

香港聯合交易所有限公司及證券及期貨事務監察委員會對本聆訊後資料集的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本聆訊後資料集全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

毛戈平化妝品股份有限公司

MAO GEPING COSMETICS CO., LTD.

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

的聆訊後資料集

警告

本聆訊後資料集乃根據香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)及證券及期貨事務監察委員會(「**證監會**」)的要求而刊發，僅用作提供資訊予香港公眾人士。

本聆訊後資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即代表閣下知悉、接納並向毛戈平化妝品股份有限公司(「**本公司**」，連同其子公司，統稱「**本集團**」)、本公司的獨家保薦人、整體協調人、顧問及包銷團成員表示同意：

- (a) 本文件僅向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的。投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其任何補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、本公司的獨家保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法權區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行任何發售仍屬未知之數；
- (c) 本文件或其任何補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在最後正式的上市文件內全部或部分轉載；
- (d) 本文件並非最終的上市文件，本公司可能不時根據聯交所證券上市規則作出更新或修訂；
- (e) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾人士提出出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、小冊子或廣告，亦非邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約，且不在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或本公司的任何聯屬公司、保薦人、整體協調人、顧問或包銷商概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或招攬投資者提出購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券並非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按1933年美國證券法(經修訂)或美國任何州證券法註冊；
- (j) 由於本文件的刊發或本文件所載任何資訊的發佈可能受到法律限制，閣下同意了解並遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

於本公司招股章程根據香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例送呈香港公司註冊處處長登記前，不會向香港公眾人士提出要約或邀請。倘在適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據於香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定。該文件的文本將於發售期內向公眾人士刊發。

重要提示

閣下如對本文件的任何內容有任何疑問，應尋求獨立專業意見。

MAOGEPING

BEAUTY

Mao Geping Cosmetics Co., Ltd.* 毛戈平化妝品股份有限公司

(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)

[編纂]

- [編纂]項下的[編纂]數目： [編纂]股H股（視乎[編纂]及[編纂]行使與否而定）
- [編纂]數目： [編纂]股H股（可予[編纂]及視乎[編纂]行使與否而定）
- [編纂]數目： [編纂]股H股（可予[編纂]及視乎[編纂]及[編纂]行使與否而定）
- [編纂]： 每股H股[編纂]港元，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費（須於申請時以港元繳足，多繳股款可予退還）
- 面值： 每股H股人民幣[0.50]元
- [編纂]： [編纂]

獨家保薦人、[編纂]



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

本文件連同本文件附錄八「送呈香港公司註冊處處長及展示文件」一節所述文件，[已]遵照香港法例第32章公司（清盤及雜項條文）條例第342C條規定送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期[編纂]將由[編纂]（代表[編纂]）與本公司於[編纂]或各方可能協定的有關較後時間或之前透過協議釐定，惟無論如何不遲於[編纂]中午十二時正（香港時間）。除非另有公佈，否則[編纂]將不高於[編纂]港元，目前預期將不低於[編纂]港元。倘[編纂]（代表[編纂]）與本公司因任何原因未能在[編纂]中午十二時正前就[編纂]達成協議，則[編纂]將不會進行並將告失效。

申請[編纂]的投資者須於申請時（視乎申請渠道而定）繳付每股[編纂]最高[編纂][編纂]港元連同1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費，倘[編纂]低於[編纂]港元，多繳款項可予退還。[編纂]（代表[編纂]）可在被認為適當的情況下並經本公司同意後，於遞交[編纂]申請截止當日上午或之前，隨時將[編纂]數目及／或指示性[編纂]調整至低於本文件所述者（[編纂]港元至[編纂]港元）。在該情況下，本公司於作出決定調減決策後，將在可行情況下盡快在本公司網站 www.maogeping.com 及香港聯交所網站 www.hkexnews.hk 刊發有關公佈，而有關[編纂]將予以取消並按經修訂[編纂]數目及／或經修訂[編纂]以及上市規則第11.13條的規定（包括刊發補充文件或新文件（視情況而定））重新進行，惟無論如何不會遲於遞交[編纂]申請截止日期當日上午。有關詳情載於本文件「[編纂]的架構」及「如何申請[編纂]」章節。

有意投資者於作出投資決定前，務請審慎考慮本文件所載全部資料，尤其是「風險因素」一節所載風險因素。根據[編纂]所載有關[編纂]的終止條文，[編纂]（代表[編纂]）有權在若干情況下，於[編纂]上午八時正前，隨時終止[編纂]根據[編纂]須履行的責任。有關終止條文的條款之進一步詳情，載於「[編纂]—終止理由」一節。閣下務請參閱該節，以了解進一步詳情。

[編纂]並未且不會根據美國證券法或美國任何州的證券法登記，且不得在美國境內發售、出售、抵押或轉讓，惟[編纂]可(a)依據第144A條或美國證券法的其他豁免登記規定或在不受美國證券法登記規定所限的交易中，於美國境內僅向[編纂]發售、出售或交付；或(b)依據美國證券法下的S規例在美國境外以離岸交易方式發售、出售或交付。

[編纂]

重要提示

[編纂]

重要提示

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

目 錄

致投資者的重要通知

本文件乃本公司僅就[編纂]而刊發，且並不構成出售任何證券的[編纂]或遊說購買任何證券的[編纂]，惟根據[編纂]通過本文件發售的[編纂]除外。本文件不得用作亦不構成在任何其他司法權區或在任何其他情況下的[編纂]或邀請。我們並無採取任何行動准許在香港以外任何司法權區[編纂][編纂]或派發本文件。

閣下應僅根據本文件所載資料作出投資決定。本公司並無授權任何人士向閣下提供與本文件所載資料不符的資料。任何並非載於本文件的資料或聲明，概不應被視為已獲本公司、獨家保薦人、[編纂]及[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何董事、高級職員、代表或顧問或參與[編纂]的任何其他人士授權而加以倚賴。

	頁次
預期時間表	i
目錄	v
概要	1
釋義	22
技術詞彙表	37
前瞻性陳述	40
風險因素	42
豁免嚴格遵守上市規則	78
有關本文件及[編纂]的資料	83
董事、監事及參與[編纂]的各方	88

