
業 務

概覽

我們主要(i)設計、開發、製造及銷售美容產品；及(ii)設計、開發及銷售化妝袋。董事相信，隨著我們於中國美容產品製造業務成功經營約14年，我們已成為知名美容產品製造商。截至二零一六年十二月三十一日及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，美容產品及化妝袋的銷售額分別佔我們總收益約62.9%、70.1%、49.0%及57.0%以及約37.1%、29.9%、51.0%及43.0%。於往績記錄期間，我們的收益90%以上來自向美國、阿聯酋、英國、德國、加拿大、斯里蘭卡及斐濟等海外客戶的銷售。根據弗若斯特沙利文報告，我們於二零一六年按收益計在中國美容產品製造市場名列第五(二零一六年中國五大同業公司的市場份額合共約為4%)。

於往績記錄期間，我們的美容產品生產線位於中國汕頭的一芙化妝品廠房，該廠房由我們向本公司關連人士寶馬租賃。一芙化妝品廠房於二零零三年開始營運，於最後實際可行日期，其總建築面積約為6,000平方米，分別擁有14條及12條生產線，以分別攪拌及灌裝美容產品。於最後實際可行日期，一芙化妝品廠房已獲ISO 9001及GMPC資格證。

業務模式

我們的美容產品(包括彩妝品、洗護用品及香氛)均以OEM或ODM形式製造。我們通常向海外零售商及品牌擁有人銷售美容產品。我們的OEM業務乃按照客戶規格及指引製造及銷售產品。ODM業務憑藉我們設計及研發團隊的能力，透過符合目前市場趨勢的設計，令客戶能在設計、開發及生產優質訂製產品方面享有我們的「一站式服務」。

就化妝袋的設計、開發及銷售而言，我們為客戶提供市場研究及分析、設計及開發以及生產管理的解決方案。我們維持該等業務線，以補足美容產品製造業務主線，同時為客戶提供多樣化產品及服務。我們所有化妝袋由外部製造商(其中兩名於往績記錄期間為本公司關連人士)生產。大部分化妝袋以客戶的自有品牌向彼等出售。

於往績記錄期間，我們亦以自有品牌「Pink Viva」、「Secret Lace」及「Gorgeous Girl Forever」向其中一名五大客戶(即客戶B(美國)，一家起源於美國的全球知名連鎖超市)銷售美容產品及化妝袋。

業 務

我們相信，我們的設計及開發能力、縱向整合的美容產品生產過程、製造知識及品質控制，亦有助我們取得成功，而這從我們與主要客戶保持長期業務關係及我們悠久的往績記錄可見一斑。

下表載列我們於往績記錄期間按產品類別劃分的相關業務收益：

	截至十二月三十一日止年度				截至四月三十日止四個月			
	二零一五年		二零一六年		二零一六年		二零一七年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)							
美容產品								
彩妝品	85,423	50.0	86,783	52.6	7,984	31.4	9,264	38.6
香氛	10,192	6.0	6,804	4.1	2,235	8.8	2,331	9.7
洗護用品	11,786	6.9	22,086	13.4	2,224	8.8	2,094	8.7
美容產品小計	107,401	62.9	115,673	70.1	12,443	49.0	13,689	57.0
化妝袋(附註)	63,406	37.1	49,425	29.9	12,954	51.0	10,341	43.0
總計	<u>170,807</u>	<u>100.0</u>	<u>165,098</u>	<u>100.0</u>	<u>25,397</u>	<u>100.0</u>	<u>24,030</u>	<u>100.0</u>

附註：化妝袋獲分類為非季節性單項產品。

下表載列我們於往績記錄期間按經營模式劃分的美容產品銷售收益：

	截至十二月三十一日止年度		截至四月三十日止四個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
	千港元	千港元	千港元	千港元
	(未經審核)			
ODM(附註)	30,073	50,746	—	1,322
OEM	<u>77,328</u>	<u>64,927</u>	<u>12,443</u>	<u>12,367</u>
總計	<u>107,401</u>	<u>115,673</u>	<u>12,443</u>	<u>13,689</u>

附註：截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，ODM業務的收益亦包括(如「業務一業務模式」所披露)以我們自有品牌銷售美容產品所產生的收益分別約13.0百萬港元、13.5百萬港元、零及零，分別佔各期間總收益約7.6%、8.2%、零及零。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間按產品類型劃分的美容產品銷售收益：

	截至十二月三十一日止年度		截至四月三十日止四個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
	千港元	千港元	千港元 (未經審核)	千港元
非季節性單項美容產品	36,515	26,842	9,619	12,367
季節性單項美容產品	110	—	—	—
禮品套裝(附註)	70,776	88,831	2,824	1,322
總計	107,401	115,673	12,443	13,689

附註：禮品套裝指季節性美容產品禮品套裝。

競爭優勢

我們相信，我們的成功及未來增長潛力有賴於以下競爭優勢：

我們於往績記錄期間與五大客戶的穩定業務關係

我們認為培育及維持客戶的忠誠度對持續成功而言至關重要。於往績記錄期間，我們與客戶保持穩定業務關係。於往績記錄期間，已向我們下達訂單的總數40名客戶中有22名為回頭客，其於截至二零一七年十二月三十一日止三個財政年度中最少兩個年度曾向我們下採購單，而其中五名於截至最後實際可行日期已與我們有積逾10年的業務關係。而於往績記錄期間，我們的五大客戶包括起源於美國的全球知名連鎖超市集團及美容產品品牌擁有人。於往績記錄期間，五大客戶中其中四名與我們的業務關係截至最後實際可行日期積逾10年。

在產品設計及開發階段到生產階段乃至產品交付的整個銷售過程，我們均與客戶緊密合作。我們與主要客戶溝通，以更深入瞭解彼等的需要，並生產配合其品牌理想形象的產品。我們的客戶代表或會參訪香港辦事處展廳以商討產品開發計劃，並參觀一芙化妝品廠房。

我們相信，透過不斷適時為客戶提供優質產品及服務，我們已經及將會繼續贏得客戶信賴，且我們具備良好條件與潛在客戶發展新關係，以推行我們的增長戰略。

業 務

廣泛的產品系列

我們的產品組合廣泛，美容產品選擇應有盡有，涵蓋彩妝品、洗護用品及香氛以及化妝袋。於往績記錄期間，我們分別提供16類、五類、一類及七類不同大小、種類、顏色及色度的彩妝品、洗護用品、香氛產品及化妝袋作銷售。我們所提供的美容產品均由我們製造，但包裝材料及部件(如化妝刷)則向我們的供應商購買。根據弗若斯特沙利文報告，我們能夠提供林林總總的美容產品(不只一類，而是三類)及可納入美容產品禮品套裝的化妝袋，補足美容產品供應，是令我們從競爭對手中脫穎而出的一個因素。

設計及開發能力

我們認為設計及開發能力屬於客戶的增值服務。於最後實際可行日期，美容產品及化妝袋設計團隊由我們常駐香港的首席設計師(於設計行業擁有約18年經驗)領導。我們亦備有一名常駐中國的高級設計師(擁有設計相關畢業證書)。我們的設計師曾經參加展會及展覽，以瞭解最新市場趨勢及專業知識，致力於設計及開發新產品以迎合客戶需求及需要，並能夠應對瞬息萬變的趨勢及客戶變幻無常的品味。我們的研發團隊亦擁有四名技術人員(其中一名擁有科學相關畢業證書)以及一名經理及一名監察人員(亦擁有科學相關畢業證書)。我們亦備有獲全國職業資格考試認證中心認可為合資格化妝品配方師的開發工程師。

品質控制系統

我們非常重視產品組合的品質，因此，我們實施一套符合國際標準的品質控制系統。我們於原材料及製造過程物料採購以至製成品付運的整個生產過程均維持品質控制。一芙化妝品廠房先後於二零零六年及二零零八年首獲ISO 9001及GMPC資格證，且截至最後實際可行日期持續符合有關標準。

業 務

一芙化妝品廠房亦已於往績記錄期間進行並通過部分客戶所要求的工廠審查，且符合客戶的甄選要求。特別是，作為客戶集團B的美容產品製造商，我們就環境及安全等方面對出口產品實施質量標準。於往績記錄期間，客戶集團B已對一芙化妝品廠房進行工廠審查，我們已通過有關工廠審查。董事相信，我們多年來不斷專注維持品質控制標準，已使我們建立昭著聲譽，同時保留及擴大我們的客戶群。

經驗豐富及盡忠職守的管理層

我們擁有經驗豐富及盡忠職守的管理團隊，其由我們創始人兼執行董事柯柵先生領導。我們大多數管理團隊成員在本集團任職超過20年。我們的創始人在美容產品行業擁有約14年經驗。柯柵先生領導的管理團隊在會計及財務、採購、銷售及營銷以至生產各方面均經驗豐富。有關我們管理團隊經驗的進一步詳情，請參閱「董事、高級管理層及僱員—高級管理層」。

我們的管理團隊亦已與主要供應商及客戶建立穩定的業務關係。我們相信，我們管理團隊的行業知識及多元化經驗以及其對市場趨勢及客戶需求的瞭解，是我們成功及未來發展不可或缺的要害，使我們能夠迅速應對市況不斷變化帶來的種種挑戰。

業務戰略及未來計劃

我們的目標是鞏固我們作為美容產品製造商及化妝袋解決方案提供商的地位，使其可與本集團的美容產品製造業務相輔相成，並且憑藉我們的競爭優勢擴展我們的營運規模及增加溢利。我們計劃通過以下方式實現此目標：(i)提高我們的生產力及產能；(ii)擴建我們的香港總部以配合業務擴充；及(iii)進行推廣及營銷活動，如出席本地及全球美容展覽，以提高我們的品牌知名度及對客戶的曝光率。有關我們業務戰略及未來計劃的進一步詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途—業務戰略及未來計劃」。

業 務

我們的產品

本集團提供的美容產品系列可分為(i)彩妝品；(ii)洗護用品；及(iii)香氛，主要以我們自有品牌或其自有品牌向客戶銷售。於往績記錄期間，我們產品的目標最終用戶多數為青少年(例如高中學生)及成年人，但我們亦已向客戶銷售專為三歲及以上兒童製造的美容產品。我們自行製造美容產品，而包裝材料及部件(如化妝刷)則向我們的供應商購買。我們的美容產品主要以兩件或以上品項包裝而成的季節性禮品套裝，或供假期及節日銷售的季節性單項產品形式銷售。我們少部分美容產品作為日常使用的非季節性單項產品出售。我們於往績記錄期間銷售的美容產品包括(其中包括)唇彩、眼影、腮紅、沐浴露、護膚乳液及香水。我們亦設計及銷售不同類型的化妝袋，包括但不限於手提包、包裝袋、化妝袋套裝、手拿化妝包及小袋包。於往績記錄期間，我們亦以自有品牌即「Pink Viva」、「Secret Lace」及「Gorgeous Girl Forever」向我們其中一名五大客戶(客戶B(美國))銷售我們的美容產品及化妝袋。

下表載列我們於截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度按產品類別劃分的每季收益以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月按產品類別劃分的收益：

	收益													截至四月三十日止四個月	
	截至十二月三十一日止年度											二零一六年		二零一七年	
	二零一五年					二零一六年						二零一六年	二零一七年		
	第一季	第二季	第三季	第四季	總計	第一季	第二季	第三季	第四季	總計			千港元	千港元	
千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	%	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	%	(未經審核)			
美容產品															
彩妝品	11,630	7,567	58,859	7,367	85,423	50.0	7,103	2,814	62,404	14,462	86,783	52.6	7,984	9,264	
香氛	1,934	2,021	2,942	3,295	10,192	6.0	2,235	2,003	—	2,566	6,804	4.1	2,235	2,331	
洗護用品	107	92	11,020	567	11,786	6.9	1,998	7,793	10,072	2,223	22,086	13.4	2,224	2,094	
美容產品小計	13,671	9,680	72,821	11,229	107,401	62.9	11,336	12,610	72,476	19,251	115,673	70.1	12,443	13,689	
化妝袋	14,505	21,475	15,927	11,499	63,406	37.1	9,314	18,470	19,742	1,899	49,425	29.9	12,954	10,341	
總計	28,176	31,155	88,748	22,728	170,807	100.0	20,650	31,080	92,218	21,150	165,098	100.0	25,397	24,030	

業 務

下表載列我們於往績記錄期間銷售的若干產品：

產品類別	主要產品	產品樣本圖	保質期 (月) (概約)
彩妝品	禮品套裝	 	36
洗護用品	沐浴露		36
	護膚乳液		36
	噴霧		36
香氛	香水		36

業 務

產品類別	主要產品	產品樣本圖	保質期 (月) (概約)
化妝袋	小袋包		不適用
	手提袋		不適用
	包裝袋		不適用
	手拿化妝包		不適用
	化妝袋套裝		不適用

下表載列我們於往績記錄期間按產品類別劃分的每件售價範圍：

	每件售價範圍											
	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月					
	二零一五年			二零一六年			二零一六年			二零一七年		
	最低	中位	最高	最低	中位	最高	最低	中位	最高	最低	中位	最高
港元												
美容產品												
彩妝品	0.4	14.7	194.7	1.1	37.0	96.9	1.4	6.8	57.4	1.4	10.1	199.3
香氛	5.1	11.3	17.8	8.3	10.7	30.0	8.3	10.2	12.9	2.3	10.7	20.1
洗護用品	0.5	15.6	35.7	0.1	15.1	36.8	0.1	15.2	15.2	0.8	2.1	15.9
化妝袋	1.7	16.0	173.6	1.6	13.1	81.9	1.6	12.8	76.3	0.5	32.6	110.1

