Star Plus Legend Holdings Limited

巨星傳奇集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：6683

全球發售

獨家保薦人及獨家整體協調人

民銀資本 CMBC CAPITAL HOLDINGS LIMITED

聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人

民銀資本 CMBC CAPITAL HOLDINGS LIMITED

源盛證券 BRADBURY SECURITIES

重要提示

如　閣下對本招股章程之任何內容有任何疑問，　閣下應尋求獨立專業意見。

Star Plus Legend Holdings Limited
巨星傳奇集團有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

全球發售

全球發售的發售股份數目	:	126,640,000股股份(包括78,640,000股新股份及48,000,000股銷售股份，視乎超額配股權獲行使與否而定)
香港發售股份數目	:	12,664,000股新股份(可予重新分配)
國際發售股份數目	:	113,976,000股股份(包括65,976,000股新股份及48,000,000股銷售股份，可予重新分配及視乎超額配股權獲行使與否而定)
發售價	:	每股發售股份4.25港元，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費(須於申請時以港元繳足且多繳股款可予退還)
面值	:	每股股份0.00001美元
股份代號	:	6683

獨家保薦人及獨家整體協調人

民銀資本 CMBC CAPITAL HOLDINGS LIMITED

聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人

民銀資本 CMBC CAPITAL HOLDINGS LIMITED　源盛證券 BRADBURY SECURITIES

聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人

浦銀國際 SPDB INTERNATIONAL　第一上海 FIRST SHANGHAI GROUP　農銀國際 ABC INTERNATIONAL　國泰君安國際 GUOTAI JUNAN INTERNATIONAL　交銀國際 BOCOM International　兴证国际 XINGZHENG SECURITIES INTERNATIONAL　華盛証券　EDDID 艾德金融　南華證券投資有限公司 South China Securities Limited

ZTSC 中泰國際　光大證券國際 EVERBRIGHT SECURITIES INTERNATIONAL　華福國際 HUAFU INTERNATIONAL　安信國際 ESSENCE INTERNATIONAL　建銀國際 CCB International　浙商國際 ZHESHANG INTERNATIONAL　華富建業證券 QUAM SECURITIES　盈寶證券 WINBULL.VIP　uSMART Securities 盈立證券

聯席牽頭經辦人

富途證券　國農證券 China Demeter Securities　一盈證券有限公司 I WIN SECURITIES LTD.　軟庫中華 SBI China Capital　利弗莫尔证券 LIVERMORE HOLDINGS LIMITED

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本招股章程的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本招股章程全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本招股章程連同本招股章程附錄六「送呈公司註冊處處長及展示文件」一節所訂明之文件已根據香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定，送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會與香港公司註冊處處長對本招股章程或上述任何其他文件的內容概不負責。

獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)、售股股東與本公司已釐定發售價為每股4.25港元。香港發售股份申請人必須在申請時支付發售價每股香港發售股份4.25港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交 易徵費及0.00565%聯交所交易費。

在作出投資決定之前，有意投資者應審慎考慮本招股章程所載全部資料，包括本招股章程「風險因素」一節所載風險因素。倘於上市日期上午八時正之前出現若干事由，則獨家整體協調人(為其本身及代表香港包銷商)可終止香港包銷商於香港包銷協議項下認購或促使認購人認購香港發售股份的責任。有關相關理由的詳情，請參閱本招股章程「包銷－包銷安排及開支－香港公開發售－終止理由」一段。務請　閣下參閱該節內容以獲取更多詳細資料。

發售股份並無亦不會根據美國證券法或美國任何州證券法登記，且不可於美國境內或向或代表或以美國人士(定義見S規例)之利益提呈發售、出售、質押或轉讓，惟獲豁免遵守美國證券法登記規定或毋須遵守美國證券法登記規定的交易除外。發售股份僅可根據美國證券法S規例在美國境外進行的離岸交易中發售及出售。

重要通知

我們已就香港公開發售採取全電子化申請程序。我們不會就香港公開發售向公眾人士提供本招股章程的印刷本或任何申請表格的印刷本。

本招股章程已於香港聯交所網站www.hkexnews.hk及我們的網站www.splegend.com刊載。倘　閣下需要本招股章程的印刷本，　閣下可從上述網址下載並打印。

有關透過可以電子方式申請香港發售股份程序的進一步詳情，請參閱本招股章程「如何申請香港發售股份」。

2023年6月30日

致投資者的重要通知：
全電子化申請程序

我們已就香港公開發售採取全電子化申請程序。我們不會提供本招股章程的任何印刷本或任何申請表格的任何印刷本以供公眾人士使用。

本招股章程已刊載於香港聯交所網站www.hkexnews.hk「*披露易>新上市>新上市資料*」一欄及我們的網站www.splegend.com。倘　閣下需要本招股章程印刷本，可從上述網址下載並打印。

閣下可通過以下其中一種方法申請認購香港發售股份：

(1) 在網上通過**白表eIPO**服務於**www.eipo.com.hk**提出申請；或

(2) 通過**中央結算系統EIPO**服務以電子化方式促使香港結算代理人代表　閣下申請，包括通過：

(i) 指示　閣下的經紀或託管商(須為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者)透過中央結算系統終端機發出**電子認購指示**，代表　閣下申請香港發售股份；或

(ii) (倘　閣下為現有中央結算系統投資者戶口持有人)通過中央結算系統互聯網系統(**https://ip.ccass.com**)或通過「結算通」電話系統致電+852 2979 7888(使用香港結算不時生效的「投資者戶口操作簡介」所載程序)發出**電子認購指示**。香港結算亦可以通過香港結算客戶服務中心(地址為香港中環康樂廣場8號交易廣場一期及二期1樓)填妥輸入請求的方式，為中央結算系統投資者戶口持有人輸入**電子認購指示**。

我們不會提供任何實體渠道以接收公眾人士的香港發售股份認購申請。本招股章程電子版本的內容與根據香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條向香港公司註冊處處長登記的招股章程印刷本相同。

倘　閣下為**中介機構、經紀或代理**，務請　閣下提示顧客、客戶或委託人(如適用)注意，本招股章程於上述網址可供網上閱覽。

有關　閣下可通過電子方式申請認購香港發售股份的程序的進一步詳情，請參閱本招股章程「如何申請香港發售股份」一節。

閣下應通過**白表eIPO**服務或**中央結算系統EIPO**服務申請認購最少500股香港發售股份，且為表中所列數字之一。

申請認購的香港發售股份數目	申請時應繳款項	申請認購的香港發售股份數目	申請時應繳款項	申請認購的香港發售股份數目	申請時應繳款項	申請認購的香港發售股份數目	申請時應繳款項
	港元		*港元*		*港元*		*港元*
500	2,146.43	7,000	30,050.02	50,000	214,643.07	700,000	3,005,002.88
1,000	4,292.86	8,000	34,342.89	60,000	257,571.68	800,000	3,434,289.00
1,500	6,439.29	9,000	38,635.75	70,000	300,500.29	900,000	3,863,575.13
2,000	8,585.72	10,000	42,928.61	80,000	343,428.90	1,000,000	4,292,861.26
2,500	10,732.16	15,000	64,392.92	90,000	386,357.51	1,500,000	6,439,291.88
3,000	12,878.58	20,000	85,857.23	100,000	429,286.13	2,000,000	8,585,722.50
3,500	15,025.01	25,000	107,321.53	200,000	858,572.26	2,500,000	10,732,153.13
4,000	17,171.45	30,000	128,785.83	300,000	1,287,858.38	3,000,000	12,878,583.76
4,500	19,317.88	35,000	150,250.14	400,000	1,717,144.50	4,000,000	17,171,445.00
5,000	21,464.30	40,000	171,714.46	500,000	2,146,430.63	5,000,000	21,464,306.26
6,000	25,757.17	45,000	193,178.76	600,000	2,575,716.76	6,332,000(1)	27,182,397.44

附註：

(1) 閣下可申請認購的香港發售股份最高數目。

申請認購任何其他數目的香港發售股份將不予考慮，且任何有關申請將不獲受理。

預期時間表(1)

倘下列全球發售預期時間表有任何變動，本公司將於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站**www.splegend.com**刊登公告。

香港公開發售開始 ..... 2023年6月30日(星期五)
上午九時正起

透過指定網站**www.eipo.com.hk**根據**白表eIPO**服務
完成電子申請的截止時間(2) ..... 2023年7月5日(星期三)
上午十一時三十分

開始辦理香港公開發售申請登記(3) ..... 2023年7月5日(星期三)
上午十一時四十五分

(a)通過網上銀行轉賬或繳費靈付款轉賬完成
白表eIPO申請付款及(b)向香港結算
發出**電子認購指示**的截止時間(4) ..... 2023年7月5日(星期三)
中午十二時正

倘　閣下指示作為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者的**經紀**或**託管商**通過中央結算系統終端機發出**電子認購指示**代表　閣下申請香港發售股份，建議　閣下聯繫　閣下的**經紀**或**託管商**以瞭解發出該等指示的截止時間，該截止時間可能與上文所述時間不同。

截止辦理香港公開發售申請登記(3) ..... 2023年7月5日(星期三)
中午十二時正

(1) 在聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站
www.splegend.com刊登香港公開發售項下
有關國際發售的踴躍程度、
香港公開發售申請水平及香港發售股份
分配基準的公告(9) ..... 2023年7月12日(星期三)或之前

(2) 透過包括香港聯交所網站**www.hkexnews.hk**及
本公司網站**www.splegend.com**[5]等多重渠道公佈
香港公開發售分配結果(連同成功申請人的
身份證明文件號碼(如適用))(見本招股章程
「如何申請香港發售股份－11.公佈結果」)[9] . . . . . 2023年7月12日(星期三)起

可於**www.iporesults.com.hk**(或者：
英文**https://www.eipo.com.hk/en/Allotment**；
中文**https://www.eipo.com.hk/zh-hk/Allotment**)；
使用「身份證號碼搜索」功能查詢香港公開發售的
分配結果[9] . . . . . 2023年7月12日(星期三)
上午八時正至
2023年7月18日(星期二)
午夜十二時正

撥打香港公開發售的分配結果
查詢電話+852 2862 8555. . . . . 2023年7月12日(星期三)至
2023年7月14日(星期五)及
2023年7月17日(星期一)
上午九時正至
下午六時正期間

寄發全部或部分獲接納申請的股票或存入
中央結算系統[6][8][9]. . . . . 2023年7月12日(星期三)或之前

就全部或部分獲接納申請(倘最終發售價低於申請時
初步已付的每股發售股份最高發售價(倘適用))
或全部或部分不獲接納申請發送／領取
白表電子退款指示／退款支票[7][8][9]. . . . . 2023年7月12日(星期三)或之前

預期股份開始在聯交所買賣[9] . . . . . 2023年7月13日(星期四)
上午九時正

附註：

(1) 除另有說明外，所有日期及時間均指香港本地日期及時間。

(2) 於遞交申請截止日期上午十一時三十分後， 閣下不得透過指定網站**www.eipo.com.hk**以**白表eIPO**服務遞交申請。如 閣下於上午十一時三十分或之前已遞交申請並已於指定網站獲得申請參考編號， 閣下將可繼續辦理申請手續(透過完成支付申請股款)直至遞交申請截止日期中午十二時正，即截止辦理申請登記之時為止。

(3) 倘於2023年7月5日(星期三)上午九時正至中午十二時正期間的任何時間，香港發出八號或以上熱帶氣旋警告信號或「黑色」暴雨警告信號及／或出現極端情況，則當日不會開始或截止辦理申請登記。見本招股章程「如何申請香港發售股份 － 10.惡劣天氣及／或極端情況對開始辦理申請登記的影響」一節。

(4) 通過中央結算系統向香港結算發出**電子認購指示**提出申請香港發售股份的申請人，應參閱本招股章程「如何申請香港發售股份－6.通過中央結算系統向香港結算發出**電子認購指示**提出申請－通過中央結算系統向香港結算發出**電子認購指示**」一節。

(5) 本節所載網站或網站所載任何資料並不構成本招股章程的一部分。

(6) 僅上市日期上午八時正全球發售已成為無條件及本招股章程「包銷－包銷安排及開支－香港公開發售－終止理由」一節所述終止權利尚未獲行使的情況下，股票方會生效。依據公開分配詳情或在收到股票前或於股票生效前買賣股份的投資者，須自行承擔所有風險。

(7) 根據香港公開發售的全部或部分不獲接納的申請，以及全部或部分獲接納但最終發售價低於申請時應付每股發售股份價格的申請，均會獲發電子退款指示／退款支票。申請人所提供之申請人的部分香港身份證號碼或護照號碼(或如申請由聯名申請人提出，則為排名首位申請人的部分香港身份證號碼或護照號碼)，可能會列印於退款支票上(如有)。有關資料亦會轉交予第三方以辦理退款。銀行可於兑現退款支票前要求核實申請人之香港身份證號碼或護照號碼。倘未能準確填寫申請人之香港身份證號碼或護照號碼，則退款支票可能會失效或退款支票兑現可能會遭延遲。

(8) 倘申請人以**白表eIPO**服務申請認購1,000,000股或以上香港發售股份並已提供要求的所有資料，可於2023年7月12日(星期三)或本公司於報章公佈的寄送／領取股票／電子退款指示／退款支票的有關其他日期上午九時正至下午一時正親臨本公司香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712–1716號舖)領取任何退款支票(倘適用)及／或股票。合資格親身領取的個人申請人不得授權任何其他人士代為領取。合資格親身領取的公司申請人，必須由該公司的授權代表攜帶印有公司印鑑的公司授權書領取。個人及公司授權代表於領取時必須出示香港股份過戶登記處接納的身份證明文件。

透過中央結算系統向香港結算發出**電子認購指示**申請認購香港發售股份的申請人，應參閱本招股章程「如何申請香港發售股份－14.寄發／領取股票及退回股款－親身領取－(ii)倘 閣下通過向香港結算發出**電子認購指示**提出申請」一節了解詳情。

倘申請人透過**白表eIPO**服務提出申請並以單一銀行賬戶繳交申請股款，則退回股款(如有)將以電子退款指示的形式發送至該銀行賬戶。倘申請人透過**白表eIPO**服務提出申請，但透過多個銀行賬戶繳交申請股款，則退回股款(如有)將以退款支票形式以普通郵遞方式寄送至其申請指示的指定地址，郵誤風險概由申請人自行承擔。

倘申請人申請認購1,000,000股以下香港發售股份，則任何未獲領取的股票及／或退款支票將以普通郵遞方式寄往有關申請的指定地址，郵誤風險概由申請人自行承擔。

進一步資料載於本招股章程「如何申請香港發售股份－13.退回申請股款」及「如何申請香港發售股份－14.寄發／領取股票及退回股款」各節。

(9) 倘於2023年6月30日(星期五)至2023年7月12日(星期三)期間任何日期發出八號或以上颱風警告信號、黑色暴雨警告信號及／或出現極端情況，則(i)公佈香港公開發售分配結果；(ii)寄發股票及退款支票／**白表**電子退款指示；及(iii)股份於聯交所買賣之日期或會推遲，且本公司可能會在此情況下刊發公告。

以上預期時間表僅屬概要。有關全球發售的架構(包括全球發售的條件)及申請香港發售股份的程序的詳情，請分別參閱「全球發售的架構」及「如何申請香港發售股份」各節。

倘全球發售並未成為無條件或根據其條款終止，則全球發售將不會進行。在此情況下，本公司其後將於實際可行情況下盡快刊發公告。

致有意投資者的重要通知

本招股章程由我們僅為香港公開發售及香港發售股份而刊發，除本招股章程根據香港公開發售提呈發售的香港發售股份外，本招股章程並不構成出售任何證券的要約或購買任何有關證券的要約邀請。本招股章程不得用作亦不構成在任何其他司法權區或任何其他情況下的要約或邀請。我們並無採取任何行動以獲准在香港以外的任何司法權區公開發售香港發售股份，亦無採取任何行動以獲准在香港以外的任何司法權區派發本招股章程。在其他司法權區內，除非已根據該等司法權區的適用證券法向有關證券監管機構登記或獲其授權或獲其豁免而獲准進行，否則派發本招股章程以進行公開發售以及提呈發售及銷售香港發售股份，均須受到限制，且未必可進行。

閣下應僅依賴本招股章程及申請表格所載資料作出投資決定。香港公開發售僅基於本招股章程所載資料及所作聲明進行。我們並無授權任何人士向　閣下提供有別於本招股章程所載內容的資料。　閣下不應將並非載於本招股章程及申請表格的任何資料或並無於當中作出的聲明視為已獲我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、任何包銷商、資本市場中介人、我們或彼等各自的任何董事、高級職員、僱員、代理或任何彼等的代表或參與全球發售的任何其他各方授權而加以依賴。我們的網站 ***www.splegend.com****所載資料並不構成本招股章程的一部分。*

頁次

預期時間表 i

目錄 v

概要 1

釋義 21

詞彙 44

前瞻性陳述 47

風險因素 49

有關本招股章程及全球發售的資料 98

董事及參與全球發售的各方 103

公司資料 114

頁次

監管概覽 116

行業概覽 138

歷史、發展及重組 159

業務 185

與昆山汀奢的分銷安排 290

與明星合作 326

與控股股東的關係 349

董事及高級管理層 355

主要股東 372

股本 374

財務資料 377

未來計劃及所得款項用途 489

基石投資者 498

包銷 503

全球發售的架構 517

如何申請香港發售股份 528

附錄一 — 會計師報告 I-1

附錄二 — 未經審計備考財務資料 II-1

附錄三 — 物業估值報告 III-1

附錄四 — 本公司組織章程及開曼公司法概要 IV-1

附錄五 — 法定及一般資料 V-1

附錄六 — 送呈公司註冊處處長及展示文件 VI-1

本概要旨在為　閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於此為概要，故並不包含所有對　閣下而言可能屬重要的資料，並須與本招股章程全文一併閱讀，以確保其完整性。　閣下在決定投資於發售股份之前，應閱讀整份招股章程。

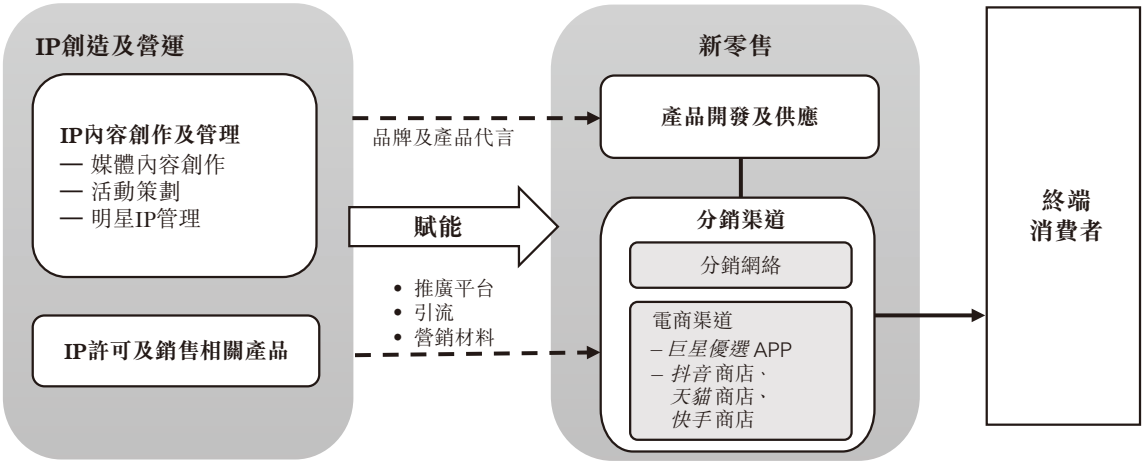
任何投資均涉及風險。投資於發售股份的部分特有風險載於本招股章程「風險因素」一節。　閣下決定投資發售股份前，應先細閱該節。

本節所用的多個詞彙於本招股章程「釋義」及「詞彙」各節界定。

概覽

我們的業務營運包括兩個分部，即新零售分部及IP創造及營運分部。各分部均可成為其自身的收入來源，而我們的IP創造及營運分部亦可產生協同效應，作為我們的營銷工具之一來推廣我們的新零售產品。

下圖說明我們的業務模式：



我們(i)開發合適的產品並將其推向市場；(ii)建立銷售網絡，包括廣泛的分銷網絡及電商渠道；(iii)與明星合作進行IP內容創作；及(iv)結合其他銷售及營銷策略及活動，利用我們的明星IP及相關IP內容營銷及推廣我們的產品。

我們的新零售業務

就新零售業務而言，我們專注於低碳水化合物健康管理產品以及護膚品的開發及銷售。

於往績記錄期間，我們新零售業務的大部分收入來自*魔胴*咖啡的銷售，其中我們於2019年4月開始在全國範圍內分銷*魔胴*咖啡。*魔胴*咖啡屬防彈咖啡，為一種專為低碳水化合物飲食計劃而設計的高脂肪飲料，以滿足該計劃的脂肪／能量比率。於2022年，我們按總商品交易額計為中國防彈飲料市場最大的公司，市場份額為24.9%。

憑藉*魔胴*咖啡取得的成功，我們在*魔胴*子品牌旗下推出多款其他低碳水化合物飲品及食品，進一步體現我們向終端消費者提供具互補性的低碳水化合物健康管理產品組合的策略。於2022年，我們在一個新產品線下推出以健康及無添加劑食品為特點的抹茶粉*愛吃鮮摩*人。此外，

我們於護膚品市場推出多個產品子品牌，包括*摩肌博士*及*茶小姐*。*摩肌博士*子品牌下的產品旨在解決因皮膚老化引起的各種皮膚問題，主要面向成熟年齡人群，而*茶小姐*子品牌下的產品則針對年輕一代。我們將繼續不時為我們的新零售業務開發及推出新產品。

我們主要透過以下方式分銷產品：(i)分銷商及經銷商網絡；及(ii)其他電子商務渠道，如在社交媒體平台上運營的網店。我們不時通過*抖音*賬號進行直播帶貨，以促進我們產品的銷售。於往績記錄期間，我們透過分銷商及經銷商網絡銷售我們於新零售分部下的產品，產生大部分收入。我們將產品銷售視為一項新的零售業務，因為我們主要採取基於社區的社交電商模式，即我們的分銷商及其所招攬的經銷商主要透過結合線上商業元素(透過社交電子商務渠道，如微信、*抖音*及*小紅書*)及線下渠道(透過分銷商、經銷商及終端消費者之間的線下會議，如年度活動、會議及╱或於分銷商推介會上的面對面銷售)來推廣及銷售我們的產品。我們的分銷商及經銷商亦為我們產品的消費者。其中一部分已經進一步發展成為KOC[1]，並於各自的私域流量(或PDT[2])中透過口碑及彼等的個人體驗及發揮對其粉絲的個人影響力推廣我們的產品，藉此我們可有效地擴大我們產品的消費者覆蓋範圍。除利用KOC外，我們亦與KOL[3]合作，以透過於線上平台上的分享及帖子宣傳我們的產品及╱或透過直播帶貨銷售我們的產品。

我們的IP創造及營運業務

我們的IP創造及營運業務包括：

(i) IP內容創作及管理業務，包括提供(a)媒體內容創作；(b)活動策劃；及(c)明星IP管理服務；及

(ii) IP許可及銷售相關產品。

媒體內容創作方面，我們主要為節目製作提供組織、策劃及其他項目管理服務。例如，我們為*周遊記*1的主創並擁有*周遊記*1的IP，*周遊記*1是一部由周杰倫先生主演的12集真人秀節目，並於2020年3月在浙江衛視以及Netflix及芒果TV播出。*周遊記*1受到電視觀眾的好評。根據公開可得評級數據，12集平均收視率在2020年3月至6月同時段播出的所有電視節目中排名第一。我們亦參與策劃及創作一檔以庾澄慶先生為核心的流行音樂脫口秀節目*既來之則樂之*以及一檔以劉畊宏先生為核心的綜藝節目。

活動策劃方面，我們通常作為大型音樂會及其他活動的活動策劃服務提供商、投資方及╱或分包商。例如，我們於2019年8月，發起湛江超級巨星演唱會並擔任策劃服務供應商，並於2020年1月發起寧波巨星行動超級夜並擔任策劃服務供應商及投資方。透過我們在中國娛樂行業的經驗及管理網絡，我們能夠聚集不同的單位組織創作媒體內容以及舉辦音樂會及其他活動。

在明星IP管理方面，我們與明星及╱或KOL合作，其中我們負責開發彼等各自的IP。我們

(1) KOC指關鍵意見消費者，即透過其自有PDT分享彼等有關我們產品個人體驗的人士。

(2) PDT指私域流量，即相較於公域流量可由內容發佈者控制及利用的流量。

(3) KOL指關鍵意見領袖，即受公眾追隨及歡迎的人士。

參與策劃及開發明星及／或KOL於(其中包括)直播帶貨、線上短視頻以及社交媒體平台上的其他線上及線下表演中的公眾形象，以吸引具有類似興趣或關注的觀眾及／或粉絲。

對於明星IP許可及銷售相關產品，我們基於包括二次元風格化身(即*周同學*)在內的專屬獨有的明星IP創建定製品牌及相關IP內容。二次元風格化身是二維動畫、漫畫或受到現實生活中的人物啟發的虛構人物。我們可能會將我們的明星IP許可予我們的客戶並收取許可費，以及創造及銷售與明星IP相關的產品。

我們的新零售業務與IP創造及營運業務之間的協同效應

我們獨有的明星IP通過在多個互補的場合及平台產生宣傳效應而非因品牌產生單一聯想賦能我們的新零售業務。我們相信此舉不僅為我們的產品帶來可信度及適銷性，提高我們產品的品牌知名度，同時保持分銷商及客戶的信任與信心。於2020年，我們於*周遊記*1中透過廣告、點播及離散式產品植入等方式推廣*魔胴*咖啡。我們亦善用劉畊宏先生及王女士的知名度賦能我們產品的銷售。例如，我們亦於2022年7月以來在「劉畊宏肥油咔咔掉」*抖音*賬號上進行直播帶貨，通過劉畊宏先生及王女士的直播環節推廣健康飲食及生活方式並推廣我們的產品(如抹茶粉及*魔胴*輕萃咖啡)。

然而，我們的策略是劉畊宏先生不會參與任何直播帶貨，因為我們認為劉畊宏先生投入時間通過直播、品牌代言及參與其他IP節目來提高其知名度，將創造最佳價值。誠如我們的中國法律顧問所告知，經本公司確認且根據公開資料搜索，概無搜索結果顯示，截至最後可行日期，劉畊宏先生及王女士遭政府主管部門根據中國相關法律及法規對其進行直播或直播帶貨施加任何限制。作為我們明星IP管理的一部分，我們將就會為我們合作明星創造最佳價值的活動提供建議，包括是否參加直播帶貨。

除*周同學*外，我們亦開始在產品推廣中使用劉畊宏先生及王女士的二次元風格化身，即「*劉教練*」及「*Vivi*」。

明智地使用明星IP及本集團的銷售渠道(包括其分銷網絡)使我們於往績記錄期間實現整體財務增長。

我們計劃繼續製作更多媒體內容及演唱會，該等節目及演唱會可透過產生宣傳效應推廣我們產品賦能我們的新零售業務。憑藉我們以有效及高效的方式利用該等不同業務組成部分的優勢創造協同效應的能力及經驗，我們相信我們將能夠維持我們的業務並實現我們未來的業務增長。

在我們的業務中使用直播及直播帶貨

鑒於近年來直播及直播帶貨越來越受歡迎，我們在業務營運中使用了直播及直播帶貨。於往績記錄期間，我們主要為劉畊宏先生及王女士的表演提供明星IP管理服務。我們參與創作及準備直播環節的內容及演示，並於劉畊宏先生直播環節期間從委聘我們推廣其產品的品牌所有者獲得了收入。於我們的*抖音*賬號上進行直播帶貨環節期間，我們亦從不同明星及KOL銷售第三方品牌所有者的產品應佔佣金中產生收入。此外，我們在新零售業務下的產品將通過*抖音*賬號上的直播帶貨環節進行推廣及銷售。請參閱「業務－我們的業務－IP創造及營運－媒體內容製作－明星IP管理－在我們的業務中使用直播及直播帶貨」一節。

我們與周杰倫先生的合作關係及其對我們業務營運的重要性

我們的新零售業務及IP創造及營運業務均十分倚賴周杰倫先生。於往績記錄期間，由於我們的若干與周杰倫先生相關IP本身產生收入，且該等IP亦對我們新零售分部的產品產生宣傳效應，故我們的業務實現增長。於往績記錄期間，我們新零售分部下涉及周杰倫先生或其相關IP的宣傳活動的產品分別佔我們總收入的83.0%、72.8%、64.8%及45.2%，而我們圍繞周杰倫先生或由其作為表演者之一的IP創造及營運佔我們總收入的5.7%、19.6%、9.1%及13.3%。

我們已與周杰倫先生、杰威爾音樂(周杰倫先生的藝人經紀公司，由周杰倫先生擁有40%權益及創立)及Archstone(周杰倫先生有關一次性或項目委聘的業務磋商代表)建立長期互利合作關係。我們的創辦人、控股股東及／或非執行董事葉女士(周杰倫先生的母親)及杰威爾音樂及Archstone各自的董事及控股股東楊先生及陳先生，以及與周杰倫先生具有緊密聯繫的有關人士，對我們的整體發展及業務策略有重大影響。

我們透過(i)作為周杰倫先生大型演唱會的策劃者及／或投資者，包括分別於2019年及2020年舉辦的一場演唱會，我們透過Archstone邀請周杰倫先生在該等演唱會上表演；(ii)作為*周遊記*的主要創作人員，我們透過Archstone促成周杰倫先生出現在節目當中並取得周杰倫先生形象權的使用權；(iii)與杰威爾音樂共同開發及擁有*周同學*商標；及(iv)與杰威爾音樂訂立10年IP授權協議，據此，我們已獲得*周同學*相關項目的專有權及於全球範圍內投資與周杰倫先生及其IP有關的項目的非獨家權利，與周杰倫先生合作。

周杰倫先生與杰威爾音樂、Archstone、楊先生、葉女士及陳先生各自的關係不會對我們的業務活動造成任何限制。有關我們與周杰倫先生關係分析的詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與周杰倫先生的合作關係」一節。

我們營運的可持續性

儘管我們在新零售業務及IP創造及營運業務方面嚴重依賴周杰倫先生，但董事認為，本集團業務的可持續性、盈利能力及成功乃歸因於我們在不同業務組成部分的能力，包括(其中包括)透過建立有效分銷網絡識別及推出受分銷商及目標消費者歡迎的產品，以及透過IP創造及營運業務以及其他各種銷售及營銷手段為我們的新零售業務賦能。除我們不同業務組成部分的重要性外，董事認為，管理層在有效及高效地利用本集團不同業務組成部分的優勢以創造協同效應方面的經驗及能力應被視為本集團成功及業務營運可持續發展的基本貢獻因素。

於2021年及2022年，我們錄得以下各項的收入貢獻比例增加，(i)銷售產品(周杰倫先生或其相關IP並無參與推廣)；及(ii)並非以周杰倫先生或其相關IP為中心或與其關係重大的IP創造及營運。於2019年、2020年、2021年及2022年，該等收入分別為人民幣9.8百萬元、人民幣34.5百萬元、人民幣95.4百萬元及人民幣142.7百萬元，佔我們相應年度總收入的11.3%、7.6%、26.1%及41.5%。

有關詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與周杰倫先生的合作關係－周杰倫先生對我們業務營運具有重要意義－我們營運的可持續性」一節。

產品分銷

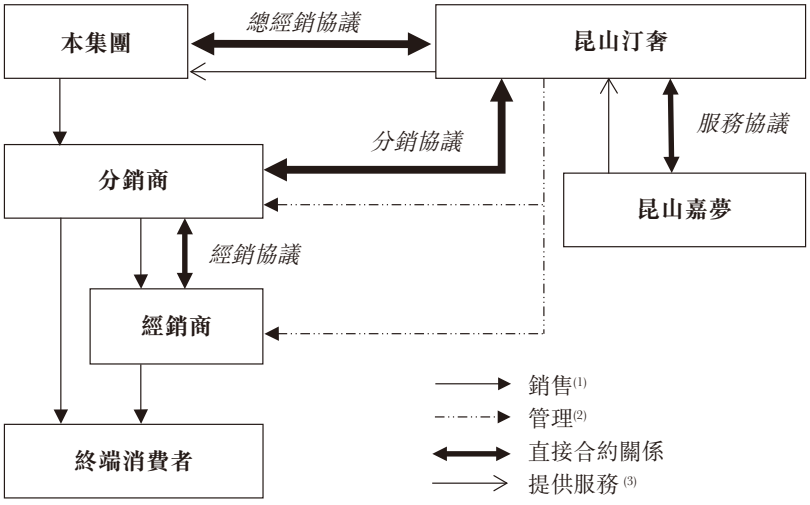
於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們透過三個渠道銷售及分銷新零售業務下的產品，即(i)分銷代理協助分銷模式；(ii)一般分銷模式；及(iii)其他电子商務渠道。

分銷代理協助分銷模式

於往績記錄期間，我們透過分銷代理協助分銷模式下的分銷商及經銷商網絡銷售產品產生大部分收入。我們採用分層及自上而下的分銷商管理模式，據此，我們委聘分銷代理協助我們發展及管理分銷商，而分銷商則負責監察彼等各自的經銷商。我們的分銷商將直接向我們下達銷售訂單，而分銷商所負責的經銷商則會向彼等下達訂單。

於往績記錄期間，我們委聘昆山汀奢(主要由李婷經營)為我們的分銷代理之一，專門負責銷售及分銷*魔胴*咖啡及若干其他產品。昆山汀奢向我們提供服務，並向我們收取服務費作為回報。此外，昆山汀奢進一步委聘服務供應商昆山嘉夢就我們產品的分銷商及經銷商的管理提供行政及支援服務。

下圖說明本集團、昆山汀奢與昆山嘉夢在分銷代理協助分銷模式下的安排：



附註：

(1) 分銷商將直接向我們下達銷售訂單，並隨後向彼等招攬的經銷商及／或終端消費者銷售產品。

(2) 昆山汀奢(我們的分銷代理)負責分銷商及經銷商的發展及管理，包括但不限於向分銷商及經銷商提供有關銷售及營銷技巧的培訓及監察其表現。

(3) 2020年6月起，昆山汀奢已聘請昆山嘉夢提供協助管理分銷網絡。昆山嘉夢提供的服務主要包括(其中包括)(i)根據適用法律及法規向分銷商提供有關商業登記的培訓及協助；(ii)計算分銷商有權享有的折扣及獎勵；(iii)開展營銷及廣告活動以發展分銷網絡；及(iv)安排結算應付予我們分銷商的若干折扣及獎勵。

有關本集團、昆山汀奢與昆山嘉夢之間的安排詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排」一節。

本集團與李婷之間的相互依賴

李婷是昆山汀奢的股東及關鍵人員及彼一直與我們密切合作：(i)建立、開發及管理*魔胴*咖啡及其他昆山汀奢分銷產品的分銷網絡，及(ii)自*魔胴*咖啡推出以來，為擴大分銷網絡進行產品推廣。

我們與李婷於2018年1月開始建立業務關係，當時首次將我們的產品(包括*LA DEW*煥顏美雕面膜)引薦予李婷及其團隊。

董事認為，本集團與李婷(就分銷*魔胴*咖啡及其他昆山汀奢分銷產品而言)之間相互依賴。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們主要依賴李婷及其團隊管理我們的分銷商及經銷商，並發展我們的分銷網絡。相反，李婷依賴我們持續進行總經銷業務。更重要的是，與我們的合作使李婷有機會利用我們獨有的明星IP賦能，為我們招攬分銷商及其各自經銷商。該賦能使李婷能夠迅速擴大分銷網絡，進而以折扣、獎勵及費用以及向李婷支付服務費的形式獎勵李婷及其團隊。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－本集團與李婷之間的相互依賴」一節。

一般分銷模式及其他電商渠道

於往績記錄期間，我們亦透過以下各項出售我們的產品：(i)一般分銷模式，據此，我們直接將產品銷售給分銷商，隨後由其將產品銷售予終端消費者，而毋須聘請分銷代理；及(ii)其他電商渠道，據此，我們通過*巨星優選*App及*抖音*商店(通常會連接至推廣我們產品的明星及／或KOL直播帶貨)等各種線上平台直接向終端消費者銷售我們的產品。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡」一節。

因涉嫌傳銷而臨時暫停銀行賬戶

因無端指控我們從事傳銷活動，我們在2020年及2021年收到了兩個四線城市的當地市場監管局發出的兩份訴前資產保全令。根據該等訴前資產保全令，我們在若干銀行賬戶中的部分資金被暫時凍結以待進一步調查。我們迅速採取行動維護我們的合法權益，上述兩項事件以對我們有利的方式得到解決，我們的資金隨後無條件全額釋放。正如我們的中國法律顧問所告知，該等當地部門在上述事項中採取的行動不涉及任何行政處罰，僅用於維持現狀以待進一步調查。針對上述各項事件，我們向昆山市場管理局報告，昆山市場管理局於2020年及2021年均對我們的經營情況進行了檢查，並出具了檢查意見，判定我們是透過合法的分銷模式從事新零售活動，從而肯定了我們社交電商分銷模式的合法性。根據對昆山市場管理局的採訪，該兩起事件亦按照中國行政當局按照其正常做法向市場監管總局報告的方式進行報告。據我們董事所知，昆山市場管理局並無就該等報告接獲任何反對意見或任何意見。根據昆山市場管理局發佈的檢查意見並經我們的中國法律顧問所告知，我們的社交電子商務活動不構成中國法律法規下的傳銷，並在所有重大方面符合中國所有相關法律法規。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－分銷代理協助分銷模式－因涉嫌傳銷而臨時暫停銀行賬戶」一節。

我們的客戶

我們的客戶主要包括分銷商、內容製作人、IP授權合作夥伴及在線平台營運商。於往績記錄期間各年度，我們五大客戶產生的收入分別約佔我們總收入的23.5%、21.2%、16.3%及23.6%。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－客戶」一節。

我們的供應商

我們的供應商主要包括(i)專門製造營養品或護膚品的中國第三方生產商；及(ii)中國活動或節目策劃及管理公司。於往績記錄期間各年度，向我們五大供應商作出的採購額分別佔我們總採購額約75.1%、73.3%、58.3%及47.9%。

我們與衡美集團共同開發本集團若干產品(包括*魔胴*咖啡)的配方，並視此類配方為一項敏感機密資料。由於我們認為確保此類機密配方不被洩露以及我們所有產品的質量一致性至關重要，故我們認為僅委聘一家供應商生產該等產品屬適當的保障。經考慮我們與衡美集團有良好關係，並且我們認為衡美集團是一家規模龐大且信譽良好的保健品製造商，自*魔胴*咖啡於2019年4月在全國範圍內推出以來，衡美集團為其唯一的供應商。衡美集團為我們於2020年、2021年及2022年最大的供應商。向衡美作出的採購額分別佔同期我們總採購額約48.1%、31.2%及23.2%。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－供應商」及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的業務營運可能會因我們倚賴獨家供應商生產*魔胴*咖啡而受到負面影響」各節。

我們的競爭優勢

我們相信，以下優勢有助於我們取得成功：

- 專屬獨有明星IP賦能的新零售運營商，可實現快速且顯著的增長；
- 我們憑藉對防彈飲料市場及低碳水化合物飲食消費者偏好的廣泛研發知識，快速於中國防彈飲料市場建立領先的營銷地位；
- 注重KOC開發及私域流量營銷的分銷網絡的快速有機增長；
- 多方面的IP創造及營運業務，透過產生宣傳效應推廣我們的產品為我們的新零售業務提供關鍵賦能及實現收入來源的多元化；及
- 具有數十年相關行業經驗且有遠見的管理層及來自周杰倫先生的持續支持。

我們的業務策略

展望未來，我們的目標是將我們獨特的IP賦能業務模式的成功與其他核心產品及IP內容相結合，並加以鞏固及複製。我們將繼續為消費者提供適合其低碳水化合物生活方式的補充食品及飲料，以及含有優質主要成分的護膚品。為推廣現有及新產品，我們將進一步利用我們在多渠道網絡(亦稱為MCN)上獨有的明星IP。尤其是，我們擬採取以下策略：

- 透過產品開發進一步多元化產品組合；

- 透過線上平台增加品牌曝光率及產品銷售；
- 繼續創造高質量且獨特的新IP內容，以(其中包括)為我們的新零售業務賦能；
- 加大銷售及營銷力度；
- 升級我們的IT基礎設施及增加對IT研發的投入；及
- 因應我們的戰略計劃擴大經營規模及員工隊伍。

有關詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的戰略及未來計劃」及「未來計劃及所得款項用途」各節。

風險因素

我們的業務及全球發售涉及若干風險，該等風險載於本招股章程「風險因素」一節。　閣下決定投資我們的股份前，應細閱該節的全部內容。我們面臨的部分主要風險涉及：

- 於往績記錄期間，我們的財務業績出現波動，主要歸因於我們*魔胴*咖啡的銷量出現波動。我們不能向　閣下保證，我們將能夠保持我們在發展初期所經歷的增長率。
- 我們受限於周杰倫先生(彼一直並將繼續對我們產生影響)的關鍵人物風險，於往績記錄期間，彼之形象對我們創作的活動及節目產生了重大影響，並對我們的產品銷售具有宣傳作用，且預計該作用於可預見未來將繼續存在。倘我們無法與周杰倫先生、杰威爾音樂及其任何其他聯屬人士合作，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。
- 由於我們的台灣股東於本集團持有權益，我們於中國內地的擴張計劃及業務營運可能會受到影響，原因為彼等須就在中國內地投資取得台灣投資委員會批准以及兩岸的緊張局勢。
- 我們與杰威爾音樂的IP授權協議受到限制，尤其是我們於其項下的優先權並非獨家(*周同學*項目除外)。倘杰威爾音樂決定不再與我們合作周杰倫先生相關的項目，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到不利影響。
- 我們依賴於與周杰倫先生、劉畊宏先生、王女士及庾澄慶先生等明星在我們業務方面的合作，該等明星在消費者中的好感度或曝光率受到任何負面影響均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。請參閱「業務－中國近期有關明星及直播監管環境的發展－對我們已經或將會合作的其他明星及KOL的影響－於我們與劉畊宏先生及王女士合作之前發生與彼等推廣產品有關的事件」一節。
- 我們依靠與KOC及KOL的合作來推廣我們的產品。相關KOC及KOL作出的任何不準確或不恰當的言論或內容或其本身的任何負面宣傳均可能令我們的聲譽受到影響。

- 於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們主要依賴李婷(作為昆山汀奢的主要人員)分銷我們的昆山汀奢分銷產品，且日後可能繼續該安排。

- 中國有關社交電子商務的相關規則及規例仍在制定中及須待詮釋，其實施涉及不確定性。

控股股東

緊隨全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使以及未經計及根據購股權計劃行使購股權可能發行的股份)，我們的創始人(即馬女士、楊先生、葉女士及陳先生)透過各自控股公司(即Harmony Culture、Legend Key及Max One)將可行使我們已發行股本約58.1%隨附之投票權。此外，我們的創始人於整個往績記錄期間一直在合作。我們的創始人於一致行動方協議確認彼等於整個往績記錄期間一直在共同作出有關我們業務的關鍵決策。因此，我們的創始人連同Harmony Culture、Legend Key及Max One將被視為我們的控股股東。有關詳情，請參閱本招股章程「與控股股東的關係－我們的控股股東」一節。

我們的台灣股東對投資審批條例的遵守情況

根據投資審批條例，我們的台灣股東於中國內地的投資須獲得台灣投資委員會的批准。台灣股東於中國內地的投資亦受每年5百萬美元的年度投資限額的限制。據我們的台灣法律顧問告知，台灣投資委員會可能會認為我們的台灣股東通過本公司向我們在中國內地的附屬公司增加的任何股權資本都將被視為我們台灣股東的額外投資，且我們的每一位台灣股東必須就增加股本獲得台灣投資委員會的批准。根據台灣法律顧問對台灣投資委員會頒佈的對外及對大陸投資法規與案例分享中所提供案例的解讀，我們使用全球發售所得款項對我們在中國內地的附屬公司進行股權增資將不計入各名台灣股東的原有限額或年度投資限額。儘管如此，即使我們無法對中國內地附屬公司進行股權增資，我們亦可利用集團內部貸款或集團公司於附屬公司層面進行的交易(例如發行債券)等資金，該等資金不計入台灣股東的年度投資限額。我們的台灣股東已向台灣投資委員會提交了各自對我們在中國內地的運營附屬公司的間接投資申請，並獲得了台灣投資委員會的批准，並且在我們的台灣法律顧問的建議下，我們的台灣股東已按照台灣法律的要求履行其對本集團進行投資的所有相關法律要求。有關詳情，請參閱本招股章程「風險因素－由於我們的台灣股東於本集團持有權益，我們於中國內地的擴張計劃及業務營運可能會受到影響，原因為彼等須遵守投資審批條例且須就在中國內地投資取得台灣投資委員會批准及兩岸的緊張局勢」及「監管概覽－投資審批條例」各節。

首次公開發售前投資

我們有6名首次公開發售前投資者，即賴先生(我們的執行董事兼首席財務官)、何先生、錢博士(我們的執行董事兼首席執行官)、張女士(錢博士的配偶)、Long Precise(何先生與張女士的聯營公司)及Bradbury。賴先生、何先生、錢博士及張女士透過收購我們的股份或於巨室文創(昆山)的現有權益完成其首次公開發售前投資，而Long Precise及Bradbury則透過認購新股份完成其首次公開發售前投資。截至最後可行日期，賴先生、Lake Ranch(何先生全資擁有的公司)、Kai

Le(何先生全資擁有的公司)、錢博士、張女士及Bradbury於我們已發行股本中分別擁有13.8%、11.5%、1.5%、1.4%、1.8%及5.5%的權益。緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使以及未經計及根據購股權計劃行使購股權可能發行的股份)，賴先生、Lake Ranch、Kai Le、錢博士、張女士及Bradbury將於我們已發行股本中分別擁有12.5%、4.4%、1.3%、1.2%、1.7%及5.0%的權益。有關詳情，請參閱本招股章程「歷史、發展及重組－首次公開發售前投資」一節。賴先生、錢博士、張女士、Lake Ranch及Kai Le均自愿同意，於上市日期起計十二個月內不會出售我們的任何股份，而Bradbury則同意於上市日期起計六個月內不會出售我們的任何股份。

首次公開發售前股份激勵計劃

於2020年8月3日，本公司採納首次公開發售前股份激勵計劃，據此，可發行25,000,000 股股份(於資本化發行後將調整至33,217,009股股份)，佔緊隨完成全球發售後本公司已發行股本4.2%(假設超額配股權未獲行使以及未經計及根據購股權計劃行使購股權可能發行的股份)。截至最後可行日期，本公司發行合共25,000,000份首次公開發售前購股權，作為首次公開發售前購股權計劃承授人對本集團初步成立所作貢獻的報酬。於上市後，我們將不會根據首次公開發售前股份激勵計劃進一步授出購股權。有關詳情，請參閱本招股章程附錄五「法定及一般資料－D.購股權計劃－1.首次公開發售前股份激勵計劃」一節。

歷史財務資料的概要

下文所載財務資料歷史數據概要乃摘錄自本招股章程附錄一所附會計師報告所載歷史財務資料(包括相關附註)以及本招股章程「財務資料」一節所載資料並應與該等資料一併閱讀。

綜合全面收益表概要

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
收入	86,585	456,944	365,345	344,157
銷售成本	(29,972)	(224,155)	(137,963)	(121,329)
毛利	**56,613**	**232,789**	**227,382**	**222,828**
經營溢利	**32,000**	**113,806**	**73,594**	**92,035**
除所得稅前溢利	**31,840**	**113,841**	**64,652**	**93,138**
所得稅開支	(9,121)	(38,210)	(21,761)	(28,240)
年內溢利	**22,719**	**75,631**	**42,891**	**64,898**
以下各項應佔溢利：				
－本公司擁有人	23,559	78,064	43,649	60,389
－非控股權益	(840)	(2,433)	(758)	4,509
	22,719	**75,631**	**42,891**	**64,898**

非香港財務報告準則計量

為補充我們按香港財務報告準則呈列的綜合全面收益表，我們亦使用並非香港財務報告準則所規定或並非按香港財務報告準則所呈列的經調整純利(非香港財務報告準則計量)作為額外財務計量以評估我們的經營表現。我們相信此等非香港財務報告準則計量有助識別我們業務的相關趨勢，並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。然而，採用經調整純利(非香港財務報告準則計量)作為分析工具具有重大局限。評估我們經營及財務表現時， 閣下不應將經調整純利(非香港財務報告準則計量)與根據香港財務報告準則計算的任何財務表現計量分開考慮或視為替代指標。我們所呈列經調整純利(非香港財務報告準則計量)與其他公司所呈列相若名稱的計量指標可能不具有可比性。

我們將經調整純利(非香港財務報告準則計量)界定為經加回(i)上市開支；(ii)以股份為基礎的薪酬開支；及(iii)附帶贖回權利的金融工具的利息開支調整的期內純利。

下表載列於往績記錄期間各自相關年度的經調整純利(非香港財務報告準則計量)：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
年內溢利	22,719	75,631	42,891	64,898
加：				
上市開支[(1)]	–	2,893	15,535	10,059
以股份為基礎的薪酬開支[(2)]	–	1,840	3,568	2,216
附帶贖回權利的金融工具的利息開支[(3)]	–	–	7,939	–
經調整年內純利(非香港財務報告準則計量)	22,719	80,364	69,933	77,173

附註：

(1) 我們的上市開支由與上市有關的活動產生。

(2) 以股份為基礎的薪酬開支屬非現金性質且由向馬女士及本集團若干僱員授出購股權產生。

(3) 附帶贖回權利的金融工具的利息開支由我們首次公開發售前投資產生且與其相關，屬非現金性質。

我們於截至2022年12月31日止四個年度錄得經調整純利(非香港財務報告準則計量)整體呈上升趨勢，同時於2020年錄得非常高的經調整純利。我們於2021年及2022年分別錄得經調整純利(非香港財務報告準則計量)人民幣69.9百萬元及人民幣77.2百萬元，高於2019年，但低於2020年，主要由於2020年上半年播出*周遊記*1，大大提升了*魔胴*咖啡的銷量。

收入

下表載列我們於所示年度按分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
新零售								
健康管理產品	71,927	83.0	340,787	74.5	275,261	75.4	216,036	62.8
護膚品	3,450	4.0	20,422	4.5	21,274	5.8	16,272	4.7
其他	5,420	6.3	3,966	0.9	4,860	1.3	7,791	2.3
小計	80,797	93.3	365,175	79.9	301,395	82.5	240,099	69.8
IP創造及營運								
IP內容創作及管理	4,761	5.5	86,567	19.0	54,399	14.9	95,026	27.6
IP許可及相關產品銷售	1,027	1.2	5,202	1.1	9,551	2.6	9,032	2.6
小計	5,788	6.7	91,769	20.1	63,950	17.5	104,058	30.2
總計	86,585	100.0	456,944	100.0	365,345	100.0	344,157	100.0

於往績記錄期間，我們的收入來自(i)新零售業務的產品銷售；及(ii)IP創造及營運業務。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的收入分別為人民幣86.6百萬元、人民幣456.9百萬元、人民幣365.3百萬元及人民幣344.2百萬元。於往績記錄期間，我們的收入大部分來自新零售業務，分別貢獻收入人民幣80.8百萬元、人民幣365.2百萬元、人民幣301.4百萬元及人民幣240.1百萬元，分別佔同期總收入的93.3%、79.9%、82.5%及69.8%。另一方面，截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的IP創造及營運業務分別產生收入人民幣5.8百萬元、人民幣91.8百萬元、人民幣64.0百萬元及人民幣104.1百萬元，分別佔同期總收入的6.7%、20.1%、17.5%及30.2%。

有關詳情，請參閱本招股章程「財務資料－經營業績主要組成部分的描述－收入」一節。

毛利及毛利率

下表載列我們於所示年度按業務分部劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
新零售	55,136	68.2	254,488	69.7	205,470	68.2	150,746	62.8
IP創造及營運	1,477	25.5	(21,699)	(23.6)	21,912	34.3	72,082	69.3
總計	56,613	65.4	232,789	50.9	227,382	62.2	222,828	64.7

有關往績記錄期間我們的毛利及毛利率波動的詳情，請參閱本招股章程「財務資料－經營業績主要組成部分的描述－毛利及毛利率」一節。

純利

於往績記錄期間，我們的經營規模顯著增長及我們的盈利能力經歷一定波動。我們的純利由2019年的人民幣22.7百萬元大幅增至2020年的人民幣75.6百萬元，主要是由於得益於2020年上半年*周遊記*1播出賦能我們銷售*魔胴*咖啡的收入大幅增加。我們的純利由2020年的人民幣75.6百萬元下降至2021年的人民幣42.9百萬元，主要是由於(i)*周遊記*1的重大宣傳效應停止；及(ii)由於COVID-19疫情的爆發造成不利影響，我們無法推出任何規模可與*周遊記*1相媲美的活動及節目，從而導致我們來自*魔胴*咖啡的銷售收入減少。我們的純利由2021年的人民幣42.9百萬元增至2022年的人民幣64.9百萬元，主要是由於(i)我們自2021年底開始的明星IP管理業務導致IP創造及營運業務收入的增加；(ii)我們來自政府補助的其他收入增加；及(iii)由於當地政府為預防疫情而實施的限制導致我們的銷售及營銷費用減少。

綜合財務狀況表概述

下表載列截至所示日期綜合財務狀況表的若干關鍵項目。

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(人民幣千元)			
非流動資產	9,334	67,010	116,940	138,666
流動資產	178,273	259,115	356,172	416,199
資產總值	**187,607**	**326,125**	**473,112**	**554,865**
非流動負債	2,170	3,609	16,080	10,258
流動負債	159,770	187,496	291,838	310,496
負債總額	**161,940**	**191,105**	**307,918**	**320,754**
流動資產淨值	**18,503**	**71,619**	**64,334**	**105,703**
資產淨值	**25,667**	**135,020**	**165,194**	**234,111**
本公司擁有人應佔權益	26,529	138,309	169,221	233,542
非控股權益	(862)	(3,289)	(4,027)	569
權益總額	**25,667**	**135,020**	**165,194**	**234,111**

流動資產淨值

本集團的流動資產淨值由截至2019年12月31日的人民幣18.5百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣71.6百萬元，主要由於(i)銷售*魔胴*咖啡所得大量現金令現金及現金等價物增加；(ii)貿易及其他應收款項大幅增加，與2020年*魔胴*咖啡銷售收入增加一致；及(iii)為籌備產品上市，增加護膚品*茶小姐及摩肌博士*子品牌的原材料存貨；部分被(i)*周遊記*1播出結束後電視節目版權減少；及(2)合約負債大幅增加所抵銷。

截至2021年12月31日，流動資產淨值減少至人民幣64.3百萬元，主要歸因於確認附帶贖回權的金融工具，部分被我們的現金及現金等價物增加(原因為首次公開發售前投資進行的注資)所抵銷。

截至2022年12月31日，我們的流動資產淨值增至人民幣105.7百萬元，主要歸因於(i)電視節目版權增加；及(ii)貿易及其他應收款增加，部分被人民幣貶值導致的附帶贖回權的金融工具賬面價值增加所抵銷。

資產淨值

我們的資產淨值從截至2019年12月31日的人民幣25.7百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣135.0百萬元，主要歸因於(i)2020年的利潤人民幣75.6百萬元；及(ii)向Long Precise發行普通股人民幣33.0百萬元。

截至2021年12月31日，本集團的資產淨值進一步增加至人民幣165.2百萬元，主要由於(i)2021年的利潤人民幣42.9百萬元；(ii)向Bradbury發行普通股人民幣159.8百萬元；(iii)以股權結算

的股份付款交易人民幣3.6百萬元，被(1)確認贖回負債人民幣158.2百萬元；及(2)本公司宣派股息人民幣16.9百萬元部分抵銷。

截至2022年12月31日，我們的資產淨值進一步增加至人民幣234.1百萬元，主要由於(i)年度利潤人民幣64.9百萬元；(ii)貨幣匯兑差額人民幣1.8百萬元；及(iii)以股權結算的股份付款交易人民幣2.2百萬元。

綜合現金流量表概要

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(人民幣千元)			
經營活動產生的現金流入／(流出)淨額	1,636	328,453	(9,285)	5,495
投資活動產生的現金流出淨額	(17,824)	(197,722)	(42,943)	(24,863)
融資活動產生的現金流入／(流出)淨額	28,442	(39,030)	143,615	(11,387)
年末現金及現金等價物	29,298	120,962	211,873	182,633

截至2021年12月31日止年度，我們的經營活動現金流出淨額為人民幣9.3百萬元，主要是由於(i)結算應付關聯方款項人民幣11.3百萬元；(ii)向供應商及服務提供商作出的預付款項增加人民幣18.4百萬元；(iii)用於製作*樂來樂快樂*及*周遊記*2所用的現金；及(iv)2021年支付的所得稅。截至2022年12月31日止年度，我們的經營現金狀況有所改善，且我們錄得經營活動所得現金流入淨額人民幣5.5百萬元。

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或年度的若干主要財務比率。

	截至12月31日止年度／截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
毛利率	65.4%	50.9%	62.2%	64.7%
淨利潤率	26.2%	16.6%	11.7%	18.9%
流動比率	1.1倍	1.4倍	1.2倍	1.3倍
速動比率	1.0倍	1.3倍	1.1倍	1.2倍
資產回報率	12.1%	23.2%	9.1%	11.7%
股本回報率	88.5%	56.0%	26.0%	27.7%
資本負債比率	0.10倍	0.02倍	1.14倍	0.84倍

COVID-19爆發對我們業務的影響

自2019年底起，COVID-19疫情爆發，並迅速蔓延至全球。截至2020年12月31日止年度，我們的IP創造及營運業務錄得毛損，主要原因為因COVID-19疫情影響的不確定性而取消*周遊記*1的多項贊助。疫情及地方政府實施的相關控制措施亦影響活動日程及／或IP節目的製作，進而影響我們來自IP創造及營運業務的收益。自2021年底以來，各地爆發另一波COVID-19疫情，隨後於2022年上半年中國發展為大規模爆發(即疫情反覆)。為應對疫情反覆，中國地方政府對商業及

社會活動施加各種限制，包括嚴格的旅行限制、加強隔離措施及強制暫停業務運營。控制措施於2022年上半年對中國經濟構成巨大挑戰。於2022年上半年，疫情反覆亦為我們的業務及財務表現帶來挑戰，原因為我們的大部分業務位於受疫情反覆嚴重影響的長江三角洲地區。

儘管如此，董事認為，COVID-19疫情的影響屬暫時性質，從長遠來看，預計疫情不會對本集團產生重大不利影響。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－COVID-19爆發對我們業務的影響」一節。我們將繼續監控疫情的發展，並積極採取措施，以減輕我們業務的潛在負面影響。然而，COVID-19疫情仍是一個不斷變化的情況，而疫情的未來發展仍存在重大不確定性，此非我們所能控制。倘於中國進一步爆發大規模疫情，則我們的交付服務提供商可能會再次暫停所提供的服務。該疫情亦可能繼續影響整體經濟及對我們產品的需求。於此情況下，我們的運營及財務表現可能受到不利影響。亦請參閱本招股章程「風險因素－我們的財務狀況及經營業績可能因爆發COVID-19疫情而受到重大不利影響」一節。

近期發展

監管環境近期發展

收緊對中國娛樂業及網絡直播活動的監管

中國政府部門於2021年已採取措施加強對中國娛樂業及網絡直播活動的監管（如頒佈加強管理通知）。經適當分析，我們的董事有理由相信，近期對中國娛樂業和直播活動的監管收緊在可預見的未來不大可能對我們的業務營運及財務表現產生重大不利影響。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－中國近期有關明星及直播監管環境的發展」一節。

此外，即使周杰倫先生的知名度因各種因素下降，包括但不限於中國娛樂業監管環境收緊，導致周杰倫先生IP對我們新零售業務的賦能效應下降，我們認為該下降不會對我們的營運、業務及財務表現的可持續性產生重大不利影響，我們自2020年下半年以來及於2021年及2022年全年較少使用周杰倫先生相關IP，於2020年至2022年的表現便可佐證。

網絡安全

於往績記錄期間，我們通過訂購系統及二維碼系統收集分銷商、經銷商及終端消費者信息，僅以促進訂購及交付產品以及保留業務營運中我們產品的銷售記錄為目的。截至最後可行日期，我們並無涉及任何基於網絡安全審查辦法（詳情載於本招股章程「監管概覽－有關網絡安全審查的法規」一節）第10條所載因素可能引致國家安全風險的服務、產品或數據處理活動，並無處理超過1百萬名用戶的個人信息，亦未在此方面受到任何中國政府部門的問詢、調查、警告或處罰。基於上述，我們的中國法律顧問認為，截至最後可行日期，我們的業務營運及／或建議首次公開發售導致國家安全風險而使我們須進行網絡安全審查辦法及網絡數據安全管理條例草案（詳

情載於本招股章程「監管概覽－有關網絡安全審查的法規」一節）項下網絡安全審查的可能性相對較低。因此，董事認為，倘網絡安全審查辦法及網絡數據安全條例草案以現有內容實施，將不會對我們的業務營運或建議首次公開發售造成重大不利影響。進一步詳情請參閱本招股章程「業務－數據隱私及網絡安全」一節。

境外上市辦法

2023年2月17日，經國務院批准，證監會發佈試行辦法及五項配套指引，自2023年3月31日起施行。試行辦法規定（其中包括）尋求以直接或間接方式在境外市場發售及上市證券的中國境內公司須履行中國證監會的備案程序並申報相關資料。有關詳情，請參閱本招股章程「監管概覽－關於境外上市的法規」一節。

2023年2月17日，中國證監會亦發佈《關於境內企業境外發行上市備案管理安排的通知》（「**《通知》**」），其中包括明確(i)對在《試行辦法》生效日期前已獲得境外監管機構或證券交易所批准（當中根據《通知》，包括於聯交所申請上市的申請人通過聽證會）但尚未完成境外間接上市的境內公司，給予6個月的過渡期（即2023年3月31日至2023年9月30日）；及(ii)於上述六個月過渡期內未完成境外上市的境內公司，應按照境外上市辦法向中國證監會備案。

由於我們已於2023年3月31日前通過上市聆訊，根據我們中國法律顧問所告知，我們無需根據《試行辦法》履行上市備案程序，惟我們須於2023年9月30日前完成上市而不須進行任何重新聆訊程序。

有關我們業務營運的近期發展

於2022年12月31日後及直至最後可行日期，我們有以下有關我們業務營運的重大發展：

與周杰倫先生有關的IP創造及營運業務

- ***周遊記2***：於最後可行日期，該節目正在製作中，12集中有11集正在拍攝，預計該節目將於2023年下半年播出。進一步詳情請參閱本招股章程「業務－我們的業務－IP創造及營運－歷史IP及在研IP」一節。

- ***其他周杰倫先生相關IP***：於往績記錄期間，我們與我們的五大客戶之一（即客戶H集團）訂立合作框架協議，據此，客戶H集團須就獨家使用周杰倫先生相關IP在中國進行的營銷活動（包括但不限於線下或線上活動）向我們支付協定的費用，協議為期兩年。我們將與客戶H集團就各個單獨合作項目簽訂單獨協議，以列明當中詳情。我們相信，該等合作不僅能夠讓我們創造收入，而且讓我們能夠提升品牌知名度及品牌宣傳。

與周杰倫先生無關的IP創造及營運業務

- ***周播音樂脱口秀***：於最後可行日期，該節目正在製作中，已拍攝12集中的10集，其中庾澄慶先生將繼續擔當該節目的首席主持人並在每期節目中邀請不同嘉賓出鏡。

該節目預期於2023年下半年播出。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的業務－IP創造及營運－歷史IP及在研IP」一節。

- ***與其他明星的合作***：我們打算就我們的IP創造及營運分部與不同明星合作，以進一步豐富我們的明星組合及IP組合。我們分別於2023年1月及2023年5月與孫耀威及陳法蓉的有關藝人經紀公司訂立諒解備忘錄及合作協議。

於最後可行日期，電視頻道及／或在線播放平台尚未提交上述各IP節目的相關備案。然而，我們的董事認為，且獨家保薦人同意，進行所需的備案不存在實質性障礙。根據我們以往的經驗，向相關政府部門備案通常需要不到一個月的時間。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的業務－IP創造及營運－籌備中的重大活動及IP節目」一節。

特別股息

於2023年6月13日，我們向當時股東宣派特別股息60.0百萬港元，預計將於上市前支付。有關進一步資料，請參閱本節「股息」一段。

截至2022年12月31日，我們擁有現金及現金等價物約人民幣182.6百萬元。考慮到我們可動用的財務資源(包括現有借款、現金及現金等價物、經營所得現金及全球發售估計所得款項淨額)，董事認為，我們擁有充裕的營運資金應付現時需求及由本招股章程日期起計未來12個月所需。

發售的統計數據

下表統計數據均基於以下假設：(i)全球發售已完成且根據全球發售發行126,640,000股發售股份；(ii)超額配股權未獲行使且並無計及因根據購股權計劃已授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份；及(iii)於全球發售完成後發行800,000,000股股份。

	按發售價每股發售股份4.25港元計算
發售股份的市值	538百萬港元
股份於全球發售完成後的市值[1]	3,400百萬港元
未經審計備考經調整每股發售股份有形資產淨值[2]	0.93港元

附註：

(1) 市值的計算基於緊隨資本化發行及全球發售完成後預期將有800,000,000股已發行股份。

(2) 未經審計備考每股綜合有形資產淨值乃按緊隨資本化發行及全球發售完成後預期將有800,000,000股已發行股份計算。有關基準及假設，請參閱本招股章程附錄二「未經審計備考財務資料」一節。

(3) 於2023年6月13日，我們向當時股東宣派特別股息60.0百萬港元。倘特別股息60.0百萬港元已於2022年12月31日宣派，於2022年12月31日，本公司權益持有人應佔本集團未經審計備考經

調整綜合有形資產淨值將為約人民幣599,865,000元，而於2022年12月31日，本公司權益持有人應佔本集團未經審計備考經調整每股綜合有形資產淨值將為人民幣0.75元(相當於0.85港元)。

上市開支

上市開支主要包括包銷佣金、專業費用以及就上市及全球發售而產生的其他費用。按發售價每股發售股份4.25港元計算，上市開支總額(包括包銷佣金)估計約為人民幣87.4百萬元，佔來自全球發售所得款項總額約18.4%。上市開支總額中，預計我們將承擔約人民幣78.4百萬元及約人民幣9.0百萬元預計將由售股股東承擔。由我們承擔的上市開支包括(i)包銷佣金約人民幣14.7百萬元，及(ii)非包銷相關開支約人民幣63.7百萬元，其中包括(a)向獨家保薦人、法律顧問及申報會計師支付之費用及開支約人民幣40.9百萬元；及(b)其他費用及開支約人民幣22.8百萬元。直至2022年12月31日，我們產生上市開支約人民幣36.8百萬元，其中約人民幣28.5百萬元已自綜合全面收益表中扣除，而人民幣8.3百萬元已於截至2022年12月31日的綜合財務狀況表中入賬為預付款項，有關款項於成功上市後自權益扣減。我們預期產生額外上市相關開支約人民幣41.6百萬元(包括包銷佣金人民幣14.7百萬元，假設超額配股權未獲行使)，其中人民幣30.4百萬元預期計入綜合全面收益表以及人民幣11.2百萬元預期於上市後在權益中扣除。董事預期該等開支對我們的經營業績並未產生重大影響。

股息

截至2020年12月31日止年度，本公司宣派股息20,000,000港元，已悉數支付。於2023年6月13日，我們進一步向當時的股東宣派特別股息60.0百萬港元，預計將於上市前支付。我們上市後的公眾股東將無權收取該股息。董事認為，宣派特別股息屬公平合理並符合本公司及股東的整體最佳利益。除上文所述者外，本公司自註冊成立起或於往績記錄期間及直至最後可行日期概無建議、派付或宣派股息。

目前，我們並無正式的股息政策或固定派息率。投資者應注意，過往股息分派並不反映我們日後的股息分派政策。

於股東大會上獲股東批准後，董事會可透過派發任何類別之特定資產，以支付全部或部分股息。任何宣派及派付以及股息金額均須遵守我們的組織章程文件及開曼公司法。我們的股東可於股東大會上批准任何股息宣派，惟不得超過董事會建議的金額。除本公司合法可供分派的溢利及儲備(包括股份溢價)外，不得宣派或派付任何股息。本公司的股息概不附帶利息。

所得款項用途

假設發售價為每股發售股份4.25港元，經扣除包銷佣金及我們就全球發售已付或應付的估計開支後，並假設超額配股權未獲行使，則我們估計，我們將收取全球發售所得款項淨額約245.2百萬港元。

根據我們的策略，我們擬將全球發售所得款項淨額按下列金額用作下列用途：

- 約58.4百萬港元(相當於約人民幣51.4百萬元，佔全球發售所得款項淨額的23.8%)將用於多元化產品組合；

- 約75.1百萬港元(相當於約人民幣66.1百萬元，佔全球發售所得款項淨額的30.6%)將用於透過MCN增加品牌曝光率及產品銷售，包括與選定的頂級KOL合作，開發專有直播賬號；

- 約68.1百萬港元(相當於約人民幣60.0百萬元，佔全球發售所得款項淨額的27.8%)將用於創建獨有的明星IP及相關IP內容，包括媒體內容及大型演唱會；

- 約30.2百萬港元(相當於約人民幣26.6百萬元，佔全球發售所得款項淨額的12.3%)將用於提升我們的IT基礎設施及增加對IT開發的投資；及

- 約13.4百萬港元(相當於約人民幣11.8百萬元，佔全球發售所得款項淨額的5.5%)將用於營運資本。

有關詳情，請參閱本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節。

並無重大不利變動

經審慎周詳考慮後，董事確認，截至本招股章程日期，我們的財務或貿易狀況或前景自2022年12月31日以來並無任何重大不利變動，且自2022年12月31日以來並無發生任何事件將會對本招股章程附錄一會計師報告所載的資料造成任何重大影響。

於本招股章程中，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。若干技術詞彙載述於本招股章程「詞彙」一節。

「會財局」	指	會計及財務匯報局
「年度投資限額」	指	根據投資審批條例，持有台灣護照的個人被限每年在中國內地投資的金額
「申請表格」	指	就全球發售所用的**綠色**申請表格，或(如文義所指)其中任何一份表格
「投資審批條例」	指	《台灣地區與大陸地區人民關係條例》、《在大陸地區從事投資或技術合作許可辦法》、《在大陸地區從事投資或技術合作審查原則》以及其他相關台灣法律法規的統稱
「Archstone」	指	Archstone Co., Ltd.，於2011年2月24日在英屬處女群島成立之英屬處女群島商業有限公司，由陳先生全資擁有並為我們的關連人士
「細則」或「組織章程細則」	指	股東透過於2023年6月19日通過的特別決議案採納的本公司經修訂及重列的組織章程細則，自上市日期起生效，其概要載於本招股章程附錄四「本公司組織章程及開曼公司法概要」一節
「聯繫人」	指	具有上市規則所賦予之涵義

「北京精湛」	指	北京精湛文創文化經紀有限公司，一間於2012年1月17日在中國成立的有限公司，截至最後可行日期，持有北京巨星精湛30%的股權，及為本公司於附屬公司層面的關連人士
「北京巨星行動」	指	北京巨星行動電子商務有限公司，一間於2020年7月13日在中國成立的有限公司，及為我們的全資附屬公司
「北京巨星傳奇」	指	北京巨星傳奇文化發展有限公司，一間於2020年6月2日在中國成立的有限公司，及為我們的全資附屬公司
「北京巨星精湛」	指	北京巨星精湛文化傳播有限公司，一間於2017年11月6日在中國成立的有限公司，一間本公司擁有70%股權的附屬公司
「北京偉德利」	指	北京偉德利商業管理有限公司，一間於2017年11月16日在中國成立的有限公司，透過該公司，賴先生及何先生於重組前分別持有我們15%及15%的實益權益
「Best Million」	指	Best Million Holdings Limited，一間於2011年3月1日在英屬處女群島成立的英屬處女群島商業有限公司並由馬女士全資擁有
「董事會」	指	本公司董事會
「Bradbury」	指	Bradbury Private Investment III Inc.，一間於2021年2月2日在英屬處女群島成立的英屬處女群島商業有限公司，為首次公開發售前投資者及獨立第三方
「營業日」	指	香港銀行一般開門辦理一般銀行業務的日子(不包括星期六、星期日或香港公眾假期)

「英屬處女群島」	指	英屬處女群島
「資本市場中介人」	指	名列「董事及參與全球發售的各方」一節的資本市場中介人
「資本化發行」	指	如本招股章程附錄五「法定及一般資料—A.有關本集團的其他資料－3.股東決議案」一段所述，將本公司股份溢價賬中的若干進賬額撥充資本後發行178,445,376股股份
「開曼公司法」或「公司法」	指	開曼群島公司法(2023年修訂)，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「中央結算系統」	指	香港結算設立及運作的中央結算及交收系統
「中央結算系統結算參與者」	指	獲准以直接結算參與者或全面結算參與者身份參與中央結算系統的人士
「中央結算系統託管商參與者」	指	獲准以託管商參與者身份參與中央結算系統的人士
「中央結算系統投資者戶口持有人」	指	獲准以投資者戶口持有人身份參與中央結算系統的人士，可為個人、聯名個人或法團
「中央結算系統參與者」	指	中央結算系統結算參與者、中央結算系統託管商參與者或中央結算系統投資者戶口持有人
「中國」或「中國內地」	指	中華人民共和國，惟就本招股章程而言及僅作地理參考用途，本招股章程所述「中國」及「中國內地」並不適用於香港、澳門及台灣，惟文義另有規定者則除外
「*周同學*」	指	周杰倫先生的二次元風格化身*周同學*，由本集團設計、開發及共有

「*周同學*項目」	指	我們參與其策劃、開發及投資的基於*周同學*的項目，以及其他基於*周同學*的商業項目
「灼識諮詢」	指	獨立行業顧問灼識行業諮詢有限公司
「第698號文」	指	國稅總局頒佈之《國家稅務總局關於加強非居民企業股權轉讓所得企業所得稅管理的通知》，截至2008年1月1日追溯生效及截至2017年12月1日廢止
「第7號文」	指	國稅總局於2015年2月3日頒佈之《國家稅務總局關於非居民企業間接轉讓財產企業所得稅若干問題的公告》
「公司條例」	指	香港法例第622章公司條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「本公司」	指	巨星傳奇集團有限公司(前稱巨星文創(集團)有限公司)，一間於2020年1月3日在開曼群島成立的獲豁免有限公司
「一致行動方協議」	指	馬女士、楊先生、葉女士與陳先生於2021年9月13日所訂立的一致行動方協議
「關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義

「控股股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義且除文義另有所指外，指馬女士、楊先生、葉女士、陳先生、Harmony Culture、Legend Key及Max One。請參閱本招股章程「與控股股東的關係」一節
「核心關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「COVID-19」	指	冠狀病毒病，一種由SARS-CoV-2 病毒引起的傳染病
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「網絡安全審查辦法」	指	由國家互聯網信息辦公室、中國國家發展和改革委員會、工信部等多個中國政府部門於2021年12月28日聯合發佈並於2022年2月15日起生效的《網絡安全審查辦法》
「彌償契據」	指	各控股股東於2023年5月29日所訂立以本公司(為其本身及作為其附屬公司的受託人)為受益人的彌償契據，有關進一步資料載於本招股章程附錄五「法定及一般資料－E.其他資料－1.稅項及其他彌償保證」一段
「不競爭契據」	指	各控股股東於2023年5月29日訂立以本公司(為其本身及作為其附屬公司的受託人)為受益人的不競爭契據，有關進一步資料載於本招股章程「與控股股東的關係—不競爭承諾－不競爭契據」一段
「董事」	指	本公司董事

「分銷代理」	指	根據分銷代理協助分銷模式，獲認定為我們產品分銷代理的實體，從法律及合約角度而言，其被視為我們產品的買方，而從會計角度而言，其被視為我們的代理，詳情載於本招股章程「業務－分銷網絡」一節
「分銷代理協助分銷模式」	指	我們就分銷*魔胴*咖啡及其他產品而採納的分銷模式，詳情載於本招股章程「業務－分銷網絡」一節
「錢博士」	指	錢中山博士，我們的執行董事、首席執行官及首次公開發售前投資者
「電子商務法」	指	《中華人民共和國電子商務法》
「極端情況」	指	按照香港勞工處發出的經修訂「颱風及暴雨警告下工作守則」，於超強颱風後，如公共交通服務嚴重受阻、廣泛地區水浸、嚴重山泥傾瀉或大規模停電，香港政府可能宣佈的極端情況
「創始人」	指	馬女士、楊先生、葉女士及陳先生
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售
「Great Essence」	指	Great Essence Holdings Limited（前稱Star Plus Holding Ltd.及Star Plus Investment Co., Ltd.），一間於2016年2月15日在開曼群島成立的獲豁免有限公司，由賴先生全資擁有並為我們的關連人士
「**綠色**申請表格」	指	將由**白表eIPO**服務供應商香港中央證券登記有限公司完成的申請表格

「本集團」或「我們」	指	本公司及我們不時的附屬公司，或倘文義另有規定，就本公司成為我們現有附屬公司的控股公司之前的期間而言，則指相關附屬公司，猶如彼等於有關時間已成為本公司的附屬公司
「杭州衡美」	指	杭州衡美食品科技有限公司，一間於2012年6月21日在中國成立的有限公司，為獨立第三方
「杭州天賦星球」	指	杭州天賦星球文化傳媒有限公司，一間於2022年1月14日在中國成立的有限公司，為由本公司擁有70%的附屬公司
「Harmony Culture」	指	Harmony Culture Investment Limited，一間於2016年6月7日在英屬處女群島成立的英屬處女群島商業有限公司，其由馬女士全資擁有及為我們的控股股東
「衡美集團」	指	杭州衡美及其不時的附屬公司的統稱
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司，為香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司
「香港結算代理人」	指	香港中央結算(代理人)有限公司，香港結算的全資附屬公司
「香港」	指	中華人民共和國香港特別行政區
「港元」	指	港元，香港法定貨幣
「香港發售股份」	指	進行香港公開發售時由本公司初步提呈以供認購的12,664,000股新股份(可按本招股章程「全球發售的架構－香港公開發售」一節所述者重新分配)

「香港公開發售」	指	根據本招股章程及申請表格所述的條款及條件按發售價(另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費)提呈發售香港發售股份以供香港公眾人士認購，進一步詳情載述於本招股章程「全球發售的架構－香港公開發售」一節
「香港股份過戶登記處」	指	香港中央證券登記有限公司
「香港包銷商」	指	名列本招股章程「包銷－香港包銷商」一節的香港公開發售包銷商
「香港包銷協議」	指	由(其中包括)本公司、執行董事、控股股東、獨家保薦人、獨家整體協調人與香港包銷商訂立日期為2023年6月28日有關香港公開發售的包銷協議，進一步詳情載述於本招股章程「包銷－包銷安排及開支－香港公開發售」
「獨立第三方」	指	於作出一切合理查詢後就董事所知，並非本公司關連人士(定義見上市規則)的任何實體或人士
「個體工商戶」	指	個體工商戶，指在中國法律准許範圍內以自身商號名稱開展業務的個人
「檢查意見」	指	昆山市場管理局於2020年6月及2021年6月就臨時暫停銀行賬戶出具的兩份檢查意見，如本招股章程「業務－分銷網絡－因涉嫌傳銷而臨時暫停銀行賬戶」一節

「國際發售股份」	指	根據國際發售初步提呈發售以供認購的113,976,000股股份，包括本公司初步提呈發售以供認購的65,976,000股新股份及48,000,000股由售股股東發售以供購買的銷售股份，連同(如相關)本公司因行使超額配股權而可能發行的任何額外股份(可按本招股章程「全球發售的架構－國際發售」一節所述予以調整及重新分配)
「國際發售」	指	於美國境外在離岸交易中根據S規例或美國證券法項下任何其他可獲得的豁免登記規定，按發售價提呈發售國際發售股份，進一步詳情載述於本招股章程「全球發售的架構－國際發售」一節
「國際包銷商」	指	國際發售的包銷商
「國際包銷協議」	指	內容有關國際發售及預期將由(其中包括)本公司、售股股東、獨家整體協調人及國際包銷商於2023年7月5日或前後訂立的國際包銷協議，進一步詳情載述於本招股章程「包銷－包銷安排及開支－國際發售」一節
「IP授權協議」	指	本公司、巨星文創發展與杰威爾音樂於2021年8月30日訂立的IP授權協議，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「IP法律顧問」	指	我們有關香港知識產權法律的法律顧問張淑姬趙之威律師行
「魔杰電競(北京)」	指	魔杰電競(北京)文化發展有限公司，一間於2016年5月23日在中國成立的有限公司，且為魔杰電競(昆山)的全資附屬公司

「魔杰電競(昆山)」	指	魔杰電競(昆山)網路科技有限公司，一間於2016年1月27日在中國成立的有限公司，由上海倚格、昆山人本及拉薩聚創分別擁有46%、27%及27%權益
「聯席賬簿管理人」	指	「董事及參與全球發售的各方」一節所指的聯席賬簿管理人
「聯席全球協調人」	指	「董事及參與全球發售的各方」一節所指的聯席全球協調人
「聯席牽頭經辦人」	指	「董事及參與全球發售的各方」一節所指的聯席牽頭經辦人
「聯合控制賬戶」	指	昆山汀奢指定用於向分銷商收取昆山汀奢分銷產品付款的銀行賬戶，由昆山汀奢與本集團根據聯合控制賬戶協議聯合控制
「聯合控制賬戶協議」	指	本集團與昆山汀奢訂立的有關聯合控制賬戶的協議
「魔杰的茶(昆山)」	指	魔杰的茶(昆山)餐飲服務有限公司，一間於2020年6月9日在中國成立的有限公司，並為魔杰電競(昆山)的全資附屬公司
「巨室星創」	指	巨室星創(昆山)資產管理有限公司，一間於2015年12月17日在中國成立的有限公司。據本公司所知，巨室星創由北京摩威秀科技有限公司及昆山人本分別擁有73%及27%權益
「杰威爾音樂」	指	杰威爾音樂有限公司，一間於2007年1月26日在台灣成立的有限公司，於截至最後可行日期，其股權由楊先生、周杰倫先生、方先生及葉女士分別持有45%、40%、10%及5%，並為我們的關連人士

「*周遊記*」	指	由周杰倫先生主演的真人秀節目*周遊記*，第一季於2020年3月至6月在浙江衛視播出
「Kai Le」	指	Kai Le Investment Holdings I Ltd.，一間於2010年6月28日在開曼群島成立的獲豁免有限公司，並由何先生全資擁有
「昆山市場管理局」	指	昆山市市場監督管理局
「昆山嘉寶」	指	昆山嘉寶網尚文化投資有限公司，一間於2012年1月31日在中國成立的公司，並由獨立第三方網尚世界(昆山)數字電影文化發展有限公司全資擁有
「昆山嘉夢」	指	昆山嘉夢管理諮詢有限公司，一間在中國成立的公司並由獨立第三方全資擁有
「昆山試點項目」	指	昆山政府機構為鼓勵在昆山項目發展及運營社交電子商務產業而設立的項目
「昆山人本」	指	昆山人本文創諮詢顧問有限公司，一間於2014年5月14日在中國成立的有限公司，由李秋緣、馬壽成及兩名獨立第三方分別間接持有93.1%、1%及5.9%權益。馬壽成及李秋緣分別為馬女士的弟弟及弟媳
「昆山巨星行動」	指	昆山巨星行動電子商務有限公司，一間於2016年3月17日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「昆山天賦星球」	指	昆山天賦星球文化傳媒有限公司，一間於2022年5月26日在中國成立的有限公司，由本公司擁有70%權益的附屬公司

「昆山汀奢」	指	昆山巨星汀奢電子商務有限公司，一間於2019年6月18日在中國成立的有限公司，我們於該公司在2020年5月出售前持有其80%的股權
「昆山汀奢分銷產品」	指	本集團於往績記錄期間根據分銷代理協助分銷模式透過昆山汀奢分銷的產品，包括*魔胴*咖啡(為往績記錄期間的主要產品)、*魔力通*益生元軟糖(本集團於2020年1月推出)、*魔胴*本草飲及*魔胴*益生菌凍乾粉(連同*魔胴*本草飲，均由本集團於2021年10月推出)，有關進一步詳情請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排」一節
「Lake Ranch」	指	Lake Ranch Limited，一間於2018年5月2日在英屬處女群島成立的英屬處女群島商業有限公司，並由何先生全資擁有，為我們的售股股東
「最後可行日期」	指	2023年6月20日，即本招股章程刊發前為確定當中若干資料的最後可行日期
「Legend Key」	指	Legend Key International Limited，一間於2018年7月25日在薩摩亞成立的有限公司，由楊先生及葉女士分別持有其50%及50%股份，並為我們的控股股東之一
「拉薩聚創」	指	拉薩經濟技術開發區聚創投資有限公司，一間於2014年9月22日在中國成立的有限公司。據本公司所知，拉薩聚創的股權由王孝萍及王貴青按相同佔比持有；以及王孝萍及王貴青各自均為獨立第三方
「上市」	指	股份於聯交所主板上市

「上市委員會」	指	聯交所上市委員會
「上市日期」	指	股份首次於聯交所主板上市及自該日起首次於聯交所主板開始買賣的日期，預期將為2023年7月13日或前後
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「劉先生相關二次元風格化身合作協議」	指	本集團、劉畊宏先生、王女士及W&V於2022年7月8日訂立的有關創作及設計受劉畊宏先生及王女士啟發的二次元風格化身的合作協議
「劉先生表演相關合作協議」	指	由(其中包括)本集團及劉畊宏先生於2021年及2022年訂立的有關劉畊宏先生於中國的娛樂及表演業務的合作協議(經不時補充)
「Long Precise」	指	Long Precise Limited，一間於2018年1月16日在英屬處女群島成立的英屬處女群島商業有限公司。據本公司所知，Long Precise由何先生及張女士分別擁有61.47%及38.53%權益，為我們的首次公開發售前投資者。於2023年5月5日，Long Precise將其擁有的所有股份轉讓予Kai Le及張女士
「併購規則」	指	商務部、國資委、國稅總局、中國證監會、國家工商總局及外匯管理局於2006年8月8日聯合頒佈的《關於外國投資者併購境內企業的規定》，截至2006年9月8日生效及於2009年6月22日修訂
「澳門」	指	中國澳門特別行政區
「主板」	指	由聯交所運作的證券市場(不包括期權市場)，獨立於聯交所GEM並與之並行運作

「總經銷協議」	指	本集團與昆山汀奢不時訂立的有關昆山汀奢分銷產品的分銷協議
「Max One」	指	Max One Ltd.，一間於2011年5月2日在毛里求斯共和國成立的有限公司，並於薩摩亞存續，由陳先生全資擁有及為我們的控股股東之一
「MCN公司」	指	一家中國知名的MCN公司，亦為客戶G
「大綱」或「組織章程大綱」	指	股東以於2023年6月19日通過特別決議案的方式採納的本公司組織章程大綱，自上市日期起生效
「工信部」	指	中華人民共和國工業和信息化部
「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「陳先生」	指	陳中先生，我們的創始人、控股股東之一兼非執行董事
「方先生」	指	方文山先生，中國流行音樂作詞人、音樂製作人及我們的首席文化官
「庾澄慶先生」	指	庾澄慶先生，中國流行音樂界的歌手及作曲家
「何先生」	指	何志成先生，我們的首次公開發售前投資者
「周杰倫先生」	指	周杰倫先生，20多年來於華語社區享有盛譽的台灣歌手、作曲者、唱片製作人及演員
「賴先生」	指	賴國輝先生，我們的主要股東、執行董事、首席財務官及首次公開發售前投資者
「劉畊宏先生」	指	健身健美界明星劉畊宏先生

「楊先生」	指	楊峻榮先生，我們的創始人、控股股東之一兼非執行董事
「馬女士」	指	馬心婷女士，我們的創始人、控股股東之一兼執行董事
「王女士」	指	劉畊宏先生的配偶王姵云女士
「葉女士」	指	葉惠美女士，我們的創始人、控股股東及周杰倫先生的母親
「張女士」	指	張靜女士，錢博士的配偶及首次公開發售前投資者
「新股份」	指	本公司於香港公開發售及國際發售下初步提呈以供認購的新股份
「新台幣」	指	新台幣，台灣法定貨幣
「發售價」	指	根據香港公開發售將予認購的香港發售股份及根據國際發售將予發售的國際發售股份的每股發售股份4.25港元(不包括1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費)
「發售股份」	指	香港發售股份及國際發售股份，連同(倘相關)本公司根據超額配股權獲行使而將予出售的任何其他股份
「購股權」	指	根據購股權計劃的條款及條件已授出／將予授出的購股權
「購股權價格」	指	由董事會釐定並知會購股權持有人的任何購股權的價格
「購股權持有人」	指	持有購股權的人士(及(倘相關)包括其個人代表)

「訂購管理系統」	指	我們通過面向渠道的微信小程序運營的移動SaaS系統，其提供中央系統以便管理我們主要產品的訂購及交付。訂購管理系統包括兩個子系統，即訂購系統及二維碼系統，詳情載於本招股章程「業務－數據隱私及網絡安全－訂購管理系統」一節
「訂購系統」	指	訂購系統，使我們的分銷商及經銷商能夠下發訂單，並記錄產品從倉庫交付至分銷商或經銷商的情況，有關詳情載於本招股章程「業務－數據隱私及網絡安全－訂購管理系統」一節
「超額配股權」	指	根據香港公開發售，預期本公司將向國際包銷商授出的購股權，可由獨家整體協調人代表國際包銷商自遞交申請截止日期後當日起最多30日內行使，以要求本公司向國際包銷商配發及發行最多18,996,000股股份（合共相當於初次發售股份約15%），以補足國際發售中的超額分配（如有），有關詳情載述於本招股章程「全球發售的架構—國際發售－超額配股權」一節
「首次公開發售後購股權計劃」	指	本公司於2023年6月19日批准及採納的首次公開發售後購股權計劃，其主要條款載於本招股章程附錄五「法定及一般資料－D.購股權計劃－2.首次公開發售後購股權計劃」一段
「中國法律顧問」	指	漢坤律師事務所，我們有關中國法律的法律顧問

「首次公開發售前投資」	指	本集團或股東於全球發售前進行的若干輪轉讓或融資，有關詳情載於本招股章程「歷史、發展及重組－首次公開發售前投資」一節
「首次公開發售前投資者」	指	首次公開發售前投資的投資者
「首次公開發售前購股權」	指	根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權
「首次公開發售前股份激勵計劃」	指	本公司於2020年8月3日批准及採納的首次公開發售前股份激勵計劃，其主要條款載於本招股章程附錄五「法定及一般資料－D.購股權計劃－1.首次公開發售前股份激勵計劃」一段
「二維碼系統」	指	二維碼系統，追蹤我們的產品從分銷商或經銷商至終端消費者的流動情況，有關詳情載於本招股章程「業務－數據隱私及網絡安全－訂購管理系統」一節
「《禁止傳銷條例》」	指	《禁止傳銷條例》，由中國國務院於2005年8月23日頒佈並於2005年11月1日生效
「S規例」	指	美國證券法S規例
「重組」	指	本集團為籌備上市進行的重組安排，有關詳情載於本招股章程「歷史、發展及重組—重組」一節

「申報會計師」	指	羅兵咸永道會計師事務所，本公司申報會計師
「疫情反覆」	指	COVID-19疫情反覆，包括中國各地自2021年年末以來爆發高傳播性奧密克戎變種毒株，隨後於2022年上半年發展為大規模爆發
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣
「外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局
「外匯管理局第37號文」	指	外匯管理局頒佈之《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理局有關問題的通知》，自2014年7月14日起生效
「國家工商總局」	指	中華人民共和國國家工商行政管理總局，現時已併入市場監管總局
「銷售股份」	指	售股股東於國際發售下提呈以供購買的48,000,000股股份，可按本招股章程「全球發售的架構－國際發售」一節所述予以調整及重新分配
「市場監管總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局
「國資委」	指	中華人民共和國國務院國有資產監督管理委員會
「國稅總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局
「全國人大常委會」	指	全國人民代表大會常務委員會

「秘密音樂(香港)」	指	秘密音樂(香港)有限公司，一間於2018年7月4日在香港成立的有限公司，由本公司及Sapphire Prismatic Limited分別擁有50%及50%股權的附屬公司
「選定分銷商」	指	我們經昆山汀奢選定並有權按銷量收費的分銷商(詳情於本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節論述)
「售股股東」	指	Lake Ranch，國際包銷協議內銷售股份賣方的身份
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章證券及期貨條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「上海星創智權」	指	上海星創智權文化創意有限公司，一間於2021年11月29日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「上海倚格」	指	倚格企業管理諮詢(上海)有限公司，一間於2016年6月20日在中國成立的有限公司，且由於楊先生、葉女士及方先生分別間接持有其45%、45%及10%股權而為我們的關連人士
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.00001美元的普通股
「購股權計劃」	指	首次公開發售前股份激勵計劃及首次公開發售後購股權計劃
「股東」	指	股份持有人
「獨家整體協調人」	指	民銀證券有限公司

「獨家保薦人」	指	民銀資本有限公司
「穩定價格操作人」	指	源盛證券有限公司
「Star Media」	指	Star Media Global Ltd.，一間於2016年2月2日在英屬處女群島成立的英屬處女群島商業有限公司，並由我們的關連人士賴先生全資擁有
「巨星行動文化(香港)」	指	巨星行動文化(香港)有限公司(前稱巨星行動文化(香港)有限公司(Star Action Cultural (HK) Limited))，一間於2019年12月5日在香港成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「星創愛嘉」	指	星創愛嘉(昆山)電子商務有限公司，一間於2022年12月1日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「星創愛優」	指	星創愛優(昆山)電子商務有限公司，一間於2022年9月29日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「巨星文創發展」	指	巨星文創發展有限公司(前稱創熹企業有限公司)，一間於2007年12月21日在英屬處女群島成立的英屬處女群島商業有限公司，並為我們的全資附屬公司
「巨星文創娛樂」	指	巨星文創娛樂(香港)有限公司(前稱駿志國際投資有限公司)，一間於2015年11月3日在香港成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「杭州星創藝創想文娛」	指	杭州星創藝創想文娛有限公司，一間於2022年3月11日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司

「星創藝(昆山)」	指	星創藝(昆山)文娛有限公司，一間於2021年6月29日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「星創優選」	指	星創優選(昆山)電子商務有限公司，一間於2021年6月7日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「巨星文創智權」	指	巨星文創智權(香港)有限公司，一間於2018年8月2日在香港成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「星創智權(昆山)」	指	星創智權(昆山)創意文化有限公司，一間於2021年6月30日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「巨星傑爾影業」	指	巨星傑爾影業(香港)有限公司(前稱巨星傑爾影業(香港)有限公司(J Movie (HK) Limited))，一間於2018年7月26日在香港成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「星創杰影(昆山)」	指	星創杰影(昆山)文化發展有限公司，一間於2021年7月1日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「巨室文創(昆山)」	指	巨室文創(昆山)投資有限公司，一間於2015年11月4日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「星創美尚」	指	星創美尚(昆山)電子商務有限公司，一間於2022年12月1日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「星創美優」	指	星創美優(昆山)電子商務有限公司，一間於2022年12月1日在中國成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司

「巨星項目」	指	IP授權協議項下擬進行的項目
「巨星創意文化(台灣)」	指	巨星創意文化股份有限公司，一間於2023年3月2日在台灣成立的有限公司，並為我們的全資附屬公司
「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「借股協議」	指	賴先生與穩定價格操作人或其聯屬人士預期於2023年7月5日或前後訂立的借股協議
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「加強管理通知」	指	國家廣播電視總局於2021年9月2日頒發的《關於進一步加強文藝節目及其人員管理的通知》
「附屬公司」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「台灣投資委員會」	指	台灣地區經濟部投資委員會
「台灣法律顧問」	指	協合國際法律事務所，我們有關台灣法律的法律顧問
「台灣股東」	指	我們持有台灣地區護照的股東
「收購守則」	指	公司收購、合併及股份回購守則，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「天賦星球」	指	天賦星球(香港)有限公司，一間於2021年11月26日在香港成立的有限公司，由巨星文創智權及W&V分別擁有70%及30%股權的附屬公司
「往績記錄期間」	指	包括截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止四個財政年度期間

「試行辦法」	指	2023年2月17日經國務院批准及證監會發佈的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》
「包銷商」	指	香港包銷商及國際包銷商
「包銷協議」	指	香港包銷協議及國際包銷協議
「美國」	指	美利堅合眾國、其屬地、領地及其所有司法管轄地區
「美元」	指	美元，美國法定貨幣
「美國證券法」	指	美國1933年證券法(經修訂)及該法例項下頒佈的規則及法規
「**白表eIPO**」	指	透過於指定網站**www.eipo.com.hk**遞交網上申請，申請以申請人名義獲發行香港發售股份
「**白表eIPO**服務供應商」	指	由本公司指定的**白表eIPO**服務供應商香港中央證券登記有限公司
「W&V」	指	W&V Limited，一間於英屬處女群島註冊成立的有限公司，由孟慶榮女士擁有95%及王女士擁有5%，為天賦星球的控股股東
「%」	指	百分比

除非另有規定，否則於資本化發行及全球發售完成後本公司任何股權的所有提述均假定為超額配股權並無獲行使及並無根據首次公開發售前股份激勵計劃及首次公開發售後購股權計劃發行其他股份。

本招股章程所載若干數額及百分比數字均已作約整調整。因此，若干表格所示數字的合計可能並非為前述數字的算術總和。

本招股章程內，除非文義另有所指，否則本招股章程內所用若干有關我們及我們業務的詞彙的闡釋及定義具有下文所載涵義。該等詞彙及其涵義與其標準行業涵義或用法未必一致。

「防彈咖啡」	指	專為低碳水化合物飲食計劃設計的一種高脂肪飲料，以滿足該計劃的脂肪／能量比率
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「明星IP」	指	基於、源於或關於明星的任何IP
「*抖音*」	指	*抖音*，一款創建及分享短視頻的社交媒體短視頻應用程序
「直播帶貨」	指	直播帶貨，指涉及產品銷售的直播環節，當中主播將推廣及／或展示產品的特徵，以激勵此類直播環節的觀眾購買此類產品，通常於屏幕上載入鏈接，觀眾可通過鏈接進入在線商店並實時購買
「總商品交易額」	指	總商品交易額，即(i)所有於本公司運營的店舖交易及結算之購買總值；及(ii)於其他企業及本公司之間交易及結算之全部購買總值
「IP」	指	人類智力財產(包括無形創作)，由版權、專利、商標等組成，可能涵蓋不同性質的各種IP類型，包括文學、影視、遊戲、動漫、音樂、現場音樂會、藝術等

「IP賦能」	指	市場普遍採用的營銷策略，通過(a)將合適的 IP，如動畫角色、明星IP和音樂以及相關元素和概念嵌入產品及／或產品組合，或(b)將合適的IP商業化以推廣公司產品，增強消費者的粘性、品牌價值和品牌知名度
「IT」	指	資訊科技
「KOC」	指	關鍵意見消費者
「KOL」	指	關鍵意見領袖
「*快手*」	指	*快手*，一款創建及分享短視頻的社交媒體短視頻應用程序
「直播」	指	直播指通過互聯網向觀眾實時播放視頻內容的行為，可通過各種在線平台完成。近年來，出於娛樂、教育及市場營銷的目的，直播越來越受歡迎
「MCN」	指	多頻道網絡，為與視頻平台合作的機構或平台，以向頻道擁有人於產品、節目、資金、交叉推廣、合作夥伴管理、數字權利管理、變現／銷售及／或觀眾開發等範疇提供協助
「Netflix」	指	一個提供基於訂閱流媒體服務的在線平台

「新零售業務」	指	一種商業模式：(i)透過整個零售價值鏈的數字化，融合線上及線下商業，使商家、分銷商(如有)、消費者及公司受益；(ii)利用數字支付數據在物流、營銷及產品開發方面創造新的效率及能力；(iii)為商家提供新的工具及見解，以降低成本及推動銷售；及(iv)為客戶提供跨線上及線下空間的無縫及定制的購物體驗(例如分銷商與終端消費者透過社交媒體及通訊應用程序溝通或參加線下會議(例如年度活動、會議、會談及／或分銷商零售店的面對面銷售)進行互動)，此模式符合行業規範及慣例
「二次元風格化身」	指	二維動畫或漫畫啟發的虛構人物或現實生活中的人物
「ODM」	指	原始設計製造或原始設計製造商(視乎情況而定)，用於指代為零售商的客戶設計及製造產品之安排的術語，且所述產品將由所述客戶銷售予消費者
「OEM」	指	原始設備製造或原始設備製造商(視乎情況而定)，該詞彙用於描述多項安排，據此，整體或部分產品乃按照客戶所訂規格製造並以客戶自家品牌推銷
「PDT」	指	私域流量，相對於公域流量而言，可由社群及內容發佈者自由控制且多次利用的流量
「*天貓*」	指	*天貓*，中國的一家企業對消費者線上零售網站
「TMT」	指	電訊、媒體及技術
「浙江衛視」	指	浙江衛視，浙江廣播電視集團旗下電視網絡，於浙江省杭州市播出

本招股章程載有關於本公司及其附屬公司的若干前瞻性陳述及資料。該等陳述及資料乃基於管理層的信念以及管理層作出的假設及現時掌握的資料而作出。在本招股章程中，「旨在」、「預計」、「相信」、「能」、「能夠」、「預期」、「日後」、「有意」、「或會」、「也許」、「必須」、「計劃」、「預料」、「尋求」、「應該」、「將會」、「可能」等詞語以及其否定式及其他類似語句，若與本集團或我們的管理層有關，則為前瞻性陳述。該等前瞻性陳述乃基於針對我們現時及未來業務策略以及我們未來所處的經營環境所作出的多項假設而作出。此類陳述反映出管理層目前對未來事件、營運、流動資金及資本資源的看法，其中若干觀點可能不會實現或可能會改變。該等陳述會受若干風險、不確定因素及假設的影響，包括本招股章程所述的其他風險因素及其他因素，可能導致我們的實際業績、表現或成果或行業業績與前瞻性陳述所表達或暗示的任何未來業績、表現或成果出現重大差異。　閣下應審慎考慮，依賴任何前瞻性陳述涉及已知及未知的風險及不確定因素。本公司面對的該等風險及不確定因素可能會影響前瞻性陳述的準確程度，有關風險及不確定因素包括但不限於下列各項：

- 我們的業務前景；
- 我們營運所在的行業及市場的未來發展、趨勢及情況；
- 我們的業務策略、能力及達成該等策略的計劃；
- 我們營運所在市場的整體經濟、政治及業務狀況；
- 我們營運所在行業及市場的監管環境及整體前景的變化；
- 全球金融市場及經濟危機的影響；
- 我們降低成本的能力；
- 我們的股息政策；
- 我們業務未來發展的規模、性質及潛力；
- 資本市場的發展；
- 銀行貸款及其他形式融資的可用性；

- 我們競爭對手的行動及發展；
- 中國的整體經濟、政治及商業狀況；及
- 利率、外匯匯率、股價、成交量、營運、利潤率、風險管理及整體市場趨勢的變化或波動。

由於性質使然，有關該等及其他風險的若干披露資料僅為估計，倘一項或多項不明朗因素或風險出現，或相關假設證實為不正確，我們的財務狀況及實際經營業績可能會受到重大不利影響，並可能與該等估計、預期或預料者以及過往業績出現重大差異。

根據相關法律、規則及法規規定，我們概無亦不承擔就因新資料、未來事件或其他方面而更新或以其他方式修訂本招股章程所載前瞻性陳述的責任。基於該等及其他風險、不確定因素及假設，本招股章程討論的前瞻性事件及情況未必會如我們所預期般出現，甚至根本不會出現。因此，前瞻性陳述並非未來表現的保證，且　閣下不應過度信賴任何前瞻性資料。此外，載入前瞻性陳述不應被視作我們將達成或實現計劃及目標的聲明。本節所載的警告聲明適用於本招股章程所載的所有前瞻性陳述。

於本招股章程，我們或董事所作出的意向陳述或其提述乃就截至本招股章程日期的情況作出。任何該等資料可能因未來的發展而出現變動。

投資我們的股份涉及重大風險。　閣下於投資我們的股份前，應審慎考慮本招股章程內的所有資料，包括下述風險及不確定因素。下文描述我們認為屬重大的風險。任何以下風險均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。在任何有關情況下，我們股份的市價可能會大幅下跌，而　閣下或會損失全部或部分投資。

該等因素為未必會發生的或然事件，且我們概不能就發生任何該等或然事件的可能性發表任何意見。除非另有指明，否則已提供的資料均為截至最後可行日期的資料，不會於本招股章程日期後更新，並受限於本招股章程「前瞻性陳述」一節的警示聲明。

與我們的業務及行業有關的風險

於往績記錄期間，我們的財務業績出現波動，主要歸因於我們*魔胴*咖啡的銷量出現波動。我們不能向　閣下保證，我們將能夠保持我們在發展初期所經歷的增長率。

於往績記錄期間，我們的經營規模大幅增長及財務業績亦有一定波動。我們的總收入由2019年的人民幣86.6百萬元增長427.6%至2020年的人民幣456.9百萬元，並由2020年的人民幣456.9百萬元下降20.0%至2021年的人民幣365.3百萬元，及由2021年的人民幣365.3百萬元減少5.8%至2022年的人民幣344.2百萬元。具體而言，我們的收入波動主要因2019年4月推出的*魔胴*咖啡的銷售所致，其銷售收入分別佔2019年、2020年、2021年及2022年我們總收入的83.0%、72.8%、62.3%及43.8%。我們的總收入於2021年至2022年減少乃主要由於地方政府針對COVID-19疫情反覆採取防控措施導致我們的業務中斷及自2020年7月以來*周遊記*1的重大宣傳效應結束，令我們來自新零售業務的收入減少所致。

作為一家經營歷史相對有限的公司，我們過往的增長未必能代表我們的未來表現。我們無法向　閣下保證我們將能夠以2019年及2020年的增長速度增長，從截至2021年12月31日止年度的收入及利潤下降中恢復，或從截至2022年12月31日止年度新零售分部所得收入下降中恢復。特別是，倘*魔胴*咖啡的需求或其售價下降，而我們無法從我們提供的其他產品或服務中獲得充足的收入，我們的業務前景、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。此外，我們未必能成功執行增長策略，即使我們實現策略計劃，我們仍未必能維持盈利能力。於未來期間，我們的收入可能會進一步下跌或增長可能會低於我們的預期。我們日後亦可能因多項原因而產生重大虧損，

其中部分原因並非我們所能控制，包括消費開支減少、競爭加劇、整體市場或行業增長放緩、出現其他業務模式以及規則、規例、政府政策或整體經濟狀況出現變動。我們難以評估前景，原因為我們可能不具備足夠的經驗以解決在迅速發展的市場中經營的公司可能會面臨的風險。倘我們的增長率下降，投資者對我們業務及前景的看法可能受到重大不利影響。鑒於經營歷史有限的公司可能遇到的風險及不確定因素， 閣下應考慮我們的前景。

我們受限於周杰倫先生(彼一直並將繼續對我們產生影響)的關鍵人物風險，於往績記錄期間，彼之形象對我們創作的活動及節目產生了重大影響，並對我們的產品銷售具有宣傳作用，且預計該作用於可預見未來將繼續存在。倘我們無法與周杰倫先生、杰威爾音樂及其任何其他聯屬人士合作，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。

我們的業務營運受限於周杰倫先生(彼一直並將繼續對我們產生影響)的關鍵人物風險，原因為我們在很大程度上依賴與周杰倫先生的合作及其二次元風格化身*周同學*，且我們受益於周杰倫先生來自IP及粉絲群等各種形式的影響力。於往績記錄期間，我們與周杰倫先生的合作對我們創作的*周遊記*1等活動及節目產生了重大影響，並對*魔胴*咖啡的銷售具有宣傳作用，預計該作用於可預見未來將繼續存在。我們通過杰威爾音樂及Archstone(分別為周杰倫先生的藝人經紀公司及代表)獲得了與周杰倫先生的合作，並不時與彼等訂立協議。杰威爾音樂一直且現時在周杰倫先生的授權下使用周杰倫先生的宣傳權，而Archstone在杰威爾音樂的授權及同意下代表周杰倫先生進行業務磋商。

我們與杰威爾音樂訂立的各現有合作協議及我們日後可能與其訂立的任何協議，包括我們與杰威爾音樂就*周同學*訂立的合作協議及IP授權協議均訂明終止理由。儘管我們與杰威爾音樂的關係保持穩定，但我們無法向 閣下保證我們日後將能夠維持這一關係，亦無法保證杰威爾音樂將會與我們訂立新的合作協議，特別是與周杰倫先生有關的合作協議。

另一方面，倘周杰倫先生、杰威爾音樂及／或Archstone之間的業務關係終止，且彼等決定不再與我們合作或授權我們使用周杰倫先生的宣傳或知識產權，或倘我們與彼等中任何一人訂立的協議終止，我們與周杰倫先生的合作可能會受到影響，且我們可能無法執行與周杰倫先生有關的項目。倘我們未與周杰倫先生合作，我們可能不再享受周杰倫先生對新零售及IP創造及營運分

部創造的推廣效果。我們亦無法確定與周杰倫先生具有相同形象及影響力的其他明星來執行我們的IP創造及營運計劃，因此，我們的IP內容創作及生成可能會受到嚴重干擾。由於上文，我們的業務營運、財務狀況及經營業績或會受到重大及／或不利影響。

由於我們的台灣股東於本集團持有權益，我們於中國內地的擴張計劃及業務營運可能會受到影響，原因為彼等須就在中國內地投資取得台灣投資委員會批准以及兩岸的緊張局勢。

根據投資審批條例，持有台灣護照的任何人士或台灣註冊實體於中國內地進行投資須經台灣投資委員會批准。有關詳情，請參閱本招股章程「監管概覽－投資審批條例」。我們無法保證台灣投資委員會目前的做法及政策未來將保持不變，而任何慣例及政策變動均可能影響我們台灣股東獲得台灣投資委員會批准的可能性。

除使用全球發售所得款項外，倘本公司向中國內地附屬公司進行任何股權增資，以致我們的任何一名台灣股東超過年度投資限額，或台灣股東無法獲得台灣投資委員會批准，則彼等可能被要求削減於本公司的持股。我們無法向　閣下保證，其將能夠及時並有序地或根本不能削減其於本公司的持股。倘任何台灣股東未能及時並有序地削減其於本公司的持股，我們未來通過股權增資對中國內地附屬公司進行投資可能會受到限制，這可能會對我們未來在中國內地的擴張計劃及前景產生影響。此外，彼等根據投資審批條例削減於本公司的持股可能會導致我們的股份成交價出現波動，或對我們的股份成交價產生重大不利影響。

就台灣股東投資本公司違反投資審批條例的任何處罰將針對違反規定的台灣股東，且相關違規行為將被處以新台幣50,000元以上新台幣25百萬元以下罰款。此類處罰將不會針對本公司或我們的台灣股東投資的中國內地實體。然而，任何違反我們台灣股東的原有限額或年度投資限額的行為，或我們台灣股東未能就其投資本集團獲得台灣投資委員會的必要批准，均可能推遲我們的擴張計劃(原因為我們將須尋找替代路線以實施我們的擴張計劃)，從而影響我們的業務營運。

此外，海峽兩岸關係一直處於緊張狀態，影響雙方的貿易、投資及其他經濟活動，尤其是在COVID-19爆發以來，旅行限制有所收緊。由於我們的若干股東(包括馬女士、楊先生、葉女士

及陳先生)均持有台灣護照；及我們不時與台灣明星合作，包括對我們的IP創造及營運部門至關重要的周杰倫先生、庾澄慶先生、劉畊宏先生及王女士，及海峽兩岸緊張局勢的任何進一步升級或任何升級的消息及傳言均可能給海峽兩岸經濟活動帶來不確定因素，進而可能影響到像我們這樣在兩岸有合作的公司。此外，我們無法控制有關人士及／或其相關明星或透過社交媒體及其他宣傳形式進行的密切接觸所發表的聲明或所作的行動，而不斷升級的地緣政治緊張局勢可能會導致中國大陸或台灣當局及／或消費者對有關人士有意或無意的社會或政治聲明或行動採取不利立場，而此等言論或行動可能會對我們的業務、經營業績及擴張計劃產生不利影響。

我們與杰威爾音樂的IP授權協議受到限制，尤其是我們於其項下的優先權並非獨家(*周同學*項目除外)。倘杰威爾音樂決定不再與我們合作周杰倫先生相關的項目，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到不利影響。

根據IP授權協議，我們透過杰威爾音樂與周杰倫先生合作受到限制，例如，我們獲授予非獨家優先權以(其中包括)(i)在動漫及電影項目中設計及開發以周杰倫先生形象為中心的虛擬偶像，(ii)設計及策劃與周杰倫先生有關的節目，及(iii)投資杰威爾音樂及／或周杰倫先生的好萊塢電影。即使我們提出了上述任何項目，杰威爾音樂仍可全權酌情決定是否與我們或其他第三方合作，因此根本無法保證我們能夠參與該等項目。倘我們無法與杰威爾音樂開展巨星項目(*周同學*項目除外)，或杰威爾音樂決定不與我們合作開展該等項目，我們為IP創造及營運分部制定的計劃將受到影響，以及我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

我們依賴於與周杰倫先生、劉畊宏先生、王女士及庾澄慶先生等明星在我們業務方面的合作，該等明星在消費者中的好感度或曝光率受到任何負面影響均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的新零售及／或IP創造及營運業務依賴與明星的合作。例如，我們為若干明星創作二次元風格化身並透過將我們的專有明星IP授權予業務合作夥伴為我們的IP創造及營運業務創造收入並利用該等授權創造宣傳效果為我們產品銷售賦能，從而將其變現。我們相信通過有關專有明星IP，將我們的產品與相關明星相關聯有助於我們向可能更熟悉相關IP／明星但之前未購買過我們產品的終端消費者介紹我們產品的工作，尤其是新產品。

我們專有IP的授權在很大程度上依賴於相關明星的公眾形象。然而，娛樂行業不斷變化。倘與我們合作的任何一位明星(如周杰倫先生、劉畊宏先生、王女士及庾澄慶先生等)失去人氣，或涉及任何負面報導，公眾對相關明星的負面反應可能會對我們的營運產生重大不利影響。有關負面影響可能超出我們的控制，亦超出相關明星的控制，包括但不限於市場偏好的變化、不利的媒體報道(不論是否真實)，或娛樂或社交媒體行業的規則及法規影響或限制自媒體的表演範圍和內容。任何有關負面影響均可能限制媒體曝光率，及／或我們與以有關明星為中心的專有明星IP聯合推廣產品的能力，或我們策劃以彼等為特色的媒體節目或音樂會的能力。請參閱「業務－中國近期有關明星及直播監管環境的發展－對我們已經或將會合作的其他明星及KOL的影響－於我們與劉畊宏先生及王女士合作之前發生與彼等推廣產品有關的事件」一節。倘任何有關事件對相關明星在公眾(尤其是我們的消費者)中產生持久的負面影響，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。

此外，儘管我們於往績記錄期間與明星的合作取得成功，但無法保證我們日後能夠與其他明星合作，亦無法保證我們日後與明星的合作將如我們預期般成功。我們營銷活動的成效取決於多種因素，包括但不限相應明星公眾受歡迎程度的變化及與明星進行商業活動相關的公共政策的變化。倘我們日後無法與其他明星合作或我們與明星的合作不如預期般成功，我們的業務及經營業績可能會受到不利影響。

我們依靠與KOC及KOL的合作來推廣我們的產品。相關KOC及KOL作出的任何不準確或不恰當的言論或內容或其本身的任何負面宣傳均可能令我們的聲譽受到負面影響。

於往績記錄期間，我們大部分收入來自我們的分銷商及經銷商的分銷網絡銷售，彼等可能會通過口碑進一步發展為我們產品的KOC，通過援引彼等個人經驗並對彼等粉絲施加個人影響。我們亦不時與KOL合作，通過在線平台上的直播帶貨來推廣我們的產品。我們無法始終控制此類KOC或KOL所作的評論及內容。倘與我們合作的KOC及KOL提供關於我們產品的不準確或誤導性信息，或參與任何非法、淫穢或煽動性的對話或活動，包括發佈可能損害公共利益的不適當或非法內容，我們的聲譽及業務可能會受到負面影響。此外，與我們合作的KOC及KOL可能會不

時受到媒體的負面報道及宣傳，這可能會對我們的產品、我們的品牌及本公司的聲譽產生負面影響。我們亦可能被要求花費大量時間及產生大量成本來回應與此類KOC及KOL有關的指控及負面宣傳，並且可能無法傳播該等指控及負面報道。

我們的營運及聲譽可能被視為與我們合作的KOC的聲譽有關。因此，我們的品牌形象及聲譽可能會因有關與我們合作的KOC的負面報導而受到不利影響。有關彼等的負面報導可能在我們無法控制的眾多情況下出現。任何有關負面報導(不論其真實性)均可能損害我們的聲譽，並可能導致消除有關聲譽損害的費用，以及對我們的業務、經營業績及財務狀況造成負面影響。

於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們主要依賴李婷(作為昆山汀奢的主要人員)分銷我們的昆山汀奢分銷產品，且日後可能繼續該安排。

李婷為*魔胴*咖啡分銷渠道的主要創始人之一，彼曾與我們一同參與建立分銷網絡。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們主要依賴李婷(昆山汀奢的主要人員)分銷我們的昆山汀奢分銷產品。我們聘請昆山汀奢(主要由李婷及其團隊進行)協助管理我們的分銷商及經銷商並進行產品推廣，以便我們能夠在*魔胴*咖啡推出後迅速擴大分銷網絡。有關更多詳情請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排」一節。

鑒於李婷為昆山汀奢的主要人員，我們依賴李婷管理我們分銷商及我們分銷商介紹的經銷商。

據董事所深知及確信，我們的許多分銷商及其經銷商將李婷視作新零售分銷網絡受尊重的領導者。儘管由於昆山汀奢可於未經分銷商事先同意的情況下，單方面更新其與本集團各分銷商之間簽訂的分銷協議項下的權利與義務，變更分銷代理所需的程序並不耗時，倘若李婷不再擔任我們的分銷商，或以任何方式不再參與我們的分銷網絡，我們可能無法維持與分銷商及經銷商的關係，原因為分銷商及經銷商未必願意繼續擔任本集團的分銷商及經銷商。此外，我們可能無法或根本無法及時找到合適的有類似經驗或比李婷更有經驗的個人作為替代。即使我們尋獲替代人，部分分銷商可能仍會選擇不繼續與我們及該替代分銷代理的分銷安排。在該情況下，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。

我們可能面臨與貿易及其他應收款項有關的信貸風險。

於往績記錄期間，我們的貿易應收款項主要指應收我們IP創造及營運業務客戶的款項及其他應收款項主要包括應收關聯方款項及應收第三方款項或向第三方提供的貸款。於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，本集團的貿易應收款項(扣除減值撥備後)的結餘分別為人民幣252,000元、人民幣40.2百萬元、人民幣26.1百萬元及人民幣38.1百萬元；及我們的其他應收款項結餘(扣除減值撥備後)分別為人民幣39.4百萬元、人民幣32.0百萬元、人民幣26.5百萬元及人民幣23.0百萬元。於2021年，我們已就向前營銷代理提供的一筆貸款撇銷其他應收款項人民幣3.0百萬元。我們無法保證我們能夠成功收回任何或全部應付我們的款項，我們的客戶或債務人無法結算或及時結算應付我們的款項可能會對本集團財務狀況及經營現金流量造成不利影響。倘我們無法充分管理我們的信貸風險，我們的壞賬支出可能顯著高於歷史水平，從而對我們業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

中國有關社交電子商務的相關規則及規例仍在制定中及須待詮釋，其實施涉及不確定性。

在中國社交電子商務為相對較新的業務，相關規則及規例仍在制定過程中。有關規則及規例的實施尚待不同司法權區的主管部門詮釋，其實施涉及不確定性。例如，《禁止傳銷條例》過往曾多次被地方政府機構作為監管依據對社交電商企業進行懲戒。中國有關當局，包括地區及地方政府，對社交電子商務活動的法規擁有廣泛的酌情權，並有權對其實施制裁，包括但不限於臨時凍結銀行賬戶、徵收罰款、沒收收入或暫停運營。任何不利的新法規詮釋及實施均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響。

具體而言，我們以一種新銷售模式運營，於該模式下，我們通常透過社交媒體招攬我們的終端消費者，例如我們以獨有的明星IP為中心的私域流量粉絲。我們的眾多分銷商及經銷商本身首先為我們產品的消費者。我們的管理層、銷售及營銷人員有必要花費大量時間及資源向公眾(包括主管機關及終端消費者)宣傳我們的新業務模式。主管機關或終端消費者對我們業務模式的誤解可能導致負面宣傳及潛在監管制裁，並對我們的業務造成不利影響。例如，我們於2020年及2021年分別牽涉兩起由若干地方政府機構啟動的臨時凍結賬戶的事件。向昆山市場管理局匯報且

其對我們的業務活動出具檢查意見後，我們得以無條件解除兩項賬戶凍結。我們已實施若干措施以降低未來類似監管行動的風險，但我們不能向　閣下保證，我們不會受到其他地方政府機構的類似監管行動，倘此類行動導致懲罰性措施或制裁，則可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－分銷代理協助分銷模式－因涉嫌傳銷而臨時暫停銀行賬戶」一節。

我們的品牌及產品或會被第三方假冒、仿造及／或侵權，且我們未必能夠阻止市場上假冒產品的存在。

我們依靠中國及其他司法權區的知識產權法保護我們的品牌及商標。於往績記錄期間，我們面臨外部人士的假冒及仿造，彼等以與我們的品牌名稱及商標高度相似的品牌名稱及商標製造及銷售其產品。我們正積極採取措施防止假冒產品及侵犯我們的知識產權。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－假冒產品」一節。然而，我們無法向　閣下保證，日後市場上不會發生對我們產品、商標或品牌的此類假冒、偽造或仿造行為，或即使發生，我們無法保證能夠發現或有效地解決此問題。該等假冒或偽造產品通常難以及時發現或取締。發生任何假冒或仿造我們產品或其他侵犯我們知識產權的行為，均可能對我們的聲譽及品牌名稱造成不利影響，並導致消費者對我們的品牌喪失信心。

儘管我們致力於通過持續監督各類社交電子商務平台，打擊假冒商品，且一旦發現任何對我們產品的侵權或侵佔行為，將向相關監管機關報告，但該等努力可能不足以有效保護我們的品牌及知識產權，進而可能會損害我們的聲譽及消費者對我們產品質量的看法。此外，指控侵犯我們權利及產品的訴訟費用高昂，且將分散管理層的注意力及其他業務資源。另外，倘若對假冒產品的質量有任何擔憂，且消費者未能完全區分假冒產品及我們的產品，則我們的聲譽及品牌價值或會蒙受損害。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景或會蒙受重大不利影響。

政府近期推行進一步規範娛樂行業的措施，或會對我們以獨有的明星IP為中心的業務運營產生負面影響。

我們依靠獨有的明星IP及相關IP內容，透過產生宣傳效應來為新零售業務賦能。與我們合作的當期及未來的明星可能活躍於娛樂行業。在我們的IP創造及營運中，我們策劃的眾多媒體內容及大型活動是娛樂內容。因此，我們的業務受到娛樂業相關規則和條例的影響。如於2021年9

月2日，國家廣播電視總局發佈《關於進一步加強文藝節目及其人員管理的通知》。該通知禁止(其中包括)部分媒體內容的形式和商業行為，並規定娛樂業參與者的一般資格要求。目前尚未清楚該通知將如何實施，以及其對整個娛樂業將產生何種影響。若該通知或未來娛樂行業的任何規則和條例對我們獨有的明星IP的公眾接受度或曝光度產生負面影響，或限制我們策劃的媒體內容及活動的內容或場地，我們或會未能在新零售業務中推廣與此等獨有的明星IP或相關內容有關的產品，或在我們的IP創造及營運業務中基於該等獨有的明星IP產生收入，進而可能對我們的財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的知識產權許可受若干合約限制所規限，而我們與該等權利的共同擁有人之間產生的任何爭議或分歧可能會對我們的銷售及前景造成負面影響，從而導致我們的業務盈利能力下降。

我們的健康管理產品*魔胴*咖啡以我們的專有「*周同學*」商標進行銷售。此外，我們亦參與製作綜藝節目「*周遊記*1」，我們旨在整合明星IP許可及商業項目，以擴大我們的消費者基礎及提高我們的品牌知名度。

我們乃「*周同學*」商標的兩名共同擁有人之一，而我們使用該等商標須經杰威爾音樂批准。比如，未經杰威爾音樂事先批准，我們不得向任何第三方許可使用「*周同學*」的知識產權。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－知識產權」一節。於往績記錄期間，我們實現了明星組合的多元化。於最後可行日期，我們正與其他明星洽談合作創造及開發明星IP。倘任何該等合作落實，我們對相關明星IP的權利將受我們與相關明星之間簽訂的協議條款約束。倘我們之間出現任何爭議或分歧，且未能達成共識，我們可能無法按我們的意圖或根本無法使用「*周同學*」等爭議明星IP或許可IP，這可能會導致銷售額減少，並對我們的業務前景及財務業績造成不利影響。亦請參閱本節「－倘我們未能取得、維持及充分保護我們的知識產權，尤其是我們就產品使用的商標、版權及域名，我們的經營及競爭能力可能受損，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響」及「－我們的成功取決於我們在不侵犯、侵佔或以其他方式侵害其他各方的商標、版權及專有權的情況下經營業務的能力，相關辯護成本高昂，且可能造成我們的業務及經營中斷」各段。

倘我們未能取得、維持及充分保護我們的知識產權，尤其是我們就產品使用的商標、版權及域名，我們的經營及競爭能力可能受損，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

IP許可對我們的業務營運及品牌建設至關重要。截至最後可行日期，本集團於中國註冊1,160個商標及155個版權(包括中國的軟件版權)，且我們亦正在申請並正在辦理其他知識產權的註冊。我們的版權、商標及域名為支持我們品牌的獨特而有價值的資產，有助於提升公眾對我們產品的認知。此外，我們的部分收入來自IP許可業務。我們的IP為本集團的獨特及重要資產。我們產品的銷售及市場推廣在很大程度上取決於與我們的產品相關的品牌及其他IP。

無法保證與不同國家的IP有關的權利性質及範圍，包括我們使用、維持或捍衛主要商標及版權的能力。在可能的情況下，我們倚賴商標、版權、專利及商業秘密法律，以及保密程序或其他相同或類似性質的合約限制，以建立及保護我們的IP或其他專有權利。然而，該等法律、程序及限制可能僅提供有限及不確定的保障，而我們的任何知識產權均可能受到質疑、宣告無效、規避、侵犯或盜用，包括被仿冒者盜用。此外，我們在中國以外的眾多司法權區的IP組合不及在中國的IP組合廣泛，以及中國以外其他司法權區的法律未必能如中國法律般保護我們的知識產權。保護我們商標及版權所需的成本可能重大。

我們可能無法就我們業務所用或有利於我們業務的IP的若干方面申請保護。此外，我們無法保證我們的商標、版權及其他知識產權申請將獲批准，或(倘獲批准)將提供合理有效的保護。此外，第三方過往已經及日後可能就我們的任何IP提出侵權、宣告無效或類似申索。任何該等申索(不論是否成功)可能需付出極高的辯護成本，分散管理層的注意力及資源，損害我們的聲譽及品牌，以及嚴重損害我們的業務及經營業績。

我們提起的任何訴訟或法律程序可能需要花費高昂的成本及大量時間。訴訟及其他法律程序亦使我們的IP面臨宣告無效風險，或導致我們的知識產權範圍縮小。此外，我們試圖保護及捍衛我們的商標及版權以及其他IP的努力或會無效。此外，我們可能會激起第三方向我們提出申索。我們在自身提起的任何訴訟或其他法律程序中未必會勝訴，而獲得的損害賠償或其他補救措施(如有)可能不具商業價值。

發生任何該等事件可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的產品銷售倚賴分銷商、經銷商及消費者社區文化。

我們依靠我們的分銷商將我們的產品分銷予終端消費者及經銷商。截至2022年12月31日，我們的分銷網絡包括742名分銷商及16,044名經銷商。

我們對任何第三方分銷商均無所有權或管理控制權。由於我們的分銷商及經銷商數量眾多，我們很難對彼等的行為進行全方位的嚴密監控。我們無法向　閣下保證，我們所有的分銷商及經銷商將遵守及履行彼等合約義務。此外，該等分銷商可能會以執行或不執行的方式採取與我們的業務策略不符的行動，例如未能參与我們的市場推廣及宣傳活動。倘我們的任何分銷商未能按照各自分銷協議的條款履約或根本無法履約，我們的品牌形象及終端消費者關係可能會受到不利影響。

我們相信，維持及促進涉及KOC分銷商的社區文化對我們擴大消費者基礎及提高品牌知名度至關重要。為此，我們有各種專業培訓，以確保我們的分銷商跟上最新的行業趨勢，並擁有足夠的產品及品牌知識宣傳及銷售我們的產品。有關分銷網絡的更多詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡」一節。然而，儘管我們作出努力，我們可能無法維持我們的社區文化。比如，我們的分銷商、經銷商及終端消費者之間可能會出現衝突，而任何社交媒體平台上發佈的任何煽動性／不適當的評論可能損害我們的社區文化及品牌聲譽，從而損害我們的業務前景及經營業績。

此外，我們未必能成功管理我們的分銷商及經銷商，而我們分銷網絡的任何整合或進一步擴展的成本可能超過該等努力產生的收入。概不保證我們或昆山汀奢將成功發現分銷商違反各自的分銷協議條文。分銷商及經銷商的不合規情況可能會對我們的品牌聲譽造成負面影響並中斷我們的銷售。此外，倘我們向消費者銷售的產品銷量未能維持在令人滿意的水平，或倘我們的分銷訂單未能跟蹤消費者需求，我們的分銷商可能不會向我們發出任何新訂單，彼等亦可能減少其定期訂單數目或要求折扣價。發生任何該等因素均可能導致我們的產品銷量大幅下降，從而對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。

此外，我們準確跟蹤產品銷售及分銷商存貨水平的能力有限。我們來自分銷商的銷售未必能反映終端消費者的實際銷售趨勢，且我們未必能及時收集有關市場需求及消費者對我們產品的偏好的充足資料及數據。未能準確跟蹤分銷商的銷售及存貨水平並及時收集市場資料可能導致我們無法正確預測銷售趨勢，並阻礙我們迅速調整市場推廣及產品策略以應對市場變化。

作為專註於社交媒體及獨有的明星IP社交電商的新零售公司，我們的成功取決於我們產品的持續受歡迎程度以及我們及時預測及應對行業趨勢、消費者偏好及行為變化的能力。

我們的業務及營運的成功取決於我們持續提供對終端消費者具吸引力的優質產品的能力。新零售行業部分受娛樂、健康及美容趨勢以及消費者偏好及行為的推動，而該等趨勢以及消費者偏好及行為可能會迅速轉變，並受到消費者迅速增加使用及擴散社交及數字媒體以及資料及意見的共享速度的影響。隨着行業趨勢及消費者偏好及行為不斷改變，我們亦須持續致力於發展、生產及推廣新產品，維持及提升我們的品牌知名度，實現有利的產品組合，擴大我們與不同明星的IP許可的範圍及規模，並改進我們有關如何以及在何處推廣及銷售產品的方式。

我們的成功取決於我們的產品對廣泛偏好及行為無法確切預測及可能快速變化的消費者的吸引力，以及我們能否以及時及具成本效益的方式透過(其中包括)產品創新、產品線延伸以及市場推廣及宣傳活動預測及應對行業趨勢、消費者偏好及行為。我們無法向　閣下保證，我們將能夠隨時成功預測及應對消費者偏好及行為，特別是在我們繼續擴大客戶基礎及多元化針對具不同特徵的客戶的產品種類時。倘我們無法預測及應對行業趨勢、消費者偏好及行為的變化，我們可能無法持續開發市場廣泛認可的產品，把握新興增長機遇，為現有產品採取具競爭力的銷售策略，或適當預測及管理我們的存貨。該等過失亦可能對我們的品牌形象造成負面影響，並導致客戶體驗及品牌忠誠度下降。發生任何該等情況均可能對我們的業務、前景及經營業績造成重大不利影響。

我們的業務營運可能會因我們倚賴獨家供應商生產*魔胴*咖啡而受到負面影響。

*魔胴*咖啡配方由我們與衡美集團共同開發，衡美集團目前為我們產品的獨家供應商。衡美集團持有製造產品所需的配方及技術知識。我們亦倚賴衡美集團採購*魔胴*咖啡的原材料及原料。我們與衡美集團訂立策略合作協議。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－供應商－甄選及管理供應商－我們與衡美集團的關係」一節。我們無法向　閣下保證，我們的*魔胴*咖啡獨家供應商於合約屆滿後將透過以相同條款或我們可接受的條款重續該合約，繼續與我們維持業務關係，或根本不會與我們維持該業務關係。倘供應出現任何短缺、失誤或延誤，我們倚賴獨家供應商生產*魔胴*咖啡可能對我們的業務造成重大不利影響。此外，倘獨家供應商終止或拒絕與我們重續合約或未能履行彼等有關生產*魔胴*咖啡的合約責任，我們可能無法或根本無法及時以我們可接受的條款尋獲任何合適的替代供應商作為替代。因此，我們的生產可能出現嚴重的擾亂，繼而對我們的聲譽、業務前景及經營業績造成不利影響。此外，即使我們能夠以替代供應商取代我們的獨家供應商，尋求新業務合夥人所需成本及資源可能會對我們的業務營運及財務狀況造成巨大及繁重的負擔。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－供應商」一節。

倘我們的健康管理產品不能有效地使消費者從其消費中實現各自的目標，則其可能對我們的業務、前景、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

於往績記錄期間，我們的新零售業務的絕大部分銷售收入來自健康管理產品。我們銷售多種健康管理產品，主要為*魔胴*品牌及*盈養博士*品牌。我們的健康管理產品專注於生酮飲食概念，該等產品因彼等可用於下列各項而被視為健康管理食品及飲料：(i)作為低碳水化合物飲食消費者的代餐；及(ii)用於體重管理，因為其成分包括生酮、低碳水化合物、高蛋白、高膳食纖維、維生素及益生元等健康元素。有關我們主要健康管理產品的產品特徵的詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的業務－新零售業務－健康管理產品」。

我們的健康管理產品的有效性對我們業務的成功至關重要。特別是，*魔胴*咖啡的需求量巨大，乃主要由於我們的*魔胴*咖啡深受終端消費者的歡迎。因此，倘我們的健康管理產品不再具有使消費者能夠從其消費中實現各自目標的有效功能，則我們健康管理產品的需求可能下降，且其可能對我們的業務、前景、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們擴展新產品線或類別可能使我們面臨新的挑戰及更多風險。倘我們的新產品推出不如預期般成功，則可能對我們的業務、前景、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

快速變化的娛樂及健康管理趨勢連同消費者偏好已縮短我們產品的生命週期，並要求我們持續致力於開發、生產及推廣新產品，維持及提升我們品牌的知名度以及縮短我們的產品開發及供應鏈週期。我們的持續成功取決於我們按照行業趨勢及消費者偏好以及時及具成本效益的方式開發及推出產品的能力。我們擁有一系列於不久將來推出的新低碳水化合物食品以及飲料及護膚品。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的戰略及未來計劃－透過產品開發進一步多元化產品組合」一節。倘我們未能成功及持續開發吸引客戶的新產品，則我們的收入淨額及利潤率可能受影響。

每款新產品的推出均涉及風險，並可能出現無法預期的後果。比如，由於缺乏對產品本身或價格的接受度或我們的市場推廣策略的效力有限，對新產品推出的接受度及向客戶作出的銷售額可能不如我們預期般高。推出旨在將我們的產品範圍擴大至現有客戶基礎以外的新產品，未必如我們預期般成功，原因是對有關新客戶群的偏好、趨勢及行為的數據洞察力及了解不足。我們推出新產品的能力可能受限於影響我們的供應商或製造商及時製造新產品的能力的延誤或困難。此外，由於新推出的產品，我們的若干現有產品的銷量可能會減少。

此外，產品創新可能會使我們的僱員及財務資源受壓，包括因產品創新及開發、市場推廣及宣傳而產生的費用，該等費用其後並無獲足夠的銷售水平支持。此外，我們的存貨管理及物流供應商提供的交付質素以及訂單履行服務的效力可能影響新產品的銷售，而我們可能面臨產品短缺、延誤、缺陷或不當產品交付。發生任何該等情況均可能延誤或妨礙我們實現銷售目標的能力，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

新零售行業相對較新，商業模式不斷發展。倘我們的新業務模式不能以預期的水平及速度產生或增加收益，我們的整體增長及盈利能力將受到不利影響。

新零售行業相對較新，且不斷發展。為配合行業的變動，重要的是，我們必須緊跟市場趨勢，並通過在產品及／或分銷渠道中及時開發或實施最新的商業模式來進行相應的調整。另一方面，因應對及適應變化多端的行業，我們可能需要投入大量的資源、時間及資金，而我們可能無法及時將市場研究的結果整合至業務運作中，以利用現有的市場機會。

倘我們未能跟上行業及終端消費者未來購買模式的變動，我們擴大客戶群及業務的能力可能會受到不利影響，並可能將分銷商、終端消費者及其他商業機會輸給競爭對手。無法保證我們能夠充分及迅速地對行業的變動作出回應，所有上述情況最終可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。

未來擴展及收購計劃面臨不明朗因素及風險。

我們已於本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節載列我們的未來計劃。未來計劃能否成功實施可能超出我們的控制範圍，且未來若干事件可能影響擴展計劃的順利進行，例如與法律、規則及法規的合規情況變動相關的成本變動、延遲自政府取得必要的許可證及批文。

未來，我們可能決定進軍新分銷渠道或市場或於新市場選擇性地尋求策略性收購或投資。於法律及監管框架、競爭格局及客戶偏好有別於我們現有分銷渠道或市場的新分銷渠道或市場，我們的經驗可能有限或並無相關經驗。我們可能不熟悉新分銷渠道的客戶偏好，因此，我們可能未能吸引足夠數量的終端消費者以取得盈利。

概不保證我們將成功實施擴展計劃及將落實收購。倘我們未能準確預測實施擴展計劃所需的時間、勞工及成本，或倘我們於擴展後未能遵守新分銷渠道的新監管規定或獲得足夠數量的銷售訂單或根本無法獲得訂單，則我們的業務及經營業績或會受到不利影響。

此外，我們可能會考慮策略性收購與我們的業務及營運互補的其他公司、業務、資產或技術，作為我們增長策略的一部分。新業務的策略性收購及後續整合可能需要大量管理及財務資

源，並可能導致我們現有業務的資源分散，進而可能對我們的增長及業務營運產生不利影響。所收購的業務或資產可能不會產生我們預期的財務業績，並可能會隨時間推移而出現虧損。整合新收購業務的成本及持續時間亦可能大大超出我們的預期。任何此類負面發展均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的財務狀況及經營業績可能因爆發COVID-19疫情而受到重大不利影響。

自2019年12月底以來，COVID-19疫情對全球經濟造成重大不利影響。對消費品的需求受到重大影響。根據國家統計局的資料，於2020年第一季度，中國的消費品零售總額較2019年同期減少約19.0%。中國政府及全球其他政府已實施嚴格措施控制該疫情。儘管我們的供應合夥人及其他服務合夥人於該期間不得不以較低產能經營，但我們能夠透過我們的倉庫維持充足的存貨水平及履約能力。

然而，我們的收入於2022年受到不利影響，主要是由於當地政府針對2022年COVID-19疫情反覆實施大規模的全域靜態管理控制措施。儘管如此，截至本招股章程日期，中國境內的許多隔離措施已有所放寬，我們無法預測COVID-19疫情何時會完全受到控制，亦無法保證COVID-19疫情不會惡化。倘疾病的傳播未能於可見將來得到緩解及遏制，我們的產品可能面臨原材料短缺及製作新一季*周遊記*以及策劃新的演唱會或其他大型公共活動的能力將面臨困難。因此，我們的業務營運及財務業績可能會受到不利影響，以截至2022年12月31日止年度的收入減少為證。倘中國或全球疫情嚴重惡化，我們的業務、經營業績及財務狀況可能因行業前景變動或經濟增長放緩、負面商業氣氛或其他我們無法預見的因素而受到重大不利影響。有關COVID-19疫情反覆對本集團的影響的詳情，請參閱本招股章程「業務－COVID-19爆發對我們業務的影響」一節。

基於社交媒體的新零售行業競爭激烈。倘我們未能與現有或新競爭對手有效競爭，我們可能失去市場份額，而我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。

新零售行業目前及將繼續競爭激烈。我們主要與聚焦社交電商的新零售公司競爭。我們的行業競爭激烈，而競爭乃基於多項因素，包括推出新產品的能力、產品定價、產品質素及包裝、品牌知名度、感知價值及品質、創新、線下銷售能力、客戶的功能及情感滿意度、推廣活動、宣傳、社論、電商及移動商務活動以及其他活動。

我們的競爭對手可能較我們擁有更多的財務、技術、市場推廣及其他資源，並可能投入更多資源以開發、推廣及支持彼等的產品。此外，彼等可能較我們擁有更廣泛的行業關係、更長的經營歷史及更高的品牌知名度。儘管我們的業務模式與眾不同，但業內現有及新的參與者亦可能改變彼等的業務模式並直接與我們競爭。彼等亦可能以對客戶友好的價格推出針對年輕一代的產品，或採取降價策略以使其現有產品直接與我們競爭。因此，該等競爭對手或會對消費者品味及趨勢作出更迅速的反應，尋求吸引消費者的想法並推出與我們的產品構成競爭的新產品，以獲得消費者的認可，以及採用新技術。我們難以預測競爭對手於該等方面的活動時間及規模，或我們的行業是否會出現新的競爭對手。此外，進一步的技術突破，包括增加網上零售市場競爭的新型技術及增強型技術，競爭對手推出的新產品組合以及競爭對手的市場推廣計劃的實力及成功，可能會阻礙我們的增長及業務策略的實施。

我們的競爭能力亦取決於我們品牌及產品的持續優勢、我們預測及捕捉行業趨勢及消費者偏好的能力、我們的市場推廣、創新及執行策略的成功、我們產品組合的持續多樣化、成功管理我們的新產品推出及創新、強大的業務執行力(包括訂單履行及供應鏈管理)，以及我們成功進入新市場及擴大現有地區的業務。倘我們未能繼續有效競爭，我們可能失去市場份額，而我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。

我們於截至2021年12月31日止年度錄得經營活動所得現金流出淨額。

截至2021年12月31日止年度，我們經營活動的現金流出淨額為人民幣9.3百萬元。截至2021年12月31日止年度的經營活動所得現金流出淨額主要歸因於所得稅付款人民幣50.0百萬元。我們無法向　閣下保證，未來不會因其他因素或事態發展而產生經營活動所得現金流出淨額。有關我們流動資金狀況的進一步詳情，請參閱本招股章程「財務資料－流動資金及資金資源」一節。

我們的成功取決於我們在不侵犯、侵佔或以其他方式侵害其他各方的商標、版權及專有權的情況下經營業務的能力，相關辯護成本高昂，且可能造成我們的業務及經營中斷。

我們的商業成功部分取決於我們在不侵犯、侵佔或以其他方式侵害他人的商標、專利、版權、商業秘密及其他專有權的情況下經營業務的能力。我們已採納並實施內部程序及許可慣例，以防止我們未經授權使用有關知識產權或侵犯第三方的其他權利。然而，我們無法確定該等措施可完全有效防止我們於業務過程中發生所有可能的侵犯、侵佔及侵害第三方知識產權或其他權利的情況。由於我們面對日益激烈的競爭，而訴訟成為中國解決糾紛的更常見方法，故我們就知識產權侵權申索面臨較高風險。

我們無法確定我們的營運或業務的任何方面不會或將不會侵犯或以其他方式侵害第三方持有的專利、版權或其他知識產權。尤其是由於我們的銷售及市場推廣活動可能使用包含個人肖像及他人演出的照片或視頻片段(比如我們的合作明星及KOL舉行的錄製產品推廣直播)。我們無法排除部分該等照片或視頻未獲有關表演者及／或專有權利持有人適當授權的可能性，這可能使我們因侵犯中國法律項下的肖像權或信息網絡傳播權而承擔潛在責任，亦可能存在我們並不知悉我們的營運及業務可能無意中侵犯的現有知識產權的情況。

此外，我們的內部程序及許可慣例可能無法完全有效防止我們及／或我們的僱員未經授權使用受版權保護的材料或侵犯第三方的其他權利。我們可能收到來自第三方的有關我們及／或我們的僱員侵犯或以其他方式侵害其軟件版權的申索。我們於日常業務過程中向第三方取得軟件及其他技術的許可並使用。我們可能無法繼續以可接受的條款獲得或根本無法獲得該等第三方軟件或技術許可，並可能因此面臨潛在的侵權責任。任何有關責任或我們未能以可接受的條款使用或根本無法使用任何該等第三方軟件或技術，可能會損害我們的聲譽，導致經營成本增加及／或我們的業務中斷，從而可能對我們的營運及財務業績造成重大不利影響。

我們日後可能不時面臨有關他人知識產權的法律訴訟及申索。此外，我們無法向　閣下保證，我們將不會受其他司法權區(如美國)的知識產權法律所規限。倘成功在中國、美國或其他司法權區對我們提起侵權申索，則我們可能須支付巨額罰款或其他損害賠償及罰款，可能無法以商

業上合理的條款訂立或根本無法訂立許可協議，或須受限於強制令或法庭判令。即使指控或申索缺乏理據，對其提出抗辯亦可能既耗成本又耗時間，並可能嚴重分散管理層及其他人員的精力及資源。

競爭對手及其他第三方亦可能聲稱，我們的高級職員或僱員或我們的供應商於其獲我們聘用或為我們設計及製造產品(視情況而定)期間侵犯、盜用或以其他方式侵害其產品配方、機密資料、商業秘密或其他專有資料或技術。儘管我們採取措施以防止我們的高級職員、僱員或供應商未經授權使用或披露有關第三方資料、知識產權或技術，但我們無法保證我們已實施或可能實施的內部知識產權政策、任何其他政策或合約條文將有效。倘向我們或向我們其中一名高級職員或僱員提出侵權、盜用或侵犯申索，我們的聲譽可能受損，且我們可能被要求支付受強制令或法庭判令規限的巨額損害賠償，或被要求暫停銷售我們的產品或向原告匯付我們的銷售收入，任何該等情況均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

產品質素對我們的業務至關重要。未能維持產品的質素、安全及有效性可能損害我們的聲譽，並對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。

部分消費者對我們產品所用原料喪失信心(不論實際或視為與產品污染或產品安全或質素問題有關，或包含禁止或限制使用的原料或不適當混合原料)，可能損害我們的品牌形象及可能促使消費者選擇其他產品。某一消費者對污染或有關產品安全或適用性的其他不利影響的指控，即使不屬實，亦可能需要我們耗費大量時間及資源應對該等指控，並可能不時導致銷售暫停或從受影響產品獲分銷的任何或所有市場中召回產品。任何該等事宜或召回均可能對我們的盈利能力及品牌形象造成負面影響。

倘我們的產品被發現或被視為有缺陷或不安全，或倘其未能滿足消費者的期望，我們與消費者的關係及我們品牌的吸引力可能受損，因此我們可能需要召回部分產品及／或被採取監管行動，以及我們可能失去銷售額或市場份額，或須承擔責任索償。此外，競爭對手產品的安全性或其他缺陷可能減少消費者對我們自有產品的需求(倘消費者認為產品類似)。任何該等結果均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－質量控制」一節。

我們將產品製造外判予第三方製造商。我們對該過程的控制權有限，可能會給我們的業務帶來風險，而未能有效進行產品質素控制可能對我們的聲譽、業務前景及經營業績造成不利影響。

除衡美集團外，我們亦使用第三方製造商製造我們的其他產品，我們日後增加收入的能力將部分取決於我們能否成功維持與製造商夥伴的關係。因此，倘若我們失去其中一家主要製造商或工廠或該等製造商或工廠不可用(即使是暫時的)，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成負面影響。儘管我們相信我們有能力於必要時更換我們的製造商，但任何有關行動可能耗時且成本高昂。我們相信，我們的製造業務一般佔與我們合作的各工廠總產能的很大比例，因此，與新制造商建立關係並令其以類似的條款及相若的質素工作可能具有挑戰性。由於我們目前的製造商可能不具備增加產量的能力，我們亦可能需要尋求其他製造商以應對我們產品的需求增加。倘我們未能收到製造商生產的大部分產品，或倘我們未能替換製造商，我們的銷售額及盈利能力可能會大幅降低。

我們已就產品的製造過程執行質量控制系統。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－質量控制」一節。然而，我們未必能有效控制製造商是否嚴格遵守我們的規格及指示。有關一名或多名第三方製造商不遵守我們的規定的風險以及有關我們可能無法即時或根本無法發現有關不合規情況的風險一直存在。因此，使用第三方製造商可能令我們面臨產品責任索償、行政處罰、沒收或銷毀若干產品及其收入、撤銷營業執照或施加其他行政或刑事責任。倘製造及銷售有瑕疵產品，將會損害我們的聲譽，導致產品召回、消費者訴訟及其他不利後果，從而可能對我們的業務造成重大不利影響。

此外，我們無法向　閣下保證彼等從未及不會違背彼等的契諾。製造我們產品的配方的任何泄漏、抄襲或披露可能對我們的業務前景及經營業績造成損害。倘彼等於為我們開發配方時違反與其他方的保密協議，我們可能會受到負面影響。

倘我們未能遵守不斷變化的產品安全法律、法規及標準，或我們的產品存在其他缺陷，我們可能須召回產品以及可能面臨罰款及產品責任索償，而任何一種情況均可能損害我們的聲譽、導致產生意外成本及對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們的產品及其組成成分、原料及原材料的製造、分銷及包裝須遵守複雜的產品安全相關法律、法規以及國家及行業標準。請參閱本招股章程「監管概覽－中國法律法規」一節。為遵守及促進產品安全，我們已指派質素檢驗員負責生產檢驗、產品抽樣及解決質素問題。我們亦與第三方國際測試中心合作，以不斷監督我們產品的質素與安全及不時進行抽樣檢查。此外，我們就適用於我們業務的法律、法規及標準的發展與法律顧問緊密合作。然而，由於該等法律、法規及標準相對較新，且其詮釋及執行不斷變化，故我們無法向　閣下保證主管機關在我們的業務營運合規方面將始終與我們的法律顧問團隊持有相同觀點。

我們目前將產品製造外判予第三方供應商，且於眾多情況下倚賴彼等採購原材料、組成成分及原料。因此，我們對原材料採購及製造過程並無足夠控制權，故我們不能確保我們的合約製造商選擇的所有原材料、組成成分及原料供應商將如同我們自行採購一般，符合我們的標準及預期並獲我們選擇，以及我們無法保證原材料、組成成分及原料或於製造過程中不會出現污染、缺陷或其他安全問題。

我們面臨的產品責任風險可能因我們的製造及銷量增加而提高。由於產品在按照指示使用時可能對一般人群而言屬安全，但可能對有健康問題或過敏或正服用處方藥物的人士造成不良反應，導致情況進一步複雜化。儘管我們提供我們認為充分的指示及警告，但以往未知的不良反應可能會發生。倘我們發現任何產品造成不良反應，我們可能遭受負面報導或行政處罰。倘我們的任何一批產品含有污染物、未能符合國家安全標準或出現其他缺陷或安全問題，我們可能需要暫停銷售，或(於嚴重的情況下)責令召回該批或所有存在問題產品。

為了管理及減輕任何環境、社會及管治風險，我們可能會產生額外的成本及費用，這可能會對我們的財務業績產生重大不利影響。

為了管理及減輕我們可能識別的任何環境、社會及企業管治風險，並更好地履行我們的社會責任，我們可能會產生額外的成本和費用，這可能會對我們的財務業績產生重大不利影響。例如，由於我們的目標是在我們的產品交付過程中逐漸轉向使用更環保的包裝材料，而有關材料通常成本更高，因此與包裝相關的費用可能會增加。此外，由於我們可能考慮採取措施加強工作場所的安全，我們的運營成本可能會增加。有關我們在環境、社會及管治方面的政策和願景的進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－環境、社會及管治」一節。

倘我們或我們合作的明星或KOL發佈的視頻、直播及其他內容格式中包含的內容被視為違反任何中國法律或法規或被視為不適當，或適用法律法規出現任何變動，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。

中國政府及監管機構已採取監管措施，規管視頻內容、直播及透過互聯網及直播營銷提供的其他信息。根據該等規定，互聯網內容提供者不得發佈或展示(其中包括)違反中國法律及法規，損害中國民族尊嚴或公眾利益，或推銷假冒或偽劣商品的內容。我們將密切監控與我們合作的明星及KOL進行的視頻及直播營銷活動中提供的內容。然而，隨著上市後與我們合作的明星及KOL數量的增加，無法保證我們能夠及時識別所有可能違反相關法律及法規的視頻或其他內容，或根本無法識別。

未能識別及防止傳播非法或不適當的內容可能會使我們作為直播帶貨服務提供商承擔責任。此外，中國法律及法規受限於有關部門的解釋，作為直播帶貨服務提供商，我們可能無法在所有情況下均確定可能導致我們承擔責任的內容類型。終端消費者或客戶因涉及我們的不利媒體報道、投訴或其他負面宣傳而減少購買的任何決定或會對我們的財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

再者，中國有關直播及影響力的法律及法規相對較新且不斷發展，其詮釋及實施涉及重大不確定性。因此，在若干情況下，可能難以判定何種作為或不作為可能被視作違反適用法律及法規。此外，倘日後任何新法律及法規施加新規定，我們未必能夠繼續與明星及KOL／KOC合作推廣我們的產品。

我們的成功在很大程度上倚賴高級管理層及主要僱員及高級職員的努力及貢獻，而一名或多名主要僱員流失，或我們未能吸引及挽留合資格人士及維持我們的企業文化，可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

我們的成功取決於高級管理層及主要僱員的持續及共同努力。倘我們的高級管理層無法有效或高效合作，我們的業務可能會受到嚴重干擾。然而，倘一名或多名行政人員或其他主要人員未能或不願繼續向我們提供服務，我們可能無法輕易或根本無法找到合適的替代人選。管理層及主要人員的競爭激烈，合資格人選的數目有限。我們日後可能無法挽留我們的行政人員或主要人員，或吸引及挽留經驗豐富的行政人員或主要人員。

我們未來的成功亦取決於我們能否吸引及挽留技藝精湛的技術、管理、編輯、財務、市場推廣、銷售及客戶服務僱員。合資格人士需求極大，而人才競爭可能促使我們提供較高薪酬及其他福利以吸引及留住人才。即使我們提供更高的薪酬，我們未必能成功吸引、吸納或挽留我們取得成功所需的人才。

倘任何行政人員或僱員加入競爭對手或成立競爭業務，彼等可能泄露商業機密、專有知識、客戶名單及其他寶貴資源。我們的高級管理層及主要僱員已與我們訂立僱傭協議以及保密及不競爭協議。然而，倘彼等當中的任何人士與我們之間出現任何爭議，則我們可能須承擔龐大成本及開支以在中國執行該等協議，或我們可能根本無法執行該等協議。倘未能吸引或留住主要管理層及人員，可能嚴重干擾我們的業務及增長。

我們已在各類銷售及市場推廣活動(包括廣告及宣傳活動)中投入大量精力及大量資金，以透過多種渠道擴大我們的消費者基礎。倘我們無法以具成本效益及有效率的方式進行銷售及市場推廣工作，我們的經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響。

我們已就提升我們的品牌知名度及獲取客戶投入並將繼續投入大量財務及其他資源，包括擴大市場推廣及銷售團隊、購買廣告及為明星策劃大型音樂展及演唱會。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們產生的銷售及市場推廣費用分別為人民幣14.4百萬元、人民幣94.9百萬元、人民幣93.8百萬元及人民幣72.4百萬元，分別佔我們總收入的16.6%、20.8%、25.7%及21.1%。

我們的市場推廣及品牌推廣活動可能不受好評、不成功或不具成本效益，從而可能導致日後的市場推廣費用大幅增加。我們亦可能無法繼續進行現有市場推廣及品牌推廣活動，或成功識別及利用市場推廣策略、渠道及方法的新趨勢以迎合或符合目標客戶的生活方式。我們亦可能無法以足夠快的速度調整我們的銷售及市場推廣策略，以與使用互聯網及移動設備的消費者行為改變同步。未能以具成本效益的方式從事銷售及市場推廣活動以及未能達致我們的銷售及市場推廣活動的預期結果，可能會降低我們的市場份額，導致我們的收入下降，對我們的盈利能力造成負面影響，以及嚴重損害我們的業務、財務狀況及經營業績。

此外，若未能遵守全國人民代表大會常務委員會於1994年頒佈並於2018年10月26日修訂的《中華人民共和國廣告法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》及國務院於2020年6月16日頒佈並將自2021年1月1日起生效的《化妝品監督管理條例》的相關條文以及其他相關法律及法規，將導致限制、抑制或延誤我們銷售產品的能力。有關更多詳情，請參閱本招股章程「監管概覽－中國法律法規」一節。

我們可能會受到中國對明星所進行營銷活動的監管不斷發展的不利影響。

我們創建並運營各種形式的專有IP組合，我們獨有的明星IP為我們的產品品牌賦能。我們相信，我們區別於其他市場參與者的銷售及營銷策略之一是我們專注於並有能力利用PDT將我們獨特的明星IP進行變現，以快速獲得忠誠客戶，因為與周杰倫先生、劉畊宏先生及王女士等明星與我們的產品的聯繫可以提高此類產品的知名度及親和力。

中國對明星進行營銷活動的監管不斷發展，政府主管機構已採取措施加強對中國娛樂業的監管。例如，2021年頒佈加強管理通知，針對激進的「飯圈」(為獲取不當利潤而進行的實踐)。有關詳情，請參閱本招股章程「監管概覽－中國法律法規－關於加強娛樂業監管的法規」及「監管概覽－中國法律法規－關於網絡直播營銷的法規」各節。該等明星與營銷相關的法律法規相對較新且不斷發展，其解釋及執行存在重大不確定性。因此，在若干情況下，可能很難確定哪些作為或不作為可能被視為違反適用的法律法規。此外，對我們的業務採用及應用額外的法律或法規可能會提高我們開展業務的要求，這反過來可能會增加我們的經營業務成本，擾亂我們的運營，阻礙我們的發展或增長。

我們無法向　閣下保證，後續法律法規不會使我們的運營不合規，或無法保證我們始終完全遵守適用的法律法規。倘我們必須糾正任何違規行為，我們亦可能會受到罰款或其他處罰，及倘我們確定合規運營的要求過於繁重，我們可能會選擇終止不合規運營。在每種情況下，我們的業務、財務狀況及經營業績均可能受到重大不利影響。

我們倚賴第三方服務供應商提供物流服務。倘該等服務供應商未能提供可靠的交付服務，我們的業務及聲譽可能受到不利影響。

我們倚賴第三方快遞及物流供應商進行訂單履行及交付服務，包括(其中包括)收集產品、倉儲服務、將產品運送予我們的客戶及送至我們的指定倉庫以及處理產品退貨。儘管該等安排使我們能夠專注於我們的主要業務，但卻削弱我們對向客戶提供的物流服務的直接控制。我們的主要地點或轉運至最終目的地的物流可能因各種原因而中斷，包括我們或該等服務供應商無法控制的事件，比如惡劣的天氣、自然及人為災難、流行病、資訊技術系統故障、運輸中斷、勞工動亂、商業爭議、軍事行動或經濟、商業、環境、公共衛生或政治問題。

此外，倘我們的第三方物流服務供應商未能遵守中國的適用規則及規例，我們的交付服務可能受到重大不利影響。倘我們的任何服務供應商的營運或服務受到干擾或終止，我們可能無法以及時且可靠的方式按照令我們滿意的商業條款找到或根本無法找到其他合資格服務供應商。此外，已訂約第三方物流服務供應商的交付人員代表我們行事並親身與客戶溝通。我們需要有效管理該等第三方物流服務供應商，以確保我們的客戶服務的質素。倘我們的產品未能完好或及時交付或未能向我們的客戶提供優質的交付服務，我們的產品質量可能受損以及客戶體驗可能受損，因此，我們的業務及聲譽可能受到影響。此外，倘我們的物流供應商提高其費率，我們可能產生額外成本，且可能無法將該等成本轉嫁予我們的客戶。

我們的成功部分取決於我們成功管理存貨的能力。我們可能面臨存貨陳舊的風險。

我們必須維持足夠的存貨水平以成功經營我們的業務，但我們亦必須避免累積過多存貨，因其將增加營運資金需求及降低毛利率。我們從第三方製造商獲得絕大部分存貨，且通常必須在產品售予我們的客戶之前提早訂購該等產品。因此，我們可能難以應對消費者偏好及市況的變化，因為保健及美容產品方面的消費者偏好及市況變化迅速。倘我們未能準確預測若干產品的受

歡迎程度，則我們未必有足夠存貨以滿足需求。另外，倘需求或未來銷量未能達到我們的預期水平，我們可能有過剩存貨需要長時間持有、撇減、以低於預期的價格出售或丟棄。倘我們未能成功管理存貨，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到不利影響。

我們亦可能因分銷商的存貨政策及慣例變動而受到負面影響。我們的分銷商並無就採購量向我們作出具約束力的長期承諾，並透過交付採購訂單作出所有採購。因此，任何分銷商可自由減少其產品的整體採購量，並減少其所銷售產品的數目及種類以及分配予我們產品的貨架空間。倘需求或未來銷量未能達到我們的預期水平，我們可能會有過剩存貨。倘我們未能成功管理存貨，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到不利影響。

另外，我們的業務倚賴消費者對我們產品的需求。消費者對我們產品的需求出現任何變動或發生災難性事件均可能對我們的產品銷售造成不利影響，從而導致存貨陳舊，存貨價值下降或存貨撇銷。

倘我們釐定我們的預付款項及其他流動資產將發生減值，則我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。

我們的預付款項及其他流動資產主要包括向我們的新零售業務供應商及我們的IP創造及營運業務的服務提供商支付的預付款項。於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的預付款項及其他流動資產分別為人民幣16.6百萬元、人民幣31.3百萬元、人民幣53.7百萬元及人民幣53.1百萬元，分別佔我們流動資產的主要部分。

當有事件或情況變化表明賬面值可能無法收回時，我們可能需要計提預付款項及其他流動資產減值虧損撥備。預付款項及其他流動資產的減值評估涉及重大的管理層判斷、估計和假設。我們的管理層通常會考慮供應商及／或服務提供商的信譽、財務業績及違約歷史(如有)以及我們無法控制的其他因素。因此，出現任何重大變化的情況可能對我們的預測及預計產生負面影響，進而可能導致我們的預付款項及其他流動資產的賬面金額下降並造成減值。我們的評估結果亦可能與實際結果存在重大差異，我們對預付款項及其他流動資產減值的定期評估結果可能不準確。於往績記錄期間，我們並無錄得我們預付款項及其他流動資產的任何減值虧損。然而，無法保證我們日後不會產生減值虧損。任何重大減值虧損都可能對我們的業務、經營業績和財務狀況造成重大不利影響。

我們的電視節目版權可能面臨減值。

於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們錄得電視節目版權人民幣77.2百萬元、零、人民幣13.6百萬元及人民幣89.6百萬元，分別來自*周遊記*1及2的製作。我們評估電視節目版權是否存在減值指標，並計提不超過其可變現淨額的減值(如有)。於釐定電視節目版權是否存在減值指標及其可變現淨額時，我們同時參考銷量預測、銷售及分銷成本預算及市況等內部及外部市場資料。倘有任何減值跡象，我們可能須就我們的電視節目版權入賬減值開支，這可能對我們於相關年度的經營業績造成重大不利影響。

由於使用需要判斷及假設且具有固有不確定性的不可觀察輸入數據，我們面臨以公平值計入損益的金融資產的公平值變動及估值不確定性的風險，其公平值的任何不利變動可能直接影響我們的經營業績。

截至2021年12月31日止年度，本集團購買若干具有浮動回報的理財產品，而我們於按公平值計入損益(「**按公平值計入損益**」)的金融資產公平值變動錄得其他收益人民幣0.4百萬元。

由於我們的金融資產的價值取決於基礎金融工具的投資表現，因此我們的投資承受與該等基礎金融工具相關的所有風險，包括此類產品的發行商違約或破產的可能性。我們投資的金融工具的價值變化導致未來投資中任何潛在已變現或未變現的虧損，可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。我們在活躍市場中未交易的金融資產的公平值乃使用估值技術釐定，當中需要判斷及假設，並且涉及使用不可觀察輸入數據，例如相關投資組合的預期收益及折現率。估計所使用的基準及假設的變化可能會嚴重影響該等金融資產及／或金融負債的公平值。我們無法控制的因素(包括但不限於整體經濟狀況、市場利率變動及資本市場的穩定性)可能會對估計產生重大影響並造成不利變化，從而影響公平值。於截至2021年12月31日止年度，我們錄得按公平值計入損益計量的金融資產公平值變動約人民幣435,000元。估值可能涉及重大的判斷及假設，而當中具有固有不確定性。倘若按公平值計入損益計量的金融資產的公平值出現波動，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

未能就合約負債履行責任可能會對我們的經營業績、資金流動性及財務狀況造成重大不利影響。

我們合約負債主要來自分銷商為購買我們產品而作出的預付款項，該等預付款項由昆山汀奢通過聯合控制賬戶獲取。我們會將此類收據作為合約負債提前入賬，原因為我們將昆山汀奢視為我們的代理，以代表我們收取向我們定期結清並結算的該等預付款項。於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的合約負債分別為人民幣13.5百萬元、人民幣64.5百萬元、人民幣59.3百萬元及人民幣31.4百萬元。由於我們通過昆山汀奢向分銷商提供我們的產品受多種因素影響，包括第三方製造商生產我們的產品，因此無法保證我們將能夠履行合約負債中的責任。倘我們無法履行我們對合約負債的責任，則合約負債金額將不會被確認為收益，而我們可能必須退還分銷商作出的預付款項。因此，我們的經營業績、資金流動性及財務狀況可能會受重大不利影響。

對我們電視節目的投資結算屬非經常性性質。

截至2020年12月31日止年度，我們錄得其他收益人民幣9.4百萬元，此乃獨立第三方為提前終止其於*周遊記*1的投資而支付的結算金額。有關詳情，請參閱本招股章程「財務資料－經營業績主要組成部分的描述－其他收益／(虧損)，淨額」一節以及本招股章程附錄一會計師報告附註6。對電視節目的投資結算屬非經常性性質。第三方投資者可能會決定通過修改或終止與我們的投資協議予以減少、延遲或停止投資，而我們無法向　閣下保證我們日後能夠與此類投資者達成和解。

政府補助的非經常性可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

於往績記錄期間，本集團獲得中國政府的政府補助，作為對我們運營的支持。特別是，我們於2022年獲得政府補助人民幣16.5百萬元，主要包括(i)昆山市財政局在疫情期間因致力維護員工及業務穩定而提供的財政補貼；及(ii)政府就我們對昆山花橋經濟開發區業務所作貢獻頒發的一次性獎勵。詳情請參閱本招股章程附錄一會計師報告中附註6。

我們不能保證未來能夠獲得政府補助。由於政府補助於往績記錄期間對我們的盈利能力有一定貢獻，政府補助的非經常性可能影響我們的盈利能力。因此，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會因政府補助的非經常性而受到影響。

嚴重及持續的經濟下行可能對消費者的可支配開支以及對我們的產品及服務的需求造成負面影響，從而對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們的產品可視作消費者的非生活必需品。影響該等非生活必需品的消費支出水平的因素包括整體經濟狀況及其他因素，比如消費者對未來經濟狀況的信心、消費者意欲、消費者信貸的可獲得性及成本、失業水平及稅率。不利的經濟狀況可能導致消費者延遲或減少購買我們的產品，且消費者對我們產品的需求未必如預期般增長。我們對經濟週期的敏感度及消費者對我們的產品及服務的需求的任何相關波動可能對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。

我們的系統及網絡的安全漏洞及攻擊可能導致我們所收集的數據及資料洩漏及未經授權披露，因而可能損害我們的品牌形象、業務及經營業績。

儘管我們已實施安全措施，但我們可能遭遇不同程度的網絡攻擊，包括企圖入侵我們的雲端或內聯網，竊取客戶及商業資料或自我們獲得經濟利益。我們的安全措施亦可能因僱員的錯誤、瀆職或其他原因而遭違反。此外，外部各方可能會試圖欺詐性地誘使我們的僱員披露敏感資料以獲取我們的數據，或以其他方式獲取該等數據。任何該等違規或未經授權的訪問均可能導致重大法律及財務風險，損害我們的聲譽及失去對我們的資訊系統安全的信心，從而阻止我們的客戶與我們合作，並對我們的業務及經營業績造成不利影響。

由於用於實現未經授權的訪問、禁用或降級服務或破壞系統的技術頻繁發生變化，及經常要待針對某個目標啟動後才能識別，我們可能無法預測該等技術或實施充分的預防措施。倘發生實際或被視為違反我們的安全的行為，我們的客戶及商業夥伴對我們的安全措施有效性的看法可能受損，我們可能會失去客戶及商業夥伴。此外，我們可能無法維持與客戶及商業夥伴的參與程度，以及我們可能面臨重大法律及財務風險，包括法律申索及監管罰款及處罰。任何該等訴訟均可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

未能成功運作及升級我們的資訊系統及程序，以及無法及時實施新技術，或會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

隨着我們的業務發展，我們將繼續投資、實施及升級我們的資訊科技系統及程序。倘並無進行有關改進，我們的營運可能會因無法預料的系統中斷、數據處理速度慢、服務水平不穩定、

質素受損或延誤報告準確資料而受到影響，任何因素均可能對我們的聲譽及吸引及挽留客戶的能力造成負面影響。然而，有關升級可能令我們承受與該等系統變動相關的固有成本及風險，包括我們內部控制架構的潛在中斷、額外行政及營運開支、未能獲得或挽留足夠技術人員以推行及運作新系統、管理時間的需求及其他風險以及有關過渡至現有系統或將新系統整合至現有系統的延誤或困難的成本。倘我們未能以及時、有效及具成本效益的方式應對技術變化或充分維護及升級我們的系統及基礎設施以應對不斷變化的業務需求，我們的業務或會受到不利影響。

我們需要多項批准、牌照、許可證及登記以經營我們的業務，而未能取得或重續任何該等批准、牌照、許可證及登記或未能根據新頒佈的政府政策、法律或法規達成上述各項均可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

基於社交媒體的電商行業受到高度監管，並需要多項牌照、許可證及批准以開展及發展業務。由於我們增加產品及服務供應，我們亦可能須遵守新的或以往不適用於我們的現有法律及法規。於2018年8月，全國人大常委會頒佈《電子商務法》，對電商平台營運商施加若干新規定及責任。根據相關中國法律及法規，電商業務營運商須依法經營並履行保護消費者權利及權益、知識產權以及網絡安全及個人資料的相關責任。我們已採納一系列措施以符合《電子商務法》的規定。

儘管我們現時持有業務營運所需的所有重要牌照及許可證，但我們無法向　閣下保證我們日後不會受到任何處罰或紀律處分。有關我們為經營業務而持有的牌照、許可證及批准的更多詳情，請參閱本招股章程「業務－牌照、監管批文及許可證」一節。此外，我們持有的若干牌照、許可證或登記須定期重續。倘我們的一個或多個牌照及證書於其現有期限屆滿時未能維持或重續，或未能及時取得有關續期，我們的營運可能會中斷，以及我們可能面臨處罰及(在極端情況下)被責令暫停或終止我們的網站及在線業務。

此外，由於現行法律的詮釋及執行存在不確定因素及採納其他法律及法規，我們所持牌照、許可證、登記或備案可能被中國政府視為不足，從而可能限制我們擴大經營範圍的能力及可能令我們遭受罰款或其他監管行動。此外，隨著我們發展及擴大經營範圍，我們可能需要取得其他許可證及牌照，而我們無法保證我們將能夠及時或根本無法取得該等許可證。遵守政府法規可

能需要龐大開支，而任何違規行為均可能令我們承擔責任。倘出現任何不合規情況，我們可能須承擔龐大開支及分散大量管理時間及資源以解決任何不足之處。我們亦可能因該等不足之處而遭受負面報導，這可能對我們的業務及財務表現造成重大不利影響。

基於會議業務的性質，我們面臨潛在責任、法律索償開支及對我們業務的損害。

我們須遵守與我們的會議有關的法律、法規及其他義務。我們可能因遵守適用法律及法規而產生重大開支。我們須從多個層級的政府公共安全及商務機關取得有關會議或活動的批准、許可證及文件，而我們在取得所需批准、許可證及文件以主辦會議或活動時可能面臨延誤或障礙。倘我們於取得主辦有關會議或活動的必要批准、許可證及文件方面遭遇延誤或未能取得以上各項，我們的銷售及經營業績可能受到不利影響。此外，我們亦因有關會議業務的法律申索(包括與指稱由我們、創作人、服務供應商、合作夥伴或無關聯第三方所造成的活動傷害有關的潛在申索)而面臨潛在責任及開支。例如，第三方可能就與會議或其他活動中發生的事件有關的人身傷害向我們提出法律申索。即使我們的人員並無涉及該等事件，我們仍可能面臨法律申索及仍須支付龐大費用以解決該等申索。

