

財務資料

閣下應與載於本文件附錄一的會計師報告所載綜合財務報表(包括其附註)一併閱覽以下討論及分析。會計師報告根據本文件附錄一所載基準並按與香港財務報告準則一致的會計政策編製。

我們的過往業績未必可作為任何未來期間的指標。下列有關財務狀況及經營業績的討論及分析包括涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。我們的實際業績可能會因多項因素(包括本文件「風險因素」、「前瞻性陳述」及「業務」各節及其他章節所載者)而有別於下文所討論者。

有意投資者應閱讀本文件附錄一所載的會計師報告全文，而不應僅倚賴本節所載資料。

以下討論及分析亦包括經約整的若干數額及百分比數字。因此，若干列表總計一欄所示的數字未必相等於先前數字的算術總和，而所示所有金額僅為概約金額。

概覽

據弗若斯特沙利文確認，我們是香港企業對消費者(B2C)電子商務行業的領先市場參與者之一，擁有逾23,000項SKU(以電子產品及家庭電器為主)，於最後可行日期已建立註冊會員超過807,000名的客戶群。品牌名稱「友和友和^{YOHONG}」扼要傳達我們的理念，即以座右銘「就係友和，乜都有啲！」建立一站式電子商務平台，照顧消費者形形色色的需要。作為發展迅速的企業，我們的收益大幅增長，由18/19財年至20/21財年錄得複合年增長率約96.5%；尤其是，來自友和OMO業務的收益於截至2021年3月31日止三個財政年度按複合年增長率107.1%增長。根據弗若斯特沙利文報告，於20/21財年，按網站流量計，我們於香港以電子產品及家庭電器為主的電子商務平台中位列榜首，並在香港所有電子商務平台中錄得最高電子產品及家庭電器線上零售，市場佔有率約為5.6%。按20/21財年的網站流量及整體零售業網上銷售計，我們亦於香港所有電子商務平台中分別排名第二及第三(市場佔有率約為1.8%)。

在零售業務方面，我們採用線上線下融合(OMO)業務模式，據此，我們在**www.yohohongkong.com**(桌面版)或**m.yohohongkong.com**(手機版)營運友和電子商務平台(即我們的電子商務平台)，並分別於觀塘區(九龍東)及長沙灣區(九龍西)營運兩間零售店。我們在線上及線下均設有業務據點，同時借助科技，準備就緒為客戶提供結合線上購物及線下購物好處的購物體驗。

財務資料

於往績記錄期間，總收益分別約為135.4百萬港元、260.0百萬港元、523.0百萬港元及496.7百萬港元，而我們分別錄得純利12.3百萬港元、18.3百萬港元及28.7百萬港元以及淨虧損13.9百萬港元，經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)則分別約為13.0百萬港元、17.6百萬港元、28.7百萬港元及13.6百萬港元。

影響我們財務業績的因素

我們的經營業績及財務表現一直並將繼續受到多項因素影響，其中許多因素可能為我們無法控制，包括載於本文件「風險因素」的該等因素及下文所載者。

對我們產品的需求

我們的收益絕大部分來自於往績記錄期間的產品銷售，因此，我們的財務業績在一定程度上取決於對產品的整體需求、消費者喜好、品牌知名度及我們所提供產品的質素。於往績記錄期間，產品銷售產生的收益分別約為135.4百萬港元、259.7百萬港元、522.6百萬港元及495.8百萬港元，佔我們絕大部分的總收益。

然而，倘我們未能預計消費者喜好的變化、保持價格競爭力並透過採購受消費者追捧的新產品等方式迎合消費趨勢，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

行業競爭

我們於電子商務業務方面與競爭對手爭奪客戶訂單及向我們供應貨品以供銷售的品牌擁有人。根據弗若斯特沙利文報告，於20/21財年，按網站流量計，我們於香港以電子產品及家庭電器為主的電子商務平台位列榜首，並在香港所有電子商務平台中錄得最高電子產品及家庭電器線上零售，市場佔有率約為5.6%。然而，香港的電子商務市場分散且競爭激烈，市場參與者眾多(即於2021年3月31日有逾7,500名市場參與者)。市場參與者於特定細分市場或多個細分市場互相競爭。我們營運所在的電子商務市場內有多名發展成熟的競爭對手，彼等擁有雄厚財務、技術、市場推廣及其他資源。我們現時或潛在的競爭對手包括供應廣泛常用或潮流商品類型的香港及中國大型線上零售商、進軍線上零售的大型傳統零售商以及同時經營實體及網上零售店的大型傳統零售商。未來可能會有更多競爭對手踏足電子商務行業，而市場上競爭力較低的公司可能會被逐漸淘汰。我們無法向閣下保證，我們將能夠成功擊敗現時或未來的競爭對手，並保持我們目前於香港電子商務市場的市場地位。有關競爭壓力可能會對我們的財務業績及盈利能力造成重大不利影響。

財務資料

產品成本波動

於往績記錄期間，已售貨品成本主要指產品成本，於往績記錄期間分別佔總收益約75.7%、79.5%、82.6%及85.0%。因此，倘已售貨品成本增加而我們無法將有關增幅轉嫁至客戶，則我們的經營業績將受到重大影響。

供說明用途，假設所有其他因素維持不變，於往績記錄期間除稅前溢利估計增加／減少(與已售貨品成本於各年度／期間的假定變動有關)的敏感度分析載列如下：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	21/22 首八個月
已售貨品成本的 假定變動	除稅前 溢利變動 千港元	除稅前 溢利變動 千港元	除稅前 溢利變動 千港元	除稅前 溢利變動 千港元
+/- 10%	-/+ 10,257	-/+ 20,670	-/+ 43,197	-/+ 42,198
+/- 20%	-/+ 20,513	-/+ 41,339	-/+ 86,393	-/+ 84,395

員工成本的波動

於往績記錄期間，員工成本構成銷售及分銷開支以及行政開支的最大組成部分之一，於往績記錄期間合共分別佔總收益約6.5%、5.6%、4.1%及3.6%。因此，倘員工成本增加而我們無法將有關增幅轉嫁至客戶，則我們的經營業績將受到重大影響。

供說明用途，假設所有其他因素維持不變，於往績記錄期間除稅前溢利假定波動估計增加／減少(與員工成本於各年度／期間的假定變動有關)的敏感度分析載列如下：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	21/22 首八個月
員工成本的 假定波動	除稅前 溢利變動 千港元	除稅前 溢利變動 千港元	除稅前 溢利變動 千港元	除稅前 溢利變動 千港元
+/- 10%	-/+ 876	-/+ 1,463	-/+ 2,131	-/+ 1,809
+/- 20%	-/+ 1,752	-/+ 2,926	-/+ 4,262	-/+ 3,618

財務資料

呈列基準

本公司於2021年4月13日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。根據重組(於本文件「歷史、重組及公司架構—重組」一段更詳盡闡釋)，本公司成為本集團目前旗下公司的控股公司。有關財務資料包括於2019年、2020年、2021年3月31日及2021年11月30日的綜合財務狀況表及18/19財年、19/20財年、20/21財年各年及21/22首八個月的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表以及主要會計政策概要及其他解釋資料。於往績記錄期間與本集團有關的財務資料按猶如本公司一直為本集團控股公司的假設而編製。

於往績記錄期間的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表包括現時本集團目前旗下公司的業績、權益變動及現金流量，猶如本公司於整個往績記錄期間或自該等公司各自的註冊成立或成立日期(以較短期間為準)以來一直為本集團的控股公司及現時的集團架構一直存在。

主要會計政策

財務資料已根據與香港財務報告準則一致的會計政策編製。我們已識別就編製財務資料而言屬重大的若干會計政策，其對了解我們的財務狀況及經營業績十分重要。該等主要會計政策載於本文件附錄一所載會計師報告附註3。編製財務資料所採納的主要會計政策如下：

收益

我們於(或隨)達成履約責任時確認收益，即於特定履約責任的相關貨品或服務的「控制權」轉移至客戶時。

倘符合以下其中一項準則，則控制權隨時間轉移及收益隨時間確認(就廣告服務而言，參考履行相關履約責任的完成進度)：

- 客戶隨本集團履約同時收取及消耗本集團履約所提供的利益；
- 本集團的履約創建或增強客戶隨本集團履約控制的資產；或
- 本集團的履約未創建對本集團具有替代用途的資產，而本集團有強制執行權收取至今已完成履約部分的付款。

否則，收益於客戶獲得明確貨品或服務控制權的時間點確認。

財務資料

隨時間確認收益：計量完成履行履約責任的進度。

完成履行履約責任的進度按產出法計量，即直接計量至今已向客戶轉移貨品或服務的價值，相對合約下承諾餘下貨品或服務價值以確認收益，其最能反映本集團於轉移貨品或服務控制權方面的履約情況。

具有多項履約責任(包括分配交易價格)的合約

就包含多於一項履約責任(銷售貨品及根據本集團的客戶忠誠度計劃向客戶獎勵積分)合約而言，本集團按相對單獨售價基準將交易價格分配至各履約責任。

與各履約責任相關的明確貨品或服務單獨售價於合約開始時釐定。其指本集團單獨向客戶出售承諾貨品或服務的價格。倘單獨售價無法直接觀察可得，則本集團使用適當技術估計單獨售價，以便交易價格最終分配至反映本集團預期有權就向客戶轉讓承諾貨品或服務而換取的代價金額的任何履約責任。

物業、廠房及設備以及使用權資產減值虧損

於各報告期末，本集團檢討其物業、廠房及設備以及使用權資產的賬面值，以釐定是否有任何跡象顯示該等資產出現減值虧損。如有任何有關跡象，則估計相關資產的可收回金額，以釐定減值虧損(如有)的程度。物業、廠房及設備以及使用權資產的可收回金額單獨進行估計。本集團於無法單獨估計可收回金額時估計該資產所屬現金產生單位的可收回金額。

可收回金額指公平值減出售成本與使用價值之間的較高者。於評估使用價值時，估計未來現金流量會採用除稅前貼現率貼現至其現值，該除稅前貼現率反映對貨幣時間價值的目前市場評估及該資產(或現金產生單位)的特定風險，而並無就此調整估計未來現金流量。

倘資產(或現金產生單位)的可收回金額估計將低於其賬面值，則該項資產(或現金產生單位)的賬面值將調減至其可收回金額。減值虧損即時於損益確認。

財務資料

倘減值虧損於其後撥回，則資產(或現金產生單位或現金產生單位組別)的賬面值將增至其可收回金額的經修訂估計，惟已提高的賬面值不得超過該項資產(或現金產生單位或現金產生單位組別)於過往年度並無確認減值虧損時原應釐定的賬面值。減值虧損撥回即時於損益確認。

存貨

存貨按成本與可變現淨值之間的較低者列賬。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨的估計售價減所有估計完工成本及進行銷售所需成本。進行銷售所需成本包括直接歸屬於銷售的增量成本及本集團進行銷售必須產生的非增量成本。

採納香港財務報告準則第16號

本集團於整個往績記錄期間已貫徹應用與香港會計師公會所頒布香港財務報告準則一致的會計政策，包括但不限於香港財務報告準則第16號「租賃」。有關進一步詳情，見本文件附錄一所載會計師報告附註3。

重大會計估計及假設

於應用本文件附錄一會計師報告附註3所述的本集團會計政策時，董事須就顯然無法透過其他來源獲得的資產及負債的賬面值作出判斷、估計及假設。該等估計及有關假設根據過往經驗及被視為相關的其他因素作出。實際結果可能有別於該等估計。有關詳情，見本文件附錄一會計師報告附註4。

財務資料

經營業績

下表呈列本集團於所示年度／期間的經營業績，乃摘錄自本文件附錄一會計師報告所載綜合損益及其他全面收益表。

	18/19 財年	19/20 財年	20/21 財年	20/21 首八個月	21/22 首八個月
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
收益	135,422	259,953	523,029	289,005	496,731
已售貨品成本	<u>(102,567)</u>	<u>(206,696)</u>	<u>(431,967)</u>	<u>(235,144)</u>	<u>(421,977)</u>
	32,855	53,257	91,062	53,861	74,754
其他收入	1	107	3,269	3,242	2
其他收益及虧損	(540)	684	(112)	(127)	(11,463)
銷售及分銷開支	(11,249)	(22,114)	(44,946)	(26,139)	(43,428)
行政開支	(6,420)	(10,216)	(15,300)	(9,215)	(14,635)
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
融資成本	<u>(31)</u>	<u>(112)</u>	<u>(236)</u>	<u>(146)</u>	<u>(289)</u>
除稅前溢利(虧損)	14,616	21,606	33,737	21,476	(11,124)
所得稅開支	<u>(2,344)</u>	<u>(3,282)</u>	<u>(5,004)</u>	<u>(2,851)</u>	<u>(2,808)</u>
年／期內溢利(虧損)及 全面收益(開支)總額	<u>12,272</u>	<u>18,324</u>	<u>28,733</u>	<u>18,625</u>	<u>(13,932)</u>

財務資料

非香港財務報告準則計量

為補充我們根據香港財務報告準則呈列的綜合損益及其他全面收益表，我們亦採用並非香港財務報告準則規定或按香港財務報告準則呈列的經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)作為額外財務計量。我們認為，該等非香港財務報告準則計量有助識別業務的相關趨勢(可能受計入營運所得收入及純利的開支所影響而失真)，透過消除有關項目的潛在影響，藉此為投資者及其他人士在了解及評估我們的經營業績時提供有用資料。我們亦認為，該等非香港財務報告準則計量提供有關經營業績的有用資料，加強對過往業績及未來前景的整體理解，並使管理層在作出財務及經營決策時使用的關鍵指標更具透明度。

我們將經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)界定為經(i)衍生金融工具公平值變動；(ii)可轉換可贖回優先股公平值變動及(iii)[編纂]調整的年/期內溢利。鑒於(i)向Beyond Ventures Vehicle所授出認購期權(已獲行使)公平值變動計量導致的衍生金融工具公平值變動；(ii)向A系列優先股持有人所授出普通股轉換權(將於[編纂]前獲行使)導致的可轉換可贖回股份公平值變動及(iii)就[編纂]產生的[編纂]，於[編纂]後概無有關項目。採用經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)作為分析工具有其重大局限，原因為其並不反映影響營運的所有收入及開支項目。評估經營及財務業績時，閣下不應將經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)與我們根據香港財務報告準則計算的年/期內損益、毛利或任何其他財務表現計量分別考慮或視為替代指標。香港財務報告準則項下並無界定「經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)」一詞，故該詞彙與其他公司所用其他類似名稱的計量未必可作比較。

下表載列我們於所示年度/期間的經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	20/21 首八個月	21/22 首八個月
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
年/期內溢利(虧損)	12,272	18,324	28,733	18,625	(13,932)
就下列各項作出調整：					
衍生金融工具公平值變動	774	(692)	-	-	-
可轉換可贖回優先股公平值變動	-	-	-	-	11,495
[編纂]	-	-	-	-	[編纂]
經調整純利(作為非香港財務 報告準則計量)	<u>13,046</u>	<u>17,632</u>	<u>28,733</u>	<u>18,625</u>	<u>[編纂]</u>

財務資料

綜合損益及其他全面收益表若干項目說明

收益

下表載列於所示年度／期間按銷售渠道劃分的收益明細：

	18/19財年		19/20財年		20/21財年		20/21首八個月		21/22首八個月	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	千港元		千港元		千港元		千港元		千港元	
							(未經審核)			
友和OMO業務(B2C)										
—線上零售	77,356	57.1%	175,995	67.7%	413,470	79.0%	225,222	77.9%	394,520	79.4%
—線下零售店銷售	37,064	27.4%	47,384	18.2%	77,417	14.8%	42,920	14.9%	82,949	16.7%
	<u>114,420</u>	<u>84.5%</u>	<u>223,379</u>	<u>85.9%</u>	<u>490,887</u>	<u>93.8%</u>	<u>268,142</u>	<u>92.8%</u>	<u>477,469</u>	<u>96.1%</u>
線下批量銷售(B2B)	21,002	15.5%	36,350	14.0%	31,739	6.1%	20,637	7.1%	18,308	3.7%
其他(附註)	-	-	224	0.1%	403	0.1%	226	0.1%	954	0.2%
總計	<u>135,422</u>	<u>100.0%</u>	<u>259,953</u>	<u>100.0%</u>	<u>523,029</u>	<u>100.0%</u>	<u>289,005</u>	<u>100.0%</u>	<u>496,731</u>	<u>100.0%</u>

