

## 財務資料

有意投資者應將以下討論及分析連同「附錄一—會計師報告」一節所載的經審計綜合財務報表以及隨附附註一併閱讀。會計師報告乃根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。投資者應細閱整份會計師報告，而不應僅依賴本節所載資料。

以下討論載有若干涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們根據自身經驗及對過往趨勢、現時狀況及預期未來發展的理解以及我們認為在有關情況下屬合適的因素所作的假設及分析。然而，由於多種因素（包括本招股章程「風險因素」一節及其他章節所載者），我們的實際業績及選定事件的時間可能與前瞻性陳述所預測者有重大差異。

就本節而言，除文義另有所指外，對2017年、2018年及2019年的提述指我們截至該等年度各年12月31日止財政年度。

### 概覽

我們是中國領先的以消費者為核心的家庭清潔護理公司。我們研發、生產及銷售多款產品，涵蓋衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理三大品類。根據弗若斯特沙利文報告，我們的洗衣液、洗手液及濃縮洗衣液產品於2017年、2018年及2019年各年分別在各自的市場中佔據最大市場份額。我們享譽數十年，得益於我們對客戶滿意的執著追求、洞察及確立消費趨勢的能力，專注於成功的產品落地能力。自成立以來，我們便專注於具有高增長潛力的市場，並已建立強大的品牌。我們已開發出藍月亮洗手液、藍月亮深層潔淨護理洗衣液及藍月亮機洗至尊濃縮+洗衣液等受歡迎產品，並不斷對產品進行升級。因此，我們已成為中國洗衣液、濃縮洗衣液及洗手液市場的領導者。

我們為中國家庭清潔護理行業中率先使用電商渠道的公司，並佔據領先地位，建立了強大的全渠道分銷網絡。我們於中國的家庭清潔護理行業的在線銷售及分銷渠道中的先發優勢以及向新在線銷售渠道的擴展使我們的在線銷售實現快速增長。我們線上渠道所產生的收益由2017年的1,866.5百萬港元上升至2018年的2,718.2百萬港元，並進一步上升至2019年的3,328.2百萬港元，以及由截至2019年6月30日止六個月的1,561.7百萬港元下降至截至2020年6月30日止六個月的1,431.6百萬港元，分別佔我們總收益的33.1%、40.2%、47.2%、57.4%及58.8%。

我們的收益由2017年的5,632.0百萬港元增加至2019年的7,049.9百萬港元，複合年增長率為11.9%，而同期，我們的純利則由86.2百萬港元增加至1,079.6百萬港元。我們於截至2020年6月30日止六個月的收益為2,435.9百萬港元，而於截至2019年6月30日止六個月則為2,720.4百萬港元。我們的純利由截至2019年6月30日止六個月的218.0百萬港元增加至截至2020年6月30日止六個月的302.2百萬港元。

## 財務資料的編製基準

我們於2007年12月27日在開曼群島註冊成立。我們於往績記錄期間的綜合財務報表乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則編製。綜合財務報表按歷史成本法編製。詳情請參閱「附錄——會計師報告」一節附註2.1。

## 影響我們經營業績的重大因素

我們的財務狀況及經營業績一直並將繼續受多項因素影響，其中部分因素可能非我們所能控制，包括但不限於：

### 消費者需求及消費模式

我們的經營業績受有關我們衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的消費者需求及消費模式所影響，而該等消費者需求及消費模式則主要取決於中國可支配收入的增長以及其他可能導致我們銷量及收益出現重大變動的因素。

於2015年至2019年，中國城鎮居民的人均可支配收入按7.9%的複合年增長率增長，且預期於2019年至2024年將按6.5%的複合年增長率增長。我們認為，由於中國人均可支配收入於可見未來將持續增長，故對我們產品的需求亦將普遍上升。消費者對我們產品的需求一般受我們經營所在市場分部的增長所帶動。根據弗若斯特沙利文報告，中國家庭清潔護理行業的零售銷售價值於2015年至2019年的複合年增長率為5.3%，預期於2019年至2024年將按8.7%的複合年增長率增長。根據相同資料來源，中國衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理產品的零售銷售價值於2015年至2019年的複合年增長率分別為4.8%、2.5%及7.4%，預期於2019年至2024年將分別按7.4%、9.8%及10.6%的複合年增長率增長。我們經營所在的市場分部持續增長，預期於未來將繼續帶動我們的銷售增長。

此外，在過去十年中，中國消費者的偏好已由洗衣粉逐漸轉向洗衣液。根據弗若斯特沙利文報告，於2015年至2019年，中國洗衣液的零售銷售價值以13.1%的複合年增長率增長，而洗衣粉的零售銷售價值則以0.6%的複合年增長率下降。因此，我們於往績記錄期間的洗衣液銷售額一直穩步增長。根據弗若斯特沙利文報告，由於中國洗衣液市場於2019年的滲透率為44.0%，仍然遠低於日本(79.5%)及美國(91.4%)等其他主要經濟體，預期洗衣液市場於2019年至2024年將繼續按13.6%的複合年增長率增長。此外，隨著中國可支配收入的持續增長，我們亦認為消費者的偏好會轉向高端產品，如濃縮洗衣液及洗手液等。根據弗若斯特沙利文報告，中國濃縮洗衣液及洗手液的滲透率仍然遠低於其他主要經濟體，顯示有關高級產品於中國有進一步增長的潛力。

## 財務資料

再者，消費模式的轉變受多項我們無法控制的因素所影響。例如，近期新型冠狀病毒疫情爆發，由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物清潔護理產品的需求整體減弱。另一方面，隨著新型冠狀病毒疫情爆發，對個人及家庭衛生重要性的意識日漸增強，提升了對我們消毒產品的需求。我們密切監察消費模式的轉變，並致力及時調整生產計劃以應對該等轉變。有關進一步詳情，請參閱「業務 — 新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響」一節。

### 產品組合

我們的收益及盈利能力受我們的產品組合影響。不同產品（不論是否屬同一產品類別）通常在產品定價及營銷策略、原材料、包裝形式及生產成本方面有所不同，因此具有不同的毛利率。我們認為，我們多元化的產品組合使我們能夠及時把握市況及消費者需求的變動。於往績記錄期間，我們持續努力調整產品組合，以應對消費者不斷轉變的喜好。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	金額	毛利率								
	千港元	%								
	(未經審計)									
衣物清潔護理產品	2,546,370	51.7	3,346,739	56.6	3,948,753	63.9	1,444,655	61.1	1,031,954	61.4
個人清潔護理產品	208,674	63.6	263,856	64.3	271,986	65.0	117,890	65.5	317,549	68.2
家居清潔護理產品	240,079	62.9	275,706	62.7	302,271	66.6	109,170	62.0	209,100	72.4
<b>總計</b>	<b>2,995,123</b>	<b>53.2</b>	<b>3,886,301</b>	<b>57.4</b>	<b>4,523,010</b>	<b>64.2</b>	<b>1,671,715</b>	<b>61.5</b>	<b>1,558,603</b>	<b>64.0</b>

於往績記錄期間，我們的毛利率由2017年的53.2%上升至2018年的57.4%，並進一步上升至2019年的64.2%，乃主要由於我們衣物清潔護理產品的毛利率整體增加所致。我們的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的61.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的64.0%，乃主要由於個人清潔護理產品及家居清潔護理產品類別中利潤率較其他產品為高的消毒產品的銷售增加。有關我們按產品類別劃分的毛利率的進一步資料，請參閱「若干綜合全面收入表項目說明 — 毛利及毛利率」分節。

### 原材料成本

我們提供一系列家庭清潔護理產品，包括各種衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品。詳情請參閱「業務 — 我們的產品」一節。生產不同產品（尤其是不同

## 財務資料

類別的產品)通常需要不同的原材料組合。我們的原材料主要包括化學品及包裝材料。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，化學品成本分別佔我們總銷售成本的48.2%、49.3%、44.5%、41.4%及49.5%。我們的包裝材料大部分為基於LDPE。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，包裝材料成本分別佔我們總銷售成本的31.4%、41.3%、37.0%、35.0%及43.8%。有關詳情請參閱「業務 — 採購及存貨」一節。

原材料價格一般根據市況波動、商品價格變動、我們與供應商的議價能力、物流及加工成本以及政府法規和政策。有關我們生產家庭清潔護理產品所用主要原材料成本的詳情，請參閱「行業概覽 — 原材料及產品價格走勢」一節。我們於優化原材料成本時已考慮儲存成本及儲存能力。我們已尋求通過以下方法減低原材料價格波動的影響：(i)透過(a)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(b)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，我們得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理；及(ii)在自行開發的投配料管理系統協助下，對材料管理及投入程序進行規範提升生產效率。以上努力加上向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE包裝材料成本減少，使我們於往績記錄期間的每單位銷售成本普遍下降。有關我們原材料成本的進一步資料，包括說明該等材料平均成本假設性波動之影響的敏感度分析，請參閱「若干綜合全面收入表項目說明 — 銷售成本」分節。

我們的毛利率於往績記錄期間上升，主要是受到原材料價格走勢向下所推動，於截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，原材料分別佔我們銷售成本總額約79.5%、90.6%、81.5%、76.4%及93.3%。同期，化學品(其中相當大的一部分為基於棕櫚油的材料)分別佔我們銷售成本總額約48.2%、49.3%、44.5%、41.4%及49.5%；包裝材料(其中相當大的一部分為基於LDPE的材料)分別佔我們銷售成本總額約31.3%、41.3%、37.0%、35.0%及43.8%。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，LDPE的價格由每噸人民幣9,513.6元下降至每噸人民幣7,860.7元，而棕櫚油的價格由每噸人民幣5,771.5元下降至每噸人民幣4,884.2元。

我們預期原材料價格波動將繼續影響我們的毛利、毛利率及經營業績的其他方面。我們相信，我們多元化的產品組合已減少原材料價格波動對我們業務、財務狀況及經營業績的影響。然而，我們無法保證我們將能夠控制原材料及包裝材料成本或將增加的成本轉嫁予分銷商、主要客戶或消費者。有關進一步資料，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 原材料、能源、運輸及其他必要供應品或服務的供應、質量及成本變動可對我們的業務、財務狀況及經營業績造成影響。」一節。

### 銷售及分銷網絡

我們的產品透過覆蓋中國所有省份的全渠道銷售及分銷網絡於全國各地出售。於往績記錄期間，我們主要透過以下渠道銷售我們的產品：(i)線上渠道，包括(1)銷售予中國主要電子商務平台及各種新興線上銷售渠道，如社交電子商務平台、生鮮電子商務平台及公司的線上採購系統；及(2)透過(a)我們在各大電子商務平台、社交媒體平台及我們自行開發的移動應用程序上的線上專賣店，及(b)第三方線上店鋪銷售予消費者；(ii)直接銷售予大客戶，包括大賣場及超市；及(iii)線下分銷商，彼等將我們的產品轉售予大賣場、超市、獨立超市、便利店、當地雜貨店、加油站、小型城市住宅社區內的小型店鋪以及採購作轉賣或內部使用的若干企業。

根據弗若斯特沙利文報告，我們為中國家庭清潔護理行業利用線上渠道的首批公司之一。我們充分利用中國電子商務的快速發展，早在2012年7月便已開始使用線上渠道營銷及分銷我們的產品。於往績記錄期間，我們有很大一部分的收益產生自線上渠道，截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，分別佔我們總收益的33.1%、40.2%、47.2%、57.4%及58.8%。有關增加乃由於中國消費者日益普遍使用線上渠道，我們加強與電子商務平台的合作所帶動。根據弗若斯特沙利文報告，中國家庭清潔護理產品線上銷售零售銷售價值於2015年至2019年按複合年增長率10.6%增長，並預計於2019年至2024年將按複合年增長率16.2%增長。我們預計透過線上渠道進行的銷售將繼續有助我們的銷售增長，並透過提升我們的品牌知名度與其他銷售及分銷網絡發揮協同效應。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，透過直接銷售予大客戶所產生的收益分別佔我們總收益的12.5%、12.1%、14.1%、11.1%及7.7%。於同期，透過線下分銷商產生的收益分別佔我們總收益的54.4%、47.7%、38.7%、31.5%及33.5%。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們分別有1,175家、1,306家、1,267家及1,403家線下分銷商。我們將與線下分銷商緊密合作以滲透本地零售市場、增加產品曝光度並改善銷售業績，從而繼續擴大及優化線下分銷商網絡。有關我們線下分銷商的詳情，請參閱「業務 — 銷售及分銷網絡 — 線下分銷商」一節。

### 營銷及推廣活動

我們的經營業績取決於我們營銷及推廣活動的效益及成效。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的廣告及推廣開支佔總收益的百分比分別為12.7%、10.4%、9.9%、8.8%及10.6%。於往績記錄期間，我們廣告及推廣開支佔收益的百分比減少，令我們的營運利潤率有所改善。高效及有效的營銷及推廣可提升對我們產品的需求，從而於短期內增加我們的銷量，並令消費者轉而成為我們品牌的

## 財務資料

支持者，長遠而言為我們帶來可持續溢利。於往績記錄期間，我們主要透過我們獨特的知識營銷策略為品牌及產品進行營銷及推廣，該策略旨在根據我們的研究及開發經驗向消費者傳達家庭清潔護理的知識及見解，從而使消費者了解我們產品及服務的價值。我們已通過多種渠道實行知識營銷，包括(i)線上營銷，包括於社交媒體平台及電子商務平台舉辦的營銷活動；(ii)線下營銷，主要通過我們的清潔顧問在零售點進行；(iii)特別活動，包括我們對全國電視節目的贊助及不時組織的線下主題活動；及(iv)商業廣告，包括明星代言。詳情請參閱「業務—知識營銷」一節。由於市況及消費者喜好不斷變化，我們的營銷及推廣活動日後未必有效，且可能因我們不斷努力根據市況定制營銷策略而有所變動。

### 季節性

我們的經營業績受產品需求的季節性波動所影響。我們的客戶一般會於春節假期前向我們購買更多產品。因此，春節的時間可對我們的銷售額造成影響。例如，我們於2019年12月的銷售額高於2018年12月，主要原因為2020年的春節在1月，客戶有見及此而於2019年12月向我們訂購更多產品，而2019年的春節則在2月。在中國數個大型線上購物節（如6月18日的618購物節及11月11日的雙十一購物節）前後，銷售額亦傾向上升。有關上升屬季節性，不能作為全年經營業績的指標。此外，若干產品的銷售額因其性質而受季節性影響。例如，羽絨服清潔劑的銷售額一般於冬季較高。此外，春節的時間亦會對財政年度的年末存貨以及貿易應收款項及應收票據結餘造成影響，兩者均於該財政年度的12月31日入賬。因此，我們的財務狀況及經營業績有多個方面（包括銷售額、存貨、貿易應收款項及應收票據、營運資金及營運現金流）受產品需求的季節性波動所影響，我們的半年度業績未必能反映我們的全年業績。

### 貨幣波動對換算綜合財務報表的影響

我們的綜合財務報表呈列及呈報貨幣為港元，港元亦為藍月亮集團的功能貨幣。我們大多數附屬公司的功能貨幣為人民幣。因此，港元兌人民幣的匯率波動影響我們將綜合財務報表的財務業績換算為港元。

## 財務資料

港元兌人民幣的匯率波動影響將綜合財務報表的財務業績換算為港元。各資產負債表呈列之資產及負債按該結算日之收市匯率換算為港元；各綜合全面收入表之收入及開支按平均匯率換算為港元(除非有關換算並非交易日期現行匯率累計影響之合理約數，在此情況下，收入及開支按交易日期之匯率換算)；及所有由此所產生的匯兌差額於其他全面收入內確認。下表提供我們於往績記錄期間的綜合財務報表所用的實際匯率。

截至12月31日止年度或於12月31日						截至6月30日止六個月			
2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
綜合全面 收入表	綜合資產 負債表	綜合全面 收入表	綜合資產 負債表	綜合全面 收入表	綜合資產 負債表	綜合全面 收入表	綜合資產 負債表	綜合全面 收入表	綜合資產 負債表

人民幣1元兌：

港元	1.1542	1.1963	1.1681	1.1413	1.1288	1.1164	1.1390	1.1368	1.1056	1.0948
----	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

我們目前並無任何外幣對沖政策，亦無計劃進行任何對沖活動，原因為我們並無重大外幣匯兌風險。我們於中國進行絕大部分業務且全部收益均源自中國。因此，我們的收益、開支、資產及負債均以人民幣計值。

於往績記錄期間，人民幣兌港元的變動對我們的損益造成影響。由於換算附屬公司財務報表所產生的匯兌差額，我們於2017年、2018年、2019年、截至2019年6月30日止六個月及截至2020年6月30日止六個月分別在綜合全面收入表確認其他全面收入89.0百萬港元、其他全面虧損65.0百萬港元、其他全面虧損74.3百萬港元、其他全面虧損29.2百萬港元及其他全面虧損49.6百萬港元。儘管該等波動對我們於往績記錄期間的綜合全面收入表並無重大影響，但日後未必如是。有關貨幣波動對我們收益及毛利的影響的詳情，請參閱「經營業績—收益」及「經營業績—毛利及毛利率」分節。

### 重大會計政策、判斷及估計

我們已確認若干對編製我們的綜合財務報表屬重大的會計政策。有關對閣下了解我們的財務狀況及經營業績而言屬重要的重大會計政策、判斷及估計，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註2及4。

於整個往績記錄期間，我們已使用全面追溯法採納香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第15號及香港財務報告準則第16號，相關會計政策已貫徹應用於本集團的綜合財務報表。與香港會計準則第39號、香港會計準則第18號及香港會計準則第17號相比，於往績記錄期間採納香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第15號及香港財務報告準則第16號對我們的財務狀況及表現並無任何重大影響。

## 財務資料

我們的部分會計政策涉及主觀假設及估計，以及有關會計項目的複雜判斷。假設及估計乃基於歷史經驗及其他被認為相關的因素。儘管該等判斷、估計及假設總體上與我們過去的實際結果相符，且董事預期該等估計及假設未來不會發生重大變動，但實際結果可能與該等估計有所不同。在審閱我們的綜合財務報表時，閣下應考慮(i)我們選用的重大會計政策；(ii)影響該等政策應用的判斷及其他不確定因素；及(iii)所呈報業績對條件及假設變動的敏感度。

以下載列於編製我們的綜合財務報表時所採用且我們認為涉及最重要估計及判斷的會計政策。

### 收益確認

收益包括在我們日常業務過程中銷售貨品所收取或應收取代價的公允價值。收益在扣除增值稅（「增值稅」）、退貨及回扣，以及對銷本集團內部銷售後列賬。

### 銷售貨品

銷售貨品的收益於產品的控制權發生轉移（即產品交付予客戶）及概無可能影響客戶接納產品的未履行責任時確認。當產品已付運至指定地點、過時及虧損的風險已轉讓予客戶，以及客戶已根據銷售合約接受產品、接受條款已失效，或我們有客觀證據顯示所有接受條件已達成後，交付方會發生。

該等銷售的收益乃根據合約訂明的價格扣除估計退貨及批量回扣（如有）後確認。根據過往業績並考慮客戶類型、交易類型及各項安排的具體情況，使用累計經驗以預期價值估計及撥備退貨及回扣。收益僅於極大可能不會產生重大撥回時確認。退款負債（計入貿易及其他應付款項）乃於直至報告期末就作出的銷售而預期應付客戶的退貨及批量回扣確認。由於銷售之信貸期符合市場慣例，故並不視為存在融資成分。我們根據標準保修條款就瑕疵產品提供退款的責任確認為撥備。

我們在貨品交付時確認應收款項，因為此時收取代價的權利成為無條件，我們在付款到期前僅需待時間流逝。

倘我們提供的服務或交付的產品超過交易對手作出的付款，則確認合約資產。倘付款超出所提供的服務或交付的產品，則確認合約負債。合約負債指我們因已向客戶收取代價（或代價款項已到期）而須向客戶轉讓貨品或服務的責任。倘客戶於我們將貨品或服務轉讓予客戶前支付代價，則於作出付款或付款到期時（以較早者為準）確認合約負債。合約負債於我們履行合約時確認為收益。

## 財務資料

### 利息收入

利息收入乃使用實際利率法確認。

### 物業及設備

物業、廠房及設備按歷史成本減累計折舊及累計減值虧損(如有)列賬。歷史成本包括因收購該等項目而直接應佔的開支及為使資產達致其運作狀況及地點作擬定用途所產生的成本。

在與項目相關之未來經濟利益可能流入我們及項目成本能夠可靠地計量時，其後成本方會計入資產之賬面值或確認為一項獨立資產(如適用)。作為獨立資產入賬的任何部分的賬面值於重置時終止確認。所有其他維修及維護於產生的報告期間在損益支銷。