目 錄

公司資料.....	92
行業概覽.....	94
監管概覽.....	116
歷史、發展及公司架構	146
業務	174
關連交易.....	266
董事、監事及高級管理層.....	273
與控股股東的關係	290
主要股東.....	296
股本	299
財務資料.....	303
未來計劃及所得款項用途.....	362
[編纂].....	365
[編纂]的架構	378
如何申請[編纂]	392
附錄一 會計師報告	I-1
附錄二 未經審核[編纂]財務資料	II-1
附錄三 估值報告	III-1
附錄四 稅項及外匯	IV-1
附錄五 中國及香港主要法律及監管條文概要.....	V-1
附錄六 公司章程概要	VI-1
附錄七 法定及一般資料.....	VII-1
附錄八 送呈香港公司註冊處處長及展示文件.....	VIII-1

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於本文僅屬概要，故並未包括所有對閣下而言可能屬重要的資料。閣下在決定投資於[編纂]之前，應細閱整份文件。任何投資均有風險。投資於[編纂]所涉及的若干特定風險，載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資於[編纂]之前，應全面細閱該節。

概覽

我們是領先的中國高端美妝集團。我們於2000年由中國美妝界著名化妝師毛戈平先生創立，在中國美妝行業中建立了強大的影響力。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國市場十大高端美妝集團中唯一的中國公司，按2023年各集團旗下所有高端品牌的零售額計排名第七，市場份額為1.8%。中國高端美妝市場於2018年至2023年按7.8%的複合年增長率增長，於2023年達到人民幣1,942億元，並預計繼續按9.9%的複合年增長率不斷增長，於2028年達到人民幣3,110億元。國貨美妝集團憑藉對中國消費者偏好的洞察，勢必能夠滿足文化自豪感及對東方美學的認同感所推動的日益增長的需求。中國國貨美妝品牌的市場規模於2018年至2023年按9.8%的複合年增長率增長，高於同期國際品牌5.9%的複合年增長率。

作為中國國貨高端美妝品牌的領導者，我們在整個往績記錄期間快速增長。我們的總收入從2021年的人民幣1,577.3百萬元增至2022年的人民幣1,829.1百萬元，並於2023年進一步增至人民幣2,886.0百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為35.3%。我們的總收入亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,398.5百萬元增加41.0%至2024年同期的人民幣1,971.5百萬元。此外，我們的淨利潤從2021年的人民幣330.9百萬元增至2022年的人民幣352.1百萬元，並進一步增至2023年的人民幣663.5百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為41.6%。我們的淨利潤亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣349.3百萬元增加41.0%至2024年同期的人民幣492.5百萬元。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於往績記錄期間的收入增長率明顯超過行業平均水平。憑藉良好的銷售表現，我們不斷鞏固我們在高端美妝行業的市場領導地位和品牌資產。

我們的業務

品牌及產品

基於我們創始人的美學理念，我們創造了一系列融合光影美學和東方美學精髓的美妝產品，以展現最佳的化妝效果。我們旗下有兩大美妝品牌：旗艦品牌MAOGEPING和至愛終生。每個品牌都提供精選的彩妝和護膚品組合，滿足不同消費者群體的需求。我們對品質的堅持，是企業文化的核心，這種理念貫穿於從產品設計

概 要

到消費者互動的各個環節，不僅鞏固了我們的高端市場地位，也贏得了廣泛的市場認可。

MAOGEPING。作為我們在2000年推出的旗艦品牌，MAOGEPING以我們的創始人毛戈平先生（「毛先生」）的名字命名。MAOGEPING產品系列秉承光影美學和東方美學的指導原則。其中，「光影美學」指的是運用高光和修容技巧使面部輪廓更加有形。而「東方美學」則涵蓋了源自中國傳統文化的美學理念和原則，其中國元素與中國消費者產生了深刻共鳴。我們對這些美學理念的追求，不僅鞏固了MAOGEPING在高端美妝行業的地位，也實現了將藝術性和化妝技巧與東方文化精髓的完美結合，提升化妝效果。根據弗若斯特沙利文的資料，基於與行業標準一致的零售價、銷售渠道及品牌認知度等標準，MAOGEPING是中國市場十五大高端美妝品牌中唯一的國貨品牌，按2023年零售額計算，排名第十二，市場份額為1.8%。於整個往績記錄期間，我們的收入主要來自MAOGEPING的產品銷售，分別佔我們於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月產品銷售總收入的96.6%、98.4%、99.0%、99.0%及99.3%。

至愛終生。2008年，我們通過推出至愛終生品牌擴展我們的品牌組合。至愛終生提供了一系列具性價比的彩妝產品和護膚品。通過瞄準大眾市場，至愛終生確保能夠觸達廣泛的客戶群體。

我們堅持高端品牌定位，提供基於毛先生的光影美學和東方美學的基本理念研發的彩妝產品以及融合高品質配方和精選成分的護膚系列。我們的彩妝產品主要包括粉底、高光和陰影、唇妝及眼妝。我們的護膚品主要包括面霜、眼部護理、面膜、精華液和潔面乳等。此外，我們還推出了限量版彩妝（如氣蘊東方系列），緊跟行業趨勢，頌揚傳統文化，融入先進技術，以增強上妝和持妝性。我們的部分暢銷產品（如光感無痕粉膏系列及奢華魚子面膜）在市場上獲廣泛認可。截至2024年6月30日止六個月，光感無痕粉膏系列及奢華魚子面膜分別實現零售額超過人民幣200.0百萬元及人民幣450.0百萬元。截至2024年6月30日，我們的產品組合包括涵蓋兩個類別的387個單品。

概 要

下表載列於所示期間按產品類別劃分的產品總銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
		人民幣		人民幣		人民幣		人民幣		人民幣
	千件	元/件	千件	元/件	千件	元/件	千件	元/件	千件	元/件
彩妝	6,895.4	148.8	6,346.1	158.0	9,718.8	166.9	4,710.5	160.4	6,622.7	163.8
護膚	1,398.7	335.1	2,244.6	343.9	3,598.1	322.3	1,879.3	321.4	2,351.0	346.6
總計	8,294.1	180.3	8,590.7	206.6	13,316.9	208.9	6,589.8	206.3	8,973.7	211.7

附註：

(1) 平均售價指通過所有銷售渠道（包括向消費者直銷以及向零售商及經銷商銷售）售出的產品價格。

平均售價通常低於列出的價格範圍的上限，乃主要由於(i)因我們為大宗採購提供折扣，向零售商及經銷商售出的產品價格低於向消費者售出的產品價格，這符合行業一般慣例；及(ii)平均售價的計算不含增值稅（「增值稅」），但含對銷售折扣、會員積分及其他影響最終售價的促銷活動的調整。

