

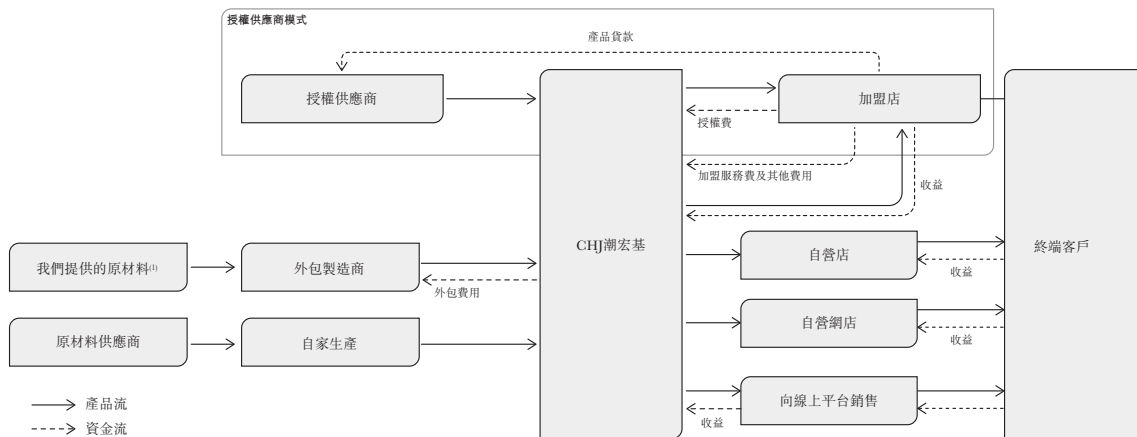
概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，其並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂]於[編纂]前，務請閱讀本文件全文。任何[編纂]均涉及風險。[編纂]於[編纂]所涉及的部分風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂]於[編纂]前，務請細閱該節。投資於我們這類公司涉及獨特挑戰、風險及不確定性。閣下作出[編纂]決定前應考慮該等因素。

概覽

我們是一家成立於1996年的中國多品牌珠寶公司。我們以旗艦珠寶品牌CHJ潮宏基為業務基石。在2023年，我們更作為中國內地唯一的時尚珠寶品牌獲福布斯評為「國潮創新品牌」。

我們有兩項主要業務：(i) 珠寶及(ii) 手袋。對於每項業務，我們都採用類似的經營模式，包括產品開發和設計、採購、生產以及通過加盟店和自營店進行銷售。我們的業務模式概覽列載如下：



附註：

- (i) 我們委託外部製造商進行若干生產流程，並提供半成品供其加工。

我們已連續21年獲評「中國500最具價值品牌」，並自2023年起連續入選「亞洲品牌500強」。根據弗若斯特沙利文的資料，就時尚珠寶市場而言，按收益計，我們2024年於中國內地眾多珠寶企業中名列第一，實現1.4%的市佔率。以中高端客群為目標，我們亦是中國內地整體珠寶市場及經典黃金珠寶市場的知名珠寶品牌。按收益計，我們在全國珠寶企業中排名第9，市佔率為0.8%；按經典黃金珠寶市場收益計，我們在中國內地珠寶企業中排名第8，市佔率為0.6%。

於往績期間各年度，珠寶業務一直為我們的核心業務，佔總收益的約90%。作為對珠寶產品的補充，我們於2014年收購FION菲安妮，該品牌提供以年輕消費者為目標的時尚手袋產品。

概 要

銷售網絡

下表載列我們於往績期間按銷售渠道劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
珠寶						
自營店.....	1,880,659	32.2	1,798,619	27.9	1,943,096	21.0
加盟網絡.....	2,397,561	41.1	3,224,179	50.0	5,796,212	62.7
線上銷售渠道.....	1,022,391	17.5	941,746	14.6	966,275	10.5
其他 ^(附註1)	134,565	2.4	190,137	2.9	265,717	3.0
小計.....	<u>5,435,176</u>	<u>93.2</u>	<u>6,154,681</u>	<u>95.4</u>	<u>8,971,300</u>	<u>97.2</u>
手袋						
自營店.....	118,480	2.0	92,714	1.5	83,021	0.9
加盟網絡.....	83,666	1.4	60,109	0.9	44,153	0.5
線上銷售渠道.....	169,537	3.0	117,235	1.8	93,420	1.0
小計.....	<u>371,683</u>	<u>6.4</u>	<u>270,058</u>	<u>4.2</u>	<u>220,594</u>	<u>2.4</u>
其他 ^(附註2)	29,599	0.4	27,702	0.4	45,971	0.4
總計／整體.....	<u><u>5,836,458</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>6,452,441</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>9,237,865</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

