

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



## CARPENTER TAN HOLDINGS LIMITED

### 譚木匠控股有限公司\*

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：837)

### 截至二零二三年十二月三十一日止年度之 年度業績公告

#### 業績摘要

- 收益增加43.6%至約人民幣499,688,000元(二零二二年：人民幣348,002,000元)。
- 毛利增加46.6%至約人民幣300,877,000元(二零二二年：人民幣205,248,000元)。
- 毛利率上升1.2個百份點至60.2%(二零二二年：59.0%)。
- 截至二零二三年十二月三十一日止年度之溢利增加62.0%至約人民幣173,774,000元(二零二二年：人民幣107,258,000元)。
- 本公司擁有人應佔溢利增加62.0%至約人民幣173,734,000元(二零二二年：人民幣107,250,000元)。
- 每股盈利增加62.0%至約人民幣69.85分(二零二二年：人民幣43.12分)。
- 基於本集團業績，董事建議就截至二零二三年十二月三十一日止年度派發末期股息每股38.64港仙(二零二二年：25.03港仙)，惟須經股東於二零二四年五月二十三日(星期四)舉行之應屆股東週年大會上批准。

譚木匠控股有限公司（「本公司」）董事（「董事」）組成之董事會（「董事會」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零二三年十二月三十一日止年度（「回顧年度」）之經審核綜合業績，連同截至二零二二年十二月三十一日止年度之比較數字及經選擇附註如下：

## 綜合損益表

截至二零二三年十二月三十一日止年度

	附註	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
收益	4	<b>499,688</b>	348,002
銷售成本		<u>(198,811)</u>	<u>(142,754)</u>
毛利		<b>300,877</b>	205,248
其他收入及其他淨收益／（虧損）	5	<b>41,210</b>	35,364
行政開支		<b>(40,469)</b>	(31,975)
銷售及分銷開支		<b>(85,502)</b>	(69,760)
其他經營開支		<u><b>(5,844)</b></u>	<u>(4,887)</u>
經營溢利		<b>210,272</b>	133,990
財務費用	6(C)	<u><b>(581)</b></u>	<u>(627)</u>
除稅前溢利	6	<b>209,691</b>	133,363
所得稅	7(A)	<u><b>(35,917)</b></u>	<u>(26,105)</u>
年度溢利		<u><b>173,774</b></u>	<u>107,258</u>
以下人士應佔			
本公司擁有人		<b>173,734</b>	107,250
非控股權益		<u><b>40</b></u>	<u>8</u>
年度溢利		<u><b>173,774</b></u>	<u>107,258</u>
每股盈利			
基本及攤薄	9	<u><b>人民幣69.85分</b></u>	<u>人民幣43.12分</u>

## 綜合損益及其他全面收益表

截至二零二三年十二月三十一日止年度

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
年度溢利	173,774	107,258
年度其他全面收益／(開支)		
不會重新分類至損益表的項目：		
由功能貨幣換算為呈列貨幣產生的匯兌差額	3,538	3,392
日後可能重新分類至損益的項目：		
換算海外業務產生的匯兌差額	<u>(3,829)</u>	<u>(8,495)</u>
年度其他全面開支，扣除所得稅零元	<u>(291)</u>	<u>(5,103)</u>
年度全面收益總額	<u>173,483</u>	<u>102,155</u>
以下人士應佔		
本公司擁有人	173,443	102,147
非控股權益	<u>40</u>	<u>8</u>
年度全面收益總額	<u>173,483</u>	<u>102,155</u>

## 綜合財務狀況表

於二零二三年十二月三十一日

	附註	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		<b>105,925</b>	91,370
使用權資產		<b>38,362</b>	38,110
投資物業		<b>91,570</b>	97,120
無形資產	11	–	–
無抵押定期銀行存款		<b>53,000</b>	53,000
其他應收款項、按金及預付款項		<b>601</b>	767
		<b>289,458</b>	280,367
<b>流動資產</b>			
存貨	12	<b>248,136</b>	244,430
可收回所得稅		–	2
應收貿易賬款	13	<b>6,808</b>	5,349
其他應收款項、按金及預付款項		<b>8,994</b>	7,539
按公平值計入損益的金融資產		<b>10,000</b>	57,710
無抵押定期銀行存款 (3個月以上但一年內到期)		<b>300,000</b>	180,000
現金及銀行結餘		<b>67,381</b>	27,160
已抵押銀行存款		–	3,000
		<b>641,319</b>	525,190
<b>流動負債</b>			
應付貿易賬款	14	<b>6,856</b>	4,764
其他應付款項及應計費用		<b>50,435</b>	44,759
應付所得稅		<b>33,724</b>	28,522
租賃負債		<b>2,179</b>	1,939
		<b>(93,194)</b>	(79,984)
<b>流動資產淨值</b>		<b>548,125</b>	445,206
<b>總資產減流動負債</b>		<b>837,583</b>	725,573

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
<b>非流動負債</b>		
遞延稅項負債	17,943	23,779
遞延收入	518	530
租賃負債	<u>10,638</u>	<u>9,385</u>
	<u>(29,099)</u>	<u>(33,694)</u>
<b>資產淨值</b>	<u><b>808,484</b></u>	<u>691,879</u>
<b>股本及儲備</b>		
股本	2,189	2,189
儲備	<u>802,196</u>	<u>685,631</u>
本公司擁有人應佔權益	<b>804,385</b>	687,820
非控股權益	<u>4,099</u>	<u>4,059</u>
<b>總權益</b>	<u><b>808,484</b></u>	<u>691,879</u>

## 財務報表附註

截至二零二三年十二月三十一日止年度

### 1. 一般資料

譚木匠控股有限公司（「本公司」）於二零零六年六月二十日根據開曼群島公司法（第22章）（一九六一年法例3，經綜合及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，其股份於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。本公司的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands，而主要營業地點地址為中華人民共和國（「中國」）重慶萬州區龍寶雙河口輕工業園A型廠房。

本公司及其在香港之附屬公司的功能貨幣為港元（「港元」），而其在中國之附屬公司的功能貨幣為人民幣（「人民幣」）。為呈列綜合財務報表，本集團採用人民幣作為呈列貨幣，以方便國際投資者參考。

本公司為投資控股公司，亦在香港經營零售店從而直接銷售本集團產品。本公司附屬公司主要從事(i)設計、製造及分銷「譚木匠」品牌小型木工藝品及飾品，包括木梳子、木鏡子、組合木禮盒及其他木飾品和裝飾品；(ii)主要在中國經營特許加盟及分銷網絡；及(iii)在香港及中國經營零售店從而直接銷售本集團產品。

### 2. 編製基準及重大會計政策資料

#### a) 合規聲明

該等綜合財務報表乃根據所有香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製，香港財務報告準則泛指香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的所有個別香港財務報告準則、香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋、香港公認會計原則及香港公司條例之披露規定。該等綜合財務報表亦遵循聯交所證券上市規則之適用披露規定。

香港會計師公會已頒佈多項新訂及經修訂香港財務報告準則，該等準則強制生效或可提早於本集團當前之會計期間採用。附註3載有有關於當前及之前會計期間因初次應用其中與本集團相關之內容而產生的任何會計政策變動之資料，有關變動反映於該等綜合財務報表內。

## b) 綜合財務報表編製基準

截至二零二三年十二月三十一日止年度之綜合財務報表包括本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)之財務報表。

計入本集團各實體財務報表的項目採用實體經營所在主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)計量。該等綜合財務報表以人民幣呈列，除每股數據外，均約整至最接近千元。

除投資物業及按公平值計入損益(「按公平值計入損益」)的金融資產(如會計政策所述)按其公平值列賬外，編製綜合財務報表所用之計量基準為歷史成本法。

編製符合香港財務報告準則之綜合財務報表，需要管理層作出影響政策應用及有關資產、負債、收入及開支呈報金額之判斷、估計及假設。該等估計及相關假設乃根據過往經驗及本集團於該等情況下認為合理的多項其他因素而作出。所得結果為管理層就目前未能從其他來源明顯得出的資產及負債的賬面值作出判斷之基準。實際數字或會有別於估計數字。

本集團持續審閱估計及相關假設。會計估計之變動如只影響當期，則有關影響於估計變動當期確認。如該項會計估計之變動影響當期及以後期間，則有關影響於變動當期及以後期間確認。

管理層在應用對綜合財務報表及估計不確定因素的主要來源造成重大影響之香港財務報告準則時作出的判斷，於綜合財務報表附註內討論。

### 3. 新訂香港財務報告準則之及香港財務報告準則的修訂本

本集團已首次對於本會計期間的該等財務報表應用由香港會計師公會頒佈的以下新訂香港財務報告準則及香港財務報告準則的修訂本，並於本集團於2023年1月1日或之後開始的財政年度期間強制生效：

香港財務報告準則第17號及相關修訂	保險合約
香港會計準則第1號及香港財務報告準則實務報告第2號的修訂本	會計政策披露
香港會計準則第8號的修訂本	會計估計的定義
香港會計準則第12號的修訂本	與單一交易產生的資產及負債相關的遞延稅項
香港會計準則第12號的修訂本	國際稅務改革－支柱二示範規則

本集團並未應用於本會計期間尚未強制生效的香港財務報告準則修訂本。除下文所述者外，於本年度應用新訂香港財務報告準則及香港會計準則的修訂本對本及香港會計師公會的指引集團於本年度及過往年度的財務狀況和表現及／或該等綜合財務報表中所載的披露並無重大影響。

#### **香港會計準則第12號的修訂本與單一交易產生的資產及負債相關的遞延稅項**

該等修訂縮小了香港會計準則第12號所得稅第15及24段中遞延稅項負債及遞延稅項資產的確認豁免範圍，使其不再適用於初始確認時產生相等應課稅及可抵扣暫時差額的交易。

於過往年度，就稅項扣減歸屬於租賃負債的租賃交易而言，本集團分別對相關資產及負債採用香港會計準則第12號的規定。因應用初始確認豁免，未確認相關資產及負債初始確認的暫時差額。



#### 4. 收益

本集團的主要業務為設計、製造及分銷「譚木匠」品牌小型木工藝品及飾品；主要在中國經營特許加盟及分銷網絡；及在香港及中國經營零售店從而直接銷售本集團產品。收益指向客戶供應貨品的銷售價值（扣除增值稅、其他銷售稅項及折扣）以及加盟費收入（屬香港財務報告準則第15號範疇）。