業 務

下表載列我們於往績記錄期間按產品類別劃分的平均售價：

	平均售價			
	截至十二月三十一日止年度		截至四月三十日止四個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
	港元	港元	港元	港元
美容產品				
彩妝品	10.2	18.0	6.2	10.1
香氛	11.2	11.7	10.2	10.3
洗護用品	10.6	4.8	2.4	2.0
化妝袋	10.6	10.1	7.9	13.0

截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度，彩妝品的平均售價分別約為10.2港元及18.0港元，增加約76.5%。該增加主要由於客戶A（我們於二零一六年的最大客戶，其於二零一五年並無向我們下達訂單）於二零一六年向我們下訂的美容產品（主要為彩妝品禮品套裝）的平均售價較我們於截至二零一五年十二月三十一日止年度以港元計值的平均售價為高所致。

截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度，洗護用品的平均售價分別約為10.6港元及4.8港元，下降約54.7%。該減少主要由於中國客戶於二零一六年下達的訂單銷量大幅增加而平均售價較我們於截至二零一五年十二月三十一日止年度以港元計值的平均售價為低所致。較低售價主要由於售予中國終端客戶的產品組合不同所致，且預期將按經常基準產生。

截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，彩妝品平均售價分別約為6.2港元及10.1港元，上升約62.9%，其主要由於客戶採購訂單的產品組合改變所致。

截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，化妝袋平均售價分別約為7.9港元及13.0港元，上升約64.6%，其主要由於客戶對所要求化妝袋的需求及樣式出現變動所致。

業 務

下表載列我們於往績記錄期間美容產品按產品類型劃分的平均售價：

	平均售價			
	截至十二月三十一日止年度		截至四月三十日止四個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
	港元	港元	港元	港元
單項美容產品 (附註1)	6.1	4.0	4.3	5.7
禮品套裝 (附註2)	16.1	27.0	13.0	70.0

附註：

1. 單項美容產品包括季節性及非季節性單項美容產品。
2. 禮品套裝指季節性美容產品禮品套裝。

截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度，禮品套裝的平均售價分別約為16.1港元及27.0港元，增加約67.7%。該增加乃由於客戶A按上文所述於二零一六年下訂美容產品所致。

截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，禮品套裝平均售價分別約為13.0港元及70.0港元，上升約438.5%。有關升幅是由於售予一名客戶的若干美容產品禮品套裝包含多個組成部分。

下表載列我們於往績記錄期間美容產品按經營模式劃分的平均售價：

	平均售價			
	截至十二月三十一日止年度		截至四月三十日止四個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
	港元	港元	港元	港元
ODM	15.3	43.5	—	70.0
OEM	9.1	7.3	5.1	5.7

原材料及物料

我們用於生產美容產品的主要原材料包括表面活性劑、乳化劑、穩定劑、油、蠟、顏料、香氛及提取物等化學品，以及標籤、瓶蓋、瓶子、箱子、盒子及化妝袋等包裝材料。我們亦採購美容工具、化妝刷及分指器等部件，以納入季節性美容產品禮品套裝。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們採購原材料及物料的成本明細：

	截至十二月三十一日止年度				截至四月三十日止四個月			
	二零一五年		二零一六年		二零一六年		二零一七年	
	佔採購總		佔採購總		佔採購總		佔採購總	
	採購金額	額百分比	採購金額	額百分比	採購金額	額百分比	採購金額	額百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
包裝材料(包括連同美容產品禮品套裝出售的化妝袋)及部件	42,131	44.0	47,479	51.5	6,192	38.8	5,109	35.1
化學品	9,467	9.9	12,608	13.7	2,222	13.9	2,008	13.8
其他(附註)	1,615	1.7	758	0.8	16	0.1	288	2.0
美容產品相關採購成本小計	53,213	55.6	60,845	66.0	8,430	52.8	7,405	50.9
化妝袋相關採購成本	42,450	44.4	31,381	34.0	7,541	47.2	7,143	49.1
採購成本總計	95,663	100.0	92,226	100.0	15,971	100.0	14,548	100.0

附註：其他指我們外判予供應商的工作，如貼標。

於往績記錄期間，我們的原材料及物料價格並未出現重大波動。雖然我們並無對沖原材料成本的任何潛在波動，但我們密切監察原材料的市價。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何會對我們營運造成不利影響的原材料及物料的質素問題或短缺。

我們所有的化妝袋均由外部製造商生產。除化妝袋向關連人士採購外(有關詳情載於「一原材料及物料—我們的五大供應商」)，我們全部的原材料及物料均向獨立第三方採購。於往績記錄期間，我們絕大部分供應商位於中國，其餘供應商則位於加拿大、香港及越南。我們並無自行製造化妝袋，原因是我們有意集中資源於美容產品的設計、開發及製造，其與製造化妝袋相比乃更為複雜且需要更先進及精湛的技術，而鑒於美容產品及化妝袋市場規模的差異，董事認為其增長潛力較大。作為擁有設計及開發能力的美容產品製造商，我們深信我們明顯較競爭對手更優勝。董事進一步認為，較美容產品製造而言，化妝袋製造的入行門檻更低，因此，化妝

業 務

袋製造業競爭更劇烈。因此，我們決定未來繼續專注於美容產品（尤其是非季節性單項美容產品）製造。自外部製造商收取化妝袋後，我們會進行品質控制檢查，並僅接納符合標準的已交付化妝袋。有關詳情請參閱「— 品質控制」。

於往績記錄期間，本集團向超過300名預審合格供應商採購原材料及物料。我們一般擁有同類原材料及物料的替代供應來源，因此，流失任何單一供應商不會對我們的營運產生重大影響。除購買框架協議外，我們並無與供應商訂有任何長期合約，且我們可隨意向眾多供應商採購相同的原材料或物料。我們認為，此安排有利於我們維持龐大供應網絡，以確保我們採購質素良好及價格具有競爭力的原材料及物料。

甄選供應商

為確保物料品質，提高產品質量的一致性，我們設有嚴格的供應商甄選系統。我們已採納並實施書面指導方針及政策，以規管甄選新供應商的程序及監督現有供應商的持續表現。在委聘供應商前，我們的採購團隊將進行現場視察，以瞭解其產品品質、製造過程及品質控制系統，以及其符合我們特定品質要求的能力。我們在甄選供應商時考慮的因素包括其營運規模、質量、可靠性、交付時間以及整體市場聲譽。我們亦要求我們選定的供應商遵守相關地方及行業品質控制標準，並對供應材料進行品質測試。

我們為每類原材料及物料保有認可供應商名單，該名單須定期審閱並重新評估。對通過我們初步評估的新供應商而言，我們將向該供應商採購三次以作為額外的預防措施，確保概無產生問題及無發現缺陷，方可將該供應商列入我們的認可供應商名單。我們的質控團隊亦將定期提供及更新年度重估報告。供應商提供的所有原材料及物料必須符合我們的質控要求，有關詳情載於「— 品質控制」。

在向客戶報價前，我們通常向多名供應商獲取報價。我們一般會與供應商磋商總生產成本、付款條款以及交付方法及時間等各種委聘條款，並選擇在（其中包括）品質、交付時間、定價及售後服務等方面最具競爭力的供應商。我們若干客戶（例如客戶集團B）亦要求我們的供應商遵守相關標準及法律，包括該等有關勞工、員工安全及環境的標準及法律。因此，我們為該等客戶所下訂單揀選遵守有關標準及法律的供應商。

業 務

我們的部分供應商(如供應部分精華及香氛油的供應商)由我們客戶指定。我們向該等指定製造商採購精華或香氛油，以進一步加工為瓶裝香氛。客戶指定的供應商仍須接受我們的檢驗及審閱程序。

採購及存貨政策

我們透過採購部採購原材料及物料，且我們絕大部分的原材料及物料均由位於中國的供應商供應，其餘供應商則位於加拿大、香港及越南。我們一般在接獲客戶訂單後採購原材料及物料，以降低存貨風險。

典型採購交易的主要條款

除購買框架協議外(根據創業板上市規則規定)，董事認為無必要按照行業慣例與任何供應商訂立任何長期協議，反而本集團會以確認的訂單為基礎採購物料。我們就供應協議及採購訂單一律維持標準模板，模板通常包括產品類別、數量、單價、交易總額以及裝運條款及品質標準等。化妝袋採購方面，為達到客戶品質及／或合規要求，我們將委託第三方檢測公司對製成品進行抽樣測試，確保化妝袋符合我們的品質標準，倘不符合品質標準，則該供應商將就不達標產品對我們造成的虧損負責。供應商通常須在指定日期當日或之前自費將原材料及其他物料付運至我們的倉庫，而我們的化妝袋供應商須於我們對製成品進行檢查並得出滿意結果後，將製成品付運至中國港口，其後，我們將安排付運予我們的客戶。供應商授予我們的信貸期各有不同，通常分為以下類別：(1)須於訂單發出時交付按金，餘額於裝運後支付；(2)裝運後20日至60日；或(3)訂單日期當月月尾及月尾30日。付款一般通過銀行轉賬並以人民幣結算。下單後，採購化學品物料的時間介乎約7日至15日，而採購其他物料的時間則介乎約50日至60日。

我們的五大供應商

於往績記錄期間，我們的五大供應商的採購額分別佔我們的總採購成本約40.6%、32.9%及53.0%。於往績記錄期間，我們五大供應商中兩名為本公司關連人士，向本集團供應化妝袋。截至二零一六年十二月三十一日兩個年度以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，化妝袋的總採購成本分別為約42.5百萬港元、31.4百萬港元、7.5百萬港元及7.1百萬港元，佔我們總採購成本約44.4%、34.0%、47.2%及49.1%。於往績記錄期間，向兩名關連供應商作出的化妝袋採購額分別為約15.9百萬港元、13.3百萬港元及4.5百萬港元，分別佔我們的總採購成本約16.6%、14.4%及30.7%。本公司關連人士寶馬為我們於往績記錄期間的最大供應商，於往績記錄期間，分別佔我們的總採購成本約13.7%、14.4%及30.7%。有關我

業 務

們向寶馬作出的採購額，請參閱「關連交易—非豁免持續關連交易—5.向寶馬購買化妝袋」。於最後實際可行日期，進峰(另一名關連供應商)正進行自願取消註冊。董事確認，由於隨時可覓得替代供應商，故進峰不再向我們供應化妝袋將不會對本集團營運造成任何重大不利影響。

除向寶馬及進峰進行採購外，董事或彼等各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有本公司已發行股本5%以上的任何現有股東概無於往績記錄期間在任何五大供應商中擁有任何權益。於往績記錄期間，概無五大供應商亦為我們的客戶。

截至二零一七年四月三十日止四個月

供應商名稱	主要業務活動	於最後實際 可行日期業務 關係年數 (概約)	所供應材料	信貸期	佔本集團 總採購成本 百分比 (概約)
寶馬	包袋及包裝材料 製造商	10	化妝袋及包裝材料	月尾30日	30.7
供應商D	包袋製造商	3	化妝袋	月尾30日	14.3
供應商F	化學品製造商	4	化學品	月尾30日	2.7
供應商B	包袋及包裝材料 製造商	3	化妝袋及包裝材料	月尾30日	2.7
供應商G	包裝材料製造商	2	包裝材料	月尾30日	2.6

截至二零一六年十二月三十一日止年度

供應商名稱	主要業務 活動	於最後實際 可行日期業務 關係年數 (概約)	所供應材料	信貸期	佔本集團 總採購成本 百分比 (概約)
寶馬(附註1)	包袋及包裝材料 製造商	10	化妝袋及包裝材料	月尾30日	14.4
供應商A	包裝材料製造商	4	化妝袋及包裝材料	月尾	6.6
供應商B	包袋及包裝材料 製造商	3	化妝袋及包裝材料	月尾30日	4.3
供應商C	包裝材料製造商	2	包裝材料	月尾	4.0
供應商D	包袋製造商	3	化妝袋	月尾30日	3.6

業 務

截至二零一五年十二月三十一日止年度

供應商名稱	主要 業務活動	於最後實際 可行日期業務 關係年數 (概約)	所供應材料	信貸期	佔本集團 總採購成本 百分比 (概約)
寶馬(附註1)	包袋及包裝材料 製造商	10	化妝袋及包裝材料	月尾30日	13.7
供應商D	包袋製造商	3	化妝袋及包裝材料	月尾30日	10.1
供應商B	包袋及包裝材料 製造商	3	化妝袋及包裝材料	月尾30日	9.1
供應商E	包裝材料製造商	3	配件	交付15%按 金，餘額於 收取貨品後 20日支付	4.8
進峰(附註2)	包袋製造商	5	化妝袋	月尾30日	2.9

附註：

1. 寶馬為本公司關連人士，有關進一步資料，請參閱「關連交易—關連人士」。
2. 進峰由我們的執行董事柯柎先生及柯烜先生的堂表親擁有，因此，根據創業板上市規則第20章，進峰為本公司的關連人士。於最後實際可行日期，進峰正進行自願取消註冊。