折舊乃於以下估計可使用年期內將成本按直線法分攤至剩餘價值計算：

樓宇	30至50年
租賃物業裝修	租期或5年(以較短者為準)
廠房及機器	5至20年
傢俱、固定裝置及設備	4至15年
汽車	3至10年

資產的剩餘價值及可使用年期在每個結算日進行檢討，及在適當時調整。

倘資產的賬面值高於其估計可收回金額，則其賬面值即時撇減至可收回金額。

出售收益及虧損按所得款項淨額與賬面值的差額釐定，並於綜合全面收入表內確認。

我們的管理層分別為我們的物業、廠房及設備以及無形資產釐定估計可使用年期及相關折舊及攤銷支出。此估計以對於相似性質物業、廠房及設備以及無形資產之實際可使用年期的過往經驗為基準。倘可使用年期較先前估計年期為短，管理層將增加折舊及攤銷。定期檢討可能導致可使用年期出現變動，因而影響未來期間的折舊及攤銷開支。

### 存貨

存貨按成本及可變現淨值兩者中之較低者列賬。成本以加權平均法釐定。製成品及在製品的成本包括原材料、直接勞工、其他直接成本及相關間接生產費用(按正常經營能力計

## 財務資料

算)。可變現淨值為於日常業務過程中的估計售價減估計完工成本及適用的可變銷售開支。該等估計乃根據當前市況以及對於製造及銷售相似性質產品的過往經驗作出。管理層於各報告期末重新評估有關估計。

### 無形資產

#### 商標及專利

各自收購的商標及專利按歷史成本列賬。因業務合併而購入之商標及專利按收購日期之公允價值確認。商標及專利權具有有限的可使用年期並以成本減累計攤銷列賬。攤銷乃於商標及專利的估計可使用年期10年(即許可證期限)內將其成本按直線法分攤計算。

#### 電腦軟件及系統

與維護軟件程序相關的成本於產生時確認為開支。設計及測試我們所控制的可識別及獨特軟件產品及系統直接應佔且將產生超過成本的可能未來經濟利益(超過一年)的開發成本確認為無形資產。

可資本化成為軟件及系統一部分的直接應佔成本包括軟件及系統開發員工成本及適當比例的相關間接成本。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，本集團的開發中電腦系統指供本集團內部使用以支持本集團日常營運而開發的操作系統及軟件。該等無形資產於完成後不能獨立產生現金流入，根據「香港會計準則第36號—減值資產」會被視為「公司資產」。因此，於該等尚未可供使用無形資產的減值測試中，相關賬面價值分配予相關現金產生單位(即本集團的整體財務業績)，並於往績記錄期間內每年按一致基準進行評估。

鑒於本集團財務表現理想，因此於往績記錄期間概無開發中電腦系統的減值虧損被視為必須。

開發中的電腦系統於各自開發完成後轉撥至電腦軟件，並將按管理層對系統的技術使用年限作出的預期於其估計可使用年期5至10年內按直線法開始攤銷。

### 撥備

當我們因過往事件而現時負有法律或推定責任，並可能需要流出資源以清償責任及有關金額能可靠估計時，我們確認撥備。未來經營虧損不作撥備確認。

## 財務資料

倘有多項類似責任，則需要就其清償流出資源的可能性在整體考慮責任的類別後釐定。即使在同一責任類別所包含的任何一個項目相關之資源流出的可能性極低，仍須確認撥備。

撥備乃採用稅前利率按照就清償有關債務預期所需的支出現值計量，而稅前利率反映當時市場對金錢時間值和有關債務特有風險的評估。因時間流逝而增加的撥備確認為利息開支。

### 貿易應收款項

貿易應收款項為於日常業務過程中就已售貨品應收客戶的款項。倘預期貿易應收款項可於一年或以內(或如屬較長時間，則於一般營運業務周期內)收回，則分類為流動資產，否則呈列為非流動資產。

貿易應收款項按可無條件獲得的代價金額進行初步確認，但當其包含重大融資成分時，則按公允價值進行確認。我們持有貿易應收款項的目的是收取合約現金流量，因此其後使用實際利率法按攤銷成本計量貿易應收款項。有關我們貿易應收款項會計處理的進一步資料及我們減值政策的說明，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註3.1(c)。

### 即期及遞延所得稅

期內稅項開支包括即期及遞延稅項。除與於其他全面收入或直接於權益確認的項目相關外，稅項於綜合全面收入表內確認。在此情況下，稅項分別於其他全面收入或直接於權益確認。

我們須於中國及香港繳納所得稅。釐定該等司法權區各自所得稅撥備時需要作出判斷。在日常業務過程中存在最終稅項釐定未能確定的交易及計算。倘有關事宜的最終評稅結果有別於初步記錄的數額，則有關差額會影響釐定有關數額的期間的當期及遞延所得稅資產及負債。

#### 即期所得稅

即期所得稅支出按於結算日我們經營及產生應課稅收入之國家所頒佈或實質上已頒佈之稅法計算。我們的管理層就適用稅務法例詮釋所規限的情況定期評估報稅表之狀況。我們在適用情況下根據預期須向稅務機關支付的稅款計提撥備。

#### 遞延所得稅

遞延所得稅採用負債法就資產及負債之稅基與資產及負債之賬面值之間的暫時差額於綜合財務報表悉數撥備。然而，倘遞延稅項負債來自對商譽的初步確認，則不予確認。倘

## 財務資料

遞延所得稅來自於交易(業務合併除外)中對資產或負債的初步確認,而於交易時並無影響會計處理或應課稅溢利或虧損,亦不予列賬。遞延所得稅乃使用於報告期末已頒佈或實質上已頒佈並預期於變現相關遞延所得稅資產或清償遞延所得稅負債時適用的稅率(及稅法)釐定。

遞延稅項資產僅在可能有未來應課稅金額以利用該等暫時差額及虧損時予以確認。

倘我們能夠控制撥回暫時差額的時間且該等差額可能不會於可見未來撥回,則不會就境外業務投資賬面值與稅基之間的暫時差額確認遞延稅項負債及資產。

倘有法定可執行權利用於抵銷即期稅項資產及負債,且遞延稅項結餘與同一稅務機關有關,則我們抵銷遞延稅項資產及負債。倘實體有法定執行權利抵銷且有意按淨額基準清償或同時變現資產及清償負債時,則即期稅項資產與稅項負債互相抵銷。

我們於綜合損益中確認即期及遞延稅項,惟與於其他全面收入或直接於權益確認的項目有關者除外。在此情況下,稅項亦分別於其他全面收入或直接於權益確認。

### 銷售退貨撥備

我們使用銷售退貨概率來計算我們於各報告期內所售商品的退款負債及退貨權。有關概率乃經參考銷售退貨的歷史模式後計算得出,以估計總退款負債及退貨權。在估計可能影響收益及銷售成本的總退款負債及退貨權時,我們需要作出重大假設。

### 退款負債

根據適用香港財務報告準則,我們於開始銷售時(即產品控制權發生轉移時)確認的收益包括已收或待收代價的公允價值,扣除估計退貨。於各個財政報告期末,基於過往表現,經考慮客戶類型、交易類型及各項安排的具體情況,我們的管理層重新計量產品退貨的估計。鑒於2020年前往績記錄期間的過往產品退貨率較低,我們的管理層認為估計退貨的公允價值甚微,因此於2017年、2018年及2019年12月31日,本公司並無撥備或確認退款負債及已退貨產品的相關權利。於2020年,鑒於新型冠狀病毒疫情引起的市場中斷,我們收到客戶的產品退貨要求並接受若干產品退貨要求。於2020年6月30日,基於我們管理層對於2020年6月30日產品退貨的最佳估計,退款負債約53.5百萬港元及已退貨產品相關權利約12.8百萬港元已於2020年6月30日根據適用香港財務報告準則予以確認。並無就產品退貨入賬額外履約責任。

## 財務資料

### 節選歷史財務資料

以下截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月的綜合全面收入表和於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日的節選綜合資產負債表資料，乃摘錄自「附錄一—會計師報告」一節。

### 綜合全面收入表摘要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
收益	5,632,033	6,767,945	7,049,905	2,720,350	2,435,868
銷售成本	(2,636,910)	(2,881,644)	(2,526,895)	(1,048,635)	(877,265)
<b>毛利</b>	<b>2,995,123</b>	<b>3,886,301</b>	<b>4,523,010</b>	<b>1,671,715</b>	<b>1,558,603</b>
其他收入及其他收益					
淨額	23,097	37,446	51,522	34,673	39,768
銷售及分銷開支	(2,068,649)	(2,547,972)	(2,323,123)	(1,030,713)	(816,386)
一般及行政開支	(776,271)	(632,774)	(747,765)	(328,924)	(346,154)
金融資產減值虧損 (撥備)／撥回淨額	(16,073)	6,151	(1,867)	226	(6,459)
<b>經營溢利</b>	<b>157,227</b>	<b>749,152</b>	<b>1,501,777</b>	<b>346,977</b>	<b>429,372</b>
財務收入	3,126	6,218	5,652	2,154	4,136
財務成本	(47,123)	(53,455)	(32,188)	(20,328)	(4,703)
<b>財務成本淨額</b>	<b>(43,997)</b>	<b>(47,237)</b>	<b>(26,536)</b>	<b>(18,174)</b>	<b>(567)</b>
<b>除所得稅前溢利</b>	<b>113,230</b>	<b>701,915</b>	<b>1,475,241</b>	<b>328,803</b>	<b>428,805</b>
所得稅開支	(27,071)	(147,930)	(395,624)	(110,847)	(126,612)
<b>本公司擁有人應佔 年內溢利</b>	<b>86,159</b>	<b>553,985</b>	<b>1,079,617</b>	<b>217,956</b>	<b>302,193</b>

## 財務資料

### 綜合資產負債表

	於12月31日			於6月30日
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2020年 千港元
<b>資產</b>				
<b>非流動資產</b>				
無形資產	97,143	100,779	146,943	139,460
物業、廠房及設備	1,113,900	1,124,285	1,211,091	1,211,978
使用權資產	404,902	370,793	415,989	406,651
物業、廠房及設備預付款項	245,211	160,248	59,421	58,648
遞延所得稅資產	113,724	79,270	76,540	91,074
	<u>1,974,880</u>	<u>1,835,375</u>	<u>1,909,984</u>	<u>1,907,811</u>
<b>流動資產</b>				
存貨	567,978	586,879	375,757	445,019
貿易應收款項及應收票據	928,643	1,142,940	1,750,049	1,123,046
預付款項、按金及其他應收款項	354,036	235,818	282,719	260,939
受限制現金	2,863	19,120	25,890	18,085
現金及現金等價物	547,436	467,967	690,064	753,442
可收回稅項	-	-	6,228	-
	<u>2,400,956</u>	<u>2,452,724</u>	<u>3,130,707</u>	<u>2,600,531</u>
<b>資產總值</b>	<u>4,375,836</u>	<u>4,288,099</u>	<u>5,040,691</u>	<u>4,508,342</u>
<b>負債</b>				
<b>非流動負債</b>				
遞延政府補助	68,192	63,670	61,843	59,982
借款	185,263	211,182	207,396	73,548
遞延所得稅負債	12,531	22,707	98,698	119,959
租賃負債	39,017	28,915	33,824	28,009
	<u>305,003</u>	<u>326,474</u>	<u>401,761</u>	<u>281,498</u>
<b>流動負債</b>				
貿易應付款項及應付票據	931,943	664,721	511,922	349,276
合約負債	14,366	20,502	16,188	44,644
應計費用及其他應付款項	807,577	602,995	746,871	552,027
應付關聯公司款項	6,780	4,187	1,076	837
應付股息	85,261	85,261	48,261	-
即期所得稅負債	17,540	39,527	218,679	95,885
借款	812,992	662,628	206,529	74,386
租賃負債	25,534	24,021	26,325	30,781
	<u>2,701,993</u>	<u>2,103,842</u>	<u>1,775,851</u>	<u>1,147,836</u>
<b>負債總額</b>	<u>3,006,996</u>	<u>2,430,316</u>	<u>2,177,612</u>	<u>1,429,334</u>

## 財務資料

	於12月31日			於6月30日
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2020年 千港元
權益				
本公司擁有人應佔權益				
股本	—	—	—	—
保留盈利	1,209,069	1,749,141	2,804,226	3,060,113
其他儲備	159,771	108,642	58,853	18,895
權益總額	<u>1,368,840</u>	<u>1,857,783</u>	<u>2,863,079</u>	<u>3,079,008</u>
權益及負債總額	<u>4,375,836</u>	<u>4,288,099</u>	<u>5,040,691</u>	<u>4,508,342</u>
流動(負債淨額)/資產淨值	<u>(301,037)</u>	<u>348,882</u>	<u>1,354,856</u>	<u>1,452,695</u>
資產總值減流動負債	<u>1,673,843</u>	<u>2,184,257</u>	<u>3,264,840</u>	<u>3,360,506</u>

### 綜合現金流量表概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
經營活動所得現金淨額	703,114	249,017	1,032,424	93,516	526,908
投資活動所用現金淨額	(214,890)	(138,220)	(193,503)	(9,030)	(81,209)
融資活動所用現金淨額	(133,403)	(165,759)	(598,878)	(152,499)	(372,524)
現金及現金等價物增加/ (減少)淨額	354,821	(54,962)	240,043	(68,013)	73,175
年/期初現金及 現金等價物	165,075	547,436	467,967	467,967	690,064
匯率變動的影響	27,540	(24,507)	(17,946)	(16,020)	(9,797)
年/期末現金及 現金等價物	<u>547,436</u>	<u>467,967</u>	<u>690,064</u>	<u>383,934</u>	<u>753,442</u>

## 財務資料

### 若干綜合全面收入表項目說明

#### 收益

於往績記錄期間，我們的收益來自於中國市場銷售(i)衣物清潔護理產品；(ii)個人清潔護理產品；及(iii)家居清潔護理產品。我們的收益指扣除增值稅、退貨及回扣以及對銷本集團內部銷售後的金額。下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收益明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	估總 收益	估總 收益%	估總 收益	估總 收益%	估總 收益	估總 收益%	估總 收益	估總 收益%	估總 收益	估總 收益%
	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元 (未經 審計)	(%)	千港元	(%)
衣物清潔護理產品	4,922,459	87.4	5,917,277	87.4	6,177,613	87.6	2,364,351	86.9	1,681,407	69.0
個人清潔護理產品	328,021	5.8	410,616	6.1	418,545	5.9	180,051	6.6	465,602	19.1
家居清潔護理產品	381,553	6.8	440,052	6.5	453,747	6.5	175,948	6.5	288,859	11.9
總計	5,632,033	100.0	6,767,945	100.0	7,049,905	100.0	2,720,350	100.0	2,435,868	100.0

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的銷量及平均售價。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤
衣物清潔護理產品	401,269	12.3	464,022	12.8	508,665	12.1	198,716	11.9	167,077	10.1
個人清潔護理產品	24,138	13.6	30,310	13.5	32,425	12.9	13,551	13.3	32,470	14.3
家居清潔護理產品	25,059	15.2	30,317	14.5	32,831	13.8	13,137	13.4	23,045	12.5
總計	450,466	12.5	524,649	12.9	573,921	12.3	225,404	12.1	222,592	10.9

按人民幣計算，截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，衣物清潔護理產品的平均售價分別為人民幣10.6元/公斤、人民幣10.9元/公斤、人民幣10.8元/公斤、人民幣10.5元/公斤及人民幣9.1元/公斤；同期，個人清

## 財務資料

潔護理產品的平均售價分別為人民幣11.8元／公斤、人民幣11.6元／公斤、人民幣11.4元／公斤、人民幣11.7元／公斤及人民幣13.0元／公斤；同期，家居清潔護理產品的平均售價分別為人民幣13.2元／公斤、人民幣12.4元／公斤、人民幣12.2元／公斤、人民幣11.8元／公斤及人民幣11.3元／公斤。

於2017年至2019年，衣物清潔護理產品的平均售價總體保持穩定。然而，截至2020年6月30日止六個月，該等產品的平均售價有所下跌，主要是由於新型冠狀病毒疫情爆發帶來以下影響：(i)由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物護理產品的整體需求減弱，導致提供更高折扣；(ii)這對我們平均售價較高的至尊品牌濃縮洗衣液產生了更嚴重的影響。由於政府因應新型冠狀病毒疫情爆發實施禁令，以及線下渠道的消費者人流量減少，我們無法將銷售人員部署至線下大賣場來幫助消費者更好地了解該等產品的價值；及(iii)導致衣物清潔護理產品退貨約149.8百萬港元，當中54.1百萬港元與截至2020年6月30日止六個月的衣物清潔護理產品的銷售抵銷，而由於2020年6月30日並未收到該等退回產品，銷量並無相應減少。倘不計及抵銷54.1百萬港元的影響，則截至2020年6月30日止六個月衣物清潔護理產品的平均售價將為人民幣9.4元／公斤。

於2017年至2019年，個人清潔護理產品的平均售價總體保持穩定。截至2020年6月30日止六個月，該等產品的平均售價有所上漲，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發導致截至2020年6月30日止六個月對個人清潔護理產品(如洗手液)的需求增加，從而減少了向客戶提供的銷售折扣。

於2017年至2018年，家居清潔護理產品的平均售價下跌，乃主要由於(i)廚房清潔劑系列及茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價下跌及(ii)茶清天然綠茶洗潔精系列(平均售價相對較低)的收益貢獻增加。儘管家居清潔護理產品的平均售價於2018年至2019年總體保持穩定，但於截至2020年6月30日止六個月，該等產品的平均售價有所下降，乃主要由於我們改變產品組合，於2020年上半年出售更多消毒液，而有關產品的平均售價與其他家居清潔護理產品相比相對較低。

## 財務資料

於往績記錄期間，藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列（包括藍月亮深層潔淨護理洗衣液（亮白增艷））、預塗•手洗雙用型洗衣液系列及洗衣助劑是往績記錄期間衣物清潔護理產品類別下最受歡迎的產品。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列、預塗•手洗雙用型洗衣液系列及洗衣助劑的合併收益分別為3,820.8百萬港元、4,495.3百萬港元、4,751.4百萬港元、1,895.6百萬港元及1,400.7百萬港元，分別佔同期衣物清潔護理產品總收益的77.6%、76.0%、76.9%、80.2%及83.3%。下表載列於所示期間藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列、預塗•手洗雙用型洗衣液系列及洗衣助劑的銷量及平均售價。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
	千公斤	港元／ 公斤	千公斤	港元／ 公斤	千公斤	港元／ 公斤
藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列	299,221	10.6	341,684	11.1	365,617	11.1
預塗•手洗雙用型洗衣液系列	23,258	14.4	23,512	14.2	23,360	14.0
洗衣助劑	24,691	12.5	29,655	12.1	32,055	11.4

  

	截至6月30日止六個月			
	2019年		2020年	
	銷量(淨重)	平均售價	銷量(淨重)	平均售價
	千公斤	港元／公斤	千公斤	港元／公斤
藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列	147,937	11.1	106,540	10.5
預塗•手洗雙用型洗衣液系列	8,667	13.4	6,213	13.5
洗衣助劑	14,229	11.2	16,747	11.5

## 財務資料

於往績記錄期間，個人清潔護理產品類別下最受歡迎的產品為抑菌洗手液系列。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，抑菌洗手液系列的收益分別為236.1百萬港元、330.9百萬港元、339.4百萬港元、146.2百萬港元及405.7百萬港元，分別佔同期個人清潔護理產品總收益的72.0%、80.6%、81.1%、81.2%及87.1%。下表載列於所示期間抑菌洗手液系列的銷量及平均售價。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
		港元／ 公斤		港元／ 公斤		港元／ 公斤
抑菌洗手液系列	18,380	12.8	23,964	13.8	25,330	13.4

  

	截至6月30日止六個月			
	2019年		2020年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
		港元／ 公斤		港元／ 公斤
抑菌洗手液系列	10,584	13.8	27,691	14.7

於往績記錄期間，家居清潔護理產品類別下最受歡迎的產品一般為廚房清潔劑系列、茶清天然綠茶洗潔精系列及衛諾潔廁系列。下表載列廚房清潔劑系列、茶清天然綠茶洗潔精系列及衛諾潔廁系列於所示期間的收益。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
<b>收益</b>					
廚房清潔劑系列	82,553.0	93,035.1	102,406.8	34,301.2	33,723.2
茶清天然綠茶洗潔精系列	60,565.6	78,757.2	71,884.4	28,860.0	31,317.7
衛諾潔廁系列	52,444.8	63,713.8	59,692.7	22,830.3	23,012.0
<b>總計</b>	195,563.4	235,506.1	233,983.8	85,991.5	88,052.9

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，廚房清潔劑系列、茶清天然綠茶洗潔精系列及衛諾潔廁系列的合併收益分別為195.6百