按銷售渠道劃分的收益明細如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
線上業務		
— 銷售貨品	<u>211,468</u>	<u>166,409</u>
線下業務		
— 銷售貨品	<u>282,441</u>	<u>178,242</u>
— 加盟費收入	<u>1,118</u>	<u>184</u>
	<u>283,559</u>	<u>178,426</u>
直營賣場		
— 銷售貨品	<u>4,661</u>	<u>3,167</u>
	<u>499,688</u>	<u>348,002</u>

本集團客戶基礎分散，於截至二零二三年十二月三十一日止年度概無（二零二二年：無）個別客戶的交易佔本集團總收益超過10%。

所有來自客戶合約之收益在某一時間點確認。

## 5. 其他收入及其他淨收益／(虧損)

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
政府補貼(附註(I))	2,908	2,497
由遞延收入計入之政府補貼	12	35
按攤銷成本計量的金融資產利息收入－銀行利息收入	8,805	422
中國增值稅退款(附註7(A)(VI))	26,865	19,097
投資物業的租金收入	4,860	5,881
匯兌收益淨額	505	18
投資物業公平值變動	(5,550)	(2,020)
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	883	8,382
應收貿易賬款虧損撥備撥回	6	35
租賃合約終止虧損	–	(8)
其他	1,916	1,025
	<u>41,210</u>	<u>35,364</u>

附註：

- (I) 於二零二三年，政府補貼當中，約人民幣2,908,000元(二零二二年：約人民幣2,497,000元)是屬於本集團在中國之附屬公司。其主要是來自於中華人民共和國重慶市財政局及重慶市人力資源和社會保障局所提供的支援資金(「基金」)。基金的目的是為通過向於中國以外參與若干市場推廣活動的商業實體提供財務支持以鼓勵參與海外市場推廣；及通過向架構、裁員率、失業保險供款達到一定標準的商業實體提供財務支持以打造穩定的就業環境及防止失業風險。

## 6. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
<b>A) 員工成本(包括董事酬金)</b>		
薪酬及其他福利	92,101	71,674
定額供款退休計劃供款	9,645	9,782
員工總成本(附註(I))	<u>101,746</u>	<u>81,456</u>
<b>B) 其他項目</b>		
核數師酬金		
－ 審核服務	707	680
－ 非審核服務	250	238
銷售存貨成本(附註(I)及12)	196,738	137,961
使用權資產折舊(附註(I))	3,652	3,628
物業、廠房及設備的折舊(附註(I))	6,462	4,625
其他應收款項虧損撥備淨額	37	38
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	44	102
銷售退貨撥備撥回	(508)	(1,891)
存貨撇減(附註12)	2,091	4,850
存貨撇減撥回(附註12)	(18)	(57)
投資物業總租金收入	(4,860)	(5,881)
減：年內產生租金收入之投資物業產生之直接支銷	671	719
租金收入淨額	<u>(4,189)</u>	<u>(5,162)</u>
<b>C) 財務費用</b>		
租賃負債利息	<u>581</u>	<u>627</u>

附註：

- (I) 存貨成本包括員工成本及折舊約人民幣64,341,000元(二零二二年：人民幣50,511,000元)，該等成本已計入上文獨立披露的個別總額內。

## 7. 所得稅

### A) 綜合損益表的稅項為：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
<b>即期稅項</b>		
中國企業所得稅(附註(I)及(II))	34,712	22,293
香港利得稅(附註(IV))	-	-
股息預扣稅(附註(V))		
一年內撥備	4,579	4,310
	<b>39,291</b>	26,603
<b>過往年度超額撥備淨額</b>		
中國企業所得稅	(287)	(427)
<b>遞延稅項</b>		
股息分派後轉移至即期稅項	-	(4,310)
年內撥備	(3,087)	4,239
<b>總計</b>	<b>35,917</b>	26,105

附註：

- (I) 於二零一二年四月六日，中國國家稅務總局(「國稅局」)發出第12號公告，訂明從事已公佈的若干其他鼓勵類產業目錄所列產業的企業，可於公佈西部地區鼓勵類產業目錄前，根據財稅(2011)第58號暫時申請自二零一一年起享受15%的企業所得稅優惠稅率。倘企業其後未能符合規定，則有關優惠將撤銷。

於二零一二年五月二十九日，全資附屬公司自重慶譚木匠工藝品有限公司(「譚木匠」)根據第12號公告取得萬州區國家稅務局的批文，於二零一一年一月一日至二零二零年十二月三十一日享受15%的企業所得稅優惠稅率。於二零二零年四月二十三日，國稅局將該政策由二零二一年一月一日延長至二零二零年十二月三十一日。

- (II) 中國所得稅撥備乃按本集團於中國註冊成立的附屬公司的應課稅溢利以法定所得稅率25%(二零二二年：25%)計算，惟根據上述附註7(A)(I)所述的稅務優惠政策，譚木匠(二零二二年：譚木匠)享有所得稅優惠。

- (III) 本公司於開曼群島註冊成立，獲豁免繳納開曼群島所得稅。本公司在英屬處女群島成立的附屬公司獲豁免繳納英屬處女群島所得稅。

(IV) 由於有關附屬公司於截至二零二三年及二零二二年十二月三十一日止年度並無應課香港利得稅溢利，因此並無就上述年度的香港利得稅作出撥備。

(V) 根據自二零零八年一月一日起生效的中國企業所得稅法，未在中國設立機構或營業地點或有設立機構或營業地點但有關收入與在中國設立機構或營業地點並無實際關連的非居民企業，須就各種被動收入（如來自中國相關公司的股息）按10%的稅率繳納預扣所得稅。根據中國與香港訂立並於二零零七年一月一日生效的雙重徵稅安排，倘香港投資者對中國被投資實體的投資不少於25%，則預扣所得稅稅率將下調至5%。於二零零八年二月二十二日，國稅局批准財稅(2008)第1號，從外資企業二零零七年十二月三十一日之前的保留盈利中撥付的股息分派將獲豁免繳付預扣所得稅。

本集團於二零一三年十二月三十一日前享有下調5%稅率。於二零一四年，本集團再次申請下調稅率並須完成若干額外審閱程序（於過往年度並無要求）。

於財務報表日期，優惠稅率的相關正式手續已完成。然而，管理層已諮詢中國律師意見並評定，由二零一九年起，本集團享有5%的預扣所得稅稅率。

(VI) 根據國稅局、中國財政部所頒佈有關企業聘請殘疾人士的稅務優惠政策，本集團全資附屬公司譚木匠於二零一六年十一月二十四日開始向其殘疾僱員支付的薪金可享雙倍所得稅優惠扣減，及增值稅退稅（相等於其殘疾僱員數目乘以國稅局釐定的特定年度上限金額）。

本集團按應計基準於綜合損益表內確認增值稅退稅。年內退回本集團的增值稅退稅金額的詳情載於附註5。

## 8. 股息

### i) 本年度應佔應付本公司擁有人的股息

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
中期股息每股普通股零港仙，相當於人民幣零分 (二零二二年：每股普通股12.96港仙， 相當於人民幣11.06分)	-	27,508
建議於報告期結束後宣派的末期股息每股普通股38.64港仙， 相當於人民幣34.98分(二零二二年：25.03港仙， 相當於人民幣22.11分)(附註I)	<u>87,000</u>	<u>54,991</u>
	<u><b>87,000</b></u>	<u><b>82,499</b></u>

附註I：

董事建議派付末期股息每股普通股38.64港仙，相當於人民幣34.98分，合共人民幣87,000,000元。有關股息須待本公司股東計劃將於二零二四年五月二十三日舉行的股東週年大會上批准。該等財務報表並無反映此項建議派付股息。

### ii) 年內批准及派付上一個財政年度應佔應付本公司擁有人的股息

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
於本年度批准及派付有關截至二零二二年十二月三十一日 止財政年度的末期股息每股普通股25.03港仙， 相當於人民幣22.86分(二零二二年：於截至 二零二二年十二月三十一日止年度批准及 派付有關截至二零二一年十二月三十一日止財政年度 每股普通股27.15港仙，相當於人民幣22.20分)	<u><b>56,878</b></u>	<u><b>55,215</b></u>

## 9. 每股基本及攤薄盈利

### a) 每股基本盈利

每股基本盈利根據本公司擁有人應佔溢利及已發行普通股加權平均數計算如下：

#### (i) 本公司擁有人應佔溢利

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
計算每股基本盈利所用盈利	<u>173,734</u>	<u>107,250</u>

#### (ii) 普通股加權平均數

	股份數目	
	二零二三年 千股	二零二二年 千股
已發行普通股加權平均數	<u>248,714</u>	<u>248,714</u>

### b) 每股攤薄盈利

由於授出購股權截至二零二三年及二零二二年十二月三十一日止年度內的行使價均高於本公司股份平均市價，因此，截至二零二三年十二月三十一日止年度及二零二二年十二月三十一日止年度的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

## 10. 分部報告

經營分部乃按提供有關本集團組成部分資料之內部報告而識別。有關資料將向董事會(為本集團最高營運決策人)呈報及經其審閱,以作資源分配及評估表現。

管理層自產品的角度考慮其業務並根據木工藝品及飾品廣泛銷售所產生的收益評估其表現。本集團逾90%的收益、業績及資產源自木工藝品及飾品製造及分銷單一分部,因此並無呈列分部資料。

本集團業務產生的收益及業績主要來自在中國進行的業務活動,在中國境外進行的業務活動並不重大。本集團的主要資產位於中國。因此,並無提供地區分部的分析資料。

### 主要客戶

由於並無與單一外界客戶進行的交易相等於或超過本集團總收益10%,故此並無呈列按主要客戶劃分的本集團收益及經營收益。

## 11. 無形資產

商標  
人民幣千元

### 成本

於二零二二年一月一日、二零二二年十二月三十一日、 二零二三年一月一日及二零二三年十二月三十一日	<u>1,037</u>
--	--------------

### 累計攤銷及累計減值

於二零二二年一月一日、二零二二年十二月三十一日、 二零二三年一月一日及二零二三年十二月三十一日	<u>1,037</u>
--	--------------

### 賬面值

於二零二三年十二月三十一日	<u><u>—</u></u>
---------------	-----------------

於二零二二年十二月三十一日	<u><u>—</u></u>
---------------	-----------------

商標指本集團過往取得及於中國註冊之商標。自創商標其後的開支於產生期間確認為開支。



## 12. 存貨

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
原材料	189,151	188,900
在製半成品	25,981	17,047
製成品	<u>33,004</u>	<u>38,483</u>
	<u><b>248,136</b></u>	<u>244,430</u>

