要商場開展「玫瑰花開季」等主題營銷活動，與消費者直接互動。

針對消費者日益增長的即時性需求，我們將把美團、淘寶閃購等即時到家服務定位為渠道戰略中的新增長引擎。借助場景化洞察，開發適配產品，快速搶佔即時零售市場份額，為品牌開辟新的增長路徑。

構建強大研發技術內核，持續推動產品創新，築牢品牌核心競爭力

我們秉持長期主義，致力於逐步構建基於「基礎研究、原料開發、技術轉化、開放協同創新」四大支柱的全鏈路研發體系。聚焦東方植物活性成分與香氛成分的創新應用，以技術驅動產品迭代與品牌升級。

- **基礎研究：**我們計劃在植物萃取與超分子技術、生物技術及發酵分離純化以及功效機理等方面展開深度研究，並深入探索中國消費者頭皮與皮膚特性，打通從原料到消費者解決方案的關鍵環節。同時，我們跟蹤前沿科學趨勢，提前佈局前瞻性研究，以搶佔技術先發優勢。
- **原料開發：**我們依託東方植物研究、自有原料加工廠及基礎技術突破，專注於活性成分與香氛成分的提取、合成與創新。我們將持續優化核心成分組合，深化對玫瑰、牡丹籽油等關鍵原料的研究。具體而言，我們計劃採用「1+X」模式推動玫瑰花成分的多元化應用，在天然香氛、美白等場景探索獨有技術；同時致力於突破牡丹籽油發酵技術，升級RIVETOR PRO成分。此外，我們還將開發更多貼合消費者需求的高效能活性成分與獨有香氛，構建堅實的原料壁壘。
- **技術轉化：**我們基於對中國消費者皮膚、頭皮及頭髮特性的研究，開展針對性配方設計與技術應用。我們致力於解決包括頑固頭屑、壓力性脫髮、

業 務

易斷髮等常見痛點，通過融合自有原料提供先進解決方案。同時，我們還將深化在面部及身體洗護領域的美白、抗衰、修護等細分功效，利用自研植物活性成分提供定製化技術解決方案。

- **開放協同創新：**我們致力於構建開放式創新生態，計劃與國內外頂尖科研機構、高等院校、皮膚科中心及原料供應商開展合作。通過聯合研發攻克關鍵技術、共同創制新型原料，加速創新成果的商業化落地，提升產品開發效率。

打造端到端協同的柔性供應鏈體系，滿足日益增長的市場需求

我們將進一步強化與拓展華東及華南地區的供應鏈合作夥伴關係，積極協同具備先進自動化水平、符合國際質量標準的高質量OEM製造商，確保生產效率與供應鏈靈活性。在智慧物流與全球支持方面，我們計劃與物流夥伴共建聯合運營中心，提升物流周轉效率。此外，我們計劃佈局海外倉，以支持國際化業務拓展。同時，我們致力於通過系統整合供應鏈管理、物流倉儲系統與全渠道溯源平台，構建行業領先的智能、協同、柔性供應鏈網絡，為庫存管理、智能調度、物流路徑優化及倉儲佈局提供科學高效的數據支持。

加強數智化建設，提升端到端管理能力及運營效率

我們將加強研發、產品營銷與信息安全基礎設施方面的數字化與智能化能力。首先，我們計劃構建實驗室檢測能力、技術貨架與集成產品開發項目管理平台，打通從原料研究到配方開發的全流程。此舉將實現對產品研發、配方設計、毒理分析、法規合規自動化及全週期產品項目管理的科學管理。同時，我們計劃引入智能配方開發與功效預測，依託大模型與行業經驗驅動科研創新。其次，我們計劃建立客戶數據管理、社交化客戶關係管理與內容管理的一體化系統，整合全渠道客戶觸點數據，構建更清晰的用戶畫像。我們將打造「數據驅動內容、內容觸達客戶、客戶反饋賦能決策」的營銷閉環，最終實現降本增效與精準運營。再次，我們計劃加強數據安全與風險管理，構建全方位信息安全框架與防洩露平台。

業 務

佈局國際化業務，建立品牌國際影響力

我們積極探索國際市場機遇，加強海外渠道建設，逐步擴大品牌的全球影響力。在產品選擇上，我們計劃推出適應區域需求的本地化產品組合—以東南亞為起點，開發適應當地氣候與肌膚需求的皮膚及個人護理產品，並逐步拓展其他市場。在國際渠道建設方面，我們計劃初步通過跨境電商平台觸達消費者，建立品牌認知、培養堅實的用戶基礎及驗證產品理念。在該初步階段完成之後，我們擬建立本地營運團隊，加深市場參與度、擴大品牌影響力，並與經銷商合作拓展線下渠道，加強海外銷售網絡佈局，提升市場滲透率。通過多元化營銷與本土化溝通，我們致力於與全球消費者建立情感共鳴，從而提升品牌國際影響力，穩步邁向成為全球最值得信賴的皮膚及個人護理領導品牌的戰略願景。

堅持充滿活力、共同奮鬥的組織與人才戰略

我們將構建戰略性人力資源體系作為核心支撐，通過打造人才供應鏈，實現業務需求與人才能力的精準匹配，持續提升端到端的運營與決策效率，激發組織活力。我們計劃加強全球化人才佈局，重點引進研發、品牌、供應鏈、數字化及國際市場等領域的專業人才。未來3至5年，我們計劃招聘多位研發類博士專家，並組建由經驗豐富的領軍人才為核心的品牌管理與市場營銷團隊。我們將持續設計體系化培養機制，通過內部的花田學院、內部訓戰項目及「種子計劃」等舉措，系統性提升組織能力，打造堅實的人才梯隊。此外，我們致力於為員工提供全面且具有競爭力的薪酬福利，營造以奮鬥者為本的成長共同體，激發組織活力，加速實現戰略目標。

我們的品牌和產品

我們的品牌

半畝花田(Dream Garden)以花卉的生命力與真實感為靈感，是一個持續高速增長、多品類拓展的中國領先皮膚及個人護理品牌。品牌發展始終秉持「以花悅膚」的理念，相信花卉所蘊含的天然活力與美感可以轉化為既具功效又能引發情感共鳴的產品。通過將真實花卉原料與東方美學相結合，我們塑造了獨具文化辨識度的品牌形象，贏得了消費者在功效與體驗雙重需求上的信任。

業 務

我們的產品

我們能夠捕捉消費者尚未被滿足的需求，並打造出廣受認可的行業標桿產品。我們最初深耕身體洗護領域，憑藉一系列旗艦產品填補了市場空白，並為品牌及產品的發展奠定了堅實基礎。依託這一強勁勢頭，我們進一步執行「核心旗艦產品引領，拓展至全品類」的策略，進軍髮部及面部洗護市場。從早期推出的美白系列身體乳及冰激凌香氛系列磨砂膏等身體洗護產品，到隨後推出的米醇氨基酸潔面慕斯等面部洗護產品及鮮花花萃系列洗髮水等髮部洗護產品，我們持續證明了自身精準洞察市場需求的能力，並成功打造多款旗艦產品，在贏得消費者信賴的同時，帶動各品類的增長。截至2025年9月30日，我們精心打造的產品組合達至509個主要SKU。



下表列出了我們按產品類別劃分的所示期間的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
					(未經審計)		(未經審計)	
	(人民幣以千元為單位，百分比除外)							
身體洗護	521,628	43.5	700,245	46.8	492,259	46.0	791,012	41.8
髮部洗護	43,255	3.6	113,978	7.6	80,884	7.5	482,160	25.4
面部洗護	600,794	50.1	609,143	40.6	447,443	41.7	462,864	24.4
其他 ⁽¹⁾	32,977	2.8	75,510	5.0	51,709	4.8	158,706	8.4
總計	<u>1,198,654</u>	<u>100.0</u>	<u>1,498,876</u>	<u>100.0</u>	<u>1,072,295</u>	<u>100.0</u>	<u>1,894,742</u>	<u>100.0</u>

註：

(1) 其他主要指銷售店內陳列材料(例如貨架)、涵蓋髮部洗護、面部洗護及身體洗護類別的組合產品套裝以及特定自產原料。

業 務

下表列出了我們的產品在指定期間的銷售量及平均銷售價格（「平均售價」）：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價
(銷售量以千件為單位，平均售價以人民幣為單位)								
身體洗護	22,143	23.6	31,910	21.9	20,771	23.7	34,339	23.0
髮部洗護	2,729	15.9	8,722	13.1	6,212	13.0	23,175	20.8
面部洗護	29,028	20.7	33,952	17.9	23,989	18.7	28,014	16.5
其他 ⁽¹⁾	884	37.3	3,076	24.6	2,201	23.5	2,483	63.9
總計	54,784	21.9	77,660	19.3	53,173	20.2	88,011	21.5

註：

- (1) 其他主要指銷售店內陳列材料（例如貨架）、涵蓋髮部洗護、面部洗護及身體洗護類別的組合產品套裝以及特定自產原料。

於往績記錄期間，我們各產品類別的銷售額普遍錄得增長，主要得益於我們持續推出新產品及產品升級，從而豐富了我們的產品組合並提升了對消費者的吸引力，以及有效的營銷策略加強了品牌知名度並提高了各渠道的轉化效率。

我們觀察到平均銷售價格從2023年的人民幣21.9元略微下降到2024年的人民幣19.3元，這主要歸因於我們主要通過分銷渠道的線下擴張。平均銷售價格從截至2024年9月30日止九個月的人民幣20.2元上升至2025年同期的人民幣21.5元，主要歸因於我們新推出了鮮花花萃系列洗髮水，帶動我們的髮部洗護產品的平均售價上升。

身體洗護

身體洗護是我們業務發展的基石。從早期推出的身體乳及身體磨砂膏產品起步，我們已將產品線延伸至結構完整的產品組合，涵蓋沐浴露、沐浴油及護手霜等品類。這些產品旨在滿足消費者的各種肌膚問題、季節性護理需求以及不同的日常護理場景。

業 務

● 身體乳系列

我們於2012年推出首款身體乳，據弗若斯特沙利文的數據顯示，按2024年零售銷售計，我們已壯大為中國所有國內外品牌中的第八大身體乳品牌以及所有國貨品牌中的最大身體乳品牌。以下簡要介紹我們的身體乳旗艦產品。



我們於2023年推出了首代美白系列身體乳，並於2024及2025年相繼升級至第二代及第三代，該產品補充了我們早期主要側重保濕功效的產品線。這款產品提供分膚定製配方，兼具清爽與滋養兩種質地，以適應不同膚質狀況和季節需求。配方融合專有亮膚修護科技以提升功效，包裝設計則延續品牌自然美學語言。花香木質調香氛則營造持久愉悅的使用體驗。

● 身體磨砂膏系列

我們於2015年推出第一款身體磨砂膏，據弗若斯特沙利文數據顯示，2024年以零售額計，我們已成長為中國所有國內外品牌中第二大的身體磨砂膏品牌，及所有國貨品牌中第一大身體磨砂膏品牌。以下簡要介紹我們的身體磨砂膏旗艦單品。

我們於2021年推出冰激凌香氛系列磨砂膏。冰激凌香氛系列磨砂膏突破簡單的物理磨砂採用增強型多步驟去角質方案，不同於傳統物理磨砂，融合了酶軟化、物理清潔與化學滲透三重功效，實現更全面的去角質效果。配方中的木瓜蛋白酶作為生物酶，能有效分解死皮細胞的主要成分角蛋白，相比常規磨砂產品帶來更溫和的去角質體驗。產品同時添加高端潔面產品常用的氨基酸表面活性劑，並採用均勻的微米級磨砂顆粒，在實現高效清潔的同時保持溫和親膚體驗。配方還包含煙醯胺等亮膚成分及滲透增強劑，可提升去角質後活性成分的吸收率。此設計能有效改善關節處暗沉、膚色不均等問題，實現更均衡的平滑亮膚效果。



業 務

髮部洗護

髮部洗護產品已成為我們產品組合中增長強勁的引擎。從洗髮水、護髮素、護髮油等日常必需品，到針對性護理方案一包括防脫髮、頭皮護理、護髮油及髮膜等產品，我們已建立全面的產品陣容。此佈局不僅能捕捉高頻率重複購買需求，更可受益於消費者對更先進護理解決方案日益增長的採購意願，進而推動品類持續擴張。以下簡要介紹我們的髮部洗護旗艦產品。

- 洗髮水系列



我們在2025年推出鮮花花萃系列洗髮水，旨在滿足消費者對天然溫和洗髮日益增長的需求。該系列產品能滋養頭皮並提升秀發光澤。在配方開發階段，我們優化了天然來源成分的比例。產品通過專利雙重植物萃取技術，呈獻控油、去屑和順滑三種不同功效的版本，精準滿足不同頭皮與髮質需求。高端香氛設計與自然靈感包裝進一步提升整體產品體驗。自面世以來，洗髮水系列實現了快速擴張，已成為髮部洗護品類的重要驅動力。

- 護髮系列

鮮花花萃系列洗髮水推出後大獲好評，推動了蛋白霜髮膜及護髮油等護髮系列的快速增長。我們於2025年推出沁潤鍛光系列護髮油，採用微分子技術，解決角蛋白流失與發芯裂縫問題。作為首款微分子級別的護髮油，透過高濃度三重鮮花籽油的高濃度配方實現深度滋養。產品質地輕盈不黏膩，提供兩種天然香型選擇，呈獻愉悅的感官體驗，香氣持久留存。



業 務

面部洗護

我們的面部洗護產品線備有潔面系列和基礎護膚系列。產品以花卉為核心理念研發，著重運用天然植物成分，帶來溫和高效的護膚體驗。

- 潔面系列

我們的潔面產品主要包括潔面慕斯、潔面乳和卸妝膏。該系列融合植物成分與氨基酸潔淨科技，在深層清潔的同時守護肌膚屏障，有效緩解乾燥緊繃感。溫和配方敏感肌適用，滿足多元肌膚需求，並注入清新花果香調，帶來令人愉悅的潔面體驗。根據弗若斯特沙利文報告，以2024年零售統計，我們是中國所有國際及本土品牌之中第二大潔面慕斯品牌，亦是中國最大的本土潔面慕斯品牌。以下簡要介紹我們的明星潔面產品：



為滿足日益增長的溫和潔面需求，我們於2019年推出首代潔面慕斯一米醇氨基酸潔面慕斯。專為敏感肌設計，其配方融合溫和氨基酸表面活性劑與大米醇萃，實現溫和清潔與保濕。單泵出泡沫的設計更提升使用便捷性。

基於初代產品的市場經驗與用戶反饋，我們於2023年推出第二代分膚系列潔面慕斯系列。該系列已成為我們潔面產品線中的明星產品之一，專為乾性敏感肌與油性敏感肌量身打造。升級配方在保留原有溫和氨基酸表面活性劑的基礎上，融入生物表面活性劑，進一步強化溫和潔淨性能，增強對敏感肌膚

的適用性。此外，改良配方能產生更豐盈持久的泡沫，提升潔面體驗。

我們的產品開發

我們採取以市場為導向的產品開發策略，專注於研發萃取天然植物成分的解決方案。隨著皮膚及個人護理市場的不斷發展，消費者越來越看重並追求具有特定功效的產品。因此，我們著力開發針對性解決方案，包括髮部洗護領域的控油蓬鬆效

業 務

果，以及面部及身體洗護領域的美白與保濕功效，以滿足這些不斷演變的需求。為此，我們持續發現、開發和優化優質花卉及植物成分，確保配方在功效、純度與感官體驗間實現最佳平衡。於往績記錄期內，我們的總研發費用達人民幣88.8百萬元。

我們在花卉及植物成分方面積累了深厚的專業知識，並建立起高效的產品開發體系，引入藥理學、基因組學及蛋白質組學等跨學科工具，能夠快速準確識別花卉及植物中功效得到驗證的關鍵活性物質。深耕花卉及植物成分研究，使我們能夠在成分層面建立核心品牌價值，培養差異化優勢，支持我們的SKU組合持續實現內部擴充。

我們的研發團隊和平台

我們組建了一支具競爭力的研發團隊，以支持產品開發。截至2025年9月30日，我們的研發團隊共有61名成員，其中超過70.0%具備碩士或以上學歷。團隊開展一系列研發計劃，覆蓋產品開發的全流程，包括天然成分研究、配方框架研究、產品功效測試及技術改造，例如開發亮膚及控油平台，以及產品的感官體驗優化，包括提升嗅覺及觸覺體驗。

我們分別在上海、濟南及廣州設有研發中心，各憑借獨特專長推動產品創新與迭代。上海研發中心專注於基礎研究及配方研發，專攻皮膚科學、亮膚技術和香氛研發等領域。濟南研發中心專注於原料研究，重點開展新型天然成分的研究、篩選與優化，為產品開發和應用提供支持。該中心同時用作植物種質資源研究基地，善用區域優勢構建核心資源庫。廣州研發中心主要負責配方開發，將現有技術與原材料轉化為可投入市場銷售的產品，並設有檢測中心，負責產品質檢、安全評估及功效檢測，同時支持產品開發活動。

我們一般會透過四大研究平台開展研發活動，並由專業中心與整合系統提供支援，從而形成從基礎研究到產品商業化的閉環研發能力。

- **前瞻性研究與核心技術平台。**此平台主要由上海研發中心與濟南研發中心支持，聚焦植物萃取、生物技術發酵、細胞功效機理研究、中國消費者皮膚及頭皮研究。例如，我們運用發酵技術培育自有菌株，成功研發出RIVETOR PRO等核心技術成分。此外，我們的香氛實驗室透過與頂尖國際香氛企業合作，運用頂空技術鎖住植物鮮活香氣，並創造出獨特「花田香」。

業 務

- **應用技術與產品開發平台。**此平台主要由廣州研發中心支持。我們以消費者需求為導向，相對成本考慮優先配方功效，堅持高標準的配方理念。具體而言，我們採用模塊化矩陣模式，支持跨職能協作與可擴展的產品開發，從而實現針對多元消費場景的多品類創新。此外，我們的專家技術委員會則負責監督，確保每項配方均符合嚴格的品質標準、科學完整性與技術領先性。
- **獨立功效與安全檢測平台。**該平台由我們自有的一家已獲得CMA資質認證的中心提供支持，該中心負責對產品功效與安全性進行客觀評估。依托此平台，我們針對亞洲消費者（尤其是中國本土消費者）的皮膚、頭皮及頭髮特徵開展專項研究，以識別其獨特的生理特點與需求。這些洞察為我們的配方研發奠定基礎，有助於最大化發揮核心成分的功效，進一步強化我們的技術護城河。
- **數字化驅動的開放式創新平台。**我們聯動國際專業團隊引入前沿技術，聚焦天然成分研發。我們運用智能技術進行成分篩選與分子對接，加速核心成分開發進程，強化差異化競爭優勢。我們更攜手頂尖學府成立頭皮健康研究中心，致力研發天然髮部洗護解決方案，開創「一洗一護一沐」的創新鏈。

集成產品開發方法

為確保我們的產品持續取得成功，我們已將傳統的線性產品開發流程轉型為集成產品開發方法。該方法通過跨職能協作及並行工作流程，有系統地將產品開發對應市場需求，將各自為政的線性流程改為目標一致的整合體系。

我們通過以下環環相扣的階段執行上述模式：

- **概念立項與產品規劃。**在正式開發之前，我們通過市場調研、概念驗證及產品組合分析，確立清晰且一致的目標。包括產品開發、市場營銷、財務及供應鏈的跨職能團隊制定統一的產品路線圖，確保每個項目從誕生之初就植根於商業戰略與消費者洞察。概念立項階段結束時，項目將接受立項評審，經嚴格評估決定是否進入下一階段。
- **協同開發與執行。**項目獲批後，開發工作進入並行工作流程模式。我們通過打造流程型組織，組建跨產品、研發、營銷、交付、質量、服務等多部

業 務

門的「重量級」團隊，賦予其端到端的經營責任，實現從洞察到上市的全鏈路高效協同，從而在效率、成本與產品力上建立綜合優勢。產品開發團隊負責將需求轉化為技術方案，由早期包裝設計、同步進行的供應商可行性評估及持續的成本管控提供支持。關鍵在於營銷與品牌建設貫穿此階段，確保同步制定產品內容與上市策略，從而徹底解決傳統模式中產品開發與商業化脫節的痛點。

- **驗證、上市準備與發佈。**每款產品上市前均需經過全面驗證，以確保其符合嚴格的質量與性能標準。這包含廣泛的內部評估及外部消費者測試，以確認產品功能性、安全性及用戶接受度。驗證成功後，我們將實施規律有序的上市準備活動，例如最終確定包裝方案、確保供應鏈處於就緒狀態以及完成監管合規性核查。發佈流程遵循正式批准程序，確保每款進入市場的產品均契合我們的戰略目標，並提供卓越的消費者體驗。
- **生命週期管理。**產品發佈後，我們持續監測性能表現與消費者反饋，以此推動快速迭代與持續改進，確保產品保持持久競爭力並緊貼市場趨勢。

該模式以規律有序且可追溯的流程取代了隨機性。根據該模式，我們產品的開發週期一般為六至十二個月。通過多職能部門協同運作，集成產品開發模式能夠將市場洞察轉化為商業可行產品，為實現長期的產品卓越奠定堅實基礎。

我們的研發成果

我們以「花之源、花之效、花之悅」為產品開發理念，搭建起全鏈條研發框架，讓花植的活性成分與香氛成分得到充分創新應用。在持續開發產品的基礎上，我們不斷擴展產品組合，於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們分別推出189、218及130個新品SKU。

我們擁有成功捕捉新興市場需求、打造標誌性產品的實績，這些產品不僅奠定消費者信任，更推動品類成長。我們持續加大產品開發投入，已形成了豐富的專利儲備，尤其是在玫瑰煥亮、牡丹籽油護膚及香氣還原技術等關鍵領域。截至最後實際可行日期，我們已取得21項重要專利，其中包括8項發明專利。

業 務

我們的主要研發成果如下：

- **玫瑰植物化學成分萃取及其作用機制。**我們採用專有的閃速萃取技術，利用超高剪切空化效應打破細胞及亞細胞結構，從而產出全譜玫瑰植物化學基質，這構成了我們的第一代萃取物。在此基礎上，玫瑰生物質被作為碳符號氮源，用以培育經精準篩選的功能性微生物，旨在提升整體功效並增強美白提亮效果。此外，針對蒸餾後的花渣，我們通過雙酶級聯將其轉化為低分子量肽液；這些玫瑰肽除具備漸進式亮膚美白效果外，預計還能提供多重護膚益處。在並行研發項目中，我們識別出一種高活性玫瑰次級代謝產物，由於其水油雙不溶的天然特性，長久以來一直是行業公認的配方難題。我們憑藉專有包封技術突破了這一壁壘，實現了熱力學穩定的分散體系，在顯著提升生物利用度與生物功效的同時，簡化了配方流程。這一突破性進展確保我們的技術處於活性成分創新的最前沿。
- **RIVETOR皮膚屏障修復技術。**我們研發出專有的RIVETOR皮膚屏障修復技術，加強肌膚作為天然屏障的功能，並提升整體護膚功效。該技術通過補充細胞間仿生脂質，調節對屏障形成至關重要的脂質和蛋白的合成，從而強化肌膚結構完整與彈韌程度。採用RIVETOR配方的產品可提升肌膚光澤度，並改善保濕鎖水能力。RIVETOR技術已廣泛應用於全線產品，RIVETOR技術彰顯我們融合以自然為靈感的成分與科學驗證創新的承諾，致力於提供高效、差異化且高品質的護膚解決方案。
- **靶向提取花卉活性成分。**我們篩選出具有強勁肌膚功效的花卉植物，並根據其物理化學特性設計靶向提取技術，從而生產出高濃度、高效率的活性成分組合。
- **強化微生物發酵。**通過篩選功能特異或經精密工程改造的微生物作為底盤菌株，我們在專有精密發酵工藝中充分利用花卉植物精華，最大程度激發植物來源與微生物的協同增效作用。這項精密發酵技術由內部研發，並非基於商業上通用的技術。具體而言，我們通過將特定花卉品種與嚴選篩選的功能性微生物相結合，從而獲得高價值的活性成分。

業 務

- **活性輸送體系的開發與升級。**我們根據活性成分的化學特性設計靶向包封殼體，運用高壓微流化或微波-超分子技術，提升輸送效率、增強功能表現，並確保配方穩定性與制備便捷性。
- **核心活性成分的機制研究。**依托先進的轉錄組學、蛋白質組學及單細胞空間蛋白質組學，我們加速推進核心活性成分的作用機制研究，跨越傳統研發路徑，達到行業領先水平。
- **植萃美白技術。**我們研究嗅覺受體在促進人體角質形成細胞增殖與遷移，以及調節黑色素細胞活性中的作用。研究表明，玫瑰萃取物能激活角質細胞中表達的嗅覺受體，這意味著芳香化合物可通過激活這些受體來促進皮膚修復。這項研究不僅深化了我們對玫瑰萃取物美白機制的理解，更使我們能夠利用感官美容學的前沿成果，通過多感官交互影響消費者購買行為。
- **雙酶萃取技術。**我們開發了一項整合萃取工序，將鏈酶反應與微生物發酵相結合，以提升活性成分濃度並增強護膚功效。通過對菌株、酶制及發酵方法的多輪篩選，我們確立了能高效提取玫瑰多肽的工序。該方法既能促進生物活性成分的深度釋放、提升功能表現，同時通過選擇合適的工序條件確保了生產的可靠性與成本效益的平衡。

我們的研發合作

我們與外知名高校及科研院所開展合作，推動包括成分功效、合成生物學、皮膚科學以及植物品種開發與優化等領域的研究。這些合作助力機制研究、自有成分功效研究及植物品種優化，強有力地促進了產品持續創新，並提升了我們滿足不斷變化的消費者需求的能力。

與上海市皮膚病醫院皮膚病醫院合作

我們已與上海市皮膚病醫院簽訂研究服務協議，共同研究牡丹籽油支持皮膚屏障修復的機制。研究重點包括牡丹籽油對角質形成細胞活性的影響、相關基因表達、其對銀屑病及特應性皮炎等病症的潛在益處，以及分析可能促進保護皮膚屏障的活性成分。研究結果表明，牡丹籽油能促進屏障蛋白的表達並支持皮膚屏障修復。牡丹籽油現已廣泛應用於我們的產品線。

業 務

合作期間，我們利用醫院的實驗室設施並接受其醫療團隊的技術指導，同時嚴格遵守所有現場規定。我們簽訂年度研究服務協議並支付固定費用，同時自行採購並承擔實驗耗材的費用。我們的人員獨立開展實驗並生成數據，對產品測試產生的所有知識產權（包括報告、數據及分析結果）享有專有所有權。此外，上海市皮膚病醫院須對各方面技術、產品規格及測試結果嚴格保密，以保護我們的專有信息。

與北京工商大學合作

我們與北京工商大學保持緊密合作關係，共同推進技術研發。在此合作模式下，該校專注於技術路徑探索，而我們負責功效研究、工序驗證、實驗室複現及生產落地。我們對產品開發過程中產生的所有知識產權享有獨家所有權，北京工商大學須對各方面技術、產品規格及測試結果嚴格保密，以保護我們的專有信息。

舉例而言，我們與北京工商大學攜手制備了牡丹複合多肽（「PSPs」），並研究其對衰老相關基因的影響。我們通過酶水解、透析純化和噴霧乾燥技術從牡丹中獲取PSPs。通過建立人體纖維母細胞（「HFF」）的UVB誘導衰老模型，並採用qRT-PCR技術分析衰老相關基因表達，我們深入研究了PSPs的抗衰老機制。研究結果證實PSP的高效制備流程，為牡丹蛋白資源的開發利用及推進植物肽生物活性研究提供了科學依據。截至最後實際可行日期，牡丹多肽已應用於抗衰老護膚品及防脫洗髮水中。

此外，為推動身體護理產品的創新，我們與北京工商大學合作開發了業界首創的「全身色素分佈圖」。研究發現手肘、頸部、膝蓋和腳踝等身體不同部位的色素沉著成因存在顯著差異。基於這些發現，我們針對不同部位的特定需求設計了精準配方。此項研究成果已融入我們的美白系列身體乳。通過前瞻性投入技術與產品儲備，自2024年起該產品實現年度迭代升級，每次改良均基於消費者反饋。初代採用輕盈配方，專為夏季使用設計，重點預防日曬後色素沉著。

業 務

我們的銷售網絡

我們已建立全渠道銷售網絡，並成功實現從線上驅動為主向線上線下一體化模式的轉型，這有利於我們擴大消費者觸達範圍、增強品牌影響力及提升渠道的風險抵禦能力。通過充分發揮線上渠道的規模效應與效率，同時拓展線下零售商及經銷商佈局，我們已構建一個具有協同效應的銷售網絡，為可持續增長及深耕市場提供有力支持。我們的銷售網絡涵蓋：

- **線上渠道**，包括(i)通過我們的自營品牌旗艦店線上直銷予消費者；(ii)銷售予京東自營店及唯品會等線上電商平台；以及(iii)銷售予線上分銷商，再由其將產品轉售至其他線上渠道或終端消費者；以及
- **線下渠道**，包括(i)銷售予線下分銷商，後者將產品轉售至其他線下渠道；及(ii)銷售予超市、美妝專營店及新零售網點等線下零售商，後者通過其自有店鋪將產品售予最終消費者。

下表列出了我們於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
					(未經審計)		(未經審計)	
	(人民幣以千元計，百分比除外)							
線上渠道	1,026,871	85.7	1,137,145	75.9	807,383	75.3	1,444,524	76.3
線上直銷	837,875	69.9	868,702	58.0	623,936	58.2	1,167,977	61.7
向線上電商平台銷售	122,326	10.2	165,957	11.1	119,181	11.1	142,839	7.5
向線上分銷商銷售	66,670	5.6	102,486	6.8	64,266	6.0	133,708	7.1
線下渠道	167,241	13.9	355,566	23.7	260,624	24.3	446,133	23.5
向線下分銷商銷售	149,042	12.4	326,991	21.8	239,283	22.3	418,739	22.1
向線下零售商銷售	18,199	1.5	28,575	1.9	21,341	2.0	27,394	1.4
其他 ⁽¹⁾	4,542	0.4	6,165	0.4	4,288	0.4	4,085	0.2
總計	1,198,654	100.0	1,498,876	100.0	1,072,295	100.0	1,894,742	100.0

註：

- (1) 其他主要包括(i)銷售我們自產的原材料；及(ii)提供予員工作為員工福利之產品的視同銷售。

業 務

線上渠道

依托強大的品牌聲譽與廣泛的公眾認知度，我們建立了充滿活力的網絡形象，實現了對不同地區及社群多元消費者群體的互動。於往績記錄期內，我們的收入主要來自線上渠道的銷售。於2023年、2024年及截至2024年和2025年9月30日止九個月，我們通過線上渠道實現的收入分別為人民幣1,026.9百萬元、人民幣1,137.1百萬元、人民幣807.4百萬元及人民幣1,444.5百萬元，分別佔各有關期間總收入的85.7%、75.9%、75.3%及76.3%。

線上直銷

我們主要通過在主流電商平台開設的自營店，直接向消費者銷售產品。在線上直銷模式下，我們能夠對產品定價、營銷和客戶服務實現全面把控，為消費者帶來始終如一的品牌體驗。借助主流電商平台龐大的用戶基礎和高流量優勢，我們的產品能夠高效觸達全國各地廣泛、多元的消費者。我們已在抖音、小紅書、天貓、京東、拼多多和得物等中國主要電商平台設立了自營旗艦店。於2023年、2024年及截至2024年和2025年9月30日止九個月期間，我們的網上直銷收入分別為人民幣837.9百萬元、人民幣868.7百萬元、人民幣623.9百萬元及人民幣1,168.0百萬元，佔各有關期間總收入的69.9%、58.0%、58.2%及61.7%。下表列示了我們與電商平台簽訂的標準協議的主要條款摘要：

- **期限。**我們的協議期限通常為一年。一般情況下，除非一方發出書面終止通知或另有約定，協議期限將自動延長。
- **服務範圍。**電商平台提供與線上資訊服務、軟件技術服務、營銷推廣資源、交易管理、交易完成等相關的軟件服務。
- **服務費。**電商平台一般會向我們收取佔銷售額一定百分比的服務費。
- **行為準則。**我們遵守電商平台的行為準則。我們將遵循關於業務範圍、反賄賂和反競爭、保密、客戶保護和數據保護要求的標準行為準則。
- **終止。**任何一方都可以依約定條件終止合約，包括事先書面通知或另一方違反重大條款。

業 務

線上電商平台銷售

我們與線上電商平台（包括京東的自營店及唯品會）攜手合作，由他們直接面向最終消費者銷售我們的產品。這些合作使我們的產品能夠利用差異化的定位、產品組合和推廣策略，通過多種零售渠道進行營銷，從而提升了品牌在不同消費群體中的知名度。於2023年、2024年及截至2024年和2025年9月30日止九個月期間，我們從向線上電商平台銷售產生的收入分別為人民幣122.3百萬元、人民幣166.0百萬元、人民幣119.2百萬元及人民幣142.8百萬元，佔我們於各有關期間總收入的10.2%、11.1%、11.1%及7.5%。

我們主要與該等電商平台簽訂協議。我們在確認終端客戶接納產品後才確認收入。下表列示了我們與線上電商平台簽訂的標準協議的主要條款摘要：

- **期限及續期。**我們的協議期限通常為一年。一般情況下，除非一方發出書面終止通知或另有約定，協議期限將自動延長。
- **定價。**我們以雙方約定的價格向線上電商平台銷售產品，並提供建議零售價供其參考。
- **最低採購承諾。**我們通常不對線上電商平台設定最低採購承諾。
- **物流。**我們通常負責將產品配送至線上電商平台指定的地點。
- **退貨政策。**我們允許線上電商平台在特定情況下退貨，包括產品瑕疵。
- **終止。**任何一方均可依約定條件終止合約，包括提前30天發出書面通知或另一方違反重大條款。

向線上分銷商銷售

根據市場慣例，我們還與線上分銷商合作，由他們將產品轉售給其他線上渠道，或透過其自有線上店鋪銷售給最終消費者。依托線上分銷商的網絡優勢及資源，我們的線上分銷模式提升了產品的知名度，使我們能夠觸達更廣泛的消費群體。截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日，我們分別合作了47家、38家和33家線上分銷商。於2023年、2024年及截至2024年和2025年9月30日止九個月，我們通過向線上分銷商銷售實現的收入分別為人民幣66.7百萬元、人民幣102.5百萬元、人民幣64.3百萬元及人民幣133.7百萬元，分別佔各有關期間總收入的5.6%、6.8%、6.0%及7.1%。

業 務

我們對新線上分銷商實施嚴格的准入標準，以確保運營規範及品牌一致性。我們根據資質、信用狀況、財務狀況、倉儲及銷售能力及營運經驗等標準篩選潛在分銷商。獲批後，分銷商將持續接受基於信用資質、市場規範遵守情況、採購規劃、銷售增長及合作時長等指標的績效評估。若發生重大違規行為，如屢次價格違規、市場紀律渙散或未經授權的跨渠道銷售，我們保留終止合作關係的權利。據我們所知，在往績記錄期內及截至最後實際可行日期，所有線上分銷商均為獨立第三方，且分銷商與本公司之間不存在僱傭、融資或親屬關係。

下表列出了我們線上經銷商的數量及其在所示期間的變動情況：

	截至12月31日的年度		截至9月30日 止九個月
	2023年	2024年	2025年
期初數量	14	47	38
新聘用經銷商數量	37	12	9
終止的經銷商數量	4	21	14
期末數量	47	38	33

我們持續致力於優化線上經銷商網絡。我們分別於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月新增37家、12家及九家線上經銷商，主要為擴大線上覆蓋範圍並提升渠道滲透率。同期內，我們分別終止與四家、21家及14家經銷商的合作關係，主要原因在於精簡經銷架構的策略調整。

根據市場慣例，我們主要與線上經銷商簽訂標準分銷協議。根據分銷安排，我們與線上經銷商建立買賣關係，並在經銷商收到產品時確認收入。以下概述了我們與線上經銷商簽訂的典型協議的主要條款：

- **期限**：我們的協議期限通常為一年。
- **指定分銷平台**：經銷商僅可在指定平台的授權店內銷售產品。
- **定價**：我們提供建議零售價範圍作為經銷商遵循的指導，並保留調整指導價格的權利。
- **費用安排**：經銷商通常在交貨前結算付款。

業 務

- **最低採購要求：**我們通常不對線上經銷商設定最低採購承諾。
- **銷售目標：**我們通常不對線上經銷商設定銷售目標。
- **再分銷安排：**我們的經銷商可以聘用次級經銷商，在往績記錄期間，我們未與任何次級經銷商簽訂協議或直接建立關係。經銷商在聘用次級經銷商前須獲得我們的授權。根據分銷協議，經銷商應監督其次級經銷商的營運，包括庫存水平、銷售表現及市場活動，以確保與我們的整體銷售和分銷策略保持一致。在往績記錄期間，據我們所知，我們的經銷商在2023年、2024年及截至2025年9月30日的九個月分別聘用三家、12家及12家次級經銷商。根據弗若斯特沙利文的數據，在我們所處行業，公司依賴第三方經銷商將產品銷售給次級經銷商而不與次級經銷商建立合同關係是一種普遍行業慣例。
- **退換貨政策：**一般情況下，我們僅在驗收期內接受經銷商因非經銷商責任導致的產品瑕疵或錯誤發貨而提出的退貨和換貨申請。如因非我方原因同意退貨或換貨，相關退貨費用由經銷商承擔。
- **終止：**任何一方可提前30天書面通知終止合約。我們可在特定條件下單方面終止合約，包括經銷商違反合約條款的情形。

線下渠道

根據弗若斯特沙利文的報告，我們是本行業少數成功將線上建立的品牌勢能轉化為線下擴張驅動力，並建立完整的全渠道銷售網絡的品牌之一。自2021年建設線下渠道以來，我們的線下銷售網絡涵蓋多種零售業態，包括商超、化妝品店、新零售店及OTC藥妝店，實現中國31個省市自治區的零售銷售點覆蓋。

線下零售商銷售

我們與商超、美妝專營店及新零售門店等線下零售商展開合作，通過他們的門店將產品直接帶給消費者，持續拓展線下渠道，豐富銷售網絡，並提升與消費者的互動體驗。這些零售商為我們的品牌提供了更多線下接觸點，讓消費者能夠親身體驗產品，從而完善了我們的銷售網絡。依託他們成熟的客戶基礎、全國佈局和專業的陳列能力，我們的品牌知名度不斷提升，銷售業績持續增長，在核心消費群體中的滲透也更加深入。在2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月期間，我們分別與六家、五家及七家線下零售商開展合作。在2023年、2024年以及截至2024

業 務

年9月30日和2025年9月30日止九個月期間，我們從線下零售商產生的收入分別為人民幣18.2百萬元、人民幣28.6百萬元、人民幣21.3百萬元及人民幣27.4百萬元，佔各期間總收入的1.5%、1.9%、2.0%及1.4%。

根據市場慣例，我們與該等零售商簽訂標準買賣協議或寄售協議。在買賣協議下，我們與線下零售商建立買賣關係，並在其收貨時確認收入。在寄售協議下，我們在確認產品已交付至終端客戶並獲其接納後才確認收入。下表列出了我們與線下零售商的標準協議的要點條款摘要：

- **期限。**我們的協議期限通常為一年。
- **定價。**我們以雙方協議價格向線下零售商銷售產品，並提供建議零售價供其參考。
- **最低採購承諾。**我們通常不對線下零售商設定最低採購承諾。
- **物流。**我們通常負責將產品配送至線下零售商指定的地點。
- **退貨政策。**我們允許線下零售商在特定情況下退貨，包括產品損壞。
- **終止。**任何一方均可依約定條件終止合約，包括事先書面通知、另一方違反重大條款或雙方同意終止。

線下經銷商銷售

依據市場慣例，我們與線下經銷商建立合作關係，由他們將我們的產品分銷至更多線下渠道。這些經銷商通常負責特定區域的銷售，負責在其指定區域內進行產品銷售。我們認為與線下經銷商合作有助於提升品牌曝光度和公眾認知度，同時提高運營效率。截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日，我們分別聘用了187，351以及454家線下經銷商。於2023年、2024年及截至2024年9月30日和2025年9月30日止九個月，我們從線下經銷商銷售產生的收入分別為人民幣149.0百萬元、人民幣327.0百萬元、人民幣239.3百萬元及人民幣418.7百萬元，佔各期間總收入的12.4%、21.8%、22.3%及22.1%。

我們對線下經銷商及線上經銷商保持相同的准入標準和流程，詳見「—我們的銷售網絡—線上渠道—向線上經銷商銷售」。據我們所知，於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，所有線下經銷商均為獨立第三方，且經銷商與本公司之間不存在僱傭、融資或親屬關係。

業 務

下表列出了我們線下經銷商的數量及其在所示期間的變動情況：

	截至12月31日的年度		截至9月30日
	2023年	2024年	止九個月 2025年
期初數量	111	187	351
新聘用經銷商數量	98	198	147
終止的經銷商數量	<u>22</u>	<u>34</u>	<u>44</u>
 期末數量	 <u>187</u>	 <u>351</u>	 <u>454</u>

於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們分別新增與98家、198家及147家線下經銷商開展合作，此乃歸因於我們線下渠道的擴張。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們分別終止與22家、34家及44家線下經銷商的合作，主要原因為其未能滿足我們的業務運營需要。

我們主要與線下經銷商簽訂標準分銷協議。在分銷安排下，我們與線下經銷商建立買賣關係，並在他們確認收到我們的產品時確認收入。以下是我們與線下經銷商簽訂的典型協議的主要條款摘要：

- 期限：我們的協議期限通常為一年。
- 指定分銷區域：經銷商僅被允許在指定區域內銷售產品。
- 定價：我們提供建議零售價範圍供經銷商參考遵循。
- 費用安排：經銷商通常在交貨前結算付款。
- 最低採購要求：我們通常不對線下經銷商設定最低採購承諾。
- 銷售目標：我們通常根據經銷商的實際市場覆蓋範圍設定雙方協議的銷售目標，並保留經銷商未能達成目標時終止合作關係的權利。
- 再分銷安排：我們的線下經銷商可以聘用次級經銷商，在往績記錄期間，我們未與任何次級經銷商簽訂協議或直接建立關係。經銷商在聘用次級經銷商前須獲得我們的授權。在往績記錄期間，我們的線下經銷商並未任何聘用次級經銷商。

業 務

- **退換貨政策：**我們僅在驗收期內接受經銷商因非經銷商責任導致的產品瑕疵或錯誤發貨而提出的退貨和換貨申請。
- **終止：**在特定條件下，我們可單方面終止協議，包括經銷商違反合約的情況。

分銷管理

我們已建立完善的經銷商管理架構，旨在規範經銷商行為、維護市場秩序，並確保銷售網路展現一致的品牌形象。我們對潛在經銷商執行嚴格的盡職調查，全面評估其資質、信用狀況、財務狀況、倉儲及銷售能力及運營經驗，並要求其繳納保證金。經篩選合格的經銷商將經營指定渠道或區域，並接受系統化的入職與持續培訓，以確保其遵守我們的經銷協議，包括市場行為、定價政策及禁止竄貨等限制。

經銷商合作開始後，我們實行由多部門共同監督、以績效為導向的考核制度，以確保其行為完全合規。我們每季度根據業務表現、合規情況及客服質素，對經銷商進行評級。該評級結果會影響其營銷資源分配及促銷支持。對於評級持續偏低的經銷商，我們將採取加強監管、減少促銷支持或終止經銷商合作關係等措施。

與此同時，我們針對線上線下渠道建立了嚴格的監控機制。我們持續追蹤線上產品定價、促銷活動及竄貨行為；線下部分則由團隊定期抽查銷售紀錄，並由區域經理監督經銷商落實各項整改要求。上述措施共同提升了分銷網絡的透明度與問責機制，並構成了下述風險控制措施的基礎。

填塞分銷渠道風險管理

我們已實施一套系統化措施，旨在使經銷商訂單與實際市場需求保持一致，防止庫存過度積壓，並在整個分銷網絡中保持透明度和合規性：

- **訂單數量管控。**我們對經銷商單次訂購數量設置上限。具體而言，我們會定期與經銷商溝通其近期銷售表現及銷售預測，並根據預計銷售週期，為每筆訂單中各SKU的最高訂購量設置上限。

業 務

- **分階段交付安排。**針對大宗訂單，只要能滿足下游客戶需求，我們將採取分期交貨時程，以避免庫存過度積壓。這種做法確保經銷商接收適度的產品數量，從而減輕其過早拋售庫存的壓力。
- **庫存管理支持。**我們積極與經銷商合作，共同制定並執行旨在加速銷售轉化的營銷舉措，包括促銷策劃、需求預測以及定製化營銷活動，以優化庫存周轉率。
- **嚴格產品退貨政策。**為防止人為虛增訂單量，我們不允許隨意產品退貨。僅接受符合質量保證協議的正當理由產品退貨，例如經核實的質量問題。
- **銷售表現抽查。**我們定期於經銷商營業網點實施銷售紀錄抽查，以驗證合約遵循狀況、識別異常交易、虛報業績或庫存超額等問題，並確保經銷網絡持續保持透明度與責任落實。

反自相蠶食風險管理與反不正當競爭管理

我們已實施一系列預防措施，以減輕經銷商之間自相蠶食的風險。我們統一所有平台的定價標準，並監督經銷商是否遵守定價政策。具體而言，我們為各平台經銷商提供建議零售價，並對違反定價管控政策者實施處罰，嚴重違規者將終止合作。此外，我們通過差異化分配各經銷商的主推產品，最大限度減少直接競爭。在同一渠道內，我們亦控制合作經銷商的數量。協調自營渠道與分銷渠道時，我們會區分核心與非核心產品：核心新品主要通過自營渠道推廣，經銷商則通常側重於次級新品。

跨渠道協調

我們的全渠道銷售網絡創造良性增長循環：線上品牌曝光帶動實體店面客流量，而線下體驗互動則強化線上品牌聲譽，從而產生強大的渠道協調效應與用戶忠誠度。

- **線上渠道協調。**為強化線上渠道的協調，基於對不同客群、消費場景及價格範圍的深刻洞察，我們採取差異化產品組合策略，並實施平台專屬授權與定價管控機制。具體而言，我們在不同平台提供獨特的產品選項，以降低品牌內部競爭的可能性。此外，儘管各平台的零售價格可能因平台專屬補貼計劃而波動，但我們向零售商提供的建議零售價及促銷指導方針始終

業 務

保持一致，並由經驗豐富且全職投入的專責團隊持續監控執行情況。違規行為，如不當價格調整或未經授權的跨平台銷售，可能導致補救措施，包括警告、指定整改期限、暫停營銷資源，必要時終止合作。

- **線下渠道協調。**我們實施統一的品牌與運營標準，協調定價及促銷計劃。分銷協議中明確劃定區域授權邊界，未經授權的跨區域銷售將視作違規行為。我們將合規表現與資源分配、活動資格及返利掛鉤，以激勵良性競爭。這些措施保障品牌一致性，提升消費者體驗，並維持健康的渠道生態。

品牌和營銷

品牌建設

我們致力於推動品牌建設與業務增長協同發展，不斷提升品牌影響力與市場競爭力。

我們核心成分，科學配比，始終秉持品牌理念，確保產品品質如一，強化品牌差異化和消費者信任。通過與知名代言人合作，定期向消費者傳遞產品科技創新，不斷提升品牌知名度和公信力。例如，「大白在身邊」理念，將美白身體乳塑造為陪伴和可靠的象征。自2022年起，我們以東方美學煥新品牌視覺，契合消費者對中國傳統美學的情感共鳴。

依托堅實的品牌基礎，我們優先推廣聚焦旗艦產品和渠道精細化運營，提升品牌知名度。在產品層面，集中資源推廣旗艦產品，提升營銷效率和投資回報；吸引消費者後，通過豐富的SKU體系滿足多樣化需求，增強客戶黏性和複購率。在渠道層面，圍繞618購物節、雙十一購物節等重要節點，開展定向促銷，提升品牌曝光和轉化。同時，借助大型會議和展會拓展線下渠道，吸引新合作伙伴，提升品牌可見度。這些舉措持續推動業務增長，鞏固我們的市場競爭優勢。

營銷舉措

我們已成立一支專業的銷售與營銷團隊，負責品牌戰略、內容運營、整合營銷方案、市場分析及媒體關係。我們針對不同線上渠道（包括貨架式電商及內容電商）及線下渠道的特性，採取差異化的運營策略。

業 務

就以搜索為主的貨架式電商平台而言，我們通過洞察消費者行為來優化產品展示方式，並重點推廣旗艦產品。而對於以內容為主的電商平台，由於此類平台主要通過圖片、短視頻、直播等刺激消費欲的內容機制來傳遞產品信息，我們會豐富產品種類，並實施針對性的內容運營手段，以提升產品曝光度和整體品牌知名度。就線下渠道而言，我們通過組織各類活動來加強消費者互動，從而提升品牌親和力。此外，根據特定營銷活動的目標及相關產品的市場定位，我們與KOL開展合作，充分發揮其影響力，以擴大消費者觸達範圍，並提升整體營銷效果。

