

業 務

概覽

我們是一家糧油批發商，總部設在揚州，主要集中在蘇中地區以「宏信龍」品牌經營超市及便利店零售業務。根據行業報告，按2023年的銷售額計，我們於揚州的超市營運商中排名第二，市場份額約為9.1%；按2023年的銷售額計，我們於蘇中地區的超市營運商中排名第五，市場份額約為2.3%；及按2023年的銷售額計，我們在江蘇省的超市營運商中排名約第二十，市場份額約為0.4%。於最後可行日期，我們在江蘇省經營51間超市及109間便利店，其中49間超市及108間便利店位於揚州市，2間超市及一間便利店位於泰州市。除超市及便利店外，我們亦於揚州經營兩個商城，即江都商城及宏信龍購物中心。江都商城於1995年開業，建築面積約為6,000平方米，宏信龍購物中心於2020年開業，建築面積約為3,000平方米。

就我們的批發業務而言，我們向轉售商及其他零售運營商（包括其他超市及便利店運營商以及餐飲企業運營商）銷售糧油、食品及其他產品。於最後可行日期，我們就29個品牌或品牌系列的產品（包括著名乳製品、食用油及酒類品牌）向15名供應商取得我們的地區分銷權，其中6份協議分銷地區為揚州市江都區，6份協議分銷地區為鹽城市，1份協議分銷地區為鹽城市亭湖鎮，1份協議分銷地區為揚州市及1份協議分銷地區為揚州市江都區某著名品牌酒類專賣店。於最後可行日期，我們已成功與10名供應商續訂地區分銷協議，並正與5名供應商進行續訂地區分銷協議，該5名供應商繼續向我們提供獲授權品牌的產品。我們的董事確認，該5名供應商的地區分銷協議續期並無障礙。該等協議項下的分銷權並無明示為獨家性質。根據該等協議，我們一般享有

業 務

較其他並無該等地區分銷權的分銷商更佳的定價條款。我們亦向海外客戶銷售服裝及木製品，並向分銷商及零售商銷售家電。

我們的超市提供各種日常消費品(大致可分為生鮮、糧油、副食及家居用品)，以滿足客戶的日常需求，而我們的便利店每天營業16或24小時，以滿足快速購買日常消費品的需求。在連鎖店管理方面，我們採用標準化的品牌形象及店舖設計、集中採購、集中存貨控制及配送以及零售店舖統一管理的策略。該等統一措施使我們能夠從規模經濟中獲益，精簡運營，並為顧客提供可預測的購物體驗。鑒於電子商務在中國日益普及，於往績記錄期間，我們為我們的零售店舖設立兩個小程序「龍會易購」及「宏信龍當日達」。

我們於商城銷售時裝及服裝、童裝、化妝品及個人護理產品、珠寶、配飾、鞋類、家電、消費電子產品、酒及雜貨。我們致力於提供各種滿足人們對時尚產品的需求的商品。此外，我們營運小程序「江都商城」，在線銷售在我們商城提供的產品。我們亦與三個第三方電子商務平台(即抖音、京東及微信)合作，在線向客戶銷售商品。

就我們的零售業務而言，我們(i)通過於零售店舖及商城向消費者進行一般銷售以及(ii)向客戶(包括企業及政府實體)進行大宗銷售獲得銷售收入。我們亦於零售店舖及商城收取授權銷售款項，並向品牌專櫃收取銷售總額或協定的銷售目標(以較高者為準)的一定比例作為佣金。除我們的零售業務外，我們亦將零售店舖及商城的部分店舖面積或舖位租賃予餐廳、酒店及藥店等其他零售運營商並收取租金收入。

為支持我們的批發及零售業務，除擁有兩間倉庫外，我們在揚州江都經營一個配送中心，以高速開展日常盤點、訂單分揀及包裝。該配送中心配備我們的WMS系統，以監控實時庫存信息，讓我們能夠有效管理庫存控制。WMS系統與超市及便利店採用的ERP系統相連，使我們能夠及時向超市及便利店配送產品。WMS系統亦與我們的B2B供應鏈系統相連，便於我們以有效及高效的方式向供應商下訂單。

利用我們採購及供應優質新鮮食品配料的能力，我們亦經營一個中央廚房，生產餐食及零

業 務

食，並交付至當地企業、學校或政府實體。於最後可行日期，我們的中央廚房位於揚州，每天可生產10,000份午餐餐食及10,000份晚餐餐食。

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，批發業務產生的收益約為人民幣525.3百萬元、人民幣512.3百萬元、人民幣686.5百萬元及人民幣572.4百萬元，分別佔我們總收益約36.7%、38.6%、49.0%及56.9%。同年／期，我們的零售業務產生的收益約為人民幣888.5百萬元、人民幣787.9百萬元、人民幣688.6百萬元及人民幣417.8百萬元，分別佔我們總收益的約62.0%、59.3%、49.1%及41.5%。

就收入貢獻而言，我們的零售業務是2021財年及2022財年的主要收入貢獻來源，但批發業務於2023財年追上零售業務，並於2024年首九個月超越零售業務。該收入組合變動主要歸因於COVID-19疫情及終止銷售煙草產品對我們零售業務的影響，以及消費者的食品消費行為改變及我們逐漸更專注於批發業務。

我們的收入從2021財年的約人民幣1,432.2百萬元減少至2022財年的約人民幣1,328.7百萬元，並增加至2023財年的約人民幣1,402.0百萬元，以及我們的收入由2023年首九個月的約人民幣987.8百萬元增加至2024年首九個月的約人民幣1,005.8百萬元。我們的年度溢利從2021財年的約人民幣35.1百萬元增加至2022財年的約人民幣51.1百萬元，於2023財年進一步增加至約人民幣51.6百萬元，以及我們的期內溢利由2023年首九個月的約人民幣30.5百萬元減少至2024年首九個月的約人民幣24.1百萬元，主要是由於【編纂】的影響所致。有關往績記錄期間財務表現的詳細分析，請參閱本文件「財務資料－綜合損益表的重要組成部分」一段。

我們的競爭優勢

我們認為，我們的成功及未來增長潛力歸因於以下競爭優勢：

我們的品牌「宏信龍」為江蘇省的知名品牌

自1994年開展業務以來，我們一直將本集團定位為以具有競爭力的價格提供優質產品並為顧客帶來優質體驗。經過多年的經營及積累，我們相信我們已經建立客戶對我們的信任、信心及忠誠，2014年，我們的商標「宏信龍」被江蘇省工商行政管理局認定為江蘇省著名商標，並被揚州市工商行政管理局認定為揚州市知名商標。有關相關獎項及表彰的進

業 務

一步詳情，請參閱本節「認證及獎項」一段。根據行業報告，我們以提供質優且價格合理的商品、舒適便捷的購物環境、貼心的客戶服務以及準確掌握當地消費者消費習慣及購物偏

業 務

好的能力而知名，及當地消費者對我們的品牌有着強烈的認可及忠誠度。我們認為，品牌高知名度為本集團的寶貴資產，使我們能夠從競爭對手中脫穎而出並吸引更多客戶。品牌知名度亦為使我們能夠在蘇中地區進一步擴張的堅實基礎。

我們的零售業務及批發業務相互帶來優勢互補及協同效應

多年來，我們已發展綜合批發及零售業務。這種多樣化的業務模式具有顯著的競爭優勢及協同效應，使我們從多種收入來源及降低風險中獲益。

在零售方面，截至最後可行日期，我們在江蘇省擁有51家超市、109家便利店及兩家商城的龐大網絡，為本集團提供無與倫比的影響力，使我們能夠接觸到龐大而多樣化的消費群體，並與當地社區建立了密切聯繫。這為本集團提供寶貴的客戶數據及洞察力，可用於優化我們的產品種類、定價及營銷策略。

同時，我們的批發部門向不同的經銷商及零售商採購及分銷各種消費品、食品及飲料以及家居用品。客戶對我們批發及零售業務的需求使我們擁有強大的購買力，亦使我們有能力與供應商磋商有利的條款。

通過整合批發及零售功能，我們能夠實現顯著的規模經濟效益及運營效率。這種互補的零售－批發模式使我們能夠為批發及零售客戶提供具有競爭力的價格及各種產品選擇。所產生的協同效應將加強我們在江蘇省區域市場中作為綜合購物及供應解決方案的地位。

我們擁有多種採購渠道，以確保產品的穩定供應

我們向各種供應商採購產品，包括製造商、地區分銷商、農產品及食品批發商以及農業合作社。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們分別向900多家供應商採購產品，用於批發及零售業務。我們並不嚴重依賴任何一家供應商。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們最大的供應商分別佔我們於相應年度／期間的採購總額的約7.5%、12.5%、25.5%及30.5%。儘管於COVID-19疫情期間供應鏈中

業 務

斷帶來挑戰，但我們的多種採購渠道提高了供應鏈的應變能力，這對我們於往績記錄期間為批發及零售業務取得穩定及持續的產品供應至關重要。

此外，保持多種採購渠道為我們提供靈活性，使我們能夠快速適應不斷變化的市場條件及需求波動。倘某個供應商無法滿足要求，我們可以利用其他供應商來保持穩定的供應。通過接觸各種供應商，我們可以調整採購策略，適應不斷變化的環境。此外，我們的多種採購渠道也為我們提供更廣泛的商品種類，增強我們零售店舖及商城的產品供應能力。

我們擁有廣泛的零售店舖及批發客戶網絡，並實行集中採購，這使我們具有更強的議價能力，可以從供應商獲得更優惠的批量採購條件及定價選擇，從而使我們能夠制定更具競爭力的銷售價格，保持零售店舖和批發業務的吸引力。同時，我們的大宗採購量亦有助於促進供應商向我們供貨的意願，於往績記錄期間若干知名的乳製品、油類及酒類品牌向我們授予地區分銷權已證明這一點。

供應商渠道的多樣化亦有助於在供應商之間引入競爭，激勵其保持高質量標準，提供穩定的產品，以確保我們的業務持續不斷。這種競爭可促使我們的供應商不斷改進工藝，為我們的業務提供更高質量的產品。

我們有完善的供應鏈管理系統

我們在揚州市江都區設有一個配送中心及兩個倉庫，總建築面積約18,900平方米，可支持我們的批發及零售業務。配送中心採用WMS系統，該系統與我們的ERP、POS及B2B供應鏈相連，以提供實時庫存信息，讓我們有效管理庫存控制，便於向供應商下發訂單及向零售店舖及批發客戶分銷產品。我們通常批量購買產品，並將其儲存在倉庫或配送中心，隨後分銷予我們的零售店舖及批發客戶。相關供應鏈有利於獲得批量折扣及降低庫存管理成本。由於我們努力保持暢銷產品穩定且充足的庫存水平，我們一直能夠及時補充暢銷產品供應。

我們調配的主要資訊技術系統包括ERP系統、POS系統及B2B供應鏈系統，支持我們產品的採購、庫存、銷售及物流。該等系統收集及監控實時銷售信息，有助於庫存分析及作出採購決策。我們的管理層根據ERP系統處理並集中的實時銷售資料，調整銷售策略，補充產品，並安排向零售店舖及若干批發客戶送貨。得益於我們的ERP系統、POS系統及

業 務

B2B供應鏈系統，我們能夠根據消費者的偏好及最新的市場趨勢，保持零售店舖的最佳庫存水平。

我們擁有一支經驗豐富且專業的管理團隊

我們的管理團隊在中國零售及供應鏈行業擁有豐富的行業知識及經驗。我們的主席兼執行董事高先生與我們的執行董事袁先生各自分別在超市及供應鏈業務擁有逾40年的經驗。此外，我們的執行董事兼高級管理層成員張先生及姚先生分別於超市及供應鏈業務擁有逾30年及15年的經驗。有關董事及高級管理層成員的經驗詳情，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層」一節。我們認為，彼等在地方市場的真知灼見及廣博知識可繼續促使本集團為我們的業務增長制定正確的模式及策略，物色最佳的產品組合及為我們的超市及便利店甄選策略性位置，以及有效及成功執行我們的業務計劃。

我們採取旨在為客戶提供滿意的客戶服務的方針

我們採取旨在為客戶提供滿意的客戶服務的方針。我們已分別為我們的零售店舖及商城設立會員計劃。於最後可行日期，我們的零售店舖及商城會員計劃分別擁有超過420,000名及200,000名會員。憑藉有關會員計劃，我們可以讓會員了解我們的促銷活動及特色產品，同時我們可以更好地了解客戶的偏好。此舉令我們能夠戰略性地加強我們的產品組合，同時提供恰當的客戶服務，以進一步推廣我們的品牌。

我們積極取得市場資料及徵求客戶的反饋意見，以便更好地了解客戶的偏好及購買模式。此乃透過客戶服務熱線及在線客戶服務平台實現，我們的客戶可就我們的產品及服務提出查詢及作出投訴。我們的銷售團隊亦會跟進我們的大宗銷售及批發客戶。

於往績記錄期間，我們就我們的零售店舖維護小程序「龍會易購」及「宏信龍當日達」，而就商城提供在線產品銷售維護小程序「江都商城」。該等小程序生成的實時數據反映客戶的購物行為、偏好及需求。我們認為，使用該等小程序不僅可以為客戶帶來便捷的購物體驗，同時令我們可根據當前的市場趨勢進行有定向營銷並制定銷售策略。

業 務

我們的業務策略

本集團的主要業務目標是進一步鞏固我們的市場地位，增加我們的市場份額，把握中國零售行業的增長機遇。我們擬主要通過以下方式實現我們的業務目標：(i)擴大我們的市場佔有率及零售店舖數量；(ii)通過建立新配送中心擴大我們的倉儲能力；(iii)通過建立新的中央廚房擴大餐食的加工能力；及(iv)加強ERP系統及基礎設施系統，提高運營效率。

通過擴大我們的市場佔有率及零售店舖數量，進一步鞏固我們的市場地位

我們旨在通過在江蘇省現有市場的周邊城市擴展零售網絡，繼續鞏固我們在蘇中地區、尤其是揚州和泰州的市場地位。憑藉對當地客戶喜好及消費習慣的深入了解，我們將繼續主要在蘇中地區擴展零售網絡，我們相信該地區擁有良好的增長及發展潛力，而來自國際及全國大型超市營運商的競爭亦相對較少。我們將繼續積極開發新市場，並在找到合適的地點及機會時增設分店。在決定是否進軍新市場時，我們會考慮多種因素，如當地的人口狀況、消費及消費模式、可能開設的分店附近的人流量，以及附近是否存在市場競爭對手等。

我們致力於為消費者提供優質產品，包括每日新鮮的蔬菜、水果及肉類等食品。為吸引更多消費者光顧我們的零售店舖，我們計劃自最後可行日期起至2026年第一季度在江蘇省及安徽省開設共計12家超市及30家便利店，並提供糧油、副食及家居用品等多種產品。其中，我們計劃在揚州開設三家超市及六家便利店，在泰州開設七家超市及18家便利店。考慮到中小型連鎖超市的趨勢及行業統計數據，以及開設實體商店的必要性，本公司董事認為，到2026年第一季度，本公司將有足夠的市場需求擴充及開設合共42間額外零售店舖。

據行業顧問告知，2023年蘇中地區銷售面積6,000平方米以下的中小型連鎖超市的零售額約為人民幣79.9億元。2017年至2023年中小型連鎖超市零售額的年均複合增長率為14.5%。預計2024E至2027E蘇中地區中小型連鎖超市零售額將按7.7%的年複合增長率增長。此種強勁的上升趨勢為本集團提供一個重大機遇，可透過擴大銷售網絡提升競爭優勢及推動可持續增長。此外，根據行業顧問的報告，基於社交需求、習慣、熟悉程度及現金付款喜好等因素，長者較傾向於超市及便利店等實體零售店舖購物，而較少傾向於網上購物。因此，中國人口老化的趨勢為實體零

業 務

售店舖提供穩定甚至不斷增長的顧客基礎。揚州市老年人口持續增長，60歲及以上老年人口佔揚州市常住人口的比例由2010年的約19.23%增至2023年的約28.59%。於泰州市，60歲及以上居民的比例亦從2010年的約22.14%持續增加至2023年的約30.50%。於揚州市及泰州市，60歲以上的老年人口均已超過總人口的25%，且60歲以上老年人口的比例持續增長。預期此趨勢將加強對實體零售店舖的需求，以更好地迎合高齡人群的喜好及需求。我們相信，這種方便消費者的一站式購物體驗，將使我們能夠根據消費者的購物習慣滿足其需求，並通過銷售利潤率較高的產品(如副食)提高我們的盈利能力，同時促進我們將零售業務擴展到江蘇省及安徽省的新市場。於往績記錄期間，儘管安徽天長的零售店舖已於2024年關閉，但我們仍累積了零售店舖經營經驗。考慮到關閉零售店舖僅為糾正該等零售店舖未能完成消防安全批准的若干違規事項(詳情請參閱本節「業務－不合規－(3)未能完成消防安全批准」一段)，與該等零售店舖的業務效率或盈利能力無關，董事認為，將我們的零售網絡擴展至安徽，可憑藉我們過往的經驗及對當地客戶的喜好及消費習慣的瞭解，提升我們的市場佔有率，並推動我們的增長。

預計每家新超市及便利店的建築面積分別約為1,000平方米及100平方米。就新零售店舖的選址方面，我們會評估潛在區域是否有足夠的人口及消費者需求來支持新零售店舖，考慮因素包括零售店舖每天經過的人流量，超市是否至少達到1,500人次，便利店是否至少達到300人次，附近是否至少有800個居民住戶，附近是否有地標建築，與最近的公車站的距離，以及附近居民的年齡人口統計及收入水平等。考慮到對鄰近其他零售店舖的潛在蠶食效應，同時平衡新零售店舖可能產生的收入，我們一般不會在步行約五分鐘內已有其他零售店舖的區域開設新零售店舖，除非我們有足夠的客流量數據顯示該地點的客流量足以支持開設額外的零售店舖。任何開設新零售店舖的提案都必須經過我們管理階層的批准，管理階層會共同監督我們零售店舖的整體擴張，以避免任何過度的擴張或出現蠶食效應。根據我們管理層的最佳估計及過往經驗，開設新零售店舖預計將產生資本支出總額約為人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)，其中，約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)將由[編纂]額提供資金，及約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)將由我們的內部資源提供資金。

業 務

下表載列從[編纂]至2026年第一季度每個季度預計開設的超市及便利店數量以及相關的資本支出：

	[編纂] 至 2025年 6月30日	2025年 7月1日至 2025年 9月30日	2025年 10月1日至 2025年 12月31日	2026年 1月1日至 2026年 3月31日
將開設的零售店舖數量：				
按零售店舖類型				
— 超市	3	3	3	3
— 便利店	6	6	9	9
按省份及城市				
— 江蘇省				
• 揚州(包括高郵及儀徵)	6	3	4	—
• 泰州	3	5	6	8
• 鹽城	—	—	—	4
— 安徽省				
• 天長	—	1	2	—
估計總資本支出 (人民幣千元)	7,680	7,680	8,520	8,520

就往績記錄期間開設的零售店舖而言，開設一家新超市一般需時約一至兩個月，而開設一家新便利店則需時約一個月。

盈虧平衡期是指零售店舖首次產生相當於其運營成本的營業額所需的時間。運營成本主要包括預期租金開支、員工成本、已售貨品成本及水電費開支。假設未來營業額增長率和毛利率與2023年新開設的零售店舖相似，我們預計計劃開設的新超市及便利店平均盈虧平衡期分別約為三至六個月及兩個月。就於往績記錄期間開設的零售店舖而言，新超市及便利店的盈虧平衡期分別約為一至六個月及一至七個月。其中，盈虧平衡期較長的便利店主要為2021年開設的便利店，其銷售表現受到COVID-19疫情的影響。

投資回收期是指零售店舖首次產生淨利潤相當於其初始設立成本所需的時間。初始設立成本主要包括設備成本、裝修成本以及消防安全系統和監控系統安裝成本。假設未來營業額將隨整體業務增長而增長、市場需求無重大變化、採購產品成本和勞動力成本無重大增長，我們預計計

業 務

劃開設的新超市及便利店的投資回收期分別約為二至三年及四至五年。就於往績記錄期間開設的零售店舖而言，新超市及便利店的投資回收期分別約為一至兩年及兩至三年。

通過建立新配送中心擴大我們的倉儲能力

於最後可行日期，我們在江蘇省江都區擁有一個配送中心及兩個倉庫，總建築面積約為18,900平方米，用於儲存我們零售店舖銷售及向批發客戶出售的產品。鑒於我們的預期業務增長及存貨流量增加，我們預計對倉儲空間的需求將不斷上升。於最後可行日期，我們的配送中心及倉庫的使用率均超過80%。因此，為充分利用市場增長和加深我們的市場滲透，董事認為我們須提高我們的倉儲能力。為此，我們計劃建立一個新配送中心（「**新配送中心**」）。

在選擇新配送中心的地點時，我們考慮多項標準，其中包括：(i)該地點在電力供應及運輸網絡方面是否有成熟的基礎設施；(ii)該土地是否靠近我們現有的配送中心及倉庫，以便更有效

業 務

地管理我們的日常運營，並促進我們不同倉庫之間的協作。於最後可行日期，我們已考慮多個可作為新配送中心的合適地點，但於最後可行日期，我們尚未就收購土地簽訂任何具法律約束力的協議。土地徵用須經過招標、拍賣或上市程序。我們計劃使用10,000平方米的土地興建新配送中心。

根據我們管理層的最佳估計及過往經驗，於收購土地後新配送中心的建設大約需要8個月才能完成，另外還需要4個月才能全面投入運營。新配送中心將配備冷藏設施及一般儲存設施，以滿足不同類型產品的儲存需求。

考慮到以下因素，董事認為通過建立新配送中心來擴大我們的倉儲能力屬合理：

(A) 現有分銷中心及倉庫的儲存容量不足

董事認為，我們現有配送中心及倉庫的高使用率限制了我們從零售客戶獲得更多業務的能力，原因是我們並無足夠的倉儲空間存儲供應予零售店舖的產品。董事認為，新配送中心將能夠滿足我們因長期業務增長而對儲存空間的需求，並與我們擴大零售店舖數量的業務戰略相輔相成。

(B) 蘇中地區超市及便利店零售市場的預期增長

董事認為，蘇中地區的超市及便利店零售市場需求巨大。根據行業報告，2017年至2023年，中國名義國內生產總值的年複合增長率約為7.17%，到2023年將達到約人民幣1,260,580億元。尤其是，根據行業報告，蘇中地區的名義國內生產總值從2017年到2023年的年複合增長率約為6.76%，到2023年達到約人民幣25,968億元。中國居民人均可支配收入從2017年的約人民幣26,000元增至2023年的約人民幣39,000元，年複合增長率約為6.99%。尤其是，蘇中地區居民人均可支配收入從2017年的約人民幣31,500元增長到2023年的約人民幣50,000元，年複合增長率約為8.01%。該增長趨勢表明，蘇中地區零售客戶對食品及家居產品的購買力及消費意願較高，這將促進該地區連鎖超市及便利店零售額的增長。

業 務

此外，根據行業報告，蘇中地區連鎖超市零售額從2017年的約人民幣239億元減少至2023年的約人民幣200億元，年複合增長率約為-3.0%。蘇中地區便利店零售額從2017年的約人民幣30.8億元增至2023年的約人民幣68.3億元，年複合增長率約為14.2%。根據行業報告，在強勁的經濟增長勢頭及不斷提高的收入和支出水平的推動下，預計蘇中地區連鎖超市零售市場的市場規模將從2024年的約人民幣206億元增至2027年的約人民幣225億元，年複合增長率約為3.1%，蘇中地區便利店零售市場規模將從2024年的約人民幣78.5億元增至2027年的約人民幣107億元，年複合增長率約為11.0%。董事認為，增強我們的倉儲能力將使我們能夠從蘇中地區連鎖超市和便利店零售市場的增長中把握更多商機。

通過建立新的中央廚房擴大餐食的加工能力

於往績記錄期間，本集團的供應及銷售餐食收入由2021財年約人民幣7.7百萬元增至2023財年約人民幣15.3百萬元，增幅約為98.7%。於2024年首九個月，我們的供應及銷售餐食收入約為人民幣4.7百萬元。於最後可行日期，我們在揚州設有一個中央廚房用於配餐，每天可生產10,000份午餐及10,000份晚餐。我們主要供應午餐訂餐，於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們每日處理的最高午餐訂單或晚餐訂單數目分別達約5,100份、6,300份、8,700份及5,500份。於往績記錄期間，我們中央廚房的加工能力主要受制於午餐或晚餐訂單的加工能力，因為午餐及晚餐的生產截然不同，因此午餐生產的任何過剩產能均不能重新分配至晚餐生產，反之亦然。倘我們無法按時向客戶交付餐食，我們將面臨法律責任及聲譽風險，因此耗盡中央廚房的加工能力在商業上並不可行。

根據行業報告，蘇中地區的預製食品銷售額由2017年的約人民幣23.9億元增至2023年的約人民幣77.5億元，年複合增長率為21.7%。在消費者對方便、快捷及多樣化的食品加工選擇需求日益增長的推動下，預計蘇中地區預製食品的銷售額將從2024年的約人民幣106.4億元增至2027年的約人民幣197.8億元，年複合增長率約為23.0%。

業 務

為把握中國預製食品市場的商機，我們擬於沐源中央廚房的基礎上通過建立一個新中央廚房來擴大我們的餐食加工能力。我們計劃在為建設新配送中心而徵用的同一塊土地上增建一個建築面積約為3,000平方米的中央廚房（「**新中央廚房**」）。據估計，新中央廚房每天可製作10,000份午餐及10,000份晚餐。根據我們管理層的最佳估計及過往經驗，新中央廚房的建造工程約需四個月完成，而新中央廚房全面投入運作則需時一個月。

業 務

董事相信，擴大餐食的加工能力將使本公司能夠承接更多客戶訂單，並滿足餐食需求的增長。此外，新中央廚房將提高我們向客戶提供餐食的運營靈活性和穩定性。倘我們現有中央廚房的運營出現任何中斷，我們能夠將其中的運營轉移到新中央廚房，從而減少對我們業務運營的影響。

盈虧平衡期指在考慮折舊開支等非現金項目後，新中央廚房每月產生的收入足以支付相關月份的每月運營費用所需的時間。董事估計，新中央廚房的盈虧平衡期約為投產後一個月。

投資回收期指新中央廚房產生足夠的累積現金流入以收回初始投資成本所需的時間。董事估計，新中央廚房的投資回收期約為投產後三年。

加強ERP系統及基礎設施系統，提高運營效率

我們相信，先進的ERP系統對支持我們的業務增長和內部監控至關重要。我們計劃建立一個集中式的ERP系統，以支持和管理我們的業務擴張，並提高我們的運營效率。集中式ERP系統將能夠管理我們業務運營的各個方面，包括(i)銷售管理；(ii)供應鏈管理；(iii)財務管理；(iv)會計管理；(v)庫存管理；(vi)運營流程管理；(vii)質量控制管理；及(viii)人力資源管理。集中式ERP系統將配備一個在線門戶，讓我們能夠實時監控採購、銷售及庫存數據，從而促進我們的生產計劃、採購決策、庫存分析以及銷售和物流分析。我們亦會提升一般辦公室軟件，使我們的運作更有秩序及效率。

我們的商業模式

我們的業務涉及以下營運：

業 務

- **批發業務：**我們向經銷商及其他零售商(包括其他超市及便利店經營者以及餐飲經營者)銷售糧油、食品及其他產品。於最後可行日期，我們就29個品牌或品牌系列的產品(包括著名乳製品、食用油及酒類品牌)向15名供應商取得我們的地區分銷權，其中6份協議分銷地區為揚州市江都區，6份協議分銷地區為鹽城市，1份協議分銷地區為鹽城市亭湖鎮，1份協議分銷地區為揚州市及1份協議分銷地區為揚州市江都區某著名品牌酒類專賣店。於最後可行日期，我們已成功與10名供應商續訂地區分銷協議，並正與5名供應商進行續訂地區分銷協議，該5名供應商繼續向我們提供獲授權品牌的產品。我們的董事確認，該5名供應商的地區分銷協議續期並無障礙。該等協議項下的分銷權並無明示為獨家性質。根據該等協議，我們一般享有較其他並無該等地區分銷權的分銷商更佳的定價條款。我們亦向海外客戶銷售服裝及木製品，並向分銷商及零售商銷售家電。

就批發業務而言，於往績記錄期間，食品為我們的主要收入來源。於2021財年、2022財年、2023財年、2023年首九個月及2024年首九個月，食品銷售額分別佔我們批發收入約90.6%、85.6%、91.7%、93.3%及93.1%。尤其是，按收入貢獻計，食用油為我們批發業務的主要食品。於2021財年、2022財年、2023財年、2023年首九個月及2024年首九個月，食用油銷售額分別佔(i)我們批發食品銷售收入約74.6%、73.4%、70.0%、72.3%及73.2%；及(ii)我們批發收入約67.7%、62.8%、64.2%、67.5%及68.2%。有關按產品類型劃分的批發收入明細，請參閱本節下文「我們的產品組合—來自我們產品的收入」一段。

本集團自2002年起開展批發業務，在中國批發市場已累積多年經驗。於往績記錄期間，食用油一直為我們批發業務所售的主要食品。於2021財年，我們向益海嘉里食品營銷有限公司南京分公司(「益海嘉里」)取得揚州市的地區分銷權，以分銷益海嘉里品牌的食用油。益海嘉里為一家於深圳證券交易所上市的公司的中國附屬公司，從事油籽壓榨、食用油精製、特種油脂及油料化學品製造、玉米、小麥及大豆加工，以及大米、食品原料的可持續多階段加工、中央廚房及糧油加工技術研發。根

