

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



**TANBOER**

**Tanboer Group Co., Ltd.**  
**坦博爾集團股份有限公司**

(「本公司」)

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

的申請版本

警告

本申請版本乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)／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、獨家整體協調人、獨家保薦人兼整體協調人、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補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家保薦人兼整體協調人、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) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 申請版本並非最終的上市文件，本公司可能不時根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》作出更新或修訂；
- (e) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約，且不在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或本公司的任何聯屬公司、顧問或包銷商概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按1933年美國證券法(經修訂)或美國任何州立證券法例註冊；
- (j) 由於本文件的派發或本文件所載任何資訊的發布可能受到法律限制，閣下同意了解並遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘於適當時向香港公眾人士提出要約或邀請，準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；招股章程的文本將於發售期內供公眾查閱。

## 重要提示

重要提示：如閣下對本文件之任何內容有任何疑問，應尋求獨立專業意見。



**TANBOER**

**Tanboer Group Co., Ltd.**  
**坦博爾集團股份有限公司**

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

### [編纂]

[編纂]項下的[編纂]數目：[編纂]股H股（視乎[編纂]行使與否而定）  
[編纂]數目：[編纂]股H股（可予重新分配）  
[編纂]數目：[編纂]股H股（可予重新分配及視乎[編纂]行使與否而定）  
最高[編纂]：每股H股[編纂]，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費（申請時以港元全額繳足，多繳股款可予退還）  
面值：每股H股人民幣1.00元  
[編纂]

獨家保薦人、[編纂]

 **CICC 中金公司**

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

本文件已根據香港法例第32章《公司（清盤及雜項條文）條例》第342C條的規定，送呈香港公司註冊處處長註冊，並附有本文件「附錄八－送呈公司註冊處處長及可供展示文件」所指明的文件。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]（為其本身及代表[編纂]）及我們於[編纂]協議釐定。預期[編纂]將為[編纂]或之前，惟無論如何不遲於[編纂]中午十二時正。[編纂]將不會超過[編纂]港元及目前預期將不低於[編纂]港元。認購[編纂]的申請人於申請時須就每股香港[編纂]支付最高[編纂][編纂]，連同1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費，倘[編纂]低於[編纂]，多繳股款可予退還。倘[編纂]（為其本身及代表[編纂]）與我們因任何原因未能協定[編纂]，則[編纂]不會進行且將告失效。

經我們同意，[編纂]（為其本身及代表[編纂]）如認為合適，可於遞交[編纂]申請截止日期上午或之前隨時將香港[編纂]數目及／或指示性[編纂]範圍調至低於本文件所述者。在此情況下，作出有關調減決定後，我們會盡快且無論如何不遲於截止遞交[編纂]申請當日上午於聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 及本公司網站 [www.tanboer.com](http://www.tanboer.com) 刊登有關調減[編纂]數目及／或指示性[編纂]範圍的通知。有關更多詳情，請參閱本文件「[編纂]的架構」及「如何申請[編纂]」章節。

有意向的投資者在作出投資決定前，應審慎考慮本文件所載的所有資料，包括但不限於本文件「風險因素」一節所載的風險因素。

倘於[編纂]日期上午八時正前出現若干情況，[編纂]根據[編纂]認購[編纂]及促使申請人認購[編纂]之責任須由[編纂]（為其本身及代表[編纂]）終止。該等理由載於本文件「[編纂]－[編纂]安排及開支－[編纂]－終止理由」一節。

[編纂]並無亦不會根據美國證券法或美國任何州證券法登記，亦不得於美國境內提呈[編纂]、出售、質押或轉讓，惟獲豁免遵守美國證券法及美國任何州適用證券法登記規定或在毋須遵守美國證券法及美國任何州適用證券法登記規定的交易中進行除外。[編纂]依據美國證券法S規例在美國境外以離岸交易方式提呈[編纂]及出售。

[編纂]

[編纂]

---

## 重要提示

---

[編纂]

---

## 重要提示

---

[編纂]

---

## 預期時間表<sup>(1)</sup>

---

[編纂]

---

## 預期時間表<sup>(1)</sup>

---

[編纂]

---

## 預期時間表<sup>(1)</sup>

---

[編纂]

---

## 預期時間表<sup>(1)</sup>

---

[編纂]

## 目 錄

### 致[編纂]的重要提示

我們僅就[編纂]及[編纂]刊發本文件，除本文件根據[編纂]提呈[編纂]外，本文件並不構成出售任何證券的[編纂]或招攬購買任何證券的[編纂]。本文件不得用作亦不構成在任何其他司法管轄區或任何其他情況下的[編纂]或[編纂]以[編纂]或購買任何證券。並未採取任何行動以允許在香港以外任何司法管轄區[編纂][編纂]或派發。在其他司法管轄區內派發本文件以及提呈[編纂][編纂]均受限制，且除非已根據該等司法管轄區的適用證券法向相關證券監管機關登記或獲其授權或豁免，否則不得進行上述活動。

閣下應僅依賴本文件所載資料作出[編纂]決定。我們並無授權任何人士向閣下提供有別於本文件所載者的資料。閣下不應將任何並非載於本文件的資料或陳述視為已獲我們、獨家保薦人、[編纂]、我們或彼等各自的任何董事、高級職員或代表，或參與[編纂]的任何其他人士或各方授權而加以依賴。

預期時間表.....	iv
目錄.....	viii
概要.....	1
釋義.....	15
技術詞彙表.....	24
前瞻性陳述.....	28
風險因素.....	30
豁免嚴格遵守上市規則.....	52

---

## 目 錄

---

有關本文件及[編纂]的資料 .....	55
董事及參與[編纂]的各方 .....	60
公司資料 .....	64
行業概覽 .....	66
監管概覽 .....	77
歷史及公司架構 .....	91
業務 .....	101
與控股股東的關係 .....	180
股本 .....	183
主要股東 .....	186
董事及高級管理層 .....	187
財務資料 .....	197
未來計劃及[編纂] .....	227
[編纂] .....	233
[編纂]的架構 .....	243
如何申請[編纂] .....	251
附錄一 — 會計師報告 .....	I-1
附錄二 — 未經審計[編纂]財務資料 .....	II-1
附錄三 — 物業估值報告 .....	III-1
附錄四 — 稅項及外匯 .....	IV-1
附錄五 — 主要法律及監管規定概要 .....	V-1
附錄六 — 公司章程概要 .....	VI-1

---

## 目 錄

---

附錄七	—	法定及一般資料 .....	VII-1
附錄八	—	送呈公司註冊處處長及可供展示文件 .....	VIII-1

## 概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故並未載有可能對閣下而言屬重要的所有資料。此外，任何[編纂]均附帶風險。[編纂]於[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」一節。閣下決定[編纂]於[編纂]前，務請細閱整份文件。

### 概覽

我們是中國成熟的專業戶外服飾品牌。我們的產品滿足滑雪、登山和徒步等各種自然環境活動需求，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景。根據灼識諮詢的資料，中國專業戶外服裝行業高度分散，按2025年零售額計，我們是中國第七大專業戶外服飾品牌，市場份額為2.2%。根據同一資料來源，以2025年零售額計，我們是中國第四大本土專業戶外服飾品牌，佔5.0%的市場份額。

我們的產品體系經精心規劃，劃分為三大系列，即頂尖戶外系列、運動戶外系列與城市輕戶外系列，各系列旨在滿足不同穿著場景。我們秉持以消費者為中心的理念作為研發基礎，著重於面輔料技術與產品設計。尤其是，我們的產品使用耐用面料（如錦綸（聚酰胺纖維）面料），以提高耐磨性、使用壽命及透氣性。基於面料研發成果，我們針對各產品系列的特定需求量身打造設計方案。我們亦將實用功能與自然圖紋相融合，打造出時尚專業的戶外服飾。

我們的營銷策略將線下優勢與日益壯大的線上業務相結合，以提高品牌知名度及銷售表現。於往績記錄期間，我們依托成熟的線下業務，同時戰略性拓展線上渠道，實現持續增長。尤其是，我們線上渠道的收入由2023年的人民幣348.6百萬元大幅增加79.6%至2024年的人民幣626.2百萬元，並進一步由2024年的人民幣626.2百萬元大幅增加100.2%至2025年的人民幣1,253.7百萬元。根據灼識諮詢的資料，以2025年總零售額及線上零售額計，我們為中國十大專業戶外服飾品牌中增長最快的品牌，分別較2024年增長65.8%及75.6%。

### 我們的品牌及產品

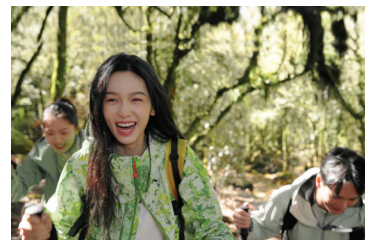
我們已開發出覆蓋滑雪、登山、徒步等多元自然環境運動，以及郊遊、公園休閒和通勤等市場場景的完整產品體系。產品組合涵蓋專業戶外服飾，主要包含專業羽絨服、硬殼服飾及軟殼服飾。於往績記錄期間，坦博爾擁有三大產品系列－頂尖戶外系列、運動戶外系列與城市輕戶外系列。截至2025年12月31日，我們的服飾產品體系共包含687個SKU。



頂尖戶外系列  
截至2025年12月31日83個SKU



運動戶外系列  
截至2025年12月31日217個SKU



城市輕戶外系列  
截至2025年12月31日387個SKU

---

## 概 要

---

- **頂尖戶外系列**。我們的頂尖戶外系列專為極端環境下的高強度運動而設計，例如滑雪、高海拔徒步旅行和極地探索，主要面向職業運動員、資深探險者及追求極限體驗的消費者。
- **運動戶外系列**。我們的運動戶外系列針對登山、露營、中低海拔徒步等中高強度戶外探索活動設計，面向家庭戶外群體、進階戶外愛好者及注重功能性與舒適性平衡的消費者。
- **城市輕戶外系列**。我們的城市輕戶外系列銜接城市生活與短途戶外場景，覆蓋郊遊、公園休閒和通勤等場景，契合崇尚自然生活的都市居民與追求簡約實用的消費群體。

### 市場機遇

隨著戶外生活方式與冬季運動的日益普及，越來越多的消費者正擁抱更健康的生活方式，積極參與滑雪、登山、徒步等多元化自然環境運動，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景。這一趨勢推動了場景化戶外活動模式的演進與專業戶外服飾行業的發展，消費者偏好也從單一功能產品轉向適用於多穿着場景的設計。此外，市場對高性價比產品的需求日益增長，為本土專業戶外服飾品牌創造了顯著機遇。這些國產品牌在自主技術升級、本土需求洞察和品牌價值提升方面，持續獲得市場認可。這一發展不僅推動專業戶外服飾行業的整體擴張，更重塑了行業競爭格局，為該等本土企業開闢更廣闊的空間。

根據灼識諮詢的資料，中國專業戶外服飾行業市場規模由2020年的人民幣712億元增長至2025年的人民幣1,523億元，複合年增長率為16.4%，預計2030年將達到人民幣3,264億元，自2025年的複合年增長率為16.5%。值得注意的是，本土專業戶外服飾品牌市場規模由2020年的人民幣286億元增長至2025年的人民幣677億元，複合年增長率為18.8%。預計到2030年將達到人民幣1,616億元，自2025年的複合年增長率為19.0%。這既體現了專業戶外服飾市場的持續擴張，也展現了本土品牌的快速增長勢頭。

### 我們的競爭優勢

我們相信以下競爭優勢推動了我們的成功，使我們能夠在激烈競爭中立於不敗之地：(i)對始終如一品質的堅定追求，鞏固了我們在專業戶外服飾市場的領先地位；(ii)高效的產品開發體系，帶來多樣化且充滿活力的產品組合；(iii)專精於面料工藝與生產流程，提升產品性能；(iv)策略性品牌建設與多渠道銷售網絡強化品牌知名度；(v)一體化供應鏈管理確保產品品質並提升營運效率；及(vi)經驗豐富且專注的管理團隊驅動可持續增長。有關詳情請參閱「業務－我們的競爭優勢」。

### 我們的增長策略

我們旨在通過以下策略推動業務持續增長：(i)通過加強研發投入，追求始終如一的品質；(ii)強化精準驅品牌營銷建設，結合優化的多渠道銷售策略；(iii)加強供應鏈發展和數字化；(iv)擴大產品組合和品牌矩陣；(v)透過戰略收購實施全球化策略；及(vi)提升及完善我們的ESG體系。有關詳情請參閱「業務－我們的增長策略」。

## 概 要

### 技術進步及產品開發

我們對研發的投入是品牌的核心支柱，這體現在我們的研發及生產基地坦博爾智慧科技園的建設中，並始終遵循專業洞察的指引。在面料研發與產品設計領域，我們秉持以消費者為中心的理念，採用高性能面料並應用熱量與濕度調節、纖維結構最佳化、先進塗層等技術提供更佳的功能表現。

我們的面料技術着重於耐久性、功能性與可持續性，逾90%的產品採用聚酰胺纖維。通過持續研發投入，我們已開發出防水透氣膜及先進面料結構等專有技術，提升防潮、溫度調節及耐用性。我們的特有面料解決方案為各種產品系列量身打造，具有在不同戶外環境的最佳性能。我們積極與頂尖面料供應商及研究機構開展聯合開發合作，確保持續取得進步以滿足不斷升級的專業戶外服飾需求。我們亦與外部機構合作推進專業研發項目。例如，我們與北京服裝學院建立戰略合作夥伴關係，以提升美學設計能力並進行科學先進的模擬測試。有關詳情，請參閱「業務－研發－我們的研發能力」。

### 我們的多渠道銷售與分銷網絡

我們通過整合線上線下渠道的全面銷售網絡銷售產品。憑藉我們已建立的品牌知名度和市場佔有率，我們通過建立針對不同消費人羣和使用場景的線上門店組合，策略性地擴展我們的線上業務，並提高產品的購買渠道。

於往績記錄期間，我們正快速拓展線上渠道，以滿足當今線上用戶不斷變化的需求。我們的線上渠道主要涵蓋抖音、天貓、快手、京東及微信小程序等社交商務平台。我們的線上銷售渠道主要包括(i)線上自營門店；(ii)電商平台銷售；及(iii)線上分銷商。詳情請參閱「業務－我們的銷售網絡－線上渠道」。

我們的線下渠道對於培養消費者的長期信任及忠誠度起着關鍵作用。我們的線下渠道包含：(i)透過線下自營門店進行直銷，此類門店同時涵蓋租賃與委託經營模式；及(ii)通過分銷商運營的線下門店進行的銷售，我們與分銷商運營的線下門店建立策略合作，共同將產品銷售予終端消費者。我們通過兩種模式運營線下門店，以最大化市場覆蓋並適應消費者需求。常設門店於核心零售地段提供持續品牌曝光，全年供應全系列產品；而季節性線下門店則主要於每年第一及第四季度的銷售高峰期策略性開設。

下表載列截至所示日期我們線下渠道的常設門店數量：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
線下自營門店.....	250	278	272
分銷商運營的線下門店.....	312	330	289
總計.....	<b>562</b>	<b>608</b>	<b>561</b>

---

## 概 要

---

我們的季節性門店旨在把握特定時期的高漲消費需求，透過靈活營運模式因應市場波動，同時實現成本優化。此等門店期通常於九月至次年三月的旺季營運三至五個月，並策略性地把握冬季期間對我們專業戶外服飾激增的消費者需求。此等門店通常選址於營運成本高昂但人流量大的區域，或鄰近現有永久店舖以強化品牌曝光度。我們的季節性店舖通常設在鄰近購物中心的中庭或室外廣場周邊，總樓面面積介乎60至120平方米。我們季節性門店的毛利率與我們常設門店旺季期間相若。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別擁有197家、136家及119家由我們及分銷商經營的季節性線下門店。

### 定價

我們實施有效的定價策略。產品零售價基於多重因素確定，包括生產成本、市場同類產品價格、市況以及銷售策略。我們為銷售渠道採用統一定價體系為各系列提供建議零售價。頂尖戶外系列的建議零售價為人民幣999元至人民幣3,299元。我們運動戶外系列的主要產品建議零售價為人民幣599元至人民幣2,999元，城市輕戶外系列的主要產品建議零售價人民幣699元至人民幣1,799元。我們有時會提供折扣優惠，並參與第三方電商平台及購物商場舉辦的促銷活動。電商平台及分銷商銷售方面，綜合考慮其採購產品數量、利潤率、市場產品價格、銷售渠道的營銷及推廣成本、指定銷售渠道以及其觸及消費者數量等因素，我們的產品通常按建議零售價的折扣出售產品。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。

### 品牌與營銷

我們致力以研發實力為後盾，將始終如一品質塑造成品牌核心形象。此外，我們已透過線上與線下渠道的協作，開展多種營銷活動與廣告活動。

我們的品牌建設結合了始終如一品質和卓越功能與防護特性。這通過我們與北京服裝學院聯合成立的「極寒實驗室」得以證明，我們在該實驗室對材料與服飾進行嚴苛測試，恪守優質標準。此外，我們建立了以丹霞地貌與冰雪意象為靈感的旗艦博物館，展現坦博爾在戶外服飾領域的傳承、羽絨服的發展歷程以及功能設計與時尚元素的持續創新。此外，我們通過各種戶外活動與企劃，積極推廣優質戶外生活方式。2025年9月，坦博爾「雪舞山巔」戶外冰雪大秀在杭州西湖隆重發佈，成為展示我們超過二十載匠心傳承的重要里程碑。2024年，我們策劃的抖音活動「中國好羽絨」活動，聚焦羽絨服飾的始終如一品質與設計，令抖音新消費者數量較去年大幅增加150%。2023年推出「定義戶外新趨勢」活動及2024年「與自然為友」為主題的25週年慶典。結合沉浸式展示體驗與時裝秀，進一步鞏固我們在專業戶外服飾行業的地位。

我們的營銷舉措在線上與線下策略之間達到平衡。線上渠道方面，我們善用抖音等熱門社交商務平台，視頻累計觀看次數突破20億次，顯示消費者互動力強大。線下渠道方面，與戶外人流量大的場地（特別是四家知名滑雪場）開展策略性合作，在纜車站與滑雪電纜車站打造引人注目的廣告，令我們能夠觸及冬季運動愛好者。我們亦

---

## 概 要

---

拓展文化合作夥伴關係，如與滑雪起源地阿勒泰地區達成2025年聯名合作，加深消費者對滑雪系列活動的互動。我們的營銷工作延伸到明星代言與KOL合作，包括運動型達人，進一步提升品牌知名度。最後，通過與奧地利單板滑雪國家隊、中國國家北歐兩項隊等職業運動隊的緊密合作，不僅提供優質比賽服裝與訓練服裝，更驗證產品在嚴苛環境下的可靠性能。兩支隊伍均參加了2026年冬奧會並取得優異成績，進一步提升了我們的品牌知名度。這些合作鞏固我們作為專業戶外運動服飾值得信賴的領先地位，藉由專業運動員的反饋能夠持續推動產品提升。

### 供應鏈管理

我們的供應鏈管理透過將優質面料和材料採購與高效的合約製造合作夥伴關係進行策略整合而得到強化。

我們與國際及國內頂尖原料供應商維持長期合作夥伴關係，以確保可靠的供應。我們採用先進的功能性面料，提供防風防水和耐用性，以及最大限度提高熱效率同時最大限度降低重量的高容量羽絨材料，這些共同促成了我們產品的高品質。值得注意的是，我們已與eVent及Dermizax等全球頂尖面料供應商建立深度戰略合作夥伴關係。

此外，我們主要與符合資格的合約製造商合作生產我們的產品，這使我們能夠有效分配資源並根據市場需求調整生產訂單。我們對始終如一品質的承諾通過對合約製造商實施嚴格的品質控制措施來證明。於往績記錄期間各年度，我們與五大合約製造商（統稱「主要合約製造商」）建立了長期合作夥伴關係，截至2025年12月31日，彼等已與我們合作平均時長為七年。我們的供應鏈管理延伸至倉儲、物流及庫存管理。憑藉區域營運的倉儲網絡，我們確保能迅速且高效地向消費者交付產品。此外，我們的智慧物流中心完善整個供應鏈的透明度與準確度，確保按高質量準時完成訂單。

### 季節性

我們的經營業績受季節性波動影響。我們的產品銷售呈現季節性模式，受節日促銷及相關消費者行為等因素影響。從歷史上看，我們通常在每年第一季度和第四季度錄得較高的銷售額。我們通常會在每年的年底制定未來12個月的銷售計劃。因此，我們每年初開始原材料採購，自第一季起向合約製造商下單訂購，並逐步建立庫存以為銷售旺季作準備。

### 客戶及供應商

我們的客戶主要包括個人消費者，以及電子商務平台、分銷商及企業客戶。於2023年、2024年及2025年，本公司五大客戶於各年度產生的總收入分別為人民幣131.8百萬元、人民幣161.5百萬元及人民幣244.3百萬元，分別佔本公司相應年度總收入的12.9%、12.4%及11.2%。詳情請參閱「業務－我們的客戶」。

我們的主要供應商包括合約製造商和原材料供應商。於2023年、2024年及2025年，本公司於各年度向五大供應商採購的金額分別為人民幣180.9百萬元、人民幣400.4百萬元及人民幣409.3百萬元，佔本公司相應年度總採購額24.3%、25.4%及21.9%。詳情請參閱「業務－我們的供應商」。

---

## 概 要

---

### 風險因素

我們的運營及[編纂]涉及若干風險及不確定性，部分風險及不確定性超出我們的控制範圍，並可能影響閣下[編纂]我們的決定及／或閣下的[編纂]價值。有關我們風險因素的詳情，請參閱「風險因素」。我們面臨的部分主要風險包括：(i)我們經營所在的行業競爭非常激烈且發展迅速。若我們未能有效競爭，則我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響；(ii)若未能預見或應對消費者偏好和市場趨勢方面的變化，可能會對我們的銷售和財務表現造成重大不利影響；(iii)我們的成功取決於「TANBOER坦博爾」品牌的實力及擴張。若其聲譽下降或無法擴大其影響力，均會對我們的銷售、盈利能力、業務運營以及執行增長戰略的能力造成重大損害；(iv)如果我們未能持續創新並為消費者提供符合其期望的設計特色，我們可能無法產生並維持消費者對我們產品的足夠興趣，最終損害我們的競爭力；(v)如果我們的任何產品有製造或設計缺陷，或對我們、我們的銷售渠道及／或消費者而言不可接受，我們的業務可能會受到重大不利損害；(vi)無法通過各種營銷渠道推廣我們的產品，或該等渠道出現任何負面宣傳或事態發展，均可能對我們的消費者信任、聲譽及經營業績產生不利影響；(vii)我們在營銷和銷售活動中大量依賴第三方電商及社交媒體。若此類平台的運營中斷、我們與該等平台的合作終止、轉差或成本增加，或該等平台出現負面報道，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響；(viii)我們可能無法有效管理線下門店網絡的擴張；(ix)我們的線下自營門店面臨風險；及(x)我們可能無法有效管理及發展我們的線下分銷網絡，這可能對我們的品牌、運營及經營業績造成不利影響。

### 競爭

我們主要在中國的專業戶外服飾行業運營。專業戶外服飾是一類旨在為消費者在戶外活動期間提供專業防護的服飾品類。我們所在的行業競爭非常激烈。根據灼識諮詢的資料，中國的專業戶外服飾行業市場格局分散。按零售額計算，2025年前十大品牌僅佔市場份額的27.2%。按零售額計算，我們於2025年位列中國本土專業戶外服飾品牌第四名。

我們提供專業的戶外服飾，以高品質與時尚設計為特色，並以全球領先奢侈品牌為標桿。透過整合中國內地製造能力的優勢以及與合約製造商的穩定合作關係，我們實現了有效的成本控制，使我們能夠透過以超越高成本競爭對手的親民的價格為消費者提供卓越價值。此外，在服裝行業超過二十年的專業經驗，加上新技術的支持，使我們在生產效率、品質保證和供應鏈管理方面獲得了顯著的競爭優勢，從而促進我們策略性地擴展至多元化的全年服裝類別，包括硬殼外套和絨毛服飾。我們主要與中國專業戶外服飾行業的眾多國內外品牌競爭。憑藉我們的戰略定位、產品設計和開發能力以及整合的銷售網絡，我們相信我們在行業中處於有利地位，能夠把握快速增長的市場機遇，吸引和維持消費者並增加我們的市場份額。請參閱「行業概覽」。

### 歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的綜合財務資料概要，乃摘錄自附錄一所載會計師報告。下文所載綜合財務數據概要應與本文件的綜合財務報表(包括相關附註)一併閱讀，以保證其完整性。我們的綜合財務資料已根據國際財務報告準則會計準則編製。

## 概 要

### 綜合損益表概要

下表載列我們於所示年度的綜合損益及其他全面收益表概要。我們於下文呈列的過往業績並不預示日後任何期間的預期業績。

	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	%
收入	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>
銷售成本	(444,598)	(43.5)	(587,352)	(45.1)	(957,264)	(43.7)
毛利	<b>576,444</b>	<b>56.5</b>	<b>715,127</b>	<b>54.9</b>	<b>1,232,200</b>	<b>56.3</b>
其他收入及收益	43,387	4.2	25,038	1.9	28,164	1.3
銷售及分銷開支	(355,646)	(34.8)	(508,403)	(39.0)	(808,570)	(36.9)
行政開支	(75,494)	(7.4)	(100,523)	(7.7)	(172,775)	(7.9)
金融資產(減值)/減值撥回淨額	(2,265)	(0.2)	1,267	0.1	148	0.0
其他開支	(3,830)	(0.4)	(2,120)	(0.2)	(6,331)	(0.3)
融資成本	(5,856)	(0.6)	(9,518)	(0.7)	(18,203)	(0.8)
除稅前利潤	<b>176,740</b>	<b>17.3</b>	<b>120,868</b>	<b>9.3</b>	<b>254,633</b>	<b>11.6</b>
所得稅開支	(37,495)	(3.7)	(13,554)	(1.0)	(31,375)	(1.4)
年內利潤	<b>139,245</b>	<b>13.6</b>	<b>107,314</b>	<b>8.2</b>	<b>223,258</b>	<b>10.2</b>
以下各方應佔：						
母公司擁有人	139,245	13.6	107,314	8.2	223,258	10.2

### 收入

在往績記錄期間，我們的收入實現了持續且穩定的增長。同期，收入主要來自中國專業戶外服飾的銷售，配飾及其他產品所佔比例甚微。

#### 按產品系列劃分的收入

我們的產品組合主要包括三大系列－頂尖戶外系列、運動戶外系列與城市輕戶外系列－各系列旨在滿足不同穿著場景。下表載列我們於所示年度按產品系列劃分的收入明細(以絕對金額及佔總收入的百分比列示)：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
頂尖戶外系列	6,782	0.7	50,902	3.9	122,497	5.6
運動戶外系列	257,886	25.3	330,907	25.4	697,330	31.9
城市輕戶外系列	751,316	73.6	915,185	70.3	1,362,801	62.2
配飾	5,058	0.5	5,485	0.4	6,836	0.3
總計	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>

於往績記錄期間，我們所有產品系列的收入均實現持續增長。所有產品系列的整體銷量增長主要由於我們推出針對廣泛場景和活動的新產品，從而提升品牌知名度，

## 概 要

吸引更廣泛的消費者群體。此外，由於我們通過採購優質原材料、採用新技術及與選定合約製造商合作，不斷提升產品的質量及功能，我們的產品定價範圍較高，得益於消費者的日益認可。

於往績記錄期間，我們通過從既有的城市輕戶外系列拓展至多元化優質專業戶外體系，策略性地將產品組合多元化。這一轉變反映在運動戶外系列的強勁收入增長。我們的運動戶外系列對收入的貢獻率於2023年及2024年分別維持相對穩定在25.3%及25.4%。其於2025年增加至31.9%，證實其技術創新、先進功能及專業級性能已獲得消費者的充分認可。此外，我們持續致力於冬季運動與極端天氣服飾領域的戰略擴張，並取得顯著成果，從頂尖戶外系列的持續銷售增長得到驗證。頂尖戶外系列的收入由2023年的人民幣6.8百萬元增至2024年的人民幣50.9百萬元，並進一步增加至2025年的人民幣122.5百萬元。

### 按銷售渠道劃分的收入

於往績記錄期間，我們通過整合線上及線下渠道的廣泛銷售網絡銷售產品。下表載列我們於所示年度按銷售渠道劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
線上渠道	348,605	34.1	626,171	48.1	1,253,669	57.3
自營網店	234,475	23.0	480,154	36.9	1,013,057	46.3
向電商平台銷售	114,130	11.2	144,456	11.1	214,460	9.8
線上分銷商	–	–	1,561	0.1	26,152	1.2
線下渠道	638,572	62.5	635,365	48.8	875,442	40.0
線下自營門店	405,664	39.7	389,667	29.9	475,048	21.7
分銷商運營的線下門店	232,908	22.8	245,698	18.9	400,394	18.3
其他 <sup>(1)</sup>	33,865	3.3	40,943	3.1	60,353	2.7
總計	1,021,042	100.0	1,302,479	100.0	2,189,464	100.0

附註：

(1) 其他主要包括向企業客戶銷售。

我們透過整合線上及線下渠道的綜合銷售網絡銷售產品。我們的線上渠道展現強勁增長，反映我們成功實施了利用線上平台接觸和吸引消費者的策略。線上渠道的收入增長主要歸因於我們策略性地專注於擴大線上佈局，並透過以下方式接觸更廣泛的消費者群體：(i)在電商及社交商務平台建立商店矩陣，針對不同消費者群體和使用場景；(ii)透過直播活動、策略性KOL合作和線上廣告投放，加強線上營銷力度；及(iii)受惠於合作關係的強化，增加了對主要電子商務平台的銷售額。

同時，於往績記錄期間，我們的大部分收入來自線下渠道，包括線下自營門店及分銷商運營的線下門店，這得益於我們成熟的銷售網絡、品牌知名度及市場佔有率。

## 概 要

### 按地理位置劃分的收入

於往績記錄期間，我們主要在中國內地銷售產品。下表載列於所示年度我們按地理位置劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度					
	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.....	1,013,198	99.2	1,294,591	99.4	2,185,455	99.8
亞洲其他地區 <sup>(2)</sup> .....	6,715	0.7	3,495	0.3	2,910	0.1
其他 <sup>(1)</sup> .....	1,129	0.1	4,393	0.3	1,099	0.1
<b>總計</b> .....	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 其他主要包括北美洲及歐洲。
- (2) 亞洲其他地區指亞洲大陸上除中國以外的國家。

### 按城市等級劃分的線下收入

下表載列按中國內地城市等級劃分的線下銷售收入明細：

	截至12月31日止年度								
	2023年			2024年			2025年		
				(人民幣千元)					
	自營 線下門店	分銷商 運營的 線下門店	總計	自營 線下門店	分銷商 運營的 線下門店	總計	自營 線下門店	分銷商 運營的 線下門店	總計
一線及新一線城市.....	70,364	23,313	93,677	67,864	31,671	99,535	66,080	41,844	107,924
二線及新二線城市.....	139,938	51,609	191,547	136,252	56,898	193,150	152,366	89,586	241,952
三線城市.....	137,168	115,662	252,830	124,549	108,316	232,865	128,001	180,355	308,356
其他 <sup>(1)</sup> .....	58,194	42,324	100,518	61,002	48,813	109,815	128,601	88,609	217,210
<b>總計</b> .....	<b>405,664</b>	<b>232,908</b>	<b>638,572</b>	<b>389,667</b>	<b>245,698</b>	<b>635,365</b>	<b>475,048</b>	<b>400,394</b>	<b>875,442</b>

附註：

- (1) 其他主要包括三線以下城市，例如許昌、日照及棗莊市。
- (2) 於往績記錄期間內各年度的城市等級分類是依據新一線城市研究所發佈的2025年報告釐定。

## 概 要

### 毛利及毛利率

於2023年、2024年及2025年，我們的毛利分別為人民幣576.4百萬元、人民幣715.1百萬元及人民幣1,232.2百萬元。我們於同年的整體毛利率分別為56.5%、54.9%及56.3%。下表載列我們於所示年度按產品系列劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %
頂尖戶外系列.....	4,228	62.3	32,268	63.4	77,601	63.4
運動戶外系列.....	166,894	64.7	198,376	59.9	413,082	59.2
城市輕戶外系列.....	405,008	53.9	483,608	52.8	739,982	54.3
配飾.....	314	6.2	875	16.0	1,535	22.5
<b>總計</b> .....	<b>576,444</b>	<b>56.5</b>	<b>715,127</b>	<b>54.9</b>	<b>1,232,200</b>	<b>56.3</b>

我們各產品系列的毛利率主要受所採用的原材料與技術影響，以契合戶外活動的多樣化需求。各系列皆針對不同性能需求量身打造，範圍從休閒都市與戶外使用到極端環境下的專業級活動。運動戶外系列等高性能產品專為更嚴苛環境設計，通常採用先進材料與專業技術，確保卓越的耐磨性、功能性與舒適度。這些因素令生產成本產生差異，同時使我們得以收取溢價並實現更高利潤率。

下表載列我們於所示年度按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %
線上渠道.....	169,927	48.7	333,786	53.3	697,797	55.7
線下渠道.....	393,380	61.6	370,234	58.3	515,940	58.9
其他.....	13,137	38.8	11,107	27.1	18,463	30.6
<b>總計</b> .....	<b>576,444</b>	<b>56.5</b>	<b>715,127</b>	<b>54.9</b>	<b>1,232,200</b>	<b>56.3</b>

於往績記錄期間，我們線上及線下渠道的毛利率有所波動。於往績記錄期間，我們日益關注線上渠道，投資於其擴張及多元化。這包括加強銷售渠道開發、拓寬產品供應及提升促銷策略。因此，我們線上渠道的毛利率穩步提升，且隨著我們的線上銷售及營銷策略持續成熟，我們認為未來還有重大增長潛力。這一策略推動我們線上渠道的毛利率由2023年的48.7%持續提升至2024年的53.3%，並進一步提升至2025年的55.7%。就線下銷售而言，毛利率主要受為促進銷售及市場滲透率而向分銷商提供的激勵措施及折扣的影響。

## 概 要

有關詳情，請參閱「財務資料－各年度的經營業績比較」。

### 綜合財務狀況表概要

下表載列我們截至所示日期的綜合財務狀況表明細，該明細乃摘錄自本文件附錄一所載的經審計綜合財務報表：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
非流動資產總值	763,503	673,684	653,477
流動資產總值	713,105	1,633,669	2,002,983
<b>總資產</b>	<b>1,476,608</b>	<b>2,307,353</b>	<b>2,656,460</b>
流動負債總額	583,646	1,282,771	1,792,916
<b>流動資產淨值</b>	<b>129,459</b>	<b>350,898</b>	<b>210,067</b>
非流動負債總額	258,952	283,123	188,735
<b>負債總額</b>	<b>842,598</b>	<b>1,565,894</b>	<b>1,981,651</b>
<b>資產淨值</b>	<b>634,010</b>	<b>741,459</b>	<b>674,809</b>

有關我們於往績記錄期間的綜合財務狀況表主要項目及流動資產淨值的波動詳情，請參閱「財務資料－綜合財務狀況表內若干主要項目的討論」。

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別錄得流動資產淨值人民幣129.5百萬元、人民幣350.9百萬元及人民幣210.0百萬元。

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣129.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣350.9百萬元，主要是由於存貨增加人民幣436.7百萬元，現金及現金等價物增加人民幣68.3百萬元及貿易應收款項及應收票據增加人民幣49.9百萬元所致。此部分被貿易應付款項及應付票據增加人民幣477.5百萬元及計息銀行借款增加人民幣159.8百萬元所部分抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣350.9百萬元減少至截至2025年12月31日的人民幣210.0百萬元，主要是由於貿易應付款項及應付票據增加人民幣327.9百萬元及計息銀行借款增加人民幣152.5百萬元。這部分被貿易應收款項及應收票據增加人民幣314.8百萬元及存貨增加人民幣232.5百萬元所抵銷。

我們的資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣634.0百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣741.5百萬元，主要是由於各年錄得的利潤。

我們的資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣741.5百萬元減少至截至2025年12月31日的人民幣674.8百萬元，主要由於留存利潤因股息分派而減少，部分被年內利潤增長所抵銷。

## 概 要

### 綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示年度的綜合現金流量表概要：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
經營活動所得現金流量淨額.....	249,793	80,185	114,491
投資活動(所用)／所得現金 流量淨額.....	(194,911)	(170,342)	247,084
融資活動(所用)／所得現金 流量淨額.....	(26,802)	158,461	252,032
現金及現金等價物增加淨額.....	28,080	68,304	109,543
年初現金及現金等價物.....	57,284	85,364	153,668
年末現金及現金等價物.....	85,364	153,668	263,211

詳情請參閱「財務資料－流動資金及資本資源－綜合現金流量表概要」。

### 主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示年度的主要財務比率：

	截至12月31日／截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(%)		
營業額增長率 <sup>(1)</sup> .....	39.4	27.6	68.1
毛利率 <sup>(2)</sup> .....	56.5	54.9	56.3
權益回報率 <sup>(3)</sup> .....	24.7	15.6	31.5

附註：

- (1) 營業額增長率指年內的收入除以上一年的收入減一。
- (2) 毛利率指年內的毛利除以年內的收入再乘以100%。
- (3) 權益回報率指年內的淨利潤除以平均股東權益的百分比。

### 我們的控股股東

截至最後實際可行日期，(1)王麗莉女士直接持有本公司全部已發行股本約25.33%；(2)上海藍銀持有本公司全部已發行股本約67.14%，分別由王麗莉女士及王潤基先生擁有55.00%及44.50%；及(3)青州坦文持有本公司全部已發行股本約4.17%，其中王麗莉女士作為青州坦文的普通合夥人，有權行使青州坦文所持有的本公司股份所附帶的投票權。截至

## 概 要

最後實際可行日期，我們的控股股東集團有權行使本公司已發行股本總額約96.64%所附帶的投票權。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），我們的控股股東集團將有權行使我們已發行股本總額約[編纂]%附帶的投票權。因此，王麗莉女士、王潤基先生、上海藍銀及青州坦文現為本公司的一組控股股東，並將繼續為本公司[編纂]後的一組控股股東。詳情請參閱「與控股股東的關係」。

## 股息

於2025年，我們向股東宣派並悉數派付股息人民幣290.0百萬元。

我們目前並無固定的股息支付率。董事會可考慮因素決定股息分派，包括我們的實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制，以及董事會認為合適的其他因素。股東可在股東會上批准董事會建議的任何股息宣派。

## [編纂]統計數據

	基於[編纂] 每股H股[編纂]港元	基於[編纂] 每股H股[編纂]港元
股份[編纂] <sup>(1)</sup> .....	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審計[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值 <sup>(2)</sup> .....	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]按預期於緊隨[編纂]完成後將予發行的[編纂]股股份計算（假設[編纂]未獲行使），包括[編纂]股將根據[編纂]予以發行的[編纂]（假設[編纂]未獲行使）及[編纂]股將由[編纂]股份轉換的H股。
- (2) 未經審計[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值乃經「附錄二－未經審計[編纂]財務資料」所述調整後釐定，並依據[編纂]股股份按各自[編纂][編纂]港元及[編纂]港元發行，惟並未計及行使[編纂]時可能發行的任何股份。

## 未來計劃及[編纂]

我們估計，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，我們將自[編纂]收取[編纂]約[編纂]港元，並假設[編纂]為每股[編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數），且[編纂]並無獲行使。我們擬將[編纂]的[編纂]用於以下用途：(i) 預期[編纂]的約[編纂]%或約[編纂]港元將用推進我們的技術研發體系；(ii) 預期[編纂]的約[編纂]%或約[編纂]港元將用於品牌建設及多渠道網絡升級；(iii) 預期[編纂]的約

## 概 要

[編纂]%或約[編纂]港元將用於加強可持續供應鏈管理；及(iv)預期[編纂]的約[編纂]%或約[編纂]港元將用於策略性併購及擴大我們的品牌組合；及(v)預期[編纂]淨額的約[編纂]%或約[編纂]港元將用於營運資金及一般企業用途。

有關與我們未來計劃及[編纂][編纂]有關的進一步資料，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

### [編纂]

我們將承擔的[編纂]估計約為[編纂]港元（假設[編纂]為每股[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍每股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），佔[編纂]估計[編纂]約[編纂]%（假設並無根據[編纂]發行股份）。[編纂]包括(i)[編纂]相關開支（包括[編纂]佣金）約[編纂]港元，及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]港元，包括(a)法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]港元，及(b)其他費用及開支約[編纂]港元。於往績記錄期間，扣除自綜合損益表的[編纂]為[編纂]港元，而發行成本（已確認為預付款項且預期將於[編纂]後自權益扣除）為[編纂]港元。於往績記錄期間後，預期約[編纂]港元將自綜合損益表扣除，而約[編纂]港元預期將於[編纂]後入賬列作權益扣減。我們不認為上述任何費用或開支對我們而言屬重大或異常高昂。上述[編纂]為最新實際估計，僅供參考，實際金額可能與此估計不同。

### 近期發展及無重大不利變動

#### 近期發展

於往績記錄期間後，我們的業務運營持續擴張。總銷量及收入自截至2025年2月28日止兩個月至2026年同期顯著增長。此外，我們持續拓展針對多元場景及活動量身打造的產品線。

#### 無重大不利變動

於往績記錄期間後及直至最後實際可行日期，經董事確認，本集團的業務模式或主要產品均未發生重大變動。

在進行董事認為適當的充分盡職審查工作及經審慎周詳考慮後，董事確認，直至最後實際可行日期，自2025年12月31日（即本文件附錄一會計師報告所報告期間的結束日期）以來，我們的業務、財務狀況及經營業績並無發生任何重大不利變動，自2025年12月31日以來亦無發生任何會對本文件附錄一會計師報告所載資料造成重大影響的事件。

## 釋 義

在本文件中，除文意另有所指外，下列詞彙及表達具有下文所載涵義。若干技術詞彙在「技術詞彙表」中解釋。

「會計師報告」	指	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
「聯屬人士」	指	就任何特定人士而言，直接或間接控制該特定人士或由該特定人士直接或間接控制，或與該特定人士受直接或間接共同控制的任何其他人士
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局
「公司章程」或「章程細則」	指	本公司於2025年9月25日採納並將於[編纂]生效及經不時修訂的公司章程，其概要載於本文件附錄六
「聯繫人」	指	具有上市規則賦予的涵義
「審計委員會」	指	董事會審計委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	香港的銀行通常開門營業辦理一般銀行業務的任何日子(星期六、星期日或香港公眾假期以及在香港懸掛8號或以上熱帶氣旋警告或黑色暴雨警告信號的任何日子除外)

### [編纂]

「中國」	指	中華人民共和國，惟就本文件而言並僅作地理位置參考之用，除非文義另有指明，否則本文件所指的「中國」並不包括香港特別行政區、澳門特別行政區及中國台灣
「灼識諮詢」	指	灼識企業管理諮詢(上海)有限公司，一家獨立專業市場研究及諮詢公司
「灼識諮詢報告」	指	本公司委託灼識諮詢擬備的行業報告

## 釋 義

「緊密聯繫人」	指	具有上市規則賦予的涵義
「公司條例」	指	香港法例第622章《公司條例》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「本公司」	指	坦博爾集團股份有限公司，一間於2004年4月19日在中國成立的有限公司，並於2013年7月8日轉制為股份有限公司
「公司法」或 「中國公司法」	指	《中華人民共和國公司法》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「合規顧問」	指	新百利融資有限公司
「關連人士」	指	具有上市規則賦予的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則賦予的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則賦予的涵義。有關進一步詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節
「非上市股份轉換為[編纂]」	指	[編纂]完成後，[編纂]股非上市股份按一換一的基準轉換為H股。有關非上市股份轉換為H股的申請，已於2026年[●]向中國證監會備案完成，並已向上市委員會提出H股在聯交所[編纂]的申請
「核心關連人士」	指	具有上市規則賦予的涵義
「中國結算」	指	中國證券登記結算有限責任公司
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會，負責監督及管理中國全國證券市場的監管機構
「董事」	指	本公司董事，包括所有執行董事及獨立非執行董事
「企業所得稅」	指	企業所得稅
「《企業所得稅法》」	指	《中華人民共和國企業所得稅法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改

---

## 釋 義

---

「僱員激勵平台」	指	為實施僱員激勵計劃設立的僱員激勵平台（包括青州博順、青州爾雅及青州坦文）
「僱員激勵計劃」	指	本公司於2012年12月採納及於2025年8月修訂的股份激勵計劃，其主要條款載於「法定及一般資料－股份激勵計劃」章節
「歐盟」	指	歐洲聯盟
「極端情況」	指	香港政府公佈超強颱風所引致的極端情況

### [編纂]

「本集團」或「我們」	指	本公司及所有附屬公司，或如文義所指，就本公司成為其現時附屬公司的控股公司之前的期間而言，由該等附屬公司或其前身經營的業務（視情況而定）
「新[編纂]申請人指南」	指	聯交所於2023年12月發佈並不時修訂的《新[編纂]申請人指南》

### [編纂]

「香港財務報告準則」	指	香港財務報告準則
------------	---	----------

### [編纂]

---

## 釋 義

---

### [編纂]

「香港」	指	中國香港特別行政區
「港元」	指	香港法定貨幣港元

### [編纂]

「國際會計準則理事會」	指	國際會計準則理事會
-------------	---	-----------

---

## 釋 義

---

「國際財務報告準則」	指	國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則，包括國際財務報告準則詮釋委員會（或其前身常務詮釋委員會）制定的國際財務報告準則會計準則、國際會計準則及詮釋
「獨立第三方」	指	就董事作出一切合理查詢後所知、所悉及所信，並非本公司關連人士（定義見上市規則）的個人或公司

### [編纂]

「最後實際可行日期」	指	2026年4月20日，即於本文件刊發前確定當中所載若干資料的最後實際可行日期
------------	---	--

### [編纂]

「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則（經不時修訂、補充或以其他方式修改）
--------	---	-------------------------------------

---

## 釋 義

---

「主板」	指	聯交所運營的證券交易所（不包括期權市場），獨立於聯交所GEM並與之並行運作
「財務部」	指	中華人民共和國財政部
「商務部」	指	中華人民共和國商務部（前稱為中華人民共和國對外經濟貿易部）
「國家發改委」	指	中華人民共和國國家發展和改革委員會
「新三板」	指	全國中小企業股份轉讓系統
「提名委員會」	指	董事會提名委員會
「全國人大」	指	中華人民共和國全國人民代表大會

[編纂]

---

## 釋 義

---

「中國人民銀行」	指	中國人民銀行，中國的中央銀行
「中國公認會計準則」	指	中國公認會計準則
「中國法律顧問」	指	上海市錦天城律師事務所，本公司關於中國法律的法律顧問
「中國證券法」	指	《中華人民共和國證券法》，由第九屆全國人民代表大會常務委員會第六次會議於1998年12月29日頒佈並於1999年7月1日生效（經不時修訂、補充或以其他方式修改）

### [編纂]

「青州博順」	指	青州市博順投資管理中心（有限合夥），一間於2012年12月25日在中國成立的有限合夥企業，為我們的僱員激勵平台之一，其普通合夥人為肖娜女士
「青州爾雅」	指	青州市爾雅投資管理中心（有限合夥），一間於2012年12月25日在中國成立的有限合夥企業，為我們的僱員激勵平台之一，其普通合夥人為楊信莉女士
「青州坦文」	指	青州市坦文投資管理中心（有限合夥），一間於2012年12月25日在中國成立的有限合夥企業，為我們的僱員激勵平台之一，其普通合夥人為王麗莉女士
「S規例」	指	美國證券法S規例
「薪酬委員會」	指	董事會薪酬委員會
「人民幣」	指	中國的法定貨幣人民幣
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局
「國家市場監管總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》（經不時修訂、補充或以其他方式修改）
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「上海藍銀」	指	上海藍銀投資管理有限公司，一家於2012年11月12日在中國成立的有限公司，為本公司之控股股東

---

## 釋 義

---

「股份」 指 本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股份，包括非上市股份及H股

「股東」 指 我們股份的持有人

### [編纂]

「獨家保薦人」 指 名列本文件「董事及參與[編纂]的各方」一節的獨家保薦人

### [編纂]

「國家稅務總局」 指 中華人民共和國國家稅務總局

### [編纂]

「國務院」 指 中華人民共和國國務院

「聯交所」或  
「香港聯交所」 指 香港聯合交易所有限公司，為香港交易及結算所有  
限公司的全資附屬公司

「附屬公司」 指 具有公司條例第15條所賦予的涵義

「主要股東」 指 具有上市規則賦予的涵義

「收購守則」 指 證監會頒佈的公司收購、合併及股份回購守則(經不時修訂、補充或以其他方式修改)

「往績記錄期間」 指 截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度

「美元」 指 美國法定貨幣美元

「美國證券法」 指 《1933年美國證券法》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)以及據此頒佈的規則及規例

---

## 釋 義

---

### [編纂]

「美國」	指	美利堅合眾國、其領土、屬地及所有受其管轄的地區
「非上市股份」	指	本公司發行的每股面值為人民幣1.00元的普通股，且未於任何證券交易所[編纂]
「增值稅」	指	增值稅

### [編纂]

「%」	指	百分比
-----	---	-----

就本文件而言，對中國「省」的提述包括省、中央政府直接管轄的市以及省級自治區。

於本文件內，除文義另有所指外，「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「核心關連人士」、「關連交易」及「主要股東」等詞彙具有上市規則所賦予的涵義。

為便於參考，中國法律及法規、政府部門、機構、自然人或其他實體（包括我們的若干附屬公司）的中英文名稱均已載入本文件，如有任何不一致，概以中文版本為準。公司名稱及其他中文詞彙的英文翻譯僅供識別之用。

## 技術詞彙表

本詞彙表載有本文件所用若干技術詞彙的釋義。因此，該等詞彙及其涵義未必與業界標準定義或用法相符。

「4D動態剪裁」	指	一種先進的功能性服裝裁剪技術，可融合三維靜態人體尺寸與動態運動數據及環境變量
「空氣導流」	指	一種通過結構與材料設計優化空氣流動的面料技術，增強服裝透氣及排濕性，提升運動舒適性
「氣凝膠」	指	由凝膠中的液體被氣體取代而製成的超輕、高孔隙率固體材料，以卓越的隔熱及低密度而聞名
「服飾」	指	由羊毛、絲綢、針織和棉等各種織物製成的服裝，用於覆蓋人體的功能和美學目的，包括上衣和下裝
「商業智能系統」	指	商業智能系統，一個幫助企業分析市場，了解消費者和優化定價和庫存的工具
「BOM」	指	物料清單
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「CORDURA®」	指	高性能面料品牌，以卓越的耐用性、抗磨損和抗撕裂強度著稱
「CPK」	指	過程能力指數，在規格限制內量化生產輸出過程的能力
「Dermizax」	指	介以「無孔膜貼合」所體現的穿着舒適感與高機能兼具的享譽全球20載的高性能防水透濕系列面料。其質地柔軟、低結露性、耐久性，非常適用於滑雪、滑板、嚴寒等惡劣天氣
「抖音」	指	抖音，中國的社交商務平台
「DOWN PLUS」	指	可追溯的羽絨信息系統，涵蓋符合其標準的羽絨材料，並允許消費者透過防偽護理標籤追溯原材料信息
「電子商務」	指	利用互聯網進行商品或服務買賣，以及傳輸資金與數據以進行此等交易

## 技術詞彙表

「ERP系統」	指	企業資源規劃，用於管理和自動化組織核心業務流程的綜合軟件平台
「ESG」	指	環境、社會與管治
「eVent面料」	指	一種防水透氣面料，能有效阻隔水分侵入同時排出濕氣
「一線城市及新一線城市」	指	根據新一線城市研究所發佈的2025報告，包括北京、長沙、成都、重慶、東莞、廣州、佛山、杭州、合肥、南京、寧波、青島、上海、深圳、蘇州、天津、武漢、西安、鄭州
「鵝絨」	指	鵝類外層羽毛下柔軟蓬鬆的絨毛，常用於填充衣物以提供保暖及舒適性
「全球回收標準」	指	國際自願性紡織品標準
「硬殼服飾」	指	具備防水、防風與透氣功能的防護型外套
「熱流」	指	一款獲得專利的導流防護系統，能在高強度運動中顯著提升透氣性與熱消散
「Higg Index」	指	服裝和鞋類行業自我評估標準，旨在評估整個供應鏈的環境和社會可持續性
「ISO標準」	指	國際標準化組織(ISO)制定的一套國際公認的品質管理標準，旨在協助各種規模和行業的組織提高績效、滿足客戶期望並展示其對品質的承諾
「京東」	指	京東，中國的企業對消費者在線零售網站
「KOL」	指	對他人的意見和行為具有影響力的人，在信息傳播中起著重要的中介作用
「快手」	指	快手，中國短視頻創作與分享社交商務平台
「MCN」	指	多頻道網絡，指與各種數字平台合作的第三方服務供應商，提供內容創作和推廣服務
「N66纖維」	指	一種以高強度、高耐磨性為核心力學特徵、且兼具成熟紡織染色與色牢度性能體系的合成纖維

## 技術詞彙表

「億角鯨海洋研究中心」	指	專注於有關角鯨及海洋生態系統研究、保護與公眾教育的專業組織
「Oceancycle」	指	針對海洋塑膠回收供應鏈的全球認證標準，旨在解決海洋塑膠污染
「OEKO-TEX® Standard 100」	指	全球統一的紡織原料、中間品及最終產品的生產全流程檢測與認證體系
「OMS系統」	指	訂單管理系統
「PLM」	指	產品生命週期管理
「聚酰胺纖維面料」	指	俗稱錦綸、尼龍。一種具有高強度、高柔性、耐磨性的材料，兼具良好透氣性、抗靜電性、低溫韌性及環保可持續性能，可增強耐用性與保溫性能
「研發」	指	研究與開發
「負責任羽絨標準」	指	由紡織品交易所主導制定的國際羽絨倫理標準
「RFID系統」	指	射頻識別系統
「SCRM」	指	社會化客戶關係管理
「SCM」	指	供應鏈協同系統
「二線城市及新二線城市」	指	根據新一線城市研究所發佈的2025報告，包括保定、長春、常州、大連、福州、貴陽、哈爾濱、惠州、嘉興、濟南、金華、昆明、臨沂、洛陽、南昌、南寧、南通、泉州、紹興、瀋陽、石家莊、台州、太原、濰坊、溫州、無錫、徐州、煙台、珠海
「SKU」	指	庫存保管單位，一種用於每個可購買獨特產品的唯一標識符
「SOP」	指	標準作業程序
「平方米」	指	平方米
「三線城市」	指	根據新一線城市研究所發佈的2025報告，包括70個三線城市
「天貓」	指	天貓，中國的企業對客戶在線零售網站
「TMS系統」	指	運輸管理系統

---

## 技術詞彙表

---

「TORAYDELPHY」	指	一種防水透濕系列面料，優化多種加工工藝，具有專業級性能。質地柔軟、穿着舒適，有效減少運動後的悶熱感
「TSD」	指	東麗酒伊織染(南通)有限公司，是東麗集團(Toray)在中國投資規模最大的製造型公司
「聯合國兒童基金會」	指	聯合國兒童基金會
「唯品會」	指	唯品會，一個專注於以折扣價提供品牌產品的中國電子商務平台
「WMS系統」	指	倉庫管理及存儲系統

## 前瞻性陳述

我們於本文件內載有前瞻性陳述。有關陳述並非過往事實，而是包括有關我們的未來意向、信念、預期或預測的前瞻性陳述。

本文件包含若干與我們及其附屬公司有關的前瞻性陳述和資料，這些陳述和資料是基於我們管理層的信念以及我們管理層所作的假設和目前可獲得的資料。在本文件中使用的「旨在」、「預期」、「相信」、「可能」、「估計」、「期望」、「日後」、「意圖」、「或許」、「能夠」、「應該」、「計劃」、「潛在」、「預測」、「預料」、「尋求」、「應當」、「將」、「會」以及這些詞和其他與我們或我們的管理層有關的類似表達的否定詞和其他類似表達旨在識別前瞻性陳述。該等陳述反映管理層對未來事項、業務、流動性及資本資源的當前看法，其中部分可能不會實現或可能改變。

該等陳述須受若干風險、不確定因素及假設所規限，包括本文件所述的其他風險因素。強烈提醒您，對任何前瞻性陳述的依賴涉及已知和未知的風險和不確定性。本公司面臨的可能影響前瞻性陳述準確性的風險和不確定性包括但不限於：

- 我們產品的市場機會；
- 我們的營運及業務前景；
- 我們的業務戰略及實現該等戰略的計劃；
- 我們與業務合作夥伴保持良好關係的能力；
- 我們控制成本及開支的能力；
- 行業趨勢及競爭；
- 我們吸引和留住高級管理層及關鍵僱員的能力；
- 我們經營所在行業及市場的整體經濟、政治及營商狀況；
- 與我們的行業、業務及公司架構相關的政府政策及法規；
- 我們捍衛知識產權及保密的能力；
- 我們的股息政策；
- 利率、匯率、股本價格、交易量、商品價格及整體市場趨勢的變化或波動；
- 資本市場發展；
- 競爭對手的行動及發展；
- 我們經營所在行業及市場的監管及經營條件的變化；

---

## 前瞻性陳述

---

- 本文件「風險因素」一節中所述的所有其他風險及不確定性；及
- 本文件中非歷史事實的其他陳述。

根據適用法律、規則及規例的規定，無論因新信息、未來事件或其他原因，我們並無義務亦不會承擔義務更新或以其他方式修訂本文件中的前瞻性陳述。由於該等及其他風險、不確定性和假設因素，本文件中討論的前瞻性事件和情況可能不會按我們預期的方式發生，甚至可能根本不會發生。因此，前瞻性陳述並不能保證未來業績，閣下不應過度依賴任何前瞻性信息。此外，包含前瞻性陳述不應被視為我們對計劃和目標將得以達成或實現的聲明。本文件中的所有前瞻性陳述均須結合本節中的警示性聲明理解。

在本文件中，有關我們或董事意向的陳述或提述均僅反映截至本文件日期的情況。任何該等信息可能會因應未來發展而改變。

## 風險因素

[編纂]我們的H股涉及重大風險。在決定[編纂]我們的H股前，閣下應仔細考慮本文件中的所有信息，包括下文所述的風險及不明朗因素。以下為我們認為屬於重大風險的說明。任何下列風險均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及增長前景造成重大不利影響。在此等情況下，我們的H股[編纂]可能下跌，而閣下可能損失全部或部分[編纂]。我們目前未知悉，或未在下文明示或暗示，或我們認為不重大的其他風險及不明朗因素，亦可能損害我們的業務、財務狀況及經營業績。

這些因素為可能發生或可能不發生的或有事項，我們無法就任何該等或有事項發生的可能性發表意見。除非另有說明，所提供資料截至最後實際可行日期，且不會在本文件日期後更新，並受本文件「前瞻性陳述」一節所載的警示聲明所規限。

### 與我們業務及行業相關的風險

我們經營所在的行業競爭非常激烈且發展迅速。若我們未能有效競爭，則我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。

我們在專業戶外服飾行業持續面臨激烈競爭，並預計競爭將進一步加劇。根據灼識諮詢的資料，中國專業戶外服飾行業競爭格局分散，按2025年零售額計算，前十大品牌合計僅佔27.2%的市場份額。我們與規模、經營歷史、技術能力和財務實力各異的競爭對手展開直接且積極的競爭。

此外，線下零售店與電商平台的快速發展與擴張，已顯著加劇了品牌間在爭奪線下門店黃金位置及提升數字渠道可見度方面的競爭。電商的發展使市場碎片化，消費者可輕鬆接觸更多品牌和價格區間。此外，我們可能需要大幅增加對研發、營銷與銷售以及人才招聘與留用的投入以應對競爭。如果我們未能成功競爭，或成功競爭需要我們採取高成本行動，則我們的業務、經營業績和財務狀況可能會受到不利影響。

若未能預見或應對消費者偏好和市場趨勢方面的變化，可能會對我們的銷售和財務表現造成重大不利影響。

我們的成功很大程度上取決於我們能否預見、解讀並適應不斷變化的消費者偏好及市場趨勢，並持續推出吸引消費者的產品。我們的產品需求受消費者購買力影響，而消費者購買力易受宏觀經濟壓力影響。

專業戶外服飾業以風格快速更迭、功能不斷升級以及材料偏好持續變化為顯著特徵。消費者對我們產品的興趣轉變可能對公司業務產生重大不利影響。我們在預測功能性、材料偏好和設計的快速變化方面也面臨固有挑戰。未能準確預測這些趨勢可能導致產品過時、庫存不匹配或錯失增長機會。儘管我們繼續在產品迭代、品牌開發和趨勢監測方面投入大量資源，但我們的響應能力受到開發、採購和製造週期延長的限制。如果我們未能準確預測並應對行業變化，我們的產品可能變得缺乏吸引力或過時，這可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生不利影響。

## 風險因素

我們的成功取決於「TANBOER坦博爾」品牌的實力及擴張。若其聲譽下降或無法擴大其影響力，均會對我們的銷售、盈利能力、業務運營以及執行增長戰略的能力造成重大損害。

我們是中國成熟的專業戶外服飾品牌。然而，隨着我們規模持續擴大、地域覆蓋範圍持續擴展和產品種類不斷多樣化，我們在維持產品及品牌吸引力方面可能會遇到更多困難。我們的聲譽及形象可能會因產品缺陷、責任索賠及消費者投訴而受損。如果我們收到大量投訴或負面評論，我們的品牌聲譽可能會受到不利影響，進而可能影響我們的銷售及財務狀況。此外，現代線上平臺的互聯特性加速聲譽事件的潛在影響，影響戶外服飾行業整體的負面認知，可能對我們的特定品牌造成連帶損害。此外，涉及我們的負面宣傳（無論是否合理），可能令消費者對我們「坦博爾」品牌的認知造成重大不利影響，並導致對我們產品的需求下降。

如果我們未能持續創新並為消費者提供符合其期望的設計特色，我們可能無法產生並維持消費者對我們產品的足夠興趣，最終損害我們的競爭力。

我們吸引和留住消費者的能力取決於持續的研發投入。我們面臨着研發執行、質量統一和設計趨勢一致性等潛在挑戰。若我們的技術進步和設計無法滿足消費者需求、與市場機遇時機不匹配或未能有效推向市場，我們的經營業績可能受到負面影響。我們依靠研發推動產品耐用性、功能性、舒適性、可持續性及美學等領域的技術進步。若無法持續實現技術進步，可能會降低消費者對我們產品的需求，進而對我們的業務、財務表現和增長前景產生負面影響。

如果我們的任何產品有製造或設計缺陷，或對我們、我們的銷售渠道及／或消費者而言不可接受，我們的業務可能會受到重大不利損害。

我們可能會收到不符合我們技術規格或質量控制標準的產品，這可能會引起消費者不滿意。如果不能及時更換不合格產品，我們可能會面臨收入虧損以及行政及後勤成本增加。未被發現的缺陷進入市場可能會損害品牌聲譽，這可能導致聲譽受損，銷售減少或產品召回。自第三方供應商採購的缺陷材料或產品亦可能產生安全風險，使我們面臨責任索賠、訴訟或監管干預。即使發現質量問題，無論其有效性如何，均可能觸發負面宣傳，令消費者失去信心，並使我們與分銷商關係變得緊張。此類事件通常會產生處理索賠和維持合規的大量成本，同時可能降低市場需求。如果發生任何此類事件，均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

無法通過各種營銷渠道推廣我們的產品，或這些渠道出現任何負面宣傳或事態發展，均可能對我們的消費者信任、聲譽及經營業績產生不利影響。

我們利用線上及線下渠道觸達新消費者。線上及線下推廣活動均面臨與這些營銷方式相關的各類風險。我們無法向閣下保證品牌大使的代言或廣告會一直有效，並與我們的品牌和產品所要傳達的信息相一致或我們的大使及KOL將始終遵守有關其所開展的營銷活動的適用法律法規。我們的大使或KOL的任何不當行為或形象惡化均可

## 風險因素

能會對我們的品牌聲譽及產品銷售產生不利影響。如果我們需要更換品牌大使，我們可能無法及時或根本無法找到合適的人選。此外，我們的營銷計劃可能會被打亂或失敗，因為我們可能需要更多的時間來準備新的市場材料，從而錯失理想的營銷機會。

若我們無法吸引新晉受歡迎名人及KOL或留住現有合作者與我們共同推廣品牌及產品，我們影響目標消費者購買決策的能力可能受損。此外，隨着社交媒體快速發展，我們必須持續維持現有平台曝光並進駐新興熱門社交媒體。若我們無法以具備成本效益的方式運用社交媒體作為營銷工具，則我們獲取新消費者的能力及財務狀況可能受損。

我們在營銷和銷售活動中大量依賴第三方電商平台及社交商務平台。若此類平台的運營中斷、我們與這些平台的合作終止、轉差或成本增加，或這些平台出現負面報道，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們依賴領先的電商平台（如天貓、京東及唯品會）以及知名社交商務平台（如抖音、快手及微信小程序）進行產品的線上營銷及銷售。於2023年、2024年及2025年，我們自線上渠道產生的收入分別為人民幣348.6百萬元、人民幣626.2百萬元及人民幣1,253.7百萬元，分別佔所示各年度總收入的34.1%、48.1%及57.3%。倘發生以下任何風險，我們的業務、財務狀況、經營業績及未來增長前景或會受到重大不利影響：這些平台的服務或運營中斷；與這些平台相關的負面宣傳或聲譽損害；平台提供令人滿意的用戶體驗、吸引新用戶或留住現有用戶的能力下降；與這些平台的合作關係終止或惡化，或維持這些合作關係的成本增加；及我們未能激勵這些平台為我們的線上門店引流或有效推廣我們產品的銷售。鑒於這些平台在中國電子商務行業中具有重大影響力及市場主導地位，我們可能難以及時或以商業上可接受的條款及條件找到替代渠道，或根本無法找到。此外，我們可能面臨因依賴一個或多個此類關鍵電子商務平台而產生的集中度與交易對手方風險，包括但不限於平台政策變動、可能降低產品曝光量的算法調整、帳戶遭暫停或終止、競爭加劇與客戶獲取成本提高，以及平台對定價或數據存取施加的限制。若我們與這些平台的關係中斷、未能維持有利條款，或未能成功實現線上銷售渠道多元化，均可能對我們的業務、財務狀況及營運業績造成重大不利影響。

此外，有關這些平台的負面宣傳或公眾看法均可能阻礙消費者訪問這些平台。訪問這些平台的消費者流量下降可能導致我們產品的銷量減少，從而對我們的收入及盈利能力造成不利影響。我們還受中國規管電子商務活動的各項法律法規的約束。若違反這些法規可能導致罰款、處罰或其他監管行動，這可能對我們的運營、財務表現及增長前景造成重大影響。這些平台或我們與其關係的任何重大問題均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成負面影響。

我們的網站、客服專線、技術系統以及第三方電商及社交媒體平台均依賴電訊運營商及其他第三方供應商提供的通訊、儲存容量、帶寬及服務器空間等服務。該等外部供應商的任何服務中斷均可能干擾我們的線上營銷及銷售。頻繁的服務中斷可能會讓消費者感到沮喪，降低產品購買意願，導致客戶流失，並對我們的經營業績產生重大不利影響。

## 風險因素

此外，中國電子商務市場受多種因素影響。中國電子商務市場的任何中斷或放緩均可能影響我們的業務、財務健康狀況及增長潛力。

**我們可能無法有效管理線下門店網絡的擴張。**

我們的增長部分取決於我們擴展線下門店網絡（包括自營門店及分銷商運營的線下門店）。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的線下門店數量分別為562家、608家及561家。我們能否在理想地段取得及經營店舖受制於我們無法控制的因素，包括但不限於：現有或新購物中心或區域內合適位置的可用性及其成本；與其他零售商爭奪黃金地段；及我們門店所在購物中心或區域的發展或衰退。

我們可能面臨諸如無法按計劃或根本無法在現有或新地區開設新店舖等挑戰。同時，現有門店的選址由於各種因素而逐漸失去吸引力。若我們門店周邊區域的消費者活動減少或不適合經營，我們在該區域的銷售額、客流量及整體盈利能力或會受到不利影響。此外，若我們無法按有利條款續簽或更換現有門店租約或簽訂新租約，或違反現有租約的條款，我們維持或擴大線下零售業務的能力可能會受到損害。平衡線下與電商渠道的增長對實現我們的戰略目標至關重要。

**我們的線下自營門店面臨風險**

我們無法保證能以商業上可接受的條款租到合適場所。若在我們計劃擴展的地區難以獲取合適的店舖選址，我們的業務及增長前景將受到不利影響。由於多種因素，我們新開設的線下自營門店可能無法在預期時間內或根本無法實現預期的盈利水平，這些因素包括（但不限於）：(i)我們能否正確定位新開設的線下自營門店並在當地執行業務策略；(ii)現有或新競爭對手在同一地區的行動；及(iii)我們在當地營銷活動的有效性。其中部分因素超出我們的控制範圍。我們可能無法按照我們的預期及標準成功開展業務。

**我們可能無法有效管理及發展我們的線下分銷網絡，這可能會對我們的品牌、運營及經營業績造成不利影響。**

分銷商的表現對我們的未來增長至關重要，並直接影響我們的銷售額及盈利能力。於2023年、2024年及2025年，我們通過分銷商運營的線下門店產生的收入分別佔總收入的22.8%、18.9%及18.3%。有關詳情，請參閱「業務－我們的銷售網絡－線下渠道－分銷商運營的線下門店」。若我們與現有分銷商的關係中斷或未能及時物色及委聘合適的新分銷商，我們的線下分銷網絡或會受到不利影響。此外，分銷擴展工作的成效或會受到競爭格局變化及消費者偏好演變的影響，繼而可能對我們的業務、品牌形象、經營業績及財務狀況造成影響。

我們對分銷商的日常業務活動控制有限，且對最終零售銷售的控制可能有限。此外，線下分銷商的任何不當行為、不遵守法規或陷入財務困境，皆可能使我們面臨法律或監管責任，並對品牌形象造成不利影響。我們無法向閣下保證分銷商將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。這繼而可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

---

## 風險因素

---

產品定價變動可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響。

我們無法保證定價策略始終具備競爭力或成效。若定價過低，我們的利潤率可能受損；反之，若定價超出消費者預期或競品價格水平，則可能無法實現預期銷量，進而對收入產生負面影響。

在促銷活動期間隨着產品生命週期的推進，我們可能需調整價格及提供折扣，或在需求預測不準確時需銷售過剩庫存。這些降價措施未必總能帶來預期銷量，並可能使消費者對我們品牌的認知產生負面影響或降低對新推出或高端產品的需求，從而進一步影響我們的收入和盈利能力。有效的定價策略對我們維持盈利能力、管理庫存及推廣品牌至關重要。我們的定價決策可能受市場狀況變化、競爭壓力及二次銷售動態的影響，這可能對我們的業務及財務表現造成重大不利影響。

我們主要與第三方合約製造商及供應商合作，若我們與他們的關係或其營運受到任何干擾，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。

維持與第三方合約製造商及供應商的業務關係對我們的業務運營、財務狀況及未來前景至關重要。若該等關係中斷，我們或需物色及引入替代合約製造商或供應商。此舉可能擾亂我們的供應鏈並限制我們滿足消費者需求的能力，從而對公司業務運營及財務狀況造成負面影響。詳見「業務－供應鏈管理」。我們的合約製造商及供應商的營運受多種風險影響，其中許多風險超出我們的控制範圍，包括但不限於：我們的合約製造商及供應商可能面臨生產限制，這可能影響我們取得足夠產能的能力及導致我們的產品交付延遲。原材料價格上漲及合約製造商收取的生產費用增加，可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。與合約製造相關的成本可能會增加，原因包括原材料價格上漲、勞動費用、法規遵循以及物流挑戰。合約製造商及供應商未能符合我們的產品規格、質量標準或交付時間表，可能導致產品缺陷、聲譽損害及潛在產品召回。製造業務可能會因設備故障、勞工糾紛或短缺、關鍵原材料短缺、生產成本上升或未符合環境、健康或安全法規而中斷。物流行業中斷，包括港口擁堵、貨運能力短缺或航運成本上升，可能會延遲原材料或成品的運輸。我們的合約製造商及供應商須遵守不斷變化的勞工、環保及產品安全法規。若其中任何一方未能遵守這些法規，我們可能遭遇供應中斷、聲譽損害或受到監管審查。

與第三方合約製造商及供應商續簽合約須經雙方同意及批准。我們無法確保我們滿意的供應商及合約製造商會同意續簽協議。若我們無法與現有供應商及合約製造商維持長期關係，供應商的供應及我們產品的交付可能會中斷，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將受到重大不利影響。

## 風險因素

### 我們可能會遇到生產中斷或延誤。

人手嚴重短缺及設施意外停機可能擾亂我們的運營或延誤交付進度。未來發生任何中斷事件的風險無法完全消除。若我們的設施運營能力因任何原因受損，可能需要大量時間和資源來替代製造能力。若任何製造設施受損或停止運營，將暫時降低我們的製造產能並影響向消費者提供產品的能力，可能對我們的聲譽、銷售、業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

### 原材料供應短缺、中斷及價格波動可能擾亂我們的供應鏈，並對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

持續供應優質羽絨和面料對於保持產品的性能和舒適度標準至關重要。若原材料供應商出現短缺或供應中斷，我們將需要尋找替代供應來源，這可能耗時、難以找到且成本高昂。我們可能無法以可接受的條款或根本無法採購這些原材料。這可能導致產品發貨延遲，損害消費者對我們產品的體驗，並對我們的聲譽、業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。若我們及合約製造商遭遇專業戶外服飾原材料市場價格大幅上漲，我們可能無法通過提高銷售價格向消費者轉嫁這些成本，在此情況下，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到不利影響。

### 我們的退換貨及保修政策可能對我們的經營業績產生不利影響。

我們的產品根據適用法律、法規及銷售渠道政策提供退換貨及保修安排。我們通常允許在規定期限內對存在功能缺陷的產品進行退換貨，並為分銷商提供靈活的退貨政策。線下分銷商通常可獲得按其採購金額的一定比例計算的退換貨補償。同時，規定要求退換產品必須保持原包裝且完好無損。若我們的分銷商銷售業績未達預期，我們可能會遭遇超出預期的產品退貨，或需折價銷售此類退回產品，在部分情況下甚至可能完全無法轉售。即便我們能夠將部分退回產品成功轉售，相關的打折行為亦可能對我們的定價體系及利潤率產生不利影響。我們無法保證消費者或分銷商不會濫用我們的退換貨及保修政策，此舉可能大幅增加我們的成本，並對業務及財務狀況造成重大不利影響。該等政策亦使我們承擔與保修索賠或維修請求相關的額外成本及開支，且該等支出未必能通過收入增長得以彌補。

### 我們的業務、經營業績及財務狀況可能因我們銷售產品所在市場的季節性因素及氣候變化而受到影響。

專業戶外服飾產品的銷售可能會受到季節性波動的影響。天氣或平均氣溫的變化可能會導致對我們產品的需求波動。我們的產品銷售呈現季節性模式，受到節日促銷和相關消費行為等因素的影響。過往，我們的銷售額通常在每年的第一季度和第四季度較高。如果我們未能實現與這種季節性需求預期相符的收入，我們的經營業績也可能受到影響，因為我們的許多支出是基於預期的年度收入水平。由於上述因素，我們未來期間的經營業績和財務狀況可能會繼續波動，而我們歷史期間的表現可能無法與未來表現相提並論或作為其指標。此外，我們中期期間的經營和財務業績可能無法代表我們全年的整體表現。我們預計我們的收入、經營業績和財務狀況仍將繼續經歷季節性波動。

## 風險因素

第三方物流供應商及快遞公司的交付延遲及處理不當、運輸網絡中斷或我們倉庫設施運營受阻可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們主要依賴獨立第三方物流服務供應商向消費者交付我們的產品。這些供應商提供的物流服務可能會暫停，從而可能中斷向消費者交付我們的產品。由於我們無法控制的各種原因，可能會出現延遲甚至丟失交付的情況。此外，對我們產品的處理不當也可能導致產品污染或損壞，進而可能導致產品更換、產品責任、成本增加和聲譽受損。

此外，倉庫內的任何運營問題都可能導致延誤、銷售取消及消費者忠誠度下降。我們的倉庫設施面臨各種超出我們控制範圍的風險。若任何倉庫設施無法運作或遭受嚴重干擾，我們可能無法按時履行消費者訂單，從而導致財務損失和聲譽損害。此外，倉庫運營中的任何延誤或錯誤均可能對我們的業務產生不利影響。此外，我們可能面臨在合適地點購置或租賃倉庫成本上升的問題，且可能無法以商業上可接受的條款（甚至完全無法）找到適合的倉庫地點。購置或租賃倉儲設施的成本若大幅增加，可能對我們的營運開支及盈利能力造成負面影響。

我們的物業估值基於若干假設，這些假設本質上具有主觀性和不確定性，可能與實際結果存在重大差異。

由獨立物業估值師亞太資產評估及顧問有限公司（「亞太」）編製並載於本文件附錄三的物業估值報告就我們物業的評估價值所載的各項假設本質上屬主觀且不確定。亞太在物業估值報告中採用的假設包括賣方在市場上出售物業權益時並無延期付款合約、售後租回、合營、管理協議或任何類似安排的利益，這些安排可能會影響物業權益的價值。亞太用於得出我們物業評估價值的若干假設可能不準確或不合理。此外，一般及當地經濟狀況的不可預見變化或其他我們無法控制的因素可能會影響我們物業的價值。因此，我們物業的評估價值可能與我們於市場上實際出售該物業可獲得的價格存在重大差異，且不應被視為其實際可變現價值或對其可變現價值的估計。閣下不應過度依賴亞太所評估的該等物業價值。

投資於新業務戰略、收購及其他形式的業務整合可能干擾我們現有業務並帶來原先未預料的風險，且我們可能無法從收購中實現預期收益、協同效應、成本節約或效率提升。

我們可能會積極尋求收購業務、產品、技術或知識的戰略機會，我們認為這些收購將有益於我們的產品開發、研發能力或技術。我們通過收購實現增長的能力取決於我們識別及整合合適目標並以合理條款獲得必要融資的能力。此類收購可能涉及重大風險及不確定因素；特別是，我們可能會遇到：將收購的公司、人員或產品整合至我們業務中的困難，尤其是不同的質量管理、消費者服務及其他業務職能；延遲或未能實現收購的效益；管理層的時間和注意力從其他業務事務中被分散；整合成本高於我們預期；或難以留住被收購業務的關鍵員工。收購亦可能因導致我們產生債務或攤銷收購所得無形資產而嚴重損害我們的經營業績。我們還可能發現所收購業務中存在內部監控、數據充分性及完整性、服務質量、法規合規及負債方面的缺陷，而我們在收

## 風險因素

購前並未發現該等缺陷。與所收購業務或產品相關的整合困難或意外罰款、訴訟或負債均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們可能無法有效管理財務增長並執行業務戰略，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們於往績記錄期間經歷了可持續增長。我們於2023年、2024年及2025年分別錄得收入人民幣1,021.0百萬元、人民幣1,302.5百萬元及人民幣2,189.5百萬元。無法保證我們將能夠於未來維持此等擴張水平。

我們維持增長及盈利水平的能力取決於多種關鍵因素，包括但不限於：預測並適應專業戶外服飾領域不斷變化的消費者偏好及市場趨勢；強化我們的品牌形象及市場認知度；擴大我們產品的市場覆蓋範圍；實施成本效益高且具影響力的營銷活動；與主要客戶、供應商及業務夥伴保持穩固關係；優化我們的產品設計與開發、供應鏈流程、財務控制及管理系統以支持可擴展性；吸引、培訓及留住人才以支持我們不斷擴大的業務；及有效管理營運資金、資本開支及財務風險，以維持流動性及財務穩定性。

任何未能做到的情況均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及長期前景造成重大不利影響。

我們的長期增長及競爭力高度依賴於我們控制成本及開支的能力。

隨着業務規模擴大，我們可能在各領域面臨日益增加的成本壓力，包括採購、合約製造、生產、員工、營銷及合規。於2023年、2024年及2025年，我們的銷售成本分別為人民幣444.6百萬元、人民幣587.4百萬元及人民幣957.3百萬元，分別佔各年度總收入的43.5%、45.1%及43.7%。於2023年、2024年及2025年，我們的經營開支(指行政開支以及銷售及分銷開支的總和)分別為人民幣431.1百萬元、人民幣608.9百萬元及人民幣981.3百萬元，佔比分別為42.2%、46.8%及44.8%。

產品原材料的成本可能因市場狀況及外部因素而波動。這些成本的大幅上漲可能增加我們的生產開支，而我們可能難以在不影響需求的情況下將這些成本轉嫁給消費者。勞動力成本是我們營運開支的另一主要部分。若我們無法實現足夠的收入增長以抵銷這些支出，我們的財務表現可能受到負面影響。我們管理成本的能力亦受合規要求影響。稅務政策、環保標準、數據隱私法及其他適用法律法規的變更可能導致合規成本上升，這可能使我們的財政資源更加緊張。此外，隨着我們拓展新市場並投資於產品開發、營銷及電子商務能力，我們可能面臨更高的營運開支。於2023年、2024年及2025年，我們的銷售及分銷開支分別為人民幣355.6百萬元、人民幣508.4百萬元及人民幣808.6百萬元，分別佔總收入34.8%、39.0%及36.9%。如果我們無法以成本效益高且高效的方式，在營銷投資中獲得足夠回報、吸引新消費者或留存現有消費者、推動銷售或提升品牌認知度，則我們增長收入和維持盈利水平的能力可能受到嚴重損害。如果我們無法在保持產品質量和消費者滿意度的同時有效控制成本和開支，我們的競爭地位可能會被削弱。

## 風險因素

我們為多元化的銷售與營銷活動投入了可觀成本。倘我們的市場推廣活動無法以成本效益高且高效的方式吸引消費者，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景或會有重大不利影響。

我們透過整合線上線下推廣活動、與戶外社群建立策略合作、邀請名人與KOL參與、以及與專業運動團隊協作，有效吸引消費者關注並建立品牌忠誠度。這些活動需投入大量資源，並在營運成本中佔據顯著比重。於2023年、2024年及2025年，我們的銷售及分銷開支分別為人民幣355.6百萬元、人民幣508.4百萬元及人民幣808.6百萬元，分別佔總收入34.8%、39.0%及36.9%。營銷活動的成效受多種變數影響，其中多數超出我們可控範圍。若廣告成本持續攀升，或平台演算法及政策調整導致廣告曝光度與效益下降，我們可能面臨客戶獲取成本上升或行銷效率減弱的風險。

此外，我們依賴促銷折扣、會員獎勵計劃及其他激勵措施來吸引與維持客戶關係，若這些措施未能建立可持續的消費連結或促進回購行為，或會壓縮我們的利潤空間。同時，我們的市場推廣活動依賴第三方服務供應商，包括廣告平台、數位行銷機構與網絡意見領袖。若這些合作對象未能達成預期成效、違反相關法規或未能維護我們的品牌標準，將可能損害企業聲譽並削弱行銷活動的整體效益。

**我們可能需要更多資金為運營融資及擴展業務，而這些資金可能無法按有利條款或根本無法獲得。**

截至2025年12月31日，我們擁有現金及現金等價物人民幣263.2百萬元。未來我們可能需要籌集額外資金以支持我們的運營、尋求增長機會、豐富產品組合、拓展新市場或應對無法預見的挑戰及開支。我們獲取額外融資的能力受多種因素影響，其中許多因素超出我們控制範圍。若無法獲得足夠資金或無法按可接受條款獲得資金，我們可能需延遲、縮減或終止計劃中的投資、產品開發計劃或市場拓展工作。這可能阻礙我們增長、有效競爭或應對市場變化的能力，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。

**我們面臨交易對手及信用風險，這可能對我們的流動資金及財務狀況造成不利影響。**

我們面臨因客戶付款延遲、違約及付款安排而產生的交易對手及信貸風險。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的貿易應收款項及應收票據分別為人民幣229.1百萬元、人民幣279.0百萬元及人民幣593.9百萬元。由於多種因素，我們可能無法收回所有該等貿易及其他應收款項，致使我們面臨潛在索償及爭議，以及交易對手、信貸或合規風險。

**如果我們無法充分管理我們的庫存，我們的經營業績可能會受到重大損害。**

於往績記錄期間，我們的庫存主要包括原材料及製成品。我們通常在每年年初開始採購原材料，以確保全年的穩定生產。從第一季度開始，我們會向合約製造商下訂單，並建立庫存，為銷售旺季做準備，銷售旺季從十一月開始，一直持續到農曆新年，在這段期間，我們會銷售很大一部分的製成品。保持最佳庫存水平對我們業務的成功很重要。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的庫存分別為人民幣

## 風險因素

256.5百萬元、人民幣693.2百萬元、人民幣925.7百萬元。於2023年、2024年及2025年，我們的存貨週轉天數分別為242.0天、295.1天及308.6天。然而，我們產品的需求可能難以預測並受到各種因素影響，包括消費者喜好變化、季節變化、市場趨勢、競爭格局和經濟狀況等。此外，我們對第三方製造商和供應商的依賴可能會加劇我們的庫存管理挑戰，需要提前訂購，這限制我們應對不斷變化的市場狀況和消費者喜好。供應鏈延遲或中斷可能加劇庫存失衡，難以滿足需求。隨着我們擴張進入新市場和推出新產品，準確預測需求變得更加複雜，尤其是如果我們對喜好判斷錯誤或忽視地區差異。運輸成本波動、全球供應鏈中斷和不斷演變的貿易法規等外部因素使我們有效管理庫存的能力進一步複雜化。如果我們未能保持適當的庫存水平，可能會遇到庫存短缺、庫存過剩、暫時性流動性短缺或過時，其中任何一種情況均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及增長前景產生重大不利影響。具體而言，我們相對較長的存貨週轉天數要求我們在較長時間內將大量營運資金投入存貨，方可將該等存貨轉化為收入及現金。這可能會限制我們的經營現金流量，增加我們的營運資金需求，並使我們面臨更高的流動性風險，特別是在銷售旺季之前的庫存積累期間。為降低該風險，我們持續密切監控及管理我們的現金狀況及現金需求，並根據需要透過銀行借款及信貸融資補充我們的經營現金流量，以確保充足的流動資金。

我們歷史上曾獲得政府補助等財務獎勵，而我們未來可能無法繼續獲得此類激勵。政府補助的波動或會影響我們的財務表現。

在過去，我們曾受惠於多項財政激勵措施，包括政府補助，而政府補助主要包括非經常性財務獎勵以支持我們的研究活動以及廠房和建築物的建設。此外，我們擁有高新技術企業資質，自2024年12月起，可連續三年享受15%企業所得稅優惠稅率。然而，其未來的可獲性、金額及條款存在不確定性，並可能因政策變動、預算限制、更嚴格的資格標準或行業關注度降低而發生變化或終止。未能滿足合規要求亦可能危及獲取資格。我們無法保證能夠持續合資格獲得財務獎勵，且我們所獲金額可能各期大幅波動。若無法通過收入增長或成本效益抵消失去的激勵措施，可能會嚴重損害盈利能力，並對我們的業務、財務狀況、經營業績及長期增長前景造成重大不利影響。此外，受惠於更多支持的競爭對手可能獲得定價權或市場擴張優勢，從而削弱我們的地位。未來政策可能會引入針對性限制，進一步限制我們的資格。

我們可能無法取得、維持或續期運營所需的必要批准、許可、牌照、證書及其他監管備案。

根據中國相關法律法規，我們須取得並維持各項執照、批准及許可以經營業務。若我們未能取得所需執照、批准、登記及許可，我們或會受到罰款、沒收相關收入、暫停相關業務或其他法律後果及因不合規而產生負面宣傳的影響。此外，我們無法保證將能夠於現有業務營運所需執照、批准、登記及許可到期時及時或根本無法續期及／或轉換，或會對我們的營運造成重大不利影響。倘未通過該等檢查，或未能維持或重續批文、執照及許可，我們可能面臨罰款及部分或全部門店被暫時或永久暫停運

## 風險因素

營活動，這將導致業務中斷，並對我們的業務及經營業績產生重大影響。截至2025年12月31日，我們的所有線下自營門店均已完成強制性消防安全備案程序。詳情請參閱「業務－法律訴訟和合規－合規－未能完成消防安全備案」。若我們營運所在司法管轄區的政府機關日後要求額外執照或許可或實施更嚴格的監管規定，或若我們須於短期內取得相關執照或許可，我們無法保證將能夠及時或根本無法取得該等執照或許可或符合所有監管規定。

我們在自有及租賃物業方面面臨若干風險，這可能會擾亂我們的運營並產生額外成本。

截至最後實際可行日期，我們的若干自有物業存在業權缺陷，原因為我們未能取得有效業權證書。有關物業主要用作倉庫、車庫和店舖。我們無法保證將來不會因該等產權缺陷而受到任何行政處罰，如發生這種情況，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。有關詳情，請參閱「業務－物業－自有物業及土地使用權」。

我們在中國租賃若干物業作線下門店、倉庫及辦公室用途。租賃物業的任何限制，或出租人對該等物業的產權，均可能影響我們對辦公室的使用，或在極端情況下導致搬遷，進而可能對我們的業務運營產生不利影響。

截至最後實際可行日期，在我們82處租賃物業中，有10處物業的出租人未能向我們提供有效業權證書，總建築面積約1,671.1平方米，佔我們租賃物業總租賃建築面積約7.7%。根據我們的中國法律顧問的意見，倘若租賃物業的出租人無轉租相關物業的必要權利，我們的租賃可能會受到影響，結果我們可能需要騰空相關物業並重新安置我們的門店。在此情況下，我們在該等物業上的運營可能會受損，且我們的相關損失可能無法獲得業主充分賠償。此外，我們將產生額外成本以將我們的門店遷至其他合適地點，從而影響我們的業務運營、財務狀況及經營業績。有關詳情，請參閱「業務－物業－租賃物業」。

根據適用的中國法律法規，所有租賃協議均須向當地國土房產管理部門登記。截至最後實際可行日期，我們若干租賃物業尚未向相關政府部門進行登記。經我們的中國法律顧問告知，未辦理租賃協議登記不影響租賃協議在相關中國法律法規下的有效性。然而，相關政府部門可能亦會要求我們在規定期限內完成登記手續，否則我們可能就每份未經登記的租賃協議被中國政府部門處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。

假冒或「山寨」產品可能會分流我們為自身產品創造的需求，並可能導致消費者混淆、損害我們的品牌、造成市場份額流失及／或經營業績下降。

仿冒或「山寨」產品模仿我們的設計、商標及其他知識產權，可能分流我們為自身產品創造的需求，導致消費者混淆、損害我們的品牌及市場份額流失。這可能削弱消費者信任、淡化我們品牌的獨特性並損害我們的聲譽。此外，假冒產品的盛行可能降低對我們正品的需求，因為消費者可能不願為他們認為被廣泛仿冒的產品支付溢

## 風險因素

價。我們可能無法有效阻止假冒產品的生產、分銷或銷售。知識產權執法可能耗時且成本高昂。維護品牌誠信對保持消費者信任至關重要，若假冒產品廣泛傳播或難以甄別防範，我們的業務、財務狀況及增長前景或會受到重大影響。

我們業務的成功部分取決於勝任的員工（包括關鍵人員）以及我們維持企業文化和價值觀的能力。

我們的成功部分取決於有能力的員工（包括主要高級管理人員及核心技術人員）的持續服務。我們的成功還依賴於我們招聘、留任及吸引優秀人才以維持現有運營及實施戰略舉措的能力。我們經營所處行業對熟練員工的競爭非常激烈，我們未必總能成功吸引或留住所需人才。我們投入了大量時間及資源來建立、維護及發展我們的文化，以配合我們的戰略目標。維持或調整我們的文化所面臨的挑戰可能會損害員工士氣、降低參與度並對我們留任及招聘員工的能力產生負面影響。我們與勞工關係的任何惡化均可能導致勞資糾紛，進而可能造成生產經營中斷，並對我們的業務及經營業績造成不利影響。此類事件可能惡化我們與員工的關係，並損害我們的品牌及聲譽。此外，隨着中國經濟增長，社會平均工資預計將上升，而勞動力短缺及人口老齡化的趨勢可能進一步推高勞動力成本。我們的勞動力成本若大幅增加，可能會對盈利能力、經營業績及財務狀況造成不利影響。此外，我們或需提高整體薪酬以持續招聘實現業務目標所需的經驗人員。長期勞動力短缺或勞動力成本通脹可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

### 我們面臨與第三方付款相關的各種風險

於往績記錄期間，部分客戶（單獨或集體稱為「**相關客戶**」）通過不屬於相應買賣協議合約方的賬戶與我們結算款項（「**第三方付款安排**」）。請參閱「業務－我們的客戶－**第三方付款安排**」。於2023年、2024年及2025年，分別合共有4名、10名及6名相關客戶通過第三方支付安排與我們結算款項。於同年，指定第三方支付人向我們支付的款項總額分別約為人民幣4.4百萬元、人民幣7.6百萬元和人民幣4.4百萬元，佔我們收入總額的0.4%、0.6%及0.2%。截至最後實際可行日期，本集團已終止所有第三方支付安排。

於往績記錄期間內，我們面臨與第三方代付安排相關的各種風險，包括(i)第三方支付人可能基於沒有合約訂明其欠付我們款項而尋求返還資金、(ii)該等第三方支付人的清盤人可能提出申索，及(iii)由於我們對第三方支付人的資金來源及使用用途的了解有限而導致的潛在洗錢風險。如有申索或法律訴訟（不論是民事還是刑事）、要求返還款項或關於違反法律的指控，我們將需分配大量財務及管理資源進行抗辯。遵守有關法院裁定可能導致就已售予相關客戶的產品返還款項，而這可能對我們業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

我們可能無法為面臨的各種運營風險及危害導致的損失及負債提供足夠保險保障。

我們根據相關法律法規，基於對運營需求和行業慣例的評估，維持行業標準的保險政策。詳情請參閱「業務－保險」部分。然而，我們不能向閣下保證我們的保險政策將為業務運營相關的所有風險提供足夠保障。如果我們因保險未覆蓋而遭受重大損失

---

## 風險因素

---

和負債，可能會產生重大成本並分散資源，從而對我們的業務、財務狀況、經營業績和前景造成重大不利影響。在保險覆蓋不足的情況下，我們可能需要自行承擔損失。

任何欺詐、賄賂或其他由我們的員工、供應商、合約製造商或其他第三方實施的不當行為均可能導致我們蒙受財務損失及負面宣傳。

我們可能面臨員工、供應商、合約製造商或其他第三方實施的欺詐、賄賂或其他不當行為，這可能導致我們遭受財務損失及政府機關的處罰。這些程序可能無法及時識別所有不合規行為、可疑交易、欺詐、腐敗、賄賂或其他不當行為，或預防或阻止此類事件發生。若發生任何此類第三方損害我們利益的不當行為，我們可能面臨負面輿論及聲譽損害，甚至因此類不當行為遭受訴訟及其他法律程序，以及行政處罰或刑事處罰，從而對我們的業務及經營業績造成不利影響。

我們可能面臨因信息技術系統中斷及不斷變化的數據隱私和網絡安全監管要求而產生的風險。

我們的IT系統面臨各種不受控制的風險。IT系統的任何此類中斷均可能擾亂我們的營運，並對生產及履行銷售訂單的能力造成負面影響，繼而可能對我們的業務及經營業績產生不利影響。此外，我們從事電商以銷售專業戶外服飾，並在向客戶提供產品的過程中處理其個人信息。如果我們未能遵守適用的數據保護及信息安全法律，或未能解決任何數據隱私及保護問題，此類實際或指稱的違規行為可能會損害我們的聲譽、影響我們的品牌形象，並可能導致我們面臨重大的法律、財務及運營後果。若我們的網絡安全受到破壞，且該等信息被未經授權的人士竊取或獲取或被不當使用，我們可能會面臨消費者及相關主管部門提起的訴訟及其他法律程序。任何此類程序可能會分散管理層的注意力，導致重大的財務損失及開支，並使消費者對我們品牌的認知產生負面影響。此外，我們或會不時實施、修改及升級我們的資訊科技系統及程序，以支持我們的增長及業務發展。該等修改及升級需要投資，且未必能達到預期的效果或投資回報，因而對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。

針對我們系統和網絡的安全漏洞及攻擊，以及保護機密和專有信息方面的挑戰，可能會損害我們的聲譽並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們依賴技術為業務運營的每個主要方面提供支持。若支持我們提供服務和解決方案的技術或外部技術出現中斷或不穩定，可能會對我們的業務及聲譽造成重大損害。網絡安全措施遭破壞可能導致未經授權訪問我們的系統、信息或數據被盜用、消費者信息被刪除或修改，或對我們的業務運營造成拒絕服務或其他中斷。如果我們無法避免攻擊及安全漏洞，我們可能面臨重大的法律及財務責任、聲譽受損，並可能因銷售損失及消費者不滿而遭受重大收入損失。此外，網絡攻擊可能針對我們、我們的消費者或我們所依賴的信息基礎設施。實際或預期的攻擊及風險可能導致我們產生顯著更高的成本，包括增派人員及部署網絡保護技術、培訓員工以及聘請第三方專家及顧問的成本。網絡安全漏洞可能損害我們的聲譽及業務，並對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

---

## 風險因素

---

在處理及保護此類數據時，我們面臨固有風險，包括保護存儲於系統中的數據、偵測及禁止未經授權的數據共享及轉移、防止外部攻擊我們的系統或員工欺詐行為或不當使用，以及維護及更新數據庫。任何系統故障、安全漏洞或第三方攻擊或非法獲取數據的企圖導致用戶數據實際或被認為洩露，均可能損害我們的聲譽及品牌，阻礙現有及潛在消費者購買我們的產品，損害我們的業務，並使我們面臨潛在法律責任。

**我們在保護知識產權方面面臨挑戰，這可能影響我們的業務、財務狀況及經營業績。**

任何第三方對我們知識產權的未經授權使用、侵權或盜用，或在某些司法管轄區執行我們權利時遇到的挑戰，均可能對我們的品牌聲譽、業務運營及財務狀況造成不利影響。

有效保護商標、版權、域名、專利權及其他知識產權既昂貴又難以維持。我們為保護知識產權所採取的措施可能不足或無效。我們的知識產權可能受到侵犯、盜用或挑戰，可能導致其範圍被縮小或被宣佈無效或不可執行。假冒產品或對我們設計及商標的未經授權複製可能稀釋我們品牌的價值、損害我們的聲譽並導致收入虧損。在某些情況下，我們可能需要提起訴訟或其他法律程序以執行我們的權利，而這未必總能取得有利結果。

**有關商標或其他知識產權的爭議可能涉及高昂的辯護費用，並可能干擾我們的業務運營。**

我們可能面臨商標或其他知識產權糾紛或第三方侵權索賠的風險增加。這些糾紛或索賠可能指稱我們的產品、設計、商標、技術或其他知識產權資產侵犯其知識產權或質疑我們知識產權的有效性。由此類糾紛或索賠引起的訴訟或其他法律程序，無論其依據是否成立，均可能耗時、成本高昂並干擾我們的業務運營。防止商標或其他知識產權糾紛或侵權索賠可能會分散管理層對我們核心業務和戰略舉措的注意力和資源。

任何知識產權糾紛或侵權索賠，無論是否有效，均可能導致代價高昂的訴訟、要求我們改變或停止使用某些知識產權、支付損害賠償或訂立成本高昂的許可安排。若我們未能充分保護我們的知識產權或若第三方成功質疑或侵犯我們的知識產權，我們品牌的獨特性及價值可能會降低。任何無法有效保護及執行我們的商標或其他知識產權的情況均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及增長前景造成重大不利影響。