會員制度

在天貓、京東、抖音等主要電商平台均設有線上會員項目，實現跨渠道的精細化管理與互動，提升用戶黏性並促進複購。截至2025年9月30日，我們擁有17.0百萬位註冊會員。我們還定期邀請會員參與新品概念研究和消費者測試，他們提供的寶貴反饋為我們的產品和戰略優化提供重要依據。

客戶服務

我們致力於維持高品質標準並增強消費者對我們產品的信心，為此，我們已建立完善的客戶服務體系，並由專責客服團隊提供支援，以確保及時回應客戶的查詢及關注事項。我們的客服團隊負責記錄查詢、反饋及投訴，並記錄調查結果及解決措施。為便於溝通，我們提供在線客戶服務以便客戶對我們的產品及服務作出反饋或提出投訴，而投訴均按既定程序處理。我們致力於透過清晰且積極的溝通，迅速有效地解決消費者投訴。

我們的線上服務渠道或合作電商平台及分銷商收到的普通投訴、查詢及反饋，均由我們的客服人員即時處理。需要特別關注的投訴會轉交我們的內部投訴處理部門，該部門可能會進一步調查並直接與相關消費者溝通。我們會根據事實和合理性對投訴的案件逐個進行評估，並致力妥善解決有關投訴。對於有理據的投訴，我們通常採用的解決方案包括道歉、換貨及退款。我們亦會跟進溝通，以確認投訴已得到圓滿解決。

我們建立了卓越的客戶滿意度記錄，這體現在我們持續較低的產品退換率上，往績記錄期內各年度／期間的退換率均低於1%，根據弗若斯特沙利文的資料，該數據低於行業平均水平。有關我們線上電商平台、線上分銷商、線下零售商及線下

業 務

經銷商的產品退換貨政策，請參閱「—我們的銷售網絡」。於往績記錄期間，我們並無遇到任何與客戶投訴、產品召回、產品退貨或產品責任索賠有關的重大事件。

採購及生產

我們的採購

我們的採購模式，其中大部分原材料由我們於中國自行採購，部分原材料則由OEM工廠透過我們的指定渠道直接採購。我們採購的原材料包括玫瑰和茉莉等植物，該等原材料將進一步加工為玫瑰花水、玫瑰發酵濾液及RIVETOR植物油，其後提供予OEM工廠。此外我們還採購表面活性劑、調理劑、油脂和乳化劑等其他原材料及包裝材料，以交付予我們的指定OEM工廠。

我們已建立一套集中式供應商管理體系，並輔以嚴格的供應商挑選與評估機制。由專責團隊負責評估供應商資質、在合作前進行現場考察，以及開展定期績效考核。我們的評估標準涵蓋產品品質與功效、生產設施條件、倉儲管理、品質控制標準及生產設備能力等方面。符合要求的供應商將被納入採購部門存置的核准供應商名單，該部門亦會持續監控供應商在產品品質和交貨及時性等方面的表現。對於未能達到我們內部標準的供應商，我們保留暫停或終止合作的權利。通過儲備一批合資格供應商，即便在極少數出現供應中斷的情況下，也能確保我們可從品質與定價相近的替代來源獲得穩定供應。此外，若原材料成本大幅上漲，我們保留調整產品價格的權利。有關往績記錄期間各年度／期間五大供應商的詳情，請參閱「—我們的供應商」。於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們未遭遇任何重大質量問題，未收到瑕疵產品，亦未經歷任何對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的供應短缺。

我們的生產

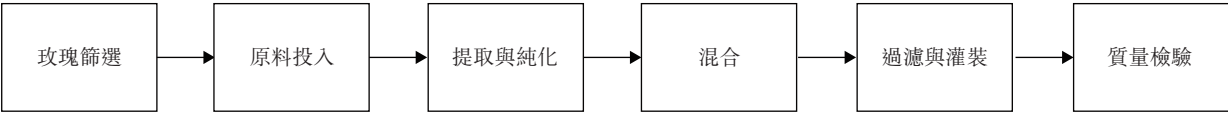
我們透過位於濟南的原材料加工設施生產部分原材料，亦與OEM供應商合作生產成品。

原材料生產

我們在山東省濟南市運營一家原材料加工廠，用於生產特定原材料，包括玫瑰花水、玫瑰發酵濾液及RIVETOR植物油。這使我們能夠專注於關鍵原材料和配方開發，並在市場上保持競爭優勢。

業 務

下圖列示我們玫瑰水生產流程的關鍵步驟：



- **玫瑰篩選**。我們嚴格甄選新鮮玫瑰，確保僅符合品質標準的花瓣進入生產流程。剔除受損或不合規格的花瓣，以維持產品的純度與一致性。
- **原料投入**。將篩選後的玫瑰花瓣依照標準化操作程序投入萃取設備，並精確控制投料量，確保各生產批次品質穩定。
- **提取與純化**。在受控條件下對花瓣進行提取，充分釋放其天然精華與芳香成分；隨後對所得提取物進行純化處理，以去除雜質。
- **混合**。將玫瑰萃取液嚴格按照配方指引與其他成分均勻混合，確保最終混合物達到預期的性能。
- **過濾與灌裝**。混合後的溶液經過濾，在進入灌裝工序前去除殘留微粒，再分裝至成品容器中。
- **質量檢驗**。每批次灌裝完成的產品均須經過嚴格的品質檢測，以確保安全性、穩定性及相關標準的合規性。經檢驗合格的批次方可包裝並作為最終玫瑰水產品上市。

下表列示本公司位於濟南的原材料加工廠在所示期間的設計年產能、實際產量及利用率：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
設計年產能(噸)	1,210	1,210	1,210	1,150
實際產量(噸)	884.9	1,140.0	808.0	669.7
利用率(%)	73.1	94.2	89.0	77.6

附註：

- (1) 設計年產能基於各設備每日運行8小時，每月25個工作日(全年300個工作日，不包括生產線升級或調整時間)的最優小時產量計算得出。設計年產能從2024年9月30日止九個月的1,210噸減至2025年9月30日止九個月的1,150噸，主要歸因於對生產線的調整以優化效率。

業 務

- (2) 產量指相關期間的實際產出。實際產量從2023年的884.9噸增至2024年的1,140.0噸，主要因為我們將玫瑰水添加到多款新推出的產品中，促使我們擴大其生產規模。實際產量從2024年9月30日止九個月的808.0噸減至2025年9月30日止九個月的669.7噸，主要是因為我們將部分生產職能委託給新簽約的原材料加工合作夥伴，以確保原材料供應穩定。
- (3) 利用率按實際產量除以同期設計年產能計算，並按相關期間比例調整。利用率從2023年的73.1%升至2024年的94.2%，主要歸因於因為我們將玫瑰水添加到多款新推出的產品中，促使我們擴大其生產規模。利用率從2024年9月30日止九個月的89.0%跌至2025年9月30日止九個月的77.6%，主要原因在於部分設備被分配用於產品開發和試產。

與OEM供應商的合作

憑借我們與OEM供應商的長期合作關係，我們能夠擴大生產規模，確保產品的適銷性，以滿足市場需求，並將更多資源分配至原材料及配方研發及企業管理上。我們主要以委託加工模式與OEM供應商合作。我們向OEM供應商提供特定關鍵原材料，如植物提取物、表面活性劑及包裝材料。而其他常用原材料則由OEM供應商透過我們的指定渠道直接採購。

為保持質量管控標準並確保最佳效率，我們已制定嚴格的OEM供應商遴選標準。我們尤其重視供應商質量體系的穩健性、產能充足性、成本結構合理性，以及他們的服務能力能否有力支持我們的合作需求。我們的評估包括對其資歷、合規性、質量體系、生產能力及成本效益的全面審查，同時根據供應商績效評估定期調整訂單分配。

我們建立了靈活的產能保障機制，通常在實際需求之上保留一定比例的OEM產能。通過利用大規模外部製造的成熟資源，與多家OEM供應商保持穩定合作，通過分散的工廠佈局，協調生產資源，快速調整生產計劃，有效降低大規模產能短缺的風險。新產品推出初期，我們會依據銷售目標規劃包裝、原材料及代工生產的產能，識別瓶頸並提前做好預案。我們擁有一個經嚴格篩選的合資格OEM供應商庫，以支持我們的產品生產，從而盡量降低交付風險。

通過與外部OEM供應商協作，我們對產品配方信息進行嚴格控制，對所有功效配方擁有獨家所有權和控制權。在向合作代工生產製造商傳輸生產信息時，我們實施嚴格的內部控制機制。代工生產製造商只能根據我們的代碼和標籤製造產品，而

業 務

無法獲得完整的配方細節。針對部分關鍵原材料，我們在指定地點維持自主生產，並確保運輸過程嚴格保密相關原材料的成分。通過嚴格控制配方傳輸和原材料開發，我們實現了產品功效配方的全面保密。

在合同安排中，我們規定了生產工藝標準、結算期限和付款方式等關鍵條款，以及採購原材料的責任分配。付款通常按月結算。下表列出了我們與OEM供應商的標準協議的要點條款摘要：

- **期限。**我們與OEM供應商簽訂的協議期限通常為一年。
- **原材料採購。**我們負責關鍵原料的採購，例如花卉植物萃取物、表面活性劑及包裝材料。其他常用原料則由OEM供應商透過我們指定的管道採購。
- **產品設計及開發安排。**我們負責產品的配方與包裝設計及開發工作，並擁有相應的知識產權。
- **生產。**我們的OEM供應商主要負責生產符合我們標準和要求的產品。
- **質量保證。**我們的OEM供應商需就因其生產流程控制存在缺陷，或其質量檢驗及放行程序執行不力，所導致之產品缺陷而產生的所有損失向我們作出賠償。
- **協議延期。**協議延期申請須在協議到期前30日內以書面形式提交給另一方。
- **保密性。**雙方應對此協議保密。未經對方同意，任何一方均不得使用、披露、出售、或從事任何可能導致向第三方泄露保密信息的其他行為。

定價

我們在所有銷售渠道實施統一的整體定價策略。產品零售價基於多重因素確定，包括原材料成本、市場同類產品價格、市場環境以及我們的生產運營成本。我們可能不定期提供折扣優惠，並參與第三方電商平台及百貨商店的促銷活動。我們亦可能根據會員政策向註冊會員提供獎勵及折扣。針對經銷商銷售，產品通常以低於建議零售價的折扣出售，具體考慮因素包括經銷商採購量、經銷商利潤率、市場

業 務

產品定價、銷售渠道營銷推廣成本、指定分銷區域以及經銷商可覆蓋的終端客戶數量。針對售予零售商的產品，價格乃透過雙方協商共同決定。有關不同銷售渠道定價政策，詳見「—我們的銷售網絡」。

質量管控

我們將產品質量置於運營核心。在集成產品開發模式下，質量管控貫穿產品生命周期的每個階段，包括需求對接、設計開發以至試產驗證及批量生產。生產方面的質量管控措施全面覆蓋原材料採購加工、OEM生產、倉儲物流、交付配送及售後保障。我們組建了質量管控團隊，全程監督生產流程，確保所有環節符合內部標準。我們在廣州擁有檢測中心，為產品提供堅實的物理化學、微生物及穩定性測試技術支持，以確保產品質量，並委託第三方機構進行檢測。

集成產品開發流程。質量保證始於產品設計階段。我們的產品開發質量保證團隊全程參與整個開發周期，涵蓋需求對接、產品設計及開發驗證、試產測試、小規模市場試銷及大批量生產。團隊在每個階段都推動質量標準共識，制定檢測方案，並進行驗證，以確保開發成果達至良好水平。

原材料採購及加工。所有採購的原材料在加工前均需進行樣品檢測，以確保符合內部標準。OEM工廠採購的原材料由其內部檢測，檢測標準及結果均需向我方如實匯報。原材料部分在濟南生產基地加工，部分由第三方加工商處理。所有加工後的原材料在放行至下游生產前均需再次抽樣檢測。僅符合質量標準的材料方可交付OEM工廠進行後續製造。

OEM生產。我們採用預放大配方驗證方法，最大限度降低大規模生產相關風險。向OEM工廠提供產品配方後，OEM流程將在我們監督下完成樣品製造、測試及包裝。配方樣品需先按既定驗收標準生產測試，驗證成功後方啟動量產。此一體化流程將質量管控貫穿產品設計、配方測試至包裝全環節，確保成品符合規格要求及適用標準。包裝完成的成品隨後運送至與我們合作的第三方倉庫，並由指定第三方物流供應商進行運輸。

業 務

倉儲及交付流程。成品在工廠進行抽樣檢驗，並在指定實驗室接受全面測試，以驗證其符合物理化學、微生物學及穩定性參數要求。這些措施可防止不合格產品流入市場，確保高端產品質量。我們亦持續追蹤全球法規動態，及時更新內部標準，以維持先進且合規的質量管理體系。詳見「一採購及生產—我們的採購」。

消費者反饋處理機制。我們建立了規範的客戶投訴處理流程。消費者服務部門負責收集並記錄投訴信息，質量管控團隊則承擔分類、分析、調查及改進措施的執行工作。針對產品質量及其他質量問題投訴，質量管控團隊進行根本原因分析，制定糾正及預防措施以杜絕問題再次發生。該流程確保問題及時解決，並持續推動產品質量及客戶滿意度的提升。有關售後服務，詳見「一品牌和營銷—客戶服務」。

我們的供應商

我們的供應商主要由電子商務平台服務提供商、促銷服務提供商，OEM供應商及原材料和包裝供應商組成。於往績記錄期內，每年／期間向五大供應商採購的金額分別約為人民幣343.5百萬元、人民幣363.5百萬元及人民幣546.1百萬元，佔該年度總採購額的34.2%、28.8%及33.7%。於往績記錄期內各年度／期間內，我們向最大供應商採購的金額分別約為人民幣138.9百萬元、人民幣127.2百萬元及人民幣222.9百萬元，佔我們同一年度／期間總採購額的13.8%、10.1%及13.8%。有關主要供應商相關風險，請參閱「風險因素—與我們的業務及行業相關風險—我們依賴部分供應商提供電商平台服務、促銷服務、產品生產及原材料採購，可能使我們面臨供應商集中風險。」

業 務

下表列出了我們前五大供應商在往績記錄期間的身份和相關詳情：

截至2023年12月31日止年度

序號	供應商	背景	提供給我們的 產品／服務	採購金額 (人民幣 千元)	佔我們 採購總額的 百分比	與我們 建立業務 關係的 年份
1	供應商A	該供應商為上市公司，主要經營國際互聯網技術平台，提供多元化平台服務，包括電商、雲端運算及數碼媒體。	電商平台服務及推廣服務	138,948	13.8	2019年
2	供應商B	該供應商主要從事營運大型互聯網技術平台，提供短視頻廣告服務及電商平台服務。	電商平台服務及推廣服務	72,024	7.2	2018年
3	供應商C	該供應商主要提供推廣服務。	推廣服務	53,301	5.3	2021年
4	供應商D	該供應商主要從事技術服務及提供信息技術優化服務。	推廣服務	39,873	4.0	2020年
5	供應商E	該供應商主要作為綜合化妝品公司從事研發、製造、營銷服務。	製造服務	39,312	3.9	2021年
總計				343,458	34.2	

業 務

截至2024年12月31日止年度

序號	供應商	背景	提供給我們的 產品／服務	採購金額 (人民幣 千元)	佔我們 採購總額的 百分比	與我們 建立業務 關係的 年份
1	供應商A	該供應商為上市公司，主要經營國際互聯網技術平台，提供多元化平台服務，包括電商、雲端運算及數碼媒體。	電商平台服務及推廣服務	127,187	10.1	2019年
2	供應商B	該供應商主要從事營運大型互聯網技術平台，提供短視頻廣告服務及電商平台服務。	電商平台服務及推廣服務	73,777	5.8	2018年
3	供應商E	該供應商主要作為綜合化妝品公司從事研發、製造、營銷服務。	製造服務	58,149	4.6	2021年
4	供應商F	該供應商主要從事技術服務，並提供信息技術優化服務。	推廣服務	56,732	4.5	2022年
5	供應商G	該供應商主要從事塑膠包裝材料研究、生產及銷售。	原材料及包裝材料	47,629	3.8	2021年
總計				<u>363,474</u>	<u>28.8</u>	

業 務

截至2025年9月30日止九個月

序號	供應商	背景	提供給我們的 產品／服務	採購金額 (人民幣 千元)	佔我們 採購總額的 百分比	與我們 建立業務 關係的 年份
1	供應商F	該供應商主要從事技術服務，並提供信息技術優化服務。	推廣服務	222,908	13.8	2022年
2	供應商A	該供應商為上市公司，主要經營國際互聯網技術平台，提供多元化平台服務，包括電商、雲端運算及數碼媒體。	電商平台服務及推廣服務	118,644	7.3	2019年
3	供應商C	該供應商主要提供推廣服務。	推廣服務	89,330	5.5	2021年
4	供應商H	該供應商主要從事軟件及信息技術服務。	推廣服務	59,950	3.7	2022年
5	供應商I	該供應商主要作為綜合化妝品公司從事研發、設計及製造服務。	製造服務	55,311	3.4	2023年
總計				546,143	33.7	

業 務

截至最後實際可行日期，於往績記錄期間內，每年／各期間內我們五大供應商中的每一家均為獨立第三方，而本公司的董事、其聯繫人或本公司任何股東（擁有或據董事所知已擁有本公司已發行股本超過5%）在往績記錄期間每年／各期間內均無於本公司五大供應商中的任何一方擁有任何權益。

我們的客戶

我們的客戶主要包括位於中國的個人消費者、電商平台、零售商和經銷商。於往績記錄期間，每年／期間來自五大客戶的收入分別為人民幣168.5百萬元、人民幣233.3百萬元及人民幣239.0百萬元，佔我們同一年度／期間總收入的14.0%、15.6%及12.7%。於往績記錄期內，我們並未面臨任何重大的客戶集中風險。

截至最後實際可行日期，於往績記錄期間內，每年／各期間內我們五大供應商中的每一家均為獨立第三方，而本公司董事、其聯繫人士或任何股東（據董事所知持有或曾持有本公司已發行股份5%以上權益者）於往績記錄期內各年度／各期間內，均未於本公司五大客戶中持有任何權益。

主要客戶與供應商重疊

於往績記錄期內，我們五大客戶中的兩家同時也是我們在2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月的供應商。根據行業慣例，按照弗若斯特沙利文的建議，該等客戶作為主要電商平台運營，同時亦在其日常業務過程中提供電子商務推廣服務。於往績記錄期內，(i)我們向該等供應商一客戶採購電子商務推廣服務的金額分別為人民幣39.0百萬元、人民幣52.3百萬元及人民幣53.6百萬元，佔同期採購總額的3.9%、4.1%及3.3%；(ii)我們向該等供應商客戶的銷售額分別為人民幣122.3百萬元、人民幣166.0百萬元及人民幣142.9百萬元，佔同期總收入比例分別為10.2%、11.1%及7.5%。

供應商E為我們2023年及2024年五大供應商之一，同時亦為我們在2024年及截至2025年9月30日止九個月期間的客戶。此外，供應商I為我們截至2025年9月30日止九個月的五大供應商之一，同時亦為我們截至2025年9月30日止九個月的客戶。供應商E、供應商I均是綜合性化妝品公司，提供研發、生產及營銷服務。在往績記錄期內，我們主要從這些供應商那裡採購OEM服務，同時單獨向這些供應商出售我們自產的原材料，以促進他們與我們產品無關的產品的製造業務。在往績記錄期各年度／期間內：(i)我們向供應商E採購OEM服務的採購金額分別為2023年的人民幣39.3百萬元、2024年的人民幣58.1百萬元及截至2025年9月30日止九個月期間的人民幣51.2百萬元，分別佔同期總採購金額的3.9%、4.6%及3.2%；(ii)我們向供應商E主要銷售原材料等，相關銷售額分別為2023年的零、2024年人民幣0.8百萬元及截至

業 務

2025年9月30日止九個月期間的人民幣0.6百萬元，分別佔同期總收入的0%、0.1%及0.0%。在往績記錄期各年度／期間內：(i)我們向供應商I採購OEM服務的採購金額分別為2023年的人民幣3.6百萬元、2024年的人民幣36.8百萬元及截至2025年9月30日止九個月期間的人民幣55.3百萬元，分別佔同期總採購金額的0.4%、2.9%及3.4%；(ii)我們向供應商I主要銷售原材料等，相關銷售額分別為2023年的零、2024年的零及截至2025年9月30日止九個月期間的人民幣3.27萬元，分別佔同期總收入的零、零及0.0%。

本公司與該等供應商一客戶之銷售及採購互不構成相互條件。所有銷售予及採購自該等供應商一客戶之交易，均於正常商業條款下以公平交易原則進行。與該等供應商一客戶之交易條款，概與其他供應商及客戶之條款相若。於往績記錄期內，從未發生以該等供應商一客戶之應收貿易賬款抵銷其對本公司應付貿易賬款的情況。除已披露事項外，據本公司所知，往績記錄期內各年度／各期間五大客戶均非本公司供應商。

庫存、倉儲和物流

庫存

我們的庫存主要包括外包加工材料、成品、在途貨物以及原材料及消耗品。供應鏈系統整合了訂單處理、庫存管理、發票處理和財務核對等功能。各銷售渠道定期向庫存部門提交未來三個月的滾動銷售預測。基於歷史銷售數據和銷售目標，我們在不同渠道達成共識後執行生產計劃並進行物料需求計劃計算，同時保持滿足多個平台需求的靈活性。訂單確認後，原材料和包裝供應商安排生產，我們同步向OEM供應商下達生產指令。我們根據OEM生產計劃，協調原材料和包裝材料的及時交付。我們的集成供應鏈系統在收貨和消耗過程中實時更新庫存水平，確保庫存數據全面清晰準確。成品根據分配計劃進行分發，倉庫、工廠和運輸途中的庫存同步管理，實現無縫高效協作。我們建立了高效機制，可應對任何平台上的突發訂單激增。

在往績記錄期間及截至最後實際可行日期，未發生重大庫存短缺或重大原材料過時情況。

倉儲和物流

於往績記錄期間，我們主要僱用第三方物流服務提供商處理倉儲及產品交付。我們已與這些供應商建立穩定的合作關係並簽訂長期合同。為實現無縫的運單管理

業 務

和庫存追蹤，我們部署了訂單管理系統（「OMS」）和運輸管理系統（「TMS」），並與第三方物流供應商的倉庫管理系統進行整合。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無因物流服務供應商延遲交付或處理產品不當而造成任何重大影響，或蒙受任何重大損失。

第三方付款

於往績記錄期內，有少數客戶（「有關客戶」）透過其指定之第三方（「第三方支付款人」）向本公司支付款項。在第三方支付款人付款前，相關客戶、第三方支付款人及本集團已簽訂三方協議（下稱「第三方支付款安排」）。我們認為，相較於非正式的第三方支付款安排，我們的第三方支付款安排風險相對較低，因為相關各方之間的三方協議架構已確立明確的付款義務、支持文件及付款指示，這顯著降低了交易對手方的退貨索賠與收款風險。

據我們所知，相關客戶採用第三方支付款安排，主要是因為他們規模較小或屬獨資經營，透過這些第三方支付款人結算付款較為方便。我們僅在簽署三方協議後方認可此類安排，並作為預防措施之一環，對第三方支付款人進行身分驗證。據我們所知，於往績記錄期內，此類安排下的第三方支付款人主要為相關客戶的法定代表或實際控制人。2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月的有關客戶數目分別為44、87及71，同期第三方支付款人數目則分別為66、119及94。第三方支付款安排下的結算金額分別為2023年人民幣68.5百萬元、2024年人民幣100.7百萬元及截至2025年9月30日止九個月人民幣98.0百萬元，分別佔同期總收入的5.7%、6.7%及5.2%。於往績記錄期內，概無個別有關客戶對本公司收入作出重大貢獻。據董事所知，所有第三方支付款方均為獨立第三方，與本公司、本公司附屬公司、股東、董事或高級管理層，或彼等各自的聯繫人士，概無任何過往或現存關係（不論屬業務、僱傭、親屬、信託、資金流向、融資或其他關係）。於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，本公司並無接獲任何相關第三方支付款人或其清盤人的申索。

於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，除根據第三方支付款安排接受付款外，我們並無主動啟動任何第三方支付款安排，亦無參與任何其他形式的此類安排。此外，於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，本公司並無向任何有關客戶或第

業 務

三方付款人提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益，以促成或鼓勵第三方付款安排。有關客戶的付款、定價條款及其他一般商業條款，概與本公司其他客戶相同。根據我們的中國法律顧問的意見，我們的第三方支付安排並未違反中國任何法律及法規規定。

本公司董事已確認，於往績記錄期內及截至最後實際可行日期：(i)所有第三方付款均涉及本公司與有關客戶間的真實交易，並以銀行轉帳方式支付；(ii)本公司自第三方付款人收取之款項金額，與有關客戶與本公司間之銷售訂單、記錄及／或發票所載交易金額相符；(iii)我們未曾遭遇任何要求退還相關交易款項之事件或爭議；及(iv)我們未因第三方支付安排遭受相關政府機關之爭議或行政處罰。

我們已向所有客戶發出正式通知明確表明不再接受第三方支付，並自2025年12月15日起停止接受所有第三方支付交易，並停止接受任何此類支付。此外，我們加強了內部控制措施，通過將第三方支付識別流程整合至經銷商管理系統及線上分銷管理系統，以禁止此類付款安排，防止其再次發生。基於上述情況，本公司董事認為，以及中國法律顧問建議，第三方支付人要求返還資金的索償風險較低。

信息技術

我們已建立全面的數字化運營體系，實現產品開發、生產、供應鏈、訂單管理、物流、質量管理、人力資源、數據分析等關鍵業務領域的全流程數字化協同。下表列示我們的主要信息技術系統：

集成產品開發項目 管理系統	支持集成化產品開發，包括項目規劃、團隊協作、階段評審及資源調度，實現從概念到上市的高效管理。
人力資源管理系統	整合招聘、考勤、薪酬、績效及培訓，覆蓋員工全生命週期，標準化並數字化人力資源流程，提高管理效率。
管理系統	集中管理財務、採購、資產及人力資源等核心業務功能，實現數據共享、流程自動化及資源優化。
主數據管理系統	統一整合客戶、產品及供應商等核心數據，確保數據標準化、清洗及同步，保障業務數據一致性。

業 務

配方管理系統	集成產品配方研發、版本控制、合規驗證及生產協作，確保研發到生產交付的標準化、可追溯及高效銜接。
供應鏈管理系統	整合採購、庫存、生產及銷售，實現供需協同、資源優化及全流程供應鏈可視化。
訂單管理系統	整合訂單接收、審核、拆分、履約及跟蹤，標準化並簡化訂單全生命周期管理。
商業智能系統	整合多源業務數據，提供數據清洗、分析、建模及可視化，支持精準業務決策。
物流管理系統	整合運單監控、工單管理、跟蹤及異常預警，實現工單處理自動化、實時物流跟蹤及全鏈條異常管理。
質量管理系統	建立質量檢驗標準及樣品庫，實現從線下文檔到線上標準化管理的轉變，降低溝通成本並提升產品質量。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發生任何對業務營運造成重大不利影響的信息技術系統故障或停機。

知識產權

知識產權對我們取得成功與保持競爭力至關重要。於最後實際可行日期，我們(1)已在中國取得21項重要專利，其中包括8項發明專利；並(2)已在中國提交58項專利申請，目前尚待批准。截至最後實際可行日期，我們在中國擁有155項重要商標，並在海外擁有57項商標。詳見「附錄四—法定和一般資料—知識產權」。

我們已制定全面的內部政策和程序以保障我們的知識產權、包括在產品開發階段進行知識產權風險初期評估，例行監控行業知識產權動態，以及定期開展員工培訓以增強知識產權意識和合規性。我們亦建立了涵蓋專利戰略、商標保護及著作權合規的內部管控系統，在產品上市前開展全面的知識產權盡職調查，實時監控競爭對手的專利申請和商標註冊。我們亦已制定預先預警機制以識別潛在沖突，並相應

業 務

調整研發策略。當發現侵權事件，我們將採取維護權益的針對性措施，包括發出「停止並終止」律師函、啟動行政投訴、提起訴訟或向監管機構舉報。對外方面，我們與法律專業人士長期合作，獲取專業法律建議，處理侵權索賠，並在必要時制定訴訟戰略，同時積極參與行業協會活動，持續掌握監管趨勢及最佳實踐動態。

儘管我們已採取預防措施，仍可能面臨與第三方指稱侵犯其知識產權相關之風險，或遭受第三方侵犯我們知識產權之風險。詳見「風險因素—與本公司業務及行業相關的風險—我們可能無法充分保護自身知識產權，且可能面臨知識產權侵權索賠，這可能導致高昂成本並嚴重損害我們的業務、財務狀況及經營業績」。在往績記錄期內及截至最後實際可行日期，本公司未遭受任何重大知識產權侵權或第三方侵權指控。

數據安全和隱私保護

在運營過程中，我們主要使用訂單管理系統(OMS)存儲天貓、京東、抖音、唯品會、快手、小紅書等主流電商平台收集的訂單數據。我們採用明確定義的數據接口規範，在整合前對個人信息進行去標識化處理，同時簽署並遵守平台隱私政策，確保數據採集的合法性。在數據處理環節，我們部署了強化的安全防護措施，保障客戶數據全生命周期安全。個人信息在平台級去標識化基礎上實施二次加密，構建雙重防護機制。訪問權限嚴格遵循最小權限原則，並通過基於角色的特定權限設置，僅限授權人員可訪問該數據。解密流程受嚴格管控，任何內部網絡外的操作均需通過IP白名單機制預先批准。此外，我們建立全面審計日志，記錄監控所有數據相關活動，確保可完整追溯和問責。

為落實信息安全政策，我們定期開展培訓以確保員工對安全風險保持警惕。針對第三方倉庫等外部合作夥伴，我們實施半年一次的安全檢查，確保其符合信息安全標準，實現端到端的安全管理。為應對信息安全風險，我們建立了分級響應機制。每年聘請外部專業機構進行滲透測試，主動識別並修復潛在漏洞，持續強化信息安全防護體系。

於往績記錄期內，我們沒有從事跨境數據交易，亦未被列為《網絡安全審查辦法》下關鍵信息基礎設施營運商。我們將數據存儲在自己的服務器，由電信運營商數據中心托管，並受到多層安全保護。我們在整個辦公室部署了防火牆、互聯網行為管理系統和企業級防病毒軟件，以減輕外部威脅。

業 務

根據我們的中國法律顧問的建議，我們在往績記錄期內及截至最後實際可行日期，在網絡安全、數據安全和隱私保護的重大方面符合法律要求。然而，隨著全球對數據隱私和網絡安全的日益關注，以及中國立法機關可能出台的新法律法規，我們的數據管理實踐可能會面臨更嚴格的審查。有關更多詳細信息，參見「風險因素—與我們的業務及行業相關風險。任何未能遵守資料隱私與安全法規之行為，或對本公司在資料收集、使用、儲存、保留、轉移、揭露及其他處理方面的實務或政策所存疑慮，皆可能使本公司面臨潛在法律責任。」

競爭

我們在中國皮膚和個人護理行業開展業務。我們面臨著現有皮膚及個人護理品牌製造商及新進品牌的競爭，後者包括中國本土品牌和國際品牌。儘管國際巨頭憑借深厚的品牌認知度、雄厚財力及成熟渠道管理佔據優勢，但本土品牌近年展現出強勁增長勢頭。憑借對本土消費者偏好的深刻洞察、快速的產品創新能力、強大的供應鏈整合實力以及強大的全渠道戰略，我們得以迅速搶佔市場份額並拓展細分領域。隨著消費者需求持續向功能性、天然性和感官體驗型產品演進，我們相信憑借戰略定位、研發實力和覆蓋全面的分銷網絡，將進一步鞏固競爭優勢，把握中國皮膚及個人護理市場日益增長的機遇。有關更多詳細信息，參見「行業概覽」。

員工

截至2025年9月30日，我們在中國有835名全職員工。下表列出截至2025年9月30日按業務職能劃分的員工分項數字：

業務功能	員工人數	百分比(%)
銷售與營銷	541	64.8
管理	103	12.3
研發	84	10.1
生產	76	9.1
質量管理	31	3.7
總計	835	100.0

為加強人力資源管理，我們實施了一套全面的內部管理措施，明確了招聘、培訓、內部推薦和其他關鍵流程的程序和標準。

業 務

我們的管理體系包括招聘管理、績效管理、人才發展和激勵機制等機制。為加強人才發展，我們推出種子計劃、專業能力培訓及與實踐計劃和領導力發展營等措施。我們為不同人才發展軌跡建立培育模式，使員工能夠逐年提升實力。我們還重視個人成長，定期評估不同層級員工的需求，並推動他們在公司的發展。

我們的員工並無成立工會。我們相信我們與員工保持良好的工作關係，在往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們沒有遇到任何重大勞資糾紛或招聘員工方面的任何困難。

社會保險及住房公積金

根據中國法律及法規的要求，我們參加了由地方政府管理的各種員工社會保障計劃，包括住房公積金、養老保險、醫療保險、生育保險、工傷保險和失業保險。於往績記錄期間，我們並未根據相關中國法律及法規的要求就我們的若干員工作出充足的社會保險及住房公積金供款，主要是由於(i)若干員工不願全額繳納社會保險及住房公積金，因為這要求我們的員工作出額外供款，及(ii)我們的相關人員對規管社會保險及住房公積金的適用中國法律及法規的理解有誤，而該等法律法規錯綜複雜且因地而異，從而增加了我們的合規工作的複雜性。

我們的中國法律顧問表示，根據適用中國法律及法規，讓若某僱主未能全額繳納社會保險供款，相關部門可責令該僱主在指定期限內繳納未結清的款項，另須按每日0.05%的利率支付滯納金，且倘若該僱主未能在該期限內作出逾期供款，可能會被處以相當於未結清款項三倍的罰款。此外，根據適用中國法律及法規，倘若僱主逾期繳納及存入或未足額繳納住房公積金，則有關部門可能責令其在指定期限內繳納及存入住房公積金，且倘若在該期限到期後仍未繳納及存入，則可能會向中國的法院申請強制執行。

截至最後實際可行日期，我們並未收到中國主管部門發出的有關社會保險計劃及住房公積金供款的任何行政處罰或整改令。我們的中國法律顧問表示，經考慮自相關社保及住房公積金管理部門收到的確認，在中國現行政策及法規及地方政府的執行及監管要求並無重大變化的前提下，並假設並無員工投訴，則我們將面臨有關部門就我們過往因未能足額繳納社會保險及住房公積金供款而造成的過失而處以的重大行政處罰或集中追繳行動的可能性較低。

業 務

我們承諾將於主管機關要求時及時作出全數供款。此外，為了監察我們對社會保險及住房公積金相關法律及法規的合規情況，我們已採取下列內部控制措施：

- 我們定期與員工溝通，以闡明社會保險及住房公積金供款的裨益及責任，並提供協助以解決我們的員工的疑問；
- 我們向我們的人力資源及財務部門提供有關中國最新社會保險及住房公積金相關法律及法規的定期培訓，以防止誤解及強化合規意識；
- 我們與當地社會保險及住房公積金主管部門保持定期溝通，以即時了解最新的監管動向及執行慣例；及
- 我們將定期諮詢我們的中國法律顧問，以獲取有關適用的中國法律及法規的專業意見，並及時掌握有關社會保險及住房公積金的監管發展。

物業

我們的總部位於中國山東。截至最後實際可行日期，我們並無單一物業的賬面值佔我們綜合資產總值的15%或以上，根據公司條例（豁免公司及招股章程遵從條文）公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條有關公司（清盤及雜項條文）條例附表三第34(2)段的規定，其要求就所有土地或房屋權益提供估值報告。

自有物業

我們在中國擁有及佔用若干地塊及建築物作業務營運之用。該等物業用於《上市規則》第5.01(2)條所界定的非物業活動。於最後實際可行日期，我們在中國擁有4座物業，總建築面積約為6,000平方米，主要用作我們的辦公空間，以支持我們的業務營運。截至最後實際可行日期，我們已取得所有自有物業的土地使用權證明書。

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃了總建築面積約為19,531.93平方米的16座物業，主要用作研究、生產、辦公空間及員工宿舍。租約期限通常為1至3年。

截至最後實際可行日期，我們位於濟南市萊蕪用於生產的租賃物業（總建築面積約12,000平方米）之出租人（一家最終由地方政府控股的公司）尚未取得該物業的有效權屬證明。據我們所知，出租人未能取得相關權屬證明，不可歸責於本集團或任

業 務

何與我們租賃物業相關的行為或不作為。相反，這主要是由於我們設施所在工業園區的歷史遺留問題及程序性問題所致。由於我們設施所在工業園區內的其他樓宇處於未完工狀態及存在裝修改造情況，出租方未能按原計劃完成初始消防安全檢查並獲取有效的權屬證書。因此，該工業園區須先向主管機關辦理歷史遺留項目確認程序，方可獲發權屬證書並提供予相關佔用人。

我們已就上述事項與相關主管機關進行訪談。根據訪談，我們獲告知：(i)我們租賃物業的出租人未能取得權屬證書並非歸因於我們，且我們將不會被要求暫停或停止使用該租賃物業或在該物業上進行的生產活動，我們亦不會因此受到任何行政處罰；(ii)該工業園可適時透過適用的歷史遺留項目程序取得相關權屬證書；及(iii)我們的設施並未發生任何安全生產事故，且我們並未因消防安全或生產安全法律法規而受到任何調查、處罰或責令整改。因此，我們獲告知可繼續在該等場所進行正常生產及業務經營。

基於上文所述，我們的中國法律顧問認為：(i)該租賃物業的相關租賃協議屬有效並具法律約束力；(ii)倘若因未能取得相關權屬證書而受到任何行政處罰，出租人（而非本集團）將為責任方；及(iii)就該等物業發出要求停業或關閉業務之指令的可能性較低。

經考慮上述因素並計及，倘若發生極不尋常的情況，以致相關主管機關要求我們暫停或停止使用相關租賃物業，我們能夠在合理時間內以合理成本將相關生產活動搬遷至替代場地，故我們的董事認為，上述事件並無且預計不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。

截至最後實際可行日期，九份租賃協議尚未向相關主管機關辦理登記。由於租賃協議登記需出租方與承租方共同配合，而出租方通常因罰則風險低而無意承擔行政負擔，故我們未能完成上述租賃協議的登記。本公司已製定內部政策：(i)要求員工主動協調出租方完成所有租賃協議之登記；(ii)當出租方願意配合登記程序時，要求員工完成相關登記。

業 務

根據我們的中國法律顧問所告知，未辦理租賃協議登記手續不會影響租賃協議的有效性，但相關地方住房行政主管部門可要求我們在指定期限內完成登記，且每份租賃協議若延遲辦理登記，我們可能面臨人民幣1,000元至10,000元不等的罰款。最高罰款總額約為人民幣90,000元，董事會認為此金額對本公司業務營運不會構成重大不利影響。

截至最後實際可行日期，就該等九項租賃物業而言，我們並未被相關地方房屋行政主管機關要求完成登記，亦未被相關當局處以罰款或罰金。此外，我們已更嚴格地要求出租人配合我們向相關房屋行政主管機關登記租賃協議。

經考慮上述情況後，我們的董事認為上述事件並不構成本集團的重大或系統性違規行為，且上述未登記租賃協議的情況，無論個別或整體而言，均不會對我們的業務及經營業績構成重大影響。有關本集團租賃物業相關風險，請參閱「風險因素—我們的業務及行業相關之風險—我們的物業相關風險」。

保險

我們的保險範圍覆蓋日常營運。我們的保險主要包括社會保險、團體商業保險及車輛保險。我們相信，相關保險已充分覆蓋了我們運營所在司法轄區的主要風險，並且遵循一般市場慣例，在相關司法轄區未提供或法律未強制要求的情況下，不維持某些保險政策，例如產品責任保險。請參閱「風險因素—與我們的業務和行業相關的風險—我們現有保險的覆蓋範圍可能不足以保障我們免於承擔潛在責任或覆蓋全部潛在損失。」

我們相信我們的保險範圍足以滿足我們的業務需求，並符合一般市場慣例。我們將繼續審閱及評估我們的風險組合，並對我們的保險計劃作出必要及適當的調整，以符合我們的需要及行業慣例。於往績記錄期內，我們並無就業務提出任何重大保險索償。

環境、社會及企業管治

公司治理

ESG 管理

我們透過系統性地建立管理框架確保將ESG因素切實融入我們的業務增長，將ESG嵌入我們的發展核心。我們致力於培育以責任為導向的長期發展模式，加強頂層ESG規劃及跨部門協作，向我們的投資者、客戶及全社會展現對可持續發展的明確及可信的承諾。

業 務

管治架構

我們明確劃分「決策層–管理層–執行層」三級架構。董事會負責ESG事宜的最終審批、戰略方向把握及風險管理監督，確保ESG相關事宜的合規；董事會計劃在[編纂]後設立專門的ESG委員會，負責具體指導、審議重大ESG議題；此外，我們的管理層已由高級管理人員牽頭組成ESG工作小組，負責跨部門的協調與日常推進，並定期通過安排會議方式向董事會匯報；同時，我們的各個業務單位作為執行機構確保ESG要求被嵌入日常營運。

風險管理策略與流程

我們在有關重大交易的策略或決策時將ESG風險和機遇納入了考量。我們透過公司層面的風險清單定期識別ESG風險，並進行專門的評估以根據發生概率及潛在影響釐定重大風險。在進行此類評估之後，我們會深入分析風險成因並制定具體的應對方案。我們會持續監測專項及日常風險管理工作的進展，確保及時報告。通過執行改進與緩解措施，我們實現ESG風險的及時糾正及閉環管理。

在營運方面，僱員在生產過程中長期接觸機械化設備可能導致工傷事故。我們倚賴外部供應商提供關鍵原料亦可能因供應中斷或質量不穩定而構成生產及交付中斷風險。此外，極端天氣可能影響農業原料種植，造成收成波動及成本增加。長期氣候趨勢可能進一步影響我們的產區的合適性，增加供應鏈的不確定性。

機遇層面，我們定期識別可持續發展相關機遇並採取針對性行動。皮膚及個人護理行業的消費者偏好持續向可持續產品傾斜，我們計劃利用天然植物成分的研發優勢，提升品牌的環保形象，進一步增強市場競爭力。同時，我們擬持續優化供應鏈管理，提升透明度與可追溯性，強化ESG信息披露能力。

ESG指標與目標

我們已識別關鍵的ESG指標，定期追蹤公司表現情況建立系統的ESG指標及目標體系，定期監測溫室氣體排放總量、有害廢棄物排放量、職業健康與安全指標、培訓時長及慈善捐款等關鍵指標，並結合行業特點和自身經營狀況適時制定並調整

業 務

關鍵ESG指標的目標，以精準計量並動態管理ESG風險與機遇。該體系融合於公司治理架構與風險管控流程，旨在為股東提供多維評估依據。

董事會構成及多元化原則

我們始終將董事會的多元化視為企業管治的核心原則之一，並在董事提名與繼任規劃中予以優先考慮。在釐定董事會構成時，綜合考量性別、年齡、專業經驗、核心技能及行業知識等多維因素。為打造一個均衡、包容的領導團隊，我們亦對董事會開展ESG相關培訓。2025年，公司董事會女性董事為1人，佔比14.3%；獨立董事為3人，佔比42.9%。同時，董事會通過建立授權管理體系，明確對管理層及相關委員會的授權範圍，並實行定期報告機制。新董事在獲委任時接受針對性培訓，內容涵蓋公司運營、業務、戰略以及董事在法律等監管規定下的責任。

反腐敗與反賄賂

我們董事會下設審計委員會，該委員會由具備相關專業背景的董事（包括獨立董事）組成，負責系統性監督公司合規、定期組織內部檢查，確保運營符合相關法律法規及監管要求。

我們亦已建立全面的貪污腐敗防範體系，在內部管理層面，我們通過內部審計與合規流程定期審查關鍵業務環節，並設立專項舉報渠道鼓勵員工及合作夥伴反映問題。同時，我們定期為董事及員工組織反貪污培訓，旨在將合規意識與誠信準則深度融合到業務流程。在外部管理層面，我們與所有供應商簽訂廉潔共建合作協議，明確將反商業賄賂及公平交易作為核心承諾事項。往績記錄期內，公司未發生對公司提出的貪污訴訟案件。

公平競爭

我們在從風險評估到執行監控的全流程公平競爭治理體系的支持下，通過內部審計與合規流程對營銷活動進行常態化監督。此外，我們定期組織覆蓋廣告合規、電商運營及反不正當競爭慣例的線上線下培訓。此類培訓突出預防虛假陳述及保護商業機密等關鍵領域，確保僱員在所有業務經營中遵守公平競爭原則。

業 務

環境保護

應對氣候變化

作為注重可持續發展的皮膚及個人護理品牌，我們積極支持國家雙碳目標（即在2030年實現碳達峰及在2060年實現碳中和），承諾在原料加工、包裝生產、物流運輸等環節推進低碳轉型，彰顯我們對氣候保護的承諾。

具體而言，我們對洪水、乾旱等物理氣候風險對原料加工及倉儲設施的潛在威脅與影響進行了初步評估。因廠區多地處平原，主要生產線設置在通過嚴格驗收與審核的標準化廠房內，該等氣候風險不大可能對運營造成重大影響。我們將密切關注政策法規對包裝環保標準和產品碳排放核算的要求，同時持續完善氣候風險管理機制，通過技術創新與產業鏈協同，提升長期競爭力。

溫室氣體排放量

溫室氣體種類	單位	截至12月31日止 年度		截至9月30日 止九個月
		2023年	2024年	2025年
範圍一溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	30.0	25.4	14.8
範圍二溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	488.7	574.5	411.4
溫室氣體排放總量 （範圍一和範圍二）.	噸二氧化碳當量	518.7	599.9	426.2
範圍三溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	169.1	195.8	139.1
一燃料和能源相關				
範圍三溫室氣體排放量	噸二氧化碳當量	22.4	26.6	12.9
一員工通勤				

動物倫理

我們嚴格遵守化妝品相關法規，在產品開發中始終遵循動物倫理準則。具體而言，針對化妝品體外功效研究，我們嚴格遵循「替代及減少使用」原則，並在成分篩選及優化過程中盡可能採納體外技術替代方案，以最大程度減少動物的使用。

業 務

排放

我們嚴格遵守固體廢物、大氣污染防治相關的法律法規，並建立了系統的排放管理體系。我們亦定期委託第三方機構對廢氣、廢水及噪聲開展監測，確保運營全程合規。

針對生產過程中產生的硒鼓、墨盒、廢電池等電子廢棄物，我們嚴格遵循妥善處置的相關法規。具體而言，我們確保廢氣排放的臭氣濃度符合法定限值。廢水管理中，發酵工藝用水全部進入產品，無工藝廢水外排。設備清潔廢水、純水制備排水與生活污水均進入我們的廢水集中處理設施，水質符合適用標準。對於廠界噪聲，我們亦嚴格遵守所有相關監管規定。

排放物管理情況

指標	單位	截至12月31日止		截至9月30日
		年度		止九個月
		2023年	2024年	2025年
廢棄物	有害廢棄物總量	噸	0.2	0.2
	無害廢棄物總量	噸	99.2	132.2
廢水	廢水總排放量	噸	5,806.8	5,384.1
廢氣	廢氣總排放量	噸	0.006	0.004

能源及水的使用

我們的資源消耗主要涉及電力、各類能源及水資源，以支持我們包括生產、倉儲、物流及辦公運營在內的業務活動。我們要求員工下班前關閉非必要運行設備，並對照明與空調使用進行規範，逐步構建全員參與的節能文化。基於當前能效管理，我們將在未來三年繼續推進節能改造與流程優化，力爭實現單位收入能耗與水耗的穩步降低。

業 務

能源及水資源消耗情況

指 標	單 位	截至12月31日止 年度		截至9月30日 止九個月
		2023年	2024年	2025年
能源 汽油	噸	6.4	5.8	3.2
柴油	噸	0.3	0.3	0.1
天然氣	標準立方米	3,808.8	2,551.3	1,944.7
外購電力	兆瓦時	834.6	981.0	702.5
綜合能源消耗總量	噸標準煤	117.0	132.7	93.5
水資源 總耗水量	噸	4,300.0	4,800.0	4,500.0

綠色包裝

為降低產品包裝的環境影響，我們建立了完善的綠色包材管理體系。針對塑料、金屬、玻璃、紙張及塑料薄膜等包材，我們制定了明確的技術標準規範，並將環保要求融入集成產品開發流程子項目的包材開發與模具管理全流程。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止9個月，我們的包材消耗分別為4,926.1噸、8,141.4噸及9,148.4噸。

社會

員工

我們全力保障員工合法權益，建立公平透明的薪酬與福利體系。同時，我們提供全面的職業發展支持，激發員工的工作積極性和創造力，促進員工與公司協同發展。

員工僱傭

我們嚴格遵守經營所在各司法管轄區的勞動相關法律法規，尊重並保護員工合法權益，杜絕任何形式的僱傭童工和強制勞動，堅決反對和禁止針對性別、年齡、種族、地域、宗教、身體情況等任何形式的歧視或不當行為。