確認為開支並計入損益的存貨金額分析如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
已售存貨的賬面值	196,738	137,961
存貨撇減	2,091	4,850
存貨撇減撥回	<u>(18)</u>	<u>(57)</u>
	<u><b>198,811</b></u>	<u>142,754</u>

由於本年度出售了滯銷貨，因此已對以往年度所作之存貨撇減作撥回處理。

## 13. 應收貿易賬款

客戶一般須在產品交付前結付款項。信譽良好的客戶可獲三十日以內的信貸期。應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
應收貿易賬款	6,854	5,401
減：虧損撥備(附註(B))	<u>(46)</u>	<u>(52)</u>
	<u><b>6,808</b></u>	<u>5,349</u>

於二零二二年一月一日，來自客戶的合約的應收貿易賬款為人民幣4,902,000元。

A) 根據發票日期(與各自收益確認日期相若), 應收貿易賬款(扣除虧損撥備)的賬齡分析如下:

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
0至30日	3,662	4,944
31至60日	1,939	52
61至90日	672	4
91至180日	323	26
181至365日	169	207
1年以上	43	116
	<u>6,808</u>	<u>5,349</u>

B) 應收貿易賬款虧損撥備變動

應收貿易賬款虧損撥備的變動如下:

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
於一月一日之期初虧損撥備	52	87
應收貿易賬款虧損撥備撥回	<u>(6)</u>	<u>(35)</u>
於十二月三十一日之期末虧損撥備	<u>46</u>	<u>52</u>

應收貿易賬款虧損撥備乃參照其賬齡及可收回程度個別計提。本集團並無就該等結餘持有任何抵押品。

## 14 應付貿易賬款

供應商一般給予30日信貸期。按發票日期呈列的應付貿易賬款賬齡分析如下:

	二零二三年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元
0至30日	5,016	2,979
31至60日	1,511	1,133
61至90日	119	415
91至180日	22	43
181至365日	109	110
1年以上	79	84
	<u>6,856</u>	<u>4,764</u>

## 管理層回顧

本公司承接第三個三年發展規劃，於二零二三年初明確提出了全年重點工作方向、關鍵工作、經營目標等，具體包括公司治理、業績目標、管治方針、市場整肅、專賣店升級、產品開發、爆款打造、技術研發、品牌建設、安全生產、供應保障、人力方針、財務服務、公益愛心、工程建設、提升生產效率、提高產品毛利、提高原材料利用、促進和保障殘疾人就業等多維度的工作，給出了具體的落地實施意見。

通過三年疫情逆向而生的市場優化佈局，本公司品牌的市場認可度和競爭力得到更好的提升，專賣店拓展去到了更好的渠道、更好的商圈、更好的商場、更好的鋪位，新建專賣店質量和盈利能力進一步提升。同時，本集團加大了對能夠代表本公司品牌形象的如旅遊景區、交通口岸專賣店的支持和打造，提升了品牌識別度和市場影響力。提出了振興東北市場的支持措施，東北市場開始明顯回暖。啟動實施海外市場拓展新模式，同步加強海外線上線下市場的拓展力度。公司同時加強了市場整肅並卓有成效，加盟體系信心更足、公司公信力得到了更好的維護和提升。

本集團加大了品牌文化建設和傳播的力度，線下快閃活動成了一道風景線，受到體驗顧客、主辦方的真心喜愛、高度認可、主動邀請。二零二四年，公司將持續做好國際國內「梳情花園」體驗活動的傳播推廣。

於回顧年度內，公司目標明確、措施有效、信心百倍、勵精圖治，各部門各司其職、緊密配合，公司治理等各方面都取得了長足的進步、收到較好的果效。材料安全戰略儲備進一步夯實，新品開發和爆款打造成績亮眼，技術開發成果轉化運用和生產效率提升日見成效，產品體系得到進一步優化，新產品和綜合毛利率合理提升，市場空間得到更好的擴展，專賣店數量質量得到明顯增長和提升，公司終端零售和綜合利潤業績超過預期並顯著增長。

## 一、線下業務

截至二零二三年十二月三十一日止年度，線下業務之POS銷售完成目標計劃的139.80%，與二零二二年相比較增長56.00%。於回顧年度內，線下業務團隊緊抓機遇，迅速搶佔市場發展先機，積極開拓和創新，在新建店、形象提升、盈利提升、團購業務等關鍵業務指標上取得一定成效，在新渠道、新零售等業務模式上進行大膽探索。面對日益增長的用戶需求和複雜多變的市場環境，線下業務堅持品牌、產品、文化三線並行的發展戰略，通過拓寬銷售和宣傳渠道、豐富產品體系和售後服務、傳遞文化內涵及情感價值，建立與終端用戶的深厚情誼。

### 1. 專賣店概況

截至二零二三年十二月三十一日止年度，譚木匠在中國大陸共有1,161間加盟店，1間直接經營店。在其他國家及區域共有5間加盟店，在香港有3間直接經營店。店舖總數為1,170間，對比於二零二二年十二月三十一日之1,095間增加了75間。其中購物中心店佔比達66.70%，三代店形象佔比達66.44%，莫蘭迪形象佔比達29.86%。

於二零二三年十二月三十一日特許加盟店、海外店舖及專櫃數量之情況

	於十二月三十一日			
	二零二三年		二零二二年	
	特許 加盟店	直接 經營店	特許 加盟店	直接 經營店
中國大陸	1,161	1	1,088	1
香港	-	3	-	2
其他國家及地區	5	-	4	-
總數	<u>1,166</u>	<u>4</u>	<u>1,092</u>	<u>3</u>

於二零二三年十二月三十一日加盟店舖在中國分佈數目情況

店舖種類	於十二月三十一日			
	二零二三年		二零二二年	
	特許 加盟店 數目	佔比	特許 加盟店 數目	佔比
購物中心	774	66.7%	676	62.1%
街面店	248	21.3%	269	24.7%
百貨公司	63	5.4%	61	5.6%
超級市場	17	1.5%	25	2.3%
景區	44	3.8%	43	4.0%
交通口岸	7	0.6%	8	0.7%
酒店	2	0.2%	2	0.2%
其他	6	0.5%	4	0.4%
總數	<b>1,161</b>	<b>100.0%</b>	<b>1,088</b>	<b>100.0%</b>

## 2、渠道發展

門店渠道發展方面，情況如下：

於回顧年度內，新建店數量達215家，達成年度計劃的165.38%，創歷史新高。購物中心店佔比達92.09%，同時新建店店均面積得到顯著提升，達到23.82平米，使得本集團在門店規模迅速回升至疫情前水平的同時，門店形象亦得到大幅提升。北京、上海、浙江、河南、陝西、湖北、東北（黑吉遼）等重點省市及空白市場發展取得重大突破。北上廣深新建店數佔全年新建店總數的比重為31.00%，省會及副省會城市新建店數佔全年新建店總數的比重為67.44%。門店佈局更為合理，夯實了集團線下業務長足發展的基礎。

於回顧年度內，線下業務團隊不斷加強門店基礎管理和服務的要求，引入外部培訓資源，自建各層級內部培訓團隊，實施針對管理層及一線導購的內外部培訓計劃，將本集團「以一把梳子交朋友」的經營理念傳遞到一線門店，為客戶提供乾淨、舒適、體驗感十足、文化氣息濃厚的購物環境，做好口碑營銷。

大客戶渠道發展方面，情況如下：

於回顧年度內，推出主題團購產品，為顧客帶來美好的祝福。顧客可以在主題圖庫中任意選擇圖案，還可以自主定制圖案，個性化的增值服務，讓團購禮品更加獨特有意義。同時，本集團對團購工作進行了多方面的支持：調整團購政策、提供多版本團購圖冊、下調刻字及描金描銀收費標準等、更新刻字模板、持續豐富團購產品電子卡片，旨在鼓勵專賣店主動拓展團購業務。

通過門店與本集團簽訂的外部團購共計126筆，相比去年同期增長20.00%；團購金額為人民幣約628萬元，相比去年同期增長11.00%；專賣店自主接洽達成的團購金額為人民幣約8,304萬元，約佔全年銷售業績的11.50%。

### **3、線下活動**

於回顧年度內，線下業務團隊在保證銷售費用可控並實現最優轉化的前提和要求下，積極聯絡協調各類渠道，通過資源互換，降本增效等手段，將品牌的宣傳緊貼門店落地。於回顧年度內，共計開展線下快閃活動1次，品牌列車宣傳活動3次，重要節點推廣1次，各級各類型政府牽頭的品牌展會12次，全國各區域自主品牌宣傳130餘次，並且成功聯合北京某知名中學開展「木藝課堂」1次，通過木梳製作文化及工藝的講解和現場體驗為品牌走進年輕群體，實現長線種草探索並積累了寶貴經驗。

#### 4、會員服務

於回顧年度內，完成了會員系統UI界面的重新設計與視覺調整，同時新增會員積分兌換卡券、會員積分互動玩法、會員問卷調查及農副產品上新等模塊功能，為會員提供了更好的視覺感受和互動體驗。活躍會員總數達到78萬，達成會員新增目標的108.45%。累計處理會員兌換訂單135,080單，比去年同期增長了221.00%。會員兌換訂單大幅上升，反映了品牌會員活躍人數大大增長，也一定程度上反映了會員服務的有效升級。