銷售及營銷

於最後實際可行日期，我們的銷售及營銷部包括四名中國員工，彼等由擁有五名員工團隊的香港辦事處領導，並受柯柎先生及陳女士監督。有關柯柎先生及陳女士的進一步資料，載於「董事、高級管理層及僱員—董事」。

我們的銷售及營銷工作著重於提供具競爭力的價格、可靠及時的交付以及優質的產品與服務。我們已與主要客戶建立長期關係，且現有客戶或會向我們轉介新客戶。因此，我們致力於製造及／或銷售有品質保證的產品，以維持業內聲譽。

在產品設計及開發階段到生產階段乃至產品交付的整個銷售過程，我們均與客戶緊密合作。我們與主要客戶溝通，以更貼切地瞭解彼等的需要，生產出配合其品牌理想形象的產品。我們的客戶代表或會到訪香港辦事處展廳以商討產品設計及理念，並且會參觀一芙化妝品廠房。

業 務

我們一般每年向客戶就我們的美容產品提供方案。有關方案包括產品及圖樣的設計、產品組合及規劃圖以及按成本加成模式計算的報價等方案供彼等考慮，並將就客戶選擇的設計／方案下單。由於我們於往績記錄期間銷售的美容產品主要為針對假期及節日的季節性禮品套裝及單品項目，故該等美容產品一般屬一次性產品，且訂單通常屬非經常性質。客戶購買的產品類型及數量每年都有所不同，其取決於（其中包括）相關年份客戶的營銷計劃及預算。因此，視乎客戶採購訂單的產品組合，我們的財務表現可能每年出現波動。

展望未來，管理層將專注於銷售美容產品（尤其是非季節性單項美容產品），並投放較少資源於可補足我們美容產品銷售的化妝袋。進一步詳情請參閱「一銷售及營銷一客戶」及「未來計劃及所得款項用途一業務戰略及未來計劃一(1)提高我們的生產力及產能一(ii)我們實行開發及銷售更多不僅為滿足假日及節日需要，更可全年使用的非季節性單項美容產品戰略的原因（「戰略」）」。

定價

我們通常採用成本加成定價法，但於釐定價格時亦會考慮客戶的預算。客戶通常向我們提供彼等的建議零售價及預算，而我們隨後將根據訂單數量、原材料價格、外匯風險緩衝、生產成本及運輸成本（如有）等多項因素為產品定價。於往績記錄期間，我們並無向客戶提供任何銷售獎勵，且除客戶集團E外，無意於未來向彼等提供任何銷售獎勵。除與客戶集團E訂立的總協議包含回扣條款外，概無與客戶訂立的協議載有有關銷售獎勵的任何條款。董事預期本集團的成本結構不會因上述理由而受到重大影響。

銷售市場

於往績記錄期間，我們的收益超過78%來自向美國客戶作出的銷售。下表載列於往績記錄期間按我們客戶地理位置分類的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度				截至四月三十日止四個月			
	二零一五年		二零一六年		二零一六年		二零一七年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)							
美國	145,939	85.4	145,507	88.1	20,451	80.5	18,951	78.9
中國	6,291	3.7	6,047	3.7	1,085	4.3	1,802	7.5
阿聯酋	10,529	6.2	3,377	2.0	1,644	6.5	3,009	12.5
英國	5,283	3.1	5,066	3.1	1,130	4.4	199	0.8
其他國家(附註)	2,765	1.6	5,101	3.1	1,087	4.3	69	0.3
總計	<u>170,807</u>	<u>100.0</u>	<u>165,098</u>	<u>100.0</u>	<u>25,397</u>	<u>100.0</u>	<u>24,030</u>	<u>100.0</u>

附註：就截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度而言，其他國家主要包括德國、加拿大、斯里蘭卡及斐濟。就截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月而言，其他國家包括德國及斐濟。

業 務

客戶

我們的客戶主要包括零售商、美容產品品牌擁有人及貿易公司。截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，我們向零售商及非零售商客戶作出的銷售額分別約為102.7百萬港元、103.6百萬港元、13.3百萬港元及16.4百萬港元與約68.1百萬港元、61.5百萬港元、12.1百萬港元及7.6百萬港元。

截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，我們分別有33名、26名、19名及17名客戶，而於往績記錄期間，合共40名客戶中的22名於截至二零一七年十二月三十一日止三個財政年度中最少兩個年度向我們下採購單。所有客戶均為獨立第三方。下表載列於往績記錄期間我們零售商及非零售商客戶的明細：

客戶類型	截至十二月三十一日止年度		截至四月三十日止四個月	
	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
零售商	18	16	13	11
非零售商(附註)	15	10	6	6
總計	33	26	19	17

附註：非零售商客戶主要包括美容產品品牌擁有人及貿易公司。

截至二零一六年十二月三十一日止年度，客戶較截至二零一五年十二月三十一日止年度有所下降，乃主要由於管理層銷售焦點進一步由化妝袋轉向美容產品(尤其是非季節性單項美容產品)，致使我們化妝袋客戶數目減少所致。於往績記錄期間，我們的五大客戶組合維持穩定。

儘管化妝袋於往績記錄期間佔本集團收益超過29%，且截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月的毛利率分別約為27.0%、37.4%、36.9%及33.9%，惟以下為導致管理層的銷售重點由化妝袋轉移至美容產品(尤其是非季節性單項美容產品)的因素及商業理由：

- 董事認為，美容產品行業的增長潛力與化妝袋行業(僅為弗若斯特沙利文報告所述美容產品行業的細分)相比較為高，且前景較明朗。在弗若斯特沙利文報告，化妝袋屬於洗護用品分類中的個人護理用品細分。根據弗若斯特沙利文報告，在美容產品的五個分類中，美國洗護用品分類(包括化妝袋)的零售值增長率預期於二零一七年至二零二一年五年間為第二低，

業 務

複合年增長率為1.9%，而彩妝品預期於同期的增長率為最高，複合年增長率為4.8%。鑒於洗護用品分類於未來五年的增長率緩慢，董事認為，長遠看來，化妝袋行業就定價而言亦將可能更具競爭力，故此化妝袋銷售的利潤率或會下降。

- 儘管於往績記錄期間化妝袋的毛利率與美容產品的毛利率相若，但我們能夠建立及維持美容產品客戶的客戶忠誠度，是支持管理層能化妝袋轉移的銷售重點的另一項理由。美容產品的設計、開發及製造較化妝袋為複雜，需較先進及高深的技術。我們的專業技術知識使我們可為客戶提供具附加價值的美容產品設計及開發服務，進而助長客戶委聘我們開發新產品的忠誠度。由於化妝袋的設計、開發及製造僅需較低專業技術知識，入行門檻較低，故產品定價的市場競爭激烈，而客戶則由於購買化妝袋有各種選擇，導致客戶忠誠度疲弱。因此，管理層將努力專注於銷售美容產品（尤其是非季節性單項美容產品）使我們能發揮本集團於專業技術知識的競爭優勢，以維持客戶忠誠度。因此，我們已分配及將繼續分配更多資源於鞏固我們作為美容產品製造商的地位，以加強我們的競爭力。由於我們計劃開發及銷售更多非季節性單項美容產品（有關詳情載於「未來計劃及所得款項用途—業務戰略及未來計劃」），而產品質量的一致性對製造非季節性單項美容產品至關重要，且需要高精確度的機器及系統，故於生產廠房升級後，董事認為，我們將能更有效地製造非季節性單項美容產品，並在維持客戶忠誠度方面更具信心，此乃由於有關訂單將會定期及經常下訂。
- 據董事瞭解，售予客戶的化妝袋一般作推廣用途，視乎須遵守該年的推廣及營銷計劃及預算而定。作為零售商及美容產品品牌擁有人推廣用品及贈品的化妝袋擔當營銷渠道，刺激終端客戶購買其美容產品的意欲，該等產品一般不會產生收益且不得經常使用，否則其新穎／禮品的概念會削弱。因此，董事認為，管理層將銷售重點專注於客戶主要收益來源（即其美容產品，尤其是全年銷售的產品）可鞏固與客戶的業務關係並產生更穩定及經常收益。

業 務

- 儘管外判化妝袋的製造予外部製造商為切實可行的業務模式，原因是並無使用本集團美容產品的產能，惟有關模式可能導致本集團承擔風險，且或會使本集團難以進一步提升利潤增長率，此乃由於我們無法直接控制生產成本。有關製造化妝袋的勞工成本及原材料成本在長遠看來或會有所增加，董事認為，有關成本的增加極有可能轉嫁本集團（作為化妝袋製造商的客戶）。然而，由於我們瞭解售予客戶的化妝袋乃作促銷用途，而或不可被視為極具附加值，故可能難以將有關成本的增加進一步轉嫁客戶。長久看來，我們或須接受銷售化妝袋的較低毛利率以維持市場份額。因此，管理層將銷售重點自化妝袋轉至美容產品（尤其是非季節性單項美容產品）乃為抵銷此項風險的管理戰略。
- 此外，由於我們並無製造化妝袋，故我們可監控的質量控制程序的全面性與美容產品製造相比較低，原因是我們美容產品製造的質量控制程序於內部進行，可更有效地監控及監督該程序。再者，倘我們的化妝袋客戶要求較短的化妝袋生產週期，則本集團須就產品定價及品質承擔更高風險，此乃由於(i)化妝袋製造商可能就適應生產時間限制而增加其成本；及(ii)化妝袋品質可能難以維持生產週期較長時的相若標準。

銷售協議

客戶與我們確認訂單後，我們會向所有客戶發出單獨的銷售確認書，當中載明（其中包括）所需的產品數量、產品規格、特定訂單的採購價、交付方式及期限以及付款條款。我們與若干客戶訂立總協議。總協議載有（其中包括）付款條款、裝運條款、產品擁有權、產品檢測、終止等。客戶仍透過個別採購訂單向我們進行採購，我們則繼而會向客戶發出個別銷售發票。根據弗若斯特沙利文報告，美容產品製造商客戶根據總協議向有關美容產品製造商承諾每年最低採購訂單並非行業的慣例。

業 務

於往績記錄期間，我們已與五大客戶中的四名客戶訂立總協議。下文載列與客戶A及D以及客戶集團B及E訂立總協議的主要條款：

	客戶集團B (附註1)		客戶集團E (附註2)
	(美國)	(英國)	
年期及屆滿日期	初步期間自二零一六年八月一日起計，為期一年，除非及直至任何一方通知另一方為止，初步期間方會自動延續一年期間	無特定年期，持續生效至終止為止	自二零一三年十一月三十日起持續生效至終止為止
其他效力	無	無	無
認證	無	若干審查、道德及環境標準以及其他指引	ISO 9001，及經客戶B (美國) 認證 (原因為我們向該客戶出售的產品最終售予客戶B (美國))，且通過道德標準、安全審查以及工廠產能及產能審查評級
銷售獎勵 / 回扣 (%)	無	無	客戶集團E或會知會我們有關其標準回扣計劃，而我們同意遵守其不時更新有關標準回扣計劃的條款。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，授予客戶集團E的回扣總額約為0.1百萬港元

業 務

	客戶A	客戶集團B (附註1)	(美國)	(英國)	客戶D	客戶集團E (附註2)
定價政策	產品單價固定，為期一年	無	無	無	產品單價乃按最低產品購買額(作為預測值)及運送費用支	包括交貨地點、包裝、運費、稅項及銷售費用
信貸期及付款條款	未說明，惟實際上，本集團為客戶A提供後30日，而客戶A截至二零一六年一月三十一日止年度實際收賬約為兩週	信用證／於付運後60至90日開立賬戶	信用證／於付運後60日開立賬戶	信用證／於付運後60日開立賬戶	於客戶倉庫收到產品後30日	收到發票後45日
維持產品責任保險	有	有	有	有	有	有
缺陷產品退貨	倘產品尚未經生產、銷售或交付，或產品規格或交付單，則客戶A可拒收	倘我們的產品存在缺陷或不合規格；或客戶B(美國)可向我們退貨	倘產品存在缺陷或不合規格；或客戶B(英國)亦可要求我們拒收產品；或(ii)修復或更換產品，並由我們與客戶B(英國)協定	倘產品存在缺陷或不合規格；或客戶B(英國)亦可要求我們拒收產品；或(ii)修復或更換產品，並由我們與客戶B(英國)協定	可以，倘於交付後90日內拒絕交貨	客戶集團E可要求我們拒收任何被拒收的不合格產品或除銷款
		採購單／發票所反映的淨成本為扣除按預定百分比的缺陷補貼後的缺陷補貼，則將就超出部分向我們索償。倘所接到的缺陷補貼已於下一年	採購單／發票所反映的成本為扣除按預定百分比的缺陷補貼後的缺陷補貼，則將就超出部分向我們索償。倘所接到的缺陷補貼已於下一年	採購單／發票所反映的成本為扣除按預定百分比的缺陷補貼後的缺陷補貼，則將就超出部分向我們索償。倘所接到的缺陷補貼已於下一年		
		於往續記錄期間，客戶集團B向我們提交的退貨索償(超支缺陷補貼部分)微不足道	於往續記錄期間，客戶集團B向我們提交的退貨索償(超支缺陷補貼部分)微不足道	於往續記錄期間，客戶集團B向我們提交的退貨索償(超支缺陷補貼部分)微不足道		