## 財務資料

萬港元、235.5百萬港元、234.0百萬港元、86.0百萬港元及88.1百萬港元，分別佔同期家居清潔護理產品總收益的51.3%、53.5%、51.6%、48.9%及30.5%。截至2020年6月30日止六個月，該等產品的收益貢獻有所下降，乃主要由於爆發新型冠狀病毒疫情所致，其導致截至2020年6月30日止首六個月對我們消毒液系列的需求大幅增長。消毒液收益由截至2019年6月30日止六個月的19.0百萬港元大幅增加至截至2020年6月30日止六個月的117.8百萬港元，分別佔同期家居清潔護理產品總收益的10.8%及40.8%。下表載列於所示期間廚房清潔劑系列、茶清天然綠茶洗潔精系列及衛諾潔廁系列的銷量及平均售價。

### 截至12月31日止年度

	2017年		2018年		2019年	
	銷量 (淨重)	平均 售價	銷量 (淨重)	平均 售價	銷量 (淨重)	平均 售價
	港元／ 千公斤		港元／ 千公斤		港元／ 千公斤	
廚房清潔劑系列	4,451	18.5	5,175	18.0	5,379	19.0
茶清天然綠茶洗潔精系列	4,619	13.1	6,097	12.9	5,791	12.4
衛諾潔廁系列	3,662	14.3	4,317	14.8	4,313	13.8

### 截至6月30日止六個月

	2019年		2020年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
	港元／ 千公斤		港元／ 千公斤	
廚房清潔劑系列		2,068	1,834	18.4
茶清天然綠茶洗潔精系列		2,212	2,445	12.8
衛諾潔廁系列		1,642	1,572	14.6

有關於往績記錄期間不同產品的平均售價及銷量的進一步分析，請參閱「經營業績」分節。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間按渠道劃分的銷售收入。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%
	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)
	(未經審計)									
線上渠道	1,866,516	33.1	2,718,155	40.2	3,328,158	47.2	1,561,731	57.4	1,431,570	58.8
直接銷售予大客戶	703,245	12.5	820,191	12.1	996,582	14.1	302,299	11.1	187,707	7.7
線下分銷商	3,062,272	54.4	3,229,599	47.7	2,725,165	38.7	856,320	31.5	816,591	33.5
總計	5,632,033	100.0	6,767,945	100.0	7,049,905	100.0	2,720,350	100.0	2,435,868	100.0

有關於往績記錄期間按銷售渠道劃分的銷售收益的進一步分析，請參閱「經營業績 — 收益」分節。

### 銷售成本

我們的銷售成本包括(i)所消耗的原材料成本；(ii)與先前年度製造且隨後於該期間售出的貨品相關的製成品及在製品存貨變動；(iii)間接費用(包括公用事業開支、與製造過程相關的保養開支、消耗品以及其他間接人工及材料開支，但不包括折舊)；(iv)與產品生產直接相關的僱員福利開支(包括薪金及工資以及與直接或間接參與我們產品的生產、組裝、測試及質量控制的僱員有關的員工福利)；(v)與產品生產相關的物業、廠房及設備折舊；及(vi)其他。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間按性質劃分的銷售成本明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	成本	佔總銷售成本%	成本	佔總銷售成本%	成本	佔總銷售成本%	成本	佔總銷售成本%	成本	佔總銷售成本%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元 (未經審計)	%	千港元	%
所消耗的 原材料 成本	2,096,388	79.5	2,611,150	90.6	2,059,549	81.5	801,453	76.4	818,137	93.3
製成品及 在製品 存貨 變動	261,230	9.9	8,360	0.3	218,739	8.7	134,525	12.8	(61,995)	(7.1)
間接費用	23,751	0.9	40,568	1.4	39,385	1.6	18,961	1.8	20,311	2.3
僱員福利 開支	122,680	4.7	158,481	5.5	143,415	5.7	59,581	5.7	64,440	7.3
物業、 廠房及 設備 折舊	65,587	2.5	71,361	2.5	65,807	2.5	34,115	3.3	31,410	3.6
其他 <sup>(1)</sup>	67,274	2.5	(8,276)	(0.3)	–	–	–	–	4,962	0.6
總計	2,636,910	100.0	2,881,644	100.0	2,526,895	100.0	1,048,635	100.0	877,265	100.0

附註：

(1) 「其他」主要包括存貨撥備或其撥回及存貨撇銷。

## 財務資料

### 所消耗的原材料成本

我們於生產過程中所使用的主要原材料主要包括化學品及包裝材料。有關詳情請參閱「財務資料—原材料成本」一節。同期，其他材料所佔總銷售成本的比例並不重大。下表載列於所示期間我們所消耗的原材料成本明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	成本	佔所消耗的原材料總成本%	成本	佔所消耗的原材料總成本%	成本	佔所消耗的原材料總成本%	成本	佔所消耗的原材料總成本%	成本	佔所消耗的原材料總成本%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
化學品	1,269,808	60.6	1,420,063	54.4	1,124,114	54.6	434,074	54.2	434,039	53.1
包裝材料	826,580	39.4	1,191,087	45.6	935,435	45.4	367,379	45.8	384,098	46.9
總計	2,096,388	100.0	2,611,150	100.0	2,059,549	100.0	801,453	100.0	818,137	100.0

以下敏感度分析說明化學品及包裝材料成本的假設性波動對我們於所示期間除所得稅前溢利的影響(假設影響我們盈利能力的其他因素均保持不變)。

化學品成本增加／減少：

	增加／減少1%	增加／減少5%	增加／減少10%
	千港元	千港元	千港元
除所得稅前溢利之相應變動			
2017年	-/+12,698	-/+63,490	-/+126,981
2018年	-/+14,201	-/+71,003	-/+142,006
2019年	-/+11,241	-/+56,206	-/+112,411
截至2020年6月30日止六個月	-/+4,340	-/+21,702	-/+43,404

包裝材料成本增加／減少：

	增加／減少1%	增加／減少5%	增加／減少10%
	千港元	千港元	千港元
除所得稅前溢利之相應變動			
2017年	-/+8,266	-/+41,329	-/+82,658
2018年	-/+11,911	-/+59,554	-/+119,109
2019年	-/+9,354	-/+46,772	-/+93,544
截至2020年6月30日止六個月	-/+3,841	-/+19,205	-/+38,410

附註：

此敏感度分析僅供參考，任何除所得稅前溢利的實際變動均可能有別於所示數額。投資者務請特別注意，此敏感度分析中考慮的因素並非詳盡無遺，且僅限於我們原材料及包裝材料成本的變動。

## 財務資料

### 毛利及毛利率

我們的毛利指收益減銷售成本，毛利率指毛利除以收益(以百分比列示)。下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的毛利及毛利率。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	金額	毛利率								
千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	
	(未經審計)									
衣物清潔護理產品	2,546,370	51.7	3,346,739	56.6	3,948,753	63.9	1,444,655	61.1	1,031,954	61.4
個人清潔護理產品	208,674	63.6	263,856	64.3	271,986	65.0	117,890	65.5	317,549	68.2
家居清潔護理產品	240,079	62.9	275,706	62.7	302,271	66.6	109,170	62.0	209,100	72.4
<b>總計</b>	<b>2,995,123</b>	<b>53.2</b>	<b>3,886,301</b>	<b>57.4</b>	<b>4,523,010</b>	<b>64.2</b>	<b>1,671,715</b>	<b>61.5</b>	<b>1,558,603</b>	<b>64.0</b>

我們的毛利率於往績記錄期間上升，主要是受到原材料價格走勢向下以及存貨管理及生產效率改善等其他因素所推動。於截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，原材料分別佔我們銷售成本總額約79.5%、90.6%、81.5%、76.4%及93.3%。同期，化學品(其中相當大的一部分為基於棕櫚油的材料)分別佔我們銷售成本總額約48.2%、49.3%、44.5%、41.4%及49.5%；包裝材料(其中相當大的一部分為基於LDPE的材料)分別佔我們銷售成本總額約31.3%、41.3%、37.0%、35.0%及43.8%。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，LDPE的價格由每噸人民幣9,513.6元下降至每噸人民幣7,860.7元，而棕櫚油的價格由每噸人民幣5,771.5元下降至每噸人民幣4,884.2元。

### 其他收入及其他收益淨額

我們的其他收入及其他收益淨額包括主要與地方政府機構為表彰藍月亮實業的成就及對當地經濟所作貢獻而向其授出的補貼相關的政府補助、外匯收益、取消確認使用權資產的收益、提前終止租賃的收益、與未使用材料相關的廢料銷售及雜項收入。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間的其他收入及其他收益淨額明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
政府補助	7,553	35,932	40,491	30,244	37,372
外匯收益／(虧損)淨額	3,455	1,441	(457)	399	(700)
出售使用權資產的收益	8,631	-	-	-	-
提早終止租賃的 (虧損)／收益	(182)	42	-	-	-
廢料銷售	3,337	1,232	6,119	3,623	3,723
雜項收入／(開支)淨額	303	(1,201)	5,369	407	(627)
總計	23,097	37,446	51,522	34,673	39,768

### 銷售及分銷開支

銷售及分銷開支主要包含(i)僱員福利開支(包括與銷售及營銷產品直接相關的僱員薪金及工資以及員工福利)；(ii)廣告及推廣開支；(iii)運輸及相關開支(包括產品交付以及銷售及營銷僱員的差旅所產生的開支)；(iv)辦公場所的租金開支；(v)折舊及攤銷；及(vi)其他。於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的銷售及分銷開支分別為2,068.6百萬港元、2,548.0百萬港元、2,323.1百萬港元、1,030.7百萬港元及816.4百萬港元，分別佔我們相應同期收益的36.7%、37.6%、33.0%、37.9%及33.5%。

## 財務資料

下表載列我們於所示期間的銷售及分銷開支明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
僱員福利開支	867,602	1,313,357	1,062,752	550,743	316,302
廣告及推廣	713,893	707,296	699,571	240,349	258,921
運輸及相關開支	428,864	458,769	505,754	187,831	198,744
辦公場所租金開支	11,436	23,647	16,454	8,008	10,379
折舊及攤銷	19,165	20,988	21,381	10,737	9,931
其他 <sup>(1)</sup>	27,689	23,915	17,211	33,045	22,109
總計	<u>2,068,649</u>	<u>2,547,972</u>	<u>2,323,123</u>	<u>1,030,713</u>	<u>816,386</u>

附註：

- (1) 「其他」主要包括其他稅項開支、消耗品、辦公室開支、招聘費用、消耗品、公用事業開支、保養開支及其他。

廣告及推廣開支主要與在電視、網絡及報章等不同媒體上登載廣告的開支以及與其他線上及線下營銷活動相關的開支有關。下表載列我們於所示期間的廣告及推廣開支明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
廣告開支 <sup>(1)</sup>	499,023	422,360	404,659	120,923	107,627
線上渠道相關推廣開支 <sup>(2)</sup>	102,116	123,243	178,903	72,441	90,099
線下渠道相關推廣開支 <sup>(3)</sup>	64,747	97,219	83,442	34,354	51,918
其他 <sup>(4)</sup>	48,007	64,474	32,567	12,631	9,277
總計	<u>713,893</u>	<u>707,296</u>	<u>699,571</u>	<u>240,349</u>	<u>258,921</u>

附註：

- (1) 廣告開支主要包括有關電視廣告的開支，其次包括有關線上及報章廣告的開支。

## 財務資料

- (2) 線上渠道相關推廣開支主要包括(a)與本集團從該線上平台收到的訂單數量掛鈎的平台支持費；及(b)本集團向線上平台支付用以增加我們產品在該等平台上的曝光率，促進其銷售的費用。
- (3) 線下渠道相關推廣開支主要包括(a)若干線下店舖位置的產品展示費；(b)允許我們的銷售人員於線下店舖營銷產品的開支；(c)允許我們在線下店舖舉辦線下推廣活動的開支；(d)與線下店舖舉辦的店內推廣活動相關的開支；及(e)若干線下渠道的加盟費。
- (4) 「其他」主要包括有關公共關係的費用以及有關營銷戰略的諮詢費用。

### 一般及行政開支

一般及行政開支包括(i)僱員福利開支(包括行政管理人員的薪金及工資以及員工福利)；(ii)專業費用(包括核數師酬金及諮詢費)；(iii)運輸及相關開支(包括行政管理人員的商務旅行及我們車輛的商務使用所產生的開支)；(iv)其他稅項開支；(v)折舊及攤銷；及(vi)其他。於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的一般及行政開支分別為776.3百萬港元、632.8百萬港元、747.8百萬港元、328.9百萬港元及346.2百萬港元，分別佔我們相應同期收益的13.8%、9.4%、10.6%、12.1%及14.2%。

下表載列我們於所示期間的一般及行政開支明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
僱員福利開支	471,017	372,767	462,530	203,542	204,946
專業費用	28,719	25,019	29,769	12,748	11,585
運輸及相關開支	37,902	14,292	19,849	8,802	5,503
其他稅項開支	78,753	81,339	76,182	32,264	28,974
折舊及攤銷	61,741	82,911	66,722	33,592	44,557
上市開支	-	-	-	-	21,448
其他 <sup>(1)</sup>	98,139	56,446	92,713	37,976	29,141
<b>總計</b>	<b>776,271</b>	<b>632,774</b>	<b>747,765</b>	<b>328,924</b>	<b>346,154</b>

附註：

- (1) 「其他」主要包括辦公場所租金開支、消耗品、辦公室開支、招聘費、公用事業開支、保養開支、出售物業、廠房及設備的虧損淨額及其他。

## 財務資料

### 金融資產減值虧損(撥備)/撥回淨額

我們的金融資產減值虧損淨額主要包括與應收若干客戶的貿易應收款項及應收票據相關的減值虧損撥備或撥回。

### 經營溢利

由於上文所述，我們於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月的經營溢利分別為157.2百萬港元、749.2百萬港元、1,501.8百萬港元、347.0百萬港元及429.4百萬港元，而我們相應同期的經營溢利率分別為2.8%、11.1%、21.3%、12.8%及17.6%。

### 財務收入及成本

財務收入包含銀行存款利息收入。利息收入於產生時按實際利率法確認。財務成本包括銀行借款利息開支加租賃負債利息開支再減合資格資產的資本化借款成本。

下表載列我們於所示期間的財務收入及成本明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元			千港元	
	(未經審計)				
<b>財務收入</b>					
銀行存款利息收入	3,126	6,218	5,652	2,154	4,136
<b>財務成本</b>					
銀行借款利息開支	(47,049)	(53,876)	(34,010)	(20,677)	(5,699)
租賃負債利息開支	(2,899)	(3,331)	(3,234)	(1,527)	(1,792)
減：合資格資產的 資本化借款成本	2,825	3,752	5,056	1,876	2,788
<b>財務成本淨額</b>	(43,997)	(47,237)	(26,536)	(18,174)	(567)

### 所得稅開支

本公司根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，因此獲豁免繳納開曼群島所得稅。由於我們於往績記錄期間並無在香港產生任何應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出任何撥備。

所得稅開支包括我們中國附屬公司應付的即期所得稅及遞延所得稅開支。根據中國相關稅務法律及法規，該等附屬公司須就其各自法定財務報表所呈報的應課稅收入繳納中國企業所得稅。中國的一般企業所得稅率為25%。若干附屬公司於往績記錄期間享有15%的所得稅優惠稅率。然而，我們預期，自2020年11月起，我們其中一家附屬公司藍月亮實業享有的優惠稅率將不會重續。於2017年、2018年及2019年，藍月亮實業按法定財務報表所示的稅前利潤分別為人民幣39.1百萬元、人民幣53.5百萬元及人民幣167.8百萬元。詳情請參閱

## 財務資料

「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 由於向我們授出的若干優惠稅務待遇未必能得以重續，我們可能須按較高的所得稅稅率繳稅。」一節。於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的所得稅開支分別為27.1百萬港元、147.9百萬港元、395.6百萬港元、110.8百萬港元及126.6百萬港元，而我們的實際稅率分別為23.9%、21.1%、26.8%、33.7%及29.5%。有關進一步資料，請參閱「附錄一 — 會計師報告」一節附註10。於往績記錄期間及於最後實際可行日期，我們與相關稅務當局並無任何重大糾紛或未解決事宜。

### 經營業績

#### 截至2020年6月30日止六個月與截至2019年6月30日止六個月比較

#### 收益

我們的收益由截至2019年6月30日止六個月的2,720.4百萬港元減少284.5百萬港元或10.5%至截至2020年6月30日止六個月的2,435.9百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣2,388.3百萬元減少人民幣185.0百萬元或7.7%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣2,203.3百萬元。該減少乃主要由於我們的衣物清潔護理產品收益減少所致，我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品收益增加抵銷了部分影響。有關增加及減少均歸因於新型冠狀病毒疫情的影響。儘管新型冠狀病毒疫情爆發期間需保持社交距離令消費者暫時減少戶外活動，新型冠狀病毒疫情爆發削弱了消費者對衣物清潔護理產品的需求，但卻提高了消費者對個人清潔護理的意識，導致於2020年首六個月我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售收益大幅增長。有關進一步詳情，請參閱「業務 — 新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響」一節。

#### 按產品類別劃分

##### 衣物清潔護理產品

衣物清潔護理產品的收益由截至2019年6月30日止六個月的2,364.4百萬港元減少683.0百萬港元或28.9%至截至2020年6月30日止六個月的1,681.4百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣2,075.7百萬元減少人民幣554.8百萬元或26.7%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣1,520.9百萬元。我們衣物清潔護理產品的銷量由截至2019年6月30日止六個月的198.7百萬公斤減少至截至2020年6月30日止六個月的167.1百萬公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情的影響，令消費者於新型冠狀病毒疫情期間為保持社交距離而暫時減少戶外活動，導致衣物清潔護理產品需求減少。按人民幣計算，我們的衣物清潔護理產品的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣10.5元／公斤下跌至截至2020年6月30日止六個月的人民幣9.1元／公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發帶來的以下影響，(i) 由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對

## 財務資料

衣物護理產品的整體需求減弱，導致為衣物清潔護理產品提供更高折扣；(ii)這對我們售價較高的至尊品牌濃縮洗衣液產生了更嚴重的影響。由於政府因應新型冠狀病毒疫情爆發實施禁令，以及線下渠道的消費者人流量減少，我們無法將銷售人員部署至線下大賣場來幫助消費者更好地了解該等產品的價值；及(iii)導致衣物清潔護理產品退貨約149.8百萬港元，當中54.1百萬港元與截至2020年6月30日止六個月的衣物清潔護理產品的銷售抵銷，而由於2020年6月30日並未收到該等產品，銷量並無相應減少。倘不計及抵銷54.1百萬港元的影響，則截至2020年6月30日止六個月衣物清潔護理產品的平均售價將為人民幣9.4元／公斤。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的1,619.9百萬港元減少496.7百萬港元或30.7%至截至2020年6月30日止六個月的1,123.2百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,422.2百萬元減少人民幣406.3百萬元或28.6%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣1,015.9百萬元。藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的147.9百萬公斤減少至截至2020年6月30日止六個月的106.5百萬公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物清潔護理產品的整體需求減弱。按人民幣計算，藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的平均售價大致保持穩定，截至2020年6月30日止六個月為人民幣9.5元／公斤，而截至2019年6月30日止六個月為人民幣9.6元／公斤。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：預塗•手洗雙用型洗衣液系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的115.8百萬港元減少31.7百萬港元或27.3%至截至2020年6月30日止六個月的84.1百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣101.7百萬元減少人民幣25.6百萬元或25.1%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣76.1百萬元。預塗•手洗雙用型洗衣液系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的8.7百萬公斤減少至截至2020年6月30日止六個月的6.2百萬公斤，主要由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對該等產品的整體需求減弱。按人民幣計算，預塗•手洗雙用型洗衣液系列的平均售價保持相對穩定，截至2020年6月30日止六個月為人民幣12.3元／公斤，而截至2019年6月30日止六個月為人民幣11.7元／公斤。
- **洗衣助劑**：洗衣助劑的收益由截至2019年6月30日止六個月的159.8百萬港元增加33.6百萬港元或21.0%至截至2020年6月30日止六個月的193.4百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣140.3百萬元增加人民幣34.6百萬元或24.6%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣174.9百萬元。洗衣助劑的銷量由截至2019年6月30日止六個月的14.2百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的

## 財務資料

16.7百萬公斤，主要由於新型冠狀病毒疫情爆發導致衣物消毒液銷售增加。按人民幣計算，洗衣助劑的平均售價保持相對穩定，截至2020年6月30日止六個月為人民幣10.4元／公斤，而截至2019年6月30日止六個月為人民幣9.9元／公斤。

### 個人清潔護理產品

個人清潔護理產品的收益由截至2019年6月30日止六個月的180.1百萬港元增加285.5百萬港元或158.5%至截至2020年6月30日止六個月的465.6百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣158.1百萬元增加人民幣263.0百萬元或133.9%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣421.1百萬元。我們個人清潔護理產品的銷量由截至2019年6月30日止六個月的13.6百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的32.5百萬公斤，乃主要由於受新型冠狀病毒疫情爆發影響，消費者對個人清潔護理的意識有所提升，導致對個人清潔護理產品(尤其是我們的抑菌洗手液)的需求增長。按人民幣計算，我們個人清潔護理產品的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣11.7元／公斤上漲至截至2020年6月30日止六個月的人民幣13.0元／公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發令該等產品有極大需求，我們因而調低向消費者提供的銷售折扣。