業 務

我們通過職工大會聽取員工意見，針對疑問召開專項答疑會，並以全員大會形式完成制度宣發，保障員工充分參與及全面知曉權益。我們建立有效的員工溝通反饋機制，設有高管郵箱投訴與反饋通道，並每半年度開展涵蓋十大維度的員工敬業度調查，通過發放問卷與訪談相結合的方式收集訴求。

員工僱傭情況

指 標	截至12月31日止 年度		截至9月30日 止九個月
	2023年	2024年	2025年
員工僱傭 僱員總人數	547	623	835
按性別劃分			
男性	183	207	253
女性	364	416	582
按年齡劃分			
≤30歲	337	398	568
31–50歲	209	224	264
>50歲	1	1	3
按類型劃分			
高級管理層	19	20	22
中級管理層	55	58	51
普通員工	473	545	762
按區域劃分			
中國大陸	547	623	835
港澳台及海外	0	0	0

員工福利與發展

我們遵循「以崗定級、以級定薪、人崗匹配、易崗易薪」原則，搭建固定薪酬、績效獎金及各類補貼相結合的薪酬結構，並圍繞長期戰略目標推出股權激勵、期權計劃等長效激勵機制，與員工共享發展成果。

此外，我們構建了「雙通道晉升+系統化培訓」的發展體系，實現員工與公司共同成長。晉升方面，我們提供「管理序列+專業序列」雙晉升通道，依據員工工作績效、專業能力、素質潛力等綜合維度進行評估，確保晉升過程公開透明。培訓賦能方面，我們設立花田學院並搭建完善的培訓體系，滿足不同崗位、不同層級員工的

業 務

成長需求。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的員工培訓覆蓋率均為100%，員工受訓總時長分別為14,136.9小時、10,562.1小時、8,485.1小時。

職業健康與安全

我們嚴格遵守與職業健康和安全的法律法規，制定內部管理體系，並設立包括「輕傷事故為0」「重傷事故為0」「死亡事故為0」「火災事故為0」在內的年度安全生產核心目標。我們成立專責安全生產管理團隊，統籌日常安全操作，開展安全隱患排查與風險評估。該團隊設立「隱患整改計劃完成率100%」「特種設備年檢合格率100%」「三違」查處率100%」等一系列管理與執行指標，保障各項安全監督與管理工作有效落實。

我們面向全員開展安全生產專項活動，涵蓋安全生產操作培訓、現場演練等多項內容，提高員工的安全意識和應急處理能力。此外，我們建立生產安全事故應急預案體系，為有效預防、控制和消除生產安全事故危害提供標準化、可操作的行動指南，切實保障員工健康安全。業績期內，公司未發生工傷事件。

產品安全與質量

我們制定《質量管理手冊》等內部政策，覆蓋產品設計、開發、生產、檢驗、銷售和售後服務等全過程管理活動，確保為客戶提供符合法規要求並滿足客戶需求的高品質產品與服務。業績期內，我們未發生任何產品召回事件。

我們亦向員工提供產品質量與安全培訓，增強員工的質量意識和專業能力，並持續推動質量管理體系認證工作，以提升可靠性和穩定性。業績期內，我們下屬的濟南澤潤生物科技有限公司已通過ISO 9001：2015質量管理體系認證。

社會責任

我們聚焦環境保護及災害救助開展公益項目，以實際行動回饋社會，推動人類與環境的可持續發展。

在環境保護方面，我們從2021年啟動「百萬棵樹」種植計劃，與當地林業部門達成深度合作，並連續多年前往內蒙古騰格裏沙漠參與種植。

業 務

在災害援助方面，我們建立快速響應的災害救助機制，在重大災害發生時及時伸出援手，助力災區恢復重建。2025年1月，西藏自治區日喀則市發生地震後，我們向西藏自治區紅十字會捐款人民幣1百萬元，專項用於災區應急救災及災後重建工作。

社區投資情況

指標	單位	截至12月31日止年度		截至9月30日
				止九個月
		2023年	2024年	2025年
公益活動總小時數	小時	48,884	97,814	105,535
公益捐贈總金額	人民幣	240,000	260,000	1,280,000

季節性

我們的經營業績受產品需求季節性波動影響，這與皮膚及個人護理行業的周期性特徵密切相關。雖然某產品類別存在一定季節性偏好，但消費者基礎需求保持相對穩定。我們定製推出針對性產品以滿足這些不斷變化的需求，相信這將逐步緩解季節性波動的影響。此外，受消費者購買習慣及主要促銷活動，例如618購物節及雙十一購物節的影響，促銷月份通常是銷售高峰期。但近年來，促銷周期已從最初的1-5天延長至超過一個月，促銷活動折扣競爭強度亦有下降趨勢。因此，我們預計對整體業績的季節性影響將逐漸減弱。詳見「風險因素—與我們的業務及行業相關的風險—我們的銷售量可能因季節性因素而波動」。

業 務

風險管理及內控

我們建立了穩健的風險管理和內部管控系統，並不斷地進行強化，以確保我們的業務運營合規並降低風險。我們的風險管理體系建立在穩健的三層治理架構之上：「董事會監督、風險管理委員會領導及業務部門執行」，各層級職責與權限明確界定，涵蓋關鍵行業風險領域，包括產品開發合規、生產質量風險、供應鏈合規、營銷合規、數據安全及財務合規。我們還實施閉環流程，包括風險識別、評估、應對、監控和審查，定期進行全面風險審查和有針對性的評估，以制定風險清單和分級控制措施。

在內部控制方面，我們已將控制措施嵌入核心業務流程，形成全周期治理體系：

- **產品合規性**：我們建立了原料准入審核體系，確保所有成分皆符合《化妝品安全技術標準》。產品標籤和宣傳材料需經過多級審核，包括法律法規檢查，以防止虛假或誤導性宣傳。
- **生產與供應鏈**：我們的生產設施嚴格遵循GMP標準，在關鍵環節設置質量控制點，並通過供應商准入註冊及動態評估體系實現採購、倉儲及運輸環節的全流程可追溯管理。
- **財務與運營管控**：我們已建立資金管理、費用報銷及財務核算的標準化流程，並嚴格執行職責分離原則。內部審計部門定期開展審計與合規檢查，發佈報告並監督整改措施。
- **數據安全和隱私保護**：我們組建了信息安全團隊，負責維護和更新安全政策。數據管理遵循分類與生命周期原則，通過網絡訪問控制及「最小權限」策略確保僅授權人員可接觸敏感信息。

為保持動態持續改善，我們實施法規追蹤機制，監測行業政策實時相應流程。我們還定期開展變動並調整內部合規培訓，覆蓋管理層關鍵、崗位及前線員工，並將數字化風險管理工具，實現在線風險預警培訓成果納入績效考核。同時引入、流程審批與合規核查，提升系統效率。基於內部審計發現、外部合規建議業務需求，我們每年對系統進行審查優化，以彌補潛在漏洞。

業 務

本公司董事會對風險管理框架制定中長期風險策略，批准核心政策，並審議重大風險應對措施。董事會每季度召開會議審議風險控制委員會報告，並要求每半年提交獨立審計報告，以評估內部控制有效性。截至最後實際可行日期，我們的內部控制措施已全面融入關鍵業務流程，形成可追溯、可監控的閉環體系。在過往記錄期間及截至最後實際可行日期，我們從未發生任何重大質量事故、數據洩露或監管處罰。建立、實施及監督承擔集體責任董事認為，現行內部控制措施足以有效支持公司日常運營，並降低風險。

執照、許可證和批准

本公司須為業務獲取各類許可證、執照、批准文件及證書。主要許可證包括化妝品行政許可及《排污許可證》。相關執照使用部門負責監控相關許可證及執照的有效期狀態，並向相關政府機關及時辦理續期申請。目前，法律部負責商標註冊證及條碼證書的管理，而行政部則負責管理營業執照。

截至最後實際可行日期，根據中國法律顧問告知，我們已取得在中國境內開展業務所需的所有重要許可證和執照，且該等許可證和執照均保持完全有效。現有許可證和執照能否成功續期，取決於我們是否滿足相關要求。我們還從中國法律顧問知悉，在所有必要材料都準備齊全的情況下，此類許可證及執照的續期不存在重大法律障礙。

法律程序和合規

據本公司知悉，於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們未曾且並非任何重大法律、仲裁或行政程序的當事方，亦未發現有任何針對我們或我們的董事的未決或潛在法律、仲裁或行政程序，可能單獨或合併對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們未曾且並未涉及任何因違規行為而導致罰款、執法行動或其他處罰的事件，可能單獨或合併對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。本公司董事認為，在往績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守了我們運營所在司法轄區的相關法律法規。

業 務

獎項和認可

下表列出我們在往績記錄期內及截至最後實際可行日期所獲得的主要獎項及認可：

獲獎年份	獎項或認可名稱	頒獎機構
2025	個人護理國貨銷量第一品牌	尚普諮詢集團
2025	CIE美妝大賞一年度最具影響力個人護理品牌	中國國際美博會
2025	品牌星球獎一年度創新品牌	品牌星球
2025	天貓金妝獎一年度身體洗護獎	天貓美妝事業部
2025	科技創新頭護產品獎	ICIC
2025	法尚格拉斯香水大賞金獎	法尚格拉斯香水大賞
2025	TOP30消費者偏愛個護國貨品牌	中國個護大會
2024	國際創新產品獎	INPD
2024	年度身體洗護獎	中國好配方
2023	中國品牌創新案例獎	人民日報社
2023	新銳品牌TOP100榜單	福布斯中國

董 事 、 監 事 和 高 級 管 理 層

董事

本公司董事會由七名董事組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。所有董事均由股東大會選舉產生，任期三年，任期屆滿後可連選連任。

下表載列本公司董事的若干資料：

姓名	年齡	職位	職責	加入本集團 的日期	獲委任為 董事的日期	與其他董事、 監事及高級管 理人員的關係
冼雲吉先生 . . .	44	創始人、董事長 兼執行董事	負責本集團整體戰略 規劃、業務發展及重 大經營決策	2018年6月	2025年11月 19日	冼豐偉先生的 表兄
冼豐偉先生 . . .	37	執行董事兼總經理	負責本集團主要業務 計劃及整體管理	2018年6月	2025年11月 19日	冼先生的表弟
譚勇先生	47	執行董事、首席 財務官兼董事會 秘書	負責本集團融資、資 本投資、企業管治、 信息披露及投資者關 係管理	2018年6月	2025年11月 19日	無
郝偉先生	44	執行董事及員工 代表董事	負責集團的供應鏈及 線下銷售管理	2018年6月	2025年11月 19日	無
鄒兆麟先生 . . .	62	獨立非執行董事	向董事會提供獨立意 見及判斷	2025年 11月	2025年11月 19日	無
張世興先生 . . .	65	獨立非執行董事	向董事會提供獨立意 見及判斷	2025年 11月	2025年11月 19日	無
祁雪女士	42	獨立非執行董事	向董事會提供獨立意 見及判斷	2025年 11月	2025年11月 19日	無

董 事 、 監 事 和 高 級 管 理 層

執行董事

亓雲吉先生，44歲，為本公司創始人、董事長兼執行董事。

亓先生在皮膚及個人護理行業擁有逾15年經驗。他於2010年4月創立濟南君姿玫瑰製品開發有限公司，並於2010年4月至2018年6月期間擔任該公司董事長。亓先生創立了本公司旗下品牌「半畝花田」，並於2018年6月創立本集團，自此一直擔任本公司創始人兼董事長。

亓先生於2024年7月獲得中國陝西省西安電子科技大學工商管理學士學位。

亓豐偉先生，37歲，為本公司執行董事兼總經理。

亓豐偉先生於2018年6月加入本公司，擔任董事兼總經理。加入本集團前，亓豐偉先生曾於2010年9月至2012年4月在濟南二機床集團有限公司擔任機械技術員，並於2012年12月至2018年5月在濟南君姿玫瑰產品開發有限公司擔任市場總監。

亓豐偉先生於2010年7月畢業於中國山東省濟南二機床高級技工學校，主修數控加工專業。

譚勇先生，47歲，為本公司執行董事兼首席財務官。

譚勇先生於2018年6月加入本公司，擔任首席財務官，並於2025年11月獲任董事。加入本集團前，他分別於2001年9月至2004年3月在山東魯能物資集團有限公司及2004年4月至2011年10月在聯想集團有限公司任職；2011年11月至2015年6月在箭牌糖果(中國)有限公司擔任省級財務負責人；2015年6月至2017年2月在名氣通智慧科技(深圳)有限公司擔任北方大區財務經理及財務總監；2017年2月至2018年2月任山東聯科雲計算股份有限公司財務總監。

譚勇先生於2001年7月獲得中國山東省山東財經大學(前身為山東財政學院)統計學學士學位。

董 事 、 監 事 和 高 級 管 理 層

郝偉先生，44歲，為本公司執行董事及員工代表董事。

郝先生於2018年6月加入本集團，此後先後擔任本集團供應鏈負責人及線下銷售負責人。加入本集團前，他於2013年4月至2017年8月在淄博阿卡狄亞新型磚有限公司任職。

郝先生於2010年6月獲得中國山東省山東經濟學院工商管理專科文憑，並於2011年6月獲得中國山東省山東大學經濟學學士學位。

獨立非執行董事

鄒兆麟先生，62歲，為本公司獨立非執行董事。

鄒先生的執業領域專攻香港資本市場及香港上市公司有關的監管與合規事務諮詢工作。他亦積極為上市公司提供有關收購及私有化、公司重組、公司管治、信息披露及ESG方面的建議。鄒先生於1997年加入史密夫斐爾律師事務所，2006年成為該律師事務所合夥人，並於2008年至2022年11月期間擔任該律師事務所北京代表處主管合夥人及首席代表。2023年6月加入海問律師事務所並擔任合夥人至今。鄒先生自2023年6月起任職長城汽車股份有限公司獨立非執行董事，該公司已於香港聯交所（股份代號：2333.HK）及上海證券交易所（股票代碼：601633.SH）上市，並自2024年8月起於香港聯交所上市的聯昌國際控股有限公司（股份代號：2080.HK）擔任獨立非執行董事，以及於聯交所上市公司南順（香港）有限公司（股份代號：411.HK）的獨立非執行董事。

鄒先生於1987年11月畢業於香港大學，獲榮譽文學士學位，並於1994年6月取得香港大學法律專業文憑。鄒先生於1996年8月獲香港、於2007年2月獲英格蘭及威爾士律師資格。鄒先生於2020年獲香港公司管治公會接納為資深會員並授予特許秘書及公司管治師資格。彼自2021年起擔任該公會理事，並於2021至2023年期間出任資格委員會成員，並於2024年及2025年升任委員會副主席。彼現為該公會主席。

張世興先生，65歲，為本公司獨立非執行董事。

張先生曾於中國煤炭經濟學院會計系擔任講師及副教授。2001年至2010年擔任中國海洋大學會計系教授。自2010年起任中國海洋大學會計學教授及博士研究生導師。自2023年4月起，張先生擔任青島雷神科技股份有限公司（於北京證券交易所上

董 事 、 監 事 和 高 級 管 理 層

市，股票代碼：920190)獨立董事兼審計委員會成員，並自2022年12月起擔任青島日辰食品股份有限公司(於上海證券交易所上市，股票代碼：603755.SH)獨立董事兼審計委員會主席，並自2019年5月28日起擔任青島東方鐵塔股份有限公司獨立董事。

張先生於1987年7月獲得中國煤炭經濟學院學士學位，1997年6月獲得中國礦業大學碩士學位，並於2009年6月獲得中國海洋大學博士學位。

張先生具備《上市規則》第3.10(2)條所要求的適當專業會計或相關財務管理專長，並確認其通過以下過往經驗獲得此類專長：(i)作為中國海洋大學會計系教授及會計碩士教育中心副主任，講授過中級財務會計、高級財務會計、會計理論研究等相關課程；(ii)擔任過多家上市公司的獨立董事、審計委員會主席及成員。基於上述情況，張先生在監督和監控上市發行人的財務報告、內部控制及其他會計相關事項方面積累了深厚的實踐知識和豐富的經驗，並獲得了《上市規則》第3.10(2)條所指的會計或相關財務管理專業知識。

祁雪女士，42歲，為本公司獨立非執行董事。

祁女士於2016年1月至2020年4月擔任華芯投資管理有限責任公司高級投資經理。她自2020年起擔任十里香股份公司總經理。

祁女士於2007年獲得中國北京大學經濟學學士學位，並於2012年8月獲得美國佐治亞州立大學羅賓遜商學院哲學博士學位。

董事、監事和高級管理層

監事

本公司監事會由三名監事組成。全體監事均由股東大會選舉產生，任期三年，任期屆滿後可連選連任。

下表載列本公司監事的若干資料：

姓名	年齡	職位	職責	加入本集團 的日期	獲委任為 監事的日期	與其他董事、 監事及高級管 理人員的關係
李彥平女士	40	監事會主席 兼監事	負責監督董事及高級管 理人員履行職責	2018年6月	2025年 11月19日	無
楊潔女士	45	監事	負責監督董事及高級管 理人員履行職責	2018年11月	2025年 11月19日	無
王喆先生	35	監事	負責監督董事及高級管 理人員履行職責	2019年8月	2025年 11月19日	無

李彥平女士，40歲，於2025年11月獲委任為監事，並獲委任為監事會主席。

李女士於2018年6月加入本公司，先後於2018年6月至2019年1月以及自2019年2月起擔任客戶部主管及風險控制專家。加入本集團前，李女士曾於2011年至2014年6月在濟南君姿玫瑰製品開發有限公司擔任客戶服務主管，並於2014年7月至2016年6月在濟南君姿玫瑰製品開發有限公司槐蔭分公司擔任總經理助理。

楊潔女士，45歲，於2025年的11月19日獲委任為監事。

楊潔女士於2018年11月加入本公司，自此擔任技術創新主管。加入本集團前，她曾於2010年3月至2015年12月在上海家化銷售有限公司任職。2016年1月至2018年10月期間，她任職於上海上美化妝品股份有限公司（於香港聯交所上市，股份代號：2145.HK）。

董 事 、 監 事 和 高 級 管 理 層

楊女士於2004年6月獲得中國江南大學化學工程與工藝學士學位，並於2015年3月獲得中國上海市華東理工大學企業管理碩士學位。

王喆先生，35歲，於2025年11月獲委任為監事。

王先生於2019年8月加入本公司，自此一直擔任原料開發部經理。在加入本公司之前，王先生曾於2017年4月至2019年7月期間任職於萊蕪瑤草生物科技有限公司。

王先生於2024年7月在中國北京獲得國家開放大學頒發的工商管理學士學位。

高級管理層

公司高級管理層負責日常業務管理。下表載列高級管理團隊的相關資料：

姓名	年齡	職位	職責	加入本集團 的日期	獲委任為 高級管理人員 的日期	與其他董事及 高級管理人員 的關係
亓雲吉先生	44	創始人、董事長兼 執行董事	本集團整體戰略規劃、 業務發展及重大經營決 策	2018年6月	2018年 6月21日	亓豐偉先生的表 兄
亓豐偉先生	37	執行董事兼總經理	負責本集團主要業務計 劃及整體管理	2018年6月	2020年 11月30日	亓先生的表弟
譚勇先生	47	執行董事兼首席財 務官	負責本集團的融資、資 本投資、企業管治、資 料披露及投資者關係管 理	2018年6月	2018年 6月21日	無

亓先生為本公司創始人、董事長兼執行董事。亓先生的履歷詳閱「一董事一執行董事」。

董事、監事和高級管理層

亓豐偉先生為本公司執行董事兼總經理。亓豐偉先生的履歷詳閱「一董事一執行董事」。

譚勇先生為本公司執行董事兼首席財務官。譚勇先生的履歷詳閱「一董事一執行董事」。

董事及高級管理人員權益

除上文所披露者外，概無董事及高級管理人員於緊接本文件日期前三年內於其證券在香港或海外任何證券市場上市的公眾公司擔任董事。除本節所披露者外，據董事作出一切合理查詢後所知、所悉及所信，概無有關委任本公司董事的其他事宜須提請股東垂注，亦無任何有關本公司董事的數據須根據上市規則第13.51(2)(h)至(v)條予以披露。

聯席公司秘書

譚勇先生已獲委任為本公司聯席公司秘書。其履歷詳見上文「一高級管理層」部分。

莊運啟女士於2026年1月15日獲委任為聯席公司秘書，自2026年1月15日起生效。莊女士現任卓佳服務有限公司（「Vistra」）公司秘書服務經理，在公司秘書領域擁有逾9年經驗，長期為香港上市公司及跨國企業、私營公司和離岸公司提供專業公司服務。

莊女士是特許秘書、特許企業管治專業人士，同時擁有香港特許企業管治學會及英國特許企業管治學會的會員資格。莊女士在2014年2月獲香港城市大學專業會計與企業管治碩士學位。

董事確認書

上市規則第8.10條

截至最後實際可行日期，除獨立非執行董事外，本公司董事概無於任何與本公司業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭而須根據上市規則第8.10條予以披露的業務中擁有任何權益。

上市規則第3.09D條

本公司各董事均確認：(i)已於2026年1月7日就上市規則第3.09D條所述事項取得法律意見；及(ii)明白彼等作為[編纂]董事在上市規則項下的責任與義務。

董事、監事和高級管理層

上市規則第3.13條

各獨立非執行董事確認：(i)其符合上市規則第3.13(1)至(8)條所述各項因素有關的獨立性；(ii)於最後實際可行日期，彼等過往或現時於本公司業務中概無任何財務或其他權益，亦與本公司任何核心關連人士概無任何關連；及(iii)獲委任時概無可能影響彼等獨立性的其他因素。

董事會委員會

本公司已根據中國相關法律法規、公司章程及上市規則下的企業管治常規管治設立四個董事會委員會，即審計委員會、薪酬委員會及提名委員會。

審計委員會

我們已根據上市規則附錄C1所載的企業管治守則設立審計委員會。該委員會由三名非執行董事組成，即張世興先生、鄒兆麟先生及祁雪女士。張世興現擔任審計委員會主席。張世興先生持有上市規則第3.10(2)條及第3.21條所要求的適當專業資格。審計委員會的主要職責如下：

- (i) 就外聘核數師的委任、替換及罷免向董事會提出建議，審議並批准外聘核數師的薪酬及聘用條款，以及處理其辭職或解僱事宜；
- (ii) 根據適用標準審查並監督外聘核數師是否獨立客觀及核數流程是否有效。審計委員會應在核數工作開始前與外聘核數師討論核數性質、範圍及有關申報義務；
- (iii) 制定並實施關於聘請外聘核數師提供非核數服務的政策；
- (iv) 審閱並監察財務報表、年度報告及賬目、半年度報告的真實性、完整性及準確性；
- (v) 審查本公司的財務政策、風險管理及內部監控評估系統；
- (vi) 促進內部審計部門與外聘核數師之間的溝通；以及
- (vii) 法律、行政法規、中國證監會規定、公司股份上市地證券監管機構規則及公司章程所規定的其他事項。

董 事 、 監 事 和 高 級 管 理 層

薪酬委員會

本公司已根據上市規則附錄C1所載的企業管治守則設立薪酬委員會。該委員會由三名董事組成，即鄒兆麟先生、張世興先生和冼豐偉先生。鄒兆麟先生擔任薪酬委員會主席。薪酬委員會的主要職責如下：

- (i) 根據董事及高級管理人員的主要職責、範圍、重要性、投入時間及社會相關崗位的薪酬水平制定彼等薪酬政策及方案。薪酬方案及政策主要包括但不限於績效考核標準、程序及主要考核體系，以及獎勵和懲罰的主要方案，並應涵蓋實物福利、退休金權利及補償金額（包括喪失或終止職務或委任的補償）；
- (ii) 就執行董事及高級管理人員的薪酬特遇向董事會提出建議；
- (iii) 就非執行董事的薪酬向董事會提出建議；
- (iv) 考慮同類公司支付的薪酬、投入時間及職責，以及集團內其他職位的僱傭條件；
- (v) 研究董事及高級管理人員考核標準並向董事會提出建議，審查董事（獨立非執行董事除外）及高級管理人員的履行職責情況並對其進行年度績效考評；
- (vi) 檢討及批准向執行董事及高級管理人員支付的離職補償金，確保該等補償符合合同條款且公平合理、不致過多；
- (vii) 檢討及批准因董事行為不當而遭解僱或罷免的補償安排，確保該補償符合合同條款且公平合理、不致過多；
- (viii) 確保任何董事或其關聯人士不得參與釐定其自身薪酬；
- (ix) 監督薪酬程序的執行情況，並定期檢討有關薪酬政策；
- (x) 審閱及／或批准上市規則第十七章所述有關股份計劃的事宜；以及

董事、監事和高級管理層

- (xi) 法律、行政法規、中國證監會規定、公司股份上市地證券監管機構規則及公司章程所規定的其他事項，

提名委員會

我們已根據上市規則附錄C1所載的企業管治守則設立提名委員會。提名委員會由三名董事組成，即元先生、鄒兆麟先生和祁雪女士。元先生擔任提名委員會主席。提名委員會的主要職責如下：

- (i) 至少每年檢討一次董事會規模及組成（包括技能、知識和經驗），協助董事會維護董事技能矩陣，並就董事會擬議的變動提出建議，以配合本公司企業戰略；
- (ii) 制定本公司的企業管治管治政策及標準，監督實施情況，並向董事會提出建議；
- (iii) 審查董事及高級管理人員的選擇標準和程序，向董事會提出建議，並監督董事及高級管理人員的培訓和持續專業發展計劃；
- (iv) 物色具合適資格擔任董事會成員的人士，並甄選提名有關人士擔任董事或就此向董事會提出建議；
- (v) 評估獨立非執行董事的獨立性；
- (vi) 就委任或重新委任董事以及董事（特別是董事長及首席執行官）的繼任計劃向董事會提出建議；
- (vii) 支持公司定期評估董事會表現；以及
- (viii) 法律、行政法規、中國證監會規定、公司股份上市地證券監管機構規則及公司章程所規定的其他事項。

董事會多元化政策

根據本公司的董事會多元化政策，董事候選人的遴選將基於多元化視角，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、行業經驗、技術能力、專業資質與技能、知識儲備、服務年限及其他相關因素。同時，我們將結合自身商業模式及特殊需求進行考慮。最終的董事候選人選拔將以候選人的個人資質及其對董事會可能作出的貢獻為依據。

董事、監事和高級管理層

本公司董事會目前由一名女性董事和六名男性董事組成，成員在知識和技能方面保持均衡配置，涵蓋但不限於公司管治、業務運營及財務管理等領域。本公司認為董事會符合我們的董事會多元化政策。

提名委員會負責執行董事會多元化政策。完成[編纂]後，提名委員會將定期檢討董事會多元化政策以確保其持續有效，並將在年度公司管治報告中披露該政策的執行情況。

董事、監事及高級管理人員薪酬

董事、監事及高級管理人員以薪金、津貼、退休金計劃供款、酌情花紅及其他實物福利的形式獲得薪酬。

截至2023年及2024年12月31日止的期間及截至2025年9月30日止的九個月期間，已付或應付本公司董事及監事的薪酬總額（包括以權益結算以股份支付的費用）及其他實物福利金額分別為人民幣4.8百萬元、人民幣24.2百萬元及人民幣11.7百萬元。

根據現行安排，本集團預計於截至2026年12月31日止財政年度向董事及監事支付的薪酬總額（包括可能發放的酌情花紅）約為人民幣17.0百萬元。

截至2023、2024年12月31日止年度各年及截至2025年9月30日止九個月期間，五名最高薪酬人士中分別有兩名、三名及三名董事或監事或最高行政人員。截至2023、2024年12月31日止年度及截至2025年9月30日止九個月期間，五名最高薪酬人士中其餘人士的總薪酬分別約為人民幣4.4百萬元、人民幣5.5百萬元及人民幣4.1百萬元。

在往績記錄期內，本公司並無向董事、監事或五名最高薪酬人士支付或應付任何作為加入本公司的誘因或於加入時支付的酬金。在往績記錄期內，本公司並無向董事、前董事、監事、前監事或薪酬最高的五名人士支付或應付與本公司任何附屬公司事務管理相關的職位損失補償。

在往績記錄期內，本公司董事或監事概無放棄或同意放棄過去三年的任何薪酬或實物福利。除上文所披露者外，於往績記錄期內，本公司或任何附屬公司概無向董事、監事或薪酬最高的五名人士支付或應付任何其他款項。

董事、監事和高級管理層

遵守企業管治守則

我們致力於實現高標準的公司管治，這對我們的發展至關重要，並能保障股東的利益。為此，我們預期在[編纂]後將遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則及企業管治報告中的相關要求。

合規顧問

根據上市規則第3A.19條，我們已委任新百利融資有限公司擔任合規顧問。該顧問將就遵守上市規則及其他適用法律、法規、守則及指引事宜向本公司提供指導與建議。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將在特定情形下為本公司提供諮詢，包括：

- (i) 刊發任何受規管的公告、通函或財務報告前；
- (ii) 擬進行可能須予公佈的交易或關連交易時，包括發行股份及回購股份)；
- (iii) 當本公司擬運用[編纂][編纂]的方式與本文件所述用途不同，或當本公司業務活動、發展或業績偏離本文件所載任何預測、估計或其他信息時；以及
- (iv) 香港聯交所根據上市規則第13.10條就本公司[編纂]證券價格或[編纂]量異常波動或其他事項向本公司作出查詢時。

任期將自[編纂]起始，預計於本公司就[編纂]後首個完整財政年度的財務業績符合上市規則第13.46條規定之日屆滿。

與 控 股 股 東 的 關 係

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，本公司由亓先生直接持有約25.70%股權，由珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍共同持有約59.33%股權，其中：(i)珠海坤澤由亓先生及商女士分別持有60%及40%股權。商女士為亓先生之配偶；及(ii)濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍均由亓先生作為普通合夥人控制。因此，截至最後實際可行日期，亓先生、商女士、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍控制本公司股東大會約85.03%的表決權。

[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，亓先生、商女士、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍將有權控制本公司股東大會約[編纂]%的表決權。因此，亓先生、商女士、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍共同構成本公司的控股股東集團。

無競爭關係

除控股股東在本公司持有的權益外，各控股股東確認截至最後實際可行日期，未持有任何與本公司業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭且須根據上市規則第8.10條披露的業務權益。

獨立於控股股東

經審議下列因素，本公司董事確信本公司於[編纂]後能夠獨立於控股股東及其各自的密切關聯方開展業務。

管理獨立性

本公司業務由董事會及高級管理層管理和運營。基於以下原因，董事認為董事會及高級管理團隊能夠獨立於控股股東管理本公司業務：

- (a) 亓先生目前擔任本公司控股股東旗下持股平台的法定代表人／普通合夥人，主要負責該等合夥企業／企業的管理事務。除持有本公司股權外，各持股平台均無其他業務。因此，本公司業務與控股股東之間不存在利益衝突。除上述情況外，截至最後實際可行日期，本公司董事及全體高級管理人員均未在控股股東或其密切關聯方擔任任何管理職位及／或董事職務；

與 控 股 股 東 的 關 係

- (b) 本公司日常管理及營運由資深管理團隊負責，成員均具備本公司所屬行業之豐富經驗，故能作出符合本集團最佳利益之商業決策。有關管理團隊行業經驗詳情，請參閱本文件「董事、監事及高級管理人員」章節；
- (c) 每位董事均清楚其作為董事的受托責任，包括但不限於必須為本公司利益行事，且不得使其董事職責與其個人利益產生沖突。倘本集團與董事及／或其關聯方擬進行的任何交易可能產生利益沖突，該董事須在本公司相關董事會會議表決該等交易前聲明其利益性質，且須回避表決和不計入表決法定人數；
- (d) 本集團董事會由執行董事及獨立非執行董事均衡組成，確保董事會作出影響本公司的決策時保持獨立性。具體而言：(i)獨立非執行董事與控股股東及其各自密切關聯方並無關聯；(ii)獨立非執行董事人數佔董事會總席位逾三分之一；(iii)獨立非執行董事個人及集體均具備[編纂]公司獨立董事所需的專業知識及經驗，可為本公司提供專業建議。綜上所述，本公司董事認為獨立非執行董事能夠為董事會決策過程提供公正合理的判斷，並維護本公司及全體股東的整體利益；且
- (e) 我們將建立企業管治措施並採取充分有效的控制機制，以管理集團與控股股東之間可能存在的利益沖突，從而支持獨立管理。詳情請參閱本節「—企業管治」部分。

營運獨立性

本集團在業務發展、人員配置、行政管理、財務、內部審計、信息技術、銷售營銷及公司秘書職能方面均不依賴控股股東及其關聯方。集團設有獨立運營的專職部門負責上述領域，且預計將繼續保持與控股股東及其關聯方的獨立運作。此外，集團擁有自主的人力資源管理團隊及運營人員編製。

與 控 股 股 東 的 關 係

本集團擁有獨立的供應商及客戶渠道，並配備獨立管理團隊處理日常運營事務。我們持有開展核心業務所需的所有相關執照、證書、設施及知識產權，且在資本與員工配置方面具備充足的獨立運營能力。基於上述情況，本公司董事認為我們能夠獨立於控股股東及其各自的密切關聯方開展業務。

財務獨立性

本集團擁有獨立財務體系，根據自身業務需求作出財務決策。我們設有內部控制及會計系統，並設有獨立財務部門負責資金管理職能。本公司預計[編纂]後無需依賴控股股東及其各自的密切關聯方進行融資，因營運資金將由手頭現金、現金等價物及[編纂][編纂]提供。因此，本公司的財務職能（如現金及會計管理、發票及票據處理）均獨立於控股股東及其各自的密切關聯方運作。

截至最後實際可行日期，控股股東及其各自的密切關聯方未提供任何未償還貸款或擔保。

基於上述情況，我們的董事認為，我們有能力獨立開展業務，且在[編纂]後不會過度依賴控股股東及其各自的密切關聯方。

企業管治

本公司董事深知完善企業管治對保障股東權益的重要性。為管理集團與控股股東間潛在利益衝突，本公司將採取以下治理措施：

- (a) 當股東大會審議涉及控股股東或其任何密切關聯方重大利益的擬議交易時，控股股東須回避相關決議表決，且不計入表決法定人數；
- (b) 當董事會會議審議某董事具有重大利益的事項時，該董事須回避表決相關決議，且其人數不計入表決法定人數；
- (c) 倘要求本公司獨立非執行董事審查本集團與控股股東之間的任何利益衝突，控股股東須向獨立非執行董事提供所有必要信息，本公司須在年度報告或公告中披露獨立非執行董事的決定；

與 控 股 股 東 的 關 係

- (d) 本公司董事(包括獨立非執行董事)將根據上市規則附錄C1所載企業管治守則及企業管治報告，在適當時候以本公司費用向外部顧問征詢獨立專業意見；
- (e) 本公司與關連人士之間的任何交易均須符合上市規則第14A章的相關規定，包括公告、年度報告及獨立股東批准要求(如適用)；
- (f) 本公司已委任新百利融資有限公司為合規顧問，就遵守適用法律及上市規則(包括與董事職責及企業管治相關的各項要求)向本公司提供建議及指導。

基於上述情況，本公司董事確信，在[編纂]後，現行企業管治措施足以管理集團與控股股東之間可能產生的利益沖突，並保障少數股東權益。

主 要 股 東

據本公司董事所知，在[編纂]完成及國內[編纂]股份轉換為H股後，且假設[編纂]未獲行使，以下人士預計將持有本公司股份或相關股份的權益，該等權益須根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定向本公司披露；或直接或間接持有本公司任何類別股份面值10%或以上權益，且該等股份在任何情況下均附有在本公司股東大會上表決權的權利：

股東姓名	權益性質	股份拆細及 [編纂]完成時 所持股份類別 及數量	截至最後 實際可行日 期本公司 總股本中 持股比例 (概約 百分比)	[編纂]後 本公司總 股本中持 股比例 (概約 百分比) ⁽⁶⁾	[編纂]後 相關類別 股份中持 股比例 (概約 百分比) ⁽⁶⁾
亓先生 . . .	實益權益	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
	受控公司 權益 ⁽¹⁾	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
商女士 . . .	受控公司 權益 ⁽²⁾	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
	配偶權益 ⁽³⁾	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
亓豐偉先生	受控公司 權益 ⁽⁴⁾	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
呂秋平女士	受控公司 權益 ⁽⁵⁾	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
珠海坤澤 . .	受益權益	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%

主 要 股 東

股東姓名	權益性質	股份拆細及 [編纂]完成時 所持股份類別 及數量	截至最後 實際可行日 期本公司 總股本中 持股比例 (概約 百分比)	[編纂]後 本公司總 股本中持 股比例 (概約 百分比) ⁽⁶⁾	[編纂]後 相關類別 股份中持 股比例 (概約 百分比) ⁽⁶⁾
濟南花之源	受益權益	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
海南胤睿 . .	受益權益	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
濟南花之悅	受益權益	[編纂]	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期，亓先生持有珠海坤澤60%股權權益，並擔任濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍的普通合夥人。因此，根據證券及期貨條例，亓先生被視為擁有珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華、海南德泰及海南瑾妍各自持有的本公司股份的權益。
- (2) 截至最後實際可行日期，商女士持有珠海坤澤40%的股權權益。因此，根據證券及期貨條例，商女士被視為持有珠海坤澤所持有的本公司股份。
- (3) 商女士為亓先生之配偶。因此，根據《證券及期貨條例》，亓先生與商女士各自被視為於對方所持股份中擁有權益。
- (4) 截至最後實際可行日期，亓豐偉先生於濟南花之源持有49.15%合夥權益。據此，根據《證券及期貨條例》，亓豐偉先生被視為於濟南花之源所持本公司股份中擁有權益。
- (5) 截至最後實際可行日期，呂秋平女士有濟南花之悅33.98%合夥權益。據此，根據《證券及期貨條例》，呂秋平女士被視為擁有濟南花之悅所持有的本公司股份權益。
- (6) 計算基於國內[編纂]股份轉換的[編纂]H股以及根據[編纂]將發行的[編纂]H股(假設[編纂]未被行使)。

主 要 股 東

除本文件所披露者外，董事並不知悉有任何其他人士將於[編纂]及國內[編纂]股份轉換為H股(以及根據[編纂][編纂]任何額外H股)之後，在本公司股份或相關股份中持有須根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部規定向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或將直接或間接持有附帶權利可在任何情況下於本公司股東大會上表決的任何類別股本面值10%或以上的權益。

股 本

本公司股本

緊接股份拆細及[編纂]之前

緊接完成股份拆細及[編纂]之前，本公司的註冊股本為人民幣20,984,219元，由20,984,219股每股面值人民幣1.00元的股份組成。

[編纂]完成後

[編纂]及國內[編纂]股份轉換為H股後（假設股份拆細已完成及[編纂]未獲行使），本公司股本將如下：

股份描述	股份數量	[編纂]後 經擴大已發行 股本的大概 百分比
由國內[編纂]股份轉換的H股	[編纂]	[編纂] %
根據[編纂]將予發行的H股	[編纂]	[編纂] %
總數	[編纂]	100 %

[編纂]及國內[編纂]股份轉換為H股後（假設股份拆細已完成及[編纂]被全額行使）本公司股本將如下所示：

股份描述	股份數量	[編纂]後 經擴大已發行 股本的大概 百分比
由國內[編纂]股份轉換的H股	[編纂]	[編纂] %
根據[編纂]將予發行的H股	[編纂]	[編纂] %
總數	[編纂]	100 %

國內[編纂]股份及H股

[編纂]完成後，股份將由國內[編纂]股份及H股組成。國內[編纂]股份與H股均為本公司股本中的普通股。

股 本

本公司H股僅可使用港幣認購及[編纂]。另一方面，本公司國內[編纂]股份僅可使用人民幣認購及[編纂]。除中國境內特定合格機構投資者外，滬港通及深港通下的合格中國投資者，以及依據中國相關法律法規或經主管機關批准有權持有本公司H股的其他人士（例如本公司部分現有股東，其持有的國內[編纂]股份將根據中國證監會備案信息轉換為H股），H股通常不可由中國境內法人或自然人認購或[編纂]。

國內[編纂]股份與H股在所有方面享有同等權利，特別是就已宣佈、支付或作出的股息或分派而言，享有同等地位。所有H股股息均以人民幣計價及宣派，並以港幣或人民幣支付；而國內[編纂]股份股息則以人民幣支付。除現金外，股息亦可通過股份形式支付。

將本公司國內[編纂]股份轉換為H股

倘任何國內[編纂]股份擬轉換、[編纂]及在香港聯合交易所作為H股進行[編纂]，該等轉換、[編纂]及[編纂]須向中國相關監管機構（包括中國證監會）提交備案，並獲得香港聯合交易所批准。

向中國證監會提交全面流通申請

根據境外上市試點辦法及相關指引，H股[編纂]公司應向中國證監會申報將境內[編纂]股份轉換為H股，以便在香港證券交易所[編纂]流通。[編纂]國內股份制公司申請境外[編纂]時，可申報「全面流通」。

我們已向中國證監會提交申請，擬於[編纂]完成後（「公司全面流通申請」）按一比一比例將[編纂]股國內[編纂]股份轉換為H股（「國內[編纂]股份轉換為H股」），中國證監會已於2026年[●]月[●]日就[編纂]發出備案通知。

香港聯合交易所[編纂]批准

我們已向香港聯合交易所[編纂]申請批准根據[編纂]將予發行的H股（包括根據[編纂]行使可能發行的任何H股）[編纂]及准予買賣，以及批准將[編纂]國內[編纂]股份轉換為H股。

在獲得香港交易所批准後，我們將執行以下程序以將相關國內[編纂]股份轉換為H股：(1)就轉換後H股的相關股票向我們的H股[編纂]發出指示；(2)使轉換後的H股能夠被[編纂]接納為合格證券，以便在[編纂]進行存放、清算及結算。

股 本

[編纂]前已發行股份的轉讓限制

根據《中華人民共和國公司法》第160條規定，公司在[編纂]股份前發行的股份，自該公開[編纂]股份在相關證券交易所[編纂][編纂]之日起一年內不得轉讓。因此，本公司在[編纂]前發行的股份，自[編纂]之日起一年內將受此法定轉讓限制。詳見「歷史沿革、發展歷程及公司架構—[編纂]前的投資」章節。

召開股東大會的情形

根據《中華人民共和國公司法》及公司章程條款，本公司可不時通過股東特別決議等方式增資、減資或回購股份。詳見本文件「附錄三一公司章程摘要」章節。

股東對[編纂]的批准

在本公司發行H股並申請以H股於香港聯合交易所[編纂]前，須取得股份持有人批准。本公司已於2026年1月15日召開的股東大會上取得該項批准。

財務資料

以下討論及分析應與本文件附錄I會計師報告所載的經審計合並財務資料連同相關附註一並閱讀。我們的合並財務資料乃根據《國際財務報告準則》(IFRS)編製。

以下討論與分析包含反映我們對未來事件及財務表現當前觀點的前瞻性陳述。這些陳述基於我們根據經驗、對過往趨勢、當前狀況及預期未來發展的認知所作的假設與分析，同時考慮我們認為在當時情況下適當的其他因素。然而，實際結果及發展能否符合我們的預期和預測，取決於諸多風險及不確定性。閣下評估本公司業務時，應審慎考量本文件所載信息，包括但不限於「風險因素」、「前瞻性陳述」及「業務」等章節。

就本節而言，除文義另有所指外，提及2023年及2024年均指截至該年12月31日止的財政年度，而本節所述財務信息均以合並形式呈現。

概述

我們是半畝花田(Dream Garden)，一個因持續高速增長、多品類拓展而在行業中脫穎而出的中國皮膚及個人護理品牌。我們於2010年成立於中國「玫瑰之鄉」山東濟南，從誕生之初就致力於「花植」的研究，並確立了「以花悅膚」的品牌理念。

我們堅持核心產品引領，以深刻的消費者洞察為導向，從單一明星產品逐步拓展至涵蓋身體、髮部和面部洗護的全品類矩陣，成為少數能夠在中國皮膚及個人護理市場的多個品類均實現領先地位的國貨品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售額計，我們是身體乳、身體磨砂膏、潔面慕斯的國貨第一品牌。

在往績記錄期內，我們實現快速增長。收入從2023年的人民幣1,198.7百萬元增至2024年的人民幣1,498.9百萬元，增幅達25.0%；從截至2024年9月30日止九個月的人民幣1,072.3百萬元增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1,894.7百萬元，增幅達76.7%。我們的毛利潤從2023年的人民幣788.9百萬元增至2024年的人民幣933.4百萬元，增幅達18.3%；從截至2024年9月30日止九個月期間的人民幣668.9百萬元增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1,199.5百萬元，增幅為79.3%。我們的經調整

財 務 資 料

淨利潤（非國際財務報告準則指標）由2023年的人民幣23.7百萬元增加249.4%至2024年的人民幣82.8百萬元，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣49.7百萬元增加197.2%至2025年同期的人民幣147.7百萬元。

編製基礎

歷史財務信息系依據《國際財務報告準則》(IFRS)編製，該準則涵蓋國際會計準則理事會(IASB)批准的所有準則及解釋。在編製整個往績記錄期內的歷史財務信息時，我們採用自2025年1月1日起生效的所有IFRS會計準則及相關過渡性規定。歷史財務信息採用歷史成本法編製。

影響經營業績的主要因素

本公司的經營業績一直受到且預計將繼續受到若干因素的重大影響，其中許多因素超出本公司控制範圍，包括但不限於：

宏觀經濟環境及中國皮膚及個人護理行業的發展

我們的業務和經營業績受到影響中國皮膚及個人護理行業的整體因素的影響，包括：

- 中國宏觀經濟發展態勢；
- 人均可支配收入及人均皮膚及個人護理產品支出變化；
- 中國消費模式與習慣的演變；
- 中國皮膚及個人護理行業持續增長且不斷演變的線上線下競爭格局；以及
- 影響皮膚及個人護理行業的政府政策、舉措及激勵措施。

上述任何整體行業環境的不利變化和挑戰都可能對本公司產品和服務的需求產生重大不利影響，從而對經營業績造成重大不利影響。

多元化的產品組合

我們多元化的產品組合莫基於嚴謹的「核心旗艦產品引領，拓展至全品類」的擴張策略，已為我們實現全品類的成長軌跡奠下基礎。我們透過基於洞察消費者需求並由技術研發實力支撐的旗艦大單品切入各品類。當旗艦大單品確立明確市場牽引

財務資料

力後，我們便在同品類內拓展更廣泛的系列，隨後將這套已驗證的開發路徑成功複製到相關皮膚及個人護理領域。遵循這套系統化策略，我們已從身體洗護拓展至髮部洗護及面部洗護領域，形成涵蓋身體、髮部與面部日常清潔護理的平衡產品組合。

我們的品類擴張策略直接推動了我們於往績記錄期內的財務表現。身體洗護作為最早且規模最大的品類，為公司提供穩定的收入支柱；而髮部洗護和面部洗護品類於往績記錄期內成功推出各自的旗艦產品後，已成為增長引擎。截至2025年9月30日止九個月，髮部洗護品類錄得收入人民幣482.2百萬元，主要受我們的洗髮水系列快速滲透市場所帶動；而面部洗護品類錄得收入人民幣462.9百萬元，其中潔面慕斯為主要貢獻來源。於2023年、2024年及截至2024及2025年9月30日止九個月，產品銷售分別佔我們總收入的97.2%、95.0%、95.2%及91.6%。

展望未來，我們擬持續執行「核心旗艦產品引領，拓展至全品類」的擴張策略。透過在各品類中迭代升級產品，並拓展產品線以滿足不斷演變的消費者需求，我們預期將進一步深化品類覆蓋、擴大目標市場規模，並支持收入持續增長。我們相信，我們所建立的產品組合之廣度與深度，將繼續成為支撐我們財務表現可擴展性及可持續性的關鍵因素。

全渠道銷售網絡

我們的全渠道銷售網絡是企業成長的基礎。我們建構的銷售網絡清晰區分線上與線下渠道的策略定位，同時將兩者整合為緊密協作、相輔相成的系統，從而提升消費者觸及率、營運反應速度及長期品牌發展。

線上渠道是擴大規模的主要引擎，也是即時洞察消費者需求的核心來源。我們透過直銷、經銷商及零售商在線上觸及顧客。藉由雙管齊下的策略——既在天貓、京東等貨架電商捕捉高意向需求，亦在抖音、小紅書等內容電商激發產品探索——我們得以高效獲取用戶、加速新產品商業化並推動銷量增長。於2023年、2024年及截至2024及2025年9月30日止九個月，線上渠道貢獻大多數收入，分別佔總收入的85.7%、75.9%、75.3%及76.3%，並為測試產品概念、優化營銷內容及評估需求模式提供數據基礎，從而降低品類擴張的執行風險，並提升整體商業敏捷性。

