

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於純屬概要，故未必載有全部對閣下而言可能屬重要的資料。閣下應先閱讀整份文件後，始決定投資於[編纂]。任何投資均涉及風險。投資於[編纂]所涉及的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下應細閱該節後，始決定投資於[編纂]。

本集團截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度以及截至二零一六年六月三十日止六個月的利潤所依據的銷售成本反映我們於有關期間唯一的銀錠供應商龍天勇產生的銀錠生產成本，而非銀錠的現行市價，其一般較銀錠生產成本為高。為就我們於往績記錄期及上市後的整體盈利能力向投資者提供有意義的指標，藉此反映我們按公平基準採購銀錠的成本，我們參考自「附錄一—會計師報告」合併財務報表附註5所得的上市分部財務資料，披露及分析有關本集團銷售成本及盈利能力的資料。請參閱本文件「有關呈列本集團銷售成本及盈利能力的說明文件」一節。

概覽

根據Frost & Sullivan報告，以二零一六年的銷售收入及截至二零一六年十二月三十一日的線上註冊用戶數量計算，我們是中國最大的線上線下一體化「珠寶新零售」互聯網企業。根據同一報告，以二零一六年的銷售收入計算，我們為中國最大的線上珠寶零售商及線上線下一體化珠寶零售商，分別佔據5.3%及7.3%的市場份額。於往績記錄期間，我們的收入及利潤持續取得顯著增長。於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月，我們的總收入分別為人民幣291.2百萬元、人民幣835.3百萬元、人民幣2,465.3百萬元、人民幣1,242.7百萬元及人民幣1,798.7百萬元，即由二零一四年至二零一六年的複合年增長率為191.0%，而於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月，我們的上市分部純利分別為人民幣9.7百萬元、人民幣21.5百萬元、人民幣48.1百萬元、人民幣26.8百萬元及人民幣45.5百萬元，即由二零一四年至二零一六年的複合年增長率為122.7%。我們相信我們業務的未來增長將受益於線上珠寶零售市場及其線上線下一體化珠寶零售市場的主要細分市場的巨大增長潛力，根據Frost & Sullivan報告，預期將於二零一六年至二零二一年分別以複合年增長率24.0%及26.4%的速度增長。

我們整合了線上線下珠寶銷售渠道，並融合了四個相輔相成的支柱以發展我們的珠寶新零售模式，即(i)綜合的電商平台；(ii)便捷的線下零售及體驗網絡；(iii)數據挖掘及分析能力；及(iv)創新跨界行銷策略。我們為客戶提供便捷的線上線下購物途徑，配合線下珠寶試戴及保養服務，從而提昇我們的客戶購物體驗。憑藉我們廣泛的客戶接觸面，我們利用對數據的分析來了解客戶的需求及偏好，並將其運用於我們具有針對性的行銷策略及我們的產品設計及開發中。我們致力於增強我們的數據挖掘及分析能力，以成為珠寶設計及零售領域的潮流引領者。為使我們從高度依賴自營珠寶銷售渠道的傳統珠寶零售模式中脫穎而出，我們設計並實行了CSmall Gift策略等創新的跨界行銷策略，透過與非珠寶零售商及服務供應商的合作帶動我們的銷售增長，並以成本有效的方式擴大我們的客戶基礎。我們通過根據珠寶新零售模式營運的線上銷售渠道及線下零售及體驗網絡銷售多個自有品牌及第三方品牌的珠寶產品。我們以「金貓銀貓CSmall」的平台品牌運營業務，通過該平台我們提供多款可信賴且優質的珠寶產品。我們產品受到了客戶的高度認可，從而大大提升了我們的平台品牌「金貓銀貓CSmall」的市場認可度。

概 要

我們的業務

我們的線上線下一體化珠寶零售架構

我們線上線下一體化的珠寶零售架構在中國為客戶提供隨時隨地購買各種多層次、多品牌珠寶產品的便捷途徑。於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月，通過我們線上銷售渠道銷售珠寶產品產生的收入分別為人民幣47.9百萬元、人民幣345.8百萬元、人民幣1,950.5百萬元、人民幣1,103.0百萬元及人民幣1,204.0百萬元，即二零一四年至二零一六年的複合年增長率為538.1%，分別佔同期的總收入約16.4%、41.4%、79.1%、81.5%及67.0%。我們主要通過我們的自營線上平台（包括互聯網網站、移動設備網站及移動應用程序）經營我們的線上銷售。我們以我們的第三方線上銷售渠道（主要為電視及視頻購物頻道）以及第三方線上商城作為我們線上平台的補充。截至二零一七年六月三十日，我們有29間合約第三方線上銷售渠道運營商。

