

財務資料

閣下應將以下對我們的財務狀況及經營業績的討論及分析與根據國際財務報告準則編製的本文件「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。以下討論及分析載有涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。基於多項因素，包括本文件「前瞻性陳述」、「風險因素」及其他章節所載者，我們的實際業績可能與該等前瞻性陳述所預測者重大不同。

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「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，按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目計，我們是根據珠寶新零售模式營運的中國最大的線上線下一體化互聯網珠寶零售商。根據同一來源，按二零一六年的銷售收入計，我們於中國的線上珠寶零售商及線上線下一體化珠寶零售商均排名第一，分別佔市場份額的5.3%及7.3%。於往績記錄期內，我們的收入及利潤增長顯著。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，二零一四年至二零一六年的複合年增長率為191.0%，且於二零一四年、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，我們上市分部的純利分別為人民幣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，二零一四年至二零一六年的複合年增長率為122.7%。

財務資料

呈報基準

因預期上市及作為重組的一部分，於二零一七年一月十九日，本公司於開曼群島作為本集團新的控股公司註冊成立。自二零一六年八月起，我們進行了多個步驟促成重組。有關該等步驟的詳情，請參閱本文件「歷史、重組及集團架構—重組、僱員股份計劃及[編纂]前投資」一節。

龍天勇及富銀白銀為中國白銀集團的全資附屬公司，並將於上市後繼續為中國白銀集團的全資附屬公司。有關期間內，龍天勇已安排外部OEM承包商將若干銀錠用於生產白銀產品，其隨後將有關產品售予深圳國銀通寶轉售及直接售予獨立第三方終端客戶；而富銀白銀向深圳國銀通寶購買白銀產品，以供銷售予電視頻道營運商，原因是其要求對手方具備若干營運歷史(而深圳國銀通寶於當時並未有若干營運歷史)。自二零一六年四月起，龍天勇停止向外部OEM承包商分包白銀產品的製造，並已停止銷售白銀產品。取而代之，其向本公司附屬公司江西吉銀出售銀錠，其安排外部OEM承包商將購自龍天勇的銀錠用於製造白銀及珠寶產品，有關產品其後由深圳國銀通寶售予獨立第三方終端客戶。富銀白銀已於二零一六年九月終止經營其銷售白銀產品的業務，自此白銀產品銷售通過深圳國銀通寶及其附屬公司進行。

現時組成本集團的本公司及其附屬公司在中國從事設計及銷售黃金、白銀及珠寶產品。上述龍天勇及富銀白銀的業務組成本集團業務之一部分，統稱「**新珠寶零售業務單位**」。

由本公司及其附屬公司組成的本集團來自重組，被視為持續實體。新珠寶零售業務單位於整個往績記錄期間受中國白銀集團的共同控制，因此就呈列本集團的財務狀況、財務業績及現金流的目的而言，新珠寶零售業務單位於整個往績記錄期間被視為本集團之一部分。因此，本集團的過往財務資料(「**過往財務資料**」)已根據猶如本公司一直為本集團的控股公司的基準編製。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三個年度各年以及截至二零一六年六月三十日止六個月的合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表，包括新珠寶零售業務單位及組成本集團的現有實體的業績、權益變動及現金流，猶如本集團進行的業務(包括之前在新珠寶零售業務單位旗下的業務)於整個往績記錄期間一直由本集團經營。此外，於二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日，本集團的合併財務狀況表已編製，以呈列本集團業務的資產及負債，猶如目前集團架構一直存在，以及新珠寶零售業務單位於二零一四年及二零一五年十二月三十一日一直於本集團旗下。更多詳情請參閱本文件「附錄一—會計師報告」所載的合併財務報表附註1。

財務資料

請同時參考本文件「有關呈列本集團銷售成本及盈利能力的說明文件」一節有關我們的唯一營運及申報分部—上市分部的若干財務資料的說明及分析。

影響我們的經營業績的主要因素

客戶對我們的產品的需求

我們的經營業績依賴於消費者對我們珠寶產品的需求。中國的經濟在過去幾十年裡快速增長。根據中國國家統計局的統計，過去幾年，城鎮居民家庭人均年可支配收入一直穩步上升，從二零一二年的人民幣24,565元增至二零一六年的人民幣33,616元，二零一二年至二零一六年期間的複合年增長率為8.2%。根據Frost & Sullivan報告，過去十年強勁的經濟發展已為中國珠寶銷售的迅速增長鋪設了道路，二零一二年至二零一六年期間中國珠寶零售市場穩步增長。中國珠寶零售市場的銷售收入從二零一二年的人民幣5,149億元增至二零一六年的人民幣7,080億元，即由二零一二年至二零一六年期間的複合年增長率為8.3%。部分受益於消費者對我們產品的強勁需求，我們的收入從二零一四年的人民幣291.2百萬元大幅增至二零一五年的人民幣835.3百萬元，進一步大幅增至二零一六年的人民幣2,465.3百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人民幣1,242.7百萬元增加44.7%至人民幣1,798.7百萬元。根據Frost & Sullivan報告，二零一六年至二零二一年，中國珠寶零售市場估計將以7.9%的複合年增長率增長，到二零二一年銷售收入總額將高達人民幣10,356億元。考慮到我們領先的市場地位及我們的增長戰略，我們相信我們已準備就緒，將能夠從該增長中受益。

與此同時，在可支配收入及購買力日益增加、政府對「互聯網+」計劃的支持及移動互聯網產業發展的帶動下，中國線上珠寶零售市場快速發展。根據Frost & Sullivan報告，中國線上珠寶零售市場的銷售收入從二零一二年的人民幣143億元增至二零一六年的人民幣464億元，即由二零一二年至二零一六年期間的複合年增長率為34.1%，並預計在二零一六年至二零二一年期間將以24.0%的複合年增長率增長，到二零二一年銷售收入總額將達人民幣1,359億元。部分受益於中國線上珠寶零售市場的大幅增長，我們從線上銷售渠道獲得的收入從二零一四年的人民幣47.9百萬元大幅增至二零一五年的人民幣345.8百萬元，及進一步增至二零一六年的人民幣1,950.5百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人民幣1,012.9百萬元增加18.9%至人民幣1,204.0百萬元。此外，消費者追求全面的購物體驗，加上看重購物便利及良好購物體驗的中國年輕一代的影響力日增，推動了中國線上線下一體化珠寶零售市場的快速增長。根據Frost & Sullivan報告，中國的線上線下一體化珠寶零售市場的銷售收入從二零一二年的人民幣75億元增至二零一六年的人民幣340億元，即由二零一二年至二零一六年期間的複合年增長率為46.1%，並預計在二零一六年至二零二一年期間將以26.4%的複合年增長率增長。我們預期將繼續擴大我們的綜合線上銷售管道及線下零售及體驗網絡，以爭取中國相關市場未得到滿足的需求。

財務資料

我們的產品組合

我們的收入及毛利率(基於以歷史成本計算的本集團的銷售成本)均受我們的產品組合的影響。我們的珠寶產品按主要原材料分為黃金產品、白銀產品及寶石首飾及其他珠寶產品。金銀產品的銷售收入合共佔我們於往績記錄期內珠寶產品銷售收入的重大部分。此外，往績記錄期內我們的收入增加主要由於我們的黃金產品銷量的增加。尤其是，我們的黃金產品銷售收入從二零一四年的人民幣56.7百萬元大幅增至二零一五年的人民幣421.6百萬元，並在二零一六年進一步增至人民幣1,936.5百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人民幣996.4百萬元增加43.2%至人民幣1,425.7百萬元。

下表載列所示期間按產品類別劃分我們的珠寶產品銷售收入分析：

	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	
	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
黃金產品	56,748	19.5%	421,632	50.5%	1,936,495	78.6%	996,352	80.2%	1,425,678	79.3%
白銀產品	228,483	78.5%	392,859	47.0%	503,303	20.4%	236,511	19.0%	217,246	12.1%
寶石首飾及其他 珠寶產品	5,987	2.0%	20,854	2.5%	25,493	1.0%	9,803	0.8%	155,793	8.6%
總計	291,218	100%	835,345	100%	2,465,291	100%	1,242,666	100%	1,798,717	100%

下表載列所示期間按產品類別劃分我們的毛利/(損)及毛利率(基於本集團按歷史成本計的銷售成本)分析：

	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	
	毛利/(損)	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
黃金產品	(1,432)	—	12,580	3.0%	29,730	1.5%	13,142	1.3%	38,532	2.7%
白銀產品	72,789	31.9%	79,999	20.4%	110,285	21.9%	62,071	26.2%	46,257	21.3%
寶石首飾及其他 珠寶產品	453	7.6%	6,900	33.1%	9,500	37.3%	615	6.3%	24,261	15.6%
總計	71,810	24.7%	99,479	11.9%	149,515	6.1%	75,828	6.1%	109,050	6.1%

財務資料

根據Frost & Sullivan報告，珠寶產品的毛利率主要因原料及鑄造程度，以及其相對比例不同而異。例如較多繁複鑄造工藝的珠寶產品一般獲得較高的毛利率。另一方面，假設相同產品的鑄造工藝相同，白銀產品的毛利率一般高於相同形式的黃金產品。於二零一五年及二零一六年，我們珠寶產品銷售的毛利率持續下降，主要是由於我們黃金產品的銷量佔我們珠寶產品銷售總額的百分比增加，其並不涉及複雜的鑄造工藝。

寶石首飾及其他珠寶產品的毛利率受原材料成份及其設計和製造成本所重大影響。寶石首飾及其他珠寶產品於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的毛利率較為高，主要由於毛利率相對較高的寶石首飾及其他珠寶產品(主要包括鑽石珠寶產品)的銷售增加所致。鑽石珠寶產品的毛利率亦主要取決於珠寶產品所用鑽石的顏色、克拉、淨度及切工以及所涉工藝的水平。

有關往績記錄期內基於上市分部銷售成本(按現行市價計算)的毛利/(損)及毛利率分析，請參閱「影響我們的經營業績的主要因素－我們的毛利與毛利率－我們的上市分部」一節。

我們的產品定價

我們的盈利能力受產品售價影響。我們的定價主要視乎原材料及成品成本、鑄造成本、每件產品的重量及所包含珠寶成分、款式及設計、設計的複雜及新穎程度，以及我們的預期利潤率等因素而定。更多資料請參閱本文件「業務－定價」一節。根據Frost & Sullivan報告，二零一五年黃金及白銀的每克平均價格分別下跌了6.6%及13.3%，而其後在二零一六年分別上漲了13.8%及15.4%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月分別進一步上漲了6.9%及17.1%。與中國黃金及白銀的價格趨勢大致相符，我們的黃金及白銀每克平均成本於二零一五年分別下降6.4%及13.5%，其後於二零一六年分別上升13.7%及15.6%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月分別進一步上漲了6.9%及15.2%。與上述情況類似，我們的黃金及白銀產品每克平均售價亦於二零一五年分別下降1.1%及26.0%，其後於二零一六年分別上升12.0%及18.0%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月分別進一步上漲了8.4%及9.8%。我們的黃金及白銀產品售價趨勢大致與相關期間的中國黃金及白銀價格趨勢相符。我們的每克白銀產品的平均售價的下降速度百分比高於二零一五年白銀市價，而上漲速度低於截至二零一七年六月三十日止六個月的白銀市價，主要由於我們於該期間的白銀產品定價政策較具競爭力。

財務資料

此外，我們於不同時間或就不同產品採取不同定價策略。例如，於二零一四年的首年營運我們主要為擴大初期客戶基礎而對黃金產品採取具競爭力的定價策略後，我們於二零一五年逐步增加黃金產品價格的加價比例，以達致更高的利潤率。因此，我們二零一五年的黃金產品毛利率為3.0%，而二零一四年的黃金產品則錄得毛損。於相同期間，我們白銀產品的毛利率由二零一四年的31.9%減至二零一五年的20.4%，乃部分由於我們為吸引更多客戶而於二零一五年就白銀產品採取更為具競爭力的定價策略所致。

我們的線上銷售渠道的擴展及表現

我們線上銷售渠道的收入在往績記錄期錄得顯著增長，有助我們的總收入大幅增長。我們的線上銷售渠道收入從二零一四年的人民幣47.9百萬元大幅增長至二零一五年的人民幣345.8百萬元，並在二零一六年進一步增至人民幣1,950.5百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人民幣1,012.9百萬元增加18.9%至人民幣1,204.0百萬元。這些增長主要是由於(i)我們自營線上平台的擴展及市場知名度增加，(ii)我們的電視及視頻購物渠道於二零一五年進一步擴充，我們並於截至二零一七年六月三十日止六個月增加與電視及視頻購物渠道的推廣合作，及(iii)我們的多元化珠寶產品組合配合廣大客戶。

下表載列所示期間我們的線上銷售渠道的收入分析：

	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	
	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線上銷售渠道										
自營線上平台 ⁽¹⁾	711	0.2%	198,524	23.8%	1,826,708	74.1%	951,100	76.5%	1,086,144	60.4%
第三方線上銷售渠道 ⁽²⁾	47,227	16.2%	147,286	17.6%	123,820	5.0%	61,826	5.0%	117,889	6.6%
總計.....	47,938	16.4%	345,810	41.4%	1,950,528	79.1%	1,012,926	81.5%	1,204,033	67.0%

財務資料

附註：

- (1) 我們的自營線上平台包括我們的互聯網網站、流動網站和我們的移動應用程序。
- (2) 第三方線上銷售途徑主要包括(i)電視及視頻購物渠道及(ii)第三方線上商城。此外，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，我們分別向一間、兩間、兩間、兩間及一間商業銀行為其線上商品換領平台提供我們的珠寶產品，其客戶可根據彼等的相關客戶獎賞計劃以禮品形式換領我們的產品。於二零一四年、二零一五年及二零一六年各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，來自向該等銀行銷售的收入佔我們的總收入少於0.5%，並獲分類為我們來自第三方線上銷售渠道的收入其中部分。

我們於二零一六年及截至二零一七年六月三十日止六個月透過自營線上平台從線上銷售渠道獲得了大部分收入。我們的互聯網網站，即我們的自營線上平台的主要項目，從二零一四年十月開始全面運營。我們的移動網站及移動應用程序分別於二零一五年六月及二零一五年九月推出。由於我們不斷努力開發自營線上平台，自營線上平台的用戶流量快速增長，促進往績記錄期線上銷售渠道的珠寶產品錄得銷售增長。例如，我們的全年PV、UV及IP於二零一六年分別約為378.8百萬、125.9百萬及93.1百萬次，而於截至二零一七年六月三十日止六個月我們的半年PV、UV及IP則分別為327.4百萬、79.7百萬及50.3百萬次。我們的已註冊用戶數目於二零一七年六月三十日約為6.18百萬名。

此外，往績記錄期內，我們的線上銷售渠道的銷售增長部份是由於我們的線下零售及體驗網絡帶來的更多客戶流量的協同效應。我們認為，我們線下零售及體驗網絡的實體門店銷售與服務(包括珠寶試戴及保養服務)對於珠寶購物體驗至關重要，而相關服務促進了我們的線上銷售渠道的銷售，因為客戶可以在線上購買及享受相關客戶服務。此外，我們亦積極在線下零售及體驗網絡推廣我們的自營線上平台，進而有助推動線下客戶瀏覽我們的網站和移動應用程序。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的線上線下一體化珠寶零售架構－我們線上線下一體化的珠寶零售架構的協同效應」一節。

我們的線上銷售渠道的增長部分是由於我們於二零一五年努力擴充我們的電視及視頻購物渠道，並於截至二零一七年六月三十日止六個月增加與電視及視頻購物渠道的推廣合作。我們認為，透過與電視及視頻購物渠道合作，我們不僅取得了令人滿意的銷售業績，而且擴大了客戶覆蓋範圍，並在廣泛的電視及視頻購物渠道觀眾中提高了品牌知名度。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，我們的電視及視頻購物渠道的收入分別為人民幣39.2百萬元、人民幣131.3百萬元、人民幣111.1百萬元、人民幣58.3百萬元及人民幣114.1百萬元，分別佔同期我們總收入的約13.5%、15.7%、4.5%、4.7%及6.3%。

財務資料

我們認為，我們多元化的珠寶產品迎合不同轉變中的需求及喜好的一系列廣泛客戶，亦有助我們的線上銷售渠道在往績記錄期內的增長。我們在線上提供廣泛的珠寶產品。截至二零一七年六月三十日，通過我們的線上線下一體化的珠寶零售架構出售的珠寶產品涵蓋181個品牌。往績記錄期內，我們分別於二零一四年、二零一五年及二零一六年及截至二零一七年六月三十日止六個月推出203個、239個、257個及414個我們本身品牌珠寶產品的產品設計。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務模式－我們的平台品牌及多元化產品組合」及「業務－我們的品牌及產品－我們的CSmall平台品牌－我們的產品品牌」各節。

我們正透過線上銷售渠道，投入越來越多的資源以提高產品滲透率，預計於可見將來來自該業務的銷售將繼續佔總收入的重大部分。詳情請參閱本文件「業務－我們的策略－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」一節。

我們的線下零售及體驗網絡的擴展及表現

我們來自線下零售及體驗網絡的收入從二零一四年的人民幣243.3百萬元大幅增至二零一五年的人民幣489.5百萬元。這些增長主要是由於我們的特許經營CSmall體驗店的數目增加。我們來自線下零售及體驗網絡的收入從二零一五年的人民幣489.5百萬元增加5.2%至二零一六年的人民幣514.8百萬元，主要由於來自自營CSmall體驗店的收入從二零一五年的人民幣76.6百萬元增加89.4%至二零一六年的人民幣145.1百萬元及來自深圳珠寶展廳的收入從二零一五年的人民幣116.8百萬元增加5.2%至二零一六年的人民幣122.9百萬元，惟被特許經營CSmall體驗店的收入從二零一五年的人民幣292.5百萬元下降18.2%至二零一六年的人民幣239.3百萬元所部分抵銷。我們來自線下零售及體驗網絡的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣229.7百萬元大幅增加至截至二零一七同期的人民幣594.3百萬元，主要由於來自特許經營CSmall體驗店及我們的深圳珠寶展廳的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣123.6百萬元及人民幣56.9百萬元分別大幅增加至二零一七年同期的人民幣315.3百萬元及人民幣190.6百萬元。

財務資料

下表載列所示期間我們來自線下零售及體驗網絡的收入分析：

	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	
	金額	佔總收入的百分比								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線下零售及體驗網絡										
CSmall 體驗店	82,950	28.5%	369,089	44.2%	384,609	15.6%	171,525	13.9%	399,103	22.2%
其中：										
— 自營 CSmall 體驗店	1,468	0.5%	76,624	9.2%	145,090	5.9%	47,860	3.9%	82,753	4.6%
— 聯營 CSmall 體驗店	—	—	9	0.0%	215	0.0%	16	0.0%	1,045	0.1%
— 特許經營 CSmall 體驗店	81,482	28.0%	292,456	35.0%	239,304	9.7%	123,649	10.0%	315,305	17.5%
深圳珠寶展廳	160,330	55.1%	116,775	14.0%	122,887	5.0%	56,920	4.6%	190,634	10.6%
第三方線下零售點 ⁽¹⁾	—	—	3,671	0.4%	6,740	0.3%	1,295	0.1%	4,535	0.2%
總計	243,280	83.6%	489,535	58.6%	514,236	20.9%	229,740	18.6%	594,272	33.1%

附註：

(1) 第三方線下零售點主要為商業銀行。

下表載列所示日期我們的線下零售及體驗網絡的數目分析：

	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
線下零售及體驗網絡				
CSmall 體驗店	47	101	113	121
其中：				
— 自營 CSmall 體驗店	1	3	3	3
— 聯營 CSmall 體驗店	—	1	9	10
— 特許經營 CSmall 體驗店	46	97	101	108
深圳珠寶展廳	1	1	1	1
第三方線下零售點 ⁽¹⁾	—	2	2	2
總計	48	104	116	124