線下渠道透過強化品牌信任、深化消費者參與，並建立更均衡且具韌性的利潤結構，有效補充了我們的線上佈局。我們已建立遍及全國的線下銷售網絡，涵蓋商超、化妝品專營店、新零售店及OTC藥妝店等多元零售形式，提供關鍵實體接觸點，讓不同使用場景下的多元消費者群體能親身體驗產品。於2023年、2024年及截

財 務 資 料

至2024及2025年9月30日止九個月，線下渠道分別貢獻總收入的13.9%、23.7%、24.3%及23.5%。除直接收入貢獻外，線下渠道更支撐更具韌性的盈利結構，由於其無需支付線上銷售固有的平台服務費及推廣服務費，從而提升了整體獲利能力。

展望未來，我們擬透過進一步強化數據驅動營運能力並選擇性擴張優質線下覆蓋範圍，以深化渠道融合。我們相信，具備線上可擴展性、線下深度及強大跨渠道協同效應的全渠道銷售網絡，將繼續成為支撐我們維持收入增長、提升盈利能力及構建長期品牌資產的關鍵因素。

有效及高效地開展品牌推廣及營銷活動的能力

我們致力於推動品牌建設及業務增長長期同步發展，持續提升品牌影響力及市場競爭力。專業營銷團隊圍繞五大核心支柱開展工作：品牌戰略、內容運營、整合營銷、市場分析及媒體關係。我們通過線上線下營銷活動與消費者互動。電商平台線上營銷使我們能與消費者有效互動並快速響應需求變化。同時在小紅書平台透過真實的KOC測評及大量長尾KOL的置入式廣告，通過真實體驗貼文及贈品活動構建高信任度的互動，詳見「業務一品牌和營銷」。

2023年、2024年及截至2024年9月30日和2025年9月30日止九個月期間，本公司的銷售及營銷開支分別為人民幣637.2百萬元、人民幣677.4百萬元、人民幣499.7百萬元及人民幣896.2百萬元。銷售及營銷開支增長主要與業務擴張同步，主要源於品牌推廣及營銷活動的投入增加。我們預計未來隨著業務增長，銷售及分銷費用將繼續增加。隨著業務規模和範圍的擴大，我們預期將持續提升銷售及營銷效率，並受益於規模經濟效應。有效開展品牌推廣及營銷活動的能力，對維持我們強大的品牌聲譽和市場認知至關重要，這些因素直接影響業務增長及盈利能力。

高效供應鏈管理

有效管理業務合作夥伴並整合供應鏈資源的能力，是支撐我們業務運營及經營業績的關鍵。我們與多家原材料供應商保持穩定合作，確保表面活性劑、油脂、香精、活性成分等原材料的充足供應，從而保障符合質量管控要求的高品質產品及時生產。我們亦與嚴選的OEM供應商合作，以維持靈活、具韌性且儲備充足的生產能力。2023年、2024年及截至2024年9月30日和2025年9月30日止九個月期間，原材料及消耗品分別為人民幣220.5百萬元、人民幣328.4百萬元、人民幣232.2百萬元及人民幣418.0百萬元，分別佔銷售成本總額為53.8%、58.0%、57.6%及60.1%。

財 務 資 料

此外，在綜合考量專業運營能力、網絡覆蓋範圍、成本效益及靈活性後，我們主要委託外部第三方物流服務商提供全面倉儲及國內貨運服務。與此同時，全賴我們深厚的行業經驗，我們制定採購計劃並實施庫存管理。我們的供應鏈系統整合了各相關部分，例如訂單處理、庫存管理、發票處理及財務核對等功能。我們將持續監測供需動態，以便及時與供應商溝通並調整價格。我們致力於進一步提升供應鏈管理能力，以提高運營和管理效率，最終改善財務表現。

重要會計政策與估計

部分會計政策要求我們對會計項目作出估計、假設及複雜判斷。這些在執行會計政策時所作出的估計、假設及判斷對本公司的財務狀況和經營業績具有重大影響。管理層持續基於歷史經驗及其他因素（包括行業慣例及在當時情況下被視為合理的未來事件預期）評估此類估計、假設和判斷。在往績記錄期內，實際結果及管理層估計或假設未出現重大偏差，我們亦未對這些估計或假設作出重大調整。在可預見的未來，我們預計這些估計和假設不會發生重大變化。

下文闡述我們認為對本公司至關重要或涉及編製財務報表時所用最重大估計、假設和判斷的會計政策。重要會計政策、估計、假設和判斷對了解本公司的財務狀況及經營業績至關重要，詳見本文件附錄I「會計師報告」的附註2.3。

收入確認

來自客戶合同的收入

與客戶簽訂的合同收入在商品或服務控制權轉移給客戶時確認，金額反映我們預期有權獲得的對價。

當合同對價包含可變金額時，將預估本公司因向客戶轉移商品或服務而應獲得的對價金額。可變對價在合同簽訂時進行預估並予以限制，直到後續解決相關不確定性後，極可能不會發生已確認累計收入金額的重大逆轉。

財 務 資 料

產品銷售

我們主要通過線上渠道(如直接在線銷售，線上電商平台及經銷商)及線下渠道(如線下零售商和經銷商)向客戶銷售產品。產品銷售收入在資產控制權轉移給客戶時確認，通常為貨物交付或客戶接收之時。具體而言，直銷收入在商品由客戶收件時確認。來自線上電商平台及經銷商、線下零售商及經銷商的收入，則在貨物交付至指定地點或移交至指定承運人或最終客戶時確認。

某些產品銷售合同賦予客戶退貨權，從而產生可變對價。

退貨權

對於允許客戶在特定期限內退貨的合同，我們採用預期價值法估算不可退貨量，因該方法最能準確預測我們應得的可變對價金額。在確定可計入交易價格的可變對價金額時，需遵循《國際財務報告準則》(IFRS)第15號對可變對價估計的限制性要求。對於預期將被退回的商品，我們確認的並非收入而是退款負債，並同時確認退貨權資產(及相應的銷售成本調整)，以履行從客戶處收回產品的權利。

其他收入

利息收入採用實際利率法按應計制確認，即是將金融工具預計存續期(或更短期間)內預計未來現金流入精確折現至金融資產賬面淨值的利率。

物業、廠房及設備與折舊

除在建工程外的物業、廠房及設備按成本以減去累計折舊及任何減值損失的方式列報。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價格及使該資產達到預定可使用狀態和運送到預定使用地點的任何直接相關成本。

物業、廠房及設備投入使用後產生的支出(如維修保養)通常計入發生當期的損益。當滿足確認標準時，重大檢修支出會作為替代支出計入資產的賬面價值。當物業、廠房及設備的重要部件需定期更換時，我們將這些部件定義為具有特定使用年限的獨立資產並計算相應折舊。

財 務 資 料

折舊採用直線法計算，在估計可使用年限內將每項物業、廠房及設備的成本攤銷至殘值。物業、廠房及設備的估計可使用年限如下：

類別	預計使用年限
建築物	29至32年
機器	3至10年
電子設備	3年
運輸工具	5年
家具	5年
租賃物業修繕	2至6年

當某項物業、廠房及設備的部件具有不同使用壽命時，相關成本將按合理基礎在各部件分配，並分別計算折舊。殘值、使用壽命及折舊方法至少在每個財政年度末進行覆核，必要時予以調整。

當處置物業、廠房及設備(包括任何重大部件)時，或預期使用或處置不再產生未來經濟利益時，將隨即進行終止確認。當期損益中確認的處置或報廢資產的任何收益或損失，以淨銷售收入及相關資產賬面價值之間的差額計算。

在建工程按成本以減去任何減值損失的方式列報，且不計算折舊。當工程完工並可投入使用時，該項目將重新分類至相應的物業、廠房及設備類別。

存 貨

存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者計算。製作中產品和製成品的成本採用月度加權平均成本法計算，包括直接材料、直接人工及相應比例的間接費用。可變現淨值按照預計銷售價格減完成及出售所產生的任何估計成本計算。

所 得 稅

所得稅包含當期所得稅及遞延所得稅。與損益表外項目相關的所得稅，在損益表外確認，計入其他綜合收益或直接計入資產淨值。

當期稅項資產和負債按預計從稅務機關收回或向稅務機關支付的金額計算，該金額基於報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率(和稅法)計算，同時將我們經營所在國的解釋和慣例納入考量。

財 務 資 料

遞延所得稅採用負債法計，按照報告期末資產負債的稅務基礎及財務報告目的的賬面價值之間的所有暫時性差異計算。

除下列情形外，所有應稅暫時性差異均納入遞延所得稅負債：

- 當遞延所得稅負債源於非業務合並交易中首次確認的商譽或資產／負債，且該交易既不影響會計利潤也不影響應稅利潤或虧損，且未產生等額應稅及可抵扣暫時性差異時；以及
- 對於與子公司投資相關的應稅暫時性差異，當該暫時性差異的逆轉時間可控，且在可預見未來極不可能逆轉時。

所有可抵扣暫時性差異，以及未使用的稅額抵免及任何未使用的稅務虧損的結轉均納入遞延所得稅資產。除下列情形外，遞延所得稅資產的確認範圍應以可抵扣暫時性差異、未使用的稅額抵免及未使用的稅務虧損可抵扣的應稅利潤存在可能性為限：

- 當可抵扣暫時性差異相關的遞延所得稅資產源於非業務合並交易中首次確認的資產或負債，且該交易發生時既不影響會計利潤也不影響應稅利潤或虧損，且未產生等額應稅及可抵扣暫時性差異時；以及
- 對於與子公司投資相關的可抵扣暫時性差異，僅當該暫時性差異在可預見未來很可能逆轉且應稅利潤可抵扣暫時性差異時，才可納入遞延所得稅資產。

遞延稅項資產的賬面值於每個報告期末進行檢討，倘若不再可能有足夠的應稅利潤可抵扣全部或部分遞延稅項資產，則將其減值。未確認的遞延所得稅資產在報告期末重新評估，並在有足夠應稅利潤可抵扣全部或部分遞延所得稅資產的情況下予以確認。

遞延所得稅資產和負債以預期在資產實現或負債清償期間適用的稅率計算，以各報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法）為基礎。

抵銷遞延所得稅資產及遞延所得稅負債的唯一條件，就是我們擁有可依法強制執行的權利，可抵銷當期所得稅資產及當期所得稅負債，而該等遞延所得稅資產及負債均涉及同一稅務機關對同一納稅主體或不同納稅主體徵收的所得稅，而以上項

財 務 資 料

目以淨額方式抵銷當期稅項負債及資產，或在預期將清償或收回重大遞延稅項負債或資產的每個未來期間內，同時進行資產實現及負債清償。

綜合損益及其他綜合收益表摘要

下表按絕對金額及佔收入百分比形式，列示了所示期間經營業績的概要：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)			
收入	1,198,654	100.0	1,498,876	100.0	1,072,295	100.0	1,894,742	100.0
銷售成本	(409,764)	(34.2)	(565,521)	(37.7)	(403,410)	(37.6)	(695,197)	(36.7)
毛利	788,890	65.8	933,355	62.3	668,885	62.4	1,199,545	63.3
其他收入及收益	5,431	0.5	12,225	0.8	8,340	0.8	6,756	0.4
銷售及營銷開支	(637,176)	(53.2)	(677,410)	(45.2)	(499,686)	(46.6)	(896,222)	(47.3)
行政開支	(98,349)	(8.2)	(161,477)	(10.8)	(116,746)	(10.9)	(126,985)	(6.7)
研發費用	(28,616)	(2.4)	(32,003)	(2.1)	(22,348)	(2.1)	(28,138)	(1.5)
其他費用	(1,272)	(0.2)	(820)	(0.1)	(643)	(0.0)	(1,254)	(0.0)
財務費用	(2,984)	(0.2)	(4,418)	(0.3)	(3,100)	(0.3)	(3,076)	(0.2)
金融資產減值損失淨額	(467)	(0.0)	(646)	(0.0)	(686)	(0.1)	117	0.0
稅前利潤	25,457	2.1	68,806	4.6	34,016	3.2	150,743	8.0
所得稅費用	(4,953)	(0.4)	(19,393)	(1.3)	(11,887)	(1.1)	(25,666)	(1.4)
本年度／期內利潤及								
綜合收益總額	20,504	1.7	49,413	3.3	22,129	2.1	125,077	6.6
歸屬於：								
母公司擁有人	20,504	1.7	49,413	3.3	22,129	2.1	125,077	6.6

財 務 資 料

非國際財務報告準則指標

為補充依據《國際財務報告準則》(IFRS)會計標準編製的合並財務報表，我們亦採用經調整淨利潤作為補充性財務指標，該指標並非國際財務報告準則會計標準所要求或依據其編製。我們認為通過消除特定項目的潛在影響，非國際財務報告準則指標有助於跨期間及跨公司比較經營業績。我們認為該指標為投資者及其他人士提供有用信息，有助他們以與本公司管理層相同的方式，理解和評估本公司的綜合經營業績。但需注意，此類非國際財務報告準則財務指標可能無法與其他公司披露的類似指標直接比較。使用該非國際財務報告準則會計標準指標不應視為我們依據《國際財務報告準則》會計標準對經營業績或財務狀況進行分析的替代。

我們將年度／期內經調整利潤（非國際財務報告準則指標）定義為年度／期內利潤加回[編纂]開支及以股權結算的股份獎勵費用。下表列示我們的年度／期內經調整利潤（非國際財務報告準則指標）與根據《國際財務報告準則》呈列的年度／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	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
	(未經審計) (未經審計)			
本年度／期內利潤	20,504	49,413	22,129	125,077
加：				
股份支付 ⁽¹⁾	3,209	33,419	27,522	17,854
[編纂]開支 ⁽²⁾	—	—	—	4,735
本年度／期內經調整利潤（非國際 財務報告準則指標）	<u>23,713</u>	<u>82,832</u>	<u>49,651</u>	<u>147,666</u>

附註：

(1) 股份支付指向若干員工支付的與我們的股份獎勵相關的非現金費用。

(2) [編纂]開支指就[編纂]產生的開支。

財 務 資 料

經營業績的主要構成部分說明

收入

2023年、2024年及截至2024年9月30日止九個月和截至2025年9月30日止九個月，本公司總收入分別為人民幣1,198.7百萬元、人民幣1,498.9百萬元、人民幣1,072.3百萬元及人民幣1,894.7百萬元。

按產品類別劃分的收入

我們已開發出涵蓋身體洗護、面部洗護及髮部洗護的多元化產品組合，全面滿足各類消費者的需要。下表列示了所示期間按產品類別劃分的收入明細，包括絕對金額及佔總收入的百分比：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)			
身體洗護	521,628	43.5	700,245	46.8	492,259	46.0	791,012	41.8
髮部洗護	43,255	3.6	113,978	7.6	80,884	7.5	482,160	25.4
面部洗護	600,794	50.1	609,143	40.6	447,443	41.7	462,864	24.4
其他 ⁽¹⁾	32,977	2.8	75,510	5.0	51,709	4.8	158,706	8.4
總計	<u>1,198,654</u>	<u>100.0</u>	<u>1,498,876</u>	<u>100.0</u>	<u>1,072,295</u>	<u>100.0</u>	<u>1,894,742</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 其他主要指銷售店內陳列材料(例如貨架)、涵蓋頭部，面部及身體洗護類別的組合產品套裝以及特定自產原料。

財 務 資 料

按銷售渠道劃分的收入

下表列示了所示期間按銷售渠道劃分的收入明細，包括絕對金額及佔總收入的百分比：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)		(未經審計)	
線上渠道	1,026,871	85.7	1,137,145	75.9	807,383	75.3	1,444,524	76.3
線上直接銷售	837,875	69.9	868,702	58.0	623,936	58.2	1,167,977	61.7
線上電商平台銷售	122,326	10.2	165,957	11.1	119,181	11.1	142,839	7.5
線上經銷商銷售	66,670	5.6	102,486	6.8	64,266	6.0	133,708	7.1
線下渠道	167,241	13.9	355,566	23.7	260,624	24.3	446,133	23.5
線下經銷商銷售	149,042	12.4	326,991	21.8	239,283	22.3	418,739	22.1
線下零售商銷售	18,199	1.5	28,575	1.9	21,341	2.0	27,394	1.4
其他 ⁽¹⁾	4,542	0.4	6,165	0.4	4,288	0.4	4,085	0.2
總計	<u>1,198,654</u>	<u>100.0</u>	<u>1,498,876</u>	<u>100.0</u>	<u>1,072,295</u>	<u>100.0</u>	<u>1,894,742</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 其他主要包括：(i)我們自產原材料銷售；及(ii)我們提供予員工作為員工福利之產品的視同銷售。

銷售成本

我們的銷售成本包括(i)原材料、消耗品成本、(ii)OEM開支、(iii)運輸費用及(iv)銷售附加稅。下表列示了所示期間按性質劃分的銷售成本明細，包括絕對金額及佔銷售成本總額的百分比：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)		(未經審計)	
原材料與消耗品	220,544	53.8	328,370	58.0	232,245	57.6	417,955	60.1
OEM開支	110,889	27.1	152,136	26.9	110,212	27.3	176,819	25.4
運輸開支	67,042	16.4	73,523	13.0	52,684	13.1	85,876	12.4
銷售附加稅	8,275	2.0	9,504	1.7	6,588	1.6	11,788	1.7
其他	3,014	0.7	1,988	0.4	1,681	0.4	2,759	0.4
總計	<u>409,764</u>	<u>100.0</u>	<u>565,521</u>	<u>100.0</u>	<u>403,410</u>	<u>100.0</u>	<u>695,197</u>	<u>100.0</u>

財 務 資 料

毛利及毛利率

按產品類別劃分的毛利及毛利率

下表列示了所示期間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9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	毛利	毛利率 (%)	毛利	毛利率 (%)
	(除百分比外，單位：人民幣千元)		(未經審計)	
身體洗護	353,604	67.8	473,300	67.6
髮部洗護	21,152	48.9	48,512	42.6
面部洗護	397,536	66.2	390,046	64.0
其他 ⁽¹⁾	16,598	50.3	21,497	28.5
總計	788,890	65.8	933,355	62.3

附註：

- (1) 其他主要指銷售店內陳列材料（例如貨架）、涵蓋頭部，面部及身體洗護類別的組合產品套裝以及特定自產原料。

按銷售渠道劃分的毛利及毛利率

下表列示了所示期間按銷售渠道劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	毛利	毛利率 (%)	毛利	毛利率 (%)
	(除百分比外，單位：人民幣千元)		(未經審計)	
線上渠道				
線上直接銷售 . .	606,887	72.4	647,349	74.5
線上電商平台				
銷售	76,680	62.7	108,097	65.1
線上經銷商銷售 .	29,484	44.2	43,622	42.6
線下渠道				
線下經銷商銷售 .	62,662	42.0	115,334	35.3
線下零售商銷售 .	10,915	60.0	16,430	57.5
其他 ⁽¹⁾	2,262	49.8	2,523	40.9
總計	788,890	65.8	933,355	62.3

財 務 資 料

附註：

- (1) 其他主要包括：(i)我們自產原材料銷售；及(ii)我們提供予員工作為員工福利之產品的視同銷售。

於往績記錄期間，我們向經銷商銷售產品的毛利率相對低於其他銷售渠道，主要由於業務模式的差異，我們通常按符合業界慣例建議零售價的一定折扣向經銷商提供產品。

其他收入及收益

本公司其他收入及收益主要包括：(i)政府補助，主要指與高新技術支持、創新發展獎勵及產業發展相關的補貼和補助；(ii)銀行利息收入；(iii)分銷商未遵守我們的銷售及營銷指引相關的罰款及沒收所得。2023年、2024年及截至2024年9月30日止九個月和截至2025年9月30日止九個月，本公司其他收入分別為人民幣5.4百萬元、人民幣12.2百萬元、人民幣8.3百萬元及人民幣6.8百萬元。

下表列示了所示期間按性質劃分的其他收入及收益明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)			
政府補助	3,265	60.1	9,089	74.3	6,214	74.5	5,572	82.5
銀行利息收入	246	4.5	1,067	8.7	362	4.3	264	3.9
補償款項	1,544	28.4	1,339	11.0	1,159	13.9	846	12.5
其他	376	7.0	730	6.0	605	7.3	74	1.1
總計	<u>5,431</u>	<u>100.0</u>	<u>12,225</u>	<u>100.0</u>	<u>8,340</u>	<u>100.0</u>	<u>6,756</u>	<u>100.0</u>

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支主要包括(i)市場營銷及推廣開支(主要包括平台服務費及推廣服務費)，以及(ii)員工福利開支，主要指銷售及營銷人員的薪金、津貼及獎金。2023年、2024年及截至2024年9月30日止九個月和截至2025年9月30日止九個月，銷售及營銷開支分別為人民幣637.2百萬元、人民幣677.4百萬元、人民幣499.7百萬元及人民幣896.2百萬元，分別佔同期總收入的53.2%、45.2%、46.6%及47.3%。

財 務 資 料

下表列示了所示期間按性質劃分的銷售及營銷開支的明細，包括絕對金額及佔銷售及營銷開支總額的百分比：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)		(未經審計)	
營銷與推廣開支	590,452	92.7	620,698	91.6	460,761	92.2	833,308	93.0
員工福利開支	34,722	5.4	40,158	5.9	28,843	5.8	44,908	5.0
其他 ⁽¹⁾	12,002	1.9	16,554	2.5	10,082	2.0	18,006	2.0
總計	637,176	100.0	677,410	100.0	499,686	100.0	896,222	100.0

附註：

(1) 其他主要包括業務招待及差旅開支、倉儲開支。

行政開支

我們的行政開支主要包括(i)員工福利開支，主要指行政人員的薪金、津貼及獎金；(ii)股份支付費用；(iii)因委聘專業機構為本公司員工提供專項培訓所產生的專業及顧問費用；(iv)與本公司辦公樓及辦公室設備相關的折舊及攤銷；以及(v)業務招待及差旅開支。2023年、2024年及截至2024年9月30日止九個月和截至2025年9月30日止九個月，我們的行政開支分別為人民幣98.3百萬元、人民幣161.5百萬元、人民幣116.7百萬元及人民幣127.0百萬元，分別佔同期總收入的8.2%、10.8%、10.9%及6.7%。

財 務 資 料

下表列示了所示期間按性質劃分的行政開支明細，包括絕對金額及佔行政開支總額的百分比：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)		(未經審計)	
僱員福利開支	58,758	59.7	110,981	68.7	83,011	71.1	76,557	60.3
專業及諮詢費	10,760	10.9	13,114	8.1	5,931	5.1	13,435	10.6
折舊與攤銷	9,907	10.1	9,412	5.8	8,537	7.3	6,635	5.2
業務招待及差旅開支	6,615	6.7	12,628	7.8	8,552	7.3	12,836	10.1
[編纂]開支	—	—	—	—	—	—	4,735	3.7
辦公室、物業管理及公用事業 費用	10,204	10.4	10,823	6.7	6,504	5.6	9,288	7.3
其他	2,105	2.2	4,519	2.9	4,211	3.6	3,499	2.8
總數	98,349	100.0	161,477	100.0	116,746	100.0	126,985	100.0

附註：

- (1) 其他主要包括銀行手續費、註冊費、低值消耗品消耗。

研發費用

我們的研發費用主要包括(i)員工福利開支，主要指研發人員的薪金、津貼及獎金；(ii)研發材料；(iii)測試費用；(iv)外包研發費用；以及(v)折舊及攤銷。2023年、2024年及截至2024年9月30日止九個月和截至2025年9月30日止九個月，研發費用分別為人民幣28.6百萬元、人民幣32.0百萬元、人民幣22.3百萬元及人民幣28.1百萬元，分別佔同期總收入的2.4%、2.1%、2.1%及1.5%。

財 務 資 料

下表列示了所示期間按性質劃分的研發費用明細，包括絕對金額及佔研發費用總額的百分比：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)		(未經審計)	
員工福利開支	12,148	42.5	17,045	53.3	12,234	54.7	18,008	64.0
研發材料	1,255	4.4	660	2.1	379	1.7	1,696	6.0
測試費用	6,435	22.5	4,969	15.5	2,989	13.4	2,486	8.8
外包研發費用	4,666	16.2	6,020	18.7	4,348	19.5	3,016	10.8
折舊及攤銷	3,284	11.5	2,556	8.0	1,926	8.6	2,150	7.6
其他 ⁽¹⁾	828	2.9	753	2.4	472	2.1	782	2.8
總計	28,616	100.0	32,003	100.0	22,348	100.0	28,138	100.0

附註：

(1) 其他主要包括差旅開支。

其他費用

其他費用主要包括因提前終止租賃協議之賠償、推廣服務沒收之定金及西藏自治區地震捐款。2023年、2024年及截至2024年9月30日止九個月和截至2025年9月30日止九個月，其他費用分別為人民幣1.3百萬元、人民幣0.8百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣1.3百萬元。

財務費用

財務費用包括銀行借款利息及租賃負債利息。2023年、2024年及截至2024年9月30日和截至2025年9月30日止九個月，財務費用分別為人民幣3.0百萬元、人民幣4.4百萬元、人民幣3.1百萬元及人民幣3.1百萬元。

財 務 資 料

下表列示了所示期間按性質劃分的財務費用明細，包含絕對金額及佔財務費用總額的百分比：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(除百分比外，單位：人民幣千元)				(未經審計)		(未經審計)	
銀行借款利息	1,599	53.6	3,327	75.3	2,265	73.1	2,320	75.4
租賃負債利息	1,385	46.4	1,091	24.7	835	26.9	756	24.6
總計	2,984	100.0	4,418	100.0	3,100	100.0	3,076	100.0

金融資產減值損失淨額

金融資產減值損失淨額是根據應收賬款及其他應收款項的預期信用損失率計算得出，包括應收賬款及其他應收款項的減值損失。2023年、2024年及截至2024年9月30日止九個月，金融資產減值損失淨額分別為人民幣0.5百萬元、人民幣0.6百萬元、人民幣0.7百萬元。於截至2025年9月30日止九個月，我們錄得金融資產減值損失淨額轉回人民幣0.1百萬元。

所得稅費用

2023年、2024年及截至2024年9月30日止九個月和截至2025年9月30日止九個月，所得稅費用分別為人民幣5.0百萬元、人民幣19.4百萬元、人民幣11.9百萬元及人民幣25.7百萬元。本公司及兩家附屬公司分別於2023年11月、2023年12月及2021年12月獲認證為「高新技術企業」(「HNTE」)。2021年12月取得的認證證書已於2024年12月延期。因此，本公司及兩家附屬公司於往績記錄期內享有15%的企業所得稅優惠稅率。該高新技術企業資格須每三年接受中國相關稅務機關的複審。在2023年、2024年，以及截至2024年9月30日及2025年9月30日止的九個月期間，我們分別錄得實際稅率(按所得稅開支除以所得稅前利潤計算)為19.5%、28.2%、34.9%及17.0%。請參閱本文件附錄一附註10。

財 務 資 料

經營業績期間比較

截至2025年9月30日止九個月與截至2024年9月30日止九個月比較

收入

按產品類別劃分的收入

本公司收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣1,072.3百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1,894.7百萬元，增幅為76.7%，主要源於多款熱門新品成功上市所帶動的髮部洗護及身體洗護產品營收增長，例如身體乳、身體磨砂膏、沐浴露、洗髮水、蛋白霜及護髮油。我們的髮部洗護產品銷量由截至2024年9月30日止九個月的6.2百萬元，增加至2025年同期的23.2百萬元。我們的身體洗護產品銷量由截至2024年9月30日止九個月的20.8百萬元，增加至2025年同期的34.3百萬元。

按銷售渠道劃分的收入

本公司收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣1,072.3百萬元，增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1,894.7百萬元，增幅達76.7%，主要源於：(i)線上直銷收入增長，主要受惠於數款熱門新品成功上市，以及2025年聘請的品牌代言人所帶來的促銷效應；及(ii)線下及線上經銷商收入增加，此乃隨著經銷商數量及業務規模擴張所致。

銷售成本

本公司銷售成本從截至2024年9月30日止九個月的人民幣403.4百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣695.2百萬元，增幅為72.3%，主要由於隨著營收增長，原材料與消耗品的增加。

毛利與毛利率

本公司毛利從截至2024年9月30日止九個月的人民幣668.9百萬元，增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1,199.5百萬元，增幅為79.3%。

按產品類別劃分的毛利率

截至2024年及2025年9月30日止九個月，本公司毛利率分別維持於62.4%及63.3%的相對穩定水平，主要由於(i)我們髮部洗護產品的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的38.0%增加至2025年同期的61.8%，主要原因為我們於2025年致力透過線上渠道(主要透過毛利率通常較高的直銷)加強推廣我們的新洗髮水產品，並被面

財 務 資 料

部洗護產品的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的64.9%下降至2025年同期的62.3%所部分抵銷，而面部洗護產品毛利率下降乃主要由於我們採取了更具競爭力的定價及推廣策略，以帶動包含舊版面部護理產品套裝的銷售。

按銷售渠道劃分的毛利率

截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的毛利率維持於62.4%及63.3%的相對穩定水平，此乃主要由於期內所有銷售渠道的毛利率相對穩定。

其他收入及收益

本公司其他收入及收益從截至2024年9月30日止九個月的人民幣8.3百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣6.8百萬元，降幅為18.1%，主要由於政府減少撥款所致。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支從截至2024年9月30日止九個月的人民幣499.7百萬元，增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣896.2百萬元，增幅達79.3%，主要源於我們加強了產品與品牌的營銷活動，導致市場推廣及宣傳開支增加。這些強化措施包括發佈品牌與產品相關內容、在主要電商及社交媒體平台與消費者互動、與KOL合作進行直播活動，與KOL進行直播活動、品牌代言人合作，以及投入戶外廣告支出，這些舉措均反映我們持續致力於開發與拓展銷售渠道，並落實各項廣告計劃。

行政開支

本公司行政開支從截至2024年9月30日止九個月的人民幣116.7百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣127.0百萬元，增幅為8.8%，主要源於(i)因委聘專業機構為員工提供專項培訓所導致的專業及顧問費用增加；及(ii)[編纂]開支增加。

研發費用

本公司研發費用從截至2024年9月30日止九個月的人民幣22.3百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣28.1百萬元，增幅為26.0%，主要由於我們致力於吸引及留住研發人才，令員工福利開支增加，亦導致研發人員的員工人數與薪資雙雙攀升所致。

財 務 資 料

其他費用

本公司其他費用從截至2024年9月30日止九個月的人民幣0.6百萬元大幅增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣1.3百萬元，主要關於由於我們2025年1月為中國西藏自治區地震所作出的捐款。

財務費用

本公司財務費用從截至2024年9月30日止九個月的人民幣3.1百萬元略微增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣3.1百萬元，費用保持相對穩定。

金融資產減值損失淨額

於截至2024年9月30日止九個月，本公司錄得金融資產減值損失淨額人民幣0.7百萬元；而於截至2025年9月30日止九個月，則錄得金融資產減值損失淨額轉回人民幣0.1百萬元，主要由於預期信用損失減少，這源於應收貿易及其他應收款項的後續回款情況改善。

所得稅費用

本公司所得稅費用從截至2024年9月30日止九個月的人民幣11.9百萬元顯著增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣25.7百萬元，主要與應稅利潤的增長相符。

期內利潤

基於上述因素，本公司期內利潤由截至2024年9月30日止九個月的人民幣22.1百萬元大幅增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣125.1百萬元。

截至2024年12月31日止年度與截至2023年12月31日止年度比較

收入

按產品類別劃分的收入

本公司收入從2023年的人民幣1,198.7百萬元增至2024年的人民幣1,498.9百萬元，增幅達25.0%，主要歸因於身體洗護產品及髮部洗護產品收入隨業務增長而提升。具體而言，我們的身體洗護產品收入由2023年的人民幣521.6百萬元增加至2024年的人民幣700.2百萬元，主要得益於銷量從2023年的22.1百萬件增至2024年的31.9百萬件，這歸因於我們的美白身體乳、沐浴露及身體磨砂膏等產品獲得了更廣泛的客戶認可。我們的髮部洗護產品收入則由2023年的人民幣43.3百萬元增長至2024年的人民幣114.0百萬元，主要得益於銷量從2023年的2.7百萬件上升至2024年的8.7百萬件。

財務資料

按銷售渠道劃分的收入

本公司收入由2023年的人民幣1,198.7百萬元增至2024年的人民幣1,498.9百萬元，增幅達25.0%，主要源於：(i)隨著經銷商數量與業務規模的擴張，來自線下及線上經銷商的收入增加；以及(ii)線上電商平台及線上直銷收入的增長，主要源於線上推出的產品銷售強勁及我們有效的線上營銷策略。

銷售成本

本公司銷售成本從2023年的人民幣409.8百萬元增至2024年的人民幣565.5百萬元，增幅達38.0%，主要歸因於(i)線下渠道銷售額增加，以及(ii)隨著營收增長，原材料與消耗品的增加。

毛利與毛利率

本公司毛利從2023年的人民幣788.9百萬元增至2024年的人民幣933.4百萬元，增幅達18.3%，與同期收入增長相符。

按產品類別劃分的毛利率

我們的毛利率從2023年的65.8%輕微下降至2024年的62.3%，主要源於面部洗護產品毛利率從2023年的66.2%降至2024年的64.0%，主要歸因於：(i)2024年清潔慕斯產品貢獻更高營收，由於產品性質導致售價相對較低，此類產品本身毛利率較低；以及(ii)髮部洗護產品毛利率下降，主要源於2024年精油香氛洗髮水銷量增長，該產品利潤率相對較低。

按銷售渠道劃分的毛利率

我們的毛利率從2023年的65.8%下降至2024年的62.3%，主要原因是線下渠道的毛利率從2023年的44.0%下降至2024年的37.1%。此項下降是由於精油香氛洗髮水與潔淨慕斯產品的毛利率相對較低，在2024年佔據了我們銷售額的更大比例，且主要透過線下渠道銷售。

其他收入及收益

本公司其他收入及收益從2023年的人民幣5.4百萬元大幅增至2024年的人民幣12.2百萬元，主要源於我們獲得政府撥款增加所致。

銷售及營銷開支

本公司銷售及營銷開支從2023年的人民幣637.2百萬元增至2024年的人民幣677.4百萬元，增幅為6.3%，主要源於營銷及推廣開支的增加源於我們對產品及品牌的強

財 務 資 料

化營銷活動，包括發佈品牌與產品相關內容、在主要電商及社交媒體平台與消費者互動、與KOL進行直播合作等營銷措施，與KOL進行直播活動、品牌代言人合作，以及戶外廣告開支。此舉反映我們持續致力於拓展銷售渠道並實施廣告計劃。

行政開支

本公司行政開支從2023年的人民幣98.3百萬元增至2024年的人民幣161.5百萬元，增幅為64.3%，主要原因行政人員人數增加及薪資上調所導致的員工福利開支增長。

研發費用

本公司研發費用從2023年的人民幣28.6百萬元增至2024年的人民幣32.0百萬元，增幅達11.9%，主要源於我們致力於吸引及留住研發人才，令員工福利開支增加，亦導致研發人員的員工人數與薪資雙雙攀升所致。

其他費用

本公司其他費用從2023年的人民幣1.3百萬元降至2024年的人民幣0.8百萬元，降幅達38.5%，主要由於2023年為改善辦公環境而提前終止上海辦公室租賃合約，導致違約賠償及沒收所得的金額增加所致。

財務費用

本公司財務費用從2023年的人民幣3.0百萬元增至2024年的人民幣4.4百萬元，增幅達46.7%，主要原因在於2024年為購置濟南辦公樓產生的銀行借款利息增加。

金融資產減值損失淨額

本公司金融資產減值損失淨額從2023年的人民幣0.5百萬元略微上升至2024年的人民幣0.6百萬元，費用保持相對穩定。

所得稅費用

本公司所得稅費用從2023年的人民幣5.0百萬元大幅增加至2024年的人民幣19.4百萬元，主要與應稅利潤的增長相一致。

本年度利潤

基於上述因素，本公司年度利潤從2023年的人民幣20.5百萬元大幅增長至2024年的人民幣49.4百萬元。

財 務 資 料

特定關鍵資產負債表項目討論

非流動資產和負債

下表列示了截至所示日期本公司的非流動資產和負債：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
非流動資產			
物業、廠房及設備	72,611	93,480	91,438
使用權資產	26,638	22,202	21,999
其他無形資產	755	510	326
預付款項、其他應收款項及其他資產 . . .	465	782	2,772
遞延所得稅資產	<u>72,907</u>	<u>72,692</u>	<u>75,771</u>
非流動資產總額	<u>173,376</u>	<u>189,666</u>	<u>192,306</u>
非流動負債			
租賃負債	22,398	17,021	15,525
計息銀行借款	<u>19,800</u>	<u>26,325</u>	<u>23,993</u>
非流動負債總額	<u>42,198</u>	<u>43,346</u>	<u>39,518</u>

財 務 資 料

流動資產與負債

下表列示了截至所示日期本公司的流動資產和負債：

	截至12月31日		截至9月30日	截至11月30日
	2023年	2024年	2025年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)	(未經審計)
流動資產				
存貨	61,011	132,324	185,771	210,322
貿易應收款項	27,835	33,770	47,010	45,635
預付款項、其他應收款項及 其他資產	66,585	114,330	152,701	187,779
受限制現金	719	515	438	131
現金及現金等價物	66,922	104,261	161,587	171,032
流動資產總額	223,072	385,200	547,507	614,899
流動負債				
貿易應付款項	102,508	163,779	211,827	219,252
租賃負債	6,969	7,082	8,590	8,633
其他應付款項及應計開支 . .	149,624	143,177	71,687	64,793
計息銀行借款	63,650	66,970	70,700	63,077
合同負債	12,648	44,447	69,837	81,365
應付稅費	13,084	16,266	27,963	29,961
流動負債總額	348,483	441,721	460,604	467,081
流動(負債)／資產淨額 . . .	(125,411)	(56,521)	86,903	147,818

財 務 資 料

物業、廠房及設備

本公司物業、廠房及設備主要包括(i)建築物，(ii)機械設備，(iii)租賃物業修繕，(iv)電子設備，及(v)運輸工具。下表列示了截至所示日期的物業、廠房及設備明細：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
建築物	585	47,326	69,911
機械設備	15,621	15,520	14,079
租賃物業修繕	4,689	3,586	2,497
電子設備	1,889	2,637	3,153
運輸工具	2,285	1,883	1,403
家具	703	455	356
在建工程	46,839	22,073	39
合 計	<u>72,611</u>	<u>93,480</u>	<u>91,438</u>

截至2024年12月31日，我們的物業、廠房及設備從2023年12月31日的人民幣72.6百萬元增加至人民幣93.5百萬元，增幅達28.7%，主要源於我們於2023年購買的兩層辦公樓完成裝修工程，並於2024年由在建工程轉入建築物，導致建築物賬面值增加。於2024年12月31日及2025年9月30日，我們的物業、廠房及設備分別為人民幣93.5百萬元及人民幣91.4百萬元，保持相對穩定，主要由於我們於2024年購置的另一個辦公樓層完成裝修，並於2025年由在建工程轉入建築物，導致建築物的賬面值增加。

使用權資產

本公司的使用權資產主要包括：(i)辦公場所租賃與(ii)停車位。截至2024年12月31日，使用權資產從2023年12月31日的人民幣26.6百萬元減少至人民幣22.2百萬元，降幅為16.5%，主要由於2024年購買辦公樓後減少了租賃場所。截至2024年12月31日及2025年9月30日，我們的使用權資產分別維持於人民幣22.2百萬元及人民幣22.0百萬元的相對穩定水平。

財 務 資 料

存 貨

本公司存貨主要包括：(i)外包加工材料，(ii)成品，(iii)在途貨物以及(iv)原材料及消耗品。下表列示了截至所示日期的存貨明細：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
外包加工材料	23,828	66,995	82,607
成品	28,091	48,597	80,350
在途貨物	8,661	15,762	22,780
原材料及消耗品	1,936	2,248	1,912
小計	62,516	133,602	187,649
存貨減值準備	(1,505)	(1,278)	(1,878)
合計	61,011	132,324	185,771

截至2024年12月31日，我們的存貨從2023年12月31日的人民幣61.0百萬元大幅增加至人民幣132.3百萬元，以及截至2025年9月30日進一步增長至人民幣185.8百萬元，增幅達40.4%主要由於外包加工材料及成品增加，以滿足因預期銷售增長而導致的預期採購需求增長。

下表列示了所示期間的存貨賬齡分析：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
一年內	61,079	132,504	186,570
一至兩年	1,362	277	886
兩至三年	75	777	115
超過三年	—	44	78
小計	62,516	133,602	187,649
存貨減值撥備	(1,505)	(1,278)	(1,878)
合計	61,011	132,324	185,771

財 務 資 料

下表列示了所示期間的存貨周轉天數：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(天數)		(未經審計)
存貨周轉天數 ⁽¹⁾	56.1	63.3	62.4

附註：

- (1) 年度／期內存貨周轉天數的計算方法為：該年度／期內存貨的期初及期末平均結餘除以相關年度／期內的銷售成本，再乘以365天或270天。

我們的存貨周轉天數從2023年的56.1天增加至2024年的63.3天，主要原因在於應對預期增長的產品需求而增加的庫存，這總體符合我們的業務增長態勢。2024年存貨周轉天數維持在63.3天，而截至2025年9月30日止九個月期間則為62.4天，整體保持相對穩定。

截至2025年11月30日，於2025年9月30日的存貨總額人民幣153.6百萬元中，已使用、消耗或售出82.7%。

貿易應收款項

我們的貿易應收款項主要指應向客戶收取的款項。下表列示了截至所示日期貿易應收款項的明細：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
貿易應收款項	28,877	35,149	48,896
減值損失	(1,042)	(1,379)	(1,886)
合計	<u>27,835</u>	<u>33,770</u>	<u>47,010</u>

截至2024年12月31日，本公司的貿易應收款項從2023年12月31日的人民幣27.8百萬元增加至人民幣33.8百萬元，增幅達21.6%；截至2025年9月30日，更進一步增長39.1%至人民幣47.0百萬元，與業務增長趨勢基本一致。

財 務 資 料

在往績記錄期內，我們一般要求經銷商於交貨前支付預付款，及通常向其他客戶授予7至60天的信貸期。在往績記錄期內，本公司絕大部分貿易應收款項的賬齡均在三個月內。下表列示了截至所示日期貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
三個月內	27,380	32,334	45,318
三至六個月	84	793	734
六個月至一年	257	334	182
超過一年	114	309	776
合計	27,835	33,770	47,010

下表列示了我們於往績記錄期內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
	2023年	2024年	2025年
	(天數)		(未經審計)
貿易應收款項周轉天數 ⁽¹⁾	7.1	7.8	6.0

附註：

- (1) 年度／期內的貿易應收款項周轉天數的計算方法為：該年度／期內貿易應收款項的期初及期末平均結餘除以相關年度／期內的銷售成本，再乘以365天或270天。

本公司貿易應收款項周轉天數在2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月分別為7.1天、7.8天和6.0天，保持相對穩定。

截至2025年11月30日，於2025年9月30日的應收款項中，已有人民幣43.6百萬元（佔總額89.1%）完成結清。

財 務 資 料

預付款項、其他應收款項及其他資產

本公司的預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括：(i) 主要指向與供應商預付的線上推廣服務款項相關的預付款項，(ii) 按金及其他應收款項，主要代表本公司線上商店營運及線下店舖租賃的按金，以及(iii) 可收回增值稅。下表列示了截至所示日期本公司預付款項、其他應收款項及其他資產的明細：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
流動			
預付款項	42,830	75,624	131,341
按金及其他應收款項	21,874	27,668	15,753
可收回增值稅	2,539	11,947	5,892
減值撥備	(658)	(909)	(285)
小計	66,585	114,330	152,701
非流動			
物業、廠房及設備及其他無形資產的			
預付款項	465	782	2,772
總計	67,050	115,112	155,473

截至2024年12月31日，本公司的預付款項、其他應收款項及其他資產從2023年12月31日的人民幣67.1百萬元增至人民幣115.1百萬元，增幅達71.7%，主要源於電商直播間的線上推廣服務預付金額增加。截至2025年9月30日，本公司的流動預付款項、其他應收款項及其他資產增加35.1%至人民幣155.5百萬元，較2024年12月31日的人民幣115.1百萬元有所變動，主要源於隨著業務增長，我們向供應商的預付款有所增加。

貿易應付款項

本公司的貿易應付款項主要包括應付供應商的原材料款項。截至2024年12月31日，本公司的貿易應付款項從2023年12月31日的人民幣102.5百萬元增加至人民幣163.8百萬元，增幅達59.8%。截至2025年9月30日，該項進一步增加至人民幣211.8百萬元，增幅為29.3%，主要源於產品銷量提升帶動外包加工材料採購量的增加。

財 務 資 料

於往績記錄期內，應付貿易賬款通常在90天內結清。下表列示了截至所示日期本公司貿易應付款項的賬齡分析：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
三個月內	91,306	152,516	189,487
三至六個月	7,995	6,265	19,741
六個月至一年	144	1,004	871
一年以上	<u>3,063</u>	<u>3,994</u>	<u>1,728</u>
合計	<u>102,508</u>	<u>163,779</u>	<u>211,827</u>

下表列示了往績記錄期的貿易應付款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月
	2023年	2024年	2025年
	(天數)		(未經審計)
貿易應付款項周轉天數 ⁽¹⁾	85.0	85.9	72.9

附註：

- (1) 某年度／期間的應付款項周轉天數等於該年度／期間期初與期末應付款項餘額之和的平均值除以該年度／期間的銷售成本，再乘以365天或270天。

於2023年及2024年，我們的貿易應付款項周轉天數相對穩定，分別為85.0天及85.9天。貿易應付款項周轉天數由2024年的85.9天減少至截至2025年9月30日止九個月的72.9天，主要歸因於業務增長帶動的採購周期縮短。於往績記錄期內，我們與原料供應商之間並無任何重大爭議。

截至2025年11月30日，於2025年9月30日應付款項中的人民幣174.4百萬元（佔總額82.3%）已結清。

財 務 資 料

其他應付款項及應計開支

本公司其他應付款項及應計開支主要包括：(i)應付關聯方款項，指向本公司股東珠海坤澤借款以支持業務發展，該筆款項已於2025年9月30日結清；(ii)應付工資，(iii)應付及其他押金，主要指經銷商為確保價格穩定及防止未經授權跨區域銷售而向本公司提供的保證金；(iv)其他應付稅項，主要為增值稅、附加費及印花稅；以及(v)應計[編纂]開支。下表列示截至所示日期本公司其他應付款項及應計開支的明細：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
應付關聯方款項	112,438	89,568	—
應付工資	21,298	26,880	25,436
應付押金	9,269	16,398	20,176
其他應付稅費	6,619	10,331	20,089
應計[編纂]開支	—	—	5,986
合計	<u>149,624</u>	<u>143,177</u>	<u>71,687</u>

其他應付款項及應計開支從2023年12月31日的人民幣149.6百萬元略微減少至2024年12月31日的人民幣143.2百萬元，費用保持相對穩定，主要因為與關聯方結清借款而導致的應付關聯方的其他應付款項及應計費用減少；部分被以下因素抵銷：(i)因經銷商數量增加導致預付款及其他應付款增加，以及(ii)隨業務增長而增加的其他應付稅款。其他應付款項及應計開支從截至2024年12月31日的人民幣143.2百萬元減少至2025年9月30日的人民幣71.7百萬元，降幅達49.9%，主要源於應付關聯方款項減少，因為我們已全數償還欠股東的借款，部分抵銷因素包括：(i)其他應付稅款增加，以及(ii)應計[編纂]開支。

合同負債

合同負債主要指根據合同約定收取的客戶預付款項。合同負債從2023年12月31日的人民幣12.6百萬元顯著增加至2024年12月31日的人民幣44.4百萬元；並於2025年9月30日進一步增加至人民幣69.8百萬元，增幅達57.2%，主要原因在於客戶為產品銷售預付的款項持續增加，反映客戶對我們產品的需求日益增長。

財務資料

流動資產淨值／負債淨額

我們的流動資產淨值由截至2025年9月30日的人民幣86.9百萬元增加至截至2025年11月30日的人民幣147.8百萬元，主要是由於(i)存貨增加，歸因於我們增加存貨水平以迎接節日假期；(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加，主要歸因於預付營銷費用；及(iii)現金及現金等價物增加，部分被合約負債增加所抵銷，而合約負債增加主要是由於銷售產品的客戶預收款項持續增加，反映客戶對我們產品的需求日益增長。

截至2024年12月31日，我們錄得淨流動負債為人民幣56.5百萬元；及至2025年9月30日，該數值為淨流動資產人民幣86.9百萬元，主要因(i)其他應付款項及應計費用減少，主要由於應付關聯方款項減少，因我們已悉數償還欠股東珠海坤澤的借款；(ii)現金及現金等價物增加，與業務增長步調一致；(iii)存貨增加，主要歸因於為應對預期銷售增長帶動的採購需求，我們增加了外包加工材料及製成品；以及(iv)預付款項、其他應收款項及其他資產增加，主要由於配合業務增長而增加向供應商預付的款項，惟部分被貿易應付款項增加所抵銷，後者主要歸因於產品銷售增加導致外包加工材料的採購量上升所致。