於最後實際可行日期，我們的線下零售及體驗網絡包括(i)我們的CSmall體驗店；(ii)我們的深圳珠寶展廳；及(iii)第三方線下零售點，即與我們合作的若干商業銀行。於二零一七年六月三十日，我們設有121間CSmall體驗店，分佈於中國16個省份及直轄市，包括三間自營CSmall體驗店、十間聯營CSmall體驗店及108間特許經營CSmall體驗店。我們高度整合的線上銷售渠道及線下零售及體驗網絡相輔相成、互相支持促進，從而帶來協同效應，推動我們的業務增長。我們高度整合的線上銷售渠道及線下零售及體驗網絡互相帶動客戶流量，有助於擴大我們的客戶接觸面。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的線上線下一體化珠寶零售架構」一節。

我們的CSmall Gift策略

我們持續完善及改良我們的跨界行銷策略。於二零一六年九月，我們推出了CSmall Gift策略與CSmall Gift合作夥伴合作銷售我們的珠寶產品或貓券，CSmall Gift合作夥伴為非珠寶零售商及服務供應商。通過CSmall Gift策略，其零售客戶在我們CSmall Gift合作夥伴購買產品或服務後，可以禮品形式兌換我們的珠寶產品。我們的目標CSmall Gift合作夥伴主要包括百貨公司、品牌零售商、娛樂服務供應商、商業銀行、電信服務供應商、航空公司及保險公司。我們自二零一七年四月起開始向CSmall Gift合作夥伴出售貓券。於最後實際可行日期，我們與14名CSmall Gift合作夥伴訂立CSmall Gift安排，包括汽車售後服務提供者、品牌服裝零售商以及若干其他貨品及服務提供者（如互聯網金融服務提供者及汽車貿易服務提供者）。透過我們的CSmall Gift策略，我們亦進一步分散收入來源，並以具成本效益的方式擴大客戶基礎，這是因為終端客戶須成為我們的自營線上平台的登記用戶，以領取及記錄彼等的貓券及據此換領我們的珠寶產品。我們相信，我們的CSmall Gift策略不但可讓我們接觸到CSmall Gift合作夥伴的已確立客戶人流並轉化為我們的銷量，亦可推高我們的CSmall Gift合作夥伴的銷售。我們相信，這「雙贏」策略有助我們與各行各業及其他市場中的其他產品及服務供應商之間締造進一步合作的機會。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的CSmall Gift策略」一節。

概 要

利用數據分析方法

我們充分利用大量的客戶數據，一直致力於開發及加強我們的數據挖掘及分析能力，藉以提升客戶的購物體驗。我們憑藉線上線下一體化的珠寶零售架構及跨界營銷策略獲得的廣泛客戶接觸面，不但有助於我們自現有客戶基礎及通過接觸CSmall Gift合作夥伴的客戶人流自廣大潛在客戶群取得大量數據。在第三方軟件的協助下，我們專門的數據研究團隊對收集所得的客戶購物及消費行為數據進行分析，以瞭解客戶需求及偏好。經分析後的數據定期將被發送至我們不同的職能部門，各部門將數據應用於產品設計及開發，以及提昇我們的目標行銷策略，更好地迎合我們的廣大客戶群不斷轉變的需求。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－利用數據分析方法」一節。

我們的品牌及產品

我們以平台品牌「金貓銀貓CSmall」經營一體化的線上銷售渠道及線下零售及體驗網絡。我們相信，我們旗下的平台品牌及該平台品牌下我們產品品質的信賴度受到了市場的認可。我們採用多層次多品牌的產品策略，使我們迎合廣泛客戶不同且不斷轉變的需求及偏好，從而加強我們的業務穩定能力。

我們將珠寶產品分為以下產品類別：(i) 主要以純度不低於99.9%黃金(999金)製成的黃金產品；(ii) 主要以純度不低於92.5%白銀(包括925銀及足銀)製成的白銀產品；及(iii) 寶石及其他珠寶產品。我們所有鑲有各類寶石的珠寶產品獲分類為寶石產品，而寶石一般鑲嵌在k金、白金及白銀等材料中。我們的其他珠寶產品主要為鑲有鑽石的珠寶產品或以黃金、白銀或寶石以外的原材料製成的飾品，如木材。我們的各類珠寶產品主要以戒指、耳環、項鍊、吊墜、手鏈、串珠、胸針、家居器皿、小雕塑以及金條及銀條的樣式出現。有關我們於往績記錄期內的產品組合及其變動的更多資料，請參閱「財務資料－合併損益及其他全面收入表選定項目的描述－收入－按產品種類劃分的收入」一節。我們自營品牌的珠寶產品由我們的專業內部設計師團隊設計，少量由我們合作的藝術及設計機構及院校介紹的外部設計師設計。於往績記錄期間，我們的自營品牌珠寶產品由OEM承包商製造。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的品牌及產品」一節。