**申索、爭議、法律程序、監管調查及商業或合約爭議或會導致我們承擔巨額損害賠償及其他相關費用，可能對我們的聲譽、業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。**

我們、我們的董事或高管可能不時因日常業務運營而涉及索賠、糾紛、法律程序、監管調查及商業或合約爭議。無論此類索賠、糾紛或調查是由我們主動發起還是針對我們提出，無論其是否具有法律依據，均可能導致巨額成本。此類程序的任何不利結果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。

## 風險因素

特別是，我們將生產外包及銷售和分銷我們的產品，使我們面臨潛在的產品責任索賠。如果我們的產品被指稱存在缺陷、不安全或不符合適用標準或消費者預期，我們可能面臨訴訟、產品召回或監管行動。此外，部分索賠或訴訟可能因我們無法直接控制的問題而產生。如果此類材料導致產品缺陷或合規問題，我們可能產生重大成本，而我們的供應商可能無法或不願意就此等責任對我們作出賠償。如發現我們違反適用法律法規，監管調查亦可能導致我們面臨處罰、罰款或營運限制。此類調查或會要求我們調整業務慣例、產生額外合規成本或限制我們在某些市場的有效競爭能力。

我們可能成為第三方反競爭、騷擾或其他有害行為的對象，包括向監管機構投訴、負面社交媒體帖子以及公開傳播對我們業務惡意評估，這些行為可能損害我們的聲譽並導致我們失去市場份額、消費者和收入。

我們可能成為第三方反競爭、騷擾或其他損害行為的對象。我們可能因該等第三方行為而受到政府或監管機構調查，並可能需要耗費大量時間及承擔巨額成本以應對該等第三方行為，且無法保證我們能在合理期限內或根本能否最終反駁各項指控。此外，任何人（無論是否與我們有關聯）均可能以匿名方式在網上發佈直接或間接針對我們的指控。於社交媒體所發佈信息可能失實且對我們不利，並可能損害我們的聲譽、業務運營及財務表現。公眾傳播針對我們業務的匿名指控或惡意陳述可能對我們的聲譽造成負面影響，繼而可能導致我們失去市場份額、消費者及收入。

我們的風險管理及內部控制系統可能並不足夠或有效。

我們已設計並實施了風險管理及內部控制系統，包括組織架構政策及程序、財務報告流程、合規規則及風險管理措施，我們認為該等系統適合我們的業務營運。我們無法向閣下保證該等系統在確保（其中包括）準確報告我們的財務業績及防止欺詐方面足夠有效。詳情請參閱「業務－風險管理與內部控制」。我們亦無法向閣下保證我們的員工受過足夠或全面培訓以執行該等系統，或該等執行不會出現人為錯誤或過失。倘我們未能及時更新、執行及修改或未能調配足夠人力資源以維持我們的風險管理政策及程序，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們的商業模式使我們面臨蠶食和庫存過時的風險。

我們的線上渠道主要涵蓋抖音、天貓、快手、京東和微信小程序等電商和社交商務平台，通過線上自營店鋪直接銷售和向電商平台銷售。我們的線下渠道包括(i)我們的線下自營門店；及(ii)分銷商運營的線下門店。倘任何分銷商在其指定區域以外銷售產品，我們可能會面臨蠶食風險，導致整體收入及市場份額下降。我們還可能面臨庫存過時的風險，產品因過期或出現更先進的替代品等原因而失去價值或無法銷售。我們已實施一系列措施以避免蠶食發生。有關詳情，請參閱「業務－我們的銷售網絡－銷售渠道之間的協作」。然而，我們無法保證分銷商會始終遵循我們的措施，亦無法保證該等措施能完全避免不同分銷商之間的蠶食。倘未能有效防止蠶食發生，可能會對我們的銷售以及產品對終端消費者的覆蓋面造成重大不利影響，進而對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

---

## 風險因素

---

我們經營的地域市場不斷演變的規則和法規可能會影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

最近頒佈的法律法規可能未充分涵蓋這些市場經濟活動的所有方面。由於地方行政和司法機關有權解釋和執行法律規定及合約條款，因此難以評估我們運營所在的許多地理市場的行政和司法程序結果及我們享有的法律保護程度。當地法院可能有權酌情拒絕執行外國裁決或仲裁裁決，這可能影響我們對法律要求相關性的判斷及執行合約權利或索償的能力。

此外，我們經營所在地的部分規則會不時發佈並可能具有追溯效力。因此，我們可能直到違規後一段時間才意識到違反了某些政策或規則。此外，我們某些地區市場的行政和法院程序可能耗時漫長，根據案件的複雜程度，會導致巨額成本支出並分散資源和管理層的注意力。現行法律或法規的發展或我們的地理市場中新法律及法規的實施，可能會影響我們行業的增長，並影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

我們可能遭受全球和區域宏觀經濟狀況的變化、自然災害、流行病或其他不可抗力因素影響。

全球和區域宏觀經濟狀況的變化、自然災害、健康疫情或我們無法控制的其他因素可能對我們開展業務地區的經濟、基礎設施及人民生活造成不利影響。任何災難、此類流行病長期爆發或我們經營業務所在地區發生的其他不利公共衛生事態發展可能會對我們的業務及運營造成重大干擾。如我們的任何員工或業務合作夥伴的任何員工患有或被懷疑患有任何流行病或大流行病，我們的運營可能會受到干擾。這可能要求我們或他們對部分或全部此類員工進行隔離或對用於運營的設施進行消毒。此外，如自然災害、健康流行病、大流行病或其他疫情對我們經營所在地區或全球經濟整體經濟狀況造成損害，我們的收入及盈利能力可能會大幅下降。

對環境、社會及管治問題日益提高的認識可能導致更嚴格法律法規的採納，並增加我們的合規成本。

我們可能需要投入更多精力及資源以確保遵守該等法律或法規。我們的合約製造商的生產過程消耗大量能源並對環境保護工作構成壓力。因此，為應對此影響，我們可能需要在供應鏈中優先考慮可持續實踐，其中可能包括實施節能措施以及與供應商合作探索使用環保材料。詳情請參閱「業務－環境、社會及企業管治」。我們不能向閣下保證該等風險管理措施能有效緩解相關風險並協助我們持續遵守相關法律法規。對現有環境、社會及管治相關法律法規的修訂或新環境、社會及管治相關法律法規的頒佈可能會增加我們的合規成本，若我們未能遵守該等環境、社會及管治相關法律法規，我們的業務及財務表現可能會受到重大不利影響。

持續的地緣政治緊張局勢可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

於往績記錄期間，我們的收入絕大部分來自中國內地的銷售，且我們的專業戶外服裝業務並不依賴從美國進口的原材料。目前，我們尚未發現任何因貿易限制、關稅相關政策或制裁而產生的重大風險，會對我們的經營產生負面影響。我們可能受到地緣政治和經濟緊張局勢持續升級的影響，包括但不限於經濟和勞動狀況、增加的海關關稅、徵稅、稅收與其他成本以及政治不穩定。相關地緣政治緊張局勢，加上貿易爭

## 風險因素

端和地區不穩定，可能導致經濟波動加劇、監管不可預測以及市場狀況中斷，所有這些都可能對我們的供應鏈、運營和消費者需求產生不利影響。我們可能受到持續地緣政治緊張局勢和貿易爭端的影響。此類緊張局勢可能導致源自美國或含有美國製造材料的原材料採購成本上升、消費者抵制、安全要求提高、出行限制或市場中斷，任何此類情況均可能破壞我們供應鏈的穩定性並降低我們業務擴張的靈活性。我們無法預測各司法管轄區的關稅政策或地緣政治發展將如何演變，亦無法預知後續國際貿易政策變化對我們業務的影響程度。如果我們、供應商或其他業務夥伴受到上述任何限制或不確定性的影響，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

### 在我們經營所在司法管轄區開展業務的相關風險

未能遵守有關社會保險及住房公積金的相關規定可能會使我們受到處罰，並對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響。

根據《中華人民共和國社會保險法》及《住房公積金管理條例》，我們須按中國相關法律為僱員繳納社會保險費及住房公積金。於往績記錄期間，我們未完全按照中國相關法律法規為僱員繳納社會保險費及住房公積金。於2023年、2024年及2025年，我們的社會保險及住房公積金供款缺額分別為人民幣0.5百萬元、人民幣3.1百萬元及人民幣4.9百萬元。我們並無就上述缺額計提任何撥備，並考慮到(i)根據我們的中國法律顧問，我們已收到來自青州市人力資源和社會保障局以及濰坊市住房公積金管理中心青州分中心（該等機構為負責本公司人力資源及社會保險相關事宜以及住房公積金相關事宜的主管監管機關及主管處罰機關）的確認函，確認我們未曾因違反有關社會保障或住房公積金的法律法規而受到任何處罰；(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未接獲任何政府通知，亦未因社會保險及住房公積金供款缺額而遭受行政處罰，且未曾發生僱員就有關缺額提出任何重大索償；及(iii)根據我們從主管政府部門接獲的確認，我們的中國法律顧問認為，我們因未能在規定期限內為僱員全額繳納社會保險費及住房公積金而被有關當局要求繳納社會保險費及住房公積金的差額或受到重大行政處罰的可能性極微。因此，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未就社會保險及住房公積金供款缺額計提任何撥備。根據中國相關法律法規，社會保險機構可責令我們限期足額繳納，並自欠繳之日起按每日未繳納數額的0.05%加收滯納金；逾期仍不繳納的，有關機關可處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。住房公積金管理中心可責令我們限期足額繳存住房公積金，逾期不繳存的，可申請中國人民法院強制執行。我們無法向閣下保證日後不會收到有關政府部門要求補繳未繳納款項、繳納滯納金或罰款的通知，亦無法保證不會有僱員就社會保險或住房公積金繳存向我

## 風險因素

們提出投訴或索賠。我們或須承擔額外成本以遵守中國政府或相關地方當局的法律法規。任何此類情況均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響。

於2025年7月31日，中國最高人民法院發佈《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》(「《解釋(二)》」)，自2025年9月1日起施行。根據《解釋(二)》，用人單位與勞動者之間訂立協議或勞動者向用人單位承諾不繳納社會保險費的，人民法院應當認定該約定或承諾無效。若用人單位未依法繳納社會保險費，勞動者依據《中華人民共和國勞動合同法》第38(3)條規定請求解除勞動合同並要求用人單位支付經濟補償的，人民法院應依法予以支持。此類判決可能對本公司的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

遵守適用的數據相關法律法規可能需要額外支出，從而影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

規範網絡安全、信息安全、隱私與數據保護以及互聯網作為商業媒介使用的法律法規發展迅速、範圍廣泛且複雜。我們須遵守的中國現行數據保護、數據隱私及／或信息安全的相關法律法規詳情請參閱本文件「監管概覽－有關網絡安全、數據安全及個人數據保護的法律法規」。若相關法律法規未來更為嚴格，我們或需調配更多資源以確保合規，此舉可能增加運營成本並可能制約業務運營的某些方面。我們會處理僱員、消費者及第三方企業的數據。未能遵守有關網絡安全、數據安全及個人信息保護的法律法規可能會損害我們的聲譽或使我們面臨潛在成本、責任、罰款或法律訴訟。

我們不能保證我們目前的措施在所有情況下均能有效防止數據洩露、濫用、未經授權訪問或其他安全事故。未能持續有效地遵守與數據保護、網絡安全及個人信息相關的適用法律法規均可能導致我們面臨監管調查、處罰或民事及行政責任。此外，我們已委託第三方進行數據處理作業。我們無法控制第三方或實時監控其數據處理活動。我們可能因該等第三方的不當行為而被追究責任並面臨索賠。

此外，2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室(「國家網信辦」)等十三家中國政府及監管機構頒佈了《網絡安全審查辦法》，該辦法於2022年2月15日生效，要求掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴「國外上市」須申報網絡安全審查。公司掌握超過100萬使用者個人信息，但是，經諮詢網絡安全審查辦公室的諮詢視窗中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心(「CCRC」)，《網絡安全審查辦法》規定的「國外[編纂]」的範圍不包括赴香港[編纂]，因此我們無需就本次[編纂]向網絡安全審查辦公室主動申報網絡安全審查。然而，相關法律法規的解釋與實施持續演變。任何潛在或實際未符合數據相關法律法規的情況，均可能導致我們無法使用或提供某些產品及服務，並可能招致罰款或其他處罰，從而對我們的業務、運營或財務狀況產生重大不利影響。因此，我們或需承擔額外成本以遵守適用的數據相關法律法規及維持內部合規政策。

## 風險因素

中國與電商活動相關的法律法規可能會對我們的線上渠道施加額外要求及義務，或可能增加我們的合規成本。

我們所經營的電子商務行業受到高度監管。如果中國政府未來對電子商務活動制定更嚴格的數據隱私或其他監管要求，我們的線上渠道合規成本可能會大幅增加，且我們無法向閣下保證我們能及時或完全符合所有監管要求。詳見「監管概覽－有關零售業的法律法規－線上零售業務」。此類立法及執法可能導致我們承擔額外的合規義務和成本，或對我們當前或未來的運營施加限制，進而可能對我們的聲譽、業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們面臨與廣告活動及遵守適用廣告法律法規相關的監管及聲譽風險。

我們通過社交媒體等多種渠道推廣品牌及產品，須遵守中國適用法律法規。若我們的僱員或聘用的第三方服務供應商未能遵守該等法律法規，或相關政府部門（其在法律法規解釋方面擁有廣泛酌情權）在行政執法過程中最終採取與我們理解不一致的觀點，我們可能面臨潛在風險及處罰。我們無法保證日後不會發生無意違規情況，這可能使我們受到相關部門進一步處罰，並可能進一步損害我們的品牌形象及聲譽。我們日後或需增加合規成本以遵守適用的廣告法律法規。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

任何未能遵守僱員股份激勵計劃登記要求相關規定，我們的僱員股份激勵計劃參與者或我們可能會被處以罰款及其他法律或行政制裁。

2012年2月，中華人民共和國國家外匯管理局（「國家外匯管理局」）頒佈《關於境內個人參與境外上市公司股權激勵計劃外匯管理有關問題的通知》（匯發[2012]7號），取代2007年頒佈的有關規定。根據這些規定，除少數例外情況外，在中國連續居住不少於一年並參與境外[編纂]公司股票激勵計劃的中國公民及非中國公民須通過境內合格代理人向國家外匯管理局登記並辦理若干其他程序。此外，還必須委託境外受託機構處理與行使或出售股份期權以及購買或出售股份和權益有關的事宜。等本公司在[編纂]完成後成為一家[編纂]公司，我們、我們的高級管理人員及身為中國公民或在中國連續居住不少於一年並獲授購股權的其他僱員將受到該等法規的約束。如果未能完成國家外匯管理局登記，他們可能會被處以罰款和法律制裁。鑒於以上所述，我們不能保證我們將根據中國法律持續為我們的董事、高級管理人員及僱員採納額外的激勵計劃。

我們是中國內地企業，須就我們的收入繳納中國內地稅款，而向[編纂]支付的任何股息及[編纂]出售我們的H股所得收益亦可能須繳納中國內地稅款。

作為一家公司，我們須根據適用的中國稅務法律就全球收入繳納稅款。根據適用的中國稅務法律、法規及法定文件，非中國居民個人及企業須就自我們收取的股息或因出售或以其他方式處置H股所變現的收益承擔不同的納稅責任。根據《中華人民共和

## 風險因素

國個人所得稅法》，非中國個人通常須按20%的稅率就來源於中國的收入或收益繳納中國內地個人所得稅。對於非中國居民的非中國內地個人，自中國企業獲取股息通常須繳納20%的個人所得稅，除非獲國務院稅務主管部門批准減免，或根據中國政府簽署的國際公約或協議予以免稅。除非獲國務院稅務機關特別免稅或根據適用的稅務條約獲減徵或免徵，否則我們須從向非中國居民個人派付的股息款項中扣繳相關稅款。非居民個人H股持有人應注意，彼等可能須就H股變現的股息及紅利繳納中國所得稅。

**股息支付受中國內地法律法規規管。**

根據中國法律法規，我們僅可從可分配利潤中派發股息。可分配利潤指按照中國公認會計準則或國際財務報告準則（以較低者為準）釐定的稅後利潤，減去任何累計虧損彌補及我們須作出的法定及其他儲備撥備。因此，我們可能並無足夠或任何可分配利潤以使我们能夠向股東（包括在我們財務報表顯示為盈利的期間）派發股息。任何在特定年度未分配的可分配利潤將予保留並可在後續年度分配。此外，我們在中國的營運附屬公司可能沒有中國公認會計準則釐定的可分配利潤。因此，我們可能無法從附屬公司獲得足夠分派以支付股息。我們的營運附屬公司未能向我們支付股息可能對我們向股東派發股息的能力及我們的現金流（包括在我們盈利的期間）產生不利影響。

**[編纂]可能難以對我們及我們的董事及管理層進行法律程序送達及執行判決。**

我們為根據中國法律註冊成立的公司，且我們絕大部分資產及附屬公司均位於中國內地。我們的多數董事及高級管理層居於中國內地。該等董事及高級管理層的資產亦可能位於中國內地。因此，可能無法在中國境外向我們的大多數董事及高級管理層送達法律程序文件。此外，中國並未與美國、英國、日本或大多數其他國家訂立相互承認和執行法院判決的條約。另外，香港亦未有與美國訂立相互執行判決的安排。因此，在中國內地或香港，承認和執行上述司法管轄區的法院判決可能會遇到困難或無法實現。雖然我們將受《上市規則》及《收購守則》規限，但H股持有人不能以違反《上市規則》為由提起訴訟，而必須依賴聯交所執行其規則。《上市規則》及《收購守則》在香港並無法律效力。

**人民幣在中國內地的匯入匯出及政府對貨幣兌換的管制可能會影響我們支付股息及其他債務的能力，並影響閣下[編纂]的價值。**

中國政府監管人民幣兌換外幣的可兌換性。我們的絕大部分收入以人民幣收取。我們可能將部分收入兌換為其他貨幣，以履行外幣債務，例如向若干供應商付款。外幣供應短缺可能影響我們匯出足夠外幣或以其他方式履行外幣計值債務的能力。

若需將人民幣兌換為外幣並匯出中國內地以支付資本性支出（如償還外幣計價的貸款），則須獲得相關政府主管部門的批准或進行登記。中國政府未來或可酌情限制經常項目交易的外匯獲取。根據相關法律法規，當國際收支出現或可能出現嚴重失衡或其他法定情形時，政府有權採取必要措施保障和控制國際收支平衡。若外匯管制制

## 風險因素

度限制我們獲取足夠外匯以滿足外幣需求，我們可能無法以外幣向股東派發股息。此外，不保證未來不會頒佈新規以規範人民幣匯入或匯出中國內地的行為。

### 與[編纂]相關的風險

我們的H股目前並無[編纂]市場。H股的活躍[編纂]市場可能不會形成，且H股的[編纂]及[編纂]量可能出現波動。

在[編纂]前，我們的H股並無[編纂]市場。概不保證在[編纂]完成後，我們的H股將會形成並維持具備充足流動資金及成交量的[編纂]市場。此外，我們的H股[編纂]預期將由[編纂]（為其本身及代表[編纂]）與我們協定，而該[編纂]未必能代表我們的H股在[編纂]完成後的[編纂]。倘我們的H股在[編纂]完成後未能形成活躍的公開市場，則我們股份的[編纂]及流動性可能會受到重大不利影響。

[編纂]完成後，未來大量H股在[編纂]市場出售或預期出售或轉換可能對我們的H股價格造成重大不利影響。

未來大量出售我們的H股，尤其是我們的董事、高級管理人員和現有股東的出售，或者認為或預期會有此類出售，可能會對我們的H股在香港的[編纂]以及我們未來在我們認為合適的時間和價格籌集股本資本的能力產生負面影響。我們現有股東持有的股份有若干[編纂]期。請參閱「[編纂]—[編纂]安排及費用」。雖然我們目前並不知悉有關人士是否有意在[編纂]期到期後出售大量股份，但我們無法保證彼等現在或將來不會出售其可能擁有的任何股份。此類出售（如有）對H股市價的影響無法預測。

我們的過往股息可能不代表我們未來的股息政策，且無法保證我們是否及何時會在未來派發股息。

我們於2025年宣派及派付股息人民幣290.0百萬元。即使我們根據國際財務報告準則確定為盈利，在特定年度仍可能無法派付股息。董事會日後或會考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可動用資金以及其他相關因素後宣派股息。任何股息的宣派、派付及金額均須受我們的組織章程文件及中國法律法規規限，並需經股東會批准。股息僅可從我們可供分派的合法利潤及儲備中宣派或派付。

本文件中自官方政府來源獲取的若干事實、預測及其他統計數據未經獨立核實，可能並不可靠。

我們於本文件（尤其是「行業概覽」一節）載列的若干資料及統計數據乃摘錄自我們委託灼識諮詢編製的報告及（其中包括）各種政府官方刊物以及由中國政府提供的其他公開可用刊物。來自政府官方渠道的資料未經我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實，因此我們無法向閣下保證該等資料及統計數據的準確性及

## 風險因素

可靠性，該等資料及統計數據可能與在中國內地境內外編製的其他資料不一致。由於收集方法可能存在缺陷或效率低下，或已刊發的資料與市場慣例之間存在差異以及其他問題，官方政府資料來源所載統計數據可能不準確或無法與其他經濟體產生的統計數據相比較，因此，閣下不應過分依賴該等數據。無論如何，閣下均應審慎衡量該等資料或統計數據的可依賴或重要程度。

如果證券或行業分析師不發佈關於我們的研究報告，或彼等對我們的H股作出不利的推薦建議變更，我們H股的[編纂]及[編纂]可能會下跌。

我們H股的市場[編纂]可能受到證券或行業分析師就我們或我們的業務發佈的研究報告影響。倘一名或多名分析師決定下調我們H股的評級或發佈有關我們的負面意見，則不論有關資料是否準確，我們H股的市場價格均可能下跌。此外，倘該等分析師中一名或多名停止對我們作出分析或未能定期發佈有關我們的報告，則我們在金融市場的知名度可能會下降，繼而可能導致我們H股的市場價格或[編纂]量下跌。

本文件中的前瞻性資料存在風險及不確定性。

本文件載有關於我們及我們的運營與前景的前瞻性陳述及資料，該等陳述及資料基於我們目前的信念及假設以及我們目前可獲得的資料。在本文件中使用的「預期」、「相信」、「估計」、「預計」、「計劃」、「前景」、「未來」、「擬」、「期望」及類似表述，如涉及我們或我們的業務，均旨在識別前瞻性陳述。該等陳述反映了我們對於未來事件的當前看法，並受風險、不確定性及各種假設的影響，包括本文件所述的風險因素。倘該等風險或不確定性中的一項或多項成為現實，或任何基本假設被證明不正確，實際結果可能與本文件中的前瞻性陳述存在重大差異。實際結果是否符合我們的預期及預測，取決於多項風險及不確定性，其中許多超出我們的控制範圍，並反映可能發生變化的未來業務決策。鑒於該等及其他不確定性因素，本文件中包含的前瞻性陳述不應被視為我們的計劃或目標將會實現的保證，[編纂]不應過度依賴該等前瞻性陳述。本文件中所有前瞻性陳述均受限於本節所述的警示性聲明。

閣下應仔細閱讀整份文件，而我們強烈提醒閣下不要依賴任何新聞文章或其他媒體中有關我們或[編纂]的任何資料。

我們強烈告誡閣下不要依賴報章文章或其他媒體所載有關我們及[編纂]的任何資料。在本文件刊發前，已有關於我們的報章及媒體報道。該等報章及媒體報道可能載有本文件未提及的若干資料，包括若干營運及財務資料與預測、估值及其他資料。我們並未授權報章或媒體披露任何該等資料，亦不對任何該等報章或媒體報道或任何該等資料或刊物的準確性或完整性承擔任何責任。我們不就任何該等資料或刊物的適當性、準確性、完整性或可靠性作出任何聲明。倘任何該等資料與本文件所載資料不一致或有所衝突，我們對此概不負責，閣下亦不應依賴該等資料。

## 豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，我們已尋求豁免嚴格遵守上市規則的相關條文。

### 有關管理層人員常駐香港的豁免

根據香港上市規則第8.12條及第19A.15條，本公司須有足夠的管理層人員常駐香港。這通常指我們須有最少兩名執行董事常駐香港。

本集團的管理層總部、高級管理層、業務營運並非主要位於香港或在香港管理或開展，且董事認為將執行董事調任至香港或另行委任常居香港的執行董事並非對本公司有利或適合本公司，因此，亦不符合本公司及股東整體最佳利益，故本公司並無且在可預見未來亦將不會有兩名執行董事常居於香港，以符合上市規則第8.12條及第19A.15條的規定。

因此，我們已向聯交所申請且聯交所已批准豁免嚴格遵守上市規則第8.12條及第19A.15條的規定。我們將通過以下安排確保聯交所與我們保持有效溝通：

- (i) **授權代表**：本公司兩名授權代表（本公司執行董事、副總經理兼董事會秘書侯增江先生（「侯先生」）及聯席公司秘書張世澤先生（「張先生」））將擔任本公司與聯交所溝通的主要渠道。因此，本公司授權代表將可在接獲合理通知後與聯交所相關人員會面，並可隨時通過電話、傳真及／或電郵聯絡。

本公司每位授權代表均可隨時於聯交所擬就任何事項聯絡董事之時及時地聯絡所有董事（包括獨立非執行董事）；

- (ii) **董事**：各董事已向本公司授權代表及聯交所提供其移動電話號碼、辦公室電話號碼、傳真號碼（如有）及電郵地址，倘任何董事預計即將出差或離開辦公室，其將會向授權代表提供其住宿地點的電話號碼。

並非通常居於香港的各董事均持有或可申請前往香港的有效旅遊證件，並能在合理時間內與聯交所相關人員會面；及

- (iii) **合規顧問**：我們已根據上市規則第3A.19條委任新百利融資有限公司為我們的合規顧問，自[編纂]起至本公司就緊隨[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條規定當日止，合規顧問將擔任授權代表及董事以外與聯交所的額外溝通渠道。根據第3A.23條附註，合規顧問可隨時與我們的授權代表、董事及其他高級職員聯繫。我們須確保本公司、我們的授權代表、董事、其他高級職員及合規顧問之間有足夠而有效的溝通方式，並會將聯交所與我們的一切通訊及往來通知合規顧問。

## 豁免嚴格遵守上市規則

### 有關聯席公司秘書的豁免

根據上市規則第3.28及8.17條，公司秘書必須為聯交所認可在學術或專業資格或有關經驗方面足以履行公司秘書職責的人士。聯交所接納下列各項為認可學術或專業資格：(i)香港公司治理公會會員；(ii)律師或大律師（定義見《法律執業者條例》）；及(iii)執業會計師（定義見《專業會計師條例》）。

根據上市規則第3.28條附註2，在評估是否具備「有關經驗」時，聯交所會考慮下列各項：(i)該名人士任職於發行人及其他發行人的年期及其擔任的職位；(ii)該名人士對上市規則以及其他相關法例及規例（包括證券及期貨條例、公司條例、公司（清盤及雜項條文）條例及《收購守則》）的熟悉程度；(iii)除上市規則第3.29條項下於每個財政年度參加不少於15小時相關專業培訓的最低要求外，該名人士是否曾經及／或將會參加相關培訓；及(iv)該名人士於其他司法管轄區的專業資格。

本公司認為，儘管公司秘書熟悉香港相關證券規例相當重要，公司秘書亦須具備與本公司業務相關的經驗、與董事會的聯繫以及與本公司管理層的密切工作關係，以便以最有效、最高效的方式履行公司秘書職能並採取必要行動。委任一名熟悉本公司業務及事務的人士擔任公司秘書對本公司有利。

我們已委任侯先生及張先生為我們的聯席公司秘書。作為我們的執行董事、副總經理兼董事會秘書，侯先生主要負責管理及協調本集團的行政及營運活動以及監督董事會事務。由於侯先生不具備上市規則第3.28條所規定的資格，其無法單獨符合上市規則第3.28及8.17條中對於[編纂]發行人公司秘書的要求。為向侯先生提供支持，我們已委任符合上市規則第3.28及8.17條要求的張先生為聯席公司秘書，自[編纂]起為期三年，提供協助以便侯先生獲得相關經驗（如上市規則第3.28(2)條所規定），從而妥善履行其職責。

因此，我們已就委任侯先生為聯席公司秘書向聯交所申請且聯交所已批准豁免嚴格遵守上市規則第3.28及8.17條的規定。根據《新上市申請指南》第3.10章，該豁免已按以下條件授出：

- (i) 張先生獲委任為聯席公司秘書，以協助侯先生履行其作為公司秘書的職責，以及獲得上市規則第3.28條規定的有關經驗；
- (ii) 本公司將進一步確保侯先生獲得相關培訓及支持，以加深其對上市規則以及聯交所[編纂]發行人公司秘書職責的理解。我們的香港法律顧問已為侯先生提供有關上市規則的主要規定以及[編纂]後適用於本公司的香港法例及規例的培訓。此外，侯先生將於[編纂]後三年間努力加深其對上市規則（包括其任何更新）的理解；

---

## 豁免嚴格遵守上市規則

---

- (iii) 侯先生已確認，其將根據上市規則第3.29條的規定，在每個財政年度參加不少於15小時的培訓課程，內容包括上市規則、企業管治、資料披露、投資者關係，以及香港上市發行人公司秘書的職能與職責；
- (iv) 於侯先生作為本公司公司秘書的首個任期屆滿前，本公司將評核其經驗，以釐定其是否已取得上市規則第3.28條規定的資格；及
- (v) 倘張先生於三年期間內終止提供有關協助，此項豁免將即時撤銷，而倘張先生不再符合上市規則第3.28條的要求或不再擔任本公司聯席公司秘書，我們承諾將會重新向聯交所申請豁免。此外，倘本公司出現任何嚴重違反上市規則的情況，此項豁免可予撤銷。

有關侯先生及張先生的履歷詳情，請參閱「董事及高級管理層」。

---

## 有關本文件及[編纂]的資料

---

[編纂]

---

## 有關本文件及[編纂]的資料

---

[編纂]

---

## 有關本文件及[編纂]的資料

---

[編纂]

---

## 有關本文件及[編纂]的資料

---

[編纂]

---

## 有關本文件及[編纂]的資料

---

[編纂]

## 董事及參與[編纂]的各方

### 董事

姓名	地址	國籍
<b>執行董事</b>		
王麗莉女士	中國 山東省 濰坊市青州市 雲門山街道 益王府南路8333號	中國
侯增江先生	中國 山東省 濰坊市青州市 雲門山街道 南山豪庭67號樓 2單元501室	中國
肖娜女士	中國 山東省 濰坊市青州市海岱苑 E座801室	中國
莊煌鋒先生	中國 上海徐匯區 華涇綠苑 8號樓1003室	中國
<b>獨立非執行董事</b>		
李向東先生	中國 山東省 濟南市 歷下區 環山路100號	中國
屈飛先生	中國 北京海淀區 太平路 33號院3號樓 1單元121室	中國
周政寧先生	香港 黃竹坑 壽山村道6A號 壽山花園 3樓C室	中國(香港)

有關董事的進一步詳情，請詳見「董事及高級管理層」。

---

## 董事及參與[編纂]的各方

---

### 參與[編纂]的各方

獨家保薦人

中國國際金融香港證券有限公司  
香港  
中環  
港景街1號  
國際金融中心一期29樓

[編纂]

---

## 董事及參與[編纂]的各方

---

### 本公司法律顧問

有關香港及美國法律：

**凱易律師事務所**

香港  
皇后大道中15號  
置地廣場告羅士打大廈26樓

有關中國法律：

**上海市錦天城律師事務所**

中國  
上海市浦東新區  
銀城中路501號  
上海中心大廈11、12樓

### 獨家保薦人及[編纂]法律顧問

有關香港法律：

**競天公誠律師事務所有限法律責任合夥**

香港  
皇后大道中15號  
置地廣場  
公爵大廈  
32樓3203-3207室

有關中國法律：

**通商律師事務所**

中國  
上海  
南京西路1515號  
靜安嘉里中心  
1座9樓

### 申報會計師及獨立核數師

**安永會計師事務所**

執業會計師  
註冊公共利益實體核數師

香港  
鰂魚涌  
英皇道979號  
太古坊一座27樓

### 獨立物業估值師

**亞太資產評估及顧問有限公司**

香港  
九龍麼地道62號  
永安廣場  
3樓309室

### 行業顧問

**灼識企業管理諮詢(上海)有限公司**

中國  
上海市  
靜安區  
普濟路88號  
靜安國際中心B座10樓

---

## 董事及參與[編纂]的各方

---

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]

---

## 公司資料

---

中國註冊辦事處	中國 山東省 濰坊市青州市 雲門山街道 益王府南路8333號
中國總部及主要營業地點	中國 山東省 濰坊市青州市 雲門山街道 益王府南路8333號
香港主要營業地點	香港 九龍尖沙咀 科學館道14號 新文華中心 A座12樓12室
公司網站	<b><u>www.tanboer.com</u></b> (本網站所載資料並不構成本文件的一部分)
聯席公司秘書	侯增江先生 中國 山東省 濰坊市青州市 雲門山街道 益王府南路8333號  張世澤先生 香港執業會計師 香港 九龍尖沙咀 科學館道14號 新文華中心 A座12樓12室
授權代表	侯增江先生 中國 山東省 濰坊市青州市 雲門山街道 益王府南路8333號  張世澤先生 香港 九龍尖沙咀 科學館道14號 新文華中心 A座12樓12室
審計委員會	李向東先生(主席) 周政寧先生 屈飛先生

---

## 公司資料

---

### 薪酬委員會

屈飛先生 (主席)

李向東先生

肖娜女士

### 提名委員會

王麗莉女士 (主席)

屈飛先生

李向東先生

### [編纂]

### 主要往來銀行

中國光大銀行股份有限公司濰坊分行

中國

山東省

濰坊市高新區

健康東街6888號

中信銀行股份有限公司濰坊濰城支行

中國

山東省濰坊市濰城區

東風西街453號1號樓

## 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、可供查閱的公開市場調查資料來源及其他獨立供應商的資料來源，以及灼識諮詢所編製的獨立行業報告（「灼識諮詢報告」）。我們委聘灼識諮詢就[編纂]編製灼識諮詢報告。來自政府官方來源的資料並無經我們、任何獨家保薦人、[編纂]、彼等各自的任何董事及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方獨立核實且概無就其準確性發表任何聲明。

### 戶外運動的發展及全球專業戶外產業的概覽

#### 戶外運動的演變及發展

戶外運動主要是指以自然或戶外環境為依托的運動，一般包括滑雪、滑冰、槳板、船艇、潛水、騎行、山地越野、攀岩、溯溪、漂流等項目。戶外運動的發展歷程跨越了數個世紀，從早期的探險活動逐漸演變為如今的大眾化運動。16至19世紀，歐洲開始涉足高山探險，並成立了世界上最早的戶外運動俱樂部，以登山和徒步為主要活動，標誌着現代戶外運動的初步形成。20世紀90年代，戶外運動進入成熟與創新期，推動了產業的規模化發展。21世紀以來，科技進步成為戶外運動發展的關鍵驅動力，高性能材料、智能穿戴設備和數字化服務平台的廣泛應用，提升了產品質量和用戶體驗，進一步推動了戶外運動的普及和產業發展。同時，隨着人們對健康及充滿活力的戶外活動的渴望日益增長，休閒運動、遠足、精緻露營等城市戶外場景也蓬勃發展，進一步推動戶外運動產業的發展。

#### 市場概覽

根據國家體育總局的統計數據，截至2024年底，中國戶外運動參與人數已超過4億，參與率接近30%，相比之下，發達國家戶外運動參與率超過50%，表明中國專業戶外產業仍有可觀的成長空間。全球專業戶外產業（包括服裝及裝備）的市場規模由2020年的人民幣7,782億元增加至2025年的人民幣12,883億元，複合年增長率為10.6%。預計於2030年將達到人民幣21,291億元，複合年增長率為10.6%。而中國專業戶外產業於2020年至2025年由人民幣1,209億元增加至人民幣2,371億元，且預計於2030年將達到人民幣4,684億元，複合年增長率分別為14.4%及14.6%。

### 中國專業戶外服飾行業概覽

#### 市場概覽

專業戶外服飾是指能為消費者在戶外活動過程中提供專業防護的服飾產品，其市場規模於2025年約佔中國服飾行業總量的5%。此類服飾具有較高的力學性能與特殊的功能性面料材質，具備耐磨、防水、防風、易去污等特性。2020年至2025年，中國專業戶外服飾行業的市場規模由人民幣712億元增長至人民幣1,523億元，複合年增長率達16.4%，中國市場增速快於全球。預計到2030年將達到人民幣3,264億元，未來五年的複合年增長率為16.5%。

## 行業概覽

### 價值鏈

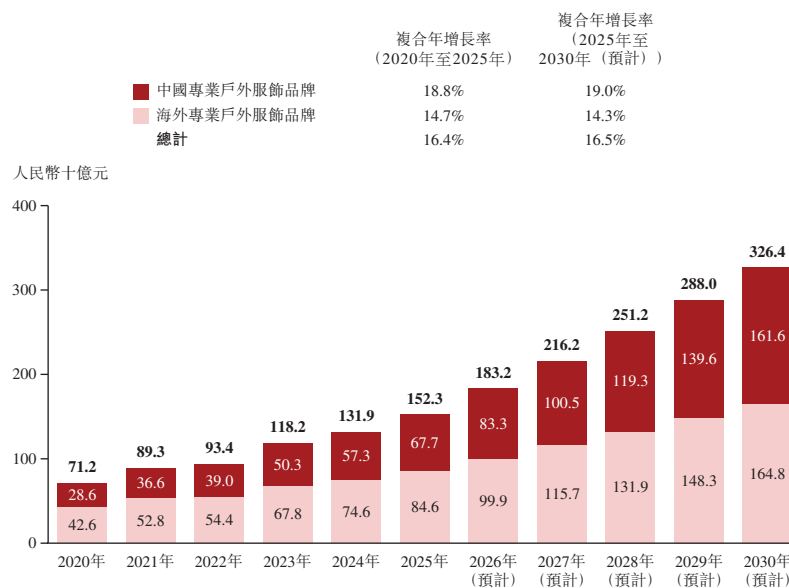
專業戶外服飾行業的價值鏈涵蓋了從上游的原材料採購及生產，中游的品牌運營，到下游的零售。行業價值鏈上游主要包括面料、輔料及填充物等原材料的採購，以及設計、製版、裁剪、縫制、壓膠等製造工序。原材料的質量和性能直接影響專業戶外服飾的功能和耐用性，而製造工序需要將高性能面料與特殊生產工藝相結合，確保服裝具備防風、防水、透氣、保暖等多重功能。行業價值鏈中游主要指品牌運營，需要品牌方通過精準的市場定位、差異化的產品策略、創新的營銷手段以及與消費者的深度互動，來提升品牌的知名度和市場競爭力。行業價值鏈下游主要指產品銷售，品牌方通過線上及線下渠道將產品銷售給消費者。

### 市場規模

中國專業戶外服飾行業是中國服飾行業里增速最快的類別之一，2020年至2025年，中國專業戶外行業的市場規模由人民幣712億元增長至人民幣1,523億元，複合年增長率為16.4%，增速高於服飾行業小於5%的複合年增長率。預計未來5年的市場規模將以16.5%的複合年增長率增長，到2030年將達到人民幣3,264億元。

近年來，隨着國內市場的崛起和消費者對高品質、高性價比產品的日益追求，中國專業戶外服飾品牌通過技術創新、產品差異化和精準的市場定位，正在逐步實現對海外品牌的替代，未來有望佔據更大的市場份額。2020年至2025年，中國專業戶外服飾品牌在中國的零售額由人民幣286億元增長至人民幣677億元，複合年增長率為18.8%。預計未來五年，中國專業戶外服飾品牌在中國的零售額將以19.0%的複合年增長率快速增長，到2030年將達到人民幣1,616億元。

按品牌來源地劃分的中國專業戶外服飾行業市場規模<sup>1</sup>，  
以零售額計，2020年至2030年（預計）



資料來源：中國國家統計局、中國國家體育總局、中國紡織工業聯合會、灼識諮詢

附註：

- (1) 市場規模僅指專業戶外服飾的零售額。專業戶外服飾是指採用功能性面料的服裝類別，旨在於消費者進行戶外活動時提供專門防護。

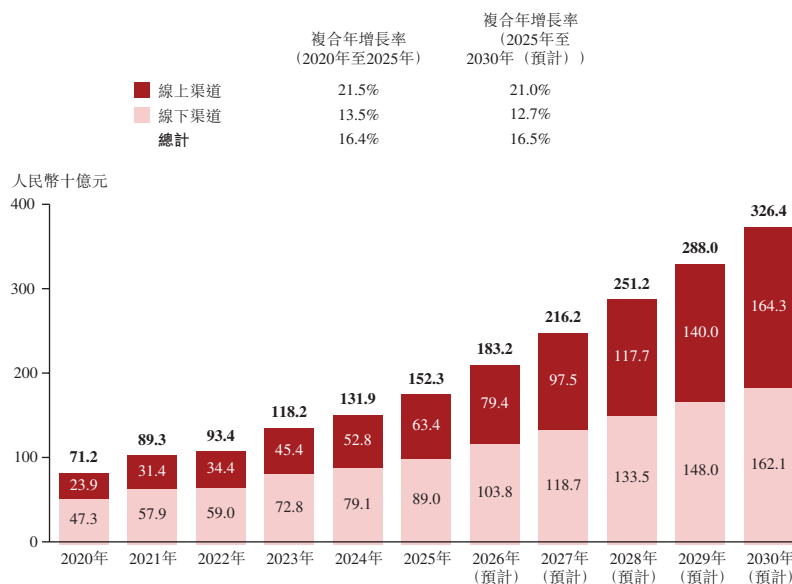
## 行業概覽

隨着移動互聯網的快速發展和消費者購物習慣的改變，線上渠道已成為專業戶外服飾行業的重要增長點。2020年至2025年，中國專業戶外服飾的線上零售額由人民幣239億元增長至人民幣634億元，複合年增長率為21.5%。

線上渠道主要包括綜合電商平台、內容電商平台及其他。綜合電商平台（如天貓和京東）憑藉其豐富的產品種類和便捷的購物體驗，吸引了大量消費者進行產品搜索和購買；社交商務平台（如抖音）通過直播、短視頻和達人推薦等方式，為消費者提供更具互動性和趣味性的購物體驗，有助於快速提升品牌知名度並建立消費者信任。

儘管線上渠道增長迅速，線下渠道依然是產品展示和提升消費者購物體驗的重要場所，線下門店通過優化佈局和提升服務質量，為消費者提供更直觀的產品體驗和專業的服務支持。

按銷售渠道劃分的中國專業戶外服飾行業市場規模，  
以零售額計，2020年至2030年（預計）



資料來源：中國國家統計局、中國國家體育總局、中國紡織工業聯合會、灼識諮詢

### 市場驅動因素

- **戶外經濟與冰雪經濟的興起推動更多消費者參與健康生活方式和戶外活動：**隨着戶外經濟的蓬勃發展，滑雪、徒步、登山等運動正吸引更多消費者，從而提升了專業戶外服飾的需求。北京冬奧會的成功舉辦進一步加速了冬季運動在中國的興起，滑雪、冰壺等活動的公眾參與度大幅提升。這致使諸如滑雪羽絨服、保暖衝鋒衣、防滑鞋等產品的零售額顯著增長。
- **對高質價比的高品質專業戶外服飾需求日益增長：**隨着生活水平的提高和戶外運動產業的發展，消費者需要高品質的專業戶外服飾，尤其青睞那些面料優質、製

---

## 行業概覽

---

造工藝更先進、防護性能更強、穿著體驗更好的產品。同時，消費者亦尋求以更實惠的價格購買該等產品。領先的專業戶外服飾品牌憑藉長期的研發優勢，正通過優化供應鏈管理效率來降低生產成本。這使得它們能夠以更具吸引力的價格提供高品質的專業戶外服飾，推動市場向高質量發展。

- *功能服飾的場景化設計與細分*：隨着消費者對戶外活動的參與度不斷提高以及戶外場景的拓寬(延伸至城市戶外場景及滑雪場景等)，消費者對戶外服飾的功能性和適用性的要求顯著提高。專業戶外服飾品牌按活動類型細分產品，並針對不同類型開發設計以滿足消費者的多樣化需求及推動行業的可持續增長。
- *面料及輔料的創新提升服飾性能*：由於原材料端從源頭奠定產品品質的根基，功能性面料及輔料的創新是專業戶外服飾行業(尤其是中高端專業戶外服飾行業)的核心驅動力之一。例如，石墨烯、複合蓄熱透暖里料等低熱傳導高性能保暖材料的創新，加之溫控、自清潔等功能性面料的問世，也為專業戶外服飾的持久保暖性能帶來了質的飛躍。
- *生產技術的進步*：除材料創新外，生產技術的進步同樣提升了專業戶外服飾的品質和功能性。借助多方面技術進步，專業戶外服飾實現了持續平衡體溫的溫濕科技、戶外極端環境下的防護科技以及可生物降解與可回收材料的環保科技等多場景技術創新，不僅提升了產品的性能和質量，還降低了生產成本，使更多消費者能夠享受到高品質的專業戶外服飾。
- *政策支持*：國家持續出台政策支持行業高質量發展。近年來中國提出多項體育產業支持意見，例如《關於釋放體育消費潛力進一步推進體育產業高質量發展的意見》、《關於以冰雪運動高質量發展激發冰雪經濟活力的若干意見》等，政策以支持產業發展為目標，從擴大市場供給、激發消費需求、釋放消費潛力、扶持經營主體等方向提出支持舉措，明確到2030年中國冰雪經濟總規模達到人民幣1.5萬億元、體育產業總規模達到人民幣7萬億元。在國家政策的有力支持下，中國專業戶外服飾行業將步入高質量發展階段。

### 未來趨勢

- *數智化*：中國專業戶外服飾行業正加速邁向數智化與科技化。大數據、人工智能及物聯網的融合使品牌能夠深入洞察消費者需求，開發功能更精準、款式更契合的產品。數智化與科技化的融合，不僅優化了產品性能與用戶體驗，亦有助於降低成本並提升運營效率，引領行業邁向智能化、高效化發展新階段。

## 行業概覽

- **前沿且潮流的設計：**消費者的需求不再局限於功能性，對其高顏值與潮流元素的關注度日益提升。品牌紛紛加大產品設計投入，推出兼具功能性與美學的產品系列。同時，品牌通過與知名設計師、潮流IP合作，打造限量版聯名款，進一步提升產品時尚度與話題性，使戶外服飾成為潮流的一部分，滿足消費者對個性化的追求。
- **可持續發展：**隨着環保意識增強，品牌紛紛採用有機棉、再生纖維及可生物降解材料，以減少對環境的影響。製造商亦優化工藝流程，降低能耗與排放。品牌通過宣傳可持續發展理念，引導消費者樹立環保意識，形成良性互動。可持續發展不僅有助於企業提升品牌形象與社會責任感，亦為行業長期穩定發展奠定基礎，推動中國專業戶外服飾行業向綠色、低碳方向轉型。
- **全球化與海外拓展：**憑藉強大的製造能力與不斷提升的品牌競爭力，中國品牌正積極拓展國際市場。品牌通過參加國際戶外展會及入駐海外電商平台持續提升全球曝光度。此外，跨境併購與合作等策略有助於整合全球資源及提升品牌國際化運營能力。

### 中國專業戶外服飾行業的挑戰

- **市場競爭激烈：**中國專業戶外服飾行業競爭激烈，國內外品牌各具優勢。國際品牌憑藉其高品牌知名度佔據消費者心智，而國內品牌則通過以具有競爭力的價格提供極具潛力的產品穩步推進對國際品牌的替代。隨着市場競爭持續加劇，品牌之間的競爭已經從產品功能和價格延伸到品牌營銷和服務。未來，品牌需要不斷提升自身的核心競爭力，通過技術創新、品牌建設和市場拓展，以應對日益激烈的市場競爭。

### 競爭格局

中國專業戶外服飾行業較為分散。以2025年零售額（零售額指向消費者實施折扣前的最終售價，包括分銷商及零售商加價及銷售稅；零售額等於線上零售額與線下零售額之和）計，前十大品牌的市場份額合計僅佔27.2%。以2025年零售額計，坦博爾在中國專業戶外服飾行業排名第七，市場份額為2.2%，並在中國專業戶外服飾行業的中國品牌中排名第四。以2024年至2025年零售額計，坦博爾是中國專業戶外服飾行業前十大品牌中增長最快的品牌，增長率為65.8%。

#### 中國專業戶外服飾行業十大品牌，以2025年零售額計

排名	品牌名稱	品牌來源地	2025年零售額 (人民幣十億元)	2025年市場份額 (%)	2024年至2025年 零售額增長率 (%)
1.....	品牌A <sup>1</sup>	中國	6.30	4.14%	21.86%
2.....	品牌B <sup>2</sup>	加拿大	5.98	3.92%	44.00%

## 行業概覽

排名	品牌名稱	品牌來源地	2025年零售額 (人民幣十億元)	2025年市場份額 (%)	2024年至2025年 零售額增長率 (%)
3.....	品牌C <sup>3</sup>	日本	5.00	3.28%	37.80%
4.....	品牌D <sup>4</sup>	中國	4.54	2.98%	23.30%
5.....	品牌E <sup>5</sup>	中國	4.24	2.78%	8.28%
6.....	品牌F <sup>6</sup>	美國	4.14	2.72%	7.80%
7.....	坦博爾	中國	<b>3.37</b>	<b>2.21%</b>	<b>65.82%</b>
8.....	品牌G <sup>7</sup>	中國	2.87	1.88%	62.32%
9.....	品牌H <sup>8</sup>	韓國	2.79	1.83%	52.00%
10.....	品牌I <sup>9</sup>	加拿大	2.28	1.50%	13.91%

資料來源：年報、專家訪談、灼識諮詢

附註：

此排名僅基於專業戶外服飾的零售額。專業戶外服飾是指採用功能性面料的服裝類別，旨在於消費者進行戶外活動時提供專門防護。

- (1) 品牌A是於2005年在中國成立的專業戶外服飾與裝備品牌，由一家於2005年在中國廣東省成立的非上市公司運營。
- (2) 品牌B是於1989年在加拿大成立的專業戶外服飾與裝備品牌，由一家於1991年在中國福建省成立的上市公司的附屬公司運營。
- (3) 品牌C是於1935年在日本成立的專業戶外服飾與裝備品牌，由一家於1991年在中國福建省成立的上市公司部分擁有的合營企業運營。
- (4) 品牌D是於2003年在中國成立的專業戶外服飾與裝備品牌，由一家於2017年在中國廣東省成立的非上市公司運營。
- (5) 品牌E是於1992年在中國成立的服飾品牌，由一家於1992年在中國江蘇省成立的上市公司運營。
- (6) 品牌F是於1966年在美國成立的專業戶外服飾與裝備品牌，由一家於1899年在美國成立的上市公司運營。
- (7) 品牌G是於2012年在中國成立的專業戶外服飾品牌，由一家於2015年在中國安徽省成立的非上市公司運營。
- (8) 品牌H是於1973年在韓國成立的專業戶外服飾品牌，由一家於1991年在中國福建省成立的上市公司部分擁有的合營企業運營。此處提及的福建公司即品牌B及品牌C描述中提到的同一公司。
- (9) 品牌I是於1957年在加拿大成立的專業戶外服飾品牌，由一家於2000年在加拿大成立的上市公司運營。

以2025年線上零售額（線上零售額指向消費者實施折扣前的最終線上售價，包括分銷商及零售商加價及銷售稅）計，坦博爾在中國線上專業戶外服飾行業排名第四，並在中國線上專業戶外服飾行業的中國品牌中排名第三。以2024年至2025年線上零售額計，坦博爾是中國專業戶外服飾行業前十大品牌中增長最快的品牌，增長率為75.6%。

## 行業概覽

### 中國專業戶外服飾行業十大品牌，以2025年線上零售額計

排名	品牌名稱	品牌來源地	2025年零售額 (人民幣十億元)	2025年市場份額 (%)	2024年至2025年 零售額增長率 (%)
1	品牌A	中國	5.20	8.20%	22.49%
2	品牌F	美國	2.53	3.99%	9.60%
3	品牌D	中國	2.27	3.58%	33.45%
4	坦博爾	中國	<b>1.93</b>	<b>3.05%</b>	<b>75.61%</b>
5	品牌G	中國	1.92	3.03%	41.89%
6	品牌B	加拿大	1.61	2.55%	55.52%
7	品牌C	日本	1.60	2.53%	46.99%
8	品牌E	中國	1.46	2.31%	0.18%
9	品牌J <sup>10</sup>	中國	1.33	2.10%	-6.82%
10	品牌H	韓國	0.68	1.08%	69.50%

資料來源：年報、專家訪談、灼識諮詢

附註：

此排名僅基於專業戶外服飾的線上零售額。專業戶外服飾是指採用功能性面料的服裝類別，旨在於消費者進行戶外活動時提供專門防護

(10) 品牌J是於1972年在中國成立的服飾品牌，由一家於2000年在中國江蘇省成立的非上市公司經營。

每個專業戶外服裝品牌均可能根據產品定位及穿著場景將產品劃分為不同系列。該等細分領域的競爭格局與整體市場相似，同樣呈現高度分散的態勢。

使用質量更優面料的專業戶外服飾可實現在具備卓越功能性的同時提升舒適度與耐用性，提升整體穿著體驗。如下所示，錦綸相較於滌綸具備卓越的吸濕透氣性、抗靜電性、耐磨性和低溫韌性。儘管多數中國專業戶外服飾品牌仍使用成本低廉但性能稍遜的滌綸面料，坦博爾在90%以上的專業戶外服飾產品中使用錦綸面料，與北面、加拿大鵝、盟可睐等國際品牌對齊。

- **吸濕透氣性**：具備良好吸濕透氣性的面料能快速吸收汗液，有效減少出汗後的悶熱和異味。錦綸回潮率達4%至4.5%，高於普通滌綸的回潮率(0.4%)，滌綸易因透氣性差導致悶汗黏膚。
- **柔軟親膚及抗靜電性**：錦綸纖維質地細軟，借助天然吸濕性顯著減少靜電，觸感柔滑不易吸附灰塵；普通滌綸易產生靜電，親膚性較差。
- **耐磨性**：錦綸耐磨性約是棉的10倍、普通滌綸的4至5倍，不易起球斷裂，更適合戶外穿著；而普通滌綸耐磨性與抗起球性較差，易磨損。

## 行業概覽

- **低溫韌性**：因分子結構與結晶性能差異，錦綸玻璃化轉變溫度(Tg)為35至50℃，遠低於普通滌綸的70至81℃，因此錦綸更易在低溫環境下保持高彈性和抗脆性能，耐寒性更優。
- **價值溢價高**：使用錦綸面料的專業戶外服飾通常具有顯著的價值溢價。錦綸絲價格約是普通滌綸的2至2.5倍，但憑藉吸濕、耐磨、親膚及低溫韌性等高性能，採用錦綸面料的專業戶外服飾價值溢價一般高於普通滌綸面料。

### 錦綸與滌綸各項屬性對比

屬性	錦綸(尼龍)	滌綸(聚酯纖維)
吸濕透氣性(回潮率) . . . . .	4%至4.5%	0.4%至0.8%
柔軟親膚及抗靜電性 . . . . .	高	一般
耐磨性 . . . . .	高(是滌綸的4至5倍)	一般
低溫韌性 (玻璃化轉變溫度Tg) . . . . .	35℃至50℃	70℃至81℃
價值溢價 . . . . .	高(滌綸價格的2至2.5倍)	低

資料來源：中國紡織工業聯合會、灼識諮詢

除錦綸面料產品佔比外，坦博爾產品的蓬鬆度、濁度、耗氧量、鑽絨值等理化性能標準都顯著優於相關國標標準(GB/T 14272-2021、GB/T 32614-2023)及行業平均水平。

### 面料與填充物理化性能標準對比

性能	坦博爾的標準	相關國家標準 (GB/T 14272-2021、 GB/T 32614-2023)	
		行業平均水平	
錦綸面料服飾產品 佔比 . . . . .	>90%	—	多數品牌使用 滌綸面料
耐皂洗色牢度(級) . . . . .	變色≥4 沾色≥4	變色≥3-4 沾色≥3-4	變色≥4 沾色≥3-4
耐干摩擦色牢度(級) . . . . .	≥4	≥3-4	≥3-4
耐濕摩擦色牢度(級) . . . . .	≥3-4	≥3	≥3
拼接互染色牢度(級) . . . . .	≥4-5	≥4	≥4
手洗互染色牢度(級) . . . . .	≥4-5	—	≥4
染料轉移色牢度(級) . . . . .	≥4-5	—	≥4

## 行業概覽

性能	坦博爾的標準	相關國家標準	行業平均水平
		(GB/T 14272-2021、 GB/T 32614-2023)	
耐磨性(次數).....	磨擦≥20,000次， 正面無破損， 磨白程度評估	磨擦≥10,000次 (上衣)， ≥15,000次 (下裝)， 正面無破損	—
服飾耐寒性.....	-30℃放置24小時， 折疊10次外觀 無異常	—	- 20℃ 外觀無異常
絨子含量.....	≥90%	≥50%	—
絨絲和羽絲含量.....	≤9%	≤10%	≤10%
異色毛絨含量(白絨)..	≤0	≤1%	≤0.05%至0.2%
羽絨陸禽毛含量.....	≤0.1%	≤1%	≤0.5%
羽絨耗氧量(mg/100g)..	≤3.2	≤5.6	≤5.6
羽絨水分率.....	≤10%	—	≤12%
羽絨濁度(mm).....	≥1,000	≥500	≥600-800
羽絨蓬鬆度.....	17厘米 (90%鴨絨)	16厘米	16.5厘米
鑽絨值(根/m <sup>2</sup> ).....	≤70	≤120	—

資料來源：中國紡織工業聯合會、國家市場監督管理總局、中國國家標準化管理委員會、灼識諮詢

### 進入壁壘及關鍵成功因素

- 技術及數字智能壁壘：**因應複雜多變的戶外穿着場景，專業戶外服飾對服飾的功能性、耐用性和舒適性提出了更高的要求，領先品牌憑藉填充材料處理、面料科技、特殊功能、生產工藝等方面的技術和研發專長，能夠提供卓越產品。領先品牌還利用智能工廠及自動化物流倉庫等數字平台提升效率及創造價值。
- 產品力：**專業戶外服飾的消費群體不斷擴大，導致各種着裝場景的需求多元化——從戶外探險的功能耐用性需求，到城市通勤的審美訴求，乃至休閒活動的舒適性要求，同時消費者更加青睞高品質的「高性價比」產品。領先品牌憑藉對市場需求演變的深刻理解，依托設計能力與規模化生產能力，推出覆蓋多消費群體的產品，並以可負擔價格提供高品質服飾，鞏固市場主導地位。
- 品牌知名度：**領先品牌通過明星代言、時裝展會、體育營銷及國際認證等大量投入建立強勢品牌認知度與聲譽，塑造專業品牌形象，同時注重保持產品質量與消費者服務，維持客戶忠誠度與信任度。新進入者難以在短期內獲得消費者品牌認可與聲譽。

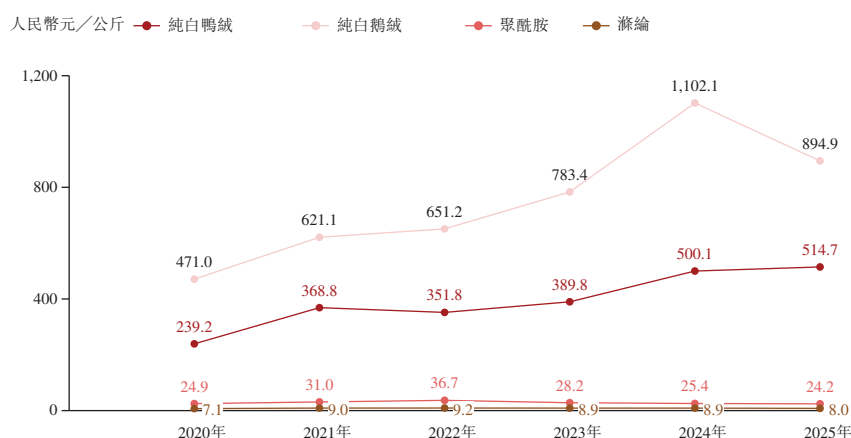
## 行業概覽

- **供應鏈能力：**領先品牌通過採購、設計、生產至物流、分銷及銷售的供應鏈各環節構建競爭優勢與壁壘。其在全球範圍內採購優質羽絨並與科技面料供應商合作，確保穩定、優質且具成本效益的材料供應。領先品牌憑藉內部設計團隊與先進生產線，提升質量控制和效率並降低成本。柔性製造使品牌能快速響應市場趨勢，強大的分銷網絡與多渠道部署進一步鞏固其市場地位。新進入者可能受限於規模、質量控制及成本效益，從而限制其競爭力。

### 成本分析

原材料成本是中國專業戶外服飾行業的主要成本之一，以錦綸、滌綸、鵝絨及鴨絨為主要原材料。總體而言，由於COVID-19疫情的影響，中國專業戶外服飾行業的主要原材料價格於2019年至2020年有所下降，其後於2020年至2021年回升。2021年至2025年，錦綸價格由每公斤人民幣31.0元小幅回落至每公斤人民幣24.2元，主要受上游己內酰胺價格下跌以及市場需求增速不及產能擴張步伐的影響。隨著產品結構優化及低效產能的淘汰，錦綸價格預計將於約每公斤人民幣25元至30元區間趨穩。滌綸的價格在供需平衡支持下保持相對穩定，預計將穩定在每公斤人民幣9.0元左右。根據中國羽絨工業協會的資料，同期，純白鵝絨的價格由每公斤人民幣621.1元進一步上漲至2024年的每公斤人民幣1,102.1元，並下降至2025年的每公斤人民幣894.9元。因2023年寒潮引發高端產品升級熱潮與強勁銷售，白鵝絨價格於2024年達到高峰。到2025年，白鵝絨價格經歷理性回調，回歸正常水準。純白鴨絨的價格由每公斤人民幣368.8元增加至每公斤人民幣514.7元。該等白鵝絨與白鴨絨整體上漲的趨勢受包括鴨鵝數量減少、羽絨質量標準提升，以及冬季旅遊業蓬勃發展及氣溫下降等因素導致的市場需求增加等因素驅動。於未來五年，隨著供需趨於穩定，白鵝絨與白鴨絨的價格預期將小幅回落並維持穩定。白鵝絨價格預計將穩定在每公斤人民幣800元至人民幣1,000元範圍，而白鴨絨則預期穩定於每公斤人民幣400元至人民幣500元範圍。

中國主要原材料價格，2020年至2025年



資料來源：中國羽絨工業協會、專家訪談、灼識諮詢

---

## 行業概覽

---

### 行業資料的來源

我們聘請獨立市場研究顧問灼識諮詢對中國專業戶外服飾市場進行分析並編製報告，以用於本文件，該報告乃受我們委託，費用為人民幣996,400元。灼識諮詢根據政府機構及非政府組織發佈的數據以及其一手及二手研究編製報告。灼識諮詢使用不同資源進行一手及二手研究。一手研究涉及與主要行業專家及具領先地位的行業參與者進行訪談。二手研究涉及對多個可公開查閱的數據來源（如中國國家統計局及中國國家體育總局）的數據進行分析。

灼識諮詢報告所載的預測及假設在本質上存在不確定性，因為無法合理預見的事件或事件組合，包括（但不限於）政府、消費者、競爭對手及其他第三方的行動。可能導致實際結果出現重大差異的具體因素包括（其中包括）專業戶外服飾市場固有的風險、社會及經濟因素、供應風險、監管風險及環境問題、勞動風險、融資風險、不可抗力或不可預見的事件。除另有說明外，本節所載所有數據及預測均源自灼識諮詢報告。董事於作出合理審慎的考慮後確認，自灼識諮詢報告日期起，整體市場資料並無出現可對該等資料構成重大限制、相抵觸或影響的重大不利變動。

---

## 監管概覽

---

對我們的業務經營有重大影響的中國內地法律及法規載列如下：

### 有關外商投資及境外投資的法律及法規

#### 公司法

《中華人民共和國公司法》（「中國公司法」）由全國人民代表大會常務委員會（「全國人大常委會」）於1993年12月29日頒佈並於1994年7月1日實施，於2023年12月29日最新修訂並於2024年7月1日生效。根據中國公司法，公司一般分為兩類，即有限責任公司及股份有限公司。中國公司法亦適用於外商投資企業。根據中國公司法，有關外商投資的法律另有規定的，從其規定。最新的中國公司法於2024年7月1日生效，主要修訂內容包括完善公司設立和退出制度、優化公司組織結構、完善公司資本制度、強化控股股東和管理層的責任、強化公司的社會責任等。

根據國務院於2024年7月1日頒佈的《國務院關於實施〈中華人民共和國公司法〉註冊資本登記管理制度的規定》，對於2024年6月30日之前註冊成立的中國公司，倘自2027年7月1日起，有限責任公司的剩餘認繳出資期限超過5年，則該公司應在2027年6月30日前將剩餘認繳出資期限調整為5年，倘該公司為股份有限公司，則其發起人應在2027年6月30日前就其認購的股份繳足股款。

#### 外商投資

外商在中國內地的投資活動主要受《鼓勵外商投資產業目錄》（或鼓勵目錄，由中華人民共和國商務部及國家發改委於2022年10月26日頒佈並於2023年1月1日生效），《外商投資准入特別管理措施（負面清單）》（或負面清單，由商務部及國家發改委不時頒佈和修訂），以及《中華人民共和國外商投資法》（或外商投資法）及其相關實施細則及配套法規規管。

《外商投資法》由全國人大於2019年3月15日頒佈並於2020年1月1日生效，取代當時外商於中國內地投資的三部現行法律，即《中華人民共和國中外合資經營企業法》、《中華人民共和國中外合作經營企業法》及《中華人民共和國外資企業法》。《外商投資法》通過立法，從投資保護及公平競爭的角度，為外商投資的進入、促進、保護及管理建立基本框架。根據外商投資法，外商投資享有准入前國民待遇，國務院頒佈或批准的負面清單中被視為「限制」類或「禁止」類行業經營的外商投資企業除外。為確保外商投資法的有效實施，《中華人民共和國外商投資法實施條例》（或外商投資法實施條例）由國務院於2019年12月26日頒佈並於2020年1月1日生效，進一步明確國家鼓勵和促進外商投資，保護外國投資者合法權益，規範外商投資管理，不斷優化外商投資環境，推進更高水平的開放。

## 監管概覽

2019年12月30日，商務部及國家市場監管總局聯合頒佈《外商投資信息報告辦法》，該辦法自2020年1月1日生效。根據該辦法，外國投資者直接或間接在中國境內進行投資活動的，應由外國投資者或外商投資企業向商務主管部門報送投資信息，並由市場監管機關指導並協助推送信息。

國家發改委及商務部於2024年9月6日聯合發佈《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)》(或2024年負面清單)並於2024年11月1日生效，以取代原鼓勵目錄及其項下的負面清單。根據外商投資法、外商投資法實施條例及2024年負面清單，外國投資者不得投資負面清單中規定的禁止行業，而投資於限制行業的外商投資必須滿足負面清單中規定的若干條件。未列入負面清單的行業通常被視為「允許」外商投資。本集團的業務運營不屬於中國外商投資法律法規規定的限制或禁止領域，且本集團未違反任何適用的外商投資規則，該等法律法規對本集團的業務運營或財務表現亦無重大不利影響。

### 境外投資

根據商務部於2014年9月6日頒佈並於2014年10月6日實施的《境外投資管理辦法》，商務部和省級商務主管部門按照企業境外投資的不同情形，分別實行備案和核准管理。企業境外投資涉及敏感國家和地區、敏感行業的，實行核准管理。企業其他情形的境外投資，實行備案管理。

根據國家發改委於2017年12月26日頒佈並於2018年3月1日實施的《企業境外投資管理辦法》，境內企業(以下稱「投資主體」)開展境外投資，應當履行境外投資項目(以下稱「項目」)核准、備案等手續，報告相關信息，配合監督檢查。投資主體直接或通過其控制的境外企業開展的敏感類項目，應當辦理核准；投資主體直接開展的非敏感類項目，也即涉及投資主體直接投入資產、權益或提供融資、擔保的非敏感類項目，應當辦理備案。上述「敏感類項目」包括涉及敏感國家和地區的項目及涉及敏感行業的項目。國家發改委應當發佈敏感行業目錄。目前有效的敏感行業目錄是《境外投資敏感行業目錄(2018年版)》，自2018年3月1日起生效。

### 有關零售業的法律及法規

#### 在線零售業務

於2018年8月31日，全國人大常委會發佈《中華人民共和國電子商務法》(以下簡稱「電子商務法」)，該法自2019年1月1日起生效。根據電子商務法，「電子商務」是指通過互聯網等信息網絡銷售商品或提供服務的經營活動。電子商務經營者應當依法辦

---

## 監管概覽

---

理市場主體登記。但是，個人銷售自產農副產品、家庭手工業產品，個人利用自己的技能從事依法無需取得許可的便民勞務活動和零星小額交易活動，以及依照法律、行政法規不需要進行登記的除外。電子商務經營者從事經營活動，依法需要取得相關行政許可的，應當依法取得行政許可，否則可能被市場監督管理部門責令限期改正、處以罰款並責令停業整頓。電子商務經營者應當按照承諾或者與消費者約定的方式、時限向消費者交付商品或者服務，並承擔商品運輸中的風險和責任。但是，消費者另行選擇快遞物流服務提供者的除外。電子商務經營者還應對其產品和服務的質量負責。電子商務經營者不履行合約義務或者履行合約義務不符合約定，或者造成他人損害的，依法承擔民事責任。2021年3月15日，國家市場監管總局出台《網絡交易監督管理辦法》，該辦法自2021年5月1日起生效，並於2025年3月18日修訂，修訂於2025年5月1日生效。該辦法明確了網絡交易經營者的法定責任和義務，包括他們應當遵循自願、平等、公平、誠信原則，依法依規從事經營活動。該辦法還規定了網絡交易經營者的登記要求，除電子商務法第十條規定不需要進行登記的情形外，網絡交易經營者應當依法辦理市場主體登記。

### 零售促銷

商務部、國家發改委、中華人民共和國公安部、國家稅務總局、中華人民共和國國家工商行政管理總局（國家市場監管總局前身）於2006年9月12日聯合頒佈《零售商促銷行為管理辦法》，自2006年10月15日起生效，當中規定了零售商促銷及廣告的標準及要求。

### 產品質量及產品責任

1993年2月22日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國產品質量法》（「產品質量法」），自1993年9月1日起生效。其最後一次由全國人大常委會於2018年12月29日修訂，並於同日生效。根據產品質量法，生產者應當對其生產的產品質量負責，銷售者也應當採取措施，保持銷售產品的質量。國務院市場監督管理部門主管全國產品質量監督工作。國務院有關部門在各自的職責範圍內負責產品質量監督工作。法律對產品質量的監督部門另有規定的，依照有關法律的規定執行。國家對產品質量實行以抽查為主要方式的監督檢查制度。依照本法規定進行監督抽查的產品質量不合格的，由實施監督抽查的市場監管部門責令其生產者、銷售者限期改正。逾期不改正的，由省級以上人民政府市場監督管理部門予以公告；公告後經複查仍不合格的，責令停業，限期整頓；整頓期滿後經複查產品質量仍不合格的，吊銷營業執照。如果個人或企業在生產或銷售的產品中存在質量問題，可能會被責令停止生產、銷售，沒收違法生產、銷售的產品，並處沒收違法所得；情節嚴重的，吊銷營業執照；構成犯罪的，依法追究刑事責任。

## 監管概覽

2020年5月28日，全國人大頒佈《中華人民共和國民法典》（「《民法典》」），該法於2021年1月1日生效。根據《民法典》，因產品存在缺陷造成他人損害的，生產者應當承擔侵權責任。產品投入流通後發現存在缺陷的，生產者、銷售者應當及時採取停止銷售、警示、召回等補救措施。未及時採取補救措施或者補救措施不足造成損害擴大的，生產者及銷售者也應當承擔侵權責任。

### 消費者權益保護

全國人大常委會於1993年10月31日通過並於2013年10月25日最新修訂的《中華人民共和國消費者權益保護法》，載有企業經營者在與消費者交易時的行為準則，其中包括但不限於：(i)確保商品或服務遵守有關產品質量的法律及法規；(ii)對所提供的商品或服務的質量、性能、用途、有效期等提供真實、全面、準確的信息；(iii)按照國家有關規定、商業慣例向消費者出具發票或其他購物憑證或者服務單據；(iv)確保商品或服務的實際質量及功能性與廣告、產品說明、實物樣品或其他方式表明的商品或服務質量狀況相符；(v)根據國家規定或與消費者達成的約定，承擔修理、再製造、更換、退貨或其他責任；及(vi)不得設立對消費者不合理或不公平的條款。

### 廣告宣傳

1994年10月27日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國廣告法》（「《廣告法》」），該法於2021年4月29日最新修訂。根據《廣告法》，廣告不得包含任何虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙和誤導消費者。廣告主應當對廣告內容的真實性負責。發佈虛假廣告的，由市場監督管理部門責令停止發佈廣告，責令廣告主在相應範圍內消除影響，並處以罰款。所發佈的虛假廣告使購買商品或接受服務的消費者的合法權益受到損害的，廣告主依法承擔民事責任。

根據國家市場監管總局於2023年2月25日頒佈並自2023年5月1日起生效的《互聯網廣告管理辦法》，禁止以介紹健康、養生知識等形式，變相發佈醫療、藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告。介紹健康、養生知識的，不得在同一頁面或者同時出現相關醫療、藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品的商品經營者或者服務提供者地址、聯繫方式、購物鏈接等內容。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者變相發佈廣告的情形外，通過知識介紹、體驗分享、消費測評等形式推銷商品或者服務，並附加購物鏈接等購買方式的，廣告發佈者應當顯著標明「廣告」。

### 有關網絡安全、數據安全及保護個人資料的法律及法規

#### 有關網絡安全及數據安全的法規

中國政府已制定了有關互聯網信息安全及保護個人資料免受濫用或未經授權披露的法律及法規。於2016年11月7日由全國人大常委會頒佈並於2017年6月1日生效的《中華人民共和國網絡安全法》規定，網絡運營者（其中包括互聯網信息服務提供商）於

## 監管概覽

開展業務和提供服務時遵守法律及法規，履行網絡安全保護義務。《中華人民共和國網絡安全法》進一步規定，網絡運營者應依照適用法律、法規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並維護網絡數據的完整性、保密性和可用性。任何違反《中華人民共和國網絡安全法》項下規定及要求的行為均可能使互聯網服務提供者被警告、罰款、沒收違法所得、吊銷許可證、撤銷備案、關閉網站等處罰，甚至被追究刑事責任。

2021年6月10日，全國人大常委會頒佈了《中華人民共和國數據安全法》，該法於2021年9月1日生效。《中華人民共和國數據安全法》對進行數據活動的實體及個人規定了數據安全及隱私義務，並根據數據在經濟社會發展中的重要程度，以及一旦遭到篡改、破壞、洩露或者非法獲取、非法利用，對國家安全、公共利益或者個人、組織合法權益造成的危害程度，對數據實行分類分級保護。《中華人民共和國數據安全法》亦規定對可能影響國家安全的數據活動進行國家安全審查程序並對若干數據及信息實施出口限制。違反《中華人民共和國數據安全法》的行為可能導致相關單位或個人受到警告、罰款、停業整頓、吊銷許可證或營業執照，及／或甚至追究刑事責任。根據《中華人民共和國數據安全法》，對違規方的最高罰款為人民幣一千萬元。

於2021年12月28日，國家網信辦會同其他政府部門聯合發佈《網絡安全審查辦法》，於2022年2月15日生效，並同時廢止於2020年6月1日實施的《網絡安全審查辦法》。《網絡安全審查辦法》增加了對網絡安全領域「境外上市」的額外監管程序。掌握超過一百萬用戶個人信息的線上平台運營者如計劃於國外上市，必須申報網絡安全審查。此外，《網絡安全審查辦法》指明，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，應當進行嚴格的網絡安全審查。根據《網絡安全審查辦法》，任何違規行為須根據《中華人民共和國網絡安全法》及《中華人民共和國數據安全法》進行處罰，包括政府執法行動及調查、罰款、處罰、暫停違規經營等。

於2024年9月24日，國務院發佈《網絡數據安全管理條例》，自2025年1月1日起生效，並規定，網絡數據處理者應按照法律及行政條例的規定及國家標準的強制性要求，並根據網絡安全等級保護，加強網絡數據安全保護，建立健全網絡數據安全管理制度，採取技術措施和其他必要措施保護網絡數據並防範針對和利用網絡數據的違法犯罪活動。

### 有關保護個人信息的法規

根據民法典，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、加工、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2021年8月20日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國個人信息保護法》（「個人信息保護法」），自2021年11月1日起生效。個人信息保護法重申了個人信息處理者可以處理個人信息的情況以及對該等情況的要求，如(i)取得個人的同意；(ii)為訂立、履行個人作為一方當事人的合約所必需；(iii)為履行法定職責或者法定義務所必需；(iv)為應對突發公共衛生事件，或者緊急情況下為保護自然人的生命健康和財產安全所必需；(v)在合理的範圍內處理個人自行公開或者其他已經合法公開的個人信息；(vi)為公共利益實施新聞報道、輿論監督等行為，在合理的範圍內處理個人信息；或(vii)法律、法規規定的其他情形。任何組織、個人不得非法收集、使用、加工、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；不得從事危害國家安全、公共利益的個人信息處理活動。在個人信息的跨境傳輸方面，根據中國個人信息保護法，個人信息處理者向中華人民共和國境外提供個人信息的，應當向個人告知境外接收方的名稱或者姓名、聯繫方式、處理目的、處理方式、個人信息的種類以及個人向境外接收方行使權利的方式和程序等事項，並取得個人的單獨同意。此外，關鍵信息基礎設施運營者和處理個人信息達到或超過國家網信部門規定數量的個人信息處理者，應當將在中華人民共和國境內收集和產生的個人信息存儲在境內。確需向境外提供的，應當通過國家網信部門組織的安全評估；法律、行政法規和國家網信部門規定可以不進行安全評估的，從其規定。另一方面，個人信息處理者應當根據個人信息的處理目的、處理方式、個人信息的種類以及對個人權益的影響，可能存在的安全風險等，採取必要措施確保個人信息處理活動符合法律、行政法規的規定，並防止未經授權的訪問以及個人信息洩露、篡改、丟失。

《網絡數據安全管理條例》還對通過網絡進行的數據處理活動作出了規定，包括但不限於制定個人資料處理規則、處理個人資料的一般要求以及接受有關個人資料的個人請求。

### 有關貨物進出口的法律及法規

根據國務院於2001年12月10日頒佈的《中華人民共和國貨物進出口管理條例》（於2002年1月1日生效，並於2024年3月10日最新修訂，最新修訂本於2024年5月1日生效）、全國人大常委會於1994年5月12日頒佈的《中華人民共和國對外貿易法》（於1994年7月1日生效並於2022年12月30日最新修訂）、全國人大常委會於1987年1月22日頒佈的《中華人民共和國海關法》（於1987年7月1日生效並於2021年4月29日最新修訂）、商務部於2004年6月25日頒佈的《對外貿易經營者備案登記辦法》（於2004年7月1日生效並於2021年5月10日最新修訂）及中國海關總署於2021年11月19日頒佈並於2022年1

---

## 監管概覽

---

月1日生效的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》，從事貨物或技術進出口的外貿業務經營商均須向商務部或商務部委託的代理呈交賬目及進行註冊程序。除非另有規定，貨物進出口的報關及關稅付款均須由收件人或寄件人本身作出，或委託報關公司作出。報關單位可以在中華人民共和國關境內辦理報關業務。

### 有關消防的法律及法規

根據全國人大常委會於1998年4月29日頒佈並於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國消防法》（「消防法」）及中國住房和城鄉建設部於2020年4月1日頒佈並於2023年8月21日最新修訂的《建設工程消防設計審查驗收管理暫行規定》，特殊建設工程未經消防驗收或消防驗收不合格的，禁止投入使用。特殊建設工程以外的建設工程應當辦理消防驗收備案，且住房和城鄉建設主管部門對備案的其他建設工程進行消防驗收隨機抽查。倘建設工程未能通過消防驗收隨機抽查，有關工程應停止使用。特殊建設工程未經消防驗收合格而投入使用的，特殊建設工程以外的任何建設工程經消防安全抽查驗收不合格且未暫停使用的，責令停工、停用、停產或停業，並處人民幣30,000元以上人民幣300,000元以下罰款。除特殊建設工程外的任何建設工程，建設單位未辦理消防安全驗收備案的，由住房和城鄉建設主管部門責令改正，處人民幣5,000元以下罰款。根據消防法規定，公眾聚集場所投入使用或開業前，建設單位或者使用單位應當向縣級以上地方人民政府消防救援部門申請消防安全檢查。對於公共場所，建設單位或使用單位應當在投入使用或開業前，向當地縣級以上人民政府的消防救援部門申請消防安全檢查。任何投入使用或經營未經消防安全檢查合格或者不符合消防安全要求的公眾聚集場所，責令停止建設、使用、生產或經營，並處人民幣30,000元以上人民幣300,000元以下的罰款。

### 有關環境保護的法律及法規

根據全國人大常委會於1989年12月26日頒佈並於同日實施，後於2014年4月24日修訂的《中華人民共和國環境保護法》，企業事業單位和其他生產經營者應當防止、減少環境污染和生態破壞，對所造成的損害依法承擔責任。國家實行排污許可管理制度。實行排污許可管理的企業事業單位和其他生產經營者應當按照排污許可證的要求排放污染物；未取得排污許可證的，不得排放污染物。

根據全國人大常委會於2002年10月28日頒佈並於2003年9月1日實施，後於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》及國務院於1998年11月29日頒佈並於同日實施，後於2017年7月16日修訂的《建設項目環境保護管理條例》，國家實行建設項目環境影響評價制度。建設項目對環境可能造成重大影響的，應當編製環境影響報告書，對產生的污染和對環境的影響進行全面、詳細的評價；建設項目對

## 監管概覽

環境可能造成輕度影響的，應當編製環境影響報告表，對產生的污染和對環境的影響進行分析或者專項評價；建設項目對環境影響很小、不需要進行環境影響評價的，應當填報環境影響登記表。未依法進行環境影響評價的建設項目，不得開工建設。編製環境影響報告書、環境影響報告表的建設項目竣工後，建設單位應當按照國務院環境保護行政主管部門規定的標準和程序，對配套建設的環境保護設施進行驗收，編製驗收報告。該等項目的配套建設的環境保護設施經驗收合格後方可投入生產或者使用；未經驗收或者驗收不合格的，不得投入生產或者使用。企業違反上述法律及法規的，由縣級以上環境保護行政主管部門責令停止生產或建設，處以罰款，並可以責令恢復原狀；構成犯罪的，依法追究刑事責任。

### 有關稅項的法律及法規

#### 所得稅

根據全國人大常委會於2007年3月16日頒佈、於2008年1月1日實施及於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》（「企業所得稅法」），以及國務院於2007年12月6日頒佈、於2008年1月1日生效及於2019年4月23日和2024年12月6日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，依法在中國境內成立或者依照外國（地區）法律成立但實際管理機構在中國境內的企業為居民企業。居民企業應當就其來源於中國境內外的所得，依照25%的稅率繳納企業所得稅。對國家重點扶持和鼓勵發展的產業或項目，給予企業所得稅優惠；國家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。

#### 增值稅

根據國務院於1993年12月13日頒佈及於2017年11月19日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》，以及財政部（「財政部」）於1993年12月25日頒佈及於2011年10月28日最新修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，於中國境內銷售貨物或者加工、修理修配勞務，銷售服務、無形資產、不動產以及進口貨物的單位及個人，為增值稅的納稅人，應當依法繳納增值稅。除另行規定外，納稅人銷售貨物、勞務、有形動產租賃服務或進口貨物，增值稅稅率為17%；納稅人銷售交通運輸、郵政、基礎電信、建築或不動產租賃服務，銷售不動產，轉讓土地使用權，銷售或進口特定貨物，稅率為11%；除另行規定外，納稅人銷售服務或無形資產，稅率為6%。

根據財政部及國家稅務總局於2018年4月4日頒佈及於2018年5月1日生效的《財政部、稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》，納稅人發生增值稅應稅銷售行為或進口貨物，原適用17%及11%稅率的，稅率分別調整為16%及10%。

## 監管概覽

根據財政部、國家稅務總局、海關總署於2019年3月20日聯合頒佈的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》，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%及10%稅率的，稅率分別調整為13%及9%。

2024年12月25日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國增值稅法》（「增值稅法」），該法將於2026年1月1日生效及將廢除《中華人民共和國增值稅暫行條例》。根據增值稅法，納稅人銷售貨物，提供加工、修理修配勞務、有形動產租賃服務或進口貨物，增值稅稅率為13%；納稅人銷售交通運輸服務、郵政服務、基礎電信、建築、不動產或不動產租賃服務，轉讓土地使用權，銷售或進口增值稅法所指定貨物，稅率為9%；納稅人銷售服務或無形資產，稅率為6%；納稅人出口貨物，稅率為0%；簡易計稅法增值稅的徵收率為3%。

### 有關外匯的法律及法規

根據由國務院修訂及於2008年8月5日生效的《中華人民共和國外匯管理條例》，所有國際支付及轉賬均分為經常賬戶項目及資本賬戶項目。國家對經常賬戶項目下的國際支付及轉移不予限制。中國企業經常賬戶的外匯收入可按照國家有關規定保留或出售予經營結匯、售匯業務的金融機構。將資本賬戶項下的外匯收入保留或出售予經營結匯、售匯業務的金融機構，須經外匯管理機關批准，國家另有規定者除外。

根據由國務院頒佈及於2015年2月24日生效的《國務院關於取消和調整一批行政審批項目等事項的決定》，已取消國家外匯管理局及其分局關於境外上市募集資金調回及結匯等事項的行政審批。

根據由國家外匯管理局頒佈及於2014年12月26日生效的《國家外匯管理局關於境外上市外匯管理有關問題的通知》，境內公司應在境外上市發行結束之日起15個工作日內，於其註冊所在地國家外匯管理局當地分局辦理境外上市登記。境內公司境外上市所得款項可匯入境內賬戶或存放境外，且所得款項用途須與文件及其他披露文件內容一致。

根據於2015年2月13日頒佈並於2015年6月1日生效的《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》，國家外匯管理局已取消境內直接投資項下外匯登記核准和境外直接投資項下外匯登記核准，改由銀行直接審計辦理境內直接投資項下外匯登記和境外直接投資項下外匯登記，國家外匯管理局及其分支機構通過銀行對直接投資外匯登記實施間接監管。

## 監管概覽

根據國家外匯管理局於2016年6月9日頒佈並實施的《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》，相關政策已經明確實行意願結匯的資本項目外匯收入（包括境外上市調回資金等），可根據境內機構的實際經營需要在銀行辦理結匯。境內機構資本項目外匯收入意願結匯比例暫定為100%，國家外匯管理局可根據國際收支形勢適時對上述比例進行調整。

2017年1月18日，國家外匯管理局頒佈《關於進一步推進外匯管理改革完善真實合規性審核的通知》，進一步擴大境內外匯貸款結匯範圍，允許具有貨物貿易出口背景的境內外匯貸款辦理結匯，允許內保外貸項下資金調回境內使用，允許自由貿易試驗區內境外機構境內外匯賬戶結匯，實施人民幣外幣全口徑境外放款管理，境內機構辦理境外放款業務，人民幣境外放款餘額與外幣境外放款餘額合計最高不得超過其上年度經審計財務報表中所有者權益的30%。

於2019年10月23日，國家外匯管理局頒佈《關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》。根據該通知，在投資性外商投資企業（包括外商投資性公司、外商投資創業投資企業和外商投資股權投資企業）可依法依規以資本金開展境內股權投資的基礎上，允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施（負面清單）且境內所投項目真實、合規的前提下，依法以資本金進行境內股權投資。

根據國家外匯管理局於2020年4月10日頒佈的《關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》，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[編纂]等資本項目收入用於境內支付時，無需事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。經辦銀行應遵循審慎展業原則管控相關業務風險，並按有關要求對所辦理的資本項目收入支付便利化業務進行事後抽查。

## 有關勞動及社會保障的法律及法規

### 勞動法及勞動合同法

根據全國人大常委會於1994年7月5日頒佈、1995年1月1日生效並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國勞動法》以及於2007年6月29日頒佈、2012年12月28日修訂並於2013年7月1日生效的《中華人民共和國勞動合同法》，倘實體及其僱員之間建立僱傭關係，彼等須簽署書面勞動合同。用人單位須告知員工其工作職責、工作條

## 監管概覽

件、職業危害、薪酬及員工可能會關注的其他事宜。用人單位應按時向僱員支付薪酬及全面遵守勞動合同所載的承諾及相關中國法律及法規。

### 社會保險及住房公積金

根據全國人大常委會於2010年10月28日頒佈、於2011年7月1日生效並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國社會保險法》、於1999年1月22日施行並於2019年3月24日修訂的《社會保險費徵繳暫行條例》、於1995年1月1日起施行的《企業職工生育保險試行辦法》、於2004年1月1日施行、於2010年12月20日修訂並於2011年1月1日生效的《工傷保險條例》及於1999年4月3日頒佈並於2019年3月24日最新修訂的《住房公積金管理條例》，中國境內的用人單位應當為職工提供基本養老保險、基本醫療保險、失業保險、生育保險、工傷保險和住房公積金等社會保障。用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收萬分之五的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。用人單位違反上述規定，不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣1萬元以上人民幣5萬元以下的罰款。違反有關條例的規定，用人單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

於2025年7月31日，中華人民共和國最高人民法院發佈《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋（二）》（「《解釋（二）》」），自2025年9月1日起施行。根據《解釋（二）》，用人單位與勞動者在勞動合同中約定或勞動者向用人單位承諾不繳納社會保險費的條款，人民法院應當認定為無效。若用人單位未依法繳納社會保險費，勞動者依據《中華人民共和國勞動合同法》第38(3)條規定請求解除勞動合同並要求用人單位支付經濟補償的，人民法院應依法予以支持。

### 有關不動產的法律及法規

#### 國有土地使用權

根據全國人大常委會於1986年6月25日頒佈並於1987年1月1日施行、於2019年8月26日最新修訂並於2020年1月1日施行的《中華人民共和國土地管理法》、經國務院於2021年7月2日最新修訂並於2021年9月1日施行的《中華人民共和國土地管理法實施條例》及國務院於1990年5月19日頒佈並於同日施行、於2020年11月29日最新修訂並於同日施行的《中華人民共和國城鎮國有土地使用權出讓和轉讓暫行條例》，除國家在法

---

## 監管概覽

---

律規定的範圍內劃撥國有土地使用權以外，國家依法實行國有土地有償使用制度。國有土地有償使用的方式主要包括國有土地使用權出讓、國有土地租賃、國有土地使用權作價出資或者入股。土地使用權出讓可採取協議、招標及拍賣的方式，出讓土地使用權應當簽署土地使用權出讓合約並支付土地使用權出讓金。

### 不動產出租

根據2021年1月1日生效的《中華人民共和國民法典》，所有權人對自己的不動產或者動產，依法享有佔有、使用、收益和處分的權利。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約繼續有效。承租人未經出租人同意轉租的，出租人可以解除合約。此外，租賃物在承租人按照租賃合約佔有期限內發生所有權變動的，不影響租賃合約的效力。

2010年12月1日，住房和城鄉建設部頒佈《商品房屋租賃管理辦法》，自2011年2月1日起施行。根據該辦法，房屋租賃合約訂立後三十日內，房屋租賃當事人應當到租賃房屋所在地直轄市、市、縣人民政府建設(房地產)主管部門辦理房屋租賃登記備案。逾期未辦理的，責令限期改正，逾期不改正的，每份租賃合約處以人民幣一千元以上人民幣一萬元以下罰款。

### 有關知識產權的法律及法規

#### 專利

根據全國人大常委會於1984年3月12日頒佈、於1985年4月1日實施、於2020年10月17日最新修訂並於2021年6月1日生效的《中華人民共和國專利法》以及國務院於2001年6月15日頒佈、於2001年7月1日實施及於2023年12月11日最新修訂的《中華人民共和國專利法實施細則》(最新修訂版於2024年1月20日生效)，中國內地的專利分為發明專利、實用新型專利以及外觀設計專利。發明專利的期限為二十年，實用新型專利的期限為十年，外觀設計專利的期限為十五年，均自申請日起計算。專利權人所享有的專利權應當受法律保護。任何人士未經專利權人許可或授權，均不得實施其專利，否則，實施有關專利構成侵犯專利權。

#### 商標

根據全國人大常委會於1982年8月23日頒佈、於1983年3月1日生效、於2019年4月23日最新修訂並於2019年11月1日實施的《中華人民共和國商標法》(簡稱商標法)以及國務院於2002年8月3日頒佈、於2002年9月15日實施並於2014年4月29日修訂的《中華人民共和國商標法實施條例》，經國家知識產權局商標局核准註冊的商標為註冊商

---

## 監管概覽

---

標，包括商品商標、服務商標、集體商標和證明商標。註冊商標的有效期為十年，自核准註冊之日起計算。註冊商標有效期滿，需要繼續使用的，商標註冊人應當在期滿前十二個月內按照規定辦理續展手續。每次續展註冊的有效期為十年，自該商標上一屆有效期滿次日起計算。

### 著作權

根據全國人大常委會於1990年9月7日頒佈、於1991年6月1日實施、於2020年11月11日最新修訂並於2021年6月1日生效的《中華人民共和國著作權法》，中國公民、法人或其他組織的作品，其中包括以文字、口述等形式創作的文學、藝術、自然科學、社會科學、工程技術及計算機軟件等作品，不論是否發表，均享有著作權。著作權人享有多種權利，包括發表權、署名權及複製權等。

根據國家版權局於2002年2月20日頒佈的《計算機軟件著作權登記辦法》及國務院於2013年1月30日修訂並於2013年3月1日生效的《計算機軟件保護條例》，國家版權局主管全國軟件著作權登記管理工作，並認定中國版權保護中心為軟件登記機構。中國版權保護中心應當向符合《計算機軟件著作權登記辦法》及《計算機軟件保護條例》規定的計算機軟件著作權申請人發給登記證書。

### 域名

域名受中國工業和信息化部於2017年8月24日頒佈並於2017年11月1日生效的《互聯網域名管理辦法》保護。域名註冊由根據有關規定設立的域名服務機構辦理，成功註冊後的申請人成為域名持有人。

## 有關證券及境外上市的法律及法規

### 證券法律及法規

全國人大常委會於1998年12月29日頒佈，於2019年12月28日最新修訂及2020年3月1日生效的《中華人民共和國證券法》（「證券法」），全面規管於中國境內證券市場的活動，包括證券的發行及交易、上市公司的收購、證券交易所、證券公司及證券監管機構的職責等。證券法進一步規定，境內企業直接或者間接到境外發行證券或者將其證券在境外上市交易，應當符合國務院的有關規定，境內公司股票以外幣認購和交易的，具體辦法由國務院另行規定。中國證券監督管理委員會（中國證監會）是由國務院成立的證券監管機構，依法監管及管理證券市場，維持市場秩序及確保市場合法營運。目前，H股的發行及交易主要由國務院及中國證監會頒佈的法規及規例監管。

---

## 監管概覽

---

### 境外上市

中國證監會於2023年2月17日就有關境內企業境外發行和上市備案管理發佈了若干規定，包括《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（《境外上市試行辦法》）及數項配套指引（連同《境外上市試行辦法》，統稱「《境外上市條例》」）。根據境外上市條例，尋求以直接或間接的方式於境外市場發行證券及上市的中國境內企業，須於提交境外上市申請後三個工作日內向中國證監會提交所需文件。

《境外上市條例》規定，存在下列情形之一的，不得境外發行上市：(i)法律、行政法規及相關國家條例明確規定禁止上市融資；(ii)經國務院有關主管部門依法審查認定，證券發行及上市可能會危害國家安全；(iii)擬發行證券及上市的境內企業，或其控股股東及實際控制人於近三年內有貪污、賄賂、挪用公款、侵佔財產或破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪的；(iv)擬發行證券及上市的境內企業涉嫌犯罪或重大違反法律及法規，並正在依法接受調查，尚未有明確結論意見的；或(v)境內企業控股股東或被控股股東、實際控制人支配的其他股東所持有的股權存在重大權屬糾紛。此外，《境外上市條例》規定，發行人於境外市場發行證券及上市後，應當在發生並公開披露以下情況後三個工作日內向中國證監會報告：(i)控制權變更；(ii)境外證券監管機構或相關主管部門對發行人實施調查、處罰等措施；(iii)轉換上市地位或上市板塊，及(iv)自願或強制退市。於境外發行上市的境內企業應嚴格遵守有關外商投資、網絡安全、數據安全等方面的相關法律、行政法規及規例，並切實履行維護國家安全的義務。

中國證監會與三個其他相關政府部門於2023年2月24日聯合頒佈《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》，據此，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或資料的，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。為境內企業境外發行上市提供相應服務的證券公司、證券服務機構在境內形成的工作底稿應當存放在境內。需要出境的，按照國家有關規定辦理審批手續。

---

## 歷史及公司架構

---

### 概覽

我們是中國成熟的專業戶外服飾品牌。我們的產品滿足滑雪、登山和徒步等各種自然環境活動需求，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景。本公司於2004年以青州市坦博爾服飾有限公司的名稱成立，後來於2013年轉制為股份有限公司。經過二十多年的發展，我們已經建立了一個全面的產品組合，滿足包括滑雪、登山和徒步在內的多樣化自然環境運動，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市戶外場景。根據灼識諮詢的資料所示，按2025年零售額計算，我們是中國第四大本土專業戶外服飾品牌。

### 里程碑

下表概述公司及業務發展的多個重要里程碑。

年份	里程碑
2004年	本公司於中國山東省成立。
2005年	我們獲認定為「中國名牌產品」，標誌著品牌戰略穩步推進。
2009年	我們的天貓旗艦店上線，標誌著我們戰略性進軍電子商務。
2010年	我們被國家工商行政管理總局認定為「中國馳名商標」，通過商標戰略提升核心競爭力。
2012年	我們設立三個僱員激勵平台：青州坦文、青州博順及青州爾雅。
2013年	本公司改制為股份有限公司。
2015年	我們被工信部授予「全國工業品牌培育示範企業」。
2017年	我們獲國家知識產權局評定為「國家知識產權優勢企業」，進一步強化了知識產權戰略與創新能力。
2018年	我們被認定為「中國羽絨行業大國工匠品牌」，並榮獲「全國服裝標準化工作特殊貢獻獎」。
	我們被認定為「省級企業技術中心」。

---

## 歷史及公司架構

---

年份	里程碑
2022年 .....	我們受邀參加ISPO Munich德國慕尼黑國際體育用品博覽會，在展會核心館展示中國品牌與中國智造的品質和魅力。
2023年 .....	我們榮獲「中國羽絨行業功勳企業」及「社會責任貢獻獎」。  我們在上海舉辦了「定義戶外新趨勢」發佈會，以高端戶外產品引領行業發展。  我們向甘肅省積石山保安族東鄉族撒拉族自治縣地震災區捐贈價值人民幣1,005萬元的羽絨服，展現了我們的企業社會責任擔當。
2024年 .....	我們與聯合國兒童基金會和億角鯨海洋研究中心達成合作。  我們與北京服裝學院聯合成立「極寒科技實驗室」。
2025年 .....	我們成為中國國家北歐兩項隊官方服飾贊助商及奧地利單板滑雪國家隊官方供應商。  我們獲評「山東省民營經濟高質量發展突出貢獻企業」。  我們的滑雪系列產品榮獲中國旅遊商品大賽（輕型旅遊裝備和文創城市禮物創新設計主題）金獎。  我們的「雪舞山巔」戶外冰雪趨勢大秀在杭州舉辦，為冰雪經濟高質量發展作出貢獻。  我們榮獲《界面》（中國商業財經新聞媒體平台）頒發「2025安心獎年度戶外運動品牌」。