- **抑菌洗手液系列**：抑菌洗手液系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的146.2百萬港元增加259.5百萬港元或177.5%至截至2020年6月30日止六個月的405.7百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣128.3百萬元增加人民幣238.6百萬元或185.9%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣367.0百萬元。我們抑菌洗手液系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的10.6百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的27.7百萬公斤，乃主要由於受新型冠狀病毒疫情爆發影響，消費者對個人清潔護理的意識有所提升，導致對我們抑菌洗手液的需求增長。按人民幣計算，抑菌洗手液系列的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣12.1元／公斤上漲至截至2020年6月30日止六個月的人民幣13.3元／公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發令該等產品有極大需求，我們因而調低向消費者提供的銷售折扣。

### 家居清潔護理產品

家居清潔護理產品的收益由截至2019年6月30日止六個月的175.9百萬港元增加113.0百萬港元或64.2%至截至2020年6月30日止六個月的288.9百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣154.5百萬元增加人民幣106.8百萬元或69.1%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣261.3百萬元。我們家居清潔護理產品的銷量由截至2019年6月30日止六個月的13.1百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的23.0百萬公斤，乃主要由於消費者對個人清潔護理的意識提高，導致對家居清潔護理產品(如消毒劑)的需求增長。按人民幣計算，我們家居清潔護理產品的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣11.8元／公斤下跌至截至2020年6月30日止六個月的人民幣11.3元／公斤，乃主要由於我們調整產品組合，於2020年上半年售出的消毒液大幅增加，而消毒液的平均售價較其他家居清潔護理產品為低。

- **廚房清潔劑系列**：廚房清潔劑系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的34.3百萬港元減少0.6百萬港元或1.7%至截至2020年6月30日止六個月的33.7百萬港元。按

## 財務資料

人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣30.1百萬元增加人民幣0.4百萬元或1.3%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣30.5百萬元。廚房清潔劑系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的2.1百萬公斤減少至截至2020年6月30日止六個月的1.8百萬公斤，乃主要由於因應新型冠狀病毒疫情爆發的影響，線下渠道的銷售減少。按人民幣計算，廚房清潔劑系列的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣14.6元／公斤上升至截至2020年6月30日止六個月的人民幣16.6元／公斤，乃主要由於我們推出平均售價較該系列其他產品相對為高的新產品油污剋星泡沫型。

- **茶清天然綠茶洗潔精系列：**茶清天然綠茶洗潔精系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的28.9百萬元增加2.5百萬元或8.5%至截至2020年6月30日止六個月的31.3百萬元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣25.3百萬元增加人民幣3.0百萬元或11.8%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣28.3百萬元。茶清天然綠茶洗潔精系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的2.2百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的2.4百萬公斤，乃主要因為我們茶清天然綠茶洗潔精系列的銷售較少依賴線下渠道，因此受新型冠狀病毒疫情爆發的影響較小。按人民幣計算，茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價總體保持穩定，於截至2020年6月30日止六個月為人民幣11.6元／公斤，而於截至2019年6月30日止六個月則為人民幣11.5元／公斤。
- **衛諾潔廁系列：**衛諾潔廁系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的22.8百萬元增加0.2百萬元或0.8%至截至2020年6月30日止六個月的23.0百萬元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣20.0百萬元增加人民幣0.8百萬元或3.8%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣20.8百萬元。衛諾潔廁系列的銷量於截至2020年6月30日止六個月維持在1.6百萬公斤，與截至2019年6月30日止六個月的水平相同。按人民幣計算，衛諾潔廁系列的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣12.2元／公斤上升至截至2020年6月30日止六個月的人民幣13.2元／公斤，乃主要由於我們衛諾潔廁系列在消費者中愈來愈受歡迎，因而調低向消費者提供的銷售折扣。

### 按渠道劃分

#### 線上渠道

來自線上渠道的收益由截至2019年6月30日止六個月的1,561.7百萬元下跌130.1百萬元或8.3%至截至2020年6月30日止六個月的1,431.6百萬元，主要原因為受新型冠狀病毒疫情爆發的影響。雖然新型冠狀病毒疫情爆發已對衣物清潔護理產品的銷售造成不利影響，原因為新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物護理產品的整體需求減弱，但其亦令對消毒產品的需求大幅上升，使2020年首六個月線上渠道的個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售額出現大幅增長，抵銷了新型冠狀病毒疫情爆發對我們衣物清潔護理產品所帶來的部分負面影響。

## 財務資料

### 直接銷售予大客戶

來自直銷大客戶的收益由截至2019年6月30日止六個月的302.3百萬港元下跌114.6百萬港元或37.9%至截至2020年6月30日止六個月的187.7百萬港元，主要原因為新型冠狀病毒疫情爆發，其(i)對我們衣物清潔護理產品於大賣場的銷售造成不利影響，原因為(x)由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物清潔護理產品的整體需求減弱；及(y)我們無法將銷售人員部署至線下大賣場來幫助消費者更好地了解該等產品的價值；及(ii)導致截至2020年6月30日止六個月出現來自大賣場的衣物清潔護理產品退貨約83.0百萬港元。

### 線下分銷商

來自線下分銷商的收益由截至2019年6月30日止六個月的856.3百萬港元下跌39.7百萬港元或4.6%至截至2020年6月30日止六個月的816.6百萬港元，主要原因為受新型冠狀病毒疫情爆發的影響。雖然新型冠狀病毒疫情爆發已(i)對衣物清潔護理產品的銷售造成不利影響，原因為新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物護理產品的整體需求減弱；及(ii)導致截至2020年6月30日止六個月出現來自線下分銷商的衣物清潔護理產品退貨約66.8百萬港元，但其亦令對消毒產品的需求大幅上升，使2020年首六個月對線下分銷商的個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售額出現大幅增長，抵銷了新型冠狀病毒疫情爆發對我們衣物清潔護理產品所帶來的部分負面影響。

### 銷售成本

我們的銷售成本由截至2019年6月30日止六個月的1,048.6百萬港元減少171.3百萬港元或16.3%至截至2020年6月30日止六個月的877.3百萬港元，乃主要由於製成品及在製品存貨變動減少所致，大致與截至2020年6月30日止六個月銷售減少一致。

### 毛利及毛利率

我們的毛利由截至2019年6月30日止六個月的1,671.7百萬港元減少113.1百萬港元或6.8%至截至2020年6月30日止六個月約1,558.6百萬港元。按人民幣計算，我們的毛利由截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,467.6百萬元減少人民幣57.8百萬元或3.9%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣1,409.8百萬元。我們的整體毛利率由截至2019年6月30日止六個月的61.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的64.0%，乃主要由於利潤率較其他產品為高的消毒產品的銷售增加。

### 按產品類別劃分

#### 衣物清潔護理產品

我們銷售衣物清潔護理產品的毛利由截至2019年6月30日止六個月的1,444.7百萬港元減少412.7百萬港元或28.6%至截至2020年6月30日止六個月的1,032.0百萬港元，而我們銷售衣物

## 財務資料

清潔護理產品的毛利率保持相對穩定，於截至2019年6月30日止六個月及截至2020年6月30日止六個月分別為61.1%及61.4%。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：我們銷售藍月亮深層潔淨護理洗衣液的毛利由截至2019年6月30日止六個月的980.7百萬港元減少278.3百萬港元或28.4%至截至2020年6月30日止六個月的702.4百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的60.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的62.5%。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：我們銷售預塗•手洗雙用型洗衣液系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的72.4百萬港元減少17.2百萬港元或23.8%至截至2020年6月30日止六個月的55.2百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的62.6%增加至截至2020年6月30日止六個月的65.6%，主要由於截至2020年6月30日止六個月向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。
- **洗衣助劑**：我們銷售洗衣助劑的毛利由截至2019年6月30日止六個月的102.2百萬港元增加23.3百萬港元或22.8%至截至2020年6月30日止六個月的125.5百萬港元，我們銷售該等產品的毛利率保持相對穩定，截至2020年6月30日止六個月為64.9%，而截至2019年6月30日止六個月為63.9%。

### 個人清潔護理產品

我們銷售個人清潔護理產品的毛利由截至2019年6月30日止六個月的117.9百萬港元增加199.6百萬港元或169.3%至截至2020年6月30日止六個月的317.5百萬港元，而我們銷售個人清潔護理產品的毛利率則由截至2019年6月30日止六個月的65.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的68.2%，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發令該等產品有極大需求，我們因而調低向消費者提供的銷售折扣。

- **抑菌洗手液系列**：我們銷售抑菌洗手液系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的95.8百萬港元增加180.0百萬港元或187.8%至截至2020年6月30日止六個月的275.8百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的65.6%上升至截至2020年6月30日止六個月的68.0%，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發令該等產品有極大需求，我們因而調低向消費者提供的銷售折扣。

### 家居清潔護理產品

我們銷售家居清潔護理產品的毛利由截至2019年6月30日止六個月的109.2百萬港元增加99.9百萬港元或91.5%至截至2020年6月30日止六個月的209.1百萬港元，而我們銷售家居清潔

## 財務資料

護理產品的毛利率則由截至2019年6月30日止六個月的62.0%上升至截至2020年6月30日止六個月的72.4%，乃主要由於利潤率較其他家居清潔護理產品為高的消毒產品的銷售增加所致。

- **廚房清潔劑系列**：我們銷售廚房清潔劑系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的21.0百萬港元增加2.4百萬港元或11.1%至截至2020年6月30日止六個月的23.4百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的61.3%上升至截至2020年6月30日止六個月的69.3%，乃主要由於(i)我們推出毛利率較該系列其他產品相對為高的新產品油污剋星泡沫型；及(ii)截至2020年6月30日止六個月向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE的單位成本下降所致。
- **茶清天然綠茶洗潔精系列**：我們銷售茶清天然綠茶洗潔精系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的17.9百萬港元增加2.1百萬港元或11.9%至截至2020年6月30日止六個月的20.0百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的62.1%上升至截至2020年6月30日止六個月的64.0%，乃主要由於截至2020年6月30日止六個月向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。
- **衛諾潔廁系列**：我們銷售衛諾潔廁系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的11.1百萬港元增加3.4百萬港元或30.1%至截至2020年6月30日止六個月的14.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的48.7%上升至截至2020年6月30日止六個月的62.8%，乃主要由於我們調低衛諾潔廁系列的銷售折扣導致平均售價上升及於截至2020年6月30日止六個月向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。

### 其他收入及其他收益淨額

其他收入／收益淨額由截至2019年6月30日止六個月的34.7百萬港元增加5.1百萬港元或14.7%至截至2020年6月30日止六個月的39.8百萬港元，乃主要由於政府補助增加7.2百萬港元，有關補助主要與為抵銷新型冠狀病毒疫情影響的政府補助有關。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至2019年6月30日止六個月的1,030.7百萬港元減少214.3百萬港元或20.8%至截至2020年6月30日止六個月的816.4百萬港元，乃主要由於我們(i)因應新型冠狀病毒疫情爆發導致線下渠道顧客流量減少，暫時對線下銷售團隊進行精簡；於新型冠狀病毒疫情過後，我們將繼續壯大線下銷售團隊，以支持線下銷售活動；及(ii)受益於為應對新型冠狀病毒疫情爆發而發放的政府補助，其降低了我們的僱員社會保險開支，從而導致僱員福利開支減少所致。

## 財務資料

### 一般及行政開支

一般及行政開支由截至2019年6月30日止六個月的328.9百萬港元增加17.3百萬港元或5.3%至截至2020年6月30日止六個月的346.2百萬港元，主要由於截至2020年6月30日止六個月產生上市開支所致。

### 金融資產減值虧損淨額

截至2020年6月30日止六個月，我們產生金融資產減值虧損撥備淨額6.5百萬港元，而截至2019年6月30日止六個月則產生金融資產減值虧損撥回淨額0.2百萬港元，主要與來自若干客戶的貿易應收款項及應收票據有關。

### 經營溢利

由於上述原因，我們的經營溢利由截至2019年6月30日止六個月的347.0百萬港元增加82.4百萬港元或23.7%至截至2020年6月30日止六個月的429.4百萬港元。

### 財務成本淨額

我們的財務成本淨額由截至2019年6月30日止六個月的18.2百萬港元減少17.6百萬港元或96.7%至截至2020年6月30日止六個月的0.6百萬港元，主要由於截至2020年6月30日止六個月銀行借款較少及實際利率較低令銀行借款的利息開支減少所致。

### 除所得稅前溢利

由於上述原因，我們的除所得稅前溢利由截至2019年6月30日止六個月的328.8百萬港元增加100.0百萬港元或30.4%至截至2020年6月30日止六個月的428.8百萬港元。

### 所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2019年6月30日止六個月的110.8百萬港元增加15.8百萬港元或14.3%至截至2020年6月30日止六個月的126.6百萬港元。我們的實際稅率由截至2019年6月30日止六個月的33.7%下降至截至2020年6月30日止六個月的29.5%，主要由於就銷售退貨撥備確認額外遞延稅項資產所致。

### 期內溢利

由於上述原因，我們的溢利由截至2019年6月30日止六個月的218.0百萬港元增加84.2百萬港元或38.6%至截至2020年6月30日止六個月的302.2百萬港元。

### 2019年與2018年比較

#### 收益

我們的收益由2018年的6,767.9百萬港元增加282.0百萬港元或4.2%至2019年的7,049.9百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣5,794.0百萬元增加人民幣451.5百萬元或7.8%至

## 財務資料

2019年的人民幣6,245.5百萬元。該增加乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作使我們衣物清潔護理產品的銷售增加及(ii)隨著與我們合作的電子商務平台數目由2018年12月31日的55個增加至2019年12月31日的82個，以及於2019年我們因在該等平台上更頻繁地發佈廣告及舉辦更多促銷活動而加強與多個電子商務平台的合作，使透過線上渠道進行的銷售增加。

### 按產品類別劃分

#### 衣物清潔護理產品

衣物清潔護理產品的收益由2018年的5,917.3百萬港元增加260.3百萬港元或4.4%至2019年的6,177.6百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣5,065.7百萬元增加人民幣407.0百萬元或8.0%至2019年的人民幣5,472.7百萬元。我們衣物清潔護理產品的銷量由2018年的464.0百萬公斤增加至2019年的508.7百萬公斤，乃主要由於(i)我們洗衣液於2019年的銷售增加(主要因我們持續開展營銷及推廣工作，尤其是我們的知識營銷)所致；及(ii)我們衣物柔順劑於2019年的銷售額增加(主要因為生活水平改善使得中國消費者的衣物清潔護理意識提高)。銷售額增加亦反映我們售出的多款用品套裝產品越來越受歡迎。按人民幣計算，我們衣物清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣10.8元／公斤，而於2018年則為人民幣10.9元／公斤。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液**：藍月亮深層潔淨護理洗衣液的收益由2018年的3,801.2百萬港元增加259.0百萬港元或6.8%至2019年的4,060.2百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣3,254.0百萬元增加人民幣342.9百萬元或10.5%至2019年的人民幣3,596.9百萬元。藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的銷量由2018年的341.7百萬公斤上升至2019年的365.7百萬公斤，主要原因為我們持續開展營銷及推廣工作，尤其是我們的知識營銷。按人民幣計算，藍月亮深層清潔洗衣液系列的平均售價由2018年的人民幣9.5元／公斤上漲至2019年的人民幣9.8元／公斤，乃主要由於隨著我們於2019年持續開展營銷及推廣工作，令藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列越來越受歡迎，我們減少了向客戶提供的銷售折扣。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：預塗•手洗雙用型洗衣液系列的收益保持相對穩定，於2019年為326.1百萬港元，而於2018年為333.9百萬港元。按人民幣計算，收益保持相對穩定，於2019年為人民幣288.9百萬元，而於2018年為人民幣285.9百萬元。預塗•手洗雙用型洗衣液系列的銷量保持相對穩定，於2019年為23.4百萬公斤，而於2018年為23.5百萬公斤。按人民幣計算，預塗•手洗雙用型洗衣液系列的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣12.4元／公斤，而於2018年為人民幣12.2元／公斤。
- **洗衣助劑**：洗衣助劑的收益保持相對穩定，於2019年為365.1百萬港元，而於2018年為360.2百萬港元。按人民幣計算，洗衣助劑的收益保持相對穩定，於2019年為人民

## 財務資料

幣323.5百萬元，而於2018年為人民幣308.4百萬元。洗衣助劑的銷量由2018年的29.7百萬公斤增加至2019年的32.1百萬公斤，主要由於(i)持續的營銷及推廣工作使我們洗衣助劑的銷售增加；及(ii)隨著生活水平改善，中國消費者的衣物清潔護理意識增強。按人民幣計算，洗衣助劑的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣10.1元／公斤，而於2018年為人民幣10.4元／公斤。

### 個人清潔護理產品

個人清潔護理產品的收益由2018年的410.6百萬港元增加7.9百萬港元或1.9%至2019年的418.5百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣351.5百萬元增加人民幣19.3百萬元或5.5%至2019年的人民幣370.8百萬元。我們個人清潔護理產品的銷量由2018年的30.3百萬公斤增加至2019年的32.4百萬公斤，乃主要由於洗手液銷售增加(主要因(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略)。我們將我們的個人清潔護理產品作為附加產品進行促銷，以便消費者符合資格獲得額外好處(例如額外折扣及免費送貨)，從而促進了我們個人清潔護理產品的銷售。按人民幣計算，我們個人清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣11.4元／公斤，而於2018年則為人民幣11.6元／公斤。

- **抑菌洗手液系列**：我們抑菌洗手液系列的收益由2018年的330.9百萬港元增加8.5百萬港元或2.6%至2019年的339.4百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣283.3百萬元增加人民幣17.4百萬元或6.1%至2019年的人民幣300.6百萬元。抑菌洗手液系列的銷量由2018年的24.0百萬公斤增加至2019年的25.3百萬公斤，主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們的線上交叉銷售策略取得成功。按人民幣計算，我們抑菌洗手液系列的平均售價總體保持穩定，於2019年為人民幣11.9元／公斤，而於2018年則為人民幣11.8元／公斤。

### 家居清潔護理產品

我們家居清潔護理產品的收益由2018年的440.1百萬港元增加13.6百萬港元或3.1%至2019年的453.7百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣376.7百萬元增加人民幣25.3百萬元或6.7%至2019年的人民幣402.0百萬元。我們家居清潔護理產品的銷量由2018年的30.3百萬公斤增加至2019年的32.8百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。我們將我們的家居清潔護理產品作為附加產品進行促銷，以便消費者符合資格獲得額外好處(例如額外折讓及免費送貨)，從而促進了我們家居清潔護理產品的銷售；及(iii)我們的新產品油污剋星泡沫型產生的銷售。按人民幣計算，我們家居清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣12.2元／公斤，而於2018年則為人民幣12.4元／公斤。

- **廚房清潔劑系列**：廚房清潔劑系列的收益由2018年的93.0百萬港元增加9.4百萬港元或10.1%至2019年的102.4百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣79.6百萬元增加人民幣11.1百萬元或13.9%至2019年的人民幣90.7百萬元。廚房清潔劑系列

## 財務資料

的銷量由2018年的5.2百萬公斤增加至2019年的5.4百萬公斤，乃主要由於我們的新產品油污剋星泡沫型帶來額外銷售。按人民幣計算，廚房清潔劑系列的平均售價由2018年的人民幣15.4元／公斤上漲至2019年的人民幣16.9元／公斤，乃主要由於我們推出平均售價較該系列其他產品相對為高的新產品油污剋星泡沫型。

- **茶清天然綠茶洗潔精系列**：茶清天然綠茶洗潔精系列的收益由2018年的78.8百萬港元減少6.9百萬港元或8.7%至2019年的71.9百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣67.4百萬元減少人民幣3.7百萬元或5.5%至2019年的人民幣63.7百萬元。茶清天然綠茶洗潔精系列的銷量總體保持穩定，於2019年為5.8百萬公斤，而於2018年則為6.1百萬公斤。按人民幣計算，茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價總體保持穩定，於2019年為人民幣11.0元／公斤，而於2018年則為人民幣11.1元／公斤。
- **衛諾潔廁系列**：衛諾潔廁系列的收益由2018年的63.7百萬港元減少4.0百萬港元或6.3%至2019年的59.7百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣54.5百萬元減少人民幣1.6百萬元或3.0%至2019年的人民幣52.9百萬元。衛諾潔廁系列的銷量總體保持穩定，於2019年為4.3百萬公斤，而於2018年則為4.3百萬公斤。按人民幣計算，衛諾潔廁系列的平均售價總體保持穩定，於2019年為人民幣12.3元／公斤，而於2018年則為人民幣12.6元／公斤。