本公司流動負債淨額由2023年12月31日的人民幣125.4百萬元減少至2024年12月31日的人民幣56.5百萬元，主要因(i)存貨增加，主要歸因於為應付預期銷售增長所帶動的採購需求，我們增加了外包加工材料及製成品；(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加，主要歸因於電商直播間的線上推廣服務預付款項增加；以及(iii)現金及現金等價物增加，惟部分被貿易應付款項增加所抵銷，主要歸因於產品銷售增加導致外包加工材料的採購量上升所致。

流動性與資本資源

概述

本公司歷來主要通過經營活動產生的現金及銀行借款滿足現金需求。[編纂]完成後，我們計劃通過經營活動所得、銀行借款及[編纂][編纂]淨額滿足未來資本需求。我們預計未來運營資金的可獲得性不會發生變化。

截至2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日，本公司現金及現金等價物分別為人民幣66.9百萬元、人民幣104.3百萬元及人民幣161.6百萬元。綜合考慮[編纂][編纂]淨額及現有財務資源(包括現金及現金等價物、可用銀行信貸額度及

財 務 資 料

經營活動現金流)，本公司董事認為現有營運資金足以滿足當前需求及本文件日期後12個月的運營所需。

現金流

下表概述本公司各期間現金流情況：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計) (未經審計)	
經營活動產生的淨現金流	56,499	96,896	66,884	136,790
投資活動所用／所產生的淨現金流	(55,996)	(36,464)	(33,494)	9,005
融資活動產生的／(用於)				
淨現金流	14,738	(23,093)	(15,724)	(88,469)
現金及現金等價物淨增加額	15,241	37,339	17,666	57,326
年初／期初現金及現金等價物 . . .	51,681	66,922	66,922	104,261
年末／期末現金及現金等價物 . . .	<u>66,922</u>	<u>104,261</u>	<u>84,588</u>	<u>161,587</u>

經營活動產生的淨現金流

截至2025年9月30日止九個月期間，本公司經營活動產生的淨現金流為人民幣136.8百萬元。經營活動產生的淨現金流與稅前利潤人民幣150.7百萬元之間的差異源於：(i)非現金及非經營性項目調整，主要包括(a)股權結算的股份獎勵費用人民幣17.9百萬元，(b)使用權資產折舊人民幣4.4百萬元，以及(c)財務費用人民幣3.1百萬元；及(ii)營運資金變動，主要包括(a)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣52.8百萬元，(b)貿易應付款項增加人民幣48.0百萬元，(c)存貨增加人民幣54.0百萬元，(d)合同負債增加人民幣25.4百萬元，(e)其他應付款項及應計開支增加人民幣18.1百萬元，以及(f)貿易應收款項增加人民幣13.7百萬元。

2024年，本公司經營活動產生的淨現金流為人民幣96.9百萬元。經營活動產生的淨現金流與稅前利潤人民幣68.8百萬元之間的差異主要源於：(i)非現金及非經營性項目調整，主要包括：(a)股權結算的股份支付費用人民幣33.4百萬元，(b)物業、廠房及設備折舊人民幣7.1百萬元，(c)使用權資產折舊人民幣6.4百萬元，(d)財務費用人民幣4.4百萬元；以及(ii)營運資金變動，主要包括：(a)存貨增加人民幣71.1百萬

財 務 資 料

元，(b)貿易應付款項增加人民幣61.3百萬元，(c)合同負債增加人民幣31.8百萬元以及(d)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣40.4百萬元。

2023年，本公司經營活動產生的淨現金流為人民幣56.5百萬元。經營活動產生的淨現金流與稅前利潤人民幣25.5百萬元之間的差異主要源於：(i)非現金及非經營性項目調整，主要包括(a)物業、廠房和設備折舊人民幣7.1百萬元，(b)使用權資產折舊人民幣7.3百萬元，(c)股權結算的股份獎勵費用人民幣3.2百萬元及(d)財務費用人民幣3.0百萬元；以及(ii)營運資金變動，主要包括：(e)貿易應付款項增加人民幣14.1百萬元，(f)其他應付款項及應計開支增加人民幣14.4百萬元，(g)貿易應收款項增加人民幣10.8百萬元，(h)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣4.1百萬元，以及(i)合同負債增加人民幣3.2百萬元。

投資活動(所用)／所產生的淨現金流

截至2025年9月30日止九個月內，本公司投資活動所產生的淨現金流為人民幣9.0百萬元，主要源於向第三方償還貸款人民幣15.0百萬元，其中部分被購置物業、廠房及設備所產生的人民幣6.3百萬元所抵銷。

2024年，本公司投資活動所用淨現金流為人民幣36.5百萬元，主要源於購置人民幣28.5百萬元的物業、廠房及設備，以及向關聯方預付貸款人民幣7.7百萬元。

2023年，本公司投資活動所用淨現金流為人民幣56.0百萬元，主要源於購置人民幣50.1百萬元的物業、廠房及設備。

融資活動產生的／(用於)淨現金流

截至2025年9月30日止九個月期間，本公司融資活動所用淨現金流為人民幣88.5百萬元，主要源於(i)償還關聯方貸款人民幣91.6百萬元；(ii)償還計息銀行借款人民幣61.1百萬元，部分被(iii)計息銀行借款所得款項人民幣62.5百萬元所抵銷。

2024年，本公司融資活動所用淨現金流為人民幣23.1百萬元，主要源於(i)償還計息銀行借款人民幣55.9百萬元；及(ii)償還關聯方貸款人民幣24.4百萬元，部分被(iii)計息銀行借款所得款項人民幣65.8百萬元所抵銷。

2023年，本公司融資活動產生的淨現金流為人民幣14.7百萬元，主要源於：(i)償還計息銀行借款人民幣93.5百萬元；(ii)償還計息銀行借款人民幣38.0百萬元及(iii)償還關聯方貸款人民幣39.6百萬元。

財 務 資 料

負 債

在往績記錄期，本公司的債務包括計息銀行借款和租賃負債。下表列示了截至所示日期本公司債務的構成：

	截至12月31日		截至9月30日	截至11月30日
	2023年	2024年	2025年	2025年
			(人民幣千元)	
			(未經審計)	(未經審計)
流動				
計息銀行借款	63,650	66,970	70,700	63,077
租賃負債	6,969	7,082	8,590	8,633
非流動				
計息銀行借款	19,800	26,325	23,993	23,605
租賃負債	22,398	17,021	15,525	14,657
合計	112,817	117,398	118,808	109,972

計息銀行借款

截至2023年12月31日、2024年12月31日、2025年9月30日及2025年11月30日，本公司計息銀行借款分別為人民幣83.5百萬元、人民幣93.3百萬元、人民幣94.7百萬元及人民幣86.7百萬元。本公司借款主要以人民幣計價。在往績記錄期內，借款利率區間為2.60%至4.40%。截至2025年11月30日，本公司的銀行信貸額度為人民幣60.0百萬元，且已全數動用。

本公司董事確認，在往績記錄期及截至最後實際可行日期，本公司未發生任何債務償付違約及／或契約條款違反情況。

租賃負債

截至2023年12月31日、2024年12月31日、2025年9月30日及2025年11月30日，本公司租賃負債分別為人民幣29.4百萬元、人民幣24.1百萬元、人民幣24.1百萬元及人民幣23.3百萬元。本公司的租賃負債從2023年12月31日的人民幣29.4百萬元減少至2024年12月31日的人民幣24.1百萬元，主要原因在於：(i) 我們持續縮減租賃辦公空間，此舉源於2023及2024年在濟南購置一整層辦公樓；以及 (ii) 我們根據租賃協議繼續支付了某些租金。

財 務 資 料

無其他未償還債務

除上述披露外，截至2025年11月30日（即本公司債務聲明日），本公司不存在任何未償還債務，或已發行及未償還或已同意發行的貸款資本、銀行透支、貸款或類似債務、承兌負債（一般貿易票據除外）、承兌信用證、債權證、抵押、押記、融資租賃或租購承擔、擔保或其他或有負債，亦不存在與此相關的任何契約。經審慎考慮後，本公司董事確認，截至最後實際可行日期，自2025年11月30日以來，本公司債務狀況未發生重大變動。

或有負債

截至2023年12月31日、2024年12月31日、2025年9月30日及截至最後實際可行日期，本公司不存在任何重大或有負債。

主要財務比率

下表列示本公司在所示期間／日期之主要財務比率：

	截至／截至12月31日		截至九個月／ 截至9月30日	
	2023年	2024年	2024年 (未經審計)	2025年 (未經審計)
毛利率(%) ⁽¹⁾	65.8	62.3	62.4	63.3
經調整淨利潤率(%) ⁽²⁾	2.0	5.5	4.6	7.8
流動比率(%) ⁽³⁾	64.0	87.2	不適用	118.9
資產負債比率(%) ⁽⁴⁾	98.5	84.4	不適用	67.6

附註：

- (1) 毛利率等於毛利潤除以收入再乘以100%。
- (2) 經調整淨利潤率等於年度／期間經調整利潤除以收入再乘以100%。
- (3) 流動比率等於流動資產除以流動負債。
- (4) 資產負債比率等於總負債除以總資產再乘以100%。

財 務 資 料

資本承擔

在往績記錄期，本公司的資本承擔為已簽訂合同但未在財務報表中列示的物業、廠房及設備。2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月期間，資本承擔金額分別為人民幣4.6百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣0.6百萬元。

資本開支

本公司的資本開支主要用於購置固定資產、其他無形資產、在建工程及租賃資產改良。2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月期間，資本開支分別為人民幣51.7百萬元、人民幣28.9百萬元、及人民幣6.3百萬元。

在往績記錄期內，我們主要通過經營活動產生的現金流及債務融資滿足資本支出需求。未來資本支出計劃將綜合運用經營現金流、股權及債務融資，並結合本次[編纂][編纂]淨額進行籌措。

資產負債表外承擔及安排

截至最後實際可行日期，除上文披露事項外，本公司並無訂立任何資產負債表外安排。

重大關聯方交易

有關往績記錄期內關聯方交易詳情，請參閱本文件附錄I會計師報告附註33。

本公司董事認為，往績記錄期內與關聯方的交易均按公平原則進行，未扭曲經營業績，亦未導致過往業績無法反映未來表現。

財務風險披露

本公司金融工具主要涉及信用風險與流動性風險。為將風險敞口降至最低，本公司未採用任何衍生工具及其他對沖工具。董事會已審議並批准各項風險管理政策。詳見本文件附錄I會計師報告附註36。

財 務 資 料

信用風險

本公司面臨的信用風險主要涉及現金及現金等價物、貿易應收款項，以及預付款項、其他應收款項及其他資產項下的金融資產。上述各類金融資產的賬面價值即代表本公司在金融資產方面承擔的最大信用風險敞口。

我們主要與信譽良好的第三方進行交易。根據公司政策，所有申請付款期交易的客戶均須接受信用核查程序。此外，應收款項餘額將持續接受監控。

流動性風險

在流動性風險管理中，我們持續監控並維持管理層認為足以支撐日常運營及緩沖現金流波動影響的現金及現金等價物水平。

資本管理

資本管理的核心目標在於保障企業持續經營能力，維持健康的資本比率以支撐業務發展，並最大化股東價值。

我們通過定期審查資本結構來監控資本狀況。在審查過程中，我們會考慮資本成本及已發行股本相關的風險。我們可能調整向股東支付的股息、向股東返還資本、發行新股或回購本公司股份。

股息與股息政策

在往績記錄期內，本公司未派發或宣派任何股息。目前我們尚未制定正式股息政策或固定派息比率。未來股息的宣派與支付將由董事酌情決定，並取決於以下因素：實際及預期經營業績、現金流與財務狀況、整體商業環境及業務策略、預期營運資金需求與未來擴張計劃、法律法規及其他合同限制，以及董事認為相關的其他因素。根據本公司中國法律顧問的建議，未來產生的任何淨利潤須經董事會制定利潤分配方案並經股東大會批准後，方可用於支付或宣派股息。但該淨利潤須首先用於彌補歷史累計虧損，之後須將淨利潤的10%計入法定普通儲備金，直至該儲備金達到註冊資本的50%以上。

可供分配儲備金

截至2025年9月30日，本公司可供分配儲備金為人民幣214.6百萬元。

財 務 資 料

[編纂]開支

假設每股[編纂]的[編纂]為港幣[編纂]元(即本文件所述指示性[編纂]的[編纂])，本次[編纂]中，本公司應支付的[編纂]及費用總額(含聯交所[編纂]費、AFRC交易征費、證監會交易征費、聯交所交易費、法律及其他專業服務費、印刷及其他相關費用)預計合計約人民幣[編纂]元，佔[編纂]總[編纂]的[編纂]%(假設未根據[編纂]發行股份)，其中約人民幣[編纂]元預計將計入損益，約人民幣[編纂]元直接歸屬於[編纂]及[編纂]我們的[編纂]，將於[編纂]時從權益中扣除。本公司[編纂]開支本質上由以下部分構成：(i)[編纂]約人民幣[編纂]元；(ii)非[編纂]相關費用約人民幣[編纂]元，其中法律顧問及報告會計師費用約人民幣[編纂]元，其他費用約人民幣[編纂]元。

未經審計[編纂]調整後有形淨資產模擬表

詳見本文件附錄二「未經審計[編纂]財務信息」。

近期發展及無重大不利變動

本公司董事確認，截至本文件日期，自2025年9月30日(即本公司最近期經審計財務報表結算日)以來，本公司的財務狀況、經營狀況或前景未發生重大不利變動，且自2025年9月30日以來亦未發生任何可能對本文件附錄I所載會計師報告所示信息產生重大影響的事項。

根據上市規則第13.13至13.19條作出披露

本公司董事確認，除本文件另有披露外，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條作出披露的情況。

未來計劃和[編纂]用途

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細討論，請參閱「業務—我們的戰略」。

[編纂]用途

我們估計，扣除與[編纂]相關的[編纂]費、[編纂]及預計應付的開支後，假設每股[編纂][編纂]為[編纂]港元，[編纂]將為我們帶來約[編纂]港元的[編纂]淨額（即[編纂]至[編纂]港元的[編纂]中位數），且假設股份拆細已完成及[編纂]未獲行使。我們計劃將[編纂][編纂]淨額用於以下用途：

- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於渠道開發、產品營銷推廣及品牌建設。具體而言：
 - 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於渠道開發，包括持續發展我們的全渠道銷售網絡，以提升線上線下渠道間的協同效應與運營效率，擴大市場覆蓋面，並為品牌影響力的提升及整體銷售規模的增長提供支持。具體而言：
 - (i) 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於推廣及強化線上渠道，主要透過：(a)優化會員制度並升級會員福利，以提升客戶黏性與回購率。我們的主要舉措包括：包裹包裝升級、提供護膚指南、提升物流時效及會員專屬銷售服務；(b)透過美團閃購、淘寶閃購等社區化社交平台開發即時零售渠道，覆蓋更廣泛的即時消費場景；(c)與KOL合作開展直播活動，提升品牌曝光度並推動線上銷售推廣。
 - (ii) 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額（即[編纂]港元）用於擴展線下渠道，主要透過：(a)透過經銷商及零售商擴大我們的線下覆蓋範圍，並增加每個零售網點提供的SKU覆蓋範圍；(b)優化及升級提供我們品牌產品的線下銷售點形象，包括翻新店內品牌專區裝潢、燈箱廣告及外牆展示；以及(c)建立零售數據收集及分析系統，以支援零售數據回傳、追蹤及管理店內推廣活動等，從而加強實體銷售管理及分析能力。

未來計劃和[編纂]用途

- (iii) 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於拓展海外銷售渠道，重點深化亞洲市場滲透及開拓美洲新興市場，主要透過：
 - (a)運用TikTok及Shopee等海外線上平台促進市場進入及客戶獲取；
 - (b)攜手名人與KOL提升品牌知名度並驅動銷售轉化；以及
 - (c)透過建立在地商業團隊，招募及管理經銷商與零售商，並深化與關鍵渠道夥伴的合作關係，強化海外線下渠道發展，從而支持渠道擴張與持續增長。
 - o 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)進行產品推廣，主要透過：
 - (a)於內容型電商平台推行以內容為導向的營銷及消費者教育計劃，並結合轉化活動，包括與KOL及名人合作進行產品代言；
 - (b)於貨架型電商平台進行品牌及產品推廣，以提升能見度並驅動轉換率；以及
 - (c)參與行業研討會及專業活動，向業界人士及目標客戶展示產品技術，強化品牌公信力。
 - o 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於品牌建設，主要透過：
 - (a)聘請品牌代言人，並透過電視及主要網上影音平台的品牌植入、贊助及聯合營銷活動以及電梯和戶外廣告增加品牌的曝光度；以及
 - (b)舉辦產品體驗活動以加強消費者參與度、深化消費者對本公司品牌的熟悉度，並鞏固其對品牌理念及價值主張的理解。
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於加強產品研發能力。我們計劃增加研發投入，強化核心技術並提升創新能力，具體包括：
 - o 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於擴充我們的研發團隊，計劃招聘具備高級學位及豐富行業經驗的研發人才，強化植物萃取、配方開發及功效評估等領域的高素質專業團隊，並建立行業領先的人才儲備庫。
 - o 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於內部產品研發，以強化基礎研究能力並升級產品技術，主要透過：
 - (a)提升植物靶向活性物提取與純化、合成生物學發酵與純化功能等領域的技術能力；以及
 - (b)進一步與大學或研究機構合作，構建更完善的研發體系，並加速將研究成果轉化為產品升級所用。

未 來 計 劃 和 [編 纂] 用 途

- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於在上海、廣州和萊蕪建設及升級研發實驗室，為研發團隊提供先進的軟硬件設施。
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於建立一個全球多元化的人才隊伍。具體而言：
 - 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於招募全球頂尖人才以支持業務增長，主要包括：(a)拓展海外市場，包括在目標海外市場建立及強化本地化業務發展、渠道營運及合作夥伴能力；(b)品牌營銷與形象管理，包括強化品牌規劃、傳播及整合行銷執行能力；以及(c)提升海外營銷與運營的數字及數據能力，包括招募會員運營、營銷自動化、績效追蹤與分析、數據管理及治理等領域的專家，以提升跨渠道數據可見度及運營效率。
 - 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於持續投資內部人才培訓計劃，主要透過：(a)聘請第三方諮詢及專業培訓機構設計及提供系統化培訓與能力建設計劃；(b)為管理人員實施領導力發展計劃，重點提升全球業務運營與管理能力及領導技巧；以及(c)為供應鏈管理、數字運營、渠道開發及品牌建設等領域的關鍵職能團隊提供系統化專業培訓，以強化其組織能力、提升其執行效率，並支持本公司長遠增長。
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於強化數字化與智能化基礎設施，以提升端到端管理能力及運營效率，從而推動業務發展。具體而言：
 - 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於供應鏈系統數字化，主要透過整合供應鏈管理、物流倉儲管理及全渠道追溯平台等數字系統，實現端到端可視化與智能預警功能，從而提升產品透明度、強化運營管控能力，並改善整體供應鏈的應變能力與韌性。

未來計劃和[編纂]用途

- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於建立數字化研發系統，以串聯研發、實驗、測試及製程工程的數據，實現從配方研究設計至量產迭代的全周期管理。我們預期該系統將提高配方開發與變更控制的效率、加強研發與製造之間的協調、縮短開發週期，並降低開發與生產相關的成本。
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於產品生命周期管理。我們計劃實施及優化集成產品開發框架及相關數字工具，以管理產品的端到端流程，涵蓋需求研究、概念驗證、研發、製造、上市、市場監測、迭代，直至適當時終止生產及回收等環節，旨在提升執行效率、加強跨部門協作，並降低產品生命周期成本。
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於雲端系統開發。我們計劃建立涵蓋數據收集、數據倉儲、業務應用及數據治理(包括統一數據標準與強化數據品質、安全及存取控制)的雲端能力，並預期這些舉措將提升數據可用性與管理報告品質，從而支援更快速的決策與規劃。
- 預計將約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)用於營運資金及一般企業用途。

倘[編纂]定於高於或低於估計[編纂]的中位值，則上述[編纂]的分配將按比例調整。倘[編纂]定為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]的上限)，則[編纂][編纂]淨額將增加至約[編纂]港元。倘[編纂]定為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]的下限)，則[編纂][編纂]淨額將減少至約[編纂]港元。

倘[編纂]獲悉數行使，且假設[編纂]為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]的中位值)，則我們將獲得之[編纂]淨額將約為[編纂]港元。倘[編纂]獲悉數行使，我們擬將額外[編纂]淨額按上述比例用於上述用途。

倘[編纂]的[編纂]淨額並非立即用於上述用途，我們僅會將該等[編纂]淨額存入持牌商業銀行及／或其他授權金融機構(定義見證券及期貨條例)的活期存款賬戶。

[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]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

附 錄 一

會 計 師 報 告

以下為本公司獨立申報會計師香港安永會計師事務所為納入本文件而編製的報告全文，特此載入本文件。

[To insert the firm's letterhead]

致山東花物堂化妝品股份有限公司(前稱：山東花物堂生物科技有限公司)列位董事及中信證券(香港)有限公司有關歷史財務資料的會計師報告

緒 言

我們就第[●]至[●]頁所載山東花物堂化妝品股份有限公司(前稱：山東花物堂生物科技有限公司)(「**貴公司**」)及其子公司(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 貴集團截至2023年及2024年12月31日止年度各年(「**有關期間**」)的綜合損益及其他全面收益表、權益變動表及現金流量表，以及 貴集團於2023年及2024年12月31日的綜合財務狀況表、 貴公司截至2023年及2024年12月31日的財務狀況表、重大會計政策資料及其他解釋資料(統稱「**歷史財務資料**」)。第[●]至[●]頁所載的歷史財務資料構成本報告一部分，乃就 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)[**編纂**][**編纂**]而編製，以供載入 貴公司日期為[●]的文件(「**文件**」)內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準編製真實而中肯的歷史財務資料，並對其認為為確保歷史財務資料之編製不存在由於欺詐或錯誤所致之重大錯誤陳述所需的內部控制負責。

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，並向 閣下匯報我們的意見。我們根據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之會計師報告」開展工作。該準則規定我們須遵守道德準則及開展工作，以就歷史財務資料是否不存在重大錯誤陳述獲取合理保證。

附 錄 一

會 計 師 報 告

我們的工作涉及執执行程序以獲取有關歷史財務資料金額及披露事項的證據。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導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。作出該等風險評估時，申報會計師會考慮與實體根據歷史財務資料附註2.1所載編製基準編製歷史財務資料相關的內部監控，以設計於各種情況下適當之程序，惟目的並非對實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評價董事所採用的會計政策的恰當性及作出會計預測的合理性，以及評價歷史財務資料的整體呈列方式。

我們相信，我們所獲得的證據充分、適當，並為我們的意見提供了基礎。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準，真實而中肯地反映 貴集團及 貴公司截至2023年12月31日及2024年12月31日的財務狀況，以及 貴集團於各有關期間的財務表現及現金流量。

審閱中期財務資料

我們已審閱 貴集團的中期財務資料，其中包括 貴集團截至2024年9月30日及2025年9月30日止九個月各期間的綜合損益及其他全面收益表、權益變動表及現金流量表，以及截至2025年9月30日的集團綜合財務狀況表及 貴公司財務狀況表，以及其他解釋資料（統稱為「中期財務資料」）。 貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準擬備及呈列中期財務資料。我們的責任為基於我們的審閱對中期財務資料發表結論。我們已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱委聘準則》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。審閱主要包括向負責財務及會計事務的人員查詢，並應用分析及其他審閱程序。由於審閱的範圍遠小於根據《香港審計準則》進行的審計範圍，故不能保證我們會注意到審計中可能發現的所有重大事項。因此，我們不發表任何審計意見。根據我們的審閱工作，我們並未發現任何事項致使我們相信，就會計師報告而言，中期財務資料在所有重大方面未根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準而編製。

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

在編製歷史財務資料時，概無對第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11，當中載述 貴公司概未就有關期間及截至2024年9月30日及2025年9月30日止九個月內派付股息。

貴公司無任何歷史財務報表

於本報告日期， 貴公司自註冊成立之日起尚未編製法定財務報表。

[●]

執業會計師

香港

[日期]

I 歷史財務資料

編製歷史財務資料

下文所載歷史財務資料構成本會計師報告的組成部分。

貴集團於有關期間以歷史財務資料為基礎之財務報表已由安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈之香港審核準則進行審核(「**相關財務報表**」)。

除另有所指外，歷史財務資料以人民幣(「**人民幣**」)呈列，而所有價值均湊整至最接近千位(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9月30日止九個月	
		2023年	2024年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
收入	5	1,198,654	1,498,876	1,072,295	1,894,742
銷售成本		<u>(409,764)</u>	<u>(565,521)</u>	<u>(403,410)</u>	<u>(695,197)</u>
毛利		788,890	933,355	668,885	1,199,545
其他收入及收益	5	5,431	12,225	8,340	6,756
銷售及營銷開支		(637,176)	(677,410)	(499,686)	(896,222)
行政開支		(98,349)	(161,477)	(116,746)	(126,985)
產品開發成本		(28,616)	(32,003)	(22,348)	(28,138)
其他開支		(1,272)	(820)	(643)	(1,254)
財務成本	7	(2,984)	(4,418)	(3,100)	(3,076)
金融資產(減值虧損)/減值虧損 撥回，淨額		<u>(467)</u>	<u>(646)</u>	<u>(686)</u>	<u>117</u>
稅前利潤	6	25,457	68,806	34,016	150,743
所得稅開支	10	(4,953)	(19,393)	(11,887)	(25,666)
年內/期內利潤及全面收益總額		<u>20,504</u>	<u>49,413</u>	<u>22,129</u>	<u>125,077</u>
歸屬於：					
母公司擁有人		<u>20,504</u>	<u>49,413</u>	<u>22,129</u>	<u>125,077</u>
母公司普通股股東應佔每股收益					
基本及攤薄每股收益(人民幣元)	12	<u>2.05</u>	<u>3.80</u>	<u>1.70</u>	<u>9.06</u>

附錄一

會計師報告

綜合財務狀況表

		截至12月31日		截至9月30日
		2023年	2024年	2025年
	附註	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
非流動資產				
物業、廠房及設備	13	72,611	93,480	91,438
使用權資產	14(a)	26,638	22,202	21,999
其他無形資產	15	755	510	326
預付款項、其他應收款項及其他 資產	19	465	782	2,772
遞延稅項資產	25	72,907	72,692	75,771
非流動資產總值		173,376	189,666	192,306
流動資產				
存貨	17	61,011	132,324	185,771
應收款項	18	27,835	33,770	47,010
預付款項、其他應收款項及 其他資產	19	66,585	114,330	152,701
受限制現金	20	719	515	438
現金及現金等價物	20	66,922	104,261	161,587
流動資產總額值		223,072	385,200	547,507
流動負債				
應付款項	21	102,508	163,779	211,827
租賃負債	14(b)	6,969	7,082	8,590
其他應付款項及應計費用	22	149,624	143,177	71,687
計息銀行借款	24	63,650	66,970	70,700
合約負債	23	12,648	44,447	69,837
應付稅項		13,084	16,266	27,963
流動負債總額		348,483	441,721	460,604
流動負債淨額／資產淨值		(125,411)	(56,521)	86,903
資產總值減流動負債		47,965	133,145	279,209

附 錄 一

會 計 師 報 告

	附 註	截至12月31日		截至9月30日
		2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
非流動負債				
租賃負債	14(b)	22,398	17,021	15,525
計息銀行借款	24	<u>19,800</u>	<u>26,325</u>	<u>23,993</u>
非流動負債總額		<u>42,198</u>	<u>43,346</u>	<u>39,518</u>
資產淨值		<u>5,767</u>	<u>89,799</u>	<u>239,691</u>
權益				
母公司擁有人應佔權益				
實繳資本	26	11,800	13,000	19,961
儲備	28	<u>(6,033)</u>	<u>76,799</u>	<u>219,730</u>
權益總額		<u>5,767</u>	<u>89,799</u>	<u>239,691</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

綜合權益變動表

截至2023年12月31日止年度

	實繳資本	法定 儲備金*	以權益結算 以股份為 基礎的 付款儲備*	保留盈餘／ (累計虧損)*	權益總額
	人民幣千元 (附註26)	人民幣千元 (附註28)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	10,000	—	7,135	(36,881)	(19,746)
年內利潤	—	—	—	20,504	20,504
年內全面收益總額	—	—	—	20,504	20,504
轉撥法定儲備金	—	5,024	—	(5,024)	—
以權益結算以股份為基礎 的付款安排(附註27)	—	—	3,209	—	3,209
股東注資	1,800	—	—	—	1,800
於2023年12月31日	11,800	5,024	10,344	(21,401)	5,767

截至2024年12月31日止年度

	實繳資本	法定 儲備金*	以權益結算 以股份為 基礎的 付款儲備*	保留盈餘／ (累計虧損)*	權益總額
	人民幣千元 (附註26)	人民幣千元 (附註28)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2024年1月1日	11,800	5,024	10,344	(21,401)	5,767
年內利潤	—	—	—	49,413	49,413
年內全面收益總額	—	—	—	49,413	49,413
轉撥法定儲備金	—	2,476	—	(2,476)	—
以權益結算以股份為基礎 的付款安排(附註27)	—	—	33,419	—	33,419
股東注資	1,200	—	—	—	1,200
於2024年12月31日	13,000	7,500	43,763	25,536	89,799

附錄一

會計師報告

截至2024年9月30日止九個月

	實繳資本	法定 儲備金	以權益結算 以股份為 基礎的 付款儲備	保留盈餘／ (累計虧損)	權益總額
	人民幣千元 (附註26)	人民幣千元 (附註28)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2024年1月1日	11,800	5,024	10,344	(21,401)	5,767
期內利潤(未經審計)	—	—	—	22,129	22,129
期內全面收益總額 (未經審計)	—	—	—	22,129	22,129
以權益結算以股份為基礎的 付款安排(附註27) (未經審計)	—	—	27,522	—	27,522
股東注資(未經審計)	1,200	—	—	—	1,200
於2024年9月30日 (未經審計)	13,000	5,024	37,866	728	56,618

截至2025年9月30日止九個月

	實繳資本	法定 儲備金*	以權益結算 以股份為 基礎的 付款儲備*	保留盈餘*	權益總額
	人民幣千元 (附註26)	人民幣千元 (附註28)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2025年1月1日	13,000	7,500	43,763	25,536	89,799
期內利潤(未經審計)	—	—	—	125,077	125,077
期內全面收益總額 (未經審計)	—	—	—	125,077	125,077
以權益結算以股份為基礎的 付款安排(附註27) (未經審計)	—	—	17,854	—	17,854
股東注資(未經審計)	6,961	—	—	—	6,961
於2025年9月30日 (未經審計)	19,961	7,500	61,617	150,613	239,691

* 該等儲備賬目分別包括2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日綜合財務狀況表中的綜合儲備人民幣(6,033,000)元、人民幣76,799,000元及人民幣219,730,000元(未經審計)。

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9月30日止九個月	
		2023年	2024年	2024年	2025年
	附註	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
經營活動所得現金流量					
稅前利潤		25,457	68,806	34,016	150,743
調整項目：					
財務成本	7	2,984	4,418	3,100	3,076
利息收入	5	(246)	(1,067)	(362)	(264)
出售物業、廠房及設備項目					
之虧損	6	14	92	86	3
提前終止租賃之虧損	6,14	22	10	—	—
以權益結算以股份為基礎的					
付款開支	6,27	3,209	33,419	27,522	17,854
物業、廠房及設備折舊	6,13	7,054	7,074	5,066	6,061
使用權資產折舊	6,14	7,279	6,429	5,129	4,399
無形資產攤銷	6,15	247	245	184	184
金融資產減值虧損／(減值虧					
損撥回)淨額	6	467	646	686	(117)
存貨撇減／(撇減撥回)淨額	6,17	1,087	(227)	60	600
		47,574	119,845	75,487	182,539
存貨減少／(增加)		933	(71,086)	(26,001)	(54,047)
應收款項增加		(10,827)	(6,272)	(7,622)	(13,747)
預付款項、其他應收款項及其					
他資產增加		(4,120)	(40,359)	(62,900)	(52,764)
應付貿易款項增加		14,080	61,271	70,971	48,048
其他應付款項及應計費用增加		14,384	16,423	5,985	18,078
合約負債增加		3,151	31,799	24,648	25,390
受限現金(增加)／減少		(708)	204	(1,903)	77
經營活動所得現金		64,467	111,825	78,665	153,574
已收利息		246	1,067	362	264
已付所得稅		(8,214)	(15,996)	(12,143)	(17,048)
經營活動所得現金流量淨額		56,499	96,896	66,884	136,790

附 錄 一

會 計 師 報 告

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
附註	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
			(未經審計)	(未經審計)
投資活動所得現金流量				
購置物業、廠房及設備項目 . . .	(50,065)	(28,515)	(27,196)	(6,323)
購買使用權資產款項				
— 停車位	(1,667)	(417)	(417)	—
出售物業、廠房及設備項目所得款項	—	163	20	311
向第三方預付貸款	(4,264)	(7,695)	(5,901)	—
向第三方償還貸款	—	—	—	15,017
投資活動(所用)／所得現金流量淨額	(55,996)	(36,464)	(33,494)	9,005
融資活動所得現金流量				
股東注資	1,800	1,200	1,200	6,961
新計息銀行借款	93,450	65,770	60,770	62,500
計息銀行借款之還款	(38,000)	(55,925)	(50,168)	(61,102)
支付利息之計息銀行借款	(1,599)	(3,327)	(2,265)	(2,320)
向關聯方償還貸款	(39,582)	(24,370)	(20,870)	(91,550)
自關聯方收取貸款	4,112	1,500	1,500	1,982
租賃付款之本金部分	(4,058)	(6,850)	(5,056)	(4,184)
租賃付款之利息部分	(1,385)	(1,091)	(835)	(756)
融資活動所得／(所用)現金流量淨額	14,738	(23,093)	(15,724)	(88,469)

附 錄 一

會 計 師 報 告

		截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
		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)	(未經審計)
現金及現金等價物淨增加		15,241	37,339	17,666	57,326
年初／期初現金及現金等價物		51,681	66,922	66,922	104,261
年末／期末現金及現金等價物	20	66,922	104,261	84,588	161,587
現金及現金等價物餘額分析					
現金及銀行存款餘額	20	67,641	104,776	87,210	162,025
減：受限制現金	20	719	515	2,622	438
合併財務狀況表及合併現金					
流量表所列之現金及現金					
等價物					
		66,922	104,261	84,588	161,587

附錄一

會計師報告

公司財務狀況表

		截至12月31日		截至9月30日
		2023年	2024年	2025年
	附註	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
非流動資產				
物業、廠房及設備	13	50,603	73,188	73,359
使用權資產	14(a)	25,044	22,202	21,999
其他無形資產	15	755	510	326
預付款項、其他應收款項及其他 資產	19	195	346	2,671
於子公司的投資	16	40,554	44,292	48,893
遞延稅項資產	25	4,092	5,281	6,584
非流動資產總值		121,243	145,819	153,832
流動資產				
存貨	17	52,908	114,811	164,342
應收款項	18	73,667	151,080	257,853
預付款項、其他應收款項及 其他資產	19	41,809	51,961	71,434
受限制現金	20	—	76	—
現金及現金等價物	20	6,457	10,259	26,665
流動資產總值		174,841	328,187	520,294
流動負債				
應付款項	21	127,682	204,083	243,100
租賃負債	14(b)	6,032	7,082	8,590
其他應付款項及應計費用	22	17,839	19,168	31,019
計息銀行借款	24	27,700	28,700	30,700
合約負債	23	23	2,310	485
應付稅項		2,225	6,247	17,004
流動負債總額		181,501	267,590	330,898
流動(負債)／資產淨額		(6,660)	60,597	189,396
資產總值減流動負債		114,583	206,416	343,228

附 錄 一

會 計 師 報 告

		截至12月31日		截至9月30日
		2023年	2024年	2025年
	附註	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
非流動負債				
租賃負債	14(b)	22,398	17,021	15,525
計息銀行借款	24	<u>19,800</u>	<u>26,325</u>	<u>23,993</u>
非流動負債總額		<u>42,198</u>	<u>43,346</u>	<u>39,518</u>
資產淨值		<u>72,385</u>	<u>163,070</u>	<u>303,710</u>
權益				
實繳資本	26	11,800	13,000	19,961
儲備	28	<u>60,585</u>	<u>150,070</u>	<u>283,749</u>
權益總額		<u>72,385</u>	<u>163,070</u>	<u>303,710</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

II 歷史財務資料附註

1. 公司資料

貴公司於2018年6月21日在中華人民共和國(「中國」)註冊成立為有限責任公司。貴公司註冊辦事處位於中國山東省濟南市鳳凰路鳳凰國際廣場4號樓901室。於2025年12月12日，貴公司改制為股份有限公司，註冊資本為人民幣19,961,213元，分為19,961,213股，每股面值人民幣1元。

於有關期間及截至2025年9月30日止九個月，貴公司及其子公司(統稱「貴集團」)主營皮膚及個人護理產品之產品開發、製造及銷售業務。

截至本報告日期，貴公司於其子公司(均為非上市有限公司)擁有直接及間接權益。集團主要子公司詳情載列如下：

名稱	成立／註冊與 營運的地點及 日期	註冊 股本面值	貴公司 應佔股權 百分比直接	主營活動
濟南澤潤生物科技 有限公司	中國／中國內地 2020年7月9日	人民幣 30,000,000元	100%	核心原料生產
濟南遠志生物科技 有限公司	中國／中國內地 2017年8月29日	人民幣 2,000,000元	100%	銷售皮膚及個人護 理產品
濟南頤美國度化妝品 有限公司	中國／中國內地 2016年12月8日	人民幣 1,000,000元	100%	銷售皮膚及個人護 理產品
濟南天雄生物科技 有限公司	中國／中國內地 2017年5月8日	人民幣 1,000,000元	100%	銷售皮膚及個人護 理產品
濟南盈澤化妝品 有限公司	中國／中國內地 2020年7月6日	人民幣 1,000,000元	100%	銷售皮膚及個人護 理產品

於有關期間及截至2025年9月30日止九個月內，該等子公司並無編製經審核的法定財務報表，因其根據設立司法管轄區之相關規則及法規，不受任何法定審計要求所約束。

上表所列為本公司之子公司，據董事所知，主營影響有關期間及截至2025年9月30日止九個月之業績，或構成貴集團資產淨值之重大部分。董事認為，若詳述其他子公司之資料，將導致細則篇幅過長。

附 錄 一

會 計 師 報 告

2.1 編製基礎

歷史財務資料乃根據國際財務報告準則編製，涵蓋國際會計準則理事會批准的所有準則及詮釋。

貴集團在有關期間內編製的歷史財務資料以及截至2024及2025年9月30日止九個月編製的中期財務資料，一直採用所有於2025年1月1日開始的會計期間生效的國際財務報告準則連同相關過渡性條文。

歷史財務資料已根據歷史成本法編製。

綜合基準

歷史財務資料包括 貴公司及子公司於有關期間及截至2025年9月30日止九個月的財務報表。子公司為 貴公司直接或間接控制的實體(包括結構性實體)。當 貴集團因參與被投資方的相關活動而承擔可變回報的風險或享有可變回報，並且有能力運用對被投資方的權力(即使 貴集團目前有能力主導被投資方的相關活動的現時權利)影響該等回報時，即取得控制權。

於一般情況下均存在多數表決權形成控制權之推定。當 貴公司擁有少於被投資方大多數的表決或類似權利，在評估是否擁有對被投資方的權利時， 貴集團會考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與被投資方其他表決權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排產生的權利；及
- (c) 貴集團的表決權及潛在表決權。

子公司與 貴公司的報告期間相同，並採用一致會計政策編製。子公司之業績自 貴集團取得控制權之日起計綜合入賬，並繼續綜合入賬至該控制權終止之日為止。

損益及其他全面收益的各組成部分會歸屬於 貴集團母公司擁有人及非控股權益，即使此舉引致非控股權益結餘為負數。 貴集團成員公司之間的所有集團內公司間資產及負債、權益、收入、開支及現金流量於綜合入賬時全數抵銷。

若事實及情況顯示上述控制的三項元素中一項或多項有變， 貴集團會重新評估其是否仍然控制被投資方。一間子公司之所有權權益發生變動(並未失去控制權)，則按權益交易入賬。

倘 貴集團失去對一間子公司的控制權，則其撤銷確認相關資產(包括商譽)、負債、任何非控股權益及匯率波動儲備；及確認所保留任何投資之公平值及損益中任何因此產生的盈餘或虧絀。先前於其他全面收益表內確認的 貴集團應佔部分重新分類為損益或保留利潤(如適用)，基準與倘 貴集團直接出售有關資產或負債所需者相同。

附錄一

會計師報告

2.2 已頒佈但尚未生效的國際財務報告準則

貴集團並無於歷史財務資料中應用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則。貴集團擬於該等新訂及經修訂國際財務報告準則（如適用）生效時應用該等準則。

國際財務報告準則第18號	財務報表的列報及披露 ²
國際財務報告準則第19號及其修訂	無公眾問責性的子公司：披露 ²
國際財務報告準則第9號及第7號之修訂	金融工具的分類及計量之修訂 ¹
國際財務報告準則第9號與第7號之修訂	涉及依賴自然電力之合約 ¹
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號之修訂	投資者與其聯營企業或合營企業之間之資產出售或注資 ³
國際會計準則第21號之修訂	折算為惡性通貨膨脹的列報貨幣 ²
國際財務報告準則年度改進會計準則——第11卷	國際財務報告準則第1號、國際財務報告準則第7號、國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第10號及國際會計準則第7號之修訂 ¹

¹ 於2026年1月1日或之後開始之年度期間生效

² 於2027年1月1日或之後開始之年度／報告期間生效

³ 尚未釐定強制生效日期但可供採納

貴集團正評估這些新訂及經修訂準則於首次應用時之影響。除國際財務報告準則第18號外，貴集團認為新訂及經修訂準則生效不大可能對貴集團的財務報表產生重大影響。

國際財務報告準則第18號引入於損益表內呈列之新規定，包括規定的總額及小計。企業須將損益表及其他全面收益內所有收入及開支分類為以下五個類別之一：經營、投資、融資、所得稅及已終止經營業務，並呈列兩項新定義的小計。該準則亦要求於附註中披露管理層界定的業績計量，並對財務資料的匯總及分類提出新要求。新規定預期將影響貴集團損益表及其他全面收益之呈列方式及財務表現之披露，惟預期對貴集團之經營業績及財務狀況不構成任何影響。

2.3 重大會計政策資料

非金融資產減值

如有跡象顯示存在減值，或如須對資產進行年度減值測試（存貨、遞延稅項資產及金融資產除外），則估計資產的可收回金額。資產的可收回金額為資產或現金產生單位的使用價值與其公平值（以較高者為準）減去出售成本，並就個別資產而確定，除非該資產並不產生現金流入，且在很大程度上獨立於其他資產或資產組別，則會就該資產所屬現金產生單位釐定可收回金額。

減值虧損僅於資產賬面價值超過其可收回金額時予以確認。評估使用價值時，估計未來現金流按可反映現時市場對貨幣時間價值及資產特定風險的評估的稅前折現率貼現至其現值。減值虧損於其在與減值資產功能一致的開支類別中產生的期間自損益扣除。

於各有關期間結束時及2025年9月30日，會評估是否有跡象顯示先前確認的減值虧損不再存在或可能已減少。如有任何上述跡象，則會估計可收回金額。除商譽外，先前就資產確認的減值虧損，僅於用以釐定該資產的可收回金額的估計有變時方予以撥回，但撥回金額不得高於假設產

附 錄 一

會 計 師 報 告

過往年度並無就該資產確認減值虧損而應已釐定的賬面值(扣除任何折舊／攤銷)。撥回的減值虧損於其產生期間計入損益。

關 聯 方

符合下列任一條件者，即視為 貴集團的關聯方：

(a) 該方為一名人士或該人士關係親密的家庭成員，而該人士

(i) 控制或共同控制 貴集團；

(ii) 對 貴集團具有重大影響力；或

(iii) 為 貴集團或其母公司的主要管理人員的其中一名成員；

或

(b) 該方為符合下列任一條件之實體：

(i) 該實體與 貴集團屬同一集團的成員公司；

(ii) 該實體為另一方實體的聯營公司或合營企業(或另一家實體的母公司、子公司或同系子公司)；

(iii) 該實體與 貴集團屬同一第三方之合營企業；

(iv) 該實體為第三方實體之合營企業，而另一家實體為該第三方實體之聯營公司；

(v) 該實體為 貴集團或一家與 貴集團有關聯之實體就僱員的福利而設的離職後福利計劃；

(vi) 該實體受(a)項所指定人士控制或受共同控制；

(vii) (a)(i)項所指定人士對實體具有重大影響或屬該實體(或該實體母公司)主要管理人員的其中一名成員；及

(viii) 該實體或其所屬集團任何成員公司向 貴集團或 貴集團母公司提供主要管理人員服務。

物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備(在建工程除外)乃按成本減累計折舊及任何減值虧損列賬。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價及任何令有關資產直達至工作狀況及送往指定地點作擬定用途的直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投入運作後所產生維修保養等開支，一般於其產生期間自損益扣除。在符合確認準則的情況下，重大檢查的開支出會於資產賬面價值中資本化為重置資產。倘物業、廠房及設備的主要部分須分段重置，則 貴集團會將該等部分確認為具特定可使用年期的個別資產，並相應地計提折舊。

附 錄 一

會 計 師 報 告

折舊乃按直線法於各物業、廠房及設備項目的估計可使用年期撇銷其成本至其剩餘價值計算。物業、廠房及設備的估計可使用年期如下：

類別	估計可使用年期
樓宇	29至32年
機械設備	3至10年
電子設備	3年
運輸工具	5年
家具	5年
租賃物業修繕	2至6年

倘物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期不同，則該項目的成本將按合理基準於各部分分配，而每部分將作個別折舊。剩餘價值、可使用年期及折舊方法至少於各財政年度結束時進行檢討，並在適當時作出調整。

物業、廠房及設備項目（包括任何經初步確認的重大部分）於出售或預期日後使用或出售不會產生經濟利益時終止確認。於資產終止確認的年度內，於損益確認之任何出售或報廢收益或虧損指出售所得款項淨額與相關資產賬面值的差額。

在建工程乃按成本減任何減值虧損列賬而不作折舊。在建工程於竣工且可供使用時，將重新分類為物業、廠房及設備的適當類別。

無形資產（商譽除外）

分開收購的無形資產於初步確認時按成本計量。於業務合併中收購的無形資產成本為收購日的公平值。無形資產的可使用年期乃評估為有限或無限。具有有限可使用年期的無形資產其後於可使用經濟年期攤銷，並於有跡象顯示該無形資產可能出現減損時進行減損評估。具有有限可使用年期的無形資產的攤銷期間與攤銷方法須至少於各財政年度末進行檢討。

軟件

軟件按成本減任何減值虧損列賬，並根據貴集團過往經驗、軟件的不同用途及授權使用期，按直線法於其估計可使用年期2至5年內攤銷。

研發成本

研究階段的所有支出，於發生時計入損益。

開發新產品項目所產生的支出，只有在同時滿足下列條件時，才能予以資本化及遞延入賬，即：貴集團完成該無形資產以使其能夠使用或出售在技術上具有可行性；具有完成該無形資產的意圖並使用或出售的能力；無形資產產生經濟利益的方式；有足夠的資源完成該無形資產的開發，歸屬於該無形資產開發階段的支出能夠可靠地計量。不滿足上述條件的產品開發支出，於發生時計入損益。

附 錄 一

會 計 師 報 告

租賃

貴集團於合約開始時評估合約是否屬租賃，或是否包含租賃條款。若合約讓渡在一定期間內控制已識別資產的使用的權利以換取對價，則該合約即屬租賃或包含租賃。

貴集團作為承租方

除短期租賃及低價值資產租賃外，貴集團對所有租賃採用單一確認及計量方法。貴集團確認租賃負債以作出租賃付款，而使用權資產指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（即相關資產可供使用當日）確認。使用權資產按成本扣除累計折舊及任何減值虧損計量，並就任何重新計量的租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債金額、已產生初始直接成本支出，以及於開始日期或之前作出的租賃付款減已收取的任何租賃優惠。使用權資產於該資產的租期及估計可使用年期（以較短者為準）內以直線法折舊，如下所示：

類別	預估可使用年期
停車位	29至32年
辦公室物業	2至9年

倘租賃資產之所有權於租期結束前轉移至貴集團或成本反映購買權的行使情況，則使用該資產的估計可使用年期計算折舊。

(b) 租賃負債

租賃負債於租賃開始日期按租期內作出的租賃付款現值確認。租賃付款包括固定付款（包括實物固定付款）減去任何應收租賃優惠，取決於指數或利率的可變租賃付款額，以及預期根據據剩餘價值擔保支付的金額。倘租賃條款反映貴集團行使選擇權終止租賃，則租賃付款亦包括貴集團將行使的購買選擇權的行使價格，以及支付終止租賃的罰款。不依賴於一項指數或利率的可變租賃付款在觸發付款的事件或條件發生的期間內確認為開支。