我們的退換貨政策的變動及不當使用可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

我們已採納的運輸政策並不一定會將全部運輸成本轉嫁予客戶。我們亦已採納退換貨政策，該等政策允許客戶於七天內無理由退貨，或於30天內無理由換貨。我們亦可能不時須依法採納新訂或修訂現有的退換貨政策。然而，該等政策亦令我們須承擔額外成本及開支，而我們未必能透過增加的收入收回該等成本及開支。倘我們的交付、退換貨政策被大量客戶不當使用，或倘若退貨或換貨率超出過往記錄或以其他方式大幅增加，則我們的成本或會大幅增加，而我們的經營業績或會受到重大不利影響。倘我們修訂該等政策以降低成本及開支，我們的客戶可能會不滿意，這可能導致現有客戶流失或未能按理想速度獲得新客戶，從而可能對我們的經營業績造成重大不利影響。

我們的業務保險範圍有限，這可能令我們面臨重大成本及業務中斷。

目前，中國保險公司提供的一系列保險產品並無如較發達經濟體的保險公司所提供者一般廣泛。我們並無投購涵蓋我們營運的任何業務責任或中斷保險。我們已確定，就該等風險投保的

成本及與按商業上合理的條款購買有關保險有關的困難，使我們購買有關保險變得不切實際。任何未投保事件均可能使我們的業務營運中斷，要求我們承擔重大成本及分散我們的資源，從而可能對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。有關我們保單的更多詳情，請參閱本招股章程「業務－保險」一節。

我們的部分租賃物業並無在相關機構完成登記手續且存在業權瑕疵。

我們的主要行政辦事處位於江蘇省昆山市的租賃物業。根據相關中國法律，所有租賃協議均須在相關土地及房地產管理局進行登記。然而，截至最後可行日期，所有租賃物業有關的租賃協議並無於中國相關土地及房地產管理局進行登記及備案，原因為相關出租人未能向我們提供必要文件以於當地政府機關登記相關租賃。如我們的中國法律顧問所告知，未能完成租賃協議的登記及備案不會影響租賃協議的有效性或引致我們須遷出租賃物業。然而，相關中國機構可能就各租賃協議處以人民幣1,000元至人民幣10,000元不等的罰款。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－物業－租賃物業」一節。

此外，截至最後可行日期，就我們於中國的40項租賃物業中的六項而言，出租人並無提供有效所有權證，作商業用途的有效所有權證或相關授權文件可證明彼等租賃物業的權利。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－物業－租賃物業」一節。因此，我們無法向　閣下保證，我們不會就我們所租賃的物業因相關出租人並無持有有效所有權證而面臨任何質疑、針對我們提起的訴訟或採取的其他行動。任何有關我們所佔用物業的業權的爭議或申索(包括涉及非法或未經授權使用該等物業的指控的任何訴訟)均可能要求我們搬遷我們佔用該等物業的辦公室及員工宿舍。倘我們的任何租賃因來自第三方或政府的質疑遭到終止或廢止，我們將須物色替代物業並產生搬遷成本。任何搬遷均會中斷我們的營運並對我們的業務、財務狀況、經營業績及發展前景造成不利影響。

我們建立股權激勵機制，並將於未來繼續授出購股權計劃，這可能會在實施後導致以股份為基礎的薪酬開支增加，並對我們的經營業績造成負面影響，且根據首次公開發售後購股權計劃授出的任何購股權可能會攤薄股東的股權。

於2023年6月19日，董事會批准設立首次公開發售後購股權計劃。首次公開發售後購股權計劃自上市日期起計10年有效及生效。根據首次公開發售後購股權計劃項下的所有獎勵可發行的

股份數目上限為80,000,000股。請參閱本招股章程附錄五「法定及一般資料－D.購股權計劃－2.首次公開發售後購股權計劃」一節。我們相信，授出以股份為基礎的薪酬對我們吸引及挽留主要人員及僱員的能力而言至關重要，而我們日後將繼續向僱員授出以股份為基礎的薪酬。因此，我們與以股份為基礎的薪酬有關的開支可能增加，從而可能對我們的經營業績造成不利影響。此外，任何額外授予的股份獎勵亦將攤薄現有股東的股權。

任何未來自然災害、戰爭或恐怖主義行為、任何傳染性疾病的爆發、流行病或發生我們無法控制的其他事件均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

自然災害、戰爭或恐怖主義行為或我們無法控制的其他因素均可能對我們經營業務所在地區的經濟、基礎設施及民生造成不利影響。我們的業務可能受到洪水、地震、沙塵暴、暴風雪、火災或旱災、電力、水或燃料短缺、資訊管理系統故障、失靈及崩潰、意外維護或技術問題的威脅，或易受潛在戰爭或恐怖襲擊的威脅。嚴重的自然災害可能導致人員傷亡、財產損失、業務及營運中斷。戰爭或恐怖主義行為亦可能傷害我們的員工，造成人員傷亡，我們的業務網絡中斷以及破壞我們的市場。上述任何因素及我們無法控制的其他因素均可能對整體營商氣氛及環境造成不利影響，導致我們經營業務所在地區面臨不確定性，導致我們的業務以我們無法預測的方式受損，以及對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們無法保證在日常業務過程中不會牽涉索償、爭議或法律程序。

在日常業務過程中，我們可能不時牽涉索償、爭議或法律程序。該等事項可能涉及(其中包括)與我們的保健及美容產品有關的產品質素事件、環保事宜、違反合約、僱傭或勞資糾紛及侵犯我們的知識產權方面的問題。截至最後可行日期，我們並無牽涉可能對我們的業務及經營業績造成重大影響的任何訴訟或法律程序。我們提起或針對我們提出的任何索償、爭議或法律程序(不論是否有依據)均可能導致重大成本及資源分散，而倘我們未能勝訴，可能嚴重損害我們的聲譽。此外，就我們提出的索償、爭議或法律程序可能是由於我們的供應商向我們出售的供應品有瑕疵而引起，而該等供應商可能無法及時或根本無法就我們因有關索償、爭議及法律程序而招致的任何成本向我們作出悉數彌償。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－法律程序及合規事宜」一節。

我們的業務營運可能受季節性影響。

我們的經營業績(尤其是新零售分部的經營業績)或會受到我們的促銷及營銷活動(可能視乎一年中的各種購物節而定)的影響。例如，我們可能會於每年第二季度的618活動及／或第四季度的雙11及雙12活動中錄得較高的產品銷量。因此，我們業務的各個方面(包括銷售、營運資金及營運現金流)可能會受到與產品需求的季節性波動有關的風險，而我們半年業績可能不能反映我們未來全年業績。

與在中國經營業務有關的風險

由於我們的所有業務均在中國進行，故我們易受中國政治、經濟及社會狀況以及政府政策的不利變動所影響，該等不利變動可能對我們的業務、前景及經營業績造成負面影響。

我們的絕大部分資產及業務位於中國。因此，我們的業務、前景、財務狀況及經營業績可能在很大程度上受中國整體政治、經濟及社會狀況以及中國整體經濟持續增長所影響。

中國經濟正由計劃經濟轉型為更加以市場為導向的經濟。然而，中國的大部分生產性資產仍屬國有，且中國政府高度控制該等資產。中國經濟在政府干預程度、發展水平、增長率、外匯管控及資源分配等眾多方面有別於大多數發達國家的經濟。儘管中國政府已實行措施著重利用市場力量進行經濟改革，同時減少國家對生產性資產的所有權及在商業企業中建立完善的企業管治，中國相當大部分生產性資產仍由政府控制。此外，中國政府通過落實行業政策持續在規管行業發展方面發揮重要作用。中國政府亦通過調配資源、控制以外幣計值負債的付款、制訂貨幣政策及向特定行業或公司提供優惠待遇，大力管控中國經濟增長。

儘管中國經濟於過去數十年大幅增長，但各區域及經濟領域的增長並不均衡。此外，增長速度自2012年以來一直放緩，且2020年COVID-19嚴重影響中國及全球經濟。尤其是，中國國家統計局報告，2020年第一季度國內生產總值較2019年同期下降6.8%。中國經濟狀況、中國政府政策或中國法律及法規的任何不利變動均可能對中國整體經濟增長造成重大不利影響。該等事態

發展可能對我們的業務及經營業績造成不利影響，導致對我們解決方案及服務的需求減少，從而對我們的競爭地位造成不利影響。

中國政府已實施多項措施鼓勵經濟增長及指導資源分配。部分該等措施可能有利於中國整體經濟，但可能對我們造成負面影響。例如，我們的財務狀況及經營業績可能因政府管控資本投資或稅務法規變動而受到不利影響。此外，中國政府過往已實施若干措施(包括利率調整)控制經濟增長速度。該等措施可能導致中國經濟活動減少，從而可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

有關中國法律及法規的詮釋及執行的不確定因素可能限制　閣下及我們可獲得的法律保障。

中國法律體系以成文法規為基礎。與普通法體系不同，其乃法律案件具有有限先例價值的體系。於1970年代末，中國政府開始頒佈全面的法律及法規體系，以規管整體經濟事項。過去三十年，立法的整體效果極大提高對中國各種形式的外商或私營部門投資的保障。我們的中國附屬公司須遵守一般適用於中國公司的多項中國法律及法規。然而，由於該等法律及法規相對較新，且中國法律體系持續快速發展，眾多法律、法規及規則的詮釋並非總是統一的，而該等法律、法規及規則的執行涉及不確定因素。

我們可能須不時訴諸行政及法院訴訟程序以強制執行我們的合法權利。然而，由於中國行政及法院機關於詮釋及執行法定及合約條款方面的酌情權可能有所不同，故相比更成熟的法律體系，行政及法院訴訟程序的結果以及我們所享有的法律保障程度可能更難評估。此外，中國法律體系部分依據政府政策及內部規則，但部分政府政策及內部規則並無及時公佈或根本未公佈，但可能具有追溯效力。因此，我們可能於違反該等政策及規則後一段時間方知悉我們違反該等政策及規則。該等不確定因素(包括我們的合約、財產(包括知識產權)及訴訟權利的範圍及效力所涉不確定因素)及未能應對中國監管環境的變動可能對我們的業務造成重大不利影響，因而阻礙我們持續經營業務的能力。

我們可能因互聯網相關業務及公司所涉及中國法規的複雜性、不確定因素及變動而受到不利影響。

中國政府廣泛監管互聯網行業，包括互聯網行業公司的外資擁有權以及有關牌照及許可證

規定。該等互聯網相關法律及法規相對較新且不斷變化，其詮釋及執行涉及重大不確定因素。因此，在若干情況下可能難以確定被視為違反適用法律及法規的行為或不作為。

不斷變化的中國互聯網行業監管制度可能會導致建立新的監管機構。例如，於2011年5月，國務院宣佈成立國家互聯網信息辦公室(國務院新聞辦公室、工信部及公安部參與)。國家互聯網信息辦公室的主要職責為促進這一領域的政策制定及立法發展，指導及協調有關部門在線上內容管理方面的工作，並處理與互聯網行業有關的跨部門監管事項。

由於互聯網及其他線上服務日益普及且使用日益增多，已就線上銷售、廣告、獲取客戶、數據收集及使用、或與互聯網行業有關的其他事宜採納多項法律及法規，且日後可能會採納更多法律及法規。採納其他法律或法規、就我們的業務應用司法權區(其法律現時不適用於我們的業務)的法律及法規、或就我們的業務應用以往不適用於數字形式服務的現有法律及法規或會提高我們經營業務的要求，繼而可能增加我們經營業務的成本，中斷我們的營運及阻礙整體互聯網行業的發展或增長。

我們無法向　閣下保證，其後的法律及法規或現有法律及法規的詮釋不會導致我們的營運不合規或我們將一直全面遵守適用法律及法規。倘我們必須糾正任何違規行為，我們可能被要求以削弱我們客戶體驗的方式修改我們的業務模式。我們亦可能被處以罰款或其他處罰，以及倘我們認為合規經營的規定過於繁重，我們可能選擇終止不合規業務。在各情況下，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

併購規則及若干其他中國法規就外國投資者進行部分中國公司收購事項制定複雜程序，可能使我們更難以在中國透過收購實現增長。

中國六家監管機構於2006年採納並於2009年修訂的《關於外國投資者併購境內企業的規定》(或併購規定)以及若干其他有關併購的法規及規則，就外國投資者進行部分中國公司收購事項制定複雜的程序及規定，包括規定在若干情況下事先向商務部知會外國投資者控制中國境內企業的任何控制權變動交易。此外，全國人民代表大會常務委員會頒佈於2008年生效的《反壟斷法》規

定，被視為集中且涉及具特定營業額門檻的人士的交易須經商務部批准後方可完成。此外，商務部頒佈並於2011年9月生效的安全審查規則訂明，外國投資者進行會產生「國防安全」問題的併購及外國投資者藉以實際控制境內企業而產生「國家安全」問題的併購須經商務部嚴格審查，以及有關規則禁止任何意圖繞過安全審查的活動，包括透過受委代表或合約控制安排訂立交易。

未來，我們可能尋求與我們業務及營運互補的潛在策略性收購。遵守上述法規及其他相關規則的規定以完成有關交易可能耗時甚久，而任何所需的審批程序(包括取得商務部的批准或許可)可能延誤或阻礙我們完成有關交易的能力，從而可能影響我們擴大業務或維持市場份額的能力。

閣下可能難以根據外國法律向我們或名列招股章程的管理層送達法律程序文件，執行外國判決或於中國提出訴訟。

我們乃根據開曼群島法律註冊成立的獲豁免公司，然而，我們絕大部分業務在中國經營，且絕大部分資產均位於中國。因此， 閣下可能難以向我們或名列招股章程的中國內地管理層送達法律程序文件。 閣下亦可能難以在美國法院針對我們及我們的高級職員及董事執行於美國法院根據美國聯邦證券法的民事責任條文取得的判決，因為我們的大部分高級職員及董事現時居住於美國境外。此外，開曼群島或中國的法院是否會承認或執行由美國法院根據美國或任何州的證券法律的民事責任條文對我們或有關人士作出的判決具有不確定性。

《中華人民共和國民事訴訟法》規定承認及執行外國判決。中國法院可根據《中華人民共和國民事訴訟法》規定，基於中國與作出判決的國家之間的條約或司法權區之間的互惠原則，承認及執行外國判決。中國與美國並無訂立任何條約或其他形式的書面安排，以規定相互承認及執行外國判決。此外，根據《中華人民共和國民事訴訟法》，倘中國法院認定針對我們或我們的董事及高級職員作出的外國判決違反中國法律的基本原則或國家主權、安全或公眾利益，則不會執行該判決。因此，中國法院會否以及基於何種基準執行美國法院作出的判決存在不確定性。

就中國企業所得稅而言，我們可能被分類為「中國居民企業」，這可能對我們及我們的股東造成不利的稅務後果，並對我們的經營業績及　閣下的投資價值造成重大不利影響。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施條例，於中國境外成立但「實際管理機構」位於中國境內的企業被視為「居民企業」，須就其全球收入按25%的稅率繳納企業所得稅。實施條例將「實際管理機構」定義為對企業的業務、生產、人員、賬目及財產進行全面及實質控制及整體管理的機構。於2009年4月，國家稅務總局(或國稅總局)頒佈一項通知(稱為第82號文)，規定認定境外註冊成立的中國控制企業的「實際管理機構」是否位於中國的若干特定標準。儘管該通知僅適用於受中國企業或中國企業集團控制的境外企業，而非由中國個人或境外人士(如我們)控制的境外企業，但通知所載標準可能反映國稅總局關於「實際管理機構」測試如何應用於認定所有境外企業的稅務居民身份的一般立場。

此外，根據第82號文，由中國企業或中國企業集團控制的境外註冊成立企業，由於其「實際管理機構」位於中國，將被視為中國稅務居民，並僅於符合以下所有條件後方需就其全球收入繳納中國企業所得稅：(i)日常營運管理的主要地點位於中國；(ii)有關企業財務及人力資源事項的決定由中國的組織或人員作出或須經中國的組織或人員批准；(iii)企業的主要資產、會計賬簿及記錄、公司印章、董事會及股東決議案均位於或存放於中國；及(iv)至少50%有投票權的董事會成員或高級行政人員慣常居住於中國。

我們相信，就中國稅務而言，我們的中國境外實體均不是中國居民企業。然而，企業的稅務居民身份須由中國稅務機關認定，而「實際管理機構」一詞的詮釋仍存在不確定因素。由於我們的絕大部分管理層成員均位於中國，因此仍不清楚稅務居民規則將如何應用於我們的情況。倘中國稅務機關就中國企業所得稅而言將我們或我們位於中國境外的任何附屬公司認定為中國居民企業，則我們或有關附屬公司可能須就各自的全球收入按25%的稅率繳納中國稅項，從而可能大幅減少我們的淨收入。

此外，我們亦將須履行中國企業所得稅申報責任。此外，倘中國稅務機關就企業所得稅而言認定我們屬中國居民企業，則我們派付的股息將須及因出售或以其他方式處置我們的普通股而變現的收益可能須按(若為非中國企業)10%的稅率或(若為非中國個人)20%的稅率(於各情況

下，須受任何適用稅務條約的條文規限)繳納中國稅項，而就股息而言，倘有關股息或收益被視為來自中國，則中國稅項將自來源預扣。倘我們被視為中國居民企業，並不明確本公司的非中國股東是否能夠申請其稅務居住國與中國之間的任何稅務條約的優惠。任何有關稅項均可能削減　閣下投資於我們股份的回報。

有關中國居民成立境外特殊目的公司的中國法規可能令我們的中國居民股東承擔個人責任，並限制我們向我們的中國附屬公司注資的能力及我們的中國附屬公司向我們分派盈利的能力，或以其他方式影響我們的財務狀況。

外匯管理局已頒佈若干法規，要求中國居民及中國公司實體就其直接或間接境外投資活動向外匯管理局地方分支機構及／或其指定商業銀行進行登記及取得批准。外匯管理局第37號文由外匯管理局於2014年7月頒佈，要求中國居民或實體就設立或控制為境外投融資而成立的境外實體向外匯管理局或其地方分支機構或指定商業銀行作出登記。該等規例適用於身為中國居民的股東，並可能適用於我們日後進行的任何境外收購。

根據該等外匯法規，中國居民若對境外公司直接或間接進行投資，或早於該等外匯法規實施前已進行有關投資，則須就該等投資辦理登記。此外，身為境外公司的直接或間接股東的任何中國居民，須就該境外公司向外匯管理局的地方分支機構或商業銀行更新先前已作出的登記，以反映任何涉及其返程投資、資本變更(如資本增加或減少)、股份轉讓或置換、合併或拆細的重大變動。倘任何中國股東未能作出所需登記或更新先前已提交的登記，則該境外母公司的中國附屬公司可能被限制向其境外母公司分派其盈利及任何削減資本、股份轉讓或清算的所得款項，而境外母公司亦可能被限制向其中國附屬公司注入額外資金。

此外，未能遵守上述各項外匯登記規定可能導致因規避適用外匯限制而須根據中國法律承擔責任，包括(i)外匯管理局規定於外匯管理局指定的期限內調回匯至境外的外匯，並處最多佔匯至海外的被視為逃匯或非法的外匯總額30%的罰款；及(ii)情節嚴重的，處被視為逃匯或非法的外匯總額30%以上等值以下的罰款。

此外，我們可能無法一直迫使彼等遵守外匯管理局第37號文或其他相關法規。倘任何該等股東未能遵守外匯管理局第37號文或其他相關法規，可能令我們遭受罰款或法律制裁，限制我們於中國的投資活動以及境外或跨境投資活動，限制我們的附屬公司向我們作出分派、派付股息或

作出其他付款的能力或影響我們的所有權架構，從而可能對我們的業務及前景造成不利影響。截至最後可行日期，我們無法向　閣下保證我們身為中國公民的個人股東已根據外匯管理局第37號文完成登記。

由於該等外匯法規與其他批准規定之間的協調存在不確定因素，因此尚不清楚相關政府機構將如何詮釋、修訂及實施該等法規以及未來有關境外或跨境交易的任何法規。我們無法預測該等法規將如何影響我們的業務營運或未來策略。例如，我們的外匯活動(如匯出股息及以外幣計值的借款)可能須受到更嚴格的審批程序，從而可能會對我們的經營業績及財務狀況造成不利影響。此外，倘我們決定收購中國境內公司，我們無法向　閣下保證我們或該公司的擁有人(視乎情況而定)將能夠按外匯法規規定取得必要批准或完成必要備案及登記。這可能限制我們實施收購策略的能力，並可能對我們的業務及前景造成不利影響。

我們可能倚賴中國附屬公司派付的股息及其他股本分派，以滿足我們可能出現的任何現金及融資需求，而中國政府對外幣兌換的管控可能限制我們的外匯交易，包括有關我們股份的股息派付。

中國政府對人民幣兌換成外幣及(在若干情況下)向中國境外匯款實施管制。我們以人民幣收取絕大部分收入淨額。根據我們目前的企業架構，於開曼群島的本公司倚賴來自中國附屬公司的股息付款滿足我們可能出現的任何現金及融資需求。根據現行中國外匯法規，經常項目付款(如盈利分配以及貿易及服務相關外匯交易)可不必取得外匯管理局事先批准以外幣進行，惟需符合若干程序規定。因此，我們的中國附屬公司能以外幣向我們支付股息，而毋須取得外匯管理局的事先批准，惟條件是向中國境外匯出該等股息必須符合中國外匯監管的若干程序，如身為中國居民的本公司實益擁有人須進行境外投資登記。然而，倘人民幣兌換成外幣並匯出中國以支付資本開支(如償還以外幣計值的貸款)，則必須向適當的政府機關或其指定的機構(如商業銀行)取得批准或進行登記。

鑒於人民幣走弱導致2016年中國資金大量外流，中國政府已實施更加嚴格的外匯政策並增強對重大資金向外流動的審查。外匯管理局就監管資本項目下的跨境交易實施更多限制及重大審

核程序。中國政府未來可能酌情進一步限制取得外匯進行經常項目交易。倘外匯管制制度阻止我們取得充足的外幣以滿足我們的外匯需求，我們未必能以外幣向股東支付股息。

中國稅務機關對非中國控股公司間接轉讓中國居民企業股權的更為嚴格審查可能對我們的業務營運、收購或重組戰略或　閣下對我們所作投資的價值產生負面影響。

根據第698號文，倘非居民企業投資者通過出售於海外控股公司的股權間接轉讓於中國居民企業的股權，且該間接轉讓被視為無合理商業目的之濫用公司架構，則該非居民企業投資者(即轉讓人)或須繳納中國企業所得稅。因此，該間接轉讓所得收入或須按最高10%的稅率繳納中國預扣稅。此外，中國居民企業或須提供必要協助以支持第698號文的強制執行。

第7號文引入新稅制，與第698號文下的稅制有顯著不同。第7號文將其稅收管轄權不僅延伸至第698號文所載間接轉讓，亦延伸至通過離岸轉讓海外中間控股公司而轉讓其他中國應課稅資產的交易。此外，第7號文就如何評估合理商業目的較第698號文訂有更清晰標準，並就內部集團重組及通過公開證券市場買賣股權引入安全港。第7號文亦為應課稅資產海外轉讓人及受讓人(或有責任就轉讓付款的其他人士)帶來挑戰。倘非居民企業通過出售海外控股公司的股權間接轉讓應課稅資產而進行「間接轉讓」，則非居民企業(即轉讓人)或受讓人或直接擁有應課稅資產的中國實體或須向相關稅務機關申報該間接轉讓。根據「實質大於形式」原則，中國稅務機關可將該間接轉讓重新描述為直接轉讓中國稅收居民企業股權及中國境內其他財產。因此，有關間接轉讓所得收入或須繳納中國企業所得稅，而受讓人或有責任就轉讓付款的其他人士有責任就轉讓中國居民企業股權預扣適用稅項(目前按最高為10%的稅率)。倘受讓人未能及時預扣稅項及轉讓人未能及時繳納稅項，則轉讓人及受讓人均可能根據中國稅法須支付滯納金及罰款。

我們就私募股權融資交易、股份交換或涉及非中國居民企業投資者轉讓本公司股份的其他交易或我們買賣其他非中國居民公司股份或其他應課稅資產的申報及結果面臨不確定性。根據第7號文，倘本公司及我們其他非居民企業在有關交易中為轉讓人，則本公司及我們其他非居民企

業或須承擔申報或納稅責任，而倘本公司及我們其他非居民企業在有關交易中為受讓人，則可能需要承擔預扣責任。就非中國居民企業投資者轉讓本公司股份而言，根據第7號文，我們中國附屬公司或會被要求協助申報。因此，我們或須花費寶貴資源以遵守第7號文，或要求我們向其購買應課稅資產的相關轉讓人遵守該等公告，或確定本公司及我們其他非居民企業根據該等公告毋須繳稅。根據第7號文，中國稅務機關可酌情根據所轉讓應課稅資產公允價值與投資成本之間的差額，對應課稅資本收入作出調整。倘中國稅務機關根據第7號文對交易應課稅收入作出調整，則我們與該等交易有關的所得稅成本或會增加，這或會對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。我們可能於未來進行收購。我們無法向　閣下保證中國稅務機關不會酌情調整任何資本收入及對我們施加納稅申報義務或要求我們協助其調查我們參與的任何交易。中國稅務機關對收購交易的更為嚴格審查或會對我們日後可能尋求的潛在收購產生負面影響。

關於境外控股公司向中國實體發放貸款及作出直接投資的中國法規可能會延誤或阻礙我們使用全球發售所得款項向我們的中國附屬公司發放貸款或提供額外出資，這可能對我們的流動資金以及我們籌資及擴大業務的能力造成重大不利影響。

我們以股東貸款或增加註冊資本的形式轉至我們中國附屬公司的任何資金須向中國有關政府機構或其指定機構(如商業銀行)取得批准或進行登記。根據關於中國外商投資企業的有關中國法規，向我們的中國附屬公司提供出資須遵守向外商投資綜合管理信息系統(「**FICMIS**」)進行必要備案及向中國其他政府機構或指定商業銀行登記的規定。此外，(i)我們的中國附屬公司取得的境外貸款必須向外匯管理局或其地方分支機構或指定商業銀行登記，及(ii)我們的各個中國附屬公司所取得貸款不得超過FICMIS所記錄其註冊資本與其投資總額之間的差額或有關適用中國附屬公司淨資產的兩倍。我們所提供超過一年的任何中期或長期貸款必須向國家發展和改革委員會及外匯管理局或其地方分支機構備案及登記。倘未來我們果真直接向我們的中國附屬公司提供出資或境外貸款，我們未必能夠就此及時辦理該等備案或登記。倘我們未能辦理該等備案或登記，我們動用本次發售所得款項及資本化中國業務的能力或會受到負面影響，這可能對我們的流動資金以及我們籌資及擴充業務的能力產生不利影響。

2015年3月30日，外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》(「**外匯管理局第19號文**」)。外匯管理局第19號文於2015年6月1日起生效。外匯管理局第19號文在全國掀起對外商投資企業外匯資本金結匯管理的改革，容許外商投資企業按意

願選擇結匯其外匯資本金，但外商投資企業從其外匯資本金所轉換人民幣資金仍不得用於其經營範圍以外的支出以及其項下禁止的其他用途。2016年6月9日，外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(「**外匯管理局第16號文**」)。外匯管理局第19號文及外匯管理局第16號文仍然禁止符合外匯管理局第19號文的外商投資企業(其中包括)將從其外匯資本金所轉換人民幣資金用於其經營範圍以外的支出、有關證券投資或非保本型銀行產品的投資及融資、向非關聯企業(經營範圍內允許者除外)發放貸款或建設、購買非自用房地產。外匯管理局第19號文及外匯管理局第16號文或會嚴重限制我們將本次發售所得款項淨額匯至中國及在中國使用的能力，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

倘我們未能於2023年9月30日前完成上市，我們或須遵守中國證監會的備案要求。

2023年2月17日，經國務院批准，證監會發佈試行辦法及五項配套指引，同時發佈《關於境內企業境外發行上市備案管理安排的通知》(即《通知》)，據此，尋求以直接或間接方式在境外市場發售及上市證券的中國境內公司須履行中國證監會的備案程序並申報相關資料，除非境內公司(i)在《試行辦法》生效日期前已取得境外監管機構或證券交易所批准(當中根據《通知》，包括於聯交所申請上市的申請人通過聽證會)；及(ii)於2023年9月30日前完成境外間接上市。倘我們無法於2023年9月30日之前完成上市，上市或須遵守中國證監會的備案要求。

未能遵守有關僱員股權激勵計劃登記規定的中國法規，可能使我們的計劃參與者或我們面臨罰款及其他法律或行政制裁。

2012年2月，外匯管理局發佈《國家外匯管理局關於境內個人參與境外上市公司股權激勵計劃外匯管理有關問題的通知》，以取代先前於2007年頒佈的規定。根據該等規定，在中國境內居住連續一年以上並參與境外上市公司任何股權激勵計劃的中國公民及非中國公民須透過境內合資格代理人(可為該境外上市公司的中國附屬公司)向外匯管理局進行登記並辦理若干其他手續，除非有若干例外規定可用。此外，須委聘一家境外委託機構，以處理有關行使或出售股票期權以及

買賣股份及權益等事宜。由於本公司已成為境外上市公司，我們及我們的行政人員以及其他在中國境內居住連續一年以上並獲授予期權的中國公民或非中國公民僱員均須遵守該等規定。未能向外匯管理局辦理登記，可能使彼等面臨最高人民幣300,000元(如為實體)及最高人民幣50,000元(如為個人)的罰款，亦可能限制我們向中國附屬公司額外出資的能力以及中國附屬公司向我們分派股息的能力。我們亦面臨監管的不確定因素，該等不確定因素可能限制我們根據中國法律為我們的董事、行政人員及僱員採納額外激勵計劃的能力。

此外，國稅總局已頒佈有關僱員購股權及受限制股份的若干通知。根據該等通知，我們在中國工作並行使購股權或獲授受限制股份的僱員將須繳納中國個人所得稅。我們中國附屬公司有義務向相關稅務機關提交有關僱員購股權或受限制股份的文件，並就該等行使購股權獲的僱員預扣個人所得稅。倘我們僱員未能根據相關法律及法規繳納或我們未能根據相關法律及法規預扣彼等的所得稅，我們可能面臨稅務機關或其他中國政府機關施加的制裁。

匯率波動可能導致外匯虧損，並對我們的經營業績及　閣下的投資價值造成負面影響。

人民幣兌港元、美元及其他貨幣的價值波動，且可能會由於中國政府的政策而發生改變，並在很大程度上取決於國內及國際經濟及政治發展以及當地市場的供需狀況。目前難以預測未來市場力量或政府政策會如何影響人民幣與港元、美元或其他貨幣之間的匯率。此外，中國人民銀行會定期對外匯市場進行干預以限制人民幣匯率波動及實現政策目標。

全球發售所得款項將以港元收取。因此，人民幣兌港元升值可能導致我們的全球發售所得款項的價值減少。相反，人民幣貶值可能對股份以外幣計算的價值及就股份應付的任何以外幣計算的股息產生不利影響。此外，可供我們以合理的成本降低外幣風險的工具有限。另外，目前我們將大額外幣兌換為人民幣前亦須取得外匯管理局的批准。所有該等因素均可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響，並可能減少股份以外幣計算的價值及就股份應付的以外幣計算的股息。

全球經濟狀況、國際貿易政策的變動及政治緊張局勢(尤其是美國與中國之間)日益加劇可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。

近期，國際貿易政策出現變動，政治緊張局勢(尤其是美國與中國之間)不斷加劇。美國政府已作出聲明並採取若干行動，可能導致美國及國際對華貿易政策的潛在變動。儘管美國與中國已就貿易事宜簽訂「第一階段」協議，但目前尚不清楚美國或其他政府將就國際貿易、與國際貿易相關的稅務政策或其他貿易事宜採取何種其他行動(如有)。此外，中國已實施並可能進一步實施措施，以應對美國政府推出的新貿易政策、條約及關稅。於COVID-19疫情期間美國與中國之間的政治緊張局勢升級，隨著中國全國人民代表大會就香港國安法作出決定，美國財政部對香港特別行政區及中國中央政府的若干官員實施制裁，以及美國總統於2020年8月為禁止與若干中國公司及其各自附屬公司進行若干交易而發佈行政命令，使得情況進一步複雜化。貿易及政治緊張局勢日益加劇可能減少中國與其他國家之間的貿易、投資、技術交流及其他經濟活動的水平，從而對全球經濟狀況、全球金融市場的穩定性及國際貿易政策造成不利影響。

儘管跨境業務目前可能並非我們的重點領域，但用於製造我們產品的部分材料、組成成分及原料由我們的第三方製造商自海外採購。任何不斷升級的貿易及政治緊張局勢或對國際貿易的不利政府政策(如資本管制或關稅)均可能影響我們倚賴從海外採購材料、組成成分及原料的產品的採購成本，影響我們產品的價格及需求，影響我們產品的競爭地位或阻止我們在若干國家銷售產品。尤其是，倘實施任何新關稅、法例及／或規例，或倘現有貿易協議須重新磋商或(尤其是)倘美國政府因近期中美貿易及政治緊張局勢而採取報復性貿易行動，該等變化可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。此外，倘任何該等緊張局勢或不利的政府貿易政策對中國經濟或全球整體經濟造成損害，我們的經營業績或會受到不利影響。

與我們的股份及全球發售有關的風險

我們的股份過往並未在公開市場流通，且概不保證上市後會形成或維持活躍的市場。股份的流通性及市價可能發生波動。

在全球發售完成前，我們的股份並未在任何公開股票市場流通。概不保證我們的股份將在全球發售完成後形成或維持活躍的交易市場。發售價乃由本公司、售股股東與獨家整體協調人

(為其自身及代表包銷商)磋商後釐定，未必能代表我們股份於全球發售完成後的交易價格。我們股份的市價可能會於全球發售完成後任何時間下跌至低於發售價。

股份的交易價格可能波動，從而可能令　閣下遭受重大損失。

我們股份的交易價格可能波動，且可能受到我們控制範圍之外的因素影響而大幅波動，包括香港、中國、美國及全球其他地區證券市場的整體市場狀況。尤其是，其他業務營運主要位於中國且其證券在香港上市的公司的股份表現及市價波動，可能影響我們股份價格及交易量的波動性。眾多總部位於中國的公司已將其證券在香港上市，部分公司正在準備將其證券在香港上市。部分該等公司的股價曾經歷劇烈波動，包括首次公開發售後價格大幅下跌。該等公司證券於其發售之時或之後的交易表現可能影響整體投資者對總部位於中國但在香港上市的公司的情緒，因此可能影響我們股份的交易表現。該等廣泛的市場及行業因素可能嚴重影響我們股份的市價及波動性，而不論我們的實際營運表現如何。

股份於買賣開始時的價格可能因(其中包括)不利市況或於出售至開始買賣期間可能發生的其他不利事態發展而低於發售價。

發售價為每股發售股份4.25港元。然而，股份於交付後方才會在聯交所開始買賣。因此，投資者於該期間未必能夠出售或以其他方式處置股份。因此，我們的股份持有人須承受股份 於買賣開始時的價格可能因不利市況或於出售至開始買賣期間可能發生的其他不利事態發展而低於發售價的風險。

我們目前預期在本次發售後，不會於可見將來派付股息，而　閣下必須依賴我們股份的價格升值作為投資回報。

我們目前擬保留大部分(如非全部)可用資金及本次發售後的任何未來盈利，以為我們業務的發展及增長提供資金。因此，我們預期於可見將來不會派付任何現金股息。因此，　閣下不應倚賴投資我們的股份作為任何日後股息收入的來源。

董事會可全權酌情決定是否派發股息，惟須遵守開曼群島法律的若干規定。此外，我們的股東可通過普通決議案宣派股息，惟股息不得超過我們的董事建議的金額。根據開曼群島法律，

開曼群島公司可自溢利或股份溢價賬支付股息，惟倘會致使公司無法在日常業務過程中償還到期的債務，則於任何情況下均不得派付股息。即使我們的董事會決定宣派及派付股息，未來股息(如有)的時間、金額及形式將取決於我們的未來經營業績及現金流量、資本需求及盈餘、我們自附屬公司收取的分派金額(如有)、財務狀況、合約限制及董事會視為相關的其他因素。因此， 閣下於我們股份的投資回報很可能完全取決於股份日後的任何價格升值。概不保證我們的股份於本次發售後的價值會升值，甚至維持 閣下購買股份時的價格。 閣下未必能變現 閣下於我們股份的投資回報，甚至可能損失 閣下於我們股份的全部投資。

閣下的投資將被立即及大幅攤薄，且倘未來我們發行額外股份，可能被進一步攤薄。

由於我們股份的發售價高於我們股份在緊接全球發售之前的每股有形賬面淨值，因此，全球發售股份的買家將立即遭到攤薄。如未來我們發行額外股份，全球發售中的股份買家的股權比例可能被進一步攤薄。

倘根據首次公開發售後購股權計劃或於行使首次公開發售前購股權時發行額外股份，股東權益日後或會被攤薄。

我們已採納首次公開發售前股份激勵計劃，其項下的首次公開發售前購股權可認購合共25,000,000股股份(於資本化發行後調整為合共33,217,009股股份，相當於緊隨全球發售及資本化發行完成後本公司已發行股本總額約4.2%(假設並無行使超額配股權及不計及根據行使購股權計劃項下的購股權而可能發行的股份)行使價為每股1.90港元(資本化發行後將調整為每股1.43港元)。於上市後，概將不會根據首次公開發售前股份獎勵計劃授出進一步購股權，但之前授予的首次公開發售前購股權將保持尚未行使。我們亦有條件地採納將於上市後生效的首次公開發售後購股權計劃，據此可向僱員及顧問(包括高級職員及董事)授予認購我們股份的購股權。購股權可能會在長達十年的時間內保持尚未行使。僅當股份在聯交所的收市價高於購股權行使價時，方會行使購股權。

於上市後行使首次公開發售前購股權或根據首次公開發售後購股權計劃授出的購股權，將導致股東的權益被攤薄，從而導致每股盈利及每股資產淨值減少。

我們乃開曼群島公司，且由於根據開曼群島法律，有關股東權利的司法先例的可用性較其他司法權區更為有限， 閣下可能難以保障 閣下的股東權利。

我們的公司事務受我們的大綱及細則以及開曼公司法及開曼群島普通法規管。根據開曼群島法律，股東對董事及我們採取法律行動的權利、少數股東的訴訟及董事對我們的受信責任在很大程度上受開曼群島普通法規管。開曼群島普通法部分源自開曼群島相對有限的司法先例以及英國普通法，而英國普通法對開曼群島法院具有説服力但並無約束力。開曼群島有關保障少數股東權益的法律在若干方面有別於少數股東可能所處的司法權區的現有法規及司法先例下的規定。有關更多詳情，請參閱本招股章程附錄四所載「本公司組織章程及開曼公司法概要」一節。

由於上述各項，少數股東可能難以根據開曼群島法律透過針對我們的管理層、董事或控股股東的訴訟保障彼等的權益，而與少數股東所在司法權區的法律相比，該等法律可能為該等股東提供不同的補救措施。

概不保證本招股章程所載從不同獨立第三方來源(包括行業專家報告)獲得的若干事實、預測及其他統計數據的準確性或完整性。

本招股章程，尤其是本招股章程「業務」及「行業概覽」等節，載有與基於社交媒體的電商行業以及我們的業務及營運相關的資料及統計數據。該等資料及統計數據是從我們委託編製的第三方報告及公開可得資料來源獲得。我們認為該等資料來源就該等資料而言屬適當及充分，且我們在摘錄及複製該等資料時已採取合理謹慎態度。然而，我們無法保證該等資料來源的質量或可靠性。我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、資本市場中介人或參與全球發售的任何其他人士並未對該等資料進行獨立查驗，且概不就其準確性作出任何聲明。該等資料的收集方法可能存在瑕疵或缺陷，或發佈的資料與市場慣例間可能存在差異，這可能會導致本招股章程所載統計數據失實或不可與其他經濟組織編製的統計數據進行比較。因此， 閣下不應過度依賴該等資料。此外，我們無法向 閣下保證，該等資料的呈列或編撰方法或準確程度與其他來源的類似統計數據相同或一致。 閣下應審慎考慮對該等資料或統計數據的重視程度。

閣下應仔細閱讀整份招股章程，且強烈提醒　閣下切勿依賴任何報章或其他媒體報導所載資料，當中載有未披露資料或與本招股章程所載資料不一致的資料。

我們強烈提醒　閣下不可依賴報章或其他媒體所載與我們及全球發售有關的任何資料。於本招股章程刊發之前，已有關於我們及全球發售的報章及媒體報導。該等報章及媒體報導可能包括對本招股章程未載有的若干資料的提述，包括若干經營及財務資料及預測、估值及其他資料。我們並未授權在報章或媒體中披露任何有關資料，亦不就任何該等報章或媒體報導或任何該等資料或刊物的準確性或完整性承擔任何責任。我們概不就任何該等資料或刊物的適宜性、準確性、完整性或可靠性作出任何聲明。倘任何該等資料與本招股章程所載資料不一致或有所衝突，我們概不為此承擔責任，且　閣下亦不應依賴該等資料。

董事責任聲明

本招股章程的資料乃遵照公司(清盤及雜項條文)條例、《證券及期貨(在證券市場上市)規則》(香港法例第571V章)及上市規則的規定而刊載，旨在提供有關本集團的資料。董事(本招股章程所述任何擬任董事)願對此共同及個別地承擔全部責任。董事在作出一切合理查詢後，確認就其所深知及確信，本招股章程所載資料在各重大方面均屬準確完備，並無誤導或欺詐成份，且並無遺漏任何其他事項致使本招股章程所載任何陳述或本招股章程產生誤導。

香港公開發售及本招股章程

本招股章程僅就香港公開發售(屬於全球發售的一部分)而刊發。就香港公開發售的申請人而言，本招股章程及申請表格載有香港公開發售的條款及條件。

香港發售股份僅按本招股章程及申請表格所載資料及所作聲明提呈發售，並受其所載條款及條件規限。概無任何人士獲授權提供有關全球發售的資料或作出任何並非載於本招股章程的聲明，且並非載於本招股章程的任何資料或聲明均不得視為已獲本公司、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、資本市場中介人、彼等各自的任何董事、代理、僱員或顧問或參與全球發售的任何其他方授權而加以倚賴。

上市由獨家保薦人保薦，且全球發售由獨家整體協調人經辦。香港公開發售由香港包銷商根據香港包銷協議的條款及條件全數包銷。國際發售預期由國際包銷商根據預期於2023年7月5日或前後訂立之國際包銷協議的條款及條件全數包銷。

於任何情況下，交付本招股章程或進行與股份相關的任何發售、銷售或交付概不構成一項聲明，表示我們的事務自本招股章程日期以來並無任何變動或合理可能涉及變動的發展，或暗示本招股章程所載資料截至本招股章程日期後任何日期仍屬正確。

申請香港發售股份的程序

申請香港發售股份的程序載於本招股章程「如何申請香港發售股份」一節及申請表格。

全球發售架構及條件

有關全球發售架構(包括其條件)的詳情載於本招股章程「全球發售的架構」一節。

超額配股權及穩價措施

與超額配股權及穩價措施有關的安排的詳情載於本招股章程「全球發售的架構」一節。

發售及出售股份的限制

凡購買香港公開發售項下香港發售股份的人士均須(或因購買發售股份而被視為)確認其已了解本招股章程所述發售股份的發售限制。

概無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區公開發售發售股份或全面派發本招股章程及／或申請表格。因此，在任何不獲授權作出要約或邀請的司法權區，或在向任何人士提出要約或邀請即屬違法的任何情況下，本招股章程不得用作亦不構成有關要約或邀請。在其他司法權區派發本招股章程及提呈發售及出售發售股份須受限制，亦可能無法進行，除非根據該等司法權區的適用證券法獲批准，並向有關證券監管機關登記或獲其授權或豁免。

申請股份於聯交所上市

我們已向聯交所申請批准已發行股份、根據全球發售將予發行的股份(包括根據資本化發行及根據超額配股權獲行使而可能發行的股份)及根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權以及根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的股份上市及買賣。

我們的股權或債務證券概無於任何其他證券交易所上市或買賣，亦無尋求或擬尋求於不久將來上市或獲准上市。

根據公司(清盤及雜項條文)條例第44B(1)條，倘於截止辦理申請登記日期起計三個星期或由聯交所或代表聯交所於上述三個星期內知會本公司的較長期間(不超過六個星期)屆滿前，股份遭拒絕在聯交所上市及買賣，則涉及任何有關申請的任何配發將告無效。

開始買賣股份

預期股份將於2023年7月13日在聯交所開始買賣。股份將以每手買賣單位500股股份進行買賣。股份的股份代號將為6683。

股份將合資格獲納入中央結算系統

倘聯交所批准股份上市及買賣，且我們符合香港結算的股份收納規定，股份將獲香港結算接納為合資格證券，可自上市日期或香港結算釐定的任何其他日期起在中央結算系統寄存、結算及交收。聯交所參與者之間的交易的交收須於任何交易日後第二個結算日在中央結算系統內進行。

所有中央結算系統的活動均須依據不時有效的中央結算系統一般規則及中央結算系統運作程序規則進行。

投資者應諮詢其股票經紀或其他專業顧問的意見，以了解交收安排的詳情，原因為該等安排或會影響彼等的權利及權益。我們已作出一切必要安排，以使股份獲納入中央結算系統。

建議諮詢專業稅務意見

閣下若對認購、購買、持有或出售或買賣股份或行使股份附帶的任何權利所涉及的稅務影響有任何疑問，應諮詢　閣下的專業顧問。我們謹此強調，本公司、售股股東、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、資本市場中介人、我們或彼等各自任何董事、高級行政人員或代表或參與全球發售的任何其他人士概不對因　閣下認購、購買、持有或出售或買賣股份或　閣下行使股份附帶的任何權利所產生的任何稅務影響或債務承擔責任。

股東名冊及印花稅

我們的股東名冊總冊將存置於我們在開曼群島的股份過戶登記總處Tricor Services (Cayman Islands) Limited，而我們的香港股東名冊將存置於我們在香港的香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司。除非董事另行同意，否則所有股份過戶文件及其他所有權文件均須提交予香港股份過戶登記處辦理登記手續，而毋須於開曼群島提交。

買賣我們於香港股東名冊登記的股份將須繳納香港印花稅。印花稅按買賣各方轉讓股份的代價或價值(以較高者為準)以從價稅率0.13%徵收。換言之，就股份的一般買賣交易，目前須繳納合共0.26%的印花稅。此外，每份轉讓文據(如有需要)須繳納固定印花稅5港元。

匯率換算

除非另有所指，本招股章程內以人民幣及美元計值的金額已按以下匯率換算為港元(僅供說明用途)：人民幣1.00元兑1.135港元及1.00美元兑7.78港元。

概無聲明任何人民幣或美元金額已經或可能已經或可以按該日或任何其他日期的有關匯率或任何其他匯率兑換為港元。

約整

本招股章程內若干金額及百分比數字已作出約整調整。因此，若干表格所示的總計數字未必為彼等之前數字的算術總和。

語言

除非另有說明，本招股章程的英文版與其中文譯本之間如有任何歧義，概以英文版為準。然而，倘本英文版招股章程所述任何實體的非英文名稱與其英文譯名有任何不一致，應以各自原本語言的名稱為準。有關中國實體、企業、名稱、法律、規例等的中文名稱的英文譯名僅供識別。

其他

除非另有所指，對於全球發售完成後本公司任何股權的所有提述乃假設超額配股權未獲行使且並無計及根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權或根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份。

董事

姓名	地址	身份證明文件簽發國家／地區
執行董事		
馬心婷女士	台灣 高雄市 中華五路 939巷48號 2樓	中國(台灣)
錢中山博士	香港 北角 繼園街1號 柏蔚山 2座 27樓C室	中國(香港)
賴國輝先生	香港 太古城 東山閣 24樓E室	中國(香港)
非執行董事		
楊峻榮先生	台灣 台北市 中正區 愛國西路30號14樓 郵編：100	中國(台灣)
陳中先生	台灣 台北市 文山區 辛亥路 六段21巷10號17樓	中國(台灣)

姓名	地址	身份證明文件簽發國家／地區
獨立非執行董事		
薛軍博士	中國 北京 海淀區 北京大學 中關園505號 310公寓 郵編：100871	中國
Yang, Dave De先生	427 Ashbury Dr. Hinsdale Illinois United States	美國
鍾靜儀女士	香港 灣仔 港灣道1號 會景閣 32樓3203室	中國(香港)

進一步詳情請參閱本招股章程「董事及高級管理層」一節。

參與全球發售的各方

獨家保薦人	**民銀資本有限公司** 香港 中環康樂廣場8號 交易廣場1座45樓
獨家整體協調人	**民銀證券有限公司** 香港 中環康樂廣場8號 交易廣場1座45樓
聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人	**民銀證券有限公司** 香港 中環康樂廣場8號 交易廣場1座45樓 **源盛證券有限公司** 香港 皇后大道中99號 中環中心51樓5106–07室
聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人	**浦銀國際融資有限公司** 香港 軒尼詩道1號 浦發銀行大廈33樓 **第一上海證券有限公司** 香港 德輔道中71號 永安集團大廈19樓 **國泰君安證券(香港)有限公司** 香港 皇后大道中181號 新紀元廣場低座26–28樓 **交銀國際證券有限公司** 香港 德輔道中68號 萬宜大廈9樓

興證國際融資有限公司
香港
上環德輔道中199號
無限極廣場32樓

華盛資本証券有限公司
香港
干諾道中168–200號
信德中心
招商局大廈36樓3601室

艾德證券期貨有限公司
香港
中環添美道1號
中信大廈21樓

南華證券投資有限公司
香港
中環花園道1號
中銀大廈28樓

中泰國際證券有限公司
香港
德輔道中189號
李寶椿大廈19樓

中國光大證券(香港)有限公司
香港
灣仔告士打道108號
光大中心12樓

華福國際證券有限公司
香港
德輔道中199號
無限極廣場17樓1703–1706室

安信國際證券(香港)有限公司
香港
中環
交易廣場一期39樓

建銀國際金融有限公司
香港
干諾道中3號
中國建設銀行大廈9樓

浙商國際金融控股有限公司
香港
灣仔皇后大道東183號
合和中心44樓4405–06室

華富建業證券有限公司
香港
干諾道中111號
永安中心
5樓及24樓(2401及2412室)

盈寶證券國際(香港)有限公司
香港
金鐘金鐘道95號
統一中心26樓A室

盈立證券有限公司
香港
德輔道中308號
富衛金融中心26樓2606–07室

聯席賬簿管理人

農銀國際融資有限公司
香港
干諾道中50號
中國農業銀行大廈11樓

聯席牽頭經辦人

農銀國際證券有限公司
香港
干諾道中50號
中國農業銀行大廈10樓

富途證券國際(香港)有限公司
香港
金鐘道95號
統一中心13樓C1–2室

國農證券有限公司
香港
金鐘金鐘道95號
統一中心35樓A1室

一盈證券有限公司
香港
中環德輔道中141號
中保集團大廈2樓201室

軟庫中華金融服務有限公司
香港
皇后大道中5號
衡怡大廈4樓

利弗莫爾證券有限公司
香港
九龍長沙灣道833號
長沙灣廣場第二期
12樓1214A室

資本市場中介人

民銀證券有限公司
香港
中環康樂廣場8號
交易廣場1座45樓

源盛證券有限公司
香港
皇后大道中99號
中環中心51樓5106–07室

浦銀國際融資有限公司
香港
軒尼詩道1號
浦發銀行大廈33樓

第一上海證券有限公司
香港
德輔道中71號
永安集團大廈19樓

農銀國際融資有限公司
香港
干諾道中50號
中國農業銀行大廈11樓

國泰君安證券(香港)有限公司
香港
皇后大道中181號
新紀元廣場低座26–28樓

交銀國際證券有限公司
香港
德輔道中68號
萬宜大廈9樓

興證國際融資有限公司
香港
上環德輔道中199號
無限極廣場32樓

華盛資本証券有限公司
香港
干諾道中168–200號
信德中心
招商局大廈36樓3601室

艾德證券期貨有限公司
香港
中環添美道1號
中信大廈21樓

南華證券投資有限公司
香港
中環花園道1號
中銀大廈28樓

中泰國際證券有限公司
香港
德輔道中189號
李寶椿大廈19樓

中國光大證券(香港)有限公司
香港
灣仔告士打道108號
光大中心12樓

華福國際證券有限公司
香港
德輔道中199號
無限極廣場17樓1703–1706室

安信國際證券(香港)有限公司
香港
中環
交易廣場一期39樓

建銀國際金融有限公司
香港
干諾道中3號
中國建設銀行大廈9樓

浙商國際金融控股有限公司
香港
灣仔皇后大道東183號
合和中心44樓4405–06室

華富建業證券有限公司
香港
干諾道中111號
永安中心
5樓及24樓(2401及2412室)

盈寶證券國際(香港)有限公司
香港
金鐘金鐘道95號
統一中心26樓A室

盈立證券有限公司
香港
德輔道中308號
富衛金融中心26樓2606–07室

農銀國際證券有限公司
香港
干諾道中50號
中國農業銀行大廈10樓

富途證券國際(香港)有限公司
香港
金鐘道95號
統一中心13樓C1–2室

國農證券有限公司
香港
金鐘金鐘道95號
統一中心35樓A1室

一盈證券有限公司
香港
中環德輔道中141號
中保集團大廈2樓201室

軟庫中華金融服務有限公司
香港
皇后大道中5號
衡怡大廈4樓

利弗莫爾證券有限公司
香港
九龍長沙灣道833號
長沙灣廣場第二期
12樓1214A室

本公司的法律顧問

有關香港法律：
金杜律師事務所
香港
中環
皇后大道中15號
置地廣場告羅士打大廈13樓

有關中國法律：
漢坤律師事務所
中國
北京市東城區
東長安街1號
東方廣場
C1座9層
郵編：100738

有關開曼群島法律：
衡力斯律師事務所
香港
皇后大道中99號
中環中心3501室

有關香港知識產權法：
張淑姬趙之威律師行
香港
灣仔
軒尼詩道256號
26至28樓

有關台灣法律：
協合國際法律事務所
台灣台北市
信義路5段8號
5樓
郵編：100

獨家保薦人及包銷商的法律顧問

有關香港法律：
眾達國際法律事務所
香港
皇后大道中15號
置地廣場公爵大廈31樓

趙不渝馬國強律師事務所
香港
康樂廣場1號
怡和大廈40樓

有關中國法律：
競天公誠律師事務所
中國
北京市朝陽區
建國路77號
華貿中心3號寫字樓34層

北京大成律師事務所
中國
北京市朝陽區
朝陽門南大街10號
兆泰國際中心
B座16–21層

核數師及申報會計師

羅兵咸永道會計師事務所
執業會計師及註冊公共利益實體核數師
香港
中環
遮打道10號
太子大厦22樓

行業顧問	**灼識行業諮詢有限公司** 中國 上海市 靜安區普濟路88號 靜安國際中心 B座10樓 郵編：200070
獨立物業估值師及顧問	**仲量聯行企業評估及咨詢有限公司** 香港 英皇道979號 太古坊一座7樓
收款銀行	**恒生銀行有限公司** 香港 德輔道中83號

註冊辦事處	P.O. Box 31119 Grand Pavilion Hibiscus Way 802 West Bay Road Grand Cayman KY1-1205 Cayman Islands
總部	中國 昆山市花橋鎮 金捷路68號 夢星園 1座2樓
香港主要營業地點	香港 金鐘道89號 力寶中心2座 23樓 2310–11室
公司網站	**www.splegend.com** *(該網站內容並不構成本招股章程的一部分)*
公司秘書	羅幗詠女士，*香港會計師公會* 香港 金鐘 金鐘道95號 統一中心17樓
授權代表	賴國輝先生 香港 太古城 東山閣 24樓E室 羅幗詠女士，*香港會計師公會* 香港 金鐘 金鐘道95號 統一中心17樓
審核委員會	Yang, Dave De先生*(主席)* 薛軍博士 鍾靜儀女士

薪酬委員會	鍾靜儀女士*(主席)* 馬心婷女士 Yang, Dave De先生
提名委員會	馬心婷女士*(主席)* 薛軍博士 鍾靜儀女士
開曼群島股份過戶登記總處	**Tricor Services (Cayman Islands) Limited** Third Floor Century Yard Cricket Square P.O. Box 902 Grand Cayman KY1-1103 Cayman Islands
香港股份過戶登記處	**香港中央證券登記有限公司** 香港 灣仔 皇后大道東183號 合和中心 17樓1712–1716室
合規顧問	**民銀資本有限公司** 香港 中環 康樂廣場8號 交易廣場1座45樓
主要往來銀行	**南洋商業銀行有限公司** 香港 中環 德輔道中151號 **交通銀行昆山花橋支行** 中國 江蘇蘇州 昆山花橋鎮 商銀路538號 國際金融大廈

中國法律法規

關於成立公司及外商投資的法規

在中國成立、營運及管理公司實體受《中華人民共和國公司法》(「**公司法**」)規管。公司法於1993年12月29日由全國人大常委會發佈及於1994年7月1日生效，並隨後於1999年12月25日、2004年8月28日、2005年10月27日、2013年12月28日及2018年10月26日修訂。根據公司法，公司分為兩類，即有限責任公司及股份有限公司。公司法亦適用於外商投資有限責任公司及股份有限公司，倘外商投資法律另有規定，則以該等規定為準。

公司法是規管中國公司股息分派的主要法律。中國公司僅可從稅後溢利(如有)中支付股息。此外，中國公司應當每年提取法定一般儲備基金，提取比例不得低於除稅後溢利的10%，當累計提取該等儲備基金的金額達到註冊資本的50%時，可以不再提取。該等儲備或基金不能作為股息分派。直至過往財政年度的任何虧損被抵銷前，中國公司不得分派任何溢利。過往財政年度保留的溢利可與當前財政年度的可分派溢利一併分派。

於2019年3月15日，全國人民代表大會(「**全國人大**」)發佈《中華人民共和國外商投資法》(「**外商投資法**」)。外商投資法於2020年1月1日生效並同步廢除《中華人民共和國中外合資經營企業法》、《中華人民共和國外資企業法》及《中華人民共和國中外合作經營企業法》。根據外商投資法，於外商投資法實施前已註冊成立的外商投資企業可在外商投資法實施後五年內繼續保留原企業組織形式。《中華人民共和國外商投資法實施條例》由國務院於2019年12月26日發佈，並於2020年1月1日生效。根據外商投資法，中國政府對外商投資採用成立前國民待遇及負面清單管理制度。負面清單是指中國政府規定在特定領域對外商投資實施的准入特別管理措施。中國政府對負面清單以外的外商投資給予國民待遇。負面清單將由國務院發佈或者批准發佈。

根據《外商投資產業指導目錄》(「**指導目錄**」)(最近於2017年6月28日修訂，並於2017年7月28日生效)，外國投資者的投資產業分為兩類：鼓勵類產業及受外商投資准入特別管理措施規管

的產業(包括限制類產業及禁止類產業)。《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》(「**負面清單**」)(於2018年6月28日發佈，於2019年6月30日修訂，並於2019年7月30日生效)取代了指導目錄中的外商投資准入特別管理措施部分。負面清單(2021年版)最近於2021年12月27日發佈，並於2022年1月1日生效。《鼓勵外商投資產業目錄(2022年版)》(「**鼓勵目錄**」)於2022年10月26日發佈，並於2023年1月1日生效，取代了指導目錄中的鼓勵類產業。外國投資者不得投資負面清單中禁止外商投資的領域。外國投資者投資外商投資准入受負面清單限制的任何領域須符合負面清單規定的投資條件。除中國法律另有規定外，任何載於鼓勵目錄及負面清單的不屬於鼓勵類、限制類或禁止類的產業均為允許類外商投資產業。

根據商務部於2016年10月8日發佈並於2017年7月30日及2018年6月29日修訂的《外商投資企業設立及變更備案管理暫行辦法》(「**暫行辦法**」)，外商投資企業的設立及變更，不涉及國家規定實施外商投資准入特別管理措施的，應向商務主管部門備案。

《外商投資信息報告辦法》由商務部及市場監管總局於2019年12月30日頒佈，並於2020年1月1日生效，取代暫行辦法。自2020年1月1日起，外國投資者直接或間接在中國境內進行投資活動，應由外國投資者或外商投資企業根據該辦法向商務主管部門報送投資信息。

關於食品生產、銷售及安全的法規

食品安全

根據全國人大常委會於2009年2月28日頒佈、於2009年6月1日生效並於2015年4月24日、2018年12月29日及2021年4月29日修訂的《中華人民共和國食品安全法》(「**食品安全法**」)及國務院於2009年7月20日通過並於2016年2月6日及2019年10月11日修訂的《中華人民共和國食品安全法實施條例》(「**食品安全法實施條例**」)，食品生產者及經營者應當依照法律、法規和食品安全標準從事生產及經營活動，建立健全食品安全管理制度，採取有效措施預防和控制食品安全風險，因此保證食品安全。

根據《食品安全法》及《食品安全法實施條例》，食品安全標準是強制執行的標準，除食品安全標準外，不得制定其他食品強制性標準。食品安全國家標準由國務院衛生行政部門會同國務院食品安全監督管理部門負責制定、公佈，國務院標準化行政部門提供國家標準參考編號。國務院衛生行政部門同國務院食品安全監督管理、農業行政等部門制定食品安全國家標準規劃及其年度實施計劃。對未制定食品安全國家標準的地方特色食品，省、自治區及直轄市人民政府衛生行政部門可制訂及公佈食品安全地方標準，並報國務院衛生行政部門備案。在相關食品安全國家標準制定後，該項地方標準即行廢止。

中國政府鼓勵食品生產企業制定嚴於食品安全國家標準或者地方標準的企業標準，在本企業適用，並報省、自治區、直轄市人民政府衛生行政部門備案。省級或以上人民政府衛生行政部門應當在其各自網站上公佈和備案食品安全國家標準、地方標準和企業標準，供公眾免費查閱、下載。

國家已根據《食品安全法》及《食品安全法實施條例》建立食品召回制度。倘食品生產者及經營者發現其生產的食品不符合食品安全標準或有證據證明可能危害人體健康的，應當(i)立即停止生產，召回已上市銷售的食品，通知相關生產者、經營者和消費者，並記錄召回和通知情況；(ii)立即停止經營，通知相關生產者、經營者和消費者，並記錄停止經營和通知情況。食品生產者認為應當召回的，應當立即召回。

食品生產及銷售許可制度

根據《食品安全法》以及《食品安全法實施條例》，國家對食品生產和銷售實行許可制度。從事食品生產及食品銷售須根據該法律取得許可。僅銷售預包裝食品的，應當向所在地縣級或以上地方人民政府食品安全監督管理部門進行備案登記。

根據由市場監管總局於2020年1月2日頒佈並於2020年3月1日生效的《食品生產許可管理辦法》，食品生產許可實行「一企一證」原則，食品生產許可證的有效期為5年。根據由國家食品藥品

監督管理總局於2015年8月31日頒佈並於2015年10月1日生效、2017年11月17日最新修訂的《食品經營許可管理辦法》，在中國境內從事食品銷售的實體須取得食品經營許可。食品經營許可實行一地一證原則。食品藥品監督管理部門按照食品經營主體業態和經營項目的風險程度對食品經營實施分類許可。食品經營許可證有效期為5年。

食品標識管理

根據《食品安全法》規定，預包裝食品的包裝上應當有標籤。標籤應當標明下列事項：(1)名稱、規格、淨含量、生產日期；(2)成分或者配料表；(3)生產者的名稱、地址、聯繫方式；(4)保質期；(5)產品標準代號；(6)儲存條件；(7)所使用的食品添加劑在國家標準中的通用名稱；(8)生產許可證編號；及(9)法律、法規及食品安全標準規定應當標明的其他事項。專供嬰幼兒和其他特定人群的主輔食品，其標籤還應當標明主要營養成分及其含量。食品安全國家標準對標籤標注事項另有規定的，從其規定。食品經營者應當按照食品標籤標示的警示標誌、警示說明或者注意事項的要求銷售食品。

保健食品

根據《食品安全法》及《食品安全法實施條例》，國務院對保健食品、特殊醫學用途配方食品及嬰幼兒配方食品等特殊食品實行嚴格監督管理。聲稱具有保健功能的保健食品應當具有科學依據，不得對人體健康造成急性、亞急性或慢性危害。保健食品以外的食品不得聲稱具有保健功能。國務院食品安全監督管理部門及《食品安全法》授權的其他政府主管部門應當制定、調整及公佈保健食品原材料目錄及允許保健食品聲稱的保健功能目錄。

根據衛生部於1996年3月15日頒佈的《保健食品管理辦法》，凡聲稱具有保健功能的食品必須經衛生部審查確認。

市場監管總局於2019年8月2日頒佈並於2019年10月1日施行的《保健食品原料目錄與保健功能目錄管理辦法》規定中國境內生產經營的保健食品的原料目錄和允許保健食品聲稱的保健功能目錄的制定、調整和公佈。

國家食品藥品監督管理總局(現稱國家藥品監督管理局)、國家衛生計生委及國家中醫藥管理局於2016年12月27日頒佈關於發佈《保健食品原料目錄(一)》和《允許保健食品聲稱的保健功能目錄(一)》的公告，並於同日生效。《保健食品原料目錄(一)》規定營養補充劑的原料目錄，而《允許保健食品聲稱的保健功能目錄(一)》規定營養補充劑的保健功能目錄。

關於化妝品的法規

根據國務院2020年6月16日發佈並於2021年1月1日生效的《化妝品監督管理條例》，化妝品分為特殊化妝品和普通化妝品，國家對特殊化妝品實行註冊管理、對普通化妝品實行備案管理。國產普通化妝品應當在上市銷售前向備案人所在地省級藥品監督管理部門備案。委託生產化妝品的，化妝品註冊人、備案人應當委託取得相應化妝品生產許可的企業，並對受委託企業的生產活動進行監督，保證其按照法定要求進行生產。根據國家藥品監督管理局於2019年9月3日頒佈並於同日生效的《化妝品註冊和備案檢驗工作規範》，化妝品企業可以自主選擇具備相應檢驗能力的檢驗檢測機構開展化妝品註冊和備案檢驗。

關於電子商務活動的法規

根據全國人大常委會於2018年8月31日發佈並於2019年1月1日生效的《電子商務法》，電子商務經營者，是指通過互聯網等信息網絡從事銷售商品或者提供服務的經營活動的自然人、法人和非法人組織，包括：(i)電子商務平台經營者；(ii)平台內業務經營者；及(iii)通過自建網站或其他網絡服務銷售商品或者提供服務的其他電子商務經營者。電子商務平台經營者指為電子商務交易中的雙方或多方提供網上營業場所、交易撮合、信息發佈服務，以便上述各方獨立開展交易的法人或不具有法人地位的組織。本集團提供的訂購管理系統僅允許用戶下單，不允許用戶獨立進行交易，原因為作為淘寶等電子商務平台，使用者可以在平台上展示自己的產品進行銷售，按照平台規則相互簽訂購買協議及／或在平台上付款。因此訂購管理系統並非電子商務平台，本集團

亦非電子商務平台經營者。平台內業務經營者是指通過電子商務平台銷售產品或者提供服務的電子商務經營者。電子商務經營者從事經營活動，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德，公平參與市場競爭，履行消費者權益保護、環境保護、知識產權保護、網絡安全與個人信息保護等方面的義務，承擔產品或服務質量責任，接受政府和公眾的監督。

電子商務經營者應當依法辦理市場主體登記(依照法律、行政法規不需要進行登記的除外)，從事經營活動依法需要取得相關行政許可的，應當依法取得行政許可。電子商務經營者銷售的商品或者提供的服務應當符合保障人身、財產安全的要求和環境保護要求，不得銷售或者提供法律、行政法規禁止交易的商品或者服務。電子商務經營者應當(其中包括)：(i)在其首頁顯著位置，持續公示營業執照信息、與其經營業務有關的行政許可信息、不需要辦理市場主體登記情形等信息；(ii)全面、真實、準確、及時地披露商品或者服務信息，保障消費者的知情權和選擇權；(iii)按照承諾或者與消費者約定的方式、時限交付商品或者服務，並承擔商品運輸中的風險和責任；及(iv)搭售商品或者服務，應當以顯著方式提請消費者注意，不得將搭售商品或者服務作為默認同意的選項。電子商務經營者終止從事電子商務業務的，應當提前三十日在首頁顯著位置持續公示有關信息。電商平台經營者應當按要求向市場監管管理部門遞交平台內電商經營者的身份信息，提醒未依法進行市場主體登記的平台內電商經營者依法進行登記，配合市場監管管理部門並根據電商特點，為需要進行市場主體登記的平台內電商經營者提供登記便利。根據我們中國法律顧問的意見，由於本集團並非《電子商務法》所界定的電商平台經營者，因此我們毋須履行電商平台經營者的責任，包括但不限於監察、通知及協助我們分銷商完成公司實體的登記。

於2021年3月15日，市場監管總局印發《網絡交易監督管理辦法》，於2021年5月1日生效，廢止了原國家工商總局於2014年1月26日發佈的《網絡交易管理辦法》。該辦法對網絡交易經營者的業務營運施加各種限制。例如，網絡交易經營者應當全面、真實、準確、及時地披露商品及服

務信息，保障消費者的知情權和選擇權。此外，《網絡交易監督管理辦法》亦對消費者權益及個人信息的保護提出了具體要求。例如，《網絡交易監督管理辦法》規定，網絡交易經營者不得強迫客戶。

關於市場監督管理部門管轄權的法規

於2021年3月15日頒佈並於2021年5月1日生效的《網絡交易監督管理辦法》第5條規定，市場監管總局負責組織指導全國網絡交易監督管理工作。縣級或以上地方市場監督管理部門負責本行政區域內的網絡交易監督管理工作。於2021年7月2日頒佈並於2021年7月15日生效及於2022年9月29日修訂的《市場監督管理行政處罰程序規定》第7條規定，行政處罰由違法行為發生地的縣級或以上市場監督管理部門管轄。法律、行政法規、部門規章另有規定的，從其規定。根據《市場監督管理行政處罰程序規定》第8條，縣級、設區的市級市場監督管理部門依職權管轄本轄區內發生的行政處罰案件。法律、法規、規章規定由省級或以上市場監督管理部門管轄的，從其規定。《市場監督管理行政處罰程序規定》第10條規定(其中包括)，網絡交易平台經營者或通過自建網站或其他網絡服務銷售商品或者提供服務的網絡交易經營者的違法行為由其住所地縣級或以上市場監督管理部門管轄。

關於網絡直播營銷的法規

根據市場監管總局於2020年11月5日頒發的《市場監管總局關於加強網絡直播營銷活動監管的指導意見》(「**網絡直播營銷指導意見**」)，通過網絡直播銷售商品或提供服務的商品經營者，應遵守《電子商務法》、《消費者權益保護法》、《反不正當競爭法》、《產品質量法》、《食品安全法》、《廣告法》、《價格法》、《商標法》、《專利法》及其他適用法律的規定。直播者於直播過程中的宣傳應真實、合法，並須遵守《反不正當競爭法》及《廣告法》的相關規定。網絡直播營銷指導意見載有商品經營者及直播者的責任，包括有關以下各項的規定：(i)商品或服務的營銷範圍，特別是不得通過網絡直播銷售法律、法規規定禁止生產、銷售的商品或服務；(ii)廣告審查及發佈，即未經

事先審查，不得發佈法律及行政法規規定應進行發佈前審查的廣告；及(iii)保障消費者知情權和選擇權。涉及網絡直播營銷的任何違法行為將據此進行查處。

於2021年4月23日，國家網信辦、公安部、商務部、文化和旅遊部、國稅總局、國家廣播電視總局及市場監管總局頒發《網絡直播營銷管理辦法(試行)》(「**網絡直播營銷管理辦法**」)，於2021年5月25日生效。根據網絡直播營銷管理辦法，直播間運營者及直播營銷人員須就直播營銷活動的廣告合規、互動內容管理、商品及服務供應商資料的核實與記錄、消費者權利保護及其他事宜承擔相關責任及義務。

根據網絡直播營銷管理辦法，直播間運營者及直播營銷人員從事網絡直播營銷活動，應當遵守相關法律及法規，不得有任何下列行為：(i)違反《網絡信息內容生態治理規定》第6條、第7條規定的(即發佈違法有害信息，包括但不限於危害國家安全、宣揚恐怖主義、傳播淫穢色情內容、宣揚低俗內容的信息)；(ii)發佈虛假或者引人誤解的信息，欺騙、誤導用戶；(iii)營銷假冒偽劣、侵犯知識產權或不符合保障人身、財產安全要求的商品；(iv)虛構或者篡改交易、關注度、瀏覽量、點贊量等數據流量造假；(v)知道或應當知道他人存在違法違規或高風險行為，仍為其推廣、引流；(vi)騷擾、詆毀、謾罵或恐嚇他人，侵害他人合法權益；(vii)傳銷、詐騙、賭博、販賣違禁品或管制物品等；及(viii)其他違反國家法律法規和有關規定的行為。此外，直播間運營者及直播營銷人員須於開展網絡直播營銷活動過程中履行若干責任，包括但不限於以下責任：(i)直播內容構成商業廣告的，應當履行廣告發佈者、廣告經營者或者廣告代言人的責任和義務；(ii)加強直播間管理，不得暗示或以其他方式誤導用戶；(iii)有效實時管理語音和視頻連線、評論、彈幕等互動內容，不得以刪除、屏蔽相關不利評價等方式欺騙、誤導用戶；(iv)對商品和服務供

應商的身份、地址、聯繫方式、行政許可、信用情況等信息進行核驗，並留存相關記錄備查；及(v)依法依規保護消費者權益，不得故意拖延或者無正當理由拒絕消費者提出的合法合理要求。

關於加強娛樂業監管的法規

根據國家廣播電視總局於2021年9月2日頒發的《國家廣播電視總局辦公廳關於進一步加強文藝節目及其人員管理的通知》，政府部門有意加強對文化節目及相關個人的監管，嚴格整治藝人違法失德、「飯圈」亂象等問題。具體而言，(i)廣播電視機構和網絡視聽平台在文化節目演員和嘉賓選用上要嚴格把關，堅持把政治素養、道德品行作為選用標準。政治立場不正確、違反法律法規、違背公序良俗的人員堅決不用；(ii)廣播電視機構和網絡視聽平台不得播出偶像養成類節目，不得播出明星子女參加的綜藝娛樂及真人秀節目；嚴禁鼓勵粉絲花錢投票，堅決抵制不良「飯圈」文化；(iii)堅決杜絕節目「娘炮」等畸形審美。堅決抵制炒作炫富享樂、緋聞隱私、負面熱點、低俗「網紅」、無底線審醜等泛娛樂化傾向；(iv)堅決抵制演員片酬違規及偷逃稅行為；倡導鼓勵演員和嘉賓擔當社會責任，參與公益性節目；及(v)加強對演藝行業從業人員的監管，不得以職業地位和知名度謀取不正當利益。

根據國家網信辦於2021年10月26日頒發的《關於進一步加強娛樂明星網上信息規範相關工作的通知》，國家將加強娛樂明星網上信息導向規範。網上發佈的娛樂明星相關信息應正確引導公眾及價值導向且不得含有法律及行政法規明確禁止的內容，不得宣揚流量至上、畸形審美、炫富拜金等不良價值觀；或刺激誘導粉絲群體進行過度消費、非法集資、非理性打投等應援行為。對違法失德藝人採取聯合懲戒措施，嚴防該等藝人轉移陣地、「曲線復出」。

關於在中國境內推出電視節目及平台節目審批程序的規定

根據國務院於1997年8月11日頒佈及於2020年11月29日修訂的《廣播電視管理條例》(2020年修訂)，廣播電台或電視台應當對其播出的廣播電視節目內容進行播前審查。根據國家新聞出版

廣電總局於2017年12月6日頒佈的《關於進一步加強廣播電視節目備案管理和違規處理的通知》(新廣電發[2017]254號)，廣播電台或電視台應當在播出前將部分重點類型的廣播電視節目向省級以上廣播電視行政主管部門備案。該等重點類型的廣播電視節目包括但不限於衛星綜合頻道的若干黃金時段的節目。

根據國家廣播電影電視總局及國家互聯網信息辦公室於2012年7月6日頒佈的《關於進一步加強網絡劇、微電影等網絡視聽節目管理的通知》(廣發[2012]53號)，網絡視聽節目服務提供者應當實行網絡視聽節目播前審查管理制度。在網絡視聽節目播出前，網絡視聽節目服務提供者應當安排其內容審查人員對擬播出的網絡視聽節目內容進行審查，經審查合格後方可在互聯網上播出。網絡視聽節目服務提供者應將獲批的網絡視聽節目的資料報省廣播電視行政部門備案。

關於產品質量的法規

由全國人大常委會於1993年2月22日發佈並於2000年7月8日、2009年8月27日及2018年12月29日修訂的《中華人民共和國產品質量法》是關於產品質量監督與管理的主要監管法律。該法明確了產品生產者和銷售者的責任。生產者應對其產品質量負責。倘產品中的瑕疵造成缺陷產品以外的人身傷害或財產損失，則生產者應承擔賠償責任，除非彼等能夠證明：(1)未將產品投入流通；(2)產品投入流通時，引起損害的缺陷尚不存在；或(3)產品投入流通時的科學技術水平尚不能發現缺陷存在。若銷售者不能指明缺陷產品的生產者，也不能指明缺陷產品的供貨者，銷售者承擔賠償責任。因產品存在缺陷造成人身、他人財產損害的，受害人可以向生產者要求賠償，也可向銷售者要求賠償。

根據全國人大常委會於2009年12月26日發佈並自2010年7月1日起生效的《中華人民共和國侵權責任法》，因產品存在缺陷造成他人損害的，產品生產者應當承擔侵權責任。因銷售者的過錯使產品存在缺陷，造成他人損害的，銷售者應當承擔侵權責任。產品缺陷造成損害的，被侵權

人可向生產者請求賠償，也可向銷售者請求賠償。《中華人民共和國侵權責任法》已被於2020年5月28日頒佈並於2021年1月1日生效的《中華人民共和國民法典》(「**民法典**」)取代。根據民法典，凡因第三方(如提供運輸或倉存服務的各方)的過錯使產品存在缺陷而造成他人損害，產品的生產者及銷售者有權向第三方索償。凡產品投入流通後發現存在缺陷，生產者或銷售者須及時採取警示及召回產品等補救措施。凡未及時採取補救措施或補救措施不力造成損害，生產者或銷售者須承擔侵權責任。凡因明知產品存在缺陷仍然生產、銷售而造成他人死亡或健康嚴重受損，除補償性賠償外，被侵權人有權要求相應的懲罰性賠償。

關於消費者保護的法規

根據全國人大常委會於1993年10月31日發佈、於1994年1月1日生效並於2009年8月27日及2013年10月25日修訂的《中華人民共和國消費者權益保護法》(「**消費者權益保護法**」)，經營者通過互聯網、電視、電話或郵購等方式銷售商品的，消費者有權在收到商品後的七天內無理由退貨，若干例外情況除外。此外，消費者在購買及使用商品以及接受服務時有權保護自己的人身安全和財產安全。違反《消費者權益保護法》可能會處以罰款、暫停營業、吊銷其營業執照或依法追究經營者刑事責任。

關於知識產權的法規

商標

商標受全國人大常委會於1982年8月23日頒佈並隨後於1993年2月22日、2001年10月27日、2013年8月30日及2019年4月23日修訂的《中華人民共和國商標法》及國務院於2002年8月3日頒佈並於2014年4月29日修訂的《中華人民共和國商標法實施條例》保護。國家知識產權局商標局(「**商標局**」)負責商標註冊並就各註冊商標授出為期十年的有效期，且可經請求於首個或任何在續的十年期滿時，再授予十年期限。商標註冊人可通過訂立商標使用許可合同，許可他人使用其註冊商標。商標許可合同須向商標局存檔備案，商標許可未經備案不得對抗善意第三人方。許可人應監督使用商標的商品質量，而被許可人應保證相關商品的質量。

《中華人民共和國商標法》就商標註冊採用「申請在先」原則。申請註冊的商標，凡與已經註冊的其他商標或在同一種或類似商品或服務上經過初步審定及批准使用的商標相同或者近似，商標註冊申請可能被駁回。申請商標註冊的任何人士不得損害他人現有的在先權利，也不得搶先註冊他人已經使用並有「一定影響」的商標。

域名

互聯網域名註冊及相關事宜主要受工信部於2004年11月5日頒佈並於2004年12月20日生效的《中國互聯網絡域名管理辦法》(被工信部於2017年8月24日頒佈並於2017年11月1日生效的《互聯網域名管理辦法》取代)的規管。域名擁有人須就域名辦理登記，而工信部負責中國互聯網域名的管理工作。域名服務遵循「申請在先」的原則。域名註冊申請人應向域名註冊服務機構提供與所申請域名有關的真實、準確及完整資料，並與其訂立註冊協議。完成註冊程序後，申請人將成為相關域名的持有者。

專利

根據全國人大常委會於2020年10月17日頒佈並於2021年6月1日生效的《中華人民共和國專利法(2020年修訂)》及國務院於2010年1月9日頒佈並於2010年2月1日生效的《中華人民共和國專利法實施細則(2010年修訂)》，中國國家知識產權局負責管理全國的專利工作。省、自治區、直轄市人民政府管理專利工作部門負責本行政區域內的專利管理工作。《中華人民共和國專利法》及其實施細則規定了「發明」、「實用新型」及「外觀設計」三類專利。發明專利的有效期為申請之日起20年，而外觀設計專利及實用新型專利的有效期為申請之日起十年。中國的專利制度採用「申請在先」原則，即兩個或以上的申請人分別就同樣的發明創造申請專利的，專利權授予最先申請的人。若想申請專利權，發明或實用新型必須滿足三個標準：新穎性、創造性及實用性。第三方必須取得專利持有人許可或適當授權後，方可使用專利，否則將構成專利權侵權行為。

著作權

根據全國人大常委會於1990年9月7日頒佈、於1991年6月1日實施及於2001年10月27日、2010年2月26日及2020年11月11日修訂的《中華人民共和國著作權法》(最新版本於2021年6月1日生效)及國務院於2002年8月2日頒佈及於2011年1月8日及2013年1月30日修訂的《中華人民共和國著作權法實施條例》(最新版本於2013年3月1日生效)，中國公民、法人及其他組織的作品，包括(其中包括)文學、藝術、自然科學、社會科學、工程技術及計算機軟件，不論是否發表，均由其享有著作權。著作權持有人享有多種權利，包括發表權、署名權及複製權。

外國人、無國籍人的作品根據其作者所屬國或者經常居住國與中國簽訂的協定或者共同參加的國際條約享有的著作權，受該法律保護。外國人、無國籍人的任何作品首先在中國境內出版的，依照相關條款享有著作權。

關於就業及社會福利的法規

勞動合同法

根據全國人大常委會於1994年7月5日頒佈、於1995年1月1日生效並於2009年8月27日及2018年12月29日修訂的《中華人民共和國勞動法》、全國人大常委會於2007年6月29日頒佈、於2008年1月1日生效並於2012年12月28日修訂及自2013年7月1日起生效的《中華人民共和國勞動合同法》及國務院頒佈並於2008年9月18日生效的《中華人民共和國勞動合同法實施條例》，僱主與僱員的勞務關係須以書面方式訂立。倘已形成勞務關係而沒有訂立正式合同的，須在僱員開始工作當日後一個月內訂立書面勞動合同。工資不得低於當地最低工資標準。僱主須建立勞動安全及衛生制度，嚴格遵守國家標準，並為僱員提供相關培訓。僱員亦須在安全及衛生環境下工作。

社會保險及住房公積金

根據中國法律法規，中國企業須參與若干僱員福利計劃，包括社會保險基金，即退休金計劃、醫療保險計劃、失業保險計劃、工傷保險計劃及生育保險計劃及住房公積金。

根據全國人大常委會於2010年10月28日頒佈、於2011年7月1日生效及於2018年12月29日修訂的《中華人民共和國社會保險法》以及其他相關中國法律及法規，如於1999年1月22日生效及於2019年3月24日修訂的《社會保險費徵繳暫行條例》、於2004年1月1日實施並於2010年12月20日修訂的《工傷保險條例》、於1999年1月22日頒佈的《失業保險條例》及於1995年1月1日實施的《企業職工生育保險試行辦法》，僱主須對社會保險計劃供款，包括基本養老保險、基本醫療保險、生育保險、工傷保險及失業保險。基本養老、醫療及失業保險由僱主及僱員共同作出供款，而工傷保險及生育保險由僱主單獨作出供款，而僱主未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收0.05%的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

根據國務院頒佈及於1999年4月3日生效，並於2002年3月24日及2019年3月24日修訂的《住房公積金管理條例》，中國企業須到相關管理中心辦理住房公積金登記，中心審核通過後，企業須到相關銀行辦理僱員住房公積金存款賬戶設立手續。企業亦須代僱員及時全額繳存住房公積金。僱主若違反該等法規以及未能於指定期限內到住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，處人民幣10,000元至人民幣50,000元罰款。

有關稅項的法例

企業所得稅

根據於2007年3月16日頒佈、於2017年2月24日及2018年12月29日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》(「**企業所得稅法**」)及國務院於2007年12月6日頒佈、於2008年1月1日生效並於2019年4月23日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(「**企業所得稅法實施條例**」)，國內及外商投資企業的企業所得稅稅率均為25%。在中國境外設立，「事實上的管理機構」位於中國的企業被視為「居民企業」，其全球收入須按25%的企業所得稅統一稅率繳稅。「非居民企業」是指根據外國法律組建且「事實上的管理機構」位於中國境外，惟於中國設有機構或場所，或並無相關

設立機構或場所但收入來自中國境內。根據《企業所得稅法》，非居民企業一般須繳納25%的統一企業所得稅。然而，根據《企業所得稅法》及其執行細則，非居民企業如未在中國境內設立機構或場所，或非居民企業在中國境內已成立機構或場所，但企業於中國境內產生的收入與其設立業務或場所並無實際關係，則企業從中國境內產生的收入按10%的稅率繳付企業所得稅。

股息預扣稅

根據《企業所得稅法》，外商投資企業派付給外國投資者(企業所得稅法定義為非居民企業者)的股息須按10%的稅率繳納預扣稅，惟與中國中央政府訂立的相關稅收協議另有規定者除外。根據2006年8月21日頒佈的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》(「**避免雙重徵稅安排**」)，倘香港居民企業被中國稅務主管部門認定為符合該避免雙重徵稅安排的相關條件及規定，根據企業所得稅法及企業所得稅法實施條例，香港居民企業自中國居民企業取得的股息適用的預扣稅稅率可從10%減至5%。

然而，根據國家稅務總局於2009年2月20日頒佈及生效的《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》，倘相關中國稅務機關酌情認定公司因以獲取優惠的稅收地位為主要目的的架構或安排而享有所得稅稅率減免，則該等中國稅務機關可調整優惠稅收待遇。

根據國家稅務總局於2018年2月3日頒佈並於2018年4月1日生效的《國家稅務總局關於稅收協定中「受益所有人」有關問題的公告》，判定受益所有人的身份時，根據具體案例的實際情況，結合若干原則進行綜合分析，如申請人有義務在收到所得的12個月內將所得的50%以上支付給第三國(地區)居民，或申請人從事的經營活動不構成實質性經營活動(包括具有實質性的製造、經銷、管理及其他活動)，申請人不大可能確認為享受稅收協議待遇的受益所有人。

增值稅

根據財政部(「**財政部**」)和國家稅務總局於2011年11月16日聯合頒發並自2011年11月16日起生效的《營業稅改徵增值稅試點方案》，營業稅改徵增值稅方案自2012年1月1日起開始試點，並根

據情況及時完善方案，擇機擴大試點範圍。試點地區先在交通運輸業、部分現代服務業等生產性服務業開展試點，逐步推廣至其他行業。在現行增值稅(「**增值稅**」)17%標準稅率及13%低增值稅稅率基礎上，新增11%及6%兩檔低稅率。租賃有形動產等適用17%稅率，交通運輸業、建築業等適用11%稅率，其他部分現代服務業適用6%稅率。截至2013年8月1日，營改增範圍已推廣到全國試行。

根據國務院於1993年12月13日頒佈及於2017年11月19日最新修訂並自同日起生效的《中華人民共和國增值稅暫行條例》及財政部於1993年12月25日頒佈並於1994年1月1日生效及於2011年10月28日進行最新一次修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，所有在中國從事銷售貨物、服務、無形資產或房地產，提供加工、修理及修配服務以及進口貨物的實體或個人，均須繳納增值稅。應繳增值稅乃按「銷項增值稅」減「進項增值稅」計算。除《中華人民共和國增值稅暫行條例》另有規定外，從事銷售或進口貨物、提供加工、修理及修配服務或租賃有形動產的實體或個人的增值稅稅率為17%。

根據於2018年4月4日頒佈並自2018年5月1日起生效的《財政部、稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》，納稅人過往須分別對增值稅應稅銷售活動或進口貨物繳納17%及11%的增值稅稅率，而適用的稅率應分別調整為16%及10%。對於過往繳納17%增值稅稅率且有資格獲得17%的出口退稅的出口貨物，其出口退稅應調整為16%。對於過往繳納11%增值稅稅率且有資格獲得11%的出口退稅的出口貨物及跨境應稅活動，其出口退稅應調整為10%。

根據於2019年3月20日頒佈及於2019年4月1日生效的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》，按16%稅率繳納增值稅應稅銷售行為或進口貨物的增值稅一般納稅人可享有經調整稅率13%；而按10%稅率繳納的可享有經調整稅率9%。就出口貨物按稅率16%，出口退稅率16%繳納，則出口退稅率調整為13%；而出口貨物或跨境應稅行為按稅率10%及出口退稅率10%繳納，出口退稅率將調整至9%。

有關非居民企業間接轉讓的企業所得稅

國家稅務總局於2009年12月10日發佈第698號文。中國稅務機關通過頒佈實施第698號文加強了對非居民企業間接轉讓所持中國居民企業股權的審查。國家稅務總局於2015年2月3日進一步發佈《國家稅務總局關於非居民企業間接轉讓財產企業所得稅若干問題的公告》(「**第7號文**」)，取代了當時第698號文所載有關間接轉讓的條文。第7號文推出了與第698號文大不相同的新稅務制度。第7號文將其稅務司法轄權延伸，不僅涵蓋第698號文所述的間接轉讓，還涵蓋涉及海外公司通過境外轉讓海外中間控股公司轉讓中國境內不動產以及於中國所設機構或場所的資產之交易。第7號文亦較第698號文更明確規定判斷合理商業目的之標準，並提出適用於內部集團重組的避稅情形。如非居民企業透過實施非合理商業目的安排間接轉讓中國居民企業股權或其他資產以規避繳付企業所得稅的責任，按企業所得稅法，上述間接轉讓一概被中國稅務主管機關視為直接轉讓中國居民企業股權或其他資產。

國家稅務總局於2017年10月17日頒佈的《國家稅務總局關於非居民企業所得稅源泉扣繳有關問題的公告》(「**國家稅務總局37號文**」)於2017年12月1日生效及於2018年6月15日進行部分修訂且取代第698號文及若干其他法規。國家稅務總局37號文(其中包括)簡化了扣繳非居民企業所得稅的流程。

有關外匯的法例

根據《中華人民共和國外匯管理條例》(國務院於1996年1月29日頒佈、於1996年4月1日生效並於2008年8月5日修訂)及其他相關規定，對經常性國際支付和轉賬不予限制。經常項目外匯收支(例如貨物貿易、服務貿易收支及對外支付利息及股息)應當具有真實、合法的交易基礎，憑真實有效的交易單證可以直接到銀行辦理。資本項目(例如直接股權投資及貸款)外匯收支，應於外匯管理機關辦理登記手續，及倘相關法律法規要求該核准或備案，亦須經過若干核准或備案程序。資本項目外匯及結匯資金，應當按照有關主管部門及外匯管理機關批准的用途使用。

於2015年2月13日，國家外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》(「**國家外匯管理局第13號文**」)，據此取消境外直接投資的外匯登記及批准，並授權相關銀行根據國家外匯管理局第13號文及《直接投資外匯業務操作指引》審查及辦理外匯登記，且國家外匯管理局及其當地分支機構將通過銀行對直接投資外匯登記實行間接監督。

根據《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(國家外匯管理局於2016年6月9日頒佈並於同日生效)，對於按相關政策已經明確實行意願結匯的資本項目外匯收入(包括外匯資本金、外債資金和境外上市調回資金等)，可根據境內機構的實際經營需要在銀行辦理結匯。境內機構資本項目外匯收入意願結匯比例暫定100%。國家外匯管理局可根據收支餘額及形勢適時對上述比例進行調整。

關於境內個人參與境外上市公司股權激勵計劃外匯登記的規定

根據國家外匯管理局於2012年2月15日頒佈的《國家外匯管理局關於境內個人參與境外上市公司股權激勵計劃外匯管理有關問題的通知》，參與同一項境外上市公司股權激勵計劃的個人(指中國公民和在中華人民共和國境內連續居住滿一年的外國人(外國駐華外交人員和國際組織駐華代表除外))，應通過一家境內代理機構向國家外匯管理局登記並辦理若干其他手續，惟若干特殊情況除外。此外，必須委聘一家境外委託機構處理有關行使或出售購股權以及買賣股份及權益的事宜。

有關網絡安全審查的法規

於2021年11月14日，國家互聯網信息辦公室(「**網信辦**」)發佈《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》(「**網絡數據安全條例草案**」)，規定從事以下活動的數據處理營運商必須申報網絡安全審查：(i)已收購大量與國家安全、經濟發展或影響或可能影響國家安全的公眾利益有關的數據資源的互聯網平台營運商的合併、重組或分拆；(ii)處理超過100萬用戶個人資料的數據處理營運商在

海外上市；(iii)影響或可能影響國家安全的香港上市項目；或(iv)影響或可能影響國家安全的其他數據處理活動。然而，網絡數據安全條例草案並無提供對於認定「影響或可能影響國家安全」情形的標準。網信辦徵求意見至2021年12月13日止，但並無何時頒佈該條例的時間表。

於2021年12月28日，網信辦、中國國家發改委、工信部及若干其他中國政府部門聯合發佈《網絡安全審查辦法》，該辦法於2022年2月15日生效，並取代了2020年4月13日頒佈的《網絡安全審查辦法》。《網絡安全審查辦法》規定，擁有1百萬用戶以上個人信息的網絡平台營運商於國外上市前應接受網絡安全審查。網絡安全審查將評估(其中包括)關鍵信息基礎設施、核心數據、重要數據或大量個人信息上市後被外國政府影響、控制或惡意使用的風險，以及網絡信息安全風險。根據《網絡安全審查辦法》，關鍵信息基礎設施營運商採購網絡產品和服務，網絡平台營運商開展數據處理活動，影響或可能影響國家安全的，應當按照《網絡安全審查辦法》進行網絡安全審查。此外，(i)倘相關政府主管部門認為營運商的網絡產品或服務或數據處理活動影響或可能影響國家安全，則可對該營運商啟動網絡安全審查；及(ii)掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台營運商赴國外證券交易所上市，必須接受網絡安全審查。

關於境外上市的法規

於2023年2月17日，國務院批准下，中國證監會發佈試行辦法及五項配套指引，將於2023年3月31日生效。根據《試行辦法》，(1)境內企業直接及間接尋求境外發行或上市證券應當履行備案程序並向中國證監會報告有關信息。倘境內企業未能履行備案程序或在備案文件中隱瞞重要事實或編造重大虛假內容，有關境內企業將受到整頓令、警告、罰款等行政處罰，而其控股股東、實際控制人、直接負責的主管人員及其他直接責任人員亦可能受到警告及罰款等行政處罰；(2)倘發行人同時符合下列情形的，境外發行及上市認定為境內企業間接境外發行及上市：(i)發行人境內經營實體於最近會計年度的總資產、淨資產、收入或溢利，任何一指標佔發行人同期經審計合併財務報表相關數據的比例超過50%；(ii)經營活動的主要環節在境內開展或者業務的主要場所位於境內，或者負責發行人經營管理的高級管理人員多數為中國公民或者經常居住地位於境內；及(3)倘境內企業間接尋求境外市場發行及上市證券，發行人應當指定一家主要境內運營實體向中

國證監會負責所有備案程序；及倘發行人於境外市場申請首次公開發行及上市，發行人應當提交有關申請後3個工作日內向中國證監會提交備案。

根據《試行辦法》，中國境內企業直接及間接尋求境外市場發行及上市證券須與中國證監會履行備案程序並報告有關信息。《試行辦法》規定存在下列情形之一，則明確禁止境外發行及上市：(i)法律、行政法規及國家有關規定明確禁止有關證券發行及上市；(ii)經國務院有關主管部門依法審查認定，境外發行上市可能危害國家安全的；(iii)擬作出證券發行及上市境內企業或者其控股股東及實際控制人最近三年內存在貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪的；(iv)擬作出證券發行及上市的境內企業因涉嫌犯罪或者重大違法違規行為正在被依法立案調查，尚未有明確結論意見的；或(v)境內企業的控股股東或者受控股股東及／或實際控制人支配的其他股東持有的股權存在重大權屬糾紛的。

於2023年2月17日，中國證監會亦發行《關於境內企業境外發行上市備案管理安排的通知》(《通知》)，(其中包括)闡明：(1)於《試行辦法》生效日期或之前，已在境外提交有效的境外發行上市申請、未獲境外監管機構或者證券交易所同意的境內企業，可以合理安排彼等向中國證監會提交備案申請的時點；(2)境內企業將授予六個月過渡期，於《試行辦法》生效日期之前，境內企業已獲得境外監管機構或證券交易所的批准(根據《通知》，有關「獲得境外監管機構或證券交易所的批准」包括申請於聯交所上市的申請人通過聆訊)但尚未完成境外間接上市。倘境內企業未能於該六個月過渡期完成境外上市，則彼等應當按要求向中國證監會備案。經本公司確認，倘上述要求未能滿足，本公司將於提交發行上市申請文件後合理安排提交備案申請，並承諾在中國證監會完成備案程序前不實施發行。

於2023年2月24日，中國證監會及其他相關政府機構頒佈《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》(「**《保密規定》**」)，將於2023年3月31日生效。根據《保

密規定》，境內企業向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供、公開披露，或者通過其境外上市主體等提供、公開披露涉及國家秘密、機關單位工作秘密的文件、資料的，應當依法報有審批權限的主管部門批准，並報同級保密行政管理部門備案。境內企業向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供的會計檔案或會計檔案複製件的，應當按照國家有關規定履行相應程序。為境內企業境外發行上市提供相關服務的證券公司、證券服務機構在境內形成的工作底稿等檔案應當存放在境內。需出境的檔案應按照有關規定辦理審批手續。

投資審批條例

根據投資審批條例，每名持有台灣護照的人士或台灣註冊實體透過其所控制公司於中國內地進行直接或間接投資須經台灣投資委員會事先批准。

投資審批條例亦對持有台灣護照的個人或台灣註冊實體於中國內地投資的金額及業務類別設定若干限制。

除禁止或有條件允許的投資類別外，倘持台灣護照的個人或台灣註冊實體於單個中國內地實體的投資總額不超過1百萬美元(「**原有限額**」)，可於投資後六個月內向台灣投資委員會申報。倘上述個人或實體於單個中國內地實體的投資超過1百萬美元，須事先經台灣投資委員會批准後方可投資。此外，持台灣護照的個人於中國內地的投資亦受到每年5百萬美元投資額度的限制。

截至最後可行日期，我們的台灣股東間接合共持有約64.5%的股份。據台灣法律顧問告知，由於我們的創辦人持有台灣護照，故其對我們於中國內地的營運附屬公司的間接投資須經台灣投資委員會批准，根據投資審批條例，上述投資應歸類於一般項目(即不包括禁止或有條件允許持有台灣護照或台灣註冊實體的投資者投資的業務)。我們的台灣股東已向台灣投資委員會提交各自對我們於中國內地營運附屬公司的間接投資，並獲得其批准，而據台灣法律顧問告知，我們的台灣股東已履行了台灣法律所規定的關於彼等向本集團投資的所有相關法律規定。

我們的台灣股東各自於未來的任何額外投資均須事先得到台灣投資委員會的批准(倘各相關台灣股東對單個中國內地實體的投資總額超過原有限額)。我們的每一位台灣股東亦受到年度投資額度的限制。

根據我們台灣法律顧問的詮釋及其向台灣投資委員會作出的諮詢，我們相信，台灣投資委員會很可能認定，只要我們的台灣股東持有我們股份的權益，我們於中國內地的附屬公司作出的若干股權增資將視為我們台灣股東的額外間接投資。各台灣股東的投資金額將經參考彼等於本公司的股權比例釐定。倘台灣投資委員會作出該等認定，則我們的每一位台灣股東在增加股本之前都必須獲得台灣投資委員會批准。據我們的台灣法律顧問所告知，根據台灣投資委員會當前的慣例及政策，只要各台灣股東符合投資審批條例，且所增加股權資本不超過原有限額(如適用)或年度投資限額，預計我們的台灣股東日後就對我們於中國內地的附屬公司進行股權增資取得台灣投資委員會的批准不會遭遇任何法律阻礙。我們概不保證日後台灣投資委員會的現行慣例及政策將保持不變。

根據台灣法律顧問對台灣投資委員會於2022年發佈的《對外及對大陸投資法規與案例分享》中所提供案例的解讀，我們使用全球發售所得款項對中國內地附屬公司進行股本增資將不計入每名台灣股東的原有限額或年度投資限額，因為該等所得款項指我們從第三方投資者處收取資金。本公司或集團公司於附屬公司層面所進行的集團內貸款或交易(例如發行債券)亦不計入每名台灣股東的原有限額或年度投資限額，因為其不被視為投資行為。然而，倘我們使用借款或內部資源等資金對我們在中國內地的附屬公司進行股本增資，相關資金將計入我們台灣股東的原有限額或年度投資限額，原因為我們內部資源的使用被視為彼等提供初始投資的資本收益。當台灣股東向台灣投資委員會報告彼等於中國內地的投資以獲得其批准時，倘當局詢問，彼等應證明用於股本增資的資金來源。我們的台灣股東有權收取本公司宣派的股息。

本節及本招股章程其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自我們委託灼識諮詢編製的報告以及各種官方政府刊物及其他公開可得刊物。我們委聘灼識諮詢編製灼識諮詢報告，其為有關全球發售的獨立行業報告。來自官方政府來源的資料未經我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、資本市場中介人、彼等各自的任何董事及顧問、或參與全球發售的任何其他人士或各方獨立核實，且概不對其準確性作出任何聲明。

行業資料來源

灼識諮詢獲委託對中國社交電子商務及IP創造及營運行業進行分析並作出報告，費用約為人民幣1,130,000元。委託編製的報告已由灼識諮詢在不受本公司及其他利益相關方影響的情況下編製。灼識諮詢的服務包括行業諮詢、商業盡調、戰略諮詢等。其顧問團隊一直在追蹤電子商務、消費品、環境、工業、能源、化工、醫療、運輸、農業、金融等領域的最新市場趨勢，並擁有上述行業相關的深入市場情報。

灼識諮詢使用各種資源進行一手及二手研究。一手研究涉及與主要行業專家及領先行業參與者訪談。二手研究涉及分析來自多個公開可得數據來源(如國家統計局、國際貨幣基金組織等)的數據。委託編製的報告中的市場預測乃基於以下主要假設：(i)預計中國整體社會、經濟和政治環境於預測期內保持穩定；(ii)受持續城鎮化的推動，中國經濟及產業發展很可能會於預測期內維持穩定的增長態勢；(iii)相關主要行業推動因素很可能於預測期內推動中國社交電子商務及IP創造及營運市場；及(iv)不存在極端不可抗力事件或無法預見的行業法規，以致可能對市場造成急劇或根本性的影響。

除非另有指明，否則本節所載的所有數據及預測均來自灼識諮詢的諮詢報告。董事經合理審慎行事後確認，自諮詢報告日期以來，整體市場資料概無出現不利變動，以致有關數據受到重大限制、相抵觸或負面影響。

中國社交電子商務行業及IP創造及營運行業概覽

過去五年，中國線上零售市場蓬勃發展。中國線上零售銷售總額於2022年達致約人民幣13.8萬億元，而2017年為人民幣7.2萬億元，並預計到2027年將以10.0%的複合年增長率進一步增長至人民幣22.2萬億元。在購買力不斷增強和新零售商業模式發展的推動下，中國線上零售市場持續擴張。中國電子商務市場相對集中，主要由淘寶、*天貓*、京東和拼多多主導，按2022年總商品交易額計，彼等所佔的市場份額合共約90%。

根據定義，新零售業務為一種業務模式：(i)透過整個零售價值鏈的數字化，融合線上及線下商業，使商家、分銷商(如有)、消費者及公司受益；(ii)利用數字支付數據在物流、營銷及產品開發方面創造新的效率及能力；(iii)為商家提供新的工具及見解，以降低成本及推動銷售；及(iv)為客戶提供跨線上及線下空間的無縫及定制的購物體驗(例如分銷商與終端消費者透過社交媒體及通訊應用程序溝通或參加線下會議(例如年度活動、會議、會談及／或分銷商零售店的面對面銷售)進行互動)。

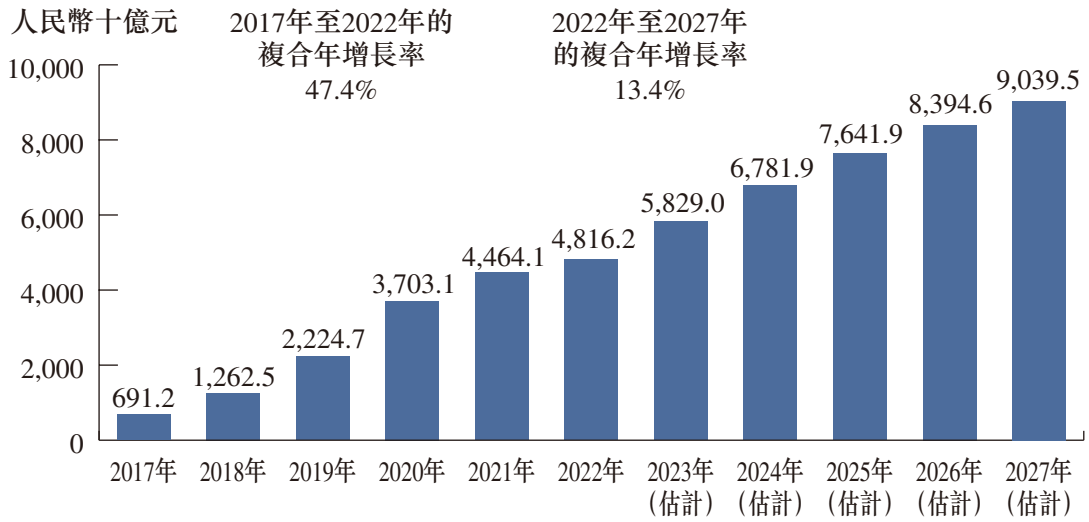
中國新零售市場是指透過整個零售價值鏈的數字化融合線上及線下商業的業務，使商家、消費者及促成該轉變的公司均受益。而新零售市場的公司經營有別於傳統電子商務的新產品銷售渠道，如在微信、*抖音*、*小紅書*、*快手*等進行銷售。本公司的商業模式利用其分銷商及客戶的在線社區，並向客戶提供無縫及定制的購物體驗，被視為「新零售業務」形式之一。中國新零售市場的細分包括社交電子商務行業，該行業正進一步推動中國新零售市場的發展。中國新零售市場利用數字支付數據在物流、營銷及產品開發方面創造新的效率及能力；為商家提供新的工具及見解，以降低成本並推動銷售；及為客戶提供線上及線下空間的無縫及定製的購物體驗。

中國新零售市場的市場規模自2017年至2022年由人民幣0.0萬億元按複合年增長率125.2%大幅增至人民幣2.3萬億元。新零售市場快速發展，並將在可預見的未來進一步滲透中國零售市場，2022年至2027年，中國新零售市場預計將按18.5%的複合年增長率增長。預計到2027年，中國新零售市場將達到人民幣5.3萬億元，創下歷史新高。

傳統電子商務是一種基於消費者搜索的模式，購買過程始於客戶在電子商務平台上搜索並根據其即時需求下達訂單。在傳統的電子商務平台，商品信息通常是集中的，而獨立的消費者彼此之間很少互動。傳統電子商務的效率越來越低，為各利益相關人士帶來諸多挑戰。對消費者而言，傳統電子商務平台的信息氾濫已成為痛點，而對於商家而言，傳統電子商務平台的獲客成本增加、品牌知名度難打造等問題困擾著商家。鑒於該等挑戰，社交電子商務(定義為基於消費者社交網絡和社區的基於共享的網絡購物模式)已成為一種解決方案。社交電子商務的好處包括為消費者提供更準確的推薦和信息來源，通過社會關係提高品牌知名度，以及通過利用社區建設降低獲客成本。中國社交電子商務行業的一些市場參與者亦被IP賦能，此令社交電子商務公司可從粉絲群中吸引可觀的流量，通常有助於公司提升品牌及產品的價值，並豐富其內容。

按總商品交易額計，中國社交電子商務行業在過去幾年實現大幅增長，於2022年達致約人民幣48,162億元，而2017年為人民幣6,912億元，複合年增長率為47.4%。根據灼識諮詢的資料，預計該行業將保持按複合年增長率13.4%增長，到2027年將達致人民幣90,395億元。

中國社交電子商務行業的市場規模(按總商品交易額計)(2017年至2027年(估計))



資料來源：灼識諮詢報告

社交電子商務的商業模式

社交電子商務通過提供IT基礎設施支持、嵌入式營銷工具和內容等功能，使客戶和分銷商能夠通過彼等的社交網絡方便地瀏覽、購買、分享、推廣和促進線上交易。中國社交電子商務行業主要包括以下四種商業模式：

基於社區的社交電子商務模式，據此，品牌或個人通過社交媒體應用程序(主要是微信)經營電子商務業務。品牌和個人基於其強大的個人社交網絡，可以通過微信公眾號、微信小程序、微信朋友圈或微信群產生社交曝光，以吸引和接觸粉絲和消費者。

會員制模式，據此，消費者須先成為平台會員後方可享受一些會員專享權利。僅平台會員方可訪問產品。新會員通常由現有會員通過社交媒體邀請。會員可以通過社交網絡分享和推薦產品，且本質上是平台上的賣家，並賺取佣金費用。

內容分享模式，據此，消費者被購物體驗分享、推薦和評論所吸引。其作為一個社區，在有著相似興趣的群體之間發現和分享好產品的信息。

團購模式，據此，消費者組成一個團體，通常以具有競爭力的價格購買產品，並鼓勵其邀請他人加入該團體。

中國IP衍生品的分類

知識產權(IP)指包括人類智慧創造出來的無形的財產，包括著作權、專利、商標等。該等財產可以包含不同性質的各種IP類型，包括文學、電影和電視、遊戲、卡通以及動漫、音樂、現

場演唱會、明星、藝術等。成功的IP除其原有形式的價值外，可通過IP衍生品帶來可觀的商業價值。IP衍生品可分為以下三大類：

商品衍生品，指被許可人在獲得IP所有者的授權後，為商業利益使用熱門IP而開發及銷售的品牌產品。授權通常在特定地理區域的特定時間段內有效。

空間衍生品，指以提供沉浸式體驗及銷售IP相關產品為目的，融入IP及相關概念的主題活動或空間裝飾，如會議、展覽、主題商店、主題公園等。

IP改編的娛樂內容，指由IP改編而成的娛樂內容，主要包括遊戲、影視劇、動漫等。

社交電子商務與IP創造之間的聯繫及協同作用

IP創造成為社交電子商務公司的資產，具有IP背景的社交電子商務公司無需額外支付IP許可費，公司可免費利用其IP資產進行商業變現交易，這是相對於其他行業參與者的巨大競爭優勢。

除其原有形式的價值外，IP可通過IP衍生品帶來可觀的商業價值，社交電子商務公司可通過商品衍生品、空間衍生品及IP改編的娛樂內容等不同形式的IP衍生品，將其IP價值授權予其他品牌公司或其自身的附屬公司，從而獲得可觀的IP衍生品銷售價值及溢利。

IP可為社交電子商務公司帶來可觀的受眾群體，該等受眾與IP有著強烈的情感聯繫。憑藉公司IP資產的龐大粉絲群，社交電子商務公司可提升其IP的商業價值，利用基於IP的營銷策略，有效提升社交電子商務公司的品牌及產品價值，豐富其內容，並能夠吸引IP的粉絲群投向其品牌及產品。

基於IP的營銷對社交電子商務平台的賦能及裨益

社交電子商務平台將合適的IP和相關元素和概念嵌入到產品、產品包裝、免費禮品等，可以有效地獲得以下優勢：

IP使社交電子商務公司的業務模式多樣化。社交電子商務公司可利用其IP資產創造不同形式的IP衍生品，如將IP嵌入其商業產品、主題活動、空間裝飾及娛樂內容等，這基於多樣化的業務模式為公司帶來巨大的發展潛力。

IP提高社交電子商務公司的品牌知名度。IP通常擁有相當大的受眾群，其與IP有著強烈的情感聯繫。通過使用基於IP的營銷，公司可以有效提升品牌及產品價值，豐富其內容，並能夠吸引IP的粉絲群投向其品牌及產品。

IP為社交電子商務公司帶來令人印象深刻的營銷和銷售效果。優質的IP資源可以提升社交電子商務平台的核心競爭力。IP形象、IP影響力和IP質量可以決定下游IP衍生品的營銷效果。中國消費者被海量的營銷信息轟炸，由於營銷渠道日益多樣化，其吸引力被逐漸分散。優質IP擁有優質的內容供企業實體利用和加工成良好的營銷材料，優質IP與合適的產品或服務的有機結合，可以激發出巨大的火花，給消費者帶來樂趣。所有上述情況均證明，領先的IP資源往往會給企業實體帶來令人印象深刻的營銷和銷售效果。

IP增強社交電子商務公司的消費者粘性及社區凝聚力。與IP有著強烈情感聯繫的粉絲很容易被基於IP的社交電子商務公司通過強大的IP影響力，培養成對公司品牌具有高粘性的消費者、KOC及KOL。忠誠的社區及消費者帶來的影響將進一步提高公司的品牌知名度，使公司能夠以更低的成本獲得新的消費者。

IP可降低社交電子商務公司的廣告成本。IP能夠使公司自由使用基於IP的營銷策略，通過IP天然的龐大粉絲群來實現更廣泛的品牌或產品曝光，這是相對於仍使用傳統數字營銷的行業參與者的巨大競爭優勢。

IP行業的市場驅動力

中國泛娛樂產業的快速增長。由於許多IP源自泛娛樂內容，中國泛娛樂的繁榮有望促進中國IP創造及營運行業的成長。中國日益增長的娛樂消費需求有望進一步促進中國泛娛樂行業的成長，從而推動IP創造及營運行業的發展。

大量IP粉絲。過去幾年，粉絲經濟在中國的盛行進一步帶動娛樂及角色IP授權市場的發展。包括動漫人物、明星、音樂在內的特定IP很容易積累大量粉絲，此乃成為IP衍生產品及服務的主要消費力。

增強購買力。消費水平的提高帶動消費者對獨特及差異化商品的需求。IP相關商品可通過此類商品在消費者與IP之間傳遞一種特殊情感聯繫，能夠滿足消費者對獨特及差異化商品的品味，並有望受到中國消費者的歡迎。由於許多IP源自泛娛樂內容，中國泛娛樂的繁榮有望促進中國IP創造及營運行業的成長。

本公司IP資源的競爭優勢

截至2023年3月22日，周杰倫*快手*公眾號*周同學*訂閱量超過52百萬，公眾號粉絲數位居*快手*所有明星榜首。周杰倫先生在*快手*上的賬號並未用於推廣本集團的任何產品。於*快手*上的有關領先地位反映*周同學*的巨大影響力。

*周遊記*1於2020年3月至2020年6月每週六晚十時至十二時在浙江衛視播出，亦在芒果TV及Netflix播出。

根據中國廣視索福瑞媒介研究有限公司(中國電視節目收視率數據的主要提供者之一)(「**索福瑞**」)發佈的收視率數據，*周遊記*1的平均收視率為1.165%，於2020年3月至6月同時段播出的電視真人秀節目中排名第一。隨後兩檔電視真人秀節目的平均收視率分別為0.747%及0.697%。

中國娛樂業競爭格局

排名	2020年3月至6月播出的電視真人秀節目	索福瑞公佈的平均收視率
1	*周遊記*1	1.165%
2	聲臨其境3	0.747%
3	親愛的，來吃飯	0.697%
4	非誠勿擾	0.467%
5	我們的樂隊	0.373%

此外，根據索福瑞發佈的平均收視率，*周遊記*1於2020年所有電視真人秀節目中位列27。

劉畊宏先生的粉絲量自2022年4月起一直增加，而其*抖音*粉絲由2022年4月12日的約5.0百萬人增至2022年5月12日的65.4百萬人，再增至2022年12月31日的71.5百萬人。*抖音*平台上僅有少數幾個現象級賬號才能達至每月逾10百萬粉絲的增量，而劉畊宏先生的粉絲群於一個月內增長逾60百萬人，超過劉德華先生一個月內50百萬的記錄，成為*抖音*歷史上月度增量最高的賬號。

劉畊宏先生作為一名健身愛好者的受歡迎程度與其多年來擔任健身教練的往績記錄一致，此有助於其打造健身偶像IP。

劉畊宏先生於*抖音*的作品已積累164百萬個讚，使其成為粉絲量第三大最受歡迎的*抖音*KOL賬號。其*抖音*主題「本草綱目毽子操」已播放153億次。

領先的娛樂內容，包括電影、電視及現場演唱會，可以吸引觀眾的極大關注，因此適合做廣告植入。透過將社交電子商務公司的產品及品牌整合至娛樂內容，品牌及產品可以獲得相當大的曝光率並提高在目標受眾當中的知名度，從而促進產品銷售。

中國社交電子商務行業的主要動力

移動互聯網，特別是社交媒體應用程序的使用不斷增加。近年來，移動互聯網的普及得到了長足發展，新一代消費者在移動互聯網，特別是社交媒體應用程序上花費的時間越來越多，社

交媒體應用程序的用戶規模亦不斷增加。根據灼識諮詢的資料，消費者平均每天在移動互聯網上花費的時間從2017年的每天約4.5小時快速增至2022年的每天7.1小時，2017年至2022年的複合年增長率為9.5%。透過積極使用微信及微博等社交媒體分享日常生活(包括購物需求及體驗)的趨勢亦愈來愈明顯。微信的月活躍用戶由2017年的10億個賬戶增至2022年接近13億個賬戶，複合年增長率為5.9%。社交媒體應用程序用戶規模及滲透率不斷上升，反映越來越多的消費者開始關注社交電子商務業務，這有望推動未來中國社交電子商務業務的發展。

分享購物體驗的趨勢日益明顯。中國的年輕人更願意在網上與朋友及家人分享個人生活及購物體驗，而彼等的購買決策更易受KOL、KOC、社區及社交網絡的影響，這為社交電子商務行業的發展提供了巨大的潛力。

更廣泛社交聯繫的出現。根據灼識諮詢的資料，在線社交網絡已從個人及家庭關係擴展到社區及共同興趣群體，這已成為信息獲取及發佈的主要來源，從而影響個人在各個方面的決策，包括購物決策。

對更個性化及更準確的網上購物信息的需求日益增加。根據灼識諮詢的資料，在傳統電子商務行業，信息氾濫成為痛點。電子商務平台上有海量產品及信息，該等信息往往屬片面性，消費者很難產生共鳴和依賴。這推動了對更個性化及更準確的網上購物信息的需求日益增加。針對該等挑戰，中國電子商務市場正湧現出多種多元化的購物商業模式，推動中國社交電子商務市場的發展。

自發購物。社交電子商務的出現促進了產品的全渠道營銷。在移動互聯網、移動支付技術、雲計算、大數據技術等的推動下，社交電子商務可為消費者提供無縫、整合及高度個性化的購物體驗，並接觸到越來越多樣化的產品。這產生了眾多新的消費場景，消費者可隨時隨地購物，從而促進社交電子商務市場的發展。

政府支持。社交電子商務創造了一種全新的電子交易方式，提供通過社交媒體連接的信息發佈網絡，以更少的時間投入提供值得信賴且經濟實惠的產品選擇，並降低客戶獲取及保留成本。近年來，社交電子商務業務在中國發展迅速，日益壯大，政府更加積極地鼓勵創新，發展新的商業模式，如社交電子商務。此外，為將社交電子商務與傳銷區分開來，昆山市人民代表大會常務委員會出台支持措施，將昆山作為社交電子商務可持續發展的首座城市設立試驗區，根據灼

識諮詢的資料，這是未來主要的新商業模式之一。設立此類試驗區是中國政府普遍採取的措施，以支持新業態的發展，如自2012年起設立的跨境電商綜合試驗區、自2018年起設立的杭州新零售試驗區及自2012年起設立的智慧城市試驗區等。於2020年12月25日，昆山試驗區部省際聯席會議第八次會議(「**第八次聯席會議**」)在昆山召開。根據第八次聯席會議的會議紀要，第八次聯席會議提出了深化兩岸產業合作的多項扶持措施。會議亦議決，市場監督管理局及發展和改革委員會應支持昆山試驗區發展社交電子商務等創新商業模式，並在數據共享及執法協作方面先行先試，在保持審慎和堅持原則的同時鼓勵創新。為進一步補充第八次聯席會議提出的扶持措施，昆山市發展和改革委員會主辦的社交電商試點推進會議(「**推進會議**」)於2021年3月16日召開以及昆山巨星行動成為昆山試驗區首家社交電子商務試點企業。預計政府支持將提供強有力的增長基礎，並將推動中國社交電子商務行業未來的發展。

IP賦能有望帶動社交電子商務行業的增長。嵌入合適的IP，尤其是明星IP，可為社交電子商務公司的品牌及產品帶來巨大的流量。IP所有者可通過許可、IP資產銷售及特許經營等不同的IP交易方式，或直接參與IP衍生品的開發及銷售，將其IP資產商業化，從而促進公司業務增長。因此，IP賦能成為越來越流行的營銷策略，進一步推動社交電子商務行業的發展。

中國社交電子商務行業的主要趨勢

營銷策略的演變。市場參與者的營銷策略將從透過個人熟人進行營銷演變為通過社區、KOC及KOL進行營銷。透過個人關係進行營銷接觸的消費者範圍有限，因為熟人可能對特定產品或服務並無相似興趣。社區、KOC及KOL可匹配有類似需求的群體，並為網店提供一種有效途徑，以接觸大量的目標消費者。因此，預計未來會有更多的產品及服務透過社區、KOC及KOL得到推廣。

產品類別不斷增加。伴隨著消費升級，中國的消費者需求亦越來越多樣化，導致消費者更偏好擁有多種產品的公司。為了抓住消費者的需求，企業將不斷擴大其產品組合。

消費者服務及質量控制不斷完善。消費者服務及質量控制管理是社交電子商務的兩大痛點，也是消費者高度關注的問題。目前許多網上商家缺乏服務，因此無法留住消費者，亦無法實現可持續發展。為解決該等問題，更多的社交電子商務市場參與者傾向於組建專業的消費者服務團隊及質量控制管理團隊，以增強自身競爭力，提高消費者的忠誠度。

越來越多地使用基於IP的營銷策略。過去幾年，粉絲經濟在中國的盛行進一步帶動娛樂及角色IP授權市場的發展。因此，包括動漫人物、明星、音樂在內的特定IP很容易積累大量粉絲，成為社交電子商務公司推廣產品、提升品牌價值的主要營銷策略。

進入壁壘

用戶獲取及參與。一個具有強勁增長的活躍社區對社交電子商務的發展至關重要。隨著電子商務行業的競爭不斷加劇，獲取新用戶及保持高用戶粘性的成本亦在增加。

產品的質量控制。產品質量對社交電子商務至關重要，因為電子商務可能會受到任何產品質量問題的重大負面影響，包括但不限於潛在的處罰、訴訟及聲譽損害。新進入者通常需要一段時間來建立完善的質量控制系統，因此，產品質量控制仍是一項門檻。

強大的品牌知名度。消費者通常傾向於信用良好的社交電子商務公司。任何關於電子商務公司的負面新聞均會對未來的發展產生長期而廣泛的負面影響。因此，良好的品牌知名度有助於贏得客戶的信任及忠誠度。現有社交電子商務公司已憑藉其出色的服務供應建立起良好的聲譽，尤其是擁有明星IP背景的公司，已經輕易建立起公司的品牌認知度，此為獨一無二及不可模仿的品牌。因此，新進入者可能會發現，在與其他參與者競爭的同時，在短期內建立良好的品牌聲譽相當困難。

強大的分銷能力。社交電子商務行業最重要的元素之一是社交網絡在商品營銷中的廣泛應用。具有忠誠度的社區及分銷商乃該行業社交電子商務營銷的基礎。社交電子商務公司需要制定一套具備完善的激勵及監督機制的全面制度以管理其分銷商及提升分銷能力。新進入者如果缺乏經驗豐富的分銷商及分銷商管理方面的專業知識，可能無法在市場上生存。

關鍵成功因素

擁有成功IP背景的社交電子商務公司將擁有強大的社區聯繫及高粘性的消費者。由於社交網絡在商品營銷中的廣泛應用對擁有成功IP背景的市場參與者至關重要，該等市場參與者可有效地維持強大的社區聯繫，並通過強大的IP影響力培養大量對其品牌具有高粘性的消費者、KOC及KOL，吸引大量粉絲流量。忠誠的社區及消費者帶來的影響將進一步提高市場參與者的品牌知名度，使其能夠以較低的成本獲得新的消費者。

明星IP對流量天然具有極大吸引力。社交電子商務的競爭相對激烈。對於社交電子商務市場參與者而言，流量吸引力對實現高性價比的大眾消費採購至關重要。IP，特別是明星IP可在很短的時間內為社交電子商務市場參與者帶來巨大的品牌知名度，從而有助於推廣產品，拉動社交電子商務的流量。同時，與明星IP相關的社交電子商務能夠加快品牌知名度，進一步利用明星IP的大量粉絲基礎及品牌背書，有利於將明星IP的粉絲轉化為消費者，從而更容易促進產品銷售。

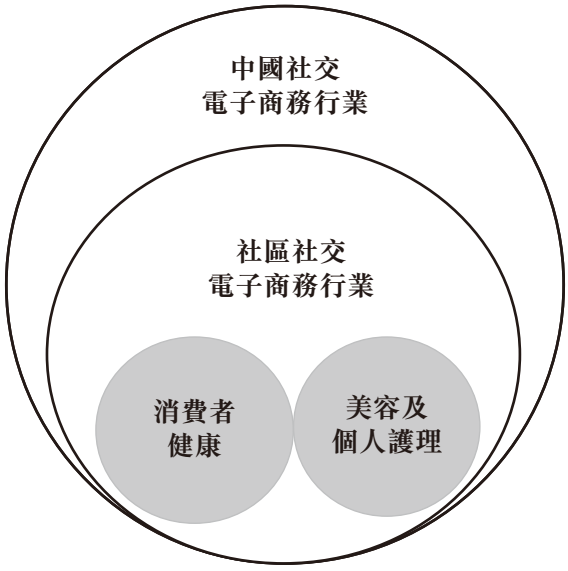
全服務模式令用戶能夠輕鬆參與產品的購買及營銷。綜合性的全服務社交電子商務使KOC及分銷商能夠輕鬆瀏覽、分享、創建內容並與消費者互動，提供愉悅的購買及售後服務，使消費

者熟悉產品信息及真實的用戶體驗。此外，在全服務模式下，網紅及分銷商亦將接受有效分享、內容創建及客戶互動方面的系統營銷培訓。同時，實行集中訂貨制度及物流服務，保證銷售的完成。該模式可能會實現更高的消費者粘性，因為該模式滿足消費者作為購買者及作為產品推廣者的不同需求，且能夠將客戶轉化為分銷商或網絡紅人。

先進的IT基礎設施。隨著中國網上零售市場於過去五年的快速增長，先進的IT基礎設施對公司處理銷售及物流數據變得至關重要。此外，就社交電子商務而言，利用消費者關係管理及對消費者需求及反饋的大數據分析將使得彼等能夠更好地了解市場趨勢。同時，先進的IT系統亦有助於公司產品的質量控制，以避免假冒偽劣產品進入市場，從而改善消費者的購物體驗。

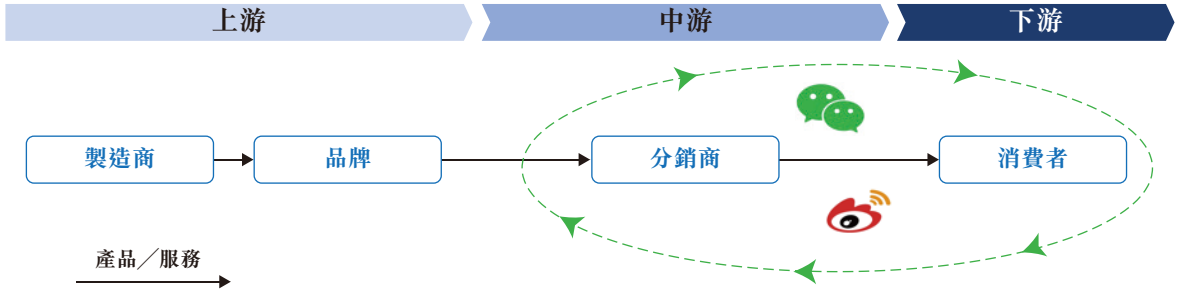
中國的社區社交電子商務行業

中國的社區社交電子商務行業由多種模式組成，其中包括(i)社區模式；(ii)會員制模式；(iii)內容分享模式；及(iv)團購模式。社區社交電子商務行業可按產品類型進一步細分，包括消費者健康、美容及個人護理行業。下圖說明中國社區社交電子商務行業的細分市場：



資料來源： 灼識諮詢報告

社區社交電子商務模式的價值鏈



資料來源：灼識諮詢報告

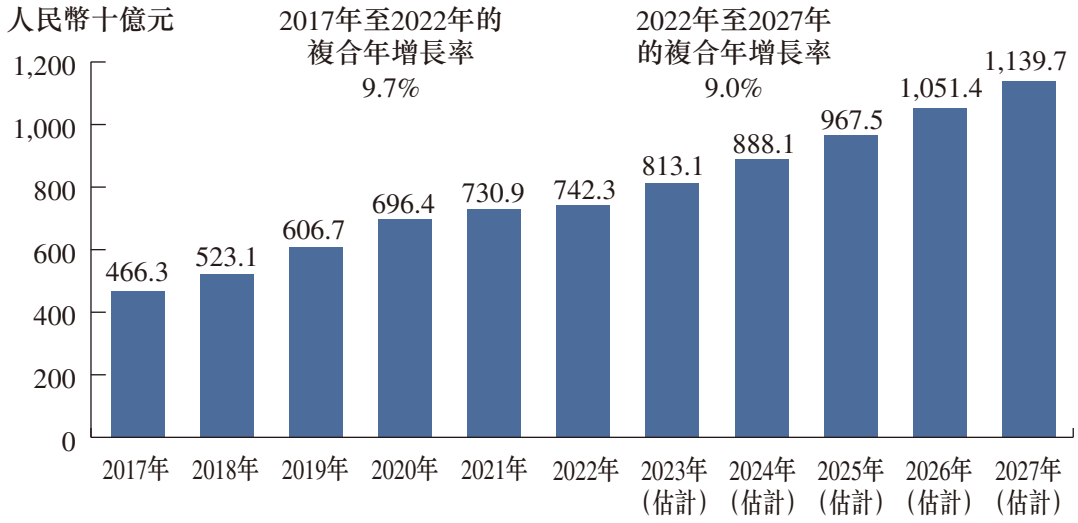
上游：社交電子商務公司主要專注於產品開發及品牌建設。於社區社交電子商務模式中，社交電子商務公司可自行生產產品或將生產外包予第三方製造商，然後透過分銷商分銷產品。

中游：社區社交電子商務模式涉及不同的分銷層面。在行業內，社交電子商務公司通常會聘請獨立第三方分銷代理，根據分銷協議協助分銷商管理及培訓以及銷售及營銷活動，而社交電子商務公司則主要專注於產品開發及品牌建設。分銷代理將聘請多名分銷商及經銷商。社交電子商務公司將根據購買量等因素向分銷商及／或經銷商提供各種折扣或回扣安排。各級分銷商亦可按照社交電子商務公司預先規定的指導價直接向消費者銷售產品。鑒於經銷商通常規模較小甚至為個體商戶，大部分經銷商可能無法亦不願意與社交電子商務公司建立正式的合約關係。行業慣例是社交電子商務公司會向分銷商提供標準的經銷協議，要求分銷商在與經銷商建立合約關係時使用。或者，分銷商可透過代表經銷商向社交電子商務公司下達採購訂單，與經銷商建立業務關係。

下游：各級分銷商通過社交媒體應用程序(例如微信)與消費者互動，從而產生產品銷售。

根據灼識諮詢的資料，社區社交電子商務行業在中國快速增長，其市場規模由2017年的人民幣4,663億元增至2022年的人民幣7,423億元，複合年增長率為9.7%，預計將以9.0%的複合年增長率增長，到2027年將達到人民幣11,397億元。

中國社區社交電子商務行業的市場規模(按總商品交易額計)(2017年至2027年(估計))



資料來源：灼識諮詢報告

按產品類型劃分，中國社區社交電子商務行業主要包括消費者健康、美容及個人護理，以及服裝、食品及飲料等其他產品類別。

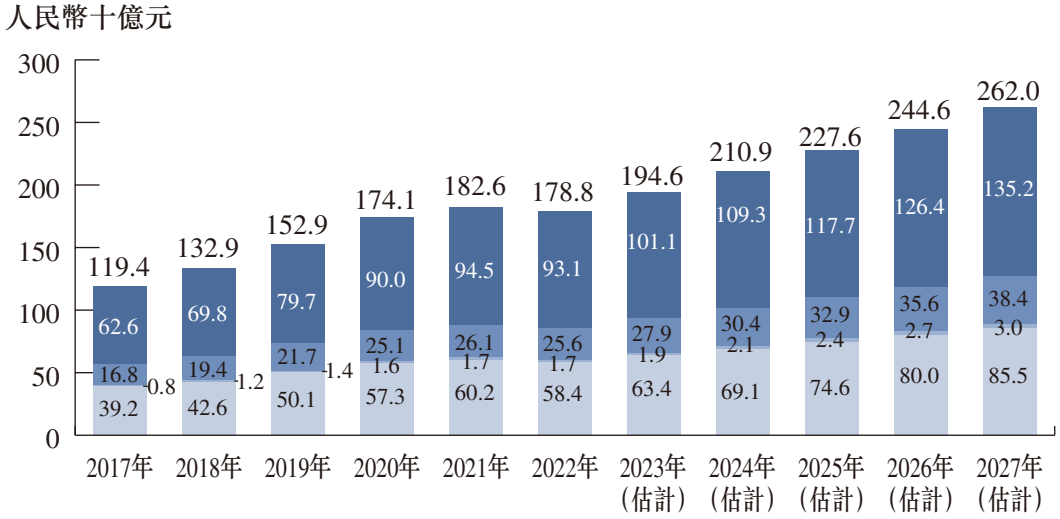
中國社區社交電子商務行業中的消費者健康細分市場

中國的消費者健康市場主要包括維生素及膳食補充劑、運動營養、健康管理產品及其他產品。按總商品交易額計，自2017至2022年，消費者健康社區社交電子商務行業的市場規模由人民幣1,194億元增至人民幣1,788億元，複合年增長率為8.4%。預計在可預見的未來，中國消費者健康社區社交電子商務行業將保持強勁的增長勢頭，到2027年將達到人民幣2,620億元，2022年至2027年的複合年增長率為7.9%。

在消費者健康細分市場，中國的健康管理產品可進一步分為代餐、OTC肥胖症、瘦身茶、營養補充劑及減肥補充劑等五個子細分市場。按總商品交易額計，自2017年至2022年，健康管理社區社交電子商務行業的市場規模由人民幣168億元增至人民幣256億元，複合年增長率為8.8%，並預計將進一步增長，到2027年將達到人民幣384億元，2022年至2027年的複合年增長率為8.4%。

中國消費者健康社區社交電子商務行業的市場規模
(按總商品交易額計及按產品類型劃分)(2017年至2027年(估計))

	2017年至2022年的複合年增長率	2022年至2027年（估計）的複合年增長率
維生素及膳食補充劑	8.3%	7.7%
健康管理	8.8%	8.4%
運動營養	15.1%	12.2%
其他	8.3%	7.9%
總計	8.4%	7.9%



*附註：*其他包括膏藥、足浴粉等。

資料來源：灼識諮詢報告

低碳水化合物飲食的概念

低碳水化合物飲食計劃是指用高蛋白及高脂肪比例的食物及其他低碳水化合物食物作為主要營養補充劑，替代大米、麵粉或糖等碳水化合物的營養及能量攝入，以滿足計劃的脂肪／能量比，碳水化合物在能量供應結構的比例少於10%，通常對試圖減肥或患有癲癇或糖尿病的人有用。根據現有的醫學研究及相關專家的常識，18歲至65歲的超重及肥胖人群減肥意願明確，並願意接受低碳水化合物飲食指導。

低碳水化合物飲食減肥的優點包括(i)攝入更多的蛋白質及脂肪會抑制飢餓感及熱量攝入；(ii)低碳水化合物飲食的作用是排出體內多餘的水分，降低胰島素水平，導致短期內體重迅速下降；及(iii)與傳統的低熱量減肥解決方案相比，傳統的低熱量減肥解決方案嚴格限制熱量攝入，可食用的食物替代品較少，而低碳水化合物飲食不限制熱量，可撰擇的食物較多，可幫助人們堅持減肥。

中國防彈飲料市場

防彈咖啡的概念於2004年首次在美國推出，並自2016年起在中國商業化。作為2010年後在中國興起的一種新的飲食趨勢，防彈飲料市場在過去數年已經歷較快的增長。自2017年至2022

年，中國防彈飲料市場規模(按總商品交易額計)由人民幣5億元增至人民幣22億元，複合年增長率為34.6%。

於2020年，COVID-19疫情爆發讓世界措手不及，其社會及經濟影響程度尚不清楚，此對中國人的消費行為產生輕微影響。此外，實施的靜態管理控制措施明確針對特定地區，大多數人的日常生活並無受到嚴重影響。武漢於2020年1月23日開始首次實施靜態管理控制措施，一直持續至2020年4月8日。於2020年1月底，中國政府當局於全國範圍內實施靜態管理控制措施，建議人們減少戶外活動，停止聚集活動，並實施區域交通管制，以遏制疾病的傳播。大約一個月後，中國各地恢復全國性的運輸及生活活動。

於2021年，廣州、深圳、南京、西安等多地出現COVID-19的德爾塔變異毒株，導致僅在中高風險地區實施各種小規模靜態管理控制措施。對於爆發疫情的地區，公共集會及活動被取消，交通亦受到影響。2021年爆發COVID-19的德爾塔變異毒株涉及的病例比2020年少，但範圍更廣，因此受靜態管理控制措施影響的地區更多。隨著區域靜態管理控制措施變得普遍，人們的收入及消費行為受到不利影響，特別是在健康管理產品等不必要的支出方面。

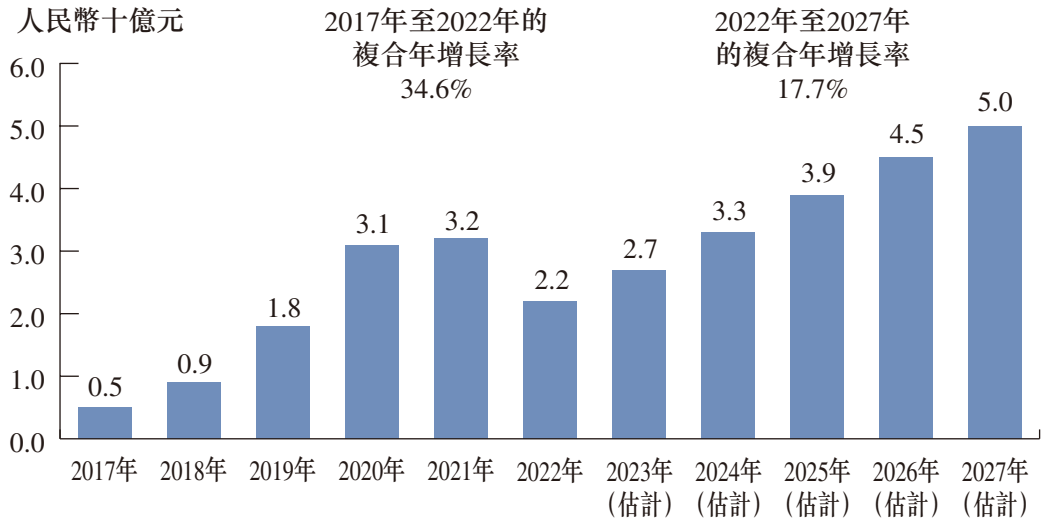
於2022年，COVID-19的奧密克戎變種毒株於全球肆虐，而中國許多地區受到嚴重影響。自2022年3月起，上海及吉林省長春分別進入為期兩個月及48天的全市靜態管理控制措施。上海疫情是繼2020年初武漢疫情爆發後，中國內地最大的城市聚集性感染城市群。由於上海是中國經濟及物流樞紐，上海長達兩個月的全域靜態管理控制措施對中國經濟產生重大不利影響。此外，北京及長春等其他大城市的疫情亦對經濟造成不利影響，導致消費下降。因此，2021年及2022年疫情對整個零售業的影響比2020年更為嚴重。2021年下半年及2022年上半年，中國經濟受到全國各地各種靜態管理控制措施的嚴重影響，導致2021年防彈咖啡市場增長速度低於預期，及2022年上半年預期下調。

未來，隨著疫情減弱及中國政府致力於通過政策刺激消費，預計整體消費將由之前的負面活動中復甦，防彈飲料市場有望恢復增長。國務院辦公廳於2022年4月下旬印發《關於進一步釋放消費潛力促進消費持續恢復的意見》。省及市政府已研究該等指導方針，並起草若干支持措施，以促進各自地區的消費。在宏觀經濟的推動下，由於整體經濟預期企穩回升，防彈飲料業有望在2022年下半年恢復同比增長，達至接近2021年上半年的水平。

行業領先公司已完成市場教育，使防彈飲料消費者總數在2022年達至1.6百萬，2017年至2022年的複合年增長率為34.6%。中國18歲以上消費者在肥胖人口中的滲透率由2017年的0.07%上升至2022年的0.27%。然而，於2022年，中國整體經濟受到負面影響，因為隨著疫情的暫時性

反覆，消費水平下降。於2022年4月，製造業採購經理指數及綜合採購經理指數均達至2020年3月以來的最低記錄。截至2022年6月30日止六個月，中國防彈飲料市場較2021年同期錄得同比下降約46.2%。與2021年相比，2022年防彈飲料的消費者總數亦將減少。於2022年7月15日，國家統計局(NBS)宣佈，與去年同期相比，2022年上半年中國GDP增長2.5%。國際貨幣基金組織(IMF)隨後將其對中國經濟年增長率的預測修正為3.3%，意味著與2021年下半年相比，2022年下半年可能實現4.0%的估計增長率。預計自2023年開始，中國經濟將企穩並恢復合理增長，根據IMF預測，GDP預計將增長4.6%，防彈飲料消費者總數亦將擴大並繼續呈現上升趨勢，防彈飲料行業將隨之增長。中國飲料市場總額由2017年的人民幣5,212億元增長至2022年的人民幣6,062億元，複合年增長率為3.1%。預計2027年將增長至人民幣7,334億元，2022年至2027年複合年增長率為3.9%。

中國防彈飲料行業的市場規模(按中國總商品交易額計)
(2017年至2027年(估計))



資料來源：灼識諮詢報告

中國健康管理及防彈飲料行業的主要動力

輕量化趨勢及忙碌的生活方式提振需求。在中國，輕量化生活的趨勢越來越明顯，生活中衣、食、住、行及媒體等各個領域均偏向輕量化和便利性。追求此生活方式的人們旨在擺脫日常瑣事，簡化生活，從而促進新的消費方式的發展，如消費防彈咖啡、代餐奶昔、代餐棒及餅乾等代餐產品以及包含益生菌等成分的包裝食品等減肥補充劑。此外，隨著城市化進程的不斷推進，忙碌的生活方式日益普遍，傳統消費習慣亦受到衝蝕，導致對代餐產品等方便滿足消費者營養需求產品的需求不斷增加。

日益增長的健康意識預計將推動健康管理行業的增長。久坐的生活方式以及對垃圾食品和快餐的日益偏愛導致肥胖風險的增加，這推動了健康意識的增長。消費者的健康意識越來越強，注重通過健康管理解決方案及減少糖分攝入等進行健康管理，導致消費者採用各種新的健康管理解決方案，如低碳水化合物飲食計劃，其有助於自然減脂，與傳統方式相比，副作用的可能性較小。因此，於預測期內，日益增長的健康意識預計將推動中國防彈飲料市場的增長。

中國健康管理及防彈飲料行業的主要趨勢

提供優質的產品口味。隨著健康意識的提高，健康管理及防彈飲料產品越來越受歡迎，各公司正努力通過生產與高熱量產品口味相似的低糖代餐產品(如防彈奶茶)來創新代餐產品的風味及口感，以迎合消費者的各種偏好。此外，消費者對符合日常飲食口味的需求亦在增加，導致出現各種其他口味，如黑胡椒、酸菜及日式味噌。

增加產品種類的多樣性。隨著消費升級，中國的消費需求日趨多元化，導致消費者偏好於擁有各種不同功能的低碳水化合物產品的企業。為滿足不同消費者的需求，未來低碳水化合物產品的種類將越來越多樣化，這將為塑身提供多樣化的健康管理解決方案。

中國健康管理及防彈飲料行業的進入壁壘

營銷策略及品牌認知方面的知識。客戶對健康管理及防彈飲料產品的選擇及有關產品的銷售在很大程度上取決於營銷策略。市場參與者可採用子品牌作為細分市場及精確客戶定位的營銷策略，從而成功地在客戶群中佔據更多的份額。因此，在營銷策略方面的豐富知識，包括定位、廣告及推廣策略，是企業進入健康管理及防彈飲料市場的一大壁壘。

產品創新能力。中國的健康管理及防彈飲料產品消費者偏好具有獨特品牌價值的差異化產品。為應對瞬息萬變、喜好各異的消費市場，健康管理及防彈飲料公司須在產品研發上投入大量的時間及資金。然而，產品研發能力要有雄厚資本、人才資源及行業經驗支撐，而新進入者難以獲得該等資源。缺乏足夠的產品研發能力的新公司無法為客戶提供新潮產品，因而在市場上生存困難重重。

明星IP。在中國社交電子商務行業，僅少數市場參與者獲得明星IP賦能。明星IP能夠吸引粉絲群的大量流量，通常有助於社交電子商務市場參與者實現相對較快的增長。

競爭格局

2022年，就總商品交易額而言，中國防彈飲料行業的市場規模達到人民幣22億元。更多公司開始研發及推出新的防彈飲料產品，而若干競爭對手則採取了低價策略。防彈飲料行業的高端產品分為價格每杯人民幣40元以上，而中低端產品的價格低於每杯人民幣40元。儘管如此，本公司仍是中國防彈飲料市場的領導者，於2022年就總商品交易額而言錄得24.9%的市場份額，是第二大行業參與者的八倍以上。

於2022年，新一波COVID-19疫情席捲中國多個地區，令中國經濟遭受重創。政府實施各種嚴格的預防措施，包括全市靜態管理控制措施。由於疫情反彈，消費急劇下降。在企業需求面臨收縮壓力的同時，企業的正常生產也受到負面影響，居民生活受到不同程度的影響，此抑制消費水平的增長，進而拖累整體經濟增長。

過去數年中，隨著消費者意識的不斷提高，防彈飲料及低碳水化合物飲食在中國經歷了廣泛的增長。從2021年開始，隨著對生酮飲食的有效市場教育及市場參與者取得成功，該行業變得有吸引力，導致更多新的市場參與者進入防彈飲料市場。大多數新市場參與者傾向於採用低價策略作為其品牌策略。在消費者意識日益增強的防彈飲料行業，有關策略將若干對價格敏感的消費者轉移至該等新市場參與者進行購買，惟本公司則以較高的價格保持高標準。由於市場參與者增多，整個防彈飲料市場更加分散，但本公司仍保持行業領先地位。

此外，當某些品牌在小眾市場走紅時，一些製造商「走捷徑」賣假貨的情況並不少見。受該等假冒產品的影響，公司的實際市場份額可能會被稀釋。

中國防彈飲料行業的競爭格局*(附註1)*

排名	公司名稱	公司概況	銷售渠道	2022年總商品交易額以百萬元計	市場份額 %
				(人民幣)	
1	**本公司**	**該公司於2018年在中國江蘇省成立。**	**微信／第三方電商平台**	**555.7**	**24.9%** *(附註2)*
2	J公司	該公司於2015年在中國湖北省成立。	微信／第三方電商平台	67.9	3.0%
3	N公司	該公司於中國成立。	第三方電商平台	60.3	2.7%
4	K公司	該公司於韓國成立。	第三方電商平台	12.2	0.5%
5	O公司	該公司於中國成立。	第三方電商平台	11.5	0.5%

附註：

1. 中國防彈飲料行業涵蓋中國市場上所有防彈飲料的銷售，而無論其產自何處，包括但不限於防彈咖啡、防彈茶、防彈椰奶等銷售。

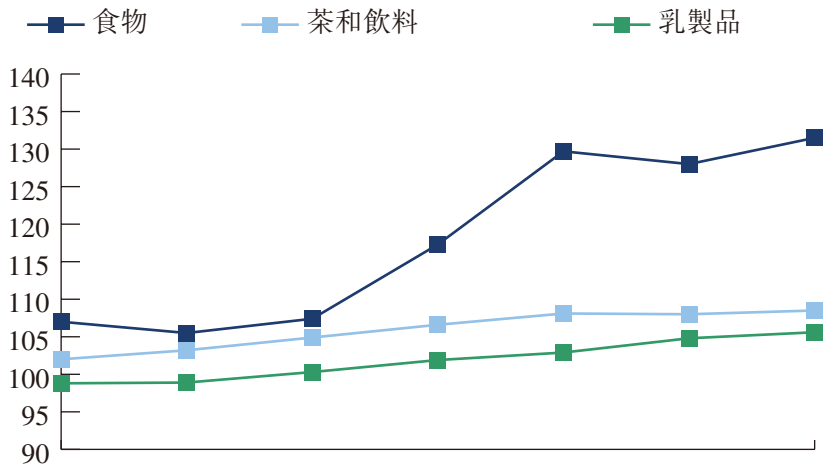
2. 市場參與者總數由2021年的約300家大幅增加至2022年的約350家。加上市場上出現與本集團產品相似的假冒產品，吸引了部分對價格敏感的潛在消費者，2022年，我們的市場份額被稀釋至約24.9%，而2021年則約為25.6%。

健康管理及防彈飲料行業的原材料價格分析

原材料成本為健康管理及防彈飲料行業的主要成本項目。自2016年至2022年，基於2014年的食品消費價格指數(「**消費價格指數**」)從2016年的107.0上升至2022年的131.5。

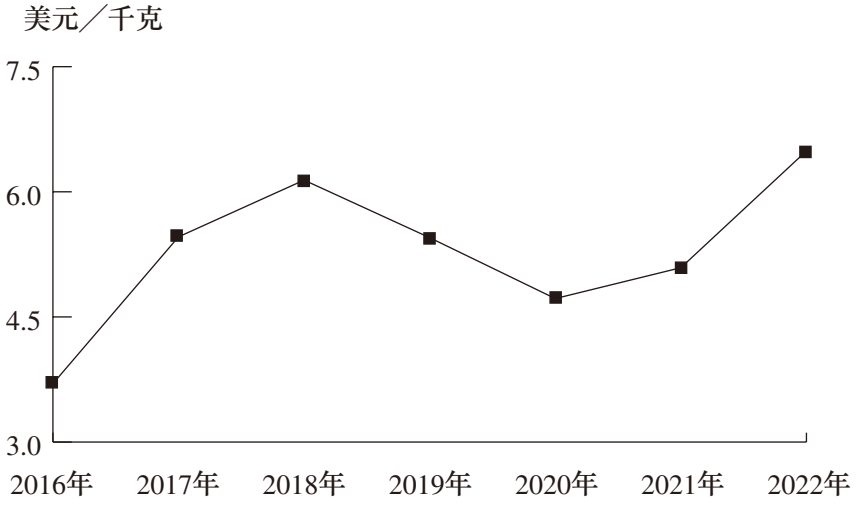
茶和飲料作為防彈飲料產品的主要原材料之一，消費價格指數從2016年的102.0上漲至2022年的108.5。乳製品作為另一種主要原材料，消費價格指數於2016年至2022年期間保持相對穩定。在中國進口黃油作為防彈飲料的主要原材料，價格於2016年至2022年期間保持相對穩定。

中國原材料的消費價格指數(2016年至2022年)



消費價格指數(2014年=100)	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年	2022年
食物	107.0	105.5	107.4	117.3	129.7	128.0	131.5
茶和飲料	102.0	103.2	104.9	106.6	108.1	108.0	108.5
乳製品	98.8	98.9	100.3	101.9	102.9	104.8	105.6

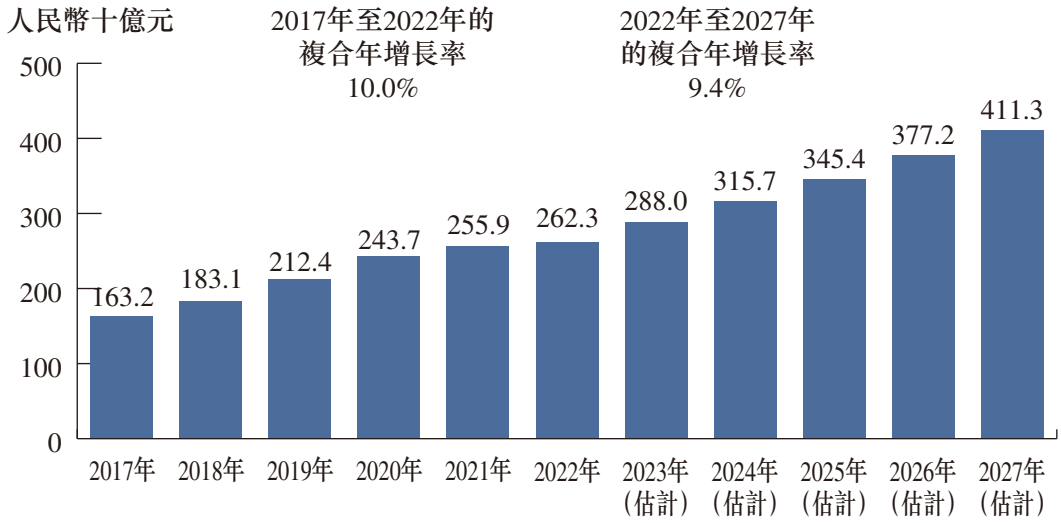
中國進口黃油及脂肪的價格(2016年至2022年)



中國社區社交電子商務行業中的美容及個人護理細分市場

美容及個人護理產品市場包括護膚、護髮、口腔護理、彩妝、沐浴及淋浴等產品。按中國總商品交易額計，中國美容及個人護理社區社交電子商務行業的市場規模由2017年的約人民幣1,632億元增至2022年的人民幣2,623億元，複合年增長率為10.0%。預計中國美容及個人護理社區社交電子商務行業將繼續增長，到2027年將達到人民幣4,113億元，2022年至2027年的複合年增長率為9.4%。

中國美容及個人護理社區社交電子商務行業的市場規模
(按中國總商品交易額計)(2017年至2027年(估計))



資料來源：灼識諮詢報告

中國美容及個人護理行業的主要動力

財富持續增長及城鎮化進程加速。中國的財富持續增長及城鎮化進程不斷加速已導致消費者的生活方式、消費模式及習慣發生重大變化。已習慣基本個人護理消費的城鎮居民傾向於比過往更廣泛更頻繁地使用個人護理產品。例如，城鎮居民的皮膚護理、頭髮和身體護理、口腔護理及化妝過程不斷呈現複雜性。此外，受城鎮消費者的消費習慣及可支配收入增加的影響，佔中國總人口比例較大的農村消費者正養成個人護理的習慣，從而增加了個人護理產品的消費。

衛生、健康及美容的意識不斷提高。隨著消費意識增強及購買力提高所致的需求不斷增長，消費者傾向於增加個人護理產品的消費預算，以實現更健康的生活、保持良好的個人外表及注重個人衛生。由於對永保美麗的渴望，護膚品及化妝品已表現出強勁的銷售業績，滲透率加深，消費者年度支出更高。隨著人們對口腔健康意識的增強，以及健康中國戰略為中國口腔護理的健康發展奠定了堅實的基礎，口腔護理產品亦快速增長。此外，在衛生意識日益提高的情況下，頭髮及身體護理產品已穩步增長。

社交媒體的持續市場教育及流行文化的影響。通過在多種社交媒體工具上進行促銷及投放廣告所開展的頻繁市場教育已為生活在各線城市的消費者創建了化妝品信息的眾多接觸點。移動媒體平台及電子商務平台等平台上的各種促銷方法(包括化妝色板及試用裝、化妝品教程、開箱、經驗分享、KOL帶貨及直播銷售)已對消費者對個人護理產品的看法及消費習慣產生了極大影響。因此，更多消費者願意購買個人護理產品。

社交生活中對更好的個人外表的渴望不斷提高。受市場教育的影響，尤其是KOL分享的個人護理經驗，以及日本等發達國家文化(該等文化將個人外表視為社交生活的重要組成部分)的輸入，消費者逐漸意識到個人外表對於取得社會、專業及財務成功至關重要，並在某種程度上與個人的自信、社交禮儀、地位象徵及工作場所禮儀相關。隨著購買力的提高，消費者越來越注重保持美麗的標準。

中國美容及個人護理行業的主要趨勢

新興品牌及中國國產品牌的知名度不斷提高。新興的美容及個人護理品牌在推出產品及消費者參與方面採用新方法，並為消費者提供高質量、物有所值的產品，迅速獲得中國消費者的青睞。此外，近年來，國產品牌在中國的受歡迎程度越來越高。許多中國國產品牌能夠提供高質量的產品，其標準可與國際知名品牌相媲美，在配方及產品開發方面亦採用先進的方法，並遵守全球安全標準。此外，許多國產品牌更擅長數字營銷，對中國消費者不斷變化的偏好有更深入的了解。

分銷渠道的轉變。個人護理市場現正從大賣場、超市及百貨商店等傳統銷售渠道轉向線上及專業零售商。數字生態系統的加入不僅提高了購買效率，亦改變了消費者與品牌的互動方式。如今越來越多的消費者在網上研究個人產品，並根據用戶生成的內容及社交媒體網紅作出購買決定。除此之外，小眾品牌可直接在網上與消費者接觸，而無需支付成熟品牌以往獲取客戶所用的廣告支出。此外，傳統的店內消費者現如今不再僅僅購買某些商品，而是越來越多地尋求新穎的購物體驗，因此，絲芙蘭及屈臣氏等專業零售商近年來迅速發展壯大。

我們的歷史及發展

概覽

我們的創始人馬女士、楊先生、葉女士及陳先生於2017年開始經營本集團業務，彼等彼此為一致行動人士。於創立本集團前，馬女士一直就職於一間投資管理公司，並專注於文化、娛樂及媒體資源行業的投資。彼在通過獨一無二而有價值的明星IP實現賦能方面具有深入見解。憑藉馬女士的業務關係，彼於2000年代末在與周杰倫先生旗下藝人經紀公司的代表楊先生及陳先生以及周杰倫先生共同參與其他項目及合作時與彼等熟稔。楊先生及陳先生於娛樂行業擁有經驗，因為彼等一直與知名明星緊密合作，並深諳娛樂內容的公眾偏好。有關馬女士、楊先生及陳先生的相關經驗，請參閱本招股章程「董事及高級管理層」一節。另一方面，葉女士(周杰倫先生之母親)及楊先生習慣於透過彼等共同控制的實體集體作出投資決定。由於馬女士、楊先生、葉女士及陳先生於集團公司擁有實益權益，故彼等於整個往績記錄期間一直就我們業務的發展共同作出主要決策，且彼等已訂立一致行動方協議，以承認並確認此類安排。有關更多詳情，請參閱「與控股股東的關係－一致行動方協議」一節。

創始人於2017年成立本集團運營業務，專注於新零售和IP創造及營運(「**上市業務**」)，彼等期望通過我們專有的明星IP及以IP為導向的媒體內容及活動，在新零售運營中為我們的分銷渠道、產品及消費者獲取賦能。

我們的關鍵里程碑

下文概述本集團的關鍵發展里程碑：

年度	事件
2017年	*周遊記*的主要創作人及我們開始計劃拍攝*周遊記*1
	我們為周杰倫先生2017年及2018年的世界巡迴演唱會《地表最強》提供分包服務
2018年	我們聘請商業夥伴生產及推出我們的護膚品(包括*LA DEW*煥顏美雕面膜(*LA DEW* Hydrating Brightening Treatment Mask))
	我們開始開發*魔胴*咖啡的原型

年度	事件
2019年	我們於4月在全國範圍內正式推出*魔胴*咖啡及透過相同渠道建立分銷其他產品的分銷代理協助分銷模式及系統
	*周同學*的創作及首次亮相，且我們推出與上海浦東發展銀行合作的「*周同學*小小音樂家」收藏集
	*魔胴*咖啡獲太平洋時尚網美容風雲榜人氣口碑獎
	我們於湛江策劃湛江超級巨星演唱會
2020年	我們於寧波策劃及投資巨星行動超級夜
	*周遊記*1於浙江衛視及Netflix等各大收視平台首播
	在與泡泡瑪特的合作中推出「*周同學*」泡泡玩具收藏品
2021年	我們正式推出兩條新的護膚品線*摩肌博士*及*茶小姐*
	我們於春節期間策劃一檔網絡音樂脫口秀節目*既來之則樂之*，基於該節目，我們計劃於2023年下半年推出周播網絡音樂脫口秀節目
	我們推出其他健康管理產品，包括*魔胴*汽水及*魔胴*魔芋螺蛳粉
	我們設立新的分銷渠道，包括就分銷*魔胴*汽水訂立總經銷協議並啟動*巨星優選*平台
	我們開始拍攝及製作*周遊記*2
	我們獲委任為劉畊宏先生在中國的商業活動的獨家代理，並協助他發展成為中國健身及健美行業的熱門KOL

年度	事件
2022年	我們一直與劉畊宏先生合作，在社交媒體平台上塑造其公眾形象，自4月以來已獲得顯著的人氣
	我們開設了*抖音*賬號，並與王女士及其他KOL合作，以「劉畊宏肥油咔咔掉」的名義推廣我們的產品
	我們策劃了若干以周杰倫先生為中心的IP活動及節目，包括(i)於2022年11月首次在*快手*旗下的在線平台上播出的周杰倫線上哥友會；(ii)於2022年11月首次在咪咕旗下的在線平台播出的世界杯相關綜藝節目(即《*周遊記2*》世界杯番外篇)；及(iii)於2022年12月首次在咪咕旗下的在線平台上播出的另一場世界杯相關音樂節目

我們的主要附屬公司

於往績記錄期間，對我們的經營業績作出重大貢獻的本集團各成員公司的主要業務活動載列如下：

主要附屬公司名稱	主要業務活動
巨室文創(昆山)	境內方面的IP規劃、管理及授權
昆山巨星行動	新零售業務的產品開發、客戶服務及訂單執行
巨星文創發展	境外方面的IP規劃、管理及授權
北京巨星精湛	電視、在線節目及演唱會策劃
天賦星球	有關明星娛樂及表演業務的規劃與管理服務
昆山汀奢*(附註)*	發展及管理昆山汀奢分銷產品的分銷網絡及向分銷商提供有關銷售及營銷技巧的培訓

*附註：*昆山汀奢於2020年5月予以出售。有關詳情，請參閱本節「我們的主要附屬公司－昆山汀奢」各段。

巨室文創(昆山)

於2015年11月4日，巨室文創(昆山)於中國成立為有限公司，註冊資本為人民幣2,000,000元。於2017年開始上市業務之前，巨室文創(昆山)為中介控股公司。

巨室文創(昆山)獲巨星文創發展及杰威爾音樂授權於中國境內為*周同學*經營我們的IP許可業務，同時負責創立我們的IP，包括*周遊記*1。

巨室文創(昆山)的股權變動

巨室文創(昆山)的原股東為北京巨室音樂文化發展有限公司(「**北京巨室音樂**」)、昆山人本及拉薩聚創；彼等分別持有巨室文創(昆山)40%、30%及30%股權。

北京巨室音樂為楊先生及陳先生的前業務合夥人且為獨立第三方。於2017年8月21日，北京巨室音樂同意出售，及上海倚格同意購買巨室文創(昆山)的40%股權，代價為人民幣800,000元，乃基於上海倚格將認購的註冊資本釐定。於有關上述轉讓完成後及於2019年1月1日，巨室文創(昆山)的股權架構載列如下：

註冊股東名稱	股權百分比	與我們關連人士的關係
上海倚格	40%	楊先生、葉女士及陳先生為上海倚格所持有之巨室文創(昆山)的股權的實益擁有人(1)
昆山人本	30%	馬女士為昆山人本所持有之巨室文創(昆山)的股權的實益擁有人(2)
拉薩聚創	30%	不適用

附註：

(1) 根據上海倚格與楊先生、葉女士及陳先生各自所訂立日期為2017年7月10日的股權委託協議，上海倚格代表楊先生、葉女士及陳先生分別持有巨室文創(昆山)15%、15%及10%的股權，並分別代表彼等行使股東權利。該安排於上海倚格轉讓巨室文創(昆山)的受委託股權予上海斯達普商業管理有限公司(「**上海斯達普**」，一間於中國成立的有限公司，並於有關轉讓日期為巨星文創娛樂的全資附屬公司)後予以終止。由於上海倚格的註冊股東並非由楊先生、葉女士及陳先生共同擁有，楊先生、葉女士及陳先生與上海倚格訂立的股權委託協議列明其於巨室文創(昆山)的實益權益。

(2) 根據昆山人本與馬女士所訂立日期為2017年4月18日的股權委託協議，昆山人本代表馬女士持有巨室文創(昆山)的30%股權並代表馬女士行使股東權利，惟與受委託股權有關的權利及義務須歸屬於馬女士。該安排在昆山人本將受託的巨室文創(昆山)股權轉讓予上海斯達普後終止。於昆山人本成立至2017年4月期間，馬女士間接持有昆山人本的93.1%股權。由於馬女士於2017年4月將其於有關控股公司的全部股權轉讓予李秋緣(馬女士的弟媳)，因此在轉讓後，彼訂立該等股權委託協議以維持其在昆山人本的實益權益。

巨室文創(昆山)成立時，馬女士透過其個人網絡邀請拉薩聚創為投資者，而拉薩聚創對擬進行的電子競技相關業務特別感興趣。據本公司所知，拉薩聚創及其股東王孝萍及王貴青均為獨立第三方並先前投資於TMT領域。在我們不再於從事(其中包括)电子競技相關業務的魔杰電競(昆山)及巨室星創持有任何股權後，拉薩聚創出售其於巨室文創(昆山)的權益。

巨室文創(昆山)旗下不同業務線的分離

除上市業務外，巨室文創(昆山)的附屬公司自2016年起從事(其中包括)規劃、經營及特許經營網吧及組織電子競技，同時擬透過巨室文創(昆山)的全資附屬公司魔杰電競(昆山)及巨室星創從事資產管理。為將與上市業務明顯不同的業務與擁有獨立及單獨上市業務管理團隊的業務進行區分，巨室文創(昆山)分別於2019年7月及2019年8月根據目標公司各自截至2019年7月31日及2019年8月31日的資產淨值，將魔杰電競(昆山)及巨室星創的全部股權售予上海倚格、昆山人本及拉薩聚創。

由於魔杰電競(昆山)及巨室星創的業務活動與上市業務明顯不同，因而不構成本集團的一部分，因此於往績記錄期間，其財務業績未綜合併入我們的賬目。據我們的中國法律顧問告悉，前述出售前，魔杰電競(昆山)、巨室星創及其各附屬公司在所有重大方面並無違反中國的所有適用法律、法規和條例。

由於拉薩聚創主要對魔杰電競(昆山)及巨室星創經營的業務感興趣，拉薩聚創擬於2017年提出上述將於巨室文創(昆山)項下的不同業務線分開時出售巨室文創(昆山)的股權。該計劃於2019年得以實現。於出售魔杰電競(昆山)及巨室星創後，拉薩聚創向賴先生及何先生出售其於巨室文創(昆山)的股權。有關詳情，請參閱本節下文「首次公開發售前投資－向賴先生及何先生轉讓股份」一段。根據重組，巨室文創(昆山)隨後亦進行若干股權轉讓。完成重組及首次公開發售前投資後，巨室文創(昆山)成為本公司的間接全資附屬公司。

昆山巨星行動

於2016年3月17日，昆山巨星行動在中國成立為有限公司，註冊資本為人民幣10,000,000元，及其股權由巨室文創(昆山)的附屬公司巨室星創初步全部擁有。昆山巨星行動為我們的主要附屬公司，該公司自2018年開展業務營運以來從事新零售業務(包括產品開發、客戶服務及訂單執行)。在此之前，昆山巨星行動為一家控股公司。

於2018年9月30日，作為本集團內部重組的一部分，巨室星創向巨室文創(昆山)出售昆山巨星行動的全部股權，按截至2018年3月31日昆山巨星行動的估值計的代價為人民幣10,000,000元。轉讓項下的代價已予結算，及交易已妥為合法完成，且其相關註冊已完成。

其後進行的昆山巨星行動股權轉讓乃作為重組的一部分。完成重組後，昆山巨星行動成為本公司的間接全資附屬公司。有關詳情，請參閱本節「重組」一段。於最後可行日期，昆山巨星行動的註冊資本為人民幣100,000,000元。

巨星文創發展

於2007年12月21日，巨星文創發展在英屬處女群島成立為英屬處女群島商業有限公司。於2014年12月，巨星文創發展的初始認購人(獨立第三方)所認購的股份已轉讓予賴先生。於2017年前，巨星文創發展為一間控股公司。為使我們可開展境外業務及方便創始人指定一名人士處理行政事務，我們的創始人委託賴先生(已密切參與成立我們的業務)自往績記錄期間開始分別代表馬女士、楊先生、葉女士及陳先生持有巨星文創發展權益的43%、21.5%、21.5%及14%。於2018年6月28日，賴先生按名義代價向Great Essence轉讓巨星文創發展的全部已發行股本，代價乃參考我們的創始人與賴先生之間的安排，即Great Essence將代表馬女士、楊先生、葉女士及陳先生分別擁有巨星文創發展43%、21.5%、21.5%及14%權益。於重組完成後，巨星文創發展成為本公司的間接全資附屬公司。有關詳情，請參閱本節「重組」一段。

巨星文創發展為我們大部分IP的持有人。

北京巨星精湛

於2017年11月6日，北京巨星精湛在中國成立為有限公司，註冊資本為人民幣3,000,000元且自其成立以來，其股權分別由巨室文創(昆山)及北京精湛擁有70%及30%。北京巨星精湛為我們策劃電視及線上節目(包括*周遊記*1)以及演唱會的主要附屬公司。

天賦星球

2021年11月26日，天賦星球於香港成立為有限公司。自註冊成立之日起，其由巨星文創智權及W&V分別擁有70%及30%權益。天賦星球主要從事劉畊宏先生等明星娛樂及表演業務的策劃與管理服務，以及明星於中國的商業活動管理。

昆山汀奢

於2019年6月18日，昆山汀奢在中國成立為有限公司，認購註冊資本為人民幣1,000,000元，其股權分別由昆山巨星行動及李婷擁有80%及20%。昆山汀奢的認購註冊資本於2022年8月5日增至人民幣30,000,000元。根據組織章程細則，昆山汀奢的股東只需在2049年12月31日之前繳付昆山汀奢註冊資本，但昆山汀奢的股東於最後可行日期概無繳付任何認購註冊資本。

昆山汀奢的主營業務為開發及管理昆山汀奢分銷產品的分銷網絡，以及對分銷商的銷售及營銷技巧進行培訓，該等業務自成立以來一直在李婷的領導之下。擴充分銷網絡需要眾多分銷商及經銷商，需要進行開發管理。因此，昆山汀奢作為分銷代理，(i)從微觀方面發展及管理我們的分銷網絡，以吸引更多潛在經銷商或終端消費者消費我們的產品及／或加入我們的分銷網絡；及(ii)不斷向分銷商及經銷商提供銷售及營銷技巧培訓。李婷作為昆山汀奢的領導人，負責制定我們分銷網絡的發展與管理宗旨、對象及戰略目標，而其實施則委派予包括選定分銷商在內若干具有管理責任的分銷商。