業 務

據公開資料，益海嘉里集團為中國最大的糧油生產及加工集團之一，於2023年的市場佔有率為39.0%，居中國首位，佔有主導地位。我們的董事認為，我們與益海嘉里的地區分銷權為本集團批發業務的食用油採購提供穩固基礎，並為我們於往績記錄期間的批發業務增長作出貢獻。於取得益海嘉里的地區分銷權前，本集團向較分散的供應商採購食用油。於2022財年、2023財年各年及2024年首九個月，益海嘉里成為我們的最大供應商，我們於2022財年、2023財年及2024年首九個月向益海嘉里的採購額分別約為人民幣141.9百萬元、人民幣282.3百萬元及人民幣284.5百萬元，分別佔我們採購總額約12.5%、25.5%及30.5%。為說明我們與益海嘉里的合作對我們批發業務增長的重要性，我們批發業務食用油銷售收入由2022財年的約人民幣311.0百萬元大幅增加至2023財年的約人民幣436.1百萬元，並由2023年首九個月的約人民幣293.3百萬元大幅增加至2024年首九個月的約人民幣387.6百萬元。其中，於2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們向益海嘉里採購的食用油銷售額分別佔我們批發業務食用油銷售收入約52.5%、72.3%及84.3%。

據我們董事所知，益海嘉里向不超過三家公司(包括我們)授出類似的揚州市地區分銷權。儘管我們與益海嘉里的地區分銷權並非獨家，但我們董事認為，本集團能夠擴大批發業務及受惠於與益海嘉里的地區分銷權，主要歸因於以下因素：(i)我們向食用油批發客戶提供優惠的信貸條款。例如，於2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶均為批發客戶(除2022財年的客戶G為大宗銷售客戶外)，其中我們向其銷售的產品主要為我們向益海嘉里採購的食用油，而該等客戶均獲得長達90天的信貸期。根據行業顧問提供的資料，江蘇省食用油批發商的信貸期通常長達60天。儘管如此，若干歷史較長或市場地位較高的批發商可能會採取更具競爭力的信貸政策，提供更優惠的條款，以提高其市場份額及鞏固其市場地位。據我們的董事所知，本集團的信貸條款不遜於競爭對手；(ii)除食用油外，我們亦銷售其他日常食品，如穀物及牛奶，但數量較少，我們相信該等產品對滿足批發客戶的需求至為重要；及(iii)我們亦經營超市及便利店，從而以零售業務提升我們的品牌，而非僅為批發商。根據行業報告，按2023年銷售額計，我們在揚州的超市營運商中排名第二，市場佔有率約為9.1%；按2023年銷售額計，我們在蘇中地區的超市營運商中排名第五，市場佔有率約為2.3%；按2023年銷售額計，我們在江蘇省的超市營運商中排名約第二十，市場佔有率約為0.4%。

業 務

我們與益海嘉里最新簽訂的分銷協議將於2025年12月底屆滿，且根據該協議，該協議一直有效，直至簽訂經重續分銷協議或任何一方終止協議為止。我們與益海嘉里簽訂的分銷協議每年續約，而本集團自與益海嘉里簽訂第一份分銷協議以來，已成功與其續約。

- **零售業務：**我們以「宏信龍」品牌經營超市及便利店，以及兩家商城，主要集中在蘇中地區。我們通過以下方式獲得銷售所得款項：(i)於零售店舖及商城面向消費者的一般銷售；及(ii)大宗銷售給包括企業及政府實體在內的客戶。我們亦從零售店舖及商城的授權銷售中獲得銷售收入，並向品牌專櫃收取總銷售額或協定銷售目標(以較高者為準)的一定比例作為佣金。

我們的超市提供各種日常消費品(大致可分為生鮮、糧油、副食及家居用品)，以滿足客戶的日常需求，而我們的便利店每天營業16或24小時，以滿足快速購買日常消費品的需求。在連鎖店管理方面，我們採用標準化的品牌形象及店舖設計、集中採購、集中存貨控制及配送以及零售店舖統一管理的策略。該等統一措施使我們能夠從規模經濟中獲益，精簡運營，並為顧客提供可預測的購物體驗。

我們於商城銷售時裝及服裝、童裝、化妝品及個人護理產品、珠寶、配飾、鞋類、家電、消費電子產品、酒及雜貨。我們致力於提供各種商品，以滿足人們對潮流時尚產品的需求。

- **租賃業務：**除零售業務外，我們亦將零售店舖及商城的部分店舖面積或舖位租賃予餐廳、酒店及藥店等其他零售運營商並收取租金收入。
- **供應及銷售餐食：**我們設有中央廚房，生產餐食，並向當地企業、學校或政府機構配送。利用我們採購及供應優質新鮮食品配料的能力，我們亦經營一個中央廚房，生產餐食，並交付至當地企業、學校或政府實體。於最後可行日期，我們的中央廚房位於揚州，每天可生產10,000份午餐餐食及10,000份晚餐餐食。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們按業務劃分的總收入明細：

	2021財年		2022財年		2023財年		2023年首九個月		2024年首九個月	
	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	%
(未經審核)										
批發業務：										
— 商品銷售										
• 批發 (附註1)	515,654	36.0	495,056	37.3	679,641	48.5	434,820	44.0	568,338	56.5
— 來自銷售及供應商品的 佣金收入	9,639	0.7	17,283	1.3	6,860	0.5	6,405	0.6	4,073	0.4
小計	525,293	36.7	512,339	38.6	686,501	49.0	441,225	44.6	572,411	56.9
零售業務：										
— 商品銷售 (附註2)										
• 一般銷售：	751,615	52.5	613,209	46.2	616,813	44.0	472,480	47.8	362,049	36.0
— 超市	446,875	31.2	390,094	29.4	383,592	27.4	306,482	31.0	222,588	22.1
— 便利店	113,165	7.9	117,664	8.9	93,848	6.7	70,296	7.1	39,650	4.0
— 商城	191,575	13.4	105,451	7.9	139,373	9.9	95,702	9.7	99,811	9.9
• 大宗銷售	104,176	7.2	143,930	10.8	38,883	2.8	30,145	3.1	34,963	3.5
— 來自授權銷售的佣金 收入	32,718	2.3	30,748	2.3	32,894	2.3	21,795	2.2	20,752	2.1
小計	888,509	62.0	787,887	59.3	688,590	49.1	524,420	53.1	417,764	41.6
經營租賃租金收入	10,668	0.8	10,573	0.8	11,566	0.8	9,585	1.0	10,910	1.1
餐食供應及銷售	7,723	0.5	17,886	1.3	15,315	1.1	12,603	1.3	4,725	0.4
總收入	<u>1,432,193</u>	<u>100</u>	<u>1,328,685</u>	<u>100</u>	<u>1,401,972</u>	<u>100</u>	<u>987,833</u>	<u>100</u>	<u>1,005,810</u>	<u>100</u>

附註：

- 批發包括糧油、食品及其他產品的銷售。
- 於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們的零售店舖及商城小程序及電商平台所產生的收入分別約為人民幣14.6百萬元、人民幣6.6百萬元、人民幣22.7百萬元及人民幣22.8百萬元。
- 我們的總收入包括2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月分別約人民幣7.1百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣0.3百萬元及零的非重大金額，該等金額歸因於我們對加盟商的銷售額及加盟費。我們已於2023年終止加盟經營計劃。

業 務

批發業務

多年來，我們的連鎖超市及便利店網絡以及商城業務，逐步擴大批發業務。於2001年，宏信商貿（前稱江都商城股份有限公司）獲得對外貿易經濟合作部的進出口經營權批准，據此獲准從事商品進出口業務。多年來，我們同時發展批發及零售業務，這有助於為我們的業務帶來互補效益及協同效應。

我們認為，我們的批發模式在中國批發行業普遍獲採用並符合行業規範。我們的董事認為，該模式可讓我們透過接觸批發客戶的下游客戶群及其銷售網絡發展我們的批發業務，並有助我們以相對較低的成本擴大我們的消費者基礎。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們來自批發業務的收入分別約為人民幣525.3百萬元、人民幣512.3百萬元、人民幣686.5百萬元及人民幣572.4百萬元，分別佔我們總收入的約36.7%、38.6%、49.0%及56.9%。於往績記錄期間，經考慮對本集團批發業務下銷售的產品的控制權已轉移至其在中國境內的批發客戶（無論位於中國境內或境外），其所有收入均來自中國。

於往績記錄期間，我們從事三類批發，即：

- 向本地客戶銷售糧油、食品及其他產品；
- 向本地客戶銷售家電；及
- 向海外客戶銷售服裝及木製品。

就批發業務而言，於往績記錄期間，食品為我們的主要收入來源。於2021財年、2022財年、2023財年、2023年首九個月及2024年首九個月，食品銷售額分別佔我們批發收入約90.6%、85.6%、91.7%、93.3%及93.1%。尤其是，按收入貢獻計，食用油為我們批發業務的主要食品。於2021財年、2022財年、2023財年、2023年首九個月及2024年首九個月，食用油銷售額分別佔(i)我們批發食品銷售收入約74.6%、73.4%、70.0%、72.3%及73.2%；及(ii)我們批發收入約67.7%、62.8%、64.2%、67.5%及68.2%。有關按產品類型劃分的批發收入明細，請參閱本節下文「我們的產品組合—來自我們產品的收入」一段。

本集團自2002年起開展批發業務，在中國批發市場已累積多年經驗。食用油一直為我們批發業務所售的食品之一。於2021財年，我們向益海嘉里食品營銷有限公司南京分公司（「益海嘉里」）取得揚州市的地區分銷權，以分銷益海嘉里品牌的食用油。益海嘉里為一家於深圳證券交

業 務

易所上市的公司的中國附屬公司，從事油籽壓榨、食用油精製、特種油脂及油料化學品製造、玉米、小麥及大豆加工，以及大米、食品原料的可持續多階段加工、中央廚房及糧油加工技術研發。根據公開資料，益海嘉里集團為中國最大的糧油生產及加工集團之一，於2023年的市場佔有率為39.0%，居中國首位，佔有主導地位。我們的董事認為，我們與益海嘉里的地區分銷權為本集團批發業務的食用油採購提供穩固基礎，並為我們於往績記錄期間的批發業務增長作出貢獻。於取得益海嘉里的地區分銷權前，本集團向較分散的供應商採購食用油。於2022財年、2023財年各年及2024年首九個月，益海嘉里成為我們的最大供應商，我們於2022財年、2023財年及2024年首九個月向益海嘉里的採購額分別約為人民幣141.9百萬元、人民幣282.3百萬元及人民幣284.5百萬元，分別佔我們採購總額約12.5%、25.5%及30.5%。為說明我們與益海嘉里的合作對我們批發業務增長的重要性，我們批發食用油銷售收入由2022財年的約人民幣311.0百萬元大幅增加至2023財年的約人民幣436.1百萬元，並由2023年首九個月的約人民幣293.3百萬元大幅增加至2024年首九個月的約人民幣387.6百萬元。其中，於2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們向益海嘉里採購的食用油銷售額分別佔我們批發食用油銷售收入約52.5%、72.3%及84.3%。

據我們董事所知，益海嘉里向不超過三家公司(包括我們)授出類似的揚州市地區分銷權。儘管我們與益海嘉里的地區分銷權並非獨家，但我們董事認為，本集團能夠擴大批發及受惠於與益海嘉里的地區分銷權，主要歸因於以下因素：(i)我們向食用油批發客戶提供優惠的信貸條款。例如，於2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶均為批發客戶(除2022財年的客戶G為大宗銷售客戶外)，其中我們向其銷售的產品主要為我們向益海嘉里採購的食用油，而該等客戶均獲得長達90天的信貸期。根據行業顧問提供的資料，江蘇省食用油批發商的信貸期通常長達60天。儘管如此，若干歷史較長或市場地位較高的批發商可能會採取更具競爭力的信貸政策，提供更優惠的條款，以提高其市場份額及鞏固其市場地位。據我們的董事所知，本集團的信貸條款不遜於競爭對手；(ii)除食用油外，我們亦銷售其他日常食品，如穀物及牛奶，但數量較少，我們相信該等產品對滿足批發客戶的需求至為重要；及(iii)我們亦經營超市及便利店，從而以零售業務提升我們的品牌，而非僅為批發商。根據行業報告，按2023年銷售額計，我們在揚州的超市營運商中排名第二，市場佔有率約為9.1%；按2023年銷售額計，

業 務

我們在蘇中地區的超市營運商中排名第五，市場佔有率約為2.3%；按2023年銷售額計，我們在江蘇省的超市營運商中排名約第二十，市場佔有率約為0.4%。

我們與益海嘉里最新簽訂的分銷協議將於2025年12月底屆滿，且根據該協議，該協議一直有效，直至簽訂經重續分銷協議或任何一方終止協議為止。我們與益海嘉里簽訂的分銷協議每年續約，而本集團自與益海嘉里簽訂第一份分銷協議以來，已成功與其續約。

向本地客戶銷售糧油、食品及其他產品

作為一家經營超市及便利店零售業務的糧油批發商，我們利用集體採購能力與供應商談判更優惠的價格和條款。因此，我們能夠吸引批發客戶，以相對具有競爭力的價格向我們採購糧油、食品及其他產品。我們向中國的本地客戶銷售糧油、食品及其他產品，該等客戶主要包括經銷商及其他零售運營商，包括其他超市及便利店運營商以及餐飲業運營商。就糧油、食品及其他產品的銷售而言，本集團按總額基準確認收入。

地區分銷權

根據行業報告，中國不同地區的批發市場實行地區級分銷權制度。經過多年的經營及積累，我們贏得不同供應商及品牌商的信任，並取得了其產品的地區分銷權。於最後可行日期，我們就29個品牌或品牌系列的產品(包括知名乳製品、食用油及酒類品牌)向15名供應商取得我們的地區分銷權，其中六份協議分銷地區為揚州市江都區，六份協議分銷地區為鹽城市，一份協議分銷地區為鹽城市亭湖鎮，一份協議分銷地區為揚州市及一份協議分銷地區為揚州市江都區某著名品牌酒類專賣店。於最後可行日期，我們已成功與10名供應商續訂地區分銷協議，目前正與其餘5名供應商續訂協議。所有15名供應商繼續向我們提供獲授權品牌的產品。我們的董事確認，續訂所有地區分銷協議並無障礙。該等協議項下的分銷權並無明示為獨家性質。根據該等協議，我們一般享有較其他並無該等地區分銷權的分銷商更佳的定價條款。我們對該等產品的分銷權僅限於分銷協議中規定的地區。

下表載列地區分銷協議的主要條款：

期限： 通常為12個月

業 務

分銷地區：	六份協議分銷地區為揚州市江都區，六份協議分銷地區為鹽城市，一份協議分銷地區為鹽城市亭湖鎮，一份協議分銷地區為揚州市及一份協議分銷地區為揚州市江都區某著名品牌酒類專賣店
	部分協議明確限制於線上渠道、加油站及自動售貨機銷售。
最低採購承諾／銷售目標：	部分協議規定了若干年度、季度及／或月度最低採購承諾或銷售目標。
未能達到最低採購承諾／銷售目標的後果：	部分合約載列以下一項或多項後果： <ol style="list-style-type: none">1. 我們可能會承擔違約責任，且我們可能需要賠償供應商的經濟損失。2. 供應商有權終止協議。3. 倘我們連續數月未能達到目標，供應商有權終止協議。4. 供應商可調整授權區域或開放給其他分銷商。5. 供應商可能會從我們的保證金中扣除一定金額或沒收我們的保證金。
銷售回扣：	根據部分協議，倘我們達到銷售目標，我們有權獲得若干銷售回扣。
退貨安排：	我們通常需要在發現產品質量問題後3至10天內通知供應商。產品僅於雙方確認後方可退貨。

在我們於最後可行日期取得的15份地區分銷權中，我們已與供應商保持約1至13年的業務關係，其中七份超過4年，四份超過10年。

業 務

於往績記錄期間，我們可能未能達到地區分銷協議項下的最低採購承諾或銷售目標。

以下列出可能違約行為的相關事實及續期情況：

	產品類別	最低購買承諾	最低購買承諾與 實際購買的差額	續期情況
供應商J	酒類	於2019年12月6日至2022年11月25日為 人民幣9百萬元	人民幣0.45百萬元	於2023年續期
		於2023年2月27日至2023年12月5日為 人民幣2百萬元	人民幣1百萬元	於2024年續期
		於2023年12月6日至2024年12月5日為 人民幣1.5百萬元	人民幣0.97百萬元	續期2025年協議 並無障礙
供應商E	液態奶	於2021年1月1日至2021年12月31日為 人民幣62.05百萬元	人民幣4.42百萬元	於2022年續期
		於2022年1月1日至2022年12月31日為 人民幣62.01百萬元	人民幣4.95百萬元	於2023年續期
		於2023年1月1日至2023年12月31日為 人民幣59.67百萬元	人民幣10.51百萬元	於2024年續期
		於2024年1月1日至2024年12月31日為 人民幣56百萬元	人民幣16.12百萬元	於2025年續期
供應商K	美髮產品	於2022年12月1日至2023年11月30日為 人民幣2百萬元	人民幣0.55百萬元	於2024年續期
		於2023年12月1日至2024年11月30日為 人民幣1.45百萬元	約人民幣0.22百萬元	於2025年續期
供應商L	嬰兒食品	於2021年1月至2021年12月為 人民幣2.8百萬元	約人民幣0.52百萬元	於2022年續期
		於2022年1月1日至2022年12月31日為 人民幣4百萬元	約人民幣0.93百萬元	於2023年及2024年續 期
		於2024年1月1日至2024年12月31日為 人民幣6.5百萬元	約人民幣2.9百萬元	續期2025年協議 並無障礙

根據該等地區分銷協議，倘我們未能達成最低採購承諾或銷售目標，我們可能面臨以下後果：(i)我們可能會承擔違約責任，且我們可能需要賠償供應商的經濟損失；(ii)供應商有權終止協議；(iii)供應商可調整授權區域或開放給其他分銷商；及／或(iv)供應商可能會從我們的保證金

業 務

中扣除一定金額或沒收我們的保證金。特別是，倘我們長期未能達到最低採購承諾或銷售目標，尤其是當供應商發現另一市場參與者並認為該市場參與者能達到比我們更高的銷售額時，供應商可能會考慮終止我們的地區分銷權，或在我們的分銷權屆滿時拒絕續期。

據行業顧問告知，在中國批發市場上，授予其產品地區分銷權的供應商通常不會嚴格執行最低採購承諾或對未能達到最低採購承諾的分銷商施加懲罰，因為(i)品牌產品的銷售額取決於品牌的受歡迎程度及供應商的品牌策略，這可能超出分銷商的控制範圍；及(ii)供應商依賴分銷商分銷產品，懲罰有合理銷售表現的分銷商可能令彼等不願與該等供應商合作。

於往績記錄期間，我們並無因未能達成地區分銷協議項下的任何最低採購承諾而收到任何罰款。於最後可行日期，我們已成功與供應商E、供應商K及供應商L續訂地區分銷協議，並正與供應商J進行續訂地區分銷協議，彼等繼續向我們提供獲授權品牌的產品。董事確認，上述兩份地區分銷協議的續期並無障礙。

我們只能將有質量問題的產品退還給供應商。因此，我們承擔任何未售出產品的庫存風險。詳情請參閱本文件「風險因素－我們的存貨可能會面臨過期的風險」一段。

與我們批發客戶的協議

我們一般與批發客戶簽訂糧油、食品及其他產品銷售協議。銷售協議的期限介乎一年至三年不等。於銷售協議期限內，我們的批發客戶按訂單向我們下採購訂單。採購訂單明確規定產品的品牌、類型、數量及單價。

根據銷售協議，我們一般要求客戶在交付前支付預付款。對於若干與我們有長期業務關係及／或信用度高的客戶，我們或會給予最多三個月的信用期。

就糧油等大宗商品而言，我們可安排供應商直接將產品運送到客戶指定的地點。就其他食品而言，我們一般會安排從我們的配送中心或倉庫向客戶交付產品。

業 務

我們與批發客戶存在賣方／買方關係，原因為我們向批發客戶銷售商品。除根據銷售協議條款退回有缺陷產品外，我們不對彼等的任何未售出存貨負責，亦不允許就向我們的批發客戶銷售的產品退款或退貨。

向當地客戶銷售家電

我們擁有廣泛的客戶及供應商網絡，並從與消費者的日常互動中收集豐富的消費者數據，因此我們能夠深入了解流行商品及季節性產品的市場需求。我們代表批發客戶（包括分銷商及零售商）向品牌所有者批發家電。我們一般按訂單與批發客戶簽訂家電銷售合約，明確產品的品牌、規格、數量及單價。我們一般要求批發客戶在我們的供應商安排將家電運送至客戶指定地點之前或之後支付定金或全額貨款。我們的供應商只接受有質量問題的退貨。在家用電器銷售方面，本集團按淨額基準確認收入。在釐定佣金收入時，我們一般考慮的因素包括銷售訂單的數量及金額以及採購貨品的成本。於往績記錄期間，我們的佣金百分比介乎約0.2%至1.0%。

向海外客戶銷售服裝及木製品

我們於2002年開始出口銷售。我們向美國及菲律賓等海外國家的客戶銷售服裝及木製品。我們代表海外客戶向中國製造商批發採購服裝及木製品。我們一般按訂單與批發客戶簽訂服裝及木製品銷售合約，明確產品規格、數量及單價。我們給予批發客戶的信用期最長達90天。我們只接受有質量問題的產品退貨。我們的供應商安排向海外客戶交付產品，而我們負責辦理貨物清關手續。我們的供應商只接受有質量問題的產品退貨。就成衣及木製品銷售而言，本集團按淨額基準確認收入。在釐定佣金收入時，我們一般考慮的因素包括銷售訂單的數量及金額以及採購貨品的成本。據董事深知，彼等通常基於我們良好的產品品質、適合性及合理定價而向本集團採購。於往績記錄期間，我們的佣金百分比介乎約3.3%至7.4%。

就我們向美國客戶出口銷售服裝而言，我們獲美國法律顧問告知，倘我們以離岸價格(FOB)基準向美國客戶運送產品，我們將不會是負責支付任何關稅的一方。因此，由於我們提供予美國客戶的所有產品均以FOB基準運送，我們的美國客戶是註冊進口商，並負責支付關稅(如有)。據我們的美國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們對美國的出口銷

業 務

售亦不受任何關稅、配額、禁運、制裁及／或反傾銷及反補貼稅的限制。美國政府宣佈將於2025年2月對來自中國的商品加徵10%的額外關稅，並於2025年3月4日進一步加徵10%的額外關稅。據我們的美國法律顧問告知，倘我們於往績記錄期間主要向美國銷售的服裝於2025年3月4日或之後自中國運出或原產並運入美國，則須繳納約34.6%至59.5%的關稅。我們的董事認為，經考慮以下各項，美國政府截至最後可行日期的近期關稅增加預計不會對我們的業務運營造成重大不利影響：(i)我們批發業務銷售的產品主要為中國境內的食品；及(ii)我們的美國客戶告知，我們與其長達超過20年的長期業務關係、我們對其需求的良好理解、我們的財務實力，以及即使在COVID-19疫情期間我們的業務關係並未出現重大中斷，均為其在與我們開展業務時考慮的關鍵因素，且其不會僅僅因為目前的關稅增加而停止與我們的業務往來。有關美國政府所徵收關稅增加的相關風險因素，請參閱本文件「風險因素－對我們出口至美國的產品所徵收的關稅的任何進一步增加，或會對我們產生重大不利影響」一段。

批發客戶的管理

我們與批發客戶的關係為賣方／買方關係，原因為我們向批發客戶銷售商品，並確認銷售收入。我們對批發客戶的控制有限，且彼等並無合約義務向我們提供有關其存貨水平的任何資料及我們所銷售的產品的銷售數據。有關相關風險，請參閱本文件「風險因素－我們未必能夠評估批發客戶的銷售及存貨水平或正確預測我們產品的銷售趨勢」一段。

我們對其任何未售出的存貨概不承擔任何責任，且並無允許對出售予批發客戶的產品進行任何退款或退貨，惟根據我們與批發客戶之間的協議條款退回瑕疵產品除外。我們的批發客戶將我們銷售的產品轉售予其下游客戶。我們與批發客戶的下游客戶並無直接合約關係。

渠道堵塞的風險

我們定期與批發客戶溝通，以了解其對產品的需求。我們亦監控批發客戶的購買模式，並在批發客戶的需求出現重大變動時與彼等進行討論。董事認為，我們的批發客戶積存過多存貨的風險以及我們向批發客戶銷售的產品出現渠道堵塞的風險較低，原因為(i)糧油及食品產品本質上易腐爛，且保質期較短；(ii)我們僅授予批發客戶最多三個月的信貸期；(iii)我們的批發客戶僅能

業 務

退回有品質問題的產品，且於往績記錄期間，我們的批發客戶並無作出任何重大的銷售退貨或產品更換。

批發客戶之間的蠶食風險

董事認為糧油及食品批發客戶之間的蠶食風險極低，原因為我們批發業務所銷售的產品均為日常消費品及必需品，因此董事相信，終端客戶對有關產品有穩定及可觀的市場需求。根據行業報告，蘇中地區的糧油批發額從2017年的約人民幣79億元增長至2023年的約人民幣167億元，年複合增長率約為13.32%。受中國人口增長趨勢及中國政府促進農業產業發展政策的推動，預計蘇中地區的糧油批發額將從2024年的約人民幣180億元增至2027年的約人民幣233億元，年複合增長率約為8.0%。

與我們的批發客戶的關係

我們擁有大量的糧油、食品及其他產品批發客戶。於2021財年、2022財年、2023財年各年及2024年首九個月，我們擁有超過1,900名有關產品批發客戶，而有關產品批發業務產生的收入分別為約人民幣515.7百萬元、人民幣495.1百萬元、人民幣679.6百萬元及人民幣568.3百萬元。本集團將此前數個財政年度向我們下發訂單的批發客戶識別為經常性批發客戶。2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，來自該等經常性批發客戶的收入分別為約人民幣416.4百萬元、人民幣419.8百萬元、人民幣552.7百萬元及人民幣413.2百萬元。

下表列示於以下所示期間我們批發客戶（主要為分銷商及經銷商）數量的變動：

	2021財年	2022財年	2023財年	2024年 首九個月
於年／期初	1,954	2,447	2,378	1,950
於年／期內增加	1,129	811	193	1,042
於年／期內減少	(636)	(880)	(621)	(748)
淨增加／(減少)	<u>493</u>	<u>(69)</u>	<u>(428)</u>	<u>294</u>
於年／期末	<u><u>2,447</u></u>	<u><u>2,378</u></u>	<u><u>1,950</u></u>	<u><u>2,244</u></u>
流失率 <small>(附註)</small>	<u><u>32.5%</u></u>	<u><u>36.0%</u></u>	<u><u>26.1%</u></u>	<u><u>38.4%</u></u>

業 務

附註：終止或未續約的批發客戶數量佔年／期初批發客戶數量的百分比。經行業顧問告知，於往績記錄期間，中國地區分銷商的市場流失率通常介於20%至40%。

我們於2023財年的批發客戶數目有所減少，而儘管我們於2024年首九個月的批發客戶數目仍少於2021財年及2022財年，但2024年首九個月的批發客戶數目略有增加。相關變動主要是由於2023年及2024年中國市場的批發分銷商合併所致。根據行業顧問的意見，中國的分銷行業（特別是食品分銷商）擁有眾多參與者，由小型的本地分銷商以至大型的全國性公司不等。激烈的價格競爭令小型或個別分銷商的生存更具挑戰性，直至COVID-19疫情結束。

零售業務

我們以「宏信龍」品牌經營零售店舖。於最後可行日期，我們於江蘇省經營51家超市及109家便利店，其中49家超市及108家便利店位於揚州，2家超市及一家便利店位於泰州。

我們的超市提供各種日常消費品（大致可分為生鮮、糧油、副食及家居用品），以滿足客戶的日常需求，而我們的便利店每天營業16或24小時，以滿足快速購買日常消費品的需求。

我們亦於揚州經營兩間商城，即江都商城及宏信龍購物中心，並在我們的商城銷售時裝及服裝、化妝品及個人護理、童裝、珠寶、配飾、鞋類、家電、消費電子產品、酒類及雜貨。

我們通過以下方式獲得銷售所得款項：(i)在零售店舖及商城向消費者進行一般銷售；(ii)向包括企業和政府實體在內的客戶進行大宗銷售。我們還從零售店舖及商城的授權銷售中收取銷售額，並向品牌專櫃收取銷售總額或協定銷售目標（以較高者為準）的一定比例作為佣金。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們的零售業務收入分別為人民幣888.5百萬元、人民幣787.9百萬元、人民幣688.6百萬元及人民幣417.8百萬元，分別佔我們總收入的62.0%、59.3%、49.1%及41.5%。除零售業務外，我們還將零售店舖及商城的部分店舖面積或舖位出租給其他零售經營者，如餐館、酒店及藥店等，並收取租金收入。