下表載列於所示期間按品牌劃分的產品銷售收入明細（以絕對金額及其佔我們產品銷售總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
(未經審核)										
產品銷售										
— MAOGEPING ..	1,444,612	96.6	1,745,748	98.4	2,754,971	99.0	1,346,229	99.0	1,886,702	99.3
— 至愛終生	50,455	3.4	28,993	1.6	26,921	1.0	13,044	1.0	13,320	0.7
總計	1,495,067	100.0	1,774,741	100.0	2,781,892	100.0	1,359,273	100.0	1,900,022	100.0

概 要

下表載列我們於所示期間按品牌劃分的產品毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
產品銷售										
– MAOGEPING	1,243,921	86.1	1,494,642	85.6	2,364,377	85.8	1,150,934	85.5	1,613,675	85.5
– 至愛終生	34,016	67.4	19,570	67.5	17,229	64.0	8,411	64.5	8,121	61.0
總計	1,277,937	85.5	1,514,212	85.3	2,381,606	85.6	1,159,345	85.3	1,621,796	85.4

化妝藝術培訓

我們致力於提高中國的化妝藝術水平和審美素養，截至最後實際可行日期，在全國創辦了九所化妝藝術機構。我們在這些機構提供全面的面授化妝培訓課程，以傳播我們在化妝藝術方面的深厚知識和毛先生的美學理念，以此培養新一代化妝師和美妝愛好者。截至2024年6月30日，我們的培訓機構有194名培訓人員及3,539名課程參與者。我們提供從基本的化妝技巧到先進的美學理念的多類培訓課程，旨在滿足課程參與者的各種需求和願望。我們在化妝藝術培訓方面的投入不僅提升了我們的品牌形象和聲譽，還與我們的產品開發和銷售產生了協同效應，確保全面及豐富的美妝體驗，與消費者及行業專業人士產生共鳴。

按業務線及產品類別劃分的收入

下表載列我們於所示期間按業務線及產品類別劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
產品銷售										
– 彩妝	1,026,354	65.1	1,002,772	54.8	1,622,185	56.2	755,364	54.0	1,085,050	55.1
– 護膚	468,713	29.7	771,969	42.2	1,159,707	40.2	603,909	43.2	814,972	41.3
小計	1,495,067	94.8	1,774,741	97.0	2,781,892	96.4	1,359,273	97.2	1,900,022	96.4
化妝藝術培訓及										
相關銷售	82,280	5.2	54,371	3.0	104,072	3.6	39,258	2.8	71,504	3.6
總計	1,577,347	100.0	1,829,112	100.0	2,885,964	100.0	1,398,531	100.0	1,971,526	100.0

概 要

按業務線及產品類別劃分的毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按業務線及產品類別劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
產品銷售										
— 彩妝	866,511	84.4	841,482	83.9	1,369,058	84.4	633,432	83.9	906,716	83.6
— 護膚	411,426	87.8	672,730	87.1	1,012,548	87.3	525,913	87.1	715,080	87.7
小計	<u>1,277,937</u>	<u>85.5</u>	<u>1,514,212</u>	<u>85.3</u>	<u>2,381,606</u>	<u>85.6</u>	<u>1,159,345</u>	<u>85.3</u>	<u>1,621,796</u>	<u>85.4</u>
化妝藝術培訓及										
相關銷售	<u>38,069</u>	<u>46.3</u>	<u>19,066</u>	<u>35.1</u>	<u>66,639</u>	<u>64.0</u>	<u>22,861</u>	<u>58.2</u>	<u>51,757</u>	<u>72.4</u>
總計	<u><u>1,316,006</u></u>	<u><u>83.4</u></u>	<u><u>1,533,278</u></u>	<u><u>83.8</u></u>	<u><u>2,448,245</u></u>	<u><u>84.8</u></u>	<u><u>1,182,206</u></u>	<u><u>84.5</u></u>	<u><u>1,673,553</u></u>	<u><u>84.9</u></u>

我們的銷售網絡

我們透過整合線下及線上渠道的廣泛銷售網絡銷售我們的產品。我們的線下渠道包括(i)主要通過自營專櫃直銷；(ii)向一家高端跨國美妝零售商銷售；及(iii)向線下經銷商銷售。我們的自營專櫃戰略性地分佈在我們為強化品牌形象和價值而特別挑選的百貨商店。我們堅持體驗式營銷策略，專櫃均設有專門的化妝台，由精通化妝知識和技能的訓練有素的美妝顧問提供支持，為消費者提供專業的試妝，凸顯產品效果。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2024年6月30日，我們在全國的自營專櫃數目為372個，在中國所有美妝品牌中排名第二。我們的線上渠道涵蓋天貓、小紅書、抖音、京東及淘寶等電商平台，包括(i)透過直營網店銷售；及(ii)向線上經銷商銷售。於往績記錄期間，我們的線下及線上渠道均迅速擴張。請參閱「業務 — 我們的銷售網絡」。

概 要

按銷售渠道劃分的產品銷售收入

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線下渠道										
線下直銷 ⁽¹⁾	859,299	57.5	978,769	55.1	1,438,182	51.7	707,001	52.0	875,282	46.1
向線下經銷商										
銷售	76,001	5.1	57,136	3.2	69,804	2.5	32,090	2.4	40,440	2.1
向一家高端跨國										
美妝零售商										
銷售	30,656	2.0	44,574	2.5	94,080	3.4	49,216	3.6	51,093	2.7
小計	965,956	64.6	1,080,479	60.8	1,602,066	57.6	788,307	58.0	966,815	50.9
線上渠道										
線上直銷	379,667	25.4	515,870	29.1	931,164	33.5	452,125	33.3	736,567	38.8
向線上經銷商										
銷售	149,444	10.0	178,392	10.1	248,662	8.9	118,841	8.7	196,640	10.3
小計	529,111	35.4	694,262	39.2	1,179,826	42.4	570,966	42.0	933,207	49.1
總計	1,495,067	100.0	1,774,741	100.0	2,781,892	100.0	1,359,273	100.0	1,900,022	100.0