李婷

李婷利用其在新零售行業超過7年的經驗，透過從事分銷及銷售護膚品，建立了彼之社會及商業網絡，且為一名獨立第三方。除李婷成立的個體工商戶及公司、其自身作為我們的分銷商、其於昆山汀奢的權益以及昆山汀奢與李婷就買賣昆山汀奢分銷產品及提供的其他產品與自身進行交易，如護膚產品及其他健康管理產品進行的交易外，本集團、創始人、高級管理層及彼等各自聯繫人與李婷及其聯繫人於任何重大方面概無任何過往或現時關係或交易(包括家庭、業務、僱傭、信託及融資)。李婷與股東之間並無有關本集團及昆山汀奢管理、業務及運營的其他安排或諒解。

與我們合作前，李婷已積累銷售女性服裝及護膚品的經驗並建立網絡，其與團隊已證明銷售產品的能力，並贏得彼等作為優秀分銷商團隊的地位。李婷，45歲，自2003年起從事其自身的貿易業務，並(據李婷確認且據董事所深知)經營約九間零售店，包括時尚配飾店、服裝零售店及

美甲沙龍。該等零售店位於寧波，由李婷及其親屬經營，其客戶乃自身需要此類產品或服務的個人。該等零售店最初面向女性，銷售的是平價服裝，此後由於業務多元化，李婷建立其他網點，銷售相對高端的服裝及男裝。於2008年左右，彼出售於上述零售店的權益，並開始從事服裝產品的批發及分銷，該等產品主要為製造商供應的羊毛羊絨，年營業額約為人民幣30百萬元。此後，彼於2014年擴大產品供應，包括面膜等護膚產品。李婷的批發及分銷業務總部位於寧波，僱用最多七名僱員，且其客戶或分銷商主要是購買此類產品作轉售的實體。於該期間，彼對女性消費者的消費偏好積累了客戶群及知識，亦結識了多位商業夥伴，包括其批發及分銷業務的關鍵下游(例如零售店擁有人)及上游利益相關者(例如產品供應商)。該等合作夥伴與李婷密切合作，以了解消費者的偏好，並制定擴大其業務規模、分銷渠道及市場份額的計劃。

於2015年，隨著中國社交電商行業的快速發展，李婷與其團隊(其中部分成員為李婷批發及分銷業務的主要業務夥伴並已成為我們的選定分銷商)開始拓展銷售渠道，利用其社交網絡銷售護膚品，此為彼涉足社交電商業務的第一步，因此被認為是新零售行業的先行者。隨著李婷及其團隊發現利用彼等的PDT及社交媒體平台更容易接觸到目標消費群，彼等逐漸將更多的精力集中在社交電商業務。李婷的軟技能可應用於分銷其他產品，而不限於服裝產品。此外，彼積累了可能亦為我們產品的目標消費群的客戶網絡。此外，於2019年，李婷獲得了太平洋時尚網頒發的新時代傑出女企業家獎。

我們與李婷的業務關係始於2018年1月，當時我們的產品(包括*LA DEW*煥顏美雕面膜)透過前述營銷諮詢公司(負責我們品牌建設活動及開發銷售渠道)首次介紹給李婷及其團隊，於熟悉我們的產品後，彼等開始作為分銷商銷售我們的產品。馬女士與李婷於我們2018年4月舉行的產品發佈會上相識。2018年，就銷售我們的產品而支付予李婷的折扣及獎勵約為人民幣1.0百萬元。

於2019年初，當我們正準備推出*魔胴*咖啡並設計其分銷模式時，注意到李婷及其團隊於分銷我們當時現有產品方面的表現以及其在針對女性消費者的產品銷售及營銷方面的專業知識及網絡，馬女士聯繫李婷並邀請其一起建立分銷模式及網絡。由於李婷認為(i)健康管理於未來將為一個上升趨勢，且其親自嘗試*魔胴*咖啡並對其產品屬性感到滿意；(ii)與我們的過往工作經驗令人

滿意且紮實；(iii)其期望在我們的IP創造及營運分部的支持下，有利於其擴大我們產品的覆蓋範圍；及(iv)與我們的合作為其提供一個良好機會，可以利用其過往在零售業的經驗、知識及網絡來發展其領導下的分銷業務，其決定通過負責*魔胴*咖啡的分銷部門，與我們建立更牢固的關係。

出售我們於昆山汀奢的權益

於2019年6月成立昆山汀奢作為我們控制80%權益的附屬公司，主要出於風險管理目的，因為我們須確保*魔胴*咖啡的分銷網絡及營銷活動得到妥善管理，特別是初期，我們可提供支持及指導，並與李婷密切溝通，確保昆山汀奢妥善履行其預期職能。同時，李婷與我們一直密切合作，以建立分銷網絡以及分銷*魔胴*咖啡的基本政策與機制，李婷認為，對其而言開發*魔胴*咖啡的分銷網絡將更為有效，倘能夠證明通過與我們共同擁有分銷代理的方式獲得認可，則其與我們的合作會更加穩固及正式。

於2020年初與李婷密切合作一年後，昆山巨星行動與昆山汀奢分別作為*魔胴*咖啡的品牌所有者及分銷代理的角色已得到廣泛認可。我們與李婷建立相互信任及信心，相信李婷有能力為我們持續發展及維護*魔胴*咖啡分銷網絡，並認為昆山汀奢可獨立運營，因此我們認同我們不再需要持有昆山汀奢的任何股權。從李婷的角度來看，由於(i)彼一直積極參與開發*魔胴*咖啡的分銷網絡，自昆山汀奢成立以來投入相當長的時間處理昆山汀奢的運營，並擁有截至2020年5月*魔胴*咖啡分銷網絡擴張為證的良好往績記錄；及(ii)彼有意將昆山汀奢的業務擴充至與我們的主要業務活動並不一致的服裝產品分銷與銷售，彼願意收購昆山汀奢的全部權益。

由於我們透過出售包括但不限於*魔胴*咖啡在內的產品，於新零售領域產生收益，因此出售我們於昆山汀奢的權益符合我們的公司策略。我們亦有意專注於新產品及品牌的規劃與研發，以及IP內容的規劃與開發及其授權，而非一直以來在李婷領導下分銷代理所承擔的管理職能。出售後，昆山汀奢仍為我們昆山汀奢分銷產品的分銷代理，昆山汀奢及李婷的角色與職能以及昆山汀奢與我們之間的合約及業務關係保持不變。

於2020年5月31日，昆山巨星行動同意出售，及獨立第三方李炎慶同意購買昆山汀奢80%的股權，代價為人民幣800元，乃經參考昆山汀奢截至2020年5月31日之負債淨額釐定。該轉讓代價已獲悉數結算及該轉讓已妥為合法完成，且相關註冊已完成。董事認為，由於我們的業務重點及主要收益來源保持不變，出售我們於昆山汀奢的權益對我們的業務運營及財務表現並無任何重大影響。

據本公司所知，由於李婷忙於處理昆山汀奢的事務，尤其是其須經常到中國各地出差以出席及組織有關昆山汀奢分銷產品銷售及營銷技巧(如區域銷售論壇及分銷商推介會)的營銷及培訓活動，李炎慶一直代表李婷持有昆山汀奢80%的股權。李炎慶與李婷自2017年起相識，並相互信任，因為李婷認為李炎慶為人誠實可靠，而李炎慶久聞李婷在社交電子商務行業的名聲及聲望，故彼願意協助李婷處理各類瑣事。由於李炎慶已退休並居住於昆山，儘管其無需參與昆山汀奢的日常運作，但李婷認為，其擔任昆山汀奢法定代表人將會更方便處理昆山汀奢相關的公司或行政事宜。根據李婷與李炎慶之間訂立的協議，(i)李婷享有股東權益並有權獲得李炎慶所持有昆山汀奢80%股權(「**受託權益**」)應佔的投資收入，而李炎慶僅為受託權益的代名人股東，並無任何利潤分配權，且無權享有處理受託權益的已收任何收益；及(ii)李炎慶根據李婷的指示行使受託權益的表決權；及經適當查詢後，據我們所知，李炎慶及李婷均遵守該協議的條款。

除本文所披露者外，李炎慶與我們、董事、股東、高級管理層或彼等各自的任何聯繫人之間並無過往及現有的關係(包括但不限於業務、家族、信託、僱傭、持股、融資或其他關係)。除昆山汀奢外，李炎慶未曾且當前並無為及代表李婷持有任何其他公司的權益。

昆山汀奢的主要經營活動及財務業績

於最後可行日期，除提供分銷代理服務外，昆山汀奢及其附屬公司亦提供服裝貿易服務及各類美容及保健服務，包括中醫諮詢及治療、面部護理及按摩。

2019年，昆山汀奢及其附屬公司自其分銷代理服務中錄得純利人民幣718,000元，自其其他業務中並無錄得純利。昆山汀奢及其附屬公司截至2020年5月31日止五個月(即我們出售昆山汀奢前期間)錄得淨虧損人民幣945,000元，主要是由於*周遊記*1的宣傳所產生的廣告及營銷開支。自昆山汀奢成立起直至2020年5月31日，其財務業績綜合併入我們的財務報表。截至2020年12月31日止七個月(即我們出售昆山汀奢後期間)，昆山汀奢錄得純利人民幣2.5百萬元，其中人民幣2.4百萬元來自分銷代理服務，主要是由於相關期間錄得的向昆山汀奢支付的額外獎勵費以及廣告及營銷開支減少。於2021年，昆山汀奢及其附屬公司分別自其分銷代理服務及其他業務中錄得虧損淨額人民幣2.0百萬元及人民幣2.6百萬元。就我們所知、所悉及所信，昆山汀奢於2021年錄得淨虧損，主要由於(i)2021年*魔胴*咖啡銷量減少，其分銷代理服務產生的收入減少；(ii)透過昆山汀奢的*魔胴*咖啡銷量未達規定的門檻，因此2021年並無向昆山汀奢支付的額外獎勵費；及(iii)與其他業務有關的銷售開支及員工成本增加。於2022年，昆山汀奢及其附屬公司自分銷代理服務及

其他業務分別錄得純利人民幣338,000元及淨虧損人民幣1.1百萬元。此外，截至2019年及2020年12月31日昆山汀奢及其附屬公司分別錄得資產淨值人民幣718,000元及人民幣2.2百萬元，而截至2021年及2022年12月31日則分別錄得負債淨額人民幣2.4百萬元及人民幣3.1百萬元。

儘管昆山汀奢及其附屬公司截至2021年及2022年12月31日錄得淨負債，據董事所深知，考慮到以下因素，昆山汀奢及其附屬公司能夠持續經營業務：(i)李婷(作為昆山汀奢的股東及領導者，並從昆山汀奢獲得可觀的服務費)將能夠為昆山汀奢及其附屬公司提供持續的資金支持及充足的資金，使其能夠於到期時償還債務；(ii)於2022年，昆山汀奢錄得分銷代理服務所得淨利潤人民幣338,000元，而2021年則錄得淨虧損人民幣2.0百萬元；及(iii)考慮到中國放寬對COVID-19的限制，我們*魔胴*咖啡的預期需求將於2023年及未來逐步恢復正常。

根據本集團與昆山汀奢關於昆山汀奢分銷產品的分銷所作的定價安排，大部分固定價差將用於向分銷商支付折扣、獎勵及費用以及向李婷支付服務費。考慮到昆山汀奢於(其中包括)因發展分銷網絡進行營銷及促銷活動而產生的估計開支，董事認為昆山汀奢將不會就其向本集團提供的分銷代理業務錄得重大溢利或虧損。有關定價安排的詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」。董事認為且獨家保薦人同意，昆山汀奢及其附屬公司業務可持續性並無重大問題，且不會對本集團業務經營及財務表現產生重大不利影響，依據如下：

(i) 根據上述定價安排，昆山汀奢將不會就其向我們提供的分銷代理業務錄得重大溢利或虧損。特別是截至2022年12月31日止四個年度，昆山汀奢及其附屬公司從其分銷代理業務中產生總體純利為人民幣471,000元；

(ii) 昆山汀奢及其附屬公司2022年的淨虧損狀況主要由於其他業務而非分銷代理服務所致。據董事所知及所信，昆山汀奢及其附屬公司於其他業務(包括與本集團無關的服裝貿易服務及各種美容及保健服務)錄得虧損，主要由於有關業務仍處於早期發展階段，並受到COVID-19疫情的不利影響；及

(iii) 儘管昆山汀奢及其附屬公司於2019年註冊成立起並無錄得任何重大溢利或虧損，但李婷作為昆山汀奢業務的關鍵人物，可通過昆山汀奢向本集團提供分銷代理服務獲得可觀服務費。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止四個年度，向李婷支付的服務費分別為人民幣3.3百萬元、人民幣18.0百萬元、人民幣12.9百萬元及人民幣7.4百萬元。因此，董事認為，李婷已就昆山汀奢向本集團提供的分銷代理服務獲得適當回報。此外，我們預計隨著中國放寬COVID-19疫情限制，我們的*魔胴*咖啡需求將於2023年及未來逐步恢復正常。基於上述情況，董事認為李婷將能夠繼續為昆山汀奢提供資金支持。

於最後可行日期，我們無意改變我們與昆山汀奢的定價安排，預期該安排於我們上市後在所有重大方面保持不變。我們已向聯交所承諾，倘(i)上述與昆山汀奢的安排有任何重大變化；或(ii)我們得知昆山汀奢及昆山嘉夢的安排於上市後有任何重大變化，我們將在切實可行的情況下盡快刊發公告，列明有關變化的詳情。

如中國法律顧問所告知，(i)於出售昆山汀奢前，其於所有重大方面並無違反所有中國適用法律、法規及規例；及(ii)於出售昆山汀奢後及直至最後可行日期，昆山汀奢並未因重大違反相關法律及法規而受到任何重大行政處罰，亦未對昆山汀奢提起任何可能對本公司產生重大不利影響的正在進行或未決的訴訟或法律程序。

我們的控股股東

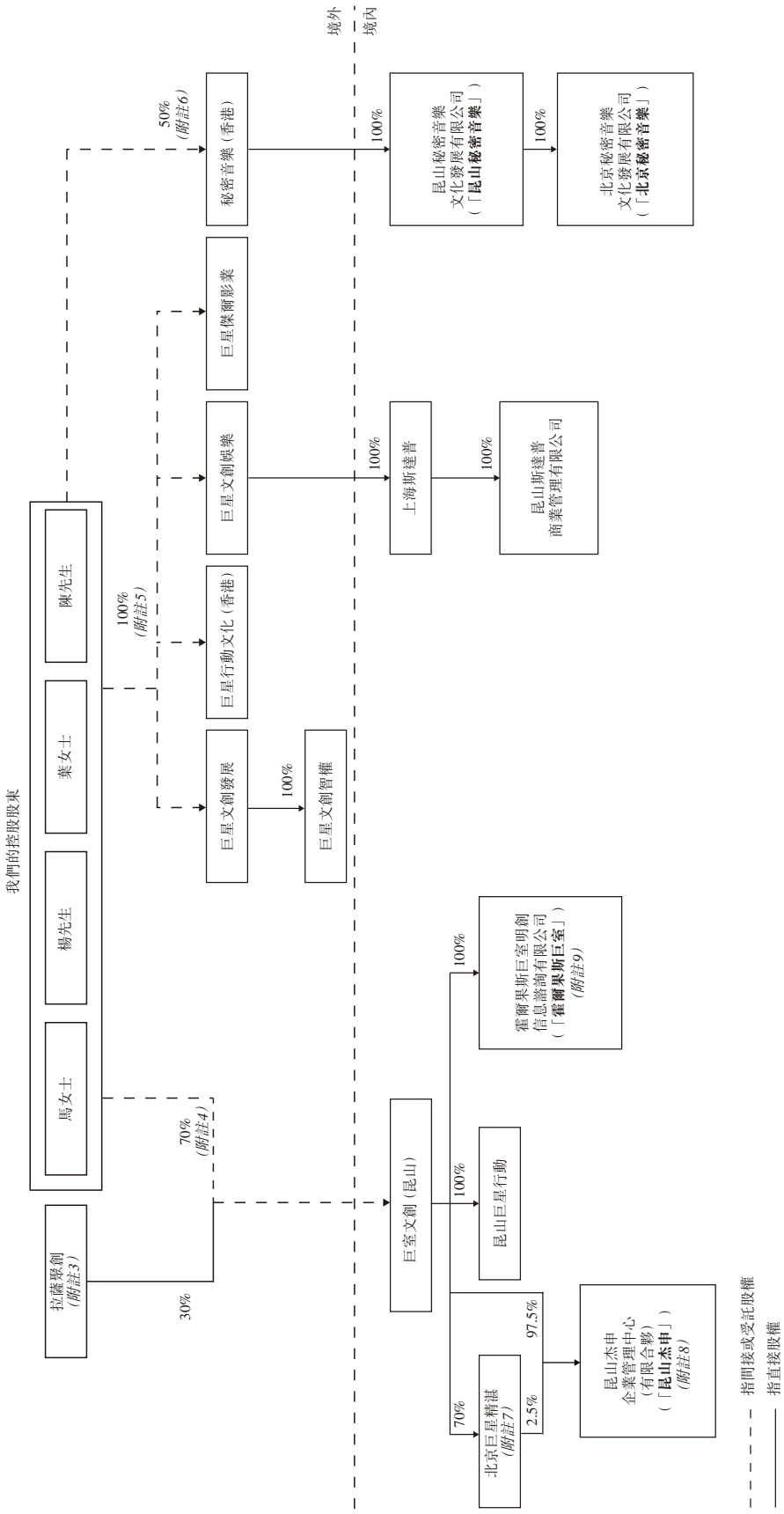
我們的創始人連同彼等各自的直接控股公司(即Harmony Culture、Legend Key及Max One)統稱為我們的控股股東。憑藉彼等於成立本集團時建立的長期業務關係，我們的創始人一直按一致基準達成投票決策，原因為彼等均於整個往績記錄期間在巨室文創(昆山)擁有實益權益。創始人亦訂立一致行動方協議，因此，彼等被視為與本公司一致行動人士(定義見收購守則)，彼等將繼續於本集團制定決策方面一致行動。請參閱本招股章程「與控股股東的關係－一致行動方協議」一節。

重組

於籌備上市時，本集團旗下公司已進行重組，據此，本公司成為本集團的控股公司。

我們於重組前的架構

下圖載列緊接重組及首次公開發售前投資開始前的公司及股權架構：



附註：

(3) 待剝離並無從事上市業務之公司後，拉薩聚創計劃將其於巨室文創(昆山)的股權轉讓予賴先生及何先生，轉讓拉薩聚創於巨室文創(昆山)的股權已作為首次公開發售前投資的一部分完成。詳情請參閱本節「首次公開發售前投資－向賴先生及何先生轉讓股份」一段。

(4) 於重組及首次公開發售前投資前，我們的創始人透過代名人安排持有巨室文創(昆山)的70%股權。有關代名人安排詳情，請參閱本節「我們的主要附屬公司－巨室文創(昆山)」一段附註1及2。

(5) 根據(其中包括)我們的創始人與賴先生訂立日期為2021年9月13日的代名人及純信託契據，自往績記錄期間開始起及該等公司轉讓予本公司及進行首次公開發售前投資前，賴先生及其控制實體獲委託代表馬女士、楊先生、葉女士及陳先生分別持有巨星文創發展、巨星行動文化(香港)、巨星文創娛樂及巨星傑爾影業的43%、21.5%、21.5%及14%權益，且該等公司的有關權利及權益須按上述比例歸屬於各實益擁有人。

(6) 秘密音樂(香港)的股份由我們的創始人合共持有50%及由Sapphire Prismatic Limited持有50%。秘密音樂(香港)為我們的附屬公司，因為我們有權提名其董事會的多數成員。根據日期為2021年9月13日的代名人及純信託契據，自往績記錄期間開始起及直至緊接秘密音樂(香港)轉讓予本公司及進行首次公開發售前投資之前，秘密音樂(香港)的權益由馬女士、楊先生、葉女士及陳先生通過Great Essence實益擁有21.5%、10.75%、10.75%及7%。Sapphire Prismatic Limited為一間由詹宇豪全資擁有的公司，因此，於上市後，Sapphire Prismatic Limited及詹宇豪為我們附屬公司層面的關連人士。

(7) 北京巨星精湛的股權由巨室文創(昆山)及北京精湛分別持有70%及30%。據本公司所知，北京精湛的最終實益控制人為張書明，因此，於上市後，北京精湛及張書明各自為我們附屬公司層面的關連人士。

(8) 昆山杰申為於2017年9月28日與北京巨星精湛(我們的間接附屬公司)作為普通合夥人在中國成立的有限合夥公司。昆山杰申為*周遊記*1的項目公司。

(9) 霍爾果斯巨室因無業務經營而於2021年12月15日註銷。

境內重組

內部轉讓昆山巨星行動的全部股權

於2020年2月18日，巨室文創(昆山)同意出售及巨星行動文化(香港)同意購買昆山巨星行動的全部股權，代價為人民幣10,000,000元，該代價乃經參考昆山巨星行動截至2019年12月31日的估值釐定。巨星行動文化(香港)指定其全資附屬公司北京巨星行動為是項交易的受讓人。代價已獲悉數結算及是項交易已妥為合法完成，且其相關註冊已完成。

收購巨室文創(昆山)的全部股權

於2020年2月28日，上海倚格(代表楊先生、葉女士及陳先生)、昆山人本(代表馬女士)及北京偉德利(代表賴先生及何先生)同意出售，且上海斯達普同意購買巨室文創(昆山)(不包括其附屬公司，包括昆山巨星行動)的全部股權，代價分別為人民幣800,000元、人民幣600,000元及人民幣600,000元，該等代價乃參考巨室文創(昆山)截至2019年12月31日的估值所釐定。代價已獲悉數結算及是項交易已妥為合法完成，且其相關註冊已完成。

北京巨星傳奇乃本集團於2020年6月2日隨著重組成立的附屬公司。同日，上海斯達普同意出售而北京巨星傳奇同意以代價人民幣2,000,000元購買巨室文創(昆山)全部股權，該代價乃參考巨室文創(昆山)(不包括其附屬公司，包括昆山巨星行動)截至2019年12月31日的估值釐定。代價已獲悉數結清及該轉讓已妥為合法完成，且其相關註冊已完成。上海斯達普自其於2016年6月成立起至2020年9月30日出售止為一間中介控股公司及附屬公司。由於本集團尋求精簡其架構，故將上海斯達普出售予巨室星創，根據上海斯達普截至2020年9月30日的資產淨值，名義代價為人民幣1元。代價已獲悉數結算，且據中國法律顧問告知，該轉讓已妥為合法完成；並已完成相關政府註冊。

境外重組

註冊成立本公司及股東的控股公司，及向實益股東配發我們的股份

於2020年1月3日，本公司於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。註冊成立後，本公司的法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1美元的普通股。於註冊成立日期向初步認購人(一名獨立第三方)發行一股股份，該初步認購人於同日將該股份轉讓予Star Media。於2020年7月29日，我們的法定股本已拆細為5,000,000,000股每股面值0.00001美元的股份。

根據由我們的創始人與何先生(作為一方)及賴先生(作為另一方)訂立日期為2021年9月13日的代名人及純信託契據，於本公司註冊成立起至緊接股份配發予創始人及何先生的控股公司前期間，賴先生獲委託代表馬女士、楊先生、葉女士、陳先生及何先生分別持有我們30%、15%、15%、10%及15%的實益權益，而有關信託財產的權利及權益將根據上述比率歸屬予各實益擁有人。本公司餘下15%的權益由賴先生持有。創始人及何先生於純信託安排生效期間實益擁有巨室文創(昆山)及其他境內實體的股權，及於我們的股份分配予創始人及何先生前，為反映彼等各自於彼等成立的境外平台及我們的境外業務的實益權益，彼等透過訂立代名人及純信託契據將安排作正規化處理。

馬女士、楊先生及葉女士、陳先生及何先生(自其註冊成立以來，我們的最終實益擁有人)各自註冊成立控股公司，有關詳情載於下文：

公司名稱	股東姓名	股權
Harmony Culture／Best Million	馬女士	100%
Legend Key	楊先生	50%
	葉女士	50%
Max One	陳先生	100%
Lake Ranch	何先生	100%

於2020年8月4日，本公司分別向Legend Key、Best Million、Max One 、Lake Ranch及Star Media配發及發行入賬列作繳足的150,000,000股、150,000,000股、50,000,000股、75,000,000股及74,900,000股股份。緊隨配發及發行我們的股份完成後，Legend Key、Best Million、Max One、Lake Ranch及Star Media分別持有我們已發行股份的30%、30%、10%、15%及15%。於配發該等股份後，創始人、賴先生及何先生於本公司的股權與彼等於以下公司擁有的實益權益相若：(i)巨室文創(昆山)(緊接其獲上海斯達普收購前)；及(ii)本公司(緊接創始人、賴先生及何先生訂立的信託安排終止前)。

收購我們的境外附屬公司

緊接重組前，賴先生根據彼等之間訂立的代名人及純信託協議代表控股股東及何先生透過Great Essence持有多家境外實體，且已進行以下轉讓以於本公司註冊成立後將該等境外實體轉讓予本公司：

(i) 於2020年2月5日，Great Essence同意出售及本公司同意購買巨星文創發展的全部股權，基於巨星文創發展的股本，名義代價為1美元。該代價已獲悉數結算且該交易亦已妥為合法完成。

(ii) 於2020年2月5日，Great Essence同意出售及本公司同意購買巨星文創娛樂的全部股權，基於巨星文創娛樂的股本，名義代價為1港元。該代價已獲悉數結算且該交易已妥為合法完成。

(iii) 於2020年2月18日，Star Media同意出售及本公司同意購買巨星行動文化(香港)的全部股權，基於巨星行動文化(香港)的股本，名義代價為1港元。該代價已獲悉數結算且該交易已妥為合法完成。

(iv) 於2020年2月28日，Great Essence同意出售及本公司同意購買秘密音樂(香港)50%股權，基於秘密音樂(香港)的股本，名義代價為50港元。該代價已獲悉數結算且該交易已妥為合法完成。Great Essence亦將管控秘密音樂(香港)董事會絕大部分組成的權利指派予本公司。

(v) 於2020年3月19日，Great Essence同意出售及本公司同意購買巨星傑爾影業的全部股權，基於巨星傑爾影業的股本，名義代價為1港元。該代價已獲悉數結算且該交易已妥為合法完成。

如董事所確認，於重組期間進行的各項轉讓均已妥為合法完成，且相關代價已獲悉數結算。本公司已獲取重組所需的一切有關批准，並已遵守重組適用的所有有關法例及法規。

如我們的中國法律顧問所告知，境內層面的代名人安排並無於所有重大方面違反任何中國法律及法規。根據該等安排，各主要股東透過彼等的代名人實益持有及擁有巨室文創(昆山)的委託權益，並有權享有該等股權產生的所有權利及利益。

資本化發行

待本公司的股份溢價賬因根據全球發售發行發售股份而獲得進賬後，董事獲授權將本公司股份溢價賬的進賬額約1,748.45美元擴充資本，方式為將該款項用於按面值悉數繳足合共178,445,376股股份，以供按比例配發及發行予緊接全球發售成為無條件前日期營業時間結束時名列本公司股東名冊的股東。

首次公開發售前股份激勵計劃

於2020年8月3日，本公司採納首次公開發售前股份激勵計劃，據此，25,000,000股股份(資本化發行後待調整至33,217,009股股份，佔緊隨全球發售後本公司已發行股本的4.2%(假設超額配股權未獲行使以及未經計及因根據購股權計劃行使購股權而可能發行的股份))於根據首次公開發售前股份激勵計劃行使所有購股權後可予發行。截至最後可行日期，本公司發行合共25,000,000份首次公開發售前購股權，作為首次公開發售前購股權計劃承授人對本集團成立所作貢獻的報酬並為彼等提供獎勵。於上市後，我們將不會根據首次公開發售前股份激勵計劃授予其他購股權。有關首次公開發售前股份激勵計劃詳情，請參閱本招股章程附錄五「法定及一般資料－D.購股權計劃－首次公開發售前股份激勵計劃」一段。

首次公開發售前投資

向賴先生及何先生轉讓股份

拉薩聚創一直考慮退出巨室文創(昆山)，原因為魔杰電競(昆山)及巨室星創旗下業務線從本集團的架構中分離。因此，自2017年以來，拉薩聚創持續就退出巨室文創(昆山)與我們的創始人進行討論。同時，自我們成立起來，賴先生及何先生一直與我們的創始人密切合作制定本集團的業務戰略；並就企業融資事宜提供意見。於獲悉拉薩聚創有意退出後，創始人認為，賴先生及何先生承購拉薩聚創出售的股權將對本集團有利，因為此舉使其利益與本集團保持一致，且賴先生及何先生認為此將為彼等持有本集團個人權益的良機。

由於剝離並非從事上市業務的公司的手續繁瑣，於2019年8月方完成相關轉讓。有關程序完成後，於2019年9月30日，拉薩聚創以及賴先生及何先生各自訂立協議以轉讓巨室文創(昆山)15%的股權，代價為人民幣300,000元。鑒於拉薩聚創自2017年以來已表退出意向，總代價已協定為相當於拉薩聚創對巨室文創(昆山)註冊資本的出資額。有關剝離並無從事上市業務的公司的詳情，請參閱本節「我們的主要附屬公司－巨室文創(昆山)－巨室文創(昆山)旗下不同業務線的分離」一段。

由於賴先生及何先生各自均非中國身份證持有人，且由於本集團正在計劃重組，故自2019年9月30日起直至上海斯達普收購巨室文創(昆山)前，賴先生及何先生為巨室文創(昆山)僅有的實益股東；且彼等指定北京偉德利為其收購的巨室文創(昆山)股權的法定擁有人。代名人安排已於北京偉德利已轉讓於巨室文創(昆山)的受委託股權予上海斯達普(作為重組的一部分)後予以終止。

於2020年8月4日，作為重組的一部分，75,000,000股及74,900,000股入賬列作繳足的股份分別獲配發予Lake Ranch(一間由何先生全資擁有的公司)及Star Media(一間由賴先生全資擁有的公司)。

向錢博士及張女士轉讓股份以及Long Precise及Bradbury作出的認購

於2020年2月29日，Lake Ranch分別與錢博士及張女士訂立股份轉讓協議，據此，Lake Ranch同意出售且錢博士及張女士分別同意購買7,500,000股股份及5,000,000股股份，代價分別為1.5百萬港元及1百萬港元。

於2020年9月30日，Long Precise與本公司訂立購股協議，據此，本公司向Long Precise配發及發行12,820,512股股份，代價為37,500,000港元。

於2021年2月17日，Bradbury與本公司訂立投資協議，據此，本公司向Bradbury配發及發行30,094,112股股份，代價為200,000,000港元。

於2023年5月5日，Long Precise分別與Kai Le及張女士訂立一份股份轉讓文據，據此(1) Long Precise同意出售，而Kai Le同意購買7,880,769股股份；及(2) Long Precise同意出售，而張女士同意購買4,939,743股股份。於完成上述交易後，Long Precise不再持有任何股份。於完成全球發售後，Kai Le持有的股份將計入公眾持股量，而張女士持有的股份將不計入公眾持股量。

首次公開發售前投資的詳情概述如下：

投資者姓名／名稱	賴先生	何先生	錢博士	張女士	Long Precise	Bradbury
協議日期	2019年9月30日	2019年9月30日	2020年2月29日	2020年2月29日	2020年9月30日	2021年2月17日
所認購股份數目	75,000,000股股份*(附註a)*	75,000,000股股份*(附註a)*	7,500,000股股份	5,000,000股股份	12,820,512股股份	30,094,112股股份
緊隨全球發售完成後於本公司的股權	12.5%	5.7%*(附註b)*	1.2%	1.7%*(附註c)*	不適用*(附註c)*	5.0%
代價	人民幣300,000元	人民幣300,000元	1,500,000港元	1,000,000港元	37.5百萬港元	200百萬港元
代價釐定基準	由訂約方經參考拉薩聚創擬出資的註冊資本後經公平磋商後		由訂約方經參考獨立估值師於投資時評估相關股份之公平值後經公平磋商後			本集團的交易後估值40億港元，乃經參考本集團開展業務的狀況後經公平磋商後釐定
代價獲悉數結清的日期	2020年7月29日	2020年7月29日	2021年3月3日	2021年6月16日	2020年9月30日	2021年2月23日
每股投資成本(經計及資本化發行及全球發售(但於行使首次公開發售前股份激勵計劃項下購股權及超額配股權前)的影響後)	0.003港元	0.003港元	0.15港元	0.15港元	2.20港元	5.00港元
較發售價折讓／(溢價)	99.9%	99.9%	96.5%	96.5%	48.2%	(17.7)%
所得款項淨額用途及本公司的使用	由於賴先生的首次公開發售前投資均以彼等各自與拉薩聚創進行股權轉讓的方式進行，故本集團並無收到任何所得款項。	由於何先生的首次公開發售前投資均以彼等各自與拉薩聚創股權轉讓的方式進行，故本集團並無收到任何所得款項。	由於錢博士的首次公開發售前投資均以其與Lake Ranch進行股權轉讓的方式進行，故代價乃向Lake Ranch支付，且本集團並無收到任何所得款項。	由於張女士的首次公開發售前投資均以其與Lake Ranch進行股權轉讓的方式進行，故本集團並無收到任何所得款項。	一般營運資金。截至最後可行日期，由Long Precise及Bradbury的首次公開發售前投資所得款項淨額約40%已按擬定用途動用。	
根據上市規則的公眾持股量	否	是*(附註b)*	否	否	*(附註c)*	是
禁售	自上市起12個月	自上市起12個月*(附註d)*	自上市起12個月	自上市起12個月	*(附註c)*	自上市起6個月

附註：

(a) 該等股份相當於2020年8月4日分配予何先生及賴先生各自的股份；相當於彼等各自自拉薩聚創收購的巨室文創(昆山)的股權比例。

(b) Lake Ranch作為售股股東將出售全球發售的48,000,000股股份。於完成全球發售後，何先生實益擁有的股份將計入公眾持股量。

(c) 於2023年5月5日，Long Precise分別與Kai Le及張女士訂立一份股份轉讓文據，據此(1) Long Precise同意出售，而Kai Le同意購買7,880,769股股份；及(2) Long Precise同意出售，而張女士同意購買4,939,743股股份。於完成上述交易後，Long Precise不再持有任何股份。於完成全球發售後，Kai Le持有的股份將計入公眾持股量，而張女士持有的股份將不計入公眾持股量。

(d) Lake Ranch及Kai Le(均為何先生全資擁有的公司)各自同意於上市日期起計十二個月期間不會出售我們的任何股份。

對本公司的戰略利益

董事認為，首次公開發售前投資者所作出的投資彰顯其對本集團經營業務的信心，並認可本集團的表現及前景。另外，首次公開發售前投資者作出相關投資時，董事認為本集團能夠受惠於首次公開發售前投資者的業務人脈、知識及經驗。

此外，董事認為，(i)首次公開發售前投資讓我們能夠擴大股東基礎，並使高級管理層成員錢博士及賴先生的利益與我們的利益保持一致；(ii)由於何先生在確定投資目標、提高其業績及提供支持與建議等方面擁有經驗，因此我們可受益於何先生對資本市場及戰略建議方面的知識；及(iii) Bradbury為專注於中國快速發展行業及公司的跨境投資者，此與本集團相若。

首次公開發售前投資者的背景

賴先生

賴先生為執行董事及高級管理團隊成員。有關賴先生的背景資料，請參閱本招股章程「董事及高級管理層－董事會－執行董事」一節。

何先生

何先生於2008年結識馬女士及賴先生，當時彼等曾參與一間由IDG Capital的一隻基金投資的公司的工作。何先生在銀行、金融及直接投資方面擁有逾15年的經驗，並擔任IDG Capital的首席財務官，IDG Capital為一家專注於以其在私募股權、風險資本及併購方面的專業知識發展公司的投資公司。我們的創始人相信何先生能夠為我們的業務增長及發展提供寶貴的指引及自從我們的創始人有自身創業的想法，何先生已分享其有關電子商務的經驗及見解。Lake Ranch為於英屬處女群島註冊成立的投資控股公司，並由何先生全資擁有。

經股東討論後，同意Lake Ranch將為售股股東，以擴大本公司的股東基礎、增加公眾持股量及降低我們股份於公眾手中的集中度。於全球發售後，何先生仍為我們的股東之一，並可於上

市後專注於本公司的長期資本增長，此符合其投資策略及目標。

錢博士及張女士

錢博士為執行董事及高級管理團隊成員。有關錢博士的背景資料，請參閱本招股章程「董事及高級管理層－董事會－執行董事」一節。何先生於2004年結識錢博士，當時彼等曾參與一間由IDG Capital一隻基金投資的公司的工作。由於錢博士一直參與制定本集團的整體業務策略，其對我們的前景充滿信心。張女士為錢博士的配偶。錢博士及張女士亦已考慮公司成為公眾公司後的估值潛在增長的因素。

經與錢博士及張女士按公平基準進行商業磋商以及對何先生將於本公司所持部分權益出售所得之直接資本收益與何先生的初始投資成本進行比較後，再加上錢博士於本集團擔任的管理職務，何先生決定出售其於本公司的部分權益。

Long Precise

Long Precise為於英屬處女群島註冊成立的投資控股公司。據本公司所知，截至最後可行日期，何先生及張女士分別擁有Long Precise的61.47%及38.53%權益。何先生透過錢博士結識張女士。由於對我們產品的需求不斷增加，加上我們的分銷網絡得以擴大，何先生及張女士認為如我們這般的高增長潛力公司的估值將保持在較高水平；增加彼等於本公司的股權屬有所值。於2023年5月5日，Long Precise將其持有的所有股份分別轉讓予Kai Le及張女士。於完成上述交易後，Long Precise不再持有任何股份。

Bradbury

Bradbury由在開曼群島註冊的獨立互惠基金Bradbury Strategic Investment Fund A全資擁有。源盛資產管理(香港)有限公司為一間獲發牌可從事第9類(資產管理)受規管活動(定義見證券及期貨條例)的公司並已獲委任為Bradbury Strategic Investment Fund A的投資經理。源盛資產管理(香港)有限公司的管理資產總值超逾16億美元。Bradbury集團專門向認可投資者提供國際證券經紀、資產管理、投資基金及財富管理服務。其高級私募股權組合涵蓋資本市場、房地產開發、綠色科技、電子商務、醫療保健。

Bradbury及源盛證券有限公司均為盧思源先生全資擁有。除Bradbury於本公司及源盛證券有限公司(聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人及穩定價格操作人)之股權外，Bradbury及其聯繫人概無與本集團有其他關係或交易。

授予首次公開發售前投資者的特別權利

賴先生、何先生、錢博士、張女士及Long Precise並無獲授特別權利(於其將股份轉讓予Kai Le及張女士前)。為表達對本公司長遠價值的信心，賴先生、錢博士、張女士、Lake Ranch及Kai Le(均為何先生全資擁有的公司)已各自自願同意並向我們、獨家保薦人及聯席全球協調人承諾，

未經我們及源盛證券有限公司各自事先書面同意，自上市日期起十二個月內任何時間彼將不會並將促使其聯繫人不會直接或間接以任何方式出售任何股份或於持有我們股份的任何公司或實體的任何權益。

Bradbury或會要求本公司贖回Bradbury於其首次公開發售前投資期間認購的股份，其時(i)合資格首次公開發售不會於2021年12月31日前進行；(ii)本公司撤銷其上市申請；(iii)聯交所或任何主管機關拒絕受理我們的上市申請；或(iv)我們的上市流程被終止或我們的上市申請已因任何原因失效。贖回價將相等於Bradbury就其首次公開發售前投資支付的認購價。有關權利於緊接本公司就全球發售向聯交所提交上市申請表格前暫停。「合資格首次公開發售」指估值基於首次公開發售之發售價計算(隱含性評估本集團股權緊隨本公司上市後之價值不少於60億港元)之首次公開發售。如合資格首次公開發售無法實現，本公司須取得Bradbury的同意，且本公司已取得有關同意書。Bradbury向我們承諾，未經我們事先書面同意，於上市日期起計六個月期間內任何時間，其不會以任何方式出售任何股份。

每股投資成本及發售價折讓

向賴先生及何先生轉讓股份的代價基準每股0.003港元於2017年拉薩聚創決定退出巨室文創(昆山)時釐定及協定。當時，我們的業務模式仍在發展中，前景並不確定，導致估值相對較低。

每股投資成本由2019年9月的0.003港元增至2020年2月的0.15港元，主要因為我們於2018年開始盈利，據信前景廣闊，特別是鑒於2019年產品的擴展及隨著*魔胴*咖啡的推出，新零售領域預期增長。

2020年9月每股投資成本增至2.20港元，乃因2020年上半年*魔胴*咖啡銷量激增；及預計2020年我們的收益及純利大幅增加。

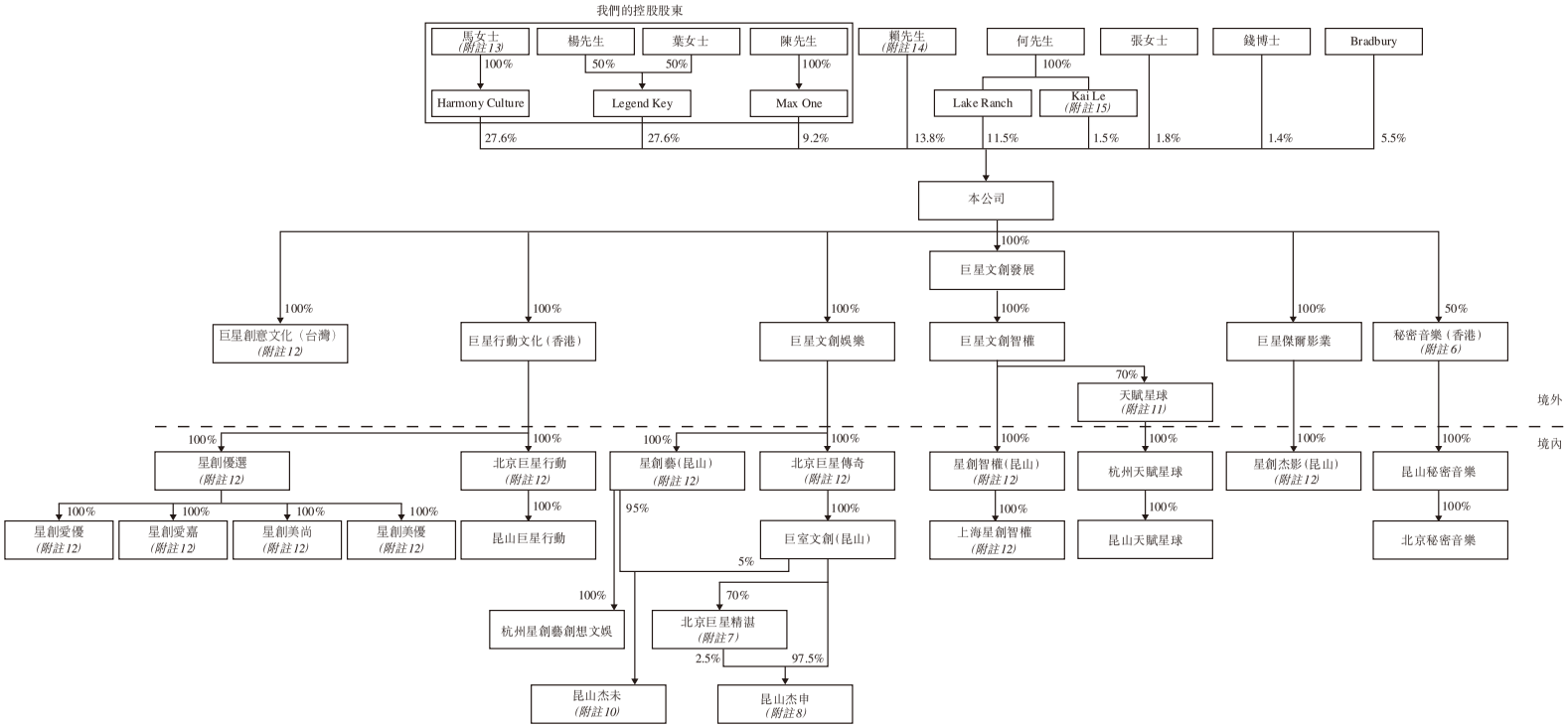
2021年2月，每股投資成本增至5.00港元，由我們2020年的財務表現、管理賬目、上市計劃以及當時正面市況及市場氣氛所支持。

臨時指引及指引信的遵守情況

基於(i)各首次公開發售前投資的代價於我們首次向聯交所遞交上市申請日期前超過28個完整日不可撤回地結清及(ii)並無特別權利授予將於上市後繼續存在的任何首次公開發售前投資者，獨家保薦人確認，首次公開發售前投資符合聯交所於2012年1月頒佈並於2017年3月更新的指引信HKEX-GL-29-12、聯交所於2012年10月頒佈並於2013年7月及2017年3月更新的指引信HKEX-GL43-12及聯交所於2012年10月頒佈並於2017年3月更新的指引信HKEX-GL44-12。

緊接全球發售前的架構

下圖載列本集團緊隨重組及首次公開發售前投資完成後但於全球發售及資本化發行前的公司及股權架構(並無計及因首次公開發售前股份激勵計劃下購股權獲行使而可予發行的股份)：



附註：

就附註6至8而言，請參閱本節「我們於重組前的架構」一段。

(10) 昆山杰未企業管理中心(有限合夥)(「**昆山杰未**」)為於2020年1月6日與巨室文創(昆山)(我們的間接全資附屬公司)作為普通合夥人在中國成立的有限合夥。昆山杰未擬為*周遊記*2的項目公司。

(11) 天賦星球於2021年11月26日在香港註冊成立。據本公司所知，W&V的最終實益控制人為王女士之母親孟慶榮。

(12) 該等公司於重組時成立，自成立以來一直為我們的全資附屬公司。該等公司均非我們的主要附屬公司。

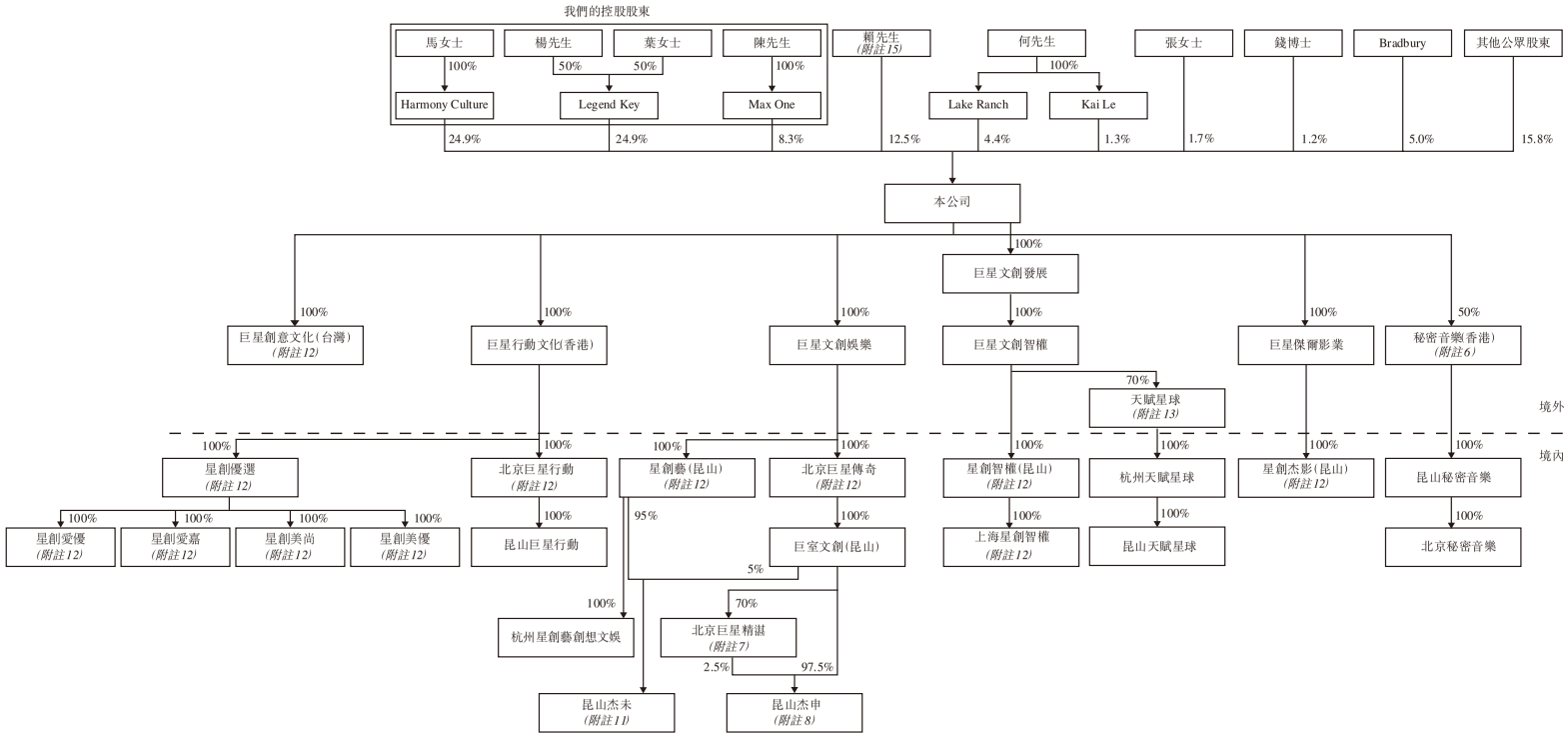
(13) 於2020年12月26日，Best Million同意向Harmony Culture轉讓150,000,000股股份，名義代價為1美元，代價乃參考Best Million與Harmony Culture均為馬女士全資擁有的事實釐定。

(14) 於2020年12月2日，Star Media向賴先生購回其一股Star Media的股份，代價為Star Media於本公司的全部股權(即75,000,000股股份)。完成購回後，賴先生為75,000,000股股份的實益擁有人。

(15) 於2023年5月5日，Long Precise分別與Kai Le及張女士訂立一份股份轉讓文據，據此(i) Long Precise同意出售，而Kai Le同意購買7,880,769股股份；及(ii) Long Precise同意出售，而張女士同意購買4,939,743股股份。於完成上述交易後，Long Precise不再持有任何股份。

緊隨全球發售後的架構

下圖載列本集團於全球發售及資本化發行完成後的公司及股權架構(假設超額配股權未獲行使以及並無計及因購股權計劃下購股權獲行使而可予發行的股份)：



附註：就附註6至8及11至13及16而言，請參閱本節「－緊接全球發售前的架構」。

中國監管規定

據中國法律顧問告知，本節所述有關中國附屬公司的相關股權轉讓已根據適用的中國法律及法規在所有方面妥善及合法地完成，並已根據適用的中國法律及規例取得所有必要的中國監管機構批准。

併購規則

根據併購規則，外商投資者於收購內資非外商投資企業的股權而將其轉型為外商投資企業，或透過增加內資非外商投資企業的註冊股本而認購內資非外商投資企業的新股權而將其轉型為外商投資企業時應遵守併購規則。

據中國法律顧問告知，根據併購規則，我們毋須獲得商務部或中國證監會的批准，原因為併購規則下我們的最終個人控股股東(即馬女士、楊先生、葉女士及陳先生)為台灣護照持有人，我們在岸公司的設立及收購無需經任何批准。

外匯管理局第37號文

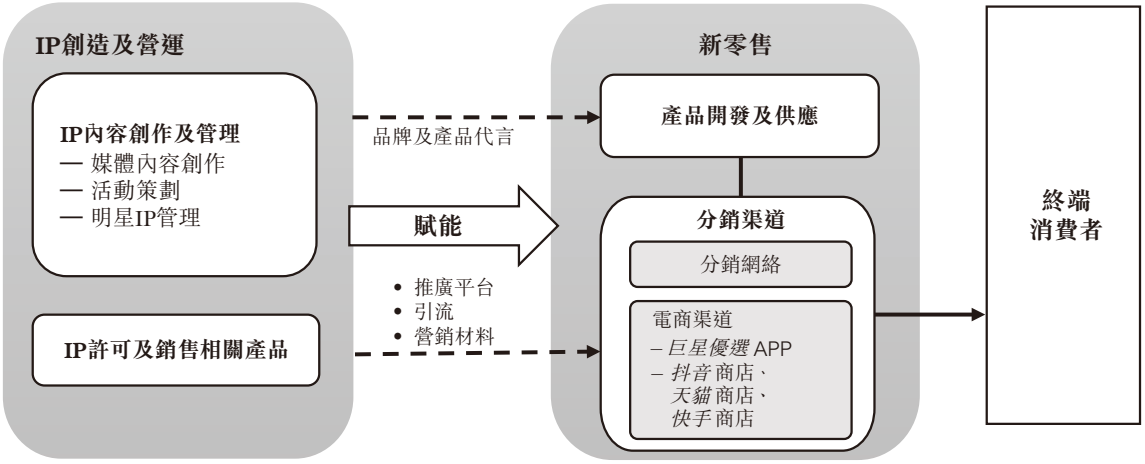
茲提述本招股章程「監管概覽－有關外匯的法例」一節，外匯管理局第37號文規定中國居民就成立或間接控制境外實體以進行境外投資及融資須向外匯管理局的地方分局辦理登記。外匯管理局第37號文進一步規定，倘若出現(其中包括)特殊目的公司、境內個人居民股東、經營期限、資本及合併或分拆事件等任何重大變動，須修訂登記。

創始人(我們的最終個人控股股東)為台灣護照持有人，彼等使用離岸基金投資於本公司。基於上文所述，中國法律顧問認為，創始人、賴先生及何先生均不得就其於本公司的投資辦理外匯管理局第37號文的登記。

概覽

我們的業務營運包括兩個分部，即新零售分部及IP創造及營運分部。各分部均可成為其自身的收入來源，而我們的IP創造及營運分部亦可產生協同效應，作為我們的營銷工具之一來推廣我們的新零售產品。

下圖說明我們的業務模式：



我們(i)開發合適的產品並將其推向市場；(ii)建立廣泛的銷售網絡，包括廣泛的分銷網絡及電商渠道；(iii)與明星合作進行IP內容創作；及(iv)除其他銷售及營銷策略及活動外，利用我們的明星IP及相關IP內容營銷及推廣我們的產品。

我們的新零售業務

就新零售業務而言，我們專注於低碳水化合物健康管理產品以及護膚品的開發及銷售。

於往績記錄期間，我們新零售業務的大部分收入來自*魔胴*咖啡的銷售，其中我們於2019年4月開始在全國範圍內分銷*魔胴*咖啡。*魔胴*咖啡為一種專為低碳水化合物飲食計劃而設計的高脂肪防彈飲料，以滿足該計劃的脂肪／能量比率。於2022年，我們按總商品交易額計為中國防彈飲料市場最大的公司，市場份額為24.9%。

憑藉*魔胴*咖啡取得的成功，我們在*魔胴*子品牌旗下推出多款其他低碳水化合物飲品及食品，進一步體現我們向終端消費者提供具互補性的低碳水化合物健康管理產品組合。於2022年，我們在一個新產品線下推出以健康及無添加劑食品為特點的抹茶粉*愛吃鮮摩人*。此外，我們於護

膚品市場推出多個產品子品牌，包括*摩肌博士*及*茶小姐*。*摩肌博士*子品牌下的產品旨在解決因皮膚老化引起的各種皮膚問題，主要面向皮膚老化人群，而*茶小姐*子品牌下的產品則針對年輕一代。我們將繼續不時為我們的新零售業務開發及推出新產品。

我們主要透過以下方式分銷產品：(i)分銷商及經銷商網絡；及(ii)其他電子商務渠道，如在社交媒體平台上運營的網店。我們不時通過*抖音*賬號進行直播帶貨，以促進我們產品的銷售。於往績記錄期間，我們透過分銷商及經銷商網絡銷售我們於新零售分部下的產品，產生大部分收入。我們將產品銷售視為一項新的零售業務，因為我們主要採取基於社區的社交電商模式，即我們的分銷商及其所招攬的經銷商主要透過結合線上商業元素(透過社交電子商務渠道，如微信、*抖音*及*小紅書*)及線下渠道(透過分銷商、經銷商及終端消費者之間的線下會議，如年度活動、會議及╱或於分銷商推介會上的面對面銷售)來推廣及銷售我們的產品。我們的分銷商及經銷商亦為我們產品的消費者。其中一部分已經進一步發展成為KOC，並於各自的私域流量(或PDT)中透過口碑及彼等的個人體驗及發揮對其粉絲的個人影響力推廣我們的產品，藉此我們可有效地擴大我們產品的消費者覆蓋範圍。除利用KOC外，我們亦與KOL合作，以透過於線上平台上的分享及帖子宣傳我們的產品及╱或透過直播帶貨銷售我們的產品。

我們的IP創造及營運業務

我們的IP創造及營運業務包括：

(i) IP內容創作及管理業務，包括提供(a)媒體內容創作；(b)活動策劃；及(c)明星IP管理服務；及

(ii) IP許可及銷售相關產品。

媒體內容創作方面，我們主要為節目製作提供組織、策劃及其他項目管理服務。例如，我們為*周遊記*1的主創並擁有*周遊記*1的IP，*周遊記*1是一部由周杰倫先生主演的12集真人秀節目，並於2020年3月在浙江衛視以及Netflix及芒果TV播出。*周遊記*1受到電視觀眾的好評。根據公開可得評級數據，12集平均收視率在2020年3月至6月同時段播出的所有電視節目中排名第一。我們亦參與策劃及創作一檔以庾澄慶先生為核心的流行音樂脫口秀節目*既來之則樂之*以及一檔以劉畊宏先生為核心的綜藝節目。

活動策劃方面，我們通常作為大型音樂會及其他活動的活動策劃服務提供商、投資方及／或分包商。例如，我們於2019年8月，發起湛江超級巨星演唱會並擔任策劃服務供應商，並於2020年1月發起寧波巨星行動超級夜並擔任策劃服務供應商及投資方。透過我們在中國娛樂行業的經驗及管理網絡，我們能夠聚集不同的單位組織創作媒體內容以及舉辦音樂會及其他活動。

在明星IP管理方面，我們與明星及／或KOL合作，其中我們負責開發彼等各自的IP。我們參與策劃及開發明星及／或KOL於(其中包括)直播環節、線上短視頻以及社交媒體平台上的其他線上及線下表演中的公眾形象，以吸引具有類似興趣或關注的觀眾及／或粉絲。

對於明星IP許可及銷售相關產品，我們基於包括二次元風格化身(即*周同學*)在內的專屬獨有的明星IP創建定製品牌及相關IP內容。二次元風格化身是二維動畫、漫畫或受到現實生活中的人物啟發的虛構人物。我們可能會將我們的明星IP許可予我們的客戶並收取許可費，以及創造及銷售與明星IP相關的產品。

我們的新零售業務與IP創造及營運業務之間的協同效應

我們獨有的明星IP通過在多個互補的場合及平台產生宣傳效應而非因品牌產生單一聯想賦能我們的新零售業務。我們相信此舉不僅為我們的產品帶來可信度及適銷性，提高我們產品的品牌知名度，同時保持分銷商及客戶的信任與信心。於2020年，我們於*周遊記*1中透過廣告、點播及離散式產品植入等方式推廣*魔胴*咖啡。我們亦於2022年7月以來在*抖音*賬號「劉畊宏肥油咔咔掉」上進行直播帶貨，通過劉畊宏先生及王女士的直播環節推廣健康飲食及生活方式並推廣我們的產品(如抹茶粉及*魔胴*輕萃咖啡)。除*周同學*外，我們亦開始在產品推廣中使用劉畊宏先生及王女士的二次元風格化身，即「*劉教練*」及「*Vivi*」。

明智地使用明星IP及我們的銷售渠道(包括其分銷網絡)使我們於往績記錄期間實現整體財務增長。

我們計劃繼續製作更多媒體內容及演唱會，該等節目及演唱會可透過產生宣傳效應推廣我們產品賦能我們的新零售業務。憑藉我們以有效及高效的方式利用該等不同業務組成部分的優勢創造協同效應的能力及經驗，我們相信我們將能夠維持我們的業務並實現我們未來的業務增長。

我們的競爭優勢

專有明星IP賦能的新零售運營商，可實現快速且顯著的增長

我們為相對較新的市場參與者，於2022年以24.9%的市場份額迅速成為中國防彈飲料市場按總商品交易額計最大的新零售公司。

我們認為，我們憑藉獨有的明星IP於中國防彈飲料開發市場取得市場領先地位。透過IP創造及營運業務，我們迅速突破准入門檻及擴大經營規模。我們相信，我們的IP創造及營運業務使我們能夠在社交媒體上接觸大量消費者以及擁有強大的客戶及分銷商挽留能力。我們可利用我們獨特的明星IP，透過產生宣傳效應，以及其他銷售及營銷活動(如傳統廣告)、提供試用樣品及包裝禮品、舉辦各種活動、正式會議及會議等為我們新零售業務的產品賦能。

我們獨有的明星IP為我們的產品品牌、分銷網絡擴張及消費者採購賦能。我們創建並營運多種形式專有IP資產組合。我們於周杰倫先生相關IP的授權下推廣*魔胴*咖啡，特別是於2020年上半年的*周遊記*1上展示我們的產品，以及使用周杰倫先生的二次元人物形象(即*周同學*)作為推銷*魔胴*咖啡的一種途徑。我們相信，與周杰倫先生的聯繫會立即吸引現有粉絲，並為產品的新消費者提供可信度以及提高我們的品牌知名度，有助於我們自產品於2019年4月在全國範圍內推出以來實現顯著的銷售增長。隨著於往績記錄期間透過周杰倫先生相關IP賦能成功推廣*魔胴*咖啡，我們已成為中國防彈咖啡市場的領導者，*魔胴*咖啡亦因產品特性而於中國成為知名品牌。

我們自2021年起透過創造以庾澄慶先生為中心的其他明星相關IP，即*既來之則樂之*，以及以劉畊宏先生為中心的綜藝節目，從而實現IP組合多元化。自2021年12月以來，我們已進一步將分銷渠道擴展到*抖音*直播帶貨，其與我們的*抖音*店直接相關，並通過(其中包括)與劉畊宏先生、王女士及其他KOL合作進行營銷及推廣活動，以推廣我們的產品。隨著(a)本集團於IP創造及營運方面取得的歷史性成功；(b)管理層於中國娛樂行業擁有的廣泛人脈／經驗；及(c)我們與不同明星合作及於中國創作電視節目及演唱會，我們認為，我們將可透過與明星合作繼續創造明星IP。

我們相信，參與明星IP增強我們的產品分銷及消費者保留率，並使我們不僅能夠在產品推出後的短時間內快速批量獲得終端消費者而毋須產生重大銷售及營銷費用同時保持消費者對我們產品的高度忠誠。

展望未來，我們可以利用在*魔胴*咖啡方面取得成功的經驗，調整新產品發佈及其他產品推廣的增長戰略。

我們憑藉對防彈飲料市場及低碳水化合物飲食消費者偏好的廣泛研發知識，快速於中國防彈飲料市場建立領先的營銷地位

我們從近年來於全球範圍內廣受歡迎的低碳水化合物飲食養生法中衍生出*魔胴*咖啡的概念，亦屬防彈飲料的一種。我們根據廣泛的市場研究與供應商合作開發產品配方，以使我們產品在消費體驗方面能夠從現有的競爭產品中脱穎而出。我們已進行數據合併及目標消費者人口統計分析，並進行試點測試及消費者品嚐。基於有關市場研究，我們認為眾多競爭產品被消費者淘汰，原因是彼等需要嚴格的飲食方案以使產品有效。因此，我們的*魔胴*咖啡配方，旨在補充低碳水化合物飲食養生法但不要求消費者嚴重偏離日常飲食。

因此，*魔胴*咖啡自推出以來備受市場歡迎，消費者群體快速增長，平均每月銷量由2019年的人民幣9.0百萬元增至2020年的人民幣27.7百萬元可證實。除獲得消費者的認可外，*魔胴*咖啡亦獲得業內同行的認可並於2019年獲太平洋時尚網授予了人氣口碑獎及2020年獲時尚界知名獎項瑞麗潮流大番榜年度暢銷防彈咖啡。

按總商品交易額計，中國健康管理社區社交電商行業將由2017年的人民幣168億元增至2022年的人民幣256億元。我們相信有能力維持並進一步增加我們的業務規模及收入。我們可利用*魔胴*咖啡的初步成功，並進一步擴大健康管理市場的市場份額。除*魔胴*咖啡外，我們擁有新推出的健康管理產品組合。我們相信，該等新健康管理產品供應為對我們現有產品線的補充，並使我們的收入來源進一步多元化。

注重KOC開發及私域流量營銷的分銷網絡的快速有機增長

我們相信，令我們從其他市場參與者中脱穎而出的銷售及營銷策略之一是，我們專注於並有能力利用私域流量將我們獨有的明星IP模式變現以快速獲得忠實的消費者，因為明星與我們的

產品之間的聯繫能夠提高產品知名度及親和力。相關私域流量指通過微信等私人渠道獲得的由私人控制的網絡流量，具有類似購物習慣及偏好的訂閱用戶群體在此參與群聊。我們能夠通過(尤其是由成為該私域流量KOC的分銷商進行)針對性宣傳將該等訂閱用戶發展成為我們產品的消費者。

眾多分銷商及經銷商本身為我們產品的忠誠忠實消費者。例如，我們的部分分銷商為之前曾使用過我們產品的線下商店的小企業主。透過轉換為分銷商，並透過線上及線下渠道向客戶推廣我們的產品，他們可增加他們的收入來源並擴增分銷渠道。此種轉換有助於減輕電子商務對小型線下企業所有者及僱員的負面影響，將其納入新的「互聯網+」發展。若干分銷商及經銷商受到我們成功的激勵並通過利用其個人經驗及影響力自願向其各自的訂閱用戶推廣我們的產品努力成為其相關私域流量的KOC。我們昆山汀奢分銷產品的分銷代理昆山汀奢向相關分銷商及經銷商提供有關銷售及營銷技術的輔助及相關培訓。

於往績記錄期間，透過擴展為我們新零售業務所設計的量身定制的分銷網絡，我們能夠迅速提高昆山汀奢分銷產品的銷量。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的分銷網絡分別由74名、575名、699名及742名分銷商以及2,719名、16,519名、18,871名及16,044名經銷商組成。分銷商及經銷商數目的增加使我們在線上及地域覆蓋範圍上能接觸到更多客戶。我們相信，分銷網絡擴大後，通過社區及口碑宣傳提升了產品知名度，進而提升產品銷量。

基於社區的社交電商是一個相對較新的行業。作為該新興行業的早期進入者，我們積極培養分銷商，並就業務運營的合法性與主管部門進行溝通。例如，在對我們的分銷模式進行監管審查後，昆山市場管理局發佈確認我們*魔胴*咖啡的分銷模式具合法性的檢查意見。其後，昆山市場管理局將我們視為參與昆山試驗計劃的社交電商試點企業。更多詳情，請參閱本節「分銷網絡－分銷代理協助分銷模式－有關傳銷的規定－因涉嫌傳銷而臨時暫停銀行賬戶」一段。我們相信，政府部門對本集團的有關認可能夠為我們的業務發展帶來長期利益。

多方面的IP創造及營運業務，透過產生宣傳效應推廣我們的產品為我們的新零售業務提供關鍵賦能及實現收入來源的多元化

我們的IP創造及營運能力包括媒體內容創作、活動策劃、明星IP創造及許可以及明星IP管理。為充分發揮我們專屬獨有的明星IP資產的潛能，我們開發創造能使我們能夠以相對新的產品分銷模式經營業務的不同IP的能力及專長。我們結合獨有的明星IP推銷我們的品牌產品，且我們以自有明星IP為主要特色的內容IP有助於將我們在社交媒體及電子商務渠道上的產品宣傳傳播給分銷商、經銷商以及終端消費者。我們相信，我們的IP創造及營運業務將繼續為我們的新零售業務提供重要賦能。

二次元風格化身

我們與周杰倫先生的藝人經紀公司杰威爾音樂合作設計、開發及共有*周同學*二次元。*周同學*二次元立即可識別作周杰倫先生的藝術化身。我們結合*周同學*二次元銷售包括*魔胴*咖啡在內若干產品，以增強我們的產品品牌及分銷網絡以及提升消費者忠誠度。除為周杰倫先生創造二次元風格化身外，我們與其他明星(如劉畊宏先生及王女士)就創作及使用以彼等為靈感的二次元風格化身進行合作，以及目前正在探索為其他明星設計及創造二次元風格化身的可行性。有關詳情，請參閱本招股章程「與明星合作」一節。我們預期能夠將我們於*周同學*應用的同一商業模式應用到以其他明星為靈感的二次元風格化身上。

活動、演唱會及電視節目

於媒體內容創作分部，我們舉辦及規劃活動及演唱會的能力有助於我們維持與明星的合作，並在一定程度上控制廣告及產品推廣。例如，我們創建及擁有*周遊記*1的商標，該節目於2020年3月在浙江衛視、Netflix及芒果TV播出。

直播環節

憑藉我們管理團隊在明星IP創造方面的經驗，我們亦自2021年11月起一直參與劉畊宏先生在社交媒體平台的公眾形象及人設的策略規劃及發展。尤其是，我們參與其直播環節的目標受眾甄選並擬備內容及演示，例如開發創意及製作直播環節的內容，將不同品牌與其各自目標受眾連

接，以產生推廣效果。鑒於直播乃以消費者互動為重點的推廣工具，董事認為，我們參與擬備劉畊宏先生的直播環節的內容及呈現方式，為劉畊宏先生於2022年人氣上升的重要因素。我們對直播的內容及呈現方式的貢獻包括(其中包括)建議如何進行直播環節，包括劉畊宏先生的著裝、邀請的嘉賓、控制直播環節節奏的方式以及劉畊宏先生及其嘉賓與直播環節觀眾互動的方式，均對吸引觀眾(亦為目標消費者)的注意力及向彼等傳達適當的信息(例如相關產品的推廣)而言十分關鍵。有關與劉畊宏先生合作的詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士合作」一節。

具有數十年相關行業經驗且有遠見的管理層及來自周杰倫先生的持續支持

我們的成功歸功於高級管理層的遠見卓識的策略規劃，為本集團在短期經營中迅速打入市場的關鍵。我們的創始人馬心婷女士於文化、媒體及金融行業擁有逾20年的經驗。我們的首席執行官錢中山博士於各行業的公司(包括從事網絡推廣的企業)擔任高級管理層超過20年。我們活動策劃團隊負責人兼項目總監張志鵬先生於娛樂節目製作及執行方面擁有豐富經驗，為眾多真人秀節目的製片人。我們的IP授權部門的負責人周佩敏女士在IP授權及電子商務方面擁有超逾10年的經驗並負責制定IP策略。

此外，我們得到周杰倫先生的支持及指導，特別是在IP創造及業務分部方面。我們已與杰威爾音樂訂立IP授權協議，據此杰威爾音樂已就開發與*周同學*有關的項目授予我們專有權，以及與周杰倫先生有關若干類項目的非獨家優先投資權，包括但不限於在動漫及電影項目中創作以周杰倫先生形象為中心的其他虛擬偶像，以及設計、創作、策劃、投資及推出若干節目(包括周杰倫先生設計及開發的綜藝節目)。

我們的戰略及未來計劃

我們的目標

我們認為，我們獨有的明星IP為我們的新零售業務賦能，是我們在競爭對手中脫穎而出的原因，亦是我們的*魔胴*咖啡取得成功的原因。展望未來，我們的目標是利用我們從*魔胴*咖啡中獲得的經驗，將我們獨特的IP賦能業務模式的成功與其他核心產品及IP內容相結合，並加以鞏固及

複製。我們將繼續實施為消費者提供低碳生活方式所需產品的策略。為此，我們將持續利用IP創造和運營能力以建立和擴大我們獨有的明星IP的粉絲群，並為我們的消費者提供與日俱增的核心產品品類。尤其是，我們旨在透過加強研發方式使產品組合多樣化，以補充低碳水化合物飲食法，並加強我們對健康管理及護膚品關鍵成分的研究及採購的控制。

透過產品開發進一步多元化產品組合

憑藉在*魔胴*咖啡所取得經驗，我們計劃透過向現有及潛在消費者提供多樣化的產品組合方式在健康管理及護膚市場上進行擴張。

在往績記錄期間，我們專注於有利於我們利用*魔胴*咖啡為核心產品進運健康管理市場的措施，包括透過我們的供應商或與其合作研究及開發產品食譜與配方及分銷網絡擴張。在*魔胴*咖啡取得初步成功後，我們迅速推出各類其他補充性的低碳水化合物食品及飲料。於截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們分別產生約人民幣2.6百萬元、人民幣9.2百萬元及人民幣12.6百萬元的研發開支，主要為支付予我們內部研發團隊的薪金及福利。

展望未來，我們計劃加強對產品開發的控制，並開發我們在食品及飲料以及護膚品方面的獨家配方。我們計劃透過擴大我們的內部產品開發團隊以及與外部研究機構(包括大學的農業技術、食品科學及化學工程系)合作加強我們的新產品研發能力。我們亦擬收購用於新產品研發的機器及設備，包括用於試生產的生產機器及設備以及溫度及濕度控制設施。我們認為這將進一步增強我們的增長力，我們的產品將多樣化以迎合不斷擴大的終端消費者及分銷渠道。

更多健康管理產品及護膚品

我們計劃於截至2025年12月31日止三個年度擴大我們的研發能力及與第三方機構進行合作，以及透過進一步推出不少於30款食品及飲料以及30款護膚品為消費者提供低碳水化合物系列的大眾食品及飲料，乃經考慮下列各項因素：(i)按總商品交易額計，中國健康管理社區社交電商行業的市場規模預期將由2022年的人民幣256億元增至2027年的人民幣384億元；及(ii)按總商品交易額計，中國基於社區的社交電商行業中的美容及個人護理分部的市場規模預期將由2017年的人民幣1,632億元持續增長至2027年的人民幣4,113億元，表明該等市場具有巨大的增長潛力。我

們相信該戰略將鞏固我們的市場地位，並實現我們的願景，為我們的消費者提供全面的低碳水化合物飲食養生法。

於截至2025年12月31日止三個年度，我們計劃將全球發售所得款項淨額約21.1百萬港元用於研發食品及飲料產品，及全球發售所得款項淨額的19.4百萬港元用於研發護膚品。

我們亦可能尋求機會收購擁有關鍵技術或配方的企業(如專門從事護膚品創新關鍵成分規模生產的技術及研究，且具有雄厚實力利用專門技術開發新產品配方的公司)，以迅速提升我們在市場上的競爭優勢。截至最後可行日期，我們尚未確定可行的收購目標或與任何潛在收購目標進行實質性談判。

其他產品線

我們計劃開發其他產品線。 例如，我們正在研究開發一系列寵物食品、寵物玩具及幼兒教育產品的可能性。近年來，中國越來越多的家庭擁有寵物，且該人群逐漸年輕化。年輕一代普遍更加關注其寵物的健康及顏值，願意花更多錢購買寵物產品及食品。我們計劃將全球發售所得款項淨額約10.2百萬港元用於研發新產品線。另一方面，憑藉龐大的人口基數、一孩政策的放鬆，休閒性質的幼兒教育產品預計會受歡迎。憑藉我們的IP創造和運營能力以及與具有正面影響的明星之間的關係，我們計劃尋求圖書公司及教育設備生產公司的許可及與其合作的機會以開發產品。我們認為，擴大我們的產品供應可助我們提高品牌知名度並接觸潛在客戶。此外，我們計劃與其他知名公司探索合作機會，以共同推出以我們的專有IP為主要特色的新產品，以擴大我們的市場份額並進一步降低獲得客戶的成本。我們計劃將全球發售所得款項淨額約7.7百萬港元用於研發與專有IP相關的產品。

於現階段，我們計劃動用全球發售所得款項合共約58.4百萬港元(或23.8%)，用作實現產品組合多元化。有關更多詳情，請參閱本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節。

透過線上平台增加品牌曝光率及產品銷售

於往績記錄期間，我們(a)重視KOC分銷商於社交電子商務渠道上進行產品推廣；及(b)成功將劉畊宏先生及王女士打造成線上短視頻平台的知名KOL，其中我們與彼等合作推廣了若干健康管理產品，如我們推出的低碳水化合物飲料、蛋白粉及運動相關健康管理產品。

展望未來，我們計劃透過於電子商務渠道及線上短視頻平台(如*抖音*)上主持多場直播帶貨來增加我們的品牌曝光度及產品銷售額。我們可自行主持直播帶貨，或與選定的KOL合作進行直播帶貨，直播內容將圍繞我們獨有的明星IP及我們在IP創造及營運業務中創造的相關內容，以增強我們產品的銷售。

由於直播帶貨(a)是一種KOL擁有巨大影響力的平台，可透過其私域流量接觸大量受眾及潛在消費者；及(b)近年來大幅增長，我們認為該策略至關重要。我們計劃透過結合各種方法的線上平台增加品牌曝光率及產品銷售，包括：

- *與知名KOL及電子商務平台達成合作以推廣我們的產品：*我們獨有的明星IP的擁有權，包括與不同明星(如劉畊宏先生及王女士)有關的IP，使我們於新零售行業擁有信譽度，從而激勵知名KOL及電子商務平台與我們以互惠互利及具成本效益的方式合作。為此，我們計劃與知名KOL合作，利用彼等於線上平台的影響力，按基於產品銷量計算的績效費用為我們推廣產品。

- *培養我們自身的KOL，並建立直播賬號及節目以推廣及銷售我們的產品：*我們將繼續利用我們的經驗及資源，為我們獨有的明星IP培育核心網絡社區，並培養我們的分銷商KOC，以擴大我們的社交媒體影響力及消費者覆蓋範圍，並為彼等提供最終成為KOL所需的激勵及幫助。我們可自行主持由我們培養的KOC及KOL參加的直播帶貨以推廣及銷售我們的產品。為此，我們計劃進一步建立自己的直播賬號及節目，包括在*抖音*等社交媒體平台上運營直播賬號及製作直播內容。 我們亦將培養KOL及KOC，以推廣產品。

於現階段，我們計劃動用全球發售所得款項的約75.1百萬港元(或30.6%)，提高我們的產品及品牌在更多社交電子商務渠道及其他媒體平台的曝光率。有關更多詳情，請參閱本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節。

繼續創造高質量且獨特的新IP內容，以(其中包括)為我們的新零售業務賦能

我們計劃增強我們的核心競爭優勢，並繼續投入創造可直接或通過我們的分銷商及經銷商傳播的方式提供予消費者的高質量且獨特的新IP及相關IP內容，為我們的銷售及營銷舉措以及新產品推出賦能。有關IP可通過傳統方式(如電視)，或可通過不時被認為越來越受消費者歡迎的方式(如於二次元)提供。

為此，我們計劃在以下領域發展我們的IP創造及營運：

IP內容創作及活動策劃

我們計劃繼續創造更多的IP內容，特別是與我們獨有的明星IP相關的內容，通過IP內容的賦能擴大我們在產品推廣和消費者獲取方面取得的成功。我們計劃創造的IP內容包括：

- *與我們獨有的明星IP相關的新IP內容*：我們計劃繼續創建傳統及社交媒體內容，如音樂表演及節目(包括*周遊記*的後續劇季及劇集)。我們計劃在該節目中進行產品植入，為消費者提供在節目時間內進行購買的機會。在電視台及社交媒體平台上，我們有其他類似的在研節目；及

- *大型演唱會*：我們將繼續策劃以我們與之合作的明星為特色的大型現場及／或虛擬演唱會，以通過演唱會會場的印刷廣告、產品展示、禮品贈送或其他活動來推廣我們的產品和品牌。

根據我們以往參與不同節目(如*周遊記*1)及其他活動(如演唱會)的經驗，該節目及活動通常需要大量的初始投資，但我們預期能夠以服務或許可費及／或來自廣告收入的投資回報的形式收回大部分投資或賺取純利。

明星IP及許可

我們計劃積極探索與選定明星的戰略合作機會，並創建和註冊定制及獨有的明星IP。倘我們於此方面付出的努力獲得成功，我們相信我們可有效地增加我們獨有的明星IP組合為IP創造及營運業務產生收入，並根據該等藝人粉絲群的專長及性質進一步為我們的新零售業務賦能。我們預期能夠將我們於*周同學*應用的同一商業模式應用到以其他明星為靈感的二次元風格化身上。為此，我們計劃(a)創作現有IP(如*周同學*)的新設計；及(b)通過與其他明星或KOL合作來創造其他IP，以創作與彼等關聯的二次元風格化身。我們亦將努力進行IP登記及運營，包括重續我們現有IP登記及登記新IP以及登記我們於其他司法權區的現有IP，以保障我們的權利。

為有效執行我們的IP創造及營運策略，我們亦計劃僱用更多高素質的專業人員增強我們的IP創造能力。

於現階段，我們計劃動用全球發售所得款項的約68.1百萬港元(或27.8%)，用於我們的IP創造及營運。有關更多詳情，請參閱本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節。

加大銷售及營銷力度

於往績記錄期間，我們並無於銷售及營銷活動或廣告方面產生重大銷售及營銷開支。相反，我們主要依賴私域流量推廣產品，而私域流量於很大程度上依賴消費者的口碑、傳統的銷售及營銷活動(如電視廣告／贊助、提供試用樣品及包裝禮品、舉辦各種活動、正式會議及會議等)，並與我們策劃的IP內容及大型活動相關。展望未來，我們計劃審慎加大線上以及傳統銷售及營銷渠道的銷售及營銷力度，以增加我們現有及新產品的公眾曝光率。我們計劃於線上及線下舉辦大中型推廣活動，並購買電視節目及網絡節目的廣告時段。

有關開支預計將由我們的內部資源或外部融資(倘必要)支付。

升級我們的IT基礎設施及增加對IT研發的投入

作為研發投資的一部分，我們計劃升級IT基礎設施及增加IT研發投資，以支持社交電子商務渠道的軟件研發。提升我們的IT基礎設施及重要的業務和財務軟件，例如先進的ERP系統，亦將有助於加強我們的內部控制及財務報告。

於現階段，我們計劃動用全球發售所得款項淨額約30.2百萬港元(或12.3%)，用作提升我們的IT基礎設施及增加對IT開發的投資。有關詳情，請參閱本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節。

因應我們的戰略計劃擴大經營規模及員工隊伍

因應產品供應、分銷業務以及IP創造及營運的計劃增加，我們或會投資擴大我們的營運規模及員工隊伍。我們計劃於IP內容創作及IP營運團隊中聘請合資格的專業人員。此外，為進一步提升客戶體驗，我們計劃通過增聘員工擴大售後服務團隊。因應業務規模的擴大，並預期我們將轉變為一家公眾上市公司，我們亦計劃聘請管理團隊成員，以加強我們的內部控制及財務報告。

有關開支預計將由我們的內部資源或外部融資(倘必要)支付。

我們的業務

我們的業務營運包括兩個分部，即新零售分部及IP創造及營運分部。下表載列按業務分部劃分我們的收入明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
新零售								
健康管理產品	71,927	83.0	340,787	74.5	275,261	75.4	216,036	62.8
護膚品	3,450	4.0	20,422	4.5	21,274	5.8	16,272	4.7
其他	5,420	6.3	3,966	0.9	4,860	1.3	7,791	2.3
小計	80,797	93.3	365,175	79.9	301,395	82.5	240,099	69.8
IP創造及營運								
IP內容創作及管理	4,761	5.5	86,567	19.0	54,399	14.9	95,026	27.6
IP許可及相關產品銷售	1,027	1.2	5,202	1.1	9,551	2.6	9,032	2.6
小計	5,788	6.7	91,769	20.1	63,950	17.5	104,058	30.2
總計	86,585	100.0	456,944	100.0	365,345	100.0	344,157	100.0

新零售業務

於往績記錄期間，我們在新零售業務銷售的產品包括(a)健康管理產品，主要包括*魔胴*咖啡、*魔胴*品牌下的其他產品及*盈養博士*品牌下的產品；及(b) *LA DEW*品牌、*摩肌博士*子品牌及*茶小姐*子品牌下的護膚品。我們的產品透過本節下文「分銷網絡」一段所述的多個分銷網絡銷售。於往績記錄期間，我們新零售業務的絕大部分銷售收入來自健康管理產品，尤其是*魔胴*咖啡。

健康管理產品

我們主要在*魔胴*品牌及*盈養博士*品牌下推出多個健康管理產品。我們可能會為我們的健康管理產品設計子品牌以吸引不同的目標消費者(如需要)。下表說明我們於往績記錄期間及直至最後可行日期推出的主要健康管理產品：

產品	推出時間	圖片	產品特點
魔胴咖啡	2019年4月		低碳體重管理飲料
魔力通益生元軟糖	2020年1月		有助於維持正常腸道功能及輔助低碳水化合物飲食的益生元軟糖
魔胴益生菌凍乾粉	2021年10月		有助於糾正消化系統失衡的益生菌凍乾粉
魔胴本草飲	2021年10月		以食用草藥及植物酶為主要成分的飲品
魔胴MCT咖啡	2021年12月		高中鏈甘油三酯(MCT)含量的飲料
盈養博士膠原蛋白肽飲品	2021年12月		含有膠原蛋白肽組合的飲料

產品	推出時間	圖片	產品特點
抹茶粉	2022年7月		經過蒸制等多道工序後的茶葉細碎粉末，含有胺基酸和膳食纖維，可用作糕點的配料，或在加入水後直接作為抹茶飲用
魔胴輕萃咖啡	2022年7月		輕烤咖啡含有多種維生素和高純度中鏈甘油三酯(MCT)油，易於吸收，旨在控制碳水化合物攝入並為使用者提供能量

經諮詢健康專家後，上述產品以生酮飲食概念為主，因可用於下列各項而被視為健康管理食品及飲料(健康食品)：(i)作為低碳水化合物飲食消費者的代餐；及(ii)用於體重管理及作為護膚補充劑，因為其成分包括生酮、低碳水化合物、高蛋白、高膳食纖維、維生素及益生元等健康元素。

通過長期食用該等產品，與食用其他傳統食品及飲料相比，其對消費者具有一定的保健作用。

魔胴咖啡

經過約一年的產品開發、品嚐、預售及試驗性推出後，我們於2019年4月開始在全國分銷*魔胴*咖啡。於2019年、2020年、2021年及2022年，*魔胴*咖啡的銷售收入分別為人民幣71.9百萬元、人民幣332.9百萬元、人民幣227.8百萬元及人民幣150.9百萬元，分別佔我們同期總收入的83.0%、72.8%、62.3%及43.8%。

*魔胴*咖啡為一種防彈咖啡，乃源自「生酮」健康管理養生法的產品概念，於此種代謝狀態下，人體會選擇在不存在碳水化合物的情況下燃燒脂肪。*魔胴*咖啡為自原始的防彈咖啡配方開發而來，主要由凍乾咖啡、純椰子油、草食黃油及中鏈甘油三酯(MCT)油製成。*魔胴*咖啡為我們的首個低碳水化合物健康管理產品，並為一種體重管理飲料，專為*魔胴*低碳水化合物飲食計劃設計。

我們與我們的主要供應商衡美集團合作開發*魔胴*咖啡。有關更多詳情，請參閱本節下文「供應商－甄選及管理供應商－我們與衡美集團的關係」一段。與其他防彈咖啡產品相比，我們使用優質原材料改進配方並開發專有配方，旨在吸引大眾。我們的*魔胴*咖啡為少數含有白芸豆的防彈咖啡之一，可阻止澱粉分解並減少葡萄糖的吸收和脂肪的積累。營養成分方面，我們的*魔胴*咖啡亦含有膳食纖維，可改善飽腹感，促進腸蠕動及促進排便。每盒*魔胴*咖啡內有7包。

我們委聘合資格獨立第三方昆山華星運作移動應用程序「*魔胴*健康」幫助監督終端消費者低碳水化合物飲食計劃的進展。我們的*魔胴*健康App為用戶提供*魔胴*低碳水化合物飲食計劃，通過飲用*魔胴*咖啡作為主要營養補充品，以替代大米、麵粉或糖等碳水化合物的營養及能量攝入。我們的目標是為終端消費者提供合理的體重管理配方，讓消費者能夠「大口吃肉、輕鬆享受」，從而令*魔胴*咖啡從市場上的其他競爭產品中脫穎而出。

為進一步提升*魔胴*咖啡低碳水化合物飲食計劃的成效，我們亦開發多款其他產品，例如草莓複合維生素泡騰片，以補充*魔胴*咖啡。我們提供的其他配套產品包括體脂管理秤、便攜式咖啡杯及捲尺，我們的終端消費者可以通過該等產品監測體重、見證進步，並在遵循*魔胴*低碳水化合物飲食時有更好的體驗。

魔力通益生元軟糖

我們於2020年1月推出*魔力通*益生元軟糖。*魔力通*益生元軟糖為一款不含糖的營養補充品，含適量益生元。其主要成分包括低聚果糖(「**低聚果糖**」)及低聚半乳糖。低聚果糖為一種膳食纖維，可幫助保持正常的腸道功能。由於生酮及低碳水化合物飲食需要纖維，而大部分纖維是益生元，*魔力通*益生元軟糖可輔助該飲食模式。

魔胴本草飲

我們於2021年10月推出*魔胴*本草飲(包裝為濃縮飲料)，旨在維持正常的腸道功能，以及乃基於食用草藥及植物酶開發。*魔胴*本草飲的成分包括提取的營養素，如山楂、甘草、陳皮、羅漢果及決明子中的植物酶。

魔胴益生菌凍乾粉

於2021年10月，我們推出*魔胴*益生菌凍乾粉，是一種粉狀飲料，旨在幫助堅持低碳飲食的人，且*魔胴*益生菌凍乾粉將增加益生菌攝入量。益生菌是活性菌，通常可穩定胃腸道中的細菌平衡，從而改善胃腸道健康。

魔胴MCT咖啡

我們於2021年12月推出*魔胴*MCT咖啡，主要含有中鏈甘油三酯(MCT)，且血糖指數含量較低(低血糖指數)。MCT是一種健康的脂肪來源，可提供能量並迅速產生酮體，以增加進食後的熱效應。此外，由於其含有膳食纖維，可增加人的飽腹感。

盈養博士膠原蛋白肽飲品

*盈養博士*膠原蛋白肽飲品為我們於2021年12月以*盈養博士*推出的一種飲料，其中含有6,000毫克膠原蛋白肽。膠原蛋白是皮膚的一種重要營養物質。

抹茶粉

我們的抹茶粉屬於我們名為*愛吃鮮摩人*的產品線，該產品線以健康且無添加劑的食品為特色。抹茶富含天然的抗氧化劑兒茶素。抗氧化劑有助於防止細胞損傷，降低潛在的心臟病風險。此外，抹茶的若干成分，如咖啡因及L-茶氨酸，可以增強大腦功能、加快反應速度及提高注意力，同時有助於放鬆身心，減輕壓力。抹茶亦能夠促進新陳代謝及脂肪燃燒，兩者均有助於減肥。

魔胴輕萃咖啡

*魔胴*輕萃咖啡是一種黑咖啡粉末飲料，主要含有中鏈甘油三酯(MCT)，且血糖指數含量較低(低血糖指數)。該產品專為健身人群設計，有助於保持碳水化合物攝入量。

基於上述各產品的上述效果，董事認為該等產品有別於傳統飲料及食品。

護膚品

我們在*LA DEW*主品牌線及其他子品牌(如*摩肌博士*及*茶小姐*)下提供護膚品，使我們能夠在護膚市場提供更廣泛的產品並滿足終端消費者的不同需求。

於2019年、2020年、2021年及2022年，護膚品的銷售收入分別為人民幣3.5百萬元、人民幣20.4百萬元、人民幣21.3百萬元及人民幣16.3百萬元。由於我們於*魔胴*咖啡上市後將更多資源投入到其護膚品，於2020年及2021年，護膚品的銷量有所增長，且我們預期未來將繼續發展護膚品銷售。

下表説明我們於往績記錄期間及直至最後可行日期出售的主要護膚品或子品牌。

產品／子品牌	推出時間	圖片
*LA DEW*煥顏美雕面膜	2018年6月	
摩肌博士	2021年1月	
茶小姐	2021年4月	

LA DEW煥顏美雕面膜

當我們開始銷售護膚品時，我們的所有產品均以*LA DEW*品牌銷售。我們以*LA DEW*品牌出售撕拉面膜，為7片或28片裝，其中含有生物原生質及動物性木糖葡萄糖苷等成分。

摩肌博士

為滿足對精緻、多樣化及有效的護膚品不斷增長的需求，我們於2021年1月推出一系列面向皮膚老化人群的*摩肌博士*子品牌旗下一系列護膚品。重組人膠原蛋白是*摩肌博士*子品牌旗下若干護膚品使用的一種主要原料，科研報告顯示這種蛋白具有促進皮膚膠原蛋白生成及加快皮膚損傷愈合的功能。*摩肌博士*子品牌旗下產品包括乳液、面膜及清潔液。該等產品旨在解決由肌膚老化引起的各種肌膚問題。

茶小姐

我們於2021年4月推出*茶小姐*子品牌系列產品，一款目標群體為年輕一代的護膚品牌。該子品牌旗下的護膚品包括面膜、面霜、爽膚水及洗浴用品。

在研產品

於最後可行日期，我們有超過30款在研產品正在規劃、研發及／或測試中，預計將於截至2023年12月31日止年度內正式推出。我們的在研產品主要包括用於低碳水化合物飲食的食品及飲料、膳食補充劑及護膚品。下表載列我們截至最後可行日期的主要在研產品(預期將於2023年推出)的相關資料：

產品	**產品類別**	**描述**
紅參飲品	膳食補充劑	含人參皂苷的膳食補充劑
抹茶系列食品	健康飲食	用抹茶粉製成的系列產品，包括蛋糕及蛋白條
魔芋食品	低碳水化合物飲食	由碳水化合物含量低的魔芋製成的食品
天然穀蔬粉	全天然食物	便利的膳食支持，含有各種蔬菜及穀物
純植物蛋白粉	膳食補充劑	用植物蛋白製成的蛋白粉，可支持蛋白質消耗，且適合素食者
堅果棒	膳食補充劑	小吃棒，提供含有維生素、礦物質及奧米加3的堅果

我們的產品開發計劃及預計推出時間受限於及受多種因素影響，包括我們的資源、市場需求、開發進度、推出前銷售的反饋、與供應商的合作條款以及我們新零售業務的整體策略規劃。我們可能會視情況調整產品開發及發佈的時間表。

有關我們研發職能的詳情，請參閱本節下文「產品研發」一段。

IP創造及營運

我們的IP創造及營運分部主要包括：

(i) IP內容創作及管理業務，包括提供(a)媒體內容創作；(b)活動策劃；及(c)明星IP管理服務；及

(ii) IP許可及銷售相關產品。

我們的IP創造及營運業務的收入在2019年、2020年、2021年及2022年分別為人民幣5.8百萬元、人民幣91.8百萬元、人民幣64.0百萬元及人民幣104.1百萬元。

我們的IP創造及營運能力可透過產生宣傳效應增強新零售業務並對成功變現我們的IP資產至關重要。我們已透過周杰倫先生的藝人經紀公司杰威爾音樂與周杰倫先生建立長期的戰略關係。我們與杰威爾音樂共同開發及擁有*周同學*商標，包括周杰倫先生的二次元風格化身。有關詳情，請參閱本招股章程「明星合作—與周杰倫先生的合作關係」一節。

我們擁有一支經驗豐富的內部節目及活動策劃團隊，具有強大的IP媒體製作能力。截至2022年12月31日，我們的IP內容創作部擁有37名僱員。我們的IP創造及營運團隊由擁有廣泛相關行業專業知識的管理團隊領導。我們活動策劃團隊負責人兼首席節目官張志鵬先生為電視真人秀節目的制作人。我們的IP授權部門的負責人周佩敏女士在IP授權及電子商務方面擁有逾十年的經驗。有關詳情，請參閱本招股章程「董事及高級管理層－高級管理層」一節。本集團負責(i)相關節目及活動的策劃及創作；(ii)制定吸引目標受眾的明星IP的概念並進行設計；及(iii)委聘不同的外部公司及單位參與各個IP創造。

IP內容創作及管理

我們的IP內容創作及管理業務包括以下子分部，包括提供(a)媒體內容創作；(b)活動策劃；

及(c)明星IP管理服務。我們的IP內容創作及管理業務於2019年、2020年、2021年及2022年產生的收入分別為人民幣4.8百萬元、人民幣86.6百萬元、人民幣54.4百萬元及人民幣95.0百萬元。

媒體內容製作

我們通常會與我們的商業夥伴(如電視廣播公司)訂立節目合作協議。於符合節目合作協議內容的前提下，我們主要為電子平台的電視節目及媒體內容的製作提供組織、策劃及其他項目管理服務。於組織及策劃方面，我們通常負責邀請明星嘉賓參加相關節目，創作電視節目的內容以及拍攝、創作及推廣節目。根據相關合作協議要求我們提供的服務範圍，我們會自行提供若干服務，如邀請明星嘉賓，或將其他服務(如拍攝及製作所需內容)外包予我們的分包商。

(i) *周遊記*

我們是*周遊記*的主控創作人，並於2017年開始籌劃*周遊記*1的拍攝。我們於2018年3月在中國註冊*周遊記*的版權，並自2019年1月起亦將*周遊記*註冊為商標。

2020年3月，我們與浙江廣播電視集團(「**浙江廣播電視集團**」)及北京精湛達成節目合作協議，共同投資製作為期三季的真人秀節目*周遊記*。北京精湛持有北京巨星精湛30%的股權，以及北京精湛持有廣播電視節目製作經營許可證。*周遊記*為新型的戶外生活及文化真人秀，由周杰倫先生主演及其朋友擔任常規嘉賓。於*周遊記*1中，周杰倫先生與其朋友走遍世界多個城市，並為觀眾提供旅遊特輯及表演。每集節目均有特別嘉賓，包括知名藝人、歌手及鋼琴家。此為周杰倫先生全身參與的首個戶外真人秀，其中包括周杰倫先生與其朋友日常生活中的精彩時刻，並通過歌曲、流行語及表演傳達積極訊息。

根據該協議，浙江廣播電視集團負責向相關監管機構提出申請，以批准或完成*周遊記*的登記。我們負責*周遊記*的宣傳，並協助北京精湛及與其協調完成製作節目，而北京精湛負責實施*周遊記*的製作。此外，浙江廣播電視集團及我們為相關版權及其他相關知識產權的共同擁有者。我們為*周遊記*商標的唯一所有者且我們授權浙江廣播電視集團在節目製作及推廣過程中無償使用該商標的權利。

合作期間，我們負責規劃*周遊記*的開發、拍攝、製作、推廣等相關事宜，並承擔所有相關費用(浙江廣播電視集團衛星頻道及其相關地面頻道的推廣費用以及由浙江廣播電視集團發起的費用除外)。

根據該協議，我們有權獲得該節目每季電視廣告總收入的一定比例，其中包括來自標題播送、特播及贊助播送(以及首播現場傳統廣告)等植入式廣告的銷售收入，以及節目首次重播時的廣告收入，減去(其中包括)浙江廣播電視集團的運營成本。浙江廣播電視集團所支付或應付的費用將支付予受其委聘提供製作服務的北京精湛，而我們將與北京精湛分享該款項。

於2020年3月，*周遊記*1於浙江衛視、Netflix及芒果TV上播出。*周遊記*1受到電視觀眾的好評。根據公開可得評級數據，12集平均收視率在同時段播出的所有電視節目中排名第一。

我們亦與Netflix Worldwide Entertainment, LLC簽訂授權協議，據此，我們以固定費用授予Netflix權利及許可，在除中國以外的全球範圍內向公眾拷貝、複製、傳播、展覽、分發、再授權及傳播*周遊記*1，為期十年。

我們通過廣告、定點插播及離散式產品植入的方式，以全集的形式展示我們*魔胴*咖啡。我們認為，*周遊記*1會增加節目中所推廣產品的曝光率並提升品牌知名度。

截至最後可行日期，*周遊記*2正在製作當中。

(ii)　其他

於2021年，我們亦策劃及製作一檔以庾澄慶先生為中心的熱門音樂脱口秀節目*既來之則樂之*，以及以劉畊宏先生為中心的綜藝節目。本集團亦參與策劃及創作音樂節目及綜藝節目的部分表演，該等節目會於電視播出或於電子平台上流媒體播放。該等節目的特色為周杰倫先生及其他眾多於華語社區深受歡迎的明星的演出。

我們計劃(i)與市場上知名平台合作，以發揮我們的製作優勢；(ii)日後製作更多的真人秀並創造；及(iii)變現新的社交電子商務零售IP(包括明星IP、內容IP及商品IP)。

活動策劃

與我們的媒體內容製作業務類似，我們與業務合作夥伴就我們的活動策劃業務訂立合作／服務協議。我們通常擔任大型音樂演唱會及其他活動的策劃服務供應商、投資方及／或分包商，主要從服務費中產生收入。我們在活動策劃方面的服務範圍及職責各不相同，具體取決於我們在相關項目中的角色及相關協議的內容。當我們擔任策劃服務供應商時，我們負責整個活動的總體策劃、投資及執行，包括表演者招募、舞台設計、燈光及音效設計、現場執行、導演節目編導以及服裝及化妝設計。我們通常會與分包商訂立服務協議，以將活動的若干執行工作(如舞台設計、燈光及音效設計、導演節目編導等)外包予分包商。在擔任投資方時，我們將提供資金承擔，並將從門票銷售中獲得收入作為回報。

於往績記錄期間，我們於2019年8月為湛江超級巨星演唱會提供演唱會策劃服務，並於2020年1月為寧波巨星行動超級夜提供演唱會策劃服務及投資約人民幣4.4百萬元，我們透過一系列活動推廣我們的產品，包括於演唱會場地的印刷廣告、進行產品展示及贈送禮物，而不產生任何重大營銷費用。我們於該等演唱會提供的演唱會策劃服務並無涉及任何投標程序。

我們已制定有關投資於音樂會及活動的一般政策，據此，我們的投資僅於下列情況下進行：(i)獲得董事會主席的授權及批准；(ii)經考慮其他投資夥伴的背景及投資組合後；及(iii)當我們有足夠資本資源以及適當的明星資源時。

明星IP管理

我們一直透過提供明星IP管理服務擴展我們的IP創造及營運業務，我們將負責透過與明星及KOL合作開發IP。憑藉我們在媒體內容製作及明星IP創造方面的經驗，我們將參與規劃及發展明星及KOL(其中包括)在社交媒體平台上的直播環節、線上短視頻及其他線上及線下節目中的公眾形象，以便吸引具有相似興趣或關注的觀眾及／或粉絲。我們的收入主要來自(i)品牌擁有人或MCN公司(視乎於哪一訂約方與相關品牌擁有人訂立合作協議)為於我們合作的明星的直播環節推廣商品及服務而提供的贊助或推廣費用；及(ii)於我們的*抖音*賬號進行直播帶貨期間不同明星及KOL銷售第三方品牌擁有人的產品所產生的佣金分成。

於2021年底我們參與將劉畊宏先生打造為中國健身健美界的KOL以來，我們首次涉足明星IP管理業務。我們與劉畊宏先生及其藝人經紀公司訂立合作協議，據此，我們將就劉畊宏先生於中國的娛樂及表演業務提供策劃及管理服務，而我們將有權享有由此產生的收入的若干百分比。有關詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作－我們的IP創造及營運業務項下的合作」一節。

在我們的業務中使用直播及直播帶貨

近年來，直播已成為一種越來越受歡迎的的手段，以就娛樂、教育及營銷目的向公眾傳遞資訊及／或吸引公眾。鑒於直播越來越受歡迎，我們亦在業務營運中使用了直播以及直播帶貨。

(i)　直播

於往績記錄期，我們主要提供與劉畊宏先生直播環節有關的明星IP管理服務，在此過程中我們參與發起及籌備直播環節內容及展示方式，品牌擁有人可能委聘我們於劉畊宏先生直播環節通過於該直播環節植入產品廣告等方式推廣其產品。而我們將通過向品牌擁有人收取贊助或推廣費用產生收入。

(ii)　直播帶貨

此外，我們創建名為「劉畊宏肥油咔咔掉」的*抖音*賬號，通過該賬號，我們與不同的明星及KOL合作進行直播帶貨，促進其他第三方品牌擁有人的產品銷售。就此而言，我們主要通過於直播帶貨向第三方品牌擁有人收取銷售產品的佣金產生收入。另一方面，我們將向與我們合作的明星或KOL支付佣金。

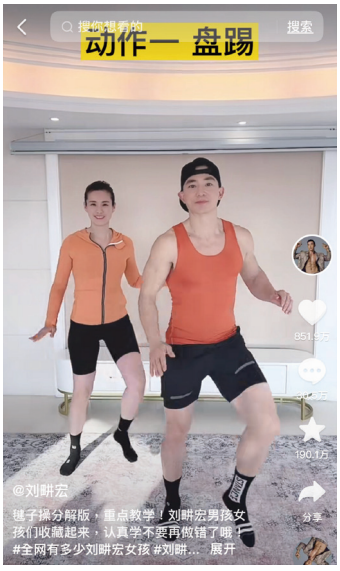
我們亦利用明星及KOL的直播及／或直播帶貨、線上短視頻及其他線上及線下表演以為我們新零售業務下產品銷售賦能。有關我們*抖音*商店的銷售詳情，請參閱本節「分銷網絡－透過其他電子商務渠道分銷－其他電子商務渠道」各段。

我們善用劉畊宏先生及王女士的知名度賦能我們產品的銷售。例如，我們的*抖音*賬號名「劉畊宏肥油咔咔掉」源自劉畊宏先生直播環節特有的流行口號。然而，我們的策略是劉畊宏先生不會參與任何直播帶貨，因為我們認為劉畊宏先生投入時間通過直播、品牌代言及參與其他IP節目

來提高其知名度，將創造最佳價值。誠如我們的中國法律顧問所告知，經本公司確認且根據公開資料搜索，概無搜索結果顯示，截至最後可行日期，劉畊宏先生及王女士遭政府主管部門根據中國相關法律及法規對其進行直播或直播帶貨施加任何限制。作為我們明星IP管理的一部分，我們將就會為我們合作明星創造最佳價值的活動提供建議，包括是否參加直播帶貨。

即使劉畊宏先生不參與我們產品的直播帶貨環節，我們仍依靠其知名度吸引潛在觀眾及客戶至我們的*抖音*賬號，方式為(其中包括)(i)在劉畊宏先生的視頻及直播環節宣傳有關健康飲食及生活方式的理念；(ii)發佈劉畊宏先生此前直播環節的視頻；及(iii)安排王女士及其他曾出現在劉畊宏先生視頻及直播環節的KOL不時參與我們*抖音*賬號的直播帶貨。

以下截屏闡明於劉畊宏先生的*抖音*賬號進行直播環節及於我們的*抖音*賬號進行直播帶貨：



於劉畊宏先生的抖音賬號進行直播

於附有我們抖音商店鏈接的我們的抖音賬號進行直播帶貨

IP許可及銷售相關產品

我們積極探索與選定明星進行戰略合作的機會，創造並註冊定制及獨有的明星IP。我們可能會將我們的明星IP授予我們的客戶並收取許可費，並創建及銷售與IP相關的產品。於2019年、2020年、2021年及2022年，我們來自IP許可及銷售相關產品的收入分別為人民幣1.0百萬元、人民幣5.2百萬元、人民幣9.6百萬元及人民幣9.0百萬元。

一般而言，我們自行或與商業夥伴合作開發及創造明星IP。倘若我們與商業夥伴共同開發及創造明星IP，我們將與該商業夥伴訂立協議，規定各方各自的權利及義務，包括但不限於明星IP的所有權及該等明星IP的商標註冊管轄權。視乎協議條款，我們可自行負責或與商業夥伴共同創造明星設計。在考慮公眾對明星的接納程度、明星的影響力、明星IP的目標受眾等多項因素後，我們將制定明星IP的基本理念。該等基本理念應包括該明星IP的主題、面部表情及姿勢。在確定明星IP的基本理念後，我們或會外判該明星IP的設計。我們將在設計完成後安排該明星IP的商標註冊。該明星IP的設計所有權歸我們及╱或我們的商業夥伴(如適用)所有。我們將使用該明星IP為我們的產品賦能以產生宣傳效果，及╱或將該明星IP商標授權予我們的其他商業夥伴。

於往績記錄期間，我們在二次元化身方面創造並授權我們的明星 IP。以下概述由我們創造的主要明星IP：

周同學

*周同學*為我們的專有IP並由與周杰倫先生有關一系列商標組成，包括目前已於中國內地註冊的周杰倫先生的二次元化身且可立即聯想到周杰倫先生本人。該等商標(連同該商標設計中存續的版權)由我們與周杰倫先生的藝人經紀公司杰威爾音樂共同擁有。有關我們與杰威爾音樂就*周同學*進行合作的詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與周杰倫先生的合作關係－與杰威爾音樂就*周同學*訂立的合作協議」一節。

截至2022年12月31日止四個年度各年，開發*周同學*商標所產生的成本分別約為人民幣111,000元、人民幣2,198,000元、人民幣702,000元及人民幣260,000元，主要包括有關設計及註冊有關IP所產生的費用。於2020年6月1日，在*快手*上為周杰倫先生創建一個名為*周同學*的官方賬號。截至最後可行日期，該賬號擁有超過5,100萬名粉絲。

我們透過向不受杰威爾音樂或我們控制的各方(「**非關連方**」)授權*周同學*商標而產生溢利，而有關收入將與杰威爾音樂共享。杰威爾音樂及我們於對方或其關連方就其業務運營使用*周同學*商標時毋須向彼此支付任何費用。

我們向上海浦東發展銀行及泡泡瑪特等非關連方以及中國領先的音樂流媒體服務提供商授權*周同學*商標，並開發*周同學*的衍生品。截至2022年12月31日止四個年度各年，透過向非關連方授權*周同學*商標為我們貢獻的收入分別約為人民幣141,000元、人民幣1.9百萬元、人民幣2.8百萬元及人民幣5.9百萬元。

非周杰倫先生相關二次元風格化身

除創造*周同學*外，我們繼續探索為其他明星設計及創造二次元風格化身的可行性。我們就由創造及設計受彼等啟發的二次元風格化身訂立劉先生相關二次元風格化身合作協議。我們亦已與方先生及其藝人經紀公司訂立合作協議，內容有關(i)由創造及設計受其啟發的二次元風格化身；及(ii)其現有二次元風格化身的授權。於最後可行日期，我們已與若干台灣藝人(即張傑、梁心頤及詹宇豪)訂立合作協議，內容有關(其中包括)設計及創造與其有關的二次元風格化身。我們將我們用於*周同學*的相同商業模式應用於其他受明星啟發的二次元風格化身。

歷史IP及在研IP

下表載列我們於往績記錄期間推出的所有活動及IP節目以及其相應的收入及毛利：

	截至12月31日止年度															
	2019年				2020年				2021年				2022年			
	收入		毛利	毛利率	收入		毛利	毛利率	收入		毛利	毛利率	收入		毛利	毛利率
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
IP內容創作及管理																
a.湛江超級巨星演唱會	4,001	69.1	538	13.4	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–
b.寧波巨星行動超級夜	–	–	–	–	4,505	4.9	76	1.7	–	–	–	–	–	–	–	–
c.*周遊記*1	–	–	–	–	81,590	88.9	(24,557)	(30.1)	–	–	–	–	–	–	–	–
d.*既來之則樂之*	–	–	–	–	–	–	–	–	18,868	29.5	5,262	27.9	–	–	–	–
e.在中國音樂流媒體平台上播放的音樂頒獎典禮[1]	–	–	–	–	–	–	–	–	9,974	15.6	2,873	28.8	–	–	–	–
f.以劉先生為中心的綜藝節目[2]	–	–	–	–	–	–	–	–	8,491	13.3	3,098	36.5	5,660	5.4	2,663	47.0
g.在中國音樂流媒體平台上播放的音樂節目[1]	–	–	–	–	–	–	–	–	6,667	10.4	3,096	46.4	–	–	–	–
h.音樂電視節目[1]	–	–	–	–	–	–	–	–	6,340	9.9	1,811	28.6	–	–	–	–
i.關於多人在線競技對戰電子遊戲的宣傳短片[3]	–	–	–	–	–	–	–	–	1,887	3.0	789	41.8	–	–	–	–
j.周杰倫線上歌友會及關於*周遊記*2的宣傳片以及中國流媒體平台的新音樂專輯	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	23,894	23.0	16,385	68.6
k.618直播間[4]	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	7,890	7.6	4,824	61.1
l.*周遊記*2世界杯番外篇[5]	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	3,962	3.8	3,461	87.4

	截至12月31日止年度															
	2019年				2020年				2021年				2022年			
	收入		毛利	毛利率	收入		毛利	毛利率	收入		毛利	毛利率	收入		毛利	毛利率
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
m.動感世界杯音樂盛典[1]	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	9,433	9.1	5,030	53.3
n.以劉畊宏先生及其相關IP為中心的直播環節、線上短視頻及其他表演[5]	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	–	41,708	40.1	31,545	75.6
o.其他	760	13.1	752	99.0	472	0.5	470	99.6	2,172	3.4	1,293	59.5	2,479	2.3	1,589	64.1
小計	4,761	82.3	1,290	27.1	86,567	94.3	(24,011)	(27.7)	54,399	85.1	18,222	33.5	95,026	91.3	65,497	68.9
IP許可及相關產品銷售	1,027	17.7	187	18.2	5,202	5.7	2,312	44.4	9,551	14.9	3,690	38.6	9,032	8.7	6,585	72.9
總計	5,788	100.0	1,477	25.5	91,769	100.0	(21,699)	(23.6)	63,950	100.0	21,912	34.3	104,058	100.0	72,082	69.3

附註：

1. 我們負責就該等節目創作與周杰倫先生相關的內容，節目邀請眾多其他明星作為嘉賓。

2. 我們參與該節目的策劃。該節目於中國其中一個領先的在線視頻平台播出，以其主持人劉畊宏先生為中心。

3. 我們參與策劃該等由周杰倫先生主持的節目。

4. 我們獲製作及播出有關節目的在線平台委聘，負責就該直播環節策劃及準備與劉畊宏先生有關的內容。該直播環節在劉畊宏先生的*抖音*賬號上進行直播。我們的收益指在線平台支付的服務費(經扣除劉畊宏先生及W&V有權收取的部分)。

5. 以劉畊宏先生為中心的明星IP管理業務。根據劉畊宏先生與我們之間的相關協議，我們有權獲得來自品牌擁有人或MCN公司的該等收入的一部分作為我們的收入。詳情請參閱本招股章程「與明星合作—與劉畊宏先生及王女士的合作－我們的IP創造及營運業務項下的合作」一節。

如上表所示，本集團正透過與其他明星(包括劉畊宏先生及庾澄慶先生)進行合作將IP類型及來源多元化。

籌備中的重大活動及IP節目

下表列出正在籌備中的重大活動及IP節目，以及彼等各自對本集團IP創造及營運分部的預期收入貢獻：

電視及／或線上節目

1) *樂來樂快樂*

*樂來樂快樂*為一檔以庾澄慶先生為中心的音樂脱口秀節目，預計將於2023年下半年播出。庾澄慶先生將擔任該節目的首席主持人，彼將出現在該節目的所有12集，並邀請不同的嘉賓出席。庾澄慶先生為中國流行音樂界最受贊譽的歌手及作曲家之一。鑒於彼於1996年獲得美國告示牌音樂獎(Billboard Music Awards)的亞洲傑出創作藝人獎及於2002年獲得第十三屆金曲獎的最佳國語男演唱人獎。除於音樂方面的成就外，庾澄慶先生於綜藝節目的表現亦受到認可。

除周杰倫先生外，現已邀請的嘉賓中並無我們的控股股東或彼等各自聯繫人(不包括本集團)管理的藝人。於最後可行日期，(i)該節目正在製作中，12集中有10集正在拍攝；(ii)我們正與數名品牌擁有人洽談該節目的贊助事宜；及(iii)我們已就該節目的授權及冠名贊助事宜訂立協

議，合約金額約為人民幣42.5百萬元，其中(i)該節目的授權貢獻約人民幣14.5百萬元；及(ii)該節目的冠名贊助事宜貢獻約人民幣28.0百萬元。鑒於該節目將於2023年下半年播出，故該節目所得收益並未於截至2022年12月31日止年度確認。

我們預計於截至2023年12月31日止年度自有關協議確認收益約人民幣32.7百萬元(從合約總額中扣除相關業務合作夥伴的利潤份額)，該收入乃根據我們目前所獲得的資料進行估計，而本集團將會確認的收益金額則有待審核。截至最後可行日期，我們正在與更多潛在贊助商進行磋商。因此，我們預計，除上述合約金額外，於該音樂脱口秀播出(預計將於2023年下半年)後，我們將自該節目確認更多收益。

我們的董事認為，主持人及嘉賓的人氣可以吸引觀眾觀看此類節目，因此，通過此類IP推廣我們的產品可以使我們在節目中通過贊助或產品植入提高品牌及產品知名度。

2) *周遊記*2

該節目將繼續以周杰倫先生為中心，並預計於2023年下半年播出。現已邀請的嘉賓中並無為我們的控股股東或彼等各自聯繫人(不包括本集團)管理的藝人。於最後可行日期，該節目正在製作中，12集中有11集正在拍攝，預計該節目將於2023年下半年播出。於2022年底，我們就該節目的贊助事宜訂立了一項協議，合約金額為人民幣40.0百萬元。於最後可行日期，(i)我們正與數名品牌擁有人洽談該節目的贊助事宜；及(ii)我們正在進行該節目的授權。預期有關*周遊記*2的收入及成本將於本公司截至2023年12月31日止年度的財務報表中確認。

根據*周遊記*1的往績記錄，周杰倫先生的知名度及*周遊記*1的贊助受到COVID-19爆發的影響，預計*周遊記*2貢獻的收入將類似於或略高於*周遊記*1貢獻的收入水平。鑒於(i)我們製作*周遊記*1的經驗，我們製作*周遊記*2產生的有關策劃的開支減少；(ii)與*周遊記*1相比，*周遊記*2邀請的嘉賓較少；及(iii)*周遊記*2的製作更具成本效益，因為與*周遊記*1相比，其在較少國家或地區拍攝，我們預期成本將低於*周遊記*1的水平。

據我們的中國法律顧問所告知，我們在中國播放上述IP節目無需獲得任何政府批准，而根據中國有關法律及法規，播出該等IP節目且具有信息網絡傳播視聽節目許可證的電視頻道及／或

互聯網廣播平台應負責對節目內容進行審查，並在播出前向廣播電視行政主管部門備案。因此，本公司將與相關電視頻道及／或互聯網廣播平台聯絡並合作審查相關IP節目的內容，以促進相關電視頻道及／或互聯網廣播平台在相關IP節目播出前向廣播電視行政主管部門進行必要的備案。

表演活動

我們參與策劃於2023年5月20日在青島舉辦的由劉畊宏先生、王女士及其他明星參加的健身相關表演活動。於最後可行日期，本集團正在物色在中國其他城市舉辦類似表演活動的合適場地，我們預期該等表演活動將於2023年在包括海口、北京及三亞在內的中國多個城市舉辦。該等表演活動須待確認合適場地並(據中國法律顧問所告知)取得文化及旅遊主管部門的批准後方可舉辦。我們預期利用該等表演活動推廣我們的產品及／或IP。

與明星合作對我們的業務增長至關重要

於往績記錄期間，我們的新零售業務及IP創造及營運業務均嚴重依賴周杰倫先生。然而，我們的董事認為，本集團業務的可持續性、盈利能力及成功乃歸因於我們在不同業務組成部分的能力，而非完全依賴周杰倫先生，有關依賴不會對我們的業務造成重大影響。有關我們與周杰倫先生的關係及合作以及評估其對我們業務可持續發展的重要性的進一步詳情，請參閱本招股章程「與明星合作」一節。

根據本集團的銷售往績記錄，我們相信，我們所進行的任何其他與明星相關的推廣活動均能對產品的銷售產生積極的促進作用，從而在一定程度上促進產品的銷售。

未來，我們計劃繼續探索通過上述相同或不同的方式與其他明星合作的可能性，以利用其知名度並推廣我們的產品。

中國近期有關明星及直播監管環境的發展

中國政府部門已採取措施加強對中國娛樂業及網絡直播活動的監管。例如，近期頒佈的加強管理通知，旨在加強對文化節目內容及相關人員的監管，禁止部分個人違法違紀，在其粉絲群體中牟取暴利，此做法可大致稱為《飯圈》；並通過採納《網絡直播營銷管理辦法(試行)》對直播間

運營者及直播營銷人員進行監管，包括本集團及我們委聘通過直播營銷推廣我們產品的人員。有關詳情，請參閱本招股章程「監管概覽－中國法律及法規－關於加強娛樂業監管的法規」及「監管概覽－中國法律及法規－關於網絡直播營銷的法規」各節。

對我們業務營運的影響

據我們中國法律顧問告知，為進一步規範直播及網紅，中國監管環境的近期收緊及變動主要關於(其中包括)：(i)發佈違法有害信息；(ii)發佈虛假或者引人誤解的信息，欺騙、誤導用戶；(iii)營銷假冒偽劣、侵犯知識產權或不符合保障人身、財產安全要求的商品；(iv)虛構或者篡改交易數據、收視率等類似數據；(v)知道或應當知道他人存在違法違規或高風險行為，仍為其推廣、引流；(vi)涉及騷擾、詆毀、謾罵或恐嚇他人，侵害他人合法權益的內容；(vii)傳銷、詐騙、賭博、販賣違禁品或管制物品等；及(viii)違反國家法律法規和有關規定。

據董事所知及所信，品牌擁有人沒有捲入先前所舉報與直播及網紅有關的任何案件。根據舉報的案件，對推廣產品的第三方KOL處以罰款，而非生產及／或擁有產品品牌的公司。如中國法律顧問所告知，該監管收緊不會對我們的業務營運產生不利影響，因為(i)我們並無從事加強管理通知所禁止的任何活動；及(ii)於往績記錄期間及於最後可行日期，我們於各重大方面遵守《網絡直播營銷指導意見》所載的法律(如《產品質量法》、《食品安全法》)，這是《網絡直播營銷指導意見》所載商品經營者(如本集團)的職責。另一方面，作為直播間運營者，如我們管理或註冊的*抖音*賬號，我們全面控制自有賬號傳播的內容，我們已建立指導方針，以確保出現在我們賬號上的直播人員不會傳播違反《網絡直播營銷管理辦法》的信息。

此外，於往績記錄期間，概無明星或KOL在社交媒體平台上推廣本集團的產品時受到有關部門的調查或罰款。基於上述者，包括我們的中國法律顧問提供的意見，董事相信且獨家保薦人同意，我們的直播及直播帶貨活動不會因該等規定的實施而受到影響。據我們中國法律顧問告

知，我們在所有重大方面已遵守所有相關法律法規，並已採取適當措施應對中國娛樂業監管環境的有關變動，因此我們相信且獨家保薦人同意預計有關變動不會對我們的業務運營、財務表現及所得款項用途產生重大不利影響。

然而，中國針對直播及網紅的法律及法規相對較新且不斷發展，其詮釋及執行涉及重大不確定性。請參閱本招股章程「風險因素－倘我們或我們合作的明星或KOL發佈的視頻、直播及其他內容格式中包含的內容被視為違反任何中國法律或法規或被視為不適當，或適用法律法規出現任何變動，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」一節。

此外，我們在營運過程中並無從事加強管理通知所針對的違法活動。加強管理通知針對的是「飯圈」做法，該做法通常不加批判地傳播低俗及不道德的媒體內容，純粹為吸引網絡流量及曝光率。我們主要專注於貢獻我們大部分收益的新零售業務。我們的IP活動及節目乃透過與我們經過適當評估後認為已遵守相關法律及法規的選定明星合作進行精心策劃，旨在為本集團營造正面的品牌形象，並傳遞積極訊息。基於上述原因，我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無從事加強管理通知所禁止的任何活動且加強管理通知對我們的業務營運並無不利影響。

對周杰倫先生的影響

周杰倫先生（我們於往績記錄期間頻繁合作的明星）逾20年來一直為華語社區的知名人士，亦無面臨任何重大負面宣傳。於往績記錄期間及直至最後可行日期，據我們所深知，周杰倫先生並無從事加強管理通知所禁止的任何活動。經考慮周杰倫先生的受歡迎程度，我們認為周杰倫先生自出道以來一直保持正面形象，能夠對公眾持續產生積極影響，因此，據我們的中國法律顧問告知，周杰倫先生在中國的知名度不會受到中國娛樂行業監管變化的不利影響。

對我們已經或將會合作的其他明星及KOL的影響

除下文所披露者外，經審慎周詳查詢後據我們所深知，與我們簽訂初步或最終合作協議的其他明星及KOL（如方先生、庾澄慶先生及劉畊宏先生）並無因相關規例禁止的活動或任何重大負

面宣傳而受到任何調查或處罰。有關我們與之合作的明星及KOL活動的內部監控措施詳情，請參閱本節下文「風險管理及內部監控－IP創造及營運分部」一段。

於我們與劉畊宏先生及王女士合作之前發生與彼等推廣產品有關的事件

於2020年9月至10月，在與第三方代理公司合作期間，劉畊宏先生及王女士主持三場直播帶貨活動，以促進若干燕窩產品的銷售。該等產品牽涉與虛假及誤導性商品說明有關的糾紛(「**事件**」)。據董事所深知，緊隨事件發生後，代理公司已協助安排退款予通過相關直播帶貨活動購買燕窩產品的終端消費者。

我們認為，事件並無，亦不會對劉畊宏先生及王女士的聲譽及形象或我們的業務運營及財務業績造成任何重大不利影響，依據如下：

(a) 事件發生在我們與劉畊宏先生及王女士建立任何業務關係之前，且與我們的任何產品、網店或平台無關；

(b) 據我們的中國法律顧問所告知，由於網絡直播營銷管理辦法(於2021年5月25日生效)於相關直播帶貨活動時尚未實施，根據當時中國法律法規，劉畊宏先生及王女士不應僅因在直播帶貨活動期間推廣燕窩產品且不知悉燕窩產品存在缺陷而對事件承擔責任。自網絡直播營銷管理辦法生效日期起及截至最後可行日期，劉畊宏先生及王女士均未被列入黑名單或遭受任何網絡平台或政府部門的調查或罰款，且其社交媒體賬戶從未因事件被要求停用；

(c) 自與劉畊宏先生及王女士合作後，再無類似事件發生。此外，劉畊宏先生自2022年2月起不再參與直播帶貨，因為我們認為劉畊宏先生投入時間通過直播、品牌代言及參與其他IP節目來提高其知名度，將創造最佳價值。進一步詳情，請參閱本節「我們的業務－IP創造及營運－IP內容創作及管理－明星IP管理－我們新零售銷售賦能」一段；及

(d) 事件並無對劉畊宏先生的知名度或聲譽造成任何重大不利影響。尤其是，劉畊宏先生社交媒體賬號的粉絲數在事件公開報道後仍保持相對穩定。截至最後可行日期，事件對我們與劉畊宏先生的合作並無任何重大不利影響，包括但不限於我們明星IP管理業務的運營。此外，鑒於本集團擁有的*抖音*賬號「劉畊宏肥油咔咔掉」，即使劉畊宏先生或王女士的任何負面宣傳或彼等於任何在線平台的賬號被暫停，我們仍可於我們擁有的其他*抖音*賬號上進行直播帶貨。我們亦可能更改我們*抖音*賬號的名稱，以減輕此類負面宣傳的影響。

分銷網絡

概覽

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們透過以下方式銷售及分銷新零售業務下的產品：

(i) 分銷代理協助分銷模式，據此，我們通過分銷商網絡銷售我們的產品，分銷商將通過促成經銷商網絡進一步擴大消費者範圍。我們將聘請分銷代理協助開發和管理分銷商及其經銷商網絡；

(ii) 一般分銷模式，據此，我們直接將產品銷售給分銷商，隨後由其將產品銷售予終端消費者，而毋須聘請分銷代理；及

(iii) 其他電商渠道，據此，我們通過*巨星優選*App，以及我們的*天貓*店及*抖音*店等各種線上平台直接向終端消費者銷售我們的產品。

於釐定我們產品將採納的分銷模式時，我們會考慮各種因素，包括但不限於彼等各自的市場定位、目標客戶及產品特點。我們主要通過分銷代理協助分銷模式分銷我們的*魔胴*咖啡(以及其他支持低碳水化合物飲食的產品，包括*魔力通*益生元軟糖、*魔胴*本草飲及*魔胴*益生菌凍乾粉)，當中已考慮該等產品主要面向對體重管理有迫切需求的終端消費者，彼等在食用該等產品作為低碳水化合物飲食補充劑方面需要足夠的指導及支持。我們亦通過分銷代理協助分銷模式分銷*摩肌博士*子品牌旗下的護膚品，因為該等產品主要面向可能需要更多售前支持及指導的熟齡肌

膚用戶。另一方面，就我們面向一般大眾且在使用過程中不需要特定知識或資訊的產品(如*盈養博士*品牌旗下產品)而言，我們通常會通過一般分銷模式及／或其他電商渠道進行分銷，以期以較低的分銷成本擴大我們的客戶群。

地域覆蓋範圍及收入貢獻

下表載列所示期間按地理位置劃分的新零售業務收益明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		**2020年**		**2021年**		**2022年**	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
浙江	35,257	43.7	104,488	28.6	66,413	22.0	53,764	22.4
江蘇	6,007	7.4	61,791	16.9	59,385	19.7	30,367	12.7
湖南	9,579	11.9	32,469	8.9	18,682	6.2	13,574	5.7
上海	6,980	8.6	30,041	8.2	22,909	7.6	11,296	4.7
山東	5,650	7.0	22,723	6.2	26,882	8.9	19,659	8.2
廣東	6,817	8.5	19,203	5.3	15,635	5.2	13,072	5.3
福建	1,249	1.5	12,273	3.4	12,999	4.3	6,945	2.9
廣西	1,151	1.4	11,406	3.1	9,983	3.3	5,259	2.2
安徽	90	0.1	10,906	3.0	9,840	3.3	9,754	4.1
湖北	2,311	2.9	10,648	2.9	6,238	2.1	3,932	1.6
山西	4,056	5.0	5,072	1.4	5,490	1.8	3,280	1.4
其他	1,617	2.0	41,389	11.3	37,254	12.4	28,545	11.9
分銷網絡收入[1]	80,764	100.0	362,409	99.2	291,710	96.8	199,447	83.1
來自其他渠道的收入[2]	33	0.0	2,766	0.8	9,685	3.2	40,652	16.9
新零售業務總收入	80,797	100.0	365,175	100.0	301,395	100.0	240,099	100.0

附註：

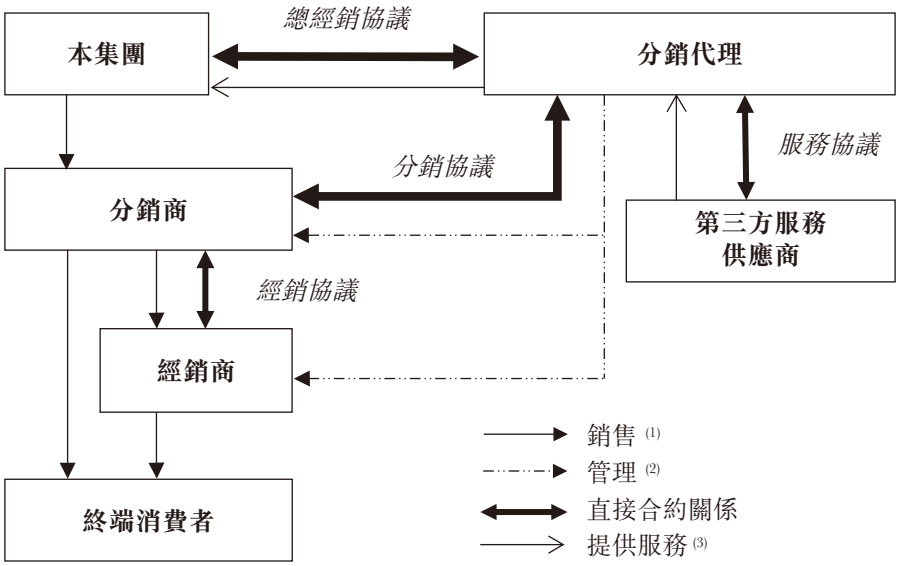
(1) 指我們在分銷代理協助分銷模式及一般分銷模式下的銷售收入。

(2) 主要包括透過其他電商平台上直接向終端消費者進行的銷售。

分銷代理協助分銷模式

我們於2019年推出分銷代理協助分銷模式，最初用於銷售及分銷我們的*魔胴*咖啡。在分銷代理協助分銷模式下，我們主要透過由分銷代理、分銷商及其經銷商構成的分銷網絡，將我們的品牌產品銷售及分銷予終端消費者。分銷代理將負責開發及管理各自產品的分銷網絡。

下圖說明我們在昆山汀奢分銷產品方面的分銷代理協助分銷模式：



附註：

(1) 分銷商被視為我們的客戶，其將直接向本集團下達銷售訂單，並隨後向彼等招攬的經銷商及／或最終消費者銷售產品。

(2) 我們的分銷代理負責分銷商及經銷商的發展及管理，包括但不限於向分銷商及經銷商提供有關銷售及營銷技巧的培訓及監察其表現。

(3) 我們的分銷代理將委聘第三方服務供應商協助管理分銷網絡。該等服務提供商提供的服務主要包括(其中包括)(i)根據適用法律及法規向分銷商提供有關商業登記的培訓及協助；(ii)計算分銷商有權享有的折扣及獎勵；(iii)開展營銷及廣告活動以發展分銷網絡；及(iv)安排結算應付予我們分銷商的若干折扣及獎勵。

我們委聘分銷代理開發及管理我們的分銷商及經銷商，因為我們新零售分部的業務重心在於產品設計及開發。截至2022年12月31日，我們分銷代理協助分銷模式下擁有742名分銷商及16,044名經銷商。倘我們並無將分銷商管理職能下放予分銷代理，我們將須將我們的重心及資源

(包括人力)轉移到開發及管理我們的分銷網絡，包括但不限於與我們廣大的分銷商及經銷商保持頻繁聯繫，以及反復提供銷售及營銷技巧培訓，而此等工作瑣碎且耗時。我們認為，將該等瑣碎的工作委託予擁有所需專業知識的分銷代理，以協助我們開發分銷網絡，並向我們的分銷商及經銷商提供協助及指導，將使我們能夠專注於我們的核心業務。

定價安排

我們就(i)分銷商向其經銷商；及(ii)我們的分銷商或經銷商向最終消費者銷售產品設定基準價格，並向分銷商提供若干折扣、獎勵及費用，以激勵彼等的銷售表現。有關分銷代理協助分銷模式下的定價安排詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節。我們的分銷商及其經銷商在銷售我們的產品時須嚴格遵守我們的定價指引。有關我們的分銷商管理措施的詳情，請參閱本節下文「我們的分銷網絡管理－(V)分銷商管理措施」一段。

我們的分銷代理

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們已委聘兩名分銷代理分銷我們的產品。我們委聘昆山汀奢為我們的*魔胴*咖啡、*魔力通*益生元軟糖、*魔胴*本草飲及*魔胴*益生菌凍乾粉(即昆山汀奢分銷產品)的分銷代理。昆山汀奢為我們第一家及最大的分銷代理。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，分銷代理協助分銷模式下昆山汀奢為我們貢獻收入分別為人民幣71.0百萬元、人民幣340.8百萬元、人民幣254.3百萬元及人民幣167.7百萬元。有關昆山汀奢的背景及我們與昆山汀奢合作的詳情，請參閱本招股章程「歷史、發展及重組－我們的歷史及發展－我們的主要附屬公司－昆山汀奢－出售我們於昆山汀奢的權益」及「與昆山汀奢的分銷安排」一節。

另一方面，我們委聘另一名分銷代理(即昆山守望星光電子商務有限公司(「**守望星光**」))擔任我們的分銷代理，以管理我們分銷網絡中的分銷商及經銷商有關銷售及推廣*摩肌博士*產品的事宜。守望星光為一家於中國成立的公司，註冊資本為人民幣1,000,000元，主要從事化妝品批發零售業務。根據公開可得資料，守望星光分別由戚榮林先生及楊寶興先生持有99.0%及1.0%權益，其中戚榮林先生於化妝品及電子商務市場擁有逾10年行業經驗。我們乃通過戚榮林先生結識守望

星光，於我們的高級管理層江秀虹女士加入本集團之前，戚榮林先生曾與之共事。就董事所深知及確信，戚榮林先生及楊寶興先生均為獨立第三方。於截至2022年12月31日止兩個年度，守望星光分別為我們貢獻收入人民幣12.6百萬元及人民幣2.1百萬元。我們與守望星光的安排和與昆山汀奢的安排大致相同。

董事認為一家從事新零售業務的公司(專注於通過社交媒體渠道銷售)與分銷代理合作在行業中屬常見，分銷代理將協助該公司管理分銷網絡。

分銷商變動

下表載列所示年度在我們分銷網絡的分銷代理協助分銷模式下，我們的分銷商及經銷商(包括活躍的經銷商)的數目：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
分銷商				
年初數目	36	74	575	699
年內增加	39	530	242	92
年內終止	(1)	(29)	(118)	(49)
年末數目	**74**	**575**	**699**	**742**
經銷商				
年初數目	639	2,719	16,519	18,871
年內增加	2,177	15,736	6,252	2,545
年內終止	(97)	(1,936)	(3,900)	(5,372)
年末數目*(附註)*	**2,719**	**16,519**	**18,871**	**16,044**
其中：				
－分銷昆山汀奢分銷產品的經銷商數目：	2,549	16,438	18,794	15,681
－活躍經銷商數目*(附註)*	2,633	15,922	15,128	10,043

*附註：*我們定期根據分銷商及經銷商的活躍度對其表現進行評估。倘經銷商於過往12個月期間(i)向我們介紹其他經銷商；(ii)向我們下達訂單；或(iii)已將我們的產品向下游經銷商及／或客戶出售，則該經銷商被認為活躍。

由於我們在推出*魔胴*咖啡後擴大分銷網絡，於2020年我們的分銷商及經銷商(包括活躍經銷商)的數目大幅增加。據董事所知及所信，我們的經銷商可能為終端消費者、將會進一步銷售產品的個人或者兩者之組合。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，分別有1名、29名、118名及46名分銷商以及97名、1,936名、3,900名及5,372名經銷商不再擔任我們的分銷商或經銷商(倘適用)。終止合作可能是由於分銷商和經銷商的個人原因，例如其業務重心發生變化或我們終止合作。倘分銷商及經銷商變得不活躍或倘彼等不遵守其各自於分銷協議項下的責任，則分銷代理及本集團將共同決定終止與分銷商及經銷商的合作。於往績記錄期間，與分銷商及／或經銷商終止合作主要是由於其未能遵守我們的定價指導。概無分銷商及經銷商因於銷售期間提供本集團產品的不當及／或誤導性資料而遭終止。

除本節下文「客戶」一段所披露者外，據董事所盡知及全悉，本集團與我們的分銷商／經銷銷商及各自董事、最終實益擁有人(如有)、股東(如有)、高級管理層或任何彼等各自聯繫人之間並無任何其他重大過去及現存關係(包括但不限於業務、家庭、信託、僱傭、股權、融資或其他關係)。

渠道囤塞風險

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自分銷代理協助分銷模式下的*魔胴*咖啡銷售。下表載列所示期間*魔胴*咖啡銷售明細：

		截至12月31日止年度			
		2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
分銷網絡中銷售的概約總盒數[1]	A=B+C	632,000	3,314,000	2,132,000	1,380,000
分銷網絡銷售收入 *(人民幣千元)*	D	71,894	332,475	225,256	150,208
平均價*(人民幣元)*		114	100	106	109
直接來自分銷商					
向分銷商銷售的概約盒數(不包括透過分銷商向經銷商銷售者)[1]	B	39,000	141,000	240,000	289,000
銷售予每名分銷商的平均盒數		584	280	382	463
單一分銷商採購的最多盒數		2,066	4,617	29,880	34,520
來自向分銷商下單的經銷商					
透過分銷商向經銷商銷售的概約盒數[1]	C	593,000	3,173,000	1,892,000	1,091,000
銷售予每名經銷商的平均盒數		228	184	142	129
單一經銷商採購的最多盒數		2,220	2,420	4,000	5,020

		截至12月31日止年度			
		2019年	2020年	2021年	2022年
其他銷售渠道					
銷售收入*(人民幣千元)*(2)	E	33	393	2,516	675
銷售的概約盒數		100	1,000	1,000	1,000
***魔胴*咖啡的總銷售收入**					
(人民幣千元)	F=D+E	71,927	332,868	227,772	150,883

附註：

(1) 指根據分銷商直接下達的訂單及來自經銷商透過分銷商下達的訂單出售的*魔胴*咖啡總盒數。

(2) 指通過電商渠道銷售產生的收入，其亦包括銷售*魔胴*咖啡的若干輔助產品(如泡騰片、咖啡杯及體脂秤)產生的微不足道的收入。

如上表所示，銷售予分銷商的大部分*魔胴*咖啡於其後出售予經銷商。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，於銷售予分銷商的*魔胴*咖啡總盒數中，93.8%、95.7%、88.7%及79.1%分別被轉售予經銷商。

此外，根據(i)分銷商及經銷商在本集團未有參與情況下獨立掃瞄附於每盒*魔胴*咖啡的可防偽二維碼後所獲得的掃瞄記錄；及(ii)售予分銷商的*魔胴*咖啡(不包括通過分銷商銷售予經銷商部分)以及由我們應分銷商要求直接交付予最終消費者的交付記錄所顯示，截至2022年12月31日止四個年度內，分別佔售予最終消費者的*魔胴*咖啡盒總數約69%、90%、94%及64%。我們認為餘下百分比主要指分銷商及其經銷商自用的*魔胴*咖啡，以及分銷商及其經銷商未掃描的銷往終端消費者的*魔胴*咖啡。基於以上，我們認為渠道囤塞的風險很小。

我們的分銷網絡管理

我們採用分級及自上而下的分銷商管理模式，其中分銷代理協助我們監控分銷商，而分銷商負責監控其各自的經銷商。我們的分銷商有責任確保經銷商遵守經銷協議內規定的條款及條

件。倘經銷商不遵守經銷協議內規定的條款及條件，我們將要求相關分銷商終止與該經銷商簽訂的經銷協議，前提是經銷商未能糾正發現的不合規行為。

下文載列監督及管理我們的分銷商及經銷商與我們產品銷售相關的行為的主要政策及程序：

(I)　退貨政策

我們的分銷商應(i)根據電子商務法於交付後七日內無條件接受產品退貨及／或換貨；(ii)如果退回的產品可以轉售，則於交付後30天內接受產品退貨及／或換貨；或(iii)因產品包裝造成的損壞或產品交付過程中的質量問題，或產品使用過程中出現的問題而接受產品退貨及／或換貨。

基於我們的了解，我們認為分銷商通常與其經銷商採納類似產品退貨政策。

(II)　以市場為導向的培訓計劃

作為一個快速發展的社交電子商務平台，分銷商培訓為我們營運不可或缺的組成部分。該等培訓不僅向我們的分銷商提供產品推廣的重要資料、知識及最新消息，同時亦為重要的分銷商及消費者招攬方法。我們為我們的分銷商及經銷商提供線上及線下培訓服務，我們從中主要向彼等提供產品品牌及特徵的培訓，而昆山汀奢主要向彼等提供銷售及營銷技巧的培訓。

我們於微信公眾號巨星行動成立*巨星E學院*課程平台，旨在倡導健康的生活方式、指導營銷技能並推廣我們的產品。本集團及分銷代理於該平台上提供各自的線上培訓。我們亦在酒店及會議中心等不同場所舉辦線下培訓會議。該等培訓的課程材料旨在涵蓋我們產品的專業知識、本公司的規章、健康管理、銷售及營銷技能以及團隊管理。我們的講師團隊包括我們內部的健康管理顧問、我們的分銷商及外部企業家或講師。

(III)　批准分銷權

於經銷商成為我們的分銷商前，加入我們分銷網絡的申請須經過本集團及分銷代理批准。我們選擇潛在分銷商的標準包括但不限於客戶群規模、合格的業務資歷及執照及財務資源。我們的每名分銷商需維持一定數量的合資格經銷商。

(IV) 分銷商數據庫

分銷商獲得批准可訪問數據庫後，我們將保有該分銷商的詳細記錄，包括產品訂購記錄、訂單及交付狀態、存儲及存貨水平狀態。數據庫為我們提供我們分銷網絡的整體視圖及控制以及各個分銷商的詳細資料以作管理用途。特別是，通過分析訂購管理系統中的產品訂購記錄，使我們能夠估計各分銷商的庫存水平及踴躍程度。

(V) 分銷商管理措施

我們通過發佈並要求嚴格遵守其他市場管理政策及定價指引管理分銷商的表現。我們的市場管理政策的關鍵條款包括：

- *定價指引*。當分銷商或經銷商繼續向終端客戶銷售我們的產品時，彼等使用我們設定的單位售價。我們允許我們的分銷商及經銷商根據我們設定的折扣指導價向終端消費者提供若干基於數量的折扣。所有分銷商及經銷商須嚴格遵守我們的定價指引，並根據我們的定價指引及運營系統政策進行銷售及擴展渠道。倘分銷商及經銷商違反該等政策，可立即暫停或取消其分銷資格並取消該月份給予的批量折扣及已付履約保證金。同時，亦可對各分銷商處以罰款。

- *禁止通過借貸銷售*。經銷商不得借用產品進行銷售，彼等須向各自的分銷商購買我們的產品。

- *不遵守分銷協議(「**DSD協議不合規情況**」)*。我們已採取不同措施來防止及識別DSD協議不合規情況。一方面，我們提供培訓，其中包括在向我們的分銷商及經銷商銷售及推廣我們的產品時須遵守的規則。此外，分銷商(「**引薦分銷商**」)協助分銷代理(其中包括)通過招攬新分銷商(「**招攬分銷商**」)擴展我們的分銷網絡，亦為獲招攬分銷商提供實踐意見，其中包括確保經銷商，特別是新加入的經銷商，向終端消費者提供的資料準確且不具誤導性。另一方面，我們鼓勵分銷商及經銷商監察並向我們匯報市場上的任何潛在DSD協議不合規情況。此外，我們有專門的團隊負責監察我們產品在(a)主流電商平台及(b)分銷商及經

銷商的社交電子商務渠道的銷量，以積極識別DSD協議不合規情況，如在未經授權渠道／平台銷售。我們的團隊亦配合外部律師事務所及／或知識產權專業人士對指稱DSD協議不合規情況及該等銷售渠道／平台可能存在的侵權活動收集證據。於往績記錄期間，概無分銷商或經銷商因在銷售本集團產品期間提供不當及／或誤導性資料而被終止合作。

我們的中國法律顧問認為，且我們的董事認同其意見，即本公司對DSD協議不合規情況(特別是提供關於本集團產品的不當及／或誤導性資料)不承擔任何責任，當中經計及(i)分銷商或經銷商簽訂的分銷協議規定，任何促銷材料應由我們提供或經我們批准；(ii)有關我們產品的不適當及／或誤導性資料乃由分銷商及經銷商(如有)提供，違反分銷協議。於往績記錄期間，我們與分銷商或經銷商並無產生任何重大財務糾紛。

我們的分銷商遵守《電子商務法》

根據於2019年1月1日生效的《電子商務法》，通過微信、*快手*、*小紅書*或其他平台(即平台內經營者，或通過自建網站、其他網絡服務銷售商品或提供服務的其他電子商務經營者)開展電子商務業務的分銷商將被視為電子商務經營者，並須向主管機關登記為個體工商戶或法人實體。根據《電子商務法》，倘電子商務經營者未登記為個體工商戶或法人實體，除於若干情況下毋須進行登記外，否則該電子商務經營者可能會被責令限期改正不合規行為，並可能處人民幣10,000元以下罰款。於往績記錄期間，我們的大部分分銷商主要為個人。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，各年內過往未註冊為個體工商戶或法人實體的分銷商總數分別為75名、583名、718名及70名，於各財政年度分別貢獻收入人民幣80.8百萬元、人民幣360.8百萬元、人民幣176.7百萬元及人民幣2.8百萬元。於往績記錄期間，有關收入分別佔本集團新零售分部總收入約100.0%、98.8%、58.6%及0.8%。

誠如我們的中國法律顧問所告知，本集團並非電子商務平台經營者，因此毋須履行電子商務平台經營者的責任(包括但不限於監督、通知及協助我們的分銷商完成法人實體的登記)。因此，即使我們的部分分銷商於往績記錄期間並無遵守《電子商務法》，亦不會對我們產生任何法律影響。

儘管如此，為鼓勵我們的分銷商遵守《電子商務法》的相關規定，我們一直要求我們的分銷商採取行動變更為法人實體或個體工商戶身份，並向主管機關登記，同時我們允許設立過渡期以便彼等進行變更及登記，以儘量減少其可能對我們的業務或分銷商造成的潛在影響。此外，分銷代理為我們的分銷商提供如何登記為個體工商戶或法人實體的指導。於2020年、2021年及2022年12月31日以及最後可行日期，未能註冊為個體工商戶或法人實體的分銷商數目分別為120名、25名、10名及10名。鑒於在《電子商務法》生效後大量個人分銷商未能登記為個體工商戶或法人實體，我們的分銷商需要一段時間方能完成相關登記。

於最後可行日期，我們約99%的分銷商已註冊為個體工商戶或法人實體，而部分新分銷商正在註冊為個體工商戶或成立法人實體以供各自以分銷商的身份參與其分銷網絡。由於我們絕大部分分銷商截至最後可行日期已註冊為個體工商戶或法人實體，我們的董事認為，少數分銷商未能遵守《電子商務法》不會對我們的業務營運及分銷商造成任何重大影響。

因涉嫌傳銷而臨時暫停銀行賬戶

我們及我們分銷代理之一昆山汀奢就我們於分銷代理協助分銷模式下的業務於2020年及2021年遭遇兩起事件，我們銀行賬戶中的若干資金因此被昆山以外的若干地方政府機構臨時凍結，理由是我們被毫無根據聲稱從事《禁止傳銷條例》項下的傳銷(「**臨時暫停銀行賬戶**」)。於我們迅速採取行動維護自身的合法權益後，該兩起事件均得到了有利於我們的解決，我們的資金在短時間內獲得無條件全額解除凍結。

於2020年6月，一個四線城市的當地市場監管局以涉嫌傳銷為由，凍結我們當時的集團公司、昆山汀奢、李婷及李婷的配偶的若干銀行賬戶。所有上述集團公司均於昆山註冊。於2021年5月，一個四線城市的當地市場監管局凍結屬於我們兩間分別於昆山及北京註冊集團公司昆山汀奢、李婷及一名分銷商的若干銀行賬戶。

據中國法律顧問所告知，當地政府機關在臨時暫停銀行賬戶中採取的行動僅涉及發出訴前資產保全令以待進一步調查，且並無涉及任何施加行政處罰。此外，除臨時暫停銀行賬戶期間上述各方的銀行賬戶被凍結外(視情況而定)，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的集團公司或與李婷有關且主要從事新零售業務的實體概無遭市場監管機構採取任何行政處罰。

針對每一次賬戶臨時凍結，我們均向監督我們新零售業務的主管機構昆山市場管理局進行匯報，昆山市場管理局對我們的經營情況進行檢查，並分別於2020年6月及2021年6月出具兩份檢查意見，判定我們是透過合法的分銷模式從事新零售活動。在昆山市場管理局與檢查意見涉及的地方機關進行討論後，相關地方機關分別下令於2020年7月及2021年7月全額及無條件解除我們被凍結的資金。

根據市場監督管理行政處罰程序規定第8條，縣級、設區的市級市場監督管理部門，依職權管轄本轄區內發生的行政處罰案件。根據我們中國法律顧問的意見並根據昆山市場管理局提供的確認，由於(i)我們主要從事新零售業務的附屬公司及昆山汀奢位於縣級市昆山；及(ii)我們新零售業務的主要職能(包括但不限於管理、產品開發及分銷渠道管理)僅在我們位於昆山的總部進行，因此，根據關於市場監督管理部門管轄權的法規，昆山應被視為我們根據中國適用法律法規開展新零售業務的所在地。即使我們的產品銷往全國，昆山市場管理局仍為監管我們新零售業務的主管部門。

根據與昆山市場管理局的面談，兩個臨時暫停銀行賬戶亦根據中國行政機關的一般慣例以其指定方式向市場監管總局匯報。就董事所深知，昆山市場管理局並無接獲市場監管總局就有關匯報的任何異議或意見。

獨家保薦人，連同我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所及眾達國際法律事務所(分別作為獨家保薦人的中國及香港法律顧問之一)與昆山市場管理局進行面談，鑒於(i)屬地管轄權是中國各項行政法律及法規所體現的基本原則之一，及(ii)昆山市場管理局，即地方縣級市場管理局，是對昆山所有企業進行監督管理的主管部門，確認昆山市場管理局為主管部門。

於我們的分銷代理協助分銷商模式下與傳銷相關的法規

《禁止傳銷條例》禁止的行為包括(其中包括)(i)根據招聘人數向招聘人員支付報酬，牟取非法利益的；(ii)為取得資格或招收他人參與傳銷，要求招聘人員支付費用，牟取非法利益的；及(iii)要求招聘人員勸說他人參與傳銷，形成多層次關係，並根據下線的銷售業績向上線支付報酬，牟取非法利益的。

檢查意見

根據檢查意見，我們的新零售業務營運符合所有相關法律法規，其中包括以下原因：

- *合法的分銷商關係及銷售渠道拓展方式：*不同級別的分銷商之間並無傳銷典型的向上家獻金關係，傳銷指級別更高的分銷商將獲得的所得款項將根據其能夠吸引加入網絡以及在加入時將向該計劃支付預付費用的新分銷商或成員的數量計算。我們的分銷商及經銷商通過銷售價格及採購價格之間的差額以及相關折扣獲得利潤。我們的分銷商及經銷商通過合法手段招攬，重點是通過銷售產品獲得商業上合理的回報。

- *合法的產品分銷系統：*我們能夠監控我們產品的分銷情況，並要求我們的分銷商及經銷商在獲准加入我們的分銷網絡前須達到若干基準。

- *具有公平市場價值的合法交易：*我們產品的銷售是合法交易，我們的產品具有公平市場價值。

- *無其他執法行動：*截至2021年6月出具的檢查意見當日，昆山巨星行動及昆山汀奢未因獲得不合法利益、損害消費權益或從事商業詐騙而受到市場監管機構的任何行政處罰；昆山市場管理局並無收到其他市場監管機構關於有關公司涉嫌非法活動的報告。

我們的中國法律顧問的意見

據我們的中國法律顧問告知，根據昆山市場管理局出具的檢查意見：

(a) 我們的商業模式並不涉及根據招聘人數向分銷商支付酬金，以牟取《禁止傳銷條例》所禁止的非法利益，原因如下：(i)我們所銷售產品屬價格合理的合法交易，我們注重產品質量，並根據適用的中國法律法規，制定產品退換貨政策，以保障終端客戶的權益；(ii)我們向引薦分銷商發放獎勵乃因其努力就產品及市場策略向獲招攬分銷商提供協助及指引，並非僅基於引薦分銷商所招聘的人數而定，由於下文(c)分段所述原因，《禁止傳銷條例》並無禁止該等獎勵；及(iii)儘管我們要求各分銷商維持一定數目的合資格經銷商，惟《禁止傳銷條例》並無禁止有關安排，原因是：(x)該安排於商業上合乎邏輯，並因無涉及非法目的而不受中國法律禁止；及(y)我們並不禁止不符合此要求的分銷商銷售我們的產品(儘管相關分銷商可能會被降級為經銷商)；

(b) 我們的商業模式不涉及要求分銷商支付費用以獲得資格或招募他人參與銷售，以牟取中國法律所禁止的任何非法收益，原因如下：(i)儘管分銷商／經銷商須支付保證金，有關保證金僅為了保證分銷商遵守分銷協議；(ii)分銷商／經銷商可自由退出分銷網絡，保證金將按分銷協議條款於終止時退還；及(iii)除保證金外，分銷商／經銷商毋須向本集團支付任何費用，即可取得分銷本集團產品的資格；

(c) 我們的分銷模式側重於產品銷售(而非僅僅獲得獎勵)，以謀取並非《禁止傳銷條例》所禁止的合法利益為目的。與分銷商／經銷商訂立的正式分銷／經銷協議明確載列其各自的權利及義務。我們向引薦分銷商發放獎勵乃因其努力就產品(基本為社交電商行業的新手，缺乏足夠的技能及專業知識)提供協助及指引，以便獲招攬分銷商具備相關的產品及營銷技能及銷售知識。引薦分銷商須：(i)於我們舉辦的各類培訓及營銷活動提供協助，活動包括產品專業知識培訓、市場知識培訓以及本集團及產品

的最新發展情況；(ii)提供各類主要關於銷售及技術方面的培訓，如組織、產品使用經驗交流會、區域銷售論壇及分銷商推介會；及(iii)通過面對面的會議或微信等在線渠道就個體工商戶或公司註冊、使用訂購系統及由我們設立的其他必要程式提供指引。

(d) 我們的新零售業務在所有重大方面均符合中國所有相關法律法規，不應被視為傳銷，因為我們銷售昆山汀奢分銷產品不屬於《禁止傳銷條例》規定的禁止類別。

董事會確認

我們的董事確認，該等臨時暫停銀行賬戶對我們的運營並無任何重大不利影響。在該等臨時暫停銀行賬戶期間，我們能夠利用手頭的剩餘現金及營運現金流入支付日常業務中產生的費用。

根據我們中國法律顧問的意見，我們的董事認為及獨家保薦人同意，我們的分銷模式，包括給予引薦分銷商激勵以獲取新分銷商以及要求各分銷商維持一定數量的合格經銷商，並不涉及《禁止傳銷條例》禁止的任何活動。

另外，我們董事會在計及昆山市場管理局的意見及中國法律顧問的意見後，認為：(i)臨時暫停銀行賬戶的即時解決根本上證明我們未有從事傳銷活動；(ii)昆山試點項目的實施傳達了一個明確的信息，即我們正在從事合法的新零售業務，在全國範圍內提高對我們商業模式的認識，以便地方政府當局能夠更好地了解我們的商業模式及其合法性；及(iii)已採取適當的控制及措施，以防止類似事件發生。於2022年5月，馬女士(我們的創始人、控股股東及執行董事之一)獲國家市場監督管理總局發展研究中心委任為「新零售和直播電商專家委員會」的成員。我們相信，有關馬女士的委任證明政府對我們新零售業務的業務模式的支持與認可。

有關我們可能面臨的風險，請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－中國有關社交電子商務的相關規則及規例仍在制定中及須待詮釋，其實施涉及不確定性」一節。

為降低類似事件的風險及對我們運營的潛在影響而採取的預防措施

為防止類似臨時暫停銀行賬戶的事件再次發生，並在類似事件再次發生時維持正常運營，我們已實施以下預防措施：

(a) 我們一直在與包括昆山市場管理局在內的相關主管部門合作，以促進昆山試點項目的實施。我們認為實施昆山試點項目可在全國範圍內提升我們業務模式的知名度。我們同時與昆山市場管理局保持定期溝通，令昆山市場管理局能夠監督我們的運營，並確保我們運營的方方面面均遵守相關規則及法規。具體而言，昆山市場管理局能夠直接實時訪問我們的運營系統，使其能夠透過訪問我們的新零售運營數據(涵蓋我們分銷網絡中的訂單、發貨及成員以及其最近的活動)全面了解我們的業務模式。有關指導及合作有助於維護我們業務模式的合法性。

(b) 我們已採納程序對我們經營所在城市及／或地區的運營風險進行定期檢討。具體而言，我們一直在監察當地市場監管局對任何涉嫌傳銷案件採取的任何審前調查或行政措施，如凍結銀行賬戶。我們認為，與由臨時暫停銀行賬戶引致的事件類似，在對涉嫌傳銷案件採取相對強硬政策的城市及／或地區開展業務，將給本集團帶來更高業務中斷風險。經考慮上述經營風險，以及特定城市及／或地區對我們業務的整體戰略重要性及當地分銷商及經銷商的背景後，我們可能會考慮暫停於該等城市及／或地區的擴張。於最後可行日期，本公司停止於41個對本公司構成高營運風險的城市、直轄市或縣發展新分銷商或經銷商。誠如中國法律顧問所告知，倘我們、我們的分銷商及經銷商、代理或其他代表於我們確定的有關直轄市概無或僅有少量業務，則該直轄市執法機關發出訴前資產保全令不當凍結我們的銀行賬戶的風險甚微。

(c) 我們增加了對供應商的預付款項金額，以確保我們有足夠的庫存供我們運營二至四個月。

(d) 我們將手頭現金分配到各集團公司的銀行賬戶，包括主要從事IP創造及營運業務的集團公司的銀行賬戶，以供臨時或應急使用。我們亦於香港銀行賬戶存置常備資金，可在必要時隨時取用。我們將採取進一步措施，從金融機構獲得信貸額度，作為額外的應急資金。

競食

董事認為，我們的分銷商及經銷商之間不存在競食問題，並已採取充分有效的措施以避免競食，原因如下：(i)各經銷商於訂約方訂立經銷協議後向特定分銷商購買產品，而該協議要求彼等遵守本公司的市場管理政策。相關政策禁止經銷商向任何其他分銷商購買產品，因此，我們的分銷商與經銷商極不可能存在競爭；(ii)分銷商及經銷商在轉售我們的產品時應嚴格遵守指導價格，且除監控我們自行進行的活動外，分銷商及經銷商亦將追蹤彼此的營銷活動，因此，我們認為已建立有效的系統避免任何定價混亂。此外，倘我們注意到任何分銷商或經銷商未遵守我們的定價政策，與相關分銷商或經銷商的分銷安排可由我們或相關分銷商酌情終止；及(iii)分銷商及經銷商通過彼等自有的PDT(即彼等於彼等自有社交網絡內的聯繫)向終端消費者分銷我們的產品，因此，我們分銷網絡中的每位成員均應擁有自身的不存在實質性重疊的目標客戶群及終端消費者。

一般分銷模式

於往績記錄期間，我們透過分銷商(包括不以分銷代理身份行事的昆山汀奢)及經銷商網絡按一般分銷模式分銷除昆山汀奢分銷產品及*摩肌博士*子品牌旗下護膚品以外的其他產品，主要包括*盈養博士*品牌旗下產品，而並無聘請分銷代理。

主要分銷商的背景及一般分銷模式分銷協議的主要條款

我們一般分銷模式項下的主要分銷商客戶D的背景以及我們與其訂立的分銷協議的主要條款概述如下：

主要分銷產品	*LA DEW*護膚品、*茶小姐*子品牌旗下產品及*盈養博士*品牌旗下產品
背景	據本公司所知，客戶D為一家中國註冊公司，主要從事食品、化妝品及日用品的銷售。根據公開可得資料，客戶D由兩名獨立第三方擁有，包括(i)其法定代表人、執行董事及總經理擁有51%權益；及(ii)一名個人擁有49%權益。
我們與該分銷商的關係	我們透過馬女士友人的轉介結識客戶D。據董事所知及所信，除分銷關係外，本集團與客戶D、其董事、股東、高級管理層或彼等各自的任何聯繫人並無任何其他過往或現有關係(包括但不限於業務、家族、信託、僱傭、持股、融資或其他關係)。

分銷協議的主要條款

(a)	年期：	2021年12月1日至2024年12月31日，可於合約期屆滿前30日協商重續。
(b)	擔保：	客戶D須向我們繳納保證金人民幣1百萬元。
(c)	付款：	信貸期為自2021年12月1日至2022年6月30日三個月，其後為一個月。
(d)	銷售及定價：	客戶D須於合理價格範圍內進行定價。分銷商應負責交付及儲藏、銷售渠道的運營及開發、培訓以及組織線下活動的所有費用。

我們於2021年底開始委聘客戶D。截至2022年12月31日止兩個年度，客戶D貢獻的收入分別為人民幣12.0百萬元及人民幣4.5百萬元。

根據我們與客戶D的溝通，我們了解到客戶D通過包括*抖音*在內的兩個電商平台分銷我們*LA DEW*旗下護膚品，並於線下向個人銷售該等護膚品。於往績記錄期間，我們一般分銷模式下亦有其他分銷商，交易額相對較小。基於我們與一般分銷模式項下的分銷商的溝通，我們對彼等各自的下游銷售渠道有所了解。倘我們的分銷商向諸如超市及電商平台等零售商轉售我們的產品，我們將訪問實體店或電商平台(倘適用)，以核實我們的產品有否銷售予終端消費者。此外，於總經銷模式下，我們會不時在與分銷商的溝通中了解彼等各自的庫存水平。通過了解彼等的存貨水平，我們能夠了解彼等的存貨水平波動，監察是否存在任何過時的存貨。我們認為，於一般分銷模式下，存貨水平監控安排將分銷商之間的渠道囤塞風險降至最低。

我們預期我們日後推出的*魔胴*品牌旗下健康管理產品的銷售亦將按照一般分銷模式進行分銷。

透過其他電子商務渠道分銷

我們亦透過其他电商渠道分銷產品，直接向終端消費者銷售產品。該等電商渠道包括我們的*巨星優選App*及我們在*天貓*商店、*快手*商店及*抖音*商店等多個線上平台經營的店舖。終端消費者可通過該等电商渠道訂購我們的產品，而我們將負責向終端消費者交付產品。我們的產品付款通過电商渠道進行，隨後將根據电商渠道的相關政策支付予我們。

巨星優選

於2021年7月1日，我們與昆山華星互聯文化傳播有限公司(「**昆山華星**」)就*巨星優選*運營訂立合作協議。我們是*巨星優選*App的版權及商標所有人，而昆山華星是獨立第三方，並獲得增值電信服務許可證。昆山華星運營*巨星優選*軟件，用戶可透過該軟件直接購買我們大多數產品以及自其他供應商採購的產品。

與昆山華星的合作協議的主要條款概述如下：

*合作範圍：*我們授予昆山華星*巨星優選*的使用許可，而昆山華星同意運營*巨星優選*。經我們事先批准，昆山華星有權在*巨星優選*上銷售我們產品之外自其他供應商採購的產品。

*費用安排：*我們應在扣除銷售成本以及銷售及營銷開支後就透過平台出售的所有產品收取銷售收入的50%。

*年期：*5年。

*我們的權利：*我們為*巨星優選*App的知識產權及所有相關業務資料的所有人，惟相關運營及用戶數據除外。

其他電子商務渠道

除*巨星優選App*外，我們亦透過各種電子商務渠道銷售我們的產品，包括我們的*天貓*商店、*快手*商店及*抖音*商店。我們通常通過電商平台銷售面向公眾的產品。

此外，自2021年12月以來，我們進一步擴大了銷售渠道，其中我們開始透過*抖音*上的直播帶貨及線上短視頻為我們的新零售業務銷售產品。我們創建自有*抖音*賬號「劉畊宏肥油咔咔掉」(為劉畊宏先生直播環節特有的流行口號)，為我們的產品銷售進行直播帶貨，並與明星及KOL(即王女士)合作，透過(其中包括)我們的*抖音*賬號及／或相關明星和KOL的賬號進行直播帶貨及線上短視頻以促進我們的產品在*抖音*店的銷售。於2022年，我們確認主要透過*抖音*店直播帶貨銷售產品的收益為人民幣34.1百萬元。更多詳情，請參考本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作」一節。

於直播帶貨及／或線上短視頻中，相關明星及KOL將通常介紹我們的產品，並與其觀眾分享此類產品的特點。觀眾可通過點擊直播帶貨及／或線上短視頻的鏈接來實時訪問我們的*抖音*商店。通過特定鏈接進行的任何銷售均將被記錄為相關明星及KOL的銷售額。根據*抖音*上的條款及條件，我們將(i)就運營及技術支持服務向*抖音*支付服務費，相關服務費通常按我們自其特定鏈接所完成的交易中獲得的銷售額的標準費率(視乎所銷售產品的類型而有所不同)；(ii)向相關明星

及KOL支付佣金，而相關佣金通常基於其特定鏈接中已完成交易的預先協定百分比計算。於截至2022年12月31日止年度，我們向有關明星及KOL支付的佣金率通常介乎10%至30%及我們錄得佣金開支人民幣8.6百萬元。有關明星及KOL佣金的進一步詳情，請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分的描述－銷售及營銷開支－佣金」一節。董事認為，本集團向明星及KOL應付的佣金率與現行市場費率一致。

由於我們與之合作的KOL享有良好聲譽(即在*抖音*上獲得良好評級)及普遍擁有穩固的觀眾群，董事認為彼等應能有效推廣我們的產品。我們認為，於該等電商平台上分銷我們的產品將提高我們的品牌知名度及客戶群。

客戶

我們的客戶包括來自新零售業務及IP創造及營運分部的客戶。對於我們的新零售業務，我們的客戶為我們的分銷商，我們的終端消費者包括我們的分銷商、經銷商以及我們產品的用戶。至於我們的IP創造及營運，我們的客戶主要包括內容製作方、IP許可合作夥伴及網絡平台營運商。我們已與主要客戶建立穩固的關係。

於往績記錄期間各年，前五大客戶產生的收入分別約佔23.5%、21.2%、16.3%及23.6%，而來自最大客戶及其聯屬人士的總收入分別約佔往績記錄期間各年的6.4%、13.7%、5.6%及8.3%。

下表載列我們於往績記錄期間各年的五大客戶詳情：

截至2019年12月31日止年度

客戶	客戶類型／背景	業務分部	營業地點	客戶應佔收入	佔總收入概約百分比	開始業務關係
				(人民幣千元)	*(%)*	
張銀美[1]	分銷商	新零售	上海	5,581	6.4	2018年
周榮梅[2]	分銷商	新零售	浙江	3,976	4.6	2018年
客戶A[3]	分銷商	新零售	浙江	3,823	4.4	2018年
王蕾[4]	分銷商	新零售	浙江	3,547	4.1	2018年
張艷玲[5]	分銷商	新零售	山東	3,503	4.0	2018年

附註：

(1) 張銀美是一名於貿易及電商行業均擁有商業地位的個人。彼為一家貿易公司及一家日用品公司的經營者，亦為一家貿易公司及一家電子商務公司的法定代表人兼執行董事。截至2019年12月31日止年度，張銀美以其個人身份為我們的分銷商。隨後，該客戶透過其控制的法團實體訂立分銷協議，而彼於該公司持有80%股權，其餘股權則由屬於獨立第三方的個人持有。

(2) 周榮梅是一名具有貿易背景的個人。彼為一家貿易公司的法定代表人、執行董事兼經理，亦為一家貿易公司及一家食品店的經營者。彼於2015年獲*China Beauty*評為新興傑出微商團隊(Emerging Outstanding WeChat Business Team)。截至2019年12月31日止年度，周榮梅以其個人身份為我們的分銷商。該客戶於2020年7月成立個體工商戶，該實體隨後為我們的分銷商。

(3) 客戶A是一名具有電子商務及貿易背景的個人。彼現時為一家電子商務公司及一家服裝公司的法定代表人、執行董事兼總經理，以及一家貿易公司、一家服裝店及一家電子商務工作室的經營者。截至2019年12月31日止年度，客戶A以其個人身份為我們的分銷商。該客戶於2020年7月成立個體工商戶，該實體隨後為我們的分銷商。

(4) 王蕾是一名具有電子商務及貿易背景的個人。彼現時為一家電子商務公司的法定代表人、執行董事兼經理，以及一家貿易公司及一家服裝店的經營者。截至2019年12月31日止年度，彼以其個人身份為我們的分銷商。彼於2019年4月成立個體工商戶，該實體隨後為我們的分銷商。

(5) 張艷玲是一名具有貿易及商業背景的個人。彼現時為一家商業服務公司的法定代表人、執行董事兼總經理，以及另一家商業服務公司的監事。彼亦為一家貿易公司及一家服裝店的經營者。截至2019年12月31日止年度，彼以其個人身份為我們的分銷商。彼於2014年7月成立個體工商戶，該實體隨後為我們的分銷商。

截至2020年12月31日止年度

客戶	客戶類型／背景	業務分部	營業地點	客戶應佔收入	佔總收入概約百分比	開始業務關係
				(人民幣千元)	*(%)*	
客戶B[1]	有線電視、廣播電視及節目製作和視頻點播服務	IP創造及營運	浙江	62,409	13.7	2020年
Netflix, Inc.	提供電視劇、紀錄片及電影流媒體服務的流媒體服務提供商	IP創造及營運	美國	19,181	4.2	2020年
謝芳[2]	分銷商	新零售	福建	5,785	1.3	2019年
客戶A[3]	分銷商	新零售	浙江	4,913	1.1	2018年
甘麗萍[4]	分銷商	新零售	廣西	4,220	0.9	2018年

附註：

(1) 客戶B為中國浙江省委、省政府直屬的綜合性媒體集團，以新聞宣傳為主。其擁有7,100多名僱員、10個電視頻道及八個廣播頻率。業務範圍涵蓋報刊、雜誌、音像出版、影視劇製作、文化園區、傳媒工程、旅遊酒店、綜合物業等領域。

(2) 謝芳是一名具有貿易背景的個人。彼為一家貿易公司的法定代表人、執行董事兼總經理，亦為一家服裝店及一家貿易公司的經營者。截至2020年12月31日止年度，彼以其個人身份為我們的分銷商。彼於2020年7月成立個體工商戶，該實體隨後為我們的分銷商。