我們的零售店舖網絡

於最後可行日期，我們在江蘇省經營160間零售店舖，包括51間超市及109間便利店。

業 務

下表載列於以下所示期間我們超市的數量變動：

	2021財年	2022財年	2023財年	2024年 首九個月	2024年 9月30日後及 直至最後 可行日期
於年／期初	48	54	53	52	51
年／期內增加	6	–	1	–	1
年／期內結業	–	(1)	(2)	(1)	(1)
淨增加／(減少)	6	(1)	(1)	(1)	–
於年／期末	<u>54</u>	<u>53</u>	<u>52</u>	<u>51</u>	<u>51</u>

下表載列於以下所示期間我們便利店的數量變動：

	2021財年	2022財年	2023財年	2024年 首九個月	2024年 9月30日後及 直至最後 可行日期
於年／期初	102	107	109	109	107
年／期內增加	9	5	4	2	3
年／期內結業	(4)	(3)	(4)	(4)	(1)
淨增加／(減少)	5	2	–	2	–
於年／期末	<u>107</u>	<u>109</u>	<u>109</u>	<u>107</u>	<u>109</u>

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們關閉零售店舖的主要原因是未能以優惠條件續簽到期租約。於往績記錄期間，我們亦關閉若干零售店舖，以糾正該等零售店舖

業 務

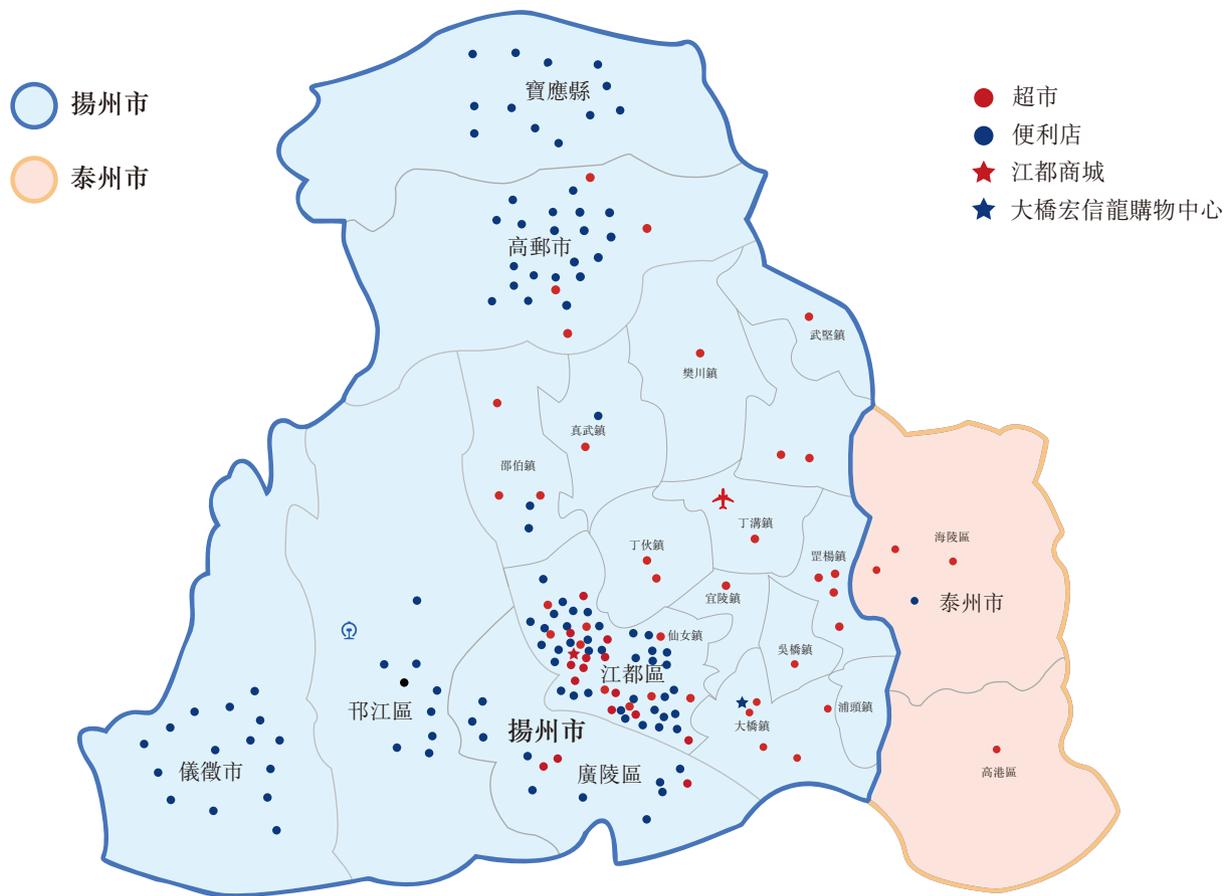
未完成消防安全批准的若干不合規情況。有關詳情，請參閱本節「業務－不合規－(3)未能完成消防安全批准」。期內零售店舖數目增加，是由於我們採取策略，在蘇中地區擴展零售網絡。

業 務

下表載列於最後可行日期按地理位置劃分的零售店舖數目：

	超市	便利店
江蘇省		
揚州市	49	108
泰州市	2	1
	2	1
總計	51	109

以下地圖顯示於最後可行日期我們零售店舖及商城的概約位置：



將開設的零售店舖

我們旨在通過在江蘇省現有市場的鄰近城市擴展零售網絡，繼續加強我們在蘇中地區尤其是揚州及泰州的市場地位。具體而言，我們擬動用[編纂]在揚州開設三家超市及六家便利店，並

業 務

在泰州開設七家超市及18家便利店。有關詳情，請參閱本節「我們的業務策略—通過擴大我們的市場佔有率及零售店舖數量，進一步鞏固我們的市場地位」一段。

業 務

選址

我們認為，零售店舖的戰略位置對我們的成功至關重要。以下為我們在零售店舖選址流程中通常會考慮的主要因素：

- 店舖的規模；
- 便利及便捷程度；
- 與我們現有店舖的距離或附近是否有類似的競爭對手；
- 人流量及車流量水平；及
- 區域內目標客戶的消費能力。

我們策略性地選擇蘇中地區城鄉結合部的若干黃金地段作為零售店舖的選址。我們相信這一策略對我們有利，因為我們可降低零售店舖之間的蠶食風險。我們於農村地區開設的零售店舖有助於將城市元素及便利設施融入農村地區，讓農村居民享受城市生活的現代便利。該做法符合「鄉村振興」戰略，亦符合中國政府縮小城鄉差距、讓農村居民享受國家快速發展成果的長期承諾。

避免零售店舖自相蠶食的措施

為避免我們的零售店舖自相蠶食，我們已採取以下措施：

- (i) 於選址過程中，我們評估潛在區域是否有足夠人口及消費者需求以支持新零售店舖。倘我們在步行約五分鐘的距離內已有另一家零售店舖，我們一般不會在該地區開設新零售店舖，除非我們有足夠的人流量數據顯示人流量龐大，足以支持於該地點開設額外的零售店舖。於最後可行日期，於我們的51家超市及109家便利店中，概無零售店舖位於距離另一家零售店舖約五分鐘步行路程範圍內；
- (ii) 於選址過程中，我們會考慮對附近其他零售店舖的潛在自相蠶食效應，同時平衡新零售店舖將產生的潛在收益；

業 務

- (iii) 任何開設新零售店舖的建議須經我們的管理層批准，彼等共同監督我們零售店舖的整體擴張，以避免任何過度擴張或自相蠶食效應；及
- (iv) 於新零售店舖開業後，於定期對所有零售店舖進行評估時，我們分別對其營運及財務表現進行投資後審查。倘新零售店舖的表現低於我們的預期，我們將審查是否可透過進行市場營銷及促銷活動吸引客戶並促進銷售改善其表現。我們亦持續監控所有零售店舖的整體營運及財務表現。倘表現不理想，我們會進行分析並相應調整策略。

連鎖店管理

我們於連鎖店管理中採用下列策略，這有利於我們實現規模經濟、精簡營運，並為客戶提供可預見的購物體驗。

- *標準化的品牌及店舖設計*：為了讓客戶於我們的連鎖超市及便利店中獲得一致及可識別的體驗，我們於零售店舖中採用標準化的品牌及店舖設計。我們要求所有零售店舖在顯著位置展示我們的商標「宏信龍」及標識，在營銷及店內材料中採用統一的配色方案、字體及圖像，並使用我們的標準廣告語、標語或品牌信息進行宣傳。我們的零售店舖亦採用相似的樓層佈局、產品擺放及一致的室內設計元素。我們相信，高度標準化的品牌及店面設計有助於將我們與競爭對手區分開來，提高我們的品牌知名度及客戶忠誠度。
- *集中庫存控制及配送*：我們的ERP系統監控零售店舖的存貨水平，並於零售店舖的存貨水平低於一定水平時，自動向配送中心發送警告。然後，我們的採購團隊會安排

業 務

補貨將產品運送到零售店舖。此舉能更有效地控制存貨及配送，降低缺貨或存貨過剩的風險，最終提高客戶滿意度，減少存貨報廢。有關零售店舖存貨控制及配送的更多詳情，請參閱本節「存貨管理、倉儲和物流」一段。

- **集中採購：**當配送中心及倉庫的存貨水平低於設定的最低水平時，我們的ERP系統將會自動向採購團隊發出警報。然後，我們的採購團隊將向供應商下訂單。我們通常進行大批量採購，而非頻繁地進行小批量採購，以利用我們的集體購買力與供應商磋商更優惠的價格及條款。通過集中採購，我們毋需各個門店自行處理採購活動，從而簡化採購流程，降低行政成本。這種「營採分離」模式有助於提高採購決策的問責性，降低供應商與個別零售店舖串通進行違背本集團戰略及規劃的不正當的市場及銷售行為的風險。此舉亦確保我們所有零售店舖均能提供一致的產品，並為我們提供大量的消費者數據，使我們能夠深入了解購買模式、供應商表現及促銷活動的效果，所有該等舉措均有助於我們制定戰略計劃及改善運營。
- **統一管理：**我們對所有零售店舖實行統一管理。我們的總部負責監督及協調多家零售店舖的營運。擴張計劃等重大戰略決策由總部制定。我們總部的營銷團隊負責決定產品種類、定價及營銷活動，而非由各門店經理獨立決定。零售店舖的店長負責檢查存貨的外觀及有效期，監控銷售及消費者行為，並定期向總部彙報。通過我們的ERP系統，我們的總部能夠監控每家零售店舖的日常銷售業績，並不時調整我們的營銷策略。我們的總部亦對所有零售店舖進行統一核算，確保本集團的整體效率。

我們的商城

於最後可行日期，我們經營兩家商城，即江都商城及宏信龍購物中心。

江都商城是位於揚州市江都區的一家購物中心，其於1995年開業，佔地面積約6,000平方米。該商城是一家百貨商店，設有各種品牌專櫃、超市、藥店等，以滿足消費者的購物需求。

業 務

宏信龍購物中心位於揚州市江都區大橋鎮，是一座多層購物中心。其於2020年開業，佔地面積約3,000平方米。商城內設有各種品牌專櫃、電影院、餐廳等，以滿足消費者的購物及娛樂需求。

於往績記錄期間，本集團於商城的一般銷售收入主要由江都商城貢獻，佔商城一般銷售收入逾95%。儘管江都商城的中庭已完成消防安全審查(定義見下文)，但江都商城仍未取得消防安全檢查合格證。有關不合規事件及糾正措施的詳情，請參閱本節下文「不合規－(3)未能完成消防安全批准」一段。

銷售類型

一般銷售

一般銷售指將我們的產品銷售予零售客戶，通常為親自來到我們的零售店舖或商城購物及採購的當地或周邊社區居民。客戶通常於購買時付款。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們於零售店舖及商城向客戶進行一般銷售所得收入分別為約人民幣751.6百萬元、人民幣613.2百萬元、人民幣616.8百萬元及人民幣362.0百萬元，分別佔我們總收入的52.5%、46.2%、44.0%及36.0%。

業 務

下表載列於所示年度／期間按零售店舖及商城劃分的一般銷售收入及毛利率的明細：

	2021財年		2022財年		2023財年		2023年首九個月		2024年首九個月	
	收入	毛利率								
	人民幣千元	%								
零售店舖	560,040		507,758		477,440		376,778		262,238	
—超市	446,875	23.8	390,094	24.7	383,592	25.8	306,482	27.7	222,588	26.2
—便利店	113,165	14.0	117,664	14.1	93,848	16.1	70,296	16.7	39,650	21.7
商城	191,575	12.0	105,451	16.3	139,373	17.2	95,702	17.7	99,811	16.7
一般銷售總額	<u>751,615</u>	19.3	<u>613,209</u>	21.2	<u>616,813</u>	22.4	<u>472,480</u>	24.0	<u>362,049</u>	23.1

大宗商品銷售

我們零售店舖的大宗商品銷售指將我們的產品銷售予大量購買我們產品的客戶，我們通常為該等客戶提供大宗銷售客戶的信貸條款。我們的大宗銷售客戶包括公司及政府實體，且彼等向我們的零售店舖或總部的銷售團隊下達訂單。我們的大宗銷售客戶在交貨前付款，或我們向大宗銷售客戶授予0至90天的信貸期限。對於批量採購的大宗銷售客戶，我們可以提供產品預定售價的一定折扣，大宗銷售商品的折扣須由總部批准。

下表載列於以下所示期間我們大宗銷售客戶數量的變動：

	2021財年	2022財年	2023財年	2024年 首九個月
於年／期初	984	953	810	156
於年／期內增加	526	37	31	66
於年／期內減少	(557)	(180)	(685)	(55)
淨(減少)／增加	<u>(31)</u>	<u>(143)</u>	<u>(654)</u>	<u>11</u>
於年／期末	<u>953</u>	<u>810</u>	<u>156</u>	<u>167</u>

於2023財年及2024年首九個月，我們的大宗銷售客戶數目大幅減少，主要是由於中國放寬COVID-19疫情。於2021年，我們獲揚州市江都區新冠肺炎疫情防控工作指揮部認可為揚州市民生保供重點企業。在2021財年及2022財年COVID-19疫情期間，我們擁有大量大宗銷售客戶。此

業 務

外，根據行業顧問的意見，在中國實施封鎖期間，由於對未來供應的不確定性及希望盡量減少購物次數，中國的消費者傾向於搶購米、油、罐頭食品及衛生用品等必需品，因而出現囤積存貨的行為。然而，隨著中國取消COVID-19疫情的限制，中國的消費者恢復了較有規律的購物習慣，導致我們的大宗銷售客戶數目減少。

大宗銷售與批發經營的主要差異概述如下：

	大宗銷售	批發經營
終端客戶	是	否
繼續經銷	否	是
主要產品類型	所有產品均可於超市及便利店購買	糧食、油、牛奶及酒精飲料
主要客戶類型	企業及政府實體	經銷商及其他零售經營者，包括其他超市及便利店的經營者以及餐飲企業經營者
典型的信貸條款及付款方式	3個月內；透過銀行轉賬	3個月內；透過銀行轉賬
交付	由本集團直接交付或供應商／製造商交付予終端客戶	由本集團直接交付或供應商／製造商交付予批發客戶或由批發客戶提貨

業 務

授權銷售

我們與品牌專櫃訂立品牌專營銷售協議，並按照銷售總額的百分比收取佣金，以獲得佔用我們零售店舖及商城指定區域、設立彼等自身的銷售櫃檯及銷售其產品的權利。我們的品牌專櫃在我們的零售店舖銷售的產品包括生鮮、副食及家居用品，而我們的品牌專櫃在我們的商城銷售

業 務

的產品包括時裝及服裝、化妝品及個人護理產品、珠寶、配飾、鞋類、童裝、家電、消費電子產品及雜貨，範圍由本地品牌到國際品牌。該等品牌專營銷售安排使我們能夠向客戶提供更廣泛的產品，同時我們不必承擔庫存管理的風險及成本，包括與過時產品相關的風險。

根據品牌專營銷售協議，我們將與我們的品牌專櫃就產品類別及其各自價格、限期、佣金比率、銷售目標、品牌專櫃的溢利保證、結算安排、促銷及營銷活動、附帶費用(如設計、裝修、裝置及棄置開支)責任及定價方針的詳情達成一致。倘品牌專櫃未能達到協定銷售目標、作出任何損害我們聲譽及客戶利益的行為或嚴重違反協議的條款，我們一般有權終止品牌專營銷售協議。

我們通過零售店舖及商城的指定收銀櫃檯，代表品牌專櫃向消費者收取授權銷售的款項。品牌專櫃不得自行收取付款。品牌專櫃每月向我們開具發票。我們於向品牌專櫃支付款項前，會保留銷售所得款項總額的若干百分比作為佣金收入。我們通常會在銷售月份後兩至三個月內與品牌專櫃結算付款。

下表載列年／期末應付品牌專櫃款項以及年／期末授權銷售的銷售總額(不含增值稅)：

	截至12月31日止年度／於12月31日			截至9月30日 止期間／ 於9月30日
	2021年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
應付品牌專櫃款項	39,022	38,256	34,800	18,749
授權銷售的銷售總額 (不含增值稅)	219,669	187,609	183,106	113,890

業 務

下表載列授權銷售於所示年度／期間的銷售總額(不含增值稅)及佣金：

	2021財年	2022財年	2023財年	2024年 首九個月
授權銷售的銷售總額 (不含增值稅) (人民幣千元)	219,669	187,609	183,106	113,890
授權銷售的佣金收入 (人民幣千元)	32,718	30,748	32,894	20,752
佣金佔授權銷售的 百分比	14.9%	16.4%	18.0%	18.2%

於往績記錄期間，我們的佣金佔授權銷售的百分比由2021財年的約14.9%增至2022財年的約16.4%，並於2023財年及2024年首九個月分別進一步增至約18.0%及18.2%。佣金佔授權銷售的百分比增加，是由於(i)授權銷售的總銷售額減少，特別是2021財年至2022財年，主要是由於COVID-19疫情；及(ii)我們的佣金收入因品牌專櫃的溢利保證呈穩定趨勢的合併影響。

電子商務

鑒於電子商務在中國日益普及，於往績記錄期間，我們為我們的零售店鋪設立兩個小程序「龍會易購」及「宏信龍當日達」，同時為我們的商城設立小程序「江都商城」。該等小程序均與普遍使用的移動應用程序微信相連。小程序與零售店鋪及商城的運營及銷售相輔相成，全年全天候提供產品購買服務。註冊客戶可在線訂購產品，並使用微信支付等電子支付方式付款，亦可選擇到

業 務

我們的零售店舖、商城提貨或將產品運送到指定地點。憑藉「線上訂貨、線下取貨、送貨上門」的業務模式，我們認為，此類小程序能夠為客戶提供便利，令客戶能夠隨時隨地了解實時產品資料及直接下達訂單，因此我們的客戶更習慣於在線購買我們的產品。

我們同時與抖音、京東及微信三大第三方電商平台合作，在我們的商城向顧客在線銷售及配送我們的產品。透過該等電商平台購買我們的產品，客戶可以享受到節省運輸時間及成本、快速交付產品的便利。

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，零售店舖及商城小程序及電子商務平台產生的收入分別約為人民幣14.6百萬元、人民幣6.6百萬元、人民幣22.7百萬元及人民幣22.8百萬元，分別佔我們總收入的1.0%、0.5%、1.6%及2.3%。

避免線下及線上銷售自相蠶食的措施

於往績記錄期間，我們的零售店舖及商城的小程式及電商平台所產生的銷售僅作為我們的客戶下單訂購我們的產品的額外渠道。我們認為線下及線上銷售自相蠶食的風險有限，原因是：

1. **不同的客戶群**：線上及線下購物吸引不同的客戶群。部分客戶偏好網上購物的便利性，而部分客戶則享受店內購物的體驗。
2. **購物行為**：客戶可能會出於不同目的而使用兩種渠道。例如，彼等可能會在線上購買便利商品及大宗商品，同時會到實體店購買新鮮產品、肉類及烘焙食品，以便檢查產品的品質及新鮮度。
3. **物流與配送**：網購的物流，包括配送時間、免運的最低購買金額及配售費用，可能會影響客戶的選擇。部分顧客可能偏好到店購物，以避免運費或立即收到商品。
4. **多渠道策略**：透過整合線上及線下體驗，我們為客戶提供最適合彼等需求的渠道，從而增強彼等的購物體驗以及對我們品牌的忠誠度及信任。

業 務

如上文所披露，我們相信我們的線下與線上銷售之間的自相蠶食風險有限。如果自相蠶食風險增加，我們可採取以下措施將該風險降至最低：

1. **「線上訂貨、線下取貨、送貨上門」模式**：我們的客戶可在線上訂購並選擇到店取貨。這可增加實體店的客流量，同時提供網上購物的便利性。
2. **差異化定價、庫存單位及促銷**：我們可針對線上及線下渠道的定價及庫存單位實施不同的策略。例如，我們可能會為線上購物者提供獨家折扣或促銷，同時維持店內促銷以助長客流量。我們亦可能設定獨家產品線或不同包裝的產品或限時優惠，僅在店內提供，以創造客戶光顧的理由。
3. **增強店內體驗**：我們專注於創造線上無法複製的獨特且愉快的店內購物體驗。這包括食品樣品、烹飪演示或個性化客戶服務。
4. **交叉促銷**：我們可透過標牌、傳單或員工推薦在店內推廣線上購物選項。相反，我們可透過突出店內活動或促銷活動鼓勵線上客戶訪問實體店。

加盟經營

於往績記錄期間，我們制定了加盟超市及加盟便利店經營的加盟計劃。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們面向加盟商的銷售產生少量收入分別約人民幣7.1百萬元、人民幣1.3百萬元、人民幣0.3百萬元及零，分別佔我們於相應年度／期間收入的不超過0.5%。我們分別於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月收取加盟費約人民幣341,000元、人民幣78,000元、人民幣279,500元及零。根據與加盟商簽訂的特許經營協議，加盟商可在指定的加盟店內使用我們的「宏信龍」商標，但無須向我們購買任何產品。為加強對我們商標的保護，並考慮到我們的加盟經營所產生的收入及加盟費甚少，我們已於2023年終止加盟計劃。

客戶服務

我們相信，客戶服務是我們作為零售店舖運營商及商城運營商取得成功的關鍵，原因為其可提高客戶忠誠度和滿意度。我們每個商城均設有客戶服務櫃檯，為客戶提供線下取貨點、退貨、失物招領、服裝修改、鞋表維修、休息區、商品到貨通知、客戶服務熱線、失蹤人員廣播、投訴櫃檯及信息中心等客戶服務。

業 務

我們積極征集市場信息和客戶反饋，以更好地了解客戶的偏好及購買模式。此舉乃透過客戶服務熱線及在線客戶服務平台實現，令我們的客戶可就我們的產品及服務提出查詢及作出投訴。

業 務

我們亦竭力及時處理客戶投訴(如有)。我們的運營團隊負責調查有關投訴的相關情況，通常會在收到反饋及投訴之日起一天內提供反饋。於往績記錄期間，我們不時收到客戶的若干投訴，投訴主要涉及產品描述、產品質量、員工服務及／或退款或換貨要求。我們的董事確認，所有投訴並非重大投訴，不會對本集團或我們的業務營運造成任何重大不利影響。

市場營銷及促銷活動

為吸引客戶注意並保持彼等於零售店舖及商城購物的興趣及忠誠度，我們不定期舉辦促銷活動及銷售活動。有關促銷活動及銷售活動包括於春節及本集團週年紀念等節日期間舉辦的節慶銷售，以及根據本集團的銷售策略及市場趨勢而進行的季節性銷售。倘有關產品的存貨水平過高或即將臨期，我們的採購團隊亦會建議進行促銷活動以清空若干產品。

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們的營銷開支分別約為人民幣7.3百萬元、人民幣5.8百萬元、人民幣6.3百萬元及人民幣5.7百萬元。

客戶會員計劃

我們為我們的零售店舖維持會員計劃(「零售店舖會員計劃」)。我們的零售店舖客戶可於註冊後成為會員，而加入零售店舖會員計劃並無最低購買金額限制。於最後可行日期，我們的零售店舖會員計劃已擁有超過420,000名會員。我們的零售店舖會員計劃下的會員可享受若干會員福利，並根據購物情況進行積分。積分可兌換為優惠券。

我們亦為我們的商城維持會員計劃(「商城會員計劃」)。於購買我們的產品後，客戶可加入我們的商城會員計劃。於最後可行日期，我們的商城會員計劃擁有超過200,000名會員。根據我們的商城會員計劃，會員可根據購物情況進行積分，積分可兌換不同物品，如禮品或優惠券。

董事認為，零售店舖會員計劃及商城會員計劃可促進我們與客戶的溝通，了解其喜好，以宣傳我們營銷及促銷活動的最新情況。透過提供會員折扣及積分計劃，我們為會員締造價值，促進我們的銷售，同時培養與客戶之間的感情，從而增加重複惠顧。

業 務

退貨及換貨政策

對於在零售店鋪銷售的產品，我們一般允許客戶在購買後七天內憑發票退貨及換貨，惟前提是(1)產品無損壞且退貨或換貨不會影響產品的二次銷售；或(2)產品有質量問題。該等一般規則對若干選定類別的產品(如生鮮食品、保質期在15天內的產品、煙草及酒類)有例外規定，我們一般不允許退貨或換貨。

對於我們商城銷售的產品，我們一般允許客戶在購買後7天內憑發票退貨或換貨，惟前提是(1)產品無損壞且退貨或換貨不會影響產品的二次售或(2)產品有質量問題。該等一般規則對若干選定類別的產品(如珠寶、手機、化妝品及內衣等)有例外規定，除有質量問題的產品外，我們一般不允許退貨或換貨。

在特殊情況下，由於生產過程或上游供應商的其他違約行為而導致產品出現質量問題或其他異常情況，我們將負責召回售予客戶的問題產品，並向問題產品的相關供應商尋求補償產品採購成本及因該等召回行動而產生的費用。

於往績記錄期間，我們並無因產品質量缺陷或損壞而面臨任何重大退貨或換貨索賠或任何相關產品責任索賠。

結算及現金管理

我們的大多數零售客戶通過現金及電子支付在我們的零售店鋪及商城就購買進行結算。我們亦接受通過預付卡及優惠券進行付款。

現金及現金管理

儘管近年中國已不再流行現金支付，但我們的零售店鋪及商城仍每天處理一定數額的現金。因此，我們制定了與現金管理相關的若干內部監控措施，以防止挪用現金。零售店鋪及商城的所有交易均通過我們的POS系統進行及完成。所有收取的現金均必須在我們的收銀機存儲。我們將於銷售日期起計一個營業日內所收取的銷售現金存入我們的銀行賬戶，同時在各零售店鋪保持充足的庫存現金。收銀機內的現金如超過人民幣20,000元，收銀員應通知店長並安排存入銀行。各輪班結束時，收銀員清點其本次輪班收銀機收取的現金，並記錄在收銀員記錄中。若現金清點情況與記錄不符，則收銀員需承擔差額。我們零售店鋪的店長監控每天的銷售所得現金數額

業 務

及POS系統中顯示的記錄，並向財務部匯報。財務部亦指定員工負責清點零售店舖及商城的現金數額，並定期與財務部保存的記錄進行核對。此外，我們在所有零售店舖及商城安裝24小時運作的閉路電視監控系統。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，並無發生任何重大現金挪用事件。

電子支付

我們的零售店舖及商城接受電子支付，例如微信支付及支付寶。我們的POS系統與電子支付系統相連，付款狀態可即時於POS系統上顯示。通過電子支付方式結算的交易金額通常於交易日期後一個營業日內記入我們指定的銀行賬戶。於往績記錄期間，電子支付運營商一般收取交易金額不超過1%的服務費。

預付卡

客戶可分別於我們的零售店舖及商城購買預付卡。客戶可於較後日期使用預付卡餘額於我們的零售店舖或商城為商品付款。我們通常以全價出售預付卡。

我們通過發行預付卡收取的款項為我們從客戶收取的預付款，在我們的綜合財務狀況表中入賬，但於客戶使用預付卡就購買商品付款之前不會確認為收入。本集團發行的預付卡不設到期日。詳情請參閱本文件「財務資料－合約負責」一段。

於2021年12月31日、2022年12月31日、2023年12月31日及2024年9月30日，我們的預付卡相關合約負債的結餘分別約為人民幣63.7百萬元、人民幣64.3百萬元、人民幣62.0百萬元及人民幣66.5百萬元。

本公司及宏信商貿已根據《單用途商業預付卡管理辦法(試行)》及《江蘇省單用途商業預付卡管理辦法(試行)實施細則》登記發行預付卡。誠如我們的中國法律顧問所告知，根據揚州市商務局出具的確認函，本集團於往績記錄期間已遵守有關發行預付卡的相關法律及法規。

業 務

優惠券

零售店舖會員計劃及商城會員計劃的會員可根據購買積分，積分可兌換不同的商品，包括優惠券。

租賃業務

於往績記錄期間，我們產生租金收入，主要方式為將零售店舖及商城的部分店舖面積或店面出租給其他零售經營者，如餐館、酒店及藥店等，並獲得租金收入。於往績記錄期間，已出租零售店舖及商城的建築面積（及佔所有零售店舖及商城的總建築面積的百分比）、出租率及每建築面積的平均費用載列如下：

	截至12月31日		截至9月30日	
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(概約)			
已出租零售店舖及商城的建築面積	28,000平方米	30,000平方米	32,000平方米	31,000平方米
所有零售店舖及商城的總建築面積	98,000平方米	98,000平方米	93,000平方米	92,000平方米
佔所有已出租零售店舖及商城總建築面積的百分比	28.96%	31.08%	34.01%	34.23%
已出租每建築面積的平均年度租金收入	人民幣255元／平方米	人民幣274元／平方米	人民幣261元／平方米	人民幣234元／平方米