附註：

(1) 第三方線下零售點為商業銀行。我們的第三方線下零售點的數目代表我們於所示日期從其獲得收入的零售點的數目。

財務資料

往績記錄期內，我們的CSmall體驗店數目增加，主要是由於我們不斷在中國經濟較發達城市擴大線下零售及體驗網絡而新增特許經營CSmall體驗店，惟因我們自二零一五年起逐漸撤銷單品牌CSmall體驗店（相關特許經營商不願將其改為多品牌CSmall體驗店）以及終止某些表現不佳的CSmall體驗店以不斷優化線下零售及體驗網絡而被部分抵銷。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以及二零一七年六月三十日，我們分別共有47間、101間、113間及121間CSmall體驗店，其中分別有46間、97間、101間及108間特許經營CSmall體驗店。

原材料及成品的成本

我們的盈利能力受原材料及成品成本的影響。原材料及成品的成本是往績記錄期內我們銷售成本的最大部分（按過往成本計算），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分別為人民幣172.3百萬元、人民幣646.7百萬元、人民幣2,206.1百萬元、人民幣1,163.9百萬元及人民幣1,672.6百萬元，分別佔我們總銷售成本（按過往成本計算）的78.5%、87.9%、95.3%、99.7%及99.0%。於往績記錄期間，我們上市分部的原材料及成品的成本（按現行市價計算）分別為人民幣205.1百萬元、人民幣660.1百萬元、人民幣2,209.0百萬元、人民幣1,166.8百萬元及人民幣1,672.6百萬元，分別佔二零一四年、二零一五年及二零一六年及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月上市分部的總銷售成本（按現行市價計算）的81.3%、88.1%、95.3%、99.8%及99.0%。

我們原材料及成品成本的波動（主要包括黃金及白銀）以及我們將增幅轉嫁給客戶的能力及我們不將其降幅反映於售價的能力將影響我們的毛利率。我們通常能夠將黃金及白銀的成本增幅轉嫁給客戶。儘管如此，在若干情況下，我們可能無法將有關增幅全部轉嫁給客戶。例如，如果珠寶產品的定價不僅基於黃金及白銀的成本，而且還包括鑄造成本，為了保持我們的售價具有競爭力，我們可能無法調整產品售價以反映成本的全部變動。倘黃金及白銀的成本下降，為保持我們的毛利率，我們可能無法將有關降幅全部反映於售價。儘管如此，就定價主要基於黃金及白銀成本而非鑄造成本的珠寶產品而言，我們可能降低售價以維持售價的競爭力。

根據Frost & Sullivan報告，二零一五年黃金及白銀的每克平均價格分別下跌了6.6%及13.3%，而其後在二零一六年分別上漲了13.8%及15.4%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月分別進一步上漲了6.9%及17.1%。與中國黃金及白銀的價格趨勢大致相符，我們的黃金及白銀每克平均成本於二零一五年分別下降6.4%及13.5%，其後於二零一六年分別上升13.7%及15.6%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月分別進一步上漲了6.9%及15.2%。與上述情況類似，我們的黃金及白銀產品每克平均售價亦於二零一五年分別下降1.1%及26.0%，其後於二零一六年分別上升12.0%及18.0%，並於截至二零一七年六月三十

財務資料

日止六個月分別進一步上漲了8.4%及9.8%。我們的黃金及白銀產品售價趨勢大致與相關期間的中國黃金及白銀價格趨勢相符。我們的每克白銀產品的平均售價的下降速度百分比高於二零一五年白銀市價，而上漲速度低於截至二零一七年六月三十日止六個月白銀市價，主要由於我們於該期間的白銀產品定價政策較具競爭力。另外，我們於二零一六年及二零一七年的白銀每克平均成本升幅部份是由於在二零一六年四月後我們的銀錠成本乃按現行市價而非過往成本入賬，過往成本只反映於有關期間龍天勇的銀錠生產成本。有關進一步詳情，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。於二零一六年，我們一般能將大部分黃金成本增幅及全部白銀成本增幅轉嫁給客戶。

儘管原材料及成品價格的波動可能影響產品的售價及毛利，但我們透過各種銷售策略管理相關價格波動，以維持或提高我們的銷售額並進而提高毛利。

主要會計政策、判斷及估計

我們已確定若干對我們合併財務報表的編製有重要影響的會計政策。對於閣下了解我們的財務狀況及經營業績有重要意義的重大會計政策(如收入確認、物業、廠房及設備以及存貨的政策)及重大會計判斷，詳情載於本文件「附錄一—會計師報告」附註3及附註4。我們的部分會計政策涉及主觀假設及估計，以及與會計項目有關的複雜判斷。在各情況下，該等項目的確定需要管理層基於未來期間可能變化的資料及財務數據作出判斷。在審閱我們的財務報表時，閣下應考慮(i)我們挑選的關鍵會計政策，(ii)影響相關政策應用的判斷及其他不確定因素，及(iii)呈報結果對條件及假設變化的敏感性。我們將我們認為涉及編製財務報表時使用的最重要估計及判斷的會計政策載於下文。

整合結構化實體

由於中國法律法規限制從事增值電信業務企業的外資所有權，因此往績記錄期內，本集團透過與深圳銀瑞吉訂立若干合約協議一直經營本身線上銷售平台。有關更多詳情，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。

往績記錄期內，董事基於我們是否有權單方面指導深圳銀瑞吉及其附屬公司的相關活動、是否有權從我們的參與中獲得可變回報及是否有能力利用我們的權力影響深圳銀瑞吉及其附屬公司的回報，評估我們是否對深圳銀瑞吉及其附屬公司具有控制權。作出判斷時，董事考慮合約協議的條款。有關更多詳情，請參閱本文件「附錄一—會計師報告」中合併財務報表附註25(b)。

財務資料

我們的董事在諮詢本身法律顧問後認為，往績記錄期內，儘管我們並無持有深圳銀瑞吉及其附屬公司的正式合法股權，合約安排的條款實質上使我們能夠充分控制及享有深圳銀瑞吉及其附屬公司的所有經濟利益。因此，深圳銀瑞吉及其附屬公司入賬列為本集團的綜合結構化實體。

我們的董事認為，參考法律顧問的意見，合約安排生效期間符合中國現行法律及法規，有效、具約束力及可予執行，且在各重大方面不會導致任何違反現行有效的中國法律或法規。

期後，合約安排已於二零一七年八月二十二日終止。於二零一七年七月三十一日，本集團的附屬公司白銀小鎮已獲得增值電信業務許可證，讓白銀小鎮提供網上數據處理及交易處理服務（經營類電子商務），從而讓本集團通過白銀小鎮經營網上珠寶零售業務，而毋須作出任何合約安排。因此，於二零一七年八月二十二日合約安排終止後並自此起及截至最後實際可行日期，線上珠寶零售業務業績已透過我們的全資附屬公司白銀小鎮併入本集團賬目。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。

存貨撥備

存貨價值以成本及可變現淨值兩者中較低者計值。我們定期檢討存貨水平，以辨別滯銷存貨。如我們發現存貨項目的市價低於其賬面值時，我們估計存貨的減值金額，就存貨作出撥備。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以及二零一七年六月三十日，存貨的賬面值分別為人民幣33.8百萬元、人民幣62.7百萬元、人民幣344.0百萬元及人民幣136.9百萬元。我們並無於往績記錄期內作出任何存貨撥備。

估計貿易應收賬款撥備

管理層定期審閱貿易應收賬款的可收回情況。該等應收款項撥備乃通過參考按實際利率計算現值的貼現未來現金流量，按收回情況評估及管理層判斷而作出。管理層評估該等應收款項最終變現情況時，須作大量判斷，包括其當前信用可靠性。倘實際未來現金流量少於預期，則須作撥備。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以及二零一七年六月三十日，貿易應收賬款的賬面值分別為人民幣33.6百萬元、人民幣123.5百萬元、人民幣56.8百萬元及人民幣254.1百萬元。

財務資料

合併損益及其他全面收入表選定項目的描述

下列討論概述本文件「附錄一—會計師報告」所述節選合併損益及其他全面收入表項目的組成部分，我們認為該等內容有助於理解以下關於各期之間比較的論述。

收入

於往績記錄期，我們的收入來自透過我們的線上銷售渠道及線下零售及體驗網絡銷售珠寶產品。我們的收入由二零一四年的人民幣291.2百萬元大幅增至二零一五年的人民幣835.3百萬元，並進一步增至二零一六年的人人民幣2,465.3百萬元，相當於由二零一四年至二零一六年的複合年增長率為191.0%。我們的收入持續於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人人民幣1,242.7百萬元增加44.7%至人民幣1,798.7百萬元。

於往績記錄期，我們的自營品牌珠寶產品由OEM承包商製造，而第三方品牌的珠寶產品採購自獨立第三方珠寶供應商。

珠寶產品的價格通常由原材料及製成品成本、鑄造成本、各個產品的重量及珠寶成份、款式及設計、設計的複雜及新穎程度，以及我們的預期利潤釐定。我們為透過線上銷售渠道及線下零售及體驗網絡提供的珠寶產品一般採用統一建議零售價政策，我們的特許經營商有若干酌情權根據我們的特許經營政策按最低零售價規定進行推廣銷售。就我們的批發客戶而言，我們亦於釐定批發價格時考慮客戶的策略價值。

財務資料

按分銷渠道劃分的收入

下表載列所示期間我們來自線上銷售渠道及線下零售、體驗網絡以及CSmall Gift策略的收入分析：

	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	
	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
線上銷售渠道										
自營線上平台	711	0.2%	198,524	23.8%	1,826,708	74.1%	951,100	76.5%	1,086,144	60.4%
第三方線上銷售渠道	47,227	16.2%	147,286	17.6%	123,820	5.0%	61,826	5.0%	117,889	6.6%
小計	47,938	16.4%	345,810	41.4%	1,950,528	79.1%	1,012,926	81.5%	1,204,033	67.0%
線下零售及體驗網絡										
CSmall 體驗店	82,950	28.5%	369,089	44.2%	384,609	15.6%	171,525	13.8%	399,103	22.2%
深圳珠寶展廳	160,330	55.1%	116,775	14.0%	122,887	5.0%	56,920	4.6%	190,634	10.6%
第三方線下零售點	—	—	3,671	0.4%	6,740	0.3%	1,295	0.1%	4,535	0.2%
小計	243,280	83.6%	489,535	58.6%	514,236	20.9%	229,740	18.5%	594,272	33.0%
CSmall Gift 策略⁽¹⁾	—	—	—	—	527	0.0%	—	—	412	0.0%
總計	291,218	100%	835,345	100%	2,465,291	100.0%	1,242,666	100%	1,798,717	100%

附註：

(1) 我們於二零一六年九月推出CSmall Gift策略。

我們來自線上銷售渠道的收入由二零一四年的人民幣47.9百萬元大幅增至二零一五年的人民幣345.8百萬元，並進一步增至二零一六年的人民幣1,950.5百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人民幣1,012.9百萬元增加18.9%至人民幣1,204.0百萬元。上述增加主要是由於(i)受惠於我們自營網上平台擴充及我們的品牌及產品的市場知名度增加，通過我們自營線上平台的銷售增加，(ii)於二零一五年及截至二零一七年六月三十日止六個月我們電視及視頻購物頻道的進一步擴大，及(iii)我們多元化的珠寶產品組合。例如，我們的自營線上平台收入由二零一四年的人民幣0.7百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣198.5百萬元，並進一步大幅增加至二零一六年的人民幣1,826.7百萬元；及我們的電視及視頻購物頻道(我們的第三方網上銷售渠道的主要渠道)收入由二零一四年的人民幣39.2百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣131.3百萬元，並由截至二零一六年六月三十日止六個月人民幣58.3百萬元增加95.7%至二零一七年同期人民幣114.1百萬元。有關更多資料，請參閱「影響我們的經營業績的主要因素－我們的線上銷售渠道的擴展及表現」。

財務資料

我們線下零售及體驗網絡的收入由二零一四年的人民幣243.3百萬元大幅增至二零一五年的人人民幣489.5百萬元，增加主要是由於我們特許經營CSmall體驗店的數目增加。我們來自深圳珠寶展廳的收入由二零一四年的人人民幣160.3百萬元下降27.1%至二零一五年的人人民幣116.8百萬元。上述下降主要是由於我們一定程度上依賴向深圳珠寶展廳的銷售（於互聯網網站，即我們的自營線上平台的主要項目於二零一四年十月全部投入運營前為主要客戶來源）及我們於二零一四年CSmall體驗店數量相對較少。隨著於二零一五年我們的互聯網網站開始全部運營及更多CSmall體驗店的設立，我們更專注於透過自營線上平台銷售，而非向深圳珠寶展廳銷售。

我們線下零售及體驗網絡的收入由二零一五年的人人民幣489.5百萬元增加5.2%至二零一六年的人人民幣514.8百萬元，主要由於(i)來自自營CSmall體驗店的收入從二零一五年的人人民幣76.6百萬元增加89.4%至二零一六年的人人民幣145.1百萬元，主要由於黃金產品銷售由二零一五年的人人民幣76.1百萬元增加86.7%至二零一六年的人人民幣142.1百萬元，這主要由於強勁的客戶需求所致；及(ii)我們從深圳珠寶展廳獲得的收入由二零一五年的人人民幣116.8百萬元增加5.2%至二零一六年的人人民幣122.9百萬元，主要由於我們持續提升品牌認知度並吸引更多客戶到深圳珠寶展廳。增加部分被特許經營CSmall體驗店收入由二零一五年的人人民幣292.5百萬元下降18.2%至二零一六年的人人民幣239.3百萬元所抵銷，下降主要由於(i)我們逐漸撤銷單品牌CSmall體驗店（相關特許經營商不願將其改為多品牌CSmall體驗店）以及終止某些表現不佳的CSmall體驗店以不斷優化線下零售及體驗網絡；及(ii)與二零一五年比較，成立較少的新特許經營CSmall體驗店。

我們來自線下零售及體驗網絡的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人人民幣229.7百萬元大幅增加至二零一七年同期的人人民幣594.3百萬元，主要由於(i)CSmall體驗店的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月人民幣171.5百萬元大幅增加至二零一七年同期的人人民幣399.1百萬元，主要由於來自銷售予特許經營CSmall體驗店的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月人民幣123.6百萬元大幅增加至二零一七年同期的人人民幣315.3百萬元所帶動，有關增幅主要由於(a)通過特許經營CSmall體驗店作出的黃金產品及寶石首飾和其他珠寶產品銷售因強勁的市場需求而增加，及(b)通過一家新的多品牌特許經營商浙江恒銀擴充我們的CSmall體驗店，我們於二零一七年開發浙江恒銀，其於二零一七年六月三十日經營12家特許經營CSmall體驗店；及(ii)我們來自深圳珠寶展廳的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人人民幣56.9百萬元大幅增加至二零一七年同期的人人民幣190.6百萬元。有關增加主要由於作出的黃金產品以及寶石首飾及其他珠寶產品銷售大幅增加，乃主要受惠於批發客戶對我們品牌和產品的市場知名度有所提高。

於二零一六年九月我們推出了CSmall Gift策略，向我們的CSmall Gift合作夥伴提供我們的珠寶產品。更多詳情請參閱本文件「業務－我們的CSmall Gift策略」一節。於二零一六年（就我們於二零一六年九月推出CSmall Gift策略後的二零一六年最後四個月而言）及截至二零一七年六月三十日止六個月來自CSmall Gift策略的收入分別為人民幣0.5百萬元及人民幣0.4百萬元。

財務資料

按產品種類劃分的收入

下表載列所示期間我們按產品種類劃分的銷售珠寶產品收入分析：

	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	
	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比	金額	佔總額的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
黃金產品	56,748	19.5%	421,632	50.5%	1,936,495	78.6%	996,352	80.2%	1,425,678	79.3%
白銀產品	228,483	78.5%	392,859	47.0%	503,303	20.4%	236,511	19.0%	217,246	12.1%
寶石首飾及其他 珠寶產品	5,987	2.0%	20,854	2.5%	25,493	1.0%	9,803	0.8%	155,793	8.6%
總計	<u>291,218</u>	<u>100%</u>	<u>835,345</u>	<u>100%</u>	<u>2,465,291</u>	<u>100%</u>	<u>1,242,666</u>	<u>100%</u>	<u>1,798,717</u>	<u>100%</u>

銷售黃金及白銀產品的收入佔我們於往績記錄期總收入的大部分。

我們來自銷售黃金產品的收入由二零一四年的人民幣56.7百萬元大幅增至二零一五年的人民幣421.6百萬元，並進一步增至二零一六年的人人民幣1,936.5百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人人民幣996.4百萬元增加43.2%至人民幣1,425.7百萬元。上述增加主要是由於(i)我們的自營線上平台為客戶提供在線上以具競爭力的價格購買黃金產品的便捷途徑及(ii)中國客戶對我們黃金產品的需求增加。有關更多資料，請參閱本文件「行業概覽－中國線上珠寶零售市場概覽－中國線上珠寶零售市場將出現的機遇及挑戰－黃金需求日益上升」一節。

我們來自銷售白銀產品的收入由二零一四年的人民幣228.5百萬元增加71.9%至二零一五年的人民幣392.9百萬元，由二零一五年的人民幣392.9百萬元增加28.1%至二零一六年的人人民幣503.3百萬元。上述增加主要是由於(i)我們的自營線上平台為客戶提供在線上以具競爭力的價格購買白銀產品的便捷途徑及(ii)中國客戶對我們白銀產品的需求增加。銷售白銀產品的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月人民幣236.5百萬元下跌8.1%至二零一七年同期的人人民幣217.2百萬元，主要由於在截至二零一七年六月三十日止六個月，客戶對若干銀器產品的需求有所減少。

寶石首飾及其他珠寶產品的收入由二零一四年人民幣6.0百萬元大幅增加至二零一五年人民幣20.9百萬元，其後再增加22.2%至人民幣25.5百萬元，並較二零一六年同期人民幣9.8百萬元，進一步大幅增加至截至二零一七年六月三十日止六個月的人人民幣155.8百萬元。二零一五年大幅增加主要由於我們自二零一四年十月起全面經營互聯網站。截至二

財務資料

零一七年六月三十日止六個月的大幅增長主要由於通過我們的特許經營商、我們的自營網上平台及我們的深圳珠寶展廳銷售的寶石及其他珠寶產品，主要包括鑽石珠寶產品大幅增加，而我們亦相信此增長展示了客戶對我們高價珠寶產品的信心及信任增加。

按數量表示的總售價及平均售價

下表載列於所示期間我們的產品按數量表示的總售價及平均售價分析：

	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		
	數量 ⁽¹⁾	平均售價	總售價	數量 ⁽¹⁾	平均售價	總售價	數量 ⁽¹⁾	平均售價	總售價	數量 ⁽¹⁾	平均售價	總售價	數量 ⁽¹⁾	平均售價	總售價
	(人民幣，數量除外)									(未經審核)					
黃金產品	272,282	243.9	66,396,031	2,045,264	241.2	493,310,054	8,386,916	270.1	2,265,699,092	4,477,889	260.3	1,165,731,799	5,910,293	282.2	1,668,042,607
白銀產品	40,439,845	6.6	267,324,761	93,952,091	4.9	459,644,483	102,082,717	5.8	588,864,887	49,840,221	5.6	276,718,499	41,704,723	6.1	254,177,835
寶石首飾及其他珠寶產品	28,647	244.5	7,004,709	110,700	220.4	24,399,397	173,710	171.7	29,826,257	30,410	377.2	11,469,248	167,680	1,087.1	182,278,032