(3) 客戶A亦為我們截至2019年12月31日止年度的五大客戶之一。詳情請參閱上文截至2019年12月31日止年度五大客戶名單附註3。

(4) 甘麗萍是一名具有貿易及電子商務背景的個人。彼為一家貿易公司及一家電子商務公司的法定代表人、執行董事。彼亦為一家貿易公司及一家百貨公司的經營者。截至2020年12月31日止年度，彼以其個人身份為我們的分銷商。隨後，彼透過於2020年7月成立的公司實體(其擁有99%權益及餘下股權由一名身為獨立第三方的個人擁有)訂立分銷協議。

截至2021年12月31日止年度

客戶	客戶類型／背景	業務分部	營業地點	客戶應佔收入	佔總收入概約百分比	開始業務關係
				(人民幣千元)	*(%)*	
客戶C集團[1]	廣播電視節目製作及營運；廣告策劃	IP創造及營運	北京	20,484	5.6	2021年
客戶D[2]	批發商	新零售	江蘇	11,964	3.3	2021年
客戶E[3]	組織及策劃文化及體育活動	IP創造及營運	四川	9,974	2.7	2021年
客戶F[4]	文化及創意設計服務；音樂藝術諮詢；文化活動策劃	IP創造及營運	廣東	8,726	2.4	2021年
客戶G[5]	廣播電視節目製作及營運；廣告策劃	IP創造及營運	浙江	8,491	2.3	2021年

附註：

(1) 客戶C集團於聯交所主板上市，主要從事經營視頻社交平台及提供直播及在線營銷服務。

(2) 客戶D為一家中國註冊成立的公司，註冊資本為人民幣100,000元。其主要業務包括食品批發及零售。

(3) 客戶E為一家中國註冊成立的公司，註冊資本為人民幣1百萬元。其主要業務包括組織及策劃文化以及體育活動。

(4) 客戶F由同一家在聯交所主板上市的藍籌中國跨國科技集團旗下的兩家同系公司組成，其主要業務包括數字內容、通信及社交平台。

(5) 客戶G為一家中國註冊成立的公司，註冊資本為人民幣50百萬元。其主要業務包括廣播電視節目製作、廣告發佈、互聯網文化內容營運以及在線銷售包裝食品。根據公開可得資料，客戶G有900名以上僱員。

截至2022年12月31日止年度

客戶	客戶類型／背景	業務分部	營業地點	客戶應佔收入	佔總收入概約百分比	開始業務關係
				(人民幣千元)	*(%)*	
客戶G[1]	廣播電視節目製作及營運；廣告策劃	IP創造及營運	浙江	28,565	8.3	2021年
客戶C集團[2]	廣播電視節目製作及營運；廣告策劃	IP創造及營運	北京	23,895	6.9	2021年
客戶H集團[3]	廣播電視節目製作及營運；廣告策劃	IP創造及營運	北京	16,287	4.7	2022年
客戶I[4]	廣播電視節目製作及營運；廣告策劃	IP創造及營運	福建	7,854	2.3	2022年
客戶D[5]	批發商	新零售	江蘇	4,478	1.3	2021年

附註：

(1) 客戶G亦為我們截至2021年12月31日止年度的五大客戶之一。詳情請參閱上文截至2021年12月31日止年度的五大客戶名單附註5。

(2) 客戶C集團亦為我們截至2021年12月31日止年度的五大客戶之一。詳情請參閱上文截至2021年12月31日止年度的五大客戶名單附註1。

(3) 客戶H集團於聯交所主板上市，主要從事通信及信息相關業務。

(4) 客戶I為一家中國註冊成立的公司，註冊資本為人民幣100百萬元。其主要業務包括廣告諮詢服務、中國境內的廣告策劃、製作及發佈、文化、娛樂及演藝經紀服務以及廣播電視節目製作及營運。

(5) 客戶D亦為我們截至2021年12月31日止年度的五大客戶之一。詳情請參閱上文截至2021年12月31日止年度的五大客戶名單附註2。

截至最後可行日期，就董事經作出查詢後所深知，於往績記錄期間，董事或彼等緊密聯繫人或緊隨全球發售完成後持有本公司已發行股本5%以上的任何股東概無擁有我們任何五大客戶的任何權益。

魔杰電競(北京)為我們的分銷商之一，於其正常業務過程中，其訂購我們新零售分部的健康管理及護膚品，有關產品主要通過魔杰電競(北京)、其附屬公司經營或其特許經營網絡內的網咖及茶館連鎖店進行分銷。除我們的分銷商魔杰電競(北京)、馬女士及張女士外，據董事作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，於往績記錄期間及直至最後可行日期，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或擁有我們已發行股份5%以上的任何股東為我們的任何分銷商或經銷商或於任何分銷商或經銷商中擁有任何權益。魔杰電競(北京)、馬女士及張女士於往績記錄期間的總收入貢獻低於我們各年度總收入的1%。魔杰電競(北京)、馬女士及張女士各自於往績記錄期間的收入貢獻載列如下。

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
魔杰電競(北京)	–	1,656	2,510	73
張女士	–	39	32	128
馬女士	8	37	–	–

有關進一步詳情，請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註36(b)。

供應商

目前，我們的供應商主要包括為我們的新零售業務甄選的第三方生產商，以及為我們的IP創造及營運而進行的活動規劃及管理。我們已與我們的主要供應商建立穩定的關係。

就新零售業務而言，我們的供應商為選定的中國第三方生產商。我們的產品由專門生產護膚品或營養品的選定中國第三方生產商生產。我們的生產供應鏈對我們增長的業務至關重要。我們與衡美集團等ODM及包裝供應合作夥伴網絡緊密合作以生產我們的產品。有關我們與衡美集團業務往來的進一步詳情，請參閱本節下文「供應商－甄選及管理供應商－與衡美集團的關係」一段。

就IP創造及營運業務而言，我們的供應商包括選定的中國活動或節目策劃及管理公司。由於活動或節目策劃及管理的業務性質，當我們參與提供媒體內容、活動策劃及其他專有明星IP的設計與許可時，我們將不時臨時委聘供應商。

於往績記錄期間各年，向我們五大供應商作出的採購額分別佔同期採購總額約75.1%、73.3%、58.3%及47.9%，而向我們最大供應商作出的採購總額分別佔於往績記錄期間各年採購總額約26.9%、48.1%、31.2%及23.2%。

下表載列我們於往績記錄期間各年的五大供應商詳情：

截至2019年12月31日止年度

供應商	向我們提供的產品／服務	業務分部	營業地點	我們的採購額	佔我們總採購額的概約百分比	開始業務關係
				(人民幣千元)	*(%)*	
供應商A[1]	節目策劃及協調	IP創造及營運	新疆	18,872	26.9	2018年
杭州衡美	*魔胴*咖啡生產商	新零售	杭州	13,887	19.8	2019年
供應商B[2]	其他產品生產商	新零售	北京	8,175	11.7	2018年
Archstone	提供策劃服務、於活動及／或節目等場合參與及授權明星IP	IP創造及營運	台灣	6,985	10.0	2018年
供應商C[3]	製作服務	IP創造及營運	上海	4,779	6.8	2018年

附註：

(1) 供應商A為一家中國註冊成立的公司，註冊資本為人民幣10百萬元。其主要業務包括商業諮詢、電子商務及組織文化藝術交流活動。

(2) 供應商B為一家中國註冊成立的公司，註冊資本為人民幣155.1百萬元。其主要業務包括技術開發、銷售食品、日用品以及進出口貨品及技術。

(3) 供應商C為中國個人獨資企業，註冊資本為人民幣10,000元。其主要業務包括影視劇策劃及諮詢、影視文化藝術活動交流及策劃以及影視文化領域技術開發、技術服務及技術諮詢。

截至2020年12月31日止年度

供應商	向我們提供的產品／服務	業務分部	營業地點	我們的採購額	佔我們總採購額的概約百分比	開始業務關係
				(人民幣千元)	*(%)*	
杭州衡美	*魔胴*咖啡生產商	新零售	杭州	74,389	48.1	2019年
江蘇漢典生物科技股份有限公司(1)	健康管理產品生產商	新零售	江蘇	15,863	10.3	2019年
供應商D(2)	*周遊記*1及寧波巨星行動超級夜節目策劃及協調	IP創造及營運	台灣	8,388	5.4	2018年
Archstone	提供策劃服務、於活動及／或節目等場合參與及授權明星IP	IP創造及營運	台灣	7,600	4.9	2018年
供應商E(3)	美容設備生產商	新零售	北京	7,114	4.6	2018年

附註：

(1) 江蘇漢典生物科技股份有限公司為一家於新三板(中國場外交易市場)上市的中國註冊成立公司，註冊資本為人民幣10.7百萬元。其主要業務包括保健食品的研發、生產及銷售。

(2) 供應商D為一家於英屬處女群島註冊成立的公司，主要從事與文化及娛樂相關的業務。

(3) 供應商E為一家中國註冊成立的公司，註冊資本為人民幣1百萬元。其主要業務包括組織文化藝術交流及銷售日用品。

截至2021年12月31日止年度

供應商	向我們提供的產品／服務	業務分部	營業地點	我們的採購額	佔我們總採購額的概約百分比	開始業務關係
				(人民幣千元)	*(%)*	
杭州衡美[1]	*魔胴*咖啡生產商	新零售	杭州	47,121	31.2	2019年
Archstone	提供策劃服務、於活動及／或節目等場合參與及授權明星IP	IP創造及營運	台灣	11,461	7.6	2018年
供應商F[2]	*周遊記*2的節目策劃及協調	IP創造及營運	台灣	10,759	7.1	2021年
江蘇漢典生物科技股份有限公司[3]	健康管理產品生產商	新零售	江蘇	9,895	6.6	2019年
供應商D[4]	節目策劃及協調	IP創造及營運	台灣	8,735	5.8	2018年

附註：

(1) 於截至2021年12月31日止年度，向杭州衡美採購包括向杭州衡美及其全資附屬公司的採購。

(2) 供應商F為一家台灣註冊成立的公司，股本為新台幣1百萬元。其主要業務包括娛樂相關業務、藝術文化服務及廣告服務。

(3) 江蘇漢典生物科技股份有限公司亦為我們截至2020年12月31日止年度的五大供應商之一。有關詳情，請參閱截至2020年12月31日止年度表格附註1。

(4) 供應商D亦為我們截至2020年12月31日止年度的五大供應商之一。有關詳情，請參閱截至2020年12月31日止年度表格附註2。

截至2022年12月31日止年度

供應商	向我們提供的產品／服務	業務分部	營業地點	我們的採購額	佔我們總採購額的概約百分比	開始業務關係
				(人民幣千元)	*(%)*	
杭州衡美[1]	*魔胴*咖啡生產商	新零售	杭州	42,325	23.2	2019年
供應商G[2]	為我們的IP節目提供舞台及場景設計策劃	IP創造及營運	台灣	18,434	10.1	2021年
供應商F[3]	*樂來樂快樂及周遊記*2的節目策劃及協調	IP創造及營運	台灣	12,706	7.0	2021年
Archstone	提供策劃服務、於活動及／或節目等場合參與及授權明星IP	IP創造及營運	台灣	7,051	3.9	2018年
江蘇漢典生物科技股份有限公司[4]	健康管理產品生產商	新零售	江蘇	6,712	3.7	2019年

附註：

(1) 於截至2022年12月31日止年度，向杭州衡美採購包括向杭州衡美及其全資附屬公司的採購。

(2) 供應商G為一家在台灣註冊成立的公司，其股份於台灣證券交易所上市。其主要業務包括活動策劃以及演出及舞台的設計及製作。

(3) 供應商F亦為我們截至2021年12月31日止年度的五大供應商之一。有關詳情，請參閱截至2021年12月31日止年度表格的附註2。

(4) 江蘇漢典生物科技股份有限公司亦為我們截至2020年及2021年12月31日止年度的五大供應商之一。詳情請參閱截至2020年12月31日止年度的五大供應商名單附註1。

截至最後可行日期，除Archstone外，於董事作出適當查詢後所深知，概無董事或彼等緊密聯繫人或緊隨全球發售完成後持有本公司已發行股本5%以上的任何股東於往績記錄期於我們任何五大供應商中擁有任何權益。

甄選及管理供應商

我們通常根據製造能力、原材料來源、經營年期、聲譽及遵守適用法律法規等多項因素甄選第三方供應商。我們定期檢討第三方供應商的表現，並根據產品推出計劃預留其他供應來源。

為保護我們的知識產權免受侵權，我們主要依賴與第三方生產商訂立的協議保護我們的知識產權。

我們不時與OEM製造商就各種產品的生產訂立OEM合作框架協議。 以下概述該合作協議的主要條款。

*排他性：*供應或銷售具有相同或相似配方並具有相關知識產權或包裝的產品，以及使用配方生產或授權任何其他第三方生產及銷售任何產品均屬我們獨有。

*期限。*兩年，到期後自動續期一年，除非我們提前三個月書面通知相關OEM製造商。

*知識產權。*我們擁有產品的配方及獨家使用產品配方的權利。我們將獨家擁有產品的所有其他知識產權，不受任何限制。

倘我們委聘OEM製造商開發我們若干產品，我們可能會包括一項額外條款，規定該等製造商開發的配方及相關知識產權歸我們所有。

與衡美集團的關係

於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們委聘杭州衡美及其承諾公司為我們若干產品的獨家生產商，包括*魔胴*咖啡、*魔胴*MCT咖啡、*盈養博士*膠原蛋白肽飲品、抹茶粉及*魔胴*輕萃咖啡。

衡美集團為一家專注於體重管理及營養飲食管理的中國保健品製造商。其具有產品研發、生產以及健康諮詢能力。根據公開可得資料，杭州衡美擁有註冊資本人民幣38.4百萬元。據本公司所深知及確信，截至2022年6月30日，衡美集團擁有超過600名僱員，其中50名為專業研發員工，而92名為質量控制員工。衡美集團已開發20多個系列的食品，包括一系列優質蛋白質食品棒、蛋白質固體飲料及其他產品，其客戶包括多家專注於保健品的行業領先公司。衡美集團乃Société Générale de Surveillance的認證供應商，以認可其場地存在及業務運營，且其於2019年12月獲得高新技術企業認證。此外，杭州衡美乃中國健康協會會員。據董事所知，我們委聘的衡美集團各成員均已根據相關中國法律及法規獲得其業務所需的所有許可證及牌照。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們自衡美集團的採購額分別為人民幣13.9百萬元、人民幣74.4百萬元、人民幣47.1百萬元及人民幣42.3百萬元。於往績記錄期間，我們自衡美集團採購額的波動主要是由於產品(特別是*魔胴*咖啡)銷售的波動所致，因為衡美集團為我們*魔胴*咖啡的唯一供應商。此外，我們自衡美集團的採購額亦可能於較小程度上受到以下因素的影響：(i)自衡美集團購買的*魔胴*咖啡的單價變動，此乃雙方於下訂單時參考原材料價格而予以釐定；及(ii)自2021年以來，我們自杭州衡美或其附屬公司購買其他產品。

下表載列我們截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度自衡美集團購買的主要產品數量：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
*魔胴*咖啡(盒)(以千計)*(附註)*	641	3,393	2,156	1,440
*魔胴*咖啡試用品(袋)	628	3,544	2,326	1,500

*附註：*每盒*魔胴*咖啡包括七袋。

衡美集團乃我們於往績記錄期間各年的五大供應商之一。據董事所知及所信，經作出一切合理查詢後，我們僅為衡美集團多元化客戶群中的其中一個客戶，且我們的交易對衡美集團的業務或財務狀況並無重大影響。

據董事所知及所信，除供應商與客戶關係外，本集團與杭州衡美、以及杭州衡美董事、股權持有人、高級管理層以及彼等各自聯繫人之間並無任何其他過往或現有關係(包括但不限於業務、家族、信託、僱傭、持股、融資或其他關係)。

於往績記錄期間，我們並無遭遇原材料供應短缺或延期而對我們造成重大影響的情況。於往績記錄期間，我們並無經歷原材料價格大幅波動的情況。

我們與杭州衡美合作的主要條款

於2021年5月26日，我們與杭州衡美訂立新五年合作框架協議，內容有關*魔胴*咖啡。合作框架協議的主要條款如下：

排他性。我們可獨家供應或銷售*魔胴*咖啡或具有*魔胴*咖啡相同或相似配方以及相關知識產權或包裝的其他產品(包括未經授權的供應或銷售)，以及使用*魔胴*咖啡配方生產或授權任何其他第三方生產和銷售任何產品。

期限。五年，到期後自動續期一年，除非我們提前三個月書面通知杭州衡美。

知識產權。我們將擁有*魔胴*咖啡配方的專有使用權，包括但不限於*魔胴*咖啡配方中部分成分的使用權。受託產品的所有其他知識產權(不包括*魔胴*咖啡配方)均由我們獨家擁有且不受任何限制。

監督。我們有權檢查及檢驗杭州衡美的工廠及質量控制系統。對於發現的故障及我們提出的質量改進建議，杭州衡美將在我們要求的期限內制定改進措施。

檢驗。我們有權檢驗產品。倘任何產品不符合雙方協定的標準，我們有權拒絕接受。

我們亦於2021年5月26日與杭州衡美訂立ODM協議，據此，我們將提供*魔胴*咖啡的開發思路及概念、營養要求等技術要素，並委託杭州衡美進行*魔胴*咖啡的研發及生產。杭州衡美無權獨家披露*魔胴*咖啡的配方、製造工藝、配料供應商或規格以及相關IP，此使我們能夠於我們認為必要時分包任何其他第三方以生產*魔胴*咖啡。

於往績記錄期間，我們不時與衡美集團訂立合作協議，以生產我們的產品，例如*魔胴*MCT咖啡、*盈養博士*膠原蛋白肽飲品等。該等合作框架協議的主要條款類似於與*魔胴*咖啡相關的合作框架協議條款。若干條款(例如該等產品的配方所有權及相關IP權)可能會因相關協議條款而異。

我們與衡美集團共同開發該等產品(包括*魔胴*咖啡)的配方，並認為此類配方視為敏感機密資料。我們認為僅委聘一家供應商生產該等產品屬合適，以將機密配方洩露及產品質量不一致的風險降至最低，以便保持我們的競爭優勢。經考慮我們與衡美集團有良好關係，以及基於上述認證，我們認為衡美集團是一家規模龐大且信譽良好的保健品製造商，衡美集團目前是我們該等產品(包括*魔胴*咖啡)的獨家供應商。

由於中國有數家保健品製造商具有類似資質及能力，我們認為，倘衡美集團停止與我們的合作並終止合約，我們將能夠找到現成的其他供應商且在不會產生巨額成本或遭遇產品供應嚴重延遲的情況下更換供應商，原因是(i)我們保持足夠數量的該等產品；(ii)分銷商須通過訂購系統對彼等及／彼等開發的經銷商訂購的產品進行預付款，我們將能夠監控該等產品是否有足夠的數量可供交付，倘我們發現庫存不足，將於早期階段確定並將有時間解決問題；及(iii)我們與其他供應商訂立框架協議，該等供應商將能夠於必要時按我們要求的質量水平生產該等產品。

我們亦擁有開展及經營我們業務所需的所有相關許可證，且我們擁有足夠的勞動力，並擁有自身的配方，以獨立運營及生產我們的產品(包括*魔胴*咖啡)。有關更多詳情，請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的業務營運可能會因我們倚賴獨家供應商生產*魔胴*咖啡而受到負面影響」一節。

主要供應商與客戶重疊

於往績記錄期間，我們IP創造及營運分部的前五大客戶中有一名亦為我們的供應商。

客戶G

於截至2022年12月31日止年度內，我們最大的客戶(即客戶G或MCN公司)亦為我們在該財政期間的供應商。客戶G是一家在中國享有盛譽的多渠道網絡公司。自2021年底以來，我們已在我們的IP創造及營運分部下與客戶G合作開展與劉畊宏先生有關的活動策劃及IP節目，而本集團、客戶G及劉畊宏先生(及其藝人經紀公司)應有權向聘請劉畊宏先生推廣其產品或服務的品牌擁有人收取一定比例的費用。當客戶G與品牌擁有人簽訂合作協議時，其被視為我們的客戶且負責向品牌擁有人收取費用，並將我們應佔相關費用份額轉至我們。截至2022年12月31日止年度，我們來自客戶G的收益為人民幣28.6百萬元。

另一方面，在截至2022年12月31日止年度內，我們策劃並開發IP節目618主播請就位(在*抖音*上播出)，表演者之一為劉畊宏先生。根據客戶G及天賦星球簽訂的合作協議，我們應向客戶G支付其應佔與劉畊宏先生在該節目中的表演有關的費用份額。因此，客戶G被視作我們製作該IP節目的供應商。在截至2022年12月31日止年度內，我們自客戶G採購金額為人民幣1.7百萬元。

季節性

我們的業務(尤其是新零售分部)存在季節性。我們的新零售分部的經營業績受我們的促銷及營銷活動的影響，而該等活動可能會受年內不同購物節的影響。例如，我們可能會於每年第二季度的618活動及／或第四季度的雙11及雙12活動期間錄得較高的產品銷量。整體而言，由於我們多元化的新零售產品組合及IP產品彌補了季節性影響，連同我們的快速增長，季節性對我們業務的影響相對溫和。我們過往經歷的季節性趨勢可能不適用於、亦不能表明我們的未來營運業績。進一步資料請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的業務營運可能受季節性影響。」一節。

關連交易

在我們的正常業務過程中，我們不時與我們的關連人士進行各種一次性或持續的交易。

就IP創造及營運分部而言，我們已及將繼續就提供各種服務及分攤*周同學*相關許可費、*周同學*的授權以及於其網點銷售周同學相關產品與我們的關連人士(包括杰威爾音樂(周杰倫先生的藝人經紀公司)及Archstone(周杰倫先生有關一次性或項目委聘的業務磋商代表))訂立交易。就新零售分部而言，我們此前曾及將繼續與我們的關連人士(包括分銷我們若干產品的魔杰電競(北京))訂立分銷及其他零售安排。有關詳情，請參閱本招股章程「財務資料－關聯方交易及結餘」一節。

於往績記錄期間後及上市前，我們可能與我們的關連人士訂立多項交易，包括但不限於本節及本招股章程「概要－近期發展」一節所述者或IP授權協議產生的交易，而倘交易乃於我們上市後訂立，則可能構成本公司的關連交易。我們將確保於上市後持續遵守適用上市規則規定，特別是上市規則第十四及十四A章的規定。

營銷計劃

我們採取多方位的營銷策略。我們的營銷策略專注於我們透過KOC推廣，尤其是透過私域流量(PDT)獲取消費者的能力，而明星通過其他互補場所及渠道(如電視節目及大型演唱會)的參與則進一步增強了這一能力。私域流量指通過微信及微博等私人渠道獲得的由私人控制的網絡流量，具有類似興趣或購物習慣的用戶在此參與群聊。倘私人渠道由KOL或KOC擁有或主導，私域流量通常能夠增強。除透過KOL或KOC推廣通過口碑營銷我們的產品外，我們亦投入大量精力及資金於各種銷售及營銷活動。我們認為我們基於IP的營銷提高產品曝光度，並使我們能夠通過多維營銷活動建立品牌形象。於考慮針對特定產品應使用何種營銷及促銷方法組合時，我們會考慮不同的因素，其中包括其目標終端消費者群、有關產品在市場上的普遍程度、我們是否會在推出有關產品之前或之後不久推出相關IP以產生協同效應。

KOL／KOC營銷計劃

KOL是傳統的網紅，受公眾關注追捧的人士，而KOC為中國的一種新型網紅，彼等透過自有私域流量通過測試產品、分享用戶體驗、發表評論以及根據對產品質量及效果的認知推薦產品以吸引內容訪問者及賬號關注者。中國青年人群更願意線上分享個人生活及購物體驗，彼等的購買決定更大程度上受KOL、KOC、社區及社交網絡的影響，該情況為社交電商行業提供巨大增長潛力。KOL及KOC為網紅，其意見獲感興趣的團體或群體支持，且可為彼等推薦的品牌吸引忠實的追隨者。作為第一手終端消費者的體驗，該等網紅對潛在終端消費者的決策過程具有影響力。

市場參與者的營銷策略將從透過熟人營銷演變為透過社區、KOC及KOL進行營銷。透過個人關係進行營銷面向的消費者範圍有限，因為熟人未必會對特定產品或服務有類似興趣。社區、KOC及KOL能夠匹配擁有類似需求的人群，並為線上商店提供接觸龐大目標消費者的有效途徑。綜合全方位的社交電子商務使得網紅及分銷商能夠輕鬆瀏覽、分享、創建內容並與消費者進行互動，提供愉悅的線上購買及售後服務，並使消費者熟悉產品資料及真實的用戶體驗。因此，預期未來將透過社區、KOC及KOL宣傳更多產品及服務。

我們的營銷策略側重於KOL及KOC及私域流量營銷渠道。我們的許多分銷商及經銷商為活躍於特定社交社區的KOC，且擁有自己的社交媒體賬號，可用於推廣我們的產品，為終端消費者提供培訓及進行其他相關銷售活動。KOC分銷商的營銷工作是對我們自身銷售及營銷工作的補充，如電視節目及大型演唱會中的產品植入及廣告。

昆山汀奢分銷產品的分銷代理昆山汀奢向分銷商或經銷商提供主要關於我們產品銷售的銷售及營銷技巧的免費培訓，幫助其成為KOC，其中包括：(i)產品試用及體驗分享；(ii) KOC分銷商根據其個人經驗進行的持續指導；及(iii)一系列短期強化課程（例如七日創造營），有助KOC透過整合資源及專業支持提高彼等的影響力。我們協助昆山汀奢定期為分銷商舉辦培訓課。透過支持及培養致力於成為KOC的分銷商，我們及昆山汀奢亦通過以產品品牌及特徵為側重點的有針對性的專業培訓協助KOC推廣我們的品牌及產品。因此，我們認為，我們能夠以更有效及更經濟的方式向潛在終端消費者傳達重點信息。有關分銷商培訓制度及計劃的更多詳情，請參閱本節「分銷網絡－分銷代理協助分銷模式－我們的分銷網絡管理－(II)以市場為導向的培訓計劃」一段。

推廣及營銷活動

為維持我們品牌的市場認知度，並避免在我們品牌的目標市場中失去共鳴，我們收集消費者的反饋並對產品的銷售情況進行分析。我們亦定期觀察最新的市場趨勢、以往的銷售業績、市場需求以及競爭對手開發的新產品的廣告，為選擇新產品進行開發提供思路。

此外，我們亦通過(其中包括)電視廣告／贊助、提供試用樣品及包裝禮品、舉辦各種活動、座談會及會議以及投放廣告等方式制定營銷策略及推廣我們的品牌知名度及產品，以擴大我們的消費群。我們的主要推廣及營銷活動之一為我們的年度活動。我們分別於2020年1月及2021年4月於寧波及海花島舉辦了年度活動，旨在培養我們分銷商及經銷商的品牌忠誠度，激勵彼等進一步提高銷售業績，並作為一種營銷工具來提高我們的品牌知名度。於我們的年度活動中，我們可能會宣佈我們的未來計劃、推介我們的新產品、對我們的產品進行促銷以及邀請不同的表演者表演。我們亦通過我們的*魔胴*健康App提供客戶服務，為用戶提供*魔胴*咖啡低碳飲食計劃。

IP賦能的市場營銷

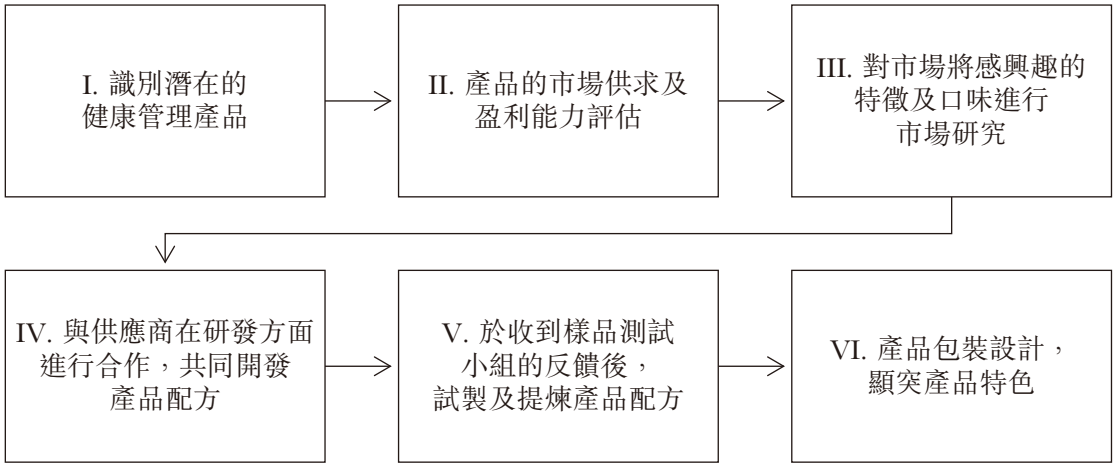
我們建立IP賦能的營銷策略，藉此我們關聯專屬獨有的明星IP及相關IP內容推廣我們的產品。我們認為有關關聯有助於我們向終端消費者推出新產品，該等終端消費者可能對IP更為熟悉，但以前並無購買過我們的產品並使我們能夠吸引現有消費者群體。我們成功的產品之一*魔胴*咖啡*周同學*版為一款與*周同學*相關的銷售產品。

此外，擁有龐大粉絲群的獨有的明星IP可能會激勵我們的終端消費者、KOL或KOC體驗我們的產品並在社交媒體平台上分享彼等的觀點。通過創造自身的IP，我們可同時增強我們網紅的營銷能力。

產品研發

我們相信，產品研發對我們的成功及可持續增長至關重要。我們正在為我們的新零售業務不斷開發新產品，以增強及多元化我們的產品供應。我們的產品開發部將進行市場研究，以識別市場上對健康管理產品及護膚品的任何特定需求。

以下舉例說明我們將在健康管理產品的研發方面採取的主要步驟：



於往績記錄期間，我們主要與外部機構合作研發我們的產品。我們通常會委聘獨立OEM製造商通過修改及精煉現有配方來共同開發潛在產品的配方，以滿足我們的所有要求。我們聘請OEM製造商均於中國成立並主要從事食品及／或飲料製造及銷售，以供應該等產品。例如，於往績記錄期間，我們根據我們提供的發展思路、理念及營養需求，委託衡美集團共同開發各種產品，包括但不限於*魔胴*咖啡及抹茶粉。有關與OEM製造商合作協議的主要條款的詳情，請參閱上文本節「供應商－甄選及管理供應商」一段。

於往績記錄期間，本集團就各主要健康管理產品所產生的研發成本主要包括支付予內部研發團隊的薪酬及福利，這對我們的一般及行政開支而言微不足道。有關成本於截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度分別約為人民幣2.6百萬元、人民幣9.2百萬元及人民幣12.6百萬元。於2022年12月31日。我們的產品開發團隊有八名員工。

此外，請參閱本節「我們的戰略及未來計劃－透過產品開發進一步多元化產品組合」一段。

物流及存貨管理

截至最後可行日期，我們委聘三名倉儲服務提供商，主要是提供存貨管理，滿足我們的倉儲需求，並確保以有效及經濟的方式將產品交付予終端消費者或分銷商。

我們與第三方物流服務提供商合作以從倉庫收集我們的產品並將其運送至我們的零售點。截至最後可行日期，我們擁有一家倉儲及配送服務提供商及若干物流服務提供商。我們與第三方物流服務提供商的運輸安排使得我們能夠將開發及維護內部物流系統方面的資本投資維持在較低水平。我們根據其聲譽、物流網絡及財務資源選擇物流服務提供商。

存貨管理

於往績記錄期間，我們的所有存貨均為原材料及包裝材料以及製成品。我們需在倉庫中維持足夠的存貨以滿足銷售及分銷渠道的需求，並支持我們的擴張計劃。於2020年3月26日，我們與*魔胴*咖啡製造商杭州衡美訂立存貨管理協議，當中規定杭州衡美須儲備年產350萬盒*魔胴*咖啡所需的原料及配料，以避免COVID-19疫情可能對杭州衡美的生產過程造成的任何干擾。該協議已於2022年4月8日續簽，根據該協議，杭州衡美將為350,000盒*魔胴*咖啡儲備原料及配料。截至最後可行日期，庫存管理協議仍然有效。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，存貨結餘分別約為人民幣15.5百萬元、人民幣24.1百萬元、人民幣24.5百萬元及人民幣28.8百萬元，分別佔我們流動資產總值的8.7%、9.3%、6.9%及6.9%。於2019年、2020年、2021年及2022年，我們的平均存貨週轉天數分別為180天、76天、128天及149天。

為推行穩健的金融模式及改善我們分銷商的現金流量以發展可持續的分銷網絡，我們按分銷商及經銷商提供的存貨記錄監督存貨水平。我們已制定有關存貨管理的政策，如實行標籤制度，在我們每個產品的包裝上隨附二維碼，以追蹤我們分銷的交付狀態。此外，進貨完畢後，庫管員應及時聯絡採購人員，將相關資料錄入存貨管理系統，按月對存貨進行檢查，並生成書面檢驗表，由負責檢查的人員共同簽字。另外，我們亦已設立安全系統，以保護及防止我們的存貨遭盜竊、挪用及損壞。

我們認為上述措施可減低分銷商面臨的財務及營運風險，從而促進穩健的分銷網絡。

COVID-19爆發對我們業務的影響

於2019年底起，新型冠狀病毒(COVID-19)迅速蔓延至全球。截至2020年12月31日止年度，我們的IP創造及營運業務錄得毛損，主要原因為因COVID-19疫情影響的不確定性而取消*周遊記*1的多項贊助。疫情及地方政府實施的相關控制措施亦影響活動日程及╱或IP節目的製作，進而影響我們來自IP創造及營運業務的收益。

自2021年底以來，中國各地爆發另一波COVID-19疫情（包括高傳播性的奧密克戎變種毒株），隨後於2022年上半年發展為大規模爆發。為應對疫情反覆，中國地方政府對商業及社會活動施加各種限制，包括嚴格的旅行限制、加強隔離措施及強制暫停業務運營。中國眾多地區實施不同規模的旅行限制。特別是，上海實施大規模全域靜態管理，即自COVID-19疫情以來實施最大規模的控制措施之一。控制措施於截至2022年上半年對中國經濟構成巨大挑戰。於2022年4月，製造業採購經理指數及綜合採購經理指數均達至2020年3月以來的最低記錄。截至2022年上半年，中國防彈飲料市場與2021年同期相比同比下降約46.2%。

於截至2022年12月31日止年度期間，疫情反覆亦為我們的業務及財務表現帶來進一步的挑戰，原因為我們的大部分業務位於受疫情反覆嚴重影響的長江三角洲地區。我們錄得收益由截至2021年12月31日止年度的人民幣365.3百萬元下降人民幣21.1百萬元至截至2022年12月31日止年度的人民幣344.2百萬元，相當於降幅約5.8%。該下降主要由於我們新零售業務的收益減少，由截至2021年12月31日止年度的人民幣301.4百萬元下降20.3%至截至2022年12月31日止年度的人民幣240.1百萬元。特別是，我們的業務及運營受到下列各項的負面影響：(i)我們的物流及交付服務提供商的運營中斷，嚴重影響我們向分銷商、經銷商或終端消費者交付產品；(ii)消費者需求因中國經濟整體惡化而受影響；(iii)由於原材料無法交付予我們的供應商，則我們產品的生產已中斷；(iv)當地政府實施的旅行限制及社交距離要求，此禁止昆山汀奢及我們分銷商組織線下

推廣活動；及(v)由於旅行限制，我們的IP節目製作及／或播出時間表出現延遲，而該等節目被我們用作新零售產品的銷售及營銷方式之一，繼而影響我們來自IP創造及營運分部的收益。有關因COVID-19爆發而導致我們主要IP節目播出／推出時間表的原定時間及經修訂估計時間的詳情載列如下：

我們的IP節目	**原定播出／推出時間**	**於往績記錄期間的預計播出／推出時間**
樂來樂快樂	2021年第四季度	2023年下半年
*周遊記*2	2022年	2023年下半年
劉畊宏先生、王女士及其他明星參加的健身相關表演節目	2022年第四季度	2023年年中

鑒於COVID-19爆發對通過私域流量分銷產品的不利影響需要通過線下營銷及推廣活動提供大量支持，我們一直擴大我們產品的分銷渠道。我們開始通過多個電商平台銷售產品，包括*快手*店(於2021年1月開業)及*天貓*店(於2020年11月開業)。我們通過其他電子商務渠道的銷售額由截至2020年12月31日止年度的人民幣2.8百萬元增至截至2021年12月31日止年度的人民幣9.7百萬元。自2021年12月以來，我們已進一步將分銷渠道擴大至直接與我們*抖音*商店掛鈎的*抖音*直播帶貨，並通過(其中包括)*抖音*上劉畊宏先生的直播節目中植入產品開展營銷及推廣活動。自2022年7月以來，我們已開始增加與王女士及其他KOL合作組織的每週直播帶貨的次數，通常為每月二至四場，以促進新產品的銷售。我們認為，擴大分銷渠道將有效提高(i)我們開展在線營銷活動以推廣我們產品的能力；及(ii)我們於中國不同地區的地理分部，進而分散我們於地區性疫情爆發方面的風險。

由於疫情在2022年進一步得到遏制，大規模限制措施得以撤銷。自2023年以來，中國大型活動及賽事已逐步恢復。隨著中國放寬限制，預期消費者在保健及護膚品方面的開支及需求將於

不久的將來恢復正常。我們參與策劃於2023年5月20日在青島舉辦由劉畊宏先生、王女士及其他明星參加的健身相關表演節目。於最後可行日期，我們亦計劃將於2023年在包括海口、北京及三亞在內的中國多個城市舉辦類似活動。董事認為，COVID-19爆發的影響屬暫時性質，預計疫情日後不會對本集團產生重大不利影響。

我們將繼續監控疫情的發展，並積極採取措施，以減輕我們業務的潛在負面影響。然而，COVID-19疫情仍是一個不斷變化的情況，而疫情的未來發展仍存在不確定性，此非我們所能控制。倘於中國進一步爆發大規模疫情，則我們的交付服務提供商可能會進一步暫停所提供的服務。該疫情亦可能繼續影響整體經濟及對我們產品的需求。於此情況下，我們的運營及財務表現可能受到不利影響。亦請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險—我們的財務狀況及經營業績可能因爆發COVID-19疫情而受到重大不利影響」一節。

質量控制

我們認為我們對產品質量及安全的承諾對我們的成功至關重要。我們非常重視產品質量及安全，通過實施全面的質量控制體系保持我們的競爭優勢，包括《新產品及助銷品開發流程》、《採購管理制度》、《委外代工監督規範》及《客戶服務規範》。儘管我們日常並無進行產品製造，但我們對第三方生產商進行檢驗以確保彼等符合中國的產品安全合規標準。我們非常審慎地確保第三方生產商對質量及道德之目標一致。

我們與國際質量檢測公司Société Générale de Surveillance合作，以確保我們的產品符合適用質量標準。一般而言，我們的生產商為我們的產品預留樣品以供檢驗，並出具檢驗結果報告。此外，我們可能會對生產商進行實地臨時檢查，以檢查所用原材料是否符合相關法律、法規及標準，並監控製造流程及確保遵守我們的質量控制程序。有關詳情，請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們將產品製造外判予第三方製造商。我們對該過程的控制權有限，可能會給我們的業務帶來風險，而未能有效進行產品質素控制可能對我們的聲譽、業務前景及經營業績造成不利影響。」一節。就本公司所知，所有第三方生產商於往績記錄期間及截至最後可行日期均已取得必要牌照並符合我們的內部標準。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們於銷售業務過程中並無發生任何重大意外，亦無就產品銷售產生的個人或財產損失或賠償遭提起任何重大申索。此外，我們與供應商訂立的供應合約一般規定，向我們供應的任何產品的產品責任將由供應商承擔。於往績記錄期間，我們並

無遭受任何個別或整體而言屬重大的產品責任索償。為提升客戶對我們產品的滿意度，我們設有熱線及微信賬號處理我們的分銷商、經銷商及終端消費者的問詢或投訴。有關詳情，請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－產品質素對我們的業務至關重要。未能維持產品的質素、安全及有效性可能損害我們的聲譽，並對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響」一節。

獎項

截至最後可行日期，我們已就認可我們產品榮獲下述獎項：

證書／描述	頒獎機構	頒授年度
年度暢銷防彈咖啡	瑞麗潮流大番榜	2020年
品質卓越防彈咖啡	OnlyLady美容天后大賞	2020年
人氣口碑獎	太平洋時尚網美容風雲榜	2019年

知識產權

知識產權為我們成功的基礎，且對我們的成功而言至關重要，使我們能夠在瞬息萬變的市場中保持我們的競爭地位。我們的IP創造及營運能力使我們能夠創造、開發及擁有IP內容，尤其是與我們獨有的明星IP相關的內容。詳情請參閱本節「－我們的業務－IP創造及營運」一段。我們依賴商標、版權及專利法、保密合約安排、發明轉讓及與我們僱員及其他人士訂立的不競爭協議保護我們的專有權利。截至最後可行日期，本集團主要在中國註冊1,160個商標及155項版權（包括中國的軟件版權），我們亦正在申請及辦理其他知識產權的註冊。有關詳情，請參閱本招股章程附錄五「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」一節。我們認為我們的版權、商標及域名為支持我們品牌的獨特而寶貴的資產，有助於提升公眾對我們產品的

認知。基於我們中國法律顧問的意見且據我們深知及盡悉，只要我們遵守相關法律規定並根據適用的中國法律法規訂明的規定採取所有必要措施及提交相關申請，則我們於屆滿日期後重續商標或域名的註冊並無重大障礙。

為更好地保護我們的知識產權免受第三方侵權侵害，我們已實施多項措施並嚴格遵守相關內部協議及遵守相應的法律及法規。我們定期檢測第三方對我們知識產權的惡意註冊、電子商務平台上的仿造產品及內容，以及任何其他形式的侵犯我們知識產權的行為。由於我們的知識產權可能會遭第三方惡意註冊，我們會及時向主管政府部門註冊我們的知識產權。我們通過警告、通知、行政索償積極應對任何侵權行為，有時亦會提起訴訟。

此外，就我們的專有IP而言，我們的內部設計團隊在我們內部法律團隊的協助下仔細檢查我們新產品的原創性。我們的內部法律團隊亦負責知識產權相關事宜的註冊、諮詢及其他業務或法律支援。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們未與其他第三方發生任何知識產權方面的重大糾紛或任何其他未決的法律訴訟。就董事所深知，彼等並不知悉於往績記錄期間及直至最後可行日期有任何重大知識產權侵權的潛在或威脅訴訟及申索。

假冒產品

我們知道市場上存在若干印有我們品牌的假冒產品。更多詳情請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的品牌及產品或會被第三方假冒、仿造及／或侵權，且我們未必能夠阻止市場上假冒產品的存在」一節。

我們已採取多項內部控制措施，以防止假冒產品及我們的知識產權被侵犯，包括制定載有如何處理假冒產品及侵權事件的程序的內部政策，以及與專業的打假組織及專門研究知識產權法律的律師事務所合作(「**知識產權專業人士**」)。我們已在與僱員、分銷商及OEM供應商訂立的協議中加入保密條款。

我們在*天貓*經營一家旗艦店。除推出新產品及吸引新粉絲的主要功能外，其亦作為我們銷售產品的官方電子商務渠道。

除委派我們的業務合作夥伴(例如分銷商)監控侵權活動外，我們有一隻專門的團隊負責監察我們與假冒產品及侵犯知識產權有關的內部控制措施的執行情況，與外部知識產權專業人士協調解決與假冒產品有關的爭議並保護我們的合法權利，以及參與任何與假冒產品有關的潛在法律訴訟程序。知識產權專業人士負責識別市場上可能不時出現的任何侵權活動。此外，我們鼓勵分銷商及經銷商監控市場上的任何侵權活動並向我們報告，該等分銷商及經銷商組成廣泛的分銷網絡，該網絡共包括超過15,000家亦屬我們產品利益相關者的分銷商／經銷商。

當我們通過知識產權專業人士及分銷商／經銷商或我們自身通知得悉可能出現的侵權活動時，我們將驗證標的產品的真實性。倘標的產品被確認為假冒產品，則通過業務合作夥伴(在業務合作夥伴聘請有關知識產權專業人士的情況下)，我們可能會收集淘寶、拼多多及京東等主流電子商務平台的證據並對侵權事實進行公證。我們亦會與該等平台溝通並要求刪除相關假冒產品。

在適當的情況下，我們會通知相關部門(包括市場監管局及警察)存在此類假冒產品，及與彼等合作，並要求採取適當的行動(包括沒收假冒產品、對生產假冒產品的一方處以罰款並提起訴訟)。我們將繼續採取適當行動，保護我們的知識產權及產品免受潛在侵權。於往績記錄期間及直至最後可行日期，假冒產品對我們的業務、財務狀況或經營業績並無造成重大不利影響。

根據本集團法律合規部門和外部IP保護公司開展的監控活動，自2020年12月起已在主要電子商務平台上發現1,200多家網店銷售我們產品的假冒版本，其中部分產品的分銷範圍廣泛。截至2022年12月31日，我們已向當地市場管理局報告部分存在嚴重侵權行為的店舖並已對彼等(包括其供應商)提起約62起訴訟，(i)其中15起訴訟由我們與相關被告達成和解，同意向我們支付損害賠償約人民幣1.7百萬元；(ii)其中18起訴訟被裁定我們勝訴，裁定應向我們支付損害賠償約人民幣1.8百萬元；(iii)其中三起訴訟被我們撤回；及(iv)其餘訴訟仍在受理中。儘管我們在上述訴訟中申索的賠償金額微不足道，但我們認為我們有必要採取持續措施防止出現假冒產品及侵權行為，原因為該等措施對我們(i)保護及維護品牌聲譽；及(ii)減少假冒產品的商業威脅以便將我們的新零售產品的銷售虧損降至最低至關重要，乃因消費者一般無法以較低的價格購買假冒產品。除了保護我們的知識產權外，我們的執法行動亦為我們提供了有關我們產品潛在需求的寶貴信息，並深入了解接觸潛在消費者的方式。

僱員

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們分別共有68名、150名、190名及250名僱員。我們絕大部分僱員均駐於中國。下表載列於2022年12月31日我們按職能劃分的僱員明細：

	僱員人數
新零售業務	98
IT運營與維護	31
IP內容創作	17
IP授權	20
財務	9
設計	11
產品研發	8
人力資源與行政	14
法律合規	7
風險管理及內部控制	3
策略管理與融資	4
總裁辦公室	7
集團品牌	9
天賦星球相關事務	12
合計	250

我們的成功取決於我們吸引、挽留及激勵合資格人員的能力。我們已投入大量資源為本公司招募合適候選人，且我們主要透過網上渠道及社交網絡平台招聘僱員。此外，我們提供內部培訓課程計劃，涵蓋有關我們的業務營運、企業文化、產品及行業趨勢等主題，我們相信這將使我們的僱員能預期在本公司的職業道路及發展潛力。

根據中國法律法規的規定，我們參與各種政府法定僱員福利計劃，包括社會保險基金，即養老金計劃、醫療保險計劃、失業保險計劃、工傷保險計劃、生育保險計劃及住房公積金。根據中國法律的規定，我們必須按僱員工資、獎金及特定津貼的特定百分比向僱員福利計劃作出供款，最高金額以地方政府不時規定為限。

我們與永久僱員訂立標準僱傭合約及標準保密協議。

我們並無成立任何工會。我們認為，我們與全體員工維持良好的工作關係，且我們於往績記錄期間從未經歷任何重大勞資糾紛，亦從未於為我們的業務營運招聘員工時遇到任何困難。

我們已實施《新產品及助銷品開發流程》，以管理產品設計及開發活動。我們的產品開發團隊專注於開發新產品，包括健康管理產品及護膚品，以及拓寬現有產品的形式。上市後，我們計劃透過擴大內部團隊及與研究機構合作加強新產品研發能力。

保險

截至最後可行日期，我們已投購多項保單以防範風險及突發事件。我們認為，我們的保險範圍已提供足夠保障，原因為我們已投購中國法律法規所規定的所有強制性保單，並符合我們所在行業的商業慣例。我們已投購財產保險，其涵蓋固定資產，包括設備、傢俱及辦公室設施等。我們亦為僱員提供社會保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險及醫療保險。

根據中國的一般市場慣例，我們並無投購業務中斷保險或關鍵人員人壽保險。我們並無投購有關COVID-19疫情的保險。有關詳情，請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的業務保險範圍有限，這可能令我們面臨重大成本及業務中斷」一節。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無就我們投購的任何保單提出任何重大申索。

物業

自有物業

於2020年12月，我們與一名獨立第三方房地產開發商昆山嘉寶訂立買賣合約，以購買位於江蘇省昆山擬用作員工宿舍的一幢在建商業綜合樓宇的69個單元，總建築面積為3,507.63平方米，代價為人民幣53.5百萬元。於最後可行日期，我們已取得該等69個單元的業權證及相應的土地使用權證。於最後可行日期，該等69個單元均須按揭。根據我們中國法律顧問的意見，除按揭外，我們擁有上述單元的完全合法擁有權。

代價乃經各訂約方參考昆山嘉寶公佈的價格清單後公平磋商協定，並已以來自獨立第三方金融機構的按揭貸款撥付。

於2021年2月及隨後於2021年8月，我們已與昆山嘉寶分別訂立初步協議及買賣協議，以購買位於江蘇省昆山的同幢綜合樓的另外48個單元，總建築面積為3,166.26平方米，代價為人民幣50.0百萬元，將用作辦公室物業。於最後可行日期，由於施工工作剛剛結束，我們正進行相關竣工備案，故我們尚未取得前述48個單元的產權證及相應的土地使用權證。

代價乃經各訂約方參考昆山嘉寶公佈的價格清單後公平磋商協定。截至最後可行日期，我們已向昆山嘉寶結算代價。

有關詳情，請參閱本招股章程「財務資料－關聯方交易及結餘－與關聯方的結餘－非貿易性質－購買員工宿舍的預付款項」一節。上述所有物業均或將用於上市規則第5.01(2)條所界定的非物業活動。隨著我們的業務營運持續增長，我們將需要更多員工宿舍及辦公物業容納我們不斷擴大的員工團隊。在搜索可能的地盤後，我們認為上述物業為適合作此用途之場所，因為該等物業所處區域將成為發達的住宅商業區。

除仲量聯行企業評估及咨詢有限公司編製的物業估值報告中描述的物業權益外，根據上市規則第5.01B(2)(b)條，本集團並無構成我們非物業活動一部分且其賬面值超過總資產的15%或以上的其他自有單一物業權益。詳情請參閱本招股章程附錄三的物業估值報告。據我們的中國法律顧問告知，獲取業權證書方面並無法律障礙。

租賃物業

我們的主要行政辦事處位於江蘇省昆山的租賃物業，約1,050平方米。

截至最後可行日期，我們於昆山、北京、上海、廣州及杭州租用及佔用40項物業，總建築面積合計約為8,882.7平方米。我們的租賃物業乃向獨立第三方租賃，租期介乎11個月至三年。該等物業用作非物業活動（定義見上市規則第5.01(2)條）作辦公物業、倉庫及員工宿舍用途。

有關業主已正式取得34項租賃物業的業權證或相關授權文件。就餘下6項租賃物業(總建築面積合計為1,090平方米或佔我們租賃物業合計總建築面積的12.3%)而言，業主未能提供相關房屋所有權證，故該等租約可能存在無效的風險，因此，我們可能無法繼續佔用及使用該等物業。董事認為，我們個別或共同使用該等6項物業將不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。即使我們被要求遷離該等物業，我們相信我們將能輕易找到可供搬遷的可資比較物業，且我們就搬遷可能產生的成本及開支並不重大。截至最後可行日期，我們並不知悉有任何所有權爭議或糾紛或第三方申索，亦無被處以任何行政處罰。

此外，該等40項租約均未向有關主管部門登記。誠如我們的中國法律顧問所告知，根據《中華人民共和國民法典》，儘管租約尚未向有關主管部門登記，惟根據適用的中國法律及法規，該等租約仍屬有效且具法律約束力並可強制執行。誠如我們的中國法律顧問所告知，未辦理登記手續的各項租約或會被處以最高罰款人民幣10,000元，而估計最高罰款總額將為人民幣400,000元。

為確保持續遵守與已簽立租賃協議的登記手續有關的中國法律及法規，倘我們為已簽立租賃協議的租戶，我們將繼續尋求租賃物業的業主的配合，向中國相關政府機關登記已簽立租賃協議，並將採取多項風險控制措施，以降低未來有關監管風險。我們已制定一份載有詳細資料(包括辦公室物業的租賃登記狀況)的租賃物業清單，繼續與業主聯絡，以便辦理租賃物業的登記手續。董事確認，上述事實不會對我們的業務營運造成重大不利影響，原因為倘若我們須從該租賃物業搬遷，我們應可於短期內按可比條款找到合資格的替代物業，而不會產生重大額外成本。

截至最後可行日期，我們並無賬面值佔我們總資產的15%或以上的單一物業。因此，依據香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條訂明的豁免，我們毋須就我們的物業權益編製估值報告。

牌照、監管批文及許可證

截至最後可行日期，據中國法律顧問告知，我們已向相關機構取得對我們當前業務而言屬重大的所有必要牌照、批文及許可證。下表載列我們的重大牌照及許可證的詳情。

牌照／許可證持有人	牌照	頒發機關	生效日期	屆滿日期
昆山巨星行動	《食品經營許可證》	昆山市場管理局	2021年8月17日	2026年8月16日
昆山巨星行動	《國家特殊用途化妝品行政許可批件》	國家藥品監督管理局	2020年3月12日	2024年3月11日
北京巨星精湛	《營業性演出許可證》	北京市文化和旅遊局	2022年4月24日	2024年4月23日
昆山天賦星球	《營業性演出許可證》	昆山市文體廣電和旅遊局	2026年1月16日	2025年1月15日

據我們深知及盡悉，任何該等牌照、許可證及批准不存在於屆滿日期前被撤銷的重大風險。此外，基於我們中國法律顧問的意見且據我們深知及盡悉，只要我們遵守相關法律規定並根據適用的中國法律法規訂明的規定採取所有必要措施及提交相關申請，則我們於屆滿日期後重續上述牌照或許可證並無重大障礙。有關與獲取及重續牌照、許可證及批准相關的風險之進一步資料，請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們需要多項批准、牌照、許可證及登記以經營我們的業務，而未能取得或重續任何該等批准、牌照、許可證及登記或未能根據新頒佈的政府政策、法律或法規達成上述各項均可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響」一節。

法律程序及合規事項

截至最後可行日期，並無針對本集團或我們的任何董事的尚未了結或面臨威脅提起的訴訟或仲裁可能對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

經我們的中國法律顧問告知，我們的董事確認，本集團於往績記錄期間及直至最後可行日期已在所有重大方面遵守所有相關中國法律及法規，包括與網絡直播營銷有關的相關法規。

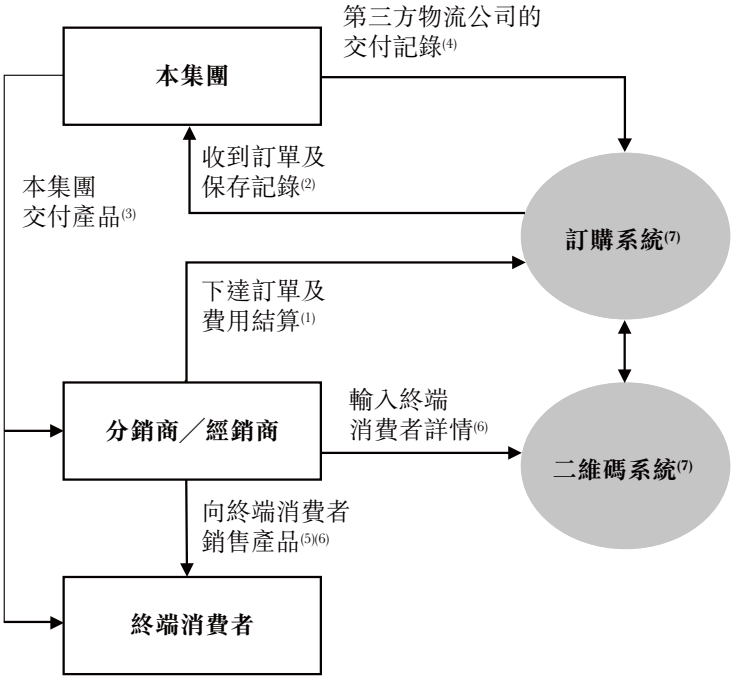
數據隱私及網絡安全

我們的信息技術系統對我們的業務營運而言至關重要，我們已實施多項數據保護措施及嚴格的內部協議，以確保我們專有數據的安全性。我們的信息技術系統的所有開發及維護目前由我們的內部系統運維部負責，而我們將若干技術營運外包予第三方服務供應商，以便更好地支持我們的信息技術系統的發展。例如，我們的雲端服務供應商採用多層防火牆防禦對我們數據的攻擊或未經授權訪問，並定期監控數據的訪問及就任何可疑或未經授權的訪問或攻擊向我們生成報告。

訂購管理系統

為支持我們透過分銷代理協作分銷模式進行銷售，我們運作有訂購管理系統，該系統提供一個集中系統管理我們主要產品的訂購及交付。訂購管理系統由兩個子系統組成，即(i)訂購系統，使我們的分銷商及經銷商能夠下發訂單及讓我們能夠記錄從倉庫交付至分銷商或經銷商的產品(即訂購系統)；及(ii)二維碼系統，其追蹤我們的產品從分銷商或經銷商至終端消費者的流動情況(即二維碼系統)。

以下說明訂購管理系統在分銷代理協作分銷模式下產品銷售及分銷中的運作方式：



(1) 我們的分銷商或經銷商須透過其各自於訂購系統內的賬戶訂購我們的產品。訂購系統亦允許經銷商向其各自於系統內的分銷商下達訂單，相關訂單將由其分銷商審批。一旦分銷商透過其自身於訂購系統內的賬戶下達訂單，該分銷商須透過在其各自於訂購系統內的賬戶參考該訂單，就該訂單支付預付款。

(2) 根據訂購系統內的記錄，我們能夠收到來自分銷商及經銷商的訂單，並將其訂單與相關結算記錄相匹配。

(3) 我們可以安排直接向分銷商或經銷商交付產品或(倘分銷商或經銷商要求)向終端消費者交付產品。

(4) 交付產品後，我們將能夠根據我們委聘的物流服務提供商的交付記錄追蹤訂單的交付及完成情況，並將該等記錄與我們訂購系統內的訂購記錄相關聯。

(5) 作為訂購管理系統的一部分，我們亦運作二維碼系統(即我們的產品追蹤系統)，其依賴於我們每盒產品上印製的獨一無二、可追溯及防偽的二維碼。倘我們的產品被交付予分銷商或經銷商，再由彼等轉交付予終端消費者，我們鼓勵分銷商及經銷商於緊接產品交付予其經銷商或終端消費者前掃描二維碼並透過二維碼系統記錄彼等的交易。然而，我們並不參與分銷商及經銷商掃描二維碼的過程。

(6) 對於涉及掃描二維碼向終端消費者作出的各次交付，分銷商及經銷商須在掃描二維碼時將相關詳細資料(包括終端消費者的姓名及電話號碼以及所購買的產品)輸入二維碼系統。只有在掃描二維碼並輸入所需終端消費者資料後，相關記錄才能存入二維碼系統。

(7) 由於兩個系統內的數據相關聯，因而我們能夠從下達訂單直至分銷商／經銷商向終端消費者作出銷售(倘彼等已執行二維碼掃描過程)的過程追蹤我們的產品銷售。

採用二維碼系統的理由

自2019年推出*魔胴*咖啡以來，我們主要出於以下目的實施二維碼系統：

(i) *追蹤存貨的動向*－在二維碼系統下，當我們的產品從製造商交付至本集團或我們的物流服務提供商的倉庫，然後從該等倉庫交付至分銷商或經銷商的指定地址時，產品包裝箱上印有的二維碼將被掃描；

(ii) *識別市場上銷售的任何假冒產品*－由於本集團大部分產品的包裝均含有二維碼，故透過二維碼系統應當能夠輕易識別市場中所發現源自本集團的產品。換言之，倘任何產品被懷疑是假冒產品，可以透過掃描其包裝上的二維碼輕易驗證，因為從訂購系統的銷售記錄中無法找到該產品的記錄；

(iii) *促進直接面向終端消費者的營銷活動*－作為我們營銷計劃的一部分，當該終端消費者的購買量達到我們不時進行的促銷活動中本集團要求的水平時，我們將安排直接向該終端消費者交付禮品。該等安排亦有利於我們的分銷商及經銷商增加促銷活動期間對終端消費者的銷量；及

(iv) *促進招募新經銷商並防止分銷商與經銷商之間的任何競爭(如適用)*－每名終端消費者的信息只能在二維碼系統的一名分銷商名下記錄。因此，通過掃描二維碼並記錄其終端消費者的詳細信息，分銷商及經銷商將能夠確保彼等各自的終端消費者其後不會通過其他分銷商或經銷商購買我們的產品。此外，倘終端消費者隨後成為經銷商，則有關記錄亦將用於驗證該終端消費者先前進行的購買，以使其有權成為合資格經銷商。

我們認為，上述因素亦會激勵分銷商及經銷商在向彼等各自的終端消費者交付產品時掃描二維碼系統中的二維碼。

我們認為，即使品牌擁有人具有其現有終端消費者的詳細聯繫方式，以便彼等可直接接觸該等終端消費者，但各行各業仍普遍採用分銷商分銷模式。鑒於我們對新零售分部的側重點在於通過產品設計及開發產生收入，即使我們擁有現有終端消費者的聯繫方式，但我們亦無意向及不具備所需資源(包括人力)將產品直接售予該等終端消費者或自行開發新的終端消費者。我們相信，分銷商及經銷商可直接接觸其客戶，不會就我們在不涉及彼等參與下使用終端消費者信息直接向終端消費者銷售產品方面有重大擔憂，但會因上述原因的激勵而掃描二維碼。

核實終端消費者信息

於2022年6月之前，我們並無對終端消費者的信息及／或分銷商及經銷商輸入的交付記錄進行任何交叉檢查，依據為我們考慮偽造二維碼系統記錄的風險相對較低，原因為(i)涉及掃描二維碼的分銷商、經銷商及終端消費者數目眾多；(ii)掃描記錄龐大；及(iii)分銷商及經銷商缺乏偽造相關記錄的動機。作為一項新增的內部控制措施，自2022年6月起，我們開始通過與選定終端消費者的電話訪談(根據分銷商或經銷商在二維碼系統中輸入的終端消費者電話號碼及相關交易記錄進行)，不時交叉檢查終端消費者的信息及／或分銷商及經銷商輸入的交付記錄，以確定從二維碼系統中所提取數據的準確性，並每月隨機抽樣核實及確認彼等的訂購詳情。

網絡安全審查辦法及網絡數據安全條例草案的影響

網絡安全審查辦法規定，掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台營運商須於國外上市前進行網絡安全審查。據我們的中國法律顧問告知，我們不大可能就建議上市被要求進行網絡安全審查，原因如下：(i)據我們的中國法律顧問於2023年3月9日與中國網絡安全審查技術與認證中心(其為主管機關)進行的電話諮詢，網絡安全審查辦法項下「國外上市」一詞豁免於香港上市時事前申報網絡安全審查的強制性義務；(ii)鑒於訂購系統及二維碼系統僅對我們的分銷商及經銷商而非公眾人士公開，且僅以促進訂購及交付產品以及保留業務營運中我們產品的銷售記錄為目的，我們並不屬於「網絡平台營運商」範疇；及(iii)我們並無掌握超過100萬用戶個人信息。

此外，截至最後可行日期，我們並無獲任何部門告知，根據網絡安全審查辦法的規定我們被歸類為關鍵信息基礎設施營運商。然而，網絡安全審查辦法下對於如何認定「影響國家安全」的內容並無明確解釋或說明，因此可能會遭有關政府部門發起網絡安全審查。

於往績記錄期間，我們通過訂購系統及二維碼系統收集分銷商、經銷商及終端消費者信息，僅以促進訂購及交付產品以及保留業務營運中我們產品的銷售記錄為目的。截至最後可行日期，我們並無涉及任何基於網絡安全審查辦法第10條所載因素可能引致國家安全風險的服務、產品或數據處理活動，並無處理超過1百萬名用戶的個人信息，亦未在此方面受到任何中國政府部門的問詢、調查、警告或處罰。基於上述，我們的中國法律顧問認為，截至最後可行日期，我們的業務營運及／或建議首次公開發售導致國家安全風險而使我們須進行網絡安全審查辦法及網絡數據安全條例草案項下網絡安全審查的可能性相對較低。基於上述分析及中國法律顧問的建議，董事認為，倘網絡安全審查辦法及網絡數據安全條例草案以現有內容實施，將不會對我們的業務營運或建議首次公開發售造成重大不利影響。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，(i)我們並未發生數據或個人信息洩露、違反數據保護和隱私法律法規的任何重大事故，亦未涉入政府主管部門或第三方對我們提起的或可能提起的調查或其他法律程序；及(ii)我們並未受到任何有關監管部門就違反網絡安全及數據保護法律法

規的任何罰款、行政處罰或其他處罰，或收到任何問詢、通知或警告，且並未涉及網信辦就網絡安全審查進行的任何調查。此外，我們已制定全面且嚴格的數據保護計劃並已實施全面、嚴格的內部政策、程序及措施，以確保我們於數據保護方面的合規。此外，我們將(a)密切關注及評估有關網絡安全及數據保護的監管變化；(b)及時調整並優化我們在數據保護方面的實踐，以遵守新法律法規提出的新要求；(c)持續改進我們的數據安全保護技術及內部控制程序，並在需要時聘請外部專業顧問就網絡安全及數據保護規定向我們提供建議；及(d)主動與網信辦地方分支機構保持溝通(如需)。基於上述，倘網絡數據安全條例草案以現有內容實施，董事及我們的中國法律顧問預計我們於所有重大方面遵守網絡安全審查辦法及網絡數據安全條例草案的規定並無任何重大障礙。

基於有關上文的資料，包括董事評估及中國法律顧問意見，獨家保薦人認同上文所述董事意見。

其他信息技術系統

此外，我們通過包括加密、防病毒軟件和防火牆在內的各種技術維護信息技術系統的安全性，涵蓋網絡安全、應用程序安全、數據安全及終端安全性。此外，我們定期為員工提供信息安全培訓，以提高彼等對信息安全的認識及改善信息技術風險管理的實施。

於往績記錄期間，我們的用戶數據並未遭遇任何重大信息洩漏或丟失。有關我們信息技術系統風險的更多詳請，請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的系統及網絡的安全漏洞及攻擊可能導致我們所收集的數據及資料洩漏及未經授權披露，因而可能損害我們的品牌形象、業務及經營業績」及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－未能成功運作及升級我們的資訊系統及程序，以及無法及時實施新技術，或會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」兩節。

競爭

由於基於社區的社交電商行業相對分散，我們與眾多市場參與者進行競爭。我們認為，我們主要於收購及聘用、產品質量控制、品牌知名度及分銷能力等方面存在競爭。

我們認為，基於上述因素，我們與其他競爭對手競爭處於有利地位。然而，我們無法保證我們能夠預測競爭對手於該等領域所採取行動的時機、規模及有效性，或預測新參與者進入市場的時機及影響，而我們當前／未來的競爭對手可能較我們擁有更悠久的運營歷史、更強的品牌知名度、更好的供應商關係、更龐大的用戶群或更雄厚的財務、技術或營銷資源。有關與我們競爭地位相關的其他風險，請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－基於社交媒體的新零售行業競爭激烈。倘我們未能與現有或新競爭對手有效競爭，我們可能失去市場份額，而我們的業務、經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響」一節。有關中國社交電子商務業務的競爭格局的更多詳情，請參閱本招股章程「行業概覽－中國的社區社交電子商務行業－競爭格局」一節。

環境、社會及管治

我們的業務一般須遵守多項中國國家、市級及地方環境、健康及安全法律法規。然而，由於我們的業務性質使然，我們並無經營任何生產設施，我們並無排放或產生對環境有害的任何工業廢料或污染物。經中國法律顧問確認，我們毋須取得適用於中國環保法律法規的任何批文或證書。

儘管我們直接造成環境影響，但我們認識到我們的企業社會責任是推動本集團長期發展的關鍵驅動因素。因此，我們已將環境、社會及管治(「**環境、社會及管治**」)事宜納入企業管理及運營，並承諾在上市時遵守環境、社會及管治報告要求。

我們正根據上市規則附錄二十七制定環境、社會及管治政策，其中包括(i)環境、社會及管治政策及表現，(ii)環境、社會及管治管理策略，及(iii)環境、社會及管治風險管理及監控。我們專注於經濟責任、員工責任、客戶責任、環境責任及公共責任等領域。我們亦計劃與利益相關者建立溝通渠道，以便我們可審查利益相關者的重要問題，並監控我們的環境、社會及氣候相關績效如何影響不同的利益相關者。

社會事宜

我們致力為僱員提供安全健康的環境。為確保遵守適用法律及法規，我們已制定工作場所安全政策及程序，以建立良好和諧的工作環境。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無因不遵守有關工作安全、社會或環保等法規而遭罰款或其他處罰，而我們的僱員亦無發生任何事故或提出有關人身或財產損失的索賠而對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

此外，我們致力於為僱員提供公平及關愛員工的工作環境。我們擁有平等的機會及反對歧視。我們根據僱員的優點聘用僱員，我們的公司政策是為僱員提供平等的機會及公平的報酬。我們鼓勵受到任何歧視的僱員尋求即時幫助，這亦使我們能夠根據需要進行及時調查及跟進。此外，我們亦為僱員提供有關行業和監管發展的培訓計劃。

我們認為，為社區作出貢獻並支持下一代的未來發展為我們的責任所在。其中，我們於2020年向中國內地的一家教育基金合共捐款人民幣1.0百萬元，為購買通用儀器及設備提供資金。

環境事宜

我們致力於管理與我們的運營相關的環境影響，並竭力將對環境的負面影響降至最低。我們的經營活動主要消耗電力、紙盒和保鮮膜。我們目前的環境足跡相對較小，我們的運營對環境並無重大影響。儘管如此，我們堅持綠色管理理念，在經營中積極尋求低碳可持續發展。我們辦公場所的能源消耗是我們運營中範圍2溫室氣體排放的主要來源。我們將實施監測及控制電力消耗的政策。有關詳情，請參閱下文「環境、社會及管治—識別及評估環境、社會及管治風險及問題－環境、社會及管治相關指標與目標」一段。我們亦於業務營運中盡可能遵循「3R」環保方針，即減少廢物、資源再利用及回收廢舊材料，以示關愛環境。我們於我們的運營中委聘第三方製造商及物流服務提供商。為減少範圍3溫室氣體排放，我們已採取措施，促使供應商加快使用更可持續的組件，例如使用環保包裝材料，如生物降解紙質包裝材料。為了進一步減輕包裝對環境的

影響，我們促使供應商盡量使用最少的包裝材料來包裝我們的產品。我們亦採取措施，將一次性包裝轉為可重複使用的包裝，如重複使用紙盒，並將部分包裝紙盒替換為回收紙盒。有關進一步詳情，亦請參閱下文本節「環境、社會及管治－供應鏈管理及產品安全」一段。

此外，當我們在交付過程中委聘第三方物流服務提供商時，除了採購中的傳統參數(如價格、質量及可得性)外，我們注重該等服務提供商的環境、社會及管治表現。例如，我們將根據環境及社會準則對物流服務提供商進行評估，優先考慮該等通過使用環保包裝材料、產生更少的溫室氣體、消耗更少能源或達到相關國際標準化組織(「**ISO**」)標準而對環境影響較小的服務提供商。

我們將不時評估並在必要時尋求更合適的服務提供商。我們將密切關注相關行業發展，適時根據市況或行業標準的變動改進管理。

供應鏈管理及產品安全

我們委聘第三方製造商生產於我們新零售業務下的產品。我們根據生產管理、質量控制流程、交貨及其他售後服務對我們供應商進行評估，並要求我們的供應商向我們提供有關彼等製造實踐相關的證書及資質，例如生產質量管理規範(GMP)及ISO。我們亦於選擇供應商時考慮彼等社會、環境及管治表現，並優先考慮使用環保包裝材料、產生較少溫室氣體、消耗較少能源資源或達到相關ISO標準而對環境影響較小的供應商。我們亦獲得相關政府對我們主要供應商的環境影響審查的批准，以評估及監測彼等的社會、環境及管治表現。據董事所知，產品的第三方製造商於往績記錄期間並無任何重大社會、環境及管治問題。我們將繼續監測第三方製造商生產的產品質量。我們的供應商須向我們提供每一份訂單的內部質量控制報告，且我們亦與外部質量檢測公司合作，對供應商所供應的產品進行抽樣年檢。我們亦定期對主要供應商進行實地臨時檢查。有關詳情，請參閱本節「質量控制」一段。

識別及評估環境、社會及管治風險及問題

根據管理層的判斷並參考外部知名機構提供的重要性圖譜，包括明晟(MSCI)的環境、社會及管治行業重要性圖譜及可持續會計準則委員會(SASB)的SASB重要性圖譜，我們識別了以下與我們業務高度相關的重要環境、社會及氣候相關問題以及其各自的潛在影響：

重大問題	潛在風險
產品安全及質量	我們的產品安全指南及政策、標準及程序、檢驗及檢查以及適當產品安全保障相關培訓等可能不夠充分。因此，我們可能面臨遭消費者投訴或政府處罰的風險，且我們的聲譽可能會受到不利影響。
供應鏈管理	對採購負責及供應鏈管理健全，對於我們確保供應鏈中產品質量可靠及可持續性至關重要。如果我們無法選擇優質的第三方供應商或對供應鏈中的不同方進行監控、審計及管理，則我們可能會面臨供應商不遵守適用法律法規及出現不道德行為的風險，從而可能削弱我們的競爭力並有損我們的聲譽。
氣候變化的物理影響	氣候變化可能會導致出現天氣條件更極端等風險。洪水、颱風、風暴和其他極端天氣條件及自然災害可能導致原材料價格波動、供應波動以及對我們的辦公設施及供應商設施造成物理損壞，對我們的員工構成安全風險並導致供應商延遲交付產品等後果。

我們已制定各種緩解措施及舉措，以防止及管理環境、社會及管治相關問題的風險，以免對我們的運營造成不必要的影響。為減輕氣候相關風險，例如更頻繁的極端天氣狀況，我們制定針對極端天氣狀況的應急計劃，及時通知僱員及其他人員採取任何相關措施。為確保所有人員為極端天氣狀況做好充分準備，我們定期進行疏散演習。

此外，我們願意諮詢第三方專業實體，以提升其排放披露的合規性及質量，並定期與不同的利益相關者就彼等對氣候相關問題的觀點進行溝通。

環境、社會及管治相關指標與目標

由於我們的業務無關製造及生產，且大部分資源由我們的供應商及第三方物流服務提供商提供，因此我們的運營不會對環境產生任何直接負面影響。然而，我們將對自身進行監管，以減少運營中對環境的間接負面影響。於實施我們的環境、社會及管治相關戰略中，我們將使用若干關鍵績效指標(「**關鍵績效指標**」)，每年評估我們的環境、社會及管治表現，以幫助確保我們達到目標並於必要時採取糾正措施。

我們辦公場所的能源消耗是我們間接溫室氣體排放的主要來源。考慮到我們業務運營的性質，董事會認為電力消耗是我們評估環境、社會及管治表現的關鍵績效指標。下表載列我們於往績記錄期間在中國辦公場所電力消耗的資料：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(千瓦時)			
總消量	60,094	107,027	78,630	258,791
每個僱員的平均消量*(附註)*	1,167	1,070	491	1,232

*附註：*根據總消量除以於各財政年度開始及結束時中國辦公室僱員的平均人數計算。

我們預計我們的總用電量於未來三年內增加，原因為我們將通過直播帶貨及其他線上營銷活動擴大我們的業務運營。然而，我們將實施政策，以監測及控制我們的用電量。考慮到我們僱員人數的預期增長及通過直播帶貨及其他線上營銷活動擴大業務運營，我們的目標是將中國辦公室僱員的年平均用電量維持在2,000千瓦時。

展望未來，董事會將繼續監察業務的環境、社會及管治影響，並參考上市規則附錄二十七的披露規定，為每個財政年度的重大關鍵績效指標設定指標及目標。

為了更好地保護環境，我們在運營(包括產品設計)中逐步採取更可持續及環保的措施。具體而言，除我們的用電目標外，我們就環境、社會及管治表現制定了以下目標：

- 執行回收政策，確保2024年底前至少80%的產品包裝盒將由本集團或具備資質的第三方收集及回收；

- 改進我們產品的設計，到2025年底，至少有20%的產品採用及使用環保及／或可生物降解的包裝材料；

- 更多地使用線上營銷推廣，降低線下營銷活動的資源消耗水平；

- 到2023年底全面推行利用線上系統處理內部行政程序以減少紙質文件的使用，同時促進雙面打印以防止紙張浪費；

- 於2024年底前將辦公場所的所有高能耗照明設備更換為高效能照明設備(如LED燈)；

- 為內部團隊創建記錄系統，以監測及記錄本集團的相關環境指標，如電力及水消耗，以便進行日後改進及於2023年底進行報告；及

- 通過要求我們的全體供應商及／或服務提供商於2025年底前自第三方取得相關質量認證全面實施我們於原材料採購方面的環境、社會及管治政策。

我們將定期審查實現目標的進展情況，並與關鍵利益相關方保持溝通，以更全面地瞭解我們環境、社會及管治表現的主要指標。

風險管理及內部控制

我們已設立風險管理及內部控制系統，包括我們認為對我們的業務營運屬適當的政策及程序。尤其是，我們已於業務營運的各個方面採納及實施風險管理政策。

財務報告風險管理

我們已就財務報告風險管理採納全面的會計政策，如財務管理、預算管理及財務報表編

製。我們亦已制定程序以執行該等會計政策，且我們的財務部門會根據該等程序審查我們的管理賬目。此外，我們向財務人員提供持續培訓，以確保該等政策得到良好遵守及有效實施。

營運風險管理

新零售分部

據中國法律顧問告知，根據《中華人民共和國食品安全法》及其他相關中國法律及法規，保健食品為聲稱具有特定功能的食品，屬於國務院食品安全監督管理部門會同《中華人民共和國食品安全法》授權的其他政府主管部門公佈的目錄，其生產及銷售應當向政府主管部門登記或備案。

我們已在不同階段(例如本集團健康管理產品的原材料採購、研發、製造、廣告、銷售及分銷)採取多項內部控制措施，以確保其不會被分類為中國相關法律法規規定的保健食品，包括(其中包括)(a)聘請法律顧問檢查包裝的產品描述及廣告材料是否符合適用法律；(b)我們在研發階段對產品的成分或配方進行嚴格的篩選或制定，完全符合法律規定；及(c)與第三方製造商溝通並要求其提供內部質量控制報告，以確保製造過程的合規性。

根據上文所述及中國法律顧問的意見，董事確認我們的健康管理產品不屬於上述任何適用的中國法律法規規定的保健食品目錄，因此，董事認為，且中國法律顧問同意，我們的健康管理產品不應被視為保健食品，其應受《中華人民共和國食品安全法》及其他適用法律法規的規管。

IP創造及營運分部

為有效管理我們的合規及法律風險，我們已採取內部程序，以確保我們的業務運營符合相關的規則及規例，包括專門的措施以確保遵守有關直播營銷及中國娛樂業的法規，例如(i)指定法律合規部門的主任密切監察相關法律法規的任何變更，並提請高級管理層注意有關變更，以討論我們面臨的風險及應對有關變更的計劃；(ii)定期就有關法律法規的任何變更向我們的法律顧問

進行諮詢(至少每半年一次)；(iii)密切監察與我們有工作關係的明星及KOL在公共領域的行為，並存置遭有關當局警告或列入黑名單的明星及KOL名單；及(iv)倘我們發現明星或KOL的內容或促銷違反我們與彼等的協議，則我們終止與有關明星或KOL的合作或採取其他紀律處分。

根據與明星及KOL合作的內部指引，我們與明星及KOL簽訂的協議要求彼等確保在直播中推廣的產品相關資料屬真實，無誤導成分，並符合所有中國法律法規。我們應促使及時刪除任何虛假或誤導性資料。根據該等程序，我們的法律及合規部門會在我們訂立任何合約或業務安排之前，審查合約條款及審閱業務運營的所有相關文件，包括交易對手方為履行其於業務合約下的義務而獲得的牌照及許可，以及所有必要的相關盡職調查材料。

為確保其於直播環節中所推廣產品相關的資料屬真實、並無誤導且符合所有中國法律法規，除依賴對明星及KOL的合約責任外，我們將(i)於委聘明星及KOL前評估彼等的聲譽，(ii)向明星及KOL提供如何推廣我們產品的指引，(iii)安排員工抽樣觀看及監測明星及KOL的直播。倘我們發現明星或KOL在直播環節期間提供有關我們產品推廣的不準確或誤導性資料，及／或我們收到任何第三方的類似投訴，我們將採取適當措施，例如終止與該明星或KOL的合作及／或將其列入黑名單。我們相信，即使我們現有明星或網紅的任何聲譽受到法規的影響，我們亦可與大量明星或網紅合作。截至最後可行日期，據我們經作出審慎周詳查詢後所深知，我們與之合作或正在協商進行合作的明星及KOL概無從事加強管理通知及適用於直播活動的其他規則及法規所禁止的任何活動。

人力資源風險管理

我們已制定涵蓋人力資源管理各個方面(如招聘、培訓、職業道德及法律合規)的內部控制政策。我們採用高招聘標準，訂有嚴格的程序，以確保新聘員工的質素。我們的內部管理政策載有關於最佳商業慣例、職業道德以及防止欺詐、疏忽及腐敗的指引。我們亦已提供匿名舉報渠道，據此能夠及時向內部控制部門報告本集團內的潛在欺詐事故，並採取適當措施以將損害降至最低。

審核委員會經驗及資質與董事會監察

我們設有審核委員會以持續監督風險管理政策的落實情況，以確保我們的內部控制制度能有效地識別、管理及減低業務營運所涉及的風險。審核委員會由三名獨立非執行董事組成。有關審核委員會成員的專業資質及經驗，請參閱本招股章程「董事及高級管理層－董事會」一節。

我們的高級管理層負責檢討內部控制的成效，並向審核委員會報告發現的任何問題。審核委員會其後會對問題進行討論並向董事會匯報(如必要)。

持續監察風險管理政策實施情況的措施

我們的審核委員會及內部控制部門會持續監察我們的風險管理政策在本集團內的實施情況，以確保我們的內部控制制度能有效地識別、管理及減低我們營運所涉及的風險。

緒言

於往績記錄期間，我們聘請昆山汀奢作為我們*魔胴*咖啡的分銷代理，並根據分銷代理協助分銷模式銷售其他昆山汀奢分銷產品。根據該分銷模式，昆山汀奢負責(其中包括)相關產品銷售分銷網絡的發展及管理。於截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們於分銷代理協助分銷模式下的昆山汀奢收入分別為人民幣71.0百萬元、人民幣340.8百萬元、人民幣254.3百萬元及人民幣167.7百萬元，佔相應年度新零售業務收入的89.0%、93.3%、84.4%及69.8%。

導致我們與昆山汀奢訂立分銷安排的背景

昆山汀奢是我們的首家分銷代理，亦為我們最大分銷代理。當我們於2019年引入分銷代理協助分銷模式時，我們於2019年6月單獨成立昆山汀奢，作為我們擁有80%權益的附屬公司，我們將其指定並定位為*魔胴*咖啡(由我們的全資附屬公司昆山巨星行動供應)的分銷代理。昆山汀奢由李婷領導，主要從事開發及管理*魔胴*咖啡的分銷網絡，並為我們的分銷商提供主要關於銷售及營銷技巧的培訓。此外，鑒於昆山汀奢於相關時間作為本公司的附屬公司直接管理及聯繫分銷商，我們指派昆山汀奢為負責向我們的分銷商銷售*魔胴*咖啡的實體，因此，作為我們內部集團公司間安排的一部分，昆山汀奢向昆山巨星行動購買*魔胴*咖啡，以供轉售予我們的分銷商。

法律及合約關係

為規範昆山巨星行動與昆山汀奢之間的上述業務、法律及內部集團公司間關係，(i)昆山巨星行動與昆山汀奢訂立總經銷協議，當中訂明賣方(昆山巨星行動)與買方(昆山汀奢)之間的合約關係；及(ii)昆山汀奢與我們的分銷商訂立經銷協議，由此確立賣方(昆山汀奢)與買方(我們的分銷商)之間的合約關係(而我們的分銷商進而與經銷商訂立協議，由此確立賣方(我們的分銷商)與買方(經銷商)之間的合約關係)。因此，經銷商將與我們的分銷商結算購買價，而分銷商又與昆山汀奢結算相關金額。昆山汀奢隨後根據總經銷協議與我們結算產品價格。有關我們結算安排的詳情，請參閱本節下文「本集團、昆山汀奢與分銷商之間的結算安排」一段。該安排隨後已拓展至其他昆山汀奢分銷產品在其各自正式推出後的銷售及分銷。

從會計處理角度出發的關係

儘管昆山巨星行動、昆山汀奢及分經銷商之間存在上述法律及合約關係，基於以下事實以及昆山巨星行動及昆山汀奢各自在分銷代理協助分銷模式中的角色，根據香港財務報告準則(「**香港財務報告準則**」)第15號，從會計處理的角度，昆山巨星行動被視為賣方，昆山汀奢被視為代理，而我們的分銷商被視為我們的客戶，這符合我們成立昆山汀奢時的經營初衷，理據如下：

- 根據香港財務報告準則第15號，實體所確認向客戶轉讓承諾貨品或服務描述之收益金額，應為能反映該實體預期就交換該等貨品及服務而有權獲得之代價。本集團與昆山汀奢訂立的總經銷協議；及昆山汀奢與我們的分銷商訂立的經銷協議僅載有有關訂約方之間交易的框架且並無訂明個別交易的詳情。因此，僅憑有關協議的存在無法根據香港財務報告準則第15號確定客戶的身份，原因在於無法確定將予轉讓特定貨品的各方權利及義務。相反，分銷商通過訂購系統下達的訂單包含將予交易產品的詳情且我們承諾履行該訂單的所有義務，從而在本集團與分銷商之間建立可執行的權利及義務，從而被視作香港財務報告準則第15號項下的合約；

- 昆山汀奢分銷產品的售價及向我們分銷商提供的任何折扣由昆山巨星行動釐定，而非昆山汀奢。昆山汀奢無權釐定昆山汀奢分銷產品的售價且其須嚴格遵守昆山巨星行動釐定的售價。於*魔胴*咖啡售予我們的分銷商後，除非獲得我們的事先批准，否則我們的分銷商僅能夠在遵守我們的定價指引的情況下，酌情設定向經銷商及其終端消費者銷售*魔胴*咖啡的價格，且我們的分銷商為向經銷商及終端消費者提供*魔胴*咖啡的第一責任人；

- 昆山巨星行動(而非昆山汀奢)負有向我們各分銷商提供昆山汀奢分銷產品的首要責任。昆山汀奢於整個過程中從未控制或擁有貨品。我們的分銷商一經於我們的訂購系統下達訂單，昆山汀奢分銷產品將由我們委聘的獨立物流服務提供商直接從昆山巨星行動的倉庫交付予我們分銷商的指定地點。昆山汀奢不持有昆山汀奢分銷產品的任何存貨且不承擔安排中的任何存貨風險；及

- 當一盒昆山汀奢分銷產品由我們委聘的獨立物流服務提供商交付予分銷商並獲其接收(或分銷商或經銷商指定的地址)時，該盒已售產品的合法所有權將轉至該分銷商，隨後該分銷商將承擔與該盒已售產品有關的所有存貨風險。除產品交付後30天內的瑕疵產品退貨須分銷商提供相關詳細資料及證明外，在《消費者權益保護法》規定的7天退貨期後，任何產品不可退還予我們。我們將不會向分銷商收回任何未出售的產品。有關更多詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－分銷代理協助分銷模式－我們的分銷網絡管理－(I)退貨政策」一節。

因此，我們僅在昆山汀奢分銷產品由我們聘用的獨立物流服務提供商交付予我們的分銷商並獲其接收(或我們的分銷商或經銷商指定的地址)時確認收入。有關會計處理的進一步詳情，請參閱本節下文「與銷售昆山汀奢分銷產品相關的會計處理」一段。

出售昆山汀奢(作為我們的附屬公司)，並繼續聘請其作為我們的分銷代理

於2020年5月，我們剝離我們於昆山汀奢的權益。有關出售的背景及理由，請參閱本招股章程「歷史、發展及重組－我們的歷史及發展－我們的主要附屬公司－昆山汀奢－出售我們於昆山汀奢的權益」一節。

我們認為，計及以下各項，即使在出售昆山汀奢後，繼續聘請昆山汀奢作為分銷代理，並維持(a)昆山巨星行動與昆山汀奢；(b)昆山汀奢與我們的分銷商；以及(c)我們的分銷商與彼等的經銷商之間的上述法律及合約關係及協議，以及根據上述安排作出的付款安排仍然符合本集團及股東的整體最佳利益：

(i) 本集團與昆山汀奢就分銷代理協助分銷模式的運作建立了良好的互信，以及昆山汀奢已妥為設立昆山汀奢、分銷商及經銷商之間的定價安排並運營良好；

(ii) 本集團準備出售昆山汀奢，以便專注於核心業務；

(iii) 在出售昆山汀奢之前及之後，我們與我們的分銷商概無任何直接的合約關係。因此，董事認為，即使完成出售昆山汀奢後，昆山汀奢不再為本集團的成員公司，即使本集團與分銷商並無直接的合約關係而令昆山汀奢不再為我們的分銷代理，分銷代理協助分銷模式的運作亦不會受到不利影響。為降低昆山汀奢對我們的風險，(a)我們與昆山汀奢訂立聯合控制賬戶協議(請參閱本節「昆山汀奢違約風險的控制措施－(a)聯合控制賬戶」一段)；及(b)倘昆山汀奢不再是我們的分銷代理，昆山汀奢有義務終止其與分銷商訂立的分銷協議，並促使該等分銷商與本集團或我們指定的第三方訂立分銷協議(或我們要求的其他協議)；及

(iv) 鑒於該分銷模式已包括大量分銷商及經銷商，不再委任昆山汀奢為我們的分銷代理或對分銷代理協助分銷模式的運作作出任何重大改變，可能會對我們的業務及財務表現造成重大不利變化，並會破壞我們出售昆山汀奢的意向。

除作為我們的分銷代理外，我們的若干產品(如*LA DEW*品牌旗下的護膚品)乃透過昆山汀奢銷售予我們的分銷商，而毋須不時支付任何折扣、獎勵及費用。

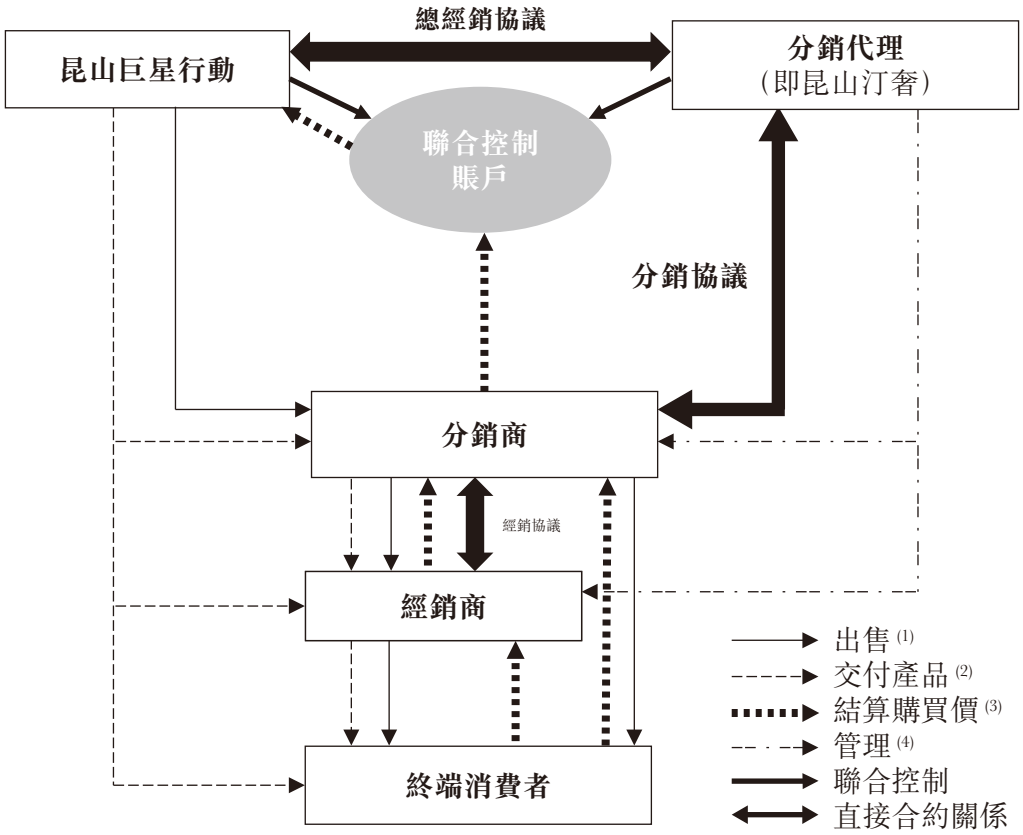
於出售昆山汀奢前，由於昆山汀奢仍為我們的附屬公司，我們共享辦公室及員工資源以支持昆山汀奢的行政(包括人力資源及審計)、銷售及營銷工作(包括協助昆山汀奢向分銷商及經銷商提供培訓)。於有關出售後，我們不再與昆山汀奢共享辦公室且不再向其提供行政支持，而昆山汀奢已租賃其自用辦公室及招募其自有僱員。下表載列於截至2022年12月31日止四個年度分銷代理協助分銷模式下負責管理我們的分銷商及經銷商的人數：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
昆山汀奢的僱員及高級管理層(包括李婷)	1	9	17	13
具有管理職責的選定分銷商*(附註)*	–	13	15	21

*附註：*於有關出售後，隨著分銷網絡規模的不斷擴大，除昆山汀奢及李婷外，若干選定分銷商亦已承擔擴大及管理分銷網絡的管理職責。

業務流程及主要參與者

下圖說明我們在昆山汀奢分銷產品方面的分銷代理協助分銷模式：



附註：

(1) 我們的銷售收入於向分銷商、經銷商及／或終端消費者(視情況而定)交付產品後確認。

(2) 本集團負責向分銷商或經銷商交付我們的產品。我們亦可能按分銷商或經銷商的具體要求不時安排直接向終端消費者交付。倘我們的產品交付予分銷商或經銷商以供其於隨後交付予終端消費者，我們鼓勵我們的分銷商及經銷商於緊接交付予經銷商或終端消費者之前使用我們的二維碼系統掃描二維碼。有關二維碼系統的詳情，請參閱本招股章程「業務—數據私隱及網路安全—訂購管理系統」一節。

(3) 我們產品的購買價將通過分銷商向聯合控制賬戶轉賬的方式結算，該賬戶於我們出售昆山汀奢後自2020年6月1日以來一直由我們與昆山汀奢聯合控制。有關詳情，請參閱本節下文「本集團、昆山汀奢與分銷商之間的結算安排」一段。

(4) 昆山汀奢負責開發及管理我們產品的分銷商及經銷商，包括向分銷商及經銷商提供有關銷售及營銷技巧的培訓並監督彼等的表現。

與昆山汀奢的總經銷協議

我們於2021年9月24日與昆山汀奢就昆山汀奢分銷產品訂立總經銷協議(經日期為2022年10月31日的補充協議補充)，規範昆山汀奢與我們之間的安排。於往績記錄期間，我們透過昆山汀奢銷售的產品主要包括*魔胴*咖啡，其次是其他昆山汀奢分銷產品。以下概述我們總經銷協議的主要條款：

地域排他性：昆山汀奢僅可通過中國境內的社交電子商務渠道開展分銷代理協助分銷模式下產品的分銷業務。

產品供應及付款：我們根據相關協議訂明的價格向昆山汀奢供應產品。昆山汀奢應結算付款，並在接獲我們的書面通知後，將有關款項匯至我們的銀行賬戶。

保證金：總經銷協議規定，除聯合控制賬戶資金外，昆山汀奢須向我們繳納保證金人民幣50.0百萬元，旨在減少其結餘以及不時向我們應收昆山汀奢的款項。於2022年10月，我們訂立總經銷協議的補充協議，其規定昆山汀奢將不再需要向本集團維持人民幣50.0百萬元的保證金，原因是我們自2022年11月以來開始每日與昆山汀奢進行結算。

最低銷量：總經銷協議規定，昆山汀奢承諾實現最低年銷量2,000,000盒*魔胴*咖啡，而昆山汀奢應付我們的最低銷售金額為人民幣210百萬元。倘未達到最低銷售金額，我們有權於發出30天通知的情況下單方面終止總經銷協議。

定價：昆山汀奢須遵守全國統一定價準則。倘特定市場需要進行調整，則可在獲得我們事先批准的情況下進一步修改售價。有關詳情，務請參閱本節「與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一段。

銷售及營銷業務：昆山汀奢應嚴格遵守有關中國法律法規，且在銷售產品的過程中不得從事任何非法、不當、誤導及虛假廣告宣傳。此外，昆山汀奢應遵守銷售政策和分銷程序。昆山汀奢亦負責評估有關銷售政策及程序，並向分銷商提供指引，以遵守有關政策及程序。未經我們事先書面批准，禁止以我們的名義舉行任何形式的線上或線下營銷活動或事件，不論是否與我們的業務有關。

合約期限：總經銷協議期限為五年，並於屆滿日期後自動續期五年，除非我們事先書面通知昆山汀奢將不會續期該協議。

轉讓：若總經銷協議解除或終止，我們或我們的指定第三方將承接及管理昆山汀奢經銷渠道。昆山汀奢應與我們或我們的指定第三方合作協助處理任何移交事宜。未經我們事先書面同意，昆山汀奢不得將其於總經銷協議下的任何權利或義務轉讓予任何第三方。

變更經銷代理：根據總經銷協議，倘昆山汀奢不再分銷我們的產品，昆山汀奢分銷渠道的管理權利及義務將轉移至我們或我們指定的各方。

倘昆山汀奢分銷渠道的管理權利及義務轉讓予其他方，分銷商同意彼等將配合昆山汀奢或其受讓人採取必要措施完成指讓或轉讓。我們將立即物色有能力履行該等職能的候選替代者，該等候選替代者包括市場上具有類似經驗及專業知識的表現良好的其他分銷商或其他服務提供商所控制的實體，而於此情況下，倘聘請替代的分銷代理取代昆山汀奢，我們預計我們根據分銷協議分銷昆山汀奢分銷產品的基本政策及機制不會發生重大變化。此外，我們並無任何計劃透過分配內部人力資源以管理我們的分銷商，原因為此舉不符合我們的業務策略。

昆山汀奢違約風險的控制措施

我們對與昆山汀奢的業務關係保持關鍵控制，包括：

(a) 聯合控制賬戶

昆山汀奢於2020年5月31日不再為我們的附屬公司。鑒於根據昆山汀奢與分銷商於出售昆山汀奢之前訂立的分銷協議，昆山汀奢與分銷商之間就銷售昆山汀奢分銷產品存在的合約買賣關係，於緊接我們出售昆山汀奢前及緊隨其後，昆山汀奢繼續作為法人實體，主要負責向分銷商收取採購預付款項。

根據結算安排，為更好地控制昆山汀奢就分銷昆山汀奢分銷產品而收取的現金，並減少我們應收昆山汀奢款項(即昆山汀奢對我們的信貸風險)，我們與昆山汀奢訂立聯合控制賬戶協議。根據有關聯合控制賬戶協議，指定用於收取昆山汀奢分銷產品付款的聯合控制賬戶由我們及昆山汀奢聯合控制。自2022年11月起，昆山汀奢同意於緊隨預付款日期後的下一個工作日就自分銷商收取預付款項向我們轉賬應付款項。有關本集團、昆山汀奢與分銷商之間的結算安排詳情，請參閱本節「本集團、昆山汀奢與分銷商之間的結算安排」一段。

以下概述聯合控制賬戶協議的主要條款：

賬戶性質：唯一目的為存入來自分銷商的預付款項及保證金。

賬戶的法定所有權：根據下文共同管理安排，聯合控制賬戶的法定所有權歸屬於昆山汀奢。

聯名管理安排：昆山汀奢與我們各自委任一名代表作為賬戶聯名管理人。賬戶匯出款項須經聯名管理人共同批准。具體而言，本集團及昆山汀奢各自持有一枚線下交易印章及一套聯合控制賬戶的線上銀行系統登錄密鑰。從該等銀行賬戶取款需要出示印章(就線下交易而言)及登錄密鑰(就線上交易而言)。因此，昆山汀奢不得以任何方式單方面從賬戶中提款或將賬戶作為抵押品進行質押，我們有權因任何違約行為向昆山汀奢尋求損害賠償。

年期：為無限期限，除非總經銷協議終止。

賬戶結算：根據日期為2022年10月31日的總經銷協議及總經銷協議的補充協議，我們將每天向昆山汀奢提供前一天的銷售發票，昆山汀奢須確認銷售金額，並在緊隨共同控制賬戶預付款當日翌日就向經銷商收取的預付款向我們支付有關款項。

截至2022年12月31日，聯合控制賬戶餘額約為人民幣1.3百萬元。

鑒於昆山汀奢無法單方面從聯合控制賬戶中提取任何款項，昆山汀奢就分銷商付款的違約風險相對較小。於往績記錄期間及於最後可行日期，聯合控制賬戶中的資金並無被挪用。倘昆山汀奢挪用任何資金，本集團可透過法律行動或其他爭議解決方案依法行使我們於聯合控制賬戶協議及╱或總經銷協議的權利。

(b) 對產品配方的控制

我們擁有生產*魔胴*咖啡及大多數其他昆山汀奢分銷產品所需的配方，且我們相信昆山汀奢分銷產品的獨特屬性對終端消費者的購買決策至關重要。

(c) 對下單的控制

我們昆山汀奢分銷產品的所有訂單均通過訂購系統下達，因此我們可完全訪問我們分銷商及彼等經銷商下達的訂單。

(d) 對合約關係的控制

我們與昆山汀奢訂立一份為期五年的總經銷協議，除非我們另行決定，否則期限將自動續期五年。此外，總經銷協議提供且李婷亦互惠承諾彼將繼續於協議期限期間為本集團提供銷售及營銷服務。更重要的是，倘該總經銷協議終止，昆山汀奢控制的分銷渠道的管理權利及義務應轉移回我們或我們指定的第三方。

本集團與李婷之間的相互依賴

李婷是昆山汀奢(昆山汀奢分銷產品的分銷部門)的股東及關鍵人員及彼一直與我們密切合作：(i)建立、開發及管理昆山汀奢分銷產品的分銷網絡，及(ii)自*魔胴*咖啡推出以來，為擴大分銷網絡進行產品推廣。

我們與李婷於2018年1月開始建立業務關係，當時首次將我們的產品(包括*LA DEW*煥顏美雕面膜)引薦予李婷及其團隊。關於我們與李婷的關係的詳情，請參閱本招股章程「歷史、發展及重組－我們的主要附屬公司－昆山汀奢－李婷」一節。

董事認為，截至最後可行日期，本集團與李婷(就分銷*魔胴*咖啡及其他昆山汀奢分銷產品而言)之間相互依賴。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們主要依賴李婷及其團隊管理我們的分銷商及經銷商，並發展我們的分銷網絡。相反，李婷依賴我們持續進行總經銷業務。更重要的是，與我們的合作使李婷有機會利用我們獨有的明星IP賦能，為我們招攬分銷商及其各自經銷商。該賦能使李婷能夠迅速擴大分銷網絡，進而以折扣、獎勵及費用以及向李婷支付服務費的形式獎勵李婷及其團隊。

與分銷商的分銷安排

昆山汀奢分銷產品的訂單由分銷商通過訂購系統直接下達。我們將僅根據分銷商的訂單處理並安排向分銷商交付產品以及分銷商屆時可向經銷商及／終端消費者繼續銷售產品。當經銷商可採用訂購系統向分銷商下達昆山汀奢分銷產品訂單，我們並未與經銷商訂立直接銷售。我們安排按相關分銷商或經銷商的指示向分銷商、經銷商或其終端消費者交付產品。

昆山汀奢作為我們的分銷代理代表我們與各分銷商訂立分銷協議。昆山汀奢須與分銷商訂立分銷協議，其條款與條件與我們提供的分銷協議模板相同。

昆山汀奢與其分銷商的分銷協議的主要條款

以下概述昆山汀奢與分銷商訂立一般分銷協議的主要條款：

排他性：分銷商不得出售任何與昆山汀奢分銷產品可資比較的產品。

付款及交付：分銷商應在下達訂單時全額付款，而交付應於30日內落實。

銷售及定價：分銷商在銷售我們的產品時須遵守我們的全國定價指引。經我們同意後，銷售價格可於特定地方市場作出調整。

來自分銷商的採購按金：除了悉數支付我們產品訂單的採購金額外，分銷商應額外支付其購買每盒咖啡人民幣40元的可退還採購按金，作為對分銷商施加的遵守合約責任的擔保，且應匯往聯合控制賬戶。若無發生違反合約責任的情況，有關按金通常於次月返還予分銷商。

廣告

分銷商應嚴格遵守有關中國法律法規，且在銷售產品的過程中不得從事任何非法、不當、誤導及虛假廣告宣傳。此外，彼等在業務過程中應嚴格遵守我們的銷售政策和程序，並不時適當地評估及指導經銷商。此外，未經分銷代理事先書面批准，禁止以本公司名義舉行任何形式的線上或線下營銷活動／事件，無論是否與我們的業務有關。

保證金

分銷商須在協議簽署後五日內向分銷代理支付可退還保證金人民幣10,000元。倘分銷商有任何不當行為，如擅自調價，則分銷代理有權自保證金中扣除損害賠償金。分銷商向經銷商收取的任何保證金應匯入由分銷代理指定的銀行賬戶，並將在與分銷商的關係終止後退還予分銷商。

退貨政策

根據《消費者權益保護法》，我們接受在產品交付後七天內無條件退貨，前提是退貨產品處於可重新銷售的狀態(未清洗、未使用、未損壞)。我們亦接受在產品交付後30天內退貨，但經銷商必須提供相關詳情及證明。

分銷商的其他責任

分銷商亦須(其中包括)：

- 遵守適用法律及法規並獲得相關資格及證書；
- 除非法律要求，否則不得向經銷商作出銷售承諾或產品退貨承諾；
- 不得使用我們的分銷系統出售第三方產品；及
- 參加由分銷代理或本公司舉辦的強制性培訓課程以及其他銷售及營銷活動。

分銷代理的責任

分銷代理應向分銷商提供營銷資料及強制性的業務培訓。

合約期限

協議期限通常為一年，除非有任何一方反對，否則於到期日後可自動續期一年。

並無設定最低銷售目標

由於昆山汀奢並無為分銷商及經銷商設定任何強制性銷售目標，分銷協議並無就分銷商設定任何最低採購額。

經銷商

我們允許我們的分銷商在日常業務過程中委聘經銷商，以擴大彼等的消費者覆蓋範圍。經銷商僅獲允許將我們的產品出售予消費者，且不得進一步委聘其他分銷商進行銷售。我們與經銷商並無直接合約關係，我們通過與分銷代理及彼等各自的經銷商有直接合約關係的分銷商管理該等經銷商。

我們向分銷商提供經銷協議模板，與分銷代理與我們的分銷商之間分銷協議實質上類似。當分銷商與其經銷商建立合約關係時，我們要求分銷商使用此形式協議。

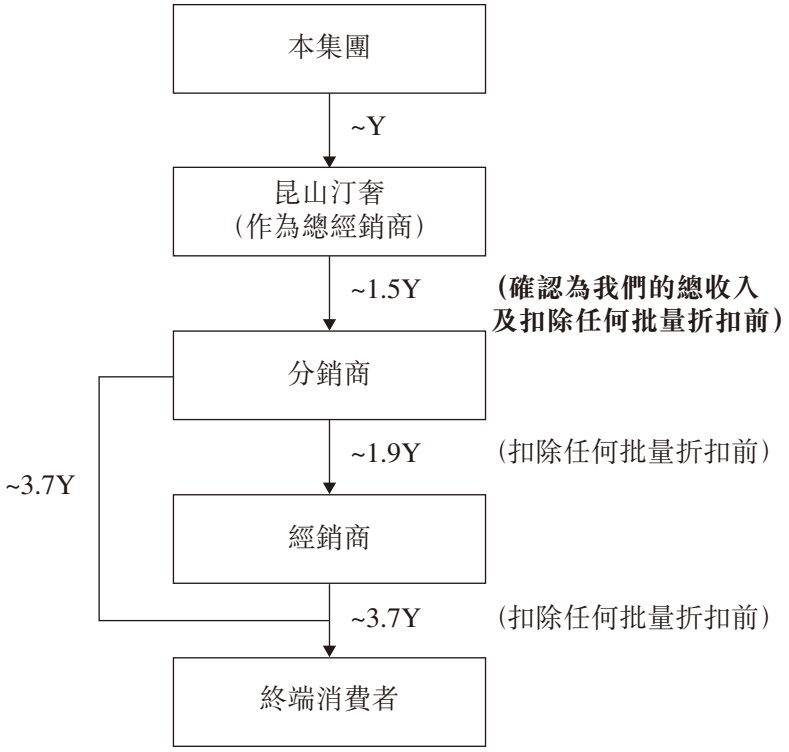
與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用

本集團向昆山汀奢、分銷商、經銷商及終端消費者作出銷售的定價安排

我們就昆山汀奢分銷產品的銷售採納類似的定價安排及折扣、獎勵及費用。下文我們以作為我們最大收入來源的*魔胴*咖啡為例，說明我們的定價安排及機制。我們出售予昆山汀奢的*魔胴*咖啡的單位售價(「**我們出售予昆山汀奢的單位售價**」或標註為「**Y**」)及昆山汀奢出售予我們分銷商的*魔胴*咖啡的單位售價(「**昆山汀奢出售予我們分銷商的單位售價**」)均由我們釐定且於整個往績記錄期間固定不變。我們亦為分銷商向經銷商銷售*魔胴*咖啡的單位售價設定基準價格(「**分銷商出售予經銷商的基準單位售價**」)，並為分銷商或經銷商向終端消費者銷售*魔胴*咖啡的單位售價設定基準價格(「**出售予終端消費者的基準單位售價**」)。

昆山汀奢出售予我們分銷商的單位售價設定為我們出售予昆山汀奢的單位售價加約50%固定價差(「**固定價差**」或0.5Y)(即約1.5Y)。換言之固定價差等於昆山汀奢出售予我們分銷商的單位售價的約34%(即~0.5Y/1.5Y = ~34%)。在扣除基於我們的折扣指引作出的若干批量折扣概約值前，根據昆山汀奢出售予我們分銷商的單位售價，分銷商出售予經銷商的基準單位售價漲價約25%的價差(即1.5Y x 1.25 = 1.9Y)。在扣除基於我們的折扣指引作出的若干批量折扣概約值前，根據昆山汀奢出售予我們分銷商的單位售價，出售予終端消費者的基準單位售價漲價約145%(即約1.5Y x 2.45 = 3.7Y)。

下文載列由本集團至終端消費者的定價政策的數字說明：



*附註：*本節中，Y用於表示我們向昆山汀奢的單位售價，僅為說明分銷代理協助分銷模式下*魔胴*咖啡價格及相關費用的相對金額。於整個往績記錄期間，*魔胴*咖啡的單位售價一直固定。

上述不同水平之間的多種的售價價差乃用於動員昆山汀奢、我們的分銷商及經銷商推廣及營銷我們的*魔胴*咖啡。各個水平之間的售價價差符合行業規範。

向分銷商及李婷提供的折扣、獎勵及費用

1. 固定價差指昆山汀奢的售價超出我們出售予昆山汀奢的單位售價的部分，由我們與昆山汀奢磋商並考慮到昆山汀奢為推動*魔胴*咖啡銷售及擴大分銷商網絡而須提供的各種折扣、獎勵及費用而釐定。換言之，固定價差乃提供予昆山汀奢以支付以下項目：

   1.1 向我們分銷商提供各種批量折扣及獎勵。倘我們的分銷商達到我們預先確定的*魔胴*咖啡盒數方面的部分購買目標，則向我們的分銷商提供批量折扣。分銷商（「**引薦分**

銷商」)亦將因其提供的服務幫助昆山汀奢(其中包括)通過招攬新分銷商(「**獲招攬分銷商**」)擴展我們的分銷網絡，包括彼等向獲招攬分銷商提供的有關我們產品及營銷策略的幫助及指引而獲得獎勵。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，有關折扣及獎勵佔昆山汀奢銷售總額的約20–24%(即1.5Y的約20–24%)；及

1.2 對昆山汀奢根據若干標準(包括協助開發的分銷網絡及彼等向昆山汀奢推薦的分銷商數量)選定的幾家分銷商按銷量收取費用，彼等提供服務協助昆山汀奢推動*魔胴*咖啡的銷售，擴大分銷網絡，以激勵選定的分銷商通過彼等協助開發的分銷網絡促進銷售。有關向選定分銷商提供的基於銷量費用約佔昆山汀奢2020年銷售總額約3–4%(即1.5Y的約3–4%)，原因為選定分銷商實現較高的銷售目標完成率。於2021年及2022年，由於選定分銷商的*魔胴*咖啡銷量下降，因此基於銷量費用下降至昆山汀奢2021年及2022年銷售總額的1.4%及1.0%(即1.5Y的約1.4%及1.0%)。

上述第(1.1)及(1.2)項所述向我們的分銷商提供的批量折扣、獎勵及費用須待本集團審批且被視為根據香港財務報告準則第15號向客戶支付的款項，因此該等付款從我們的收入扣除。有關更多詳情，請參閱本招股章程「財務資料－經營業績主要組成部分的描述－新零售業務收入」一節。

2. 在扣除上述(1.1)及(1.2)項後昆山汀奢有權使用全部固定價差餘額(「**固定價差餘額**」)涵蓋其運營成本，包括但不限於就李婷向昆山汀奢提供的管理昆山汀奢以及分銷商及經銷商網絡服務而向李婷或李婷控制或指定的公司支付的費用(「**向李婷支付的服務費**」)、營銷及促銷開支以及僱員福利開支。

向李婷支付的服務費與*魔胴*咖啡的銷售表現直接掛鈎，因此乃按我們向分銷商銷售的*魔胴*咖啡的總盒數乘以固定單價計算，其於2019年、2020年、2021年及2022年佔昆山汀奢銷售總額的約3%至4%(即1.5Y的約3%至4%)。

我們認為成功建立、擴大及維護本集團廣泛分銷網絡主要歸功於昆山汀奢的發展及管理，而後者乃於李婷領導下進行。因此，我們認為應向李婷支付服務費，以(i)認可李婷所貢獻的軟技能；及(ii)確保其持續努力維持乃至擴大我們的分銷網絡。支付予李婷的服務費乃經磋商釐定，經考慮(其中包括)我們對所售產品獲得合理利潤的評估、李婷於昆山汀奢的角色及其預期報酬。董事認為，社交電子商務公司向其分銷代理及╱或分銷代理的骨幹人員支付一定數額的費用作為激勵，在業內並不罕見。

向昆山汀奢支付的額外獎勵費

為進一步獎勵及激勵昆山汀奢加大力度發展及擴大我們的銷售網絡，自2020年起，我們同意根據2020年、2021年及2022年已售*魔胴*咖啡的總盒數向昆山汀奢支付銷售獎勵(「**向昆山汀奢支付的額外獎勵費**」)，前提是滿足最低銷售目標2,000,000盒、3,000,000盒及2,800,000盒。於2020年，銷售獎勵為首2,000,000盒每盒人民幣5元，而超過2,000,000盒為每盒人民幣8元。於2021年，銷售獎勵將為首3,000,000盒每盒人民幣5元，而超過3,000,000盒為每盒人民幣7元。於2022年，銷售獎勵為首2,800,000盒每盒人民幣5元，而超過2,800,000盒為每盒人民幣7元。上述銷售目標僅為昆山汀奢有權獲取額外獎勵費的指標，並非必須實現的強制性銷售目標，否則將導致我們與該公司的關係終止或就此施加任何處罰。

與銷售昆山汀奢分銷產品相關的會計處理

於2020年5月31日出售昆山汀奢之前，昆山汀奢為我們的附屬公司，因此其所有銷售額、銷售成本以及所有營運成本(經公司間對銷)均已併入本集團的綜合財務報表中。特別是，

(A) 本集團對*魔胴*咖啡的綜合銷售額等於昆山汀奢的銷售額(即昆山汀奢向我們分銷商支付的單位售價，或1.5Y)，扣除上述(1.1)及(1.2)項所述向分銷商支付的折扣、獎勵及費用(實際指本集團給予分銷商的折扣、獎勵及費用，原因為昆山汀奢為本集團的一部分)；

(B) 所有銷售成本以及所有營運成本(經公司間對銷)均合併為本集團相關成本或開支的一部分。尤其是，向李婷支付的服務費(屬於昆山汀奢有關經營成本的一部分)入賬列為本集團銷售及營銷開支的一部分；及

(C) 本集團(不包括昆山汀奢)向昆山汀奢支付的額外獎勵費於合併時抵銷。

與固定價差的銷售和各部分有關的會計處理在出售昆山汀奢後基本相同，惟用本集團向昆山汀奢支付的額外獎勵費將不會對銷及綜合入賬並列為本集團營運成本的一部分。

基於上述情況，於往績記錄期間，昆山汀奢分銷產品的銷售總額及銷售淨額於出售昆山汀奢前後均保持相同，參考上述解釋概述如下：

		截至12月31日止年度							
		2019年	佔我們銷售總額的百分比	2020年	佔我們銷售總額的百分比	2021年	佔我們銷售總額的百分比	2022年	佔我們銷售總額的百分比
	附註	*(以人民幣千元計)*							
總收入	(a)	90,319	100.0%	467,926	100.0%	331,441	100.0%	222,557	100.0%
向我們分銷商提供的批量折扣及獎勵	(b)	(18,425)	20.4%	(111,893)	23.9%	(72,425)	21.9%	(52,673)	23.7%
向選定分銷商提供的基於銷量的費用	(c)	–	–	(15,260)	3.3%	(4,669)	1.4%	(2,221)	1.0%
本集團確認的收入	(d)	71,894	79.6%	340,773	72.8%	254,347	76.7%	167,663	75.3%

附註：

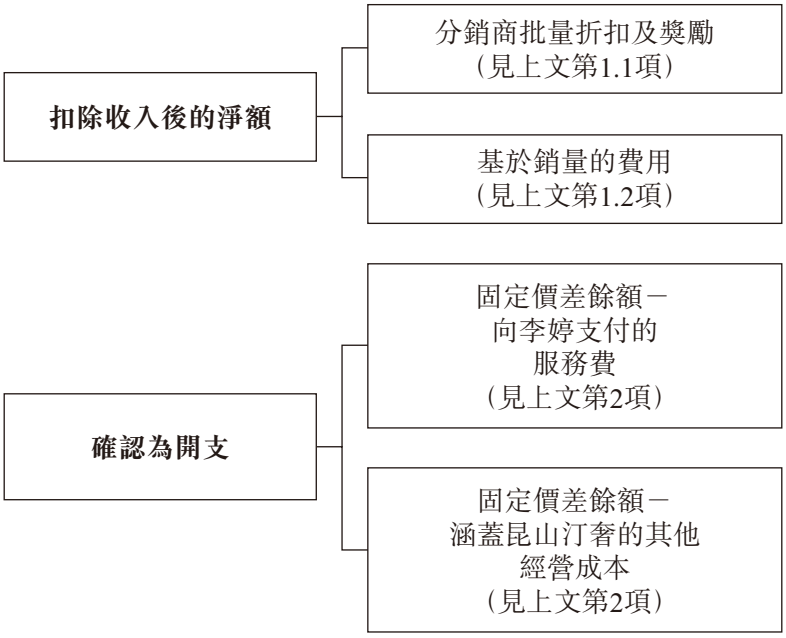
(a) 根據昆山汀奢出售予我們分銷商的單位售價約1.5Y。

(b) 根據上文(1.1)項所述提供予分銷商的折扣及獎勵。

(c) 根據上文(1.2)項所述向分銷商提供的基於銷量的費用。

(d) 指本集團就透過昆山汀奢銷售昆山汀奢分銷產品而確認的收入。

固定價差的會計處理說明(即基於0.5Y或1.5Y的34%)



下文載列於往績記錄期間固定價差的分析：

		截至12月31日止年度							
		2019年	佔我們銷售總額的百分比	2020年	佔我們銷售總額的百分比	2021年	佔我們銷售總額的百分比	2022年	佔我們銷售總額的百分比
	附註	*(以人民幣千元計)*							
如上所示抵銷收入									
向分銷商提供的批量折扣及獎勵	(a)	18,425	20.4%	111,893	23.9%	72,425	21.9%	52,673	23.7%
向選定分銷商提供的基於銷量的費用	(b)	–	–	15,260	3.3%	4,669	1.4%	2,221	1.0%
確認為開支									
固定價差餘額	(c)								
－向李婷支付的服務費		3,290	3.6%	17,957	3.8%	12,913	3.9%	7,389	3.3%
－涵蓋昆山汀奢的其他經營成本		9,060	10.0%	18,347	3.9%	25,779	7.8%	15,595	7.0%
		(附註d)	*(附註e)*	*(附註d)*			*(附註e)*		*(附註e)*
固定價差合計	(f)	30,775	34.0%	163,457	34.9%	115,786	34.9%	77,878	35.0%

附註：

(a) 根據上文(1.1)項所述提供予分銷商的折扣及獎勵。

(b) 根據上文(1.2)項所述向分銷商提供的基於銷量的費用。

(c) 固定價差餘額為上文(2)項所述的金額。

(d) 截至2019年12月31日止年度及截至2020年5月31日止五個月，用於涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差餘額分別為人民幣9.1百萬元及人民幣9.9百萬元，乃於編製我們的綜合財務報表時在綜合入賬中予以對銷，且昆山汀奢的該等其他經營成本已於我們的財務報表中予以綜合入賬。

(e) 於2019年，用於涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差餘額佔我們銷售總額的百分比相對較高，原因為於*魔胴*咖啡銷售的第一年因其銷量相對較低且我們仍在將其推向市場而於建立分銷網絡方面分配較多成本。於2021年及2022年，本集團錄得較高百分比的固定價差餘額用於涵蓋昆山汀奢其他經營成本，乃主要由於截至2022年12月31日止兩個年度*魔胴*咖啡銷量下降，從而導致(i)提供予分銷商的銷量折扣及獎勵減少；及╱或(ii)向選定分銷商收取的基於銷量的費用乃參考預定銷售目標的完成率釐定。

(f) 儘管如上所示，固定價差應為昆山汀奢提供予我們分銷商單位售價的約34%，但與往績記錄期間的34%略有不同，原因為我們可能不時(i)提供促銷活動 ，將*魔胴*咖啡與我們的其他產品捆綁銷售，反之亦然。例如我們的護膚品及*魔胴*咖啡可能會捆綁包裝，以促進銷售。因此，根據香港財務報告準則第15號，我們昆山汀奢分銷產品的售價及總收入均按公平值分配作出調整；及(ii)組織若干活動或宣傳活動，其中我們的*魔胴*咖啡及配套產品通過昆山汀奢直接銷售予終端消費者，而不涉及向分銷商支付折扣、獎勵及費用。

如上表所示，部分涵蓋將授予分銷商的批量折扣及獎勵以及基於銷量的費用的固定價差指本集團透過昆山汀奢支付予分銷商的折扣、獎勵及費用，因此不被視為向昆山汀奢支付的服務費。另一方面，涵蓋向李婷支付的服務費及昆山汀奢的其他經營成本的固定價差餘額被視為向昆山汀奢支付的服務費，用於通過開發、擴大及管理我們的分銷網絡來推廣及營銷昆山汀奢分銷產品，包括*魔胴*咖啡。

於2020年，本集團向昆山汀奢支付的額外獎勵費為約人民幣19.5百萬元，相當於我們於2020年的銷售總額的約4.2%。於2020年產生的上述人民幣19.5百萬元中，人民幣7.8百萬元為於截至2020年5月31日止五個月內支付的費用，因此其於編製本集團財務報表時在綜合入賬中予以對銷。我們在2021年及2022年並無向昆山汀奢支付任何額外獎勵費，原因為於2021年及2022年透過昆山汀奢的*魔胴*咖啡銷量並無達到向昆山汀奢支付額外獎勵費用的有關規定門檻。

本集團、昆山汀奢與分銷商之間的結算安排

於緊接我們出售昆山汀奢前及緊隨其後，昆山汀奢將通過其銀行賬戶主要負責向我們的分銷商收取銷售預付款項(基於昆山汀奢對我們的分銷商的單位售價，即約1.5Y)。昆山汀奢保留固定價差(即0.5Y)後，相關銷售額(即Y)從其銀行賬戶轉移至昆山巨星行動的銀行賬戶。

董事認為出售昆山汀奢後繼續採用上文結算安排在商業上屬合理。因此，我們與昆山汀奢訂立一份聯合控制賬戶協議，據此，指定用於向分銷商收取昆山汀奢分銷產品付款的聯合控制賬戶。有關聯合控制賬戶及保證金的進一步詳情，請參閱本節「昆山汀奢違約風險的控制措施－(a)聯合控制賬戶」一段。

從會計角度我們通過昆山汀奢記錄我們分銷商的預付款項，指我們的分銷商向昆山汀奢的預付款項於出售昆山汀奢前後均被視為我們的合約負債。出售昆山汀奢後，任何存入聯合控制賬戶內惟尚未轉入我們銀行賬戶的分銷商預付款項餘額(扣除人民幣50百萬元保證金)，將入賬列作應收第三方款項。

為進一步降低尚未轉移至本集團的聯合控制賬戶中基金的信貸風險，於2022年9月或前後，昆山汀奢及本集團同意加快結算聯合控制賬戶中收到的預付款。於2022年10月31日，我們與昆山汀奢訂立補充協議，據此自2022年11月起，昆山汀奢應於緊隨預付款日期後的下一個工作日就自分銷商收取預付款項向我們轉賬應付款項，昆山汀奢將不再需要向我們支付人民幣50.0百萬元的保證金。於上述結算安排實施後，昆山汀奢應付本集團款項已降至相對較低水平。截至2022年12月31日，並無應收昆山汀奢款項及聯合控制賬戶結餘為人民幣1.3百萬元。

昆山汀奢委聘昆山嘉夢

導致委聘昆山嘉夢的情況

由於我們被認為是銷售我們產品的社交電子商務運營先行者(即根據分銷代理協助分銷模式憑藉電子商務渠道透過大量分銷商(即個人)銷售)，我們被昆山市場管理局視為社交電子商務試點企業，參與昆山試點項目，尤其是透過制定有關社交電子商務行業個人／實體營運的相關政策、法律及法規。本集團與昆山當地政府部門保持密切溝通，定期尋求政府部門的指導，以確保我們的業務模式(包括分銷商的營運)符合相關法律法規。昆山市場管理局與昆山試點項目的實體在數據共享合作方面開展開創性工作，旨在鼓勵社交電子商務行業從業者按法律認可的方式開展業務。根據我們與當地政府部門的溝通了解，當地政府部門鼓勵委聘獨立及專業的服務提供商協助各社交電子商務企業參與昆山試點項目，以確保個人參與該社交電子商務企業營運的運作符合相關法律法規。

根據《電子商務法》，我們的分銷商必須註冊為個人工商戶或法人實體。此外，有關當局要求我們的分銷商使用商業場所作為商業登記的註冊地址(「**註冊地址**」)。即使我們的分銷商不遵守《電子商務法》，但這不會對我們造成任何法律影響，於知悉《電子商務法》項下的該等要求後，我們探索協助我們的分銷商完成登記流程的可能性，以確保彼等遵守所有適用的法律法規。在此過程中，我們注意到我們的分銷商面臨部分障礙，例如，分銷商僅出於完成登記及滿足上述適用監管要求的目的而擁有自身的註冊地址實際上屬不可行。

為解決我們的分銷商在遵守相關法律法規方面面臨的問題，昆山市發展和改革委員會於2020年4月組織舉行會議(「**昆山發改委會議**」)。多個政府機構(包括昆山市場管理局)、昆山嘉寶(即夢世界園區的房地產開發商，而夢世界園區為我們辦公室所在的商業中心)及本集團的代表均出席昆山發改委會議。我們獲悉，於昆山發改委會議會議結束後，昆山地方政府當局建議並同意獨立的實體／個人參與社交電子商務運營的各個環節，即(i)本集團應專注於規劃和研發新產品及品牌，並規劃及開發IP內容及其授權；(ii)昆山汀奢將專注於擴大分銷網絡的經營；及(iii)單獨的

實體應充當政府當局與社交電子商務行業參與者之間的橋樑，以確保該等參與者(即我們的分銷商)受到適當的監督並及時有效地遵守適用的法律法規(即具有類似於昆山嘉夢的角色和職責的實體)。由於昆山汀奢在為我們的分銷商處理監管相關事宜方面並無相關經驗及專業知識，故其委聘昆山嘉夢作為服務供應商，以提供相關行政及監管支持。

昆山嘉夢及其股東的背景

昆山嘉夢的控股股東李軼先生(「**李先生**」)獲昆山嘉寶邀請出席昆山發改委會議乃由於其過往與昆山稅務局及昆山工商局交流處理稅務相關事宜的經驗及在提供諮詢及監管合規服務方面經驗，這為其承擔昆山嘉夢擬提供的角色及職責奠定基礎。

李先生於2016年至2020年(緊接昆山嘉夢成立前)為昆山啓業投資諮詢有限公司的總經理及海創諮詢(蘇州)有限公司的顧問，該兩間公司均主要從事向客戶(主要為來自各行各業的中小企業)提供商業諮詢服務(如就各企業根據其具體情況應設立的實體形式提出建議，協助企業辦理相關登記手續，並遵守稅務機關及工商局的備案及申報要求)。於2012年至2016年，李先生於建滔集團有限公司(股份代號：148)旗下的一家房地產開發公司任職，其中其於2012年至2016年負責財稅管理，而該職位要求其深入了解相關稅收政策及監管框架，並經常與政府部門(特別是稅務局)溝通。李先生之前的角色要求其與地方政府部門保持頻繁溝通，以確保雙方對地方政策(如稅收)的詮釋一致，而與地方政府部門的良好工作關係使其諮詢工作更加高效。李先生的人脈及過往經驗(特別是提供顧問及合規服務方面)為其涉足昆山嘉夢的角色奠定了基礎，尤其是在向我們的分銷商提供諮詢服務以及核實及發放應付予彼等的費用方面。

於2022年3月，昆山嘉夢正式被江蘇昆山花橋經濟開發區管理委員會認定為第三方服務提供商，協助昆山試點園區內巨星數字電商產業園的社交電子商務企業或參與者根據相關法律及法規經營，並定期向相關政府部門如實報告行業最新動態。

昆山嘉夢的角色與職責

在李先生的領導下，昆山嘉夢為昆山汀奢及我們的分銷商提供行政及監管支持，因為大多數分銷商均為對法律及監管要求知之甚少的個人(例如註冊為個人工商戶及╱或稅務申報)。昆山嘉夢亦就分銷商合規事宜擔任地方政府部門(就昆山試點項目而言)與昆山汀奢的橋樑，以便昆山汀奢及分銷商及時了解任何監管更新。

於我們出售昆山汀奢前，昆山汀奢的營運由本集團支持，我們向昆山汀奢提供人力資源、辦公室及行政支持。由於昆山汀奢於出售後已與我們分開運營，除負責提供監管支持外，昆山嘉夢亦向昆山汀奢提供其他行政支持，執行線下及線上廣告和促銷活動以開發分銷網絡。

據董事所盡知及全悉，昆山汀奢於2020年6月與昆山嘉夢訂立協議，據此，昆山汀奢委聘昆山嘉夢提供有關管理我們分銷網絡的行政及支持。請參閱本節下文「本集團、昆山汀奢及昆山嘉夢的角色及責任」一段。

昆山嘉夢監控我們分銷商的稅務申報

昆山嘉夢的主要職責之一是協助我們分銷商進行稅務申報。分銷商通常已授權昆山嘉夢安排稅務賬戶(「**稅務賬戶**」，該分銷商用作向中國稅務機關進行稅務申報)登記，並授權及授予昆山嘉夢訪問及操作彼等各自的稅務賬戶。

由於昆山汀奢每月與昆山嘉夢共享自訂購系統提取的銷售數據，故昆山嘉夢可協助昆山汀奢根據相關共享數據計算將授予分銷商的批量折扣及獎勵。因此，昆山嘉夢能夠通過交叉檢查訂購系統生成的銷售數據及分銷商就彼等於該特定月份下達的訂單提供的銷售訂單與各分銷商確認授予其的批量折扣及獎勵的確切金額。

昆山嘉夢確認分銷商有權享有的批量折扣及獎勵後，昆山嘉夢通常會(i)知會分銷商有關分銷商將於特定月份享有的批量折扣及獎勵金額；及(ii)登錄相關分銷商的稅務賬戶，並使用該稅務賬戶以該分銷商的名義代其向昆山嘉夢開具發票(「**發票**」)(即代表分銷商開具發票)，之後，昆山嘉夢將根據發票安排向我們的分銷商支付相關的批量折扣及獎勵。

昆山嘉夢代表分銷商於其各自稅務賬戶作出的上述發票記錄，亦被認為屬昆山嘉夢向我們的分銷商提供協助，於彼等各自稅務賬戶記錄彼等就銷售昆山汀奢分銷產品獲取的折扣及獎勵(即記錄本集團分銷商就銷售昆山汀奢分銷產品獲取的數量折扣及獎勵)。該安排旨在確保分銷商根據所有相關中國法律法規向當地政府妥為呈報適當應課稅金。就我們的分銷商針對我們的產品向其客戶作出的後續零售銷售而言，各分銷商將為向當地稅務部門呈報適當應課稅金及開具發票的唯一責任方。由於(1)我們約85%的分銷商為個人所有者；及(2)其經營規模相對較小，根據中國相關法律法規，彼等將按照視同收入原則繳稅。因此，彼等向其客戶進行後續零售產生的所得稅將參照其經營規模按視同收入原則進行計算。

由於與昆山汀奢與我們分銷商之間的交易相比，分銷商與其客戶進行的交易相對簡單，相關稅務合規事宜被視為簡單。因此，鑒於與上述安排不同，昆山嘉夢並不參與我們分銷商與其客戶之間的交易，昆山嘉夢不會就分銷商向其客戶進行的後續零售代表分銷商向當地稅務部門呈報適當應課稅金及開具發票。然而，昆山嘉夢將透過回答分銷商的訊問(如有)及提供分銷商所要求的協助幫助彼等遵守相關中國法律法規。

昆山汀奢與昆山嘉夢之間的安排符合當地政府當局於昆山發改委會議上提出的指令。

昆山汀奢與昆山嘉夢之付款安排

考慮到昆山嘉夢所提供的行政及支持服務及為就該等服務提供所需資金，另鑑於代昆山汀奢向我們的分銷商及李婷支付批量折扣、獎勵及費用，昆山汀奢應根據昆山汀奢分銷產品的銷量

向昆山嘉夢支付款項(「**嘉夢收款**」)。尤其是透過昆山汀奢銷售*魔胴*咖啡而言，昆山汀奢應付的嘉夢收款乃參照每盒*魔胴*咖啡的銷售，且等於固定價差的約73%(即0.5Y x 73% = ~0.38Y)，該款項由昆山汀奢向我們收取的固定價差(即0.5Y)出資。截至2020年及2021年12月31日止年度以及截至2022年6月30日止六個月，根據昆山汀奢分銷產品的銷售額，嘉夢收款分別為人民幣62.6百萬元、人民幣90.4百萬元及人民幣27.0百萬元。

嘉夢收款乃昆山嘉夢代表昆山汀奢(i)就若干折扣、獎勵及費用向我們的分銷商及李婷付款；及(ii)根據昆山汀奢的指示進行分銷網絡開發的營銷及廣告活動的開支，該等開支將由昆山嘉夢承擔及支付，作為昆山嘉夢協助昆山汀奢的責任的一部分。據我們所深知、盡悉及確信，有關上文第(i)項的付款安排乃為協助當地政府監督分銷商及李婷是否已根據相關法律及法規妥善編製彼等各自的稅務申報並履行各自的納稅義務而訂立。

於支付上述(i)及(ii)款項後，餘額為支付予昆山嘉夢的服務費。昆山汀奢將不時監察上述(i)及(ii)項的金額，從而令支付予昆山嘉夢的服務費將按嘉夢收款約5%的擬定費率支付(按有關年度上述嘉夢收款的有關金額，截至2020年及2021年12月31日止年度以及截至2022年6月30日止六個月分別約為人民幣2.8百萬元、人民幣4.1百萬元及人民幣1.2百萬元)。

中國其他服務提供商(「**其他服務提供商**」)提供與昆山嘉夢類似的服務。此類其他服務提供商主要為一大批分散的參與者((「**參與者**」)，向其他服務提供商的客戶(「**客戶**」)提供服務)提供綜合行政工作。其他服務提供商的服務費介乎客戶應付參與者每月總金額的5%至10%，這可能因客戶的行業性質及規模而異。基於上述情況，董事認為，昆山嘉夢收取的服務費以及其代表昆山汀奢結算的每月總金額與市場費用相當。

就董事所知、所悉及所信，為便於向昆山嘉夢提供服務，昆山汀奢將根據昆山汀奢分銷產品的估計銷售量以預付款方式轉讓嘉夢收款。昆山汀奢及昆山嘉夢隨後將根據分銷商下達的實際訂單確認及結算款項(包括向昆山嘉夢提供的服務費)。截至2020年及2021年12月31日止年度

以及截至2022年6月30日止六個月，昆山汀奢向昆山嘉夢轉撥的款項淨額分別為人民幣71.4百萬元、人民幣121.6百萬元及人民幣53.4百萬元。

昆山嘉夢的經營規模

於2022年12月31日，昆山嘉夢有10名員工負責上述工作，除守望星光外，其並無向其他客戶提供任何類似服務。除向昆山汀奢提供的上述服務外，昆山嘉夢主要從事提供諮詢服務、設計、製作及發佈廣告。據董事所深知、盡悉及確信，下表載列所示年度／期間昆山嘉夢若干主要財務資料：

	截至12月31日止年度		截至2022年6月30日止六個月
	2020年	2021年	
	(以人民幣千元計)		
	(未經審計)	(未經審計)	(未經審計)
收入*(附註)*	39,185	97,461	40,112
毛利	3,362	6,759	2,469
淨／溢利(虧損)	1,883	(357)	841

*附註：*昆山嘉夢的收入主要來自其向昆山汀奢提供的服務，乃按總額入賬，其中包括就結算(i)分銷商及李婷若干折扣、獎勵及費用；及(ii)用於發展分銷網絡的營銷及廣告活動的費用向嘉夢付款。上文所論述昆山嘉夢的收入與昆山汀奢的賬簿所錄得的向嘉夢付款約人民幣62.6百萬元、人民幣90.4百萬元及人民幣27.0百萬元之間的差額乃主要由於昆山嘉夢的收入乃按現金基準或部分權責發生基準入賬而並非根據香港財務報告準則確認產生的截止調整。據昆山嘉夢的管理層告知，於其管理賬戶確認的收入乃基於(i)昆山嘉夢向昆山汀奢開具的發票；及(ii)就昆山嘉夢尚未開具發票的交易而言，則為管理層對應計收入的估計。另一方面，向昆山嘉夢付款由昆山汀奢根據適用香港財務報告準則於相關開支產生時確認。管理層已將與出售予客戶的貨物有關的開支與交貨記錄進行核對，以確認相關開支已於正確的期間妥為入賬。

我們的董事確認，及獨家保薦人同意，於整個往績記錄期間，昆山汀奢及／或昆山嘉夢就分銷我們的產品產生的費用或開支均根據(i)本集團與昆山汀奢；及／或(ii)昆山汀奢與昆山嘉夢之間的合約及業務關係於我們的財務報表中正確處理或記錄。

與昆山嘉夢提供類似服務的公司

根據江蘇昆山花橋經濟開發區管理委員會於2022年3月發出的行政指令(「**行政指令**」)，昆山國臻企業管理有限公司(「**服務提供商A**」)與昆山瀚泓科技園投資發展有限公司(「**服務提供商B**」)為江蘇昆山花橋經濟開發區管理委員會認定除昆山嘉夢外的另外兩家服務提供商，協助在昆山試驗區內巨星數字電商產業園其他兩個商業中心從事電子商務的其他兩組電子商務企業及相關實體／個人。根據行政指令，服務提供商A、服務提供商B及昆山嘉夢的主要職責在於為當地政府部門協助對從事電子商務業務的實體／個人的監管。據董事深知及確信，服務提供商A的客戶主要為經營規模相對較大的電子商務企業。因此，服務提供商A未獲客戶要求提供類似於昆山嘉夢所提供的服務，即協調並協助開展昆山汀奢擬進行的廣告及宣傳活動／事件，並核實及安排結算。

儘管服務提供商A提供的服務與昆山嘉夢所提供者不盡相同，基於行政指令所載服務提供商A、服務提供商B及昆山嘉夢的主要職責以及下述依據，董事認為，服務提供商A及服務提供商B的核心價值及角色在於為在昆山試驗區內其他兩個商業中心從事電子商務的企業提供以下方面的支持與協助：(i)遵守適用的註冊及稅務規定；及(ii)與當地政府聯絡，因而與昆山嘉夢所提供者基本相同：

1. 根據昆山花橋經濟開發區管理委員會日期為2022年6月28日的新聞發佈，服務提供商A的客戶主要為大中型企業。與本集團分銷商相比，彼等主要為小型企業經營者。服務提供商A未獲聘用提供類似於昆山嘉夢提供的行政支持服務誠屬合理；及

2. 昆山嘉夢、服務提供商A及服務提供商B均作為昆山試驗區地方政府機構與在昆山試驗區內各商業中心從事電子商務業務的相關三組電子商務企業及相關實體之間的橋梁，負責合規事宜。

除上述服務提供商A與服務提供商B外，存在其他服務提供商。客戶通常僱用大量非其僱員的參與者生產相關客戶所要求的貨物或提供服務，類似於本集團與我們的分銷商及經銷商之間就銷售昆山汀奢分銷產品所訂立的安排。其他服務提供商提供的服務通常包括(i)核實客戶應付參與者的款項；(ii)其後代表客戶向有關參與者支付有關款項；及(iii)協助參與者處理合規事宜(如稅務申報、簿記及向市場監管總局備案等)。其他服務提供商將協助客戶計算應付參與者的款項。客戶將按月轉出其他服務提供商及參與者有權獲得的款項總額。收到有關款項後，其他服務提供商將與各參與者確認並核對是否應付各參與者(以客戶為代表)的款項與相關參與者所考慮的金額相同。我們的董事認為，其他服務提供商提供的相關服務與昆山嘉夢的服務相當。

本集團、昆山汀奢及昆山嘉夢的角色及責任

下表概述本集團、昆山汀奢及昆山嘉夢各自有關昆山汀奢分銷產品的角色及責任，其中(i)本集團一般作為專注於產品開發及品牌建設的品牌擁有人，(ii)昆山汀奢通常擔任我們的分銷代理，專注於我們的分銷商及其經銷商銷售昆山汀奢分銷產品的方式及有效性；及(iii)昆山嘉夢主要為昆山汀奢提供支持，並監督我們的分銷商是否遵守適用的法律法規。

	本集團	昆山汀奢	昆山嘉夢
產品發展	— 進行產品及市場研究 — 聘請獨立第三方共同開發新產品 — 推介新產品	— 向本集團提供終端消費者對我們產品使用的反饋	不適用

	本集團	昆山汀奢	昆山嘉夢
分銷網絡的開發及管理	— 確定與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價政策，包括折扣、獎勵及費用，以及向支付予昆山汀奢的額外激勵措施，以激勵李婷及分銷商擴大我們的分銷網絡	— 向分銷商提供指導組織分銷商推介會 — 通過邀請我們的分銷商及彼等經銷商參加此類年度活動，協助我們組織年度活動 — 監控我們分銷商的表現，例如分銷商如何將昆山汀奢分銷產品售予經銷商或終端消費者(倘適用)以及分銷商設定價格是否違反我們所設定的定價指引	— 向我們的分銷商提供有關註冊為個體工商戶或公司(如適用)的指導，並答覆我們的分銷商不時提出的任何與合規相關的詢問，以確保彼等遵守相關的中國法律和法規 — 協助分銷商備存記錄並代表分銷商開具發票 — 協助分銷商就其收到的折扣、獎勵及費用向政府部門報稅。有關進一步詳情請參閱「昆山汀奢委聘昆山嘉夢－昆山嘉夢的角色－昆山嘉夢監控我們分銷商的稅務申報」 — 與相關政府部門聯絡並向彼等提供最新的行業發展，例如針對我們的產品及其銷售渠道提出的任何投訴，以協助政府部門完善社交電子商務行業從業者的規範

	本集團	昆山汀奢	昆山嘉夢
營銷及推廣活動	根據本集團與昆山汀奢就銷售昆山汀奢分銷產品的各自角色及職責，本集團專注於產品開發，而昆山汀奢負責分銷網絡的開發及日常管理。本集團進行的營銷及推廣活動主要集中於推廣我們的品牌及產品；而昆山汀奢(於昆山嘉夢的協助下)主要為發展分銷網絡而進行營銷及推廣活動。		
	— 開展產品的營銷及推廣活動 — 打造具有協同效應的明星IP，以推廣我們的零售產品並提升我們的品牌知名度 — 組織大規模的年度活動，旨在於我們的分銷商及經銷商中培養品牌忠誠度，及激勵其進一步提高銷售業績；同時作為營銷渠道，通過宣佈本集團的未來動向(如即將推出的IP計劃或活動)、推出新產品及／或我們產品的推廣活動來提高我們的品牌知名度	— 就分銷網絡的開發進行營銷及廣告活動，如組織分銷商推介會，供分銷商分享KOC經驗及分銷商招聘活動 — 為我們的分銷商形成廣告及宣傳性社交內容理念，並製作宣傳視頻，建立我們分銷商的形象及進行推廣，從而提高相關分銷商推廣及銷售我們產品的效率	— 協調並協助聘請獨立第三方服務提供商執行昆山汀奢計劃進行的線下及線上促銷及廣告活動及事件

	本集團	昆山汀奢	昆山嘉夢
培訓	本集團及昆山汀奢(於昆山嘉夢的協助下)為新加入的經銷商提供不同角度的入門培訓(如下文所載述)，該等經銷商可能對我們的企業文化及／或彼等在推廣我們的產品時應遵守的規則一無所知。此類培訓一般旨在提供予所有分銷商及經銷商，且通常正式進行。		
	— 與昆山汀奢共同準備有關我們產成品的培訓材料	— 與本集團共同準備有關我們產品的培訓材料	— 安排昆山汀奢組織的有關銷售及營銷技巧的培訓會議，例如保障場地及參與者的住宿
	— 就我們的企業文化、分銷商及經銷商在銷售及推廣我們的產品時需要遵守的規則、生酮飲食知識、生酮飲食的品牌理論、我們產品的特點用途及成分以及如何在日常生活中消費我們的產品以最大限度影響分銷商及經銷商提供培訓	— 為分銷商及經銷商提供如何使用訂購系統的培訓 — (i)於線下培訓會議期間通過產品試用及經驗分享及KOC分銷商根據個人經驗進行持續指導提供產品培訓；及(ii)有關整體銷售及推廣技巧的培訓。有關銷售及推廣技巧的培訓包括如何提供售後服務(例如如何回答終端消費者對我們產品的詢問)、如何編輯於社交媒體上發佈的材料以推廣我們的產品以及如何主持分銷商推介會。有關分銷網絡管理技巧的培訓包括如何打造及提升分銷商或經銷商的形象建設、如何於分銷商及經銷商之間提供支持等	

	本集團	昆山汀奢	昆山嘉夢
開發及使用訂購系統	訂購系統最初由本集團於2019年開發並推出。本集團使用訂購系統，以管理分銷商及彼等經銷商下的訂單。於我們出售昆山汀奢後，本集團及昆山汀奢繼續使用訂購系統，其中： (i) 昆山汀奢負責全面管理分銷商代表我們下達的訂單，如於我們出售昆山汀奢前後立即從我們的分銷商收取預付款項(如下文所述)、安排產品價格結算(如下文所述)及向分銷商及經銷商支付獎勵等；及 (ii) 本集團使用訂購系統的數據，以安排我們產品的交付		不適用
與銷售昆山汀奢分銷產品有關的產品價格結算及相應折扣、獎勵及費用	— 我們將產品結算職能指定予昆山汀奢，而我們將根據訂購系統中的記錄定期與昆山汀奢結算費用	— 於昆山嘉夢的協助下，根據從訂購系統中提取的銷售數據計算批量折扣及獎勵、授予分銷商的基於銷量的費用以及向李婷支付的服務費，並與彼等安排結算	— 核實應付予李婷及我們分銷商的若干批量折扣、獎勵及費用 — 向昆山汀奢提供批量折扣、獎勵及費用付款的協助

	本集團	昆山汀奢	昆山嘉夢
聯合控制賬戶的安排	— 與昆山汀奢共同批准從聯合控制賬戶中匯出的現金	— 與本集團共同批准從聯合控制賬戶中匯出的現金 — 於緊接我們出售昆山汀奢前及緊隨其後，主要負責通過聯合控制賬戶從分銷商收取銷售預付款項(該款項通常不可退還)，且於緊隨有關預付款日期後的工作日，將該產品的購買價格轉予我們 — 收取、持有及管理來自分銷商的可退還保證金，以確保分銷商遵守分銷協議。該可退還保證金將保留在聯合控制賬戶中，並在分銷商不再為我們的分銷商時退還予彼等 — 於分銷商預付我們產品的採購價時，從分銷商收取、持有及管理彼等下達的每份採購訂單的可退還採購保證金，作為其通過聯合控制賬戶履行合約義務的擔保，倘未違反所發生的合約義務，則在下個月將可退還的採購保證金退還予所述分銷商	不適用

	本集團	昆山汀奢	昆山嘉夢
		一　鑒於在相關分銷協議並無遭違反的情況下，可退還保證金及可退還採購保證金可全額退還予分銷商，故昆山汀奢不會將相關款項轉移予本集團	
交付產品	在收到分銷商或經銷商通過訂購系統直接下達的訂單後，通過聘請獨立物流服務提供商，處理並安排直接向分銷商、經銷商或終端消費者交付產品	不適用	不適用

緒言

我們不時與名人合作以實施我們的商業計劃。我們與名人的合作對我們的商業模式至關重要，原因為(i)我們的IP創造及營運部門乃一個獨立的創收業務部門；及(ii)我們創造的專有IP通過對我們的產品產生促銷作用賦能我們的新零售業務。於往績記錄期間，我們與包括周杰倫先生、劉畊宏先生、王女士及方先生在內的多位名人就我們業務運營的不同方面進行合作。

與周杰倫先生的合作關係

我們與周杰倫先生、杰威爾音樂(周杰倫先生的藝人經紀公司)及Archstone(周杰倫先生有關一次性或項目委聘的業務磋商代表)建立長期的合作關係。杰威爾音樂由楊先生、周杰倫先生、方先生及葉女士分別擁有45%、40%、10%及5%權益。周杰倫先生為杰威爾音樂的創辦人，及方先生為文化總監。Archstone由陳先生全資擁有。我們的創辦人、控股股東及／或非執行董事包括葉女士(周杰倫先生的母親)及杰威爾音樂或Archstone各自的董事及控股股東楊先生及陳先生，彼等對我們的整體發展及業務策略有重大影響。

於往績記錄期間，我們透過各種商業舉措與周杰倫先生、杰威爾音樂及／或Archstone合作，如(i)作為周杰倫先生大型演唱會的策劃人及／或投資人，包括2019年及2020年各一場演唱會，我們通過Archstone邀請周杰倫先生於該等演唱會上表演；(ii)作為*周遊記*的主創，我們促成周杰倫先生出現在節目當中，並通過Archstone獲得周杰倫先生的宣傳權；(iii)與杰威爾音樂共同開發並擁有*周同學*商標；及(iv)我們與杰威爾音樂訂立10年IP授權協議。據此，我們已獲得*周同學*相關項目的專有權，及於全球範圍內投資與周杰倫先生及其IP有關的項目的非獨家優先權。透過該等合作，周杰倫先生、杰威爾音樂、Archstone與我們建立互惠互利的關係，我們助力鞏固周杰倫先生在我們消費者中的知名度，並圍繞周杰倫先生獨特的明星IP為我們的產品創造宣傳效果，從而增強我們的新零售業務。我們與彼等的協同關係有望於未來持續。

我們已就*周同學*與杰威爾音樂訂立合作協議及IP授權協議，有關詳情載列如下。

1. 與杰威爾音樂就*周同學*訂立的合作協議

於2019年8月及2019年9月，我們與杰威爾音樂訂立合作協議並協定(其中包括)共同開發及擁有*周同學*商標，且杰威爾音樂擁有最終權利批准我們使用任何*周同學*商標。據IP法律顧問告知，由於*周同學*商標源於周杰倫先生的形象，故周杰倫先生的藝人經紀公司保留此類權利符合行業規範，因為使用*周同學*商標可能會影響周杰倫先生的聲譽及信譽，這決定了藝人的商業價值。在此背景下，最終批准權是杰威爾音樂實施的保障措施之一，以確保周杰倫先生的聲譽及信譽得到保護，及其利益不會受到損害。於往績記錄期間，我們在使用或授權任何*周同學*商標時，在獲取杰威爾音樂的同意方面從未遇到任何困難。

根據IP法律顧問的意見，即使杰威爾音樂的所有權發生任何變化，我們董事及獨家保薦人認為，作為*周同學*商標的共同擁有人，根據與杰威爾音樂達成的合作協議，我們對*周同學*商標的所有權及專有使用權的合法權利將不受影響。由於在簽訂IP授權協議之前，我們與杰威爾音樂就*周同學*及其相關項目進行合作，據IP法律顧問告知，我們有權使用*周同學*商標，而不受IP授權協議所限，原因為我們對*周同學*商標的擁有權及我們作為*周同學*商標共同擁有人的權利乃永久性。

董事認為，周杰倫先生、*周同學*及我們的聲譽將受到保護，因為：(i)杰威爾音樂及我們致力於維護及保護周杰倫先生及*周同學*的聲譽，從而保護我們的共同利益；(ii)鑑於我們為就*周同學*項目授權其他第三方的唯一一方，我們僅向值得信賴的合作夥伴授出許可及我們可持續監控、監督及指導任何*周同學*商標的使用；及(iii)我們可識別標有*周同學*商標的假冒商品並採取適當的執法行動將其從市場上淘汰。

2. 就*周同學*項目與杰威爾音樂訂立IP授權協議

為正式確定與杰威爾音樂的長期合作關係，並確保其連續性，我們與杰威爾音樂於2021年8月30日訂立IP授權協議。根據IP授權協議，我們已獲得(a)於全球範圍內開展基於*周同學*項目的獨家權利；及(b)若干類型項目的非獨家優先投資權，為期10年，可由我們再續期10年。

IP授權協議的條款

下文載列杰威爾音樂根據IP授權協議向我們授予的各種權利的概要：

專有權

在全球範圍內基於*周同學*策劃、開發、投資及其他商業項目(「***周同學項目***」)

杰威爾音樂進一步同意，未經我們事先批准，不會與任何第三方開展*周同學*項目。由於杰威爾音樂主要從事藝人管理，我們的董事認為，杰威爾音樂行使其權利自行實施*周同學*項目的可能性微乎其微。

非獨家優先權(*附註1*)

(1) 在動漫及電影項目中設計、創作、策劃、開發及投資以周杰倫先生形象為中心的虛擬偶像

(2) 設計、創作、策劃、開發、投資及推出若干節目(包括周杰倫先生設計及開發的綜藝節目，但不包括周杰倫先生僅以歌手身份參加的演出、音樂頒獎典禮、音樂雜志等以及杰威爾音樂代理業務範圍內的節目(包括但不限於周杰倫先生以嘉賓、導師、嘉賓主持、表演藝人或專訪嘉賓身份出現於節目上))

(3) 投資杰威爾音樂及／或周杰倫先生的好萊塢電影(定義見IP授權協議)

附註：

1. 我們有權投資於其他第三方提議的該等項目。對於由第三方建議並經杰威爾音樂接納將由第三方執行的任何有關項目，杰威爾音樂將在其權力範圍內，優先邀請我們共同投資有關項目。對於我們建議並經杰威爾音樂接納將由我們執行的任何有關項目，我們將開發有關項目並享有優先決定是否自行開發有關項目或與其他第三方共同開發有關項目的權利。

其他權利

(1) 安排周杰倫先生參加及出席我們主辦、投資或贊助的商業演出，以及有關演出的宣傳活動

(2) 投資周杰倫先生的個人演唱會或周杰倫先生擔任主要表演者的其他演唱會

(3) 促使周杰倫先生參加及／或出席有關巨星項目(定義見下文)的事件及活動

IP授權協議的其他主要條款概述如下：

知識產權的所有權

- 需要結合或利用杰威爾音樂或周杰倫先生作品的項目，知識產權應由杰威爾音樂單獨授權，而該等項目的知識產權的所有權將與杰威爾音樂另行約定；
- 我們作為主要投資方的項目，知識產權應由我們完全擁有，惟與周杰倫先生演唱會相關的知識產權除外，該等知識產權將由相關的演唱會合同釐定；及
- 有關上文未涉及的其他項目，知識產權將與杰威爾音樂按個別基準另行協定。

終止的理由

IP授權協議將在(其中包括)下列情況下終止：

(i) 我們造成根本違約，包括未經杰威爾音樂事先同意的情況下在任何項目中使用周杰倫先生的形象及姓名或執行IP授權協議項下擬進行的任何項目(「**巨星項目**」)；

(ii) 任何一方持續或嚴重違反協議的任何條款且經遵守方通知違約方後有關違約行為未予糾正；或

(iii) 倘我們未於2023年8月30日或之前上市(「**提早終止權**」)。

我們於周杰倫先生相關項目的非獨家優先權

上述非獨家優先權使我們有機會參與在該等協定方面的所有周杰倫相關項目。董事認為，該等項目的任何建議均需獲杰威爾音樂接受或批准屬合理，因為(i)該等項目將利用周杰倫先生的相關IP，因此，杰威爾音樂應有權代表周杰倫先生接受或批准項目；(ii)杰威爾音樂應選擇有利於周杰倫先生或其職業發展的合適項目；及(iii)杰威爾音樂需要確保建議的項目不會(其中包括)有損周杰倫先生的聲譽及／或形象，或導致違反任何先前存在的合約或承諾。我們認為藝人經紀公司基於上述理由對任何涉及其旗下藝人及／或藝人形象、宣傳權或知識產權的項目擁有類似的批准權，亦屬於行業常規。於往績記錄期間及直至最後可行日期，不存在杰威爾音樂拒絕我們參與有關周杰倫先生的任何項目的情況，包括我們根據IP授權協議享有非獨家優先權的項目。

杰威爾音樂訂立IP授權協議的授權及我們使用相關IP權利的權利

杰威爾音樂已確認，其已取得訂立IP授權協議所需的所有授權，並有能力履行其於該協議項下的責任。鑒於：(i)杰威爾音樂與周杰倫先生過去14年的合作；及(ii)杰威爾音樂確認，其至少直至2031年12月30日繼續為周杰倫先生的藝人經紀公司，我們董事預期杰威爾音樂與周杰倫先生之間的關係不會於IP授權協議期內發生重大變動。

周杰倫先生向我們提供一份證明書(「**證明書**」)：(i)杰威爾音樂根據IP授權協議(及由此衍生的協議)給予我們的授權不會因杰威爾音樂與其之間的合作關係發生任何變動而受到影響。倘杰威爾音樂不再為周杰倫先生的藝人經紀公司，杰威爾音樂將繼續保留所需授權，以履行其根據現有合約項下的責任，包括授權我們使用周杰倫先生的相關宣傳權及其他知識產權(「**相關IP權利**」)的權利；及(ii)倘杰威爾音樂無法授權我們使用相關IP權利(除因我們違反IP授權協議外)，周杰倫先生同意促使其當時的代理與我們訂立新的IP授權協議，其條款與IP授權協議的條款大致相同。據IP法律顧問所告知，(i)證明書具有法律約束力，並可強制執行，原因是具備香港法律所規定的有效及具約束力的合約的基本要素；(ii)不論日後周杰倫先生與當時的代理所訂立協議的適用法律如何規定，證明書仍對周杰倫先

生具有法律約束力並可強制執行；及(iii)證明書將使我們繼續享有使用相關IP權利的權利。因此，我們的董事認為，而獨家保薦人贊同，即使於IP授權協議期內，另一方成為周杰倫先生的代理，我們在IP授權協議項下的權益將不會受到損害，而我們與周杰倫先生的合作將會得到保障。

杰威爾音樂是否會行使提早終止權

提早終止權乃基於商業合理性協商，即上市後，我們將有更多的資源來實施IP授權協議所規定的潛在合作。於該情況下，我們相信，倘我們於創造大型活動及節目方面具備更多的資源及能力，以進一步增加周杰倫的公眾曝光率及提高其知名度，周杰倫先生與杰威爾音樂更有動力於我們上市後進一步加強與我們的合作亦符合邏輯，原因是我們能夠進入資本市場，並將籌集的資金用於我們的IP創造及營運分部。有關詳情，請參閱下文「本集團與周杰倫先生之間的共同受益關係」一段。據我們所知，鑒於杰威爾音樂與我們的長期合作，我們了解，只要我們仍有能力提供杰威爾音樂所需的支持，並擁有執行巨星項目所需的相關資源及關係，杰威爾音樂將不會行使提早終止權，即使我們於2023年8月30日之前未上市。

我們於出現有關周杰倫先生的負面宣傳的情況下的追償權

倘出現有關周杰倫先生的負面宣傳，我們並無單方面終止IP授權協議的權利，且該權利屬不必要，原因為我們並不對任何潛在項目作出承諾，或須履行其項下任何積極的義務。萬一出現有關周杰倫先生的負面宣傳，我們保留決定是否就尚未落實的巨星項目與杰威爾音樂合作的權力；而對於我們已經作出承諾的巨星項目，我們將根據就各個項目所訂立且載有主要條款(通常包括背對背彌償條款，倘周杰倫先生與負面宣傳有關，杰威爾音樂將向我們彌償終止費用(如有))的單獨協議決定該如何進行。倘我們決定終止該等項目，我們的營運及業績可能會受到不利影響，詳情請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們依賴於與周杰倫先生、劉畊宏先生、王女士及庾澄慶先生等明星在我們業務方面的合作，該等明星在消費者中的好感度或曝光率受到任何負面影響均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。」一節。

與周杰倫先生的代理及代表建立長期、穩定及穩固的關係

我們認為，(a)當我們邀請周杰倫先生於我們計劃及／或投資的演唱會上表演，並在*周遊記*1中亮相，以及獲得權利於節目中使用周杰倫先生相關IP時，從事與周杰倫先生相關的媒體內容製作及活動策劃，及(b)透過為期10年的IP授權協議，透過杰威爾音樂及／或Archstone我們已與周杰倫先生建立並維持長期、穩定、穩固的關係。我們認為，根據IP授權協議及其條款給予我們的權利表明，周杰倫先生將與我們長期合作。

此外，據我們了解，周杰倫先生透過杰威爾音樂及Archstone分別與楊先生及陳先生保持穩定及長期關係。我們相信，彼等之間的關係可降低我們無法與周杰倫先生合作的風險，原因為楊先生及陳先生為我們的創辦人、控股股東及非執行董事。此外，周杰倫先生與杰威爾音樂、Archstone、楊先生、葉女士及陳先生各自的關係不會對我們的業務活動造成任何限制。

周杰倫先生與杰威爾音樂的關係

2008年起，杰威爾音樂為周杰倫先生的代理，擁有代表周杰倫先生處理周杰倫先生所有歌詞、音樂作品、視聽及影像作品的版權以及周杰倫先生的形象權的專有權。杰威爾音樂已經並且正在周杰倫先生的授權下使用周杰倫先生的形象權，及處理周杰倫先生在全球的商業許可活動。

倘周杰倫先生與杰威爾音樂或其董事及股東的關係惡化，其與我們的合作將不會受到實質性影響，原因如下：(i)根據IP授權協議我們與杰威爾音樂及周杰倫先生之間的合作不會受到影響；(ii)我們擁有使用*周同學*商標的所有權權利；(iii)我們為我們創建的*周遊記*版權及其他相關知識產權的共同擁有人；及(iv)周杰倫先生的形象權屬其個人所有，其可與我們訂立以項目為基礎的合約。有關詳情，請參閱「本集團與周杰倫先生之間的共同受益關係」分段。

周杰倫先生與Archstone的關係

在杰威爾音樂的授權及同意下，Archstone代表周杰倫先生就一次性或專項聘約（例如在中國進行產品代言及商業演出）進行商業談判。Archstone並無擁有周杰倫先生的任何知識產權及形象權或代表周杰倫先生處理上述事項的任何權利，且其應與杰威爾音樂按個別基準簽訂一次性授權協議，以列明具體的授權範圍。因此，周杰倫先生與陳先生或Archstone之間的關係發生任何變化均不會對我們的業務活動產生影響。

據IP法律顧問所告知，且董事及獨家保薦人贊同，即使Archstone能夠使用周杰倫先生的知識產權，我們有關周杰倫先生於IP授權協議下知識產權的權益不會受到影響，原因為Archstone代表周杰倫先生訂立委託業務的權利及使用周杰倫先生形象及知識產權的權利源自杰威爾音樂。因此，由於杰威爾音樂須遵守IP授權協議的條款，授予Archstone的任何權利的程度不會導致其違反IP授權協議。

周杰倫先生除與本集團進行的商業活動以外的商業活動的影響

周杰倫先生亦與我們以外的各方進行商業活動(包括其個人演唱會、出席並非我們策劃的節目，或擔任其他品牌或產品的代言人)，而該等活動可能會對周杰倫先生施加限制性契諾。有關限制性契諾影響可以進行的巨星項目的範圍。然而，杰威爾音樂(以其藝人經紀公司的身份)將確保周杰倫先生須遵守的限制性契諾不會影響彼與我們的持續合作。我們認為周杰倫先生的商業活動(除與我們有關者)不會對我們的業務活動構成風險或產生不利影響，乃由於倘我們有具體的業務計劃，我們始終可以與其他名人合作，或我們可與周杰倫先生在對其限制性契諾之外進行項目合作。

本集團與周杰倫先生之間的共同受益關係

董事認為，本集團與周杰倫先生之間存在共同受益關係。我們的IP創造能力對我們的IP(包括但不限於與周杰倫先生相關的IP，如*周同學*及*周遊記*1)創造至關重要。我們的明星IP透過產生宣傳效應為我們的品牌、產品及分銷網絡賦能。將有關IP授權予第三方令周杰倫先生的知名度得到提高。

另一方面，作為中國娛樂圈的領軍人物，周杰倫先生擁有龐大的粉絲群，能吸引對與其相關的產品產生濃厚興趣，賦能我們的新零售業務。我們認為周杰倫先生一直保持正面形象，能夠對公眾持續產生積極影響。我們亦認為，周杰倫先生在不久的將來會繼續成為備受推崇的明星，從而通過其明星IP所實現的賦能繼續為我們的營運作出貢獻。

此外，董事認為與周杰倫先生相比，可能僅有少數名人具有類似的知名度及影響力。儘管藝人與中國市場的商業夥伴訂立長期廣泛的合作協議的情況並不多見，但我們能夠透過IP授權協議與周杰倫先生取得長期合作。展望未來，我們將繼續利用與周杰倫先生的長期合作及互利關係。

周杰倫先生對我們的業務營運具有重要意義

周杰倫先生在我們的業務營運中的作用

我們的新零售業務及IP創造及營運業務頗為依賴周杰倫先生。就IP創造及營運業務而言，如本招股章程「業務 — 我們的業務 — IP創造及營運」一節中所討論，周杰倫先生是IP創造的靈感來源或我們IP內容的表演者之一。本集團2020年所產生的收入來自(a)以周杰倫先生為中心的IP，即2020年初播出*周遊記*1；及(b)於整個往績記錄期間，周杰倫先生(作為表演者之一)參與創造及營運的活動策劃及節目。自2021年起，我們IP創造及營運業務中獲得的收入已多樣化，我們通過與其他名人(如庾澄慶先生及劉畊宏先生)的合作獲得收入。於往績記錄期間，以周杰倫先生為中心或彼作為表演者參與的IP創造及營運分別佔我們截至2022年12月31日止四個年度總收入的5.7%、19.6%、9.1%及13.3%。

就新零售業務而言，本集團的主要產品*魔胴*咖啡使用周杰倫先生的賦能產生宣傳效應，包括產品包裝上使用*周同學*及在*周遊記*1中展示該產品。於往績記錄期間，周杰倫先生或其相關IP參與促銷活動的新零售分部的產品銷售額分別佔我們總收入的83.0%、72.8%、64.8%及45.2%。

我們的業務自*周遊記*1於2020年播出後維持可持續發展。下列所載為我們於所示年度來自以下各項的收入明細，即(i)新零售分部下的產品，其推廣活動包括周杰倫先生或其相關IP的參與；(ii)新零售分部下的產品，其推廣活動不包括周杰倫先生或其相關IP的參與；(iii)以周杰倫先生為中心或邀請其擔任表演者之一的IP創造及營運；及(iv)不以周杰倫先生或其相關IP為中心或與之並無重大關聯的IP創造及營運：

		截至12月31日止年度							
		2019年		2020年		2021年		2022年	
		人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
新零售									
獲周杰倫先生及其相關IP賦能									
*–魔胴*咖啡*周同學*版[1]	A	–	–	135,195	29.6	110,663	30.3	85,452	24.8
*–魔胴*咖啡經典版[1]	A	71,927	83.0	197,673	43.2	117,109	32.1	65,431	19.0
小計		71,927	83.0	332,868	72.8	227,772	62.3	150,883	43.8
–其他健康管理產品	A	–	–	–	–	8,325	2.3	3,527	1.0
–其他	A	–	–	–	–	676	0.2	1,240	0.4
未獲周杰倫先生或其相關IP賦能									
健康管理產品									
*–魔胴*益生菌凍乾粉	B	–	–	–	–	13,076	3.6	11,585	3.4
*–魔胴*本草飲	B	–	–	–	–	14,185	3.9	5,829	1.7
*–魔胴*輕萃咖啡		–	–	–	–	–	–	8,628	2.5
–抹茶粉		–	–	–	–	–	–	24,049	7.0
*–盈養博士*品牌項下的產品	B	–	–	–	–	5,845	1.6	3,367	1.0
–其他健康管理產品	B	–	–	7,919	1.7	6,058	1.7	8,168	2.4
護膚品									
*–LA DEW*煥顏美雕面膜	B	3,450	4.0	14,347	3.1	5,132	1.4	419	0.1
*–摩肌博士*子品牌項下的產品	B	–	–	6,058	1.3	12,677	3.5	12,540	3.6
*–茶小姐*子品牌項下的產品	B	–	–	17	0.0	3,465	0.9	3,313	1.0
其他	B	5,420	6.3	3,966	0.9	4,184	1.1	6,551	1.9
小計		80,797	93.3	365,175	79.9	301,395	82.5	240,099	69.8

		截至12月31日止年度							
		2019年		2020年		2021年		2022年	
		人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
IP創造及營運									
與周杰倫先生有關的活動及項目									
－以周杰倫先生為中心[2]	C	–	–	81,590	17.9	–	–	27,856	8.1
－邀請周杰倫先生擔任表演者之一[3]	C	4,761	5.5	4,505	1.0	24,867	6.8	9,433	2.7
與周同學有關的IP許可及銷售相關產品[4]	C	141	0.2	3,506	0.8	8,270	2.3	8,560	2.5
與周杰倫先生或其相關IP無關的IP創造及營運									
－活動及IP節目[5][6]	D	–	–	472	0.1	29,532	8.1	57,737	16.8
－IP產品及許可費	D	886	1.0	1,696	0.4	1,281	0.3	472	0.1
小計		5,788	6.7	91,769	20.1	63,950	17.5	104,058	30.2
總計		86,585	100.0	456,944	100.0	365,345	100.0	344,157	100.0
新零售									
新零售分部下的產品，其推廣活動包括周杰倫先生或其相關IP的參與	A	71,927	83.0	332,868	72.8	236,773	64.8	155,650	45.2
新零售分部下的產品，其推廣活動不包括周杰倫先生或其相關IP的參與	B	8,870	10.3	32,307	7.1	64,622	17.7	84,449	24.6
IP創造及營運									
以周杰倫先生為中心或邀請其擔任表演者之一的IP創造及營運	C	4,902	5.7	89,601	19.6	33,137	9.1	45,849	13.3
不以周杰倫先生或其相關IP為中心或與之並無重大關聯的IP創造及營運	D	886	1.0	2,168	0.5	30,813	8.4	58,209	16.9
總計		86,585	100.0	456,944	100.0	365,345	100.0	344,157	100.0

附註：

(1) 於2019年，我們並無使用任何明星IP來賦能銷售*魔胴*咖啡。我們透過(a)*周遊記*1；及(b)推出一款特別版的*魔胴*咖啡，其包裝上展示*周同學*的插圖(即*周同學*版)推廣我們的*魔胴*咖啡。自2020年7月起，雖然我們繼續以*周同學*版銷售部分*魔胴*咖啡，但我們並無舉辦過任何活動或節目，使用與*周遊記*1相媲美的周杰倫先生相關的IP，賦能*魔胴*咖啡及其他產品。