附註：有關其他收益來自於往績記錄期間提供廣告服務。

B2C模式下的友和OMO業務為我們的主要銷售渠道，於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月產生的收益分別約為114.4百萬港元、223.4百萬港元、490.9百萬港元、268.1百萬港元及477.5百萬港元，分別佔總收益的84.5%、85.9%、93.8%、92.8%及96.1%。尤其是，於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，主要透過友和電子商務平台產生的線上零售收益分別約為77.4百萬港元、176.0百萬港元、413.5百萬港元、225.2百萬港元及394.5百萬港元，分別佔總收益的57.1%、67.7%、79.0%、77.9%及79.4%。

除友和OMO業務外，我們亦透過B2B模式下的線下批量銷售產生收益，據此，我們主要向下達批量採購訂單的其他電子產品及家庭電器零售商、貿易公司以及企業及其他機構客戶供應產品。於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，來自線下批量銷售的收益分別約為21.0百萬港元、36.4百萬港元、31.7百萬港元、20.6百萬港元及18.3百萬港元，分別佔總收益的15.5%、14.0%、6.1%、7.1%及3.7%。此外，我們於19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月通過提供廣告服務產生收益。

財務資料

儘管於20/21財年及21/22首八個月，來自線下批量銷售的收益減少，原因為我們將企業銷售團隊(主要負責企業客戶及B2B業務)的人手分配至本集團其他部門或職能部門，以進一步發展我們的B2C業務，令負責物色大型企業客戶的高級人員減少及企業銷售團隊的人員減少，惟我們計劃參與更多並同時維持B2B業務，以趕上本集團的整體增長，並借助日後品牌知名度上升及客戶基礎擴大，拓闊本集團的收益來源。我們已通過招聘新員工以擴大企業銷售團隊，其主要負責探索B2B商機，為此，我們一直積極招聘若干人員(包括一名業務發展經理)加入本集團。

下表載列友和OMO業務(B2C)及線下批量銷售(B2B)於所示年度/期間所產生按產品類型劃分的收益明細：

	18/19財年		19/20財年		20/21財年		20/21首八個月		21/22首八個月	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	千港元		千港元		千港元		千港元		千港元	
	(未經審核)									
電子產品	17,684	13.1%	50,929	19.6%	138,087	26.5%	62,311	21.6%	132,865	26.8%
美容及護理電子產品	41,471	30.6%	58,785	22.6%	91,626	17.5%	56,769	19.6%	75,245	15.2%
家庭電器	63,248	46.7%	123,820	47.7%	207,550	39.7%	120,070	41.6%	209,919	42.3%
電腦及電腦週邊產品	6,407	4.7%	10,472	4.0%	49,670	9.5%	25,923	9.0%	49,216	9.9%
生活時尚產品	6,612	4.9%	15,723	6.1%	35,693	6.8%	23,706	8.2%	28,532	5.8%
所有產品類別總計	135,422	100.0%	259,729	100.0%	522,626	100.0%	288,779	100.0%	495,777	100.0%

於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，我們產品銷售所產生的收益分別約為135.4百萬港元、259.7百萬港元、522.6百萬港元、288.8百萬港元及495.8百萬港元。

我們分別錄得收益按年/按期增長92.0%、101.2%及71.7%。此乃主要歸因於網購越來越受消費者歡迎，尤其是(1)越來越多網購者對於完善的知名品牌電子商務平台(如香港B2C電子商務行業的頂尖市場參與者之一的本集團)進行網購的態度轉變；(2)我們採用促成消費者一站式購物體驗的OMO業務，加強客戶信心及提高忠誠度；及(3)我們全方位的市場推廣及促銷策略，包括各項全年推廣活動，例如一年一度的「雙11購物節」及「313週年感恩節促銷」，均提昇產品的銷售額。

財務資料

已售貨品成本

已售貨品成本主要指產品成本。於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，已售貨品成本分別約為102.6百萬港元、206.7百萬港元、432.0百萬港元、235.1百萬港元及422.0百萬港元，分別佔同年及同期收益約75.7%、79.5%、82.6%、81.4%及85.0%。

毛利

於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，毛利分別約為32.9百萬港元、53.3百萬港元、91.1百萬港元、53.9百萬港元及74.8百萬港元，同年及同期的毛利率分別約為24.3%、20.5%、17.4%、18.6%及15.0%。

下表載列於所示年度／期間按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	18/19財年		19/20財年		20/21財年		20/21首八個月		21/22首八個月	
	毛利 千港元	毛利率	毛利 千港元	毛利率	毛利 千港元	毛利率	毛利 千港元 (未經審核)	毛利率	毛利 千港元	毛利率
友和OMO業務(B2C)										
一線上零售	17,885	23.1%	34,563	19.6%	68,872	16.7%	39,854	17.7%	58,552	14.8%
一線下零售店銷售	8,517	23.0%	8,863	18.7%	13,437	17.4%	7,902	18.4%	11,620	14.0%
	<u>26,402</u>	<u>23.1%</u>	<u>43,426</u>	<u>19.4%</u>	<u>82,309</u>	<u>16.8%</u>	<u>47,756</u>	<u>17.8%</u>	<u>70,172</u>	<u>14.7%</u>
線下批量銷售(B2B)	6,453	30.7%	9,607	26.4%	8,350	26.3%	5,879	28.5%	3,628	19.8%
其他(附註)	-	-	224	100.0%	403	100.0%	226	100%	954	100%
總計	<u><u>32,855</u></u>	<u><u>24.3%</u></u>	<u><u>53,257</u></u>	<u><u>20.5%</u></u>	<u><u>91,062</u></u>	<u><u>17.4%</u></u>	<u><u>53,861</u></u>	<u><u>18.6%</u></u>	<u><u>74,754</u></u>	<u><u>15.0%</u></u>

附註：有關其他收益來自於往績記錄期間提供廣告服務。

財務資料

下表載列於所示年度／期間按產品類型劃分的毛利及毛利率明細：

毛利

	18/19財年		19/20財年		20/21財年		20/21首八個月		21/22首八個月	
	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
	千港元		千港元		千港元		千港元		千港元	
	(未經審核)									
—電子產品	2,509	14.2%	4,818	9.5%	10,873	7.9%	4,784	7.7%	11,158	8.4%
—美容及護理電子產品	11,147	26.9%	16,027	27.3%	25,393	27.7%	14,838	26.1%	18,986	25.2%
—家庭電器	16,421	26.0%	27,894	22.5%	38,505	18.6%	23,714	19.8%	30,023	14.3%
—電腦及電腦週邊產品	911	14.2%	1,019	9.7%	4,665	9.4%	2,454	9.5%	4,371	8.9%
—生活時尚產品	1,867	28.2%	3,275	20.8%	11,223	31.4%	7,845	33.1%	9,262	32.5%
其他	—	—	224	100.0%	403	100.0%	226	100%	954	100.0%
總計	<u>32,855</u>	<u>24.3%</u>	<u>53,257</u>	<u>20.5%</u>	<u>91,062</u>	<u>17.4%</u>	<u>53,861</u>	<u>18.6%</u>	<u>74,754</u>	<u>15.0%</u>

財務資料

下表載列我們於整個往績記錄期間的所示年度／期間以B2C及B2B的總收益計按二十大品牌劃分的收益、佔總收益百分比、毛利、佔總毛利百分比及毛利率明細：

品牌	18/19財年					19/20財年					20/21財年				
	佔總收益		佔總毛利		毛利率	佔總收益		佔總毛利		毛利率	佔總收益		佔總毛利		毛利率
	收益	百分比	毛利	百分比		收益	百分比	毛利	百分比		收益	百分比	毛利	百分比	
千港元		千港元			千港元		千港元			千港元		千港元			
品牌A	31	0.0% ^(附註)	2	0.0% ^(附註)	5.1%	21,564	8.3%	602	1.1%	2.8%	68,346	13.1%	1,930	2.1%	2.8%
品牌B	23,278	17.2%	9,733	29.6%	41.8%	26,782	10.3%	10,445	19.7%	39.0%	26,180	5.0%	10,703	11.8%	40.9%
品牌C	5,357	4.0%	623	1.9%	11.6%	8,815	3.4%	842	1.6%	9.6%	23,468	4.5%	1,468	1.6%	6.3%
品牌D	-	-	-	-	-	436	0.2%	19	0.0% ^(附註)	4.4%	28,814	5.5%	2,598	2.9%	9.0%
品牌E	5,600	4.1%	542	1.6%	9.7%	12,173	4.7%	1,275	2.4%	10.5%	19,114	3.7%	2,456	2.7%	12.8%
品牌F	6,957	5.1%	685	2.1%	9.9%	12,741	4.9%	1,008	1.9%	7.9%	17,375	3.3%	1,995	2.2%	11.5%
品牌G	2,266	1.7%	87	0.3%	3.8%	6,794	2.6%	426	0.8%	6.3%	14,062	2.7%	1,053	1.2%	7.5%
品牌H	4,465	3.3%	1,696	5.2%	38.0%	6,448	2.5%	3,172	6.0%	49.2%	11,570	2.2%	5,552	6.1%	48.0%
品牌I	4,955	3.7%	1,150	3.5%	23.2%	7,914	3.0%	1,551	2.9%	19.6%	8,047	1.5%	1,790	2.0%	22.2%
品牌J	784	0.6%	69	0.2%	8.8%	3,410	1.3%	342	0.6%	10.0%	9,078	1.7%	1,007	1.1%	11.1%
品牌K	2,464	1.8%	704	2.1%	28.6%	3,238	1.2%	879	1.7%	27.2%	9,612	1.8%	2,732	3.0%	28.4%
品牌L	1,370	1.0%	183	0.6%	13.4%	2,986	1.1%	261	0.5%	8.7%	6,168	1.2%	442	0.5%	7.2%
品牌M	2,476	1.8%	209	0.6%	8.5%	5,421	2.1%	419	0.8%	7.7%	7,106	1.4%	489	0.5%	6.9%
品牌N	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13,734	2.6%	5,815	6.4%	42.3%
品牌O	2,095	1.5%	331	1.0%	15.8%	4,935	1.9%	808	1.5%	16.4%	5,034	1.0%	819	0.9%	16.3%
品牌P	2,061	1.5%	284	0.9%	13.8%	3,656	1.4%	428	0.8%	11.7%	5,145	1.0%	735	0.8%	14.3%
品牌Q	441	0.3%	38	0.1%	8.6%	1,533	0.6%	124	0.2%	8.1%	5,170	1.0%	421	0.5%	8.1%
品牌R	2,020	1.5%	217	0.7%	10.7%	3,590	1.4%	383	0.7%	10.7%	5,220	1.0%	507	0.6%	9.7%
品牌S	832	0.6%	74	0.2%	8.9%	2,076	0.8%	174	0.3%	8.4%	4,806	0.9%	376	0.4%	7.8%
品牌T	4,550	3.4%	1,450	4.4%	31.9%	3,050	1.2%	669	1.3%	21.9%	3,781	0.7%	789	0.9%	20.9%
二十大品牌	72,000	53.2%	18,077	55.0%	25.1%	137,559	53.0%	23,827	44.9%	17.3%	291,829	55.8%	43,676	48.2%	15.0%
其他品牌	63,422	46.8%	14,778	45.0%	23.3%	122,170	47.0%	29,206	55.1%	23.9%	230,797	44.2%	46,983	51.8%	20.4%
總計	<u>135,422</u>	<u>100.0%</u>	<u>32,855</u>	<u>100.0%</u>	<u>24.3%</u>	<u>259,729</u>	<u>100.0%</u>	<u>53,033</u>	<u>100.0%</u>	<u>20.4%</u>	<u>522,626</u>	<u>100.0%</u>	<u>90,659</u>	<u>100.0%</u>	<u>17.3%</u>

附註：該數據表示不重大金額。

財務資料

品牌	20/21首八個月					21/22首八個月				
	佔總收益		佔總毛利		毛利率	佔總收益		佔總毛利		毛利率
	收益	百分比	毛利	百分比		收益	百分比	毛利	百分比	
千港元		千港元			千港元		千港元			
品牌A	32,027	11.1%	801	1.5%	2.5%	65,185	13.1%	2,674	3.6%	4.1%
品牌B	17,860	6.2%	7,302	13.6%	40.9%	15,399	3.1%	5,460	7.4%	35.5%
品牌C	11,310	3.9%	937	1.7%	8.3%	32,307	6.5%	2,829	3.8%	8.8%
品牌D	5,366	1.9%	202	0.4%	3.8%	27,893	5.6%	1,779	2.4%	6.4%
品牌E	12,182	4.2%	1,534	2.9%	12.6%	16,260	3.3%	1,827	2.5%	11.2%
品牌F	10,577	3.7%	1,169	2.2%	11.0%	14,114	2.8%	1,353	1.8%	9.6%
品牌G	6,252	2.2%	519	1.0%	8.3%	19,550	3.9%	1,617	2.2%	8.3%
品牌H	6,258	2.2%	2,896	5.4%	46.3%	7,689	1.6%	3,555	4.8%	46.2%
品牌I	5,284	1.8%	1,056	2.0%	20.0%	5,856	1.2%	1,158	1.6%	19.8%
品牌J	3,701	1.3%	402	0.7%	10.9%	13,063	2.6%	907	1.2%	6.9%
品牌K	6,062	2.1%	1,619	3.0%	26.7%	8,581	1.7%	2,705	3.7%	31.5%
品牌L	3,844	1.3%	301	0.6%	7.8%	10,329	2.1%	722	1.0%	7.0%
品牌M	3,789	1.3%	271	0.5%	7.2%	5,128	1.0%	356	0.5%	6.9%
品牌N	9,091	3.1%	3,608	6.7%	39.7%	6,311	1.3%	2,535	3.4%	40.2%
品牌O	2,395	0.8%	426	0.8%	17.8%	6,011	1.2%	701	0.9%	11.7%
品牌P	3,174	1.1%	432	0.8%	13.6%	4,854	1.0%	686	0.9%	14.1%
品牌Q	2,350	0.8%	206	0.4%	8.8%	8,029	1.6%	666	0.9%	8.3%
品牌R	3,016	1.0%	279	0.5%	9.3%	4,301	0.9%	381	0.5%	8.8%
品牌S	2,584	0.9%	214	0.4%	8.3%	7,350	1.5%	940	1.3%	12.8%
品牌T	2,538	0.9%	484	0.9%	19.1%	3,221	0.6%	445	0.6%	13.8%
二十大品牌	149,658	51.8%	24,659	46.0%	16.5%	281,431	56.8%	33,295	45.1%	11.8%
其他品牌	139,121	48.2%	28,976	54.0%	20.8%	214,346	43.2%	40,505	54.9%	18.9%
總計	288,779	100.0%	53,635	100.0%	18.6%	495,777	100.0%	73,800	100.0%	14.9%

財務資料

下表載列我們於整個往績記錄期間的所示年度／期間以B2C及B2B的總收益計按有關品牌的十大產品劃分的收益、佔總收益百分比、毛利、佔總毛利百分比及毛利率明細：

產品	18/19財年					19/20財年					20/21財年				
	佔總收益		佔總毛利		毛利率	佔總收益		佔總毛利		毛利率	佔總收益		佔總毛利		毛利率
	收益	百分比	毛利	百分比		收益	百分比	毛利	百分比		收益	百分比	毛利	百分比	
千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	
手機															
(品牌A)	23	0.0%	1	0.0%	2.4%	15,938	6.1%	400	0.8%	2.5%	26,319	5.0%	788	0.9%	3.0%
無線藍牙耳機															
(品牌A)	-	-	-	-	-	4,009	1.5%	183	0.3%	4.6%	29,063	5.6%	972	1.1%	3.3%
吸塵機															
(品牌B)	14,549	10.7%	6,727	20.5%	46.2%	16,236	6.3%	6,698	12.6%	41.3%	13,088	2.5%	5,503	6.1%	42.0%
電子遊戲															
(品牌D)	-	-	-	-	-	425	0.2%	18	0.0%	4.2%	22,908	4.4%	1,784	2.0%	7.8%
HIFU機															
(品牌H)	4,465	3.3%	1,696	5.2%	38%	6,416	2.5%	3,172	6%	49.4%	11,569	2.2%	5,551	6.1%	48.0%
風扇(品牌B)	5,705	4.2%	1,679	5.1%	29.4%	7,360	2.8%	2,519	4.7%	34.2%	7,647	1.5%	2,998	3.3%	39.2%
吸塵機															
(品牌I)	4,691	3.5%	1,085	3.3%	23.1%	7,153	2.8%	1,385	2.6%	19.4%	6,015	1.2%	1,165	1.3%	19.4%
跑步機															
(品牌N)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13,734	2.6%	5,815	6.4%	42.3%
風筒(品牌F)	1,412	1.0%	87	0.3%	6.2%	2,635	1.0%	240	0.5%	9.1%	4,487	0.9%	565	0.6%	12.6%
平板電腦															
(品牌A)	-	-	-	-	-	861	0.3%	15	0.0%	1.8%	6,149	1.2%	103	0.1%	1.7%
小計	30,845	22.8%	11,275	34.3%	36.6%	61,033	23.5%	14,630	27.6%	24.0%	140,979	27.0%	25,244	27.8%	17.9%
其他產品	104,577	77.2%	21,580	65.7%	20.6%	198,696	76.5%	38,403	72.4%	19.3%	381,647	73.0%	65,415	72.2%	17.1%
總計	135,422	100.0%	32,855	100.0%	24.3%	259,729	100.0%	53,033	100.0%	20.4%	522,626	100.0%	90,659	100.0%	17.3%