附註：

(1) 黃金及白銀產品的數量按克計量，寶石首飾及其他珠寶產品的數量按件數計量。

我們的收入亦受往績記錄期內我們的黃金及白銀產品每克平均售價影響，並在某程度上亦受我們的黃金及白銀每克平均成本影響。與中國黃金及白銀的價格趨勢大致相符，我們的黃金及白銀每克平均成本於二零一五年分別下降6.4%及13.5%，其後於二零一六年分別上升13.7%及15.6%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月進一步增加6.9%及15.2%。與上述情況類似，我們的黃金及白銀產品每克平均售價亦於二零一五年分別下降1.1%及26.0%，其後於二零一六年分別上升12.0%及18.0%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月分別進一步上漲了8.4%及9.8%。另外，我們於二零一六年及截至二零一七年六月三十日止六個月的白銀每克平均成本升幅部份是由於在二零一六年四月後我們的銀錠成本乃按現行市價而非過往成本入賬，過往成本只反映於有關期間龍天勇的銀錠生產成本。有關進一步詳情，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。於往績記錄期間，我們一般能將大部分黃金成本增幅及全部白銀成本增幅轉嫁給客戶。我們的寶石首飾及其他珠寶產品平均售價主要視乎有關期間該等產品的原料成分。截至二零

財務資料

一七年六月三十日止六個月，我們的寶石首飾及其他珠寶產品平均售價大幅高於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一六年六月三十日止六個月，主要由於鑽石珠寶產品的銷售大幅增加。

銷售成本

本集團

我們的銷售成本(按過往成本計算)由二零一四年的人民幣219.4百萬元大幅增至二零一五年的人民幣735.9百萬元，並進一步增至二零一六年的人人民幣2,315.8百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人人民幣1,166.8百萬元增加44.8%至人民幣1,689.7百萬元。下表載列於所示期間我們按產品種類劃分的銷售成本分析：

	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	
	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
黃金產品	58,181	20.0%	409,052	49.0%	1,906,765	77.3%	983,210	79.1%	1,387,146	77.1%
白銀產品	155,694	53.4%	312,860	37.5%	393,018	15.9%	174,441	14.0%	170,989	9.5%
寶石首飾及其他 珠寶產品	5,533	1.9%	13,954	1.7%	15,993	0.6%	9,187	0.7%	131,532	7.3%
總計	219,408	75.3%	735,866	88.2%	2,315,776	93.8%	1,166,838	93.8%	1,689,667	93.9%

我們黃金產品的銷售成本由二零一四年的人民幣58.2百萬元大幅增至二零一五年的人人民幣409.1百萬元，並進一步增至二零一六年的人人民幣1,906.8百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人人民幣983.2百萬元增加41.1%至人民幣1,387.1百萬元。我們的白銀產品銷售成本(按過往成本計算)由二零一四年的人人民幣155.7百萬元大幅增加至二零一五年的人人民幣312.9百萬元，其後增加25.6%至二零一六年的人人民幣393.0百萬元，並由截至二零一六年六月三十日止六個月的人人民幣174.4百萬元稍微減少2.0%至二零一七年同期的人人民幣171.0百萬元。上述增加與我們自二零一四年至二零一六年分別來自黃金及白銀產品銷售收入的增加基本一致，主要由於市場對我們按具競爭力價格出售的黃金及白銀產品反應良好。截至二零一七年六月三十日止六個月白銀產品的銷售成本輕微下跌大致與白銀產品銷售收入的小幅下跌相符。

財務資料

寶石首飾及其他珠寶產品的銷售成本由二零一四年人民幣5.5百萬元大幅增加至二零一五年人民幣14.0百萬元，其後再增加14.6%至二零一六年人民幣16.0百萬元，並較二零一六年同期人民幣9.2百萬元，進一步大幅增加至二零一七年首六個月的人民幣131.5百萬元。二零一五年寶石首飾及其他珠寶產品的銷售成本大幅增加，與寶石首飾及其他珠寶產品的銷售增加相符，主要受惠於我們自二零一四年十月起全面經營互聯網站。截至二零一七年六月三十日止六個月寶石首飾及其他珠寶產品的銷售成本較二零一六年同期大幅增長，主要由於鑽石珠寶產品的銷售大幅增加。

我們的銷售成本亦受中國黃金及白銀的平均格價影響。例如，根據Frost & Sullivan報告，二零一五年黃金及白銀的每克平均價格分別下跌了6.6%及13.3%，而其後在二零一六年分別上漲了13.8%及15.4%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月與二零一六年同期比較分別進一步上漲了6.9%及17.1%。有關更多詳情，請參閱本文件「行業概覽－中國線上線下一體化珠寶零售市場概覽－中國黃金價格走勢」及「行業概覽－中國線上線下一體化珠寶零售市場概覽－中國白銀價格走勢」各節。

我們自二零一四年至二零一六年的銷售成本佔總收入的百分比持續增加，主要是由於在同一段時間黃金產品成本佔總收入的百分比增加，這是由於我們黃金產品銷售大幅度增加。截至二零一七年六月三十日止六個月與二零一六年同期比較，我們的銷售成本佔總收入的百分比維持穩定。

我們的上市分部

我們上市分部的銷售成本(按現行市價計算)由二零一四年的人民幣252.2百萬元大幅增至二零一五年的人民幣749.3百萬元，並進一步增至二零一六年的人民幣2,318.7百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人民幣1,169.8百萬元增加44.4%至人民幣1,689.7百萬元。下表載列於所示期間我們按產品種類劃分的上市分部銷售成本分析：

	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	
	金額	佔我們上市分部總收入的百分比	金額	佔我們上市分部總收入的百分比	金額	佔我們上市分部總收入的百分比	金額	佔我們上市分部總收入的百分比	金額	佔我們上市分部總收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
黃金產品	58,181	20.0%	409,052	49.0%	1,906,765	77.3%	983,210	79.1%	1,387,146	77.1%
白銀產品	188,450	64.7%	326,317	39.1%	395,956	16.1%	177,379	14.3%	170,989	9.5%
寶石首飾及 其他珠寶產品	5,533	1.9%	13,954	1.7%	15,993	0.6%	9,187	0.7%	131,532	7.3%
總計	252,164	86.6%	749,323	89.8%	2,318,714	94.0%	1,169,776	94.1%	1,689,667	93.9%

財 務 資 料

我們上市分部的黃金產品及寶石首飾及其他珠寶產品的銷售成本與往績記錄期本集團黃金產品銷售成本相同，此乃由於兩者均按市價計算。我們上市分部的白銀產品銷售成本(按現行市價計算)由二零一四年的人民幣188.5百萬元增加73.1%至二零一五年的人民幣326.3百萬元，其後增加21.4%至二零一六年的人民幣396.0百萬元。上述增加主要由於我們銷售成本(按過往成本計算)增加的相同原因。我們上市分部的白銀產品的銷售成本由截至二零一六年六月三十日止六個月人民幣177.4百萬元稍微下跌3.6%至二零一七年同期人民幣171.0百萬元。該下跌大致與我們白銀產品銷售收入於截至二零一七年六月三十日止六個月與二零一六年同期比較輕微下降相符。

我們上市分部於二零一五年及二零一六年的銷售成本佔總收入的百分比持續增加，主要由於我們黃金產品銷售大幅度增加。我們上市分部於截至二零一七年六月三十日止六個月的銷售成本佔總收入的百分比與二零一六年同期比較維持相對穩定。

財務資料

毛利及毛利率

本集團

我們的毛利指收入減銷售成本(按過往成本計算)，而毛利率指毛利除以收入，以百分比列示。我們的毛利由二零一四年的人民幣71.8百萬元增加38.5%至二零一五年的人民幣99.5百萬元，其後由二零一五年的人民幣99.5百萬元增加50.3%至二零一六年的人人民幣149.5百萬元，並於截至二零一七年六月三十日止六個月較二零一六年同期的人人民幣75.8百萬元進一步增加43.8%至人民幣109.1百萬元。上述增加主要是由於我們一體化線上銷售渠道及線下零售及體驗網絡的快速擴張及銷售增長。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，我們的毛利率分別為24.7%、11.9%、6.1%、6.1%及6.1%。下表載列於所示期間我們線上銷售渠道、線下零售及體驗網絡以及CSmall Gift策略的毛利及毛利率分析：

	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	
	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線上銷售渠道										
自營線上平台	174	24.4%	9,573	4.8%	47,910	2.6%	18,403	1.9%	35,048	3.2%
第三方線上銷售 渠道 ⁽¹⁾	4,534	9.6%	13,454	9.1%	18,401	14.9%	10,343	16.7%	11,951	10.1%
小計	4,708	9.8%	23,027	6.7%	66,311	3.4%	28,746	2.8%	46,999	3.9%
線下零售及體驗網絡										
CSmall 體驗店	24,242	29.2%	44,394	12.0%	56,885	14.7%	27,888	16.3%	47,033	11.8%
深圳珠寶展廳	42,860	26.7%	30,365	26.0%	24,222	19.7%	18,836	33.1%	14,085	7.4%
第三方線下零售點 ⁽²⁾	—	—	1,693	46.1%	1,965	29.1%	358	27.7%	789	17.4%
小計	67,102	27.6%	76,452	15.6%	83,072	16.1%	47,082	20.5%	61,907	10.4%
CSmall Gift 策略 ⁽³⁾	—	—	—	—	132	25.0%	—	—	144	34.9%
總計	71,810	24.7%	99,479	11.9%	149,515	6.1%	75,828	6.1%	109,050	6.1%

附註：

- (1) 第三方線上銷售渠道主要包括：(i) 電視及視頻購物頻道及(ii) 第三方線上商城。此外，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，我們分別向一間、兩間、兩間、兩間及一間商業銀行為其線上商品換領平台提供我們的珠寶產品，其客戶可根據彼等的相關客戶獎賞計劃以禮品形式換領我們的產品。於二零一四年、二零一五年及二零一六年各年以及截至二零一七年六月三十日止六個月，來自向該等銀行銷售的收入佔我們的總收入少於0.5%，並獲分類為我們來自第三方線上銷售渠道的收入其中部分。
- (2) 第三方線下零售點主要包括商業銀行。
- (3) 我們於二零一六年九月推出CSmall Gift策略。

財務資料

我們截至二零一七年六月三十日止六個月的毛利率相較二零一六年同期維持穩定。截至二零一七年六月三十日止首六個月線下零售及體驗渠道的毛利率下跌，惟被線上銷售渠道的毛利率上升所大幅抵銷。線下零售及體驗渠道的毛利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的20.5%下跌至二零一七年同期的10.4%，主要由於CSmall體驗店及深圳珠寶展廳於相關期間的毛利率下跌。CSmall體驗店的毛利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的16.3%下跌至二零一七年同期的11.8%，主要由於毛利率較低的寶石首飾及其他珠寶產品於截至二零一七年六月三十日止六個月的銷售較二零一六年同期已售寶石首飾及其他珠寶產品的銷售上升所致。深圳珠寶展廳的毛利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的33.1%下跌至二零一七年同期的7.4%，主要由於毛利率相對較低的黃金產品的銷售主要因其客戶需求持續強勁而於截至二零一七年六月三十日止六個月增加，而通過該渠道出售毛利率較高的寶石首飾及其他珠寶產品的銷售增加，部分抵銷了有關跌幅。線上銷售渠道的毛利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的2.8%增加至二零一七年同期的3.9%，主要由於自營線上平台的毛利率增加所致，惟被第三方線上銷售渠道的毛利率下跌所部分抵銷，有關跌幅主要由於與電視及視頻購物渠道的推廣合作增加，產品因而獲提供更大折扣。自營線上平台的毛利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的1.9%增加至二零一七年同期的3.2%，主要由於毛利率稍高的黃金產品於截至二零一七年六月三十日止六個月的銷售比例增加，主要受開發對黃金產品大有需求的新客戶推動，部分受惠於自營線上平台的客戶流量增加及我們的品牌和產品在需求多元化的廣大客戶群中的市場知名度有所提升。

我們毛利率自二零一四年至二零一六年下降的主要原因是我們線上銷售渠道的毛利率下降。於二零一四年、二零一五年及二零一六年，我們線上銷售渠道的毛利率分別為9.8%、6.7%、3.4%。下降的主要原因是我們的業務策略是專注於以相對較低的毛利率銷售黃金產品，以爭取尚未滿足的需求，並吸引及引導客戶流量轉移至我們的線上銷售渠道，導致我們的自營線上平台毛利率下降。

我們線下零售及體驗網路的毛利率由二零一四年的27.6%降至二零一五年的15.6%，主要是由於我們CSmall體驗店的毛利率下降。該等下降主要是由於我們於二零一五年在我們的CSmall體驗店出售的毛利率相對較低的黃金產品佔總銷售百分比比較高，主要由於強勁的客戶需求所致。我們線下零售及體驗網路的毛利率由二零一五年的15.6%增至二零一六年的16.1%，主要是由於CSmall體驗店的毛利率主要因我們持續優化產品定價以實現更高盈利能力而增加，其被深圳珠寶展廳及第三方線下零售點的毛利率下降所部分抵銷。深圳珠寶展廳的毛利率於二零一六年下降，主要是由於毛利率相對較低的黃金產品銷售佔銷售

財務資料

總額的百分比增加，這主要由於強勁的客戶需求所致。第三方線下零售點的毛利率於二零一六年下降，亦主要是由於黃金產品的銷售佔比增加，該等產品不涉及複雜的鑄造工藝，因此通常要求較低的毛利率，二零一六年黃金產品銷售增長主要因強勁的客戶需求所致。

下表載列所示期間按產品種類劃分的毛利／(損)及毛利率分析：

	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	
	毛利 ／(損)	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
黃金產品	(1,432)	—	12,580	3.0%	29,730	1.5%	13,142	1.3%	38,532	2.7%
白銀產品	72,789	31.9%	79,999	20.4%	110,285	21.9%	62,071	26.2%	46,257	21.3%
寶石首飾及其他 珠寶產品	453	7.6%	6,900	33.1%	9,500	37.3%	615	6.3%	24,261	15.6%
總計	71,810	24.7%	99,479	11.9%	149,515	6.1%	75,828	6.1%	109,050	6.1%

往績記錄期，我們的白銀產品的毛利率高於黃金產品，主要是由於(i)假設相同珠寶產品的鑄造工藝相同，白銀產品的毛利率一般高於相同形式的黃金產品及(ii)我們牽涉繁複鑄造工藝的白銀產品的百分比高於黃金產品。

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，我們的黃金產品的毛利率分別為零、3.0%、1.5%、1.3%及2.7%。於二零一五年，黃金產品的毛利率增加主要是由於我們於二零一五年逐漸增加我們的黃金產品價格的加價比例以獲得更高的利潤率，而此前於首個運營年度二零一四年，我們具競爭力的黃金產品價格設定的主要目標是擴大我們的初始客戶群。二零一六年，黃金產品的毛利率下降主要是由於根據我們爭取客戶未獲滿足的需求，吸引及引導客戶流量轉移至線上銷售渠道的策略，令不涉及複雜鑄造工藝的黃金產品的銷售比例增加，因此通常要求較低的毛利率。我們截至二零一七年六月三十日止六個月的黃金產品的毛利率較二零一六年同期有所增加，主要由於向特許經營商作出毛利率較高的黃金產品銷售增加所致。

財務資料

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，我們的白銀產品的毛利率分別為31.9%、20.4%、21.9%、26.2%及21.3%。白銀產品於二零一五年的毛利率下降及截至二零一七年六月三十日止六個月的毛利率下降，主要是由於(i)相關期間鑄造工藝較簡單的白銀產品銷售收入佔白銀產品總銷售百分比增加，而該等產品通常要求較低毛利率及(ii)我們為吸引更多客戶而就白銀產品採取更為具競爭力的定價策略所致。

寶石首飾及其他珠寶產品的毛利率受原材料成份及其設計和製造成本所重大影響。寶石首飾及其他珠寶產品於二零一五年及二零一六年的毛利率較二零一四年為高，截至二零一七年六月三十日止六個月的毛利率亦較二零一六年同期為高，主要由於鑽石珠寶產品的銷售增加所致，鑽石珠寶產品一般擁有相對較高的毛利率。鑽石珠寶產品的毛利率亦主要取決於珠寶產品所用鑽石的顏色、克拉、淨度及切工以及所涉工藝的水平。

我們的上市分部

我們上市分部的毛利指我們上市分部收入減我們上市分部的銷售成本(按現行市價計算)，而我們上市分部的毛利率指我們的上市分部毛利除以收入，以百分比列示。我們上市分部的毛利由二零一四年的人民幣39.1百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣86.0百萬元，其後由二零一五年的人民幣86.0百萬元增加70.5%至二零一六年的人民幣146.6百萬元，並由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣72.9百萬元進一步增加49.6%至二零一七年同期的人民幣109.1百萬元。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，我們上市分部的毛利率分別為13.4%、10.3%、5.9%、5.9%及6.1%。下表載列於所示期間按產品類別劃分的上市分部毛利/(損)以及上市分部毛利率分析：

	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	
	毛利 /(損)	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
黃金產品	(1,432)	—	12,580	3.0%	29,730	1.5%	13,142	1.3%	38,532	2.7%
白銀產品	40,033	17.5%	66,542	16.9%	107,347	21.3%	59,133	25.0%	46,257	21.3%
寶石首飾及其他 珠寶產品	453	7.6%	6,900	33.1%	9,500	37.3%	615	6.3%	24,261	15.6%
總計	39,054	13.4%	86,022	10.3%	146,577	5.9%	72,890	5.9%	109,050	6.1%

財務資料

我們的上市分部的黃金產品的毛利率與往績記錄期本集團黃金產品的毛利率相同。我們於二零一四年、二零一五年及二零一六年以及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月上市分部白銀產品毛利率分別為17.5%、16.9%、21.3%、25.0%及21.3%。於二零一四年、二零一五年及二零一六年，我們的上市分部毛利率低於本集團同期，主要由於在二零一六年四月前我們的上市分部按現行市價(而非按過往成本)入賬的銀錠銷售成本較高所致，過往成本僅反映龍天勇於有關期間的銀錠生產成本。有關更多詳情，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。

其他收入、收益及虧損

我們的其他收入、收益及虧損包括有關軟件系統及開發的服務收入、政府補助、銀行利息收入，匯兌收益淨額及其他。有關軟件系統及開發的服務收入指本公司的全資附屬公司深圳雲鵬於二零一六年向第三方線上業務營運商提供的一次性軟件系統及開發服務。政府補助指地方政府授予我們全資附屬公司江西吉銀的補助，作為本集團於二零一六年及二零一七年作出外資注資的激勵。補助並無附帶任何特定條件。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，我們的其他收入、收益及虧損分別為人民幣0.3百萬元，人民幣1.5百萬元、人民幣6.1百萬元、人民幣1.2百萬元及人民幣1.4百萬元。下表載列所示期間我們的其他收入、收益、虧損的分析：

	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	
	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比	金額	佔總收入的百分比
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
有關軟件系統及開發的服務收入.....	—	—	—	—	3,594	0.1%	—	—	—	—
政府補助.....	—	—	—	—	2,001	0.1%	990	0.1%	432	0.0%
銀行利息收入.....	4	0.0%	2	0.0%	240	0.0%	6	0.0%	539	0.0%
匯兌收益(虧損)淨額.....	296	0.1%	1,516	0.2%	22	0.0%	(76)	0.0%	(2,352)	0.1%
其他.....	—	—	—	—	290	0.0%	290	0.0%	—	—
總計.....	300	0.1%	1,518	0.2%	6,147	0.2%	1,210	0.1%	(1,381)	0.1%