(2) 主要指我們的收入產生自(i)於2020年*周遊記*1播出；(ii)一個世界杯相關節目、有關*周遊記*2的宣傳視頻及周杰倫先生於2022年第四季度推出的新音樂專輯及以周杰倫先生為中心的在線音樂會。

(3) 指周杰倫先生作為眾多表演者或嘉賓(倘適當)之一參加各類活動及節目產生的收入。儘管周杰倫先生僅為該等活動及節目的眾多嘉賓之一，但本集團僅負責製作該等活動及節目中與周杰倫先生相關的內容。

(4) 指*周同學*許可及相關產品銷售的收入。

(5) 指(i)以周杰倫先生以外的明星為中心的節目產生收入，包括以庾澄慶先生為中心，其他嘉賓包括周杰倫先生客串演出的*既來之則樂之*；及以劉畊宏先生為中心，其他明星客串演出的一個綜藝節目。除作為嘉賓之一亮相外，周杰倫先生並未參與相關活動及節目；及(ii)與周杰倫先生完全無關的其他活動及／或節目。

(6) 與周杰倫先生或其有關IP無關的活動及IP節目之所得收益由2021年的人民幣29.5百萬元增加至2022年的人民幣57.7百萬元，乃主要歸因於我們自2021年11月起與劉畊宏先生的合作，包括以劉畊宏先生為中心的618主播請就位及其他直播環節產生的收益。

我們營運的可持續性

基於以下各項，我們認為我們的新零售業務，特別是在播出*周遊記*1及廣泛使用周杰倫先生相關IP後，*魔胴*咖啡的銷售維持可持續發展：

a. *健康管理產品：*

(i) *魔胴*咖啡

2019年*魔胴*咖啡的銷售額並不可觀，原因為*魔胴*咖啡於2019年4月方推出。由於*周遊記*1帶來的IP賦能效應以及貼有*周同學*商標的特別版*魔胴*咖啡的推出，2020年*魔胴*咖啡的銷售額大幅增加。

我們的董事認為，2021年及2022年銷售收入的下降主要是由於(i)自2020年7月開始播出的*周遊記*1的重大促銷作用停止；及(ii)我們的物流及交付服務供應商的營運、線下銷售及營銷活動的組織等臨時中斷，而這是由於實施嚴格措施應對COVID-19的奧密克戎變種毒株的爆發，而並非是由於其產品生命週期結束。

下文載列我們*魔胴*咖啡於截至2022年12月31日止四個年度各年的每季度平均月銷售量(盒)：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
		(盒數)		
第一季度	–	140,000	188,000	102,000
第二季度	74,000[1]	550,000	200,000[2]	114,000
第三季度	59,000	223,000	134,000[3]	75,000
第四季度	79,000	191,000	189,000[2]	169,000

附註：

1. *魔胴*咖啡於2019年4月開始在全國範圍內分銷。因此，2019年第一季度均無銷售記錄。

2. 於2021年第二季度，尤其是4月及6月，有以下促銷效果：(i)播出關於旅遊及中國文化的真人秀節目，即還有詩和遠方2；及(ii)開展促銷活動，在購買*魔胴*咖啡時提供折扣及贈品。於2021年12月，另一旅遊類綜藝節目的播出產生促銷效果，即萬里走單騎2。該等節目並非由我們製作但我們於節目中透過投放電視廣告推廣*魔胴*咖啡。有關節目有不同的明星，而周杰倫先生根本並無參與有關綜藝節目。

3. 我們*魔胴*咖啡的銷量於2021年第三季度下降乃主要由於管理層將重點轉移至籌備上市，其中包括臨時分配資源用於(其中包括)籌備各種上市工作及文件，加強我們的內部控制及公司治理以及管理我們的分銷網絡。我們分銷網絡的銷售功能亦暫時受到影響，原因為我們對分銷商及經銷商施加額外的要求，以加強我們的內部控制。

基於以下事實，我們認為市場對防彈咖啡的需求依然強勁：

(i) 市場對防彈咖啡的總體需求

防彈咖啡的概念自2016年起最初在中國商業化。按總商品交易額計的中國防彈飲料市場規模於2017年至2022年由人民幣5億元增長至人民幣22億元，

複合年增長率為34.6%。此外，防彈咖啡目前構成中國防彈飲料市場中最大的細分市場，2022年佔防彈飲料市場逾80%。

中國防彈飲料的市場規模於2020年至2021年期間錄得相對較小增長，由2020年的人民幣31億元增長到2021年的人民幣32億元，乃由於中國不同地區實施各種嚴格措施，包括全市範圍內的靜態管理控制措施。

隨着中國最近放寬了抗擊COVID-19的限制，預計中國經濟將於2023年起企穩並恢復合理增長。因此，預計防彈飲料的市場規模將由2022年的人民幣27億元增至2027年的人民幣50億元，複合年增長率為17.7%。

(ii) 市場對*魔胴*咖啡的需求及我們維持銷售*魔胴*咖啡的能力

我們相信，我們於2021年及2022年按總商品交易額計在中國防彈飲料行業排名第一，2022年市場份額為24.9%，這足以證明我們已於防彈飲料市場建立自有品牌。憑藉中國防彈飲料行業市場規模的持續增長以及我們目前的領先地位，董事相信於可預見未來對我們產品的需求不會惡化。

我們的董事認為，*魔胴*咖啡的銷售與零售行業的任何其他產品類似，須視乎(其中包括)我們的資源分配及為產品舉辦的銷售及營銷活動的水平而定。

儘管2022年爆發COVID-19疫情對中國消費者的一般消費行為產生不利影響，但由於在終端消費者眼中，*魔胴*咖啡是一款品質優良、功能有效的產品，我們於2022年在中國防彈飲料市場中仍位居首位。因此，儘管限制措施放鬆後2023年第一季度COVID-19病例增加的影響，經考慮本集團於2023年第一季度接獲分銷商所下*魔胴*咖啡的訂單約為510,000盒，這(a)與2022年第一季度分銷商所下*魔胴*咖啡訂單約為520,000盒相若；及(b)高於分銷商於2022年下達的*魔胴*咖啡的平均季度訂單約330,000盒，期間中國不時實施管制措施以應對疫情反覆，我們認為，對*魔胴*咖啡的需求將於2023年及未來逐步恢復正常。此外，

我們預計隨著中國放寬抗擊COVID-19的限制後，昆山汀奢及我們的分銷商將於2023年恢復更多線下營銷活動。2023年第一季度共組織35次分銷商推介會，而2022年同期僅組織七場分銷商會議。

因此，董事認為我們可以通過成為中國防彈飲料市場的領先行業領導者來保持對競爭對手的競爭力，且*魔胴*咖啡於可預見未來的整體銷售屬可持續性，並無明顯的需求一直下降跡象。

(ii) 我們的其他健康管理產品

除*魔胴*咖啡外，我們於2021年10月透過推出多個未獲任何明星IP賦能的新產品，如*魔胴*草本飲及*魔胴*益生菌凍乾粉等，使我們的產品組合多元化。此外，我們亦推出新產品抹茶粉及*魔胴*輕萃咖啡，我們通過包括王女士在內的明星及KOL的直播帶貨銷售該等產品。

b. 護膚品：

即使在未有明星IP賦能情況下，本集團於往績記錄期間的護膚品銷售錄得顯著增長。護膚品的收入在2019年至2021年期間增長500%以上，主要是由於推出新產品，即*摩肌博士*子品牌下的產品。該等產品透過我們的分銷網絡銷售。

基於消費者健康社區的社交電商行業及美容及個人護理產品社區社交電商行業各有可觀的市場規模，且預期兩個行業的市場規模均會持續增長，我們相信我們的新零售產品，包括本集團未來推出的新健康管理產品及護膚品，將繼續有市場需求。

我們的成功歸功於主要集體因素而非與周杰倫先生相關IP

儘管我們成功利用周杰倫先生的影響力，於往績記錄期間，特別是在2020年上半年取得業務的顯著增長，但我們的董事認為，周杰倫先生相關IP賦能並非本集團成功的唯一及主要因素。與任何其他零售產品類似，*魔胴*咖啡的成功實際上取決於其他若干關鍵因素。

我們認為以下各項因素均同等重要並對我們的成功作出貢獻：

1. ***多種銷售及營銷方式***－我們推廣產品的方式為：(i)透過KOC口碑宣傳；(ii)透過傳統銷售及營銷方式，如電視贊助、提供試飲樣品及包裝、提供售後服務等；及(iii)透過對我們IP創造及營運業務的賦能，如周杰倫先生相關IP，即在包裝上使用*周同學*商標，及透過在*周遊記*1中投放廣告及／或產品植入在該電視節目中展示*魔胴*咖啡。我們能夠結合我們的產品組合，利用其分銷網絡，創造性地使用及創造IP及其他營銷手段，以節省直接廣告成本的方式推廣我們的產品；

2. ***開發及推出合適新產品***－我們有能力識別、研發、通過合約安排製造及營銷深受終端消費者歡迎的主要產品*魔胴*咖啡。我們認為有關能力對我們往績記錄期間的顯著增長至關重要；

   憑藉我們在*魔胴*咖啡成功商業化的經驗，我們將能夠繼續開發及向市場推出新產品，並相應地使我們供應的產品多樣化，為我們的業務帶來增長，如*魔胴*益生菌凍乾粉及*魔胴*本草飲。我們的管理層在新零售分部戰略規劃及產品部署方面的能力及洞見是我們在短期營運中迅速擴充市場的關鍵，從而有助我們成為中國不斷發展的新零售運營商之一，並專注主要通過社交電子商務渠道銷售健康管理產品及護膚品。倘若並無具備此能力，本集團將無法率先將防彈咖啡識別為有足夠未滿足市場需求的產品，進而開發出受目標消費者青睞的產品秘方及配方；及

3. ***建立廣泛銷售渠道***－我們能夠與昆山汀奢攜手迅速建立我們的分銷網絡，昆山汀奢仍為我們新零售業務的戰略及長期合作夥伴。通過利用KOC的影響力及以私域流量為中心的營銷策略，我們為新零售業務量身定制的分銷網絡模式有助於擴大我們的消費者範圍，通過社區及口碑推廣提高我們產品的知名度，並提升產品長期銷量。我們亦開發電子商務渠道，藉此我們可透過各種在線平台(即*抖音*店(通常會鏈接到推廣我們產品的明星或KOL的直播帶貨))直接向終端消費者銷售我們的產品。

董事認為，上述因素仍將是本集團成功及可持續發展的主要及集體因素，而非周杰倫先生相關IP單一賦能(作為一種銷售營銷策略)，尤其是在*魔胴*咖啡成為中國防彈咖啡市場的領導者後。有鑒於此，本集團能夠在周杰倫先生的參與減少的情況下開展及維持其業務。

與劉畊宏先生及王女士的合作

於2021年11月，我們成立天賦星球，該公司乃由本集團與W&V(劉畊宏先生的藝人經紀公司)分別持有70%及30%權益。天賦星球與劉畊宏先生及W&V訂立一份協議(即劉先生表演相關合作協議之一)，據此，天賦星球將就劉畊宏先生在中國的娛樂及表演業務提供策劃及管理服務。自此，我們一直與劉畊宏先生積極合作將其發展成為中國健身健美界的KOL。劉畊宏先生一直在*抖音*上分享鍛煉視頻，其視頻以其健身操為特點並自2022年4月以來備受歡迎。劉畊宏先生*抖音*賬號粉絲數量自2022年4月至2022年5月實現十倍增長，新增粉絲6,000萬人。我們認為該粉絲數量的月度增長在*抖音*歷史上的所有其他賬號當中屬最快。於2022年12月31日，劉畊宏先生*抖音*賬號的粉絲數量進一步增加至約71.5百萬人。

透過出現在劉畊宏先生直播環節中，王女士亦獲得人氣並吸引眾多粉絲。於2022年4月至2022年6月，王女士的粉絲已接近4百萬，截至2022年12月31日達到約420萬。

隨著劉畊宏先生及王女士名氣日益高漲，我們認為此將為我們帶來更多機會以增創IP，包括以彼等為中心的電視節目，特別是劉畊宏先生。因此，展望未來，除創作更多與劉畊宏先生相關的IP外，包括但不限於電視節目及二次元風格化身，我們擬憑藉劉畊宏先生的知名度以利用該等IP通過多種方式推廣我們新零售產品，如透過投放廣告及／或產品植入方式在電視節目中展示產品以提高產品及品牌曝光率，以及在我們的產品包裝上投放二次元風格化身，這能夠為我們帶來顯著的宣傳效果。我們深信劉畊宏先生的卓越成就證明我們與不同明星合作打造熱門IP的實力。

我們的IP創造及營運業務項下的合作

與劉畊宏先生的活動及IP節目有關的合作

(a) 劉畊宏先生的直播及表演

劉畊宏先生主要於*抖音*賬號上分享直播的鍛煉視頻，其中包括其原創的健身操。作為我們明星IP管理服務的一部分，我們參與策劃及開發劉畊宏先生在社交媒體平台上的公眾形象及人設，以吸引具有類似興趣或關注的觀眾及╱或粉絲。尤其是，我們參與廣告及其直播環節的目標受眾甄選並創作及準備內容及演示，包括劉畊宏先生的服裝、受邀嘉賓、直播環節的節奏如何控制，以及劉畊宏先生及其嘉賓如何與直播環節的觀眾互動，這對於吸引觀眾的注意力及向彼等傳達適當的信息非常關鍵。

劉畊宏先生的知名度向包括體育品牌所有者等各種品牌所有者展示其巨大潛力，相關品牌所有者的產品已植入其所出現的直播帶貨、線上短視頻以及其他線上線下表演進行推廣，在公眾中增加所推廣產品的關注度。我們與第三方品牌所有者簽訂若干份合作協議，以推廣其各自產品，據此我們為劉畊宏先生創作或籌備直播環節、線上短視頻以及線上線下表演的內容及呈現方式，如開發概念及製作內容令目標觀眾聯想到相關品牌，以達到推廣效果。

除直播環節外，我們亦參與圍繞劉畊宏先生的若干IP節目策劃，包括2021年12月在領先社交媒體平台上播出綜藝節目。有關詳情，請參閱「業務－我們的業務－IP創造及營運－歷史IP及在研IP」一節。

(b) 與劉畊宏先生合作協議的條款

於2021年11月27日，我們與W&V及劉畊宏先生訂立總明星IP管理協議(「**2021年11月協議**」)(經2022年1月3日補充協議補充)，據此，W&V及劉畊宏先生委任我們為獨家代理，管理劉畊宏先生在中國的商業活動。根據2021年11月協議，訂約方同意(其中包括)劉畊宏先生將繼續受該協議約束，即使W&V不再是劉畊宏先生的藝人經紀公司。

為載列我們在中國與劉畊宏先生的娛樂及表演業務相關合作的詳情，我們進一步與(其中包括)劉畊宏先生及W&V訂立若干份合作協議。尤其是，天賦星球與其全資附屬公司訂立兩份業務合作協議，據此賦予各附屬公司非獨家權利以磋商、簽立及履行與涉及劉畊宏先生娛樂工作有關的合約。各份業務合作協議包括兩項協議，其中一項由天賦星球及其附屬公司訂立以釐定授權範圍的一般原則(「**集團內業務合作協議**」)。另一項則由天賦星球、相關附屬公司及劉畊宏先生訂立，主要專注集團內業務合作協議項下項目收入分成安排。前述協議及2021年11月協議共同稱為劉先生表演相關合作協議。

以下概述劉先生表演相關合作協議的主要條款：

期限：截至2024年11月30日止兩到三年不等期限。天賦星球擁有優先於其他第三方續訂相關協議的權利。

協議訂約方的責任：天賦星球擁有獨家權利為劉畊宏先生在中國的娛樂及表演業務提供策劃和管理服務，包括劉畊宏先生在社交媒體平台上的公眾形象及人設的策略規劃及發展。W&V(如適用)及劉畊宏先生應配合天賦星球執行所制定的策略計劃及安排，包括但不限於參加新聞發佈會、綜藝節目及慈善活動。劉畊宏先生亦應保持良好的公眾形象，不得參與有損其聲譽的活動。

費用安排：對於在相關協議期限內開展的所有活動、集會或合作，天賦星球、W&V(如適用)及劉畊宏先生各自根據合作方式有權從中獲得一定比例的收入*(附註)*。

終止：此等協議的任何一方可提前三個月書面通知終止有關協議，前提是另一方明確表示將不再履行此等協議項下的主要責任，或任何一方違反相關協議且該違約行為未在合理時間內予以糾正。未經天賦星球事先書面批准，W&V(如適用)及劉畊宏先生不得單方面終止相關協議。

*附註：*收入在扣除(其中包括)(i)其他業務合作夥伴的權利(如有)；及(ii)相關合作的營運成本後確認。視乎情況而定，進一步協議可能予以訂立，其中載有本集團、劉畊宏先生及W&V之間的相關合作以及不同費用分配安排的具體詳情。視乎於相關合約條款，我們有權按協定的比率分佔來自品牌擁有人的贊助金額。

協議的可強制執行性

如IP法律顧問告悉，2021年11月協議是天賦星球、W&V及劉畊宏先生之間簽訂的三方協議。由於我們的附屬公司是2021年11月協議的一方，我們能夠促使天賦星球對W&V及劉畊宏先生中的一個或兩個強制執行其條款。此外，2021年11月協議包含一項條款，即倘若劉畊宏先生不再為W&V管理下的藝人或W&V以其他方式退出2021年11月協議下的合作項目，則(i)劉畊宏先生應繼續履行2021年11月協議；及(ii)就2021年11月協議中規定的合作範圍而言，我們的附屬公司仍為劉畊宏先生在全球範圍內的獨家藝人經紀公司，而天賦星球將與劉畊宏先生單獨磋商及確認劉畊宏先生履行2021年11月協議的方式。另外，集團內業務合作協議項下的任何項目將根據天賦星球授權(故根據劉畊宏先生授權)訂立。因此，IP法律顧問認為，且獨家保薦人同意，即使W&V不再為劉畊宏先生的藝人經紀公司，劉畊宏先生仍受2021年11月協議合約約束，因此我們與劉畊宏先生的合作及於劉先生表演相關合作協議項下的利益不會因劉畊宏先生不再為W&V管理下的藝人或W&V以其他方式退出劉先生表演相關合作協議項下的合作項目而蒙受損失，惟2021年11月協議於重大時間維持有效及生效。

(c) 與MCN公司的合作

於2021年11月26日，天賦星球與MCN公司及W&V簽訂藝人合作協議，據此各方同意在部分指定網絡平台(包括*抖音*及*快手*)上就與劉畊宏先生相關的IP節目進行IP內容創作及管理方面的合作。MCN公司及天賦星球各自將獲得品牌擁有人50%的費用(扣除相關運營成本後)。品牌擁有人可(i)與MCN公司簽訂合作協議，就此而言，MCN公司將被視為我們的客戶，並將向我們轉讓我們應佔費用，即總費用的50%(扣除相關運營成本)；或(ii)與本集團簽訂合作協議，就此而言，品牌擁有人將被視為我們的客戶，而我們須向MCN公司轉讓其應佔費用，即總費用的50%(扣除相關運營成本)。我們隨後將根據劉先生表演相關合作協議與W&V及劉畊宏先生分攤費用。

與王女士的活動及IP節目有關的合作

於2022年7月，我們與(其中包括)王女士就其中國娛樂及表演業務訂立協議。該等協議條款與劉先生表演相關合作協議的條款大致相同(如上文「與劉畊宏先生的活動及IP節目有關的合作」一段所提述)。

我們與王女士合作，在沒有劉畊宏先生參與的情況下，通過其在我們*抖音*賬號上的直播帶貨來推廣我們的產品，包括抹茶粉和*魔胴*輕萃咖啡。除以KOL的身份與本集團合作外，王女士亦為我們的銷售及市場總監，主要負責與本集團一併為其出現的直播帶貨準備內容及演示，以及推廣我們的產品。

與受劉畊宏先生及王女士啟發的二次元風格化身有關的合作

除與劉畊宏先生就其於中國娛樂及表演業務進行合作外，我們亦與其合作創作及設計受其及其配偶啟發的二次元風格化身。由於我們與劉畊宏先生及王女士就彼等各自的中國娛樂及表演業務的合作有別於我們與彼等就二次元風格化身的合作，於2022年7月，我們就受劉畊宏先生及王女士啟發的二次元風格化身創作及設計與劉畊宏先生、王女士和W&V訂立劉先生相關二次元風格化身合作協議。根據劉先生相關二次元風格化身合作協議，我們將發展並擁有與劉畊宏先生及王女士有關的二次元風格化身(「**劉先生相關二次元風格化身**」)，並同意劉先生相關二次元風格化身的相關知識產權由天賦星球全資擁有。

於最後可行日期，我們推出並開始使用多個劉先生相關二次元風格化身來推廣我們的產品。例如，我們在2022年聖誕節的特別促銷禮品套裝中使用了劉畊宏先生和王女士的二次元風格化身，即「*劉教練*」和「*Vivi*」。

我們新零售業務項下的合作

我們亦利用劉畊宏先生及王女士的知名度，通過彼等的相關IP賦能我們產品的銷售。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的業務－IP創造及營運－IP內容創作及管理－明星IP管理－我們新零售銷售賦能」及「－分銷網絡－其他電商渠道」章節。

與方先生的合作

方先生為我們的首席文化官，及彼將繼續與我們一起開發具有鮮明中國傳統特色的各種產品及項目，如茶、陶器及融入方先生創作的詩歌及書法元素的中國傳統服裝。

2022年12月，我們訂立以下合作協議，內容有關(i)創作及設計以方先生為靈感的二次元風格化身；及(ii)其現有二次元風格化身的授權。我們相信，方先生IP的這種中國傳統文化影響力將吸引普羅大眾。

(i) 以方先生為靈感的二次元風格化身創作及設計

我們與方先生及其藝人經紀公司訂立合作協議，據此，我們將有權使用方先生的個人形象設計、開發及創作二次元風格化身，包括但不限於卡通、漫畫、遊戲及玩具中的人物。訂約方亦約定共同擁有該等二次元風格化身產生的知識產權，及我們將全權負責向中國地區的第三方授權二次元風格化身，據此，方先生及其藝人經紀公司將有權與我們分享收入。我們須負責在設計、開發及創作二次元風格化身過程中維護方先生的良好公眾形象，且方先生及其藝人經紀公司有權在該過程中向我們提供建議。

(ii) 方先生創作的二次元風格化身授權

由於方先生的藝人經紀公司擁有方先生創作的現有二次元風格化身龐克貓的知識產權，我們與其藝人經紀公司就該二次元風格化身的IP授權訂立為期兩年的合作協議。根據該協議，我們有權在中國地區進行有關龐克貓的IP授權業務，而方先生的藝人經紀公司有權獲得我們從任何第三方(我們的聯營公司除外)收取的部分許可費。

我們與明星及KOL的合作

於往績記錄期間，我們一直透過與不同的明星或KOL合作豐富我們的明星及相關IP組合。誠如上文所述，除周杰倫先生外，我們亦與庾澄慶先生、劉畊宏先生、王女士及方先生進行合作。於最後可行日期，我們亦與台灣藝人張傑、梁心頤及詹宇豪以及陳法蓉的藝人經紀公司訂立合作協議，並就與孫耀威的潛在合作訂立諒解備忘錄。所有該等合作表明，本集團有能力及渠道與其他明星及／或KOL合作，而不僅僅是與周杰倫先生合作，無論是透過媒體內容創作、活動策劃或二次元風格化身的創作。於最後可行日期，我們為未來合作而初步聘用的所有明星或KOL並非由我們的控股股東及彼等各自的聯營公司(不包括本集團)管理的藝人。

鑒於(i)本集團過往在與明星進行IP創造及營運方面取得的成功，包括創作及設計受彼等啟發的二次元風格化身；(ii)管理層於中國娛樂行業擁有的廣泛人脈／經驗；(iii)我們於往績記錄期間在中國聘用KOL推廣我們產品的往績記錄；及(iv)由於中國有大量的KOL，故與KOL合作並不困難，董事預期在豐富明星及KOL組合及擴大IP儲備方面不會遇到任何困難。

我們的控股股東

截至最後可行日期，馬女士(透過其全資擁有的公司Harmony Culture)、楊先生及葉女士(透過彼等全資擁有同等股份的公司Legend Key)及陳先生(透過其全資擁有的公司Max One)分別實益擁有本公司已發行股本的27.6%、27.6%及9.2%，而根據創始人於2021年9月13日訂立的一致行動方協議，連同彼等有權集體對本公司約64.5%的表決權行使控制權。

由於馬女士、楊先生、葉女士及陳先生於2017年及整個往績記錄期間共同於我們的集團公司中擁有權益，故彼等作為一致行動人士合作以對本集團行使控制權及發展本集團的業務。彼等已共同就我們的策略及計劃作出重要決定，包括不同節目的創作理念、建立各種業務線及開發及創立我們的IP與品牌，並已透過彼此合作行使對本集團的控制權，其已於一致行動方協議正式確立。因此，根據收購守則彼等被推定為一致行動人士及(透過彼等各自的控股公司)截至本招股章程日期均為我們的控股股東。

緊隨全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使及未計及購股權計劃項下的購股權獲行使後可能發行的股份)，Harmony Culture、Legend Key及Max One將有權集體對已發行股份總額約58.1%行使表決權。因此，馬女士、楊先生、葉女士及陳先生(透過彼等各自的控制公司)為我們的控股股東。

馬女士、楊先生、葉女士及陳先生各為我們的創始人。馬女士為董事會主席兼執行董事。楊先生及陳先生各為非執行董事。葉女士為周杰倫先生的母親及為楊先生的投資合夥人。

一致行動方協議

為增加本公司的投票權，我們的創始人訂立一致行動方協議，據此(其中包括)(i)創始人將就彼等投票權一致行動並對積極配合以鞏固對本公司投票權之控制權；及(ii)我們的創始人亦知悉，由於截至該協議日期，彼等各自均於本集團擁有實益權益，故彼等一直一致行動並按一致方式操作及行使彼等的投票權。

競爭權益

各控股股東及董事均已確認，截至最後可行日期，其各自的緊密聯繫人概無於直接或間接與我們的業務構成競爭或可能構成競爭的業務(本集團業務除外)中擁有任何須根據上市規則第8.10條披露的權益。

不競爭承諾

不競爭契據

為確保於未來不會出現競爭，各控股股東已以本公司為受益人訂立不競爭契據，據此，各控股股東向本公司作出保證及承諾，其將不會，且將盡最大努力促使其緊密聯繫人(本集團任何成員公司除外)不會直接或間接以當事人或代理人身份(不論為其本身或聯同或代表任何人士或透過任何實體)(惟在或透過本集團任何成員公司者除外)，與本招股章程所披露的業務(「**受限制業務**」)競爭。

控股股東作出的不競爭契據不適用於：

(a) 相關控股股東持有公司股份權益，當中我們的控股股東及／或其各自緊密聯繫人直接或間接所持股份總數合共不超過相關公司已發行股份的10%或控制行使不超過相關公司投票權的10%或並不控制有關公司董事會大部分成員的組成；及

(b) 本公司已確認不擬爭取的已放棄商機(定義見不競爭契據)。

各控股股東於不競爭契據下的相關責任將於上市日期起生效且在以下時間終止(以最早者為準)：(i)股份不再於聯交所上市；(ii)我們的控股股東及彼等的緊密聯繫人個別或共同不再持有或控制本公司全部股本的30%或以上；及(iii)任何一名控股股東及其緊密聯繫人不再直接或間接持有或控制本公司全部股本中的任何證券。

本公司將於我們的年度報告中披露有關獨立非執行董事所審閱事項的決定，內容有關不競

爭契據項下不競爭承諾的遵守及履行情況。我們的控股股東將於我們的年度報告中就彼等於不競爭契據項下不競爭承諾的遵守情況作出年度確認。

獨立於控股股東

根據我們的重組，與本集團經營有關或存在附帶關係的控股股東的所有公司及業務均已轉介予本公司。我們認為，本集團有能力於上市後獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人(本集團除外)經營其業務，理由如下：

管理獨立

我們的業務由董事會及高級管理層管理。董事會目前包括三名執行董事、兩名非執行董事及三名獨立非執行董事。高級管理層包括七名成員。董事及高級管理層團隊具備足夠專業知識及經驗以處理本集團的日常管理及運營。

董事認為，董事會與高級管理層團隊能夠獨立於控股股東管理我們的業務，理由如下：

(a) 已訂有足夠企業管治措施管理現有及潛在利益衝突。此外，董事不得就任何批准其或其任何緊密聯繫人擁有重大利益的合約、安排或提議的董事會決議案投票，亦不得計入出席特定董事會會議的法定人數中；

(b) 我們擁有三名獨立非執行董事，有助促進管理層的獨立性；

(c) 高級管理團隊對本集團所從事的行業具有深入的經驗及理解。此舉可確保本集團日常管理及營運獨立於控股股東；及

(d) 各董事均知悉其作為董事的受信責任，當中規定(其中包括)其為股東利益及以符合股東整體最佳利益的方式行事，且不容許其董事職責與個人利益之間有任何衝突，以致影響其履行董事職責。例如，於本公司董事會審議有關與杰威爾音樂合作的任何決議案時，身為本公司及杰威爾音樂董事的楊先生將會就相關決議案放棄投票。

營運獨立

本公司(透過其營運附屬公司)在所有重大方面持有或享有其開展業務所需的所有相關牌照的利益，並擁有充足的資本、設備、生產設施及僱員以獨立於控股股東營運業務。我們並無依賴控股股東各自的任何營運、行政或人力資源服務。此外，我們與控股股東及其各自的緊密聯繫人並無任何經常性交易。

此外，我們已成立由各個部門組成的組織架構，各部門具有特定的職責範圍。我們亦已制定一套內部控制措施，以促進業務的有效營運。

基於以上所述，董事認為，本集團於往績記錄期間一直獨立於控股股東及其各自的緊密聯繫人營運，並將繼續獨立營運。

財務獨立

應收我們的控股股東及彼等各自緊密聯繫人的所有貸款、墊款及結餘以及應付我們的控股股東及彼等各自緊密聯繫人的所有貸款、墊款及結餘將於上市前償還。我們的控股股東及彼等各自的緊密聯繫人就本集團的借款提供的所有股份抵押及擔保亦將於上市後悉數解除。

因此，我們認為，我們能夠在財務上保持獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人。此外，我們自設內部監控制度、會計及財務部、收付現金的獨立庫務職能及獲取第三方融資的獨立渠道。董事相信，我們可自外界渠道獲得融資而毋須依賴控股股東。

基於上文所述，董事認為就財務方面而言，本公司將有能力獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人經營業務，亦可維持財務獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人。

企業管治措施

本公司將遵守上市規則附錄十四所載企業管治守則的條文。

我們的控股股東及董事各自已確認，其已完全理解其為我們股東的整體最佳利益行事的義務。董事認為，已設立的企業管治措施足以管理現有及潛在的利益衝突。為進一步避免潛在的利益衝突，我們已實施以下措施：

(a) 我們的細則規定，倘任何董事或其任何緊密聯繫人於批准任何合約或安排或任何其他建議的任何決議案中擁有重大權益，則該董事不得就有關決議案投票，亦不得計入出席有關會議的法定人數；

(b) 倘董事或其聯繫人於與我們的利益存在衝突或潛在衝突的事宜中擁有重大權益，則擁有重大權益的董事應詳盡披露有關情況並放棄出席有關擁有重大權益事宜的董事會會議，惟大多數獨立非執行董事特別要求該董事出席或參與該董事會會議者除外；

(c) 我們已建立內部監控機制以識別關連交易。上市後，倘本公司與控股股東或其任何聯繫人訂立關連交易，本公司將遵守適用的上市規則；

(d) 我們承諾，董事會當中執行董事、非執行董事與獨立非執行董事的組合應該保持均衡。我們已委任獨立非執行董事，並認為我們的獨立非執行董事擁有充足的經驗且彼等均不牽涉任何可能重大影響其作出獨立判斷的業務或其他關係，且將能夠提供公正的外部意見，以保障我們公眾股東的權益；

(e) 倘董事合理要求獨立專業人士(如財務顧問)提供意見，則委任相關獨立專業人士的費用由我們承擔；

(f) 獨立非執行董事將每年審閱控股股東於不競爭契據項下不競爭承諾的遵守情況、我們的控股股東就彼等現有或日後競爭業務提供的選擇權、優先認購權或優先購買；及

(g) 我們已委任民銀資本有限公司作為我們的合規顧問，其將就遵守適用法律及上市規則(包括與董事職責及企業管治有關的各項規定)向我們提供意見及指引。

基於上文所述，董事信納已採取充足的企業管治措施，可管理於上市後本集團與控股股東之間的利益衝突及保障少數股東的利益。

董事會

董事會現時由八名董事組成，包括三名執行董事、兩名非執行董事及三名獨立非執行董事。董事會的權力及職責包括召開股東大會並於股東大會上匯報董事會的工作、釐定業務及發展計劃、編製年度財政預算及財務報告、制訂股息分派及增加或削減法定股本的方案，以及行使組織章程大綱及細則賦予的其他權力、職能及職責。

下表列示有關董事及高級管理層(「**高級管理層**」)的若干資料：

董事會成員

姓名	年齡	加入本集團的日期	獲委任為董事的日期	於本公司的現任職位	主要職責	與其他董事及高級管理層的關係
馬心婷女士	47歲	2015年11月*(附註)*	2021年9月13日	董事會主席兼執行董事	負責本集團的整體業務策略、日常管理及營運	無
錢中山博士	59歲	2017年4月	2021年9月13日	執行董事兼首席執行官	負責本集團的整體業務策略及企業融資戰略	無
賴國輝先生	58歲	2015年11月*(附註)*	2021年9月13日	執行董事兼首席財務官	負責本集團的整體財務管理及企業融資戰略	無

姓名	年齡	加入本集團的日期	獲委任為董事的日期	於本公司的現任職位	主要職責	與其他董事及高級管理層的關係
楊峻榮先生	59歲	2017年8月	2021年9月13日	非執行董事	負責就本集團的整體發展提供建議	無
陳中先生	62歲	2017年8月	2021年9月13日	非執行董事	負責就本集團的整體發展提供建議	無
薛軍博士	48歲	2023年4月	2023年4月18日	獨立非執行董事	負責就本集團的營運及管理提供獨立建議	無
Yang, Dave De先生	57歲	2023年4月	2023年4月18日	獨立非執行董事	負責就本集團的營運及管理提供獨立建議	無
鍾靜儀女士	52歲	2023年4月	2023年4月18日	獨立非執行董事	負責就本集團的營運及管理提供獨立建議	無

高級管理層成員

姓名	年齡	加入本集團的日期	獲委任為本集團高級管理層的日期	於本公司的現任職位	主要職責	與其他董事及高級管理層的關係
馬心婷女士	47歲	2015年11月*(附註)*	2015年11月	董事會主席兼執行董事	負責本集團的整體業務策略、日常管理及營運	無
錢中山博士	59歲	2017年4月	2020年10月	執行董事兼首席執行官	負責本集團的整體業務策略及企業融資戰略	無
賴國輝先生	58歲	2015年11月*(附註)*	2015年11月	執行董事兼首席財務官	負責本集團的整體財務管理及企業融資戰略	無
周佩敏女士	45歲	2017年4月	2019年4月	首席運營官	負責制定本集團的IP戰略及IP許可業務以及相關日常管理及營運	無

姓名	年齡	加入本集團的日期	獲委任為本集團高級管理層的日期	於本公司的現任職位	主要職責	與其他董事及高級管理層的關係
張志鵬先生	54歲	2017年4月	2017年12月	首席項目官	負責制定本集團的娛樂IP戰略及相關日常管理及營運	無
方文山先生	54歲	2021年2月	2021年2月	首席文化官	負責本集團產品的營銷宣傳及本集團的創意策略規劃	無
江秀虹女士	44歲	2017年11月	2019年3月	運營總監	負責管理本集團的產品營銷及銷售策略	無

*附註：*2017年開始業務運營前，馬女士及賴先生參與上市業務的規劃及與潛在業務合作夥伴的談判。

執行董事

馬心婷女士，47歲，於2015年11月加入本集團並為我們的創始人之一。馬女士自2015年11月至2018年8月擔任巨室文創(昆山)的首席執行官。馬女士於2021年9月獲委任為我們的執行董事兼董事會主席且自2016年3月及2020年6月起分別擔任昆山巨星行動及北京巨星傳奇的首席執行官。馬女士主要負責本集團的整體業務策略、日常管理及營運，並一直負責監督本集團的銷售職能及我們產品的品牌創建。彼亦大量參與*魔胴*咖啡分銷系統及網絡的建立。馬女士於文化、媒體及金融行業擁有逾20年的工作經驗。

於創辦本集團之前，馬女士自1997年12月至2007年4月任職於東森電視事業股份有限公司，其最後職位為新聞製作人。馬女士於2008年8月至2020年3月於IDG Capital持有的一家公司中擔任顧問，主要負責提供投資相關諮詢服務。於2022年5月，馬女士獲委任為國家市場監督管理總局發展研究中心成立的新零售和直播電商專家委員會品牌方專委會專家。

馬女士為以下解散公司的監事，並確認彼等於緊接其解散前具有償還能力，且並無未決索賠或負債。相關詳情如下：

公司名稱	成立地點	現狀	撤銷註冊日期	撤銷註冊的原因
新光國際商貿(上海)有限公司	中國	因撤銷註冊而解散	2020年10月27日	無業務營運
北京巨星達人文化發展有限公司	中國	因撤銷註冊而解散	2021年7月30日	無業務營運

馬女士於2003年6月取得國立高雄科技大學(前稱國立高雄第一科技大學)的市場營銷及分銷管理碩士學位及於1995年6月自文藻外語大學(前稱私立文藻外國語文專科學校)取得日本語大專學歷。

錢中山博士，59歲，於2017年4月加入本集團，擔任巨室文創(昆山)的顧問及於2018年8月獲委任為巨室文創(昆山)的策略主任。錢博士於2020年10月獲委任為巨星文創發展的首席執行官。錢博士於2021年9月獲委任為我們的首席執行官兼執行董事。錢博士主要負責本集團的整體業務策略及企業融資戰略。錢博士於金融市場及上市公司管理方面擁有逾20年經驗。

於加入本集團之前，錢博士自1993年12月至1996年7月在大通曼哈頓銀行戰略貿易部門擔任聯繫人；自1996年7月至2000年2月在一間投資銀行巴克萊資本風險融資組擔任聯席董事；自2000年3月至2004年3月於搜狐公司(前稱搜狐網絡有限責任公司，股份在納斯達克股票市場上市(NASDAQ: SOHU)，一間主要從事品牌廣告及網絡遊戲的公司)擔任副總裁，負責戰略業務計劃。錢博士自2004年4月至2006年6月於中國金融在線有限公司(其股份於納斯達克股票市場上市(NASDAQ: JRJC)，一間基於網絡的金融信息／服務公司)擔任總裁及首席財務官，監督與財務、投資者關係及行政有關的工作。錢博士亦自2006年6月至2007年4月於好耶信息技術(上海)有限公司(一間主要從事網絡營銷的公司)擔任首席財務官，監督該公司的財務運營；及自2012年4月至2016年12月擔任大數資本管理(香港)有限公司(一間資產管理公司)的董事總經理，參與制定策略。

錢博士自2022年5月起擔任聯交所主板上市公司友和集團控股有限公司(股份代號：2347)的獨立非執行董事。

錢博士於1991年2月取得美國哥倫比亞大學的天體物理學哲學博士學位及於1985年6月取得中國科學技術大學的物理學學士學位。

賴國輝先生，58歲，於2015年11月加入本集團，擔任巨室文創(昆山)的財務副總裁。賴先生於2021年9月獲委任為我們的執行董事兼首席財務官。賴先生亦為巨星文創發展的董事以及巨室文創(昆山)及北京巨星精湛的總經理兼董事。賴先生主要負責本集團的整體財務管理及企業融資戰略。賴先生於會計及財務顧問方面擁有逾30年的工作經驗。

於加入本集團之前，賴先生於1989年10月至2000年9月任職於花旗銀行，其最後職位為全球證券服務部副總裁；以及於2000年9月至2008年2月任職於JPMorgan Chase & Co.，其最後職位為財務及證券投資部執行董事，負責提供投資相關諮詢服務。賴先生於2008年3月至2015年3月擔任Net Movie Limited的首席財務官，負責制定財務策略；以及於2015年4月至2017年12月擔任昆山夢世界商業管理有限公司的總經理及於2018年1月至2021年2月擔任China Dream World (HK) Limited的總經理，該兩間公司均從事文化項目管理，彼於該等公司負責制定財務策略。

賴先生於2016年7月至2020年3月擔任中國數碼文化(集團)有限公司(一間於聯交所GEM上市的公司(股份代號：8175))的執行董事。

賴先生為以下解散公司的董事，並確認該等公司於緊接其解散前具有償還能力，且並無未決索賠或負債。相關詳情如下：

公司名稱	成立地點	現狀	撤銷註冊日期	撤銷註冊的原因
濰坊斯達普商業管理有限公司	中國	因撤銷註冊而解散	2020年10月28日	無業務營運
上饒市呈達致派科技有限公司	中國	因撤銷註冊而解散	2020年6月22日	無業務營運
北京巨星達人文化發展有限公司	中國	因撤銷註冊而解散	2021年7月30日	無業務營運

賴先生於1989年11月取得香港理工學院(現稱為香港理工大學)的計算機科學學士學位。

非執行董事

楊峻榮先生，59歲，我們的創始人之一。楊先生於2021年9月獲委任為非執行董事。楊先生負責就本集團的整體發展提供建議。楊先生乃著名的音樂專輯製作人，在音樂行業及藝人經紀方面擁有逾20年經驗。

楊先生自2007年4月起為杰威爾音樂(周杰倫先生等眾多明星的藝人經紀公司)的首席執行官、董事兼控股股東，彼於該公司負責為明星提供藝人經紀服務，並擔任包括周杰倫先生在內的明星的經紀人。彼亦協助明星創作及製作歌曲及音樂專輯。

楊先生自2020年11月起擔任長信文化傳媒控股集團有限公司(其股份於新加坡證券交易有限公司主板上市(新交所：XJB))的非執行董事。

楊先生於1987年6月取得國立台灣大學的農業推廣學士學位。

陳中先生，62歲，我們的創始人之一。彼於2021年9月獲委任為非執行董事。陳先生負責就本集團的整體發展提供建議。陳先生於藝人經紀方面擁有逾15年的工作經驗。

陳先生自2005年以來擔任巨室音樂娛樂製作有限公司(一間主要從事藝人經紀的公司)的總經理，負責為包括周杰倫先生在內的多位藝人磋商代言協議，並執行演唱會。

陳先生為以下解散公司的董事，並確認已解散公司於緊接其解散前具有償還能力，且並無未決索賠或負債。相關詳情如下：

公司名稱	註冊成立地點	現狀	撤銷註冊日期	撤銷註冊的原因
重慶博爾普斯文化傳播有限公司	中國	因撤銷註冊而解散	2016年12月6日	股東同意的自願撤銷註冊

獨立非執行董事

薛軍博士，48歲，於2023年4月加入本集團，擔任獨立非執行董事。薛博士負責就本集團的營運及管理提供獨立建議。薛博士於法律領域，特別是中國电子商務相關法律方面擁有豐富的專業經驗。

薛博士自2005年起任職於北京大學，現任北京大學法學院教授、副院長及北京大學電子商務法研究中心主任。自2016年9月至2018年3月，薛博士擔任市場監管總局法律顧問及全國人大財政經濟委員會立法專家顧問，參與電子商務相關法律的立法工作。

於1996年7月及2000年6月，薛博士分別獲得中南財經政法大學(前稱中南政法學院)的法學學士學位及中南財經政法大學的民商法碩士學位。於2005年10月，薛博士獲得羅馬第二大學(Università degli Studi di Roma Tor Vergata)羅馬法博士學位。

薛博士自2020年11月起擔任遠洋服務控股有限公司(其股份於聯交所主板上市(股份代號：6677))的獨立非執行董事。

Yang, Dave De先生(原名：楊德志)，57歲，於2023年4月加入本集團，擔任獨立非執行董事。楊先生負責就本集團的營運及管理提供獨立建議。

楊先生於2012年9月至2016年9月擔任利潔時集團的北亞區區域首席財務官，該公司股份於倫敦證券交易所上市(LON: RB)，是一家提供衛生、健康及營養產品的公司；及於2017年1月至2019年2月擔任Dalton International的合夥人兼首席財務官。

楊先生於2009年4月至2020年4月擔任暢遊有限公司(一家先前於納斯達克股票市場上市的公司(NASDAQ: CYOU)獨立董事及審核委員會主席；及自2017年4月起擔任搜狐公司(前稱搜狐網絡有限責任公司)獨立董事及審核委員會成員，該公司的股份在納斯達克股票市場上市(NASDAQ: SOHU)。

楊先生於1995年6月於紐約城市大學取得理學碩士學位，於1989年8月於中國科學技術大學取得管理工程碩士學位，並於1986年7月於中國科學技術大學取得地球物理學學士學位。

鍾靜儀女士，52歲，於2023年4月加入本集團，擔任獨立非執行董事。鐘女士負責就本集團的營運及管理提供獨立建議。

鍾女士於2018年5月18日獲委任為朗華國際集團有限公司(一家於聯交所GEM上市的公司，股份代號：8026)的執行董事及首席執行官。在此之前，彼於2017年獲委任為Paganini Milano (SG) PTE Limited的首席執行官兼執行董事，負責品牌定位、戰略規劃及業務發展。於2003年4月至2017年4月，鍾女士為中銀國際證券有限公司及滙豐金融證券(亞洲)有限公司的僱員。

鍾女士為以下解散公司的董事，並確認該等公司於緊接其解散前具有償還能力，且並無未決索賠或負債。相關詳情如下：

公司名稱	成立地點	現狀	撤銷註冊日期	撤銷註冊的原因
Collezione Paganini Limited	香港	因撤銷註冊而解散	2022年4月1日	無業務運營
Angel Master Limited	香港	因撤銷註冊而解散	2022年1月28日	無業務運營

鍾女士於1994年10月在新澤西州立羅格斯大學獲得理學學士學位。

除上文披露者外，概無董事於緊接最後可行日期前三年擔任香港或海外上市的任何其他公司的任何其他董事職務。務請參閱本招股章程附錄五「法定及一般資料－C.有關董事及主要股東的進一步資料」一節，以了解董事的其他資料，包括其服務合約及薪酬詳情，以及董事於股份的權益詳情。除本招股章程披露者外，據董事作出一切合理查詢後所知、所悉及所信，概無有關各名董事的其他事項須根據上市規則第13.51(2)條予以披露，亦無有關董事的其他重大事項須提請股東垂注。

高級管理層

高級管理層負責我們業務的日常營運及管理。有關同時擔任執行董事的高級管理層的資料，請參閱本節上文「－董事會－執行董事」一段。除執行董事外，我們的高級管理層成員如下：

周佩敏女士，45歲，於2017年4月加入本集團，於巨室文創(昆山)擔任顧問，並於2019年4月獲委任為巨室文創(昆山)的首席運營官，以及於2020年8月獲委任為北京巨星傳奇的董事兼總經理。周女士於2021年9月獲委任為我們的首席運營官。周女士負責制定本集團的IP戰略及IP許可業務以及相關日常管理及營運。周女士於零售行業及知識產權相關工作方面擁有約20年的工作經驗。

於加入本集團之前，周女士於2000年7月至2003年6月任職於上海賽博電器有限公司及於2003年10月至2005年12月任職於阿迪達斯(蘇州)有限公司。於2006年1月至2018年3月，周女士亦曾於華特迪士尼(中國)有限公司擔任數字業務發展部高級經理。

周女士於2000年7月取得上海工程技術大學計算機科學學士學位。

周女士為以下解散公司的董事，並確認已解散公司於緊接其解散前具有償還能力，且並無未決索賠或負債。相關詳情如下：

公司名稱	註冊成立地點	現狀	撤銷註冊日期	撤銷註冊的原因
Costarry Culture (HK) Limited	香港	因除名而解散	2019年10月11日	無業務運營

張志鵬先生，54歲，於2017年4月加入本集團並於巨室文創(昆山)擔任顧問，於2017年12月獲委任為北京巨星精湛的董事兼總經理，並於2021年9月獲委任為我們的首席節目官。張先生負責制定本集團的娛樂IP戰略以及相關日常管理及營運。張先生於節目製作方面擁有逾25年的工作經驗。

於加入本集團之前，張先生擔任包括於1993年至2000年播出的《龍兄虎弟》及《綜藝旗艦》在內的娛樂節目製作人。張先生於2012年6月至2017年11月擔任北京精湛(一間主要從事製作及發行電視與網絡節目的公司)總經理。張先生於2008年1月至2017年11月亦擔任上海光芒文化傳播有限公司總經理。

張先生於1990年6月取得國立臺灣藝術專科學校(現稱為國立臺灣藝術大學)的廣播電視專業文憑。

方文山先生，54歲，於2021年2月加入本集團，擔任巨星文創發展的首席文化官，並於2021年9月獲委任為我們的首席文化官。方先生負責本集團產品的營銷宣傳及創意策略規劃。方先生於作詞及文化創作方面擁有約20年的工作經驗。

方先生為中國流行音樂的作詞人及音樂製作人。方先生於2007年4月加入杰威爾音樂，負責寫歌；自2007年8月擔任方道文山流創意有限公司(一間主要從事提供演藝經紀服務的公司)的首席執行官，主要負責管理及營運；自2017年3月擔任精靈村莊創意國度有限公司(一間主要從事製造文創產品及執行文藝展覽的公司)的董事長，主要負責管理公司營運；及自2011年2月起擔任北京方道文山流文化傳媒有限公司(一間主要從事提供藝人經紀服務的公司)的首席執行官，主要負責管理公司營運。方先生於該等公司參與歌詞及文化產品創作。

方先生分別於2002年及2008年獲得第13屆及19屆金曲獎最佳作詞人。

江秀虹女士，44歲，於2017年11月加入本集團，擔任昆山巨星行動的顧問，並自2019年3月起擔任昆山巨星行動的運營總監，負責其新零售業務之營運。江女士於2021年9月獲委任為我們的運營總監，負責本集團的產品營銷及銷售策略管理。江女士於銷售行業有約15年工作經驗。

於加入本集團前，江女士於2007年8月至2010年5月擔任深圳市仙迪化妝品股份有限公司(一間主要從事化妝品銷售的公司)的運營總監助理；於2010年6月至2017年2月擔任廣州卡婷化妝品有限公司市場總監，負責處理營銷活動；及於2017年2月至2019年2月擔任廣州青蔥貿易有限公司(一間主要從事社交电子商務的公司)的市場總監，負責處理推廣活動。

江女士為以下解散公司的監事，並確認已解散公司於緊接其解散前具有償還能力，且並無未決索賠或負債。相關詳情如下：

公司名稱	註冊成立地點	現狀	撤銷註冊日期	撤銷註冊的原因
濰坊斯達普商業管理有限公司	中國	因撤銷註冊而解散	2020年10月2日	無業務運營

江女士於1997年7月畢業於汕頭市南海職業中學。

公司秘書

羅幗詠女士，37歲，於2021年9月13日獲委任為公司秘書，負責本公司的秘書事務。

羅女士於香港多家上市公司的審計領域擁有逾五年經驗及合規及企業管治事宜方面擁有逾六年經驗。自2012年1月至2014年1月，彼任職於德勤•關黃陳方會計師行，擔任審計部門高職。自2014年3月至2021年1月，彼於漢華評值有限公司任職，其最後職務為專業發展及標準部經理。自2021年1月，羅女士一直任職於毅德企業服務有限公司(已與BPO Global Services Limited合併)，擔任其上市公司部高級經理。

羅女士於2008年10月取得香港嶺南大學工商管理學士學位。羅女士自2013年9月起為香港會計師公會成員。

於最後可行日期前三年，羅女士並無於香港或海外的任何上市公司擔任任何董事職務。

董事委員會

董事會已成立審核委員會、薪酬委員會及提名委員會，並授權該等委員會負責不同職務，以協助董事會履行職責及監督本集團業務的特定範疇。

審核委員會

我們已遵照上市規則第3.21條及上市規則附錄十四所載企業管治守則成立審核委員會並設有書面職權範圍。審核委員會的主要職責為審查及監察本集團的財務匯報程序及內部監控制度、風險管理及內部審計、向董事會提出建議及意見，並履行其他可能由董事會指派的職責及責任。審核委員會包括三名成員，即Yang, Dave De先生、薛軍博士及鍾靜儀女士。審核委員會主席為Yang, Dave De先生。

薪酬委員會

我們已遵照上市規則第3.25條及上市規則附錄十四所載企業管治守則成立薪酬委員會並設有書面職權範圍。薪酬委員會的主要職責為訂立、審閱有關董事及高級管理層薪酬的政策及架構以及設立有關制訂薪酬政策的正式及透明程序並就此向董事會提供建議，就各執行董事及高級管理層具體薪酬待遇的條款向董事會作出推薦建議，以及參考董事不時議決的企業目標及宗旨審閱及審批績效薪酬。薪酬委員會包括三名成員，即鍾靜儀女士、馬心婷女士及Yang, Dave De先生。薪酬委員會主席為鍾靜儀女士。

提名委員會

我們已遵照上市規則附錄十四所載企業管治守則成立提名委員會並設有書面職權範圍。提名委員會的主要職責為定期檢討董事會的架構、規模及組成，並就有關董事會的任何建議成員變動向董事會作出推薦建議；物色、挑選提名董事人選或就有關事項向董事會作出推薦建議，並確保董事會成員多元化；評估獨立非執行董事的獨立性以及就委任、重新委任及罷免董事以及董事的繼任計劃相關事宜向董事會作出推薦建議。提名委員會包括三名成員，即馬心婷女士、薛軍博士及鍾靜儀女士。提名委員會主席為馬心婷女士。

董事及高級管理層薪酬

董事及高級管理層以薪資及花紅、向退休計劃供款、醫療保險及其他社會保險的形式收取薪酬。

截至2022年12月31日止四個年度各年應付董事的薪酬總額(包括以股份為基礎的報酬)分別為零、人民幣0.4百萬元、人民幣4.8百萬元及人民幣4.5百萬元。於往績記錄期間，概無董事放棄或同意放棄任何薪酬。除上文所披露者外，於往績記錄期間，本公司概無向我們董事支付或應付董事的任何其他款項。

截至2022年12月31日止四個年度各年，本公司五名最高薪酬人士分別包括零、零、三名及三名董事。截至2022年12月31日止四個年度各年，應付予並非董事的五名最高薪酬人士的薪酬總額(包括以股份為基礎的報酬)分別為人民幣2.1百萬元、人民幣3.5百萬元、人民幣2.7百萬元及人民幣3.3百萬元。於往績記錄期間，我們並無向董事或五名最高薪酬人士支付薪酬，作為邀請其加入或加入本集團後的獎勵，且除相關法律法規要求者外，於往績記錄期間，我們並無向董事支付薪酬，作為離職補償。

根據截至本招股章程日期現行有效的現有安排，本公司於截至2023年12月31日止年度應付董事的薪酬(不包括以股份為基礎的付款以及酌情花紅)估計約為人民幣3.6百萬元。

董事會將檢討及釐定董事與高級管理層的酬金及薪酬待遇，上市後亦會聽取薪酬委員會參照可資比較公司支付的薪金、董事所付出的時間及其責任以及本集團的表現後作出的建議。

除上文所披露者外，本集團任何成員公司於往績記錄期間概無向董事支付或應支付其他款項。有關於往績記錄期間董事酬金的額外資料以及有關最高薪酬人士的資料，請參閱本招股章程附錄一會計師報告一節附註8。

董事會多元化政策

我們已採納董事會多元化政策(「**董事會多元化政策**」)，載列甄選董事會人選的條件，達致及維持董事會多元化，以提升董事會效率並維持高水平的企業管治。由於我們的董事會目前兼顧男女董事，同時兼顧文化及教育背景、專業資格、技能、知識及行業經驗，故我們的董事會多元化政策獲良好執行。我們相信彼等可以貢獻不同的知識、技能及行業經驗，例如整體管理、戰略發展、財務和會計及投資。董事會認為董事會達到董事會多元化政策中的董事會多元化要求。

我們亦致力於採用類似方式促進本公司管理層(包括但不限於高級管理層)多元化，以提升本公司企業管治的整體效率。

董事會委派提名委員會審核及評估董事會的組成，並就實現董事會多元化及董事會成員任命的可衡量目標向董事會提出建議。提名委員會亦將不時檢討董事會多元化政策，並在連續的年度報告中納入董事會多元化政策的摘要以及實現該等目標的進展。

首次公開發售前股份激勵計劃及首次公開發售後購股權計劃

本公司於2020年8月3日採納首次公開發售前股份激勵計劃，及於2023年6月19日有條件採納首次公開發售後購股權計劃，據此，合資格董事及僱員將獲授新股份。首次公開發售前股份激勵計劃及首次公開發售後購股權計劃的主要條款概述於本招股章程附錄五「法定及一般資料－D.購股權計劃」一節。

合規顧問

本集團已根據上市規則第3A.19條委任民銀資本有限公司為我們股份於聯交所上市後的合規顧問。本集團與合規顧問訂立的合規顧問協議之主要條款如下：

(1) 合規顧問向本集團提供的服務應包括提供有關遵守上市規則及其他適用法律、規則、守則及指引規定的指示及建議，以及陪同本集團出席與聯交所進行的任何會議；

(2) 本集團可藉向合規顧問發出不少於七天的事先書面通知終止委任合規顧問。本集團將會遵照上市規則第3A.26條行使該項權利。合規顧問將有權在若干特定情況下，於通知聯交所其辭任理由後終止其合規顧問委任；及

(3) 在任期內，本集團必須在以下情況及時諮詢及(如需要)徵詢合規顧問的意見：

(a) 刊發任何監管公告、通函或財務報告之前；

(b) 擬進行交易(可能屬須予公佈交易或關連交易)，包括發行股份及購回股份；

(c) 本公司擬運用全球發售所得款項的方式與本招股章程所詳述者不同，或我們的業務活動、發展或業績與本招股章程所載任何預測、估計或其他資料有偏差；及

(d) 聯交所就我們股份價格或成交量的不尋常波動向本集團作出查詢。

任期將由上市日期開始，直至我們就上市日期後開始的首個完整財政年度的財務業績派發年度報告的日期為止。

企業管治

我們的目標是實現優質企業管治，這對我們的發展及維護股東利益至關重要。為此，我們預計將於上市後遵守上市規則附錄十四所載的企業管治守則。

競爭

概無董事擁有與我們業務有或可能有直接或間接重大競爭的業務權益而須根據上市規則第8.10條披露。

就董事所知，緊接資本化發行及全球發售完成前及緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使及不計及根據購股權計劃可能發行的任何股份)，下列人士將於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有本公司已發行具投票權股份10%或以上的權益：

股東名稱	權益性質	於緊接資本化發行及全球發售前所持有的股份		於緊隨資本化發行及全球發售完成後所持有的股份[2]	
		數目	*概約百分比*	*數目*	*概約百分比*
Harmony Culture	實益權益	150,000,000 (L)	27.6%	199,302,054 (L)	24.9%
馬女士[3][4]	於受控法團的權益／一致行動人士的權益	350,000,000 (L)	64.5%	465,038,126 (L)	58.1%
Legend Key	實益權益	150,000,000 (L)	27.6%	199,302,054 (L)	24.9%
楊先生[4][5]	於受控法團的權益／一致行動人士的權益	350,000,000 (L)	64.5%	465,038,126 (L)	58.1%
葉女士[4][5]	於受控法團的權益／一致行動人士的權益	350,000,000 (L)	64.5%	465,038,126 (L)	58.1%
Max One	實益權益	50,000,000 (L)	9.2%	66,434,018 (L)	8.3%
陳先生[4][6]	於受控法團的權益／一致行動人士的權益	350,000,000 (L)	64.5%	465,038,126 (L)	58.1%
賴先生	實益權益	75,000,000 (L)	13.8%	99,651,027 (L)	12.5%
Lake Ranch	實益權益	62,500,000 (L)	11.5%	35,042,523 (L)	4.4%
何先生[7]	於受控法團的權益	70,380,769 (L)	13.0%	45,513,546 (L)	5.7%
Bradbury	實益權益	30,094,112 (L)	5.5%	39,985,456 (L)	5.0%
Bradbury Strategic Investment Fund A[8]	於受控法團的權益	30,094,112 (L)	5.5%	39,985,456 (L)	5.0%
Bradbury Fund Management Limited[8]	於受控法團的權益	30,094,112 (L)	5.5%	39,985,456 (L)	5.0%
Loo, See Yuen先生[8]	於受控法團的權益	30,094,112 (L)	5.5%	39,985,456 (L)	5.0%

附註：

(1) 字母「L」指於我們的股份擁有好倉的人士。

(2) 計算乃根據緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使及不計及根據購股權計劃可能發行的任何股份)的已發行股份總數目800,000,000股進行。

(3) Harmony Culture由馬女士全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，馬女士被視為於Harmony Culture持有的股份中擁有權益。

(4) 根據一致行動方協議，馬女士、楊先生、葉女士及陳先生同意(其中包括)彼等將就其投票權一致行動且積極合作以鞏固對本公司投票權的控制權。因此，馬女士、楊先生、葉女士及陳先生為一致行動人士(具有收購守則項下賦予該詞的涵義)；及根據證券及期貨條例，馬女士、楊先生、葉女士及陳先生均被視作於彼等各自擁有權益的所有股份中擁有權益。有關進一步詳情，務請參閱本招股章程「與控股股東的關係－一致行動方協議」。

(5) Legend Key乃由楊先生及葉女士分別實益擁有50%及50%權益。因此，根據證券及期貨條例，楊先生及葉女士各自被視為於Legend Key所持有的股份中擁有權益。

(6) Max One由陳先生全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，陳先生被視為於Max One所持有的股份中擁有權益。

(7) Lake Ranch由何先生實益全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，何先生視作於Lake Ranch所持有的股份中擁有權益。

(8) Bradbury由Bradbury Strategic Investment Fund A全資擁有，而Bradbury Strategic Investment Fund A由Bradbury Fund Management Limited全資擁有。Bradbury Fund Management Limited由Loo, See Yuen先生全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，Bradbury Strategic Investment Fund A、Bradbury Fund Management Limited及Loo, See Yuen先生各自均視為於Bradbury所持有的股份中擁有權益。

除上文及本招股章程附錄五「法定及一般資料－C.有關董事及主要股東的進一步資料－1.權益披露」一節所披露者外，董事並不知悉任何人士於緊接資本化發行及全球發售完成前及緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使及不計及根據購股權計劃可能發行的任何股份)，將於本公司任何股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向我們披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有本公司已發行具投票權股份10%或以上的權益。

法定及已發行股本

以下為本公司截至最後可行日期以及於緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權並無獲行使且不計及根據購股權計劃可能發行的任何股份)的法定股本説明：

法定股本

股份數目	股份描述	總面值
		(美元)
5,000,000,000股	每股面值0.00001美元的普通股	50,000

以下為本公司於資本化發行及全球發售完成之前及之後(假設超額配股權並無獲行使且不計及根據購股權計劃可能發行的任何股份)已發行及將予發行列作繳足或入賬列作繳足的已發行股本説明：

已發行股本

股份數目	股份描述	總面值
		(美元)
542,914,624股	截至最後可行日期每股面值0.00001美元的已發行普通股	5,429.15
178,445,376股	根據資本化發行將予發行的每股面值0.00001美元的普通股	1,784.45
78,640,000股	根據全球發售將予發行的每股面值0.00001美元的普通股	786.40
800,000,000股	**總計**	**8,000.00**

假設

上表假設全球發售成為無條件，且根據全球發售發行股份。上表並未計及根據超額配股權、購股權計劃可能發行的任何股份，或本公司根據下文所述授予董事之發行或購回股份的一般授權而可能發行或購回的任何股份。

地位

發售股份為本公司股本中的普通股，並與現有已發行或將予發行的所有普通股享有同等地位，特別是，將全面享有就於本招股章程日期後的記錄日期就普通股所宣派、作出或派付的所有股息或其他分派(根據資本化發行享有的權利除外)。

資本化發行

根據股東於2023年6月19日通過的決議案，待本公司的股份溢價賬因根據全球發售發行發售股份而獲得進賬後並以此為條件，我們的董事獲授權將本公司股份溢價賬中的進賬額約1,784.45美元資本化，藉以向資本化發行前(或按董事指示的其他時間)名列存置於開曼群島的本公司股東名冊總冊內的股份持有人按彼等各自的持股比例，按面值配發及發行合共178,445,376股入賬列作繳足的股份，且根據此決議案獲配發及發行的股份與當時現有已發行股份在所有方面均享有同等地位。

須召開股東大會及類別大會的情況

根據開曼公司法以及我們的組織章程大綱及細則的條款，本公司可不時透過股東普通決議案(i)增加其資本；(ii)將其股份合併及分拆為金額較大的股份；(iii)將其股份分拆成多個類別；(iv)將其股份細分為金額較小的股份；及(v)註銷任何尚未獲認購的股份。此外，根據開曼公司法的條文，本公司可透過股東特別決議案削減其資本或資本贖回儲備。有關詳情，請參閱本招股章程附錄四「本公司組織章程及開曼公司法概要－2.組織章程細則－2.1股份－(c)股本變更」一節。

根據開曼公司法以及我們的組織章程大綱及細則的條款，股份或任何類別股份所附之全部或任何特權可由該類別已發行股份面值不少於四分之三的持有人書面同意予以修訂、修改或廢除，或由該類別股份持有人另行召開股東大會通過特別決議案批准修訂、修改或廢除。有關詳情，請參閱本招股章程附錄四「本公司組織章程及開曼公司法概要－2.組織章程細則－2.1股份－(b)更改現有股份或股份類別的權利」一節。

此外，本公司亦將會根據組織章程細則的規定不時舉行股東大會，其概述載於本招股章程附錄四「本公司組織章程及開曼公司法概要」一節。

發行及購回股份的一般授權

在本招股章程「全球發售的架構－香港公開發售」一節所述條件的規限下，董事已獲授一般無條件授權以發行及購回股份。

有關該等一般授權的進一步詳情，請參閱本招股章程附錄五「法定及一般資料－A.有關本集團的其他資料－3.股東決議案」一節。

購股權計劃

我們已採納首次公開發售前股份激勵計劃並有條件採納首次公開發售後購股權計劃，據此，我們已授出首次公開發售前購股權，並可根據首次公開發售後購股權計劃向本集團的合資格董事、高級職員及僱員授出購股權。購股權計劃的主要條款概述於本招股章程附錄五「法定及一般資料－D.購股權計劃」一節。

閣下閱讀以下有關我們的財務狀況及經營業績的討論及分析時，應一併閱讀本招股章程附錄一會計師報告所載的綜合財務資料(包括其附註)，相關財務資料已根據香港財務報告準則編製。 閣下應閱讀招股章程附錄一所載會計師報告全文，而非僅僅依賴本節所載資料。

以下討論及分析載有與風險及不確定性相關的前瞻性陳述，反映我們目前對未來事項及財務表現的看法。該等陳述乃基於我們憑籍經驗及對過往趨勢、現況及預期未來發展的見解以及我們認為於有關情況下屬合適的其他因素而作出的假設及分析。然而，實際結果及發展會否符合我們的預期及預測，則視乎多項我們無法控制或預見的風險及不明朗因素而定。由於各種因素，包括但不限於本招股章程「風險因素」項下所載因素，我們的實際業績及選定事件的時間可能與該等前瞻性陳述所預期者存在重大差異。於評估我們的業務時， 閣下應審慎考慮本招股章程所提供的所有資料，包括本招股章程「風險因素」及「業務」各節。

就本節而言，除非文義另有所指，否則所提述的2019年、2020年、2021年及2022年均指截至相關年度12月31日止財政年度。除非文義另有所指，否則本節所述財務資料均按綜合基準闡述。

概覽

我們的業務營運包括兩個分部，即(i)新零售分部，我們主要開發及銷售健康管理產品及護膚品；及(ii) IP創造及營運分部，我們通過為媒體內容提供策劃及其他項目管理服務、擔任大型明星演唱會及其他活動的活動策劃服務供應商及／或投資方以及設計及授權專有明星IP，創造獨有的明星IP。各分部均可成為其自身的收入來源，而我們的IP創造及營運分部亦可產生協同效應，作為我們的營銷工具之一來推廣我們的新零售產品，並使我們能夠成為中國的新零售運營商，我們專注通過各種渠道(主要包括微信等社交電子商務渠道)銷售健康管理及護膚品。例如，我們的*周遊記*1為*魔胴*咖啡銷售賦能，且我們通過劉畊宏先生及／或王女士的直播環節推廣健康飲食及生活方式。

我們的業務營運包括產品開發、IP創造及營運、營銷及推廣等多個方面。於往績記錄期間，我們的主要產品包括健康管理及護膚品。於往績記錄期間，我們的新零售業務實現快速增

長，其中大部分歸因於我們於2019年4月開始在全國所分銷*魔胴*咖啡的銷售。我們亦提供IP創造及營運服務，例如IP創造、媒體內容創作及活動策劃，藉此我們創建定製品牌及相關IP內容，從而為我們的新零售業務賦能。我們的專有明星IP及以IP為導向的真人秀及活動為我們的產品品牌、分銷網絡及消費者採購賦能，包括以周杰倫先生為中心的各種形式的專有IP組合(例如*周同學*及*周遊記*1)。此外，作為我們IP創造及營運服務的一部分，我們製作了各種電視及網絡節目，其亦有助於我們新零售業務的推廣。例如，我們在*周遊記*1內投放不連續的產品植入式廣告，以及於2020年3月至6月*周遊記*1在浙江衛視播出時於商業廣告時段插播電視廣告。自2021年以來，我們多元化明星組合並通過創建與其他明星相關的IP擴展我們的IP組合。例如，我們參與策劃及創作以庾澄慶先生為主角的流行音樂脫口秀《*既來之則樂之*》及以劉畊宏先生為中心的綜藝節目。自2021年末與劉畊宏先生開始合作以來，我們亦擴展到提供明星IP管理服務，並於2022年成功提升我們來自IP創造及營運業務的收益以及促進我們新產品(如抹茶粉)的銷售。

我們認為我們於往績記錄期間的業務增長主要歸因於我們在以下各方面的能力(a)產品開發；(b) IP創造及營運；(c)多元化的營銷及促銷策略及活動；(d)建立及維護分銷網絡；及(e)管理層有效及高效地利用本集團不同業務組成部分的優勢以產生協同效應方面的經驗與能力。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的收入分別為人民幣86.6百萬元、人民幣456.9百萬元、人民幣365.3百萬元及人民幣344.2百萬元，複合年增長率約為58.4%。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們分別錄得純利人民幣22.7百萬元、人民幣75.6百萬元、人民幣42.9百萬元及人民幣64.9百萬元，複合年增長率約為41.9%。

編製基準

本公司的歷史財務資料已根據下文所載香港會計師公會(「**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。除非另有所指，否則歷史財務資料乃按歷史成本基準編製。

編製符合香港財務報告準則的財務報表須使用若干關鍵會計估計，亦要求管理層於應用我

們的會計政策的過程中作出判斷。涉及高度判斷或複雜程度的領域，或對綜合財務報表而言屬重大的假設及估計的領域披露於本招股章程附錄一會計師報告附註4。

我們已於往績記錄期間貫徹採納於往績記錄期間生效的所有相關準則、現有準則的修訂本及詮釋，包括香港財務報告準則第9號金融工具(「**香港財務報告準則第9號**」)、香港財務報告準則第15號客戶合約收益(「**香港財務報告準則第15號**」)及香港財務報告準則第16號租賃(「**香港財務報告準則第16號**」)。

影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績一直並將繼續受諸多因素的影響，其中部分因素並非我們所能控制，包括本招股章程「風險因素」一節所載有關因素及下文所載因素。因此，我們的歷史財務業績並非我們未來業績及管理層評估我們前景的指標。影響我們經營業績的主要因素包括(其中包括)以下各項：

電子商務在中國及我們目標市場的發展及受歡迎程度

受互聯網、寬帶、個人電腦的發展、移動通訊的普及以及履約、付款以及線上購物相關的其他配套服務發展的驅動，電子商務於中國的重要程度迅速攀升。按總商品交易額計，中國的社交電子商務行業於過往數年錄得大幅增長，由2017年人民幣6,912億元增加至2022年人民幣48,162億元，複合年增長率為47.4%。預期將維持13.4%的複合年增長率增長，於2027年前達致人民幣90,395億元。另一方面，中國線上零售銷售總額由2017年人民幣7.2萬億元增加至2022年約人民幣13.8萬億元，並預期於2027年前以複合年增長率10.0%進一步增加至人民幣22.2萬億元。線上商家數目的不斷增加導致線上市場及其他電子商務渠道成為各品牌搶手的零售平台。我們業務的增長視乎電子商務的發展及受歡迎程度以及電子商務規模的持續擴張而定。

中國及我們目標市場的人均可支配收入及消費者消費水準

中國及亞洲其他目標市場的消費者消費能力不斷上漲。該等市場的電子商務市場的發展視乎持續的消費增長而定。於2017年至2022年，中國的人均可支配收入由人民幣25,974元增加至人民幣36,883元，複合年增長率為7.3%。消費水準的提高引領消費者對獨特及別具一格商品需求的激增。IP相關商品可透過有關商品在消費者與IP之間傳遞特別的情感聯繫，從而迎合消費者對獨

特及別具一格商品的品味，且預期將廣受中國消費者歡迎。由於多數IP乃來自泛娛樂內容，故中國泛娛樂的繁榮預期將推動中國IP創造及營運行業的發展。於2017年至2022年，中國教育、文化及娛樂領域的人均消費由人民幣2,086元穩步增至人民幣2,469元，複合年增長率為3.4%。中國娛樂消費需求的不斷上漲預期將進一步促進中國泛娛樂行業的發展，並因此推動IP創造及營運行業的發展。

中國政府實施的對社交電子商務可持續發展的支持措施

近年來，中國社交電商業務發展迅速，日趨繁榮，中國政府更加積極地鼓勵創新，開發社交電商等新商業模式。此外，為區分社交電商與傳銷，昆山市人大常委會出台支持措施，作為社交電商可持續發展的先行城市，於昆山設立試驗區，而董事認為該模式為未來主要的新商業模式之一。預計政府的支持將提供有力的增長基礎並將推動中國社交電商行業的未來發展。

我們推出新產品及明星IP的能力

我們成功開發及推出新產品以及適時推出受捧明星IP的能力對我們的成功而言至關重要，尤其是我們吸引、招攬及挽留客戶的能力，這為我們淨收入持續增長的關鍵。於往績記錄期間，自2019年4月在全國推出*魔胴*咖啡以來，我們的大部分收入來自*魔胴*咖啡銷售。憑藉我們成功推出*魔胴*咖啡，我們一直擴大產品組合並引入其他健康管理產品，例如*魔胴*益生菌凍乾粉、*魔胴*本草飲、抹茶粉及*魔胴*輕萃咖啡。

我們亦引入各種明星及其他IP，用於為我們的產品銷售賦能。我們設計並開發*周同學*二次元角色，*周同學*二次元立即可識別作周杰倫先生的藝術化身，我們銷售與*周同學*二次元角色有關的*魔胴*咖啡等多種產品，深受消費者青睞。我們亦推出與劉畊宏先生(即*劉教練*)及王女士相關的二次元角色，用於產品推廣。此外，我們亦為我們的各個產品線設計一系列其他定製IP(如*茶小姐及摩肌博士*)，在產品推廣方式及內容上為我們提供創意及營運控制。

擁有廣泛、有吸引力及最新的產品組合以及受捧明星IP，有助於保持我們品牌的知名度，提高客戶忠誠度並鼓勵客戶購買。我們期望繼續開發及推出新產品並創造明星及其他IP，以響應最新的行業趨勢及客戶反饋。

我們管理及持續擴大分銷網絡的能力

我們透過我們的分銷網絡進行產品銷售產生絕大部分收入。我們建立了分銷商的分銷網絡，分銷商進一步透過促成經銷商銷售建立並擴大分銷範圍，從而擴大產品的消費受眾。我們的部分分銷商及經銷商進一步發展成為我們產品的KOC，並通過口碑相傳積極在其PDT推廣產品，方式為援引其個人經驗並對其粉絲發揮個人影響。

於往績記錄期間，我們大幅擴大我們的分銷網絡，以銷售新零售業務下的產品。截至2022年12月31日，我們在中國擁有約742家分銷商及16,044家經銷商。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們透過分銷代理協助分銷模式及一般分銷模式自分銷商獲得的收入分別為人民幣80.8百萬元、人民幣362.4百萬元、人民幣291.7百萬元及人民幣199.4百萬元。我們未來的增長將取決於我們管理及持續擴大分銷網絡的能力。

我們營銷策略的有效性

我們的經營業績亦取決於我們以合理的營銷費用吸引及挽留消費者的能力。我們透過我們獨有的明星IP及相關內容賦能創造定製品牌並營銷我們的產品。例如，我們在電視節目中投放廣告及產品植入以推廣我們的產品。我們選擇具有PDT影響潛力的分銷商並將彼等轉化為KOC，以推廣我們的產品及品牌知名度。我們與該等KOC的密切合作為我們提供該等KOC對我們目標消費者影響的寶貴見解並協助我們提高營銷效率及效果。

隨著我們在微信、其他主要電商及社交媒體平台繼續推出公司渠道，我們的營銷費用及效率預計亦將進一步提高。因此，我們在購買點之外培養長期忠誠度，促進重複購買並以具有成本效益的方式增加客戶終身價值。此外，我們在不同渠道及平台上的投入有助於通過跨渠道整合提升更強的客戶參與度及粘性，從而有效地營銷我們的品牌及產品。

與衡美集團關係

於往績記錄期間，我們的大部分收入源自*魔胴*咖啡的銷售。我們於2019年4月在全國範圍內正式推出*魔胴*咖啡。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，*魔胴*咖啡銷售額分別佔我們總收入的83.0%、72.8%、62.3%及43.8%。

*魔胴*咖啡的配方由我們及衡美集團共同開發，目前我們為該產品的唯一供應商。衡美集團持有製造產品的技術訣竅。我們亦依靠衡美集團採購*魔胴*咖啡的原材料及配料。維持我們與衡美集團的關係對於維持*魔胴*咖啡的及時及充足供應非常重要。我們與衡美集團的關係發生任何重大不利變動或影響*魔胴*咖啡供應的其他因素，均可能對我們的經營業績及財務狀況產生負面影響。請參閱本招股章程「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的業務營運可能會因我們倚賴獨家供應商生產*魔胴*咖啡而受到負面影響」一節。

下表顯示假設在所有其他因素維持不變情況下，我們的銷售成本下所售商品成本的假設波動對下文所示年度除所得稅前溢利的影響：

銷售成本下所售商品成本變動的影響

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	除所得稅前溢利變動			
	(以人民幣千元計)			
	(未經審計)			
+/-20%	(4,848)/4,848	(20,445)/20,445	(17,301)/17,301	(15,318)/15,318
+/-15%	(3,636)/3,636	(15,333)/15,333	(12,976)/12,976	(11,489)/11,489
+/-10%	(2,424)/2,424	(10,222)/10,222	(8,650)/8,650	(7,659)/7,659

我們控制僱員福利開支的能力

僱員福利開支為我們銷售及營銷開支以及一般及行政開支的最大組成部分之一。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的僱員福利開支總額分別為人民幣9.1百萬元、人民幣23.9百萬元、人民幣42.7百萬元及人民幣51.5百萬元。於往績記錄期間的僱員福利開支增加主要由於(i)我們的僱員人數隨著我們的業務增長而增加；(ii)於往績記錄期間，我們僱員的平均基本薪資呈增長趨勢；及(iii)於2020年、2021年及2022年產生以股份為基礎的酬金付款開支分別為人民幣1.8百萬元、人民幣3.6百萬元及人民幣2.2百萬元，以表彰我們的員工對業務增長的貢獻。

以下所載為於往績記錄期間各有關年度末我們的僱員人數、彼等之平均薪資及薪資範圍(基於彼等僱傭合同所列明的基本工資)詳情：

	截至12月31日											
	2019年			2020年			2021年			2022年		
	僱員人數	*平均薪資(人民幣)*	*薪資範圍(人民幣)*	*僱員人數*	*平均薪資(人民幣)*	*薪資範圍(人民幣)*	*僱員人數*	*平均薪資(人民幣)*	*薪資範圍(人民幣)*	*僱員人數*	*平均薪資(人民幣)*	*薪資範圍(人民幣)*
高級管理人員	3	25,667	12,000–35,000	6	22,650	18,667–41,667	7	62,459	25,333–83,333	7	67,675	40,000–86,957
中級管理人員	7	16,093	7,750–25,000	14	24,292	9,687–50,000	17	27,963	12,000–50,000	22	41,637	14,400–200,000
其他僱員	58	8,127	2,575–25,000	130	8,680	1,913–20,000	166	10,023	2,522–30,000	221	10,481	1,200–30,400
總計／合計	68	9,721	2,575–35,000	150	10,696	1,913–50,000	190	13,560	2,522–83,333	250	14,859	1,200–200,000

於2022年4月1日，我們與王女士訂立一份僱傭合約，據此，彼受僱擔任我們的銷售及營銷總監，月薪為人民幣200,000元。有關我們與王女士的合作詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作」一節。

下表闡述假設所有其他因素保持不變的情況下，僱員福利開支的假設波動對我們在下文所示年度的除所得稅前溢利的影響：

僱員福利開支變動的影響

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	除所得稅前溢利變動			
	(以人民幣千元計)			
	(未經審計)			
+/-20%	(1,815)/1,815	(4,771)/4,771	(8,546)/8,546	(10,300)/10,300
+/-15%	(1,361)/1,361	(3,578)/3,578	(6,410)/6,410	(7,725)/7,725
+/-10%	(907)/907	(2,386)/2,386	(4,273)/4,273	(5,150)/5,150

關鍵會計政策及估計

我們的部分會計政策要求我們應用與會計項目有關的估計及假設以及複雜的判斷。於採用會計政策時，我們使用的估計及假設以及作出的判斷對我們的財務狀況及經營業績有重大影響。我們的管理層會根據過往的經驗及其他因素(包括相關情況下認為合理的行業慣例及對未來事件的預期)持續評估該等估計、假設及判斷。管理層的估計或假設與實際結果之間並無任何重大偏差，並且在往績記錄期間，我們並無對該等估計或假設作出任何重大更改。我們預期該等估計及假設在可預見的未來不會出現任何重大變化。

以下為我們認為對我們至關重要，或涉及編製財務報表時使用的最重要估計、假設及判斷的會計政策討論。其他對理解我們的財務狀況及經營業績屬重要的重大會計政策、估計、假設及判斷詳情載於本招股章程附錄一會計師報告附註2及4。

收入確認

收入在商品或服務的控制權轉移至客戶時確認。視乎合約條款及適用於合約的法律而定，收入可能會在一段時間內或在某個時間點確認。一般不會因客戶驗收所需時間而造成延誤。

新零售業務的收入

銷售健康管理及護膚品

銷售商品的收入在資產控制權轉移至客戶時確認，通常為在接納產品時。

我們確認收入金額等於合約銷售價格減增值稅、銷售退貨及折扣的預計銷售補貼(即向分銷商提供的批量折扣及獎勵，以及向選定分銷商提供的基於銷量的費用)。銷售退貨及折扣的估計銷售補貼(即向分銷商提供的批量折扣及獎勵，以及向選定分銷商提供的基於銷量的費用)乃根據合約條款及歷史模式作出。

經綜合以下各項後，我們被視為委託人：(a)我們是向分銷商提供指定商品或服務的主要義務人；(b)我們承擔所有庫存風險並負責產品交付；(c)我們可酌情制定健康管理及護膚品的定價政策，並預先確定促進銷售所需的折扣、獎勵及費用。因此，商品銷售收入按總額確認。

IP創造及營運收入

電視節目製作收入

倘我們承擔製作電視節目的投資者角色，則我們為(i)在指定地理區域於一段時期內以固定費用向客戶授出該等電視節目的版權及附屬權利。收入在客戶交付及接受產品時確認，屆時電視節目的控制權已轉移，以便客戶可指導使用並獲得相關利益；或(ii)以基於協定機制(即指定地理區域內每集的廣告收入)計算的現金代價向客戶出售有關電視節目的版權及附屬權利。這構成可變代價且有關收入僅在不確定性消除後極有可能不會發生重大撥回的情況下確認。

娛樂視頻製作及許可收入

本集團按固定代價為客戶的特定活動製作娛樂視頻並進行許可。當視頻可供客戶使用時確認收入，通常為交付視頻、客戶獲得使用視頻的權利之時。

活動策劃及管理收入

我們承擔演唱會或互聯網直播管理職責的活動策劃及管理收入，在項目的演出或活動期間確認，屆時客戶同時收到並消耗我們服務提供的利益。收入在合約期限內採用直線法確認。

授權及特許權使用費收入

我們將專有明星知識產權及創建的媒體內容授權予第三方。任何協定的預付授權費用均在授權協議期間以直線法確認。授權安排產生的特許權使用費收入根據協議條款確認。

由於我們有能力釐定電視節目及娛樂視頻授權以及演唱會或網絡直播的定價，協商服務條款，承擔電視節目、娛樂視頻及演唱會的自製成本等相關成本，以及負責管理獲授權唱片，故我們被視為委託人，並按總額確認上述收入來源所得收入，以及將生產成本及其他適用的履約成本確認為收入成本。

明星IP管理收入

明星IP管理收入來自我們管理若干明星的IP所賺取的服務費，於演出或播放期間按直線法確認。考慮到當前由我們管理其IP的明星有權釐定與廣告商簽約中的表演衡量依據及服務價格，並承擔大部分服務成本，本集團被視為該安排的代理人，因此以淨額基準確認明星IP管理的收入。

權益結算以股份為基礎的付款

向僱員授出的購股權的公平值確認為僱員福利開支，而權益會相應增加。列作開支的總金額乃參照已授出購股權的公平值釐定，(i)包括任何市場表現情況(例如實體股價)；(ii)不包括任何服務及非市場表現的歸屬條件(盈利能力、銷售增長目標及於一段特定期間內保留一名實體僱員)的影響；及(iii)包括任何非歸屬條件(例如規定僱員儲蓄或在某特定時期持有股份)的影響。

費用總額在歸屬期間內確認，而歸屬期間指將符合所有特定歸屬條件的期間。在各期末，實體根據非市場歸屬及服務條件修訂其對預期歸屬購股權數目的估計。其於損益中確認對原始估計的修訂(如有)的影響，並對權益作出相應調整。有關計劃的資料載於本招股章程附錄一所載會計師報告附註2。

無形資產

所購軟件根據購置及使用特定軟件所產生的成本進行資本化。該等成本按直線法按其估計可使用年限10年攤銷。基於所收購計算機軟件具備的現有功能及本集團的日常營運需求，本集團認為根據目前的財務申報需求，可使用年期為10年屬最佳估計。

電視節目版權

電視節目版權按成本與可變現淨值中的較低者列賬。在製電視節目版權的成本包括與製作電視節目版權相關的所有直接成本。在製電視節目版權於完成製作後轉撥至「已完成電視節目版權」。可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減適用可變銷售開支。

重大會計估計及判斷

估計及判斷會持續進行評估，並根據過往經驗及其他因素而作出，包括對未來事件作出認為在有關情況下屬合理的預期。

我們對未來作出估計及假設。如其定義，所得的會計估計將很少與相關實際結果一致。存在重大風險可能導致須對下個財政年度的資產及負債賬面值作出重大調整的估計及假設討論如下。

按攤銷成本計量的金融資產減值

我們的管理層根據對貿易及其他應收款項預期信貸虧損的評估確定該等應收款項的減值撥備。評估乃基於過往虧損經驗作出，並進行調整以反映當前市場狀況及前瞻性資料的影響，這要求使用判斷及估計。管理層於每個報告日重新評估撥備。

存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值乃於日常業務過程中的估計售價減適用可變銷售開支。該等估計乃基於當前市場狀況以及製造及銷售類似性質產品的過往經驗作出。由於消費者偏好的變化及競爭對手為應對嚴峻的行業週期而採取的行動，其可能會發生重大變動。管理層於每個財務狀況表日期重新評估該等估計。

電視節目版權的可變現淨值

我們管理層參考使用電視節目版權所產生的估計未來經濟利益釐定該等資產的減值。有關估計乃基於當前市況及相若性質資產所產生經濟利益的過往經驗。我們會考慮內外部市場資訊，例如，銷售預測、銷售及分銷成本預算及相關市場的整體經濟形勢。管理層於各資產負債表日期重新評估該等估計。

即期及遞延所得稅

我們須於中國及其他司法權區繳納所得稅。於確定該等司法權區各自的所得稅撥備時需要作出判斷。日常業務過程中存在最終稅項釐定額不明確的交易及計算。倘該等事項的最終稅項結果與初步錄得的金額不同，則有關差額將影響作出相關釐定期間的所得稅及遞延所得稅撥備。

與若干暫時性差額及稅項虧損有關的遞延所得稅資產於管理層認為有可能有未來應課稅溢利可用於抵銷暫時性差額或稅項虧損時予以確認。當預期與原先估計不同時，有關差額將影響該估計變動期間遞延所得稅資產及稅項開支的確認。

附帶贖回權利的金融工具

我們向首次公開發售前投資者發行具有贖回權利的普通股。與贖回權利相關的潛在現金付款入賬列作金融負債。負債按贖回金額的現值進行初始確認，現值由管理層根據投資協議的條款釐定。於釐定贖回金額的現值時作出假設(包括貼現率)涉及重大判斷及估計。

財務業績概要

下表載列所示年度我們的綜合全面收益表：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
收入	86,585	456,944	365,345	344,157
銷售成本	(29,972)	(224,155)	(137,963)	(121,329)
毛利	**56,613**	**232,789**	**227,382**	**222,828**
銷售及營銷開支	(14,393)	(94,914)	(93,809)	(72,447)
一般及行政開支	(10,330)	(31,563)	(65,091)	(64,094)
金融資產減值虧損撥回／(撥備)	73	(4,452)	922	(745)
其他收入	151	1,692	234	21,844
其他開支	–	–	–	(5,798)
其他收益／(虧損)，淨額	(114)	10,254	3,956	(9,553)
經營溢利	**32,000**	**113,806**	**73,594**	**92,035**
財務收入／(成本)，淨額	(160)	35	(8,942)	1,103
除所得稅前溢利	**31,840**	**113,841**	**64,652**	**93,138**
所得稅開支	(9,121)	(38,210)	(21,761)	(28,240)
年度溢利	**22,719**	**75,631**	**42,891**	**64,898**
以下人士應佔溢利：				
－本公司擁有人	23,559	78,064	43,649	60,389
－非控股權益	(840)	(2,433)	(758)	4,509
	22,719	**75,631**	**42,891**	**64,898**

非香港財務報告準則計量

為補充我們按香港財務報告準則呈列的綜合全面收益表，我們亦使用並非香港財務報告準則所規定或並非按香港財務報告準則所呈列的經調整純利(非香港財務報告準則計量)作為額外財務計量以評估我們的經營表現。我們相信此等非香港財務報告準則計量有助識別我們業務的相關趨勢，並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。然而，採用經調整純利(非香港財務報告準則計量)作為分析工具具有重大局限。評估我們經營及財務表現時，閣下不應將經調整純利(非香港財務報告準則計量)與根據香港財務報告準則計算的任何財務表現計量分開考慮或視為替代指標。「經調整純利(非香港財務報告準則計量)」一詞在香港財務報告準則中並無界定，該詞與其他公司所用其他相若名稱的計量指標可能不具有可比性。

我們將經調整純利(非香港財務報告準則計量)界定為經加回(i)上市開支；(ii)以股份為基礎的薪酬開支；及(iii)附帶贖回權利的金融工具的利息開支調整的年內純利。

下表載列於往績記錄期間各自相關年度的經調整純利(非香港財務報告準則計量)：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
年內溢利	22,719	75,631	42,891	64,898
加：				
上市開支[(1)]	–	2,893	15,535	10,059
以股份為基礎的薪酬開支[(2)]	–	1,840	3,568	2,216
附帶贖回權利的金融工具的利息開支[(3)]	–	–	7,939	–
年內經調整純利(非香港財務報告準則計量)	22,719	80,364	69,933	77,173

附註：

(1) 我們的上市開支由與上市有關的活動產生。

(2) 以股份為基礎的薪酬開支屬非現金性質且由向馬女士及本集團若干僱員授出購股權產生。

(3) 附帶贖回權利的金融工具的利息開支由我們首次公開發售前投資產生且與其相關，屬非現金性質。

我們於往績記錄期間錄得收入及經調整純利(非香港財務報告準則計量)整體呈上升趨勢，同時於2020年錄得非常高的收入。我們於2021年錄得經調整純利(非香港財務報告準則計量)人民幣69.9百萬元，高於2019年，但低於2020年所錄得者，主要由於2020年上半年播出*周遊記*1，為*魔胴*咖啡銷量賦能，大大提升了*魔胴*咖啡的銷量，尤其是2020年第二季度。然而，自2020年7月起*周遊記*1的重大宣傳效應終止後，*魔胴*咖啡的銷量(i)自2020年下半年以來以及整個2021年總體上保持在可持續水平，及(ii)顯著高於2019年。我們的銷售在2021年下半年受到輕微不利影響，由於2021年第三季度，我們、分銷商及經銷商將資源用於籌備上市。

就我們的IP創造及營運分部而言，儘管2020年至2021年收入有所下降，因為我們於2021年概無引入或參與任何規模與*周遊記*1相當的活動策劃及IP節目，但我們IP創造及營運業務的毛利顯著提升，2021年錄得毛利人民幣21.9百萬元，而2020年的毛損為人民幣21.7百萬元。我們於2020年的IP創造及營運業務錄得毛損，主要由於*周遊記*1播出期間出現COVID-19疫情導致若干廣告被取消。

2021年，由於COVID-19疫情造成的不利影響，包括實施各種隔離措施及旅行限制，我們無法啟動任何規模與*周遊記*1相當的活動及節目。我們的董事認為此乃導致上述收入及經調整純利(非香港財務報告準則計量)波動的原因之一。

我們的收益由2021年的人民幣365.3百萬元減少至2022年的人民幣344.2百萬元，主要乃由於當地政府針對COVID-19疫情反覆而實施大規模區域靜態管理控制措施，線下營銷活動及我們的產品交付受出行限制的影響尤為嚴重，進而導致我們來自新零售業務的收益減少。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－COVID-19爆發對我們業務的影響」一節。該減少部分被我們來自IP創造及營運分部的收入增加所抵銷。儘管來自新零售分部的收入減少，我們自IP創造及營運分部錄得的收入有所增加，主要由於我們於2022年擴大我們在IP創造及營運分部的IP產品。我們的經調整純利(非香港財務報告準則計量)已由截至2021年12月31日止年度的人民幣69.9百萬元增加至截至2022年12月31日止年度的人民幣77.2百萬元，這主要是由於(i)我們來自政府補助的其他收入增加及(ii)我們的銷售及營銷開支因地方政府就疫情防控實施的限制而減少。

經營業績主要組成部分的描述

收入

於往績記錄期間，我們的收入來自(i)新零售業務的產品銷售；及(ii)IP創造及營運業務。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的收入分別為人民幣86.6百萬元、人民幣456.9百萬元、人民幣365.3百萬元及人民幣344.2百萬元。於往績記錄期間，我們的收入大部分來自新零售業務。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的新零售業務分別貢獻收入人民幣80.8百萬元、人民幣365.2百萬元、人民幣301.4百萬元及人民幣240.1百萬元，分別佔同期總收入的93.3%、79.9%、82.5%及69.8%。另一方面，截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的IP創造及營運業務分別產生收入人民幣5.8百萬元、人民幣91.8百萬元、人民幣64.0百萬元及人民幣104.1百萬元，分別佔同期總收入的6.7%、20.1%、17.5%及30.2%。

下表載列所示年度按分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
新零售								
健康管理產品	71,927	83.0	340,787	74.5	275,261	75.4	216,036	62.8
護膚品	3,450	4.0	20,422	4.5	21,274	5.8	16,272	4.7
其他	5,420	6.3	3,966	0.9	4,860	1.3	7,791	2.3
小計	80,797	93.3	365,175	79.9	301,395	82.5	240,099	69.8
IP創造及營運								
IP內容創作及管理	4,761	5.5	86,567	19.0	54,399	14.9	95,026	27.6
IP許可及相關產品銷售	1,027	1.2	5,202	1.1	9,551	2.6	9,032	2.6
小計	5,788	6.7	91,769	20.1	63,950	17.5	104,058	30.2
總計	86,585	100.0	456,944	100.0	365,345	100.0	344,157	100.0

新零售業務收入

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，新零售業務產生的收入分別為人民幣80.8百萬元、人民幣365.2百萬元、人民幣301.4百萬元及人民幣240.1百萬元，分別佔同期總收入的93.3%、79.9%、82.5%及69.8%。自2019年起，於推出*魔胴*咖啡及其他健康管理產品後，我們的新零售業務得以提升。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們銷售(i)健康管理產品，分別貢獻收入人民幣71.9百萬元、人民幣340.8百萬元、人民幣275.3百萬元及人民幣216.0百萬元；及(ii)護膚品，分別貢獻收入人民幣3.5百萬元、人民幣20.4百萬元、人民幣21.3百萬元及人民幣16.3百萬元。

我們健康管理產品產生的收入

下文載列所示年度按產品類型劃分的健康管理產品銷售收入的明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		**2020年**		**2021年**		**2022年**	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
*魔胴*咖啡*(附註)*	71,927	100.0	332,868	97.7	227,772	82.7	150,883	69.8
*魔力通*益生元軟糖	–	–	7,919	2.3	2,475	0.9	67	0.0
*魔胴*益生菌凍乾粉	–	–	–	–	13,076	4.8	11,585	5.4
*魔胴*本草飲	–	–	–	–	14,185	5.2	5,829	2.7
抹茶粉	–	–	–	–	–	–	24,049	11.1
*魔胴*輕萃咖啡	–	–	–	–	–	–	8,628	4.0
其他	–	–	–	–	17,753	6.4	14,995	7.0
總計	71,927	100.0	340,787	100.0	275,261	100.0	216,036	100.0

*附註：魔胴*咖啡之銷售亦包括向客戶銷售與*魔胴*咖啡作為組合的若干附屬產品如泡騰片、咖啡杯及體脂秤所分配的收入。

*魔胴*咖啡自2019年4月推出以來，一直為我們健康管理產品的重點產品之一。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，*魔胴*咖啡的銷售收入分別為人民幣71.9百萬元、人民幣332.9百萬元、人民幣227.8百萬元及人民幣150.9百萬元，佔我們同期總收入的83.0%、72.8%、62.3%及43.8%。自2020年以來，我們一直在開發各種健康管理產品作為低碳飲食的補充，包括*魔力通*益生元軟糖、*魔胴*益生菌凍乾粉及*魔胴*本草飲，均主要通過昆山汀奢銷售。自2021年以來，我們亦推出*盈養博士*系列、抹茶粉、*魔胴*輕萃咖啡及*魔胴*MCT咖啡等其他新的健

康管理產品。截至2021年及2022年12月31日止年度，我們已自2021年起新推出的健康管理產品中產生收入人民幣45.0百萬元及人民幣65.1百萬元。有關我們的健康管理產品的詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的業務－新零售業務－健康管理產品」一節。隨著我們努力擴大產品種類，*魔胴*咖啡應佔的銷售收入由截至2019年12月31日止年度總收入的83.0%逐漸減少至截至2022年12月31日止年度總收入的43.8%。

魔胴咖啡的收入、銷量及平均售價

下表載列所示年度*魔胴*咖啡的收入、銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
銷售收入*(人民幣千元)*	71,927	332,868	227,772	150,883
銷售*(盒)(以千計)*	632	3,315	2,133	1,381
平均售價*(人民幣／盒)*	114	100	107	109

(i) *魔胴*咖啡的收入及銷量

我們於2019年4月在全國範圍內正式推出*魔胴*咖啡。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，*魔胴*咖啡的銷量分別為632,000盒、3.3百萬盒、2.1百萬盒及1.4百萬盒。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，*魔胴*咖啡的銷售收入分別為人民幣71.9百萬元、人民幣332.9百萬元、人民幣227.8百萬元及人民幣150.9百萬元，分別佔同期總收入的83.0%、72.8%、62.3%及43.8%。

於2020年，我們的*魔胴*咖啡的銷售收入及銷量持續增長，主要是由於我們在*周遊記*1內植入的專有明星IP賦能明星IP的品牌效應，其中提及*魔胴*咖啡為贊助該節目的品牌以及產品本身通過產品植入頻繁出現在節目中，從而讓我們能夠(i)提升產品價值及豐富產品內容；(ii)吸引並擴大專有明星IP的粉絲基礎至我們的產品；及(iii)在專有明星IP與其粉絲基礎之間建立情感聯繫及共鳴。

我們的董事亦考慮將我們的產品與我們的專有明星IP相結合推廣，將對我們的銷售產生積極影響及效果，並提升產品認知度。此外，使用專有明星IP讓我們的分銷商增加與潛在消費者之間的互動，因為彼等可在彼等的社交媒體賬號內分享產品反饋及意見。

董事認為在廣告宣傳中使用專有明星IP品牌能夠從媒體混亂中脱穎而出，因而更能引起消費者注意。

除明星IP賦能策略外，我們亦在*周遊記*1內投放不連續的植入式廣告，以及於2020年3月至6月*周遊記*1在浙江衛視播出時於*周遊記*1商業廣告時段插播電視廣告。

由於該等努力，*魔胴*咖啡的銷量由截至2019年12月31日止年度的632,000盒增至截至2020年12月31日止年度的3.3百萬盒，從而導致*魔胴*咖啡的銷售收入由截至2019年12月31日止年度的人民幣71.9百萬元增加至截至2020年12月31日止年度的人民幣332.9百萬元。董事認為，銷量(及銷售收入)增加的主要原因與我們的專有明星IP及IP導向的真人秀及節目(例如*周遊記*1)賦能直接相關。

憑藉穩固的客戶基礎、強大的分銷網絡及於2020年透過我們的明星IP賦予的品牌效應建立的市場地位，我們的*魔胴*咖啡截至2021年12月31日止年度的銷量為2.1百萬盒，銷售收入為人民幣227.8百萬元，儘管*周遊記*1的重大宣傳效應自2020年7月起停止及我們已大幅減少於2021年銷售*魔胴*咖啡時對周杰倫先生相關IP賦能的使用。*魔胴*咖啡於2021年的銷售業績表明，在*周遊記*1的重大宣傳效應自2020年7月起停止及我們減少使用明星IP賦能後，我們能夠將銷售維持在一個可持續的水平，特別是鑒於周杰倫先生明星IP賦能生效前，我們的*魔胴*咖啡於2021年銷量明顯高於此前的2019年水平。*魔胴*咖啡的銷量由截至2021年12月31日止年度的2.1百萬盒減少至截至2022年12月31日止年度的1.4百萬盒，主要乃由於COVID-19疫情反覆及當地政府實施的相關監控措施。儘管如此，我們預期，隨著長三角地區及鄰近地區限制措施的放鬆後，我們的銷售將逐漸恢復。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－COVID-19爆發對我們業務的影響」一節。

(ii) *魔胴*咖啡的平均售價

*魔胴*咖啡的平均售價乃根據我們就銷售*魔胴*咖啡確認的收入計算(即扣除(i)給予分銷商的各種基於數量的折扣及獎勵；及(ii)向昆山汀奢選定的選定分銷商收取的基於銷量的費用，因為根據香港財務報告準則第15號，該等費用被視為對客戶的付款後)。有關我們銷售*魔胴*咖啡的收入確認的更多詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節。

*魔胴*咖啡的每盒平均售價由截至2019年12月31日止年度的每盒人民幣114元降至截至2020年12月31日止年度的每盒人民幣100元，主要是由於(i)自2020年起開始向選定分銷商支付基於銷量的費用，以協助昆山汀奢推動*魔胴*咖啡的銷售及擴大分銷網絡；及(ii)為達成我們事先釐定的若干採購目標而向分銷商提供更多的批量折扣。

*魔胴*咖啡的每盒平均售價由截至2020年12月31日止年度的每盒人民幣100元增至截至2021年12月31日止年度的每盒人民幣107元，主要是由於2021年向我們的分銷商提供的批量折扣及獎勵，以及向選定分銷商收取的基於銷量的費用比2020年低(主要原因為2021年我們的*魔胴*咖啡銷量減少)。

*魔胴*咖啡每盒平均售價由截至2021年12月31日止年度的每盒人民幣107元增至截至2022年12月31日止年度的每盒人民幣109元，主要是由於我們預先釐定採購目標的完成率較低導致向選定分銷商收取的按銷量計算的費用減少所致。

護膚品的銷售收入

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度的護膚品銷售收入分別為人民幣3.5百萬元、人民幣20.4百萬元、人民幣21.3百萬元及人民幣16.3百萬元，分別佔同期總收入的4.0%、4.5%、5.8%及4.7%。

護膚品的銷售收入由截至2019年12月31日止年度的人民幣3.5百萬元增加至截至2020年12月31日止年度的人民幣20.4百萬元，主要由於(i) 2020年*LA DEW*面膜的銷售額增加；及(ii)於2020年*摩肌博士*試推出期間銷售其子品牌下的產品。*LA DEW*護膚系列的銷售收入由截至2020年12月31日止年度的人民幣20.4百萬元進一步增加至截至2021年12月31日止年度的人民幣21.3百萬元，主要由於2021年正式推出的*摩肌博士*子品牌下的產品所產生的銷售額。該銷售額增加部分被*LA DEW*面膜的銷售額減少所抵銷，而*LA DEW*面膜將逐步停產並由我們推出的新產品所取代。

截至2022年12月31日止年度，我們護膚品的銷售收入減少至人民幣16.3百萬元，主要由於因疫情反覆而對社會活動以及物流及交付的營運施加各種限制導致我們護膚品的分銷代理守望星光的收入貢獻減少。

新零售業務的分銷渠道

於往績記錄期間，我們主要透過(i)分銷代理協助分銷模式；(ii)一般分銷模式；及(iii)其他電子商務渠道分銷新零售業務下的產品。有關我們分銷渠道的詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡」一節。

下文載列所示年度按分銷渠道劃分的新零售業務銷售收入明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
分銷代理協助分銷模式								
－透過昆山汀奢	71,894	89.0	340,773	93.3	254,347	84.4	167,663	69.8
－透過其他分銷代理*(附註a)*	–	–	–	–	12,647	4.2	2,142	0.9
小計	71,894	89.0	340,773	93.3	266,994	88.6	169,805	70.7
一般分銷模式*(附註b)*	8,870	11.0	21,636	5.9	24,716	8.2	29,642	12.4
其他電子商務渠道	33	0.0	2,766	0.8	9,685	3.2	40,652	16.9
總計	80,797	100.0	365,175	100.0	301,395	100.0	240,099	100.0

附註：

(a) 截至2021年及2022年12月31日止年度，我們亦主要透過守望星光作為我們的分銷代理，以分銷代理協助分銷模式銷售*摩肌博士*子品牌下的產品而產生收入。

(b) 於往績記錄期間，昆山汀奢管理的分銷商已購買昆山汀奢分銷產品以外的若干其他產品。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，相關銷售金額分別為人民幣2.8百萬元、人民幣21.6百萬元、人民幣10.3百萬元及人民幣24.8百萬元，收入歸類為一般分銷模式。

(i) 分銷代理協助分銷模式

於往績記錄期間，我們透過分銷代理協助分銷模式，從新零售業務獲得大部分收入。特別是，截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們透過分銷代理協助分銷模式銷售所得的收入分別為人民幣71.9百萬元、人民幣340.8百萬元、人民幣267.0百萬元及人民幣169.8百萬元，佔相應年度新零售業務總收入的89.0%、93.3%、88.6%及70.7%。

根據分銷代理協助分銷模式，分銷代理被視為我們的代理，而相關銷售的收入乃根據分銷代理向下游分銷商銷售我們產品的價格，扣除分銷代理向下游分銷商提供的所有相關批量折扣、獎勵及應付的基於銷量的費用後，該等費用根據香港財務報告準則第15號被視為向我們客戶支付的款項。請參閱「與昆山汀奢的分銷安排—導致我們與昆山汀奢訂立分銷安排的背景－從會計處理角度出發的關係」一節。

(ii) 昆山汀奢產生的銷售收入

昆山汀奢為我們最大的分銷代理。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們透過昆山汀奢以分銷代理協助分銷模式銷售所得的收入分別為人民幣71.9百萬元、人民幣340.8百萬元、人民幣254.3百萬元及人民幣167.7百萬元，佔相應年度總收入的83.0%、74.6%、69.6%及48.7%。

於往績記錄期間，我們通過分銷代理協助分銷模式項下昆山汀奢銷售大部分健康管理產品，包括我們的*魔胴*咖啡、*魔力通*益生元軟糖、*魔胴*本草飲及*魔胴*益生菌凍乾粉(即昆山汀奢分銷產品)。我們在相關銷售項下確認的收入來自我們產品的總收入(基於昆山汀奢向我們的分銷商提供的單位售價)，已扣除(i)向分銷商提供的批量折扣及獎勵；及(ii)向選定分銷商收取的基於銷量的費用後。有關詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節。

下文載列我們銷售昆山汀奢分銷產品的總收入明細以及總收入與我們確認的收入之間的對賬：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
總收入(附註1)				
*魔胴*咖啡	90,319	457,052	297,693	199,387
*魔力通*益生元軟糖	–	10,874	2,757	57
*魔胴*本草飲	–	–	15,549	15,375
*魔胴*益生菌凍乾粉	–	–	15,442	7,738
毛收入總額	90,319	467,926	331,441	222,557
向分銷商提供的批量折扣及獎勵(附註2)	(18,425)	(111,893)	(72,425)	(52,673)
向選定分銷商提供的基於銷量的費用(附註3)	–	(15,260)	(4,669)	(2,221)
我們來自昆山汀奢分銷產品的收入(附註4)	71,894	340,773	254,347	167,663

附註：

(1) 總收入乃基於昆山汀奢就相關產品向分銷商作出的單位售價釐定。

(2) 向分銷商提供的批量折扣及獎勵詳情載於「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用－向分銷商及李婷提供的折扣、獎勵及費用－1.1」一節。

(3) 向選定分銷商提供的基於銷量的費用的詳情載於「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用－向分銷商及李婷提供的折扣、獎勵及費用－1.2」一節。

(4) 代表我們通過昆山汀奢銷售昆山汀奢分銷產品確認的收入。

於往績記錄期間，由昆山汀奢管理的分銷商亦曾購買並非昆山汀奢分銷產品的產品，以(其中包括)通過於訂購系統下達訂單促銷昆山汀奢分銷產品。儘管分銷商將通過昆山汀奢進行採購，但不會就相關銷售而應向昆山汀奢支付任何折扣、獎勵或費用，昆山汀奢亦不會於有關銷售中作為分銷代理行事。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度的相關銷售額分別為人民幣2.8百萬元、人民幣21.6百萬元、人民幣10.3百萬元及人民幣24.8百萬元，收益則於一般分銷模式下進行分類。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們通過昆山汀奢的銷售(包括一般分銷模式下的銷售)之收益總額分別為人民幣74.7百萬元、人民幣362.4百萬元、人民幣264.6百萬元及人民幣192.5百萬元。

我們通過一般分銷模式及其他電子商務渠道引入銷售，努力使我們的分銷渠道多樣化。詳情請參閱本招股章程「業務－分銷網絡」一節。

(iii) 透過一般分銷模式的銷售

於往績記錄期間，我們亦透過我們的分銷商及經銷商網絡銷售若干健康管理及護膚品，而不聘用分銷代理。於一般分銷模式下，除向由昆山汀奢管理的分銷商作出的銷售外，我們的產品直接售予分銷商，彼等進一步通過多個線上及線下渠道將我們的產品售予終端消費者。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們透過一般分銷模式產生的收益分別為人民幣8.9百萬元、人民幣21.6百萬元、人民幣24.7百萬元及人民幣29.6百萬元。有關我們於一般分銷模式下的其他分銷商之詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－一般分銷模式」一節。

(iv) 透過其他電子商務渠道銷售

於往績記錄期間，我們一直擴展我們的分銷渠道至各種電子商務渠道，包括我們的*巨星優選*App以及我們於第三方的在線平台上的商店(如*天貓*店、*快手*店及*抖音*商店)。特別是，鑒於疫情反覆對開展線下營銷活動的影響，自2021年12月起，我們擴大了分銷渠道，通過*抖音*直播帶貨進行銷售。於往績記錄期間，我們透過其他電子商務渠道銷售產生的收益呈增長趨勢，於截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度分別為人民幣33,000元、人民幣2.8百萬元、人民幣9.7百萬元及人民幣40.7百萬元。有關進一步詳情，亦請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－透過其他電子商務渠道分銷－其他電子商務渠道」一節。

IP創造及營運業務收入

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們IP創造及營運業務產生的收入分別為人民幣5.8百萬元、人民幣91.8百萬元、人民幣64.0百萬元及人民幣104.1百萬元，分別佔同期總收入的6.7%、20.1%、17.5%及30.2%。我們IP創造及營運業務可以進一步細分為(i) IP內容創作及管理；及(ii) IP許可及銷售相關產品。

IP內容創作及管理收入

於往績記錄期間，我們IP內容創作及管理產生的收入主要包括廣告收入、由我們發起及製作的電視及網上節目產生的許可費及╱或服務費、向大型演唱會及其他活動提供項目策劃服務產生的服務費，以及明星IP管理收入。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，該業務分部的收入分別為人民幣4.8百萬元、人民幣86.6百萬元、人民幣54.4百萬元及人民幣95.0百萬元，分別佔同期總收入的5.5%、19.0%、14.9%及27.6%。

於2019年，我們錄得IP內容創作及管理收入人民幣4.8百萬元，乃主要歸因於我們作為策劃服務提供商就2019年8月舉行的湛江超級巨星演唱會提供服務。我們在2020年錄得大量收入來自浙江衛視及Netflix播出的*周遊記*1。我們於截至2020年12月31日止年度錄得播出*周遊記*1的收入人民幣81.6百萬元，主要包括(i) 2020年浙江衛視及Netflix就播出*周遊記*1收取的許可費；及(ii)浙江衛視在其平台上播出*周遊記*1所產生的廣告收入。我們亦從2020年寧波巨星行動超級夜的策劃中產生服務費。

於2021年，我們來自IP內容創作及管理的收入下降至人民幣54.4百萬元，主要由於(i)我們於2020年*周遊記*1播出時間獲得可觀收入；及(ii) COVID-19疫情及相關控制措施影響活動時間表及╱或IP節目製作。此外，我們一直在透過與不同平台的合作來擴大我們的IP內容創作及管理業務。於截至2021年12月31日止年度，我們來自IP內容創作及管理的收入主要來自策劃及創建以下活動的服務費：(i)音樂脫口秀，即*快手*上的*既來之則樂之*；(ii)於中國領先音樂流媒體服務提供商舉辦的音樂頒獎典禮上表演；及(iii)於各種在線平台(包括中國領先視頻分享及流媒體平台)上播放綜藝節目的表演。我們認為，憑藉成熟的業務關係，我們將通過領先在線平台的深入合作能夠進一步發展我們的IP內容創作及管理業務。

我們來自IP內容創作及管理的收益由截至2021年12月31日止年度的人民幣54.4百萬元增加至截至2022年12月31日止年度的人民幣95.0百萬元。該增加乃主要由於以下各項所得收入：(i)若干IP節目（包括兩個世界杯相關音樂及綜藝節目、有關*周遊記*2的宣傳視頻及周杰倫先生的新音樂專輯以及一個以周杰倫先生為中心的在線音樂節目）；及(ii)我們通過天賦星球與劉畊宏先生進行合作。有關我們與劉畊宏先生的合作詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作－我們的IP創造及營運業務項下的合作－與劉畊宏先生的活動及IP節目有關的合作」一節。我們就與劉畊宏先生的合作確認之收益乃將從品牌擁有人或MCN公司（視乎情況而定）收取的總費用扣除相關業務合作夥伴（包括但不限於渠道商、劉畊宏先生及W&V）的分佔溢利後得出。於截至2022年12月31日止年度，我們就若干指定網絡平台上與劉畊宏先生相關的活動策劃及IP節目與MCN公司進行合作，據此，我們有權按照協定的比率分享品牌擁有人的贊助金額。有關合作安排的詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作－我們的IP創造及營運業務項下的合作－與劉畊宏先生的活動及IP節目有關的合作」一節。

IP許可及銷售相關產品收入

除IP內容創作及管理外，我們亦從我們的IP許可及銷售相關產品中產生收入。自2019年起，我們已將*周同學*IP授權予包括銀行、玩具公司在內的部分實體，圍繞*周同學*設計線下IP營運方案並銷售其他配套產品。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們分別自IP許可及銷售相關產品產生收入人民幣1.0百萬元、人民幣5.2百萬元、人民幣9.6百萬元及人民幣9.0百萬元，佔同期總收入的1.2%、1.1%、2.6%及2.6%。我們於往績記錄期間來自IP許可及銷售相關產品的收入增加主要由於(i)我們已將*周同學*IP授權予越來越多的公司於彼等業務中使用；及(ii)*周同學*配套及相關產品的銷售有所增加。

銷售成本

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的銷售成本分別為人民幣30.0百萬元、人民幣224.2百萬元、人民幣138.0百萬元及人民幣121.3百萬元。

下表載列所示年度我們的銷售成本的主要組成部分：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
所售商品成本	24,239	102,223	86,504	76,590
活動策劃及管理服務成本	3,901	5,414	36,311	29,529
運輸及物流費用	818	2,242	6,238	5,039
電視節目版權費用	–	106,024	–	–
其他稅項及附加費	742	3,273	2,374	2,008
存貨減值撥備	–	3,029	6,189	6,725
其他	272	1,950	347	1,438
總計	29,972	224,155	137,963	121,329

所售商品成本

新零售業務的銷售成本主要包括所售商品成本，即就生產我們的產品向第三方製造商及其他供應商支付的成本。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度的所售商品成本分別為人民幣24.2百萬元、人民幣102.2百萬元、人民幣86.5百萬元及人民幣76.6百萬元，佔同期總銷售成本的80.9%、45.6%、62.7%及63.1%。所售商品成本波動主要是由於我們於往績記錄期間新零售業務的主要產品*魔胴*咖啡的銷售波動所致。

活動策劃及管理服務的成本

活動策劃及管理服務的成本主要由於就我們擔任策劃服務提供商的演唱會、活動或節目向表演者、藝人代理及／或其他供應商支付的成本。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們主要分別為一場、一場、六場及七場演唱會、活動或節目擔任策劃服務提供商。截至2022年12月31日止年度，我們的活動策劃及管理服務的成本主要包括(i)就我們與劉畊宏先生及周杰倫先生合作相關的IP活動及節目付予服務提供商的費用；及(ii)就所提供與劉畊宏先生相關的藝人管理服務向W&V支付的月服務費。

電視節目版權費用

我們的電視節目版權在相關節目通過發行渠道發佈期間確認為我們的成本。截至2020年12月31日止年度的電視節目版權費用主要歸因於首次於2020年3月播出並於2020年6月收官的*周遊記1*。由於我們於往績記錄期間其他年度並無推出其他電視節目，故我們並無於相關年度錄得任何電視節目版權成本。

存貨減值撥備

截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們分別計提存貨減值撥備人民幣3.0百萬元、人民幣6.2百萬元及人民幣6.7百萬元，這主要與我們的若干非核心產品的存貨有關，包括兒童教育用品小麻吉(「**小麻吉**」)及美容護理設備。相關產品乃由我們在2018年首次試行新零售業務時推出。該等產品的銷售受到COVID-19疫情的不利影響，原因為(i)與我們的其他產品相比，該等產品價格相對較高；及(ii)美容護理設備的目標客戶主要為美容院，而美容院的經營受到疫情的重大影響。由於我們認為(i)該等產品的銷售在不久將來會繼續受到疫情的影響；及(ii)該等產品的目標消費者不符合我們目前的分銷網絡，故我們決定對截至2022年12月31日止年度的相關產品存貨計提全額撥備。此外，我們已就截至2022年12月31日止年度內我們健康管理產品及護膚品的若干原材料及製成品存貨計提減值撥備。於2022年12月31日，所有庫存減值撥備已全部撇銷。有關撇銷我們撥備的進一步詳情，請參閱本節「－綜合財務狀況表若干關鍵項目的討論－存貨」一段。

毛利及毛利率

下表載列我們所示年度按業務分部劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
新零售								
健康管理產品	51,111	71.1	242,166	71.1	197,177	71.6	140,192	64.9
護膚品	1,424	41.3	14,381	70.4	13,970	65.7	9,815	60.3
其他*(附註)*	2,601	48.0	(2,059)	(51.9)	(5,677)	(116.8)	739	9.5
小計	55,136	68.2	254,488	69.7	205,470	68.2	150,746	62.8
IP創造及營運								
IP內容創作及管理	1,290	27.1	(24,011)	(27.7)	18,222	33.5	65,497	68.9
IP許可及相關產品銷售	187	18.2	2,312	44.4	3,690	38.6	6,585	72.9
小計	1,477	25.5	(21,699)	(23.6)	21,912	34.3	72,082	69.3
總計	56,613	65.4	232,789	50.9	227,382	62.2	222,828	64.7

*附註：*其他指我們銷售非核心產品的毛利／(毛損)及毛利率／(毛損率)，主要包括小麻吉(一種兒童教育用品)、美容護理設備及空氣淨化器。截至2020年及2021年12月31日止年度，我們錄得銷售其他產品的毛損，主要是由於就若干非核心產品的存貨計提減值撥備。有關詳情，請參閱本節上文「－經營業績主要組成部分的描述－銷售成本－存貨減值撥備」一段。

我們截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度的毛利分別為人民幣56.6百萬元、人民幣232.8百萬元、人民幣227.4百萬元及人民幣222.8百萬元。我們於同期的毛利率分別為65.4%、50.9%、62.2%及64.7%。我們的毛利由2019年的人民幣56.6百萬元增至2020年的人民幣232.8百萬元，主要由於銷售*魔胴*咖啡產生的毛利增加所致。我們錄得毛利率由2019年的65.4%下降至2020年的50.9%，主要由於我們IP創造及營運業務於2020年受到COVID-19負面影響而錄得毛損。我們的毛利由2020年的人民幣232.8百萬元下降至2021年的人民幣227.4百萬元，主要由於銷售*魔胴*咖啡減少所致。我們的毛利率由2020年的50.9%增至2021年的62.2%，主要由於我們IP創造及營運業務的毛利率改善所致。我們的毛利由截至2021年12月31日止年度的人民幣227.4百萬元減少至截至2022年12月31日止年度的人民幣222.8百萬元，主要是由於來自新零售業務的毛利減少，惟部分被IP創造及營運業務的毛利增加所抵銷。我們的毛利率由截至2021年12月31日止年度的62.2%增至截至2022年12月31日止年度的64.7%，主要由於我們IP創造及營運業務的毛利率增加所致。

新零售業務

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們新零售業務的毛利分別為人民幣55.1百萬元、人民幣254.5百萬元、人民幣205.5百萬元及人民幣150.7百萬元。我們同期的毛利率分別為68.2%、69.7%、68.2%及62.8%。

健康管理產品的毛利及毛利率

我們於2019年4月及2020年4月分別在全國範圍內正式推出*魔胴*咖啡及*魔力通*益生元軟糖。於2021年，鑒於擴大我們產品範圍，我們進一步推出多種健康管理產品，包括*魔胴*本草飲及*魔胴*益生菌凍乾粉。我們健康管理產品的毛利於截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度分別為人民幣51.1百萬元、人民幣242.2百萬元、人民幣197.2百萬元及人民幣140.2百萬元。我們健康管理產品的毛利與收入呈現類似的趨勢。我們健康管理產品的毛利率維持相對穩定，於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度分別為71.1%、71.1%及71.6%。我們健康管理產品的毛利率下降至截至2022年12月31日止年度的64.9%，主要由於毛利率相對高於其他健康管理產品的*魔胴*咖啡的收入貢獻減少。

護膚品的毛利及毛利率

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，護膚品的毛利分別為人民幣1.4百萬元、人民幣14.4百萬元、人民幣14.0百萬元及人民幣9.8百萬元。我們同期的毛利率分別為41.3%、70.4%、65.7%及60.3%。

於2019 年至 2020年，我們的護膚品毛利錄得增長，原因為隨著*周遊記*1於2020年3月在多個收視平台(包括浙江衛視及Netflix)的播出，需投入*魔胴*咖啡的營運及營銷資源有所減少，因為*周遊記*1的播出透過產生宣傳效應直接賦能*魔胴*咖啡於相關期間的銷量。因此，我們能夠將多餘的資源用於護膚品的營銷，這使得護膚品於2020年的銷售收入有所增加。再者，於現階段，我們對市場有了更全面的了解，因此我們於2020年決定專注於銷售毛利率相對較高的產品。因此，我們於截至2020年12月31日止年度的毛利率增至70.4%。

截至2021年12月31日止年度，我們來自護膚品的毛利為人民幣14.0百萬元，與2020年相較維持相對穩定。護膚品的毛利率由截至2020年12月31日止年度的70.4%下降至截至2021年12月31日止年度的65.7%，主要由於在2021年推出毛利率較低的若干新產品。

我們來自護膚品的毛利由截至2021年12月31日止年度的人民幣14.0百萬元減少至截至2022年12月31日止年度的人民幣9.8百萬元。護膚品的毛利率亦由截至2021年12月止年度的65.7%減少至截至2022年12月31日止年度的60.3%。該減少主要是由於(i)鑒於截至2022年12月31日止年度的市場情緒低迷，我們開展的營銷活動(包括提供批量購買折扣以及樣品及禮品)導致我們護膚品的平均價格下降；及(ii)我們於截至2022年12月31日止年度就(其中包括)我們護膚品的若干原材料及製成品作出減值撥備。

其他產品的毛利及毛利率

截至2019年及2022年12月31日止年度，我們錄得銷售其他產品的毛利分別為人民幣2.6百萬元及人民幣0.7百萬元，毛利率分別為48.0%及9.5%。截至2020年及2021年12月31日止年度，我們錄得銷售其他產品的毛損分別為人民幣2.1百萬元及人民幣5.7百萬元，主要是由於相應期間就

作為我們非核心產品的若干滯銷產品錄得存貨減值撥備人民幣3.0百萬元及人民幣6.2百萬元。有關我們存貨減值撥備的詳情，請參閱本節上文「－經營業績主要組成部分的描述－銷售成本－存貨減值撥備」一段。

IP創造及營運業務的毛利及毛利率

截至2019年、2021年及2022年12月31日止年度，我們錄得IP創造及營運業務的毛利分別為人民幣1.5百萬元、人民幣21.9百萬元及人民幣72.1百萬元。我們同期的毛利率分別為25.5%、34.3%及69.3%。截至2020年12月31日止年度，我們錄得毛損人民幣21.7百萬元，主要是由於我們就*周遊記*1錄得毛損所致。

IP內容創作及管理的毛利及毛利率

截至2019年12月31日止年度，我們為湛江超級巨星演唱會提供策劃服務所產生毛利人民幣1.3百萬元，毛利率為27.1%。截至2020年12月31日止年度，我們錄得毛損人民幣24.0百萬元，而截至2019年12月31日止年度則錄得毛利人民幣1.3百萬元，主要歸因於2020年3月*周遊記*1在浙江衛視播出期間COVID-19疫情導致經濟狀況不明朗。鑒於相關期間的經濟狀況不明朗，由於當時COVID-19疫情造成的普遍負面影響，節目內及之間的多隻廣告被取消，並最終導致我們收到的相關廣告費大幅下降。

截至2021年12月31日止年度，我們就IP內容創作及管理業務錄得毛利人民幣18.2百萬元及毛利率33.5%。這主要是由於我們從組織(i)音樂脫口秀節目*既來之則樂之*（該節目於2021年新年期間在*快手*上播出）；(ii)由中國一家領先的音樂流媒體服務提供商舉辦的音樂活動中的表演；及(iii)在多個在線平台上播放的綜藝節目中收取的服務費所致。

我們來自IP內容創作及管理的毛利由截至2021年12月31日止年度的人民幣18.2百萬元增加至截至2022年12月31日止年度的人民幣65.5百萬元，主要是由於我們在中國領先的短視頻平台上組織及策劃綜藝節目播出及直播環節的服務費，以及我們與劉畊宏先生合作產生的收入。有關我們合作的詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士合作」一節。我們來自IP內容創作及管理的毛利率亦由截至2021年12月31日止年度的33.5%增加至截至2022年12月31日止年度的68.9%，主要是由於我們與劉畊宏先生合作的收入是在扣除應付MCN公司、W&V及／或劉畊宏先生的費用後按淨額基準入賬。請參閱本節「經營業績主要組成部分的描述－收入－IP創造及營運業務收入」一段。

IP許可及相關產品銷售的毛利及毛利率

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的IP許可及銷售相關產品（例如*周同學*及其他配套產品）的毛利分別為人民幣187,000元、人民幣2.3百萬元、人民幣3.7百萬元及人民幣6.6百萬元。我們同期的毛利率分別為18.2%、44.4%、38.6%及72.9%。我們截至2022年12月31日止年度的毛利及毛利率增加，主要是由於(i)毛利率相對較高的許可費收入貢獻增加；及(ii)銷售毛利率相對較低的IP相關產品的收入貢獻減少。

銷售及營銷開支

下表載列所示年度我們的銷售及營銷開支的組成部分明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
廣告及營銷開支	4,423	30.7	41,517	43.7	35,462	37.8	17,571	24.3
佣金	3,290	22.9	38,026	40.1	40,122	42.8	32,309	44.6
僱員福利開支	3,993	27.7	10,748	11.3	14,970	16.0	19,328	26.7
差旅及酬酢開支	1,107	7.7	2,079	2.2	1,845	2.0	1,771	2.4
辦公室開支	517	3.6	847	0.9	328	0.3	757	1.0
其他	1,063	7.4	1,697	1.8	1,082	1.1	711	1.0
	14,393	100.0	94,914	100.0	93,809	100.0	72,447	100.0

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣14.4百萬元、人民幣94.9百萬元、人民幣93.8百萬元及人民幣72.4百萬元，分別佔同期總收入的16.6%、20.8%、25.7%及21.1%。截至2021年12月31日止三個年度，銷售及營銷開支大幅增加主要由於廣告及營銷開支、佣金及僱員福利開支增加所致，符合我們的業務擴張及發展。我們的銷售及營銷開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣93.8百萬元減少至截至2022年12月31日止年度的人民幣72.4百萬元，主要由於廣告及營銷開支以及佣金減少。有關詳情，請參閱本節下文「－經營業績主要組成部分的描述－銷售及營銷開支－廣告及營銷開支」一段。

我們的銷售及營銷開支主要包括：

- *廣告及營銷開支*，主要包括電視贊助、廣告及推廣、提供試樣及包裝禮品的開支、舉辦活動、討論會、會議及分銷商培訓研討會的開支。有關廣告及營銷開支的進一步詳情，請參閱下文「－廣告及營銷開支」一段；

- *佣金*，主要包括向李婷支付的服務費、涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差餘額、向昆山汀奢支付的額外獎勵費及向明星及KOL提供的佣金。有關詳情，請參閱下文「－佣金」一段；

- *僱員福利開支*，主要包括支付予銷售及營銷人員的工資、社會保障費用、住房福利及補償費用；

- *差旅及酬酢開支*，主要包括與銷售及營銷活動有關的支出；

- *辦公開支*，主要包括裝飾、翻新及日常維護；及

- *其他*，例如日常營運開支。

廣告及營銷開支

下表載列於所示年度廣告及營銷開支明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
電視贊助、廣告及推廣*(附註1)*	1,404	31.7	14,135	34.0	5,669	16.0	8,131	46.3
試樣及包裝禮品*(附註2)*	–	–	7,181	17.3	9,374	26.4	3,686	21.0
活動及培訓*(附註3)*	1,469	33.3	11,440	27.6	14,472	40.8	4,301	24.5
演唱會贊助費	–	–	3,532	8.5	–	–	–	–
代言人費用	1,067	24.1	1,045	2.5	771	2.2	–	–
其他*(附註4)*	483	10.9	4,184	10.1	5,176	14.6	1,453	8.2
	4,423	100.0	41,517	100.0	35,462	100.0	17,571	100.0

附註：

1. 我們在電視贊助、廣告及推廣方面的費用主要包括就我們的產品支付予廣告代理商及服務提供商的廣告製作及組織促銷活動的費用包括以下各項所產生的營銷費：(i)於2020年及2021年，在浙江衛視的電視節目(即還有詩和遠方)中投放電視廣告及我們的*魔胴*咖啡產品，金額分別為人民幣9.4百萬元及人民幣1.9百萬元；(ii)於2021年及2022年，於*萬里走單騎2*播出期間投放*魔胴*咖啡產品的電視廣告，金額分別為人民幣314,000元及人民幣1.6百萬元；(iii)於2020年及2021年有關*魔胴*健康應用程序的營運服務費分別為人民幣2.1百萬元及人民幣3.5百萬元，用於本集團的促銷活動；及(iv)於2022年，主要就*巨星優選*應用程序向昆山華星支付營運服務費人民幣3.4百萬元。

2. 作為我們促銷活動的一部分，我們向現有及潛在的分銷商、經銷商及消費者提供試用樣品及包裝禮品。由於提供試用樣品及包裝禮品乃主要為了推廣我們的產品及我們的品牌，因此相關開支乃由本集團承擔，而非由昆山汀奢承擔。

3. 我們在活動及培訓方面的支出主要包括在我們的分銷商、經銷商及／或其他業務合作夥伴之間舉辦我們的年會、討論會、會議及與我們品牌及產品相關培訓所產生的費用，包括但不限於相關活動的交通、場地及住宿費用，旨在(其中包括)推廣及提高我們的品牌知名度。有關開支主要歸因於(i)舉辦我們的年會、會議之旅及其他大型活動，包括(a)我們於2020年在寧波的年會及在成都的會議之旅，金額分別為人民幣5.5百萬元及人民幣3.6百萬元；(b)我們於2021年在海洋花島舉行的為期四天的年會及在西安及青海的會議之旅，金額分別為人民幣7.0百萬元及人民幣5.1百萬元；及(c)於2022年，於西雙版納及長興進行的會議之旅，金額分別為人民幣1.5百萬元及人民幣2.1百萬元。上述活動的目的為(其中包括)提升我們的品牌知名度，並培養分銷商的品牌忠誠度，在此期間，我們或會宣佈我們的商業計劃，如即將推出的IP節目或活動以及新產品的發佈；及(ii)於2020年及2021年，分別向服務供應商支付人民幣2.4百萬元及人民幣1.9百萬元，用於提供培訓我們的企業文化、低碳水化合物飲食的知識及理論、我們產品的特點、用途及成分，以及如何將我們產品的消費落實到日常生活中，以最大限度地發揮其作用等。有關詳情，請參閱「業務－營銷計劃－推廣及營銷活動」一節。

4. 其他主要包括與我們的品牌及／或我們的產品的宣傳和營銷有關的費用，例如向外部服務供應商支付的費用，用於製作宣傳視頻及材料以及策劃營銷活動。於2020年及2021年，有關支出增加，主要是由於我們業務規模及產品供應的擴大。

於截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們錄得的廣告及營銷費用分別為人民幣4.4百萬元、人民幣41.5百萬元、人民幣35.5百萬元及人民幣17.6百萬元。

自2020年5月出售昆山汀奢以來，本集團進行的營銷推廣活動主要集中於我們的品牌及產品的推廣；而昆山汀奢則主要就分銷網絡的發展進行營銷推廣活動。該安排符合本集團及昆山汀奢就銷售昆山汀奢分銷產品相關的角色及責任，本集團專注於產品開發，而昆山汀奢則負責分銷網絡的發展及日常管理。有關我們與昆山汀奢分別進行營銷推廣活動及培訓活動的詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－本集團、昆山汀奢及昆山嘉夢的角色及責任」一節。

截至2020年12月31日止年度，我們的廣告營銷開支由2019年的人民幣4.4百萬元大幅增加人民幣37.1百萬元至2020年的人民幣41.5百萬元。有關增加主要由於：

(i) 我們的電視贊助、廣告及營銷活動開支由2019年的人民幣1.4百萬元增加至2020年的人民幣14.1百萬元，主要包括(a)向營銷代理服務供應商(「**營銷代理**」)收取的營銷費用，用於在浙江衛視的電視節目(即*還有詩和遠方*)中投放電視廣告及我們的*魔胴*咖啡產品，金額為人民幣9.4百萬元。有關我們與營銷代理合作的詳情，請參閱本節下文「－經營業績主要組成部分的描述－銷售及營銷開支－廣告及營銷開支－我們與營銷代理的合作」一段；及(b)就*魔胴*健康應用程序的營運向昆山華星支付的服務費人民幣2.1百萬元，用於本集團的促銷活動；及

(ii) 我們的活動及培訓開支由2019年的人民幣1.5百萬元增加至2020年的人民幣11.4百萬元，原因是我們的分銷商及經銷商數量大幅增加，主要歸因於(a)於2020年1月在寧波舉辦年會的開支為人民幣5.5百萬元；(b)於2020年8月在成都舉辦分銷商大會的開支人民幣3.6百萬元；及(c)就向分銷商提供培訓支付服務供應商的費用人民幣2.4百萬元。

我們的廣告和營銷費用由2020年的人民幣41.5百萬元減少至2021年的人民幣35.5百萬元，這主要是由於(i)我們的電視贊助、廣告及營銷活動費用由2020年的人民幣14.1百萬元減少至2021年的人民幣5.7百萬元；及(ii)由於我們沒有計劃在2021年舉辦任何演唱會，因此我們沒有產生任何演唱會贊助費。該減少部分被以下各項抵銷：(a)我們的活動及培訓開支由2020年的人民幣11.4百萬元增加至2021年的人民幣14.5百萬元，這主要是由於我們在2021年4月在海洋花島舉行的為期四天的年度活動中產生的開支，包括交通、場地、住宿及舞台製作開支，金額為人民幣7.0百萬元；及(b)提供試用樣品及包裝禮品以用於在各種銷售渠道上推廣新零售業務的費用增加人民幣2.2百萬元。

我們的廣告及營銷開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣35.5百萬元大幅減少至截至2022年12月31日止年度的人民幣17.6百萬元，主要是由於(i)我們的活動及培訓開支減少人民幣10.2百萬元；及(ii)由於COVID-19疫情的疫情反覆，當地政府實施的控制措施對我們的線下營銷活動產生重大影響，因此試驗樣品及包裝禮品開支減少人民幣5.7百萬元。

我們與營銷代理的合作

在往績記錄期間，我們主要通過電視頻道聘請營銷代理為我們的產品投放廣告。截至2020年、2021年及2022年12月31日止年度，營銷代理應佔的廣告及營銷開支分別為人民幣9.4百萬元、人民幣2.2百萬元及人民幣1.6百萬元。據董事所知及所悉，營銷代理是若干在線媒體平台及電視頻道的指定營銷代理。董事認為媒體平台及／或電視頻道委任或指定一名或以上的市場代理，安排在其平台或頻道投放廣告及製作廣告，是市場的普遍做法。有關我們截至2022年12月31日對營銷代理的按金餘額的進一步討論，亦請參閱本節下文「－綜合財務狀況表若干關鍵項目的描述－貿易及其他應收款項－其他應收款項－按金」一段。

佣金

下表載列於所示年度的佣金明細：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
向昆山汀奢提供的佣金				
固定價差餘額				
－向李婷支付的服務費[1]	3,290	17,957	12,913	7,389
－涵蓋昆山汀奢的其他經營成本[1][3]	–	8,404	25,779	15,595
向昆山汀奢支付的額外獎勵費[2][3]	–	11,665	–	–
小計	3,290	38,026	38,692	22,984
向其他分銷代理提供的佣金	–	–	1,430	753
向明星及KOL提供的佣金[4]	–	–	–	8,572
	3,290	38,026	40,122	32,309

附註：

1. 誠如「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用－向分銷商及李婷提供的折扣、獎勵及費用」一節所述，固定價差餘額用於涵蓋昆山汀奢的運營成本，包括向李婷支付的服務費。

2. 其指向昆山汀奢提供的銷售獎勵。詳情請參閱「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用－向昆山汀奢支付的額外獎勵費」一節。

3. 於2019年及截至2020年5月31日止五個月涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差餘額分別為人民幣9.1百萬元及人民幣9.9百萬元；及於截至2020年5月31日止五個月向昆山汀奢支付的額外獎勵費人民幣7.8百萬元已於我們的綜合財務報表內悉數對銷。有關詳情，請參閱「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節。

4. 指向明星及／或KOL提供的佣金，用於促進(i)我們產品於*抖音*店的銷售；及(ii)我們產品於*抖音*賬號的銷售。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－透過其他電子商務渠道分銷－其他電子商務渠道」一節。

佣金開支由2019年的人民幣3.3百萬元大幅增加至2020年的人民幣38.0百萬元，主要由於以下各項所致：(i)向李婷支付的服務費由2019年的人民幣3.3百萬元增至2020年的人民幣18.0百萬元，原因是*魔胴*咖啡銷量增加；(ii)為進一步激勵昆山汀奢銷售*魔胴*咖啡，自2020年起與昆山汀奢訂立銷售獎勵計劃，產生向昆山汀奢支付的額外獎勵費人民幣11.7百萬元；及(iii)自於2020年5月出售昆山汀奢以來，涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差餘額列為開支人民幣8.4百萬元。

我們的佣金開支由2020年的人民幣38.0百萬元進一步增加至2021年的人民幣40.1百萬元，主要是由於與2020年相比，於2021年涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差餘額增加人民幣17.4百萬元。涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差餘額增加主要是由於(i) 2021年*魔胴*咖啡銷量減少，導致向分銷商提供的折扣及獎勵以及向選定分銷商提供的基於銷量的費用減少；及(ii)我們於2020年出售昆山汀奢前產生的價差餘額已於我們截至2020年12月31日止年度的綜合財務報表中對銷，部分被(i)向李婷支付的服務費因*魔胴*咖啡銷量減少而減少人民幣5.0百萬元；及(ii)向昆山汀奢支付的額外獎勵費因截至2021年12月31日止年度的*魔胴*咖啡銷量未達到我們規定的目標而減少人民幣11.7百萬元所抵銷。

我們的佣金開支由截至2021年12月31日止年度內的人民幣40.1百萬元減少至截至2022年12月31日止年度的人民幣32.3百萬元，這主要是由於截至2022年12月31日止年度中國COVID-19疫情復發（尤其是2022年上半年），導致昆山汀奢分銷產品的銷售減少。截至2022年12月31日止年度，我們向昆山汀奢支付的佣金減少部分被我們通過在線平台就推廣銷售我們的產品向明星及KOL支付的佣金所抵銷，這與截至2022年12月31日止年度通過其他電商渠道銷售應佔我們新零售業務收益的增長一致。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－透過其他電子商務渠道分銷－其他電子商務渠道」。

根據我們與昆山汀奢的協議，昆山汀奢將向分銷商銷售我們的產品，價格等於我們向昆山汀奢提供的售價加上固定價差，而固定價差旨在涵蓋若干批量折扣、獎勵及向選定分銷商提供的基於銷量的費用、向李婷支付的服務費以及昆山汀奢其他經營成本。有關昆山汀奢分銷產品的定

價安排詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節。

因此，假設其他因素保持不變，倘向分銷商提供的批量折扣及獎勵減少，則向選定分銷商提供的基於銷量的費用及／或向李婷支付的服務費將增加，該等款項與銷售昆山汀奢分銷產品、涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差部分直接相關。經本公司確認，設立該機制的目的為在昆山汀奢分銷產品銷售減少的情況下，向昆山汀奢提供額外資金用於銷售及營銷活動。

一般及行政開支

下表載列所示年度我們的一般及行政開支的組成部分明細：

	截至12月31日止年度							
	2019年		2020年		2021年		2022年	
	人民幣千元	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*	*人民幣千元*	*%*
法律及專業費用	1,179	11.4	5,671	18.0	9,381	14.4	6,113	9.5
僱員福利開支	4,870	47.1	12,824	40.6	27,762	42.7	32,176	50.2
短期租賃的租金開支	304	2.9	396	1.3	538	0.8	959	1.5
差旅及酬酢開支	1,451	14.0	1,525	4.8	3,075	4.7	2,405	3.8
使用權資產折舊	436	4.2	955	3.0	1,121	1.7	2,608	4.1
辦公室開支	549	5.3	2,623	8.3	2,255	3.5	2,495	3.9
物業、廠房及設備折舊	59	0.6	539	1.7	1,504	2.3	3,502	5.5
捐款	–	–	1,494	4.7	–	–	500	0.8
上市開支	–	–	2,893	9.2	15,535	23.9	10,059	15.7
其他	1,482	14.5	2,643	8.4	3,920	6.0	3,277	5.0
總計	10,330	100.0	31,563	100.0	65,091	100.0	64,094	100.0

我們的一般及行政開支主要包括：

- *法律及專業費用*，主要包括法律及合規服務、諮詢服務及其他專業服務的費用，有關詳情載於下文「－法律及專業費用」一段；
- *僱員福利開支*，主要包括支付予行政人員的工資、社會保障費用、住房福利及補償費用；
- *差旅及酬酢開支*，主要包括日常營運過程中產生的行政方面的支出；
- *使用權資產折舊*，主要包括我們的物業租賃折舊；
- *物業、廠房及設備的折舊*，主要包括我們土地及樓宇的折舊以及租賃物業裝修；
- *上市開支*，主要包括與上市有關的專業費用及其他費用；及
- *其他*，主要包括雜項及行政開支。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的一般及行政開支為人民幣10.3百萬元、人民幣31.6百萬元、人民幣65.1百萬元及人民幣64.1百萬元，分別佔同期總收入的11.9%、6.9%、17.8%及18.6%。於往績記錄期間，一般及行政開支增加主要是由於僱員福利開支以及法律及專業費用的增加，表明我們對擴展IP組合及業務增長的持續支持及增強。由於我們過往的經營業績及鑒於我們的經營規模顯著增長，我們認為有必要付出更多的努力，擴大員工隊伍及加強企業管治。因此，我們的一般及行政開支於往績記錄期間整體上升。

法律及專業費用

於截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，法律及專業費用分別為人民幣1.2百萬元、人民幣5.7百萬元、人民幣9.4百萬元及人民幣6.1百萬元。在截至2021年12月31日止三個年度，我們的法律及專業費用錄得增長趨勢，這與我們的業務增長一致。這一增長主要是由於(i)我們在IP組合（包括*周同學*、*摩肌博士*、*茶小姐*的IP以及我們的IP節目）擴大後，IP註冊及相關法律服務的開支增加；及(ii)與我們籌備上市相關的審計、鑑證及稅務諮詢服務以及財務及管理申報諮詢服務的開支增加。

下表載列所示年度的法律及專業費用明細：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
法律及合規服務				
訴訟及相關法律服務[1]	100	693	1,683	878
IP註冊及相關法律服務	163	3,310	2,534	2,063
公司秘書及其他法律及合規服務	65	417	999	457
	328	**4,420**	**5,216**	**3,398**
專業服務				
審計、鑑證及稅務諮詢[2]	13	602	964	734
估值[3]	36	250	272	–
設計及品牌建設諮詢	568	304	150	–
IT系統相關服務	226	–	193	–
	843	**1,156**	**1,579**	**734**
諮詢服務				
財務及管理申報諮詢[4]	–	–	2,215	386
業務諮詢[5]	–	–	210	1,529
	–	**–**	**2,425**	**1,915**
其他[6]	**8**	**95**	**161**	**66**
總計	**1,179**	**5,671**	**9,381**	**6,113**

附註：

(1) 於往績記錄期間，我們的訴訟及相關法律服務開支主要涉及我們的前營銷代理的訴訟以及有關假冒產品及IP的法律訴訟。

(2) 主要指就我們在中國及香港的附屬公司的法定財務報表的編製向審計公司及稅務諮詢服務提供商支付的專業服務費。

(3) 主要指與重組有關的估值服務的服務費。

(4) 指本集團為籌備上市就財務及管理申報向諮詢服務的顧問支付的費用。

(5) 於截至2022年12月31日止年度，業務諮詢服務的專業費用錄得增長，乃主要歸因於元宇宙相關業務發展的諮詢服務。

(6) 其他主要指支付予服務供應商的費用，(其中包括)與產品開發及辦公室管理有關的服務，其交易額相對較小。

其他收入

下表載列我們於所示年度的其他收入：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
沒收按金	–	1,600	–	–
政府補助	123	1	116	16,471
進項增值稅加計抵減	28	91	118	289
其他	–	–	–	5,084
總計	151	1,692	234	21,844

沒收按金

於2018年6月及2019年3月，一名獨立第三方向我們存入一筆初步按金，擬共同投資於2020年1月舉辦的寧波巨星行動超級夜。然而，由於COVID-19疫情導致的重大不確定性及其進一步發展成為全球性疫情，該投資者決定不履行繼續投資的合約義務，因此，我們在違約投資者終止投資後透過行使我們的合約權利沒收其按金。因此，截至2020年12月31日止年度，我們將沒收按金人民幣1.6百萬元記作其他收入。

政府補助

截至2022年12月31日止年度，政府補助人民幣16.5百萬元主要包括(i)昆山市財政局在疫情期間因致力維護員工及業務穩定而提供的財政補貼；及(ii)政府就我們對昆山花橋經濟開發區業務所作貢獻頒發的一次性獎勵。該等補助在收取時確認為收入。

其他

截至2022年12月31日止年度，我們的其他收入主要指促銷活動收入。為刺激新零售業務的訂單需求，我們在2022年2月及3月組織了促銷活動，其中大量訂購我們產品的分銷商將獲得一部智能手機作為獎勵。智能手機已被視為一項單獨的履約義務，其收入已根據其使用可觀察市場資料估計的相對獨立售價進行分配。截至2022年12月31日止年度，我們確認其他開支人民幣5.8百萬元，即為上述促銷活動購買智能手機的成本。

其他收益╱(虧損)，淨額

下表載列所示年度我們的其他收益╱(虧損)淨額：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
*周遊記*1投資結算	–	9,400	–	–
匯兑收益╱(虧損)淨額	–	34	3,558	(9,855)
按公平值計入損益列賬之金融資產的公平值變動	–	–	435	–
出售附屬公司收益	–	829	–	–
註銷一間附屬公司的虧損	–	–	(54)	–
其他	(114)	(9)	17	302
其他收益╱(虧損)－淨額	(114)	10,254	3,956	(9,553)

截至2019年及2022年12月31日止年度，我們分別錄得其他虧損人民幣114,000元及人民幣9.6百萬元，而截至2020年及2021年12月31日止年度，我們分別錄得其他收益人民幣10.3百萬元及人民幣4.0百萬元。

截至2020年12月31日止年度，我們錄得一名投資者(獨立第三方)就*周遊記*1作出的投資結算金額人民幣9.4百萬元。投資者最初於2018年3月與我們訂立投資協議，投資人民幣21.4百萬元於*周遊記*1，而自投資者收到的投資資金人民幣21.4百萬元截至2019年12月31日列作其他應付款項。於2020年4月，鑒於爆發COVID-19導致節目投資回報不確定，投資者與本集團同意提前終止協議，最終結算人民幣12.0百萬元。收到的資金與結算付款之間的差額人民幣9.4百萬元於截至2020年12月31日止年度相應確認。

截至2021年12月31日止年度，我們錄得其他收益人民幣4.0百萬元，包括(i)我們主要自香港附屬公司以人民幣計值的現金中獲得人民幣3.6百萬元的外匯收益淨額；及(ii)於有關期間就我們購買的理財產品產生人民幣435,000元的公平值收益。

截至2022年12月31日止年度，我們錄得其他虧損人民幣9.6百萬元，主要是由於我們產生匯兑虧損淨額人民幣9.9百萬元，而匯兑虧損淨額主要乃因離岸附屬公司所持有以人民幣計值的銀行結餘因期內人民幣兑港元貶值而產生匯兑虧損及以港元計值的銀行結餘因有關期間人民幣兑港元貶值而產生匯兑虧損。

按公平值計入損益的金融資產公平值變動

截至2021年12月31日止年度，我們獲得按公平值計入損益的金融資產人民幣80.0百萬元。該等按公平值計入損益的金融資產包括中國國有或知名全國性銀行的若干以人民幣計價且可於三個月內贖回的浮動回報理財產品。由於理財產品已於截至2021年12月31日止年度贖回，故我們於2021年12月31日並無錄得任何按公平值計入損益的金融資產。截至2021年12月31日止年度，我們錄得其他按公平值計入損益的金融資產的公平值變動收益人民幣435,000元。

作為我們庫務管理政策的一部分，我們已購買理財產品，以在短期內更好地利用我們手頭的現金。我們制定一套投資政策及內部控制措施，以保障我們規避在購買理財產品時所面臨的投資風險。這些政策及措施包括：

- 投資類型一般為低風險理財產品，包括定期存款及固定投資金額及／或保證收益的投資；

- 我們投資的理財產品須經我們的執行董事兼首席財務官賴先生授權及批准，彼於會計及財務顧問方面擁有逾30年的工作經驗。有關賴先生經驗的詳情，請參閱本招股章程「董事及高級管理層」一節；

- 僅當我們擁有不需要用作短期營運資金用途的盈餘現金時方可進行投資；

- 我們只購買信譽良好的商業銀行及／或其他合資格金融機構發行的理財產品；及

- 我們的財務部門負責確保在我們的財務報表中妥為記錄理財產品及監控我們的理財產品的表現。理財產品出現任何重大或不利波動時，財務部門應及時向管理層報告。

任何擬作出的理財產品投資若並非按照我們的庫務政策作出，則須經董事會批准。

本集團購買或認購理財產品將於上市後構成本公司的須予公佈交易，並須遵守上市規則第十四章的適用規定。

經營溢利

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的經營溢利分別為人民幣32.0百萬元、人民幣113.8百萬元、人民幣73.6百萬元及人民幣92.0百萬元。

財務收入／(成本)，淨額

下表載列所示年度我們的財務收入、財務成本及財務收入／(成本)淨額：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
財務收入：				
定期存款利息收入	–	–	58	–
銀行存款利息收入	62	479	1,248	2,443
小計	62	479	1,306	2,443
財務成本：				
租賃負債利息開支	(222)	(444)	(224)	(305)
銀行借款利息開支	–	–	(1,245)	(1,035)
來自第三方貸款的利息開支*(附註1)*	–	–	(840)	–
附帶贖回權利的金融工具的利息開支 *(附註2)*	–	–	(7,939)	–
小計	(222)	(444)	(10,248)	(1,340)
財務收入／(成本)－淨額	(160)	35	(8,942)	1,103

附註：

1. 於2021年5月24日，本集團與獨立第三方訂立為期六個月的貸款協議，以獲得一筆到期金額為人民幣14百萬元的貸款。貸款的固定年利率為12%。於2021年8月，貸款由本集團悉數結算。

2. 指與我們的首次公開發售前投資有關的具贖回權的金融工具產生的估算利息開支。由於相關利息開支已悉數確認，以解除金融工具的贖回金額200.0百萬港元(相當於2021年12月31日的人民幣163.5百萬元)，並已於2021年12月31日的資產負債表中全部反映為流動負債，故於2022年並無產生與該金融工具相關的額外利息開支。

財務收入主要來自銀行存款的利息收入，而財務成本主要包括租賃負債、銀行借款、第三方貸款及附帶贖回權利的金融工具所產生的的利息開支。截至2019年及2021年12月31日止年度，我們錄得的財務成本淨額分別為人民幣160,000元及人民幣8.9百萬元。截至2020年12月31日止年度，我們錄得財務收入淨額人民幣35,000元。

截至2021年12月31日止年度，我們錄得的財務成本淨額較截至2020年12月31日止年度大幅增加，主要歸因於(i)就首次公開發售前投資確認附帶贖回權利的金融工具人民幣158.2百萬元，其中已產生利息開支人民幣7.9百萬元；(ii)為方便員工住宿及購置寫字樓，以致需獲取按揭貸款人民幣25.0百萬元，其中已產生利息開支人民幣1.2百萬元；及(iii)因向第三方借款產生利息開支人民幣0.8百萬元。

截至2022年12月31日止年度，我們錄得財務收入淨額人民幣1.1百萬元，乃主要由於我們在2022年並無就附帶贖回權利的金融工具產生任何利息開支。

所得稅開支

下表載列我們在所示年度的即期所得稅及遞延所得稅：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
即期所得稅				
－中國企業所得稅	12,611	43,661	15,303	23,662
－香港利得稅	–	–	7,724	5,733
	12,611	43,661	23,027	29,395
遞延所得稅				
－中國企業所得稅	(3,490)	(3,238)	(3,475)	(1,158)
－香港利得稅	–	(2,213)	2,209	3
	(3,490)	(5,451)	(1,266)	(1,155)
總計	9,121	38,210	21,761	28,240

我們的所得稅開支主要包括按中國及香港相關法律法規釐定的適用於我們的除稅前應課稅溢利的法定稅率的即期所得稅。截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度，我們的所得稅開支分別為人民幣9.1百萬元、人民幣38.2百萬元及人民幣21.8百萬元。於2019年至2020年，我們的所得稅開支大幅增加，乃主要由於我們的除所得稅前溢利、已產生的不可扣稅開支金額及未確認遞延所得稅資產的未使用稅項虧損增長所致。我們的所得稅開支由2020年的人民幣38.2百萬元減少至2021年的人民幣21.8百萬元，主要是由於我們的除所得稅前溢利由2020年的人民幣113.8百萬元減少至2021年的人民幣64.7百萬元。我們的所得稅開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣21.8百萬元增加至截至2022年12月31日止年度的人民幣28.2百萬元，主要由於除所得稅前溢利增加所致。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的實際稅率分別為28.6%、33.6%、33.7%及30.3%。詳情請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註10(e)。

純利及淨利潤率

由於上述原因，截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們分別錄得純利人民幣22.7百萬元、人民幣75.6百萬元、人民幣42.9百萬元及人民幣64.9百萬元，佔同期淨利潤率的26.2%、16.6%、11.7%及18.9%。

經營業績各期間比較

截至2022年12月31日止年度與截至2021年12月31日止年度比較

收入

我們的收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣365.3百萬元下降5.8%至截至2022年12月31日止年度的人民幣344.2百萬元。

新零售業務收入

我們產生自新零售業務的收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣301.4百萬元減少20.3%至截至2022年12月31日止年度的人民幣240.1百萬元。該減少主要歸因於我們健康管理產品銷售額由截至2021年12月31日止年度的人民幣275.3百萬元減少至截至2022年12月31日止年度的人民幣216.0百萬元，主要由於當地政府就COVID-19疫情反覆而採取的控制措施造成的中斷。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－COVID-19爆發對我們業務的影響」一節。

IP創造及營運業務收入

我們的IP創造及營運業務收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣64.0百萬元增加62.7%至截至2022年12月31日止年度的人民幣104.1百萬元，乃主要歸因於以下各項所得收入增加：(i)若干IP節目(包括兩個世界杯相關音樂及綜藝節目、有關*周遊記*2的宣傳視頻及周杰倫先生的新音樂專輯以及一個以周杰倫先生為中心的在線音樂節目)；及(ii)我們通過天賦星球與劉畊宏先生合作的明星管理業務。有關我們與劉畊宏先生合作的詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作」一節。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2021年12月31日止年度的人民幣138.0百萬元減少12.1%至截至2022年12月31日止年度的人民幣121.3百萬元，主要由於(i)我們所售貨品成本因新零售業務項下的產品銷售減少而減少人民幣9.9百萬元；及(ii)我們活動策劃及管理服務成本因由於我們於2021年的IP節目中涉及更多明星而產生相對較高的成本減少人民幣6.8百萬元。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2021年12月31日止年度的人民幣227.4百萬元減少2.0%至截至2022年12月31日止年度的人民幣222.8百萬元，主要由於我們新零售業務產生的毛利減少人民幣54.7百萬元，部分被我們來自IP創造及營運業務的毛利增加人民幣50.2百萬元所抵銷。我們的毛利率由截至2021年12月31日止年度的62.2%增加至截至2022年12月31日止年度的64.7%。

新零售業務的毛利及毛利率

新零售業務的毛利由截至2021年12月31日止年度的人民幣205.5百萬元減少26.7%至截至2022年12月31日止年度的人民幣150.7百萬元，主要是由於與COVID-19疫情反覆有關的控制措施使健康管理產品及護膚品的銷售下降。

新零售業務的毛利率由截至2021年12月31日止年度的68.2%減少至截至2022年12月31日止年度的62.8%，主要歸因於(i)毛利率相對高於其他健康管理產品的*魔胴*咖啡的收入貢獻減少，導致我們健康管理產品的毛利率由2021年的71.6%下降至2022年的64.9%；及(ii)我們於推廣及營銷活動期間在銷售交易中送出若干護膚品作為禮品，導致我們護膚品的平均價格減少，我們護膚品的毛利率有所下降。

IP創造及營運業務的毛利及毛利率

IP創造及營運業務的毛利由截至2021年12月31日止年度的人民幣21.9百萬元增加229.2%至截至2022年12月31日止年度的人民幣72.1百萬元，主要是由於IP內容創作及管理的收入增加所致。

IP創造及營運業務的毛利率由截至2021年12月31日止年度的34.3%增加至截至2022年12月31日止年度的69.3%，主要歸因於(i)毛利率相對較高的牌照費貢獻收入增長；及(ii)我們與劉畊宏先生的合作作為相關交易中獲得的收入乃經扣除(其中包括)向我們的業務合作夥伴應付的費用及相關經營成本後確認，從而導致毛利率相對較高。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣93.8百萬元減少22.8%至截至2022年12月31日止年度的人民幣72.4百萬元。該減少主要是由於(i)我們的廣告及營銷費用減少人民幣17.9百萬元，因為我們的線下營銷活動因當地政府就COVID-19疫情反覆而實施的控制措施受到重大影響；及(ii)佣金因銷售昆山汀奢分銷產品減少而減少人民幣7.8百萬元。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣65.1百萬元輕微減少1.5%至截至2022年12月31日止年度的人民幣64.1百萬元，主要是由於(i)法律及專業費用減少人民幣3.3百萬元，主要由於我們於訴訟及相關法律服務以及財務及管理報告諮詢服務費用減少；及(ii)上市開支減少人民幣5.5百萬元，部分被僱員福利開支增加人民幣4.4百萬元(主要由於我們的明星IP管理業務僱員人數增加)所抵銷。

其他收入

我們的其他收入由截至2021年12月31日止年度的人民幣234,000元增加至截至2022年12月31日止年度的人民幣21.8百萬元，此乃主要歸因於有關(i)當地政府於COVID-19疫情期間用於維護僱員及企業穩定的財政補貼；及(ii)政府就我們對昆山花橋經濟開發區業務所作貢獻頒發的一次性獎勵的政府補助人民幣16.5百萬元。

其他收益╱(虧損)，淨額

於截至2022年12月31日止年度，我們錄得其他虧損人民幣9.6百萬元，而截至2021年12月31日止年度的其他收益人民幣4.0百萬元，此乃主要歸因於外匯虧損淨額人民幣9.9百萬元，主要因本期間人民幣兌港元貶值而導致我們境外附屬公司持有以人民幣計值的銀行結餘產生所致。

經營溢利

由於上述原因，我們的經營溢利由截至2021年12月31日止年度的人民幣73.6百萬元增加25.1%至截至2022年12月31日止年度的人民幣92.0百萬元。

財務收入╱(成本)，淨額

截至2021年12月31日止年度，我們錄得財務成本淨額人民幣8.9百萬元，此乃主要歸因於附帶贖回權利的金融工具利息開支人民幣7.9百萬元。截至2022年12月31日止年度，我們錄得財務收入淨額人民幣1.1百萬元，此乃主要歸因我們於2022年並無產生附帶贖回權利的金融工具的任何利息開支。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2021年12月31日止年度的人民幣21.8百萬元增加29.4%至截至2022年12月31日止年度的人民幣28.2百萬元，主要由於所得稅溢利增加。我們的實際稅率由2021年的33.7%減少至2022年的30.3%，主要由於繳納較中國稅率低的香港利得稅的溢利比例提高所致。

純利及淨利潤率

由於上述原因，我們的純利由截至2021年12月31日止年度的人民幣42.9百萬元增加51.3%至截至2022年12月31日止年度的人民幣64.9百萬元。我們的淨利潤率由截至2021年12月31日止年度的11.7%增加至截至2022年12月31日止年度的18.9%。

經調整純利(非香港財務報告準則計量)及經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)

我們的經調整純利(非香港財務報告準則計量)由截至2021年12月31日止年度的人民幣69.9百萬元增加至截至2022年12月31日止年度的人民幣77.2百萬元，而我們的經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)由2021年的19.1%增加至2022年的22.4%。

截至2021年12月31日止年度與截至2020年12月31日止年度比較

收入

我們的總收入由截至2020年12月31日止年度的人民幣456.9百萬元下降20.0%至截至2021年12月31日止年度的人民幣365.3百萬元。

新零售業務收入

我們產生自新零售業務的收入由截至2020年12月31日止年度的人民幣365.2百萬元減少17.5%至截至2021年12月31日止年度的人民幣301.4百萬元。該減少主要是由於我們的*魔胴*咖啡的銷售業績因於2020年上半年播出*周遊記*1而大幅提升，自2020年7月起*周遊記*1的重大宣傳效應終止後以及我們已於整個2021年減少使用周杰倫先生相關IP賦能，我們的銷量於2021年恢復到了正常及可持續水平，部分被2021年新推出的若干健康管理產品(包括*魔胴*本草飲及*魔胴*益生菌凍乾粉)的銷量所抵銷。

IP創造及營運業務收入

我們的IP創造及營運業務收入由截至2020年12月31日止年度的人民幣91.8百萬元減少30.3%至截至2021年12月31日止年度的人民幣64.0百萬元，乃主要歸因於2020年完成*周遊記*1的播出，部分被我們就策劃及創作(其中包括)*既來之則樂之*以及在由中國領先音樂流媒體服務提供商組織的音樂活動及在各種在線平台上播放的綜藝節目中的表演所收取的服務費所抵銷。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2020年12月31日止年度的人民幣224.2百萬元減少38.4%至截至2021年12月31日止年度的人民幣138.0百萬元，主要是由於(i) 2021年新零售業務收入下降導致已售貨品成本減少人民幣15.7百萬元；及(ii)我們於2021年並無產生任何電視節目版權費用，部分被我們於2021年策劃及創作音樂脫口秀以及音樂活動及綜藝節目中的表演導致活動策劃及管理服務成本的增加所抵銷。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2020年12月31日止年度的人民幣232.8百萬元減少2.3%至截至2021年12月31日止年度的人民幣227.4百萬元，主要是由於2021年新零售業務的毛利下降，部分被IP創造

及營運業務的毛利增加所抵銷。我們的毛利率由2020年的50.9%增加至2021年的62.2%，主要是由於我們的IP創造及營運業務的毛利率增加所致。

新零售業務的毛利及毛利率

新零售業務的毛利由2020年的人民幣254.5百萬元減少19.3%至2021年的人民幣205.5百萬元，主要由於我們的*魔胴*咖啡的銷售業績因於2020年上半年播出*周遊記*1而大幅提升以及我們的銷售於2021年恢復至正常及可持續水平。我們的新零售業務毛利率於2020年及2021年保持相對穩定，分別為69.7%及68.2%。

IP創造及營運業務的毛利及毛利率

截至2021年12月31日止年度，我們錄得IP創造及營運業務毛利人民幣21.9百萬元，而截至2020年12月31日止年度的毛損為人民幣21.7百萬元，原因為*周遊記*1播出時因COVID-19疫情而取消若干廣告。截至2021年12月31日止年度，我們錄得毛利率34.3%，主要是由於IP內容創作及管理業務的毛利率提高所致。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2020年的人民幣94.9百萬元小幅減少1.2%至2021年的人民幣93.8百萬元。該減少主要是由於(i)電視贊助、廣告及營銷開支；及(ii)演唱會贊助費方面的開支因我們於2021年並無創作任何電視節目或為演唱會提供策劃服務而減少，導致我們的廣告及營銷開支減少人民幣6.1百萬元。廣告及營銷開支的減少部分被我們的僱員福利開支增加人民幣4.2百萬元所抵銷。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由截至2020年12月31日止年度的人民幣31.6百萬元增加106.0%至截至2021年12月31日止年度的人民幣65.1百萬元。該增加主要是由於僱員福利開支、上市開支以及法律及專業費用較截至2020年12月31日止年度的相關費用分別增加人民幣14.9百萬元、人民幣12.6百萬元及人民幣3.7百萬元所致。

其他收入

我們的其他收入由截至2020年12月31日止年度的人民幣1.7百萬元減少至截至2021年12月31

日止年度的人民幣234,000元，主要是由2020年確認的沒收按金所致。請參閱下文「－截至2020年12月31日止年度與截至2019年12月31日止年度比較－其他收入」一段。

其他收益／(虧損)

截至2021年12月31日止年度，我們錄得其他收益人民幣4.0百萬元，而截至2020年12月31日止年度錄得其他收益人民幣10.3百萬元。我們於2021年的其他收益主要歸因於匯兑收益淨額人民幣3.6百萬元，而於2021年其他收益減少主要是由於我們確認結算2020年*周遊記*1的投資額人民幣9.4百萬元。

經營溢利

由於上述原因，我們的經營溢利由2020年的人民幣113.8百萬元減少至2021年的人民幣73.6百萬元。

財務收入／(成本)，淨額

我們於截至2021年12月31日止年度錄得財務成本淨額人民幣8.9百萬元，而截至2020年12月31日止年度的財務收入淨額人民幣35,000元。我們於2021年的財務成本淨額主要由於(i)附帶贖回權利的金融工具的利息開支人民幣7.9百萬元；及(ii)銀行借款利息開支人民幣1.2百萬元。

所得稅開支

我們所得稅開支由截至2020年12月31日止年度的人民幣38.2百萬元減少至截至2021年12月31日止年度的人民幣21.8百萬元，主要歸因於除所得稅前溢利減少。我們實際稅率於截至2020年及2021年12月31日止年度維持相對穩定，分別為33.6%及33.7%。

純利及淨利潤率

由於上述原因，我們的純利由截至2020年12月31日止年度的人民幣75.6百萬元減少43.3%至截至2021年12月31日止年度的人民幣42.9百萬元。我們的淨利潤率由2020年的16.6%下降至2021年的11.7%。

經調整純利(非香港財務報告準則計量)及經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)

我們的經調整純利(非香港財務報告準則計量)由截至2020年12月31日止年度的人民幣80.4百萬元減少13.0%至截至2021年12月31日止年度的人民幣69.9百萬元，而我們的經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)由2020年的17.6%增至2021年的19.1%。

截至2020年12月31日止年度與截至2019年12月31日止年度比較

收入

我們的總收入由2019年的人民幣86.6百萬元增加427.6%至2020年的人民幣456.9百萬元，主要是由於*魔胴*咖啡銷量增加及於2020年3月至6月播出的*周遊記*1產生的收入所致。

新零售業務收入

我們的新零售業務收入由2019年的人民幣80.8百萬元大幅增加至2020年的人民幣365.2百萬元。新零售業務收入增加乃主要由於在2020年3月至6月*周遊記*1播出期間推廣有關產品令*魔胴*咖啡銷售額由2019年的人民幣71.9百萬元大幅增至2020年的人民幣332.9百萬元。此外，我們於2020年4月推出的新產品*魔力通*益生元軟糖亦為我們增加收入。同樣值得注意的是，隨著*周遊記*1於2020年3月在多個收視平台(如浙江衛視及Netflix)的播出，所需投入*魔胴*咖啡的營運及營銷資源減少，因為我們的專有明星IP及以IP為導向的真人秀及節目(如在電視節目投放廣告及產品植入)直接賦能銷量。因此，我們能夠將資源用於*LA DEW*護膚系列的營銷，這使得*LA DEW*護膚系列於2020年的銷售收入由人民幣3.5百萬元增至人民幣20.4百萬元。

IP創造及營運業務收入

我們的IP創造及營運業務收入由2019年的人民幣5.8百萬元增加至2020年的人民幣91.8百萬元。我們自該分部產生的收入增加主要是由於*周遊記*1於2020年3月至6月播出產生許可費及廣告收入人民幣81.6百萬元。

銷售成本

我們的銷售成本由2019年的人民幣30.0百萬元增加647.3%至2020年的人民幣224.2百萬元，主要是由於(i) 2019年的所售商品成本增加人民幣24.2百萬元至2020年的人民幣102.2百萬元，原因是*魔胴*咖啡銷量增加；及(ii)就2020年3月至6月播出的*周遊記*1確認電視節目版權費用人民幣106.0百萬元。

毛利及毛利率

我們的毛利由2019年的人民幣56.6百萬元大幅增加311.3%至2020年的人民幣232.8百萬元，主要是由於2019年4月在全國範圍內正式推出的*魔胴*咖啡的銷售額增加。毛利率由2019年的

65.4%下降至2020年的50.9%，主要是由於2020年3月至6月播出的*周遊記*1產生毛損。

新零售業務毛利及毛利率

新零售業務毛利由2019年的人民幣55.1百萬元大幅增加至2020年的人民幣254.5百萬元，主要是由於(i)理財產品的毛利由2019年的人民幣51.1百萬元增加至2020年的人民幣242.2百萬元；及(ii)護膚品的毛利由2019年的人民幣1.4百萬元增至2020年的人民幣14.4百萬元。