附註：該數據表示不重大金額。

財務資料

產品	20/21 首八個月					21/22 首八個月				
	收益	佔總收益 百分比	毛利	佔總毛利 百分比	毛利率	收益	佔總收益 百分比	毛利	佔總毛利 百分比	毛利率
手機(品牌A)	11,164	3.9%	62	0.1%	0.6%	27,784	5.6%	1,139	1.5%	4.1%
無線藍牙耳機(品牌A)	14,911	5.2%	666	1.2%	4.5%	22,602	4.6%	1,035	1.4%	4.6%
吸塵機(品牌B)	9,529	3.3%	4,063	7.6%	42.6%	6,964	1.4%	2,422	3.3%	34.8%
電子遊戲(品牌D)	4,335	1.5%	158	0.3%	3.6%	20,937	4.2%	1,464	2.0%	7.0%
HIFU機(品牌H)	6,258	2.2%	2,896	5.4%	46.3%	7,674	1.6%	3,540	4.8%	46.1%
風扇(品牌B)	5,508	1.9%	2,112	3.9%	38.3%	5,557	1.1%	1,849	2.5%	33.3%
吸塵機(品牌I)	4,459	1.5%	815	1.5%	18.3%	4,049	0.8%	697	0.9%	17.2%
跑步機(品牌N)	9,091	3.1%	3,608	6.7%	39.7%	6,311	1.3%	2,535	3.4%	40.2%
風筒(品牌F)	2,170	0.8%	288	0.5%	13.3%	5,788	1.2%	543	0.7%	9.4%
平板電腦(品牌A)	3,066	1.1%	62	0.1%	2.0%	7,166	1.4%	236	0.3%	3.3%
小計	70,491	24.4%	14,730	27.5%	20.9%	114,832	23.2%	15,460	20.9%	13.5%
其他產品	218,288	75.6%	38,905	72.5%	17.8%	380,945	76.8%	58,340	79.1%	15.3%
總計	<u>288,779</u>	<u>100.0%</u>	<u>53,635</u>	<u>100.0%</u>	18.6%	<u>495,777</u>	<u>100.0%</u>	<u>73,800</u>	<u>100.0%</u>	14.9%

附註：

- (1) 品牌A為一間總部設於美國的頂尖跨國科技公司，主要從事手機、手機配件、耳機及電子手錶、平板電腦、迷你個人電腦、電腦及電腦週邊產品以及家庭電器等產品的供應。
- (2) 品牌B為一間位於日本的公司，主要從事吸塵機、風扇、空氣清新機等家庭電器的供應。
- (3) 品牌C為一間總部設於日本的跨國企業集團公司，主要從事電子產品、家庭電器以及電動剃鬚刨、電動牙刷、潔面儀及脫毛機等美容及護理電子產品的供應。

財務資料

- (4) 品牌D為一間位於日本的跨國電子產品及電子遊戲公司，主要從事電子遊戲、控制器及轉向裝置、電子遊戲機及遊戲配件等產品的供應。
- (5) 品牌E為一間總部設於荷蘭的跨國電子公司，主要從事電動剃鬚刨、電動牙刷、潔面儀、脫毛機等美容及護理電子產品以及家庭電器的供應。
- (6) 品牌F為一間總部設於英國的跨國企業集團公司，主要從事吸塵機、風扇、空氣清新機等家庭電器以及風筒及捲髮器等美容電子產品的供應。
- (7) 品牌G為一間總部設於韓國的跨國公司，主要從事手機、手機配件、平板電腦、迷你個人電腦等產品、電腦及電腦週邊產品以及家庭電器的供應。
- (8) 品牌H為一間位於韓國的公司，主要從事高強度聚焦超聲技術機等美容電子產品的供應。
- (9) 品牌I為一間位於日本的公司，主要從事吸塵機、風扇及空氣清新機等家庭電器的供應。
- (10) 品牌J為一間總部設於韓國的跨國企業集團公司，主要從事電子產品及家庭電器(例如雪櫃、洗衣機、冷氣機及電視機)以及電腦及電腦週邊產品的供應。
- (11) 品牌K為一間位於瑞典的跨國美容公司，主要從事電動牙刷及潔面儀等美容及護理電子產品的供應。
- (12) 品牌L為一間總部設於日本的跨國企業集團公司，主要從事雪櫃、洗衣機、冷氣機及吸塵機等家庭電器的供應。
- (13) 品牌M為一間位於日本涉足多個行業的跨國自治公司集團，包括供應雪櫃、冷氣機、風扇、煲、濾水器等家庭電器。
- (14) 品牌N為一間位於中國的公司品牌，主要從事跑步機的供應。
- (15) 品牌O為一間位於香港的公司，主要從事攪拌機、煲、焗爐、電熱水爐及浴室寶等家庭電器的供應。
- (16) 品牌P為一間位於德國的公司，主要從事家庭電器、電動剃鬚刨及脫毛機等美容及護理電子產品的供應。
- (17) 品牌Q為一間總部設於美國的跨國公司，主要從事雪櫃、洗衣機及微波爐等家庭電器的供應。
- (18) 品牌R為一間位於美國的公司，主要從事冷氣機等家庭電器的供應。
- (19) 品牌S為一間位於日本的跨國電子產品公司，主要從事手機、手機配件、耳機及電子手錶以及相機等產品、電視機及喇叭等家庭電器以及電腦的供應。
- (20) 品牌T為一間位於日本的美容公司，主要從事射頻儀及光學美容機等美容及護理電子產品的供應。

財務資料

於往績記錄期間，受惠於銷售渠道及產品類別的快速發展及收益增長，且由於網購越來越受客戶歡迎、我們完善的知名品牌友和電子商務平台、友和OMO業務及全方位的宣傳，毛利於19/20財年上升62.1%，並於20/21財年及21/22首八個月分別進一步上升71.0%及38.8%。另一方面，隨著我們為應付對產品(例如利潤率較低的主要品牌的若干電子產品及家庭電器)的更高需求而不斷拓展的產品組合以及為維持具有競爭力的定價而提供不同折扣的各項全年促銷活動，毛利率由18/19財年約24.3%下降至19/20財年約20.5%，並進一步下降至20/21財年約17.4%，以及由20/21首八個月的18.6%下降至21/22首八個月的15.0%。有關毛利率降幅的詳細分析於下文闡釋。

電子產品的毛利率由18/19財年約14.2%下降至19/20財年約9.5%，並進一步下降至20/21財年約7.9%，以及由20/21首八個月的7.7%上升至21/22首八個月的8.4%。該降幅主要因(1)於19/20財年及20/21財年分別對若干熱門新產品(例如品牌A的若干手機、手機配件、耳機及電子手錶)的需求上升；(2)於20/21財年分別推出品牌D的電子遊戲、控制器及轉向裝置、電子遊戲機及遊戲配件；及(3)來自其他主要品牌的其他電子產品，利潤率相對較低。電子產品的毛利率輕微上升至21/22首八個月的8.4%，主要由於其他主要品牌的其他電子產品毛利率上升及品牌A的若干產品於21/22首八個月的毛利率上升。

美容及護理電子產品的毛利率於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月維持穩定，分別為26.9%、27.3%、27.7%、26.1%及25.2%。21/22首八個月的毛利率輕微下降，原因為(1)對若干熱門產品(例如於21/22首八個月的品牌F風筒及捲髮器)的需求上升，該等產品的利潤率相對較低；(2)若干品牌擁有人供應的美容及護理電子產品的毛利率下降；及(3)來自其他主要品牌的其他美容及護理電子產品的利潤率相對較低。

隨著我們為照顧不同客戶需要而拓展大型電器產品組合，家庭電器的毛利率由18/19財年約26.0%下降至19/20財年約22.5%，並進一步下降至20/21財年約18.6%，並以及由20/21首八個月的19.8%下降至21/22首八個月的14.3%，主要由於對主要品牌的若干大型電器的需求增加，例如主要為日本跨國企業集團公司品牌的電視機、冷氣機及雪櫃(在19/20財年)、廚房用具(分別在20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月)，而該等產品的利潤率相對較低。

財務資料

尤其是，家庭電器的毛利率由20/21首八個月的19.8%下降至21/22首八個月的14.3%，主要歸因於利潤率較高由品牌B供應的獨家吸塵機銷售額減少、利潤率較低的冷氣機、電視機、雪櫃及洗衣機等大型電器銷售額增加以及利潤率較高的消毒水製造機及空氣清新機銷售額減少。

電腦及電腦週邊產品的毛利率由18/19財年約14.2%下降至19/20財年約9.7%，並進一步下降至20/21財年的9.4%，以及由20/21首八個月的9.5%下降至21/22首八個月的8.9%，主要由於對若干熱門新產品的需求增加，例如品牌A的平板電腦及迷你個人電腦(在19/20財年)、手提電腦及平板電腦(分別在20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月)，而該等產品的利潤率相對較低。

生活時尚產品的毛利率由18/19財年約28.2%下降至19/20財年約20.8%，主要由於利潤率較低的紫外線消毒器、按摩槍及口罩的銷售額於19/20財年因2019冠狀病毒病爆發而增加。利潤率較低的紫外線消毒器及口罩銷售額有所增加，原因為我們擬加快存貨周轉及避免庫存過多，以應付2019冠狀病毒病爆發較早期對該等產品意外急增的需求。利潤率較低的按摩槍銷售額亦有所增加，原因為我們擬降低價格以應對該類產品之間的激烈競爭。毛利率於20/21財年回升至31.4%，於20/21首八個月及21/22首八個月分別為33.1%及32.5%，主要由於利潤率較高的品牌N跑步機銷售額增加，而我們擁有該等跑步機的獨家分銷權。

於19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月自提供廣告服務產生其他收益的毛利率均為100%，主要由於在友和電子商務平台及／或零售店向供應商或我們的業務夥伴提供廣告服務產生的成本微乎其微所致。

我們的積極市場佔有率搶佔策略及毛利率下降趨勢直至20/21財年最後一季(即2021年1月)

近年，本集團已逐步建立規模龐大的業務，建立可觀的客戶基礎及營運規模，並奠定作為香港B2C電子商務行業主要市場參與者之一的地位。於2019年及2021年完成的多輪[編纂]使我們的財務資源更加雄厚，並使實力有所提昇。以上各項正面發展均使我們透過積極搶佔市場佔有率方式保持增長勢頭，在市場上的聲譽日隆，力爭上游，實現長遠可持續發展。

過往，本集團就獨家分銷產品以及屬於美容及護理電子產品類型的若干產品錄得的毛利率大大提高。於往績記錄期間，獨家分銷產品的毛利率介乎約38.8%至43.1%，而美容及護理電子產品的毛利率介乎約25.2%至27.7%。我們獨家分銷的產品錄得較高毛利率，原因為(1)在採購方面，我們在磋商採購價格時較供應商享有更強的議

財務資料

價能力；及(2)在銷售方面，鑒於其他本地電子商務平台並不提供該等產品，故我們能釐定在香港市場的售價。就美容及護理電子產品而言，我們錄得較高毛利率，據弗若斯特沙利文確認，原因為購買該等產品的顧客一般對價格較不敏感。獨家分銷產品以及美容及護理電子產品大幅提昇整體毛利率，原因為其相關毛利率遠高於我們產品的平均水平。

作為積極搶佔市場佔有率策略的其中一環，我們一直拓展產品組合，以更迎合市場對電子產品及家庭電器的多元化需求。我們的重點放在(1)電子產品，以建立作為香港B2C電子商務行業內電子產品零售商翹楚的地位；及(2)廣受歡迎且需求殷切的主要品牌熱門產品(橫跨電子產品及家庭電器的不同分類)，以得到大眾更廣泛、更高的認可，惟該等熱門主要品牌產品的零售商之間的市場競爭更加激烈。此策略呼應我們的使命，即成為一個家喻戶曉的品牌，以座右銘「就係友和，乜都有啲！」提供包羅萬有且價廉物美的產品。於往績記錄期間，已售產品中的品牌數目由18/19財年的753個增加至19/20財年的1,023個及20/21財年的1,309個，以及由20/21首八個月的1,137個增加至21/22首八個月的1,284個。相對而言，於往績記錄期間，我們就電子產品及家庭電器產品類別中的主要品牌熱門產品錄得較低毛利率，其中二十大品牌產品(不包括獨家分銷產品以及美容及護理電子產品)應佔毛利率介乎約2.8%至23.2%，平均毛利率為8.3%。根據管理層的預期，將電子產品及熱門主要品牌產品加入產品組合後，該等產品(毛利率通常較低)銷售額的增長率高於如前段所闡釋毛利率通常較高的其他產品。此外，在業務擴展引入熱門主要品牌產品的初期，由於缺乏往績記錄，且營運規模及品牌知名度相對有限，就若干熱門主要品牌產品而言，我們通常不獲品牌擁有人承認為一流分銷商而未能享有優惠買賣條款，導致採購成本較高，銷售該等產品的利潤因而較微薄。因此，持續拓展產品組合使本集團的短期整體毛利率下滑。此乃帶動毛利率由18/19財年至20/21財年最後一季(即2021年1月)有所下降的主要因素。

自2021年1月起，本集團的毛利率大致維持穩定於約15.0%，原因為(1)我們多年來一直銷售若干熱門主要品牌產品，而該等產品(毛利率較低)(「低毛利率產品」)銷售額的增長率已放緩；因此，據觀察，產品組合中毛利率低的產品銷售額增長率與其他產品(毛利率較高)銷售額的增長率自20/21財年變得更加相若，使整體毛利穩定於約

財務資料

15.0%；(2)我們已與供應商建立穩定的業務關係，並因採購數量較大而能夠自品牌擁有人本身或其一線分銷商直接採購若干低毛利率產品，使該等低毛利率產品的毛利率上升；及(3)憑藉領先市場地位及增加採購數量，我們得以實現規模經濟，並以較供應商更強的議價能力按較低成本採購產品。

毛利率於2021年4月及5月出現若干波動，當時多名市場參與者積極作出努力，透過推出服務本地消費者的本身網上購物平台，務求在香港B2C電子商務市場佔一席位，包括來自其他市場的新加入及成熟的電子商務平台營運商。該等新市場參與者推出的促銷及提供的折扣對本集團構成一定程度的定價壓力，而本集團進行靈活定價調整及推出促銷活動(並提供更多折扣)，以於市場上保持競爭力，並繼續執行積極搶佔市場佔有率策略。因此，不同產品分類的毛利率於2021年4月及5月進一步下跌，其中我們整體錄得極低毛利率。然而，市場競爭加劇最終未如原先預期嚴重。有鑒於此，我們並無繼續採取進取的定價策略，而整體毛利率於21/22首八個月餘下時間回升至約15.0%。

董事確認，本集團的整體毛利率有所下降，原因為將若干電子產品及熱門主要品牌產品加入至產品組合以及因應市場競爭而作出暫時競爭定價調整。董事認為，鑒於該等策略相關的長期裨益應超出成本：儘管對整體毛利率構成影響，惟該等策略可加強我們的市場地位及品牌知名度，從而推動業務規模及收益的持續及可持續增長，有利長遠業務發展。董事的目標亦包括維持本集團的整體毛利率(不包括新平台業務的影響)於約15.0%，以維持穩健盈利水平，同時繼續執行搶佔市場佔有率及收益增長策略。董事亦預期，上文各段所載有關毛利率自2021年1月以來維持穩定的因素於往績記錄期間後21/22財年餘下月份及22/23財年將仍屬有效及相關。經計及上述目標及因素，董事認為本集團於短期內維持整體毛利率(不包括將於22/23財年推出新平台業務的影響)於現有水平屬合理之舉。