在計算租賃款項的現值時，由於租賃內所隱含的利率無法輕易釐定，故貴集團於租賃開始日期使用增量借款利率計算。於開始日期後，租賃負債金額的增加反映利息的增加，並因支付租賃款項而減少。此外，倘出現修改、租期變動、租賃款項變動（如因指數或利率變動導致未來租賃款項變動）或購買相關資產的選擇權評估更改，則租賃負債的賬面值將重新計量。

貴集團之租賃負債於綜合財務狀況表中單獨呈列。

附 錄 一

會 計 師 報 告

(c) 短期租賃及低價值資產租賃

貴集團將短期租賃確認豁免應用於員工宿舍的短期租賃(即自租賃開始日期起計租期為12個月或以下，並且不包含購買權之租賃)。其亦將低價值資產租賃確認豁免祇用於被視為低價值的手提電腦租賃。

短期租賃及低價值資產租賃的租賃付款，於租賃期內以直線法確認為開支。

投資及其他金融資產

初步確認及計量

金融資產於初步確認時分類為後續按攤銷成本計量。

於初步確認時，金融資產分類取決於該金融資產的合約現金流量特點及貴集團管理該金融資產的業務模式。除並無包含重大融資成分或貴集團已應用可行權宜方法(即不調整重大融資成分影響)的貿易應收款項外，貴集團初步按公平值計量金融資產，倘金融資產並非按公平值計入損益，則再加上交易成本。根據下文「收入確認」所載政策，不包含重大融資成分或貴集團已應用可行權宜方法的貿易應收款項按國際財務報告準則第15號釐定的交易價格計量。

金融資產欲以攤銷成本分類及計量，須產生僅支付未償本金和利息(「SPPI」)之現金流量。無論採取何種業務模式，不產生SPPI現金流量的金融資產均按公平值計入損益分類及計量。

貴集團管理金融資產的業務模式是指其如何管理其金融資產以產生現金流量。該業務模式決定現金流量是來自於收取合約現金流流量、出售金融資產或兩者兼而有之。按攤銷成本分類及計量之金融資產對應持有金融資產以收取合約現金流量的業務模式，而按公平值計入其他綜合收益分類及計量的金融資產則以目的為收取合約現金流量及出售而持有的業務模式持有。不屬於前述兩種業務模式之金融資產按公平值計入損益的金融資產分類及計量。

在市場法規或慣例通常規定的期限內購買或出售需要交付資產的金融資產，於交易日(即貴集團承諾購買或出售資產的日期)確認。

後續計量

就後續計量而言，金融資產分為以下幾類：

按攤銷成本計量的金融資產(債務工具)

以攤銷成本計量之金融資產後續採用實際利率法計量，並可能受減值影響。當資產終止確認、修訂或減值時，收益及虧損於損益表中確認。

附 錄 一

會 計 師 報 告

終止確認金融資產

金融資產(或(如適用)金融資產的一部分或一組同類金融資產的一部分)主要於下列情況下終止確認(即自 貴集團的綜合財務狀況表轉出)：

- 從資產收取現金流量的權利期滿；或
- 貴集團已轉讓其從資產收取現金流量的權利，或已承擔責任須無重大延遲地在一項「轉移」安排下向第三方悉數支付所收取的現金流量；及(a) 貴集團已轉讓資產絕大部分風險及回報；或(b) 貴集團既未轉讓亦無保留資產絕大部分風險及回報，但已轉讓資產的控制權。

倘 貴集團已轉讓收取該資產所產生現金流量的權利或訂立轉移安排， 貴集團評估是否或至何種程度其保留了該資產所有權的風險及回報。當 貴集團既未轉讓或保留資產的絕大部分所有風險及回報，亦無轉讓對該資產的控制權，則該資產會以 貴集團繼續參與該資產的程度確認入賬。在此情況下， 貴集團亦確認相關負債。已轉讓資產及相關負債以反映 貴集團保留的權利及義務為基準計量。

通過對所轉讓金融資產提供財務擔保方式繼續參與的，按照金融資產的原賬面價值與 貴集團可能須償還的最高對價金額兩者之中的較低者，計量繼續參與形成的資產。

金融資產減值

貴集團對非按公平值計入損益持有的所有債務工具確認預期信用損失(「預期信用損失」)撥備。預期信用損失乃基於根據合約到期的合約現金流量與 貴集團預期收取的所有現金流量之間的差額而釐定，並以原實際利率的近似值貼現。預期現金流量將包括出售所持抵押品或組成合約條款的其他信用提升措施產生的現金流量。

一般方法

預期信用損失分兩個階段進行確認。就自初步確認起未顯著增加的信用風險而言，預期信用損失乃為由未來12個月內可能發生的違約事件所導致的信用損失(12個月期預期信用損失)作出撥備。就初步確認起已顯著增加的信用風險而言，不論何時發生違約，於餘下風險年期內的預期信用損失(全期預期信用損失)均須計提減值撥備。

於各報告日期， 貴集團評估最初確認起金融工具的信用風險是否顯著增加。評估時， 貴集團比較了金融工具於報告日期發生違約的風險及在金融工具的初步確認日期發生違約的風險，同時考慮了沒有過多的成本或努力即可獲得的合理且可支持的資料，包括歷史及前瞻性資料。 貴集團認為，當合約付款逾期超過30天時，即表示信用風險已顯著增加。

當合約付款逾期90天時， 貴集團考慮違約的金融資產。然而，在某些情況下，當內部或外部資料顯示 貴集團不太可能在考慮到 貴集團所持有的任何信用提升措施之前全額收到未付合約款項時， 貴集團也可將一項金融資產視為違約。

金融資產在沒有合理預期收回合約現金流量的情況下被沖銷。

附 錄 一

會 計 師 報 告

按攤銷成本列賬的金融資產須按一般法計提減值，並於以下各階段內分類以計量預期信用損失，惟採用簡易法的貿易應收款項除外，詳情如下。

- 第一階段 — 自初步確認以來信用風險沒有顯著增加的金融工具，其損失撥備按相當於12個月預期信用損失的金額計量
- 第二階段 — 自初步確認以來信用風險已顯著增加但並非信用減值的金融工具，其損失撥備按相當於全期預期信用損失的金額計量
- 第三階段 — 於報告日期已發生信用減值的金融資產（但並非購入或初始信用減值的金融資產），其損失撥備按相當於全期預期信用損失的金額計量

簡化方法

就不包含重大融資組成部分或 貴集團應用可行權宜法不就重大融資組成部分的影響作出調整的貿易應收款項， 貴集團應用簡化方法計算預期信用損失。在簡化方法下， 貴集團並不追蹤信用風險的變動，而是於各報告日期根據全期預期信用損失確認損失撥備。 貴集團已根據客戶類型市場信用損失率建立撥備矩陣，並就經濟環境特定前瞻性因素作出調整。

金融負債

初步確認及計量

金融負債乃於初步確認時分類為貸款及借款或應付款項（如適用）。

所有金融負債初步按公平值確認，如屬貸款及借款以及應付款項，則扣除直接應佔交易成本。

貴集團的金融負債包括貿易應付款項、其他應付款項及應計費用、租賃負債及計息銀行借款。

後續計量

金融負債的後續計量乃視乎其以下分類而定：

以攤銷成本計量的金融負債（貿易及其他應付款項、借款）

於初步確認後，貿易應付款項、其他應付款項及應計費用，以及計息銀行借款於其後採用實際利率法按攤銷成本計量，除非貼現的影響不重大，則會按成本列賬。當負債終止確認及已透過實際利率法攤銷時，收益及虧損會於損益確認。

在計算攤銷成本時，考慮收購產生的任何折價或溢價，還包括作為實際利率不可或缺部分的費用或成本。實際利率攤銷計入損益表的財務成本內。

附 錄 一

會 計 師 報 告

終止確認金融負債

當相關負債的責任被解除或取消或屆滿，即終止確認金融負債。

當現有金融負債以同一貸款人按極為不同的條款提供的另一項金融負債所取代，或對現有負債的條款作出重大修訂，此類交換或修訂被視為終止確認原有負債及確認新負債，有關賬面值的差額於損益認。

存貨

存貨以成本及可變現淨值兩者之較低者列賬。成本按加權平均基準釐定，就在產品及製成品而言，成本包括直接材料、直接人工及適當比例的間接費用。可變現淨值按估計售價減完成及出售所產生的任何估計成本計算。

現金及現金等價物

財務狀況表中的現金及現金等價物包括手頭現金和銀行存款，以及一般在三個月內到期的高流動性短期存款，這些存款可隨時兌換成已知金額的現金，價值變動風險很小，持有目的是為了滿足短期現金承諾。

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括手頭現金、銀行存款和上述定義的短期存款，減去應要求償還並構成 貴集團現金管理組成部分的銀行透支。

撥備

當因過往事件產生現有義務(法定或推定)，且未來可能需要流出資源以履行該義務，並能可靠估計該義務金額時，則確認撥備。

當預期部分或全部撥備可獲償付，且償付幾乎確定時，該償付款項應確認為獨立資產。與撥備相關的費用應扣除任何償付款項後，以淨額列示於損益表。

當貼現的影響重大時，所確認的撥備金額應為預期履約義務所需未來支出於報告期末之現值。因時間推移導致之貼現現值增加額，應計入損益表之財務成本。

所得稅

所得稅包括當期稅項及遞延稅項。所得稅如涉及在損益以外確認的項目，均在損益外確認，可在其他綜合收益或直接在權益內確認。

當期稅項資產及負債乃根據於報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率(及稅法)，並考慮 貴集團經營業務所在國家的現行法例詮釋及慣例，按預期將獲稅務機關退回或支付予稅務機關的金額計算。

遞延稅項乃就資產及負債的稅基與其作財務報告用途的賬面值之間於各報告期末的所有暫時差額，採用負債法作出撥備。

附 錄 一

會 計 師 報 告

遞延稅項負債乃就所有應課稅暫時差額而確認，惟下列情況除外：

- 如遞延稅項負債由初步確認商譽或並非業務合併的交易中的資產或負債產生，及於進行交易時對會計利潤與應課稅利潤或虧損均無影響且不產生相等的應課稅及可扣減暫時差額；以及
- 就與於子公司的投資有關的應課稅暫時差額而言，暫時差額的撥回時間為可控制，且該等暫時差額於可見將來可能不會撥回。

遞延稅項資產就所有可抵扣暫時差額、結轉未動用稅務抵免及任何未動用稅務虧損作出確認。遞延稅項資產以可能有應課稅利潤用作對銷可抵扣暫時差額、結轉未動用稅項抵免及未動用稅項虧損為限予以確認，惟下列情況除外：

- 與可抵扣暫時差額有關的遞延稅項資產乃因在一項並非業務合併的交易中首次確認資產或負債而產生，且於交易時並不影響會計利潤或應課稅利潤或虧損且不產生相等的應課稅及可扣減暫時差額；及
- 就涉及子公司的投資的可扣減暫時差額而言，只有在暫時差額有可能在可預見將來撥回，且日後有可能出現可利用該等暫時差額予以抵扣的應課稅利潤時，方會確認遞延稅項資產。

遞延稅項資產之賬面值乃於各報告期末進行檢討，並於不再可能有足夠應課稅利潤可供動用以動用所有或部分遞延稅項資產時作出調減。如果可能有足夠應課稅利潤以收回全部或部分相關遞延稅項資產，則會在各報告期末重估未確認的遞延稅項資產。

遞延稅項資產及負債乃按預期適用於變現資產或清償負債期間的稅率，根據於報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法）計算。

當且僅當 貴集團有可合法強制執行權利將當期稅項資產與當期稅項負債抵銷，且遞延稅項資產與遞延稅項負債與同一稅務機關對同一應課稅實體或於各未來期間預期有大額遞延稅項負債或資產需要結算或收回時，擬按淨額基準結算當期稅項負債及資產或同時變現資產及結算負債的不同應課稅實體徵收的所得稅相關，則遞延稅項資產與遞延稅項負債可予抵銷。

政府補助

倘能合理確定將會收取政府補助且符合所有附帶條件，則有關補貼將按公平值予以確認。倘補貼與開支項目有關，即於擬補償成本的支銷期間內系統地確認為收入。

附 錄 一

會 計 師 報 告

收入確認

客戶合約收入

當貨品或服務的控制權轉移至客戶時，則確認客戶合約收入，其金額反映 貴集團預期就交換該等貨品或服務而有權獲得的對價。

當合約對價包括可變金額時，則對價金額估計為 貴集團將有權就轉移貨品或服務予客戶而換取者。可變對價於合約起始時估計，直至已確認之累計收益金額將極有可能不會於其後解決可變對價相關不確定性時發生重大收益撥回為止。

產品銷售

貴集團主要透過線上渠道(如直接線上銷售、線上電商平台及經銷商)及線下渠道(如線下零售商及經銷商)向客戶銷售產品。產品銷售收入於資產控制權轉移予客戶時確認，通常為貨物交付時或客戶收貨時。具體而言，直接銷售收入於貨物送達客戶並獲客戶確認時確認。來自線上電商平台及經銷商、線下零售商及經銷商的收入，則於貨物送達指定地點或移交指定承運商或最終客戶時確認。

部分產品銷售合約賦予客戶退貨權利，導致可變對價產生。

針對賦予客戶於特定期限內退貨權利的合約，採用預期價值法估算不會被退回的貨物，因該方法最能預測 貴集團有權獲得的可變對價金額。為確定可納入交易價格的可變對價金額，已應用國際財務報告準則第15號中限制可變對價估計的要求。對於預期將被退回的貨物，應確認退款負債而非收入。同時，為行使向客戶收回產品的權利，亦確認退貨權資產(及相應調整的銷售成本)。

其他收入

利息收入按應計基準採用實際利率法確認，所用利率為在金融工具的預期年期或更短期間內(如適用)將估計未來現金收入準確貼現至金融資產賬面淨值的比率。

合約負債

合約負債於 貴集團在轉讓相關貨品或服務前收到客戶的付款或到期付款(以較早者為準)時確認。當 貴集團履行合約(即將相關貨品或服務的控制權轉移至客戶)時，合約負債確認為收入。

以股份為基礎的付款

貴公司設立股份獎勵計劃，集團的僱員(包括董事)透過以股份為基礎的付款形式獲取報酬，僱員會提供服務以換取權益工具(「以權益結算的交易」)。

附 錄 一

會 計 師 報 告

與僱員進行的以權益結算的交易成本乃參考授出當日的公平值計量。股份獎勵之公平值由外聘估值師採用柏力克－舒爾斯模式釐定。進一步詳情載於歷史財務資料附註27。

權益結算的交易成本連同權益的相應增加於達到績效及／或服務條件的期間內於僱員福利開支中確認。由各報告期末直至歸屬日就權益結算的交易確認的累計開支，反映歸屬期屆滿部分以及 貴集團對最終將會歸屬的權益工具數目的最佳估計。在某一期間損益內的扣除或進賬，乃反映累計開支於期初與期末確認時的變動。釐定股份獎勵的授出日公平值並不考慮服務及非市場績效條件，惟能達成條件的可能性則被評定為將最終歸屬為 貴集團權益工具數目的最佳估計的一部分。市場績效條件將反映在授出日的公平值。附帶於股份獎勵中但並無相關聯服務要求的其他任何條件皆視為非歸屬條件。反映非歸屬條件的股份獎勵公平值若當中不包含服務及／或績效條件乃即時予以支銷。

因未能達至非市場績效及／或服務條件，而導致最終並無歸屬的股份獎勵並不會確認支銷，惟包括一項市場或非歸屬條件的股份獎勵，無論市場或非歸屬條件是否達成，其均會被視為已歸屬，前提是所有其他績效及／或服務條件須已達成。

倘股份獎勵之原有條款已達成，而若以股權支付之股份獎勵條款有所變更，所確認之開支最少須達到猶如條款並無任何變更之水平。此外，倘若按變更日期之計量，任何變更導致以股份為基礎的付款總公平值有所增加，或對僱員帶來其他利益，則應就該等變更確認開支。倘若以權益結算之股份獎勵被註銷，應被視為已於註銷日期歸屬，任何尚未確認之股份獎勵開支，均應立即確認。

此包括屬 貴集團或僱員控制範圍內之非歸屬條件並無達成之任何股份獎勵。然而，誠如前段所述，若授予新股份獎勵代替已註銷之股份獎勵，並於授出日期指定為替代股份獎勵，則已註銷之股份獎勵及新股份獎勵，均應被視為原股份獎勵的變更。

其他僱員福利

退休金計劃

貴集團設於中國內地子公司的僱員須參與地方市政府營辦的中央退休金計劃。該等子公司須按僱員工資的一定百分比向中央退休金計劃作出供款。供款於根據中央退休金計劃規則應付時自損益扣除。

住房公積金及其他社會保險

貴集團根據中國相關法律法規，為其僱員參與法定社會保障繳費計劃，包括住房公積金、基本醫療保險、失業保險及工傷保險。 貴集團每月就住房公積金及其他社會保險進行繳費，該等開支按應計基準計入損益。 貴集團就該等基金承擔的責任僅限於各期間應付的繳費金額。

借貸成本

所有借貸成本均於發生期間列為開支。借貸成本包括實體因借入資金而產生的利息及其他費用。

附 錄 一

會 計 師 報 告

報告期末後事項

倘 貴集團於報告期末後至授權刊發日期間，獲悉有關各報告期末狀況之新資料，將評估該資料是否影響其於財務報表所確認之金額。 貴集團將調整財務報表確認之金額以反映報告期末後之調整事項，並根據新資料更新相關狀況之披露內容。對於報告期末後的非調整事件， 貴集團不會變更其財務報表中確認的金額，但會披露非調整事件的性質及其財務影響的估計，或說明無法作出此類估計（如適用）。

3. 重大會計判斷及估計

編製 貴集團的財務報表要求管理層作出影響收入、開支、資產及負債的報告金額以及隨附披露及或然負債披露的判斷、估計及假設。該等假設及估計的不確定性可能會導致未來對受影響資產或負債的賬面值進行重大調整。

判斷

於應用 貴集團會計政策之過程中，除涉及估計之判斷外，管理層已作出以下對財務報表中已確認金額構成重大影響之判斷：

遞延稅項資產

就未動用稅項虧損確認遞延稅項資產，惟以可能出現應課稅利潤可用以抵銷虧損為限。可予確認的遞延稅項資產金額須由管理層根據未來可能出現應課稅利潤的時間及數額以及未來稅項計劃策略作出重大判斷後釐定。

估計不確定因素

於報告期末，有重大可能引起下個財政年度資產及負債賬面金額作出重大調整而與未來有關的主要假設及估計不確定因素的其他主要來源載述如下。

租賃—估計遞增借貸利率

貴集團無法輕易釐定租賃內含利率，因此使用遞增借貸利率（「遞增借貸利率」）計量租賃負債。遞增借貸利率乃 貴集團於類似經濟環境下，為取得與使用權資產價值相若的資產，按相若條款及擔保借入必要資金應支付的利率。因此，遞增借貸利率反映 貴集團「應支付」的金額；當並無可供觀察的利率（例如就並無訂立融資交易的子公司而言）時，或有需要為反映租賃條款及條件而作出調整時（例如當租賃並非按子公司的功能貨幣計算時），須作出估計。 貴集團使用可觀察輸入數據（例如市場利率）（如有）估計遞增借貸利率，並須作出若干實體特定估計（例如子公司的獨立信貸評級）。

附 錄 一

會 計 師 報 告

非金融資產的減值(商譽除外)

貴集團於各有關期間末及2025年9月30日評估所有非金融資產(包括使用權資產)是否存在減值跡象。無限期使用壽命的無形資產每年進行減值測試，並於出現減值跡象時另行測試。其他非金融資產則於出現其賬面值可能無法收回之跡象時進行減值測試。當資產或現金產生單位之賬面價值超過其可收回金額時，即存在減值情形。可收回金額指其公平值減去出售成本及其使用價值兩者之較高者。計算公平值減去出售成本時，須基於類似資產在公平交易中具約束力的銷售數據或可觀察市場價格，再扣除出售資產的增量成本。進行使用價值計算時，管理層須估計資產或現金產生單位的預期未來現金流量，並選擇合適的貼現率以計量該等現金流量的現值。

4. 營運分部資料

基於管理目的，貴集團未按產品劃分業務單位，僅設有單一可報告營運分部。管理層監控貴集團營運分部整體之營運成果，以決策資源分配及評估績效，故未呈列按營運分部之分析。

地區資料

(a) 來自外部客戶之收入

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
中國內地	1,198,654	1,498,876	1,072,295	1,894,246
其他國家／地區	—	—	—	496
總收入	<u>1,198,654</u>	<u>1,498,876</u>	<u>1,072,295</u>	<u>1,894,742</u>

上述收入資料根據客戶所在地編列。

(b) 非流動資產

貴集團的所有非流動資產均位於中國內地。

主要客戶資料

於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月內，貴集團向單一客戶或受共同控制之客戶群之銷售收入，均未佔貴集團收入之10%或以上。

附 錄 一

會 計 師 報 告

5. 收入、其他收入及收益

客戶合約收入

(a) 細分收入資料

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
貨品或服務類別				
銷售貨品	1,198,654	1,498,876	1,072,295	1,894,742
區域市場				
中國內地	1,198,654	1,498,876	1,072,295	1,894,246
其他國家／地區	—	—	—	496
客戶合約收入總計	1,198,654	1,498,876	1,072,295	1,894,742
收入確認時間				
於某一時間點轉讓	1,198,654	1,498,876	1,072,295	1,894,742
客戶合約收入總計	1,198,654	1,498,876	1,072,295	1,894,742

(b) 履約義務

有關 貴集團履約義務的資料概述如下：

產品銷售

貴集團主要透過線上渠道(例如直接線上銷售、線上電商平台及線上經銷商)及線下渠道(例如透過線下經銷商及零售商銷售)向客戶銷售產品。

線上渠道

- 直接銷售方面，履約義務於商品交付予客戶並獲客戶收貨時完成，付款主要以現金或信用卡即時結算。
- 線上電商平台方面，履約義務於商品交付予終端客戶並獲客戶收貨時完成，付款通常在於結算單確認後進行。
- 經銷商銷售方面，履約義務於商品交付予客戶並獲客戶收貨時完成，且通常需預先收取款項。

線下渠道

針對零售商與經銷商銷售，履約義務於商品交付至指定地點、或移交予指定承運商或終端客戶時完成，通常要求交貨前預付貨款，惟部分大型零售商及經銷商可獲授7天至60天的信貸期。

附 錄 一

會 計 師 報 告

下表顯示於當期報告期間確認之收入金額，該等金額包含於報告期初之合約負債，並源自前期已履行之履約義務：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
於報告期初計入合約負債之已確認收入：				
產品銷售	7,446	10,378	10,378	42,538

貴集團並無任何原始預期期限超過一年之收入合同，故管理層已應用國際財務報告準則第15號項下之實務權宜方法，而無需披露截至報告期末分配予未履行或部分履行之履約義務的交易價格總額。

其他收入及收益分析如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
政府補助*	3,265	9,089	6,214	5,572
銀行利息收入	246	1,067	362	264
罰款及沒收收入**	1,544	1,339	1,159	846
其他	376	730	605	74
總計	5,431	12,225	8,340	6,756

* 中國地方政府當局授予以支持業務發展的政府補助。相關政府補助不存在任何未滿足的條件。

** 罰款及沒收收入主要來自經銷商違反合約義務所處以之罰款。

附錄一

會計師報告

6. 稅前利潤

貴集團稅前利潤經扣除／(計入)下列項目後得出：

	附註	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
		2023年	2024年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
已售存貨成本*		409,764	565,521	403,410	695,197
研發成本		28,616	32,003	22,348	28,138
物業、廠房及設備折舊**	13	7,054	7,074	5,066	6,061
使用權資產折舊**	14(a)	7,279	6,429	5,129	4,399
無形資產攤銷***	15	247	245	184	184
存貨撇減／(撇減撥回)					
淨額****	17	1,087	(227)	60	600
出售物業、廠房及設備項目					
之虧損		14	92	86	3
提前終止租賃之虧損	14(c)	22	10	—	—
短期租賃及低價值資產租賃					
相關費用	14(c)	1,131	1,047	759	1,048
未計入租賃負債計量之可變					
租賃付款	14(c)	716	716	537	1,431
金融資產減值虧損／					
(減值虧損撥回)，淨額		467	646	686	(117)
[編纂]開支		—	—	—	4,735
銀行利息收入	5	(246)	(1,067)	(362)	(264)
政府補助	5	(3,265)	(9,089)	(6,214)	(5,572)
僱員福利支出(包括附註8所					
列董事、主要行政人員及					
監事薪酬)：					
薪金及其他福利		94,158	121,145	88,823	108,896
退休金計劃供款*****		8,155	10,986	7,925	10,286
以權益結算以股份為基礎					
的付款開支	27	3,209	33,419	27,522	17,854
總計		105,522	165,550	124,270	137,036

* 已售存貨成本金額包含僱員福利費用、折舊及攤銷，此等費用亦已計入上述各類費用所披露之總中。

** 物業、廠房及設備折舊以及使用權資產折舊，已計入綜合損益表及其他全面收益表中的「銷售成本」、「銷售及市場推廣開支」、「行政開支」及「研發開支」。

*** 無形資產攤銷計入綜合損益及其他全面收益表中的「行政開支」。

**** 存貨撇減至可變現淨值之金額，已計入上述已售存貨成本。

***** 本集團作為僱主，並無任何可供用以減少現行供款水平之沒收供款。

附 錄 一

會 計 師 報 告

7. 財務成本

財務成本分析如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
計息銀行借款利息	1,599	3,327	2,265	2,320
租賃負債利息 (附註14(c))	1,385	1,091	835	756
總計	2,984	4,418	3,100	3,076

8. 董事、監事及最高行政人員薪酬

最高行政人員、董事及監事於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月之薪酬載列如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
袍金	—	—	—	—
其他酬金：				
以權益結算以股份為基礎的				
付款開支	575	17,903	15,785	7,812
薪金、獎金、津貼及實物福利	4,166	6,159	4,692	3,780
退休金計劃供款	66	92	70	99
小計	4,807	24,154	20,547	11,691
總計	4,807	24,154	20,547	11,691

附 錄 一

會 計 師 報 告

截至2023年12月31日止年度

	薪金、 獎金、津貼 及實物福利	以權益結算 以股份為 基礎的 付款開支	退休金 計劃供款	薪酬總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
董事：				
元豐偉先生	1,652	327	14	1,993
監事：				
元玉鋒先生	716	248	14	978
最高行政人員：				
元雲吉先生	1,798	—	38	1,836
總計	<u>4,166</u>	<u>575</u>	<u>66</u>	<u>4,807</u>

截至2024年12月31日止年度

	薪金、 獎金、津貼 及實物福利	以權益結算 以股份為 基礎的 付款開支	退休金 計劃供款	薪酬總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
董事：				
元豐偉先生	2,635	7,694	40	10,369
監事：				
元玉鋒先生	257	186	10	453
呂秋平女士	5	194	—	199
最高行政人員：				
元雲吉先生	3,262	9,829	42	13,133
總計	<u>6,159</u>	<u>17,903</u>	<u>92</u>	<u>24,154</u>

* 元玉鋒先生於2024年11月29日辭去監事職務，呂秋平女士於同日獲委任為監事。

附 錄 一

會 計 師 報 告

截至2024年9月30日止九個月

	薪金、 獎金、津貼 及實物福利	以權益結算 以股份為 基礎的 付款開支	退休金 計劃供款	薪酬總計
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
董事：				
元豐偉先生	1,990	5,770	29	7,789
監事：				
元玉鋒先生	257	186	10	453
最高行政人員：				
元雲吉先生	2,445	9,829	31	12,305
總計	4,692	15,785	70	20,547

截至2025年9月30日止九個月

	薪金、 獎金、津貼 及實物福利	以權益結算 以股份為 基礎的 付款開支	退休金 計劃供款	薪酬總計
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
董事：				
元豐偉先生	1,443	5,666	33	7,142
監事：				
呂秋平女士**	601	1,710	33	2,344
最高行政人員：				
元雲吉先生	1,736	436	33	2,205
總計	3,780	7,812	99	11,691

** 呂秋平女士於2025年9月26日辭任監事職務。

於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月內，概無任何董事、監事或最高行政人員放棄或同意放棄任何薪酬之安排。

元雲吉先生、譚勇先生及郝偉先生於2025年11月19日獲委任為本公司執行董事。鄒兆麟先生、張世興先生及祁雪女士於2025年11月19日獲委任為本公司獨立執行董事。李彥平女士、楊潔女士及王喆先生於2025年11月19日獲委任為監事。

附 錄 一

會 計 師 報 告

9. 五名最高薪酬僱員

於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月內，薪酬最高的五名僱員分別包括兩名、三名、兩名及三名董事、監事及行政總裁，其薪酬詳情載於上文附註8。於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月內，其餘三名、兩名、三名及兩名最高薪酬僱員（均非 貴公司董事或監事或主要行政人員）之薪酬詳情如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
薪金、獎金、津貼及實物福利	3,353	2,155	2,599	3,863
以權益結算以股份為基礎的				
付款開支	980	3,249	3,656	206
退休金計劃供款	39	78	86	73
總計	4,372	5,482	6,341	4,142

薪酬介乎以下範圍內的非董事及非主要行政人員的最高薪酬僱員的人數如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
			(未經審計)	(未經審計)
零至1,500,000港元	—	—	—	—
1,500,001港元至2,000,000港元	3	—	—	—
2,000,001港元至2,500,000港元	—	—	3	1
2,500,001港元至3,000,000港元	—	1	—	1
3,000,001港元至3,500,000港元	—	1	—	—
總計	3	2	3	2

10. 所得稅

貴集團須就 貴集團成員公司於其居籍及營運所在的司法權區內產生或賺取的利潤按實體基準繳納所得稅。

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》， 貴公司及其中國子公司的企業所得稅稅率為25%，惟下文所述已享受的優惠稅率除外。

貴公司及兩家子公司（即濟南澤潤生物科技有限公司及山東半畝花田電子科技有限公司）分別於2023年11月、2023年12月及2021年12月獲認證為高新技術企業。山東半畝花田電子科技有限公司之高新技術企業認證於2024年12月完成續期。因此， 貴公司及上述兩家子公司於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月，均享有15%的企業所得稅優惠稅率。高新技術企業資格須每三年接受中國相關稅務機關審查。

附 錄 一

會 計 師 報 告

貴集團於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月之所得稅開支分析如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
當期稅項—中國內地				
年內／期內支出	13,893	19,396	13,913	28,630
過往年度(超額撥備)／撥備不足	—	(218)	(218)	115
遞延稅項	(8,940)	215	(1,808)	(3,079)
總計	<u>4,953</u>	<u>19,393</u>	<u>11,887</u>	<u>25,666</u>

按法定稅率計算之稅前利潤應計稅項及按實際稅率計量之稅項開支之對賬如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
稅前利潤	<u>25,457</u>	<u>68,806</u>	<u>34,016</u>	<u>150,743</u>
按法定稅率25%計算的稅項	6,364	17,202	8,504	37,686
不同稅率的影響	(3,976)	(7,784)	(6,948)	(17,985)
就過往期間的當期稅項作出的調整	—	(218)	(218)	115
不可抵稅開支	1,080	8,713	7,221	4,998
研發成本額外扣除額	(6,496)	(7,513)	(4,816)	(7,163)
未確認稅項虧損	761	1,223	2,633	1,084
未確認的可抵扣臨時性差額	<u>7,220</u>	<u>7,770</u>	<u>5,511</u>	<u>6,931</u>
按 貴集團實際稅率計量的稅項開支	<u>4,953</u>	<u>19,393</u>	<u>11,887</u>	<u>25,666</u>

11. 股息

貴公司於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月，均未宣派任何股息。

附 錄 一

會 計 師 報 告

12. 母公司普通股份權持有人應佔每股盈利

每股基本盈利之計量乃基於母公司普通股權持有人應佔之年內／期內溢利，並採用有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月內流通股份之加權平均數計算，該數值根據歷史財務資料附註26所載 貴公司轉換為股份有限公司時之實繳資本與股本轉換比率釐定。於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月內， 貴集團並無已發行具潛在攤薄效應之普通股，故未對有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月所呈列之每股基本盈利金額作出任何調整。

計算每股基本及攤薄股份盈利基於：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
			(未經審計)	(未經審計)
盈利				
歸屬於母公司普通股股東的利潤，				
用於計算基本及攤薄每股股份盈				
利(人民幣千元)	20,504	49,413	22,129	125,077
股份				
用於計量每股基本及攤薄盈利之年				
內／期內已發行普通股份加權平				
均數	10,004,932	12,992,623	12,994,505	13,800,726
每股盈利(人民幣每股)	2.05	3.80	1.70	9.06

附 錄 一

會 計 師 報 告

13. 物業、廠房及設備

貴集團

2023年12月31日	樓宇	機械設備	電子設備	運輸工具	家具	租賃物業修繕	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	人民幣千元
截至2023年1月1日								
成本	624	18,958	9,639	4,673	1,772	8,680	879	45,225
累計折舊	(20)	(2,182)	(7,024)	(2,509)	(769)	(2,642)	—	(15,146)
賬面淨值	604	16,776	2,615	2,164	1,003	6,038	879	30,079
於2023年1月1日，扣除累計								
折舊	604	16,776	2,615	2,164	1,003	6,038	879	30,079
添置	—	803	1,039	1,025	32	501	46,200	49,600
出售	—	(1)	(13)	—	—	—	—	(14)
年內計提折舊(附註6)	(19)	(2,197)	(1,752)	(904)	(332)	(1,850)	—	(7,054)
轉撥	—	240	—	—	—	—	(240)	—
於2023年12月31日，扣除累計								
折舊	585	15,621	1,889	2,285	703	4,689	46,839	72,611
截至2023年12月31日								
成本	624	20,000	10,418	5,698	1,804	9,181	46,839	94,564
累計折舊	(39)	(4,379)	(8,529)	(3,413)	(1,101)	(4,492)	—	(21,953)
賬面淨值	585	15,621	1,889	2,285	703	4,689	46,839	72,611
2024年12月31日	樓宇	機械設備	電子設備	運輸工具	家具	租賃物業修繕	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	人民幣千元
截至2024年1月1日								
成本	624	20,000	10,418	5,698	1,804	9,181	46,839	94,564
累計折舊	(39)	(4,379)	(8,529)	(3,413)	(1,101)	(4,492)	—	(21,953)
賬面淨值	585	15,621	1,889	2,285	703	4,689	46,839	72,611
於2024年1月1日扣除累計折舊								
淨值	585	15,621	1,889	2,285	703	4,689	46,839	72,611
添置	49	1,874	1,672	537	128	353	23,585	28,198
出售	—	(149)	(1)	(18)	(87)	—	—	(255)
年內計提折舊(附註6)	(978)	(2,507)	(923)	(921)	(289)	(1,456)	—	(7,074)
轉撥	47,670	681	—	—	—	—	(48,351)	—
於2024年12月31日，扣除累計								
折舊	47,326	15,520	2,637	1,883	455	3,586	22,073	93,480
截至2024年12月31日								
成本	48,343	22,326	12,073	5,881	1,154	9,534	22,073	121,384
累計折舊	(1,017)	(6,806)	(9,436)	(3,998)	(699)	(5,948)	—	(27,904)
賬面淨值	47,326	15,520	2,637	1,883	455	3,586	22,073	93,480

附 錄 一

會 計 師 報 告

2025年9月30日	樓宇	機械設備	電子設備	運輸工具	家具	租賃物業修繕	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	人民幣千元
截至2025年1月1日								
成本	48,343	22,326	12,073	5,881	1,154	9,534	22,073	121,384
累計折舊	(1,017)	(6,806)	(9,436)	(3,998)	(699)	(5,948)	—	(27,904)
賬面淨值	<u>47,326</u>	<u>15,520</u>	<u>2,637</u>	<u>1,883</u>	<u>455</u>	<u>3,586</u>	<u>22,073</u>	<u>93,480</u>
截至2025年1月1日	47,326	15,520	2,637	1,883	455	3,586	22,073	93,480
添置(未經審計)	818	561	1,389	—	48	—	1,517	4,333
出售(未經審計)	—	(258)	(49)	—	(7)	—	—	(314)
期內折舊撥備(附註6)								
(未經審計)	(1,660)	(1,868)	(824)	(480)	(140)	(1,089)	—	(6,061)
轉撥(未經審計)	23,427	124	—	—	—	—	(23,551)	—
於2025年9月30日，扣除累計								
折舊(未經審計)	<u>69,911</u>	<u>14,079</u>	<u>3,153</u>	<u>1,403</u>	<u>356</u>	<u>2,497</u>	<u>39</u>	<u>91,438</u>
截至2025年9月30日								
成本(未經審計)	72,588	22,755	13,413	5,881	1,195	9,534	39	125,405
累計折舊(未經審計)	(2,677)	(8,676)	(10,260)	(4,478)	(839)	(7,037)	—	(33,967)
賬面淨值(未經審計)	<u>69,911</u>	<u>14,079</u>	<u>3,153</u>	<u>1,403</u>	<u>356</u>	<u>2,497</u>	<u>39</u>	<u>91,438</u>

本集團部分物業、廠房及設備於2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日的賬面淨值分別約為人民幣43,465,642元、人民幣66,497,605元及人民幣66,195,681元(未經審計)，該等資產已作抵押以擔保計息銀行借款(附註24)。

附 錄 一

會 計 師 報 告

貴 公 司

2023年12月31日	樓宇	機械設備	電子設備	運輸工具	家具	租賃物業修繕	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	人民幣千元
截至2023年1月1日								
成本	624	941	795	24	448	3,318	—	6,150
累計折舊	(20)	(218)	(332)	(6)	(143)	(635)	—	(1,354)
賬面淨值	604	723	463	18	305	2,683	—	4,796
截至2023年1月1日	604	723	463	18	305	2,683	—	4,796
添置	—	536	395	—	13	—	46,134	47,078
年內計提折舊	(19)	(232)	(292)	(5)	(87)	(636)	—	(1,271)
於2023年12月31日，								
扣除累計折舊	585	1,027	566	13	231	2,047	46,134	50,603
截至2023年12月31日								
成本	624	1,477	1,190	24	461	3,318	46,134	53,228
累計折舊	(39)	(450)	(624)	(11)	(230)	(1,271)	—	(2,625)
賬面淨值	585	1,027	566	13	231	2,047	46,134	50,603
2024年12月31日	樓宇	機械設備	電子設備	運輸工具	家具	租賃物業修繕	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	人民幣千元
截至2024年1月1日								
成本	624	1,477	1,190	24	461	3,318	46,134	53,228
累計折舊	(39)	(450)	(624)	(11)	(230)	(1,271)	—	(2,625)
賬面淨值	585	1,027	566	13	231	2,047	46,134	50,603
截至2024年1月1日	585	1,027	566	13	231	2,047	46,134	50,603
添置	49	922	90	13	126	330	23,570	25,100
出售	—	(145)	—	—	—	—	—	(145)
年內計提折舊	(978)	(362)	(296)	(6)	(92)	(636)	—	(2,370)
轉撥	47,670	—	—	—	—	—	(47,670)	—
於2024年12月31日，扣除累計								
折舊	47,326	1,442	360	20	265	1,741	22,034	73,188
截至2024年12月31日								
成本	48,343	2,242	1,280	37	587	3,648	22,034	78,171
累計折舊	(1,017)	(800)	(920)	(17)	(322)	(1,907)	—	(4,983)
賬面淨值	47,326	1,442	360	20	265	1,741	22,034	73,188

附 錄 一

會 計 師 報 告

2025年9月30日	樓宇	機械設備	電子設備	運輸工具	家具	租賃物業修繕	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	人民幣千元
截至2025年1月1日								
成本	48,343	2,242	1,280	37	587	3,648	22,034	78,171
累計折舊	(1,017)	(800)	(920)	(17)	(322)	(1,907)	—	(4,983)
賬面淨值	<u>47,326</u>	<u>1,442</u>	<u>360</u>	<u>20</u>	<u>265</u>	<u>1,741</u>	<u>22,034</u>	<u>73,188</u>
截至2025年1月1日	47,326	1,442	360	20	265	1,741	22,034	73,188
添置(未經審計)	818	529	167	—	48	—	1,393	2,955
出售(未經審計)	—	(141)	—	—	—	—	—	(141)
期內計提折舊(未經審計) . . .	(1,660)	(279)	(138)	(5)	(85)	(476)	—	(2,643)
轉撥(未經審計)	23,427	—	—	—	—	—	(23,427)	—
於2025年9月30日，扣除累計 折舊(未經審計)	<u>69,911</u>	<u>1,551</u>	<u>389</u>	<u>15</u>	<u>228</u>	<u>1,265</u>	<u>—</u>	<u>73,359</u>
截至2025年9月30日								
成本(未經審計)	72,588	2,516	1,447	37	635	3,648	—	80,871
累計折舊(未經審計)	(2,677)	(965)	(1,058)	(22)	(407)	(2,383)	—	(7,512)
賬面淨值 (未經審計)	<u>69,911</u>	<u>1,551</u>	<u>389</u>	<u>15</u>	<u>228</u>	<u>1,265</u>	<u>—</u>	<u>73,359</u>

附錄一

會計師報告

14. 租賃

貴集團作為承租方

貴集團就其營運所使用的各類辦公室物業及停車許可證訂立租賃合約。貴集團已向業主支付一筆過款項以取得停車許可證，租期為29至32年，根據該等停車許可條款，貴集團將不會支付任何持續性款項。辦公室物業的租賃期一般為2至9年。原則上，貴集團不得將租賃資產轉讓或轉租予貴集團以外人士。

(a) 使用權資產

貴集團於有關期間及截至2025年9月30日止九個月之使用權資產賬面值及變動如下：

	停車許可證 人民幣千元	辦公室物業 人民幣千元	總計 人民幣千元
截至2023年1月1日	—	29,138	29,138
添置	1,667	6,153	7,820
終止租賃合約	—	(3,041)	(3,041)
折舊支出(附註6)	(51)	(7,228)	(7,279)
截至2023年12月31日及2024年1月1日	<u>1,616</u>	<u>25,022</u>	<u>26,638</u>
添置	417	1,994	2,411
折舊支出(附註6)	(59)	(6,370)	(6,429)
終止租賃合約	—	(418)	(418)
截至2024年12月31日及2025年1月1日	<u>1,974</u>	<u>20,228</u>	<u>22,202</u>
添置(未經審計)	—	4,196	4,196
折舊支出(未經審計)(附註6)	(59)	(4,340)	(4,399)
截至2025年9月30日(未經審計)	<u>1,915</u>	<u>20,084</u>	<u>21,999</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

(c) 與租賃相關並於損益表確認之金額如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
租賃負債利息(附註7)	1,385	1,091	835	756
使用權資產折舊支出(附註6) . . .	7,279	6,429	5,129	4,399
短期租賃及低價值資產				
租賃相關開支(附註6)	1,131	1,047	759	1,048
未計入計量租賃負債				
之可變租賃付款(附註6)	716	716	537	1,431
提前終止租賃之虧損(附註6) . . .	22	10	—	—
於損益表確認之總額	<u>10,533</u>	<u>9,293</u>	<u>7,260</u>	<u>7,634</u>

(d) 租賃現金流出總額於歷史財務資料附註29中披露。

貴公司作為承租方

(a) 使用權資產

貴公司於有關期間及截至2025年9月30日止九個月之使用權資產賬面值及其變動如下：

	停車許可證	辦公室物業	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至2023年1月1日	—	24,450	24,450
添置	1,667	6,096	7,763
終止租賃合約	—	(3,041)	(3,041)
折舊支出	(51)	(4,077)	(4,128)
截至2023年12月31日及2024年1月1日	<u>1,616</u>	<u>23,428</u>	<u>25,044</u>
添置	417	1,994	2,411
終止租賃合約	—	(418)	(418)
折舊支出	(59)	(4,776)	(4,835)
截至2024年12月31日及2025年1月1日	<u>1,974</u>	<u>20,228</u>	<u>22,202</u>
添置(未經審計)	—	4,196	4,196
折舊支出(未經審計)	(59)	(4,340)	(4,399)
截至2025年9月30日(未經審計)	<u>1,915</u>	<u>20,084</u>	<u>21,999</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

(b) 租賃負債

貴公司於有關期間及截至2025年9月30日止九個月之租賃負債賬面值及變動如下：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
年初／期初賬面值	26,486	28,430	24,103
新租賃	6,096	1,994	4,196
年內／期內確認的應計利息	1,271	1,088	756
終止租賃合約	(3,019)	(408)	—
付款	(2,404)	(7,001)	(4,940)
年末／期末賬面值	<u>28,430</u>	<u>24,103</u>	<u>24,115</u>
分析為：			
流動部分	6,032	7,082	8,590
非流動部分	22,398	17,021	15,525
	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
分析為：			
應償還租賃負債：			
1年內	6,032	7,082	8,590
1至2年	6,578	5,166	6,079
3至5年	11,939	11,288	9,446
超過5年	<u>3,881</u>	<u>567</u>	<u>—</u>
總計	<u>28,430</u>	<u>24,103</u>	<u>24,115</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

15. 其他無形資產

貴集團

	軟件 人民幣千元
於2023年1月1日	
成本	1,642
累計攤銷	(640)
賬面淨值	1,002
於2023年1月1日，扣除累計攤銷	1,002
年內計提攤銷(附註6)	(247)
於2023年12月31日，扣除累計攤銷：	755
於2023年12月31日	
成本	1,642
累計攤銷	(887)
賬面淨值	755
	軟件 人民幣千元
於2024年1月1日	
成本	1,642
累計攤銷	(887)
賬面淨值	755
於2024年1月1日，扣除累計攤銷	755
年內計提攤銷(附註6)	(245)
於2024年12月31日，扣除累計攤銷	510
於2024年12月31日	
成本	1,642
累計攤銷	(1,132)
賬面淨值	510

附 錄 一

會 計 師 報 告

	軟件 人民幣千元
於2025年1月1日	
成本	1,642
累計攤銷	<u>(1,132)</u>
賬面淨值	<u>510</u>
於2025年1月1日，扣除累計攤銷	510
期內計提攤銷(附註6)(未經審計)	<u>(184)</u>
於2025年9月30日，扣除累計攤銷(未經審計)	<u>326</u>
於2025年9月30日	
成本(未經審計)	1,642
累計攤銷(未經審計)	<u>(1,316)</u>
賬面淨值(未經審計)	<u>326</u>

貴公司

	軟件 人民幣千元
於2023年1月1日	
成本	1,228
累計攤銷	<u>(226)</u>
賬面淨值	<u>1,002</u>
於2023年1月1日，扣除累計攤銷	1,002
年內計提攤銷	<u>(247)</u>
於2023年12月31日，扣除累計攤銷：	<u>755</u>
於2023年12月31日	
成本	1,228
累計攤銷	<u>(473)</u>
賬面淨值	<u>755</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

	軟件 人民幣千元
於2024年1月1日	
成本	1,228
累計攤銷	(473)
賬面淨值	755
於2024年1月1日，扣除累計攤銷	755
年內計提攤銷	(245)
於2024年12月31日，扣除累計攤銷	510
於2024年12月31日	
成本	1,228
累計攤銷	(718)
賬面淨值	510
	軟件 人民幣千元
於2025年1月1日	
成本	1,228
累計攤銷	(718)
賬面淨值	510
於2025年1月1日，扣除累計攤銷	510
期內計提攤銷(未經審計)	(184)
於2025年9月30日，扣除累計攤銷(未經審計)	326
於2025年9月30日	
成本(未經審計)	1,228
累計攤銷(未經審計)	(902)
賬面淨值(未經審計)	326

附 錄 一

會 計 師 報 告

16. 於子公司之投資

貴公司

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
[編纂]股份，按成本計	52,821	57,611	62,228
減值	(12,267)	(13,319)	(13,335)
總計	<u>40,554</u>	<u>44,292</u>	<u>48,893</u>

貴公司採用成本法核算其對子公司的投資。

截至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，分別確認人民幣35,000元、人民幣1,052,000元及人民幣16,000元(未經審核)之減值虧損，以將於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日對子公司投資之賬面值減記至其估計可收回金額零、零及零(未經審核)。子公司的可收回金額按採用基於財務預算作出的現金流量預測計算的使用價值釐定。

17. 存貨

貴集團

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
外包加工材料	23,828	66,995	82,607
製成品	28,091	48,597	80,350
在途商品	8,661	15,762	22,780
原材料及消耗品	<u>1,936</u>	<u>2,248</u>	<u>1,912</u>
小計	62,516	133,602	187,649
存貨減值撥備	<u>(1,505)</u>	<u>(1,278)</u>	<u>(1,878)</u>
總計	<u>61,011</u>	<u>132,324</u>	<u>185,771</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

貴 公 司

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
外包加工材料	25,382	67,969	85,328
製成品	27,518	46,954	79,052
在途商品	224	341	1,706
原材料及消耗品	1,289	825	134
小計	54,413	116,089	166,220
存貨減值撥備	(1,505)	(1,278)	(1,878)
總計	52,908	114,811	164,342