業 務

客 戶 A	(美國)	客 戶 集 團 B (附註 1)	(英國)	客 戶 D	客 戶 集 團 E (附註 2)
終止條款	倘我們違背協議、宣布無力償債或財務穩定性遭質疑，則客戶 A 可終止協議。倘客戶 A 未能支付無異議的發票金額，則我們可終止協議	向另一方發出通知我們須於控制權出現變動時即時通知客戶 B (美國)。我們已通知客戶 B (美國) 有關重組事宜。於最後實際可行日期，客戶 B (美國) 並未向我們提出任何反對意見	倘 (其中包括) 訂約方 (i) 向另一方發出通知；(ii) 停止買賣或按其他任何形式暫停支付或無法於屆滿時支付其債務則協議可予以終止	倘出現違約 (包括任何一方未能履行合約義務、違反聲明或保證或任何一方破產)，則可終止協議	任何一方可於 (其中包括) 向另一方發出通知或倘其他各方嚴重違反協議或任何採購訂單的情況下終止協議
		倘我們 (其中包括) (i) 重大違反協議；(ii) 違反任何客戶 B (英國) 指定的道德政策或標準；或 (iii) 控制權出現變動，客戶 B (英國) 可終止任何購買或協議 (附註 3)			客戶集團 E 可於以下狀況下終止協議：(i) 我們未能及時向供應商付款；(ii) 我們的所有權有任何直接或間接變更；(iii) 我們未能遵守義務等 (附註 3)

附註：

1. 客戶集團 B 由同一集團內的兩個實體組成，其中一個實體為起源於美國的全球知名連鎖超市，而另一個實體則為英國連鎖超市。
2. 客戶集團 E 由同一集團內的兩個實體組成。總協議僅規管我們與其中一個實體的關係。
3. 我們已通知客戶 B (英國) 及客戶集團 E 有關重組事宜。於最後實際可行日期，我們接獲客戶 B (英國) 的回覆，表示知悉我們因重組導致控制權改變。此外，鑒於因重組所導致控制權變動的通知發出後，我們接獲客戶集團 B 及客戶集團 E 的訂單並繼續與彼等保持業務關係 (如與客戶 B (英國) 及客戶集團 E 交流業務通訊)，加上我們與客戶集團 B 及客戶集團 E 分別約 10 及 16 年的長期關係，故董事認為，即使我們未有自客戶 B (英國) 及客戶集團 E 就控制權變動取得肯定同意，亦不大可能導致該等客戶終止與我們的業務關係，因此，應不會對我們的業務造成重大不利影響。

業 務

收益確認

我們於產品的風險、回報及所有權轉移至客戶時(一般為貨品已付運予客戶且所有權已轉讓予客戶當日)確認貨物銷售收益。有關收益確認政策的進一步詳情，請參閱「財務資料—關鍵會計政策」的關鍵會計政策。

五大客戶

於往績記錄期間，我們五大客戶的銷售額分別佔收益約78.6%、76.8%及84.3%。同年，我們最大客戶的銷售額分別佔收益約25.1%、22.3%及28.3%。儘管有客戶集中的情況，董事認為我們並非依賴任何單一客戶，原因為於往績記錄期間我們有各式各樣的客戶(包括零售商及非零售商)。再者，作為我們業務戰略及未來計劃的一部分，我們計劃透過開發及生產更多供日常使用的非季節性單品項目擴闊我們的產品組合，以令我們的客戶群多樣化。有關業務戰略及未來計劃的進一步資料，請參閱「未來計劃及所得款項用途—業務戰略及未來計劃」。

於往績記錄期間，董事、彼等各自的緊密聯繫人及據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的現有股東概無於五大客戶中擁有任何權益。於往績記錄期間，我們的五大客戶概不屬我們的供應商。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們五大客戶的若干資料：

截至二零一七年四月三十日止四個月

客戶名稱	位置	經營規模 (附註4)	主要業務活動	於最後 實際可行日期 業務關係年數 (概約)	所購買產品	信貸期	佔本集團 收益百分比 (概約)
客戶C	美國	總部位於美國的私人公司，經營規模為3,000平方呎的研發實驗室，實驗室配有訓練有素的美容產品專業人員，全方位提供品質控制、營銷、產品開發及設計服務。	美容產品品牌擁有人	6	彩妝品及化妝袋	裝運後75日	28.3
客戶集團E (附註2)	美國	其母公司於紐約交易所上市，於美國、加拿大、英國及中國經營約3,000間公司自置專賣店。其品牌於全球超過700間連鎖店販售，而其產品亦可於線上購買。	多個國際知名美容產品品牌擁有人	17	化妝袋	裝運後45日	26.8
客戶G	迪拜	其母公司為位於阿聯酋及沙地阿拉伯王國的私人公司，旗下自有品牌及連鎖品牌於六個國家超過700間連鎖店出售產品(包括成衣、美容產品、玩具等。)	成衣、美容產品及玩具等的特許經營者/特許經營權擁有人/獨立品牌組織等。	12	彩妝品及化妝袋	發票日期後30日	12.5
客戶D	美國	總部位於美國的私人公司，其經營10個消費品品牌，於超過60個國家透過約100,000個零售點銷售其產品。	美容、個人護理、頭髮護理及香氛品牌擁有人	4	香氛及洗護用品	於客戶倉庫實際收到產品後30日	11.2
客戶H	中國	總部位於中國的私人公司，其提供(其中包括)兒童營養補給品及個人護理產品，並與來自美國及日本著名的卡通人物擁有人合作。	洗護用品品牌擁有人	3	洗護用品	到達客戶指定倉庫後90日	5.5

業 務

截至二零一六年十二月三十一日止年度

客戶名稱	位置	經營規模 (附註4)	主要業務活動	於最後 實際可行日期 業務關係年數 (概約)	所購買產品	信貸期	佔本集團 收益百分比 (概約)
客戶A	美國	納斯達克上市公司，於美國48個州及哥倫比亞特區經營1,010間零售店，亦透過其網站分銷其產品。	美容產品品牌擁有人	5	彩妝品	裝運後30日	22.3
客戶集團B (附註1)	美國及英國	總部位於美國，而其美國實體於紐約交易所上市，於28個國家以59個品牌經營約11,700間零售店，並透過電子商務網站於10個國家經營。	起源於美國的全球知名連鎖超市集團	11	彩妝品及化妝袋	即期信用證或裝運後60至90日	19.9
客戶C	美國	總部位於美國的私人公司，經營規模為3,000平方呎的研發實驗室，實驗室配有訓練有素的美容產品專業人員，全方位提供品質控制、營銷、產品開發及設計服務。	美容產品品牌擁有人	6	彩妝品及化妝袋	裝運後75日	13.3
客戶D	美國	總部位於美國的私人公司，其經營10個消費品品牌，於超過60個國家透過約100,000個零售點銷售其產品。	美容、個人護理、頭髮護理及香氛品牌擁有人	4	香氛及洗護用品	於客戶倉庫實際收到產品日期後30日	13.2
客戶集團E (附註2)	美國	其母公司於紐約交易所上市，於美國、加拿大、英國及中國經營約3,000間公司自置專賣店。其品牌於全球超過700間連鎖店販售，而其產品亦可於線上購買。	多個國際知名美容產品品牌擁有人	17	化妝袋	裝運後45日	8.1

業 務

截至二零一五年十二月三十一日止年度

客戶名稱	位置	經營規模 (附註4)	主要業務活動	於最後 實際可行日期 業務關係年數 (概約)	所購買產品	信貸期	佔本集團 收益百分比 (概約)
客戶C	美國	總部位於美國的私人公司，經營規模為3,000平方呎的研發實驗室，實驗室配有訓練有素的美容產品專業人員，全方位提供品質控制、營銷、產品開發及設計服務。	美容產品品牌擁有人	6	彩妝品	裝運後75日	25.1
客戶集團B (附註1)	美國、英國 及中國	總部位於美國，而其美國實體於紐約交易所上市，於28個國家以59個品牌經營約11,700間零售店，並透過電子商務網站於11個國家經營。	起源於美國的全球知名連鎖超市集團	11	彩妝品、洗護用品及化妝袋	即期信用證或淨60日	20.4
客戶D	美國	總部位於美國的私人公司，其經營10個消費品品牌，於超過60個國家透過約100,000個零售點銷售其產品。	美容、個人護理、頭髮護理及香氛品牌擁有人	4	香氛及洗護用品	裝運後50%及收貨後50%	12.1
客戶集團F (附註3)	美國及加拿大	總部位於美國，其美國實體於紐約交易所上市，於57個國家及區域設有銷售經營點，並於18個其他國家及區域分銷其產品。	美容產品品牌擁有人	11	化妝袋	淨30日	11.1
客戶集團E (附註2)	美國	其母公司於紐約交易所上市公司，於美國、加拿大、英國及中國經營約3,000間公司自置專賣店。其品牌於全球超過700間新增連鎖店販售，亦可於線上購買其產品。	多個國際知名美容產品品牌擁有人	17	化妝袋	裝運後45日	9.9

附註：

1. 客戶集團B由同一集團內的三個實體組成，包括美國及中國的連鎖超市以及英國連鎖超市。
2. 客戶集團E由同一集團內兩個實體組成。
3. 客戶集團F由同一集團內兩個實體組成。
4. 根據相關客戶網站或年報於最後實際可行日期的公開資料。

董事認為，我們與回頭客已建立穩定及友好的業務關係。由於本集團的五大客戶與我們有三年或以上的業務關係，故董事相信，我們的五大客戶不繼續向我們下達採購訂單的機會微乎其微，除非因不可預見因素或失控因素所致。於往績記錄期間，我們與客戶概無任何重大糾紛或面對任何重大缺陷產品退貨。

由於縮減其業務規模且對我們產品的需求下降，客戶集團F於截至二零一六年十二月三十一日止年度並無向我們下達重大訂單及於截至二零一七年四月三十日止四個月並未向我們下達訂單。截至二零一七年四月三十日止四個月，儘管客戶A並

業 務

未向我們下達訂單而客戶B並未向我們下達重大訂單，直至最後實際可行日期，彼等就截至二零一七年十二月三十一日止年度的已完成銷售及已確認訂單分別約為27.9百萬港元及約35.7百萬港元。

季節性因素

我們的銷售額受季節性波動影響。過往，我們的美容產品主要以季節性禮品套裝或單品項目形式銷售，並於每年第三季錄得較高的美容產品銷售額，主要由於客戶就於每年第四季期間的西方節日（如感恩節及聖誕節）作準備，而該等節日期間公眾對美容產品禮品套裝的銷售需求較高。就化妝袋而言，我們一般於每年第二季及第三季錄得較高銷售額，主要由於客戶為前述節日作準備，同時亦為九月的開學日作準備。

下表載列於截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度按產品類別劃分的每季收益以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月按產品類別劃分的收益：

	收益												截至四月三十日止四個月		
	截至十二月三十一日止年度											二零一六年		二零一七年	
	二零一五年					二零一六年									
	第一季	第二季	第三季	第四季	總計	第一季	第二季	第三季	第四季	總計			千港元	千港元	
千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	%	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	%	(未經審核)			
美容產品															
彩妝品	11,630	7,567	58,859	7,367	85,423	50.0	7,103	2,814	62,404	14,462	86,783	52.6	7,984	9,264	
香氛	1,934	2,021	2,942	3,295	10,192	6.0	2,235	2,003	—	2,566	6,804	4.1	2,235	2,331	
洗護用品	107	92	11,020	567	11,786	6.9	1,998	7,793	10,072	2,223	22,086	13.4	2,224	2,094	
美容產品小計	13,671	9,680	72,821	11,229	107,401	62.9	11,336	12,610	72,476	19,251	115,673	70.1	12,443	13,689	
化妝袋	14,505	21,475	15,927	11,499	63,406	37.1	9,314	18,470	19,742	1,899	49,425	29.9	12,954	10,341	
總計	28,176	31,155	88,748	22,728	170,807	100.0	20,650	31,080	92,218	21,150	165,098	100.0	25,397	24,030	

研究及開發

我們的設計團隊專注於產品規劃圖及包裝設計開發的同時，我們的研發團隊專注於開發及改良我們應用於美容產品的化工產品配方。

我們認為我們所擁有有關開發及製造美容產品的重大專業知識包括以下範疇：

1. 熟悉美國及中國有關製造及銷售美容產品的地方法律及法規；

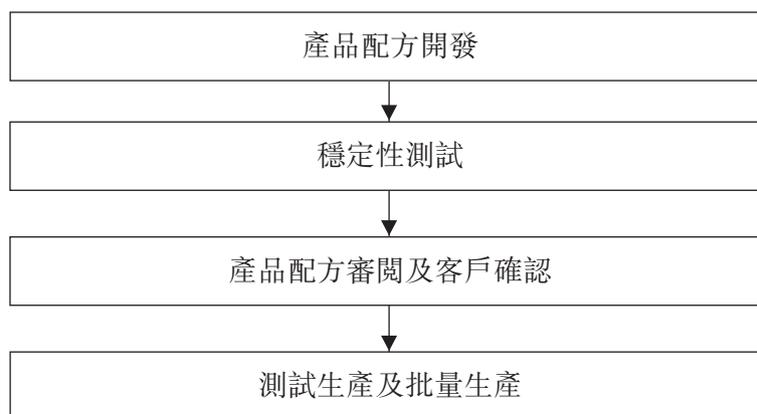
業 務

2. 原材料的特性及相容性；
3. 產品配方的穩定性；及
4. 生產設備及機器的特性。

於最後實際可行日期，我們的研發團隊擁有四名技術人員（其中一名擁有科學相關畢業證書）以及一名經理及一名監察人員（彼等擁有科學相關畢業證書）。我們亦備有獲全國職業資格考試認證中心認可為合資格化妝品配方師的開發工程師。