財務資料

其他收入

其他收入包括銀行利息收入、政府補貼及雜項收入。於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，我們擁有其他收入分別約1,000港元、107,000港元、3.3百萬港元、3.2百萬港元及2,000港元。於20/21財年，我們就2019冠狀病毒病爆發收取政府補貼約3.1百萬港元，主要為香港政府推出的防疫抗疫基金「保就業」計劃下的工資補貼，旨在為僱主提供臨時財政支援，以留聘原本可能因2019冠狀病毒病爆發而遭裁減的僱員。於往績記錄期間，我們產生銀行利息收入分別約1,000港元、107,000港元、178,000港元、151,000港元及2,000港元。

下表載列於所示年度／期間的其他收入明細：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	20/21 首八個月	21/22 首八個月
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
銀行利息收入	1	107	178	151	2
政府補貼	–	–	3,089	3,089	–
雜項收入	–	–	2	2	–
	<u>1</u>	<u>107</u>	<u>3,269</u>	<u>3,242</u>	<u>2</u>

(未經審核)

其他收益及虧損

其他收益及虧損包括衍生金融工具公平值變動、可轉換可贖回優先股公平值變動及匯兌收益(虧損)淨額。於18/19財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，其他虧損分別約為540,000港元、112,000港元、127,000港元及11.5百萬港元。於19/20財年，其他收益約為684,000港元。

財務資料

下表載列所示年度／期間的其他收益及虧損明細：

	18/19 財年	19/20 財年	20/21 財年	20/21 首八個月	21/22 首八個月
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
衍生金融工具				(未經審核)	
公平值變動	(774)	692	-	-	-
可轉換可贖回優先股					
公平值變動	-	-	-	-	(11,495)
匯兌收益(虧損)					
淨額	234	(8)	(112)	(127)	32
	<u>(540)</u>	<u>684</u>	<u>(112)</u>	<u>(127)</u>	<u>(11,463)</u>

於18/19財年及19/20財年，衍生金融工具公平值變動因2019年繼海闊天空創投向創科創投基金公司發出邀請，共同投資認購友和電商更多A系列優先股後，向Beyond Ventures Vehicle所授出認購期權的公平值變動計量所致。有關衍生金融工具的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註25(a)。

於21/22首八個月，可轉換可贖回優先股公平值變動因發行A系列優先股(可由持有人隨時選擇轉換為普通股)，或在[編纂]完成後，所有A系列優先股將按照每持有一股A系列優先股可轉換為一股本公司普通股的轉換率自動轉換為本公司普通股所致。有關可轉換可贖回優先股的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註25(b)。

匯兌收益(虧損)淨額主要因本集團購買以港元以外的貨幣計值的存貨所致。

金融負債的估值

本公司的管理

本集團擁有若干數額的按公平值計入損益的金融負債，該等金融負債來自各輪集資活動，分類為公平值計量的第三級。特別是，本集團已根據「香港財務報告準則」及證監會的估值指引「有關董事在企業交易估值方面的責任指引」項下相關準則制定有關估值程序的內部監控政策。本集團於選擇合適的獨立第三方估值師時設有本身的選擇標準，包括但不限於其聲譽、能力、資源及相關專業知識。

財務資料

本公司執行董事胡先生負責監督估值程序，並與本集團財務部共同執行以下程序，即：

- (i) 於委聘前審閱估值師的資格及經驗以及估值師的授權工作範圍；
- (ii) 提供可能影響估值的一切重大資料，作為向估值師作出指示的一部分，以便估值可計及所有相關事項；
- (iii) 審閱估值依據的估值方法及估值報告；
- (iv) 參與盡職審查，並與估值師討論估值報告所載的主要依據及假設；及
- (v) 閱讀及再次確認本文件附錄一所載過往財務資料中相關附註的準確性。

申報會計師

就對本文件附錄一所載本集團的整體過往財務資料發表意見而言，申報會計師已按照香港會計師公會頒布的香港投資通函呈報準則第200號「就投資通函過往財務資料出具的會計師報告」執行工作。

獨家保薦人

獨家保薦人已就本集團的金融負債估值進行以下盡職審查工作，其中包括：

- (i). 與本公司討論其對相關金融負債的估值，包括但不限於該範疇的內部監控程序及風險管理措施、就相關金融負債的估值所採用的估值方法以及估值報告是否符合其內部監控程序及風險管理措施；
- (ii). 與本公司進一步討論，以了解本公司於往績記錄期間一直遵守其有關金融負債估值的內部監控程序及風險管理措施；
- (iii). 與本公司的申報會計師討論其於編製本文件附錄一所載本集團過往財務資料時所執行的工作；
- (iv). 自本公司獲得並審閱有關本集團於往績記錄期間的相關重大金融負債的相關估值報告；及

財務資料

- (v). 審閱內部監控顧問執行的工作以及本集團有關金融負債估值的內部監控程序及風險管理措施的調查結果。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支主要包括市場推廣及促銷開支、員工成本、物流及儲存成本、交易成本、物業、廠房及設備折舊以及使用權資產折舊。於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，銷售及分銷開支分別約為11.2百萬港元、22.1百萬港元、44.9百萬港元、26.1百萬港元及43.4百萬港元，分別佔同年及同期收益約8.3%、8.5%、8.6%、9.0%及8.7%。於往績記錄期間，交易成本主要指網上支付服務供應商收取的交易成本。於往績記錄期間，我們的物流及儲存成本主要指由獨立第三方服務供應商所收取大型電器的運輸成本及儲存成本。

下表載列於所示年度／期間的銷售及分銷開支明細：

	18/19財年		19/20財年		20/21財年		20/21首八個月		21/22首八個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)									
市場推廣及促銷開支	1,779	15.8%	4,330	19.6%	9,573	21.3%	5,968	22.9%	9,620	22.2%
員工成本	3,471	30.9%	6,157	27.9%	9,431	21.0%	5,750	22.0%	7,211	16.6%
物流及儲存成本	2,992	26.6%	5,755	26.0%	14,431	32.1%	7,739	29.6%	13,850	31.8%
交易成本	1,794	15.9%	2,553	11.5%	5,752	12.8%	3,064	11.7%	6,850	15.8%
物業、廠房及設備折舊	65	0.6%	195	0.9%	471	1.0%	308	1.2%	766	1.8%
使用權資產折舊	765	6.8%	2,498	11.3%	4,040	9.0%	2,543	9.7%	3,924	9.0%
其他	383	3.4%	626	2.8%	1,248	2.8%	767	2.9%	1,207	2.8%
總計	<u>11,249</u>	<u>100.0%</u>	<u>22,114</u>	<u>100.0%</u>	<u>44,946</u>	<u>100.0%</u>	<u>26,139</u>	<u>100.0%</u>	<u>43,428</u>	<u>100.0%</u>

財務資料

執行董事償付本集團成本／開支

背景

於往績記錄期間，為行政便利，本集團產生及償付若干銷售及分銷以及行政開支與存貨成本，主要透過執行董事及聯合創辦人胡先生及徐女士名下的若干信用卡結算（「該安排」）。該安排項下涉及的相關銷售及分銷以及行政開支主要包括市場推廣及分銷開支、物流及儲存成本以及其他雜項開支，於18/19財年、19/20財年、20/21財年及21/22首八個月金額分別約為2.3百萬港元、5.2百萬港元、10.8百萬港元及8.4百萬港元，佔我們於往績記錄期間的銷售及分銷以及行政開支總額的13.0%、16.1%、17.9%及14.5%。於18/19財年、19/20財年、20/21財年及21/22首八個月，該安排項下涉及的已售貨品成本主要為向本集團若干供應商支付的採購成本，分別約為0.6百萬港元、0.7百萬港元、0.5百萬港元及零，佔我們於往績記錄期間的已售貨物成本總額的0.6%、0.3%、0.1%及零。

我們已分別(i)自2020年8月起全面停止有關結算已售貨品成本；及(ii)自2021年11月起全面停止有關結算本集團的銷售及分銷以及行政開支的該安排。

我們於往績記錄期間前採納該安排乃為方便及促進效率。由於友和OMO業務由胡先生與徐女士共同創立，最初為人手及資源相對有限的小型私營企業，故該安排使本集團在業務營運過程中更加靈活。

根據該安排，胡先生及徐女士名下的若干信用卡主要用於本集團業務營運，惟胡先生亦使用該等信用卡作個人用途，涉及的金額微乎其微。

於該安排生效時，本集團採取以下適當及防範未然的內部監控措施及程序：

- 就銷售及分銷以及行政開支而言：

(1) 發起交易

採購有關服務一般由相關營運團隊(包括市場推廣團隊、倉儲團隊以及行政及財務團隊)安排及發起，而胡先生與徐女士必須參與其中，其角色僅限於就結算相關開支提供信用卡；

財務資料

(2) 支付開支

- (a) 對於大部分通過該安排結算的市場推廣、物流及其他辦公開支，在制定該安排時已利用胡先生的個人信用卡設定為自動支付；
- (b) 對於通過該安排結算的若干物流成本，行政主管已獲提供胡先生的個人信用卡詳情，並獲授權結算自服務供應商網站取得的發票而毋須胡先生直接參與；
- (c) 行政主管保管徐女士的信用卡，以便結算辦公開支。

在上述開支付款的過程中，我們毋須向胡先生或徐女士提出支付要求，而胡先生或徐女士亦毋須向我們發出通知。

(3) 開支入賬以及向胡先生及徐女士報銷

- (a) 對於每月結算開支，行政及財務團隊的會計師自服務供應商接獲發票，而行政及財務團隊檢查有關文件，將開支於會計系統入賬及安排付款。

尤其是，對於應付定期進行巨額交易的若干服務供應商的市場推廣及物流開支，行政及財務團隊的行政主管持有透過服務供應商網站存取賬戶的登入詳情(如賬戶名稱及密碼)。行政主管將每月自有關網站下載服務發票及結單，並轉交行政及財務團隊的會計師。會計師會按該等發票上的開支入賬，以確保所有開支均於賬目準確入賬；

- (b) 財務總監亦將每月審閱財務報表中的開支項目，包括(其中包括)有關各主要服務供應商的物流及市場推廣開支。當月開支亦與上月金額作比較，以評估合理性。財務總監將透過與相關營運團隊進行討論，跟進處理所發現的不一致之處(如有)，以便找出原因；及

財務資料

- (c) 於向胡先生或徐女士報銷前，行政及財務團隊對本集團接獲的發票與胡先生或徐女士提供的付款收據進行對賬。該監控措施確保向胡先生及徐女士報銷的付款僅就有效開支作出，並於賬目入賬。

就會計及報銷而言，本集團所產生銷售及分銷開支的準確金額均可由獨立來源(即服務供應商)提供的書面憑證確定。透過上述程序，開支項目的任何潛在重大錯誤陳述將被識別，以作進一步調查及修正。

因此，即使未獲胡先生或徐女士通知，我們由始至終均全面知悉及充分了解該等交易，亦無倚賴任何有關通知以將有關開支於本集團的會計系統妥為入賬；及

- 就存貨成本而言：

(1) 發起交易

(a) 採購團隊負責日常採購業務及安排交易；

(b) 採購團隊將在系統中建立及輸入與採購團隊或胡先生代表本集團分別進行採購有關的採購訂單(「採購訂單」)資料

(2) 倉儲工作流程

我們所接獲每批存貨的項目編號及數量與系統的採購訂單資料吻合，方獲准進入貨倉。如有任何不一致的情況，倉儲及物流團隊將聯繫採購團隊以確定差額，並於儲存存貨前更新採購訂單詳情。倘本集團接獲的貨品輸入至系統的數量多於訂購數額，或輸入至系統的產品代號不準確，系統會拒絕存貨納入請求。制定該等預防監控措施確保系統中的採購訂單資料與我們接獲的存貨相符，並提高系統庫存記錄的準確度；

財務資料

(3) 支付存貨成本、向胡先生報銷以及存貨成本及銷售成本入賬

- (a) 為確保付款僅向我們實際訂購及接獲存貨項目的供應商作出，於結算存貨採購的每張發票前，行政及財務團隊對系統中的採購訂單資料、系統中的存貨收據記錄及供應商開具的發票進行三向核對。根據已確定配對採購訂單及存貨納入記錄，行政及財務團隊其後將安排向有關供應商付款或(視情況而定)向胡先生報銷訂購及接獲該批存貨的成本；
- (b) 建立銷售訂單時，銷售成本自動計算及於系統入賬。此外，系統不允許就系統內無存貨記錄的任何項目建立銷售訂單。當銷售訂單所載數量多於存貨數量或系統並無項目代號，銷售系統將出現錯誤訊息。該自動監控措施已獲執行，以確保所有銷售成本與相關銷售訂單及存貨記錄一致，且僅可出售有效產品；及
- (c) 於各期間末，行政及財務團隊以及採購團隊將就銷售訂單進行對賬及查核，並對(i)因物流安排而尚未於期末交付或(ii)預訂的未完成訂單進行調整。該等訂單於財務報表入賬列作負債，作為預收款項。該監控措施旨在確保銷售訂單的截止日期獲準確記錄。

上述工作流程整體確保本集團貨倉概不接收未獲相應採購訂單確認的存貨，且存貨在有關存貨於系統妥為入賬時方可銷售。因此，即使未獲胡先生的初步通知，亦可避免由胡先生代表我們採購的存貨項目不獲確定。藉此，財務報表中並無未入賬存貨採購或成本，而就存貨採購進行的一切必要付款或報銷可妥為作出。透過上述程序，我們毋須倚賴胡先生發出任何通知以將存貨採購於會計系統妥為入賬。

財務資料

本集團的內部監控顧問已審閱於往績記錄期間有關該安排的內部監控政策及程序設計，且並不知悉任何重大事件及不當行為。基於上述內部監控程序，董事認為且獨家保薦人認同，本集團於往績記錄期間的會計記錄屬完整，且相關內部監控措施屬足夠。

據董事確認，除上文所披露者外，於往績記錄期間及直至最後可行日期，概無本集團其他關聯方設有任何類似的該安排。

加強內部監控措施以防止再次發生

為防止進一步再次發生任何類似的該安排，我們已加強內部監控措施：

- 我們已改善內部監控手冊，要求所有收支必須透過公司賬戶作出，不可開設及使用個人賬戶。截至最後可行日期，有關手冊已經生效，並已知會本集團的相關員工；及
- 本集團財務總監及財務經理將在首席財務官的監督下，透過以下方式嚴密監控本集團所有營運，以確保本集團概無開設及使用個人賬戶：(i) 檢查所有會計記錄，以偵測資金收支是否涉及任何個人賬戶及(ii) 審閱本集團公司賬戶的所有銀行結單，以偵測任何異常或未經授權的資金轉移。如有任何使用個人賬戶收取本集團成本／開支付款的跡象，彼等應立即向首席財務官匯報。

內部監控顧問並不知悉有關該安排的內部監控政策及程序的任何重大事件及不當行為。此外，內部監控顧問確認，儘管加強內部監控措施於最後可行日期實施時間尚短，惟該等措施已加以執行，原因如下：

- 自2021年11月起不再使用該安排；及
- 我們已改善內部監控手冊，要求所有收支必須透過公司賬戶作出，且不得開設及使用個人銀行賬戶。

有關該安排終止後對本集團的影響

經計及(i)於該安排終止後，所有業務以及我們與客戶及供應商的業務關係仍維持正常運作；(ii)該安排僅為行政便利而償付本集團若干採購額或開支的本集團付款安排，對本集團的綜合財務報表並無任何影響；及(iii)於往績記錄期間在該安排項下

財務資料

涉及的金額相對本集團於往績記錄期間的銀行結餘及現金並不重大，且具體而言，我們於2021年12月31日擁有銀行結餘及現金約106.4百萬港元，董事認為且獨家保薦人認同，有關終止不會對本集團的業務營運、流動資金及財務表現造成重大不利影響。

行政開支

行政開支主要包括員工成本、物業、廠房及設備折舊、使用權資產折舊以及核數師薪酬。於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，行政開支分別約為6.4百萬港元、10.2百萬港元、15.3百萬港元、9.2百萬港元及14.6百萬港元，分別佔同年及同期收益約4.7%、3.9%、2.9%、3.2%及2.9%。