附註：

1. 其他主要包括向企業客戶出售的訂製產品。
2. 其他收益主要包括出售物業、租金收入及物料加工服務產生的收入。

以地理位置劃分的收益

下表載列於往績期間以地理位置劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
中國內地.....	5,817,283	6,426,039	9,069,563
香港.....	7,966	7,031	142,780
其他國家／地區.....	11,209	19,371	25,522
總收益.....	<u><u>5,836,458</u></u>	<u><u>6,452,441</u></u>	<u><u>9,237,865</u></u>

附註：

1. 上述收益資料基於附屬公司的地理位置。因此，就海外業務而言，其他國家／地區僅包括新加坡及馬來西亞，原因是我們並未在泰國及柬埔寨設立附屬公司（惟於往績期間我們曾在泰國及柬埔寨以加盟模式開設珠寶店）。由於泰國及柬埔寨之加盟店的加盟商向我們位於香港的附屬公司作出採購，其相關收益已計入自香港產生的收益。

概 要

關鍵經營數據

下表載列本集團若干關鍵經營數據：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
珠寶			
於年末加盟商總數	737	814	943
直接加盟商	529	594	708
次級加盟商	195	205	220
區域加盟商	13	15	15
於年末加盟店總數	1,125	1,272	1,486
由直接加盟商經營	840	968	1,177
由次級加盟商經營	217	236	247
由區域加盟商經營	68	68	62
於年末自營店總數	274	239	184
於年末線上銷售平台數目	15	16	14
年內最佳產能(千克)	3,420	3,744	4,140
年度或期間使用率	113.9%	110.9%	140.6%
手袋			
加盟商總數	31	28	32
自營店及加盟店總數	314	251	195
線上銷售平台數目	12	11	12

截至12月31日止年度			
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

珠寶

按GMV計的平均同店銷售

加盟店	6,882	7,852	8,114	10,941
自營店	9,340	9,479	11,426	14,946

手袋

按GMV計的平均同店銷售	1,296	1,014	1,141	985
--------------	-------	-------	-------	-----

珠寶銷售

於2025年12月31日，我們在中國及海外合共擁有1,670家線下珠寶店，涵蓋全國200多個城市的183家自營珠寶店和1,476家加盟珠寶店，其中大多數位於一線城市、新一線城市及二線城市。此外，於2025年12月31日，我們有十一家海外門店，包括一家位於馬來西亞的自營店、一家位於新加坡的加盟店、兩家位於馬來西亞的加盟店、四家位於泰國的加盟店以及三家位於柬埔寨的加盟店。我們雙管齊下，同時以自營店和加盟店來建立銷售點。我們相信此混合模式有助我們同時運用兩種營運策略的優勢，將自營店的管控力與一致性，與加盟店的可擴展性相結合。

概 要

加盟珠寶店

我們採用兩級加盟模組來有效擴展加盟網絡，除了由我們直接招募及監督加盟商（「直接加盟商」）外，我們還設有區域加盟商（「區域加盟商」），他們除經營加盟店外，還負責關鍵的目標，此為充分利用彼等在當地的人脈及文化聯繫，招募次級加盟商（「次級加盟商」）。當區域加盟商同時參與監督次級加盟商時，我們透過直接與區域加盟商招募的次級加盟商訂立加盟協議，而次級加盟商直接向本集團採購產品的方式，保留直接控制及監督。就珠寶業務而言，通常向加盟商（包括直接加盟商、區域加盟商和次級加盟商）的銷售均為買斷銷售。下表列示於往績期間按加盟商類別劃分之收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直接加盟商.....	1,928,411	80.4	2,572,908	79.8	4,535,822	78.3
區域加盟商.....	121,595	5.1	164,745	5.1	336,396	5.8
次級加盟商.....	347,555	14.5	486,526	15.1	923,994	15.9
總計	<u>2,397,561</u>	<u>100.0</u>	<u>3,224,179</u>	<u>100.0</u>	<u>5,796,212</u>	<u>100.0</u>

FION菲安妮手袋的銷售

於往績期間，我們以FION菲安妮品牌銷售手袋。於2025年12月31日，我們合共擁有195家FION菲安妮門店，當中包括86家自營店及109家加盟店。195家FION菲安妮門店中，有21家位於香港、澳門及新加坡，其餘均位於中國內地的城市。與珠寶業務不同，我們就FION菲安妮採取單級制特許經營模式，只設直接加盟商和寄售加盟商，並由我們直接招募和監督，制度中並無區域加盟商。有關FION菲安妮的特許經營模式詳情，請參閱「業務—銷售網絡—FION菲安妮手袋的線下銷售」。