我們開發新產品配方，為客戶提供選擇。為提供定製服務，我們亦應客戶要求開發全新或修改現有產品配方，以配合彼等各自的需求及營銷戰略。

我們的產品配方開發過程可通過以下流程圖闡明：



我們根據客戶的具體要求以及相關法規及行業標準開發產品配方。就我們開發的每種產品配方，我們將記錄原材料添加量、產品特性及配方測試統計數據。對新產品配方進行的穩定性測試包括於不同溫度及燈光（熒光及紫外光）下的測試，以及於一段時間內的冷凍／解凍測試。倘產品配方通過所有相關測試，我們會將其提交予客戶批准，其後產品配方將於批量生產前先進行測試生產。

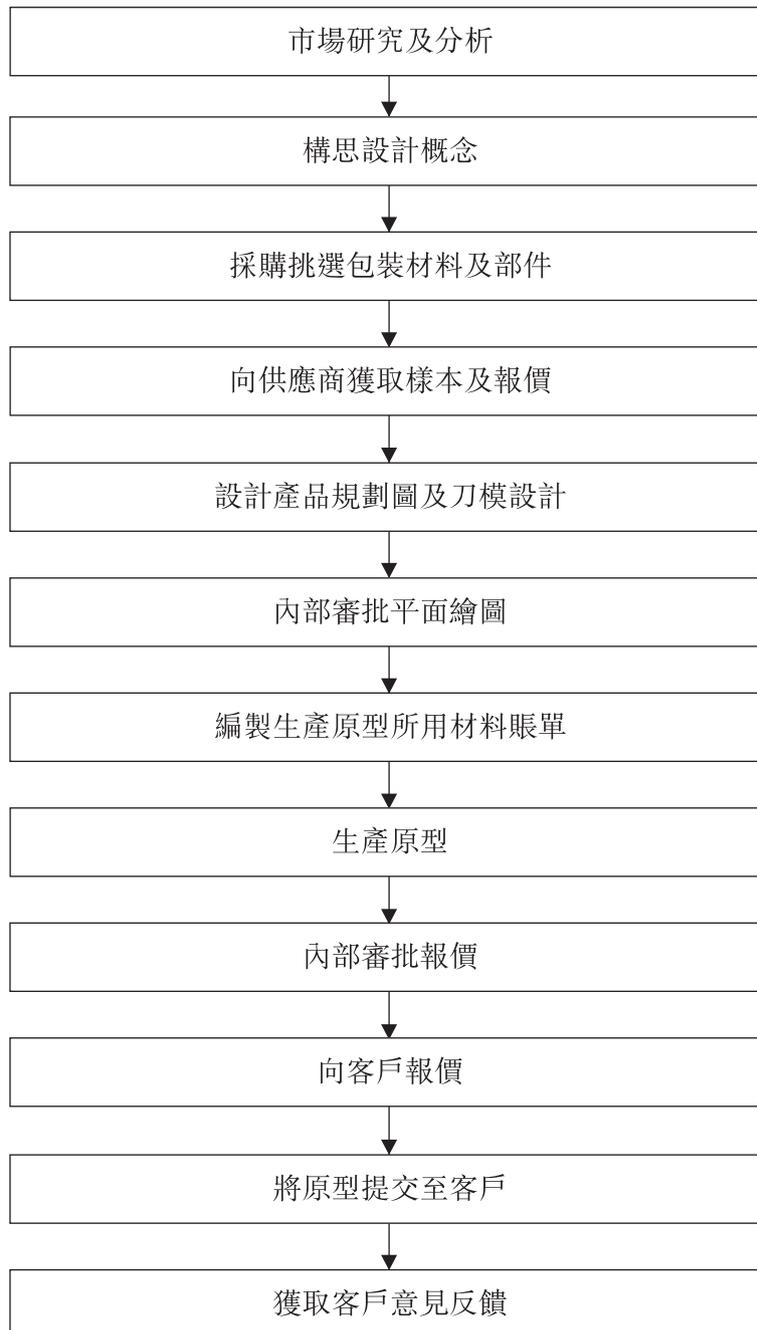
我們於往績記錄期間產生的研發費用主要用於若干研發人員的薪金開支及若干化學物。研發人員負責產品開發及生產程序。過往，我們未曾將相關成本分別計入獨立賬目。我們的員工成本悉數於銷售成本入賬。於往績記錄期間產生的所有研發開支已悉數支銷。

業 務

產品開發

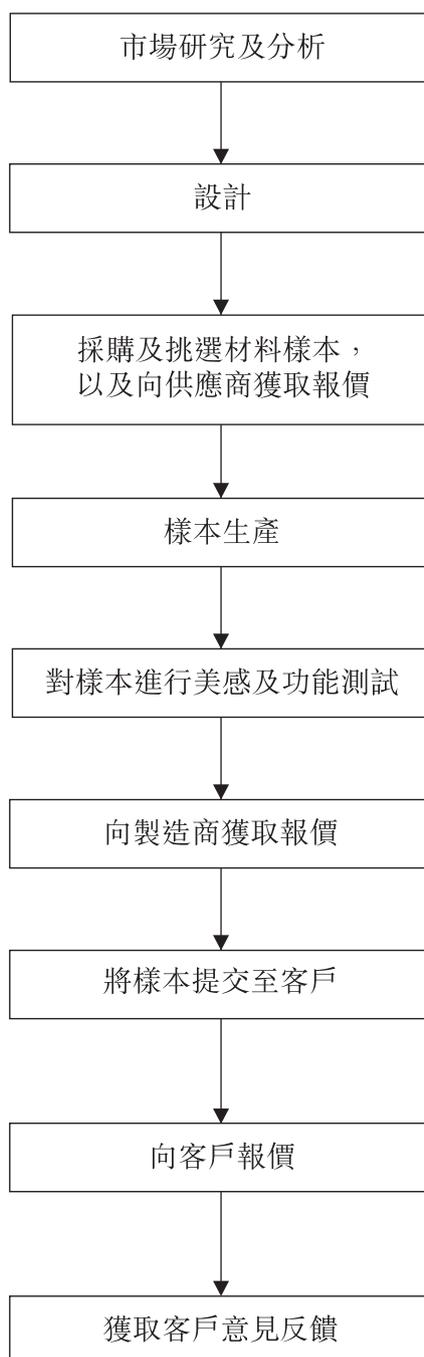
我們非常重視美容產品及化妝袋的設計及開發能力。以下載列美容產品及化妝袋的產品開發工作流程：

美容產品



業 務

化妝袋



業 務

於最後實際可行日期，我們的產品設計團隊由兩名設計師組成，其中一名為常駐香港的首席設計師，於設計行業擁有約18年經驗，而另一名為常駐中國的資深設計師，擁有設計相關畢業證書。

初步瞭解(其中包括)客戶的需要及要求、其定價戰略、形象及其競爭對手，是產品開發的重要步驟。市場研究及分析由我們的產品設計團隊進行。我們市場研究的渠道包括展會、互聯網、雜誌、實地參訪零售店及購買樣本。我們的設計師出席展會及展覽，以瞭解最新市場趨勢，並致力設計及開發可滿足客戶需求及需要的新產品，及應對不斷變化的趨勢及客戶變換無常的品味。我們所獲取資料為終端消費者的趨勢及偏好提供整體指引，有助我們設計切合客戶需要的產品，以便最終符合終端消費者的喜好。

我們的設計人員負責就我們的產品規劃圖及包裝進行概念設計，銷售團隊則與客戶定期聯絡，以討論其要求及偏好。我們可於未獲客戶提供任何初步資料情況下首先建議開發理念，或應客戶要求在彼等將向我們提供有關概念、顏色、趨勢及材料等大體構思時作進一步開發。我們的工程單位繼而將生產產品原型並就(其中包括)耐溫性測試及脫色進行測試，以確保原型穩定。就化妝袋而言，我們亦進行抗拉強度測試。符合我們內部及客戶要求的原型將提呈予客戶作最終審批。

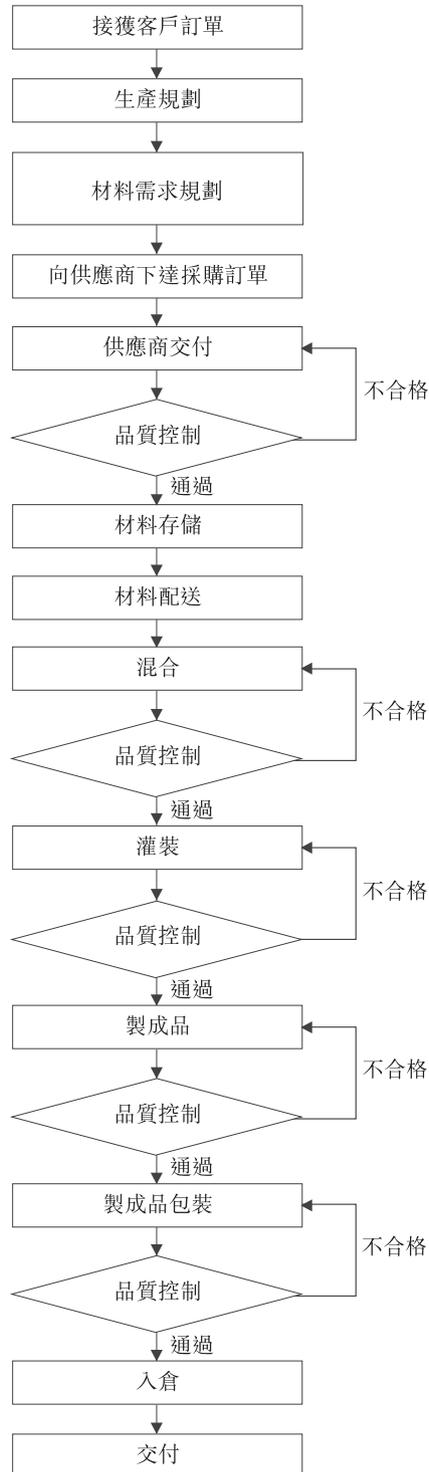
我們定期開發新產品設計以向我們的客戶展示。我們的產品開發變動可能包括美容產品禮品套裝中的產品包裝、形式、陳列及組合。我們的設計團隊將選擇其所認為客戶將會接受的設計。我們相信，根據當前市場趨勢開發多種設計選擇供客戶選擇乃行業慣例，以迎合客戶於該特定年度的業務戰略，提高我們產品獲選的機會。我們亦會考慮客戶於設計選擇的歷史統計數據，以決定向彼等提呈以供考慮的設計數目。即使我們向客戶提供設計選擇，惟因其市場規劃及年度預算，彼等未必會選擇我們所有的設計。因此，向客戶提供的設計數目不會作為彼等最終選擇向我們下達訂單的設計數目的指標。

生產美容產品

我們於一芙化妝品廠房的美容產品生產過程垂直整合，從產品設計、原材料購買及採購以至製造及包裝、交付及物流均包括其中。我們相信，上述垂直整合使我們能夠對材料使用、生產週期及產品品質保持嚴格控制。我們並不製造包裝材料及組件，而向外部製造商採購。生產及品質控制過程於管理層的密切監督下進行，涉及較高參與度及控制水平。

業 務

我們的美容產品生產操作過程可通過以下流程圖闡明。自客戶下單至交付產品的週期一般約為60至90日。



業 務

接獲客戶訂單

客戶的採購訂單透過銷售部下達，隨後轉交予跟單部，其後，跟單部將分析訂單並綜合所有資料，派發時間表及規格予其他部門／單位。

生產規劃及材料需求規劃

跟單部以及生產及物料控制部均負責監控整個生產流程，以確保整個流程順利及如期進行。我們的跟單部亦負責向客戶報告進度。我們的生產及物料控制部負責對各生產訂單編製生產計劃、制定人手分配、原材料交付時間、生產時間、入倉等。定期檢討生產計劃執行情況，以確保我們的營運如期進行。一般而言，我們的銷售部於接納銷售訂單前將與生產部評估我們的產能。

購買材料及物料

我們的採購部負責於接獲生產及物料控制部的材料採購清單後，向供應商購買材料。交付予我們的原材料及物料由質控單位進行檢查。對採購的原材料及物料進行隨機抽樣檢查，任何不達標原材料及物料均退還予供應商。生產及物料控制部其後將根據生產計劃，要求將相關原材料及物料配送予相關生產線。

混合

我們的生產部根據生產及物料控制部制定的生產計劃製造所需產品。生產初始階段涉及混合不同化學物。我們於一芙化妝品廠房的生產流程乃遵守ISO 9001及GMPC標準。生產過程中實行生產品質控制。此外，於生產至產品包裝各階段進行各種產品檢測及測試以確保產品的品質。我們的質控人員亦將於製成品送至倉庫待交付予客戶前進行最終品質控制檢測及質量保證標準檢測。有關進一步詳情，請參閱「品質控制 — 美容產品」。

灌裝

就我們非粉質類美容產品而言，大貨將灌裝進容器中。就粉質類美容產品而言，於灌裝進不同容器前，大貨將壓縮並可能烘乾（僅就濕粉眼影等濕粉彩妝品造成弧面所需的非必要流程）。