下表載列於所示年度／期間的行政開支明細：

	18/19財年		19/20財年		20/21財年		20/21首八個月		21/22首八個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)									
員工成本	5,290	82.4%	8,474	82.9%	11,878	77.6%	6,985	75.9%	10,877	74.3%
物業、廠房及設備折舊	70	1.1%	115	1.1%	234	1.5%	141	1.5%	197	1.3%
使用權資產折舊	460	7.2%	616	6.0%	841	5.5%	535	5.8%	1,006	6.9%
核數師薪酬	45	0.7%	45	0.4%	45	0.3%	30	0.3%	30	0.2%
其他	555	8.6%	966	9.6%	2,302	15.1%	1,524	16.5%	2,525	17.3%
總計	<u>6,420</u>	<u>100.0%</u>	<u>10,216</u>	<u>100.0%</u>	<u>15,300</u>	<u>100.0%</u>	<u>9,215</u>	<u>100.0%</u>	<u>14,635</u>	<u>100.0%</u>

融資成本

融資成本包括租賃負債利息。於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，融資成本分別約為31,000港元、112,000港元、236,000港元、146,000港元及289,000港元。

財務資料

所得稅開支

於往績記錄期間，香港利得稅按本集團主要附屬公司的估計應課稅溢利中首2,000,000港元的8.25%計算，而超過2,000,000港元的估計應課稅溢利則按16.5%計算。不符合利得稅兩級制的其他附屬公司的溢利將繼續按16.5%的劃一稅率徵稅。

本公司於香港營運的附屬公司合資格享有若干稅項減免。於往績記錄期間各附屬公司合資格享有的稅項減免最多可達每年20,000港元。

其他地區的應課稅溢利稅項支出已根據本集團經營所在國家的現行稅率及依據當時的現有法律、詮釋及慣例計算。

下表載列於所示年度／期間所得稅開支明細：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	20/21 首八個月	21/22 首八個月
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
即期稅項：				(未經審核)	
— 香港利得稅	2,335	3,235	5,004	2,851	2,808
遞延稅項支出	9	47	—	—	—
所得稅開支	<u>2,344</u>	<u>3,282</u>	<u>5,004</u>	<u>2,851</u>	<u>2,808</u>

於18/19財年、19/20財年、20/21財年、20/21首八個月及21/22首八個月，我們的實際稅率分別約為16.0%、15.2%、14.8%、13.3%及-25.2%。

於21/22首八個月，我們錄得實際稅率-25.2%，主要由於確認可轉換可贖回優先股公平值變動11.5百萬港元及不可扣稅[編纂][編纂]百萬港元所致。

有關所得稅開支的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註9。

年／期內溢利(虧損)

我們於18/19財年、19/20財年、20/21財年及20/21首八個月的年／期內溢利分別約為12.3百萬港元、18.3百萬港元、28.7百萬港元及18.6百萬港元，同年及同期的純利率分別約為9.1%、7.0%、5.5%及6.4%。於21/22首八個月，我們錄得淨虧損13.9百萬港元，主要由於確認可轉換可贖回優先股公平值變動11.5百萬港元及[編纂][編纂]百萬港元。

財務資料

按期比較經營業績

21/22首八個月與20/21首八個月的比較

收益

收益由20/21首八個月約289.0百萬港元增加約207.7百萬港元至21/22首八個月約496.7百萬港元，增幅約為71.9%。收益增加主要由於透過友和OMO業務進行網上銷售及線下零售店銷售的收益增加。有關友和OMO業務的收益由20/21首八個月約268.1百萬港元增加至21/22首八個月約477.5百萬港元(尤其是友和電子商務平台的線上零售收益由20/21首八個月的225.2百萬港元增長約75.2%至21/22首八個月的394.5百萬港元)，主要由於(i)與20/21首八個月相比，21/22首八個月的不同營運數據(包括活躍客戶、已完成訂單數目、回頭客戶數目及每份訂單的客單價)有所上升；(ii)本集團持續的積極搶佔市場佔有率策略及拓展產品組合策略使品牌更多元化，已售產品品牌數目由20/21首八個月的1,137個增加至21/22首八個月的1,284個；(iii)市場推廣活動增加，市場推廣及促銷開支由20/21首八個月的6.0百萬港元增加至21/22首八個月的9.6百萬港元，使本集團品牌知名度提昇及客戶基礎擴大；(iv)與多間金融機構及金融科技公司合作推出更多更長期的促銷活動，向使用指定支付方式的該等顧客提供特別折扣；及(v)實施消費券計劃等支持性政府政策。我們通過線下批量銷售的銷售額由20/21首八個月的20.6百萬港元下降11.2%至21/22首八個月的18.3百萬港元，主要由於我們於友和OMO業務模式下的銷售策略集中於B2C，其將更多資源(例如市場推廣及銷售人員)投放至B2C業務。就市場推廣促銷而言，本集團進行的市場推廣活動主要集中於B2C電子商務行業而非線下批量銷售，例如與多間金融機構及金融科技公司合作推出的促銷活動，向使用指定線上支付方式的該等顧客提供特別折扣。就銷售人員而言，我們將企業銷售團隊(主要負責企業客戶及B2B業務)的人手分配至本集團的其他部門或職能，以進一步發展B2C業務，導致負責物色大型企業客戶的高級人員減少，企業銷售團隊人數由2020年11月30日的兩名減少至2021年11月30日的一名。

已售貨品成本

已售貨品成本由20/21首八個月約235.1百萬港元增加約186.9百萬港元至21/22首八個月約422.0百萬港元，增幅約為79.5%。已售貨品成本增加主要與同期收益增長一致。

財務資料

毛利

毛利由20/21首八個月約53.9百萬港元增加約20.9百萬港元至21/22首八個月約74.8百萬港元，增幅約為38.8%，主要歸因於我們迅速的發展及上述收益增長。此外，毛利率由20/21首八個月約18.6%下降至21/22首八個月約15.0%，主要由於我們持續拓展產品組合，同時更加積極進取，務求定價更具競爭力，並於21/22首八個月推出多項促銷活動，該策略成為積極搶佔市場佔有率策略的新面向。我們採用具競爭力的定價及積極推出促銷活動，加上產品組合持續擴大的影響，導致21/22首八個月不同產品類型的毛利率進一步下降，包括品牌擁有人按獨家基準向我們供應的產品，有關產品的毛利率於18/19財年至20/21財年維持相對穩定。有關詳情，請見本文件「財務資料—綜合損益及其他全面收益表若干項目說明—毛利」。

其他收入

其他收入由20/21首八個月約3.2百萬港元減少至21/22首八個月約2,000港元，主要由於20/21首八個月確認政府補貼約3.1百萬港元，主要包括香港政府推出的防疫抗疫基金「保就業」計劃下的工資補貼。

其他收益及虧損

我們於20/21首八個月及21/22首八個月分別錄得其他虧損約127,000港元及11.5百萬港元。其他虧損的增加主要由於21/22首八個月可轉換可贖回優先股公平值變動11.5百萬港元所致。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由20/21首八個月約26.1百萬港元增加約17.3百萬港元至21/22首八個月約43.4百萬港元，增幅約為66.3%。銷售及分銷開支增加主要由於(i)加強在搜尋引擎平台、網上媒體平台及電視廣告平台的推廣，導致市場推廣及促銷開支增加，此為利用我們於2019年及2021年完成的多輪[編纂]所得的雄厚財務資源，使我們積極提高市場佔有率，在市場上聲譽日隆，力爭上游，實現長遠可持續發展。於21/22首八個月，多名市場參與者一直積極致力透過推出其本身的網購平台服務本地消費者，務求在香港B2C電子商務市場佔一席位。因此，本集團的市場推廣開支由20/21首八個月的6.0百萬港元提高至21/22首八個月的9.6百萬港元，用於兩個線上市場推廣平台(包括

財務資料

網上搜尋引擎平台及網上媒體平台)的市場推廣開支由20/21首八個月的4.9百萬港元提高至21/22首八個月的8.0百萬港元，而用於線下市場推廣平台(包括線下廣告，如電視廣告及巴士橫額)的市場推廣開支由20/21首八個月的1.1百萬港元提高至21/22首八個月的1.6百萬元，以維持本集團的競爭力及品牌知名度；(ii)第三方服務供應商收取的物流及儲存成本增加，原因為本集團的訂單於20/21首八個月至21/22首八個月上升約44.5%，包括大型家電的比例增加及(iii)網上支付服務收取的交易成本增加，與我們同期接獲訂單數目於20/21首八個月至21/22首八個月上升約44.5%及收益於20/21首八個月至21/22首八個月上升約71.9%一致。

行政開支

行政開支由20/21首八個月約9.2百萬港元增加約5.4百萬港元至21/22首八個月約14.6百萬港元，增幅約為58.7%。行政開支增加主要由於(i)業務增長及未來擴展令員工人數由20/21首八個月的75人增加至21/22首八個月的94人，致使員工成本增加，包括客戶服務人員由20/21首八個月的8人增加至21/22首八個月的12人，使員工成本增加約0.3百萬港元，以及採購團隊人員由20/21首八個月的11人增加至21/22首八個月的13人，使員工成本增加約0.8百萬港元，以及就籌備[編纂]招聘兩名管理人員(包括首席財務官以及策略及企業發展經理)及三名財務人員(包括助理財務經理、高級會計師及兼職財務經理)，使員工成本增加約1.6百萬港元。

融資成本

融資成本由20/21首八個月約146,000港元增加至21/22首八個月約289,000港元，表示租賃負債增加，使租賃負債利息增加。

所得稅開支

所得稅開支由20/21首八個月約2.9百萬港元減少約0.1百萬港元至21/22首八個月約2.8百萬港元，減幅約為3.4%，主要由於同期除稅前溢利減少所致。20/21首八個月及21/22首八個月的實際稅率分別為約13.3%及約-25.2%。

儘管我們錄得除稅前虧損11.1百萬港元，惟已確認所得稅開支2.8百萬港元，因此，我們於21/22首八個月錄得實際稅率-25.2%，主要由於確認可轉換可贖回優先股公平值變動11.5百萬港元及不可扣稅[編纂][編纂]百萬港元。

財務資料

期內溢利(虧損)

由於上文所述，期內溢利／(虧損)由20/21首八個月純利約18.6百萬港元減少約32.5百萬港元至21/22首八個月淨虧損約13.9百萬港元。純利(淨虧損)率由20/21首八個月約6.4%下降至21/22首八個月約-2.8%。

20/21財年與19/20財年的比較

收益

收益由19/20財年約260.0百萬港元增加約263.0百萬港元至20/21財年約523.0百萬港元，增幅約為101.2%。收益增加主要由於透過友和OMO業務進行網上銷售及線下零售店銷售的收益增加。有關友和OMO業務的收益由19/20財年約223.4百萬港元增加至20/21財年約490.9百萬港元(尤其是友和電子商務平台的線上零售收益增長約134.9%)，主要由於(i)活躍客戶由19/20財年約115,000名增加至20/21財年約212,000名；(ii)已完成訂單數目由19/20財年約182,000份增加至20/21財年約346,000份；(iii)回頭客戶數目及回頭客戶應佔收益由19/20財年約149.3百萬港元增加至20/21財年約346.7百萬港元；(iv)已接獲每份訂單的客單價由19/20財年約1,263港元增加至20/21財年約1,463港元；(v)於2019年12月開張的長沙灣旗艦店線下零售店銷售全年所得收益貢獻；(vi)品牌更多元化，已售產品品牌數目由19/20財年的1,023個增加至20/21財年的1,309個；(vii)越來越多消費者傾向網購(尤其是由於2019冠狀病毒病蔓延)，香港電子商務滲透率由19/20財年的5.0%上升至20/21財年的6.9%，尤其是電子產品及家庭電器市場由19/20財年的20.1%上升至20/21財年的22.2%；(viii)市場推廣活動增加，市場推廣及促銷開支由19/20財年的4.3百萬港元增加至20/21財年的9.6百萬港元，使本集團品牌知名度提昇及客戶基礎擴大；及(ix)與多間金融機構及金融科技公司合作推出更多更長期的促銷活動，向使用指定支付方式的該等顧客提供特別折扣。我們通過線下批量銷售的銷售額由19/20財年的36.4百萬港元下降12.7%至20/21財年的31.7百萬港元，主要由於我們於友和OMO業務模式下的銷售策略集中於B2C，其將更多資源(例如市場推廣促銷及銷售人員)投放至B2C業務。就市場推廣促銷而言，本集團進行的市場推廣活動主要集中於B2C電子商務行業而非線下批量銷售，例如與多間金融機構及金融科技公司合作推出的促銷活動，向使用指定線上支付方式的該等顧客提供特別折扣。就銷售人員而言，我們將企業銷售團隊(主要負責企業客戶及B2B業務)的人手分配至本集團的其他部門或職能，以進一步發展B2C業務，導致負責物色大型企業客戶的高級人員減少，企業銷售團隊人數由2020年3月31日的三名減少至2021年3月31日的一名。

財務資料

已售貨品成本

已售貨品成本由19/20財年約206.7百萬港元增加約225.3百萬港元至20/21財年約432.0百萬港元，增幅約為109.0%。已售貨品成本增加主要由於產品成本增加，與同期收益增長一致。

毛利

毛利由19/20財年約53.3百萬港元增加約37.8百萬港元至20/21財年約91.1百萬港元，增幅約為71.0%，主要歸因於我們迅速的發展及上述收益增長。此外，由於我們為應付對產品(例如利潤率較低的主要品牌的若干電子產品及家庭電器)的需求增加而拓展產品組合，以及提供具競爭力定價的多項產品的多項全年促銷活動，毛利率由19/20財年約20.5%下降至20/21財年約17.4%，主要由於(1)對若干熱門新產品的需求增加，例如在19/20財年及20/21財年對品牌A的若干手機、手機配件、耳機及電子手錶需求增加；(2)對品牌D於20/21財年推出的電子遊戲、控制器及轉向裝置、電子遊戲機以及遊戲配件需求增加；及(3)來自其他主要品牌的其他電子產品，利潤率相對較低。有關詳情，請見本文件「財務資料—綜合損益及其他全面收益表若干項目說明—毛利」。

其他收入

其他收入由19/20財年約107,000港元增加至20/21財年約3.3百萬港元，主要由於政府補貼增加約3.1百萬港元，主要包括香港政府推出的防疫抗疫基金「保就業」計劃下的工資補貼。

其他收益及虧損

我們於19/20財年錄得其他收益約684,000港元，而於20/21財年則錄得其他虧損約112,000港元。其他收益及虧損的變動主要由於匯兌虧損淨額增加。

財務資料

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由19/20財年約22.1百萬港元增加約22.8百萬港元至20/21財年約44.9百萬港元，增幅約為103.2%。銷售及分銷開支增加主要由於(i)加強在搜尋引擎平台及網上媒體平台的推廣，導致市場推廣及促銷開支增加；(ii)第三方服務供應商收取的物流及儲存成本增加及(iii)網上支付服務收取的交易成本增加，與我們同期接獲訂單數目的增幅及收益增長一致，以及(iv)於2020年租賃長沙灣旗艦店及新貨倉應佔使用權資產折舊增加。

行政開支

行政開支由19/20財年約10.2百萬港元增加約5.1百萬港元至20/21財年約15.3百萬港元，增幅約為49.8%。行政開支增加主要由於業務增長令員工人數由19/20財年的61人增加至20/21財年的71人，致使員工成本增加。

融資成本

融資成本由19/20財年約112,000港元增加至20/21財年約236,000港元，表示租賃負債利息增加。

所得稅開支

所得稅開支由19/20財年約3.3百萬港元增加約1.7百萬港元至20/21財年約5.0百萬港元，增幅約為52.5%，主要由於同期除稅前溢利增加所致。19/20財年及20/21財年的實際稅率分別為約15.2%及約14.8%。

年內溢利

由於上文所述的情況，年內溢利由19/20財年約18.3百萬港元增加約10.4百萬港元至20/21財年約28.7百萬港元，增幅約為56.8%。純利率由19/20財年約7.0%下降至20/21財年約5.5%。純利率下降主要由於上述毛利率下降所致。