財務資料

銷售與分銷開支

於二零一四年、二零一五年及二零一六年及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月，我們的銷售及分銷開支分別為人民幣10.8百萬元、人民幣28.0百萬元、人民幣43.4百萬元、人民幣17.5百萬元及人民幣16.4百萬元，分別相當於同期收入的3.7%、3.4%、1.8%、1.4%及0.9%。我們的銷售及分銷開支包括營銷開支、員工成本、物流開支、包裝開支、辦公室開支、攤銷、產品檢驗費用、租金及水電開支、支付網域服務供應商之費用及其他。下表載列所示期間銷售與分銷開支分析：

	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	
	金額	佔總額的百分比								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
營銷開支	3,091	28.5%	9,793	35.0%	20,418	47.0%	9,148	52.2%	6,665	40.6%
員工成本	3,594	33.2%	8,163	29.2%	10,192	23.5%	2,811	16.0%	3,533	21.2%
物流開支	1,798	16.6%	4,517	16.1%	4,874	11.2%	1,134	6.5%	1,128	6.9%
包裝開支	751	6.9%	2,747	9.8%	2,596	6.0%	785	4.5%	854	5.2%
辦公室開支	438	4.0%	981	3.5%	1,299	3.0%	896	5.1%	854	5.2%
攤銷	—	—	538	1.9%	1,089	2.5%	568	3.2%	1,162	7.1%
產品檢驗費用	349	3.2%	382	1.4%	1,098	2.5%	962	5.5%	839	5.1%
租金及水電開支	210	1.9%	32	0.1%	795	1.8%	378	2.2%	486	3.0%
支付網域服務										
供應商費用	376	3.5%	508	1.8%	549	1.3%	450	2.6%	—	—
其他 ⁽¹⁾	220	2.2%	337	1.2%	488	1.2%	409	2.2%	898	5.7%
總計	<u>10,827</u>	<u>100.0%</u>	<u>27,998</u>	<u>100.0%</u>	<u>43,398</u>	<u>100.0%</u>	<u>17,541</u>	<u>100.0%</u>	<u>16,419</u>	<u>100.0%</u>

附註：

(1) 主要包括保險、商業稅、法律及專業費用及其他開支。

我們的營銷開支由二零一四年人民幣3.1百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣9.8百萬元，並於二零一六年進一步大幅增加至人民幣20.4百萬元，主要由於我們加大力度推廣我們的品牌及產品，包括通過投放廣告及贊助活動等方式。我們的營銷開支由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣9.1百萬元減少27.1%至二零一七年同期的人民幣6.7百萬元，主要由於我們於該段期間的推廣活動較少。更多資料請參閱本文件「業務－市場推廣及宣傳」一節。

財務資料

行政開支

於二零一四年、二零一五年及二零一六年及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月，我們的行政開支分別為人民幣13.5百萬元、人民幣31.5百萬元、人民幣44.1百萬元、人民幣22.6百萬元及人民幣23.8百萬元，分別相當於同期收入的4.6%、3.8%、1.8%、1.8%及1.3%。我們的行政開支包括員工成本、租金及水電開支、辦公室開支、裝修開支、折舊及攤銷、顧問及專業費用及其他。下表載列所示期間行政開支的分析：

	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	
	金額	佔總額的百分比								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
員工成本	6,847	50.8%	15,707	49.8%	19,135	43.4%	11,589	51.3%	12,479	52.3%
租金及水電開支	3,467	25.7%	6,437	20.4%	7,785	17.6%	3,977	17.6%	3,179	13.3%
辦公室開支	2,222	16.5%	4,135	13.1%	6,548	14.8%	3,895	17.2%	2,750	11.5%
裝修開支	1	0.0%	133	0.4%	2,663	6.0%	—	—	1,292	5.4%
折舊	369	2.7%	1,557	4.9%	2,136	4.8%	1,036	4.6%	1,107	4.6%
顧問及專業費用	119	0.9%	952	3.0%	1,999	4.5%	298	1.3%	694	2.9%
其他 ⁽¹⁾	455	3.4%	2,627	8.4%	3,870	8.9%	1,785	8.0%	2,344	10.0%
總計	13,480	100.0%	31,548	100.0%	44,136	100.0%	22,580	100.0%	23,845	100.0%

附註：

(1) 主要包括運輸費用、印花稅、服務收費、汽車開支及其他開支。

我們的員工成本由二零一四年人民幣6.8百萬元大幅增加至二零一五年人民幣15.7百萬元，其後於二零一六年增加21.8%至人民幣19.1百萬元，並與二零一六年同期人民幣11.6百萬元比較，於二零一七年上半年進一步增加7.7%至人民幣12.5百萬元，主要由於在有關期間為配合我們的業務發展而擴大員工規模。我們的裝修開支由二零一四年人民幣1,000元大幅增加至二零一六年人民幣2.7百萬元，主要由於我們辦公場所的裝修工程。

分佔聯營公司的業績

於往績記錄期，我們於二零一四年五月至二零一六年二月擁有深圳大溪地（於往績記錄期並無活躍業務，主要由於其預計業務沒有足夠市場需求及其業務增長潛力有限）的30%股權。我們於二零一六年二月出售於深圳大溪地所有股權予獨立第三方。於往績記錄期，我們也於二零一五年七月至二零一六年一月擁有上海華通（中國綜合貴金屬交易平台）的25%股權。我們分佔聯營公司的業績主要反映我們分佔該等聯營公司的利潤或虧損。我們於二

財務資料

零一七年三月收購一間聯營公司的20%權益，代價為人民幣0.6百萬元，然而，由於該聯營公司於截至二零一七年六月三十日止六個月並無任何實質業務營運，我們並無於同期記錄任何分佔該聯營公司的溢利或虧損。我們其後於二零一七年八月出售於該聯營公司的20%股權。有關更多資料，請參閱「最新發展」。於二零一四年、二零一五年及二零一六年及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月，我們分佔聯營公司的業績分別為負人民幣0.4百萬元、人民幣0.4百萬元、人民幣0.4百萬元、人民幣0.4百萬元及零。

上市開支

我們的[編纂]主要包括我們就上市及[編纂]產生的開支，例如[編纂]佣金、支付予我們的申報會計師、法律顧問及其他專業顧問就其提供的服務的專業費用。於二零一六年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[編纂]分別為人民幣[編纂]百萬元、[編纂]及人民幣[編纂]百萬元。

所得稅開支

下表載列所示期間的所得稅開支分析：

	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)	
中國企業所得稅					
本年度	9,894	8,795	14,412	8,232	16,148
過往年度撥備不足	—	102	—	—	(813)
總計	<u>9,894</u>	<u>8,897</u>	<u>14,412</u>	<u>8,232</u>	<u>15,335</u>

於往績記錄期，我們並無於開曼群島產生任何收入、物業、法團、資本增值或其他稅項。於往績記錄期，我們並無按香港利得稅計算的應課稅利潤，因此我們並無就香港利得稅作出任何撥備。

於往績記錄期，我們於中國註冊成立的附屬公司與我們的控股股東的附屬公司富銀白銀(於二零一六年九月以前進行我們部分業務)須根據中國企業所得稅法及其相關實施規例，按各自的應納稅利潤25%的稅率繳納企業所得稅。於二零一六年四月以前開展我們部分業務的控股股東間接附屬公司龍天勇於二零一四年三月二十五日獲中國稅務機關認定為高新技術企業，自二零一三年起連續三年享有15%的優惠稅率。自截止二零一六年十二月三十一日止年度起，龍天勇須繳納25%的企業所得稅。

財務資料

由於上述有關年度的優惠稅務處理，於二零一四年及二零一五年，我們的實際稅率分別為20.9%及21.3%。於二零一六年，我們的實際稅率為22.3%，低於法定稅率25%，主要由於我們動用若干可扣除虧損及附屬公司開支，令我們於二零一六年的應課稅收入減少。我們於截至二零一七年六月三十日止六個月的實際稅率為25.2%。我們的上市分部的有效稅率於二零一四年、二零一五年及二零一六年及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月分別為34.0%、24.4%、22.2%、21.8%及25.2%。我們的上市分部的有效稅率大幅高於二零一四年25%的法定稅率，主要由於我們的中國附屬公司所得稅按個別基準作出，若干附屬公司產生的虧損並無從我們其他附屬公司的所得稅收入扣除，而二零一六年的稅率低於25%，主要由於我們動用若干可扣除虧損及附屬公司開支，令我們於二零一六年的應課稅收入減少。於往績記錄期，我們已支付所有相關稅款，並無與相關稅務機關有任何爭議或任何未解決的稅項問題。

敏感度分析

本集團

原材料及成品(主要包括黃金及白銀)的成本是我們銷售成本(按過往成本計算)的主要組成部分。黃金及白銀產品的銷售共同佔往績記錄期內珠寶產品銷售的重大部分。下表載列敏感度分析，說明倘黃金及白銀的成本(按過往成本計算)假設性波動，對我們所示期間的純利產生的影響：

	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	
	純利變動	純利變動%	純利變動	純利變動%	純利變動	純利變動%	純利變動	純利變動%	純利變動	純利變動%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
黃金成本										
+/-5%	-/+2,909	-/+7.8%	-/+20,453	-/+62.1%	-/+95,271	-/+189.5%	-/+49,144	-/+169.3%	-/+69,262	-/+152.4%
+/-10%	-/+5,818	-/+15.5%	-/+40,905	-/+124.1%	-/+190,542	-/+379.1%	-/+98,288	-/+338.5%	-/+138,524	-/+304.7%
+/-20%	-/+11,636	-/+31.0%	-/+81,810	-/+248.3%	-/+381,084	-/+758.2%	-/+196,576	-/+677.0%	-/+277,048	-/+609.5%
白銀成本										
+/-5%	-/+5,430	-/+14.5%	-/+11,183	-/+33.9%	-/+14,233	-/+28.3%	-/+8,592	-/+29.6%	-/+7,790	-/+17.1%
+/-10%	-/+10,861	-/+29.0%	-/+22,366	-/+67.9%	-/+28,466	-/+56.6%	-/+17,183	-/+59.2%	-/+15,580	-/+34.3%
+/-20%	-/+21,721	-/+57.9%	-/+44,732	-/+135.7%	-/+56,933	-/+113.3%	-/+34,366	-/+118.4%	-/+31,159	-/+68.5%
+/-30%	-/+32,582	-/+86.9%	-/+67,098	-/+203.6%	-/+85,399	-/+169.9%	-/+51,549	-/+177.5%	-/+46,739	-/+102.8%

我們原材料及成品(主要包括黃金及白銀)成本的波動以及我們將增幅轉嫁給客戶的能力及我們不將其降幅反映於售價的能力將影響我們的毛利率。我們通常能夠將黃金及白銀的成本增幅轉嫁給客戶。儘管如此，在若干情況下，我們可能無法將有關增幅全部轉嫁給客戶。例如，如果珠寶產品的定價不僅基於黃金及白銀的成本，而且還包括鑄造成本，為了保持我們的售價具有競爭力，我們可能無法調整產品售價以反映成本的全部變動。

財務資料

與中國黃金及白銀的價格趨勢大致相符，我們的黃金及白銀每克平均成本於二零一五年分別下降6.4%及13.5%，其後於二零一六年分別上升13.7%及15.6%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月分別進一步上漲了6.9%及15.2%。與上述情況類似我們的黃金及白銀產品每克平均售價亦於二零一五年分別下降1.1%及26.0%，其後於二零一六年分別上升12.0%及18.0%，並於截至二零一七年六月三十日止六個月分別進一步上漲了8.4%及9.8%。另外，我們於二零一六年及截至二零一七年六月三十日止六個月的白銀每克平均成本升幅部份是由於我們的銀錠成本自二零一六年四月起乃按現行市價而非過往成本入賬，過往成本僅反映龍天勇於有關期間的銀錠生產成本。有關進一步詳情，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。於二零一六年，我們一般能將大部分黃金成本增幅及全部白銀成本增幅轉嫁給客戶。

我們認為，透過遵守一般將黃金及白銀成本增幅轉嫁給客戶的既定定價政策，我們仍可維持可持續及合理的淨利率。

我們的上市分部

原料及成品(主要包括黃金及白銀)的成本是我們的上市分部銷售成本(按現行市價)的主要組成部分。我們的上市分部黃金及白銀產品的銷售，合共佔往績記錄期我們上市分部的大部分珠寶產品銷售。下表載列敏感性分析，說明所示期間黃金及白銀成本(按現行市價)假設性波動對我們的上市分部淨利潤的影響：

	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	
	純利變動	純利變動%	純利變動	純利變動%	純利變動	純利變動%	純利變動	純利變動%	純利變動	純利變動%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
黃金成本										
+/-5%	-/+2,909	-/+30.1%	-/+20,453	-/+95.3%	-/+95,271	-/+198.2%	-/+49,144	183.2%	-/+69,262	-/+152.4%
+/-10%	-/+5,818	-/+60.2%	-/+40,905	-/+190.7%	-/+190,542	-/+396.5%	-/+98,288	366.3%	-/+138,524	-/+304.7%
+/-20%	-/+11,636	-/+120.4%	-/+81,810	-/+381.3%	-/+381,084	-/+792.9%	-/+196,576	732.6%	-/+277,048	-/+609.5%
白銀成本										
+/-5%	-/+7,068	-/+73.1%	-/+11,856	-/+55.3%	-/+14,380	-/+29.9%	-/+8,738	32.6%	-/+7,790	-/+17.1%
+/-10%	-/+14,136	-/+146.2%	-/+23,712	-/+110.5%	-/+28,760	-/+59.8%	-/+17,477	65.1%	-/+15,580	-/+34.3%
+/-20%	-/+28,272	-/+292.5%	-/+47,423	-/+221.0%	-/+57,520	-/+119.7%	-/+34,954	130.3%	-/+31,159	-/+68.5%
+/-30%	-/+42,409	-/+438.7%	-/+71,135	-/+331.6%	-/+86,280	-/+179.5%	-/+52,430	-/+195.4%	-/+46,739	-/+102.8%

財務資料

經營業績

本集團

下表概述所示期間的經營業績(根據本集團按過往成本計算的銷售成本)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)
年內／期內利潤	<u>37,509</u>	<u>32,954</u>	<u>50,264</u>	<u>29,035</u>	<u>45,455</u>

我們的上市分部

下表載列我們的上市分部於所示相關期間的經營業績(經計及於有關期間內按現行市價計算內銀錠成本)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)	
上市分部收入總額－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)
分佔聯營公司的業績	(400)	400	350	350	—
[編纂]	—	—	[編纂]	—	[編纂]
上市分部除稅前利潤	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)
上市分部年／期內利潤	<u>9,667</u>	<u>21,454</u>	<u>48,060</u>	<u>26,831</u>	<u>45,455</u>

財務資料

本集團年度／期間利潤與上市分部年度／期間利潤的對賬如下。

	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)	
年度／期間利潤	37,509	32,954	50,264	29,035	45,455
就銀錠成本作出調整 ⁽¹⁾	(32,756)	(13,457)	(2,938)	(2,938)	—
就所得稅開支作出調整 ⁽¹⁾	4,914	1,957	734	734	—
上市分部年度／期間利潤	9,667	21,454	48,060	26,831	45,455

附註：

- (1) 有關調整指根據國際財務報告準則計算龍天勇所產生過往銀錠生產成本與當時現行市價兩者之間差額，以及由於該差額對所得稅開支造成的相應影響。

截至二零一七年六月三十日止六個月相較截至二零一六年六月三十日止六個月

收入

我們的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣1,242.7百萬元增加44.7%至二零一七年同期的人民幣1,798.7百萬元，主要由於(i)來自線下零售及體驗渠道的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣229.7百萬元大幅增至二零一七年同期的人民幣594.3百萬元；及(ii)來自線上銷售渠道的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣1,012.9百萬元增加18.9%至二零一七年同期的人民幣1,204.0百萬元。

來自線下零售及體驗渠道的收入於截至二零一七年六月三十日止六個月增加，主要由於(i)向特許經營商作出銷售的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣123.6百萬元大幅增至二零一七年同期的人民幣315.3百萬元，主要由於黃金產品及寶石首飾和其他珠寶產品的銷售主要因強勁的客戶需求而大幅增加，惟被白銀產品銷售的大幅減少所部分抵銷，有關跌幅主要由於若干銀器產品的客戶需求於截至二零一七年六月三十日止六個月下跌所致；(ii)來自深圳珠寶展廳的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣56.9百萬元大幅增至二零一七年同期的人民幣190.6百萬元，主要由於截至二零一七年六月三十日止六個月內黃金產品及寶石首飾和其他珠寶產品的銷售增加，主要原因是市場需求強勁，此乃部分受惠於我們品牌及產品的市場知名度於同期有所提高；及(iii)來自自營CSmall體驗店的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣47.9百萬元增加72.9%至二零一七年同期的人民幣82.8百萬元，主要由於黃金產品的銷售主要因強勁的客戶需求。

財務資料

來自線上銷售渠道網絡的收入於截至二零一七年六月三十日止六個月增加，主要由於(i)來自自營線上平台的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣951.1百萬元增加14.2%至二零一七年同期的人民幣1,086.1百萬元，主要由於我們吸引更多顧客到訪自營線上平台，此乃主要由於我們品牌及產品的市場知名度提高，這亦可從截至二零一七年六月三十日止六個月自營線上平台的客戶流量及註冊用戶帳號數目大幅增加體現得到；及(ii)來自電視及視頻購物渠道的收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣58.3百萬元增加95.7%至二零一七年同期的人民幣114.1百萬元，主要由於我們與電視及視頻購物渠道的推廣合作於二零一七年上半年增加所致。

此外，收入於二零一七年六月三十日止六個月增加亦由於(i)黃金產品的銷售由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣996.4百萬元增加43.2%至二零一七年同期的人民幣1,425.7百萬元；及(ii)寶石首飾及其他珠寶產品的銷售由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣9.8百萬元大幅增至二零一七年同期的人民幣155.8百萬元，惟被白銀產品的銷售收入由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣236.5百萬元下降8.2%至二零一七年同期的人民幣217.2百萬元所部分抵銷。黃金產品以及寶石首飾及其他珠寶產品的銷售於截至二零一七年六月三十日止六個月增加，主要由於(i)通過線下零售及體驗渠道(包括特許經營CSmall體驗店及深圳珠寶展廳)作出的該等產品的銷售因其強勁的市場需求而增加；及(ii)受惠於我們品牌及產品的市場知名度提高，有關產品通過線上銷售渠道的銷售表現提升。來自白銀產品的收入於截至二零一七年六月三十日止六個月微跌，主要由於同期若干銀器產品的客戶需求下降。收入於截至二零一七年六月三十日止六個月增加亦部分由於(i)寶石首飾及其他珠寶產品的平均售價由截至二零一六年六月三十日止六個月的每件人民幣377.2元大幅增至二零一七年同期的每件人民幣1,087.1元，主要由於鑽石珠寶產品的銷售增加所致；及(ii)黃金產品於截至二零一七年六月三十日止六個月的每克平均售價增加5.6%，大致與黃金的每克平均成本於同期上升6.9%一致。

銷售成本

本公司的銷售成本(按過往成本計算)由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣1,166.8百萬元增加44.8%至二零一七年同期的人民幣1,689.7百萬元，與截至二零一七年六月三十日止六個月收入的增加大致相符。截至二零一七年六月三十日止六個月銷售成本增加亦部分由於黃金及白銀的每克平均成本分別增加6.9%及15.2%。

我們的上市分部銷售成本(按現行市價計算)由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣1,169.8百萬元增加44.4%至二零一七年同期的人民幣1,689.7百萬元，主要由於銷售成本(按過往成本計算)增加的相同原因所致。

財務資料

毛利及毛利率

由於上述原因，本公司的毛利由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣75.8百萬元增加43.8%至二零一七年同期的人民幣109.1百萬元。本公司的毛利率由於截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月為6.1%。