業 務

組裝及包裝

我們的非粉質類製成品將根據客戶的要求及規格裝箱。就含季節性禮品套裝或多色眼影盤等不同品項的產品而言，我們於裝箱前將根據客戶的要求及規格組裝不同品項。

入倉及存貨

由於我們僅於接獲客戶訂單後採購原材料及物料，且製成品於交付予客戶前僅暫時儲存於我們的倉庫，因此我們僅維持剛好足夠訂單所用的存貨水平。我們的所有進倉存貨均貼有闡明相關進倉日期的標籤，以便我們能消耗可用的原材料及物料，並以先進先出的基準檢索我們的製成品。於往績記錄期間，我們概無面臨任何存貨過期問題。

運輸及配送

於往績記錄期間，本集團委聘獨立第三方物流服務提供商將我們的產品從一芙化妝品廠房運往客戶指定目的地。物流提供商甄選一般以服務質素為基準，而服務質素根據及時提供報價、專業性、安全性及能力進行評估。一般而言，我們按工廠交貨或貨交承運人條款（就中國客戶而言），或船上交貨或完稅後交貨條款（就海外客戶而言）向客戶報價。就我們交付予海外客戶的產品而言，該等產品由中國直接或經香港運往海外目的地。交付成本於參考協定的交付條款後計入報價。與運輸及交付相關的風險根據交付條款於不同交付點轉移予客戶。交付條款因不同客戶要求而異。以下載列各交付條款風險轉移予客戶的時間點：

交付條款	風險轉移至客戶的時間
工廠交貨	貨物已待客戶處置時（一般於製造商處）
貨交承運人	貨物交付予承運人時
船上交貨	貨物於裝運港裝船時
完稅後交貨	貨物交付至客戶協定的地點時（一般於其倉庫）

董事確認，於往績記錄期間我們並無因延遲交貨而遭遇任何重大虧損或支付任何巨額賠償。

業 務

化妝袋的生產管理

除市場研究及分析以及設計及開發外，我們亦就化妝袋銷售提供生產管理服務。

於往績記錄期間，我們所有外部製造商均位於中國。除本文件披露者外，我們所有外部化妝袋製造商於往績記錄期間均為獨立第三方。我們的採購以及生產及物料控制部團隊負責生產管理，包括(其中包括)監察生產時間表及評估外部製造商表現。客戶與本集團確認銷售訂單後，我們將與相關製造商確認訂單，以根據客戶或我們的設計要求生產化妝袋。我們與外部製造商的訂單一經確認，採購團隊將會與相關製造商持續溝通、定期於各製造階段檢查半製成品及對製成品作最終檢查。製成品將運送至指定港口，以便我們再直接或透過香港付運予中國客戶。我們客戶下單至產品交付時間的交付週期一般需時50至60日。有關我們外部供應商詳情載於「一原材料及物料」。

品質控制

美容產品

我們致力於實施嚴格的品質控制程序，旨在於生產過程的早期階段發現、分析及解決問題。我們認為，致力於保持高品質產品乃我們成功的重要因素。我們已實施符合國際標準的質量管理措施，以確保產品符合客戶預期。我們的美容產品從產品開發階段及自原材料及物料採購至製造過程乃至製成品配送的整個生產流程，均維持品質控制。品質控制主要由我們的質控部進行，確保所有進廠原材料及物料以及外發製成品通過品質控制程序並符合我們的品質控制標準。整個生產過程中，我們監控(其中包括)外觀、顏色、氣味、耐熱與耐寒性以及pH值。我們亦委託第三方測試公司就全部原材料及美容產品進行重金屬含量測試及／或微生物含量測試，確保其符合指定標準。

我們亦早在產品開發階段進行測試，以確保新開發的美容產品通過品質控制標準。我們於產品開發階段進行的內部測試包括：(i) 配方穩定性測試，該測試於不同溫度及燈光(熒光及紫外光)下進行；以及(ii) 產品及其包裝於不同溫度下的相容性測試。然後，我們會觀察測試項目於一段時間內是否有任何變化。

業 務

在各生產階段完成時，我們於不同檢查點進行各項質控測試：

- 所有進廠原材料在我們倉庫儲存前，均由我們的質控人員進行抽樣檢測。化學品供應商的原材料通常附有「分析證書」文件，當中載列有關個別材料是否符合必要的中國國家及行業標準。有瑕疵的原材料將不會用於生產。
- 於生產過程中，我們於灌裝前進行顏色、氣味及微生物含量等範疇的檢驗，以確保大貨符合我們的品質控制標準並適合進行批量生產。只有通過質量測試的半製成品可進入下一階段的生產。我們並無進行且預期不會於開發美容產品時進行任何動物測試。
- 製成品於送交客戶前須經我們質控部檢驗及批准。通過我們品質檢查的製成品會包裝成箱，妥為貼上標籤並於交付前送至我們的倉庫進行暫時儲存。我們亦進行測試確保已包裝產品並無損毀或變形，並確保其不會漏出包裝外。我們亦模擬運輸過程中的環境狀況進行測試，以確保產品能夠抵受這樣的狀況。

一芙化妝品廠房分別於二零零六年五月及二零零八年五月首次獲得ISO 9001及GMPC資格證，且直至最後實際可行日期仍保有該等認證。

我們的美容產品按相關品質標準（如GB標準）製造。於銷售美容產品前，我們已就美容產品向國家食品藥品監督管理總局營運的服務平台備案，列明產品配方、化學成份及產品規格等資料。

我們擁有與我們經營所在或進行銷售的司法權區內有關產品品質及安全的相關準則以及法律及法規列表。我們已委派質控人員定期更新該列表，以便本集團不時緊貼更嚴格規定的最新消息。

產品保證

我們不會就美容產品作出保證，惟美容產品通常具有36個月的保質期。我們保留美容產品封樣至少三年，有關封樣時間與產品保質期一致。

業 務

衛生控制措施

我們亦監測生產線及倉庫的溫度、濕度及衛生環境以確保我們所貯存原材料及製成品的穩定性及質量。我們已實施一項內部指引，每週對生產線的大氣細菌及每月對黴菌水平進行抽樣檢查，以確保上述水平屬可接受標準，包括《化妝品生產企業衛生規範》等。《化妝品衛生監督條例》規定(其中包括)，化妝品製造商的生產廠房須保持環境整潔且生產線須遵守相關衛生標準。誠如《化妝品衛生監督條例實施細則》所載，未能符合前述規定或會導致獲發警告函及於指定期間內糾正的命令。我們生產線上的生產人員亦於整個生產過程中佩戴口罩及帽。部分須於潔淨環境下工作的人員(如於「攪拌」生產線上工作的人員)須佩戴罩衣及鞋套。

工廠審查及檢查

於往績記錄期間，一芙化妝品廠房已進行並通過部分客戶所要求的工廠審核，該等客戶已根據職業健康與安全以及環境等標準評估我們的廠房。部分客戶委託第三方公司對我們的製成品進行檢查及品質測試，費用由我們承擔。

化妝袋

我們密切監測向我們供應的化妝袋的品質。我們對外部製造商所供應的化妝袋進行質控檢查。我們按三個階段進行檢查，包括初始階段、中間階段及最後階段。我們一般僅於相關製造商廠房進行製成品的最終階段檢驗，範圍包括整體外觀、拉鏈功能、抗拉強度、配件功能、產品尺寸及產品安全性(如存有氣味)，以確保製成品符合所規定標準。

合規記錄

我們有關香港、美國及中國法律的法律顧問已各自確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，彼等概不知悉本集團於各司法權區內就產品安全及品質的適用法律及法規而言，於任何重大方面有任何不合規事宜。根據ISO 9001指定標準，我們已委任一名品質代表，倘發現有關產品品質的任何問題，彼將監察品質控制程序的實行、制定改正行動計劃，並將執行相關程序以改善情況。

業 務

舉例而言，於往績記錄期間，我們遇到四宗若干液態潔膚產品缺少有效成分的事故。為應對上述事故，我們已實施經改善的程序，以確保日後不會再發生同類事故：

- 自二零一六年十月起，我們已委託第三方測試公司於生產前就選定的液態潔膚產品原材料進料進行有效成分測試。
- 自二零一七年一月起，我們已委託第三方測試公司於生產期間就選定的液態潔膚產品的半製成品（即大貨）進行有效成分測試，以確保有關產品於交付予客戶前符合相關標準。

我們亦密切留意適用於本集團的產品品質及安全法律及法規，以確保改善產品品質及安全法律及法規的合規情況，並能實施符合國際及國家最新標準的品質控制措施。

作為額外的預防措施及為確保本集團將妥為遵守中國產品安全及品質的相關法律及法規，於[編纂]後，本集團將委聘中國法律顧問，每半年就有關產品責任、品質及安全的相關中國法律及法規提供最新資訊。

處理及跟進客戶的投訴及滿意度

我們設有制度處理及記錄客戶的投訴與滿意度。我們將客戶對產品品質、交貨時間、售後服務的負面評價及其他不滿意評價視為投訴。我們要求記錄有關投訴及評價。於接獲投訴後，我們會跟進及分析投訴的原因，如有需要，會通知有關部門作出改進。作為我們不斷努力向客戶提供優質服務的一環，我們其後將通知客戶有關後續措施，並將繼續跟進，直至其滿意最終結果。

我們的產品是為客戶量身定做。我們先按客戶規格準備產品樣本，以供確認，再進行批量生產。倘我們認為與投訴客戶保持良好的長期業務關係至關重要，則會按個別情況與客戶磋商退貨。我們就客戶的退貨產品及賠償追討設有一連串程序。對於產品退貨要求，我們將首先評估退貨原因，倘確定屬我們的責任，我們將接受產品退貨索償，並與客戶討論退款安排。就索償而言，我們將對此等索償進行詳細評估，而管理層將負責批准賠償金額及方法。如索償理由不夠充分或無理據支持，

業 務

索償將予駁回，我們的員工或管理層將與客戶協商，直至該問題得到解決。鑒於我們已於供應商交付原材料及物料時進行驗收，故倘面臨客戶退貨或追討賠償，我們一般不會向供應商索償。我們曾就處理退貨給予客戶集團B缺陷補貼百分比。有關此安排的進一步詳情，請參閱「一銷售及營銷一銷售協議」。於往績記錄期間，我們的產品退貨總額及賠償追討微不足道。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團並未遭遇來自客戶對我們業務及營運的任何重大投訴或遭遇任何產品回收事件。

我們的生產廠房

於最後實際可行日期，本集團向寶馬租用位於廣東省汕頭市疊金工業區的生產廠房。一芙化妝品廠房乃作生產廠房、倉庫及辦公室之用，總建築面積約為6,000平方米。有關租賃安排的進一步詳情，請參閱「關連交易一非豁免持續關連交易」。

於最後實際可行日期，我們於一芙化妝品廠房分別就美容產品攪拌及灌裝設有14條及12條生產線。我們的美容產品生產線於一芙化妝品廠房製造五類產品：蠟質彩妝品、粉質彩妝品、液態洗護用品、乳化劑類洗護用品及香氛。粉質彩妝品的生產線獨立於其他生產線，以防止產品間出現粉末污染。

我們正於中國汕頭設立新生產廠房，預期就美容產品攪拌及灌裝分別配備20條及19條生產線的新機器。有關進一步詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途一業務戰略及未來計劃一(1)提高我們的生產力及產能一(vii)透過設立新一芙化妝品廠房實行我們的戰略」。

於往績記錄期間的旺季，我們的生產線普遍保持高使用率。下表載列於截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度各年以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月有關各產品類別的估計產能、實際產量及使用率。

業 務

截至二零一五年十二月三十一日止年度：

類別	A		B				C		D		E		F		G		H		使用率 ⁽⁴⁾					
	實際每月產量		實際每季產量				估計每月產能 ⁽²⁾		估計每季產能 ⁽³⁾		二零一五年		二零一五年		二零一五年		二零一五年		二零一五年		二零一五年		二零一五年	
	二零一五年	二零一五年	第一季	第二季	第三季	第四季	每月平均	每月平均	第一季	第二季	第三季	第四季	每月平均	旺季	第一季	第二季	第三季	第四季	第一季	第二季	第三季	第四季	第一季	第二季
	每月平均	旺季 ⁽¹⁾	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)
彩妝品(蠟質配方)	2.8	13.6	0.1	14.1	16.1	3.1	9.6	28.8	29.2	141.7	0.3	49.0	55.9	10.8										
彩妝品(粉質配方)	6.9	24.0	1.5	52.8	23.9	4.3	15.6	46.8	44.2	153.8	3.2	112.8	51.1	9.2										
洗護用品(液態配方)	42.2	157.4	—	199.3	225.3	81.4	100.0	300.0	42.2	157.4	—	66.4	75.1	27.1										
洗護用品(乳化劑類配方)	11.5	50.1	—	9.9	89.0	39.7	48.0	144.0	24.0	104.4	—	6.9	61.8	27.6										
香氛	5.6	19.6	—	38.6	17.6	11.0	22.5	67.5	24.9	87.1	—	57.2	26.1	16.3										