附註：

(1) 線下直銷主要與百貨商店內的自營專櫃有關。

按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線下渠道										
線下直銷 ⁽¹⁾	756,646	88.1	857,501	87.6	1,268,840	88.2	622,568	88.1	769,786	87.9
向線下經銷商銷售	55,269	72.7	42,677	74.7	52,453	75.1	24,013	74.8	30,296	74.9
向一家高端跨國										
美妝零售商銷售	20,199	65.9	29,548	66.3	65,726	69.9	33,222	67.5	34,266	67.1
小計	832,114	86.1	929,726	86.0	1,387,019	86.6	679,803	86.2	834,348	86.3

概 要

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線上渠道										
線上直銷.....	321,043	84.6	436,385	84.6	787,275	84.5	380,716	84.2	622,406	84.5
向線上經銷商銷售....	124,780	83.5	148,101	83.0	207,312	83.4	98,826	83.2	165,042	83.9
小計.....	445,823	84.3	584,486	84.2	994,587	84.3	479,542	84.0	787,448	84.4
總計.....	1,277,937	85.5	1,514,212	85.3	2,381,606	85.6	1,159,345	85.3	1,621,796	85.4

附註：

- (1) 線下直銷主要與百貨商店內的自營專櫃有關。

主要經營數據

我們主要與百貨商店合作，以租賃和聯營模式經營自營專櫃。下表載列截至所示日期以租賃和聯營模式經營的自營專櫃的數目：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
租賃模式.....	18	28	45	59
聯營模式.....	290	312	312	313
總計.....	308	340	357	372

關於租賃模式和聯營模式下自營專櫃的變動詳情，請參閱「業務－我們的銷售網絡－線下渠道－我們的專櫃網絡－我們的自營專櫃」。

概 要

下表載列我們於所示期間同個專櫃收入的詳情：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月		
	2021年	2022年	2022年	2023年	2024年	
同個專櫃數目 ⁽¹⁾ . . .	230		277		312	
同個專櫃收入總額 (人民幣百萬元) . . .	731.5	783.0	878.7	1,193.8	655.3	773.9
同個專櫃平均收入 (人民幣百萬元) . . .	3.2	3.4	3.2	4.3	2.1	2.5
同個專櫃同比收入平 均增長	7.0%		35.9%		18.1%	

附註：

(1) 指於整個本年度／期間及整個上一年度／期間連續營運的專櫃數目。

下表載列於所示期間按開業年份劃分的每個專櫃的日均收入：

開業年份	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元				
同年新開業	4.9	5.2	8.2	8.2	9.2
上年開業	5.8	5.5	8.7	7.7	9.0
開業兩年或以上	9.2	9.3	11.8	11.8	13.6
總計	8.0	8.1	11.0	11.1	12.9

概 要

定價

我們產品的零售價乃基於多項因素釐定，包括材料成本、市場上可比產品的價格、市況以及我們的製造及運營成本。由於我們可能在不同的銷售渠道推出不同規格的相同產品，最終零售價可能因渠道而異。然而，我們通常對所有渠道的產品每克／毫升的價格執行一致的整體定價策略。我們的彩妝產品的建議零售價通常介乎人民幣200元至人民幣500元。我們的護膚品的建議零售價通常介乎人民幣400元至人民幣800元。我們可能會不時提供折扣及參與第三方電商平台及百貨商店舉辦的促銷活動。我們還可能根據我們的會員政策向註冊會員提供獎勵和折扣。就向經銷商銷售而言，經計及我們經銷商的产品購買量、經銷商的利潤空間、我們产品在整個市場的价格、銷售渠道的營銷及推廣成本、指定經銷區域及經銷商可接觸的終端客戶數量，我们的产品一般以我們产品的建議零售價的折扣價銷售。就銷售予經營我們品牌專櫃的經銷商的产品而言，價格也考慮了我們為專櫃運營提供相關支持的運營成本。有關我們針對不同銷售渠道的定價政策的詳情，請參閱「業務－我們的銷售網絡」。有關我們的化妝培訓課程的價格，請參閱「業務－化妝藝術培訓」。

我們的生產及供應鏈管理

我們主要採購彩妝及護膚品原材料、包裝材料及外購成品。為確保最優效率及維持嚴格的質量控制標準，於整個往績記錄期間，我們始終選擇可靠的ODM/OEM供應商負責我们的产品生產。在此方面，我們保留了對產品屬性、功效和美學表現的決定權。我們工作的重點在於完善基本的化妝品參數，如色調、油水平衡、柔韌性、黏度和表面活性劑水平，以確保我们的产品適合中國消費者的皮膚類型以及化妝品需求和偏好。請參閱「業務－生產及供應鏈管理」。

客戶及供應商

我們的客戶主要包括個人客戶及企業客戶，企業客戶主要包括線下零售商（包括一家高端跨國美妝零售商）以及線下及線上經銷商。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，來自往績記錄期間各年度／期間五大客戶的收入分別為人民幣174.2百萬元、人民幣196.7百萬元、人民幣250.2百萬元及人民幣191.2百萬元，佔我們同期總收入的10.9%、10.7%、8.8%及9.7%。請參閱「業務－我們的客戶」。

概 要

我們的供應商主要包括美妝材料及製成品供應商、ODM/OEM供應商以及物流及運輸服務供應商。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，向往績記錄期間各年度／期間五大供應商採購所發生的金額分別為人民幣175.8百萬元、人民幣194.0百萬元、人民幣262.3百萬元及人民幣153.2百萬元，佔我們同期採購總額的52.8%、50.5%、53.6%及52.3%。請參閱「業務－我們的供應商」。

競爭優勢

我們相信，以下優勢使我們在同行中脫穎而出，並使我們能夠利用市場機會實現未來發展。

- 中國美妝界著名化妝師毛先生建立的有力領導，用美學理念及企業家精神打造我們的品牌；
- 深耕高端美妝行業二十餘年，我們是持續快速成長的中國高端美妝領導者；
- 運用經典產品設計和東方美學的全面產品組合，滿足消費者的多元化美妝需求；
- 綜合銷售網絡提供體驗式的購物體驗，提升品牌形象；
- 致力於卓越的產品設計和開發，打造始終如一的高品質；
- 不斷輸出人才，傳播東方美學理念；及
- 經驗豐富的管理團隊和恪盡職守的員工致力於實現我們的願景和價值觀。