新零售業務毛利率由2019年的68.2%輕微升至2020年的69.7%，主要是由於毛利率高於其他產品的*魔胴*咖啡及*魔力通*益生元軟糖的銷售額佔比增加，以及護膚品的毛利率由2019年的41.3%上升至2020年的70.4%。

IP創造及營運業務毛利及毛利率

就IP創造及營運業務而言，我們於2019年錄得毛利人民幣1.5百萬元，2020年產生毛損人民幣21.7百萬元，主要由於COVID-19的普遍負面影響導致節目中的多隻廣告被取消，以致毛損人民幣24.6百萬元由於*周遊記*1於2020年3月至6月播出所致。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2019年的人民幣14.4百萬元大幅增長559.0%至2020年的人民幣94.9百萬元，主要是由於(i)廣告及營銷開支因廣告及促銷活動大幅增加而由2019年的人民幣4.4百萬元大幅增加至2020年的人民幣41.5百萬元，主要是由於人民幣9.4百萬元用於贊助浙江衛視的電視節目；人民幣7.2百萬元用於派發試樣及包裝禮品；人民幣9.1百萬元用於2020年在寧波舉辦年度盛事及在成都舉辦會議旅遊；及人民幣3.5百萬元演唱會贊助費用於2020年1月的寧波巨星行動超級夜，這與我們*魔胴*咖啡的銷量快速增長一致；(ii)佣金開支由2019年的人民幣3.3百萬元增至2020年的人民幣38.0百萬元，主要是由於(a)向李婷支付的服務費由2019年的人民幣3.3百萬元增至2020年的人民幣18.0百萬元，原因是*魔胴*咖啡銷量增加；(b)為進一步激勵昆山汀奢銷售*魔胴*咖

啡，自2020年起與昆山汀奢訂立銷售獎勵計劃，產生向昆山汀奢支付的額外獎勵費人民幣11.7百萬元[1]；及(c)自2020年5月出售昆山汀奢以來，涵蓋昆山汀奢其他經營成本的固定價差餘額列為開支人民幣8.4百萬元[2]；及(iii)僱員福利開支由2019年的人民幣4.0百萬元增加至2020年的人民幣10.7百萬元，原因是我們的銷售及營銷人員數目增加及薪金水平上漲以及支持我們經擴大的分銷網絡。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2019年的人民幣10.3百萬元增加206.8%至2020年的人民幣31.6百萬元，主要是由於(i)員工福利開支由2019年的人民幣4.9百萬元增加至2020年的人民幣12.8百萬元，乃由於行政人員數目及高級管理層人數增加以及薪金水平上漲，以支持我們經擴大的分銷網絡；及(ii)法律及專業費用由2019年的人民幣1.2百萬元增加至2020年的人民幣5.7百萬元，原因是為擴大IP組合及業務增長而向IP註冊代理作出的付款增加以及與一家前營銷代理機構的訴訟費用。

其他收入

我們的其他收入由2019年的人民幣151,000元增加1,020.5%至2020年的人民幣1.7百萬元，主要是由於我們在一名投資者終止對於2020年1月策劃的寧波巨星行動超級夜的投資後行使合約權利沒收該名投資者的按金所致。

其他收益／(虧損)，淨額

我們分別於2019年及2020年錄得其他虧損淨額人民幣114,000元及其他收益淨額人民幣10.3百萬元。2020年，其他收益淨額人民幣10.3百萬元包括(i)一名投資者(為獨立第三方)就*周遊記*1進行投資的結算金額人民幣9.4百萬元。投資者最初於2018年3月與我們訂立投資協議，投資人民幣21.4百萬元於*周遊記*1，而自投資者收到的投資資金人民幣21.4百萬元分別截至2019年12月31日列作其他應付款項。於2020年4月，鑒於爆發COVID-19導致節目開播時間不確定，該投資者與

附註：

1. 截至2020年5月31日止五個月，金額人民幣7.8百萬元已於我們的綜合財務報表中悉數對銷。詳情請參閱「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節。

2. 於2019年及截至2020年5月31日止五個月，有關開支人民幣9.1百萬元及人民幣9.9百萬元已於我們的綜合財務報表中悉數對銷。詳情請參閱「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節。

本集團同意提前終止協議，最終結算人民幣12.0百萬元。收到的資金與結算付款之間的差額人民幣9.4百萬元於截至2020年12月31日止年度相應確認；及(ii)其他收益人民幣854,000元包括出售附屬公司的收益人民幣829,000元。

經營溢利

由於上述原因，我們的經營溢利由2019年的人民幣32.0百萬元大幅增加至2020年的人民幣113.8百萬元。

財務收入／(成本)，淨額

2019年我們錄得財務成本淨額人民幣160,000元，2020年錄得財務收入淨額人民幣35,000元。

所得稅開支

由於除所得稅前溢利的增長，我們的所得稅開支由2019年的人民幣9.1百萬元大幅增加至2020年的人民幣38.2百萬元。我們的實際稅率由2019年的28.6%增加至2020年的33.6%，主要是由於不可扣稅費用及未確認遞延所得稅的稅收虧損增加。

純利及淨利潤率

由於上述原因，我們的純利由2019年的人民幣22.7百萬元增長至2020年的人民幣75.6百萬元，我們的淨利潤率由2019年的26.2%下降至2020年的16.6%。

經調整純利(非香港財務報告準則計量)及經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)

我們的經調整純利(非香港財務報告準則計量)由截至2019年12月31日止年度之人民幣22.7百萬元大幅增加至截至2020年12月31日止年度之人民幣80.4百萬元，而我們經調整淨利潤率(非香港財務報告準則計量)則由2019年之26.2%下降至2020年之17.6%。

綜合財務狀況表若干關鍵項目的討論

下表載列我們截至所示日期的綜合財務狀況表的節選資料，該等資料摘錄自本招股章程附錄一所載我們的經審計綜合財務報表。

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
非流動資產				
物業、廠房及設備	1,314	3,247	58,975	69,086
使用權資產	2,469	2,786	3,893	1,878
無形資產	10	80	625	3,878
遞延所得稅資產	3,650	3,965	3,031	4,186
貿易及其他應收款項	–	2,421	–	–
其他非流動資產	1,891	54,511	50,416	59,638
非流動資產總值	**9,334**	**67,010**	**116,940**	**138,666**
流動資產				
存貨	15,510	24,107	24,490	28,828
電視節目版權	77,247	–	13,594	89,602
貿易及其他應收款項	39,617	71,760	52,538	62,066
預付款項及其他流動資產	16,601	31,278	53,677	53,070
受限制銀行存款	–	11,008	–	–
現金及現金等價物	29,298	120,962	211,873	182,633
流動資產總值	**178,273**	**259,115**	**356,172**	**416,199**
資產總值	**187,607**	**326,125**	**473,112**	**554,865**

	截至12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	(以人民幣千元計)			
流動負債				
貿易及其他應付款項	130,975	79,314	45,576	69,010
合約負債	12,850	64,533	59,308	31,385
即期所得稅負債	14,932	42,076	15,153	24,575
租賃負債	1,013	1,573	3,281	1,872
附帶贖回權利的金融工具	–	–	163,520	178,654
借款	–	–	5,000	5,000
流動負債總額	**159,770**	**187,496**	**291,838**	**310,496**
非流動負債				
租賃負債	1,484	1,409	1,035	220
合約負債	686	–	45	38
遞延所得稅負債	–	2,200	–	–
借款	–	–	15,000	10,000
非流動負債總額	**2,170**	**3,609**	**16,080**	**10,258**
負債總額	**161,940**	**191,105**	**307,918**	**320,754**
本公司擁有人應佔權益	26,529	138,309	169,221	233,542
非控股權益	(862)	(3,289)	(4,027)	569
權益總額	**25,667**	**135,020**	**165,194**	**234,111**
權益及負債總額	**187,607**	**326,125**	**473,112**	**554,865**

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括建築物、家具、固定裝置及設備以及租賃物業裝修。於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的物業、廠房及設備的賬面值分別為人民幣1.3百萬元、人民幣3.2百萬元、人民幣59.0百萬元及人民幣69.1百萬元。

下表載列於所示日期我們的物業、廠房及設備的賬面值：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
計算機	245	506	450	759
家具、固定裝置及設備	1,069	1,235	2,115	2,948
租賃物業裝修	–	1,506	1,375	10,330
土地及建築物	–	–	55,035	55,049
總計	1,314	3,247	58,975	69,086

我們的物業、廠房及設備由截至2019年12月31日的人民幣1.3百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣3.2百萬元，主要由於擴建我們的辦公物業及倉庫導致添置租賃物業裝修人民幣1.8百萬元。

我們的物業、廠房及設備由截至2020年12月31日的人民幣3.2百萬元進一步增加至截至2021年12月31日的人民幣59.0百萬元。有關增加主要由於與2021年竣工及交付員工宿舍有關的添置建築物人民幣55.0百萬元。有關我們收購的物業的詳情，請參閱本招股章程「業務－物業－自有物業」一節。

我們的物業、廠房及設備由截至2021年12月31日的人民幣59.0百萬元進一步增至截至2022年12月31日的人民幣69.1百萬元。增長主要由於我們員工宿舍的租賃裝修添置所致。

使用權資產

於往績記錄期間，我們的使用權資產主要來自租賃我們的辦公物業。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的使用權資產分別為人民幣2.5百萬元、人民幣2.8百萬元、人民幣3.9百萬元及人民幣1.9百萬元。於截至2021年12月31日止三個年度，我們的使用權資產增加主要由於我們的業務規模不斷擴大，令我們就我們在北京、上海及昆山的辦事處以及我們的倉

庫訂立租約。我們截至2022年12月31日錄得使用權資產減少，主要歸因於使用權資產折舊及提早終止我們的其中一份租賃。

存貨

我們的存貨包括原材料及包裝材料及製成品。下表載列截至所示日期我們的存貨明細：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
原材料及包裝材料	682	3,967	6,137	5,140
製成品	14,828	23,169	27,571	23,688
	15,510	27,136	33,708	28,828
減：減值撥備	–	(3,029)	(9,218)	–
總計	15,510	24,107	24,490	28,828

我們的存貨由截至2019年12月31日的人民幣15.5百萬元增加至截至2020年12月31日的人民幣24.1百萬元，主要歸因於(i)*茶小姐*及*摩肌博士*等新產品籌備上市；及(ii)生產護膚品所需的原材料。

我們的存貨由截至2020年12月31日的人民幣24.1百萬元略微增加至截至2021年12月31日的人民幣24.5百萬元，主要是由於(i)護膚品的原材料及製成品存貨增加；及(ii)於2021年第四季度推出各種新的健康管理產品，包括*魔胴*益生菌凍乾粉及*魔胴*本草飲，部分被截至2021年12月31日的存貨減值撥備增加所抵銷。

我們錄得存貨由截至2021年12月31日的人民幣24.5百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣28.8百萬元，主要是由於增加原材料及製成品(於撇銷存貨人民幣15.9百萬元前)，以應對2023年初對我們產品的預期需求。

下表載列截至所示日期我們存貨的賬齡分析：

	截至12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	(以人民幣千元計)			
30日內	4,272	5,682	8,895	5,921
31至60日	631	2,482	1,139	1,448
61至180日	1,516	7,981	3,260	10,833
181至365日	5,182	325	5,414	3,480
365日以上	3,909	7,637	5,782	7,146
總計(減值撥備後)	15,510	24,107	24,490	28,828

儘管我們賬齡超過180天的存貨餘額於往績記錄期間有所增加，但我們認為已就我們的存貨餘額作出充足撥備。有關更多詳情，請參考下文有關週轉天數及後續庫存結算的討論。

我們截至2020年及2021年12月31日分別錄得存貨減值撥備人民幣3.0百萬元及人民幣9.2百萬元。截至2020年及2021年12月31日，存貨已計提減值撥備，主要是由於對作為我們非核心產品的滯銷產品計提減值。於2022年，我們已對若干非核心產品，包括小麻吉及美容護理設備及我們的健康管理產品及護膚品的若干原材料及製成品的存貨計提減值撥備人民幣6.7百萬元。於2022年12月31日，我們未計提任何存貨減值撥備，原因為我們不擬進一步銷售相關產品導致我們悉數撇減當前及過往財政年度計提的減值撥備。有關詳情，請參閱本節「－經營業績主要組成部分的描述－銷售成本－存貨減值撥備」一段。

下表載列我們於往績記錄期間的存貨週轉天數：

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	(天數)			
存貨週轉天數[1]	180	76	128	149

附註：

(1) 存貨週轉天數按相關年度的期初及期末存貨結餘(計提撥備前)的平均值除以所售商品總成本，再乘以365天計算。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度的存貨週轉天數分別為180天、76天、128天及149天。存貨週轉天數由2019年的180天減少至2020年的76天，主要由於外包予衡美集團生產且我們不持有原材料的*魔胴*咖啡的快速增長以及相對較低水平的*魔胴*咖啡製成品儲存於我們的倉庫，原因是我們可基於分銷商的預付款項大致估計分銷商對*魔胴*咖啡的需求。存貨週轉天數由2020年的76天進一步增加至2021年的128天，主要由於存貨(計提撥備前)由截至2020年12月31日的人民幣27.1百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣33.7百萬元，原因是(i)於2021年新推出的護膚品及健康管理產品的存貨結餘增加；及(ii)若干作為我們非核心產品的滯銷產品的平均存貨結餘增加。我們的存貨週轉天數進一步增加至截至2022年12月31日止年度的149天，主要是由於我們新零售業務的收入下降導致所售貨品成本跌幅相對高於我們存貨結餘的跌幅。詳情請參閱本節上文「－經營業績主要組成部分的描述－銷售成本－存貨減值撥備」一段。

截至2023年5月31日，我們截至2022年12月31日的存貨中有人民幣23.8百萬元或82.4%已於隨後使用。

儘管截至2022年12月31日，我們存貨結餘的存貨利用率相對較低，但董事認為，不存在重大可收回性問題，依據為(i)於2022年及直至最後可行日期，我們大部分原材料及包裝材料存貨已不時消耗；(ii)於2022年及直至最後可行日期，我們基本上按高於其成本的價格出售製成品；(iii)我們銷售貨品的合約負債主要包括分銷商為購買我們產品所支付的預付款項，截至2022年12月31日為人民幣24.4百萬元；(iv)我們預期我們於2022年12月31日的絕大部分存貨將於2023年及2024年消耗完畢，特別是在*周遊記*2及*樂來樂快樂*等我們即將播出的IP節目播出後，這將為我們的新零售業務賦能；及(v)我們將安排更多營銷及推廣活動，以促進長賬齡存貨的銷售。我們將不時密切監察我們存貨的使用情況，以確保我們的存貨已計提充足的減值，及／或相應地調整我們的原材料及製成品採購計劃。

電視節目版權

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的電視節目版權分別錄得人民幣77.2百萬元、零、人民幣13.6百萬元及人民幣89.6百萬元。截至2019年12月31日，我們的電視節目版權源自*周遊記*1，並於2020年3月至6月播出*周遊記*1期間於銷售成本全額攤銷及確認。截至

2021年及2022年12月31日，我們的電視節目版權錄得人民幣13.6百萬元及人民幣89.6百萬元，乃由於*樂來樂快樂*及*周遊記*2播出所致。於最後可行日期，由於*樂來樂快樂*及*周遊記*2正在製作，故我們於2022年12月31日的電視節目版權尚未於銷售成本中確認。預計*周遊記*2及*樂來樂快樂*將於2023年下半年播出，故相關電視節目版權將於銷售成本中確認。

董事於各資產負債表日評估電視節目版權的可變現淨值，以釐定是否須計提任何減值撥備。可變現淨值參照電視節目播出產生的廣告及其他相關收入(根據本集團收到的確認訂單及╱或意向書)減電視節目的完成成本進行估計。根據董事的最佳估計，於各資產負債表日，電視節目版權為盈利狀態，其收入超過相關製作成本，表明可變現淨值應超過相關權利的賬面值。因此，並無計提減值撥備。

貿易及其他應收款項

貿易應收款項

貿易應收款項為日常業務過程中就我們所銷售的產品或提供的服務而應收客戶的款項。下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項詳情：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
貿易應收款項				
第三方	254	12,388	26,439	39,166
關聯方	–	28,708	38	38
	254	41,096	26,477	39,204
減：減值撥備	(2)	(932)	(400)	(1,134)
總計	252	40,164	26,077	38,070

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的貿易應收款項總額(包括流動及非流動部分)經計提減值撥備後分別為人民幣252,000元、人民幣40.2百萬元、人民幣26.1百萬元及人民幣38.1百萬元。我們截至2019年及2020年12月31日的貿易應收款項主要來自我們的IP創造及營運業務，原因為我們的新零售業務客戶通常需要就其購買的產品向我們墊款。於2021年，我們已進一步擴大產品種類及產品分銷渠道，且我們向一般分銷模式項下的部分分銷商授予信貸期。有關我們與分銷商訂立的分銷協議條款的詳情，請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－一般分銷模式」一節。因此，截至2021年及2022年12月31日，我們亦錄得新零售業務產生的貿易應收款項結餘。

我們截至2019年12月31日的貿易應收款項主要包括因銀行在紀念品上使用我們的專有明星IP而應收第三方的許可費。我們的貿易應收款項由截至2019年12月31日的人民幣252,000元增至截至2020年12月31日的人民幣40.2百萬元，主要是由於Netflix應向我們支付有關轉播*周遊記*1的款項及北京精湛向我們支付有關於2020年3月在浙江衛視播出*周遊記*1的款項所致。有關我們與Netflix及浙江衛視的許可協議的進一步詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的業務－IP創造及營運－IP內容創作及管理－媒體內容創作」一節。

我們的貿易應收款項由截至2020年12月31日的人民幣40.2百萬元減少至截至2021年12月31日的人民幣26.1百萬元，主要是由於2021年大額結算的北京精湛及Netflix貿易應收款項分別為人民幣27.4百萬元及人民幣10.2百萬元，部分被來自客戶D的應收款項金額人民幣13.5百萬元所抵銷，客戶D為(其中包括)我們一般分銷模式下護膚品及*盈養博士*品牌旗下產品的分銷商。截至2021年及2022年12月31日止年度，客戶D應佔收入分別為人民幣12.0百萬元及人民幣4.5百萬元，而其應佔毛利率分別為64.1%及50.7%。

我們的貿易應收款項由截至2021年12月31日的人民幣26.1百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣38.1百萬元，主要是由於我們於2022年第四季度播出IP節目，包括(i)來自客戶H集團就有關兩個世界杯相關音樂及綜藝節目的應收款項為人民幣14.2百萬元；及(ii)來自客戶C集團就有關以周杰倫先生為中心的在線音樂節目及*周遊記*2的宣傳片以及周杰倫先生的新音樂專輯的應收款項為人民幣9.0百萬元。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們分別計提貿易應收款項(包括流動及非流動部分)減值撥備人民幣2,000元、人民幣932,000元、人民幣400,000元及人民幣1.1百萬元。

下表載列截至所示日期基於收入確認日期的貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
30日內	–	26,115	23,909	27,802
31至90日	–	210	1,127	10,161
91至120日	254	3,301	179	768
121至365日	–	11,470	1	473
365日以上	–	–	1,261	–
總計*(減值撥備前)*	254	41,096	26,477	39,204

授予我們債務人的典型信貸期一般介乎五天至兩年。

於往績記錄期間，我們的大部分貿易應收款項結餘的賬齡為30日內。截至2020年及2021年12月31日，我們有人民幣11.5百萬元及人民幣1.3百萬元的未償還貿易應收款項結餘的賬齡分別為121日至365日及365日以上。相關金額指因*周遊記*1播出而應收Netflix的許可費，該款項的計劃付款期限為兩年。

下表載列我們於往績記錄期間的貿易應收款項的週轉天數：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(天數)			
平均貿易應收款項週轉天數				
－整體[1]	28	17	34	35
－新零售[2]	–	0[4]	11	16
－IP創造及營運[3]	412	81	142	79

附註：

(1) 整體貿易應收款項週轉天數等於按期初及期末貿易應收款項(計提撥備前)的平均值除以相關年度的總收入，再乘以365日計算。

(2) 新零售業務的貿易應收款項週轉天數等於按期初及期末與新零售業務有關的貿易應收款項(計提撥備前)的平均值除以相關年度新零售業務的總收入，再乘以365日計算。

(3) IP創造及營運業務的貿易應收款項週轉天數按期初及期末與IP創造及營運業務有關的貿易應收款項(計提撥備前)的平均值除以相關年度IP創造及營運業務的總收入，再乘以365日計算。

(4) 該數字指金額微不足道。

整體貿易應收款項週轉天數

我們整體貿易應收款項週轉天數由2019年的28天減少至2020年的17天，主要是由於(i)來自*魔胴*咖啡的收入增加，而*魔胴*咖啡需要我們的分銷商提前支付預付款項；及(ii)由於*周遊記*1於2020年3月至6月播出，IP創造及營運業務的收入增加。整體貿易應收款項週轉天數由截至2020年12月31日止年度的17天增加至截至2021年12月31日止年度的34天，主要是由於(i)應收新零售業務分銷商款項增加，結餘為人民幣13.5百萬元；及(ii)授予Netflix更長的結算期(我們已協定兩年的計劃付款期限)。截至2022年12月31日止年度我們的整體貿易應收款項週轉天數維持穩定在35天。

新零售業務貿易應收款項週轉天數

截至2019年及2020年12月31日止年度，我們新零售業務的貿易應收款項週轉天數分別為無及0[(1)]天，因為我們通常要求分銷商提前支付預付款項。於2021年，新零售業務的貿易應收款項週轉天數增加至11天，主要是由於應收新零售業務分銷商款項增加，結餘為人民幣13.5百萬元。我們新零售業務的貿易應收款項週轉天數進一步增加至2022年的16天，主要是由於疫情反覆，我們的業務及營運因我們的物流及交付服務提供商的運營中斷而受到負面影響，嚴重影響我們向分銷商、經銷商或終端消費者交付產品，從而導致新零售業務收入減少，部分被應收客戶D結餘由截至2021年12月31日之人民幣13.5百萬元大幅減至截至2022年12月31日之人民幣1.0百萬元的影響所抵銷。

IP創造及營運業務貿易應收款項週轉天數

我們的IP創造及營運業務的貿易應收款項週轉天數由2019年的412天減少至2020年的81天，主要是由於*周遊記*1於2020年3月至6月播出及結算上年與《地表最強》有關的貿易應收款項所致。我們的IP創造及營運業務的貿易應收款項週轉天數由2020年的81天進一步增加至2021年的142天，主要是由於我們向Netflix授予更長的結算期(我們已協定兩年的計劃付款期限)。我們的IP創造及營運業務的貿易應收款項週轉天數由2021年的142天減少至2022年的79天，主要是由於(i)來自IP創造及營運業務的收入增加，尤其是我們與劉畊宏先生的合作的收入與我們的其他IP創造及營運項目相比，其信貸期相對較短；及(ii)結算應收Netflix(我們已協定兩年的計劃付款期限)結餘所致。

截至2023年5月31日，我們截至2022年12月31日的貿易應收款項(計提減值撥備前)人民幣22.3百萬元或56.9%已隨後結清。

考慮到(i)我們截至2022年12月31日直至2023年5月31日的貿易應收款項結餘的後續結算；(ii)我們截至2022年12月31日的貿易應收款項結餘絕大部分賬齡在收入確認日期後的30天內；及(iii)我們於2022年12月31日的貿易應收款項主要來自與我們有良好業務關係的客戶或規模龐大且信譽及財務狀況良好的公司。特別是，我們的貿易應收款項人民幣15.9百萬元及人民幣9.0百萬元分別來自客戶H集團及客戶C集團，該兩家公司的控股公司均於聯交所主板上市，因此該等公司的預期信貸虧損視作相對較低。因此，董事認為，我們貿易應收款項的可收回性不存在重大風險，且就我們貿易應收款項結餘計提的減值撥備充足。

應收票據

截至2020年12月31日，我們錄得收到北京精湛的應收票據人民幣2.0百萬元。截至2022年12月31日，我們錄得收到我們的一名客戶的應收票據人民幣1.0百萬元，用於結算應付本集團款項。

其他應收款項

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
應收關聯方款項	29,219	4,087	–	3
按金	6,230	463	895	12,443
員工墊款	553	1,020	50	200
應收一名第三方款項	–	26,758	25,702	–
與明星IP管理業務有關的其他應收款項	–	–	–	10,145
向第三方貸款	3,135	3,035	–	–
其他	314	262	–	402
	39,451	35,625	26,647	23,193
減：其他應收款項減值撥備	(86)	(3,608)	(186)	(197)
總計	39,365	32,017	26,461	22,996

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的其他應收款項(計提減值撥備後)分別為人民幣39.4百萬元、人民幣32.0百萬元、人民幣26.5百萬元及人民幣23.0百萬元。

應收關聯方款項

有關應收關聯方款項詳情，請參閱本節「－關聯方交易及結餘」一段。

按金

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的按金分別為人民幣6.2百萬元、人民幣463,000元、人民幣895,000元及人民幣12.4百萬元。我們截至2019年、2020年及2021年12月31日的按金主要指我們提供不同服務的潛在共同投資按金、租賃按金、雜項按金、設備按金或公用事業按金。我們錄得截至2019年12月31日的按金為人民幣6.2百萬元，主要歸因於我們將兩筆金額均為人民幣3.0百萬元的一次性按金存入兩家公司作為按金，以用於潛在共同投資所致。該投資隨後終止，而按金已於2021年退還予我們。

截至2022年12月31日，我們的按金主要指我們就*樂來樂快樂*的冠名贊助向營銷代理支付的按金，*樂來樂快樂*是本集團與中國領先的一個短視頻平台(「**在線平台**」)目前正策劃即將聯合推出的IP節目之一。我們將負責該節目的策劃及招攬贊助。因此，於2022年5月，我們與一家國有電信服務提供商(「**投資者**」)擁有的在線娛樂平台的代理人就其投資*樂來樂快樂*簽訂合作協議，包括冠名贊助費人民幣28.0百萬元及授權費人民幣14.5百萬元，將在該節目播出後分期支付予本集團。為加快與在線平台的合作，我們與營銷代理(即在線平台的指定廣告代理)簽訂協議，據此，本集團已同意就*樂來樂快樂*的冠名贊助支付總額人民幣28.0百萬元(其中人民幣11.2百萬元已於截至2022年12月31日作為按金支付予營銷代理)。於最後可行日期，我們正在製作*樂來樂快樂*，預期將於2023年下半年推出，之後我們將收取投資者支付的投資金額(包括其冠名贊助費人民幣28.0百萬元，我們可從中收回我們支付的按金人民幣11.2百萬元)。

應收一名第三方款項

截至2020年及2021年12月31日，我們應收第三方款項分別錄得人民幣26.8百萬元及人民幣25.7百萬元。結餘指昆山汀奢作為我們的分銷代理代表我們(通過聯合控制賬戶)所收取分銷商就銷售昆山汀奢分銷產品支付的預付款項，部分被昆山汀奢向我們支付的保證金人民幣50.0百萬元所抵銷，有關款項尚未通過聯合控制賬戶劃轉至我們的賬戶而轉交予我們。有關我們與昆山汀奢之間結算安排及保證金的更多詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－本集團、昆山汀奢與分銷商之間的結算安排」一節。

我們應收第三方款項由截至2021年12月31日的人民幣25.7百萬元大幅減少至截至2022年12月31日的零，主要由於我們與昆山汀奢達成協定，於2022年9月或前後加快聯合控制賬戶的款項的結算安排。特別是，我們與昆山汀奢達成協定，自2022年11月起，昆山汀奢應在緊隨該預付款項日期後的一個工作日，將根據自分銷商收到的預付款項轉賬應付予我們的款項，而昆山汀奢將不再需要向我們存入保證金人民幣50.0百萬元。詳情請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－本集團、昆山汀奢與分銷商之間的結算安排」一節。

與明星IP管理業務有關的其他應收款項

於2022年12月31日，我們就與劉畊宏先生及MCN公司的合作錄得*與*明星IP管理業務*有關*的其他應收款項人民幣10.1百萬元。該款項指本集團應收品牌擁有人或MCN公司(視情況而定)的款項，根據本集團(透過天賦星球)與劉畊宏先生及W&V訂立的合作協議，劉畊宏先生、W&V及／或MCN公司有權獲得該款項。有關與MCN公司的合作及我們與劉畊宏先生及W&V的利潤分享安排的進一步詳情，請參閱「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作－IP創造及營運業務項下的合作－有關劉畊宏先生的節目及IP計劃的合作」一節。

向第三方貸款

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，結餘主要為向第三方貸款人民幣3.1百萬元、人民幣3.0百萬元、零及零。該結餘於截至2019年及2020年12月31日保持穩定，分別為人民幣3.1百萬元及人民幣3.0百萬元，並於截至2021年12月31日進一步減至零，原因為我們於2021年全數撤銷結餘。

根據中國人民銀行(「**中國人民銀行**」)於1996年頒佈的《貸款通則》(「**《貸款通則》**」)，禁止非金融機構之間的融資安排或放貸。中國人民銀行可對違規貸款人處以企業間借貸活動產生的收入(即收取的利息)一倍至五倍的罰款。儘管有《貸款通則》的規定，最高人民法院在《最高人民法院關於審理民間借貸案件適用法律若干問題的規定》(「**《民間借貸規定》**」，於2020年12月最新修訂)中，對非金融機構間的融資安排及借貸交易作出新的解釋，其中最高人民法院承認非金融機構間融資安排及借貸交易的有效性及合法性，只要(其中包括)企業簽訂貸款協議且在貸款協議簽訂後一年內收取的利率不超過所報利率的四倍。此外，《民間借貸規定》及《中華人民共和國民法典》規定允許人民法院撤銷借貸協議的情形。經董事確認，上述向第三方提供的貸款並無產生任何利息收入。

誠如我們的中國法律顧問及董事所告知，鑒於貸款並無產生任何利息收入且貸款安排將普遍得到中國法院的認可，我們受到中國人民銀行處罰的風險微乎其微。

其他應收款項減值撥備

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的其他應收款項減值撥備分別為人民幣86,000元、人民幣3.6百萬元、人民幣186,000元及人民幣197,000元。截至2020年12月31日，我們就向第三方(為我們的前營銷代理)授出的貸款計提撥備人民幣3.0百萬元。該結餘於截至2021年12月31日止年度撇銷，乃由於我們與該營銷代理於2021年5月訂立和解協議，據此，其同意(其中包括)我們將免除我們的前營銷代理向我們償還貸款的義務，我們的前營銷代理將退還我們此前在其倉庫內扣留的存貨。

其他非流動資產

下表載列截至所示日期我們的其他非流動資產的明細：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
購買員工宿舍及辦公物業的預付款項	–	53,468	50,026	50,421
租賃裝修的預付款項	–	–	–	1,044
向一名關聯方支付的預付款項	–	–	–	1,376
軟件開發預付款項	–	–	–	4,800
其他	1,891	1,043	390	1,997
總計	1,891	54,511	50,416	59,638

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的其他非流動資產分別為人民幣1.9百萬元、人民幣54.5百萬元、人民幣50.4百萬元及人民幣59.6百萬元。其他非流動資產由截至2019年12月31日的人民幣1.9百萬元大幅增至截至2020年12月31日的人民幣54.5百萬元，主要是由於向昆山嘉寶預付人民幣53.5百萬元用於購買員工宿舍。我們的其他非流動資產由截至2020年12月31日的人民幣54.5百萬元減少至截至2021年12月31日的人民幣50.4百萬元，主要由於購買員工宿舍的預付款項於該員工宿舍於2021年完工及交付後轉撥為物業、廠房及設備。有關預付款項部分被我們根據於2021年2月訂立的協議就採購辦公物業支付予昆山嘉寶的預付款項所抵銷。有關向昆山嘉寶收購物業的詳情，請參閱「業務－物業－自有物業」一段。有關向昆山嘉寶購買物業

的詳情，請參閱本節「－關聯方交易及結餘」一段。截至2022年12月31日，我們的其他非流動資產增加至人民幣59.6百萬元，主要是由於(i)我們於2021年新設立員工宿舍租賃裝修支付的預付款項；(ii)向一名獨立第三方作出預付款項人民幣4.8百萬元，主要用於開發視頻創作和編輯的應用程序，預計將用於我們的在線營銷活動；及(iii)向一名關聯方支付的預付款項人民幣1.4百萬元，即就劉畊宏先生藝人管理服務向W&V應付每月服務費的預付款項非流動部分。有關詳情，請參閱本節「關聯方交易及結餘」一段。

預付款項及其他流動資產

預付款項及其他流動資產主要包括(i)向關聯方支付的預付款項；(ii)向供應商及服務供應商支付的預付款項；(iii)可收回的增值稅；及(iv)上市開支預付款項。下表載列截至所示日期我們的預付款項及其他流動資產明細：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
向關聯方支付的預付款項	838	905	–	1,501
向供應商及服務供應商支付的預付款項	15,012	28,997	47,444	40,216
可收回增值稅	751	931	1,154	3,093
上市開支預付款項	–	445	5,079	8,260
總計	16,601	31,278	53,677	53,070

向關聯方支付的預付款項

有關向關聯方支付的預付款項的詳情，請參閱本節「－關聯方交易及結餘」一段。

向供應商及服務提供商支付的預付款項

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們向供應商及服務提供商支付的預付款項結餘分別為人民幣15.0百萬元、人民幣29.0百萬元、人民幣47.4百萬元及人民幣40.2百萬元。下文載列於往績記錄期間我們向供應商及服務提供商支付的預付款項明細：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(按人民幣千元計)			
支付下列各項的預付款項：				
生產產品[(1)]	8,865	23,391	15,999	15,949
廣告及營銷服務[(2)]	1,395	144	25,084	15,320
活動及IP節目製作	1,951	2,790	2,710	3,244
其他[(3)]	2,801	2,672	3,651	5,703
總計	15,012	28,997	47,444	40,216

附註：

(1) 指為我們的新零售業務生產產品向我們供應商支付的預付款項。

(2) 指為我們的產品及IP節目向廣告代理以及廣告及營銷服務的其他服務提供商支付的預付款項。

(3) 主要包括就IT服務諮詢及設備、物流及其他服務支付的預付款項。

於2019年12月31日的預付款項結餘主要包括我們就於2020年1月舉辦的寧波巨星行動超級夜向供應商支付的預付款項。我們向供應商及服務提供商支付的預付款項由截至2019年12月31日的人民幣15.0百萬元增至截至2020年12月31日的人民幣29.0百萬元。截至2020年12月31日的未結清結餘主要包括我們分別就生產*魔胴*咖啡及製作活動劇本而支付的預付款項。

我們向供應商及服務提供商支付的預付款項從截至2020年12月31日的人民幣29.0百萬元進一步增加至截至2021年12月31日的人民幣47.4百萬元。截至2021年12月31日，我們向供應商及服務提供商作出的預付款項主要包括我們(i)就*魔胴*咖啡的生產向衡美集團支付的預付款項人民幣10.4百萬元；及(ii)就投放廣告向營銷代理支付的預付款項人民幣24.7百萬元。根據與營銷代理簽訂的協議，訂約方同意，(其中包括)(a)我們有權按固定費用投放相關廣告，該費用不受日後價格調整的影響；及(b)若我們在協議期限內未能動用預付款項，我們將有權要求退還我們的預付款項。此外，我們已與營銷代理建立良好的業務關係，並已就我們IP節目製作的延誤成功要求退

還預付款項。因此，我們的董事同意就植入廣告向營銷代理支付數額相對較大的預付款項，並認為，儘管截至2022年12月31日存在向營銷代理支付的賬齡較長預付款項，就預付予營銷代理的款項不存在重大可回收性問題。有關我們與營銷代理合作的進一步詳情，請參閱本節「－經營業績主要組成部分的描述－銷售及營銷開支－廣告及營銷開支－我們與營銷代理的合作」一段。

截至2022年12月31日，我們向供應商及服務提供商支付的預付款項減少至人民幣40.2百萬元，主要是因為我們支付廣告及營銷服務的預付款項由截至2021年12月31日之人民幣25.1百萬元減少至截至2022年12月31日之人民幣15.3百萬元，原因是於2021年向營銷代理支付的部分預付款項獲動用及／或退還。

下表載列於所示日期我們向供應商及服務提供商支付的預付款項賬齡分析：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(按人民幣千元計)			
0至30日	5,687	16,799	7,816	12,600
31至90日	539	7,719	2,886	2,693
91至120日	454	913	30,261[(3)]	3,725
121至365日	250	3,431[(2)]	3,456	1,855
365日以上	8,082[(1)]	135	3,025[(2)]	19,343[(2)(3)]
總計	15,012	28,997	47,444	40,216

附註：

(1) 指我們向非核心產品美容護理設備的供應商支付的預付款項，大部分已於其後年度動用。

(2) 該等金額主要是由於我們根據我們於2020年6月訂立的共同融資協議為電影製作進行潛在投資支付的預付款項約425,000美元。

(3) 截至2021年12月31日及2022年12月31日，該等金額主要包括我們就為我們的產品及品牌投放廣告向營銷代理支付的預付款項，分別為人民幣24.7百萬元及人民幣15.0百萬元。有關我們向營銷代理支付預付款項的詳情，請參閱上文討論。特別是，我們計劃將支付予營銷代理的大部分預付款項用於*樂來樂快樂*播出期間投放廣告。由於*樂來樂快樂*的播出時間表延遲，相關預付款項於最後可行日期尚未動用。預計有關預付款項於2023年12月31日或之前將悉數動用。

截至2023年5月31日，我們截至2022年12月31日向供應商及服務提供商支付的預付款項中人民幣15.4百萬元或38.2%隨後已被動用。

下列為截至2022年12月31日動用我們向供應商及服務提供商支付的預付款項動用預期時間表：

	2023年1月1日至12月31日		2024年1月1日至6月30日	
	(人民幣千元)	*%*[1]	*(人民幣千元)*	*%*[1]
支付下列各項的預付款項：				
生產產品	15,949	39.7	–	–
廣告及營銷服務	15,320	38.1	–	–
活動及IP節目製作	284	0.7	2,960[2]	7.4
其他	5,698	14.1	5	0.0
總計	37,251	92.6	2,965	7.4

附註：

(1) 指截至2022年12月31日已動用的預付款項佔本集團預付款項結餘總額的百分比。

(2) 指我們就我們對電影製作進行潛在投資支付的預付款項。

受限制銀行存款

我們截至2020年12月31日錄得受限制銀行存款人民幣11.0百萬元。截至2020年12月31日，我們錄得該等結餘，主要由於我們與我們的前營銷代理機構發生糾紛，因此，我們的若干銀行賬戶被臨時凍結。於2021年1月，所有被凍結的資金均無條件解除。於2021年5月，我們的銀行賬戶被咸安地方機構臨時凍結，等待調查。於2021年7月底，咸安當局臨時凍結的所有資金全部無條件解除。詳情請參閱本招股章程「業務－分銷網絡－分銷代理協助分銷模式－因涉嫌傳銷而臨時暫停銀行賬戶」一節。因此，截至2021年及2022年12月31日，我們均無任何受限制銀行存款。

貿易及其他應付款項

貿易應付款項

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
貿易應付款項				
－關聯方	499	5,425	5,428	1,128
－第三方	8,130	5,241	16,072	8,556
總計	8,629	10,666	21,500	9,684

貿易應付款項主要指我們在日常業務過程中向供應商支付服務及商品費用的責任。我們的供應商通常授予我們最長60天的信貸期。

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的貿易應付款項分別為人民幣8.6百萬元、人民幣10.7百萬元、人民幣21.5百萬元及人民幣9.7百萬元。

應付關聯方的貿易應付款項

有關應付關聯方的貿易應付款項的詳情，請參閱本節「－關聯方交易及結餘」一段。

應付第三方的貿易應付款項

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們應付第三方的貿易應付款項分別為人民幣8.1百萬元、人民幣5.2百萬元、人民幣16.1百萬元及人民幣8.6百萬元。

截至2019年12月31日，應付第三方的貿易應付款項人民幣8.1百萬元主要包括因製作*周遊記*1就供應商提供的服務應付供應商的款項。

我們應付第三方的貿易應付款項由截至2019年12月31日的人民幣8.1百萬元減少至截至2020年12月31日的人民幣5.2百萬元，主要是由於我們大額結算應付2019年與*周遊記*1相關的供應商的服務費所致。

我們應付第三方的貿易款項從截至2020年12月31日的人民幣5.2百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣16.1百萬元，主要由於應付在線直播活動服務提供商款項人民幣3.2百萬元及應付健康管理產品供應商款項總額人民幣5.0百萬元。

我們應付第三方的貿易款項由截至2021年12月31日的人民幣16.1百萬元減至截至2022年12月31日的人民幣8.6百萬元，主要由於(i)2022年結算應付供應商D（我們IP創造及營運業務供應商）款項人民幣3.2百萬元；及(ii)應付*魔胴*本草飲的供應商的款項減少所致。

下表載列我們截至所示日期貿易應付款項的賬齡分析：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	（以人民幣千元計）			
0至60日	7,710	2,510	19,927	8,190
61至120日	107	6,947	753	43
121至365日	186	372	753	66
365日以上	626	837	67	1,385
總計	8,629	10,666	21,500	9,684

下表載列我們於往績記錄期間的貿易應付款項週轉天數：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	（天數）			
平均貿易應付款項週轉天數				
－整體(1)	72	25	41	31
－新零售(2)	34	9	28	42
－IP創造及營運(3)	97	75	66	22

附註：

(1) 整體貿易應付款項週轉天數等於期初及期末貿易應付款項平均值除以相關年度「所售商品成本」、「運輸及物流費用」、「活動策劃及管理服務成本」及「電視節目版權增加」的總和，再乘以365天計算。

(2) 新零售業務的貿易應付款項週轉天數等於期初及期末貿易應付款項平均值除以相關年度的「所售商品成本」及「運輸及物流費用」的總和，再乘以365天計算。

(3) IP創造及營運業務的貿易應付款項週轉天數等於期初及期末貿易應付款項平均值除以相關年度的「活動策劃及管理服務成本」及「電視節目版權增加」的總和，再乘以365天計算。

整體貿易應付款項週轉天數

整體貿易應付款項週轉天數由2019年的72天減少至2020年的25天，主要是由於*魔胴*咖啡業務快速增長，我們須提前結算向衡美集團支付的生產成本；及結算欠付一名主要供應商與2018年策劃在中國12個城市的演唱會有關的應付款項。整體貿易應付款項週轉天數於截至2021年12月31日止年度增加至41天，主要是由於繼*魔胴*本草飲新產品上市後與新零售業務相關的貿易應付款項結餘增加，惟部分被2021年產生的活動策劃及管理服務成本增加所抵銷。截至2022年12月31日止年度的整體貿易應付款項的週轉天數減少至31天，主要是由於2022年增加人民幣74.8百萬元的電視節目版權，部分被疫情反覆令我們新零售業務的收入受到負面影響導致所售貨品成本降低的影響所抵銷。

新零售業務貿易應付款項週轉天數

我們的貿易應付款項週轉天數由2019年的34天減少至2020年的九天，主要是由於*魔胴*咖啡業務快速增長，我們須提前結算向衡美集團支付的生產成本。我們新零售業務的貿易應付款項週轉天數於截至2021年12月31日止年度增至28天，主要是由於繼*魔胴*本草飲新產品上市後，與新零售業務相關的貿易應付款項結餘增加。新零售業務的貿易應付週轉天數由截至2021年12月31日止年度的28天進一步增加至截至2022年12月31日止年度的42天，主要是由於疫情反覆令我們的新零售業務收入蒙受負面影響，導致截至2022年的所售貨品成本降低所致。

IP創造及營運貿易應付款項週轉天數

IP創造及營運業務的貿易應付款項週轉天數由2019年的97天減少至2020年的75天，主要是由於結算欠付一名主要供應商與2018年策劃在中國12個城市的演唱會有關的應付款項導致與IP創造及營運業務相關的平均貿易應付結餘減少。截至2021年12月31日止年度，IP創造及營運業務的貿易應付款項週轉天數減少至66天，主要是由於我們在2021年策劃及創作的音樂脫口秀以及在音樂活動和綜藝節目中表演所產生的2021年活動策劃及管理服務成本增加所致。截至2022年12月31日止年度，IP創造及營運業務的貿易應付款項週轉天數減少至22天，主要是由於(i)截至2022年12月31日的電視節目版權增加人民幣74.8百萬元；及(ii)因結算截至2021年12月31日的供應商D及杰威爾音樂的貿易應付款項結餘與IP創造及營運業務有關貿易應收款項減少。

截至2023年5月31日，我們截至2022年12月31日的貿易應付款項人民幣4.7百萬元或48.4%已隨後結清。

其他應付款項

我們的其他應付款項及應計費用主要包括(i)應付關聯方款項；(ii)就*周遊記*1收到的投資；(iii)應付薪金及員工福利；(iv)其他應付税項；(v)應計上市開支；(vi)應計費用；(vii)客戶按金；(viii)應付銷售佣金；(ix)退款負債；(x)應付第三方款項；及(xi)其他。下表載列截至所示日期我們其他應付款項及應計費用的明細：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
		(以人民幣千元計)		
應付關聯方款項	72,788	11,307	–	15,946
就*周遊記*1收到的投資	21,400	–	–	–
應付薪金及員工福利	1,592	5,727	6,054	6,083
其他應付税項	6,967	19,731	9,144	16,975
應計上市開支	–	1,780	781	3,580
應計費用	714	1,065	1,193	1,200
客戶按金	11,553	5,829	6,815	4,328
應付銷售佣金	3,290	20,635	–	–
退款負債	2,742	–	–	–
應付第三方款項	–	–	–	10,176
其他*(附註)*	1,300	2,574	89	1,038
總計	122,346	68,648	24,076	59,326

*附註：*其他主要指應付行政及雜項開支。

應付關聯方款項

於往績記錄期間的應付關聯方款項詳見本節「－關聯交易及結餘」一段。

周遊記1所收到之投資

截至2019年12月31日，我們就*周遊記*1錄得投資人民幣21.4百萬元，為我們從獨立第三方收到的用於投資*周遊記*1的資金。由於期間爆發COVID-19疫情，*周遊記*1當時的投資回報存在不確定性，該名投資者隨後終止了是項投資。詳情請參閱本節「經營業績主要組成部分的描述－其他收益／(虧損)淨額」一段。

其他應付稅項

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的其他應付稅項分別為人民幣7.0百萬元、人民幣19.7百萬元、人民幣9.1百萬元及人民幣17.0百萬元。該等結餘主要指應付增值稅。於2019年12月31日至2020年12月31日，我們的其他應付稅項大幅增加，主要是由於新零售業務收入增加。截至2021年12月31日，我們的其他應付稅項減少至人民幣9.1百萬元，主要是由於2021年新零售業務收入減少。其他應付稅項由截至2021年12月31日的人民幣9.1百萬元增至截至2022年12月31日的人民幣17.0百萬元，主要由於2022年12月31日尚未結算的2022年第四季度收入增加導致應繳銷項增值稅增加所致。

客戶按金

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的客戶按金分別為人民幣11.6百萬元、人民幣5.8百萬元、人民幣6.8百萬元及人民幣4.3百萬元。該金額主要指由以下人士支付的保證金，即(i)我們的*魔胴*咖啡分銷商，而該保證金主要由我們的分銷代理昆山汀奢收取及持有。由於昆山汀奢在2020年5月前為我們的附屬公司，故所收取按金亦計入我們的綜合財務報表；及(ii)根據我們與自2018年以來參與分銷我們護膚品的其他分銷商之間簽訂的分銷協議的其他分銷商（包括客戶D）。客戶按金結餘由截至2019年12月31日的人民幣11.6百萬元減少至截至2020年12月31日止年度的人民幣5.8百萬元，主要是由於出售昆山汀奢。截至2021年12月31日，我們的客戶按金增加至人民幣6.8百萬元，主要是由於我們就2021年新推出的產品向客戶D收取的按金。客戶按金由截至2021年12月31日人民幣6.8百萬元減少至截至2022年12月31日人民幣4.3百萬元，主要是由於終止我們與部分分銷商的業務關係，並向彼等退還相關按金所致。

應付銷售佣金

截至2019年及2020年12月31日，我們分別錄得應付銷售佣金人民幣3.3百萬元及人民幣20.6百萬元。截至2019年12月31日，我們的應付銷售佣金指應付予李婷的服務費。截至2020年12月31日，我們的應付銷售佣金主要指向昆山汀奢支付的額外獎勵費。截至2021年及2022年12月31日，由於昆山汀奢分銷產品在截至2021年及2022年12月31日止年度的銷售未有達到額外獎勵費用的預定目標，我們並無向昆山汀奢支付應付額外獎勵費。關於我們與昆山汀奢之間的定價安排詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－與銷售昆山汀奢分銷產品有關的定價安排及折扣、獎勵及費用」一節。

應付第三方款項

截至2022年12月31日，我們錄得應付第三方款項人民幣10.2百萬元。該款項主要是就向品牌擁有人或MCN公司(視乎情況而定)提供我們的明星IP管理服務而應付予劉畊宏先生及MCN公司的費用。有關與MCN公司的合作以及我們與劉畊宏先生及W&V的收益分成安排的更多詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作－我們的IP創造及營運業務項下的合作－與劉畊宏先生的活動及IP節目有關的合作」一節。

合約負債

我們的合約負債主要來自分銷商就購買我們的產品作出的預付款項，有關款項由我們的分銷代理昆山汀奢透過聯合控制賬戶收取。由於我們將昆山汀奢視作我們的代理由其代表我們收取該等預付款項(且昆山汀奢將會定期向我們清算及結算有關款項)，我們將該等預收款項入賬列作合約負債。有關更多詳情，請參閱本招股章程「與昆山汀奢的分銷安排－本集團、昆山汀奢與分銷商之間的結算安排」及「－昆山汀奢違約風險的控制措施－(a)聯合控制賬戶」以及本節「－綜合財務狀況表若干關鍵項目的討論－貿易及其他應收款項－其他應收款項－應收一名第三方款項」一段。除分銷商的預付款項外，其次，我們收到其他客戶就其他產品及許可服務的預付款項。

下表列示截至所示日期的合約負債：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
銷售商品	11,559	63,056	54,863	24,414
提供IP創造及營運服務	1,977	1,477	4,490	7,009
總計	13,536	64,533	59,353	31,423

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的合約負債總額(包括流動及非流動部分)分別為人民幣13.5百萬元、人民幣64.5百萬元、人民幣59.4百萬元及人民幣31.4百萬元。於往績記錄期間，我們的合約負債主要來自分銷商為購買我們新零售業務下的產品而墊付的款項，截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日分別為人民幣11.6百萬元、人民幣63.1百萬元、人民幣54.9百萬元及人民幣24.4百萬元，分別佔我們截至相應年末合約負債總額的85.9%、97.8%、92.4%及77.7%。我們因提供IP創造及營運服務而產生的合同負債由截至2021年12月31日的人民幣4.5百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣7.0百萬元，乃主要歸因於部分品牌所有者就明星IP管理業務收取的款項。

於往績記錄期間，我們於2019年、2020年及2021年12月31日的合約負債中約100%、100%及100%隨後已確認為收入。有關詳情，請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註28(b)。截至2023年5月31日，我們截至2022年12月31日的合約負債中人民幣8.8百萬元或27.9%已確認為收入。

以下進一步載列截至2022年12月31日有關我們分銷商數目、我們合約負債的平均金額及該等分銷商作出的預付款項佔有關銷售貨品總合約負債的比例的進一步詳情。

	分銷商數目	**截至2022年12月31日的平均金額**	**分銷商就銷售貨品作出的預付款項佔總合約負債的比例**
		(以人民幣千元計)	*(%)*
預付款項範圍*(以人民幣千元計)*			
0至100	703	27	74.4
101至500	38	158	23.5
501至1,000	1	522	2.1
總計	742		100.0

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或年度的若干主要財務比率。

	截至12月31日止年度／截至12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
毛利率	65.4%	50.9%	62.2%	64.7%
淨利潤率	26.2%	16.6%	11.7%	18.9%
流動比率(1)	1.1倍	1.4倍	1.2倍	1.3倍
速動比率(2)	1.0倍	1.3倍	1.1倍	1.2倍
資產回報率(3)	12.1%	23.2%	9.1%	11.7%
股本回報率(4)	88.5%	56.0%	26.0%	27.7%
資本負債比率(5)	0.10倍	0.02倍	1.14倍	0.84倍

附註：

(1) 流動比率乃根據我們的流動資產總值除以流動負債總額計算得出。

(2) 速動比率乃根據我們的流動資產總值減去存貨再除以流動負債總額計算得出。

(3) 資產回報率乃根據我們的年度純利除以我們於年末的總資產再乘以100%計算得出。

(4) 股本回報率按年內純利除以截至年末總權益再乘以100%計算得出。

(5) 資本負債比率按借款總額(包括銀行借款、租賃負債及附帶贖回權利的金融工具)除以總權益計算得出。

毛利率及淨利潤率

有關毛利率及淨利潤率的進一步詳情，請參閱本節「經營業績主要組成部分的描述－毛利及毛利率」及「－經營業績各期間比較」各段。

流動比率及速動比率

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的流動比率分別約為1.1倍、1.4倍、1.2倍及1.3倍。我們的流動比率由截至2019年12月31日的1.1倍增加至截至2020年12月31日的1.4倍，主要是由於貿易及其他應收款項以及現金及現金等價物增加導致流動資產增加人民幣80.8百萬元，超過流動負債人民幣27.7百萬元的增加。儘管我們的流動資產由截至2020年12月31日的人民幣259.1百萬元增加37.5%至截至2021年12月31日的人民幣356.2百萬元，但流動比率小幅下降至截至2021年12月31日的1.2倍，主要是由於附帶贖回權利的金融工具人民幣163.5百萬元，流動負債由截至2020年12月31日的人民幣187.5百萬元增加55.7%至截至2021年12月31日的人民幣291.8百萬元。於2022年12月31日，我們的流動比率略微增加至1.3倍，主要是由於我們的流動資產增加所致，這主要歸因於電視節目版權增加。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的速動比率分別為1.0倍、1.3倍、1.1倍及1.2倍。速動比率表現出與流動比率相似的趨勢，波動的原因亦與流動比率相似。

資產回報率

我們截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度的資產回報率分別約為12.1%、23.2%、9.1%及11.7%。2019年至2020年我們的資產回報率增加主要是由於純利的增加超過總資產的增加。我們的資產回報率於2020年至2021年有所下降，主要由於我們的收入減少及我們的一般及行政開支增加，導致我們的純利由截至2020年12月31日止年度的人民幣75.6百萬元減少至截至2021年12月31日止年度的人民幣42.9百萬元。截至2022年12月31日止年度，我們的資產回報率增加至11.7%，主要是因為我們於2022年的純利增長率高於我們於2022年12月31日的總資產增長率。

股本回報率

我們截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度的股本回報率分別約為88.5%、56.0%、26.0%及27.7%。鑒於按代價37.5百萬港元向我們的首次公開發售前投資者發行普通股令我們的股本基礎增加，我們的股本回報率於2020年適度下降。我們的股本回報率於2020年至2021年進一步下降，主要由於我們的收入減少及我們的一般及行政開支增加，導致我們的純利由截至2020年12月31日止年度的人民幣75.6百萬元減少至截至2021年12月31日止年度的人民幣42.9百萬元。截至2022年12月31日止年度，我們的股本回報率增加至27.7%，主要是因為我們於2022年的純利增長率高於我們於2022年12月31日的總股本增長率。

資本負債比率

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，資本負債比率分別為0.10倍、0.02倍、1.14倍及0.84倍。2019年至2020年資本負債比率下降主要是由於2020年產生溢利以及發行股份後股本基數增加。截至2021年12月31日，資本負債比率大幅上升至1.14倍，主要是由於截至2021年12月31日附帶贖回權利的金融工具人民幣163.5百萬元及借款人民幣20.0百萬元所致。我們的資本負債比率截至2022年12月31日減至0.84倍，主要由於2022年產生的溢利後股本基數增加所致。

關聯方交易及結餘

與關聯方交易

於往績記錄期間，我們不時與若干關聯方訂立交易。有關關聯方交易的討論，請參閱本招股章程附錄一所載會計師報告內附註36(b)。

我們的董事認為，關聯方交易為在公平交易的基礎上進行，不會扭曲我們於往績記錄期間的業績或使有關業績不能反映我們未來的表現。

與關聯方的結餘

下表載列截至下文所示日期我們與關聯方的結餘明細。

貿易性質：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
貿易應收款項				
北京精湛	–	27,407	–	–
魔杰的茶(昆山)	–	1,019	–	23
魔杰電競(北京)	–	282	38	15
	–	28,708	38	38
預付款項				
Max One	838	905	–	–
W&V[1]	–	–	–	2,877
	838	905	–	2,877
貿易應付款項				
Archstone	–	4,881	1,030	140
陸宇音樂[2]	499	–	–	–
杰威爾音樂	–	494	4,190	984
魔杰的茶(昆山)	–	50	92	4
W&V[1]	–	–	116	–
	499	5,425	5,428	1,128
合約負債				
魔杰電競(北京)	–	1,447	–	–
魔杰的茶(昆山)	–	–	1	–
	–	1,447	1	–
應付一名關聯方款項				
W&V[1]	–	–	–	15,946

附註：

(1) W&V為持有天賦星球全部已發行股本30%的非控股股東。

(2) 陸宇音樂有限公司(「**陸宇音樂**」)是一間由於秘密音樂(香港)持有50%股權的最終股東詹宇豪先生控制的公司。

非貿易性質：

	截至12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
應收關聯方款項				
Max One	–	3	–	–
賴先生	4,670	3,907	–	–
昆山嘉寶	10,000	–	不適用	不適用
巨室星創	8,468	177	–	–
拉薩聚創	1,080	–	–	–
昆山人本	1,080	–	–	–
上海倚格	1,840	–	–	–
魔杰電競(北京)	2,000	–	–	–
馬女士	81	–	–	–
W&V	–	–	–	3
	29,219	4,087	–	3
應付關聯方款項				
Great Essence Holdings Ltd.	35,762	–	–	–
巨室星創	10,000	–	–	–
昆山嘉寶	–	531	不適用	不適用
昆山人本	26,742	7,742	–	–
魔杰電競(北京)	3	–	–	–
馬女士	5	–	–	–
賴先生	276	3,034	–	–
	72,788	11,307	–	–
應付銷售佣金				
李婷	3,290	不適用	不適用	不適用
購買員工宿舍的預付款項				
昆山嘉寶	–	53,468	不適用	不適用

貿易性質

貿易應收款項

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們來自關聯方的貿易應收款項分別為零、人民幣28.7百萬元、人民幣38,000元及人民幣38,000元。我們於往績記錄期間來自關聯方的貿易應收款項主要包括(i)北京精湛(持有北京巨星精湛30%股權的中國成立公司)向我們支付的與*周遊記*1有關的許可費及廣告費；及(ii)向魔杰的茶(昆山)及魔杰電競(北京)(各自均為魔杰電競(昆山)的全資附屬公司，而魔杰電競(昆山)由楊先生、陳先生及葉女士控制)採購*魔胴*咖啡及*周同學*相關產品以在其網點轉售。

預付款項

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的關聯方預付款項分別為人民幣838,000元、人民幣905,000元、零及人民幣2.9百萬元。截至2019年及2020年12月31日，該等預付款項主要來自陳先生全資擁有公司Max One就我們新零售業務項下其中一款產品的明星代言所提供的服務。截至2022年12月31日，我們錄得向關聯方支付的預付款項人民幣2.9百萬元。該金額指我們根據天賦星球與W&V簽訂的服務協議向W&V支付的應付每月服務費的預付款項，據此，天賦星球聘任W&V提供與劉畊宏先生的IP節目有關的藝人管理服務，每月服務費為140,000港元。

貿易應付款項

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的關聯方貿易應付款項分別為人民幣499,000元、人民幣5.4百萬元、人民幣5.4百萬元及人民幣1.1百萬元。截至2020年12月31日，我們的關聯方貿易應付款項主要是由應付陳先生全資擁有的英屬處女群島商業公司Archstone就其在*周遊記*1向我們提供的服務的物流及協調服務費產生。截至2021年12月31日，我們的關聯方貿易應付款項主要來自應付周杰倫先生藝人經紀公司杰威爾音樂以策劃及協調周杰倫先生參加由中國領先的在線音樂流服務提供商所舉辦音樂活動的表演的服務費。截至2022年12月31日，我們向關聯方支付的貿易應付款項主要來自於我們的IP創造及營運業務項下就*周同學*授權而向杰威爾音樂支付的費用。

合約負債

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們的關聯方應佔合約負債分別為零、人民幣1.4百萬元、人民幣1,000元及零。截至2020年12月31日，我們錄得與魔杰電競(北京)的該等結餘，乃主要由於魔杰電競(北京)就尚未交付予魔杰電競(北京)的*魔胴*咖啡支付預付款。

應付一名關聯方款項

截至2022年12月31日，我們錄得應付一名關聯方款項人民幣15.9百萬元，有關款項指就向品牌擁有人或MCN公司(視情況而定)提供的明星IP管理服務(有關服務於2022年開始)應支付予W&V的費用。有關與MCN公司的合作以及我們與劉畊宏先生及W&V的收益分成安排的更多詳情，請參閱本招股章程「與明星合作－與劉畊宏先生及王女士的合作－我們的IP創造及營運業務項下的合作－與劉畊宏先生的活動及IP節目有關的合作」一節。

非貿易性質

應收關聯方款項

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們應收關聯方款項分別為人民幣29.2百萬元、人民幣4.1百萬元、零及人民幣3,000元。截至2019年12月31日應收關聯方款項主要指(i)向昆山嘉寶(馬女士於2019年3月至2021年8月擔任董事的公司)支付的購置物業誠意金於2020年全額退還；及(ii)我們向巨室星創提供的貸款以及就出售巨室星創應收關聯方的代價。我們截至2020年12月31日的應收關聯方款項減少主要是由於我們就向昆山嘉寶購置物業支付的按金被退還。有關向昆山嘉寶收購物業的詳情，請參閱本招股章程「業務－物業－自有物業」一節。截至2021年12月31日，所有上述應收關聯方未償還款項均已結清。截至2022年12月31日，我們錄得應收關聯方款項人民幣3,000元，有關款項指W&V作為天賦星球股東應付之未繳註冊股本。該結餘將於上市前悉數結算。

該等款項為無抵押、不計息且無固定還款期。

應付關聯方款項

截至2019年及2020年12月31日，我們應付關聯方款項分別約為人民幣72.8百萬元及人民幣11.3百萬元。該減少的主要原因是償還昆山人本及Great Essence提供的貸款以及結算我們就2018年向巨室星創收購昆山巨星行動應付巨室星創的代價。截至2021年及2022年12月31日，所有上述應付關聯方未償還款項均已結清。

該等款項為無抵押、不計息且無固定還款期。

應付銷售佣金

截至2019年12月31日，我們錄得應付關聯方銷售佣金為人民幣3.3百萬元。結餘主要指應付李婷於2019年就*魔胴*咖啡有關的銷售佣金的費用。李婷於2020年5月在出售昆山汀奢後不再為我們的關聯方。

購買員工宿舍的預付款項

我們截至2020年12月31日錄得關聯方的預付款項金額為人民幣53.5百萬元，此乃我們自昆山嘉寶(獨立第三方網尚世界(昆山)數字電影文化發展有限公司全資擁有)購買員工宿舍產生。我們亦於2021年2月與昆山嘉寶訂立協議以購買辦公物業。據我們所深知，昆山嘉寶主要從事物業投資及開發，以昆山為經營重點。鑒於馬女士自2012年起結識昆山嘉寶的管理層，彼等維持良好的關係且互相信任。基於馬女士在昆山擁有廣泛的業務網絡，自2019年3月至2021年8月，馬女士獲昆山嘉寶管理層邀請提供戰略意見，並擔任昆山嘉寶的法定代表人及董事。因此，根據適用會計準則，昆山嘉寶被視為我們的關聯方之一。

為免生疑問，馬女士並無參與昆山嘉寶的營運。截至最後可行日期，馬女士已辭去昆山嘉寶的所有職務。儘管我們與昆山嘉寶之間存在關係，但董事認為我們與昆山嘉寶的關聯方交易乃於我們的日常及一般業務過程中按正常商業條款進行。此外，鑒於代價乃由各方參考昆山嘉寶發佈的價格清單經公平磋商後協定，故交易代價及所有相關條款屬公平合理。

此外，董事認為隨著我們業務營運的持續增長，我們將需更多員工宿舍及辦公空間以容納我們不斷擴大的員工團隊。此外，我們的董事亦認為擁有及提供我們自身的員工宿舍具有吸引更多人才的積極作用。經尋找可能的地點後，我們認為上述物業為用作該用途的合適地點，因為該等物業所在的地區將成為一個可供我們使用的成熟住宅及商業區。有關向昆山嘉寶收購的物業詳情，請參閱「業務－物業－自有物業」一節。

由於馬女士於2021年8月不再擔任昆山嘉寶的法人代表兼董事，截至2021年12月31日，我們向昆山嘉寶支付的預付款結餘不再入賬為關聯方結餘。有關截至2022年12月31日昆山嘉寶預付款結餘的詳情，請參閱本節「－綜合財務狀況表若干關鍵項目的討論－其他非流動資產」一段。

所有與關聯方的非貿易結餘將於上市時悉數結清。

流動資金及資金資源

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們歷來主要通過經營活動產生的現金及股東注資滿足營運資金及其他資金需求。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日的現金及現金等價物分別為人民幣29.3百萬元、人民幣121.0百萬元、人民幣211.9百萬元及人民幣182.6百萬元。

下表載列所示年度我們的現金流量概要：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	(以人民幣千元計)			
營運資金變動前經營現金流量	32,815	115,294	83,259	121,785
營運資金變動	(29,996)	223,688	(43,842)	(98,760)
經營所得現金	2,819	338,982	39,417	23,025
已收利息	62	479	1,248	2,443
已付所得稅	(1,245)	(11,008)	(49,950)	(19,973)
經營活動產生的現金流入／(流出)淨額	1,636	328,453	(9,285)	5,495
投資活動產生的現金流出淨額	(17,824)	(197,722)	(42,943)	(24,863)
融資活動產生的現金流入／(流出)淨額	28,442	(39,030)	143,615	(11,387)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	12,254	91,701	91,387	(30,755)
年初現金及現金等價物	17,044	29,298	120,962	211,873
匯率變動對現金及現金等價物的影響	–	(37)	(476)	1,515
年末現金及現金等價物	29,298	120,962	211,873	182,633

考慮到我們可用的財務資源，包括現有借貸、現金及現金等價物、經營所得現金以及全球發售的估計所得款項淨額，我們的董事認為我們有足夠的營運資金滿足我們目前以及自本招股章程之日起未來十二個月的需求。

經營活動之現金流入／(流出)淨額

經營活動之現金流入／(流出)淨額反映(i)經營所得現金；(ii)已收利息；及(iii)已繳所得稅。

截至2019年12月31日止年度，經營活動之現金流入淨額為人民幣1.6百萬元，此乃因經營產生的現金為人民幣2.8百萬元及繳納所得稅為人民幣1.2百萬元所致。

經營活動產生現金人民幣2.8百萬元主要指稅前溢利人民幣31.8百萬元，就下列各項進行調整：(i)若干非現金收益、虧損及開支，主要包括使用權資產折舊人民幣0.8百萬元；及(ii)對經營現金流量產生負面影響的若干營運資金項目，主要包括增加電視節目版權人民幣35.2百萬元及存貨人民幣9.1百萬元，即部分由對經營現金流量產生正面影響的若干營運資金項目變動所抵銷，主要包括貿易及其他應付款項增加人民幣10.3百萬元。

截至2020年12月31日止年度，經營活動之現金流入淨額為人民幣328.5百萬元，此乃由於經營產生的現金為人民幣339.0百萬元及繳納所得稅人民幣11.0百萬元所致。

經營所得現金人民幣339.0百萬元主要指稅前溢利人民幣113.8百萬元，就下列各項進行調整：(i)若干非現金收益、虧損及開支，主要包括結算*周遊記*1投資的其他收入人民幣9.4百萬元及金融資產減值虧損淨額人民幣4.5百萬元；及(ii)對經營現金流量產生正面影響的若干營運資金項目，主要包括(a)*周遊記*1於2020年3月在浙江衛視播出所產生的電視節目版權人民幣77.2百萬元；(b)貿易及其他應付款項增加人民幣90.8百萬元，主要歸因於出售昆山汀奢；(c)合約負債增加人民幣51.4百萬元，主要由於我們的分銷代理昆山汀奢透過聯合控制賬戶所收取分銷商就購買我們的咖啡產品作出的預付款項增加所致；及(d)貿易及其他應收款項減少人民幣31.3百萬元；部分被存貨增加人民幣11.0百萬元抵銷，與為籌備上市而準備的新產品(如*茶小姐及摩肌博士*)的庫存增加一致。

截至2021年12月31日止年度，經營活動之現金流出淨額為人民幣9.3百萬元，此乃因經營所得現金為人民幣39.4百萬元及繳納所得稅人民幣50.0百萬元所致。

經營所得現金人民幣39.4百萬元主要指稅前溢利人民幣64.7百萬元，就下列各項進行調整：(i)若干非現金收益、虧損及開支，主要包括金融成本人民幣10.2百萬元及存貨減值虧損金額人民幣6.2百萬元；及(ii)對經營現金流量產生負面影響的若干營運資金項目，主要包括(a)貿易及其他應付款項減少人民幣23.9百萬元；(b)預付款項及其他流動資產增加人民幣17.8百萬元；及(c)電視節目版權增加人民幣13.6百萬元；此乃部分由貿易及其他應收款項人民幣22.5百萬元減少所抵銷。截至2021年12月31日止年度，我們的經營活動現金流出淨額為人民幣9.3百萬元，主要是由於(i)結算應付關聯方款項人民幣11.3百萬元；(ii)向供應商及服務提供商作出的預付款項增加人民幣18.4百萬元；(iii)用於製作*樂來樂快樂及周遊記*2所用的現金；及(iv) 2021年支付的所得稅。

截至2022年12月31日止年度，我們錄得經營活動現金流入淨額人民幣5.5百萬元，此乃由於經營產生的現金人民幣23.0百萬元，經已收利息人民幣2.4百萬元及已繳納所得稅人民幣20.0百萬元調整。

經營產生的現金人民幣23.0百萬元主要指除稅前溢利人民幣93.1百萬元，經(i)若干非現金收益、虧損及開支，主要包括匯兌虧損人民幣13.7百萬元及存貨減值虧損淨額人民幣6.7百萬元；及(ii)對經營現金流量產生負面影響的若干營運資金項目，主要包括電視節目版權增加人民幣76.0百萬元及合約負債減少人民幣27.9百萬元所調整。

投資活動之現金流出淨額

截至2019年12月31日止年度，投資活動之現金流出淨額為人民幣17.8百萬元，主要由於(i)授予巨室星創及魔杰電競(北京)貸款人民幣11.0百萬元；及(ii)支付購買辦公物業按金人民幣10.0百萬元，被巨室星創償還貸款人民幣4.4百萬元所部分抵銷。

截至2020年12月31日止年度，投資活動之現金流出淨額為人民幣197.7百萬元，主要由於(i)出售附屬公司現金淨額人民幣151.2百萬元；及(ii)購買新辦公樓的付款，包括按金付款，總額為人民幣56.0百萬元；部分由下列所抵銷：(iii)償還巨室星創及魔杰電競(北京)貸款人民幣10.5百萬元及(iv)退還2019年購買辦公物業支付的按金人民幣10.0百萬元。

截至2021年12月31日止年度，我們的投資活動現金流出淨額為人民幣42.9百萬元，主要由於物業、廠房及設備預付款項人民幣53.9百萬元所致，部分由受限制銀行存款減少人民幣11.0百萬元所抵銷。

截至2022年12月31日止年度，我們的投資活動現金流出淨額為人民幣24.9百萬元，主要歸因於支付其他非流動資產以及物業、廠房及設備所用現金人民幣15.1百萬元及人民幣6.3百萬元。

融資活動之現金流入／(流出)淨額

截至2019年12月31日止年度，我們的融資活動現金流入淨額為人民幣28.4百萬元，主要由於(i)來自關聯方之貸款人民幣34.6百萬元；(ii)聯合投資人製作*周遊記*1的所得款項人民幣15.0百萬元；部分被(iii)向關聯方償還貸款人民幣20.2百萬元所抵銷。

截至2020年12月31日止年度，我們的融資活動現金流出淨額為人民幣39.0百萬元，主要由於(i)向關聯方償還貸款人民幣19.0百萬元；(ii)就重組支付予股東的現金人民幣12.0百萬元；及(iii)結算自*周遊記*1於2020年發佈以來有關的金融負債人民幣12.0百萬元。

截至2021年12月31日止年度，我們的融資活動現金流入淨額人民幣143.6百萬元，主要歸因於(i)根據首次公開發售前投資發行股份所得款項人民幣166.1百萬元；(ii)借款所得款項淨額人民幣20.0百萬元，部分由(iii)對股東的股息付款人民幣16.7百萬元；及(iv)向關聯方償還貸款人民幣11.5百萬元所抵銷。

截至2022年12月31日止年度，我們的融資活動現金流出淨額為人民幣11.4百萬元，主要歸因於償還借款人民幣5.0百萬元所用現金及租賃付款人民幣3.1百萬元。

流動資產及流動負債

下表載列截至所示日期我們的流動資產及負債：

	截至12月31日				截至2023年
	2019年	2020年	2021年	2022年	4月30日
	(以人民幣千元計)				
					(未經審計)
流動資產					
存貨	15,510	24,107	24,490	28,828	25,546
電視節目版權	77,247	–	13,594	89,602	106,339
貿易及其他應收款項	39,617	71,760	52,538	62,066	44,244
預付款項及其他流動資產	16,601	31,278	53,677	53,070	46,199
受限制銀行存款	–	11,008	–	–	–
現金及現金等價物	29,298	120,962	211,873	182,633	188,247
流動資產總值	**178,273**	**259,115**	**356,172**	**416,199**	**410,575**
流動負債					
貿易及其他應付款項	130,975	79,314	45,576	69,010	16,733
合約負債	12,850	64,533	59,308	31,385	64,326
即期所得稅負債	14,932	42,076	15,153	24,575	26,534
租賃負債	1,013	1,573	3,281	1,872	1,153
附帶贖回權利的金融工具	–	–	163,520	178,654	176,412
借款	–	–	5,000	5,000	5,000
流動負債總額	**159,770**	**187,496**	**291,838**	**310,496**	**290,158**
流動資產淨值	**18,503**	**71,619**	**64,334**	**105,703**	**120,417**

2023年4月30日與2022年12月31日之比較

我們的流動資產由截至2022年12月31日的人民幣416.2百萬元減少人民幣5.6百萬元至截至2023年4月30日的人民幣410.6百萬元，乃主要由於(i)貿易及其他應收款項減少人民幣17.8百萬元；及(ii)預付款項及其他流動資產減少人民幣6.8百萬元，部分被電視節目版權增加人民幣16.7百萬元所抵銷。

我們的流動負債由截至2022年12月31日的人民幣310.5百萬元減少人民幣20.3百萬元至截至2023年4月30日的人民幣290.2百萬元，乃主要由於貿易及其他應付款項減少人民幣52.3百萬元，部分被合約負債增加人民幣32.9百萬元所抵銷。

2022年12月31日與2021年12月31日之比較

我們的流動資產由截至2021年12月31日的人民幣356.2百萬元增加人民幣60.0百萬元至截至2022年12月31日的人民幣416.2百萬元，主要是由於(i)電視節目版權增加人民幣76.0百萬元；及(ii)貿易及其他應收款項增加人民幣9.5百萬元，部分被現金及現金等價物減少人民幣29.2百萬元所抵銷。

我們的流動負債由截至2021年12月31日的人民幣291.8百萬元增加人民幣18.7百萬元至截至2022年12月31日的人民幣310.5百萬元，主要是由於(i)貿易及其他應付款項增加人民幣23.4百萬元；及(ii)附帶贖回權的金融工具價值增加人民幣15.1百萬元，部分被合約負債減少人民幣27.9百萬元所抵銷。

2021年12月31日與2020年12月31日之比較

我們的流動資產由截至2020年12月31日的人民幣259.1百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣356.2百萬元，主要是由於(i)現金及現金等價物由截至2020年12月31日的人民幣121.0百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣211.9百萬元，這主要歸因於我們的首次公開發售前投資注資；(ii)確認與*周遊記*2的製作有關的電視節目版權人民幣13.6百萬元；及(iii)預付款項及其他流動資產由截至2020年12月31日的人民幣31.3百萬元增加至截至2021年12月31日的人民幣53.7百萬元。

我們的流動負債由截至2020年12月31日的人民幣187.5百萬元增至截至2021年12月31日的人民幣291.8百萬元，主要歸因於確認與我們的首次公開發售前投資相關的附帶贖回權利的金融工具人民幣163.5百萬元，其中本公司在發生若干情況時可能需要購回我們向一名首次公開發售前投資者發行的股份，而根據現行會計處理方法，該合約義務構成金融負債。有關詳情，請參閱本

招股章程附錄一會計師報告附註30，部分被(i)貿易及其他應付款項由截至2020年12月31日的人民幣79.3百萬元減少至截至2021年12月31日的人民幣45.6百萬元；及(ii)即期所得稅負債由截至2020年12月31日的人民幣42.1百萬元減少至截至2021年12月31日的人民幣15.2百萬元所抵銷。

2020年12月31日與2019年12月31日之比較

我們的流動資產由截至2019年12月31日的人民幣178.3百萬元增至截至2020年12月31日的人民幣259.1百萬元。增加的主要原因是(i)貿易及其他應收款項由截至2019年12月31日的人民幣39.6百萬元大幅增加至截至2020年12月31日的人民幣71.8百萬元，與2020年*魔胴*咖啡的銷售收入增長相一致；(ii)現金及現金等價物由截至2019年12月31日的人民幣29.3百萬元大幅增加至截至2020年12月31日的人民幣121.0百萬元，主要是由於銷售*魔胴*咖啡所收取的現金；及(iii)存貨由截至2019年12月31日的人民幣15.5百萬元增至截至2020年12月31日的人民幣24.1百萬元。流動資產的增加部分被電視節目版權由截至2019年12月的人民幣77.2百萬元減少至截至2020年12月31日的零所抵銷，原因是*周遊記*1收官。

我們的流動負債由截至2019年12月31日的人民幣159.8百萬元增至截至2020年12月31日的人民幣187.5百萬元。增加的主要原因是合約負債由截至2019年12月31日的人民幣12.9百萬元大幅增加至截至2020年12月31日的人民幣64.5百萬元，主要是由於分銷商就尚未交付的*魔胴*咖啡向我們支付款項，該增加與銷售收入的增加相一致。

債務

下表列示截至所示日期我們的銀行借款、租賃負債及附帶贖回權利的金融工具：

	截至12月31日				截至2023年
	2019年	2020年	2021年	2022年	4月30日
	(以人民幣千元計)				
					(未經審計)
非流動					
銀行借款	–	–	15,000	10,000	8,333
租賃負債	1,484	1,409	1,035	220	98
小計	1,484	1,409	16,035	10,220	8,431
流動					
銀行借款	–	–	5,000	5,000	5,000
租賃負債	1,013	1,573	3,281	1,872	1,153
附帶贖回權利的金融工具	–	–	163,520	178,654	176,412
小計	1,013	1,573	171,801	185,526	182,565
總計	2,497	2,982	187,836	195,746	190,996

銀行借款

截至2019年及2020年12月31日，我們概無任何未償還的銀行借款餘額。截至2021年及2022年12月31日以及2023年4月30日，我們的未償還銀行借款分別為人民幣20.0百萬元、人民幣15.0百萬元及人民幣13.3百萬元，源自就向昆山嘉寶購買員工宿舍而於2021年1月訂立的抵押貸款。

於2023年4月30日(即就債務聲明而言的最後可行日期)，我們並無任何尚未動用銀行融資。

租賃負債

下表列示截至所示日期的租賃負債：

	截至12月31日				截至2023年
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**	**4月30日**
	(以人民幣千元計)				
					(未經審計)
租賃負債					
即期	1,013	1,573	3,281	1,872	1,153
非即期	1,484	1,409	1,035	220	98
總計	2,497	2,982	4,316	2,092	1,251

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年4月30日，我們分別確認租賃負債總額人民幣2.5百萬元、人民幣3.0百萬元、人民幣4.3百萬元、人民幣2.1百萬元及人民幣1.3百萬元。租賃負債自2019年至2021年持續增加乃主要由於我們訂立的新租賃協議。我們的租賃負債分別減少至截至2022年12月31日及2023年4月30日的人民幣2.1百萬元及人民幣1.3百萬元乃主要由於我們於2022年提早終止一份租賃。有關我們租賃負債的進一步資料，請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註26。

附帶贖回權利的金融工具

根據Bradbury與我們訂立的投資協議，倘(其中包括)股份於2021年12月31日或之前未能於聯交所上市，Bradbury或會要求我們購回Bradbury所持有的所有股份。倘Bradbury決定行使該贖回權利，我們將須按總代價200,000,000港元(即Bradbury就首次公開發售前投資支付的代價)購回

該等股份。由於Bradbury獲授予的購回選擇權為本集團一項無法避免的義務，故來自Bradbury的投資被視作附帶贖回權利的金融工具而非權益。截至2022年12月31日及2023年4月30日，附帶贖回權利的金融工具分別為人民幣178.7百萬元及人民幣176.4百萬元。Bradbury的贖回權在緊接我們提交上市申請前暫停，且於最後可行日期繼續暫停。詳情請參閱本招股章程「歷史、發展及重組－首次公開發售前投資－授予首次公開發售前投資者的特別權利」一節。

董事確認，截至最後可行日期，我們的債務自2023年4月30日以來並無重大變化。

或然負債

我們目前並無涉及任何重大法律訴訟，亦不知悉任何涉及我們的待決或潛在重大法律訴訟。倘我們涉及有關重大法律訴訟，則我們會於可能已產生虧損且有關虧損金額可合理估計時，按當時所得資料記錄任何虧損或或然情況。

截至最後可行日期，我們並無任何重大或然負債或擔保。

資本開支

我們的資本開支主要包括支付物業、廠房及設備及無形資產。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，我們的資本開支總額分別為人民幣1.2百萬元、人民幣56.1百萬元、人民幣54.4百萬元及人民幣9.7百萬元。於往績記錄期間，我們主要以現金及現金等價物以及來自經營活動及融資活動的現金流量(如關聯公司墊付的現金、銀行借款及向首次公開發售前投資者發行普通股的所得款項)撥付資本開支。我們計劃使用經營活動產生的現金及全球發售所收取的所得款項淨額為我們的計劃資本開支提供資金。有關更多詳情，請參閱本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節。我們將繼續作出資本開支以支持我們的業務增長。我們可能會根據我們持續的業務需求重新分配用於資本開支的資金。

合約義務

資本承擔

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，我們並無任何重大未償還資本承擔。

資產負債表外安排

截至最後可行日期，我們並無訂立任何資產負債表外安排。

有關市場風險的定性及定量披露

一般而言，我們面臨多種的金融風險，包括外匯風險、現金流量及公平值利率風險、價格風險、信貸風險及流動資金風險。

外匯風險

當未來的商業交易或已確認的資產及負債並非以我們的功能貨幣的貨幣計值時，即產生外匯風險。綜合財務報表以本公司的功能貨幣及呈列貨幣人民幣呈列。我們盡可能通過定期審查我們的外匯淨風險敞口管理外匯風險。

我們主要於中國經營業務，大部分交易以人民幣結算。由於我們並無以我們經營實體各自功能貨幣以外貨幣計值的重大金融資產或負債，故管理層認為業務並無任何重大外匯風險敞口。於往績記錄期間，我們並無對沖任何外幣波動。

於往績記錄期間，我們確認截至2020年及2021年12月31日止年度的匯兑收益淨額合計分別為人民幣34,000元及人民幣3.6百萬元以及截至2022年12月31日止年度的外匯虧損淨額為人民幣9.9百萬元。

現金流量及公平值利率風險

我們的收入及經營現金流量基本上不受市場利率變動的影響，除現金及現金等價物外，我們並無重大計息資產，有關詳情已於本招股章程附錄一會計師報告附註20中披露。董事預計利率變動不會對計息資產造成任何重大影響，因為預計計息資產的利率不會發生重大變動。

我們密切關注利率走勢及其對利率風險的影響。我們目前尚未使用任何利率掉期安排。

價格風險

我們面臨按公平值計入損益計量的金融資產相關的價格風險，包括投資理財產品。我們將投資組合多樣化以管理投資產生的價格風險。敏感度分析由管理層進行，有關詳情請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註3.3(a)。

信貸風險

信貸風險按組合基準管理。我們的信貸風險主要來自金融資產、現金及現金等價物、受限制現金存款及貿易及其他應收款項。該等結餘的賬面值指我們就該等資產所面臨的最大信貸風險。

為降低信貸風險，管理層已委任一支負責確定信貸限額、信貸審批及其他監督程序的團隊，以確保採取跟進措施收回逾期債務。此外，我們在報告期末審查每一筆個別債務的可收回金額，以確保對不可收回金額作出足夠的減值虧損。就此而言，我們的管理層認為，我們的信貸風險已大幅度降低。

我們的兩類金融資產處於香港財務報告準則第9號新預期信貸虧損模式的適用範圍內，包括貿易應收款項以及長期應收款項及其他應收款項。儘管現金及現金等價物、按攤銷成本計量的其他金融資產及應收票據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。我們的管理層已根據客戶的背景及信譽、歷史償還記錄及過往經驗評估預期信貸虧損。我們的管理層亦考慮外部評級機構報告指出的違約率及違約損失，以及可能影響客戶償還未償還結餘的能力的前瞻性資料。與已知面臨財務困難或對收回應收款項產生重大疑慮的客戶有關的貿易應收款項被視為面臨較大違約風險，須單獨進行測試。

按該基準，截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日釐定貿易應收款項及其他應收款項的虧損撥備。

流動資金風險

為管理流動資金風險，管理層根據預期現金流量監測本集團流動資金儲備以及現金及現金等價物的滾動預測。本集團預期透過內部產生的運營現金流量為未來的現金流量需求提供資金。

下表根據財務狀況表日期至合約到期日的剩餘期限按有關到期組別分析我們的金融負債。表中所披露的金額為合約非貼現現金流量。

	按要求或一年內	一至兩年	兩至五年	總計
		(以人民幣千元計)		
截至2019年12月31日				
貿易及其他應付款項[1]	122,416	–	–	122,416
租賃負債	1,125	665	980	2,770
總計	123,541	665	980	125,186
截至2020年12月31日				
貿易及其他應付款項[1]	53,856	–	–	53,856
租賃負債	1,843	981	377	3,201
總計	55,699	981	377	57,057

	按要求或一年內	一至兩年	兩至五年	總計
		(以人民幣千元計)		
截至2021年12月31日				
貿易及其他應付款項[1]	30,378	–	–	30,378
借款及應付利息	6,023	5,734	10,603	22,360
租賃負債	3,694	1,203	–	4,897
附帶贖回權利的金融工具	163,520	–	–	163,520
總計	203,615	6,937	10,603	221,155
截至2022年12月31日				
貿易及其他應付款項[1]	45,952	–	–	45,952
借款及應付利息	5,734	5,447	5,156	16,337
租賃負債	2,059	231	–	2,290
附帶贖回權利的金融工具	178,654	–	–	178,654
總計	232,399	5,678	5,156	243,233

附註：

(1) 不包括應付薪資及員工福利以及其他應付稅項。

物業估值

於最後可行日期，我們於位於中國江蘇省昆山市的兩項物業中擁有權益，該兩項物業正用作或預期用作我們的員工宿舍及辦公室物業。獨立物業估值師仲量聯行企業評估及諮詢有限公司已對我們截至2023年3月31日的物業權益進行估值。有關詳情，請參閱本招股章程附錄三的物業估值報告。

下表載列我們截至2022年12月31日的物業權益的賬面值(反映於本招股章程附錄一所載我們的綜合財務報表內)與截至2023年3月31日該等物業權益的市值(於本招股章程附錄三物業估值報告(「**估值報告**」)內披露)的對賬。

	人民幣千元
截至2022年12月31日我們的物業權益的賬面淨值(經審計)	
計入物業、廠房及設備的樓宇	53,399
購買辦公室物業的預付款項*(附註1)*	50,421
	103,820
2022年12月31日至2023年3月31日期間的變動(未經審計)	
減：折舊(未經審計)	(409)
截至2023年3月31日我們的物業權益的賬面淨值(未經審計)	103,411
加：除稅前估值盈餘	4,589
估值報告所載截至2023年3月31日我們的物業權益的市值*(附註2)*	108,000

附註：

1. 截至2022年12月31日，將用作我們的辦公室物業(「**辦公室物業**」)的物業尚未交付予我們，因此，有關物業的賬面淨值錄作2022年我們的綜合財務報表其他非流動資產項下的預付款項。

2. 截至2023年3月31日，辦公室物業的業權尚未歸屬於我們，因此，於估值報告內，辦公室物業並無攤佔商業價值。根據估值報告，辦公室物業截至2023年3月31日的市值估計為人民幣52.0百萬元，此乃假設我們已獲得相關業權證書並有權自由轉讓、租賃、按揭或以其他方式處置該物業。

股息政策及可分派儲備

股息政策

我們是根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的派付及金額亦將取決於能否自附屬公司收到股息。中國法律規定僅可自根據中國會計原則計算之年內溢利派付股息，而中國會計原則於若干方面有別於其他司法權區的一般公認會計原則(包括香港財務報告準則)。中國法律規定外商投資企業須提取至少10%的除稅後利潤作為法定公積金，直至法定公積金累積金額達到該等企業註冊資本(如有)的50%或以上，以為其法定公積金撥資，而法定公積金不得用作現金股息分派。

向股東作出的股息分派於有關股息獲股東或董事(如適用)批准期間確認為負債。於往績記錄期間，我們向股東宣派股息20,000,000港元。此外，於2023年6月13日，我們向當時股東宣派特別股息60.0百萬港元，預計將於上市前支付。我們並無任何股息政策，且除上述特別股息外，我們現時並無計劃於可見將來向股東派付任何股息。宣派及派付任何股息的決定須經董事會酌情批准。此外，任何財政年度的末期股息須經股東批准方可宣派。據我們有關開曼群島法律的法律顧問所告知，根據開曼群島法律，股息可以溢利或股份溢價賬進賬額派付，而累計虧損狀況不一定會限制我們向股東宣派及派付股息，是由於不論盈利能力如何，我們仍可自股份溢價賬進賬額宣派及派付股息，惟緊隨派付有關股息後，本公司能夠償還於日常業務過程中的到期債務。

董事會將於決定是否宣派及派付股息時考慮以下因素：

- 經營業績；
- 現金流量；
- 財務狀況；
- 股東權益；
- 整體業務狀況及策略；
- 資金要求；
- 相關法律要求；及
- 董事會認為相關的其他因素。

可分派儲備

本公司於2020年1月3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，請參閱本招股章程附錄一所載會計師報告附註24及25。

上市開支

上市開支指專業費用、包銷佣金及上市及全球發售產生的其他費用。按發售價每股發售股份4.25港元計算，上市開支總額(包括包銷佣金)估計約為人民幣87.4百萬元，相當於全球發售所得款項總額的約18.4%。上市開支總額中，預計約人民幣78.4百萬元將由我們承擔及預計約人民幣9.0百萬元將由售股股東承擔。我們將承擔的上市開支包括(i)包銷佣金約人民幣14.7百萬元，及(ii)非包銷相關開支約人民幣63.7百萬元，其中包括(a)向獨家保薦人、法律顧問及申報會計師支付之費用及開支約人民幣40.9百萬元；及(b)其他費用及開支約人民幣22.8百萬元。

直至2022年12月31日，我們已就全球發售產生上市開支人民幣36.8百萬元，其中人民幣28.5百萬元自我們的綜合全面收益表扣除，而人民幣8.3百萬元於綜合財務狀況表列作預付款項，並將於上市後作為自權益扣減入賬。我們估計我們將進一步產生額外上市開支人民幣41.6百萬元(包括包銷佣金人民幣14.7百萬元，假設超額配股權並無獲行使)，其中人民幣30.4百萬元預期自我們的綜合全面收益表扣除，而人民幣11.2百萬元預期於上市後自權益扣除。我們的董事預期有關開支並不會對我們的經營業績造成重大影響。

未經審計備考經調整有形資產淨值

以下本集團未經審計備考經調整有形資產淨值報表乃根據上市規則第4.29條編製，僅供說明之用，載列於下文以說明全球發售對本公司股東截至2022年12月31日應佔本集團有形資產淨值的影響，猶如全球發售已於2022年12月31日進行(假設超額配股權未獲行使)。

本未經審計備考經調整有形資產淨值報表僅供說明而編製，且由於其假設性質使然，未必能反映本集團於2022年12月31日或全球發售後任何未來日期綜合有形資產淨值的真實狀況。其乃根據本集團會計師報告(全文載於本招股章程附錄一)所載本集團於2022年12月31日的綜合資產淨值編製，並作出下述調整。未經審計備考經調整有形資產淨值報表並不構成會計師報告的一部分。

	本公司股東於2022年12月31日應佔本集團的經審計綜合有形資產淨值	**於全球發售後與終止贖回權利有關的綜合有形資產淨值的估計影響**	**全球發售估計所得款項淨額**	**本公司股東於2022年12月31日應佔未經審計備考經調整有形資產淨值**	**未經審計備考經調整每股有形資產淨值**	
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣元*	*港元*
	(附註1)	*(附註2)*	*(附註3)*		*(附註4)*	*(附註5)*
根據發售價每股股份4.25港元計算	229,670	178,654	244,371	652,695	0.82	0.93

附註：

(1) 本公司股東於2022年12月31日應佔經審計綜合有形資產淨值摘錄自本招股章程附錄一所載的會計師報告，乃基於本公司股東於2022年12月31日應佔本集團的經審計綜合資產淨值人民幣233,542,000元，並就本公司股東於2022年12月31日的應佔無形資產人民幣3,872,000元(不包括本集團非控股權益應佔無形資產部分人民幣6,000元)作出調整。

(2) 根據與Bradbury Private Investment III Inc.(「**Bradbury**」)訂立的首次公開發售前投資協議，Bradbury獲授贖回權利，據此本公司將向Bradbury購回全部股份，前提是我們的股份未能於2021年12月31日或之前於聯交所主板上市。根據首次公開發售前投資協議，贖回權利於緊接本公司提交上市申請前暫停，並將於本公司撤回上市申請、本公司上市申請被拒絕、本公司上市程序終止或上市申請因任何原因失效(以較早者為準)時自動恢復。如本招股章程附錄一所載，該贖回權利在於2022年12月31日的綜合財務狀況表中確認為金融負債。贖回權利將在全球發售時自動終止。因此，就未經審計備考經調整有形資產淨值報表而言，本公司股東應佔本集團未經審計備考經調整綜合有形資產淨值已增加人民幣178,654,000元，即於2022年12月31日附帶贖回權利的金融工具的賬面值。

(3) 全球發售估計所得款項淨額乃根據發售價每股股份4.25港元，於扣除本公司應付的包銷費用及其他相關開支(不包括上市開支約人民幣28,487,000元，其已於2022年12月31日前入賬綜合全面收益表)後，且並無計及於行使超額配股權後可能發行的任何股份、根據首次公開發售前購股權計劃可能發行的任何股份或本公司根據一般授權可能發行或購回的任何股份計算。

(4) 每股未經審計備考有形資產淨值乃於作出前述文段所指的調整後及根據800,000,000股已發行股份計算(假設資本化發行及全球發售已於2022年12月31日完成但並無計及於行使超額配股權可能發行的任何股份、根據首次公開發售前購股權計劃可能發行的任何股份及本公司根據一般授權可能發行或購回的任何股份)。

(5) 就本未經審計備考經調整每股有形資產淨值而言，以人民幣列示的金額換算為港元乃按1.00港元兑人民幣0.8805元的匯率計算。概不表示人民幣已按、可能已按或可按該匯率換算為港元，反之亦然。

(6) 概無作出任何調整以反映本集團於2022年12月31日之後訂立的任何買賣結果或其他交易。尤其是，上述未經審計備考經調整有形資產淨值並未計及本公司董事會於2023年6月13日宣派的特別股息60,000,000港元。倘特別股息60,000,000港元已於2022年12月31日宣派，於2022年12月31日，本公司權益持有人應佔本集團未經審計備考經調整綜合有形資產淨值將為約人民幣599,865,000元，而於2022年12月31日，本公司權益持有人應佔本集團未經審計備考經調整每股綜合有形資產淨值將為人民幣0.75元(相當於0.85港元)。

根據上市規則第13.13條至第13.19條須予披露的事項

董事已確認，截至最後可行日期，概無任何情況令我們須遵守上市規則第十三章第13.13至13.19條以致須按照上市規則第13.13至13.19條作出披露規定。

營運資金確認

經考慮我們目前可供動用之財務資源(包括現有借款、現金及現金等價物、營運所得現金及全球發售之估計所得款項淨額)，董事認為，我們具備充足營運資金以應付其目前的需要，即自本招股章程日期起計至少未來十二個月的需要。

無重大不利變動

經審慎周詳考慮後，董事確認，直至本招股章程日期，自2022年12月31日(即本招股章程附錄一所載會計師報告所報告期間的截止日期)以來，我們的財務或貿易狀況、債務、按揭、或然負債、擔保或前景並無任何重大不利變動，且自2022年12月31日以來亦無任何事件對本招股章程附錄一會計師報告所載資料造成重大影響。

未來計劃及所得款項用途

我們擬根據本招股章程「業務—我們的戰略及未來計劃」一節所載策略拓展業務。

所得款項用途

我們估計，我們將自全球發售獲得的所得款項淨額(經扣除估計包銷費用及我們就全球發售應付的開支及按發售價每股發售股份4.25港元計算)將約為245.2百萬港元(假設超額配股權未獲行使)。

下表載列我們所得款項擬定用途的預期實施時間表：

	截至12月31日止年度			
	2023年	**2024年**	**2025年**	**總計**
		(以百萬港元計)		
多元化產品組合	**5.0**	**24.2**	**29.2**	**58.4**
研發食品及飲品	–	8.9	12.2	21.1
研發護膚品	–	8.9	10.5	19.4
研發其他新產品線	2.9	3.6	3.7	10.2
研發專有IP相關的產品	2.1	2.8	2.8	7.7
增加在MCN上的品牌曝光率及產品銷售	**2.9**	**26.0**	**46.2**	**75.1**
與選定的KOL合作及／或在KOL的直播帶貨中投放銷售廣告	–	14.3	28.6	42.9
開發專有直播節目及培養KOL及KOC	2.9	11.7	17.6	32.2
創建獨有的明星IP及相關IP內容	**–**	**34.1**	**34.0**	**68.1**
IP內容創作	–	22.7	22.7	45.4
活動策劃	–	11.4	11.3	22.7
升級我們的IT基礎設施及增加對IT開發的投資	**3.6**	**9.6**	**17.0**	**30.2**
營運資本	**2.6**	**5.4**	**5.4**	**13.4**
總計	14.1	99.3	131.8	245.2

我們擬將我們自全球發售獲得的有關所得款項淨額用於以下用途：

(1) 約58.4百萬港元(相當於約人民幣51.4百萬元，佔全球發售所得款項淨額的23.8%)將用於多元化產品組合。於往績記錄期間，我們的收入主要來自*魔胴*咖啡的銷售，即自其於2019年在全國範圍內分銷起為我們的主要產品。展望未來，我們相信，為進一步加快我們的增長，我們的產品供應將多元化，以吸引不斷擴大的終端消費者群體及分銷渠道。隨著我們研發能力的擴大以及與第三方機構的合作，我們計劃於截至2025年12月31日止三個年度進一步推出不少於30款食品及飲品以及30款護膚品。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的戰略及未來計劃」一節。特別是，我們多元化產品組合的計劃包括：

- 約21.1百萬港元(相當於約人民幣18.6百萬元，佔全球發售所得款項淨額的8.6%)將用於研發食品及飲品，特別是健康管理或低碳水化合物食品及飲品，通過下列方法加強我們在基礎研究、應用研究及產品創新方面的能力，如與研究機構合作研發配方、配料、食品加工技術及不同成分或產品的營養與健益的研究及擴充內部研發人員及設備。尤其是，我們計劃：

  (a) 未來三年合共斥資人民幣9.7百萬元，以於2023年增聘七名僱員專注於我們的食品及飲品研發；

  (b) 於截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度分別花費約人民幣1.5百萬元、人民幣2.2百萬元及人民幣3.7百萬元購買設備及原材料，如滅菌器、離心機、粘度計等用於食品應用的設備；及

  (c) 我們擬繼續與衡美集團及其他機構就我們的部分在研產品進行合作及我們預期截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度各年將分別就該等合作、質量檢測及其他附加費產生人民幣1.5百萬元、人民幣2.5百萬元及人民幣3.4百萬元。例如，我們已與擁有食品科學及技術部門的大學進行討論，該等大學具備開發預包裝食品配料的技術及其他與我們業務相關的技術，該等技術將使我們能夠增強我們的現有產品供應。在該等機構的協助及投入下，我們的目標是開發在口味、營養價值或功能方面具有競爭力及獨特性的食品，該特性將使我們更與眾不同，使我們的競爭對

手或侵權者更難模仿我們的產品。在與該等機構合作時，我們將與各機構訂立技術開發及／或技術服務合約，據此，就該等合作支付的費用將按公平原則及個別基準釐定，而據此開發的技術成果及其中所載的知識產權將由本集團與該機構共同擁有，或由該機構擁有，據此，我們保留在我們的產品中實施該等技術的權利。

2023年至2025年，我們就此產生的總支出預計約為27.8百萬港元，其中21.1百萬港元將由所得款項淨額支付，6.7百萬港元將由我們的內部資源或外部融資(倘有必要)支付。截至最後可行日期，我們已經開始研發各種在研產品，該等產品將根據我們的業務計劃逐步推出。有關我們在研產品的詳情，請參閱本招股章程「業務－我們的業務－新零售業務－在研產品」一節；

- 約19.4百萬港元(相當於約人民幣17.1百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的7.9%)將用於研發護膚品，包括與研究機構合作研發食譜或配料，以及擴充內部研發人員及設備。尤其是，我們計劃：

  (a) 於未來三年合共斥資人民幣9.1百萬元以於截至2023年及2024年12月31日止年度各年分別增聘四名及兩名僱員，專注於我們護膚品的研發；

  (b) 斥資約人民幣1.5百萬元以與知名研究機構、OEM及其他公司合作，為我們的護膚品開發更獨特的活性成分。例如，於往績記錄期間，我們與科學家合作開發*摩肌博士*子品牌下的若干護膚產品，該產品使用一種通過重組方法生產的膠原蛋白。我們將不斷開發及推出我們現有品牌*茶小姐*及*摩肌博士*下的新產品以及未來將推出的新品牌，以鼓勵我們的客戶及終端消費者的重複購買；及

  (c) 我們將與第三方機構(如大學、化粧品及美容解決方案提供商及測試機構)探討與配方研發以及化粧品及美容產品測試相關的各種機會。預計新產品研發投入人民幣2.5百萬元、人民幣3.7百萬元及人民幣4.7百萬元，包括(i)市場可比性研究、配方評估、包裝材料設計等前期開發成本；(ii)試生產及通過消費者試用調查進行調查的研究及測試成本；(iii)測試成本；及(iv)就產品功效驗證支付予第三方的費用，如我們的研發部門於截

至2023年、2024年及2025年12月31日止年度各年進行的毒理學測試、臨床試驗以及消費者調查及設備測試，主要用於測量、比較及評估每種產品的特性並確保護膚產品安全有效。

2023年至2025年，我們就此產生的總支出預計約為24.4百萬港元，其中19.4百萬港元將由所得款項淨額支付，5.0百萬港元將由我們的內部資源或外部融資(倘有必要)支付；

- 約10.2百萬港元(相當於約人民幣9.0百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的4.2%)，將用於研發其他新產品線。我們計劃將我們的產品組合多樣化至其他類別，如寵物食品、寵物玩具、幼兒早期教育及其他相關產品。我們將在2023年招聘四名新僱員，以探索我們的多元化選擇，未來三年，該等新聘員工的成本合計將為人民幣5.5百萬元。在未來三年亦將產生測試及消費者調查以及抽樣等其他費用人民幣3.5百萬元；及

- 約7.7百萬港元(相當於約人民幣6.8百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的3.1%)將用於研發與專有IP相關的產品。基於我們現有的IP及資源，例如我們與方先生的合作以及我們對*周同學*及*茶小姐*商標的所有權，我們計劃在此基礎上建立並創造新的產品品種，如具有濃厚中國傳統特色的文創產品，包括與方先生創作的詩歌及書法相通的茶、陶藝及中國傳統服飾。我們將在2023年招聘三名新僱員，以探索我們的多元化選擇，截至2025年12月31日止三個年度，該等新聘員工的成本合計將為人民幣3.9百萬元。於截至2025年12月31日止三個年度，IP的研發及註冊、抽樣及市場營銷方面亦將產生開支人民幣2.9百萬元。

(2) 約75.1百萬港元(相當於約人民幣66.1百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的30.6%)將用於增加我們在MCN上的品牌知名度並推動產品銷售，特別是：

- 約42.9百萬港元(相當於約人民幣37.8百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的17.5%)將用於與選定的KOL合作及／或在KOL的直播帶貨中投放銷售廣告。

隨著在線視頻平台引入電子商務功能及提供一站式在線購物業務，該等平台上的熱門主播及KOL可通過向更廣泛的終端消費者提供沉浸式購物體驗更有效地向彼等介紹產品。我們相信，最近對直播市場的監管收緊將提高其內容及內容提供商的質量，並提高其在消費者中的信譽。因此，從長遠來看，優質及守法的網紅及主播將受益於有關政策變動。

我們計劃支出約人民幣25.2百萬元及人民幣18.9百萬元以分別與一線主播(粉絲超過10百萬人的直播主播)及二線主播(粉絲達5百萬人至10百萬人的直播主播)合作。董事認為，中國的直播主播通常對各直播帶貨環節的「時段」收取固定費用，並自該時段產生的總銷售額中收取若干百分比的佣金。各時段通常涉及一種產品的推廣且每個直播帶貨環節可能有多個時段。部分直播主播亦可能按小時收費。於2021年，我們聘請中國一位著名的時尚網紅為我們的產品進行直播帶貨，總成本為人民幣380,000元。根據我們獲得的初步報價，1個直播帶貨時段的固定費用一般(就擁有10百萬人以上粉絲的主播而言)介乎人民幣100,000元至人民幣350,000元及(就擁有5百萬人至10百萬人粉絲的主播而言)介乎人民幣50,000元至人民幣100,000元。於截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度各年，我們預計將分別斥資人民幣3.6百萬元、人民幣7.2百萬元及人民幣14.4百萬元以一線主播獲取不少於30、60及120場直播帶貨時段；且我們預計分別斥資人民幣2.7百萬元、人民幣5.4百萬元及人民幣10.8百萬元以自二線主播獲得不少於30、60及120場直播帶貨時段。由於知名主播提供的每個直播帶貨時段通常僅涉及一個產品的推廣，為說明目的，假設我們將每週組織直播帶貨以推廣三到九個產品，我們預計每月將購買約5到20個直播帶貨時段，每年大約有60到240個直播帶貨時段。即將舉行的直播環節的實際時間表將受到各種因素的影響。例如，當有特殊活動(例如新產品發佈、節日及其他促銷活動)時，我們可能會安排額外的直播帶貨。

考慮到我們產品組合的預期擴充及將推出新產品的數目，且鑒於預期擴充產品組合，我們認為，我們未來三年將予收購直播帶貨時段的估計數目實屬公平合

理，並符合我們的業務增長。我們可能會通過簽訂長期框架協議與二線主播進行定期合作，該協議可能會訂明將舉行直播帶貨的平台及賬號、確定我們就我們產品獲提供的直播帶貨時段應付費用的機制、訂約方協定的付款條件及其他條款。我們相信，我們與如此龐大的KOL群體進行密切合作，可幫助我們提高營銷效率及效果以及我們的品牌價值，作為回報，我們可授權彼等使用我們的明星IP(例如*周同學*)及／或向彼等提供機會與我們合作的明星或我們的專有IP聯合推廣彼等的渠道，以幫助彼等保持知名度並吸引更多粉絲。我們擬在上市後加大力度推動MCN上的產品銷售，原因為有關策略需要在短期內投入大量前期成本。然而，一旦我們能夠在此類營銷渠道中建立業務據點，我們便可加強我們在現有消費者中的定位並吸引新消費者，尤其是熱衷於此類新購物模式及體驗的年輕人。2024年至2025年，我們就此產生的總支出預計約為50.1百萬港元，其中42.9百萬港元將由所得款項淨額支付，7.2百萬港元將由我們的內部資源或外部融資(倘有必要)支付；及

- 約32.2百萬港元(相當於約人民幣28.4百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的13.1%)將用於發展我們自身的直播節目(包括運營直播賬號及創建直播內容)，以及培養KOL及KOC，以用於產品推廣。我們計劃：

  (a) 斥資約人民幣14.2百萬元以通過我們的專有社交媒體賬戶進行直播。我們擬於未來三年在三、六及九個自有賬戶中開展此類活動。該等資金將用於每年為每個自有賬戶製作多達40個視頻及／或直播，用於吸引觀眾營銷及推廣我們的專有IP及產品；及

  (b) 花費合計約人民幣14.2百萬元以於未來三年各年培育3個新的專有KOL賬戶以加強我們的廣告信息以及營銷及促銷力度。我們計劃透過與明星合作或透過我們現有的分銷網絡自行培養KOL，因為我們能夠更好地瞭解彼等以前在社交媒體上的行為及活動，從而更容易識別在目標終端消費者中更受歡迎並符合我們品牌形象的人士。基於向其提供的支持、指導及培訓，我們培育的該等KOL及KOC可以主持其自身的直播帶貨，以推廣及銷售我們的產品以及其他業務合作夥伴提供的產品。

(3) 約68.1百萬港元(相當於約人民幣60.0百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的27.8%)將用於創作獨有的明星IP及相關IP內容，具體情況如下：

- 約45.4百萬港元(相當於約人民幣40.0百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的18.5%)將用於各媒體的IP內容創作。其可為傳統媒體上的娛樂節目，包括*周遊記*的後續劇季及劇集。於截至2024年及2025年12月31日止年度各年，我們預計每年拍攝一季*周遊記*或其他具有類似演員陣容或製作預算的節目的費用約為人民幣30百萬元，未來三年合共將達到人民幣60.0百萬元。該金額乃參考我們於策劃*周遊記*1所產生的成本約人民幣106百萬元而釐定，並因我們根據過往經驗識別出若干更經濟的領域而貼現，而任何不足將由我們的內部資源或外部融資(如有必要)彌補。

- 約22.7百萬港元(相當於約人民幣20.0百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的9.3%)將用於活動策劃，包括於截至2024年及2025年12月31日止年度各年策劃兩場巨星行動超級夜，這通常需要每場演唱會高達人民幣10百萬元的前期投資，包括確保明星演出、場地、音響及燈光設備以及舞台工程業務所需的預付款項。該金額乃參考湛江超級巨星演唱會及寧波巨星行動超級夜的規模及產生的開支而釐定。該等音樂會過往證明為我們增加品牌曝光率及促進新零售業務銷售的良機。我們亦可以就該等音樂會協調自身的宣傳活動。2024年至2025年，我們就此產生的總支出預計約為46.4百萬港元，其中22.7百萬港元將由所得款項淨額支付，23.7百萬港元將由我們的內部資源或外部融資(倘有必要)支付。

(4) 約30.2百萬港元(相當於約人民幣26.6百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的12.3%)將用於升級我們的IT基礎設施及增加對IT開發的投資。我們計劃將花費：

(i) 約人民幣11.0百萬元以於截至2025年12月31日止三個年度各年為我們的內部IT開發團隊額外聘用約6名、3名及1名IT專業人員，彼等將主要負責我們項目管

理及數據庫管理軟件的開發以及數字原型設計。鑒於產品種類增加及本集團展開的輔助銷售及市場推廣活動，該等僱傭計劃乃屬必要，以補充支持該等產品及活動不時提出的各種IT技術需要及要求；

(ii) 約人民幣14.0百萬元於截至2025年12月31日止三個年度將根據第三方信息技術解決方案提供商就實施ERP系統所報的費用支銷，用於實施ERP系統，該系統將整合我們的營運管理及財務管理功能，並提升我們的經營效率，增強我們執行信息分析的能力以支持我們的業務增長，監控及控制供應鏈相關事宜，並改善預算控制及進行成本分析。鑑於我們的擴展計劃，ERP系統將有助於我們各種管理系統的高層次系統整合，以改善我們未來的業務運營。隨著預期將予銷售的在研產品增加及分銷網絡隨之增加，ERP系統可自動準確及同步匯總各種數據，從而減少不準確之處，可促進我們業務的長遠可持續發展。ERP系統的實施將分階段完成，預計2025年完成；及

(iii) 截至2025年12月31日止三個年度合計約人民幣1.6百萬元用於購置硬件(例如計算機以及開發及測試設備)、軟件(例如辦公自動化系統、客戶服務系統、數據管理系統、財務管理系統及其他日常業務解決軟件)以及支付其他雜項開支。

考慮到我們現有的IT系統較為基礎，可能無法支持我們預期的分銷渠道擴展、銷售訂單增加及產品多樣性，我們認為，上述硬件及軟件投資對於滿足我們計劃的業務擴張及預期的員工增長至關重要。我們亦預期上述投資將使我們的內部財務管理有能力處理未來更大數量的交易。

(5) 約13.4百萬港元(相當於約人民幣11.8百萬元)(佔全球發售所得款項淨額的5.5%)將用作營運資金。

倘超額配股權獲悉數行使，我們將自全球發售收到的所得款項淨額將增至約321.9百萬港元。我們擬將行使超額配股權的其他所得款項淨額按比例用於上述用途。

按發售價每股發售股份4.25港元計算，經扣除估計包銷佣金後，銷售股份(即合共48,000,000股股份)的所得款項淨額將約為193.8百萬港元。銷售股份的所得款項淨額將僅屬於售股股東而不屬於本公司。

所得款項用途的執行時間表將參照(i)我們各項業務的資本需求；(ii)相關項目的發展計劃、性質及實際進度；及(iii)我們投資及收購磋商程序所處的階段釐定，並將根據我們的業務需求不時作出調整。

倘全球發售所得款項淨額並無即時用作上述用途，或倘我們未能如期實施計劃的任何部分，在相關法律法規允許的範圍內，我們僅會以短期計息存款存入認可財務機構及／或持牌銀行(定義見證券及期貨條例或中國適用法律及法規)的形式持有該等資金。在此情況下，我們將遵守上市規則的適當披露規定。

基石配售

我們已與下文所載該等基石投資者(各為一名「**基石投資者**」，及統稱「**該等基石投資者**」)訂立該等基石投資協議(各為一份「**基石投資協議**」，及統稱「**該等基石投資協議**」)，據此，該等基石投資者已同意根據若干條件按發售價認購總額約18.0百萬美元(約140.0百萬港元)(不包括經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費)可購買的若干數目的發售股份(向下約整至最接近每手500股股份的完整買賣單位)(「**基石配售**」)。

假設發售價為4.25港元(即發售價)，該等基石投資者將予認購的發售股份總數為26,061,500股發售股份，約佔(i)發售股份的20.6%(假設超額配股權未獲行使且並不計及因行使購股權計劃項下的購股權而可能發行的任何股份)；(ii)發售股份的17.9%(假設超額配股權獲悉數行使且並不計及因行使購股權計劃項下的購股權而可能發行的任何股份)；(iii)緊隨全球發售完成後已發行股份的3.3%(假設超額配股權未獲行使且並不計及因行使購股權計劃項下的購股權而可能發行的任何股份)；及(iv)緊隨全球發售完成及悉數行使超額配股權後已發行股份的3.2%(並不計及因行使購股權計劃項下的購股權而可能發行的任何股份)。

實際將向該等基石投資者配發的發售股份數目詳情將於本公司將於2023年7月12日或前後公佈的配發結果公告中披露。

基石配售將構成國際發售的一部分，而該等基石投資者將不會認購全球發售項下的任何發售股份(根據基石投資協議除外)。該等基石投資者將予認購的發售股份將於所有方面與已發行繳足股份享有同等地位，且將根據上市規則第8.08條計入本公司的公眾持股量。緊隨全球發售完成後，該等基石投資者將不會成為本公司的主要股東，亦無基石投資者將於本公司擁有任何董事會代表。除按最終發售價保證分配相關發售股份外，與其他公眾股東相比，該等基石投資者於基石投資協議中並無享有任何優先權，且基石投資者或其任何聯屬人士、董事、高級職員、僱員、代理或代表概無於全球發售中自本公司、本集團任何成員公司或彼等各自的任何聯屬人士、董事、

高級職員、僱員、代理或代表接受或訂立任何協議或安排以通過附函或其他方式接受任何直接或間接利益，或以其他方式從事任何不符或違反指引信HKEX-GL51-13的行為或活動。經各基石投資者確認，(i)彼等各自根據基石配售進行的認購將由其自身的內部資源撥付資金；及(ii)已獲得與其就基石配售認購相關發售股份有關的所有必要批准。

根據上市規則第8.08(3)條，於上市日期由公眾人士持有的股份中，由持股量最高的三名公眾股東實益擁有的百分比不得超過50%。按發售價計算，將配發予基石投資者的股份總數將為26,061,500股發售股份，相當於發售股份約20.6%（假設超額配股權未獲行使）及於緊隨全球發售完成後已發行股份約3.3%（假設超額配股權未獲行使），因此，符合上市規則第8.08(3)條的規定。

該等基石投資者將予認購的發售股份總數可能受到本招股章程「全球發售的架構－香港公開發售－重新分配」一段所述的國際發售與香港公開發售之間發售股份的重新分配的影響。有關超額配股權的詳情，請參閱本招股章程「全球發售的架構－超額配股權及穩定價格」一段。

根據基石投資協議，概不會延遲交付或遞延結算基石投資者將予認購的發售股份且基石投資者將予認購的發售股份付款將於上市或之前結算。

下表概述基石配售的詳情：

		根據發售價計算				
			假設超額配股權未獲行使（並不計及因行使購股權計劃項下的購股權而可能發行的任何股份）		假設超額配股權獲悉數行使（並不計及因行使購股權計劃項下的購股權而可能發行的任何股份）	
	投資金額	將予認購的發售股份數目[1][2]	佔發售股份的百分比	佔緊隨全球發售完成後已發行股份的百分比	佔發售股份的百分比	佔緊隨全球發售完成後已發行股份的百分比
Blink Field	15百萬美元	20,570,000[3]	16.2%	2.6%	14.1%	2.5%
網龍	3百萬美元	5,491,500	4.3%	0.7%	3.8%	0.7%

附註：

(1) 可向下約整至最接近每手500股股份的完整買賣單位。

(2) 根據本招股章程「有關本招股章程及全球發售的資料」一節所載的匯率1.00美元兑7.78港元計算。

(3) 根據上市規則第8.08(3)條，在上市日期，公眾持有我們的股份不超過50%，可由我們的三大公眾股東實益擁有。上市後公眾持有我們的股份總數將為212,139,002股股份(假設超額配股權未獲行使及並不計及因行使購股權計劃項下的購股權而可能發行的股份)，及由於何先生及Bradbury於上市後將分別於45,513,546股及39,985,456股股份中擁有權益，因此將成為我們的兩大公眾股東，因此，預計Blink Field將成為我們的第三大公眾股東，不得認購超過20,570,000股發售股份(經向下約整至最接近每手500股股份的完整買賣單位)。因此，獨家保薦人、獨家整體協調人及本公司已根據彼等於基石投資協議項下的權利對配發予Blink Field的發售股份數目進行調整。根據發售價計算，Blink Field將支付的最終投資金額將下調至約11.2百萬美元(約87.4百萬港元的等值美元)，剩餘投資金額將退還予Blink Field。

我們的基石投資者

下文所載有關該等基石投資者的資料乃由該等基石投資者就基石配售而提供。

1. Blink Field

Blink Field Limited(「**Blink Field**」)為一間於英屬處女群島成立的有限公司，由張源先生全資擁有。經Blink Field確認，其已就投資本公司取得所有必要批准。

我們在日常業務過程中通過我們的業務網絡結識張源先生。

張源先生具備豐富的投資經驗，其中，江蘇步步高置業有限公司(一家於中國成立的有限責任公司，截至最後可行日期的註冊資本約為人民幣1,762百萬元)及蘇州步步高投資發展有限公司(一家於中國成立的有限責任公司，截至最後可行日期的註冊資本為人民幣916百萬元)(均為主要從事物業發展的公司)各由張源先生持有30%的控制權。

2. 網龍

NETDRAGON WEBSOFT INC.(「**網龍**」)為一間於2003年於英屬處女群島註冊成立的有限公司。網龍為網龍網絡控股有限公司(聯交所上市公司，股份代號：777)的全資附屬公司。網龍

網絡控股有限公司主要從事網絡及手機遊戲開發，包括遊戲設計、編程與繪圖，網絡及手機遊戲的營運、教育業務、移動解決方案、產品及營銷業務以及物業項目業務。經網龍確認，網龍網絡控股有限公司於本公司的投資不需要獲得聯交所或其股東的批准。

我們在日常業務過程中通過我們的業務網絡結識網龍。

我們認為，藉助該等基石投資者的背景，基石配售將有助於提升本公司的形象。我們亦相信，此表明該投資者對我們業務及前景充滿信心，將進一步加強投資者及客戶對我們業務及前景的信心。

據我們所盡知，(i)該等基石投資者各自為獨立第三方且並非我們的關連人士；(ii)該等基石投資者各自並非習慣於接受本公司或其任何附屬公司、董事、我們的最高行政人員、控股股東、主要股東或現有股東，或彼等各自緊密聯繫人有關(其中包括)發售股份的收購、出售、表決或任何其他處置的任何指示；及(iii)該等基石投資者認購發售股份的資金均非本公司或其附屬公司、董事、我們的最高行政人員、控股股東、主要股東或現有股東，或彼等各自緊密聯繫人提供。

完成條件

該等基石投資者根據基石投資協議認購發售股份的責任受限於(其中包括)以下完成條件：

(a) 香港包銷協議及國際包銷協議不遲於其指定的日期及時間訂立、生效及成為無條件(根據彼等各自的原有條款，或其後經協議訂約方協議豁免或修改的條款)，且香港包銷協議及國際包銷協議均未終止；

(b) 本公司、售股股東及獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)已協定發售價；

(c) 上市委員會已批准股份(包括該等基石投資者將予認購的發售股份)上市及買賣，並授出其他適用豁免及批准，且有關批准、許可或豁免於股份在聯交所開始買賣前並未撤回；

(d) 概無任何政府機關制定或頒佈法律，禁止完成全球發售或當中擬進行的交易，且亦無具司法管轄權的法院發出生效的命令或禁制令阻止或禁止完成該等交易；及

(e) 本公司、該等基石投資者及／或擔保人(視情況而定)根據相關基石投資協議作出的相關聲明、保證、承諾、確認及認可現時於所有方面均屬準確、真實且無誤導成分，且本公司、該等基石投資者及／或擔保人(視情況而定)概無嚴重違反基石投資協議。

有關該等基石投資者進行出售的限制

該等基石投資者各自已同意，並向我們、獨家整體協調人及獨家保薦人承諾，未經我們、獨家整體協調人及獨家保薦人事先書面同意，其不會且將促使其聯屬人士不會於上市日期起計十二個月期間(「**禁售期限制**」)的任何時間直接或間接以任何方式出售其已根據基石投資協議認購的任何發售股份或任何持有發售股份的公司或實體的任何權益，惟於基石投資協議訂明的若干少數情況(例如轉讓予其任何全資附屬公司，而該等全資附屬公司將受與該等基石投資者相同的責任約束，包括禁售期限制)除外。

香港包銷商

民銀證券有限公司
源盛證券有限公司
浦銀國際融資有限公司
第一上海證券有限公司
農銀國際證券有限公司
國泰君安證券(香港)有限公司
交銀國際證券有限公司
興證國際融資有限公司
華盛資本証券有限公司
艾德證券期貨有限公司
南華證券投資有限公司
中泰國際證券有限公司
中國光大證券(香港)有限公司
華福國際證券有限公司
安信國際證券(香港)有限公司
建銀國際金融有限公司
浙商國際金融控股有限公司
華富建業證券有限公司
盈寶證券國際(香港)有限公司
盈立證券有限公司
富途證券國際(香港)有限公司
國農證券有限公司
一盈證券有限公司
軟庫中華金融服務有限公司
利弗莫爾證券有限公司

包銷安排及開支

香港公開發售

香港包銷協議

香港包銷協議於2023年6月28日訂立。根據香港包銷協議，我們根據本招股章程、相關申請表格及香港包銷協議的條款並在其條件規限下，按發售價提呈發售12,664,000股香港發售股份以供香港公眾人士認購。

待上市委員會批准本招股章程所述已發行及將予發行股份(包括因超額配股權獲行使而可能發行的任何額外股份)上市及買賣後，以及在香港包銷協議所載若干其他條件的規限下，香港包

銷商已同意，根據本招股章程、相關申請表格及香港包銷協議的條款並在其條件規限下按各自的適用比例自行或促使認購人認購根據香港公開發售提呈發售但未獲認購的香港發售股份。

香港包銷協議須待(其中包括)國際包銷協議簽訂並成為無條件，且並無根據其條款終止，方可作實。

終止理由

倘於上市日期上午八時正前任何時間出現以下情況，獨家整體協調人(為其本身及代表香港包銷商)可全權酌情向本公司發出書面通知，即時終止香港包銷協議：

(a) 發售文件(定義見香港包銷協議)、操作文件(定義見香港包銷協議)、初步發售通函(定義見香港包銷協議)及／或由本公司或代表本公司就全球發售而刊發或使用的任何通知、公告、廣告、通訊或其他文件(包括根據香港包銷協議發出或使用的任何公告、通函、文件或其他通訊)(包括其任何補充或修訂(「**發售相關文件**」)所載任何聲明於刊發之時在任何重大方面屬於或變得不真實、不正確、不完整或任何方面具誤導性，或任何該等文件所載的任何估計、預測、意見表達、意圖或預期不公正、不誠實，且乃基於參考事實及資料所作的合理假設當時存在的情況；或

(b) 發生或發現任何倘於緊接本招股章程日期前發生或發現會令任何發售相關文件構成重大遺漏或失實陳述的事宜；或

(c) 導致或可能導致本公司或執行董事及控股股東因或與之有關的任何違反、不準確及／或不正確的陳述、保證及承諾，或任何陳述或保證具誤導性及／或本公司、執行董事及控股股東或彼等任何一方根據香港包銷協議及／或國際包銷協議作出的彌償(或倘當時重複)而須承擔任何責任的任何事宜、事件、作為或遺漏；或

(d) 嚴重違反香港包銷協議、國際包銷協議、任何基石協議或任何其他發售相關文件訂約方的責任或承諾(不包括對任何獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、獨家保薦人、香港包銷商或國際包銷商所施加者)；或

(e) 本招股章程「風險因素」一節所載任何風險的任何重大不利變動或涉及預期重大不利變動或實現的任何發展；或

(f) (A)本公司任何執行董事、首席執行官或首席財務官有意辭職或被免職，或(B)本公司或其任何高級人員根據或就香港包銷協議或全球發售而給予獨家整體協調人的任何證書在任何重大方面虛假或誤導，或(C)任何執行董事被控以可公訴罪行或依法遭禁止或因其他原因失去參與公司管理的資格，或(D)任何司法權區的監管、司法、政府或行政機關(包括任何證券交易所)或執法機構或政治團體或組織對任何執行董事開始進行任何申索、法律程序、調查或其他行動，或宣佈有意調查或採取其他行動；或

(g) 本集團任何成員公司違反上市規則或公司條例或任何適用法律或法規，將會或可能對本集團整體業務或財務狀況或前景造成重大不利或重大影響；或

(h) 任何第三方對本集團任何成員公司、執行董事或控股股東的任何訴訟、爭議、法律行動或申索或監管、行政調查或行動將會或可能對本集團整體業務或財務狀況或前景造成重大不利或重大影響；或

(i) 就本集團任何成員公司的清盤或清算提出任何命令或呈請，或本集團任何成員公司與其債權人作出任何重整協議或安排，或訂立債務償還安排，或就本集團任何成員公司的清盤通過任何決議案，或委任臨時清盤人、接管人或管理人接管本集團任何成員公司的全部或部分資產或業務，或本集團任何成員公司發生任何同類事件；或

(j) 本公司因任何理由被禁止根據全球發售的條款配發或發行發售股份(包括因超額配股權獲行使而將予配發及發行的股份)；或

(k) 本招股章程(或與擬認購發售股份有關的任何其他文件)或全球發售的任何方面不符合上市規則或任何其他適用法律；或

(l) 本公司撤回本招股章程及／或申請表格及／或就全球發售刊發或使用的任何其他文件；或

(m) 於批准上市日期或之前，上市委員會拒絕或不批准根據全球發售將予發行或出售的股份(包括根據購股權計劃可能授出的購股權及因超額配股權獲行使而可能發行的額外股份)上市及買賣(惟須遵守習慣條件的情況除外)，或倘授出批准，該項批准其後遭撤回、附帶保留意見(因慣常條件則除外)或暫緩執行；

(n) 本招股章程附錄五「E.其他資料－5.專家資格」一段所列的任何專家(獨家保薦人除外)已撤回就在發行本招股章程時按其於本招股章程所示之形式及文意納入其報告、函件及法律意見(視情況而定)及提述其姓名之同意；或

(o) 訂立國際包銷協議時，累計投標程序的訂單有相當一部分，或任何公司或基石投資者與該等公司或基石投資者簽訂協議後的投資承諾已被撤回、終止或取消，或任何公司或基石投資者不大可能履行其於相關協議項下的責任，或任何基石投資協議被終止；或

(p) 有任何變動或任何發展或任何預期變動或發展已經或將會或可能產生重大不利影響；或

(q) 已發展為、發生、出現或存在下列情況：

(i) 在地方、全國、地區或國際金融、政治、軍事、工業、經濟、財政或市場狀況或氣氛導致或意味著出現變動或涉及潛在變動之發展之任何事件或連串事件(包括但不限於股票及債券市場、貨幣及外匯市場、投資及信貸市場以及銀行同業拆借市場之狀況及氣氛)於香港、開曼群島、英屬處女群島、台灣、中國、美國及歐盟(或任何成員國)或與本集團任何成員公司相關的司法權區(統稱「**相關司法權區**」)發生或影響該等相關司法權區；或

(ii) 在或影響任何相關的任何法院或其他政府主管機關(定義見香港包銷協議)的任何新法律或法規或任何涉及預期變動的變動或發展或任何可能導致任何現有法律或法規的變動或涉及預期變動的任何事件或情況，或任何涉及其詮釋或應用的任何變動或發展；或

(iii) 於或影響任何有關司法權區的任何或一系列不可抗力性質的事件(包括但不限於任何政府行動、宣佈地方、地區、國家或國際緊急情況或戰爭、災難、危機、流行病、疫情、疾病大規模爆發或其升級、疾病變異或惡化(包括但不限於COVID-19、嚴重急性呼吸系統綜合症(SARS)、豬流感或禽流感、H5N1、H1N1、H7N9、埃博拉病毒、中東呼吸系統綜合症及該等相關／變種疾病)、全面制裁、罷工、勞務糾紛、停工、其他工業行動、火災、爆炸、洪水、地震、海嘯、火山爆發、內亂、暴亂、叛亂、公眾騷亂、戰爭行為、天災、恐怖主義行為級(無論是否已承認責任)、政府運作癱瘓、交通中斷或延誤)；或

(iv) 於或影響任何相關司法權區的任何地方、國家、地區或國際敵對行動爆發或升級(不論是否已宣戰)，其他緊急狀態或災難或危機；或

(v) 對(A)一般於聯交所、紐約證券交易所、納斯達克全球市場、上海證券交易所、深圳證券交易所、倫敦證券交易所、新加坡證券交易所買賣的股份或證券實施或宣佈任何暫停、終止、限制(包括但不限於任何最低或最高價格限制或價格範圍的規定)或受限，或(B)對於或影響任何相關司法權區的銀行活動(商業或其他)或外匯交易或證券結算或結算服務實施任何暫停或中斷；或

(vi) 涉及或影響稅收或外匯管制(或實施任何外匯管制)或貨幣匯率或外國投資法規的變動或預期變動或修訂的任何變動或發展或影響任何相關司法權區(包括但不限於港元或人民幣兌任何外幣的任何波動)或影響對發售股份的投資；或

(vii) 任何政府機關或其他監管或政治機構或執法機關或組織對董事或高級管理層成員或展開任何行動或調查，或任何政府機關或監管或政治機構或執法機關或組織宣佈採取任何該等行動；或

(viii) 美國或歐盟(或任何成員國)由或為任何相關司法權區以任何形式直接或間接實施全面制裁法律或法規項下的制裁，或撤銷於香港包銷協議日期存續的貿易特權；或

(ix) 港元與美元掛鈎或人民幣之價值乃經參考一籃子全球貨幣而釐定之體制出現任何變動，或港元或人民幣兑任何外幣大幅貶值；或

(x) 涉及本集團的資產、負債、溢利、虧損、表現、狀況、業務、財務、盈利、交易狀況或前景潛在變動的任何變動或發展或事件，或本公司或本集團的任何其他成員公司的股本或長期債項出現任何改變，或本公司或本集團的任何其他成員公司的資產、營運或業務遭受任何損失或干擾，而並無於本招股章程中載列任何該等情況；或

(xi) 除本招股章程所披露者外，任何税務機關提出要求，要求本集團任何成員公司支付可能具有重大不利影響的任何税務負債；或

(xii) 任何債權人於債務的指定到期還款日前有效要求償還或支付本集團任何成員公司或涉及本集團任何成員公司的任何債務；或

(xiii) 根據公司(清盤及雜項條文)條例或上市規則或聯交所及／或證監會的任何規定或要求，本公司發出或要求發出對招股章程的補充、對本招股章程、任何申請表格、初步發售通函、最終發售通函(定義見香港包銷協議)或其他與發售或出售發售股份相關文件的補充或修訂，惟經獨家整體協調人事先書面同意者除外，

而獨家整體協調人(為其自身及代表香港包銷商)全權酌情認為上述任何情況(不論個別或共同)：(A)已產生或將產生重大不利影響；或(B)已經或將會或可能會對全球發售的成功或適銷性或發售股份的申請水平、接納水平或香港公開發售項下發售股份

分配或國際發售之踴躍程度有重大不利影響；或(C)導致或將會或可能會導致(i)進行香港包銷協議、香港公開發售及／或全球發售的任何部分，或(ii)按招股章程擬定的條款及方式交付股份，或(iii)香港包銷協議或全球發售的任何部分按照既定方式履行或實行變得不切實可行、不明智或不宜、不能或不具商業可行性。

根據上市規則向聯交所作出的承諾

本公司作出的承諾

根據上市規則第10.08條，我們已向聯交所承諾，自上市日期起計六個月內(「**首六個月期間**」)，我們不得再發行股份或可轉換為本公司股本證券的證券(不論該類別是否已經上市)，有關股份或證券亦不得成為我們作出發行的任何協議或安排的內容(不論本公司股份或證券的發行會否於上市日期起計六個月內完成)，惟根據資本化發行、全球發售(包括因超額配股權獲行使)，根據購股權計劃已授出或可能授出的任何購股權獲行使，或上市規則第10.08條規定的情況下發行本公司任何股份或證券除外。

我們控股股東作出的承諾

根據上市規則第10.07(1)條，各控股股東已共同及個別向聯交所、獨家保薦人及本公司承諾，除遵守上市規則規定或根據全球發售(包括因超額配股權獲行使)或借股協議外，在未取得聯交所事先書面同意的情況下，其不會並將促使有關登記持有人不會：

(a) 自本招股章程披露其於本公司持股量的日期起至首六個月期間屆滿日期止期間，直接或間接出售或訂立任何協議出售本招股章程顯示其為實益擁有人的本公司任何股份或證券(「**相關證券**」，定義見上市規則第10.07(1)條)(以認可機構(定義見香港法例第155章銀行業條例)為受益人抵押或質押任何相關證券作為擔保以換取真誠商業貸款除外)，或就該等股份或證券以其他方式設立任何購股權、權利、權益或產權負擔；及

(b) 於首六個月期間屆滿當日起計後續六個月期間(「**第二個六個月期間**」，連同首六個月期間統稱「**首十二個月期間**」)，直接或間接出售或訂立任何協議出售任何相關證券(以認可機構(定義見香港法例第155章銀行業條例)為受益人質押或押記任何相關證

券作為擔保以換取真誠商業貸款除外)或就該等證券以其他方式設立任何購股權、權利、權益或產權負擔，以致緊隨該等出售或行使或執行該等購股權、權利、權益或產權負擔後，該人士或該群人士不再為我們的控股股東(定義見上市規則)。

根據上市規則第10.07(2)條附註(3)，各控股股東亦已共同及個別向聯交所、獨家保薦人及本公司承諾，自本招股章程披露其於本公司持股量的日期起至第二個六個月期間屆滿，其將：

(a) 於根據上市規則第10.07條附註(2)向認可機構(定義見香港法例第155章銀行業條例)質押或抵押相關證券作真誠的商業貸款時，立即書面知會我們及獨家保薦人及獨家整體協調人有關質押或抵押事項連同所質押或抵押相關證券的數目；及

(b) 於收到承質押人或承抵押人有關將予出售任何該等質押或抵押證券的任何口頭或書面指示時，立即以書面知會我們、獨家保薦人及獨家整體協調人。

我們將於任何控股股東知會我們上述事宜(如有)後盡快知會聯交所，並於相關控股股東知會我們後根據上市規則第2.07C條盡快以刊發公告形式披露有關事宜。

向香港包銷商作出的承諾

根據香港包銷協議，本公司及控股股東已承諾如下。

本公司作出的承諾

本公司已向獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、香港包銷商及資本市場中介人各自承諾，除根據資本化發行、全球發售(包括根據超額配股權)發售或銷售發售股份，及根據購股權計劃已授出或可能授出的任何購股權授出及發行股

份外，在未經獨家保薦人及獨家整體協調人(為其本身及代表香港包銷商)事先書面同意且除非符合上市規則規定的情況下，本公司不會且促使本集團各其他成員公司不會在香港包銷協議日期起至截至首六個月期間(包括當日)內採取下列行動：

(a) 對任何股份或本公司任何其他股本證券(如適用)，或上述任何股份或股本證券的任何權益(包括但不限於可轉換為或可兑換為或可行使為或代表有權收取，或任何認股權證或其他權利購買任何股份或本公司其他證券(如適用)或上述任何權益中任何合法或實益權益)，直接或間接、有條件或無條件地配發、發行、出售、接受認購，要約配發、發行或出售、訂約或同意配發、發行或出售、按揭、押記、質押、擔保、借出、授予或出售任何購股權、認股權證、合同或認購或購買的權利、授出或購買任何購股權、認股權證、合同或配發、發行或出售的權利，或以其他方式轉讓或出售或增設任何類型的按揭、押記、質押、留置權、購股權、限制、優先購買權、抵押權益、申索、股權、優先認購權、第三方權利或權益、或與上述者具相同性質的權益或權利、或其他產權負擔或任何種類的證券權益，或具有類似效果的其他優先安排(包括但不限於保留安排)(「**產權負擔**」)，或同意轉讓或出售或增設產權負擔，或就發行預託收據而向託管商託管任何股份或本公司其他證券或任何股份(倘適用)，惟有關交易僅與本集團其他成員公司作出除外；或

(b) 訂立任何掉期或其他安排，向他人全部或部份轉讓股份或本公司任何其他證券(如適用)或前述任何權益(包括惟不限於可轉換為或可換取或可行使為任何股份或本公司其他證券(如適用)之任何證券或代表有權收取，或任何認股權證或其他權利以購買任何股份或本公司其他證券(倘適用)或前述任何權益)的認購權或所有權(法定或實益)的任何經濟後果；或

(c) 訂立與上文(a)或(b)項所述任何交易有相同經濟影響的任何交易；或

(d) 要約、訂約或同意或公佈有意進行上文(a)、(b)或(c)項所述的任何交易，

於每種情況下，不論上文(a)、(b)、(c)及／或(d)項所指明的任何交易是否以交付股份或本公司證券(如適用)或以現金或其他方式結算(不論發行上述股份或其他證券是否會於首六個月期間完成)。於第二個六個月期間，本公司不得進行(a)、(b)、(c)及／或(d)項所指明的任何交易，以致

控股股東於未事先取得獨家整體協調人的書面同意及符合上市規則的規定下，直接或間接不再為本公司的控股股東(定義見上市規則)。於第二個六個月期間，倘本公司訂立上文(a)、(b)、(c)或(d)項所指明的任何交易，則本公司承諾採取一切合理措施，以確保其將不會造成本公司股份或任何其他證券市場混亂或出現虛假市場。

控股股東的承諾

各控股股東向本公司、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、香港包銷商及資本市場中介人各自承諾，未經獨家整體協調人(代表香港包銷商)及獨家保薦人事先書面同意及除非在符合上市規則規定或根據全球發售或超額配股權的情況下：

(a) 於上市日期，其將不會及將促使其聯屬人士不會在首十二個月期間內任何時間(i)出售、要約出售、訂約或同意出售、按揭、押記、質押、擔保、對沖、借出、授出或出售任何購股權、認股權證、購買的合約或權利、授出或購買任何購股權、認股權證、出售的合約或權利，或以其他方式轉讓或處置其直接或間接透過其受控實體實益擁有的任何股份、本公司任何其他證券或於前述的任何權益(包括但不限於可轉換為或可換取或可行使以獲取任何股份或本公司任何其他證券(如適用)之任何證券，或代表有權收取或可購買任何股份或本公司任何其他證券(如適用)的任何認股權證或其他權利)(「**目標證券**」)或就此增設產權負擔或同意轉讓或處置目標證券或就此增設產權負擔(不涉及該等股份法定所有權變動(強制執行除外)以授權機構(定義見香港法例第155章銀行業條例)為受益人根據符合上市規則的真誠商業貸款的任何按揭、押記或質押除外))(直接或間接、有條件或無條件)，或就發行寄存單據而向存管處託管任何目標證券，或(ii)訂立任何掉期或其他安排，以將任何目標證券的所有權的經濟後果全部或部分轉讓予他人，或(iii)訂立或落實與上文(i)或(ii)任何所指明交易具有相同經濟影響的任何交易，或(iv)要約或訂約或同意公佈有意訂立或落實任何上文(i)、(ii)或(iii)所指明的交易，在各情況下，不論上文(i)、(ii)或(iii)任何所指明交易是否以交付股份或本公司的其他股本證券或以現金或其他方式結算(不論該交易否於首十二個月期間完成)；

(b) 直至首十二個月期間屆滿為止，倘其訂立任何上文(a)(i)、(ii)或(iii)所指明的交易，或要約、訂約或同意或公佈有意落實任何該等交易，其將採取一切合理措施確保任何有關交易、要約、協議或公告不會引致本公司的股份或任何其他證券市場出現混亂或造成虛假市場；

惟受嚴格遵守適用法律任何規定(包括但不限於聯交所規定)規限，上述各項不得妨礙控股股東(i)根據政府機關、控股股東受其規管的監管機構、法院、仲裁庭的規定或任何適用法律、規則及法規規定而訂立、進行或完成上述安排或交易，或(ii)於上市日期後購買本公司的增發股份或其他證券並於上市日期後出售該等增發股份或其他證券；及

(c) 其須於首十二個月期間的任何時間遵守上市規則下有關其或登記持有人出售、轉讓或處置本公司股份或任何其他證券的所有限制及規定。

彌償保證

我們、我們的控股股東以及執行董事及非執行董事已共同及個別同意及承諾就各獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、香港包銷商及資本市場中介人可能蒙受的若干損失(包括(其中包括)彼等履行香港包銷協議規定的責任或我們違反香港包銷協議規定而引致的損失)向其作出彌償。

國際發售

預期我們、控股股東及售股股東將就國際發售與(其中包括)獨家整體協調人及國際包銷商訂立國際包銷協議。根據國際包銷協議(受當中所載條件規限)，國際包銷商將個別但非共同同意促使買家購買，如未能則自行購買國際發售股份。預期國際包銷協議可按與香港包銷協議相若的理由終止。務請有意投資者注意，倘並無訂立國際包銷協議，全球發售將不會進行。

超額配股權

根據國際包銷協議，預期本公司將向國際包銷商授出超額配股權，可由獨家整體協調人為其本身及代表國際包銷商於遞交香港公開發售申請截止日起計30日(截止超額配股權獲行使當日，即2023年8月4日(星期五))內全權酌情行使，要求我們按相同的每股發售股份價格配發及發行合共最多18,996,000股額外股份(相當於全球發售下可初步提呈的發售股份數目約15%)，以補足國際發售的超額分配(如有)及╱或履行穩定價格操作人根據借股協議償還借用證券的責任。

穩定價格

就全球發售而言，穩定價格操作人可代表包銷商於上市日期後一段限期內超額分配股份或進行交易，以穩定或維持股份市價高於原來應有的水平，惟須符合香港或其他地區適用法律。有關與全球發售相關的穩定價格、超額分配及借股安排的詳情，請參閱本招股章程「全球發售的架構－超額配股權及穩定價格」及「全球發售的架構－借股安排」各節。

包銷佣金及開支

包銷商及資本市場中介人將收取根據全球發售發售的發售股份(包括因行使超額配股權而將予發行的任何發售股份)總發售價的最高3.0%作為包銷佣金(「**固定費用**」)，並以此支付任何分包銷佣金及其他費用(如有)。此外，本公司可能向包銷商支付最高為發售股份(包括因行使超額配股權而將予發行的任何發售股份)總發售價2.0%的酌情獎金(「**酌情費用**」)。

假設酌情費用已悉數支付，本公司應支付予所有包銷團成員的費用總額將為全球發售所得款項總額的5.0%，因此，應付固定費用與酌情費用的比率為60:40。

就任何重新分配至國際發售之未獲認購香港發售股份而言，包銷佣金將不會支付予香港包銷商，但會按適用於國際發售的比率支付予相關國際包銷商。

包銷佣金及費用總額連同上市費用、證監會交易徵費、會財局交易徵費、聯交所交易費、法律及其他專業費用和印刷及其他與全球發售有關的開支估計合共約為99.2百萬港元(按發售價每股發售股份4.25港元計算，並假設超額配股權並無獲行使)，當中合共約89.0百萬港元已由及將由我們承擔以及約10.2百萬港元將由售股股東承擔。

印花稅

向包銷商購買發售股份的買家除須支付發售價外，可能須根據購股時所在國家的法例及慣例支付印花稅及其他費用。

包銷商於本公司的權益

除根據包銷協議各自承擔的責任及本招股章程所披露者外，包銷商概無擁有本公司或本集團任何其他成員公司的任何股權，亦無擁有可認購或提名他人認購本公司或本集團任何其他成員公司證券的權利或選擇權(不論可否依法強制執行)。

全球發售完成後，包銷商及彼等的聯屬公司可能因根據包銷協議履行責任而持有若干部分股份。

獨家保薦人的獨立性

獨家保薦人符合載於上市規則第3A.07條適用於保薦人的獨立性準則。

包銷團成員活動

香港公開發售及國際發售的包銷商(統稱為「**包銷團成員**」)及其聯屬人士可各自個別進行並不屬於包銷或穩定價格過程一部分的各項活動(詳情載於下文)。

包銷團成員及其聯屬人士為與全球多個國家均有聯繫的多元化金融機構。該等實體為本身利益及為其他人利益從事廣泛的商業及投資銀行業務、經紀、基金管理、買賣、對沖、投資及其他活動。就股份而言，該等活動可能包括擔任股份買家及賣家的代理人、以當事人身份與該等買家及賣家進行交易、自營股份買賣及進行場外或上市衍生工具交易或上市及非上市證券交易(包括發行證券，例如在證券交易所上市的衍生認股權證)，而該等交易的相關資產為包括股份在內

的資產。該等活動可能要求該等實體進行直接或間接涉及購買及出售股份的對沖活動。所有該等活動可於香港及世界其他地區發生，並可能導致包銷團成員及其聯屬人士於股份、包含股份的多個籃子證券或指數、可能購買股份的基金單位，或有關任何前述項目的衍生產品持有好倉及／或淡倉。

就包銷團成員或其聯屬人士於聯交所或於任何其他證券交易所發行任何以股份作為相關證券的上市證券而言，有關交易所的規則可能要求該等證券發行人(或其一名聯屬人士或代理)擔任有關證券的市場莊家或流通量提供者，而於大多數情況下，這亦將導致股份對沖活動。

所有該等活動均可能於本招股章程「全球發售的架構－超額配股權及穩定價格」一節所述穩定價格期間內及結束之後發生。該等活動可能影響股份的市價或價值、股份流通量或成交量及股價波幅，而每日出現的影響程度亦無法估計。

謹請注意，當從事任何該等活動時，包銷團成員將受到若干限制，包括以下限制：

(a) 包銷團成員(穩定價格操作人或其聯屬人士或代其行事的任何人士除外)一概不得就分配發售股份進行任何交易(包括發行或訂立任何有關發售股份的期權或其他衍生工具交易)，無論是於公開市場或其他地方，以將任何發售股份的市價穩定或維持於與其原於公開市場的市價不同的水平；及

(b) 包銷團成員必須遵守所有適用法律及法規，包括證券及期貨條例中就市場失當行為作出的規定，包括禁止內幕交易、虛假交易、操控股價及操縱證券市場的條文。

全球發售

本招股章程乃就香港公開發售(構成全球發售的一部分)而刊發。全球發售包括(假設超額配股權未獲行使):

- 根據本節「香港公開發售」分節所述在香港初步提呈發售12,664,000股新股(可按下文所述予以調整及重新分配)(佔初步提呈發售股份總數的10%)的香港公開發售;及

- 於美國境外根據S規例在離岸交易中(包括向香港境內專業及機構投資者)初步提呈發售113,976,000股股份(包括65,976,000股新股及48,000,000股銷售股份)(可按下文所述予以調整及重新分配及視乎超額配股權行使與否而定)(佔初步提呈發售股份總數的90%)的國際發售。

投資者可根據香港公開發售申請認購香港發售股份,或申請認購或表示有意認購(如合資格)國際發售項下的國際發售股份,惟不得同時作出兩項申請。香港公開發售可供香港公眾人士參與。國際發售將涉及有選擇地向預期在香港及美國以外的其他司法權區根據S條例進行離岸交易時對該等國際發售股份有大量需求的專業、機構及其他投資者推銷國際發售股份。

就全球發售而言,民銀證券有限公司為獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人及資本市場中介人。

根據香港公開發售及國際發售分別提呈發售的發售股份數目可予重新分配及(僅就國際發售而言)視乎本節下文「超額配股權及穩定價格」分節所述的超額配股權行使與否而定。

香港公開發售由香港包銷商根據香港包銷協議條款悉數包銷。本公司預期於2023年7月5日或前後訂立有關國際發售的國際包銷協議。該等包銷安排及各自的包銷協議於本招股章程「包銷」一節概述。

全球發售的條件

所有全球發售項下的發售股份申請須待以下條件達成後方可獲接納：

(i) 上市委員會批准根據全球發售已發行股份、將予發行的股份(包括根據資本化發行及因超額配股權獲行使而可能發行的股份)以及根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權及根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的股份上市及買賣，且該等上市及許可隨後不會在股份於聯交所開始買賣前撤回；

(ii) 於2023年7月5日或前後簽署及交付國際包銷協議及借股協議；及

(iii) 包銷商根據各自的包銷協議須承擔的責任成為及仍然為無條件，且並無根據各自協議的條款被終止，

在各情況下須於各自的包銷協議指定日期及時間或之前(除非該等條件於該等日期及時間或之前獲有效豁免並以此為限)且無論如何不遲於本招股章程日期後30日當日達成。

香港公開發售及國際發售均須待(其中包括)另一項發售成為及保持為無條件且並無根據彼等各自條款終止方告完成。

倘上述條件未能在指定時間及日期前達成或獲豁免，則全球發售將告失效，並須即時知會聯交所。我們將安排有關香港公開發售失效的通知於該失效後的下一個營業日於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站**www.splegend.com**刊登。在此情況下，所有申請股款將根據「如何申請香港發售股份」所載條款不計利息退還。同時，所有申請股款將存入收款銀行或根據香港法例第155章銀行業條例(經修訂)的其他香港持牌銀行內開設的獨立銀行賬戶。

發售股份股票預期僅於2023年7月13日(星期四)上午八時正成為有效的所有權憑證，前提是(i)全球發售在各方面成為無條件；及(ii)「包銷－包銷安排及開支—香港公開發售－終止理由」一節所述的終止權利並無獲行使。

香港公開發售

初步提呈發售股份數目

根據香港公開發售，本公司按發售價初步提呈發售12,664,000股新股(佔根據全球發售初步可供認購發售股份總數的10%)以供香港公眾人士認購。假設超額配股權未獲行使，視乎(i)國際發售及(ii)香港公開發售之間對發售股份的重新分配，香港發售股份將佔緊隨全球發售完成後本公司經擴大已發行股本約1.6%。

香港公開發售對香港公眾以及機構及專業投資者開放。專業投資者一般包括經紀、證券交易商、日常業務涉及股份及其他證券買賣的公司(包括基金經理)以及定期投資股份及其他證券的企業實體。

香港公開發售須待本節「全球發售的條件」分節所載條件達成後，方告完成。

分配

根據香港公開發售向投資者分配的香港發售股份將僅基於所接獲香港公開發售的有效申請水平而定。分配基準或會因申請人有效申請的香港發售股份數目而有所不同。有關分配可能(如適用)包括抽籤，即部分申請人獲分配的香港發售股份可能較其他申請相同數目的申請人多，而未能中籤的申請人可能不會獲得任何香港發售股份。

根據香港公開發售可供認購的發售股份總數(經計及下文所述任何重新分配)將平均分為兩組以供分配：甲組及乙組。

甲組：甲組的香港發售股份將按公平基準分配予申請香港發售股份總價為5百萬港元或以下的(不包括應付經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費)的申請人。

乙組：乙組的香港發售股份將按公平基準分配予申請香港發售股份總價為5百萬港元以上的(不包括應付經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費)申請人。

投資者務請注意，甲組及乙組申請的分配比例或有所不同。倘其中一組(而非兩組)的香港發售股份認購不足，則剩餘的香港發售股份將轉撥至另一組以滿足該組的需求並作出相應分配。僅就本段而言，股份「價格」指申請香港發售股份應付的價格而不考慮發售價。

申請人可從甲組或乙組(而非兩組)獲分配香港發售股份。重複或疑屬重複申請(其中一組或兩組之間)及認購超過6,332,000股香港發售股份(即佔構成香港公開發售初步提呈12,664,000股香港發售股份的50%)的任何申請將不獲受理。

重新分配

國際發售及香港公開發售之間的發售股份分配，按下列基準可予調整及重新分配：

- 倘根據香港公開發售有效申請認購的發售股份數目達到根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數目的15倍或以上但少於50倍，則發售股份將由國際發售重新分配至香港公開發售，因此，根據香港公開發售可供認購的發售股份數目將增加至37,992,000股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份的30%；

- 倘根據香港公開發售有效申請認購的發售股份數目達到根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數目的50倍或以上但少於100倍，則發售股份數目將由國際發售重新分配至香港公開發售，因此，根據香港公開發售可供認購的發售股份數目將增加至50,656,000股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份的40%；及

- 倘根據香港公開發售有效申請認購的發售股份數目達到根據香港公開發售初步可供認購的發售股份數目的100倍或以上，則發售股份數目將由國際發售重新分配至香港

公開發售，因此，根據香港公開發售可供認購的發售股份數目將增加至63,320,000股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份的50%。

於各情況下，重新分配至香港公開發售的額外發售股份將在甲組及乙組之間平均分配，而分配至國際發售的發售股份數目將相應減少。

香港公開發售及國際發售將予提呈的發售股份，可在若干情況下由獨家整體協調人酌情決定在兩者之間重新分配。獨家整體協調人可酌情將發售股份由國際發售重新分配至香港公開發售，以滿足香港公開發售的有效申請。此外，倘香港公開發售未獲悉數認購，獨家整體協調人亦可酌情將全部或任何未獲認購的香港發售股份重新分配至國際發售。

倘於(a)國際發售股份獲悉數認購或超額認購且香港發售股份獲悉數認購或超額認購少於15倍；或(b)國際發售股份認購不足且香港發售股份獲悉數認購或超額認購的情況下，重新分配國際發售及香港公開發售之間的發售股份(不論超額分配的次數)，則最多12,664,000股發售股份可由國際發售獲重新分配至香港公開發售，以使香港公開發售可供認購的發售股份總數將增至最多25,328,000股股份，相當於(超額配股權獲任何行使前)根據指引函件HKEx-GL91-18全球發售初步可供認購的發售股份數目約20%。

申請

香港公開發售的各申請人亦須於彼提交的申請內承諾及確認，申請人及為其利益提出申請的任何人士並無申請或接納或表示有意，亦不會申請或接納或表示有意根據國際發售申請任何發售股份，而若上述承諾及／或確認遭違反及／或屬不實(視情況而定)或彼已或將會根據國際發售獲配售或分配發售股份，則有關申請人的申請將不獲受理。

根據香港公開發售提出申請的申請人須於申請時支付發售價每股香港發售股份4.25港元，另加每股香港發售股份應付的1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費。進一步詳情載於下文「如何申請香港發售股份」。

本招股章程所提述的申請、申請表格、申請股款或申請程序僅與香港公開發售相關。

國際發售

已發售股份數目

除按上文所述的重新分配外，國際發售將包括113,976,000股股份，佔根據全球發售初步可供認購發售股份總數的90%(包括本公司初步提呈的65,976,000股新股及售股股東提呈的48,000,000股出售股份並假設超額配股權並無獲行使)。假設超額配股權未獲行使，則根據國際發售初步提呈發售的發售股份數目將佔緊隨全球發售完成後本公司經擴大已發行股本約14.2%，惟或會因發售股份在國際發售與香港公開發售間重新分配而更改。

分配

國際發售將包括在香港及根據S規例以離岸交易方式在美國境外其他司法權區向機構及專業投資者以及其他預期對該等發售股份有龐大需求的投資者選擇性推銷發售股份。專業投資者一般包括經紀、證券交易商、日常業務涉及股份及其他證券買賣的公司(包括基金經理)以及經常投資股份與其他證券的企業實體。國際發售的發售股份分配將取決於本節「全球發售之定價」一段所載「累計投標」程序以及多項因素，包括需求程度及時間、有關投資者於有關行業的投資資產或股本資產總值，以及預期有關投資者於股份在聯交所上市後會否增購及／或持有或出售其股份。該分配旨在以建立穩固的專業及機構股東基礎為基準分派股份，從而對本公司及股東整體有利。

獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)或會要求任何已根據國際發售獲提呈發售股份以

及已根據香港公開發售作出申請的投資者向獨家整體協調人提供足夠資料，以識別根據香港公開發售所提供的有關申請，並確保將其在任何根據香港公開發售的發售股份申請中剔除。

超額配股權

就全球發售而言，本公司預期將向國際包銷商授出超額配股權，可由獨家整體協調人(為其本身及代表國際包銷商)行使。

根據超額配股權，獨家整體協調人(為其本身及代表國際包銷商)有權於股份於聯交所開始買賣當日起至遞交香港公開發售申請截止日期起計三十日內，隨時行使超額配股權，要求本公司根據國際發售按相同之每股發售股份價格發行最多18,996,000股額外股份，合共佔初步發售股份約15.0%，以補足國際發售之超額分配(如有)。若超額配股權獲全面行使，則額外股份將佔緊隨全球發售完成及超額配股權獲行使後我們經擴大已發行股本的約2.3%。若超額配股權獲行使，本公司將會刊發報章公告。

全球發售之定價

國際包銷商將收集有意投資者對於購入國際發售中發售股份之踴躍程度。有意專業及機構投資者須列明彼等準備以不同價格或特定價格購入國際發售中發售股份之數目。該程序稱為「累計投標」，預計將持續截至遞交香港公開發售申請截止日期為止或前後。

除非於遞交香港公開發售申請截止日期當日上午之前另有公佈，否則發售價將為每股發售股份4.25港元，並於其後盡快確定根據各項發售將予分配之發售股份數目。

獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)基於有意專業及機構投資者於累計投標程序中所顯示之踴躍程度，如認為合適，並在本公司及售股股東之同意下，則可在遞交香港公開發售申請截止日期當日上午或之前隨時下調根據全球發售將予提呈之發售股份數目及／或本招股章程所述之發售價。在此情況下，本公司在決定作出有關下調後將於實際可行情況下盡快(在任何情況下均不得遲於遞交香港公開發售申請截止日期當日上午)在聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站**www.splegend.com**就有關下調事宜刊發公佈或補充招股章程(倘適用)。有關公佈或補充招

股章程(如適用)一經刊發，經修訂發售股份數目及╱或經修訂發售價將成為最終且不可推翻，而經修訂發售價(倘獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)、售股股東及本公司協定)將按有關經修訂發售價釐定。申請人應注意，有關根據全球發售將予提呈的發售股份數目及╱或經修訂發售價下調的任何公佈或補充招股章程(倘適用)可能會在遞交香港公開發售申請截止日期方才公佈。該公佈或補充招股章程(倘適用)亦將包括確認或修訂(如適用)營運資金報表、所得款項用途、全球發售統計數字(以上資料現載於本招股章程中)，以及任何其他因有關下調而可能改變的財務資料。倘發售股份數目及╱或經修訂發售價就此下調，已遞交申請之申請人將會獲告知彼等須確認其申請。凡已提交申請的申請人均須確認，其申請符合公佈或補充招股章程(如適用)所載程序，且所有未確認的申請將會失效。倘無調減發售價的通知或補充招股章程(如適用)，則發售股份數目將不會減少及╱或發售價將為4.25港元。

按發售價每股發售股份4.25港元計算，本公司將自全球發售獲得所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使，扣除本公司就全球發售應付的包銷費用、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費後)估計約為245.2百萬港元。

最終發售價、全球發售的踴躍程度、香港公開發售項下可供認購之香港發售股份申請結果及分配基準預計將於2023年7月12日(星期三)按本招股章程「如何申請香港發售股份－11.公佈結果」一段所載方式公佈。

超額配股權及穩定價格

穩定價格是包銷商在若干市場中為促銷證券而採用的慣常手法。為穩定價格，包銷商可於某特定時段內在二級市場競投或購買新發行的證券，從而延緩並在可能的情況下防止有關證券的市價跌至低於發售價。穩定價格可在准許進行穩定價格的司法權區進行並受所有適用法律及監管規定的約束。在香港，穩定價格所採用的價格不得高於發售價。

我們已根據證券及期貨條例的證券及期貨(穩定價格)規則就全球發售委任穩定價格操作人。就全球發售而言，穩定價格操作人或代其行事的任何人士可代表包銷商進行超額配發或進行賣空或任何其他穩定價格交易，以使股份的市價於發行日期後一段短時間內，穩定或保持於較不進行穩定價格情況下的市價為高的水平。賣空指穩定價格操作人賣出超過包銷商在全球發售中需購買的股份數量。「有擔保」賣空指賣空的股數不超過超額配股權下可以出售的股數。穩定價格操作人可以透過行使超額配股權購買額外的發售股份或於公開市場上購買股份將有擔保淡倉進行平倉。在決定發售股份的來源以對有擔保淡倉進行平倉時，穩定價格操作人將考慮(其中包括)在公開市場的發售股份價格與根據超額配股權其可能購買額外發售股份的價格的比較。穩定價格交易包括若干競投或購買，以防止或阻止在進行全球發售時發售股份的市價下跌。在市場購買發售股份可於任何證券交易所進行，包括聯交所、任何場外交易市場或其他證券交易所，惟必須遵照一切適用法例及監管規定。然而，穩定價格操作人或代其行事的任何人士無義務進行任何有關穩定價格行動。倘該等穩定價格行動一旦開始將按穩定價格操作人、其聯屬人士或代其行事的任何人士的全權酌情進行，並可隨時終止，且任何該等穩定價格行動須在遞交香港公開發售申請截止日期起計30日內結束。可予超額配發的股份數目將不會超過超額配股權獲行使後可發行的股份數目，即最多18,996,000股股份，合共佔根據全球發售初步可供認購股份的約15.0%。

在香港，穩定價格行動須根據證券及期貨(穩定價格)規則進行。證券及期貨(穩定價格)規則准許的穩定價格行動包括：

(i) 超額配股以防止或盡量減少股份市價下跌；

(ii) 出售或同意出售股份，以建立股份淡倉，防止或盡量減少股份市價下跌；

(iii) 根據超額配股權購買或認購或同意購買或認購股份，以對根據上文(i)或(ii)項建立的任何倉位平倉；

(iv) 僅為防止或盡量減少市價下跌而購買或同意購買任何股份；

(v) 出售或同意出售任何股份以將因該等購買而建立的任何倉位平倉；及

(vi) 建議或試圖進行上文(ii)、(iii)、(iv)或(v)段所述的任何事宜。

穩定價格操作人或代其行事的任何人士所採取的穩定價格行動，將根據香港有關穩定價格行動的現行法例、規則及法規進行。

就穩定價格行動而言，穩定價格操作人或代其行事的任何人士可因進行交易以穩定或維持股份市價而維持股份的好倉，且未能確定其將維持好倉的數量及期間。投資者應注意，穩定價格操作人或代其行事的任何人士對好倉進行任何平倉可能造成的影響，其中可能包括股份市價下跌。

為支持股份價格而進行的穩定價格行動不得超過穩定價格期限，該期限自股份在聯交所開始買賣日期起至遞交香港公開發售申請截止日期起計第30日結束。預期穩定價格期限將於2023年8月4日(星期五)到期。因此，穩定價格期限結束後，股份的需求及其市價可能下跌。穩定價格操作人的行動可穩定、保持或以其他方式影響股份的市價。因此，股份的價格可能較不進行此等行動時的公開市價為高。穩定價格操作人或代其行事的任何人士進行任何穩定價格活動不一定導致股份的市價在穩定價格期內或之後維持在發售價水準或高於發售價。穩定價格操作人或代其行事的任何人士可按發售價或低於發售價的價格(即等於或低於買家就股份支付的價格)競投或在市場購買股份。本公司將於穩定價格期結束後七日內按照證券及期貨(穩定價格)規則的規定發佈公告。

借股安排

為補足任何超額分配，穩定價格操作人可根據預期將由穩定價格操作人與賴先生訂立的借股協議向賴先生借入最多18,996,000股股份，相當於超額配股權獲悉數行使時將予發行的最高股份數目。賴先生根據借股協議借出的股份毋須受上市規則第10.07(1)(a)條的限制，惟以下情況符合上市規則第10.07(3)條的規定：

(i) 借股協議於招股章程內詳盡說明且其唯一目的是於行使有關國際發售的超額配股權前補足任何淡倉；

(ii) 可向賴先生借入的最高股份數目不得超過超額配股權獲悉數行使後可能發行的最高股份數目；

(iii) 所借的股份須於(a)行使超額配股權的最後一日，及(b)超額配股權獲悉數行使當日(以較早者為準)後的第三個營業日或之前歸還予賴先生或其代名人(視情況而定)；

(iv) 根據借股安排借入股份將按照所有適用上市規則、法律及其他監管規定進行；及

(v) 穩定價格操作人將不會就有關借股協議向賴先生支付任何款項。

買賣

假設香港公開發售於2023年7月13日(星期四)上午八時正或之前在香港成為無條件，預期股份將於2023年7月13日(星期四)上午九時正開始在聯交所買賣。

股份將以每手500股股份進行買賣。

致投資者的重要通知：
全電子化申請程序

我們已就香港公開發售採取全電子化申請程序。我們不會提供本招股章程的任何印刷本或任何申請表格的任何印刷本以供公眾人士使用。

本招股章程已刊載於香港聯交所網站www.hkexnews.hk「*披露易>新上市>新上市資料*」一節及我們的網站www.splegend.com。倘　閣下需要本招股章程印刷本，可從上述網址下載並打印。

招股章程電子版本的內容與根據公司(清盤及雜項條文)條例第342C條向香港公司註冊處處長登記的招股章程印刷本相同。

倘　閣下為**中介機構、經紀或代理**，務請　閣下提示顧客、客戶或委託人(如適用)注意，本招股章程於上述網址可供網上閱覽。

下文載列　閣下可以電子方式申請香港發售股份的程序。本公司不會提供任何實體渠道以接收公眾的香港發售股份認購申請。

1.　申請方法

我們不會提供任何申請表格印刷本以供公眾人士使用。

倘　閣下申請香港發售股份，則不得申請或表示有意申請國際發售股份。

閣下可通過以下渠道申請香港發售股份：

(1)　通過**白表eIPO**服務於**www.eipo.com.hk**提交網上申請；或

(2)　通過**中央結算系統EIPO**服務以電子化方式促使香港結算代理人代表　閣下申請，包括通過：

(i)　指示　閣下的**經紀**或**託管商**(須為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者)通過中央結算系統終端機發出**電子認購指示**，代表　閣下申請香港發售股份；或

(ii)　(如　閣下為現有中央結算系統投資者戶口持有人)致電+852 2979 7888，通過中央結算系統互聯網系統(**https://ip.ccass.com**)或通過「結算通」電話系統(根據香港結算不時生效的「投資者戶口操作簡介」所載程序)發出**電子認購指示**。香

港結算亦可以通過香港結算客戶服務中心(地址為香港中環康樂廣場8號交易廣場一期及二期1樓)完成發出請求的方式，為中央結算系統投資者戶口持有人發出**電子認購指示**。

如　閣下通過上文(1)的渠道提出申請，則成功申請認購的香港發售股份將以　閣下名義發行。

如　閣下通過上文(2)(i)或(2)(ii)的渠道提出申請，則成功申請認購的香港發售股份將以香港結算代理人的名義發行，並直接存入中央結算系統，以記存於　閣下本身或　閣下指定的中央結算系統參與者股份戶口。

除非　閣下為代名人且於申請時提供所需資料，否則　閣下或　閣下的聯名申請人概不得提出超過一份申請。

本公司、獨家整體協調人、**白表eIPO**服務供應商及彼等各自的代理可因任何理由酌情拒絕或接納任何全部或部分申請。

2.　可申請的人士

倘　閣下或　閣下為其利益提出申請的人士符合以下條件，則　閣下可以申請香港發售股份：

- 年滿18歲或以上；
- 擁有香港地址；
- 身處美國境外且並非美國人士(定義見S規例)；及
- 並非中國法人或自然人。

如　閣下為商號，申請須以個別成員名義提出。

倘申請由獲得授權書授權的人士提出，則獨家整體協調人可按其認為合適的任何條件(包括出示授權證明)，酌情接納有關申請。

聯名申請人的人數不得超過四名，其不可通過**白表eIPO**服務申請香港發售股份。

除非上市規則許可，否則下列人士概不得申請任何香港發售股份：

- 本公司及／或其任何附屬公司股份的現有實益擁有人；

- 本公司及／或其任何附屬公司的董事或首席執行官；
- 上述任何人士的緊密聯繫人(定義見上市規則)；或
- 已獲分配或已申請任何國際發售股份或以其他方式參與國際發售的人士。

3. 申請條款及條件

透過本招股章程指明的申請渠道提出申請後，即表示　閣下(其中包括)：

(i) 承諾簽立所有相關文件，並指示及授權本公司及／或獨家整體協調人(或其代理或代名人)作為本公司的代理為　閣下簽立任何文件並代表　閣下處理一切必要事宜，以便根據組織章程大綱及細則的規定，以　閣下或香港結算代理人的名義登記　閣下獲分配的任何香港發售股份；

(ii) 同意遵守公司(清盤及雜項條文)條例、開曼公司法及組織章程大綱及細則；

(iii) 確認　閣下已細閱本招股章程所載的條款及條件以及申請手續，並同意受其約束；

(iv) 確認　閣下已接獲並細閱本招股章程，且提出申請時僅依賴本招股章程所載資料及陳述，而不會依賴本招股章程任何補充文件以外的任何其他資料或陳述；

(v) 確認　閣下知悉本招股章程內有關全球發售的限制；

(vi) 同意本公司、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、資本市場中介人、彼等各自的董事、高級人員、僱員、合夥人、代理、顧問及參與全球發售的任何其他各方(「**相關人士**」)均不會或將不會對並非載於本招股章程(及其任何補充文件)的任何資料及陳述負責；

(vii) 承諾及確認　閣下或　閣下為其利益提出申請的人士並無申請或認購或表示有意申請且不會申請或認購或表示有意申請國際發售項下的任何國際發售股份，亦不會參與國際發售；

(viii) 同意向本公司、香港股份過戶登記處、收款銀行、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商、資本市場中介人、及／或彼等各自的顧問及代理以及相關人士披露彼等所需有關　閣下及　閣下為其利益提出申請的人士的任何個人資料；

(ix) 倘香港以外任何地區的法律適用於　閣下的申請，則同意及保證　閣下已遵守所有有關法律，且本公司、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商及資本市場中介人以及彼等各自的任何高級人員或顧問及相關人士概不會因接納　閣下的購買要約或因　閣下於本招股章程及申請表格所載條款及條件項下的權利與義務所引致的任何行動，而違反香港以外地區的任何法律；