#### 5、新品上市

於回顧年度內，分別於情人節、三八節、母親節、兒童節、父親節、七夕節、雙十一等節點推出45款新品，受到市場一致好評。其中2款家居擺件類新品作為回饋客戶產品，限量配發；1套十二生肖賀中秋的概念產品，中秋國慶節點限量發售。其餘42款新品中，功能型產品作為二零二三年的主要上市類型，共有12款，分別從多維度、多類型來滿足不同人群的需求，它們是2款兒童尖尾梳、2款大尺寸角木按摩板、1款撥筋棒、7款撥筋梳。同時進行了譚木匠自主IP的開發，分別推出了熊貓譚譚系列新品5款、龍顏大悅系列新品2款；基於對產品體系的梳理優化以及補充，推出了合木類漆藝梳4款、鑲齒類漆藝梳3款、發簪飾品類5款、高檔鑲齒類雕刻梳2款、鑲齒類原木梳9款、BJ類漆藝梳2款。

## 6、店舖形象提升

於回顧年度內，店舖設計總數量329家，完成設計方案的店舖為267家，裝修完成店舖數量為253家，其中新建店209家，遷址店24家，重裝店20家。按店舖風格分類，譚木匠三代店共計64家，莫蘭迪風格店共計189家。莫蘭迪形象接受度較高，約佔完成數量的70.00%，此形象將進行持續提升和推廣。

部分較大面積的門店內增加微型制梳設備，通過增加手工體驗模塊豐富消費場景，增加購物樂趣。

## 7、二零二四年線下業務工作重心

鞏固現有銷售渠道並使其進一步壯大。通過對門店數量和質量的提升加強用戶對於品牌和產品的了解與認同，繼續發揮好與用戶面對面交流的窗口和媒介作用。通過對團購需求的探尋和滿足加強大客戶對於產品所包含的禮品屬性和價值提升的理解與接納。

通過分析目標客群需求規劃和佈局產品組合，豐富產品品類，提升產品價值，提高產品質量。加強新品的推廣傳播與用戶的互動，再塑經久不衰的暢銷經典。制定適合的營銷策略和活動，通過與門店的合作、私域的傳播、平台的融合，有效觸達更多的消費客群，加強與新、老消費者的線下互動活動的開展，建立並傳播以親情、愛情、友情為主線的情感紐帶。

不斷投入資源以回饋用戶，通過繼續推廣會員體系，我們計劃為顧客提供更優惠的會員兌換禮和更全面的會員服務，進一步滿足會員需求。發揮好合理化建議的作用，通過企業微信、小程序、應用程序等廣泛了解用戶意見和反饋，保證及時響應積極改善。



## 二、線上業務

截至二零二三年十二月三十一日止年度，線上業務完成銷售約人民幣2.37億元，完成年度目標112.90%，同比二零二二年增長25.72%。線上業務團隊自成立以來，每年銷售數據都呈增長趨勢，從二零一四年到二零二零年，由於銷售基數越來越大，每年增長幅度不斷下滑，從增幅頂點35.00%到最低點6.12%。從二零二一年開始增幅又回歸到15.00%以上，並且在今年達到25.72%，銷售額不斷突破歷史制高點。

### 1、新平台拓展

於回顧年度內，新入駐了快手和京喜兩個新平台。在快手平台主要用於開設旗艦店佈點並覆蓋渠道，利用轉發短視頻做品牌宣傳，不做直播銷售，目前本品牌在其中的流量與銷售額較低。京喜平台因為與旗艦店共同使用同一個後台，無法單獨核算京喜流量與銷售額，主要將京喜平台作為新增曝光展示位，為京東旗艦店持續引流。

### 2、平台新模塊及新推廣方式

在新推廣方式使用方面，線上業務團隊緊跟平台發展趨勢，主動積極開通平台新模塊及進行新推廣方式的運營，比如跟單寶小程序營銷、私域群聊&專屬客服、品牌新享推廣、超級短視頻推廣等。新渠道及新推廣模式累計帶來成交額佔總業務量比例11.00%。

### 3、 抖音渠道拓展

在抖音渠道推廣方面，側重於品牌文化宣傳，採用自有賬號運營+達人賬號創意視頻推廣+超頭部賬號直播的三位一體的推廣模式。於回顧年度內，(i)自有賬號共發佈視頻314條，總粉絲量達到27.6W+，賬號總曝光量達到1.4億+，賬號總互動量達到251.6W+；(ii)全年共合作達人賬號64個，共發佈96條視頻，推廣總曝光量達到5,980.49W+，推廣總互動量達到85.6W+；(iii)與東方甄選賬號合作，進行兩場抖音直播宣傳，直播累計曝光人數7,653.56萬，直播間觀看人數1,413.13萬，品牌商品訪客數達到205萬人，兩場直播銷售額佔比對應月度抖音總銷售額的46%。不足之處在於直播過程中主播對於品牌文化的講述不到位，未能充分達到品牌宣傳及銷售的雙重目的。

### 4、 營銷活動

於回顧年度內，共開展14場線上營銷活動。根據活動節點與平台活動節奏，提前佈局站內站外內容推廣，堅持各渠道共同發聲，活動期間銷售增幅明顯，例如母親節8天的活動期間內，日均銷售同比增長39%，打破歷史記錄。但雙十一整體日均銷售僅同比增長3.22%，也暴露了我們線上特供款產品框架不夠完善，還有很多細分賽道需要補充主力產品，未來我們將大力優化，打造健全的產品體系。

### 5、 站內外內容推廣

持續在平台站內內容渠道以及站外小紅書等進行內容輸出，宣傳品牌文化、強化情感營銷，堅持「擴大人羣資產+站內轉化」兩條腿走路。於回顧年度內，站內渠道如天貓&京東(有好貨猜你喜歡、大咖點評、好物分享、逛逛、U先、排行榜、黃金流程等)共發佈達人內容1,065條，顧客瀏覽568.6萬+次，顧客訪問244.8萬+次。站外小紅書發佈155條內容，246萬+次閱讀，22.1萬+次互動。

## 6、數字化轉型

積極使用人工AI智能軟件，結合自身業務需求，從數據能力、顧客關懷能力以及服務能力3方面進行了提升。利用智能AI軟件，對近30天諮詢未下單客戶回訪、生意參謀競店數據抓取、市場品牌排行分析、唯品會工單提醒、網店管家(吉客雲)明文解析、AI智能電話老客回訪、圓通、ems快遞自動攔截等場景，提升了線上數據分析能力，提升了老顧客關懷服務，增加了品牌美譽度。利用搭建班牛工單系統，完成對售後退貨訂單登記分析，售前接待問題流程反饋處理，順豐快遞自動攔截，支付寶售後批量退款，輿情監控的管理列表處理等，完善了部門各崗位的工作流程銜接，提高工作效率，提升了整體服務能力。

## 7、爆款打造

於回顧年度內，線上業務團隊圍繞「大橘大利」、「心想事橙」、「萌熊」3款產品打造爆款新品。在線上產品銷售統計中，「萌熊」銷售量&銷售額均排名第1；「心想事橙」銷售量&銷售額均排名第5；「大橘大利」銷售量排名第12，銷售額排名第9。

線上業務團隊已經具備成熟的打造爆款能力，從新品預熱上新，到拉新工具加持，晚間直播間推薦，購後鏈路促進連帶銷售，在產品力與庫存足夠的前提下，可以發揮動銷能力。與此同時，我們也充分意識到打造爆款的時間跨度應當遵從產品生命週期，在此週期內盡可能完整的獲得爆款的流量紅利。

## 8、天貓直播

於回顧年度內，線上業務團隊繼續在天貓平台開設直播間，全年直播2,678小時，種草成交金額同比增長73%，直播間滲透率達到10.6%，全年直播銷售目標達成率170%。新增粉絲4.2萬人，同比增長53%，直播間觀看人數共計435萬人，同比增長42%，梳子行業店播銷售維持第一，已經具備優秀店播規模。

## 9、二零二四年線上業務工作重心

在堅持「渠道多元化的基本思路不動搖」的總策略下策劃執行二零二四年營銷活動，配合站內內容渠道、站外小紅書渠道、抖音渠道等宣傳渠道共同發聲，與美譽度較好的頭部主播及賬號積極接洽保持合作，擴大品牌的話題性和曝光度。

不斷改善和提高服務能力，第一，在基礎系統優化上不斷投入資源，增加京東諮詢機器人坐席，提升人工智能使用效率，在提升服務質量的同時增加店鋪DSR考核權重以獲取更多的平台免費流量；第二，優化設計店鋪首頁與商品詳情頁，提升品牌視覺調性，提高顧客停留時長。第三，提升店鋪全面的服務質量，如會員價保服務，刻字描金服務，店鋪響應時長等，降低退貨率與退款處理時長，對一些小問題如包裝瑕疵破損提供小額賠償／紅包安撫等措施避免退款，提高淨銷售率。

優化線上產品體系，完善特供款體系。各平台爆款產品、引流產品、利潤產品需要重新劃分分級，最大化擴展各個平台的優勢。

搭建線上全渠道會員系統，發展私域流量池，並作為裂變營銷的入口，建立品牌自有免費流量陣地反哺銷售。將客戶從「流」量運營轉化到「留」量會員，為品牌帶來增量空間，真正沉澱線上會員人群資產到品牌手中，塑造品牌長期價值。

圍繞龍年新品以及熊貓IP系列為爆款產品進行重點打造，利用相應節點為新品做基礎銷量鋪墊，同步結合各種新品推廣工具以及站內站外種草賦能，循序漸進增加商品權重提高產品銷量。在宣傳方向上，重點圍繞「龍」元素和「熊貓」元素策劃活動及視覺方案，配合打造品牌自有IP，完善IP露出版面，植入消費者心智，借助IP形象滲透到年輕群體，人群破圈，擴大品牌知名度。

### 三、海外業務

於回顧年度內，海外業務團隊主要開展以下幾項工作：

積極拜訪發展新老海外加盟商，開出新的海外加盟店。加拿大多倫多莫蘭迪風格新店於今年七月底開業，這也是海外首家莫蘭迪風格店舖；馬來西亞聯營新店於二零二三年十二月底完成裝修並開始試營業。

做好海外社媒體賬號的內容產出工作，尋找合適的紅人對網站進行引流。持續對社媒體賬號進行內容更新，針對美國官網產品拍攝了一系列模特開箱視頻。

參加在馬來西亞吉隆坡舉辦的馬來西亞文博會，以72平米特裝展位的形象呈現，吸引了大量在場觀眾參與，凸顯了品牌形象及魅力。

繼續深化香港市場拓展，在香港九龍塘又一城與知名美髮沙龍HAIR CORNER達成合作開出了新的專櫃。

截至二零二三年十二月三十一日止年度，海外線下共計完成出庫人民幣385.75萬元，同比去年增長15.12%；跨境電商平台銷售額79.85萬元人民幣，同比去年增長32.72%；香港直營店及線上平台共計完成銷售464.84萬港幣，同比去年增長25.60%，香港市場實現扭虧為盈。