產品定價

我們已就我們本身及特許經營商出售的產品制定內部定價及折扣政策，該政策由高級管理層批准，用於指導向客戶提供的產品定價及折扣。珠寶產品的價格一般視乎每件產品的原材料及成品成本、鑄造成本、重量及所包含珠寶元素、款式、設計、設計的複雜及新穎程度，以及我們的預期利潤率而定。我們一般將原材料價格升幅轉嫁予我們的客戶，以將利潤率維持於合理水平。我們一般通過線上銷售渠道及線下零售及體驗網絡提供的珠寶產品採用統一建議零售價政策，而我們的特許經營商可酌情根據我們的特許經營政策在遵守最低零售價規定的情況下進行促銷。就批發客戶而言，我們於釐定批發定價時亦會考慮客戶的戰略價值。

概 要

客戶

我們的客戶群包括零售及批發客戶。我們的零售客戶主要包括線上銷售渠道及我們自營及聯營CSmall體驗店的零售客戶。我們的批發客戶主要包括特許經營商、CSmall Gift合作夥伴及自我們深圳珠寶展廳或透過我們的自營線上平台直接進行購買的其他批發客戶。於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一七年六月三十日止六個月，銷售予前五大客戶所產生的收入分別為人民幣185.5百萬元、人民幣467.9百萬元、人民幣481.4百萬元及人民幣932.5百萬元，分別佔相關期間總收入的63.7%、56.0%、19.5%及51.9%。於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一七年六月三十日止六個月，來自單一最大客戶的收入分別為人民幣56.1百萬元、人民幣191.6百萬元、人民幣143.4百萬元及人民幣533.6百萬元，分別佔有關期間總收入的19.3%、22.9%、5.8%及29.7%。於往績記錄期間，概無董事、彼等的聯繫人或任何股東(據董事所知擁有我們的已發行股本超過5%者)於前五大客戶的任何一名客戶中擁有任何權益。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－客戶」一節。

供應商及採購

我們珠寶產品的主要原材料包括黃金、白銀及各類寶石。我們主要向貴金屬交易所及獨立第三方寶石供應商採購黃金及寶石。於往績記錄期間，我們的控股股東的全資附屬公司龍天勇為我們主要的銀錠供應商。我們於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一七年六月三十日止六個月用於生產白銀產品及由龍天勇供應的銀錠市價分別約為人民幣173.7百萬元、人民幣312.1百萬元、人民幣323.6百萬元及人民幣142.3百萬元。我們將繼續為業務向龍天勇採購銀錠。有關進一步資料，請參閱本文件「關連交易」一節。由於我們的主要原材料黃金及白銀為眾多供應商可在市場內以標準規格及於貴金屬交易所按透明公開的現貨價格廣泛買賣的商品，我們相信我們並無嚴重依賴任何單一供應商採購任何原材料。於往績記錄期間，我們並無因原材料短缺或交易價格大幅波動而令我們的業務受阻。於往績記錄期間，我們將自營品牌產品的生產外包予OEM承包商。於往績記錄期間，我們自行為製造我們自營品牌產品的OEM承包商採購所有主要原材料(包括黃金及銀錠)。我們亦向多名供應商採購珠寶產品，包括知名海外及國內品牌零售商。我們僱用獨立第三方物流服務供應商提供產品送遞服務。

於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一七年六月三十日止六個月，我們向我們的前五大供應商採購的金額(按現行市價計算)分別為人民幣290.2百萬元、人民幣593.4百萬元、人民幣2,177.8百萬元及人民幣1,332.2百萬元，相當於同期總採購金額(按現行市價計算)的51.8%、50.7%、77.9%及89.8%。於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一七年六月三十日止六個月，我們向我們的最大單一供應商採購的金額(按現行市價計算)分別為人民幣206.8百萬元、人民幣287.4百萬元、人民幣1,147.6百萬元及人民幣530.1百萬元，相當於有關期間總採購金額(按現行市價計算)的36.9%、24.6%、41.1%及35.8%。我們的大部分採購採用電匯方式以人民幣結算。於二零一五年及二零一六年，我們首十大客戶其中一名同時為同期的首十大供應商之一。於往績記錄期間，我們的董事、其聯繫人或任何股東(據董事所知擁有我們的已發行股本超過5%者)概無在我們任何原材料供應商(龍天勇除外)、任何製造我們自營品牌產品的OEM承包商及獲我們委聘的第三方物流服務供應商中擁有任何權益。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－供應商及採購」一節。