18. 貿易應收款項

貴集團

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
貿易應收款項	28,877	35,149	48,896
減值	(1,042)	(1,379)	(1,886)
賬面淨值	27,835	33,770	47,010

貴集團與客戶的交易條款主要為賒賬付款及預付款。信貸期一般為7日至60日。各客戶均設最高信貸限額。貴集團致力嚴格控制未收回應收款項，並設有信貸控制部以將信貸風險減至最低。高級管理層定期審閱逾期結餘。貴集團並無就貿易應收款項結餘持有任何抵押品或實行其他信貸增強措施。貿易應收款項並不計息。

作為正常業務的一部分，貴集團訂立貿易應收款項保理安排（「該安排」）並將若干貿易應收款項轉讓予一名保理商。根據該項安排，倘任何貿易債務人逾期還款最多25日，貴集團須向保理商償付利息損失。董事認為貴集團保留了絕大部分風險及回報，因此繼續確認全部賬面值。轉讓後，貴集團並無保留使用貿易應收款項的任何權利，包括將貿易應收款項出售、轉讓或質押予任何其他第三方的權利。截至2025年9月30日，根據該安排轉讓但尚未結算的貿易應收款項的原賬面價值為人民幣11,193,605元（未經審計）（2024年12月31日：零；2023年12月31日：零）。於2025年9月30日，貴集團繼續確認之資產賬面值為人民幣11,193,605元（未經審計）（2024年12月31日：零；2023年12月31日：零）。

附 錄 一

會 計 師 報 告

貴 公 司

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
貿易應收款項	77,001	158,431	270,400
減值	(3,334)	(7,351)	(12,547)
總計	<u>73,667</u>	<u>151,080</u>	<u>257,853</u>

應收貿易款項包括於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日應收子公司款項人民幣73,553,000元、人民幣150,902,000元及人民幣257,703,000元(未經審計)。

貴公司的客戶主要為其附屬公司，與其客戶的交易條款主要為賒賬付款。貴公司並無就貿易應收款項結餘持有任何抵押品或實行其他信貸增強措施。貿易應收款項並不計息。

貴集團及貴公司於各有關期間末及2025年9月30日之貿易應收款項，按發票日期及扣除虧損撥備後之賬齡分析如下：

貴 集 團

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
3個月內	27,380	32,334	45,318
3至6個月	84	793	734
6個月至1年	257	334	182
超過1年	<u>114</u>	<u>309</u>	<u>776</u>
總計	<u>27,835</u>	<u>33,770</u>	<u>47,010</u>

貴 公 司

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
3個月內	73,547	140,593	247,222
3至6個月	—	35	—
6個月至1年	—	3,184	156
超過1年	<u>120</u>	<u>7,268</u>	<u>10,475</u>
總計	<u>73,667</u>	<u>151,080</u>	<u>257,853</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

貿易應收款項減值虧損撥備變動如下：

貴集團

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
年初／期初	638	1,042	1,379
減值虧損淨額	404	337	507
於年末／期末	1,042	1,379	1,886

貴集團採用簡化法就國際財務報告準則第9號規定的預期信貸虧損計提撥備，該方法允許就所有貿易應收款項使用全期預期信貸虧損撥備。貴集團考慮具有相似虧損模式之各個客戶細分組別（即按客戶類型）的共同信貸風險特徵。

為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已按共同信貸風險特徵進行分組，並納入前瞻性資料。於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，預期信貸虧損率分別為3.61%、3.92%及3.86%（未經審計）。

有關 貴集團按客戶所在行業劃分的貿易應收款項信貸風險的相關資料載列如下：

於2023年12月31日

	賬面總值	預期信貸 虧損率	預期信貸 虧損
	人民幣千元	%	人民幣千元
批發	27,559	3.59	989
零售	772	3.76	29
消費品	546	4.40	24
總計	28,877	3.61	1,042

於2024年12月31日

	賬面總值	預期信貸 虧損率	預期信貸 虧損
	人民幣千元	%	人民幣千元
批發	31,334	3.89	1,218
零售	2,371	3.96	94
消費品	1,444	4.64	67
總計	35,149	3.92	1,379

附 錄 一

會 計 師 報 告

於 2025 年 9 月 30 日

	賬面總值	預期信貸 虧損率	預期信貸 虧損
	人民幣千元 (未經審計)	% (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
批發	45,175	3.83	1,731
零售	2,596	3.97	103
消費品	1,125	4.62	52
總計	48,896	3.86	1,886

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

貴公司

	截至 12 月 31 日		截至 9 月 30 日
	2023 年	2024 年	2025 年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
年初／期初	928	3,334	7,351
減值虧損淨額	2,406	4,017	5,196
於年末／期末	3,334	7,351	12,547

以下為按客戶行業劃分之 貴公司貿易應收款項信用風險敞口資料：

截至 2023 年 12 月 31 日

	賬面總值	預期 信用損失率	預期 信用損失
	人民幣千元	%	人民幣千元
消費品	77,001	4.33	3,334

截至 2024 年 12 月 31 日

	賬面總值	預期 信用損失率	預期 信用損失
	人民幣千元	%	人民幣千元
消費品	158,431	4.64	7,351

附 錄 一

會計師報告

截至2025年9月30日

	賬面總值	預期 信用損失率	預期 信用損失
	人民幣千元 (未經審計)	% (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
消費品	270,400	4.64	12,547

19. 預付款項、其他應收款項及其他資產

貴集團

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
流動			
預付款項	42,830	75,624	131,341
按金及其他應收款項	21,874	27,668	15,753
可收回增值稅	2,539	11,947	5,892
	67,243	115,239	152,986
減值撥備	(658)	(909)	(285)
流動總額	66,585	114,330	152,701
非流動總額			
物業、廠房及設備以及			
其他無形資產預付款項	465	782	2,772
總計	67,050	115,112	155,473
	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
年初／期初	595	658	909
減值虧損／(虧損撥回)，淨額	63	309	(624)
因無法收回而撇銷之金額	—	(58)	—
於年末／期末	658	909	285

於各相關期間以及2025年9月30日結束時，貴集團均進行了減值分析。貴集團根據國際財務報告準則第9號採用一般方法，就非貿易其他應收款項作出預期信貸虧損撥備。在計算預期信貸虧損撥備時，貴集團考慮了各客戶類型的市場信貸虧損率及其他應收款項的性質，並就前瞻性宏觀經濟數據作出調整。截至2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，貴集團的預期信貸虧損率分別為3.01%、3.29%及1.81%（未經審計）。

附 錄 一

會 計 師 報 告

20. 現金及現金等價物與受限制現金

貴集團

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
現金及銀行結餘	67,641	104,776	162,025
減：受限制現金	719	515	438
現金及現金等價物	<u>66,922</u>	<u>104,261</u>	<u>161,587</u>

貴集團以人民幣計價的現金及銀行結餘於2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日分別為人民幣66,922,000元、人民幣104,261,000元及人民幣161,587,000元(未經審計)。人民幣雖不可自由兌換為其他貨幣，然根據中國內地《外匯管理條例》及《外匯結匯售匯支付管理辦法》，貴集團可透過獲准經營外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

銀行現金存款按每日銀行存款利率以浮動利率計息。銀行存款存放於信用良好且近期無違約紀錄的銀行。

貴公司

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
現金及銀行結餘	6,457	10,335	26,665
減：受限制現金	—	76	—
現金及現金等價物	<u>6,457</u>	<u>10,259</u>	<u>26,665</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

21. 貿易應付款項

於各有關期間末及2025年9月30日，按發票日期編製之貿易應付款項賬齡分析如下：

貴集團

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
3個月內	91,306	152,516	189,487
3至6個月	7,995	6,265	19,741
6個月至1年	144	1,004	871
超過1年	<u>3,063</u>	<u>3,994</u>	<u>1,728</u>
總計	<u>102,508</u>	<u>163,779</u>	<u>211,827</u>

貿易應付款項為不計息且一般於90日內結算。

貴公司

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
3個月內	117,617	195,319	214,841
3至6個月	6,665	6,242	19,258
6個月至1年	24	480	6,993
超過1年	<u>3,376</u>	<u>2,042</u>	<u>2,008</u>
總計	<u>127,682</u>	<u>204,083</u>	<u>243,100</u>

貿易應付款項包括於2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日應付予子公司之貿易應付款項人民幣43,035,000元、人民幣56,628,000元及人民幣54,210,000元(未經審計)。

貿易應付款項為不計息且一般於90日內結算。

附 錄 一

會 計 師 報 告

22. 其他應付款項及應計費用

貴集團

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
按金及其他應付款項	9,269	16,398	20,176
應付關聯方款項	112,438	89,568	—
應付薪金	21,298	26,880	25,436
其他應付稅項	6,619	10,331	20,089
應計[編纂]開支	—	—	5,986
總計	<u>149,624</u>	<u>143,177</u>	<u>71,687</u>

貴公司

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
按金及其他應付款項	1,289	633	831
應付關聯方款項	3,100	3,100	—
應付子公司款項	144	502	4,622
應付薪金	10,325	13,057	11,912
其他應付稅項	2,981	1,876	7,668
應計[編纂]開支	—	—	5,986
總計	<u>17,839</u>	<u>19,168</u>	<u>31,019</u>

其他應付款項為免息且須按要求償還。

23. 合約負債

貴集團

	截至1月1日	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
產品銷售	9,497	11,826	31,876	52,267
數量折扣	—	822	12,571	17,570
總計	<u>9,497</u>	<u>12,648</u>	<u>44,447</u>	<u>69,837</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

貴公司

	截至1月1日	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
產品銷售	20,629	23	2,310	485

合約負債包括於2023年1月1日、2023年12月31日、2024年12月31日及2025年9月30日應付子公司之合約負債人民幣20,611,000元、零、人民幣2,284,000元及人民幣437,000元(未經審計)。

合約負債主要涉及 貴集團就已向客戶收取代價之貨品銷售所承擔之責任。

於有關期間及截至2025年9月30日止九個月，貴集團合約負債之變動主要由於各報告日期自客戶收取之預付款項增加所致。

24. 計息銀行借款

貴集團

截至2023年12月31日			
	實際利率(%)	到期日	人民幣千元
流動			
銀行貸款一有抵押	4.00	2024	8,000
銀行貸款一有抵押及擔保	3.55–4.40	2024	55,650
流動總額			63,650
非流動			
銀行貸款一有抵押及擔保	4.35	2025–2033	19,800
總計			83,450
截至2024年12月31日			
	實際利率(%)	到期日	人民幣千元
流動			
銀行貸款一有抵押	3.60	2025	8,000
銀行貸款一有抵押及擔保	3.35–3.80	2025	58,970
流動總額			66,970
非流動			
銀行貸款一有抵押及擔保	3.60–3.75	2026–2034	26,325
總計			93,295

附 錄 一

會 計 師 報 告

截至2025年9月30日			
	實際利率(%) (未經審計)	到期日 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
流動			
銀行貸款—有抵押及擔保	2.60–3.35	2025–2026	<u>70,700</u>
非流動			
銀行貸款—有抵押及擔保	3.60–3.75	2026–2034	<u>23,993</u>
總計			<u><u>94,693</u></u>

貴集團之銀行貸款由以下項目作擔保：

- (i) 貴集團若干物業、廠房及設備之按揭，其賬面總值於2023年12月31日為人民幣43,465,642元，於2024年12月31日為人民幣66,497,605元，於2025年9月30日為人民幣66,195,681元（未經審計）；
- (ii) 於各有關期間末及2025年9月30日，貴集團計息銀行借款分別為人民幣75,450,000元、人民幣85,295,000元及人民幣94,693,000元（未經審計），由元雲吉先生、商西梅女士、貴集團子公司擔保。

貴公司

於2023年12月31日			
	實際利率(%)	到期日	人民幣千元
流動			
銀行貸款—有抵押	4.00	2024	8,000
銀行貸款—有抵押及擔保	3.55–4	2024	<u>19,700</u>
流動總額			<u>27,700</u>
非流動			
銀行貸款—有抵押及擔保	4.35	2025–2033	<u>19,800</u>
總計			<u><u>47,500</u></u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

截至2024年12月31日			
	實際利率(%)	到期日	人民幣千元
流動			
銀行貸款—有抵押	3.60	2025	8,000
銀行貸款—有抵押及擔保	3.35–3.80	2025	<u>20,700</u>
流動總額			<u>28,700</u>
非流動			
銀行貸款—有抵押及擔保	3.60–3.75	2026–2034	<u>26,325</u>
總計			<u>55,025</u>

截至2025年9月30日			
	實際利率(%)	到期日	人民幣千元
	(未經審計)	(未經審計)	(未經審計)
流動			
銀行貸款—有抵押及擔保	2.60–3.10	2026	<u>30,700</u>
非流動			
銀行貸款—有抵押及擔保	3.60–3.75	2026–2034	<u>23,993</u>
總計			<u>54,693</u>

貴公司之銀行貸款係以下列資產擔保：

- (i) 貴公司部分物業、廠房及設備之按揭，其賬面總值於2023年12月31日為人民幣43,465,642元，於2024年12月31日為人民幣66,497,605元，於2025年9月30日為人民幣66,195,681元（未經審計）；
- (ii) 於各有關期間末及2025年9月30日，貴公司計息銀行借款分別為人民幣39,500,000元、人民幣47,025,000元及人民幣54,693,000元（未經審計），由元雲吉先生、商西梅女士、及貴公司附屬公司擔保。

附 錄 一

會 計 師 報 告

25. 遞延稅項

貴集團

有關期間及截至2025年9月30日止九個月之遞延稅項資產及負債變動如下：

遞延稅項資產

	租賃負債	資產 減值虧損	可用於抵銷 未來應課稅 利潤的虧損	集團內部 交易產生的 未實現收益	數量折扣	應計項目 及其他	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	4,924	341	7,166	3,374	—	53,002	68,807
年內於損益表(扣除)/計入 之遞延稅項(附註10)	(425)	249	(2,053)	(1,264)	206	11,300	8,013
2023年12月31日及 2024年1月1日之遞延稅項 資產總額	4,499	590	5,113	2,110	206	64,302	76,820
年內於損益表(扣除)/計入 之遞延稅項(附註10)	(883)	86	(1,555)	618	2,937	(2,297)	(1,094)
2024年12月31日及 2025年1月1日之遞延稅項 資產總額	3,616	676	3,558	2,728	3,143	62,005	75,726
期內計入損益之遞延稅項 (附註10)(未經審計)	1	124	445	1,240	1,250	—	3,060
2025年9月30日遞延稅項資產 總額(未經審計)	<u>3,617</u>	<u>800</u>	<u>4,003</u>	<u>3,968</u>	<u>4,393</u>	<u>62,005</u>	<u>78,786</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

遞延稅項負債

	使用權資產 人民幣千元
於2023年1月1日	4,840
年內計入損益表之遞延稅項(附註10)	(927)
2023年12月31日及2024年1月1日遞延稅項負債總額	3,913
年內計入損益表之遞延稅項(附註10)	(879)
於2024年12月31日及2025年1月1日之遞延稅項負債總額	3,034
期內計入損益之遞延稅項(附註10)(未經審計)	(19)
2025年9月30日遞延稅項負債總額(未經審計)	3,015

基於呈列目的，若干遞延稅項資產與負債已於綜合財務狀況表中予以抵銷。以下為 貴集團就報告目的而編製之遞延稅項結餘分析：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
於綜合財務狀況表確認之遞延稅項 資產淨額	72,907	72,692	75,771

並未就以下各項確認遞延稅項資產：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
可抵扣暫時差異	51,466	82,546	110,270
稅項虧損	13,461	18,353	22,689
總計	64,927	100,899	132,959

貴集團中國內地產生的上述稅項虧損可用以抵銷未來應課稅溢利，將於一至五年內到期。由於虧損乃由已錄得虧損一段時間的附屬公司所產生，且認為不大可能出現可用以抵銷稅項虧損的應課稅溢利，故並無就該等虧損確認遞延稅項資產。

上述可抵扣暫時差異可無限期用作抵銷產生暫時性差異之公司日後之應課稅溢利。由於認為不大可能將有應課稅溢利可用以抵銷上述項目，故並無確認遞延稅項資產。

附 錄 一

會 計 師 報 告

貴公司

於有關期間及截至2025年9月30日止九個月內，遞延稅項資產及負債之變動如下：

遞延稅項資產

	租賃負債	資產減值 虧損	可用於抵銷 未來應課稅 利潤之虧損	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	3,973	2,682	575	7,230
年內於損益表(扣除)／計入 之遞延稅項	<u>291</u>	<u>660</u>	<u>(575)</u>	<u>376</u>
2023年12月31日及2024年1月1日 之遞延稅項資產總額	4,264	3,342	—	7,606
年內於損益表(扣除)／計入 之遞延稅項	<u>(648)</u>	<u>1,357</u>	<u>—</u>	<u>709</u>
2024年12月31日及2025年1月1日 之遞延稅項資產總額	3,616	4,699	—	8,315
期內計入損益表之遞延稅項 (未經審計)	<u>1</u>	<u>1,283</u>	<u>—</u>	<u>1,284</u>
2025年9月30日之遞延稅項資產總額 (未經審計)	<u><u>3,617</u></u>	<u><u>5,982</u></u>	<u><u>—</u></u>	<u><u>9,599</u></u>

遞延稅項負債

	使用權資產
	人民幣千元
於2023年1月1日	3,668
年內計入損益表之遞延稅項	<u>(154)</u>
2023年12月31日及2024年1月1日遞延稅項負債總額	3,514
年內計入損益表之遞延稅項	<u>(480)</u>
2024年12月31日及2025年1月1日之遞延稅項負債總額	3,034
期內計入損益表之遞延稅項(未經審計)	<u>(19)</u>
2025年9月30日遞延稅項負債總額(未經審計)	<u><u>3,015</u></u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

基於呈列目的，若干遞延稅項資產與負債已於財務狀況表中予以抵銷。以下為 貴公司就財務報告目的所作之遞延稅項餘額分析：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
於綜合財務狀況表確認之遞延稅項資產淨額 . . .	<u>4,092</u>	<u>5,281</u>	<u>6,584</u>

26. 實繳資本

貴集團及 貴公司

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
已發行及繳足	<u>11,800</u>	<u>13,000</u>	<u>19,961</u>

貴公司於有關期間及截至2025年9月30日止九個月之已發行繳足資本變動摘要如下：

	實繳資本 人民幣千元
於2023年1月1日	10,000
股東注資	<u>1,800</u>
截至2023年12月31日及2024年1月1日	<u>11,800</u>
股東注資	<u>1,200</u>
截至2024年12月31日及2025年1月1日	<u>13,000</u>
股東注資(未經審計)	<u>6,961</u>
截至2025年9月30日(未經審計)	<u>19,961</u>

於2025年11月19日， 貴公司轉換為股份有限公司，註冊資本為人民幣19,961,213元，分為19,961,213股，每股面值為人民幣1元。

27. 以股份為基礎的付款

貴公司透過若干持股平台實施股份支付安排(「該安排」)，旨在向為 貴集團業務成功作出貢獻的合資格參與者提供激勵與獎勵。該安排的合資格參與者包括 貴集團的核心管理層及其他關鍵僱員。

附錄一

會計師報告

員工持股平台的每股限售股代表 貴公司一股註冊股本（「**限售股**」）。2019年12月、2021年12月及2023年12月授予的限售股總公平值分別為人民幣8,259,000元、人民幣9,384,000元及人民幣106,853,000元。該等金額乃根據 貴公司每股註冊股份公平值扣除認購價人民幣1元後釐定。

於截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月， 貴集團分別確認股份支付費用人民幣3,209,000元、人民幣33,419,000元、人民幣27,522,000元（未經審計）及人民幣17,854,000元（未經審計）。

於2019年12月31日及2021年12月31日授予合資格僱員的限售股須受五年服務期（「**指定服務期**」）的服務條件所限。於2023年12月31日授予合資格僱員的限售股須受歸屬時間表約束，其中30%、30%及40%的授予股份將分別於成功**[編纂]**日期的一週年、二週年及三週年歸屬。

於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月內，下列限售股仍未發行：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年 (未經審計)	2025年 (未經審計)
年初／期初未償還	2,943,320	7,904,533	7,904,533	7,636,438
已授予	4,961,213	—	—	—
沒收	—	(268,095)	(268,095)	(11,905)
總計	<u>7,904,533</u>	<u>7,636,438</u>	<u>7,636,438</u>	<u>7,624,533</u>

以權益結算股份基礎付款的公平值乃於授予日期採用附註2.3所披露的布萊克-舒爾斯模型估計，並考慮股份獎勵授予的條款及條件。下表列出2023年12月授出事項所採用方式的主要輸入數據：

	截至2023年 12月31日
預期波動率(%)	41.17
歷史波動率(%)	41.17
無風險利率(%)	2.38
期權預期存續期(年)	4–6年
加權平均股份價格(人民幣每股)	61.31

28. 儲備

貴集團於有關期間及截至2025年9月30日止九個月之儲備金額及其變動情況，已於綜合權益變動表內呈列。

(a) 股份支付儲備

貴集團的股份支付儲備代表以權益結算的股份支付的公平值，詳情於附註27披露。

附 錄 一

會 計 師 報 告

(b) 法定儲備金

根據《中華人民共和國公司法》，貴公司須按相關中國會計準則釐定的稅後溢利之10%撥入法定盈餘儲備金，直至儲備金結餘達註冊資本之50%為止。在中國公司法規定的若干限制下，法定盈餘儲備金的部分款項可轉撥作增加股份之用，惟轉撥後的餘額不得少於註冊資本的25%。

(c) 貴公司儲備變動

	權益結算股 份付款儲備	法定儲備金	(累計虧損) ／保留溢利	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	7,135	—	(6,035)	1,100
年內利潤及全面收益總額	—	—	56,276	56,276
轉撥法定儲備金	—	5,024	(5,024)	—
以權益結算以股份為基礎的 付款安排	3,209	—	—	3,209
於2023年12月31日及 2024年1月1日	<u>10,344</u>	<u>5,024</u>	<u>45,217</u>	<u>60,585</u>
年內利潤及全面收益總額	—	—	56,066	56,066
轉撥法定儲備金	—	2,476	(2,476)	—
以權益結算以股份為基礎的 付款安排	33,419	—	—	33,419
於2024年12月31日及 2025年1月1日	<u>43,763</u>	<u>7,500</u>	<u>98,807</u>	<u>150,070</u>
期內溢利及全面收益總額 (未經審計)	—	—	115,825	115,825
以權益結算以股份為基礎的付款 安排(未經審計)	17,854	—	—	17,854
於2025年9月30日(未經審計) . .	<u>61,617</u>	<u>7,500</u>	<u>214,632</u>	<u>283,749</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

29. 綜合現金流量表附註

(a) 重大非現金交易

於截至2023年及2024年12月31日止年度，截至2024以及2025年9月30日止九個月期間，貴集團因辦公室租賃安排分別產生使用權資產及租賃負債之非現金增加額分別為人民幣6,153,000元、人民幣1,994,000元、人民幣1,994,000元（未經審計）及人民幣4,196,000元（未經審計），該等款項與辦公室之租賃安排有關。

(b) 融資活動產生的負債變動

	計息銀行 借款	租賃負債	應付關聯方 款項	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	28,000	30,291	147,908	206,199
融資現金流量變動	53,851	(5,443)	(35,470)	12,938
利息開支	1,599	1,385	—	2,984
新租賃	—	6,153	—	6,153
終止租賃合約	—	(3,019)	—	(3,019)
截至2023年12月31日及				
2024年1月1日	83,450	29,367	112,438	225,255
融資現金流量變動	6,518	(7,941)	(22,870)	(24,293)
利息開支	3,327	1,091	—	4,418
新租賃	—	1,994	—	1,994
終止租賃合約	—	(408)	—	(408)
截至2024年12月31日及				
2025年1月1日	<u>93,295</u>	<u>24,103</u>	<u>89,568</u>	<u>206,966</u>
截至2023年12月31日及				
2024年1月1日	83,450	29,367	112,438	225,255
融資現金流量變動（未經審計）	8,337	(5,891)	(19,370)	(16,924)
利息支出（未經審計）	2,265	835	—	3,100
新租賃（未經審計）	—	1,994	—	1,994
終止租賃合約（未經審計）	—	(418)	—	(418)
於2024年9月30日（未經審計）	<u>94,052</u>	<u>25,887</u>	<u>93,068</u>	<u>213,007</u>
於2024年12月31日及				
2025年1月1日	93,295	24,103	89,568	206,966
融資現金流量變動（未經審計）	(922)	(4,940)	(89,568)	(95,430)
利息開支（未經審計）	2,320	756	—	3,076
新租賃（未經審計）	—	4,196	—	4,196
於2025年9月30日（未經審計）	<u>94,693</u>	<u>24,115</u>	<u>—</u>	<u>118,808</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

(c) 租賃相關現金流出總額

現金流量表所列之租賃總現金流出如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
於經營活動中	(1,847)	(1,763)	(1,296)	(2,479)
於投資活動中	(1,667)	(417)	(417)	—
於融資活動中	(7,110)	(8,358)	(5,891)	(4,940)
總計	<u>(10,624)</u>	<u>(10,538)</u>	<u>(7,604)</u>	<u>(7,419)</u>

30. 或有負債

於各有關期間末及2025年9月30日，貴集團及貴公司均無任何重大或有負債。

31. 資產抵押

貴集團為取得銀行貸款而抵押之資產詳情載於歷史財務資料附註24。

32. 承擔

於各有關期間末及2025年9月30日，貴集團有下列合約承擔：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
已簽訂合約但未計提撥備			
物業、廠房及設備	<u>4,649</u>	<u>1,811</u>	<u>609</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

33. 關聯方交易

於有關期間及截至2024年9月30日止九個月及截至2025年9月30日止九個月內，貴集團與關聯方進行下列交易：

(a) 與關聯方之交易：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
股東租賃				
向亓雲吉先生租賃*	688	688	516	346
關聯方貸款				
向亓雲吉先生所控制公司				
償還貸款	39,582	24,370	20,870	91,550
自亓雲吉先生所控制之公司				
收取貸款	4,112	1,500	1,500	1,982

* 貴公司向亓雲吉先生租賃辦公物業，於2022年1月1日至2024年12月31日期間之年度租金為人民幣688,000元，而於2025年1月1日至2025年4月30日期間之租金則為人民幣346,000元。

(b) 應付關聯方款項：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
應付關聯方款項：			
亓雲吉先生	688	1,376	—
亓雲吉先生所控制之公司	112,438	89,568	—
總計	113,126	90,944	—

註：上述與關聯方之餘額均屬無抵押、免息且須按要求償還。

附錄一

會計師報告

(c) 貴集團主要管理人員薪酬：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
以權益結算以股份支付的費用	1,229	23,282	18,223	10,041
薪金、獎金、津貼及實物福利	6,232	8,365	6,390	5,054
退休金計劃供款	90	173	128	166
總計	<u>7,551</u>	<u>31,820</u>	<u>24,741</u>	<u>15,261</u>

董事、監事及最高行政人員薪酬之進一步詳情載於歷史財務資料附註8。

(d) 與關聯方的其他交易

誠如附註24所披露，亓雲吉先生、商西梅女士及貴集團附屬公司已就貴集團獲授的若干銀行貸款提供擔保，於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日的總賬面值分別為人民幣75,450,000元、人民幣85,295,000元及人民幣94,693,000元（未經審計）。

34. 按類別劃分的金融工具

各有關期間末及2025年9月30日各類金融工具之賬面值如下：

金融資產

截至2023年12月31日

	按攤銷成本 列賬的金融 資產
	人民幣千元
貿易應收款項	27,835
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產	21,216
現金及現金等價物	66,922
受限制現金	<u>719</u>
總計	<u>116,692</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

截至2024年12月31日

	按攤銷成本 列賬的金融 資產
	人民幣千元
貿易應收款項	33,770
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產	26,759
現金及現金等價物	104,261
受限制現金	515
總計	165,305

截至2025年9月30日

	按攤銷成本 列賬的金融 資產
	人民幣千元 (未經審計)
貿易應收款項	47,010
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產	15,468
現金及現金等價物	161,587
受限制現金	438
總計	224,503

金融負債

截至2023年12月31日

	按攤銷成本 列賬的金融 負債
	人民幣千元
貿易應付款項	102,508
計入其他應付款項及應計費用之金融負債	121,707
計息銀行借款	83,450
租賃負債	29,367
總計	337,032

附錄一

會計師報告

截至2024年12月31日

	按攤銷成本 列賬的金融 負債
	人民幣千元
貿易應付款項	163,779
計入其他應付款項及應計費用之金融負債	105,966
計息銀行借款	93,295
租賃負債	24,103
總計	387,143

截至2025年9月30日

	按攤銷成本 列賬的金融 負債
	人民幣千元 (未經審計)
貿易應付款項	211,827
計入其他應付款項及應計費用之金融負債	26,162
計息銀行借款	94,693
租賃負債	24,115
總計	356,797

35. 金融工具之公平值及公平值層級

管理層經評估後認為，現金及現金等價物、受限制現金、貿易應收款項、貿易應付款項、計入預付款項的金融資產、其他應收款項及其他資產以及計入其他應付款項及應計費用的金融負債的公平值與其賬面值大致相若，主要是由於該等工具的期限短。

計息銀行及其他借款的非即期部分的公平值已使用具有類似條款、信貸風險及餘下到期日的工具現時可取得的利率貼現預期未來現金流量而計算。該等公平值與其賬面值大致相若。

36. 財務風險管理目標與政策

貴集團主要金融工具包括現金及現金等價物與計息銀行借款。此類金融工具之主要目的在於為貴集團營運籌措資金。貴集團尚有其他各類金融資產與負債，如貿易應收款項、其他應收款項、貿易應付款項及其他應付款項，此等項目直接源自其營運活動。

貴集團金融工具產生之主要風險為信用風險與流動性風險。為將貴集團承擔之風險降至最低，貴集團並未採用任何衍生工具及其他工具進行對沖。貴公司董事會審閱並核可各項風險管理政策，其概要如下：

附 錄 一

會 計 師 報 告

信用風險

貴集團於現金及現金等價物、受限制現金、應收貿易款項，以及預付款項、其他應收款項及其他資產項下的金融資產均面臨信用風險。上述各類金融資產之賬面值即代表 貴集團就金融資產所承擔之最高信用風險。

貴集團主要與具公信力及良好信用的第三方進行交易。根據 貴集團政策，所有希望以信貸期交易的客戶均須接受信貸核實程序。此外，應收款項結餘亦會持續監察。

最大風險及年／期末階段

下表依據 貴集團信貸政策（主要基於賬齡資訊，除非其他資料毋須花費過多成本或努力即可獲得，則作別論）的信貸質素及信用風險的最大敞口以及年／期末階段分類。所列金額為金融資產之賬面總值。

	12個月預期 信用損失	全期預期信用損失				
截至2023年12月31日	第一階段	第二階段	第三階段	簡化方法	總計	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
貿易應收款項*	—	—	—	28,877	28,877	
預付款項、其他應收款項 及其他資產—正常** . . .	21,874	—	—	—	21,874	
現金及現金等價物	66,922	—	—	—	66,922	
受限制現金	719	—	—	—	719	
總計	89,515	—	—	28,877	118,392	

	12個月預期 信用損失	全期預期信用損失				
截至2024年12月31日	第一階段	第二階段	第三階段	簡化方法	總計	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
貿易應收款項*	—	—	—	35,149	35,149	
預付款項、其他應收款項 及其他資產—正常** . . .	27,668	—	—	—	27,668	
現金及現金等價物	104,261	—	—	—	104,261	
受限制現金	515	—	—	—	515	
總計	132,444	—	—	35,149	167,593	

附 錄 一

會 計 師 報 告

截至2025年9月30日	12個月預期	全期預期信用損失				總計
	信用損失					
	第一階段	第二階段	第三階段	簡化方法		
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	
貿易應收款項*	—	—	—	48,896	48,896	
預付款項、其他應收款項 及其他資產—正常** . . .	15,753	—	—	—	15,753	
現金及現金等價物	161,587	—	—	—	161,587	
受限制現金	438	—	—	—	438	
總計	177,778	—	—	48,896	226,674	

* 對於 貴集團採用簡化減值方法處理的貿易應收款項，相關資訊已根據撥備矩陣於歷史財務資料附註18中披露。

** 當計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產並無逾期且並無資料表明自初始確認以來金融資產的信用風險顯著增加時，該等金融資產的信貸質素被視為「正常」。否則，金融資產的信貸質素被視為「可疑」。

有關 貴集團因貿易應收款項所產生之信用風險承擔之進一步量化數據，已於歷史財務資料附註18披露。

流動性風險

在管理流動性風險時， 貴集團監控並維持其管理層認為足以資助營運及減輕現金流量波動影響的現金及現金等價物水平。

貴集團於各有關期間末及2025年9月30日之金融負債到期結構(基於合約未折現付款)如下：

	截至2023年12月31日			
	1年內	1至5年	超過5年	總計
	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	102,508	—	—	102,508
計入其他應付款項及應計 費用的金融負債	121,707	—	—	121,707
租賃負債	10,824	20,873	3,995	35,692
計息銀行借款	<u>66,134</u>	<u>11,589</u>	<u>12,258</u>	<u>89,981</u>
總計	<u>301,173</u>	<u>32,462</u>	<u>16,253</u>	<u>349,888</u>

附 錄 一

會 計 師 報 告

	截至2024年12月31日			
	1年內	1至5年	超過5年	總計
	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	163,779	—	—	163,779
計入其他應付款項及應計				
費用的金融負債	105,966	—	—	105,966
租賃負債	9,190	19,563	571	29,324
計息銀行借款	69,293	15,965	15,279	100,537
總計	348,228	35,528	15,850	399,606
	截至2025年9月30日			
	1年內	1至5年	超過5年	總計
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
貿易應付款項	211,827	—	—	211,827
計入其他應付款項及應計				
費用的金融負債	26,162	—	—	26,162
租賃負債	10,276	16,932	—	27,208
計息銀行借款	73,161	15,669	12,462	101,292
總計	321,426	32,601	12,462	366,489

資本管理

貴集團資本管理的主要目標為保障 貴集團持續經營及維持穩健的資本比率的能力，以支持其業務並使股東價值最大化。

貴集團透過定期檢討資本架構監控資本狀況。檢討過程中， 貴集團會評估資本成本及已發行股本相關風險。 貴集團或會對派付予股東的股息、股東資本回報、發行新股或回購 貴公司股份作出調整。

附 錄 一

會 計 師 報 告

貴集團採用負債比率（即負債總額除以總資產）監控資本狀況。各有關期間末及2025年9月30日之負債比率如下：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
負債總額	<u>390,681</u>	<u>485,067</u>	<u>500,122</u>
總資產	<u>396,448</u>	<u>574,866</u>	<u>739,813</u>
負債比率	<u>99%</u>	<u>84%</u>	<u>68%</u>

37. 有關期間後事項

- (a) 於2025年12月12日，貴公司轉換為股份有限公司，註冊資本為人民幣19,961,213元，分為19,961,213股，每股面值為人民幣1元。
- (b) 於2026年1月，六名[編纂]投資者以總現金代價約人民幣205百萬元認購貴公司額外股本人民幣1,023,006元（相當於1,023,006股每股面值人民幣1元的新股份），因此註冊資本增加至人民幣20,984,219元。
- (c) 根據2026年1月7日舉行之股東大會批准，緊接[編纂]前，貴公司每股面值人民幣1.00元的股份將拆細為五股每股面值人民幣0.20元的股份。

38. 後續財務報表

貴公司、貴集團或其子公司並無就2025年9月30日後任何期間編製經審核財務報表。

附 錄 二

未 經 審 計 的 [編 纂] 財 務 資 料

[編 纂]

附 錄 二

未 經 審 計 的 [編 纂] 財 務 資 料

[編 纂]

附 錄 二

未 經 審 計 的 [編 纂] 財 務 資 料

[編 纂]

附 錄 二

未 經 審 計 的 [編 纂] 財 務 資 料

[編 纂]

附 錄 二

未 經 審 計 的 [編 纂] 財 務 資 料

[編 纂]

附錄三

公司章程概要

本附錄主要為投資者提供《公司章程》的概覽。以下資料僅為摘要，並非對投資者可能重要的詳盡資料。

股份與註冊資本

本公司股份應以透明、公平、平等方式發行，每股股份與同類股份享有同等權益。同時發行之同類股份應以相同條件及每股價格發行；任何個人認購股份時應支付相同之每股價格。

本公司發行之國內未上市股份應集中於國內證券登記結算機構辦理登記備存。本公司發行之H股股份可依法律、證券監管規則及股份上市地證券登記備存機構之要求，由託管公司保管。

本公司股份面值為每股人民幣0.0625元。本公司發行之股份均以人民幣計價。

股份增發、回購及轉讓

股份增減

本公司得經股東大會決議，依營運及發展需要並符合法律及法規規定，採取下列方式增資：

- (1) 向不特定對象發行股份；
- (2) 向特定對象發行股份；
- (3) 向現有股東配發紅股；
- (4) 將普通儲備金轉換為額外股本；
- (5) 法律、行政法規及相關監管機構（如中國證券監督管理委員會（證監會）、香港證券交易所或本公司股份上市地的證券監管機構）所規定的其他方式。

公司辦理減資時，應編製資產負債表及資產清單。公司應於股東大會決議減資之日起十日內通知債權人，並於30日內依公司股份上市地證券監管規則，於報章（或全國企業信用資訊公報系統）、香港證券交易所網站(www.hkexnews.hk)及公司官

方網站公告。債權人有權於接獲通知之日起30日內，或未接獲通知則自公告之日起45日內，要求本公司清償債務或提供相應擔保。

股份回購

除下列任一情況外，本公司不得收購本公司股份：

- (1) 減少本公司註冊資本；
- (2) 與持有本公司股份之其他公司合併；
- (3) 將股份用於員工持股計劃或股權激勵計劃；
- (4) 股東因反對股東大會所決議之公司合併或分拆案，請求公司買回其股份；
- (5) 將股份轉換為本公司發行之可轉換為股票之公司債；
- (6) 為維護公司價值及股東權益所必需；
- (7) 其他經本公司股份上市所在地之證券監管機構法規及規則許可之情況。

當本公司基於上述第(3)、(5)及(6)項所述情況取得本公司股份時，應透過公開集中交易方式進行。當本公司基於上述第(1)及(2)項所述情況取得本公司股份時，須經股東大會決議通過。本公司基於上述第(3)、(5)及(6)項所列情況取得本公司股份時，須依《公司章程》條款或經股東大會授權，由出席董事會之三分之二以上董事決議，惟須符合本公司股份上市所在地之適用證券監管規則。本公司收購公司股份時，須依照股份上市所在地監管機構之法律、法規及規則履行資訊披露義務。國內未上市股份部分，公司依上述規定收購後，根據第(1)項所指明之情況下，須於收購之日起十日內辦理註銷登記；根據第(2)及(4)項所指情況下，股份須於六個月內轉讓或註銷登記；根據第(3)、(5)及(6)項所指情況下，本公司持有的本公司股份總數不得超過本公司已發行股份總數的10%，並須於三年內轉讓或註銷登記。倘本公司股份上市地的法律、法規及證券監管機構對股份回購涉及的相關事項另有規定，則以該等規定為準。

附錄三

公司章程概要

本公司得透過公開集中交易或其他經法律、行政法規、中國證券監督管理委員會及本公司股份上市證券監管機構核准之方式取得本公司股份。

股份轉讓

在[編纂]股份之前，由本公司發行的股份，自本公司股份在證券交易所[編纂]之日起一年內不得轉讓。

本公司董事及高級管理人員應向本公司申報其持有本公司股份及變動情況。在其任職期間(以獲委任時確定之任期為準)，每年轉讓之股份不得超過其持有本公司同類股份總數之25%。本公司股份自[編纂]之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內亦不得轉讓其所持本公司股份。若法律、法規、中國證監會及／或本公司股份[編纂]地之上市規則對本公司股份轉讓設有限制，則以該等規定為準。

倘任何持有本公司5%或以上股份之股東、董事或高級管理人員於收購日期起計六個月內出售其所持有之任何股份或其他權益證券，或於出售日期起計六個月內收購股份，則由此產生之收益應屬於本公司，並由本公司董事會收回。惟證券公司因[編纂]後購入剩餘股份而持有超過5%股份，以及中國證監會規定之其他情況，不在此限。倘本公司股份[編纂]地之上市規則另有規定，則以該等規定為準。前段所述董事、高級管理人員及自然人股東持有的股份或其他權益證券，應包括其配偶、父母、子女及透過他人帳戶持有的股份或其他權益證券。若本公司董事會未遵守本條規定，股東有權要求董事會於30日內執行該規定。若本公司董事會未能於前述期限內執行，股東有權以自身名義直接向人民法院提起訴訟，以維護本公司權益。若本公司董事會違反本條規定，負責董事應依法承擔連帶責任。

股東與股東大會

股東

本公司應依據證券存管結算機構提供的憑證設立股東名冊，該股東名冊即為股東持有公司股份之充分憑證。股東應依其持有股份之類別，享有相應權利並承擔相應義務。

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

本公司股東享有下列權利：

- (1) 於股東大會上發言及投票，惟根據香港證券交易所《上市規則》之規定須就特定事項放棄投票者除外；
- (2) 根據其持有的股份數目享有股息及其他形式的利益分配；
- (3) 依法要求召開、主持、出席股東大會，或委任股東代表出席，並行使相應發言及表決權；
- (4) 監督本公司營運並提出建議或質詢；
- (5) 依據法律、行政法規及《公司章程》轉讓、贈與或質押其所持股份；
- (6) 查閱及複製《公司章程》、股東名冊、股東大會議事錄、董事會決議及財務會計報告；符合條件之股東得查閱本公司會計帳簿及會計憑證。
- (7) 本公司解散清算時，按其持股比例參與公司剩餘資產分配；
- (8) 股東大會決議合併或分拆本公司時，持不同意見之股東得要求本公司買回其股份；
- (9) 查閱香港分冊的股東名冊，但本公司可根據等同於《公司條例》(第622章)第632條的條款關閉該名冊；
- (10) 法律、行政法規、部門規章、本公司股份上市地點之證券監管規則或本公司之《公司章程》所規定之其他權利。

若本公司股東大會或董事會之決議違反法律或行政法規，股東得請求人民法院認定該決議無效。若股東大會或董事會之召開程序、表決方式違反法律、行政法規或《公司章程》之規定，或決議內容違反本公司之《公司章程》條款，股東得於決議通過之日起60日內，向人民法院請求撤銷該決議；但召開股東大會或董事會之程序、表決方式僅有輕微瑕疵，且不影響決議之重大性者，不在此限。

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

本公司股東負有下列義務：

- (1) 遵守法律、行政法規及《公司章程》；
- (2) 依據認購股份及認購方式繳納股本；
- (3) 除法律及法規規定之情況外，不得撤回股份認購；
- (4) 不得濫用股東權利損害公司或其他股東權益；不得濫用公司法人獨立地位及股東有限責任損害公司債權人權益；
- (5) 其他依法律、行政法規、《公司章程及》本公司股份上市所在地證券監管規則規定之義務。

股東大會之一般要求

股東大會為本公司之權力機關，依法行使下列職權：

- (1) 決定公司之業務方針與投資計劃；
- (2) 選舉及罷免董事，並決定董事酬金；
- (3) 審議及批准董事會報告；
- (4) 審議及批准公司年度財務預算方案與決算方案；
- (5) 審議及批准公司利潤分配方案與虧損彌補方案；
- (6) 決議公司註冊資本之增減；
- (7) 決議公司發行公司債事宜；
- (8) 決議公司合併、分拆、解散、清算或變更公司組織形式；
- (9) 修訂《公司章程》；
- (10) 決議委任、解聘及核定負責本公司會計查核之會計師事務所之酬金；
- (11) 審議及批准《公司章程》第47條規定之保證事項及第48條規定之交易；

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

- (12) 考慮本公司於連續十二個月期間內累計之重大資產收購或出售，已達或超過本公司最近期經審計總資產之30%；
- (13) 審議及批准本公司與關連人士(本公司提供擔保除外)之間金額超過人民幣30百萬元且佔本公司最近期經審計總資產絕對值5%以上的關連交易；
- (14) 審議股份激勵計劃及員工持股計劃；
- (15) 審議及批准募集資金用途之變更；
- (16) 審議其他應由股東大會決定之事項，惟須符合法律、行政法規、部門規章、《公司章程》或公司股份上市地點之證券監管規則。

下列本公司外部擔保須經股東大會審議及批准：

- (1) 任何單筆擔保金額超過公司最近期經審計淨資產10%之擔保；
- (2) 當本公司及其受控子公司提供之擔保總額超過本公司最近期經審計淨資產之50%後所提供之任何擔保；
- (3) 對資產負債比率超過70%之對象提供之擔保；
- (4) 擔保金額超過公司最近期經審計總資產之50%，且連續十二個月內絕對金額超過人民幣50百萬元；
- (5) 連續十二個月內擔保金額超過公司最近期經審計總資產之30%；
- (6) 向股東、實際控制人及其關聯方提供的任何擔保；
- (7) 其他經主管機關或《公司章程》規定之保證情況。

凡發生下列任一情況時，本公司應於該情況發生之日起兩個月內召開臨時股東大會：

- (1) 董事人數少於公司法規定之數或《公司章程》規定數之三分之二；
- (2) 本公司未彌補虧損達實繳資本額三分之一時；

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

- (3) 經持有本公司股份總數10%以上之股東個別或共同要求召開；
- (4) 董事會認為有必要時；
- (5) 監事會提議召開時；
- (6) 法律、行政法規、部會規範或《公司章程》規定之其他情況。

股東大會之召開

董事會應依法律規定召開股東大會，並由董事長主持會議。

獨立董事有權以書面形式向董事會提議召開臨時股東大會。對於獨立董事提議召開臨時股東大會之事項，董事會應依法律、行政法規及《公司章程》，於收到提議後十日內以書面形式作出回應，表明是否同意召開臨時股東大會。若董事會同意召開股東特別大會，應於決議通過後五日內發佈股東大會召開通知；若不同意召開股東特別大會，應說明理由並予以公告。

審計委員會應以書面形式向董事會提議召開臨時股東大會。董事會應於收到提議後十日內，依據法律、行政法規及《公司章程》，以書面形式回覆是否同意召開臨時股東大會。若董事會同意召開股東特別大會，應於決議通過後五日內發出股東大會召開通知，且通知中對原提案之修改須經審計委員會同意。若董事會不同意召開臨時股東大會，或於收到提案後十日內未予回應，則視為董事會無法履行或未履行召開股東大會之職責，審計委員會得自行召開並主持會議。

個別或集體持有本公司股份超過10%之股東，有權以書面要求董事會召開股東特別大會。董事會應於接獲要求後十日內，依照法律、行政法規及《公司章程》之規定，以書面答覆是否同意召開股東特別大會。若董事會同意召開股東特別大會，應於決議後五日內發出股東大會召開通知，且須就通知中對原請求所作之變更與相關股東達成共識。若董事會不同意召開臨時股東大會，或於收到請求後十日內未予回

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

應，持有本公司股份總數逾10%之股東，得個別或共同以書面形式向審計委員會提請召開臨時股東大會。

審計委員會同意召開臨時股東大會時，應於接獲請求後五日內發出召開股東大會之通知，且應就通知中對原請求之變更與相關股東達成共識。審計委員會未於法定期限內發出股東大會通知時，應視為未召開或主持股東大會，凡單獨或共同持有本公司股份超過10%且連續持有超過90日的股東，得自行召開並主持會議。

股東大會通知

召集人將於股東週年大會舉行前21日以公告方式通知股東；至於股東特別大會，則將於會議舉行前15日以公告方式通知股東。計算起算期間時，本公司將不包括會議當日。股東大會通告須以符合法律、行政法規、香港證券交易所《上市規則》、本公司股份上市地之證券監管規則及《公司章程》之方式向股東發出。

股東大會通知應載明下列事項：

- (1) 會議時間、地點及持續時間；
- (2) 提交會議審議之事項及提案；
- (3) 以顯著字體說明：全體股東均有權出席股東大會，並可書面委託代理人出席會議及參與表決。股東之代理人無須為本公司股東；
- (4) 享有出席股東大會權利之股東之股權登記日期；
- (5) 會議事務常駐聯絡人之姓名及電話號碼；
- (6) 線上或其他方式的投票時間及投票程序。

所有提案之具體內容應於股東大會通知及補充通知中完整披露。

股東大會提案

提案內容應屬股東大會職權範圍，主題明確且決議事項具體，並符合法律、行政法規、本公司股份上市所在地證券監管規則及《公司章程》之相關規定。

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

當本公司召開股東大會時，董事會、審計委員會及個別或共同持有本公司股份超過3%之股東，均有權向本公司提出議案。

個別或集體持有本公司3%或以上股份之股東，可提出臨時議案，並於股東大會召開前十日以書面形式提交予召集人。召集人應於收到提案後兩日內發佈股東大會補充通知，公告臨時提案內容，且該臨時提案應提交股東大會審議，除非該臨時提案違反任何法律、行政法規或《公司章程》，或不屬於股東大會職權範圍。