於最後可行日期，我們訂立77份租賃協議，租用總建築面積約55,000平方米的物業，其中約32,000平方米為零售店舖及商城，約23,000平方米為土地及倉庫，平均每出租建築面積租金收入約人民幣56元。所有租戶均為獨立第三方。我們根據客戶的喜好及租戶產品或服務的市場趨勢選擇有關租戶。租戶產品及服務具有互補性，可為我們的客戶提供更多種類的產品選擇，並為我們的客戶創造便捷的一站式購物體驗。我們相信所產生的協同效應能夠吸引更多客戶到我們的零售店舖購物，擴大我們的客戶群。根據行業報告，為創造額外收入來源並實現門店業務營運多元化，中國的超市及購物中心運營商通常會將部分門店區域租賃予其他產品及／或服務提供商。

租戶通常根據我們的標準表格與我們訂立為期1至10年的租賃協議，當中載列指定區域的詳情、租戶的業務類型、租金、結算安排、擴建、裝修及維護方面的合作，以及設計、裝修及安

業 務

裝費用等配套費用的責任。租戶通常有權設計及裝飾彼等的指定區域，並承擔費用。此外，彼等通常負責僱用自己的員工，並將其商品或服務保持在我們客戶可以接受的質量。

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們的零售店舖及商城的部分區域租賃予租戶的租金收入(包括管理費)分別約為人民幣10.7百萬元、人民幣10.6百萬元、人民幣11.6百萬元及人民幣10.9百萬元。

COVID-19爆發對我們營運的影響

由於2020年年初中國出現COVID-19疫情，中國政府於往績記錄期間(2021財年及2022財年)實施各種封鎖措施以遏制其傳播。該等措施包括但不限於針對居民的居家令，每戶家庭僅允許一人每隔幾天外出執行必要任務，對全體居民進行大規模檢測，以及進行接觸者追蹤工作，以識別及隔離陽性病例密切接觸者。該等嚴格措施對居民出行施加限制，進而對光顧我們零售店舖及商城的訪客及購物客戶數量以及我們由此產生的收入產生不利影響。此外，由於(i)我們的部分零售店舖及商城於2021財年及2022財年暫時關閉；及(ii)我們的零售店舖及商城的營業時間縮短，我們的營運出現重大中斷。例如，於2021財年，我們於2021年8月及9月有超過20家零售店舖及商城暫時關閉，各相關零售店舖及商城於2021財年臨時關閉持續不超過45天。此外，於2022財年末，當限制初步解除時，感染病例顯著增加，對於在年底銷售旺季光顧我們零售店舖及商城的訪客及購物客戶數量造成不利影響，儘管我們於2022財年末僅有一間零售店舖因中國政府實施的限制而暫時關閉7天。因此，我們的一般銷售收入由2021財年的約人民幣751.6百萬元大幅減少至2022財年的約人民幣613.2百萬元。除上述者外，由於嚴格限制往返揚州以及揚州境內公共交通暫停服務等限制性交通措施，我們產品的交付受到不利影響。

業 務

儘管面對該等挑戰，我們仍能於2021財年及2022財年分別維持相對穩定的貨品銷售毛利約人民幣230.9百萬元及人民幣238.8百萬元，主要來自我們的大宗銷售，其收入及毛利分別由2021財年的約人民幣104.2百萬元及人民幣21.4百萬元增加至2022財年的約人民幣143.9百萬元及人民幣46.8百萬元。據行業顧問告知，在中國的封鎖期間，由於對未來供應的不確定性及希望盡量減少購物次數，中國的消費者傾向於搶購米、油、罐頭食品及衛生用品等必需品，因而出現囤積存貨的行為，導致中國市場的大宗銷售增加。

於COVID-19疫情期間，我們在中國政府實施各種封鎖措施以確保防控傳播時協助採購及分發基本生活必需品，且(i)於2020年獲揚州市江都區新型冠狀病毒肺炎疫情防控指揮部辦公室認定為揚州市江都區防控重點保障供應單位；及(ii)於2021年獲揚州市商務局認定為揚州市民生保供重點企業及及揚州市江都區新冠肺炎疫情防控工作指揮部認定為揚州市民生保供重點企業。

於2022年4月，上海市商務委員會建立了COVID-19疫情期間上海市生活必需品供應企業白名單，以確保有效防疫及生活必需品保障。由於上海生產生活秩序恢復正常、商業經營恢復正常，該白名單自2022年6月1日起停止更新及使用，白名單中所載所有資料不再備查。

業 務

[此 乃 白 頁 特 此 留 空]

業 務

[此 乃 白 頁 特 此 留 空]

業 務

供應及銷售餐食

憑藉採購及供應優質新鮮食材的能力，我們亦經營中央廚房，為當地企業、學校或政府機構製作及配送餐食及小吃，一般價格範圍為每份餐食人民幣8元至人民幣25元及每份小吃人民幣1.5元至人民幣2.5元。截至最後可行日期，我們的中央廚房位於揚州，每天可生產10,000份午餐餐食及10,000份晚餐餐食。

相關協議的主要條款載列如下：

期限	一般為6個月至1年，視客戶需求而定
付款條款	就學校而言：預付下個月的月費 就其他客戶而言：通常最多15天
食品安全問題	倘食品安全問題是由本集團引起或由我們的任何行為所導致，本集團應承擔由此產生的所有責任。
續約	若為學校或政府單位，本集團須參與年度競標，以便續約。 在其他情況下，客戶一般會在到期前一個月預先通知本集團其續約意向。

業 務

中央廚房的一般工作流程包括：

1. 食材採購：我們的採購團隊根據設定的菜單為我們的餐食採購食材。在食材到貨後，我們的工作人員會對食材的質量進行檢測及檢查，確保食材符合我們的食品安全標準。
2. 烹飪：根據菜單，我們使用機器及設備準備及烹飪菜餚。我們通常每天及在我們餐食的指定配送時間前三小時烹飪菜餚。
3. 餐食的包裝：我們提供的餐食通常為中餐。我們根據菜單打包餐食。
4. 配送給客戶及由終端消費者消費：我們通常負責將餐食配送至客戶指定的地點，並確保餐食於交付時符合規定的溫度。
5. 歸還餐具及容器以及餐具及容器的清潔及消毒：我們就餐食使用可重複使用的餐具及容器。我們在餐食交付一小時後向客戶收集用過的餐具及容器。然後，我們將對餐具及容器進行清潔及消毒，以重複使用。

於最後可行日期，我們的中央廚房所在物業因缺乏相關土地使用權證而存在部分產權缺陷。詳情請參閱本節「不合規－(1)未能取得若干土地使用權證及房產證－未能取得若干房產證」一段。我們已制定搬遷計劃以整改不合規行為。詳情請參閱本節「不合規－(1)未能取得若干土地使用權證及房產證－目前狀況及補救方法」一段。

根據行業報告，蘇中地區的預製食品銷售額由2017年的約人民幣23.9億元增至2023年的約人民幣77.5億元，年複合增長率為21.66%。在消費者對方便、快捷及多樣化的食品加工選擇需求日益增長的推動下，預計蘇中地區預製食品的銷售額將從2024年的約人民幣106.4億元增至2027年的約人民幣197.8億元，年複合增長率約為22.96%。為把握中國預製食品市場的商機，我們擬將約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)，或[編纂]的約[編纂]%，用於為餐食建立新的中央廚房。詳情請參閱本節「我們的業務策略－通過建立新的中央廚房擴大餐食的加工能力」一段。

業 務

我們的產品組合

我們通過批發及零售業務為客戶提供各種日常消費品。

下表載列我們批發分銷業務的產品主要類別、該類別中的主要產品、整體價格範圍以及價格波動的主要原因：

類別 <small>(附註1)</small>	產品範例	整體價格範圍
成衣	女裝及男裝	3.3美元至39美元
木製品	木質門及地板	人民幣147元至人民幣221元
家電	電視、空調、洗衣機及冰箱	人民幣300元至人民幣25,000元
食品 <small>(附註2)</small>	— 糧油	人民幣4.2元至人民幣278.3元
	— 乳製品	人民幣2.15元至人民幣144元
	— 酒類	人民幣3元至人民幣32,000元

下表載列我們零售店舖及商城提供的主要產品類別及一般價格範圍：

類別	產品示例	整體價格範圍 <small>(人民幣元)</small>
零售店舖 <small>(附註3)</small>		
生鮮	蔬菜、水果、肉類及家禽肉	0.5至60
糧油	大米、穀物、小麥、豆類、麵粉及澱粉以及食用油	4.5至168

業 務

類別	產品示例	整體價格範圍 (人民幣元)
副食		
— 醬料及調味品	烹調醬料及各種食品調味料	0.5至168
— 乳製品	冰淇淋、牛奶及乳酪	1.2至135
— 冷凍食物	冷凍肉類、冷凍點心及 冷凍火鍋食品	0.9至688
— 包裝食品及商品	餅乾、糖果、巧克力、糕點、薯片、果凍、堅果、 麵條及罐頭食品	0.5至425
— 酒水及飲料	酒精飲料、水、碳酸飲料、果汁、軟飲料及飲料粉	1至1,380
家居用品	家用清潔劑、洗衣用品、紙製品、床上用品、護髮及護膚 品、毛巾、衣服、文具、家電及廚房用具	0.3至7,999
商城 (附註4)		
時裝及服裝以及童裝	女裝、男裝、運動服、休閒服、 兒童服裝、鞋類及嬰兒服裝	25至29,800
化妝品及個人護理產品	護膚品、化妝品及香水	30至5,000
珠寶	黃金、鉑金、珍珠、銀、玉石等 材料的各類首飾	38至350,000
配飾及鞋類	眼鏡、手錶、皮帶及包、女鞋、 男鞋及運動鞋	30至20,000

業 務

類別	產品示例	整體價格範圍 (人民幣元)
家電及消費電子產品	冰箱、洗衣機、電視、空調、 廚房電器、小家電、智能手機、電腦及耳機	79至40,000
酒類	—	118至13,500
雜貨	床上用品及零食	12.9至4,940

附註：

1. 往績記錄期間產品價格波動的主要因為生產成本波動。
2. 我們已自供應商取得若干食品的地區分銷權。
3. 往績記錄期間產品價格波動的主要因為生產成本波動、天氣及季節性因素。
4. 往績記錄期間產品價格波動的主要因為促銷活動、季節性因素、不同品牌及產品種類。

誠如我們的中國法律顧問告知，根據財政部及國家稅務總局刊發的《財政部、國家稅務總局關於免徵蔬菜流通環節增值稅有關問題的通知》(財稅[2011]137號)及《財政部、國家稅務總局關於免徵部分鮮活肉蛋產品流通環節增值稅政策的通知》(財稅[2012]75號)(統稱為「該等通知」)，通知中提及的相關商品，包括蔬菜及規定的鮮肉類別，免徵增值稅。在我們的零售店鋪銷售的若干生鮮食品屬於通知的類別，且免徵增值稅。

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們銷售生鮮食品的收入中分別有約人民幣114.3百萬元、人民幣126.1百萬元、人民幣88.4百萬元及人民幣54.5百萬元屬於該等通知中獲豁免增值稅的類別。

業 務

來自我們產品的收入

下表載列所示年度／期間按總額基準確認的商品銷售收入明細：

	2021財年 人民幣千元	2022財年 人民幣千元	2023財年 人民幣千元	2023年 首九個月 人民幣千元 (未經審核)	2024年 首九個月 人民幣千元
批發業務					
批發：					
非食品	48,257	71,379	56,377	29,029	39,064
食品	467,397	423,677	623,264	405,791	529,274
食用油	348,887	310,971	436,086	293,345	387,592
糧食	15,282	24,697	33,425	15,662	39,202
酒精飲料	56,550	50,237	97,661	51,976	60,063
牛奶	42,976	33,111	34,314	26,374	26,900
其他	3,702	4,661	21,778	18,434	15,517
小計	515,654	495,056	679,641	434,820	568,338
零售業務					
零售店舖及大宗銷售：					
食品 ^(附註1)	525,228	491,901	384,236	297,524	253,733
非食品	75,735	64,945	81,813	58,177	46,874
煙草產品	67,708	99,158	54,788	54,788	-
折扣及優惠券扣減	(4,455)	(4,316)	(4,514)	(3,566)	(3,406)
	664,216	651,688	516,323	406,923	297,201
商城：					
電子電器	49,463	35,422	72,928	45,516	49,579
時裝、服飾和童裝	57,602	16,904	16,104	11,146	11,430
黃金、珠寶和飾品	61,619	43,751	43,732	34,226	35,357
其他 ^(附註2)	25,501	10,874	9,652	6,535	5,331
折扣及優惠券扣減	(2,610)	(1,500)	(3,043)	(1,721)	(1,886)
	191,575	105,451	139,373	95,702	99,811
小計	855,791	757,139	655,696	502,625	397,012
批發、一般銷售及大宗銷售的 收入總額	1,371,445	1,252,195	1,335,337	937,445	965,350

業 務

附註：

1. 本公司零售業務的食品主要包括生鮮食品、糧油及副食品。
2. 其他包括化妝品、美容產品、文具及其他雜貨。

於往績記錄期間，就我們的批發業務而言，食品是收入貢獻最主要的商品種類。我們的食品銷售收入由2022財年的約人民幣423.7百萬元大幅增加至2023財年的約人民幣623.3百萬元，亦由2023年首九個月的約人民幣405.8百萬元大幅增加至2024年首九個月的約人民幣529.3百萬元。據行業顧問告知，中國食品批發量於2023年及2024年的增加，尤其是從COVID-19疫情復甦後，乃由經濟恢復及被壓抑的需求釋放所共同推動。尤其是，隨著COVID-19限制的解除，經銷商、零售經營者（如超市及便利店經營商）以及餐飲業經營者等企業恢復正常營運。經濟活動復甦，隨著食品服務機構尋求補充存貨，食品批發供應需求增加。此外，於封鎖期間，中國企業往往推遲許多採購，尤其是食品業。隨著限制放寬，零售經營者及餐飲業經營者傾向採購食品供應以滿足需求，從而帶動批發銷售額增長。此外，由於食品消費行為的改變，導致批發層面對食品配料（如糧油）的需求增加，我們於2024年首九個月批發業務的食品銷售收入增加。誠如行業顧問所告知，於2024年，於餐廳用餐的個人次數明顯增加，主要由以下幾個主要因素所推動，包括：(1)揚州及中國的整體經濟逐步復甦，導致消費者的可支配收入增加，從而增加外出用餐的消費；(2)餐廳主動尋求吸引顧客，以彌補停業期間造成的營業損失；及(3)許多人喜歡外出用餐的社交活動，因為這有助於在熱鬧的氣氛中與親朋好友聚會。由於越來越多人到店用餐，消費者減少了在零售層面從超市購買食品的支出，而與此同時，批發層面對食品配料（如糧油）的需求增加。

於往績記錄期間，就我們的零售業務而言，食品是收入貢獻最主要的商品種類。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，食品銷售收入佔零售店舖及大宗銷售收入的百分比，分別約為79.1%、75.5%、74.4%及85.4%。2024年首九個月該百分比提升主要是由於終止銷售煙草產品，於2024年首九個月煙草產品銷售的收入貢獻為零。於2023年12月31日，本集團終止銷售煙草產品。有關終止的詳情，請參閱本文件「歷史及發展－終止銷售煙草產品及處置煙草產品存貨資產」及「業務－我們的產品組合－終止銷售煙草產品及處置煙草產品存貨資產」各段。

業 務

我們零售業務的食品銷售收入由2021財年約人民幣525.2百萬元減少至2022財年約人民幣491.9百萬元，主要是由於2022年間揚州COVID-19疫情措施／封鎖所帶來的負面影響，我們的零售店舖需要縮短營業時間。於2023財年，我們零售業務的食品銷售收入進一步減少至約人民幣384.2百萬元，主要是由於中國COVID-19疫情的限制解除後，購物習慣改變對大宗銷售的負面影響。於2024年首九個月，我們零售業務的食品銷售收入由2023年首九個月約人民幣297.5百萬元減少至約人民幣253.7百萬元。該減少主要是由於消費者的上述食品消費行為改變所致。

受食品銷售收入減少及終止銷售煙草產品(如上文所披露)的影響，我們零售業務的商品銷售收入(按總額確認)由2023年首九個月約人民幣502.6百萬元減少至2024年首九個月約人民幣397.0百萬元。

我們來自零售業務項下銷售電子電器的收入由2022財年的約人民幣35.4百萬元大幅增加至2023財年的約人民幣72.9百萬元。據行業顧問告知，由於COVID-19疫情的解除限制在中國已基本完成，中國的消費者渴望在電子電器上消費，導致銷售激增，原因是人們尋求升級或更換舊設備，尤其是在封閉期間有更多時間呆在家中，中國的許多消費者傾向於進行家居裝修工程。

我們來自零售業務項下時裝、服裝及童裝以及黃金、珠寶及配飾的銷售收入分別由2021財年的約人民幣57.6百萬元及人民幣61.6百萬元大幅減少至2022財年的約人民幣16.9百萬元及人民幣43.8百萬元。據行業顧問告知，中國封鎖的影響導致中國的時裝、服裝及童裝以及黃金、珠寶及配飾銷售額下降，主要是由於中國消費者優先集中於必需品消費以及實體零售店舖及百貨店關閉所致。尤其是(i)消費者需要留在家中及缺乏試衣間，阻礙了時裝、服飾及童裝的銷售；及(ii)消費者傾向於在實體店購買奢侈品，例如黃金及珠寶首飾，而鑑於COVID-19疫情後經濟復甦的不確定性，消費者在購買奢侈品時更為謹慎。

業 務

終止銷售煙草產品及處置煙草產品存貨資產

由於適用的中國法律法規(即《中華人民共和國煙草專賣法》、《煙草專賣許可證管理辦法》、《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2021年版)》)及《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)(取代《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2021年版)》,自2024年11月1日起生效)對外商投資企業在中國銷售煙草產品施加限制,本集團終止銷售煙草產品。終止詳情,請參閱本文件「歷史及發展—終止銷售煙草產品及處置煙草產品存貨資產」一段。

於往績記錄期間,銷售煙草產品於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月產生的毛利分別為人民幣8.4百萬元、人民幣12.0百萬元、人民幣6.3百萬元及零,分別佔我們於有關年度/期間總毛利約3.0%、4.0%、2.1%及零。

定價政策

就批發而言,設定批發價時,我們亦考慮商品類型、銷量、現行市況下的利潤率以及供應商的指示性價目表。

為維持我們的市場競爭力,我們相信以有競爭力的價格提供優質的日常消費品對我們的成功至關重要。我們採用「成本加成」定價政策,據此,我們於計及我們貨物的銷售成本及相關營運成本後為我們的產品設定不同利潤率的目標價格。我們亦會不時進行市場調研,並比較競爭對手提供的同類產品的價格,以確保我們的產品價格與競爭對手相比仍具有足夠的競爭力,同時仍能夠達到我們的目標利潤率。我們根據當前市場趨勢、採購價格、季節性以及管理層釐定的定價策略來調整產品的零售價格。我們的採購部門為我們的零售產品設定的零售價格已錄入並記錄於我們的ERP系統。

業 務

我們的客戶

我們的批發業務客戶主要包括經銷商及其他零售經營者，包括其他超市及便利店經營者以及餐飲業經營者。於往績記錄期間，我們一般向批發客戶提供最長三個月的信貸期。

我們零售業務的客戶主要由一般銷售客戶及大宗銷售客戶組成。一般銷售客戶主要為個人，通常是居住在社區內的當地居民，彼等親臨我們的零售店舖或商城購物消費，彼等通常於購物時以現金、信用卡、電子支付(如微信支付及支付寶或預付卡)付款。大宗銷售客戶包括採購大量產品的企業及政府實體，彼等通常以銀行轉賬支付。於往績記錄期間，我們的大宗銷售客戶通常於交貨前向我們付款。此外，我們在往績記錄期間向大宗銷售客戶提供0至90天的信貸期。

我們餐食的客戶為當地企業、學校或政府實體，彼等通常以銀行轉賬結賬。於往績記錄期間，我們餐食的客戶通常向我們支付墊款。此外，我們的餐食客戶在餐食交付後按月向我們付款。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無與客戶發生任何重大糾紛。於往績記錄期間，有關於我們的零售店舖及商城銷售的缺陷產品索償個案數目有限，且該等索償(不論是個別或整體)均不會對本集團造成任何重大不利影響。

主要客戶

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們於往績記錄期間各年度／期間的最大客戶的收入分別佔我們總收入的約5.7%、12.4%、16.2%及11.2%，而我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶的收入合計分別佔我們總收入的約18.8%、26.8%、31.8%及28.5%。

業 務

下表載列我們於2021財年、2022財年、2023財年各年及2024年首九個月五大客戶的明細：

2021財年

排名	客戶	主要業務	所購產品 主要類別	客戶類型	與客戶開始 業務關係的 時間	一般信貸期及 付款方式	來自客戶的收入		
							人民幣千元	%	
1	蘇州慶德食品 有限公司	一家主要從事糧油批發 業務的中國公司	大豆油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	81,070	5.7	
2	江蘇福康源糧油 有限公司	一家主要從事油批發業 務的中國公司	大豆油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	74,901	5.2	
3	無錫康莊農業發展 有限公司	一家主要通過多種銷售 渠道，包括但不限於 零售、大宗銷售及批 發從事糧油、白酒及 其他食品銷售的中國 公司	大豆油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	42,659	3.0	
4	上海熙瑞食品銷售 有限公司	一家主要從事糧油零售 及批發業務的中國 公司	大豆油及大米	批發客戶	2020年	100%預付款； 銀行轉賬	35,479	2.5	
5	張家港飛鳥糧油 商貿有限公司及 江蘇洵燁食品 有限公司	擁有共同股東的兩家 中國公司，主要從事 糧油批發業務	大豆油	批發客戶	2021年	最多90日； 銀行轉賬	35,163	2.5	
							五大客戶合計	269,272	18.8
							所有其他客戶	1,162,921	81.2
							總收入	1,432,193	100

業 務

2022財年

排名	客戶	主要業務	所購產品 主要類別	客戶類型	與客戶開始 業務關係的 時間	一般信貸期及 付款方式	來自客戶的收入		
							人民幣千元	%	
1	江蘇福康源糧油有限公司	一家主要從事油批發業務的中國公司	大豆油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	164,501	12.4	
2	無錫康莊農業發展有限公司	一家主要通過多種銷售渠道，包括但不限於零售、大宗銷售及批發從事糧油、白酒及其他食品銷售的中國公司	大豆油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	57,974	4.4	
3	無錫開富供應鏈管理有限公司及無錫智連農食品貿易有限公司	擁有共同股東且受共同控制的兩家中國公司，主要從事糧油批發業務	大豆油	批發客戶	2022年	最多90日； 銀行轉賬	56,168	4.2	
4	客戶G	中國上海市閔行區紅橋鎮地方政府機關	水果及蔬菜	大宗銷售客戶	2022年	合同簽訂後兩天內支付合同金額的50%；接收產品後五天內支付餘額；銀行轉賬	41,690	3.1	
5	張家港飛鳥糧油商貿有限公司及江蘇洵燁食品有限公司	擁有共同股東的兩家中國公司，主要從事糧油批發業務	大豆油	批發客戶	2021年	最多90日； 銀行轉賬	35,832	2.7	
							五大客戶合計	356,165	26.8
							所有其他客戶	972,520	73.2
							總收入	<u>1,328,685</u>	<u>100</u>

業 務

2023財年

排名	客戶	主要業務	所購產品 主要類別	客戶類型	與客戶開始 業務關係的 時間	一般信貸期及 付款方式	來自客戶的收入		
							人民幣千元	%	
1	江蘇福康源糧油有限公司	一家主要從事油批發業務的中國公司	大豆油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	227,426	16.2	
2	張家港飛鳥糧油商貿有限公司及江蘇洵燁食品有限公司	擁有共同股東的兩家中 國公司，主要從事糧 油批發業務	大豆油及大米	批發客戶	2021年	最多90日； 銀行轉賬	81,939	5.8	
3	無錫開富供應鏈管理有限公司及無錫智連農 食品貿易有限公司	擁有共同股東及受共 同控制的兩家中 國公司，主要從事糧油批 發業務	大豆油及大米	批發客戶	2022年	最多90日； 銀行轉賬	61,190	4.4	
4	鴻海(蘇州)食品 科技股份有限 公司	一家主要從事中餐食品 供應的中國公司	大豆油	批發客戶	2023年	最多60日； 銀行轉賬	39,104	2.8	
5	無錫康莊農業發 展有限公司	一家主要通過多種銷售 渠道，包括但不限於 零售、大宗銷售及批 發從事糧油、白酒及 其他食品銷售的中國 公司	大豆油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	36,911	2.6	
							五大客戶合計	446,570	31.8
							所有其他客戶	955,402	68.2
							總收入	1,401,972	100

業 務

2024年首九個月

排名	客戶	主要業務	所購產品 主要類別	客戶類型	與客戶開始 業務關係的 時間	一般信貸期及 付款方式	來自客戶的收入	
							人民幣千元	%
1	江蘇福康源糧油有限公司	一家主要從事油批發的中國公司	大豆油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	113,070	11.2
2	張家港飛鳥糧油商貿有限公司及江蘇洵燁食品有限公司	擁有共同股東的兩家中國公司，主要從事糧油批發業務	大豆油	批發客戶	2021年	最多90日； 銀行轉賬	55,049	5.5
3	上海賽福糧油有限公司	一家主要從事糧油批發業務的中國公司	大豆油	批發客戶	2024年	最多90日； 銀行轉賬	51,091	5.1
4	江蘇悅靈灣農業科技有限公司及上海好潤實業有限公司	擁有共同股東的兩家中國公司，主要從事糧油批發業務	糧油	批發客戶	2020年	最多90日； 銀行轉賬	37,641	3.7
5	鴻海(蘇州)食品科技股份有限公司	一家主要從事中餐食品供應的中國公司	大豆油	批發客戶	2023年	最多60日； 銀行轉賬	30,028	3.0
五大客戶合計							286,879	28.5
所有其他客戶							718,931	71.5
總收入							<u>1,005,810</u>	<u>100</u>

業 務

本集團於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶為我們的獨立第三方。於往績記錄期間各年度／期間，我們的董事及其聯繫人或於最後可行日期擁有已發行股份數目超過5%的任何股東概無於本集團五大客戶中擁有任何權益。

就董事所知，本集團(包括其附屬公司、股東、董事、監事或高級管理層或彼等各自的任何聯繫人)於往績記錄期間各年度／期間與其五大客戶之間並無過往或目前的關係或交易(包括但不限於業務、僱傭、家族、信託、融資、持股、資金流或其他方面)。

除客戶G(其為當地政府機構及被視為我們的大宗銷售客戶)外，我們的所有主要客戶均為批發客戶。

我們的供應商

我們的供應商包括食品產品及商品的製造商、供應商及分銷商。我們的採購部已制定一套內部質量評估標準來甄選供應商，當中計及供應商的聲譽以及所供應的貨物及產品的質量及價格。我們僅選擇能夠符合我們的標準及甄選標準的供應商。每名供應商均須就提供予我們的產品的質量及價格接受我們的年度評估及評價。於往績記錄期間，我們所有的供應商均為中國國內供應商。我們通常通過銀行轉賬向我們的供應商預付款。

我們認為，我們大部分產品的替代供應商即時可得，且損失任何單一供應商均不會對我們的業務產生任何重大影響。我們一般擁有類似產品供應的替代來源及我們預計獲得替代來源不會遇到重大困難。我們認為，我們已與供應商維持良好關係，且我們能夠按合理的商業條款以可靠的方式採購產品。於往績記錄期間，我們並無經歷供應商的任何重大供應中斷、短缺或延遲情況。

我們於往績記錄期間未曾經歷過任何供應商產品供應嚴重短缺的情況，且產品的採購價相對穩定。倘我們產品的採購價大幅上漲，我們會與供應商就價格進行磋商以維持我們的利潤率。我們的採購部負責根據我們的ERP及WMS系統中的可得數據採購我們的產品，及維持合理的產品存貨水平。

主要供應商

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們向於往績記錄期間各年度／期

業 務

間的最大供應商的採購分別約佔我們總採購成本的7.5%、12.5%、25.5%及30.5%，而我們向於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商的採購合共分別約佔我們總採購成本的28.0%、35.9%、42.4%及50.0%。

業 務

下表載列我們於2021財年、2022財年、2023財年各年及2024年首九個月向五大供應商的採購明細及其各自背景：

2021財年

排名	供應商	主要業務	主要採購類型	供應商類型	與供應商開始 業務關係的 一般信貸期及		我們向供應商的採購額		
					時間	付款方式	人民幣千元	%	
1	揚州仟佰佳商貿有限公司、揚州新寶莉商貿有限公司及江蘇悠儲科技有限公司	擁有共同股東或受共同控制的三家中國公司，主要從事糧油及白酒銷售	大豆油及大米	若干穀物及酒類產品的經銷商；其他穀物以及糧油及白酒的批發商	2016年	最多30日； 銀行轉賬	98,017	7.5	
2	蘇州康達供應鏈管理有限公司	一家主要從事油銷售的中國公司	大豆油及菜籽油	批發商	2020年	最多20日； 銀行轉賬	91,992	7.0	
3	上海瑞祥油脂有限公司	一家主要從事糧油銷售的中國公司	大豆油	批發商	2019年	最多30日； 銀行轉賬	59,517	4.6	
4	揚州盟勝商貿有限公司	一家從事白酒分銷的中國公司	白酒	經銷商	2021年	100%預付款； 銀行轉賬	59,296	4.5	
5	供應商E	一家在上海證券交易所上市公司的分公司，在中國及海外從事乳製品及保健飲料的加工、製造及銷售	乳製品	品牌擁有者	2013年	100%預付款； 銀行轉賬	57,631	4.4	
							五大供應商合計	366,453	28.0
							所有其他供應商	940,109	72.0
							總額	<u>1,306,562</u>	<u>100</u>