## 歷史及公司架構

### 我們的主要附屬公司

截至最後實際可行日期，我們擁有以下附屬公司，就往績記錄期間的財務貢獻而言，我們將其視為我們的主要附屬公司（均為全資附屬公司）。

名稱	成立及開始 營業日期	成立地點	主要業務活動
青州市坦博爾智慧科技有限 公司（「坦博爾 智慧科技」）.....	2024年8月8日	中國	線下零售運營
坦博爾（上海）服飾有限 公司（「上海坦博爾」）...	2021年11月11日	中國	研發、銷售與營銷
坦博爾（杭州）電子商務 有限公司 （「杭州坦博爾」）.....	2021年11月25日	中國	電商平台銷售產品

有關本集團其他附屬公司的主要業務詳情，請參閱本文件附錄一所載的會計師報告附註1。

### 重大收購、出售及合併

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無進行任何我們認為對我們屬重大的收購、出售或合併。

### 主要公司發展及股權變動

#### 本公司的成立及其後股權變動

本公司於2004年4月19日在中國成立為有限公司，名稱為青州市坦博爾服飾有限公司，註冊資本為人民幣10百萬元，並由王勇萍先生、王麗莉女士及王紅女士（為王潤基先生的姑母，而王潤基先生為王勇萍先生與王麗莉女士之子及我們的控股股東之一）創立，該等人士分別擁有50%、48%及2%的股權。此後，本公司進行了一系列股本變更和股權轉讓，完成後，我們公司由王勇萍先生和王麗莉女士分別擁有95%和5%。

根據日期為2012年3月20日的股東決議案，王麗莉女士同意向王勇萍先生轉讓本公司的註冊資本人民幣0.8百萬元。完成後，本公司由王勇萍先生全資擁有。

於2012年11月20日，上海藍銀（一家根據中國法律成立的公司，現時由王麗莉女士、王潤基先生、王紅女士及王開元先生（王潤基先生的祖父）分別擁有55.00%、44.50%、0.27%及0.23%的股權）以代價人民幣64百萬元認購本公司註冊資本人民幣64

## 歷史及公司架構

百萬元。代價乃參考本公司當時的註冊資本釐定。完成後，我們的註冊資本增加至人民幣80百萬元，其中上海藍銀及王勇萍先生分別持有80%及20%。

於2012年12月28日，我們的三個僱員激勵平台包括(1)青州市坦文投資管理中心(有限合夥)(「青州坦文」)(一家於中國成立的有限合夥企業，普通合夥人為王麗莉女士)；(2)青州市博順投資管理中心(有限合夥)(「青州博順」)(一家於中國成立的有限合夥企業，普通合夥人為我們的執行董事兼財務總監肖娜女士)；及(3)青州市爾雅投資管理中心(有限合夥)(「青州爾雅」)(一家於中國成立的有限合夥企業，普通合夥人為我們其中一間附屬公司的監事楊信莉女士)，分別以人民幣6.98百萬元、人民幣3.9百萬元及人民幣1.72百萬元認購本公司註冊資本人民幣3,977,200元、人民幣2,222,200元及人民幣980,100元。代價乃參考本公司當時的註冊資本及該等認購人作為我們的僱員激勵平台的事實釐定。完成後，我們的註冊資本增加至人民幣87.18百萬元，且本公司由上海藍銀、王勇萍先生、青州坦文、青州博順及青州爾雅分別擁有73.41%、18.35%、4.56%、2.55%及1.13%的股權。

### 改制為股份有限公司

於2013年6月1日，本公司當時的股東通過決議案，批准(其中包括)將本公司由有限公司改制為股份有限公司(「股份轉換」)。根據獨立第三方估值師編製的資本估值報告，本公司截至2012年12月31日的總資產淨值為人民幣170,433,629.13元，其中(i)人民幣153,000,000元轉換為153,000,000股每股面值人民幣1.00元的股份，於股份轉換前由當時全體股東按彼等各自於本公司的股權比例認購；及(ii)餘額約人民幣17,433,629.13元已轉換為資本公積。

緊隨股份轉換後，本公司當時的股權架構如下：

股東	股份數目	持股比例
		%
上海藍銀.....	112,319,983	73.41
王勇萍先生.....	28,079,996	18.35
青州坦文.....	6,979,985	4.56
青州博順.....	3,899,960	2.55
青州爾雅.....	1,720,076	1.13
<b>總計</b> .....	<b>153,000,000</b>	<b>100.00</b>

### 增資

於2013年9月29日，我們與上海複新股權投資基金合夥企業(有限合夥)(「上海複新」)、格萊斯美(上海)投資有限公司(「格萊斯美」)、邱堂善及胡建秋(各為獨立第三方)訂立增資協議，據此，上海複新同意認購11,071,324股股份，格萊斯美同意認購

## 歷史及公司架構

1,500,779股股份，邱堂善同意認購1,531,073股股份及胡建秋同意認購196,824股股份（「增資」）。總代價為人民幣58,123,132元，並已於2013年10月15日悉數繳足。相關代價乃參考本公司的發展狀況經公平磋商後釐定。

緊隨增資後，我們的註冊資本增加至人民幣167.3百萬元，本公司的股權架構如下：

股東	股份數目	持股比例 %
上海藍銀.....	112,319,983	67.14
王勇萍先生.....	28,079,996	16.78
上海複新.....	11,071,324	6.62
青州坦文.....	6,979,985	4.17
青州博順.....	3,899,960	2.33
青州爾雅.....	1,720,076	1.03
邱堂善.....	1,531,073	0.92
格萊斯美.....	1,500,779	0.90
胡建秋.....	196,824	0.12
<b>總計.....</b>	<b>167,300,000</b>	<b>100.00</b>

### 先前在新三板掛牌

於2015年2月16日，我們在全國中小企業股份轉讓系統（「新三板」）掛牌（股份代號：831967）。緊隨掛牌後，我們的股權架構與增資後的股權架構相同。

### 終止在新三板掛牌

於2017年11月，本公司當時的股東通過決議案，自願終止本公司在新三板掛牌。於2017年12月11日，本公司正式終止在新三板掛牌，基於下列考量：

- (i) 新三板僅對有限的合資格投資者開放，且相較其他證券交易所交易量及流動性水平較低，難以反映本公司之公允價值；
- (ii) 於新三板掛牌期間，本公司公開募集業務營運與開發資金之能力有限；及
- (iii) 本公司擬探求於其他證券交易所上市之潛在機會，以進入更成熟及國際化之資本市場，增強融資能力，使股東基礎多元化，並提升品牌知名度與企業管治水準。

董事確認，本公司自於新三板掛牌起直至終止掛牌止期間，(i)本公司在所有重大方面已遵守所有適用法律法規以及新三板規則及規例；(ii)本公司未受到相關監管機構就此採取的任何紀律處分；及(iii)概無與我們在新三板掛牌及終止在新三板掛牌有關的其他事宜須提請潛在投資者關注。本公司終止在新三板掛牌乃經當時全體股東一致同意批准。因此，概不存在本公司須購回其股份的任何情況，從而導致本公司當時並無

## 歷史及公司架構

具體股份交易價格或任何估值。本集團於先前在新三板掛牌的上市申請及於聯交所[編纂]期間所委聘的專業人士出現變動，有關變動乃基於商業原因，並在考慮相關專業人士的經驗及資質以及各自[編纂]的性質與要求後作出，且本集團與該等專業人士之間並無重大分歧。

我們的中國法律顧問認為，(i)本公司於新三板掛牌及其終止掛牌均符合適用法律法規，(ii)本公司於新三板掛牌期間及直至終止掛牌前，本公司於各重大方面一直遵守所有適用法律法規，並無受到監管機構的處罰或其他監管措施，及(iii)於本公司在新三板掛牌期間，本公司及其任何董事並未因任何不合規行為而受到任何監管機構的紀律處分或行政處罰。

根據獨家保薦人進行的盡職審查，獨家保薦人並無任何重大發現使其合理地對上述董事確認產生懷疑。

緊隨本公司在新三板終止掛牌後，我們的股權架構如下：

股東	股份數目	持股比例 %
上海藍銀.....	112,319,983	67.14
王勇萍先生.....	42,379,996	25.33
青州坦文.....	6,979,985	4.17
青州博順.....	3,899,960	2.33
青州爾雅.....	1,720,076	1.03
<b>總計</b> .....	<b>167,300,000</b>	<b>100.00</b>

### 股份轉讓

於2022年7月7日，王勇萍先生與王麗莉女士訂立股權轉讓協議，據此，王勇萍先生同意向王麗莉女士無償轉讓全部其持有的42,379,996股股份，作為其家族理財規劃的一部分。完成後，本公司的股權架構如下：

股東	股份數目	持股比例 %
上海藍銀.....	112,319,983	67.14
王麗莉女士.....	42,379,996	25.33
青州坦文.....	6,979,985	4.17
青州博順.....	3,899,960	2.33
青州爾雅.....	1,720,076	1.03
<b>總計</b> .....	<b>167,300,000</b>	<b>100.00</b>

## 歷史及公司架構

### 我們的僱員激勵平台

為表彰僱員所作貢獻並激勵其進一步推動本公司發展，青州坦文、青州博順及青州爾雅於2012年12月25日在中國成立為有限合夥企業，作為我們的僱員激勵平台以實施股份激勵計劃。有關股份激勵計劃的進一步詳情，請參閱「附錄七－法定及一般資料－股份激勵計劃」。

截至最後實際可行日期，青州坦文的普通合夥人為本公司董事長、執行董事兼總經理王麗莉女士，其持有青州坦文約66.76%的合夥權益，並有權行使青州坦文所持股份附帶的投票權。王麗莉女士為其本身利益而非代表其他承授人持有青州坦文的合夥權益。截至最後實際可行日期，青州坦文擁有本公司已發行股份約4.17%，並合共擁有13名有限合夥人，包括（其中包括）(i)王紅女士（王潤基先生的姑母），持有約2.87%的合夥權益；(ii)本公司執行董事、副總經理兼董事會秘書侯增江先生，持有約2.87%的合夥權益；(iii)本公司前監事及我們其中一家附屬公司的現任監事陳尚標先生，持有約2.29%的合夥權益；(iv)我們其中一家附屬公司董事吳金彩女士，持有約2.29%合夥權益；(v)王秀麗女士，本集團前僱員及王麗莉女士之姐，持有約2.87%合夥權益；(vi)王麗芹女士，本集團前僱員及王麗莉女士之姐，持有約2.87%合夥權益；(vii)王麗霞女士，本集團前僱員及王麗莉女士之姐，持有約2.87%合夥權益；及(viii)安榮亮先生，本集團前僱員及王麗莉女士之姐夫，持有約2.87%合夥權益。除上文所披露者外，其他有限合夥人均為本集團現任或前任僱員，為獨立第三方。

截至最後實際可行日期，青州博順的普通合夥人為本公司執行董事兼財務總監肖娜女士，持有青州博順約5.13%的合夥權益，並有權行使青州博順所持股份附帶的投票權。截至最後實際可行日期，青州博順擁有本公司已發行股份約2.33%，並合共擁有11名有限合夥人，包括（其中包括）(i)王麗莉女士，持有約66.92%的合夥權益；(ii)我們其中一家附屬公司的監事劉繼花女士，持有約2.56%的合夥權益；(iii)我們其中八家附屬公司董事劉燕女士，持有約3.33%合夥權益；及(iv)我們其中一家附屬公司董事張春蓮女士，持有約2.56%合夥權益。除上文所披露者外，其他有限合夥人均為本集團現任或前任僱員，為獨立第三方。

截至最後實際可行日期，青州爾雅的普通合夥人為其中八家附屬公司監事楊信莉女士，持有青州爾雅約3.49%的合夥權益，並有權行使青州爾雅所持股份附帶的投票權。截至最後實際可行日期，青州爾雅擁有本公司已發行股份約1.03%，並合共擁有五名有限合夥人，包括（其中包括）(i)王麗莉女士（持有約79.65%的合夥權益）及(ii)侯增江先生之配偶趙振美女士（持有約2.91%合夥權益）。除上文所披露者外，其他有限合夥人均為本集團現任或前任僱員，為獨立第三方。

除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，青州坦文、青州博順及青州爾雅的合夥人均非本公司或其附屬公司董事、監事或高級管理層成員，亦非本公司的關連人士。

## 歷史及公司架構

### [編纂]

截至最後實際可行日期，本公司共有五名股東，包括(1)上海藍銀；(2)王麗莉女士；(3)青州坦文；(4)青州博順；及(5)青州爾雅。鑒於：(i)上海藍銀由王麗莉女士（本公司董事長、執行董事兼總經理）、王潤基先生、王紅女士（王潤基先生的姑母）及王開元先生（王潤基先生的祖父）分別擁有55.0%、44.5%、0.27%及0.23%權益；(ii)王麗莉女士為本公司董事長、執行董事兼總經理；(iii)王麗莉女士為青州坦文的普通合夥人，有權行使青州坦文所持本公司股份附帶的投票權；(iv)肖娜女士（本公司執行董事兼財務總監）為青州博順的普通合夥人，有權行使青州博順所持本公司股份附帶的投票權。此外，王麗莉女士作為青州博順的有限合夥人，持有其約66.92%的合夥權益；及(v)青州爾雅的有限合夥人王麗莉女士，持有其約79.65%的合夥權益。

我們的現有股東所持有的所有股份（包括將由非上市股份轉換而來的任何H股）將不計入[編纂]，因為該等股東被視為本公司的核心關連人士。

預期本公司將就[編纂]發行的所有H股將計入[編纂]，以符合上市規則第8.08條的規定。因此，緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），預期[編纂]持有的H股總數將佔本公司[編纂]時已發行股份總數的[編纂]%。根據上市規則第19A.13A(1)條，假設[編纂]未獲行使，最低規定的[編纂]百分比限值分別為[編纂]%（假設每股H股[編纂]為[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的下限）、[編纂]%（假設每股H股[編纂]為[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的中位數）及[編纂]%（假設每股H股[編纂]為[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的上限）。

### [編纂]

於[編纂]時，預期本公司將符合上市規則第19A.13C(1)條規定的[編纂]要求，有足夠的H股由[編纂]持有並可供[編纂]。

### [編纂]

本公司的股權架構載列如下。

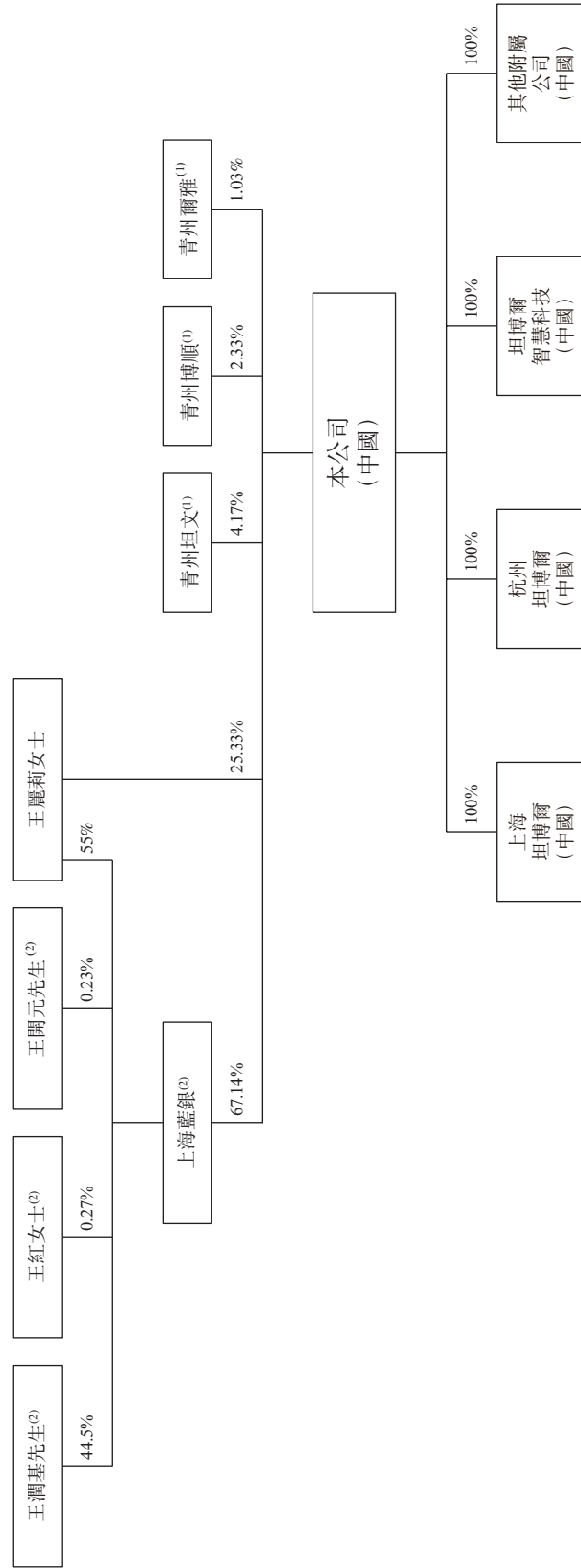
股東	截至最後實際可行日期		緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）		
	股份數目	持股比例	股份數目		持股比例
			非上市股份	H股	
上海藍銀.....	112,319,983	67.14%	—	[編纂]	[編纂]%
王麗莉女士.....	42,379,996	25.33%	—	[編纂]	[編纂]%
青州坦文.....	6,979,985	4.17%	—	[編纂]	[編纂]%
青州博順.....	3,899,960	2.33%	—	[編纂]	[編纂]%
青州爾雅.....	1,720,076	1.03%	—	[編纂]	[編纂]%
其他[編纂]股東.....	—	—	—	[編纂]	[編纂]%
<b>總計.....</b>	<b>167,300,000</b>	<b>100.00%</b>	<b>—</b>	<b>[編纂]</b>	<b>100.00%</b>

## 歷史及公司架構

### 我們的股權及公司架構

#### 緊接[編纂]前及截至最後實際可行日期

下圖說明本集團緊接[編纂]完成前及截至最後實際可行日期的簡化股權架構：



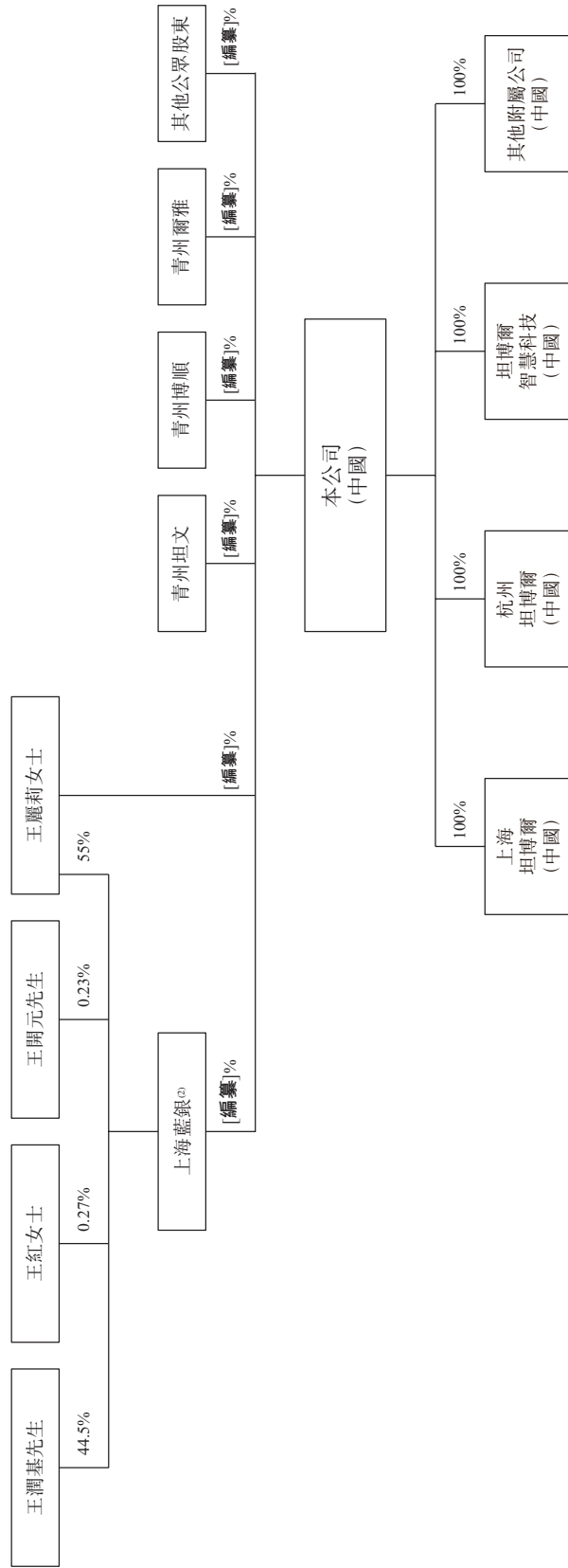
附註：

- (1) 青州坦文、青州博順及青州爾雅為我們的僱員激勵平台。截至最後實際可行日期，王麗莉女士分別持有青州博順及青州爾雅67%及80%的合夥權益，彼為該兩家公司的單一最大有限合夥人。然而，考慮到青州博順及青州爾雅各自合夥協議中規定的有限合夥人及普通合夥人之角色及權限有別，王女士對該等兩個僱員激勵平台及其持有的股份均不享有任何表決權，故青州博順及青州爾雅不被納入控股股東集團範圍。有關詳情，請參閱上文「我們的僱員激勵平台」。
- (2) 王潤基先生是王麗莉女士與王勇萍先生之子，王紅女士為王潤基先生的祖母，王開元先生是王潤基先生的姑母，王麗莉女士是王潤基先生的祖父。上海藍銀為一個投資控股平台。王紅女士及王開元先生均不構成控股股東集團成員，因彼等無法行使本公司股份所附帶的任何投票權，且彼等自身亦未與控股股東集團任何成員一致行動或意圖一致行動。

## 歷史及公司架構

### 緊隨[編纂]後

下圖說明本集團緊隨[編纂]完成後的簡化股權架構(假設[編纂]未獲行使)：



附註：請參閱上文「— 緊接[編纂]前及截至最後實際可行日期」中的附註。

## 業 務

### 概覽

我們是中國成熟的專業戶外服飾品牌。我們的產品滿足滑雪、登山和徒步等各種自然環境活動需求，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景。根據灼識諮詢的資料，中國專業戶外服裝行業高度分散，按2025年零售額計，我們是中國第七大專業戶外服飾品牌，市場份額為2.2%。根據同一資料來源，以2025年零售額計，我們是中國第四大本土專業戶外服飾品牌，佔5.0%的市場份額。

我們的產品體系經精心規劃，劃分為三大系列，即頂尖戶外系列、運動戶外系列與城市輕戶外系列，各系列旨在滿足不同穿著場景。我們秉持以消費者為中心的理念作為研發基礎，着重於面輔料技術與產品設計。尤其是，我們的產品使用耐用面料（如錦綸（聚酰胺纖維面料）），以提高強度、耐用性與透氣性。基於面料研發成果，我們針對各產品系列的特定需求量身打造設計方案。我們亦將實用功能與自然圖紋相融合，打造出時尚專業的戶外服飾。

我們的營銷策略將線下優勢與日益壯大的線上業務相結合，以提高品牌知名度及銷售表現。於往績記錄期間，我們依托成熟的線下業務，同時戰略性拓展線上渠道，實現持續增長。尤其是，我們線上渠道的收入由2023年的人民幣348.6百萬元大幅增加79.6%至2024年的人民幣626.2百萬元，並進一步由2024年的人民幣626.2百萬元增加100.2%至2025年的人民幣1,253.7百萬元。根據灼識諮詢的資料，以2025年總零售額及線上零售額計，我們為中國十大專業戶外服飾品牌中增長最快的品牌，分別較2024年增長65.8%及75.6%。

### 我們的品牌及產品

我們已開發出覆蓋滑雪、登山、徒步等多元自然環境運動以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景的完整產品體系。產品組合涵蓋專業戶外服飾，主要包含專業羽絨服、硬殼服飾及軟殼服飾。於往績記錄期間，坦博爾擁有三大產品系列－頂尖戶外系列、運動戶外系列與城市輕戶外系列。截至2025年12月31日，我們的服飾產品體系共包含687個SKU。



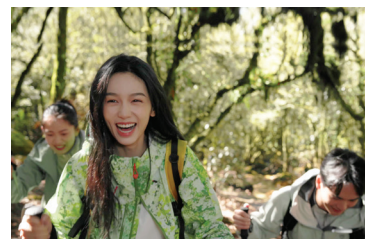
頂尖戶外系列

截至2025年12月31日83個SKU



運動戶外系列

截至2025年12月31日217個SKU



城市輕戶外系列

截至2025年12月31日387個SKU

- **頂尖戶外系列**。我們的頂尖戶外系列專為極端環境下的高強度運動而設計，例如滑雪、高海拔徒步旅行和極地探索，主要面向職業運動員、資深探險者及追求極限體驗的消費者。

## 業 務

- **運動戶外系列**。我們的運動戶外系列針對登山、露營、中低海拔徒步等中高等強度戶外探索活動設計，面向家庭戶外群體、進階戶外愛好者及注重功能性與舒適性平衡的消費者。
- **城市輕戶外系列**。我們的城市輕戶外系列銜接城市生活與短途戶外場景，覆蓋郊遊、公園休閒和通勤等場景，契合崇尚自然生活的都市居民與追求簡約實用的消費群體。

### 市場機遇

隨著戶外生活方式與冬季運動的日益普及，越來越多的消費者正擁抱更健康的生活方式，積極參與滑雪、登山、徒步等多元化自然環境運動，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景。這一趨勢推動了場景化戶外活動模式的演進與專業戶外服飾行業的發展，消費者偏好也從單一功能產品轉向適用於多穿着場景的設計。此外，市場對高性價比產品的需求日益增長，為本土專業戶外品牌創造了顯着機遇。這些國產品牌在技術升級、深度洞察本土需求和品牌價值提升方面，持續獲得市場認可。這一發展不僅推動專業戶外服飾行業的整體擴張，更重塑了行業競爭格局，為該等內資企業開闢更廣闊的增長空間。

根據灼識諮詢的資料，中國專業戶外服飾行業市場規模由2020年的人民幣712億元增長至2025年的人民幣1,523億元，複合年增長率為16.4%，預計2030年將達到人民幣3,264億元，自2025年的複合年增長率為16.5%。值得注意的是，本土專業戶外服飾品牌市場規模由2020年的人民幣286億元增長至2025年的人民幣677億元，複合年增長率為18.8%。預計到2030年將達到人民幣1,616億元，自2025年的複合年增長率為19.0%。這既體現了專業戶外服飾市場的持續擴張，也展現了本土品牌的快速增長勢頭。

### 我們的業務模式

我們致力提供高端、專業級戶外服飾，以始終如一的品質和精湛工藝提供高防護性與舒適體驗。通過技術創新與產品研發、廣泛的銷售網絡及一體化供應鏈管理，我們將這一承諾融入業務模式的每個環節。這使我們能夠吸引並留住消費者，提升產品銷量，擴大市場份額，並增強整體運營效率。

### 技術進步及產品開發

我們對研發的投入是品牌的核心支柱，這體現在我們的研發及生產基地坦博爾智慧科技園的建設中，並始終遵循專業洞察的指引。在面料研發與產品設計領域，我們秉持以消費者為中心的理念，採用高性能面料並應用熱量與濕度調節、纖維結構最佳化、先進塗層等技術提供更佳的功能表現。

我們的面料技術注重耐用性、性能及可持續性，90%以上的產品採用聚酰胺纖維。通過持續研發投入，我們已開發出防水透氣膜及先進面料結構等專利技術，提升防潮、溫度調節及耐用性。我們的專業面料解決方案為各種產品系列量身打造，能夠

## 業 務

在不同戶外環境下提供最佳性能。我們積極與頂尖面料供應商及研究機構開展聯合開發合作，確保持續取得進步以滿足不斷升級的專業戶外服飾需求。我們還與外部機構合作推進專項研發項目。例如，我們與北京服裝學院建立了戰略合作夥伴關係，以提升美學設計能力並開展科學先進的仿真測試。有關詳情，請參閱「業務－研發－我們的研發重點－面料技術」。

### 廣泛的多渠道銷售網絡

我們的營銷策略融合紮實的線下基礎與不斷拓展的線上渠道，以此推動增長並提升品牌知名度，將我們持久的品牌影響力與深厚的消費者認知轉化為持續的銷售增長。

我們的線下門店網絡（包括線下自營門店和線下分銷商門店）是通過沉浸式店內體驗培養消費者長期信任與忠誠度的核心渠道。截至2025年12月31日，我們在中國不同地區設有561家常設線下門店，其中包含272間線下自營門店及289間分銷商運營的線下門店。我們廣泛的線下佈局使消費者能夠親身體驗產品，傳遞品牌理念，從而促進消費者獲取與忠誠度培養。於往績記錄期間，我們致力於擴展我們的線下網絡，以覆蓋全中國更多地區，同時策略性地將我們的大部分門店設於主要商業區及人流高的商場，作為展示我們的產品及技術的重要品牌接觸點。我們正進一步擴大我們的市場佔有率，在高檔商場開設更多門店，以配合我們的產品策略，把握不斷增長的專業戶外服飾市場，瞄準高潛力消費者。

憑藉我們已建立的品牌知名度和市場佔有率，我們通過建立針對不同消費人群和使用場景的線上門店組合，策略性地擴展我們的線上業務，並提高產品的購買渠道。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們已成功建立並分別運營47家、89家及167家線上自營店鋪。該等線上自營店鋪專為滿足不同消費群體的需求而設計，各具鮮明的族群特徵。此外，我們全面的線上營銷策略，例如直播活動和策略性的KOL合作，對推動我們的線上銷售額持續大幅增長發揮了重要作用。

### 一體化供應鏈管理

我們的供應鏈管理透過將優質面料和材料採購與高效的合約製造合作夥伴關係進行策略整合而得到強化。

我們與國際及國內頂尖原料供應商維持長期合作夥伴關係，以確保可靠的供應。我們採用兼具防風防水與耐用性的功能性面料，搭配高蓬鬆度羽絨填充物，在最大限度提升保暖效能的同時減輕重量，這些要素共同鑄就了我們產品的卓越品質。值得注意的是，我們已與eVent及Dermizax等全球頂尖面料供應商建立深度戰略合作夥伴關係。

此外，我們主要與符合資格的合約製造商合作生產我們的產品，這使我們能夠有效分配資源並根據市場需求調整生產訂單。我們對品質的承諾通過對合約製造商實施嚴格的品質控制措施來證明。我們與主要合約製造商建立了長期合作夥伴關係，截至2025年12月31日，彼等已與我們合作平均長達七年。我們的供應鏈管理延伸至倉儲、物流及庫存管理。憑藉區域營運的倉儲網絡，我們確保能迅速且高效地向消費者交付產品。此外，我們的智慧物流中心完善整個供應鏈的透明度與準確度，確保按高質量準時完成訂單。

## 業 務

### 我們的競爭優勢

我們堅信，我們業務的成功奠基於一系列核心優勢。這些優勢相互交織、相輔相成，在激烈競爭的市場環境中持續驅動着我們的核心競爭力與抗風險能力。

**對始終如一的品質的堅定追求，鞏固了我們在專業戶外服飾市場領先地位和差異化競爭力。**

中國專業戶外服飾市場競爭激烈，我們憑藉對始終如一的品質的執着追求，在這一領域建立了強大的競爭優勢。這種對始終如一的品質的追求，鞏固了我們在專業戶外服飾市場中的領先地位。根據灼識諮詢的資料，按2025年按零售額計算，我們位列中國第四大本土專業戶外服飾品牌，市場份額達2.2%。值得注意的是，2023至2025年間，我們的線上渠道展現出強勁的收入增長，複合年增長率達89.6%。根據灼識諮詢的資料，我們是2025年中國十大專業戶外服飾品牌中總零售額及線上零售額增長最快的品牌。

我們對始終如一品質的堅守是我們成長的基石。這一承諾體現在精心甄選的優質面料以及功能與設計無縫融合的適配技術，以及始終致力於提供差異化的消費者體驗。在面料方面，我們優先採用高性能面料，其具備更優防護性、親膚舒適度及持久耐用性。這些精選面料不僅提升產品質量與使用壽命，更能確保在極端天氣與嚴苛環境中保持穩定性能，為消費者提供全天候可靠防護。例如，我們90%以上的產品採用錦綸（聚酰胺纖維）面料，其吸濕性、透氣性、耐磨性及低溫韌性均優於滌綸，同時通過環保染色與原料採購提升環境可持續性。我們精選優質羽絨材料，輕盈蓬鬆，可在不增加填充量的情況下發揮最大的保溫效果。所用羽絨嚴選高蓬鬆度與濁度，並通過RDS認證，確保來源符合道德規範且可持續。技術層面，我們的產品融入防水透氣膜及人體工學支撐等功能。通過持續的技術革新與工藝優化，我們不斷提升產品的功能適應性與穿着舒適度，以滿足多元化的職業需求。從消費者接觸我們品牌的那刻起，我們便通過精準的視覺傳達、線上線下無縫融合的購物體驗、專業的銷售支持、高效的物流配送以及可靠的售後服務，提供一體化及沉浸式的消費體驗。這種理念使產品承載着溫暖與關懷，從而建立深厚的信任感並確保長期的品牌忠誠度。此外，我們在整個供應鏈中實施嚴格的質量控制，採用多階段檢驗與標準化製造流程，確保產品質量始終如一。這種對品質與先進技術的堅持，強化了我們的競爭差異化優勢，為品牌可持續發展奠定堅實基礎。

**高效的產品開發體系，帶來多樣化且充滿活力的產品組合。**

我們建立了高效的產品開發體系，由經驗豐富的專業研發人員主導，成功開發出多樣化且充滿活力的產品組合。我們的產品組合不僅滿足極端環境下嚴苛的專業防護需求，更契合日常都市生活方式的功能與審美訴求。產品矩陣已成為我們差異化競爭優勢的重要支撐。

截至2025年12月31日，我們已組建一支143名專業人員組成的專職開發團隊，團隊通過將市場洞察力與強大的產品開發能力相結合，具備深厚的專業能力。依托線上線下銷售數據、消費者評價及售後團隊與零售平台的實時反饋，結合我們對亞洲人體型的了解，我們與全球頂尖時尚數據分析機構合作，精準解析並預測流行色系與風格趨勢，佈局美學設計方向，確保時刻緊跟流行趨勢。經多年研發，我們自主建立了模塊化版型平台，能夠實現基礎版型原型的創建，並在服飾設計中識別關鍵控制部位。

## 業 務

我們利用參數化設計軟件和一體化設計體系實現虛擬試衣與動態模擬，可精確預測服裝在行走、跑步、彎腰、抬手等動作下的面料形變量、褶皺分佈及空間余量，根據目標人群和功能需求生成最優解，提升定制化效率和產品開發速度。與此同時，我們的版型平台與面料科技、生產工藝相協同，能夠精準優化在各類戶外活動的功能性和舒適度。這種方法為消費者提供了具備場景適應性和動態舒適性的卓越產品，使戶外服飾成為身體的延伸。

我們高效的產品開發體系使我們能夠精準把握市場趨勢，並迅速將其轉化為新產品，持續拓展和優化產品組合。我們的產品組合涵蓋專業戶外服飾，主要包含專業羽絨服、硬殼服飾及軟殼服飾。我們打造了頂尖戶外系列、運動戶外系列及城市輕戶外三大產品系列，各系列定位清晰且協同互補。

- 頂尖戶外系列專為滑雪、高海拔徒步和極地探險等極端環境設計。自2022年推出以來，該系列因其功能性與防護特性不斷獲得歡迎和認可。它作為我們產品中最高防護等級、技術最先進的系列，主要面向專業運動員、資深探險家以及追求極致體驗的消費人群。
- 運動戶外系列側重於滿足中高強度活動的核心功能性需求，例如登山、野營及中低海拔徒步，在確保保暖與透氣性能的同時，更注重穿著舒適度與活動自由度。此系列側重滿足日常實用需求，以保暖透氣為基礎，優先考量穿著的舒適性與活動便利性。
- 城市輕戶外系列面向廣泛消費者群體，着重滿足普通戶外場景中的輕活動與通勤需求。該系列通過簡約設計與實用功能平衡日常穿搭與基礎防護需求。作為吸引最廣泛消費群體的核心系列，該系列助力我們建立龐大而廣泛的消費者基礎。

### 專精於面料工藝與生產流程，提升卓越產品性能

消費者對專業戶外服飾的功能性與始終如一的品質極為注重，首要考慮在極寒環境下保暖防風、在高強度運動中透氣耐用，以及在複雜環境持久耐用等特性。這些需求驅使我們不斷增強產品的工藝屬性，通過融合材料科學與生產標準，使每件產品集科技與功能於一身。

我們長期專注於研發，已形成一套完善的專有技術組合，主要包括兼具防水與透氣雙重功能的微孔薄膜技術、利用蓄熱反射原理提供透暖科技蓄熱里料，以及具有納米級孔隙結構兼顧輕量與隔熱。我們亦與北京服裝學院合作建立「極寒實驗室」，配備

## 業 務

先進的低溫環境模擬系統。該實驗室可模擬從-60℃至50℃的極端天氣狀況，為專業戶外服飾性能測試與驗證（包括保暖、防風和防水）提供科學保障。

儘管我們主要與合格的合約製造商合作，以提高營運效率並保持靈活性以快速適應不斷變化的市場趨勢，但我們通過坦博爾智慧科技園生產設施製造特定產品系列並加強質量控制。通過在自建生產設施內探索生產管理，我們生產應用新技術及新材料的前沿產品並針對特定產品類別制定了適合大規模生產的生產工藝與品控方案。我們隨後將這些質量控制措施複製到我們值得信賴的第三方合約製造商。這種方法實現了整個生產週期的全面質量管理，從根本上確保了產品質量的穩定性和一致性，特別是對於複雜工藝。

### 策略性品牌建設與多渠道銷售網絡提高品牌知名度。

我們的品牌展現與自然的深刻聯繫和對生命蓬勃生長的熱情。通過精準觸達目標群體心理需求的品牌建設策略，結合綜合的多渠道銷售網絡，我們建立起獨特的品牌認知，不斷推動我們業務的持續增長。

我們的品牌理念反映了消費者日益增長的需求，即通過戶外探索尋找內心平衡，並在快節奏的現代生活中植入環保意識。我們已將這一核心理念融入獨特的品牌形象中。我們與億角鯨海洋研究中心合作，贊助極地探索主題活動，推進對北極獨特環境的探索。於往績記錄期間，我們還與中國五家知名滑雪場建立了戰略合作關係。透過將滑雪賽事和雪景融入產品體驗，我們讓消費者在體驗我們產品專業級性能的同時，沉浸於人與自然的和諧之中。為進一步提升我們在專業雪上體育運動員領域的品牌知名度，我們與奧地利單板滑雪國家隊和中國國家北歐兩項隊建立戰略合作夥伴關係，為其提供比賽服和訓練服。憑藉有效的品牌建設方法，截至最後實際可行日期，坦博爾相關影片在抖音上已獲得超過20億次觀看，在若干社交媒體上的品牌討論超過25萬次。這反映了我們將品牌精神轉化為共享價值並積極吸引消費者的能力，進而建立獨特且持久的品牌認可度。

基於我們的品牌理念，我們打造了一個全面的多渠道銷售網絡，將沉浸式線下體驗與線上滲透相結合，確保在所有觸點上提供一致及有趣的消費者購買體驗。自成立以來，我們透過線下自營門店和分銷商運營的線下門店擴大了全國的線下銷售佈局。截至2025年12月31日，我們在中國設有561家常設線下門店，顯示我們對線下銷售渠道的廣泛滲透。在此線下網絡基礎上，我們根據「高山美學」設計理念建立了體驗店，結合沉浸式和場景化的陳列，進一步提升消費者體驗。我們受青州的山水和戶外文化遺產啟發的第六代戶外概念旗艦店，榮獲美國繆斯設計獎。於往績記錄期間，我們持續優化線下門店網絡，優先考慮進駐高端購物中心的位置，提升我們的品牌形象和市場定位。通過專注於高人流量和高端商業區，我們旨在加強市場影響力並推動可持續增長。

## 業 務

同時，我們持續增加對線上渠道的投入，透過官方旗艦店和在主要電商平台上的全面店鋪矩陣，建立強大的品牌影響力。我們還在中國杭州和青州建立了兩個自有的直播中心，並由超過100名僱員的專業團隊提供支持。此外，我們選擇性與MCN機構和KOL緊密合作，以擴大品牌影響力並推動銷售轉化，使數字化合作成為我們快速成長的關鍵驅動力。於2023年、2024年及2025年，我們自線上渠道產生的收入分別為人民幣348.6百萬元、人民幣626.2百萬元及人民幣1,253.7百萬元，分別佔各所示年度總收入的34.1%、48.1%及57.3%。

### 一體化供應鏈管理確保產品品質及營運效率。

我們已建立一套全面且完全整合的供應鏈管理系統，此系統作為我們競爭優勢的基石，涵蓋產品開發、全球供應商資源整合、全生命週期品質管控以及數字化營運及物流等各個階段的環節。透過實現從市場預測、物料採購到生產及最終產品交付的精簡化端到端管理，我們確保產品品質與訂單履約方面保持穩定性與一致性，尤其在大型促銷活動期間。此外，我們的供應鏈系統能夠提升營運效率、降低成本，強化品牌定價競爭力，使我們得以持續為消費者提供優質產品，穩固市場領先地位。

我們建立了全面的面料及部件供應庫，與展現長期合作潛力、穩定產能和可靠優質的核心供應商形成戰略合作夥伴關係，引入CORDURA®、Dermizax、eVent、YKK及COATS等國際知名原材料供應商。我們與核心供應商之間的長期合作關係，使我們能夠獲得穩定可靠的面輔料供應。這種方法確保產品品質的一致性，同時確保供應鏈的韌性和響應能力，能夠支持我們的增長。我們的供應鏈團隊深入參與產品研發及開發過程，根據消費者需求和穿戴場景定義性能要求，積極為材料和面料的選擇做出貢獻。通過整合多維度數據，我們的供應鏈團隊實現準確的需求預測，從而在供應鏈管理流程的各個階段實現明智的決策。我們與原材料供應商、合約製造商以及物流供應商保持緊密關係，以基於市場需求預測安排生產和交付產品。通過利用合約製造商的區域化佈局搭配定制化的生產線設計，我們以更高的精準度與速度有效地滿足各種製造需求。這種戰略方法不僅增強我們的營運效率，亦確保訂單的及時和高品質履行。

我們建立了一個高效的數字化物流中心，利用智能設備進行即時數據收集。利用先進的算法模型，該中心優化路線規劃、預測儲存位置並自動化資源調度。此外，RFID技術的應用實現庫存可視化和可追溯性，顯著提高整個供應鏈的透明度和準確度。

### 經驗豐富且敬業的管理團隊驅動可持續增長。

我們的成功得益於一支經驗豐富、盡職盡責且務實的管理團隊，該團隊在服飾行業擁有深厚的專業知識。

我們的創始人擁有逾30年的服飾行業經驗。他們見證了中國專業戶外服飾市場的發展軌跡，使其對行業趨勢具有深遠的洞察力。在我們的創始人的帶領下，向全場景專業戶外服飾市場的擴張，抓住冬季運動產業的機遇，啟動與奧地利單板滑雪國家隊的合作。彼等亦作出戰略決策，將我們的銷售模式由專注線下零售轉為多渠道模式。

---

## 業 務

---

2024年，我們在創始人的領導下，完成了坦博爾智慧科技園的建設。該科技園整合智能製造、數字化供應鏈及研發資源，為我們的規模化擴張奠定堅實基礎。該戰略決策不僅順應市場趨勢，亦強化我們品牌的差異化定位。

我們的核心管理層和關鍵營運人員平均擁有超過十年的行業經驗，專業知識涵蓋戰略規劃、技術研發、供應鏈管理和市場擴張。彼等多元化的專業知識推動我們成長為成熟的專業戶外服飾品牌。我們重視建立強大的人才發展體系，培養核心管理層的文化認同感，確保可持續發展與策略有效執行。通過實施戰略性招聘計劃，我們確保日常營運的精簡化高效管理，同時為未來持續發展奠定堅實基礎。

### 我們的增長策略

**通過加強研發投入，追求始終如一的品質。**

我們相信，通過不斷提升研發能力，我們的產品能夠滿足專業戶外服飾市場的始終如一的品質標準。這種專注精神能夠贏得消費者的持久信任，並鞏固我們專業可靠的聲譽。我們計劃加大研發投入，專注於開發先進的戶外功能性材料和面料，包括開發新型輕盈、防水、透氣且環保的布料。同時，我們將優化生產流程和版型設計，不斷改進模組化版型平台，以提升產品在極端環境下的耐用性和舒適性。

我們計劃升級科研實驗室，配備更先進的測試儀器和模擬系統。此外，我們計劃深化與高校的產學研合作，共建研發實驗室，培養複合型技術人才。我們將繼續擴充材料科學和功能性面料研發團隊，積極招募在生物基材料、溫控和人體工學方面擁有專業知識的頂尖人才。這體現了我們致力於將始終如一的品質作為品牌發展理念的基石。

我們計劃在巴黎或倫敦的頂尖時尚與科技樞紐設立研發中心，確保我們仍站在專業戶外服飾行業的前沿。透過匯聚頂尖國際設計團隊與材料科學專家，我們將直接掌握全球專業戶外服飾領域的最新技術趨勢與突破性成果。這些中心將加速材料與技術的研發應用，如調節溫度面料、可持續性紡織品及可穿戴電子裝置，從而提升產品性能、舒適度與可持續性。此外，於戰略據點設立專屬研發中心，將促進與行業領軍企業、研究機構及技術合作方的協作，加速知識轉移與商業化進程。此項研發基礎設施投資將協助我們開發具有差異化特徵的產品，滿足國際市場消費者的需求。

**精準驅動的品牌建設，結合優化的多渠道銷售策略。**

我們的品牌理念和廣泛的銷售網絡是支撐業務增長的基石。展望未來，我們將加強精準的品牌建設策略，並優化線上和線下平台的多渠道銷售網絡。這將強化我們的專業形象認知，促進數字和實體銷售渠道之間的協同作用，並逐步提升市場滲透率和品牌知名度。

## 業 務

我們計劃採用多元化的營銷策略，持續深化品牌核心價值，拓展消費者群體。我們精準定位戶外運動愛好者，倡導人與自然和諧共存的可持續理念。我們的目標客戶是經驗豐富的戶外運動愛好者，尤其擅長滑雪、登山、徒步和露營等運動。為此，我們計劃與更多品牌大使合作，共同展現品牌形象，並贊助備受讚譽的戶外運動賽事和團隊，利用其影響力展現我們產品的專業品質。我們致力於與主要滑雪場保持長期合作關係，讓消費者在現實世界環境中體驗我們的產品，並贊助知名冰雪運動賽事。根據我們的線上推廣策略，我們將繼續通過與主要網絡達人的合作和精準內容投放，持續在戶外社區中擴大品牌影響力。

我們正在一線和二線城市的主要購物中心擴展線下自營商店網絡，這些商店採用沉浸式體驗設計，旨在展示產品並傳達我們的品牌價值。我們計劃參考線上銷售數據及消費者人口特徵，為新進駐地區市場選定開設新門店的城市。我們將戰略性地在華南地區和華北未開發市場擴展我們的分銷商運營的線下門店網絡。有關詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]」。同時，將繼續投資線上渠道，鞏固我們在抖音、天貓及京東等國內主要電子商務平台上的影響力，並拓展Tiktok等國際媒體平台。我們計劃擴展內部直播團隊，並實施針對地區或國家的KOL合作策略。這種方法將拓寬和深化我們的品牌營銷工作，最終提高消費者的複購率和忠誠度。

### 加強供應鏈發展和數字化。

我們將繼續優化位於山東省青州市坦博爾智慧科技園的供應鏈基地。我們計劃建造自有倉庫並根據累積的銷售數據、地域覆蓋及物流能力確定最佳位置。同時，我們計劃根據消費者需求，在主要城市租賃倉庫，作為自有倉庫的補充，從而縮短週轉時間，提升全國範圍內的配送響應速度。

我們正在加大對數字化和智能化轉型的投入。通過利用大數據分析，我們能夠更深入地洞察消費者行為和市場趨勢，從而更精準地預測市場需求，優化生產計劃和庫存管理。利用物聯網技術，我們計劃將供應鏈各個環節的設備和物品連接起來，即時監控原材料運輸、生產進度和庫存水平，從而提升營運透明度和管理效率。

我們的目標是加強供應鏈上下游合作夥伴之間的協作。這包括通過與原材料供應商和市場趨勢分析師的聯合行動縮短產品開發週期，以及通過加強合約製造商和物流供應商之間的合作來提高製造效率和交貨準確性。為了支持該目標，我們計劃建立一個供應鏈可視化平台，以促進與原材料供應商和製造商之間的無縫資料共享，包括需求預測和生產計劃。該平台亦能確保生產、庫存和物流數據的即時同步，使供應鏈各方能夠更有效地應對市場波動和風險。

---

## 業 務

---

### 擴大產品組合和品牌矩陣。

憑藉我們的技術專長和對始終如一品質的承諾，我們專注於開發和擴展場景化專業戶外服飾組合。我們計劃通過增加為小眾和專業高端戶外運動量身定制的產品類別來發展頂尖戶外系列，以強化我們的專業形象。我們的運動戶外系列將強調多樣化的穿著場景，作為我們整體收入增長的核心驅動力。例如，我們計劃擴展此系列中的產品類別，以應對各種極端天氣條件，提供針對不同嚴苛環境量身定制的專業服飾。城市輕戶外系列將突出實用的日常功能，旨在吸引潛在消費者並激發其對其他產品系列的興趣。通過拓展產品系列和品類，我們旨在進一步提升品牌知名度，並推動業務的可持續增長。

我們的目標是擴展品牌矩陣，以鎖定快速成長的專業戶外服飾市場中極具潛力的消費族群。具體而言，我們計劃通過收購與推出定位於高端專業戶外領域的子品牌，進一步強化品牌組合。我們相信，這類收購將使我們能為資深戶外愛好者與專業人士提供高性能服飾，在有效拓展市場觸及範圍的同時，維持各品牌的差異化定位。我們的子品牌將保持獨立定位，並通過共享供應鏈體系和渠道資源進行協同合作，從而降低營運成本並有效覆蓋不同的消費群體和使用場景。

### 透過戰略收購實施全球化策略。

為了維持在專業戶外服飾市場的領先地位，我們計劃通過戰略收購，重點探索全球化機會。

戰略收購將成為我們超越增長、提升市場滲透率的關鍵機制。我們計劃收購擁有深厚歷史底蘊的海外戶外品牌和設計公司。有關詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]」。我們將整合其成熟的 brand 管理實踐，以增強我們的營運能力。我們將與專精於滑雪設備和戶外配飾的公司合作。此舉將使我們能夠為戶外愛好者提供全方位的戶外產品，如滑雪板和滑雪靴，從而完善我們的整體產品線。收購目標必須與我們專業戶外品牌的理念緊密契合，並充分體現其理念。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何收購目標。有關我們未來收購的風險，請參閱「風險因素—與我們業務及行業相關的風險—投資於新業務戰略、收購及其他形式的業務整合可能干擾我們現有業務並帶來原先未預料的風險，且我們可能無法從收購中實現預期收益、協同效應、成本節約或效率提升」。

全球化是我們增長策略的核心。除了計劃中的海外研發中心外，我們亦計劃組建本地化的市場研究團隊，分析區域需求，包括氣候數據和消費者習慣。這將涉及將全球其他地區的人體工學參數整合至我們的版型數據庫中，使我們能夠為海外消費者開發定制化、針對特定場景的版型。我們亦將通過拓展線上線下銷售渠道來拓展海外業務。我們將重點放在與線上平台建立合作夥伴關係，增加線下門店數量，並建立符合當地消費者偏好和需求的分銷網絡。此外，我們將評估建立海外原材料倉庫的潛在選址，並與本地生產資源合作，以確保高效的產品供應和穩定的國際市場品質。

## 業 務

提升及完善我們的ESG體系。

秉持坦博爾「與自然為友」的理念，我們計劃提升在應用可持續材料及環保生產方法方面的研發能力，履行社會責任，並推動業務與社會價值的協同增長。我們將通過為供應商設定明確標準，將ESG標準融入供應鏈管理。此外，我們擬建立評估機制，以保護員工權益和促進負責任的行業慣例。同時，我們計劃通過戶外環保公益活動提升社會責任意識。

### 我們的品牌和產品

#### 概述

坦博爾歷經二十餘載，以追求始終如一品質的品牌精神為驅動力。這一承諾確保每件服飾均經過精心設計，並兼具功能性與舒適度，同時實現平均超過五年的耐用性。產品組合突破羽絨服的傳統優勢，打造出涵蓋多品類的專業戶外服飾系列，旨在滿足各類戶外活動不斷變化的需求。

我們的產品組合涵蓋的範圍為整個專業戶外服飾，主要包括專業羽絨服、硬殼服飾及軟殼服飾。該等產品契合滑雪、登山和徒步等各種自然環境活動需求，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景。

我們的設計理念為功能性與美學的平衡。值得一提的是，我們90%以上的產品採用錦綸聚酰胺纖維面料，這種材料以卓越的吸濕性、透氣性、耐磨性及耐低溫性能著稱，為消費者提供全方位防護。我們的產品設計將設計美學與自然美感相融合，從生物多樣性的靈感中汲取創意，打造出豐富多樣的紋理圖案。



我們的全線產品組合

## 業 務

### 按系列劃分的產品

基於對技術發展與美學設計的不懈追求，我們打造了三大產品系列，即頂尖戶外系列、運動戶外系列和城市輕戶外系列。該等系列專為全地形、全場景及全天候環境設計，涵蓋滑雪、登山、徒步活動，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景。這種戰略性細分使坦博爾能夠滿足廣泛消費群體的需求，將精英運動員與戶外愛好者凝聚在一起。截至2025年12月31日，我們的服飾產品組合包含687個SKU。下表載列於所示年度按產品系列劃分的收入明細，包括絕對金額及佔總收入的百分比：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
頂尖戶外系列.....	6,782	0.7	50,902	3.9	122,497	5.6
運動戶外系列.....	257,886	25.3	330,907	25.4	697,330	31.9
城市輕戶外系列.....	751,316	73.6	915,185	70.3	1,362,801	62.2
配飾 <sup>(1)</sup> .....	5,058	0.5	5,485	0.4	6,836	0.3
<b>總計</b> .....	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 我們同時提供一系列配套的戶外配件以滿足多元化消費需求，包括圍巾、襪子及背包。截至2025年12月31日，配件產品有115個SKU，建議零售價區間為人民幣10元至人民幣100元。

下表載列於所示年度按產品系列劃分的銷量明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	銷量 (千件)	平均售價 (人民幣元)	銷量 (千件)	平均售價 (人民幣元)	銷量 (千件)	平均售價 (人民幣元)
頂尖戶外系列.....	6.6	1,028.0	54.7	931.0	164.0	747.0
運動戶外系列.....	516.9	498.9	649.5	509.5	1,277.2	546.0
城市輕戶外系列.....	2,666.8	281.7	2,555.0	358.2	3,283.8	415.0
<b>總計</b> .....	<b>3,190.3</b>	<b>318.5</b>	<b>3,259.2</b>	<b>397.9</b>	<b>4,725.0</b>	<b>463.4</b>

### 頂尖戶外系列

我們的頂尖戶外系列於2022年推出，專為滑雪、高海拔徒步及極地探險等極端環境設計，主要面向職業運動員、資深探險家及追求極限體驗的消費者。截至2025年12月31日，該系列共推出83個SKU產品。自推出以來，該系列憑藉功能性與防護特性廣受市場歡迎和認可。於往績記錄期間，我們售出225,300件頂尖戶外系列服裝。頂尖戶外系列主要包含高性能戶外主題、滑雪主題與極地探險主題三大核心產品線，專為應對最嚴苛自然環境的探險需求而打造。

## 業 務

### 高性能戶外主題



高性能戶外主題 – 直面極端環境，終極防護體驗

高性能戶外主題包含專業級硬殼服飾和褲子，旨在為高強度戶外活動提供全天候和全場景防護。該主題主要面向注重性能與功能性、並具備豐富服飾科技知識的戶外探索者。主要產品的建議零售價介於人民幣999元至人民幣2,399元之間。

高性能戶外主題採用動態防護系統，選用領先的高性能環保戶外面料，兼具防水、透氣與可持續特性。其專業的剪裁技術有效減少腋下活動束縛，而提升式的風帽、加長下擺、防水膠帶及壓膠工藝則顯著提升防護性、防風性能與戶外探險功能性。

### 滑雪主題



滑雪主題 – 為極端環境提供卓越防護

頂尖戶外系列中最具代表性的系列是我們的滑雪系列。隨着冰雪運動熱潮的持續升溫，我們積極把握這一趨勢，精心打造了品類豐富、充滿活力的滑雪衝鋒衣和褲子系列。我們的滑雪主題展現技術創新，專為極端環境下的卓越防護與運動表現而設計，通常主要產品的建議零售價為人民幣999元至人民幣3,299元。

該等產品採用TSD的Dermizax專業防護面料、防潑水鵝絨及壓膠技術。我們已與TSD達成長期採購協議，內容包括針對特定場景進行專業優化的面料聯合研發項目。2025年，我們推出先進的自適應剪裁技術，通過動態調整服裝形態與貼合度以適應動作或環境變化，從而提升穿著舒適度與活動自由度。該主題還配備專利HEAT FLOW氣流屏障系統，在劇烈運動時增強透氣性與散熱效果，並搭載AIR BAG氣囊背包，實現脊柱保護與通風功能。

## 業 務

### 極地探索主題

我們的極地探索主題專為科學考察團隊及資深戶外愛好者打造，在極端氣候條件下提供高級防護。本系列提供的產品主要包括羽絨服，專為抵禦極地環境中遇到的極端嚴寒及惡劣天氣而設計。該主題主要產品的建議零售價介於人民幣1,599元至人民幣2,999元。



極地探索主題：冰封之旅的專業裝備

極地探索主題採用全球知名的CORDURA®面料，以其堅實的強度、耐磨性及耐久性著稱。結合防風外殼與石墨烯鎖溫中間層設計，有效阻隔寒風冰雪，提供可靠保暖。該系列專為極端戶外環境設計，可在低至-35℃的嚴酷環境中穩定發揮性能，是雪山攀登、高海拔徒步、極端氣候旅行及北極科考等嚴酷環境活動的理想之選。

### 運動戶外系列

我們的運動戶外系列於2014年推出，針對不同消費需求打造多元化產品線，涵蓋城市運動主題、時尚運動主題及品質運動主題。運動戶外系列更側重於滿足日常功能性需求，在保證一定保暖、透氣等性能的基礎上，強調穿着的舒適性和運動的便利性。截至2025年12月31日，我們的運動戶外系列包含217個SKU。該系列適用於登山、露營、中低海拔徒步等中高強度戶外活動。於往績記錄期間，我們合共售出2.4百萬件運動戶外系列服飾。

#### 城市運動主題



城市運動作為品牌的核心主題，連續多年熱銷，深受熱愛運動、充滿活力的年輕主流消費者喜歡。該系列體現了我們的核心品牌理念，即將戶外探索的樂趣帶入都市生活，將城市居民與大自然的冒險聯繫起來，同時提供根據此類戶外活動量身定制的中等到高等級保護。該主題主要產品的建議零售價介於人民幣599元至人民幣1,799元。

城市運動主題－運動美學演繹都市生活

我們每年都會在配色及花型上進行創新，原創印花點亮運動活力，打造出引領冬季潮流的品牌熱銷主力軍。面料以錦綸（聚酰胺纖維）為主要材質，並結合防潑水、防風等專業後整理工藝，有效提升了產品的耐用性和保暖性。採用拼接設計手法，使得款式更加具有動感，打造出更合體、更耐用、性能更強的運動服飾，完美實現功能與時尚的平衡。

## 業 務

### 時尚運動主題

時尚運動主題是品牌最具代表性的主題之一，既能體現品牌對戶外運動功能性的追求，又完美結合了時尚廓形，將精準剪裁與時尚色彩融合，打造獨特而熱烈的冬日潮流時尚。該系列主要面向追求適度防護且注重時尚的消費者。該主題主要產品的建議零售價介於人民幣699元至人民幣1,999元。



時尚運動主題 – 時尚風格，融合多種功能

我們採用含56%N66纖維的優質錦綸聚酰胺纖維面料，兼具高韌性、高耐磨性與輕量化特性，確保服裝表面在低溫環境下仍保持柔軟觸感且不易僵硬。填充物選用90%優質鵝絨，將該主題產品提升至精緻奢華的水準。

### 品質運動主題



品質運動主題 – 為追求非凡的運動愛好者打造的時尚裝備

品質運動是品牌針對專業運動戶外愛好者打造的一組產品。它使用值得信賴的戶外科技面料、優質鵝絨以及獨特的織造工藝，專為不斷追求更好品質生活的戶外運動愛好者打造。該主題主要產品的建議零售價介於人民幣899元至人民幣2,999元。

本產品採用TSD自主研發的高端戶外防水透濕技術 – TORAYDELPHY，歷經多道工序優化處理，具備專業級性能，面料質地柔軟且穿著舒適，能有效減輕運動後的悶熱感，色彩體系搭配流行時尚色調，將科技面料與潮流美學完美結合。

## 業 務

### 城市輕戶外系列

我們的城市輕戶外系列融合城市生活與戶外探索，涵蓋郊遊、公園休閒和通勤等場景。該系列專為追求日常冬季服飾高舒適度與精緻風格的都市通勤客群量身打造。該系列通過突出的產品吸引力與高性價比優勢，在贏得消費者關注與培養品牌忠誠度方面表現卓越，致力於成為城市活動的首選輕戶外服飾品牌。作為我們經久不衰的系列之一，城市輕系列截至2025年12月31日包含387個SKU。於往績記錄期間，我們共售出8.5百萬件城市輕系列服飾。

### 經典休閒主題



經典休閒主題 – 滿足日常保暖和時尚需求的  
精細剪裁款式

經典休閒主題秉承永恒百搭的理念，旨在滿足各年齡段的基礎保暖和時尚需求。該主題主要產品的建議零售價介於人民幣699元至人民幣1,699元。

傳承20多年精製版型，精緻的廓形經過多維度剪裁，以適合大多數亞洲人的體型。該系列在人體工學貼合與舒適性之間實現了理想的平衡，並強調優質材料和專業工藝。

### 時尚休閒主題

我們的時尚休閒主題彰顯青春活力與多元風格，專為注重時尚的通勤族與戶外探險者設計。該主題主要產品的建議零售價介於人民幣899元至人民幣1,799元。

打破傳統版型，量感空間剪裁蘊藏着鬆弛與包容，以線條紆縫勾勒立體廓形，以量感剪裁演繹舒適穿搭美學。錦綸（聚酰胺纖維）面料，棉感微彈，防風防潑水。



時尚休閒主題 – 滿足日常出行需求的  
青春活力、多元風格

## 業 務

值得注意的是，每個系列中約有80%的產品以鵝絨或鴨絨填充。下表載列我們產品系列的主要資料概要：

產品系列	推出年份	穿著場景	目標消費者	截至2025年	截至2025年	標誌性系列
				12月31日的	12月31日的	
				SKU	填充鵝絨及鴨絨的SKU所佔比例	
頂尖戶外系列 .....	2022年	滑雪、高海拔徒步和極地探索等極端環境	專業運動員、科學考察專家及極限戶外愛好者	83	81.9	高性能戶外主題、滑雪主題、極地探索主題
運動戶外系列 .....	2014年	中高強度戶外活動，如登山、露營和中低海拔徒步	家庭、戶外愛好者及注重功能與舒適平衡的消費者	217	85.3	都市運動主題、時尚運動主題、進階運動主題
城市輕戶外系列 .....	2004年	郊遊、公園休閒和通勤	注重自然生活方式的都市居民，以及尋求簡約、實用、兼具高舒適度與精緻風格的日常服裝的消費者	387	84.2	經典休閒主題、時尚休閒

### 研發及產品設計

我們的品牌立足於對研發的持續承諾，不斷提供符合消費者需求的功能性與防護特性。我們強大的研發能力從我們的坦博爾智慧科技園為傑出佐證，並憑藉資深專家和顧問的洞察和指導而得到進一步增強。我們以消費者為中心，將其作為研發的基礎，強調面料技術和產品設計。我們的面料開發專注於耐用材料，例如錦綸（聚酰胺纖維）面料，以提高強度、耐用性和透氣性。通過結構開發，我們的面料能提供可靠的吸濕管理、防水保護和溫度調節功能。此外，我們的設計方法着重於滿足多元化的戶外活動場景需求。我們將實用功能與簡潔、自然的審美觀相結合，打造出既實用又具視覺吸引力的專業戶外服飾。

### 我們的研發能力

我們的坦博爾智慧科技園是一個綜合研發及生產設施，設有實驗室、品控中心、電商中心、展示中心、智慧物流及專業生產線。我們的坦博爾智慧科技園位於山東省青州市的總部，佔地169,041平方米。我們利用最新的數字設計工具（例如精密的二維和三維建模軟件、虛擬陳列室和人工智能驅動的趨勢分析），推動服裝設計和開發的功能性和創造力。

## 業 務

我們的設計和研發團隊對產品開發至關重要。截至2025年12月31日，該團隊由143名專業人員組成，以市場洞察力與強大的產品開發能力，帶來深厚的專業知識。團隊主要致力於推進面料技術革新、完善設計流程和開發戶外功能服飾方。我們也積極與學術機構合作，持續驗證並推進我們的外觀設計與軟面料開發。例如，我們與北京服裝學院合作，邀請其專家擔任美學設計的外部顧問，並聯合成立了極寒科技實驗室，可模擬-60℃至50℃的極端環境條件。這使我們能夠對專業戶外服飾的保暖性、防風性及防水性能進行測試與驗證。

### 我們的研發重點

#### 面料技術

在選擇面料方面，我們着重於滿足消費者的需求，並契合每種產品系列的具體定位。在選擇面料時，我們將可持續性和功能性技術視為重要因素。

我們經過嚴格測試並證明，錦綸（聚酰胺纖維）面料非常適合用於專業戶外服飾。其可靠的吸濕性和透氣性顯著提升了在不同環境下的舒適度。此外，它在長期使用下表現出良好的耐用性，同時能有效調節表面濕度，確保持續的防護和舒適的穿著體驗。截至2025年12月31日，我們在超過90%的產品中採用錦綸（聚酰胺纖維）面料。此外，為滿足專業運動員及極限戶外探險需求，我們在頂尖戶外系列中採用TSD開發的Dermizax貼合面料與源自植物的eVent storm生物基防水透氣膜複合面料。該等面料提供全天候專業防護，帶來持久乾爽舒適的戶外穿着體驗。

我們亦致力於通過內部開發工作和戰略合作夥伴關係的結合，推進專有面料的開發。例如，為解決專業戶外服飾薄膜面料中透氣性與防水性平衡的難題，我們成功開發出採用微孔結構的專有薄膜，該技術主要應用於我們的頂尖戶外系列。該升級版不僅突破技術瓶頸，更顯著提升了保暖性能。此外，我們運用織物級技術與處理工藝，包括複合層壓技術以及通過刷毛、砂磨等特殊表面改性工藝增強保暖性或觸感。我們通過與面料供應商和知名紡織機構建立策戰略合作夥伴關係，強化我們的研發工作，使我們能夠獲得獨特面料和技術。根據該戰略合作夥伴關係，我們為專業戶外服飾界定材料性能要求及技術路徑，而我們的合作供應商則提供研發設備、設施及測試設備以進行材料研究。此外，我們的合作供應商須遞交測試報告，而我們或會根據規格要求進一步優化材料。我們的合作供應商承擔所有研發成本，而我們僅負責專利到期前的知識產權註冊費用及相關年費。與供應商戰略合作夥伴關係下產生的所有研發成果將由雙方共同擁有，未經另一方事先同意，任何一方不得單方面使用該等知識產權。請參閱「一 供應鏈管理 — 原材料供應商管理 — 與原材料供應商合作研發」。在往績記錄期間，我們與12家面料供應商合作，共同開發新面料，有效滿足戶外運動愛好者的需求。

## 業 務

### 性能導向的設計技術

我們的設計目標針對每個產品系列量身定制，旨在滿足特定功能需求的同時，符合消費者的期望。下文載列我們在設計中使用的主要設計技術：

- **熱能工程與保溫**：羽絨服的保溫工藝通過在羽絨內部形成空氣隔層，構築出隔熱空間，從而減少傳導、對流和輻射三種傳熱方式。這種設計既能鎖住體溫，又能阻隔寒氣侵入。輕盈蓬鬆的羽絨填充物可在不增加填充量的情況下發揮最大的保溫效果。有效的保溫材質可平衡這些因素，以保持溫度。
- **防水防潮**：我們的產品防水防潮性能源於三種核心技術：採用高密度編織的聚酯或尼龍纖維形成微米級間隙阻隔雨水；稜鏡狀或鋸齒狀表面結構降低水珠附著力；以及疏水性環保塗層。該塗層通過降低表面張力使水珠凝聚滾落，同時保留透氣通道維持濕氣透出，確保羽絨保持蓬鬆乾爽。
- **防風與結構強化**：在防風方面，我們採用高密度編織面料，其緊密纖維結構可阻隔氣流並降低風寒效應。領口與袖口等關鍵部位配備彈性閉合裝置。高磨損區域採用雙層覆面設計及耐磨包邊工藝提升抗撕裂性，雙針縫線與接縫貼條則有效防止接縫鬆脫，確保產品持久耐用。
- **流動性與合身性最佳化**：為了提高彈性，我們使用高彈性布料，可隨身體活動自由伸展，不會造成限制。此外，肘部及肩部等關節處的3D剪裁增強了活動性，使穿者可舒適地活動。為達到最佳的合身性，我們根據廣泛的身體數據分析來設計樣式，提供多種尺寸選擇，以適應不同的體型。
- **版型設計融合功能性與人體工程學**：我們通過運用3D剪裁、動態自適應結構與模塊化平台，實現了服裝設計的迭代創新。為減少臃腫感，我們開發了採用安全楔形鎖止機制的模塊化腰部調節系統，不僅能實現無縫尺寸調整，亦可承受很高的拉力，滿足戶外活動需求。此外，我們的分區保溫系統，在核心軀干區域填充高蓬鬆度鵝絨以實現最佳保暖效果，同時在腋下與側身等部位採用透氣面料提升通風效果。該設計使外套總重量減輕，顯著提升穿着舒適度。

### 美學設計

我們在設計美學領域持續探索與突破。針對專業戶外服飾的風格與色彩設計，我們秉持大膽創新的理念。特別是，我們的滑雪系列突破傳統色彩框架，巧妙運用橘黃與粉紫等鮮明色調。這些醒目的色彩打破了常規標準，此外，我們與阿勒泰地區合作新推出的產品，採用冷轉印技術印制服飾圖案。這種方法確保圖案清晰精準、色彩鮮豔，同時保持面料的完整性，帶來柔軟舒適的質感。

## 業 務

### 環境與可持續研發

我們通過先進環保面料的應用，展現出對可持續發展的堅定承諾。例如，我們在專業戶外服飾中採用從汽車安全氣囊中回收的面料。這些面料擁有與原始N66面料同等的性能特徵，具備高強度，耐磨性和抗撕裂性，以及卓越的彈性和復原性能。即使在低至-30°C的極寒條件下，它也能保持柔軟和靈活性。值得注意的是，這種面料以及由其製作的服飾榮獲2024年ISPO設計獎。

### 我們的銷售網絡

我們通過整合線上線下渠道的全方位銷售網絡銷售產品。我們的線上渠道主要涵蓋抖音、天貓、快手、京東和微信小程序等電商和社交商務平台，通過線上自營店鋪直接銷售和向電商平台銷售。我們的線下渠道包括(i)我們的線下自營門店；及(ii)分銷商運營的線下門店。

下表列出我們所示年度按銷售渠道劃分的收入明細：

	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	%
<b>線上渠道</b>	<b>348,605</b>	<b>34.1</b>	<b>626,171</b>	<b>48.1</b>	<b>1,253,669</b>	<b>57.3</b>
線上自營店鋪.....	234,475	23.0	480,154	36.9	1,013,057	46.3
電商平台銷售.....	114,130	11.2	144,456	11.1	214,460	9.8
線上分銷商.....	-	-	1,561	0.1	26,152	1.2
<b>線下渠道</b>	<b>638,572</b>	<b>62.5</b>	<b>635,365</b>	<b>48.8</b>	<b>875,442</b>	<b>40.0</b>
線下自營門店.....	405,664	39.7	389,667	29.9	475,048	21.7
分銷商運營的線下門店	232,908	22.8	245,698	18.9	400,394	18.3
其他 <sup>(1)</sup> .....	<b>33,865</b>	<b>3.3</b>	<b>40,943</b>	<b>3.1</b>	<b>60,353</b>	<b>2.7</b>
<b>總計</b> .....	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 其他主要包括向企業客戶銷售。我們的企業客戶主要包括兩大類別：(a)大型機構，如航空公司及鐵路營運商（採購專業戶外服飾，並受惠於我們強大的性價比優勢）；及(b)下游客戶，我們作為OEM為其服務，並按照其規格生產產品。這些合作關係推動規模效應，強化我們與知名企業的聯繫，並提升我們的品牌知名度。

依托我們成熟的線下市場地位及品牌知名度，我們正在策略性地擴大線上銷售業務。這使我們能夠接觸到更廣泛和更多樣化的消費者群體。同時，我們正在積極優化線下分銷商網絡，以實現精準有效的市場滲透，確保所有通路的品牌持續增長和提高消費者參與度。

### 線上渠道

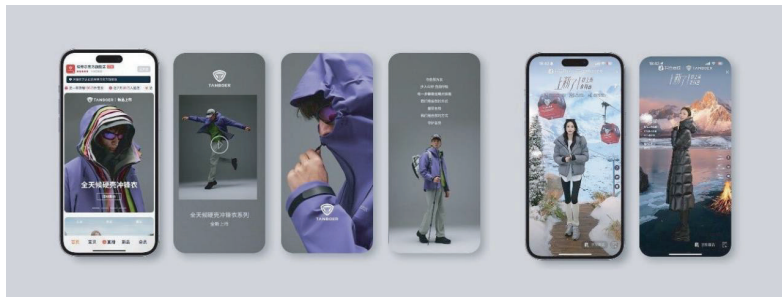
於往績記錄期間，我們積極擴展線上業務，以滿足更廣泛及多元化消費者群體不斷變化的需求。我們的線上渠道旨在提供便捷的訪問體驗，主要包括線上自營店鋪、電商銷售平台及線上分銷商。我們投入了大量資源來加強我們的線上能力，成功地在中國領先的電子商務平台（包括天貓、京東）以及抖音、快手及微信小程序等知名的社交商務平台建立了廣泛業務。這種多渠道戰略在我們的行業中普遍採用，使我們能夠

## 業 務

滿足消費者的多樣化需求，並提供更加流暢和個性化的在線購物體驗。2023年、2024年及2025年，我們來自線上渠道的收入分別為人民幣348.6百萬元、人民幣626.2百萬元及人民幣1,253.7百萬元，分別佔所示各年度總收入的34.1%、48.1%及57.3%。

### 線上自營門店

我們的線上自營門店是吸引消費者及提升品牌影響力的重要樞紐，使我們能夠獲得實時及準確的消費者洞察，從而促進產品及銷售策略的迭代。我們通過國內主要電商平台線上自營店鋪直接銷售我們的產品。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別營運了47家、89家和167家線上自營店鋪。我們在每個電商平台經營多家店鋪，以滿足多樣化的購物偏好。這些店鋪根據性別、風格偏好或使用場景進行區分，並針對特定分部打造特色產品與場景定位。例如，我們在抖音上經營專屬的滑雪主題直播間商店，專門銷售滑雪相關產品，並為冬季運動服飾需求提供全面解決方案。我們透過差異化矩陣管理以及針對目標受眾需求的促銷活動協調該等門店。2023年、2024年及2025年，我們線上自營店鋪產生的收入分別為人民幣234.5百萬元、人民幣480.2百萬元及人民幣1,013.1百萬元，分別佔相應年度總收入的23.0%、36.9%及46.3%。



線上自營門店：導覽方便及人性化設計

我們已根據各個數字平台的獨特功能，將線上營運團隊細分為相關專業部門。此架構有助於集中專業知識和量身定制的管理，提升整體線上效率。截至2025年12月31日，我們的在線營運團隊由約405名成員組成，其主要職責包括管理線上店鋪運營，協調電商平台合作夥伴，進行內部直播銷售，以及優化流量獲取策略。我們根據各類平台的銷量來分配人員，確保線上業務運營的有效管理。我們已建立內部直播團隊以把握日益普及的線上直播趨勢，使我們能夠增加產品曝光、展示產品優勢以及提高線上銷售額。

### 處於虧損中的自營線上店鋪

處於虧損中的自營線上店鋪界定為於特定財政年度，在店鋪層面錄得經營虧損的店鋪。於2023年、2024年及2025年，我們分別擁有零間、四間及零間處於虧損中的自營線上店鋪。作為營銷策略之一，我們於2024年設立負責展示新產品類別及系列的自營線上店鋪。這些店鋪主要銷售硬殼衝鋒衣及滑雪服飾，作為提升我們作為專業戶外

---

## 業 務

---

服飾品牌的形象的關鍵渠道。於2024年全年，這些店舖持續產生較高的營銷計劃及消費者獲取活動相關開支。我們所有於2024年處於虧損中的自營線上店舖於2025年均實現盈利。

### 電商平台銷售

於往績記錄期間，我們向電商平台銷售產品，平台主要包括唯品會、京東。根據該模式，該等電商平台直接向消費者銷售我們的產品。2023年、2024年及2025年，我們來自電商平台銷售的收入分別為人民幣114.1百萬元、人民幣144.5百萬元及人民幣214.5百萬元。

根據市場慣例，我們主要與唯品會及京東等電商平台簽訂標準的代銷安排。於往績記錄期間，我們向電子商務平台的所有銷售均採用代銷安排。在此模式下，於客戶在相關電商平台上確認驗收我們的產品時，我們確認收入。這些電商平台於約定賬期後定期與我們結算。協議的關鍵條款主要包括：

- 期限：..... 一般為一年，可每年續期。
- 定價政策：..... 我們通常在考慮我們提供的建議零售價後，以雙方協定的價格通過電商平台銷售產品。
- 付款及信貸條款：..... 消費者直接向電商平台付款，電商平台定期與我們結算。我們通常在賬單確認後給予五至七天的信用期。
- 產品退貨／換貨：..... 電商平台僅能將消費者退回的或未售出的產品退回給我們。消費者若遇到產品瑕疵、價格調整或其他雙方同意之原因，可能會退還產品，而我們會根據具體情況評估此類退貨。
- 物流：..... 我們的產品由第三方物流提供商配送至平台的倉庫或根據消費者訂單直接從我們的自有倉庫發出。
- 最低購買要求：..... 我們一般不對電商平台設定最低購買量要求。
- 終止：..... 協議將於期限屆滿或以相關協議規定的其他方式終止。

據我們所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，所有這些電商平台均為獨立第三方，與我們之間不存在任何僱傭、財務或親屬關係。

### 線上分銷商

自2024年起，我們開始引入線上分銷商，以擴大線上銷售覆蓋範圍。在此模式下，我們將產品銷售給線上分銷商，再由他們在電商平台上經營自有店舖，向消費者銷售我們的產品。截至2024年及2025年12月31日，我們分別聘請一家及五家線上分

---

## 業 務

---

銷商。截至同日，我們的線上分銷商分別營運兩家與八家線上店舖。於2024年及2025年，我們線上分銷商銷售產生的收入分別為人民幣1.6百萬元及人民幣26.2百萬元，分別佔我們收入並不重大。

我們與線上分銷商訂立標準化框架分銷協議，本質上為代銷協議。在該等安排下，線上分銷商通過經營線上店舖將我們的產品售予消費者。當消費者在相關線上平台上確認接受我們的產品時，我們確認收入並與其保持委託代理關係。對於選定的表現優異的產品，我們可能會採用買方賣方模式，以協助我們的線上分銷商提前取得熱門產品，並優化供應鏈規劃。與線上分銷商簽訂經銷協議的關鍵條款主要包括：

- 期限：..... 一般為一年，須每年續訂。
- 指定分銷渠道：..... 未經我們的書面同意，線上分銷商一般不得在其指定的分銷渠道之外銷售我們的產品。
- 定價政策：..... 我們通常按產品零售價的折扣價向線上分銷商銷售產品，並向線上分銷商提供定價指引，當中載列各產品的建議零售價。我們有權調整定價指引。
- 付款及信貸條款：..... 線上分銷商採取預付貨款的方式合作。
- 生產交付：..... 我們委托物流公司把產品送往分銷商指定的地點。物流成本由我們承擔。
- 退貨／換貨：..... 線上分銷商僅能將消費者退回的產品退還給我們。消費者若遇到產品瑕疵、價格調整或其他雙方同意之原因，可能會退回產品，而我們會根據具體情況評估此類退貨。
- 終止：..... 協議將在到期後或以相關協議規定的其他方式終止，包括分銷商表現不佳（於此情況下我們可單方面終止協議）及違反協議（於此情況下守約方可終止協議）等。

據我們所知，在往績記錄期間及直至最後實際可行日期，線上分銷商均為獨立第三方，與我們並無僱傭、財務或家族關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因嚴重違反分銷協議條款而終止與任何線上分銷商的合作。在相同期間內及直至同一日期，我們並無與線上分銷商發生任何重大糾紛。

### 線下渠道

線下渠道對於培養消費者的長期信任及忠誠度起着關鍵作用，因提供身臨其境的親身體驗對於專業戶外服飾品牌而言不可或缺。我們的線下銷售渠道包括線下自營門店及分銷商運營的線下門店。

## 業 務

### 我們的門店網絡

我們的線下門店提供沉浸式環境，使消費者可直接與我們的專業戶外服飾接觸，通過親身體驗與真實感受，建立真正的聯繫並加強信任。我們大部分的門店策略性地設在主要商業區及熱門購物商場，作為重要的品牌接觸點，強化我們的優質市場定位。此外，精選的門店設有店內展區展示我們的產品，強調我們致力於提供更好的消費者體驗，並展示我們產品的卓越品質。於2023年、2024年及2025年，我們通過線下渠道產生的收入分別為人民幣638.6百萬元、人民幣635.4百萬元及人民幣875.4百萬元，分別佔所示各年度總收入的62.5%、48.8%及40.0%。

我們通過兩種截然不同的模式運營線下門店，主要側重於客流量大的地段，以最大化市場形象並適應消費者需求。我們的常設門店在主要零售地點提供一致的品牌形象，全年提供我們的全部產品系列。相比之下，我們的季節性線下門店主要在每年的第一季度和第四季度的銷售旺季策略性地開設。下表載列截至所示日期我們線下渠道的常設門店數量：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
線下自營門店 .....	250	278	272
分銷商運營的線下門店 .....	312	330	289
<b>總計 .....</b>	<b>562</b>	<b>608</b>	<b>561</b>

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的線下常設門店數量分別為562間、608間及561間。從2023年到2024年，我們重點維護和擴展線下渠道網絡，利用我們長期的品牌認知度和穩固的市場地位來提升品牌知名度。2025年，我們優化了線下擴張策略，選擇性關閉了運營效率較低及位於低人氣購物中心的常設線下自營門店。這一戰略調整使我們能將資源集中於在熱門購物中心內擴張常設線下自營門店，從而顯著提升品牌形象和市場定位。通過進駐人流量大和高端商業區，我們旨在加強市場影響力，吸引更多消費者，並推動可持續的長期增長。我們同時終止與營運利潤率較低的線下分銷商的合作，此舉有助於提升整體盈利能力，並強化與績效更高分銷商的合作。

我們的季節性門店旨在把握特定時期的高漲消費需求，透過靈活營運模式因應市場波動，同時實現成本優化。這些門店通常營運三到五個月，主要集中在從九月到次年三月的旺季期間，策略性地把握冬季期間對我們專業戶外服飾激增的消費者需求。這類門店通常選址於營運成本高昂但人流量大的區域，或鄰近現有常設門店以強化品牌曝光度。我們的季節性店舖通常設在鄰近購物中心的中庭或室外廣場周邊，建築面積介乎60至120平方米。我們季節性門店的毛利率與我們常設門店旺季期間相若。我們的季節性門店運營成本較高，主要歸因於其位於人流量大的黃金地段，例如購物中心附近的中央中庭或戶外廣場，其中短期租賃溢價及臨時搭建費用導致運營開支增加。

## 業 務

儘管如此，該等季節性門店位於黃金地段的戰略佈局仍能吸引更多大量的客流。此外，該等季節性門店提供的產品組合與常設線下門店所提供的產品組合大致相若。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們與分銷商共同營運的季節性線下門店數量分別為197家、136家及119家。

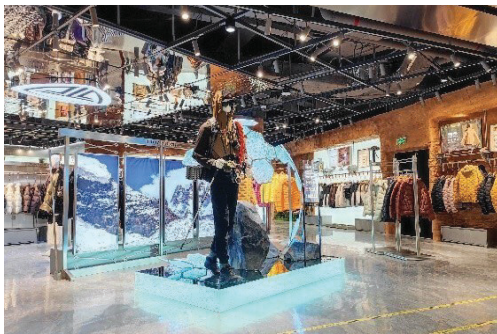
我們在中國的門店網絡策略性地分佈於不同城市。我們在華東、華北各城市維持穩固的基礎，以強化品牌形象並緊貼市場趨勢的同時策略性地擴展我們的重點，積極滲透具有強大消費增長潛力的華中及西南重點城市。這種平衡的方式使我們能夠吸引不同類型的消費者，並提高品牌在全國所有城市的知名度。下表載列我們截至所示日期於中國內地不同地區按類型劃分的線下門店明細。

	截至12月31日					
	2023年		2024年		2025年	
	自營 線下門店	分銷商運營 的線下門店	自營 線下門店	分銷商運營 的線下門店	自營 線下門店	分銷商運營 的線下門店
<b>華東</b> .....	<b>176</b>	<b>228</b>	<b>178</b>	<b>219</b>	<b>175</b>	<b>192</b>
山東省.....	167	223	168	211	162	190
江蘇省.....	9	5	9	8	11	2
安徽省.....	–	–	1	–	1	–
浙江省.....	–	–	–	–	1	–
<b>華北</b> .....	<b>46</b>	<b>40</b>	<b>51</b>	<b>38</b>	<b>51</b>	<b>36</b>
河北省.....	39	38	44	32	43	30
山西省.....	4	–	6	1	7	1
天津市.....	3	1	1	1	1	1
內蒙古自治區.....	–	–	–	3	–	3
北京市.....	–	1	–	1	–	1
<b>華中</b> .....	<b>26</b>	<b>19</b>	<b>36</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>31</b>
河南省.....	24	19	26	26	22	25
湖南省.....	1	–	5	5	5	5
湖北省.....	1	–	5	–	6	1
<b>西南</b> .....	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	<b>21</b>	<b>5</b>	<b>17</b>
四川省.....	1	13	4	17	2	11
重慶市.....	–	2	3	4	3	6
<b>其他</b> .....	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>21</b>	<b>8</b>	<b>13</b>
黑龍江省.....	–	1	–	11	1	6
新疆維吾爾自治區.....	–	–	1	4	–	5
陝西省.....	1	–	4	–	5	–
遼寧省.....	–	9	–	1	–	–
吉林省.....	–	–	1	5	2	2
<b>合計</b> .....	<b>250</b>	<b>312</b>	<b>278</b>	<b>330</b>	<b>272</b>	<b>289</b>

## 業 務

於往績記錄期間，我們的門店建築面積一般介乎約120平方米至500平方米。開設門店時，我們會仔細評估主要因素，包括門店位置、預期消費人流及我們希望傳達的品牌形象，以決定合適的門店面積，從而確保一致的消費者體驗及品牌形象。我們策略性地選擇店址，專注於目標區域內的最佳地點。我們的優先考量是人流量大且對戶外活動有濃厚興趣，例如商業區及購物中心，這些地點有強勁的消費力且對戶外活動有濃厚興趣。我們在時會評估多項因素，包括當地人口結構、消費習慣、競爭狀況、人流量和店舖可見度。我們還會考慮交通便利性、商場聲譽以及與我們現有店舖的距離，以確保所選位置合適並有助於我們的整體成功。過去，我們的焦點集中於每家線下門店的盈利潛力與經濟可行性。如今，我們的重心已轉變為在一線及二線城市開設更多坦博爾體驗店，旨在提升品牌能見度，同時在所有級別的城市中深化市場滲透。我們亦計劃通過店內直播整合線上及線下銷售渠道，從而提升品牌知名度。作為一項基本政策，我們在各線下門店的位置保持最少二至三公里的物理距離，以優化市場覆蓋範圍，並最大限度地降低門店網絡銷售蠶食的風險。此外，分銷商運營的門店的選址流程通常由我們發起並審批，以確保符合我們的戰略目標。通過詳盡的研究，我們選擇有利於成長並能獲得最大回報的地點。我們同時確保符合當地法規及區域劃分規則，以確保順利營運。

在門店美學與環境方面，我們堅持線下門店採用一致的設計、佈局與服務標準，以提供一致的氛圍與一體化的消費體驗。我們的門店設計哲學以自然、運動與戶外活力的和諧為中心，將有機元素與科技完美結合，創造出充滿活力又寧靜的環境，讓訪客重拾活力，並帶來沉浸式體驗。以下圖片展示了我們的店面設計：



簡約明亮的設計，彰顯我們門店的標誌性特色

於往績記錄期間，我們還開設了坦博爾體驗店，改變了消費者與我們的專業戶外服飾互動的方式。這種沉浸式環境複製了各種戶外場景，讓消費者能夠通過親身體驗、專家諮詢和互動演示來了解我們的產品。這些體驗店為消費者體驗樹立了新標料。



我們的體驗門店

## 業 務

### 門店管理與運營機制

我們已實施完善的管理體系與運營機制，確保線下自營門店及分銷商運營的線下門店的品牌呈現一致性與渠道協同效能：

- 為確保定價統一性，我們向線下分銷商提供建議零售價作為指導，並配備專職團隊監督與執行價格管控。
- 為避免門店競爭與市場重疊，我們執行保護距離政策，通常要求門店之間保持最小物理間隔。對於消費者需求旺盛或商業條件更優越的區域例外情況，需經我們的團隊事先審核批准。
- 所有門店選址須附具完整的選址報告，包含擬選址點的照片、視頻及相關市場調研數據。
- 我們制定清晰全面的政策指導門店日常運營。所有門店遵循一套統一的庫存管理、消費者服務及售後流程標準。這些易於理解的指南有助於線下分銷商順暢運營其門店，保持跨區域品質一致性。
- 我們為所有門店實行統一的店內消費者服務標準，確保各地服務優質統一。例如：定期為店內銷售人員提供新品功能與適用場景培訓。我們還要求銷售人員具備若干符合品牌形象的戶外活動經驗，以便為消費者選擇合適專業戶外服飾提供個性化建議。

這些管理措施使我們能夠保障品牌一致性、提升消費者體驗，並支持線下門店網絡的可持續擴張。

### 同店銷售額

於特定期間的同店銷售額指於該期間內所有符合同店資格之線下常設門店的零售價值。我們將同店基礎定義為該等在整個可比期間持續經營的線下常設門店，尤其是，線下門店開門營業至少360天，且2023年及2024年，及2024年及2025年的營運地點相同。下表載列本公司於往績記錄期間內中國內地同店銷售額詳情。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
同店數目			
自營線下門店 .....	195		226
分銷商經營的線下門店 .....	211		223
總計 .....	<b>406</b>		<b>449</b>

## 業 務

	截至12月31日止年度			
	2023年	2024年	2024年	2025年
<b>同店銷售額 (人民幣千元)</b>				
自營線下門店 .....	329,535	279,520	339,311	345,969
分銷商經營的線下門店 .....	397,876	375,943	352,220	421,162
<b>總計 .....</b>	<b>727,410</b>	<b>655,462</b>	<b>691,531</b>	<b>767,131</b>
<b>同店銷售額增長/(下降)(%)</b>				
自營線下門店 .....	(15.2)%		2.0%	
分銷商經營的線下門店 .....	(5.5)%		19.6%	
<b>總計 .....</b>	<b>(9.9)%</b>		<b>10.9%</b>	

2023年至2024年，我們的同店銷售額下滑率為9.9%，主要由於消費者支出於2023年激增，乃由於2022年底COVID-19限制解除後，商場及商業區的客流量回升。市場於2024年開始趨於常態化，消費者顯示出更謹慎、理性的消費行為。同店銷售額反映疫情後消費模式的宏觀調整。

於2024年至2025年，我們的同店銷售額增長率為10.9%，主要由於我們於2024年實施全面店舖優化策略，關閉多家營運表現不佳的自營線下店舖，並將資源重新分配至營運效率較高的店舖。我們亦開展翻新工程以吸引更高的客流量，強化線上及線下產品組合，並透過針對性當地營銷活動增加店舖銷售額，包括投放數字廣告及派發線下店舖專用禮品券。我們由2024年至2025年的同店銷售額增長率，分銷商營運的線下門店高於自營門店，這主要是因為分銷商能夠根據當地消費者的喜好調整訂單，優先採購暢銷的專業戶外服裝產品，從而推動更強勁的銷售表現。

### 線下自營門店

我們的線下自營門店，是品牌深厚底蘊與歷久彌新聲望的見證，承載着以信任為基石、以品質為內核、以廣泛市場認同為積淀的非凡傳承。這些自營門店由專門的零售營運團隊直接管理，確保所有門店具備一致的品牌形象及高品質的服務。於2023年、2024年及2025年，我們透過線下自營門店產生的收入分別為人民幣405.7百萬元、人民幣389.7百萬元及人民幣475.0百萬元，分別佔各所示年度總收入的39.7%、29.9%及21.7%。

為了保持線下自營門店的質量穩定，我們建立了清晰的三級管理架構：銷售和市場管理團隊、區域經理和門店經理。此架構確保每間店舖均遵循標準化的門店營運程序。我們的銷售及營銷管理團隊掌控關鍵門店管理職能，確保跨區域運營的標準化。區域經理憑藉本地化經驗，在管理團隊與各門店之間發揮橋樑作用。他們對多家門店提供監督及支持，又在拓展區域門店網絡的選址環節承擔關鍵職能。我們經驗豐富的店長則負責日常運營、庫存管控及團隊績效。

## 業 務

我們致力於持續優化線下自營門店，並精簡運營流程。下表載列所示年度我們常設線下自營門店數量的變動情況：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
年初數量.....	204	250	278
新開設線下自營門店數量.....	55	56	22
已關閉線下自營門店數量.....	10	32	28
年末數量 <sup>(1)</sup> .....	<b>250</b>	<b>278</b>	<b>272</b>

附註：

- (1) 截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別擁有93家、74家及61家季節性線下自營門店。

於2023年、2024年及2025年，我們分別開設了55家、56家及22家常設線下自營門店。於2025年新開設的常設線下自營門店數量相對較少，主要歸因於我們對自營線下門店選址策略的調整。我們優先確保在核心商業區內取得優越位置，特別是鎖定購物商場內面積超過150平方米的戶外運動樓層。

於2023年、2024年及2025年，我們分別終止了10家、32家及28家常設線下自營門店。這主要是由於我們實施品牌升級策略所致。以前，我們會在若干新興市場開設多家高性價比、空間有限的門店，以測試市場接受度並建立當地品牌知名度。隨後，我們通過關閉那些不再符合我們品牌定位的門店來優化門店組合，這些門店通常位於當時客流質量較低的地區，或者空間不足以陳列全系列產品組合。我們相信，關閉這些表現不佳的鋪位能使我們將資源集中於充分體現我們品牌願景的門店。

我們的常設線下自營門店主要採用租賃模式及扣點模式經營，在該兩種模式下，我們負責店舖的日常管理，如人員配備、庫存管理、產品銷售等。下文載列租賃模式與扣點模式的區別：

- 在租賃模式下，我們從購物中心租賃零售場所，並按照租賃協議條款支付租金。在此模式下，我們直接向消費者收取貸款。此外，我們負責獲得店舖運營所需的所有必要執照、許可證及批文。
- 在扣點模式下，我們與購物商場合作經營門店。購物商場在其經營場所內指定特定的場地銷售我們的產品。在該安排下，消費者直接將款項付予購物商場，購物商場根據指定區域內實際銷售額按預設比例扣除佣金後，將餘額轉付予我們。購物商場通常按月進行付款。購物商場負責為按扣點模式經營的店舖取得並維持所有必要的執照、許可證及批文。

---

## 業 務

---

下表載列我們根據租賃及扣點模式與購物商場訂立典型協議的主要條款概要：

期限：.....	一至三年
租金／佣金費用：.....	在租賃模式下，我們一般是按月收取租金。在扣點模式下，佣金一般按固定最低費用與營業場所產生的銷售總額的百分比二者中較高者計算。
結算安排及其他費用與收費：.....	在租賃模式下，客戶通常將購買的款項直接匯給本公司。我們一般按月向購物商場繳付定額物業管理費、水電費及其他雜項費用。在扣點模式下，顧客通常會直接將付款匯給購物商場，購物商場隨後經扣除佣金及其他適用及費用及收費（如物業管理費、水電費、交易服務費及促銷費）後的銷售收益，按合約安排支付予我們。
終止：.....	在合約期滿、雙方同意或交易對手方嚴重違約時，可終止安排。

### 初始損益平衡期

於往績記錄期間內，於往績記錄期間開設的自營線下門店的初始損益平衡期普遍在開業後2.4個月。多數於往績記錄期間開設及截至最後實際可行日期在營運中的自營線下門店，截至最後實際可行日期實現初始損益平衡。於往績記錄期間開設並於最後實際可行日期仍在運營的自營線下門店中，僅有一家截至最後實際可行日期尚未實現初始盈虧平衡，主要原因是由於周邊商業格局轉變導致客流量下降，致使業績低於最初銷售預期。

### 投資回本期

於往績記錄期間開設的自營線下門店中，平均投資回本期約為19.7個月。根據灼識諮詢的資料，我們的投資回本期符合行業標準。

### 處於虧損中的自營線下門店

處於虧損中的自營線下門店定義為於特定財政年度，在門店層面錄得經營虧損的門店。於2023年、2024年及2025年，處於虧損中的自營線下門店數目分別為31間、83間及71間。這些處於虧損中的自營線下門店主要由於於往績記錄期間，我們戰略性地在新興市場開設了自營線下門店，作為「本地首店」。這些主要坐落於高端購物中心的自營線下門店前期需投入大量資金及營運成本來建立品牌知名度及穩定客流量，

## 業 務

需要時間才能實現盈利。這導致門店在開業初期出現階段性虧損。隨著我們優化線下門店策略，我們在選址方面更為嚴格，而且由於品牌實力日益增強，我們在與購物中心合作時獲得更強的議價能力。值得注意的是，於2023年、2024年及2025年，我們當年新開業的處於虧損的自營線下門店分別為9家、30家及1家，這充分印證了我們優化後策略的成效。