我們的客戶及供應商

我們的客戶包括不同層級的加盟商、線上平台、終端客戶及下達訂製產品訂單的企業客戶。於往績期間內各年度，來自五大客戶的收益佔我們於各年度的總收益8.4%、7.7%及6.6%。

於往績期間，我們的主要供應商均為黃金供應商及向我們提供黃金借貸的商業銀行。於往績期間內各年度，我們的五大供應商佔我們於各年度的採購總額約77.9%、83.0%及75.8%，而於往績期間內各年度，我們的最大供應商佔我們於各年度的採購總額約61.6%、65.3%及55.4%。

我們的生產

珠寶方面，我們於2011年設立浦江生產基地，總佔地面積為約14,439.7平方米。於2023年、2024年及2025年12月31日，在我們的珠寶生產勞動力中，有70%為經驗豐富的工匠。於2023財政年度、2024財政年度及2025財政年度，浦江生產基地的產能利用率分別為113.9%、110.9%及140.6%。詳情請參閱「業務—生產」。手袋方面，我們於廣東省設立總佔地面積為12,567平方米的生產基地。

概 要

過往財務資料概要

下列表格載列本公司於往績期間之財務資料摘要，該等資料摘錄自本文件附錄一。下文所載之財務資料摘要應與本文件內之財務報表(包括相關附註)一併參閱，且須以該等財務報表為準。本公司之綜合財務資料乃根據香港財務報告會計準則編製。

綜合損益表概要

下表概述往績期間的綜合損益表，其詳情載於本文件附錄一。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益.....	5,836,458	6,452,441	9,237,865
銷售成本.....	(4,362,336)	(4,994,861)	(7,268,777)
毛利.....	1,474,122	1,457,580	1,969,088
其他收入及收益.....	57,291	30,840	36,692
銷售及分銷開支.....	(827,894)	(761,740)	(792,344)
行政開支.....	(160,027)	(170,475)	(221,860)
研發成本.....	(62,687)	(68,092)	(93,769)
金融資產減值虧損撥回/(減值虧損)淨值.....	7,381	(449)	(2,990)
商譽之減值.....	(39,433)	(176,814)	(171,186)
投資於聯營公司之減值.....	—	(12,233)	(25,811)
投資物業之減值.....	—	(8,812)	(1,772)
其他開支.....	(1,404)	(6,155)	(6,214)
財務成本.....	(45,880)	(41,098)	(38,754)
分佔聯營公司損益.....	1,189	(6,730)	(12,777)
除稅前溢利.....	402,658	235,822	638,303
所得稅開支.....	(72,630)	(66,651)	(166,763)
年度溢利.....	<u>330,028</u>	<u>169,171</u>	<u>471,540</u>
以下人士應佔：.....			
母公司擁有人.....	333,349	193,648	497,011
非控股權益.....	(3,321)	(24,477)	(25,471)
	<u>330,028</u>	<u>169,171</u>	<u>471,540</u>

非香港財務報告準則財務計量

為補充根據香港財務報告會計準則編製的歷史財務資料，我們亦採用經調整純利(非香港財務報告準則計量)作為額外財務計量指標，其並非根據香港財務報告會計準則所規定或編製。我們認為，透過調整若干項目可能的影響，該等非香港財務報告準則指標有助於比較不同期間及不同公司之間的經營業績。我們認為該等計量能為**[編纂]**及其他使用者提供有用信息，以採用與管理層相同的方式理解及評估我們的綜合經營業績。

概 要

我們的經調整純利(非香港財務報告準則計量)可能與其他公司冠以類似名稱的計量不具可比性，因其並無標準化定義，且各公司計算經調整純利(非香港財務報告準則計量)的方式可能不盡相同。我們將年度經調整純利(非香港財務報告準則計量)定義為經[編纂]及以權益結算的股份獎勵開支調整後的年度溢利。我們將經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)定義為年度經調整純利(非香港財務報告準則計量)佔總收入的百分比。下表列示各年度經調整純利(非香港財務報告準則計量)的對賬：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年度溢利	330,028	169,171	471,540
加：			
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
以權益結算的股份獎勵開支	12,288	13,405	41,332
年度經調整純利(非香港財務報告 準則計量)(未經審核)	342,316	182,576	514,609
經調整淨利潤率(非香港 財務報告準則計量)	5.9%	2.8%	5.6%