### 按渠道劃分

#### 線上渠道

我們線上渠道的收益由2018年的2,718.2百萬港元增加610.0百萬港元或22.4%至2019年的3,328.2百萬港元。該增加主要由於(i)與我們合作的電子商務平台數目由2018年12月31日的55個增加至2019年12月31日的82個；(ii)我們因在該等平台上更頻繁地發佈廣告及舉辦更多促銷活動而與多個受歡迎的電子商務平台加強合作，尤其是在6月18日的618購物節及11月11日的雙十一購物節等大型線上購物節以及我們於4月16日的「超級品牌日」前後；(iii)包含多款用品的套裝產品在我們線上渠道的銷售增加；及(iv)如上所述，我們成功的交叉銷售策略促進了我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售。

#### 直接銷售予大客戶

向我們大客戶直接銷售產生的收益由2018年的820.2百萬港元增加176.4百萬港元或21.5%至2019年的996.6百萬港元，乃主要由於我們於2019年及2018年12月開始與新大客戶合作。

#### 線下分銷商

線下分銷商的收益由2018年的3,229.6百萬港元減少504.4百萬港元或15.6%至2019年的2,725.2百萬港元，主要由於自2018年下半年起，我們努力優化線下分銷商網絡。詳情請參閱「業務－銷售及分銷網絡」一節。

### 銷售成本

我們的銷售成本由2018年的2,881.6百萬港元減少354.7百萬港元或12.3%至2019年的2,526.9百萬港元。銷售成本減少乃主要由於所消耗原材料成本由2,611.2百萬港元減少至2,059.5百萬港元所致，主要由於於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE成本下降，以及我們成功(i)透過(a)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(b)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理；及(ii)通過藉我們自行開發的投配料管理系統標準化我們的投配料管理及投配料添加程序，從而持續提高生產效率。

### 毛利及毛利率

我們的毛利由2018年的3,886.3百萬港元增加636.7百萬港元或16.4%至2019年約4,523.0百萬港元。按人民幣計算，我們的毛利由2018年的人民幣3,327.0百萬元增加人民幣679.9百萬元或20.4%至2019年的人民幣4,006.9百萬元。我們的整體毛利率由2018年的57.4%上升至2019年的64.2%，乃主要由於(i)主要因上述原因令我們的銷售成本下降；及(ii)其次，毛利率相對較高的產品的銷售增加(作為我們優化產品組合戰略的一部分)。

### 按產品類別劃分

#### 衣物清潔護理產品

我們銷售衣物清潔護理產品的毛利由2018年的3,346.7百萬港元增加602.1百萬港元或18.0%至2019年的3,948.8百萬港元，而我們銷售衣物清潔護理產品的毛利率由2018年的56.6%上升至2019年的63.9%，乃主要由於(i)因上述原因導致銷售成本下降；及(ii)其次，毛利率相對較高的若干衣物清潔護理產品的銷售增加(作為我們優化產品組合戰略的一部分)所致。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：我們銷售藍月亮深層潔淨護理洗衣液的毛利由2018年的2,239.9百萬港元增加360.1百萬港元或16.1%至2019年的2,600.0百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的58.9%上升至2019年的64.0%，乃主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：我們銷售預塗•手洗雙用型洗衣液系列的毛利由2018年的198.6百萬港元增加15.9百萬港元或8.0%至2019年的214.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的59.5%增加至2019年的65.8%，主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。
- **洗衣助劑**：我們銷售洗衣助劑的毛利由2018年的233.6百萬港元增加10.1百萬港元或4.3%至2019年的243.6百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的64.8%增加至2019年的66.7%，主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。

## 財務資料

### 個人清潔護理產品

我們銷售個人清潔護理產品的毛利由2018年的263.9百萬港元增加8.1百萬港元或3.1%至2019年的272.0百萬港元，而我們銷售個人清潔護理產品的毛利率由2018年的64.3%上升至2019年的65.0%，乃主要由於(i)主要因上述原因導致我們的銷售成本下降；及(ii)毛利率相對較高的若干個人清潔護理產品的銷售增加(作為我們優化產品組合戰略的一部分)。

- *抑菌洗手液系列*：我們銷售抑菌洗手液系列的毛利由2018年的211.5百萬港元增加8.2百萬港元或3.9%至2019年的219.7百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率保持整體穩定，於2019年為64.7%，而2018年為63.9%。

### 家居清潔護理產品

我們銷售家居清潔護理產品的毛利由2018年的275.7百萬港元增加26.6百萬港元或9.6%至2019年的302.3百萬港元，而我們銷售家居清潔護理產品的毛利率由2018年的62.7%上升至2019年的66.6%，乃主要由於(i)因上述原因導致我們的銷售成本下降所致；及(ii)推出若干具有更高毛利率的新家居清潔護理產品。

- *廚房清潔劑系列*：我們銷售廚房清潔劑系列的毛利由2018年的58.9百萬港元增加13.2百萬港元或22.4%至2019年的72.1百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的63.3%上升至2019年的70.4%，乃主要由於(i)我們推出毛利率較該系列其他產品相對為高的新產品油污剋星泡沫型；及(ii)於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE的單位成本下降所致。
- *茶清天然綠茶洗潔精系列*：我們銷售茶清天然綠茶洗潔精系列的毛利由2018年的46.5百萬港元減少2.0百萬港元或4.3%至2019年的44.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的59.0%上升至2019年的61.8%，乃主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE的單位成本下降所致。
- *衛諾潔廁系列*：我們銷售衛諾潔廁系列的毛利由2018年的34.5百萬港元減少0.7百萬港元或2.0%至2019年的33.8百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的54.1%上升至2019年的56.6%，乃主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE的單位成本下降所致。

### 其他收入及其他收益淨額

我們的其他收入及其他收益淨額由2018年的37.4百萬港元增加14.1百萬港元或37.7%至2019年的51.5百萬港元，主要由於(i)政府補助增加4.6百萬港元，主要與地方政府機構為表彰藍月亮實業的成就及對當地經濟所作貢獻而向其授出的補貼相關；(ii)廢料銷售增加4.9百萬

## 財務資料

港元(主要與未使用的原材料有關)；及(iii)雜項收入增加6.6百萬港元所致，惟部分由匯兌收益淨額減少1.9百萬港元所抵銷。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2018年的2,548.0百萬港元減少224.9百萬港元或8.8%至2019年的2,323.1百萬港元，主要由於因我們將銷售人員的薪酬架構調整為更注重績效，從而在節省成本的同時激勵了我們的銷售隊伍，導致僱員福利開支減少，惟部分由運輸開支的增加(總體與我們收益的增長一致)所抵銷。

### 一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2018年的632.8百萬港元增加115.0百萬港元或18.2%至2019年的747.8百萬港元，主要由於(i)僱員福利開支增加(原因是作為對我們令人滿意的業務表現的認可，行政及管理職員獲授的獎金增加)；及(ii)與開發若干移動應用程序及電腦軟件相關的保養開支增加所致。

### 金融資產減值虧損淨額

於2019年，我們就來自若干客戶的貿易應收款項及應收票據產生的金融資產減值虧損撥備淨額為1.9百萬港元，而於2018年則為就來自若干客戶的貿易應收款項及應收票據產生的金融資產減值虧損撥回淨額6.2百萬港元。

### 經營溢利

由於上述原因，我們的經營溢利由2018年的749.2百萬港元增加752.6百萬港元或100.5%至2019年的1,501.8百萬港元。

### 財務成本淨額

我們的財務成本淨額由2018年的47.2百萬港元減少20.7百萬港元或43.9%至2019年的26.5百萬港元，乃主要由於2019年銀行借款較少及實際利率較低令銀行借款的利息開支減少所致。

### 除所得稅前溢利

由於上述原因，我們的除所得稅前溢利由2018年的701.9百萬港元增加773.3百萬港元或110.2%至2019年的1,475.2百萬港元。

### 所得稅開支

我們的所得稅開支由2018年的147.9百萬港元增加247.7百萬港元或167.5%至2019年的395.6百萬港元。我們的實際稅率由2018年的21.1%增加至2019年的26.8%，主要由於未匯出盈利的預扣稅導致遞延稅項開支增加。

### 年內溢利

由於上述原因，我們的年內溢利由2018年的554.0百萬港元增加525.6百萬港元或94.9%至2019年的1,079.6百萬港元。

### 2018年與2017年比較

#### 收益

我們的收益由2017年的5,632.0百萬港元增加1,135.9百萬港元或20.2%至2018年的6,767.9百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣4,879.6百萬元增加人民幣914.4百萬元或18.7%至2018年的人民幣5,794.0百萬元。該增加乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作使我們衣物清潔護理產品銷售增加；及(ii)隨著與我們合作的電子商務平台數目由2017年12月31日的40個增加至2018年12月31日的55個，以及於2018年我們因在該等平台上更頻繁地發佈廣告及舉辦更多促銷活動而加強與多個電子商務平台合作，透過線上渠道進行的銷售增加所致。

#### 按產品類別劃分

##### 衣物清潔護理產品

我們衣物清潔護理產品的收益由2017年的4,922.5百萬港元增加994.8百萬港元或20.2%至2018年的5,917.3百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣4,264.9百萬元增加人民幣800.8百萬元或18.8%至2018年的人民幣5,065.7百萬元。我們衣物清潔護理產品的銷量由2017年的401.3百萬公斤增加至2018年的464.0百萬公斤，乃主要由於洗衣液銷售增加(主要因(i)我們持續的營銷及推廣工作，尤其是我們的知識營銷；(ii)透過我們線上渠道所銷售包含多款用品的套裝產品的受歡迎程度上升；及(iii)衣物柔順劑的銷售增加，主要原因是隨著生活水平的改善使得中國消費者的衣物清潔護理意識增加)所致。按人民幣計算，我們衣物清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2018年為人民幣10.9元／公斤，而於2017年則為人民幣10.6元／公斤。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的收益由2017年的3,179.2百萬港元增加622.0百萬港元或19.6%至2018年的3,801.2百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣2,754.5百萬元增加人民幣499.5百萬元或18.1%至2018年的人民幣3,254.0百萬元。藍月亮深層潔淨洗衣液系列的銷量由2017年的299.2百萬公斤增加至2018年的341.7百萬公斤，乃主要由於我們持續的營銷及推廣工作，尤其是我們的知識營銷。按人民幣計算，我們藍月亮深層潔淨洗衣液的平均售價總體保持穩定，於2018年為人民幣9.5元／公斤，而於2017年則為人民幣9.2元／公斤。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：預塗•手洗雙用型洗衣液系列的收益保持相對穩定，於2018年為333.9百萬港元，而於2017年為334.0百萬港元。按人民幣計算，收益

## 財務資料

保持相對穩定，於2018年為人民幣285.9百萬元，而於2017年為人民幣289.4百萬元。預塗•手洗雙用型洗衣液系列的銷量保持相對穩定，於2018年為23.5百萬公斤，而於2017年為23.3百萬公斤。按人民幣計算，預塗•手洗雙用型洗衣液系列的平均售價保持相對穩定，於2018年為人民幣12.2元／公斤，而於2017年為人民幣12.4元／公斤。

- **洗衣助劑**：洗衣助劑的收益由2017年的307.5百萬港元增加52.7百萬港元或17.1%至2018年的360.2百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣266.4百萬元增加人民幣42.0百萬元或15.8%至2018年的人民幣308.4百萬元。洗衣助劑的銷量由2017年的24.7百萬公斤增加至2018年的29.7百萬公斤，主要由於(i)持續的營銷及推廣工作使我們洗衣助劑的銷售增加；及(ii)隨著生活水平改善，中國消費者的衣物清潔護理意識增強。按人民幣計算，洗衣助劑的平均售價保持相對穩定，於2018年為人民幣10.4元／公斤，而於2017年為人民幣10.8元／公斤。

### 個人清潔護理產品

個人清潔護理產品的收益由2017年的328.0百萬港元增加82.6百萬港元或25.2%至2018年的410.6百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣284.2百萬元增加人民幣67.3百萬元或23.7%至2018年的人民幣351.5百萬元。我們個人清潔護理產品的銷量由2017年的24.1百萬公斤增加至2018年的30.3百萬公斤，乃主要由於洗手液的銷售增加所致，這主要歸因於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。我們將我們的個人清潔護理產品作為附加產品進行促銷，以便消費者符合資格獲得額外好處（例如額外折讓及免費送貨）。按人民幣計算，我們個人清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2018年為人民幣11.6元／公斤，而於2017年則為人民幣11.8元／公斤。

- **抑菌洗手液系列**：我們抑菌洗手液系列的收益由2017年的236.1百萬港元增加94.8百萬港元或40.2%至2018年的330.9百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣204.5百萬元增加人民幣78.8百萬元或38.5%至2018年的人民幣283.3百萬元。抑菌洗手液系列的銷量由2017年的18.4百萬公斤增加至2018年的24.0百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們的線上交叉銷售策略取得成功。按人民幣計算，抑菌洗手液系列的平均售價由2017年的人民幣11.1元／公斤上漲至2018年的人民幣11.8元／公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們的線上交叉銷售策略取得成功，抑菌洗手液系列越來越受歡迎，我們減少了向客戶提供的銷售折扣。

### 家居清潔護理產品

我們家居清潔護理產品的收益由2017年的381.6百萬港元增加58.5百萬港元或15.3%至2018年的440.1百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣330.6百萬元增加人民幣46.2百萬元或14.0%至2018年的人民幣376.8百萬元。我們家居清潔護理產品的銷量由2017年的25.1百

## 財務資料

萬公斤增加至2018年的30.3百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。我們將我們的家居清潔護理產品作為附加產品進行促銷，以便消費者符合資格獲得額外好處(例如額外折讓及免費送貨)。按人民幣計算，家居清潔護理產品的平均售價由2017年的人民幣13.2元／公斤略微下降至2018年的人民幣12.4元／公斤，主要由於我們廚房清潔劑系列及茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價下跌所致。

- *廚房清潔劑系列*：廚房清潔劑系列的收益由2017年的82.6百萬港元增加10.4百萬港元或12.7%至2018年的93.0百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣71.5百萬元增加人民幣8.1百萬元或11.4%至2018年的人民幣79.6百萬元。廚房清潔劑系列的銷量由2017年的4.5百萬公斤增加至2018年的5.2百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度，及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。按人民幣計算，廚房清潔劑系列的平均售價由2017年的人民幣16.1元／公斤下降至2018年的人民幣15.4元／公斤，乃主要由於2018年向消費者提供更多折扣以促進銷售所致。
- *茶清天然綠茶洗潔精系列*：茶清天然綠茶洗潔精系列的收益由2017年的60.6百萬港元增加18.2百萬港元或30.0%至2018年的78.8百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣52.5百萬元增加人民幣14.9百萬元或28.5%至2018年的人民幣67.4百萬元。茶清天然綠茶洗潔精系列的銷量由2017年的4.6百萬公斤增加至2018年的6.1百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度，及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。按人民幣計算，茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價由2017年的人民幣11.4元／公斤下降至2018年的人民幣11.1元／公斤，乃主要由於2018年向消費者提供更多折扣以促進銷售所致。
- *衛諾潔廁系列*：衛諾潔廁系列的收益由2017年的52.4百萬港元增加11.3百萬港元或21.5%至2018年的63.7百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣45.4百萬元增加人民幣9.1百萬元或20.0%至2018年的人民幣54.5百萬元。衛諾潔廁系列的銷量由2017年的3.7百萬公斤增加至2018年的4.3百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度，及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。按人民幣計算，衛諾潔廁系列的平均售價總體保持穩定，於2018年為人民幣12.6元／公斤，而於2017年則為人民幣12.4元／公斤。

### 按渠道劃分

#### 線上渠道

我們線上渠道的收益由2017年的1,866.5百萬港元增加851.7百萬港元或45.6%至2018年的2,718.2百萬港元。該增加主要是由於(i)我們合作的電子商務平台數目由2017年12月31日的40個增加至2018年12月31日的55個；(ii)我們因在該等平台上更頻繁地發佈廣告及舉辦更多促銷活動而加強與多個受歡迎的電子商務平台的合作；(iii)包含多款用品的套裝產品在我們線上渠道的銷售增加；及(iv)如上所述，我們成功的交叉銷售策略促進了我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售。

## 財務資料

### 直接銷售予大客戶

向我們大客戶直接銷售產生的收益由2017年的703.2百萬港元增加117.0百萬港元或16.6%至2018年的820.2百萬港元，乃主要由於我們通過將銷售人員派駐該等大賣場幫助推廣我們的產品，於2018年加強與若干大賣場的合作所致。

### 線下分銷商

線下分銷商的收益由2017年的3,062.3百萬港元增加167.3百萬港元或5.5%至2018年的3,229.6百萬港元，乃主要由於在2018年加強與若干大賣場的合作，而我們的部分線下分銷商亦有向當中若干大賣場出售我們的產品。

### 銷售成本

我們的銷售成本由2017年的2,636.9百萬港元增加244.7百萬港元或9.3%至2018年的2,881.6百萬港元，主要由於所消耗原材料成本隨收益增加而增加，導致所消耗原材料成本由2017年的2,096.4百萬港元增加至2018年的2,611.2百萬港元。

### 毛利及毛利率

我們的毛利由2017年的2,995.1百萬港元增加891.2百萬港元或29.8%至2018年的3,886.3百萬港元。按人民幣計算，我們的毛利由2017年的人民幣2,595.0百萬元增加人民幣732.0百萬元或28.2%至2018年的人民幣3,327.0百萬元。我們的整體毛利率由2017年的53.2%上升至2018年的57.4%，乃主要由於(i)於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品成本下降令每單位銷售成本下降，以及我們成功(a)透過(x)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(y)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理；及(b)通過藉我們自行開發的投配料管理系統標準化我們的投配料管理及投配料添加程序，從而持續提高生產效率；及(ii)若干毛利率較高的衣物清潔護理產品的銷售增加。

### 按產品類別劃分

#### 衣物清潔護理產品

我們銷售衣物清潔護理產品的毛利由2017年的2,546.4百萬港元增加800.3百萬港元或31.4%至2018年的3,346.7百萬港元，而我們銷售衣物清潔護理產品的毛利率由2017年的51.7%上升至2018年的56.6%，乃主要由於(i)主要因上文所述的原因導致單位銷售成本下降；及(ii)作為優化我們產品組合的策略的一部分，具有較高毛利率的衣物清潔護理產品的銷售增加所致。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：我們銷售藍月亮深層潔淨護理洗衣液的毛利由2017年的1,704.2百萬港元增加535.7百萬港元或31.4%至2018年的2,239.9百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的53.6%上升至2018年的58.9%，乃主要由於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品單位成本下降所致。

## 財務資料

- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：我們銷售預塗•手洗雙用型洗衣液系列的毛利由2017年的184.0百萬港元增加14.7百萬港元或8.0%至2018年的198.6百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的55.1%增加至2018年的59.5%，主要由於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品單位成本下降。
- **洗衣助劑**：我們銷售洗衣助劑的毛利由2017年的201.0百萬港元增加32.5百萬港元或16.2%至2018年的233.6百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率保持相對穩定，於2018年為64.8%，而於2017年為65.4%。

### 個人清潔護理產品

我們銷售個人清潔護理產品的毛利由2017年的208.7百萬港元增加55.2百萬港元或26.4%至2018年的263.9百萬港元，而我們銷售個人清潔護理產品的毛利率由2017年的63.6%上升至2018年的64.3%，乃主要由於我們產品組合的變動。

- **抑菌洗手液系列**：我們銷售抑菌洗手液系列的毛利由2017年的142.5百萬港元增加69.0百萬港元或48.5%至2018年的211.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的60.4%上升至2018年的63.9%，乃主要由於2018年減少向客戶提供銷售折扣所致。

### 家居清潔護理產品

我們銷售家居清潔護理產品的毛利由2017年的240.1百萬港元增加35.6百萬港元或14.8%至2018年的275.7百萬港元，而我們銷售家居清潔護理產品的毛利率保持相對穩定，於2018年為62.7%，而2017年為62.9%。

- **廚房清潔劑系列**：我們銷售廚房清潔劑系列的毛利由2017年的54.8百萬港元增加4.1百萬港元或7.5%至2018年的58.9百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的66.4%下跌至2018年的63.3%，乃主要由於向消費者提供更多折扣以促進銷售。
- **茶清天然綠茶洗潔精系列**：我們銷售茶清天然綠茶洗潔精系列的毛利由2017年的34.0百萬港元增加12.5百萬港元或36.7%至2018年的46.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的56.2%上升至2018年的59.0%，乃主要由於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品單位成本下降所致。
- **衛諾潔廁系列**：我們銷售衛諾潔廁系列的毛利由2017年的22.1百萬港元增加12.4百萬港元或55.8%至2018年的34.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的42.2%上升至2018年的54.1%，乃主要由於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品單位成本下降所致。

### 其他收入及其他收益淨額

我們的其他收入及其他收益淨額由2017年的23.1百萬港元增加14.3百萬港元或61.9%至2018年的37.4百萬港元，主要由於政府補助增加28.3百萬港元，主要與地方政府機構為表彰