概 要

存貨管理

為盡可能降低我們的持貨成本及使用運營資金，我們努力維持最佳存貨水平。於往績記錄期間，我們的存貨為採購自OEM承包商或第三方供應商的製成品。於往績記錄期間，我們並無就存貨計提任何撥備。於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一七年六月三十日止六個月，我們的存貨週轉天數(根據過往成本按銷售成本計算)分別為28.1天、23.9天、32.1天及25.6天，而我們的存貨週轉天數(根據現行市價按銷售成本計算)分別為24.4天、23.5天、32.0天及25.6天。有關進一步詳情，請參閱「財務資料—若干資產負債表項目—存貨」及「有關呈列本集團銷售成本及盈利能力的說明文件」兩節。我們可能會舉行促銷活動以折扣價出售滯銷產品。有關進一步資料，請參閱本文件「業務—我們的物流及存貨管理」一節。

質量控制

我們於我們的深圳倉庫設有貴金屬檢測實驗室，該實驗室備有測試貴金屬(包括黃金及白銀)的先進機器。我們要求製造我們自營品牌產品的OEM承包商及我們的第三方珠寶產品供應商將其向我們供應的所有產品送至合資格珠寶品質檢測中心進行質量檢測。我們就我們的珠寶產品向客戶提供由國家質檢總局認可的珠寶品質檢測中心授出的認證證書。有關進一步資料，請參閱本文件「業務—質量控制」一節。

我們的競爭優勢

我們相信下列優勢是我們成功的關鍵，並使我們取得重大增長：(1)我們是中國最大的線上線下一體化「珠寶新零售」互聯網企業；(2)我們相信我們的業務將持續受益於中國線上珠寶零售市場的增長潛力和輕奢珠寶產品的市場前景；(3)我們的領先市場地位使我們得以加強數據挖掘及分析能力以進一步增強業務增長；(4)我們多元化及創新的行銷策略使我們區別於傳統珠寶零售商，為公司業績帶來迅速增長；(5)我們旗下的平台品牌「金貓銀貓CSmall」及我們產品品質的信賴度已受到市場認可；及(6)我們由經驗豐富且執行力強的管理團隊帶領。

我們的策略

我們的目標是維持並鞏固我們作為中國領先的線上線下一體化「珠寶新零售」互聯網企業的地位。我們擬通過採取以下策略實現目標：(1)我們將不斷擴展及優化我們的線上線下一體化珠寶零售架構及提升線上線下協同效應；(2)我們將不斷推行CSmall Gift策略，以擴大客戶基礎及推動業務增長；(3)我們將持續加強數據收集、分析及運用能力；(4)我們將繼續改良產品設計及增強開發能力，並提高品牌知名度；及(5)我們將繼續招攬、培養及留聘人才。

財務資料概要

閣下應將以下過往財務資料概要與本文件中根據國際財務報告準則編製的「附錄一—會計師報告」所載合併財務報表連隨同附註一併閱讀。於及截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度以及截至二零一七年六月三十日止六個月的過往財務資料概要乃摘錄自本文件「附錄一—會計師報告」所載合併財務報表(包括其附註)。

概 要

本集團的財務資料概要

合併損益及其他全面收益表概要

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
收入	291,218	835,345	2,465,291	1,242,666	1,798,717
銷售成本	(219,408)	(735,866)	(2,315,776)	(1,166,838)	(1,689,667)
毛利	71,810	99,479	149,515	75,828	109,050
其他收入、收益及虧損	300	1,518	6,147	1,210	(1,381)
銷售及分銷開支	(10,827)	(27,998)	(43,398)	(17,541)	(16,419)
行政開支	(13,480)	(31,548)	(44,136)	(22,580)	(23,845)
分佔聯營公司的業績	(400)	400	350	350	—
[編纂]	—	—	[編纂]	—	[編纂]
除稅前利潤	47,403	41,851	64,676	37,267	60,790
所得稅開支	(9,894)	(8,897)	(14,412)	(8,232)	(15,335)
年／期內利潤	<u>37,509</u>	<u>32,954</u>	<u>50,264</u>	<u>29,035</u>	<u>45,455</u>
以下人士應佔年／期內利潤：					
本公司擁有人	37,509	32,956	50,264	29,035	45,608
非控股權益	—	(2)	—	—	(153)
	<u>37,509</u>	<u>32,954</u>	<u>50,264</u>	<u>29,035</u>	<u>45,455</u>

合併財務狀況表概要

	於十二月三十一日			於六月三十日
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一七年
	(人民幣千元)			
資產				
非流動資產總值	7,631	55,796	11,607	21,531
流動資產總值	87,114	540,284	629,933	874,252
資產總值	<u>94,745</u>	<u>596,080</u>	<u>641,540</u>	<u>895,783</u>
負債				
流動負債總額	77,685	468,945	420,186	556,838
負債總額	<u>77,685</u>	<u>468,945</u>	<u>420,186</u>	<u>556,838</u>
權益				
本公司擁有人應佔權益	17,060	78,537	172,756	290,500
非控股權益	—	48,598	48,598	48,445
權益總額	<u>17,060</u>	<u>127,135</u>	<u>221,354</u>	<u>338,945</u>
權益及負債總額	<u>94,745</u>	<u>596,080</u>	<u>641,540</u>	<u>895,783</u>