### 分銷商運營的線下門店

為實現業務的持續增長和商業成功，擴大市場覆蓋面、提升產品可及性至關重要。為此，作為市場慣例，我們戰略性地與運營線下零售門店的分銷商合作，向消費者銷售我們的產品。我們的線下分銷商通常為主要從事銷售專業戶外服飾的區域性分銷商，具備當地分銷網絡資源。該模式有效延伸了我們難以覆蓋且管理開支高昂的偏遠區域的業務版圖。借助線下分銷商的專業能力與本地經驗，我們得以有效擴大業務範圍並提升市場滲透率。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們聘用307家、269家及245家線下分銷商，由其運營的線下門店數量分別為312家、330家及289家。於2023年、2024年及2025年，通過分銷商運營的線下門店產生的收入分別為人民幣232.9百萬元、人民幣245.7百萬元及人民幣400.4百萬元，分別佔各所示年度總收入的22.8%、18.9%及18.3%。

我們根據一套嚴格的標準精心篩選線下分銷商來代理我們的品牌，包括他們的聲譽、區域資源、管理能力和財務穩定性。這種嚴格的篩選流程確保只有具備必要能力和全面市場知識的分銷商才會被委託經營我們的品牌專櫃。我們通常與這些線下分銷商簽訂購銷協議，他們線下分銷商設立線下門店、並承擔相關設立成本，這些亦負責以忠誠、勤勉和審慎的態度在指定區域內運營門店及推廣及銷售我們的產品。為確保對分銷網絡的管控，我們的分銷商不得向次級分銷商轉售產品。

為維持統一的品牌形象與服務標準，我們為線下分銷商建立了規範化嚴格管理框架。我們實施嚴格的店舖設計與佈局指南，並將其納入標準化協議，以確保品牌一致性並全面專注於提供可靠的消費者體驗。我們會派遣員工監督分銷商運營的線下門店的運營。有關詳情，請參閱「我們的銷售網絡－線下渠道－線下分銷協議」。我們的標準化協議亦整合先進信息系統部署，實現庫存水平、銷售表現及促銷活動的即時監控，確保數據驅動的監督與靈活應變的管理。此外，我們運用全面數據分析定期進行審核與績效評估，以識別合規缺口並推動持續改進。此系統化方法確保分銷商運營的線下門店維持符合我們品質標準的典範水準，守護品牌完整性並提升市場競爭力。有關詳情，請參閱「我們的銷售網絡－分銷商的選擇與管理」

下表概述於所示年度我們的線下分銷商總數及其變動情況：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
於年初數目	282	307	269
一線及新一線城市	22	25	23
二線及新一線城市	64	53	45
三線城市	136	174	150
其他	60	55	51

## 業 務

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
新聘請線下分銷商數目 .....	52	45	22
一線及新一線城市 .....	7	9	3
二線及新一線城市 .....	10	5	5
三線城市 .....	18	11	5
其他 .....	17	20	9
終止合作的線下分銷商數目 .....	27	83	46
一線及新一線城市 .....	4	11	8
二線及新一線城市 .....	7	13	6
三線城市 .....	6	35	16
其他 .....	10	24	16
於年末數目 <sup>(1)</sup> .....	<b>307</b>	<b>269</b>	<b>245</b>

附註：

- (1) 於往績記錄期間，我們委聘分銷商運營常設門店與季節性門店。季節性門店可作為在擴大合作關係前，用以測試產品性能及分銷商能力的試驗場所。

於2023年、2024年及2025年，我們分別委聘52家、45家及22家線下分銷商。自2023年起，我們通過採用更嚴格的選擇標準，加強了與分銷商的合作策略。隨着我們的品牌知名度和銷售額持續增長，我們專注於與那些展現出強大銷售能力和持續渠道發展能力的線下分銷商合作。這一更高的標準促使我們採取了更為精選的策略，反映在新增線下分銷商數量的減少上，使的分銷商網絡更緊密地符合我們的長期戰略增長目標。

於2023年、2024年及2025年，我們分別終止了與27家、83家及46家線下分銷商的合作。終止該合作與我們的整體業務目標戰略一致，針對的是運營效率較低及位於低線城市的分銷商。我們通常會為線下分銷商設定銷售目標。根據內部政策，現有線下分銷商的銷售目標乃基於其歷史銷售表現按合理增長率確定。對於新加入的線下分銷商，將參考區域市場狀況、競爭基準及分銷商營運能力等一系列因素來制定銷售目標。於2023年、2024年及2025年，線下分銷商的目標達成率分別為90%、78%及89%。我們認為此行動對於構建更高效、協同一致的分銷合作關係而言十分必要，能更好地支持我們不斷演變的業務目標並推動持續增長。

下表概述於所示年度常設分銷商運營的線下門店總數及其變動情況：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
年初數量 .....	282	312	330
新聘用的分銷商運營的線下 門店數量 .....	59	78	21
已終止的分銷商運營的線下 門店數量 .....	27	59	62
年末數量 <sup>(1)</sup> .....	<b>312</b>	<b>330</b>	<b>289</b>

## 業 務

附註：

- (1) 截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別擁有104家、62家及58家季節性分銷商運營的線下門店。

於2023年、2024年及2025年，我們分別開設了59家、78家及21家常設分銷商運營的線下門店。這些數字與我們合作的線下分銷商變動情況基本一致。

於2023年、2024年及2025年，我們分別終止了27家、59家及62家分銷商運營的常設線下門店。據我們所知，在這些終止合作中，分別有一項、兩項及一項是由於相關分銷商在相應期間經營處於虧損的線下門店所致，而其他終止合作則主要是由我們為配合最終業務目標而主動提起。於往績記錄期間，分銷商運營的常設線下門店的終止數量增加，主要由於我們終止與未能符合我們業務戰略的分銷商的合作。該等分銷商運營的常設線下門店的銷量通常較低，且位於偏遠地區。

### 線下分銷協議

我們與分銷商運營的線下門店簽訂標準化框架分銷協議，該協議實質為購銷協議。根據購銷協議，我們主要與線下分銷商建立買賣關係，並在其收貨驗收時確認收入。於往績記錄期間，我們亦與若干分銷商訂立寄售安排。根據寄售協議，我們於產品售予消費者時確認收入。分銷協議的核心條款主要包括：

	買賣方關係	委託銷售安排
期限：.....	一般為一年期，並須每年續約。	
預付金額／押金：...	分銷商通常在簽訂合約時支付合約總價的15%作為預付金額，其中部分款項作為按金，其餘則為商品的預付款。	
指定分銷區域：.....	未經我們的書面同意，線上分銷商一般不得在其指定的分銷渠道之外銷售我們的產品。	
定價政策：.....	我們通常按產品零售價的折扣價向線上分銷商銷售產品，並向線上分銷商提供定價指引，當中載列各產品的建議零售價。線下分銷商在調整任何零售價前須獲得我們的書面確認。我們有權調整定價指引。	
付款與結算：.....	對於買賣合約，我們的分銷商通常須於發貨前支付預付貨款。銷售所得款項每半月結算一次。	對於委託銷售合約，我們的分銷商通常須支付預付貨款，銷售所得款項則每月結算，並於年度對賬時支付餘款。

## 業 務

	買賣方關係	委託銷售安排
產品交付：.....	分銷商負責安排將提取及運輸我們倉庫的貨品並承擔所有成本。	
風險轉移：.....	對於買賣合約，分銷商通常須在驗收後承擔產品損失或毀壞之風險。	對於委託銷售合約，在產品銷售予消費者之前，我們通常保留產品所有權。
退貨／換貨*：.....	線下分銷商通常獲授予在三個指定的退貨期限內某個銷售額比例的退換貨額度。填充羽絨的成人服飾的累計退貨率上限為自當前年度4月1日起計至翌年3月31日每個年度銷售週期所產生總銷售額的30%（先前於2023年為35%），其他產品的累計退貨率上限則為20%（先前於2023年為25%）。超出規定限制或期限的退貨要求將不予受理，且分銷商承擔任何退貨的相關運輸成本。其同時要求退換之產品必須保持原始包裝且完好無損。	我們僅允許向消費者銷售後就瑕疵品進行退貨或換貨。我們通常不會規定此類退貨的時間限制，而是根據具體情況審查請求。
店舖翻新與運營：....	任何店舖裝修或陳列物之使用均須事先經我們批准，且分銷商承擔所有成本。	
獎勵／返利：.....	分銷商有權根據其總銷售業績獲得年度返利；達成之銷售級別越高，所獲得之返利比例越高。返利將於返利年度結束後計算並結付，並可抵銷未結清結餘。	
終止：.....	協議將於屆滿時終或依相關協議規定之其他方式終止，其中包括分銷商業績不佳（於此情況下，我們可單方面終止協議）以及違反協議（於此情況下，非違約方可終止協議）等。	

據我們所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的所有線下分銷商均為獨立第三方，與我們並無僱傭、財務或家族關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本公司並無因重大違反分銷協議條款而終止與任何分銷商的合作。於同期及截至同日，本公司與分銷商並無任何重大爭議。

## 業 務

### 分銷商的選擇與管理

我們制定了明確的標準和政策來選擇和管理我們的分銷商。委聘分銷商時，我們考慮地理覆蓋範圍、經營規模、資質、客戶基礎及市場聲譽等因素。我們要求其有適當的倉儲設施，足夠的質量管理人員，充足的銷售渠道資源。我們的分銷商政策包括銷售表現、存貨水平、滯銷存貨管理、均衡的提貨執行以及促銷活動的協調。我們定期通過甄選程序和年度評審來評估其經營狀況。協議續簽取決於其資質、銷售及營銷能力、網絡、財務實力、客戶資源以及其與我們品牌契合度。

### 渠道壓貨風險管理

2023年、2024年及2025年，來自線上和線下分銷的收入分別佔我們收入的22.8%、19.0%及19.5%。我們通過以下措施努力將分銷商的渠道壓貨風險降至最低：(i)要求在產品交付前提供定金。此策略透過在特定期間內及時釋放庫存，降低庫存滯銷風險，從而減少我們的分銷商過度囤貨的動機，同時，該策略允許通過退貨調整產品組合，從而促進動態庫存優化，進而提高庫存中利潤率較高類別的比例；(ii)僅接受一定數量的產品退貨；及(iii)避免設定最低採購要求。該政策綜合而言鼓勵分銷商保持適當的庫存水平，同時防止庫存過剩，並支持均衡、穩健的分銷網絡。

### 反蠶食風險管理

我們已實施一套全面的措施來防止分銷商之間的蠶食，包括：(i)對我們所有的產品執行統一的定價政策，並向我們的分銷商提供建議零售價格作為指導。我們亦密切監督我們產品在不同渠道的定價，以確保符合這項政策；(ii)通過具體協議為每個線下分銷商分配具體的地理分銷區域；(iii)建立產品追蹤系統，為每個產品指定唯一代碼，增強其於整個生命週期的可追溯性；及(iv)提供退貨政策，允許分銷商退還未售出存貨的特定百分比，從而阻止他們以可能損害市場定價的大幅折扣清算產品。我們相信這些措施使我們能夠及時有效發現和解決任何跨渠道的重大蠶食問題。

### 銷售渠道之間的協作

我們通常採取整體性方法來管理運營並優化在不同銷售渠道中的資源投入。任何通過未經授權的渠道進行的銷售，或任何未經我們事先授權的跨渠道銷售，均將被視為渠道竄貨。為降低各銷售渠道間發生竄貨的風險，我們採取以下戰略性措施：

- 我們對電子商務平台和分銷商實施嚴格的監督，並確保與之保持持續溝通。我們亦通過RFID系統，在整個儲存、運輸和分銷過程中準確追蹤產品，確保在每個階段都能精確監控產品的流向。該系統可快速識別並解決如渠道囤積或未經授權的跨區域銷售等問題。

## 業 務

- 我們在所有銷售渠道中保持一致的定價方法，以確保價格統一。我們的產品定價策略受多種因素影響，包括我們的品牌定位、長期戰略目標、市場動態、現行市場價格、生產和運營成本以及我們的目標利潤率。我們亦考慮當前市場銷售趨勢、產品生命週期和季節性需求波動。所有不同渠道的業務合作夥伴必須嚴格遵守我們的建議零售價，任何促銷活動或折扣計劃都必須事先得到我們的批准。
- 我們採用了先進的庫存和訂單管理系統，以防止渠道庫存過剩或未經授權的銷售，從而避免造成市場竄貨。例如，我們的數字化庫存管理系統能夠實時跟蹤多個渠道的庫存水平和銷售情況，確保可及時了解最新信息和高效的庫存控制。
- 我們通過協議中明確規定的條款，為每位分銷商指定門店和／或銷售渠道。若任何分銷商違反此類條款，我們保留單方面終止協議並索賠違約金的權利。
- 我們的產品線設計為多功能，適合在所有銷售渠道進行分銷。我們提供根據價格、設計和功能進行差異化分類的產品，以滿足不同銷售渠道和目標消費群體的需求。我們於線上商店實施細分化店鋪策略，要求產品上市時具備精準的協調性。例如，我們經營專門針對不同消費群體的線上店鋪，包括女裝、男裝、戶外運動服飾及童裝店鋪。我們亦會根據消費者需求，不斷優化線上店鋪，提供保暖的羽絨外套或更時尚的外套。該矩陣式線上渠道模式使我們能有效應對各地區隨時間變化的差異化需求型態，從而滿足廣大消費群體的多樣化消費場景與偏好。在線下門店，我們則根據當地消費者的具體人口結構特性量身打造產品組合。例如，在北方地區，我們通常會分配更高比例的保暖羽絨服和較厚重的專業戶外服飾，同時保留一些較輕便的選擇；而在低線城市，我們則傾向於提供更高比例的價格實惠的日常專業戶外服飾，而非高性能產品系列（如城市輕戶外系列），以適應當地的消費模式和消費者需求。例如在滑雪勝地周邊門店，我們提供完整的滑雪系列產品，以有效滿足當地需求。
- 我們為線上與線下渠道設計了差異化的營銷主題。我們積極參與針對各渠道量身定制的推廣活動，以提升整體銷售效能。例如，線上營銷主要聚焦於單品折扣、滿額贈禮與折價券等活動，並透過社交媒體與直播渠道觸及全國消費者。我們的線上推廣活動能夠幫助我們吸引更多流量，並提升消費者對產品性價比的認知。反之，線下促銷則側重限時折扣與階梯式滿額優惠，以鼓勵多件購買，同時，線下門店更提供試穿服務與專業諮詢等體驗式權益，全面提升消費者體驗。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發現任何違反我們政策的跨區域或跨渠道銷售的重大實例，這表明了我們最大限度地減少不同銷售渠道或不同地理區域之間竄貨的方法有效。

---

## 業 務

---

### 定價

我們實施有效的定價策略。產品零售價基於多重因素確定，包括生產成本、市場同類產品價格、市況以及銷售策略。我們為銷售渠道採用統一定價體系為各系列提供建議零售價。頂尖戶外系列的建議零售價為人民幣999元至人民幣3,299元。我們運動戶外系列的主要產品建議零售價為人民幣599元至人民幣2,999元，城市輕戶外系列的主要產品建議零售價為人民幣699元至人民幣1,799元。我們有時會提供折扣優惠，並參與第三方電商平台及購物商場舉辦的促銷活動。電商平台及分銷商銷售方面，綜合考慮其採購產品數量、利潤率、市場產品價格、銷售渠道的營銷及推廣成本、指定銷售渠道以及其觸及消費者數量等因素，我們的產品通常按建議零售價的折扣出售產品。請參閱「—我們的銷售網絡」。

### 供應鏈管理

我們已將戰略性面料與材料採購同合約製造商進行整合，並建立了標準化的自主生產流程，將嚴格的質量控制與高效的資源管理相結合，以確保始終如一的產品標準。我們建立了集中的供應商管理體系，並實施了嚴格的甄選及評估流程。專責部門負責審核供應商資格，進行定期績效評估，並保持最新獲批的供應商名單。

### 原材料

#### 原材料採購

我們實施全面的原材料供應鏈管理體系，與符合我們嚴格質量及可靠性標準的全球及國內領先供應商合作。我們產品生產的主要原材料是羽絨及面料，其餘原材料包括塑料、膽料、鈕扣及拉鏈等輔助材料。於往績記錄期間，我們主要從中國採購原材料。我們專注於甄選能帶來高品質和性能的面料，以滿足專業戶外服飾的需求，同時符合各產品系列的定位。尤其是，我們的大部分服飾採用錦綸（聚酰胺纖維）面料，該面料以輕質和高耐用性著稱。有關詳情，請參閱「—研發—我們的研發重點」。我們使用輕質且高蓬鬆度的優質羽絨來最大化保溫性能。我們的高蓬鬆度、濁度且經滅菌處理的羽絨經過精心挑選，實現全球可追溯性，且獲得RDS認證，以確保符合道德與可持續的採購標準。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並未遇到因原材料短缺或原材料採購延遲而導致的業務中斷。

此外，為有效管理採購成本，我們與上游面料和羽絨供應商保持緊密聯繫。我們採購的某些原材料，例如鴨絨和鵝絨，本身容易受到價格波動的影響。為有效管理採購成本，我們主要採取以下措施：(i)使採購來源多元化；(ii)與關鍵上游供應商建立長期夥伴關係；及(iii)提前與某些供應商商定固定價格或價格區間，以確保以合理成本獲得穩定供應。

## 業 務

### 我們的原材料供應商管理

我們維持結構化的供應商分類系統，旨在優化供應鏈的韌性及運營效率。我們將供應商分為三類：(i) 戰略供應商，我們與之保持長期合作；(ii) 戰術供應商，其訂單量根據市場需求按季度調整；及(iii) 應急供應商，為應對市場波動而保留，用於緊急採購。

我們設有專門部門負責嚴格審查供應商資質，定期評估其表現，並相應更新批准的供應商名單。我們的供應商篩選流程融合了多種定量及定性因素，以確保符合我們的標準及業務目標。關鍵標準包括持有確保符合法律和監管標準的有效許可證、滿足保證一致性、安全性和有效性的綜合產品質量與性能指標，以及擁有經過驗證的可靠性、道德操守和過往合約按時履行的記錄。我們還會評估其生產設施狀況，確保生產環境在整潔安全、設備維護和運營可擴展性方面符合行業標準。我們亦評估供應商的倉儲管理能力，以確保有效的庫存控制、精心的產品處理和及時的訂單履行，從而最大限度地減少延誤或損壞的風險。

具體而言，我們已制定內部供應商質量衡量標準。我們要求供應商提交產品樣品，並根據我們的內部質量標準及相關行業標準進行嚴格測試，方可批准生產。內部標準涵蓋缺陷率閾值、耐用性及安全法規合規性等參數。我們要求供應商按季度滾動審查將次品率保持在2%以下，並滿足我們的準時交付目標。

我們的供應商管理部門持續審核及評估供應商名單，並運用包括產品質量評分、交付及時性及響應能力在內的績效指標。對於未能達到這些標準的供應商，我們可能會選擇終止合約。同時，我們在與關鍵供應商保持戰略夥伴關係的同時，持續評估新的供應商，以確保供應的連續性。這種持續評估使我們能夠優化質量、成本效益、創新和供應鏈穩定性，並專注於提升生產效率、庫存週轉率和樣品合格率等關鍵績效指標。

### 與原材料供應商合作研發

我們的研發策略將內部專業知識與供應商的戰略合作結合起來，推動材料進步。我們專業的內部團隊致力於原材料性能提升的基礎研究，專注於質量提升、性能突破及可持續解決方案。此外，我們亦與專業材料供應商進行深度合作，將我們的產品專長與其技術專長相結合，共同開發用於我們專業戶外服飾的材料。根據戰略合作關係，我們將為專業戶外服飾制定材料性能要求及技術路線，而我們的合作供應商將提供研發設備、設施及測試設備以進行材料研究。此外，我們的合作供應商必須提交測試報告，我們可能亦會根據我們的規格要求進一步優化材料。我們的合作供應商承擔所有研發成本，而我們僅負責專利到期前的知識產權註冊費用及相關年費。所有根據與供應商的戰略合作關係所產生的研發成果將由雙方共同擁有，未經另一方事先同意，任何一方均不得單方面使用該等知識產權。通過協同合作，我們能夠打造定制化的材料解決方案，滿足特定的產品需求，同時保持反應敏捷性，以應對不斷變化的市場需求。於往績記錄期間，我們與12家面料供應商合作，共同開發新的面料，以解決

---

## 業 務

---

專業戶外服飾的局限性。例如，我們的超細且高隻數輕羽面料通過戰略技術合作夥伴關係開發，使面料結合卓越的強度、耐用性及透氣性，以滿足性能及舒適度的最高標準。有關詳情，詳見「－研發－我們的研發重點－面料技術」。

### 與原材料供應商的合約條款

我們與主要原材料供應商簽訂了標準化框架協議。我們可能不時根據框架協議下達訂單。協議的主要條款主要包括：

- 期限：..... 一般為一年，但須每年續期。
- 質量：..... 原材料應符合本公司的質量標準或經批准的樣品規格。對於樣品的交付，交付的原材料必須與雙方共同簽字並留存的密封參考樣品相符。
- 檢查與驗收：..... 收到貨物後，我們將核驗數量及檢查任何可見缺陷。如在七天內報告任何質量問題，供應商必須在三天內解決。不合格的原材料須由供應商承擔費用立即更換，延遲交付將受到處罰。對於生產過程中發現的潛在缺陷，供應商應在收到通知後的三天內提供退款或更換等補救措施，並支付由此造成的延誤或監管影響的30%違約金。
- 付款條款：..... 款項通常按計劃時間表協定分期支付。
- 反腐敗：..... 各方應嚴格遵守反腐敗法律。供應商應及時舉報我們員工索取不正當利益的行為。
- 終止：..... 協議到期或以相關協議規定的其他方式終止。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並不知悉重大違反協議的情況。

### 產品開發與生產

我們的成功建立在雄厚的開發能力之上，通過迭代模式改進和功能性與防護特性整合，設計出高品質的專業戶外服飾。為配合此開發過程，我們還建立了優化的生產工作流程，使我們能夠在提供始終如一品質的戶外服飾產品的同時最大限度提高效率。我們專業戶外服飾的生產週期通常為約45天，涵蓋從訂購原材料至向我們交付產品。

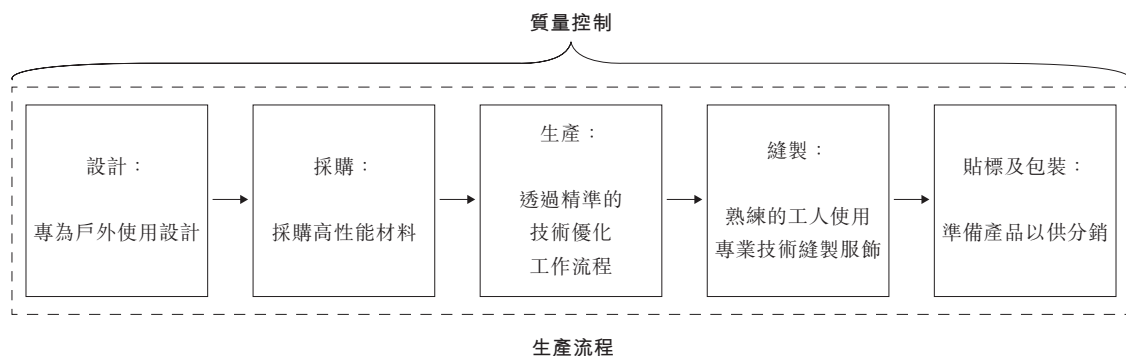
我們的產品開發方法論經過精心設計，以確保品質、成效且產品市場化。每個季度，我們都會制定與消費者偏好、市場機遇及品牌戰略相契合的產品發佈計劃。這一跨部門協作流程包括：管理層制定方向、設計引領創意、商品保障商業可視化、銷售

## 業 務

提供市場洞察、供應鏈確認生產可行性。通過這種協同合作，可推出廣受顧客青睞的季度系列成功產品，從而鞏固市場地位。

- **產品規劃**。初始階段包括確定市場定位、目標消費者和業務目標。設計師、採購員、營銷和生產之間的跨職能合作，使產品概念與我們的品牌和市場需求保持一致。同時，進行全面的市場研究和競爭分析，以明確流行趨勢和消費者喜好，從而促進符合審美和適銷對路的產品的探索。
- **產品開發**。我們的產品開發過程嚴格遵循國際及行業特定的質量控制標準，涵蓋面料質量、尺寸、版型、縫制和成品，以最大限度減少缺陷並確保產品可靠性。原材料和面料精心採購自合格供應商（具備適當認證），並經過全面測試與質量檢查，以符合我們嚴格的物料與面料標準，維持產品標準。
- **產品上市**。營銷與產品試銷階段涉及選定渠道的初步市場測試，以收集真實消費者反饋並評估早期市場反應。該洞察驅動我們的升級與迭代流程，整合消費者意見、銷售績效數據和技術進步，持續優化和改進產品。通過這種方式，我們確保產品始終保持競爭力，並緊跟不斷變化的市場需求。

在我們綜合產品開發階段完成後，我們完美過渡到生產階段，工藝精湛和精確執行讓我們的設計落地。該流程始於設計針對戶外使用的功能，然後採購防水及隔熱面料等高性能材料。下一階段是生產計劃，我們在此階段為每個特定的服飾單品確定最合適的技術，以提高工作流程效率。我們在整個生產過程中實施嚴格的質量控制措施，以確保所有產品符合行業標準。最後，包括貼標及包裝在內的精加工步驟使產品做好分銷準備。該系統化方法將創新、質量及效率相結合，以提供卓越的戶外服飾。



於往績記錄期間，我們採用合約製造商與自主生產相結合的混合生產模式。我們與精心挑選的合約製造商合作，他們根據我們詳細的規格和嚴格的質量標準完成我們的訂單。同時，我們運營兩個自建生產基地，用於生產若干產品，即青州生產設施及坦博爾科技園區。青州生產設施為輔助生產設施，負責處理緊急補貨需求；坦博爾科

## 業 務

技園區則聚焦生產新上市產品類別或系列，藉此建立系列專屬的產品品質標準及生產方法。該等內部標準屆時將推廣至第三方製造商，藉此提升效率及品質管控，強化合作，並支持穩定優質的供應鏈。

### 合約製造商

我們主要採用輕資產業務模式，與精心挑選的第三方合約製造商合作，這些生產商根據我們的設計和規格生產我們的產品。於往績記錄期間，本公司超過90.0%的產品是在此模式下製造的。這種方法使我們能夠將資源集中在產品設計、開發、營銷和品牌建設方面的核心競爭力上，同時保持運營靈活性。我們還能夠與合約製造商協商部分有利的定價條款，包括協商透明的定價結構、簽訂長期合約以穩定成本，以及通過大批量採購利用規模經濟效應。

為了降低與此業務模式相關的固有風險，我們與多家合格合約製造商保持戰略關係，實施全面的質量保證體系，建立明確的合約保障，並對合約製造商進行定期績效評估。這種多元化戰略，加上我們嚴格的供應商管理協議，有助於確保生產連續性和堅持產品質量標準，同時最大限度地減少對任何單一合約製造商的依賴。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團（包括我們的附屬公司、股東、董事、監事或高級管理層，或我們的任何聯繫人）與我們的各合約製造商及其最終實益擁有人之間概無任何過往或現存關係或交易（包括但不限於（除上文所披露的業務關係外）僱傭、家族、信託、融資、股權、資金流動或其他關係）。

### 與合約製造商的關係

我們基於一套全面的標準選擇合約製造商，包括勞動力規模、生產能力、倉儲條件及符合標準。我們的質量控制團隊定期進行現場檢查，並根據產品質量、交付準時性和對我們要求的遵守情況等關鍵指標評估其表現。未能滿足我們的要求或連續獲得不合格評價的合約製造商可能會被暫停合作或從我們的批准供應商名單中刪除，以確保我們在整個生產網絡中保持高質量標準。

我們的合作合約製造商遍佈中國東北部、北部、東部及西南部，各設有專門處理不同產品類別的設施。於2023年、2024年及2025年，我們分別與32家、72家及67家合約製造商展開合作。為支持多元化產品組合並維持持續的收入增長，我們已聘請的合作製造商數量增加。下表載列於所示年度合約製造商總數及其變動情況。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
於年初數目.....	31	32	73
新聘請合約製造商數目.....	13	49	31
終止合作合約製造商數目.....	12	9	37
於年末數目.....	32	72	67

## 業 務

我們與知名合約製造商建立長期穩定的合作關係。我們將大部分生產活動委託予我們維持長期合作的合約製造商，此策略方法使我們能獲得可靠的生產力，確保生產流程一致，從而提升整體產品品質管控。於2023年、2024年及2025年，我們於往績記錄期間各年度向五大合約製造商（統稱「主要合約製造商」）的總採購金額分別為人民幣66.8百萬元、人民幣122.4百萬元及人民幣105.7百萬元，分別佔同年合約製造成本之78.0%、50.5%及38.8%。我們的主要合約製造商均為中國成熟的私營企業，該等私營企業主要從事服飾製造及銷售以及一般設備生產。截至2025年12月31日，我們與主要合約製造商的合作時間平均長達七年。

隨著業務擴張，我們短期聘請了新合約製造商以補充產能。於2023年、2024年及2025年，我們分別聘請13家、49家及36家新合約製造商。這些新聘請合約製造商通常為中國的中型紡織服裝生產企業。該等合約製造商具備更強的生產彈性，能夠靈活調整產能以滿足季節性需求和緊急訂單。通過區域供應鏈集群實現成本效益的同時，他們始終高度關注高端戶外面料的品質與定制化需求。於2023年、2024年及2025年，我們分別終止了與12家、9家及37家合約製造商的合作，以契合我們的戰略發展需求。2025年，我們對現有合約製造商進行了全面評估與優化，依據具體標準進行考核，包括缺陷率低於5%、準時交貨率高於95%，以及具備緊急訂單的生產靈活性。我們決定終止與未達標合約製造商的合作，引入新合作夥伴，為精準執行未來生產計劃奠定堅實基礎。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司並無因合約製造商分配給我們的產能不足而出現任何業務中斷。

### 生產監督

我們在合約製造的整個生產過程中保持嚴格的監督。我們向他們提供詳細的產品規格、全面的技術文檔和樣品參考，以確保質量一致並符合我們的標準。我們的質量控制人員在關鍵生產階段進行系統性的現場檢查，包括面料裁剪、樣品驗證、生產啟動和最終質量評估。通過執行標準化的生產協議、嚴格的質量控制措施以及與合約製造商保持的持續溝通，我們確保產品質量的一致性，並在整個生產網絡中嚴格遵守生產標準。有關詳細信息，請參閱「質量控制－第三方生產監督」。

### 與合約製造商的合約條款

我們按訂單與合約製造商合作，為每個具體的生產項目簽訂獨立的標準化合約，以保持運營靈活性。標準化協議的主要條款主要包括：

合約製造：..... 我們按照採購訂單規定要求，委託合約製造商生產產品，主要包括戶外服飾等。所有生產所需的羽絨及拉鏈等原料，均由本公司提供。除非經過全面評估後徵得我們的書面同意，否則我們嚴禁全部或部分轉包合約。

---

## 業 務

---

- 質量控制：..... 合約製造商交付的產品應符合我們制定的質量標準以及適用的法律法規和國家及行業標準。如果產品有瑕疵，我們保留以下權利：(i)要求退貨或換貨；(ii)索賠；或(iii)要求合約製造商移除並歸還我們的品牌標誌，並按建議零售價購回相應產品。
- 交付：..... 原材料、製成品於運輸中的一切損壞或遺失風險，均由合約指定負責運輸一方承擔。
- 知識產權：..... 在所有情況下，所有物料、標籤、製成品和半成品的所有權均歸我們所有，明確禁止合約製造商保留其中任何部分。此外，提供予合約製造商的所有技術文件、生產過程和相關資料，包括所有相關的技術所有權和知識產權，均為我們的專屬財產。
- 機密：..... 嚴禁合約製造商披露、使用或允許第三方使用在執行本協議過程中獲得的任何保密信息。此類信息包括生產方法和未發佈的服飾設計。所有面料和材料必須在生產完成後歸還給我們。合約製造商不得保留我們專有設計的任何正本、副本或複製品。
- 責任：..... 合約製造商須承擔因不符合我們的標準而造成瑕疵的所有開支，包括返工費和運費。返工必須在檢查後兩天內完成。如果進行返工，我們可能從貨款中扣除費用。適用於生產後一年保修，涵蓋所有與瑕疵相關的責任，包括聲譽損害。
- 支付期：..... 我們將於每月交付驗收時支付生產費用的60%，餘額則於協議完成後30天內支付。
- 終止：..... 協議將於其到期時或以相關協議中規定的其他方式終止。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並不知悉重大違反協議的情況，我們亦無經歷合約製造商重大延遲交付訂單的情況。

## 業 務

### 自主生產

#### 我們的生產設施

截至最後實際可行日期，我們在山東省青州運營兩個生產設施。坦博爾智慧科技園生產設施配備了先進的自動化設備，包括自動羽絨充填機、自動模板機及吊掛系統。憑藉我們在管理自有生產設施方面積累的經驗，我們針對不同產品類別制定了生產工藝和品控方案。隨後，我們將這些質量控制標準應用於我們的合約製造商，從而在我們的合約製造合作夥伴中實現了產品質量的提升、效率和成本效益的提高。

下表載列我們的生產設施於往績記錄期間的設計產能、實際產量及利用率詳情：

生產設施	生產線	設計產能 <sup>(1)</sup> (件)	產量 (件)	利用率 <sup>(2)</sup> (%)
<b>截至2023年12月31日止年度</b>				
青州設施.....	3	67,590	62,058	91.8
<b>截至2024年12月31日止年度</b>				
青州設施.....	3	72,870	67,733	93.0
<b>截至2025年12月31日止年度</b>				
坦博爾智慧科技園 <sup>(3)</sup> .....	2	56,454	55,982	99.2%
青州設施.....	3	119,915	113,240	94.4%

附註：

- (1) 設計產能根據每小時產能和工作時數計算。我們的設計產能主要取決於不同產品所需的預計生產時間，而時間受該等產品技術及類別的影響。於往績記錄期間，我們青州設施的設計產能出現波動，主要由於產品複雜度的變化。
- (2) 利用率的計算方式為特定年度的產量除以同年的產能。
- (3) 我們的坦博爾智慧科技園於2025年7月開始生產。

#### 我們的生產擴張計劃

我們採取均衡的產能擴張策略，隨着業務的穩定增長，穩步發展自營基地。我們不在進行大規模投資新產線，而是側重於通過與可靠、高質量的合約製造商合作來優化運營。我們認為，目前使內部生產測試及合約製造商生產保持平衡，在靈活性與質量控制方面實現最優化。展望未來，儘管我們可能在理想市場狀況情況下實施有節制、有秩序的產能擴張，但我們目前預計不會大幅增加與生產相關的資本支出。

## 業 務

### 品牌化及營銷

我們通過打造以品質與創新為核心的強大品牌形象，強化我們的品牌理念。我們的營銷舉措包括全面的線上線下推廣活動、與戶外社群的戰略合作、邀請名人及KOL參與、以及與專業運動隊合作。

#### 我們的品牌理念

根植於「有愛有溫暖」的品牌精神，這份執著印證了我們對始終如一品質和匠心精神的承諾。為確保品質並打造品牌，我們與北京服裝學院聯合成立「極寒科技實驗室」，對材料與產品進行測試。位於山東青州總部的主品牌體驗中心設有旗艦博物館，展示我們在功能性材料、工藝與設計領域的歷史積澱與專業實力。我們秉持關愛社區與個體的理念。我們攜手億角鯨海洋研究中心推出極地探索主題，推動北極研究，彰顯創新精神與社會責任。2024年，我們與聯合國兒童基金會合作開展中國「優質全納教育」項目，為弱勢兒童提供安全公平的教育，彰顯我們對社區福祉的承諾。

#### 線上營銷舉措

我們廣泛的線上營銷活動是整體營銷和品牌戰略的關鍵部分，使我們能夠通過社交媒體與消費者互動並強化品牌認知。我們利用抖音等流行媒體平台，創作引人入勝的內容，突出我們的產品並吸引戶外愛好者。通過製作定制內容，並與MCN機構及KOL緊密合作，我們已有效建立了一個互動社群並擴大品牌影響力。截至最後實際可行日期，我們的坦博爾相關視頻在抖音上的播放量已超過20億次，且在某社交媒體上的品牌討論量已超過25萬次，這反映了我們強大的線上影響力和知名度。除我們在該媒體平台的營銷工作外，我們還積極利用直播來擴大消費者群體，並通過吸引人的視覺體驗來展示我們的產品。

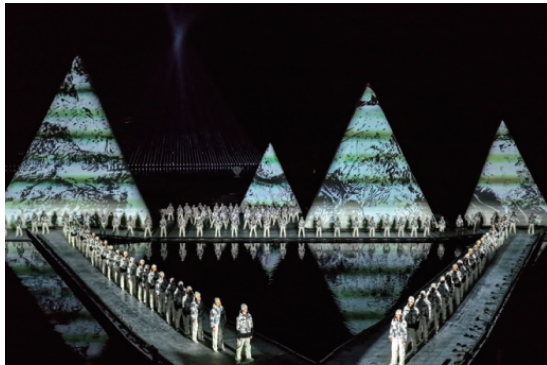
#### 線下營銷活動與賽事

於往績記錄期間，我們在中國主要城市組織了一系列線下營銷活動，這些活動是提升品牌知名度與促進銷售增長的關鍵驅動因素。通過戰略性的活動設計，我們打造了沉浸式消費者體驗，強化了品牌忠誠度，並在每場活動後實現了顯著的銷售轉化。2024年，我們通過抖音平台參與共建了「中國好羽絨」活動，展示了我們產品的品質、功能性和先進設計，這顯著提升了品牌知名度和影響力。在2024年以「與自然為友」為主題的25週年品牌慶典活動上，我們在總部組織了一場令人耳目一新的時尚光影秀，旨在頌揚戶外生活的精湛工藝與設計理念。2025年9月，坦博爾「雪舞山巔」戶外冰雪大秀在杭州西湖隆重發佈，成為展示品牌超過二十載匠心傳承的重要里程碑。尤其是，在賽事舉辦後的10天內，我們與「坦博爾」品牌相關的搜索量顯著上升，微信搜索量較前一日增長超過四倍，百度搜索量較前一日增長超過23倍。

我們亦通過與精選場地合作來加強營銷力度，這些場地坐落於優質消費者頻繁光顧的高人流量戶外目的地（特別是滑雪場）。於往績記錄期間，我們將滑雪場贊助聚焦於中國目標消費者高度集中的主要冬季運動勝地，涵蓋河北省及新疆的五個大型滑雪場。此類合作通常於整個滑雪季節按雪季進行，特點是在核心接觸點（如纜車及顯眼的

## 業 務

山腰廣告牌) 進行長期且高曝光度的品牌展示。這些活動使我們能夠在相關消費場景中保持持續曝光，並擴大我們在冬季運動及冬季戶外服飾消費者中的觸及範圍。此外，於2025年雪季開始時，我們在河北省及新疆多個主要合作滑雪場舉辦了現場新品發佈活動，向滑雪愛好者展示我們的最新產品，並加強我們在主要冬季運動目的地的品牌影響力。在此期間，我們的銷售表現實現顯著增長，2025年合作滑雪場所在地區的銷售額相較於2024年錄得大幅增長。總括而言，我們的「雪舞山巔」展示活動，以及與滑雪場合作舉辦的現場新品發佈活動，均有助提升我們的新品銷售，並鞏固我們作為專業戶外服裝品牌的地位。我們贊助專業體育賽事及社區活動，同時整合行業意見領袖的內容，以提升戶外服裝領域的專業實力與品牌公信力。此外，我們與當地文化建立緊密聯繫。於2025年9月，我們已與中國阿爾泰地區體育及旅遊服務的主要營運商新疆阿爾泰山冰雪旅遊有限責任公司推出聯名合作，以加深消費者與我們滑雪系列的互動。



杭州西湖「雪舞山巔」冰雪趨勢發佈大秀



坦博爾logo於阿勒泰滑雪場亮相

### 明星代言及KOL營銷

我們與具備正面形象且同樣熱愛戶外活動的戶外運動明星及具影響力的KOL簽署代言協議，提升了我們品牌的能見度。

我們的明星代言領域的專業能力在明星矩陣中得以充分體現。於2025年9月，我們宣佈邀請中國著名演員鐘楚曦女士擔任品牌代言人。鐘楚曦女士以充滿活力、積極健康的生活方式廣受大眾喜愛。此次戰略合作有效拓展了品牌受眾範圍，不僅深化了與現有消費者的互動，更吸引了其廣大粉絲群體的關注，尤其顯著提升了品牌在年輕消費群體中的影響力。通過依托我們在明星代言方面的持續付出，我們成功實現品牌影響力大幅增長，在微博平台實現粉絲互動量超逾20倍增長。這些高端代言不僅擴大了我們品牌的傳播範圍，更提升了我們在戶外及活力生活方式社群中的信譽度。



我們的品牌大使鐘楚曦女士

## 業 務

通過精準內容投放與數據洞察驅動，我們強化了與受眾的聯結並構建了長期品牌忠誠度。2025年，我們主動及選擇性合作共計322位KOL開展產品推薦與直播推廣，以激發消費者興趣並擴大品牌知名度。我們精心挑選KOL合作夥伴，注重其專業知識、影響力以及與我們品牌價值觀的契合度。透過利用其營銷洞察及創意內容，我們可以觸及更廣大的受眾，並與目標消費者建立更深層的聯繫。我們與兩類主要的KOL開展合作，即戶外運動達人與直播帶貨主播。為強化品牌的專業定位，我們與具備可靠戶外專長的戶外運動達人合作，例如專業運動員和經驗豐富的戶外愛好者（如李天樂—曾擔任國際大學生體育聯合會世界大學生冬季運動會中國國家隊隊長，以及非洲大格格—戶外愛好者、多家滑雪品牌的贊助運動員）。他們在嚴苛環境中使用我們的專業戶外服裝，充分證明了產品的性能與可靠性。為推動主流電商平台的銷售轉化，我們與富有創意的生活方式及直播帶貨主播合作（如孫怡靜cristine—時尚造型師及產品測評博主，以及柴碧雲—中國女演員、同時也成為受歡迎的直播購物主播），他們具備出色的表達能力和消費者號召力。這種雙軌策略使我們既能建立專業的品牌信譽，又能激發消費者的購買意願。根據與KOL的標準合作協議，其主要負責透過直播、短視頻或社交媒體貼文等方式進行營銷活動，推廣我們的品牌及產品。KOL必須向我們提交所有視頻製作所需的材料及要求以供審核。只有在我們批准最終劇本後，拍攝才能開始。在任何線上發佈前，我們保留對已完成的視頻素材及宣傳內容的審核權。針對戶外運動達人，其費用通常是固定的，並在合約簽訂後，以及在其完成的影像素材或促銷貼文經審核通過後，按里程碑分期支付，且該費用可能根據達人實際的互動率指標進行調整。針對直播帶貨主播，其費用結構通常為固定金額的推廣服務費，或按所產生銷售額的某個百分比計算。於2023年、2024年及2025年，我們向KOL支付的費用及佣金分別為人民幣20.4百萬元、人民幣21.2百萬元及人民幣82.9百萬元。

我們的KOL真實影響力和高質量的定向內容對我們品牌曝光拓展起到關鍵作用。該合作促使某社交媒體上2024年的關鍵詞搜索量較2023年翻倍增長，反映出消費者對我們品牌的持續關注。為盡量提高營銷效果，我們根據各平台特性甄選KOL，確保策略與平台特定消費者緊密契合。為確保遵守所有適用的中國法律法規，我們與明星及KOL的協議中包含相關條款，要求其提供準確且不具誤導性的產品資料。此外，我們(i)在合作前評估KOL的聲譽，(ii)向其提供產品推廣指引，以及(iii)定期抽查其直播內容。其亦需維護我們的品牌形象，在合約期間及合約期後均不得發表任何關於我們品牌或產品的負面或誹謗言論。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間，我們並無因違反相關網絡廣告法律法規而受到監管機構的任何重大罰款或其他重大行政處罰。

### 與職業運動隊的合作

我們與專業運動隊的合作建立在互信共贏的基礎上。2024年，我們與奧地利單板滑雪國家隊和中國國家北歐兩項隊合作，為他們提供比賽服和訓練服。兩支隊伍均參加了2026年冬奧會並取得可靠成績，進一步提升了我們的品牌知名度。此外，我們已與中國自由式雙板U型場地技巧國家隊運動員、亞冬會冠軍、世界冠軍李方慧達成合作，她作為我們的贊助運動員，進一步鞏固了我們在冬季運動領域的影響力。這讓我們能夠在嚴苛的條件下嚴格測試我們的專業戶外服飾，並確保我們的產品在性能及舒適度上達到始終如一品質的標準。

## 業 務

### 庫存管理和物流

#### 庫存管理

我們的庫存主要包括原材料及成品。我們的庫存控制系統依賴於實時銷售數據、季節預測和歷史趨勢，為採購計劃和庫存分配提供指引。我們將歷史銷售業績與市場趨勢和成本分析相結合，生成準確的需求預測，實現差異化的庫存規劃和適應市場波動的動態生產計劃，從而優化產能利用率，同時防止生產過剩和庫存積壓。此外，我們部署庫存清倉計劃，通過有針對性的促銷、戰略性渠道再分配和清倉渠道的動態價格調整，加快季節性產品的週轉率。我們的RFID系統可進行庫存跟蹤，加強了跨部門協作，以最大限度地提高供應鏈管理效率。我們要求分銷商及時報告庫存變動情況，並進行定期及特別庫存檢查，以監察及管理其庫存水平。這種庫存管理方法確保了運營效率，並降低了過時和庫存撇減的風險。

於整個往績記錄期間，我們賬齡在一年或以上的存貨維持在相對較低的水平。為清理該等存貨，我們採取分層折扣政策，根據該政策，對持有較長期間的存貨提供更高的價格折扣。

#### 庫存構建策略

我們從第一季度開始構建庫存，主要基於以下考慮：

- **生產規劃。**我們通常在每年年底制定下一年度的逐月生產和銷售計劃，並嚴格按照該計劃構建庫存。我們根據歷史銷售數據、消費者購買模式和市場趨勢來制定生產計劃。憑藉在專業戶外服裝行業多年的經驗，我們建立了一種數據驅動的銷售規劃方法。每年，我們都會審查所有產品系列的銷售表現，包括銷量趨勢、銷售渠道組合、季節性模式、地區特點以及客戶回饋。基於該等發現，並結合市場展望，我們制定下一年度的月度生產計劃，涵蓋原材料採購和合約製造商的生產安排。於整個年度，我們持續跟蹤生產進度和庫存水準，確保其與生產計劃保持一致，並根據市場需求的變化即時進行調整。這種提前規劃和早期生產的做法在業內被廣泛採用。
- **產品品質與成本管理。**我們從每年第一季度開始構建庫存，旨在向消費者提供卓越產品，同時保持有效的成本控制。根據多年積累的經驗和數據，第一季度的羽絨品質通常最高，因為在此期間收穫的羽絨絨朵大、柔軟且輕便，展現出優越的蓬鬆度和清潔度。此外，第一季度傳統上是合約製造商的生產淡季，這意味著生產排期更具規劃性，產品品質也更有保障。通過將採購週期與季節性規律同步，我們得以實現產品品質與成本效益的雙重優化。
- **全年產品需求。**我們產品的需求持續強勁。通過在第一季度開始構建庫存，我們能夠建立足夠的安全庫存，以快速響應最早在年初就出現的持續補貨訂單以及其他不可預測的需求增長。在此期間，我們優先生產那些需

## 業 務

求穩定、歷史銷售強勁且設計經過驗證的最暢銷產品。此外，春／夏季產品也需要在此期間進行提前採購和生產，以確保穩定供應。

### 倉儲

我們的綜合倉儲系統按「軸輻式」模式運作，設有一個中央配送倉庫，以區域配送倉庫為輔。我們在山東、江蘇、天津、河南及四川運營自建和租賃的倉儲設施，以有效管理我們的供應鏈和分銷網絡。我們的倉庫是物流系統的中心樞紐，主要負責存儲合約製造商生產的成品，並將產品分銷到各種銷售渠道。通過這些倉庫，我們可以協調向零售網點、分銷商、電子商務平台發貨，並直接向消費者發送某些線上訂單的發貨。截至最後實際可行日期，我們在山東省青州總部擁有四個自建倉庫及在中國擁有五個租賃倉庫。

我們制定了全面的採購和庫存管理政策和程序，體現了對供應鏈的積極和系統化的監督方法。通常，我們根據歷史銷售數據、當前市場需求和未來銷售預測，維持最少的原材料庫存。我們的集成IT平台可在所有銷售渠道中實現集中的庫存管理。這些系統使我們能夠持續跟蹤庫存水平、生成詳細的庫存報告，並在保持運營效率的同時確保產品供應的穩定性。於往績記錄期間，本公司並無遇到任何重大存貨短缺，亦無遇到大量原材料過時。

### 物流

我們的智能物流系統是數字化技術融合形成的物流生態系統。該系統不僅可以精確匹配供需，降低閒置率，提高負載系數，還可以通過自動分揀和輸送等技術提高運營效率。其確保庫存和訂單的準確性，實現高發貨準確率、高訂單處理速度、低倉儲成本及短交貨時間。

我們利用第三方物流供應商交付產品。我們與這些供應商的合作使我們能夠在開發和管理內部物流隊伍方面保持較低的資本支出。我們會基於監管合規記錄及認證、經過證實的的運營能力、運營規模（擁有網絡覆蓋範圍）、財務健康狀況、數字基礎設施及具競爭力定價來選擇物流合作夥伴。通常，我們會與這些供應商簽訂長期協議，由標準化的物流合約規管。物流供應商承擔與產品交付相關的風險，包括對運輸過程中發生的損壞承擔責任，並需要承保適當的保險。我們根據物流合作夥伴的配送表現、運輸能力和整體服務質量對其進行評估。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本公司並無因物流供應商延誤或處理不當而導致產品交付出現任何重大中斷或重大損失。

### 信息技術

信息技術系統在保持競爭力和確保業務效率方面發揮着關鍵作用。我們實施了一個全面的IT系統，涵蓋了我們運營的所有重要方面，例如通過第三方平台和物流進行的產品銷售、採購與生產、會員管理、財務報告及電子商務活動。

## 業 務

我們信息技術系統的基本組成部分概述如下：

- **全面業務管理**。我們的業務中台整合了生產、採購、分銷、零售、庫存、多渠道倉儲、財務結算及成本管控等核心模塊。BI系統通過數據採集、清洗、分析與可視化處理，為門店運營、管理及消費者需求提供深度洞察。
- **產品管理**。我們的產品生命週期管理（「**PLM**」）系統優化了從規劃、原型設計到最終確認的整個產品開發流程，通過關鍵數據（樣品、**BOM**、規格書）的數字化知識庫實現實時追蹤與高效技術轉移。我們的RFID系統提供端到端數字化管理，涵蓋標籤管理、生命週期控制、包裝、運輸、防偽及門店庫存，實現全流程可追溯、精準核查與供應鏈透明化。2026年我們推出集成式數字供應鏈協作系統（**SCM**），通過平衡品質、成本與交付週期，持續創造競爭優勢。
- **訂單與物流管理**。我們的訂單管理系統（「**OMS**」）集中處理線上訂單的分配、庫存同步、處理、售後及數據流程轉至業務平台，實現端到端管控。倉庫管理與存儲系統（「**WMS**」）優化倉庫運營流程（入庫、檢驗、貨位管理、揀貨、出庫、循環盤點）。庫存管理系統負責門店補貨、調撥、再分配、庫存平衡及整合，為運輸管理系統（「**TMS**」）提供分銷、物流、運費核對，構建「訂單－倉儲－配送」一體化閉環。
- **客戶關係管理**。我們的社交客戶關係管理（「**SCRM**」）系統通過整合客戶檔案、忠誠度指標及多渠道零售交易數據，實現統一的會員管理和數據驅動的門店運營，從而提供可操作的洞察。

### 數據隱私和安全

我們在信息技術系統的風險管理方面投入了大量精力，因為我們將消費者的隱私作為首要任務。在日常業務過程中，我們在取得消費者事先同意的情況下，在銷售及交付產品以及提供服務所需的範圍內收集消費者的個人資料。具體而言，就線上營運而言，我們透過營運的微信小程序及在國內第三方電商平台開設的店鋪收集消費者的個人資料（主要包括姓名、手機號碼、生日、性別、訂單信息及物流信息。其中，透過電商平台店鋪收集的消費者信息主要包括訂單信息及物流信息）。就線下營運而言，我們透過實體店銷售產品。對於經店內銷售人員引導註冊為微信小程序會員的消費者，我們收集的個人資料類型與上述線上收集的資料類型一致。對於僅在實體店購買而未註冊為會員的消費者，我們不收集其個人資料。在中國業務營運期間收集的上述消費者數據儲存於中國境內。儘管我們擁有超過一百萬名用戶的個人資料，但根據對中國網絡安全審查、認證與市場監管大數據中心（「**CCRC**」）的查詢，「國外上市」的範圍不包括在香港上市。因此，我們毋須就上市向網絡安全審查辦公室申請網絡安全審查。截至最後實際可行日期，我們尚未收到任何政府部門要求我們申請網絡安全審查的通知，亦未收到任何關於因我們的數據處理活動影響或可能影響國家安全而需要進行網絡安全審查的通知。

## 業 務

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，在進行國際貿易過程中，我們可能會傳輸擔任聯繫人的有限數量員工的個人資料（主要包括姓名及電子郵件地址），以與海外合作夥伴溝通。我們亦透過海外第三方電商平台查看消費者的物流信息（主要包括買家姓名、地址信息（僅限於地區／州／城市及郵政編碼））及訂單信息。透過海外第三方電商平台查看的上述數據儲存於該等平台。此外，我們在中國境內存儲商品信息，以便安排將貨物運往海外電商平台的集中倉庫，此過程不涉及在中國境內存儲消費者的個人信息。

此外，在向第三方提供數據方面，為了履行訂單交付義務，我們會向物流公司提供訂單涉及的收貨信息；為了提供會員服務，我們會向線下分銷商門店的導購人員提供通過其註冊會員的會員信息，以便其向會員提供服務。在我們的業務過程中，我們為消費者提供產品瀏覽、下單、訂單狀態管理、配送、售後服務和會員管理。這些服務主要由我們的微信小程序、OMS系統及TMS系統支持，用於展示產品、服務和數據處理。

針對具體機制，我們對數據的存取實施嚴格管控，以確保私隱保護。我們還對數據存儲和處理實施全面的審批和操作程序，作為我們的綜合數據保護計劃的一部分。業務運營所依據的數據安全內部協議規定了詳細而嚴格的要求，包括機密信息的使用、披露和傳輸。我們在日常營運中實行以下措施：

- 我們已成立網絡安全領導團隊、數據安全領導團隊及個人信息保護領導團隊，負責對網絡安全以及數據安全及個人信息保護事務進行整體監督。
- 我們已建立全面的內部數據安全及保護協議，涵蓋資料安全管理系統、安全管理組織、人員安全管理、系統運作及維護、信息安全事件應急計劃、數據分類分級制度等。
- 我們已實施詳細的個人資料及隱私保護措施，包括通知消費者並獲得其對收集及使用其個人資料的同意。
- 我們已採取一系列技術措施，例如數據加密、數據備份、訪問控制及防火牆保護，以防止危害網絡資料安全的有害行為。我們亦根據數據使用範圍分類數據使用權限。
- 我們為所有人員提供信息安全培訓，包括安全意識培訓、技術培訓及管理培訓。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，鑒於：(i)我們在中國並未發生過較大或重大網絡安全事件，並未遭遇重大資料洩露或數據丟失的情況，以及(ii)我們在中國不存在網絡安全、數據安全、個人信息保護（包括跨境數據傳輸）領域的行政處罰，或因引發爭議糾紛而被提起的相關領域仲裁／訴訟事件，因此，我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，未發現公司在重大方面違反網絡安

---

## 業 務

---

全、數據安全及個人信息保護（包括跨境數據傳輸）相關中國法律法規的規定，即未發現公司存在網絡安全、數據安全以及個人信息保護（包括跨境數據傳輸）方面因違反有關中國法律、法規規定而導致業務無法持續開展且無法整改的根本性問題。我們會密切監察監管的進一步發展，並及時採取適當措施。

### 質量控制

我們業務的核心是對質量的堅定承諾。我們認識到，保持始終如一的質量對於我們的成功和消費者的滿意度至關重要。為了履行這一承諾，我們實施了一個貫穿產品整個生命週期的閉環質量管理體系，涵蓋產品研發與設計、供應鏈及原材料檢驗、生產過程監控、成品測試以及售後質量追蹤。通過嚴格的標準，我們確保產品始終符合消費者需求。每個產品都嵌入了RFID標籤，以實現全鏈條質量追溯和責任追溯。雖然我們的大部分製造都外包給第三方合約製造商，但我們通過成熟和全面的質量管理框架保持全面監督。通過在這些步驟中實施嚴格的質量控制措施，我們不僅保護和提升品牌的聲譽，還確保在所有銷售渠道中保持一致的產品標準。

截至2025年12月31日，我們成立了一個由98名僱員組成的專業質量控制和保證團隊。憑藉其豐富的經驗和專業知識，該團隊監督整個產品開發和生產過程，確保嚴格控制各個階段的質量，包括產品設計、研發、採購、生產和售後服務。我們標準化的質量控制和測試中心以高標準運作。參與起草《戶外運動服裝衝鋒衣導則》、《羽絨服裝導則》、《消費品服裝質量分級導則》等多項國家和行業標準。該中心已制定多項內控標準和檢測方法，具備對各類服裝原材料、半成品及成品進行全面檢驗的能力。配備先進的檢測儀器和設備50余台，開展羽絨成分分析、色牢度測試、物理性能測試、有害化學物質檢測等100多項檢測項目。

得益於嚴格的質量控制措施，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本公司並未收到消費者任何重大產品退貨要求，亦未遇到任何重大產品召回或缺陷問題、重大消費者投訴或因產品質量問題而受到政府當局的重大處罰。

### 產品設計和開發

在設計和開發階段，我們制定嚴格的質量規範，優先考慮產品性能和精緻的美感。我們為綠色產品設計評價實施技術規範，詳細說明材料選用、生態設計、功能性能和視覺吸引力的精確標準，為質量控制建立了一個連貫的框架。作為我們合約製造商的關鍵標準，確保每款產品不僅提供功能性防護，更兼具時尚風格。

為實現這些目標，我們在整個開發過程中對原材料、原型樣品及產品試樣進行全面測試。這種全面的驗證流程可在早期發現並解決任何潛在的性能或美觀問題，確保最終產品在全面量產之前既具備卓越功能，又擁有經過打磨的外觀。

## 業 務

### 第三方生產監督

雖然我們部分依靠合約製造商進行生產，但我們仍對其生產設施實施嚴格監督並執行嚴苛的質量控制規範，以確保符合我們的質量標準。這些規範包括：(i)生產前材料檢查。我們已建立內部材料檢測控制標準（遠高於國家行業標準）和測試方法。所有面料和原材料在生產開始前都經過檢查，以確保它們符合我們的規格並無缺陷；(ii)過程中的質量檢查。質量管控人員全程監控生產過程，採用詳盡的標準操作規程(SOP)及針對各工序與產品類別的精準工藝參數卡。先進自動化設備，如自動羽絨填充機、模板成型機和按扣裝配機，有效降低人為失誤並確保參數穩定性。關鍵工序配備10餘項實時指標的CPK監控系統，實現即時參數調整，將波動幅度控制在 $\pm 1\%$ 以內，缺陷率維持在3%以下，最大限度降低成品風險；及(iii)最終產品檢驗。在合約製造商發貨之前，我們通常會進行徹底的檢查，以驗證它們是否符合我們的規格，包括檢查外觀、功能、耐用性和包裝。

我們與合約製造商緊密合作，確保他們理解並遵守我們的質量要求。為了保持一致性，我們的質量控制團隊定期進行工廠審核，以評估其是否符合我們的標準、評估其生產能力，並確保他們的運營流程符合我們的期望。我們會保留全面的檢查記錄、測試結果和糾正措施，以確保可追溯性和持續改進。

### 物流、倉儲和零售檢查

我們的質量控制不僅限於生產階段，還延伸至物流與零售環節，以確保整個供應鏈中產品標準。抵達我們的倉庫後，每批貨物都要經過徹底的檢查，以確認其在轉運過程中未受損。此外，我們還在倉庫和零售場所執行定期質量審核，以確保產品在存儲、處理和展示過程中始終處於最佳條件，從而維持其完整性。

關鍵做法包括對包裝和儲存環境進行密切監控，以防止損壞或變質，以及對庫存進行隨機抽樣和檢查。這些前瞻性措施可幫助我們檢測和解決任何可能較早遺漏的缺陷，確保產品在整個生命週期內始終如一，直到產品交付予消費者。

### 消費者反饋和售後服務

我們非常重視解決消費者的質量問題和反饋。我們的全國消費者服務熱線明確展示出產品標籤和我們的官方網站，確保我們聆聽消費者反饋。當消費者報告質量問題時，我們在24小時內作出回應，並指派專人跟進，在48小時內提供解決方案。同時，我們及時將消費者反饋傳達給我們的研發和生產團隊，將其作為推動產品改進和提高質量的重要投入。通過將消費者反饋融入我們的質量控制體系，我們不斷完善我們的流程並提高我們的產品的整體質量。

### 產品退貨和召回

我們已依據中國適用的法律法規，以及相關電商與社交商務平台規則，實施了完善的產品退換貨及召回政策。對於通過我們的線上門店銷售的產品，我們通常允許消費者根據相關法律法規，在收貨後的7天內，對符合二次銷售條件的產品辦理退換。除

## 業 務

產品缺陷外，我們通常不允許在七天期限後退換產品。對於通過線下自營門店銷售的商品，我們通常允許因產品存在缺陷退貨。針對銷售予線上分銷商的产品，彼等僅可將消費者退回的產品退還給我們。消費者在遇到產品瑕疵、價格調整或其他雙方協定的原因時，可退回產品，而我們會根據具體情況逐一評估該等退貨。線下分銷商通常享有佔其採購金額一定比例之退換貨額度，每季與我們進行結算核對。此差異化策略針對線上與線下分銷商的營運限制制定的退貨政策，既能遏止線上渠道的潛在濫用行為，同時允許線下渠道進行受控退貨以優化本地庫存，從而維持整體供應鏈效率。我們對線上銷售渠道維持嚴格的产品退貨政策。我們向電商平台及線上分銷商的銷售主要採用寄售模式。在此模式下，我們於終端消費者確認收貨後確認收入。隨後，消費者若遇到產品瑕疵、價格調整或其他雙方同意的原因，可能會退回產品，而我們會根據具體情況評估此類退貨。有關詳情，請參閱「我們的銷售網絡—線上渠道—向電商平台銷售」及「線上分銷商」。於2023年、2024年及2025年，我們來自電商平台的产品退回金額分別為人民幣1.1百萬元、人民幣2.3百萬元及人民幣5.7百萬元。於2023年、2024年及2025年，我們來自線上分銷商的产品退貨金額分別為零、人民幣0.01百萬元及人民幣0.8百萬元。

我們為線下分銷商設立的退貨機制，旨在作為一項庫存管理機制，以支持分銷商的可持續發展。由於我們業務的季節性特性，我們的分銷商通常會在銷售旺季前備貨，以確保產品供應及及時覆蓋市場。我們允許分銷商在三個指定退貨期內退回未售出的庫存，使滯銷庫存得以轉換回流動資金，從而幫助分銷商維持健康的營運資金，並重新投資於暢銷產品。填充羽絨的成人服飾的累計退貨率上限為自當前年度4月1日起計至翌年3月31日每個年度銷售週期所產生總銷售額的30%（先前於2023年為35%），其他產品的累計退貨率上限則為20%（先前於2023年為25%）。在運作上，退貨期的設計有助於我們及時將退回的商品重新分配至其他銷售渠道及淡季計劃。退回的產品不會被保留為滯銷庫存；它們會被重新分配至需求狀況更佳、更合適的銷售渠道。具體而言，最終退貨期為每年第一季度的最後一個月，截止於第一季度最後一天結束時。這使我們能夠整合退回的庫存，並將其部署於淡季銷售、清倉計劃或其他合適渠道，而非讓庫存滯留在分銷商層面。我們來自線下分銷商的产品退回金額於2023年、2024年及2025年分別為人民幣105.0百萬元、人民幣100.9百萬元及人民幣147.3百萬元。此等產品退貨金額同期分別佔線下分銷商總銷售額的31.0%、29.1%及26.9%，該等佔比按產品退貨金額除以線下分銷商所產生的收入與該等產品退貨金額之和計算得出。上述產品退貨率根據我們於往績記錄期間每年與線下分銷商預先協定的安排作出，主要與庫存調整有關，而非產品品質問題或終端消費者退貨。於往績記錄期間，線下分銷商的退貨率維持低於當時生效的上限。

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的退款負債分別為人民幣8.8百萬元、人民幣13.1百萬元及人民幣34.0百萬元，指退還已收（或應收）消費者的部份或全部代價的退貨權所產生的責任。有關詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註24。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，並無發生任何對我們的業務運營產生不利影響的重大產品退貨及換貨情況。

### 我們的客戶

我們的客戶主要包括個人消費者，以及電子商務平台、分銷商及企業客戶。於2023年、2024年及2025年，本公司五大客戶於各年度產生的總收入分別為人民幣131.8百萬元、人民幣161.5百萬元及人民幣244.3百萬元，分別佔本公司相應年度總收入的12.9%、12.4%及11.2%。此外，於2023年、2024年及2025年，本公司最大客戶於各年度產生的收益分別為人民幣82.7百萬元、人民幣89.4百萬元及人民幣118.2百萬元，分別佔本公司相應年度總收入的8.1%、6.9%及5.4%。

---

## 業 務

---

截至最後實際可行日期，本公司董事，彼等之緊密聯繫人士或任何股東（該等股東持有或據董事所知持有本公司已發行股本總額5%以上）於往績記錄期間，概無於本公司五大客戶中擁有任何權益。

### 第三方付款安排

#### 背景

於往績記錄期間，部分客戶（單獨或集體稱為「**相關客戶**」）通過不屬於相應買賣協議合約方的賬戶與我們結算款項（「**第三方付款安排**」）。

於2023年、2024年及2025年，分別有4名、10名及6名相關客戶通過第三方支付安排與我們結算款項。於同期，指定第三方支付人向我們支付的款項總額分別為約人民幣4.4百萬元、人民幣7.6百萬元和人民幣4.4百萬元，分別佔我們收入總額的0.4%、0.6%及0.2%。於往績記錄期間內，並無任何單個相關客戶對我們的收入作出重大貢獻。

董事已確認，據其所知，於往績記錄期間，所有相關客戶均非本公司的關聯人士。於往績記錄期間，相關客戶指定的第三方支付人主要包括與相關客戶有關聯的人士，例如股東、親屬及業務夥伴。我們的董事已確認，於往績記錄期間，任何相關客戶的指定第三方支付人均非本公司關聯人士，且該等指定第三方支付人與我們的董事、監事、高級管理人員及股東均保持獨立。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，(i)我們未主動發起任何第三方支付安排，亦未以其他形式參與任何此類安排；(ii)我們未向任何相關客戶提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益以促成或激勵第三方支付安排；以及(iii)我們與相關客戶簽訂的協議中的定價和付款條款，與未參與第三方支付安排的其他同類客戶所獲條款一致。

#### 採用第三方支付安排的理由

往績記錄期間的有關客戶為分銷商，主要以獨資企業、中小企業（由個人或法人實體擁有）的形式存在。根據有關客戶的陳述及據我們董事所深知，有關客戶主要使用第三方支付安排，原因可能是他們偏好使用其關聯人士的賬戶以圖方便，或因為他們希望避免公司賬戶的繁瑣並保持營運靈活性。據我們所深知，指定第三方支付人主要包括與有關客戶關聯的人士，例如股東及關聯方。根據灼識諮詢的資料，中國服裝業企業透過第三方支付人結算款項以圖方便及靈活性，屬常見現象。

#### 第三方支付安排的影響

於往績記錄期間，我們實施了內部控制措施以監控和管理第三方支付安排。

## 業 務

我們要求相關客戶向我們提供相關信息，包括但不限於涉及的指定第三方付款人的身份及其賬戶信息。在簽訂第三方付款安排前，我們通常要求相關客戶及其指定第三方付款人向我們提供書面授權確認函（「書面授權函」），證明該第三方付款人已獲相關客戶授權可與我們結算款項。該授權函需明確：(i)指定第三方付款人經相關客戶授權，可代表相關客戶與我們結算款項；(ii)指定第三方付款人的付款應視為相關客戶的付款；及(iii)相關客戶與指定第三方付款人承諾，任何與第三方付款安排相關或由此產生的爭議或法律責任均由相關客戶承擔，與本集團無關，且應由相關客戶與指定第三方付款人直接解決。於往績記錄期間，所有相關客戶在根據第三方付款安排付款前均向我們提供了書面授權。於同期，我們已就第三方付款安排的資金來源合法性取得所有第三方付款人的確認。我們還建立了客戶盡職調查程序以審核客戶資質。此外，為確保第三方付款安排屬於真實交易，我們的財務人員僅可接受相關客戶指定第三方付款人的付款，而業務人員僅在指定第三方付款人的資料與對應書面授權書資料一致時，方可向相關客戶發貨。

鑒於上述情況，並基於以下前提：(i)第三方付款安排下的結算有真實交易支持；(ii)中國的第三方付款安排未被《中華人民共和國民法典》或其他中國相關法律法規禁止；以及(iii)我們於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期未涉及任何與第三方付款安排相關的實際或未決爭議或行政處罰，我們的董事認為，根據中國法律顧問的意見，中國境內的第三方付款安排不違反中國適用法律法規的任何強制性規定。基於上述建議，我們的董事認為第三方支付安排並不構成對中國相關法律法規的規避。這主要是因為第三方支付安排是由相關客戶發起，旨在為其與我們進行真實交易的結算提供便利和靈活性。鑒於：(i)已從所有相關客戶處取得授權書；及(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未收到任何退款要求，且據我們所知，上述提供授權書的各方未涉及任何實際或待決的第三方支付安排爭議或分歧，因此我們中國法律顧問認為我們被要求退還資金的風險極低。

此外，據我們的中國法律顧問所告知，我們的董事認為，在中國第三方安排被視為構成《中華人民共和國刑法》第191條規定的洗錢罪（為掩蓋或隱瞞所得或收益的來源和性質）的風險極低。這主要基於以下因素：(i)第三方支付安排下的結算交易均有真實交易支撐，且我們無意圖或動機掩蓋或隱匿通過該安排收到的款項來源及性質；(ii)已從所有相關客戶處取得授權書，證實結算資金合法性；及(iii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未因中國境內第三方支付安排遭受任何與洗錢相關的處罰、制裁或調查。

## 業 務

### 加強第三方支付安排的內部控制措施

截至最後實際可行日期，我們已停止所有第三方支付安排，且今後將不再接受任何第三方付款安排。我們進一步強化了內部控制以管理第三方支付安排相關的風險，包括：

- 我們啟動了第三方支付安排整改措施的實施，並向員工通報了加強後的內部控制措施；
- 我們已更新財務管理手冊中的發票管理條款，以進一步明確管理第三方付款的要求。
- 簽訂合約時，我們的僱員必須收集客戶的銀行賬戶資料，包括賬戶名稱，並確保所有付款交易均使用訂約方的賬戶進行。
- 我們的僱員需要核實付款詳情是否與訂約方的資料相符。如有不符，付款將被拒絕及／或退回，並通知客戶使用正確的賬戶重新付款。
- 本公司財務部門須每月對內部營運進行審查，以識別任何潛在的第三方付款安排。這包括抽查合約，以核實付款方是否與訂約方相符，以及其他措施。
- 我們僅允許(a)直接從客戶賬戶付款；或(b)如屬獨資企業，通過獨資企業實際控制人賬戶付款；誠如我們的中國法律顧問告知，依據中國法律，個體工商戶及個人獨資企業的實際控制人對實體所有債務承擔無限連帶責任。該原則在《民法典》第56條及《個人獨資企業法》中分別對個體工商戶及個人獨資企業作出明確規定，導致控制人的個人資產與企業債務之間不存在法律上的分離。
- 為防範欺詐或洗錢活動，確保賬簿記錄的準確完整性，我們進一步強化了解客戶程序，全面掌握客戶信息，並通過比對付款記錄核查支付細節是否符合協議約定。若發現異常情況，將立即聯繫相關客戶進行核實與修正。此外，銷售團隊將定期與客戶召開會議，深入了解其業務運營狀況，從而降低參與欺詐或洗錢活動的風險。

我們的董事認為，考慮到與客戶的關係、流動性、業務運營及財務表現，第三方支付安排的整改既未對本集團產生亦不會產生任何重大不利影響，因為：(i)於往績記錄期間，相關客戶數量及第三方支付安排結算金額佔所有客戶收款總額的比例均屬微

## 業 務

不足道；(ii)所有相關客戶配合了我們的整改流程；及(iii)第三方支付安排的整改並未影響相關客戶向本集團支付的結算安排，根據該安排，我們通常要求相關客戶在發貨前完成付款結算。

### 我們的供應商

我們的主要供應商包括合約製造商和原材料供應商。我們通常每年與供應商簽訂協議，但須遵守我們的標準條款和條件。我們通常通過銀行或票據轉賬結算付款。

於2023年、2024年及2025年，本公司於各年度向五大供應商採購的金額分別為人民幣180.9百萬元、人民幣400.4百萬元及人民幣409.3百萬元，佔本公司相應年度總採購額的24.3%、25.4%及21.9%。此外，於2023年、2024年及2025年，本公司各年度向最大供應商採購的金額分別為人民幣59.8百萬元、人民幣104.4百萬元及人民幣97.7百萬元，佔本公司相應年度總採購額的8.0%、6.6%及5.2%。

下表載列於往績記錄期間各年度／期間本公司五大供應商之詳情：

供應商	提供的產品／ 服務類型	背景	業務關係的 開始時間	付款期限	採購金額 <small>(人民幣千元)</small>	佔總採購額 的百分比 <small>(%)</small>
<b>截至2025年12月31日止年度</b>						
供應商A.....	襯布及棉布	一家從事化纖紡織面料研發及生產的中國私人公司。	2004年	交付後支付首期款項；餘額在10個月內分期支付	97,730	5.2%
供應商B.....	羽絨	一家中國私人紡織科技集團，致力於功能性面料研發、服裝OEM及全球供應鏈管理。	2024年	交付後支付首期款項；餘額按月分期支付	95,280	5.1%
供應商C.....	絨毛	一家中國私人公司，從事絨毛清潔、分類以及製造絨毛填充服裝及床上用品。	2024年	合同簽署及驗收後，分里程碑支付首期款項；餘額按月分期支付	73,979	4.0%

## 業 務

供應商	提供的產品/ 服務類型	背景	業務關係的 開始時間	付款期限	採購金額 <small>(人民幣千元)</small>	佔總採購額 的百分比 <small>(%)</small>
供應商D.....	絨毛	一家從事絨毛採購、服裝生產、品牌零售及跨境電子商務的中國私人公司。	2021年	貨到後次月第30日前支付首期款項；餘額在10個月內分期支付	72,832	3.9%
供應商E.....	營銷服務	一家從事宣傳及營銷服務的中國私人公司。	2022年	電郵確認後30日內付款	69,508	3.7%
總計.....					<b>409,329</b>	<b>21.9%</b>

### 截至2024年12月31日止年度

供應商D.....	絨毛	一家從事絨毛採購、服裝生產、品牌零售及跨境電子商務的中國私人公司。	2021年	貨到後次月第30日前支付首期款項；餘額在10個月內分期支付	104,431	6.6
供應商A.....	襯布及棉布	一家從事化纖紡織面料研發及生產的中國私人公司。	2004年	交付後支付首期款項，餘額在10個月內分期支付	94,204	6.0
供應商C.....	絨毛	一家中國私人公司，從事絨毛清潔、分類以及製造絨毛填充服裝及床上用品。	2024年	合同簽署及驗收後；分里程碑支付首期款項；餘額按月分期支付	75,086	4.8
供應商F.....	絨毛	一家主營絨毛填充服裝及床上用品的中國私人公司。	2015年	合同簽署後一個月內支付首期款項；餘額分期支付	68,788	4.4

## 業 務

供應商	提供的產品/ 服務類型	背景	業務關係的 開始時間	付款期限	採購金額 <small>(人民幣千元)</small>	佔總採購額 的百分比 <small>(%)</small>
供應商B .....	絨毛	一家中國私人紡織科技集團，致力於功能性面料研發、服裝OEM及全球供應鏈管理。	2024年	交付後支付首期款項；餘額按月分期支付	57,937	3.7
總計 .....					<u>400,445</u>	<u>25.5</u>
<b>截至2023年12月31日止年度</b>						
供應商F .....	絨毛	一家主營絨毛填充服裝及床上用品的中國私人公司。	2015年	合同簽署後一個月內支付首期款項；餘額分期支付	59,830	8.0
供應商A .....	襯布及棉布	一家從事化纖紡織面料研發及生產的中國私人公司。	2004年	交付後支付首期款項；餘額在10個月內分期支付	38,098	5.1
供應商G .....	勞務服務	一家中國私人公司，提供勞務派遣、社保代理、職業培訓及靈活人員配置解決方案。	2022年	收到發票後兩個工作日內付清全額	34,884	4.7
供應商H .....	絨毛	一家從事絨毛清洗、分類及服裝填充的中國私人公司。	2012年	交付後一個月內支付首期款項；餘額分七期按月支付	24,666	3.3
供應商I .....	襯裡面料	一家中國私人公司，從事家用紡織品及工業用布的研發，專注於研發功能性面料。	2017年	交付後一個月內支付首期款項；餘額分十期按月支付	23,444	3.2
總計 .....					<u>180,923</u>	<u>24.3</u>

於最後實際可行日期，董事、其緊密聯繫人或任何股東（擁有或據董事所知擁有本公司已發行股本總額5%以上者）於往績記錄期間概無於我們的五大供應商中擁有任何權益。

## 業 務

### 競爭

我們主要在中國的專業戶外服飾行業運營。專業戶外服飾是一類旨在為消費者在戶外活動期間提供專業防護的服飾品類。我們所在的行業競爭非常激烈。根據灼識諮詢的資料，中國的專業戶外服飾行業市場格局分散。按零售額計算，2025年前十大品牌僅佔市場份額的27.2%。按零售額計算，我們於2025年位列中國本土專業戶外服飾品牌第四名。我們提供專業的戶外服飾，以高品質與時尚設計為特色，並以全球領先奢侈品牌為標桿。透過整合中國內地製造能力的優勢以及與合約製造商的穩定合作關係，我們實現了有效的成本控制，使我們能夠透過以超越高成本競爭對手的親民的價格為消費者提供卓越價值。此外，在服裝行業超過二十年的專業經驗，加上新技術的支持，使我們在生產效率、品質保證和供應鏈管理方面獲得了顯著的競爭優勢，從而促進我們策略性地擴展至多元化的全年服裝類別，包括硬殼外套和絨毛服飾。

我們主要與中國專業戶外服飾行業的眾多國內外品牌競爭。我們的一些競爭對手可能擁有更好的財務、技術或營銷資源，擁有更成熟的商業化和運營歷史，並享有更高的品牌知名度、市場份額和客戶群。請參閱「風險因素－與我們業務及行業相關的風險－我們經營所在的行業競爭非常激烈且發展迅速。若我們未能有效競爭，則我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響」。憑藉我們的戰略定位、產品設計和開發能力以及整合的銷售網絡，我們相信我們在行業中處於有利地位，能夠把握快速增長的市場機遇，吸引和維持消費者並增加我們的市場份額。請參閱「行業概覽」。

### 國際制裁、出口管制及關稅的影響

#### 國際制裁及出口管制

我們的業務營運及財務表現可能受到與美國出口管制、經濟制裁以及美國政府施加的不斷演變關稅相關的各種因素影響。

根據美國出口管制法規，據我們國際制裁顧問告知，董事認為，我們的產品不受《美國出口管理條例》（「**出口管理條例**」）規限，原因是提供予上述客戶之產品(1)並非源自美國的產品；(2)未經美國轉運或未位於美國境內；(3)不屬於最低限度規則的範圍；及(4)未觸發外國直接產品規則下的最終用戶或最終用途要求，不適用於且該等規則。因此，據我們國際制裁顧問告知，及我們的董事認為由於我們的銷售未違反美國出口管理條例，原因是我們銷售的產品須遵守出口管理條例。

關於經濟制裁，由於(i)我們並未在任何相關司法管轄區（定義見香港交易所頒佈的新上市申請人指南第4.4章（「**制裁指南**」））實施全面或廣泛制裁的國家或地區（「**受制裁國家**」）開展任何業務；及(ii)交易完成後，我們亦未與任何相關司法管轄區制裁名單上所列之實體（「**受制裁目標**」）進行任何業務往來，我們的國際制裁顧問認為(1)我們並未涉及任何一級受制裁活動；(2)亦不太可能觸發二級制裁風險；(3)我們並非位於、註冊成立、組織設立或居於受制裁國家，亦未被任何相關司法管轄區指定為受制裁對象；及(4)根據《制裁指引》，我們並非受制裁交易商，因我們未在受制裁國家開展業

---

## 業 務

---

務，且未與受制裁對象進行任何交易；此外，我們的國際制裁法律顧問認為，及我們的董事認為，適用的制裁法律及法規不會對我們的業務營運及財務表現造成直接或間接的重大影響。

經考慮本公司所作出的陳述及確認、本公司國際制裁法律顧問上述載列的意見，以及獨家保薦人進行的獨立盡職審查後，獨家保薦人並無發現任何情況，會使其對董事就上述事宜所持觀點在任何重大方面產生合理疑問。

### 美國關稅

有關美國關稅，美國政府持續在全球調整其關稅措施，包括將於2026年2月24日生效的第122條，以及自頒佈以來持續更新的第301條（包括2026年3月11日啟動的新一輪調查）等。因此，這些關稅措施可能會導致出口至美國的貨品須承擔額外的關稅成本。然而，儘管我們出口至美國的貨品可能須繳納美國關稅，但於往績記錄期間，這些出口佔我們收入的比例極小，分別佔我們2023年、2024年及2025年總收入的約0.02%、0.04%及0.01%，主要涉及羽絨服。該等產品未含來自美國的原材料。此外，出口至美國的產品所產生的任何關稅均由買方承擔，我們無須承擔關稅成本。因此，據我們的國際制裁顧問告知，我們認為，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，美國關稅並未且預期不會對我們的業務營運及財務表現造成任何直接重大不利影響。

除前述涉及美國的銷售及採購活動外，中國與我們營運所在的其他國家或地區之間的貿易關係及關稅政策一直保持穩定。在這些司法管轄區內，並未對中國實施廣泛的額外關稅、貿易壁壘或歧視性限制。因此，董事認為，這些地區的關稅政策並未對我們的業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響，亦預期不會造成此類影響。

經考慮本公司所作出的陳述及確認、本公司國際制裁法律顧問上述載列的意見，以及獨家保薦人進行的獨立盡職審查後，獨家保薦人並無發現任何情況，會使其對董事就上述事宜所持觀點在任何重大方面產生合理疑問。

### 知識產權

我們認為我們的專利、版權、商標、商業秘密和其他知識產權對我們的業務運營至關重要。在這方面，我們主要依賴專利、版權、商標、商業秘密以及不正當競爭法和合約權利的組合，例如與我們的員工、合作夥伴、合約製造商、分銷商和其他方簽訂的保密協議，保護我們的知識產權。在我們簽訂的僱傭協議和商業協議中，我們明確規定了與知識產權所有權和保護有關的所有權利和義務。我們已委任專業的知識產權諮詢公司向我們提供知識產權諮詢服務，協助我們註冊、維護及管理知識產權。

截至最後實際可行日期，本公司於中國內地擁有116項專利、84項版權、15項軟件版權及183個商標。有關本公司重大知識產權的詳細信息，請參閱「附錄七—法定及

---

## 業 務

---

一般資料 – 有關我們業務的進一步資料 – 知識產權」。誠如我們中國法律顧問告知，我們在所有重大方面已遵守有關知識產權的相關法律法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遭遇任何對我們的業務產生重大不利影響的知識產權侵權糾紛。

### 保護知識產權及打擊假冒產品

隨着我們業務運營的擴展和品牌影響力的增長，我們認識到商標侵權和假冒產品將對我們的運營成果和品牌聲譽構成日益嚴峻的挑戰。為減輕商標侵權和假冒產品對我們的不利影響，我們已採取一系列措施，包括但不限於：

- *監控和識別假冒產品*。我們通過內部團隊與外部服務供應商共同實施的篩查機制，定期監測各大電商及社交商務平台。一旦發現侵權或假冒產品，我們將立即要求下架處理，追溯來源，並在必要時採取進一步法律措施。
- *與專業顧問合作*。我們與外部知識產權機構和法律顧問合作，支持我們的品牌保護工作。這些顧問協助商標註冊、監控和維護，並在維權行動中代表我們，包括有關商標侵權和不正当競爭的民事訴訟。
- *加強與線上平台的合作*。隨着我們在主要電子商務和社交商務平台上的品牌覆蓋率不斷擴大，我們積極主動地與平台運營商合作，以加強品牌保護機制。我們與多家有關平台合作，建立了初步篩查和預警系統，該系統會標記並人工審核任何使用與我們品牌相似名稱或標識的店舖註冊申請。該等平台已建立協作式知識產權執法機制，通過算法驅動模型識別高風險侵權候選對象，並實施隨機抽查。抽查中發現的產品將轉交我們進行真偽鑑定。根據我們評估結果，平台可視情況採取進一步執法行動。此外，平台指定的知識產權專員將直接與我們對接，協助推進執法行動，並支持我們處理已識別的侵權案件。
- *主動對接政府部門*。我們積極與當地政府溝通，尋求知識產權執法方面的支持。在涉及大規模生產或分銷假冒產品的情況下，我們會通過適當的監管渠道要求採取行政或刑事執法行動。

## 業 務

### 員工

截至2025年12月31日，我們有1,189名全職員工，其中所有都位於中國內地。下表列出了截至2025年12月31日按職能劃分的全職員工人數：

職能	員工人數	佔總數的百分比
銷售和市場營銷 .....	477	40.1
供應鏈管理 .....	236	19.8
行政和其他支助職能 .....	235	19.8
質量控制 .....	98	8.2
設計與研發 .....	143	12.0
<b>總計 .....</b>	<b>1,189</b>	<b>100.0</b>

我們的成功取決於我們吸引，留住和激勵合格員工的能力。作為人力資源戰略的一部分，我們為員工提供動態的工作環境，有競爭力的薪酬，基於績效的現金獎金，股權激勵和其他激勵措施。有關詳情，請參閱「附錄七－法定及一般資料－股份激勵計劃」。因此，我們能夠吸引和留住合格的人才，並保持一支穩定的核心管理團隊。

我們主要通過校園招聘會，招聘機構和線上渠道，包括我們的公司官網和第三方僱傭網站招聘員工。我們定期為員工提供內部政策和工作技能方面的培訓和考核，以提高他們的工作表現。

我們與員工簽訂標準僱傭協議，並與某些關鍵員工簽訂保密和競業限制協議。此外，我們要求所有員工簽署標準保密協議。這些協議禁止在未經我們事先同意的情況下披露與我們的公司、聯屬公司、業務和客戶有關的機密信息。這些條款還包括有關員工在職期間的競業限制條款以及在職期間和離職後的禁止招攬義務的規定。我們維持一個勞動工會以保障員工權益、推動共同的商業目標、促進管理層參與，並協助解決勞動關係中的問題。我們相信本公司與僱員維持良好的工作關係，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司並無遇到任何重大勞資糾紛或在招聘合資格員工進行業務方面遇到任何困難。

### 保險

我們已與領先的保險公司和供應商簽訂合約，為線下零售店投保財產險，以覆蓋相關風險。根據一般市場慣例，我們並未投保任何營業中斷險或產品責任險，根據中國法律，該等保險並非強制性。我們未為我們的網絡基礎設施或信息技術系統的損壞投購主要人壽保險。我們相信我們的保單符合中國的相關規則和法規。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們業務及行業相關的風險－我們可能無法為面臨的各種運營風險及危害導致的損失及負債提供足夠保險保障」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無提交任何重大保險索償，亦無在續期保單方面遇到任何重大困難。

## 業 務

### 物業

根據上市規則第5.01A條及公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，由於截至2025年12月31日，我們擁有一項單一物業權益，其賬面值佔綜合資產總值15%或以上，本文件須遵守公司(清盤及雜項條文)條例第38(1)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段的規定，載入一份有關本集團於土地或樓宇的所有權益的估值報告。詳情請參閱「附錄三－物業估值報告」。

### 自有物業及土地使用權

我們目前的主要行政辦事處位於中國山東省青州市。截至最後實際可行日期，我們擁有中國16幅地塊總面積約為284,960.9平方米之土地使用權。我們自有物業主要用於倉庫、線下自營門店和員工宿舍。

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有16處建築物，總建築面積約為110,613.2平方米。截至同日，我們尚未獲得山東省青州三棟樓宇(建築面積約8,810平方米，佔我們所擁有總建築面積的8.0%) (「存在業權瑕疵建築物」)的所有權證書。未能為存在業權瑕疵的建築物取得所有權證書，主要是由未能獲得規劃及施工許可證。該等存在業權瑕疵建築物主要用作倉庫、車庫及店舖用途。我們計劃逐步停止存在業權缺陷的樓宇之營運。我們的中國法律顧問認為，鑒於以下原因，存在業權瑕疵建築物不會對我們的業務、經營業績及財務狀況構成重大不利影響：(i)存在業權瑕疵建築物在我們擁有物業總數中佔比較小，並非我們主要的生產或經營場所；(ii)存在業權瑕疵建築物均位於我們擁有土地使用權的土地內，在往績記錄期間不存在擁有權糾紛或潛在衝突；(iii)隨著坦博爾智慧科技園已於2025年竣工，若干存在業權瑕疵建築物將逐步停用，而且即使相關政府部門勒令拆除，將不會對我們的生產和經營產生不利的重大影響；(iv)經相關政府機構確認，於往績記錄期間，我們並無因存在業權瑕疵建築物而受到任何行政處罰；(v)我們已獲得相關政府機構的確認函，確認其同意我們能夠按現狀長期使用存在業權瑕疵建築物；及(vi)我們的控股股東已就因存在業權瑕疵建築物被強制拆除而影響我們的生產和經營所造成的任何經濟損失或罰款發出擔保。基於上述原因，董事認為存在業權瑕疵建築物將不會對我們的業務、經營及財務業績帶來重大不利影響。

### 租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國的租賃物業共有82處，總建築面積約超過21,739.5平方米，主要用於線下門店、倉儲及辦公用途。我們線下門店的租期通常介乎三年內，據灼識諮詢的資料，此符合業界標準。我們通常可透過事先通知終止租賃協議，此舉雖需付出放棄按金及／或支付終止費用的代價，但能為我們提供營運靈活性。我們的租賃物業用於上市規則第5.01(2)條所定義的非物業活動。

## 業 務

截至2025年12月31日，有57份租約的剩餘租期不足一年。對於該等租約，若場所符合我們的線下門店網絡規劃，我們通常會在剩餘租期約為三個月時，主動與出租方展開續約協商。此主動策略有助於確保為線下門店保留合適的選址。

截至最後實際可行日期，就我們租賃的82處物業中10處物業而言，有關物業的出租人未能向我們提供其房產所有權證書或物業主的授權證明，該等建築物的總建築面積約為1,671.1平方米，佔總租賃建築面積的約7.7%。我們主要將該等租賃物業用作線下自營門店。我們認為，出租人未能提供相關房產所有權證書或授權證明的原因非我們所能控制。據我們的中國法律顧問告知，出租人有責任取得房產所有權證明以簽訂租約，而作為承租人，我們不會因此受到房地產主管機關的任何行政處分或懲罰。然而，若無有效的房產所有權證書或業主的授權證明，我們對該等租賃建築物的使用可能無效，或可能受到第三方對租賃提出主張或質疑的影響。如果出租人無權出租該等物業，我們可能被要求騰退該等租賃建築物並搬遷我們的運營場所。萬一我們被主管機關要求搬遷，考慮到該等租賃物業的性質及各自使用規模，根據我們定期更新、於我們店舖周邊可供出租且產權存在瑕疵的類似物業（這些物業在面積、位置及營運適宜性方面相似）之清單，我們認為我們能夠及時找到條件相當的替代物業進行搬遷，而不會產生大量額外成本。

根據中國適用法律法規，租賃建築物的物業租賃協議必須向中國相關的房地產管理局登記。截至最後實際可行日期，我們未能就78處租賃物業的租賃協議根據中國適用法律法規向相關主管機關辦理登記，這主要歸因於儘管我們努力溝通登記要求，但業主不願配合登記相關租賃協議。我們的中國法律顧問告知我們，缺乏登記不影響租賃協議的有效性和可執行性，但我們可能因每份未登記的租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。我們認為上述租賃協議未登記的情況，單獨或總體而言，均不會對我們的業務和經營業績產生重大影響，理由是我們的中國法律顧問向我們確認，如果能在自申請之日起或政府主管部門命令的規定時限內的合理時間內根據相關法律法規完成租賃登記，政府主管部門就該等租賃物業對我們處以重大處罰的風險極低。請參閱「風險因素－與我們業務及行業相關的風險－我們在自有及租賃物業方面面臨若干風險，這可能會擾亂我們的運營並產生額外成本」。

### 執照、許可和批文

我們的中國法律顧問表示，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已向中國有關政府機關取得於所有重大方面開展業務所需的所有執照、許可及批文。我們須不時續期該等執照、許可、批文及證書。只要有關文件已按有關政府當局的要求提交，我們預期在取得該等續期方面不會遇到任何重大法律障礙。

## 業 務

### 法律訴訟和合規

#### 法律訴訟

在日常經營過程中，我們可能不時涉及各類法律或行政索賠及訴訟。於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期，我們目前未涉及任何重大法律或行政程序，且在此期間亦未牽涉任何重大法律程序或訴訟。

無論訴訟或任何其他法律或行政程序結果如何，都可能導致佔用大量成本和資源，包括我們管理層的時間和注意力。有關法律或行政程序對我們的潛在影響，請參閱「風險因素－與我們業務及行業相關的風險－申索、爭議、法律程序、監管調查及商業或合約爭議或會導致我們承擔巨額損害賠償及其他相關費用，可能對我們的聲譽、業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響」。

#### 合規

於往績記錄期間內及直至最後實際可行日期，董事認為，我們並無發生個別或合計會對我們業務、財務狀況及經營業績構成重大不利影響的違規事件。

#### 未完成消防備案

##### 背景及原因

根據適用中國法律法規，倘我們就開設線下自營門店而對自有物業或租賃物業進行裝修，我們可能需要向當地政府住房和城鄉建設部門辦理消防備案（「消防備案」）並接受抽查。於往績記錄期間，我們未能及時為一處物業向地方政府住房和城鄉建設部門辦理消防備案。此乃主要由於該等線下自營門店所在各城市的地方政府部門所採納規定及常規不斷發展及變化，導致我們的僱員對有關消防備案的監管規定並不熟悉及／或有所誤解。截至2025年12月31日，我們已為所有用於線下自營門店的物業向地方政府相關部門完成消防安全備案。

##### 法律後果

據中國法律顧問所告知，依據相關中國法律法規，若物業未能及時完成消防安全備案，我們可能被地方政府住房和城鄉建設部門責令改正，並處以最高人民幣300,000元的罰款，此為我們因該不合規事項所承擔的最高風險敞口。

中國法律顧問已就若干物業的消防安全備案走訪相關主管監管部門，包括公安消防部門。根據我們的中國法律顧問所告知，公安消防部門是負責消防安全檢查的主管機關，依據《中華人民共和國消防法》及其他相關法律法規進行該等檢查並實施處罰。據相關部門所確認，於往績記錄期間，未完成消防安全備案的物業均未因消防安全遭受任何重大行政處罰。

## 業 務

基於上述對相關主管部門的走訪結果，我們的中國法律顧問告知我們，因未能完成消防安全備案而遭相關政府部門施加任何行政處罰，進而對不合規物業的業務營運造成重大不利影響的風險極低。

我們的董事認為該等不合規事件並無且將不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響，乃考慮到(i)最高潛在罰款金額；(ii)此等線下自營門店概無於消防救援大隊（為該口腔醫療機構的消防安全相關事宜的日常監督機關）的日常檢查中就消防安全受到任何行政處罰或發現任何重大風險，及(iii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的附屬公司概無因消防安全備案程序存在缺陷而被施加處罰。根據本公司的聲明及確認、上文所述的中國法律顧問意見以及獨家保薦人執行的獨立盡職審查步驟，獨家保薦人並無注意到任何事項會令彼等對上文所載列的董事觀點產生合理懷疑。

### *已採納的措施及改進的內部控制*

我們在合規審查期間知悉該等事件。該等事件並非因董事或我們任何僱員的任何故意不當行為所致。我們於發現有關事件後已立即採取補救及／或整改措施。截至2025年12月31日，我們已為所有用於線下自營門店的物業向地方政府相關部門完成消防安全備案。

我們已加強與消防安全相關事宜的內部控制措施。具體而言：

- 我們已實施消防安全管理政策，包括就使用及維護消防安全設施的詳細指導。我們亦已採納內部政策以確保新租賃的物業符合相關消防安全法律法規。例如，我們指派經驗豐富且具備資格的人員，負責識別火災風險、制定適當的防護措施，並在所有營運場所實施旨在防控及減輕火災影響的措施；
- 我們實施分層的內部控制框架—包含標準化的備案檢查清單、範本以及採用職能分離的多層級驗證流程，以確保所有消防安全備案的完整性、準確性與及時性。我們將舉行內部會議與培訓課程，使員工掌握最新消防安全法規要求，進行消防演練提升僱員火災應急知識的認知，並對線下自營門店進行消防設施檢查。我們至少每年一次對所有消防安全備案要求進行一次全面審查；若租賃新線下店鋪或監管義務變更而需提交額外文件，則會更頻繁地進行審查；
- 我們關注潛在收購目標在消防安全方面的合規表現。對於新設立及租賃的線下自營門店，該等門店須完成消防安全備案程序或取得中國適用法律法規規定的其他消防安全批准後，方可開始營運；及
- 我們已指派內部合規人員監督並完成必要的消防安全程序。所有消防安全備案應系統化地整理、安全儲存，並易於獲取以供檢查、稽核或監管審

## 業 務

查。指定人員應負責維護所有消防安全備案的完整性、完備及機密性，並應定期對檔案系統進行審核，以確保符合文件保存政策。

經考慮上述整改措施後，我們的董事認為，我們針對消防安全所加強的內部監控措施，足以有效管理消防安全風險，並防止類似消防安全相關違規事件再次發生。

請參閱「風險因素－與我們業務及行業相關的風險－我們可能無法取得、維持或續期運營所需的必要批准、許可、牌照、證書及其他監管備案」。

### 社會保險及住房公積金未足額繳納

於往績記錄期間，我們未按照相關中國法律法規為部分僱員足額繳納社會保險及住房公積金。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們委託兩家第三方人力資源機構，在僱員工作所在地代為繳納社會保險及住房公積金。實施此安排主要由於相關僱員表示有意在居住城市參加當地的社會保險及住房公積金計劃。根據與各第三方代理機構訂立的協議條款，代理機構承擔為相關僱員繳納社會保險及／或住房公積金的義務。根據代理機構提供的書面確認函，彼等於往績記錄期間未曾拖欠或延遲為該等僱員繳納任何法定社會保險或住房公積金款項。