將以股權結算的股份獎勵開支計入年度經調整純利(非香港財務報告準則計量)乃因其屬非現金性質。

於2023財政年度、2024財政年度及2025財政年度，我們分別錄得經調整淨利潤(非香港財務報告準則計量)人民幣342.3百萬元、人民幣182.6百萬元及人民幣514.6百萬元。我們於2025財政年度錄得經調整淨利潤(非香港財務報告準則計量)增長，主要乃由於(i)加盟網絡擴張導致加盟店珠寶銷量收益增加；及(ii)新一代珠寶系列的推出。經調整純利於2024財政年度減少乃主要由於商譽減值人民幣176.8百萬元。

我們於2023財政年度、2024財政年度及2025財政年度的純利分別為人民幣330.0百萬元、人民幣169.2百萬元及人民幣471.5百萬元。純利由2023財政年度的人民幣330.0百萬元下降至2024財政年度的人民幣169.2百萬元，主要由於FION菲安妮業務發展未達預期，導致商譽減值增加人民幣137.4百萬元。純利增加至2025財政年度的人民幣471.5百萬元，主要是由於同年收益增加所致。

概 要

收益

下表列載於往績期間按貨品或服務劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
珠寶						
產品銷售						
— 時尚珠寶 ^(附註1)	2,955,420	50.7	2,943,765	45.6	5,068,073	54.9
— 經典黃金珠寶 ^(附註2)	2,237,950	38.3	2,915,720	45.2	3,570,290	38.6
— 其他 ^(附註3)	28,112	0.5	32,190	0.5	41,379	0.5
提供特許經營權及相關銷售服務	213,694	3.7	263,006	4.1	291,558	3.2
小計	<u>5,435,176</u>	<u>93.2</u>	<u>6,154,681</u>	<u>95.4</u>	<u>8,971,300</u>	<u>97.2</u>
手袋						
產品銷售	371,224	6.4	269,598	4.2	220,007	2.4
提供特許經營權及相關銷售服務	459	0.0	460	0.0	587	0.0
小計	<u>371,683</u>	<u>6.4</u>	<u>270,058</u>	<u>4.2</u>	<u>220,594</u>	<u>2.4</u>
其他^(附註4)	<u>29,599</u>	<u>0.4</u>	<u>27,702</u>	<u>0.4</u>	<u>45,971</u>	<u>0.4</u>
總計／整體	<u><u>5,836,458</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>6,452,441</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>9,237,865</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

附註：

1. 我們的時尚珠寶指具有較高整體藝術性、設計獨特性和品牌價值的珠寶。因此，時尚珠寶的價格不僅參考其材料成本及工費，還考慮到其設計和品牌價值，故其價格為固定價格。
2. 我們的經典黃金珠寶指由足金製作的珠寶(即符合中國國家標準GB11887的含金量99.0%或以上的精金)。由於其主要由足金製成，經典黃金珠寶的價格浮動，主要依據產品重量及工費來確定，類似市場上傳統黃金珠寶的定價方式。
3. 其他珠寶產品主要包括向加盟商銷售珠寶首飾配套物料及包裝材料。
4. 其他收益主要包括出售物業、租金收入及物料加工服務產生的收入。

收益

本集團之收益由2023財政年度的人民幣5,836.5百萬元增加10.6%或人民幣615.9百萬元至2024財政年度的人民幣6,452.4百萬元，主要由於：(i)加盟網絡由2023年12月31日的1,125間門店擴展至2024年12月31日的1,272間門店導致透過加盟網絡銷售珠寶的收益增加；及(ii)客戶對我們一口價黃金珠寶及經典黃金珠寶的認知度提升。

於2025財政年度，我們所有銷售渠道的銷售額均錄得增長。本集團之收益由2024財政年度的人民幣6,452.4百萬元增加43.2%或人民幣2,785.4百萬元至2025財政年度的人民幣9,237.9百萬元，主要由於時尚珠寶及經典黃金珠寶的銷售分別增加人民幣2,124.3百萬元及人民幣654.6百萬元，而此乃由於：(i)加盟網絡擴展，我們的加盟珠寶店數目由2024年12月31日的1,272間增加至2025年12月31日的1,486間門店；及(ii)新一代珠寶系列於2025財政年度推出，得到客戶認可。