概 要

合併現金流量表概要

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一六年	二零一七年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
經營活動所用淨現金流量	(42,350)	(37,526)	(258,677)	(227,704)	194,793
投資活動(所用)所得淨現金流量	(3,724)	(366,098)	355,480	347,301	(11,644)
融資活動所得淨現金流量	120,404	448,382	19,227	(148,509)	69,870
現金及現金等價物增加(減少)淨額	74,330	44,758	116,030	(28,912)	253,019
年/期初現金及現金等價物	3	2,163	5,118	5,118	124,901
年/期末現金及現金等價物	2,163	5,118	124,901	70,391	377,910

本集團的主要財務比率

下表載列於所示期間基於過往財務資料(根據過往成本按銷售成本計算)計算的若干盈利能力比率：

	於十二月三十一日及截至十二月三十一日止年度			於六月三十日 及截至 六月三十日 止六個月
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一七年
盈利能力比率				
毛利率 ⁽¹⁾	24.7%	11.9%	6.1%	6.1%
淨利率 ⁽²⁾	12.9%	3.9%	2.0%	2.5%
股權回報率 ⁽³⁾	402.1%	45.7%	28.8%	不適用
總資產回報率 ⁽⁴⁾	74.0%	9.5%	8.1%	不適用
流動資金比率				
流動比率 ⁽⁵⁾	112.1%	115.2%	149.9%	157.0%
速動比率 ⁽⁶⁾	68.7%	101.8%	68.1%	132.4%

附註：

- (1) 期內毛利除以同期收入再乘以100%。
- (2) 期內利潤除以同期收入再乘以100%。
- (3) 股權回報率乃按全年基準計算。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度的股權回報率乃按年內利潤除以相關年初及年末的平均值再乘以100%計算。
- (4) 截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度的總資產回報率以年內利潤除以相關年初及年末總資產平均數再乘以100%計算。
- (5) 流動資產除以期末流動負債再乘以100%。
- (6) 流動資產減存貨後除以期末流動負債再乘以100%。

概 要

我們的上市分部的財務資料概要

我們的上市分部經營業績概要

於有關期間，我們的銀錠成本並非按其當前市價入賬。誠如「有關呈列本集團銷售成本及盈利能力的說明文件」一節所述，我們採納上市分部概念，於往績記錄期間，我們以單一報告分部，將有關期間的銀錠成本按其當前市價記賬，並據此將本集團的年／期內利潤與上市分部的年／期內利潤對賬。下表載列我們於所示期間的財務業績。

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一四年	二零一五年	二零一六年 (人民幣千元)	二零一六年 (未經審核)	二零一七年
分部總收入－外部銷售	291,218	835,345	2,465,291	1,242,666	1,798,717
銷售成本	(252,164)	(749,323)	(2,318,714)	(1,169,776)	(1,689,667)
毛利	39,054	86,022	146,577	72,890	109,050
其他收入、收益及虧損	300	1,518	6,147	1,210	(1,381)
銷售及分銷開支	(10,827)	(27,998)	(43,398)	(17,541)	(16,419)
行政開支	(13,480)	(31,548)	(44,136)	(22,580)	(23,845)
分佔聯營公司業績	(400)	400	350	350	—
[編纂]	—	—	[編纂]	—	[編纂]
除稅前分部利潤	14,647	28,394	61,738	34,329	60,790
所得稅開支	(4,980)	(6,940)	(13,678)	(7,498)	(15,335)
分部年／期內利潤	<u>9,667</u>	<u>21,454</u>	<u>48,060</u>	<u>26,831</u>	<u>45,455</u>

我們上市分部的的主要財務比率

下表載列於所示期間基於我們上市分部財務資料(根據現行市價按銀錠成本計算)計算的若干盈利能力比率：

	於十二月三十一日及截至十二月三十一日止年度			於六月三十日 及截至 六月三十日 止六個月	
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一七年	
上市分部的毛利率 ⁽¹⁾	13.4%	10.3%	5.9%	6.1%	
上市分部的淨利率 ⁽²⁾	3.3%	2.6%	1.9%	2.5%	
上市分部的股權回報率 ⁽³⁾	103.6%	29.8%	27.6%	不適用	
上市分部的總資產回報率 ⁽⁴⁾	19.1%	6.2%	7.8%	不適用	