於2023年、2024年及2025年，我們的社會保險及住房公積金供款差額分別為人民幣0.5百萬元、人民幣3.1百萬元及人民幣4.9百萬元。根據我們的中國法律顧問意見，社會保險機關可能責令我們於規定期限內補足供款金額，並按未繳金額每日0.05%之比例繳納滯納金（自應繳日期起算）；若未於規定期限內進行付款，相關機關可處以拖欠金額一至三倍之罰款。倘未能於規定期限內支付有關款項，我們可能須支付的最高罰款金額將為差額的三倍（罰款金額於2023年、2024年及2025年估計分別為人民幣1.5百萬元、人民幣9.3百萬元及人民幣14.7百萬元）。住房公積金管理中心可責令我們在規定期限內悉數繳納住房公積金，若未在規定期限內進行付款，則可向中國法院申請強制執行。考慮到以下因素：(i)根據我們的中國法律顧問，我們已收到來自青州市人力資源和社會保障局以及濰坊市住房公積金管理中心青州分中心（該等機構為負責本公司人力資源及社會保險相關事宜以及住房公積金相關事宜的主管監管機關及主管處罰機關）的確認函，確認我們未曾因違反有關社會保障或住房公積金的法律法規而受到任何處罰；(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未收到任何政府通知，也未因社會保險和住房公積金繳存不足而受到行政處罰，且未遭遇員工就此提出的任何重大索賠；及(iii)基於我們從主管政府部門獲得的確認，中國法律顧問認為我們未在規定期限內為員工足額繳納社會保險及住房公積金，而被相關主管部門要求補繳差額或遭受重大行政處罰的可能性甚微。此外，於往績記錄期間，我們未與員工訂立任何安排，亦未接受員工就放棄社會保險費所作出的任何承諾。我們亦未因任何此類安排或承諾而受到社會保險主管機關的任何處罰。我們的中國法律顧問認為，《最高人民法

## 業 務

院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》對我們造成重大法律責任的風險極低。

董事認為，該不合規事項並無亦不會且將不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響，考量依據包括：(i)截至最後實際可行日期，我們並無收到中國相關機關要求我們支付有關社會保險及住房公積金之重大差額或罰款之任何通知；(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未遭受任何行政處罰；(iii)若我們接獲相關機關要求我們於規定期限改正、支付或補足社會保險及住房公積金之通知，我們將立即遵循該通知要求；及(iv)我們並不知悉任何重大僱員投訴，亦未與員工就社會保險及住房公積金問題發生任何重大勞資糾紛。因此，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未就社會保險及房屋公積金供款缺額計提任何撥備。基於以上所述、向獨家保薦人作出的陳述及確認以及獨家保薦人進行的獨立盡職調查步驟，獨家保薦人並無注意到任何事項使其對上文所述董事的觀點產生合理懷疑。

為監控我們在社會保險及住房公積金供款方面符合相關法律法規，我們已採取並將繼續採取以下內部控制措施及行動，以糾正不合規之處：

- 我們將為人力資源部門實施強制性培訓計劃，以確保嚴格遵守適用的社會保險及住房公積金法律法規，包括禁止與員工達成任何旨在放棄、減少或以其他方式規避法定供款義務的安排。
- 我們已指定人力資源部門為負責單位，按照現行法律規定，負責持續監督、審查及監控所有社會保險及住房公積金供款的準確申報、計算及及時繳款。
- 我們將定期聘用我們的中國法律顧問，就社會保險及住房公積金相關的中國法律法規演變提供指引，並將為相關人員定期舉辦法律合規培訓，以確保其了解並遵守有關法規發展。
- 倘主管政府機關要求我們就社會保險或住房公積金義務補繳款項、補足差額，或繳納滯納金及罰款，我們將在規定時限內即時遵守相關指示。

## 獎項和認可

作為我們運營成就和市場地位的體現，我們獲得了政府及各行業的讚譽，並獲得了市場的廣泛認可。下表列出我們獲得的一些重要獎項和認可：

## 業 務

獎勵／表彰	產品	頒獎年份	頒獎機構
2025安心獎年度戶外運動品牌..	不適用	2025年	界面，中國財經新聞媒體平台
中國旅遊商品大賽 輕型旅遊裝備金獎.....	滑雪系列	2025年	中國旅遊協會
山東省民營經濟高質量發展 突出貢獻企業.....	不適用	2025年	山東省發展和改革委員會
ISPO獎.....	AIRBAG RECYCLED N66 羽絨服	2024年	ISPO Munich
山東省企業技術中心.....	不適用	2018年	山東省經濟和信息化委員會
中國羽絨行業大國工匠品牌....	不適用	2018年	中國羽絨工業協會
全國工業品牌培育示範企業....	不適用	2015年	國家工業和信息化部
中國馳名商標.....	不適用	2010年	國家工商行政管理總局
中國名牌.....	不適用	2005年	國家質量監督檢驗檢疫總局

## 環境、社會及企業管治

### ESG管治

我們已建立三層ESG管治結構，包括董事會、可持續發展委員會和執行層面的ESG辦公室。我們已將ESG原則深度融入企業戰略和運營決策流程。同時，我們積極與利益相關方保持溝通，確保企業戰略與外部期望保持一致。

董事會將對ESG發展方針、策略及目標的制定承擔最終責任，並負責審閱和批准公司的ESG管理框架、ESG報告以及其他重大ESG相關事項。董事會下設的可持續發展委員會將主要負責監督及指導公司的ESG策略、工作計劃與目標，並從ESG角度對重大投資決策、戰略規劃及其他事項提供專業建議。ESG辦公室具體負責制定ESG

## 業 務

戰略、目標、計劃和政策供委員會審議批准，收集ESG進展和風險信息並向委員會匯報，以及協調各業務部門建立ESG管理指標和具體措施並監督其實施進展。

### 重要性評估

我們已建立一套系統性、雙重重要性驅動的流程，以識別、評估及管理ESG相關風險與機遇。此流程始於透過策略性地平線掃描編製潛在議題的長清單。這些議題隨後主要透過廣泛的持份者問卷調查進行評估及優先排序，根據其影響及財務影響評估每項議題。由此產生的已優先排序重要性議題正式整合到我們的策略規劃中。對於每個重要性議題，我們均制定了量身定制的管理及緩解路線圖，以解決短期內的即時控制、中期內的營運及業務模式調整以及長期韌性的策略性整合。

### ESG目標與承諾

我們已建立一套全面的量化ESG目標，該等目標經參考行業基準制定，並與我們的戰略規劃及經營實際情況相一致。下表概述了我們的關鍵績效目標：

指標	目標年份	量化目標
可再生能源使用比例 .....	2030年	50%
	2035年	≥80%
每單位產品紡織廢物產生量 .....	2030年	減少≥10%
紡織廢物回收率 .....	2030年	≥95%
經RDS認證的羽絨物料比例 .....	2026年	100%
供應商廉潔協議簽署率 .....	2026年	100%

附註：

(1) 每單位產品紡織廢物產生量目標以2026年為基準年。

## 社會

### 僱傭

本公司堅決反對一切形式的歧視，禁止強迫勞動、童工、職場歧視和騷擾，並持續營造開放、多元和包容的團隊文化。截至2025年12月31日，員工總數為1,189人，其中男性員工491人，女性員工698人。

### 員工培訓與發展

本公司已實施覆蓋全體僱員的績效考核制度和薪酬管理機制。同時，亦建立了全面的分層培訓體系，以吸引和激勵優秀人才。針對新員工，我們提供包括企業文化和崗前技能培訓在內的課程體系。針對現有員工，我們提供基礎知識和職業發展培訓，包括通識類課程、中基層管理者提升系列培訓和高層領導力發展系列。

## 業 務

### 職業健康與安全

我們高度重視員工的安全與健康，嚴格遵守ISO 45001:2018國際標準和GB/T 45001-2020《職業健康安全管理體系—要求及使用指南》的要求。我們制定了《安全管理制度匯編》，以規範安全生產責任管理、隱患排查治理、危險作業管理、應急救援管理等領域，從而為員工提供全面的職業健康與安全保護。此外，通過健康體檢、職業健康安全培訓、應急安全演練等措施，我們努力確保公司穩定運營，保障員工生命和財產安全。我們目前持有ISO 45001職業健康安全管理體系認證。

### 供應商管理

我們建立了《採購業務管理制度》，並實施嚴格的供應商篩選、績效評估和動態管理，以確保可持續的供應鏈。在供應商准入過程中，我們通過《供應商信息評估表》和現場審核進行全面評估，評估內容包括生產能力、組織結構、研發能力、體系認證(如OEKO-TEX® STANDARD 100、涵蓋環境、質量和職業健康安全方面的ISO標準)、社會責任和安全生產等。此外，我們與供應商簽訂《陽光協議》，規定對違規行為零容忍，一旦違規將永久排除，以消除供應鏈腐敗。針對現有供應商，我們實施月度考核，並使用《供應商年度評估表》進行年度分級評審，以持續改進質量和可持續發展表現。

### 負責任原材料採購

在生產過程中，我們嚴格禁止使用可能對人類健康和環境造成潛在危害的限制性和有害化學品，從源頭上確保產品的安全性和環保性。

我們精選全球「黃金羽絨帶」(北緯41°至83°之間，包括中國和西伯利亞等地區)的優質羽絨，並在全球採購領先的戶外科技面料和輔料。例如，使用可再生樹脂拉鏈等輔料，這些輔料帶有ECOSAB標籤，並獲得全球回收標準(GRS)、OEKO-TEX® STANDARD 100、Higg Index可持續發展認證、Oceancycle (OCI)等認證。

在動物福利管理方面，我們要求所有羽絨羽毛供應商嚴格遵守《中國羽絨行業水禽動物福利管理辦法》，並積極推行團體標準《T/CAI 001-2019農場動物福利要求—水禽》。我們明確禁止供應鏈養殖環節出現活拔毛、強制餵食等虐待動物行為，並將遵守動物福利相關標準納入供應商甄選及評估體系。此外，我們要求所有羽絨羽毛供應商取得負責任羽絨標準(RDS)認證，以保障動物權益。

為進一步完善供應鏈倫理管理體系，我們已開始起草鵝鴨絨責任採購專項政策，計劃於公司上市後正式發佈並對外公開。為加強供應鏈可追溯性與透明度，我們對每一批羽絨原料實施端到端的追溯管理，確保任何一批羽絨均可快速、準確地追溯到其源頭養殖場，從而持續堅守動物福利及責任採購的承諾。

## 業 務

我們積極推動原產地信息可追溯。從2025年開始，我們為每件羽絨服配備RFID標籤和洗滌標籤。通過在DOWN PLUS可追溯羽絨系統中預先記錄羽絨追溯信息，消費者可以通過掃描RFID洗滌標籤上的二維碼，獲取羽絨原產地等詳細信息。

### 產品管理

根據《中華人民共和國產品質量法》及相關法規、消費者要求和行業特點，我們制定了《2025年羽絨質量企業標準》《羽絨服試穿規定》《原材料產前樣確認流程》《生產過程控制要求》《成衣入庫檢驗規程》等質量管理制度，以及里料、襯料和鈕扣類的檢驗標準。我們目前持有ISO 9001質量管理體系認證。

我們已獲得ISO 9001質量管理體系認證，並將ISO 9001體系貫穿於研發、生產、銷售全鏈條：

- 研發方面，我們要求所有面料供應商提供符合我們標準的權威第三方測試報告，規範原材料產前控制，防止因原材料質量或顏色問題引發質量事故。
- 生產方面，我們建立了工廠質量績效評估機制，對產品進行嚴格的管控，通過過程評估促進工廠管理水平的提升。
- 銷售方面，我們的產品已獲得權威第三方機構（包括SGS、Intertek、IDFB等權威實驗室）出具的測試報告。於往績記錄期間，我們未發生任何產品召回事件。

我們對每一批羽絨都實行嚴格的第三方抽樣檢測。核心檢測項目不僅涵蓋絨子含量、蓬鬆度、清潔度等基礎指標，更對氣味、pH值等關係到舒適度與衛生狀況的細節進行嚴格監控，檢測標準高於國家要求。此外，我們主動將烷基酚(AP)和烷基酚聚氧乙烯醚(APnEO)等環境化學物質項目納入常規檢測，確保所有指標均符合國家強制性標準，從而從源頭上保證產品的純淨、安全和高品質。我們已獲得OEKO-TEX® STANDARD 100認證。

我們制定了《客戶投訴處理管理制度》，涵蓋產品質量、服務態度、物流、售後等所有業務領域的客戶投訴處理，確保及時、妥善地解決反饋，有效提升客戶的認可度和滿意度。同時，我們擁有一支專業的產品修護團隊，幫助延長產品使用壽命，為客戶提供溫馨周到的服務。

我們獲得了眾多榮譽和稱號。例如，2024年12月，我們被山東省科學技術廳、財政廳、稅務局認定為高新技術企業，並被全國服裝標準化技術委員會評為標準化工作戰略合作夥伴。我們還參與了14項標準的制定和修訂，其中包括8項國家標準、4項團體標準和2項行業標準。

## 業 務

### 商業道德

我們嚴格遵守與商業道德相關的法律法規，包括《中華人民共和國反壟斷法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國反洗錢法》等。我們積極為員工提供商業道德培訓計劃，通過教育和案例警示弘揚廉潔文化。截至2025年12月31日，100%的員工已簽署《廉潔從業承諾書》。

為全面落實反腐敗及反賄賂管理，我們制定了包括《坦博爾問責管理辦法》在內的內部政策，明確界定了全體員工必須遵守的道德責任和行為準則。公司設立了舉報投訴機制，並制定《舉報處理及獎勵管理辦法》以規範受理流程。

我們實施舉報人保護措施，鼓勵員工、合作夥伴及相關人士依法有序舉報違規、違紀及損害公司利益的行為。所有舉報均會接受內部調查，並根據案件性質和嚴重程度進行嚴格問責，保障各方合法權益。於往績記錄期間，我們未發生任何腐敗或賄賂事件。

### 公益慈善

秉持「有愛有溫暖」的理念，我們在專注業務發展的同時，致力於社會公益事業。於2025年，我們的慈善捐贈總額為人民幣3.5百萬元。

我們以身作則，支持並參與各類鄉村幫扶項目、捐贈及關愛活動，包括基礎設施建設、災害救援、教育支持、關愛弱勢群體及志願者慈善活動。

- 2024年，我們向聯合國兒童基金會駐華辦事處捐贈人民幣1百萬元，幫助並支持聯合國兒童基金會「優質和全納教育」項目，共同致力於改善兒童獲得公平優質教育機會。
- 2024年，我們與億角鯨海洋研究中心合作推出「極地探索」3.0系列活動，旨在支持科研團隊研究北極海洋氣候、環境變化、海洋微塑料及生命起源。該項目促進了功能性服裝的可持續發展，體現了品牌的社會責任感、使命感和願景。

### 環境

#### 應對氣候變化

為了更有效地應對氣候變化，我們識別了潛在的氣候相關風險和機遇，例如颱風和洪水等極端天氣事件、消費者偏好的轉變等。我們制定並不斷完善應急預案，並提供更環保、耐用且符合動物福利標準的產品，以緩解轉型風險並抓住可持續時尚市場的新機遇，從而加強品牌差異化和競爭優勢。

我們確定了與減緩氣候變化相關的關鍵指標，並盤算了範圍1和範圍2的溫室氣體排放。通過準確量化年度排放量，我們為實施有效的碳管理奠定了堅實基礎。

## 業 務

指標	單位	截至12月31日		
		2023年	2024年	2025年
範圍1排放	噸二氧化碳當量	429.87	458.80	809.07
範圍2排放	噸二氧化碳當量	2,800.39	4,997.76	5,086.65
範圍3排放	噸二氧化碳當量	564.78	938.21	911.83
總排放量(範圍1+2排放)	噸二氧化碳當量	3,335.68	5,644.70	5,895.72
總排放量(範圍1+2+3排放)	噸二氧化碳當量	3,900.46	6,582.91	6,807.55
排放強度(範圍1+2+3排放)	噸二氧化碳當量／ 百萬元人民幣收入	3.82	4.85	3.11
排放強度(範圍1+2排放)	噸二氧化碳當量／ 百萬元人民幣收入	3.26	4.16	2.69

附註：

- (1) 上表計算的溫室氣體排放量包括二氧化碳、甲烷和氧化亞氮。
- (2) 範圍1溫室氣體排放主要來源於生產運營設施使用的天然氣和液化石油氣、公司自有車輛消耗的汽油和柴油，以及逸散排放。
- (3) 天然氣、液化石油氣、汽油和柴油的排放因子來源於《2006年IPCC國家溫室氣體清單指南》。
- (4) 範圍2溫室氣體排放量基於位置方法計算。相關排放因子來源於中華人民共和國生態環境部《2021/2022年度電力二氧化碳排放因子—全國電力平均二氧化碳排放因子》。
- (5) 範圍2溫室氣體排放來源於我們生產運營場所使用的外購電力。
- (6) 範圍3清單是根據溫室氣體核算體系要求進行的，目前包括類別6(商務旅行)和類別7(員工通勤)的排放。

## 環境保護

### 績效對標

我們持續追蹤並披露關鍵績效指標，以透明地衡量我們運營的影響並推動持續改進。下表展示我們在排放強度、能耗強度和水耗強度方面的歷史績效，並與行業同行進行對標，以評估我們的相對地位。

指標	單位	集團績效			2024年同業績效		
		截至12月31日			最低	最高	平均
		2023年	2024年	2025年			
排放強度(範圍1+2+3排放)	噸二氧化碳當量／百萬元人民幣收入	3.82	4.85	3.11	0.59	9.22	2.99
能耗強度	兆瓦時／百萬元人民幣收入	5.27	7.08	4.50	1.21	6.46	3.68
用水強度	噸／百萬元人民幣收入	13.17	13.76	6.08	0.41	44.20	17.70

附註：

- (1) 我們選擇了六家公司作為對比分析的同行。我們選擇同業公司的標準包括：(i)截至2024年12月31日已在主要資本交易所上市；及(ii)核心業務涵蓋與我們業務範圍可比的服裝運營。

## 業 務

### 能源管理

我們通過技術升級、設備現代化和行為引導相結合，系統推進節能降耗。我們致力於持續優化日常運營中的能源效率，減少碳排放，積極構建綠色低碳的生產和辦公環境。

**照明管理：**我們採用智能時控和光感控制系統，根據使用時段和自然光線強度自動調節照明亮度。

**溫度控制：**通過空調溫度的合理設定和加強設備維護，在製冷制熱運行中實行精细化管理，防止能源浪費。

**熱水系統改造：**我們將原有的電熱水器改造為太陽能熱水系統，用於生產和生活用水，顯著降低了電力消耗。

**交通運輸能源管理：**我們積極推進車隊的綠色轉型。多台燃油車輛已更換為混合動力車型，並計劃在現有車輛逐步淘汰的過程中，陸續引入新能源車輛。

**員工意識與培訓：**我們高度重視員工行為對能耗的影響。通過節能宣傳活動和專項培訓，提升全員節能意識，鼓勵大家在日常工作中節約資源。

於往績記錄期間的能源消耗及強度如下：

指標	單位	截至12月31日		
		2023年	2024年	2025年
化石燃料.....	兆瓦時	169.84	294.88	262.73
外購電力.....	兆瓦時	5,218.76	9,313.75	9,586.60
總能耗.....	兆瓦時	5,388.60	9,608.63	9,849.33
能耗強度.....	兆瓦時／百萬元 人民幣收入	5.27	7.08	4.50

附註：

該波動主要是由柴油和天然氣消耗量的變化驅動。具體而言，2024年，本集團增加了數台灑水車和廂式貨車以支持物流和現場運輸需求，導致柴油消耗相應增加。與此同時，新生產廠房的自營食堂於2024年開始運營，引入了用於烹飪的額外天然氣消耗。這些運營變化共同導致了溫室氣體排放總量和能源消耗的增加。

### 水資源與廢水管理

由於服裝生產過程的特性，我們的生產環節不產生工業廢水，所有排放的廢水均為生活污水。

為提高水資源利用效率，我們積極實施雨水收集和回用措施。我們鼓勵在日常活動和工作場所中養成節水習慣，通過細節減少用水量。

於往績記錄期間的廢水排放、我們的總用水量及用水強度如下：

## 業 務

指標	單位	截至12月31日		
		2023年	2024年	2025年
廢水排放量.....	噸	346.00	563.00	795.00
總用水量.....	噸	13,467.00	18,679.00	13,323.00
用水強度.....	噸／百萬元人民幣收入	13.17	13.76	6.08

附註：

水資源相關指標的變化主要是集團業務擴張的結果。生產活動增加和員工人數增長導致用水需求上升。然而，通過實施節水措施、優化用水流程以及持續加強排放管理，集團的水消耗強度逐步降低，反映了運營效率的提升和有效的環境管理。

### 廢棄物管理

我們致力於在整個生產和運營過程中最小化廢棄物產生，並積極促進資源的循環利用。根據服裝行業的特點，我們建立了分類明確、責任清晰的廢棄物管理體系，確保各類廢棄物以合規、高效和環境友好的方式處理。我們的生產過程不涉及危險廢棄物。

為規範紡織廢棄物管理，實現危險紡織廢棄物100%安全合規處置、零事故的目標，並達成紡織廢棄物管理目標（例如，至2030年，將最終送往垃圾填埋場或焚燒廠處置的紡織廢棄物總量較2023年減少50%），我們制定了包括《紡織廢棄物分類管理制度》、《循環回收處置方案》及《減少紡織廢棄物行動計劃》在內的紡織廢棄物管理程序。通過採取包括與供應商合作開發並在生產中使用更易回收的環保材料、將廢棄物管理績效納入核心供應商評估體系、將減廢目標納入部門績效考核、以及持續開展員工培訓和宣傳活動等措施，確保實現上述目標。

於往績記錄期間的廢棄物排放及強度如下：

指標	單位	截至12月31日		
		2023年	2024年	2025年
無害廢棄物總量.....	噸	25.00	25.00	31.00
廢棄物排放總量.....	噸	25.00	25.00	31.00
廢棄物排放強度.....	千克／百萬元人民幣收入	24.45	18.42	14.16

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，COVID-19及相關社會環境未對我們的經營業績或財務狀況造成任何重大不利影響。於COVID-19期間，我們遭遇的供應鏈中斷情況有限。為此，我們基於銷售數據與庫存水平提高需求預測頻率，同時提前與關鍵供應商接洽以確保關鍵供應來源。我們主動預先採購並預置關鍵材料，優先保障材料供應。通過靈活策略使生產計劃與預期需求保持同步，實現生產與補貨的無縫銜接，確保快速滿足市場需求。

---

## 業 務

---

COVID-19疫情及隨後實施的政府強制措施（包括封鎖與社交隔離規定）導致線下門店客流量下滑。儘管面臨這些挑戰，相關措施卻加速了消費者向電商與直播銷售平台的轉移，從而促進了消費者互動的持續性和銷售的穩定性。數字化渠道的快速擴張使我們得以有效適應並在零售環境轉型中保持韌性，確保在線下門店營運面臨前所未有限制的情況下維持業務連續性。因此，COVID-19並未對我們的銷售表現造成重大干擾。

據我們所知，我們的主要供應商（包括原材料供應商、合約製造商和物流服務供應商）並未因COVID-19出現任何重大停工或停業情況，亦未對我們的供應鏈和業務運營造成任何重大不利影響。於相關期間，我們持續履行訂單並保持穩定的交付能力。

### 風險管理與內部控制

我們已建立並目前維護風險管理和內部控制系統，其中包括我們認為適合我們業務運營的政策和程序。我們亦定期檢討該等程序，以確保其有效性。為監督[編纂]後風險管理政策及企業管治措施的持續執行，我們已採取以下風險管理措施，其中包括：

- 設立審計委員會，負責審查及監督我們的財務報告流程及內部監控系統。有關委員會成員的資歷及經驗，請參閱「董事及高級管理層」；
- 採取政策確保遵守上市規則，包括但不限於與風險管理、關連交易及資料披露有關的方面；
- 為本公司董事、監事及高級管理層舉辦有關上市規則相關要求及香港[編纂]公司董事職責的培訓；
- 加強生產設施的報告及記錄系統，包括集中其質量控制及安全管理系統並對設施進行定期檢查；
- 建立重大質量問題應急處理程序；
- 採取有關監控在線狀態（例如我們品牌及產品的KOL相關內容）的內部控制政策；及
- 分發員工手冊，增強員工遵紀守法意識。

## 與控股股東的關係

### 概覽

截至最後實際可行日期，(1)王麗莉女士直接持有本公司已發行股本總額約25.33%；(2)上海藍銀（持有本公司已發行股本總額約67.14%）由王麗莉女士及王潤基先生分別擁有55.00%及44.50%；及(3)青州坦文（持有本公司已發行股本總額約4.17%），其中王麗莉女士作為青州坦文的普通合夥人，有權行使青州坦文所持本公司股份附帶的投票權。

基於上文所述，就上市規則而言，王麗莉女士、王潤基先生、上海藍銀及青州坦文被視為我們的一組控股股東。截至最後實際可行日期，我們的一組控股股東有權行使本公司已發行股本總額約96.64%所附帶的投票權。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），王麗莉女士、王潤基先生、上海藍銀及青州坦文將有權行使我們已發行股本總額約[編纂]%所附帶的投票權，並將繼續構成我們的一組控股股東。

### 競爭

截至最後實際可行日期，我們的控股股東及彼等各自的緊密聯繫人概無於直接或間接與本集團業務競爭或可能競爭的任何業務中擁有須根據上市規則第8.10條作出披露的任何權益。

### 獨立於我們的控股股東

經考慮以下因素，董事信納我們於[編纂]後有能力獨立於控股股東經營我們的業務。

### 管理獨立

我們的業務由董事會及高級管理層管理及進行。董事會由四名執行董事及三名獨立非執行董事組成。有關更多資料，請參閱「董事及高級管理層」。儘管我們的其中一名執行董事王麗莉女士在上海藍銀的董事職務有重疊並為青州坦文的普通合夥人，董事相信，本公司董事會及高級管理層能夠獨立於控股股東經營本公司業務，理由如下：

- (i) 上海藍銀和青州坦文均為持股平台，並無實質性業務營運。儘管王麗莉女士擔任上海藍銀的董事並作為青州坦文的普通合夥人，彼無需參與任何一個實體的日常營運，且不因此等職務獲得任何酬金；
- (ii) 董事知悉彼等作為董事的受信責任，該等責任要求（其中包括）彼等為本公司及全體股東的整體利益及以符合本公司及全體股東的利益方式行事，且不容許彼等作為董事的職責與彼等個人利益之間出現任何衝突；
- (iii) 我們的日常管理及營運由我們的執行董事及高級管理團隊開展。彼等在本公司所從事行業擁有豐富經驗，因此將能作出符合本集團最佳利益的公正及穩健業務決策；

## 與控股股東的關係

- (iv) 董事會根據公司章程及適用法律法規以大多數票集體行事，且除非獲董事會授權，否則任何單一董事均不得作出任何決定；
- (v) 董事會由執行董事及獨立非執行董事均衡組成，確保董事會於作出影響本公司的決策時的獨立性。獨立非執行董事佔董事會人數的三分之一以上，且並無亦將不會於我們的控股股東擔任任何職務。本公司全部三名獨立非執行董事均獨立於控股股東，並在其各自專業領域擁有豐富經驗。詳情請參閱「董事及高級管理層」。所有獨立非執行董事均根據上市規則的規定委任，而本公司的若干事項必須始終提交至獨立非執行董事進行審核，確保董事會的決策是在充分考慮獨立和公正意見後方作出；
- (vi) 如本集團與董事或彼等各自的緊密聯繫人之間將訂立的任何交易存在潛在的利益衝突，有利害關係董事須於本公司的相關董事會會議上在投票前就該等交易聲明有關利益的性質；及
- (vii) 我們已委任新百利融資有限公司為我們的合規顧問，該公司將就遵守適用法律及上市規則（包括有關董事職責及企業管治的各項規定）向本公司提供建議及指引。

### 營運獨立性

我們擁有與本集團業務相關的所有技術，以及開展所有業務所需的所有必要資格和批准。我們擁有獨立接觸客戶和供應商的渠道，因此在我們的收入、研發、人員配置或營銷及銷售活動的任何重大金額上不依賴控股股東，且我們有足夠的資本、設備及僱員以獨立於我們的控股股東營運我們的業務。我們有成熟及完善的組織架構，由多個獨立部門組成，各司其職，例如人員配備、行政、財務、內部審計、研發、銷售及營銷或公司秘書職能。這些部門已運作並預計將繼續獨立於我們的控股股東及彼等的緊密聯繫人獨立運作。

### 財務獨立

本公司已設立自身的財務部，其擁有獨立的財務人員負責獨立於我們的控股股東及其各自的緊密聯繫人履行資金、會計、財務報表編製、集團信貸及內部控制職能，並設有完善且獨立的財務系統，並根據自身業務需求作出獨立的財務決策。本公司獨立維持銀行賬戶，不與控股股東共享任何銀行賬戶。本公司獨立進行稅務登記及以自有資金獨立繳稅。因此，本公司的財務職能（例如現金及會計管理、發票及賬單）獨立於我們的控股股東及其各自的緊密聯繫人運作。

截至最後實際可行日期，本集團有總計約人民幣145.4百萬元的銀行借款（「擔保貸款」），該等借款由控股股東提供擔保。對於金額約為人民幣74.5百萬元的擔保貸款，我們已取得相關銀行的書面確認，表明在[編纂]前解除相關控股股東提供的個人

## 與控股股東的關係

擔保，該等擔保將由本公司提供的公司擔保取代。對於餘下金額約為人民幣70.9百萬元的擔保貸款，我們預計在[編纂]前償還該等借款或促成解除相關控股股東就該等借款提供的擔保。因此，[編纂]後，我們將不會有任何未償還的貸款、墊款或應付或應收我們的控股股東或其任何各自的緊密聯繫人非貿易性質的結餘，亦不會有由彼等提供的任何質押或擔保。

[編纂]後，我們預計不會依賴來自我們的控股股東或其緊密聯繫人的融資。我們預計我們將透過經營活動所得現金流量、銀行借款、股權融資以及[編纂][編纂]的組合來滿足營運資金需求。

### 企業管治措施

於[編纂]後，我們將遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則的條文，當中載列良好的企業管治原則。

董事確認良好企業管治對保障股東權益的重要性。我們將採取下列措施，以保障良好企業管治標準及避免本集團與控股股東之間的潛在利益衝突：

- (i) 倘就任何董事於其中擁有重大權益的事項召開董事會會議，則該等董事應在有關決議案中放棄投票，且不得計入投票的法定人數；
- (ii) 倘舉行股東會議旨在審議我們的控股股東任何成員或彼等任何聯繫人於其中有重大利益的建議交易，則我們的控股股東相關成員將不會對決議案進行投票，亦不會被計入投票的法定人數；
- (iii) 本公司已建立可識別關連交易的內部控制機制。於[編纂]後，倘本公司與我們的控股股東任何成員或其任何聯繫人訂立關連交易，本公司將遵守上市規則第十四A章的相關規定，包括上市規則項下的公告、申報及獨立股東批准規定（如適用）；
- (iv) 獨立非執行董事將提供公正及專業意見以保障少數股東的利益；
- (v) 我們已根據上市規則及上市規則附錄C1的《企業管治守則》成立審計委員會、薪酬委員會及提名委員會，並已訂立書面職權範圍；
- (vi) 倘董事合理要求獨立專業人士（如財務顧問）提供意見，則委任有關獨立專業人士的開支將由本公司承擔；及
- (vii) 我們已委任新百利融資有限公司為我們的合規顧問，我們的合規顧問將就遵守上市規則及適用法律、規則、守則及指引（包括但不限於有關董事職責及內部監控的各項規定）向我們提供意見及指引。

## 股 本

### 概述

#### 緊接[編纂]前

截至最後實際可行日期，本公司註冊資本為人民幣167,300,000元，包括167,300,000股每股面值人民幣1.00元的非上市股份。於[編纂]過程中，本公司所有股東已向中國證監會、聯交所及其他相關監管機構申請將其所持之非上市股份轉換為H股。

#### 於[編纂]完成時

緊隨[編纂]及[編纂]股份轉換為H股完成後，本公司股本將如下所示：

#### 假設[編纂]未獲行使：

股份說明	股份數目	佔已發行股本 總數之百分比
由[編纂]股份轉換之H股 .....	167,300,000	[編纂]
根據[編纂]將予發行之H股 .....	[編纂]	[編纂]
總計 .....	[編纂]	<b>100.00</b>

#### 假設[編纂]獲悉數行使：

股份說明	股份數目	佔已發行股本 總數之百分比
由非上市股份轉換之H股 .....	167,300,000	[編纂]
根據[編纂]將予發行之H股 .....	[編纂]	[編纂]
總計 .....	[編纂]	<b>100.00</b>

### 本公司股份

於[編纂]完成後，本公司將僅由H股組成。H股通常不得由中國法人或自然人[編纂]或交易，惟若干中國境內合格機構[編纂]、滬港通及深港通機制下的符合資格中國[編纂]、以及根據相關中國法律法規或經主管機關批准有權持有H股的其他人士除外。

就H股所有股息而言，本公司將宣派以人民幣計值股息，並以港元或人民幣支付。除現金外，股息亦可採用股份形式或現金與股份組合形式分派。

## 股 本

### 非上市股份轉換為H股

根據國務院證券監督管理機構頒佈的法規及公司章程，非上市股份可轉換為H股，惟該等轉換股份的轉換、[編纂]及[編纂]須向中國證監會完成備案後，方可在境外證券交易所[編纂]交易。此外，該等轉換、[編纂]及[編纂]須符合內部審批程序之任何要求，並在所有方面遵守國務院證券監管機構頒佈之規例以及相關海外證券交易所訂明之規則、要求及程序。

#### [編纂]審核及中國證監會備案

本公司已於[●]向中國證監會申請境外[編纂]備案時同步辦理「全流通」備案，並已依據中國證監會規定提交申請報告、申請H股「全流通」之非上市股份股東授權文件、關於股份獲取合規性之承諾書及其他文件。

本公司[已收悉]中國證監會於[●]出具的境外[編纂]及「全流通」備案通知書，據此通知書規定：

- (i) 本公司獲准發行不超過[●]股每股面值人民幣1.00元的H股，該等H股均為普通股，而於本次發行後，本公司可在聯交所主板[編纂]；及
- (ii) 本公司已獲准將本公司全體股東（「全流通參與股東」）所持合計[編纂]股每股面值人民幣1.00元的非上市股份轉換為H股，該等股份於轉換完成後或會在聯交所[編纂]。

倘[編纂]於接收備案通知書後一年內未能完成，而本公司此後將繼續推進境外[編纂]及[編纂]，則須更新備案材料，中國證監會將相應更新公開備案信息。

#### 聯交所批准[編纂]

我們已向[編纂]委員會申請批准根據[編纂]將發行的H股（包括可能因行使[編纂]而發行的任何H股）以及由167,300,000股非上市股份轉換的H股在聯交所[編纂]及[編纂]。

我們將在收到聯交所批准後執行以下非上市股份轉換為H股的程序：(i)就轉換H股的相關股票向我們的[編纂]發出指示；及(ii)使轉換H股獲[編纂]接納為[編纂]內可進行存管、清算及交收的合資格證券。

#### [編纂]前發行股份的轉讓限制

根據《中國公司法》規定，公司公開發行股份前已發行的股份，自公司[編纂]之日起一年內不得轉讓。因此，本公司於[編纂]前已發行股份須受此項法定限制，自[編纂]

---

## 股 本

---

起一年內不得轉讓。本公司將與本公司聘請之境內證券公司合作，對非上市股份轉換所得H股自[編纂]後起計一年內限制[編纂]。

根據《中國公司法》，本公司董事及高級管理層成員於就任時確定的任職期間每年轉讓股份不得超過其各自於本公司持股總數之[編纂]%。前述人士所持本公司股份於H股[編纂][編纂]之日起一年內不得轉讓，且於其離職後半年內不得轉讓。公司章程可包含對董事及高級管理層所持股份轉讓之其他限制，相關概要載於「附錄六一公司章程摘要」。

### 股東會

本公司召開股東會之具體情形請參閱「附錄五一主要法律及監管規定概要」及「附錄六一公司章程概要」。

### 發行H股之一般授權

待[編纂]完成後，根據本公司股東決議，董事會獲授予發行H股之一般授權。詳情請參閱「附錄七一法定及一般資料—本集團進一步資料—股東決議案」。

## 主要股東

據董事所知悉，緊隨[編纂]完成及非上市股份轉換為H股後（假設[編纂]未獲行使），下列人士將持有須根據《證券及期貨條例》第XV部第2及第3分部規定向本公司及聯交所披露的股份或相關股份權益及／或淡倉（視適用而定），或有權直接或間接於本公司任何股東會行使或控制10%或以上投票權：

股東名稱	權益性質 <sup>(1)</sup>	股份說明	截至最後實際可行日期 實益擁有之股份		緊隨[編纂]完成及未上市 股份轉換為[編纂]後（假設[編纂] 未獲行使）實益擁有之股份		
			數目	佔本公司 已發行股本 總額百分比%	數目	佔本公司 已發行股本 總額百分比 <sup>(2)</sup>	
						非上市股份/ H股持股比例%	（如適用） <sup>(2)</sup>
上海藍銀 <sup>(3)</sup> .....	實益擁有人	非上市股份	112,319,983	67.14	-	-	-
		H股	-	-	[編纂]	[編纂]	[編纂]
王麗莉女士 .....	實益擁有人	非上市股份	42,379,996	25.33	-	-	-
		H股	-	-	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	受控制法團 權益 <sup>(4)</sup>	非上市股份	124,920,004	74.67	-	-	-
		H股	-	-	[編纂]	[編纂]	[編纂]
王潤基先生 .....	受控制法團 權益 <sup>(3)</sup>	非上市股份	112,319,983	67.14	-	-	-
		H股	-	-	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 所有上述權益均為好倉。
- (2) 基於緊隨[編纂]完成及非上市股份轉換為H股後（假設[編纂]未獲行使）發行的零股非上市股份及[編纂]股H股總數計算。
- (3) 上海藍銀（一家於中國成立的有限責任公司）由王麗莉女士持股55.0%及王潤基先生持股44.5%。因此，根據《證券及期貨條例》，王麗莉女士及王潤基先生均被視為擁有上海藍銀所持股份的權益。
- (4) 王麗莉女士為：(i)上海藍銀實益擁有人，持有其55.0%股權；(ii)青州坦文普通合夥人，持有其66.8%合夥權益；(iii)青州博順有限合夥人，持有其66.8%合夥權益；及(iv)青州爾雅有限合夥人，持有其79.7%合夥權益。根據《證券及期貨條例》，王麗莉女士被視為擁有上海藍銀、青州坦文、青州博順及青州爾雅合計所持股份的權益。

除本文所披露者外，本公司董事不知悉任何人士將於[編纂]完成及非上市股份轉換為H股後（假設[編纂]未獲行使），根據《證券及期貨條例》第XV部第2及第3分部規定須向本公司及聯交所披露其於本公司股份或相關股份之任何權益及／或淡倉，或有權直接或間接於本公司任何股東會行使或控制行使10%或以上投票權。

## 董事及高級管理層

### 概覽

[編纂]後，董事會將由七名董事組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。

### 董事會

下表載列有關董事的主要資料：

姓名	年齡	職位	職責	加入本集團日期	獲任為董事日期
王麗莉女士.....	[54]歲	董事長、 執行董事及總經理	負責制定戰略舉措並監督本集團的整體管理及業務運營	2004年 4月19日	2016年 11月8日
侯增江先生.....	[54]歲	執行董事、 執行副總經理兼 董事會秘書	負責管理及協調本集團的行政及運營活動以及法律與合規事宜並監督董事會事務	2004年 4月19日	2016年 11月8日
肖娜女士.....	[49]歲	執行董事及 財務總監	負責監督本集團的財務管理、監管合規、預算控制及投資者關係	2004年 4月19日	2019年 7月26日
莊煌鋒先生.....	[40]歲	執行董事及 人力資源部總監	負責制定人力資源戰略並監督本集團的人才管理	2022年 3月28日	2022年 12月23日
李向東先生.....	[50]歲	獨立非執行董事	負責向董事會提供獨立意見及判斷	2025年 8月27日	2025年 8月27日
屈飛先生.....	[45]歲	獨立非執行董事	負責向董事會提供獨立意見及判斷	2025年 8月27日	2025年 8月27日
周政寧先生.....	[58]歲	獨立非執行董事	負責向董事會提供獨立意見及判斷	2025年 8月27日	2025年 8月27日

---

## 董事及高級管理層

---

### 執行董事

王麗莉女士於2016年11月獲委任為本公司董事，其後於2025年9月調任為執行董事。

王麗莉女士在紡織面料、服裝及消費零售領域深耕三十餘年，管理經驗豐富，具備深厚產業知識、前瞻市場洞察和卓越成本與運營管理能力。以面料經營、服裝零售為起點，精通紡織供應鏈管理、商品企劃、品牌定位、品質控制及產品開發等，對消費者體驗、零售渠道變革以及ESG趨勢有着敏銳的把握，親歷了行業從傳統製造向數字化、可持續時尚的轉型。

於2004年之前，王女士曾擔任青州市華聯商場的總經理。自本公司成立起，王麗莉女士歷任本集團下列職務：(i) 2004年4月至2006年3月擔任監事；(ii) 2006年3月至2010年7月擔任總經理；(iii) 2010年7月至2013年6月擔任監事；(iv) 2013年6月至2016年11月擔任營銷經理；(v) 自2016年11月起擔任董事長；及(vi) 自2017年3月起擔任總經理。王麗莉女士同時擔任主要附屬公司董事及管理職務，具體包括：自2024年8月起擔任坦博爾智慧科技董事；自2021年11月起擔任杭州坦博爾執行董事兼總經理；並自2021年11月起擔任上海坦博爾執行董事兼總經理。

王麗莉女士曾因領導能力和貢獻獲下列榮譽：(i) 2023年5月獲濰坊市促進非公有制經濟發展工作領導小組評為「濰坊市民營企業家「掛帥出征」百強榜單菁英型企業家」；(ii) 2023年10月獲山東省婦女聯合會授予「山東省巾幗建功標兵」稱號；(iii) 2023年2月獲山東省紡織服裝行業協會評為「山東省紡織服裝行業科技創新領軍人物」；及(iv) 2024年1月獲山東省紡織服裝行業協會評為「突出貢獻人物」。

王麗莉女士於2008年12月獲中國上海交通大學頒授工商管理碩士學位，並於2024年5月獲濰坊市人力資源和社會保障局認證為高級工程師。

侯增江先生於2016年11月獲委任為董事，其後於2025年9月調任為執行董事。

侯先生在紡織服裝行業質量控制、行政管理及營運等領域具備豐富專業知識。侯先生於1995年3月至2000年3月在山東青州制絲廠任職，並於2001年10月至2004年9月在青州市華益絲業有限公司工作。自加入本集團以來，侯先生在本集團擔任高級職位：(i) 2004年4月至2007年4月擔任辦公室經理；(ii) 2007年5月至2020年2月任副總經理；及(iii) 自2020年2月起擔任執行副總經理。

侯先生因其貢獻而獲得表彰，包括2016年12月及2022年11月獲國家標準化管理委員會頒授「全國服裝標準化工作先進個人」及2018年10月獲山東省個體私營企業協會

---

## 董事及高級管理層

---

授予「山東省非公企業黨建先進工作者」。此外，侯先生自2012年1月起擔任全國服裝標準化技術委員會委員。彼亦擔任中國服裝協會標準化技術委員會及中國羽絨工業協會標準化技術委員會委員，參與服裝及相關標準的制定、修訂與審核工作。

侯先生於2014年12月獲雲南師範大學授予工商管理碩士學位，並於2023年5月獲濰坊市人力資源和社會保障局認證為高級工程師。

肖娜女士於2019年7月獲委任為董事，然後於2025年9月調任為執行董事。

肖女士在財務管理及營運方面擁有豐富經驗。其專業經歷包括：(i)2004年5月至2008年10月擔任本集團會計主管；(ii)2008年11月至2018年5月擔任本集團財務經理；及(iii)自2018年5月起擔任本集團財務總監。

肖女士於2014年1月通過在職學習取得山東農業大學會計學學士學位。彼於2013年1月獲頒山東省人力資源和社會保障廳簽發之會計中級資格證。

莊煌鋒先生於2022年12月獲委任為董事，然後於2025年9月調任執行董事。

莊先生在本公司具備跨國人力資源體系的全面專業經驗。加入本集團前，彼於2015年1月至2019年5月擔任斐樂體育有限公司人力資源經理兼人力資源業務合作夥伴。莊先生其後於2019年6月至2020年12月擔任寶姿(中國)有限公司人力資源業務合作夥伴。於2021年4月至2022年1月，莊先生擔任寶勝國際(控股)有限公司(一家於聯交所上市的中國運動服裝及鞋類公司，股份代號：3813)人力資源及行政高級經理。自2022年3月起，莊先生擔任本集團人力資源總監。

莊先生於2006年7月自中國的福建廣播電視大學取得工商管理專科文憑，並於2017年在中國的集美大學修讀工商管理專業，完成本科函授課程畢業。

### 獨立非執行董事

李向東先生於2025年8月獲委任為本公司獨立非執行董事。

李先生在自動化技術、機器人及智能系統領域擁有超過20年的專業經驗。於2001年8月至2007年7月，彼擔任國網智慧科技股份有限公司研發工程師。

---

## 董事及高級管理層

---

李先生目前擔任以下職務：(i)自2018年11月起擔任山東省科學院自動化研究所智慧感測研究室主任。彼自2007年8月起任職於山東省科學院自動化研究所，並曾於2009年7月至2018年10月擔任其研究室副主任；(ii)自2021年1月起擔任山東山科感測智慧科技有限公司董事長；及(iii)於2022年12月30日至2027年12月30日擔任山東省自動化學會第九屆理事會成員。

李先生因其研究成果和貢獻獲得了多項榮譽，包括：(i)於2024年獲中國技術市場協會授予的中國技術市場協會金橋獎二等獎；(ii)於2024年獲山東省技術市場協會科技金橋獎獎勵委員會授予的山東省技術市場協會金橋獎一等獎；及(iii)於2022年獲山東省發展和改革委員會授予的山東省重點扶持區域引進急需緊缺人才稱號。

李先生於1998年7月獲得中國山東工業大學（現稱為山東大學）應用電子技術學士學位，並於2007年6月獲得中國山東大學控制工程碩士學位。

屈飛先生於2025年8月獲委任為本公司獨立非執行董事。

屈先生自2005年起投身紡織服裝行業，始終任職於中國服裝協會：2005年6月至2012年4月任會員部副主任，2012年5月至2016年4月歷任上海辦事處副主任、主任，2016年4月至2024年5月任副秘書長，2024年5月起任秘書長，在推動中國服裝行業發展方面發揮了近二十年的領導作用。於2017年4月至2024年6月，屈先生擔任中國紡織工業聯合會品牌工作辦公室副主任。屈先生自2025年11月起一直擔任中國服裝協會副會長及秘書長。

屈先生於2004年6月自中國人民大學取得商務管理專科學歷。彼於2022年完成國務院國資委大連高級經理學院主辦之中青年幹部培訓班並獲結業證書，並於2016年12月獲中國服裝協會授予「2016年度優秀管理者」稱號及於2017年1月獲中國紡織工業聯合會授予「2016年度中國紡織工業聯合會先進工作者」稱號。

周政寧先生於2025年8月獲委任為本公司獨立非執行董事。

周先生擁有逾25年投資經驗，現為慧科科創投資（一間香港證監會持牌資產管理公司，專注於全球科技驅動型板塊投資）管理合夥人。彼具備上市公司財務報表審閱經驗，現任中國港能智慧能源集團有限公司（前稱中國天然氣集團有限公司，於聯交所

## 董事及高級管理層

主板上市(股份代號：931)及杉杉品牌運營股份有限公司(於聯交所主板上市(股份代號：1749))獨立非執行董事。此外，周先生曾於2017年4月至2020年4月擔任深圳兆日科技股份有限公司(於深圳證券交易所上市(股份代號：300333))獨立非執行董事。

周先生於1990年11月獲香港理工大學頒發工商管理學士學位，現為CFA協會特許金融分析師及香港會計師公會資深會員。周先生亦為《證券及期貨條例》第9類(資產管理)受規管活動的負責人。

### 高級管理層

高級管理層目前由三名成員組成，負責本公司的日常管理及營運。下表載列高級管理層主要資料：

姓名	年齡	職位	職責	加入本集團日期	獲任為高級管理層日期
王麗莉女士.....	54歲	董事長、執行董事兼執行總經理	負責制定戰略舉措並監督本集團的整體管理及業務運營	2004年 4月19日	2017年 3月20日
侯增江先生.....	54歲	執行董事、副總經理兼董事會秘書	負責管理及協調本集團的行政及運營活動以及法律與合規事宜並監督董事會事務	2004年 4月19日	2007年 5月15日
肖娜女士.....	49歲	執行董事兼財務總監	負責監督本集團的財務管理、監管合規、預算控制及投資者關係	2004年 4月19日	2018年 5月21日

有關王麗莉女士、侯增江先生及肖娜女士各自的履歷詳情請參閱本節「一 董事會 — 執行董事」一節。

### 有關董事及高級管理層的其他資料

據董事們在作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，概無有關彼等獲委任為董事或高級管理層成員的重大事宜須提請我們股東關注，且截至最後實際可行日期，概無其他根據上市規則第13.51(2)條規定須予披露的有關彼等委任的資料。

---

## 董事及高級管理層

---

除上文所披露者外，截至本文件日期前三年內，我們的董事及高級管理層成員概無於香港或海外任何其他上市公司擔任任何其他董事職務。除上文所披露者外，我們的董事及高級管理層成員概無與其他董事及高級管理層成員有關連。

本公司於2025年8月解散監事會。經中國法律顧問告知，有關解算乃根據《中國公司法》及相關規則進行，包括中國證監會於2024年12月27日頒佈的《關於新〈公司法〉配套制度規則實施相關過渡期安排》的要求，且符合中國適用法律及中國證監會監管要求。

### 聯席公司秘書

侯增江先生於2025年9月獲委任為本公司聯席公司秘書，其履歷請參閱上文「一董事會－執行董事」一節。

張世澤先生（曾用名張再祖），於2025年9月獲委任為本公司聯席公司秘書。

張先生於會計、財務、業務諮詢工作及企業服務領域擁有逾20年經驗。張先生亦於2002年9月至2013年9月在羅兵咸永道會計師事務所相繼擔任助理及高級經理。張先生於2013年10月至2015年7月擔任河南正商置業有限公司首席財務官。彼擔任多間香港上市公司的首席財務官兼公司秘書。張先生於2015年7月至2017年3月擔任聯交所上市公司正商實業有限公司（前稱正恒國際控股有限公司，股份代號：185）執行董事兼公司秘書，並於2016年9月至2017年3月擔任該公司首席財務官。張先生於2017年3月至2019年7月擔任聯交所上市公司中國唐商控股有限公司（股份代號：674）首席財務官兼公司秘書。張先生於2019年7月至2021年12月擔任聯交所上市公司三巽控股集團有限公司（股份代號：6611）首席財務官兼公司秘書。張先生於2022年6月至2026年2月擔任易和國際控股有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：8659）獨立非執行董事。

張先生現時為財斧諮詢及顧問服務有限公司之創辦人及董事，自2022年1月起負責向上市公司客戶提供公司秘書及合規服務。張先生現於以下上市公司擔任獨立非執行董事：(i)自2018年5月起，德林控股集團有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：1709）；(ii)自2017年12月起，傳遞娛樂有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：1326）；及(iii)自2025年10月起，港龍中國地產集團有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：6968）。張先生亦於以下上市公司擔任公司秘書：(i)自2024年2月起，正商實業有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：185）；(ii)自2022年7月起，興業物聯服務集團有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：9916）；(iii)自2024年5月起，稀美資源控股有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：9936）；(iv)自2020年2月起，立德教育股份有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：1449）；及(v)自2026年2月起，萬威國際有限公司（一家於聯交所上市的公司，股份代號：0167）。

---

## 董事及高級管理層

---

張先生於2002年5月於英屬哥倫比亞大學取得商學士學位；自2005年9月起成為香港會計師公會會員。彼自2024年11月起獲香港會計及財務匯報局（「會財局」）註冊為執業會計師。

### 董事委員會

我們已依據中國適用法律法規、公司章程及上市規則項下企業管治守則，於董事會下設三個委員會，包括審計委員會、薪酬委員會及提名委員會。

### 審計委員會

我們已依據上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載的企業管治守則設立審計委員會。審計委員會主要職責包括(i)協助董事會對本集團財務報告程序、內部控制及風險管理系統進行獨立審視；(ii)監督審計程序；及(iii)履行董事會所授予的其他職責。審計委員會由三名獨立非執行董事組成，即李向東先生、屈飛先生及周政寧先生。李向東先生擔任委員會主席。周政寧先生具備上市規則第3.10(2)及3.21條規定的適當專業資格。

### 薪酬委員會

我們已依據上市規則第3.25條及上市規則附錄C1所載的《企業管治守則》設立薪酬委員會。薪酬委員會主要職責包括(i)就董事及高級管理層全部薪酬的政策架構及制定薪酬政策的正式透明程序向董事會提供建議；(ii)就全體董事及高級管理層的具體薪酬方案提供建議；(iii)根據董事會決議的企業政策與目標審閱並批准薪酬提案；及(iv)參考董事會不時議決的企業目標，審閱及批准與績效掛鈎的薪酬，包括與上市規則第17章規定的股份計劃（如有）相關的事宜。薪酬委員會由一名執行董事（即肖娜女士）及兩名獨立非執行董事（即李向東先生與屈飛先生）組成。屈飛先生擔任薪酬委員會主席。

### 提名委員會

我們已依據上市規則附錄C1所載的《企業管治守則》設立提名委員會。提名委員會主要職責包括(i)審閱董事會架構、規模及組成；(ii)評估獨立非執行董事的獨立性；及(iii)就董事委任相關事宜向董事會提供建議。提名委員會由一名執行董事（即王麗莉女士）及兩名獨立非執行董事（即李向東先生與屈飛先生）組成。王麗莉女士擔任提名委員會主席。

## 董事及高級管理層

### 企業管治守則

我們認同將良好企業管治元素納入管理架構及內控程序以實現有效問責的重要性。我們已採納《企業管治守則》所載條文，並秉持董事會應均衡包含執行董事及獨立非執行董事之原則，確保具備充分獨立元素以有效行使獨立判斷。

為實現高水平企業管治，我們將於[編纂]後恪守上市規則附錄C1所載《企業管治守則》及與上市規則相關的所有守則條文，惟《企業管治守則》第二部份第C.2.1條守則條文有關董事會主席與首席執行官角色應予以區分且不應由同一人士擔任的規定除外。

董事長及總經理職務現由王麗莉女士擔任。鑒於王麗莉女士自本集團成立以來所作重大貢獻，且其在行業及企業管理方面具備豐富經驗，我們認為由王麗莉女士同時擔任董事長及總經理兩項職務，可為本集團提供高效及貫徹一致的領導並促進業務策略高效執行。基於王麗莉女士於[編纂]後續任董事長及總經理職務對本集團業務發展與前景之適宜性及有利性考量，本公司現階段建議不予分拆董事長及首席執行官兩項職務。

儘管此安排構成對《企業管治守則》第二部份第C.2.1條守則條文之偏離，惟董事會認為該架構不會損害董事會與本公司管理層之間的權力制衡，原因是：(i)董事會已設置充分制衡機制，具體表現為：董事會決定須經全體董事過半數批准方獲通過，且董事會現有三名獨立非執行董事之架構符合上市規則的要求。(ii)王麗莉女士及其他董事明悉並承諾履行其身為董事的受信責任，該等責任要求彼等為本公司及股東之利益及以符合本公司及股東的最佳利益方式行事，並據此為本集團作出決策；及(iii)董事會運行機制可確保權力與權限制衡，該董事會由資深及高素質人士組成，定期舉行會議商討影響本公司運營之事項。此外，本集團整體戰略及其他關鍵業務、財務與運營政策，均經董事會及高級管理層充分討論後集體制定。董事會將持續審閱本集團企業管治架構之成效，以評估董事長與本公司首席執行官職位分任之必要性。

### 董事會多元化政策

董事會[已採納]董事會多元化政策，該政策載明實現董事會多元化之實現途徑。本公司認可並認同董事會多元化之裨益，視提升董事會層面多元化為實現本公司戰略目標及可持續發展之關鍵要素。本公司尋求通過考量多項因素實現董事會多元化，包括但不限於專業才能、技能、性別、年齡、文化及教育背景、族裔、專業經驗、獨立性、知識結構及服務年限。我們基於品質及其於董事會之貢獻潛力，並不時考慮業務模式及具體需求，甄選潛在董事候選人。

---

## 董事及高級管理層

---

本公司董事會知識結構、專業技能及行業經驗配置均衡。成員完成之專業研習包括但不限於業務管理、會計及應用的電子技術等各領域。我們擁有三名具備多元化行業背景之獨立非執行董事。此外，各董事年齡覆蓋39至57歲，跨度較大。鑒於我們的業務模式和特定需求，以及七名董事中包含兩名女性成員，我們認為現董事會構成符合董事會多元化政策要求。

我們深明董事會性別多元化之關鍵意義。我們已採取並將持續推行措施，以促進及提升本公司各層面(包括但不限於董事會及高級管理層)之性別多元化。本公司董事會多元化政策規定，董事會於[編纂]後在甄選及推薦委任合適人選時，應積極考量提升女性成員比例之目標，以逐步提升該比例。本集團特別考慮業務需求及可能影響業務計劃之變動因素，將適時甄選兼具多元化技能、經驗及跨領域知識之女性人士，並建立具備董事資質之女性候選人名冊。該名冊由提名委員會定期審核，以構建董事會繼任梯隊及促進性別多元化。我們亦將確保中高層職位招聘時體現性別多元化，以建立合格女性高管及董事會繼任者儲備。我們擬為具備運營及業務所需經驗、技能與知識之女性僱員提供全面培訓，內容包括但不限於業務運營、管理、會計財務及法規合規等範疇。我們認為，該等策略將為董事會創造充分機會以發掘適任女性僱員在日後提名為董事，實現我們發展女性候選人渠道的目標，從而在長期內實現董事會中更大的性別多元化。

提名委員會負責確保董事會成員組成之多元化。提名委員會將於[編纂]後每年檢討董事會多元化政策及其實施情況以監察持續有效性，並於企業管治報告中按年度披露董事會多元化政策的實施狀況，包括所設定之可計量目標及達成進度。

### 合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任新百利融資有限公司為合規顧問。合規顧問將就遵守上市規則及其他香港適用法律向我們提供指導及建議。合規顧問將根據上市規則第3A.23及3A.24條向本公司提供建議。合規顧問的任期自[編纂]開始，並預期至本公司就[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條的規定當日結束。

### 董事及五名最高薪酬人士之酬金

董事及高級管理層從本公司領取薪酬，其薪酬形式包括袍金、工資、薪金、獎金、退休計劃供款及其他實物福利等。本公司在審閱及釐定董事及高級管理層人員之具體薪酬方案時，股東會及董事會考量因素包括：可比公司支付的薪金、履職時間投入、職責承擔程度、是否兼任本集團其他職務，以及績效掛鉤薪酬安排之合理性。依

---

## 董事及高級管理層

---

據中國相關法律法規，本公司同時參與有關各省市級政府機構組織之各類界定供款計劃及僱員福利計劃，包括醫療保險、工傷保險、失業保險、養老保險、生育保險及住房公積金。

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，已支付董事之薪酬總額（含袍金、工資、薪金、獎金及退休計劃供款）及其他實物福利（如適用）分別為人民幣4.1百萬元、人民幣4.5百萬元及人民幣4.7百萬元。

根據現行有效安排，我們估計截至2026年12月31日止年度以實物形式應付董事之稅前薪酬總額約為人民幣4.9百萬元。2026年董事實際薪酬可能會與預期薪酬存在差異。

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，本公司向五名最高薪酬人士（分別不包括3名、3名及2名董事）支付之酬金總額分別為人民幣1.7百萬元、人民幣3.6百萬元及人民幣5.4百萬元。

於往績記錄期間，本公司並無向董事或五位最高薪酬人士支付或由彼等收取任何報酬，作為加入本公司或加入本公司時的誘因，或作為與本公司或任何附屬公司的管理職位相關的職位損失補償。於往績記錄期間，概無董事放棄任何薪酬。

除上述披露者外，於往績記錄期間，本公司或其任何附屬公司概無已支付或應付予董事或本集團五名最高薪酬人士之任何其他款項。有關董事酬金及五名最高薪酬人士酬金詳情，請參閱會計師報告附註8及9。

### 董事確認

各董事確認其(i)已於2025年9月15日取得上市規則第3.09D條所述法律意見，及(ii)了解其作為聯交所[編纂]董事於上市規則項下的義務。

各獨立非執行董事均確認：(i)其就上市規則第3.13(1)至(8)條所述各項因素均具獨立性；(ii)其概無於本公司或其附屬公司業務中擁有任何過往或現時財務或其他權益，亦無與本公司任何核心關連人士存在上市規則所指之關連；及(iii)於獲委任時概無任何其他可能影響其獨立性之因素。

各董事確認，截至最後實際可行日期，其概無持有與本公司業務構成或可能構成直接或間接競爭、且須根據上市規則第8.10條披露之任何業務利益。

### 股份激勵計劃

有關詳情，請參閱「附錄七－法定及一般資料－股份激勵計劃」。

## 財務資料

閣下應將以下討論及分析連同本文件附錄一會計師報告所載歷史財務資料，連同隨附附註一併閱讀。我們的綜合財務資料乃根據國際財務報告準則編製，該等準則可能與在其他司法管轄區的公認會計原則在重大方面存在差異。閣下應細閱會計師報告全文，而不應僅依賴本節所載資料。

以下討論及分析載有若干前瞻性陳述，該等陳述反映我們現時對未來事件及財務表現的觀點。該等陳述乃基於我們對過往趨勢的經驗和見解、現況及預期日後發展以及我們認為在有關情況下屬適當的其他因素而作出的假設及分析。然而，實際表現可能因我們無法完全控制的不同風險及不確定因素而與該等前瞻性陳述所預測者有重大差異。有關詳情，請參閱「前瞻性陳述」及「風險因素」。

### 概覽

我們是中國成熟的專業戶外服飾品牌。我們的產品滿足滑雪、登山和徒步等各種自然環境運動活動需求，以及郊遊、公園休閒和通勤等城市場景。產品組合涵蓋專業戶外服飾，主要包含專業羽絨服、硬殼服飾及軟殼服飾。於往績記錄期間，坦博爾擁有三大產品系列－頂尖戶外系列、運動戶外系列與城市輕戶外系列。截至2025年12月31日，我們的服飾產品體系共包含687個SKU。根據灼識諮詢的資料，2025年，我們以零售額計位居中國本土專業戶外服飾品牌第四位。

我們於往績記錄期間實現持續增長。於2023年及2024年，我們的總收入分別為人民幣1,021.0百萬元及人民幣1,302.5百萬元。值得注意的是，我們的總收入由2024年的人民幣1,302.5百萬元增加68.1%至2025年的人民幣2,189.5百萬元，此乃由於市場對我們的產品組合的需求不斷增長及我們的產品組合不斷擴充，以及我們有效的營銷策略提升了品牌知名度。於2023年、2024年及2025年，我們的毛利分別為人民幣576.4百萬元、人民幣715.1百萬元及人民幣1,232.2百萬元，而各相應年度的毛利率分別為56.5%、54.9%及56.3%。

### 編製基準

我們的歷史財務資料乃根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的國際財務報告準則會計準則（包括國際會計準則理事會批准的所有準則及詮釋）編製。於編製整個往績記錄期間的歷史財務資料時，我們已採納自2025年1月1日起開始的會計期間生效的所有國際財務報告準則會計準則以及相關過渡條文。歷史財務資料乃根據歷史成本法編製，惟按公允價值計入其他全面收益的金融資產按公允價值計量除外。已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則載於本文件附錄一會計師報告附註2.2。

## 財務資料

### 影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績一直並預期將繼續受到多項因素的重大影響，包括以下各項：

#### 宏觀經濟及中國專業戶外服飾的需求

中國專業戶外服飾行業及我們業務的持續發展受多項因素影響，包括但不限於中國宏觀經濟的發展、消費者可支配收入及人均專業戶外服飾支出的變化、健康意識的提高及戶外生活方式的普及，以及影響行業的政府政策及激勵措施。

中國專業戶外服飾行業因全國範圍內戶外活動（尤其是冬季運動）的日益普及而迅速擴張。根據灼識諮詢的資料，中國專業戶外服飾市場規模由2020年的人民幣712億元增長至2025年的人民幣1,523億元，複合年增長率為16.4%，預計2030年將達到人民幣3,264億元，2025年至2030年的複合年增長率為16.5%。根據同一資料來源，雖然中國專業戶外服飾市場相對分散，但按2025年零售額計，我們位列中國本土專業戶外服飾品牌第四位，市場份額為2.2%。我們認為，這一良好的市場前景，加上我們不斷擴大的品牌影響力及產品開發能力，使我們能夠把握市場擴張的重大機遇並推動未來增長。

#### 擴展及維護我們的銷售網絡

我們的多渠道銷售策略結合了一致的線下佈局與不斷擴大的線上覆蓋，以推動業務增長並提升品牌影響力。我們將線下門店（包括自營門店與分銷商門店）戰略性佈局於主要商業區及人流密集的購物商場，作為沉浸式品牌展示區，為消費者提供實際產品體驗及個性化服務。作為實體銷售網絡的補充，我們已發展線上銷售能力：通過直播策略及知名KOL合作，顯著提升電商表現。我們的多渠道銷售策略可讓我們與消費者建立直接聯繫，同時利用主要電子商務平台的廣泛覆蓋，推動銷售穩步增長。

我們正通過線上自營門店、電商平台及線上分銷商積極拓展線上業務，以覆蓋更廣泛的消費者群體並提升可及性。我們已投入大量資源加強我們的線上能力，成功在中國領先的電子商務平台（包括天貓和京東）以及抖音、快手和微信小程序等知名社交商務平台建立了廣泛的業務。於往績記錄期間，線上渠道產生的收入顯著增長，由2023年的人民幣348.6百萬元增長79.6%至2024年的人民幣626.2百萬元，以及增長100.2%至2025年的人民幣1,253.7百萬元。我們致力於不斷加強我們的線上業務，深化與領先平台的合作，以支持可持續增長並提升消費者體驗。

於往績記錄期間，我們的大部分收入源於線下渠道，包括線下自營門店及分銷商運營的線下門店，這得益於我們已建立的品牌認知度和市場影響力。我們的大部分門店位於主要商業區和客流量大的購物中心，是重要的品牌接觸點，我們藉此鞏固我們的市場定位。我們的分銷商運營的線下門店使我們能夠將業務擴展到難以覆蓋且管理費用較高的偏遠地區。於往績記錄期間，我們的線下銷售渠道對我們的成功至關重要，於2023年、2024年及2025年分別產生收入為人民幣638.6百萬元、人民幣635.4百萬元及人民幣875.4百萬元。

## 財務資料

### 以研發能力驅動的多元化及卓越產品

我們的產品組合涵蓋專業戶外服飾的全系列，主要包括專業羽絨服、硬殼服飾及軟殼服飾。我們的產品旨在滿足嚴苛的自然環境活動（如滑雪、徒步及登山）及城市戶外活動（包括休閒運動、春游及精緻露營）的需求，兼具多功能性及適應不同地形與天氣條件的性能。我們的頂尖戶外系列專為滑雪、高海拔徒步和極地探險等極端環境設計，主要面向專業運動員、科學探險專家和極限戶外運動愛好者。我們的運動戶外系列專注於滿足中至高強度活動的基本功能需求，例如登山、露營以及中低海拔徒步，在保暖透氣的同時，優先考慮舒適性和活動便利性。我們的城市輕戶外系列專為城市居民設計，融合城市生活與戶外探索，涵蓋郊遊、公園休閒和通勤等場景。截至2025年12月31日，我們的服飾產品組合包括687個SKU，服務於從資深專業人士到週末探險者的廣泛用戶群體。

我們的產品整合了專門設計的技術，以滿足每個產品系列獨特的功能需求與消費者期望，這一切皆基於我們持續的研發投入與對品質的堅定承諾。我們已開發防水透氣膜和先進結構定制等專有技術。該等創新使我們的產品在濕度管理、溫度調節和耐久性方面表現卓越。我們還與頂尖面料供應商及研究機構開展聯合研發，推動我們持續滿足消費者不斷升級的需求。我們的研發工作鞏固了我們在專業戶外服飾市場的地位，並支持我們目前的成功和未來的增長。

### 品牌及營銷推廣活動

我們的品牌推廣及營銷舉措的成效是我們品牌知名度及商業成功的關鍵。我們通過整合線上線下營銷活動與消費者互動，致力於打造一個能引起城市消費者共鳴的品牌形象，這些消費者渴望通過戶外探索與環保意識尋求內心平衡。

我們的品牌與營銷注重宣傳自然、社區與優質生活方式的承諾。例如，我們已在總部設立一所博物館，作為品牌體驗的目的地，展示我們對戶外服裝的熱忱。我們利用社交媒體上的營銷活動及與網紅的合作，旨在創作引人入勝的內容，以突顯我們的產品並吸引戶外運動愛好者。此外，我們亦積極組織及贊助活動，以展示我們對戶外探險生活方式的承諾。於2025年9月，我們在杭州西湖舉辦「雪舞山巔」戶外冰雪趨勢大秀。我們亦與名人、KOL及戶外社區和運動員合作，以加強客戶對我們產品的認可。有關詳情，請參閱「業務－品牌化及營銷－線上營銷舉措」。我們亦贊助了參加2026年冬奧會的奧地利單板滑雪國家隊和中國國家北歐兩項隊，兩支隊伍均取得穩定成績，進一步提升了我們的品牌知名度。同時，我們正在升級線下自營門店以提升消費者線下購物體驗。因此，我們爭取通過有效的品牌和營銷活動更高效識別並接觸目標消費者。

為支持該等活動，我們於2023年、2024年及2025年的銷售及分銷開支分別為人民幣355.6百萬元、人民幣508.4百萬元及人民幣808.6百萬元，分別佔相應年度總收入的34.8%、39.0%及36.9%。在我們預計將繼續投資於品牌推廣和營銷活動的同時，我們亦旨在提高我們銷售和分銷網絡的運營效率，並隨着市場份額的擴大而利用規模經濟。

## 財務資料

### 供應鏈管理及物流效率

我們的供應鏈管理對於維持產品品質、確保營運穩定性以及支持穩定的財務表現至關重要。我們與眾多合約製造商密切合作，其中許多合作夥伴關係已維持多年。這些長期合作關係使我們能夠確保穩定的生產品質和可靠的採購渠道。為支持不斷增長的業務，我們持續擴大該網絡，吸納更多合資格的製造商。我們的現場管理專業知識進一步提升了生產效率，確保達到我們嚴格的品質標準。此外，我們亦經營自有生產設施。透過探索該等設施的生產管理，我們已根據特定產品類別制定大規模生產的工藝及品控規程，然後將該等質量控制措施複製到我們的合約製造商，從而提高合約製造商的質量、效率和成本效益。

材料品質（特別是面料）對於我們專業戶外服飾的性能和耐用性至關重要。我們與國際及國內頂尖原料供應商維持長期合作夥伴關係，以確保可靠的供應及有利的商業條款。

我們的合約製造商及材料供應商網絡亦獲得我們的倉儲及物流系統的支持。截至最後實際可行日期，我們在山東省青州總部擁有四個自建倉庫及在中國擁有五個租賃倉庫。我們的倉庫在物流系統中充當中央樞紐，主要處理合約製造商的成品儲存，並將產品分銷至各銷售渠道。我們透過該等設施協調向零售店、分銷商、電子商務平台及（就若干網上訂單而言）直接向消費者發貨。我們透過嚴格的篩選程序委聘第三方物流供應商，並與其建立長期合作夥伴關係，使我們能夠在維持低資本開支的同時，確保物流營運順暢可靠。

### 季節性

我們的經營業績受季節性波動影響。我們的產品銷售呈現季節性模式，受節日促銷及相關消費者行為等因素影響。從歷史上看，我們通常在每年第一季度和第四季度錄得較高的銷售額。我們通常會在每年的年底制定未來12個月的銷售計劃。因此，我們每年初開始原材料採購，自第一季起向合約製造商下單訂購，並逐步建立庫存以為銷售旺季作準備。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的業務、經營業績及財務狀況可能會因我們銷售產品的市場的季節性及氣候變化而受到影響」。

### 重大會計政策以及重大會計判斷及估計

我們已識別若干我們認為對編製歷史財務報表最為重要的會計政策。我們的部分重大會計政策涉及管理層對會計項目所作的主觀假設及估計以及複雜判斷。我們的重大會計政策載於本文件附錄一會計師報告附註2.3。

編製歷史財務資料需要管理層作出影響收入、開支、資產及負債的呈報金額及其相關披露以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導致日後需要對受影響的資產或負債的賬面值作出重大調整。我們的重大會計判斷及估計載於本文件附錄一會計師報告附註3。

## 財務資料

### 綜合損益及其他全面收益表主要組成部分的說明

下表載列我們於所示年度的綜合損益及其他全面收益表概要。我們於下文呈列的過往業績並不預示日後任何期間的預期業績。

	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	%
收入	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>
銷售成本	(444,598)	(43.5)	(587,352)	(45.1)	(957,264)	(43.7)
毛利	<b>576,444</b>	<b>56.5</b>	<b>715,127</b>	<b>54.9</b>	<b>1,232,200</b>	<b>56.3</b>
其他收入及收益	43,387	4.2	25,038	1.9	28,164	1.3
銷售及分銷開支	(355,646)	(34.8)	(508,403)	(39.0)	(808,570)	(36.9)
行政開支	(75,494)	(7.4)	(100,523)	(7.7)	(172,775)	(7.9)
金融資產(減值)/減值撥回，淨額	(2,265)	(0.2)	1,267	0.1	148	0.0
其他開支	(3,830)	(0.4)	(2,120)	(0.2)	(6,331)	(0.3)
融資成本	(5,856)	(0.6)	(9,518)	(0.7)	(18,203)	(0.8)
除稅前利潤	<b>176,740</b>	<b>17.3</b>	<b>120,868</b>	<b>9.3</b>	<b>254,633</b>	<b>11.6</b>
所得稅開支	(37,495)	(3.7)	(13,554)	(1.0)	(31,375)	(1.4)
年內利潤	<b>139,245</b>	<b>13.6</b>	<b>107,314</b>	<b>8.2</b>	<b>223,258</b>	<b>10.2</b>
以下各方應佔：						
母公司擁有人	139,245	13.6	107,314	8.2	223,258	10.2

### 收入

於往績記錄期間，我們實現持續及穩定的收入增長。我們的收入主要來源於中國專業戶外服飾的銷售，其中一小部分來自配飾。

### 按產品系列劃分的收入

我們的產品組合主要包含三個系列－頂尖戶外系列、運動戶外系列及城市輕戶外系列－各系列旨在滿足不同穿著場景。

下表載列我們於所示年度按產品系列劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
頂尖戶外系列	6,782	0.7	50,902	3.9	122,497	5.6
運動戶外系列	257,886	25.3	330,907	25.4	697,330	31.9
城市輕戶外系列	751,316	73.6	915,185	70.3	1,362,801	62.2
配飾	5,058	0.5	5,485	0.4	6,836	0.3
總計	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>

## 財務資料

下表載列本公司按系列劃分的服飾產品於所示年度的銷售量及平均售價：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	銷量 (千件)	平均售價 (人民幣元)	銷量 (千件)	平均售價 (人民幣元)	銷量 (千件)	平均售價 (人民幣元)
頂尖戶外系列.....	6.6	1,028.0	54.7	931.0	164.0	747.0
運動戶外系列.....	516.9	498.9	649.5	509.5	1,277.2	546.0
城市輕戶外系列.....	2,666.8	281.7	2,555.0	358.2	3,283.8	415.0
<b>總計</b> .....	<b>3,190.3</b>	<b>318.5</b>	<b>3,259.2</b>	<b>397.9</b>	<b>4,725.0</b>	<b>463.4</b>

於往績記錄期間，我們所有產品系列的收入均實現持續增長。所有產品系列的整體銷量增長主要由於我們推出針對廣泛場景和活動的新產品，從而提升品牌知名度，吸引更廣泛的消費者群體。此外，由於我們通過採購優質原材料、採用新技術及與選定合約製造商合作，不斷提升產品的質量及功能，我們的產品定價範圍較高，得益於消費者的日益認可。

於往績記錄期間，我們通過從既有的城市輕戶外系列拓展至多元化優質專業戶外體系，策略性地將產品組合多元化。這一轉變反映在運動戶外系列的強勁收入增長。我們的運動戶外系列對收入的貢獻率於2023年及2024年分別維持相對穩定在25.3%及25.4%。其於2025年增加至31.9%，證實其技術創新、先進功能及專業級性能已獲得消費者的充分認可。此外，我們持續致力於冬季運動與極端天氣服飾領域的戰略擴張，並取得顯著成果，從頂尖戶外系列的持續銷售增長得到驗證。頂尖戶外系列的收入由2023年的人民幣6.8百萬元增至2024年的人民幣50.9百萬元，並進一步增加至2025年的人民幣122.5百萬元。

2024年，城市輕戶外系列產品的銷量下降，主要原因是我們為提升品牌定位及優化渠道效率所做的努力。我們不斷提升產品的品質與功能，成功提升了城市輕戶外系列的產品定位，引導消費者轉向平均售價較高但銷量較低的產品。在渠道方面，我們關閉了若干表現不佳的門店以優化門店網絡。部分門店主要銷售城市輕戶外系列產品，亦導致了該系列產品的銷量下降。儘管銷量暫時下滑，但該等努力亦促使該系列產品的平均售價及收入於整個往績記錄期間有所增長。

頂尖戶外系列的平均售價於2024年及2025年內有所下降，主要是由於我們致力於豐富該系列的產品組合，並透過推出滑雪主題（其中包括滑雪褲等價格相對較低的產品）觸及更廣泛的客戶群。

## 財務資料

### 按銷售渠道劃分的收入

於往績記錄期間，我們通過整合線上及線下渠道的廣泛銷售網絡銷售產品。下表載列我們於所示年度按銷售渠道劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
線上渠道	<b>348,605</b>	<b>34.1</b>	<b>626,171</b>	<b>48.1</b>	<b>1,253,669</b>	<b>57.3</b>
自營網店	234,475	23.0	480,154	36.9	1,013,057	46.3
向電商平台銷售	114,130	11.2	144,456	11.1	214,460	9.8
線上分銷商	–	–	1,561	0.1	26,152	1.2
線下渠道	<b>638,572</b>	<b>62.5</b>	<b>635,365</b>	<b>48.8</b>	<b>875,442</b>	<b>40.0</b>
線下自營門店	405,664	39.7	389,667	29.9	475,048	21.7
線下分銷商店	232,908	22.8	245,698	18.9	400,394	18.3
其他 <sup>(1)</sup>	<b>33,865</b>	<b>3.3</b>	<b>40,943</b>	<b>3.1</b>	<b>60,353</b>	<b>2.7</b>
總計	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 其他主要包括向企業客戶銷售。我們的企業客戶主要包括兩大類別：(a)大型機構，如航空公司及鐵路營運商（採購專業戶外服飾，並受惠於我們強大的性價比優勢）；及(b)下游客戶，我們作為OEM為其服務，並按照其規格生產產品。這些合作關係推動規模效應，強化我們與知名企業的聯繫，並提升我們的品牌知名度。

我們透過整合線上及線下渠道的綜合銷售網絡銷售產品。我們的線上渠道展現強勁增長，反映我們成功實施了利用線上平台接觸和吸引消費者的策略。線上渠道的收入增長主要歸因於我們策略性地專注於擴大線上佈局，並透過以下方式接觸更廣泛的消費者群體：(i)在電商及社交商務平台建立商店矩陣，針對不同消費者群體和使用場景；(ii)透過直播活動、策略性KOL合作和線上廣告投放，加強線上營銷力度；及(iii)受惠於合作關係的強化，增加了對主要電子商務平台的銷售額。

同時，於往績記錄期間，我們的大部分收入來自線下渠道，包括線下自營門店及分銷商運營的線下門店，這得益於我們成熟的銷售網絡、品牌知名度及市場佔有率。

### 按地理位置劃分的收入

於往績記錄期間，我們主要在中國內地銷售產品。下表載列於所示年度我們按地理位置劃分的收入明細（以絕對金額及佔總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度					
	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	1,013,198	99.2	1,294,591	99.4	2,185,455	99.8

## 財務資料

	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	%
亞洲其他地區 <sup>(2)</sup> . . . . .	6,715	0.7	3,495	0.3	2,910	0.1
其他 <sup>(1)</sup> . . . . .	1,129	0.1	4,393	0.3	1,099	0.1
<b>總計</b> . . . . .	<b>1,021,042</b>	<b>100.0</b>	<b>1,302,479</b>	<b>100.0</b>	<b>2,189,464</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 其他主要包括北美洲及歐洲。
- (2) 亞洲其他地區指亞洲大陸除中國以外的國家。

### 按城市等級劃分的線下收入

下表載列按中國內地城市等級劃分的線下銷售收入明細：

	截至12月31日止年度								
	2023年			2024年			2025年		
	自營 線下門店	分銷商 運營的 線下門店	總計	自營 線下門店	分銷商 運營的 線下門店	總計	自營 線下門店	分銷商 運營的 線下門店	總計
一線及新一線城市 . . .	70,364	23,313	93,677	67,864	31,671	99,535	66,080	41,844	107,924
二線及新二線城市 . . .	139,938	51,609	191,547	136,252	56,898	193,150	152,366	89,586	241,952
三線城市 . . . . .	137,168	115,662	252,830	124,549	108,316	232,865	128,001	180,355	308,356
其他 <sup>(1)</sup> . . . . .	58,194	42,324	100,518	61,002	48,813	109,815	128,601	88,609	217,210
<b>總計</b> . . . . .	<b>405,664</b>	<b>232,908</b>	<b>638,572</b>	<b>389,667</b>	<b>245,698</b>	<b>635,365</b>	<b>475,048</b>	<b>400,394</b>	<b>875,442</b>

附註：

- (1) 其他主要包括三線以下城市，例如許昌、日照及棗莊市。
- (2) 於往績記錄期間內各年度的城市等級分類是依據新一線城市研究所發佈的2025年報告釐定。

### 銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)採購成本，主要由原材料(包括羽絨及面料)構成；(ii)合約製造成本；及(iii)其他成本，主要包括物流成本、自產成本及勞工成本。下表載列我們於所示年度按性質劃分的銷售成本明細(以絕對金額及佔總銷售成本的百分比列示)：

	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	%
採購成本 . . . . .	282,938	63.6	386,775	65.9	621,075	64.9
合約製造成本 . . . . .	135,878	30.6	168,660	28.7	280,923	29.3
其他 . . . . .	25,782	5.8	31,917	5.4	55,266	5.8
<b>總計</b> . . . . .	<b>444,598</b>	<b>100.0</b>	<b>587,352</b>	<b>100.0</b>	<b>957,264</b>	<b>100.0</b>

## 財務資料

### 敏感度分析

以下敏感度分析說明於往績記錄期間原材料成本的假設波動對除稅前利潤的影響：

原材料成本的假設變動	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
± 2% .....	5,659	7,736	12,422
± 5% .....	14,147	19,339	31,054
± 10% .....	28,294	38,678	62,108

### 毛利及毛利率

於2023年、2024年及2025年，我們的毛利分別為人民幣576.4百萬元、人民幣715.1百萬元及人民幣1,232.2百萬元。我們於同年的整體毛利率分別為56.5%、54.9%及56.3%。下表載列我們於所示年度按產品系列劃分的毛利及毛利率明細：

	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	%
頂尖戶外系列 .....	4,228	62.3	32,268	63.4	77,601	63.4
運動戶外系列 .....	166,894	64.7	198,376	59.9	413,082	59.2
城市輕戶外系列 .....	405,008	53.9	483,608	52.8	739,982	54.3
配飾 .....	314	6.2	875	16.0	1,535	22.5
<b>總計 .....</b>	<b>576,444</b>	<b>56.5</b>	<b>715,127</b>	<b>54.9</b>	<b>1,232,200</b>	<b>56.3</b>

我們各產品系列的毛利率主要受所採用的原材料與技術影響，以契合戶外活動的多樣化需求。各系列皆針對不同性能需求量身打造，範圍從休閒都市與戶外使用到極端環境下的專業級活動。運動戶外系列等高性能產品專為更嚴苛環境設計，通常採用先進材料與專業技術，確保卓越的耐磨性、功能性與舒適度。這些因素令生產成本產生差異，同時使我們得以收取溢價並實現更高利潤率。

下表載列我們於所示年度按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	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	%
線上渠道 .....	169,927	48.7	333,786	53.3	697,797	55.7
線下渠道 .....	393,380	61.6	370,234	58.3	515,940	58.9
其他 <sup>(1)</sup> .....	13,137	38.8	11,107	27.1	18,463	30.6
<b>總計 .....</b>	<b>576,444</b>	<b>56.5</b>	<b>715,127</b>	<b>54.9</b>	<b>1,232,200</b>	<b>56.3</b>

附註：

(1) 其他主要包括向企業客戶的銷售。

## 財務資料

我們的線上渠道毛利率於往績記錄期間持續提升，由2023年的48.7%增至2024年的53.3%，並進一步上升至2025年的55.7%。於往績記錄期間，我們日益關注線上渠道，投資於其擴張及多元化。於加強促銷活動（包括名人代言、與KOL合作以及攜手職業運動隊）的支持下，我們的品牌在消費者中的品牌知名度得以提升。我們品牌知名度提升，加上產品品質持續穩定，使我們能夠提高較高利潤率產品在線上產品組合中的銷售佔比，從而實現更高的平均售價，並提升我們的線上毛利率。此外，隨著線上渠道運營日趨成熟，我們能夠借助一支穩定且經驗豐富的線上運營團隊，覆蓋更廣泛的消費者群體，實現更大的規模經濟。這一點得益於我們線上渠道戰略的成功執行，表現為自營線上商店的收入貢獻持續增加—相較於其他線上銷售渠道，自營線上商店通常擁有更高的毛利率。我們認為隨著線上銷售與營銷策略持續成熟，未來還有重大增長潛力。就線下銷售而言，毛利率主要受為促進銷售及市場滲透率而向分銷商提供的激勵措施及折扣的影響。

於往績記錄期間，我們透過線下渠道錄得的毛利率高於透過線上渠道錄得的毛利率，主要由於(i)我們利用線上渠道廣泛的消費者覆蓋面，對新產品進行市場測試，我們通常就此提供小額折扣；及(ii)促銷活動（例如計入收入扣減的價格折扣）於線上渠道進行的頻率高於線下渠道。

### 其他收入及收益

我們的其他收入主要包括(i)政府補助，主要包括非經常性財務獎勵以支持我們的研究活動和廠房及建築物的建設；(ii)關聯公司利息收入，與向山東藍銀置業有限公司（「山東藍銀」）提供貸款（截至最後實際可行日期已悉數清償）有關；(iii)銀行利息收入；(iv)租金收入；及(v)其他。我們於2023年及2024年的收益主要包括出售物業、廠房及設備項目的收益及出售土地使用權項目之收益。該等收益指在搬遷至坦博爾智慧科技園之前拆除舊設施所獲得的補償。下表載列我們於所示年度的其他收入及收益明細：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
其他收入			
政府補助.....	2,540	11,872	18,076
關聯公司利息收入.....	10,045	10,740	5,853
銀行利息收入.....	1,376	1,690	1,815
租金收入.....	462	434	740
其他.....	408	302	1,450
<b>小計.....</b>	<b>14,831</b>	<b>25,038</b>	<b>27,934</b>
收益.....	28,556	–	230
<b>總計.....</b>	<b>43,387</b>	<b>25,038</b>	<b>28,164</b>

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支包括(i)銷售人員的薪金及福利；(ii)與我們線下自營門店有關的線下門店管理費用；(iii)線上線下營銷活動的廣告及推廣費用；(iv)線上服務

## 財務資料

費，主要包括向電商平台支付的服務費，以及向擔任直播帶貨主播的KOL支付的費用與佣金；(v)折舊及攤銷；(vi)物流及配送費用；及(vii)其他，主要包括辦公費用及差旅開支。

下表載列我們於所示年度的銷售及分銷開支明細（均以絕對金額及佔銷售及分銷開支總額的百分比列示）：

	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	%
銷售人員的薪金及福利 . . . . .	114,199	32.1	153,610	30.2	223,834	27.7
線下門店管理費用 . . . . .	108,126	30.4	127,057	25.0	150,062	18.6
廣告及推廣費用 . . . . .	56,369	15.8	112,881	22.2	195,571	24.2
線上服務費 . . . . .	32,696	9.2	41,943	8.2	123,935	15.3
折舊及攤銷 . . . . .	12,208	3.4	20,178	4.0	26,385	3.3
物流及配送費用 . . . . .	10,056	2.8	10,465	2.1	12,833	1.6
其他 . . . . .	21,991	6.2	42,268	8.3	75,950	9.4
<b>總計 . . . . .</b>	<b>355,646</b>	<b>100.0</b>	<b>508,403</b>	<b>100.0</b>	<b>808,570</b>	<b>100.0</b>

於往績記錄期間，我們開展了一系列品牌推廣及營銷活動，提升了品牌知名度並推動了業務增長，尤其是通過線上銷售渠道實現的銷售增長。對於通過自營線上店鋪進行的銷售，我們會產生電商平台服務費，該費用根據在該等平台上的銷售額計算，並計入線上服務費。於2023年、2024年及2025年，向電商平台支付的服務費分別為人民幣13.2百萬元、人民幣25.6百萬元及人民幣53.2百萬元，相應年度的整體有效服務費率分別為5.0%、4.7%及4.6%。根據灼識諮詢的資料，該等平台服務費率與在同一平台上銷售類似產品的其他商戶所承擔的服務費率相當。

我們亦與兩大類別的KOL合作，以助力線下品牌推廣和線上銷售，包括：(i)具備可靠戶外專長的戶外運動達人，以強化我們品牌的專業定位；及(ii)具備出色表達能力及消費者吸引力的直播帶貨主播，以促進我們的線上銷售。有關詳情請參閱「業務－品牌化及營銷－明星代言及KOL營銷」。於2023年、2024年及2025年，我們分別與總計133、216及322位KOL進行了合作。支付予戶外運動達人的費用及佣金計入廣告及推廣費用，於2023年、2024年及2025年分別為人民幣0.2百萬元、人民幣3.5百萬元及人民幣9.1百萬元；支付予直播帶貨主播的費用及佣金計入線上服務費，相應年度分別為人民幣20.2百萬元、人民幣17.7百萬元及人民幣73.8百萬元。

### 行政開支

我們的行政開支包括(i)我們行政人員的僱員薪金及福利；(ii)用於產品及技術開發的研發開支；(iii)折舊及攤銷；(iv)稅項及附加費；(v)辦公開支；(vi)專業服務費，主要包括招聘費及會計費；(vii)高級管理人員差旅費；(viii)[編纂]；及(ix)日常運營所用的其他開支。

## 財務資料

下表載列我們於所示年度的行政開支明細（均以絕對金額及佔行政開支總額的百分比列示）：

	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	%
僱員薪金及福利.....	24,704	32.7	33,741	33.6	50,855	29.4
研發開支.....	33,973	45.0	36,811	36.6	53,479	31.0
折舊及攤銷.....	3,944	5.2	8,953	8.9	23,636	13.7
稅項及附加費.....	2,751	3.6	3,575	3.6	7,059	4.1
辦公開支.....	3,615	4.8	7,607	7.6	10,896	6.3
專業服務費.....	4,234	5.6	3,219	3.2	5,330	3.1
差旅費.....	1,293	1.7	2,792	2.8	2,474	1.4
[編纂]開支.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他.....	980	1.3	3,825	3.8	6,354	3.7
<b>總計</b> .....	<b>75,494</b>	<b>100.0</b>	<b>100,523</b>	<b>100.0</b>	<b>172,775</b>	<b>100.0</b>

### 金融資產(減值)/減值撥回淨額

我們的金融資產減值及減值撥回淨額主要與信貸減值虧損撥備有關。我們於往績記錄期間各年末使用撥備矩陣或個別進行減值分析，以計量預期信貸虧損。我們於2023年產生的金融資產減值淨額為人民幣2.3百萬元。於2024年及2025年，我們錄得金融資產減值撥回淨額分別為人民幣1.3百萬元及人民幣0.1百萬元。

### 其他開支

我們的其他開支主要指捐贈。於2023年、2024年及2025年，我們的其他開支分別為人民幣3.8百萬元、人民幣2.1百萬元及人民幣6.3百萬元。

### 融資成本

我們的融資成本包括銀行及其他借款利息以及租賃負債利息。於2023年、2024年及2025年，我們的融資成本分別為人民幣5.9百萬元、人民幣9.5百萬元及人民幣18.2百萬元。

### 所得稅開支

我們於2023年、2024年及2025年分別錄得所得稅開支人民幣37.5百萬元、人民幣13.6百萬元及人民幣31.4百萬元。

根據《中國企業所得稅法》及相關法規，於中國內地經營的附屬公司須就應課稅收入按25%的稅率繳納企業所得稅。本公司擁有高新技術企業資質，並自2024年12月起連續三年享有15%的優惠企業所得稅稅率。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與相關稅務機關並無任何爭議或未解決的稅務問題。

## 財務資料

### 年內利潤

由於上述原因，我們於2023年、2024年及2025年分別錄得利潤人民幣139.2百萬元、人民幣107.3百萬元及人民幣223.3百萬元。

### 各年度的經營業績比較

#### 截至2025年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度的比較

#### 收入

我們的收入由2024年的人民幣1,302.5百萬元增加68.1%至2025年的人民幣2,189.5百萬元。

於2025年，我們所有產品系列的收入均實現增長，主要歸因於(i)戶外生活方式及運動的普及推動市場對我們功能性及始終如一品質的專業戶外服飾的需求不斷增長；及(ii)我們繼續擴大產品組合，滿足滑雪、登山及徒步等多元自然環境活動，以及郊遊、公園休閒和通勤等市場的需求，借助廣泛的消費者群體，所有產品系列的銷量均大幅增長。

年內，我們來自線上及線下渠道的收入均有所增加。值得注意的是，我們來自線上渠道的收入由2024年的人民幣626.2百萬元增加至2025年的人民幣1,253.7百萬元，而我們來自線下渠道的收入由2024年的人民幣635.4百萬元增加至2025年的人民幣875.4百萬元。該增加主要由於我們有效的營銷策略提高了品牌知名度並推動線上線下銷售，包括(i)在社交媒體上開展精準營銷活動，(ii)明星代言及KOL合作，及(iii)在客流密集的戶外活動場所開展戰略性線下推廣。於2025年，我們與合共322位KOL合作，其中包括知名直播帶貨主播及戶外運動達人。我們主要舉辦了三場線下推廣活動，主要包括在滑雪勝地的產品發佈會及滑雪社群活動。有關詳情，請參閱「業務－品牌化及營銷－線下營銷活動與賽事」。

#### 銷售成本

我們的銷售成本由2024年的人民幣587.4百萬元增加至2025年的人民幣957.3百萬元，主要是由於採購成本增加人民幣234.3百萬元及合約製造成本增加人民幣112.3百萬元，與我們收入的增長一致。

#### 毛利及毛利率

由於上述原因，我們的毛利由2024年的人民幣715.1百萬元增加72.3%至2025年的人民幣1,232.2百萬元。

我們的整體毛利率由2024年的54.9%增加至2025年的56.3%。該增長主要是由於城市輕戶外系列毛利率由2024年的52.8%增長至2025年的54.3%，原因為品牌定位提升後平均售價上升。頂尖戶外系列及運動戶外系列的毛利率於2024年及2025年均保持相對穩定。頂尖戶外系列於2024年及2025年的毛利率均為63.4%，而運動戶外系列於2024年及2025年的毛利率分別為59.9%及59.2%。

---

## 財務資料

---

### 其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2024年的人民幣25.0百萬元增加至2025年的人民幣28.2百萬元，主要是由於搬遷設施所獲得的補償。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2024年的人民幣508.4百萬元增加59.0%至2025年的人民幣808.6百萬元，主要是由於(i)銷售人員的薪金及福利增加人民幣70.2百萬元，主要由於增加銷售及營銷人員以支持我們的業務增長；(ii)隨着我們線上渠道的銷量增加，線上服務費增加人民幣82.0百萬元；(iii)線下門店管理開支增加人民幣23.0百萬元，主要由於我們若干線下自營門店的升級改造；及(iv)由於我們加強了營銷活動，廣告及推廣開支增加人民幣82.7百萬元。

### 行政開支

我們的行政開支由2024年的人民幣100.5百萬元增加71.9%至2025年的人民幣172.8百萬元，主要是由於(i)折舊及攤銷增加人民幣14.7百萬元；(ii)研發開支增加人民幣16.7百萬元，主要是由於我們持續致力於美學設計和面料開發方面的工作；(iii)僱員薪金及福利增加人民幣17.1百萬元，主要由於給予我們僱員的薪酬增加以表彰其表現；及(iv)[編纂]開支增加人民幣[編纂]元。

### 金融資產減值撥回淨額

我們的金融資產減值撥回淨額由2024年的人民幣1.3百萬元減少88.3%至2025年的人民幣0.1百萬元，主要是由於應收款項收回情況的持續改善。

### 其他開支

我們的其他開支由2024年的人民幣2.1百萬元大幅增加至2025年的人民幣6.3百萬元，主要由於為支持香港宏福苑火災救災工作而進行的慈善捐款。

### 融資成本

我們的融資成本由2024年的人民幣9.5百萬元大幅增加至2025年的人民幣18.2百萬元，主要是由於因為支持我們的業務擴張而增加借款使銀行及其他借款的利息增加人民幣6.5百萬元。

### 所得稅開支

於2024年及2025年，我們分別錄得所得稅開支為人民幣13.6百萬元及人民幣31.4百萬元。

### 年內利潤

由於上述原因，我們於2024年及2025年的利潤分別為人民幣107.3百萬元及人民幣223.3百萬元。

## 財務資料

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

#### 收入

我們的收入由2023年的人民幣1,021.0百萬元增加27.6%至2024年的人民幣1,302.5百萬元。

我們所有產品系列的收入於期內均有所增加。值得注意的是，(i)我們運動戶外系列的銷售收入由2023年的人民幣257.9百萬元增加至2024年的人民幣330.9百萬元，主要是由於銷量由2023年的516.9千件增加至2024年的649.5千件，這是由於市場對我們產品的需求增加，該產品在各種戶外活動中平衡了功能性和舒適性；及(ii)我們城市輕戶外系列的銷售收入由2023年的人民幣751.3百萬元增加至2024年的人民幣915.2百萬元，主要由於平均售價由2023年的每件人民幣282元增加至2024年的每件人民幣358元，反映消費者對我們日常穿著產品的認可度不斷提高，這些產品為一般戶外場景提供了必要的保護。

我們線上渠道的收入由2023年的人民幣348.6百萬元增加至2024年的人民幣626.2百萬元，主要是由於社交媒體上的有效營銷舉措以及明星代言及KOL合作導致線上自營門店的流量增加。於2023年及2024年，我們分別與133名及216名KOL合作，包括知名帶貨主播。請參閱「業務－品牌化及營銷－線上營銷舉措」。與此同時，我們線下渠道的收入由2023年的人民幣638.6百萬元略微減少至2024年的人民幣635.4百萬元，主要由於我們的戰略性門店網絡轉型，我們關閉了規模較小的門店並在高端購物中心開設新店，以更精準觸達高潛力消費者。

#### 銷售成本

我們的銷售成本由2023年的人民幣444.6百萬元增加32.1%至2024年的人民幣587.4百萬元，主要是由於採購成本增加人民幣103.8百萬元及合約製造成本增加人民幣32.8百萬元，符合我們的收入增長。

#### 毛利及毛利率

由於上述原因，我們的毛利由截至2023年12月31日止年度的人民幣576.4百萬元增加24.1%至截至2024年12月31日止年度的人民幣715.1百萬元。

我們的整體毛利率由2023年的56.5%小幅下降至2024年的54.9%。此乃主要由於線下渠道的毛利率由2023年的61.6%減少至2024年的58.3%，乃由於(i)向我們線下分銷商提供更優惠的價格；(ii)向我們的線下分銷商提供的獎勵返利增加；及(iii)為我們的專業戶外服飾提供更佳防風及防水性能的功能性面料成本較高。