請參閱「業務－競爭優勢」。

我們的戰略

我們相信，以下戰略將為我們未來持續成功鋪平道路。

- 加強銷售網絡覆蓋，提升用戶觸達覆蓋率；
- 持續堅持彩妝及護膚及開拓新產品類別；
- 以MAOGEPING為核心進行品牌組合戰略升級和擴張；

概 要

- 提升品牌全球知名度，擴張海外市場；及
- 堅持以化妝藝術為基礎的品牌定位，推進產品開發及化妝藝術培訓。

請參閱「業務－我們的戰略」。

競爭格局

我們在中國美妝行業開展業務。「美妝產品」是指能夠提升皮膚狀態並突出或改變面部或身體外觀的化妝品，主要包括護膚品及彩妝產品。我們經營所在行業競爭激烈。根據弗若斯特沙利文的資料，前五大高端美妝品牌均為國際美妝品牌，按2023年零售額計算，彼等合共佔據了32.1%的總市場份額，反映了相對集中的競爭格局。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國市場十大高端美妝集團中唯一的中國公司，按2023年零售額計排名第七，市場份額為1.8%。MAOGEPING是中國市場十五大高端美妝品牌中唯一的國貨品牌，按2023年零售額計算，排名第十二，市場份額為1.8%。請參閱「行業概覽」。

歷史財務資料概要

下表載列我們於所示期間或截至所示日期的歷史財務資料。本概要摘錄自本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料。下文所載的歷史財務數據概要應與本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料（包括隨附附註）及「財務資料」所載資料一併閱讀，並整體以其為準。我們的歷史財務資料乃根據香港財務報告準則編製。

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列於所示期間我們的綜合損益及其他全面收益表概要：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
			(人民幣千元)		(未經審核)
收入.....	1,577,347	1,829,112	2,885,964	1,398,531	1,971,526
銷售成本.....	(261,341)	(295,834)	(437,719)	(216,325)	(297,973)
毛利.....	1,316,006	1,533,278	2,448,245	1,182,206	1,673,553

概 要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
其他收入及收益	21,588	33,379	46,633	34,892	56,142
銷售及經銷開支	(763,428)	(962,443)	(1,412,361)	(657,794)	(937,210)
行政開支	(124,343)	(133,041)	(192,093)	(92,231)	(133,309)
金融資產(減值虧損)／					
減值虧損撥回淨額	(3,070)	(873)	998	405	752
其他開支	(63)	(198)	(822)	(109)	(293)
財務成本	(2,805)	(3,115)	(2,033)	(1,132)	(2,561)
應佔聯營公司(虧損)／利潤	-	-	(703)	-	535
除稅前利潤	443,885	466,987	887,864	466,237	657,609
所得稅開支	(112,942)	(114,892)	(224,394)	(116,932)	(165,063)
年／期內利潤及全面收入總額	330,943	352,095	663,470	349,305	492,546
以下各方應佔：					
母公司擁有人	331,016	352,082	661,928	348,944	492,074
非控股權益	(73)	13	1,542	361	472
	330,943	352,095	663,470	349,305	492,546

非香港財務報告準則指標

為補充我們根據香港財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用非香港財務報告準則所規定或據此呈列的經調整淨利潤作為額外的財務指標。我們認為，該非香港財務報告準則指標可通過消除若干項目的潛在影響而有利於比較不同期間及不同公司的經營業績。我們認為，該指標為投資者及其他人士提供有用信息，使其與管理層採用相同的方式了解及評估我們的合併經營業績。然而，該非香港財務報告準則財務指標未必可與其他公司所呈列的類似指標直接比較。不應將此非香港財務報告準則指標視作我們根據香港財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況分析的替代。

概 要

我們將經調整年／期內利潤（非香港財務報告準則指標）界定為通過加回[編纂]及以權益結算的股份獎勵開支而作出調整的年／期內利潤。下表為我們經調整年／期內利潤（非香港財務報告準則指標）與根據香港財務報告準則呈列的年／期內利潤的對賬：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
年／期內利潤	<u>330,943</u>	<u>352,095</u>	<u>663,470</u>	<u>349,305</u>	<u>492,546</u>
加：					
[編纂] ⁽¹⁾	-	-	[編纂]	-	[編纂]
以權益結算的 股份獎勵開支 ⁽²⁾	-	-	-	-	5,008
經調整年／期內利潤（非香港 財務報告準則指標）	<u>330,943</u>	<u>352,095</u>	<u>664,420</u>	<u>349,305</u>	<u>513,113</u>

附註：

- (1) [編纂]指就[編纂]產生的專業費用。
- (2) 以權益結算的股份獎勵開支主要為我們作為權益工具的對價接受僱員服務的安排。以權益結算的股份獎勵開支預計不會產生未來現金付款。

我們的經調整年內利潤（非香港財務報告準則指標）由2021年的人民幣330.9百萬元增長6.4%至2022年的人民幣352.1百萬元，由2022年進一步增加88.7%至2023年的人民幣664.4百萬元。我們的經調整期內利潤（非香港財務報告準則指標）由截至2023年6月30日止六個月的人民幣349.3百萬元增加46.9%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣513.1百萬元。有關增長於整個往績記錄期間整體與我們的收入增長及業務擴張趨勢一致。

於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們分別錄得淨利潤人民幣330.9百萬元、人民幣352.1百萬元、人民幣663.5百萬元、人民幣349.3百萬元及人民幣492.5百萬元。我們的淨利潤於往績記錄期間持續增長，主要由於銷售MAOGEPING品牌產品產生的收入及毛利增加。我們的銷售成本於整個往績記錄期間有所增長，主要歸因於我們的產品銷量增長。請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分概述－銷售成本」。此外，我們的銷售及經銷開支於整個往績記錄期間有所增長，主要由於(i)我們線上及線下營銷活動投入令營銷及推廣開支增長；及(ii)百貨商店及其他租賃物業費增長，與專櫃數目及每個專櫃的平均銷售額的增加大致相符。

概 要

綜合財務狀況表節選項目

下表載列截至所示日期我們的綜合財務狀況表中的節選資料：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
流動資產總值.....	896,053	1,334,413	1,698,017	1,177,173
非流動資產總值.....	234,891	221,497	396,551	659,128
資產總值.....	1,130,944	1,555,910	2,094,568	1,836,301
流動負債總額.....	289,806	390,063	529,305	762,753
非流動負債總額.....	58,717	31,331	17,277	28,708
負債總額.....	348,523	421,394	546,582	791,461
流動資產淨值.....	606,247	944,350	1,168,712	414,420
資產淨值.....	782,421	1,134,516	1,547,986	1,044,840
權益				
母公司擁有人應佔權益				
股本.....	60,000	60,000	60,000	200,000
儲備.....	721,660	1,073,742	1,485,670	842,852
	781,660	1,133,742	1,545,670	1,042,852
非控股權益.....	761	774	2,316	1,988
權益總額.....	782,421	1,134,516	1,547,986	1,044,840