我們的上市分部毛利由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣72.9百萬元增加49.6%至二零一七年同期的人民幣109.1百萬元。我們的上市分部毛利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的5.9%稍微上升至二零一七年同期的6.1%，即相對穩定。

其他收入、收益及虧損

本公司的其他收入、收益及虧損由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣1.2百萬元大幅減少至二零一七年同期的負人民幣1.4百萬元，主要由於在截至二零一七年六月三十日止六個月，(i)我們因向江西吉銀作出外幣資本貢獻而產生匯兌虧損淨額，金額為人民幣2.4百萬元；及(ii)政府補助減少人民幣0.6百萬元，惟被銀行利息收入增加人民幣0.5百萬元所部分抵銷。

銷售及分銷開支

本公司的銷售及分銷開支由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣17.5百萬元減少5.9%至二零一七年同期的人民幣16.4百萬元，主要由於我們的營銷開支由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣9.1百萬元減少27.1%至二零一七年同期的人民幣6.7百萬元，而有關跌幅主要由於我們於該段期間的推廣活動較少所致。銷售及分銷開支佔本公司收入的百分比由截至二零一六年六月三十日止六個月的1.4%減少至截至二零一七年同期的0.9%，亦顯示了我們開始受惠於規模經濟。

行政開支

本公司的行政開支由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣22.6百萬元增加5.6%至二零一七年同期的人民幣23.8百萬元，主要由於員工成本由截至二零一六年六月三十日止六個月人民幣11.6百萬元增加7.7%至二零一七年同期的人民幣12.5百萬元，而有關增幅主要由於行政員工人數因我們的業務持續擴張而增加所致。行政開支佔本公司收入的百分比由截至二零一六年六月三十日止六個月的1.8%減少至二零一七年同期的1.3%，亦顯示了我們開始受惠於規模經濟。

分佔聯營公司的業績

我們於二零一七年三月收購一間聯營公司的20%權益，其於截至二零一七年六月三十日止六個月並無任何實質業務營運。我們其後於二零一七年八月出售於該聯營公司的20%

財務資料

股權。有關更多資料，請參閱「—最新發展」。因此，截至二零一七年六月三十日止六個月的分佔聯營公司業績為零，而二零一六年同期則為人民幣0.4百萬元，我們於當時擁有兩間聯營公司，並於二零一六年將其出售。

上市開支

於截至二零一七年六月三十日止六個月，我們就上市及[編纂]錄得[編纂]人民幣[編纂]百萬元。

所得稅開支

本公司的所得稅開支由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣8.2百萬元增加86.3%至二零一七年同期的人民幣15.3百萬元，主要由於除稅前溢利由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣37.3百萬元增加63.1%至二零一七年同期的人民幣60.8百萬元。我們的實際稅率由截至二零一六年六月三十日止六個月的22.1%上升至二零一七年同期的25.2%，主要由於我們動用附屬公司若干可扣除虧損及開支以減少截至二零一六年六月三十日止六個月的應課稅收入，而我們於二零一七年同期僅有金額並不重大的附屬公司可扣除虧損及開支。我們於截至二零一七年六月三十日止六個月的實際稅率略為高於25%，主要由於[編纂]一般並非由本公司的中國附屬公司產生及將不會由其應課稅收入中扣除。

我們的上市分部所得稅開支由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣7.5百萬元大幅增加至二零一七年同期的人民幣15.3百萬元，主要由於我們的上市分部除稅前利潤由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣34.3百萬元增加77.1%至二零一七年同期的人民幣60.8百萬元。我們的上市分部實際稅率開支由截至二零一六年六月三十日止六個月的21.8%上升至二零一七年同期的25.2%，主要由於本集團有效稅率增加的共同原因。

期內利潤

由於上述原因，本公司的期內利潤由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣29.0百萬元增加56.6%至二零一七年同期的人民幣45.5百萬元。淨利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的2.3%增加至二零一七年同期的2.5%，主要由於截至二零一七年六月三十日止六個月我們的收入按高於成本及開支的增長率的速度增長。

我們的上市分部期內利潤由截至二零一六年六月三十日止六個月的人民幣26.8百萬元增加至二零一七年同期的人民幣45.5百萬元。我們的上市分部淨利率由截至二零一六年六月三十日止六個月的2.3%上升至二零一七年同期的2.5%，主要由於截至二零一七年六月三十日止六個月我們的上市分部收入按高於成本及開支比率的速度增長。

財務資料

截至二零一六年十二月三十一日止年度相較截至二零一五年十二月三十一日止年度

收入

本公司收入由二零一五年的人民幣835.3百萬元大幅增加至二零一六年的人人民幣2,465.3百萬元，主要由於(i)線上銷售渠道收入由二零一五年的人人民幣345.8百萬元大幅增加至二零一六年的人人民幣1,950.5百萬元及(ii)線下零售及體驗網絡收入由二零一五年的人人民幣489.5百萬元增加5.2%至二零一六年的人人民幣514.8百萬元。

本公司二零一六年線上銷售渠道的收入增加主要由於自營線上平台的收入由二零一五年的人人民幣198.5百萬元大幅增加至二零一六年的人人民幣1,826.7百萬元。本公司二零一六年線下零售及體驗網絡的收入增加主要由於(i)來自自營CSmall體驗店的收入從二零一五年的人人民幣76.6百萬元增加89.4%至二零一六年的人人民幣145.1百萬元，主要由於黃金產品銷售由二零一五年的人人民幣76.1百萬元增加86.7%至二零一六年的人人民幣142.1百萬元，主要由於客戶需求強大及(ii)深圳珠寶展廳的收入主要因我們持續提升品牌認知度並吸引更多客戶到深圳珠寶展廳而自二零一五年的人人民幣116.8百萬元增加5.2%至二零一六年的人人民幣122.9百萬元。特許經營CSmall體驗店收入自二零一五年的人人民幣292.5百萬元下降18.2%至二零一六年的人人民幣239.3百萬元，部分抵銷了上述增幅，主要原因是(i)我們逐漸撤銷單品牌CSmall體驗店(相關特許經營商不願將其改為多品牌CSmall體驗店)以及終止某些表現不佳的CSmall體驗店以不斷優化線下零售及體驗網絡；及(ii)相比二零一五年開設較少新的特許經營CSmall體驗店。

此外，本公司二零一六年收入的增加亦由於(i)黃金產品的銷售額由二零一五年的人人民幣421.6百萬元大幅增加至二零一六年的人人民幣1,936.5百萬元及(ii)白銀產品的銷售額由二零一五年的人人民幣392.9百萬元增加28.1%至二零一六年的人人民幣503.3百萬元。黃金及白銀產品的銷售額於二零一六年增加，主要由於(i)我們的自營線上平台擴大，為線上購買珠寶產品提供便捷途徑及(ii)客戶對珠寶產品的需求增加。二零一六年收入增加亦部分由於黃金及白銀產品每克平均售價分別上升12.0%及18.0%，與黃金及白銀的每克平均成本分別上升13.7%及15.6%相符。

銷售成本

本公司的銷售成本由二零一五年的人人民幣735.9百萬元大幅增加至二零一六年的人人民幣2,315.8百萬元，與二零一六年收入的增加大致相符。二零一六年銷售成本增加亦部分由於黃金及白銀的每克平均成本分別上升13.7%及15.6%。

我們的上市分部銷售成本由二零一五年人民幣749.3百萬元大幅增加至二零一六年人民幣2,318.7百萬元，主要由於該等期間我們的銷售成本增加的共同原因。

財務資料

毛利及毛利率

由於上述原因，本公司的毛利由二零一五年的人民幣99.5百萬元增加50.3%至二零一六年的人民幣149.5百萬元。本公司的毛利率由二零一五年的11.9%減少至二零一六年的6.1%，主要由於二零一六年來自黃金產品銷售的收入佔總銷售額的百分比增加，黃金產品並不涉及複雜的鑄造工藝，通常要求較低毛利率。黃金產品銷售額增加主要由於我們爭取客戶未獲滿足的需求，吸引並引導客流至我們的線上銷售渠道的策略所致。

我們的上市分部毛利由二零一五年人民幣86.0百萬元增加70.5%至二零一六年人民幣146.6百萬元。我們的上市分部毛利率由二零一五年10.3%降至二零一六年5.9%，主要由於相同期間我們的毛利率下降的相同原因。

其他收入、收益及虧損

本公司的其他收入、收益及虧損由二零一五年的人民幣1.5百萬元大幅增加至二零一六年的人民幣6.1百萬元，主要由於雲鵬向一名第三方線上業務營運商提供軟件系統及開發服務而獲得人民幣3.6百萬元的服務收入，以及我們的全資附屬公司江西吉銀自地方政府獲得人民幣2.0百萬元的政府補助，作為本集團於二零一六年作出外資注資的一次性激勵。我們二零一六年收入、收益及虧損的增加，被淨匯兌收益由二零一五年人民幣1.5百萬元下降至二零一六年人民幣22,000元所部分抵銷，主要由於二零一五年主要因向江西吉銀及深圳國銀通寶作出外幣資本貢獻而產生淨匯兌收益人民幣1.5百萬元所致，而於二零一六年則無任何資本貢獻。

銷售及分銷開支

本公司的銷售及分銷開支由二零一五年的人民幣28.0百萬元增加55.0%至二零一六年的人民幣43.4百萬元。有關增加主要由於(i)營銷開支由二零一五年的人民幣9.8百萬元大幅增加至二零一六年的人民幣20.4百萬元，與我們業務於二零一六年的快速增長大致相符；及(ii)員工成本由二零一五年的人民幣8.2百萬元增加27.0%至二零一六年的人民幣10.4百萬元，主要由於銷售及分銷員工的薪酬水平及數目於二零一六年增加。銷售及分銷開支佔本公司收入的百分比由二零一五年的3.4%減少至二零一六年的1.8%，主要由於我們致力在業務迅速擴展的過程中推行針對性銷售與營銷活動。

行政開支

本公司的行政開支由二零一五年的人民幣31.5百萬元增加39.9%至二零一六年的人民幣44.1百萬元。有關增加主要由於(i)員工成本由二零一五年的人民幣15.7百萬元增加23.0%至二零一六年的人民幣19.1百萬元，主要由於行政員工的薪酬水平及數目於二零一六年增加，(ii)裝修費用由二零一五年人民幣0.1百萬元大幅增加至二零一六年的人民幣2.7百萬元，這是由於我們的辦公室物業於二零一六年的裝修工程及(iii)辦公室開支由二零

財務資料

一五年人民幣4.1百萬元增加58.4%至二零一六年人民幣6.5百萬元，大致符合我們業務於二零一六年的快速擴展。行政開支佔本公司收入的百分比由二零一五年的3.8%減少至二零一六年的1.8%，主要由於我們致力完善資源配置，實施審慎的預算並迅速擴展業務。

分佔聯營公司的業績

本公司分佔聯營公司的業績由二零一五年的人民幣400,000元減少12.5%至二零一六年的人民幣350,000元，主要由於我們於二零一六年一月出售上海華通的25%股權。

上市開支

於二零一六年，我們就上市及[編纂]錄得[編纂]人民幣[編纂]百萬元。

所得稅開支

本公司的所得稅開支由二零一五年的人民幣8.9百萬元增加62.0%至二零一六年的人民幣14.4百萬元，主要由於除所得稅前利潤由二零一五年的人民幣41.9百萬元增加54.5%至二零一六年的人民幣64.7百萬元。我們的實際稅率由二零一五年的21.3%升至二零一六年的22.3%，主要由於二零一五年龍天勇可享15%的優惠稅率。

我們的上市分部所得稅開支由二零一五年人民幣6.9百萬元增加97.1%至二零一六年人民幣13.7百萬元，主要由於我們的上市分部所得稅前利潤由二零一五年人民幣28.4百萬元大幅增加至二零一六年人民幣61.7百萬元。我們的上市分部實際稅率開支由二零一五年的24.4%降至二零一六年22.2%，主要由於不可扣除虧損及開支佔我們收益的百分比主要因我們的收益於二零一六年大幅增加而下降所致。

年內利潤

由於上述原因，本公司的年度利潤由二零一五年的人民幣33.0百萬元增加52.5%至二零一六年的人民幣50.3百萬元。淨利率由二零一五年的3.9%減少至二零一六年的2.0%，主要由於二零一六年毛利率減少。

我們的上市分部年內利潤由二零一五年人民幣21.5百萬元大幅增至二零一六年人民幣48.1百萬元。我們的上市分部淨利潤率由二零一五年2.6%降至二零一六年1.9%，主要由於我們的上市分部毛利率於二零一六年下降所致。

截至二零一五年十二月三十一日止年度相較截至二零一四年十二月三十一日止年度

收入

本公司收入由二零一四年的人民幣291.2百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣835.3百萬元，主要由於(i)線上銷售渠道收入由二零一四年的人民幣47.9百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣345.8百萬元及(ii)線下零售及體驗網絡收入由二零一四年的人民幣243.3百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣489.5百萬元。

財務資料

本公司二零一五年線上銷售渠道的收入增加主要由於(i)自營線上平台的收入由二零一四年的人民幣0.7百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣198.5百萬元，及(ii)電視及視頻購物渠道的收入由二零一四年的人民幣39.2百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣131.3百萬元。本公司二零一五年線下零售及體驗網絡的收入增加主要由於特許經營CSmall體驗店數量的增長。有關增幅被我們的收入因深圳珠寶展廳的收入由二零一四年的人民幣160.3百萬元下降27.1%至二零一五年的人民幣116.8百萬元而減少所部分抵銷，主要由於在我們的互聯網網站(即自營線上平台的主要形式)於二零一四年十月全面運營前及於二零一四年CSmall體驗店的數目相對較少時，我們在某程度上依賴深圳珠寶展廳作出的銷售。隨著二零一五年互聯網網站全面運營及我們建立了更多CSmall體驗店，我們更加注重通過自營線上平台作出的銷售，而非深圳珠寶展廳。此外，本公司二零一五年收入的增加亦由於(i)黃金產品的銷售額由二零一四年的人民幣56.7百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣421.6百萬元及(ii)白銀產品的銷售額由二零一四年的人民幣228.5百萬元增加71.9%至二零一五年的人民幣392.9百萬元。黃金及白銀產品的銷售額於二零一五年增加，主要由於(i)我們的自營線上平台擴大，為線上購買珠寶產品提供便捷途徑及(ii)客戶對珠寶產品的需求增加。二零一五年收入的增加被黃金及白銀產品每克平均售價分別下跌1.1%及26.0%所部分抵銷，主要由於黃金及白銀的每克平均成本分別下跌6.4%及13.5%。

銷售成本

本公司的銷售成本由二零一四年的人民幣219.4百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣735.9百萬元，與本公司二零一五年收入的增加大致相符。二零一五年銷售成本的增加被黃金及白銀的每克平均成本分別下跌6.4%及13.5%所部分抵銷。

我們的上市分部銷售成本由二零一四年的人民幣252.2百萬元大幅增至二零一五年人民幣749.3百萬元，主要由於同期我們的銷售成本增加的相同原因。

毛利及毛利率

由於上述原因，本公司的毛利由二零一四年的人民幣71.8百萬元增加38.5%至二零一五年的人民幣99.5百萬元。本公司的毛利率由二零一四年的24.7%減少至二零一五年的11.9%，主要由於二零一五年來自黃金產品銷售的收入佔總銷售額的百分比增加，黃金產品並不涉及複雜的鑄造工藝，通常要求較低毛利率。黃金產品銷售額增加主要由於我們爭取客戶未獲滿足的需求，吸引並引導客流至我們的線上銷售渠道的策略所致。

我們的上市分部毛利由二零一四年人民幣39.1百萬元大幅增至二零一五年人民幣86.0百萬元。我們的上市分部毛利率由二零一四年13.4%降至二零一五年10.3%，主要由於同期我們的毛利率下降的相同原因。

財務資料

其他收入、收益及虧損

本公司的其他收入由二零一四年的人民幣0.3百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣1.5百萬元，主要由於匯兌收益淨額由二零一四年的人民幣0.3百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣1.5百萬元，這主要由於二零一五年向江西吉銀及深圳國銀通寶作出外幣資本貢獻所致。

銷售及分銷開支

本公司的銷售及分銷開支由二零一四年的人民幣10.8百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣28.0百萬元。有關增加主要由於(i)營銷開支由二零一四年的人民幣3.1百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣9.8百萬元，與我們業務於二零一五年的快速增長大致相符；(ii)員工成本由二零一四年的人民幣3.6百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣8.2百萬元，主要由於銷售及分銷員工的數目於二零一五年增加；(iii)物流開支由二零一四年的人民幣1.8百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣4.5百萬元，大致符合我們業務於二零一五年的快速擴展及(iv)包裝開支由二零一四年的人民幣0.8百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣2.7百萬元，與我們業務於二零一五年的快速增長大致相符。銷售及分銷開支佔本公司收入的百分比由二零一四年的3.7%減少至二零一五年的3.4%，主要由於我們致力在業務迅速擴展的過程中推行針對性銷售與營銷活動。

行政開支

本公司的行政開支由二零一四年的人民幣13.5百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣31.5百萬元。有關增加主要由於(i)員工成本由二零一四年的人民幣6.6百萬元大幅增加至二零一五年的人民幣15.7百萬元，主要由於行政員工的數目於二零一五年增加；(ii)租金及水電開支由二零一四年的人民幣3.5百萬元增加85.7%至二零一五年的人民幣6.4百萬元，與我們業務於二零一五年的快速增長大致相符及(iii)辦公室開支由二零一四年的人民幣2.2百萬元增加86.1%至二零一五年的人民幣4.1百萬元，與我們業務於二零一五年的快速增長大致相符。行政開支佔本公司收入的百分比由二零一四年的4.6%減少至二零一五年的3.8%，主要由於我們致力完善資源配置，實施審慎的預算並迅速擴展業務。

分佔聯營公司的業績

本公司分佔聯營公司的業績由二零一四年的人民幣0.4百萬元虧損增加至二零一五年的人民幣0.4百萬元收益，主要由於分佔我們於二零一五年七月投資的上海華通的業績所致。

所得稅開支

本公司的所得稅開支由二零一四年的人民幣9.9百萬元減少至二零一五年的人民幣8.9百萬元，主要由於除所得稅前利潤由二零一四年的人民幣47.4百萬元減少11.7%至二零一五年的人民幣41.9百萬元。我們的實際稅率在二零一四年及二零一五年維持相對穩定，分別為20.9%及21.3%。

財務資料

我們的上市分部所得稅開支由二零一四年人民幣5.0百萬元增加39.4%至二零一五年人民幣6.9百萬元，主要由於我們的上市分部所得稅前利潤由二零一四年人民幣14.6百萬元增加93.9%至二零一五年人民幣28.4百萬元。我們的上市分部實際稅率開支由二零一四年的34.0%降至二零一五年24.4%，主要由於不可扣除虧損及開支佔我們收益的百分比主要因我們的收益於二零一五年大幅增加而下降所致。

年內利潤

由於上述原因，本公司的年內利潤由二零一四年的人民幣37.5百萬元下降12.1%至二零一五年的人民幣33.0百萬元。淨利率由二零一四年的12.9%減少至二零一五年的3.9%，與二零一五年毛利率的減少大致相符。本年度我們的上市分部利潤由二零一四年人民幣9.7百萬元大幅增加至二零一五年人民幣21.5百萬元。我們的上市分部淨利率由二零一四年3.3%降至二零一五年2.6%，主要由於我們的上市分部毛利率於二零一五年下降所致。

流動資金及資本資源

現金流量

於往績記錄期內，我們的主要現金用途是支付從供應商及OEM承包商採購款項、租金、僱員薪酬及與我們的經營活動相關的其他開支。我們主要透過我們的經營活動產生的現金流量及我們的股東出資撥付流動資金需求。上市後，我們擬主要以我們的經營活動產生的現金流量及[編纂][編纂]撥付資金需求。