截至二零一六年十二月三十一日止年度：

類別	A		B				C		D		E		F		G		H		使用率 ⁽⁴⁾					
	實際每月產量		實際每季產量				估計每月產能 ⁽²⁾		估計每季產能 ⁽³⁾		二零一六年		二零一六年		二零一六年		二零一六年		二零一六年		二零一六年		二零一六年	
	二零一六年	二零一六年	第一季	第二季	第三季	第四季	每月平均	每月平均	第一季	第二季	第三季	第四季	每月平均	旺季	第一季	第二季	第三季	第四季	第一季	第二季	第三季	第四季	第一季	第二季
	每月平均	旺季 ⁽⁵⁾	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)	(噸)
彩妝品(蠟質配方)	2.1	6.7	0.8	14.1	9.5	1.2	9.6	28.8	21.9	69.8	2.8	49.0	33.0	4.2										
彩妝品(粉質配方)	7.8	26.1	10.0	36.9	34.9	11.4	15.6	46.8	50.0	167.3	21.4	78.8	74.6	24.4										
洗護用品(液態配方)	38.4	116.1	31.3	197.7	154.6	77.5	100.0	300.0	38.4	116.1	10.4	65.9	51.5	25.8										
洗護用品(乳化劑類配方)	8.2	26.2	9.6	29.0	40.6	19.8	48.0	144.0	17.1	54.6	6.7	20.1	28.2	13.8										
香氛	7.1	14.3	15.5	27.1	24.0	18.3	22.5	67.5	31.6	63.6	23.0	40.1	35.6	27.1										

截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月：

類別	實際每月產量			使用率 ⁽⁴⁾		
	A	B	C	A/C	B/C	
	截至	截至	截至	截至	截至	
	二零一六年	二零一七年	二零一六年	二零一七年	二零一六年	二零一七年
	四月三十日止	四月三十日止	四月三十日止	四月三十日止	四月三十日止	
	四個月每月平均	四個月每月平均	估計每月產能 ⁽²⁾	四個月每月平均	四個月每月平均	
	(噸)	(噸)	(噸)	%	%	
彩妝品(蠟質配方)		1.6	0.6	9.6	16.7	6.3
彩妝品(粉質配方)		4.7	9.4	15.6	30.1	60.3
洗護用品(液態配方)		14.9	11.1	100.0	14.9	11.1
洗護用品(乳化劑類配方)		2.7	1.2	48.0	5.6	2.5
香氛		5.7	6.7	22.5	25.3	29.8

(1) 各類別美容產品的最高產量月份或有不同。此項代表截至二零一五年十二月三十一日止年度，有關各類別最高產量(於二零一五年五月至七月期間出現)的相應月份產量。

(2) 估計每月產量指各相關產品類別於生產過程中遇到瓶頸上限的估計每月最高產量，其僅為說明計算，並已主要假設於往績記錄期間：(i)每年有300個規劃生產日；(ii)生產線於每個生

業 務

產日營運8小時；及(iii)重要機器或設備概無故障。生產彩妝品(蠟質配方及粉質配方)的瓶頸為灌裝程序，而生產洗護用品(液態配方及乳化劑類配方)及香氛的瓶頸為攪拌程序。

- (3) 估計每季產能根據估計每月產能的三倍計算。
- (4) 使用率是通過將某季實際每月或每季產量除以相應期間的估計最高每月或每季產能計算。
- (5) 此項代表截至二零一六年十二月三十一日止年度，有關各類別最高產量(於二零一六年六月至七月期間出現)的相應月份產量。
- (6) 於往績記錄期間的高使用率乃主要由於我們調整工時並按需要聘請服務供應商(如我們實際上每日營運兩個時段)，以應付我們的生產需要。有關委聘服務供應商的進一步詳情請參閱「一僱員」。日後，我們將透過擴充廠房提升我們的生產力及產能，從而可就生產員工的工作時間作出調整，並聘請服務供應商應付市場對我們產品的需求的任何潛在增加。

於往績記錄期間的使用率波動主要由於在相關期間的客戶採購訂單的產品組合及時間有所變動。由於我們於往績記錄期間銷售的美容產品主要為針對假期及節日的季節性禮品套裝及單品項目，故該等美容產品一般屬一次性產品，且通常屬非經常性質。客戶購買的產品類型及數量每個期間都有所不同，其取決於(其中包括)相關期間客戶的營銷計劃及預算。因此，我們不同產品類別的產量於不同期間有所變動。

機器及設備

一芙化妝品廠房於各個生產階段配備不同機器及設備。本集團擁有的絕大部分主要機器及設備一般於中國購買。下表載列於最後實際可行日期的主要機器及設備：

機器	購買數量	加權平均年期 (年) (概約)	加權平均剩餘 使用年期 (年) (概約)
壓粉機	24	6.3	1.0
乳化攪拌機	13	9.6	0.4
灌裝機	30	10.0	0.3
液體攪拌機	23	9.8	0.2
打粉機	10	8.5	2.1

業 務

維修及保養

我們對主要機器及設備執行嚴格的維修及保養程序，以確保高效生產及為我們的僱員提供安全的工作環境。生產部的員工將對機器及設備每日進行常規檢查及每年進行全面檢查。我們保存機器保養及維修的詳細記錄。截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，維修及保養的整體成本分別約為0.4百萬港元、1.0百萬港元、0.2百萬港元及0.1百萬港元。董事確認，於往績記錄期間，概未因任何機器及設備故障而導致生產出現重大中斷。

競爭

誠如「行業概覽」所述，中國美容產品製造市場的競爭高度分散及激烈。概無參與者主導美容產品製造市場。各美容產品製造商於品質、價格、設計、生產能力及提供增值服務能力方面進行競爭。儘管本集團於二零一六年在中國美容產品製造市場按收益排名第五，惟二零一六年五大參與者的總市場份額合共約為4%。

誠如「行業概覽」所披露，隨著互聯網發展，客戶更易於取得化妝及護膚資訊，使彼等更關注彩妝品及香氛的質量。由於終端客戶更關注美容產品的質量，故此董事相信，透過持續向生產優質美容產品的可靠美容產品製造商採購，客戶將盡力保持市場競爭力及吸引終端消費者。作為已取得ISO 9001及GMPC認證的美容產品製造商，我們致力生產優質美容產品。

此外，誠如「行業概覽」所披露，近年來，隨著互聯網普及，加上零售商採取新戰略，透過線上平台進行推廣及銷售，顧客能夠以更低價格購買更多優質產品，大大提升彼等對美容產品的關注度。於往績記錄期間，七名客戶亦於線上銷售產品。透過該等銷售渠道可提高終端消費者潛在購買慾，加上我們對生產優質美容產品的承諾，董事相信，本集團生產的優質美容產品將能吸引終端消費者，使客戶繼續向我們下達更多訂單。

鑒於上述，董事相信互聯網普及對採購更多優質美容產品而言與本集團相關並可帶動本集團增長。

資訊科技

我們使用企業資源規劃系統輔助業務及協助(其中包括)管理銷售訂單、採購及庫存。

業 務

隨著我們的業務持續增長，我們深明生產過程中有效及高效管理的重要性。為此，我們正推行使用條形碼系統(使我們能加強生產管理及存貨控制)、防誤系統(旨在消除生產過程中的人為失誤)以及電腦化管道及生產環境監控系統。有關詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途—業務戰略及未來計劃」。

物業

於最後實際可行日期，我們並無擁有任何房地產。於最後實際可行日期，我們於中國向一名本公司關連人士寶馬租用多項物業作為我們的生產廠房、倉庫及辦公室。設立中國代表辦事處的理由為提供行政支援、進行聯絡工作及管理與中國供應商的關係。我們於香港的總部亦為租用，並向本公司關連人士租用香港的一處住宅物業。該住宅物業乃供兩名執行董事使用。有關進一步詳情，請參閱「關連交易—非豁免持續關連交易—2.向駿栢租賃住宅物業」。

位置	擁有人	租期	建築面積 (概約)	用途	年租金
香港九龍觀塘鴻圖道83號東瀛遊廣場35樓B室及2樓P24、P25及P26號停車位	天采	二零一六年四月二十五日至二零一七年十二月三十一日	2,289 平方呎	辦公	877,200 港元
香港新界西貢白沙灣萬基台漆喬62座	駿栢	二零一五年一月一日至二零一七年十二月三十一日	191 平方米	住宅	1,200,000 港元
中國廣東省汕頭市大學路金平區豐金工業區三片區金浦路1號南面樓房一至四層廠房	寶馬	二零一六年十二月一日至二零一九年十一月三十日	4,420 平方米	生產、倉庫、辦公	三個年度各年分別為人民幣291,720元、人民幣344,760元及人民幣371,280元
中國廣東省汕頭市大學路金平區豐金工業區三片區金浦路5號	寶馬	二零一六年三月一日至二零一九年二月二十八日	1,518 平方米	生產、倉庫、辦公	三個年度各年分別為人民幣109,296元、人民幣127,512元及人民幣145,728元

業 務

位置	擁有人	租期	建築面積 (概約)	用途	年租金
中國廣東省汕頭市 大學路金平區疊金 工業區三片區金浦 路5號	寶馬	二零一七年 一月一日至 二零一九年 十二月三十一日	4,555 平方米	生產、 倉庫、 辦公	三個年度各年 分別為 人民幣382,620元、 人民幣437,280元及 人民幣437,280元
中國廣東省汕頭市 大學路金平區疊金 工業三片區金浦路 1號C幢二層廠房	寶馬	二零一七年 二月一日至 二零二零年 一月三十一日	507 平方米	辦公	三個年度各年 分別為 人民幣36,470元、 人民幣39,509元及 人民幣42,549元
中國廣東省汕頭市 大學路金平區疊金 工業區三片區金浦 路1號北面樓房一 至四層及西面樓房 一至四層廠房	寶馬	二零一七年 十一月一日至 二零二零年 十月三十一日	11,220 平方米	生產、 倉庫、 辦公	三個年度各年 分別為 人民幣807,840元、 人民幣875,160元及 人民幣942,480元

中國法律顧問確認，根據土地及樓宇所有權證，寶馬為各上述出租予本集團物業的法定擁有人，而寶馬有權分別向一芙化妝品及德寶出租上述物業。中國法律顧問確認，一芙化妝品及德寶已各自就租賃協議作出必要備案，彼等各自有權合法佔用彼等個別向寶馬租賃的上述物業。中國法律顧問進一步確認，寶馬及本集團已就本集團目前所用向寶馬租賃的上述物業自相關監管機構取得所有適用牌照及批准。

根據創業板上市規則，上述租賃構成本公司的持續關連交易，並將於[編纂]後作出補充或予以取代。有關進一步詳情，請參閱「關連交易—非豁免持續關連交易」。

業 務

知識產權

除為我們的客戶製造其自有品牌的產品外，我們亦製造及銷售自有品牌「Pink Viva」、「Secret Lace」及「Gorgeous Girl Forever」的美容產品。於往績記錄期間，我們已以象徵式代價獲V.M.授權使用上述商標。V.M.向本集團授權多項商標的代價乃經參考V.M.登記該等商標的成本及使用該等商標向本集團出售美容產品所貢獻的收益釐定，該等金額均不重大。於往績記錄期間，我們已獲V.M.轉讓於美國及墨西哥分別四個及一個註冊商標，及於美國的三個商標申請（其為V.M.的所有註冊商標及商標申請），而該等轉讓於相關司法權區的相應申請登記程序於最後實際可行日期已完成。於最後實際可行日期，本集團已分別於美國、中國、香港及墨西哥註冊七個、五個、一個及一個商標，並已分別於美國及中國申請一個及兩個商標。我們將採取一切適當行動註冊及保護該等自有品牌於其產品已／將出售司法權區的商標。於最後實際可行日期，本集團概無就本集團或第三方擁有的知識產權遭侵犯而面臨任何待決或受威脅申索，亦無就此對第三方作出任何申索。

有關於最後實際可行日期，我們已註冊及申請商標及該等註冊及申請的詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料—有關本集團業務的其他資料—8.本集團的知識產權」。

產品責任及保險

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已就部分產品於全球投保產品責任保險合共最多10百萬美元及單項事故高達5百萬美元。部分客戶要求我們每年提供產品責任保險證。由於我們大部分產品售往美國，故須遵守若干有關產品責任的法律及法規。有關產品責任的美國適用法律法規的進一步詳情，請參閱「監管概覽—美國法例及規例概覽」。於往績記錄期間，我們概無接獲第三方就使用我們產品而作出對本集團屬重大的任何產品責任申索。我們於往績記錄期間亦就香港的公眾責任保險及有關我們香港辦事處的防火保險投保。

我們根據中國社會保險條例的規定為中國僱員繳付社會保險，包括退休保險、失業保險、醫療保險、生育保險及工傷保險。我們亦就香港業務投保僱員補償保險。我們並無為製造資產或存貨投保，原因為我們定期維護機器且大部分機器及設備已超過其預期的可使用年限，以及我們保持低水平存貨。董事認為，本集團投保

業 務

範圍充分，符合行業慣例。有關承保範圍不足的風險，請參閱「風險因素—與我們業務相關的風險」。於往績記錄期間，本集團已付保費微不足道。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無作出任何重大保險申索。

僱員

於最後實際可行日期，我們於香港及中國分別擁有13名及101名全職僱員。下表載列於最後實際可行日期，按地區及職能分類的僱員明細：

部門	香港	中國	總計
會計及財務	2	3	5
管理及行政	5	6	11
生產及物料控制	—	62	62
質控	—	11	11
設計及研發	1	11	12
銷售及營銷	5	4	9
採購	—	4	4
總計	13	101	114