海外業務工作展望：

立足東南亞市場，積極宣傳推廣海外聯營政策，在東南亞市場開出2至3家新門店；深耕香港市場，拓展九龍區新市場，擴大店舖覆蓋範圍；在香港地區進行加盟合作等嘗試；在重點海外市場將自境內發貨改為海外倉方式，提高物流配送效率，降低物流成本，提升顧客購物體驗；參加美國拉斯維加斯消費品展及東京禮品展等海外大型展會；針對重點市場如北美和東南亞市場，加大社媒體推廣的力度，為品牌增加流量，提升線上線下店舖的銷售。

#### 四、創意研發

於回顧年度內，創意研發團隊在產品的結構和功能方面進行重點研發，提升了鑲齒梳的梳理功能和使用感受，並持續推進產品體系結構優化和迭代升級；在產品工藝方面，完成開發大漆工藝新產品、靛色螺鈿工藝驗證、掐絲琺瑯工藝驗證；在產品設計方面，設計自有IP元素「熊貓譚譚」和「生肖龍龍」，並成功打造了線上爆款產品；在材料利用方面，關注新品材料的系統性匹配，進行材料使用規格的配套性開發和補充開發，努力做到材料利用最大化。

於回顧年度內，共完成11個新產品項目的設計和開發，共上市常規新品36款；試銷並已完成評估的25款產品中轉常規產品22款，上市成功率88%；上年度自主開發的新產品萌熊、蝸牛、毓秀均進入零售TOP50，其中萌熊的單款零售額突破4,000萬元人民幣。

於回顧年度內，對包裝體系進行持續優化，其中棉質中檔布袋、琴軒發簪包裝、琴軒護髮梳包裝經優化和改良結構，使成本明顯降低；改善小葉紫檀產品包裝結構、增加折頁物料等，提升了高端產品的價值感；完成大套裝包裝的設計和開發。

創意研發工作展望：

持續提升新品／產品綜合毛利率：持續推進功能性產品的開發和優化，提高產品附加值；提升設計轉化能力、開發新資源，控制產品成本；持續推進自主產品的開發和創新，不斷突破。

推進產品淘汰計劃升級項目的設計開發，有效提高老產品的毛利率水平。

持續改善和優化包裝，滿足功能需求並有效降低成本。

結合自有IP持續打造並推出爆款產品，結合市場實際情況實時調整設計開發頻率，充分發揮爆款潛力，拉長生命週期和盈利週期。



## 五、生產技術

於回顧年度內，隨着市場訂單需求大幅增加，「提產能、保供應」成為生產組織全年的主旋律。在遵循「打緊用人」的原則下，生產組織團隊沒有採用人海戰術，而是優先通過工藝技術改進、推廣使用自主研發設備及引進設備來提高生產效率，同時在工廠內部採用一崗多能、車間之間相互協作等多種方式，有效保障了市場訂單供應。

隨着新廠南區廠房驗收完成，新廠生產線建設也在加快推進，已完成5座乾燥窯投產使用，及除塵系統、空壓站、修磨鋸房等配套設備的安裝建設。目前工廠有7座乾燥窯可供使用，新的大、小跑車也在逐步提升改料的精度和質量，有效解決了生產前端的材料加工瓶頸。

完成自動化拋齒技術的樣機設備的製造與安裝調試，達成四工位同步加工目標值，該技術將在降低作業技術難度和勞動強度方面發揮積極作用。

梳子外形自動圓角加工技術實現升級改造，有效降低員工作業勞動強度和提高作業效率。

完成酞紅木材料功能性改良工藝技術並投入運用，有效提高酞紅木材料產品耐候性能，減少合木結構產品的變形開裂比例30%，同時提升材料投入產出比例15%。

完成荷木材料功能性增重改良，使木材密度能夠滿足製作梳篦的材質要求，成為公司材料戰略的技術儲備。

截至二零二三年十二月三十一日，集團有效專利保有量為：發明專利15件；實用新型專利60件；外觀專利25件。

公司檢測實驗室通過了中國合格評定國家認可委員會簡稱CNAS能力覆審驗證，增加梳篦表面粗糙度和漆膜附着力檢測，達到梳篦產品7個項目的檢測能力授權。

## 六、物流配送

於回顧年度內，物流配送團隊密切關注市場需求和協調生產能力，及時下達生產和採購計劃，確保滿足市場訂單和適當的安全庫存，全年共計生產配送發貨539.8萬件。同時加強質量控制，除了日常檢查以外，增加頻次對庫房產品抽查，發現異常及時解決，保證產品完好，確保不合格品不出庫。

於回顧年度內，含物流中心維修站、句容維修站和各專賣店維修站，共30家維修站高效運行，全年共計完成維修品247,506件，獲得用戶認可。隨着公司和專賣店持續宣傳，越來越多的顧客通過小紅書、抖音、微信、微博等渠道了解到公司的維修政策，維修品數量不斷增加。維修服務作為集團的重要工作，後期將持續進行維修工作流程的梳理優化、維修系統升級、維修人員技能提升、售後服務改善提升等工作，以為用戶提供終身的服務和保障為使命。

## 七、品牌建設

於回顧年度內，值公司成立三十週年之際，於重慶萬州和江蘇句容兩地舉辦了低調而隆重的慶典活動。慶典現場展示着「時光影像集」，記載着譚木匠30年的風雨歷程和一路相伴而行的員工、加盟商人生軌跡。

慶典活動中，聽力障礙的員工們帶來了他們的舞蹈表演《你笑起來真好看》，他們跟着手語指揮的動作節拍，伴隨音樂在無聲的世界裏散發青春的激情；由6個代表隊參加的工間操比賽掀起了週年慶典的熱潮，殘疾員工坐在凳子上，同樣整齊地做着工間操；數十名加盟商則通過小劇場《三十而「勵」》，演繹了與譚木匠共同發展的艱辛和甜蜜。

本公司總裁羅洪平先生表示，三十年來，公司始終堅守「誠實、勞動、快樂」的核心價值觀，踐行「誠實正直良善」的社會責任，是公司能夠由小變大、由弱變強、互利共贏的工作法寶。不管是過去、現在、將來，公司董事會、管理層、全體員工、加盟體系，都將始終如一的堅守公司所確立的核心價值觀和社會責任。



本集團全體員工，要切實為公司始終保持風清氣正的良好氛圍而持續努力；全體加盟商，要為深耕、沉澱、傳播品牌而孜孜不倦的努力和付出，給品牌加分；加盟體系要實現可持續健康發展，在堅持加盟店發展質量優先的同時，用心靈和誠實自覺遵守加盟合同的約定，不違規不違約更不能違法，本集團將嚴格按照合同約定、政策法規、國家法律來做到做好市場服務和監管；做好譚二代的培養和傳承，讓譚木匠的事業薪火相傳，青出於藍而勝於藍。

創始人譚傳華先生回顧他的樸素初心：是要讓和他一樣的人有活幹、有飯吃、有衣穿，有房住。樸素的初心源於第一個兩元錢的故事，當時他身無分文流浪在昆明的街頭，饑寒交迫的他一度產生了向人伸手乞討的想法，但最終理智與骨氣戰勝了饑餓，拒絕他人的施捨與憐憫，憑給別人畫像賺到了第一個兩元錢，正是這張兩元錢，給了他活下去的希望，結束了流浪生活回到家鄉，從此也拉開了「譚木匠」創業的序幕。

他說，做人是要有信心和骨氣的，做品牌也是。如果當一條街所有門面都關了，但還有一個店還亮着燈，那就是譚木匠。疫情之前，譚木匠是被人看不起的，但現在，所有商場都對譚木匠敞開懷抱，因為，他們看到了譚木匠堅韌的生命力，這就是信心。而不管是做人還是品牌，都要有寬廣的心胸，心胸大，才能走遠路。對譚木匠未來的期許，他只願譚木匠做一家好公司，應該有更遠大的理想，走更遠的路。

於回顧年度內，獲得如下榮譽：二零二三年四月，提出申報並進入工業和信息化部「專精特新『小巨人』企業培育庫」；二零二三年五月，榮獲康復國際為全球100名為康復事業作出貢獻的代表或組織頒發的「康復國際百年貢獻獎」；二零二三年六月，榮獲「重慶市文化和旅遊企業價值榜」。

公益愛心活動是公司踐行企業文化、傳遞傳承公司和員工愛心的充分體現。按照公司《公益愛心活動管理辦法》，切實做好公司內外公益愛心活動，不走過場，不搞形式，真心誠意的做，不做表面文章。於回顧年度內，組織句容員工到木匠谷採茶和種植茅蒼術、到赤山湖植樹、到茅山鎮春城實驗學校組織開展「梳愛伴童行」公益愛心活動、到茅山敬老院開展「冬季送溫暖」公益愛心活動等。

分享兩則有趣的小故事如下：

### **顧客請我喝奶茶**

工作中，偶爾會發生這樣那樣的「意外」。

那天，一如往常的電話鈴聲，裏面卻傳來一反往常的急促的男士聲音。原因是這位顧客發出維修品快遞時，一時疏忽，不小心把付款方式選擇了到付，而公司有明確的提示是拒絕貨到付款的，貨物已經發出，擔心會被快遞公司退回，所以求助我們是否能夠幫忙支付運費。他提出可以微信轉賬給我，由我幫忙支付給順豐快遞員。

長期的工作經驗已經形成了一些固定的解決問題的方法，可從未有過類似情況發生，作為服務崗位的工作人員直接接受顧客現金是否妥當，我猶豫了。但遵從標準又意味着違反盡力滿足顧客需求的服務宗旨，那一刻感覺自己進退維谷。轉念一想，顧客這麼着急，核查了維修的產品價格也還挺貴的，到時退回去弄丟了，就太傷顧客心了。公司一直倡導「誠實勞動、快樂」的企業理念，我認為誠實不是老實，死板，工作不變通，固定的程序只是解決問題的參照，只要無愧於心，能正確及時解決顧客的燃眉之急才是第一位的。想到這，我立即答應下來。接下來，加微信，轉賬紅包立即過來了。打開紅包，40元！太多了吧？一個小件快遞費用沒這麼貴的。我把疑問發過去，他回覆到：哦，多的錢請你喝奶茶呢！哈！這個顧客太客氣了，我趕忙婉拒，他卻不再搭理我。