業 務

2022財年

排名	供應商	主要業務	主要採購類型	供應商類型	與供應商開始 業務關係的 時間	一般信貸期及 付款方式	我們向供應商的採購額		
							人民幣千元	%	
1	益海嘉里食品營銷有限公司南京分公司	一家於深圳證券交易所上市的中國附屬公司，從事油籽壓榨、食用油精製、特種油脂及油料化學品製造、玉米、小麥及大豆加工，以及大米、食品原料的可持續多階段加工、中央廚房及糧油加工技術研發	大豆油	品牌擁有着	2020年	100%預付款； 銀行轉賬	141,867	12.5	
2	揚州仟佰佳商貿有限公司、揚州新寶莉商貿有限公司及江蘇悠儲科技有限公司	擁有共同股東或受共同控制的三家中國公司，主要從事糧油及白酒銷售	大豆油及大米	若干穀物及酒類產品的經銷商；其他糧油及白酒的批發商	2016年	最多10日； 銀行轉賬	127,287	11.2	
3	供應商E	一家在上海證券交易所上市公司的分公司，在中國及海外從事乳製品及保健飲料的加工、製造及銷售	乳製品	品牌擁有着	2013年	100%預付款； 銀行轉賬	57,056	5.0	
4	揚州盟勝商貿有限公司	一家從事白酒分銷的中國公司	白酒	經銷商	2021年	100%預付款； 銀行轉賬	45,018	4.0	
5	揚州市煙草公司江都分公司	一家從事煙草分銷的中國公司	煙草	經銷商	2008年	100%預付款； 銀行轉賬	36,035	3.2	
							五大供應商合計	407,263	35.9
							所有其他供應商	725,907	64.1
							總額	<u>1,133,170</u>	<u>100</u>

業 務

2023財年

排名	供應商	主要業務	主要採購類型	供應商類型	與供應商開始 業務關係的 時間	一般信貸期及 付款方式	我們向供應商的採購額		
							人民幣千元	%	
1	益海嘉里食品營銷有限公司南京分公司	一家於深圳證券交易所上市的中國附屬公司，從事油籽壓榨、食用油精製、特種油脂及油料化學品製造、玉米、小麥及大豆加工，以及大米、食品原料的可持續多階段加工、中央廚房及糧油加工技術研發	大豆油	品牌擁有着	2020年	100%預付款； 銀行轉賬	282,320	25.5	
2	揚州仟佰佳商貿有限公司、揚州新寶莉商貿有限公司及江蘇悠儲科技有限公司	擁有共同股東或受共同控制的三家中國公司，主要從事糧油及白酒銷售	大豆油及大米	若干穀物及酒類產品的經銷商；其他糧油及白酒的批發商	2016年	最多10日； 銀行轉賬	53,349	4.8	
3	供應商E	一家在上海證券交易所上市公司的分公司，在中國及海外從事乳製品及保健飲料的加工、製造及銷售	乳製品	品牌擁有着	2013年	100%預付款； 銀行轉賬	49,159	4.5	
4	江蘇心安益商貿有限公司	一家主要從事糧油及白酒銷售的中國公司	食用油及大米	批發商	2023年	100%預付款； 銀行轉賬	42,118	3.8	
5	揚州盟勝商貿有限公司	一家從事白酒分銷的中國公司	白酒	經銷商	2021年	100%預付款； 銀行轉賬	41,664	3.8	
							五大供應商合計	468,610	42.4
							所有其他供應商	637,129	57.6
							總額	<u>1,105,739</u>	<u>100</u>

業 務

2024年首九個月

排名	供應商	主要業務	主要採購類型	供應商類型	與供應商開始 業務關係的		我們向供應商的採購額	
					時間	一般信貸期及 付款方式	人民幣千元	%
1	益海嘉里食品營銷有限公司南京分公司及益海嘉里食品營銷有限公司上海分公司	一家於深圳證券交易所上市的中國附屬公司，從事油籽壓榨、食用油精製、特種油脂及油料化學品製造、玉米、小麥及大豆加工，以及大米、食品原料的可持續多階段加工、中央廚房及糧油加工技術研發	大豆油	品牌擁有者	2020年	100%預付款；銀行轉賬	284,515	30.5
2	揚州仟佰佳商貿有限公司及揚州新寶莉商貿有限公司以及江蘇悠儲科技有限公司	擁有共同股東或受共同控制的三家中國公司，主要從事糧油及白酒銷售	大豆油及大米	若干穀物及酒類產品的經銷商；其他糧油及白酒的批發商	2016年	最多10日；銀行轉賬	91,570	9.8
3	揚州盟勝商貿有限公司	一家從事白酒分銷的中國公司	白酒	經銷商	2021年	100%預付款；銀行轉賬	36,639	3.9
4	供應商 E	一家在上海證券交易所上市公司的分公司，在中國及海外從事乳製品及保健飲料的加工、製造及銷售	乳製品	品牌擁有者	2013年	100%預付款；銀行轉賬	34,794	3.7

業 務

排名	供應商	主要業務	主要採購類型	供應商類型	與供應商開始		我們向供應商的採購額		
					業務關係的 時間	一般信貸期及 付款方式	人民幣千元	%	
5	揚州市多聯繫通 訊器材有限公 司	一家主要從事銷售通訊 設備、電子產品、新 能源汽車及提供電信 服務的中國公司	手機及電視	經銷商	2021年	最多10日；銀行 轉賬	19,591	2.1	
							五大供應商合計	467,109	50.0
							所有其他供應商	465,717	50.0
							總收入	932,826	100

附註：

- (1) 儘管於往績記錄期間各年度／期間，五大供應商的組成有所變動，但於往績記錄期間，我們的主要大供應商大致保持一致。例如，(i)揚州仟佰佳商貿有限公司、揚州新寶莉商貿有限公司及江蘇悠儲科技有限公司(我們自2016年開始向其採購)；(ii)供應商E(我們自2013年開始向其採購)；及(iii)揚州盟勝商貿有限公司(我們自2021年開始向其採購)於往績記錄期間一直為五大供應商之一。此外，益海嘉里食品營銷有限公司南京分公司及益海嘉里食品營銷有限公司上海分公司於2022財年、2023財年及2024年首九個月仍為我們的最大供應商。此外，於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商中，我們於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月分別與其中4家、4家、3家及3家供應商的業務關係於往績記錄期間之前開始建立。

自2020年起出現的COVID-19疫情已對中國的供應鏈、運輸、製造及物流造成廣泛幹擾。據行業顧問告知，為確保供應的連續性和穩定性，以及在COVID-19疫情期間有效滿足消費者的需求，零售運營商(尤其是超市運營商)通常會分散採購，以減低因就某類產品依賴單一供應商或地區而造成的風險。此外，在COVID-19疫情期間，供應鏈多元化可為零售運營商提供更大的靈活性，以應對不斷變化的市場環境，包括但不限於消費者行為及政府法規。

業 務

本集團於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商為我們的獨立第三方，於往績記錄期間各年度／期間，我們的董事及緊密聯繫人或於最後可行日期擁有已發行股份超過5%的任何股東概無於本集團五大供應商中擁有任何權益。

客戶與供應商重疊

無錫康莊農業發展有限公司及江蘇悠儲科技有限公司

於往績記錄期間，無錫康莊農業發展有限公司（「無錫康莊」）及江蘇悠儲科技有限公司（「江蘇悠儲」）（分別為我們於2021財年、2022財年及2023財年各年的五大客戶及於2021財年、2022財年、2023財年各年及2024年首九個月的五大供應商之一）擁有一名於此兩間公司中擁有50%以下股權的共同股東。該名共同股東於2023年11月不再為江蘇悠儲的股東。根據公開資料及據董事所深知，無錫康莊及江蘇悠儲的管理人員並無重疊。我們向無錫康莊出售大豆油及酒類。來自無錫康莊的收入分別約為人民幣42.7百萬元、人民幣58.0百萬元、人民幣36.9百萬元及人民幣29.3百萬元，分別佔我們於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月總收入的約3.0%、4.4%、2.6%及2.9%。根據無錫康莊與本集團訂立的協議條款，無錫康莊於交付前向本集團預付款項。

我們向江蘇悠儲採購大豆油及大米。向江蘇悠儲作出的採購額分別約為人民幣30.3百萬元、人民幣107.4百萬元、人民幣22.5百萬元及人民幣17.8百萬元，分別佔我們於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月採購總額的2.3%、9.5%、2.0%及1.9%。根據江蘇悠儲與本集團訂立的協議條款，江蘇悠儲授予我們的信貸期為30天。

2023財年，我們向江蘇悠儲採購特定櫃量的大豆油，金額約為人民幣22.5百萬元。同年，我們向無錫康莊出售相同櫃量的大豆油，金額約為人民幣9.2百萬元。該收入佔2023財年總收入約0.7%。

董事確認，我們向無錫康莊及江蘇悠儲所作銷售及採購的重要條款磋商乃分開進行。因此，有關銷售及採購屬附帶交易，彼此既互不關連，亦不互為條件，或以其他方式視為一項交易。

業 務

無錫開富供應鏈管理有限公司、無錫智連農食品貿易有限公司及江蘇惠享福供應鏈管理有限公司

無錫開富供應鏈管理有限公司（「無錫開富」）及無錫智連農食品貿易有限公司（「無錫智連農」）由擁有共同股東及受共同控制的兩家中國公司組成。兩家中國公司的其中一家（無錫智連農）與江蘇惠享福供應鏈管理有限公司（「江蘇惠享福」，2023財年為我們的供應商）擁有共同股東及

業 務

受共同控制。於往績記錄期間，我們向無錫開富及無錫智連農銷售大豆油及大米。來自無錫開富及無錫智連農的收入分別為零、約人民幣56.2百萬元、人民幣61.2百萬元及人民幣13.3百萬元，分別佔我們於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月總收入的零、約4.2%、4.4%及1.3%。根據無錫開富及無錫智連農與本集團訂立的協議條款，無錫開富及無錫智連農於交付前向本集團支付預付款項。

於往績記錄期間，我們自江蘇惠享福採購大豆油。來自江蘇惠享福的採購額分別為零、零、約人民幣21.4百萬元及零，分別佔我們於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月總採購額的零、零、約1.9%及零。我們一般於交付前向江蘇惠享福支付預付款項。

於2023財年來自無錫開富及無錫智連農的總收入中，有一筆金額約為人民幣1.4百萬元的大豆油銷售交易，相關產品乃向江蘇惠享福採購。該收入佔我們2023財年總收入的約0.1%。於2023年4月至6月我們從江蘇惠享福採購大豆油後，無錫開富對大豆油產生需求，規格與2023年6月相同。由於我們能夠隨時供應大豆油，彼等向我們採購大豆油。

與無錫康莊、無錫開富及無錫智連農、江蘇悠儲及江蘇惠享福分別進行交易的條款與我們其他客戶及供應商的交易條款類似，董事認為該等條款均屬正常商業條款。

除上文所披露者外，就董事所深知，於往績記錄期間，(i)概無我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶亦為我們的供應商；及(ii)概無我們於往績記錄期間各年度／期間的五大供應商亦為我們的客戶。

採購及質量控制

甄選供應商

我們設有經批准供應商名單，而我們的採購團隊將向經批准供應商名單上的供應商採購。就新供應商而言，我們的採購團隊會考慮供應商持有的牌照及資質、供應商的背景及能力、產品規格、產品的牌照或註冊、產品是否符合相關法律法規、獨立測試報告以及供應商提供的價格，對供應商及其產品進行評估及評價。潛在供應商將須提供證明其企業背景及潛在供應商所擁有符合若干國際或地方標準的相關證書或資格的文件。

業 務

就現有產品而言，我們的採購團隊亦會定期檢討供應商及其供應的產品，包括取得最新的牌照及資格。我們可能亦要求供應商就所採購的產品，提供由獨立第三方出具的生產許可證、衛生許可證、商標註冊證書及測試報告，以確保所採購的產品符合法例規定、保障食物或產品安全及／或製造過程的品質(如適用)。

此外，我們與供應商的採購協議一般規定，我們有權向供應商退回有缺陷的產品，而向我們供應的任何產品的所有產品缺陷或產品責任均由供應商負責。

產品採購

我們通常與供應商訂立為期一至兩年的採購協議。我們的採購團隊將透過我們的WMS系統監控我們產品的存貨水平，並根據我們零售店舖對產品的需求向我們的供應商下達採購訂單。我們通常每週一次下達食品商品採購訂單，並每兩週一次下達非食品商品採購訂單。我們通常進行大批量採購，而非頻繁小批量採購，以利用向供應商批量採購的折扣並節省行政費用及運輸費用等管理費用。

與我們供應商的協議

我們與供應商訂立的協議大致可分為兩類：(i)採購協議，據此我們為零售業務及批發業務採購產品；及(ii)地區分銷協議，據此我們擔任其在協議規定的指定區域內的區域分銷商。

業 務

我們通常與供應商就零售業務及批發業務訂立採購協議。我們在採購協議期間按逐一訂單基準向供應商下達採購訂單。下文載列我們採購協議的標準條款：

- 期限：通常為一至兩年
- 最低購買承諾：無
- 交付安排：我們的供應商一般負責交貨。
- 信貸期限及付款方式：我們通常需要在交貨前付款，或通過銀行轉賬獲得0至60天的信貸期限。
- 產品質量要求：產品以及其包裝及標籤應遵守中國適用法律法規。協議規定產品的最低剩餘保質期要求。
- 退貨及換貨：倘若產品存有缺陷、包裝受損、產品剩餘保質期低於協議中規定的最低期限，產品標籤未有符合中國適用法律法規或產品並無遵守我們與供應商之間的協議，我們通常有權將有缺陷的產品退回予我們的供應商。

我們與包括若干知名品牌在內的若干供應商簽訂分銷協議，據此，我們擔任其於協議中指定地區的區域分銷商。於分銷協議有效期內，我們按訂單向供應商下採購訂單。下文載列我們分銷協議的標準條款：

- 期限：通常為一至兩年
- 產品：協議規定所供應產品的品牌及類型。
- 地理區域：我們被限制在指定區域內進行子分銷及／或零售，並禁止向任何其他地方或地區分銷。
- 最低購買承諾：就若干分銷協議而言，我們每年採購須達到最低購買金額，否則供應商可終止協議及／或我們可能就違反協議及損害承擔責任。

業 務

- 銷售目標：就若干分銷協議而言，我們須達到年度及月度銷售目標，否則供應商可終止協議及／或我們可能就違反協議及損害承擔責任。
- 定價政策：產品價格根據訂單當日的現行市價由雙方調整及協定。就若干分銷協議而言，我們不得以低於建議售價銷售予客戶。
- 交付安排：我們的供應商一般負責交付或我們自供應商處提貨。
- 信貸期限及付款方式：我們通常須在交付前通過銀行轉賬作出付款。
- 本集團的其他責任：(就供應商D而言)我們須遵守存儲需求及要求，以達到一定水準的存儲安全、佈局、溫度及濕度。
- 產品退換貨：我們通常有權將有質量問題的產品退還予供應商。
- 終止條款：倘若我們違反協議條款、未能達到三個月的銷售目標，或面臨清盤程序，供應商通常有權終止協議。

供應商交付產品及質量檢查

根據產品的性質及供應商的交付能力，部分產品由供應商直接交付至我們的零售店舖，而部分產品則交付至我們的配送中心。當產品交付至我們的零售店舖或我們的配送中心時，我們的員工將檢驗及隨機檢查交付產品的數量及包裝，並向我們的採購團隊報告交付產品的任何異常情況。該等損壞或瑕疵產品將退回予供應商。通過質量檢查的產品將記錄於WMS系統及ERP系統，並存放於零售店舖或配送中心的倉庫。

貨物儲存

我們已於分銷中心及零售店舖實施「先進先出」政策，以減低因隨機陳列而導致早生產及晚銷售的風險。前線員工須每天檢查零售店舖陳列的產品，以避免銷售過期或損壞的產品。特別

業 務

是，前線員工應檢查易腐食品的質量，以確保其質量符合協定及監管標準，從而以可接受的新鮮度向我們的客戶供應，避免銷售過期食品。

食品安全

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們銷售食品的收入(包括糧油、食品等)分別佔我們總收入的約69.3%、68.9%、71.9%及77.8%。因此，食品安全是我們業務的關鍵問題。根據《中華人民共和國產品質量法》，如果我們出售的產品不符合產品或者其包裝上注明採用的產品標準，我們將負責更換或退款。此外，根據《中華人民共和國食品安全法》及《中華人民共和國食品安全法實施條例》，強調我們作為銷售者有責任確保我們所銷售的食品是安全、符合品質標準的，並且有正確的標籤，例如，倘我們作為銷售者履行檢查進貨食品的義務，提供足夠證據證明我們並不知悉食品不符合安全標準，並說明食品來源，我們則可免於處罰。有關食品安全的相關法律法規詳情，請參閱本文件「監管概覽－產品責任」及「監管概覽－食品安全」各段。

由於我們非常重視食品安全與品質，因此我們採取了以下食品安全措施：

甄選食品供應商

在將食品供應商加入我們的認可供應商名單前，我們的採購人員要求食品供應商提供食品安全及品質方面的認證。我們要求食品供應商提供有效的營業執照、食品生產執照、食品經營執照、食品質量合格證明、商標註冊證明、獨立第三方出具的產品相關檢測報告、質量檢驗合格報告、強制性證書(對於國家強制性認證的食品)、進口食品的檢驗檢疫證明、採購發票(如適用)副本。我們透過定期評估來監控食品供應商，並不定期要求更新許可證和註冊資料。倘供應商提供的食品未能符合規定的食品安全及質量標準，或該供應商存在任何重大的食品安全或質量問題，我們可能會暫停或終止向該供應商採購。我們僅在供應商繼續符合資質的情況下與食品供應商續簽採購協議。

採購

我們禁止採購團隊採購以下食品：(i)由非食品原材料、有害物質或回收食品生產的食品；(ii)由無必要許可證的公司供應的食品；(iii)含有超過食品安全標準限值的致病微生物、農藥殘留、獸藥殘留、重金屬、污染物及其他有害物質的食品；(iv)變質、受污染或摻

業 務

假的食品；(v)來自因疾病、中毒或不明原因而死亡的家禽、牲畜或水生動物的食品；(vi)未經檢驗或未經檢疫的肉類；(vii)受包裝材料、容器、運輸車輛等污染的食品；(viii)過期食品；或(ix)無標籤或無適當標籤的預先包裝的食品；(x)不符合食品安全標準或要求的食品。

我們要求供應商僅供應附有標籤的產品，且標籤上須註明產地、製造商名稱及地址、成份、規格、等級、生產日期、有效期、警告及使用方法(如有)等產品詳細資料，以符合相關法律法規。儘管我們一般不會進行任何第三方實驗室測試來檢查我們擬採購的產品成分，但我們的採購團隊會檢查食品包裝標籤，以確定該等標籤是否符合相關法律及法規。此外，我們要求所有供應商保證標籤中所需的該等產品資料的準確性及完整性以便我們根據相關法律及法規評估目標產品的安全及品質。

供應商交貨後進行質量檢查

一般而言，在產品交貨時，會根據相對應的採購訂單或合約對進貨產品進行檢驗。倘某批交貨產品的質量、規格或數量與採購訂單或合約不符，本集團將不接受該批貨品，並進行相關退貨程序。

供應商交貨後，我們會對不同種類的食品進行不同的檢查。我們的質控人員每日在食品運送至我們的配送中心或零售店舖時進行質量管制，包括檢查及檢驗食品的外觀、包裝、產品名稱及資訊、條碼、生產日期及／或有效日期、數量及品質。對於生鮮食品，包括蔬菜、水果、肉類及海鮮，供應商須在交付產品時提供由合資格第三方檢測機構出具的農藥殘留檢測報告。我們將評估報告的真實性及有效性，以核查產品是否符合國家及行業標準。在生鮮食品入庫前，我們會在自身的實驗室進行抽樣檢測，以檢測農藥殘留，並確保檢測結果的準確性和及時性。我們將保留每批生鮮食品的若干樣本不少於48小時，以便在發生任何食品安全問題時進行追溯及調查。在質量檢查及檢驗方面，我們亦會優先考慮易腐食品，以確保其品質符合協定及法規標準，從而以可接受的新鮮度供應予我們的客戶。

業 務

物流及倉儲條件

我們派駐在配送中心及倉庫的倉庫團隊會在產品送達配送中心及倉庫後執行指定的檢查程序。該等質量檢查包括檢查品牌名稱、訂購數量、產品條碼、產品外觀、氣味、包裝、有效日期及淨重。

此外，我們的配送中心及倉庫均配備防火及溫濕度控制系統，並記錄相關結果。我們的物流團隊亦負責監控及記錄配送中心及倉庫冷藏區的溫度，並避免產品在冷藏區過度堆疊或壓縮，以防止配送中心及倉庫冷藏區的溫度因意外變化或波動而引起任何質量問題。

檢查食品過期及處置過期或腐爛食品的程序

食品按批次及先進先出原則儲存於我們的配送中心及倉庫中，以防止過期及更好地管理產品的保質期。倉庫員工及相關人員會對庫存進行定期盤點，並根據盤點結果核實ERP系統中登記的產品資訊及數量。在庫存檢查過程中，將檢查產品的保質期，並將接近保質期的產品單獨列出，標明保質期，以確定是否需要棄置。倘發現任何產品腐爛，應立即予以處理。

產品運送至零售店舖銷售後，店長負責監督前線銷售人員定期檢查店內產品，以維持店內存貨的安全與質量，並確保過期產品下架。

我們就臨期食品設立一個指定區域或展示區，並明確標示「臨期食品區」及「請於保質期前食用」。

對於易受儲存溫度、包裝方式與標準、產品性質與形態等多種質量影響因素影響的食品，儘管特定產品尚未過期，店長仍有責任督促前線銷售人員定期進行額外質量檢查。

我們的內部監控顧問認為，上述有關供應商選擇及食品安全的強化內部監控措施並無重大缺失，亦無發現顯示該等強化內部監控措施不足或無效的事項。

業 務

非重大食品安全事件

儘管我們在甄選供應商及進行質量檢查及檢驗時採取了質量控制程序，但由於我們每天處理的產品數量龐大，我們不一定能夠發現產品的質量問題或欺詐行為。有關相關風險，請參閱本文件「風險因素－我們可能面臨有關我們所售瑕疵產品的食品安全問題、產品責任索償或產品召回」一段。

在往績記錄期間，我們曾因供應若干不符合食品安全法律法規的產品而受到行政處罰。例如，於2022年，中國上海市閔行區虹橋鎮當地政府機關（客戶G）向我們進行採購，為受COVID-19影響的居民提供生活輔助用品。若干居民投訴我們供應的若干粉絲乃由一家已撤銷註冊的公司生產。上海市閔行區市場監督管理局隨即對事件展開調查。

於往績記錄期間，我們從客戶G獲得收入約人民幣41.7百萬元。所涉粉絲佔自客戶G產生的收入金額微不足道。我們從一間名為「夏邑縣匯龍食品有限公司」（「涉嫌供應商」）採購有關粉絲。在向涉嫌供應商採購粉絲前，我們已取得加蓋印章的營業登記證副本、加蓋印章的生產許可證副本及有關粉絲的檢測報告副本。然而，我們隨後發現，向涉嫌供應商採購的粉絲實際上是由個人冒用其他製造商的名稱和生產地址製造，食品標籤包含虛假資訊，並侵犯了著名商標。我們召回了該批粉絲，並公開道歉。

經上海市閔行區市場監督管理局調查，發現我們未能核實批號、商標註冊及標籤資料的真實性。因此，我們於2022年被當局責令支付人民幣370,000元的罰款，並已於2022年11月妥為結清。

董事認為，相關事件對本集團的營運及財務表現影響有限。儘管如此，任何涉及我們所供應產品的食品安全問題事件將影響我們的聲譽及客戶對我們品牌及所售產品的信心。因此，我們已採取強化的內部監控措施，以降低類似事件再次發生的風險。特別是在取得供應商的加蓋公章營業登記證副本後，我們亦會透過網上搜尋平台核實供應商是否存在。

董事確認，於往績記錄期間及截至最後可行日期，(i)除上述事件外，本集團並無發生其他

業 務

重大食品安全事件或任何與假冒產品或知識產權侵權有關的重大索償；及(ii)我們並無接獲任何重大客戶投訴、產品召回或產品責任索償。

存貨管理、倉儲和物流

存貨管理

我們的採購團隊將通過我們的ERP系統及WMS系統監控產品的存貨水平，並根據我們零售店舖及商城對產品的需求向供應商下達採購訂單。我們一般每週下達食品商品採購訂單，每兩週下達非食品類商品採購訂單，以進行零售店舖運營。為維持最佳存貨水平以在存貨持有成本與提供足夠數量的各種產品供客戶選擇的需要間取得平衡，我們參考不同產品的過往及近期銷售情況、不同產品的過往及近期週轉日數以及訂購不同產品的物流成本效益，從而定期審查、確定及不時調整我們的存貨水平。我們亦通過特別促銷或折扣銷售來識別及清理過時存貨或非熱銷產品或臨期產品。

由於我們在零售店舖及商城提供各種各樣的產品，因此，我們依靠信息技術系統來監控和管理我們的存貨水平。我們的ERP系統使我們能夠實時追蹤每個零售店舖及商城中每種產品的銷售、存貨水平及流動情況。基於集中於信息技術系統中的該等實時銷售信息，我們可及時作出響應及調整我們的銷售策略，及時向我們的零售店舖、商城及配送中心補充及交付產品。我們的ERP系統記錄各個零售店舖及商城的產品描述、產品組合及產品數量。倘零售店舖、商城或配送中心的產品存貨水平降至低於預設值，則我們的ERP系統將向我們的採購團隊發出補貨警報。因此，我們的WMS系統及ERP系統使我們能夠監控及管理存貨水平，以避免出現與產品短缺或老化相關的任何問題。

於2021年12月31日、2022年12月31日、2023年12月31日及2024年9月30日，我們的存貨餘額分別約為人民幣286.4百萬元、人民幣324.0百萬元、人民幣266.3百萬元及人民幣317.6百萬元，分別佔我們於同日的流動資產總額約37.5%、34.7%、25.9%及31.0%。我們於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月的平均存貨週轉日數(根據平均存貨除以銷售成本乘以365日計算)分別約為77.5日、108.5日、97.9日及100.2日(年化)。於2021年12月31日、2022年12月31日、2023年12月31日及2024年9月30日，我們的存貨撇減準備餘額分別約為人民幣8.9百萬元、人民幣8.6百萬元、人民幣10.2百萬元及人民幣11.0百萬元，分別佔我們於同日的總存貨餘額約3.0%、2.6%、3.7%及3.4%。

業 務

倉儲

我們根據產品的類型及性質，對產品採取不同類型的儲存方法，例如常溫儲存、冷藏及冷凍儲存，以保持及維持該等產品的新鮮度或儲存需要。於最後可行日期，我們擁有一個配送中心及兩個倉庫。下表載列於往績記錄期間及最後可行日期我們的配送中心及倉庫以及其各自利用率的詳情：

位置	租賃期	特定用途	建築面積 (概約平方米)	利用率			2024年 首九個月	於最後 可行日期
				2021財年	2022財年	2023財年		
江蘇省江都區邵伯鎮 工業集中區	自有物業	配送中心部分用於 儲存超市產品， 部分用於出租	11,741.63	85.33	85.05	84.97	83.27	85.97
江蘇省江都區仙女鎮 江淮路114號	2022年9月1日至 2025年8月31日	倉儲用於儲存酒精 飲料、牛奶和 保健食品	3,062	85.85	86.25	84.91	83.25	86.38
江蘇省江都區仙女鎮 染化路10號	2024年2月10日至 2029年2月9日	倉儲部分用於儲存 酒精飲料，部分 用於出租	4,056	87.48	87.66	87.27	89.86	91.61

附註：

1. 配送中心將單位貨物堆疊起來，並存放於木架上。計算乃基於我們的配送中心一次最多可容納約14,146個貨架的假設進行。利用率按存放產品的貨架總數除以14,146個貨架計算。
2. 利用率按最後可行日期倉庫儲存的產品總體積(立方米)除以倉庫總體積(立方米)計算。

配送中心的設計覆蓋半徑為100公里，而零售店舖則根據其地理位置劃分為13條配送路線。在正常情況下，(i)生鮮食品將於當日送達，(ii)在江都區內，常溫產品將於48小時內送達，

業 務

及(iii)其他產品將於72小時內送達。於往績記錄期間，本集團主要依賴自有車隊進行所有送貨，及截至最後可行日期，我們的物流團隊包括73名員工，配備53輛送貨車，以滿足我們的送貨及配送需求。本集團亦可能於假期遇到高需求時聘請外部第三方服務提供商，以確保及時交付產品。