附註：

- (1) 期內上市分部毛利除以同期分部收入再乘以100%。
- (2) 期內上市分部純利除以同期分部收入再乘以100%。
- (3) 上市分部的股權回報率乃按全年基準計算。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度的上市分部股權回報乃按上市分部的年內利潤除以本集團於相關年初及年末的總股權平均值再乘以100%計算。
- (4) 上市分部的總資產回報率乃按全年基準計算。於截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度的上市分部總資產回報率以上市分部年內利潤除以本集團於相關年初及年末總資產平均值再乘以100%計算。

有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料」一節。

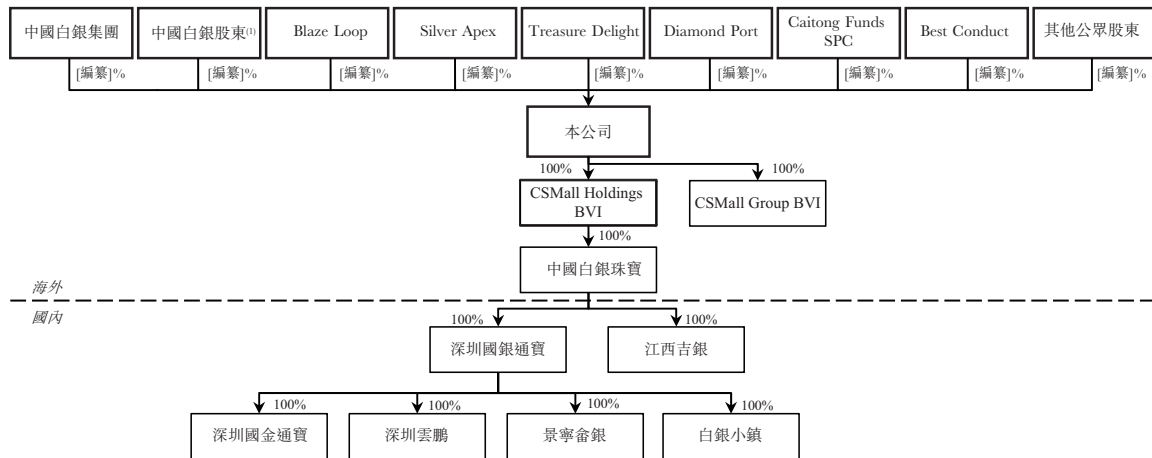
概 要

敏感度分析

原材料及成品的成本(主要包括黃金及白銀)為我們銷售成本(不論按過往成本或現行市價計算)的主要部分。於往績記錄期間，金銀產品的總體銷售佔全部珠寶產品重大部分的銷售。有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－敏感度分析」一節。

我們的股權架構

本集團緊隨貸款資本化發行、分派及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)的股權架構如下：



(1) 假定(僅供說明)合資格中國白銀股東及海外除外中國白銀股東已根據彼等享有分派的權利收取股份，但未有出售有關股份

於貸款資本化發行、分派及[編纂]完成後，中國白銀集團將持有本公司已發行股本約[編纂]%權益。中國白銀集團董事在貸款資本化發行、分派及[編纂]完成後經考慮多項因素，例如本公司的股權架構及中國白銀集團繼續對本公司構成重大影響的程度，認為(其中包括)中國白銀集團應繼續入賬列作本公司的附屬公司。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及集團架構－我們的股權及集團架構－[編纂]完成後的股權架構」一節。

[編纂]前投資

於二零一六年十二月二日，Caitong Funds SPC及Best Conduct與(其中包括)CSMall Group BVI簽訂認購協議，據此，CSMall Group BVI同意按認購價每股人民幣1.26元分別配發及發行CSMall Group BVI的60,059,000股股份及58,000,000股股份予Caitong Funds SPC及Best Conduct，總代價約為現金人民幣148,754,340元(「原第三方認購協議」)。Caitong Funds SPC及Best Conduct分別於二零一六年十二月五日及二零一七年一月二十三日結清及完成認購CSMall Group BVI股份。

於二零一七年二月十六日，根據本公司、CSMall Group BVI分別與Caitong Funds SPC及Best Conduct及中國白銀集團於二零一七年二月十六日簽訂的認購及轉讓協議(「第三方認購及轉讓協議」)，本公司分別向Caitong Funds SPC及Best Conduct發行60,059,000股股份及58,000,000股股份，代價為彼等各自於CSMall Group BVI的全部權益。第三方認購及

概 要

轉讓協議已取代原第三方認購協議。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及集團架構—重組、員工持股計劃及[編纂]前投資—[編纂]前投資」一節。