第二天，快遞小哥送來了他的到付件，郵費20塊，我就把剩餘的20元用微信轉賬返還給他，可我們的譚粉就是這麼可愛這麼耿直，一直沒有領取，直到第二天被系統退了回來。好吧！暫時就放在這，等產品修好後，我換了20元的紙幣一起寄給了他。

雖然錢不多，但幫忙支付快遞費的錢我能收，請我喝奶茶的錢我卻不能要，這是原則！作為譚木匠的普通一員，我深知：公司能從幾個店舖開到上千的專賣店，能從小作坊做到上市的不容易。我同時也深知，只有保持初心，守好底線，妥善解決好顧客的每一件小事，方能在顧客的心目中建立起企業的形象和品質，為打造譚木匠百年老店盡自己的綿薄之力。（物流中心：張波）

## 機會屬於有準備的人

朱學林曾經是我們技術中心的一名材料處理工，別看他的雙手不如我們靈活，但是他的腦瓜子卻一點都不比常人差，特別是工作熱情和對工作要求的領悟能力，令我印象深刻。

前兩年因為公司產品結構調整，材料處理的工作量明顯變少，他多次主動向部門表達了想趁年輕多學點東西，願意服從安排到其他崗位工作的想法。去年，他如願轉到了工廠的綠化崗，每次在廠區裏碰見他，他總會和我聊聊新崗位上的新鮮事，看着他這麼快就能適應新的崗位，我真心替他感到高興。

當我最近一次遇見他時，他竟然已搖身一變成了工廠的消防設施操作員。原來，在綠化組的這些日子裏，他並沒有選擇躺平，而是自發參加了重慶市消防設施操作員的培訓，並順利取得了職業資格證書。他坦誠地跟我講，其實公司提供給殘疾員工的工作機會已經很多了，只不過由於身體原因，有的工作他確實做不了，但如果碰上努努力就可以勝任的崗位，自己卻不願意努力去嘗試，只知道怨天尤人，真的對不起公司，更對不起自己。

我由衷地為他的成長感到高興，同時也難免心生感慨，這些年來，公司一直秉承着把員工教勤快、教能幹的用人理念，為員工提供了許多的晉升通道，但是如果自己平時不努力積累，只想等着天上掉下餡餅下來，到頭來也只能是一場空。機會屬於有準備的人，只要積極向上、一往直前，你我皆可完成華麗的蛻變，從而看見更閃亮的自己。（技術中心：廖恆）

## 八、人力資源及綜合治理

本集團加強內部治理，全年公司層面通報查處了6單共8人次違反公司行為規範和管理制度的行為，通報表揚了4個部門、通報批評4個部門。深度踐行公司存在的價值，進一步樹立風清氣正的公司氛圍、廉潔奉公的職業操守，維護公司內外「簡單、乾淨、透明」的合作關係。

於回顧年度內，隨着市場的快速復蘇，迅速形成了訂單生產保供的瓶頸壓力。為此，公司在持續實施人力優化、一崗多能的措施的同時，通過自主技術研發、外部技術引進，加強向生產作業工序和能力的轉化，起到了積極有效的改善和保障作用。雖然，目前訂單生產和保供還處於高位高壓運行的狀態，但公司堅信，隨着更多的技術成果投入運用和產品工藝結構的優化，將打破生產作業瓶頸，保障市場供應。

持續圍繞「打緊用人」不放鬆的原則，對非市場營銷、產品開發、技術研發的退休離職崗位，採取減員增效的辦法不再補崗，成效顯著；圍繞員工發展通道、任職條件、職級晉升、薪酬激勵等，重新構建人力薪酬績效體系，做到員工有奮鬥方向和目標，公司有激勵激活，形成良好的競爭激勵機制和氛圍，推動員工個人和公司和諧共生、共同發展。

本集團嚴格遵守國家勞動安全、環境保護、職業健康方面的法律法規，做到制度健全、措施適宜、檢查到位。在做好國家勞動、安全、環保等方面符合性要求的同時，每季度召開安全生產、經營風險工作會，及時總結、糾正、預防過程問題。回顧年度內，既沒有違反員工勞動權益保障方面的法律規範，也沒有發生員工勞動爭議或訴訟維權，更沒有發生勞動安全、環境保護、職業健康事故。產品在生產、銷售、使用過程中，沒有發生毒副和過敏性案例。

致力於促進和保障殘疾人就業，本集團今年設置了支持殘疾人事業的專項發展基金，並舉辦了第一屆殘疾員工運動會。改善提升殘疾人康復的場地和設施條件，建設殘疾人活動家園，全面實施生產車間更加人性和無障礙的衛生間功能改造。進一步改善住廠殘疾員工的生產生活設施，充分體現公司的人文關懷。公司今年還獲得國際殘聯在中國舉辦的「康復國際，百年慶典」活動的獎勵，時任中國殘聯主席張海迪親切勉勵譚木匠公司「榮譽屬於過去，未來我們要共同努力，將殘疾人事業做得更好。」

積極響應國家低碳、環保、節能的政策號召，在推進萬州新廠建設、老廠改善提升的同時，公司同步成功建設了太陽能光伏發電。目前已經投入運行，公司堅信作為對國家大政方針的積極響應、利國利民的發展思路，必將推動公司更加良性的發展。

本集團加大萬州新廠建設、技術改造、工藝設備研發的力度。隨着萬州新廠南區的竣工投產，多年的材料加工和乾燥瓶頸得以解決，做到了建立並實施最優化的以鋸代刨的原木精確加工和材料乾燥工藝，材料利用和產品質量將逐漸得到有效提升。正在加緊推進萬州新廠北區一期的建設，計劃在2024年底實現物流中心搬家，從根本上解決困擾該部門所在場所存在多年的「三合一」風險問題。工藝作業改進、自主技術研發、外部技術引進成效顯著，在有效降低技能難度和作業強度的同時，生產效率得到提高，市場保供能力進一步增強，逐步實現先進的加工技術和手工工藝的完美結合。

經歷三年疫情，人們健康養生意識明顯增強，公司在疫情過後對市場健康養生概念產品的需求增長評估略有不足，年初第一季度常規訂單和團購產品的生產和供應保障措施略有滯後，但迅速反應、及時調整，很快提升產能並保障供應，但目前仍處於高位高壓運行狀態，需要在2024年做出切實改善。

市場整肅方面，全年共發現79起違規經營行為，固證進入訴訟階段74起，已結案19起，追賠金額19.8萬元。二零二一年和二零二二年訴訟案件經法院調解（裁定、強制執行）結案共18起，查處追賠金額31.3萬元。

於回顧年度內，針對公司外觀專利產品「萌熊」被仿製情況，公司進行專利維權，固證並進入訴訟階段3起，其中1起將於2024年2月開庭審理。

商標管理方面，截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團持有有效商標776件。其中，譚木匠（重譚、香譚）名下國內註冊商標395件、港澳台及海外註冊商標129件；木匠谷名下國內註冊商標233件、港澳台及海外註冊商標19件。



## 財務回顧

### 1. 收益

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的收益約為人民幣499,688,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約人民幣348,002,000元增加約人民幣151,686,000元或43.6%。該項增加主要原因為疫情逐步受到控制，使市場需求在回顧年度期間相對截至二零二二年十二月三十一日止年度趨向復甦而有所增加所致。線下業務之收益約為人民幣282,441,000元，比去年的約人民幣178,242,000元增加約人民幣104,199,000元或58.5%。線上業務之收益約為人民幣211,468,000元，比去年的約人民幣166,409,000元增加約人民幣45,059,000元或27.1%。直接經營店舖之收益約為人民幣4,661,000元，比去年的約人民幣3,167,000元增加約人民幣1,494,000元或47.2%。於二零二三年十二月三十一日，本集團分別有1,166間特許加盟店舖及4間直接經營店舖，而於二零二二年十二月三十一日，本集團則分別有1,092間特許加盟店舖及3間直接經營店舖。加盟費收入約為人民幣1,118,000元，與去年的約人民幣184,000元相比，增加約人民幣934,000元或507.6%。

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二三年		二零二二年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收益				
— 梳子	46,072	9.2	41,150	11.8
— 鏡子	552	0.1	317	0.1
— 組合禮盒	447,459	89.6	302,692	86.9
— 其他飾品*	4,487	0.9	3,659	1.1
加盟費收入	1,118	0.2	184	0.1
總額	<u>499,688</u>	<u>100.0</u>	<u>348,002</u>	<u>100.0</u>

\* 其他飾品包括頭飾、手飾及小型家居飾品

## 2. 銷售成本

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的銷售成本約為人民幣198,811,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度的約人民幣142,754,000元增加約人民幣56,057,000元或39.3%，銷售成本增加主要是對應於回顧年度銷量增加及銷售產品組合之變化所致。

## 3. 毛利及毛利率

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團之毛利約為人民幣300,877,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約人民幣205,248,000元增加約人民幣95,629,000元或46.6%。毛利率由二零二二年的59.0%上升至二零二三年的60.2%。於回顧年度內毛利率上升主要是由於本集團業務之銷售產品組合的轉變所致。

## 4. 其他收入及其他淨收益／(虧損)

截至二零二三年十二月三十一日止年度，其他收入及其他淨收益／(虧損)為收益約人民幣41,210,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度的收益約為人民幣35,364,000元增加約人民幣5,846,000元或16.5%。其他收入及其他淨收益／(虧損)主要分別為中國增值稅退款約人民幣26,865,000元、租金收入約人民幣4,860,000元、利息收入約人民幣8,805,000元，按公平值計入損益的金融資產的公平值變動約人民幣883,000元及投資物業公平值變動虧損約人民幣5,550,000元(二零二二年：分別為中國增值稅退款約人民幣19,097,000元、租金收入約人民幣5,881,000元、利息收入約人民幣422,000元，按公平值計入損益的金融資產的公平值變動約人民幣8,382,000元及投資物業公平值變動虧損約人民幣2,020,000元)。