下表載列所示期間我們合併現金流量表的節選現金流量數據：

	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)所得淨現金	(42,350)	(37,526)	(258,677)	(227,704)	194,793
投資活動(所用)所得淨現金	(3,724)	(366,098)	355,480	347,301	(11,644)
融資活動(所用)所得淨現金	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
年初現金及現金等價物	3	2,163	5,118	5,118	124,901
年末現金及現金等價物	2,163	5,118	124,901	70,391	377,910

財務資料

經營活動(所用)所得現金淨額

我們主要透過銷售珠寶產品從經營活動獲得現金流入。經營活動現金流出主要包括從供應商及OEM承包商採購款項、租金、僱員薪酬及與我們的經營活動相關的其他開支。我們經營活動產生的淨現金流量主要反映(i)我們的除稅前利潤，並就物業、廠房及設備折舊、無形資產攤銷、銀行利息收入及分佔聯營公司業績；(ii)營運資金項目變動的影響；及(iii)已付所得稅作出調整。

截至二零一七年六月三十日止六個月，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣194.8百萬元，主要由於除稅前利潤人民幣60.8百萬元所致，並作出調整以主要反映存貨減少人民幣207.1百萬元，以及貿易及其他應付款項增加人民幣135.3百萬元。該等調整部分被貿易及其他應收款項增加人民幣163.0百萬元所抵銷。截至二零一七年六月三十日止六個月的存貨減少，主要由於我們在截至二零一七年六月三十日止六個月就二零一六年底所購買的若干黃金產品出售接近所有存貨，以及我們持續改善存貨管理。我們的貿易及其他應收款項大幅增加，主要由於貿易應收賬款大幅增加，其主要原因為(a)我們的業務於該期間急速擴充，及(b)向一般享有30天信貸期的特許經營商及若干批發客戶作出的珠寶產品銷售增加，惟被按金及預付款項的跌幅所部分抵銷，有關跌幅主要由於其用於償付我們應付相同供應商的若干款項，且由於我們的業務持續增長，我們擁有更大議價能力，故毋須向我們若干供應商作出預付款項。於最後實際可行日期，於二零一七年六月三十日的貿易應收賬款的人民幣236.1百萬元或92.9%已償付。

二零一六年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣258.7百萬元，主要由於除稅前利潤人民幣64.7百萬元所致，並作出調整以主要反映存貨增加人民幣281.3百萬元以及貿易及其他應付款項減少人民幣29.7百萬元。該等調整被貿易及其他應收款項減少人民幣29.8百萬元所部分抵銷。二零一六年存貨增加主要由於我們的業務快速擴展及我們於二零一六年底購買若干黃金產品以籌備我們於二零一七年初針對該等產品進行的銷售計劃。

二零一五年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣37.5百萬元，主要由於除稅前利潤人民幣41.9百萬元所致，並作出調整以主要反映貿易及其他應收款項增加人民幣105.0百萬元及存貨增加29.0百萬元。該等調整被貿易及其他應付款項增加人民幣61.9百萬元所部分抵銷。

二零一四年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣42.4百萬元，主要由於除所得稅前利潤人民幣47.4百萬元所致，並作出調整以主要反映貿易及其他應收款項增加人民幣50.6百萬元及存貨增加人民幣33.8百萬元。

就影響上述經營活動現金流量的若干資產負債表項目變動的詳情，請參閱「若干資產負債表項目」一節。

財務資料

投資活動(所用)所得現金淨額

我們投資活動所用現金反映我們用於購買物業、廠房及設備、於聯營公司的投資、購買軟件等無形資產及給予聯營公司、同系附屬公司及直接控股公司墊款的現金。投資活動產生的現金流入主要包括來自直接控股公司及同系附屬公司的還款、出售聯營公司的所得款項及收到的利息。所有給予直接控股公司／同系附屬公司／聯營公司的墊款或來自直接控股公司／同系附屬公司／聯營公司的還款均為集團間融資安排的一部分。

截至二零一七年六月三十日止六個月，我們的投資活動所用淨現金流量為人民幣11.6百萬元，主要由於(i)我們購買無形資產人民幣10.7百萬元，包括江西金貓銀貓支付公司所購買並為通過深圳國銀通寶改善自營線上平台的基建和用戶界面而購買的若干軟件，(ii)我們購買物業、廠房及設備人民幣0.9百萬元及(iii)我們於聯營公司的投資人民幣0.6百萬元，部分被該期間我們就銀行存款收取的利息付款人民幣0.5百萬元所抵銷。

二零一六年，我們的投資活動所得淨現金流量為人民幣355.5百萬元，主要由於來自同系附屬公司的還款人民幣434.0百萬元、出售聯營公司的所得款項人民幣40.2百萬元(主要與出售深圳市大溪地科技有限公司(「深圳大溪地」)及上海華通相關)及聯營公司上海華通的還款人民幣39.6百萬元所致，惟被給予同系附屬公司的墊款人民幣154.8百萬元部分抵銷。

二零一五年，我們投資活動所用淨現金流量為人民幣366.1百萬元，主要由於給予同系附屬公司的墊款人民幣276.4百萬元、於聯營公司投資人民幣40.0百萬元(反映我們於二零一五年七月向上海華通的出資)及給予一間聯營公司上海華通墊款淨額人民幣39.6百萬元所致。

二零一四年，我們投資活動所用淨現金流量為人民幣3.7百萬元，主要由於購買物業、廠房及設備人民幣2.6百萬元、於聯營公司投資人民幣0.6百萬元及購買無形資產人民幣0.5百萬元所致。

融資活動(所用)所得現金淨額

融資活動產生的現金流入主要包括發行股份的所得款項及預收發行股份款項、給予附屬公司的出資、來自直接控股公司及同系附屬公司的墊款及非控股權益(即江西金貓銀貓支付公司的其他股東)的出資。我們的融資活動所用現金反映我們給予同系附屬公司及直接控股公司的還款。所有給予直接控股公司／同系附屬公司的墊款或來自直接控股公司／同系附屬公司的還款均為集團間融資安排的一部分。

截至二零一七年六月三十日止六個月，我們的融資活動所得淨現金流量為人民幣69.9百萬元，主要由於(i)通過[編纂]前投資從Best Conduct收取發行股份所得款項人民幣65.8百萬元，(ii)直接控股公司墊款人民幣3.1百萬元及(iii)同系附屬公司墊款人民幣1.0百萬元。

財務資料

二零一六年，我們的融資活動所得淨現金流量為人民幣19.2百萬元，主要由於(i)與[編纂]前投資及員工持股計劃相關的發行股份所得款項人民幣162.5百萬元及(ii)來自直接控股公司的墊款人民幣43.9百萬元所致，惟被給予同系附屬公司的還款人民幣192.1百萬元部分抵銷。

二零一五年，融資活動所得淨現金流量為人民幣448.4百萬元，主要由於(i)來自同系附屬公司的墊款人民幣185.9百萬元及(ii)來自直接控股公司的墊款人民幣168.4百萬元所致。

二零一四年，我們的融資活動所得淨現金流量為人民幣120.4百萬元，主要由於(i)給予附屬公司的出資人民幣50.1百萬元、(ii)來自同系附屬公司的墊款人民幣37.1百萬元及(iii)來自直接控股公司的墊款人民幣34.8百萬元所致。

資本開支及承諾

於往績記錄期內，我們的過往資本開支主要包括租賃資產改良工程及購買汽車、辦公室設備及無形資產(如系統軟件)的支出。於二零一四年、二零一五年、二零一六年及截至二零一六年及二零一七年六月三十日止六個月，我們的資本開支分別為人民幣3.1百萬元、人民幣9.9百萬元、人民幣3.7百萬元、人民幣1.7百萬元及人民幣12.0百萬元。下表載列我們於所示期間的資本開支：

	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)				
無形資產	498	2,548	2,421	894	10,657
辦公室設備	348	—	689	164	877
汽車	2,272	1,162	632	689	59
租賃資產改良工程.....	—	6,150	—	—	—
總計	3,118	9,860	3,742	1,747	11,953

我們預期二零一七年將產生人民幣323.9百萬元的資本開支，主要涉及升級IT基礎設施與數據管理系統(預計佔二零一七年總資本開支65.2%)及擴充我們的CSmall體驗店、倉庫及生產設施(預期佔二零一七年總資本開支34.8%)。於截至二零一七年六月三十日止六個月，我們的資本開支及承諾較二零一六年同期大幅增加，主要由於升級我們的資訊科技系統及購買軟件所致。我們擬結合經營活動所得現金流量及[編纂][編纂]撥付計劃資本開支。進一步詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

財務資料

經營租賃

我們根據不可撤銷經營租賃租用多項物業用作辦公場所、展廳、倉庫及零售店。我們的租賃協議為期一至三年。下表載列於所示日期到期的經營租賃承諾：

	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)			
根據不可撤銷經營租賃的				
最低租賃付款：				
一年內.....	4,715	6,715	4,660	5,416
第二年至第五年(包括首尾兩年).....	6,996	2,833	1,296	9,639
總計	11,711	9,548	5,956	15,055

流動資產淨值

下表載列於所示日期我們按類別劃分的流動資產及流動負債：

	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)			
流動資產				
存貨.....	33,751	62,711	343,989	136,888
貿易及其他應收款項.....	51,190	156,205	126,392	289,358
應收直接控股公司款項.....	—	324	348	338
應收同系附屬公司款項.....	10	276,316	34,303	69,758
應收一間聯營公司款項.....	—	39,610	—	—
銀行結餘及現金.....	2,163	5,118	124,901	377,910
小計	87,114	540,284	629,933	874,252
流動負債				
貿易及其他應付款項.....	7,305	73,445	50,918	179,088
應付直接控股公司款項.....	34,816	203,216	364,908	367,979
應付同系附屬公司款項.....	35,462	192,284	477	1,481
應付所得稅.....	102	—	3,883	8,290
小計	77,685	468,945	420,186	556,838
流動資產淨值	9,429	71,339	209,747	317,414

於二零一七年六月三十日，我們的流動資產淨值為人民幣317.4百萬元，包括流動資產人民幣874.3百萬元及流動負債人民幣556.8百萬元，而二零一六年十二月三十一日的流動資產淨值為人民幣209.7百萬元。

財務資料

我們的流動資產淨值由二零一六年十二月三十一日的人民幣209.7百萬元增加51.4%至二零一七年六月三十日的人民幣317.4百萬元，主要由於(i)我們的銀行結餘及現金由二零一六年十二月三十一日人民幣124.9百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日人民幣377.9百萬元，主要由於於該期間我們的業務急速擴充以及通過[編纂]前投資從Best Conduct收取發行股份所得款項人民幣73.0百萬元，及(ii)貿易及其他應收款項由二零一六年十二月三十一日人民幣126.4百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日人民幣289.4百萬元，與截至二零一七年六月三十日止六個月我們的業務大幅增長相符，被存貨由二零一六年十二月三十一日人民幣344.0百萬元減少至二零一七年六月三十日人民幣136.9百萬元部分抵銷，主要由於截至二零一七年六月三十日止六個月我們就二零一六年底所購買的若干黃金產品出售幾近所有存貨，以及我們加強我們的銷售及推廣力度，於該期間通過多個銷售渠道推廣銷售。增加亦部分被貿易及其他應付款項由二零一六年十二月三十一日人民幣50.9百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日人民幣179.1百萬元所抵銷，此與我們業務在截至二零一七年六月三十日止六個月大幅增長相符。

我們的流動資產淨值由二零一五年十二月三十一日的人民幣71.3百萬元大幅增加至二零一六年十二月三十一日的人民幣209.7百萬元，主要由於(i)我們的存貨由二零一五年十二月三十一日的人民幣62.7百萬元大幅增至二零一六年十二月三十一日的人民幣344.0百萬元，主要由於我們的業務快速擴展及我們於二零一六年底購買若干黃金產品以籌備我們於二零一七年初針對該等產品進行的銷售計劃，(ii)應付同系附屬公司款項由二零一五年十二月三十一日的人民幣192.3百萬元大幅減少至二零一六年十二月三十一日的人民幣0.5百萬元，及(iii)我們的銀行結餘及現金由二零一五年十二月三十一日的人民幣5.1百萬元大幅增加至二零一六年十二月三十一日的人民幣124.9百萬元，主要由於[編纂]前投資所致。更多詳情請參閱本文件「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」。該增加被(i)應收同系附屬公司款項由二零一五年十二月三十一日的人民幣276.3百萬元減少87.6%至二零一六年十二月三十一日的人民幣34.3百萬元及(ii)應付直接控股公司款項由二零一五年十二月三十一日的人民幣203.2百萬元增加79.6%至二零一六年十二月三十一日的人民幣364.9百萬元部分抵銷。

我們的流動資產淨值由二零一四年十二月三十一日的人民幣9.4百萬元大幅增加至二零一五年十二月三十一日的人民幣71.3百萬元，主要由於(i)我們應收同系附屬公司的款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣10,000元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣276.3百萬元及(ii)我們的貿易及其他應收款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣51.2百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣156.2百萬元，與我們業務的快速增長相符。相關增加被(i)我們應付直接控股公司的款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣34.8百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣203.2百萬元；(ii)我們應付同系附屬公司款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣35.5百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣192.3百萬元及(iii)我們的貿易及其他應付款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣7.3百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣73.4百萬元部分抵銷。

財務資料

營運資金

於往績記錄期內，我們主要以經營活動所得現金及股東出資滿足我們的營運資金需求。我們透過密切監察及管理我們的營運及擴充計劃來管理現金流量及營運資金。我們亦徹底審核未來的現金流量需求，並在必要時調整我們的營運及擴充計劃，以確保我們有足夠的營運資金支持我們的業務營運及擴充計劃。

考慮到我們可獲得的財務資源，包括經營活動所得現金流量及[編纂]的估計[編纂]，董事認為我們有足夠的營運資金以滿足我們現有的需求及自本文件日期起未來12個月的需求。根據我們可獲得的上述財務資源，獨家保薦人並無理由相信我們無法滿足自本文件日期起未來12個月的營運資金需求。

若干資產負債表項目

存貨

我們的存貨包括採購自OEM承包商及第三方供應商的成品。我們主要將存貨儲存於我們的深圳倉庫、深圳珠寶展廳及我們的電視及視頻購物渠道的倉庫。我們舉辦促銷活動，以折扣價銷售滯銷產品。有關我們存貨管理的更多資料，請參閱本文件「業務－我們的物流及存貨管理－存貨管理」一節。

下表載列於所示日期我們存貨的分析：

	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
成品	33,751	62,711	343,989	136,888

我們的存貨從二零一六年十二月三十一日的人民幣344.0百萬元減少60.2%至二零一七年六月三十日的人民幣136.9百萬元，主要由於截至二零一七年六月三十日止六個月我們就二零一六年底所購買的若干黃金產品出售幾近所有存貨，以及我們持續改善存貨管理。截至最後實際可行日期，我們截至二零一七年六月三十日的存貨的人民幣86.1百萬元或62.9%已出售。

我們的存貨從二零一五年十二月三十一日的人民幣62.7百萬元大幅增加至二零一六年十二月三十一日的人民幣344.0百萬元，主要由於我們的業務快速擴充及我們於二零一六年底大量購買若干黃金產品以籌備我們於二零一七年初針對該等產品進行的銷售計劃。

財務資料

我們的存貨從二零一四年十二月三十一日的人民幣33.8百萬元增加85.8%至二零一五年十二月三十一日的人民幣62.7百萬元，這與我們業務的快速增長一致。

下表載列於所示日期我們存貨的賬齡分析：

	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)			
一年內.....	33,751	62,711	343,989	136,888

下表載列所示期間的存貨週轉天數(按過往成本計算的銷售成本計算)：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	止六個月
	(人民幣千元)			
存貨週轉天數 ⁽¹⁾	28.1	23.9	32.1	25.6

附註：

- (1) 存貨週轉天數根據期初與期末存貨結餘的平均數除以相關期間的銷售成本再乘以該期間所含天數計算得出。

我們的存貨週轉天數(本集團按過往成本計算的銷售成本計算)由二零一六年的32.1天減少至截至二零一七年六月三十日止六個月的25.6天，主要由於截至二零一七年六月三十日止六個月我們就二零一六年底所購買的若干黃金產品出售幾近所有存貨，以及我們持續加強力度改善存貨管理。

我們的存貨週轉天數(按過往成本計算的銷售成本計算)由二零一五年的23.9天增加至二零一六年的32.1天，主要由於我們的存貨由二零一五年十二月三十一日的人民幣62.7百萬元大幅增加至二零一六年十二月三十一日的人民幣344.0百萬元，主要由於我們的業務快速擴充及我們於二零一六年底大量購買若干黃金產品以籌備我們於二零一七年初針對該等產品進行的銷售計劃。

我們的存貨週轉天數(按過往成本計算的銷售成本計算)由二零一四年的28.1天減少至二零一五年的23.9天，主要由於我們改善存貨管理的努力。

財務資料

下表載列於所示期間我們的上市分部存貨周轉天數(根據上市分部按現行市價計算的銷售成本)：

	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	二零一七年
上市分部存貨周轉天數 ⁽¹⁾	24.4	23.5	32.0	25.6

附註：

- (1) 上市分部存貨周轉天數根據期初與期末存貨結餘的平均數除以相關期間上市分部的銷售成本再乘以該期間所含天數計算得出。

我們的上市分部存貨周轉天數(計及根據現行市價的銀錠銷售成本)於二零一四年、二零一五年及二零一六年低於本集團的存貨周轉天數，主要由於我們的上市分部銀錠銷售成本較高，這是由於於有關期間按現行市價而非過往成本入賬，過往成本只反映於該期間龍天勇的銀錠生產成本。有關更多詳情，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。

貿易及其他應收款項

我們的貿易及其他應收款項包括貿易應收賬款、按金及預付款項以及貿易訂金。按金及預付款項主要包括可收回增值稅、向第三方ERP系統開發商支付的預付款項以及我們就裝修及租賃支付的按金及預付款項。截至二零一四年、二零一五年、二零一六年十二月三十一日及二零一七年六月三十日，我們的貿易及其他應收款項分別為人民幣51.2百萬元、人民幣156.2百萬元、人民幣126.4百萬元及人民幣289.4百萬元。下表載列我們於所示日期的貿易及其他應收款項：

	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)			
貿易及其他應收款項				
貿易應收賬款	33,599	123,487	56,761	254,120
按金及預付款項	17,236	32,112	69,631	22,850
貿易訂金	355	606	—	12,388
總計	51,190	156,205	126,392	289,358

財務資料

我們的貿易及其他應收款項由二零一六年十二月三十一日的人民幣126.4百萬元增加至二零一七年六月三十日的人民幣289.4百萬元，主要由於貿易應收賬款由二零一六年十二月三十一日人民幣56.8百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日人民幣254.1百萬元，主要由於(i)我們的業務急速擴充，及(ii)我們向特許經營商及若干批發客戶作出的珠寶產品銷售增加，他們一般享有30天的信貸期，部分被我們的按金及預付款項減少所抵銷，主要由於其用於償付我們應付相同供應商的若干款項，且由於我們的業務持續增長，我們擁有更大議價能力，故毋須向我們若干供應商作出預付款項。截至最後實際可行日期，截至二零一七年六月三十日的貿易應收賬款的人民幣236.1百萬元或92.9%已償付。

我們的貿易及其他應收款項由二零一五年十二月三十一日的人民幣156.2百萬元減少19.1%至二零一六年十二月三十一日的人民幣126.4百萬元，主要由於我們的貿易應收賬款由二零一五年十二月三十一日的人民幣123.5百萬元大幅下降至二零一六年十二月三十一日的人民幣56.8百萬元，這主要由於來自線上銷售渠道的銷售額佔總銷售額的百分比增加(其一般須通過匯款或信用卡即時支付結算)以及我們加強貿易應收賬款的收回管理，而有關跌幅被我們的按金及預付款項由二零一五年十二月三十一日的人民幣32.1百萬元大幅增至二零一六年十二月三十一日的人民幣69.6百萬元所部分抵銷，這主要由於我們的可收回增值稅增加，主要原因為我們於二零一六年增加購買原材料及成品並向第三方ERP系統開發商支付預付款項。