財務資料

19/20財年與18/19財年的比較

收益

收益由18/19財年約135.4百萬港元增加約124.6百萬港元至19/20財年約260.0百萬港元，增幅約為92.0%。收益增加主要由於透過友和OMO業務進行網上銷售及線下零售店銷售的收益增加。有關友和OMO業務的收益由18/19財年約114.4百萬港元增加至19/20財年約223.4百萬港元，主要由於(i)活躍客戶由18/19財年約66,000名增加至19/20財年約115,000名；(ii)已完成訂單數目由18/19財年約95,000份增加至19/20財年約182,000份；(iii)回頭客戶數目及回頭客戶應佔收益由18/19財年約64.3百萬港元增加至19/20財年約149.3百萬港元；(iv)於2019年12月開張的長沙灣旗艦店線下零售店銷售所得額外收益；及對我們自企業客戶取得獨家權利的產品需求增加帶動線下批量銷售；(v)品牌更多元化，已售產品品牌數目由18/19財年的753個增加至19/20財年的1,023個；(vi)越來越多消費者傾向網購，香港電子商務滲透率由18/19財年的3.7%上升至19/20財年的5.0%，尤其是電子產品及家庭電器市場的電子商務滲透率由18/19財年的15.0%上升至19/20財年的20.1%；(vii)市場推廣活動增加，使品牌知名度提昇及客戶基礎擴大，市場推廣及促銷開支由18/19財年的1.8百萬港元增加至19/20財年的4.3百萬港元；及(viii)與多間金融機構及金融科技公司合作推出更多促銷活動，向使用指定支付方式的該等顧客提供特別折扣。

已售貨品成本

已售貨品成本由18/19財年約102.6百萬港元增加約104.1百萬港元至19/20財年約206.7百萬港元，增幅約為101.5%。已售貨品成本增加主要由於產品成本增加，與同期收益增幅一致。

財務資料

毛利

毛利由18/19財年約32.9百萬港元增加約20.4百萬港元至19/20財年約53.3百萬港元，增幅約為62.1%，主要歸因於我們迅速的發展及上述收益增長。此外，由於我們為應付對產品(例如利潤率較低的主要品牌的若干電子產品及家庭電器)的需求增加而拓展的產品組合，以及為維持具有競爭力定價而提供不同折扣的多項全年促銷活動，毛利率由18/19財年約24.3%下降至19/20財年約20.5%。特別是，家庭電器的毛利率由18/19財年約26.0%下降至19/20財年約22.5%，主要由於對主要品牌的若干大型電器的需求增加，例如電視機、冷氣機及雪櫃(在19/20財年主要為品牌C)。有關詳情，請見本文件「財務資料—綜合損益及其他全面收益表若干項目說明—毛利」。

其他收入

其他收入由18/19財年約1,000港元增加至19/20財年約107,000港元，主要由於銀行利息收入增加。

其他收益及虧損

我們於18/19財年及19/20財年分別錄得其他虧損約540,000港元及其他收益約684,000港元。其他收益及虧損變動主要由於衍生金融工具公平值收益增加，原因為2019年繼海闊天空創投發出邀請，共同投資認購友和電商更多A系列優先股後，向Beyond Ventures Vehicle所授出認購期權的公平值變動計量所致。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由18/19財年約11.2百萬港元增加約10.9百萬港元至19/20財年約22.1百萬港元，增幅約為96.6%。銷售及分銷開支增加主要由於(i)加強在搜尋引擎平台及網上媒體平台的推廣，導致市場推廣及促銷開支增加；(ii)第三方快遞服務供應商收取的物流及儲存成本增加及(iii)網上支付服務收取的交易成本增加，與我們同期接獲訂單數目的增幅及收益增長一致，以及(iv)租賃長沙灣旗艦店應佔使用權資產折舊增加。

財務資料

行政開支

行政開支由18/19財年約6.4百萬港元增加約3.8百萬港元至19/20財年約10.2百萬港元，增幅約為59.1%。行政開支增加主要由於業務增長令員工人數由18/19財年的36人增加至19/20財年的61人，致使員工成本增加。

融資成本

融資成本由18/19財年約31,000港元增加至19/20財年約112,000港元，表示租賃負債利息增加。

所得稅開支

所得稅開支由18/19財年約2.3百萬港元增加約1.0百萬港元至19/20財年約3.3百萬港元，增幅約為40.0%，主要由於同期除稅前溢利增加所致。18/19財年及19/20財年的實際稅率分別為約16.0%及約15.2%。

年內溢利

由於上文所述，年內溢利由18/19財年約12.3百萬港元增加約6.0百萬港元至19/20財年約18.3百萬港元，增幅約為49.3%。純利率由18/19財年約9.1%下降至19/20財年約7.0%。純利率下降主要由於上述毛利率下降所致。

流動資金及資本資源

於往績記錄期間，我們一般主要透過經營活動所得現金、於2019年由Beyond Ventures Vehicle及創科創投基金公司的投資所得款項及向[編纂]發行可轉換可贖回優先股所得款項為流動資金及資金需求提供資金。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2020年及2021年11月30日，我們的銀行結餘及現金分別約為9.6百萬港元、43.2百萬港元、38.5百萬港元、46.8百萬港元及112.7百萬港元。

我們所需現金主要用於營運及一般營運資金需求。展望未來，我們預期於適時透過結合多種來源為營運資金需求提供資金，包括但不限於經營業務所得現金、[編纂][編纂]、銀行結餘及現金以及其他潛在權益及債務融資。

財務資料

本集團的現金流量

下表載列於所示年度／期間的綜合現金流量表的選定現金流量數據：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	20/21 首八個月	21/22 首八個月
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審核)	
營運資金變動前的經營現金流量	16,802	24,629	39,754	25,131	7,647
貿易應收款項增加	(866)	(323)	(2,116)	(5,676)	(4,550)
其他應收款項、按金及預付款項增加	(1,204)	(7,776)	(276)	(5,833)	(5,298)
存貨增加	(7,061)	(16,779)	(35,044)	(24,590)	(2,535)
貿易應付款項增加	1,785	3,588	20,377	5,547	10,451
其他應付款項及應計費用增加	934	1,947	929	1,290	9,088
合約負債增加(減少)	933	7,253	(948)	11,466	10,378
經營業務所得現金(已付)已退所得稅	11,323 (3,738)	12,539 (1,888)	22,676 (4,680)	7,335 (491)	25,181 446
經營活動所得現金淨額	7,585	10,651	17,996	6,844	25,627
投資活動所用現金淨額	(1,891)	(785)	(575)	(751)	(4,494)
融資活動所得(所用)現金淨額	(2,109)	23,722	(23,068)	(2,458)	53,962
現金及現金等價物增加(減少)淨額	3,585	33,588	(5,647)	3,635	75,095
年／期初現金及現金等價物	6,035	9,620	43,208	43,208	37,561
年／期末現金及現金等價物	<u>9,620</u>	<u>43,208</u>	<u>37,561</u>	<u>46,843</u>	<u>112,656</u>
指：					
銀行結餘及現金	9,620	43,208	38,525	46,843	112,656
銀行透支	-	-	(964)	-	-
	<u>9,620</u>	<u>43,208</u>	<u>37,561</u>	<u>46,843</u>	<u>112,656</u>

財務資料

經營活動所得現金淨額

於21/22首八個月，經營活動所得現金淨額約為25.6百萬港元，主要由於(i)除稅前虧損約11.1百萬港元，主要經可轉換可贖回優先股公平值變動約11.5百萬港元、貿易應付款項增加約10.5百萬港元、合約負債增加約10.4百萬港元、其他應付款項及應計費用增加約9.1百萬港元以及使用權資產折舊約4.9百萬港元作出調整；及(iii)被對經營現金流量造成負面影響的若干營運資金項目變動抵銷，主要是其他應收款項、按金及預付款項增加約5.3百萬港元、貿易應收款項增加約4.6百萬港元及存貨增加約2.5百萬港元。

於20/21首八個月，經營活動所得現金淨額約為6.8百萬港元，主要由於(i)除稅前溢利約21.5百萬港元；(ii)主要經合約負債增加約11.5百萬港元、貿易應付款項增加約5.5百萬港元、其他應付款項及應計費用增加約1.3百萬港元以及使用權資產折舊約3.1百萬港元作出調整；及(iii)被對經營現金流量造成負面影響的若干營運資金項目變動抵銷，主要是存貨增加約24.6百萬港元、其他應收款項、按金及預付款項增加約5.8百萬港元以及貿易應收款項增加約5.7百萬港元。

於20/21財年，經營活動所得現金淨額約為18.0百萬港元，主要由於(i)除稅前溢利約33.7百萬港元；(ii)主要經貿易應付款項增加約20.4百萬港元以及其他應付款項及應計費用增加約0.9百萬港元、使用權資產折舊約4.9百萬港元、物業、廠房及設備折舊約0.7百萬港元作出調整；及(iii)被對經營現金流量造成負面影響的若干營運資金項目變動抵銷，主要是存貨增加約35.0百萬港元、已付所得稅約4.7百萬港元、貿易應收款項增加約2.1百萬港元以及合約負債減少0.9百萬港元。

於19/20財年，經營活動所得現金淨額約為10.7百萬港元，主要由於(i)除稅前溢利約21.6百萬港元；(ii)主要經合約負債增加7.3百萬港元、貿易應付款項增加3.6百萬港元、使用權資產折舊約3.1百萬港元及其他應付款項及應計費用增加1.9百萬港元以及物業、廠房及設備折舊約0.3百萬港元作出調整；及(iii)被對經營現金流量造成負面影響的若干營運資金項目變動抵銷，主要是存貨增加約16.8百萬港元、其他應收款項、按金及預付款項增加約7.8百萬港元以及已付所得稅約1.9百萬港元。

財務資料

於18/19財年，經營活動所得現金淨額約為7.6百萬港元，主要由於(i)除稅前溢利約14.6百萬港元；(ii)主要經貿易應付款項增加1.8百萬港元、使用權資產折舊約1.2百萬港元、其他應付款項及應計費用增加0.9百萬港元以及合約負債增加0.9百萬港元作出調整；及(iii)被對經營現金流量造成負面影響的若干營運資金項目變動抵銷，主要是存貨增加約7.1百萬港元、已付所得稅約3.7百萬港元、其他應收款項、按金及預付款項增加1.2百萬港元以及貿易應收款項增加約0.9百萬港元。

投資活動所用現金淨額

於21/22首八個月，投資活動所用現金淨額約為4.5百萬港元，主要包括購買物業、廠房及設備約4.5百萬港元。

於20/21首八個月，投資活動所用現金淨額約為0.8百萬港元，主要包括購買物業、廠房及設備約0.9百萬港元，部分被已收利息0.2百萬港元所抵銷。

於20/21財年，投資活動所用現金淨額約為0.6百萬港元，主要包括購買物業、廠房及設備約1.0百萬港元、已收利息0.2百萬港元及來自一名董事的還款約0.2百萬港元。

於19/20財年，投資活動所用現金淨額約為0.8百萬港元，主要包括購買物業、廠房及設備約2.3百萬港元、向一名董事墊款約0.2百萬港元及來自一名董事的還款約1.6百萬港元。

於18/19財年，投資活動所用現金淨額約為1.9百萬港元，主要包括向一名董事墊款約1.6百萬港元以及購買物業、廠房及設備0.3百萬港元。

融資活動所得(所用)現金淨額

於21/22首八個月，融資活動所得現金淨額約為54.0百萬港元，主要包括發行可轉換可贖回優先股所得款項約64.1百萬港元及來自一名董事的墊款約7.5百萬港元，部分被支付[編纂][編纂]百萬港元、償還租賃負債及相關融資成本約5.2百萬港元以及向一名董事還款約8.8百萬港元所抵銷。

於20/21首八個月，融資活動所用現金淨額約為2.5百萬港元，主要包括償還租賃負債及相關融資成本約2.5百萬港元。

財務資料

於20/21財年，融資活動所用現金淨額約為23.1百萬港元，主要包括(i)派付股息約20.2百萬港元；及(ii)償還租賃負債及相關融資成本約4.4百萬港元，部分被來自一名董事的墊款約1.5百萬港元所抵銷。

於19/20財年，融資活動所得現金淨額約為23.7百萬港元，主要包括(i)發行股份所得款項約26.5百萬港元，部分被償還租賃負債及相關融資成本約2.7百萬港元所抵銷。

於18/19財年，融資活動所用現金淨額約為2.1百萬港元，主要包括(i)派付股息約16.1百萬港元；及(ii)向一名董事還款約7.7百萬港元，部分被發行股份所得款項約23.5百萬港元所抵銷。

於2021年3月31日，我們錄得銀行透支0.9百萬港元，而全部結餘已於2021年3月31日後償付。

財務狀況表選定項目討論

物業、廠房及設備

於往績記錄期間，物業、廠房及設備主要包括租賃物業裝修、辦公家具及設備以及電腦設備。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，我們的物業、廠房及設備分別約為0.5百萬港元、2.5百萬港元、2.8百萬港元及6.3百萬港元。

物業、廠房及設備由2019年3月31日約0.5百萬港元增加至2020年3月31日約2.5百萬港元，主要由於長沙灣旗艦店的租賃物業裝修(扣除年內折舊)增加約1.9百萬港元。

物業、廠房及設備由2020年3月31日約2.5百萬港元增加至2021年3月31日約2.8百萬港元，主要由於就辦公室搬遷的租賃物業裝修(扣除年內折舊)增加約0.4百萬港元。

物業、廠房及設備由2021年3月31日約2.8百萬港元增加至2021年11月30日約6.3百萬港元，主要由於就2021年6月觀塘店搬遷的租賃物業裝修、家具及設備以及電腦設備(扣除期內折舊)增加約3.5百萬港元。

有關物業、廠房及設備的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註14。

財務資料

使用權資產

使用權資產指我們租賃用於營運的辦公場所、貨倉及零售店。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，使用權資產分別約為2.6百萬港元、11.7百萬港元、16.8百萬港元及21.3百萬港元。

使用權資產由2019年3月31日約2.6百萬港元增加至2020年3月31日約11.7百萬港元，主要由於19/20財年租賃長沙灣旗艦店。

使用權資產由2020年3月31日約11.7百萬港元增加至2021年3月31日約16.8百萬港元，主要由於20/21財年新租賃辦公室及租賃新貨倉。

使用權資產由2021年3月31日約16.8百萬港元增加至2021年11月30日約21.3百萬港元，主要由於21/22首八個月租賃新觀塘店。

有關使用權資產的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註15。

按金—非流動部分

於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，我們的按金分別約為0.6百萬港元、1.0百萬港元、2.4百萬港元及3.4百萬港元，有關款項呈列為非流動資產。

按金由2019年3月31日約0.6百萬港元增加至2020年3月31日約1.0百萬港元，主要原因為19/20財年就租賃長沙灣旗艦店支付按金所致。

按金由2020年3月31日約1.0百萬港元增加至2021年3月31日約2.4百萬港元，主要原因為於20/21財年應若干零售分銷商(作為供應商)要求向彼等支付按金增加及就辦公室搬遷及新貨倉的租賃支付額外按金。

按金由2021年3月31日約2.4百萬港元增加至2021年11月30日約3.4百萬港元，主要原因為就新觀塘店的租賃支付額外按金。

有關按金的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註18。

存貨

於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，我們的存貨分別約為15.8百萬港元、32.3百萬港元、66.9百萬港元及68.8百萬港元。

財務資料

存貨由2019年3月31日約15.8百萬港元增加至2020年3月31日約32.3百萬港元，並進一步增加至2021年3月31日約66.9百萬港元及2021年11月30日的68.8百萬港元，主要由於(i)客戶對我們所提供產品的需求上升令採購量增加，有關增幅與友和OMO業務銷售產生的整體收益增幅大致相同；及(ii)產品組合中產品成本較高的大型電器及電子產品增加。

下表載列存貨(除存貨撥備前)的賬齡分析：

	於3月31日			於2021年
	2019年	2020年	2021年	11月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
90日內	13,065	23,271	47,088	54,232
91至365日	2,451	8,616	17,701	11,059
1至1.5年	266	388	2,157	3,489
1.5年以上	162	448	820	1,390
	15,944	32,723	67,766	70,170