#### 其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2023年的人民幣43.4百萬元減少42.3%至2024年的人民幣25.0百萬元，主要是由於收益減少人民幣28.6百萬元，因為我們已悉數確認有關於2023年搬遷設施的土地使用權項目的出售收益。

---

## 財務資料

---

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2023年的人民幣355.6百萬元增加43.0%至2024年的人民幣508.4百萬元，主要是由於(i)廣告及推廣開支增加人民幣56.5百萬元，是由於我們加強營銷活動；(ii)僱員薪金及福利增加人民幣39.4百萬元，是由於我們的銷售和營銷團隊擴大所致；及(iii)其他增加人民幣20.3百萬元。

### 行政開支

我們的行政開支由2023年的人民幣75.5百萬元增加33.2%至2024年的人民幣100.5百萬元，主要是由於(i)僱員薪金及福利增加人民幣9.0百萬元，是由於為表彰我們僱員的表現而給予彼等的獎勵報酬增加所致；(ii)折舊及攤銷增加人民幣5.0百萬元；及(iii)隨着業務擴張，辦公開支增加人民幣4.0百萬元。

### 金融資產(減值)／減值撥回淨額

我們於2023年錄得金融資產減值淨額為人民幣2.3百萬元，而於2024年錄得金融資產減值撥回淨額為人民幣1.3百萬元，主要是由於應收款項收回情況改善。

### 其他開支

我們的其他開支由2023年的人民幣3.8百萬元輕微減少至2024年的人民幣2.1百萬元，這與我們的慈善項目一致。

### 融資成本

我們的融資成本由2023年的人民幣5.9百萬元增加62.5%至2024年的人民幣9.5百萬元，主要是由於銀行及其他借款利息增加人民幣3.2百萬元，主要用於建設坦博爾智慧科技園。

### 所得稅開支

我們於2023年及2024年的所得稅開支分別為人民幣37.5百萬元及人民幣13.6百萬元。有關減少乃由於自2024年12月起，我們作為高新技術企業，有權享受15%的企業所得稅優惠稅率。

### 年內利潤

由於上述原因，我們於2023年及2024年的利潤分別為人民幣139.2百萬元及人民幣107.3百萬元。

## 財務資料

### 綜合財務狀況表內若干主要項目的討論

下表載列我們截至所示日期的綜合財務狀況表明細，該明細乃摘錄自本文件附錄一所載的經審計綜合財務報表：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
非流動資產總值 .....	763,503	673,684	653,477
流動資產總值 .....	713,105	1,633,669	2,002,983
<b>總資產 .....</b>	<b>1,476,608</b>	<b>2,307,353</b>	<b>2,656,460</b>
流動負債總額 .....	583,646	1,282,771	1,792,916
<b>流動資產淨值 .....</b>	<b>129,459</b>	<b>350,898</b>	<b>210,067</b>
非流動負債總額 .....	258,952	283,123	188,735
<b>負債總額 .....</b>	<b>842,598</b>	<b>1,565,894</b>	<b>1,981,651</b>
<b>資產淨值 .....</b>	<b>634,010</b>	<b>741,459</b>	<b>674,809</b>

### 非流動資產及負債

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備 .....	333,672	530,709	505,945
投資物業 .....	1,768	1,556	1,345
使用權資產 .....	94,672	120,967	121,031
無形資產 .....	4,800	5,946	7,988
按公允價值計入			
其他綜合收益的			
金融資產 .....	800	900	—
預付款項、其他應收			
款項及其他資產 .....	327,684	13,435	7,654
遞延稅項資產 .....	107	171	9,514
<b>非流動資產總值 .....</b>	<b>763,503</b>	<b>673,684</b>	<b>653,477</b>
<b>非流動負債</b>			
計息銀行貸款及			
其他借款 .....	52,386	79,996	16,130
租賃負債 .....	16,445	28,481	14,090
遞延收入 .....	189,003	173,689	158,515
遞延稅項負債 .....	1,118	957	—
<b>非流動負債總額 .....</b>	<b>258,952</b>	<b>283,123</b>	<b>188,735</b>

### 物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括樓宇、廠房及機器、辦公設備、汽車、電子設備、在建工程及租賃物業裝修。我們的物業、廠房及設備由截至2023年12月31日的人民幣333.7百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣530.7百萬元，主要涉及我們坦

## 財務資料

博爾智慧科技園的建設、線下門店的擴張以及業務拓展。我們的物業、廠房及設備由截至2024年12月31日的人民幣530.7百萬元減少至截至2025年12月31日的人民幣505.9百萬元，主要是由於我們已於2024年基本完成坦博爾智慧科技園的建設。

### 使用權資產

我們的使用權資產包括門店及辦公場所以及土地使用權。我們的使用權資產由截至2023年12月31日的人民幣94.7百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣121.0百萬元，主要與新租賃我們的線下零售門店的零售區域有關。截至2025年12月31日，我們的使用權資產維持穩定在人民幣121.0百萬元。

### 遞延收入

我們的遞延收入包括未於損益內確認的政府補助。我們的遞延收入由截至2023年12月31日的人民幣189.0百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣173.7百萬元及進一步減少至截至2025年12月31日的人民幣158.5百萬元，反映逐步確認及結算政府補助。

### 流動資產及負債

	截至12月31日			截至2月28日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	(人民幣千元)			(未經審計)
<b>流動資產</b>				
存貨 .....	256,518	693,204	925,700	890,166
貿易應收款項及應收票據 .....	229,121	279,022	593,863	330,656
預付款項、其他應收款項 及其他資產 .....	98,044	436,800	119,084	87,517
可收回稅項 .....	48	27	576	576
受限制現金 .....	44,010	70,948	100,549	202,709
現金及現金等價物 .....	85,364	153,668	263,211	322,636
<b>流動資產總值 .....</b>	<b>713,105</b>	<b>1,633,669</b>	<b>2,002,983</b>	<b>1,834,260</b>
<b>流動負債</b>				
貿易應付款項及應付票據 .....	275,966	753,445	1,081,362	955,881
其他應付款項及應計費用 .....	233,029	293,878	306,501	116,439
計息銀行借款 .....	30,076	189,842	342,349	228,854
租賃負債 .....	9,588	24,391	22,752	21,131
應付稅項 .....	29,079	5,901	24,778	12,618
遞延收入 .....	5,908	15,314	15,174	15,174
<b>流動負債總額 .....</b>	<b>583,646</b>	<b>1,282,771</b>	<b>1,792,916</b>	<b>1,350,097</b>
<b>流動資產淨值 .....</b>	<b>129,459</b>	<b>350,898</b>	<b>210,067</b>	<b>484,163</b>

## 財務資料

截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年2月28日，我們分別錄得流動資產淨值人民幣129.5百萬元、人民幣350.9百萬元、人民幣210.1百萬元及人民幣484.2百萬元。

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣129.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣350.9百萬元，主要是由於流動資產增加，而流動資產增加是由於(i)存貨增加人民幣436.7百萬元，主要由於調整存貨政策，以提前實施採購計劃確保充足庫存可用性；及(ii)現金及現金等價物增加人民幣68.3百萬元，符合我們的業務增長；及(iii)貿易應收款項及應收票據增加人民幣49.9百萬元，這是由於我們業務規模的擴大。這部分被我們流動負債增加所抵銷，原因是(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣477.5百萬元，這主要是由於採購增加；及(ii)計息銀行借款增加人民幣159.8百萬元，這反映了我們為支持持續業務擴張而進行的策略性財務規劃。

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣350.9百萬元減少至截至2025年12月31日的人民幣210.1百萬元，主要是由於我們的流動負債增加，而流動負債增加由於(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣327.9百萬元，主要由於採購增加；及(ii)計息銀行借款增加人民幣152.5百萬元，為支持我們持續的業務擴張銀行借款增加。這部分被流動資產增加所抵銷，而流動資產增加乃由於(i)貿易應收款項及應收票據增加人民幣314.8百萬元，與我們的業務增長一致；及(ii)存貨增加人民幣232.5百萬元。

我們的流動資產淨值由截至2025年12月31日的人民幣210.1百萬元增加至截至2026年2月28日的人民幣484.2百萬元，主要由於我們的流動負債減少所致，而流動負債減少則主要由於其他應付款項及應計費用減少人民幣190.1百萬元、貿易應付款項及應付票據減少人民幣125.5百萬元以及計息銀行及其他借款減少人民幣113.5百萬元。上述減少部分被我們的流動資產減少所抵銷，主要由於貿易應收款項及應收票據減少人民幣263.2百萬元所致。

### 存貨

我們的存貨包括原材料及製成品。我們的庫存管理政策旨在有效管理供應鏈與生產。我們優選及採購優質原材料，並與供應商協商優惠價格，從而確保對供應鏈的有效管控。根據銷售及生產計劃，我們通常在第一季度開始增加存貨，以優惠的成本獲得品質始終如一的原材料，利用合約製造商的充裕產能，並維持充足的安全庫存以滿足全年的產品需求。我們大部分的製成品於十一月開始至農曆新年期間的銷售旺季售出。請參閱「業務—庫存管理和物流—庫存積壓策略」。

下表載列我們截至所示日期的存貨明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
原材料 .....	79,128	201,120	200,411
製成品 .....	177,390	492,084	725,289
<b>總計 .....</b>	<b>256,518</b>	<b>693,204</b>	<b>925,700</b>

## 財務資料

我們的存貨從截至2023年12月31日的人民幣256.5百萬元大幅增加至截至2024年12月31日的人民幣693.2百萬元，主要是由於我們根據強勁的銷售預測備貨。截至2025年12月31日，我們的存貨進一步增加至人民幣925.7百萬元，主要是由於為2026年春節銷售做準備而囤積原材料及成品。

下表載列我們截至所示日期的存貨賬齡分析：

	截至12月31日					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
1年內 .....	194,656	75.9	668,144	96.4	876,046	94.6
1至2年 .....	60,051	23.4	20,814	3.0	49,313	5.3
2至3年 .....	1,812	0.7	4,246	0.6	340	0.0
<b>總計 .....</b>	<b>256,518</b>	<b>100.0</b>	<b>693,204</b>	<b>100.0</b>	<b>925,700</b>	<b>100.0</b>

我們的管理團隊定期審查存貨賬齡及週轉情況分析，且將賬齡一年或以上的存貨維持在相對較低的水平。我們為滯銷產品（如滯銷淡季存貨及旺季不良品）組織促銷活動。對於持有期限較長的存貨，我們採取階梯式折扣政策，據此提供更高價格折扣。我們的管理層主要根據最新的發票價格及當前的市場狀況估計有關存貨的可變現淨值。根據存貨的估計可變現淨值，並考慮到存貨賬齡及週轉情況，將存貨撇減至可變現淨值。對撥備的評估需要管理層作出估計及判斷。倘未來的實際結果或預期與估計不同，則該估計發生變化期間的存貨賬面值變動會導致存貨的撇減／撥回。鑒於上述情況，我們截至2023年、2024年及2025年12月31日分別錄得存貨減值撥備人民幣30.3百萬元、人民幣46.7百萬元及人民幣72.0百萬元。截至2025年12月31日，我們的售價並未出現任何明顯下降，且賬齡為一年或以上的存貨僅佔存貨的一小部分。考慮到該等因素、市場發展及我們的業務計劃，我們相信截至2025年12月31日，我們已就存貨作出充足撥備。

下表載列我們於所示年度的存貨週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
存貨週轉天數 <sup>(1)</sup> .....	242.0	295.1	308.6

附註：

(1) 按年內存貨期初及期末結餘的平均值除以該年內銷售成本，再乘以365天計算。

於2023年、2024年及2025年，我們的存貨週轉天數分別為242.0天、295.1天及308.6天。我們的存貨週轉天數隨後由2023年的242.0天增加至2024年的295.1天，並於2025年進一步增加至308.6天，主要是由於我們為預期未來銷售而建立庫存的策略計劃。相對較高的存貨週轉天數主要是由於作為我們業務策略的一部分，我們自第一季度起持續積累庫存，為銷售旺季做準備。

截至2026年4月20日，我們截至2025年12月31日的存貨中的人民幣539.4百萬元或54.1%已出售或動用。特別是，於2025年12月31日持有的絕大部分原材料隨後均已投入生產並轉化為成品。在由該等原材料生產的成品中，約一半旨在支持我們隨後期間的計劃銷售，其餘則作為下半年銷售旺季前若干持續暢銷款式的補充。此外，截

## 財務資料

至2026年4月20日，於2025年12月31日的成品中，金額為人民幣339.7百萬元（或約42.6%）的成品已隨後售出。就剩餘庫存而言，本公司管理層已制定並正在執行銷售計劃及渠道舉措，包括透過各種電子商務渠道持續銷售及進行相關營銷活動。該等舉措通常持續至8月。我們亦持續實施庫存管理措施，以使庫存水平與預期需求保持一致。

我們定期進行存貨減值評估，考慮因素包括預期未來售價及折扣、市場需求以及預期未來結算等，以確保存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。基於該等評估及於2025年12月31日後觀察到的其後銷售/使用情況，我們得出結論，並無跡象顯示存貨出現重大減值，亦無需計提重大撥備。

### 貿易應收款項及應收票據

我們的貿易應收款項及應收票據主要與向電商平台合作夥伴的銷售及在佣金模式下將消費者的付款匯給購物商場有關。下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項及應收票據明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
貿易應收款項.....	230,716	282,971	588,138
應收票據.....	7,470	3,430	8,032
<b>總計</b> .....	<b>238,186</b>	<b>286,401</b>	<b>596,170</b>
減值.....	(9,065)	(7,379)	2,307
<b>賬面淨值</b> .....	<b>229,121</b>	<b>279,022</b>	<b>593,863</b>

我們的貿易應收款項及應收票據由截至2023年12月31日的人民幣229.1百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣279.0百萬元，並進一步增加至截至2025年12月31日的人民幣593.9百萬元，主要是由於產品銷售增長帶動貿易應收款項增加。

下表載列我們截至所示日期的貿易應收款項及應收票據的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
3個月內.....	215,900	271,010	588,119
3至6個月.....	11,068	2,445	4,555
6至12個月.....	1,613	4,894	1,011
1至2年.....	540	673	178
<b>總計</b> .....	<b>229,121</b>	<b>279,022</b>	<b>593,863</b>

## 財務資料

下表載列我們於所示年度的貿易應收款項及應收票據週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
貿易應收款項及應收票據週轉天數 <sup>(1)</sup> .....	76.4	71.2	72.8

附註：

- (1) 按年內貿易應收款項及應收票據期初及期末結餘的平均值除以該年內收入，再乘以365天計算。

於2023年、2024年及2025年，我們的貿易應收款項及應收票據週轉天數分別為76.4天、71.2天及72.8天。我們的貿易應收款項及應收票據週轉天數由2023年的76.4天減少至2024年的71.2天，主要是由於通常具有較短信貸期的線上銷售貢獻增加。我們的貿易應收款項及應收票據週轉天數於2025年維持相對穩定為72.8天。

我們一直致力於收回貿易應收款項及應收票據。作為一般政策，我們定期評估貿易應收款項及應收票據的可收回性，並與我們的電商平台合作夥伴及購物中心維持友好的業務關係及頻繁溝通，以控制信貸風險。對於應收款週期延長的賬目，我們安排專人監控其收款情況，並進行定期跟進，以確保及時收回。我們還優先考慮符合我們戰略重點的客戶，以確保長期穩定的合作夥伴關係。透過該等嚴格的信貸管理措施，我們預期可有效管理貿易應收款項及應收票據。由於該等舉措，我們在收回貿易應收款項及應收票據方面取得進展。經考慮(i)貿易應收款項及應收票據結餘為應收與我們有持續業務關係的客戶款項，(ii)我們與該等客戶保持著友好關係，且並無重大持續糾紛，(iii)該等客戶其後持續向我們還款，且彼等於往績記錄期間的過往還款模式大致一致，及(iv)我們持續實施嚴格的信貸管理政策並加大收回貿易應收款項及應收票據的力度，董事認為並無重大可收回性問題，且我們已計提充足減值撥備。

截至2026年4月20日，我們截至2025年12月31日的貿易應收款項及應收票據中的人民幣579.5百萬元或97.2%已於其後收回。

### 預付款項、其他應收款項及其他資產

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括(i)其他應收款項，(ii)按金，(iii)預付款項，(iv)退貨權資產，(v)可收回增值稅，(vi)應收關聯公司款項，及(vii)遞延[編纂]開支。下表載列我們截至所示日期的預付款項、其他應收款項及其他資產明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
其他應收款項.....	60,830	65,652	67,065
按金.....	17,515	22,192	20,158
預付款項.....	16,222	30,957	19,280
退貨權資產.....	3,373	5,272	16,975

## 財務資料

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
可收回增值稅	116	2,371	36
應收關聯公司款項	328,809	325,184	—
遞延[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
減值撥備	(1,137)	(1,393)	(788)
<b>總計</b>	<b>425,728</b>	<b>450,235</b>	<b>126,738</b>
分析為：			
流動部分	98,044	436,800	119,084
非流動部分	327,684	13,435	7,654

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2023年12月31日的人民幣425.7百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣450.2百萬元，主要是由於可收回增值稅（與銷量增長相關）增加人民幣2.3百萬元。

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2024年12月31日的人民幣450.2百萬元減少至截至2025年12月31日的人民幣126.7百萬元，主要由於隨着山東藍銀償還貸款，應收關聯公司款項減少人民幣325.2百萬元。

截至2026年4月20日，我們截至2025年12月31日的預付款項、其他應收款項及其他資產中人民幣51.3百萬元或40.2%隨後已結算。

### 貿易應付款項及應付票據

我們的貿易應付款項及應付票據主要涉及購買原材料及向合約製造商付款。我們的貿易應付款項一般於30天至300天以現金或票據結算。下表載列我們截至所示日期的貿易應付款項及應付票據詳情：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
應付票據	83,304	206,098	364,037
貿易應付款項	192,662	547,347	717,325
<b>總計</b>	<b>275,966</b>	<b>753,445</b>	<b>1,081,362</b>

我們的貿易應付款項及應付票據由截至2023年12月31日的人民幣276.0百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣753.4百萬元及進一步增加至截至2025年12月31日的人民幣1,081.4百萬元，主要是由於增加原材料採購量及委聘合約製造商以支持我們的銷售增長。

於往績記錄期間，我們絕大部分未償還貿易應付款項及應付票據為少於一年。下表載列我們截至所示日期的貿易應付款項及應付票據基於發票日期的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
1年內	273,700	751,566	1,080,121
1至2年	2,266	753	377
2年以上	—	1,126	864

## 財務資料

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
總計 .....	<b>275,966</b>	<b>753,445</b>	<b>1,081,362</b>

下表載列我們於所示年度的貿易應付款項週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
貿易應付款項週轉天數 <sup>(1)</sup> .....	159.4	229.9	241.1

附註：

(1) 按年內貿易應付款項期初及期末結餘的平均值除以該年內銷售成本，再乘以365天計算。

我們的貿易應付款項週轉天數由2023年的159.4天增加至2024年的229.9天，並進一步增加至2025年的241.1天，主要由於(i)隨著業務擴張而持續增加存貨；(ii)我們與若干供應商達成了更長的信貸期；及(iii)透過期限較長的票據結算的比例較高。

截至2026年4月20日，我們截至2025年12月31日的貿易應付款項及應付票據中的人民幣697.3百萬元或64.5%已結清。

### 其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用包括(i)有關坦博爾智慧科技園建設的其他應付款項；(ii)其他應付稅項，主要包括增值稅及相關附加費；(iii)應付工資；(iv)按金；(v)退款負債；(vi)合約負債，指自我們的分銷商收取的墊款；及(vii)應付[編纂]開支。

下表載列我們截至所示日期的其他應付款項及應計費用明細：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
其他應付款項 .....	92,485	151,638	131,273
其他應付稅項 .....	61,590	15,946	52,308
應付工資 .....	29,244	38,784	39,470
按金 .....	22,237	29,241	30,782
退款負債 .....	8,848	13,113	33,956
合約負債 .....	18,625	45,156	16,854
應付[編纂]開支 .....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計 .....	<b>233,029</b>	<b>293,878</b>	<b>306,501</b>

我們的其他應付款項及應計費用由截至2023年12月31日的人民幣233.0百萬元增至2024年12月31日的人民幣293.9百萬元，主要由於(i)其他應付款項增加人民幣59.2百萬元，主要與建設我們的坦博爾智慧科技園有關；及(ii)合約負債增加人民幣26.5百萬元，主要與擴大我們的線下分銷商網絡有關，部分被其他應付稅項減少人民幣45.6百

## 財務資料

萬元所抵銷，與我們採購增加一致。我們的其他應付款項及應計費用由截至2024年12月31日的人民幣293.9百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣306.5百萬元，主要是由於其他應付稅項增加人民幣36.4百萬元，部分被加快履行對分銷商的交付義務導致的合約負債減少人民幣28.3百萬元所抵銷。

截至2026年4月20日，我們截至2025年12月31日的其他應付款項及應計費用中的人民幣155.6百萬元或50.8%已結清。

### 流動資金及資本資源

我們過往主要通過業務營運所得款項、股東出資及銀行借款滿足現金需求。於[編纂]後，我們計劃通過[編纂][編纂]、業務營運所得現金及銀行借款滿足未來資金需求。我們預期，日後在獲取資金支持營運上不會有任何變動。

截至2026年2月28日（釐定債務的最後實際可行日期），我們擁有現金及現金等價物人民幣322.6百萬元。截至2026年2月28日，我們未動用的銀行融資額度為人民幣60.9百萬元。請參閱「風險因素－與我們業務及行業相關的風險－我們可能需要更多資金為運營融資及擴展業務，而該等資金可能無法按有利條款或根本無法獲得」。考慮到我們的內部資源、經營所得現金流量及[編纂]的估計[編纂]，董事確認，我們的現有營運資金足以滿足現時及自本文件日期起至少未來12個月的需求。

### 綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示年度的綜合現金流量概要：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
經營活動所得現金流量淨額.....	249,793	80,185	136,038
投資活動(所用)／所得			
現金流量淨額.....	(194,911)	(170,342)	247,084
融資活動(所用)／所得			
現金流量淨額.....	(26,802)	158,461	(252,032)
現金及現金等價物增加淨額.....	28,080	68,304	109,543
年初現金及現金等價物.....	57,284	85,364	153,668
年末現金及現金等價物.....	85,364	153,668	263,211

### 經營活動所得／(所用)現金流量淨額

於2025年，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣136.1百萬元，即除稅前利潤為人民幣254.6百萬元，並經非現金及非經營項目所調整，主要包括(i)物業、廠房及設備折舊人民幣66.6百萬元，及(ii)存貨減值人民幣52.3百萬元。此營運資金變動

## 財務資料

所調整，主要包括(i)貿易應收款項及應收票據增加人民幣307.1百萬元，(ii)存貨增加人民幣284.8百萬元，及(iii)貿易應付款項及應付票據增加人民幣319.9百萬元。

於2024年，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣80.2百萬元，即除稅前利潤為人民幣120.9百萬元，並經非現金及非經營項目所調整，主要包括(i)物業、廠房及設備折舊人民幣36.3百萬元，(ii)存貨減值人民幣36.1百萬元，及(iii)使用權資產折舊人民幣18.1百萬元。此經營運資金變動所調整，主要包括(i)存貨增加人民幣472.8百萬元，(ii)貿易應付款項及應付票據增加人民幣477.5百萬元，及(iii)其他應付款項及應計費用增加人民幣9.9百萬元。

於2023年，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣249.8百萬元，即除稅前利潤為人民幣176.7百萬元，並經非現金及非經營項目所調整，主要包括(i)出售物業、廠房及設備項目的收益人民幣22.4百萬元，(ii)物業、廠房及設備折舊人民幣18.7百萬元，及(iii)存貨減值人民幣19.3百萬元。此經營運資金變動所調整，主要包括(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣57.3百萬元，(ii)存貨減少人民幣57.4百萬元，及(iii)貿易應收款項及應收票據增加人民幣32.3百萬元。

### 投資活動(所用)／所得現金流量淨額

於2025年，我們的投資活動所得現金流量淨額為人民幣247.1百萬元，主要由於向一間關聯公司貸款獲償還的所得款項人民幣323.6百萬元，惟部分被購買物業、廠房及設備項目支出人民幣62.8百萬元所抵銷。

於2024年，我們的投資活動所用現金流量淨額為人民幣170.3百萬元，主要是由於購買物業、廠房及設備項目人民幣178.5百萬元，惟部分被向一間關聯公司貸款獲償還的所得款項人民幣14.6百萬元所抵銷。

於2023年，我們的投資活動所用現金流量淨額為人民幣194.9百萬元，主要是由於(i)向一間關聯公司墊付貸款人民幣198.3百萬元，及(ii)購買物業、廠房及設備項目人民幣152.4百萬元，惟部分被一間關聯公司還款人民幣37.0百萬元所抵銷。

### 融資活動(所用)／所得現金流量淨額

於2025年，我們的融資活動所用現金流量淨額為人民幣252.0百萬元，主要是由於(i)已付股息人民幣290.0百萬元，及(ii)償還銀行及其他借款人民幣216.4百萬元，惟部分被新增銀行及其他借款人民幣305.3百萬元所抵銷。

於2024年，我們的融資活動所得現金流量淨額為人民幣158.5百萬元，主要是由於新增銀行及其他借款人民幣217.3百萬元，惟部分被(i)租賃付款人民幣19.4百萬元，及(ii)償還銀行及其他借款人民幣30.1百萬元所抵銷。

於2023年，我們的融資活動所用現金流量淨額為人民幣26.8百萬元，主要是由於償還銀行及其他借款人民幣103.3百萬元，部分被新增銀行及其他借款人民幣93.1百萬元所抵銷。

## 財務資料

### 債務

截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年2月28日（即釐定債務的最近期實際可行日期），除下表所披露者外，我們並無任何重大債務。下表載列我們截至所示日期的債務明細：

	截至12月31日			截至2月28日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	(人民幣千元)			(未經審計)
<b>即期</b>				
計息銀行借款.....	30,076	189,842	342,439	228,854
租賃負債.....	9,588	24,391	22,752	21,131
<b>非即期</b>				
計息銀行借款.....	52,386	79,996	16,130	89,395
租賃負債.....	16,445	28,481	14,090	15,195
<b>總計</b> .....	<b>108,495</b>	<b>322,710</b>	<b>395,321</b>	<b>354,575</b>

董事確認，自2026年2月28日至本文件日期，我們的債務並無任何重大變動。截至最後實際可行日期，我們的債務並無可能嚴重限制我們獲得未來融資能力的重大限制性契諾，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的債務亦無任何重大違約或違反契諾。截至最後實際可行日期，我們並無重大外債融資計劃。

### 計息銀行借款

截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年2月28日，我們的借款總額分別為人民幣82.5百萬元、人民幣269.8百萬元、人民幣358.5百萬元及人民幣318.2百萬元。

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的銀行借款分別按年利率3.20%至4.80%、年利率3.20%至4.65%及年利率3.10%至4.80%計息。截至同日，我們的若干銀行貸款人民幣82.5百萬元、人民幣259.8百萬元及人民幣289.7百萬元由我們的股東及控股股東提供擔保。經董事確認，上述擔保預期將於[編纂]前解除。請參閱本文件附錄一會計師報告附註25。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在取得銀行貸款方面並無遇到任何困難、亦無拖欠支付銀行貸款或違反契諾。

### 租賃負債

我們的租賃負債主要與我們的線下自營門店租賃物業有關。

## 財務資料

我們的租賃負債由截至2023年12月31日的人民幣26.0百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣52.9百萬元，主要是由於隨着我們的線下零售店的擴張使租賃物業數量增加。截至2025年12月31日，我們的租賃負債減少至人民幣36.8百萬元，主要是由於我們調整業務策略聚焦線上渠道。

### 資本開支

於往績記錄期間，我們的資本開支包括樓宇、廠房及機器、辦公設備、汽車、電子設備、在建工程及租賃物業裝修。下表載列我們於所示年度的資本開支：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
樓宇 .....	3	–	–
廠房及機器 .....	13,494	15,191	6,731
辦公設備 .....	2,277	6,736	3,374
汽車 .....	132	272	574
電子設備 .....	1,100	2,030	1,832
在建工程 .....	101,264	158,022	7,413
租賃物業裝修 .....	27,087	51,152	21,943
<b>總計 .....</b>	<b>145,357</b>	<b>233,403</b>	<b>41,867</b>

我們擬使用我們可用的財務資源，包括我們現有的現金結餘及經營活動所得現金，為未來資本開支撥資。我們將繼續作出資本開支，以應付業務的預期增長。詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

### 承擔

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的已訂約但尚未計提撥備的承擔分別為人民幣2.0百萬元、人民幣1.4百萬元及人民幣2.4百萬元，主要與就我們的坦博爾智慧科技園而訂立的合約及翻新我們的線下自營門店有關。

### 或然負債

截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年2月28日，我們並無任何重大或然負債。

### 主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示年度的主要財務比率：

	截至12月31日 / 截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(% )		
營業額增長率 <sup>(1)</sup> .....	39.4	27.6	68.1
毛利率 <sup>(2)</sup> .....	56.5	54.9	56.3
權益回報率 <sup>(3)</sup> .....	24.7	15.6	31.5

## 財務資料

附註：

- (1) 營業額增長率指年內的收入除以上一年的收入減一。
- (2) 毛利率指年內的毛利除以年內的收入再乘以100%。
- (3) 權益回報率指年內的淨利潤除以平均股東權益的百分比。

### 關聯方交易

我們不時與關聯方進行交易。請參閱本文件附錄一會計師報告附註33。董事確認，於往績記錄期間的每項重大關聯方交易均按公平基準進行，不會令我們於往績記錄期間的經營業績失實或使我們於往績記錄期間的過往業績無法反映我們預期的未來表現。

### 資產負債表外的承擔及安排

截至最後實際可行日期，我們並無任何未履行的資產負債表外安排。

### 物業估值

根據上市規則第5.07條規定，獨立物業估值師亞太資產評估及顧問有限公司已對截至2026年1月31日的相關物業權益進行估值。我們物業權益之詳情載於本文件之「附錄三－物業估值報告」。

下表載列我們截至2025年12月31日的物業賬面淨值（於本文件附錄一所載會計師報告）與我們截至2026年1月31日的物業市值（於本文件附錄三所載物業估值報告）之對賬。

(人民幣千元)

我們選定的物業截至2025年12月31日的賬面淨值 .....	399,784
折舊調整 .....	(1,773)
截至2026年1月31日的賬面淨值 .....	398,011
截至2026年1月31日的估值盈餘 .....	83,803
本文件附錄三所載物業估值報告載列的	
截至2026年1月31日的估值 .....	481,814

### 關於市場風險的定量及定性披露

我們的主要金融工具包括計息銀行借款以及現金及現金等價物。該等金融工具主要為我們的營運籌集資金。我們有多項其他金融資產及負債，例如直接自經營產生的貿易應收款項及其他應收款項、其他應付款項及應計費用、貿易應付款項及應付票據。

我們的金融工具涉及的主要風險為信貸風險及流動資金風險。有關進一步詳情（包括相關敏感度分析），請參閱本文件附錄一會計師報告附註36。

---

## 財務資料

---

### 股息

我們於2023年或2024年並無宣派股息。於2025年，我們向股東宣派並悉數派付股息人民幣290.0百萬元。

我們目前並無固定的股息派付比率。董事會可決定我們所派付的股息，考慮因素包括我們的實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制，以及董事會認為合適的其他因素。股東可在股東會上批准董事會建議的任何股息宣派。

### 留存利潤

截至2025年12月31日，我們擁有人民幣356.6百萬元的留存利潤。

### [編纂]

我們將承擔的[編纂]估計約為[編纂]港元（假設[編纂]為每股[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍每股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），佔[編纂]估計[編纂]約[編纂]%（假設並無根據[編纂]發行股份）。[編纂]包括(i)[編纂]相關開支（包括[編纂]佣金）約[編纂]港元，及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]港元，包括(a)法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]港元，及(b)其他費用及開支約[編纂]港元。於往績記錄期間，計入綜合損益表的[編纂]為[編纂]港元，而發行成本（已確認為預付款項且預期將於[編纂]後自權益扣除）為[編纂]港元。於往績記錄期間後，預期約[編纂]港元將自綜合損益表扣除，而約[編纂]百萬港元預期將於[編纂]後入賬列作權益扣減。我們不認為上述任何費用或開支對我們而言屬重大或異常高昂。上述[編纂]為最新實際估計，僅供參考，實際金額可能與此估計不同。

### 未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值

請參閱「附錄二－未經審計[編纂]財務資料」。

### 無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，自2025年12月31日起及直至本文件日期，我們的財務或[編纂]狀況或前景並無重大不利變動。

### 根據上市規則須作出的披露

董事確認，截至最後實際可行日期，概無任何會導致根據上市規則第13.13至13.19條披露規定須作出披露的情況。

## 未來計劃及[編纂]

### 未來計劃及前景

有關我們未來計劃的詳細說明，請參閱「業務－我們的增長策略」。

#### [編纂]

我們估計，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]佣金、費用及估計開支後，我們將自[編纂]收取[編纂]約[編纂]港元，並假設[編纂]為每股[編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數），且[編纂]未獲行使。倘[編纂]定於每股[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的上限），則[編纂][編纂]將增加約[編纂]港元。倘[編纂]定為每股[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的下限），則[編纂][編纂]將減少約[編纂]港元。

假設[編纂]為指示性[編纂]範圍的中位數，我們目前擬將該等[編纂]淨額用於以下用途：

- 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於推進我們的技術研發體系。
  - 約[編纂]%(或[編纂]港元)預期將用於研發專業戶外面料、先進材料及製造工藝的研發。具體而言，我們計劃專注於開發專業戶外功能材料，旨在開發輕巧、防水、透氣及環保可持續的新型面料。同時，我們擬優化羽絨填充工藝及服裝設計，以提升產品在極端環境下的耐用性及舒適度，由此進一步強化我們的技術壁壘。我們計劃將[編纂]用於(i)採購先進材料、進行市場研究及與第三方機構合作開展進一步研發；及(ii)在未來五年內招聘約11名研發人員，年度預算約為[編纂]港元。
  - 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於設立海外研發中心。我們計劃在頂尖時尚與科技樞紐巴黎及倫敦各設立一個研發中心。我們計劃租賃這些研發中心，並配備先進的創新機器與測試設備。此基礎設施將支援產品開發，並確保符合行業標準的嚴格品質評估。這些中心旨在吸引頂尖的國際設計團隊和材料科學專家，追蹤全球專業戶外產業的技術趨勢，加速新技術的運用，並推動產品國際化和差異化。我們計劃將[編纂]用於(i)租賃海外研究中心，以及購買相關設備，包括(a)一般使用年限為八至十年的縫紉及充絨設備；(b)一般使用年限為八至十年的專業戶外服飾特種設備；及(c)一般使用年限為四至五年的辦公設備；及(ii)在未來五年內招聘約14名本地員工，年度預算約為[編纂]港元。
  - 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於升級我們的創新實驗室及加強產教融合。我們計劃升級其中兩個數字研發實驗室，即我們的坦博爾智慧科技園的研發實驗室及極寒實驗室，為其配備先進的測試儀器和模擬系統。此外，我們擬加強與大學的產學研合作，共同建設合作研究平台。我們計劃將[編纂]用於(i)採購實驗室所需的研發設備，主要包

## 未來計劃及[編纂]

括氣候模擬艙、熱濕舒適度測試假人及全自動雷射切割及打標機，以及人工智能輔助材料設計與性能預測平台，各自的一般使用年限為八至十年；及(ii)在未來五年內招聘約15名研發人才，年度預算約為[編纂]港元。

- 約[編纂]或[編纂]港元預期將用於品牌建設及多渠道網絡升級。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元預期將用於全面的品牌建設活動。我們擬通過攜手國際品牌大使、與領先的戶外體育賽事和頂級滑雪場合作，增強我們的ESG措施及提升我們的數字營銷能力，以建立強大的專業戶外品牌形象，並積極與戶外運動愛好者社群互動。我們計劃將[編纂]用作(i)在電商平台投放橫幅廣告，並在社交商務平台建立社區；(ii)與品牌大使、具影響力的KOL及運動隊伍合作；及(iii)贊助戶外體育賽事及滑雪場。
- 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於完善及優化多渠道銷售網絡營運。我們的目標是在一線、新一線及二線以及新二線城市的黃金商業區開設更多線下門店以提升線下消費者的互動，其中包括未來五年內開設超過80家體驗店。

下表載列未來五年內按城市等級劃分的擬開設的線下門店的數量。

		未來五年內 擬開設新線下常設 門店總數*	
線下自營門店.....	一線及新一線城市	體驗店：21家 常規門店：157家	178家
	二線及新二線城市	體驗店：14家 常規門店：136家	150家
	三線城市	體驗店：1家 常規門店：112家	113家
	其他	體驗店：3家 常規門店：40家	43家
	<b>總計</b>	<b>體驗店：39家 常規門店：445家</b>	<b>484家</b>
分銷商運營的 線下門店.....	一線城市及 新一線城市	體驗店：12家 常規門店：77家	89家
	二線及新二線城市	體驗店：6家 常規門店：90家	96家
	三線城市	體驗店：6家 常規門店：166家	172家
	其他	體驗店：3家 常規門店：33家	36家
	<b>總計</b>	<b>體驗店：27家 常規門店：366家</b>	<b>393家</b>

\* 店舖數目僅供說明用途，我們可能因市況變動、執行或其他不確定因素而作出任何調整。

## 未來計劃及[編纂]

我們亦計劃設立店內直播區，讓線上消費者獲得身臨其境的購物體驗並接觸我們的產品。我們計劃將[編纂]用於(i)設立我們的線下門店；及(ii)採購直播設備。

- 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於建立會員系統及消費者體驗平台，以提高消費者忠誠度及留住消費者。我們計劃建立精確分級會員系統，整合線上及線下消費數據，以提供個性化產品推薦及專屬禮遇。我們的會員升級策略聚焦三大核心領域：建構數字化體驗平台、強化增值會員權益、豐富會員體驗活動。數字化體驗平台旨在連接消費者與零售人員的接觸點，精準抓取消費者購買數據，利用AI推薦功能協助零售人員，並優化直播營運流程以提升私域流量轉化率，從而優化消費者體驗與營運效率。增值權益將透過數字化服務、多元化福利及體驗場景升級現有架構，包括一鍵預約、即時狀態追蹤的數字化維修服務；擴充積分兌換選項類別；以及強化會員身份的年度專屬會員活動。會員營運將涵蓋全生命週期與多重關鍵場景，透過豐富的積分計劃及多元再參與策略，重點聚焦高級會員，以提升互動與忠誠度、打造差異化會員體驗，最終推動整體會員價值增長。
- 約[編纂]%或約[編纂]港元預期將用於加強可持續供應鏈管理：
  - 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於在我們位於山東省青州的總部建立全球供應鏈基地。我們將持續發展集研發、生產及物流於一體的數字化產業基地。我們擬建的全球供應鏈產業基地將整合研發、生產、倉儲、物流及辦公功能。在基礎設施層面，基地將配備全覆蓋的5G網絡、物聯網傳感器，以及在關鍵生產與倉儲節點上應用的RFID標籤，以實現端對端的可追溯性。在應用層面，我們計劃部署整合式數位系統，涵蓋物業管理(包括能源監控、智能安防及樓宇自動化)、多渠道銷售運營(包括訂單管理、POS、CRM及智能庫存補貨)，以及生產與供應鏈協調(包括MES、WMS、SRM及TMS)，從而實現從接單到配送的全面數據互聯。通過整合上下游資源、引入綠色製造流程及清潔能源，我們旨在實現從原材料採購到成品交付的全流程低碳及透明供應鏈可視化平台。我們計劃將[編纂]用於(i)建設數字化產業基地及採購相關設備，主要包括儲存設備、搬運設備及包裝設備，各自的一般使用年限為八至十年；及(ii)在未來五年內招聘約44名專注於供應鏈管理的專業員工，年度預算約為[編纂]港元。
  - 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於強化我們的庫存管理能力。透過依託累積銷售數據及考慮地理覆蓋範圍及物流能力等因素，我們計劃策略性建立本身的倉庫。同時，我們將根據消費者需求於主要城市租賃倉庫，作為自有倉庫的補充。下表載列擬設立的租賃倉庫的數量及位置：

## 未來計劃及[編纂]

位置	倉庫數量
華南 .....	1間
西北 .....	1間
東北 .....	1間
華東* .....	1-2間

\* 截至最後實際可行日期，興建此等倉庫仍然待定。該等倉庫的位置及數量將取決於相關地區的當前業務密度、市場狀況及營運需求等。

我們認為，透過在重點銷售市場建立區域配送中心，擴展我們的倉儲網絡，將降低運輸成本及週轉時間，提高整體存貨週轉效率，並優化消費者體驗。此外，鑒於我們持續致力於產品組合多元化及強勁的收入增長，我們計劃在現有倉庫達到飽和之前擴展倉儲網絡，因為新建或租賃倉庫需要一定的準備時間。儘管截至最後實際可行日期我們在中國營運九間租賃倉庫，但我們認為仍有必要興建及租賃額外的倉庫，理由如下：(i)我們於往績記錄期間的收入顯著增長，且現有倉庫旺季期間的使用率已達到其飽和負荷約90%，剩餘產能有限，難以支持進一步的增長；(ii)我們的現有倉庫均自第三方物流園區租賃，在長期成本效益、定制數字化及營運穩定性方面存在限制，越來越不符合我們的戰略需求；及(iii)我們現有的倉庫網絡在華南、西北及東北地區存在覆蓋缺口，因此需要採取包括自建主要倉庫與靈活區域租賃設施相結合的混合倉儲策略。我們計劃將[編纂]主要用於：(i)建設自有倉庫——一個位於江蘇省蘇州市，一個位於河南省鄭州市——作為我們在華南和華北的主要倉庫，同時亦會在主要地區租賃倉庫以補充按需產能；及(ii)在未來五年內招聘約57名員工，年度預算約為[編纂]港元。

- 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於策略性併購及擴大我們的品牌組合。
- 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於策略性併購。我們計劃收購或投資策略性專注於戶外服飾的國內及國外（即歐洲、北美、日本及韓國）品牌，以迅速進入新興市場、擴大產品組合及創造品牌協同效應。我們的目標品牌通常具備成熟的市場知名度及戶外功能性服飾的專長。我們通常預期我們的收購目標年收入不低於人民幣50百萬元，營運歷史不少於10年，並擁有良好的營運記錄及健全的內部控制機制。收購後，我們計劃將被收購品牌整合至現有銷售渠道，並部署精準營銷舉措以強化品牌協同效應，實現市場滲透率最大化。我們擬保留每個被收購品牌的獨立品牌特徵及市場定位，並以其原有名稱銷售該等品牌。我們將為新收購的品牌設立專用零售區，與我們的坦博爾品牌分開，以避免消費者混淆，並保留每個品牌的獨特價值。我們將尋求控股權或少數股權，將視各目標具體情況而定。有關詳情，請參

## 未來計劃及[編纂]

閱「業務—我們的策略」。截至最後實際可行日期，我們尚未確定具體收購目標。根據灼識諮詢的資料，目前有數百個合適目標，此乃基於通過案頭研究及公開搜尋進行初步識別，篩選出符合目標選擇標準的市場參與者，隨後透過專家訪談及我們數據庫的資料鎖定符合收購標準的目標。有關我們未來收購的風險，請參閱「風險因素—與我們業務及行業相關的風險—投資於新業務戰略、收購及其他形式的業務整合可能干擾我們現有業務並帶來原先未預料的風險，且我們可能無法從收購中實現預期收益、協同效應、成本節約或效率提升」。

- 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於建立本身的品牌組合。我們旨在透過產品線延伸及分級品牌管理策略，建立涵蓋多個市場分部的品牌組合。該方法旨在進一步完善各品牌的產品供應及市場定位、迎合不同消費群體的多元化偏好，並提升我們在各市場分部的整體品牌競爭力及市場滲透率。我們計劃將[編纂]用於(i)支付與品牌組合開發相關的內容製作和營銷營運開支；及(ii)支付與建立品牌組合相關的系統和勞工成本。
- 約[編纂]%或[編纂]港元預期將用於營運資金及一般企業用途。

據我們國際制裁法律顧問告知，經考量近期貿易限制及關稅相關政策的發展以及潛在的制裁風險，並基於我們目前規劃之海外活動範圍及目標市場，我們並未受到任何可能實質妨礙現行海外收購策略實施，或妨礙目前擬議之海外研發中心設立及營運的貿易限制、關稅措施或制裁。此外，我們的中國法律顧問已確認，目前中國法律並無任何限制會對上述計劃造成重大影響，惟須以我們適當遵守適用法律對國內企業進行海外投資所規定的所有必要批准或備案程序為前提。

### 實施時間表

下表載列[編纂]計劃的預期實施時間表：

	2026財年	2027財年	2028財年 及以後	總計
	(百萬港元)			
提升我們的技術研發體系.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
品牌建設及多渠道網絡強化.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
強化可持續供應鏈管理.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

## 未來計劃及[編纂]

	2026財年	2027財年	2028財年 及以後	總計
			(百萬港元)	
戰略併購及擴展我們的品牌組合	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營運資金及一般企業用途.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計 .....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

倘[編纂]高於或低於本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數，則上述[編纂][編纂]的分配將按比例調整。

倘若[編纂][編纂]淨額(包括行使[編纂][編纂])高於或低於預期，我們將按比例調整分配作上述用途的[編纂]。

倘[編纂][編纂]淨額未即時用作上述用途及在有關法律法規允許的範圍內，有關款項將存放於持牌商業銀行及／或其他認可金融機構(定義見《證券及期貨條例》或其他司法管轄區的適用法律及法規)的短期計息賬戶。

倘上述[編纂]有任何實質變動，我們將作出適當公告。

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

[ 編 纂 ]

---

## [ 編纂 ] 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 ]

以下為本公司申報會計師[●](香港執業會計師)編製的坦博爾集團股份有限公司的報告全文，乃為載入本文件而編製。

[待插入事務所的信箋]

致坦博爾集團股份有限公司列位董事及中國國際金融香港證券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[●]頁所載的坦博爾集團股份有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的歷史財務資料作出報告，該等財務資料包括截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度各年(「有關期間」)的 貴集團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於2023年、2024年及2025年12月31日的 貴集團綜合財務狀況表，以及重大會計政策資料及其他解釋資料(統稱「歷史財務資料」)。載於第[●]至[●]頁的歷史財務資料構成本報告的一部分，本報告為載入 貴公司日期為[●]年[●]月[●]日有關 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板首次[編纂]的文件(「文件」)而編製。

## 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，並對其認為為使歷史財務資料的編製不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所必需的內部控制負責。

## 申報會計師的責任

我們的責任是對歷史財務資料發表意見並向閣下報告我們的意見。我們根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港投資通函呈報準則第200號投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告進行工作。該準則要求我們遵守道德準則並計劃及開展工作，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。

我們的工作涉及執程序以獲取與歷史財務資料所載金額及披露有關的證據。所選取的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估因欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。在進行該等風險評估時，申報會計師考慮與該實體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相關的內部控制，以便設計於有關情況下適當的程序，但並非旨在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會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體呈列方式。

我們認為，我們所獲得的證據屬充分及適當，可為我們的意見提供基礎。

## 意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準真實而中肯地反映 貴集團及 貴公司於2023年、2024年及2025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。

## 有關聯交所證券上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例項下事項的報告

## 調整

於編製歷史財務資料時，概無對第I-[●]頁所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 貴公司已就有關期間派付股息的資料。

此致

執業會計師

香港

[●]

## 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。

歷史財務資料所依據的 貴集團於有關期間的財務報表（「相關財務報表」）由安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則進行審計。

歷史財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有說明者外，所有數值均約整至最接近千位數（人民幣千元）。

綜合損益及其他全面收益表

	附註	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
收入	5	1,021,042	1,302,479	2,189,464
銷售成本		(444,598)	(587,352)	(957,264)
毛利		576,444	715,127	1,232,200
其他收入及收益	5	43,387	25,038	28,164
銷售及分銷開支		(355,646)	(508,403)	(808,570)
行政開支		(75,494)	(100,523)	(172,775)
金融資產(減值)/				
減值撥回淨額	6	(2,265)	1,267	148
其他開支		(3,830)	(2,120)	(6,331)
融資成本	7	(5,856)	(9,518)	(18,203)
除稅前利潤	6	176,740	120,868	254,633
所得稅開支	10	(37,495)	(13,554)	(31,375)
年內及母公司擁				
有人應佔利潤		139,245	107,314	223,258
其他全面收益				
其後期間將不會重新分				
類至損益的其他全面				
(虧損)/收益：				
指定按公允價值計入				
其他全面收益				
的金融資產：				
公允價值變動		(100)	100	108
所得稅影響		25	35	(16)
		(75)	135	92
於其後期間將不會重新分類至損益				
的其他全面(虧損)/收益淨額		(75)	135	92
年內其他全面(虧損)/收益				
(扣除稅項)		(75)	135	92
年內全面收益總額		139,170	107,449	223,350

		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
以下各方應佔溢利：				
	附註			
母公司擁有人 .....		<u>139,245</u>	<u>107,314</u>	<u>223,258</u>
應佔全面收益總額：				
母公司擁有人		<u>139,170</u>	<u>107,449</u>	<u>223,350</u>
母公司普通權益持有人應佔				
每股盈利				
基本及攤薄(人民幣元).....	12	<u>0.83</u>	<u>0.64</u>	<u>1.33</u>

綜合財務狀況表

	附註	於12月31日		
		2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<b>非流動資產</b>				
物業、廠房及設備 .....	13	333,672	530,709	505,945
投資物業 .....	14	1,768	1,556	1,345
使用權資產 .....	15(a)	94,672	120,967	121,031
無形資產 .....	16	4,800	5,946	7,988
按公允價值計入其他				
全面收益的金融資產 .....	17	800	900	–
預付款項、其他應收款項				
及其他資產 .....	21	327,684	13,435	7,654
遞延稅項資產 .....	18	107	171	9,514
<b>非流動資產總值 .....</b>		<b>763,503</b>	<b>673,684</b>	<b>653,477</b>
<b>流動資產</b>				
存貨 .....	19	256,518	693,204	925,700
貿易應收款項及應收票據 .....	20	229,121	279,022	593,863
預付款項、其他應收				
款項及其他資產 .....	21	98,044	436,800	119,084
預付所得稅 .....		48	27	576
受限制現金 .....	22	44,010	70,948	100,549
現金及現金等價物 .....	22	85,364	153,668	263,211
<b>流動資產總值 .....</b>		<b>713,105</b>	<b>1,633,669</b>	<b>2,002,983</b>
<b>流動負債</b>				
貿易應付款項及應付票據 .....	23	275,966	753,445	1,081,362
其他應付款項及應計費用 .....	24	233,029	293,878	306,501
計息銀行及其他借款 .....	25	30,076	189,842	342,349
租賃負債 .....	15(b)	9,588	24,391	22,752
應付稅項 .....		29,079	5,901	24,778
遞延收入 .....	26	5,908	15,314	15,174
<b>流動負債總額 .....</b>		<b>583,646</b>	<b>1,282,771</b>	<b>1,792,916</b>
<b>流動資產淨值 .....</b>		<b>129,459</b>	<b>350,898</b>	<b>210,067</b>
<b>總資產減流動負債 .....</b>		<b>892,962</b>	<b>1,024,582</b>	<b>863,544</b>
<b>非流動負債</b>				
計息銀行及其他借款 .....	25	52,386	79,996	16,130
租賃負債 .....	15(b)	16,445	28,481	14,090

附錄一

會計師報告

	附註	於12月31日		
		2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
遞延收入.....	26	189,003	173,689	158,515
遞延稅項負債.....	18	1,118	957	–
非流動負債總額.....		258,952	283,123	188,735
資產淨值.....		634,010	741,459	674,809
<b>權益</b>				
<b>母公司擁有人應佔權益</b>				
股本.....	27	167,300	167,300	167,300
儲備.....	28	466,710	574,159	507,509
權益總額.....		634,010	741,459	674,809

綜合權益變動表

截至2023年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔					
	股本	股份溢價*	法定儲備*	按公允價值 計入其他 全面收益的 金融資產 公允價值 儲備*	保留利潤*	權益總額
	人民幣千元 附註27	人民幣千元	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 . . . .	167,300	76,722	28,052	450	222,316	494,840
年內利潤 . . . . .	-	-	-	-	139,245	139,245
年內其他全面虧損：						
按公允價值計入其他 全面收益的金融資產 的公允價值變動 (扣除稅項) . . . . .	-	-	-	(75)	-	(75)
年內全面收益總額 . . .	-	-	-	(75)	139,245	139,170
轉撥至法定儲備 . . . .	-	-	13,604	-	(13,604)	-
於2023年12月31日 . .	<u>167,300</u>	<u>76,722</u>	<u>41,656</u>	<u>375</u>	<u>347,957</u>	<u>634,010</u>

附錄一

會計師報告

截至2024年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔					權益總額 人民幣千元
	股本	股份溢價*	法定儲備*	按公允價值 計入其他 全面收益的 金融資產 公允價值 儲備*	保留利潤*	
	人民幣千元 附註27	人民幣千元	人民幣千元 附註28	人民幣千元	人民幣千元	
於2024年1月1日 ...	167,300	76,722	41,656	375	347,957	634,010
年內利潤.....	-	-	-	-	107,314	107,314
年內其他全面收益：						
按公允價值計入其他 全面收益的金融資產 的公允價值變動 (扣除稅項).....	-	-	-	135	-	135
年內全面收益總額 ..	-	-	-	135	107,314	107,449
轉撥至法定儲備....	-	-	9,630	-	(9,630)	-
於2024年12月31日 .	<u>167,300</u>	<u>76,722</u>	<u>51,286</u>	<u>510</u>	<u>445,641</u>	<u>741,459</u>

附錄一

會計師報告

截至2025年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔					
	股本	股份溢價*	法定儲備*	按公允價值計入其他全面收益的金融資產公允價值儲備*	保留利潤*	權益總額
	人民幣千元 附註27	人民幣千元	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 . . .	167,300	76,722	51,286	510	445,641	741,459
年內利潤 . . . . .	-	-	-	-	223,258	223,258
年內其他全面收益：						
按公允價值計入其他全面收益的金融資產的公允價值變動						
(扣除稅項) . . . . .	-	-	-	92	-	92
年內全面收益總額 . .	-	-	-	92	223,258	223,350
於出售按公允價值計入其他全面收益的股權投資時轉撥公允價值儲備 . . . . .	-	-	-	(602)	602	-
轉撥至法定儲備 . . . .	-	-	22,910	-	(22,910)	-
已宣派股息 . . . . .	-	-	-	-	(290,000)	(290,000)
於2025年12月31日 . .	<u>167,300</u>	<u>76,722</u>	<u>74,196</u>	<u>-</u>	<u>356,591</u>	<u>674,809</u>

\* 該等儲備金額包括於2023年、2024年及2025年12月31日的綜合財務狀況表內的合併儲備（分別為人民幣466,710,000元、人民幣574,159,000元及人民幣507,509,000元）。

綜合現金流量表

	附註	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
<b>經營活動所得現金流量</b>				
除稅前利潤		176,740	120,868	254,633
就以下各項作出調整：				
融資成本	7	5,856	9,518	18,203
利息收入	5	(11,421)	(12,430)	(7,668)
出售物業、廠房及設備				
項目的(收益)/虧損	5、6	(22,427)	—	40
出售土地使用權的收益	5、6	(6,129)	—	—
物業、廠房及設備折舊	6	18,662	36,328	66,556
使用權資產折舊	6	11,136	18,065	29,463
投資物業折舊	6	211	212	211
無形資產攤銷	6	675	752	1,234
遞延收入攤銷	26	(2,272)	(5,908)	(15,314)
貿易應收款項及應收票據及				
其他應收款項的減值虧損/				
(減值撥回)淨額	6	2,265	(1,267)	(148)
存貨撇減至可變現淨值	6	19,252	36,081	52,323
終止租賃的虧損	6	55	31	730
		192,603	202,250	400,263
存貨減少/(增加)		57,365	(472,767)	(284,819)
貿易應收款項及應收				
票據增加		(32,318)	(48,215)	(307,079)
受限制現金增加		(1,479)	(26,938)	(29,601)
預付款項、其他應收款項及				
其他資產(增加)/減少		(8,105)	(26,296)	5,067
貿易應付款項及應付				
票據增加		2,866	477,479	319,885
其他應付款項及應計費用				
增加		57,286	9,883	32,322
經營所得現金		268,218	115,396	136,038
已收利息		1,376	1,690	1,815
已付所得稅		(19,801)	(36,901)	(23,362)
經營所得現金				
流量淨額		249,793	80,185	114,491

附錄一

會計師報告

	附註	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
<b>投資活動所得現金流量</b>				
購買物業、廠房及設備項目		(152,363)	(178,533)	(62,761)
購買土地使用權		(6,250)	–	(17,364)
出售物業、廠房及設備所得款項		–	38	35
購買無形資產		(2,480)	(1,898)	(3,276)
出售按公允價值計入其他全面 收益的金融資產所得款項		–	–	1,008
收到物業、廠房及設備與 土地使用權的政府補助		57,991	–	–
一間關聯公司的還款		37,000	14,551	323,589
向一間關聯公司墊款		(198,306)	–	–
其他應付款項增加		–	(4,500)	–
已收利息收入		–	–	5,853
預付款項、其他應收款項及 其他資產減少		69,497	–	–
投資活動(所用)／ 所得現金流量淨額		(194,911)	(170,342)	247,084
<b>融資活動所得現金流量</b>				
已付股息		–	–	(290,000)
新增銀行及其他借款	29(b)	93,133	217,260	305,307
償還銀行及其他借款	29(b)	(103,259)	(30,099)	(216,389)
租賃付款	29(b)	(10,831)	(19,403)	(31,109)
已付利息	29(b)	(5,845)	(9,297)	(16,294)
已付[編纂]開支		[編纂]	[編纂]	[編纂]
融資活動(所用)／ 所得現金流量淨額		(26,802)	158,461	(252,032)
<b>現金及現金等價物</b>				
增加淨額		28,080	68,304	109,543
年初現金及現金等價物		57,284	85,364	153,668
年末現金及現金等價物		85,364	153,668	263,211

		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
現金及現金等價物結餘分析				
現金及銀行結餘 .....	22	129,374	224,616	363,760
減：受限制現金 .....	22	44,010	70,948	100,549
綜合財務狀況表及				
綜合現金流量表所述				
現金及現金等價物 .....	22	85,364	153,668	263,211

附錄一

會計師報告

貴公司財務狀況表

	附註	於12月31日		
		2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>				
物業、廠房及設備	13	332,316	529,094	498,563
投資物業	14	1,768	1,556	1,345
使用權資產	15(a)	83,885	86,345	85,198
無形資產	16	4,786	5,933	7,977
按公允價值計入其他				
全面收益的金融資產	17	800	900	–
於附屬公司的投資	38	2,889	5,992	14,592
遞延稅項資產	18	–	–	4,525
預付款項、其他應收款項 及其他資產	21	327,536	11,759	5,098
<b>非流動資產總值</b>		<b>753,980</b>	<b>641,579</b>	<b>617,298</b>
<b>流動資產</b>				
存貨	19	256,450	690,652	917,106
貿易應收款項及應收票據	20	228,470	254,804	585,820
預付款項、其他應收款項 及其他資產	21	97,606	436,574	109,919
受限制現金	22	44,010	70,948	100,549
現金及現金等價物	22	76,925	132,516	205,686
<b>流動資產總值</b>		<b>703,461</b>	<b>1,585,494</b>	<b>1,919,080</b>
<b>流動負債</b>				
貿易應付款項及應付票據	23	277,062	745,584	1,069,121
其他應付款項及應計費用	24	251,933	302,445	295,956
計息銀行及其他借款	25	25,023	164,872	292,405
租賃負債	15(b)	5,954	7,738	3,091
應付稅項		28,930	2,686	23,520
遞延收入	26	5,908	15,314	15,174
<b>流動負債總額</b>		<b>594,810</b>	<b>1,238,639</b>	<b>1,699,267</b>
<b>流動資產淨值</b>		<b>108,651</b>	<b>346,855</b>	<b>219,813</b>
<b>總資產減流動負債</b>		<b>862,631</b>	<b>988,434</b>	<b>837,111</b>
<b>非流動負債</b>				
計息銀行及其他借款	25	37,446	79,996	16,130
租賃負債	15(b)	9,119	11,714	871
遞延收入	26	189,003	173,689	158,515
遞延稅項負債	18	1,104	637	–
<b>非流動負債總額</b>		<b>236,672</b>	<b>266,036</b>	<b>175,516</b>
<b>資產淨值</b>		<b>625,959</b>	<b>722,398</b>	<b>661,595</b>
<b>權益</b>				
股本	27	167,300	167,300	167,300
儲備	28	458,659	555,098	494,295
<b>權益總額</b>		<b>625,959</b>	<b>722,398</b>	<b>661,595</b>

## II 歷史財務資料附註

### 1. 公司資料

貴公司為於2004年4月19日在中華人民共和國（「中國」）註冊的有限公司。貴公司的註冊辦事處地址位於中國山東省濰坊市青州市雲門山街道益王府南路8333號。

於2013年6月5日，貴公司當時的股東通過決議案，批准（其中包括）將貴公司由有限公司改制為股份有限公司（「股份轉換」）。於2013年7月5日，貴公司名稱由青州坦博爾服飾有限公司變更為青州市坦博爾服飾股份有限公司。於2025年1月3日，貴公司名稱由青州市坦博爾服飾股份有限公司變更為坦博爾集團股份有限公司。

董事認為，貴公司的直接最終控股公司為上海藍銀投資管理有限公司。

於有關期間，貴公司及其附屬公司（統稱「貴集團」）於中國內地從事服飾產品的設計、生產及銷售。

於有關期間末，貴公司於其附屬公司擁有直接全部權益，該等附屬公司均為私人有限公司（或倘於香港以外地區註冊成立，則與於香港註冊成立的私營公司具有大致類似特徵），貴公司附屬公司的詳情載列如下：

名稱	成立地點 及註冊日期	已繳足／股本	貴公司直接應佔 權益百分比	主要業務
青州辰羽電子商務有限公司.....	中國／中國內地 2012年4月10日	人民幣1,000,000元	100%	銷售服飾 產品
坦博爾（杭州）電子商務有限公司 ..	中國／中國內地 2021年11月25日	人民幣2,000,000元	100%	電子商務 平台產品 銷售
海南坦博爾智慧科技有限公司.....	中國／中國內地 2021年9月23日	人民幣2,000,000元	100%	銷售服飾 產品
青州市坦博爾智慧科技有限公司...	中國／中國內地 2024年8月8日	人民幣1,000,000元	100%	線下零售 業務
坦博爾（上海）服飾有限公司.....	中國／中國內地 2021年11月11日	人民幣5,000,000元	100%	研發、銷 售及營銷
上海樣作服飾有限公司.....	中國／中國內地 2022年7月27日	人民幣3,000,000元	100%	設計及銷 售服飾產 品
青州在現電子商貿有限公司.....	中國／中國內地 2022年8月1日	人民幣1,000,000元	100%	銷售服飾 產品
坦博爾（青島）智慧科技有限公司 ..	中國／中國內地 2023年3月2日	人民幣2,000,000元	100%	銷售服飾 產品
武漢坦文服飾有限公司.....	中國／中國內地 2024年5月22日	人民幣1,000,000元	100%	銷售服飾 產品

## 附錄一

## 會計師報告

名稱	成立地點 及註冊日期	已繳足／股本	貴公司直接應佔 權益百分比	主要業務
坦博爾(成都)服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2024年6月19日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品
淄博坦文服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2024年8月30日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品
坦博爾(濟寧)服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2024年10月14日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品
坦博爾(長沙)服裝有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2024年9月5日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品
坦博爾(宜賓)服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2024年10月21日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品
坦博爾(鄭州)服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2024年12月31日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品
許昌坦博爾服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2025年6月19日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品
杭州坦博爾戶外運動科技有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2025年8月27日	人民幣1,000,000元	100%	銷售服飾 產品
禹州市坦博爾服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2025年9月10日	人民幣300,000元	100%	銷售服飾 產品
新鄉坦博爾服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2025年9月11日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品
許昌坦文服飾有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2025年9月30日	人民幣300,000元	100%	銷售服飾 產品
新鄉坦博爾商貿有限公司 . . . . .	中國／中國內地 2025年10月16日	人民幣500,000元	100%	銷售服飾 產品

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，該等附屬公司概無編製經審計財務報表，原因是該等實體無需遵守其註冊司法管轄區的相關規則及法規項下的任何法定審核要求。

### 2.1 編製基準

歷史財務資料乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際財務報告準則會計準則(包括國際會計準則理事會批准的所有準則及詮釋)編製。

於編製整個有關期間的歷史財務資料時，貴集團已採納自2025年1月1日起開始的會計期間生效的所有國際財務報告準則會計準則以及相關過渡條文。歷史財務資料乃根據歷史成本法編製，惟按公允價值計入其他全面收益的金融資產按公允價值計量除外。

## 綜合基準

歷史財務資料包括 貴公司及其附屬公司於有關期間的財務報表。附屬公司指由 貴公司直接或間接控制的實體（包括結構性實體）。當 貴集團面臨自參與投資對象所得可變回報的風險或擁有有關權利，且能夠透過其對投資對象的權力（即 貴集團現時能夠指示投資對象相關活動的現有權利）影響該等回報時，即取得控制權。

一般情況下均存在多數投票權形成控制權的推定。當 貴公司擁有少於投資對象多數投票權或類似權利，於評估其是否對投資對象擁有權力時， 貴集團考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象其他投票權持有人的合約安排；
- (b) 其他合約安排產生的權利；及
- (c) 貴集團的投票權及潛在投票權。

附屬公司的財務報表按與 貴公司相同的報告期間採用一致的會計政策編製。附屬公司的業績自 貴集團取得控制權之日起綜合入賬，並持續至該控制權終止當日。

損益及其他全面收益各部分歸屬於 貴集團母公司擁有人及非控股權益，即便此舉將導致非控股權益出現虧絀結餘。與 貴集團成員公司間交易有關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悉數對銷。

倘事實及情況表明上述三項控制權要素的一項或多項出現變動，則 貴集團重新評估其是否對投資對象擁有控制權。並無喪失控制權的附屬公司的所有權權益變動按股權交易入賬。

倘 貴集團失去對一家附屬公司的控制權，則其終止確認有關資產（包括商譽）、負債、任何非控股權益；並於損益中確認任何保留投資的公允價值及任何由此產生的盈餘或虧絀。 貴集團過往於其他全面收益中確認的應佔部分按 貴集團直接出售相關資產或負債採納的相同基準，重新分類至損益或保留利潤（如適用）。

## 2.2 已頒佈但尚未生效的國際財務報告準則會計準則

貴集團尚未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會計準則。 貴集團擬於該等新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則生效時應用該等準則（如適用）。

國際財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露 <sup>2</sup>
國際財務報告準則第19號及其修訂本	非公共受託責任附屬公司：披露 <sup>2</sup>
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號（修訂本）	金融工具分類及計量的修訂 <sup>1</sup>
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號（修訂本）	涉及依賴自然能源生產電力的合約 <sup>1</sup>
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號（修訂本）	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資 <sup>3</sup>
國際會計準則第21號（修訂本）	換算為惡性通貨膨脹呈列貨幣 <sup>2</sup>
國際財務報告準則會計準則的年度改進 – 第11冊	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號的修訂 <sup>1</sup>

<sup>1</sup> 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效

<sup>2</sup> 於2027年1月1日或之後開始的年度／報告期間生效

<sup>3</sup> 強制生效日期尚待釐定，惟可供採納

貴集團正在評估該等新訂及經修訂準則於首次應用時的影響。國際財務報告準則第18號引入對損益其他全面收益表呈列的新要求，包括指定合計及小計。實體必須將損益及其他全面收益表內的所有收入及開支分類為經營、投資、融資、所得稅及終止營運五類之一，並列出兩個新的定義小計。它還要求在單一附註中披露管理層定義的績效指標，並加強對主要財務報表及附註中資料的分組（匯總及細分）及位置的要求。預計新規定將影響 貴集團對損益及其他全面收益表的呈列及對 貴集團財務業績的披露。迄今為止， 貴集團認為新訂及經修訂準則不太可能對 貴集團經營業績及財務狀況產生重大影響。

### 2.3 重大會計政策

#### 公允價值計量

貴集團於各報告期末按公允價值計量其按公允價值計入其他全面收益的金融資產。公允價值為市場參與者於計量日期在有序交易中就出售資產收取或就轉讓負債支付的價格。公允價值計量基礎為假定出售資產或轉讓負債的交易於該資產或負債所在主要市場進行，或如無主要市場，於該資產或負債的最有利市場進行。主要或最有利市場必須為 貴集團可進入的市場。資產或負債的公允價值基於市場參與者於為該資產或負債定價時會使用的假設計量，並假設市場參與者按其經濟上的最佳利益行事。

非金融資產的公允價值計量計及市場參與者以最高及最佳方式使用資產，或將資產售予以最高及最佳方式使用的另一市場參與者而產生經濟利益的能力。

貴集團採用適用於有關情況且有充足數據以計量公允價值的估值方法，盡量使用相關可觀察輸入數據及盡量減少使用不可觀察輸入數據。

所有於財務報表中計量或披露公允價值的資產及負債基於對公允價值計量整體而言屬重大的最低層級輸入數據按以下公允價值層級分類：

- 第1級 — 基於相同資產或負債於活躍市場的報價（未經調整）
- 第2級 — 基於對公允價值計量而言屬重大的可觀察（直接或間接）最低層級輸入數據的估值方法
- 第3級 — 基於對公允價值計量而言屬重大的不可觀察最低層級輸入數據的估值方法

就按經常性基準於財務報表中確認的資產及負債而言， 貴集團通過於各報告期末重新評估分類（基於對公允價值計量整體而言屬重大的最低層級輸入數據）釐定層級內級別之間是否發生轉移。

#### 非金融資產減值

倘存在減值跡象，或當資產須進行年度減值測試時（存貨、遞延稅項資產及金融資產除外），則會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允價值減出售成本兩者的較高者，並按個別資產釐定，除非資產並無產生大致獨立於其他資產或資產組別的現金流入，於此情況下，可收回金額按資產所屬現金產生單位釐定。

僅在資產賬面值高於其可收回金額的情況下，方會確認減值虧損。於評估使用價值時，估計未來現金流量按反映當前市場對貨幣時間價值及該資產特定風險的評估的稅前折現率折現至其現值。減值虧損按與該減值資產功能相符的開支類別於產生期間自損益扣除。

貴集團會於各報告期末評估是否有跡象顯示過往所確認的減值虧損不再存在或可能已減少。倘出現有關跡象，則會估計可收回金額。僅當用以釐定資產（商譽除外）可收回金額的估計有變時，方會撥回過往就該資產確認的減值虧損，惟撥回金額不得超逾倘於過往年度並無就該資產確認減值虧損原應釐定的賬面值（扣除任何折舊／攤銷）。有關減值虧損撥回於產生期間計入損益。

#### 關聯方

在下列情況下，一方被視為 貴集團的關聯方：

- (a) 個人或與其關係密切的家庭成員，如果該個人：
  - (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 貴集團母公司的關鍵管理人員；

或

- (b) 符合以下任何情況的實體：
  - (i) 該實體與 貴集團屬同一集團的成員公司；
  - (ii) 一家實體為另一實體（或另一實體的母公司、附屬公司或同系附屬公司）的聯營公司或合營企業；
  - (iii) 該實體與 貴集團為同一第三方的合營企業；
  - (iv) 一家實體為第三方實體的合營企業，而另一實體為該第三方實體的聯營公司；
  - (v) 該實體為以 貴集團或與 貴集團有關聯的實體的僱員為受益人的離職後福利計劃；
  - (vi) 該實體受第(a)項所識別人士控制或共同控制；
  - (vii) 第(a)(i)項所識別人士對該實體有重大影響力或其為該實體（或該實體的母公司）關鍵管理人員；及
  - (viii) 該實體或該實體所屬集團的任何成員公司向 貴集團或 貴集團母公司提供關鍵管理人員服務。

#### 物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備（在建工程除外）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使資產達至其營運狀況及地點作擬定用途的任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投入運作後產生的開支（如維修及保養費）一般於產生期間自損益扣除。在符合確認標準的情況下，重大檢查的開支於資產賬面值中資本化為重置項目。如須每隔一段時間更換物業、廠房及設備的重要部分，則 貴集團將該等部分確認為具特定可使用年期的個別資產，並對其相應進行折舊。

## 附錄一

## 會計師報告

折舊按直線法計算，以將各項物業、廠房及設備項目的成本於其估計可使用年期內撇銷至其剩餘價值。物業、廠房及設備的估計可使用年期如下：

	<u>估計可使用年期</u>
樓宇 .....	20年
廠房及機器 .....	3至10年
辦公設備 .....	5年
汽車 .....	4至5年
電子設備 .....	3至5年
租賃物業裝修 .....	租期與3年 之間的較短者

如物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期不同，則該項目的成本按合理基準於各部分之間分配，而各部分分別折舊。至少須於各財政年度末對可使用年期及折舊方法進行檢討及作出調整（如適用）。

物業、廠房及設備項目（包括初步確認的任何重大部分）於出售或預期其使用或出售不會產生未來經濟利益時終止確認。在資產終止確認年度於損益確認的任何出售或報廢收益或虧損，為有關資產的出售所得款項淨額與賬面值之間的差額。

在建工程以成本減任何減值虧損列賬，並不予折舊。在建工程於完成及可供使用時重新分類至物業、廠房及設備的適當類別。

### 投資物業

投資物業為持作賺取租金收入及／或資本增值的樓宇權益。該等物業按成本（包括交易成本）計量。

折舊按直線法計算，而樓宇的估計可使用年期如下：

	<u>估計可使用年期</u>
樓宇 .....	20年

### 無形資產（商譽除外）

單獨獲得的無形資產於初始確認時按成本計量。通過業務合併獲得的無形資產的成本為收購日期的公允價值。無形資產的可使用年期評定為有限期。有限期的無形資產隨後按可使用經濟年期攤銷，於有跡象顯示無形資產可能出現減值時評估減值。可使用年期有限的無形資產至少於各財政年度末覆核一次。

### 軟件

已購入軟件按成本減任何減值損失列賬，並按3至10年估計可使用年期以直線基準攤銷。

### 研發開支

產生的所有研究成本均自損益中扣除。

僅當 貴集團能夠證明完成無形資產使其可供使用或銷售的技術可行性、其完成無形資產的意圖及其使用或銷售該資產的能力、該資產將如何產生日後經濟利益、完成項目的資源的可用性，以及在開發期間可靠計量開支的能力時，開發新產品的項目產生的開支才會被資本化及遞延。不符合該等標準的產品開發開支於產生時支銷。

## 租賃

貴集團於合約開始時評估合約是否屬租賃或包含租賃。倘合約為換取代價而賦予在一段時間內控制已識別資產用途的權利，則該合約屬租賃或包含租賃。

### 貴集團作為承租人

貴集團對所有租賃（短期租賃及低價值資產租賃除外）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）予以確認。使用權資產按成本減累計折舊及任何減值虧損計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債的金額、已產生初步直接成本及於開始日期或之前作出的租賃付款減任何已收取的租賃優惠。使用權資產以租期與資產估計可使用年期兩者中的較短者按直線法折舊如下：

門店及辦公場所 .....	14至72個月
土地使用權 .....	50年

倘租賃資產的所有權於租期結束時轉移至貴集團，或成本反映購買選擇權獲行使，則按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予以確認。租賃付款包括定額付款（含實質定額付款）減任何應收租賃優惠款項、取決於指數或利率的可變租賃付款以及預期根據剩餘價值擔保支付的款項。租賃付款亦包括貴集團合理確定行使購買選擇權的行使價，以及倘租期反映貴集團行使終止租賃選擇權，就終止租賃支付的罰款。不取決於指數或利率的可變租賃付款在出現觸發付款的事件或條件的期間內確認為開支。

於計算租賃付款的現值時，由於租賃內所隱含利率難以釐定，故貴集團使用租賃開始日期的增量借款利率。於開始日期後，租賃負債金額的增加反映利息的增加，並因作出租賃付款而減少。此外，倘有任何修訂、租期變動、租賃付款變動（例如指數或利率的變動導致未來租賃付款發生變化）或購買相關資產的選擇權評估的變動，則重新計量租賃負債的賬面值。

#### (c) 短期租賃

貴集團對機器及設備的短期租賃（即自開始日期起計租期為12個月或以內且不包含購買選擇權的租賃）應用短期租賃確認豁免。

短期租賃的租賃付款於租期內以直線法確認為開支。

### 貴集團作為出租人

貴集團作為出租人時，於租賃開始時（或發生租賃修訂時）將各項租賃分類為經營租賃或融資租賃。

貴集團並未轉讓資產所有權所附帶的絕大部分風險及回報的租賃歸類為經營租賃。當合約包含租賃及非租賃組成部分時，貴集團按相對獨立售價的基準將合約代價分配至各組成部分。租金收入於租期內按直線法列賬並因經營性質計入損益內的其他收入及收益。於磋商及安排經營租賃時產生的初始直接成本乃加入租賃資產的賬面值，並於租期內按與租賃收入相同的方法確認。或然租金乃於賺取期間確認為收入。

## 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其後按攤銷成本計量，按公允價值計入其他全面收益。

金融資產於初步確認時的分類取決於金融資產的合約現金流量特徵以及貴集團管理該等金融資產的業務模式。除並未包含重大融資組成部分的貿易應收款項或貴集團已應用可行權宜方法不調整重大融資組成部分影響的貿易應收款項外，貴集團初步按公允價值計量金融資產；倘屬並非按公允價值計入損益的金融資產，則另加交易成本。不包括重大融資組成部分或貴集團已應用可行權宜方法的貿易應收款項根據下文「收入確認」所載的政策按根據國際財務報告準則第15號釐定的交易價格計量。

為使金融資產按攤銷成本或公允價值計入其他全面收益分類並計量，其需要產生純粹為支付本金及未償還本金的利息（「純粹為支付本金及利息」）的現金流量。不論業務模式，並非純粹為支付本金及利息的現金流量的金融資產按公允價值計入損益分類及計量。

貴集團管理金融資產的業務模式指其管理金融資產以產生現金流量的方式。業務模式決定現金流量會否源於收取合約現金流量、出售金融資產或同時源於兩者。按攤銷成本分類及計量的金融資產以目的為收取合約現金流量而持有金融資產的業務模式持有，而按公允價值計入其他全面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。並非以上述業務模式持有的金融資產按公允價值計入損益分類及計量。

須於市場規定或慣例一般設定的期間內交付資產的金融資產買賣於交易日（即貴集團承諾買賣資產的日期）確認。

### 後續計量

金融資產的後續計量視乎以下分類：

#### 按攤銷成本計量的金融資產（債務工具）

按攤銷成本計量的金融資產後續採用實際利率法計量，並須予減值。倘資產被終止確認、修改或出現減值，則收益及虧損於損益確認。

#### 指定按公允價值計入其他全面收益的金融資產（股權投資）

於初步確認時，倘股權投資符合國際會計準則第32號金融工具：呈列項下權益的定義且並非持作買賣，貴集團可選擇將其股權投資不可撤回地分類為指定按公允價值計入其他全面收益的股權投資。分類按個別工具基準確定。

該等金融資產的收益及虧損將不會轉回到損益中。股息在損益中確認為其他收入，前提是支付權已確立，除非貴集團以收回部分金融資產成本的方式從該等所得款項中獲益，在這種情況下，該收益計入其他全面收益。指定按公允價值計入其他全面收益的股權投資將不進行減值評估。

### 終止確認金融資產

金融資產（或（倘適用）一項金融資產的一部分或一組類似金融資產的一部分）主要在下列情況下終止確認（即從 貴集團綜合財務狀況表移除）：

- 自該項資產收取現金流量的權利已屆滿；或
- 貴集團已轉讓其自該項資產收取現金流量的權利，或已承擔根據「轉付」安排而於並無重大延誤下悉數將已收取的現金流量支付予第三方的責任；及(a) 貴集團已轉讓該項資產的絕大部分風險及回報，或(b) 貴集團並無轉讓或保留該項資產的絕大部分風險及回報，但已轉讓該項資產的控制權。

當 貴集團已轉讓其自資產收取現金流量的權利，或已訂立轉付安排，則評估其是否保留該項資產所有權的風險及回報以及保留的程度。當並無轉讓或保留該項資產的絕大部分風險及回報，亦無轉讓該項資產的控制權，則以 貴集團的持續參與程度為限繼續確認已轉讓資產。在該情況下， 貴集團亦確認相關負債。已轉讓資產及相關負債按反映 貴集團所保留權利及責任的基準計量。以已轉讓資產提供擔保形式的持續參與按該項資產的原賬面值與 貴集團可能須償還代價的最高金額中的較低者計量。

### 金融資產減值

貴集團就並非按公允價值計入損益持有的所有債務工具確認預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）撥備。預期信貸虧損基於根據合約應收的合約現金流量與 貴集團預期收取的所有現金流量（按概約原實際利率折現）之間的差額計算。預期現金流量將包括來自出售所持屬於合約條款不可或缺部分的抵押品或其他信貸加強措施的現金流量。

#### 一般方法

預期信貸虧損分兩階段確認。對於自初步確認以來並無大幅上升的信貸風險，預期信貸虧損就因未來12個月可能發生的違約事件引致的信貸虧損（12個月預期信貸虧損）計提撥備。對於自初步確認以來出現大幅上升的信貸風險，則須就預期於風險剩餘年期內的信貸虧損計提虧損撥備，而不論違約時間（全期預期信貸虧損）。

於各報告日期， 貴集團評估金融工具的信貸風險自初步確認以來是否大幅上升。 貴集團作出評估時比較金融工具於報告日期發生違約的風險及金融工具於初步確認日期發生違約的風險，並考慮毋須付出過多成本或努力即可獲得的合理可靠資料，包括歷史及前瞻性資料。 貴集團認為，當合約付款逾期30天以上時視為信貸風險大幅上升。

貴集團視合約付款逾期60天的金融資產為違約。然而，於若干情況下，倘內部或外部資料顯示 貴集團不大可能在考慮持有的任何信貸加強措施前悉數收取未償還合約金額， 貴集團亦可能視該金融資產為違約。金融資產於並無合理預期可收回合約現金流量時撇銷。

倘無合理預期收回合約現金流量，則撇銷金融資產。

按攤銷成本計量的金融資產須遵循一般方法進行減值，並按下列階段分類以計量預期信貸虧損，惟如下文所述的貿易應收款項適用簡化方法。

第1階段 — 金融工具的信貸風險自初步確認以來並無大幅上升，且其虧損撥備按相當於12個月預期信貸虧損的金額計量

- 第2階段 — 金融工具的信貸風險自初步確認以來大幅上升，惟並非信貸減值金融資產，且其虧損撥備按相當於全期預期信貸虧損的金額計量
- 第3階段 — 金融資產於報告日期出現信貸減值（惟並非購買或源生信貸減值），且其虧損撥備按相當於全期預期信貸虧損的金額計量

#### 簡化方法

就不包括重大融資組成部分的貿易應收款項而言，或當貴集團應用可行權宜方法不就重大融資組成部分的影響作出調整時，貴集團應用簡化方法計算預期信貸虧損。根據簡化方法，貴集團不會監測信貸風險變動，惟於各報告日期根據全期預期信貸虧損確認虧損撥備。貴集團已根據其過往信貸虧損經驗建立撥備矩陣，並就債務人特定的前瞻性因素及經濟環境作出調整。

#### 金融負債

##### 初步確認及計量

金融負債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允價值確認，倘為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及應付票據、計入其他應付款項及應計費用的金融負債、以及計息銀行借款。

在財務狀況表中將因供應商融資安排而產生的金融負債分類，倘其性質及功能與貿易應付款項相若。若供應商融資安排為貴集團正常經營週期中使用營運資金的一部分，提供的擔保水平與貿易應付款項相若，且屬於供應鏈融資安排一部分之負債條款與不屬於該安排一部分之貿易應付款項的條款並無重大差異，則情況屬實。與供應商融資安排產生的負債相關現金流量，在財務狀況表中分類為計入現金流量表內經營活動中的貿易應付款項及應付票據。

##### 後續計量

金融負債的後續計量視乎以下分類：

##### 按攤銷成本計量的金融負債（貿易應付款項及其他應付款項以及借款）

初步確認後，貿易應付款項及其他應付款項以及借款隨後採用實際利率法按攤銷成本計量，除非折現的影響不重大，在這種情況下按成本列示。終止確認負債時以及通過實際利率攤銷過程在損益中確認收益或虧損。

攤銷成本的計算方法是將任何購置折價或溢價以及作為實際利率不可分割的一部分的費用或成本納入考慮。實際利率攤銷於損益中計入融資成本。

##### 終止確認金融負債

當負債項下的責任獲解除、取消或屆滿，則終止確認金融負債。

當現有金融負債被來自同一貸款人的另一項按極不相同條款的負債替代，或現有負債的條款大幅修訂，則該項交換或修訂視作終止確認原有負債及確認新負債，而各自賬面值間的差額於損益中確認。

## 存貨

存貨按成本與可變現淨值兩者的較低者列賬。成本以加權平均基準釐定，倘為製成品，則包括直接物料、直接人工及適當比例的間接開支。可變現淨值按估計售價減完成及出售將產生的任何估計成本而定。

## 現金及現金等價物

財務狀況表內的現金及現金等價物包括手頭現金及銀行現金，以及可隨時轉換為已知數額的現金、價值變動風險不大及為履行短期現金承諾持有而一般於三個月內到期的短期高流動性存款。

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括手頭現金及銀行現金，以及上文界定的短期存款，減須按要求償還及構成 貴集團現金管理組成部分的銀行透支。

## 撥備

撥備於因過往事件產生現時責任（法定或推定）且可能需要未來資源流出以清償該責任時予以確認，前提是可就該責任金額作出可靠估計。

當折現的影響屬重大時，就撥備確認的金額為於報告期末預期償付該責任所需未來開支的現值。隨時間流逝而增加的已折現現值金額於損益中計入融資成本。

貴集團就保修期內出現的缺陷的一般維修計提若干產品銷售保修撥備。貴集團就該等保證類保修作出的撥備基於銷量以及有關退換量的過往經驗初步確認。與保修有關的成本會每年修訂。

## 所得稅

所得稅包括即期及遞延稅項。與在損益外確認的項目有關的所得稅於損益外的其他全面收益或直接於權益內確認。

即期稅項資產及負債按預期向稅務機關收回或支付的金額根據截至報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法）計量，並考慮 貴集團營運所在國家的現行詮釋及慣例。

遞延稅項採用負債法就報告期末資產及負債稅基與就財務申報而言賬面值之間的所有暫時差額計提撥備。

遞延稅項負債就所有應課稅暫時差額確認，惟以下情況除外：

- 因初步確認業務合併以外交易中商譽或資產或負債產生的遞延稅項負債，而進行有關交易時既不會影響會計利潤及應課稅損益，亦不會產生相等的應課稅及可扣稅暫時差額；及
- 就與於附屬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可受控制，而暫時差額於可見未來很可能不會撥回。

## 附錄一

## 會計師報告

遞延稅項資產就所有可扣稅暫時差額以及未動用稅項抵免及任何未動用稅項虧損結轉予以確認。遞延稅項資產於可能有應課稅利潤用以抵銷可扣稅暫時差額以及未動用稅項抵免及未動用稅項虧損結轉可動用情況下予以確認，惟以下情況除外：

- 因初步確認業務合並以外交易中資產或負債產生的與可扣稅暫時差額有關的遞延稅項資產，而進行有關交易時既不會影響會計利潤及應課稅損益，亦不會產生相等的應課稅及可扣稅暫時差額；及
- 就與於附屬公司的投資有關的可扣稅暫時差額而言，遞延稅項資產僅於暫時差額於可見未來很可能撥回及可能有應課稅利潤用以抵銷暫時差額的情況下，方予確認。

遞延稅項資產的賬面值於各報告期末審閱，並於不再可能有充足應課稅利潤以動用全部或部分遞延稅項資產時作出相應扣減。未確認遞延稅項資產於各報告期末重新評估，並在可能有充足應課稅利潤以收回全部或部分遞延稅項資產的情況下予以確認。

遞延稅項資產及負債按預期於資產變現或清償負債期間適用的稅率根據截至報告期末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及税法）計量。

當且僅當 貴集團擁有可強制執行的合法權利抵銷即期稅項資產及即期稅項負債，且遞延稅項資產及遞延稅項負債與同一稅務機關對同一課稅實體或不同課稅實體（擬以淨額基準結算即期稅項負債及資產，或同時變現資產及償付負債）於各未來期間（預期將結算或收回大量遞延稅項負債或資產）徵收的所得稅有關時，遞延稅項資產及遞延稅項負債方可互相抵銷。

### 政府補助

於能夠合理保證將收到政府補助且將符合所有附帶條件時，有關補助按公允價值確認。當補助與開支項目有關時，政府補助於擬補償成本支銷的期間有系統地確認為收入。

倘補助與資產有關，則公允價值將計入遞延收入賬並於相關資產的預期可使用年期內以等額年度分期方式轉撥入損益。

### 收入確認

#### 客戶合約收入

客戶合約收入於貨品或服務控制權轉移至客戶時確認，確認的金額應反映 貴集團預期就交換該等貨品或服務而有權收取的代價。

倘合約內的代價包括可變金額，則代價金額按 貴集團就轉移貨品或服務至客戶而有權收取的金額估計。可變代價於合約開始時估計並受約束，直至可變代價的相關不確定性其後得以解決，而已確認的累計收入金額很有可能不會出現重大收入撥回時為止。

#### (a) 銷售服飾產品

貴集團主要通過線上渠道（如線上直接銷售及線上分銷商）及線下渠道（如線下門店及線下分銷商）向客戶銷售產品。

履約責任於資產控制權轉移至客戶時（一般情況下於交付貨品時或客戶確認時）確認。

*(b) 退貨權*

就為客戶提供於指定期間內退貨權的合約而言，貴集團採用預期價值法估計預期不會退貨的貨品，因為該方法能最佳估計貴集團有權獲得的可變代價金額。貴集團應用國際財務報告準則第15號限制可變代價的估計值的規定以釐定可計入交易價格的可變代價金額。對於預期將被退還的貨品，貴集團確認退回負債而非收入。退貨權資產（以及對銷售成本的相應調整）亦會就向客戶收回產品的權利確認。

*(c) 批量返利*

一旦在此期間購買的產品數量超過合約規定的限值，可向若干客戶提供可追溯的批量返利。返利可抵銷客戶應付金額。為估計預期未來回扣的可變代價，最可能金額法乃用於設有單一批量限值的合約，而預期價值法則用於設有多於一個批量限值的合約。可變代價的金額主要受合約中的批量限值數量所影響。限制可變代價的估計值的規定已被應用，並對預期未來返利確認退款負債。

**其他收入**

利息收入按應計基準使用實際利率法以將金融工具預計年期或較短期間（如適用）內的估計未來現金收入準確折現至金融資產的賬面淨值的利率確認。

租金收入於租期內按時間比例基準確認。

**合約負債**

當貴集團在轉讓相關貨品或服務前收到客戶付款或付款到期時（以較早者為準）確認合約負債。合約負債於貴集團根據合約履約（即將相關貨品或服務的控制權轉移至客戶）時確認為收入。

**退貨權資產**

退貨權資產就收回預期被客戶退回的貨品的權利確認。資產按所退回貨品先前的賬面值計量，並減去收回貨品的任何預期成本及所退回貨品價值的潛在減少金額。貴集團就預期退貨水平的任何修訂及所退回貨品價值的任何額外減少金額更新所計量的資產價值。

**退款負債**

退款負債乃就退回自客戶收取（或應收取）的部分或全部代價的責任確認，並按貴集團最終預期將向客戶退還的金額計量。貴集團於各報告期末更新其就退款負債（及交易價格的相應變動）作出的估計。

**其他僱員福利**

**退休金計劃**

貴集團於中國內地營運的僱員須參加當地市政府營運及中央政府管理的中央退休金計劃。該等附屬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。供款於其根據中央退休金計劃的規則成為應付款項時於損益扣除。

**借款成本**

直接可歸屬於購置、建設或生產合資格資產（即須經過一段較長時間方可達到其計劃用途或可出售狀態的資產）的借款成本撥充資本作為該等資產部分成本。當資產大致上可達到其計劃用途或可出售狀態時，該借款成本停止撥充資本。所有其他借款成本於產生期內支銷。借款成本包括實體就借入資金而產生的利息及其他費用。

## 股息

末期股息在於股東會上獲股東批准時確認為負債。

## 外幣

歷史財務資料以貴公司的功能貨幣人民幣呈列。貴集團各實體進行的外幣交易，初始入賬時使用其各自於交易日期現行的功能貨幣匯率。以外幣計值的貨幣資產及負債按於報告期末通行的功能貨幣匯率換算。貨幣項目結算或換算產生的差額於損益確認。

以外幣歷史成本計量的非貨幣項目使用初始交易日期的匯率換算。按外幣公允價值計量的非貨幣項目使用公允價值計量日期的匯率換算。因換算按公允價值計量的非貨幣項目產生的收益或虧損，按與確認項目公允價值變動的收益或虧損相同的方式處理（即公允價值收益或虧損於其他全面收益或損益內確認的項目，其換算差額亦分別於其他全面收益或損益內確認）。

於終止確認涉及與墊付代價有關的非貨幣資產或非貨幣負債時，為確定相關資產、開支或收入於初始確認時的匯率，初始交易日期為貴集團初始確認墊付代價產生的非貨幣資產或非貨幣負債的日期。倘涉及多筆墊付款項或預收款項，則貴集團釐定每次支付或收取每項墊付代價的交易日期。

## 3. 重大會計判斷及估計

編製貴集團的歷史財務資料需要管理層作出影響收入、開支、資產及負債的呈報金額及其相關披露以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導致日後需要對受影響的資產或負債的賬面值作出重大調整。

## 判斷

於應用貴集團的會計政策過程中，除涉及估計的項目外，管理層作出下列對歷史財務資料內已確認金額構成最重大影響的判斷：

### 客戶合約收入

貴集團應用以下對釐定客戶合約收入的金額有重大影響的判斷：

釐定估計可變代價的方法及評估銷售產品的限制。

若干產品銷售合約包括產生可變代價的退貨權及批量回扣。於估計可變代價時，貴集團須採用預期估值法或最可能金額法，根據該方法，更好預測其將有權享有的代價金額。

鑒於有大量具有類似特徵的客戶合約，貴集團釐定預期價值法為估計銷售具有退貨權的產品的可變代價的適當方法。於估計銷售具有批量回扣的產品的可變代價時，貴集團釐定使用最可能金額法及預期價值法相結合屬適當。所選定的方法能否更準確預估與批量回扣有關的可變代價金額，主要受合約中的批量門坎數量所影響。最可能金額法乃用於設有單一批量門檻的合約，而預期價值法則用於設有多於一個

批量門坎的合約。於交易價包括可變代價的任何金額前，貴集團考慮可變代價金額是否受限制。根據其過往經歷、業務預測及現時經濟狀況，貴集團確定可變代價的估計並不受限制。此外，可變代價的不確定性將於短期內解決。

#### 估計不確定性

於報告期末，有關未來及估計不確定性的其他主要來源的主要假設（該等假設具有導致下一財政年度資產與負債賬面值作出重大調整的重大風險）載述如下。

#### 貿易應收款項的預期信貸虧損撥備

貴集團採用撥備矩陣計算貿易應收款項的預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的不同客戶分部組群（即按地域、產品類型、客戶類型及評級以及信用證及信用保險的其他形式覆蓋範圍分類）以發票計算。

撥備矩陣初步基於貴集團過往觀察所得違約率而計算。貴集團將調整矩陣，藉以按前瞻性資料調整歷史信貸虧損經驗。舉例而言，倘預測經濟情況（即國內生產總值）預期將於未來一年惡化，從而可能導致製造行業違約數目增加，則會調整過往違約率。於各報告日期，過往觀察所得違約率將予更新，並會分析前瞻性估計變動。

對歷史觀察違約率、預測經濟狀況及預期信貸虧損之間關係的評估屬重大估計。預期信貸虧損金額對環境及預測經濟狀況變動相當敏感。貴集團的歷史信貸虧損經驗及預測經濟狀況對客戶於未來的實際違約情況而言可能亦無代表性。有關貴集團貿易應收款項預期信貸虧損的資料於歷史財務資料附註20中披露。

#### 存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值乃根據估計售價減去完成及出售時將產生的任何估計成本計算。此等估計乃以現時市況及類似性質貨品的過往銷售經驗為基準（包括但不限於經濟前景、銷售預測及預期存貨項目的市值）。可變現淨值可能因市況變動而出現重大變動。貴集團於報告期末重新評估該估計。存貨的賬面值載於歷史財務資料附註19。

#### 退貨及批量返利的可變代價

貴集團對附帶退貨權及批量返利的產品銷售交易價格中應包含的可變代價進行估計。

貴集團已開發一套預測銷售收益的統計模型。該模型使用每款產品的歷史回報數據估計預期回報百分比。此等百分比用於確定可變代價的預期價值。基於歷史回報模式的任何重大變化均將對貴集團的預期回報百分比估計構成影響。

對於設有單一批量門坎的合約，貴集團根據每個客戶對預期批量回扣進行分析。決定客戶是否可能有資格獲得回扣取決於客戶的歷史回扣權利及至今的累積購買量。

貴集團已應用統計模型估計有多於一個批量門坎的合約的預期批量回扣。該模型使用客戶的歷史購買模式及回扣權利釐定預期回扣百分比及可變代價的預期價值。基於客戶的歷史購買模式及回扣權利的任何重大變化將會對貴集團估計的預期回扣百分比造成影響。

貴集團每季更新其對預期回報及批量回扣的評估，並對退款負債作出相應調整。預期回報及批量回扣的估計對環境變動十分敏感，貴集團過往有關回報及回扣權利的經驗不一定可代表未來客戶的實際回報及回扣權利。

#### 租賃 – 估計增量借款利率

貴集團無法輕易釐定租賃內所隱含的利率，故使用增量借款利率（「增量借款利率」）計量租賃負債。增量借款利率為貴集團於類似經濟環境中為取得與使用權資產價值相近的資產，而按類似期限及以類似抵押品借入所需資金應支付的利率。因此，增量借款利率反映貴集團「應支付」的利率，當無可觀察的利率時（如就並無訂立融資交易的附屬公司而言）或需對利率進行調整以反映租賃條款及條件時，則須作出利率估計。當可觀察輸入數據可用時，貴集團使用可觀察輸入數據（如市場利率）估計增量借款利率，並須作出若干實體特定的估計（如附屬公司的單獨信貸評級）。

#### 4. 經營分部資料

就管理而言，貴集團組織分為單一業務單位，只有一個可呈報經營分部。管理層監控整個貴集團的整體經營業績，以作出資源分配及表現評估的決策。因此，並無進一步呈列單一分部的分析。

#### 地區資料

##### (a) 來自外部客戶的收入

	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 .....	1,013,198	1,294,591	2,185,455
其他國家 .....	7,844	7,888	4,009
總收入 .....	<u>1,021,042</u>	<u>1,302,479</u>	<u>2,189,464</u>

上述收入資料乃基於客戶的位置。

##### (b) 非流動資產

由於於有關期間，貴集團的所有非流動資產位於中國內地，故並無呈列地域資料。

#### 有關主要客戶的資料

於有關期間，佔貴集團總收入10%或以上的收入並非源於向單一客戶的銷售額。

#### 5. 收入、其他收入及收益

收入分析如下：

	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
客戶合約收入 .....	<u>1,021,042</u>	<u>1,302,479</u>	<u>2,189,464</u>