我們的貿易及其他應收款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣51.2百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣156.2百萬元，主要由於(i)我們的貿易應收賬款由二零一四年十二月三十一日的人民幣33.6百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣123.5百萬元，主要由於(a)我們的業務快速擴展及(b)我們由二零一五年十一月至同年底向其中一間特許經營商銷售珠寶產品人民幣87.5百萬元，經考慮特許經營商的良好往績記錄及信貸狀況，截至二零一五年十二月三十一日我們並未有結清其中若干應收款項及(ii)按金及預付款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣17.2百萬元增加86.3%至二零一五年十二月三十一日的人民幣32.1百萬元，主要由於我們的可收回增值稅增加，主要來自我們於二零一五年增加購買原材料及成品、向第三方ERP系統開發商支付預付款項及就裝修及租賃支付按金及預付款項。

財務資料

我們通常不會向零售客戶授予任何信用期，但通常授予公司客戶0至60天的信用期。我們要求客戶在貨物交付之前支付訂金。下表載列於所示日期我們的貿易應收賬款按發票日期的賬齡分析：

	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)			
0至30天	33,599	121,313	53,013	176,493
31至60天.....	—	1,526	3,237	68,054
61至90天.....	—	453	511	9,374
90天以上.....	—	195	—	199
總計	33,599	123,487	56,761	254,120

於往績記錄期內，我們的貿易應收賬款大部分的賬齡均為30天內。

於二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日以及二零一七年六月三十日，我們的逾期貿易應收賬款分別為零、人民幣40,000元、人民幣3.7百萬元及人民幣82.7百萬元。我們並無對該等款項確認減值虧損，原因是信用質量並無重大變動，且基於過往經驗，該等款項仍被視為可收回。下表載列於所示日期我們的逾期但未減值的貿易應收賬款賬齡分析：

	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)			
0至30天	—	40	3,237	7,252
31至60天.....	—	—	511	65,846
36至90天.....	—	—	—	9,366
91至120天.....	—	—	—	189
總計	—	40	3,748	82,653

於相關報告期末，餘下貿易應收賬款概無逾期或減值。該等應收賬款與還款記錄良好的客戶相關。大部分未逾期或減值的貿易應收賬款並無拖欠付款歷史。

我們並無就上述結餘持有任何抵押品，但我們的管理層認為，鑑於該等客戶的財務背景及後續還款，並無確認減值虧損之必要。

財務資料

下表載列所示期間我們貿易應收賬款的週轉天數：

	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	二零一七年
貿易應收賬款週轉天數 ⁽¹⁾	21.1	34.3	13.3	15.6

附註：

- (1) 貿易應收賬款週轉天數根據期初及期末貿易應收賬款的平均數除以相關期間的收入再乘以期內所含天數計算得出。

我們的貿易應收賬款週轉天數由二零一四年的21.1天增加至二零一五年的34.3天，由二零一五年的34.3天減少至二零一六年的13.3天，並由二零一六年的13.3天增加至截至二零一七年六月三十日止六個月的15.6天。貿易應收賬款週轉天數於二零一五年增加，主要由於我們的貿易應收賬款由二零一四年十二月三十一日的人民幣33.6百萬元大幅增加至二零一五年十二月三十一日的人民幣123.5百萬元，主要由於(i)我們的業務快速擴展及(ii)我們由二零一五年十一月至同年底向其中一間特許經營商銷售珠寶產品人民幣87.5百萬元，經考慮特許經營商的良好往績記錄及信貸狀況，截至二零一五年十二月三十一日我們並未有結清其中若干應收款項。貿易應收賬款週轉天數於二零一六年下降，主要由於貿易應收賬款由二零一五年十二月三十一日的人民幣123.5百萬元大幅減少至二零一六年十二月三十一日的人民幣56.8百萬元，主要由於線上銷售渠道的銷售(一般要求即時付款結算，如匯款或信用卡)佔我們銷售總額的百分比增加及我們改善貿易應收賬款收回管理的工作。我們的貿易應收賬款週轉天數於截至二零一七年六月三十日止六個月上升，主要由於貿易應收賬款由二零一六年十二月三十一日人民幣56.8百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日人民幣254.1百萬元，主要由於(i)我們的業務急速擴充，及(ii)我們向特許經營商及若干批發客戶銷售珠寶產品佔我們總銷售的百分比有所增加，他們一般享有30天的信貸期。

財務資料

應收／應付關連方款項

於往績記錄期內，我們與關連方訂立若干交易，性質為貿易。我們的關連方交易主要關於我們向龍天勇採購銀錠、龍天勇就我們業務產生的生產成本、我們向龍天勇租用廠房、倉庫及辦公場所以及我們向上海華通銷售珠寶產品。下表載列所示期間我們的關連方交易分析：

	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)				
銷售珠寶產品予					
上海華通	—	1,367	—	—	85
與以下公司的租賃安排					
龍天勇	—	—	138	—	75
採購銀錠自					
龍天勇	—	—	278,969	117,110	142,281
總計	—	1,367	279,107	117,110	142,441

於往績記錄期間，龍天勇提供銀錠通過 OEM 承包商生產若干白銀及珠寶產品供我們業務之用。龍天勇利用其銀錠製造(通過外部 OEM)白銀產品以供向我們其他附屬公司及終端客戶出售的業務於二零一六年四月終止。基於上述公司重組，自二零一六年四月起，我們向龍天勇採購銀錠記錄為「向龍天勇採購銀錠」。於二零一六年向龍天勇採購銀錠的金額為人民幣 279.0 百萬元，佔二零一六年採購銀錠總額的 98.1%。

於二零一六年四月前，龍天勇轉讓銀錠給我們的業務並非交易，因此並不構成關連方交易。

董事相信，於往績記錄期內我們的關連方交易均按正常條款進行，並且為公平、合理及符合股東整體利益。有關我們向龍天勇採購銀錠的更多資料，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。董事並且認為，並無關連方交易會扭曲我們的經營業績。

除上文所披露者外，我們並無任何其他關連方交易。有關關連方交易的更多資料，請參閱本文件「附錄一—會計師報告」所載合併財務報表附註 30 及本文件「關連交易」一節。

財務資料

應收／應付直接控股公司款項

於往績記錄期內，我們的應收／應付直接控股公司款項均為中國白銀集團與我們的集團間融資安排的一部分，屬非貿易性質、無抵押、免息及按要求償還。

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以及二零一七年六月三十日，我們應收直接控股公司款項分別為零、人民幣0.3百萬元、人民幣0.3百萬元及人民幣0.3百萬元。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以及二零一七年六月三十日，我們應付直接控股公司款項分別為人民幣34.8百萬元、人民幣203.2百萬元、人民幣364.9百萬元及人民幣368.0百萬元。

我們計劃於上市前按如下方式償付於二零一七年六月三十日應付直接控股公司的款項淨額人民幣368.0百萬元：(1)121,150,998港元的人民幣等值款將以貸款資本化發行的方式償付；及(2)我們欠負直接控股公司的餘下淨額將以直接控股公司出資方式(將於儲備反映)償付。

應收／應付同系附屬公司款項

於往績記錄期內，我們的應收／應付同系附屬公司款項是同系附屬公司與我們之間的集團間融資安排的一部分，屬非貿易性質，無抵押及免息。

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以及二零一七年六月三十日，我們應收同系附屬公司款項分別為人民幣10,000元、人民幣276.3百萬元、人民幣34.3百萬元及人民幣69.8百萬元。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以及二零一七年六月三十日，我們應付同系附屬公司款項分別為人民幣35.5百萬元、人民幣192.3百萬元、人民幣0.5百萬元及人民幣1.5百萬元。我們計劃於上市前償付未償還款項。

應收一間聯營公司款項

我們於二零一五年十二月三十一日錄得應收一間聯營公司款項人民幣39.6百萬元，主要由於我們向上海華通提供墊款人民幣40.0百萬元以支持其營運資金需要，並於二零一六年償付。

銀行結餘及現金

我們的銀行結餘及現金由二零一六年十二月三十一日的人民幣124.9百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日的人民幣377.9百萬元，主要由於我們的業務急速擴充以及通過[編纂]前投資從Best Conduct收取發行股份所得款項人民幣73.0百萬元所致。

我們的銀行結餘及現金由二零一五年十二月三十一日的人民幣5.1百萬元大幅增至二零一六年十二月三十一日的人民幣124.9百萬元，主要由於[編纂]前投資的所得款項所致。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。

財務資料

我們的銀行結餘及現金由二零一四年十二月三十一日的人民幣2.2百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣5.1百萬元，主要由於我們業務的快速擴展。

貿易及其他應付款項

我們的貿易及其他應付款項包括應付貿易賬款、其他應付款項及應計開支、發行股份的預收款項、預收客戶款項以及增值稅及其他應付稅項。我們的其他應付款項及應計開支主要反映與江西金貓銀貓支付公司的IT系統開發相關的應付款項、將予支付的[編纂]及我們其中一間附屬公司深圳雲鵬產生的廣告開支。於二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日以及二零一七年六月三十日，我們的貿易及其他應付款項分別為人民幣7.3百萬元、人民幣73.4百萬元、人民幣50.9百萬元及人民幣179.1百萬元。我們的應付貿易賬款主要與採購原材料及成品相關。應付貿易賬款免息且通常獲授予20至90天的信用期。我們制定了財務風險管理政策，以確保於信用期限內結算所有應付款項。下表載列我們於所示日期的貿易及其他應付款項：

	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)			
貿易及其他應付款項				
應付貿易賬款.....	1,488	58,989	6,617	145,006
其他應付款項及應計開支.....	5,536	12,830	19,085	19,509
發行股份的預收款項.....	—	—	7,164	—
預收客戶款項.....	63	1,387	7,075	2,635
增值稅及其他應付稅項.....	218	239	10,977	11,938
總計	7,305	73,445	50,918	179,088

我們的貿易及其他應付款項由二零一六年十二月三十一日的人民幣50.9百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日的人民幣179.1百萬元，主要由於(i)貿易應付賬款由二零一六年十二月三十一日人民幣6.6百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日人民幣145.0百萬元，其主要原因是(a)我們的業務於該期間急速擴充，及(b)與貨到付款的方式不同愈來愈多供應商給予我們一般為30天的信貸期，原因是我們的業務關係持續發展；及(ii)我們的增值稅及其他應付稅項由二零一六年十二月三十一日人民幣11.0百萬元增加8.75%至二零一七年六月三十日人民幣11.9百萬元，主要由於我們因業務急速擴充而於該期間增加購買原材料。截至最後實際可行日期，我們已結清截至二零一七年六月三十日的貿易應付賬款的人民幣117.1百萬元或80.7%。

我們的貿易及其他應付款項由二零一五年十二月三十一日的人民幣73.4百萬元減少30.7%至二零一六年十二月三十一日的人民幣50.9百萬元，主要由於我們的應付貿易賬款由二零一五年十二月三十一日的人民幣59.0百萬元大幅減少至二零一六年十二月三十一日

財務資料

的人民幣6.6百萬元，這主要由於我們所購買的黃金產品(通常須以現金結算)佔我們購買的珠寶產品總額的百分比增加。有關跌幅被我們的增值稅及其他應付稅項由二零一五年十二月三十一日的人民幣0.2百萬元大幅增至二零一六年十二月三十一日的人民幣11.0百萬元所部分抵銷，主要由於我們的存貨由二零一五年十二月三十一日人民幣62.7百萬元大幅增加至二零一六年十二月三十一日人民幣344.0百萬元所致。

我們的貿易及其他應付款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣7.3百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的73.4百萬元，主要由於我們的應付貿易賬款主要因業務快速擴展而由二零一四年十二月三十一日的人民幣1.5百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣59.0百萬元，以及我們的其他應付款項及應計開支由二零一四年十二月三十一日的人民幣5.5百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣12.8百萬元，主要由於與江西金貓銀貓支付公司的IT系統開發相關的應付款項所致。

下表載列於所示日期我們的應付貿易賬款按發票日期的賬齡分析：

	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)			
0至30天	1,438	44,983	6,617	144,955
61至90天.....	—	13,536	—	51
90天以上.....	50	470	—	—
總計	<u>1,488</u>	<u>58,989</u>	<u>6,617</u>	<u>145,006</u>

於往記錄期內，我們的應付貿易賬大部分的賬齡均為30天內。

下表載列所示期間我們應付貿易賬款的週轉天數(按過往成本計的銷售成本計算)：

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	止六個月 二零一七年
應付貿易賬款週轉天數 ⁽¹⁾	2.2	15.0	5.2	8.1

附註：

- (1) 應付貿易賬款週轉天數根據期初及期末應付貿易賬款的平均數除以相關期間的銷售成本再乘以期內所含天數計算得出。

我們的應付貿易賬款週轉天數(按歷史成本計的銷售成本計算)由二零一六年的5.2天增加至截至二零一七年六月三十日止六個月的8.1天，主要由於貿易應付賬款由二零一六年

財務資料

十二月三十一日人民幣6.6百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日人民幣145.0百萬元，主要由於我們的業務於該期間急速擴充及與貨到付款的方式不同愈來愈多供應商給予我們一般為30天的信貸期，原因是我們的業務關係持續發展。

我們的應付貿易賬款週轉天數(按過往成本計的銷售成本計算)由二零一五年的15.0天減少至二零一六年的5.2天，主要由於我們的應付貿易賬款由二零一五年十二月三十一日的人民幣59.0百萬元大幅減少至二零一六年十二月三十一日的人民幣6.6百萬元，主要由於我們購買的黃金產品佔我們購買的珠寶產品總額的百分比增加，其通常要求現金結算。

我們的應付貿易賬款週轉天數(按過往成本計的銷售成本計算)由二零一四年的2.2天增加至二零一五年的15.0天，主要由於我們的應付貿易賬款由二零一四年十二月三十一日的人民幣1.5百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣59.0百萬元，主要由於我們的業務於二零一五年快速擴展。

下表載列於所示期間，我們的上市分部貿易應付賬款週轉天數(根據上市分部按現行市價計算的銷售成本)：

	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	二零一七年
上市分部貿易應付賬款週轉天數 ⁽¹⁾	1.2	14.7	5.2	8.1

附註：

- (1) 上市分部貿易應付賬款週轉天數根據期初及期末貿易應付賬款的平均數除以相關期間上市分部的銷售成本再乘以期內所含天數計算得出。

我們的上市分部貿易應付賬款週轉天數(根據上市分部按現行市價計算的銷售成本)於二零一四年及二零一五年低於本集團的上市分部貿易應付賬款週轉天數，主要由於我們的上市分部銀錠銷售成本較高，這是由於現行市價所致。有關更多詳情，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。

應付所得稅

於往績記錄期內，我們分別於二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日以及二零一七年六月三十日錄得應付所得稅人民幣0.1百萬元、零、人民幣3.9百萬元及人民幣8.3百萬元。我們並無於二零一五年十二月三十一日錄得任何應付所得稅，主要由於我們的附屬公司江西吉銀及深圳國銀通寶的經營虧損所致。應付所得稅由二零一五年十二月三十一日的零大幅增加至二零一六年十二月三十一日的人民幣3.9百萬元，主要由於江西吉

財務資料

銀的應付所得稅所致。我們的應付所得稅由二零一六年十二月三十一日人民幣3.9百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日人民幣8.3百萬元，主要由於江西吉銀及深圳國銀通寶應付的所得稅所致，有關所得稅的主要原因是我們的業務於截至二零一七年六月三十日止六個月急速擴充。

債務聲明

於二零一七年六月三十日，我們並無任何未償還的銀行融通、債務證券、抵押、按揭或其他類似債務、租購及融資租賃承擔、任何擔保或其他重大或然負債。根據現時的業務計劃，我們並不預期於近期進行重大外部債務融資。

其他主要財務比率

本集團

下表載列於所示日期或於所示期間我們的主要財務比率：

	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) 期內毛利除以對應期內收入再乘以100%。
- (2) 期內利潤除以對應期內收入再乘以100%。
- (3) 股權回報率按全年基準計算。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以年內利潤除以相關年初及年末股權總額平均數再乘以100%計算。
- (4) 總資產回報率按全年基準計算。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，除以期末流動負債再乘以100%。

財務資料

股權回報率

我們的股權回報率由二零一五年的45.7%降至二零一六年的28.8%，主要由於我們的平均總股權由二零一五年的人民幣72.1百萬元大幅增加至二零一六年人民幣174.2百萬元，超出我們的年內利潤由二零一五年的人民幣33.0百萬元增至二零一六年的人民幣50.3百萬元的52.5%增長。二零一六年，我們的平均總股權增長主要由於(i)發行人民幣162.5百萬元的股份及(ii)年度全面收入總額人民幣50.3百萬元，被以下項目部分對銷(i)轉讓CS Mall Group BVI於重組時購入的附屬公司股本面值／實繳股本人民幣120.5百萬元及(ii)由於重組前資金轉讓予龍天勇及富銀白銀導致向他們提供的淨回報人民幣32.0百萬元。

我們的股權回報率由二零一四年的402.1%降至二零一五年的45.7%，主要由於我們的平均股權總額由二零一四年的人民幣9.6百萬元增至二零一五年的人民幣72.1百萬元的大幅增長及我們的年內利潤由二零一四年的人民幣37.5百萬元降至二零一五年的人民幣33.0百萬元的12.1%下降。二零一五年我們的平均股權總額增加主要由於(i)中國白銀集團出資人民幣70.3百萬元；(ii)非控股權益(即江西金貓銀貓支付公司的其他股東)出資人民幣48.6百萬元；及(iii)年度全面收入總額人民幣33.0百萬元，惟被我們因於重組前向龍天勇及富銀白銀轉讓資金而向其支付的回報淨額人民幣41.8百萬元所部分抵銷。

總資產回報率

我們的總資產回報率由二零一五年的9.5%降至二零一六年的8.1%，主要由於我們的平均總資產由於二零一五年人民幣345.4百萬元增加79.2%至二零一六年人民幣618.8百萬元，超出我們的年內利潤由二零一五年的人民幣33.0百萬元增至二零一六年的人民幣50.3百萬元的52.5%增長。二零一六年平均總資產增加主要由於(i)我們的存貨由二零一五年十二月三十一日人民幣62.7百萬元大幅增加至二零一六年十二月三十一日人民幣344.0百萬元及(ii)我們的銀行結餘及現金由二零一五年十二月三十一日人民幣5.1百萬元大幅增加至二零一六年十二月三十一日人民幣124.9百萬元，惟部分被我們應收同系附屬公司的款項由二零一五年十二月三十一日人民幣276.3百萬元大幅下降至二零一六年十二月三十一日人民幣34.3百萬元所抵銷。

我們的總資產回報率由二零一四年的74.0%降至二零一五年的9.5%，主要由於我們的平均總資產由二零一四年的人民幣50.6百萬元增至二零一五年的人民幣345.4百萬元的大幅增長及我們的年內利潤由二零一四年的人民幣37.5百萬元降至二零一五年的人民幣33.0百萬元的12.1%下降。二零一五年我們的平均總資產增加主要由於(i)應收同系附屬公司的款項由二零一四年十二月三十一日人民幣10,000元大幅增至二零一五年十二月三十一日人民幣276.3百萬元及(ii)我們的貿易及其他應收款項由二零一四年十二月三十一日人民幣51.2百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日人民幣156.2百萬元。我們的貿易及其他應收款項由二零一四年十二月三十一日至二零一五年十二月三十一日大幅增長，主要由於(i)貿易應收賬款由二零一四年十二月三十一日人民幣33.6百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日人民幣123.5百萬元，主要由於(a)我們的業務快速擴展及(b)我們由二零一五年十一月至同年底向其中一間特許經營商銷售珠寶產品人民幣87.5百萬元，經考慮特許經營商的良好往績記錄及信貸狀況，截至二零一五年十二月三十一日我們並未有結清其