## 財務資料

藍月亮實業的成就及對當地經濟所作貢獻而向其授出的補貼相關，部分由出售與出售土地使用權有關的使用權資產的收益減少8.6百萬港元所抵銷。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2017年的2,068.6百萬港元增加479.4百萬港元或23.2%至2018年的2,548.0百萬港元，主要由於隨著我們通過將銷售人員派駐該等大賣場幫助推廣我們的產品，加強與若干大賣場的合作，導致僱員福利開支增加所致，其整體上與我們的收益增加一致。

### 一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2017年的776.3百萬港元減少143.5百萬港元或18.5%至2018年的632.8百萬港元，主要由於(i)因我們通過減慢相關的招聘工作精簡及優化管理人員，令僱員福利開支減少；(ii)因我們採用更為高效的預算控制系統，導致運輸及相關開支減少；及(iii)因我們完成開發若干移動應用程序及電腦軟件，導致保養開支減少所致。

### 金融資產減值虧損淨額

我們於2018年產生金融資產減值虧損撥回淨額6.2百萬港元，與主要因該年度其後收回應收若干客戶的貿易應收款項及應收票據，導致撥回就該等貿易應收款項及應收票據作出的撥備有關，而於2017年則產生與該等貿易應收款項及應收票據有關的金融資產減值虧損撥備淨額16.1百萬港元。與已具有財務困難或對收回應收款項具有重大疑慮的客戶有關之貿易應收款項，均被視為具有較高的違約風險及進行個別測試。於2017年12月31日，9.1百萬港元的貿易應收款項乃按該基準評估。貿易應收款項亦根據共同的信貸風險特點及逾期天數進行分組。於2017年12月31日，6.9百萬港元的貿易應收款項乃按該基準評估。與我們貿易應收款項減值有關的詳情，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註3.1(c)(ii)。

### 經營溢利

由於上文所述，我們的經營溢利由2017年的157.2百萬港元增加592.0百萬港元或376.6%至2018年的749.2百萬港元。

### 財務成本淨額

我們的財務成本淨額由2017年的44.0百萬港元增加3.2百萬港元或7.3%至2018年的47.2百萬港元，乃主要由於因2018年銀行借款的實際利率上調，導致銀行借款的利息開支增加所致。

### 除所得稅前溢利

由於上文所述，我們的除所得稅前溢利由2017年的113.2百萬港元增加588.7百萬港元或520.1%至2018年的701.9百萬港元。

## 財務資料

### 所得稅開支

我們的所得稅開支由2017年的27.1百萬港元增加120.8百萬港元或445.8%至2018年的147.9百萬港元。我們的實際稅率由2017年的23.9%減少至2018年的21.1%，主要由於藍月亮重慶於2018年提升產能，而其應課稅溢利須按其於2017年獲授的優惠所得稅率納稅所致。

### 年內溢利

由於上文所述，我們的年內溢利由2017年的86.2百萬港元增加467.8百萬港元或542.7%至2018年的554.0百萬港元。

### 流動資金及資本資源

#### 概覽

過去，我們主要以業務經營所得現金及銀行借款撥付營運資金。於全球發售後，我們擬透過相同資金來源（連同我們自全球發售收取的所得款項淨額）為我們的未來資本需求提供資金。我們預計日後為我們的營運提供資金的可用融資及我們的資本架構不會有任何重大變動。

於2020年10月31日，我們的現金及現金等價物為656.7百萬港元。

董事認為，經計及全球發售所得款項淨額及我們可動用的財務資源（包括現金及現金等價物、我們可動用的銀行融資及經營活動所得現金流量），我們擁有充足的營運資金，可滿足我們目前（即自本招股章程日期起計至少12個月）的需求。

## 財務資料

下文有關流動資金及資本資源的討論主要集中在我們的綜合現金流量表以及資產及負債。

### 現金流量

下表載列於所示期間的節選綜合現金流量表資料。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
			千港元		
				(未經審計)	
經營活動所得現金淨額	703,114	249,017	1,032,424	93,516	526,908
投資活動所用現金淨額	(214,890)	(138,220)	(193,503)	(9,030)	(81,209)
融資活動所用現金淨額	(133,403)	(165,759)	(598,878)	(152,499)	(372,524)
<b>現金及現金等價物增加／ (減少)淨額</b>	<b>354,821</b>	<b>(54,962)</b>	<b>240,043</b>	<b>(68,013)</b>	<b>73,175</b>
年初現金及現金等價物	165,075	547,436	467,967	467,967	690,064
匯率變動的影響	27,540	(24,507)	(17,946)	(16,020)	(9,797)
<b>年末現金及現金等價物</b>	<b>547,436</b>	<b>467,967</b>	<b>690,064</b>	<b>383,934</b>	<b>753,442</b>

### 經營活動所得現金淨額

截至2020年6月30日止六個月，我們的經營活動所得現金淨額為526.9百萬港元，乃由於除所得稅前溢利428.8百萬港元、非現金及非經營項目調整、營運資金變動、已收利息4.1百萬港元及已付所得稅232.4百萬港元所致。我們的營運資金變動主要反映貿易應收款項及應收票據減少592.6百萬港元，主要由於貿易應收款項減少，主要原因為客戶支付貿易應收款項及季節性因素令銷售下降，惟部分由(i)主要因截至2020年6月30日止六個月銷售下跌，令採購減少導致貿易應付款項及應付票據減少154.3百萬港元；及(ii)主要因新型冠狀病毒爆發令線下大賣場的顧客人流減少，我們因而暫時精簡線下銷售隊伍，繼而令應計薪金及工資減少，導致合約負債、應計費用及其他應付款項減少143.4百萬港元所抵銷。

我們於2019年的經營活動所得現金淨額為1,032.4百萬港元，乃由於除所得稅前溢利1,475.2百萬港元、非現金及非經營項目調整、營運資金變動、已收利息5.7百萬港元及已付所得稅128.4百萬港元所致。我們的營運資金變動主要反映(i)主要因2019年12月銷售額增加(主要是由於2020年的春節提早來臨)導致貿易應收款項及應收票據增加641.0百萬港元；(ii)

## 財務資料

主要因若干原材料單價下跌以及我們庫存管理及營運效率不斷提高，導致貿易應付款項及應付票據減少149.8百萬港元所致，惟部分由(i)主要因2019年12月銷售增加(主要是由於2020年的春節提早來臨)及庫存管理不斷改善導致存貨減少200.5百萬港元；及(ii)主要因增值稅及其他應付款項增加(主要是由於2019年12月銷售增加)導致合約負債、應計費用及其他應付款項增加144.9百萬港元所抵銷。

於2018年，經營活動所得現金淨額為249.0百萬港元，乃由於除稅前溢利701.9百萬港元、非現金及非經營項目調整、營運資金變動、已收利息6.2百萬港元及已付所得稅82.4百萬港元所致。營運資金變動主要反映(i)貿易應收款項及應收票據增加256.9百萬港元(總體與我們的銷售增加相符)；(ii)主要因若干原材料單價下跌以及我們庫存管理及營運效率不斷提高，導致貿易應付款項及應付票據減少229.6百萬港元；及(iii)主要因(x)我們於更換物流服務供應商後，物流公司按金減少；及(y)增值稅及其他應付稅項(主要是由於我們的銷售額相對於2018年12月的採購量減少)，導致合約負債、應計費用及其他應付款項減少164.4百萬港元所致。

於2017年，我們的經營活動所得現金淨額為703.1百萬港元，乃由於除所得稅前溢利113.2百萬港元、非現金及非經營項目調整、營運資金變動、已收利息3.1百萬港元及已付所得稅36.6百萬港元所致。我們的營運資金變動主要反映(i)主要因收益上升而作出更多採購，令貿易應付款項及應付票據增加412.6百萬港元；及(ii)存貨減少280.4百萬港元，普遍與銷售上升一致，部分主要因我們新廠房開始營運及運輸成本下降，令應付物流公司的款項減少，使合約負債、應計費用及其他應付款項減少145.7百萬港元所抵銷。

### 投資活動所用現金淨額

截至2020年6月30日止六個月，我們的投資活動所用現金淨額為81.2百萬港元，主要由於(i)收購物業、廠房及設備79.5百萬港元(主要與生產設施有關)；及(ii)收購無形資產9.6百萬港元(主要與電腦系統以及電腦軟件及開發有關)所致，惟部分由解除受限制現金7.4百萬港元所抵銷。

於2019年，我們的投資活動所用現金淨額為193.5百萬港元，乃主要由於(i) 131.3百萬港元用於收購主要與生產設施相關的物業、廠房及設備；及(ii) 65.6百萬港元用於收購主要與電腦系統及電腦軟件及開發相關的無形資產所致。

於2018年，我們的投資活動所用現金淨額為138.2百萬港元，主要由於(i)收購物業、廠房及設備89.5百萬港元(主要與生產設施有關)；(ii)收購無形資產32.0百萬港元(主要與電腦系統以及電腦軟件及開發有關)；及(iii)受限制現金增加16.8百萬港元(主要與存放在銀行中的現金有關，以確保可使用線上支付平台及若干銀行借款)。

## 財務資料

於2017年，我們的投資活動所用現金淨額為214.9百萬港元，主要由於收購物業、廠房及設備330.1百萬港元（主要與生產設施有關），惟部分由(i)政府補助收入41.6百萬港元（主要與地方政府機構為表彰藍月亮實業的成就及對當地經濟所作貢獻而向其授出的補貼相關）；(ii)解除受限制現金36.9百萬港元（主要與存放在銀行中的現金有關，以確保可使用線上支付平台及若干銀行借款）；及(iii)出售使用權資產所得款項33.2百萬港元所抵銷。

### **融資活動所用現金淨額**

截至2020年6月30日止六個月，我們的融資活動所用現金淨額為372.5百萬港元，主要由於償還借款287.7百萬港元及已付股息84.9百萬港元所致。

於2019年，我們的融資活動所用現金淨額為598.9百萬港元，主要由於償還借款726.8百萬港元所致，惟部分由借款所得款項281.1百萬港元所抵銷。

於2018年，我們的融資活動所用現金淨額為165.8百萬港元，主要由於償還借款840.6百萬港元所致，惟部分由借款所得款項760.2百萬港元所抵銷。

於2017年，我們的融資活動所用現金淨額為133.4百萬港元，主要由於償還借款1,020.8百萬港元所致，惟部分由借款所得款項963.1百萬港元所抵銷。

## 財務資料

### 流動資產淨值／負債淨額

下表載列於所示日期我們的流動資產、流動負債及流動資產淨值。

	於12月31日			於6月30日	於 10月31日
	2017年	2018年	2019年	2020年	2020年
		千港元		千港元	千港元 (未經 審計)
<b>流動資產</b>					
存貨	567,978	586,879	375,757	445,019	556,221
貿易應收款項及應收票據	928,643	1,142,940	1,750,049	1,123,046	1,500,735
預付款項、按金及 其他應收款項	354,036	235,818	282,719	260,939	275,686
受限制現金 <sup>(1)</sup>	2,863	19,120	25,890	18,085	30,427
現金及現金等價物	547,436	467,967	690,064	753,442	656,742
可收回稅項	—	—	6,228	—	—
<b>流動資產總值</b>	<b>2,400,956</b>	<b>2,452,724</b>	<b>3,130,707</b>	<b>2,600,531</b>	<b>3,019,811</b>
<b>流動負債</b>					
貿易應付款項及應付票據	931,943	664,721	511,922	349,276	417,133
合約負債	14,366	20,502	16,188	44,644	39,626
應計費用及其他應付款項	807,577	602,995	746,871	552,027	605,536
應付關聯公司款項	6,780	4,187	1,076	837	872
應付股息	85,261	85,261	48,261	—	—
即期所得稅負債	17,540	39,527	218,679	95,885	43,047
借款	812,992	662,628	206,529	74,386	84,305
租賃負債	25,534	24,021	26,325	30,781	32,135
<b>流動負債總額</b>	<b>2,701,993</b>	<b>2,103,842</b>	<b>1,775,851</b>	<b>1,147,836</b>	<b>1,222,654</b>
<b>流動(負債淨額)／ 資產淨值</b>	<b>(301,037)</b>	<b>348,882</b>	<b>1,354,856</b>	<b>1,452,695</b>	<b>1,797,157</b>

附註：

- (1) 於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們的受限制現金存放在銀行中，以確保使用在線支付平台及若干銀行借款。

我們的流動資產淨值由2020年6月30日的1,452.7百萬港元增加至2020年10月31日的1,797.2百萬港元，乃主要由於(i)貿易應收款項及應收票據增加377.7百萬港元，主要由於為準備雙十一購物節，在電子商務平台的銷售增加；及(ii)存貨增加111.2百萬港元，此乃由於2020年6月30日的存貨水平因618購物節已處於相對較低的水平，而2020年10月31日的存貨水平回到正常水平。以上原因帶來的流動資產淨值增加，部分由下列各項所抵銷：(i)現金及現金等價物減少96.7百萬港元，主要因為購買生產設備以及主要與電腦系統及電腦軟件開發有關的無形資產，及(ii)與2020年6月相比，2020年10月的貿易應付款項增加67.9百萬港元，主要由於原材料採購額隨著生產水平的提高而相應增加。

我們的流動資產淨值由2019年12月31日的1,354.9百萬港元增加97.8百萬港元至2020年6月30日的1,452.7百萬港元，主要由於(i)貿易應付款項及應付票據減少162.6百萬港元、應計費用

## 財務資料

及其他應付款項減少194.9百萬港元以及當期所得稅負債減少122.8百萬港元(主要是由於新型冠狀病毒疫情爆發及季節性影響導致銷售減少)，及(ii)借款減少132.1百萬港元(主要是由於償還短期借款及於截至2020年6月30日止六個月產生的短期借款減少)；以及(i)現金及現金等價物增加63.3百萬港元(主要是由於客戶支付貿易應收款項)，及(ii)存貨增加69.2百萬港元(主要是由於(a)春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加，令我們於2019年12月31日的存貨處於低水平；及(b)新型冠狀病毒疫情導致我們截至2020年6月30日止六個月的銷售減少及產品退貨增加)所致，惟部分由貿易應收款項及應收票據減少627.0百萬港元(主要是由於客戶支付貿易應收款項及因新型冠狀病毒疫情爆發及季節性影響導致銷售減少)所抵銷。

我們的流動資產淨值由2018年12月31日的348.9百萬港元增加1,006.0百萬港元至2019年12月31日的1,354.9百萬港元，主要由於(i)貿易應收款項及應收票據增加607.1百萬港元(主要是由於春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加所致)；(ii)借款減少456.1百萬港元，主要由於償還短期借款及產生較少短期借款所致；及(iii)現金及現金等價物增加222.1百萬港元(主要是由於我們經營活動所產生的現金所致)，惟部分由以下各項所抵銷：(i)應計費用及其他應付款項增加143.9百萬港元(主要是由於增值稅及其他應付稅項增加，這與我們的銷售增加整體一致)，(ii)當期所得稅負債增加179.2百萬港元，這與我們的除稅前溢利增加整體一致，及(iii)存貨減少211.1百萬港元(主要是由於春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加及完善銷售預測以優化庫存水平，從而不斷改善庫存及採購管理所致)。

我們於2018年12月31日的流動資產淨值為348.9百萬港元，而於2017年12月31日的流動負債則為301.0百萬港元。該變動主要由於(i)貿易應付款項及應付票據減少267.2百萬港元(主要是由於因若干原材料的單價下跌及完善銷售預測以優化庫存水平，從而不斷改善庫存及採購管理，導致向供應商作出的款項減少所致)；(ii)貿易應收款項及應收票據增加214.3百萬港元，這與我們的銷售增加整體一致；(iii)應計費用及其他應付款項減少204.6百萬港元(主要是由於(a)物流公司按金減少(由於我們更換物流服務供應商所致)，及(b)因2018年12月的銷售較2017年12月下降，導致增值稅及其他應付稅項減少所致)；及(iv)借款減少150.4百萬港元(由於償還短期借款及產生的較少短期借款)所致。

於2017年12月31日，我們的流動負債淨額狀況乃主要由於(i)我們主要利用短期借款為我們生產設施的建設及現有設施的擴建提供資金，一般將其分類為非流動物業、廠房及設備；及(ii)在我們擴大業務範圍時，我們產生了若干貿易應付款項及應付票據以及應計費用及其他應付款項。隨後，由於我們於2018年、2019年及截至2020年6月30日止六個月償還借款及貿易應付款項及應付票據減少，我們的流動性狀況於2018年及2019年12月31日、2020年6月30日以及2020年10月31日有所改善。

## 財務資料

### 資產負債表外交易

於往績記錄期間，我們並無任何重大資產負債表外安排或向我們提供融資、流動資金、市場風險或信貸支持的任何未綜合實體的任何可變權益。於最後實際可行日期，我們並無訂立任何資產負債表外交易。

### 經選定資產負債表項目之說明

#### 存貨

我們的存貨主要包括原材料及製成品，其次為在製品。原材料主要包括化學品及包裝材料。

下表載列於及截至所示日期或期間我們的存貨及存貨周轉天數詳情。

	於或截至12月31日			於或截至
	2017年	2018年	2019年	6月30日
		千港元		2020年
				千港元
原材料	135,872	129,526	128,721	135,988
在製品	2,311	1,280	830	497
製成品	463,400	456,073	246,206	308,534
存貨 — 總額	601,583	586,879	375,757	445,019
減值撥備	(33,605)	—	—	—
存貨 — 淨額	<u>567,978</u>	<u>586,879</u>	<u>375,757</u>	<u>445,019</u>
存貨周轉天數 <sup>(1)</sup>	96.8	73.1	69.5	85.1

附註：

(1) 各一年期間的存貨周轉天數等於年初與年末存貨淨額的平均數除以該年度的銷售成本再乘以365天。

六個月期間的存貨周轉天數等於期初及期末存貨淨額的平均數除以該期間的銷售成本再乘以182天。

於2017年12月31日至2018年12月31日，我們的存貨由568.0百萬港元增加至586.9百萬港元，主要由於2018年撥回2017年計提減值撥備33.6百萬港元（主要由於就若干過時產品計提減值所致），惟部分由2018年製成品及原材料減少（主要由於銷售增加及透過(i)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(ii)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，我們得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理所致）所抵銷。

## 財務資料

於2018年12月31日至2019年12月31日，我們的存貨由586.9百萬港元減少至375.8百萬港元，主要由於2019年製成品減少(主要原因為春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加，加上銷售預測更加精準，優化我們的存貨水平，令存貨及採購管理持續改善)所致。

於2019年12月31日至2020年6月30日，我們的存貨由375.8百萬港元增加至445.0百萬港元，乃主要由於(i)春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加，令我們於2019年12月31日的存貨處於低水平；及(ii)新型冠狀病毒疫情爆發導致我們截至2020年6月30日止六個月的銷售減少及產品退貨增加。

於往績記錄期間，我們的平均存貨周轉天數分別為96.8天、73.1天、69.5天及85.1天。我們的存貨周轉天數由2017年的96.8天減少至2018年的73.1天，乃主要由於2018年我們隨著收益增長而增加的銷售成本增速高於存貨淨額增幅，主要原因為透過(i)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(ii)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，我們得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理。我們的存貨周轉天數於2019年進一步下降至69.5天，乃主要由於2019年存貨期末結餘因2019年12月的銷售上升(主要由於春節於2020年1月提早來臨)而減少。截至2020年6月30日止六個月的存貨周轉天數增加至85.1天，乃主要由於(i)新型冠狀病毒疫情爆發及相關產品退貨的影響；及(ii)截至2020年6月30日止六個月的銷售成本下降。新型冠狀病毒疫情爆發為我們的後勤帶來挑戰，尤其在疫情爆發初期。

於2020年10月31日，我們於2020年6月30日的存貨結餘中有198.3百萬港元或44.6%已出售或動用。

### 貿易應收款項及應收票據

我們的貿易應收款項及應收票據指就銷售我們的產品應收客戶款項。其為(i)見票即付的信用證或(ii)信貸期為30至90日的記賬。

## 財務資料

下表載列於及截至所示日期或期間我們的貿易應收款項及應收票據以及貿易應收款項及應收票據周轉天數詳情。

	於12月31日或截至該日止年度			於6月30日 或截至 該日止 六個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元			千港元
應收票據	3,948	10,420	37,131	3,589
貿易應收款項	940,768	1,142,442	1,724,707	1,137,705
貿易應收款項及應收票據	944,716	1,152,862	1,761,838	1,141,294
減：虧損撥備	(16,073)	(9,922)	(11,789)	(18,248)
貿易應收款項及應收票據 — 淨額	<u>928,643</u>	<u>1,142,940</u>	<u>1,750,049</u>	<u>1,123,046</u>
貿易應收款項及應收票據周轉天數 <sup>(1)</sup>	57.0	55.9	74.9	107.3