(x) 同意　閣下的申請一經接納，則　閣下不得因無意的失實陳述而撤銷申請；

(xi) 同意　閣下的申請將受香港法律規管；

(xii) 聲明、保證及承諾　閣下明白香港發售股份並無及不會根據美國證券法登記；

(xiii) 閣下及　閣下為其利益申請香港發售股份的任何人士均身處美國境外(定義見S規例)且並非美國人士(定義見S規例)，而買方並非本公司的聯屬人士(定義見S規例)或代表本公司或本公司聯屬人士行事的人士；

(xiv) 保證　閣下提供的資料真實及準確；

(xv) 同意接納所申請的香港發售股份或根據申請向　閣下分配的任何較少數目的股份；

(xvi) 授權本公司將　閣下或香港結算代理人的名稱列入本公司股東名冊，作為　閣下獲分配的任何香港發售股份的持有人，並授權本公司及／或本公司代理以普通郵遞方式按申請所示地址向　閣下或聯名申請排名首位的申請人寄發任何股票及／或任何

電子退款指示及／或任何退款支票，郵誤風險概由　閣下承擔，惟　閣下合資格親身領取股票及／或退款支票則除外；

(xvii) 聲明及表示此乃　閣下以本身或為其利益提出申請的人士為受益人所提出及擬提出的唯一申請；

(xviii) 明白本公司及獨家整體協調人將依賴　閣下的聲明及陳述而決定是否向　閣下配發任何香港發售股份，及倘　閣下作出虛假聲明，則可能會被檢控；

(xix) 保證(倘申請為　閣下本身的利益提出)　閣下或作為　閣下代理的任何人士或任何其他人並無或不會為　閣下的利益向香港結算或**白表eIPO**服務供應商發出**電子認購指示**而提出其他申請；及

(xx) 保證(倘　閣下作為代理為另一人士的利益提出申請)(i)　閣下作為該人士的代理或為該人士利益或該人士或任何其他作為該人士代理的人士並無或不會向香港結算發出**電子認購指示**提出其他申請；及(ii)　閣下已獲正式授權以該名其他人士代理的身份代為發出**電子認購指示**。

為免生疑問，本公司及所有其他參與編撰本招股章程的各方確認，每位自行或促使他人發出**電子認購指示**的申請人及中央結算系統參與者均可能有權根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條(公司(清盤及雜項條文)條例第342E條所適用者)獲得賠償。

4. 最低認購數額及許可數目

閣下應通過**白表eIPO**服務或**中央結算系統EIPO**服務申請認購最少500股香港發售股份，且為表中所列數字之一。 閣下應按照選擇的數目旁載明的金額付款。

申請認購的香港發售股份數目	申請時應繳款項	申請認購的香港發售股份數目	申請時應繳款項	申請認購的香港發售股份數目	申請時應繳款項	申請認購的香港發售股份數目	申請時應繳款項
	港元		*港元*		*港元*		*港元*
500	2,146.43	7,000	30,050.02	50,000	214,643.07	700,000	3,005,002.88
1,000	4,292.86	8,000	34,342.89	60,000	257,571.68	800,000	3,434,289.00
1,500	6,439.29	9,000	38,635.75	70,000	300,500.29	900,000	3,863,575.13
2,000	8,585.72	10,000	42,928.61	80,000	343,428.90	1,000,000	4,292,861.26
2,500	10,732.16	15,000	64,392.92	90,000	386,357.51	1,500,000	6,439,291.88
3,000	12,878.58	20,000	85,857.23	100,000	429,286.13	2,000,000	8,585,722.50
3,500	15,025.01	25,000	107,321.53	200,000	858,572.26	2,500,000	10,732,153.13
4,000	17,171.45	30,000	128,785.83	300,000	1,287,858.38	3,000,000	12,878,583.76
4,500	19,317.88	35,000	150,250.14	400,000	1,717,144.50	4,000,000	17,171,445.00
5,000	21,464.30	40,000	171,714.46	500,000	2,146,430.63	5,000,000	21,464,306.26
6,000	25,757.17	45,000	193,178.76	600,000	2,575,716.76	6,332,000(1)	27,182,397.44

(1) 閣下可申請認購的香港發售股份最高數目。

申請認購任何其他數目的香港發售股份將不予考慮，且任何有關申請將不獲受理。

5. 通過白表eIPO服務提出申請

一般事項

倘有關人士符合本節「2.可申請的人士」的標準，均可於指定網站**www.eipo.com.hk**通過**白表eIPO**服務申請將以其個人名義獲配發及登記的發售股份。

通過**白表eIPO**服務提出申請的詳細指示載於指定網站。倘 閣下未能遵守有關指示，則 閣下的申請或會遭拒絕受理且未必會提交予本公司。倘 閣下通過指定網站提出申請，即表示 閣下授權**白表eIPO**服務供應商按本招股章程所載條款及條件(經**白表eIPO**服務的條款及條件補充及修訂)提出申請。

通過白表eIPO遞交申請的時間

閣下可於2023年6月30日(星期五)上午九時正至2023年7月5日(星期三)上午十一時三十分在網站**www.eipo.com.hk**(每日24小時，申請截止當日除外)向**白表eIPO**服務供應商遞交申請，而悉數繳付有關申請股款的截止時間為2023年7月5日(星期三)中午十二時正或本節「10.惡劣天氣及／或極端情況對開始辦理申請登記的影響」所述的較後時間。

重複申請概不受理

倘　閣下通過**白表eIPO**提出申請，則　閣下一經完成就　閣下本身或為　閣下利益而通過**白表eIPO**服務發出任何申請香港發售股份的**電子認購指示**的相關付款，即視作已提出實質申請。為免生疑問，倘根據**白表eIPO**發出超過一次**電子認購指示**並取得不同申請參考編號，但並無就特定參考編號悉數繳付股款，則不構成實質申請。

倘　閣下疑屬通過**白表eIPO**服務或以任何其他方式遞交超過一份申請，則　閣下的所有申請均會遭拒絕受理。

公司(清盤及雜項條文)條例第40條

為免生疑問，本公司及所有其他參與編製本招股章程的各方確認，每名自行或促使他人發出**電子認購指示**的申請人均為根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條(公司(清盤及雜項條文)條例第342E條所適用者)有權獲得賠償的人士。

6. 通過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示提出申請

一般事項

閣下可指示　閣下的**經紀**或**託管商**(須為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者)透過中央結算系統終端機發出**電子認購指示**，代表　閣下申請香港發售股份。根據中央結算系統參與者與香港結算訂立的參與者協議、《中央結算系統一般規則》及《中央結算系統運作程序規則》，中央結算系統參與者可發出**電子認購指示**申請香港發售股份，並安排繳付申請時應付的股款及退款事宜。

倘　閣下為中央結算系統投資者戶口持有人，則可致電+852 2979 7888通過「結算通」電話系統或中央結算系統互聯網系統https://ip.ccass.com（根據香港結算不時有效的「投資者戶口操作簡介」所載程序）發出**電子認購指示**。

倘　閣下前往下列地點並填妥輸入請求表格，則香港結算亦可為　閣下輸入**電子認購指示**：

香港中央結算有限公司
客戶服務中心
香港中環
康樂廣場8號
交易廣場一期及二期1樓

倘　閣下並非中央結算系統投資者戶口持有人，則可指示　閣下的經紀或託管商（須為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者）通過中央結算系統終端機發出**電子認購指示**，代表　閣下申請香港發售股份。

閣下將被視作已授權香港結算及／或香港結算代理人將　閣下的申請資料轉交予本公司、獨家整體協調人及我們的香港股份過戶登記處。

通過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示

倘　閣下已由香港結算代理人代為發出**電子認購指示**（通過**經紀**或**託管商**間接申請或直接申請）申請香港發售股份：

(i) 香港結算代理人將僅作為　閣下的代名人行事，故不會對任何違反本招股章程條款及條件的情況負責；

(ii) 香港結算代理人將代表　閣下辦理以下事項：

- 同意將獲配發的香港發售股份以香港結算代理人名義發行，並直接存入中央結算系統，以代表　閣下記存於中央結算系統參與者股份戶口或　閣下的中央結算系統投資者戶口持有人股份戶口；

- 同意接納所申請或獲分配的任何較少數目的香港發售股份；

- 承諾及確認　閣下並無亦不會申請或認購或表示有意申請國際發售項下任何發售股份；

- (如**電子認購指示**以　閣下利益發出)聲明僅為　閣下利益發出一組**電子認購指示**；

- (如　閣下為另一人士的代理)聲明　閣下僅為該名其他人士利益發出一組**電子認購指示**，且　閣下已獲正式授權作為該名其他人士的代理而發出該等指示；

- 確認　閣下明白本公司、董事及獨家整體協調人將依賴　閣下的聲明及陳述而決定是否向　閣下配發任何香港發售股份，及倘　閣下作出虛假聲明，則可能會被檢控；

- 授權本公司將香港結算代理人的名稱列入本公司股東名冊，作為　閣下獲配發的香港發售股份的持有人，並按照我們與香港結算另行協定的安排寄發股票及／或退還股款；

- 確認　閣下已閱讀本招股章程所載條款及條件以及申請手續，並同意受其約束；

- 確認　閣下已接獲及／或閱讀本招股章程，且提出申請時僅依賴本招股章程所載資料及陳述，惟本招股章程任何補充文件所載者除外；

- 同意本公司、獨家整體協調人、包銷商、資本市場中介人、彼等各自的董事、高級人員、僱員、合夥人、代理、顧問及參與全球發售的任何其他各方均不會或將不會對並非載於本招股章程(及其任何補充文件)的任何資料及陳述負責；

- 同意向本公司、我們的香港股份過戶登記處、收款銀行、獨家整體協調人、包銷商、資本市場中介人及／或彼等各自的顧問及代理披露　閣下的個人資料；

- 同意(在不影響　閣下可能擁有的任何其他權利的情況下)由香港結算代理人提出的申請一經接納，即不得因無意的失實陳述而撤銷申請；

- 同意由香港結算代理人代表　閣下提交的任何申請於開始辦理申請登記時間後第五日(不包括星期六、星期日或香港公眾假期)之前不可撤回，而此項同意將作為與我們訂立的附屬合約而生效，在　閣下發出指示時即具有約束力，而作為此附屬合約的代價，本公司同意，除按本招股章程所述任何一項程序外，不會於開始辦理申請登記時間後第五日(不包括星期六、星期日或香港公眾假期)之前向任何人士提呈發售任何香港發售股份。然而，倘根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條對本招股章程負責的人士根據該條發出公告，免除或限制其對本招股章程須承擔的責任，則香港結算代理人可於開始辦理申請登記時間後第五日(就此而言，不包括星期六、星期日或香港公眾假期)之前撤回申請；

- 同意香港結算代理人的申請一經接納，該申請及　閣下的**電子認購指示**均不可撤回，而申請獲接納與否將以本公司刊登有關香港公開發售結果的公告作為憑證；

- 就發出有關申請香港發售股份的**電子認購指示**而言，同意　閣下與香港結算訂立的參與者協議(須與《中央結算系統一般規則》及《中央結算系統運作程序規則》一併閱讀)所列明的安排、承諾及保證；

- 向本公司(為其本身及各股東的利益)表示同意(倘本公司接納香港結算代理人的全部或部分申請，即視為(為其本身及代表各股東)向每名發出**電子認購指示**的中央結算系統參與者表示同意)遵守及遵從公司(清盤及雜項條文)條例以及組織章程大綱及細則；及

- 同意　閣下的申請、接納任何申請及由此產生的合約均受香港法例規管。

通過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示的影響

通過向香港結算發出**電子認購指示**或指示　閣下的經紀或託管商(須為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者)向香港結算發出該等指示後，　閣下(或倘屬聯名申請人，則各申請人共同及個別)即被視為已作出下列事項。香港結算及香港結算代理人均毋須就以下各項對本公司或任何其他人士承擔任何責任：

- 指示及授權香港結算促使香港結算代理人(以有關中央結算系統參與者的代名人的身份行事)代表　閣下申請香港發售股份；

- 指示及授權香港結算安排從　閣下指定的銀行賬戶中撥付發售價、經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費；倘申請全部或部分不獲接納，則安排退回申請股款(包括經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費)，並存入　閣下指定的銀行賬戶；及

- 指示及授權香港結算促使香港結算代理人代表　閣下作出本招股章程所述的一切事項。

最低認購數額及許可數額

閣下可自行或促使　閣下的經紀或託管商(須為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者)發出申請最少500股香港發售股份的**電子認購指示**。申請超過500股香港發售股份的認購指示，須以招股章程一覽表所載其中一個數目作出。申請任何其他數目的香港發售股份將不予考慮，並將遭拒絕受理。

輸入電子認購指示的時間[1]

中央結算系統結算／託管商參與者可於下列日期及時間輸入**電子認購指示**：

- 2023年6月30日(星期五)－上午九時正至下午八時三十分

- 2023年7月3日(星期一)－上午八時正至下午八時三十分

- 2023年7月4日(星期二)－上午八時正至下午八時三十分

- 2023年7月5日(星期三)－上午八時正至中午十二時正

(1) 香港結算可在事先通知中央結算系統結算／託管商參與者及／或中央結算系統投資者戶口持有人的情況下，不時決定更改本分節時間。

中央結算系統投資者戶口持有人可於2023年6月30日(星期五)上午九時正至2023年7月5日(星期三)中午十二時正(每日24小時，申請截止日期2023年7月5日(星期三)除外)輸入**電子認購指示**。

輸入**電子認購指示**的截止時間為2023年7月5日(星期三)(申請截止日期)中午十二時正或本節「－10.惡劣天氣及／或極端情況對開始辦理申請登記的影響」分節所述的較後時間。

重複申請概不受理

倘　閣下疑屬提出重複申請或以　閣下為受益人提出一份以上的申請，則通過香港結算代理人申請的香港發售股份數目將按　閣下發出的指示及／或以　閣下利益發出的有關指示所涉及的香港發售股份數目自動扣除。就考慮是否作出重複申請而言，　閣下或以　閣下利益向香港結算發出申請香港發售股份的任何**電子認購指示**均應被視作實際申請。

公司(清盤及雜項條文)條例第40條

為免生疑問，本公司及所有其他參與編製本招股章程的各方確認，每名自行或促使他人發出**電子認購指示**的申請人均為根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條(公司(清盤及雜項條文)條例第342E條所適用者)有權獲得賠償的人士。

個人資料

以下個人資料收集聲明適用於本公司、香港股份過戶登記處、收款銀行、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席牽頭經辦人、包銷商、資本市場中介人、任何彼等各自的顧問及代理以及相關人士所持有關　閣下的任何個人資料，亦同樣適用於香港結算代理人以外申請人的個人資料。透過**中央結算系統EIPO**服務提出申請，即表示　閣下同意下文個人資料收集聲明的所有條款。

個人資料收集聲明

此個人資料收集聲明是向香港發售股份的申請人及持有人說明有關我們及我們的香港股份過戶登記處於個人資料及香港法例第486章《個人資料(私隱)條例》方面的政策及慣例。

收集　閣下個人資料的原因

香港發售股份申請人及登記持有人以本身名義申請香港發售股份或轉讓或受讓香港發售股份時或尋求香港股份過戶登記處的服務時，必須向本公司或其代理及香港股份過戶登記處提供正確的個人資料。

未提供所要求的資料可能導致　閣下申請香港發售股份被拒或延遲，或本公司或香港股份過戶登記處無法落實轉讓或以其他方式提供服務。此舉亦可能妨礙或延遲登記或轉讓　閣下已成功申請的香港發售股份及／或寄發　閣下應得的股票。

香港發售股份持有人所提供的個人資料如有任何錯誤，須立即通知本公司及香港股份過戶登記處。

目的

閣下的個人資料可以任何方式被採用、持有、處理及／或保存，以作下列用途：

- 處理　閣下的申請及退款支票(如適用)，核實是否符合本招股章程所載的條款及申請程序，並公佈香港發售股份的分配結果；
- 遵守香港及其他地區的適用法律及法規；
- 以股份持有人(包括香港結算代理人(如適用))名義登記新發行證券或轉讓或受讓證券；
- 存置或更新本公司股東名冊；

- 核實本公司股份持有人身份；
- 確定本公司股份持有人的受益權利，如股息、供股、紅股等；
- 分發本公司及其附屬公司的通訊；
- 編製統計資料及本公司股份持有人概況；
- 披露相關資料以便就權益提出申索；及
- 與上述有關的任何其他附帶或相關目的及／或使本公司及香港股份過戶登記處能履行我們或其對我們股份持有人及／或監管機構承擔的責任及／或證券持有人可能不時同意的任何其他目的。

轉交個人資料

本公司及香港股份過戶登記處所持有關香港發售股份持有人的個人資料將會保密，惟本公司及香港股份過戶登記處可在為達到上述任何目的之必要情況下，向下列任何人士披露、獲取或轉交(無論在香港境內或境外)有關個人資料：

- 我們委任的代理，如財務顧問、收款銀行及海外主要股份過戶登記處；
- (如香港發售股份的申請人要求將香港發售股份存入中央結算系統)香港結算或香港結算代理人，彼等將就中央結算系統的運作使用個人資料；
- 向本公司或香港股份過戶登記處提供與其各自業務營運有關的行政、電訊、電腦、付款或其他服務的任何代理、承包商或第三方服務供應商；
- 聯交所、證監會及任何其他法定監管或政府機構或法律、規則或法規另行規定者；及
- 與香港發售股份持有人有業務往來或擬有業務往來的任何人士或機構，例如彼等的銀行、律師、會計師或股票經紀等。

保留個人資料

本公司及香港股份過戶登記處將按收集個人資料所需的用途保留香港發售股份申請人及持有人的個人資料。無需保留的個人資料將會根據《個人資料(私隱)條例》銷毀或處理。

查閱及更正個人資料

香港發售股份持有人有權確定本公司或香港股份過戶登記處是否持有其個人資料、索取有關該資料的副本並更正任何不準確資料。本公司及香港股份過戶登記處有權就處理有關要求收取合理費用。所有查閱資料或更正資料的要求應按本招股章程「公司資料」一節所披露或不時通知的本公司註冊地址送交本公司以請公司秘書，或向香港股份過戶登記處的隱私事務主任提出。

7. 有關以電子方式提出申請的警告

通過向香港結算發出**電子認購指示**認購香港發售股份，僅屬一項提供予中央結算系統參與者的服務。同樣，通過**白表eIPO**服務申請香港發售股份亦僅屬一項由**白表eIPO**服務供應商提供予公眾投資者的服務。有關服務受其能力限制，面臨潛在服務中斷情況，務請 閣下不應待截止申請日期方提出電子認購申請。本公司、董事、獨家保薦人、獨家整體協調人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、包銷商及資本市場中介人概不就該等申請承擔任何責任，亦不保證任何中央結算系統參與者或通過**白表eIPO**服務提出申請的人士將獲配發任何香港發售股份。

為確保中央結算系統投資者戶口持有人發出**電子認購指示**，務請中央結算系統投資者戶口持有人不應待最後一刻方向系統輸入指示。倘中央結算系統投資者戶口持有人在連接「結算通」電話系統／中央結算系統互聯網系統以提交**電子認購指示**時出現問題，應於2023年7月5日(星期三)中午十二時正前前往香港結算的客戶服務中心填妥一份要求輸入**電子認購指示**的表格。

8. 閣下可提交的申請數目

除代名人外，一概不得就香港發售股份提出重複申請。

倘通過向香港結算發出**電子認購指示**或通過**白表eIPO**服務提出超過一份的申請(包括香港結算代理人按**電子認購指示**提出的部分申請)是以　閣下為受益人而提出，則　閣下的**所有**申請將遭拒絕受理。倘申請由一家非上市公司提出，且：

- 該公司的主要業務為證券交易；及
- 閣下可對該公司行使法定控制權，

則是項申請將被視作為以　閣下為受益人而提出。

「**非上市公司**」指其股本證券並無在聯交所上市的公司。

「**法定控制權**」指　閣下：

- 控制該公司董事會的組成；
- 控制該公司逾半數表決權；或
- 持有該公司逾半數已發行股本(不包括無權獲分派超過特定金額溢利或資本的任何部分股本)。

9. 香港發售股份的價格

發售股份的發售價為每股4.25港元。　閣下另須支付1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00565%香港聯交所交易費及0.00015%會財局交易徵費，即表示　閣下須為每手500股香港發售股份支付2,146.43港元。

閣下申請認購股份時，必須全數支付發售價、經紀佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費。　閣下可通過**白表eIPO**服務申請最少500股香港發售股份。每份超過500股香港發售股份的申請或**電子認購指示**必須為本節「4.最低認購數額及許可數目」的表格所列的其中一個數目或指定網站**www.eipo.com.hk**另有指明的數目。

倘　閣下的申請獲接納，經紀佣金將付予交易所參與者，而證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費則付予聯交所(證監會交易徵費及會財局交易徵費由聯交所分別代證監會及會財局收取)。

有關發售價的進一步詳情，請參閱「全球發售的架構－全球發售之定價」一節。

10. 惡劣天氣及／或極端情況對開始辦理申請登記的影響

香港於2023年7月5日(星期三)上午九時正至中午十二時正期間任何時間發出：

- 八號或以上熱帶氣旋警告信號；或
- 「黑色」暴雨警告，及／或
- 極端情況，

將不會開始辦理申請登記，而改為在下一個於上午九時正至中午十二時正期間任何時間香港再無發出任何該等警告的營業日的上午十一時四十五分至中午十二時正期間開始辦理申請登記。

倘於2023年7月5日(星期三)並無開始及截止辦理申請登記，或香港發出八號或以上熱帶氣旋警告信號或「黑色」暴雨警告信號及／或極端情況，可能對「預期時間表」一節所述日期造成影響，則我們將於本公司網站**www.splegend.com**及香港聯交所網站**www.hkexnews.hk**刊發公告。

11. 公佈結果

本公司預期將於2023年7月12日(星期三)在本公司網站**www.splegend.com**以及聯交所網站**www.hkexnews.hk**公佈國際發售踴躍程度、香港公開發售申請水平及香港發售股份分配基準。

香港公開發售的分配結果以及獲接納申請人的香港身份證號碼／護照號碼／香港商業登記號碼將於下列時間及日期按下列方式供查詢：

- 於2023年7月12日(星期三)上午八時正前登載於本公司網站**www.splegend.com**及聯交所網站**www.hkexnews.hk**的公告查閱；

- 於2023年7月12日(星期三)上午八時正至2023年7月18日(星期二)午夜十二時正期間，在24小時可供查閱的指定分配結果網站**www.iporesults.com.hk**(或者：英文**https://www.eipo.com.hk/en/Allotment**；中文**https://www.eipo.com.hk/zh-hk/Allotment**)使用「按身份證號碼搜索」功能查閱；

- 於2023年7月12日(星期三)至2023年7月14日(星期五)及2023年7月17日(星期一)上午九時正至下午六時正致電分配結果電話查詢熱線+852 2862 8555查詢。

倘本公司通過公佈分配基準及／或公開分配結果接納　閣下的購買要約(全部或部分)，即構成一項具約束力的合約，據此，倘全球發售的條件獲達成且全球發售並未在其他情況下終止，則　閣下須購買香港發售股份。更多詳情載於「全球發售的架構」一節。

閣下的申請獲接納後的任何時間，　閣下均不得因無意的失實陳述而行使任何補救方法撤回申請。這並不影響　閣下可能擁有的任何其他權利。

12. 閣下不獲配發發售股份的情況

閣下須注意，在下列情況中，　閣下將不獲配發香港發售股份：

(i) 倘　閣下的申請遭撤回：

透過向香港結算發出**電子認購指示**或透過**白表eIPO**服務供應商提出申請，即表示　閣下同意不得於開始辦理申請登記時間後第五日(就此而言，不包括星期六、星期日或香港公眾假期)或之前撤回　閣下的申請或香港結算代理人代表　閣下提出的申請。此項同意將作為與本公司訂立的附屬合約而生效。

僅於根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條(公司(清盤及雜項條文)條例第342E條所適用者)對本招股章程承擔責任的人士根據該條規定發出公告，免除或限制該人士對本招股章程所負責任的情況下，　閣下的申請或香港結算代理人代表　閣下提出的申請方可於上述第五日或之前撤回。

倘發出任何有關本招股章程的補充文件，已遞交申請的申請人將獲通知須確認其申請。倘申請人接獲通知但並無根據所獲通知的程序確認其申請，則所有未確認的申請一概視作撤回。

倘　閣下的申請或香港結算代理人代表　閣下提出的申請獲接納，則不可撤回。就此而言，在報章公佈分配結果即為接納未遭拒絕的申請。倘有關分配基準須符合若干條件或訂明以抽籤形式進行分配，則該等申請獲接納與否，須分別視乎有關條件能否達成或抽籤結果而定。

(ii)　倘本公司或代理行使其酌情權拒絕　閣下的申請：

本公司、獨家整體協調人、**白表eIPO**服務供應商及彼等各自的代理及代名人可全權酌情拒絕或接納任何申請，或僅接納任何部分的申請，而毋須提供任何理由。

(iii)　倘香港發售股份的配發無效：

倘上市委員會並無在下列期間內批准股份上市，香港發售股份的配發即告無效：

- 截止辦理申請登記日期起計三個星期內；或
- 倘上市委員會在截止辦理申請登記日期後三個星期內知會本公司延長有關期間，則最多在截止辦理申請登記日期後六個星期的較長時間內。

(iv)　倘：

- 閣下提出重複申請或疑屬重複申請；
- 閣下或　閣下為其利益提出申請的人士已申請或認購或表示有意申請或已獲或將獲配售或分配(包括有條件及╱或暫定)香港發售股份及國際發售股份；
- 閣下申請未根據所述指示完成；
- 閣下並無根據指定網站所載指示、條款及條件填寫通過**白表eIPO**服務發出的**電子認購指示**；

- 閣下未能妥善付款，或　閣下以支票或銀行本票付款而有關支票或銀行本票於首次過戶時未能兑現；

- 包銷協議並無成為無條件或被終止；

- 本公司或獨家整體協調人認為接納　閣下的申請將導致其或彼等違反適用的證券或其他法律、規則或規定；或

- 閣下申請的股份超過香港公開發售初步提呈發售的香港發售股份的50%。

13. 退回申請股款

倘申請遭拒絕、不獲接納或僅部分獲接納，或倘香港公開發售的條件並無按照本招股章程「全球發售的架構」所述達成，或倘任何申請遭撤回，則申請股款或其中適當部分，連同相關經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費將不計息予以退回，或有關支票或銀行本票將不會過戶。

申請股款將於2023年7月12日(星期三)或之前向　閣下退回。

14. 寄發／領取股票及退回股款

閣下將就香港公開發售中獲配發的全部香港發售股份獲發一張股票(根據通過**中央結算系統EIPO**提出的申請而獲配發的股票則將如下文所述存入中央結算系統除外)。

本公司不會就股份發出臨時所有權文件，亦不就申請時繳付的款項發出收據。

- 向申請人(倘屬聯名申請人，則向排名首位申請人)開出劃線註明「只准入抬頭人賬戶」的退款支票，倘申請全部或部分不獲接納，則退款金額為香港發售股份的全部或多繳的申請股款。　閣下或(倘屬聯名申請人)排名首位申請人所提供的香港身份證號碼／護照號碼的部分或會印於　閣下的退款支票(如有)上。銀行兑現退款支票前或會要求核實　閣下的香港身份證號碼／護照號碼。倘　閣下的香港身份證號碼／護照號碼填寫有誤，或會導致無法兑現或致延遲兑現　閣下的退款支票。

根據下文所述寄發／領取股票及退回股款的安排，任何退款支票及股票預期將於2023年7

月12日(星期三)或之前寄發。本公司保留權利在支票或銀行本票過戶前保留任何股票及任何多收申請股款。

僅當全球發售已成為無條件以及本招股章程「包銷」一節所述終止權利未獲行使的情況下，股票方會於2023年7月13日(星期四)上午八時正成為有效證書。投資者如在獲發股票前或股票成為有效證書前買賣股份，須自行承擔一切風險。

親身領取

(i) 倘 閣下通過白表eIPO服務提出申請

倘 閣下申請1,000,000股或以上香港發售股份，且有關申請全部或部分獲接納，可於2023年7月12日(星期三)上午九時正至下午一時正或本公司在報章通知的其他日期(為寄發／領取股票／電子退款指示／退款支票日期)，親臨香港中央證券登記有限公司(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712–1716室)領取有關股票。

倘 閣下未能於指定領取時間內親身領取股票，有關股票將以普通郵遞方式寄往 閣下認購指示所示地址，郵誤風險概由 閣下承擔。

倘 閣下申請1,000,000股以下香港發售股份，股票(如適用)將於2023年7月12日(星期三)或之前以普通郵遞方式寄往 閣下認購指示所示地址，郵誤風險概由 閣下承擔。

倘 閣下通過單一銀行賬戶提出申請及繳付申請股款，任何退回股款將以電子退款指示形式存入該銀行賬戶。倘 閣下通過多個銀行賬戶提出申請及繳付申請股款，任何退回股款將以退款支票形式以普通郵遞方式寄往 閣下認購指示所示地址，郵誤風險概由 閣下承擔。

(ii) 倘 閣下通過向香港結算發出電子認購指示提出申請

分配香港發售股份

就分配香港發售股份而言，香港結算代理人不會被視為申請人，而每名發出**電子認購指示**的中央結算系統參與者或為其利益發出有關指示的每名人士將被視為申請人。

將股票存入中央結算系統及退回申請股款

- 倘　閣下的申請全部或部分獲接納，股票將以香港結算代理人的名義發出，並於2023年7月12日(星期三)或香港結算或香港結算代理人釐定的任何其他日期存入中央結算系統，記存於　閣下指定的中央結算系統參與者的股份戶口或　閣下的中央結算系統投資者戶口持有人股份戶口。

- 本公司預期將於2023年7月12日(星期三)以上文「公佈結果」所述的指定方式刊登中央結算系統參與者(倘該名中央結算系統參與者為經紀或託管商，本公司將一併刊登與相關實益擁有人有關的資料)的申請結果、　閣下的香港身份證號碼／護照號碼或其他身份識別號碼(倘為公司，則香港商業登記號碼)及香港公開發售的配發基準。　閣下應查閱本公司刊發的公告，如有任何資料不符，須於2023年7月12日(星期三)下午五時正或香港結算或香港結算代理人釐定的其他日期前知會香港結算。

- 倘　閣下指示經紀或託管商代為發出**電子認購指示**，　閣下亦可向該名經紀或託管商查詢　閣下獲配發的香港發售股份數目及應收退回股款(如有)金額。

- 倘　閣下以中央結算系統投資者戶口持有人身份提出申請，　閣下亦可於2023年7月12日(星期三)通過「結算通」電話系統及中央結算系統互聯網系統(根據香港結算不時生效的「投資者戶口操作簡介」所載程序)查閱　閣下獲配發的香港發售股份數目及應收退回股款(如有)金額。緊隨香港發售股份存入　閣下的股份戶口及將退回股款存入　閣下的銀行賬戶後，香港結算亦將向　閣下發出一份活動結單，列出存入　閣下的中央結算系統投資者戶口持有人股份戶口的香港發售股份數目，及存入　閣下指定銀行賬戶的退回股款(如有)金額。

- 就　閣下全部及部分不獲接納的申請而退回的申請股款(如有)將於2023年7月12日(星期三)存入　閣下的指定銀行賬戶或　閣下經紀或託管商的指定銀行賬戶。

15. 股份獲准納入中央結算系統

倘聯交所批准股份上市及買賣，且我們符合香港結算的股份收納規定，股份將獲香港結算接納為合資格證券，自股份開始買賣日期或香港結算選擇的任何其他日期起，可於中央結算系統內記存、結算及交收。交易所參與者(定義見上市規則)之間交易的交收須於任何交易日後的第二個交收日在中央結算系統內進行。

所有在中央結算系統進行的活動均須符合不時生效的《中央結算系統一般規則》及《中央結算系統運作程序規則》。

投資者應就有關交收安排的詳情諮詢其股票經紀或其他專業顧問的意見，因該等安排或會影響其權利及權益。

本公司已作出一切必要安排，以使股份獲准納入中央結算系統。

以下第I-1至I-3頁為本公司申報會計師羅兵咸永道會計師事務所(香港執業會計師)發出的報告全文，以供收錄於本招股章程。此會計師報告乃按照香港會計師公會頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」的要求擬備，並以本公司董事及保薦人為收件人。

pwc 羅兵咸永道

致巨星傳奇集團有限公司列位董事及民銀資本有限公司就歷史財務資料出具的會計師報告

序言

本所(以下簡稱「我們」)謹此就巨星傳奇集團有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱為「貴集團」)的歷史財務資料作出報告(載於第I-4至I-91頁)，此等歷史財務資料包括於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日的綜合財務狀況表、 貴公司於2020年、2021年及2022年12月31日的財務狀況表，以及截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度各年(「往績記錄期間」)的綜合全面收益表、綜合權益變動表和綜合現金流量表，以及主要會計政策概要及其他解釋資料(統稱為「歷史財務資料」)。第I-4至I-91頁所載的歷史財務資料為本報告的組成部分，其擬備以供收錄於 貴公司日期為2023年6月30日有關 貴公司的股份首次在香港聯合交易所有限公司主板上市的招股章程(「招股章程」)內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註1.3及2.1所載的呈列及編製基準擬備真實而中肯的歷史財務資料，並對其認為為使歷史財務資料的擬備不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所必需的內部控制負責。

羅兵咸永道會計師事務所
中國香港特別行政區中環太子大廈22樓
總機：+852 2289 8888，傳真：+852 2810 9888，www.pwchk.com

申報會計師的責任

我們的責任是對歷史財務資料發表意見，並將我們的意見向　閣下報告。我們已按照香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「*投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告*」執行我們的工作。該準則要求我們遵守道德規範，並規劃及執行工作以對歷史財務資料是否不存在任何重大錯誤陳述獲取合理保證。

我們的工作涉及執行程序以獲取有關歷史財務資料所載金額及披露的證據。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。在評估該等風險時，申報會計師考慮與該實體根據歷史財務資料附註1.3及2.1所載的呈列及編製基準擬備真實而中肯的歷史財務資料相關的內部控制，以設計適當的程序，但目的並非對該實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評價董事所採用會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體列報方式。

我們相信，我們所獲得的證據能充足及適當地為我們的意見提供基礎。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註1.3及2.1所載的呈列及編製基準，真實而中肯地反映了　貴公司於2020年、2021年及2022年12月31日的財務狀況和　貴集團於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日的綜合財務狀況，及　貴集團於往績記錄期間的綜合財務表現及綜合現金流量。

根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)及公司(清盤及雜項條文)條例就事項出具的報告

調整

在擬備歷史財務資料時，並無對載於第I-4頁中所界定的相關財務報表作出調整。

股息

於歷史財務資料附註32，當中載有巨星傳奇集團有限公司就往績記錄期間宣派或支付股息的資料。

貴公司並無法定財務報表

貴公司自其註冊成立日期以來並未有擬備任何法定財務報表。

羅兵咸永道會計師事務所
執業會計師
香港
2023年6月30日

I 貴集團歷史財務資料

歷史財務資料的編製

下文所載歷史財務資料構成本會計師報告的一部分。

歷史財務資料乃基於 貴集團於往績記錄期間的綜合財務報表而編製，該等財務報表由普華永道中天會計師事務所(特殊普通合夥)根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的《香港審計準則》審核(「相關財務報表」)。

歷史財務資料以人民幣(「人民幣」)列示，除另有指明外，所有金額均約整至最接近千位(「人民幣千元」)。

綜合全面收益表

		截至12月31日止年度			
		2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
收益	5	86,585	456,944	365,345	344,157
銷售成本	7	(29,972)	(224,155)	(137,963)	(121,329)
毛利		56,613	232,789	227,382	222,828
銷售及營銷開支	7	(14,393)	(94,914)	(93,809)	(72,447)
一般及行政開支	7	(10,330)	(31,563)	(65,091)	(64,094)
金融資產減值虧損撥回／(撥備)	3.1(b)	73	(4,452)	922	(745)
其他收入	6	151	1,692	234	21,844
其他開支	6	–	–	–	(5,798)
其他(虧損)／收益淨額	6	(114)	10,254	3,956	(9,553)
經營溢利		32,000	113,806	73,594	92,035
財務(成本)／收入淨額	9	(160)	35	(8,942)	1,103
除所得稅前溢利		31,840	113,841	64,652	93,138
所得稅開支	10	(9,121)	(38,210)	(21,761)	(28,240)
年度溢利		22,719	75,631	42,891	64,898
以下各方應佔溢利／(虧損)：					
－貴公司擁有人		23,559	78,064	43,649	60,389
－非控股權益		(840)	(2,433)	(758)	4,509
		22,719	75,631	42,891	64,898

		截至12月31日止年度			
		2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
年度溢利		22,719	75,631	42,891	64,898
其他全面(虧損)／收入：					
其後重新分類至損益的項目					
貨幣換算差額		(27)	(1,150)	(1,044)	1,803
年度全面收入總額		22,692	74,481	41,847	66,701
以下各方應佔全面收入／(虧損)總額：					
－貴公司擁有人		23,539	76,954	42,585	62,105
－非控股權益		(847)	(2,473)	(738)	4,596
		22,692	74,481	41,847	66,701
貴公司擁有人應佔溢利的每股盈利(以每股人民幣列示)：					
－基本及攤薄	11	0.05	0.16	0.09	0.12

綜合財務狀況表

		於12月31日			
		2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
資產					
非流動資產					
物業、廠房及設備	12	1,314	3,247	58,975	69,086
使用權資產	13	2,469	2,786	3,893	1,878
無形資產	14	10	80	625	3,878
遞延所得稅資產	29	3,650	3,965	3,031	4,186
貿易及其他應收款項	18	–	2,421	–	–
其他非流動資產	15	1,891	54,511	50,416	59,638
		9,334	67,010	116,940	138,666
流動資產					
存貨	21	15,510	24,107	24,490	28,828
電視節目版權	16	77,247	–	13,594	89,602
貿易及其他應收款項	18	39,617	71,760	52,538	62,066
預付款項及其他流動資產	19	16,601	31,278	53,677	53,070
受限制銀行存款	20	–	11,008	–	–
現金及現金等價物	20	29,298	120,962	211,873	182,633
		178,273	259,115	356,172	416,199
資產總值		187,607	326,125	473,112	554,865
權益及負債					
貴公司擁有人應佔權益					
股本	22	–	36	38	38
儲備	24	(2,197)	33,583	24,970	33,343
保留盈利	25	28,726	104,690	144,213	200,161
		26,529	138,309	169,221	233,542
非控股權益		(862)	(3,289)	(4,027)	569
權益總額		25,667	135,020	165,194	234,111

		於12月31日			
		2019年	2020年	2021年	2022年
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
負債					
非流動負責					
租賃負債	26	1,484	1,409	1,035	220
合約負債	28	686	–	45	38
遞延所得稅負債	29	–	2,200	–	–
借款	31	–	–	15,000	10,000
		2,170	3,609	16,080	10,258
流動負債					
貿易及其他應付款項	27	130,975	79,314	45,576	69,010
合約負債	28	12,850	64,533	59,308	31,385
當期所得稅負債		14,932	42,076	15,153	24,575
租賃負債	26	1,013	1,573	3,281	1,872
附帶贖回權利的金融工具	30	–	–	163,520	178,654
借款	31	–	–	5,000	5,000
		159,770	187,496	291,838	310,496
負債總額		161,940	191,105	307,918	320,754
權益及負債總額		187,607	326,125	473,112	554,865
流動資產淨值		18,503	71,619	64,334	105,703
總資產減流動負債		27,837	138,629	181,274	244,369

貴公司財務狀況表

		於12月31日		
		2020年	**2021年**	**2022年**
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
資產				
非流動資產				
應收附屬公司款項	36(e)	30,571	161,134	99,895
於附屬公司的投資	1.2	25,507	29,076	23,667
		56,078	190,210	123,562
流動資產				
預付款項及其他流動資產	19	445	5,514	13,867
現金及現金等價物		–	18,744	85,950
		445	24,258	99,817
資產總值		56,523	214,468	223,379
權益及負債				
貴公司擁有人應佔權益				
股本	22	36	38	38
儲備	24	57,113	44,821	48,029
累計虧損	25	(3,441)	(13,497)	(39,137)
權益總額		53,708	31,362	8,930
負債				
流動負債				
應付附屬公司款項	36(e)	653	16,758	30,562
附帶贖回權利的金融工具	30	–	163,520	178,654
貿易及其他應付款項	27	2,162	2,828	5,233
負債總額		2,815	183,106	214,449
權益及負債總額		56,523	214,468	223,379

綜合權益變動表

		貴公司擁有人應佔					
		股本	儲備	保留盈利	小計	非控股權益	總權益
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2019年1月1日的結餘		–	(8,910)	7,900	(1,010)	(15)	(1,025)
全面收入							
年內溢利		–	–	23,559	23,559	(840)	22,719
其他全面虧損							
－貨幣換算差額		–	(20)	–	(20)	(7)	(27)
全面收入總額		–	(20)	23,559	23,539	(847)	22,692
與股東(以股東身份)進行之交易							
轉撥至法定儲備	24	–	2,733	(2,733)	–	–	–
視作股東注資	24	–	4,000	–	4,000	–	4,000
與股東(以股東身份)進行之交易總額		–	6,733	(2,733)	4,000	–	4,000
於2019年12月31日的結餘		–	(2,197)	28,726	26,529	(862)	25,667

		貴公司擁有人應佔					
		股本	儲備	保留盈利	小計	非控股權益	總權益
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2020年1月1日的結餘		–	(2,197)	28,726	26,529	(862)	25,667
全面收入							
年內溢利		–	–	78,064	78,064	(2,433)	75,631
其他全面虧損							
－貨幣換算差額		–	(1,110)	–	(1,110)	(40)	(1,150)
全面收入總額		–	(1,110)	78,064	76,954	(2,473)	74,481
與股東(以股東身份)進行之交易							
發行普通股	22	36	32,950	–	32,986	–	32,986
出售附屬公司的非控股權益	35	–	–	–	–	46	46
權益結算以股份為基礎的付款交易	23	–	1,840	–	1,840	–	1,840
轉撥至法定儲備	24	–	2,100	(2,100)	–	–	–
股東注資巨室文創(昆山)投資有限公司	24	–	2,000	–	2,000	–	2,000
視作向股東的分派	24	–	(2,000)	–	(2,000)	–	(2,000)
與股東(以股東身份)進行之交易總額		36	36,890	(2,100)	34,826	46	34,872
於2020年12月31日的結餘		36	33,583	104,690	138,309	(3,289)	135,020

		貴公司擁有人應佔					
		股本	儲備	保留盈利	小計	非控股權益	總權益
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2021年1月1日的結餘		36	33,583	104,690	138,309	(3,289)	135,020
全面收入							
年內溢利		–	–	43,649	43,649	(758)	42,891
其他全面虧損							
－貨幣換算差額		–	(1,064)	–	(1,064)	20	(1,044)
全面收入總額		–	(1,064)	43,649	42,585	(738)	41,847
與股東(以股東身份)進行之交易							
發行普通股	22	2	159,841	–	159,843	–	159,843
確認贖回負債	30	–	(158,180)	–	(158,180)	–	(158,180)
權益結算以股份為基礎的付款交易	23	–	3,568	–	3,568	–	3,568
轉撥至法定儲備	24	–	4,126	(4,126)	–	–	–
貴公司宣派及派付的股息	32	–	(16,904)	–	(16,904)	–	(16,904)
與股東(以股東身份)進行之交易總額		2	(7,549)	(4,126)	(11,673)	–	(11,673)
於2021年12月31日的結餘		38	24,970	144,213	169,221	(4,027)	165,194

		貴公司擁有人應佔					
		股本	儲備	保留盈利	小計	非控股權益	總權益
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2022年1月1日的結餘		38	24,970	144,213	169,221	(4,027)	165,194
全面收入							
年內溢利		–	–	60,389	60,389	4,509	64,898
其他全面收入							
－貨幣換算差額		–	1,716	–	1,716	87	1,803
全面收入總額		–	1,716	60,389	62,105	4,596	66,701
與股東(以股東身份)進行之交易							
權益結算以股份為基礎的付款交易	23	–	2,216	–	2,216	–	2,216
轉撥至法定儲備	24	–	4,441	(4,441)	–	–	–
與股東(以股東身份)進行之交易總額		–	6,657	(4,441)	2,216	–	2,216
於2022年12月31日的結餘		38	33,343	200,161	233,542	569	234,111

綜合現金流量表

		截至12月31日止年度			
		2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
經營活動所得現金流量					
經營所得現金	33	2,819	338,982	39,417	23,025
已收利息		62	479	1,248	2,443
已付所得稅		(1,245)	(11,008)	(49,950)	(19,973)
經營活動流入／(流出)現金淨額		1,636	328,453	(9,285)	5,495
投資活動所得現金流量					
物業、廠房及設備付款		(1,217)	(56,028)	(53,860)	(6,339)
無形資產付款		–	(83)	(584)	(3,397)
其他非流動資產付款		–	–	–	(15,127)
受限制銀行存款增加		–	(112,966)	(124,838)	–
受限制銀行存款減少		–	101,958	135,846	–
購買理財產品的付款		–	–	(80,000)	–
贖回理財產品所得款項		–	–	80,435	–
以攤銷成本計量的金融資產的付款		–	–	(25,000)	–
出售以攤銷成本計量的其他金融資產的所得款項		–	–	25,000	–
投資收入		–	–	58	–
貸款予關聯方		(11,040)	–	–	–
關聯方償還的貸款		4,433	10,468	–	–
第三方償還的貸款		–	100	–	–
支付購買物業、廠房及設備的按金		(10,000)	–	–	–
退回購買物業、廠房及設備的按金		–	10,000	–	–
出售附屬公司，扣除已出售附屬公司的現金	35	–	(151,171)	–	–
投資活動流出現金淨額		(17,824)	(197,722)	(42,943)	(24,863)

		截至12月31日止年度			
		2019年	2020年	2021年	2022年
	附註	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
融資活動所得現金流量					
發行普通股所得款項	22	–	–	166,120	–
股東注資	24	–	2,000	–	–
支付發行普通股的交易成本	22	–	–	(5,932)	–
就重組支付予股東的現金	24	–	(12,000)	–	–
就重組向股東收取的現金	24	–	4,000	–	–
派付予股東的股息		–	–	(16,661)	–
上市開支付款		–	–	(4,998)	(2,230)
借款所得款項		–	–	25,000	–
償還借款		–	–	(5,000)	(5,000)
第三方貸款		–	–	13,160	–
向第三方償還貸款		–	–	(14,000)	–
關聯方所得款項	36	34,592	–	916	–
向關聯方償還貸款		(20,154)	(18,999)	(11,470)	–
已付利息		–	–	(1,245)	(1,035)
租賃付款		(996)	(2,031)	(2,275)	(3,122)
投資者投資電視節目的所得款項	6	15,000	–	–	–
清償與電視節目投資有關的金融負債	6	–	(12,000)	–	–
融資活動流入／(流出)現金淨額		28,442	(39,030)	143,615	(11,387)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額		12,254	91,701	91,387	(30,755)
年初現金及現金等價物	20(a)	17,044	29,298	120,962	211,873
匯率變動對現金及現金等價物的影響		–	(37)	(476)	1,515
年末現金及現金等價物	20(a)	29,298	120,962	211,873	182,633

II 歷史財務資料附註

1 一般資料、重組及呈列基準

1.1 一般資料

巨星傳奇集團有限公司(前稱巨星文創(集團)有限公司,「貴公司」)於2020年1月3日根據開曼群島法例第22章《公司法》(1961年第3號法律,經綜合及修訂),於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。其註冊辦事處地址為P. O. Box 31119 Grand Pavilion, Hibiscus Way, 802 West Bay Road, Grand Cayman, KY1-1205 Cayman Islands。

貴公司為一家投資控股公司。 貴公司及下文附註1.2所示現時組成 貴集團的公司(統稱「貴集團」)主要於中華人民共和國(「中國」)從事新零售業務以及IP創造及營運業務(「上市業務」)。

貴公司由馬心婷女士(「馬女士」)、楊峻榮先生(「楊先生」)、葉惠美女士(「葉女士」)、陳中先生(「陳先生」)透過其投資控股公司控制。

馬女士、楊先生、葉女士及陳先生已訂立一致行動方協議,故統稱為 貴公司的控股股東(「控股股東」)。

1.2 重組

貴公司註冊成立及下文所述為籌備 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司主板上市而進行的重組(「重組」)完成之前,上市業務由巨室文創(昆山)投資有限公司(「巨室文創(昆山)」)、秘密音樂(香港)有限公司(「秘密音樂(香港)」)、巨星行動文化(香港)有限公司(「巨星行動文化(香港)」)、巨星文創發展有限公司(「巨星文創發展」)、巨星傑爾影業(香港)有限公司(「巨星傑爾影業」)、巨星文創娛樂(香港)有限公司(「巨星文創娛樂」)及彼等的附屬公司(統稱「營運公司」)開展。

重組主要涉及以下步驟:

(i) 於2020年1月3日, 貴公司於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司,法定股本為50,000美元,分為50,000股每股面值1美元的股份。註冊成立後, 貴公司按面值向初始認購人發行一股普通股,並將該股份轉讓予Star Media Global Ltd.(「Star Media」,一家於英屬處女群島(「英屬處女群島」)註冊成立的公司並由賴國輝先生(「賴先生」)全資擁有)。於同日,賴先生獲委託代表控股股東及何志成先生(「何先生」)分別持有 貴公司實益權益的70%及15%,其餘15%的股權則歸屬於賴先生。

(ii) 於2020年2月5日, 貴公司以現金代價1美元向Great Essence Holdings Limited(「Great Essence」)收購巨星文創發展的全部股權。賴先生獲委託代表控股股東及何先生分別持有Great Essence實益權益的70%及15%,其餘15%的股權則歸屬於賴先生。

(iii) 於2020年2月5日, 貴公司以現金代價1港元(「港元」)向Great Essence收購巨星文創娛樂的全部股權。

(iv) 於2020年2月18日, 貴公司以現金代價1港元向Star Media收購巨星行動文化(香港)的全部股權。

(v) 於2020年2月18日，巨星行動文化(香港)同意以現金代價人民幣10,000,000元向巨室文創(昆山)收購昆山巨星行動電子商務有限公司的全部股權。

(vi) 於2020年2月28日， 貴公司以現金代價50港元向Great Essence收購秘密音樂(香港)的50%股權。

(vii) 於2020年3月19日， 貴公司以代價1港元向Great Essence收購巨星傑爾影業的全部股權。

(viii) 於2020年2月28日，巨星文創娛樂的全資附屬公司以代價人民幣2,000,000元向控股股東(擁有70%)及代表賴先生及何先生的獨立第三方(擁有30%)擁有及控制的公司收購巨室文創(昆山)的全部股權。此後，巨室文創(昆山)成為巨星文創娛樂的全資附屬公司。

於完成上述步驟後，各營運公司之控股股東均成為 貴公司股東，彼等於重組前後於營運公司之持股比例大致相同，而 貴公司成為現時組成 貴集團之公司之控股公司，並於 貴集團附屬公司擁有直接或間接權益。

於2020年7月29日， 貴公司法定股份由50,000股每股面值1美元的股份拆細為5,000,000,000股每股面值0.00001美元的股份。註冊成立時發行的一股每股面值1美元的認購人股份變為100,000股每股面值0.00001美元的股份。於2020年8月4日， 貴公司按面值向控股股東擁有的投資控股公司配發及發行合共499,900,000股普通股。於有關發行完成後， 貴公司由Legend Key International Limited(楊先生及葉女士全資擁有的公司)、Best Million Holdings Limited(馬女士全資擁有的公司)及Max One Ltd(陳先生全資擁有的公司)分別擁有30%、30%及10%權益。賴先生及何先生分別擁有 貴公司餘下15%及15%股權。

於2020年9月30日及2021年2月17日， 貴公司分別以37,500,000港元及200,000,000港元的代價向兩名首次公開發售前投資者(即Long Precise Limited(「Long Precise」)及Bradbury Private Investment III Inc.(「Bradbury」)配發及發行12,820,512股普通股及30,094,112股普通股。有關詳情，請參閱附註22。

於本報告日期， 貴公司於以下附屬公司擁有直接或間接權益：

					貴集團於以下日期應佔股權					
					於12月31日				於	
公司名稱	註冊成立地點及法定實體類型	註冊成立日期	註冊股本	主要業務及營運地點	2019年	2020年	2021年	2022年	本報告日期	附註
貴公司直接持有：										
巨星文創發展有限公司	英屬處女群島、有限責任公司	2017年12月31日	1美元	IP策劃、管理及授權、香港(「香港」)境外	100%	100%	100%	100%	100%	(x)
巨星行動文化(香港)有限公司	香港、有限責任公司	2019年12月5日	1港元	投資控股、香港	100%	100%	100%	100%	100%	(xi)
巨星文創娛樂(香港)有限公司	香港、有限責任公司	2015年11月3日	1港元	投資控股、香港	100%	100%	100%	100%	100%	(iii)
巨星傑爾影業(香港)有限公司	香港、有限責任公司	2018年7月26日	1港元	投資控股、香港	100%	100%	100%	100%	100%	(iii)
秘密音樂(香港)有限公司	香港、有限責任公司	2018年7月4日	100港元	買賣鋼琴及線上音樂學習材料、香港	50%	50%	50%	50%	100%	(iii)、(vi)
巨星創意文化股份有限公司	台灣、有限責任公司	2023年3月2日	新台幣20,000,000元	IP創造及營運	不適用	不適用	不適用	不適用	100%	(ii)

公司名稱	註冊成立地點及法定實體類型	註冊成立日期	註冊股本	主要業務及營運地點	貴集團於以下日期應佔股權 於12月31日 2019年	2020年	2021年	2022年	於本報告日期	附註
貴公司間接持有：										
北京巨星精湛文化傳播有限公司[i]	中國、有限責任公司	2017年11月6日	人民幣3,000,000元	電視、線上節目及演唱會的策劃、中國	70%	70%	70%	70%	70%	(ii)
北京秘密音樂文化發展有限公司[i]	中國、有限責任公司	2019年5月6日	人民幣10,000,000元	投資控股、中國	50%	50%	50%	50%	50%	(ii)、(vi)
昆山秘密音樂文化發展有限公司[i]	中國、有限責任公司	2018年8月19日	人民幣10,000,000元	買賣鋼琴及線上音樂學習材料、中國	50%	50%	50%	50%	50%	(ii)、(vi)
北京巨星傳奇文化發展有限公司[i]	中國、有限責任公司	2020年6月2日	人民幣10,000,000元	IP創造及營運、中國	不適用	100%	100%	100%	100%	(ii)
北京巨星行動電子商務有限公司[i]	中國、有限責任公司	2020年7月13日	人民幣10,000,000元	投資控股、中國	不適用	100%	100%	100%	100%	(iv)
昆山巨星行動電子商務有限公司[i]	中國、有限責任公司	2016年3月17日	人民幣100,000,000元	新零食業務的產品開發、客戶服務及訂單履行、中國	100%	100%	100%	100%	100%	(v)
天賦星球香港有限公司[i]	香港、有限責任公司	2021年11月26日	10,000港元	線上節目及演唱會策劃、香港	不適用	不適用	100%	100%	100%	(ii)
上海星創智權創意文化有限公司[i]	中國、有限責任公司	2021年11月26日	人民幣500,000元	媒體及電視節目製作管理、中國	不適用	不適用	100%	100%	100%	(ii)
杭州天賦星球文化傳媒有限公司[i]	中國、有限責任公司	2022年1月14日	人民幣3,000,000元	電視、網絡節目及音樂會策劃、中國	不適用	不適用	不適用	100%	100%	(ii)
昆山杰申企業管理中心(有限合夥)[i]	中國、有限合夥	2017年9月28日	人民幣1,000,000元	媒體與電視節目製作管理、中國	99.25%	99.25%	99.25%	99.25%	99.25%	(ii)、(vii)
昆山杰未企業管理中心(有限合夥)[i]	中國、有限合夥	2020年1月6日	人民幣1,000,000元	媒體與電視節目製作管理、中國	不適用	99.25%	99.25%	99.25%	99.25%	(ii)
巨室文創(昆山)投資有限公司[i]	中國、有限責任公司	2015年11月4日	人民幣2,000,000元	IP策劃、管理及許可、中國境內	100%	100%	100%	100%	100%	(ix)
星創杰影昆山文化發展有限公司	中國、有限責任公司	2021年7月1日	人民幣10,000,000元	媒體與電視節目製作管理、中國	不適用	不適用	100%	100%	100%	(ii)
昆山天賦星球文化傳媒有限公司[i]	中國、有限責任公司	2022年5月26日	人民幣10,000,000元	媒體與電視節目製作管理、中國	不適用	不適用	不適用	100%	100%	(ii)
杭州星創藝創想文娛有限公司	中國、有限責任公司	2022年3月11日	人民幣10,000,000元	媒體與電視節目製作管理、中國	不適用	不適用	不適用	100%	100%	(ii)

公司名稱	註冊成立地點及法定實體類型	註冊成立日期	註冊股本	主要業務及營運地點	貴集團於以下日期應佔股權 於12月31日 2019年	2020年	2021年	2022年	於本報告日期	附註
星創愛優(昆山)電子商務有限公司(i)	中國、有限責任公司	2022年9月29日	人民幣5,000,000元	媒體與電視節目製作管理、中國	不適用	不適用	不適用	100%	100%	(ii)
星創美尚(昆山)電子商務有限公司(i)	中國、有限責任公司	2022年12月1日	人民幣5,000,000元	網上交易管理、中國	不適用	不適用	不適用	100%	100%	(ii)
星創美優(昆山)電子商務有限公司(i)	中國、有限責任公司	2022年12月1日	人民幣5,000,000元	網上交易管理、中國	不適用	不適用	不適用	100%	100%	(ii)
星創愛嘉(昆山)電子商務有限公司(i)	中國、有限責任公司	2022年12月1日	人民幣5,000,000元	網上交易管理、中國	不適用	不適用	不適用	100%	100%	(ii)
巨星文創智權(香港)有限公司	香港、有限責任公司	2018年8月2日	1港元	不活躍、香港	100%	100%	100%	100%	100%	(iii)
星創藝(昆山)文娛有限公司(i)	中國、有限責任公司	2021年6月29日	人民幣1,000,000元	不活躍、中國	不適用	不適用	100%	100%	100%	(ii)
星創優選(昆山)電子商務有限公司(i)	中國、有限責任公司	2021年6月7日	人民幣1,000,000元	不活躍、中國	不適用	不適用	100%	100%	100%	(ii)
星創智權(昆山)創意文化有限公司(i)	中國、有限責任公司	2021年6月30日	人民幣1,000,000元	網上交易管理、中國	不適用	不適用	100%	100%	100%	(ii)
霍爾果斯巨室明創資訊諮詢有限公司)(i)	中國、有限責任公司	2017年12月19日	人民幣2,000,000元	電視節目製作顧問、中國	100%	100%	不適用	不適用	不適用	(viii)

附註：

(i) 該等附屬公司的官方名稱為中文。英文名稱僅供識別。

(ii) 於往績記錄期間，並無就該等附屬公司編製法定財務報表，因為該等公司不受註冊成立司法權區相關規則及法規項下法定審計規定的約束，惟稅務局另有規定除外。

(iii) 該等附屬公司截至2019年12月31日止年度的法定財務報表由香港執業會計師羅兵咸永道會計師事務所審計。截至2020年及2021年12月31日止年度的法定財務報表由德博會計師事務所有限公司審計。

(iv) 北京巨星行動電子商務有限公司於截至2020年12月31日止年度的法定財務報表由北京中林誠諾會計師事務所有限公司審計。

(v) 昆山巨星行動電子商務有限公司於截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度的法定財務報表由北京金海藍天會計師事務所(普通合夥)審計。

(vi) 秘密音樂(香港)有限公司的其他50%股權由詹宇豪先生全資擁有的Sapphire Prismatic持有。由於 貴集團擁有秘密音樂(香港)有限公司一半以上的投票權，故 貴集團可以控制秘密音樂(香港)及其附屬公司北京秘密音樂文化發展有限公司及昆山秘密音樂文化發展有限公司。

(vii) 於往績記錄期間， 貴集團擔任普通合夥人並委任昆山杰申企業管理中心(有限合夥)的管理合夥人。 貴集團於整個往績記錄期間對該實體擁有控制權。

(viii) 該公司於2021年12月15日註銷。

(ix) 巨室文創(昆山)投資有限公司於截至2019年及2020年12月31日止年度的法定財務報表乃由北京中林誠諾會計師事務所有限公司審計。

(x) 巨星文創發展有限公司截至2019年、2020年及2021年12月31日止年度的法定財務報表由德博會計師事務所有限公司審計。

(xi) 巨星行動文化(香港)有限公司截至2019年12月31日止年度以及截至2020年及2021年12月31日止年度的法定財務報表分別由香港執業會計師羅兵咸永道會計師事務所及德博會計師事務所有限公司審計。

所有附屬公司均採用12月31日作為其財政年度結束日期。

1.3 呈列基準

於緊接重組之前及緊隨重組之後， 貴集團現時旗下從事新零售業務以及IP創造及營運業務的公司均由控股股東共同控制。因此，重組被視為共同控制下的業務合併，且就本報告而言，歷史財務資料已應用香港會計師公會所頒佈香港會計指引第5號「共同控制合併的合併會計處理」訂明的合併會計原則編製。

編製歷史財務資料時，已納入現組成 貴集團的各公司的歷史財務資料，該等公司於緊接重組之前及緊隨重組之後均受控股股東的共同控制，且為 貴集團現時旗下公司(猶如現時集團架構於整個呈列期間或自合併公司首次受控股股東控制日期起(以時間較短者為準)一直存在)。

合併公司的資產淨值乃從控股股東角度以現有賬面值合併。在控制方持續持有權益的情況下，在共同控制業務合併時的商譽或收購方於被收購方可識別資產、負債及或然負債的淨公平值所佔權益超出成本部分的金額不予確認。

集團內公司間交易、集團公司間交易結餘及未變現收益／虧損於合併時予以對銷。

2 重要會計政策概要

本附註提供一系列編製歷史財務資料所採用的主要會計政策。除另有說明外，該等政策於所有呈列年度持續應用。歷史財務資料乃為 貴集團(由 貴公司及其附屬公司組成)編製。

2.1 編製基準

貴公司的歷史財務資料已根據下文所載香港會計師公會(「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。除非另有所指，否則歷史財務資料乃按歷史成本基準編製。

編製符合香港財務報告準則的財務報表須使用若干關鍵會計估計，亦要求管理層於應用 貴集團會計政策的過程中作出判斷。涉及高度判斷或複雜程度，或對綜合財務報表而言屬重大的假設及估計的領域披露於下文附註4。

於往績記錄期間生效的現有準則的所有相關準則、修訂本及詮釋已由 貴集團於整個往績記錄期間貫徹應用，包括香港財務報告準則第9號金融工具(「香港財務報告準則第9號」)、香港財務報告準則第15號客戶合約收益(「香港財務報告準則第15號」)及香港財務報告準則第16號租賃(「香港財務報告準則第16號」)。

尚未採納的新訂準則及現有準則修訂本

以下為已頒佈但尚未於往績記錄期間生效且 貴集團並無提早採納的新訂準則、以及現有準則的修訂本及詮釋：

		於下列日期或之後開始的報告期間生效
香港財務報告準則第16號(修訂本)	售後租回的租賃	2024年1月1日
香港會計準則第12號(修訂本)	與單一交易產生之資產及負債有關之遞延稅項	2023年1月1日
香港會計準則第1號(修訂本)	將負債分類為流動或非流動	2024年1月1日
香港會計準則第1號(修訂本)	附帶契諾的非流動負債	2024年1月1日
香港會計準則第8號(修訂本)	會計估計的定義	2023年1月1日
香港會計準則第1號及香港財務報告準則作業準則第2號(修訂本)	會計政策的披露	2023年1月1日
香港財務報告準則第17號	保險合約	2023年1月1日
香港詮釋第5號(2020年)	借款人對含有按要求償還條款的定期貸款之分類	2023年1月1日
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資	待定

貴集團將於上述新訂準則及準則的修訂本生效時予以採納。 貴集團已開始評估，並預期採納該等新訂準則及準則的修訂本不會對 貴集團的財務狀況及經營業績造成任何重大影響。

2.2 合併原則

(a) 附屬公司

附屬公司指 貴集團擁有控制權的所有實體。倘 貴集團因參與實體營運而承擔風險或有權享有當中的可變動回報，且能夠透過其管理該實體業務的權力影響該等回報，則 貴集團控制該實體。附屬公司自控制權轉移至 貴集團之日起全面綜合入賬，自控制權終止日期起終止綜合入賬。

貴集團使用會計收購法為並非共同控制下的業務合併入賬(請參閱附註2.3)。

公司間交易、結餘及集團公司間交易的未變現收益均予對銷。除非交易提供證據顯示所轉讓資產已減值，否則未變現虧損亦會對銷。附屬公司的會計政策已於必要時作出更改，確保與　貴集團所採納的政策一致。

附屬公司業績及權益內的非控股權益於歷史財務資料中單獨列示。

(b)　擁有權權益的變動

貴集團將不會導致喪失控制權的非控股權益交易視為與　貴集團權益擁有人進行的交易。擁有權權益的變動導致於控股與非控股權益的賬面值之間作出調整，以反映彼等於附屬公司的相關權益。非控股權益調整的款額與已付或已收任何代價之間的任何差額於　貴公司擁有人應佔權益確認為獨立儲備。

(c)　出售附屬公司

當　貴集團不再擁有控制權時，所持實體的任何保留權益按失去控制權當日的公平值重新計量，賬面值變動在損益確認。就後續將保留權益入賬為聯營公司或金融資產而言，公平值即初始賬面值。此外，先前就該實體在其他全面收益中確認的任何金額按猶如　貴集團已直接出售相關資產或負債而入賬。此意味先前在其他全面收益中確認的金額會重新分類至損益。

2.3　業務合併

不論是收購權益工具或其他資產，所有業務合併(共同控制下的業務合併除外)均以收購會計法入賬。就收購一間附屬公司所轉讓的代價包括：

- 轉讓資產的公平值；
- 結欠所收購業務前擁有人的負債；
- 貴集團所發行股權；
- 或然代價安排所產生的任何資產或負債的公平值；及
- 先前所存在於附屬公司的股權的公平值。

除有限例外情況外，於業務合併收購的可識別資產以及所承擔的負債及或然負債，初步按收購日期的公平值計量。　貴集團根據個別收購交易按公平值或非控股權益應佔被收購實體可識別資產淨值的比例確認於被收購實體的任何非控股權益。

收購相關成本於產生時支銷。

下列各項：

- 所轉讓代價；
- 被收購實體的任何非控股權益金額；及
- 於被收購實體先前的任何股權於收購日期的公平值

超出所收購可識別資產淨值的公平值時，其差額以商譽列賬。倘上述金額低於所收購業務可識別資產淨值的公平值，有關差額會作為一項議價購買直接於損益確認。

倘任何部分現金代價的結算獲遞延，日後應付金額貼現至彼等於兑換日期的現值。所使用的貼現率是實體的增量借貸率，即在可比條款和條件下，可以從獨立融資人處獲得類似借貸的利率。或然代價歸類為權益或金融負債。歸類為金融負債的金額其後重新計量至公平值，公平值變動於損益確認。

倘業務合併分階段進行，則收購方先前持有的被收購方股權於收購日期的賬面值於收購日期按公平值重新計量。任何因該項重新計量產生的收益或虧損於損益中確認。

2.4 獨立財務報表

於附屬公司的投資按成本扣除減值列賬。成本包括直接應佔投資成本。附屬公司的業績乃由 貴公司按已收股息及應收款項基準入賬。

倘股息超出附屬公司宣派股息期間全面收益總額，或倘獨立財務報表中投資賬面值超出綜合財務報表所示投資對象資產淨值(包括商譽)的賬面值，則須於自該投資收取股息時，對附屬公司的該等投資進行減值測試。

2.5 分部報告

經營分部的報告方式須與主要經營決策者(「主要經營決策者」)獲提供的內部報告方式一致。負責分配資源及評估經營分部表現的主要經營決策者被識別為作出策略性決策的執行董事。

2.6 外幣換算

(a) 功能及呈列貨幣

貴集團旗下的各公司的歷史財務資料所包括的項目乃使用該等公司經營所在的主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)計量。 貴公司及中國境外公司的功能貨幣為港元(「港元」)。中國境內公司的功能貨幣為人民幣。歷史財務資料以 貴集團的呈列貨幣人民幣呈列。

(b) 交易及結餘

外幣交易均按交易日或重新計量項目之估值當日的現行匯率換算為功能貨幣。結算該等交易產生的外匯盈虧及以外幣計值的貨幣資產及負債以期末的匯率換算所產生的外匯盈虧於綜合全面收益表「其他收益／(虧損)，淨額」內確認。

以公平值計量的外幣非貨幣項目採用釐定公平值當日的匯率換算。以公平值列賬的資產及負債的匯兑差額列報為公平值損益的一部分。例如，非貨幣資產及負債(如透過損益按公平值持有的權益)之匯兑差額乃於損益確認為公平值損益的一部分。

2.7 物業、廠房及設備

物業、廠房及設備乃按歷史成本減累計折舊及累計減值虧損(如有)列賬。歷史成本包括收購該等項目直接產生的開支。

僅當有關項目的未來經濟利益可能流入 貴集團，且該項目的成本能夠可靠地計量時，方會將其後成本計入資產賬面值或確認為獨立資產(如適用)。置換部分的賬面值將被終止確認。所有其他維修保養費用於產生的財務期間在綜合全面收益表內扣除。

物業、廠房及設備折舊乃以直線法計算，以於其估計可使用年期內將其成本攤分至其剩餘價值，詳情如下：

土地及樓宇	30年
電腦	5年
傢具、固定裝置及設備	5至10年
租賃裝修	預期可使用年期及租賃期之較短者

資產的剩餘價值及可使用年期在各財務狀況日期進行檢討，並視乎情況作出調整。

倘資產賬面值高於其估計可收回金額，則該資產的賬面值即時撇減至其可收回金額(附註2.9)。

出售的收益及虧損乃透過比較所得款項及賬面值釐定，並於綜合全面收益表「其他收益／(虧損)，淨額」內確認。

2.8 無形資產

所購軟件根據購置及使用特定軟件所產生的成本進行資本化。該等成本按直線法按其估計可使用年限10年攤銷。基於所購買的計算機軟件目前所具備的功能及 貴集團的日常運營需要， 貴集團認為，根據目前財務報告需要，10年使用年期為最佳估計。

2.9 非金融資產減值

當發生事件或情況轉變，顯示賬面值可能無法收回時，則對須攤銷的資產進行減值測試。減值虧損按資產賬面值超出其可收回金額的金額確認。可收回金額為資產公平值減銷售成本與使用價值兩者的較高者。於評估減值時，資產按獨立可識別現金流入的最低層次分組，有關現金流入大致上獨立於其他資產或資產組別(現金產生單位)的現金流入。在各報告期末，將審閱出現減值的非金融資產(商譽除外)是否有撥回減值的可能。

2.10 金融資產

(a) 分類

貴集團將其金融資產劃分為以下計量類別：

- 其後以公平值計量(且其變動計入其他全面收益(「其他全面收益」)或計入損益)的金融資產；及

- 以攤銷成本計量的金融資產。

該分類取決於實體管理金融資產之業務模式以及現金流量的合約條款。

對於以公平值計量的資產，其收益及虧損計入損益或其他全面收益。對於非持作買賣的權益工具投資，其收益及虧損之計量將取決於 貴集團在初始確認時是否作出不可撤銷的選擇，以將按公平值計入其他全面收益(「按公平值計入其他全面收益」)的權益投資入賬。

僅當管理該等資產之業務模式發生變化時， 貴集團才對債券投資進行重新分類。

(b) 確認及終止確認

常規購入及出售的金融資產於交易日期(即 貴集團承諾購入或出售該資產的日期)予以確認。倘收取金融資產現金流量的權利屆滿或轉移且 貴集團已將所有權絕大部分風險及回報轉移，則終止確認金融資產。

(c) 計量

在初始確認時， 貴集團按公平值加上(就並非按公平值計入損益(「按公平值計入損益」)計量的金融資產而言)可直接歸屬於收購金融資產的交易成本計量金融資產。按公平值計入損益列賬的金融資產之交易成本於損益支銷。

釐定現金流量是否僅為支付本金及利息時，附帶嵌入衍生工具的金融資產作為整體考慮。

債務工具

攤銷成本：持作收回合約現金流量的資產，倘該等現金流量僅指支付本金及利息，則按攤銷成本計量。該等金融資產的利息收入採用實際利率法計入財務收入。終止確認產生的任何收益或虧損連同外匯收益及虧損均直接在損益中確認並於「財務收入」中呈列。減值虧損則於損益表作為獨立項目呈列。

按公平值計入其他全面收益：持作收回合約現金流量及出售金融資產的資產，倘該等資產現金流量僅指支付本金及利息，則按公平值計入其他全面收益計量。賬面值的變動乃計入其他全面收益，惟確認之減值收益或虧損、利息收入及匯兑收益及虧損於損益確認除外。金融資產終止確認時，先前於其他全面收益確認的累計收益或虧損由權益重新分類至損益並於「其他(虧損)／收益，淨額」確認。該等金融資產的利息收入乃按實際利率法計入財務收入。匯兑收益及虧損在「其他(虧損)／收益，淨額」中呈列，而減值開支則於損益表作為獨立項目呈列。

按公平值計入損益：不符合按攤銷成本或按公平值計入其他全面收益標準的資產，以按公平值計入損益計量。其後以公平值計入損益計量的債務投資所產生的收益或虧損於損益確認，且在產生期間以淨額列示於綜合全面收益表內的「其他(虧損)／收益，淨額」。

權益工具

貴集團隨後以公平值計量所有權益工具。倘 貴集團管理層已選擇在其他全面收益中呈列權益工具的公平值收益及虧損，於終止確認投資後不會將公平值收益及虧損其後重新分類至損益。當 貴集團收取款項的權利確立時，相關投資的股息繼續於損益中確認為其他收入。

按公平值計入損益的金融資產公平值變動於綜合全面收益表內的「其他(虧損)／收益，淨額」確認(如適用)。按公平值計入其他全面收益的權益投資的減值虧損(及減值虧損撥回)不會與其他公平值變動分開呈報。

(d) 減值

貴集團於前瞻性基礎上評估與其按攤銷成本列賬的資產相關的預期信貸虧損。所採用減值方法取決於信貸風險是否顯著增加。附註3.1詳述 貴集團如何確定信貸風險是否顯著增加。

預期信貸虧損為金融資產的預期年期內信貸虧損的概率加權估計(即所有現金不足金額的現值)。

就貿易應收款項而言， 貴集團應用香港財務報告準則第9號准許的簡化方法，其規定於初始確認資產時確認預計年期虧損，有關詳情請參閱附註3.1(b)。

此外，管理層亦透過考慮與客戶的關係及其財務狀況來審查個別債務人的信貸風險，以是否需於評估報告期末作出進一步撥備。

其他應收款項減值乃按12個月預期信貸虧損或全期預期信貸虧損計量，取決於信貸風險自初始確認起是否顯著增加。倘應收款項的信貸風險自初始確認起顯著增加，減值按全期預期信貸虧損計量。

2.11 抵銷金融工具

當有法定可強制執行權利可抵銷已確認金額，並有意按淨額基準結算或同時變現資產及償付負債時，金融資產與負債可互相抵銷，並於綜合財務狀況表呈報其淨額。法定可強制執行權利不得依賴未來事件而定，而在一般業務過程中以及倘 貴集團或對手方一旦出現違約、無償債能力或破產時亦必須可強制執行。

2.12 存貨

存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。成本使用加權平均法釐定。採購存貨的成本於扣除回扣及折扣後釐定。可變現淨值乃於日常業務過程中的估計售價減去適用可變銷售開支。

2.13 電視節目版權

電視節目版權按成本與可變現淨值中的較低者列賬。在製電視節目版權的成本包括與製作電視節目版權相關的所有直接成本。在製電視節目版權於完成製作後轉撥至「已完成電視節目版權」。可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減適用可變銷售開支。

2.14 貿易及其他應收款項

貿易應收款項為日常業務過程中就所售商品或提供的服務而應收客戶的款項。貿易及其他應收款項為並無於活躍市場報價並具有固定或可釐定付款的非衍生金融資產。貿易及其他應收款項分類為流動資產，惟到期日超過財務狀況日後十二個月的有關款項則分類為非流動資產。

貿易應收款項初步按已成為無條件的代價金額確認，除非其包含重大融資成分，於此情況下則按公平值確認。 貴集團持有貿易應收款項的目的為收取合約現金流量，因此其後使用實際利率法按攤銷成本對其進行計量。

2.15 現金及現金等價物以及定期存款

於綜合現金流量表中，現金及現金等價物包括手頭現金及原到期日為三個月或以內並可隨時轉換為已知數之現金且價值變動風險不大的銀行存款。定期存款為原到期日超過三個月但不足一年的銀行存款。

就受限制的現金而言，對限制的經濟實質以及其是否符合現金及現金等價物的定義進行評估。

2.16 股本

普通股分類為權益。發行新股或購股權直接應佔的增量成本乃於權益中列為所得款項的扣減(經扣除稅項)。

2.17 貿易及其他應付款項

貿易應付款項為於日常業務過程中向供應商購入貨品或服務的付款責任。倘貿易及其他應付款項於一年或以內(或如屬較長時間，則以業務正常經營週期為準)到期，則分類為流動負債，否則按非流動負債呈列。

貿易及其他應付款項初步按公平值確認，其後使用實際利率法按攤銷成本計量。

2.18 附帶贖回權利的金融工具

向投資者發行的贖回權利指 貴公司在未來發生若干事件時以固定贖回金額購回股份的義務。該等贖回權利將於 貴公司股份合資格首次公開發售完成後自動註銷。

與贖回權利有關的潛在現金付款作為金融負債入賬。該負債最初按贖回金額的現值確認，並將導致 貴公司權益減少。金融負債隨後應按攤銷成本計量。

倘可贖回權利到期而未交付，則金融負債的賬面值重新分類至權益。倘贖回發生於報告期末後至少12個月，則該金融負債分類為非流動負債。

2.19 借款及借款成本

借款初步按公平值確認，經扣除已產生的交易成本。借款其後以攤銷成本列賬。所得款項(經扣除交易成本)與贖回金額之間的任何差額，使用實際利率法於借款期內在損益中確認。於建立貸款融資時支付的費用於將很有可能提取部分或全部融資時確認為貸款的交易成本。於此情況下，有關費用遞延至融資被提取時。倘無證據顯示將很有可能提取部分或全部融資，有關費用將被資本化為流動資金服務的預付款項並於相關融資期間進行攤銷。

當合約中規定的責任獲解除、取消或屆滿時，借款自資產負債表中剔除。金融負債賬面值(已消除或轉撥至另一方)與已付代價(包括已轉讓的任何非現金資產或所承擔負債)之間的差額於損益中確認為融資成本。

除非　貴集團有無條件權利將負債的結算遞延至報告期後至少12個月，否則借款分類為流動負債。

收購、建設或生產合資格資產直接應佔的一般及特定借款成本，於完成及籌備資產作其擬定用途或出售所需之期間內資本化。合資格資產為需經過相當長時間方可作其擬定用途或出售的資產。

於特定借款撥作合資格資產的支出前作為臨時投資所賺取的投資收入，須自可予資本化的借款成本中扣除。其他借款成本於產生期間支銷。

2.20 即期及遞延所得稅

往績記錄期間的稅項開支包括即期稅項及遞延稅項。稅項在綜合全面收益表中確認，惟與於其他全面收益或直接於權益中確認的項目相關者除外。於此情況下，稅項亦分別於其他全面收益或直接於權益中確認。

(a) 即期所得稅

即期所得稅開支根據　貴集團營運所在及產生應課稅收入的國家於綜合財務狀況表日期已頒佈或實質已頒佈的稅法計算。管理層就適用稅務法例有待詮釋的情況定期評估報稅表的狀況，並於適用情況下根據預期須向稅務機構支付的稅款設定撥備。

(b) 遞延所得稅

遞延所得稅就資產及負債的稅基與其於綜合財務報表所示賬面值之間的暫時性差額以負債法確認。然而，如遞延稅項負債產生自初步確認商譽，則不會確認遞延稅項負債。倘於非業務合併的交易中初步確認資產或負債而產生遞延所得稅，而交易當時並無影響會計或應課稅溢利或虧損，則不會將遞延所得稅入賬。遞延所得稅按綜合財務狀況表日期前已實施或

實際上已實施，並在變現有關遞延所得稅資產或清償遞延所得稅負債時預期將會適用的稅率(及法律)釐定。

僅當可能有未來應課稅金額用於動用該等暫時性差額及虧損時，方會確認遞延稅項資產。

在公司有能力控制暫時性差額的撥回時及差額可能不會在可見未來撥回的情況下，不會就外國業務投資的賬面值與稅基之間的暫時性差額確認遞延稅項資產及負債。

倘存在可依法強制執行權利以抵銷即期稅項資產及負債，且倘遞延稅項結餘與同一稅務機關相關，則會抵銷遞延稅項資產及負債。倘實體擁有可依法強制執行權利進行抵銷及擬按淨額結付，或同時變現資產及結付負債，則會抵銷即期稅項資產及稅項負債。

2.21 僱員福利

(a) 短期責任

工資及薪金負債(包括預期於僱員提供相關服務期間結束後12個月內全部結清的非貨幣福利及累計年假)就截至報告期末止的僱員服務予以確認，並按結付負債時預期將支付的金額計量。該等負債於財務狀況表呈列為即期僱員福利責任。

(b) 離職後責任

界定供款計劃為一項退休金計劃， 貴集團可據此按照強制性、合約性或自願性基準向公共或私人管理退休金保險計劃繳付供款。 貴集團於中國經營的附屬公司須按照相關規則及法規向當地政府部門管理的員工退休計劃供款。 貴集團在支付供款後即無進一步付款責任。倘該基金並無足夠資產向所有僱員支付就於本期間及過往期間提供的僱員服務所得的福利， 貴集團並無作出進一步供款的法定或推定責任。供款於到期時確認為僱員福利開支。倘有現金退款或未來供款額出現下調，預付供款會確認為資產。

(c) 住房公積金、醫療保險及其他社會保險

貴集團的中國僱員有權參與政府監管的多項住房公積金、醫療保險及其他社會保險計劃。 貴集團每月按該等僱員薪金的若干百分比向該等基金作出供款。 貴集團就該等基金的責任限於各期間的應付供款。對住房公積金、醫療保險及其他社會保險的供款於產生時列作開支。

(d) 以股權結算的股份付款

向僱員授出的購股權的公平值確認為僱員福利開支，並對權益作出相應增加。將予支銷的總金額乃參考所授出購股權的公平值釐定：

- 包括任何市場表現條件(如實體的股價)

- 不包括任何服務及非市場表現歸屬條件(如盈利能力、銷售增長目標及僱員在某特定時間於實體留任)產生的影響，及

－ 包括任何非歸屬條件(如僱員於特定期間保留或持有股份的規定)的影響。

總開支於達致所有指定歸屬條件的歸屬期間確認。於各期間末，實體根據非市場歸屬及服務條件修訂對預期歸屬的購股權數目所作估計，並在損益中確認修訂原有估計產生的影響(如有)，並對權益作出相應調整。

2.22 撥備

倘 貴集團因過往事件而承擔現有法定或推定責任；有可能須流出資源以履行責任；且有關金額已可靠估計時，則會確認撥備。概不會就未來經營虧損確認撥備。

倘出現多項類似責任，履行責任時須流出資源的可能性乃經考慮整體責任類別後釐定。即使就同一責任類別所包含的任何一個項目流出資源的可能性極低，仍須確認撥備。

撥備按管理層對預期履行有關責任所需開支的最佳估計現值採用稅前利率計量，該利率反映當時市場對金錢時間值和有關責任特定風險的評估。因時間推移而增加的撥備確認為財務成本開支。

2.23 收入確認

收入於貨品或服務的控制權轉移至客戶時確認。視乎合約條款及適用於該合約的法律規定，收入可隨時間或於某一時間點確認。

倘 貴集團的履約符合下列其中一項情況，貨品或服務的控制權將隨時間轉移：

－ 提供所有獲客戶同時收取並耗用的利益；

－ 因 貴集團履約而產生或增加客戶所控制的資產；或

－ 並無產生對 貴集團而言有其他用途的資產，而 貴集團可強制執行其權利收回至今已完成履約的款項。

倘貨品及服務的控制權隨時間轉移，則收入按合約期間參考已完成履約責任的進度確認。否則，收入於客戶獲得貨品及服務控制權的某一時間點確認。

已完成履約責任的進度按最能描述 貴集團履行履約責任表現的以時間為基礎的進度計量方式計量。

與客戶訂立的合約可能包含多項履約責任。就該等安排而言， 貴集團按其相對獨立的售價為每項履約責任分配收入。 貴集團一般根據向客戶收取的價格釐定獨立售價。倘獨立售價無法直接觀察得出，則會視乎可觀察資料的可用性，使用預計成本加利潤或經調整市場評估法進行估算。在估算各項不同履約責任的相對售價時已作出假設及估計，倘更改對該等假設及估計的判斷，則可能會影響收入確認。

當合約的任何一方已履約時， 貴集團會根據實體履約與客戶付款之間的關係，將綜合財務狀況表中的合約呈列為合約資產或合約負債。

合約資產為 貴集團就換取 貴集團已轉移至客戶的貨品及服務收取代價的權利。當 貴集團擁有無條件收取代價的權利時，會將應收款項入賬。倘只需要經過一段時間代價即到期應付，則收取代價的權利屬無條件。

倘在 貴集團向客戶轉讓貨品或服務前，客戶支付代價或 貴集團擁有收取代價金額的無條件權利， 貴集團於作出付款或入賬應收款項時(以較早者為準)呈列合約負債。合約負債是 貴集團因 貴集團已收取代價(或已可向客戶收取到期代價金額)而須向客戶轉讓貨品或服務的責任。

以下是 貴集團主要收入來源的會計政策描述：

(a) 新零售業務收入

銷售健康管理及護膚品

銷售貨品所得收入於資產控制權轉移至客戶時確認，一般於產品驗收時確認。 貴集團確認的收入相當於合約銷售價格減增值稅、銷售退貨的估計銷售津貼、批次折扣及支付予分銷商的獎勵。銷售退貨的估計銷售津貼、批次折扣及支付予分銷商的獎勵是根據合約條款及歷史模式作出。

貴集團被視為委託人，因為綜合來看，(a) 貴集團是向分銷商提供指定貨品或服務的主要責任人；(b) 貴集團承擔所有存貨風險並負責產品的交付；(c) 貴集團可酌情釐定健康管理及護膚品的定價政策，並預先釐定促銷所需的折扣、獎勵及費用。因此，銷售健康管理及護膚品所得收入按毛額確認。

(b) IP創造及營運收入

電視節目製作收入

貴集團承擔電視節目製作的投資者角色時，其：

- 在指定地理區域在某一時間段內以固定費用向客戶授出該等電視節目的版權及附屬權利。收入於客戶交付及驗收最終產品時確認，屆時電視節目的控制權已轉移，以便客戶可指導使用並獲得相關利益；或

- 向客戶出售有關電視節目的版權及附屬權利，以換取根據協定機制(如指定地理區域內每集的廣告收入)計算的現金代價。此費用構成可變代價且有關收入僅在不確定性消除後極有可能不會發生重大撥回的情況下確認。

娛樂視頻製作及許可收入

貴集團按固定代價為客戶的特定活動製作娛樂視頻並進行許可。當視頻可供客戶使用時確認收入，通常於客戶獲得使用視頻的權利之時交付視頻。

活動策劃及管理收入

貴集團承擔演唱會職責或網絡直播管理的活動策劃及管理收入，在項目的演出或活動期間確認，屆時客戶同時收到並消耗 貴集團服務提供的利益。收入在合約期限內採用直線法確認。

授權及特許權使用費收入

貴集團將專有明星知識產權及創建的媒體內容授權予第三方。任何協定的預付授權費用均在授權協議期間以直線法確認。授權安排的特許權使用費收入根據協議條款確認。

由於 貴集團有能力釐定電視節目及娛樂視頻授權以及演唱會或網絡直播的定價，協商服務條款，承擔電視節目、娛樂視頻及演唱會的自製成本等相關成本，以及負責管理獲授權唱片， 貴集團被視為委託人，並按毛額確認上述收入來源所得收入，以及將生產成本及其他適用的履約成本確認為收入成本。

明星IP管理收入

明星IP管理收入來自 貴集團管理若干明星的IP所賺取的服務費，於演出或播放期間按直線法確認。

考慮到當前由 貴集團管理其IP的明星有權釐定與廣告商簽約中的表演衡量依據及服務價格，並承擔大部分服務成本， 貴集團被視為該安排的代理人，因此以淨額基準確認明星IP管理收入。

2.24 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃按以下方式計算得出：

- 公司擁有人應佔溢利(不包括普通股以外的任何權益服務成本)，除以
- 財政年度內發行在外普通股加權平均數，並就年內已發行普通股(不包括庫存股)的股利成分調整。

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利調整用於釐定每股基本盈利的數字，以計及：

- 利息的除所得稅後影響及與潛在攤薄普通股有關的其他融資成本，及
- 假設在所有潛在攤薄普通股獲轉換的情況下原應發行在外的額外普通股的加權平均數。

2.25 租賃

貴集團作為承租人租賃辦公場所，租賃期為1至3年。租賃在租賃資產可供 貴集團使用之日確認為使用權資產及相應負債。租賃產生的資產及負債初步按現值計量。

租賃負債包括以下租賃付款的現值淨額(如適用)：

(a) 固定付款(包括實質性固定付款)減任何應收租賃優惠；

(b) 以指數或利率為基準的可變租賃付款；

(c) 剩餘價值擔保下的承租人預期應付款項；

(d) 購買權的行使價格(倘承租人合理地確定行使該權利)；及

(e) 支付終止租賃的罰款(倘租賃條款反映承租人行使該選擇權)。

租賃付款乃使用租賃中的內含利率(倘該利率能較容易地確定)或 貴集團的增量借款利率進行貼現。每筆租賃付款乃分配至負債及財務成本。財務成本於租期內自損益扣除，以計算出各期間負債餘下結餘的固定週期利率。

使用權資產按成本計量，包括以下各項：

- 租賃負債的初步計量金額，
- 於開始日期或之前所作的任何租賃付款，減去所得任何租賃優惠，
- 任何初始直接成本，及
- 修復成本。

使用權資產通常於資產的可使用年期及租賃期(以較短者為準)按直線法折舊。倘 貴集團合理確定行使購買權，則使用權資產於相關資產的可使用年期進行折舊。

與短期租賃以及所有低價值資產租賃相關的付款按直線法於損益確認為開支。短期租賃指租期為12個月或以下的租賃。

2.26 股息分派

向組成 貴集團的公司的股權持有人作出的股息分派於股息獲股權持有人或董事(如適用)批准期間在歷史財務資料中確認為負債。

2.27 政府補助

倘能夠合理確定 貴集團將收到補助及 貴集團符合將所有附帶條件，則政府補助會按其公平值確認。

補償 貴集團所產生開支的補助於確認開支的相同期間內系統地在綜合全面收益表「其他收入」中確認。

2.28 利息收入

倘利息收入乃自持作現金管理用途的金融資產賺取，則利息收入呈列為財務收入。

利息收入透過對金融資產(其後出現信貸減值的金融資產除外)的賬面總值使用實際利率計算。對出現信貸減值的金融資產，實際利率乃應用於金融資產的賬面淨值(扣除虧損撥備後)。

3 財務風險管理

3.1 財務風險因素

貴集團業務面臨多種財務風險：市場風險(包括外匯風險、現金流量及公平值利率風險以及價格風險)、信貸風險及流動資金風險。 貴集團的整體風險管理計劃專注於金融市場的不可預測性，並尋求盡量降低對 貴集團財務表現可能構成的不利影響。

財務風險管理在董事會監督下由財務部執行。董事會制訂整體風險管理的原則。

(a) 市場風險

(i) 外匯風險

當未來商業交易或已確認資產及負債以 貴集團實體功能貨幣以外的貨幣計值時，外匯風險即會產生。

貴集團透過密切監察外匯匯率的變動管理其外匯風險。從中國匯出的現金須遵守中國政府頒佈的外匯管制規則及條例。 貴集團並無其他重大外匯風險。

貴集團以外幣計值的貨幣資產於綜合財務狀況表相關日期的賬面值如下：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
資產				
人民幣	–	–	105,753	109,558
美元	–	11,473	31,342	599
新台幣	–	–	–	4,562
	–	11,473	137,095	114,719

於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日， 貴集團功能貨幣為港元的實體合共美元貨幣資產淨值分別為零、人民幣11,473,000元、人民幣31,342,000元及人民幣599,000元。在香港的聯絡匯率制度下，港元與美元掛鈎，因此管理層認為港元兌美元並無重大外匯風險。

於2021年及2022年12月31日，在所有其他變量保持不變的情況下，倘人民幣兌港元升值／貶值5%，則於截至2021年及2022年12月31日止年度有關的稅前溢利將分別上升／下降約人民幣5,288,000元及人民幣5,478,000元。

於2022年12月31日，在所有其他變量保持不變的情況下，倘人民幣兌新台幣升值／貶值5%，則於截至2022年12月31日止年度有關的稅前溢利將分別上升／下降約人民幣228,000元。

(ii) 現金流量及公平值利率風險

由於 貴集團並無重大計息資產(現金及現金等價物以及受限制銀行存款除外)，故 貴集團的收入及經營現金流量基本上不受市場利率變動的影響。

貴集團的利率風險主要來自借款。按浮動利率取得的借款使 貴集團面對現金流量利率風險。按固定利率取得的借款則使 貴集團面臨公平值利率風險。於往績記錄期間， 貴集團並無使用任何金融工具以對沖利率風險。

貴集團由管理層監控的利率概況載於下文：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
按固定利率計算的金融工具				
借款	–	–	20,000	15,000

(iii) 價格風險

貴集團面臨按公平值計入損益計量的金融資產相關的價格風險，包括理財產品(「理財產品」)投資。 貴集團將投資組合多樣化以管理投資產生的價格風險。敏感度分析由管理層進行，有關詳情請參閱附註3.3(a)。

(b) 信貸風險

(i) 風險管理

信貸風險按組合基準管理。 貴集團的信貸風險主要來自金融資產、現金及現金等價物、受限制銀行存款以及貿易及其他應收款項。該等結餘的賬面值指 貴集團就該等資產所面臨的最大信貸風險。

為盡量降低信貸風險，管理層已委派一支負責確定信貸限額、信貸審批及其他監督程序的團隊，以確保採取跟進措施收回逾期債務。於接納新債務人前， 貴集團會評估潛在債務人的信貸質素並界定債務人的信貸限額。 貴集團定期審閱授予債務人的信貸限額。此外， 貴集團於報告期末審閱各個別債項的可收回金額，確保已就不可收回金額計提足夠的減值虧損。就此而言，管理層認為 貴集團的信貸風險大大降低。

於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，所有銀行存款乃存放於國有銀行或具聲譽的銀行(均為並無重大信貸風險的所有高信貸質素金融機構)或由其管理。

(ii) 金融資產減值

貴集團擁有的兩類金融資產處於香港財務報告準則第9號新預期信貸虧損模型的適用範圍內。

- 貿易應收款項及應收票據
- 其他應收款項

儘管現金及現金等價物亦須遵守香港財務報告準則第9號的減值規定，但已識別的減值虧損並不重大。

貿易應收款項

貴集團應用簡化方法按香港財務報告準則第9號規定就預期信貸虧損計提撥備，該準則允許對所有貿易應收款項採用全期預期虧損撥備。為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已根據共同信貸風險特徵及發票日期分組。

管理層已按個別基準或根據攤佔的信貸風險特徵及逾期天數分類評估預期信貸風險。評估乃根據客戶的背景及信譽、歷史償還記錄及過往經驗。管理層亦考慮外部評級機構報告指出的違約率及違約損失率，以及可能影響客戶償還未償還結餘的能力的前瞻性資料。與已知面臨財務困難或對收回應收款項產生重大疑慮的貿易應收款項被視為面臨較大違約風險，須單獨進行測試。

按該基準，於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日釐定貿易應收款項虧損準備，且下述預期信貸虧損已包括前瞻性資料。

	未逾期	逾期 1至30日	逾期 31至60日	逾期 61至90日	逾期 91至120日	逾期 121日以上	總計
貿易應收款項							
於2019年12月31日							
預期虧損率	0.69%	–	–	–	–	–	
賬面總值*(人民幣千元)*	254	–	–	–	–	–	254
虧損準備撥備*(人民幣千元)*	(2)	–	–	–	–	–	(2)
於2020年12月31日							
預期虧損率	1.85%	11.59%	–	–	–	46.43%	
賬面總值*(人民幣千元)*	40,214	630	–	–	–	252	41,096
虧損準備撥備*(人民幣千元)*	(742)	(73)	–	–	–	(117)	(932)
於2021年12月31日							
預期虧損率	0.86%	7.43%	–	13.40%	–	54.17%	
賬面總值*(人民幣千元)*	24,528	1,683	–	194	–	72	26,477
虧損準備撥備*(人民幣千元)*	(210)	(125)	–	(26)	–	(39)	(400)
於2022年12月31日							
預期虧損率	0.51%	5.80%	11.57%	16.43%	21.02%	26.09%	
賬面總值*(人民幣千元)*	26,630	9,365	2,144	414	628	23	39,204
虧損準備撥備*(人民幣千元)*	(137)	(543)	(248)	(68)	(132)	(6)	(1,134)

於2022年12月31日，預期信貸虧損率較低，是由於IP創造及營運業務(定義見下文附註5)的大部分貿易應收款項的信用評級高於往年。此外，於2020年及2021年12月31日，預期信貸虧損率較高，是由於COVID-19對宏觀經濟環境及前瞻性因素的不利影響。

貿易應收款項減值虧損於綜合全面收益表中單獨呈列為「金融資產減值虧損撥回／(撥備)」。貿易應收款項於並無合理可收回預期時予以撇銷。並無合理可收回預期的跡象包括(其中包括)債務人無法與 貴集團達成還款計劃，以及有跡象顯示存在嚴重財務困難。

其他應收款項

其他應收款項主要包括應收關聯方款項、應收按金、向第三方貸款及員工預付款項。 貴集團管理層根據過往結算記錄及過往經驗，對按金及其他應收款項的可收回性進行定期集體評估及個別評估。 貴集團使用違約概率(「違約概率」)、違約風險(「違約風險」)及違約損失率(「違約損失率」)計量存款及其他應收款項的信貸風險。此方法用於根據香港財務報告準則計量預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)。

- 初始確認時並無出現信貸減值的其他應收款項分類為「第一階段」，而 貴集團持續監控其信貸風險。有關預期信貸虧損乃按12個月基準計量。

- 倘發現自初始確認以來信貸風險出現大幅增加(尤其是，倘債務人的合約付款逾期超過30日)，則該金融工具將撥往「第二階段」，惟尚未被視為出現信貸減值。預期信貸虧損按全期基準計量。

- 倘金融工具出現信貸減值，則該金融工具將撥往「第三階段」。預期信貸虧損按全期基準計量。其考慮現有合理及支持性前瞻性資料，尤其納入以下指標：

  - 債務人的合約付款逾期超過90日，

  - 預期對借款人履行責任的能力造成重大變動的業務、金融或經濟狀況的實際或預期重大不利變動，

  - 個別業主或借款人的經營業績的實際或預期重大變動。

於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日應用的平均虧損率分別為0.22%、10.13%、0.70%及0.84%。

於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，貿易及其他應收款項的虧損準備撥備與該撥備的期初虧損準備對賬如下：

	貿易應收款項	其他應收款項	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2019年1月1日	121	40	161
金融資產減值虧損（撥回）／撥備	(119)	46	(73)
於2019年12月31日	2	86	88
於2020年1月1日	2	86	88
金融資產減值虧損撥備	930	3,522	4,452
於2020年12月31日	932	3,608	4,540
於2021年1月1日	932	3,608	4,540
金融資產減值虧損撥回	(532)	(390)	(922)
撇銷為不可收回的應收款項	–	(3,032)	(3,032)
於2021年12月31日	400	186	586
於2022年1月1日	400	186	586
金融資產減值虧損撥備	734	11	745
於2022年12月31日	1,134	197	1,331

(c) 流動資金風險

為管理流動資金風險，管理層以預期現金流量為基準監察 貴集團流動資金儲備以及現金及現金等價物的滾動預測。 貴集團預期通過內部產生的經營現金流量為未來現金流量需求提供資金。

下表根據財務狀況表日期至合約到期日的剩餘期限按有關到期組別分析 貴集團的金融負債。表中所披露的金額為合約未貼現現金流量。

	按要求	一年內	一至兩年	兩至五年	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2019年12月31日					
貿易及其他應付款項*	–	122,416	–	–	122,416
租賃負債	–	1,125	665	980	2,770
	–	123,541	665	980	125,186
於2020年12月31日					
貿易及其他應付款項*	–	53,856	–	–	53,856
租賃負債	–	1,843	981	377	3,201
	–	55,699	981	377	57,057
於2021年12月31日					
貿易及其他應付款項*	–	30,378	–	–	30,378
借款及應付利息	–	6,023	5,734	10,603	22,360
租賃負債	–	3,694	1,203	–	4,897
附帶贖回權利的金融工具	163,520	–	–	–	163,520
	163,520	40,095	6,937	10,603	221,155
於2022年12月31日					
貿易及其他應付款項*	–	45,952	–	–	45,952
借款及應付利息	–	5,734	5,447	5,156	16,337
租賃負債	–	2,059	231	–	2,290
附帶贖回權利的金融工具	178,654	–	–	–	178,654
	178,654	53,745	5,678	5,156	243,233

* 不包括應付薪資及員工福利以及其他應付稅項。

3.2 資本風險管理

貴集團管理資金的目標旨在保障 貴集團按持續經營基準繼續營運的能力，以為股東帶來回報，同時兼顧其他利益相關方的利益，並維持最佳的資本架構以減低資本成本。

為維持或調整資本架構， 貴集團可能調整向股東支付的股息金額、向股東退回資本、發行新股份或出售資產，從而減少債務。

貴集團根據資本負債比率監控資本。該比率按債務淨額除以總資本計算。債務淨額按借款總額、附帶贖回權利的金融工具、租賃負債、應付關聯方款項及應付第三方款項減現金及現金等價物以及受限制銀行存款計算。總資本按綜合財務狀況表所示的「權益」加債務淨額計算。

於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日的資本負債比率如下：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
債務／(現金)淨額	35,702	(118,434)	(24,037)	13,113
總資本	61,369	16,586	141,157	247,224
資本負債比率	58.18%	不適用	不適用	5.30%

3.3 公平值估計

本節闡述釐定於財務報表中確認及按公平值計量的金融工具公平值所作出的判斷及估計。為得出有關釐定公平值所用輸入數據的可靠性指標， 貴集團將其金融工具分為三個層級：

第一層：在活躍市場上買賣的金融工具(如公開買賣的衍生工具及股本證券)的公平值乃按於報告期末的市場報價釐定。 貴集團所持有金融資產採用的市場報價為當時買盤價。該等工具計入第一層。

第二層：未在活躍市場買賣的金融工具(例如場外衍生工具)的公平值利用估值技術釐定，該等估值技術盡量利用可觀察市場數據，並盡量減少依賴實體特定估計。倘計量工具公平值所需所有重大輸入數據均可觀察，則該工具計入第二層。

第三層：倘一項或多項重大輸入數據並非根據可觀察市場數據得出，則該工具計入第三層。對於並無可觀察市場數據的若干理財產品投資而言亦是如此。

(a) 金融資產及負債

(i) 使用重大不可觀察輸入數據的公平值計量(第三層)

截至2021年12月31日止年度， 貴集團自中國國有或具聲望的國家銀行購買若干浮動收益財富管理產品，均計入第三級。截至2021年12月31日，所有該等財富管理產品已贖回。

貴集團管理層採用的公平值評估方法以及相關關鍵假設及判斷為收益法(具體為現金流量貼現法)：採用估值技術將未來金額(具體為基於預期回報率的現金流量)轉換為現值。

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
按公平值計入損益的金融資產				
年初	–	–	–	–
購買按公平值計入損益的金融資產	–	–	80,000	–
贖回	–	–	(80,435)	–
公平值變動計入損益*(附註6)*	–	–	435	–
年末	–	–	–	–

(ii) 估值輸入數據及與公平值的關係

描述	**於2021年12月31日的公平值**	**重大不可觀察輸入數據**	**於2021年12月31日的輸入數據範圍**	**不可觀察輸入數據與公平值的關係**
	人民幣千元			
理財產品投資	–	預期回報率	3.30%至3.54%	預期回報率越高，公平值越高
		貼現率	3.85%	貼現率越高，公平值越低

於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，預期回報率或貼現率變動1%對公平值並無重大影響。

所有該等理財產品均由中國國有或具聲譽的全國性銀行發起及管理。該等理財產品均為以人民幣計值並可於三個月內贖回的短期投資。理財產品的預期回報率由證券公司及銀行定期按季度或更為頻繁的基準更新。管理層於評估理財產品的公平值時使用預期回報率粗略估算現金流量評估。

4 重大會計估計及判斷

估計及判斷會持續進行評估，並根據過往經驗及其他因素而作出，包括對未來事件作出認為在有關情況下屬合理的預期。

貴集團對未來作出估計及假設。如其定義，所得的會計估計將很少與相關實際結果一致。存在重大風險可能導致須對下個財政年度的資產及負債賬面值作出重大調整的估計及假設討論如下。

(a) 按攤銷成本計量的金融資產減值

貴集團的管理層根據對貿易及其他應收款項預期信貸虧損的評估確定該等應收款項的減值撥備。評估乃基於過往虧損經驗作出，並進行調整以反映當前市場狀況及前瞻性資料的影響，這要求使用判斷及估計。管理層於各報告日期重新評估撥備。

(b) 存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值乃在日常業務過程中的估計售價減估計完工成本及銷售開支。該等估計乃基於當前市場狀況以及製造及銷售類似性質產品的過往經驗作出。由於消費者偏好的變化及競爭對手為應對嚴峻的行業週期而採取的行動，其可能會發生重大變動。管理層於每個結算日重新評估該等估計。

(c) 電視節目版權的可變現淨值

貴集團管理層參考使用 貴集團的電視節目版權所產生的估計未來經濟利益釐定該等資產的減值。該等估計乃基於當前市況及相若性質資產所產生經濟利益的過往經驗。 貴集團會考慮內外部市場資訊，例如，銷售預測、銷售及分銷成本預算及相關市場的整體經濟形勢。管理層於各資產負債表日期重新評估該等估計。

(d) 即期及遞延所得稅

貴集團須於中國及其他司法權區繳納所得稅。於確定該等司法權區各自的所得稅撥備時需要作出判斷。於日常業務過程中，存在最終稅項釐定並無不確定的交易及計算。倘該等事項的最終稅項結果與初步錄得的金額不同，則有關差額將影響作出相關釐定期間的所得稅及遞延所得稅撥備。

與若干暫時性差額及稅項虧損有關的遞延所得稅資產於管理層認為有可能有未來應課稅溢利可用於抵銷暫時性差額或稅項虧損時予以確認。當預期與原先估計不同時，有關差額將影響該估計變動期間遞延所得稅資產及稅項開支的確認。

(e) 確認以股份為基礎的薪酬開支

購股權的公平值於授出日期以二項式期權定價模式釐定，並預期該薪酬開支於各歸屬期間分攤。

(f) 附帶贖回權利的金融工具

如附註30所述， 貴公司向首次公開發售前投資者發行具有贖回權的普通股。與贖回權相關的潛在現金付款入賬列作金融負債。負債按贖回金額的現值進行初始確認，現值由管理層根據投資協議的條款確定。於釐定贖回金額的現值時作出假設(包括貼現率)涉及重大判斷及估計。

5 收入及分部資料

主要經營決策者被識辨為 貴公司董事會。管理層乃根據經 貴公司董事會審閱用於分配資源及評估表現的資料釐定經營分部。

貴公司董事會從交付或提供的貨品或服務類型的角度考慮業務。於往績記錄期間， 貴集團的經營及可報告分部如下：

- 中國保健及其他產品的新零售(「新零售」)；及

- IP創造、媒體內容創作、活動策劃及明星IP管理(「IP創造及營運」)。

貴集團於某時間段及某時間點以下列主要產品線從貨品及服務轉讓中獲得收入：

截至2019年12月31日止年度

	新零售	IP創造及營運	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入			
－於某時間點確認	80,797	353	81,150
－於某時間段確認	–	5,435	5,435
分部總收入	80,797	5,788	86,585

截至2020年12月31日止年度

	新零售	IP創造及營運	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入			
－於某時間點確認	365,175	83,348	448,523
－於某時間段確認	–	8,421	8,421
分部總收入	365,175	91,769	456,944

截至2021年12月31日止年度

	新零售	IP創造及營運	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入			
－於某時間點確認	301,395	29,390	330,785
－於某時間段確認	–	34,560	34,560
分部總收入	301,395	63,950	365,345

截至2022年12月31日止年度

	新零售	IP創造及營運	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入			
－於某時間點確認	240,099	2,600	242,699
－於某時間段確認	–	101,458	101,458
分部總收入	240,099	104,058	344,157

(a) 分部收入及業績

截至2019年12月31日止年度

	新零售	IP創造及營運	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入	80,797	5,788	86,585
分部業績	55,136	1,477	56,613
銷售及營銷開支			(14,393)
一般及行政開支			(10,330)
金融資產減值虧損撥回			73
其他收入			151
其他收益／(虧損)，淨額			(114)
財務收入／(成本)，淨額			(160)
除所得稅前溢利			31,840

截至2020年12月31日止年度

	新零售	IP創造及營運	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入	365,175	91,769	456,944
分部業績	254,488	(21,699)	232,789
銷售及營銷開支			(94,914)
一般及行政開支			(31,563)
金融資產減值虧損撥備			(4,452)
其他收入			1,692
其他收益／(虧損)，淨額			10,254
財務收入／(成本)，淨額			35
除所得稅前溢利			113,841

截至2021年12月31日止年度

	新零售	IP創造及營運	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入	301,395	63,950	365,345
分部業績	205,470	21,912	227,382
銷售及營銷開支			(93,809)
一般及行政開支			(65,091)
金融資產減值虧損撥回			922
其他收入			234
其他收益／(虧損)，淨額			3,956
財務收入／(成本)，淨額			(8,942)
除所得稅前溢利			64,652

截至2022年12月31日止年度

	新零售	IP創造及營運	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分部收入	240,099	104,058	344,157
分部業績	150,746	72,082	222,828
銷售及營銷開支			(72,447)
一般及行政開支			(64,094)
金融資產減值虧損撥備			(745)
其他收入			21,844
其他開支			(5,798)
其他收益／(虧損)，淨額			(9,553)
財務收入／(成本)，淨額			1,103
除所得稅前溢利			93,138

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，上文所呈報之所有分部收益均來自外部客戶，且概無分部間銷售。

分部業績指各分部產生之毛利潤／(虧損)。此為就資源配置及表現評估呈報予 貴公司董事會之計量方法。

分部資產及負債並不定期向 貴公司董事會報告，因此並不呈列獨立分部資產及負債資料。

(b) 地區資料

除來自IP創造及營運分部的若干收益外， 貴集團大部分分部收益均源於中國。

貴集團按地理位置劃分的外部客戶收益金額及按相關業務單位經營所在地呈列的收益詳列如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
收益				
中國內地	86,232	437,533	365,345	344,157
其他	353	19,411	–	–
	86,585	456,944	365,345	344,157

(c) 收益分類

按主要產品或服務分類的客戶合約收益如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
銷售健康管理產品及護膚品	75,377	361,209	296,535	232,308
電視節目製作收益	–	81,590	–	–
娛樂視頻製作及特許權收入	–	–	24,867	5,660
活動策劃及管理收入	4,761	4,977	29,532	47,658
明星IP管理收入	–	–	–	41,708
授權及特許權使用費收入	674	3,444	4,485	8,473
銷售其他產品	5,773	5,724	9,926	8,350
	86,585	456,944	365,345	344,157

(d) 與主要客戶有關的資料

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度貢獻總收益10%以上的主要客戶列示如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
客戶A	不適用*	62,409	不適用*	不適用*

* 該等金額不超過截至2019年、2021年及2022年12月31日止年度總收益的10%。

6 其他收入、開支及其他(虧損)／收益淨額

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
其他收入				
沒收按金	–	1,600	–	–
政府補助*(附註(a))*	123	1	116	16,471
進項增值稅加計抵減	28	91	118	289
其他活動收入*(附註(b))*	–	–	–	5,084
	151	1,692	234	21,844
其他開支				
其他活動開支*(附註(b))*	–	–	–	5,798
其他(虧損)／收益－淨額				
*周遊記*投資結算*(附註(c))*	–	9,400	–	–
匯兑收益／(虧損)淨額	–	34	3,558	(9,855)
按公平值計入損益列賬之金融資產的公平值變動	–	–	435	–
出售附屬公司收益*(附註35)*	–	829	–	–
註銷一間附屬公司虧損	–	–	(54)	–
其他	(114)	(9)	17	302
	(114)	10,254	3,956	(9,553)

附註：

(a) 2022年1月及12月收到的政府補助主要包括COVID-19疫情期間，地方政府為保持員工及企業的穩定提供的財政補貼以及政府就我們對昆山花橋經濟開發區的業務作出的貢獻提供的一次性獎勵。該等補助於獲取時在綜合全面收益表確認。該等補助並無設立未滿足條件或其他或然事件。

(b) 貴集團向2022年2月10日至2022年3月31日期間特定產品訂單達到一定水平的客戶獎勵智能手機作為激勵政策。此類客戶安排於有關銷售交易中釐定為單獨履約責任。因此，從客戶收取的部分所得款項根據智能手機的相對獨立市場售價分配為其他收入，相關成本確認為其他開支。

(c) 於2018年3月及2019年4月，獨立第三方向 貴集團支付人民幣21,400,000元，作為對 貴集團其中一個電視節目*周遊記*的投資。根據該協議，獨立第三方將享有相當於該電視節目純利13.375%的投資回報。來自第三方的資金於2019年12月31日入賬為其他應付款項(附註27)。於2020年4月，鑒於COVID-19疫情導致推出該節目的時間存在不確定性，獨立第三方與 貴集團達成共識，協定以人民幣12,000,000元提前終止該協議。截至2020年12月31日止年度，其差額人民幣9,400,000元已確認為收益。

7 按性質劃分的開支

計入銷售成本、銷售及營銷開支以及一般及行政開支的開支分析如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
已售貨品成本	24,239	102,223	86,504	76,590
電視節目版權費用*(附註16)*	–	106,024	–	–
廣告及營銷開支	4,423	41,564	35,657	17,655
僱員福利開支*(附註8)*	9,074	23,856	42,732	51,504
佣金	3,290	38,026	40,122	32,309
差旅及酬酢開支	2,558	3,604	4,920	4,176
法律及專業費用	1,721	6,029	9,663	6,202
活動策劃及管理服務成本	3,901	5,414	36,311	29,529
辦公室開支	1,067	3,470	2,583	3,252
其他稅項及附加費	749	3,273	2,374	2,008
存貨減值撥備*(附註21)*	–	3,029	6,189	6,725
運輸及物流開支	818	2,250	6,238	5,039
使用權資產折舊*(附註13)*	793	1,755	2,278	2,608
捐款	–	1,494	–	500
上市開支	–	2,893	15,535	10,059
物業、廠房及設備折舊*(附註12)*	94	591	1,554	3,606
短期租賃的租金開支*(附註26)*	304	423	655	1,011
核數師酬金	49	55	91	–
無形資產攤銷*(附註14)*	1	13	39	144
其他	1,614	4,646	3,418	4,953
	54,695	350,632	296,863	257,870

8 僱員福利開支

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
薪金、工資及花紅	7,133	19,241	30,012	37,694
以股份為基礎的薪酬開支*(附註23)*	–	1,840	3,568	2,216
退休金成本－界定供款計劃*(附註(a))*	999	108	3,222	4,486
其他社會保障成本、住房福利及其他僱員福利	942	2,667	5,930	7,108
	9,074	23,856	42,732	51,504

(a) 貴集團中國附屬公司的僱員須參加由地方市政府管理及營運的界定供款退休計劃。 貴集團的中國附屬公司按僱員工資的一定百分比計算向計劃供款，為僱員的退休福利提供資金。

根據人力資源和社會保障部以及地方市政部門頒佈的政策，受2019新冠肺炎(COVID-19)疫情的影響，各地方部門已相繼實施社保減免優惠政策。因此，2020年2月至2020年12月期間的社保開支相應獲減少或免除。

此外， 貴集團已為其香港僱員安排參與強制性公積金計劃(「強積金計劃」)，該計劃為由獨立受託人管理的界定供款計劃。根據強積金計劃， 貴集團及其僱員根據強制性公積金條例所界定的僱員入息5%作出每月供款。 貴集團及其僱員的每月供款上限為1,500港元，其後作出的供款屬自願性質。

概無沒收供款可供扣減未來年度之應付供款。

(b) 五名最高薪酬人士

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度， 貴集團的五名最高薪酬人士包括零、零、3及3名董事，彼等的薪酬反映於董事薪酬內所呈列的分析內。應向五名最高薪酬人士中的餘下5、5、2及2名人士分別支付的薪酬如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
薪金、工資及花紅	1,669	2,766	1,496	2,609
以股份為基礎的薪酬開支*(附註23)*	–	549	899	447
退休金成本－界定供款計劃 *(附註(a))*	204	9	114	106
其他社會保障成本、住房福利及其他僱員福利	258	185	144	129
	2,131	3,509	2,653	3,291

五名最高薪酬人士處於以下區間內：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
薪酬範圍				
1,000,000港元以下	5	4	–	–
1,000,001港元至1,500,000港元	–	1	1	–
1,500,001港元至2,000,000港元	–	–	1	2
	5	5	2	2

(c) 董事薪酬

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，概無已付或應付 貴公司董事的酬金(包括成為 貴公司董事前以集團實體僱員／董事身份所提供服務的薪酬)，以下情況除外：

姓名	薪金、工資及花紅	以股份為基礎的薪酬開支	退休金成本－界定供款計劃	其他社會保障成本、住房福利及其他僱員福利	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
截至2020年12月31日止年度					
執行董事					
馬女士*(附註(i))*	–	371	–	–	371
截至2021年12月31日止年度					
執行董事					
馬女士*(附註(i))*	1,254	720	–	–	1,974
錢中山博士*(附註(i))*	1,354	–	15	–	1,369
賴先生*(附註(i))*	1,439	–	11	–	1,450
截至2022年12月31日止年度					
執行董事					
馬女士*(附註(i))*	1,119	447	–	35	1,601
錢中山博士*(附註(i))*	1,334	–	15	–	1,349
賴先生*(附註(i))*	1,497	–	15	–	1,512

附註：

(i) 貴公司截至2022年12月31日的董事會包括：

馬女士、錢中山博士及賴先生，彼等於2021年9月13日獲委任為 貴公司執行董事。

楊先生及陳先生，彼等於2021年9月13日獲委任為 貴公司非執行董事。

(ii) 董事的退休福利

於往績記錄期間，概無任何董事就其有關管理 貴公司或其附屬公司事務的其他服務而已獲支付或應收任何退休福利。

(iii) 董事離職福利

於往績記錄期間，概無就提早終止委任而向董事支付任何付款作為賠償。

(iv) 就獲提供董事服務而向第三方提供的代價

於往績記錄期間，概無就獲提供董事服務而向第三方支付任何款項。

(v) 有關有利於董事、由有關董事控制的法團及與其有關連的實體之貸款、準貸款及其他交易之資料

除附註36所披露者外，於往績記錄期間，概無有利於董事、由有關董事控制的法團及與其有關連的實體之其他貸款、準貸款及其他交易。

(vi) 董事於交易、安排或合約中之重大權益

貴公司概無參與訂立且 貴公司董事於當中直接或間接擁有重大權益而於往績記錄期間年度末或任何時間仍然存續的與 貴集團業務有關之重大交易、安排及合約。

9 財務(成本)／收入，淨額

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
財務收入：				
定期存款利息收入	–	–	58	–
銀行存款利息收入	62	479	1,248	2,443
	62	479	1,306	2,443
財務成本：				
租賃負債利息開支*(附註26)*	(222)	(444)	(224)	(305)
銀行借款利息開支	–	–	(1,245)	(1,035)
來自第三方貸款的利息開支*(附註)*	–	–	(840)	–
附帶贖回權利的金融工具利息開支 *(附註30)*	–	–	(7,939)	–
	(222)	(444)	(10,248)	(1,340)
財務(成本)／收入－淨額	(160)	35	(8,942)	1,103

附註： 於2021年5月24日， 貴集團與獨立第三方訂立貸款協議，並取得六個月貸款人民幣14,000,000元。貸款按固定年利率12%計息。於2021年8月， 貴集團已悉數償還貸款。

10 所得稅開支

貴集團於往績記錄期間的所得稅開支分析如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
即期所得稅				
－中國企業所得稅	12,611	43,661	15,303	23,662
－香港利得稅	–	–	7,724	5,733
	12,611	43,661	23,027	29,395
遞延所得稅*(附註29)*				
－中國企業所得稅	(3,490)	(3,238)	(3,475)	(1,158)
－香港利得稅	–	(2,213)	2,209	3
	(3,490)	(5,451)	(1,266)	(1,155)
所得稅開支	9,121	38,210	21,761	28,240

貴集團就除所得稅前溢利的稅費與使用適用於 貴集團旗下各公司溢利的標準稅率計算的理論金額有所不同，詳情載列如下：

(a) 開曼群島

根據開曼群島現行法律， 貴公司無需就收入或資本收益課稅。此外，於 貴公司向其股東派付股息後，將不予徵收開曼群島預扣稅。

(b) 香港

於往績記錄期間， 貴集團於香港註冊成立之實體須就年內 貴集團一家香港附屬公司的首2百萬港元估計應課稅溢利，按8.25%的稅率繳納香港利得稅，剩餘估計應課稅溢利則按16.5%的稅率繳稅。

(c) 中國企業所得稅(「中國企業所得稅」)

中國企業所得稅撥備乃經計及可以獲得的退稅及減免等稅收優惠後，根據 貴集團於中國註冊成立之實體的估計應課稅溢利作出並按照中國相關法規計算。於往績記錄期間，中國通用企業所得稅稅率為25%。

(d) 中國預扣稅

根據於2007年12月6日發佈的《企業所得稅法實施細則》，自2008年1月1日起，中國公司就所產生溢利向其外國投資者分配之股息須按5%或10%的稅率繳納預扣所得稅。就 貴集團而言，適用稅率為10%。因此， 貴集團須就於中國成立的該等外資附屬公司分派的股息繳納預扣稅。

(e) 貴集團就除稅前溢利的稅費與使用貴集團經營所在司法權區現行稅率將產生的理論金額有所不同，詳情載列如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
除所得稅前溢利	31,840	113,841	64,652	93,138
按適用於中國溢利的本地稅率(25%)計算之稅項	7,960	28,460	16,163	23,285
以下各項之稅務影響：				
－不同稅率的影響	363	3,132	(1,211)	(1,789)
－不可扣稅開支	179	3,074	5,878	6,412
－毋須課稅收入	–	(207)	–	(280)
－未就遞延所得稅確認的稅項虧損	616	1,522	931	596
－未就遞延所得稅確認的暫時差額	3	29	–	16
－有關未分派溢利的預扣所得稅	–	2,200	–	–
	9,121	38,210	21,761	28,240

11 每股盈利

(a) 每股基本盈利

於往績記錄期間，每股基本盈利按貴公司擁有人應佔溢利除以發行在外的普通股加權平均數計算。

於釐定於往績記錄期間的已發行普通股加權平均數時，500,000,000股股份乃視為於2019年1月1日已發行，猶如貴公司已註冊成立且股份分拆(附註22)屆時已生效。此外，於2021年2月17日向首次公開發售前投資者發行的30,094,112股股份被視為庫存股(附註22(iv)、附註24及附註30)及於計算往績記錄期間的每股盈利時已剔除。

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
貴公司權益擁有人應佔溢利 *(人民幣千元)*	23,559	78,064	43,649	60,389
已發行普通股加權平均數	500,000,000	503,231,472	512,820,512	512,820,512
每股基本盈利*(人民幣／股)*	0.05	0.16	0.09	0.12

(b) 每股攤薄盈利

每股攤薄盈利按假設所有攤薄潛在普通股已進行轉換而調整發行在外普通股加權平均數計算。

每股攤薄盈利與每股基本盈利相同，因為於往績記錄期間並無發行在外的潛在攤薄的普通股。

12 物業、廠房及設備

	土地及樓宇	電腦	傢具、裝置及設備	租賃裝修	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2019年1月1日					
成本	–	160	36	–	196
累計折舊	–	–	(4)	–	(4)
賬面淨值	–	160	32	–	192
截至2019年12月31日止年度					
期初賬面淨值	–	160	32	–	192
添置	–	105	1,112	–	1,217
折舊	–	(20)	(74)	–	(94)
匯兑差額	–	–	(1)	–	(1)
期末賬面淨值	–	245	1,069	–	1,314
於2019年12月31日					
成本	–	265	1,148	–	1,413
累計折舊	–	(20)	(79)	–	(99)
賬面淨值	–	245	1,069	–	1,314
截至2020年12月31日止年度					
期初賬面淨值	–	245	1,069	–	1,314
添置	–	312	399	1,849	2,560
折舊	–	(51)	(197)	(343)	(591)
匯兑差額	–	–	(36)	–	(36)
期末賬面淨值	–	506	1,235	1,506	3,247
於2020年12月31日					
成本	–	577	1,500	1,849	3,926
累計折舊	–	(71)	(265)	(343)	(679)
賬面淨值	–	506	1,235	1,506	3,247

	土地及樓宇	電腦	傢具、裝置及設備	租賃裝修	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
截至2021年12月31日止年度					
期初賬面淨值	–	506	1,235	1,506	3,247
添置	55,444	61	1,171	626	57,302
折舊	(409)	(117)	(271)	(757)	(1,554)
匯兑差額	–	–	(20)	–	(20)
期末賬面淨值	55,035	450	2,115	1,375	58,975
於2021年12月31日					
成本	55,444	638	2,652	2,475	61,208
累計折舊	(409)	(188)	(537)	(1,100)	(2,233)
賬面淨值	55,035	450	2,115	1,375	58,975
截至2022年12月31日止年度					
期初賬面淨值	55,035	450	2,115	1,375	58,975
添置	1,695	475	1,380	10,070	13,620
折舊	(1,681)	(166)	(644)	(1,115)	(3,606)
匯兑差額	–	–	97	–	97
期末賬面淨值	55,049	759	2,948	10,330	69,086
於2022年12月31日					
成本	57,139	1,113	4,128	12,545	74,925
累計折舊	(2,090)	(354)	(1,180)	(2,215)	(5,839)
賬面淨值	55,049	759	2,948	10,330	69,086

折舊開支計入綜合全面收益表的下列類別：

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
銷售及營銷開支	35	52	50	104
一般及行政開支	59	539	1,504	3,502
	94	591	1,554	3,606

13 使用權資產

辦公物業

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
期初賬面淨值	814	2,469	2,786	3,893
添置	2,448	2,072	3,385	1,448
折舊開支	(793)	(1,755)	(2,278)	(2,608)
提早終止	–	–	–	(855)
期末賬面淨值	2,469	2,786	3,893	1,878
於年末				
成本	3,476	5,548	8,933	10,381
累計折舊	(1,007)	(2,762)	(5,040)	(7,648)
提早終止	–	–	–	(855)
賬面淨值	2,469	2,786	3,893	1,878

貴集團根據租期2至4年租賃昆山、廣州、上海及北京的辦公物業。使用權資產的折舊開支計入綜合全面收益表的銷售及營銷開支以及一般及行政開支(附註26)。

14 無形資產

軟件

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
期初賬面淨值	11	10	80	625
添置	–	83	584	3,397
攤銷	(1)	(13)	(39)	(144)
期末賬面淨值	10	80	625	3,878
於年末				
成本	12	95	679	4,076
累計攤銷	(2)	(15)	(54)	(198)
賬面淨值	10	80	625	3,878

無形資產的攤銷開支計入綜合全面收益表的一般及行政開支。

15 其他非流動資產

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
員工宿舍及辦公場所預付款項(a)	–	53,468	50,026	50,421
租賃裝修預付款項	–	–	–	1,044
向一名關聯方預付款項*(附註36)*	–	–	–	1,376
軟件開發預付款項(b)	–	–	–	4,800
其他	1,891	1,043	390	1,997
	1,891	54,511	50,416	59,638

(a) 於2020年10月及2021年2月， 貴集團與 貴集團截至2021年8月16日的關聯方昆山嘉寶網尚文化投資有限公司(「昆山嘉寶」)訂立協議，以分別按人民幣53,468,000元及人民幣50,026,000元的代價購買員工宿舍及辦公場所。該員工宿舍已於2021年9月交付予 貴集團(附註12)及辦公場所預計將於2023年中交付。

(b) 於2022年3月， 貴集團與一名第三方賣家就若干移動手機應用開發訂立協議，代價為人民幣4,800,000元，已於2022年9月悉數向該賣家支付款項。

16 電視節目版權

	製作中的電視節目版權	已完成電視節目版權	總計
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2019年1月1日	42,047	–	42,047
添置	35,200	–	35,200
於2019年12月31日	77,247	–	77,247
於2020年1月1日	77,247	–	77,247
添置	28,777	–	28,777
於完成時轉讓	(106,024)	106,024	–
於銷售成本確認*(附註7)*	–	(106,024)	(106,024)
於2020年12月31日	–	–	–
於2021年1月1日	–	–	–
添置	13,594	–	13,594
於2021年12月31日	13,594	–	13,594
於2022年1月1日	13,594	–	13,594
添置	74,750	–	74,750
匯兑差額	1,258	–	1,258
於2022年12月31日	89,602	–	89,602

於2019年12月31日，電視節目版權指*周遊記*版權。該權利已於2020年播出*周遊記*時於銷售成本全額確認。於2021年12月31日，該權利為*周遊記*2的製作成本。於2022年12月31日，該權利主要為*周遊記*2及*樂來樂快樂*的製作成本。

董事於各個資產負債表日期評估電視節目版權的可變現淨值，以確定是否需作出任何減值撥備。可變現淨值乃參照播放電視節目將產生的廣告及其他相關收入(基於　貴集團收到的確認訂單及／或意向書)減完成電視節目的成本進行估計。根據董事的最佳估計，於各個資產負債表日期，電視節目版權為收入超逾相關製作成本所產生的溢利，表明可變現淨值應超過相關權利的賬面值。因此，概無計提減值撥備。

17 按類別劃分的金融工具

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
金融資產－攤銷成本				
－貿易及其他應收款項	39,617	74,181	52,538	62,066
－受限制銀行存款	–	11,008	–	–
－現金及現金等價物	29,298	120,962	211,873	182,633
	68,915	206,151	264,411	244,699
金融負債－攤銷成本				
－貿易及其他應付款項(不包括應付薪金及員工福利以及其他應繳稅項)	122,416	53,856	30,378	45,952
－租賃負債	2,497	2,982	4,316	2,092
－附帶可贖回權力的金融工具	–	–	163,520	178,654
－借款	–	–	20,000	15,000
	124,913	56,838	218,214	241,698

18 貿易及其他應收款項

貴集團

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
流動資產：				
貿易應收款項*(附註(a))*				
－關聯方*(附註36)*	–	28,708	38	38
－第三方	254	918	26,439	39,166
－第三方(長期應收款項的流動部分)	–	9,023	–	–
	254	38,649	26,477	39,204
減：貿易應收款項減值撥備	(2)	(906)	(400)	(1,134)
貿易應收款項－淨額	252	37,743	26,077	38,070
應收票據	–	2,000	–	1,000
其他應收款項				
－應收關聯方款項*(附註36)*	29,219	4,087	–	3
－按金*(附註(c))*	6,230	463	895	12,443
－員工墊款	553	1,020	50	200
－應收第三方款項*(附註(b))*	–	26,758	25,702	–
－與明星IP管理業務有關的其他應收款項*(附註(d))*	–	–	–	10,145
－貸款予第三方*(附註(e))*	3,135	3,035	–	–
－其他	314	262	–	402
	39,451	35,625	26,647	23,193
減：其他應收款項減值撥備	(86)	(3,608)	(186)	(197)
其他應收款項－淨額	39,365	32,017	26,461	22,996
	39,617	71,760	52,538	62,066
非流動資產：				
應收第三方貿易應收款項(長期應收款項)	–	11,470	–	–
減：長期應收款項的流動部分	–	(9,023)	–	–
	–	2,447	–	–
減：長期應收款項減值撥備	–	(26)	–	–
	–	2,421	–	–

附註：

(a) 貿易應收款項

就 貴集團透過昆山巨星汀奢電子商務有限公司(「昆山汀奢」)向分銷商銷售的新零售業務產品而言， 貴集團於往績記錄期間向分銷商收取墊款，並無產生貿易應收款項。貿易應收款項主要來自 貴集團直接售予煒鵬貿易有限公司及其他分銷商的新零售業務產品及IP管理業務。授予該等客戶的一般信貸期一般介乎5日至2年。

貿易應收款項基於收益確認日期的賬齡分析如下：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
30日內	–	26,115	23,909	27,802
31日至90日	–	210	1,127	10,161
91日至120日	254	3,301	179	768
121日至365日	–	11,470	1	473
365日以上	–	–	1,261	–
	254	41,096	26,477	39,204

貴集團應用簡化法就香港財務報告準則第9號規定的預期信貸虧損計提撥備。於往績記錄期間，貿易應收款項減值撥備的變動披露於附註3.1(b)。

貿易應收款項的賬面值以下列貨幣計值：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
人民幣	254	29,626	25,216	39,204
美元	–	11,470	1,261	–
	254	41,096	26,477	39,204

(b) 應收第三方款項主要指就昆山汀奢代表 貴集團收取的客戶預付款而應收昆山汀奢的款項。昆山汀奢擔任 貴集團主要新零售業務的分銷商，並代表 貴集團收取客戶付款。於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，應收昆山汀奢的結餘為零、人民幣26,758,000元、人民幣25,702,000元及零。

(c) 於2022年12月31日，就音樂脱口秀節目*樂來樂快樂*的開始製作向一名服務提供商支付金額為人民幣11,200,000元的按金。

(d) 該款項指就劉畊宏先生及W&V Limited(劉畊宏先生藝人經紀公司)所開展的有關 貴集團明星IP管理業務的現場直播活動應收多渠道網絡公司及其他品牌擁有人的其他款項。 貴集團有責任代表劉畊宏先生及W&V Limited向品牌擁有人及多渠道網絡公司收取付款。

(e) 該款項指應收 貴集團第三方收款代理款項。該款項免息並已於2021年結算。

(f) 於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日，貿易及其他應收款項的賬面值與其公平值相若。

19 預付款項及其他流動資產

貴集團

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
向關聯方預付款項*(附註36)*	838	905	–	1,501
向供應商預付款項	15,012	28,997	47,444	40,216
預付上市開支	–	445	5,079	8,260
可收回的增值稅	751	931	1,154	3,093
	16,601	31,278	53,677	53,070

貴公司

	於12月31日		
	2020年	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
預付上市開支	445	5,079	8,260
向供應商預付款項	–	435	5,607
	445	5,514	13,867

20 現金及銀行結餘

(a) 現金及現金等價物

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
手頭現金	–	3	17	5
銀行現金	29,298	120,959	211,856	182,628
	29,298	120,962	211,873	182,633

(b) 受限制銀行存款

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
受限制銀行存款				
－流動	–	11,008	–	–

由於2020年6月與一家前營銷機構發生糾紛， 貴集團部分銀行賬戶被廣州人民法院凍結。於2020年12月31日，凍結資金結餘為人民幣11,008,000元，隨後於2021年1月解凍。

於2021年5月，咸寧市市場監督管理局及咸安區人民法院(統稱「咸安機關」)就《禁止傳銷條例》所禁止的疑似傳銷凍結 貴集團的銀行賬戶，資金總額達人民幣144,838,000元，包括受限制銀行存款人民幣124,838,000元及按公平值計入損益列賬的金融資產人民幣20,000,000元。於2021年7月底，咸安機關所凍結的資金全部解凍。

(c) 手頭及銀行現金(包括 貴集團的受限制銀行存款)以下列貨幣計值：

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
人民幣	29,292	130,823	158,496	174,614
港元	6	1,144	23,296	2,858
美元	–	3	30,081	599
新台幣	–	–	–	4,562
	29,298	131,970	211,873	182,633

手頭及銀行現金的賬面值與其公平值相若。

以人民幣計值的結餘兑換為外幣及將外幣匯出中國須遵守中國政府頒佈的相關外匯管制規則及規例。

21 存貨

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
原材料及包裝材料	682	3,967	6,137	5,140
製成品	14,828	23,169	27,571	23,688
	15,510	27,136	33,708	28,828
減：減值撥備	–	(3,029)	(9,218)	–
	15,510	24,107	24,490	28,828

(a) 截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，確認為所售商品成本的存貨成本約為人民幣24,239,000元、人民幣102,223,000元、人民幣86,504,000元及人民幣76,590,000元。

(b) 存貨賬面值超逾可變現淨值的金額將確認減值撥備，並計入綜合全面收益表的「銷售成本」。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，於銷售成本確認的存貨減值撥備分別為零、人民幣3,029,000元、人民幣6,189,000元及人民幣6,725,000元。

存貨減值撥備的變動情況如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於年初	–	–	3,029	9,218
自損益扣除的存貨減值撥備*(附註7)*	–	3,029	6,189	6,725
撥備撇銷	–	–	–	(15,943)
於年末	–	3,029	9,218	–

22 股本

	普通股數目	普通股面值	股本	股份溢價	總計
		美元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
法定：					
於2020年1月3日(註冊成立日期)的普通股(i)	50,000	50,000	–	–	–
於2020年7月29日股份分拆的影響(i)	4,999,950,000	–	–	–	–
於2020年、2021年及2022年12月31日	5,000,000,000	50,000	–	–	–
已發行：					
於2020年1月3日(貴公司註冊成立日期)	1	1	–	–	–
於2020年7月29日的股份分拆(i)	99,999	–	–	–	–
於2020年8月4日發行普通股(ii)	499,900,000	4,999	35	–	35
向Long Precise Limited發行普通股(iii)	12,820,512	128	1	32,950	32,951
於2020年12月31日	512,820,512	5,128	36	32,950	32,986
於2021年1月1日	512,820,512	5,128	36	32,950	32,986
向首次公開發售前投資者發行普通股(iv)	30,094,112	301	2	159,841	159,843
股息(v)	–	–	–	(16,904)	(16,904)
於2021年12月31日	542,914,624	5,429	38	175,887	175,925
於2022年1月1日及12月31日	542,914,624	5,429	38	175,887	175,925

(i) 貴公司於2020年1月3日在開曼群島註冊成立，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1美元的股份。於2020年7月29日， 貴公司的法定股份由每股面值1美元的50,000股股份拆細為5,000,000,000股每股面值0.00001美元的股份。

(ii) 註冊成立後， 貴公司按面值1美元向初始認購人發行一股普通股。於2020年7月29日，1股面值1美元的認購人股份被拆細為面值0.00001美元的100,000股股份。於2020年8月4日， 貴公司向控股股東賴先生及何先生所擁有的投資控股公司配發及發行合共499,900,000股普通股(附註1.2)。

(iii) 於2020年9月30日， 貴公司向首次公開發售前投資者Long Precise配發及發行12,820,512股普通股(附註1.2)，代價為37,500,000港元。

(iv) 於2021年2月17日， 貴公司向首次公開發售前投資者Bradbury配發及發行30,094,112股普通股(附註1.2)，代價為200,000,000港元，交易成本為7,500,000港元(附註30)。

(v) 根據開曼公司法(2023年修訂版)第34條及 貴公司的組織章程細則，如 貴公司具備償還能力且 貴公司組織章程細則有所規定，則可以 貴公司的股份溢價向股東作出分派。有關已宣派股息的詳情載列於附註32。

於 貴公司附屬公司的投資

	於12月31日		
	2020年	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非上市股份	25,507	29,076	23,667

於 貴公司附屬公司的投資指於上文所載 貴公司直接持有的附屬公司的投資，按於重組完成日期的賬面值計量。

23 以股份為基礎的支付

已確認以股份為基礎的酬金開支如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
購股權*(附註(a))*	–	1,840	3,568	2,216

附註：

(a) 購股權

於2020年， 貴公司採納2020年股份激勵計劃(「2020年計劃」)，允許符合若干歸屬條件的經甄選僱員、 貴公司董事及顧問根據授出的購股權收購 貴公司普通股。根據2020年計劃授出獎勵的普通股最大數目為25,000,000股。於2020年8月3日及2020年11月16日， 貴集團根據2020年計劃分別向 貴集團若干僱員、一名董事及若干顧問授予24,800,000份及200,000份購股權。所有獲授購股權的行使價為每股1.9港元(將於資本化發行後調整為每股1.43港元)。授予的購股權將在四年期內或在 貴公司控制權較早發生變化時以等額的年度分期付款方式授予。到期日為授予日期後的10年。

下表概述有關截至2020年、2021年及2022年12月31日的未償還購股權的資料及加權平均行使價(「加權平均行使價」)。

	2020年12月31日		2021年12月31日		2022年12月31日	
	數目	*加權平均行使價*	*數目*	*加權平均行使價*	*數目*	*加權平均行使價*
於年初開始	–	不適用	25,000,000	1.9港元	25,000,000	1.9港元
已授出	25,000,000	1.9港元	–	–	–	–
於年末尚未行使	25,000,000	1.9港元	25,000,000	1.9港元	25,000,000	1.9港元
於年末可行使	–	不適用	–	不適用	–	不適用

激勵權益於授出日期(即2020年8月3日及2020年11月16日)的公平值乃由外部獨立估值師根據二項式期權定價模式釐定。該模型的重大輸入數據列示如下：

	於2020年 8月3日授出	於2020年 11月16日授出
預期波動率	42.86%	42.86%
無風險利率	0.241%	0.241%
沒收率	27%	27%
股息率	0.00%	0.00%
行使價	1.9港元	1.9港元

24 儲備

貴集團

	股份溢價	資本儲備	庫存股	法定儲備	股份支付儲備	貨幣換算儲備	總計
	人民幣千元	*人民幣千元 (附註(a))*	*人民幣千元 (附註(b))*	*人民幣千元 (附註(c))*	*人民幣千元 (附註23)*	*人民幣千元 (附註(d))*	*人民幣千元*
於2019年1月1日的結餘	–	(10,000)	–	1,098	–	(8)	(8,910)
貨幣換算差額	–	–	–	–	–	(20)	(20)
轉撥至法定儲備	–	–	–	2,733	–	–	2,733
視作股東注資*(附註(a)(ii))*	–	4,000	–	–	–	–	4,000
於2019年12月31日的結餘	–	(6,000)	–	3,831	–	(28)	(2,197)
於2020年1月1日之結餘	–	(6,000)	–	3,831	–	(28)	(2,197)
發行新股*(附註22(iii))*	32,950	–	–	–	–	–	32,950
貨幣換算差額	–	–	–	–	–	(1,110)	(1,110)
以股份為基礎的付款	–	–	–	–	1,840	–	1,840
轉撥至法定儲備	–	–	–	2,100	–	–	2,100
股東注資*(附註(a)(iii))*	–	2,000	–	–	–	–	2,000
視作向股東分派 *(附註1.2(viii))*	–	(2,000)	–	–	–	–	(2,000)
於2020年12月31日之結餘	32,950	(6,000)	–	5,931	1,840	(1,138)	33,583
於2021年1月1日之結餘	32,950	(6,000)	–	5,931	1,840	(1,138)	33,583
發行新股*(附註22(iv))*	159,841	–	–	–	–	–	159,841
確認可贖回責任*(附註30)*	–	–	(158,180)	–	–	–	(158,180)
貨幣換算差額	–	–	–	–	–	(1,064)	(1,064)
以股份為基礎的付款	–	–	–	–	3,568	–	3,568
貴公司宣派及派付的股息 *(附註32)*	(16,904)	–	–	–	–	–	(16,904)
轉撥至法定儲備	–	–	–	4,126	–	–	4,126
於2021年12月31日之結餘	175,887	(6,000)	(158,180)	10,057	5,408	(2,202)	24,970
於2022年1月1日之結餘	175,887	(6,000)	(158,180)	10,057	5,408	(2,202)	24,970
貨幣換算差額	–	–	–	–	–	1,716	1,716
以股份為基礎的付款	–	–	–	–	2,216	–	2,216
轉撥至法定儲備	–	–	–	4,441	–	–	4,441
於2022年12月31日之結餘	175,887	(6,000)	(158,180)	14,498	7,624	(486)	33,343

貴公司

	股份溢價	資本儲備	庫存股	股份支付儲備	貨幣換算儲備	總計
	人民幣千元 (附註22)	*人民幣千元*	*人民幣千元 (附註(b))*	*人民幣千元 (附註23)*	*人民幣千元 (附註(d))*	*人民幣千元*
於2020年1月3日(註冊成立日期)之結餘	–	–	–	–	–	–
發行新股*(附註22(iii))*	32,950	–	–	–	–	32,950
以股份為基礎的付款	–	–	–	1,840	–	1,840
貨幣換算差額	–	–	–	–	(1,344)	(1,344)
完成重組*(附註(e))*	–	23,667	–	–	–	23,667
於2020年12月31日之結餘	32,950	23,667	–	1,840	(1,344)	57,113
於2021年1月1日之結餘	32,950	23,667	–	1,840	(1,344)	57,113
發行新股*(附註22(iv))*	159,841	–	–	–	–	159,841
以股份為基礎的付款	–	–	–	3,568	–	3,568
確認可贖回責任*(附註30)*	–	–	(158,180)	–	–	(158,180)
貴公司宣派及派付的股息*(附註32)*	(16,904)	–	–	–	–	(16,904)
貨幣換算差額	–	–	–	–	(617)	(617)
於2021年12月31日之結餘	175,887	23,667	(158,180)	5,408	(1,961)	44,821
於2022年1月1日之結餘	175,887	23,667	(158,180)	5,408	(1,961)	44,821
以股份為基礎的付款	–	–	–	2,216	–	2,216
貨幣換算差額	–	–	–	–	992	992
於2022年12月31日之結餘	175,887	23,667	(158,180)	7,624	(969)	48,029

附註：

(a) 資本儲備

i. 於2018年9月30日，為籌備重組(附註1.2)，現為 貴集團附屬公司的巨室文創(昆山)以代價人民幣10,000,000元向巨室星創(昆山)資產管理有限公司(「巨室星創」)收購昆山巨星行動100%的股權，視為視作分配予業主並計入儲備。

ii. 巨室星創為巨室文創(昆山)之附屬公司，與上市業務無關。於2019年8月31日自 貴集團向股東轉撥人民幣4,000,000元的款項，視為股東注資並計入儲備。

iii. 於2020年7月，巨室文創(昆山)獲得股東注資人民幣2,000,000元。

(b) 貴集團庫存股與向Bradbury發行具有可贖回權利的30,094,112股普通股有關。與可贖回權利相關的可贖回責任詳情於附註30中披露。該等股份並非指 貴公司已購買並將註銷的股份。

(c) 根據中國相關法律及法規的規定，分配各年度純利時，根據中國法定財務報表並沖減往年的累計虧損後，中國附屬公司應提取其除所得稅後溢利的10%作為法定儲備金(惟儲備結餘已達到實繳資本的50%則除外)。當法定盈餘儲備累計超過註冊資本的50%，且部分達到該上限時，中國附屬公司可以停止撥付。

獲得主管當局審批後，法定儲備可用於彌補虧損或增加實繳資本。

(d) 外幣換算儲備指換算 貴集團旗下公司的財務報表時產生的差額，該等公司的功能貨幣有別於 貴集團財務報表的呈列貨幣人民幣。

(e) 作為重組一部分， 貴公司自股東處收購附屬公司權益。已付代價與所有附屬公司賬面淨值之間的差額由 貴公司作為對附屬公司的投資及資本儲備入賬。

25 保留盈利

貴集團

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於年初	7,900	28,726	104,690	144,213
年內溢利	23,559	78,064	43,649	60,389
轉撥至法定儲備	(2,733)	(2,100)	(4,126)	(4,441)
於年末	28,726	104,690	144,213	200,161

貴公司

	截至12月31日止年度		
	2020年	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於年初	–	(3,441)	(13,497)
年內虧損	(3,441)	(10,056)	(25,640)
於年末	(3,441)	(13,497)	(39,137)

26 租賃負債

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
租賃負債				
－即期	1,013	1,573	3,281	1,872
－非即期	1,484	1,409	1,035	220
	2,497	2,982	4,316	2,092

貴集團租賃辦公場所以供經營，而租賃負債按租賃期內尚未支付的租賃付款額淨現值計量。 相關使用權資產已確認並於上文附註13中披露。

在綜合全面收益表中就租賃確認的開支金額載列如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
使用權資產的折舊費用*(附註13)*				
－銷售及營銷開支	357	800	1,157	1,597
－一般及行政開支	436	955	1,121	1,011
	793	1,755	2,278	2,608
利息開支(計入融資成本)*(附註9)*	222	444	224	305
辦公場所、宿舍和設備的短期租賃支出 *(附註7)*	304	423	655	1,011
租賃付款的現金流出	996	2,031	2,275	3,122
短期租賃現金流出	282	567	981	1,011
	1,278	2,598	3,256	4,133

27 貿易及其他應付款項

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
貿易應付款項*(附註(a))*				
－關聯方*(附註36)*	499	5,425	5,428	1,128
－第三方	8,130	5,241	16,072	8,556
	8,629	10,666	21,500	9,684
其他應付款項				
－應付關聯方款項*(附註36)*	72,788	11,307	–	15,946
－應付第三方款項*(附註(d))*	–	–	–	10,176
－*周遊記*電視節目應收資金*(附註6)*	21,400	–	–	–
－應付薪金及員工福利	1,592	5,727	6,054	6,083
－其他應付稅項	6,967	19,731	9,144	16,975
－應計上市開支	–	1,780	781	3,580
－應計開支	714	1,065	1,193	1,200
－客戶按金	11,553	5,829	6,815	4,328
－應付銷售佣金	3,290	20,635	–	–
－退款責任	2,742	–	–	–
－其他	1,300	2,574	89	1,038
	122,346	68,648	24,076	59,326
	130,975	79,314	45,576	69,010

附註：

(a) 在每個報告日期結束時，基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
0至60日	7,710	2,510	19,927	8,190
60至120日	107	6,947	753	43
121至365日	186	372	753	66
365日以上	626	837	67	1,385
	8,629	10,666	21,500	9,684

(b) 貴集團貿易及其他應付款項的賬面值以下列貨幣計值：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
人民幣	94,246	76,280	41,441	48,059
港元	36,729	3,034	4,135	20,951
	130,975	79,314	45,576	69,010

(c) 於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日， 貴集團貿易及其他應付款項的賬面值與其公平值相若。

(d) 該款項指應付劉畊宏先生及一間多渠道網絡公司有關劉畊宏先生在 貴集團明星IP管理業務下向品牌擁有人進行直播活動的其他應付款項。

貴公司

	於12月31日		
	2020年	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
應計上市開支	1,780	781	3,580
應計其他開支	382	775	440
應付薪金及員工福利	–	1,272	1,213
	2,162	2,828	5,233

28 合約負債

貴集團確認下列與收益相關的合約負債：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
合約負債				
銷售貨品	11,559	63,056	54,863	24,414
提供IP創造及營運服務	1,291	1,477	4,445	6,971
	12,850	64,533	59,308	31,385
非流動負債				
提供IP創造及營運服務	686	–	45	38
	13,536	64,533	59,353	31,423

(a) 合約負債的重大變動

貴集團的合約負債指客戶作出的付款，而相關貨品或服務尚未提供。合約負債的增加乃由於銷售訂單的增加所致。

(b) 有關合約負債所確認的收益

下表顯示於往績記錄期間確認的收益與結轉合約負債有關。

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
年初計入合約負債結餘的已確認收益				
－銷售貨品	10,320	11,559	63,056	54,863
－提供IP創造及營運服務	201	1,291	1,477	4,490
	10,521	12,850	64,533	59,353

(c) 未履行的履約義務

下表顯示長期許可合約導致未履行的履約義務：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
分配予部分未履行長期許可合約的交易價總額	1,840	1,323	903	5,023

由於所有其他相關合約的期限為一年或以下， 貴集團選擇實務簡易處理方法，並省略披露其剩餘履約義務。

(d) 就獲取合約所產生增量成本確認的資產

於往績記錄期間，於獲得合約方面並無重大增量成本。

29 遞延所得稅

遞延所得稅資產及負債分析如下：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
遞延所得稅資產：				
－於12個月內收回	3,772	4,199	3,494	4,137
－於12個月後收回	34	130	306	457
	3,806	4,329	3,800	4,594
與遞延稅項負債抵銷	(156)	(364)	(769)	(408)
	3,650	3,965	3,031	4,186
遞延所得稅負債：				
－於12個月內收回	123	2,483	542	377
－於12個月後收回	33	81	227	31
	156	2,564	769	408
與遞延所得稅資產抵銷	(156)	(364)	(769)	(408)
	–	2,200	–	–

於年內遞延所得稅資產變動如下：

	減值撥備	未動用稅項虧損	租賃負債	應計開支及其他	總額
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2019年1月1日	40	117	206	–	363
於綜合全面收益表內計入／(扣除)	(18)	803	(47)	2,705	3,443
於2019年12月31日	22	920	159	2,705	3,806
於2020年1月1日	22	920	159	2,705	3,806
於綜合全面收益表內計入／(扣除)	1,706	1,272	250	4,631	7,859
出售附屬公司*(附註35)*	–	–	–	(7,336)	(7,336)
於2020年12月31日	1,728	2,192	409	–	4,329
於2021年1月1日	1,728	2,192	409	–	4,329
於綜合全面收益表內計入／(扣除)	708	(1,718)	481	–	(529)
於2021年12月31日	2,436	474	890	–	3,800
於2022年1月1日	2,436	474	890	–	3,800
於綜合全面收益表內計入／(扣除)	1,221	3	(430)	–	794
於2022年12月31日	3,657	477	460	–	4,594

遞延所得稅資產在很可能通過未來應課稅溢利實現相關稅收利益的情況下，確認為稅收虧損結轉。截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止年度，由於未來應課稅溢利金額的不可預測性， 貴集團並無就分別為人民幣4,293,000元、人民幣11,272,000元、人民幣44,342,000元及人民幣49,297,000元的稅項虧損確認為遞延所得稅資產。

未就遞延所得稅資產確認的可扣稅虧損的到期年份分析如下：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
2023年	635	635	635	635
2024年	1,522	1,522	1,522	1,522
2025年	–	4,599	4,599	4,599
2026年	–	–	2,853	2,853
無限期	2,136	4,516	34,733	39,688
	4,293	11,272	44,342	49,297

年內遞延所得稅負債的變動情況如下：

	使用權資產	**未分配溢利的預扣所得稅**	**總計**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2019年1月1日	203	–	203
於綜合全面收益表計入	(47)	–	(47)
於2019年12月31日	156	–	156
於2020年1月1日	156	–	156
於綜合全面收益表扣除	208	2,200	2,408
於2020年12月31日	364	2,200	2,564
於2021年1月1日	364	2,200	2,564
於綜合全面收益表扣除／(計入)	405	(2,200)	(1,795)
於2021年12月31日	769	–	769
於2022年1月1日	769	–	769
於綜合全面收益表計入	(361)	–	(361)
於2022年12月31日	408	–	408

於2019年、2020年、2021年及2022年12月31日， 貴集團就其於中國之附屬公司之未繳溢利之預扣所得稅(分別為人民幣34,625,000元、人民幣110,848,000元、人民幣140,961,000元及人民幣156,238,000元)有未確認遞延所得稅負債人民幣3,463,000元、人民幣11,085,000元、人民幣14,096,000元及人民幣15,624,000元。由於董事已確認該等溢利將永久再投資予中國內地且目前無意匯出該等收益，故並無就該等預扣稅作出撥備。

30 附帶贖回權利的金融工具

	總計
	人民幣千元
於2019年、2020年及2021年1月1日	–
附帶贖回權利的金融工具的確認	158,180
於綜合損益表扣除的財務成本*(附註9)*	7,939
匯兑差額	(2,599)
於2021年12月31日	163,520
於2022年1月1日	163,520
匯兑差額	15,134
於2022年12月31日	178,654

根據 貴公司與Bradbury訂立的首次公開發售前投資協議(附註1.2及22)，倘 貴公司股份未能於2021年12月31日或之前在香港聯合交易所有限公司主板上市， 貴公司須向Bradbury購回所有股份。Bradbury將有權以200,000,000港元的總代價(即首次公開發售前投資金額)行使該贖回權。根據投資協議，贖回權將於緊接 貴公司提交上市申請前終止，並在 貴公司提早撤回上市申請、 貴公司上市申請被駁回或 貴公司上市程序終止或上市申請因任何原因失效時自動恢復。由於授予Bradbury的回購選擇權為 貴集團不可避免的義務，來自Bradbury的投資被視為附帶贖回權利的金融工具而非權益。金融負債金額乃根據代價200,000,000港元之貼現值釐定。所採用的貼現率為每年5.7%，即 貴集團的借款成本及金融負債的利率。根據該協議，金融負債已於2022年1月1日起按要求償還。自2021年12月31日起，由於金融工具的賬面值已達200,000,000港元(於2022年12月31日相當於人民幣178,654,000元)，即須償還予Bradbury的全部金額，故並無計入利息開支。

31 借款

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非流動				
長期銀行借款的非流動部分，有擔保	–	–	15,000	10,000
流動				
長期銀行借款的流動部分，有擔保	–	–	5,000	5,000
借款總額	–	–	20,000	15,000

(a) 於2021年1月， 貴集團與上海銀行股份有限公司蘇州分行訂立5年期按揭貸款，以購買昆山嘉寶所開發的寫字樓(附註15)。按揭貸款的固定利率為年息5.70%，須按月分期償還。

(b) 借款分期還款金額如下：

	於12月31日			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
1年內	–	–	5,000	5,000
1至2年	–	–	5,000	5,000
2至3年	–	–	5,000	5,000
3至4年	–	–	5,000	–
	–	–	20,000	15,000

32 股息

根據 貴公司於2021年3月31日股東大會通過的決議案，向 貴公司股東宣派股息20,000,000港元，該款項已於2021年9月28日悉數支付。

根據 貴公司於2023年6月13日股東大會通過的決議案，向 貴公司股東宣派特別股息60,000,000港元，預計將於上市前支付。

33 綜合現金流量附註

(a) 除所得稅前溢利與經營所得現金的對賬

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
除所得稅前溢利	31,840	113,841	64,652	93,138
就以下各項作出調整：				
－財務成本*(附註9)*	(62)	(479)	(1,306)	(2,443)
－按公平值計入損益的金融資產的公平值變動*(附註6)*	–	–	(435)	–
－*周遊記*投資結算*(附註6)*	–	(9,400)	–	–
－財務成本*(附註9)*	222	444	10,248	1,340
－物業、廠房及設備的折舊*(附註12)*	94	591	1,554	3,606
－使用權資產的折舊*(附註13)*	793	1,755	2,278	2,608
－無形資產的攤銷*(附註14)*	1	13	39	144
－存貨的減值虧損淨額*(附註21)*	–	3,029	6,189	6,725
－金融資產的減值虧損淨額*(附註3.1(b))*	(73)	4,452	(922)	745
－以股份為基礎的付款*(附註23)*	–	1,840	3,568	2,216
－出售附屬公司的收益*(附註6)*	–	(829)	–	–
－註銷一間附屬公司的虧損*(附註6)*	–	–	54	–
－匯兌虧損／(收益)－淨額	–	37	(2,660)	13,706
營運資金變動前經營現金流量	32,815	115,294	83,259	121,785
營運資金變動：				
－存貨	(9,045)	(10,959)	(5,919)	(11,063)
－電視節目版權	(35,200)	77,247	(13,594)	(76,008)
－貿易及其他應收款項	5,189	31,323	22,533	(11,119)
－預付款項及其他流動資產	(4,282)	(16,116)	(17,764)	3,926
－貿易及其他應付款項	10,327	90,793	(23,918)	23,434
－合約負債	3,015	51,400	(5,180)	(27,930)
營運所得現金	2,819	338,982	39,417	23,025

(b) 非現金融資活動

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
附帶贖回權利金融工具的確認*(附註30)*	–	–	158,180	–
扣除與發行股份有關的貸款*(i)*	–	(32,951)	–	–
*周遊記*投資結算*(附註6)*	–	(9,400)	–	–
	–	(42,351)	158,180	–

(i) 於2020年9月30日， 貴公司以代價37,500,000港元(「代價」)向首次公開發售前投資者Long Precise配發及發行12,820,512股普通股(附註1.2及附註22)。同日， 貴公司與Great Essence及Long Precise訂立貸款轉讓協議，據此，Long Precise將其應收Great Essence的貸款37,500,000港元(「貸款」)轉讓予 貴公司，而該貸款已用於抵銷代價。

(c) 融資活動所產生負債的對賬

	借款	**附帶可贖回權利的金融工具**	**租賃負債**	**應付關聯方款項**	**應付第三方款項**	**就*周遊記*收取的投資**	**總計**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
於2019年1月1日的淨債務	–	–	823	48,039	–	6,400	55,262
現金流量	–	–	(996)	14,438	–	15,000	28,442
租賃添置	–	–	2,448	–	–	–	2,448
應計利息	–	–	222	–	–	–	222
匯兑差額	–	–	–	26	–	–	26
截至2019年12月31日	–	–	2,497	62,503	–	21,400	86,400
於2020年1月1日的淨債務	–	–	2,497	62,503	–	21,400	86,400
現金流量	–	–	(2,031)	(18,999)	–	(12,000)	(33,030)
非現金變動	–	–	–	(32,951)	–	(9,400)	(42,351)
租賃添置	–	–	2,072	–	–	–	2,072
應計利息	–	–	444	–	–	–	444
匯兑差額	–	–	–	1	–	–	1
截至2020年12月31日	–	–	2,982	10,554	–	–	13,536
於2021年1月1日的淨債務	–	–	2,982	10,554	–	–	13,536
現金流量	18,755	–	(2,275)	(10,554)	(840)	–	5,086
非現金變動	–	158,180	–	–	–	–	158,180
租賃添置	–	–	3,385	–	–	–	3,385
應計利息	1,245	7,939	224	–	840	–	10,248
匯兑差額	–	(2,599)	–	–	–	–	(2,599)
截至2021年12月31日	20,000	163,520	4,316	–	–	–	187,836
於2022年1月1日的淨債務	20,000	163,520	4,316	–	–	–	187,836
現金流量	(6,035)	–	(3,122)	–	–	–	(9,157)
租賃添置	–	–	593	–	–	–	593
應計利息	1,035	–	305	–	–	–	1,340
匯兑差額	–	15,134	–	–	–	–	15,134
截至2022年12月31日	15,000	178,654	2,092	–	–	–	195,746

34 或然事件

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日， 貴集團並無任何重大或然負債。

35 出售附屬公司

於2020年5月31日， 貴集團以人民幣800元的代價出售其在當時擁有80%權益的附屬公司昆山汀奢的全部權益。

於2020年9月30日， 貴集團以零代價出售其於昆山斯達普商業管理有限公司的100%權益，並以人民幣1元的代價出售其於上海斯達普商業管理有限公司的100%股權。

於2020年10月31日， 貴集團分別以人民幣1元的代價出售其於昆山星夢中醫診所有限公司及昆山魔肌皮膚管理有限公司的100%權益。

上述出售事項(合計)的詳情如下：

	於各出售日期
	人民幣千元
代價	1
已出售資產	
遞延所得稅資產	7,336
貿易及其他應收款項	44,844
預付款項及其他流動資產	1,769
現金及現金等價物	151,172
	205,121
已出售負債	
貿易及其他應付款項	(200,197)
合約負債	(404)
流動所得稅負債	(5,394)
	(205,995)
非控股權益	46
已出售負債淨額	(828)
出售收益	829
已收現金代價	1
減：已出售現金及現金等價物	(151,172)
出售附屬公司產生的現金流出淨額	(151,171)

36 關聯方交易及結餘

(a) 關聯方名稱及與關聯方的關係

以下為 貴集團於往績記錄期間的關聯方概要：

關聯方名稱	與 貴集團的關係
馬女士	貴公司股東及董事
賴先生	貴公司股東及董事
楊先生	貴公司股東及董事
陳先生	貴公司股東及董事
詹宇豪先生	股東
葉女士	股東
李婷女士	自2019年6月18日起至2020年5月31日昆山汀奢的非控股股東
張靜女士	股東及錢中山博士的配偶
拉薩經濟技術開發區聚創投資有限公司(「拉薩聚創」)	股東(截至2019年9月30日的前股東)
杰威爾音樂有限公司	楊先生控制的實體
Max One Ltd	陳先生控制的實體
Archstone Co., Ltd	陳先生控制的實體
陸宇音樂有限公司(「陸宇音樂」)	詹宇豪先生控制的實體
昆山嘉寶	受馬女士影響重大的實體(截至2021年8月16日)
Great Essence Holdings Limited	賴先生控制的實體
魔杰電競(北京)文化發展有限公司(「魔杰電競北京」)	楊先生、陳先生及葉女士控制的實體
魔杰的茶(昆山)餐飲服務有限公司(「魔杰的茶昆山」)	楊先生、陳先生及葉女士控制的實體
北京精湛文創文化經紀有限公司(「北京精湛」)	北京巨星精湛文化傳播有限公司的非控股股東
倚格企業管理諮詢(上海)有限公司)(「上海倚格」)	楊先生、陳先生及葉女士控制的實體
昆山人本文創諮詢顧問有限公司(「昆山人本」)	馬女士控制的實體
巨室星創(昆山)資產管理有限公司(「巨室星創」)	受馬女士影響重大的實體
W&V Limited	天賦星球(香港)有限公司的非控股股東

(b) 與關聯方的交易

於往績記錄期間，以下為 貴集團與其關聯方之間進行的重大交易的摘要。

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
持續經營交易				
(i) 自以下公司採購貨品：				
陸宇音樂	1,803	–	–	–
(ii) 自以下公司獲得服務：				
Archstone Co., Ltd.	6,985	7,374	18,231	7,093
杰威爾音樂有限公司	–	–	4,917	2,216
Max One Ltd	1,067	1,045	771	–
昆山嘉寶	–	–	354	–
魔杰電競北京	–	–	326	–
魔杰的茶昆山	–	125	27	25
W&V Limited	–	–	–	1,437
	8,052	8,544	24,626	10,771
(iii) 向以下公司支付許可費：				
Archstone Co., Ltd.	–	226	52	–
(iv) 自以下公司獲得代理服務：				
北京精湛	–	558	–	–
(v) 向以下公司銷售貨品：				
魔杰電競北京	–	1,656	2,510	73
魔杰的茶昆山	–	902	1,643	23
張靜女士	–	39	32	128
馬女士	8	37	–	–
	8	2,634	4,185	224
(vi) 向以下公司提供服務：				
魔杰電競北京	–	266	382	–

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
持續交易				
(vii) 來自關聯方的貸款：				
昆山人本	23,060	600	–	–
Great Essence Holdings Limited	11,558	–	–	–
巨室星創	–	–	–	–
Max One Ltd	–	–	916	–
	34,618	600	916	–
(viii) 貸款予關聯方：				
魔杰電競北京	2,000	–	–	–
巨室星創	9,040	–	–	–
	11,040	–	–	–
(ix) 代關聯方收取的款項				
W&V Limited	–	–	–	15,946

根據合約條款，上述來自關聯方貸款及貸款予關聯方為免息、按要求償還及並無抵押品。

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	2022年
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
已終止交易				
(i) 自以下各方獲得服務：				
李婷女士	3,290	不適用	不適用	不適用
昆山嘉寶	–	不適用	不適用	不適用
	3,290	不適用	不適用	不適用
(ii) 向以下各方銷售貨品：				
李婷女士	–	95	不適用	不適用

已終止交易指截至該等對手方不再為 貴集團關聯方之日的交易金額。

(c) 主要管理層薪酬

主要管理層包括董事(執行及非執行)、執行委員會成員及各部門主管。就僱員服務支付或應付予關鍵管理層的薪酬如下：

	截至12月31日止年度			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
薪金、花紅及其他福利	1,039	2,704	8,560	7,882

(d) 與關聯方的結餘

貿易性質：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
(i) 貿易應收款項				
魔杰電競北京	–	282	38	15
北京精湛	–	27,407	–	–
魔杰的茶昆山	–	1,019	–	23
	–	28,708	38	38
(ii) 應付關聯方款項				
W&V Limited	–	–	–	15,946
(iii) 預付款項				
Max One Ltd	838	905	–	–
W&V Limited	–	–	–	2,877
	838	905	–	2,877
(iv) 貿易應付款項				
Archstone Co., Ltd.	–	4,881	1,030	140
陸宇音樂	499	–	–	–
杰威爾音樂有限公司	–	494	4,190	984
魔杰的茶昆山	–	50	92	4
W&V Limited	–	–	116	–
	499	5,425	5,428	1,128
(v) 合約負債				
魔杰電競北京	–	1,447	–	–
魔杰的茶昆山	–	–	1	–
	–	1,447	1	–

上述關聯方結餘為交易性質、免息、無抵押及無固定結算日。

非貿易性質：

	於12月31日			
	2019年	**2020年**	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*
(i) 應收關聯方款項				
W&V Limited	–	–	–	3
Max One Ltd	–	3	–	–
賴國輝先生	4,670	3,907	–	–
昆山嘉寶	10,000	–	不適用	不適用
巨室星創	8,468	177	–	–
拉薩聚創	1,080	–	–	–
昆山人本	1,080	–	–	–
上海倚格	1,840	–	–	–
魔杰電競北京	2,000	–	–	–
馬女士	81	–	–	–
	29,219	4,087	–	3
(ii) 應付關聯方款項				
Great Essence Holdings Limited	35,762	–	–	–
巨室星創	10,000	–	–	–
昆山嘉寶	–	531	不適用	不適用
昆山人本	26,742	7,742	–	–
魔杰電競北京	3	–	–	–
馬女士	5	–	–	–
賴先生	276	3,034	–	–
	72,788	11,307	–	–
(iii) 應付銷售佣金				
李婷女士*(附註27)*	3,290	不適用	不適用	不適用
(iv) 辦公樓及員工宿舍的預付款				
昆山嘉寶*(附註15)*	–	53,468	不適用	不適用

應收及應付關聯方款項為非交易性質、免息、無抵押及無固定結算日。該款項已於本報告日期悉數結清。

(e) 應收／(應付) 貴公司附屬公司款項

	於12月31日		
	2020年	**2021年**	**2022年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
非流動資產			
應收附屬公司款項	30,571	161,134	99,895
流動負債			
應付附屬公司款項	(653)	(16,758)	(30,562)

應收／(應付)附屬公司款項為無抵押、免息且須按要求償還。對於預計不會在12個月內結清的應收附屬公司款項，則將其歸類為非流動資產。

37 後續事件

根據 貴公司股東於2023年6月19日通過的決議案， 貴公司董事獲授權按面值向於資本化發行前名列存置於開曼群島的 貴公司股東名冊總冊的股份持有人按彼等各自的持股比例透過資本化配發及發行合共178,445,376股入賬列為繳足股款的股份。

根據 貴公司於2023年6月13日股東大會通過的決議案，向 貴公司股東宣派特別股息60,000,000港元。

於2022年12月31日之後並無發生其他重大後續事件。

III 後續財務報表

貴公司或現時組成 貴集團的任何公司並無就2022年12月31日之後及直至本報告日期的任何期間編製經審計財務報表。

本附錄所載資料並不構成附錄一所載申報會計師羅兵咸永道會計師事務所(香港執業會計師)發出的會計師報告的一部分，僅納入本附錄作説明用途。未經審計備考財務資料應與本招股章程「財務資料」一節及本招股章程附錄一會計師報告一併閱讀。

A. 未經審計備考經調整有形資產淨值報表

以下本集團未經審計備考經調整有形資產淨值報表乃根據上市規則第4.29條編製，僅供説明之用，載列於下文以説明全球發售對本公司擁有人截至2022年12月31日應佔本集團有形資產淨值的影響，猶如全球發售於2022年12月31日進行(假設超額配股權未獲行使)。

本未經審計備考經調整有形資產淨值報表僅供説明而編製，且由於其假設性質使然，未必能反映全球發售後本集團於2022年12月31日或任何未來日期綜合有形資產淨值的真實狀況。其乃根據本集團會計師報告(全文載於本招股章程附錄一)所載本集團於2022年12月31日的綜合資產淨值編製，並作出下述調整。未經審計備考經調整有形資產淨值報表並不構成會計師報告的一部分。

	本公司擁有人應佔本集團於2022年12月31日的經審計綜合有形資產淨值	**於全球發售後與終止贖回權有關的綜合有形資產淨值的估計影響**	**全球發售估計所得款項淨額**	**本公司擁有人於2022年12月31日應佔未經審計備考經調整有形資產淨值**	**未經審計備考經調整每股有形資產淨值**	
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣千元*	*人民幣元*	*港元*
	(附註1)	*(附註2)*	*(附註3)*		*(附註4)*	*(附註5)*
根據每股股份發售價4.25港元計算	229,670	178,654	244,371	652,695	0.82	0.93