## 5. 銷售及分銷開支

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的銷售及分銷開支約為人民幣85,502,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約為人民幣69,760,000元增加約人民幣15,742,000元或22.6%。銷售及分銷開支主要分別包括廣告宣傳及推廣費約人民幣29,962,000元、運輸費用約人民幣11,289,000元、使用權資產的折舊約人民幣2,948,000元、工資及津貼支出約人民幣13,221,000元及差旅費約人民幣1,910,000元（二零二二年：分別為廣告宣傳及推廣費約人民幣25,646,000元、運輸費用約人民幣8,717,000元、使用權資產的折舊約人民幣2,925,000元、工資及津貼支出約人民幣10,850,000元及差旅費約人民幣1,735,000元）。

## 6. 行政開支

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的行政開支約為人民幣40,469,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約人民幣31,975,000元增加約人民幣8,494,000元或26.6%。行政開支主要分別包括工資及津貼支出約人民幣22,330,000元、法律及專業費用約人民幣1,166,000元、設計及樣板費用約人民幣961,000元、顧問費約人民幣521,000元、審計及審閱費約人民幣1,067,000元（二零二二年：分別為工資及津貼支出約人民幣17,675,000元、法律及專業費用約人民幣1,229,000元、設計及樣板費用約人民幣538,000元、顧問費約人民幣364,000元、審計及審閱費約人民幣1,028,000元）。

## 7. 其他經營開支

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的其他經營開支約為人民幣5,844,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約人民幣4,887,000元增加約人民幣957,000元或19.6%。



## 8. 財務費用

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團之財務費用約為人民幣581,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約人民幣627,000元減少約人民幣46,000元或7.3%。財務費用為租賃負債利息。

## 9. 所得稅

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團的所得稅開支約為人民幣35,917,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約人民幣26,105,000元增加約人民幣9,812,000元或37.6%，此項增加主要歸因於回顧年度內除稅前溢利增加所致。詳情載於本公告之財務報表附註7內。

回顧年度內，實際稅率為17.1%，而截至二零二二年十二月三十一日止年度則為19.6%。

## 10. 年度溢利

基於上文所述，截至二零二三年十二月三十一日止年度，年度溢利約為人民幣173,774,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約為人民幣107,258,000元增加約人民幣66,516,000元或62.0%。此項增加主要是因為於回顧年度內毛利有所增加所致。

## 11. 本公司擁有人應佔之年度溢利

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本公司擁有人應佔之年度溢利約為人民幣173,734,000元，較截至二零二二年十二月三十一日止年度約為人民幣107,250,000元增加約人民幣66,484,000元或62.0%。

## 主要綜合財務狀況表項目分析

### 1. 物業、廠房及設備

本集團擁有的物業、廠房及設備包括樓宇、租賃資產改良工程、廠房及機器、傢具及設備、汽車及在建項目。於二零二三年十二月三十一日，本集團擁有的物業、廠房及設備之賬面值約為人民幣105,925,000元，較去年之賬面值約為人民幣91,370,000元增加約人民幣14,555,000元或15.9%。有關增加主要是由於截至二零二三年十二月三十一日止年度內之在建項目增加所致。

### 2. 存貨

於二零二三年十二月三十一日本集團擁有的存貨約為人民幣248,136,000元，較於二零二二年十二月三十一日的存貨值約人民幣244,430,000元增加約人民幣3,706,000元或1.5%，存貨值增加主要是由於原材料備存增加所致。原材料由去年之約人民幣188,900,000元增加約人民幣251,000元或0.1%至今年之約人民幣189,151,000元。

### 3. 應收貿易賬款

一般而言，加盟商須於產品交付前先結清貨款。本集團的應收貿易賬款包括一些有較好銷售業績的本集團加盟商應支付的產品信貸銷售款。於二零二三年十二月三十一日本集團擁有的應收貿易賬款約為人民幣6,808,000元，與於二零二二年十二月三十一日的應收貿易賬款金額約人民幣5,349,000元比較，金額增加約人民幣1,459,000元或27.3%。應收貿易賬款賬齡分析載於本公告之財務報表附註13內。

### 4. 其他應收款項、按金及預付款項

於二零二三年十二月三十一日本集團擁有的其他應收款項、按金及預付款(非流動加流動部分)約為人民幣9,595,000元，較於二零二二年十二月三十一日的其他應收款項、按金及預付款金額約人民幣8,306,000元增加了約人民幣1,289,000元或15.5%。其他應收款項、按金及預付款增加主要是由於預付款項較去年增加所致。

## 5. 應付貿易賬款

於二零二三年十二月三十一日，本集團擁有的應付貿易賬款約為人民幣6,856,000元，與於二零二二年十二月三十一日的約人民幣4,764,000元相比，增加了約人民幣2,092,000元或43.9%。供應商一般給予30日信貸期，應付貿易賬款賬齡分析載於本公告之財務報表附註14內。

## 6. 其他應付款項及應計費用

其他應付款項及應計費用之結餘額包括應付股息、其他應付款、應計費用、已收貿易按金、退貨準備、應付增值稅及其他應付非所得稅稅項及合約負債。於二零二三年十二月三十一日，本集團的其他應付款項及應計費用約為人民幣50,435,000元，較於二零二二年十二月三十一日的金額約為人民幣44,759,000元增加約人民幣5,676,000元或12.7%。於回顧年度內，其他應付款項及應計費用的增加主要是由於已收貿易按金增加所致。

## 資本架構

### 1. 債務

於二零二三年十二月三十一日，本集團並沒有任何計息銀行貸款（二零二二年十二月三十一日：人民幣零元）。

### 2. 資本負債比率

於二零二三年及二零二二年十二月三十一日，本集團並沒有任何計息銀行貸款，故計算資本負債比率並無任何意義。

### 3. 資產押記

於二零二三年十二月三十一日，本集團並沒有任何向銀行抵押的資產（二零二二年十二月三十一日：人民幣零元）。

### 4. 資本支出

本集團的資本支出主要包括購買廠房及設備、傢俱及裝置、在建項目及汽車。截至二零二三年十二月三十一日止年度及截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團的資本支出分別為約人民幣21,056,000元與約人民幣18,286,000元。

## 流動資金及資金來源

本集團主要以各項營運所得現金和各項長短期銀行借貸滿足營運資金的需求。截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團並沒有任何銀行貸款，披露浮動利率貸款之實際利率並不適用。

考慮到本集團營運所得現金流和可動用銀行借貸額，本公司董事認為，本集團有足夠營運資金滿足目前及本公告日期後至少十二個月的流動資金需求。

於二零二三年十二月三十一日，本集團擁有的現金及銀行結餘為約人民幣67,381,000元（二零二二年十二月三十一日：約人民幣27,160,000元），主要來源於本集團營業收入以及本公司於二零零九年所募集資金。

## 資本承擔

於二零二三年十二月三十一日，本集團之資本承擔約為人民幣44,433,000元（二零二二年十二月三十一日：約人民幣16,279,000元）。

## 本集團之重大收購及出售

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團並沒有任何重大收購及出售。

## 未來展望

### 一、營銷工作

- 1、按國內線下市場（營銷部）、國內線上市場（電子商務部）、海外事業部（海外線上線下業務）三個板塊業務架構設立和開展營銷工作。
- 2、國內線下市場：穩定和拓展國內市場的基本盤和市場體量；持續推進提升老店及新建店開設質量的工作，進入好的商圈、好的商場、好的點位；做好以做梳子體驗的「梳情花園」線下營銷傳播推廣活動；持續實施新一線城市品牌形象專賣店的打造支持；繼續實施振興東北的市場發展政策支持；持續開展亮淨齊的品牌形象維護和塑造；做好加盟體系譚二代的培養和傳承。
- 3、國內電商：提升店鋪全面的服務質量和增值服務；優化店鋪頁面與商品詳情頁；超頭部達人持續業務對接，爭取到曝光與銷售相結合的活動機會，持續為品牌發聲；加大會員營銷活動，做好線上會員的維護和後續長期粘性互動；做好產品分級、存貨和進一步加強現場管理；嚴密偵測線上平台違規網銷和假冒偽劣信息，及時聯繫平台撤銷鏈接，聯繫行政風控中心做維權訴訟。
- 4、國際市場：從品牌可持續健康沉澱和發展的角度，優先發展線下市場，同步做好線上海外代理業務試點工作；公司從業務拓展、人力資源保障、薪酬績效激勵方面，本着允許試錯、大膽做事、有工作規劃和實施措施、但暫不設銷售利潤業績目標和預算的原則，予以全力支持。做好海外市場線下品牌形象建設，堅持不斷落地、不斷調整、不斷糾偏的大膽探索並找出適合公司海外業務的成功模式。
- 5、做好「梳情花園」的快閃活動等品牌傳播；李永銓專賣店形象的落地推廣、產品及包裝的上市、營銷傳播推廣。

## 二、產品開發

年度常規時間節點新產品、新包裝、平面物料設計和支持；掐絲琺瑯、襯色螺鈿等深加工產品開發並小批量市場銷售、新工藝大漆產品量產上市；李永銓合作團隊的成果落地、轉化運用；自主IP開發和線上線下爆款打造。

## 三、技術研發

加大工藝技術研發的力度，堅持「把先進的加工技術和傳統的手工工藝完美結合」的原則不動搖，保持好品牌的手工文化和產品的手工工藝屬性；加強工藝創新、技術革新落地轉化和投入運用；提高工藝創新、技術研發達成成果和實質貢獻再評價和獎勵額度，全面推動技術創新工作。

## 四、價值堅守

堅守「誠實勞動快樂」的核心價值觀；切實踐行「誠實正直、快樂勞動；不藏私心、廉潔奉公；良善卑微、風清氣正」的工作精神。

## 五、鼓勵創新

繼續鼓勵大膽創新和試錯容錯，將鼓勵創新的辦法落實到位，營造良好的創新氛圍；按照公司促進創新氛圍管理辦法，推進積極創新工作，多出實質貢獻性創新成果；嚴肅查處低級失誤、主觀性犯錯、性質不好的犯錯。