## 附錄一

## 會計師報告

### 客戶合約收入

#### 細分收入資料

	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
<b>貨品類別</b>			
服裝產品 .....	1,015,984	1,296,994	2,182,628
配飾 .....	5,058	5,485	6,836
	<u>1,021,042</u>	<u>1,302,479</u>	<u>2,189,464</u>
<b>收入確認時間</b>			
於某一時間點轉移的貨品 .....	<u>1,021,042</u>	<u>1,302,479</u>	<u>2,189,464</u>

下表列示於有關期間確認的收入金額，有關收入已計入於有關期間初的合約負債：

	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
銷售貨品 .....	<u>10,961</u>	<u>8,150</u>	<u>35,861</u>

#### 履約責任

有關 貴集團履約責任的資料概述如下：

##### 銷售產品

貴集團主要透過線上渠道（如線上直銷及線上分銷商）及線下渠道（如線下門店及線下分銷商）向客戶銷售其產品。

履約責任於貨品交付時或客戶確認後達成，付款主要同時以現金或信用卡結算。貴集團通常給予線上平台4天至30天、線下門店30天至60天及企業客戶10天至60天的信貸期。部分合約為客戶提供退貨及批量返利的權利，從而產生受約束的可變代價。

所有合約的期限均為一年或更短。根據國際財務報告準則第15號的准許，分配至未履行合約的交易價格不予披露。

其他收入及收益的分析如下：

	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
<b>其他收入</b>			
銀行利息收入 .....	1,376	1,690	1,815
關聯公司利息收入 .....	10,045	10,740	5,853
政府補助* .....	2,540	11,872	18,076
租金收入 .....	462	434	740
其他 .....	408	302	1,450
小計 .....	<u>14,831</u>	<u>25,038</u>	<u>27,934</u>

附錄一

會計師報告

	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
<b>收益</b>			
匯兌收益淨額	—	—	230
出售土地使用權的收益	6,129	—	—
出售物業、廠房及設備項目 的收益	22,427	—	—
小計	28,556	—	230
總計	43,387	25,038	28,164

\* 貴集團已收取多項政府補助，以支持 貴集團的研究活動及建設 貴公司的廠房及樓宇。已收取但尚未承擔相關開支的政府補助計入財務狀況表的遞延收入。概無與該等補助有關的未達成條件或或有事項。

6. 除稅前利潤

貴集團的除稅前利潤乃經扣除／(計入) 以下各項後達致：

	附註	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
已售存貨成本*		425,346	551,271	904,941
物業、廠房及設備折舊	13	18,662	36,328	66,556
使用權資產攤銷	15(a)	11,136	18,065	29,463
投資物業折舊	14	211	212	211
無形資產攤銷**	16	675	752	1,234
研發成本*		33,973	36,811	53,479
未計入租賃負債 計量的租賃付款	15(c)	1,806	6,393	26,618
匯兌差額，淨額	5	—	—	(230)
[編纂]開支		[編纂]	[編纂]	[編纂]
僱員福利開支(包括董事及 主要行政人員薪酬 (附註8))：				
工資及薪金		92,455	124,129	150,395
退休金計劃供款		8,911	13,394	16,412
合計		101,366	137,523	166,807
貿易應收款項及應收票據 減值虧損／(減值撥回) 淨額	20	1,592	(1,686)	270
其他應收款項減值虧損／ (減值撥回)淨額		673	419	(418)
存貨撇減至可變現淨值	19	19,252	36,081	52,323
出售物業、廠房及設備 項目的(收益)／虧損**	5	(22,427)	—	40
終止租賃的虧損**	15(c)	55	31	730
出售土地使用權的收益**	5、15	(6,129)	—	—

## 附錄一

## 會計師報告

\* 已售存貨成本及研發成本包括與僱員開支有關的開支、折舊及攤銷開支，該等開支計入上文單獨披露的費用總額中。

\*\* 於有關期間的項目計入綜合損益表的「其他開支」或「其他收入及收益」內。

\*\*\* 無形資產攤銷計入「行政開支」內。

### 7. 融資成本

融資成本的分析如下：

	附註	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
租賃負債利息	15(c)	1,398	1,851	2,186
銀行及其他借款利息		5,832	9,512	16,017
小計		7,230	11,363	18,203
減：資本化利息		1,374	1,845	–
總計		5,856	9,518	18,203

### 8. 董事、最高行政人員及監事的薪酬

貴公司董事、最高行政人員及監事的薪酬如下：

	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
袍金	–	–	79
其他酬金：			
薪金、花紅、津貼及實物福利	3,047	3,366	3,887
績效相關花紅*	1,481	1,649	914
退休金計劃供款	356	390	363
總計	4,884	5,405	5,243

\* 貴公司若干執行董事有權獲得通過關鍵績效指標確定的花紅。

#### (a) 非執行董事及獨立非執行董事

	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
李向東先生	–	–	30
周政寧先生	–	–	49
屈飛先生	–	–	–
總計	–	–	79

李向東先生、周政寧先生、屈飛先生於2025年8月獲委任為獨立非執行董事。

附錄一

會計師報告

(b) 執行董事、最高行政人員及監事

	薪金、津貼及 實物福利	績效相關花紅	退休金計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至2023年12月31日止年度				
執行董事：				
王麗莉女士(i)	780	280	138	1,198
侯增江先生(ii)	299	155	18	472
肖娜女士(iii)	238	283	18	539
莊煌鋒先生(iv)	565	206	106	877
于小飛先生(v)	652	338	44	1,034
小計	2,534	1,262	324	4,120
監事：				
劉繼花女士(vii)	160	121	18	299
楊信莉女士(viii)	84	31	14	129
陳尚標先生(ix)	269	67	–	336
小計	513	219	32	764
總計	3,047	1,481	356	4,884
	薪金、津貼及 實物福利	績效相關花紅	退休金計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至2024年12月31日止年度				
執行董事：				
王麗莉女士(i)	782	370	142	1,294
侯增江先生(ii)	279	190	21	490
肖娜女士(iii)	285	268	21	574
莊煌鋒先生(iv)	750	215	133	1,098
于小飛先生(v)	617	411	35	1,063
小計	2,713	1,454	352	4,519
監事：				
劉繼花女士(vii)	147	99	21	267
楊信莉女士(viii)	89	55	17	161
陳尚標先生(ix)	417	41	–	458
小計	653	195	38	886
總計	3,366	1,649	390	5,405
	薪金、津貼及 實物福利	績效相關花紅	退休金計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
截至2025年12月31日止年度				
執行董事：				
王麗莉女士(i)	1,060	280	148	1,488
侯增江先生(ii)	224	260	21	505
肖娜女士(iii)	311	276	21	608
莊煌鋒先生(iv)	1,358	50	148	1,556
王紅女士(vi)	501	–	–	501
小計	3,454	866	338	4,658

附錄一

會計師報告

	薪金、津貼及 實物福利	績效相關花紅	退休金計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
監事：				
劉繼花女士(vii) . . . . .	112	24	14	150
楊信莉女士(viii) . . . . .	75	15	11	101
陳尚標先生(ix) . . . . .	246	9	–	255
小計 . . . . .	433	48	25	506
總計 . . . . .	3,887	914	363	5,164

附註：

- (i) 王麗莉女士於2016年11月獲委任為董事並於2025年9月調任為執行董事及最高行政人員。
- (ii) 侯增江先生於2016年11月獲委任為董事，並於2025年9月調任為執行董事。
- (iii) 肖娜女士於2019年7月獲委任為董事並於2025年9月調任為執行董事。
- (iv) 莊煌鋒先生於2022年12月獲委任為董事並於2025年9月調任為執行董事。
- (v) 于小飛先生於2022年12月獲委任為 貴公司董事並於2025年1月辭任董事。
- (vi) 王紅女士於2014年6月獲委任為 貴公司董事並於2022年12月辭任。彼自2025年1月起調任為 貴公司董事並於2025年9月辭任。
- (vii) 劉繼花女士於2022年1月獲委任為 貴公司監事。
- (viii) 楊信莉女士於2022年1月獲委任 貴公司監事。
- (ix) 陳尚標先生於2022年1月獲委任為 貴公司監事。

根據2025年8月的股東會決議案， 貴公司決議解散監事會。

9. 五名最高薪酬僱員

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度， 貴集團的五名最高薪酬人士分別包括3名、3名及2名董事，其薪酬詳情載於上文。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，既非 貴集團董事亦非監事的餘下2名、2名及3名最高薪酬僱員的薪酬詳情如下：

	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
薪金、津貼及實物福利 . . . . .	975	1,781	3,010
績效相關花紅 . . . . .	698	1,802	2,201
退休金計劃供款 . . . . .	48	43	175
總計 . . . . .	1,721	3,626	5,386

## 附錄一

## 會計師報告

薪酬屬於以下範圍的非董事及非監事的最高薪酬僱員人數如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
零至1,000,000港元	2	–	–
1,000,001港元至1,500,000港元	–	1	1
1,500,001港元至2,000,000港元	–	–	1
2,000,001港元至2,500,000港元	–	1	1
總計	2	2	3

### 10. 所得稅

貴集團須按實體基準就 貴集團成員公司註冊及／或營運所在司法管轄區產生或獲得的利潤繳納所得稅。

根據《中國內地企業所得稅法》及有關法規（「企業所得稅法」），在中國內地經營的附屬公司須按應課稅收入的25%繳納企業所得稅。

貴公司於2024年獲得高新技術企業資格，2024年至2026年享有15%的優惠稅率。

除青州市坦博爾智慧科技有限公司、青州辰羽電子商務有限公司、坦博爾（杭州）電子商務有限公司及許昌坦博爾服飾有限公司外， 貴集團所有附屬公司均適用中國內地國家稅務總局公佈的小型微利企業所得稅優惠政策。於有關期間，該等符合相關監管規定的附屬公司按5%的優惠實際企業所得稅稅率繳稅。

貴集團於有關期間的所得稅開支分析如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
即期稅項－年內開支	25,784	13,744	41,585
遞延稅項－開支／(抵免) (附註18)	11,711	(190)	(10,210)
年內稅項開支總額	37,495	13,554	31,375

於各有關期間，按 貴公司及其附屬公司註冊及／或營運所在司法管轄區的法定稅率計算的除稅前利潤適用的稅項開支與按實際所得稅稅率計算的所得稅開支的對賬如下：

	截至12月31日止年度		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
除稅前利潤	176,740	120,868	254,633
按法定稅率計算的稅項	44,185	30,217	63,658
不同稅率的影響	(739)	(10,709)	(24,081)
不可扣稅開支	201	247	243
稅率減少對期初遞延 稅項的影響	–	(411)	–
研發成本加計扣除	(6,152)	(5,790)	(8,445)
按 貴集團實際稅率計算的 稅項開支	37,495	13,554	31,375

## 附錄一

## 會計師報告

### 11. 股息

	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
股息 .....	—	—	290,000

截至2025年12月31日止年度，貴公司宣派及悉數派付股息人民幣290,000,000元。

### 12. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

於有關期間的每股基本盈利金額根據有關期間母公司普通權益持有人應佔利潤及有關期間發行在外普通股加權平均數計算。

每股基本盈利按如下方式計算：

	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
<b>盈利</b>			
計算每股基本盈利所用的母公司 普通權益持有人應佔利潤 (人民幣千元) .....	139,245	107,314	223,258
<b>股份</b>			
計算每股基本盈利所用的年內 發行在外普通股加權 平均數(千股) .....	167,300	167,300	167,300

貴集團於整個有關期間並無已發行潛在攤薄普通股。

### 13. 物業、廠房及設備

貴集團

	樓宇	廠房及 機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃 物業裝修	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
<b>2023年12月31日</b>								
於2023年1月1日：								
成本 .....	50,447	11,329	21,250	1,982	7,629	146,747	21,025	260,409
累計折舊 .....	(27,999)	(2,984)	(7,149)	(1,619)	(6,253)	—	(3,060)	(49,064)
賬面淨值 .....	22,448	8,345	14,101	363	1,376	146,747	17,965	211,345
於2023年1月1日，								
扣除累計折舊 .....	22,448	8,345	14,101	363	1,376	146,747	17,965	211,345
添置 .....	3	13,494	2,277	132	1,100	101,264	27,087	145,357
出售 .....	(4,368)	—	—	—	—	—	—	(4,368)
年內計提折舊(附註6) ...	(2,318)	(1,412)	(3,250)	(112)	(619)	—	(10,951)	(18,662)
於2023年12月31日，								
扣除累計折舊 .....	15,765	20,427	13,128	383	1,857	248,011	34,101	333,672

附錄一

會計師報告

	樓宇	廠房及 機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃 物業裝修	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
於2023年12月31日：								
成本 .....	40,059	24,823	23,527	2,114	8,729	248,011	48,112	395,375
累計折舊 .....	(24,294)	(4,396)	(10,399)	(1,731)	(6,872)	–	(14,011)	(61,703)
賬面淨值 .....	15,765	20,427	13,128	383	1,857	248,011	34,101	333,672

	樓宇	廠房及機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃 物業裝修	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

2024年12月31日

於2024年1月1日：								
成本 .....	40,059	24,823	23,527	2,114	8,729	248,011	48,112	395,375
累計折舊 .....	(24,294)	(4,396)	(10,399)	(1,731)	(6,872)	–	(14,011)	(61,703)
賬面淨值 .....	15,765	20,427	13,128	383	1,857	248,011	34,101	333,672

於2024年1月1日，								
扣除累計折舊 .....	15,765	20,427	13,128	383	1,857	248,011	34,101	333,672
添置 .....	–	15,191	6,736	272	2,030	158,022	51,152	233,403
出售 .....	–	–	–	(24)	(14)	–	–	(38)
年內計提折舊 (附註6) ...	(7,932)	(3,018)	(2,846)	(108)	(887)	–	(21,537)	(36,328)
轉撥 .....	406,033	–	–	–	–	(406,033)	–	–

於2024年12月31日，								
扣除累計折舊 .....	413,866	32,600	17,018	523	2,986	–	63,716	530,709

於2024年12月31日：								
成本 .....	446,092	40,014	30,263	1,911	10,456	–	99,264	628,000
累計折舊 .....	(32,226)	(7,414)	(13,245)	(1,388)	(7,470)	–	(35,548)	(97,291)
賬面淨值 .....	413,866	32,600	17,018	523	2,986	–	63,716	530,709

	樓宇	廠房及 機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃物業裝修	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

2025年12月31日

於2025年1月1日：								
成本 .....	446,092	40,014	30,263	1,911	10,456	–	99,264	628,000
累計折舊 .....	(32,226)	(7,414)	(13,245)	(1,388)	(7,470)	–	(35,548)	(97,291)
賬面淨值 .....	413,866	32,600	17,018	523	2,986	–	63,716	530,709

於2025年1月1日，								
扣除累計折舊 .....	413,866	32,600	17,018	523	2,986	–	63,716	530,709
添置 .....	–	6,731	3,374	574	1,832	7,413	21,943	41,867
出售 .....	(4)	(68)	(2)	–	(1)	–	–	(75)

附錄一

會計師報告

	樓宇	廠房及 機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃物業裝修	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
年內計提折舊 (附註6) ...	(21,491)	(4,173)	(4,676)	(267)	(1,271)	–	(34,678)	(66,556)
轉撥 .....	7,413	–	–	–	–	(7,413)	–	–
於2025年12月31日，								
扣除累計折舊 .....	399,784	35,090	15,714	830	3,546	–	50,981	505,945
於2025年12月31日：								
成本 .....	453,501	46,091	33,294	2,485	12,277	–	121,207	668,855
累計折舊 .....	(53,717)	(11,001)	(17,580)	(1,655)	(8,731)	–	(70,226)	(162,910)
賬面淨值 .....	399,784	35,090	15,714	830	3,546	–	50,981	505,945

於2023年、2024年及2025年12月31日，分別為人民幣194,353,000元、人民幣290,715,000元及人民幣293,714,000元的 貴集團若干物業、廠房及設備已抵押，以擔保 貴集團的銀行借款 (附註25)。

貴公司

	樓宇	廠房及機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃物業裝修	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
<b>2023年12月31日</b>								
於2023年1月1日								
成本 .....	50,447	11,329	21,250	1,982	7,629	146,747	21,025	260,409
累計折舊 .....	(27,999)	(2,984)	(7,149)	(1,619)	(6,253)	–	(3,060)	(49,064)
賬面淨值 .....	22,448	8,345	14,101	363	1,376	146,747	17,965	211,345
於2023年1月1日，								
扣除累計折舊 .....	22,448	8,345	14,101	363	1,376	146,747	17,965	211,345
添置 .....	3	13,494	2,212	132	763	101,264	26,133	144,001
出售 .....	(4,368)	–	–	–	–	–	–	(4,368)
年內計提折舊 .....	(2,318)	(1,412)	(3,250)	(112)	(619)	–	(10,951)	(18,662)
於2023年12月31日，								
扣除累計折舊 .....	15,765	20,427	13,063	383	1,520	248,011	33,147	332,316
於2023年12月31日：								
成本 .....	40,059	24,823	23,462	2,114	8,392	248,011	47,158	394,019
累計折舊 .....	(24,294)	(4,396)	(10,399)	(1,731)	(6,872)	–	(14,011)	(61,703)
賬面淨值 .....	15,765	20,427	13,063	383	1,520	248,011	33,147	332,316

附錄一

會計師報告

	樓宇	廠房及機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃 物業裝修	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
<b>2024年12月31日</b>								
於2024年1月1日：								
成本 .....	40,059	24,823	23,462	2,114	8,392	248,011	47,158	394,019
累計折舊 .....	(24,294)	(4,396)	(10,399)	(1,731)	(6,872)	–	(14,011)	(61,703)
賬面淨值 .....	<u>15,765</u>	<u>20,427</u>	<u>13,063</u>	<u>383</u>	<u>1,520</u>	<u>248,011</u>	<u>33,147</u>	<u>332,316</u>
於2024年1月1日，								
扣除累計折舊 .....	15,765	20,427	13,063	383	1,520	248,011	33,147	332,316
添置 .....	–	15,191	6,507	272	1,984	158,022	50,460	232,436
出售 .....	–	–	–	(24)	(14)	–	–	(38)
年內計提折舊 .....	(7,932)	(3,018)	(2,813)	(108)	(767)	–	(20,982)	(35,620)
轉撥 .....	<u>406,033</u>	–	–	–	–	<u>(406,033)</u>	–	–
於2024年12月31日，								
扣除累計折舊 .....	<u>413,866</u>	<u>32,600</u>	<u>16,757</u>	<u>523</u>	<u>2,723</u>	–	<u>62,625</u>	<u>529,094</u>
於2024年12月31日：								
成本 .....	446,092	40,014	29,969	1,911	10,074	–	97,618	625,678
累計折舊 .....	(32,226)	(7,414)	(13,212)	(1,388)	(7,351)	–	(34,993)	(96,584)
賬面淨值 .....	<u>413,866</u>	<u>32,600</u>	<u>16,757</u>	<u>523</u>	<u>2,723</u>	–	<u>62,625</u>	<u>529,094</u>

	樓宇	廠房及機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃 物業裝修	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
<b>2025年12月31日</b>								
於2025年1月1日：								
成本 .....	446,092	40,014	29,969	1,911	10,074	–	97,618	625,678
累計折舊 .....	(32,226)	(7,414)	(13,212)	(1,388)	(7,351)	–	(34,993)	(96,584)
賬面淨值 .....	<u>413,866</u>	<u>32,600</u>	<u>16,757</u>	<u>523</u>	<u>2,723</u>	–	<u>62,625</u>	<u>529,094</u>
於2025年1月1日，扣除累計折舊 .....								
於2025年1月1日，扣除累計折舊 .....	413,866	32,600	16,757	523	2,723	–	62,625	529,094
添置 .....	–	6,671	3,115	574	717	7,413	15,606	34,096
出售 .....	(4)	(68)	(2)	–	(1)	–	–	(75)
年內計提折舊 .....	(21,491)	(4,173)	(4,607)	(267)	(1,061)	–	(32,953)	(64,552)
轉撥 .....	<u>7,413</u>	–	–	–	–	<u>(7,413)</u>	–	–
於2025年12月31日，扣除累計折舊 .....								
於2025年12月31日，扣除累計折舊 .....	<u>399,784</u>	<u>35,030</u>	<u>15,263</u>	<u>830</u>	<u>2,378</u>	–	<u>45,278</u>	<u>498,563</u>

附錄一

會計師報告

	樓宇	廠房及機器	辦公設備	汽車	電子設備	在建工程	租賃 物業裝修	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
於2025年12月31日：								
成本 .....	453,501	46,031	32,741	2,485	10,779	-	113,224	658,761
累計折舊 .....	(53,717)	(11,001)	(17,478)	(1,655)	(8,401)	-	(67,946)	(160,198)
賬面淨值 .....	399,784	35,030	15,263	830	2,378	-	45,278	498,563

14. 投資物業

貴集團及 貴公司

	樓宇
	人民幣千元
<b>2023年12月31日</b>	
於2023年1月1日：	
成本 .....	4,532
累計折舊 .....	(2,553)
賬面淨值 .....	1,979
於2023年1月1日，扣除累計折舊 .....	1,979
年內計提折舊 (附註6) .....	(211)
於2023年12月31日，扣除累計折舊 .....	1,768
於2023年12月31日：	
成本 .....	4,532
累計折舊 .....	(2,764)
賬面淨值 .....	1,768
<b>2024年12月31日</b>	
於2024年1月1日：	
成本 .....	4,532
累計折舊 .....	(2,764)
賬面淨值 .....	1,768
於2024年1月1日，扣除累計折舊 .....	1,768
年內計提折舊 (附註6) .....	(212)
於2024年12月31日，扣除累計折舊 .....	1,556
於2024年12月31日：	
成本 .....	4,532
累計折舊 .....	(2,976)
賬面淨值 .....	1,556

附錄一

會計師報告

	樓宇
	人民幣千元
<b>2025年12月31日</b>	
於2025年1月1日	
成本 .....	4,532
累計折舊 .....	(2,976)
賬面淨值 .....	1,556
於2025年1月1日，扣除累計折舊 .....	1,556
年內計提折舊 (附註6) .....	(211)
於2025年12月31日，扣除累計折舊 .....	1,345
於2025年12月31日：	
成本 .....	4,532
累計折舊 .....	(3,187)
賬面淨值 .....	1,345

於有關期間，概無抵押的投資物業項目。

貴集團的投資物業包括中國內地的兩項商業物業。於2023年、2024年及2025年12月31日，貴集團投資物業的公允價值分別為人民幣4,402,000元、人民幣3,369,000元及人民幣4,513,000元。該項目的公允價值採用市場比較法計量，分類為公允價值層級第二級。該估值乃基於重大可觀察市場輸入數據，包括同類資產的報價及可資比較交易數據。

投資物業根據經營租約出租予第三方，詳情載於歷史財務資料附註15。

15. 租賃

貴集團

作為承租人

貴集團就其營運所用的門店及辦公場所訂有租賃合約。已就收購可使用年期為50年的土地使用權作出一次性預付款項，且根據該等土地使用權的條款，將不會作出持續付款。門店及辦公場所的租期介乎14至72個月。一般而言，貴集團在貴集團以外轉讓及轉租租賃資產受到限制。

(a) 使用權資產

使用權資產的賬面值及於有關期間的變動情況如下：

	門店及辦公場所	土地使用權	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日 .....	26,797	66,866	93,663
添置 .....	14,875	6,250	21,125
終止租賃 .....	(4,315)	(4,665)	(8,980)
折舊費用 (附註6) .....	(9,583)	(1,553)	(11,136)
於2023年12月31日及2024年1月1日 .....	27,774	66,898	94,672
添置 .....	58,890	-	58,890
終止租賃 .....	(14,530)	-	(14,530)
折舊費用 (附註6) .....	(16,571)	(1,494)	(18,065)

附錄一

會計師報告

	門店及辦公場所	土地使用權	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2024年12月31日及2025年1月1日	55,563	65,404	120,967
添置	23,716	17,364	41,080
終止租賃	(11,121)	–	(11,121)
修改租賃	(432)	–	(432)
折舊費用(附註6)	(27,600)	(1,863)	(29,463)
於2025年12月31日	40,126	80,905	121,031

於2023年、2024年及2025年12月31日，貴集團及貴公司部分使用權資產分別為人民幣49,639,000元、人民幣48,652,000元及人民幣57,834,000元，已質押以獲得貴集團及貴公司銀行借款(附註25)。

(b) 租賃負債

租賃負債的賬面值及於有關期間的變動如下：

	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
年初賬面值	24,851	26,033	52,872
年內添置	14,875	58,890	23,716
年內確認的利息增加	1,398	1,851	2,186
付款	(10,831)	(19,403)	(31,109)
終止租賃	(4,260)	(14,499)	(10,391)
修改租賃	–	–	(432)
於年末的賬面值	26,033	52,872	36,842
分析為：			
流動部分	9,588	24,391	22,752
非流動部分	16,445	28,481	14,090
總計	26,033	52,872	36,842

(c) 就租賃於損益確認的金額如下：

	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
使用權資產的折舊支出	11,136	18,065	29,463
租賃負債的利息支出	1,398	1,851	2,186
終止租賃的虧損(附註6)	55	31	730
出售土地使用權的收益	6,129	–	–
有關短期租賃的開支	1,806	6,393	26,618
於損益確認的總額	20,524	26,340	58,997

(d) 有關租賃的現金流出總額於歷史財務資料附註29(c)內披露。

附錄一

會計師報告

貴公司

作為承租人

(a) 使用權資產

於有關期間內使用權資產賬面值及變動如下：

	門店及辦公物業	土地使用權	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	25,273	66,866	92,139
添置	4,812	6,250	11,062
終止租賃	(3,868)	(4,665)	(8,533)
折舊支出	(9,230)	(1,553)	(10,783)
於2023年12月31日及2024年1月1日	16,987	66,898	83,885
添置	29,272	–	29,272
終止租賃	(14,530)	–	(14,530)
折舊支出	(10,788)	(1,494)	(12,282)
於2024年12月31日及2025年1月1日	20,941	65,404	86,345
添置	330	17,364	17,694
終止租賃	(11,121)	–	(11,121)
修改租賃	154	–	154
折舊支出	(6,011)	(1,863)	(7,874)
於2025年12月31日	4,293	80,905	85,198

(b) 租賃負債

於有關期間內租賃負債賬面值及變動如下：

	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
年初賬面值	23,300	15,073	19,452
年內添置	4,812	29,272	330
年內確認的利息增加	1,190	927	432
付款	(9,969)	(12,091)	(6,015)
終止租賃	(4,260)	(13,729)	(10,391)
修改租賃	–	–	154
年末賬面值	15,073	19,452	3,962
分析為：			
流動部分	5,954	7,738	3,091
非流動部分	9,119	11,714	871
	15,073	19,452	3,962

## 附錄一

## 會計師報告

(c) 有關租賃於損益內確認的金額如下：

	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
使用權資產折舊支出	10,783	12,282	7,874
租賃負債的利息支出	1,190	927	432
終止租賃的(收益)/虧損	(392)	801	422
出售土地使用權的收益	6,129	—	—
有關短期租賃的開支	1,806	6,393	26,618
於損益確認的總額	19,516	20,403	35,346

### 貴集團及 貴公司

#### 作為出租人

貴集團根據經營租賃安排租賃其投資物業(附註14)，包括於中國內地的兩處商業物業。

貴集團於未來期間根據與其租戶的不可撤銷經營租賃應收的未貼現租賃付款如下：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於1年內	206	143	40
於1年後但2年內	143	40	19
於2年後	59	19	—
總計	408	202	59

## 16. 無形資產

### 貴集團

#### 2023年12月31日

	軟件
	人民幣千元
於2023年1月1日：	
成本	6,302
累計攤銷	(3,307)
賬面淨值	2,995
於2023年1月1日，扣除累計攤銷	2,995
添置	2,480
年內計提攤銷(附註6)	(675)
於2023年12月31日，扣除累計攤銷	4,800
於2023年12月31日：	
成本	8,782
累計攤銷	(3,982)
賬面淨值	4,800

附錄一

會計師報告

<b>2024年12月31日</b>		軟件 人民幣千元
於2024年1月1日：		
成本		8,782
累計攤銷		(3,982)
賬面淨值		4,800
於2024年1月1日，扣除累計攤銷		
添置		1,898
年內計提攤銷 (附註6)		(752)
於2024年12月31日，扣除累計攤銷		5,946
於2024年12月31日：		
成本		10,680
累計攤銷		(4,734)
賬面淨值		5,946
<b>2025年12月31日</b>		軟件 人民幣千元
於2025年1月1日：		
成本		10,680
累計攤銷		(4,734)
賬面淨值		5,946
於2025年1月1日，扣除累計攤銷		
添置		3,276
年內計提攤銷 (附註6)		(1,234)
2025年12月31日，扣除累計攤銷		7,988
2025年12月31日：		
成本		11,319
累計攤銷		(3,331)
賬面淨值		7,988
<b>貴公司</b>		軟件 人民幣千元
<b>2023年12月31日</b>		軟件 人民幣千元
於2023年1月1日：		
成本		6,302
累計攤銷		(3,307)
賬面淨值		2,995
於2023年1月1日，扣除累計攤銷		
添置		2,466
年內計提攤銷		(675)
於2023年12月31日，扣除累計攤銷		4,786
於2023年12月31日：		
成本		8,768
累計攤銷		(3,982)
賬面淨值		4,786

附錄一

會計師報告

2024年12月31日	軟件
	人民幣千元
於2024年1月1日：	
成本 .....	8,768
累計攤銷 .....	(3,982)
賬面淨值 .....	<u>4,786</u>
於2024年1月1日，扣除累計攤銷 .....	4,786
添置 .....	1,897
年內計提攤銷 .....	(750)
於2024年12月31日，扣除累計攤銷 .....	<u>5,933</u>
於2024年12月31日：	
成本 .....	10,665
累計攤銷 .....	(4,732)
賬面淨值 .....	<u>5,933</u>
2025年12月31日	軟件
	人民幣千元
於2025年1月1日：	
成本 .....	10,665
累計攤銷 .....	(4,732)
賬面淨值 .....	<u>5,933</u>
於2025年1月1日，扣除累計攤銷 .....	5,933
添置 .....	3,276
年內計提攤銷 .....	(1,232)
於2025年12月31日，扣除累計攤銷 .....	<u>7,977</u>
於2025年12月31日：	
成本 .....	11,305
累計攤銷 .....	(3,328)
賬面淨值 .....	<u>7,977</u>

17. 按公允價值計入其他全面收益的金融資產

貴集團及 貴公司

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非上市股權投資，按公允價值 .....	<u>800</u>	<u>900</u>	<u>—</u>

上述股權投資不可撤銷地指定按公允價值計入其他全面收益計量，由於 貴集團認為該等投資屬戰略性質。

附錄一

會計師報告

18. 遞延稅項

貴集團

於有關期間內，遞延稅項負債及資產的變動如下：

遞延稅項資產

	租賃負債	金融資產減值	存貨減值	撥備	可用於抵銷 未來應課稅 利潤的虧損	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	6,213	2,179	8,770	2,660	-	-	19,822
年內(扣除自)/計入損益的 遞延稅項(附註10)	(1,544)	272	(1,194)	1,073	-	9	(1,384)
於2023年12月31日及2024年1月1日	4,669	2,451	7,576	3,733	-	9	18,438
年內計入/(扣除自)損益的 遞延稅項(附註10)	4,150	(1,180)	(568)	(1,389)	61	228	1,302
於2024年12月31日及2025年1月1日	8,819	1,271	7,008	2,344	61	237	19,740
年內(扣除自)/計入損益的 遞延稅項(附註10)	(2,608)	(840)	3,798	3,011	5,607	92	9,060
於2025年12月31日	6,211	431	10,806	5,355	5,668	329	28,800

遞延稅項負債

	按公允價值 計量的金融 資產產生的 公允價值調整	超出相關折舊 的折舊撥備	使用權資產	政府補助	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
於2023年1月1日	150	2,298	6,699	-	9,147
年內計入其他全面收益的 遞延稅項	(25)	-	-	-	(25)
年內扣除自/(計入)損益的 遞延稅項(附註10)	-	2,591	(1,662)	9,398	10,327
於2023年12月31日及2024年1月1日	125	4,889	5,037	9,398	19,449
年內計入其他全面收益的 遞延稅項	(35)	-	-	-	(35)
年內扣除自/(計入)損益的 遞延稅項(附註10)	-	575	4,296	(3,759)	1,112
於2024年12月31日及2025年1月1日	90	5,464	9,333	5,639	20,526
年內計入其他全面收益的 遞延稅項	(90)	-	-	-	(90)
年內扣除自/(計入)損益的 遞延稅項(附註10)	-	1,327	(2,477)	-	(1,150)
於2025年12月31日	-	6,791	6,856	5,639	19,286

## 附錄一

## 會計師報告

就呈報而言，若干遞延稅項資產及負債已於財務狀況表抵銷。以下為 貴集團遞延稅項結餘的財務報告分析：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於綜合財務狀況表確認的 遞延稅項資產淨值 .....	107	171	9,514
於綜合財務狀況表確認的 遞延稅項負債淨額 .....	(1,118)	(957)	—

於2023年、2024年及2025年12月31日， 貴集團在中國內地產生的稅項虧損分別為零、人民幣1,222,000元及人民幣39,095,000元，將於一至五年內到期，可分別抵銷未來應課稅利潤。

### 貴公司

#### 遞延稅項資產

	租賃負債	金融資產減值	存貨減值	撥備	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日 .....	5,826	2,206	8,770	2,660	19,462
年內(扣除自)/計入損益的 遞延稅項 .....	(2,058)	271	(1,194)	1,073	(1,908)
於2023年12月31日及2024年1月1日 ..	3,768	2,477	7,576	3,733	17,554
年內扣除自損益的遞延稅項 .....	(850)	(1,051)	(568)	(1,389)	(3,858)
於2024年12月31日及2025年1月1日 ..	2,918	1,426	7,008	2,344	13,696
年內(扣除自)/計入損益的 遞延稅項 .....	(2,324)	(478)	3,798	2,906	3,902
於2025年12月31日 .....	594	948	10,806	5,250	17,598

#### 遞延稅項負債

	按公允價值 計量的金融 資產產生的 公允價值調整	超出相關折舊 的折舊撥備	使用權資產	政府補助	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
於2023年1月1日 .....	150	2,298	6,320	—	8,768
年內計入其他全面收益的 遞延稅項 .....	(25)	—	—	—	(25)
年內扣除自/(計入)損益的 遞延稅項 .....	—	2,591	(2,074)	9,398	9,915
於2023年12月31日及2024年1月1日 ..	125	4,889	4,246	9,398	18,658

附錄一

會計師報告

	按公允價值 計量的金融 資產產生的 公允價值調整	超出相關折舊 的折舊撥備	使用權資產	政府補助	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
年內計入其他全面收益的					
遞延稅項 .....	(35)	-	-	-	(35)
年內扣除自／(計入)損益的					
遞延稅項 .....	-	575	(1,106)	(3,759)	(4,290)
於2024年12月31日及2025年1月1日 ..	90	5,464	3,140	5,639	14,333
年內計入其他全面收益的					
遞延稅項 .....	(90)	-	-	-	(90)
年內扣除自／(計入)損益的					
遞延稅項 .....	-	1,326	(2,496)	-	(1,170)
於2025年12月31日 .....	-	6,790	644	5,639	13,073

就呈列而言，若干遞延稅項資產及負債已於財務狀況表中抵銷。以下為 貴集團就財務報告而言的遞延稅項結餘分析：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於綜合財務狀況表內確認的			
遞延稅項資產淨值 .....	-	-	4,525
於綜合財務狀況表內確認的			
遞延稅項負債淨額 .....	(1,104)	(637)	-

19. 存貨

貴集團

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料 .....	79,128	201,120	200,411
製成品 .....	177,390	492,084	725,289
總計 .....	256,518	693,204	925,700

## 附錄一

## 會計師報告

### 減值撥備

	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
於年初賬面值	35,078	30,304	46,722
已確認的減值虧損	19,252	36,081	52,323
撇銷金額	(24,026)	(19,663)	(27,003)
於年末賬面值	30,304	46,722	72,042

### 貴公司

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料	79,128	201,120	191,817
製成品	177,322	489,532	725,289
總計	256,450	690,652	917,106

### 減值撥備

	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
於年初賬面值	35,078	30,304	46,722
已確認的減值虧損	19,252	36,081	52,323
撇銷金額	(24,026)	(19,663)	(27,003)
於年末賬面值	30,304	46,722	72,042

## 20. 貿易應收款項及應收票據

### 貴集團

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	230,716	282,971	588,138
應收票據	7,470	3,430	8,032
總計	238,186	286,401	596,170
減值	9,065	7,379	2,307
賬面淨值	229,121	279,022	593,863

貴集團的貿易應收款項通常來自線上平台、線下門店、分銷商及團購客戶的銷售。貴集團通常給予線上平台4天至30天、線下門店30天至60天及企業客戶10天至60天的信貸期。逾期款項由高級管理層定期審核。貿易應收款項不計息。貴集團所有應收票據的賬齡均在六個月內，既無逾期亦未發生減值。

## 附錄一

## 會計師報告

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，貴集團於終止確認票據轉讓當日並無確認任何收益或虧損。持續參與於有關期間內及累計期間均未產生任何損益。整個有關期間內的背書已均衝作出。

貴集團於各有關期間末，按確認日期及扣除虧損撥備後之貿易應收款項及應收票據賬齡分析如下：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
3個月內 .....	215,900	271,010	588,119
3至6個月 .....	11,068	2,445	4,555
6至12個月 .....	1,613	4,894	1,011
1至2年 .....	540	673	178
2年以上 .....	—	—	—
總計 .....	<u>229,121</u>	<u>279,022</u>	<u>593,863</u>

貿易應收款項及應收票據虧損撥備變動如下：

	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
於年初 .....	7,473	9,065	7,379
減值虧損淨額 (附註6) .....	1,592	(1,686)	270
撤銷為不可收回金額 .....	—	—	(5,342)
於年末 .....	<u>9,065</u>	<u>7,379</u>	<u>2,307</u>

於各報告日期均採用撥備矩陣進行減值分析或個別評估，以計量預期信貸虧損。撥備矩陣所用的撥備率乃根據具有類似虧損模式的客戶賬齡分析計算。計算反映概率加權結果、貨幣時間價值以及於報告期末可得的有關過往事件、目前狀況及未來經濟狀況預測的合理及可靠資料。

下文載列有關使用撥備矩陣計算的 貴集團貿易應收款項及應收票據的信貸風險敞口資料：

於2023年12月31日：

	使用撥備矩陣計算的信貸風險敞口						總計
	個別評估	3個月內	3至6個月	6至12個月	1至2年	2年以上	
預期信貸虧損率 .....	100.0%	0.7%	1.0%	10.7%	24.4%	100.0%	3.8%
賬面總值 (人民幣千元) ..	4,618	217,424	11,176	1,807	714	2,447	238,186
預期信貸虧損 (人民幣千元) .....	<u>4,618</u>	<u>1,524</u>	<u>108</u>	<u>194</u>	<u>174</u>	<u>2,447</u>	<u>9,065</u>
賬面淨值 .....	<u>—</u>	<u>215,900</u>	<u>11,068</u>	<u>1,613</u>	<u>540</u>	<u>—</u>	<u>229,121</u>

附錄一

會計師報告

於2024年12月31日：

	使用撥備矩陣計算的信貸風險敞口						總計
	個別評估	3個月內	3至6個月	6至12個月	1至2年	2年以上	
預期信貸虧損率 . . . . .	100.0%	0.2%	1.0%	3.3%	13.6%	100.0%	2.6%
賬面總值(人民幣千元) . . . . .	4,616	271,654	2,469	5,061	779	1,822	286,401
預期信貸虧損 (人民幣千元) . . . . .	4,616	644	24	167	106	1,822	7,379
賬面淨值 . . . . .	–	271,010	2,445	4,894	673	–	279,022

於2025年12月31日：

	使用撥備矩陣計算的信貸風險敞口						總計
	個別評估	3個月內	3至6個月	6至12個月	1至2年	2年以上	
預期信貸虧損率 . . . . .	–	0.1%	0.5%	2.8%	21.9%	100.0%	0.4%
賬面總值(人民幣千元) . . . . .	–	588,816	4,578	1,040	228	1,508	596,170
預期信貸虧損 (人民幣千元) . . . . .	–	697	23	29	50	1,508	2,307
賬面淨值 . . . . .	–	588,119	4,555	1,011	178	–	593,863

貴公司

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項 . . . . .	230,155	260,151	583,373
應收票據 . . . . .	7,470	3,310	8,032
總計 . . . . .	237,625	263,461	591,405
減值 . . . . .	9,155	8,657	5,585
賬面淨值 . . . . .	228,470	254,804	585,820

貴公司的貿易應收款項包括應收 貴公司附屬公司款項分別為人民幣9,548,000元、人民幣80,486,000元及人民幣184,605,000元，該等款項須按與 貴集團主要客戶獲得的類似信貸條款償還。

於各有關期間末，基於確認日期及扣除虧損撥備後的貿易應收款項及應收票據賬齡分析如下：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
3個月內 . . . . .	215,249	246,792	579,144
3至6個月 . . . . .	11,068	2,445	5,070
6至12個月 . . . . .	1,613	4,894	1,428
1至2年 . . . . .	540	673	178
2年以上 . . . . .	–	–	–
總計 . . . . .	228,470	254,804	585,820

附錄一

會計師報告

貿易應收款項及應收票據的虧損撥備變動情況如下：

	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
於年初	7,503	9,155	8,657
減值虧損淨額	1,652	(498)	2,270
撤銷為不可收回金額	—	—	(5,342)
於年末	9,155	8,657	5,585

下文載列有關使用撥備矩陣計算的 貴公司貿易應收款項及應收票據的信貸風險敞口資料：

於2023年12月31日：

	使用撥備矩陣計算的信貸風險敞口						總計
	個別評估	3個月內	3至6個月	6至12個月	1至2年	2年以上	
預期信貸虧損率	33.7%	0.7%	1.0%	10.7%	24.4%	100.0%	3.9%
賬面總值 (人民幣千元)	14,165	207,316	11,176	1,807	714	2,447	237,625
預期信貸虧損 (人民幣千元)	4,780	1,452	108	194	174	2,447	9,155
賬面淨值	9,385	205,864	11,068	1,613	540	—	228,470

於2024年12月31日：

	使用撥備矩陣計算的信貸風險敞口						總計
	個別評估	3個月內	3至6個月	6至12個月	1至2年	2年以上	
預期信貸虧損率	7.2%	0.2%	1.0%	3.3%	13.6%	100.0%	3.3%
賬面總值 (人民幣千元)	85,102	168,228	2,469	5,061	779	1,822	263,461
預期信貸虧損 (人民幣千元)	6,141	397	24	167	106	1,822	8,657
賬面淨值	78,961	167,831	2,445	4,894	673	—	254,804

於2025年12月31日：

	使用撥備矩陣計算的信貸風險敞口						總計
	個別評估	3個月內	3至6個月	6至12個月	1至2年	2年以上	
預期信貸虧損率	1.9%	0.1%	0.5%	2.8%	21.9%	100.0%	0.9%
賬面總值 (人民幣千元)	184,605	399,777	4,345	942	228	1,508	591,405
預期信貸虧損 (人民幣千元)	3,507	472	22	26	50	1,508	5,585
賬面淨值	181,098	399,305	4,323	916	178	—	585,820

附錄一

會計師報告

21. 預付款項、按金及其他應收款項

貴集團

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項.....	16,222	30,957	19,280
退貨權資產.....	3,373	5,272	16,975
按金.....	17,515	22,192	20,158
其他應收款項.....	60,830	65,652	67,065
遞延[編纂]開支.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
可收回增值稅.....	116	2,371	36
應收關聯公司款項(附註(a)).....	328,809	325,184	–
	426,865	451,628	127,526
減值撥備.....	(1,137)	(1,393)	(788)
總計.....	425,728	450,235	126,738
分析為：			
流動部分.....	98,044	436,800	119,084
非流動部分.....	327,684	13,435	7,654

貴公司

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項.....	16,147	28,627	12,557
退貨權資產.....	3,374	5,272	15,633
按金.....	16,745	21,159	14,301
其他應收款項.....	60,822	64,653	66,726
遞延[編纂]開支.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
可收回增值稅.....	–	2,078	–
應收附屬公司款項(附註(b)).....	–	2,213	2,522
應收關聯公司款項(附註(a)).....	328,809	325,184	–
	425,896	449,186	115,751
減值撥備.....	(754)	(853)	(734)
總計.....	425,142	448,333	115,017
分析為：			
流動部分.....	97,606	436,574	109,919
非流動部分.....	327,536	11,759	5,098

除就按金及其他應收款項計提若干虧損撥備外，近期並無拖欠記錄及逾期款項。

按金及其他應收款項主要為線上及線下門店的按金。按金及其他應收款項為不計息及應於合約期後償還。

附註：

- (a) 應收關聯公司款項按3.65%至4.60%的年利率計息，為無抵押且須於三年內償還。
- (b) 應收附屬公司款項為無抵押、免息及須按要求償還。

附錄一

會計師報告

22. 現金及現金等價物

貴集團

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及銀行結餘	129,374	224,616	363,760
減：受限制現金*	44,010	70,948	100,549
現金及現金等價物	85,364	153,668	263,211

貴公司

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及銀行結餘	120,935	203,464	306,235
減：受限制現金*	44,010	70,948	100,549
現金及現金等價物	76,925	132,516	205,686

\* 於2023年、2024年及2025年12月31日，銀行結餘人民幣44,010,000元、人民幣70,948,000元及人民幣100,549,000元已作為發行銀行承兌匯票之擔保品抵押予銀行。

於各有關期間末，貴集團的現金及銀行結餘均以人民幣（「人民幣」）計值。銀行現金按每日銀行存款利率計算的浮動利率賺取利息。銀行結餘存放於近期並無違約記錄的信譽良好的銀行。

人民幣不可自由兌換為其他貨幣，然而，根據中國內地《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》，貴集團獲准透過獲授權進行外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

23. 貿易應付款項及應付票據

貴集團

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付票據	83,304	206,098	364,037
貿易應付款項	192,662	547,347	717,325
總計	275,966	753,445	1,081,362

附錄一

會計師報告

於各有關期間末，貿易應付款項及應付票據基於收貨日期的賬齡分析如下：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內 .....	273,700	751,566	1,080,121
1至2年 .....	2,266	753	377
2年以上 .....	—	1,126	864
	<u>275,966</u>	<u>753,445</u>	<u>1,081,362</u>

貴公司

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付票據.....	83,304	206,098	364,037
貿易應付款項.....	193,758	539,486	705,084
總計 .....	<u>277,062</u>	<u>745,584</u>	<u>1,069,121</u>

計入 貴公司的貿易應付款項為於2023年、2024年及2025年12月31日應付 貴公司附屬公司款項（分別為人民幣2,388,000元、人民幣6,326,000元及人民幣14,968,000元），有關款項將按與提供予 貴集團主要供應商相若的信貸條款償還。

於各有關期間末，貿易應付款項及應付票據基於收貨日期的賬齡分析如下：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內 .....	274,796	743,705	1,067,880
1至2年 .....	2,266	753	377
2年以上 .....	—	1,126	864
總計 .....	<u>277,062</u>	<u>745,584</u>	<u>1,069,121</u>

貿易應付款項及應付票據為不計息及一般於30至300天內結算。

於2024年及2025年12月31日， 貴集團與若干金融機構及銀行（「保理公司」）訂立供應商融資安排，保理公司為 貴集團供應商的應收貿易賬款保理分別提供總計最高達人民幣135百萬元及人民幣229百萬元的信貸額度。

根據該等供應商融資安排， 貴集團的供應商合資格透過保理公司將彼等來自 貴集團的未到期貿易應收款項進行保理。經 貴集團批准後，供應商與保理公司訂立彼等的貿易應收款項轉讓協議，據此彼等應收 貴集團的相應貿易應收款項轉讓予保理公司。保理公司屆時直接向供應商結算已保理貿易應收款項。 貴集團隨後向保理公司付款以結算已保理金額。上述供應商融資安排的信貸期一般不超過12個月。

附錄一

會計師報告

所有屬供應商融資安排一部分的金融負債均計入貿易應付款項及應付票據。

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
屬供應商融資安排一部分的 金融負債賬面值計入：			
貿易應付款項及應付票據.....	–	83,864	188,650
其中供應商已收到付款.....	–	83,864	188,650

24. 其他應付款項及應計費用

貴集團

	附註	於12月31日		
		2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
合約負債.....	(a)	18,625	45,156	16,854
退款負債.....	(b)	8,848	13,113	33,956
其他應付款項.....	(c)	92,485	151,638	131,273
按金.....		22,237	29,241	30,782
應付[編纂]開支.....		[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他應付稅項.....		61,590	15,946	52,308
應付工資.....		29,244	38,784	39,470
總計.....		233,029	293,878	306,501

(a) 合約負債主要包括已收分銷商短期墊款、與產品銷售有關的忠誠計劃回扣和會員積分。

	於1月1日	於12月31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
銷售貨品.....	11,700	18,625	45,156	16,854

貴公司

	附註	於12月31日		
		2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
合約負債.....	(a)	18,625	39,067	11,081
退款負債.....	(b)	8,848	13,113	31,858
其他應付款項.....	(c)	92,398	151,883	128,819
按金.....		22,237	29,241	30,782
應付[編纂]開支.....		[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他應付稅項.....		60,827	8,343	40,403
應付工資.....		27,098	34,169	25,331
應付一間附屬公司款項.....	(d)	21,900	26,629	25,824
		251,933	302,445	295,956

## 附錄一

## 會計師報告

附註：

- (a) 合約負債主要包括已收分銷商短期墊款、與產品銷售有關的回扣和會員積分。

	於1月1日		於12月31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
銷售貨品.....	11,700	18,625	39,067	11,081

- (b) 退款負債指退還部分或全部已收(或應收)客戶代價的退貨權產生的責任。貴集團於各報告期間更新其退款負債的估計(及交易價格的相應變動)。

- (c) 其他應付款項為無抵押、不計息且須按要求償還。

- (d) 應付一間附屬公司款項按3.65%至4.80%的利率計息，且須按要求償還。

### 25. 計息銀行及其他借款

貴集團

	於2023年12月31日		
	實際利率	到期日	人民幣千元
<b>即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保.....	3.45%	2024年	8,008
銀行借款－有擔保.....	3.70%	2024年	5,006
長期銀行貸款即期部分－有抵押及有擔保...	3.20%-4.65%	2024年	17,015
長期銀行貸款即期部分－有擔保.....	4.80%	2024年	47
			30,076
<b>非即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保.....	3.20%-4.65%	2025年至2027年	37,446
銀行借款－有擔保.....	4.80%	2025年	14,940
總計.....			52,386
			82,462
	於2024年12月31日		
	實際利率	到期日	人民幣千元
<b>即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保.....	3.65%	2025年	52,579
銀行借款－無抵押.....	3.5%	2025年	10,011
銀行借款－有擔保.....	3.45%-4.00%	2025年	95,110
長期銀行貸款即期部分			
－有抵押及有擔保.....	3.20%-4.65%	2025年	17,185
長期銀行貸款即期部分			
－有擔保.....	3.65%	2025年	14,957
			189,842
<b>非即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保.....	3.20%-4.65%	2026年至2027年	79,996
總計.....			269,838

附錄一

會計師報告

	於2025年12月31日		
	實際利率	到期日	人民幣千元
<b>即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保 .....	3.10%-3.65%	2026年	81,634
銀行借款－有擔保 .....	3.10%-4.80%	2026年	128,892
銀行借款－無抵押 .....	3.5%	2026年	30,032
長期銀行貸款即期部分－有抵押及 有擔保.....	3.65%	2026年	59,557
長期銀行貸款即期部分－有擔保 .....	3.15%	2026年	29,924
其他借款的即期部分－有抵押 .....	5.29%	2026年	12,310
			342,349
<b>非即期</b>			
其他借款－有抵押.....	5.29%	2027年至2028年	16,130
總計 .....			358,479

貴集團於2023年、2024年及2025年12月31日的若干銀行貸款及其他借款分別為人民幣62,469,000元、人民幣149,760,000元及人民幣141,191,000元，乃以 貴集團資產質押作擔保。

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
使用權資產.....	49,639	48,652	57,834
物業、廠房及設備 .....	194,353	290,715	293,714
總計 .....	243,992	339,367	351,548

於2023年、2024年及2025年12月31日，分別為人民幣82,462,000元、人民幣259,827,000元及人民幣289,693,000元的 貴集團若干銀行貸款分別由關聯方上海藍銀投資管理有限公司、青州市坦文投資管理中心(有限合夥)、王麗莉女士及王勇萍先生擔保。此外，於2023年、2024年及2025年12月31日，該等關聯方就若干銀行融資分別提供達人民幣92,000,000元、人民幣269,740,000元及人民幣429,590,000元的擔保。 貴集團管理層預計於[編纂]前償還借款或促使解除相關控股股東為借款提供的擔保。

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分析為：			
須於以下年限內償還的銀行借款：			
一年內或按要求 .....	30,076	189,842	342,349
第二年.....	16,980	69,748	16,130
第三至五年(包括首尾兩年).....	35,406	10,248	—
賬面淨值.....	82,462	269,838	358,479

附錄一

會計師報告

貴公司

	於2023年12月31日		
	實際利率	到期日	人民幣千元
<b>即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保 .....	3.45%	2024年	8,008
長期銀行貸款即期部分－有抵押及有擔保 ...	3.20%-4.65%	2024年	17,015
總額－即期 .....			25,023
<b>非即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保 .....	3.20%-4.65%	2025年-2027年	37,446
總計 .....			62,469

	於2024年12月31日		
	實際利率	到期日	人民幣千元
<b>即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保 .....	3.65%	2025年	52,579
長期銀行貸款即期部分－有抵押及有擔保 ...	3.50%	2025年	10,011
銀行借款－有擔保 .....	3.45%-4.00%	2025年	85,097
長期銀行貸款即期部分－有抵押及有擔保 ...	3.20%-4.65%	2025年	17,185
			164,872
<b>非即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保 .....	3.20%-4.65%	2026年-2027年	79,996
總計 .....			244,868

	於2025年12月31日		
	實際利率	到期日	人民幣千元
<b>即期</b>			
銀行借款－有抵押及有擔保 .....	3.65%	2026年	71,624
銀行借款－有擔保 .....	3.10%-4.80%	2026年	148,914
長期銀行貸款即期部分－有抵押及有擔保 ...	3.65%	2026年	59,557
其他借款即期部分－有抵押 .....	5.29%	2026年	12,310
			292,405
<b>非即期</b>			
其他借款－有抵押 .....	5.29%	2027年-2028年	16,130
總計 .....			308,535

## 附錄一

## 會計師報告

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分析為：			
須於以下年內償還的銀行借款：			
一年內.....	25,023	164,872	292,405
第二年.....	16,950	69,748	16,130
第三至五年(包括首尾兩年).....	20,496	10,248	–
賬面淨值.....	62,469	244,868	308,535

於2023年、2024年及2025年12月31日，貴公司的若干銀行貸款及其他借款分別為人民幣62,469,000元、人民幣149,760,000元及人民幣131,181,000元，並以貴公司資產抵押作擔保。

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
使用權資產.....	49,639	48,652	57,834
物業、廠房及設備.....	194,353	290,715	293,714
總計.....	243,992	339,367	351,548

於2023年、2024年及2025年12月31日，貴公司若干銀行貸款人民幣62,469,000元、人民幣234,857,000元及人民幣249,798,000元分別由上海藍銀投資管理有限公司、青州市坦文投資管理中心(有限合夥)、王麗莉女士及王勇萍先生提供擔保。貴集團管理層預期於[編纂]前償還借款或促使解除相關控股股東就借款提供的擔保。

### 26. 遞延收入

貴集團及 貴公司

	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
於年初.....	110,845	194,911	189,003
添置.....	86,338	–	–
年內攤銷.....	(2,272)	(5,908)	(15,314)
於年末.....	194,911	189,003	173,689
即期部分.....	5,908	15,314	15,174
非即期部分.....	189,003	173,689	158,515

### 27. 股本

貴集團及 貴公司

股份

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
已發行及繳足：			
每股面值人民幣1.00元			
的普通股.....	167,300,000	167,300,000	167,300,000

## 28. 儲備

貴集團於有關期間的儲備金額及其變動於綜合權益變動表呈列。

### (a) 法定儲備

根據中國內地的公司法及於中國內地成立的實體公司章程須按除稅後純利的10%（根據中國會計準則釐定）提取法定儲備，直至法定儲備達致其註冊資本的50%為止。受相關法規及實體公司章程所載若干限制所規限，法定儲備可用於抵銷虧損或轉換為增加股本，惟於有關轉換後法定儲備結餘不得少於實體註冊資本的25%。

### 貴公司

貴公司於有關期間的儲備金額及其變動呈列如下：

	股份溢價 人民幣千元	法定儲備 人民幣千元	按公允價值 計入其他 全面收益的 金融資產	保留利潤 人民幣千元	總計 人民幣千元
			公允價值儲備 人民幣千元		
於2023年1月1日	76,722	28,052	450	217,470	322,694
年內利潤	—	—	—	136,040	136,040
年內其他全面收益：					
按公允價值計入其他全面收益的金融資產 公允價值變動（扣除稅項）	—	—	(75)	—	(75)
年內全面收益總額	—	—	(75)	136,040	135,965
轉撥至法定儲備	—	13,604	—	(13,604)	—
於2023年12月31日及2024年1月1日	76,722	41,656	375	339,906	458,659
年內利潤	—	—	—	96,304	96,304
年內其他全面收益：					
按公允價值計入其他全面收益的金融資產 公允價值變動（扣除稅項）	—	—	135	—	135
年內全面收益總額	—	—	135	96,304	96,439
轉撥至法定儲備	—	9,630	—	(9,630)	—
於2024年12月31日及2025年1月1日	76,722	51,286	510	426,580	555,098
年內利潤	—	—	—	229,105	229,105
年內其他全面收益：					
按公允價值計入其他全面收益的金融資產 公允價值變動（扣除稅項）	—	—	92	—	92

附錄一

會計師報告

	股份溢價	法定儲備	按公允價值		總計
			計入其他		
			公允價值儲備	保留利潤	
全面收益的 金融資產	公允價值儲備	保留利潤	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
年內全面收益總額	-	-	92	229,105	229,197
於出售按公允價值計入其他全面收益的 股本投資時轉撥公允價值儲備	-	-	(602)	602	-
轉撥至法定儲備	-	22,910	-	(22,910)	-
已宣派股息	-	-	-	(290,000)	(290,000)
於2025年12月31日	<u>76,722</u>	<u>74,196</u>	<u>-</u>	<u>343,377</u>	<u>494,295</u>

29. 綜合現金流量表附註

(a) 主要非現金交易

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，貴集團與租賃協議有關的使用權資產及租賃負債非現金添置分別為人民幣14,875,000元、人民幣58,890,000元及人民幣23,716,000元。

(b) 融資活動產生的負債變動

	計息銀行及 其他借款	租賃負債	應付[編纂]開支
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	92,601	24,851	-
融資現金流量變動	(15,971)	(10,831)	-
新租賃	-	14,875	-
利息開支	5,832	1,398	-
終止租賃	-	(4,260)	-
於2023年12月31日及2024年1月1日	<u>82,462</u>	<u>26,033</u>	<u>-</u>
融資現金流量變動	177,864	(19,403)	-
新租賃	-	58,890	-
利息開支	9,512	1,851	-
終止租賃	-	(14,499)	-
於2024年12月31日及2025年1月1日	<u>269,838</u>	<u>52,872</u>	<u>-</u>
融資現金流量變動	72,624	(31,109)	(3,547)
經營現金流量變動	-	-	(11,299)
新租賃	-	23,716	-
利息開支	16,017	2,186	-
終止租賃	-	(10,391)	-
修改租賃	-	(432)	-
遞延[編纂]開支增加	[編纂]	[編纂]	[編纂]
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
於2025年12月31日	<u>358,479</u>	<u>36,842</u>	<u>1,858</u>

## 附錄一

## 會計師報告

### (c) 租賃現金流出總額

計入綜合現金流量表的租賃現金流出總額如下：

	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
經營活動內.....	1,806	6,393	26,618
投資活動內.....	6,250	–	17,364
融資活動內.....	10,831	19,403	31,109
總計.....	18,887	25,796	75,091

### 30. 或然負債

於2023年、2024年及2025年12月31日，貴集團或貴公司概無任何重大或然負債。

### 31. 資產抵押

貴集團就其銀行借款抵押的資產詳情載於歷史財務資料附註25。

### 32. 承擔

貴集團於各有關期間末的合約承擔如下：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
已訂約但未撥備：			
購買廠房及機器.....	2,007	1,357	2,407

### 33. 關聯方交易

#### (a) 關聯方的姓名／名稱及關係

姓名／名稱	與貴集團的關係
王麗莉女士.....	貴公司股東、董事及最高行政人員
上海藍銀投資管理有限公司.....	貴公司的直接控股公司
山東藍銀置業有限公司.....	王勇萍先生為其股權持有人*
青州市坦文投資管理中心(有限合夥).....	貴公司股東

\* 貴公司原董事王勇萍先生自2022年12月辭任後，不再為貴集團關聯方。披露截至2023年、2024年及2025年12月31日由王勇萍先生控制的公司山東藍銀置業有限公司的結餘及交易，以維持有關期間披露的一致性。

附錄一

會計師報告

(b) 與關聯方的交易：

貴集團於有關期間進行下列重大關連方交易。

	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
山東藍銀置業有限公司			
銷售貨品..... (ii)	346	52	1
利息收入..... (i)	10,045	10,740	5,853
租金收入..... (ii)	417	191	532
向關聯方墊款..... (i)	198,306	—	—
關聯方還款..... (i)	37,000	14,551	323,589

附註：

- (i) 於有關期間，關聯公司墊付的貸款按年利率3.65%至4.6%計息。進一步詳情載於歷史財務資料附註21。
- (ii) 該等交易乃根據相關各方共同協定的條款及條件進行。

(c) 與關聯方的其他交易：

於2023年、2024年及2025年12月31日，貴集團部分銀行貸款分別為人民幣82,462,000元、人民幣259,827,000元及人民幣289,693,000元，由上海藍銀投資管理有限公司、青州市坦文投資管理中心(有限合夥)、王麗莉女士及王勇萍先生以零代價提供擔保。此外，於2023年、2024年及2025年12月31日，該等關聯方已為若干銀行貸款提供擔保，金額分別為人民幣92,000,000元、人民幣269,740,000元及人民幣429,590,000元，代價為零。貴集團管理層預期於[編纂]前償還借款或促使解除相關控股股東就借款提供的擔保。

(d) 與關聯方的未償還結餘：

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非貿易相關：			
應收一間關聯公司款項			
山東藍銀置業有限公司(i).....	328,809	325,184	—

- (i) 應收山東藍銀置業有限公司款項每年按3.65%至4.60%計息，無抵押，並須於三年內償還。

(e) 貴集團關鍵管理人員的薪酬

	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
薪金、花紅、津貼及 實物福利.....	2,534	2,713	3,454

附錄一

會計師報告

	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
績效相關花紅*	1,262	1,454	866
退休金計劃供款	324	352	338
向關鍵管理人員支付的薪酬總額	4,120	4,519	4,658

董事及最高行政人員酬金的進一步詳情載於歷史財務資料附註8。

34. 按類別劃分的金融工具

於有關期間末，各類別金融工具的賬面值如下：

於2023年12月31日

金融資產

	按公允價值計入 其他全面收益的 金融資產 (股權工具)	按攤銷成本 計量的金融資產	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	—	229,121	229,121
計入預付款項、其他應收款項及 其他資產的金融資產	—	406,017	406,017
按公允價值計入其他全面收益的金融資產	800	—	800
受限制現金	—	44,010	44,010
現金及現金等價物	—	85,364	85,364
總計	800	764,512	765,312

於2024年12月31日

金融資產

	按公允價值計入 其他全面收益的 金融資產 (股權工具)	按攤銷成本 計量的金融資產	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據	—	279,022	279,022
計入預付款項、其他應收款項 及其他資產的金融資產	—	411,635	411,635
按公允價值計入其他全面 收益的金融資產	900	—	900
受限制現金	—	70,948	70,948
現金及現金等價物	—	153,668	153,668
總計	900	915,273	916,173

於2025年12月31日

金融資產

## 附錄一

## 會計師報告

	按攤銷成本	總計
	計量的金融資產	
	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項及應收票據.....	593,863	593,863
計入預付款項、其他應收 款項及其他資產的金融資產.....	86,435	86,435
受限制現金.....	100,549	100,549
現金及現金等價物.....	263,211	263,211
總計.....	<u>1,044,058</u>	<u>1,044,058</u>

### 金融負債

	按攤銷成本計量的金融負債		
	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據.....	275,966	753,445	1,081,362
計入其他應付款項及應計 費用的金融負債.....	114,722	180,879	163,913
計息銀行及其他借款.....	82,462	269,838	358,479
總計.....	<u>473,150</u>	<u>1,204,162</u>	<u>1,603,754</u>

### 35. 轉讓金融資產

#### 未全部終止確認的已轉讓金融資產

於2023年、2024年及2025年12月31日，貴集團向若干供應商背書由中國內地銀行承兌之賬面值分別為人民幣7,470,000元、人民幣3,430,000元及人民幣8,032,000元的應收票據（「背書票據」），以清償應付該等供應商貿易應付款項（「背書」）。董事認為，貴集團已保留該等背書票據的重大風險及回報，包括與該等背書票據有關的違約風險，因此繼續確認背書票據的全額賬面值及已結算的相關貿易應付款項。背書後，貴集團未保留背書票據之任何使用權利，包括向任何其他第三方出售、轉讓或抵押背書票據。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，供應商可追索之背書票據所結清之貿易應付款項總賬面值分別為人民幣14,380,000元、人民幣16,357,000元及人民幣24,746,000元。

#### 全部終止確認的已轉讓金融資產

於2023年、2024年及2025年12月31日，貴集團向若干供應商背書由中國內地銀行承兌的應收票據（「已終止確認票據」），以結清應付該等供應商貿易應付款項，其合計賬面值分別為人民幣1,749,000元、人民幣2,439,000元及零。於各有關期間末，該等已終止確認票據之到期日介於一個月至六個月。根據中國內地的《票據法》，已終止確認票據持有人可對任何、若干或所有負責已終止確認票據的人士（包括貴集團）行使追索權，無須顧及責任順序（「持續參與」）。董事認為，在承兌銀行未違約的情況下，貴集團被已終止確認票據持有人申索之風險甚微。貴集團已轉移與已終止確認票據相關之絕大部分風險及回報，故已終止確認該等票據及相關貿易應付款項之全部賬面值。貴集團持續參與已終止確認票據及購回已終止確認票據之未貼現現金流量所產生之最高潛在虧損，相等於其賬面值。董事認為，貴集團持續參與已終止確認票據之公允價值並不重大。

### 36. 金融工具的公允價值及公允價值層級

管理層評估得出，現金及現金等價物、受限制現金、貿易應收款項及應收票據、貿易應付款項及應付票據、計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產以及計入其他應付款項及應計費用的金融負債的公允價值與其賬面值相若，主要是由於該等工具的到期日較短。

計息銀行及其他借款的公允價值乃按具有類似條款、信貸風險及剩餘年期的工具的現行適用利率，貼現預期未來現金流量之方式計算。

貴集團的財務部負責制定金融工具公允價值計量的政策及程序。於各報告日期，財務部分析金融工具的價值變動，並確定估值時所應用的主要輸入數據。估值由財務總監審閱和批准。金融資產的公允價值以該工具於自願交易各方進行的當前交易（強迫或清盤銷售除外）中可交換的金額入賬。

指定按公允價值計入其他全面收益的非上市股權投資的公允價值使用基於市場的估值技術（基於並非以可觀察市價或費率作為支撐的假設）而進行估算。估值要求董事根據行業、規模、槓桿作用及策略釐定可比較公眾公司，並就識別的可比較公司計算適當的價格倍數，如市賬率（「市賬率」）倍數。該倍數其後則根據公司特定事實及情況就可比較公司之間的非流動性及規模差異等考慮因素予以折現。經折現倍數應用於非上市股權投資的相應計量以計量公允價值。董事認為，記錄在綜合財務狀況表的由估值技術產生的估算公允價值和記錄在其他全面收益的公允價值相關變動屬合理，並認為該等項目為在報告期末最為適當的價值。

對於指定按公允價值計入其他全面收益的非上市股權投資的公允價值，管理層估計使用合理可能的替代數據作為估值模型的輸入數據的潛在影響。

以下為有關期間內金融工具估值的重大不可觀察輸入數據以及定量敏感度分析的概要：

2023年12月31日

	估值技術	重大不可觀察 輸入數據	加權平均值	公允價值 對輸入數據 的敏感性
非上市股權投資 . . . . .	市場方法	缺乏市場流通性貼現（「DLOM」）	20.5%	DLOM增加或減少1%將導致公允價值減少或增加人民幣10,000元

2024年12月31日

	估值技術	重大不可觀察 輸入數據	加權平均值	公允價值 對輸入數據 的敏感性
非上市股權投資 . . . . .	市場方法	DLOM	20.4%	DLOM增加或減少1%將導致公允價值減少或增加人民幣12,000元

## 附錄一

## 會計師報告

### 公允價值層級

下表說明 貴集團金融工具的公允價值計量層級：

按公允價值計量的資產：

於2023年12月31日

	使用以下各項的公允價值計量			總計
	於活躍市場 的報價	重大可觀察 輸入數據	重大不可觀察 輸入數據	
	(第1級)	(第2級)	(第3級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
按公允價值計入其他 全面收益的金融資產 .....	—	—	800	800

於2024年12月31日

	使用以下各項的公允價值計量			總計
	於活躍 市場的報價	重大可觀察 輸入數據	重大不可 觀察輸入數據	
	(第1級)	(第2級)	(第3級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
按公允價值計入其他 全面收益的金融資產 .....	—	—	900	900

於2023年、2024年及2025年12月31日， 貴集團並無任何按公允價值計量的金融負債。

於有關期間，就金融資產而言，第1級與第2級之間並無公允價值計量的轉移，亦無轉入或轉出自第3級。

### 公允價值層級

已披露公允價值的負債：

於2023年12月31日

	使用以下各項的公允價值計量			總計
	於活躍 市場的報價	重大可觀察 輸入數據	重大不可觀察 輸入數據	
	(第1級)	(第2級)	(第3級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
計息銀行及其他借款 .....	—	83,400	—	83,400

附錄一

會計師報告

於2024年12月31日

	使用以下各項的公允價值計量			總計
	於活躍市場的報價	重大可觀察輸入數據	重大不可觀察輸入數據	
	(第1級)	(第2級)	(第3級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計息銀行及其他借款 .....	–	268,012	–	268,012

於2025年12月31日

	使用以下各項的公允價值計量			總計
	於活躍市場的報價	重大可觀察輸入數據	重大不可觀察輸入數據	
	(第1級)	(第2級)	(第3級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計息銀行及其他借款 .....	–	358,696	–	358,696

37. 金融風險管理目標及政策

貴集團的主要金融工具包括計息銀行及其他借款以及現金及現金等價物。該等金融工具主要為貴集團的營運籌集資金。貴集團有多項其他金融資產及負債，例如直接自經營產生的貿易應收款項及其他應收款項、其他應付款項及應計費用、貿易應付款項及應付票據。

貴集團的金融工具涉及的主要風險為信貸風險及流動資金風險。董事會檢討及協定管理各種風險的政策，該等政策概述如下。

信貸風險

貴集團僅與經認可及信譽良好的第三方進行交易。根據貴集團政策，所有有意按信貸條款交易的客戶均須接受信貸核實程序。此外，應收結餘會持續受到監控，貴集團面臨的壞賬風險並不重大。

最高風險及年結階段

下表載列基於貴集團信貸政策的信貸質素及最高信貸風險，其主要基於逾期資料(除非其他資料可在毋須付出過多成本或努力的情況下獲得)以及於各有關期間末的年結階段分類。所呈列金額為金融資產的賬面總值。

於2023年12月31日

	12個月 預期信貸虧損		全期預期信貸虧損		
	第1階段	第2階段	第3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
貿易應收款項及 應收票據* .....	–	–	–	238,186	238,186
計入預付款項、其他應收款 項及其他資產的金融資產 — 正常** .....	407,122	–	32	–	407,154
受限制現金 — 尚未逾期 .....	44,010	–	–	–	44,010
現金及現金等價物 — 尚未逾期 .....	85,364	–	–	–	85,364
	536,496	–	32	238,186	774,714

附錄一

會計師報告

於2024年12月31日

	12個月		全期預期信貸虧損		
	預期信貸虧損				
	第1階段	第2階段	第3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
貿易應收款項及					
應收票據* . . . . .	-	-	-	286,401	286,401
計入預付款項、其他應收款					
項及其他資產的金融資產					
- 正常** . . . . .	412,996	-	32	-	413,028
受限制現金 - 尚未逾期 . . .	70,948	-	-	-	70,948
現金及現金等價物					
- 尚未逾期 . . . . .	153,668	-	-	-	153,668
	<u>637,612</u>	<u>-</u>	<u>32</u>	<u>286,401</u>	<u>924,045</u>

於2025年12月31日

	12個月		全期預期信貸虧損		
	預期信貸虧損				
	第1階段	第2階段	第3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
貿易應收款項及					
應收票據* . . . . .	-	-	-	596,170	596,170
計入預付款項、其他應收款					
項及其他資產的金融資產					
- 正常** . . . . .	87,191	-	32	-	87,223
受限制現金 - 尚未逾期 . . . . .	100,549	-	-	-	100,549
現金及現金等價物					
- 尚未逾期 . . . . .	263,211	-	-	-	263,211
總計 . . . . .	<u>450,951</u>	<u>-</u>	<u>32</u>	<u>596,170</u>	<u>1,047,153</u>

\* 對於 貴集團應用簡化方法計算減值的貿易應收款項及應收票據，基於撥備矩陣的資料於歷史財務報表附註20披露。

\*\* 計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產如未逾期及無資料表明金融資產的信貸風險自初始確認以來大幅增加，則其信貸質素將被視為「正常」。否則，金融資產的信貸質素被視為「可疑」。

流動資金風險

貴集團監控現金及現金等價物並將其維持在 貴集團管理層認為充足的水平，以為營運撥資並削弱現金流量波動的影響。

## 附錄一

## 會計師報告

於各有關期間末，貴集團基於合約未折現付款的金融負債到期情況如下：

	於2023年12月31日			
	1年內或按要求	1至5年	5年以上	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據.....	275,966	—	—	275,966
計入其他應付款項及 應計費用的金融負債.....	114,722	—	—	114,722
計息銀行借款.....	33,283	55,719	—	89,002
租賃負債.....	10,847	17,521	—	28,368
總計.....	<u>434,818</u>	<u>73,240</u>	<u>—</u>	<u>508,058</u>
	於2024年12月31日			
	1年內或按要求	1至5年	5年以上	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據.....	753,445	—	—	753,445
計入其他應付款項及應計 費用的金融負債.....	180,879	—	—	180,879
計息銀行借款.....	197,075	83,126	—	280,201
租賃負債.....	26,301	29,740	—	56,041
總計.....	<u>1,157,700</u>	<u>112,866</u>	<u>—</u>	<u>1,270,566</u>
	於2025年12月31日			
	1年內或按要求	1至5年	5年以上	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項及應付票據.....	1,081,362	—	—	1,081,362
計入其他應付款項及應計 費用的金融負債.....	163,913	—	—	163,913
計息銀行及其他借款.....	350,282	16,773	—	367,055
租賃負債.....	23,480	14,386	—	37,866
總計.....	<u>1,619,037</u>	<u>31,159</u>	<u>—</u>	<u>1,650,196</u>

### 資本管理

貴集團資本管理的主要目標為保障貴集團的持續經營能力及維持穩健的資本比率，以支持其業務並盡量提高權益持有人的價值。

貴集團管理其資本架構，並就經濟狀況變動及相關資產的風險特點對其作出調整。為維持或調整資本架構，貴集團可調整向股東派付的股息、向股東返還資本或發行新股份。貴集團毋須遵守任何外在施加的資本規定。於有關期間，資本管理的目標、政策或程序並無出現變動。

## 附錄一

## 會計師報告

貴集團採用資產負債比率（即總負債除以總資產）監控資本。於2023年、2024年及2025年12月31日的資產負債比率如下：

	附註	於12月31日		
		2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資本及債務淨額				
計息銀行及其他借款 .....		82,462	269,838	358,479
貿易應付款項及應付票據 .....	23	275,966	753,445	1,081,362
其他應付款項及應計費用 .....	24	233,029	293,878	306,501
減：現金及現金等價物 .....	22	(85,364)	(153,668)	(263,211)
債務淨額 .....		506,093	1,163,493	1,483,131
母公司擁有人應佔權益 .....		634,010	741,459	674,809
資本及債務淨額 .....		1,140,103	1,904,952	2,157,940
資產負債比率 .....		44%	61%	69%

### 38. 於附屬公司的投資

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
投資，按成本 .....	2,889	5,992	14,592

### 39. 有關期間後事項

於有關期間末後，並無發生須額外披露或調整的重大事項。

### 40. 其後財務報表

貴公司、貴集團或現時組成貴集團的任何公司概無就2025年12月31日後任何期間編製經審計財務報表。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]



亞太资产评估及顾问有限公司

香港九龙么地道 62 号永安广场 3 楼 309 室

电话：(852) 2357 0085

传真：(852) 2951 0799

參考編號：P/HK/2025/VAL/0040

敬啟者：

關於：中華人民共和國山東省濰坊市青州市工業物業及土地（「該物業」）的估值

根據青州市坦博爾服飾股份有限公司（「貴公司」）對我們的指示，對位於中華人民共和國（「中國」）的該物業進行估值。我們確認已作出相關查詢，並獲得我們認為必要的進一步資料，以向閣下提供我們對該物業公允價值的意見（猶如已於2026年1月31日（「估值日期」）完成估值），以供納入 貴公司文件。

### 估計基準

我們對該物業的估值即為其市場價值之意見，所謂市場價值乃指「於估值日期，在買賣雙方均屬知曉、審慎、且無強迫之公平交易情況下，經過恰當市場推廣後，某項資產或負債可合理交換的估計金額」。此定義依據香港測量師學會頒佈之《香港測量師學會估值準則2024》制定。

市場價值是在不考慮出售或購買（或交易）成本、且不抵扣任何相關稅費或潛在稅費的前提下，對資產或負債價值的估值。

## 估值假設

本次估值基於假設業主在市場上出售該物業，且假設不存在任何可能影響該物業價值的延期交付合約、回租協議、合資企業、管理協議或類似安排之利益或負擔。

本次估值未就該物業所涉任何押記、按揭或金額作出撥備，亦未計入銷售過程中可能產生的費用或稅費。除非另有說明，本次估值均假設該物業不存在可能影響其價值的產權負擔、限制性條款及重大支出負擔。

此外，我們已考量當前及預測經濟狀況之影響（如整體商業環境、房地產市場週期及利率水平），該等可能潛在影響[編纂]情緒與市場流動性的因素已經過審慎評估，確保估值結果準確反映市場驅動之價值判斷。

## 估值方法

在對該物業進行估值時，我們對土地及建築物分別採用不同評估方法。土地部分採用市場法，參照相關市場可獲取的類似土地交易案例進行估值，並假設該土地可立即空置交付。

建築物部分採用成本法，具體為重置成本法，通過估算開發類似建築物的總成本，並扣除管理成本、銷售費用、資本利息、銷售相關稅費及開發商利潤等項目，最終得出淨重置成本。鑒於該物業特性及可靠成本與市場數據的可獲性，此方法被視為適用。

## 產權與假設

我們已獲由 貴公司的中國法律顧問上海市錦天城律師事務所提供的有關該物業的產權文件摘錄副本，連同一份關於該物業產權及其他法律事宜的法律意見書。我們未在中國有關政府部門就該物業進行產權核查，亦未查驗原始文件以核實所有權、產權負擔或可能未在所提供副本中體現的任何後續修訂。

就本次估值而言，我們假設上述法律意見書中所確認的事項真實、正確且可強制執行，並假設該物業可於市場上自由轉讓，且無需支付額外土地補價或繁重費用。

## 資料來源

我們在很大程度上依賴 貴公司提供之資料，並採納其就規劃許可或法定通知、地役權、土地年期、租賃條款、地盤及樓面面積及所有其他相關事宜向我們所提出之建議。我們未進行現場測量，估值報告所列尺寸、量度及面積均為近似值。我們雖已對所提供的資料及相關查詢盡合理審慎之責，無理由懷疑 貴公司所提供對估值至關重要的資料的真實性與準確性。 貴公司亦告知我們無遺漏任何重大事實。

## 實地查勘

我們已進行實地查勘，但未對任何設施進行測試，亦未開展實地研究以評估地塊條件或設施是否適宜物業開發。我們未進行結構檢測，且因覆蓋、隱蔽或難以接觸之情況，未能查驗木構件及其他結構部分。因此，我們無法確認該物業無腐朽、蟲害或結構缺陷。所有建築設施均未經測試。本次估值系基於上述方面均屬完好之假設。

該物業實地查勘已於2025年8月26日由張智豪及郭亮執行。

## 責任限制

本估值報告之出具，系基於截至估值日期貴方已就所知悉且可能影響估值結果之所有事項提請本機構關注之前提。對於評估完成日期後發生之事件及情況，我們無義務更新本估值報告，但欣然應要求商討後續委託事宜。

## 管理層事實確認

本估值報告和計算書草案已送交 貴公司審閱。貴公司已審閱並向我們確認：本估值報告及計算書所載事實於所有重大方面均屬準確，且 貴公司未知悉任何與本次委聘有關之重大事項未獲披露。

貨幣

除另有所指外，本次估值的所有貨幣金額均以人民幣計值。

隨函附上本估值報告。

此致

中國  
山東省  
濰坊市青州市  
雲門山街道  
益王府南路8333號  
青州市坦博爾服飾股份有限公司  
列位董事 台照

為及代表

亞太資產評估及顧問有限公司

盧基信

*MRICS*、*CPA*、*CFA*、*FRM*

董事

張智豪

*MRICS*、特許估值測量師、  
*CPA (Aust.)*、*FRM*

副董事

謹啟

2026年2月28日

附註：盧基信先生為英國皇家特許測量師學會會員(MRICS)，亦為註冊會計師(CPA)、特許財務分析師(CFA)及金融風險管理師(FRM)會員／持證人。彼於亞太區擁有19年涵蓋物業、企業及金融工具等範疇之豐富及多元化估值經驗。

張智豪先生為特許估值測量師(RICS)、MRICS、CPA及FRM，於香港、中國內地及東南亞房地產相關行業擁有逾14年的全面估值、顧問以及房地產諮詢經驗。

估值報告

猶如於2026年  
1月31日完工之

物業	概況及年期	估用詳情	公允價值
位於中國山東省濰坊市 青州市之工業物業及土地	該物業為位於青州市雲門山街道益王府南路8333號的工業發展項目（「發展項目」）。  該發展項目包括多幢工業建築及一幢宿舍樓，總建築面積為82,575.45平方米。該等建築物正於一塊土地上建造，總地盤面積約為169,041.00平方米。  該物業的土地使用權包括國有建設用地和集體建設用地，均指定為工業用地，使用權期限分別至2073年7月23日、2070年7月20日和2071年1月25日。	該物業已大致完工，主要用作本公司的倉庫、辦公室、自營線下門店及員工宿舍。	人民幣481,814,000元

附註：

- 根據日期為2023年8月14日《不動產權證書》（魯(2023)青州市第0027377號）及相關登記記錄，佔地總面積169,041.00平方米的土地使用權已登記於青州市坦博爾服飾股份有限公司名下。該土地使用權性質為國有建設用地和集體建設用地，均指定為工業用地，使用權期限分別至2073年7月23日、2070年7月20日及2071年1月25日。
- 根據 貴公司提供信息，我們已對該物業進行估值，其包含多幢工業建築及一幢宿舍樓，建築總面積為82,575.45平方米，所屬地塊總面積約169,041.00平方米。建築物及土地明細以及截至2026年1月31日的估值細分如下：

樓宇名稱	面積(平方米)	估值 (人民幣元)
門衛	221.25	584,000
配電間	247.70	654,000
2-1#專家公寓	3,135.21	12,414,000
2-2#員工宿舍	4,450.42	17,622,000
5#樓	3,176.78	12,579,000
6號時控、品控中心	7,366.51	29,169,000
8號智能物流中心	10,723.32	42,460,000
9號智能物流中心	5,420.38	21,463,000

## 附錄三

## 物業估值報告

樓宇名稱	面積(平方米)	估值 (人民幣元)
10工廠店 .....	5,153.91	20,408,000
12#總部大樓 .....	8,551.39	33,860,000
13號電商倉庫 .....	2,597.07	10,283,000
14食堂 .....	1,593.58	6,310,000
15號電商智能倉庫 .....	6,000.04	32,510,000
16號電商智能倉庫 .....	9,600.03	52,016,000
20#員工活動中心 .....	2,179.26	8,629,000
21#樓 .....	12,158.60	48,144,000
小計: .....	<b>82,575.45</b>	<b>349,105,000</b>
院內配套工程 .....		52,236,000
地下車庫 .....		28,563,000
小計: .....		<b>80,799,000</b>
工業用地 .....	1,407.00	571,000
工業用地 .....	9,202.00	3,687,000
工業用地 .....	13,568.00	5,506,000
工業用地 .....	19,519.00	7,820,000
工業用地 .....	1,462.00	400,000
工業用地 .....	30,392.00	8,323,000
工業用地 .....	45,569.00	12,479,000
工業用地 .....	47,922.00	13,124,000
小計: .....	<b>169,041.00</b>	<b>51,910,000</b>
總計: .....		<b>481,814,000</b>

3. 我們已獲提供 貴公司中國法律顧問就該物業權益出具的法律意見書，當中載有(其中包括)以下資料：

- i. 誠如 貴集團確認及中國法律顧問核實，於最後實際可行日期， 貴集團所持有建築物的所有權及土地使用權均屬清晰並妥為登記，且已妥為取得相關業權證書。該等物業並無任何未決重大所有權爭議或潛在業權瑕疵；
- ii. 除已披露的按揭安排外，該等物業的所有權或土地使用權並無其他按揭、產權負擔或限制。

## 證券持有人的稅項

H股持有人須按中國以及H股持有人居住所在或因其他原因須納稅的司法管轄區的法律及慣例，繳納所得稅及資本利得稅。以下對若干相關稅務規定的概述乃基於現行法律及慣例，並未考慮相關法律或政策的預期變動或修訂，且不構成任何意見或建議。論述並不涉及與[編纂]H股相關的所有可能的稅務後果，亦不考慮任何特定投資者的具體情況，其中部分投資者可能受到特殊監管。因此，閣下應就[編纂]H股的稅務後果諮詢自身的稅務顧問。論述乃基於截至最後實際可行日期生效的法律及相關詮釋，而有關法律及詮釋均可能發生變動或調整，並可能具有追溯效力。

本論述不涉及所得稅、資本利得稅和利得稅、銷售稅、增值稅、印花稅及遺產稅以外的中國稅項的任何方面。有意投資者務必就擁有及處置H股的中國及其他稅務後果諮詢其財務顧問。

## 中國內地稅項

### 股息紅利稅

#### 個人投資者

根據全國人大常委會於2018年8月31日修訂並自2019年1月1日起施行的《中華人民共和國個人所得稅法》或《個人所得稅法》以及國務院於2018年12月18日修訂並自2019年1月1日起施行的《中華人民共和國個人所得稅法實施條例》，中國公司向個人投資者支付的股息通常須按20%的統一稅率繳納預扣所得稅。同時，根據財政部、國家稅務總局、中國證監會於2015年9月7日發佈並自2015年9月8日起施行的《關於上市公司股息紅利差別化個人所得稅政策有關問題的通知》，個人從公開發行和轉讓市場取得的上市公司股票，持股期限超過1年的，股息紅利所得暫免徵收個人所得稅。個人從公開發行和轉讓市場取得的上市公司股票，持股期限在1個月以內(含1個月)的，其股息紅利所得全額計入應納稅所得額；持股期限在1個月以上至1年(含1年)的，暫減按50%計入應納稅所得額；上述所得統一適用20%的稅率計徵個人所得稅。

根據中國內地與香港特別行政區於2006年8月21日簽署的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》或《對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》，中國政府可對中國公司向香港居民（包括自然人和法人）支付的股息徵稅，但所徵稅款不應超過應付股息總額的10%。倘香港居民直接擁有中國公司至少25%資本且該香港居民為股息受益所有人並符合其他條件，則所徵稅款不應超過該中國公司應付股息總額的5%。國家稅務總局發佈並自2019年12月6日起生效的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》第五議定書（或《第五議定書》）規定，有關條文不適用於主要目的之一是獲得該稅收優惠的安排或交易。

#### 企業投資者

根據全國人大常委會發佈並於2018年12月29日修訂及生效的《中華人民共和國企業所得稅法》或《企業所得稅法》及國務院修訂並於2025年1月20日生效的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，非居民企業來源於中國的所得，包括在香港發行並上市股份的中國居民企業向其支付的股息，倘該非居民企業在中國境內未設立機構、場所，或者雖在中國境內設立機構、場所但其來源於中國境內的所得與其在中國境內所設機構、場所沒有實際聯繫的，則須繳納10%的優惠企業所得稅。非居民企業的上述應繳納所得稅，實行源泉扣繳，以支付人為扣繳義務人。稅款由扣繳義務人在每次支付或者到期應支付時，從支付或者到期應支付的款項中扣繳。有關稅款可根據適用的協議減少或免除，以避免雙重徵稅。

根據國家稅務總局發佈並於2008年11月6日生效的《關於中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》，中國居民企業須對H股非居民企業股東從2008年以來盈利取得的股息，按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。國家稅務總局頒佈並於2009年7月24日生效的《關於非居民企業取得B股等股票股

息徵收企業所得稅問題的批覆》進一步規定，在中國境內和境外證券交易所發行股票（包括A股、B股和境外股）的中國居民企業，在向非居民企業股東派發2008年及以後股息時，應統一按照10%的稅率代扣代繳企業所得稅。該等稅率可根據中國與相關司法管轄區簽訂的稅收協定或協議進一步調整（如適用）。

根據《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》，中國政府可就中國公司支付香港居民（包括自然人和法人實體）的股息徵稅，但有關徵稅額度不得超過中國公司應付股息總額的10%。香港居民直接持有中國公司至少25%股權，且該香港居民為股息實益擁有人並滿足其他條件的，所徵稅款不應超過該中國公司應付股息總額的5%。《第五議定書》規定，該等條文不適用於以獲得此類稅收優惠為主要目的之一而作出的安排或交易。

根據適用法規，我們擬按10%的稅率就向H股非中國居民企業股東（包括[編纂]代理人）派發的股息代扣代繳所得稅。根據適用的所得稅協定有權享受減免稅率徵稅的非中國居民企業將須向中國稅務機關申請退還預扣稅款超過適用協定稅率的部分，有關退稅須經中國稅務機關核實。

#### **股權轉讓所得涉及的稅項**

##### **個人投資者**

根據《個人所得稅法》及其實施條例，出售中國居民企業股權變現的收益須繳納20%的個人所得稅。根據財政部和國家稅務總局頒佈並於1998年3月30日生效的《關於個人轉讓股票所得繼續暫免徵收個人所得稅的通知》，自1997年1月1日起，對個人轉讓上市公司股票所得繼續暫免徵收個人所得稅。國家稅務總局在新修訂的《企業所得稅法》及《企業所得稅法實施條例》中未明確規定是否繼續對個人轉讓上市公司股票所得免徵個人所得稅。

### 企業投資者

根據《企業所得稅法》及其實施條例，非中國居民企業在中國境內未設立機構或場所的，或者在中國境內雖設立機構或場所但其來自中國境內的所得與其所設機構或場所沒有實際聯繫的，則須就來自中國境內的所得（包括來自出售中國居民企業股份所得的收益）繳納10%的企業所得稅。對非中國居民企業應繳納的前述所得稅，實行源泉扣繳，以支付人為扣繳義務人，稅款由扣繳義務人在每次支付或者到期應支付時，從支付或者到期應支付的款項中扣繳。該等稅項可根據適用稅務協定或安排予以減免。

### 滬港通稅收政策

根據財政部、國家稅務總局和中國證監會於2014年10月31日發佈並於2014年11月17日生效的《財政部、國家稅務總局、中國證券監督管理委員會關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》，對內地企業通過滬港通投資香港聯交所上市股票取得的轉讓差價所得，計入收入總額，依法計徵企業所得稅。對內地個人投資者通過滬港通投資香港聯交所上市H股取得的股息紅利，H股公司應向中國結算提出申請，由中國結算向H股公司提供內地個人投資者名冊，H股公司按照20%的稅率代扣代繳個人所得稅。根據於2023年8月21日頒佈並於同日實施的《關於延續實施滬港、深港股票市場交易互聯互通機制和內地與香港基金互認有關個人所得稅政策的公告》，2019年12月5日至2027年12月31日，對內地個人投資者通過滬港通投資香港聯交所上市股票取得的轉讓差價所得，免徵個人所得稅。根據《財政部、國家稅務總局、中國證券監督管理委員會關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》，對內地企業通過滬港通投資香港聯交所上市股票取得的股息紅利所得，計入其收入總額，依法計徵企業所得稅。其中，對內地居民企業連續持有H股滿12個月取得的股息紅利所得，依法免徵企業所得稅。H股公司對內地企業投資者不代扣股息紅利所得稅款，應納稅款由企業自行申報繳納。

### 深港股票市場交易互聯互通機制稅收政策

根據財政部、國家稅務總局、中國證監會於2016年11月5日發佈並於2016年12月5日生效的《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》，內地企業通過深港通投資香港聯交所上市的股票投資取得的轉讓差價收入，應計入收入總額，並依法繳納企業所得稅。對於內地個人投資者通過深港通投資香港聯交所上市的H股取得的股息、紅利，H股公司應向中國結算提出申請，由中國結算向H股公司提供內地個人投資者名冊，而H股公司代表投資者應按20%的稅率代扣個人所得稅。

根據於2023年8月21日頒佈，並於同日實施的《關於延續實施滬港、深港股票市場交易互聯互通機制和內地與香港基金互認有關個人所得稅政策的公告》，內地個人投資者通過滬港通投資香港聯交所上市股份取得的轉讓差價收入，免徵個人所得稅至2027年12月31日。

根據《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》、內地企業投資者通過深港通投資香港聯交所上市股份取得的的股息，計入其收入總額，並須依法繳納企業所得稅。尤其是，內地居民企業連續12個月持有H股取得的股息、紅利收入，應依法免徵企業所得稅。對於內地企業取得的股息、紅利收入，H股公司不得代扣代繳所得稅。應繳稅款由企業自行申報繳納。

### 印花稅

根據於2021年6月10日頒佈並於2022年7月1日生效的《中華人民共和國印花稅法》、非中國內地投資者在中國內地以外處置H股不受《中華人民共和國印花稅法》的規定所限。

### 遺產稅

根據中國法律，目前中國內地不徵收遺產稅。

## 本公司於中國的主要稅項

### 企業所得稅

根據《中華人民共和國企業所得稅法》，中華人民共和國境內的企業和其他取得收入的組織（以下統稱「企業」）為企業所得稅的納稅人，應依照企業所得稅法的規定繳納企業所得稅。企業所得稅稅率為25%。企業分為居民企業和非居民企業。非居民企業在中國境內未設立機構、營業場所，或者在中國境內設立機構或營業場所但所得與該機構、營業場所無實際聯繫的，應就其在中國境內的所得繳納企業所得稅，並由支付方作為扣繳義務人的，在源頭扣繳。扣繳義務人應在每次支付或到期支付時從支付或到期支付中扣繳稅款。同時，該等投資者因轉讓股份而實現的任何收益須繳納企業所得稅，如該等收益被視為在中國境內轉讓財產所得，則應在源頭扣繳。

### 增值稅

根據國務院於2017年11月19日修訂並生效的《中華人民共和國增值稅暫行條例》及財政部於2011年10月28日修訂並於2011年11月1日生效的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，所有在中國從事銷售貨物、提供加工、修理修配服務以及進口貨物的實體和個人均須繳納增值稅。對於銷售或進口貨物的納稅人，除上述法規另有規定外，一般稅率為17%。

根據財政部、國家稅務總局於2018年4月4日頒佈，並於2018年5月1日生效的《財政部、國家稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》（財稅[2018]32號），進行增值稅應課稅銷售活動或進口貨物的納稅人適用的17%及11%增值稅稅率分別調整為16%及10%。

根據財政部、國家稅務總局、海關總署於2019年3月20日頒佈並於2019年4月1日生效的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》（財政部、稅務總局及海關總署公告2019年第39號），進行增值稅應課稅銷售活動或進口貨物的納稅人適用的16%及10%增值稅稅率分別調整為13%及9%。

於2024年12月25日，全國人大常委會頒佈《中華人民共和國增值稅法》，該稅法將於2026年1月1日生效，並取代《中華人民共和國增值稅暫行條例》。

## 中國的外匯管理

中國的法定貨幣為人民幣。國家外匯管理局獲中國人民銀行授權，負責管理所有與外匯有關的事宜，包括執行外匯法規。

根據國務院於2008年8月5日修訂並於該日生效的《中華人民共和國外匯管理條例》，所有國際支付和轉移劃分為經常項目及資本項目。國家對經常性國際支付和轉移不予限制。中國企業經常項目外匯收入，可以按照國家有關規定保留或者賣給經營結匯、售匯業務的金融機構。資本項目外匯收入保留或者賣給經營結匯、售匯業務的金融機構，應當經外匯管理機關批准，但國家規定無需批准的除外。根據中國人民銀行於1996年6月20日發佈並於1996年7月1日生效的《結匯、售匯及付匯管理規定》，取消經常項目外匯可兌換的其餘限制，但保留資本項目外匯交易的現有限制。根據中國相關法律法規，中國企業（包括外商投資企業）經常項目交易需要外匯的，可憑有效收據和交易憑證，在指定外匯銀行從外匯賬戶中支付，無需國家外匯管理局批准。需要用外匯向股東分配利潤的外商投資企業和按照規定需要用外匯支付固定股息的中資企業，應當從其外匯賬戶中支付或者由董事會通過分派利潤的決議案於指定外匯銀行支付。

根據國務院於2014年10月23日發佈並於該日生效的《國務院關於取消和調整一批行政審批項目等事項的決定》，取消國家外匯管理局及其分支局對境外上市境外募集資金調回結匯事項的行政審批。

根據國家外匯管理局於2014年12月26日發佈並於該日生效的《國家外匯管理局關於境外上市外匯管理有關問題的通知》，境外上市境內股份公司（以下簡稱「境內公司」）外匯管理的有關規定如下：

- (i) 國家外匯管理局及其分支機構、外匯管理部門或外匯局對境內公司境外上市的工商登記、賬戶開立和使用、跨境收支、資金往來等進行監督、管理和檢查。
- (ii) 境內公司應在境外上市發行結束之日起15個工作日內，到註冊所在地外匯局辦理境外上市相關材料登記手續。
- (iii) 境內公司境外上市後，境內股東按照有關規定擬增持或減持境外上市公司股份的，應當在擬增持或減持股份前20個工作日內，持有關材料向境內股東所在地外匯局辦理境外股權登記。
- (iv) 境內公司（銀行業金融機構除外）憑藉境外上市業務登記證，在境內銀行開立「境內公司境外上市外匯專用賬戶」，辦理首次發行（或增發）、回購業務，辦理相關業務資金匯出。