附註：

(1) 本公司擁有人於2022年12月31日應佔經審計綜合有形資產淨值摘錄自本招股章程附錄一所載的會計師報告，乃基於本公司擁有人於2022年12月31日應佔本集團的經審計綜合資產淨值人民幣233,542,000元，並對本公司擁有人於2022年12月31日的應佔無形資產人民幣3,872,000元(不包括本集團非控股權益應佔無形資產部分人民幣6,000元)進行調整。

(2) 根據與Bradbury Private Investment III Inc.(「Bradbury」)訂立的首次公開發售前投資協議，Bradbury獲授贖回權利，據此本公司將向Bradbury購回全部股份，前提是本公司股份未能於2021年12月31日或之前於香港聯合交易所有限公司主板上市。根據首次公開發售前投資協議，贖回權於緊接本公司提交上市申請前暫停，並將於本公司撤回上市申請、本公司上市申請被拒絕、本公司上市程序終止或上市申請因任何原因失效(以較早者為準)時自動恢復。如本招股章程附錄一所載，該贖回權在於2022年12月31日的綜合財務狀況表中確認為金融負債。贖回權將在全球發售時自動終止。因此，就未經審計備考經調整有形資產淨值報表而言，本公司擁有人應佔本集團未經審計備考經調整綜合有形資產淨值已增加人民幣178,654,000元，即於2022年12月31日附帶贖回權的金融工具的賬面值。

(3) 全球發售估計所得款項淨額乃根據每股股份的指示性發售價4.25港元計算，經扣除本公司應付的包銷費用及其他相關開支(不包括上市開支約人民幣28,487,000元，其已於2022年12月31日前入賬綜合全面收益表)且不計及於行使超額配股權後可能發行的任何股份、根據首次公開發售前購股權計劃可能發行的任何股份或本公司根據一般授權可能發行或購回的任何股份。

(4) 未經審計備考每股有形資產淨值乃於作出前述文段所指的調整後及根據800,000,000股已發行股份計算(假設資本化發行及全球發售已於2022年12月31日完成但並無計及於行使超額配股權後可能發行的任何股份、根據首次公開發售前購股權計劃可能發行的任何股份或本公司根據一般授權可能發行或購回的任何股份)。

(5) 就本未經審計備考經調整每股有形資產淨值而言，以人民幣列示的金額換算為港元乃按1.00港元兑人民幣0.8805元的匯率計算。概不表示人民幣金額已按、可能已按或可按該匯率換算為港元，反之亦然。

(6) 概無作出任何調整以反映本集團於2022年12月31日之後訂立的任何買賣結果或其他交易。尤其是，上述未經審計備考經調整有形資產淨值並未計及於2023年6月13日所宣派的特別股息60,000,000港元。倘特別股息60,000,000港元已於2022年12月31日宣派，於2022年12月31日，本公司權益持有人應佔本集團未經審計備考經調整綜合有形資產淨值將為約人民幣599,865,000元，而於2022年12月31日，本公司權益持有人應佔本集團未經審計備考經調整每股綜合有形資產淨值將為人民幣0.75元(相當於0.85港元)。

B. 申報會計師就未經審計備考財務資料發出的報告

以下為羅兵咸永道會計師事務所(香港執業會計師)發出的報告全文，以供收錄於本招股章程內。

pwc 羅兵咸永道

獨立申報會計師就編製未經審計備考財務資料的鑒證報告

致巨星傳奇集團有限公司列位董事

本所已對巨星傳奇集團有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的未經審計備考財務資料(由 貴公司董事(「貴公司董事」)編製，並僅供說明用途)完成鑒證工作並作出報告。未經審計備考財務資料包括 貴公司就擬首次公開發售其股份而於刊發日期為2023年6月30日的招股章程(「招股章程」)中第II-1至II-2頁內載列有關 貴集團於2022年12月31日的未經審計備考經調整綜合有形資產淨值報表以及相關附註(「未經審計備考財務資料」)。 貴公司董事用於編製未經審計備考財務資料的適用標準載於招股章程第II-1至II-2頁。

未經審計備考財務資料由 貴公司董事編製，以說明擬首次公開發售對 貴集團於2022年12月31日的財務狀況的影響，猶如該擬首次公開發售於2022年12月31日已經發生。在此過程中， 貴公司董事從 貴集團截至2022年12月31日止年度的財務資料中摘錄有關 貴集團財務狀況的資料，並已就上述財務資料刊發會計師報告。

貴公司董事對未經審計備考財務資料的責任

貴公司董事負責根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)第4.29段及參考香港會計師公會(「會計師公會」)頒佈的會計指引第7號*「編製備考財務資料以載入投資通函內」*(「會計指引第7號」)，編製未經審計備考財務資料。

羅兵咸永道會計師事務所
中國香港特別行政區中環太子大廈22樓
總機：+852 2289 8888，傳真：+852 2810 9888，www.pwchk.com

我們的獨立性和質量控制

我們遵守會計師公會頒佈的*職業會計師道德守則*中對獨立性及其他職業道德的要求，有關要求基於誠信、客觀、專業勝任能力和應有的關注、保密及專業行為的基本原則而制定。

本所應用會計師公會所頒佈的香港質量控制準則第1號，因此保持一個全面的質量控制制度，包括制定與遵守職業道德要求、專業準則以及適用的法律及監管要求相關的政策和程序守則。

申報會計師的責任

本所的責任是根據上市規則第4.29(7)段的規定，對未經審計備考財務資料發表意見並向　閣下報告。對於本所過往就用於編製未經審計備考財務資料的任何財務資料而發出的報告，除於報告發出日期向該等報告收件人承擔的責任外，本所概不承擔任何責任。

本所根據會計師公會頒佈的香港鑒證業務準則第3420號「*就編製招股章程內備考財務資料作出報告的鑒證業務*」執行我們的工作。該準則要求申報會計師計劃和實施程序以對　貴公司董事是否根據上市規則第4.29段及參考會計師公會頒佈的會計指引第7號編製未經審計備考財務資料獲取合理保證。

就本業務而言，本所沒有責任更新或重新出具任何在編製未經審計備考財務資料時所使用的歷史財務資料的報告或意見，且在本業務過程中，我們無就編製未經審計備考財務資料時所使用的財務資料進行審計或審閱。

將未經審計備考財務資料包括在招股章程中，目的僅為說明某一重大事項或交易對實體未經調整財務資料的影響，猶如該事項或交易已在為說明為目的而選擇的較早日期發生。因此，我們不對擬首次公開發售於2022年12月31日的實際結果會否如同呈報一樣提供任何保證。

對於未經審計備考財務資料是否已按照適用標準適當地編製而進行的合理保證鑒證業務，

涉及實施程序以評估董事用以編製未經審計備考財務資料的適用標準是否提供合理基準，以呈列該事項或交易直接造成的重大影響，並須就以下事項獲取充分適當的證據：

- 相關備考調整是否適當地按照該等標準編製；及
- 未經審計備考財務資料是否反映了已對未經調整財務資料作出適當調整。

所選定的程序取決於申報會計師的判斷，並考慮申報會計師對該公司性質的了解、與編製未經審計備考財務資料有關的事項或交易以及其他相關業務情況的了解。

本業務亦包括評估未經審計備考財務資料的整體呈列方式。

我們相信，我們所獲得的證據能充足及適當地為我們的意見提供基礎。

本所的工作並非按照美國公認審計準則或其他準則及慣例，或美國公眾公司會計監察委員會(Public Company Accounting Oversight Board (United States))的審計準則，或任何其他海外司法權區的任何專業機構的準則和慣例進行，故　閣下不應假設我們已根據該等準則和慣例進行工作般依賴本報告。

意見

本所認為：

(a) 未經審計備考財務資料已由　貴公司董事按照所述基準適當編製；

(b) 該基準與　貴集團的會計政策一致；及

(c) 就根據上市規則第4.29(1)段所披露的未經審計備考財務資料而言，該等調整屬適當。

羅兵咸永道會計師事務所
執業會計師
香港
2023年6月30日

以下為獨立估值師及顧問仲量聯行企業評估及咨詢有限公司就其對巨星傳奇集團有限公司及其附屬公司所持有或訂約收購之物業權益於2023年3月31日之估值而編製之函件全文及估值證書，以供載入本招股章程。

仲量聯行

仲量聯行企業評估及咨詢有限公司
香港英皇道979號
太古坊1座7樓
電話+852 2846 5000　傳真+852 2169 6001
公司牌照號碼：C-030171

敬啟者：

吾等遵照　閣下的指示，對巨星傳奇集團有限公司(「**貴公司**」)及其附屬公司(以下統稱為「**貴集團**」)於中華人民共和國(「**中國**」)所持有或訂約收購之物業權益進行估值，吾等確認吾等已進行視察，作出有關查詢及查冊，並已取得吾等認為必要的其他資料，以便就有關物業權益於2023年3月31日(「**估值日期**」)的市值向　閣下提供意見。

吾等的估值基於市值進行。市值的定義為「資產或負債經適當推銷後，由自願買方及自願賣方在知情、審慎及不受脅迫的情況下，於估值日期達成公平交易的估計金額」。

吾等採用比較法(即假設物業權益在現況下出售並立即交吉)參考市場上可獲得的可資比較出售交易，對　貴集團持有作自用的第一組物業權益進行估值。

在對　貴集團訂約收購的第二組物業權益進行估值時，吾等並無賦予於估值日期尚未轉讓予　貴集團之物業權益任何商業價值，故該物業的業權並未歸屬　貴集團。

吾等的估值乃假設賣方於市場出售物業權益，當中不享有延期合同、售後租回、合資經營、管理協議或任何可影響物業權益價值的類似安排的利益。

吾等的報告並無考慮任何所估值物業權益的任何抵押、按揭或所欠負的債項或出售時可能承擔的任何開支或稅項。除另有說明外，吾等假設物業概不附帶可影響其價值的屬繁重性質的產權負擔、限制及支銷。

於對物業權益進行估值時，吾等已遵照香港聯合交易所有限公司頒佈的證券上市規則第五章及第12項應用指引、皇家特許測量師學會出版的《皇家特許測量師學會估值－全球準則》、香港測量師學會出版的《香港測量師學會物業估值準則》以及國際估值準則委員會出版的《國際估值準則》所載的所有規定。

吾等在頗大程度上依賴　貴公司所提供的資料，並接納提供予吾等的有關年期、規劃許可、法定通告、地役權、佔用詳情、租賃及一切其他有關事項的資料。

吾等已獲提供多份產權文件副本，包括房地產權證、商品房買賣合同及有關物業權益的其他文件，並已作出有關查詢。吾等在頗大程度上依賴　貴公司中國法律顧問漢坤律師事務所出具的有關中國物業權益有效性的意見。

吾等並無進行詳細實地測量，以證實有關物業面積的準確性，但已假設交予吾等的業權文件及官方地盤規劃所示面積乃屬正確。所有文件及合同均僅供參考用途，而所有尺寸、量度及面積均為概約數。吾等並無實地量度。

於2022年8月進行的實地視察由在中國房地產行業擁有6年估值經驗的Queena Qiao女士進行。然而，吾等並未作出實地調查，以確定土地狀況和設施等是否適宜在其上進行開發。吾等的估值是基於該等方面均令人滿意進行編製。此外，吾等並無進行結構測量，惟於視察過程中並無

發現任何嚴重缺陷。然而，吾等亦無法呈報該物業確屬無腐朽、蟲蛀或任何其他結構損壞。我們亦未對任何樓宇設備進行測試。

吾等並無理由懷疑由　貴公司提供予吾等的資料的真實性及準確性，吾等亦獲　貴公司確認所提供資料並無遺漏任何重大事實。吾等認為吾等已獲提供充足資料以達致知情的意見，且無理由懷疑其隱瞞任何重大資料。

除非另有說明，本報告內所列款額均為人民幣。

隨函附奉估值概要及估值證書。

此　致

P.O. Box 31119
Grand Pavilion
Hibiscus Way
802 West Bay Road
Grand Cayman
KY1-1205
Cayman Islands

巨星傳奇集團有限公司　台照

代表
仲量聯行企業評估及咨詢有限公司
資深董事
姚贈榮
MRICS MHKIS RPS (GP)
謹啟

2023年6月30日

附註： 姚贈榮為特許測量師，在香港及中國物業估值方面擁有29年經驗，並擁有亞太區的相關經驗。

估值概述

縮略詞：

第一組： 貴集團於中國持有作自用的物業權益
第二組： 貴集團於中國訂約收購的物業權益
「–」： 不適用

序號	物業	於2023年3月31日現況下之市值	於2023年3月31日現況下之市值	於2023年3月31日現況下之總市值
		人民幣元	*人民幣元*	*人民幣元*
		第一組	**第二組**	
1.	位於中國 江蘇省 昆山市 花橋鎮 綠地大道1777號 夢世界 三期3-5#號樓 13–15層69個單位	56,000,000	–	56,000,000
2.	位於中國 江蘇省 昆山市 花橋鎮 綠地大道1777號 夢世界 三期3-2#號樓 18–20層48個單位	–	無商業價值	無商業價值
	總計			56,000,000

估值證書

第一組－貴集團於中國持有作自用的物業權益

序號	物業	概況及年期	佔用詳情	於估值日期現況下之市值
				人民幣元
1.	位於中國江蘇省昆山市花橋鎮綠地大道1777號夢世界三期3-5#號樓13–15層69個單位	夢世界位於昆山市花橋鎮綠地大道1777號。該地區為成熟的住宅及商業區，位於昆山市東側。 據告知，夢世界佔有一幅地盤面積約240畝的地塊(包括該物業的土地使用權)，將發展為商業綜合體，竣工後總規劃建築面積約356,000平方米。 該物業包括位於夢世界三期3-5#號樓13至15層的所有69個單位。該樓宇有15層，亦稱為夢世界影視中心1號樓。 該物業總建築面積約3,507.63平方米，於2021年竣工。 該物業已獲授的土地使用權期限至2052年3月31日屆滿，作辦公用途。	於估值日期，該物業由本集團佔用作員工宿舍用途。	56,000,000

附註：

1. 貴公司全資附屬公司昆山巨星行動電子商務有限公司(「**昆山巨星行動**」)已與獨立第三方昆山嘉寶網尚文化投資有限公司(「**昆山嘉寶**」)訂立日期為2020年12月31日的69份商品房買賣合同以購買夢世界三期3-5#號樓13至15層的所有69個單位(1301–1323、1401–1423及1501–1523單位)，代價為人民幣53,562,260元。經　貴集團確認，該代價已全數支付。

2. 根據69份房地產權證，總建築面積約3,507.63平方米的該物業由昆山巨星行動擁有。該物業已獲授的土地使用權期限至2052年3月31日屆滿，作辦公用途。

3. 吾等的估值乃根據以下基準及分析得出：

   在進行估值時，吾等已識別並分析當地與該物業特點相近的各項相關銷售證據。就辦公單元而言，該等可資比較物業的單價介乎每平方米人民幣12,000元至人民幣17,000元之間。吾等已考慮可資比較物業與該物業在位置、規模及其他特徵方面的差異而作出適當調整及分析，以得出該物業的一個假設單價。

4. 貴公司的中國法律顧問已向吾等提供有關物業權益的法律意見，包括(其中包括)以下內容：

a. 昆山巨星行動已取得該物業的房地產權證、房屋所有權及土地使用權；

b. 昆山巨星行動為該物業的唯一所有者，並合法擁有該物業的所有權；

c. 根據日期為2021年10月11日的房地產抵押合約，該物業須以上海銀行股份有限公司蘇州分行(「該銀行」)為受益人作出抵押，作為擔保於2021年1月5日與該銀行訂立的貸款合約項下責任的抵押品；及

d. 除附註4(c)所提及的抵押外，昆山巨星行動可合法佔用、使用、轉讓、租賃、抵押或以其他方式處置該物業。

估值證書

第二組－貴集團於中國訂約收購的物業權益

序號	物業	概況及年期	佔用詳情	於估值日期現況下之市值
				人民幣元
2.	位於中國江蘇省昆山市花橋鎮綠地大道1777號夢世界三期3-2#號樓18–20層48個單位	夢世界位於昆山市花橋鎮綠地大道1777號。該地區為成熟的住宅及商業區，位於昆山市東側。 據告知，夢世界佔有一幅地盤面積約240畝的地塊(包括該物業的土地使用權)，將發展為商業綜合體，竣工後總規劃建築面積約356,000平方米。 該物業包括位於夢世界三期3-2#號樓第18至20層的所有48個單位。該樓宇為21層辦公大樓，亦稱為夢世界影視中心10號樓。該物業的總建築面積為3,166.26平方米。據　貴集團告知，該物業建築工程已於2023年1月竣工，並將於2023年年中交付予　貴集團。 該物業所處地塊已獲授的土地使用權期限至2052年3月31日屆滿，作辦公及配套商業用途。	於估值日期，該物業為空置。	無商業價值

附註：

1. 昆山巨星行動已與昆山嘉寶訂立日期為2021年8月4日的48份商品房買賣合同以購買夢世界三期3-2#號樓18至20層48個單位(1801–1816、1901–1916及2001–2016單位)，總建築面積約3,166.26平方米，總代價為人民幣50,023,440元。

2. 吾等的估值乃根據以下基準及分析得出：

   如附註3所述，就參考目的進行估值時，吾等已識別並分析當地與該物業特點相近的各項相關銷售證據。就辦公單元而言，該等可資比較物業的單價介乎每平方米人民幣12,000元至人民幣17,000元之間。吾等已考慮可資比較物業與該物業在位置、規模及其他特徵方面的差異而作出適當調整及分析，以得出該物業的一個假設單價。

3. 於估值日期，該物業尚未轉讓予 貴集團，故該物業的所有權並未歸屬予 貴集團。因此，吾等並未賦予該物業任何商業價值。然而，作為參考，吾等認為該物業於估值日期的市值為人民幣52,000,000元，前提是已取得相關業權證明書且昆山巨星行動有權自由轉讓、租賃、按揭或以其他方式處置該物業。

4. 經 貴集團確認，截至估值日期， 貴集團已悉數支付購買該物業的購買價。

5. 貴公司的中國法律顧問已向吾等提供有關物業權益的法律意見，包括(其中包括)以下內容：

   a. 上述商品房買賣合同屬合法有效，根據適用法律具有法律約束力及可執行性。

   b. 昆山巨星行動有權主張合約權利，並要求另一訂約方根據相關合約履行合約義務。然而，由於昆山巨星行動尚未完成所有權登記申請且尚未取得所有權證，昆山巨星行動物業的所有權尚未生效；及

   c. 該物業建設竣工後，昆山巨星行動於獲取該物業的業權證書方面並無法律障礙。

下文載列本公司組織章程大綱及細則的若干條文以及開曼群島公司法若干方面的概要。

本公司於2020年1月3日根據開曼公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的組織章程文件由其組織章程大綱及細則組成。

1. 組織章程大綱

1.1 大綱規定(其中包括)本公司股東承擔的責任屬有限，而本公司的成立宗旨並無限制(因此包括作為一間投資公司)，且本公司擁有並能夠隨時或不時以作為主事人、代理、訂約人或其他身份，行使可由一個自然人或法人團體行使的任何及全部權力，而因本公司為獲豁免公司，故本公司將不會在開曼群島與任何人士、商號或公司進行交易，惟為促進本公司在開曼群島以外地區進行的業務者則除外。

1.2 本公司可藉特別決議案修改大綱所載的有關任何宗旨、權力或其他事宜的內容。

2. 組織章程細則

細則已於2023年6月19日獲有條件採納並將於上市日期生效。細則若干條文的概要載列如下。

2.1 股份

(a) 股份類別

本公司股本包括普通股。

(b) 更改現有股份或股份類別的權利

在開曼公司法的規限下，倘本公司股本在任何時候被分為不同類別股份，任何股份類別所附有的一切或任何特別權利(除非該類別股份的發行條款另有規定)，可於經該類別已發行股份至少四分之三的持有人書面同意，或經親身或委派代表出席該類別股份持有人另行召開的大會並於會上投票的相關持有人以至少四分之三的票數通過的決議案批准的情況下作出更改、修改或廢除。細則內有關股東大會的條文經必要變通後將適用於各另行召開的股東大會，惟所需法定人數應為兩名合共持有

(或倘股東為公司，則其正式授權代表)或由受委代表持有該類別已發行股份至少三分之一的人士。該類別股份的每名持有人均應有權於投票表決時就其所持每股股份投一票，而任何親身或由受委代表出席大會的該類別股份的持有人均可要求以投票方式表決。

除非有關股份的發行條款所附帶的權利另有明文規定，否則賦予任何股份或類別股份持有人的任何特別權利不得因增設或發行與該等股份享有同等權益的額外股份而被視為已予更改。

(c) 股本變更

本公司可藉其股東通過普通決議案以：(a)透過增設其認為適當數目的新股份增加其股本；(b)將其全部或任何股本合併或拆細為面額高於或低於其現有股份的股份；(c)將其未發行股份拆細成數個類別，並附帶任何優先、遞延、合資格或特別權利、特權或條件；(d)將其股份或任何該等股份分拆為面額低於大綱所指定的股份；(e)註銷任何在決議案日期尚未獲任何人士承購或同意承購的股份，並按註銷股份的面額削減其股本數額；(f)就配發及發行不附帶任何表決權的股份作出規定；(g)更改其股本面額的幣值；及(h)以任何獲授權方式及在法律規定的任何條件限制下，削減其股份溢價賬。

(d) 股份轉讓

在開曼公司法及聯交所規定的規限下，所有股份轉讓須以一般或常用格式或董事會可批准的其他格式的轉讓文據辦理，該轉讓文據可以親筆簽署，或倘轉讓人或承讓人為結算所(定義見細則)或其代名人，則可以加親筆簽署或蓋機印簽署，或以董事會可不時批准的有關其他方式簽署。

轉讓文據須由轉讓人及承讓人或彼等的代表簽立，惟董事會可豁免轉讓人或承讓人簽立轉讓文據或接納機印簽立轉讓文據。在承讓人的名稱就該股份載入本公司的股東名冊前，轉讓人仍須被視為股份持有人。

董事會可全權酌情隨時及不時將股東名冊總冊的任何股份移往任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊的任何股份移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。

除董事會另行同意外，股東名冊總冊的股份不得移往任何股東名冊分冊，而任何股東名冊分冊的股份亦不得移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。所有的移送及其他所有權文件須送交登記。倘股份在任何股東名冊分冊登記，則須在有關登記處辦理；倘股份在股東名冊總冊登記，則有關登記須在存放股東名冊總冊的地點辦理。

董事會可全權酌情拒絕登記轉讓任何股份(並非繳足股份)予未經其批准的人士，或拒絕登記轉讓本公司擁有留置權的任何股份(並非繳足股份)，或拒絕登記不符合細則或上市規則的任何規定的建議轉讓。董事會亦可拒絕為根據任何購股權計劃發行且仍受該計劃限制轉讓的任何股份辦理轉讓登記手續，或拒絕轉讓任何股份予超過四名聯名持有人。

除非已向本公司支付特定費用(最高為聯交所可釐定的有關應付金額上限)、轉讓文據已妥為蓋上釐印(倘適用)並僅涉及一種類別的股份，且連同有關股票以及董事會可合理要求可證明轉讓人進行股份轉讓的權利(及倘轉讓文據由若干其他人士代表轉讓人簽立，則證明該人士獲授權簽立)的有關其他證明文件送交相關登記處或存置股東名冊總冊的地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓文據。

在上市規則的規限下，董事會可在其決定之有關時間或有關期間內根據相當於公司條例有關條文的條款暫停辦理股份過戶登記手續，惟每年合共不得超過30天(或本公司股東以普通決議案決定的較長期間，惟該期間在任何年度均不得超過60日)。

繳足股份概不附帶任何轉讓限制(聯交所許可者除外)，以及不附帶任何留置權。

(e) 本公司購買其本身股份的權力

本公司可在若干限制的規限下購買其本身股份，惟受細則不時訂立的任何適用規定或聯交所及／或證監會不時頒佈的任何守則、規則或規例所規限，董事會僅可代表本公司行使該權力。

倘本公司為贖回而購買可贖回股份，非經市場或非以競價方式作出的購買須以最高價格為限；而倘以競價方式購買，則須全體股東均可參與競價。

(f) 本公司任何附屬公司擁有本公司股份的權力

細則並無關於附屬公司擁有本公司股份之條文。

(g) 催繳股份及沒收股份

董事會可不時在其認為適當的情況下就股東所持股份分別向彼等催繳尚未繳付的任何款項(無論按股份的面值或以溢價形式計算)，而不按照該等股份配發條件於所定時間作出還款。催繳股款可一次付清，亦可分期付款。倘任何催繳股款或分期股款在指定付款日期或之前尚未繳付，則欠款人士須按董事會釐定的有關利率(不超過年息20厘)支付由指定付款日期起至實際付款日期止有關款項的利息，但董事會可豁免繳付全部或部分有關利息。倘董事會認為適當，其可接受任何希望提前支付上述款項(不論是以貨幣或等值物支付)的股東就其所持有的任何股份所應付的所有或任何部分未催繳及未支付股款或分期股款，而本公司可就據此獲提前支付的所有或任何款項支付利息，有關利率(如有)可由董事會決定(不超過年息20厘)。

如有股東未能於指定付款日期支付任何催繳股款或催繳股款的任何分期付款，董事會可在被催繳股款的任何部分或分期股款仍未支付期間向該股東發出不少於14天的通知，要求其支付未付的催繳股款或分期股款，連同任何已累計利息以及繼續累計至實際付款日期為止的利息。該通知應指定另一日期(至少在通知發出之日起計14天屆滿後)，規定在該日或之前須繳付款項，並應指明付款地點。通知亦應聲明，倘未於指定時間或之前付款，則涉及催繳股款的股份將會被沒收。

倘未遵從任何有關通知中的規定，則該通知所涉及的任何股份可於其後任何時候，在支付通知所要求的款項之前，經董事會通過決議案沒收。該沒收將包括就被沒收股份宣派但在沒收前實際並未支付的所有股息及紅利。

股份已被沒收之人士將不再為被沒收股份的股東，但儘管股份已被沒收，其仍應有責任向本公司支付其於沒收當日就該等股份應付予本公司的所有款項，連同(倘董事會酌情要求)從沒收當日至支付日期間就其產生的利息，有關利率按董事會規定計算(不超過年息20厘)。

2.2 董事

(a) 委任、退任及罷免

董事會有權隨時或不時委任任何人士為董事，以填補董事會臨時空缺或增加現有董事會人數，惟須受股東於股東大會上或細則可能釐定的任何董事人數上限(如有)所規限。任何就此獲委任以填補臨時空缺的董事或作為現有董事會人數補充的董事任期僅至其獲委任後的本公司首屆股東週年大會為止，並符合資格於有關大會上重選連任。於釐定董事或將於股東週年大會上輪值退任的董事數目時，任何就此獲董事會委任的董事不得計算在內。

於每屆股東週年大會上，當時在任的三分之一的董事須輪值退任。然而，倘董事人數並非為三的倍數，則退任董事人數為最接近但不少於三分之一的人數。惟每名董事(包括按特定年期獲委任者)至少每三年須輪值退任一次。每年退任的董事應為自彼等上次重選或獲委任起計任期最長者，惟倘不同人士於同日成為或於上次獲重選為董事，則以抽籤決定何者退任(除非彼等私下另有協定)。

任何非退任董事的人士概無資格於任何股東大會上參與董事職務的選舉(獲董事會推薦候選者除外)，除非有意提名該人士為候選董事的書面通知以及被提名的人士表明願意參選的書面通知已送交至本公司的總辦事處或登記處。本公司應在其公告或補充通函中載列該提名人士參選董事的詳情，並應在選舉會議日期前給予股東至少七天的時間審議該公告或補充通函中所披露的相關資料。

董事毋須以任何合資格的方式持有本公司任何股份，亦無任何有關加入董事會或退任董事職位的特定年齡上限或下限。

本公司股東可通過普通決議案罷免任何任期仍未屆滿的董事(惟不妨礙有關董事就其與本公司所訂立任何合約遭違反而可能提出的任何索償)，且本公司可通過普通決議案委任另一名人士填補有關空缺。任何就此獲委任的董事須遵守輪值退任條文。董事人數不得少於兩名。

倘出現下列情況，董事須被撤職：

(i) 辭任；

(ii) 身故；

(iii) 被宣佈屬精神不健全，且董事會議決將其撤職；

(iv) 破產或接獲接管令，或暫停付款或與其債權人全面訂立債務重整協議；

(v) 因法律施行而被禁止或不再出任董事；

(vi) 未獲特別許可而連續六個月缺席董事會會議，且董事會議決將其撤職；

(vii) 有關地區(定義見細則)的證券交易所要求終止其董事職務；或

(viii) 根據細則，被不少於四分之三的董事免職。

董事會可不時委任一名或多名成員出任董事總經理、聯席董事總經理或副董事總經理或擔任本公司任何其他職位或行政職位，有關任期及有關條款概由董事會釐定，且董事會可撤回或終止任何該等委任。董事會亦可將其任何權力授予董事會認為適當的由有關董事或其他人士所組成的委員會，並可不時撤銷該項授權或撤銷委任及解散任何該等委員會(不論全部或部分及就人士或目的而言)，惟所組成的每個委員會在行使被授予的權力時，須遵守董事會不時對其施行的任何規例。

(b) 配發及發行股份及認股權證的權力

在開曼公司法、大綱及細則條文的規限下，並在不影響任何股份或類別股份持有人獲賦予的任何特別權利的情況下，任何股份均可在附帶本公司通過普通決議案決定(或如無任何有關決定或倘無作出特別規定，則由董事會決定)的有關權利或限制(不論在股息、投票、發還資本或其他方面)下發行。本公司可在任何股份的發行條款中訂明，一旦發生某特定事件或於指定日期後，本公司或股份持有人可選擇贖回股份。

董事會可根據其不時決定的條款發行可認購本公司任何類別股份或其他證券的認股權證。

如認股權證屬不記名認股權證，若遺失有關認股權證的證書，概不補發，除非董事會在無合理疑點的情況下信納原有證書已被銷毀，且本公司已就發出任何該等補發證書獲得董事會認為形式適當的彌償。

在開曼公司法、細則及(倘適用)有關地區內任何證券交易所規則條文的規限下，且在不影響任何股份或任何股份類別當時所附帶的任何特別權利或限制的情況下，本公司所有未發行股份均由董事會處置，董事會可全權酌情決定向其認為適當的人士，按有關時間、代價、條款及條件提呈發售、配發、授予購股權，或以其他方式處置該等未發行股份，但前提是不得折讓發行任何股份。

在配發、提呈發售、就此授出購股權或出售股份時，倘董事會認為如不辦理註冊聲明或其他特別手續，而向登記地址位於任何特定地區或多個地區的股東或其他人士作出任何有關配發、提呈發售、授出購股權或出售股份即屬或可能屬違法或不可行，則本公司及董事會均無責任進行上述行為。然而，因上述者而受影響的股東，不論就任何目的而言，概不屬且不被視為另一類別股東。

(c) 出售本公司或其任何附屬公司資產的權力

由於細則並無載列關於出售本公司或其任何附屬公司資產的明確條文，董事會可行使及作出本公司可行使或作出或批准的一切權力、行動及事宜，而並非細則或開曼公司法規定須由本公司於股東大會上行使或作出的權力、行動及事宜，惟倘本公司於股東大會上規管該等權力或行動，則有關規例不得使董事會先前在該規例訂定前屬有效的任何行動失效。

(d) 借貸權力

董事會可行使本公司的全部權力籌集或借入資金，以及將本公司所有業務、財產及未催繳資本或其中任何部分按揭或抵押，並可在開曼公司法的規限下發行本公司的債權證、債權股證、債券及其他證券(不論直接地或以作為本公司或任何第三方的任何債項、責任或義務的附屬抵押品方式)。

(e) 酬金

董事有權收取由董事會或本公司(視具體情況而定)在股東大會上不時釐定的金額，作為彼等服務的一般酬金，除非另有釐定該金額的決議案指示，否則金額將按董事同意的比例及方式在各董事之間分配，或倘並未獲有關同意，則在彼等之間平均分配，或倘任何董事的任期僅為應付酬金的期間內的某一段時間，該董事須按有關比例收取酬金。董事亦應有權報銷所有因出席任何董事會會議、委員會會議或股東大會或因執行其董事職責而以其他方式合理產生的開支。該等酬金應為董事因擔任本公司任何受薪職位或職務而有權就有關職位或職務收取的任何其他酬金以外的酬勞。

倘任何董事應本公司要求履行董事會認為超逾董事一般職責的服務，則董事會可決定向該董事支付有關特別或額外酬金，作為該名董事在其一般酬金以外的額外或替代酬勞。獲委任為董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或其他行政人員的執行董事可收取董事會可不時釐定的有關酬金以及其他福利及津貼。該等酬金為董事一般酬金以外的酬勞。

董事會可自行或與本公司的附屬公司或與本公司有業務聯繫的公司共同合作或協議，為本公司僱員(於本段及下段所使用的該詞應包括於本公司或其任何附屬公司擔任或曾擔任任何行政職位或任何有酬職位的任何董事或前任董事)及前任僱員及彼等的受養人或上述任何一類或多類人士設立退休金、醫療津貼或撫恤金、人壽保險或其他福利的計劃或基金，或由本公司向該等計劃或基金供款。

董事會亦可向僱員及前任僱員及彼等的受養人或任何該等人士支付、訂立協議(不論是否受任何條款或條件所規限)支付或授出可撤回或不可撤回的退休金或其他福利，包括該等僱員或前任僱員或彼等的受養人根據上述任何有關計劃或基金所享有或可能享有者(如有)以外的退休金或福利。倘董事會認為該等退休金或福利屬合適，可在僱員實際退休前、預計退休時或在實際退休時或實際退休後隨時授予僱員。

(f) 離職補償或付款

支付任何現任董事或前任董事作為其離職補償或作為其退任代價或有關其退任的款項(董事按合約或法定規定有權收取的款項除外)必須經本公司在股東大會上批准。

(g) 向董事提供貸款及貸款抵押

本公司不得直接或間接向董事或本公司任何控股公司的董事或彼等各自的任何緊密聯繫人提供貸款，就任何人士向董事或本公司任何控股公司的董事或彼等各自的任何緊密聯繫人所提供的貸款訂立任何擔保或提供任何抵押，或(倘任何一名或以上董事共同或個別或直接或間接持有另一間公司的控股權益)向該另一間公司提供貸款或就任何人士向該另一間公司所提供的貸款訂立任何擔保或提供任何抵押。

(h) 披露與本公司或其任何附屬公司所訂合約中的權益

董事可於任期內兼任本公司的任何其他職位或有酬職務(本公司核數師一職除外)，其任期及條款由董事會釐定，並可在任何其他細則所規定或據此享有的任何酬金以外，就出任該其他職位或有酬職務以任何形式收取額外酬金。董事可於本公司擁有權益的任何其他公司作為或出任董事、高級人員或股東，且毋須就其作為該其他公司的董事、高級人員或股東而收取的任何酬金或其他利益而向本公司或股東交待。董事會亦可安排由本公司持有或擁有的任何其他公司的股份賦予的表決權，以其認為合適的方式在各方面行使，包括行使該表決權贊成任何有關委任本公司董事或任何該等董事出任該其他公司的董事或高級人員的決議案。

董事或候任董事不會因其董事職位而喪失與本公司訂立合約的資格，而任何有關合約或任何董事以任何方式於其中擁有權益的任何其他合約或安排亦毋須被撤銷，任何董事亦毋須僅因其擔任該職位或因該職位而負有的誠信責任而導致訂有上述合約或擁有上述權益而就任何有關合約或安排所產生的任何溢利向本公司交代。倘董事以任何形式於與本公司訂立的合約或安排或建議訂立的合約或安排中擁有重大權益，該董事須於實際可行的情況下在最早召開董事會會議中申報其權益性質。

本公司無權因直接或間接在任何股份中擁有權益的一名或多名人士未能向本公司披露其權益，而凍結或以其他方式損害任何股份附帶的任何權利。

董事不得就彼或其任何緊密聯繫人擁有重大權益的任何合約、安排或建議的任何董事會決議案進行投票或計入法定人數內，而倘其進行投票，則其對該項決議案的票數將不予計算，亦不會被計入法定人數內，但該項禁制不適用於任何下列事項：

(i) 就董事或其緊密聯繫人應本公司或其任何附屬公司的要求或為本公司或其任何附屬公司的利益借出款項或招致或承擔的債務，向該董事或其緊密聯繫人作出的任何抵押或彌償保證；

(ii) 就董事或其緊密聯繫人因本公司或其任何附屬公司的債務或責任根據一項擔保或彌償保證或透過作出抵押個別或共同承擔全部或部份責任，而向第三方作出任何抵押或彌償保證；

(iii) 涉及提呈發售本公司或本公司可能發起或於其中擁有權益之任何其他公司之股份、債權證或其他證券以供認購或購買之任何建議，而董事或其緊密聯繫人在提呈發售之包銷或分包銷中以參與者身份擁有權益或將擁有權益；

(iv) 任何涉及本公司或其任何附屬公司僱員福利的建議或安排，包括採納、修改或執行以下任何一項：(i)董事或其緊密聯繫人可能從中獲益的任何僱員股份計劃或任何股份激勵或購股權計劃；或(ii)任何與本公司或其任何附屬公司的董事、其緊密聯繫人及僱員有關的養老金或退休、身故或傷殘福利計劃，且並無給予任何董事或其緊密聯繫人任何與該計劃或基金有關的各類人士一般所未獲賦予的特權或利益；及

(v) 董事或其緊密聯繫人僅因其於本公司的股份、債權證或其他證券擁有權益，而與本公司股份、債權證或其他證券的其他持有人以相同方式擁有權益的任何合約或安排。

2.3 董事會議事程序

倘董事會認為適當，可在世界上任何地方舉行會議以處理事務以及可將會議延期及以其他方式規管會議。在任何會議上提出的問題，須由大多數票決定。倘票數相同，則會議主席有權投第二票或決定票。

2.4 修訂組織章程文件及本公司名稱

於開曼群島法律准許的範圍內及在細則的規限下，本公司僅可通過特別決議案所授批准更改或修訂本公司的大綱及細則以及更改本公司名稱。

2.5 股東大會

(a) 特別及普通決議案

本公司的特別決議案必須在正式發出訂明擬提呈決議案為特別決議案的通告的股東大會上由親身出席或由受委代表出席並有權投票的股東或(倘股東為公司)由其正式授權代表或由受委代表以不少於四分之三的大多數投票權通過。

根據開曼公司法，本公司須於任何特別決議案通過後15天內，將其副本送呈開曼群島公司註冊處處長。

普通決議案則指有權親身出席股東大會並投票的本公司股東或(倘股東為公司)其正式授權代表或受委代表以過半數票通過的決議案，而大會通告已正式發出。

由全體股東或其代表簽署的書面決議案，將被視為於正式召開及舉行的本公司股東大會上正式通過的普通決議案及(在適用情況下)為以上述方式獲通過的特別決議案。

(b) 表決權及要求投票表決的權利

在任何一個類別或多個類別的股份當時所附帶有關投票表決的任何特別權利、限制或特權的規限下，於任何股東大會：(a)如以投票方式表決，則每名親身或由受委代表出席或(倘股東為公司)由其正式授權代表出席的股東每持有一股於本公司股東名冊上以其名義登記的繳足或入賬列作繳足股份可投一票(惟催繳股本或分期付款前繳足或入賬列作繳足的股份金額不能就此目的視為股份繳足金額)；及(b)如以舉手方式表決，則每名親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表出席的股東可投一票。倘股東為結算所或其代名人，並委任一名以上的受委代表，則每名受委代表於舉手表決時均可投一票。在投票表決時，凡有權投多於一票的股東毋須盡投其選票或以同樣方式投下所有選票。

於任何股東大會所提呈表決的決議案均以投票方式進行表決(會議主席可根據上市規則允許決議案以舉手方式表決除外)。倘允許以舉手方式表決，在以舉手方式表決的結果宣佈前或當時可按下列人士(在各情況下按親身或由受委代表或正式授權公司代表出席的股東)要求以投票方式表決：

(i) 最少兩名股東；

(ii) 任何一名或多名股東，其所持投票權不少於有權在大會上投票的全體股東的總投票權的十分之一；或

(iii) 一名或多名股東，其所持有賦予權利可在大會上投票的本公司股份的繳足總金額合共不少於所有賦予該權利的股份的繳足總金額的十分之一。

倘本公司股東為結算所或其代名人，則該股東可委任代表或授權其認為適當的人士作為其在本公司任何大會(包括但不限於股東大會及債權人會議)或本公司任何類別股東大會的代表(享有與其他股東同等的權利)，惟倘授權予超過一名人士，則有關授權須列明每名獲授權人士所代表的股份數目及類別。根據本條文獲授權的人士應被視為毋須進一步事實證明而獲正式授權並有權代表結算所或其代名人行使其相同權利及權力(包括個別以舉手或投票表決方式發言及表決的權利)，猶如其為個人股東。

本公司的所有股東(包括身為結算所(或其代名人)的股東)均應有權(a)在股東大會上發言及(b)在股東大會上表決，除非上市規則要求股東就批准審議事項放棄投票。倘上市規則規定任何股東須就任何個別決議案放棄投票，或限制其僅可就任何個別決議案投贊成票或反對票，則該名股東或其代表違反該規定或限制所投的任何票數將不予點算。

(c) 股東週年大會

本公司必須於每個財政年度舉行一次股東週年大會。有關大會須於本公司財政年度結束後的六個月內舉行。

(d) 會議通告及議程

本公司的股東週年大會須於發出最少21天書面通知後召開，而本公司任何其他股東大會則須於發出最少14天書面通知後召開。該通告不包括送達或被視為送達通知當日，亦不包括發出通知當日，且須列明會議的時間、地點及議程，以及將於該大會上審議的決議案詳情，如要處理特別事項，則須列明該事項的一般性質。

除另行列明者外，任何根據細則將予發出或印發的通告或文件(包括股票)均須採用書面形式，並可由本公司親自、以郵寄方式按有關股東的登記地址或(倘屬通告)以在報章刊登廣告的方式送達予任何股東。任何登記地址位於香港以外地區的股東，可書面知會本公司一個香港地址，而該地址就此而言將被視為其登記地址。在開曼公司法及上市規則的規限下，本公司亦可以電子方式向任何股東送達或寄發通告或文件。

儘管本公司可於較上述者為短的時間通知召開大會，惟倘上市規則允許，則在獲以下股東同意的情況下，有關大會可被視作已正式召開：

(i) 倘屬股東週年大會，獲全體有權出席該大會並於會上投票的本公司股東同意；及

(ii) 倘屬任何其他大會，獲大多數有權出席該大會並於會上投票的股東(即合共持有本公司總投票權不少於95%的大多數股東)同意。

於股東特別大會上處理的所有事項須被視為特別事項。於股東週年大會上處理的所有事項亦須被視為特別事項，惟若干日常事項則被視為普通事項。

(e) 會議及獨立類別大會的法定人數

除非於大會處理事項時及直至大會結束時出席大會人數達到法定人數，否則不得於任何股東大會上處理任何事項。

股東大會的法定人數應為兩名親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表出席並有權投票的股東。就召開批准修改類別權利的獨立類別大會(不包括續會)而言，所需法定人數須為兩名持有或由受委代表代其持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士。

(f) 受委代表

任何有權出席本公司大會及於會上投票之本公司股東，均有權委任另一名人士作為受委代表代其出席大會及投票。身為股東的法團，代表委任表格可由獲正式授權的高級職員簽署。持有兩股或以上股份的股東可委任一名以上受委代表作其代表並於本公司股東大會或類別股東大會代其投票。受委代表毋須為本公司股東，並應有權代表個人股東行使權力，該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外，受委代表有權代表公司股東行使權力，該等權力與所代表的股東所能行使的權力相同，猶如彼為親身出席任何股東大會的個人股東。以投票或舉手方式表決時，股東可親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表代其投票。

委任受委代表的文件須由委任人或其正式書面授權代理人親筆簽署，或倘該委任人為公司，則須加蓋印章或由正式授權高級人員或代理人親筆簽署。各委任受委代表的文件(無論供特定大會或其他大會之用)的格式須符合董事會可不時批准者，惟不排除使用雙向格式。任何向股東發出以供其委任受委代表出席處理任何事務的股東特別大會或股東週年大會並於會上投票的表格應當讓股東按其意願指示受委代表對處理任何該等事務的每一決議案投贊成票或反對票(或在無指示的情況下，行使其酌情權)。

(g) 要求召開股東大會

於遞呈要求日期持有本公司股本合計不少於十分之一投票權(按一股一票基準)的一名或多名股東亦可要求召開股東特別大會及／或將決議案加入會議議程。有關要求須以書面形式向本公司董事會或秘書提出，述明要求董事會召開股東特別大會以處理要求內訂明的任何事項。該大會須於提出該項要求後兩個月內舉行。倘董事

會未能於提出有關要求後21日內召開該大會，則提出要求人士可以相同方式召開大會，而本公司須向提出要求人士償付所有由提出要求人士因董事會未能召開大會而產生的所有合理開支。

2.6 賬目及審核

董事會須安排妥善保存賬冊，記錄本公司收支款項及本公司資產及負債，以及開曼公司法所規定對於真實公平地反映本公司事務狀況以及顯示及解釋其交易屬必要的其他一切事項(包括本公司所有貨品買賣)。

本公司賬冊須存置在本公司總辦事處或董事會決定的其他一個或多個地點，並可隨時供任何董事查閱。除獲開曼公司法授權或具有司法權力的法院頒令或經董事會或本公司於股東大會上授權者外，任何股東(董事除外)概無權查閱本公司任何賬目、賬冊或文件。

於股東週年大會日期前不少於21天，董事會須不時安排編製及於其股東週年大會上向本公司提呈資產負債表及損益賬(包括法律規定於其中附錄的每份文件)，連同董事會報告書及核數師報告的副本。該等文件的副本連同股東週年大會通告須於大會日期前不少於21天，送交根據細則的條文有權接收本公司股東週年大會通告的每名人士。

在有關地區證券交易所規則的規限下，本公司可向根據有關地區證券交易所規則已同意並選擇收取財務報表概要以代替詳盡財務報表的股東寄發財務報表概要。財務報表概要必須附有有關地區證券交易所規則規定的任何其他文件，且必須於股東大會日期前不少於21天一併寄發予已同意並選擇收取財務報表概要的該等股東。

股東須通過股東普通決議案委任核數師，任期至下屆股東週年大會結束為止，有關委任的條款及職責可由董事會協定。核數師酬金須由股東於股東大會通過股東普通決議案或由董事會(倘獲股東授權)釐定。股東可於核數師任期屆滿前任何時間於根據細則召開及舉行的任何股東大會上以普通決議案罷免核數師，並可於會上以普通決議案委任新核數師在餘下任期替任。

核數師須按照香港公認會計原則、國際會計準則或聯交所可批准的其他準則審核本公司的財務報表。

2.7 股息及其他分派方式

本公司可於股東大會中宣佈以任何貨幣向股東派發股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的金額。

除任何股份所附的權利或發行條款另有規定外：

(a) 所有股息須按派息股份的繳足股款宣派及派付，惟就此而言，在催繳前已就股份所繳足的股款將不會被視為股份的繳足股款；

(b) 所有股息的分配及支付，均應按就該等股份在有關派息期間任何一段或多段時間內所繳足的股款比例而作出；及

(c) 董事會可從應付任何股東的任何股息或其他款項中，扣除該股東目前因催繳股款、分期股款或其他原因而應付本公司的所有款項(如有)。

倘董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可議決：

(i) 以配發入賬列作繳足股份的方式支付全部或部分股息，惟有權獲派股息的股東可有權選擇收取該等現金股息(或其中部分)，以代替有關配股；或

(ii) 有權收取該股息的股東將有權選擇收取獲配發入賬列作繳足的股份，以代替收取董事會可能認為適當的全部或部分股息。

本公司亦可根據董事會提出的建議通過一項就本公司任何一次特定股息的普通決議案決定可全部以配發入賬列作繳足股份的形式支付，而不給予股東選擇以現金來代替有關配股收取有關股息的權利。

向股份持有人以現金支付的任何股息、紅利或其他應付款項，均可以支票或股息單支付，並郵寄予持有人。每張寄出的支票或股息單均以其收件人為抬頭人，郵誤風險概由有關持有人或聯名持有人承擔，且有關支票或股息單一經銀行兑現，本公司的責任即獲充分解除。兩名或以上聯名持有人當中任何一名人士可就該等聯名持有人所持股份有關的任何應付股息或其他款項或可分配財產發出有效收據。

倘董事會或本公司已於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可進一步議決以分派任何種類的指定資產支付全部或部分該等股息。

倘董事會認為適當，其可接受任何希望提前支付上述款項(不論是以貨幣還是貨幣等值物)的股東就其所持有的任何股份所應付的所有或任何部分未催繳及未支付股款或分期股款；在所有或任何該等提前付款作出後，本公司可就其支付利息，其利率(如有)可由董事會決定(不超過年息20厘)，但提前支付催繳股款不應使股東有權就催繳前已提前付款的股份或其有關部分收取其後宣派的任何股息或行使任何其他股東權利或特權。

於宣派後一年仍未獲領取的所有股息、紅利或其他分派或會由董事會為本公司利益用作投資或其他用途，直至該等股息、紅利或其他分派獲領取為止，而本公司概不會成為有關股息、紅利或其他分派的受託人。董事會可沒收於宣派六年後仍未獲領取的所有股息、紅利或其他分派，並將該等股息、紅利或其他分派撥歸本公司所有。

本公司就任何股份應付的股息或其他款項概不附息。

倘股息支票或股息單連續兩次未獲兑現，或該支票或股息單在首次未能送遞收件人而被退回後，本公司可行使其權力不再以郵遞方式寄發股息支票或股息單。

2.8 查閱公司記錄

只要本公司任何部分股本於聯交所上市，則任何股東均可免費查閱本公司在香港存置的任何股東名冊(惟根據相當於公司條例有關條文的條款暫停辦理股東名冊登記時除外)，並可要求取得該股東名冊各方面的副本或摘錄，猶如本公司乃根據公司條例註冊成立並須受該條例規限。

2.9 少數股東遭欺詐或壓制時的權利

細則並無關於少數股東遭欺詐或壓制時的權利的條文。然而，本公司股東可引用開曼群島法律若干補救方法，其概要載於本附錄第3.6段。

2.10 清盤程序

有關本公司被法院頒令清盤或自願清盤的決議案須為特別決議案。

在任何一個或多個類別股份當時所附有關於分配清盤後剩餘資產的任何特別權利、特權或限制的規限下：

(a) 倘本公司清盤而可供分派予本公司股東的資產超過足夠償還清盤開始時的全部繳足股本，則超額資產將根據該等股東分別所持已繳足股份的數額按比例分配；及

(b) 倘本公司清盤，且可供分配予股東的資產不足以全數償還已繳足股本，則該等資產的分配方式應盡可能使各股東按各自所持股份的繳足股款比例分擔虧損。

倘本公司清盤(不論為自願清盤或法院頒令清盤)，清盤人可在獲得特別決議案批准及開曼公司法規定的任何其他批准的情況下，將本公司全部或任何部分資產以實物形式分發予股東，而不論這些資產為同類或不同類別的財產，就此目的而言，清盤人可就分發的任何一類或多類財產釐定其認為公平的價值，並決定股東或不同類別股東及同類股東之間的分發方式。清盤人可在獲得同類批准的情況下，將任何部分資產授予清盤人認為適當並以股東為受益人而設立的信託的受託人，惟不得強迫股東接受任何負有債務的股份或其他財產。

2.11 認購權儲備

在開曼公司法並無禁止及在其他情況須遵守開曼公司法的前提下，倘本公司已發行可認購股份的認股權證，且本公司採取任何行動或進行任何交易而令該等認股權證的認購價低於因行使該等認股權證而將予發行股份的面值，則須設立認購權儲備並用以支付認購價與該等股份面值的差額。

3. 開曼群島公司法

本公司於2020年1月3日在開曼公司法的規限下在開曼群島註冊成立為獲豁免公司。開曼群島公司法的若干條文載列如下，但本節並非旨在包含一切適用約制及例外情況或全面檢討開曼群島公司法的一切事宜，並可能有別於利益相關方可能更為熟悉的司法權區的同等條文。

3.1 公司業務

獲豁免公司(如本公司)，必須主要在開曼群島以外地區經營其業務。獲豁免公司亦須每年向開曼群島公司註冊處處長提交週年報表存檔，並按其法定股本數額支付費用。

3.2 股本

根據開曼公司法，開曼群島公司可發行普通股、優先股或可贖回股份或上述任何組合的股份。倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他代價，須將相等於股份溢價總額或總值的款項撥入稱為「股份溢價賬」的賬項內。視乎公司的選擇，該等條文可不適用於該公司根據有關以收購或註銷任何其他公司股份作為代價的任何安排而按溢價配發及發行的股份溢價。在組織章程大綱及細則條文(如有)的規限下，公司可以其不時釐定的方式動用股份溢價賬，包括但不限於下列各項：

(a) 向股東支付分派或股息；

(b) 繳足將發行予股東作為繳足紅股的公司未發行股份；

(c) 開曼公司法第37條規定的任何形式；

(d) 撇銷公司的開辦費用；及

(e) 撇銷公司股份或債券的任何發行開支，或就該等發行所支付的佣金或給予的折扣。

除上述者外，除非在緊隨建議支付分派或股息的日期後公司將有能力償還其在正常業務過程中到期的債項，否則不得動用股份溢價賬向股東支付任何分派或股息。

倘其組織章程細則許可，則在獲法院確認後，股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可藉特別決議案以任何方式削減其股本。

3.3 購回公司或其控股公司股份的財務資助

開曼群島並無任何法定禁制，禁止公司向另一名人士授予財務資助以購買或認購其本身、其控股公司或附屬公司的股份。因此，倘公司董事於建議授出該等財務資助時審慎履行職責及忠實地行事，且授出該資助乃為恰當目的並符合公司利益，則公司可提供該等財務資助。有關資助應按公平原則進行。

3.4 公司及其附屬公司購回股份及認股權證

倘股份有限公司或設有股本的擔保有限公司的組織章程細則許可，則有關公司可發行公司或股東可選擇贖回或有責任贖回的股份，且為免生疑問，任何股份附帶的權利可根據公司組織章程細則條文合法修改，以規定有關股份將予或有責任按此方式贖回。此外，倘該公司的組織章程細則許可，則其可購回本身的股份，包括任何可贖回股份；倘組織章程細則並無批准購回的方式及條款，則必須獲公司以普通決議案批准購回的方式及條款。除非有關股份已悉數繳足，否則公司不得贖回或購回其股份。再者，倘有關贖回或購回將導致公司再無除持作庫存股份以外的任何已發行股份，則公司不得贖回或購回其任何股份。此外，除非於緊隨建議付款的日期後公司仍有能力償還其在日常業務過程中到期的債項，否則公司自股本中撥款贖回或購回本身股份乃屬違法。

倘公司已購回或贖回或獲返還的股份乃遵照開曼公司法第37A(1)條的規定持有，則有關股份不得視為已註銷，惟應獲分類為庫存股份。任何有關股份須繼續獲分類為庫存股份，直至該等股份根據開曼公司法予以註銷或轉讓為止。

開曼群島公司可按相關認股權文據或證書的條款及條件及在其規限下購回本身的認股權證。因此，開曼群島法律並無規定公司組織章程大綱或細則須載有批准有關購回的具體條文。公司董事可根據組織章程大綱所載的一般權力買賣及處理所有類別的個人財產。

附屬公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下亦可收購該等股份。

3.5 股息及分派

在償付能力測試(如開曼公司法所規定)及公司組織章程大綱及細則的條文(如有)的規限下，公司可動用股份溢價賬支付股息及分派。此外，根據於開曼群島具相當說服力的英國案例法，股息可以溢利支付。

只要公司持有庫存股份，則不會就庫存股份宣派或派付股息，且並無其他公司資產分派(無論以現金或以其他方式)(包括清盤時向其股東分派資產)。

3.6 保障少數股東及股東的訴訟

預期開曼群島法院一般應會依循英國案例法的先例(尤其是*Foss vs. Harbottle*案例的判決及其例外情況)，該等先例允許少數股東提出集體訴訟或以公司名義提出衍生訴訟，以質疑超越權力、非法、欺詐少數股東的行為(本公司控制者為過失方)或在須以認可(或特別)大多數票通過的決議案中的違規行為(並未獲得該大多數票)。

倘公司(並非銀行)將其股本分為股份，則法院可根據持有公司不少於五分之一已發行股份的股東提出的申請，委任調查員調查公司業務，並按法院指示呈報相關事務。此外，公司的任何股東均可入稟法院，倘法院認為公司清盤乃屬公平公正，則可頒佈清盤令。

一般而言，股東對公司提出的索償必須以開曼群島適用的一般合約法或侵權法為基礎，或以公司組織章程大綱及細則訂明的股東個別權利有可能遭違反為基礎。

3.7 出售資產

概無明確限制董事出售公司資產的權力，然而，除須根據英國普通法(開曼群島法院通常所遵循者)履行誠信責任，為正當目的真誠地並以符合公司最佳利益的方式行事以外，預期董事亦應本著合理審慎的人士於類似情況下應有的標準，以盡責、勤勉態度及專長處事。

3.8 會計及審核規定

公司須妥為保存下列各項的賬目記錄：(i)公司所有收支款項；(ii)公司所有銷貨及購貨；及(iii)公司的資產及負債。

倘並未存置就真實公平地反映公司的業務狀況及解釋其作出的交易而言所需的賬冊，則不應視為已妥善保存賬冊。

倘公司在其註冊辦事處以外的任何地方或在開曼群島的任何其他地方存置其賬冊，在稅務資訊機關根據開曼群島《稅務資訊機關法》(2021年修訂本)送達命令或通知後，其應按該命令或通知所列明，在其註冊辦事處以電子形式或任何其他渠道提供其賬冊副本或其任何部分。

3.9 外匯管制

開曼群島並無實施外匯管制規例或貨幣限制。

3.10 稅項

開曼群島目前並無就溢利、收入、收益或增值向個人或公司徵收任何稅項，亦無屬繼承稅或遺產稅性質的稅項。除可能不時適用於若干工具的印花稅外，開曼群島政府並無徵收對本公司而言可能屬重大的其他稅項。

3.11 轉讓印花稅

開曼群島並無對轉讓開曼群島公司股份徵收印花稅，惟轉讓持有開曼群島土地權益的公司股份除外。

3.12 向董事貸款

概無明文禁止公司貸款予其任何董事。然而，公司組織章程細則可能規定禁止在特定情況下提供該等貸款。

3.13 查閱公司記錄

公司股東並無獲賦予查閱或取得公司股東名冊或公司記錄副本的一般權利，惟彼等享有公司組織章程細則內可能載有的權利。

3.14 股東名冊

開曼群島獲豁免公司可於該公司不時釐定的任何國家或地區(無論於開曼群島境內或境外)存置股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。概無規定獲豁免公司須向開曼群島公司註冊處處長提交任何股東名單報表。因此，股東名稱及地址並非公開資料，亦不會供公眾查閱。然而，獲豁免公司在稅務資訊機關根據開曼群島《稅務資訊機關法》(2021年修訂本)送達指令或通知後，應在其註冊辦事處以電子形式或任何其他渠道提供須予提供的有關股東名冊，包括任何股東名冊分冊。

3.15 董事及高級人員名冊

根據開曼公司法，本公司須於註冊辦事處存置一份董事、替任董事及高級人員名冊。公司註冊處處長應提供本公司現任董事(及(如適用)本公司替任董事)姓名清單，供任何人士付費後查閱。本公司須將董事或高級人員名冊副本送呈開曼群島公司註冊處處長存案，而該等董事或高級人員的任何變動(包括該等董事或高級人員更改姓名)必須於30天內通知公司註冊處處長。

3.16 清盤

開曼群島公司可(i)根據法院命令；(ii)由其股東自願提出；或(iii)在法院監督下進行清盤。

法院在若干特定情況下(包括在法院認為將該公司清盤實屬公平公正的情況下)有權頒令清盤。

倘公司根據特別決議案議決自願清盤或倘公司因無法償還到期債務而於股東大會上議決自願清盤，則公司(特定規則所適用的有限存續公司除外)可自願清盤。倘自願清盤，則該公司須由清盤開始時起停止營業，惟倘繼續營業或對其清盤有利者則屬例外。一經委任自願清盤人，董事的一切權力即告終止，惟倘公司於股東大會上或清盤人批准該等權力延續者則屬例外。

倘屬股東提出的公司自願清盤，則須委任一名或以上清盤人，以負責公司事務清盤及分派其資產。

待公司事務完全清盤後，清盤人必須編製有關清盤的報告及賬目，顯示進行清盤及出售公司財產的程序，並於其後召開公司股東大會，以向公司提呈賬目並就此加以解釋。

倘公司已通過決議案自願清盤，則清盤人或任何分擔人或債權人可向法院申請頒令，在法院監督下延續清盤過程，該申請須基於以下理由：(i)公司並無或可能並無償債能力；或(ii)就分擔人及債權人利益而言，法院的監督將有助於更加有效、經濟或迅速地進行公司清盤。倘監管令生效，則其就各方面而言猶如一項由法院進行公司清盤的指令，惟已開始的自願清盤及自願清盤人的先前行動均屬有效，且對公司及其正式清盤人具約束力。

為執行公司清盤程序及協助法院，可委任一名或以上人士為正式清盤人。法院可委任其認為適當的有關人士臨時或以其他方式擔任該職位，且倘超過一人獲委任，則法院須表明正式清盤人須作出或獲授權作出的任何行為應否由全部或任何一名或以上有關人士作出。法院亦可決定正式清盤人於獲委任時是否須給予任何及須給予的何種抵押品；倘並無委任正式清盤人，或在該職位懸空的任何期間，公司的所有財產均由法院保管。

3.17 重組

倘就重組及合併召開的大會上(i)所持價值75%的出席股東或類別股東或(ii)佔出席債權人或類別債權人(於各情況下視情況而定)所持價值75%的大多數贊成，則有關安排可獲批准，且其後須再經法院批准。異議股東有權向法院表示正尋求批准的交易將不能為股東提供其所持股份的公平值，惟倘無證據顯示管理層有欺詐或不誠實的行為，則法院不大可能僅因上述理由而不批准該項交易，且倘該項交易獲批准及完成，則異議股東將不會獲得類似美國公司異議股東等一般所能得到的估值權利(即按照其經司法認定的股份價值而獲付現金的權利)。

3.18 收購

倘一間公司提出收購另一間公司股份的要約，且在提出要約後四個月內，不少於90%被收購股份的持有人接納收購要約，則要約人在上述四個月期限屆滿後的兩個月內可隨時發出通知要求異議股東按要約條款轉讓其股份。異議股東可在該通知發出後一個月內向開曼群島法院申請反對轉讓。異議股東須承擔證明法院應行使酌情權的義務，除非有證據顯示涉及欺詐或不誠實行為，或要約人與接納收購要約的股份持有人之間進行勾結以不公平手法逼退少數股東，否則法院不大可能行使上述酌情權。

3.19 彌償保證

開曼群島法律並無限制公司組織章程細則可規定對高級人員及董事作出彌償保證的限度，惟法院認為屬違反公眾政策的任何有關條文則除外，例如表示對構成罪行的後果作出彌償保證的條文。

3.20 經濟實質

開曼群島實施國際稅務合作(經濟實質)法(2021年版)(於2019年1月1日生效)，並附有開曼群島稅務資訊局不時公佈的指導意見(Guidance Notes)。本公司自2019年7月1日起須遵守經濟實質要求，並在開曼群島就其是否從事任何活動作出年度報告，且若其從事相關活動，則必須滿足經濟實質測試。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法例的法律顧問衡力斯律師事務所已向本公司發出一份意見書，概述開曼公司法的若干內容。按附錄六「送呈公司註冊處處長及展示文件」一段所述，該意見書連同開曼公司法的副本可供查閱。任何人士如欲查閱開曼公司法的詳細概要，或欲了解該法律與其較熟悉的任何其他司法權區法律間的差異，應諮詢獨立法律意見。

A. 有關本集團的其他資料

1. 本公司註冊成立

本公司於2020年1月3日根據開曼公司法在開曼群島成立為獲豁免有限公司。我們於香港的主要營業地點位於香港金鐘道89號力寶中心2座23樓2310–11室，並於2021年1月28日根據公司條例第16部向香港公司註冊處處長註冊為非香港公司。賴先生已獲委任為本公司授權代表，負責於香港接收法律程序文件及通知。

由於本公司於開曼群島成立，我們的公司架構、組織章程大綱及細則須受開曼群島的相關法律及法規所規限。開曼群島的相關法律及法規以及組織章程大綱及細則的概要載於本招股章程附錄四「本公司組織章程及開曼公司法概要」一節。

2. 本公司股本變動

於註冊成立日期，本公司的法定股本為50,000美元（分為50,000股每股面值1.00美元的普通股）。一股面值為1.00美元的普通股已配發及發行予初始認購人，其後轉讓予Star Media。

自本公司註冊成立之日起，本公司的股本已發生以下變動：

(i) 於2020年7月29日，本公司的法定股本由50,000美元（分為50,000股每股面值1.00美元的普通股）變更為50,000美元（分為5,000,000,000股每股面值0.00001美元的股份）；

(ii) 於2020年8月4日，本公司按面值分別向Best Million、Legend Key、Star Media、Lake Ranch及Max One配發及發行150,000,000股股份、150,000,000股股份、74,900,000股股份、75,000,000股股份及50,000,000股股份；

(iii) 於2021年1月10日，本公司向Long Precise配發及發行12,820,512股股份，代價為37.5百萬港元；及

(iv) 於2021年2月17日，本公司向Bradbury配發及發行30,094,112股股份，代價為200百萬港元。

緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使及並未計及根據購股權計劃可能發行的任何股份)，本公司的法定股本將為50,000美元，分為5,000,000,000股每股面值0.00001美元的股份，其中800,000,000股股份將予以發行，並獲繳足或入賬列為繳足，而4,200,000,000股股份仍未發行。

除上文及本附錄下文「－A.有關本集團的其他資料－3.股東決議案」一段所披露者外，自註冊成立以來，本公司的股本並無任何變動。

3. 股東決議案

於2023年6月19日，股東通過書面決議案，據此(其中包括)：

(i) 在包銷協議可能訂明的有關日期或之前，待(1)上市委員會批准本招股章程所述的已發行及將予發行的股份上市及買賣；(2)釐定每股發售股份價格；及(3)包銷商於包銷協議項下的責任成為無條件且並無根據其條款或基於其他理由而被終止的情況下：

(a) 自上市日期起採納組織章程大綱及細則；

(b) 全球發售獲批准，且董事獲授權根據全球發售配發及發行新股份；

(c) 授出超額配股權獲批准；

(d) 建議上市獲批准，且董事獲授權進行有關上市；

(e) 待本公司的股份溢價賬因根據全球發售發行發售股份而錄得進賬額後，我們的董事獲授權將本公司股份溢價賬中的進賬額約1,784.45美元資本化，藉以向資本化發行前(或按董事指示的其他時間)名列本公司存置於開曼群島的股東名冊總冊內的股份持有人依照彼等各自的持股比例，按面值配發及發行合共178,445,376股入賬列作繳足的股份，根據此決議案將予配發及發行的股份與當時現有已發行股份在所有方面均享有同等地位；

(f) 授予董事一般無條件授權，以配發、發行及處置股份或可轉換為股份的證券或購股權、認股權證或類似權利以認購股份或該等可換股證券，並訂立或授出將會或可能須行使該等權力的要約、協議或購股權，惟除根據(a)供股；(b)根據組織章程細則為代替全部或部分股份股息而配發股份的任何以股代息計劃或類似安排；(c)根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權及根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使；(d)行使附於任何可轉換為股份或於通過有關決議案日期前已發行的認股權證或證券的認購權或換股權，或(e)股東於股東大會上授出的特別授權外，董事配發或同意將予配發的股份總面值不得超過(1)緊隨資本化發行及全球發售完成後已發行股份總數的20%(但不包括因超額配股權及根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權或根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份)及(2)本公司根據下文(g)段所述購回股份之一般授權購回之股份總數(如有)的總和，該等授權有效期自決議案通過直至下屆股東週年大會結束時，任何適用法律或組織章程細則規定須舉行本公司下屆股東週年大會之期限屆滿時及股東於股東大會以普通決議案更改或撤銷該決議案之日期(以最早者為準)為止(「**適用期間**」)；

(g) 授予董事一般無條件授權行使本公司一切權力，從而於聯交所或本公司證券可能上市並就此獲證監會及聯交所認可的任何其他證券交易所購回不超過緊隨資本化發行及全球發售完成後已發行股份數目的10%（但不包括因超額配股權及根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權或根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份），該授權將於適用期間內繼續有效；及

(h) 擴大上文(f)段所述之一般無條件授權，方式為在董事根據有關一般授權可能配發或同意有條件或無條件將予配發之股份總數中，加入相當於本公司根據上文(g)段所述購回股份之授權購回之股份總數的數額，惟該經擴大金額不得超過於緊隨資本化發行及全球發售完成後已發行股本總面值的10%（但不包括因超額配股權及根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權或根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）；及

(ii) 待(a)上市委員會批准已發行股份及根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的任何購股權及根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使將予發行的股份上市及買賣及(b)股份於聯交所主板開始買賣，(1)採納首次公開發售後購股權計劃獲批准及(2)根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使，董事會獲授權配發、發行及買賣股份。

4. 公司重組

為籌備股份在聯交所上市，本集團旗下公司曾進行重組，以整頓本集團架構。有關詳情請參閱本招股章程「歷史、發展及重組」一節。

5. 附屬公司之股本變動

附屬公司載列於本招股章程附錄一「會計師報告」一節。於緊接本招股章程之日前的兩年內，附屬公司之股本發生以下變更：

附屬公司名稱	變動日期	變動前註冊資本	變動後註冊資本
星創藝(昆山)	2021年7月14日	人民幣1,000,000元	人民幣10,000,000元
星創優選	2021年7月14日	人民幣1,000,000元	人民幣10,000,000元
星創杰影(昆山)	2021年7月14日	人民幣1,000,000元	人民幣10,000,000元
星創智權(昆山)	2021年7月15日	人民幣1,000,000元	人民幣10,000,000元
昆山巨星行動	2021年11月19日	人民幣10,000,000元	人民幣100,000,000元

除上文所披露者外，於緊接本招股章程之日前的兩年內，附屬公司的股本並無任何變更。

6. 購回本身證券

(i) 上市規則規定

上市規則允許以聯交所為主要上市地之公司在聯交所購回其本身之證券，但須受若干限制約束，其中屬較為重要者概述如下：

(a) 股東批准

以聯交所為主要上市地之公司擬購回所有證券(倘為股份則須全部繳足)前，須事先由股東於股東大會經普通決議案批准(不論透過一般授權或有關特定交易之特別批准)。

根據時任股東於2023年6月19日通過的決議案，董事獲授一般無條件授權（「**購回授權**」），以便本公司於聯交所或本公司證券可能上市並就此而言獲證監會及聯交所認可之任何其他證券交易所上購回股份，惟所購回之股份不得超過緊隨資本化發行及全球發售完成後（假設超額配股權未獲行使且並無計及因根據首次公開發售前股份激勵計劃及首次公開發售後購股權計劃已授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份）已發行股份數目的10%，該項授權將於本公司下屆股東週年大會結束時，或開曼公司法或組織章程細則或開曼群島任何其他適用法律規定須舉行本公司下屆股東週年大會之日期，或該項授權經股東於股東大會以普通決議案方式撤銷或更改時（以最早者為準）屆滿。

(b) 買賣限制

上市公司可在聯交所購回之股份總數須不超過本公司已發行股份數目的10%。未經聯交所事先批准，公司不得於緊隨購回後30天內發行或宣佈擬發行新證券（除因在購回股份前尚未行使的認股權證、購股權或要求公司發行證券之類似工具獲行使而發行的證券外）。此外，上市公司不得以較股份在聯交所買賣前五個買賣日之平均收市價高出5%或以上的購買價於聯交所購回股份。根據上市規則，倘購回將導致公眾所持有的上市證券數目低於聯交所規定之有關指定最低公眾百分比，上市公司亦不得購回其證券。上市公司須促使其委任購回證券之經紀人向聯交所披露聯交所可能要求之有關購回之資料。

(c) 購回股份的地位

所有購回之證券（無論是否在聯交所或以其他方式購回）將自動註銷，且該等證券之證書須予以註銷及銷毀。

(d) 暫停購回

上市公司在獲悉內幕消息後，不得在任何時間購回任何證券，直至有關消息向公眾披露為止。特別是，在緊接(a)召開董事會會議以批准上市公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期(不論上市規則有否規定)業績之日(根據上市規則首次知會聯交所之日期)及(b)上市公司根據上市規則刊發其任何年度或半年度或季度或任何其他中期(不論上市規則有否規定)業績公告之最後期限(以較早者為准)前一個月至業績公告日期止期間，除非發生例外情況，否則上市公司不得在聯交所購回其股份。此外，倘上市公司已違反上市規則，聯交所可禁止該上市公司在聯交所購回證券。

(e) 申報要求

有關上市公司在聯交所或其他證券交易所購回證券之若干資料，須在不遲於下一個營業日早市或任何開市前時段開始交易(以較早者為準)之前30分鐘內向聯交所報告。此外，上市公司之年報必須披露年內購回證券之詳情，包括對購回證券之數量、每股購買價或就所有有關購回所支付的最高價及最低價(如相關)及已付總價之每月分析。董事會報告應引述年內作出的購買及董事作出該等購買之理由。

(f) 關連人士

上市公司不得在知情情況下於聯交所向「核心關連人士」(即公司或其任何附屬公司之董事、主要行政人員或主要股東或彼等的緊密聯繫人)購回證券，而核心關連人士亦不得在知情情況下將其證券出售予該上市公司。

(ii) 購回理由

董事認為購回股份之能力符合本公司及股東的利益。根據具體情況，購回可提高每股資產淨值及／或每股盈利。董事尋求授予購回股份之一般授權，以便本公司在適當情況下可靈活地進行購回。任何情況下將予購回之股份數目及購回相同數目股份之價格及其他條款將由董事在相關時間根據當時情況決定。

(iii) 購回資金

購回時本公司僅可動用依據本公司組織章程大綱及細則及上市規則以及開曼群島適用法例可合法撥作此用途的資金。

上市公司不得以現金以外之代價或聯交所交易規則所規定者以外的結算方式在聯交所購回其本身證券。本公司的任何股份購回僅可由本公司之溢利、本公司股份溢價賬之進賬總額或為購回而發行新股，或根據開曼公司法以資本撥付。任何購回應付之溢價，須由本公司之溢利或本公司股份溢價賬之進賬總額，或根據開曼公司法以資本撥付。

倘購回授權於股份購回期間的任何時間獲全面行使，則可能對本公司之營運資金或資本負債狀況(與本招股章程內披露之狀況比較)造成重大不利影響。然而，倘行使一般授權會對董事認為不時適合本公司之本公司營運資金需求或資本負債水平造成重大不利影響，則董事不建議在該等情況下行使一般授權。

(iv) 一般事項

購回授權獲悉數行使，乃基於緊隨資本化發行及全球發售完成後的已發行股份800,000,000股(假設超額配股權未獲行使且並無計及因根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權或根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使

而可能發行的任何股份），因此可能導致本公司於以下日期（以最早者為準）前的期間購回最多80,000,000股股份：

(i) 下屆股東週年大會結束時；或

(ii) 我們根據任何適用法律或組織章程細則規定須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或

(iii) 該購回授權經股東於股東大會以普通決議案更改或撤銷之日。

董事及（在彼等作出一切合理查詢後所深知）彼等之任何緊密聯繫人目前均無意出售任何股份予本公司。

董事已向聯交所承諾，在適用的情況下，彼等將根據上市規則及開曼群島適用法律行使購回授權。

本公司核心關連人士並未知會本公司，倘購回授權獲行使，其目前有意向本公司出售股份，亦無承諾不會進行上述事項。

倘因購回任何股份，股東在本公司持有的表決權權益比例增加，則該增加將根據收購守則被視為一項收購。因此，某股東或一致行動（定義見收購守則）的一組股東視乎其持有的權益水平可獲得或鞏固對本公司的控制權，並須根據收購守則規則26提出強制性收購建議。除上文所述者外，董事並不知悉根據購回授權進行任何購回而產生的與收購守則有關的任何後果。

倘購回任何股份導致公眾持有股份數目低於當時已發行股份的25%（或於超額配股權行使完成後的較高百分比），則該購回僅可在聯交所同意豁免遵守上市規則有關上文所提及的公眾持股量的規定後方可實施。除特殊情況外，一般不會獲豁免遵守此項規定。

B. 有關我們業務的進一步資料

1. 重大合約概要

本公司或其附屬公司於本招股章程日期前兩年內訂立以下屬或可能屬重大的合約(並非於日常業務過程中訂立的合約):

(i) 由巨星傳奇集團有限公司(Star Plus Legend Holdings Limited)、Blink Field Limited、張源(Zhang Yuan)、民銀資本有限公司(CMBC International Capital Limited)及民銀證券有限公司(CMBC Securities Company Limited)訂立日期為2023年5月22日的基石投資協議,據此,Blink Field Limited同意按發售價認購總額為15,000,000美元的港元等值股份(不包括經紀佣金及徵費);

(ii) 由巨星傳奇集團有限公司(Star Plus Legend Holdings Limited)、NetDragon Websoft Inc.、網龍網絡控股有限公司(NetDragon Websoft Holdings Limited)、民銀資本有限公司(CMBC International Capital Limited)及民銀證券有限公司(CMBC Securities Company Limited)訂立日期為2023年5月24日的基石投資協議,據此,NetDragon Websoft Inc.同意按發售價認購總額為3,000,000美元的港元等值股份(不包括經紀佣金及徵費);

(iii) 不競爭契據;

(iv) 彌償保證契據;及

(v) 香港包銷協議。

2. 本集團的知識產權

(i) 商標

截至最後可行日期，我們已註冊以下對我們的業務而言屬重大的商標：

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
STARPLUS LEGEND HOLDINGS	14	中國	49027883A	2021年5月28日	2031年5月27日	巨星文創發展
STARPLUS	38	中國	49358417	2021年4月28日	2031年4月27日	巨星文創發展
STARPLUS	9	中國	49031444A	2021年5月28日	2031年5月27日	巨星文創發展
STARPLUS	35	中國	49027887A	2021年7月7日	2031年7月6日	巨星文創發展
STARPLUS	14	中國	49027882	2021年4月7日	2031年4月6日	巨星文創發展
巨星传奇	38	中國	50093621	2021年6月14日	2031年6月13日	巨星文創發展
CHOUMATE	15	中國	46675461	2021年1月28日	2031年1月27日	巨星文創發展與杰威爾音樂
CHOUMATE	9	中國	46645002	2021年4月7日	2031年4月6日	巨星文創發展與杰威爾音樂

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
CHOUMATE	28、12、23、44、22、36、39、5、34、25、38、24、21、11、27、2、42	中國	46683884、46683797、46683494、46676159、46675415、46668211、46668196、46665145、46663272、46663252、46663236、46661444、46656965、46656933、46656813、46652674、46646693	2021年1月21日	2031年1月20日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	30、43、32、29、35	中國	46242938、46234639、46220968、46220958、46212460	2021年2月14日	2031年2月13日	巨星文創發展與杰威爾音樂

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
	25	中國	45895098	2021年3月28日	2031年3月27日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	28	中國	45890835	2021年1月21日	2031年1月20日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	42	中國	45866826A	2021年2月14日	2031年2月13日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	36	中國	45867600	2021年3月21日	2031年3月20日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	23	中國	45877779	2020年1月28日	2030年1月27日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	44、22、34、14、5、3、21、43、30、20、12、2、41、32	中國	45894112、45891314、45890913、45887059、45885859、45885853、45885161、45883759、45883475、45883165、45883090、45882979、45878855、45861112	2020年12月28日	2030年12月27日	巨星文創發展與杰威爾音樂

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
	35、26、27、11	中國	45861203、45869255、45869278、45869742	2021年1月7日	2031年1月6日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	38、24	中國	45877989、45862091	2021年1月14日	2031年1月13日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	31、15	中國	45877895、45877456	2021年1月28日	2031年1月27日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	33、9、10、39、18	中國	45899793、45897307、45866665、45871651、45874934	2021年2月7日	2031年2月6日	巨星文創發展與杰威爾音樂
	29、16	中國	45899604A、45877481A	2021年3月7日	2031年3月6日	巨星文創發展與杰威爾音樂
周同学	42	中國	40550370	2020年4月7日	2030年4月6日	巨星文創發展與杰威爾音樂
周同学	30	中國	43929045	2021年1月14日	2031年1月13日	巨星文創發展與杰威爾音樂
周同学	11	中國	40562622	2020年4月14日	2030年4月13日	巨星文創發展與杰威爾音樂
周同学	9	中國	40555064A	2020年5月14日	2030年5月13日	巨星文創發展與杰威爾音樂

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
周同学	34、39、15、24、44、35、25、27、12、18、31、38、28、29、21、14、5、22、23、43、26、2、36、10、3	中國	40579206、40578436、40577400、40575859、40575797、40575563、40573609、40570161、40570143、40566767、40566480、40566472、40560959、40559718、40559665、40559654、40559634、40559445、40558158、40556652、40556626、40556435、40555072、40550556、40550510	2020年4月7日	2030年4月6日	巨星文創發展與杰威爾音樂
周同学	20、30	中國	40572667、40561277	2020年6月7日	2030年6月6日	巨星文創發展與杰威爾音樂
周同学	16、9	中國	40556704、40555064	2021年3月21日	2031年3月20日	巨星文創發展與杰威爾音樂
周游记	14	中國	29582679	2019年1月21日	2029年1月20日	巨室文創（昆山）

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
周游记	2、27、15、24、34、33、10、5、26、23、12、3、20	中國	29582644、29582360、29580913、29579365、29576838、29574820、29573477、29573472、29571843、29571821、29571778、29567819、29562213	2019年1月14日	2029年1月13日	巨室文創（昆山）
周游记	32、21、44、11、31、30、29	中國	29582413、29582321、29580992、29580889、29577747、29576963、29568829	2019年4月28日	2029年4月27日	巨室文創（昆山）
周遊記	5、2、24、10、20、15、33	中國	29582656、29582641、29582342、29578017、29576236、29568761、29568308	2019年1月21日	2029年1月20日	巨室文創（昆山）
周遊記	27、14、23、12、26、34、3	中國	29582358、29576216、29573232、29571776、29568808、29568327、29566243	2019年1月14日	2029年1月13日	巨室文創（昆山）

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
周遊記	30、29、44、31、32、11	中國	29573281、29571563、29571475、29563780、29562607、29561982	2019年4月28日	2029年4月27日	巨室文創（昆山）
	35	中國	43376906	2021年2月21日	2031年2月20日	巨室文創（昆山）
	9	中國	43373399	2020年12月21日	2030年12月20日	巨室文創（昆山）
	9	中國	53786529	2021年11月28日	2031年11月27日	巨室文創（昆山）
	30	中國	53775249	2021年12月7日	2031年12月6日	巨室文創（昆山）
J-STYLE TRIP	39、28、41	中國	44960959、44957269、44957237	2020年12月14日	2030年12月13日	巨室文創（昆山）
J-STYLE TRIP	5、9	中國	44975365、44971153	2020年12月28日	2030年12月27日	巨室文創（昆山）
J-STYLE TRIP	3	中國	44971177	2020年12月21日	2030年12月20日	巨室文創（昆山）
J-STYLE TRIP	16	中國	44964663	2021年3月7日	2031年3月6日	巨室文創（昆山）
J-STYLE TRIP	35	中國	44946519	2021年2月21日	2031年2月20日	巨室文創（昆山）
LA DEW	32	中國	44656457	2020年12月7日	2030年12月6日	昆山巨星行動
LA DEW	30、25	中國	38817990、36963704	2020年2月7日	2030年2月6日	昆山巨星行動

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
LA DEW	5、5	中國	36970723、36969410	2020年2月21日	2030年2月20日	昆山巨星行動
LA DEW	3	中國	36968771	2019年12月14日	2029年12月13日	昆山巨星行動
LA DEW	32	中國	36966089	2019年12月21日	2029年12月20日	昆山巨星行動
LA DEW	11、35	中國	36966039、36949190	2019年11月14日	2029年11月13日	昆山巨星行動
LA DEW	44、36、28、18	中國	36959038、36958885、36955717、36949215	2019年11月21日	2029年11月20日	昆山巨星行動
LA DEW	5	中國	48938992A	2021年4月21日	2031年4月20日	昆山巨星行動
LA DEW	29	中國	45854154	2021年4月14日	2031年4月13日	昆山巨星行動
LA DEW	31	中國	45838923	2020年12月28日	2030年12月27日	昆山巨星行動
LA DEW	5	中國	48938992	2021年10月28日	2031年10月27日	昆山巨星行動
魔胴	25	中國	50118591	2021年6月7日	2031年6月6日	巨星文創發展
魔胴	9	中國	48634121	2021年3月21日	2031年3月20日	巨星文創發展
魔胴	42	中國	45821157	2020年4月7日	2030年4月6日	巨星文創發展
魔胴	25	中國	45821036	2021年2月7日	2031年2月6日	巨星文創發展

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
魔胴	16	中國	45831490	2021年3月7日	2031年3月6日	巨星文創發展
魔胴	44	中國	45834952	2021年2月14日	2031年2月13日	巨星文創發展
魔胴	43、35	中國	47158269、47153150	2021年7月28日	2031年7月27日	巨星文創發展
魔胴	21、14、23、45、6、24、27、7、36、39、13、34、1、12、17、26、40、22、31、4、2、8、10、11、18、15、37、20、38、19	中國	45825966、45825837、45825991、45827260、45827314、45827437、45827486、45829908、45830022、45830056、45830309、45834887、45835562、45835903、45836024、45837090、45837192、45837709、45842701、45844365、45844925、45845234、45845248、45845278、45849055、45851217、45851494、45855960、45858869、45859615	2020年12月14日	2030年12月13日	巨星文創發展

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
魔胴	43	中國	54655269	2021年10月28日	2031年10月27日	巨星文創發展
魔胴	35	中國	54643098	2021年12月21日	2031年12月20日	巨星文創發展
DRMG	3	中國	49986129	2021年7月28日	2031年7月27日	巨星文創發展
DRMG	3	中國	54643110	2021年10月28日	2031年10月27日	巨星文創發展
	15	中國	49023401	2021年3月28日	2031年3月27日	巨星文創發展
	31	中國	49017025	2021年3月21日	2031年3月20日	巨星文創發展
	3、11、20	中國	49809580A、49034417、49017771	2021年7月7日	2031年7月6日	巨星文創發展
	10、24、8	中國	49017389、49013525、49012064	2021年6月7日	2031年6月6日	巨星文創發展
	28、29、44	中國	49016174A、49009192A、49007226A	2021年5月14日	2031年5月13日	巨星文創發展
	32、13	中國	49015862、49005555	2021年4月7日	2031年4月6日	巨星文創發展
Dr.mg	43	中國	49365906	2021年5月28日	2031年5月27日	巨星文創發展
Dr.mg	18、8、10、16	中國	46246257、46234037、46221368、46214067	2021年2月14日	2031年2月13日	巨星文創發展

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
Dr.mg	39、29、24、22、14、11、23、26、31、15	中國	49371924、49371314、49365729、49363248、49363226、49363216、49358859、49358531、49349124、49348984	2021年4月7日	2031年4月6日	巨星文創發展
Dr.mg	5	中國	55439758	2021年11月21日	2031年11月20日	巨星文創發展
Dr.mg	21	中國	55417401	2021年11月28日	2031年11月27日	巨星文創發展
Dr.mg	3	中國	55447305	2021年12月7日	2031年12月6日	巨星文創發展
茶姐	44	中國	49035762	2021年6月7日	2031年6月6日	巨星文創發展
茶姐	43	中國	49035752A	2021年5月14日	2031年5月13日	巨星文創發展
茶姐	27	中國	49015458	2021年4月7日	2031年4月6日	巨星文創發展
茶姐	26、13、12、8、31、3、10、15、14、11	中國	49035732、49034428、49027937、49027905、49015846、49015421、49012071、49010624、49010618、49010592	2021年3月28日	2031年3月27日	巨星文創發展

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
茶姐	29、30	中國	49026416、49013633	2021年7月7日	2031年7月6日	巨星文創發展
魔胴健康	21	中國	48312104	2021年4月14日	2031年4月13日	巨星文創發展
魔胴健康	7	中國	48309648	2021年4月28日	2031年4月27日	巨星文創發展
魔胴健康	19	中國	48294515	2021年6月7日	2031年6月6日	巨星文創發展
魔胴健康	16	中國	48252643	2021年6月21日	2031年6月20日	巨星文創發展
魔胴健康	26、37、31、40、22、42、24	中國	48317143、48312549、48312512、48312168、48312108、48297828、48290423	2021年3月21日	2031年3月20日	巨星文創發展
魔胴健康	6、14、11、1、2、12、4	中國	48272307、48267535、48266798、48259072、48255864、48254276、48247340	2021年3月7日	2031年3月6日	巨星文創發展
魔胴健康	20、13	中國	48302205、48254497	2021年4月7日	2031年4月6日	巨星文創發展
魔胴健康	5、25	中國	48267208、48293655	2021年7月7日	2031年7月6日	巨星文創發展
魔胴健康	27、23、34、18	中國	48305708、48296317、48290479、48276563	2021年3月14日	2031年3月13日	巨星文創發展

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
魔胴健康	28、9	中國	48309527、48284947	2021年8月7日	2031年8月6日	巨星文創發展
魔胴健康	41、33	中國	48309622、48290109	2021年7月28日	2031年7月27日	巨星文創發展
DRMG	3	中國	40031049	2020年6月21日	2030年6月20日	巨星文創發展
魔胴	30	中國	36955805	2019年11月21日	2029年11月20日	巨星文創發展
巨星优选	5	中國	30519605	2019年2月21日	2029年2月20日	巨星文創發展
巨星优选	14	中國	30518732	2019年7月7日	2029年7月6日	巨星文創發展
巨星优选	26、36、30、8	中國	30535097、30533255、30522397、30518721	2019年2月14日	2029年2月13日	巨星文創發展
巨星优选	32、18、3、42	中國	30533242、30526253、30523603、30520856	2019年5月21日	2029年5月20日	巨星文創發展
摩肌博士 DRMG	3	中國	26709499	2018年9月21日	2028年9月20日	巨星文創發展
茶小姐 CHA XIAO JIE	3	中國	26584802	2018年9月21日	2028年9月20日	巨星文創發展
Dr.mg	3	中國	41936218	2020年10月28日	2030年10月27日	巨星文創發展
Dr.mg	5	中國	41918133	2021年6月28日	2031年6月27日	巨星文創發展

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
Dr.mg	3、5	中國	41936222、41913744	2020年10月28日	2030年10月27日	巨星文創發展
魔胴	9、41、43、32、33、35、28	中國	40705662、40705650、40703876、40698151、40694220、40685208、40682143	2020年4月14日	2030年4月13日	巨星文創發展
巨星行动超级夜	41	中國	44233847	2020年11月14日	2030年11月13日	昆山巨星行動
J巨星行动	26	中國	30522107	2019年5月21日	2029年5月20日	昆山巨星行動
巨星行动	3	中國	35576017	2019年9月7日	2029年9月6日	昆山巨星行動
巨星行动	41、35	中國	35570798、35567564	2019年9月21日	2029年9月20日	昆山巨星行動
巨星行动	26、25、42	中國	35567555、35561564、35556635	2019年9月14日	2029年9月13日	昆山巨星行動
巨星行动	9	中國	35564872	2019年9月7日	2029年9月6日	昆山巨星行動
	45	中國	54214094	2021年10月28日	2031年10月27日	昆山巨星行動
Star Plus 4U	42、9、35	中國	50142917、50127716、50126313	2021年6月7日	2031年6月6日	巨星文創發展
巨星优选	35	中國	47225684A	2021年3月28日	2031年3月27日	昆山巨星行動

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
巨星优选	9	中國	47213301A	2021年4月7日	2031年4月6日	昆山巨星行動
巨星优选	42	中國	47205258A	2021年3月21日	2031年3月20日	昆山巨星行動
达 人 悦 己	3	中國	36964511	2019年12月7日	2029年12月6日	昆山巨星行動
达 人 悦 己	29、30、5、36、14、35、11、25	中國	36963630、36963491、36963481、36961257、36954416、36954361、36951006、36948779	2019年11月21日	2029年11月20日	昆山巨星行動
达 人 悦 己	28	中國	36948401	2019年11月14日	2029年11月13日	昆山巨星行動
达 人 悦 己	33	中國	50104472	2021年6月14日	2031年6月13日	昆山巨星行動
达 人 悦 己	43	中國	50098225	2021年5月28日	2031年5月27日	昆山巨星行動
达 人 悦 己	31	中國	50090238	2021年6月7日	2031年6月6日	昆山巨星行動
达 人 悦 己	30	中國	54182349	2021年9月28日	2031年9月27日	昆山巨星行動
达 人 悦 己	18	中國	54207614	2021年10月28日	2031年10月27日	昆山巨星行動
达人悦己	5、11	中國	27763316、27758433	2018年11月7日	2028年11月6日	昆山巨星行動

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
达人悦己	36、28、25、3、30、29、14	中國	27758451、27754005、27753673、27753614、27747579、27747558、27747536	2018年10月28日	2028年10月27日	昆山巨星行動
达人悦己	35	中國	27757776	2018年11月21日	2028年11月20日	昆山巨星行動
魔力通 MOLITONE	30	中國	43917767	2021年1月28日	2031年1月27日	昆山巨星行動
魔力通 MOLITONE	29、33、35、31	中國	48182273、48176970、48162720、48162692	2021年3月7日	2031年3月6日	昆山巨星行動
魔力通 MOLITONE	43	中國	48164783	2021年4月7日	2031年4月6日	昆山巨星行動
巨星汀奢	3、35、41、44	中國	52374836 52383488 52383560 52392864	2021年8月14日	2031年8月13日	昆山巨星行動
巨星汀奢	38、42	中國	52388219 52361168	2021年8月21日	2031年8月20日	昆山巨星行動
巨星汀奢	16	中國	52373951	2021年8月28日	2031年8月27日	昆山巨星行動
巨星汀奢	9	中國	52381191	2021年9月7日	2031年9月6日	昆山巨星行動
Star Plus Action	9、42	中國	52376920 52363923	2021年8月14日	2031年8月13日	昆山巨星行動
Star Plus Action	35、38	中國	52375567 52375587	2021年8月21日	2031年8月20日	昆山巨星行動

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
La DEW	10、31	中國	52511808 52492013	2021年 8月21日	2031年 8月20日	昆山巨星行動
La DEW	29、32、33、35、44	中國	52486484 52501221 52487413 52484478 52511820	2021年 8月28日	2031年 8月27日	昆山巨星行動
巨星优选	42	中國	51454068	2021年 10月21日	2031年 10月20日	昆山巨星行動
La DEW	30	中國	52481023	2021年 9月21日	2031年 9月20日	昆山巨星行動
La DEW	5	中國	52363847A	2021年 9月28日	2031年 9月27日	昆山巨星行動
La DEW	26	中國	52487775	2021年 10月21日	2031年 10月20日	昆山巨星行動
La DEW	9	中國	53668354	2021年 12月21日	2031年 12月20日	昆山巨星行動
La DEW	14	中國	52500290	2022年 9月14日	2032年 9月13日	昆山巨星行動
	42	中國	53668382	2021年 9月28日	2031年 9月27日	昆山巨星行動
	45	中國	54224000	2021年 10月28日	2031年 10月27日	昆山巨星行動
LA DEW	3、31、33	中國	56919602、 56909120、 56916366	2022年 1月7日	2032年 1月6日	昆山巨星行動
巨星优选	42	中國	47205258	2021年 12月28日	2031年 12月27日	昆山巨星行動

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
摩肌博士	26、24、18、21、8、20	中國	52676433、52674889、52674814、52673269、52672165、52669408	2021年8月21日	2031年8月20日	巨星文創發展
盈养博士	3、43、31、44、5、32、33	中國	46627639、46623392、46622608、46621143、46618284、46617052、46604810	2021年2月7日	2031年2月6日	巨星文創發展
盈养博士	29	中國	46621540	2021年7月7日	2031年7月6日	巨星文創發展
盈养博士	30	中國	52093082	2021年8月14日	2031年8月13日	巨星文創發展
盈养博士	30	中國	46604731	2021年8月21日	2031年8月20日	巨星文創發展
摩肌博士	3	中國	52073433	2021年8月21日	2031年8月20日	巨星文創發展
Dr.mg	3	中國	50123093	2021年8月21日	2031年8月20日	巨星文創發展
摩肌博士	3	中國	50120305	2021年9月28日	2031年9月27日	巨星文創發展
Dr.mg	3	中國	50119938	2021年9月21日	2031年9月20日	巨星文創發展
既来则乐	35、9、38	中國	53452850、53477060、53456933	2021年10月7日	2031年10月6日	巨星文創發展

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
既来则乐	41	中國	53455223	2021年12月28日	2031年12月27日	巨星文創發展
既来则乐	3、8、15、26、16	中國	53873259、53881890、53864250、53863860、53873908	2021年9月14日	2031年9月13日	巨星文創發展
既来则乐	29、28、36、21、14	中國	53865372、53880592、53856624、53856983、53865429	2021年9月21日	2031年9月20日	巨星文創發展
既来则乐	30、44、5	中國	53880619、53880695、53873279	2021年12月7日	2031年12月6日	巨星文創發展
既来则乐	24、2、42、39、12、10、25	中國	53880557、53856206、53856640、53862457、53873860、53857759、53875076	2021年9月14日	2031年9月13日	巨星文創發展
既来则乐	18、11、31、33、20	中國	53855441、53857771、53880641、53873534、53880525	2021年9月21日	2031年9月20日	巨星文創發展
既来则乐	32	中國	53878100	2021年12月21日	2031年12月20日	巨星文創發展
J-STYLE TRIP	38	中國	56715545	2022年2月21日	2032年2月20日	巨室文創（昆山）
J-Style Trip	38	中國	52498229	2022年3月14日	2032年3月13日	巨室文創（昆山）

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
	9	中國	56148107	2022年3月14日	2032年3月13日	昆山巨星行動
LA DEW	16	中國	59024019	2022年3月14日	2032年3月13日	昆山巨星行動
	36	中國	57537360	2022年3月21日	2032年3月20日	昆山巨星行動
巨星行动	1、2、4、6、8、9、10、11、12、13、14、15、16、17、18、19、20、21、22、23、24、26、31、32、33、34、37、38、39、40、41、42、43、44、45	中國	61021649、61004626、61012015、61018229、61007538、61017951、61033992、61029932、61000003、61022285、61035437、61026997、61028570、61006670、61011426、61032128、61004535、61000119、61015538、61034041、61007824、61023834、61032815、61017642、61032856、61019016、61014354、61033187、61025770、61006239、61046310、61009701、61015567、61045780、61027290	2022年5月14日	2032年5月13日	昆山巨星行動

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
	30	中國	58291564	2022年5月21日	2032年5月20日	巨室文創（昆山）
Dr.mg	5、21、3	中國	46241849、46241894、46224936	2021年2月14日	2031年2月13日	巨星文創發展
魔胴	11	中國	58915525	2022年3月7日	2032年3月6日	巨星文創發展
魔胴	29	中國	45827497	2022年4月14日	2032年4月13日	巨星文創發展
魔胴	29	中國	60086244	2022年4月14日	2032年4月13日	巨星文創發展
魔胴	21	中國	60651692	2022年5月7日	2032年5月6日	巨星文創發展
STARPLUS LEGEND HOLDINGS	14	中國	49027883	2022年3月14日	2032年3月13日	巨星文創發展
	5	中國	57100850	2022年3月28日	2032年3月27日	巨星文創發展
	29	中國	48284920	2022年4月14日	2032年4月13日	巨星文創發展
	9	中國	60015248	2022年4月21日	2032年4月20日	巨星文創發展
周同学	21	中國	59765213	2022年3月28日	2032年3月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学	29	中國	60441487	2022年4月28日	2032年4月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂
MODONG	30	中國	57613493	2022年4月21日	2032年4月20日	巨星文創發展

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
	10	中國	57625041	2022年4月28日	2032年4月27日	巨星文創發展
	3、9、16、29、32、41	中國	60205952、60217605、60210834、60197814、60215362、60191916	2022年4月28日	2032年4月27日	巨星文創發展
	35	中國	60187847	2022年5月7日	2032年5月6日	巨星文創發展
	30	中國	60191905	2022年5月14日	2032年5月13日	巨星文創發展
茶小姐	43	中國	49035752	2022年5月7日	2032年5月6日	巨星文創發展
	29	中國	60441472	2022年5月7日	2032年5月6日	巨星文創發展及杰威爾音樂
巨星优选	3	中國	60621181	2022年5月21日	2032年5月20日	巨星文創發展
	29、30、32	中國	61006341、61021234、61048987	2022年5月28日	2032年5月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂
STARPLUS LEGEND HOLDINGS	9	中國	49020225	2022年9月7日	2032年9月6日	巨星文創發展
茶小姐	30	中國	53655579	2022年10月14日	2032年10月13日	巨星文創發展
Coach Liu	44	中國	63049060	2022年9月7日	2032年9月6日	天賦星球
爱吃鲜摩人	3、5	中國	63427471、63428041	2022年9月14日	2032年9月13日	天賦星球

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
爱吃鲜摩人	10	中國	63426376	2022年9月14日	2032年9月13日	巨星文創發展
爱吃鲜摩人	18、25、28、31、32、33、41、44	中國	63401368、63405781、63410221、63412669、63422347、63409400、63402611、63405888	2022年9月14日	2032年9月13日	天賦星球
Jverse	35	中國	62311228	2022年9月21日	2032年9月20日	巨星文創發展
魔胴	29	中國	58020891	2022年9月28日	2032年9月27日	巨星文創發展
魔胴	5	中國	62311278	2022年9月28日	2032年9月27日	巨星文創發展
Ape Foodies	30	中國	63648902	2022年9月28日	2032年9月27日	天賦星球
SPLegend	45	中國	63968080	2022年10月7日	2032年10月6日	巨星文創發展
爱吃鲜摩人	29	中國	63410752A	2022年10月14日	2032年10月13日	巨星文創發展
爱吃鲜摩人	35	中國	63410396A	2022年10月14日	2032年10月13日	巨星文創發展
MODONG	30	中國	61426217	2022年10月14日	2032年10月13日	巨星文創發展
魔胴	43	中國	64145752	2022年10月21日	2032年10月20日	巨星文創發展
	25	中國	61173305	2022年9月14日	2032年9月13日	巨星文創發展及杰威爾音樂

商標	類別	註冊地點	註冊編號	註冊日期	屆滿日期	註冊擁有人
	25	中國	61175975	2022年10月7日	2032年10月6日	巨星文創發展及杰威爾音樂
VIVI CYCLE	25	中國	53234526	2021年9月14日	2031年9月13日	天賦星球
刘畊宏	25、3、5、9、10, 12、18	中國	64222810、64227489、64227511、64233924、64233933、64226154、64244190	2022年10月14日	2032年10月13日	天賦星球
刘畊宏	27	中國	64222053	2022年10月21日	2032年10月20日	天賦星球

(ii) 版權

截至最後可行日期，本集團已註冊以下對我們的業務而言屬重大的版權：

版權名稱	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
周遊記	中國	國作登字-2018-L-00515076	–	2018年3月23日	巨室文創(昆山)
周遊記	中國	國作登字-2020-F-00994755	2020年2月10日	2020年4月9日	巨室文創(昆山)
巨星E学院	中國	國作登字-2020-F-01157287	2020年6月4日	2020年11月5日	昆山巨星行動
巨星行动LOGO	中國	國作登字-2020-F-01155137	2018年2月6日	2020年11月2日	昆山巨星行動
哎哟不PANG哦	中國	國作登字-2020-F-01030616	2019年9月9日	2020年5月25日	昆山巨星行動
喝不PANG奶茶	中國	國作登字-2020-F-01030618	2019年9月9日	2020年5月25日	昆山巨星行動

版權名稱	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
魔胴防弹咖啡能量包	中國	國作登字-2020-F-00994485	2019年4月30日	2020年3月30日	昆山巨星行動
魔胴防弹咖啡周游记版	中國	國作登字-2020-F-00994682	2020年3月22日	2020年4月7日	昆山巨星行動
魔胴防弹咖啡	中國	國作登字-2020-F-00994684	2019年4月30日	2020年4月7日	昆山巨星行動
魔胴防弹咖啡能量包(回忆版)	中國	國作登字-2020-F-01039637	2019年4月5日	2020年6月19日	昆山巨星行動
魔胴防弹咖啡正面图	中國	國作登字-2021-F-00014938	2020年3月22日	2021年1月21日	昆山巨星行動
魔胴防弹咖啡能量包正面图	中國	國作登字-2021-F-00014941	2019年4月30日	2021年1月21日	昆山巨星行動
周同学	中國	國作登字-2021-F-00014943	2019年10月2日	2021年1月21日	巨星文創發展；杰威爾音樂
周同学美术系列作品三之插图类	中國	國作登字-2021-F-00261339	–	2021年11月12日	巨星文創發展；杰威爾音樂
周同学美术系列作品三之形象类	中國	國作登字-2021-F-00261337	2020年12月18日	2021年11月12日	巨星文創發展；杰威爾音樂
周同学美术系列作品三之形象类	中國	國作登字-2021-F-00261338	2020年12月18日	2021年11月12日	巨星文創發展；杰威爾音樂
周同学美术系列作品三之插图类	中國	國作登字-2021-F-00261336	2020年12月18日	2021年11月12日	巨星文創發展；杰威爾音樂
周同学美术系列作品四	中國	國作登字-2022-F-10008085	–	2022年1月13日	巨星文創發展；杰威爾音樂

版權名稱	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
周同学美术系列作品五	中國	國作登字-2021-F-00264203	–	2021年11月16日	巨星文創發展；杰威爾音樂
文山晋阳堂－烟花易冷艺术系列一	中國	國作登字-2022-F-10016310	2021年9月21日	2022年1月24日	巨星文創發展
文山晋阳堂－烟花易冷艺术系列二	中國	國作登字-2022-F-10016311	–	2022年1月24日	巨星文創發展
周同学美术系列作品六－王者周	中國	國作登字-2021-F-00294337	–	2021年12月23日	巨星文創發展；杰威爾音樂
周同学美术系列作品七－周同学新年－形象类	中國	國作登字-2022-F-10014612	–	2022年1月20日	巨星文創發展；杰威爾音樂
周同学美术系列作品七－周同学新年－插图类	中國	國作登字-2022-F-10014611	–	2022年1月20日	巨星文創發展；杰威爾音樂
创意人像剪影	中國	國作登字-2022-F-10054997	2017年4月1日	2022年3月11日	巨星文創發展
周同学美术系列作品－系列八周同学春日时光机－形象类	中國	國作登字-2022-F-10127433	–	2022年6月28日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列八周同学春日时光机－插图类	中國	國作登字-2022-F-10127435	–	2022年6月28日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列八周同学春日时光机－插图类	中國	國作登字-2022-F-10127434	–	2022年6月28日	巨星文創發展及杰威爾音樂

版權名稱	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－插图类	中國	國作登字-2022-F-10108393	–	2022年5月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－组合图类	中國	國作登字-2022-F-10108395	–	2022年5月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－黑白图类	中國	國作登字-2022-F-10108394	–	2022年5月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂
摩登原食人IP-Bonggie系列之抹茶粉	中國	國作登字-2022-F-10112068	–	2022年6月6日	天賦星球(香港)有限公司
摩肌博士系列－莫飞博士系列图库1	中國	國作登字-2022-F-10122384	–	2022年6月16日	巨星文創發展
摩肌博士系列－莫飞博士系列图库1	中國	國作登字-2022-F-10122385	–	2022年6月16日	巨星文創發展
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－形象类	中國	國作登字-2022-F-10125718	–	2022年6月22日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列九周遊記2图库－形象类	中國	國作登字-2022-F-10125713	–	2022年6月22日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－形象类	中國	國作登字-2022-F-10125719	–	2022年6月22日	巨星文創發展及杰威爾音樂

版權名稱	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－形象类	中國	國作登字-2022-F-10125717	–	2022年6月22日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－形象类	中國	國作登字-2022-F-10125714	–	2022年6月22日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－形象类	中國	國作登字-2022-F-10125715	–	2022年6月22日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列九周游记2图库－形象类	中國	國作登字-2022-F-10125716	–	2022年6月22日	巨星文創發展及杰威爾音樂
原始人形象	中國	國作登字-2022–F-10206966	–	2022年9月29日	天賦星球
爱吃鲜摩人人物形象	中國	國作登字-2022–F-10164907	–	2022年8月12日	天賦星球
周同学美术系列作品十三－蒸汽周	中國	國作登字-2022–F-10210108	–	2022年10月10日	巨星文創發展及杰威爾音樂
CHOUCHOU	中國	國作登字-2022–F-10210107	–	2022年10月10日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品十二－药师周3D	中國	國作登字-2022–F-10204155	–	2022年9月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂

版權名稱	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
周同学美术系列作品十二－药师周2D	中國	國作登字-2022–F-10204157	–	2022年9月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品－系列十一－古典钢琴周	中國	國作登字-2022–F-10164908	–	2022年8月12日	巨星文創發展及杰威爾音樂
周同学美术系列作品六－王者周插图	中國	國作登字-2022–F-10204156	–	2022年9月27日	巨星文創發展及杰威爾音樂
爱吃鲜摩人	中國	國作登字-2022–F-10213060	2022年7月1日	2022年10月24日	天賦星球
刘畊宏男孩女孩美术作品－2D系列－运动健身一	中國	國作登字-2022–F-10226365	–	2022年11月3日	天賦星球
刘教练美术作品－2D系列－运动健身一	中國	國作登字-2022–F-10226363	–	2022年11月3日	天賦星球
VIVI美术作品－2D系列－运动健身一	中國	國作登字-2022–F-10226364	–	2022年11月3日	天賦星球
周同学美术系列作品十四－足球系列	中國	國作登字-2022–F-10231235	–	2022年11月8日	巨星文創發展及杰威爾音樂
魔胴轻萃咖啡产品包装	中國	國作登字-2022–F-10236923	2022年5月20日	2022年11月11日	巨星文創發展

(iii) 軟件版權

截至最後可行日期，本集團為以下軟件版權的註冊擁有人：

軟件版權	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
魔胴健康软件V1.0.0	中國	2020SR1110558	2020年8月30日	2020年9月16日	昆山巨星行動
巨星行动茶小姐渠道系统V1.0	中國	2021SR0730981	–	2021年5月20日	昆山巨星行動
巨星行动活动报名系统V1.0	中國	2021SR0727636	–	2021年5月20日	昆山巨星行動
巨星行动素材资料库系统V1.0	中國	2021SR0727626	–	2021年5月20日	昆山巨星行動
巨星行动魔胴咖啡渠道系统V1.0	中國	2021SR0724109	–	2021年5月20日	昆山巨星行動
巨星行动摩肌博士渠道系统V1.0	中國	2021SR0722332	–	2021年5月19日	昆山巨星行動
巨星行动商学院系统V1.0	中國	2021SR0721652	–	2021年5月19日	昆山巨星行動
巨星行动电子商城系统V1.0	中國	2021SR0714816	–	2021年5月19日	昆山巨星行動
巨星行动超频美雕仪系统V1.0	中國	2021SR0719972	–	2021年5月19日	昆山巨星行動
巨星优选软件V1.0.0	中國	2021SR0686007	–	2021年5月13日	昆山巨星行動
巨星优选后台管理系统V1.0.0	中國	2021SR0596924	–	2021年4月26日	昆山巨星行動
巨星推荐系统V1.0.0	中國	2021SR0591492	–	2021年4月25日	昆山巨星行動

軟件版權	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
魔胴轻体赛管理系统V1.0.0	中國	2021SR0591500	–	2021年4月25日	昆山巨星行動
魔胴考核系统V1.0.0	中國	2021SR0587472	–	2021年4月23日	昆山巨星行動
魔胴排位赛系统V1.0.0	中國	2021SR0573537	–	2021年4月22日	昆山巨星行動
巨星星圈系统V1.0.0	中國	2021SR0573603	–	2021年4月22日	昆山巨星行動
魔胴素材系统V1.0.0	中國	2021SR0570871	–	2021年4月21日	昆山巨星行動
魔胴打卡系统V1.0.0	中國	2021SR0566091	–	2021年4月21日	昆山巨星行動
摩肌博士打卡系统V1.0.0	中國	2021SR0566092	–	2021年4月21日	昆山巨星行動
巨星商学院系统V1.0.0	中國	2021SR0564485	–	2021年4月21日	昆山巨星行動
巨星优选商户系统V1.0.0	中國	2021SR0570822	–	2021年4月21日	昆山巨星行動
魔胴体脂秤系统V1.0.0	中國	2021SR0560781	–	2021年4月20日	昆山巨星行動
巨星商品管理系统V1.0.0	中國	2021SR0560543	2020年2月20日	2021年4月20日	昆山巨星行動
魔胴轻体师管理系统V1.0.0	中國	2021SR0559736	–	2021年4月20日	昆山巨星行動
巨星优选星友系统V1.0.0	中國	2021SR0551265	–	2021年4月19日	昆山巨星行動
摩肌博士社区管理系统V1.0.0	中國	2021SR0551795	–	2021年4月19日	昆山巨星行動

軟件版權	註冊地點	註冊編號	首次刊發日期	註冊日期	註冊擁有人
摩肌博士活动管理系统V1.0.0	中國	2021SR0556231	–	2021年4月19日	昆山巨星行動
巨星热卖系统V1.0.0	中國	2021SR0542694	2020年2月20日	2021年4月15日	昆山巨星行動
魔胴健康管理系统V1.0.0	中國	2021SR0542209	–	2021年4月15日	昆山巨星行動
摩肌博士体验系统V1.0.0	中國	2021SR0542830	–	2021年4月15日	昆山巨星行動

(iv) 域名

截至最後可行日期，本集團已註冊以下對我們的業務而言屬重大的域名：

域名	註冊擁有人	到期日
starpluslegend.cn	巨室文創(昆山)	2024年4月23日
starplusholdings.cn	巨室文創(昆山)	2024年1月28日
jstarplus.cn	巨室文創(昆山)	2024年1月28日
splegend.cn	昆山巨星行動	2023年12月17日
splegend.net.cn	昆山巨星行動	2023年12月17日
splegend.com.cn	昆山巨星行動	2023年12月17日
star-action.cn	昆山巨星行動	2024年1月28日
j-xcyx.cn	昆山巨星行動	2024年7月27日
j-jxxd.cn	昆山巨星行動	2024年7月21日

C. 有關董事及主要股東的進一步資料

1. 權益披露

(a) 董事及本公司主要行政人員的權益

於緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使且不計及可能根據購股權計劃發行的任何股份)，董事及本公司主要行政人員於本公司或我們的相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債權證中，擁有於股份上市後根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉(包括彼等根據證券及期貨條例相關條文被當作或視為擁有的權益或淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須登記於該條所述登記冊的權益或淡倉，或根據上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的權益或淡倉如下：

(i) 於本公司的權益

董事姓名	權益性質	於緊隨資本化發行及全球發售完成後持有的股份	
		數目	*百分比*
馬女士[3]	受控法團權益／一致行動人士權益	465,038,126 (L)	58.1%
楊先生[3][4]	受控法團權益／一致行動人士權益	465,038,126 (L)	58.1%
陳先生[3]	受控法團權益／一致行動人士權益	465,038,126 (L)	58.1%
賴先生	實益權益	99,651,027 (L)	12.5%
錢博士[5]	實益權益／配偶權益	23,171,845 (L)	2.9%

附註：

(1) 字母「L」指該人士於股份的好倉。

(2) 計算乃根據緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使及不計及根據購股權計劃可能發行的任何股份)的已發行股份總數800,000,000股進行。

(3) 根據一致行動方協議，馬女士、楊先生、葉女士及陳先生已同意(其中包括)彼等須就其投票權一致行動並積極合作以鞏固對本公司投票權的控制。因此，馬女士、楊先生、葉女士及陳先生為一致行動人士(具有收購守則賦予該詞的涵義)；及根據證券及期貨條例，馬女士、楊先生、葉女士及陳先生各自被視為於彼等各自擁有權益的所有股份中擁有權益。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「與控股股東的關係－一致行動方協議」一段。

(4) 楊先生持有Legend Key的50%股份，而Legend Key直接持有我們於緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使且不計及可能根據購股權計劃發行的任何股份)的199,302,054股股份。因此，根據證券及期貨條例，楊先生被視為於Legend Key所持有的所有股份中擁有權益。

(5) 錢博士為張女士的配偶，而張女士於我們於緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使且不計及可能根據購股權計劃發行的任何股份)的13,206,742股股份中擁有權益。因此，根據證券及期貨條例，錢博士被視為於張女士擁有權益的所有股份中擁有權益。

(ii) 於我們相聯法團的權益

董事姓名	我們相聯法團的名稱	權益性質	於相聯法團的權益	
			數目	*百分比*
馬女士	Harmony Culture	實益權益	1	100%
楊先生	Legend Key	實益權益	500,000	50%
陳先生	Max One	實益權益	2,000,000	100%

(b) 主要股東的權益

除本招股章程「主要股東」一節所披露者外，於緊隨資本化發行及全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使且不計及可能根據購股權計劃發行的任何股份)，董事並不知悉任何其他人士(董事或本公司主要行政人員除外)於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司披露的權益或淡倉，或直接或間接於本公司已發行具投票權股份中擁有10%或以上之權益。

(c) 主要股東於本集團成員公司的權益

截至最後可行日期，據董事所盡知，下列人士於本集團成員公司(本公司除外)的已發行具投票權股份中擁有10%或以上權益：

股東姓名／名稱	權益性質	集團公司名稱	股權百分比
Sapphire Prismatic Limited	實益權益	秘密音樂(香港)	50%
詹宇豪(1)	受控法團權益	秘密音樂(香港)	50%
北京精湛	實益權益	北京巨星精湛	30%
天津百鴻影視製作中心有限合夥(「**天津百鴻**」)(2)	受控法團權益	北京巨星精湛	30%
深圳精湛文創文化傳媒有限公司(「**深圳精湛**」)(2)	受控法團權益	北京巨星精湛	30%
張書明(2)	受控法團權益	北京巨星精湛	30%
W&V(3)	實益權益	天賦星球	30%
孟慶榮	受控法團權益	天賦星球	30%

附註：

(1) Sapphire Prismatic Limited由詹宇豪實益全資擁有。因此，根據證券及期貨條例，詹宇豪被視為於Sapphire Prismatic持有的秘密音樂(香港)股份中擁有權益。

(2) 據本公司所知，天津百鴻及張書明分別於北京精湛擁有76%及24%股權。天津百鴻的普通合夥人為深圳精湛，而後者由張書明實益全資擁有。深圳精湛及張書明分別向天津百鴻出資約66%及30%。因此，根據證券及期貨條例，天津百鴻、深圳精湛及張書明各自被視為於北京精湛持有的北京巨星精湛股權中擁有權益。

(3) W&V由孟慶榮實益擁有95%的權益。因此，根據證券及期貨條例，孟慶榮被視為於W&V持有的天賦星球股份中擁有權益。

2. 董事服務合約

各執行董事及非執行董事已於2023年4月18日與本公司訂立服務合約，而我們已與各獨立非執行董事訂立委任函。與各執行董事及非執行董事訂立的服務合約的初步固定期限自2023年4月18日起計為期三年。與各獨立非執行董事訂立的委任函初步固定期限為三年。服務合約及委任函須根據彼等各自的條款予以終止。服務合約可根據我們的組織章程細則及適用上市規則續訂。

除上文所披露者外，董事概無已或擬與本集團任何成員公司訂立服務合約(惟於一年內屆滿或可由僱主於一年內毋須支付賠償(法定賠償除外)而終止的合約除外)。

3. 董事薪酬

截至2022年12月31日止四個年度各年，我們向董事支付的薪酬總額(包括薪金及花紅、退休計劃供款、醫療保險及其他社會保險以及以股份為基礎之薪酬)分別為零、人民幣0.4百萬元、人民幣4.8百萬元及人民幣4.5百萬元。除上文所披露者外，本集團任何成員公司於截至2022年12月31日止四個年度各年概無向任何董事支付或應付其他款項。

獨立非執行董事已獲委任，任期為三年。我們擬分別向各獨立非執行董事支付董事袍金每年240,000港元。除董事袍金外，獨立非執行董事預期不會就出任獨立非執行董事而收取任何其他酬金。

根據現時生效的安排，截至2023年12月31日止年度，應付董事之薪酬總額(不包括以股份為基準的付款及酌情花紅)估計為約人民幣3.6百萬元。

緊接本招股章程刊發前三個財政年度各年，概無董事須放棄或同意放棄任何酬金的安排。

有關上述服務合約條款的進一步詳情，請參閱本附錄「－C.有關董事及主要股東的進一步資料－2.董事服務合約」一段。

4. 董事之競爭權益

除本招股章程「董事及高級管理層」及「與控股股東的關係」各節所披露者外，概無董事於與本集團業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭之任何業務(本集團業務除外)中擁有權益。

5. 免責聲明

除本招股章程「主要股東」一節及本招股章程本附錄「有關董事及主要股東的進一步資料」所披露者外：

(i) 董事或本公司主要行政人員於本公司或我們的相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債券中概無擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須於股份在聯交所上市後知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例的有關條文被當作或視為擁有的權益或淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須於股份在聯交所上市後在該條所述登記冊登記的任何權益或淡倉，或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須於股份在聯交所上市後知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉；

(ii) 就任何董事或本公司主要行政人員所知，概無任何人士於股份及相關股份中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有本集團任何其他成員公司的已發行具投票權股份10%或以上的權益；

(iii) 董事或任何名列本附錄「－E.其他資料－5.專家資格」一段的人士概無於本集團任何成員公司創辦業務過程中擁有權益，亦無於本集團任何成員公司於緊接本招股章程刊發前兩年內購入、出售或租入或建議購入、出售或租入的任何資產中擁有權益；

(iv) 董事或任何名列本附錄「－E.其他資料－5.專家資格」一段的人士概無於本招股章程日期仍屬有效而性質或狀況屬非正常或對本集團業務整體而言屬重大的本集團任何合約或安排中擁有重大權益；

(v) 除與包銷協議有關者外，名列本附錄「－E.其他資料－5.專家資格」一段的人士概無擁有本集團任何成員公司任何股權或可認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論可否依法執行)；

(vi) 概無董事與本公司或本集團任何成員公司訂立或擬訂立任何服務協議(一年內屆滿或僱主可於一年內毋須支付賠償(法定賠償除外)而終止的合約除外)；及

(vii) 除包銷協議項下擬進行者外，董事、彼等各自的聯繫人(定義見上市規則)或所擁有本公司已發行股本5%以上權益的股東概無於本公司五大客戶及五大供應商中擁有任何權益。

D. 購股權計劃

1. 首次公開發售前股份激勵計劃

根據股東於2020年8月3日通過的決議案，我們已批准及採納首次公開發售前股份激勵計劃的規則。首次公開發售前股份激勵計劃的條款不受上市規則第17章的規定所規限，原因為其並不涉及本公司於上市後授出購股權或股份獎勵。首次公開發售前股份激勵計劃的主要條款如下：

(i) 目的

吸引及留住最優秀的人才，為合資格人士提供額外的激勵，促進本公司業務的成功。

(ii) 可參與人士

首次公開發售前股份激勵計劃項下的獎勵(定義見下文)可授予管理人(定義見下文)釐定為合資格人士的有關人士。「**合資格人士**」指：

(a) 受僱於本公司或任何關聯實體(定義見首次公開發售前股份激勵計劃)的任何人士(包括董事)，就所履行的工作及行事方法及方式而言，受本公司或任何關聯實體的控制及指示限制；

(b) 董事會成員或任何關聯實體的董事會成員；或

(c) 任何受聘於本公司或任何關聯實體向本公司或該等關聯實體提供諮詢或顧問服務的人士(上述人士除外，僅就該等人士以僱員或董事身份提供服務而言)(「**服務提供商**」)。

在首次公開發售前股份激勵計劃條文的規限下，管理人可不時自所有合資格人士中挑選以(其中包括)購股權、股份增值權、股息等值權利、受限制股份、受限制股份單位的形式授予獎勵(統稱「**獎勵**」)的人士，並須決定每項獎勵的性質及金額。

獎勵可包含一項或多項有關證券或利益。本公司的控股公司、同系附屬公司或聯營公司的董事及員工或服務提供商均未獲授予任何獎勵。

(iii) 可獲授獎勵的最高股份數目

25,000,000股股份，可根據首次公開發售前股份激勵計劃條文作出任何調整。

(iv) 管理

首次公開發售前股份激勵計劃由管理人進行管理，管理人可授權一名或多名高級職員或董事授予該等獎勵，且可對管理人不時釐定的有關授權加以限制。「**管理人**」指董事會指定的管理首次公開發售前股份激勵計劃的董事。

在符合適用法律及首次公開發售前股份激勵計劃的規定的情況下，除非董事會另有規定，否則管理人擁有以下酌情權限：

(a) 選擇可不時據此獲授獎勵的合資格人士；

(b) 決定是否據此授出獎勵及授出獎勵的程度；

(c) 釐定將予授出獎勵的種類或數目、據此獲授每項獎勵所涵蓋的股份數目或代價金額；

(d) 批准用於首次公開發售前股份激勵計劃的獎勵協議(定義見下文)的形式，以修改獎勵協議的條款；

(e) 釐定或更改據此授出的任何獎勵的條款及條件(包括但不限於購股權獎勵通知及獎勵協議所載的歸屬時間表及行使價);

(f) 修訂首次公開發售前股份激勵計劃項下已授出任何未行使獎勵的條款，惟未經承授人書面同意，不得作出在重大方面對承授人於未行使獎勵項下的權利造成不利影響的任何修訂；

(g) 解釋及詮釋首次公開發售前股份激勵計劃及根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的獎勵的條款，包括但不限於任何獎勵通知或獎勵協議；

(h) 要求承授人提供聲明或證據，證明用以支付任何獎勵的行使價的任何貨幣乃合法取得及根據適用法律自承授人居住的司法權區所得；及

(i) 採取管理人認為適當的與首次公開發售前股份激勵計劃的條款及適用法律並無抵觸的有關其他行動。

(v) 授出獎勵

(a) 管理人獲授權授予合資格人士任何類型的安排，有關安排與首次公開發售前股份激勵計劃的規定並無抵觸，且其條款涉及或可能涉及發行(a)股份、(b)現金或(c)購股權、股份增值權或附帶與股份公平市值(定義見首

次公開發售前股份激勵計劃)有關的固定或可變價格的類似權利，及附帶與隨著時間流逝、發生一項或多項事件、或符合表現標準或其他條件有關的行使或轉換特權的類似權利。

(b) 管理人可根據首次公開發售前股份激勵計劃發行獎勵，以結算、承擔或替代未授出獎勵或就本公司或關聯實體收購另一間實體而授出日後獎勵的責任、於另一間實體的權益或於關聯實體的額外權益(不論透過合併、購買股份、資產購買或其他形式的交易)。

(c) 每項獎勵均將於獎勵協議(「**獎勵協議**」)內指定。根據首次公開發售前股份激勵計劃的條款，管理人須釐定每項獎勵的條文、條款及條件。每項獎勵須受管理人批准的獎勵協議的條款規限。

(vi) 獎勵年期

每項獎勵的年期須為獎勵協議所述的年期。儘管有上述規定，任何獎勵的指定年期不包括承授人選擇延遲收取股份或根據獎勵可予發行的現金的任何期間。

(vii) 行使或購買價

有關獎勵之行使或購買價(如有)應由管理人所釐定；惟(a)倘購股權或股份增值權授予美國納稅人，該價格不得少於截至授出日期股份公平市值的100%；及(b)倘激勵購股權授予美國納稅人，於獲授激勵購股權時，其擁有(或根據美國法典第424(d)條被視為擁有)的股份佔本公司或任何附屬公司(定義見首次公開發售前股份激勵計劃)或聯屬公司(定義見首次公開發售前股份激勵計劃)所有類別股份總合併投票權的10%以上，則每股股份行使價將不低於授出日期的每股股份公平市值的110%。儘管有上述規定，倘根據上述第(v)(b)段發出獎勵，則獎勵的行使或購買價須根據可證明同意發出獎勵的相關文據的條文予以釐定。

(viii) 付款方式

在適用法律的規限下，行使或購買獎勵時將予發行股份的將予支付代價(包括付款方式)將由管理人釐定。除管理人可能釐定的任何其他類別代價外，管理人獲授權接納以下方式作為根據首次公開發售前股份激勵計劃所發行股份的代價：

(a) 現金；

(b) 支票；

(c) 倘行使或購買發生於登記日期(定義見首次公開發售前股份激勵計劃)或之後，或經管理人批准的其他日期，交回股份或送達管理人可能要求的證明股份所有權而妥為簽立的表格，而有關股份或表格於交回或證明日期的公平市值等同於行使上述獎勵所涉及股份的總行使價；

(d) 就購股權而言，倘於登記日期或之後行使，則透過經紀交易商的出售及匯款程序付款，據此，承授人(A)須向本公司指定經紀公司提供書面指示，以即時出售部份或全部所購買的股份，並向本公司匯出足夠資金以補足購買股份應付的總行使價；及(B)須向本公司提供書面指令，以為完成銷售交易直接向該經紀公司交付所購買的股份之證書；或

(e) 上述付款方式的任意結合。

管理人可於任何時間或不時授出不得使用所有以上形式的代價為股份付款或以其他方式限制一種或多種形式代價的獎勵。

(a) 不得根據首次公開發售前股份激勵計劃向任何承授人或其他人士交付股份，直至該名承授人或其他人士已作出可獲管理人接納的安排，以根據任何適用法律履行任何所得及僱用預扣稅責任。承授人應負責與獎勵及股份的收取、歸屬、行使、轉讓及處置有關的所有稅費。於行使獎勵後，本公司及／或作為承授人的僱主的關聯實體應有權預扣或向受承授人收取足以履行上述稅項責任的金額。

(ix) 行使

(a) 據此授出的任何獎勵須按管理人根據首次公開發售前股份激勵計劃的條款釐定並於獎勵協議內訂明的有關時間及條件行使。當獲授權行使獎勵的合資格人士根據獎勵條款向本公司發出書面行使通知及全數支付行使獎勵的股份款項(包括使用經紀交易商的出售及匯款程序支付購買價)時，獎勵將視為已行使。

(b) 獎勵不得於獎勵協議所載的獎勵終止日期後行使，且於承授人的持續服務終止後僅可在獎勵協議規定的範圍內行使。當獎勵協議容許承授人於承授人持續服務終止後的一段特定期間內行使獎勵時，尚未行使的獎勵將於特定期間最後一日或獎勵原定限期最後一日(以較早者為準)終止。

(c) 儘管有上述規定，倘管理人(由其全權酌情決定)釐定行使將違反任何適用法律，則不得行使獎勵。

(d) 儘管有上述規定，管理人可釐定於(i)本公司首次公開發售；或(ii)公司交易(定義見首次公開發售前股份激勵計劃)或控制權變更(定義見首次公開發售前股份激勵計劃)完成前不得行使獎勵，除非適用的獎勵協議允許則另當別論。

購股權須於四(4)年內歸屬。相當於25%股份的購股權須於歸屬開始日期的第一個週年日歸屬，其餘部分將在未來三(3)年內按年等額分期歸屬。

(x) 獎勵的可轉讓性

在適用法律的規限下，獎勵可(i)通過遺囑以及繼承法及分配法轉讓；及(ii)於承授人有生之年，僅可按照管理人批准的範圍及方式轉讓。儘管有上述規定，承授人可在管理人提供的受益人指定表格上指定在承授人身故時的一名或多名承授人獎勵的受益人。

(xi) 本公司的購回權利

於因任何理由而終止承授人的繼續服務後，所有未歸屬獎勵將立即終止而不再具有效力。倘任何已歸屬獎勵並無被終止，於因任何理由終止承授人的繼續服務後，本公司有權(但無責任)向承授人購回(「**購回權**」)全部或任何部份已歸屬獎勵或承授人於行使任何獎勵後獲得的股份。本公司可於終止承授人的繼續服務後兩年內任何時間行使購回權。

(xii) 調整

根據本公司股東按規定作出的任何行動，各項未行使獎勵涉及的股份數目、根據首次公開發售前股份激勵計劃獲授權發行但尚未授出獎勵或已退還至首次公開發售前股份激勵計劃的股份數目、各項未行使獎勵的行使價或購買價、於本公司任何財政年度可能授予任何承授人的獎勵所涉及的股份最大數目以及管理人決定需要調整的任何其他條款，均須就下列各項按比例作出調整：(a)任何因股份分拆、逆向股份分拆、股息、股份合併或重新分類或影響股份的類似交易而導致已發行股份數目增減；(b)本公司並無收取任何代價的情況下，已發行股份數目的任何其他增加或減少；或(c)管理人可能酌情決定進行的任何其他涉及股份的交易，包括公司合併、綜合、收購財產或權益、分拆(包括股份或財產的分拆或其他分配)、重組、清盤(不論部分或全部)或任何類似交易；然而，前提為任何本公司可換股證券的轉換不會被視作「無償進行」。管理人所作的調整及決定將為最終定案，並具有約束力。除管理人釐定外，本公司發行任何類別股份或可轉換為任何類別股份的證券不會對獎勵所涉及的股份數目或價格產生影響，且概不得以此為由就獎勵所涉及的股份數目或價格作出調整。如屬分拆交易，管理人可酌情決定作出有關調整，並就首次公開發售前股份激勵計劃項下的未行使獎勵作出其認為適當的其他行動，包括但不限於：(a)對股份數目及種類、每股股份的行使或購買價及未行使獎勵的歸屬期作出調整；(b)於分拆交易完成前於若干期間內禁止行使獎勵；或(c)替代、交換或授出獎勵以購買附屬公司(定義見首次公開發售前股份激勵計劃)的證券；惟管理人並無義務作出任何調整或採取任何有關行動。

(xiii) 提早行使

(a) 除本公司與承授人訂立的任何書面協議另有規定者外，倘屬公司交易(亦屬控制權變更的公司交易除外)，可於緊接公司交易特定生效日期前承擔或替代每份獎勵，就並無承擔亦無替代的各獎勵部分而言，於緊接公司交易指定生效日期前，該獎勵部份須自動悉數歸屬並可予行使，且該部份獎勵當時代表的全部股份免受任何購回或沒收權(按公平市值可予行使的購回權除外)所限，前提為承授人的繼續服務於該日前並未終止。並無承擔亦無替代的獎勵部分須根據下文第(c)分段予以終止，惟以於完成有關公司交易之前尚未行使者為限。

(b) 除本公司與承授人訂立的任何書面協議另有規定者外，倘屬控制權變更(亦屬公司交易的控制權變更除外)，於緊接控制權變更指定生效日期前，當時根據首次公開發售前股份激勵計劃未行使的每份獎勵須自動悉數歸屬並可予行使，且該獎勵當時代表的全部股份免受任何購回或沒收權(按公平市值可予行使的購回權除外)所限，前提為承授人的繼續服務於該日前並未終止。

(c) 於完成公司交易後，所有根據首次公開發售前股份激勵計劃的未行使獎勵須予以終止。然而，前提為就公司交易所承擔或替代的所有該等獎勵不應被終止。

(d) 除本公司與承授人訂立的任何書面協議另有規定者外，在適用法律的規限下，倘屬公司交易或控制權變更，則管理人可制定其他機制，如(1)任何現金形式獎勵的終止及派付乃以股份於公司交易或控制權變更之日的價值(視情況而定)為基準；或(2)授予任何承授人權利於管理人釐定的指定期間內行使任何未行使獎勵。

(xiv) 期限

首次公開發售前股份激勵計劃於獲董事會採納之日起計十(10)年內持續有效，除非提前終止。於適用法律的規限下，可於首次公開發售前股份激勵計劃生效時據此授出獎勵。

(xv) 修訂、暫停或終止

董事會可隨時修訂(包括延長首次公開發售前股份激勵計劃的期限)、暫停或終止首次公開發售前股份激勵計劃；然而，惟在適用法律(包括上市規則)規定須經本公司股東批准而未取得有關批准或倘有關修訂將改變管理人的任何授權的情況下，則不得作出有關修訂、暫停或終止。

於首次公開發售前股份激勵計劃暫停期間或首次公開發售前股份激勵計劃終止後不得授出獎勵。除非管理人另行真誠決定，否則暫停或終止首次公開發售前股份激勵計劃(包括根據上文第(j)段終止首次公開發售前股份激勵計劃)不得對已授予承授人的獎勵項下的任何權利造成重大不利影響。

(xvi) 已授出的未行使購股權

截至最後可行日期，合共25,000,000股股份(資本化發行後待調整至33,217,009股股份，相當於緊隨資本化發行及全球發售完成後本公司已發行股本的4.2%(假設超額配股權未獲行使及並無計及根據超額配股權及首次公開發售後購股權計劃可能發行的任何股份))已根據首次公開發售前股份激勵計劃授予34名承授人。各承授人須支付每股1.90港元(資本化發行後待調整至每股1.43港元)作為接納首次公開發售前股份激勵計劃所作授出的代價。本公司於上市後不會根據首次公開發售前股份激勵計劃授出進一步購股權。

下表載列截至最後可行日期根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的尚未行使購股權的詳情：

承授人	於本集團擔任的職位	地址	授出日期	購股權所涉及的股份數目（於資本化發行後經調整）	行使價港元（於資本化發行後經調整）	於全球發售完成後發行在外及尚未行使購股權相關股份佔已發行股份的百分比[1]
馬女士	執行董事兼董事會主席	台灣高雄市中華五路939巷48號2樓	2020年8月3日	6,640,004	1.43	0.83%
周佩敏	首席運營官	上海市柳營路650弄32號701室	2020年8月3日	6,640,005	1.43	0.83%
江秀虹	營運總監	香港九龍深水埗青山道443–445號祥利大廈8樓A室	2020年8月3日	2,657,500	1.43	0.33%
王穎	財務總監	北京市石景山區八角北路23棟45號	2020年8月3日	1,661,000	1.43	0.21%
王斯瓊	合規總監	上海市長寧區仙霞西路700弄3號401單元	2020年8月3日	1,661,000	1.43	0.21%
張志鵬	首席項目官	北京市朝陽區八里莊西里71樓1807室	2020年8月3日	1,329,000	1.43	0.17%
許靜	設計總監	廣州市番禺區東環路132號藝苑樓401房	2020年8月3日	1,329,000	1.43	0.17%
張宇晟	社交電商副總裁	廣東省湛江市赤坎區南方一橫路6號1棟601房	2020年8月3日	1,329,000	1.43	0.17%
李銀鋒	系統開發部總監	廣東省廣州市天河區俊傑街11號802房	2020年8月3日	1,329,000	1.43	0.17%
陸芳	高級產品開發經理	江蘇省蘇州市吳中區郭巷通達路1988號2幢2407室	2020年8月3日	664,500	1.43	0.08%
李春丹	培訓經理	廣東省化州市良光鎮長安合垌村80號	2020年8月3日	664,500	1.43	0.08%

承授人	於本集團擔任的職位	地址	授出日期	購股權所涉及的股份數目(於資本化發行後經調整)	行使價港元(於資本化發行後經調整)	於全球發售完成後發行在外及尚未行使購股權相關股份佔已發行股份的百分比[1]
張偉暉	市場推廣經理	廣東省陸豐市大安鎮翰田村71號	2020年8月3日	664,500	1.43	0.08%
陳婉純	物控倉儲經理	汕頭市澄海區鹽鴻鎮鴻二村高樓園八幢2號	2020年8月3日	664,500	1.43	0.08%
徐義清	節目總監	台北市文山區興福里20鄰景華街147巷11弄6號3樓	2020年8月3日	664,500	1.43	0.08%
李英松	後期總監	新北市金山區金美里15鄰中山路235號	2020年8月3日	664,500	1.43	0.08%
王磊	運維總監	廣州市海珠區江南東路63號2104單元	2020年8月3日	664,500	1.43	0.08%
齊文	市場推廣主管	吉林省吉林市昌邑區江灣路26-1-17	2020年8月3日	332,500	1.43	0.04%
施文娟	內控專員	上海市靜安區中華新路730弄1號201室甲	2020年8月3日	266,000	1.43	0.03%
嚴志齊	維權經理	高雄市前鎮區忠純里4鄰中華五路969巷1弄3號10樓1號	2020年8月3日	266,000	1.43	0.03%
李姍珊	董事長助理	河北省保定市南市區南二環1956號	2020年8月3日	266,000	1.43	0.03%
常笑宇	產品開發主管	遼寧省瀋陽市沈河區沈洲路28-5號3-2-2	2020年8月3日	266,000	1.43	0.03%
宋維偉	運維主管	安徽省長豐縣水湖鎮長豐社居委公安局宿舍	2020年8月3日	266,000	1.43	0.03%
宋猛	系統開發項目經理	湖南省平江縣甕江鎮寨裡村114號	2020年8月3日	266,000	1.43	0.03%

承授人	於本集團擔任的職位	地址	授出日期	購股權所涉及的股份數目(於資本化發行後經調整)	行使價港元(於資本化發行後經調整)	於全球發售完成後發行在外及尚未行使購股權相關股份佔已發行股份的百分比[1]
石領濤	法務總監	河北省廊坊市經濟技術開發區友誼路藍多廊公寓4樓303室	2020年8月3日	266,000	1.43	0.03%
郭志江	財務經理	江蘇省昆山市花橋鎮綠地大道199弄29幢1607室	2020年8月3日	199,500	1.43	0.02%
楊子萱	品牌推廣部經理	廣東省陽春市春城鎮水電新村16幢403室	2020年8月3日	199,500	1.43	0.02%
李忠波	Java開發工程師	廣東省徐聞縣下橋鎮國營勇士農場十四隊34號	2020年8月3日	199,500	1.43	0.02%
陳冠匀	文創產品總監	花橋鎮金捷路象嶼都城3號2505室	2020年8月3日	199,500	1.43	0.02%
陶知姮	投資者關係總監	香港北角水星街28號耀星華庭10樓C室	2020年8月3日	199,500	1.43	0.02%
方夏璐	財務客服主管	廣東省惠來縣惠城鎮梅三高埕三直巷3至5號	2020年8月3日	133,000	1.43	0.02%
張淑芳	財務經理	香港新界元朗八鄉水盞田村17A號地下	2020年8月3日	133,000	1.43	0.02%
陳榕金	法務顧問	天津市南開區蘇堤路春曉花園2號樓1門1702室	2020年8月3日	133,000	1.43	0.02%
倪厚淳	法務顧問	江蘇省昆山市玉山鎮亭林新村20號樓203室	2020年8月3日	133,000	1.43	0.02%

承授人	於本集團擔任的職位	地址	授出日期	購股權所涉及的股份數目(於資本化發行後經調整)	行使價港元(於資本化發行後經調整)	於全球發售完成後發行在外及尚未行使購股權相關股份佔已發行股份的百分比[1]
王俊彥	戰略投融資總監	香港九龍鑽石山龍蟠苑龍環閣2505室	2020年11月16日	266,000	1.43	0.03%
總計				33,217,009		4.2%

附註：

1. 按授予承授人的購股權所涉及的股份數目除以緊隨全球發售完成後已發行的股份總數計算，假設超額配股權未獲行使，且根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權未獲行使。

本公司已向上市委員會申請批准根據首次公開發售前股份激勵計劃授出的購股權而可能配發及發行的33,217,009股股份(於資本化發行後調整)上市及買賣。

2. 首次公開發售後購股權計劃

以下為股東於2023年6月19日有條件批准及採納的首次公開發售後購股權計劃的主要條款概要，其實行的條件為上市。

(i) 目的

首次公開發售後購股權計劃之目的為激勵及獎勵合資格人士(定義見下文)對本集團作出的貢獻，讓彼等利益與本公司的利益掛鈎，以鼓勵彼等致力於提高本公司價值。

(ii) 可參與人士

董事會(包括董事會根據首次公開發售後購股權計劃規則為履行其職責而委任的任何委員會或董事會代表)可全權酌情向任何以下類別參與者提呈授予購股權，以認購其可釐定的股份數目：

(i) 本集團任何成員公司的任何董事及僱員；

(ii) 本公司任何控股公司、同系附屬公司或聯營公司的任何董事或僱員；及

(iii) 任何人士(包括一名實體)於其一般及正常業務過程中持續或經常性地向我們提供符合我們長期增長利益的服務(「**服務提供商**」)。

任何參與者的資格依據應由董事會不時釐定。於評估任何參與者的資格時，董事會將酌情考慮所有相關因素(如適用)，包括(其中包括)(i)工作表現；(ii)服務年限；及(iii)對本集團業務的潛在或實際貢獻(倘參與者為本集團任何成員公司僱員或董事)，參與及／或與我們合作的實際程度以及與參與者的業務關係的持續時間(倘參與者為服務提供商)。任何服務提供商參與者合資格獲得任何購股權的基準須由我們不時根據彼等對我們的發展及增長的貢獻、與本集團的參與程度及／或合作程度、我們與服務提供商的業務關係的持續時間以及服務提供商參與者對我們的成功所提供的實際或潛在的支持、建議、努力及貢獻決定。

為免生疑問，本公司向屬於任何該等類別參與者的任何人士授出任何購股權，以認購本集團的股份或其他證券，其本身不得被詮釋為根據首次公開發售後購股權計劃授出購股權，惟董事另行決定者則作別論。

(iii) 計劃授權限額及服務提供商分項限額

根據首次公開發售後購股權計劃所授出全部購股權獲行使後而可能發行的股份最高數目，合共不得超過截至上市日期已發行股份總數10%(即80,000,000股股份)，或聯交所酌情授出豁免所容許的聯交所較高限額(「**計劃授權限額**」)。根據首次公開

發售後購股權計劃及本公司任何其他計劃條款，計算計劃授權限額時將不會計及失效購股權。

在上文的規限下，在計劃授權限額內，因行使將授予服務提供商的所有購股權而可能發行的股份總數不得超過8,000,000股，相當於上市日期已發行股份總數的1%(「**服務提供商分項限額**」)。

釐定服務提供商分項限額乃參考授予服務提供商的潛在攤薄效應、服務提供商應佔我們財務業績的實際或預期改善以及在本集團於活動中使用服務提供商的時間。考慮到上市規則第17.03D(1)條項下的個人限制亦為1%，且概無其他涉及授出股份新購股權的股份計劃、我們的招聘慣例及組織架構以及服務提供商為本公司業務的長期增長作出貢獻或預期作出的貢獻，董事會認為服務提供商分項限額屬適當及合理。

董事會可在股東於股東大會上批准後每三年一次更新計劃授權限額及服務提供商分項限額，惟經更新，因首次公開發售後購股權計劃及本公司任何其他購股權計劃(「**其他計劃**」)授出的所有購股權獲行使而可予發行的股份總數，不得超過股東批准更新計劃授權限額及服務提供商分項限額當日已發行股份的10%。根據上市規則第17.03C(1)條三年期內對計劃授權限額及服務提供商分項限額的更新須經股東(控股股東及其聯繫人，或倘無控股股東，董事(不包括獨立非執行董事)以及本公司行政總裁及其聯繫人除外)批准。董事會可在股東於股東大會上批准後，向其特別指定的任何合資格人士授出導致計劃授權限額及／或服務提供商分項限額超額的購股權。本公司須向股東寄發一份載有上市規則所需資料的通函，以尋求股東批准。

於任何時候，根據首次公開發售後購股權計劃及本公司任何其他計劃向合資格人士授出的所有發行在外而尚未行使的購股權獲行使後可發行的最高股份數目不得超過不時已發行股份總數的30%。

倘本公司資本結構有任何更改(不論以溢利或儲備資本化、供股、合併或拆細股份或削減本公司股本的方式)，購股權可授出的最高股份數目將以本公司核數師或

董事會委任的獨立財務顧問向董事會書面證明屬公平合理的方式調整，倘發行股份作為交易代價，則不得作出有關調整。

本公司可於上市規則不時准許的範圍內，根據首次公開發售後購股權計劃及本公司任何其他計劃授出超出上述任何限制的購股權。

(iv) 每名人士可獲授最高權益

根據首次公開發售後購股權計劃及本公司任何其他計劃向任何合資格人士授出的購股權(倘獲行使)，致使有關合資格人士有權認購的股份數目，加上其直至有關購股權提呈日期(包括該日)止12個月期間根據其獲授的全部購股權(包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權)而獲發行或將獲發行的股份總數，不得超過該日已發行股份的1%或聯交所酌情授出豁免所容許的聯交所較高限額。

倘進一步向合資格人士授出購股權而超過該1%限額或聯交所酌情授出豁免所容許的聯交所較高限額，則須經股東於股東大會上及經該合資格人士及其緊密聯繫人(或倘該合資格人士為本公司關連人士，則其聯繫人須放棄投票)批准。本公司須向股東發出通函，以披露合資格人士的身份、將授出購股權(及先前12個月期間授予該合資格人士的購股權的數目及條款)及上市規則規定的有關其他資料。

向該合資格人士授出的購股權數目及條款(包括購股權價)須於提呈股東批准前釐定，而提呈該進一步授出購股權的董事會會議日期應被視為授出日期，以根據上市規則第17.03E條計算行使價。

(v) 向關連人士授出購股權

根據首次公開發售後購股權計劃向董事(包括獨立非執行董事)、本公司的主要行政人員或主要股東或彼等各自之任何聯繫人授出購股權，須經獨立非執行董事(不包括身為購股權建議承授人之任何獨立非執行董事)批准。

倘向本公司的主要股東或獨立非執行董事或彼等各自之任何聯繫人授出購股權，將導致截至授出日期(包括該日)止12個月期間內，因行使根據首次公開發售後購股權計劃已及將予授予該人士之所有購股權(包括已行使、已註銷及尚未行使之購股權)而發行及將予發行之股份：

(a) 合共佔已發行股份0.1%以上；及

(b) 根據股份於各授出日期之收市價計算的總值超過5百萬港元，

則董事會進一步授出購股權須經股東於股東大會上批准。相關承授人、其聯繫人及本公司所有核心關連人士必須放棄對批准進一步授出購股權的決議案投票。本公司須向股東發送通函，該通函載有根據上市規則為尋求股東批准所需要的資料。

(vi) 接納購股權要約

購股權要約於董事會可能決定並通知有關合資格人士的有關期間(由要約日期(包括該日)起計30日內)可供接納，惟有關要約不可於首次公開發售後購股權計劃有效期屆滿後接納。期內未獲接納的購股權要約將告失效。於接納所授出購股權時須繳付1.00港元，該款項將不予退還，且不應被視為購股權價的部分款項。

(vii) 購股權價

除按下文第(xxi)分段所述作出的任何調整外，購股權價須由董事會釐定，且不得低於以下較高者：

(a) 於購股權要約日期聯交所每日報價表所報的股份收市價；

(b) 緊接購股權要約日期前五個交易日聯交所每日報價表所報的股份平均收市價；及

(c) 股份面值。

(viii) 首次公開發售後購股權計劃的期限

首次公開發售後購股權計劃將由上市日期起計10年期間內有效及生效，於該期間後，將不再授出其他購股權，但首次公開發售後購股權計劃的條文將繼續具有十足效力及維持有效，以致先前授出任何於當時或其後根據首次公開發售後購股權計劃可予行使的購股權，或根據首次公開發售後購股權計劃條文可能規定的其他購股權得以行使。

(ix) 購股權歸屬及行使時限

購股權持有人一經接納任何購股權的要約後，購股權應即時歸屬予購股權持有人，惟倘任何歸屬計劃及／或條件在購股權要約中有所規定，有關購股權根據有關歸屬計劃及／或於歸屬條件獲達成時(視情況而定)僅將歸屬予購股權持有人。除非董事會按其絕對酌情權另行釐定，否則任何已歸屬而未失效的購股權於達成條件或董事會可全權酌情決定豁免條件後，可於接納購股權要約的下一個營業日隨時行使。任何尚未行使的購股權於購股權期限屆滿後將告失效，該期限由董事會釐定，且不得超過購股權要約日期起計10年或聯交所酌情授出豁免所容許的聯交所有關較長期間(「**購股權期限**」)。

購股權須受董事會可能釐定並於購股權要約中規定的有關條款及條件(如有)規限，包括任何歸屬計劃及／或條件、任何購股權於其可獲行使前須獲持有的任何最低期限及／或購股權持有人於購股權可獲行使前須達致的任何表現目標。董事會釐定的有關條款及條件不得與首次公開發售後購股權計劃的目的抵觸，同時須符合股東可能不時批准的有關指引(如有)。

倘董事會認為行使購股權將違反法定或監管規定，則不得予以行使。

(x) 授出購股權的時間限制

我們知悉內幕消息後不得授出購股權，直至有關內幕消息根據上市規則的規定作出公佈後的交易日(包括該日)為止。尤其是，在緊接以下日期(以較早者為準)前一個月起計直至業績公告日期止期間不得授出購股權：

(a) 董事會為批准本公司任何年度、半年度、季度或其他中期(不論上市規則有否規定)業績舉行的董事會會議日期(即根據上市規則首先通知聯交所的有關日期)；及

(b) 本公司根據上市規則刊發任何年度或半年度，或季度或任何其他中期(不論上市規則有否規定)業績公告的截止日期，

購股權亦不可於業績公告延遲刊發的任何期間內授出。

(xi) 股份的地位

尚未行使的購股權將不獲派付任何股息(包括本公司清盤時作出的分派)，亦不可就其行使投票權。於行使購股權時已配發及發行的股份在各方面與配發日期已發行的股份享有同等地位，惟並無享有記錄日期於配發當日前的股份所附之任何權利。

(xii) 轉讓限制

除於購股權持有人身故時向其遺產代理人轉交購股權外，任何購股權持有人不得向任何其他人士或實體轉讓、分派或以其他方式出售購股權或任何購股權相關權利。倘購股權持有人轉讓、分派或出售任何相關購股權或權利(不論自願或非自願)，則相關購股權將即時失效。

(xiii) 自願辭任的權利

倘購股權持有人因自願辭任(推定解僱的情況除外)而不再為合資格人士，任何尚未獲接納的購股權要約可於董事會全權酌情釐定及已知會該名合資格人士的期間

繼續可供接納，於該名合資格人士終止受僱日期，所有購股權(以已歸屬但尚未行使者為限)可於董事會全權酌情可能釐定及已通知該名合資格人士的有關期間繼續予以行使。

(xiv) 終止受聘時的權利

倘購股權持有人因：(a)其僱主根據僱傭合約的條款或法律賦予其僱主的任何權利而終止其僱傭合約，或(b)其具固定年期的僱傭合約屆滿後不獲重續，或(c)其僱主因其嚴重行為不當終止其合約而不再為合資格人士，則任何尚未獲接納的購股權要約及所有購股權(已歸屬或未歸屬)將於購股權持有人不再為合資格人士當日失效。

(xv) 身故、殘疾、退休及調職的權利

倘購股權持有人因下列原因而不再為合資格人士：

(a) 身故；或

(b) 患有並非自行造成的重病或嚴重受傷，而董事會認為有關購股權持有人不適宜履行其職責，並導致購股權持有人在正常情況下不適宜根據其僱傭合約繼續履行未來12個月的職責；或

(c) 根據購股權持有人的僱傭合約條款退休；或

(d) 其與購股權持有人的僱主協定提早退休；或

(e) 僱主以裁員為由而終止其僱傭合約；或

(f) 僱主不再為本集團的成員公司或本公司聯營公司或不再受本公司控制；或

(g) 轉讓購股權持有人從事的業務或部分業務予並非受本公司或本集團成員公司或本公司聯營公司控制的人士；或

(h) 倘董事會全權酌情釐定購股權持有人原應失效的購股權並無失效，並根據(及視乎)首次公開發售後購股權計劃的條文繼續存續乃就首次公開發售後購股權計劃的目的而言屬適當及相符，

則任何未獲接納的餘下購股權要約及任何未歸屬的購股權將告失效，而購股權持有人或其遺產代理人(如適用)可於終止受僱日期起計一個月期間內悉數行使其購股權(以已歸屬但尚未行使者為限)。該期限屆滿前尚未行使的任何購股權將告失效。

倘董事會認定其購股權根據上文(h)繼續存續而不再為合資格人士的購股權持有人：

(a) 觸犯可導致其僱傭合約遭解除的任何行為失當，而本公司於彼停止受僱於本集團任何成員公司或本公司聯營公司後方得悉上述事宜；或

(b) 違反僱傭合約(或與其僱傭合約有關的其他合約或協議)的任何重大條款，但不限於彼與本集團任何成員公司或本公司聯營公司訂立的任何保密協議或載有不競爭或不招攬限制的協議；或

(c) 披露本集團任何成員公司或本公司聯營公司的商業秘密或機密資料；或

(d) 與本集團任何成員公司或本公司聯營公司競爭或違反其僱傭合約的不招攬條文，

則董事會可全權酌情釐定購股權持有人持有的任何未行使購股權(已歸屬或未歸屬)於董事會作出有關決議時即時失效(不論購股權持有人是否已獲有關決定的通知)。

(xvi) 終止為董事的權利

倘任何董事不再為本集團任何成員公司或本公司聯營公司的董事，本公司其後須在實際可行情況下盡快通知因此而不再為合資格人士的有關購股權持有人。任何未獲接納的餘下購股權要約及任何未歸屬的購股權將於購股權持有人不再為合資格

人士當日失效。購股權持有人(或其遺產代理人)可於董事會發出通知日期後一個月期間內悉數行使其購股權(以已歸屬但尚未行使者為限)。該期限屆滿前尚未行使的任何購股權將告失效。

(xvii) 全面要約時的權利

倘因向股份持有人提出任何全面要約，而董事會得悉一般於本公司股東大會上可按投票方式表決的逾50%表決權已歸屬或將歸屬予要約方、任何由要約方控制的公司或任何與要約方有關或一致行動的人士，則董事會將於得悉此事後14日內或任何法律或監管披露限制不再適用後於可行情況下盡快通知各購股權持有人。各購股權持有人將有權於董事會通知購股權持有人日期起計一個月內行使其已歸屬但尚未行使的購股權。於該期間結束前尚未行使的全部購股權(已歸屬或未歸屬)將告失效。

(xviii) 公司重組時權利

倘訂立和解方案或安排，則本公司須於向股東或債權人發出會議通知當日向所有購股權持有人發出通知，以考慮該和解方案或安排，而每名購股權持有人(或其遺產理人)其後可於本公司通知的時間前隨時行使其全部或部分已歸屬但尚未行使的購股權，待本公司接獲行使通知及購股權價後，本公司須盡快(在任何情況下不得遲於緊接擬召開股東大會日期前一個營業日)配發、發行及以購股權持有人名義登記因行使有關購股權而將發行的有關繳足股份數目。任何尚未行使的購股權(已歸屬或未歸屬)將告失效。

(xix) 清盤時的權利

倘本公司向股東發出通告召開股東大會以考慮及酌情批准將本公司自願清盤的決議案，則本公司須於向股東寄發通知當日或其後隨即向所有購股權持有人發出有關通知，而每位購股權持有人有權最遲於本公司擬召開股東大會前七日內隨時行使其全部或任何部分已歸屬但尚未行使的購股權，而待本公司接獲行使通知及購股權

價後，本公司須盡快(在任何情況下不得遲於緊接擬召開股東大會日期前的營業日)配發、發行及以購股權持有人名義登記因行使有關購股權而將發行的有關繳足股份數目。任何尚未獲行使的購股權(已歸屬或未歸屬)將告失效。

(xx) 購股權失效

購股權將在以下較早者發生時失效：

(a) 董事會釐定的購股權期間屆滿時；或

(b) 發生上文第(xii)段所述任何情況時；或

(c) 上文第(xiii)至(xix)段所指任何情況的適用規則規定的時限屆滿時。

(xxi) 股本變動影響

倘於任何購股權仍可行使期間，本公司的股本架構因根據適用法例及監管規定而將溢利或儲備資本化、進一步就股份進行供股、合併或分拆股份或削減本公司股本(就交易發行任何股本作為代價除外)而出現任何變動，則須對股份數目、尚未行使的購股權的主要事宜及／或可予行使的購股權價作出本公司核數師或董事會委聘的獨立財務顧問以書面向董事會證明彼等認為公平合理的相應調整(如有)。

任何有關調整乃根據購股權持有人於本公司已發行股本的持股比例須與調整前所持者相同的基準作出。有關調整不得使任何股份以低於其面值的價格發行，亦不得導致任何購股權持有人於緊接有關調整前全數行使其持有的購股權時原本可認購本公司已發行股本的比例增加。

本公司核數師或董事會委任的獨立財務顧問(如適用)須以書面向董事會確認，有關調整乃符合上市規則第17.03(13)段附註及聯交所不時頒佈有關上市規則適用的指引及／或詮釋的規定，惟就資本化發行作出的調整除外。

上述核數師或獨立財務顧問的身份為專家而非仲裁人，而彼等的證明(在並無出現欺詐或明顯錯誤下)將為最終定論，並對本公司及購股權持有人具有約束力。核數師或獨立財務顧問的費用將由本公司承擔。

(xxii) 註銷購股權

除非購股權持有人同意，否則董事會僅可於下列情況下決定是否註銷已授出但尚未行使的購股權：

(a) 本公司於對其核數師或由董事會委任的獨立財務顧問進行諮詢後，向購股權持有人支付等同購股權於註銷日期由董事會全權酌情釐定的公平市值金額；或

(b) 董事會提呈授予購股權持有人補發購股權(或根據本集團任何成員公司任何其他購股權計劃授出的購股權)或作出購股權持有人可能同意的購股權損失補償安排；或

(c) 董事會作出購股權持有人可能同意的購股權註銷補償安排。

倘本公司註銷授予一名參與者的購股權，並向同一參與者授予新購股權，則相關授出新購股權僅可根據首次公開發售後購股權計劃在可用計劃授權限額經股東批准的情況下進行。已註銷的購股權將被視為用於計算計劃授權限額。

(xxiii) 終止首次公開發售後購股權計劃

首次公開發售後購股權計劃將於緊接上市日期第十週年前當日自動屆滿。董事會可透過議決不再根據首次公開發售後購股權計劃授出購股權，隨時終止首次公開發售後購股權計劃，而並毋須經股東批准，在此情況下，不得根據首次公開發售後購股權計劃提出新要約以授出購股權，而任何已授出但尚未行使的購股權將(a)根據首次公開發售後購股權計劃繼續有效；或(b)根據第(xxii)段註銷。

(xxiv) 修訂首次公開發售後購股權計劃

董事會可隨時修改首次公開發售後購股權計劃的任何規定，包括為符合法律或監管要求變動而作出修訂，惟修訂不得對任何購股權持有人於作出修訂當日應得的任何權利有不利影響，而首次公開發售後購股權計劃的重大條款及條件或就上市規

則第17.03條所載事宜的現有或未來購股權持有人裨益之任何修訂僅可在本公司股東批准後方可作出，惟根據首次公開發售後購股權計劃現有條款自動生效的修訂則除外。

倘須修訂已授予身為本公司主要股東或獨立非執行董事或彼等各自的任何聯繫人的購股權持有人的購股權條款，則須經股東在股東大會上批准。批准修訂的決議案須以投票方式表決，而任何本公司關連人士須就批准該項修訂的決議案放棄投票，惟可投票反對有關決議案。

董事會對首次公開發售後購股權計劃規則作出任何修訂的權力之任何變更，僅可由股東於股東大會上批准後方可作實。

(xxv) 首次公開發售後購股權計劃條件

首次公開發售後購股權計劃須待以下條件達成後，方可採納：

(a) 上市委員會批准或同意批准(須符合聯交所可能規定的條件)因行使根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的任何購股權而發行的股份上市及買賣；及

(b) 股份開始在聯交所買賣。

倘上述條件截至於有條件採納首次公開發售後購股權計劃當日起計六個月當日或之前未能達成：

(a) 首次公開發售後購股權計劃即告終止；

(b) 根據首次公開發售後購股權計劃已授出或同意授出的任何購股權及任何有關授出的要約將告失效；及

(c) 概無人士將根據或就首次公開發售後購股權計劃或任何購股權獲賦予任何權利或利益或承擔任何責任。

本公司已向聯交所上市委員會申請批准因行使根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的購股權而發行的新股份上市及買賣。

(xxvi) 表現目標

董事可全權釐定承授人於可行使根據首次公開發售後購股權計劃授出的任何購股權前必須達到的表現目標。

(xxvii) 權利屬承授人個人所有

購股權屬承授人個人所有，不得轉讓或讓與，而承授人概不得以任何方式就任何購股權進行出售、轉讓、抵押、按揭、附以產權負擔或以其他方式出售或增設以任何其他人士為受益人的任何權益(法定或實益)，或與任何其他人士訂立任何協議，惟以下各項除外：因承授人身故而根據本首次公開發售後購股權計劃條款向其遺產代理人轉移購股權，或在聯交所批准豁免的情況下，為參與者及該參與者的任何家庭成員的利益(如為遺產規劃或稅務規劃目的)向載體(例如信託或私人公司)轉讓，而此將繼續符合首次公開發售後購股權計劃的目的及遵守上市規則第17章的規定。

(xxviii) 購股權價值

董事認為，根據首次公開發售後購股權計劃可能授出的購股權當作截至最後可行日期已經授出而披露其價值並不適當。任何有關估值須以若干購股權定價模式或其他方法為基準釐定，當中取決於多項假設，包括行使價、行使期、利率、預期波幅及其他變數。由於並無授出任何購股權，故無法取得若干變數用於計算購股權的價值。董事認為，根據多項推測的假設而計算截至最後可行日期任何購股權的價值將無意義，且會誤導投資者。

截至最後可行日期，本公司概無根據首次公開發售後購股權計劃授出或同意授出購股權。

首次公開發售後購股權計劃詳情(包括本公司於各財政年度內所授購股權詳情及變動)以及授出購股權的僱員成本將於我們的年報披露。

E. 其他資料

1. 稅項及其他彌償保證

控股股東已與本公司及以本公司(為其本身及作為其附屬公司的受託人)為受益人訂立彌償契據以就(其中包括)以下提供彌償保證：本集團任何成員公司於全球發售成為無條件當日或之前因已賺取、應計或收取的收入、利潤或收益而可能須繳納的稅項或稅務申索。

彌償契據須於上市日期生效且將持續具有十足效力及效用直至其獲終止為止。

2. 訴訟

截至最後可行日期，本集團成員公司概無涉及任何重大訴訟、仲裁或申索，且據董事所知，本集團亦無任何可能會對其業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的仍未了結或面臨威脅的重大訴訟、仲裁或申索。

3. 獨家保薦人

獨家保薦人已代表本公司向上市委員會申請批准已發行股份、根據全球發售將予發行的股份(包括根據資本化發行及超額配股權獲行使而可能發行的額外股份)，及根據購股權計劃可能發行的股份上市及買賣。本公司已作出一切必要安排，以使有關股份獲中央結算系統接納。

獨家保薦人符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性標準。有關獨家保薦人獨立性的詳情，請參閱本招股章程「包銷－包銷安排及開支－獨家保薦人的獨立性」一節。

本公司已與獨家保薦人訂立委聘協議，據此，本公司同意於全球發售時支付獨家保薦人9.0百萬港元的費用以使其作為本公司保薦人行事。

4. 無重大不利變動

董事確認，自2022年12月31日(即編製本集團最近期經審計綜合財務報表的日期)以來及直至本招股章程日期止，本集團的財務或買賣狀況或前景並無任何重大不利變動。

5. 專家資格

以下為提供本招股章程所載意見或建議的專家(定義見上市規則及《公司(清盤及雜項條文)條例》)資格：

名稱	資格
民銀資本有限公司	獲發牌從事證券及期貨條例所界定第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動
漢坤律師事務所	中國法律的法律顧問
衡力斯律師事務所	開曼群島法律的法律顧問
張淑姬趙之威律師行	香港知識產權法的法律顧問
協合國際法律事務所	台灣法律的法律顧問
羅兵咸永道會計師事務所	香港法例第50章《專業會計師條例》項下的執業會計師及香港法例第588章《會計及財務匯報局條例》項下的註冊公眾利益實體核數師
灼識行業諮詢有限公司	行業顧問
仲量聯行企業評估及咨詢有限公司	物業估值師

6. 專家同意書

上述專家各自已就本招股章程的刊發發出同意書，表示同意按本招股章程所載形式及內容轉載其報告及／或函件及／或法律意見(視情況而定)及引述其名稱，且並無撤回同意書。

上文所列專家概無於本公司或我們的任何附屬公司中持有任何股權，亦無擁有認購或提名他人認購本公司或我們的任何附屬公司證券的任何權利(不論可否依法執行)。

7. 發起人

本公司並無就上市規則而言的發起人。除本招股章程所披露者外，於緊接本招股章程日期前兩年內，概無就全球發售及本招股章程所述的關聯交易向任何發起人支付、配發或提供或建議支付、配發或提供任何現金、證券或其他利益。

8. 開辦費用

本公司產生的開辦費用約為人民幣34,000元，並由我們支付。

9. 約束力

倘依據本招股章程提出申請，本招股章程即具效力，使一切有關人士須受《公司(清盤及雜項條文)條例》第44A條及第44B條的所有適用條文(罰則除外)約束。

10. 售股股東的詳情

售股股東的詳情載列如下：

名稱	:	Lake Ranch Limited
類別	:	法團
註冊辦事處	:	Vistra Corporation Services Centre, Wickhams Cay II, Road Town, Tortola, VG1110, British Virgin Islands
業務性質	:	投資控股
待售之銷售股份的數目	:	48,000,000股

11. 雙語招股章程

依據香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第4條的豁免規定，本招股章程的英文及中文版本分開刊發。

12. 其他事項

(a) 除本招股章程「歷史、發展及重組」、「包銷－包銷安排及開支－包銷佣金及開支」各節及本招股章程本附錄「有關本集團的其他資料」各段所披露者外：

(i) 於緊接本招股章程日期前兩年內，我們或我們的任何附屬公司並無發行或同意發行任何繳足或部分繳足的股份或債券，以換取現金或現金以外的代價；

(ii) 本公司或我們的任何附屬公司的股份或債券並無附於或有條件或無條件同意附於購股權；

(iii) 於緊接本招股章程日期前兩年內，概無就發行或出售本集團任何成員公司的任何股份或債券授出任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款；

(iv) 於緊接本招股章程日期前兩年內，並無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司或我們的任何附屬公司的任何股份而支付或應付任何人士的佣金(向包銷商及分包銷商支付的佣金除外)；

(v) 本公司或我們的任何附屬公司並無發行或同意發行任何創始人股份、管理層股份或遞延股份；

(vi) 本公司並無發行在外的可換股債務證券或債權證；及

(vii) 概無放棄或同意放棄未來股息的安排。

(b) 董事確認，於緊接本招股章程日期前12個月內，本公司並無出現任何業務中斷而可能對或已對本公司的財務狀況造成重大影響。

(c) 本公司的權益及債務證券(如有)並無於任何其他證券交易所上市或買賣，亦無尋求或擬尋求批准上市或買賣。

送呈公司註冊處處長文件

隨同本招股章程副本一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件為：

(i) **綠色**申請表格副本；

(ii) 本招股章程附錄五「法定及一般資料－E.其他資料－6.專家同意書」所述同意書；

(iii) 本招股章程附錄五「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」所述各重大合約副本；及

(iv) 本招股章程附錄五「法定及一般資料－E.其他資料－10.售股股東的詳情」所述售股股東詳情的陳述。

展示文件

下列文件副本於本招股章程日期起計14日期間於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及我們的網站**www.splegend.com**可供展示：

(i) 組織章程大綱及細則；

(ii) 開曼公司法；

(iii) 羅兵咸永道會計師事務所出具的會計師報告，其全文載於本招股章程附錄一；

(iv) 羅兵咸永道會計師事務所就未經審計備考財務資料所出具的報告，其文本載於本招股章程附錄二；

(v) 本集團於往績記錄期間的經審計綜合財務報表；

(vi) 我們的開曼群島法律顧問衡力斯律師事務所出具的意見函件，概述本公司組織章程及開曼公司法的若干方面，載於本招股章程附錄四；

(vii) 我們的中國法律顧問漢坤律師事務所就本集團若干公司事宜及物業權益所出具的中國法律意見；

(viii) 我們的法律顧問協合國際法律事務所就台灣法律的若干方面所出具的法律意見；

(ix) 我們的法律顧問張淑姬趙之威律師行就香港知識產權法若干方面出具的法律意見；

(x) 灼識行業諮詢有限公司所出具的行業報告，其概要載於本招股章程「行業概覽」一節；

(xi) 仲量聯行企業評估及咨詢有限公司所編製的物業估值報告，其全文載於本招股章程附錄三；

(xii) 本招股章程附錄五「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」一節所述的重大合約；

(xiii) 本招股章程附錄五「法定及一般資料－C.有關董事及主要股東的進一步資料－2.董事服務合約」一節所述的董事服務合約及委任函；

(xiv) 本招股章程附錄五「法定及一般資料－E.其他資料－6.專家同意書」一節所述的同意書；

(xv) 首次公開發售前股份激勵計劃之條款及其項下之承授人名單，以及首次公開發售後購股權計劃之條款；及

(xvi) 本招股章程附錄五「E.其他資料－10.售股股東的詳情」所述售股股東詳情的陳述。

Star Plus Legend Holdings Limited
巨星傳奇集團有限公司