概 要

毛利及毛利率

下表列載於所示年度按貨品或服務類型劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
銷售產品						
珠寶						
— 時尚珠寶	883,313	29.9	811,119	27.6	1,158,322	22.9
— 經典黃金珠寶	170,864	7.6	234,836	8.1	418,915	11.7
— 其他 ^(附註1)	1,258	4.5	5,716	17.8	8,844	21.4
小計	1,055,435	20.2	1,051,671	17.9	1,586,081	18.3
手袋						
提供特許經營權及相關銷售服務	234,817	63.3	164,585	61.0	112,846	51.3
其他 ^(附註2)	178,027	83.1	231,537	87.9	247,368	84.7
其他 ^(附註2)	5,843	19.7	9,787	35.3	22,793	49.6
總計／整體	1,474,122	25.3	1,457,580	22.6	1,969,088	21.3

附註：

1. 其他珠寶產品主要包括向加盟商銷售珠寶首飾配套物料及包裝材料。
2. 其他收益主要包括出售物業、租金收入及物料加工服務產生的收入。

下表列載於所示年度按銷售渠道劃分之毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
珠寶						
自營店	625,634	33.3	598,986	33.3	638,734	32.9
加盟網絡	452,341	18.9	534,933	16.6	1,014,858	17.5
線上銷售渠道	145,540	14.2	140,528	14.9	163,209	16.9
其他 ^(附註1)	9,488	7.1	8,301	4.4	16,061	6.0
小計	1,233,003	22.7	1,282,748	20.8	1,832,862	20.4
手袋						
自營店	82,152	69.3	62,790	67.7	52,496	63.2
加盟網絡	38,897	46.5	25,566	42.5	6,835	15.5
線上銷售渠道	114,227	67.4	76,689	65.4	54,102	57.9
小計	235,276	63.3	165,045	61.1	113,433	51.4
其他 ^(附註2)	5,843	19.7	9,787	35.3	22,793	49.6
總計／整體	1,474,122	25.3	1,457,580	22.6	1,969,088	21.3

附註：

1. 其他珠寶產品主要包括向企業客戶出售的訂製產品。
2. 其他收益主要包括出售物業、租金收入及純金加工服務產生的收入。

概 要

毛利率

整體毛利率由2023財政年度的25.3%下跌至2024財政年度的22.6%，乃主要由於時尚珠寶的毛利率由2023財政年度的29.9%下跌至2024財政年度的27.6%，而此乃主要由於透過自營渠道銷售所產生的收入比例減少，而該渠道的毛利率較高。透過自營渠道銷售珠寶所產生收入比例由2023財政年度的32.2%下跌至2024財政年度的27.9%。

於2025財政年度，整體毛利率維持穩定，為21.3%，而2024財政年度為22.6%。

綜合財務狀況表概要

下列為截至所示日期的綜合財務狀況表，分別摘錄自本文件附錄一所載的會計師報告：

	於12月31日			於2月28日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動資產				
存貨	2,243,710	2,602,979	4,301,532	4,589,409
已竣工待售物業	404,253	290,628	232,852	232,082
貿易應收款項	286,284	363,712	669,931	852,159
預付款項、其他應收款項及其他資產 ..	373,100	431,523	412,648	412,025
按公允價值計入損益的金融資產	70,191	100,565	—	—
現金及現金結餘	643,412	378,895	564,135	584,819
流動資產總值	4,020,950	4,168,302	6,181,098	6,670,494
非流動資產				
非流動資產總值	1,716,539	1,576,427	1,380,309	1,386,548
流動負債				
貿易應付款項及應付票據	115,559	202,523	403,936	330,137
其他應付款項及應計費用	448,966	423,967	623,547	574,017
計息銀行及其他借款	398,855	349,592	960,900	1,035,394
黃金借貸	652,618	939,527	1,558,138	1,799,366
租賃負債	34,269	30,745	31,663	28,913
應付稅項	43,691	61,886	76,916	113,042
流動負債總額	1,693,958	2,008,240	3,655,100	3,880,869
非流動負債				
非流動負債總額	226,013	66,575	87,669	140,969
流動資產淨值	2,326,992	2,160,062	2,525,998	2,789,625
資產淨值	3,817,518	3,669,914	3,818,638	4,035,204

更多詳情，請參閱「財務資料—綜合財務狀況表節選項目」一節。

我們於2023財政年度、2024財政年度及2025財政年度的資產淨值分別為人民幣3,817.5百萬元、人民幣3,669.9百萬元及人民幣3,818.6百萬元。資產淨值由2023財政年度的人民幣3,817.5百萬元降至2024財政年度的人民幣3,669.9百萬元，主要由於已宣派之2023年度末期股息及中期股息人民幣311.0百萬元，被年度溢利人民幣169.2百萬元所部分抵銷。資產淨值由2024財政年度的人民幣3,669.9百萬元增至2025財政年度的人民幣3,818.6百萬元，主要由於年度溢利人民幣471.5百萬元，被已宣派之2024年度末期股息及2025年中期股息人民幣311.0百萬元所部分抵銷。