與控股股東的關係

緊隨貸款資本化發行、分派及[編纂]完成後並假設[編纂]並無獲行使，中國白銀集團將直接持有並有權行使本公司已發行股本[編纂]%的表決權。因此，根據上市規則，中國白銀集團為我們的控股股東。除本文件所披露者外，控股股東確認，截至最後實際可行日期，除本集團業務外，其及其緊密聯繫人並無於直接或間接與本集團業務競爭或可能競爭的業務中擁有根據上市規則第8.10條須予披露的任何權益。為防範本集團遭受任何來自控股股東或其緊密聯繫人的潛在競爭，於二零一七年[●]月[●]日，控股股東以本公司為受益人簽訂不競爭契據。本集團一直以來及將會繼續獨立於控股股東及其聯繫人經營業務。董事會將包括三名獨立非執行董事，以確保董事會能夠於其決策過程中有效行使獨立判斷。我們已就管理本集團與控股股東之間的現有及潛在利益衝突採取一系列措施。有關進一步詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

分拆上市及分派

於二零一七年[八月二十九日]，我們的控股股東宣佈，其已根據第15項應用指引就分拆上市向聯交所提交分拆上市建議，而聯交所亦已確認其可進行分拆上市。根據上市規則，於分拆上市完成後我們的控股股東所持本公司股權的減少構成我們的控股股東的主要出售事項。分拆上市根據第15項應用指引及上市規則須獲中國白銀股東批准。繼分拆上市完成後，餘下集團將繼續經營製造工業及貿易用的高級銀錠業務以及中國一體化貴金屬交易平台上海華通。根據股東於二零一七年[[●]月[●]日]通過的決議案，待[編纂]於各方面成為無條件後，我們的董事已獲授權根據貸款資本化發行向中國白銀集團配發及發行合共[編纂]股新股份，而所有該等新股份將按「[編纂]架構—分派」一節所載方式向合資格中國白銀股東分派。因此，分派將全部通過向合資格中國白銀股東實物分派貸款資本化發行項下該等新發行股份(相當於緊隨貸款資本化發行及分派完成後及於[編纂]完成前的本公司當時的已發行股本約[編纂]%)作出，分派比例乃按於記錄日期彼等各自於我們的控股股東的持股比例而釐定。有關進一步詳情，請參閱本文件「分拆上市及分派」一節。

合約安排及其終止

我們的線上業務自電子商務交易產生收入，該等交易根據中國法律及法規屬於在線數據處理與交易處理業務(經營類電子商務)分類。在我們最初開拓線上業務時，按相關中國法律法規深圳國銀通寶(作為外商獨資企業)及其附屬公司禁止從事經商類電子商務。通過於二零一四年五月二十日簽訂的合約安排，深圳銀瑞吉及其直接非全資附屬公司江西金貓銀貓支付公司入賬列作深圳國銀通寶的附屬公司，而其財務業績於往績記錄期內被併入本

概 要

集團的財務業績。自二零一四年七月三十一日起至二零一七年八月二十二日，我們的互聯網網站 www.csmall.com (前身為 www.csmall.cn)、移動網站 m.csmall.com 及移動應用程序金貓銀貓 CSmall 由持有增值電信許可證(信息服務業務)的深圳銀瑞吉經營。

因於二零一五年上半年適用中國法律及法規的若干變動，外商獨資企業現可持有進行增值電信交易的有關許可證。白銀小鎮已於二零一七年七月三十一日取得增值電信許可證(電子數據交換)。於二零一七年八月九日，深圳銀瑞吉、深圳國銀通寶、陳先生、錢先生及白銀小鎮訂立合約安排終止協議，據此，協定合約安排將於若干先決條件達成後終止。先決條件已於二零一七年八月二十二日達成，而合約安排已於同日終止。由於合約安排終止，本集團不再於深圳銀瑞吉及江西金貓銀貓支付公司擁有任何權益、控制權、權力或權利。於合約安排終止後，我們的互聯網網站、移動設備網站及移動應用程序已由持有增值電信許可證(電子數據交換)的白銀小鎮經營。據中國法律顧問表示，合約安排終止協議具有法律效力且對有關訂約方具有約束力，且符合一切適用中國法律及規例。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及集團架構－我們的前附屬公司及已終止合約安排」一節。

股息

根據開曼群島公司法及組織章程細則，我們可通過股東大會以任何貨幣宣派股息，但不得宣派超過董事會建議金額的股息。我們的董事會可全權酌情建議宣派任何股息。經考慮我們的盈利及財務狀況、經營需求、資本需求及董事認為相關的任何其他狀況，董事會或會建議派付股息。於往績記錄期內，我們並無宣派任何股息。我們並無任何特定股息政策。