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣1,168.7百萬元減少64.5%至截至2024年6月30日的人民幣414.4百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物減少人民幣585.0百萬元；(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣76.3百萬元；(iii)貿易應付款項增加人民幣44.1百萬元；及(iv)存貨減少人民幣29.6百萬元，部分被貿易應收款項及應收票據增加人民幣76.1百萬元所抵銷。具體而言，現金及現金等價物由截至2023年12月31日的人民幣1,137.9百萬元減少至截至2024年6月30日的人民幣552.9百萬元，主要由於派付已宣派股息。截至2023年12月31日，我們的應付股息為人民幣25.0百萬元，已於2024年1月悉數派付。此外，於2024年2月及2024年4月舉行的股東大會上，我們分別向全體股東宣派股息人民幣500.0百萬元及人民幣500.0百萬元，已分別於2024年3月及2024年5月悉數派付。

概 要

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣944.4百萬元增加23.8%至截至2023年12月31日的人民幣1,168.7百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣250.0百萬元；(ii)貿易應收款項及應收票據增加人民幣44.2百萬元；及(iii)存貨增加人民幣42.7百萬元，部分被其他應付款項及應計費用增加人民幣105.4百萬元及應付稅項增加人民幣43.2百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣606.2百萬元增加55.8%至截至2022年12月31日的人民幣944.4百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣396.3百萬元；及(ii)存貨增加人民幣89.7百萬元，部分被貿易應付款項增加人民幣69.8百萬元及按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產減少人民幣51.0百萬元所抵銷。

我們的資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣1,548.0百萬元減少32.5%至截至2024年6月30日的人民幣1,044.8百萬元，主要由於截至2024年6月30日止六個月，向股東宣派股息人民幣1,000.0百萬元，部分被期內利潤及全面收益總額人民幣492.5百萬元所抵銷。

我們的資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣1,134.5百萬元增長36.4%至截至2023年12月31日的人民幣1,548.0百萬元，主要由於2023年的年內利潤及全面收益總額增加人民幣663.5百萬元（部分被向股東派付股息人民幣250.0百萬元所抵銷）。

我們的資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣782.4百萬元增加45.0%至截至2022年12月31日的人民幣1,134.5百萬元，主要由於2022年的年內利潤及全面收益總額增加人民幣352.1百萬元。

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間我們的現金流量概要：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
營運所得現金.....	390,870	528,224	878,942	430,413	768,940
已付所得稅.....	(90,939)	(140,107)	(179,234)	(84,322)	(149,870)
經營活動所得現金淨額.....	<u>299,931</u>	<u>388,117</u>	<u>699,708</u>	<u>346,091</u>	<u>619,070</u>
投資活動(所用)／所得現金流量淨額..	<u>(84,495)</u>	<u>30,899</u>	<u>(194,707)</u>	<u>(19,816)</u>	<u>(249,288)</u>
融資活動所用現金流量淨額.....	<u>(65,561)</u>	<u>(22,692)</u>	<u>(255,006)</u>	<u>(240,947)</u>	<u>(954,776)</u>

概 要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
現金及現金等價物增加／(減少)淨額..	149,875	396,324	249,995	85,328	(584,994)
年／期初現金及現金等價物	341,700	491,575	887,899	887,899	1,137,894
年／期末現金及現金等價物	<u>491,575</u>	<u>887,899</u>	<u>1,137,894</u>	<u>973,227</u>	<u>552,900</u>

主要財務比率

下表載列於所示期間我們的主要財務比率：

	截至12月31日／截至該日止年度			截至6月30日／
	2021年	2022年	2023年	截至該日止六個月
毛利率	83.4%	83.8%	84.8%	84.9%
淨利率	21.0%	19.2%	23.0%	25.0%
股權收益率.....	52.0%	36.7%	49.5%	76.0%
總資產收益率.....	35.9%	26.2%	36.3%	50.1%
流動比率.....	3.1	3.4	3.2	1.5
速動比率.....	2.4	2.7	2.6	1.1

有關上述財務比率的計算，請參閱「財務資料－主要財務比率」。

所得款項用途

假設[編纂]為[編纂]港元(即本文件所述[編纂]的中位數)及[編纂]未獲行使，我們估計，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]佣金及其他估計開支後，我們將收到的[編纂]所得款項淨額約為[編纂]港元。根據我們的戰略，我們擬將[編纂]所得款項按下述金額用於以下用途：

- 所得款項淨額約25.0%或[編纂]港元，預期將用於擴大我們的銷售網絡；
- 所得款項淨額約20.0%或[編纂]港元，預期將用於品牌建設活動；

概 要

- 所得款項淨額約15.0%或[編纂]港元，預期將用於海外擴張及收購；
- 所得款項淨額約10.0%或[編纂]港元，預期將用於加強我們的生產及供應鏈能力；
- 所得款項淨額約9.0%或[編纂]港元，預期將用於增強我們的產品設計及開發能力；
- 所得款項淨額約6.0%或[編纂]港元，預期將用於我們的化妝藝術培訓機構；
- 所得款項淨額約5.0%或[編纂]港元，預期將用於我們的運營及信息基礎設施數字化；及
- 所得款項淨額約10.0%或[編纂]港元，預期將用作營運資金及一般公司用途。

請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及「風險因素」所載的若干風險。閣下在決定投資我們的[編纂]前，應仔細閱讀該節全文。我們面臨的部分主要風險包括(i)我們的業務成功一直由若干關鍵人員(包括我們的創始人毛先生)驅動。概不保證我們與毛先生訂立的冠名及肖像權許可框架協議(將於2026年12月屆滿)會獲毛先生續簽或按類似條款續簽；(ii)我們的業務及前景取決於我們品牌的聲譽及市場認知度。有關本公司、我們的創始人毛先生及管理層、我們的品牌及產品、KOL、供應商或其他業務夥伴的任何負面報道都可能對我們的品牌形象及經營業績造成重大不利影響；(iii)我們的成功取決於我們產品持續受歡迎的程度，以及我們於高端美妝行業有效競爭的能力；(iv)我們面臨著來自中國高端美妝行業的其他高端美妝品牌的激烈競爭；(v)因美妝產品滿意度具有主觀性，我們容易受到消費者投訴；(vi)化妝品及美妝行業以及我們產品的需求會受到整體經濟環境以及我們消費者的美妝產品消費意願變化的影響；(vii)我們的歷史經營業績及財務業績並不能代表未來的業績；(viii)我們的業務成功取決於我們不斷升級及創新現有產品的能力，未能升級及創新可能損害我們的競爭優勢並使我們的市場份額下降；(ix)我們在開發、推出及推廣新品牌及產品方面的嘗試未必會成功；及(x)未能執行有效的銷售及營銷策略或根據市場變化調整該等策略可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。請參閱「風險因素」。