概 要

綜合現金流量表概要

下表列載於所示年度的現金流量資料概要：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動產生／(所用)的現金流量淨額	615,197	435,415	(66,458)
投資活動產生／(所用)的現金流量淨額	(218,564)	(26,647)	62,294
融資活動產生／(所用)的現金流量淨額	(369,186)	(629,007)	188,343
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	27,447	(220,239)	184,179
年末的現金及現金等價物	576,283	356,097	536,935

更多詳情，請參閱「財務資料—現金流量」一節。

關鍵財務比率

下表列載我們於所示年度／日期之關鍵財務比率：

	截至12月31日止年度／於該日		
	2023年	2024年	2025年
	權益回報率.....	8.9%	4.5%
總資產回報率	5.8%	2.9%	7.1%
流動比率.....	2.4倍	2.1倍	1.7倍
速動比率.....	1.0倍	0.8倍	0.5倍
資產負債比率	34.4%	37.7%	69.0%
債務權益比率	19.3%	28.0%	55.0%

有關該等財務比率的計算及更多詳情，請參閱「財務資料—關鍵財務比率」一節。

黃金借貸

我們透過黃金借貸進行採購，而黃金借貸同時亦作為我們指定的對沖工具。

黃金借貸是一種財務交易，我們藉此(作為租借人)向商業銀行(作為出租人)租借黃金一段時間。在此過程中，我們透過上海黃金交易所的會員服務系統接收實體黃金，並需要就借入黃金向商業銀行繳付利息。借貸期結束時，我們會向商業銀行交付從上海黃金交易所購買的已繳足黃金合約，藉此歸還所借黃金。儘管我們將黃金借貸作為一種採購方式，惟鑒於借入日期與歸還日期之間存在時間差，而期間金價可能出現波動，黃金借貸使我們能夠管理其對金價波動的風險敞口，因而作為我們的對沖工具。據此，於往績期間，我們已採用適用於對沖會計的會計處理。黃金借貸的效果在於有助穩定我們產品銷售的毛利率。於往績期間，黃金借貸的公允價值變動分別為人民幣89.1百萬元、人民幣223.3百萬元及人民幣567.9百萬元，該等變動已與被對沖存貨的公允價值變動相互抵銷。有關黃金借貸機制的詳情，請參閱「業務—採購—珠寶—黃金借貸」。

概 要

風險因素

我們目前未知或下文未有明示或暗示，或我們目前認為不重大的其他風險和不明朗因素也可能令我們的業務、財務狀況及經營業績受損。閣下應根據我們面臨的挑戰(包括「風險因素」一節所論述者)來考慮我們的業績和前景。我們面對的部分主要風險包括但不限於：

- 我們身處的時尚消費品行業競爭非常激烈，如無法維持競爭力，我們的銷售、溢利及未來增長可能會受到重大不利影響
- 如果我們無法有效應對市場趨勢和客戶喜好的變化，我們的市場份額和經營業績可能會受到重大不利影響
- 我們可能面臨訴訟、索賠和糾紛的風險，並可能因此招致巨額成本
- 我們依賴CHJ潮宏基和其他品牌的品牌影響力，如無法維持品牌影響力，或會對我們的銷售、溢利和未來增長造成重大不利影響
- 我們使用的原材料若出現價格波動或供應不穩，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響
- 如我們無法維持或進一步加深與加盟商的合作關係，或我們不能有效管理加盟網絡，我們可能面臨渠道壓貨風險或其他風險，繼而對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響

法律訴訟

於往績期間，我們涉及兩宗與侵犯知識產權有關的訴訟索償(「侵權訴訟」)，分別由Bulgari S.P.A (「Bulgari案」)及Richemont International SA (「Richemont案」)提起。Bulgari案及Richemont案的索償金額分別為人民幣5.0百萬元及人民幣5.5百萬元。關於Bulgari案件，於2025年12月30日，法院裁定我們須承擔人民幣1.1百萬元的賠償責任，並命令我們發佈公開聲明；截至最後可行日期，我們已提起上訴。就Richemont案件而言，其後該案件被分拆為兩宗法律程序，分別涉及：(i)商標侵權；及(ii)不正當競爭。就不正當競爭的指控而言，於2025年7月，江蘇省蘇州市中級人民法院裁定本集團須承擔責任，並判令本集團賠償人民幣1百萬元，同時宣告本集團其中一間附屬公司須就上述損害賠償中的人民幣0.4百萬元承擔連帶責任。於最後可行日期，本集團已就不正當競爭於2025年7月作出的法院判決提出上訴，並正等待有關被指控商標侵權事項的一審判決結果。因此，我們已於2024財政年度及2025財政年度作出人民幣3.0百萬元的撥備。截至最後可行日期，董事確認，彼等並不知悉任何其他可能因侵權訴訟或本公司產品而產生的索償。