除前段規定之情況外，召集人不得於股東大會通知發佈後變更該通知所載之議案，亦不得增列新議案。

未載列於股東大會通告內或不符合《公司章程》規定之議案，股東大會不得表決及作出決議。

股東大會之授權

股東得親自出席股東大會，或委託代理人代為出席及表決。每位股東均有權委任代理人，惟代理人無須為本公司股東。代理人得依股東委託行使下列權利：

- (1) 股東於股東大會發言之權利；
- (2) 個別或與他人共同要求以投票方式表決；
- (3) 除非相關法律、行政法規、香港證券交易所《上市規則》或本公司股份上市地的其他證券監管規則另有規定，否則應以舉手或投票方式行使投票權。

若個別股東親自出席會議，應出示其身份證或其他有效文件或證明以供核驗身份；若股東授權代理人代為出席會議，該代理人應出示其本人有效身份證及股東簽發之授權書。

法人股東應由其法定代表人或法定代表人委託之代理人出席會議。法定代表人出席會議時，應出示其身份證件及證明其法定代表人資格之有效證明文件；若委派代理人出席會議，該代理人須出示其身份證明文件及由法人股東單位的法定代表人根據香港不時生效的相關法規或本公司股份上市地的證券監管規則所訂明的法律規

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

定簽發的書面授權書(但股東為認可結算所或其代理人(下稱「認可結算所」)時除外)。

倘股東為認可結算所(或其代理人)，該認可結算所可授權其認為合適的一名或多名人士作為其代表出席任何股東大會或任何債權人會議；惟倘授權超過一名人士，該授權書應註明每名獲授權人士所代表的股份數目及類別。獲授權人士可代表認可結算所行使權利(無須出示持股證明書，惟須出示經公證的授權書及／或進一步證據，以證實其獲正式授權)，猶如該人士為本公司個別股東一樣。

股東委託他人出席股東大會所簽發之授權書，應載明下列事項：

- (1) 代理人之姓名；
- (2) 代理人代表之股份數額；
- (3) 是否具有表決權；
- (4) 股東之具體指示，包括對股東大會議程所列各項議題之贊成、反對或棄權投票指示。股東未作具體指示時，應聲明代理人得自行決定投票方式；
- (5) 授權書之簽發日期及有效期限。
- (6) 委託人之簽名(或印章)。若委託人為法人股東，應加蓋該法人實體之印章；若委託人為合夥企業股東，應加蓋該合夥企業之印章。

股東大會表決

股東大會決議分為普通決議與特別決議。

股東大會之普通決議，應以出席股東大會之股東(包括股東之代理人)所持表決權過半數通過。

股東大會所作之特別決議，須經出席股東大會之股東(包括股東之代理人)所持表決權三分之二以上通過。

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

下列事項應經股東大會以普通決議通過：

- (1) 董事會工作報告；
- (2) 董事會擬定之盈餘分配方案及虧損彌補方案；
- (3) 董事會成員之委任、解任及其薪酬與支付方式；
- (4) 本公司年度預算方案及年度決算方案；
- (5) 本公司之年度報告；
- (6) 其他依法律、行政法規、本公司股份上市所在地證券監管規則或《公司章程》規定須經特別決議通過之事項。

下列事項應經股東大會特別決議通過：

- (1) 公司增加或減少註冊資本；
- (2) 公司之分拆、剝離、合併、解散及清算；
- (3) 修訂《公司章程》；
- (4) 公司於一年內購入或出售重大資產，或提供予他人的擔保金額超過公司最近期經審計總資產之30%；
- (5) 股權激勵計劃；
- (6) 其他依法律、行政法規、本公司股份上市所在地證券監管規則或《公司章程》規定，以及經股東大會以普通決議案認定對本公司有重大影響而須經特別決議案通過之事項。

股東（包括股東之代理人）根據其所代表之有表決權股份數目行使表決權，每股股份均有權投一票。惟本公司持有之本公司股份不具表決權，該等股份不計入出席股東所持之有表決權股份總數。

當股東大會審議影響中小型投資者權益之重大事項時，中小型投資者的投票應分開計算。分開計算的投票結果應及時向公眾披露。

本公司持有的本公司股份不具表決權，該等股份不計入出席股東所持表決權股份總數。

附錄三

公司章程概要

根據適用法律法規及香港證券交易所《上市規則》，倘任何股東須放棄對某項決議案的表決權，或任何股東被限制投票贊成(或反對)某項決議案，則該等股東或其代表違反相關規定或限制所投之票數，均不得計入具表決權股份總數內。

倘股東違反《證券法》第63條第一項及第二項規定，購入本公司具表決權股份時，超過規定比例之股份於購入後36個月內不得行使表決權，且不計入股東大會具表決權股份總數。

董事會、獨立董事及持有超過1%表決權股份之股東或依法律、行政法規或證監會規定設立之投資者保護機構，得徵求股東表決權。徵求股東表決權時，應向被徵求者充分披露具體表決意向及其他相關資訊，禁止以有償或變相有償方式向股東徵求表決權。除法定情況外，本公司不得對徵求表決權設最低持股比例限制。

董事與董事會

董事

董事由股東大會選舉或改選產生。董事任期為三年。任期屆滿後，董事得連選連任。獨立非執行董事任期屆滿後得連選連任，但其連續任職年限不得超過九年。若需繼續任職，董事會應向股東大會提交獨立提案審議，並說明連任理由。

董事任期自就任之日起算，至現屆董事會任期屆滿為止。若董事任期屆滿而未及時改選，在改選之董事就任前，原董事仍應依法律、行政法規、部門規章及《公司章程》之規定履行董事職務。董事得於任期屆滿前辭職。董事辭職應以書面形式提交董事會。董事會應於兩個交易日內披露有關情況。倘董事辭任導致本公司董事會成員人數低於法定最低人數，原董事應繼續依法律、行政法規、部門規章、本公司股份上市所在地之證券監管規則及本公司章程規定履行董事職責，直至新選任董事就任為止。

高級管理人員可兼任董事職務，惟兼任高級管理人員之董事總數不得超過本公司全體董事人數之半數。

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

本公司董事會應設一名員工代表董事，由本公司員工透過員工代表會議或其他形式民主選舉產生。

董事會主席

本公司董事會設有主席一名。董事會主席須由過半數董事投票選出。

董事會主席行使下列職能與權力：

- (1) 主持股東大會，並召開及主持董事會會議；
- (2) 監督及檢查董事會決議之執行情況；
- (3) 簽署公司股票、公司債、其他有價證券及重要董事會文件；
- (4) 遇天災等不可抗力緊急狀況時，得依法規及公司利益對公司事務行使特別處置權，事後向公司董事會及股東大會報告；
- (5) 董事會授予之其他權限。

若董事會主席無法或未能履行其職責，過半數董事應共同推選一名董事履行該等職責。

董事會

董事會由九名董事組成，包括三名獨立非執行董事及一名僱員代表董事。

董事會行使下列職權：

- (1) 召開股東大會並向股東大會報告工作；
- (2) 執行股東大會決議；
- (3) 制定公司業務計劃與投資計劃；
- (4) 擬定公司年度財務預算方案及年度決算方案；
- (5) 擬定公司之利潤分配方案及虧損彌補方案；
- (6) 擬定公司增減註冊資本、發行債券或其他證券及上市之計劃；

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

- (7) 擬定公司重大收購案、公司收購公司股份、或公司合併、分拆、解散及變更公司形式之計劃；
- (8) 決定不符合本《公司章程》第47條規定應經股東大會審議之外部擔保事項；
- (9) 決定本章程第112條規定之交易事項；
- (10) 決定公司內部管理架構的設立；
- (11) 決定公司經理、董事會秘書及其他高級管理人員之任免，並決定其薪酬、獎勵及懲處；根據經理提名決定公司副經理、財務總監及其他高級管理人員之任免，並決定其薪酬、獎勵及懲處事宜。
- (12) 任免證券代表及審計部門主管；
- (13) 制定公司基本管理制度；
- (14) 擬定章程修正草案；
- (15) 管理公司資訊披露事宜；
- (16) 向股東大會提議委任或解任本公司會計師事務所；
- (17) 聽取公司經理的工作報告並檢查其工作；
- (18) 制定並實施公司股權激勵計劃；
- (19) 向股東大會提出議案；
- (20) 法律、行政法規、部門規章、本公司股份上市所在地證券監管規則、《公司章程》或股東大會所賦予之其他職權。

任何超出股東大會授權範圍之事項，須提請股東大會審議。

董事會須每年至少召開兩次會議，由董事會主席召集。本條所述之董事會例會，應於會議召開前十(10)日以書面通知全體董事。

代表超過十分之一表決權之股東、超過三分之一之董事或審計委員會，得提議召開董事會臨時會議。董事會主席須於接獲提議後十日內召開並主持董事會會議。

附錄三

公司章程概要

董事會臨時會議的通知方式為：書面方式，包括親送、郵寄、傳真及電子郵件。通知期限為：會議召開前兩(2)日。遇特殊情況需緊急召開董事會臨時會議時，得隨時以電話或其他口頭方式發出會議通知，惟召集人應於會議中說明原因。

董事會會議應有過半數董事出席。董事會決議應經全體董事過半數贊成通過。外部擔保事項提交董事會審議時，須獲董事會會議出席董事三分之二以上贊成通過。關連交易相關事項須經非關連董事多數贊成通過。董事會決議表決採一人一票制。

與董事會會議所決議事項有關連之公司或個人有關連之董事，不得就該決議行使表決權，亦不得代其他董事行使表決權。董事會會議得於過半數無關聯董事出席時召開，且董事會決議須經過半數無關聯董事通過。若出席董事會之無關聯董事人數少於三名，該事項須提交股東大會審議。

董事會會議須由董事親自出席；若董事因故無法出席，得書面授權其他董事代為出席。授權書須載明受委任之代理人姓名、委任事項、授權範圍及有效期間，並須由委託人簽署或蓋章。受委任出席會議之董事，須於授權範圍內行使董事權利。董事未出席董事會會議或未委派代表出席者，應視為放棄於該會議之表決權。

董事會轄下審計委員會

本公司董事會已設立審計委員會，以行使《公司法》規定之監察人職權。

審計委員會由三名成員組成，均為本公司非高級管理職位的董事，其中包括兩名獨立董事，並由獨立董事中的會計專業人士擔任召集人。

審計委員會負責審查公司財務資訊及其披露事項，監督並評估內部與外部稽核及內部控制。下列事項經審計委員會全體成員過半數同意後，須提請董事會審議：

- (1) 於財務會計報告、定期報告及內部控制評估報告中披露財務資訊；
- (2) 委任或罷免承辦上市公司審計業務之會計師事務所；

附錄三

公司章程概要

- (3) 委任或罷免上市公司之財務總監；
- (4) 變更會計政策及會計估算，或因會計準則變更以外之原因更正重大會計錯誤；
- (5) 法律、行政法規、證監會規章、公司股份上市所在地證券監管規則及《公司章程》規定之其他事項。

審計委員會每季至少召開一次會議。經兩名以上委員提議，或召集人認為有必要時，得召開臨時會議。審計委員會會議須有三分之二以上委員出席始得開議。

董事會其他特別委員會

本公司董事會設立其他特別委員會，如策略委員會、提名委員會及薪酬與評估委員會，該等委員會須根據《公司章程》及董事會授權履行職責，其提案須提交董事會審議及決策。董事會負責制定各專責委員會的工作程序。各專責委員會的組成須符合法律、行政法規、部門規章、香港聯合交易所有限公司《上市規則》，以及本公司股份上市地的其他證券監管規則或相關監管機構所訂明的相關規定。

高級管理層

本公司設有一名經理、數名副經理、一名財務主管及一名董事會秘書，均由董事會任命或罷免。

公司經理任期三年，可連任。

該經理對董事會負責，並行使下列職權：

- (1) 主持本公司生產、經營及管理工作，組織實施董事會決議，並向董事會匯報工作；
- (2) 組織並執行本公司的年度業務計劃與投資計劃；
- (3) 擬定本公司內部管理組織架構之設立方案；
- (4) 制定本公司基本管理制度；
- (5) 制定本公司具體規章；
- (6) 向董事會提議任命或解聘本公司副經理、財務主管；

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

(7) 決定除應由董事會任免者外之管理人員任免事宜；

(8) 提議召開董事會臨時會議；

(9) 《公司章程》或董事會授予之其他權力。

經理出席董事會會議。

依法律、行政法規及本公司之公司章程規定，不屬股東大會及董事會審議決議事項者，由經理決定。經理須就公司日常營運事項作出決定。

董事及本公司高級管理人員之資格與義務

凡有下列任一情況者，不得擔任本公司董事或高階管理人員：

- (1) 無民事行為能力或限制行為能力；
- (2) 若因犯有刑事罪行，包括貪污、賄賂、侵佔物業或破壞社會主義市場經濟秩序等罪行而被判刑，且因該罪行被剝奪政治權利，其執行期限尚未屆滿超過五年，且該人因犯有其他罪行被判處緩刑，自緩刑期滿之日起未滿兩年；
- (3) 擔任公司或企業之董事、廠長或經理期間，該公司或企業進入破產清算程序，且本人須為該公司或企業破產負個人責任，自該公司或企業破產清算程序完成之日起未滿三年；
- (4) 擔任因非法活動而遭吊銷營業執照或勒令停業之公司或企業的法定代表人，且須承擔個人責任，且該公司或企業自其營業執照遭吊銷或勒令停業之日起未超過三年；
- (5) 因欠繳較大數額債務未予清償，被人民法院列入失信主體名單，並執行強制執行措施；
- (6) 由中國證監會採取禁止進入證券市場的措施，且該期限尚未屆滿；
- (7) 根據本公司股份上市地之證券監管規則，被認定為不適任上市公司董事、高級管理人員等職務，且該認定之有效期限尚未屆滿；

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

- (8) 其他依本公司股份上市所在地之法律、行政法規、部門規章或證券監管規則規定之內容。

倘任何持有本公司5%或以上股份的股東、董事或高級管理人員於收購日期起計六個月內出售其所持有的任何股份或其他股本證券，或於出售日期起計六個月內收購股份，則由此產生的收益應歸於本公司，並由本公司董事會收回。惟證券公司因包銷後購入餘股而持有超過5%股份，以及中國證監會規定的其他情況除外。倘本公司股份上市地的上市規則載有任何其他規定，則以該等規定為準。

財務會計制度

本公司依據法律、行政法規、股份上市所在地證券監管機構的規章以及國家相關部門的規定製定財務會計制度。

本公司於會計年度結束後四個月內編製年度財務會計報告，並於會計年度首六個月結束後兩個月內編製中期財務會計報告。

前述財務會計報告乃依照相關法律、行政法規、中國證券監督管理委員會及其他證券監管機構之規定，於本公司股份上市所在地編製及公佈。

除法定會計帳簿外，本公司不另行設置其他會計帳簿。本公司資產不存放於任何個人名義開設之帳戶。

本公司年內分配稅後利潤時，應提撥利潤10%充作法定儲備金。法定儲備金累計金額超過公司註冊資本50%時，不得再提撥。

若法定儲備金不足以彌補過往年度虧損時，應先動用當年度利潤彌補虧損，再依前段規定動用法定儲備金。

公司從稅後利潤中提撥法定儲備金後，經股東大會決議，亦可從稅後利潤中提撥酌情儲備金。

公司彌補虧損及提撥儲備金後之剩餘稅後盈餘，應按股東持股比例分配。

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

若股東大會違反《公司法》規定向股東分配利潤，股東應將違規分配之利潤返還公司。若因此造成公司損失，股東及負有責任之董事與高級管理人員應承擔賠償責任。

本公司持有的本公司股份不參與利潤分配。

本公司應在香港為H股股東委任一名或多名收款代理人。收款代理人應代相關H股股東收取及保管本公司就H股所派發的股息及其他應付款項，並向該等H股股東付款。本公司委任的收款代理人應遵守本公司股份上市地的法律、法規及證券監管規則的要求。

公司的儲備金用於彌補公司虧損、擴充公司生產經營規模或增加公司註冊資本。但資本公積不得用於彌補公司虧損。

當法定儲備金轉增為註冊資本時，轉增後的剩餘儲備金不得少於轉增前公司註冊資本之25%。

內部稽核

本公司實施內部稽核制度，設置專職稽核人員，對公司財務收支及經濟活動進行內部稽核監督。公司內部稽核制度及稽核人員職責須經董事會核准後實施。稽核部門主管對董事會負責並向其報告。

會計師事務所之委任

本公司聘請符合《證券法》規定之會計師事務所，進行會計報表查核、淨資產查核及其他相關諮詢服務。委任期間為一年，並得續聘。

本公司委任及解聘會計師事務所，應經審計委員會全體成員過半數同意後，提請董事會審議，並由股東大會決議。未經股東大會決議前，董事會不得委任會計師事務所。

本公司保證向受聘會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計帳簿、財務會計報告及其他會計資訊，不得拒絕、隱瞞或作出虛假陳述。

合併、分拆、增資與減資

公司合併可採取吸收合併或新設合併之形式。

附錄三

公司章程概要

當一家公司吸收其他公司時，稱為吸收合併，被吸收的公司隨之解散。兩家或多家公司合併以成立新公司，則屬新設立合併，合併各方公司均告解散。

公司進行合併時，合併各方須簽訂合併協議，並編製資產負債表及物業清單。公司應於作出合併決議之日起十日內通知債權人，並須根據公司股份上市地的證券監管規則，於30日內在報章（或全國企業信用資訊公報系統）、香港證券交易所HKEXnews網站(www.hkexnews.hk)及公司官方網站刊登公告。

債權人可於接獲通知之日起30日內，或未接獲通知時自公告之日起45日內，要求本公司清償債務或提供相應擔保。

若本公司進行合併，合併各方之債權與債務應由存續公司或新設立公司於合併後繼承。

若本公司進行分拆，其物業應按比例分配。

倘本公司進行分拆，須編製資產負債表及物業清單。本公司須於作出分拆決議之日起十日內通知其債權人，並須根據公司股份上市地的證券監管規則，於30日內在報章（或全國企業信用資訊公報系統）及香港證券交易所的HKEXnews網站(www.hkexnews.hk)以及本公司官方網站作出公告。

公司分拆前所負之債務，應由分拆後各公司連帶承擔。惟公司與債權人於分拆前就債務清償訂立書面協議另有約定者不在此限。

公司如需減少註冊資本，必須編製資產負債表及物業清單。

本公司應於股東大會決議減少註冊資本之日起十日內通知債權人，並應於30日內根據本公司股份上市地點的證券監管規則，在報章（或全國企業信用資訊公報系統）、香港證券交易所的HKEXnews網站(www.hkexnews.hk)及本公司官方網站作出公告。債權人有權要求本公司於收到通知之日起30日內清償債務或提供相應擔保；若未收到通知，則可於公告之日起45日內提出要求。

公司減資後之註冊資本，除法律或本章程另有規定外，不得低於法定最低限額。

附 錄 三

公 司 章 程 概 要

倘本公司因合併或分拆而登記事項變更，須依法向公司登記機關辦理變更登記；公司解散時，應依法辦理公司註銷登記；新公司設立時，應依法辦理設立登記。

公司增加或減少其註冊資本時，應依法向公司登記機關申請變更登記。

解散與清算

本公司將因下列原因解散：

- (1) 《公司章程》規定之營業期間屆滿，或《公司章程》規定之其他解散事由發生；
- (2) 股東大會決議解散；
- (3) 因公司合併或分拆而須解散；
- (4) 依據法律規定，營業執照遭撤銷、勒令停業或註銷。
- (5) 若本公司遭遇經營管理上的嚴重困難，其存續將對股東權益造成重大損失，且無法透過其他方式解決時，持有公司全體股東10%以上表決權之股東，得請求人民法院解散本公司。

本公司發生上述解散事由時，應於十日內透過全國企業信用資訊公報系統公告解散事由。

清算期間，清算小組應行使下列職權：

- (1) 清算本公司物業，並分別編製資產負債表與物業清單；
- (2) 通知及公告債權人；
- (3) 處理本公司與清算相關之未了事項；
- (4) 繳納所欠稅款及清算過程中產生的稅款；
- (5) 清算債權與債務；
- (6) 於清償債務後分配本公司剩餘物業；

(7) 代表本公司參與民事訴訟活動。

清算小組須於成立之日起計十日內通知債權人，並須根據本公司股份上市地的證券監管規則，於60日內在報章（或全國企業信用資訊公佈系統）及香港證券交易所的HKExnews網站(www.hkexnews.hk)刊登公告。債權人應於接獲通知之日起30日內，或未接獲通知時自公告之日起45日內，向清算小組申報其債權。

債權人申報債權時，須說明債權相關事項並提供證明文件。清算小組應辦理債權登記。

在申報債權期間，清算小組不得與債權人進行清償。

清算小組在完成公司資產清算、編製資產負債表及物業清單後，須擬定清算方案，提交股東大會或人民法院確認。

本公司之物業乃指支付清算費用、員工薪資、社會保險費及法定補償金、繳納應納稅款、清償公司債務後之剩餘物業，本公司應按股東持股比例分配剩餘物業。

清算期間，本公司繼續存在，但不得從事與清算無關之營業活動。公司物業在依前項規定清算完畢前，不得分配予股東。

在清點本公司物業並編製資產負債表及物業清單後，若清算小組發現公司物業不足以清償債務，須依法向人民法院申請破產清算。

人民法院受理破產申請後，清算小組須將清算事項移交人民法院指定的破產管理人。

公司清算結束後，清算小組須編製清算報告，提交股東大會或人民法院核定，並向公司登記機關申請註銷公司登記。

《公司章程》修訂

公司於下列任一情況發生時，須修訂《公司章程》：

- (1) 《公司法》或相關法律、行政法規、《公司章程》規定事項與修訂後的法律、行政法規或公司股票上市所在地證券監管規則相抵觸時；
- (2) 本公司狀況發生變更，與《公司章程》記載事項不符；
- (3) 股東大會決議修訂《公司章程》。

股東大會決議通過之《公司章程》修正案，如得經主管機關審查核准者，須向主管機關申請核准；如涉及公司登記事項，應依法辦理登記。

董事會根據股東大會決議修訂《公司章程》，並經相關主管機關核准後，修訂章程細則。

《公司章程》修正案乃按法規規定披露之資訊，須依規定公告。

附錄四

法定和一般資料

A. 關於本集團的更多信息

1. 公司註冊

本公司於2018年6月21日在中華人民共和國註冊成立為有限責任公司，並於2025年12月12日日依據中國法律轉換為股份有限公司。緊接在完成股份拆細及[編纂]之前，本公司股本為人民幣20,984,219元。緊接[編纂]前，本公司每股面值人民幣1.00元的股份將拆細為五股每股面值人民幣0.20元的股份，且本公司將擁有104,921,095股股份，每股面值為人民幣0.20元。[編纂]（假設[編纂]未獲行使），本公司將擁有：[編纂]股H股。

本公司在香港的主要營業地點位於香港銅鑼灣希慎道33號利園一期19樓1917室。本公司已於[●]月[●]日根據公司條例第16部註冊為非香港公司。莊運啟女士已被委任為本公司在香港接受法律文書送達的授權代表。法律文書送達地址為香港銅鑼灣希慎道33號利園一期19樓1917室。

本公司於中國註冊成立，其營運須遵守中國相關法律及法規。中國相關法律及法規與組織章程細則的摘要分別載於本文件「監管概覽」。

2. 股份變動情況

2018年6月21日，本公司根據中國法律成立為有限責任公司，初始註冊資本為人民幣5百萬元。

本公司股份在截至本文件日期前兩年內的變動情況如下：

2024年1月4日，本公司註冊資本由人民幣10,000,000元增至人民幣15,000,000元。

2025年8月29日，本公司註冊資本由人民幣15,000,000元增至人民幣19,961,213元。

2025年12月12日，本公司由有限責任公司變更為股份有限公司。

2026年1月5日，本公司註冊資本由人民幣19,961,213元增至人民幣20,959,268元。

2026年1月14日，本公司註冊資本由人民幣20,959,268元增至人民幣20,984,219元。

除上述披露事項外，本公司股份在本文件日期前兩年內未有變動。

附 錄 四

法 定 和 一 般 資 料

3. 附屬公司之股份變動情況

本公司附屬公司之公司資料概要及詳情載於本文件附錄一所載之會計師報告附註1。

下列附屬公司在本文件日期前兩年內註冊成立：

2024年4月23日，廣州禦光生物科技有限公司在中國廣東省註冊成立，註冊資本為人民幣1百萬元。

2025年8月6日，花物堂國際(香港)有限公司在香港註冊成立，註冊資本為0.5百萬港元。

2025年8月12日，花物堂國際(馬來西亞)私人有限公司在馬來西亞註冊成立，註冊資本為馬幣3000令吉。

2025年12月30日，LITTLE DREAM GARDEN GLOBAL COMPANY LIMITED於越南成立，註冊資本為1,318.9百萬越南盾。

除上述披露事項外，本公司各附屬公司之股份本文件日期前兩年內均未有變動。

4. 股東決議

於2026年1月15日，本公司股東通過決議案，其中包括，除其他事項外，在滿足(或如適用，豁免)「[編纂]架構—[編纂]條件」所載條件的前提下，並根據該等條款：

- (a) 緊接[編纂]前，本公司每股面值人民幣1.00元的股份將拆細為五股每股面值人民幣0.20元的股份。
- (b) 本公司發行每股面值人民幣0.20元的H股，該等H股將在香港聯合交易所[編纂]；
- (c) 擬發行的H股數量約佔本公司經[編纂]擴大後已發行股份總額的[編纂]%；
- (d) 授權董事會或其授權人士處理與[編纂]、H股發行及在香港聯合交易所[編纂]等事項有關的一切事宜；以及
- (e) 在完成[編纂]的前提下，有條件地通過修訂後的公司章程，而章程將於[編纂]生效。

附錄四

法定和一般資料

B. 關於本公司業務的進一步信息

1. 重大合同摘要

本公司於本文件日期前兩年內訂立下列合同（非日常業務中訂立的合同），該等合同現為或可能構成重大合同：

- (a) 於2025年12月31日，本公司、亓先生、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、濟南花之悅、海南花之效、珠海邦華、三亞軒邦、海南瑾妍、宿遷華泰、南京華泰、Discounter Seed HK、青島茂達、溫州源飛翼展簽訂之投資協議，據此：(i)宿遷華泰以69,999,834.02人民幣之代價認購本公司增資後註冊資本349,318人民幣；(ii)南京華泰以29,999,986.12人民幣代價認購本公司增資後註冊資本149,708人民幣；(iii)折扣種子香港以60,000,373.02人民幣代價認購本公司增資後股份資本299,418人民幣；(iv)青島茂達以24,999,854.84人民幣之代價認購本公司124,756人民幣之增資額；(v)溫州源飛翼展以15,000,193.45人民幣之代價認購本公司74,855人民幣之增資額。
- (b) 於2025年12月31日，本公司與亓先生、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、濟南花之悅、海南花之效、珠海邦華、三亞軒邦、海南瑾妍、宿遷華泰、南京華泰、Discounter Seed HK、青島茂達、溫州源飛翼展就本公司股東權利所簽訂之股東協議；
- (c) 本公司、亓先生、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、濟南花之悅、海南花之效、珠海邦華、三亞軒邦、海南瑾妍、宿遷華泰、南京華泰、Discounter Seed HK、青島茂達、溫州源飛翼展與上海房角石於2026年1月13日訂立的投資協議，據此，上海房角石認購本公司新增註冊資本人民幣24,951元，代價為人民幣4,999,930.89元。
- (d) 本公司、亓先生、珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、濟南花之悅、海南花之效、珠海邦華、三亞軒邦、海南瑾妍、宿遷華泰、南京華泰、Discounter Seed HK、青島茂達、溫州源飛翼展與上海房角石於2026年1月13日訂立的股東協議，內容有關股東於本公司的權利；

附錄四

法定和一般資料












(e) [編纂]；及

(f) [編纂]

2. 知識產權

商標

截至最後實際可行日期，本公司已註冊下列商標，並認為這些商標對我們的業務至關重要：

序號	註冊的商標	權利人	註冊編號	註冊地點
1		本公司	71485902	中國
2		本公司	68293567	中國
3		本公司	66382242	中國
4		本公司	63523105	中國
5		本公司	47012724	中國
6		本公司	46995408	中國
7		本公司	14064841	中國
8		本公司	14064267	中國
9		本公司	12377739	中國
10		本公司	60066571	中國
11		本公司	60067962	中國

附 錄 四

法 定 和 一 般 資 料

序 號	註 冊 的 商 標	權 利 人	註 冊 編 號	註 冊 地 點
12		亓 先生	14039129	中 國
13		亓 先生	27663555	中 國
14		亓 先生	15005212	中 國
15		亓 先生	63536417	中 國
16		亓 先生	27663546	中 國
17		亓 先生	58530489	中 國
18		亓 先生	58640774	中 國
19		亓 先生	60082004	中 國
20		亓 先生	61213726	中 國
21		亓 先生	66854534	中 國
22		亓 先生	71680721	中 國
23		亓 先生	82093605	中 國
24		亓 先生	82369262	中 國

註：本公司與亓先生已訂立商標轉讓協議，據此，亓先生同意將上述商標轉讓予本公司，有關轉讓註冊手續預期將於[編纂]前完成。

附錄四

法定和一般資料

截至最後實際可行日期，我們已申請註冊我們認為對我們的業務屬重大或可能屬重大的下列商標：

編號	申請的商標	註冊地點	類別	申請編號	申請日期
1.	Dream Garden	香港	3	306990436	2025年8月8日
2.		香港	3	306992768	2025年8月11日

版權

截至最後實際可行日期，本公司已註冊下列版權，並認為這些版權對我們的業務至關重要：

序號	作品名稱	權利人	註冊地點
1	護髮精油包裝盒(山茶青柚)形象標識	本公司	PRC
2	美白保濕香氛手膜包裝袋形象標識	本公司	PRC
3	護髮精油包裝盒(玫瑰白檀)形象標識	本公司	PRC
4	精油香氛護手霜形象標識	本公司	PRC
5	護髮精油系列產品形象標識	本公司	PRC
6	防曬圖形形象標識	本公司	PRC
7	田小花玩偶形象標識	本公司	PRC
8	中國身體皮膚洗護白皮書	本公司	PRC

附 錄 四

法 定 和 一 般 資 料

序 號	作 品 名 稱	權 利 人	註 冊 地 點
9	茉莉花形象標識	本公司	PRC
10	橙花形象標識	本公司	PRC
11	紅山茶形象標識	本公司	PRC
12	97Lab形象標識	本公司	PRC
13	97LAB形象標識	本公司	PRC
14	97實驗室形象標識	本公司	PRC
15	玫瑰花形象標識	本公司	PRC
16	半畝花田精油護手霜形象標識	本公司	PRC
17	半畝花田精油香氛手護禮盒 外盒形象標識	本公司	PRC
18	半畝花田精油香氛手護禮盒形象標識	本公司	PRC
19	黑峪香梨形象標識	本公司	PRC
20	泡泡洗髮水形象標識	本公司	PRC
21	香氛泡泡沐浴形象標識	本公司	PRC
22	以花悅膚形象標識	本公司	PRC
23	以花之名系列形象標識	本公司	PRC
24	花朵形象標識	本公司	PRC

附錄四

法定和一般資料

序號	作品名稱	權利人	註冊地點
25	花田精靈形象標識	本公司	PRC
26	西梅心選形象標識	本公司	PRC
27	瓶體雕花形象標識	本公司	PRC
28	貓爪形象標識	本公司	PRC
29	貓爪手臂形象標識	本公司	PRC
30	花卉集合形象標識	本公司	PRC
31	半畝花田之玫瑰	本公司	PRC
32	貓爪手套系列形象標識	本公司	PRC
33	半畝花田之櫻花	本公司	PRC
34	半畝花田之茉莉花	本公司	PRC

專利

截至最後實際可行日期，本公司已註冊下列專利，並認為這些專利對我們的業務具有或可能具有重大意義：

序號	發明名稱	權利人	註冊地點
1	A Peony Extract with Anti-Aging and Anti-Hair Loss Properties for the Scalp and Its Application (一種具有頭皮抗衰與防脫髮的牡丹提取物及應用)	濟南澤潤、山東花物堂 生物科技	PRC
2	Perfume Bottle (Thrilling Rose) (香水瓶(悸動玫瑰))	本公司	PRC
3	Packaging Bottle (Body Fragrance Lotion) (包裝瓶(爽身香體露))	本公司	PRC

附 錄 四

法 定 和 一 般 資 料

序 號	發 明 名 稱	權 利 人	註 冊 地 點
4	Packaging Bottle (Hydrosol Series Shampoo) (包裝瓶(純露系列洗髮水))	本公司	PRC
5	Packaging Box (Courtyard Moon and Laurel Shadows) (包裝盒(庭月桂影))	本公司	PRC
6	Packaging Box (Empty Valley Rain Jasmine) (包裝盒(空穀雨茉))	本公司	PRC
7	Packaging Box (Rose and Plum) (包裝盒(玫與梅))	本公司	PRC
8	Packaging Bottle (Perfume) (包裝瓶(香氛))	本公司	PRC
9	Packaging Bottle (Fragrant Bubble Bath Gel) (包裝瓶(香氛泡泡沐浴露))	本公司	PRC
10	Packaging Bottle (Rose Facial Cream) (包裝瓶(玫瑰面霜))	本公司	PRC
11	Packaging Bottle (Flip-Top Scrub) (包裝瓶(翻蓋磨砂膏))	本公司	PRC
12	Packaging Bottle (Rose Series) (包裝瓶(玫瑰系列))	本公司	PRC
13	Packaging Can (Ice Cream Fruit Acid Smooth Exfoliating Scrub) (包裝罐(冰淇淋果酸嫩滑磨砂膏))	本公司	PRC
14	Packaging Bottle (Sunscreen Spray) (包裝瓶(防曬噴霧))	本公司	PRC
15	Packaging Tube (Body Concealer) (包裝管(身體素顏霜))	本公司	PRC
16	Invention A Long-Lasting Moisturising and Repairing Composition, Its Preparation Method and Application (一種長效保濕修護組合物及其製備方法和應用)	本公司	PRC
17	A Process for Extracting Paeoniflorin from Peony Bark Using Water-Vapour Distillation (一種牡丹皮中水蒸氣蒸餾法提取丹皮酚的工藝)	本公司	PRC
18	A Microbial Fermentation Vessel (一種微生物發酵罐)	本公司	PRC

附 錄 四

法 定 和 一 般 資 料

序 號	發 明 名 稱	權 利 人	註 冊 地 點
19	Dispensing Bottle (Fragrance Essential Oil Body Lotion) (分配瓶(香氛精油身體乳))	本公司	PRC
20	Packaging Bottle (Fragrance Essential Oil) (包裝瓶(香氛精油))	本公司	PRC
21	Packaging Bottle (包裝瓶)	本公司	PRC
22	Packaging Box (Hand Mask) (包裝盒(手膜))	本公司	PRC
23	Packaging Bag (Hand Mask) (包裝袋(手膜))	本公司	PRC
24	A Sophora Flavescens Extract for Cosmetics and Its Preparation Method (一種用於化妝品的苦參提取物及其製備方法)	本公司	PRC
25	A Monitoring Method for the Preparation Process of Oat Fermentation Extract (一種燕麥發酵提取物製備過程的監測方法)	本公司	PRC
26	A Method for Precise Control of the Preparation Process of an Oat Fermentation Extract (一種燕麥發酵提取物製備過程的精確控制方法)	本公司	PRC
27	Cosmetic Container (Rose Scrub) (化妝品容器(玫瑰磨砂膏))	本公司	PRC
28	An Oat Fermentation Extract, Its Preparation Method and Application (一種燕麥發酵提取物及其製備方法和應用)	本公司	PRC
29	A Ganoderma lucidum extract for cosmetics and its preparation method (一種用於化妝品的靈芝 提取物及其製備方法)	濟南澤潤	PRC
30	Preparation Method and Application of a Rose Extract with Anti-inflammatory and Whitening Effects (一種具有抗炎美白作用的玫瑰提取物的製備方法和 應用)	濟南澤潤	PRC
31	A Peony Seed Oil Refining Device (一種牡丹籽油精煉設備)	濟南澤潤	PRC
32	A Sand-Storing Container for Peony Seeds (一種牡丹種子沙藏罐)	山東省農業科學 院；濟南澤潤； 濟南潤澤農業科 技有限公司	PRC

附錄四

法定和一般資料

序號	發明名稱	權利人	註冊地點
33	A Continuous Immersion and Spraying System for Divided Peony Plants (一種芍藥分株後連續浸泡噴灑系統)	山東省農業科學院； 濟南澤潤； 濟南潤澤農業科技有限公司	PRC
34	A Bacillus Strain Producing Moisture-Retaining Anti-Inflammatory Polysaccharides and Its Application (一種產保濕抗炎多糖的芽孢桿菌及其應用)	濟南澤潤	PRC
35	Lactobacillus plantarum ZR002, Fermentation Product, Method for Preparation and Application (一種植物乳桿菌ZR002、發酵產物及其製備方法與應用)	濟南澤潤	PRC
36	A Calendula Double-Strain Fermentation Product, Preparation Method, and Applications (一種金盞花雙菌發酵物及其製備方法和應用)	濟南澤潤	PRC

域名

截至最後實際可行日期，本公司已註冊了下列互聯網域名，並認為這些域名對或可能對我們的業務至關重要：

編號	域名	註冊擁有人	到期日
1	littledreamgarden.com	濟南遠志	2026/11/11
2	bmht.vip	本公司	2026/7/8
3	banmuhuatian.com	本公司	2027/3/5

附錄四

法定和一般資料

C. 關於本公司董事、監事、管理層及主要股東的進一步資料

1. 服務合約

本公司每位董事均[已]與本公司訂立服務合約。該等服務合約的主要條款包括：(a)任期三年，與董事會任期一致；及(b)根據各自條款的終止規定。本公司董事在獲得股東批准後可獲重選。該等服務合約可根據本公司組織章程細則及適用規則續訂。

本公司每位監事[已]與本公司訂立合約。每份合約均包含遵守相關法律法規、遵守本公司組織章程細則以及透過仲裁解決爭議的條款。

除上文所披露者外，本公司並無且不擬與本公司任何董事或監事，以其各自作為董事或監事的身份，訂立任何服務合約（不包括在一年內屆滿或可由僱主終止而無需支付任何補償（法定補償除外）的合約）。

2. 董事及監事酬金

除「董事、監事及高級管理層」及「附錄I—會計師報告—II歷史財務資料附註—8.董事、監事及行政總裁酬金」中，就截至2024年12月31日止兩年及截至2025年9月30日止的九個月期間所披露者外，本公司董事或監事概無從本公司處收取其他實物酬金或福利。

3. 本公司董事、監事及行政總裁之權益披露

緊隨[編纂]完成後（假設股份拆細已完成及[編纂]未獲行使），本公司每名董事、監事及行政總裁於本公司或本公司相聯法團（定義見《證券及期貨條例》第XV部）的股份、相關股份及債券中的權益及淡倉，凡須根據《證券及期貨條例》第XV部第7及第8分部規定通知本公司及香港聯交所者（包括根據該條例此等條文被視作或被當作持有的權益或淡倉），或根據《證券及期貨條例》第352條須記入該條所述登記冊者，或根據《上市公司董事進行證券交易的標準守則》須通知本公司及香港聯交所者（就此而言，《證券及期貨條例》的相關條文將被詮釋為適用於監事），將如下所示：

附錄四

法定和一般資料

本公司權益

姓名	職位	權益性質 ⁽¹⁾	股份拆細 及[編纂] 完成後持有 的內資 [編纂]股份/ H股數量	緊隨[編纂] 完成後 持股佔已發 行股份總數 比例 ⁽²⁾
元先生	創始人、執行董事 兼董事會主席	實益權益	[編纂]	[編纂]%
		受控公司權益 ⁽³⁾	[編纂]	[編纂]%
元豐偉先生	執行董事及總經理	受控公司權益 ⁽⁴⁾	[編纂]	[編纂]%

註：

- (1) 所有權益均為好倉。
- (2) 計算乃基於已發行國內[編纂]股份轉換的[編纂]股H股以及根據[編纂]將發行的[編纂]股H股（假設股份拆細已完成及[編纂]未被行使）的總數。
- (3) 截至最後實際可行日期，元先生持有珠海坤澤60%股權權益，並擔任濟南花之源、海南胤睿、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍的普通合夥人。因此，根據證券及期貨條例，元先生被視為擁有珠海坤澤、濟南花之源、海南胤睿、濟南花之悅、海南花之效、珠海邦華及海南瑾妍各自持有的本公司股份的權益。
- (4) 截至最後實際可行日期，元豐偉先生於海南花之源約49.15%合夥權益中擁有權益。因此，根據《證券及期貨條例》，元豐偉先生被視為於濟南花之源所持本公司股份中擁有權益。

除上文披露者外，本公司董事或最高行政人員於[編纂]完成後，概無於本公司相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份及債券中擁有任何須根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部知會本公司及聯交所的權益及／或淡倉（包括根據證券及期貨條例相關條文被視為或視為擁有的權益及淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須記錄於該條所述登記冊內的權益及淡倉，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本公司及聯交所的權益及淡倉。

附 錄 四

法 定 和 一 般 資 料

4. 主要股東權益披露

(a) 本公司之權益

根據證券及期貨條例第XV部第2及3條之規定，有關人士在[編纂]完成後，須向本公司披露其於本公司股份或相關股份中擁有、被視為擁有或被視為實質擁有之權益或淡倉，或直接或間接擁有本集團任何其他成員公司任何類別股份面值10%或以上權益（該類股份在任何情況下均附有於股東大會上投票的權利），詳情請參閱「主要股東」一節。

(a) 本集團其他成員公司主要股東之權益

於最後實際可行日期，本公司董事並不知悉任何人士（本公司董事或最高行政人員除外）將於[編纂]完成後，直接或間接於本集團任何其他成員公司於任何情況下於股東大會上均有投票權的任何類別股本中擁有10%或以上面值權益。

5. 免責聲明

除本文件所披露者外：

(a) 本公司董事或下文「一 D.其他數據—5.同意書及專家資格」所列任何人士均不屬：

(i) 擁有本公司推廣權益，或於截至本文件日期前兩年內，曾參與本公司收購、處置或租賃的任何資產，或擬參與本公司收購、處置或租賃的任何資產；

(ii) 在本文件日期存續且對本公司業務具有重大意義的任何合同或安排中擁有重大權益；

(b) 除[編纂]及[編纂]外，下文「一 D.其他數據—5.專家資格」所列各方：

(i) 在本公司集團任何成員公司的股份中擁有法定權益或實益權益；
或

(ii) 擁有任何權利（無論是否具有法律強制執行力）認購或提名他人認購本集團任何成員公司的任何證券；

附錄四

法定和一般資料

- (c) 本節標題為「其他資料—專家同意書」的段落所列董事或專家，均未於本文件日期前兩年內，在本公司集團任何成員公司的推廣、或其已收購、處置或租賃的任何資產、或擬收購、處置或租賃的任何資產中擁有直接或間接權益；
- (d) 本公司董事或其密切關聯方，或據董事所知持有本公司已發行股本5%以上的任何股東，均未持有本公司五大客戶或供應商的權益；以及

D. 其他信息

1. 遺產稅

據董事獲悉，本公司或其任何附屬公司不大可能須就遺產稅承擔任何重大責任。

2. 訴訟

除本文件所披露者外及據董事所知，本集團任何成員公司概無面臨或面臨威脅的任何重大訴訟或索償。

3. 獨家保薦人

獨家保薦人已代表本公司向[編纂][編纂]批准本公司H股[編纂]及[編纂]。本公司已作出一切必要安排，使證券獲准[編纂][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準則。

根據本公司與獨家保薦人簽訂的委託協議，我們已同意向每位獨家保薦人支付美元450,000元費用，作為本公司在香港聯交所擬議[編纂]事宜的保薦人。

4. 初步開支

本公司未產生任何重大前期費用。

附錄四

法定和一般資料

5. 專家同意書及資格

下列專家均已就本文件的刊發給予書面同意，且未撤回其同意，同意其報告、函件、意見或意見摘要（視情況而定）的副本及其中所載的姓名引用，以各自包含的形式和語境予以刊載。

姓名	資格
中信證券（香港）有限公司	根據《證券及期貨條例》獲發牌可進行第4類（就證券提供諮詢）及第6類（就企業融資提供諮詢）受規管活動
安永會計師事務所	註冊會計師及註冊公共利益實體核數師
競天公誠律師事務所	就中國法律事宜擔任本公司法律顧問 針對中國法律向本公司提供數據合規建議的顧問
弗若斯特沙利文（北京）諮詢有限公司上海分公司	行業顧問

除本文件所披露者外，截至最後實際可行日期，上述專家均未持有本公司或任何附屬公司的股權，亦未擁有認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利（無論該權利是否具有法律強制執行力）。

6. 發起人

本公司發起人包括本公司於2025年11月19日轉換為股份有限公司之前的全部9名股東。除本文件所披露者外，在緊接本文件日期之前的兩年內，概無就[編纂]或本文件所述相關交易向上述發起人支付、配發或給予任何現金、證券或利益，亦無計劃支付、配發或給予任何現金、證券或利益。

7. 約束力

倘根據本文件提出申請，本文件將對所有有關人士產生效力，使其受公司條例第44A及44B條所有適用條文（罰則條文除外）所約束。

附 錄 四

法 定 和 一 般 資 料

8. 雙語文件

本文件的英文版與中文版分別根據《公司(公司及招股章程獲豁免遵守條文)公告》(香港法例第32L章)第4條所提供的豁免而刊發。

9. 合規顧問

本公司已根據上市規則第3A.19條規定，委任新百利融資有限公司為合規顧問。

10. 無重大不利變化

董事確認，自2025年9月30日以來，本公司財務狀況或經營狀況並無重大變動。

11. 其他事項

(a) 除本文件所披露事項外，在緊接本文件日期之前的兩年內：

- (i) 本公司或任何附屬公司之股份、貸款資本或債券，均未以現金或非全額／部分現金支付方式發行、同意發行或擬發行；且
- (ii) 本公司或任何附屬公司就發行或出售任何股份或貸款資本未授予或同意授予任何佣金、折扣、經紀費或其他特殊條款。

(b) 除本文件所披露事項外：

- (i) 本公司或任何附屬公司均不存在創始人股份、管理層股份、遞延股份或任何債券；
- (ii) 本公司或任何附屬公司之股份、貸款資本或債券均未附認股權，亦未附有條件或無條件同意附認股權；
- (iii) 並無任何豁免或同意豁免未來股息的安排；
- (iv) 並無行使優先認購權或轉讓認購權的程序；
- (v) 過去12個月內，本公司業務未曾出現可能對財務狀況產生重大影響的中斷；

附 錄 四

法 定 和 一 般 資 料

- (vi) 本公司從香港境外匯入香港的利潤或資本均不受任何限制；
- (vii) 本公司任何股權或債務證券(如有)目前均未在任何證券交易所或交易系統[編纂]或交易，且除香港聯合交易所外，目前亦未尋求或同意尋求在任何其他證券交易所[編纂]或獲准[編纂]；以及
- (viii) 本公司沒有未償還的可轉換債務證券或債券。

附錄五 送呈香港公司註冊處處長和展示文件

提交予香港公司註冊處的文件

隨同本文件副本一並提交香港公司註冊處登記的文件如下：

- (a) 本文件附錄四中「法定和一般資料—B.關於本公司業務的進一步信息—1.重大合同摘要」所述各項重要合同的副本；以及
- (b) 本文件附錄四中「法定和一般資料—D.其他信息—5.專家同意書及資格」所述的書面同意書。

可供查閱的文件

下列文件的副本將於本文件日期起計十四天內，在聯交所網站 www.hkexnews.hk 及本公司網站 <http://www.banmuhuatian.com/> 上供查閱：

- (a) 公司章程；
- (b) 由安永會計師事務所編製的會計師報告，其全文載於本文件附錄一；
- (c) 本集團截至2023年12月31日及2024年12月31日止年度的經審計綜合財務報表；
- (d) 安永會計師事務所就本集團未經審計[編纂]財務資料出具的報告，其全文載於本文件附錄二；
- (e) 本文件附錄四中「法定及一般資料—B.關於本公司業務的進一步信息—1.重大合同摘要」所述的重大合同；
- (f) 本文件附錄四所載「法定和一般資料—C.關於本公司董事、監事、管理層及主要股東的進一步資料—1.服務合約」所述的服務合約；
- (g) 本文件附錄四中「法定和一般資料—D.其他信息—5.專家同意書及資格」所述的書面同意書；
- (h) 競天公誠律師事務所(我們的中國法律顧問)就(除其他事項外)本集團的一般公司事務及財產權益根據中國法律出具的法律意見書；

附錄五

送呈香港公司註冊處處長和展示文件

- (i) 由我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所就中國數據合規事宜出具的法律意見書；
- (j) 弗若斯特沙利文(北京)有限公司上海分公司發佈的行業報告，其摘要載於本文件的「行業概覽」；以及
- (k) 《中華人民共和國公司法》、《中華人民共和國證券法》及《境外上市試點辦法》，連同其非官方英文譯本。