## 六、品牌建設

先做好再講好譚木匠故事；做好品牌文化的沉澱、建設、傳播；做好「梳情花園」新模塊並走進高校的木藝週、木藝展、設計大賽等品牌傳播活動。

## 七、人力方向

堅持打緊用人的三項策略原則不放鬆，堅持促進保障殘疾人就業和爭取稅收優惠的政策不動搖。

## 八、市場整肅

嚴密偵測、嚴厲打擊假冒偽劣、嚴肅查處違規網銷，樹立公司公信力，進一步增強加盟體系自身信心和對公司的信心，塑造好公司和品牌口碑，維護好顧客體驗和情感；在市場維權方面，要和營銷部門保持前置性有效溝通，並共同做好如取證、公證、查處通報、顧問律師把控、共同保密等協同工作。

## 九、其他關注

譚木匠制梳技藝申報國家級非遺項目及國家級文化產業示範基地；建設《木梳》（《梳篦》）國際標準，（實時推出《梳篦》行業標準英文版）；木匠谷康養規劃的前期工作；打造萬州新廠沿河兩岸創意街區的前期工作。

## 股息

### 末期股息

為答謝各位股東的支持，董事會建議向於二零二四年六月六日(星期四)名列本公司股東名冊之股東派發截至二零二三年十二月三十一日止年度的末期股息每股38.64港仙，總額約為96,103,000港元(相當於約人民幣87,000,000元)，惟須於二零二四年五月二十三日(星期四)舉行之本公司應屆股東週年大會上待股東批准後，方可作實。派息率為本年度本公司擁有人應佔溢利的50%。

沒有股東放棄或同意放棄領取股息的安排，上述之末期股息預計將於二零二四年六月三十日(星期日)或之前派發。

### 暫停辦理股東過戶登記手續

#### 符合出席應屆股東週年大會及在會上投票的資格

本公司將於二零二四年五月十七日(星期五)至二零二四年五月二十三日(星期四)期間(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格出席應屆股東週年大會並於會上投票，本公司股東不能遲於二零二四年五月十六日(星期四)下午四時三十分，將所有過戶文件交回本公司的香港股份登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

#### 符合獲派建議末期股息的資格

本公司將於二零二四年五月三十一日(星期五)至二零二四年六月六日(星期四)期間(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格收取建議之末期股息，本公司股東不能遲於二零二四年五月三十日(星期四)下午四時三十分，將所有過戶文件交回本公司的香港股份登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。



## 或有負債、法律訴訟及潛在訴訟

於二零二三年十二月三十一日，在本集團之物業、廠房及設備內，有賬面值約為人民幣24,682,000元位於江蘇省句容市的一項物業。本集團於二零一三年自蘇州建興置業有限公司（「發展商」）購得該物業。本集團已悉數支付樓宇售價，但於二零二三年十二月三十一日，本集團尚未獲得擁有權證。近幾年，本集團已向發展商提出起訴。於回顧年度內，發展商已進入清盤程序。管理層已取得法律意見，並且評估認為清盤人很可能將繼續執行發展商與本集團之間的買賣協議及完成將擁有權證發給本集團。因此，沒有對本集團的業務經營和財務狀況造成重大不利影響。

除上文所披露者外，於二零二三年十二月三十一日，本集團並無任何重大或有負債、法律訴訟或潛在訴訟。

## 購股權計劃

於二零零九年十一月十七日，本公司有條件採納購股權計劃（「購股權計劃」），於二零零九年十二月二十九日（「生效日期」）生效。根據購股權計劃，董事會可全權酌情於生效日期起計十年期間內任何時間向任何合資格人士（定義見下文），包括本集團任何成員公司的僱員、董事、顧問、供應商、客戶及股東授出購股權認購股份。購股權計劃的詳情載列於招股章程。購股權計劃已於二零一九年十二月二十八日失效。

於二零二三年十二月三十一日，根據本公司購股權計劃，本公司已向若干合資格參與人士授出並被接納合共400,000份購股權，以認購本公司股本中合共400,000股每股面值0.01港元的普通股。該批購股權已失效。於截至二零二三年十二月三十一日止年度內，根據本公司購股權計劃授出購股權概要如下：

承授人	於本集團 擔任的職位	授出日期	購股權期間 (附註1)	每股 行使價 (港元) (附註2)	購股權數目					佔本公司 已發行股本 總額概約 百分比
					於 二零二三年 一月一日 未行使	於 年度內 授出	於 年度內 註銷	於 年度內 失效	於二零二三年 十二月三十一日 未行使	
劉珂佳女士	營銷總監	二零一八年 八月三十一日	二零一八年 八月三十一日 至二零二三年 八月三十日	4.896	200,000	-	-	(200,000)	-	-
羅洪平先生	行政總監	二零一八年 八月三十一日	二零一八年 八月三十一日 至二零二三年 八月三十日	4.896	200,000	-	-	(200,000)	-	-
					400,000	-	-	(400,000)	-	-

附註1：若干購股權的歸屬及行使受購股權計劃的條款以及授出函件內所載的表現目標及條款所規限。

附註2：於二零一八年八月三十一日授出購股權的日期股份的收市價為4.83港元。

## 持續經營

根據現行財務狀況和可動用的融資，本集團在可見未來有足夠財務資源繼續經營。因此，在編製財務報表時已採用「持續經營」基準。

## 公眾持股量

根據公開可得資料及就董事所知，截至二零二三年十二月三十一日止年度至本公告日期，本公司最少25%的已發行股本由公眾股東持有。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零二三年十二月三十一日止年度，本公司或其任何附屬公司概沒有購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 企業管治職能

董事會致力堅守於香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）附錄十四所載的企業管治守則（「企業管治守則」）載列的企業管治原則，並採納多項措施以加強內部監控系統、董事的持續專業培訓及本公司其他常規範疇。董事會在努力保持高標準企業管治的同時，亦致力為其股東創造價值及爭取最大回報。董事會將繼續參照本地及國際標準檢討及提高企業管治常規的質量。

於回顧年度內，本公司一直遵守生效的企業管治守則內所有適用之守則條文，惟與企業管治守則內守則條文第A.2.1條有所偏離者除外。

根據企業管治守則之守則條文第A.2.1條，主席與行政總裁的角色應予以區分，不應由一人同時兼任。自二零二二年五月一日至二零二三年二月一日止期間，譚傳華先生為董事會主席兼任行政總裁。董事會認為，讓譚先生同時擔任兩個職務可為本集團提供強大而貫徹之領導，並可於規劃及落實長遠業務策略時更有效益。董事會亦認為，鑒於董事會之成員包括強大而獨立的非執行董事在內，故此架構不會損害董事會及管理層於本集團業務權力及權限之平衡。董事會認為，上文描述之架構對本公司及其整體業務營運有利。

縱然如此，為了遵守企業管治守則，譚先生於二零二三年二月一日辭任本公司行政總裁，而羅洪平先生於二零二三年二月一日獲委任為本公司行政總裁。

### **證券交易之標準守則**

本公司已採納上市規則附錄十所載之上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）作為其本身監管董事進行證券交易之守則。每位董事經已確認彼於回顧年度內一直遵守標準守則。本公司亦已就有關僱員採納條款不會較標準守則寬鬆之書面指引。高級管理層因其在本公司所擔任之職務而可能擁有未公佈之內幕資料，彼等已應要求遵守標準守則及本公司有關董事進行證券交易之操守準則之有關規定。在回顧年度內，根據本公司所知，並無出現有關僱員違反僱員書面指引之情況。

### **審核委員會**

本公司於二零零九年十一月十七日成立審核委員會（「**審核委員會**」），並已遵照企業管治守則規定以書面列明職權範圍。審核委員會有三名成員，由全體獨立非執行董事組成。審核委員會的成員包括劉麗婷女士、楊天南先生及周錦榮先生，周錦榮先生為審核委員會主席。

審核委員會的職責及責任包括：

- 就財務申報程序、內部監控及風險管理制度的成效進行獨立檢討；
- 檢討及監察外聘核數師是否獨立客觀及核數程序是否有效；
- 監察本公司的財務報表、年報及賬目的完整性；
- 檢討本集團的財務及會計政策及實務；及
- 與公司管理層討論風險管理及內部監控系統，確保管理層已履行職責建立有效的系統。

於回顧年度內，審核委員會曾舉行兩次會議。審核委員會於回顧年度內之工作包括審閱本集團截至二零二二年十二月三十一日止年度之經審核綜合財務報表、截至二零二三年六月三十日止六個月之未經審核綜合中期財務報表及本集團內部監控措施效能。審核委員會亦已審閱外聘核數師的審核計劃及方法，並定期監察審核工作的進展及結果。

審核委員會於回顧年度內亦履行企業管治職務，包括制定及檢討本公司的企業管治政策及常規，以及企業管治守則的守則條文第D.3.1條所規定的其他職責。

根據審核委員會於二零二四年三月二十七日全體審核委員均有出席之會議，審核委員會已聯同本公司管理層及外聘獨立審計師閱覽截至二零二三年十二月三十一日止年度之綜合財務報表、本業績公告、二零二三年年報及於回顧年度內本集團應用之會計原則及守則，並已認同本集團所採用之會計處理方法及編製本二零二三年業績公告之財務報表是合乎現行之會計準則和上市規則的要求並已作出足夠之披露。

## 報告期後事項

於本公告日期，概無重大本報告期後事項。

## 信息披露

截至二零二三年十二月三十一日止年度之年度業績公告會於香港聯合交易所有限公司的網站(<http://www.hkexnews.hk>)內之「上市公司公告」及本公司網站(<http://www.ctans.com>)內之「投資者關係」內刊發。而載有上市規則之所有所需資料的本公司二零二三年年報將會在適當時候寄發予本公司股東，並於香港聯合交易所有限公司網站(<http://www.hkexnews.hk>)「上市公司公告」及本公司網站(<http://www.ctans.com>)「投資者關係」內刊發。

承董事會命  
譚木匠控股有限公司  
主席  
譚傳華

香港，二零二四年三月二十七日

於本公告日期，董事會包括三位執行董事，即譚傳華先生、譚棣夫先生和羅洪平先生；以及三位獨立非執行董事，分別為楊天南先生、劉麗婷女士和周錦榮先生。

\* 僅供識別