根據於2015年2月13日發佈並於2015年6月1日生效的《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》，國家外匯管理局取消境內直接投資外匯登記確認函和境外直接投資外匯登記確認函，而由銀行直接審查及辦理境內直接投資外匯登記和境外直接投資外匯登記。國家外匯管理局及其分支機構對通過銀行進行直接投資的外匯登記進行間接管理。

根據國家外匯管理局於2016年6月9日發佈並實施的《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》，已明確實施意願結匯相關政策（包括境外上市募集資金調回）的資本項目外匯收入，可根據境內機構實際業務需要在銀行進行結匯。境內機構資本項目外匯收入結匯比例暫定為100%，國家外匯管理局可根據國際收支形勢適時對上述比例進行調整。

本附錄概述與本公司營運及業務有關的中國法律法規的若干方面。與中國稅務有關的法律法規於本文件「附錄四－稅項及外匯」中單獨討論。本附錄也載有中國《公司法》法律及監管條文概要。本概要的主要目的是為潛在投資者提供適用於本公司的主要法律及監管條文的概覽。本概要不包括所有對潛在投資者重要的資料。有關與本公司業務相關的法律法規的討論，請參閱本文件「監管概覽」。

## 中國法律體系

中國法律體系由以《中華人民共和國憲法》(以下簡稱「《憲法》」)為基礎，由成文法律、行政法規、地方性法規、單行條例、國務院各部門規章、地方政府規章、自治條例、自治區單行條例、特別行政區法律及中國政府為簽署方的國際條約和其他規範性文件組成。法院判決不構成具有法律約束力的先例，但是具有司法參照及指導作用。

根據《憲法》和全國人民代表大會(「全國人大」)於2023年3月13日修正並於2023年3月15日生效的《中華人民共和國立法法》(以下簡稱「《立法法》」)，全國人大及全國人大常務委員會(「全國人大常務委員會」)獲賦權行使國家立法權。全國人大有權制定及修改有關刑事及民事事務、國家機構及其他事務的基本法律。全國人大常務委員會制定及修改應由全國人大制定的法律以外的法律，以及在全國人大閉會期間對全國人大制定的法律進行部分補充及修改，但有關補充及修改不得與有關法律的基本原則相抵觸。

國務院為國家最高行政機關，有權根據《憲法》和法律制定行政法規。省、自治區、直轄市的人民代表大會及其常務委員會根據本行政區域的具體情況和實際需要，在不與《憲法》、法律、行政法規相抵觸的前提下，可以制定地方性法規。設區的市

的人民代表大會及其常務委員會根據本市的具體情況和實際需要，在不與《憲法》、法律、行政法規和本省、自治區的地方性法規相抵觸的前提下，可以對城鄉建設與管理、生態文明建設、歷史文化保護、基層治理等方面的事項制定地方性法規，法律對設區的市制定地方性法規的事項另有規定的，從其規定。設區的市的地方性法規須經批准後施行。

省、自治區的人民代表大會常務委員會對報請批准的地方性法規，應當對其合法性進行審查，與《憲法》、法律、行政法規和本省、自治區的地方性法規不抵觸的，應當在四個月內予以批准。民族自治地方的人民代表大會依當地民族的政治、經濟和文化的特點，制定自治條例和單行條例。國務院各部、委員會、中國人民銀行、審計署和具有行政管理職能的直屬機構，可以根據法律和國務院的行政法規、決定、命令，在本部門的權限範圍內，制定規章。

《憲法》具有最高的法律效力，一切法律、行政法規、地方性法規、自治條例和單行條例、規章都不得同《憲法》相抵觸。法律的效力高於行政法規、地方性法規、規章。行政法規的效力高於地方性法規、規章。省、自治區的人民政府制定的規章的效力高於本行政區域內的設區的市的人民政府制定的規章。

全國人大有權改變或者撤銷全國人大常務委員會制定的不適當的法律，有權撤銷全國人大常務委員會批准的違背《憲法》和《立法法》規定的自治條例和單行條例；全國人大常務委員會有權撤銷與《憲法》和法律相抵觸的行政法規，有權撤銷同《憲法》、法律和行政法規相抵觸的地方性法規，有權撤銷省、自治區、直轄市的人民代表大會常務委員會批准的違背《憲法》和《立法法》規定的自治條例和單行條例；國務院有權改變或者撤銷不適當的部門規章和地方政府規章；省、自治區、直轄市的人民代表大會常務委員會有權改變或者撤銷其常務委員會制定的和批准的不適當的地方性法規；地方人民代表大會常務委員會有權撤銷本級人民政府制定的不適當的規章；省、自治區的人民政府有權改變或者撤銷下一級人民政府制定的不適當的規章。

根據《憲法》及《立法法》，法律的解釋權歸全國人大常務委員會。根據全國人大常務委員會於1981年6月10日通過並生效的《全國人民代表大會常務委員會關於加強法律解釋工作的決議》，凡屬於法院審判工作中具體應用法律、法令的問題，由最高人民法院進行解釋。凡屬於檢察院檢察工作中具體應用法律、法令的問題，由最高人民檢察院進行解釋。不屬於審判和檢察工作中的其他法律、法令如何具體應用的問題，由國務院及主管部門進行解釋。

凡屬於地方性法規條文本本身需要進一步明確界限或作補充規定的，由制定法規的省、自治區、直轄市人民代表大會常務委員會進行解釋或作出規定。凡屬於地方性法規如何具體應用的問題，由省、自治區、直轄市人民政府主管部門進行解釋。

## 中國的司法體系

根據《憲法》以及全國人大常務委員會於2018年10月26日修訂並於2019年1月1日生效的《中華人民共和國人民法院組織法》，中國人民法院由最高人民法院、地方各級人民法院、專門人民法院組成。地方各級人民法院分為三級，即基層人民法院、中級人民法院及高級人民法院。基層人民法院根據地區、人口和案件情況，設立若干人民法庭。最高人民法院是中國的最高審判機關，其監督地方各級人民法院和專門人民法院的審判工作，上級人民法院監督下級人民法院的審判工作。

根據《憲法》以及全國人大常委會於2018年10月26日修訂並於2019年1月1日生效的《中華人民共和國人民檢察院組織法》，人民檢察院是國家的法律監督機關。最高人民檢察院是最高檢察機關，其領導地方各級人民檢察院和專門人民檢察院的工作，上級人民檢察院領導下級人民檢察院的工作。

人民法院採用兩審終審制度，而人民法院的二審判決或裁定乃終審判決或裁定。當事人可就地方人民法院一審判決或裁定提出上訴，人民檢察院可根據法律規定程序向上一級人民法院提出抗訴。若在規定時間內，當事人並未提出上訴而人民檢察院也未提出抗訴的，則該人民法院的判決或裁定為終審判決或裁定。中級人民法院、高級

人民法院和最高人民法院作出的二審判決或裁定為終審判決或裁定。最高人民法院的一審判決或裁定也是終審判決或裁定。然而，若最高人民法院或上一級人民法院發現任何下級人民法院已生效的終審判決或裁定確有錯誤的，或各級人民法院院長發現其法院作出的已生效的終審判決確有錯誤的，可根據司法監督程序重審該案件。

全國人大常務委員會於2023年9月1日修正並於2024年1月1日生效的《中華人民共和國民事訴訟法》(以下簡稱「《中國民事訴訟法》」)規定了民事訴訟的提起、人民法院司法管轄權、進行民事訴訟需要遵守的程序及民事判決或裁定執行程序的條件。在中國境內進行民事訴訟的各方須遵守《中國民事訴訟法》的相關規定。民事案件一般在被告住所所在地的法院審理，合約各方也可以明文協議選擇民事訴訟的管轄法院，但是須為在原告或被告的住所所在地、合約履行地或合約簽署地或訴訟目標所在地等與爭議有直接聯繫的地點的法院。然而，上述選擇在任何情況下均不得違反級別管轄和專屬管轄的規定。

外國人、無國籍人、外國企業和組織在人民法院起訴、應訴，同中國公民、法人和其他組織有同等的訴訟權利義務。若某外國法院限制中國公民和企業的訴訟權利，則中國的法院可對該外國的公民和企業實行對等的限制。外國人、無國籍人、外國企業和組織在人民法院起訴、應訴，需要委託律師代理訴訟的，必須委託中國的律師。根據中國締結或者參加的國際條約，或者按照互惠原則，人民法院和外國法院可以相互請求，代為送達文書、調查取證以及進行其他訴訟行為。外國法院請求協助的事項有損於中國的主權、安全或者社會公共利益的，人民法院不予執行。

所有當事方必須履行發生法律效力的民事判決及裁定。如民事訴訟任何一方當事人拒絕在中國遵守人民法院作出的判決或裁定或仲裁庭作出的裁決，則對方當事人可以在兩年內向人民法院申請執行。申請執行時效的中止、中斷應符合適用法律有關訴訟時效中止、中斷的規定。

人民法院作出的發生法律效力的判決或裁定，如被執行人或者其財產不在中國領域內，當事人請求執行的，可以由當事人直接向有管轄權的外國法院申請承認和執行。中國與相關外國已締結或同意加入關於承認和執行判決和裁定的國際條約，或有關判決或裁定符合法院根據互惠原則進行的審查結果，則外國判決或裁定也可以由人民法院根據中國執行程序予以認可和執行，除非人民法院認為認可或執行該判決或裁決會引致違反中國的基本法律原則、有損中國主權或國家安全，或者不符合社會及公眾利益，以及其他例外情況。

### 《中華人民共和國公司法》、《試行辦法》和《公司章程指引》

在中國成立的股份有限公司尋求在香港聯合交易所有限公司[編纂]，主要受以下中國法律法規的約束。

《中華人民共和國公司法》（《公司法》）於1993年12月29日由第八屆全國人大常務委員會第五次會議通過，於1994年7月1日生效，並分別於1999年12月25日、2004年8月28日、2005年10月27日、2013年12月28日、2018年10月26日和2023年12月29日修訂。最新修訂的《公司法》於2024年7月1日生效。

中國證券監督管理委員會（「中國證監會」）於2023年2月17日頒佈及於2023年3月31日生效的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》及中國證監會於2023年2月17日頒佈及生效的五項解釋性指引，適用於境內公司直接和間接的境外股份認購和上市。

根據《試行辦法》及其解釋性指引，境內公司直接在境外發行上市的，應當按照《上市公司章程指引》（《公司章程指引》）制定公司章程，以取代自2023年3月31日起不再適用的《到境外上市公司章程必備條款》。《公司章程指引》由中國證監會於1997年12月16日頒佈，於2025年3月28日最新修訂。

下文載列適用於本公司的《公司法》、《試行辦法》和《公司章程指引》的主要條款的概要。

## 總則

「股份有限公司」為依照《公司法》設立的公司法人，其註冊資本分為等額面值的股份。股東以其所持股份為限承擔責任，公司以其全部財產對公司的債務承擔責任。

公司從事經營活動必須遵守法律及社會公德和商業道德。公司可向其他承擔有限責任的公司進行投資。公司對該等投資公司承擔的責任以其所投入的金額為限。除法律另有規定外，公司不得成為對所投資公司的債務承擔連帶責任的出資人。

## 註冊成立

股份有限公司可以通過發起或募集的方式註冊成立。股份有限公司可由至少一名但不超過200名發起人註冊成立，其中至少一半發起人必須在中國境內有住所。

發起人應在股本繳足後30天內召開公司成立大會，並應在會議召開15天前將會議日期通知所有認購人或就此發佈公告。只有在發起人和持有股份總數50%以上的認購人出席的情況下，才能召開成立大會。成立大會行使的權力包括但不限於通過公司章程、選舉公司董事會和監事會成員。上述事項須經出席大會的認購人所投票數的50%以上通過。

在成立大會結束後30天內，董事會應向登記機關申請股份有限公司的註冊成立登記。在相關登記機關頒發營業執照後，公司正式成立並具有法人地位。

## 註冊股份

根據《公司法》，股東可以用現金出資，也可以用實物或知識產權、土地使用權、股權或債權等可以用貨幣估價並可以依法轉讓的非貨幣財產作價出資。

《試行辦法》規定，境內企業在境外上市，可以用外幣或者人民幣募集資金和分配股息。

根據《試行辦法》，境內企業直接境外發行上市的，持有其境內非上市股份的股東申請將其持有的境內非上市股份轉換為境外上市股份並到境外交易場所上市流通，應當符合中國證監會有關規定，並委託境內企業向中國證監會備案。前款所稱境內非上市股份，是指境內企業已發行但未在境內交易場所上市或者掛牌交易的股份。境內非上市股份應當在境內證券登記結算機構集中登記存管。境外上市股份的登記結算安排等適用境外上市地的規定。

根據《公司法》，股份有限公司須備存股東名冊，詳細列明以下資料：(i)各股東的姓名或者名稱及住所；(ii)各股東認購的股份類別及數量；(iii)股份序號（倘以紙質形式發行）；及(iv)各股東獲得股份的日期。

### 配發和發行股份

股份有限公司的所有股份發行均應遵循平等和公平的原則。同一類別的股份必須享有同等權利。同時發行的同類股份必須以相同的條件和價格發行。股份有限公司可按面值或溢價發行股份，但不得低於面值發行股份。

境內企業在境外發行上市，應當按照《試行辦法》的規定向中國證監會備案，提交備案報告、法律意見書等相關材料，真實、準確、完整地說明股東信息等情況。境內企業直接發行並在境外上市的，發行人應當向中國證監會備案。境內企業在境外間接上市的，發行人應當指定境內主要經營實體作為境內責任人，並向中國證監會備案。

### 增加股本

根據《公司法》規定，股份有限公司發行新股，應當由股東會決議新股的種類和股數、新股的發行價格、新股發行的起止日期以及擬向原有股東發行的新股的種類和股數（如有）。如果發行無面額股的，新股發行募集資金應計入註冊資本。此外，公司擬公開發售的，應當經國務院證券監督管理機構辦理註冊，公告文件。

## 減少股本

公司可根據《公司法》規定的以下程序減少註冊資本：

- (i) 編製資產負債表和財產清單；
- (ii) 公司在股東會上作出減少註冊資本的決議；
- (iii) 公司應在減少註冊資本決議獲得批准後10天內通知債權人，並在30天內在報紙或國家企業信用信息公示系統上發佈公告；
- (iv) 債權人有權在收到通知後30天內要求公司償還債務或提供相應擔保，如債權人未收到通知，則有權在公告後45天內要求公司償還債務或提供相應擔保；
- (v) 公司減少註冊資本時，應依法向公司登記機關辦理變更登記。

公司減少註冊資本，應當按照股東出資或者持有股份的比例相應減少出資額或者股份，法律另有規定、有限責任公司全體股東另有約定或者股份有限公司的公司章程另有規定的除外。

## 股份回購

根據《公司法》，公司不得購買自身的股份。以下情況除外：

- (i) 減少註冊資本；
- (ii) 與持有公司股份的其他公司合併；
- (iii) 將股份用於員工持股計劃或股權激勵；
- (iv) 對股東會通過的公司合併、分立決議投反對票的股東，有權要求公司收購其持有的股份；
- (v) 將股份用於轉換上市公司發行的可轉換公司債券；

(vi) 為維護上市公司的企業價值和股東權益所必需。

因上述(i)至(ii)項原因購買公司股份，須經股東會決議通過；因上述(iii)、(v)和(vi)項原因購買公司股份，須根據公司章程的規定，經三分之二以上董事出席的董事會會議決議通過或股東會授權。

公司依照上述規定購回公司股份後，該等股份屬於上述第(i)項情形的，應當自購回之日起10日內註銷；屬於上述第(ii)項和第(iv)項情形的，應當在六個月內轉讓或者註銷；屬於上述第(iii)項、第(v)項和第(vi)項情形的，公司持有本公司股份的總數不得超過公司已發行股份總數的10%，並應當在3年內轉讓或者註銷。

### 股份轉讓

股東持有的股份可以依法轉讓。根據《公司法》，股東轉讓其股份，應當在依法設立的證券交易場所進行或者按照國務院規定的其他方式進行。記名股票，由股東以背書方式或者法律、行政法規規定的其他方式轉讓。轉讓後由公司將受讓人的姓名或者名稱及住所記載於股東名冊。股東會召開前二十日內或者公司分配股息的基準日前五日內，不得進行前款規定的股東名冊的變更登記。倘任何法律、行政法規或國務院證券監督管理機構對上市公司股東名冊變更登記另有規定的，則從其規定。

根據《公司法》，公司公開發行股份前已發行的股份，自公司股票在證券交易所上市交易之日起一年內不得轉讓。公司董事、監事及高級管理層應當向公司申報其持有的股份及其變動情況。在其任職時確定的任期內，每年轉讓的股份不得超過其所持有公司股份總數的25%。董事、監事及高級管理層所持公司股份自公司股票在證券交易所上市交易之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後六個月內，不得轉讓其所持有的公司股份。

股份在法律、行政法規規定的限制性轉讓期限內質押的，承押人在該期限內不得行使質押權。

## 股東

根據公司法和公司章程指引，公司普通股股東的權利包括：

- (i) 按持股比例獲得股息和其他形式的分配；
- (ii) 出席或委託代理人出席股東會並行使表決權；
- (iii) 監督和管理公司的業務運營，提出建議或進行質詢；
- (iv) 依照法律、行政法規和公司章程的規定轉讓股份；
- (v) 查閱公司的公司章程、股東名冊、公司債券存根、股東會會議記錄、董事會會議決議、監事會會議決議、財務會計報告，並對公司經營情況提出建議或質詢；
- (vi) 在公司停業或清算時，按持股比例參與公司剩餘財產的分配；
- (vii) 法律、行政法規和公司章程賦予的其他權利。

公司普通股股東的義務包括：

- (i) 遵守公司章程；
- (ii) 按照認購的股份數量和認購方式支付認購款；
- (iii) 不得濫用股東權利損害公司或其他股東的利益；不得濫用公司的獨立法人地位和股東的有限責任損害公司債權人的利益；
- (iv) 法律、行政法規和公司章程規定的其他義務。

## 股東會

根據《公司法》，股份有限公司股東會由全體股東組成。股東會是公司的權力機構，行使以下職權：

- (i) 選舉和更換董事、監事，決定有關董事、監事的報酬事項；
- (ii) 審議批准董事會的報告；
- (iii) 審議批准監事會的報告；
- (iv) 審議批准公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (v) 對公司增加或者減少註冊資本作出決議；
- (vi) 對發行公司債券作出決議；
- (vii) 對公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式作出決議；
- (viii) 修改公司章程；
- (ix) 公司章程規定的其他職權。

根據《公司法》，股東週年大會應當每年召開一次年度會議。有下列情形之一的，應當在兩個月內召開臨時股東會：

- (i) 董事人數不足《公司法》規定人數或者公司章程所定人數的三分之二時；
- (ii) 公司未彌補的虧損達實收股本總額三分之一時；
- (iii) 單獨或者合計持有公司10%以上股份的股東請求時；
- (iv) 董事會認為必要時；
- (v) 監事會提議召開時；
- (vi) 公司章程規定的其他情形。

## 附錄五

## 主要法律及監管規定概要

股東會會議由董事會召集，董事長主持；董事長不能履行職務或者不履行職務的，由副董事長主持；副董事長不能履行職務或者不履行職務的，由半數以上董事共同推舉一名董事主持。

董事會不能履行或者不履行召集股東會會議職責的，監事會應當及時召集和主持；監事會不召集和主持的，連續九十日以上單獨或者合計持有公司百分之十以上股份的股東可以自行召集和主持。

如單獨或者合計持有公司百分之十以上股份的股東請求召開臨時股東會的，董事會、監事會應當在收到請求之日起十日內作出是否召開臨時股東會的決定，並書面答覆股東。

召開股東會，應當將會議召開的時間、地點和審議的事項於會議召開二十日前通知各股東；臨時股東會應當於會議召開十五日前通知各股東。發行無記名股票的，應當於會議召開三十日前公告會議召開的時間、地點和審議事項。

單獨或者合計持有公司百分之一以上股份的股東，可以在股東會召開十日前提出臨時提案並書面提交召集人。召集人應在收到議案後兩日內發佈股東會補充通知，並公佈臨時議案的內容。

根據《公司法》，股東委託代理人出席股東會的，應當明確代理人代理的事項、權限和期限；代理人應當向公司提交股東授權委託書，並在授權範圍內行使表決權。《公司法》對於股東會的法定股東人數並無明確規定。

根據《公司法》，股東出席股東會，所持每一股份有一表決權，類別股股東除外。公司持有的本公司股份沒有表決權。

股東會選舉董事及監事可根據公司章程的規定或股東會決議實行累積投票制。根

據累積投票制，股東會選舉董事或監事時，每股股份擁有與應選董事或監事人數相同的表決權，股東投票時可集中使用表決權。

根據《公司法》及《章程指引》，股東會決議須經出席會議的股東所持表決權的過半數通過。

有關公司合併、分立或解散、增加或減少註冊股本、變更公司形式或修改公司章程的事項，須經出席會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。

## 董事

根據《公司法》的規定，股份有限公司設董事會，其成員為三人以上。董事任期由公司章程規定，但每屆任期不得超過三年。董事任期屆滿，連選可以連任。

董事會每年度至少召開兩次會議，每次會議應當於會議召開10日前通知全體董事和監事。董事會行使以下職權：

- (i) 召集股東會會議，並向股東會報告工作；
- (ii) 執行股東會的決議；
- (iii) 決定公司的經營計劃和投資方案；
- (iv) 制訂公司的年度利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (v) 制訂公司增加或者減少註冊資本以及發行公司債券的方案；
- (vi) 制訂公司合併、分立、解散或者變更公司形式的方案；
- (vii) 決定公司內部管理機構的設置；
- (viii) 決定聘任或者解聘公司經理及其報酬事項；
- (ix) 根據經理的提名決定聘任或者解聘公司副經理、財務負責人及其報酬事項；

- (x) 制定公司的基本管理制度；
- (xi) 公司章程規定或股東會授予的其他職權。

董事會會議應當有過半數的董事出席方可舉行。董事不能出席董事會會議，可以委託其他董事代為出席，委託書應當載明授權範圍。董事會的決議違反法律、行政法規或者公司章程，給公司造成嚴重損失的，參與決議的董事對公司負賠償責任；經證明在表決時曾表明異議並記載於會議記錄的，該董事可以免除責任。

根據《公司法》的規定，有下列情形的不得擔任公司董事：

- (i) 無民事行為能力或者限制民事行為能力；
- (ii) 因貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會市場經濟秩序，被判處刑罰，或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾五年；若其被宣告緩刑的，自緩刑期屆滿之日起未滿兩年；
- (iii) 擔任破產清算的公司、企業的董事或者廠長、經理，對該公司、企業的破產負有個人責任的，自該公司、企業破產清算完結之日起未逾三年；
- (iv) 擔任因違法被吊銷營業執照、責令關閉的公司、企業的法定代表人，並負有個人責任的，自該公司、企業被吊銷營業執照或責令關閉之日起未逾三年；及
- (v) 因未清償金額較大的到期債務，被人民法院強制列為失信被執行人。

董事會應設董事長一名，由全體董事半數以上選舉產生。董事長行使下列職權（包括但不限於）：

- (i) 主持股東會及召開並主持董事會會議；
- (ii) 督促、檢查董事會決議的執行；
- (iii) 簽署公司發行的證券；
- (iv) 董事會授予的其他職權。

### 監事

根據《公司法》，股份有限公司設監事會，其成員不得少於三人。監事會應當包括股東代表和適當比例的公司職工代表，其中職工代表的比例不得低於三分之一，具體比例由公司章程規定。監事會中的職工代表由公司職工通過職工代表大會、職工大會或者其他形式民主選舉產生。公司董事或高級管理層不得兼任監事。

監事會行使以下職權：

- (i) 檢查公司財務；
- (ii) 對董事、高級管理人員執行公司職務的行為進行監督，對違反法律、行政法規、公司章程或者股東會決議的董事、高級管理人員提出罷免的建議；
- (iii) 當董事、高級管理人員的行為損害公司的利益時，要求董事、高級管理人員予以糾正；
- (iv) 提議召開臨時股東會會議，在董事會不履行《公司法》規定的召集和主持股東會會議職責時召集和主持股東會會議；
- (v) 向股東會會議提出提案；
- (vi) 依照《公司法》的規定，對董事、高級管理人員提起訴訟；
- (vii) 公司章程規定的其他職權。

於2024年12月27日，中國證監會發佈了關於新《公司法》配套制度規則實施相關過渡期安排，上市公司應當在2026年1月1日前，按照《公司法》、實施細則及中國證監會配套制度規則等規定，在公司章程中規定在董事會中設審計委員會，行使《公司法》規定的監事會的職權，不設監事會或者監事。上市公司調整公司內部監督機構設置前，監事會或者監事應當繼續遵守中國證監會原有制度規則中的規定。

### 經理及高級管理人員

根據《公司法》，公司設經理一名，由董事會聘任或者解聘。經理對董事會負責，並根據公司章程或董事會授權行使職權。經理作為無表決權的成員出席董事會會議。

根據《公司法》，高級管理人員是指公司的經理、副經理、財務負責人、董事會秘書和公司章程規定的其他人員。

### 董事、監事和高級管理人員的職責

《公司法》要求公司董事、監事、高級管理人員應當遵守相關法律、法規和公司章程，對公司負有忠實義務和勤勉義務。董事、監事、高級管理人員不得濫用職權職權收受賄賂或牟取不正當利益及不得挪用公司財產。

董事、監事、高級管理人員不得：

- (i) 侵佔公司財產、挪用公司資金；
- (ii) 將公司資金以其個人名義或者以其他個人名義開立賬戶存儲；
- (iii) 利用職權賄賂或者收受其他非法收入；
- (iv) 接受他人與公司交易的佣金歸為己有；
- (v) 擅自披露公司秘密；或
- (vi) 違反對公司忠實義務的其他行為。

## 附錄五

## 主要法律及監管規定概要

董事、監事、高級管理人員直接或者間接與公司訂立合約或者進行交易，應當就與訂立合約或者進行交易有關的事項向股東會報告，並按照公司章程的規定經股東會批准通過。

董事、監事、高級管理人員的近親屬，董事、監事、高級管理人員或者其任何近親屬直接或者間接控制的企業，或者任何與董事、監事、高級管理人員有任何其他關聯關係的關聯方，與公司訂立合約或者進行交易，適用前款規定。

董事、監事、高級管理人員，不得利用職務便利為自己或者他人謀取屬於公司的商業機會。但是，有下列情形之一的除外：

- (i) 向股東會報告，並按照公司章程的規定經股東會決議通過；或
- (ii) 根據法律、行政法規或者公司章程的規定，公司不能利用該商業機會。

董事、監事、高級管理人員未向董事會或者股東會報告，並按照公司章程的規定經董事會或者股東會決議通過，不得自營或者為他人經營與其任職公司同類的業務。

董事、監事、高級管理人員執行職務違反法律法規或者公司章程的規定，給公司造成損失的，應當向公司承擔賠償責任。

### 財務和會計

根據《公司法》的規定，公司應當依照法律、行政法規和國務院財政部門的規定建立本公司的財務、會計制度。公司應當在每一會計年度終了時編製財務會計報告，並依法經會計師事務所審計。財務會計報告應當依照法律、行政法規和國務院財政部門的規定製作。

股份有限公司的財務會計報告應當在召開股東會年會的20日前置備於本公司，供股東查閱。公開發行股票的股份有限公司必須公告其財務會計報告。

## 附錄五

## 主要法律及監管規定概要

公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的10%列入公司法定公積金。公司法定公積金累計額為公司註冊資本的50%以上的，可以不再提取。公司的法定公積金不足以彌補以前年度虧損的，在依照前款規定提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。公司從稅後利潤中提取法定公積金後，經股東會決議，還可以從稅後利潤中提取任意公積金。

股份有限公司按照股東持有的股份比例分配利潤，但股份有限公司章程規定不按持股比例分配利潤的除外。

股份有限公司以超過股票票面金額的發行價格發行股份所得的溢價款、發行無面額股所得股款未計入註冊資本的金額以及國務院財政部門規定列入資本公積金的其他收入，應當列為公司資本公積金。

公司的公積金用於彌補公司的虧損、擴大公司生產經營或者轉為增加公司資本。公司使用儲備公積金彌補虧損，應先使用任意公積金及法定公積金。如仍不能彌補虧損，可以按照有關規定使用資本公積金。法定公積金轉增註冊資本時，其餘額不得低於轉增前註冊資本的25%。

公司除法定的會計賬簿外，不得另立會計賬簿。

### 會計師事務所的聘用和解聘

根據《公司法》，公司聘用或解聘負責公司審計的會計師事務所，須由股東會、董事會或監事會依照公司章程的規定決定。股東會、董事會或監事會就解聘會計師事務所進行表決時，須允許會計師事務所陳述意見。公司須向聘用的會計師事務所提供真實及完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計資料，不得拒絕、隱匿及謊報數據。

《公司章程指引》規定，公司保證向聘請的會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告等會計資料，不得拒絕、隱瞞、虛報。會計師事務所的審計費用由股東會決定。

## 利潤分派

公司違反《公司法》規定向股東分配利潤的，股東應當將分配的利潤退還公司；給公司造成損失的，股東及負有責任的董事、監事、高級管理人員應當承擔賠償責任。

## 解散及清算

根據《公司法》的規定，公司因以下原因解散：

- (i) 公司章程規定的營業期限屆滿或者公司章程規定的其他解散事由出現；
- (ii) 股東會決議解散；
- (iii) 因公司合併或者分立需要解散；
- (iv) 依法被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷；
- (v) 公司經營管理發生嚴重困難，繼續存續會使股東利益受到重大損失，通過其他途徑不能解決的，持有公司全部股東表決權10%以上的股東，向人民法院請求解散公司並經判決支持的。

若公司出現前款規定之一的，應當在10日內通過國家企業信用信息公示系統予以公示。

公司依據上述第(i)解散的，可以通過修改公司章程或經股東會決議而存續，但需出席股東會會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。公司因上述第(i)項、第(ii)項、第(iv)項或第(v)項規定而解散的，董事為公司清算義務人，應當在解散事由出現之日起15日內組成清算組進行清算。清算組由董事組成，但是公司章程另有規定或者股東會決議另選他人的除外。清算義務人未及時履行清算義務，給公司或者債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。

逾期不成立清算組進行清算或者成立清算組後不清算的，利害關係人可以申請人民法院指定有關人員組成清算組進行清算。人民法院應當受理該申請，並及時組織清算組進行清算。

清算組在清算期間行使下列職權：

- (i) 清理公司財產，分別編製資產負債表和財產清單；
- (ii) 通知、公告債權人；
- (iii) 處理與清算有關的公司未了結的業務；
- (iv) 清繳所欠稅款以及清算過程中產生的稅款；
- (v) 清理債權、債務；
- (vi) 分配清償債務後的剩餘財產；
- (vii) 代表公司參與民事訴訟活動。

清算組應當自成立之日起十日內通知公司債權人，並於60日內在報紙上或者國家企業信用信息公示系統公告。債權人應當自接到通知之日起30日內，未接到通知的自公告之日起45日內，向清算組申報其債權。

公司財產在分別支付清算費用、職工的工資、社會保險費用和法定補償金，繳納所欠稅款，清償公司債務後的剩餘財產，股份有限公司按照股東持有的股份比例分配。

清算期間，公司存續，但不得開展與清算無關的經營活動。公司財產在未依照前款規定清償前，不得分配給股東。

清算組在清理公司財產、編製資產負債表和財產清單後，發現公司財產不足清償債務的，應當依法向人民法院申請破產清算。公司經人民法院受理破產申請後，清算組應當將清算事務移交給人民法院指定的破產管理人。

公司清算結束後，清算組應當製作清算報告，報股東會或者人民法院確認，並報送公司登記機關，申請註銷公司登記。

清算組成員履行清算職責，負有忠實義務和勤勉義務。清算組成員怠於履行清算職責，給公司造成損失的，應當承擔賠償責任；清算組成員因故意或者重大過失給債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。

公司被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷，滿三年未向公司登記機關申請註銷公司登記的，公司登記機關可以通過國家企業信用信息公示系統予以公告，公告期限不少於六十日。公告期限屆滿後，未有異議的，公司登記機關可以註銷公司登記。

### 境外上市

根據《試行辦法》，發行人境外首次公開發行或者上市的，應當在境外提交發行上市申請文件後3個工作日內向中國證監會備案。發行人境外發行上市後，在同一境外市場發行證券的，應當在發行完成後3個工作日內向中國證監會備案。發行人境外發行上市後，在其他境外市場發行上市的，應當按照本條第一段規定備案。此外，備案材料完備、符合規定的，中國證監會自收到備案材料之日起20個工作日內辦結備案，並通過網站公示備案信息。備案材料不完備或者不符合規定的，中國證監會在收到備案材料後5個工作日內告知發行人需要補充的材料。發行人應當在30個工作日內補充材料。

### 暫停及終止上市

《公司法》已刪除有關暫停及終止上市的條文。《中華人民共和國證券法（2019年修訂）》亦已刪除有關暫停上市的條文。上市證券屬於證券交易所規定的退市情形的，證券交易所應當按照業務規則終止其上市及買賣。

根據《試行辦法》，發行人主動終止上市或者強制終止上市的，應當自相關事項發生並公告之日起3個工作日內向中國證監會報告具體情況。

## 證券法律和法規

1992年10月，國務院設立證券委員會及中國證監會。證券委員會負責協調證券法規的草擬工作，制訂有關證券的政策，策劃證券市場的發展、指導、協調及監管中國國內所有證券機構的工作，並管理中國證監會。中國證監會是證券委員會轄下的監督管理機構，負責草擬證券市場的監管條文、監督證券公司、監管中國公司在中國內地或境外公開發售證券、管理證券買賣、編製與證券有關的統計數據，及進行研究分析。1998年3月29日，國務院合併上述兩個部門並改組中國證監會。

國務院於1995年12月25日發佈並生效的《國務院關於股份有限公司境內上市外資股的規定》主要規定境內上市之外資股的發行、認購、交易及支付股利以及具有境內上市外資股之股份有限公司之信息披露。

全國人大常務委員會於2019年12月28日修訂並於2020年3月1日生效的《中華人民共和國證券法》或《中國證券法》，對中國境內的證券發行、交易、上市公司收購、證券交易所、證券公司及國務院證券監督管理機構的職能及責任等事宜作了一系列規定，全面監管中國證券市場的活動。中國《證券法》規定，境內企業直接或間接到中國境外發行證券或將其證券在中國境外上市交易，必須遵循國務院有關規定。目前，發行和買賣境外發行的股份主要受國務院和中國證監會頒佈的規則和條例監管。

## 仲裁及仲裁裁決的執行

根據全國人大常務委員會於2017年9月1日修正並於2018年1月1日生效的《中華人民共和國仲裁法》或《仲裁法》，《仲裁法》適用於涉及外方的經濟糾紛，且各方已訂立書面協議，明確將糾紛事項呈交根據《仲裁法》組成的仲裁委員會仲裁。仲裁委員會可於中華人民共和國仲裁協會頒佈仲裁規則前，根據《仲裁法》及《中國民事訴訟法》的相關規定制定仲裁暫行規則。若雙方同意以仲裁方式解決糾紛，人民法院將拒絕當事人一方在該人民法院提起的法律訴訟。

根據《仲裁法》，仲裁實行一裁終局的制度，對仲裁當事人各方均有約束力。若其中一方不履行仲裁裁決，則裁決另外一方可依照《中國民事訴訟法》向人民法院申請強制執行該仲裁裁決。若仲裁程序違法（包括仲裁委員會的組成違反法定程序，或裁決事項不屬於仲裁協議的範圍或仲裁委員會無權仲裁），則法院可拒絕強制執行仲裁委員會作出的仲裁裁決。涉外仲裁委員會作出的發生法律效力的仲裁裁決，當事人請求執行的，如果被執行人或者其財產不在中國領域內，應當由當事人直接向有管轄權的外國法院申請承認和執行。同樣，人民法院可根據互惠原則或中國已簽訂或參與的任何國際公約，確認及執行由海外仲裁機關作出的仲裁裁決。

根據最高人民法院於2000年1月24日發佈並於2000年2月1日生效的《最高人民法院關於內地與香港特別行政區相互執行仲裁裁決的安排》以及最高人民法院於2020年11月26日發佈並於2020年11月27日生效的《最高人民法院關於內地與香港特別行政區相互執行仲裁裁決的補充安排》，中國仲裁機構作出的裁決可以在香港執行，香港仲裁裁決也可在中國執行。

本附錄載有公司章程之主要條文概要。本附錄主要目的在於為潛在投資者提供公司章程的概覽，故可能未有盡錄對潛在投資者而言重要的信息。誠如本文件題為「八.送呈公司註冊處處長及展示文件」的附錄所述，公司章程的中文全文可供查閱。

## 股份及註冊資本

本公司的股份採取股票的形式。本公司股份的發行，實行公平、公正的原則。同種類的每一股份應當具有同等權利。同次發行的同種類股份，每股的發行條件和價格應當相同。任何單位或者個人所認購的股份，每股應當支付相同價額。

## 股份增減、回購及轉讓

本公司根據經營和發展的需要，依照法律、行政法規的規定，經股東會決議，可以採用下列方式增加註冊資本：

- (1) 經相關主管部門批准向不特定對象發行股份；
- (2) 向特定對象發行股份；
- (3) 向現有股東派送紅股；
- (4) 資本公積金轉增股本；
- (5) 法律、行政法規、中國證監會、本公司股份[編纂]地證券監管機構及其他監管機構規定的其他方式。

任何註冊資本的增加，應在根據公司章程及本公司股份[編纂]的證券交易所規定獲得批准後，按照相關法律法規規定的程序辦理。

本公司可以減少註冊資本。任何削減註冊資本的行為，均須按照公司法、香港聯交所上市規則、其他相關法律、行政法規及監管文件，以及本公司股份[編纂]地證券交易所的規定和本公司章程所訂明的程序進行。

## 回購股份

本公司不得收購其自身股份，但如本公司遵守適用法律、法規、本公司股份[編纂]的證券交易所規定、香港聯交所上市規則及本公司章程的條文，則下列任何情況除外：

- (1) 減少本公司註冊資本；
- (2) 與持有本公司股份的其他公司合併；
- (3) 將股份用於員工持股計劃或股權激勵；
- (4) 股東因對股東會作出的公司合併、分立決議持異議，要求本公司收購其股份的；
- (5) 將股份用於轉換本公司發行的可轉換為股份的公司債券；
- (6) 為維護本公司價值及保障股東權益所必需；
- (7) 法律、行政法規、部門規章、監管文件、香港聯交所上市規則及本公司股份[編纂]地證券交易所規定許可的其他情況。

本公司可通過公開集中交易或法律、行政法規、監管文件、香港聯交所上市規則、本公司股份[編纂]地證券交易所的規定及中國證監會（如適用）認可的其他方式，收購其本身的股份。

本公司因第(1)項或第(2)項所述情形收購其自身股份的，應當經股東會決議。倘出現上述第(3)、(5)或(6)項情況時，本公司董事會的決議須經出席董事會會議的超過三分之二董事通過，並符合本公司股份[編纂]所在司法管轄區的證券監管規則。

本公司依照上述規定購回其自身股份後，屬於第(1)項情形的，應當自收購之日起10日內註銷；屬於第(2)項及第(4)項情形的，應當在6個月內轉讓或註銷；屬於第(3)

項、第(5)項及第(6)項情形的，本公司持有的股份總數不得超過本公司已發行股份總數的10%，且須在三年內轉讓或註銷。法律、法規、香港聯交所上市規則及本公司股份[編纂]地證券監管機構對股份購回相關事宜另有規定的，從其規定。

### 股份轉讓

本公司的股份可以依法轉讓。在香港[編纂]的轉讓，需到本公司委託的香港股票登記機構辦理登記。

本公司不接受自身股份作為質押權的標的。

本公司公開發行股份前已發行的股份，自本公司股份在證券交易所[編纂]交易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所持有的本公司股份數目及其任何變動。彼等在任職期間每年轉讓的股份數目不得超過其所持本公司股份總數的25%。該等人員自本公司股票上市之日起一年內不得轉讓其所持有的任何本公司股份。彼等在向本公司請辭後六個月內不得轉讓所持本公司股份。股份在法律、行政法規規定的限制轉讓期限內出質的，質權人不得在該限制轉讓期限內行使質權。

### 股東和股東會

本公司須設立股東名冊，股東名冊為股東持有本公司股份的最終憑證。股東按其持有股份的種類享有權利，承擔義務；持有同一種類股份的股東，享有同等權利，承擔同種義務。

本公司股東享有下列權利：

- (1) 依照其所持有的股份份額獲得股利和其他形式的利益分配；
- (2) 依法請求、召集、主持、出席或委派股東代理人出席股東會議，並行使相應的表決權；
- (3) 對本公司的經營進行監督，提出建議或者質詢；
- (4) 依照法律、行政法規、香港聯交所上市規則及本公司章程的規定轉讓、贈與或質押其所持有的股份；

- (5) 依照規定查閱、複製公司章程、股東名冊、股東會會議記錄、董事會會議決議和財務會計報告。符合規定之股東可以查閱公司的會計賬簿及憑證；
- (6) 本公司終止或清算時，按其所持有的股份份額參加本公司剩餘財產的分配；
- (7) 對股東會作出的公司合併、分立決議持異議的，要求本公司購回其股份；
- (8) 法律、行政法規、部門規章、香港聯交所上市規則、本公司股份[編纂]地其他監管規則或本公司章程規定的其他權利。

倘股東會決議或董事會決議違反法律或行政法規，則股東有權請求人民法院判定其無效。

股東會或董事會會議的召集程序或表決方式違反任何法律、行政法規或公司章程，或決議違反公司章程，股東有權自決議通過起60日內請求人民法院撤銷有關決議。但是，如果會議召集程序或表決方式的程序性缺陷僅屬輕微且對決議沒有實質影響，則本條規定不適用。

有下列情形之一的，本公司股東會、董事會的決議不成立：

- (1) 未召開股東會或董事會會議而通過決議；
- (2) 股東會或董事會會議未有就建議決議案進行表決；
- (3) 出席會議的人數或者所持表決權數未達到公司法或者本公司章程規定的人數或者所持表決權數；
- (4) 同意決議事項的人數或者所持表決權數未達到公司法或者本公司章程規定的批准門檻。

本公司股東承擔下列義務：

- (1) 遵守法律、行政法規和公司章程；
- (2) 依其所認購的股份數目和認購方式繳納股金；
- (3) 除法律、行政法規規定的情形外，不得退股；
- (4) 不得濫用股東權利損害本公司或者其他股東的利益，不得濫用本公司法人獨立地位和股東有限責任損害本公司債權人的利益；
- (5) 法律、行政法規、香港聯交所上市規則、本公司股份[編纂]地其他監管規則及公司章程規定的其他義務。

倘本公司股東濫用股東權利，導致本公司或其他股東受損，該股東須依法負賠償責任。倘本公司股東濫用本公司獨立法律實體地位及股東有限責任逃避債務，嚴重損害本公司債權人利益，該股東應對本公司所欠債務承擔連帶責任。

持有本公司百分之五以上有表決權股份的股東，將其持有的股份進行質押的，應當自該質押發生當日，向本公司提交書面報告。

本公司的控股股東及實際控制人應當遵守下列規定：

- (1) 依法行使股東權利，不濫用控制權或者利用關聯關係損害本公司或者其他股東的合法權益；
- (2) 嚴格履行所作出的公開聲明和各項承諾，不得擅自變更或者豁免；
- (3) 嚴格按照有關規定履行信息披露義務，積極配合披露工作，並及時告知本公司已發生或計劃發生的任何重大事件；
- (4) 不得以任何方式佔用本公司資金；

- (5) 不得強令、指使或者要求本公司或其人員違法違規提供擔保；
- (6) 不得利用本公司未公開重大信息謀取利益，不得以任何方式洩露與本公司有關的未公開重大信息，不得從事內幕交易、短線交易、操縱市場等違法行為；
- (7) 不得通過不公平的關連交易、利潤分配、資產重組、對外投資或任何其他方式損害本公司或其他股東的合法權益；
- (8) 保證本公司資產完整、人員獨立、財務獨立、機構獨立和業務獨立，不得以任何方式影響本公司的獨立性；
- (9) 法律、行政法規、中國證監會、本公司股份[編纂]地證券交易所及本公司章程規定的其他要求。

#### 股東會的一般規定

股東會是本公司的最高權力機構，依法行使下列職權：

- (1) 選舉和更換董事，並決定有關本公司董事的薪酬事項；
- (2) 審議批准董事會的報告；
- (3) 審議及批准本公司的利潤分派方案及彌補虧損方案；
- (4) 對本公司增加或減少註冊資本作出決議；
- (5) 對發行公司債券及上市方案作出決議；
- (6) 對本公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式等事項作出決議；
- (7) 修改公司章程；
- (8) 對本公司聘用、解聘或者不再續聘會計師事務所作出決議，並釐定其薪酬；

- (9) 審議批准本章程第四十七條規定的擔保事項；
- (10) 審議本公司購買、出售重大資產，涉及資產總額或者成交金額單次或在連續十二個月內累計計算超過本公司最近一期經審計總資產30%的事項；
- (11) 審議批准變更公開發行募集資金用途事項；
- (12) 審議股權激勵計劃和員工持股計劃；
- (13) 審議及批准根據法律法規、本公司股票[編纂]地監管規則及本章程規定須經股東會審議的收購本公司股份事宜；
- (14) 審議及批准根據法律法規、本公司股票[編纂]地監管規則及本公司章程規定須經股東會審議的關聯交易事項；
- (15) 審議法律、行政法規、部門規章、香港聯交所上市規則及本公司股票[編纂]地其他監管規則或本章程規定應由股東會決定的其他事項。

股東會可以授權董事會對發行公司債券作出決議。

下列對外擔保行為須提交股東會審議通過：

- (1) 本公司及其控股子公司的對外擔保總額，超過最近一期經審計淨資產的50%以後提供的任何擔保；
- (2) 本公司的對外擔保總額，達到或超過最近一期經審計總資產的30%以後提供的任何擔保；
- (3) 一年內擔保金額累計計算超過本公司最近一期經審計總資產30%的擔保；
- (4) 為資產負債率超過70%的擔保對象提供的擔保；

- (5) 單筆擔保額超過最近一期經審計淨資產10%的擔保；
- (6) 對股東、實際控制人或其關聯方提供的擔保；
- (7) 法律、行政法規、部門規章、本公司股份[編纂]地證券監管規則或其他規範性文件規定的應由股東會審議的其他擔保情形。

未達到上述限額的其他對外擔保事宜，須經董事會批准。

對於董事會權限範圍內的擔保事項，必須經全體董事過半數通過，並經出席董事會會議的三分之二以上董事同意。

股東會在審議為股東、實際控制人或其關聯方提供擔保的議案時，相關股東或受實際控制人控制的股東應當迴避表決該等事項。該項決議由出席會議的其他股東所持表決權的過半數通過。

股東會分為年度股東會會議和臨時股東會會議。年度股東會每年召開一次，並須於上一財政年度完結之後的六個月內舉行。

有下列情形之一的，本公司在事實發生之日起兩個月以內召開臨時股東會會議：

- (1) 董事人數不足法定最低人數或少於本章程所定人數的三分之二時；
- (2) 本公司未彌補虧損達實收股本總額的三分之一時；
- (3) 單獨或者合計持有本公司10%或以上股份的股東以書面形式要求召開會議；
- (4) 董事會認為必要時；
- (5) 審計委員會提議召開會議；
- (6) 法律、行政法規、部門規章、香港聯交所上市規則及本公司股份[編纂]地證券監管規定或公司章程所規定的其他情況。

股東會應於本公司住所、其經常營業地或會議通知中指定的任何其他地點舉行。

股東會將設置會場，以現場會議形式召開。本公司亦將提供遙距投票等方式以便利股東參與。股東通過上述方式參加股東會的，視為出席。

發出股東會通知後，無正當理由，股東會現場會議召開地點不得變更。確需變更的，召集人應當在現場會議召開日前至少2個工作日說明原因。

### 股東會召集情況

股東會會議由董事會依法召集。

獨立非執行董事有權向董事會提議召開臨時股東會，但須經全體獨立非執行董事大多數批准。董事會應當根據法律、行政法規、香港聯合交易所有限公司證券上市規則、本公司股票[編纂]地證券監管規則和本章程的規定，在收到該提案後十日內提出同意或不同意召開會議的書面反饋意見。董事會同意的，應當在作出相關董事會決議後五日內發出股東會通知。董事會不同意召開臨時股東會的，將說明理由並公告。

審計委員會有權向董事會提議召開臨時會議，並應以書面形式提出該提議。董事會應當根據法律、行政法規和本章程的規定，在收到提議後十日內提出同意召開會議的書面反饋意見。

董事會同意的，應在作出董事會決議後五日內發出會議通知，通知中對原提議的任何變更，必須經審計委員會批准。

如果董事會不同意或未能在十日內作出回應，則應視為未能或拒絕履行其召開會議的職責。在此情況下，審計委員會可自行召集並主持會議。

單獨或者合計持有本公司10%以上股份的股東有權向董事會請求召開臨時會議，並應當以書面形式提出該請求。董事會應當根據法律、行政法規、香港聯合交易所上市規則、本公司股份[編纂]地證券監管規則及本公司章程的規定，在十日內提出是否同意召開會議的書面答覆。

如果董事會同意，應在作出董事會決議後五日內發出會議通知，通知中對原請求的任何變更，必須經相關股東批准。

倘董事會不同意或未能在十日內作出回應，持有10%以上股份的股東可向審計委員會提交書面請求。

如審計委員會同意，應在收到請求五日內發出會議通知，通知中對原請求的任何變更，必須徵得相關股東的同意。

倘若審計委員會不同意召開臨時股東會，或在收到請求後10日內未作出反饋，則應視為審計委員會拒絕召集及主持股東會。連續90日以上單獨或者合計持有10%以上股份的股東可自行召集和主持會議。

如果審計委員會或股東決定自行召開股東會，則應書面通知董事會。如本公司股份[編纂]地證券監管規則另有規定，在不違反境內法律、行政法規或本章程的情況下，從其規定。

在股東會表決結果公告前，召集股東持股比例不得低於10%。

對於審計委員會或股東自行召集的股東會，董事會和董事會秘書應提供必要的配合。董事會應提供會議日期的股東名冊。

審計委員會或股東自行召集的股東會，會議所必需的費用由本公司承擔。

### 股東會的提案與通知

提案的內容應當屬於股東會職權範圍，有明確議題和具體決議事項，並且符合相關法律、行政法規、香港聯交所上市規則、本公司股票[編纂]地證券監管規則和公司章程。

本公司召開股東會，董事會、審計委員會以及單獨或者合併持有本公司1%以上股份的股東，有權向本公司提出提案。

在符合香港聯交所上市規則條文的前提下，單獨或合計持有本公司1%以上股份的股東，可在股東會舉行日期前不少於10天，向召集人書面提交臨時提案。召集人應當在收到提案後兩日內發出股東會補充通知，告知股東臨時提案的內容。

除前款規定或遵照香港聯交所上市規則的規定外，召集人在發出股東會通知後，不得修改通知中已列明的提案或增加新的提案。

股東會通知中未列明或不符合本章程規定的提案，股東會不得進行表決或通過。

召集人應於年度股東會召開前21天通知全體股東，而於股東特別大會召開前15天通知全體股東。

### 股東會受委代表

所有列於股東名冊的股東或其代表，均有權出席股東會，並根據適用法律、法規、香港聯交所上市規則及本公司章程發言及行使其投票權。

股東可以親身出席股東會，或委託受委代表代為出席及表決。除非個別股東受香港聯交所上市規則規定須就個別事宜放棄投票權，否則該股東的受委代表可依照該股東的授權行使下列權利：

- (1) 該股東在股東會上的發言權；
- (2) 自行或與他人共同要求以投票方式表決的權利；
- (3) 除非本公司股票[編纂]地有關法律、行政法規、證券監管規則或其他證券法律法規另有規定，否則有權以舉手或投票方式行使表決權。

個人股東親自出席會議的，應出示本人身份證或其他能夠表明其身份的有效證件或證明；委託代理他人出席會議的，受委代表應出示有效身份證件及股東授權委託書。

法人股東或其他機構股東應由其法定代表人(委託人)／執行事務合夥人或由該法定代表人(委託人)／執行事務合夥人委託的代理人出席會議。如法定代表人(委託人)／執行事務合夥人出席會議，應出示其本人身份證及證明其法定代表人(委託人)／執行事務合夥人身份的有效證明。如委託代理人出席會議，代理人應出示本人身份證、法人或機構股東單位的法定代表人(委託人)／執行事務合夥人依法出具的書面授權委託書(認可結算所或其代理人除外)。

任何有權出席股東會並有權表決的股東，有權委任一人或數人(毋須為股東)作為其代表作為出席和表決。股東出具的委託他人出席股東會的授權委託書應當載明下列內容：

- (1) 委託人姓名或者名稱、持有本公司股份的數量；
- (2) 受委代表的姓名；
- (3) 分別對列入股東會議程的每一項擬議決議案投「贊成」、「反對」或「棄權」票的指示；
- (4) 委託書籤發日期和有效期限；
- (5) 委託人簽名(或蓋章)。委託人為機構股東的，應加蓋機構單位印章。

委託書應當註明如股東不作具體指示，股東受委代表是否獲授權可自行酌情投票。

代表委任表格最遲須於代表獲授權在有關會議上投票的會議召開前至少24小時，或於指定投票時間前至少24小時，送交本公司註冊辦事處或會議通知內註明的其他地點。如受委代表獲授權代表股東簽署代理投票授權委託書，則該授權書或其他授權文件必須經過公證。經公證的授權書或者其他授權文件，連同代理投票授權委託書，應備置於本公司住所或者召集會議的通知中指定的其他地方。

倘股東為法人或非法人實體，其法定代表人或經該股東授權的人士應以其代表身份出席股東會。

## 股東會的表決和決議

股東會決議分為普通決議和特別決議。

普通決議案可由出席股東會的股東（包括受委代表）所持表決權的二分之一以上通過。

股東會作出特別決議，應當由出席股東會的股東（包括受委代表）所持表決權的三分之二以上通過。

下列事項由股東會的普通決議通過：

- (1) 董事會的工作報告；
- (2) 董事會擬定的利潤分配方案和虧損彌補方案；
- (3) 董事會成員的任免（包括在任何董事任期屆滿前將其免任，但此類免任並不影響該董事依據任何合約提出的損害賠償申索）及其報酬和支付方法；
- (4) 本公司年度報告；
- (5) 對聘用、解聘或不再續聘會計師事務所，或會計師事務所的薪酬作出決議；
- (6) 除法律、行政法規、香港聯交所上市規則及本公司股票[編纂]地證券監管規則或本章程規定應當以特別決議通過以外的其他事項。

下列事項須經股東會以特別決議案通過：

- (1) 本公司增加或者減少註冊資本；
- (2) 分立、分拆、合併、解散或清算；
- (3) 公司章程的修改；

- (4) 本公司在連續十二個月內購買或出售資產，涉及的資產總額或交易金額超過本公司最近一期經審計總資產的30%；
- (5) 股權激勵計劃；
- (6) 法律、行政法規、香港聯交所上市規則、本公司股份[編纂]地證券監管規定或本公司章程規定的其他事項，以及股東會以普通決議認定會對本公司產生重大影響並因此需要以特別決議通過的事項。

本公司股東所持股份均為普通股股份，沒有特別表決權股份。股東（包括受委代表）以其所代表的有表決權的股份數額行使表決權，每一股份享有一票表決權。在投票表決時，有兩票或兩票以上表決權的股東（包括受委代表）不必把所有表決權全部投贊成票、反對票或棄權。

股東會審議影響中小投資者利益的重大事項時，對中小投資者表決應當單獨計票。單獨計票結果應當及時公開披露。

本公司持有的股份沒有表決權，且不計入出席會議有表決權的股份總數。

股東買入本公司有表決權的股份違反證券法第六十三條第一款、第二款規定的（除非本公司股份[編纂]地上市規則及相關監管規則沒有任何強制性相反規定而不適用），該超過規定比例部分的股份在買入後的三十六個月內不得行使表決權，且不計入出席會議有表決權的股份總數。（[編纂]後適用）

本公司董事會、獨立非執行董事、持有1%或以上有表決權股份的股東，或根據法律、行政法規、本公司股份[編纂]地證券監管規定或中國證監會規定設立的投資者保護機構，可以徵集股東投票權。

股東會審議有關關聯方交易事項時，關聯股東不應當參與投票表決，其所代表的有表決權的股份數不計入有效表決總數。股東會決議的公告應當充分披露非關聯股東的表決情況。

## 董事和董事會

### 董事

公司董事為自然人，有下列情形之一的，不能擔任公司的董事：

- (1) 無民事行為能力或者限制民事行為能力的人士；
- (2) 因貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序，被判處刑罰，執行期滿未逾五年；或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾五年；或者被宣告緩刑，自緩刑考驗期滿之日起未逾二年；
- (3) 擔任因經營不善而破產清算的公司或企業的董事、廠長或總經理，並對該公司或企業的破產負有個人責任，自該公司或企業破產清算完結之日起未逾三年的人士；
- (4) 擔任因違法被吊銷營業執照或責令關閉的公司或企業的法定代表人，並負有個人責任，自該公司或企業被吊銷營業執照之日起未逾三年者；
- (5) 個人所負數額較大的債務到期未清償；
- (6) 被中國證監會採取市場禁入措施，期限尚未屆滿的；
- (7) 法律、行政法規、香港聯交所上市規則、公司股票[編纂]地證券監管規則或部門規章規定不得擔任董事的其他情形。

違反本條規定選舉、委派董事的，該選舉、委派或者聘任無效。董事在任職期間出現本條情形的，公司將解除其職務。

董事由股東會選舉或更換，並可在任期屆滿前由股東會解除其職務。

董事任期三年，任期屆滿可連選連任。獨立非執行董事每屆任期與本公司其他董事任期相同。

董事任期從就任之日起計算，至本屆董事會任期屆滿時為止。董事任期屆滿未及時改選，在改選出的董事就任前，原董事仍應當依照法律、行政法規、部門規章和本章程的規定，履行董事職務。

若於任期屆滿前增選或替換董事，其任期應為本屆董事會之剩餘任期，自股東會批准其獲選日期開始，至於本屆董事會任期屆滿時新選任董事獲批准日期結束。

董事可兼任總經理或其他高級管理人員。然而，兼任總經理或者其他高級管理人員職務的董事以及由職工代表擔任的董事，總計不得超過公司董事總數的二分之一。

### 董事會

公司設董事會。董事會應由七名董事組成。董事會成員由股東會依法選舉產生。董事分為執行董事、非執行董事及獨立非執行董事，其中獨立非執行董事不得少於三人，且佔董事會總人數至少三分之一。至少一名獨立非執行董事必須具備香港聯交所上市規則及其他監管規則所要求的適當專業資格，或具備會計或相關的財務管理專長。此外，公司至少有一名獨立非執行董事通常居於香港。

公司董事會可根據需要設立薪酬委員會、提名委員會、審計委員會等專門委員會，並向董事會負責。

董事會行使下列職權：

- (1) 召集股東會，並向股東會報告工作；
- (2) 執行股東會的決議；
- (3) 決定公司的經營計劃和投資方案；

- (4) 制訂利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (5) 制訂公司增加或者減少註冊資本、發行債券或其他證券及上市方案；
- (6) 在符合公司股份[編纂]地證券監管規則規定的前提下，擬訂公司重大收購、股份回購、合併、分立、解散或變更公司形式的方案；
- (7) 在公司股票[編纂]地證券監管規則的規定及股東會授權範圍內，決定對外投資、收購及處置資產、資產質押、提供對外擔保、委託理財、關聯交易及慈善捐贈等事項；
- (8) 決定本公司內部管理架構的設立；
- (9) 決定聘任或解聘經理、董事會秘書及其他高級管理人員，並決定其報酬、獎勵及懲罰；根據總經理的提名，決定聘任或者解聘公司的副總經理、首席財務官及其他高級管理人員，並決定其報酬和獎懲事項；
- (10) 制定公司的基本管理制度；
- (11) 建議修訂公司章程；
- (12) 管理公司資訊披露事務；
- (13) 向股東會提請聘任或更換為公司審計的會計師事務所；
- (14) 聽取總經理的工作匯報並監督其表現；
- (15) 法律、行政法規、部門規章、香港聯交所上市規則、公司股票[編纂]地證券監管規則或本章程規定，或股東會授予的其他職權。

任何超出股東會授權範圍的事項，均須提交股東會審議。

## 董事長

董事長行使下列職權：

- (1) 主持股東會和召集、主持董事會會議；
- (2) 督促、檢查董事會決議的執行；
- (3) 在公司股票[編纂]地證券監管規則另有規定的情況下，簽署董事會重要文件及其他應由公司董事長簽署的文件；
- (4) 董事會或法律、行政法規及公司股票[編纂]地證券監管規則授予的其他職權。

董事會每年至少召開四次會議，由董事長召集。於會議召開至少十四日前以書面通知全體董事。

## 董事會專門委員會

公司董事會設置審計委員會，行使《公司法》規定的監事會職權。

審計委員會須由三名成員組成，而該等成員必須為非執行董事。審計委員會應由至少三名成員組成，其中獨立非執行董事應佔多數。其中至少一名成員為具備公司股份[編纂]地證券監管規則所訂明的適當專業資格，或具備適當的會計或相關財務管理專長。委員會召集人（即主席）必須為獨立非執行董事。

本公司董事會設立提名委員會、薪酬委員會等其他專門委員會，依照法律法規、香港聯交所上市規則及本章程和董事會授權履行職責。該等專門委員會的提案應提交董事會審議及決定。專門委員會工作規程由董事會負責制定。薪酬委員會及提名委員會的成員須以獨立非執行董事佔大多數。薪酬委員會召集人（即主席）必須為獨立非執行董事，而提名委員會召集人（即主席）必須為董事會主席或獨立非執行董事。

### 總經理及其他高級管理人員

本公司設總經理一名、副總經理若干名及其他高級管理人員，由董事會聘任或解聘。

在本公司控股股東單位擔任除董事、監事以外其他行政職務的人員，不得擔任本公司的高級管理人員。

本公司高級管理人員僅在本公司領薪，不由控股股東代發薪水。

總經理任期為三年。總經理任期屆滿，經董事會聘任可以連任。總經理的任期從董事會決議通過之日起計算，至本屆董事會任期屆滿時為止。

總經理對董事會負責，行使下列職權：

- (1) 主持本公司的生產經營管理工作，組織實施董事會決議，並向董事會報告工作；
- (2) 組織實施本公司年度經營計劃和投資方案；
- (3) 擬訂本公司內部管理架構設置方案；
- (4) 擬訂本公司的基本管理制度；
- (5) 制定本公司的具體規章；
- (6) 提請董事會聘任或者解聘副總經理、財務總監；
- (7) 決定聘任或者解聘除應由董事會決定聘任或者解聘以外的管理人員；
- (8) 公司章程或董事會授予的其他權力。

總經理應列席董事會會議。

根據本公司需要，總經理可制訂總經理工作細則，報董事會批准後實施。

總經理可以在任期屆滿以前提出辭職。有關總經理辭職的具體程序和辦法由總經理與本公司之間的勞動合同規定。

副總經理及其他高級管理人員的任期為三年。總經理應向董事會提請聘任或解聘彼等。副總經理及其他高級管理人員應協助總經理管理本公司營運的特定方面。具體分工由總經理確定並報董事會備案。

本公司須聘任一位董事會秘書，負責股東會及董事會會議的籌備、文件保管、股東資料管理。董事會秘書亦負責處理信息披露相關事宜。

董事會秘書應遵守適用法律、行政法規、部門規章、本公司股票[編纂]地證券監管規則、公司章程以及相關公司政策和程序。

高級管理人員在履行職務時，如果違反法律、行政法規、部門規章、香港聯交所上市規則、公司股份[編纂]地證券監管規則或公司章程的規定，並因此給本公司造成損失，則應承擔賠償責任。

高級管理人員應當忠實履行職務，維護公司和全體股東的最大利益。高級管理人員因未能忠實履行職務或違背誠信義務，給本公司和社會公眾股東的利益造成損害的，應當依法承擔賠償責任。

## 財務會計制度

本公司須依照法律、行政法規和國家有關部門的相關規定，制定其財務會計制度。本公司股票[編纂]地證券監督管理機構另有規定的，從其規定。

本公司應當在每個財政年度結束後四個月內編製其年度財務會計報告，並在每個財務年度上半年度結束後兩個月內編製中期財務會計報告。上述財務會計報告應按照

有關法律、行政法規、部門規章、《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》及本公司股票[編纂]地其他證券監管規則的規定編製和披露。

本公司除法定的會計賬冊外，不得另立會計賬冊。本公司資產不得存入以任何個人名義開立的賬戶。

本公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的10%列入法定公積金。法定公積金累計額為本公司註冊資本的50%或以上的，毋須進一步提取。

如法定公積金不足以彌補以前年度虧損，按照前段款規定在提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。

本公司在從稅後利潤中提取法定公積金後，經股東會決議，可以從稅後利潤中提取任意公積金。

本公司彌補虧損和提取公積金後所餘稅後利潤，按照股東持有的股份比例分配，但法律法規、本公司證券[編纂]地監管規則或公司章程另有規定的除外。

股東會違反前款規定，在本公司彌補虧損和提取法定公積金之前向股東分配利潤的，股東必須將違反規定分配的利潤退還本公司。

本公司持有的本公司股份不參與分配利潤。

本公司的現金股息政策旨在派發穩定及不斷增長的股息。在符合利潤分配條件的前提下，本公司可以現金、股份或兩者結合的形式派發股息，其中現金股息優先於股份股息。

倘本公司最近期經審計報告為非無保留意見或帶與持續經營相關的重大不確定性的無保留意見，本公司可不進行利潤分配。

本公司的公積金用於彌補虧損、擴大生產經營或者轉為增加本公司資本。

以公積金彌補本公司虧損，應當先使用任意公積金和法定公積金；仍不能彌補的，可以按照規定使用資本公積金。

法定公積金轉為資本時，所留存的該項公積金將不少於轉增前本公司註冊資本的25%。

### 內部審計

本公司實行內部審計制度，明確內部審計工作的領導體制、職責許可權、人員配備、經費保障、審計結果運用和責任追究等。

本公司內部審計制度應經董事會批准後實施並對外披露。

### 會計師事務所的聘任

本公司應聘用符合《證券法》及《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》所載規定之會計師事務所，以進行財務報表審計、淨資產核實及提供其他相關諮詢服務，聘期為一年，並可續聘。

本公司聘用、解聘會計師事務所，經審計委員會全體成員過半數同意後提交董事會審議，並由股東會決定。會計師事務所的聘任、解聘及酬金(或釐定酬金的方法)必須由股東會以普通決議案形式決定。董事會不得在股東會決定前委任會計師事務所。

本公司保證向聘用的會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務報告及其他會計資料，不得拒絕、隱匿、謊報任何資料。

會計師事務所的審計費用由股東會決定。

本公司解聘或不再續聘會計師事務所，必須提前七天通知會計師事務所。股東會就解聘會計師事務所進行表決時，應當允許會計師事務所發表意見。

會計師事務所提出辭聘的，必須向股東會說明本公司有無不當情況。

## 本集團進一步資料

### 本公司成立

本公司於2004年4月19日在中國註冊成立為有限責任公司，並於2013年7月8日改制為股份有限公司。

截至本文件日期，本公司註冊辦事處為中國山東省濰坊市青州市雲門山街道益王府南路8333號，本公司總辦事處位於中國山東省濰坊市青州市雲門山街道益王府南路8333號。因此，本公司之公司架構及章程細則均遵守中國相關法律法規。相關中國法律及監管規定以及章程細則概要分別載於「附錄六一 公司章程概要」及「附錄五一 主要法律及監管規定概要」。

本公司已設立香港主要營業地點，地址為香港九龍尖沙咀科學館道14號新文華中心A座12樓12室。我們已於2025年10月16日根據《公司條例》第16部規定以非香港公司身份向香港公司註冊處完成註冊，委任張世澤先生為本公司授權代表，負責代表本公司在香港接納法律程序文件及通知書送達。法律程序文件送達地址與本公司在香港之主要營業地點相同。

### 本公司股本變更

除「歷史及公司架構」一節披露外，於緊接本文件日期前兩年內，本公司股本概無變動。

### 附屬公司股本變動

公司資料摘要及我們附屬公司的詳情載於本文件附錄一會計師報告附註1。

緊接本文件日期前兩年內，本公司附屬公司股本變動的詳情如下：

- (a) 於2025年8月27日，杭州坦博爾戶外運動科技有限公司於中國成立，為本公司的全資附屬公司，已發行及繳足股本為人民幣10,000,000元；
- (b) 於2025年9月10日，禹州市坦博爾服飾有限公司於中國成立，為本公司的全資附屬公司，已發行及繳足股本為人民幣300,000元；

- (c) 於2025年9月11日，新鄉坦博爾服飾有限公司於中國成立，為本公司的全資附屬公司，已發行及繳足股本為人民幣500,000元；
- (d) 於2025年9月30日，許昌坦文服飾有限公司於中國成立，為本公司的全資附屬公司，已發行及繳足股本為人民幣300,000元；及
- (e) 於2025年10月16日，新鄉坦博爾商貿有限公司於中國成立，為本公司的全資附屬公司，已發行及繳足股本為人民幣500,000元。

除上文所述外，於緊接本文件日期前兩年內，我們附屬公司的股本並無其他變動。

#### 股東決議

本公司股東已於2025年9月25日舉行的股東會上通過下列決議（其中包括）：

- (i) 本公司發行每股面值人民幣1.0元的H股並在聯交所[編纂]；
- (ii) 根據[編纂]發行的H股數目不超過[編纂]股H股，並授予配發及發行額外H股的[編纂]（相當於根據[編纂]初步[編纂]的[編纂]之約[編纂]%）；
- (iii) 經中國證監會批准，[編纂]完成後，本公司股東持有的[編纂]股非上市股份將按一比一基準轉換為H股；
- (iv) 在[編纂]完成後，授予董事會一般授權，可於下一次股東週年大會結束當日或股東通過特別決議案撤銷或更改該授權當日（以較早者為準）前任何時間，按董事會全權酌情認為合適的條款及條件、目的及對象配發及發行H股，並對公司章程作出必要修訂，惟所發行H股數目不得超過[編纂]已發行股份總數的20%；

- (v) 在[編纂]完成後，有條件通過公司章程，該章程將於[編纂]方告生效，且董事會獲授權按聯交所及其他相關監管機構意見修訂公司章程；及
- (vi) 授權董事會及其授權人士處理與[編纂]、H股發行及[編纂]等事宜相關的所有事項。

## 有關我們業務的進一步資料

### 重大合約概要

本集團成員公司於本文件日期前兩年內訂立的下述（並非於日常業務過程中訂立）合約屬或可能屬重大：

- (i) [編纂]。

### 知識產權

#### 商標

##### 註冊商標

截至最後實際可行日期，本公司已註冊下述對本公司業務屬或可能屬重大的商標。

編號	商標	註冊地點	註冊擁有人	等級	註冊號碼	屆滿日期
1...	<b>TANBOER</b>	中國內地／ 馬德里／ 美國	本公司	25	65548860/ ES1699718/ 7354711	2032年 12月27日
2...	<b>坦博尔</b>	中國內地	本公司	25	63822725	2032年 10月6日
3...		中國內地／ 馬德里／ 美國	本公司	25	63808358/ ES1698901/ 7354710	2033年 1月20日
4...		中國內地	本公司	25	63821858	2033年 1月20日

附錄七

法定及一般資料

編號	商標	註冊地點	註冊擁有人	等級	註冊號碼	屆滿日期
5...		中國內地	本公司	25	54137841	2031年 10月6日
6...		中國內地	本公司	25	64782816	2032年 11月20日
7...		中國內地	本公司	25	62941028	2032年 9月13日
8...		中國	本公司	25	56708229	2032年 6月13日
9...		中國	本公司	25	1601420	2031年 7月13日
10...	TANBOER KIDS	中國	本公司	25	78328794	2034年 10月27日
11.		香港	本公司	16、25 及35	306991499	2035年 8月7日
12.		香港	本公司	16、25 及35	306991516	2035年 8月7日
13.		香港	本公司	16、25 及35	306991507	2035年 8月7日

## 附錄七

## 法定及一般資料

### 專利

截至最後實際可行日期，本公司已註冊下述對本公司業務屬或可能屬重大的專利：

編號	專利	專利類型	註冊地點	專利號	擁有人	申請日期
1....	一種羽絨服用透氣覆膜材料及其製備方法	發明	中國	CN120038998B	本公司	2025年3月3日
2....	基於大數據的衝鋒衣個性化推薦方法及系統	發明	中國	CN118379118A	本公司	2023年5月12日
3....	基於數智化的戶外運動服裝系統行為數據分析方法及系統	發明	中國	CN118379083A	本公司	2023年5月11日
4....	基於人工智能的服裝系統行為數據分析方法及系統	發明	中國	CN118378166A	本公司	2023年6月6日
5....	基於大數據的使用者服裝訂單行為分析方法及系統	發明	中國	CN118350904A	本公司	2023年6月6日
6....	一種製衣吊掛系統中的可控式出站裝置	發明	中國	CN110834908A	本公司	2023年6月5日
7....	一種輕便的工業設計用設計圖紙展示架	發明	中國	CN112336099A	本公司	2023年6月7日
8....	一種服裝生產用印花加工系統	發明	中國	CN112757765A	本公司	2023年6月13日
9....	一種羽絨服內膽裁製專用定型模具	發明	中國	CN115821562A	本公司	2023年7月5日
10....	一種羽絨服包裝設備	發明	中國	CN116119092A	本公司	2024年1月5日

## 附錄七

## 法定及一般資料

編號	專利	專利類型	註冊地點	專利號	擁有人	申請日期
11...	一種羽絨服生產用羽毛除根裝置	發明	中國	CN116277197A	本公司	2024年1月29日
12...	一種羽絨服面料保暖性能檢測裝置	發明	中國	CN116297664A	本公司	2019年7月23日
13...	一種用於羽絨服面料的拉伸檢測裝置	發明	中國	CN116380672A	本公司	2023年3月30日
14...	一種基於羽絨服生產製造的蓬鬆度測試儀器	發明	中國	CN116380776A	本公司	2022年10月25日
15...	一種羽絨服生產包裝用收卷裝置	發明	中國	CN116374348A	本公司	2022年12月26日
16...	一種羽絨服打包用全自動套袋打包設備	發明	中國	CN116395215A	本公司	2020年4月26日
17...	一種羽絨服防結塊的脫水加工設備	發明	中國	CN116447842A	本公司	2022年12月12日
18...	一種羽絨服生產用膠條自動分離設備	發明	中國	CN116513843A	本公司	2022年12月12日
19...	一種羽絨服內羽高效清潔保養裝置	發明	中國	CN117512900A	本公司	2024年5月25日
20...	一種羽絨服抗輻射面料塗覆裝置	發明	中國	CN117644004A	本公司	2020年4月26日
21...	一種羽絨服	發明	中國	CN110338485A	本公司	2020年4月26日
22...	一種羽絨服生產用多角度吸絨裝置	發明	中國	CN116211004A	本公司	2020年4月26日
23...	一種基於羽絨服加工的充絨量定量控制設備	發明	中國	CN115568656A	本公司	2020年4月26日
24...	一種羽絨服成品檢測裝置	發明	中國	CN115790792A	本公司	2020年6月5日

## 附錄七

## 法定及一般資料

編號	專利	專利類型	註冊地點	專利號	擁有人	申請日期
25...	一種羽絨服消毒除味保養裝置	發明	中國	CN116497606B	本公司	2022年12月8日
26...	基於服裝設計的大數據採集分析方法及系統	發明	中國	CN121010403B	本公司	2025年11月25日
27...	一種羽絨服脫水烘乾裝置	發明	中國	CN115874426B	本公司	2022年10月10日
28...	一種服裝批量生產模板及其加工方法	發明	中國	CN118007332A	本公司	2024年3月27日
29...	一種服裝加工用升降式工作台	實用新型	中國	CN213096752U	本公司	2020年6月5日
30...	一種便於收納的羽絨服	實用新型	中國	CN219593757U	本公司	2020年6月5日
31...	一種具有發熱功能的羽絨服	實用新型	中國	CN220024217U	本公司	2020年6月5日
32...	立體保暖護肩	實用新型	中國	CN222322896U	本公司	2021年12月16日
33...	一種服裝加工切割裝置	實用新型	中國	CN213106979U	本公司	2021年11月4日
34...	一種高效的羽絨服消毒櫃裝置	實用新型	中國	CN213099593U	本公司	2022年5月18日
35...	一種可調節式的服裝加工台	實用新型	中國	CN213096809U	本公司	2022年6月2日
36...	一種防塵的羽絨服布料收卷裝置	實用新型	中國	CN213111720U	本公司	2022年5月31日
37...	一種羽絨服加工用絨毛轉運裝置	實用新型	中國	CN213101524U	本公司	2022年11月17日
38...	一種羽絨服加工用熨燙定型裝置	實用新型	中國	CN213113933U	本公司	2022年12月26日
39...	一種羽絨服加工用烘乾裝置	實用新型	中國	CN213119739U	本公司	2022年12月12日
40...	一種羽絨服加工生產線輸送裝置	實用新型	中國	CN213111114U	本公司	2022年12月21日
41...	一種服裝設計用支架	實用新型	中國	CN216601793U	本公司	2022年5月31日
42...	一種服裝設計用陳列架	實用新型	中國	CN216702160U	本公司	2022年5月24日

## 附錄七

## 法定及一般資料

編號	專利	專利類型	註冊地點	專利號	擁有人	申請日期
43...	一種多功能羽絨服	實用新型	中國	CN217309222U	本公司	2024年10月8日
44...	一種便於收納多功能的羽絨服	實用新型	中國	CN217390035U	本公司	2024年10月8日
45...	一種新型保暖羽絨服	實用新型	中國	CN217390034U	本公司	2024年10月8日
46...	一種便於穿脫的羽絨服	實用新型	中國	CN218635347U	本公司	2024年9月29日
47...	一種可加長的羽絨服	實用新型	中國	CN219593758U	本公司	2024年9月29日
48...	一種厚度可調的羽絨服	實用新型	中國	CN220124001U	本公司	2024年9月29日
49...	一種具有腰部調節功能的羽絨服	實用新型	中國	CN220124002U	本公司	2024年10月8日
50...	一種帶護耳功能的羽絨服衣帽結構	實用新型	中國	CN223730795U	本公司	2025年4月2日
51...	一種遠紅外自發熱蓄暖舒彈面料	實用新型	中國	CN224044777U	本公司	2025年2月13日
52...	拉鏈拉手	外觀設計	中國	CN307534930S	本公司	2024年9月29日
53...	拉鏈防雨蓋帽	外觀設計	中國	CN307617952S	本公司	2024年9月29日
54...	羽絨服(TEF560563A)	外觀設計	中國	CN309271877S	本公司	2023年5月12日
55...	羽絨褲(TEF550875A)	外觀設計	中國	CN309271878S	本公司	2023年5月11日
56...	羽絨服(TEF560523A)	外觀設計	中國	CN309271879S	本公司	2023年6月6日
57...	羽絨服(TEF550879A)	外觀設計	中國	CN309277461S	本公司	2023年6月6日
58...	羽絨服(TEF550579A)	外觀設計	中國	CN309277462S	本公司	2023年6月5日
59...	羽絨服(TAF560577A)	外觀設計	中國	CN309284116S	本公司	2023年6月7日
60...	羽絨服(TEF560571A)	外觀設計	中國	CN309284162S	本公司	2023年6月13日
61...	羽絨服(TBF560520A)	外觀設計	中國	CN309299990S	本公司	2023年7月5日
62...	羽絨服(TEF550380A)	外觀設計	中國	CN309299989S	本公司	2024年1月5日

## 附錄七

## 法定及一般資料

### 版權

截至最後實際可行日期，我們已註冊下列對我們業務屬或可能屬重大的版權：

編號	版權名稱	註冊地點	註冊擁有人	註冊號碼	最初公佈日期
1....	生活滑雪1	中國	本公司	NCR-2023-F-00219001	未公開
2....	生活滑雪2	中國	本公司	NCR-2023-F-00219003	未公開
3....	生活滑雪3	中國	本公司	NCR-2023-F-00218998	未公開
4....	時尚運動	中國	本公司	NCR-2023-F-00218987	未公開
5....	時尚運動2	中國	本公司	NCR-2023-F-00218988	未公開
6....	城市運動1	中國	本公司	NCR-2023-F-00218989	未公開
7....	城市運動2	中國	本公司	NCR-2023-F-00219002	未公開
8....	城市運動3	中國	本公司	NCR-2023-F-00219000	未公開
9....	山野露營1	中國	本公司	NCR-2023-F-00218991	未公開
10...	趣味童年	中國	本公司	NCR-2023-F-00218990	未公開
11...	海洋印象	中國	本公司	NCR-2024-F-00060159	未公開
12...	三維幾何提花	中國	本公司	NCR-2024-F-00083700	未公開
13...	《動物樂園》系列	中國	本公司	NCR-2024-F-00230894	未公開
14...	破碎迷彩	中國	本公司	NCR-2024-F-00230888	未公開
15...	趣味市野2	中國	本公司	NCR-2024-F-00230892	未公開
16...	雪地印記	中國	本公司	NCR-2024-F-00230887	未公開
17...	秩序光輪	中國	本公司	NCR-2025-F-00018703	未公開
18...	數字秉甲	中國	本公司	NCR-2025-F-00018702	未公開
19...	山野戶外	中國	本公司	NCR-2025-F-00184481	2024年10月20日
20...	碧波流光	中國	本公司	NCR-2025-F-00184367	2024年10月20日
21...	巔峰壹號	中國	本公司	NCR-2025-F-00184364	2024年10月20日
22...	奧地利滑雪隊服	中國	本公司	NCR-2025-F-00220758	2024年11月20日
23...	北極探索2.0	中國	本公司	NCR-2025-F-00220761	2024年11月20日
24...	好羽絨好溫暖	中國	本公司	NCR-2025-F-00220754	2024年11月20日
25...	攀登之顛—黑灰	中國	本公司	NCR-2025-F-00220765	2024年11月20日

## 附錄七

## 法定及一般資料

編號	版權名稱	註冊地點	註冊擁有人	註冊號碼	最初公佈日期
26...	坦博爾安心絨	中國	本公司	NCR-2025-F-00220760	2024年11月20日
27...	有愛有溫暖	中國	本公司	NCR-2025-F-00220757	2024年11月20日
28...	與自然為友	中國	本公司	NCR-2025-F-00220762	2024年11月20日
29...	可靠的羽絨服	中國	本公司	NCR-2026-F-00057041	2025年3月20日
30...	叢林地貌	中國	本公司	NCR-2025-F-00325328	2025年8月15日
31...	鵝絨標	中國	本公司	NCR-2025-F-00325331	2025年8月15日
32...	聯名收納袋印花	中國	本公司	NCR-2025-F-00325326	2025年8月15日
33...	內裡印花	中國	本公司	NCR-2025-F-00325327	2025年8月15日
34...	山野礦路	中國	本公司	NCR-2025-F-00325325	2025年8月15日
35...	雪花漫遊裝飾標	中國	本公司	NCR-2025-F-00325329	2025年8月15日
36...	運動裝飾標	中國	本公司	NCR-2025-F-00325330	2025年8月15日
37...	綠野之春	中國	本公司	NCR-2026-F-00043486	2026年1月8日
38...	雪舞山巔	中國	本公司	NCR-2026-F-00050565	2026年1月20日

附註：

- (1) NCR指國作登字。

### 域名

截至最後實際可行日期，我們擁有下列對我們業務屬或可能屬重大的域名：

編號	域名	註冊擁有人	註冊日期	屆滿日期
1..	tanboer.com	本公司	2003年3月12日	2029年3月12日

除上文所述外，截至最後實際可行日期，我們並無其他對我們業務屬重大的貿易或服務商標、專利、任何知識產權或工業產權。

## 有關董事及主要股東的進一步資料

### 董事

#### 權益披露

除下文所披露者外，緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），據董事所知，概無董事或主要行政人員於本公司或任何相聯法團（定義見《證券及期貨條例》第XV部）的股份、相關股份及債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉（包括根據證券及期貨條例該等條文被視為或當作擁有的權益及淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須存置於所述登記冊內，或根據上市規則所載上市公司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或淡倉。

姓名	職位	權益性質	股份數目及 說明	非上市股份/ H股持股 比例 <sup>(1)</sup>	佔已發行股本 總額百分比
王麗莉女士.....	董事長、 執行董事及 總經理	實益擁有人 受控制法團 權益 <sup>(2)</sup>	[42,379,996] H股 [124,920,004] H股	[編纂] (L) [編纂] (L)	[編纂] [編纂]
肖娜女士.....	執行董事及 財務總監	受控制法團 權益 <sup>(3)</sup>	[3,899,960] H股	[編纂] (L)	[編纂]

附註：

- (1) 本欄中「L」字母表示好倉。
- (2) 王麗莉女士為：(i)上海藍銀實益擁有人，持有其55.0%股權；(ii)青州坦文普通合夥人，持有其66.8%合夥權益；(iii)青州博順有限合夥人，持有其66.8%合夥權益；及(iv)青州爾雅有限合夥人，持有其79.7%合夥權益。因此，根據《證券及期貨條例》，王麗莉女士被視為擁有上海藍銀、青州坦文、青州博順及青州爾雅合計所持股份的權益。
- (3) 肖娜女士為青州博順之普通合夥人。因此，根據《證券及期貨條例》，肖娜女士被視為擁有青州博順所持股份之權益。

### 服務合約細則

根據上市規則第19A.54及19A.55條，本公司已與各董事訂立服務協議，該等協議載有(其中包括)遵守相關法律法規、遵循公司章程及仲裁條款之規定。

該等服務協議之主要條款如下：(a)各項協議為期三年，自各董事各自獲委任日期起計；(b)各項協議可按其各自條款終止。

除上文所披露者外，本公司並無亦不擬與其任何董事以董事身份訂立服務合約(惟僱主可於一年內終止而無須支付補償(法定補償除外)之合約除外)。

### 董事薪酬

有關董事酬金詳情，請參閱「董事及高級管理層－董事及五名最高薪酬人士之酬金」及附錄一所載會計師報告附註8及9。

### 主要股東

#### 於本公司股份之權益

有關緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)根據《證券及期貨條例》第XV部第2及第3條之規定將擁有或被視為或當作擁有須向本公司披露之股份或相關股份的實益權益或淡倉，或直接或間接擁有本公司已發行有表決權股份10%或以上權益之人士(本公司董事及主要行政人員除外)的資料，請參閱本文件「主要股東」。

除本文件「主要股東」一節所披露者外，截至最後實際可行日期，董事並不知悉任何人士於緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，將擁有或被視為或當作擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及3條之規定須向本公司披露其於股份或相關股份之實益權益或淡倉，或直接或間接擁有本公司已發行有表決權股份10%或以上權益。

### 於本公司附屬公司之權益

緊隨[編纂]完成後，假設(i)[編纂]已成為無條件且所有[編纂]已根據[編纂]發行；及(ii)[編纂]未獲行使，本集團所有成員公司(本公司除外)由本公司全資擁有。因此，並無任何人士(本公司除外)將直接或間接持有於本集團任何其他成員公司(本公司除外)股東會上附有投票權的)之10%或以上股本。

### 免責聲明

- (i) 除本文件所披露者外，董事及名列本附錄「其他資料－專家同意書」的各方概無：
  - (a) 在我們的發起或本公司於本文件日期前兩年內買賣或租用或擬買賣或租用的任何資產中擁有任何權益；或
  - (b) 於本文件日期仍然有效且對我們業務關係重大的任何合約或安排中擁有重大權益；
- (ii) 除與[編纂]相關者外，名列本附錄「其他資料－專家同意書」之各方概無：
  - (a) 於本集團任何成員公司之股份中享有任何法定或實益權益；或
  - (b) 具有任何[編纂]或提名他人[編纂]本集團任何成員公司證券之權利(不論是否具法律效力)；
- (iii) 概無董事或其緊密聯繫人或任何據董事所知持有本公司已發行股本5%以上之股東於五大客戶或供應商中擁有任何權益；及
- (iv) 除「主要股東」一節所披露者外，概無董事擔任任何於本公司股本中持有權益(倘H股於聯交所[編纂]後，該等權益須根據《證券及期貨條例》第XV部第2及第3分部予以披露)之公司的董事或僱員。

## 股份激勵計劃

為表彰本集團僱員及其他主要持份者的貢獻，並激勵其進一步推動我們的發展，我們於2012年12月採納股份激勵計劃，該計劃於2025年8月修訂。為符合當地主管機關關於本公司發展階段對設立有限合夥企業之要求，我們於中國設立三家有限合夥企業作為僱員激勵平台，即青州坦文、青州博順及青州爾雅。根據股份激勵計劃，合資格參與者獲授僱員激勵平台的合夥權益（「激勵獎勵」）。截至最後實際可行日期，僱員激勵平台合共持有本公司12,600,021股股份，佔本公司股本7.53%。有關我們的僱員激勵平台詳情，請參閱「歷史及公司架構－我們的僱員激勵平台」。

股份激勵計劃不涉及[編纂]後授予任何購股權或獎勵，因此不受上市規則第十七章的規定所限。鑒於股份激勵計劃項下的相關股份早已發行，不會對股份激勵計劃產生的已發行股份造成任何進一步的攤薄影響。

以下為股份激勵計劃的主要條款及條文概要。

### 目的

股份激勵計劃旨在有效維持及持續提升企業凝聚力與員工參與度，積極推動並充分體現現代企業發展理念，以期更有效地引進、培育及挽留本公司核心與關鍵人才。

### 合資格參與者

合資格參與股份激勵計劃的人士為本集團僱員，包括高級管理人員、核心技術人員、關鍵技術人員、關鍵業務人員，以及本公司認為對其營運表現及未來發展具直接影響的任何其他合資格僱員。

### 管理

股份激勵計劃由董事會負責管理、解釋及實施。董事會將審議及釐定承授人、授予各承授人之激勵獎勵數量、各項授予之相應條款及條件，以及承授人可能退出股份激勵計劃之情形（包括但不限於：(i)承授人不再為股份激勵計劃之合資格參與者；(ii)為符合適用法律或監管要求而須調整股份激勵計劃；(iii)承授人違反股份激勵計劃條

## 附錄七

## 法定及一般資料

款、合夥協議或任何相關法律法規；及(iv)承授人因不當行為或刑事訴訟而無法履行職責)，以及激勵獎勵之轉讓與處置。所有或部分以激勵股份形式授予的獎勵，各承授人於獲授合夥權益時，均登記為僱員激勵平台的合夥人或僱員激勵平台唯一有限合夥人的合夥人(視情況而定)，並可間接按比例獲得該激勵平台所持相關股份的經濟權益。

### 期限

股份激勵計劃將生效及有效，直至所有已授出之激勵獎勵處置之日或本公司股東於股東會決議終止股份激勵計劃之日止。

### 根據股份激勵計劃授予

根據股份激勵計劃可授出的涉及激勵獎勵的股份最高數目為16,730,000股，佔本公司於緊接[編纂]前已發行股本的10.0%。截至最後實際可行日期，相應12,600,021股股份的激勵獎勵已授出並歸屬於30名承授人，包括3名同時擔任本公司高級管理人員的董事、3名我們的附屬公司監事及3名我們的附屬公司董事。[編纂]後將不再根據股份激勵計劃作出任何授出。除擔任僱員激勵平台普通合夥人的承授人外，股份激勵計劃下的其他承授人不得行使相關股份所附帶的任何投票權。

下表載列於最後實際可行日期根據股份激勵計劃授予的激勵獎勵詳情：

參與者姓名	職位／關連關係	授予的激勵 獎勵所涉及的 股份數目	截至最後實際 可行日期	緊隨[編纂] 完成後(假設 [編纂] 未獲行使)
			佔本公司已發行 股本總額百分比	
<i>激勵股份</i>				
王麗莉女士 . . . . .	董事長、執行董事兼總經理	8,640,022	5.16	[編纂]

## 附錄七

## 法定及一般資料

參與者姓名	職位／關連關係	授予的激勵 獎勵所涉及的 股份數目	截至最後實際 可行日期	緊隨[編纂] 完成後(假設 [編纂] 未獲行使)
			佔本公司已發行 股本總額百分比	
侯增江先生 .....	執行董事、副總經理兼董事會 秘書	199,999	0.12	[編纂]
肖娜女士 .....	執行董事及財務總監	199,997	0.12	[編纂]
劉燕女士 .....	我們附屬公司董事	129,998	0.08	[編纂]
張春蓮女士 .....	我們其中一間附屬公司董事	99,998	0.06	[編纂]
吳金彩女士 .....	我們其中一間附屬公司董事	159,999	0.10	[編纂]
陳尚標先生 .....	我們其中一間附屬公司監事	159,999	0.10	[編纂]
劉繼花女士 .....	我們其中一間附屬公司監事	99,998	0.06	[編纂]
楊信莉女士 .....	我們其中八間附屬公司監事	60,002	0.04	[編纂]
趙振美女士 .....	侯增江先生的緊密聯繫人 <sup>(1)</sup>	50,002	0.03	[編纂]
本集團的其他僱員..		2,800,007	1.67	[編纂]
<b>總計 .....</b>		<b>12,600,021</b>	<b>7.53</b>	<b>[編纂]</b>

附註：

(1) 趙振美女士為本公司執行董事、副總經理兼董事會秘書侯增江先生的配偶。

### 其他資料

#### 遺產稅

據董事獲告知，本公司或其任何附屬公司概無可能產生任何重大遺產稅責任。

## 訴訟

我們並無涉及任何具重大重要性的訴訟、仲裁或申索，亦不知悉任何具有重大重要性的訴訟、仲裁或申索待決或可能提出或針對我們，而整體將對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

## 獨家保薦人

獨家保薦人已代表本公司向聯交所申請批准將非上市股份轉換的H股及根據[編纂]將發行的H股[編纂]及[編纂]，且該保薦人符合《上市規則》第3A.07條規定的保薦人獨立性要求。

本公司將向獨家保薦人支付人民幣3百萬元的費用，以擔任本公司在[編纂]事宜的保薦人。

## 合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任新百利融資控股有限公司為合規顧問。

## 前期費用

我們並無因本公司成立產生任何重大前期費用。

## H股持有人的稅務

買賣及轉讓H股時，若該項買賣及轉讓在本公司H股股東名冊登記（包括通過聯交所交易的情形），須繳納香港印花稅。現行香港印花稅稅率為買賣及轉讓代價的0.1%（以較高者為準）或所轉讓H股的公平值。有關稅務進一步詳情請參閱「附錄四－稅務及外匯」。

建議[編纂]潛在投資者就[編纂]、購買、持有、處置或交易H股（或相關權利行使）的稅務影響諮詢專業稅務顧問。本公司、董事、獨家保薦人、[編纂]，以及[編纂]相關任何其他方，均不對因H股相關[編纂]、購買、持有、處置、交易或權利行使產生的稅務後果或責任承擔任何責任。

## 附錄七

## 法定及一般資料

### 專家同意書

下述專家已分別同意且未撤銷同意本文件刊發其各自報告、函件、意見或意見摘要（視情況而定）的副本，並同意其姓名按各自列載形式及所處位置予以引述。

姓名	資質
中國國際金融香港證券有限公司	根據《證券及期貨條例》獲牌照從事該條例所界定第1類（證券交易）、第2類（期貨合約交易）、第4類（就證券提供意見）、第5類（就期貨合約提供意見）及第6類（就企業融資提供意見）受規管活動的持牌法團
上海市錦天城律師事務所 灼識企業管理諮詢（上海） 有限公司	本公司中國法律顧問 獨立行業顧問
安永會計師事務所 亞太資產評估及顧問有限公司	註冊會計師 獨立物業估值師

截至最後實際可行日期，上述各專家概無持有本公司或任何附屬公司之股份權益，亦無[編纂]或提名他人[編纂]本集團任何成員公司證券之權利（無論是否具有法律約束力）。

### 發起人

本公司之發起人如下：

編號	本公司發起人名稱
1 . . . . .	上海藍銀
2 . . . . .	王勇萍
3 . . . . .	青州坦文
4 . . . . .	青州博順
5 . . . . .	青州爾雅

除「歷史及公司架構」章節所披露者外，於本文件日期前兩年內，概無就[編纂]或本文件所述相關交易向上述任何促銷人士支付、配發或給予現金、證券、款項或利益，亦無作出有關支付、配發或給予之擬議。

### 雙語文件

本文件的中文及英文版本乃根據香港法例第32L章《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第4條規定的豁免而分開刊發。

### 雙語約束力

倘根據本文件提出申請，則本文件具有效力使所有相關人士在適用情況下受《公司（清盤及雜項條文）條例》第44A條及第44B條的所有條文（罰則除外）約束。

### 重大不利變動

我們董事確認，自2025年12月31日（即合併財務報表載於「附錄一—會計師報告」之日期）起至本文件日期，我們的財務狀況、經營狀況或發展前景概無重大不利變動。

### 其他事項

除本文件或就[編纂]所披露者外，

- (i) 在緊接本文件日期前的兩年內，
  - (a) 除「歷史及公司架構」一節及本節上文「附屬公司股本變動」所披露外，本公司或我們的任何附屬公司概無已發行或同意發行以現金或非現金代價悉數或部分支付任何股份或貸款資本；及
  - (b) 概無就發行或出售本公司或我們的任何附屬公司的任何股份或借貸資本而授出任何佣金、折扣、經紀費或其他特別條款；
- (ii) 概無就本公司及任何附屬公司之股份或貸款資本授予期權，亦無訂立有條件或無條件授予期權之協議；

- (iii) 本公司並無發行亦無同意發行創辦人股份、管理股或遞延股；
- (iv) 並無放棄或同意放棄未來股息之安排；
- (v) 不存在有關優先認購權或認購權可轉讓性之行使程序；
- (vi) 截至本文件日期前12個月內，本公司業務並無出現可能已對或已對本公司財務狀況造成重大影響之中斷；
- (vii) 本公司股本或債務證券（如有）現時並無在任何證券交易所或交易系統[編纂]或[編纂]，且除聯交所外，本公司現時並無尋求亦無同意尋求在任何其他證券交易所[編纂]或獲准[編纂]；及
- (viii) 本公司並無發行在外可換股債券或債權證。

### 送呈香港公司註冊處處長文件

隨本文件送呈香港公司註冊處處長登記的文件為（其中包括）：

- (a) 「附錄七－法定及一般資料－其他資料－專家同意書」一節提述的書面同意書；及
- (b) 「附錄七－法定及一般資料－有關我們業務的進一步資料－重大合約概要」一節提述的重大合約。

### 展示文件

下列文件將自本文件日期起計14日期間於聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 及我們的網站 [www.tanboer.com](http://www.tanboer.com) 上展示：

- (a) 公司章程；
- (b) 安永會計師事務所出具的會計師報告，其全文載於本文件附錄一；
- (c) 本集團截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度的經審計財務報表；
- (d) 安永會計師事務所出具的本集團未經審計[編纂]財務資料報告，其全文載於本文件附錄二；
- (e) 中國法律顧問上海市錦天城律師事務所就本集團中國若干方面出具的法律意見函；
- (f) 灼識諮詢出具的行業報告，其概要載於「行業概覽」；
- (g) 《中國公司法》、《中國證券法》及境外上市試行辦法，連同非官方英文譯本；
- (h) 由亞太資產評估及顧問有限公司編製、關於本公司若干物業權益之函件、估值摘要及估值證書，其全文載於本文件附錄三；

## 附錄八

## 送呈公司註冊處處長及可供展示文件

- (i) 「附錄七－法定及一般資料－有關我們業務的進一步資料－重大合約概要」一節提述的重大合約；
- (j) 「附錄七－法定及一般資料－其他資料－專家同意書」一節提述的書面同意書；及
- (k) 「附錄七－法定及一般資料－有關董事及主要股東的進一步資料－服務合約細則」一節提述的服務合約。