財務資料

中若干應收款項及(ii)按金及預付款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣17.2百萬元增加86.3%至二零一五年十二月三十一日的人民幣32.1百萬元，主要由於我們的可收回增值稅增加，主要來自我們於二零一五年增加購買原材料及成品、向第三方ERP系統開發商支付預付款項及就裝修及租賃支付按金及預付款項。

流動比率

我們的流動比率由二零一六年十二月三十一日的149.9%增加至二零一七年六月三十日的157.0%，主要由於我們於二零一七年六月三十日的流動資產增加較二零一六年十二月三十一日超出我們於同日的流動負債增加。我們的流動資產由二零一六年十二月三十一日的人民幣629.9百萬元增加38.8%至二零一七年六月三十日的人民幣874.3百萬元，主要由於(i)我們的銀行結餘及現金由二零一六年十二月三十一日的人民幣124.9百萬元大幅增至二零一七年六月三十日的人民幣377.9百萬元，主要歸因於該期間我們的業務急速擴充以及我們通過[編纂]前投資從Best Conduct收取發行股份所得款項人民幣73.0百萬元，及(ii)貿易及其他應收款項由二零一六年十二月三十一日的人民幣126.4百萬元大幅增至二零一七年六月三十日的人民幣289.4百萬元，與截至二零一七年六月三十日止六個月我們的業務大幅增長相符，被存貨由二零一六年十二月三十一日的人民幣344.0百萬元減少至二零一七年六月三十日的人民幣136.9百萬元所部分抵銷，主要由於截至二零一七年六月三十日止六個月我們就二零一六年底所購買的若干黃金產品出售幾近所有存貨，以及我們加強我們的銷售及推廣力度，於該期間通過多個銷售渠道推廣銷售。我們的流動負債由人民幣420.2百萬元增加32.5%至人民幣556.8百萬元，主要由於貿易及其他應付款項由二零一六年十二月三十一日的人民幣50.9百萬元大幅增至二零一七年六月三十日的人民幣179.1百萬元，與截至二零一七年六月三十日止六個月我們的業務大幅增長相符。

我們的流動比率由二零一五年十二月三十一日的115.2%增至二零一六年十二月三十一日的149.9%，主要由於我們的流動資產由二零一五年十二月三十一日的人民幣540.3百萬元增至二零一六年十二月三十一日的人民幣629.3百萬元增長16.5%，以及我們的流動負債由二零一五年十二月三十一日的人民幣468.9百萬元降至二零一六年十二月三十一日的人民幣420.2百萬元10.4%降幅。我們的流動資產增加主要由於存貨由二零一五年十二月三十一日的人民幣62.7百萬元大幅增至二零一六年十二月三十一日的人民幣344.0百萬元，以及銀行結餘及現金由二零一五年十二月三十一日的人民幣5.1百萬元大幅增至二零一六年十二月三十一日的人民幣124.9百萬元。我們的存貨由二零一五年十二月三十一日至二零一六年十二月三十一日大幅增長，主要由於我們的業務快速擴展及我們於二零一六年底大量購買若干黃金產品以籌備我們於二零一七年初針對該等產品進行的銷售計劃。銀行結餘及現金由二零一五年十二月三十一日至二零一六年十二月三十一日大幅增長，主要由於[編纂]前投資的所得款項所致。我們的流動負債減少，主要由於我們應付同系附屬公司款項由二零一五年十二月三十一日的人民幣192.3百萬元大幅減少至二零一六年十二月三十一日的人民幣0.5百萬元，被我們應付直接控股公司款項由人民幣203.2百萬元增加79.6%至人民幣364.9百萬元所部分抵銷。

財務資料

我們的流動比率由二零一四年十二月三十一日的112.1%增至二零一五年十二月三十一日的115.2%，主要由於我們的流動資產由二零一四年十二月三十一日的人民幣87.1百萬元增至二零一五年十二月三十一日的人民幣540.3百萬元的大幅增長，超出我們流動負債由二零一四年十二月三十一日的人民幣77.7百萬元增至二零一五年十二月三十一日的人民幣468.9百萬元的大幅增長。我們的流動資產增加主要由於(i)我們應收同系附屬公司的款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣10,000元大幅增加至二零一五年十二月三十一日的人民幣276.3百萬元及(ii)我們的貿易及其他應收款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣51.2百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日人民幣156.2百萬元。我們的貿易及其他應收款項由二零一四年十二月三十一日至二零一五年十二月三十一日大幅增長，主要由於(i)貿易應收賬款由二零一四年十二月三十一日的人民幣33.6百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣123.5百萬元，主要由於(a)我們的業務快速擴展及(b)我們由二零一五年十一月至同年底向其中一間特許經營商銷售珠寶產品人民幣87.5百萬元，經考慮特許經營商的良好往績記錄及信貸狀況，截至二零一五年十二月三十一日我們並未有結清其中若干應收款項及(ii)按金及預付款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣17.2百萬元增加86.3%至二零一五年十二月三十一日的人民幣32.1百萬元，主要由於我們的可收回增值稅增加，主要來自我們於二零一五年增加購買原材料及成品、向第三方ERP系統開發商支付預付款項及就裝修及租賃支付按金及預付款項。

速動比率

我們的速動比率由二零一六年十二月三十一日的68.1%增加至二零一七年六月三十日的132.4%，主要由於流動資產減存貨由二零一六年十二月三十一日的人民幣285.9百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日的人民幣737.4百萬元，超出流動負債由二零一六年十二月三十一日的人民幣420.2百萬元增加至二零一七年六月三十日的人民幣556.8百萬元32.5%增幅。流動資產減存貨大幅增加，主要由於(i)存貨由二零一六年十二月三十一日的人民幣344.0百萬元大幅減少至二零一七年六月三十日的人民幣136.9百萬元；(ii)銀行結餘及現金由二零一六年十二月三十一日的人民幣124.9百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日的人民幣377.9百萬元，主要原因為我們的業務急速擴充；通過[編纂]前投資從Best Conduct收取發行股份所得款項人民幣73.0百萬元，及(iii)貿易及其他應收款項由二零一六年十二月三十一日的人民幣126.4百萬元大幅增加至二零一七年六月三十日的人民幣289.4百萬元。存貨由二零一六年十二月三十一日至二零一七年六月三十日大幅減少，主要由於截至二零一七年六月三十日止六個月我們就二零一六年底所購買的若干黃金產品出售幾近所有存貨，以及我們持續加強力度改善存貨管理。貿易及其他應收款項大幅增加，主要由於(i)我們的業務於該期間急速擴充，及(ii)向一般享有30天信貸期的特許經營商及若干批發客戶作出的珠寶產品銷售增加，惟被按金及預付款項的跌幅所部分抵銷，有關跌幅主要由於其用於償付我們應付相同供應商的若干款項，且由於我們的業務持續增長，我們擁有更大議價能力，故毋須向我們若干供應商作出預付款項。

財務資料

我們的速動比率由二零一五年十二月三十一日的101.8%減至二零一六年十二月三十一日的68.1%，主要由於我們的流動資產減存貨由二零一五年十二月三十一日的人民幣477.6百萬元降至二零一六年十二月三十一日的人民幣285.9百萬元的40.1%跌幅，超出我們的流動負債由二零一五年十二月三十一日的人民幣468.9百萬元下降至二零一六年十二月三十一日的人民幣420.2百萬元的10.4%降幅。我們的流動資產減存貨下降主要由於應收同系附屬公司的款項由二零一五年十二月三十一日的人民幣276.3百萬元大幅下降至二零一六年十二月三十一日的人民幣34.3百萬元。

我們的速動比率由二零一四年十二月三十一日的68.7%增至二零一五年十二月三十一日的101.8%，主要由於我們的流動資產減存貨從二零一四年十二月三十一日的人民幣53.4百萬元增至二零一五年十二月三十一日的人民幣477.6百萬元的大幅增長，超出我們流動負債由二零一四年十二月三十一日的人民幣77.7百萬元增至二零一五年十二月三十一日的人民幣468.9百萬元的大幅增長。流動資產減存貨增加主要由於(i)我們應收同系附屬公司的款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣10,000元大幅增加至二零一五年十二月三十一日的人民幣276.3百萬元及(ii)我們的貿易及其他應收款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣51.2百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣156.2百萬元。我們的貿易及其他應收款項大幅增長，主要由於(i)貿易應收賬款由二零一四年十二月三十一日的人民幣33.6百萬元大幅增至二零一五年十二月三十一日的人民幣123.5百萬元，主要由於(a)我們的業務快速擴展及(b)我們由二零一五年十一月至同年底向其中一間特許經營商銷售珠寶產品人民幣87.5百萬元，經考慮特許經營商的良好往績記錄及信貸狀況，截至二零一五年十二月三十一日我們並未有結清其中若干應收款項及(ii)按金及預付款項由二零一四年十二月三十一日的人民幣17.2百萬元增加86.3%至二零一五年十二月三十一日的人民幣32.1百萬元，主要由於我們的可收回增值稅增加，主要來自我們於二零一五年增加購買原材料及成品、向第三方ERP系統開發商支付預付款項及就裝修及租賃支付按金及預付款項。

上市分部

下表載列所示期間基於上市分部財務資料(根據按現行市價計算的銷售成本)的若干盈利能力比率：

	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	二零一七年
上市分部毛利率 ⁽¹⁾	13.4%	10.3%	5.9%	6.1%
上市分部淨利率 ⁽²⁾	3.3%	2.6%	1.9%	2.5%
上市分部股權回報率 ⁽³⁾	103.6%	29.8%	27.6%	不適用
上市分部總資產回報率 ⁽⁴⁾	19.1%	6.2%	7.8%	不適用

附註：

- (1) 上市分部期內毛利除以同期分部收益再乘以100%。
- (2) 上市分部期內純利除以同期分部收益再乘以100%。
- (3) 上市分部股權回報率按全年基準計算。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年內權益回報以上市分部年內利潤除以相關年初及年末本集團股權總額平均數再乘以100%計算。

財務資料

- (4) 上市分部總資產回報率按全年基準計算。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總資產回報率以上市分部年內利潤除以相關年初及年末本集團總資產平均數再乘以100%計算。

上市分部於往績記錄期的毛利率、淨利率、股權回報率及總資產回報率均低於本集團的毛利率、淨利率、股權回報率及總資產回報率。尤其是，上市分部於二零一四年及二零一五年的毛利率、淨利率、股權回報率及總資產回報率均大幅低於本集團的毛利率、淨利率、股權回報率及總資產回報率。有關比率較低主要由於上市分部於有關期間按現行市價入賬的銀錠銷售成本較高所致。更多詳情請參閱本文件「有關呈列本集團銷售成本及盈利能力的說明文件」一節。

資產負債表外承諾及安排

於最後實際可行日期，我們並無訂立亦預期不會訂立任何資產負債表外安排。我們亦無訂立任何財務擔保或其他承諾以擔保第三方的付款責任。此外，我們並無訂立任何與我們的股權掛鉤且分類為擁有人權益的衍生工具合約。再者，我們亦無於轉讓予未合併實體之資產中擁有作為向有關實體提供信貸、流動資金或市場風險支持的保留或或然權益。我們並不擁有向我們提供融資、流動資金、市場風險或信貸支持或與我們從事租賃、對沖或研發服務的任何未合併實體的任何可變權益。

財務風險管理

我們的金融工具包括貿易及其他應收款項、應收同系附屬公司款項、應收一間聯營公司款項、銀行結餘及現金、貿易及其他應付款項以及應付同系附屬公司款項。與該等金融工具相關的風險包括市場風險（貨幣風險及利率風險）、信貸風險與流動資金風險。管理該等風險的政策載列如下。我們的管理層管理及監察該等風險，確保及時有效地實施適當措施。

市場風險

貨幣風險

於有關日期，以功能貨幣以外貨幣計值的貨幣資產的賬面值載列如下：

	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)			
港元	—	170	48	12
美元	—	2,499	7,546	8
小計	—	2,669	7,594	20

財務資料

我們目前並無任何外匯對沖政策。然而，我們的管理層將密切監察外匯風險，並在需要時考慮使用對沖工具。

由於董事認為風險並不重大，因此並無呈列敏感度分析。

利率風險

我們面臨與浮息銀行結餘相關的現金流量利率風險。我們目前並無任何利率對沖政策。我們的管理層持續監察相關風險，並會在需要時考慮對沖利率風險。

由於董事認為浮息銀行結餘產生的現金流量利率風險有限（因該等結餘期限較短），因此並無呈列敏感度分析。

信貸風險

各報告期末，如果相關訂約對方未能履行其各自認可金融資產的賬面值所產生的責任，我們最大的信貸風險將導致我們蒙受財務損失。

我們面對與貿易應收賬款相關的信貸集中風險，詳情載列如下：

	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
應收最大貿易債務人的款項佔				
貿易應收賬款總額的百分比.....	30%	72%	35%	18%
應收五大債務人的款項總額佔				
貿易應收賬款總額的百分比.....	<u>93%</u>	<u>94%</u>	<u>67%</u>	<u>69%</u>

為盡量降低信貸風險，我們的管理層已委派專責小組負責釐定信貸限額、信貸審批及其他監察程序，確保採取跟進行動以收回逾期欠款。此外，我們於各報告期末檢討各單項貿易債務的可收回金額，確保對不可收回金額作出足夠的減值虧損撥備。就此而言，我們的管理層認為我們的信貸風險已顯著降低。

流動資金的信貸風險有限，因為訂約對方是信用評級較高的銀行。

財務資料

流動資金風險

管理流動資金風險時，我們監控並維持一定水平的現金及現金等價物，我們的管理層認為該等現金及現金等價物足以為運營撥付資金並減輕現金流量波動的影響。各報告期末，所有金融負債均為不計息、按要求償還或少於三個月的負債。

更多詳情請參閱本文件「附錄一—會計師報告」所載合併財務報表附註24b。

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[編纂]的中間價，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之任何酌情激勵費用)約人民幣[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]，而人民幣[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費用。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]，而人民幣[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費用。我們的董事預期該等費用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。

股息

根據開曼群島公司法以及本公司的組織章程細則，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。於往績記錄期內，我們並無宣派任何股息。

我們的董事會可全權酌情建議宣派任何股息。我們過去的股息分派記錄未必能作為我們未來可能宣派或派付的股息水平的有用參考或依據。

未經審核備考經調整有形資產淨值

根據上市規則第4.29條編製的未經審核備考經調整合併有形資產淨值報表載列如下，以說明於二零一七年六月三十日，[編纂]對我們本公司擁有人應佔的合併有形資產淨值的影響，猶如[編纂]已於該日發生。

財 務 資 料

編製本集團的未經審核備考經調整合併有形資產淨值報表僅供說明用途，由於其假設性質，可能無法真實反映倘[編纂]於二零一七年六月三十日或任何其後日期完成，本公司擁有人應佔本集團的合併有形資產淨值。本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整合併有形資產淨值報表乃按本文件「附錄一—會計師報告」所載截至二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團經審核合併有形資產淨值編製，並經作出下述調整：

	於二零一七年 六月三十日 本公司擁有人 應佔本集團 經審核合併有形 資產淨值 ⁽¹⁾	[編纂] 估計[編纂] ⁽²⁾ (人民幣千元)	於二零一七年 六月三十日 本公司擁有人 應佔本集團 未經審核備考 經調整合併有形 資產淨值	於二零一七年 六月三十日 本公司擁有人 應佔本集團 未經審核備考 經調整合併每股 有形資產淨值 (人民幣) ⁽³⁾	(港元) ⁽⁴⁾
基於[編纂]每股股份 [編纂]港元.....	281,395	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
基於[編纂]每股股份 [編纂]港元.....	281,395	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團合併有形資產淨值乃基於摘錄自本文件附錄一所載會計師報告的於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團合併資產淨值人民幣290,500,000元減於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團無形資產人民幣9,105,000元得出。
- (2) 估計[編纂][編纂]乃根據[編纂]股股份以及[編纂][編纂]港元及[編纂]港元(即指示性[編纂]的下限及上限)得出，並已扣減估計[編纂]費用及預期於二零一七年六月三十日後本集團產生的有關開支(直至二零一七年六月三十日已於損益內確認的開支除外)。其並無計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份或根據貸款資本化發行可能發行及配發的任何股份或根據本公司一般授權可能發行或購回的任何股份。估計[編纂][編纂]乃按1.00港元兌人民幣[0.8512]元的匯率由港元兌換為人民幣。概不表示港元金額已經、本已或能夠按該匯率或任何其他匯率兌換為人民幣或由人民幣兌換為港元，或根本並無進行任何兌換。
- (3) 於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整合併每股有形資產淨值乃基於合共[編纂]股股份(包括於二零一七年六月三十日的[832,334,000]股已發行股份及根據[編纂]將發行的[編纂]股股份)作出本節所述調整後得出。其並無計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份或根據貸款資本化發行可能發行及[編纂]的任何股份或根據本公司一般授權可能發行或購回的任何股份。
- (4) 於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整合併每股有形資產淨值乃按1.00港元兌人民幣[0.8512]元的匯率由人民幣兌換為港元。概不表示人民幣金額已經、本已或能夠按該匯率或任何其他匯率兌換為港元或由港元兌換為人民幣，或根本並無進行任何兌換。

財務資料

概無為反映本集團於二零一七年六月三十日後的任何經營業績或訂立的其他交易而就於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整合併有形資產淨值作出調整。

上表所載於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整合併每股有形資產淨值並無計及(i)通過貸款資本化發行結清121,150,998港元的人民幣等值應付直接控股公司的非貿易性質款項；及(ii)將與直接控股公司的餘下未償還結餘撥充資本，有關款項將反映為注資儲備(「貸款注資」)的影響。

假設貸款資本化發行及貸款注資已計及並於二零一七年六月三十日完成，按[編纂][編纂]港元及[編纂]港元計算，於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整合併每股有形資產淨值分別為[編纂]港元及[編纂]港元(相當於按1.00港元兌人民幣[0.8512]元的匯率計算的人民幣[編纂]元及人民幣[編纂]元)，乃基於二零一七年六月三十日本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整合併有形資產淨值因貸款資本化發行及貸款注資的影響及按[編纂][編纂]港元及[編纂]港元而分別進一步調整人民幣367,979,000元至人民幣[編纂]元及人民幣[編纂]元及合共[編纂]股股份(包括於二零一七年六月三十日的[832,334,000]股已發行股份、根據貸款資本化發行將予發行的[編纂]股股份及根據[編纂]將予發行的[編纂]股股份)計算得出。

上市規則的披露規定

本公司董事確認，於最後實際可行日期，概無有關股份於聯交所上市而須根據上市規則第13.13至13.19條的規定予以披露的情況。

可供分派儲備

於二零一七年六月三十日，本公司並無可供分派儲備。

概無重大不利變動

我們的董事確認，截至本文件日期，本公司的財務、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。

最新發展

於二零一七年七月三十一日，本集團的附屬公司白銀小鎮已獲得增值電信業務許可證，讓白銀小鎮提供網上數據處理及交易處理服務(經營類電子商務)，從而讓本集團通過白銀小鎮經營網上珠寶零售業務，而毋須作出任何合約安排。因此，於二零一七年八月二十二日合約安排終止，並自該日期起及截至最後實際可行日期，線上珠寶零售業務通過我們的全資附屬公司白銀小鎮併入本集團賬目。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。

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。