附註：

- (1) 各一年期間的貿易應收款項及應收票據周轉天數等於年初與年末貿易應收款項及應收票據淨額的平均數除以該年度的收益再乘以365天。

六個月期間的貿易應收款項及應收票據周轉天數等於年初與年末貿易應收款項及應收票據淨額的平均數除以該期間的收益再乘以182天。

我們的貿易應收款項及應收票據由2017年12月31日的928.6百萬港元增加至2018年12月31日的1,142.9百萬港元，這與我們的銷售增加整體一致。我們的貿易應收款項及應收票據進一步增加至2019年12月31日的1,750.0百萬港元，乃主要由於貿易應收款項增加（主要是由於春節於2020年1月提早來臨令2019年12月的銷售增加）所致。我們於截至2020年6月30日止六個月的貿易應收款項及應收票據減少至1,123.0百萬港元，主要由於貿易應收款項減少，其減少的主要原因為客戶支付貿易應收款項，以及受新型冠狀病毒疫情爆發及季節性因素所影響令銷售下降。

於往績記錄期間，我們的平均貿易應收款項及應收票據周轉天數於2017年及2018年保持相對穩定，分別為57.0天及55.9天，並於2019年增加至74.9天，乃主要由於貿易應收款項增加（主要是由於2020年的春節提早來臨令2019年12月的銷售增加）所致。截至2020年6月30日止六個月，我們的平均貿易應收款項及應收票據周轉天數進一步增加至107.3天，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發的影響。新型冠狀病毒疫情爆發為若干客戶帶來後勤方面的挑戰，在爆發初期尤甚。

## 財務資料

下表載列於所示日期貿易應收款項及應收票據的賬齡分析。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
0至30日	922,832	769,953	1,124,774	275,262
31至60日	2,839	272,780	298,211	441,209
61至180日	4,608	107,029	326,521	216,526
超過180日	14,437	3,100	12,332	208,297
總計	<u>944,716</u>	<u>1,152,862</u>	<u>1,761,838</u>	<u>1,141,294</u>

於2020年6月30日，我們賬齡逾180天的貿易應收款項及應收票據為208.3百萬港元，而於2019年12月31日為12.3百萬港元。該增長主要是由於新型冠狀病毒爆發的影響所致，其導致消費者對衣物清潔護理產品的整體需求疲弱，原因是在新型冠狀病毒爆發期間需保持社交距離令消費者臨時減少戶外活動。於2020年10月31日，我們於2020年6月30日的貿易應收款項及應收票據中有895.5百萬港元或78.5%已結清。同日，我們於2020年6月30日賬齡逾60天的貿易應收款項及應收票據中有308.9百萬港元或72.7%已結清。除非發生任何不可預見情況，我們預期逾60天的貿易應收款項不會出現任何重大可收回問題，其原因是我們預期對衣物清潔護理產品的需求將會因新型冠狀病毒疫情的不利影響逐步減輕而進一步復甦。

於往績記錄期間，銷售一般以記賬方式進行，信貸期為30至90日。餘下結餘以(i)見票即付的信用證或(ii)已收客戶墊款支付。我們已制定政策，以確保向具備合適信貸記錄之客戶出售產品。我們之另一政策乃向不同客戶授出不同清償方式，以監管信貸風險。新客戶及交易記錄較短的現有客戶一般須以信用證清償。有關我們信貸風險管理的進一步資料，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註3.1(c)。

### 預付款項、按金及其他應收款項

我們的預付款項、按金及其他應收款項主要包括(i)收購物業、廠房及設備的預付款項；(ii)廣告及推廣開支的預付款項；(iii)原材料及運輸的預付款項；(iv)上市開支預付款項；(v)遞延上市開支；(vi)按金；(vii)可收回增值稅；(viii)向員工墊款；(ix)應收付款中介機構款項；(x)與新型冠狀病毒有關的退貨權；及(xi)其他。

## 財務資料

下表載列於所示日期我們的預付款項、按金及其他應收款項詳情。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
<b>非流動</b>				
收購物業、廠房及設備的預付款項	245,211	160,248	59,421	58,648
<b>流動</b>				
廣告及推廣開支的預付款項	202,711	125,577	88,132	104,677
原材料及運輸的預付款項	78,990	61,113	14,024	16,246
上市開支的預付款項	-	-	-	103
遞延上市開支	-	-	-	4,045
按金	22,446	18,558	31,903	34,387
可收回增值稅	17,860	16,481	35,531	53,991
向員工墊款	3,970	679	1,206	893
應收付款中介機構款項	7,721	6,863	100,101	14,611
退貨權	-	-	-	12,760
其他	20,338	6,547	11,822	19,226
小計	354,036	235,818	282,719	260,939
總計	599,247	396,066	342,140	319,587

我們的預付款項、按金及其他應收款項由2017年12月31日的599.2百萬港元減少至2018年12月31日的396.1百萬港元，主要由於(i)收購物業、廠房及設備的預付款項減少(主要由於隨著生產設施的建設推進而作出付款所致)；及(ii)廣告及推廣開支的預付款項減少(主要由於(a)本集團與其一家電視廣告供應商達成一份協議，令本集團可預付較小的先期款項及(b)於2018年滾存及動用本集團就其過往年度的電視廣告項目作出的若干預付款項，致使電視廣告的預付款項減少)。

我們的預付款項、按金及其他應收款項由2018年12月31日的396.1百萬港元減少至2019年12月31日的342.1百萬港元，乃主要由於(i)收購物業、廠房及設備的預付款項減少(主要由於隨著生產設施的建設推進而作出付款)；(ii)廣告及推廣開支的預付款項減少(主要由於線下推廣開支預付款項減少。由於2019年的推廣服務由若干線下大客戶提供，相應服務預付款項獲使用。此外，減少亦由於隨著我們日益增加利用線上促銷，線下促銷開支減少，導致相關的預付款項減少)；及(iii)就原材料及運輸作出的預付款項減少(主要由於隨著我們改善存貨管理及由於我們相對於供應商的議價能力提高)所致，部分由與應收第三方付款平台款項有關的應收付款中介機構款項增加所抵銷，主要因為(i)根據相關會計規則，我們確認

## 財務資料

我們於付款中介機構的賬戶中資金為應收付款中介機構款項直至該等資金從該等賬戶中提取為止；及(ii)一個線上平台於接近年底時向我們於付款中介機構的賬戶作出了一筆大額付款，該筆款項是與我們在該平台上的銷售有關，而於2019年12月31日我們尚未從該賬戶中悉數提取所有資金。該筆付款金額頗為巨大，主要由於(i)我們在2019年通過線上渠道作出的銷售(通常涉及付款中介機構)增加；(ii)春節於2020年1月提早來臨，導致2019年12月的銷售增加；及(iii)線上平台的支付制度於2019年3月變更，導致付款頻率降低但每次付款金額提高。我們可以隨時從該等賬戶中自由提取資金，視乎若干付款中介機構施加的每天提款限額而定。基於每天提款限額的關係，我們無法於2019年12月31日之前從相關付款中介機構的賬戶中悉數提取資金。其後，我們繼續從我們於相關付款中介機構的賬戶中提取資金，而於2020年1月31日，於2019年12月31日的應收相關付款中介機構款項中的99.1%已被提取。

於2019年12月31日至2020年6月30日，我們的預付款項、按金及其他應收款項由342.1百萬港元減少至319.6百萬港元，乃主要由於與應收第三方付款平台款項有關的付款中介機構應收款項減少(主要是由於截至2020年6月30日止六個月銷售減少)所致，惟部分由(i)因我們於截至2020年6月30日止六個月增加線上廣告導致廣告及推廣開支的預付款項增加，及(ii)因爆發新型冠狀病毒疫情導致我們就產品退貨確認與退款負債相關的退貨權；有關金額乃經參考遭受產品退貨但截至2020年6月30日仍在處理中的貨品的先前賬面值計量。有關詳情，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註26。

於2020年10月31日，我們廣告及推廣開支的預付款項中有87.6百萬港元或83.7%已動用。

### 貿易應付款項及應付票據

我們的貿易應付款項及應付票據指就採購原材料應付供應商的款項。貿易應付款項的信貸期一般介乎30至90日。

下表載列於及截至所示日期或期間我們的貿易應付款項及應付票據以及貿易應付款項及應付票據周轉天數詳情。

	於12月31日或截至該日止年度			於6月30日 或截至 該日止 六個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
貿易應付款項	764,049	664,721	511,922	349,276
應付票據	167,894	—	—	—
總計	<u>931,943</u>	<u>664,721</u>	<u>511,922</u>	<u>349,276</u>
貿易應付款項及應付票據周轉天數 <sup>(1)</sup>	97.1	101.1	85.0	89.3

## 財務資料

附註：

- (1) 各一年期間的貿易應付款項及應付票據周轉天數等於年初與年末貿易應付款項及應付票據的平均數除以該年度的銷售成本再乘以365天。

六個月期間的貿易應付款項及應付票據周轉天數等於期初及期末貿易應付款項及應付票據的平均數除以該期間的銷售成本再乘以182天。

我們的貿易應付款項及應付票據由2017年12月31日的931.9百萬港元減少至2018年12月31日的664.7百萬港元，並進一步減少至2019年12月31日的511.9百萬港元，乃主要由於隨著若干原材料的單價下跌、通過完善銷售預測以優化庫存水平持續提升我們的存貨管理，以及通過藉我們自行開發的投配料管理系統標準化我們的投配料管理及投配料添加程序從而持續提高經營效率所致。貿易應付款項及應付票據由2019年12月31日的511.9百萬港元下跌至2020年6月30日的349.3百萬港元，主要原因為截至2020年6月30日止六個月的銷售受新型冠狀病毒疫情爆發及季節性因素的影響而下跌，令採購減少。於2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們並無任何應付票據，乃主要由於我們轉而採用貿易應付款項作為我們的主要結算方式，原因是應付票據一般附帶我們須支付的利息，而貿易應付款項則不計利息。

於往績記錄期間，我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數於2017年及2018年保持相對穩定，分別為97.1天及101.1天。我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數於2017年及2018年12月31日相對較高，乃主要由於2017年原材料價格較高，導致2017年12月31日的貿易應付款項及應付票據較高。我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數於2019年減少至85.0天，乃主要由於上文所討論的貿易應付款項及應付票據減少所致。我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數於截至2020年6月30日止六個月保持相對穩定，為89.3天，而2019年則為85.0天。

下表載列於所示日期貿易應付款項及應付票據的賬齡分析。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
最多三個月	921,112	653,779	510,654	348,503
三至六個月	9,043	5,098	1,268	—
六個月至一年	1,788	5,844	—	773
總計	<u>931,943</u>	<u>664,721</u>	<u>511,922</u>	<u>349,276</u>

於2020年10月31日，我們於2020年6月30日的貿易應付款項及應付票據中有347.4百萬港元或99.5%已結清。

## 財務資料

### 應計費用及其他應付款項

於往績記錄期間，我們的應計費用及其他應付款項主要包括(i)物流公司按金；(ii)應計薪金及工資；(iii)應計廣告及推廣開支；(iv)應計上市開支；(v)資本開支應付款項；(vi)增值稅及其他應付稅項；(vii)應付運輸成本；及(viii)退款負債。

下表載列於所示日期我們的合約負債、應計費用及其他應付款項的詳情。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
物流公司按金	126,298	9,147	9,199	7,293
應計薪金／工資	162,506	188,231	215,787	132,199
應計廣告及推廣開支	19,492	15,518	29,267	14,424
應計上市開支	-	-	-	25,073
應付資本開支	24,045	70,858	63,738	30,937
增值稅及其他應付稅項	220,776	145,740	225,329	118,775
應付運輸成本	172,515	150,200	164,384	110,301
退款負債	-	-	-	53,525
其他	81,945	23,301	39,167	59,500
總計	807,577	602,995	746,871	552,027

我們的應計費用及其他應付款項由2017年12月31日的807.6百萬港元減少至2018年12月31日的603.0百萬港元，乃主要由於(i)我們改變我們的物流服務供應商產生的物流公司按金減少；及(ii)主要因2018年12月的銷售相對所作出的購買有所下降而產生的增值稅及其他應付稅項減少，惟部分由主要因建設生產設施及相關設備建設取得進展導致應付資本開支增加所抵銷。應計費用及其他應付款項由2018年12月31日的603.0百萬港元增加至2019年12月31日的746.9百萬港元，主要由於增值稅及其他應付稅項增加，這主要是因為2019年12月的銷售增加所致。我們的應計費用及其他應付款項由2019年12月31日的746.9百萬港元減少至2020年6月30日的552.0百萬港元，主要由於(i)由於新型冠狀病毒疫情爆發令線下大賣場的顧客人流減少，我們因此暫時精簡線下銷售團隊，令應計薪金及工資減少；(ii)由於截至2020年6月30日止六個月的銷售減少令增值稅及其他應付稅項減少；及(iii)由於截至2020年6月30日止六個月的銷售減少，令應付的運輸成本減少，惟部分由就新型冠狀病毒疫情爆發所帶來的銷售退貨所確認的退款負債所抵銷。於2020年6月30日，我們就新型冠狀病毒疫情預期出現的退貨確認退款負債53.5百萬港元，即我們預期將無權收取的代價金額。<sup>1</sup>我們亦確認

<sup>1</sup> 於2020年6月30日的退款負債與我們於同日尚未收到剩餘產品的銷售價值略有不同，乃由於在計算收益表項目及資產負債表項目時採用不同匯率所致。

## 財務資料

退貨權利12.8百萬港元，乃參考可退貨商品的前賬面值計量。有關詳情，請參閱「附錄——會計師報告」一節附註26。

### 債項

#### 借款

下表載列於所示日期我們的借款詳情。

	於12月31日			於6月30日	於 10月31日
	2017年	2018年	2019年	2020年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元 (未經 審計)
<b>流動</b>					
銀行借款，有抵押	812,992	662,628	206,529	74,386	84,305
<b>非流動</b>					
銀行借款，有抵押	185,263	211,182	207,396	73,548	68,259
<b>總計</b>	998,255	873,810	413,925	147,934	152,564

我們的銀行借款以本集團的公司擔保、樓宇、銀行存款及土地使用權作抵押。

下表載列於所示日期我們借款的到期情況分析。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
1年內	812,992	662,628	206,529	74,386
2至5年	185,263	211,182	207,396	73,548
<b>總計</b>	998,255	873,810	413,925	147,934

## 財務資料

下表載列於所示日期我們借款的貨幣。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
人民幣	972,303	873,810	413,925	147,934
美元	25,952	—	—	—
總計	998,255	873,810	413,925	147,934

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們借款的實際利率（按銀行借款利息開支除以借款總額計算）分別為4.6%、5.0%、4.6%及4.3%。我們的借款由本公司及其若干附屬公司提供的公司擔保、樓宇、銀行存款及土地使用權作抵押。

我們的借款由2017年12月31日的998.3百萬港元減少124.5百萬港元至2018年12月31日的873.8百萬港元，並進一步下跌459.9百萬港元至2019年12月31日的413.9百萬港元，再下跌266.0百萬港元至2020年6月30日的147.9百萬港元。借款下跌主要由於在往績記錄期間償還短期借款及所產生的短期借款減少。我們於2020年10月31日的借款保持相對穩定，為152.6百萬港元，而2020年6月30日為147.9百萬港元。於2020年10月31日，我們的銀行融資合共為人民幣1,559.1百萬元，其中人民幣132.3百萬元已提取，而人民幣1,426.8百萬元仍然可供提取。於最後實際可行日期，我們的銀行融資合共為人民幣3,637.5百萬元，其中人民幣132.3百萬元已提取及人民幣3,505.2百萬元仍然可供提取。

我們的借款包含商業銀行貸款慣常的標準條款、條件及契諾。我們亦訂立財務契諾，要求我們符合若干財務比率規定，如貸款協議中的有形資產淨值、利息覆蓋率及有形資產覆蓋率。

董事確認，於往績記錄期間，我們並無嚴重拖欠支付貿易及非貿易應付款項以及貸款及借款，亦無違反任何財務契諾。

## 財務資料

### 租賃負債

下表載列於所示日期我們的租賃負債詳情。

	於12月31日			於6月30日	於 10月31日
	2017年	2018年	2019年	2020年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元 (未經 審計)
流動	25,534	24,021	26,325	30,781	32,135
非流動	39,017	28,915	33,824	28,009	25,609
<b>總計</b>	<b>64,551</b>	<b>52,936</b>	<b>60,149</b>	<b>58,790</b>	<b>57,744</b>

下表載列於所示日期我們租賃負債的到期情況分析。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
1年內	25,534	24,021	26,325	30,781
超過1年但少於2年	18,826	14,290	19,792	20,576
超過2年但少於5年	20,191	13,603	13,299	6,826
5年以上	-	1,022	733	607
<b>總計</b>	<b>64,551</b>	<b>52,936</b>	<b>60,149</b>	<b>58,790</b>

於往績記錄期間，我們主要就辦公室及銷售人員培訓場地訂立租約。我們的租賃負債由2017年12月31日的64.6百萬港元減少至2018年12月31日的52.9百萬港元。我們的租賃負債由2018年12月31日的52.9百萬港元增加至2019年12月31日的60.1百萬港元。我們的租賃負債由2019年12月31日的60.1百萬港元減少至2020年6月30日的58.8百萬港元，主要由於我們作出租賃付款。

於2020年10月31日，我們的租賃負債為57.7百萬港元。

### 或然負債

於2017年、2018年及2019年12月31日、2020年6月30日以及2020年10月31日，我們並無任何重大或然負債。

### 債務聲明

於2020年10月31日(即就本債務聲明而言的最後實際可行日期)營業時間結束時，除上文所披露者外，我們並無任何銀行透支、未償還銀行借款或貸款融資。

## 財務資料

於2020年10月31日，除上文所披露者外，我們並無任何其他借款、押記、按揭、債權證或已發行或發行在外或已授權或以其他方式設立但未發行的債務證券，或其他類似債務、租購及融資租賃承擔、承兌負債、承兌信貸、任何擔保或其他重大或然負債。

於2020年11月24日，我們訂立本金額為2,300,000,000港元(或其等值美元)的定期貸款融通協議，為我們於2020年6月宣派的中期股息付款融資。詳情請參閱「近期發展及重大不利變動—定期貸款融通」分節。

自2020年10月31日起及直至本招股章程日期，除上文所披露者外，董事確認，我們的債務及或然負債並無任何重大不利變動。

### 資本開支

下表載列於所示日期我們的資本開支。

	截至12月31日止年度			截至
	2017年	2018年	2019年	6月30日 止六個月
	千港元	千港元	千港元	2020年 千港元
購買物業、廠房及設備	234,831	178,165	234,730	81,871
無形資產	15,689	31,996	65,561	9,551
總計	<u>250,520</u>	<u>210,161</u>	<u>300,291</u>	<u>91,422</u>

於往績記錄期間，我們主要就購買與我們現有生產設施及在建生產設施有關的物業、廠房及設備以及開發電腦軟件產生資本開支。於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止六個月，我們的資本開支總額分別為250.5百萬港元、210.2百萬港元、300.3百萬港元及91.4百萬港元。

我們估計截至2020年12月31日止年度的資本開支將約為386.2百萬港元，將主要用於為我們四個生產基地的產能擴充計劃及於中國設立新工廠及開發電腦軟件提供資金。我們預計將結合利用運營產生的現金、銀行貸款及全球發售所得款項淨額為該等資本開支提供資金。

### 承擔

#### 資本承擔

於往績記錄期間，我們的資本承擔主要因收購物業、廠房及設備以及土地使用權以用於在建生產設施及擴充若干現有生產設施的產能而產生。下表載列於所示日期的資本承擔。

## 財務資料

2019年資本承擔上升主要與(i)就廣州、天津、昆山及重慶生產設施建設及產能擴充收購物業、廠房及設備及土地用權；及(ii)開發若干電腦軟件有關。詳情請參閱「業務 — 我們的生產營運 — 產能擴充」一節。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
已訂約但未撥備： 收購物業、廠房及設備以及 無形資產	52,283	42,496	194,424	232,802

### 經營租賃承擔

於往績記錄期間，我們已就不可撤銷租賃確認使用權資產，惟短期租賃除外。下表載列我們就未確認為使用權資產的不可撤銷短期經營租賃項下租賃物業的未來最低租賃付款總額。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
樓宇 不遲於一年	10,757	7,107	6,671	3,223

### 主要財務比率

下表載列於所示日期或期間的主要財務比率：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
毛利率 <sup>(1)</sup>	53.2%	57.4%	64.2%	61.5%	64.0%
淨利率 <sup>(2)</sup>	1.5%	8.2%	15.3%	8.0%	12.4%
股本回報率 <sup>(3)</sup>	6.7%	34.3%	45.7%	不適用	不適用
資產回報率 <sup>(4)</sup>	2.1%	12.8%	23.1%	不適用	不適用