我們的各零售店舖及商城內亦設有儲物室，用於儲存其業務運營的部分存貨。根據產品性質及供應商的交付能力，部分產品由供應商直接交付至我們的零售店舖，並在展示出售前儲存於儲物室。

業 務

物流

本集團自身設有物流團隊，以定期將產品從配送中心運往零售店舖。於最後可行日期，物流團隊配備並運營53輛運輸車輛，用於在配送中心、倉庫、零售店舖及商城之間運送產品。我們與三個電子商務平台（即抖音、京東及微信）合作，在線銷售我們的產品並將產品交付予客戶。通過該等電子商務平台購買我們的產品，客戶可享受節省運輸時間和成本以及快速交付產品的便利。部分零售店舖還配備運輸車輛，用於將產品運送予客戶。

資訊技術

我們的綜合資訊技術系統對支持我們的日常業務運營至關重要，包括採購、銷售、存貨管理、補貨、會員管理、財務數據管理及其他行政職能。我們的主要資訊技術系統包括ERP系統、POS系統、WMS系統及B2B供應鏈系統。

我們的POS系統用於我們所有的零售店舖及商城。我們零售店舖及商城的所有交易均透過我們的POS系統進行及完成，而POS系統與我們的ERP系統相連。我們的ERP系統可讓我們實時追蹤各零售店舖及商城每種產品的銷售、存貨水平及動向。基於集中於我們資訊科技系統的該等實時銷售資料，我們可對我們的銷售策略作出及時回應及調整，及時向我們的零售店舖、商城及配送中心補充及交付產品。此外，我們的ERP系統亦為我們的日常財務管理提供支持，為會計目的實時提供基本財務數據。

我們採用ERP系統及WMS系統監控產品的存貨水平。我們的ERP系統記錄零售店舖及商城的產品描述、產品組合及產品數量，而WMS系統則記錄配送中心的庫存位置和數量。我們的WMS系統與我們的ERP系統相連。我們的ERP系統會監控零售店舖及商城的存貨水平，並在零售店舖的存貨水平低於一定水平時自動向採購團隊發出警報。我們的採購團隊其後會安排將產品從我們的配送中心或倉庫運送到零售店舖進行補貨。

當配送中心及倉庫的存貨量低於設定的最低水平時，我們的ERP系統會自動向我們的採購團隊發出警報，我們的採購團隊會相應地安排向供應商補貨。因此，我們的WMS系統及ERP系統使我們能夠監測和管理存貨水平，避免出現任何與產品短缺或陳舊有關的問題。

業 務

此外，我們的WMS系統記錄我們的物流團隊於一段時間內所交付產品的重量及數量。我們的管理層利用該等數據來評估物流員工的工作效率。

為個別員工或一組員工(如採購人員、營銷人員、倉儲及物流人員、前線銷售人員及資訊科技人員等)分配不同的用戶ID，並具有不同的訪問權限範圍。根據僱員的不同職級、部門劃分及工作要求，嚴格管理訪問權限。

季節性

我們的業務受到季節性的輕微影響。我們通常於節假日及節日(如中國新年及本集團週年紀念日)錄得較高銷售收入。我們通常於9月至次年2月期間亦錄得較高的銷售收入，原因為在此期間有更多的中國傳統節日。

牌照及註冊

經董事確認及據中國法律顧問所告知，除我們未能於往績記錄期間及截至最後可行日期根據本節下文「不合規」一段所披露的相關中國法律法規完成所須的消防安全批准外，我們保留在中國開展業務所需的所有牌照及註冊。於最後可行日期，我們就中國業務持有以下重大牌照及註冊：

牌照／註冊	用途	授出年份／首次註冊	屆滿日期
食品經營許可證	開展食品銷售業務	2007年4月17日至 2025年1月9日	2025年4月1日 ^(附註1) 至2030年2月24日 ^(附註2)
食品經營僅銷售預 包裝食品備案	銷售預包裝食品	2022年1月28日至 2022年11月23日	無屆滿日期

業 務

牌照／註冊	用途	授出年份／首次註冊	屆滿日期
消防安全檢查合格證	開展零售店舖及購物中心業務	2005年12月9日至 2023年9月27日	無屆滿日期

業 務

牌照／註冊	用途	授出年份／首次註冊	屆滿日期
衛生許可證	開展零售店舖及購物中心業務	1999年6月8日至 2024年1月17日	2025年4月12日 ^(附註1) 至2029年1月17日 ^(附註2)
出版物經營許可證	銷售書籍及報紙	2005年11月17日至 2024年3月26日	2028年4月30日

附註：

1. 就於2025年4月屆滿的牌照而言，本集團已提交(就於2025年4月12日或之前屆滿者而言)或正在準備重續相關牌照的文件。據我們的中國法律顧問告知，於必要的牌照及許可證屆滿時，重續將不會有任何法律障礙，惟我們能夠滿足主管政府部門施加的相關要求和條件。
2. 指定日期指不同持牌實體所持有相關牌照的到期日範圍。

於往績記錄期間，我們在續期業務經營的營業執照、許可證及證書方面並無遇到任何重大困難。據我們的中國法律顧問告知，倘我們能夠滿足政府主管部門的相關要求及條件，則在必要的牌照及許可證到期時續期不會有任何法律障礙。

認證及獎項

多年來，我們已獲得／收到以下獎項、證書及表彰：

獎項／證書／表彰	頒獎組織／機構	首次授出年份
江蘇省文明單位	江蘇省精神文明建設指導委員	1997年
誠信單位	江蘇省消費者協會	1999年
誠信單位	中國消費者協會	2001年

業 務

獎項／證書／表彰	頒獎組織／機構	首次授出年份
江蘇省電子商務示範企業	江蘇省商務廳	2012年
揚州市知名商標	揚州市工商行政管理局	2014年

業 務

獎項／證書／表彰	頒獎組織／機構	首次授出年份
江蘇省著名商標	江蘇省工商行政管理局	2014年
揚州市江都區防控重點保障 供應單位	揚州市江都區新型冠狀病毒肺炎 疫情防控指揮部辦公室	2020年
AAAA物流企業	中國物流與採購聯合會	2021年
江蘇省放心消費創建示範單位	江蘇省放心消費創建活動辦公室及 江蘇省市場監督管理局	2021年
揚州市民生保供重點企業	揚州市商務局	2021年
揚州市民生保供重點企業	揚州市江都區新冠肺炎疫情防控 工作指揮部	2021年

業 務

環境、社會及管治事宜

董事會管治

我們承認在環境保護及社會責任方面的責任，並知悉與氣候相關的問題可能會對我們的業務運營產生影響。我們承諾在[編纂]後遵守環境、社會及管治(「ESG」)報告要求，並承諾以合法、合乎道德及負責任的態度經營業務。

我們針對環境、社會及管治問題制定一套內部政策。在環境問題上，我們採取多種政策及程序，涉及(i)節約資源，(ii)應對氣候變化及(iii)廢氣、污水及固體廢棄物的處理以及其他方面。在社會事務方面，我們採用與以下方面相關的政策及程序：(i)供應商管理，(ii)產品責任，(iii)職業安全與健康；及(iv)客戶投訴與處理等其他方面。在管治事項方面，我們已採用涵蓋不同方面政策的員工手冊，其中包括利益衝突、反腐敗等，並已定期為員工提供合規培訓，以加強內部監管合規性和商業道德實踐。我們定期進行審查，以監督我們對上述政策和程序的遵守情況。

董事會(「董事會」)直接及共同負責監督及監察氣候相關事項的執行情況以及ESG方面的表現。董事會將通過各種渠道了解與環境、社會及管治相關的風險及發現，現有戰略、目標和政策的審查結果，以及本集團重要性評估的結果。在董事會的監督下，本集團積極識別及監控與環境、社會及氣候相關的風險和機遇。同時，董事會亦根據識別出的ESG風險及機遇對交易進行評估，評估每項交易是否符合可持續發展要求及相關社會責任標準，並把握相關的ESG機遇。董事會將授權管理層和相關部門負責人制定及實施ESG政策，並成立ESG委員會，監督ESG的進展情況。我們預計於[編纂]前設立ESG委員會。於[編纂]後，我們將根據《上市規則》的報告要求，每年發佈一份ESG報告，以促進長期戰略，並尋求持續改進。

ESG風險管理與策略

為監督本集團的風險管理及內部監控，我們已或將採納若干風險管理及內部監控框架、政策、程序及措施，以應對已識別的主要風險或合規要求。有關整體風險管理及內部監控框架、政策、程序及措施的更多詳情，請參閱本節「風險管理及內部監控」一段。

業 務

重大ESG相關問題評估分為三個步驟，包括：

- **步驟1. 確定重要議題**

根據行業研究、摩根士丹利資本國際公司（「**MSCI**」）及可持續發展會計準則委員會（「**SASB**」）的重要性地圖以及行業比較分析，我們確定了一系列與我們的環境及社會影響及績效相關的可持續發展問題。

- **步驟2. 重要議題排序**

我們準備了調查問卷，對利益相關者進行了調查，並根據調查結果對重大問題進行了排序。

- **步驟3. 重要性矩陣的核實及建立**

我們收集並分析調查結果，並根據其潛在影響為確定的問題分配優先級別。通過這種方法，我們創建二維矩陣，清晰地展示每個問題對我們的利益相關者及企業的重要性。我們的管理層及外部專家對調查結果進行審核。

業 務

該等與環境、社會及氣候相關的問題可能會給我們帶來多種風險及機遇，以不同的方式對本集團造成潛在影響。本集團已確定6個ESG相關的重要議題，該等議題對我們的業務及利益相關者有重大影響，具體議題載列如下：

重要議題	影響期	潛在風險、影響及我們的策略	環境目標
能源管理	中期	<p>預計未來將有更嚴格的碳排放要求，並可能對本集團的業務運營產生影響。對本集團業務運營的潛在影響包括：在監管壓力不斷增加的情況下，倘本集團無法遵守相關要求，導致本集團面臨巨額罰款及法律後果，並損害本集團的聲譽。</p> <p>我們已制定節約資源的政策及程序，通過制定辦公室及零售店鋪的用電準則來減少能源消耗及增強能源管理，並優化運輸及交付路線以減少車輛能耗。我們為員工提供環保培訓課程，以提高其環保意識，並在本集團內培養環保文化。</p> <p>於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們在減少能源消耗措施方面的投資分別為人民幣1,183,694元、人民幣710,950元、人民幣1,276,822元及人民幣359,100元，如購買電動汽車及LED照明、升級空調等。</p>	<p>我們已嚴格遵守《中華人民共和國節約能源法》，履行能源管理職責，推進節能措施，最終實現節能減排目標。</p> <p>我們已制定節能目標，以2023年為基準年，到2028年將我們運營的能源密度降低5%。</p>

業 務

重要議題	影響期	潛在風險、影響及我們的策略	環境目標
廢棄物管理	長期	<p>不適當的廢棄物管理方法可能會導致有害物質或不可回收廢棄物的不當處置，從而造成環境污染。不遵守廢棄物管理條例可能導致超市受到處罰及承擔法律後果，最終影響本集團的聲譽及財務。我們已嚴格遵守《中華人民共和國固體廢棄物污染環境防治法》。於往績記錄期間，我們並無任何嚴重違反廢棄物相關法律法規的行為。在內部，我們制定廢棄物管理程序，以確保負責任地處理有害及無害廢棄物。就無害廢棄物而言，我們致力於最大限度地減少此類廢棄物的產生，並通過改善庫存管理及避免過量儲存來提高廢棄物資源利用率。就有害廢棄物而言，我們聘請經認證的第三方進行收集和處理。</p> <p>於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們在廢棄物處理及減少廢棄物產生措施方面的投資分別為人民幣195,092元、人民幣188,798元、人民幣180,092元及人民幣256,445元。</p>	<p>我們嚴格遵守《中華人民共和國固體廢棄物污染環境防治法》，規範和控制固體廢物管理，最大限度地減少固體廢物的產生，促進資源化利用，保護環境和公眾健康。</p> <p>我們制定減少廢棄物的目標，即以2023年為基準年，到2028年將廢棄物產生密度降低10%。</p>

業 務

重要議題	影響期	潛在風險、影響及我們的策略	環境目標
勞動管理	長期	<p>因員工對工資、福利及公平性不滿而引發的潛在糾紛可能會在相當長的一段時間內引發爭議並損害本集團的聲譽。員工技能不足可能會降低本集團生產線的效率，最終損害本集團的長期競爭力。我們已制定人力資源管理政策，建立晉升和福利管理制度，以保障員工在招聘、晉升、薪酬、解僱、平等機會、多元化、防止歧視及福利等不同方面的權利。此外，我們亦實施多種措施和程序，禁止使用童工和強迫勞動。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，員工薪酬及福利分別約為人民幣113.3百萬元、人民幣111.8百萬元、人民幣105.0百萬元及人民幣69.2百萬元。有關我們勞動管理的進一步詳情，請參閱本節「勞動管理」一段。</p>	<p>我們嚴格遵守《中華人民共和國勞動法》和《中華人民共和國勞動合同法》，保護員工權益，保障公平和諧的勞動關係，促進社會穩定和經濟發展。</p> <p>我們的目標是促進工作場所的公平與公正，為員工提供平等機會，提高員工滿意度。</p>

業 務

重要議題	影響期	潛在風險、影響及我們的策略	環境目標
營運合規性	長期	<p>由於我們從事的是零售行業，供應鏈系統複雜，產品種類繁多，與客戶的日常生活息息相關，因此預計未來會有潛在的合規運營風險。因此，監管合規、供應鏈合規以及產品質量及安全對我們而言至關重要。其可能會影響本集團的業務運營。倘存在任何不合規導致的食品安全問題，可能會對客戶的健康及安全造成潛在威脅。本集團亦可能面臨罰款、聲譽受損或法律訴訟。我們提供產品質量控制及管理培訓，以提高員工的合規意識。於往績記錄期間，我們並無任何重大違反營運相關ESG法律法規的行為。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們於滿足運營合規要求的財務投入分別為人民幣409,426元、人民幣262,680元、人民幣706,329元及人民幣101,944元，滿足運營合規要求的成本包括但不限於環境檢測、清潔、購買或替換滅火器的費用。有關營運合規的進一步詳情，請參閱本節「營運合規」及「供應鏈管理」各段。</p>	<p>我們已嚴格遵守並將繼續遵守中國與環境和社會相關的法律法規，以確保：</p> <ul style="list-style-type: none">• 在業務層面並無違法行為；• 並無受到監管機構的處罰；及• 全年沒有涉及本集團的負面新聞。

業 務

重要議題	影響期	潛在風險、影響及我們的策略	環境目標
隱私與數據安全	長期	<p>不安全的數據庫及服務器可能會大大增加因黑客攻擊而導致數據洩露的可能性及本集團可能無法維護隱私及數據安全。在此情況下，本集團可能因違反相關法律法規而被罰款和追究責任，並承擔高額的訴訟和賠償費用。有關訴訟和賠償亦可能帶來巨大的經濟風險，使本集團的聲譽受損。在往績記錄期間，我們並無嚴重違反任何與隱私及數據安全相關的法律法規。截至2024年9月30日，我們概無因公司機密信息或客戶信息洩露而遭受任何經濟損失。為防止此類事件的發生，確保本集團數據庫的安全，於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，我們在升級服務器及防火牆等信息基礎設施方面以及購買授權軟件的財務投入分別為人民幣394,800元、人民幣47,200元、人民幣104,500元及人民幣773,639元。我們亦對員工進行有關數據及隱私安全重要性的培訓，以提高其數據和隱私保護意識。有關隱私和數據安全的進一步詳情，請參閱本節「隱私與數據安全」一段。</p>	<p>我們已嚴格遵守並將繼續遵守《中華人民共和國網絡安全法》、《中華人民共和國個人信息保護法》及《中華人民共和國數據安全法》，防止公司機密信息或客戶信息外泄。</p>

業 務

重要議題	影響期	潛在風險、影響及我們的策略	環境目標
供應鏈管理	長期	<p>選擇合適的供應商可最大限度地減少整個供應鏈對環境及社會的影響。倘供應商不能履行環境及社會責任，不遵守相關法律法規，本集團可能面臨於行業內聲譽受損的風險。我們已建立採購和供應商管理程序，以及供應商准入及績效考核制度，優先選擇獲得國際認可認證的供應商，要求供應商遵守環保法律，以負責任及可持續的方式採購及／或製造材料。有關供應鏈管理的進一步詳情，請參閱本節「供應鏈管理」一段。</p>	<p>我們的供應鏈管理目標是建立可持續、透明及合乎道德的供應鏈系統，確保產品質量和安全，保護勞工權益，提高供應鏈效率，並與供應商建立良好的關係。</p>

業 務

指標及目標

環境事宜

我們努力將日常營運中潛在的環境及氣候相關風險與影響降至最低，並在本集團內部促進綠色營運。我們嚴格遵守中國有關廢氣排放、廢水排放及廢棄物處置的環境相關法律及法規。我們知悉我們的業務營運可能引起的環境影響及業務營運所需的資源。我們計及反映我們管理環境相關風險的定量資料，我們監控下列指標以評估及管理我們業務營運中產生的環境及氣候相關風險與機會：

氣候變遷

我們認識到全球變暖為我們的業務營運帶來多種風險。作為我們積極舉措的一部分，我們全力識別及監控可能影響我們的業務、策略及財務表現的氣候相關風險與機會。根據我們應對氣候變遷的政策及程序，我們設定目標，支持國家「30•60」碳達峰碳中和目標，減少溫室氣體排放，竭力在確保僱員安全的同時實現平穩營運。

對於與氣候相關的物理風險，氣候變遷令極端天氣事件日趨頻發及嚴重，如洪水、熱浪、颶風及風暴。該等事件有可能對建築物、倉庫及貨物等資產的物質性基礎設施造成損害。此外，該等事件亦可能導致項目規劃及實施延遲、運輸受阻、供應鏈中斷及對勞動力產生負面影響。該等綜合影響可能最終對我們的整體業務營運構成影響。本集團其中一間實體的營業地點位於沿海地區，易受極端天氣事件影響。我們實施危機及应急管理策略，有效應對日益頻發及嚴重的氣候變遷相關極端天氣事件。我們就易受極端天氣損害或氣候變遷造成的其他物理影響的財產及其他資產投購財產險。此外，我們透過研討會及培訓項目更好地了解氣候相關風險對我們業務營運的影響。我們亦評估供應鏈中與氣候相關的風險，方法為評估位於洪水多發地區或其他高風險地區的供應商的脆弱性。我們旨在透過物色替代供應來源及制定強有力的應急計劃，盡量減少氣候相關事件造成的干擾，確保我們營運的連續性。此外，我們將密切關注天文台的每日預測，並在出現極端天氣時及時通知我們的僱員及其他人員採取任何相關措施。

業 務

對於與氣候相關的轉型風險，一項重大轉型風險涉及需要將更多資本支出投入低碳產品替代品。此外，隨著政策法規的不斷變化，我們如未能根據相關政策或法規應對氣候變遷，則可能會面臨訴訟風險。由於需要建造新設施、踐行新的實踐及流程，加上收入結構與來源有變，該等風險可能會導致資本支出增加。

為有效管理該等轉型風險，我們優先選擇本地採購的產品及有機食品，以盡量減少運輸及供應鏈中的碳排放。此外，我們仍然致力於密切關注國家及行業政策以及消費者偏好。我們透過及時了解氣候相關政策及法規的最新動態，可主動調整產品策略，以適應不斷變化的市場需求及可持續發展要求。

對於氣候相關的機會，我們注意到客戶的需求日益殷切，監管部門亦愈發重視向低碳產品過渡。我們加大對可持續產品及品牌的投資，包括有機食品、本地採購的食品及其他環保產品，以開發及推廣低排放產品。

氣候相關風險的資本支出包括節能產品的投資、資產修復營運成本及購買財產險的相關費用等。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年9月30日，在與氣候相關的機遇方面，我們亦採購可持續產品，包括有機食品、本地食品和植物性食品，金額分別為人民幣144.33百萬元、人民幣206.17百萬元、人民幣124.44百萬元及人民幣86.99百萬元。

排放控制

空氣污染物排放的主要來源是集團車輛、固定設備的燃料燃燒及污染物的直接排放。排放的典型空氣污染物包括氮氧化物、硫氧化物及顆粒物。下表載列本集團於往績記錄期間的空氣污染物排放量。

廢氣排放(公斤)	2024年			
	2021年	2022年	2023年	首九個月
氮氧化物(NO _x)	4,110.56	4,057.71	4,178.33	2,817.94
硫氧化物(SO _x)	5.39	3.92	4.63	3.24
顆粒物(PM)	332.66	322.77	325.73	221.55

參考聯交所提供的「如何編製ESG報告－附錄二：《環境關鍵績效指標匯報指引》」（「附錄二」），本集團的溫室氣體排放主要分為三個範圍：(i)範圍1包括集團車輛及固定設備

業 務

燃料燃燒以及製冷劑使用產生的直接排放；(ii)範圍2包括外購電力的間接排放；及(iii)範圍3包括商務航空旅行、廢紙處理以及淡水和污水處理用電產生的其他間接排放。下表載列於往績記錄期間的溫室氣體排放量：

溫室氣體排放	2021年	2022年	2023年	2024年 首九個月
溫室氣體排放總量				
(噸二氧化碳當量)	11,738	11,972	12,274	10,080
範圍1—直接排放	2,814	2,711	2,828	2,640
範圍2—能源間接排放	8,852	9,186	9,368	7,381
範圍3—間接排放	72	75	79	59
密度(噸二氧化碳當量/ 人民幣百萬元收入)	6.41	6.48	8.27	9.46

資源使用

能源管理

我們定期審查能源消耗數據，並盡可能尋求優化能源使用及提高能源效率的機會。我們的能源消耗分為直接能源消耗及間接能源消耗。直接能源消耗來自車輛及固定源的燃料消耗。間接能源消耗來自外購電力的消耗。我們已制定節能目標，以2023年為基準年，到2028年將我們運營的能源強度降低5%。

能源消耗	2021年	2022年	2023年	2024年 首九個月
總能源消耗(兆瓦時)	23,830	23,725	24,215	18,637
直接能源消耗(兆瓦時)	7,932	7,227	7,391	5,381
間接能源消耗(兆瓦時)	15,898	16,498	16,824	13,256
密度(兆瓦時/人民幣 百萬元收入)	13.02	12.85	16.32	17.48

廢棄物管理

我們嚴格遵守《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》，致力於減少廢棄物的產生。本集團產生的無害廢棄物主要包括日常辦公廢棄物及產品包裝物。辦公廢棄物將以適

業 務

當及合法的方式收集及處理。我們亦使用廢棄物分類箱回收紙、金屬及塑膠。此外，我們定期評估材料的使用情況，以避免庫存過多。本集團產生的有害廢棄物包括廢燈管、碳粉盒、電腦及潤滑油。所有產生的有害廢棄物均已妥善收集及處置。我們已制定目標，以2023年為基準年，到2028年前將廢棄物產生密度降低10%。

廢棄物產生	2021年	2022年	2023年	2024年 首九個月
所產生的廢棄物(噸)	33.21	31.20	30.67	22.20
密度(千克／人民幣百萬 元收入)	18.15	16.90	20.68	20.83

用水

市政用水佔辦公室及實體店營運用水的大部分。因此，我們不可避免地產生少量的生活污水，生活污水排入城市污水管網進行處理。我們了解節約用水的重要性，因為水是寶貴的資源。因此，我們實施各種節水措施。例如，在洗手間及茶水間張貼節水提醒標籤，提高僱員的節水意識，將水壓降至最低實用水平及定期檢查水錶讀數。我們定期監測污水排放水平。

用水量	2021年	2022年	2023年	2024年 首九個月
總用水量(立方米)	96,137	92,007	78,302	52,423
密度(立方米／人民幣 百萬元收入)	52.53	49.83	52.79	49.18

社會事項

勞工管理

我們致力促進工作場所的公平及公正，並為僱員提供平等機會。我們已制定多項措施以保障僱員的權利，包括但不限於招聘及解僱、發展及培訓、薪酬及福利以及職業健康與安全。我們注重為僱員提供針對性的培訓，以滿足不同崗位的需求。同時，我們亦鼓勵僱員參加外部培訓、研討會及分享會，以豐富彼等的專業知識。

業 務

在僱員發展方面，我們會根據僱員的技能及表現優先進行內部晉升，從而鼓勵及獎勵勤奮僱員的貢獻。為推廣本集團的企業文化及專業精神，我們為僱員提供充裕的專業發展機會及清晰的職業道路，並重視及認可優秀僱員的貢獻。

截至2024年9月30日，與社會指標相關的衡量標準如下：

就業指標	2021年	2022年	2023年	2024年 首九個月
僱員總數	1,974	1,829	1,696	1,580
按性別劃分				
男性	261	226	227	219
女性	1,713	1,603	1,469	1,361
按僱傭類型劃分				
全職	1,941	1,800	1,636	1,536
兼職	33	29	60	44
按年齡組別劃分				
30歲以下	116	88	49	44
30至50歲	1,304	1,226	1,009	976
50歲以上	554	515	638	560
僱員流失率				2024年 首九個月
總計	13%	5%	10%	20%
按性別劃分				
女性	14%	5%	11%	20%
男性	11%	6%	2%	16%
按年齡組別劃分				
30歲以下	50%	17%	9%	59%
30至50歲	13%	6%	10%	14%
50歲以上	6%	2%	10%	26%
按地區劃分				
中國	13%	5%	10%	20%
香港	0%	0%	0%	0%

職業健康與安全

我們認識到職業安全與健康的重要性。因此，我們嚴格遵守《中華人民共和國安全生產法》及《中華人民共和國職業病防治法》等相關職業安全法律。我們已建立清晰有效的報告制度。對工作場所不安全及不健康環境的任何報告均會立即作出回應，並將對任何受傷的原因進行調查，以

業 務

防止事故再次發生。我們亦為僱員提供安全培訓，以提高彼等的安全意識。此外，我們已針對不同緊急情況制定應急措施，並定期組織緊急疏散演習及消防安全設施檢查，以確保員工安全。於往績記錄期間，我們於職業健康與安全方面並無任何重大不合規問題及事故。

營運合規

由於我們業務的性質，營運合規對我們至關重要。我們已建立嚴格的食物安全管理系統，以確保食品產品的質量及安全，加強對產品標籤及描述的質量控制，並實施環境管理計劃。為進一步確保超市產品的質量，採購部每年均會審查供應商的資質及證書。我們亦已制定質量管理系統，以管理及追蹤客戶反饋，並就產品質量及安全問題採取不同行動。所有公共產品銷售及營銷資料均經審查，以確保其符合法律要求，不存在虛假或誤導性。我們亦將監督廣告及產品標籤的內容，確保內容清晰且真實，並制定具體的廣告及產品標籤設計要求、推廣數據應用方法或注意事項。

反貪污

我們始終堅持誠信經營原則，並嚴格遵守《中華人民共和國刑法》、《中華人民共和國反不正當競爭法》、《中華人民共和國反洗錢法》等國家反貪污及反洗錢法律法規。為加強上述原則，我們已制定反貪污及反洗錢政策，並實施舉報制度，以保密方式呈報任何察覺或潛在不當行為的個案。我們已設立不同的舉報渠道，包括舉報熱線、電郵及信箱等。我們鼓勵僱員及關聯方有序舉報任何內部違紀、違法、欺詐以及損害集團利益及形象的行為。此外，我們對新僱員進行反貪污及反洗錢培訓，並介紹我們內部有關反貪污及反洗錢的政策、反貪污法律法規等，以提高彼等的反貪污意識。

隱私與數據安全

由於我們的業務涉及主要品牌及客戶的資料，我們非常重視數據安全與客戶隱私保護。我們嚴格遵守相關法律法規。透過將客戶資料的使用限制在與我們合同中所識別的用途一致的範圍內，以負責任及非歧視的方式收集及使用客戶資料。我們亦就與處理客戶資料相關的問題向僱員提供建議。僱員僅允許在必要時獲取客戶資料。我們的計算機數據庫進一步加強安全措施，以保障客戶的資料。

業 務

供應鏈管理

在選擇供應商的過程中，我們會考慮供應商潛在的環境及社會風險管理實踐。我們將對供應商的產品質量、交付時間、加工能力、合規性進行評估，重點選擇在環境及社會風險管理方面獲得國際公認認證的供應商。我們將優先考慮獲得能源及環境管理認證(如ISO 50001及ISO 14001)的供應商，以加強我們對可持續發展的承諾。我們的採購部門負責收集供應商數據、評估供應商績效及風險，並通過問卷調查及實地考察等方式對供應商進行調查，優先選擇積極履行環境及社會責任、遵守反賄賂、反腐敗和其他不道德商業行為相關法律法規的供應商。

為保持供應商的質量，我們每年進行供應商評估。於評估過程中，將指派特定僱員對供應商進行實地考察。不符合合作標準的供應商將從合格供應商名單中剔除。將向負責供應鏈評估的僱員提供培訓，以確保彼等具備充足的知識準確審核供應商。於2021年、2022年、2023年及2024年首九個月，我們的供應商分別為1,055家、990家、941家及943家。

供應商	2021年	2022年	2023年	2024年 首九個月
華東地區	993	932	894	903
華南地區	30	29	23	19
西南地區	4	3	2	1
華中地區	12	17	12	8
西北地區	5	1	0	1
華北地區	9	8	6	7
東北地區	2	0	4	4