概 要

控股股東

截至最後實際可行日期，毛先生及汪女士合共持有我們已發行股本總額的約57.26%權益，包括(i)毛先生直接持有我們已發行股本總額的43.63%，(ii)汪女士直接持有我們已發行股本總額的11.34%，(iii)毛先生及汪女士通過帝景投資（其由汪女士及毛先生分別控制35.45%及10%權益，毛先生作為其普通合夥人）間接控制我們已發行股本總額的0.55%，及(iv)汪女士通過嘉馳投資間接控制我們已發行股本總額的1.74%。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]及[編纂]未獲行使），毛先生及汪女士將直接及間接通過帝景投資及嘉馳投資繼續合共控制我們已發行股本總額的約[編纂]%。因此，於[編纂]後，毛先生、汪女士、帝景投資及嘉馳投資仍將為我們的控股股東。

我們認為，本集團的成功並不僅僅依靠毛先生的賦能，我們運用的各種銷售和營銷手段、建立的廣泛銷售渠道和體驗式個性化客戶服務、產品質量、我們多年來樹立的強大品牌聲譽及富有經驗的高級管理層團隊獨立開展的日常管理及運營推動了我們的成功，並將繼續成為本集團成功及可持續發展的主要組合因素。基於以上所述，董事認為，毛先生與本集團之間的關係變化不會對我們的業務產生重大不利影響，即使與毛先生減少合作，本集團仍能夠開展並維持其業務，及有效降低風險。請參閱「與控股股東的關係」及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的業務成功一直由若干關鍵人員（包括我們的創始人毛先生）驅動。概不保證我們與毛先生訂立的冠名及肖像權許可框架協議（將於2026年12月屆滿）會獲毛先生續簽或按類似條款續簽」。

申請於聯交所[編纂]

[我們已向上市委員會申請批准(i)根據[編纂]將予發行的H股（包括因[編纂]及[編纂]獲行使而可能發行的任何H股）及(ii)由我們現有[編纂]股份轉換而來的H股[編纂]及[編纂]。]

概 要

[編纂]

下表中的所有統計數據均基於以下假設：(i)[編纂]已完成且已根據[編纂]發行[編纂]股H股；(ii)除下文附註(3)所披露者外，[編纂]股股份於[編纂]完成後獲發行及發行在外；(iii)[編纂]股份將於[編纂]完成後轉換為H股；及(iv)[編纂]及[編纂]未獲行使。

	按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算	按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算
股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
H股市值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
母公司擁有人應佔未經審核[編纂] 經調整綜合每股有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]港元 (人民幣[編纂]元)	[編纂]港元 (人民幣[編纂]元)

附註：

- (1) 市值乃按預計根據[編纂]將予發行[編纂]股H股及緊隨[編纂]完成後已發行合共[編纂]股股份計算，假設[編纂]股份轉換為H股，及[編纂]及[編纂]未獲行使。
- (2) 我們的H股市值乃按緊隨[編纂]完成後預期將予發行的[編纂]股H股計算。
- (3) 截至2024年6月30日的母公司擁有人應佔未經審核[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值乃經本文件附錄二所述調整後得出，並基於[編纂]股股份已發行，假設[編纂]已於[2024年6月30日]完成，且並無計及因[編纂]及[編纂]獲行使而可能將予發行的任何股份。

有關母公司擁有人應佔未經審核[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值的計算，請參閱「附錄二－未經審核[編纂]財務資料」。

概 要

股息及股息政策

於2021年3月及2023年5月舉行的股東大會上，我們分別向全體股東宣派股息人民幣40.0百萬元及人民幣250.0百萬元。於2021年3月及2023年5月，我們向全體股東分別派付股息人民幣40.0百萬元及人民幣225.0百萬元。此外，截至2023年12月31日，我們的應付股息為人民幣25.0百萬元，已於2024年1月悉數支付。

於2024年2月舉行的股東大會上，我們向全體股東宣派股息人民幣500.0百萬元。於2024年3月，我們向全體股東派付股息人民幣500.0百萬元。

於2024年4月舉行的股東大會上，我們向全體股東宣派股息人民幣500.0百萬元，於2024年5月相關股息已悉數派付。除上述股息外，我們在[編纂]前的應計綜合保留盈利將由現有股東及新股東分享。

我們派付的任何股息將由董事會全權酌情釐定，考慮因素包括我們的實際及預期經營業績、現金流及財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合同限制，以及董事會認為合適的其他因素。我們目前並無任何固定的派息比率。股東可在股東大會上批准董事會建議的任何股息宣派。

[編纂]

[編纂]指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。我們估計，我們的[編纂]將約為人民幣[編纂]元（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數）及[編纂]及[編纂]未獲行使），佔[編纂]所得款項總額（按[編纂]指示性[編纂]的中位數計算並假設[編纂]及[編纂]未獲行使）的[編纂]%。於往績記錄期間，我們產生[編纂]人民幣[編纂]元，其中人民幣[編纂]元已作為行政開支在綜合損益及其他全面收益表中扣除及人民幣[編纂]元將自權益扣除。我們預期產生額外[編纂]約人民幣[編纂]元，其中約人民幣[編纂]元預期將在綜合損益及其他全面收益表中確認為行政開支及約人民幣[編纂]元預期將在[編纂]後直接確認為權益扣除。董事預計有關開支不會對我們2024年的經營業績產生重大影響。按性質劃分，我們的[編纂]包括(i)[編纂]佣金約人民幣[編纂]元；及(ii)[編纂]相關開支約人民幣[編纂]元，其中包含法律顧問及申報會計師的費用及開支約人民幣[編纂]元以及其他費用及開支約人民幣[編纂]元。