賬齡超過90日的存貨由2019年3月31日約2.8百萬港元增加至2020年3月31日約9.4百萬港元，並進一步增加至2021年3月31日約20.7百萬港元，主要由於(i)我們於往績記錄期間的收益持續錄得可觀增長，使採購量增加；(ii)我們向供應商作出更多批量採購，以取得更優惠的採購價格，維持我們在業內的競爭力；及(iii)提高向外國供應商的產品採購量，盡量減低2019冠狀病毒病導致供應鏈中斷的影響，其中若干國家為遏止疫情而限制其運輸及物流。賬齡超過90日的存貨由2021年3月31日的20.7百萬港元減少至2021年11月30日的15.9百萬港元，主要由於與多間金融機構及金融科技公司合作推出更多促銷活動，該等活動為客戶提供不同折扣，使更多長賬齡存貨於21/22首八個月出售。

下表載列平均存貨周轉日數：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	21/22 首八個月
存貨周轉日數 ^(附註)	44	42	42	39

附註：存貨周轉日數分別按年／期初及年／期末存貨的平均值除以相關年度／期間的已售貨品成本再乘以365日(就18/19財年、19/20財年及20/21財年而言)及244日(就21/22首八個月而言)計算得出。

財務資料

於往績記錄期間，存貨周轉日數保持相對穩定，分別約為44日、42日、42日及39日。

於最後可行日期，於2021年11月30日的存貨約65.2百萬港元或92.9%隨後已出售。

具體而言，於2021年11月30日，本集團賬齡超過一年的存貨約為4.9百萬港元。其中約4.5百萬港元或91.8%隨後於截至最後可行日期前售出。

就於2021年11月30日賬齡超過一年的未售出存貨4.9百萬港元而言，董事認為，該等未售出存貨並無重大可收回性問題，並認為根據以下因素計提的存貨撥備屬充足：(i)有關未售出存貨約4.5百萬港元包括648項SKU，該等SKU於2021年11月30日後及直至最後可行日期有後續銷售記錄，售價高於購買成本；(ii)有關未售出存貨約0.4百萬港元包括258項SKU，本集團已進行市場研究，並注意到該等產品於市場上有售，且同行提供的售價高於我們的存貨成本；(iii)於2021年11月30日，本集團已計提約1.4百萬港元存貨減值撥備；及(iv)本集團將定期監控該等產品的現行市況，並安排更多市場推廣及促銷計劃以促進該等高賬齡存貨的銷售。

貿易應收款項

於往績記錄期間，本集團一般向其B2B客戶及B2B2C模式下的獎賞計劃平台授出30日的信貸期。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，貿易應收款項分別約為3.5百萬港元、3.9百萬港元、6.0百萬港元及10.5百萬港元。貿易應收款項結餘主要指應收以下人士的未收取金額：(i)涉及處理友和電子商務平台下客戶交易的付款渠道公司；(ii) B2B客戶；及(iii) B2B2C模式下的獎賞計劃平台。

貿易應收款項由2019年3月31日約3.5百萬港元增加至2020年3月31日約3.9百萬港元，並分別進一步增加至於2021年3月31日及2021年11月30日約6.0百萬港元及10.5百萬港元，歸因於2019財年、2020財年及2021財年以及2021年首八個月銷售的增長趨勢。

財務資料

貿易應收款項由2021年3月31日約6.0百萬港元進一步增加至2021年11月30日約10.5百萬港元，主要由於2021年11月與一間金融機構合作推出的促銷活動帶來的巨額收益，據此，使用指定支付方式的該等顧客獲提供特別折扣，而本集團就有關合作獲該金融機構發放補貼。因此，來自付款渠道公司的未收取應收款項增加，有關公司涉及處理友和電子商務平台下客戶／交易以及應收金融機構補貼。

下表載列根據發票日期並扣除減值虧損撥備的貿易應收款項的賬齡分析：

	於3月31日			於2021年
	2019年	2020年	2021年	11月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
30日內	2,546	2,395	4,634	9,037
31至60日	986	807	840	1,105
61至90日	3	–	251	252
90日以上	1	657	250	131
	3,536	3,859	5,975	10,525

下表載列平均貿易應收款項周轉日數：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	21/22 首八個月
貿易應收款項周轉日數 ^(附註)	8	5	3	4

附註：貿易應收款項周轉日數分別按年／期初及年／期末貿易應收款項的平均值除以相關年度／期間的收益再乘以365日（就18/19財年、19/20財年及20/21財年而言）及244日（就21/22首八個月而言）計算得出。

於往績記錄期間，貿易應收款項周轉日數於本集團授出的一般信貸期內。

於最後可行日期，於2021年11月30日的貿易應收款項約10.2百萬港元或97.0%隨後已由客戶償付。

其他應收款項、按金及預付款項－流動部分

其他應收款項、按金及預付款項指租金及水電按金、預付供應商款項及按金、遞延發行成本以及其他應收款項及按金。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，其他應收款項、按金及預付款項分別約為2.6百萬港元、10.0百萬港元、8.9百萬港元及18.1百萬港元，有關款項呈列為流動資產。

財務資料

其他應收款項、按金及預付款項由2019年3月31日約2.6百萬港元增加至2020年3月31日約10.0百萬港元，減少至2021年3月31日約8.9百萬港元，並增加至2021年11月30日的18.1百萬港元。於2020年3月31日，其他應收款項、按金及預付款項增加主要由於預付供應商款項及按金增加約4.3百萬港元，其與我們因向客戶提供的產品需求上升而增加的採購量一致。其他應收款項、按金及預付款項於2021年3月31日減少，主要由於年結日預付供應商款項減少。於2021年11月30日，其他應收款項、按金及預付款項增加，主要由於(i)其他應收款項、按金及預付款項增加約5.0百萬港元，主要指付款閘道公司預收客戶款項增加，有關款項的相關貨品控制權尚未轉移，其後顧客於2021年11月與一間金融機構合作推出的促銷活動下達的訂單數量增加，據此，於2021年11月30日尚未向顧客轉移的貨品數量增加；(ii)遞延發行成本增加約4.9百萬港元，有關款項將於[編纂]後自權益扣除；及(iii)部分被預付供應商款項及按金減少約1.7百萬港元所抵銷。

有關其他應收款項、按金及預付款項的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註18。

貿易應付款項

於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，貿易應付款項分別約為3.3百萬港元、6.9百萬港元、27.2百萬港元及37.7百萬港元。於往績記錄期間，本集團獲授的一般貿易信貸期自發票日期起介乎0至30日。

貿易應付款項由2019年3月31日約3.3百萬港元增加至2020年3月31日約6.9百萬港元，主要由於19/20財年的產品採購量增加以應付對我們產品的更高需求。

貿易應付款項由2020年3月31日約6.9百萬港元增加至2021年3月31日約27.2百萬港元，主要由於對產品的需求增加，令產品採購量於20/21財年增加，以及本集團於20/21財年因聲譽良好而獲供應商授出更佳的貿易信貸條款。

貿易應付款項由2021年3月31日約27.2百萬港元增加至2021年11月30日約37.7百萬港元，主要由於本集團因聲譽良好而獲供應商授出較長的貿易信貸期。

財務資料

下表載列於各年／期末根據發票日期呈列的貿易應付款項的賬齡分析：

	於3月31日			於2021年
	2019年	2020年	2021年	11月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
30日內	3,154	5,446	25,573	32,037
31至60日	110	1,286	1,327	3,771
61至90日	–	–	25	880
90日以上	15	135	319	1,007
	3,279	6,867	27,244	37,695

下表載列平均貿易應付款項周轉日數：

	18/19財年	19/20財年	20/21財年	21/22 首八個月
貿易應付款項周轉日數 ^(附註)	8	9	14	19

附註：貿易應付款項周轉日數分別按年／期初及年／期末貿易應付款項的平均值除以相關年度／期間的已售貨品成本再乘以365日（就18/19財年、19/20財年及20/21財年而言）及244日（就21/22首八個月而言）計算得出。

於往績記錄期間，貿易應付款項周轉日數於本集團獲授的一般貿易信貸期內。

直至最後可行日期，我們隨後已於往績記錄期間後償付2021年11月30日的貿易應付款項約36.2百萬港元或96.0%。

其他應付款項及應計費用

其他應付款項及應計費用指應付薪酬、其他應付款項及應計費用、應計[編纂]以及應計發行成本。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，其他應付款項及應計費用分別約為1.8百萬港元、3.7百萬港元、4.7百萬港元及15.5百萬港元。

財務資料

其他應付款項及應計費用由2019年3月31日約1.8百萬港元增加至2020年3月31日約3.7百萬港元，並進一步增加至2021年3月31日約4.7百萬港元，主要由於業務增長導致應付薪金增加。

其他應付款項及應計費用進一步增加至2021年11月30日約15.5百萬港元，主要由於(i)應計[編纂]增加[編纂]百萬港元；(ii)應計發行成本增加1.7百萬港元及(iii)物流開支增加導致其他應付款項及應計費用增加3.3百萬港元。

合約負債

合約負債包括(i)就銷售產品收取的墊款；及(ii)客戶忠誠度計劃下的獎賞積分。有關銷售產品的合約負債指於客戶下達訂單後及我們交付產品前自客戶收取的墊款。就本集團提供的客戶忠誠度計劃而言，基本上，客戶每自本集團購物1港元即可賺取一點積分。客戶可使用客戶忠誠度計劃下賺取的積分享有折扣(一般每200點積分可當作1港元使用)。有關客戶忠誠度計劃的合約負債指分配至截至報告期末的未履行履約責任的交易價格總額。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，合約負債分別約為2.4百萬港元、9.6百萬港元、8.7百萬港元及19.0百萬港元。

下表載列於各所示日期合約負債的明細：

	於3月31日			於2021年
	2019年	2020年	2021年	11月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
就銷售產品收取的墊款	1,999	9,099	7,446	16,274
客戶忠誠度計劃	353	506	1,211	2,761
	<u>2,352</u>	<u>9,605</u>	<u>8,657</u>	<u>19,035</u>

合約負債由2019年3月31日約2.4百萬港元增加至2020年3月31日約9.6百萬港元，主要由於友和OMO業務於19/20財年的收益增加，令我們就銷售產品收取的墊款增加。

財務資料

合約負債由2020年3月31日約9.6百萬港元減少至2021年3月31日約8.7百萬港元，主要由於我們就銷售產品收取的墊款減少，原因為貨倉管理及送貨效率提昇，此舉大幅縮短客戶下單與我們送貨之間的時間，從而減少涉及的墊款金額。

合約負債由2021年3月31日約8.7百萬港元增加至2021年11月30日約19.0百萬港元，主要由於友和OMO業務於21/22首八個月的收益增加，令我們就銷售產品收取的墊款增加，尤其是已收墊款增加，其來自在2021年11月與一間金融機構合作推出的促銷活動，據此，使用指定支付方式的該等顧客獲提供特別折扣。

於最後可行日期，於2021年11月30日的合約負債約15.6百萬港元或82.2%隨後已確認為收益。

衍生金融工具

於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，我們分別有衍生金融工具約0.8百萬港元、零、零及零。於18/19財年及19/20財年，衍生金融工具公平值變動因2019年繼海闊天空創投於2019年發出邀請，共同投資認購友和電商更多A系列優先股後，向Beyond Ventures Vehicle所授出認購期權的公平值變動計量所致。

有關衍生金融工具的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註25(a)。

可轉換可贖回優先股

於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，我們分別有可轉換可贖回優先股零、零、零及約75.6百萬港元。結餘主要指向[編纂]發行可轉換可贖回優先股的公平值。

有關可轉換可贖回優先股的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註25(b)。

租賃負債

於往績記錄期間，我們租賃用於營運的辦公場所、貨倉及零售店。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，租賃負債分別約為2.7百萬港元、12.3百萬港元、18.1百萬港元及22.7百萬港元，其中分別約2.0百萬港元、2.5百萬港元、5.4百萬港元及7.3百萬港元分類為流動負債。

財務資料

租賃負債由2019年3月31日約2.7百萬港元增加至2020年3月31日約12.3百萬港元，主要由於我們於19/20財年租賃額外零售店。

租賃負債由2020年3月31日約12.3百萬港元進一步增加至2021年3月31日約18.1百萬港元，主要由於20/21財年租賃新貨倉。

租賃負債由2021年3月31日約18.1百萬港元進一步增加至2021年11月30日約22.7百萬港元，主要由於2021年6月搬遷觀塘店。

流動資產及流動負債

下表載列於所示日期的流動資產及流動負債明細：

	於3月31日		2021年 千港元	於2021年	於2022年
	2019年 千港元	2020年 千港元		11月30日 千港元	3月31日 千港元 (未經審核)
流動資產					
存貨	15,782	32,275	66,946	68,785	66,282
貿易應收款項	3,536	3,859	5,975	10,525	7,701
其他應收款項、按金及 預付款項	2,646	10,036	8,862	18,058	11,494
應收一名董事款項	1,638	220	-	-	-
銀行結餘及現金	9,620	43,208	38,525	112,656	126,257
	<u>33,222</u>	<u>89,598</u>	<u>120,308</u>	<u>210,024</u>	<u>211,734</u>
流動負債					
貿易應付款項	3,279	6,867	27,244	37,695	38,094
其他應付款項及應計費用	1,785	3,732	4,661	15,181	17,657
合約負債	2,352	9,605	8,657	19,035	14,972
應付一名董事款項	-	-	1,492	128	-
衍生金融工具	774	-	-	-	-
可轉換可贖回優先股	-	-	-	75,598	68,787
應付所得稅	395	1,742	2,066	5,320	1,487
租賃負債	2,033	2,508	5,394	7,316	7,584
銀行透支	-	-	964	-	-
	<u>10,618</u>	<u>24,454</u>	<u>50,478</u>	<u>160,273</u>	<u>148,581</u>
流動資產淨值	<u>22,604</u>	<u>65,144</u>	<u>69,830</u>	<u>49,751</u>	<u>63,153</u>

財務資料

本集團的流動資產淨值由2019年3月31日約22.6百萬港元增加至2020年3月31日約65.1百萬港元，主要由於[編纂]所得款項使銀行結餘增加及業務增長使存貨增加所致，部分被合約負債增加、租賃負債及貿易應付款項增加所抵銷。

本集團的流動資產淨值由2020年3月31日約65.1百萬港元增加至2021年3月31日約69.8百萬港元，主要由於業務增長使存貨增加，部分被租賃負債及貿易應付款項增加所抵銷。

本集團的流動資產淨值由2021年3月31日約69.8百萬港元減少至2021年11月30日約49.8百萬港元，主要由於在2021年11月30日的可轉換可贖回優先股公平值變動及[編纂]。

本集團的流動資產淨值由2021年11月30日約49.8百萬港元增加至2022年3月31日約63.2百萬港元，主要由於合約負債減少及可轉換可贖回優先股公平值減少。

債務

下表載列本集團於各所示日期的債務明細：

	於3月31日		2021年 千港元	於2021年	於2022年
	2019年 千港元	2020年 千港元		11月30日 千港元	3月31日 千港元
應付一名董事的無抵押及 無擔保款項	-	-	1,492	128	-
無抵押及無擔保銀行透支	-	-	964	-	-
有抵押及無擔保租賃負債	2,688	12,252	18,105	22,672	20,305
可轉換可贖回優先股	-	-	-	75,598	68,787
總計	<u>2,688</u>	<u>12,252</u>	<u>20,561</u>	<u>98,398</u>	<u>89,092</u>

於2022年3月31日(即債務聲明的最後可行日期)，我們的未償還債務約為89.1百萬港元，包括有抵押及無擔保租賃負債約20.3百萬港元及可轉換可贖回優先股約68.8百萬港元。除上文所披露者外，於2022年3月31日，我們並無已發行或尚未償還，或已授

財務資料

權或以其他方式設立但未發行的任何其他銀行融資、借款、按揭、押記、債權證或債務證券，或其他類似債務、融資租賃承擔、承兌負債、承兌信貸、租購承擔、或然負債或擔保。

董事確認，自最後可行日期起直至本文件日期，本集團的債務及或然負債概無任何重大變動。

營運資金

於往績記錄期間，我們主要透過銀行結餘及現金以及經營所得現金及於2019年由Beyond Ventures Vehicle及創科創投基金公司的投資所得款項以應付營運資金需求。我們透過密切監督及管理營運以管理現金流量及營運資金。我們亦審慎檢視未來現金流量需求及在必要時調整我們的營運，以確保維持充足的營運資金以支持業務營運。

經計及本集團的可用財務資源(包括現有銀行結餘及現金、經營所得現金流量、根據2021年5月的[編纂]發行新股份的[編纂]及[編纂]估計[編纂]，經濟在[編纂]將最終[編纂]定為低於指示性[編纂]範圍下限最多10%後)，董事認為，本集團的可用營運資金足以應付我們自本文件日期起計至少12個月的需求。