ESG問題的支出

追蹤其處理業務營運中產生的ESG及氣候相關問題以及遵守環境相關法律法規的開支及預計成本對我們至關重要。於往績記錄期間，管理環保問題的成本列示如下：

支出	2021年	2022年	2023年	2024年 首九個月
人民幣元	1,253,000	750,000	1,276,822	359,100

業 務

未來，我們估計2025年及2026年的年度預算分別約為人民幣1,030,000元及人民幣1,130,000元，用於管理環保問題。我們將繼續檢討環保開支及環保合規預算，並制定合理的環保策略，以提升我們的環保表現及可持續經營。

物業

自用土地及物業

於最後可行日期，本集團擁有以下物業：

位置	擁有人	總樓面面積 (平方米)		用途	使用期限
		土地	樓宇		
揚州市江都區邵伯鎮謝莊村	本公司	34,960.03	11,741.63	商業用途/ 存儲	直至2054年12月20日
揚州市江都區仙女鎮工農路2號 ^(附註)	宏信商貿	6,246	2,033.2	批發零售/ 商業服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工農路2號 ^(附註)	宏信商貿	6,246	2,780.63	住宿及餐 飲/商業 服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工農路2號1幢 ^(附註)	宏信商貿	6,246	2,684.12	批發零售/ 商業服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工農路2號 ^(附註)	宏信商貿	6,246	976.18	批發零售/ 商業服務	直至2042年7月16日

業 務

位置	擁有人	總樓面面積 (平方米)		用途	使用期限
		土地	樓宇		
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	948.99	批發零售/ 商業服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	641.08	批發零售/ 商業服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	1,201.5	批發零售/ 商業服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	2,144	批發零售/ 商業服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	3,936.48	批發零售/ 商業服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	974.03	批發零售/ 其他	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	3,803.76	住宿及餐 飲/商業 服務	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	2,665.05	住宿及餐 飲/商業 服務	直至2042年7月16日

業 務

位置	擁有人	總樓面面積 (平方米)		用途	使用期限
		土地	樓宇		
揚州市江都區紅衛橋 居委會工農路2號 1幢(附註)	宏信商貿	6,246	1,788.52	批發零售/ 其他	直至2042年7月16日
揚州市江都區紅衛橋 居委會工農路2號 1幢(附註)	宏信商貿	6,246	1,072	批發零售/ 其他	直至2042年7月16日
揚州市江都區仙女鎮工 農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	1,948.05	批發零售/ 其他	直至2042年7月16日
揚州市江都區紅衛橋居 委會工農路2號(附註)	宏信商貿	6,246	1,082.56	批發零售/ 其他	直至2042年7月16日
揚州市江都鎮淮揚路12 號	宏信商貿	851.9	不適用	商業	直至2036年6月24日
揚州市江都區淮揚居委 會江淮路19號3幢、 4幢	宏信商貿	不適用	1,640.07	非住宅	不適用

附註：該等物業位於同一塊土地。

業 務

前述物業由我們用作上市規則第5.01(2)條所界定的非物業活動。於2024年9月30日，我們並無賬面值佔我們總資產15%或以上的單一物業權益。因此，根據上市規則第5章及香港法例第32L章公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表3第34(2)段的規定，該條規定就我們於土地或樓宇的所有權益提交估值報告。

除上述物業外，於最後可行日期，我們尚未就總佔地面積約45,300平方米的自有土地及總樓面面積約26,000平方米的自有物業分別取得土地使用權證及房產證。此外，若干自有物業的建造並無完成所需行政程序及／或於不同建造階段取得所需許可證，包括土地使用許可證、建築工程土地許可證、建築工程規劃許可證及建築工程動工許可證。有關進一步詳情，請參閱本節下文「不合規」一段。

租賃物業

承租人

於最後可行日期，本集團已訂立合共173份租賃協議，主要用作零售店舖、商城及倉庫，總建築面積約107,500平方米，涵蓋江蘇省157間零售店舖。所有物業均由本集團向獨立第三方租賃。

下表列示我們於最後可行日期就我們經營及租賃的零售店舖簽訂的租賃協議的到期日：

到期日	於最後可行日期 的零售店舖數目
2025年12月31日或之前	33
2026年1月1日至2026年12月31日	22
2027年1月1日至2027年12月31日	34
2028年1月1日或之後	68

於最後可行日期，有172份租賃協議尚未向相關住房部門登記。根據中國相關法律法規，租賃協議各訂約方有義務對已簽署的租賃協議進行登記及備案。據我們的中國法律顧問告知，租賃協議的有效性及其可執行性不受未向相關政府部門登記或備案租賃協議的影響。根據中國相關法規，相關政府部門可能會責令我們在規定期限內登記相關租賃協議，否則我們可能會就每份未登

業 務

記租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元不等的罰款。因此，據我們的中國法律顧問告知，我們有權根據租賃協議使用相關物業，但如果未按相關政府部門的要求完成租賃登記，我們可能面臨被處罰的風險。截至最後可行日期，我們尚未收到相關政府部門要求我們登記該等租賃協議的任何命令，亦無因我們未登記該等租賃協議而受到任何行政處罰。

出租人

於最後可行日期，我們就向承租人出租物業訂立77份租賃協議，總建築面積約為55,000平方米。所有承租人均為獨立第三方。根據中國相關法律法規，租賃協議各訂約方有義務對已簽署的租賃協議進行登記及備案。據我們的中國法律顧問告知，租賃協議的有效性及可執行性不受未向相關政府部門登記或備案租賃協議的影響。根據中國相關法規，相關政府部門可能會責令我們在規定期限內登記相關租賃協議，否則我們可能會就每份未登記租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元不等的罰款。因此，據我們的中國法律顧問告知，我們有權根據租賃協議使用相關物業，但如果未按相關政府部門的要求完成租賃登記，我們可能面臨被處罰的風險。截至最後可行日期，我們尚未收到相關政府部門要求我們登記該等租賃協議的任何命令，亦無因我們未登記該等租賃協議而受到任何行政處罰。

保險

我們的董事認為，經考慮我們目前的經營狀況及現行行業慣例，我們的保險覆蓋範圍足夠，且符合行業規範。

我們投購多種保險以涵蓋我們的業務營運，包括財產全險及公眾責任保險。根據中國相關法律法規的規定，我們有義務為僱員投購社會保險。然而，出於多種原因，本集團並無投購足以涵蓋與我們業務有關的所有風險的保險，例如部分風險一般在標準保單內不獲保險公司承保，但其影響極微或考慮到保費金額在商業上並不合理。我們並無投購任何產品責任保險以涵蓋連帶風險，且我們認為此乃符合零售行業慣例。

業 務

為減低我們遭受終端消費者提出產品質量申索的風險，我們已應用一套嚴格的標準挑選供應商並於自供應商採購的產品送達時進行檢查，以確保我們獲供應的產品符合高質量及高標準。我們亦要求供應商就提供予我們的任何有瑕疵產品所造成的任何損失向我們作出補償。

僱員

於最後可行日期，我們有1,507名僱員，彼等均駐於江蘇省。我們按職能劃分的僱員明細載列如下：

	僱員人數
管理層	13
行政管理	90
財務及信息技術	43
營銷	22
採購	25
物流	73
營運	1,241
總計	1,507

我們根據中國的社會保險制度為僱員繳納五類社會保險，包括養老險、醫療險、工傷險、失業險及生育險，並根據中國相關法律法規繳納住房公積金。

我們與每名僱員訂立單獨勞工合約，其條款及條件完全符合中國相關勞動法及僱傭法令。我們僱員的薪酬包括基本薪金以及季度及年度酌情花紅。花紅金額乃基於僱員的表現。此外，我們根據中國相關勞動法的要求為僱員提供各種保險及住房公積金。誠如本節「不合規」一段所披露，我們的中國營運附屬公司並無為全體僱員支付足額社會保險供款及住房公積金供款。於往績記錄期間及截至最後可行日期，中國有關政府機關並無就該等不合規行為作出任何行政行動、罰款或處罰，而我們的營運實體亦無接獲任何責令以清繳社會保險供款及住房公積金供款的未付金額。

業 務

招聘政策

我們一般通過發佈招聘廣告從公開市場招聘員工。我們努力吸引及留住合適的人員為本集團服務。我們持續評估可用的人力資源，並將確定是否需要額外人員來應對本集團的業務發展。

培訓

我們的人力資源部將向新員工介紹我們的標準及文化，並為彼等準備一系列注重公司簡介及工作程序等硬技能的強制性培訓。我們的店長亦將培訓我們的新入職員工，以滿足我們零售店舖及商城的需求。

我們亦為管理層及一線員工提供定期及量身定製的培訓，並確定合適且有希望於日後晉升為店長的候選人。我們認為，由於向上流動的前景，我們的內部培訓計劃不僅提高了員工保留率，亦培養了我們業務擴張所需的合適管理人員候選人。

我們設有工會。我們的董事確認，於往績記錄期間，我們並無發生任何罷工或重大勞資糾紛，在招聘或留住合格員工方面亦無遇到任何重大困難。

知識產權

我們認為商標對我們的業務而言至關重要，因為該等商標使客戶能夠將我們的業務與競爭對手區分開來。於最後可行日期，我們在中國擁有12項註冊商標及於香港擁有一項註冊商標，均對本集團的業務而言至關重要。

於最後可行日期，我們擁有與我們的業務相關的一個域名。

有關對我們的業務而言屬重大的知識產權的進一步資料，請參閱本文件附錄六「法定及一般資料—2.有關我們業務的進一步資料—B.我們的重大知識產權」一段。

於最後可行日期，我們並無涉及任何侵犯知識產權的訴訟，亦無收到任何侵犯知識產權申索或提出任何索償的通知。

業 務

市場與競爭

根據行業報告，儘管中國超市零售、便利店、百貨店及預製食品（例如即食食品、預先煮熟或半熟的食品）市場的市場集中程度及範圍各不相同，但其各自市場的競爭十分激烈。超市零售行業的市場集中度相對較高，而便利店、百貨店及預製食品市場的品牌或公司眾多，市場集中度相對較低。中國糧油批發行業在一定程度上呈現出集中化趨勢。截至2024年6月，中國共有糧油批發企業317,600家。其中，江蘇省約佔5.1%，共有16,100家企業。在江蘇省內，蘇中地區約佔15.3%。我們(i)在超市零售行業中，在揚州排名第二，市場份額約為9.1%，在蘇中地區排名第五，市場份額約為2.3%，及在2023年江蘇省超市經營者的銷售額中排名第二十分左右，市場份額約為0.4%；(ii)就便利店市場而言，在揚州排名第四，市場份額約為6.1%；(iii)就百貨店市場而言，在揚州排名第五，市場份額約為6.2%；(iv)就預製食品市場而言，在揚州排名第四（按2023年相關市場的銷售額計），市場份額約為1.21%。有關超市零售行業、便利店市場、百貨店市場、預製菜及糧油批發市場的競爭格局、市場壁壘分析、市場機遇及挑戰的進一步詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節及本節「業務－市場與競爭」一段。

法律程序及訴訟

就董事所深知，於往績記錄期間及截至最後可行日期，本集團成員公司概無涉及任何重大訴訟、仲裁或索賠，且董事亦不知悉有任何針對本集團的未決或面臨威脅的訴訟、仲裁或索賠，而董事認為該等訴訟、仲裁或索賠將對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

不合規

就董事所深知，於往績記錄期間及截至最後可行日期，除本節所披露者外，本集團並無任何不合違規會對本集團的正常運營造成重大影響。

業 務

(1) 未能取得若干土地使用權證及房產證

未能取得若干土地使用權證

於最後可行日期，我們尚未取得我們所擁有土地（「**瑕疵土地**」）中總佔地面積約68畝（相當於約45,300平方米）的土地使用權證。

業 務

該瑕疵土地為本集團收購土地的一部分，總佔地面積約120畝(相當於約80,000平方米)(「**項目土地**」)，根據政府招商引資政策，於2010年7月左右與江都市邵伯鎮人民政府(「**邵伯鎮人民政府**」)簽訂協議(「**徵用及轉讓協議**」)。根據徵用及轉讓協議，邵伯鎮人民政府負責協助我們在一年內取得項目土地30畝(相當於約20,000平方米)(「**擔保土地部分**」)的土地使用權證，同時積極確保剩餘項目土地的土地配額。

於2014年1月，我們與江都區國土資源局簽訂土地使用權出讓合同，訂明轉讓土地面積34,976平方米(相當於約52畝)。於最後可行日期，本集團持有上述34,976平方米(相當於約52畝)項目土地(包括擔保土地部分)的土地使用權證，其中實用面積約12,000平方米(相當於約18畝)。

徵用及轉讓協議中規定的剩餘部分用地總面積約68畝(相當於約45,300平方米)(即瑕疵土地)未能取得土地使用權。據我們的中國法律顧問告知及根據徵用及轉讓協議，由於我們已取得擔保土地部分的土地使用權證，故根據徵用及轉讓協議，邵伯鎮人民政府對瑕疵土地的法律責任僅為盡最大努力取得瑕疵土地的土地使用權證。據董事所知，此乃由於政府隨後因應房地產行業的擴張而調整政策，將房地產企業的土地使用配額列為優先項目。因此，分配予鄉鎮的土地使用配額減少，導致無法及時為瑕疵土地辦理土地使用權證。本公司保持與邵伯鎮人民政府展開定期磋商，以探討取得瑕疵土地使用配額及取得土地使用權證的可行性，但於最後可行日期並無實質進展。

謝莊村瑕疵物業(定義見下文)位於瑕疵土地上。

未能取得若干房產證

於最後可行日期，我們尚未取得總建築面積約26,000平方米的物業的房產證(「**瑕疵物業**」)。瑕疵物業包括：(a)本公司位於揚州市江都區邵伯鎮謝莊村的若干建築物，總面積約為23,500平方米，該等建築物佔地約21,855平方米土地(相當於約33畝)(「**謝莊村瑕疵物業**」)；及(b)宏信商貿所處樓宇內的若干區域位於揚州市江都區仙女鎮工農路2號的一處建

業 務

築物(「工農路樓宇」)，總面積約為2,500平方米(「工農路瑕疵部分」)。儘管江都商城位處工農路樓宇，但江都商城持有有關物業權證，惟與工農路瑕疵部分重疊的部分區域除外。

下文載列於最後可行日期組成該等瑕疵物業之樓宇數目及各自用途之明細：

瑕疵物業	用途	所涉及的樓宇數目
謝莊村瑕疵物業	沐源中央廚房	1
	辦公室	2
	未使用	2
工農路瑕疵部分	倉儲	1

於最後可行日期，謝莊村瑕疵物業包括由沐源供應鏈所經營的中央廚房(作為餐食加工及配送中心的沐源中央廚房)及位於瑕疵土地上的辦事處。謝莊村瑕疵物業未能取得房產證的原因是瑕疵土地無相關土地使用權證(有關未取得相關土地使用權證的原因，請參閱本節上文「一不合規一(1)未能取得若干土地使用權證及房產證一未能取得若干土地使用權證」)，使其無法取得相關房產證。

業 務

工農路瑕疵部分位於本集團已獲得土地使用權證的土地上。於最後可行日期，工農路瑕疵部分用作倉儲，預計將於[編纂]前搬遷至擁有房產證的工農路樓宇部分，屆時工農路瑕疵部分將在[編纂]後成為閒置物業。於最後可行日期，以樓面面積計，工農路瑕疵部分約77%已停止使用。工農路瑕疵部分涉及當時為解決倉儲空間不足而加蓋的臨時構築物。就該等臨時構築物而言，以樓面面積計，大部分於宏信商貿接管樓宇前已存在，該樓宇乃由宏信商貿於1994年成立時其股東江都供銷大廈注入宏信商貿並作為註冊資本出資。至於餘下部分(構成該等臨時構築物的非重要部分)，本集團委聘第三方建築公司於2002年前後進行設計及建造，及於2002年4月前後開始施工。憑藉該建築公司的專業知識，本集團假設該建築公司作為慣常獲委託進行該等項目的實體，會主動識別及滿足臨時構築物的所有必要審批要求。然而，該建築公司既未告知本集團具體審批要求，亦未啟動規定程序以獲得必要的審批，本集團在建設工程於2002年5月前後竣工時，因無法取得相關建築工程竣工驗收備案而知悉有關瑕疵。當時，據當時董事了解，相關批文(如需要建築規劃的建築許可證)須於動工前獲得有關當局批准。在建築公司未申請該等批准的情況下，達到合規要求的唯一方法是拆除建築，並在重建前重新申請所需批准。因此，當時的董事認為，(i)一旦建造工程完成，便無法追溯取得該等批准；及(ii)基於2002年或前後加建工農路樓宇第三期工程於2003年順利完成建築工程竣工驗收(進一步討論參閱下文「不合規—(3)未能完成消防安全批准」一節)，如在動工前取得相關批文，即可取得相關施工許可、規劃、完成竣工驗收等手續。據我們的中國法律顧問告知，加建構築物(如構成工農路瑕疵部分的臨時構築物)有可能取得必要的施工許可證、規劃批文、竣工驗收手續和房產所有權證，前提是在施工時已妥為遵循適當的程序。因此，工農路瑕疵部分未能取得房產證的原因在於缺乏相關建設許可證、規劃、完工驗收手續，使其無法取得相關房產證。

業 務

經考慮：

- (i) 如下文所披露，我們已取得揚州市自然資源和規劃局江都分局及揚州市江都區住房和城鄉建設局（據中國法律顧問告知，兩者均為主管機關）確認函，確認（其中包括）兩局同意宏信商貿可繼續長期按現狀及現況使用工農路瑕疵部分，兩局不會就宏信商貿的違規事件（不構成重大違法或違規行為）採取任何行政措施或處罰，兩局亦不會沒收宏信商貿於工農路瑕疵部分的生產及經營產生的收入；
- (ii) 工農路瑕疵部分用作倉庫，我們的客戶或公眾無法進入，[編纂]後將成為閒置物業；
- (iii) 工農路瑕疵部分於二十多年前建成，投入使用或佔用逾二十年，並無接獲主管機關就缺乏相關許可證或證書而作出的任何處罰、反對、質詢或調查，亦無接獲主管機關要求我們拆除工農路瑕疵部分的任何通知，亦無向第三方提出任何權利索償，亦無涉及與第三方的任何糾紛；及
- (iv) 有關建設許可、規劃及竣工驗收手續應於20多年前建設時取得，且相關主管機關未要求重新辦理該等許可及驗收手續，

董事認為：(i)重新申請建設許可證、規劃、完工驗收手續並不可行；及(ii)缺乏該等許可證及驗收程序不會對我們的業務營運構成重大不利影響。

截至2023年12月31日止三個財政年度各年及截至2024年9月30日止九個月，沐源中央廚房供應及銷售餐食為本集團帶來的收入分別佔本集團總收入約0.5%、1.3%、1.1%及0.5%。

法律後果及最高處罰

《中華人民共和國城鄉規劃法》第六十四條規定，未取得建設工程規劃許可證或者未按照建設工程規劃許可證的規定進行建設的，由縣級以上地方人民政府城鄉規劃主管部門

業 務

責令停止建設；倘可採取改正措施消除對規劃實施的影響的，限期改正，處建設工程造價百分之五以上百分之十以下的罰款；無法採取改正措施消除影響的，限期拆除，不能拆除的，沒收實物或者違法收入，可以並處建設工程造價百分之十以下的罰款。

根據《建築工程施工許可管理辦法》第十二條，對於未取得施工許可證或者為規避辦理施工許可證將工程項目分解後擅自施工的，由有管轄權的發證機關責令停止施工，限期改正，對建設單位處工程合同價款1%以上2%以下罰款。

根據《建設工程質量管理條例》第五十八條，對未組織竣工驗收，擅自交付使用的建設工程，由主管部門責令改正，處工程合同價款2%以上4%以下的罰款；造成損失的，建設單位依法承擔賠償責任。

根據中國法律顧問提供的上述規定，董事估計，本集團就瑕疵土地及瑕疵物業可能被施加的最高罰款總額預計約為人民幣0.8百萬元。

業 務

目前狀況及補救方法

我們已於2025年1月7日獲得揚州市自然資源和規劃局江都分局及揚州市江都區住房和城鄉建設局(據中國法律顧問所告知，均為主管部門)聯合頒發的確認書，確認：

- (i) 本公司及宏信商貿受上述部門管轄；
- (ii) 該等部門知悉及確認，瑕疵土地及瑕疵物業乃為本公司及宏信商貿所用；
- (iii) 該等部門同意，本公司及宏信商貿可繼續長期使用現時所在及狀況下的瑕疵土地及瑕疵物業以及建於其上之樓宇；
- (iv) 該不合規事件並未構成重大違法或違規行為，該等部門將不會就該不合規事件對本公司或宏信商貿採取任何行政措施或處罰；
- (v) 該等部門將不會沒收本公司及宏信商貿於瑕疵土地及瑕疵物業以及建於其上之樓宇進行生產及營運所產生的收入；
- (vi) 本公司或宏信商貿並無因土地、房地產及樓宇建造有關的事宜被有關部門責令整改令或處罰；及
- (vii) 該等部門與本公司或宏信商貿之間並無有關瑕疵土地及瑕疵物業以及建於其上之樓宇的潛在、現有或持續的糾紛或衝突，亦無任何第三方針對本公司或宏信商貿提出任何投訴、報告或其他索償。

經中國法律顧問確認及根據前述確認書，本公司及宏信商貿均未收到任何與土地、房地產及樓宇建築相關的行政處罰。據我們的中國法律顧問告知，基於上述原因及根據前述確認書，本集團未能取得若干土地使用權證及房產證並不構成重大違規行為，有關機構可能不會對我們進行任何行政處罰。

業 務

經我們的中國法律顧問向主管機關邵伯鎮人民政府確認，於2024年9月29日進行的訪談中，(i)該瑕疵土地涉及集體所有權土地；(ii)然而，由於政府與村民於徵用及轉讓協議前已訂立租賃協議，故相關村民無權就該瑕疵土地向本集團提出賠償要求；(iii)倘村民就該瑕疵土地提出任何索償，政府將協助本集團解決有關事宜；及(iv)政府承認該瑕疵土地的現狀，因此，本集團毋須就該瑕疵土地的現狀作出任何糾正，以及本集團可繼續長期使用該瑕疵土地(連同其上的物業及建築物現狀)，且不會被施加任何行政執法措施或處罰。

業 務

對於位於瑕疵土地上的謝莊村瑕疵物業中總建築面積約3,940平方米的沐源中央廚房，為確保沐源中央廚房的營運在一旦發生不太可能發生的強制搬遷或強制搬離相關土地及物業的情況下將不會受到重大影響，我們已為沐源中央廚房制定搬遷計劃（「**中央廚房搬遷計劃**」）。根據中央廚房搬遷計劃，沐源供應鏈已與獨立第三方訂立租賃協議，租賃沐源中央廚房的替代設施，租賃期自設施移交之日起為期五年（於搬遷完成時交接）。搬遷將分階段進行，如規劃設計、室內裝修、建造無菌車間，以及搬遷機器設備，以盡量減少對沐源中央廚房營運的潛在干擾。置換中央廚房全面投入營運所需的估計時間約為九至十二個月，視乎取得包括（如必要）消防安全批准等批文而定，而從現有中央廚房實際搬遷機器及設備至置換中央廚房將影響沐源中央廚房的運營，預計大約需時一個月。中央廚房搬遷計劃的預計完成時間表載列如下：

時間	要完成的階段／活動
2025年第一季度	<ul style="list-style-type: none">— 完成機器設備、消防安全設備製造商的甄選及採購；— 進行牆壁及天花板整修，包括油漆、鋪磚及其他裝飾工程；— 安裝更換中央廚房的設備；— 安裝所有必要的照明及電源插座；— 對已安裝的設備進行測試及調整；— 在營運前進行徹底清潔，以確保符合衛生標準；及— 安排相關部門進行檢查，並迅速處理及糾正檢查中發現的任何問題（如有）。
2025年第二季度	<ul style="list-style-type: none">— 搬遷沐源中央廚房

業 務

於最後可行日期，基本裝修及準備工作以及預埋電線管道的安裝及基本電線鋪設已完成，而製造商甄選及機器設備採購正在落實。

於最後可行日期，預計中央廚房搬遷計劃導致的搬遷成本及收入虧損估計將介乎人民幣2百萬元至人民幣3百萬元之間。董事認為，除上述搬遷成本及收入虧損外，中央廚房搬遷計劃不會對本集團的業務營運及財務狀況產生重大影響。

我們的董事認為，產權存在瑕疵的土地及物業對我們的營運而言並不重大，且瑕疵土地及瑕疵物業分別缺乏相關土地使用權證及房產證不會個別或共同對我們的業務營運造成重大不利影響，原因為(除上述原因外)：

- (i) 於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未接獲主管部門就該等土地及物業缺乏相關證書而作出的任何重大處罰、反對、查詢或調查；
- (ii) 我們已使用或佔用謝莊村瑕疵物業超過10年，及使用或佔用工農路瑕疵部分逾20年，於我們使用及佔用該等土地及物業的所有年份及直至最後可行日期，我們未接獲任何第三方申索權利或捲入與第三方的任何爭議；
- (iii) 於最後可行日期，我們並未收到主管部門因該等土地及物業缺乏有關證書而要求我們搬遷或拆除相關物業的任何通知；及

業 務

- (iv) 我們的董事認為，該等瑕疵土地及瑕疵物業可供安全佔用，原因為(i)於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未接獲主管部門就瑕疵土地及瑕疵物業的安全狀況作出的任何重大處罰、反對、查詢或調查；及(ii)根據消防安全顧問的意見，有關消防安全的整體風險被視為低風險，且不大可能影響瑕疵物業的客戶及僱員的安全。

因此，我們並無於綜合財務報表中作出撥備。

內部監控措施

本集團已制定《房產及土地購置管理辦法》(「購置管理辦法」)，以規範對購置土地及房產的管理。該辦法載有購置土地的選擇與申請程序、相關許可證及證書的獲取與存置。購置管理辦法已明確強調，國有土地使用證是土地購置過程中的必要文件。僅於取得該證書後，本集團方可就建於該土地上的建築物取得建築工程規劃許可證、建設工程施工許可證、建設完工批准及房屋所有權證。

根據購置管理辦法的要求，本集團必須在簽署購置合約前對土地的實際環境以及土地出讓人的資質進行評估。此確保土地的實際環境符合本集團的需求，且出讓人可提供由相關政府部門頒發的國有土地使用證。倘董事會在對評估結果進行討論後決定購置或租賃土地，本集團應與土地所有者簽署購置合約，前提是已取得相關政府部門頒發的國有土地使用證。

倘所購置土地上有基礎設施項目，本集團必須於建設項目接近完工時向相關政府機構登記該項目，以取得建設完工批准及房屋所有權證。於取得上述證書後，施工團隊可對建設項目進行竣工驗收，以及本集團可正式使用相應建築物。

業 務

(2) 我們租賃物業的所有權瑕疵及未登記情況

於最後可行日期，我們已訂立173份租賃協議，根據租賃協議，總建築面積約為107,500平方米。

所有權瑕疵

於最後可行日期，我們的44宗租賃物業存在所有權瑕疵，這可能會對我們未來繼續使用該等物業的能力產生不利影響，該等物業約佔我們租賃物業總數的25.4%。在44宗存在所有權瑕疵的租賃物業中，大部分物業是本集團的超市及便利店門店。該等瑕疵物業的總租賃面積約為41,400平方米。

所有權瑕疵的存在主要是由於以下原因：(1)若干出租人未能提供物業所有權證書或其他有關其租賃該等物業的合法權利的相關證書；及(2)物業所有權證書所載的擬定用途與物業的實際用途不一致。

以下為44項租賃物業按業權瑕疵原因劃分的明細：

瑕疵原因	所涉及的租賃物業數目
(i) 僅由於出租人無法提供物業所有權證書或其他關於其合法租賃該等物業權利的相關證明	33
(ii) 僅由於物業所有權證書所載的預定用途與該等物業的實際用途不一致所致	7
(iii) 基於上述(i)及(ii)所述原因	4

於最後可行日期，我們並無知悉第三方或政府機構就任何該等租賃物業所有權提出的可能對我們目前的租賃產生重大不利影響的任何質疑。

根據相關法律及法規並經我們的中國法律顧問確認，出租人應對物業所有權證書中所述的擬定用途與物業實際用途不一致的情況負責，以及並無任何規則或法規要求承租人

業 務

須取得所有權證書或就未能取得相關證書而對承租人施加監管處罰。因此，我們的中國法律顧問認為，我們不會因租賃物業中的任何所有權瑕疵而受到任何重大行政處罰。

此外，根據相關中國法律及法規，倘因出租人的過錯導致租賃協議無效，承租人有權要求賠償。倘我們繼續租賃該等物業的能力受到第三方異議的影響，我們可能根據相關中國法律及法規向出租人尋求賠償並有權要求出租人減少或免除租金。

於最後可行日期，我們已自該等44宗租賃物業的出租人獲得賠償承諾。相關出租人已同意，倘因上述問題導致本集團被任何第三方或政府機構要求停止佔用及使用該等物業，及／或倘有必要選擇新地點、搬遷，及／或倘要求任何罰款或賠償，出租人將賠償所有此類損失，並對本集團作出賠償。

業 務

根據我們定期更新的業權缺陷門店附近可供租賃的可比物業清單（於規模、位置及運營適合性方面相似），我們認為附近有足夠的可比替代物業。因此我們預計在不太可能要求我們尋找替代物業及遷移業務的情況下，我們不會就此方面耗費大量時間及成本。