概 要

近期發展及並無重大不利變動

自2025年12月31日及直至最後可行日期，金價劇烈波動，於2026年初曾創下歷史性飆升，最高觸及約1,240元人民幣／克，隨後於2026年3月出現急劇回調。截至最後可行日期，上海黃金交易所報價的9999金收盤金價為980.0元人民幣／克。金價的此等波動在短期內或會影響消費者情緒並影響我們的毛利率。

儘管金價波動，我們仍持續以穩健的步伐拓展業務，持續推出新產品及開設新店鋪。

董事確認，自2025年12月31日至本文件日期，我們的財務或交易狀況或前景並無出現重大不利變動，且自2025年12月31日以來並無發生任何會對本文件附錄一所載會計師報告內資料造成重大影響之事件。

在深圳證券交易所上市

本公司自2010年起於深圳證券交易所上市(股份代號：002345.SZ)。於往績期間及直至最後可行日期，本公司並無接獲深圳證券交易所指稱本公司發生任何重大違規事件的通知。董事確認，於往績期間及直至最後可行日期，本集團(i)在所有重大方面並無違反深圳證券交易所適用的上市規則；及(ii)已遵守全部適用的證券法律法規。據董事經作出一切合理查詢後所知，於往績期間及直至最後可行日期，就本公司於深圳證券交易所的合規記錄而言，並無任何重大事宜須知會投資者及香港聯交所。

[編纂]統計數據

根據[編纂]每股
H股[編纂]港元

緊隨[編纂]完成後的股份[編纂](假設[編纂]未獲行使) ⁽¹⁾	[編纂]百萬港元
緊隨[編纂]完成後的H股[編纂](假設[編纂]權未獲行使) ⁽²⁾	[編纂]百萬港元
未經審核[編纂]經調整每股有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]完成後本公司股份[編纂]之計算，乃基於下列假設：已發行A股數目(不包括庫存股)為888,512,707股，且於最後可行日期前五個交易日之平均收市價為每股A股人民幣10.1元(相當於約11.48港元)，以及[編纂]完成後預期將發行[編纂]股H股(假設[編纂]未獲行使)，代表預期於[編纂]完成後合共發行[編纂]股股份(假設[編纂]未獲行使)。詳情請參閱本文件「股本—[編纂]完成後」一節。
- (2) [編纂]計算乃基於假設預期[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)將發行[編纂]股H股。
- (3) 本公司擁有人應佔本集團[編纂]調整綜合有形資產淨值乃經本文件「附錄二—未經審核[編纂]財務資料」所述調整後，並基於假設[編纂]已於2025年12月31日完成，按[編纂]股股份已發行之基準計算，且不計及本集團於2025年12月31日後進行之任何交易結果或其他交易。
- (4) 並無作出任何調整以反映本集團於2025年12月31日後進行的任何交易結果或未平倉交易。

概 要

[編纂]

我們擬將[編纂]用於以下用途及列明金額。

用途	金額		佔[編纂]
	百萬港元	人民幣百萬元	百分比
海外擴充.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
興建新生產基地 以增強內部產能.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
開設三間臻ZHEN品牌旗艦店....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營銷及品牌建設	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金及一般企業用途.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]

進一步詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]」一節。

[編纂]

假設[編纂]為每股H股[編纂]港元，且假設並無行使[編纂]，[編纂]之估計[編纂]總額(包括[編纂]佣金)為人民幣[編纂](相當於約[編纂])。預期[編纂]總額包括(i)與[編纂]相關之開支(包括但不限於佣金及費用)約人民幣[編纂]，及(ii)與[編纂]開支約人民幣[編纂](其中包括支付予法律顧問及申報會計師之費用及開支約人民幣[編纂]，以及其他費用及開支約人民幣[編纂]百萬元)，相當於[編纂][編纂]約[編纂]%。截至2025年12月31日止年度，約人民幣[編纂]的[編纂]已計入本集團綜合損益表，其後將額外計入人民幣[編纂]，而約人民幣[編纂]預期將於[編纂]時自權益中扣除。