或然負債

於最後可行日期，我們並無將對財務狀況、流動資金或經營業績產生重大不利影響的任何或然負債。

關聯方交易

於往績記錄期間，我們有若干關聯方交易，包括董事及僱員的薪酬、應收／應付董事款項及向董事的銷售。董事確認，於往績記錄期間的所有關聯方交易按公平原則進行，並無對我們於往績記錄期間的經營業績造成損害。

應收一名董事款項主要指應收胡先生款項，該款項屬非貿易性質、無抵押、免息及按要求償還。應收一名董事款項由2019年3月31日約1.6百萬港元減少至2020年3月31日約0.2百萬港元。

應付一名董事款項主要指應付胡先生款項，該款項屬非貿易性質、無抵押、免息及按要求償還。於2021年3月31日及2021年11月30日，應付一名董事款項分別約為1.5百萬港元及0.1百萬港元，將於[編纂]時償付。

財務資料

有關關聯方交易的更多資料，見本文件附錄一會計師報告附註11、19及28。

[編纂]

假設[編纂]未獲行使，有關[編纂]的[編纂](包括(i)[編纂](包括但不限於[編纂])約[編纂]百萬港元；(ii)法律顧問及申報會計師的專業費用及開支約[編纂]百萬港元；及(iii)其他費用及開支(包括向獨家保薦人、財經印刷商及其他專業人士支付的費用)約[編纂]百萬港元)，假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即建議[編纂]範圍的中位數)，估計約為[編纂]百萬港元，有關金額估計佔[編纂][編纂]的[編纂]%。於2021年11月30日，我們就[編纂]產生[編纂][編纂]百萬港元，其中[編纂]百萬港元自綜合損益及其他全面收益表扣除及[編纂]百萬港元於綜合財務狀況表入賬列作遞延發行成本，並將於[編纂]後入賬列作自權益扣除。我們估計，我們將進一步產生額外[編纂][編纂]百萬港元，預期其中[編纂]百萬港元自綜合損益及其他全面收益表扣除及預期[編纂]百萬港元於[編纂]後自權益扣除。

董事謹此強調，上述[編纂]為目前估計，僅供參考用途，而將予確認的實際金額根據審核以及變量及假設其後變動作出調整。準投資者務請留意，本集團於21/22財年的財務表現及純利將受到上述[編纂]的重大不利影響。

資產負債表外安排

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無重大資產負債表外安排。

財務風險管理

本集團面臨各種財務風險，包括貨幣風險、利率風險、信貸風險及流動資金風險。本集團的管理層管理及監控該等風險以確保及時有效地採取妥善措施。

貨幣風險

本集團的外匯購置存貨使本集團面臨外匯風險。於往績記錄期間，本集團分別約6.1%、19.0%、15.2%及6.9%的購置存貨以集團實體功能貨幣以外的貨幣計值。

本集團目前並無外匯對沖政策。然而，本集團的管理層監控外匯風險，並將於有需要時考慮對沖重大外匯風險。

財務資料

有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註31。

利率風險

於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，本集團面臨與本集團固定利率租賃負債有關的公平值利率風險。於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，本集團亦面臨與浮息銀行結餘有關的現金流量利率風險。

有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註31。

信貸風險

本集團的信貸風險主要歸因於貿易應收款項、其他應收款項及按金、應收一名董事款項以及銀行結餘。

有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註31。

流動資金風險

於管理流動資金風險時，本集團監控及維持現金及現金等價物在管理層認為足以撥付本集團營運並減輕現金流量波動所帶來影響的水平。

有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註31。

財務資料

主要財務比率

下表載列本集團於往績記錄期間的主要財務比率：

	附註	截至3月31日止年度／於3月31日			截至2021年
		2019年	2020年	2021年	11月30日止 八個月／ 於2021年 11月30日
毛利率	1	24.3%	20.5%	17.4%	15.0%
純利(淨虧損)率	2	9.1%	7.0%	5.5%	(2.8)%
經調整純利率 (作為非香港財務 報告準則計量)	3	9.6%	6.8%	5.5%	2.7%
權益回報率	4	48.0%	26.0%	36.4%	不適用 ⁽⁹⁾
總資產回報率	5	33.2%	17.5%	20.2%	不適用 ⁽⁹⁾
流動比率	6	3.1	3.7	2.4	1.3
速動比率	7	1.6	2.3	1.1	0.9
資產負債比率	8	不適用	不適用	0.01	不適用

附註：

1. 毛利率按毛利除以年／期內收益再乘以100%計算得出。
2. 純利(淨虧損)率按純利(淨虧損)除以年／期內收益再乘以100%計算得出。
3. 經調整純利率(作為非香港財務報告準則計量)按經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)除以年／期內收益再乘以100%計算得出。
4. 權益回報率按年內純利除以權益總額再乘以100%計算得出。
5. 總資產回報率按年內純利除以資產總值再乘以100%計算得出。
6. 流動比率按流動資產除以年／期末流動負債計算得出。
7. 速動比率按流動資產減存貨除以年／期末流動負債計算得出。
8. 資產負債比率按計息債務總額(包括銀行透支)除以年／期末的權益總額計算得出。
9. 由於期內淨虧損僅表示相關年度八個月的淨虧損，故該等比率並無意義。

毛利率

於往績記錄期間各期間，毛利率分別為24.3%、20.5%、17.4%及15.0%。有關影響毛利率的因素的討論，請參閱本節「按期比較經營業績」一段。

財務資料

純利率

於往績記錄期間各期間，純利率分別為9.1%、7.0%、5.5%及-2.8%。有關影響純利(淨虧損)率的因素的討論，請參閱本節「按期比較經營業績」一段。

經調整純利率(作為非香港財務報告準則計量)

於往績記錄期間各期間，經調整純利率(作為非香港財務報告準則計量)分別為9.6%、6.8%、5.5%及2.7%。有關經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)的討論，請參閱本節「非香港財務報告準則計量」一段。

權益回報率

權益回報率由18/19財年約48.0%下降至19/20財年約26.0%，主要由於股本由2019年3月31日約23.5百萬港元增加至2020年3月31日約50.0百萬港元，而年內溢利由18/19財年約12.3百萬港元上升約49.3%至19/20財年的18.3百萬港元。

權益回報率由19/20財年約26.0%上升至20/21財年約36.4%，主要由於年內溢利由19/20財年的18.3百萬港元上升約56.8%至20/21財年約28.7百萬港元。

總資產回報率

總資產回報率由18/19財年約33.2%下降至19/20財年約17.5%，主要由於存貨以及銀行結餘及現金增加，使資產總值增加所致。

總資產回報率由19/20財年約17.5%上升至20/21財年約20.2%，主要由於年內溢利增加所致。

流動比率

流動比率由2019年3月31日的3.1增加至2020年3月31日的3.7，主要由於2019年[編纂]所得款項，使現金及現金等價物增加，並減少至2021年3月31日的2.4，主要由於貿易應付款項、其他應付款項及租賃負債增加所致。

流動比率由2021年3月31日的2.4進一步減少至2021年11月30日的1.3，主要由於發行可轉換可贖回優先股，使流動負債總額增加所致。

財務資料

速動比率

速動比率由2019年3月31日的1.6增加至2020年3月31日的2.3，主要由於銀行結餘及現金增加所致。速動比率由2020年3月31日的2.3減少至2021年3月31日的1.1，主要由於貿易應付款項、其他應付款項及租賃負債增加所致。

速動比率由2021年3月31日的1.1進一步減少至2021年11月30日的0.9，主要由於發行可轉換可贖回優先股產生的流動負債增加所致。

資產負債比率

於2019年、2020年及2021年3月31日以及2021年11月30日，資產負債比率維持相對穩定，分別為零、零、0.01及零。

股息及股息政策

於18/19財年及20/21財年，友和電商分別向其當時股東宣派股息約16.1百萬港元及20.2百萬港元。除上文所披露者外，於往績記錄期間，本公司並無派付或宣派任何股息。

未來，宣派及派付任何股息須經董事會建議並由其酌情決定。此外，任何財政年度的末期股息須待股東批准後方可作實，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的數額。日後宣派或派付任何股息及任何股息金額的決定將視乎多項因素而定，包括我們的經營業績、財務狀況、附屬公司向我們派付現金股息以及董事會可能認為相關的其他因素。概不保證本公司將能夠宣派或分派任何董事會計劃載列的任何股息金額，或根本不會宣派或分派股息。過往的派息記錄未必能夠作為日後本公司可能宣派或派付股息水平的參考或釐定基準。

於最後可行日期，我們並無任何特定股息政策，亦無任何預定派息率。

財務資料

[編纂] 統計數據

	根據 [編纂] 最多10%後 最低[編纂] 每股[編纂] [編纂] 港元計算	根據[編纂] 每股[編纂] [編纂] 港元計算	根據[編纂] 每股[編纂] [編纂] 港元計算
市值 ^(附註1) (港元)	[編纂]	[編纂]	[編纂]
每股未經審核[編纂]經調整 有形資產淨值 ^(附註2) (港元)	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) [編纂]根據緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設可轉換可贖回優先股轉換為股份及未計及因[編纂]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)預期發行的股份數目(即[編纂]股股份)計算得出。
- (2) 於2021年11月30日本公司擁有人應佔本集團每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值為於進行本文件「附錄二A—未經審核[編纂]財務資料」一節所述調整後並基於合共[編纂]股股份所得出，假設(i)根據建議[編纂]已發行[編纂]股股份；及(ii)根據[編纂]將予發行的[編纂]股股份已於2021年11月30日完成，且並無計及向[編纂]發行的A系列優先股獲悉數轉換將予發行的15,031,101股股份及相應[編纂][編纂]股股份，且並未計及因[編纂]或根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份。
- (3) 倘計及[編纂]及向[編纂]發行的A系列優先股獲轉換，則於2021年11月30日本公司擁有人應佔本集團每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值將分別為[編纂]港元(根據[編纂]每股[編纂][編纂]港元)、[編纂]港元(根據[編纂]每股[編纂][編纂]港元)及[編纂]港元(根據在[編纂]後[編纂]每股[編纂][編纂]港元)。有關進一步詳情，請參閱本文件「附錄二A—未經審核[編纂]財務資料」。

財務資料

可供分派儲備

本公司於2021年4月13日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。有關本公司儲備的詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註27。

未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值

有關詳情，見本文件附錄二A「未經審核[編纂]財務資料」一節。

根據上市規則第十三章須作出的披露

董事確認，於最後可行日期，概無任何情況導致根據上市規則第13.13至13.19條的規定須作披露。

近期發展

截至2022年3月31日止四個月，我們的收益較截至2021年3月31日止四個月大幅增長約25.3%，主要由於來自線上零售的收益增加，主要受活躍客戶及已接獲訂單數目增加所帶動，有關增幅是由於(i)我們與多間金融機構及金融科技公司合作推出促銷活動，向使用指定支付方式的該等顧客提供特別折扣；(ii)加強市場推廣及促銷；及(iii)實施消費券計劃等支持性政府政策所致。

根據由日本城與本集團訂立的諒解備忘錄，日本城及本集團須各自憑藉其及我們本身的資源在多個範疇(包括但不限於市場推廣、貨倉服務及分銷渠道)合作，旨在向客戶提供卓越的OMO體驗。日本城為國際家居零售有限公司(聯交所主板上市公司，股份代號：1373)的全資附屬公司。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務—我們的業務模式—我們與日本城(香港)有限公司的策略業務合作」。

於最後可行日期，日本城及本集團已於促進庫存與物流共享(即諒解備忘錄中指定進行合作的範疇之一)開展業務合作。就此而言，根據由日本城與本集團所訂立具約束力的協議，日本城已自往績記錄期間完結後起一直向本集團採購存貨。

概無重大不利變動

香港於2022年初爆發第五波2019冠狀病毒病疫情，對我們的銷售及日常運作帶來一定程度的中斷，其中(a)整體消費情緒轉差；(b)市場推廣、物流及倉儲營運因員工受感染導致可用人手減少而受到影響；及(c)社會各行各業運作減少以及2022年2月及3月

財務資料

疫情高峰期的極端社交狀況，打亂及拖慢物流及訂單完成工作流程。儘管如此，我們於2022年1月、2月及3月仍能分別實現每月收益按年增長。此外，根據弗若斯特沙利文報告，自2020年1月以來，儘管香港經濟於2019冠狀病毒病疫情期間受到重挫，惟香港零售業網上銷售的表現較香港整體經濟優勝，於19/20財年至20/21財年錄得按年增幅約18.6%，尤其是，電子產品及家庭電器類別錄得的增幅為9.1%。由於實施疫情防控政策，香港市民逐漸由實體店購物轉向網上購物，從而推動香港電子商務行業的發展。鑒於上述及多項持續增長推動因素(如互聯網及智能手機的高滲透率、支付方式及物流基礎設施改進，以及消費者對網上交易更有信心及忠誠度提昇)，預期香港電子商務市場於未來數年將保持升勢。此外，據董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團並無因2019冠狀病毒病疫情而面臨任何重大供應鏈中斷情況。董事認為，2019冠狀病毒病疫情並未亦不會對我們的業務營運、與客戶及供應商的業務關係以及經營業績造成任何重大不利影響。

儘管本集團的收益預期將於21/22財年錄得顯著增長，惟預期本集團於21/22財年的毛利率將較20/21財年下降，主要歸因於本集團貫徹積極搶佔市場佔有率策略，本集團持續拓展產品組合，以更迎合市場對電子產品及家庭電器的多元化需求。本集團的策略為進一步豐富產品類型，當中包括(其中包括)廣受歡迎且需求殷切的熱門主要品牌產品，惟該等產品的相關毛利率相對較低。鑒於上述者，本集團預期於21/22財年錄得的純利將進一步減少，主要由於(i)在21/22財年錄得一次性[編纂]約[編纂]百萬港元及可轉換可贖回優先股的公平值變動約4.7百萬港元；(ii)在20/21財年錄得政府補貼約3.1百萬港元，惟於21/22財年為零；及(iii)在21/22財年的銷售及分銷開支增加所致，而由於毛利率於21/22財年預期下降，故預期於21/22財年，本集團經調整純利率(作為非香港財務報告準則計量)亦將較20/21財年下降。儘管如此，整體毛利率自2021年1月以來維持大致穩定，自往績記錄期間完結時並無重大波動。

然而，整體而言，董事認為該等具體事件對我們的整體狀況影響並不重大。董事確認，自2021年11月30日(即最近期經審核賬目結算日及會計師報告所呈報期間完結時)起及直至本文件日期，我們的營運、財務或貿易狀況概無重大不利變動，亦無發生任何事件而對會計師報告所載本集團綜合財務報表所示資料造成重大不利影響。有關進一步詳情，請見本節「[編纂]」。

財務資料

截至2022年3月31日止年度的虧損估計

董事估計，根據本文件附錄二B所載基準，且於並無不可預見的情況下，截至2022年3月31日止年度，本公司擁有人應佔估計綜合虧損如下：

截至2022年3月31日止年度本公司擁有人 應佔估計綜合虧損(附註1)	不多於 0.4百萬港元
未經審核[編纂]估計每股虧損(附註2)	不多於 [編纂]港元

附註：

- (1). 董事全權負責的虧損估計由彼等根據(i)本集團截至2021年11月30日止八個月的經審核綜合業績；及(ii)基於本集團截至2022年3月31日止四個月管理賬目的未經審核綜合業績而編製。虧損估計的編製基準於所有重大方面均與會計師報告(其全文載於本文件附錄一)所載本公司通常採納會計政策一致。於編製基於董事最佳估計及所信的虧損估計時，董事亦已考慮截至最後可行日期有關本節上文「近期發展」一段所載情況的目前所得最新資料，包括日本城與本集團訂立的諒解備忘錄。
- (2). 未經審核[編纂]估計每股虧損基於截至2022年3月31日止年度本公司擁有人應佔估計綜合虧損計算得出，當中假設[編纂]及[編纂]已於2021年4月1日完成，且截至2022年3月31日止年度[編纂]股已發行股份的加權平均數。有關計算並無計及[編纂]完成後向[編纂]發行的A系列優先股轉換為股份的影響，原因為計入該等股份具有反攤薄影響，亦無計及(i)因[編纂]獲行使而可能配發及發行或(ii)根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行或(iii)本文件「股本—發行股份的一般授權」一節或「股本—購回股份的一般授權」一節所述可能發行或購回的任何股份。