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
資本負債比率 <sup>(5)</sup>	77.6%	49.9%	16.6%	6.7%
流動比率 <sup>(6)</sup>	0.9	1.2	1.8	2.3
速動比率 <sup>(7)</sup>	0.7	0.9	1.6	1.9

附註：

(1) 毛利率等於毛利除以收益再乘以100%。

## 財務資料

- (2) 淨利率等於純利除以收益再乘以100%。
- (3) 股本回報率等於純利除以期初與期末權益總額的平均值再乘以100%。
- (4) 資產回報率等於純利除以期初與期末資產總值的平均值再乘以100%。
- (5) 資本負債比率等於債務總額(包括借款及租賃負債)除以權益總額再乘以100%。
- (6) 流動比率等於流動資產除以流動負債。
- (7) 速動比率等於流動資產減存貨再除以流動負債。

### 淨利率

我們的淨利率由2017年的1.5%上升至2018年的8.2%，乃主要由於我們同期的純利增加543.0%，而收益則增加20.2%。我們的淨利率於2019年進一步上升至15.3%，乃主要由於我們同期的純利增加94.9%，而收益則增加4.2%。我們的淨利率由截至2019年6月30日止六個月的8.0%上升至截至2020年6月30日止六個月的12.4%，乃主要由於同期的淨利增加38.6%，而收益則減少10.5%。往績記錄期間的淨利率整體上升，亦由於(i)毛利率整體上升；(ii)由於我們的營運效益有所改善(尤其為對線下銷售團隊進行精簡)，銷售及分銷開支佔收益的百分比整體下降；及(iii)由於我們的銷售預測更加精準，存貨水平得以優化，使存貨及採購管理得到改善。

### 股本回報率

我們的股本回報率由2017年的6.7%上升至2018年的34.3%，乃主要由於純利增加543.0%所致。我們的股本回報率進一步上升至2019年的45.7%，乃主要由於純利增加94.9%所致。

### 資產回報率

我們的資產回報率由2017年的2.1%增長至2018年的12.8%，乃主要由於純利增長543.0%所致。我們的股本回報率於2019年進一步提升至23.1%，乃主要由於純利增長94.9%所致。

### 資本負債比率

我們的資本負債比率由2017年12月31日的77.6%下降至2018年12月31日的49.9%，再降至2019年12月31日的16.6%，並進一步降至2020年6月30日的6.7%，乃主要由於借款減少所致。倘我們經計及(i)根據融通協議取得本金為2,300,000,000港元的定期貸款所得款項；(ii)收取全球發售所得款項淨額8,492百萬港元(假設(a)發售價為每股股份11.68港元(即發售價範圍的中位數)，而此為定期貸款先決條件之一；(b)我們於2020年6月30日應付的包銷佣金及其他估計開支已自所得款項中扣除；及(c)超額配股權未獲行使)；及(iii)派發中期股息2,300,000,000港元，於2020年6月30日的資本負債比率將會為27.0%。

## 流動比率

我們的流動比率由2017年12月31日的0.9上升至2018年12月31日的1.2，乃主要由於流動負債(尤其是貿易應付款項及應付票據、應計費用及其他應付款項)以及借款減少所致。我們的流動比率進一步上升至2019年12月31日的1.8，乃主要由於流動負債(尤其是來自借款的流動負債)減少及流動資產(尤其是來自貿易應收款項及應收票據的流動資產)增加所致。於2020年6月30日，我們的流動比率進一步提高至2.3，乃主要由於流動負債(尤其是來自借款的流動負債)減少所致。

## 速動比率

我們的速動比率由2017年12月31日的0.7上升至2018年12月31日的0.9，乃主要由於流動負債(尤其是來自貿易應付款項及應付票據、應計費用及其他應付款項的流動負債)以及借款減少所致。我們的速動比率進一步上升至2019年12月31日的1.6，乃主要由於流動負債(尤其是來自借款的流動負債)減少、流動資產(尤其是來自貿易應收款項及應收票據的流動資產)增加及存貨減少所致。於2020年6月30日，我們的速動比率進一步提高至1.9，乃主要由於流動負債(尤其是來自借款的流動負債)減少所致。

## 關聯方交易

我們不時與關聯方訂立交易。董事認為，「附錄一—會計師報告」一節附註29所載的各項關聯方交易乃由有關各方於日常業務過程中按公平基準及正常商業條款進行。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們應付關聯方貿易性質的未償還結餘分別為6.8百萬港元、4.2百萬港元、1.1百萬港元及0.8百萬港元。於同日，我們並無任何應付關聯方非貿易性質的未償還結餘。

## 有關市場風險的定性及定量資料披露

我們面臨多種市場風險，包括外匯風險、利率風險、信貸風險及流動資金風險。詳情請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註3。

### 外匯風險

我們的大多數附屬公司於中國經營，大部分交易及資產以人民幣計值。將人民幣兌換為外幣須受中國政府頒佈的外匯管制規則及規例監管。由於我們的財務架構及目前營運簡單，故管理層並無進行任何對沖活動。

### 利率風險

我們的利率風險主要來自計息借款。按浮動利率計息的借款使我們面臨現金流量利率風險，而按固定利率計息的借款使我們面臨公允價值利率風險。我們並無使用任何利率掉期對沖所面臨的利率風險。

## 財務資料

倘所有借款的利率上升／下降100個基點而所有其他變量保持不變，則我們於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月的除所得稅前溢利將分別減少／增加10.0百萬港元、8.7百萬港元、4.1百萬港元、7.8百萬港元及1.5百萬港元，乃主要由於按浮動利率計息的借款的利息開支增加／減少。

我們定期監察利率風險，以確保並無面臨過度的重大利率變動風險。

### 信貸風險

#### 風險管理

我們的信貸風險主要來自現金及銀行結餘、貿易應收款項及應收票據、按金及其他應收款項(預付款項除外)。我們面臨的最大信貸風險為該等金融資產的賬面值。

於往績記錄期間，銷售一般以記賬方式進行，信貸期為30至90日。餘下結餘以(i)見票即付的信用證或(ii)已收客戶的墊款支付。我們制定數項政策，確保向信用記錄合適的客戶銷售產品。我們亦有向不同客戶授予不同結算方法的政策，用以監察信貸風險。新客戶及交易記錄較短之現有客戶一般須以信用證付款。我們在收回貿易及其他應收款項方面的過往記錄屬於入賬撥備。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貿易應收款項及應收票據944.7百萬港元、1,152.9百萬港元、1,761.8百萬港元及1,141.3百萬港元為應收中國經營國內知名超市的公司、電子商務平台及若干批發商的款項。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，已就該等貿易應收款項及應收票據分別計提虧損撥備16.1百萬港元、9.9百萬港元、11.8百萬港元及18.2百萬港元。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們的大部分現金及銀行存款存放於香港及中國的大型金融機構，我們的管理層認為該等金融機構的信貸質素良好。管理層預期不會因該等金融機構不履約而產生任何虧損，因此，現金及銀行結餘的預期信貸虧損甚微。我們並無制定政策限制向任何金融機構作出的信貸風險金額。

有關風險敞口分散於眾多對手方及客戶，故我們並無重大集中的信貸風險。

#### 金融資產減值

我們的如下兩種金融資產處於預期信貸虧損模型的適用範圍內：

- 貿易應收款項
- 按攤銷成本計量的其他金融資產

## 財務資料

儘管現金及銀行結餘亦須遵守香港財務報告準則第9號之減值規定，但已識別之減值虧損並不重大。

### 貿易應收款項

我們應用香港財務報告準則第9號項下的簡化方法計量預期信貸虧損，就所有貿易應收款項使用全期預期虧損撥備。與存在已知財務困難或收回應收款項嚴重存疑的客戶有關的貿易應收款項被視為面臨較高違約風險，並單獨進行測試。

### 按個別基準計量預期信貸虧損

具有較高違約風險的貿易應收款項單獨評估減值撥備。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，該等個別評估的貿易應收款項結餘及有關該等應收款項的虧損撥備如下：

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
		千港元		千港元
個別評估的貿易應收款項	9,134	—	—	—
虧損撥備	(9,134)	—	—	—

### 按集體基準計量預期信貸虧損

為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已根據共享信貸風險特徵及逾期日數分類。預期虧損率乃基於各結算日前特定期間的銷售付款情況及期內出現的相應過往信貸虧損。歷史虧損率經調整以反映影響客戶結算應收款項的能力的宏觀經濟因素目前及前瞻性資料。我們已識別我們銷售貨品及服務所在的中國整體行業前景及國內生產總值為最相關因素，並根據該等因素的預期變動相應調整歷史虧損率。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，該等集體評估貿易應收款項的虧損撥備分別約為6.9百萬港元、9.9百萬港元、11.8百萬港元及18.2百萬港元（基於平均預期虧損率分別約0.7%、0.9%、0.7%及1.6%）。

貿易應收款項減值虧損於綜合損益內單獨呈列為「金融資產減值虧損（撥備）／撥回淨額」。貿易應收款項在並無合理收回預期時撇銷。倘債務人於逾期後365日未能作出合約付款，我們通常將貿易應收款項分類作撇銷。後續收回的之前沖銷金額貸記入相同的項目中。

## 財務資料

### 按攤銷成本計量的其他金融資產

按攤銷成本計量的其他金融資產包括應收票據、可退還按金及其他應收款項(不包括預付款項)，彼等被視為信貸風險較低，主要由於彼等過往並無違約記錄，且債務人有強大能力於短期內履行其合約現金流量責任。於往績記錄期間，概無就減值虧損計提撥備。

### 流動資金風險

我們的主要現金需求用於支付添置及升級物業、廠房及設備、相關債務以及採購原材料及經營開支。我們通過綜合運用營運及銀行借款所產生的資金為營運資金需求撥付資金，經計及有關未來商業環境的所有可用資料，其中包括空前新型冠狀病毒疫情爆發對本集團和我們的客戶及供應商營運所在國家經濟的經濟影響。

我們的政策是維持充足的現金及現金等價物，或透過充足的已承諾信貸融資獲得可用資金，以滿足我們的營運資金需求。

有關我們不同類別金融負債的到期情況分析，請參閱「附錄一 — 會計師報告」一節附註3.1(d)。

### 根據上市規則須作出的披露

董事確認，於最後實際可行日期，並無任何須遵守上市規則第13.13至13.19條的情況會導致須根據上市規則第13.13至13.19條作出披露。

### 股息及股息政策

#### 股息

於2013年1月，我們就我們截至2009年12月31日止期間的保留盈利向ZED(直至2010年11月前為我們的唯一股東)宣派股息合共188.7百萬港元。於2019年，我們向ZED支付有關股息的37.0百萬港元，而於2019年12月31日，應付ZED的未付股息金額為48.3百萬港元。於2020年1月，我們就截至2009年12月31日止期間的保留盈利向ZED宣派股息36.6百萬港元。於截至2020年6月30日止六個月，我們以內部資源支付應付ZED的未付股息總額共計84.9百萬港元。

於往績記錄期間，除下述中期股息外，我們並無向唯一股東(即Aswann)宣派任何股息。

於2020年6月，我們就截至2020年6月止期間的保留盈利向當時的唯一股東(即Aswann)宣派中期股息2,300.0百萬港元。有關股息須待全球發售於2021年12月31日或之前完成，方告作實，而在達成有關條件的情況下，以及為我們的營運及業務擴展維持足夠的靈活性，我們將於2021年12月31日或之前支付有關股息。預期有關股息將以內部資源及／或自包括花旗

## 財務資料

銀行香港分行在內的銀團所取得的一筆定期貸款融通支付。全球發售所得款項淨額概不會用於支付有關股息。於宣派中期股息當日，Aswann由ZED、Van Group Limited、Allied Power Limited、HCM、Hai Fei及CCIL分別持有88.70%、0.22%、0.07%、10%、0.72%及0.29%權益，與本公司緊接全球發售前的股權架構相同。

### 股息政策

董事認為，日後宣派的任何股息金額將視乎(其中包括)我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本需求、根據香港公認會計原則計算的可供分派溢利金額、有關匯回股息及分派的適用中國法律及法規、開曼群島公司法、其他適用法律及法規以及所有其他相關因素而定。

誠如本公司的中國法律顧問所告知，本公司中國附屬公司的可供分派溢利可匯出中國，惟有關中國附屬公司須遵守中國有關稅項付款的所有相關法律及法規，分派已由決議案或其他內部程序正式授權，而中國附屬公司的核數師已根據中國法律及法規發出經審計報告，並已完成相關匯款程序。

我們擬向股東分派股息，股息金額將不少於全球發售後首個財政年度純利(根據香港財務報告準則釐定)的30%。過往宣派的股息及上述意向並不構成，亦不應被詮釋為任何保證或聲明或表示本公司必須或將會按該等方式宣派及派付股息，或根本不會宣派及派付任何股息。股份的現金股息(如有)將以港元派付。實際分派予股東的股息金額將視乎我們的盈利、財務狀況、營運需求及資本需求以及董事可能認為相關的任何其他條件而定，而任何末期股息須經股東批准。今後宣派的股息可能會亦可能不會反映本公司過往股息宣派，將按董事會全權酌情決定。

本公司派付現金股息的能力亦將取決於其自營運附屬公司收取的分派金額(如有)。根據中國法律，股息僅可透過可供分派溢利(即於中國註冊成立的相關公司的保留盈利)派付。倘某一年度本公司並無任何可供分派溢利，則該年度一般不會派付任何股息。

我們無法保證將派付任何股息。投資者應考慮「風險因素」一節所載影響本集團的風險因素。

### 上市開支

假設發售價為每股發售股份11.68港元(即發售價範圍的中位數)及悉數支付酌情獎勵費用(如有)，我們預期將產生上市開支約234.0百萬港元(包括包銷佣金及費用總額、聯交所上市費、證監會交易徵費及聯交所交易費、法律及其他專業費用、印刷及與全球發售有關

## 財務資料

的所有其他費用)，佔全球發售所得款項總額約2.7%。於2020年6月30日，約21.4百萬港元已作為行政開支自綜合全面收入表扣除。我們預計於2020年6月30日後將產生額外上市開支約208.6百萬港元，其中32.4百萬港元預期將確認為行政開支。預期有合共180.2百萬港元將予資本化並將於上市後自權益扣除。上述上市開支為最後實際可行估計，僅供參考，且實際金額可能有別於該估計。

### 可分派儲備

於2020年6月30日，本公司的保留盈利約為2,313.6百萬港元，為可供分派予股東的可分派儲備。

### 未經審計備考經調整有形資產淨值

詳情請參閱「附錄二 — 未經審計備考財務資料」一節。

### 近期發展及重大不利變動

#### 定期貸款融通

於2020年11月24日，我們與包括花旗銀行香港分行在內的銀團訂立本金為2,300,000,000港元(或其等值美元)的定期貸款融通協議(「**融通協議**」)，為支付我們於2020年6月宣派的中期股息融資。待上市發生及達成若干慣常先決條件後，有關定期貸款自協議日期起至(i)融通協議日期後六個月及(ii)上市日期後六個月(以較早者為準)期間可供提取。一經提取，貸款期限為融通協議日期後36個月，利率為適用的香港銀行同業拆息(倘提取港元)或倫敦銀行同業拆息(倘提取美元)加若干基點。定期貸款本金的強制性還款將於融通協議日期後第24個月至第36個月之間發生。然而，本公司可於融通協議日期(或(如為較早者)可供動用的融通額為零當日)起計6個月後自願提前償還定期貸款。融通協議載有商業銀行貸款慣用的一系列契諾，並要求我們滿足若干財務比率規定，例如最高淨債務對稅息折舊及攤銷前利潤比率，最低稅息折舊及攤銷前利潤對利息覆蓋率，以及最低有形淨值。定期貸款可分多次提取，使我們能夠靈活地使用符合本公司及股東整體最佳利益的資源組合，為支付中期股息提供資金。於最後實際可行日期，尚未根據融通協議作出任何提取。

#### 首次公開發售前購股權計劃

於2020年9月23日，我們採納首次公開發售前購股權計劃。於2020年9月23日，根據首次公開發售前購股權計劃，我們已向身為我們僱員(包括我們的董事及高級管理團隊成員)及

## 財務資料

我們的商業聯繫人的若干承授人授出可認購合共61,651,000股股份的購股權。有關詳情，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

所授出購股權的公允價值將確認為以股份為基礎的補償開支，其將對我們的溢利造成不利影響。詳情請參閱「風險因素 — 與全球發售有關的風險 — 因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而配發及發行股份可能會對我們未來的經營業績造成負面影響」一節。

### 新型冠狀病毒疫情爆發

新型冠狀病毒疫情爆發對我們的業務及財務狀況帶來挑戰。由於新型冠狀病毒疫情，我們於截至2020年6月30日止六個月產生約149.8百萬港元與綜合損益有關的銷售退貨。於銷售退貨中，於2020年6月30日已退回銷售價值為95.7百萬港元的產品，並已相應終止確認相關的貿易應收款項。儘管我們於2020年6月30日仍未收到銷售金額為54.1百萬港元的剩餘產品，但基於我們與客戶的持續溝通及處理中的退款要求進度，我們預期將會獲退回該等產品，因此我們已於2020年6月30日就該等尚未退回的產品確認退款負債53.5百萬港元<sup>1</sup>。我們的管理層根據適用香港財務報告準則使用預期價值法估計被視為可變代價的銷售退貨金額。截至2020年6月30日止六個月，幾乎所有至尊品牌濃縮洗衣液的銷售退貨均為由新型冠狀病毒疫情爆發帶來的前所未有市場中斷導致，我們的管理層在考慮到從客戶收到且本集團接受的退貨要求後重新評估於2020年6月30日的退貨金額。我們認為並無要求退貨的客戶於2020年前往續記錄期間的銷售退貨率並不重大，因此認為毋須就該等客戶確認任何退款負債。我們每位直銷大客戶或線下分銷商的未售出存貨結餘與該直銷大客戶或線下分銷商所要求的退貨金額並無直接關係。因此，並無根據各直銷大客戶或線下分銷商的相關未售出存貨結餘水平釐定銷售退貨金額。根據我們管理層的評估，於2020年6月30日有關退貨的退款負債53.5百萬港元被視為足夠，且根據本集團所接受的退貨要求，預期將不會有涉及至尊品牌濃縮洗衣液的進一步重大銷售退貨要求。於2020年6月30日至最後實際可行日期，已退回銷售金額為40.9百萬港元的產品。有關產品退貨及退款負債的會計判斷，請參閱「— 重大會計政策、判斷及估計 — 銷售退貨撥備」及「— 重大會計政策、判斷及估計 — 退款負債」分節。我們接受客戶該等產品退貨主要是出於商業考慮，例如與客戶維持良好的業務關係。基於往續記錄期間我們獨立第三方客戶所提供的資料，我們估計，於最後實際可行日期，我們直銷大客戶及線下分銷商的至尊品牌濃縮洗衣液未售出存貨的概約金額將不會超過我們截至2019年12月31日止年度收益的5%。有關詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務

<sup>1</sup> 於2020年6月30日的退款負債與同日我們尚未就餘下產品收取的銷售金額有輕微差別，原因為計算收益表項目及資產負債表項目所用的匯率有所不同。

## 財務資料

及行業相關的風險 — 我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化。」一節。

我們認為，我們將有充裕的營運資金，可滿足我們自本招股章程日期起計至少12個月的現時需求。然而，概無法保證因新型冠狀病毒疫情持續爆發而對中國經濟或世界其他地區產生的任何影響將不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生任何其他直接或間接不利影響。有關進一步詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們面臨與疫情、傳染病及其他疾病爆發(包括近期新型冠狀病毒爆發)有關的風險」、「行業概覽 — 新型冠狀病毒疫情對中國家庭清潔護理行業的影響」及「業務 — 新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響」各節。鑒於新型冠狀病毒疫情爆發的動態性質，本集團將持續評估其對本集團財務狀況及經營業績的影響。

根據我們的管理賬目，我們截至2020年9月30日止九個月的收益較截至2019年9月30日止九個月輕微下跌，主要原因為衣物清潔護理產品的收益下跌。由於新型冠狀病毒疫情爆發期間實施社交距離限制(主要在2020年上半年)，消費者減少戶外活動，令對衣物清潔護理產品的需求整體減弱。由於新型冠狀病毒疫情爆發，消費者更加注重個人及家居衛生，帶動截至2020年9月30日止九個月來自個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的收益上升，加上中國爆發新型冠狀病毒疫情的影響逐步消退，2020年第三季度的銷售大致恢復，抵銷了衣物清潔護理產品收益下跌的部分影響。此外，根據我們的管理賬目，我們截至2020年9月30日止九個月的毛利較截至2019年9月30日止九個月輕微下跌，而截至2020年9月30日止九個月的毛利率與截至2019年9月30日止九個月的毛利率相若。

除本節上文所披露者外，董事確認，於本招股章程日期，我們的財務或貿易狀況或前景自2020年6月30日(即「附錄一 — 會計師報告」一節所載最近期經審計綜合財務報表的編製日期)以來並無任何重大不利變動。