上市開支

我們的[編纂]主要包括[編纂]佣金以及就申報會計師、法律顧問及其他專業顧問提供上市及[編纂]相關服務而向彼等支付的專業費用。估計[編纂]的[編纂]總額(根據[編纂]指示性[編纂]的中位數計算，並假設[編纂]未獲行使，包括[編纂]佣金，不包括我們可能須支付的任何酌情激勵費用)約為人民幣[編纂]百萬元。於往績記錄期內，我們產生約人民幣[編纂]百萬元的[編纂]，其中人民幣[編纂]百萬元確認為[編纂]及人民幣[編纂]百萬元將資本化為預期根據相關會計準則於成功上市後自權益扣除的遞延開支。我們預期將產生約人民幣[編纂]百萬元的額外[編纂]，其中人民幣[編纂]百萬元預期在二零一七年確認為[編纂]及人民幣[編纂]百萬元將資本化為預期根據相關會計準則於成功上市後自權益扣除的遞延開支。我們的董事預期該等開支不會對截至二零一七年十二月三十一日止年度的經營業績產生重大不利影響。

概 要

[編纂]

[編纂]

未來計劃及 [編纂]

假設 [編纂] 未獲行使及 [編纂] 為每股 [編纂] [編纂] 港元 (即本文件所述 [編纂] 的中位數)，經扣除我們就 [編纂] 應付的 [編纂] 費用及佣金以及估計開支，我們估計將獲得的 [編纂] [編纂] 約為 [編纂]。我們擬動用 [編纂] [編纂] 作以下用途：

- 約 50% 將用作擴展及優化我們的線上線下一體化的零售架構，並提高線上線下協同效益，其中：(1) 約 30% 將用於實行 CSmall Gift 策略及其他跨界營銷計劃，包括採購足夠存貨及增加人手；(2) 約 10% 將用於發展我們的線上銷售渠道，包括改善透過自營線上平台所進行銷售及提供服務，乃主要透過升級我們的信息技術系統及增強我們自營線上珠寶平台的界面；及 (3) 約 10% 將用作發展我們的線下零售及體驗網絡，包括有選擇地更多居民有更強購買力的中國更發達城市擴展我們的 CSmall 體驗店所涵蓋地區範圍。
- 約 20% 將用作主要透過升級我們的信息技術基礎設施及數據管理系統，以及擴展數據分析小組及提高軟件開發能力，以加強我們的數據收集、挖掘及運用能力。
- 約 10% 將用作提高我們的產品設計及開發能力並提升我們的存貨、履行訂單及物流管理，乃主要透過壯大我們內部設計團隊以及因應業務需要擴充倉庫及升級信息技術基礎設施。
- 約 10% 將用作品牌發展及目標銷售與營銷活動。
- [編纂] 中約 10% 的餘額將用作營運資金及其他一般企業用途。

概 要

倘[編纂][編纂]並未即時用作上述用途，則我們擬根據相關法律及法規將該等金額存入中國或香港持牌銀行或金融機構作短期存款。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

重大風險因素概述

投資於我們的股份存在若干風險及不確定因素。該等風險主要包括：(1)與我們業務及行業相關的風險主要包括：(i)如我們未能繼續提供多元化的產品組合，以迎合不斷轉變的市場趨勢及滿足消費者對珠寶產品的偏好，或我們不能提供產品以吸引新客戶或現有客戶的新增購買，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響；(ii)倘我們未能維持、加強、創新及調整珠寶新零售模式以迎合客戶不斷改變的需求，可能會對我們的增長能力造成不利影響，繼而不利影響我們的業務、財務狀況、經營業績及前景；(iii)有關中國線上珠寶零售業的增長、盈利能力及監管環境的不確定因素可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響；(iv)倘我們未能進行有效競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績將受到重大不利影響；及(v)我們較短的經營歷史可能令投資者難以評估我們的業務及未來發展；(2)有關在中國經營業務的風險；及(3)分拆上市及[編纂]相關風險。有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素」一節。

法律程序及合規事宜

於最後實際可行日期，本集團或任何董事概無針對本集團財務狀況或經營業績可能有重大不利影響的待決或面臨任何訴訟、仲裁或行政程序。根據中國法律顧問的意見，董事確認，截至最後實際可行日期，本集團並未因違反適用於本集團的中國法律而對本集團整體業務或財務狀況構成重大不利影響。本集團已為我們的中國業務營運自適當監管機關獲取所有重要牌照、批文及許可證。

近期發展

有關合約安排終止，請參閱上文「合約安排及其終止」一節。

於二零一七年八月十八日，我們向一名獨立第三方出售我們於聯營公司永豐縣通盛小額貸款股份有限公司的20%股權，代價為人民幣600,000元，即我們於二零一七年三月收購有關20%股權時所支付的相同金額。我們決定出售於該聯營公司的股權，主要由於其主營業務並不與我們的業務直接相關。

我們的董事確認，截至本文件日期，我們的財務、營運或交易狀況自二零一七年六月三十日以來概無重大不利變動。