根據相關租賃物業的規模、位置、設施及當前使用情況，我們預計通常需要25至40天完成搬遷，費用（包括裝修費用）介乎每宗物業或每個門店人民幣250,000元至人民幣700,000元。

我們的董事認為，搬遷將不會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。基於上述情況，我們的董事認為，上述所有權瑕疵將不會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。因此，我們並無於綜合財務報表中作出撥備。

未登記情況

於最後可行日期，尚未就我們租賃物業的172份租賃協議向中國相關土地及房地產管理部門進行登記及備案。

根據相關中國法律及法規，租賃協議各方有責任對經簽署的租賃協議進行登記及備案。據我們的中國法律顧問所告知，未能就租賃協議向相關政府機關作出登記或備案不會影響租賃協議的有效性及可執行性。按照相關中國法規，我們可能會被相關政府機關責令在規定期限內登記相關租賃協議，如未能按時登記，我們可能須就每份未登記的租賃被罰款人民幣1,000元至人民幣10,000元。因此，根據我們的中國法律顧問，我們有權根據租賃協議使用相關物業，但倘租賃登記並未按相關政府部門的要求完成，我們可能會面臨被處罰的風險。

於最後可行日期，我們尚未收到任何相關政府機關要求我們登記該等租賃協議的命令且我們並無因未能登記該等租賃協議而遭到行政處罰。我們承諾，一旦我們收到相關政府機關的任何要求，將全力配合協助完成租賃協議的登記。

基於上述情況，我們的董事認為，上述未登記情況將不會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。因此，我們並無於綜合財務報表中作出撥備。

業 務

內部監控措施

本集團已制定《物業租賃管理辦法》(「租賃管理辦法」)，以規範對租賃物業的管理。該辦法載有租賃物業的審批流程、租賃標準與要求以及租賃合約管理。該制度明確了本集團對各單位租賃物業的基本要求：(1)出租人須擁有物業所有權證及租賃許可證或持有業主的轉租許可及建築竣工證書。所有權證中所述的擬定用途應與物業的實際用途相符；(2)出租人須配合本集團辦理租賃登記程序並取得業主的同意，以確保物業合規；(3)物業應滿足一般基礎設施要求。

根據租賃管理辦法，於簽訂租賃協議前，本集團經辦單位原則上須取得出租人的所有權證、消防安全備案原件及排水許可證原件作為資質審查條件。於特殊情況下，必須報經審批，並及時補辦必要文件。

此外，租賃管理辦法要求本集團行政部門在簽訂租賃合約後及時登記各單位的租賃情況並編製證書資料。本集團相關經辦人員應前往省、市及縣政府房地產管理部門辦理登記手續。合約管理人員須對各單位呈報的租賃合約進行編號登記。

(3) 未能完成消防安全批准

於最後可行日期，本集團經營合共162間門店(包括零售店舖及商城)，其中(i)17間零售店舖(佔門店總數的約10.5%)(「相關零售店舖」)並無按照相關中國法律及法規取得所需的《公眾聚集場所投入使用、營業前消防安全檢查合格證》或《公眾聚集場所投入使用、營業前消防安全檢查意見書》(統稱「消防安全檢查合格證」)；及(ii)儘管江都商城(我們的商城之一)的中庭已完成消防安全審查(定義見下文)，但江都商城仍未取得消防安全檢查合格證(統稱「相關門店」)。

在相關門店中，兩間門店為本集團的自有物業(「相關自有門店」)，而16間門店為本集團的租賃物業(「相關租賃門店」)。江都商城及其中一間零售店舖等兩間相關自有門店未能取得消防安

業 務

全檢查合格證，據揚州市江都區消防救援大隊(即我們的中國法律顧問所告知的主管當局)確認，乃由於江都商城與工農路瑕疵部分重疊的部分缺乏必要的房產證，以及除江都商城中庭外，該等物業並未完成消防審查(定義見下文)。相關租賃門店未能取得消防安全檢查合格證乃由於出租人未能提供備案申請所需的文件。

業 務

於往績記錄期間及直至最後可行日期，部分謝莊村瑕疵物業及工農路樓宇（江都商城中庭除外）（其中包括兩間相關自有門店）（統稱「**相關物業**」）尚未進行消防安全設計審查及／或尚未完成建設項目最終消防安全驗收或備案手續（「**消防安全審查**」，連同消防安全檢查合格證，「**消防安全批准**」）。未能進行該等必要程序乃由於(i)就該部分謝莊村瑕疵物業而言，並無相關房產證；及(ii)就工農路樓宇（江都商城中庭除外）而言，該物業於相關消防法規制定前建造，儘管後續翻新以遵守該等法規，但無法追溯取得消防證書。特別是，工農路樓宇一期最初於1989年前後興建，宏信商貿1994年接管樓宇前，江都供銷大廈於1993年或前後增建二期。據董事所知，工農路樓宇一期及二期於興建時及1994年宏信商貿取得擁有權前，均符合當時適用的建築標準。於2002年或前後，宏信商貿透過委聘設計院及建築公司承建工農路樓宇第三期工程。儘管建築工程竣工驗收已於2003年順利完成，但儘管本集團努力提升工農路樓宇整體的消防安全措施，第三期工程仍未能完成消防安全審查。

根據揚州市江都區住房和城鄉建設局（為中國法律顧問所告知的主管當局）發出的確認函，其確認：(i)工農路樓宇一期及二期乃於1998年相關消防法頒佈之前建成並投入使用，因此無需完成消防安全審查；及(ii)工農路樓宇三期未能完成消防安全審查乃由於一期及二期並無進行消防安全審查。

於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，相關零售店舖的收入貢獻分別佔我們總收入的約13.9%、12.6%、12.4%及10.9%。

至於江都商城，儘管其中庭區域已成功完成消防安全審查，惟周邊及餘下區域尚未取得必要的消防安全批准。由於該等不合規區域所產生的收入已併入江都商城的整體收入中，因此不易量化。整體而言，於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，整個江都商城分別為我們的總收入貢獻合共約13.4%、7.9%、9.9%及9.9%。

除相關門店外，於往績記錄期間，本集團有兩家分店（「**兩家註銷分店**」）亦未取得消防安全檢查合格證。由於我們未能成功取得有關部門對該場所消防安全狀況的監管確認，為顯示我們對遵守高度合規性的承諾，我們於2024年5月前停止該場所的營運，並於2024年8月前完成兩家註銷

業 務

分店的撤銷註冊手續。兩家註銷分店之一為天長市宏信龍經營的唯一業務，因此，天長市宏信龍亦已註銷。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史及發展－於往績記錄期間及其後出售及撤銷註冊」一段。於2021財年、2022財年、2023財年及2024年首九個月，兩家註銷分店所貢獻的收入分別佔我們總收入約0.1%、0.1%、0.1%及0.1%。兩家註銷分店註銷時並無錄得任何收益或虧損。

法律後果及最高處罰

根據《中華人民共和國消防法》(「**消防法**」)規定，公眾聚集場所未經消防安全檢查或者經檢查不符合消防安全要求的，不得開業或對外開放。如違反該等規定，由住房和城鄉建設主管部門、消防救援機構按照各自職權責令停止施工、停止使用或者停產停業，並處人民幣30,000元以上人民幣300,000元以下罰款。

如應急管理部消防救援局辦公室於2019年7月10日頒佈的《關於對部分消防安全違法行為實施行政處罰的裁量指導意見》(應急消[2019]172號)(「**消防安全違法行為指導意見**」)所詳述，根據違法行為的性質和程度、潛在危害後果及涉及場所的具體用途，可以將消防安全違法行為劃分為嚴重、一般、較輕三種情形。具體而言，造成重大消防風險的違法行為被視為嚴重違法；經消防安全檢查不符合消防安全要求，擅自投入使用、營業的，或者違法行為被發現後未停止未經授權的活動，被劃分為一般違法；以及未經檢查便開始的其他不符合規定的營業行為被劃分為較輕違法。消防安全違法行為輕微並及時糾正，沒有造成危害後果的，不予處罰。

根據《消防法》第58條，依法應當進行消防設計審查或者消防驗收的建設工程，未經審查或驗收或者審查或驗收不合格的，由住房和城鄉建設主管部門、消防救援機構按照各自職權責令停止施工。該等行動包括責令停止施工及停業，或完全關閉。此外，將處以人

業 務

民幣30,000元以上人民幣300,000元以下罰款。建設單位未依照《消防法》規定在驗收後報住房和城鄉建設主管部門備案的，由住房和城鄉建設主管部門責令改正，處人民幣5,000元以下罰款。

根據我們的中國法律顧問提供的上述計算，董事估計本集團可能因相關門店、兩家註銷分店及相關物業未取得所需的消防安全批准而被施加的最高罰款總額預計約為人民幣6.6百萬元。

目前狀況及補救方法

於最後可行日期，對於相關門店及相關物業而言，我們自揚州市江都區消防救援大隊、揚州市生態科技新城消防救援大隊、高郵市消防救援大隊及泰州市海陵區消防救援大隊(據我們的中國法律顧問所告知，為主管部門)獲得確認函，確認就位於其各自管轄區內的相關門店及相關物業而言：

- (a) 相關門店及相關物業(i)未出現違反任何有關消防安全法律、行政法規、部門規章或規範性文件的情況；(ii)未因違反任何有關消防安全法律、行政法規、部門規章或規範性文件而受到有關部門的處罰；及(iii)未受到有關部門的處罰，亦未收到任何針對該等門店及物業的舉報或投訴；
- (b) 考慮到本集團已對未通過消防安全檢查(即下文進一步詳述由消防安全顧問進行的消防安全評估)的相關門店進行消防安全評估，所有評估結果均為「良好」消防安全等級，此外，本集團內未發生任何消防安全事故；
- (c) 考慮到本公司及宏信商貿(本集團內僅有的擁有或租賃門店及／或自有物業的實體)均已進行消防安全評估並取得「良好」消防安全等級，以及並無發生消防安全事故，儘管相關物業未進行消防安全審查；
- (d) 根據消防安全違法行為指導意見，上述情況被劃分為一般或較輕違法行為，且不構成重大違法或不合規行為；

業 務

- (e) 相關門店及相關物業的營運所產生的收入不會被沒收，且本集團可繼續按現時現狀經營相關門店及相關物業；及
- (f) 相關主管部門將不會就上述情況對本集團採取任何強制措施或處以罰款。

本公司與宏信商貿亦取得揚州市自然資源和規劃局江都分局及揚州市江都區住房和城鄉建設局(據中國法律顧問告知，均為主管機關)的確認函，確認(i)本公司與宏信商貿均為兩局管轄範圍內的企業；(ii)兩局知悉並同意本公司及宏信商貿繼續按目前情況長期使用相關物業；(iii)兩局不會就上述事項對本公司及宏信商貿採取任何行政強制措施或進行處

業 務

罰，因為該等行為並不構成重大違法、違規行為，兩局亦不會沒收本公司及宏信商貿在相關物業上進行生產及經營活動產生的收入；(iv)本公司與宏信商貿在相關物業的土地、物業、房屋建設等相關事項上未被兩局責令改正或處罰；及(v)兩局(作為一方)與本公司及宏信商貿(作為另一方)之間就相關物業的上述土地、物業、房屋不存在潛在、現有或進行中的糾紛或矛盾，兩局亦未收到第三方針對本公司及宏信商貿的舉報或投訴。

為確保相關門店及相關物業並無對我們客戶及僱員造成重大消防隱患，本集團聘請江蘇易侖建設安裝工程有限公司(「**消防安全顧問**」)對相關門店以及相關物業(統稱「**受審查物業**」)進行消防安全評估。消防安全顧問專門從事消防安全檢查、維護和評估。消防安全顧問的檢查團隊由註冊消防工程師、消防設施操作員和建築物消防員等工程師組成，具有豐富的消防安全評估工作經驗。

根據消防安全顧問分別於2024年6月及2024年9月出具的報告，並未於該等受審查物業中發現任何火災隱患或消防安全問題。消防安全顧問在其報告中確認：

- (i) 該等受審查物業的消防安全等級一致被評為「良好」；
- (ii) 受審查物業遵守消防安全法律法規，不存在重大消防安全問題，並符合公共場所、業務營運以及超市、便利店及商業服務等其他相關商業活動開始使用前所需的消防安全批准的要求；
- (iii) 在提交所需的文件後，該等受審查物業於獲得消防安全批准將不會有重大障礙；
- (iv) 每個受審查物業均配備了必要的消防安全設施，並實施了相關的消防安全規程；及
- (v) 與消防安全相關的整體風險被視為較低，因此不太可能影響該等受審查物業的客戶及員工的安全。

業 務

本集團已於2024年8月進一步聘請上海標崗建設工程檢測技術有限公司（「**建築專家**」，為一間專門從事檢測及認證的公司及一名獨立第三方），以透過實地檢查及檢測評估缺乏所需消防安全檢查合格證的相關門店的建築安全。

根據建築專家發出的報告，建築專家確認：

- (i) 在相關門店中，僅有八間相關零售店舖及部分江都商城（「**結構鋼建築門店**」）被確認為結構鋼建築，而其他門店則以混凝土或磚塊建造；及
- (ii) 由於結構鋼建築更易發生安全隱患，建築專家對結構鋼建築門店進行了詳細評估，並得出以下結論：(a)結構鋼建築門店的鋼結構包括非輕質鋼框架及耐火屋面及牆面材料，建築材料中未發現夾泡沫芯彩鋼板；(b)結構配置及建築材料，包括其強度規格及耐火等級，均符合作為超市及購物中心營運的相關監管要求；及(c)結構鋼建築門店並無任何結構問題，亦無任何重大結構安全風險。

此外，本公司已於2024年9月聘請第二名消防安全顧問（即上海遠寧消防技術有限公司，一家專門從事消防安全系統設計及安裝、消防安全諮詢以及消防安全設備維護及檢測的公司）（「**第二名消防安全顧問**」），以通過現場檢查、測試及評估主要消防安全方面，對結構鋼建築門店進行獨立審查。第二名消防安全顧問並未發現結構鋼建築門店存在任何重大消防安全隱患。

消防安全顧問或第二名消防安全顧問均未就有關場所消防安全發現需要本集團實施糾正措施的不足之處，建築專家亦未就有關場所結構安全發現需要本集團實施糾正措施的不足之處。

本公司及宏信商貿亦取得揚州市江都區住房和城鄉建設局及泰州市海陵區住房和城鄉建設局（據我們的中國法律顧問告知，彼等均為主管機關，而上述建設局承認並同意建築

業 務

專家發出的有關結構鋼建築門店的報告結論)的確認函，確認允許繼續使用該門店並確認不會就此對本公司及宏信商貿採取任何行政執法行動或處罰。

業 務

據我們的中國法律顧問所告知，直至最後可行日期，本集團的營運門店並未因未取消防安全檢查合格證而被處以行政處罰。此外，由於與消防安全審查相關的問題，不存在本公司及宏信商貿被處以行政處罰的情況。

據我們的中國法律顧問告知，根據有關當局發出的上述確認書及消防安全顧問出具的報告，未能完成相關門店及相關物業的必要消防安全批准並不構成本集團的重大不合規行為；及有關當局可能不會對我們進行任何行政處罰。

我們的董事認為，未能完成相關門店及相關物業的必要消防安全批准均不會個別或共同對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響，原因為(除上述原因外)：

- (i) 就相關物業而言，截至最後可行日期，我們已實施中央廚房搬遷計劃；
- (ii) 我們已採取多項措施確保該等相關門店及相關物業的消防安全，包括配備所需的消防安全設施及實施相關的消防安全規程，我們的董事認為該等措施足以有效降低與消防安全相關的風險；及
- (iii) 根據內部監控顧問的建議，我們已加強內部監控措施及程序。

因此，我們並無於綜合財務報表中作出撥備。

業 務

內部監控措施

本集團已制定「證照管理辦法」(「證照管理辦法」)規範各項證照及資質文件的管理，其中包括證照辦理、保管、借用、監管及註銷流程以及相關審批程序。該制度已明確要求本集團所有門店在完成消防安全檢查或備案完成後方可正式開業。

根據證照管理辦法，本集團建設部需在門店開業前辦理各項許可證及相關證照，包括營業執照、環境影響評估記錄、公共衛生許可證、消防安全備案、租賃備案、排水許可證以及其他經營範圍規定的其他必要許可。該等許可證及執照須於門店正式開業前完成。開業後，門店負責辦理後續許可證，必要時由本集團行政部予以協助。此外，本集團將會定期對員工進行排水和消防安全程序培訓，明確獲得排水許可證及完成消防安全檢查或備案的相關流程，以加強安全管理意識。

對於租賃門店，租賃管理辦法明確物業必須滿足一般基礎設施要求，上下水、電、暖、消防、通風等齊全，公共衛生間、電梯間已裝修。在簽署租賃協議前，本集團經辦單位原則上須獲取出租人的所有權證書、消防安全備案原件、排水許可證原件作為資質審查條件。特殊情況需上報審批同意後及時補辦。

(4) 未按規定繳納社會保險及住房公積金供款

根據中國相關法律法規，僱主有義務為其員工繳納社會保險及住房公積金。於往績記錄期間，我們未能為部分員工足額繳納社會保險及住房公積金，其中(i)於2021財年、2022財年、2023財年各年度及2024年首九個月未繳納的社會保險供款分別約為人民幣0.5百萬元、人民幣0.7百萬元、人民幣0.5百萬元及人民幣0.8百萬元，及(ii)於2021財年、2022財年、2023財年各年度及2024年首九個月未繳納的住房公積金供款分別約為人民幣0.8百萬元、人民幣1.0百萬元、人民幣0.7百萬元及人民幣0.2百萬元。

我們未能遵守的主要原因包括：(1)部分員工為退休返聘人員，按規定無需為其繳納社會保險及住房公積金；(2)部分員工為新聘人員，當時仍在辦理社會保險及／或住房公積金供款的繳

業 務

費手續；(3)部分員工的社會保險或住房公積金由前僱主支付，本集團無法為其再次進行供款；(4)部分員工因個人原因要求按非全額基礎計算其社會保險及／或住房公積金供款；(5)部分員工，已

業 務

自行支付基本城鎮醫療保險、靈活就業醫療保險、新型農村合作醫療保險，或因其他原因自願選擇不繳納。根據員工的實際情況，本集團為員工提供養老及醫療保險補貼。

法律後果及最高處罰

根據我們中國法律顧問的意見，對於未能及時全額為員工繳納社會保險的僱主，可能會責令在規定時間內補繳全部款項。倘任何相關的社會保險機構認為我們為員工所繳納的社會保險不符合相關中國法律法規的要求，可能會責令我們在規定時間內支付未繳納的餘額，外加每日未繳餘額總額的0.05%作為滯納金。倘我們未能在相關社會保險機構要求的規定時間內作出補繳，我們可能會被處以相當於未繳餘額總額一至三倍的罰款。此外，倘我們未能為員工登記並開立社會保險供款賬戶，相關社會保險機構可能會責令我們在規定時間內如此行事。倘我們未能在相關社會保險機構要求的規定時間內如此行事，我們可能會被處以相當於未繳餘額總額一至三倍的罰款。

若本集團未於規定期限內繳付，相關主管機關最高可處上述欠繳社會保險結餘三倍之罰款。

根據我們中國法律顧問的意見，倘任何相關住房公積金機構認為我們對住房公積金的供款未能滿足相關中國法律法規的要求，可能會責令我們在規定時間內支付未繳的餘額。倘我們未能在規定時間內作出補繳，相關住房公積金機構可能會向中國法院申請強制徵繳。此外，倘我們未能為員工登記並開立住房公積金繳納賬戶，相關住房公積金機構可能會要求我們在規定時間內如此行事。倘我們未能在相關住房公積金機構要求的規定時間內如此行事，我們可能會被處以人民幣10,000元至人民幣50,000元的罰款。

目前狀況及補救方法

於往績記錄期間及直至最後可行日期，相關監管機構未對我們的社會保險或住房公積金供款情況施加任何行政訴訟、罰款或處罰，我們亦未收到任何命令結清該等供款未付款項。此外，我們未收到來自司法或行政當局有任何有關我們現任或前任員工就任何不足供款提出申索的通知。

業 務

根據我們中國法律顧問的意見，在並無員工申索及社會保險及住房公積金供款方面的重大監管要求變動的情況下，基於(1)自覆蓋我們絕大多數附屬公司的相關地區主管部門(附註)獲得的書面確認，(2)於2024年9月20日及2024年9月21日分別與揚州市江都區人力資

業 務

源和社會保障局及揚州市醫療保障局江都分局進行面談，並於2024年9月20日自揚州市住房公積金管理中心江都分中心獲得書面確認，主管機關對約77.5%的社會保險及住房公積金供款缺口擁有管轄權，其餘缺口則由其他六個地區的主管機關管轄，確認彼等完全了解上述不合規行為且不會對本集團進行處罰，及(3)彼等對中華人民共和國人力資源和社會保障部頒佈的《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》的理解，該通知旨在推動降低公司社會保險供款金額，以避免企業過度負擔並禁止地方當局要求企業一次性補交歷史欠繳或未繳的社會保險供款，我們被相關機關要求支付社會保險及住房公積金供款差額及滯納金及／或因未能全額繳納而面臨重大行政處罰的可能性較低。根據我們中國法律顧問的意見，相關地方政府機關有權提供有關確認。

附註：下文載列出具所獲得最新書面確認的主管部門的日期及身份：

書面確認的日期	相關部門的身份
2024年6月19日	揚州市廣陵區社會保險綜合服務中心
2024年6月25日	寶應縣社會保險基金管理服務中心
2024年8月26日	鹽城市社會勞動保險中心
2024年12月30日	揚州市社會保險基金管理中心
2025年1月2日	寶應縣醫療保險基金管理中心、揚州市住房公積金管理中心江都分中心、揚州市住房公積金管理中心寶應分中心及揚州市社會保險基金管理中心

業 務

書面確認的日期	相關部門的身份
2025年1月3日	揚州市醫療保險基金管理中心廣陵分中心、儀徵市醫療保障局、高郵市人力資源和社會保障局、高郵市醫療保障局、揚州市住房公積金管理中心、揚州市住房公積金中心高郵分中心、揚州市社會保險基金管理中心及揚州市住房公積金管理中心儀徵分中心
2025年1月6日	儀徵市人力資源和社會保障局、泰州市醫療保險管理中心海陵分中心及泰州市住房公積金管理中心
2025年1月7日	泰州市海陵區人力資源和社會保障局
2025年1月9日	國家稅務總局鹽城市稅務局第三稅務分局、鹽城市醫療保險基金管理中心亭湖分中心及鹽城市住房公積金亭湖管理部
2025年1月16日	揚州市江都區人力資源和社會保障局
2025年1月20日	揚州市醫療保障局江都分局

我們承諾，如有關主管監管機構要求我們補足任何社會保險及住房公積金供款的差額及／或支付任何滯納金，我們將尋求及時合規。此外，我們一直與不同地方的相關監管機構聯繫，以調整我們社會保險及住房公積金供款繳費基數，其程式及時機可能根據地方規則及政策而有所不同，以便我們能儘快全面按適用法律法規繳足供款。

我們的董事認為，經考慮以下各項，上述不合規事件不會對我們的業務、經營業績或財務狀況產生重大不利影響：

- (i) 於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們未被處以任何重大行政罰款；

業 務

- (ii) 截至最後可行日期，我們未收到有關中國主管機關就社會保險及／或住房公積金要求支付差額或處罰的任何通知；
- (iii) 我們不知悉任何重大員工投訴，亦未涉及任何與社會保險及／或住房公積金相關的重大勞資爭議；
- (iv) 我們承諾，應相關政府機關要求或任何受影響員工投訴，將在規定時間內支付任何差額；
- (v) 自2024年4月起，我們已根據適用的中國法律法規按期為所有符合資格的僱員全額繳納社會保險費和住房公積金，惟(1)已參加新型農村社會養老保險或新型農村合作醫療並已繳納費用；或(2)已在其他地區經其他企業註冊而無意繳納社會保險費及住房公積金的僱員除外；
- (vi) 我們已採取以下經討論的嚴格內部監控措施；及
- (vii) 上文所討論的中國法律顧問的意見。

因此，我們的綜合財務報表中未作出相關撥備。

業 務

內部監控措施

本集團已建立「人力資源管理政策」、「社會保險及公積金管理制度」及「員工福利制度」等以規範社會保險及住房公積金的核算、繳納及其他相關流程。社會保險及公積金的管理部門為各單位人力資源部，由部門員工負責「五險一金」中本集團供款部分的核算繳納及員工供款部分的代扣代繳。

根據「人力資源管理政策」，工資明細表及總額表的編製、報批、統計及匯總由薪資崗位職員負責。工資明細表中會列明員工的基本薪金、考勤、社保與公積金數額及本集團實付總數等薪資資料，並於次月初分別報人力資源部經理及董事長審批，而後上交至財務部進行後續月度工資的發放。在發放工資時，出納員會附上工資組成及扣款項目的詳細說明，若員工認為當月工資計算有誤可諮詢財務部。

此外，本集團亦會對各層級員工進行針對性的培訓，以提升員工的業務能力及專業技術水準。人力資源部則會定期開展對國家及當地政府保險法規及政策動態的合規培訓。如有發佈人事相關政策文件，人力資源部會根據新法規及政策計算現有制度及政策下的供款基數。如需進行更新調整，人力資源部專員應提出調整申請，經人力資源部經理審核及董事長簽批後方可面向全體員工執行社保及公積金供款基數的統一調整。

我們的控股股東作出的彌償保證

倘相關主管部門就(i)本集團未能取得相關土地使用權證及房產證，(ii)租賃物業的產權瑕疵及未辦理登記手續，(iii)本集團未能獲得消防安全批准及(iv)我們未按規定繳納社會保險及住房公積金供款對我們處以任何罰款或處罰(其各自詳情如上所述)，控股股東同意根據彌償契據就我們因上述違規事項而蒙受或招致的所有索償、訴訟、要求、法律程序、判決、損失、責任、損害賠償、成本、收費、費用、開支及罰款向我們作出彌償。

業 務

風險管理及內部監控

我們在運營過程中面臨各種風險。有關更多資料，請參閱本文件「風險因素」一節。我們已建立風險管理體系，包括我們認為適合我們業務運營的相關政策和程序，包括我們產品的銷售、日常運營管理、財務申報及記錄、資金管理、採購以及遵守有關環境保護、安全生產及反賄賂的適用法律法規。

董事會監督及管理與我們的運營相關的整體風險。我們已成立審核委員會來審查我們的財務報告政策及內部監控系統。審核委員會由五名成員組成，即林嘉德先生、鄭滿軍先生、鄭宇先生、韋燕女士及朱波先生。有關該等委員會成員的資格及經驗，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層」一節。

為了改善我們的公司治理，防止未來再次發生不合規事件，我們已經或預計在[編纂]前採取一系列內部監控政策、程序及計劃，旨在為實現有效及高效運營等目標提供合理保證、可靠的財務申報及遵守適用法律法規。我們內部監控系統的亮點包括：

- 我們的董事、監事及高級管理層參加了有關2024年6月6日的培訓課程，內容涉及上市規則的相關要求以及香港[編纂]公司董事的職責。
- 我們採取了各項政策來確保遵守上市規則，包括與持續關連交易及資料披露有關的政策。
- 我們實施了與財務管理相關的內部監控政策。
- 我們實施了一系列與業務運營相關的內部規章制度，包括與質量控制、職業健康安全及採購管理有關的規章制度。

我們亦制定了以下內部監控措施，以確保[編纂]後遵守所有適用的法律法規：

- 我們的管理層及員工將就法律風險及合規事宜諮詢外部法律顧問。

業 務

- 我們的行政及人力資源部門建立了一個定期諮詢機制，以識別、預防及糾正未來任何潛在的不合規事宜，包括但不限於食品和產品。
- 董事會將確保獲得相關的土地使用權證書及房產證，並接受審核委員會的監督。

我們已委任內部監控顧問來審查我們的內部監控政策，包括實體層面的控制、合規監督控制、財務及會計程序、銷售程序及貿易應收款項的收回、現金管理程序、採購程序、存貨管理程序、信息系統控制管理、人力資源管理程序、固定資產管理程序、稅務管理程序及其他一般控制措施。我們的內部監控顧問已進行該項工作，並根據對我們內部監控政策的審查提出了推薦建議。

我們已根據內部監控顧問的調查結果及推薦建議按照具體情況實施整改及改進措施；內部監控顧問亦已完成跟進我們就內部監控系統所採取行動的程序。

內部監控顧問對我們為解決內部監控審查程序的結果而採取的補救措施在2024年6月進行後續審查，並注意到，我們已考慮其推薦建議且採取必要的補救措施以解決我們內部監控缺陷及薄弱環節。進行後續審查後，內部監控顧問信納本集團的風險管理及內部監控系統的充分性及有效性不存在重大缺陷。此外，董事確認，本公司將定期評估風險管理及內部監控政策和程序的有效性，並確保該等政策和程序得以遵守，特別是確保我們的員工遵從該等政策和程序。董事並不知悉內部監控設計存在任何重大缺陷，或我們的員工在遵守經強化風險管理及內部監控政策和程序方面存在重大障礙。於最後可行日期，我們並未接獲內部監控顧問的任何其他推薦建議。基於上文所述，董事認為本集團的風險管理及內部監控政策和程序行之有效。