於2023財政年度、2024財政年度及2025財政年度，計入綜合損益及其他全面收益表之[編纂]分別為[編纂]、[編纂]及人民幣[編纂]元。

我們的單一最大股東集團

於最後可行日期，汕頭潮鴻基投資於本公司已發行股本約28.55%中擁有權益，其中廖木枝先生、林軍平先生及廖創賓先生最終擁有約51.5996%、9.1653%及8.2042%，上述人士為一致人士。此外，於最後可行日期，廖創賓先生、廖木枝先生及林軍平先生各自於本公司已發行股本中分別直接擁有約3.04%、0.07%及0.01%的權益。廖木枝先生為廖創賓先生的父親及林軍平先生的岳父。鍾木添先生並無與一致行動人士訂立任何一致行動安排，且與彼等不存在任何家庭關係。其於汕頭潮鴻基投資的持股僅以早期投資者身份持有。廖木枝先生、林軍平先生及廖創賓先生(即一致行動人士)已知悉及確認彼等於本集團管理及營運的一致行動關係。據此，一致人士合共擁有本公司已發行股本總額約31.67%的權益。

緊隨[編纂]完成後，及假設並無根據[編纂]發行新股份且於最後可行日期至[編纂]期間本公司已發行股本概無發生其他變動，汕頭潮鴻基投資將持有本公司已發行股本約[編纂]%。另外，廖創賓先生、廖木枝先生及林軍平先生各自將分別直接持有本公司已發行股本約[編纂] %、[編纂] %及[編纂] %。據此，緊隨[編纂]完成後，汕頭潮鴻基投資、

概 要

廖創賓先生、廖木枝先生及林軍平先生將為我們的單一最大股東集團。

詳情請參閱「與我們單一最大股東集團的關係」。

股息及股息政策

於2023財政年度、2024財政年度及2025財政年度，本集團向股東宣派之股息分別為人民幣177.7百萬元、人民幣311.0百萬元及人民幣311.0百萬元。我們於2025財政年度宣派股息，總額為人民幣311.0百萬元，2024年末期股息人民幣222.1百萬元及2025年中期股息人民幣88.9百萬元，截至最後可行日期，我們已悉數派付有關股息。

在公司章程及公司法的規限下，我們於2024年4月採行三年期股息政策，根據該政策，我們可以現金股息、股票股息或現金與股票股息結合的方式宣派股息。任何年度以現金分派的累積利潤，不得低於該年度實現的年度可分派利潤的10%。有關股息及股息政策的進一步詳情，請參閱「財務資料—股息及股息政策」。

我們的競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢有助我們在競爭對手中脫穎而出：(i)揉合東方傳統與現代設計，我們是中國的知名時尚珠寶品牌；(ii)卓有成效的新品研發和上市體系；(iii)依託廣泛的銷售網絡和全渠道佈局，驅動市場滲透；(iv)運用一體化數字管理系統提高營運效率和支援日後的擴展性；(v)構建優化全鏈每一環節的供應鏈體系；及(vi)管理團隊富創業精神、經驗豐富且團結齊心。

我們的戰略

我們計劃實施以下戰略，以把握不斷增長的市場機遇，並進一步鞏固我們的市場地位：(i)實施「1+N」品牌戰略以提升品牌知名度及影響力；(ii)繼續擴大我們在國內和國際的銷售網絡；(iii)繼續推進數字化進程以優化銷售網絡管理；及(iv)進一步擴充產能，強化核心競爭力。

競爭格局

珠寶

於2020年至2024年，中國內地珠寶市場的市場規模從人民幣6,100億元擴大到人民幣7,280億元，複合年增長率為4.5%。預計到2029年，珠寶市場規模將達到人民幣9,370億元，2024年至2029年的複合年增長率增加至5.2%。年輕客群的興趣日益俱增，且購買力日漸上升，這是推動經典黃金珠寶市場及時尚珠寶市場的主要市場動力。

手袋

中國手袋市場的市場規模的增長軌跡保持穩定，從2020年的人民幣586億元增至2024年的人民幣805億元，複合年增長率為8.3%，主要由於消費者對高品質、時尚及具功能性的配飾的需求不斷上升。展望未來，中國手袋市場的市場規模預期繼續保持上升態勢，到2029年將達人民幣1,172億元，2024年至2029年的複合年增長率為7.8%。

更多詳情，請參閱「行業概覽」。