本集團一般於開放市場招聘人才。於往績記錄期間，本集團並無就招聘／僱傭服務向任何招聘代理支付任何費用。作為擴展以及[編纂]的一部分，於最後實際可行日期，我們已於香港委聘一所招聘代理以協助招聘合資格人員加入我們。應付招聘代理的費用將按求職者的薪酬待遇計算。我們將就受聘者的福利承擔全部有關成本，而招聘代理毋須承擔任何該等成本。

就中國的員工而言，本集團為新僱員提供技術、業務及工作場所安全培訓，並為所有僱員提供持續培訓。我們僱員的薪酬待遇包括薪金及中國法律所規定的福利。於往績記錄期間，我們的營運概無遭受任何招工困難，亦無與僱員發生任何重大勞資糾紛。

於往績記錄期間的旺季，我們與27名獨立第三方中國服務供應商訂約，以於一芙化妝品廠房使用我們的包裝材料並根據我們要求的標準及規格協助包裝工作。我們與該等服務供應商擁有平均約兩年的業務關係，而彼等的篩選乃根據彼等過往工作質素而定。我們將檢查該等服務供應商所包裝的產品，確保彼等按照我們的既定準則進行包裝。我們每年與該等服務供應商訂立加工框架協議，而該等協議並不包括任何重續或終止條款。每當需要加工服務時，我們與服務供應商訂立個別加工協

業 務

議，當中載有將予加工的產品數量及定價條款。服務供應商的服務費乃經考慮彼等所提供的服務質量，按雙方協定作一次性支付。

於往績記錄期間，我們亦與12名獨立第三方中國服務供應商訂約，以向我們提供採購及設計職能等聯絡服務。於最後實際可行日期，我們已與四名有關服務供應商訂約。我們與該等服務供應商擁有平均約兩年的業務關係，而彼等的篩選乃根據彼等過往工作質素而定。我們每年與該等服務供應商訂立服務協議，而該等協議並不包括任何重續或終止條款。服務供應商的服務費一般乃根據彼等負責的項目數目並按季或月支付。據我們的中國法律顧問告知，上述與服務供應商的安排乃符合中國相關法律及規例。於二零一七年二月二十日，我們於中國成立代表辦事處，以就採購及設計等職能提供聯絡服務。

於二零一七年三月，德寶與一名獨立第三方服務供應商（「人力服務供應商」）訂立人力服務協議（「人力服務協議」），為期十二個月，據此，人力服務供應商將應德寶要求，安排人員（「有關人員」）向德寶提供若干服務。人力服務協議並無明確規定服務範疇，惟計劃有關人員將於採購及設計等職能上提供聯絡服務。有關人員是向代表辦事處提供有關服務。有關人員的薪酬及社會保險供款由人力服務供應商承擔。德寶就所提供若干服務按有關人員數目向人力服務供應商支付每月服務費。人力服務協議可藉任何一方向另一方發出兩個月書面通知終止。經董事確認，由於有關供應商可較快協助德寶填補空缺或擴充人手，故此訂立人力服務協議以更好地管理人力資源。據我們的中國法律顧問告知，上述人力安排已遵守中國相關法律及法規，而人力服務協議合法有效。

根據中國有關國家及地方勞動及社會福利的法律法規，本集團須為中國僱員繳付社會保險及住房公積金。據董事確認，於最後實際可行日期，本集團已遵守有關中國僱員社會保險及住房公積金的適用中國法律及法規。

於香港，本集團參與根據強制性公積金計劃條例設立的強制性公積金計劃。據董事確認，於最後實際可行日期，本集團遵守有關強制性公積金計劃的適用香港法

業 務

律法規，亦概未因未繳付強制性公積金而收到任何香港政府部門發出的通知。

截至二零一六年十二月三十一日止兩個年度各年以及截至二零一六年及二零一七年四月三十日止四個月，我們的僱員福利總額分別約為12.9百萬港元、17.5百萬港元、3.9百萬港元及4.7百萬港元，分別佔我們總收益約7.6%、10.6%、15.5%及19.7%。

我們的香港僱員概不屬於工會，而一芙化妝品的大部分僱員為工會會員。

環境保護

我們受與我們營運相關的各項中國國家及地方環境法律法規的規限。有關該等法律法規的進一步詳情，請參閱「監管概覽—中國法例及規例概覽」。

我們認為保護環境至關重要。因此，我們已就生產過程產生的所有廢物排放制定環境保護戰略。

我們已取得有關廢水及廢氣的污染排放許可，並確保於對外排放前根據國家安全標準對我們生產過程中產生的所有廢水及廢氣進行安全處理。我們的機器運作亦產生噪音，惟於可接受規管標準內。

於往績記錄期間，我們委託第三方廢棄物處理公司，以處理／處置若干有毒液體及固體廢物（如乳化劑及礦物油），其根據中國法律與法規必須交由廢棄物處理專家處理。

據我們的中國法律顧問告知，我們已遵守有關環境管理的相關規則及規例以及辦妥有關環保的所需行政文件。

於往績記錄期間，我們因遵守相關環境法律法規而產生的開支並不重大。作為廠房擴建計劃一部分，我們預期就環境保護產生若干成本，有關進一步詳情載於「未來計劃及所得款項用途—業務戰略及未來計劃」。我們認為就環境保護產生的成本對本集團而言屬不重大。於往績記錄期間，我們並無違反適用於我們業務的任何具體環境法規，亦無涉入有關廢物處理或噪音的任何重大事件。

業 務

工作安全

我們極為重視一芙化妝品廠房的工作安全事宜，並已於我們的生產廠房採取措施，以提高工作安全性及確保遵守適用法律法規。

我們向僱員提供工作安全培訓(包括與危險化學品有關的生產機器及設備及工序的安全操作)，以於僱員中推廣工作安全的重要性及提高工作安全意識，確保所有僱員熟悉須予遵循的適用法律、政策及必要程序以預防工作安全隱患。

我們已就生產活動的不同方面制訂一系列安全指引、規則及程序，包括化學品處理及儲存、防火安全、用電安全、工傷意外及緊急疏散程序。我們已妥當安裝防火設備。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概無發生重大工作安全事故。

於往績記錄期間，我們並無因設備故障而經歷任何重大或長時間生產中斷，亦無於生產過程中經歷任何重大事故。

風險管理與內部監控

我們認同戰略與營運規劃、日常管理及決策過程中風險管理與內部監控的需要，並致力於管理及致力儘量降低可能影響我們保持高效和有效營運或妨礙我們達成業務目標的風險。有關本集團面對的風險詳情，請參閱「風險因素—與我們業務相關的風險」。所有該等因素可能不時因本集團的營運而產生。

董事會與高級管理層負責識別及分析與彼等職能相關的風險，編製風險減緩計劃，衡量該風險減緩計劃成效並報告風險管理狀況。有關審核委員會及董事會成員的資歷及經驗的詳情，請參閱「董事、高級管理層及僱員—董事委員會」。

我們已建立以下架構與措施以管理風險：

- (1) 董事會將於決定或批准任何重大業務決策前徹底審查任何相關重大風險，董事會負責評估及決定本集團將願意承擔的風險性質及程度，以達成我們的戰略目標，及制定政策以將任何重大風險控制或管理至可接納水平；

業 務

- (2) 高級管理層監察日常營運及識別任何有關本集團營運的風險。彼等亦負責識別與評估有關業界環境與市況變動的潛在市場風險，並向執行董事報告有關營運與市場的風險以制定政策降低相關風險；
- (3) 審核委員會審查內部監控系統及程序是否合乎適用法律、規則及法規要求；
- (4) 董事已出席由香港法律顧問就根據公司條例、證券及期貨條例與創業板上市規則公開上市公司董事的持續義務、職務及職責進行的培訓，且董事均充分了解彼等身為香港上市公司董事的職務及職責；
- (5) 我們已根據創業板上市規則第6A.19條委任力高企業融資有限公司作為我們的合規顧問，以確保(其中包括)於[編纂]後就創業板上市規則向我們提供適當合規指引與意見；及
- (6) 我們提供員工培訓以加強彼等的業界知識，從而管理我們的營運風險。

就[編纂]而言，我們於二零一六年十二月九日委聘一名獨立內部監控顧問(「**內部監控顧問**」)，以根據香港會計師公會頒布的技術簡報—AATB 1(經修訂)向新申請人及保薦人提供有關盡職審查責任(包括財務報告的內部監控)的協助選擇方案，就我們財務報告內部監控的選定範圍進行審閱(「**內部監控審閱**」)。內部監控顧問於二零一六年十二月進行的內部監控審閱範圍由我們、獨家保薦人及內部監控顧問協定。內部監控顧問就內部監控審閱的財務報告選定範圍包括實體層面監控及業務流程層面監控，包括收益及應收款項、採購及應付款項及分包、存貨管理、生產管理、現金及財政管理、財務報告及披露監控、人力資源及工資、物業、廠房及設備、稅項、知識產權以及資訊科技整體監控(用於主要會計系統)。下表載列內部監

業 務

控顧問於內部監控審閱時所識別的重大發現及本集團所採取的應對補救措施：

重大發現	補救措施
<ul style="list-style-type: none">● 需要設立內部審計職能	<ul style="list-style-type: none">● 本集團將於[編纂]後短期內設立其內部審計職能。● 已設立內部審計規章，以明列內部審計職能的角色、職責及呈報程序。
<ul style="list-style-type: none">● 需要加強控制銷售確認程序	<ul style="list-style-type: none">● 已正式訂立銷售政策，其涵蓋收益確認原則。● 已就銷售確認進行審閱。
<ul style="list-style-type: none">● 需要加強控制銷售合約管理	<ul style="list-style-type: none">● 已訂立有關銷售合約管理的銷售政策。● 銷售合約全部僅由銷售經理保存。● 已設有銷售合約登記冊。
<ul style="list-style-type: none">● 需要強化控制授權銀行匯款及付款	<ul style="list-style-type: none">● 已訂立有關現金及庫務管理的政策。● 已就支票及銀行匯款強制執行雙重簽署控制。● 已設立正式授權模式以界定支票付款及銀行轉賬的批准限額。
<ul style="list-style-type: none">● 需要與實益擁有人結算目前賬款	<ul style="list-style-type: none">● 已訂立有關現金及庫務管理的政策，以限制貸款予董事。● 已與董事結算非貿易結餘。

業 務

重大發現

- 需要加強編製及審閱會計分錄責任的區分
- 需要加強控制管理人員開支

補救措施

- 已訂立財務報告及披露控制政策以為編製及審閱會計分錄的責任區分提供指引。人手會計分錄則由財務經理獨立審閱。
- 已正式成文訂立財務報告及披露控制政策以禁止人員開支及就報銷支出批准程序明確執行責任區分。

本集團已採取措施修正內部監控審閱所發現的缺失。除將於[編纂]後短期內設立或外判內部審計職能外，我們已全面執行上表所載所有其他補救措施。

內部監控顧問於二零一七年一月至三月進行後續審閱（「後續審閱」），以審閱我們就處理內部監控審閱的發現所採取補救措施的狀況。內部監控顧問於後續審閱中並無任何進一步建議，且注意到，除將於上市前設立或外判內部審計職能外，我們已全面執行上表所載建議。內部監控審閱及後續審閱根據我們所提供的資料進行，內部監控顧問對內部監控概不發表任何保證或意見。

除此之外，我們將(i)委任一名內部監控顧問，以於[編纂]後定期就內部監控事項提供建議及檢討我們的內部監控制度，直至我們能夠自行設立內部審計職能；及(ii)於[編纂]後委任外部法律顧問，以就遵守創業板上市規則以及適用香港與中國法律、規則與規例向我們提供意見，並不時於有需要時向我們提供有關上述上市規則、法律、規則與規例變動的最新情況。藉由香港與中國外部法律顧問、合規顧問、內部監控顧問與公司秘書的協助，我們致力於[編纂]後維持有效的內部監控系統及企業治理措施，同時確保有關本集團於香港與中國的業務營運遵守適用法律、規則與規例。

經考慮上述事宜，董事認為，且獨家保薦人認同，我們的程序、系統及監控就目前營運而言屬合適有效，並提供合理基礎使董事可就本集團財務狀況及前景作出適當評估，確保遵守適用法律及法規規定。

業 務

牌照及許可證

本集團目前持有的重要牌照及許可證詳情如下：

實體	牌照／許可證	監管機構	授出日期	到期日
一芙 化妝品	中華人民共和國化 妝品生產許可證	廣東省食品藥品 監督管理局	二零一六年 十二月七日	二零二一年 十二月六日
一芙 化妝品	廣東省污染物排放 許可證	汕頭市環境 保護局	二零一五年 三月十九日	二零一八年 三月十八日

於最後實際可行日期，據中國法律顧問告知，我們已就營運取得所有重要牌照及許可證。

訴訟

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團未涉及任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的實際、待決或面臨威脅索償、訴訟、行政行動或仲裁。

監管合規

我們的總部設於香港，而我們全部業務於香港及中國進行。全體僱員均位於香港及中國。

董事確認，香港及中國為與我們業務有關的司法權區。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概無發生任何不合規事件，而董事認為有關事件可能對我們業務、財務狀況或營運業績造成重大不利影響。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守香港及中國的所有適用法律及法規。