概 要

近期發展

自往績記錄期間結束以來，我們通過加強與業務夥伴的合作，繼續推進業務發展計劃。例如，從2024年7月開始，我們已在香港拓展我們的銷售渠道並開始銷售我們的產品。

我們的業務於2024年6月30日之後繼續擴展。特別是，於截至2024年9月30日止九個月，我們的銷售額與2023年同期相比有所增長。我們也在不斷開發新產品，並在2024年6月30日之後直至最後實際可行日期推出新單品。

於往績記錄期間，我們與當地政府部門簽訂了國有建設土地使用權出讓合同，根據該協議，全額付款後，我們有權獲得位於浙江杭州的一幅地盤面積為11,960平方米的地塊的土地使用權。我們已於2024年10月全額付款並取得了該地塊的土地使用權證書。請參閱「業務－物業－自有物業」。我們的獨立物業估值師仲量聯行企業評估及諮詢有限公司對該物業於2024年10月31日的估值為人民幣623.0百萬元。該物業估值的詳情概述於本文件附錄三。

董事確認，截至本文件日期，自2024年6月30日（即本文件附錄一所載會計師報告所述期間的結束日期）以來，我們的財務及經營狀況以及前景並無發生重大不利變動，且自2024年6月30日以來，並無發生任何事件會對本文件附錄一所載會計師報告所包含的資料產生重大影響。

於2024年4月10日，我們向中國證監會提交境外發行及[編纂]備案申請。於2024年4月30日，中國證監會應我們的申請發出《境外發行上市備案補充資料要求》。中國證監會於2024年11月7日就[編纂]及股份於聯交所[編纂]發出備案通知。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。

「會計師報告」	指	本公司的會計師報告，其全文載於本文件附錄一
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局
「公司章程」或 「章程」	指	本公司的公司章程，由股東於2024年4月1日舉行的股東大會上通過，並於[編纂]生效，經不時修訂、補充或以其他方式修改，其概要載於本文件附錄六
「聯繫人」	指	具有上市規則賦予的涵義
「授權代表」	指	本公司的授權代表
「北京迪悅」	指	北京迪悅化妝品有限公司，一家於2019年5月13日在中國成立的有限公司，為本公司子公司，由本公司持有95.00%權益
「北京毛戈平培訓 機構」	指	北京市毛戈平職業技能培訓朝陽學校有限責任公司，一家於2021年5月17日在中國成立的有限責任公司，為本公司子公司，由本公司持有99.00%權益
「董事會多元化政策」	指	本公司董事會多元化政策
「董事會」	指	本公司的董事會
「營業日」	指	香港銀行一般向公眾開放辦理日常銀行業務的日子(星期六、星期日或香港公眾假期除外)

[編纂]

釋 義

- 「成都毛戈平培訓機構」指 成都毛戈平形象設計職業技能培訓學校有限公司，一家於2020年1月7日在中國成立的有限公司，為本公司間接全資子公司
- 「中國」或「中國內地」指 中華人民共和國，惟僅就本文件及作地區參考而言，除文義另有所指外，本文件所稱「中國」及「中國內地」不包括中國香港、澳門特別行政區及中國台灣
- 「重慶迪悅」指 重慶迪悅化妝品有限公司，一家於2023年4月21日在中國成立的有限公司，為本公司間接全資子公司
- 「重慶毛戈平培訓機構」指 重慶市渝中區毛戈平職業技能培訓有限責任公司，一家於2018年5月11日在中國成立的有限責任公司，為本公司間接全資子公司
- 「公司條例」指 香港法例第622章《公司條例》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
- 「公司(清盤及雜項條文)條例」指 香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
- 「本公司」指 毛戈平化妝品股份有限公司，包括我們的前身(於2000年7月28日在中國成立的有限公司，於2000年7月至2008年8月及2008年9月至2008年11月前稱杭州毛戈平化妝品有限公司，及於2008年8月至2008年9月及2008年11月至2015年12月前稱杭州匯都化妝品有限公司)
- 「合規顧問」指 具有上市規則賦予的涵義

釋 義

「關連人士」	指	具有上市規則賦予的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則賦予的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則賦予的涵義及除文義另有所指外，均指毛先生、汪女士、帝景投資及嘉馳投資，其詳情載於「與控股股東的關係」一節
「[編纂]股份轉換為H股」	指	[編纂]完成後，14名現有股東持有的合計[編纂]股份（緊隨股份拆細後）轉換為H股。[編纂]股份轉換為H股已於2024年4月10日向中國證監會進行備案，並已向上市委員會提出H股在聯交所[編纂]的申請
「核心關連人士」	指	具有上市規則賦予的涵義
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的企業管治守則
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「帝景投資」	指	杭州帝景投資管理合夥企業（有限合夥），一家於2011年4月28日在中國成立的有限合夥企業，為我們的控股股東之一
「董事」	指	本公司的董事
「抖音」	指	抖音，一款中國短視頻社交媒體應用程序
「企業所得稅法」	指	《中華人民共和國企業所得稅法》（經不時修訂、補充或以其他方式修改）
「極端情況」	指	香港政府發佈由超級颱風造成的極端情況

釋 義

[編纂]

- 「本集團」或「我們」 指 本公司及其子公司
- 「新上市申請人指南」 指 聯交所發佈的《新上市申請人指南》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
- 「H股」 指 本公司股本中每股面值人民幣[0.50]元的境外[編纂]外資股，將以港元認購及買賣，並已就批准其在聯交所[編纂]及[編纂]提出申請

[編纂]

- 「杭州柏笙」 指 杭州柏笙文化傳播有限公司，一家於2023年4月14日在中國成立的有限公司，為本公司間接全資子公司
- 「杭州迪悅」 指 杭州迪悅化妝品有限公司，一家於2016年6月2日在中國成立的有限公司，為本公司直接全資子公司
- 「杭州科韻詩」 指 杭州科韻詩生物科技有限公司，一家於2022年8月18日在中國成立的有限公司，為本公司直接全資子公司
- 「杭州至愛終生」 指 杭州至愛終生化妝品有限公司，一家於2013年11月7日在中國成立的有限公司，為本公司直接全資子公司

釋 義

- 「杭州毛戈平」 指 杭州毛戈平化妝品有限公司，一家於2000年7月28日在中國成立的有限公司，為本公司前身（於2000年7月至2008年8月及2008年9月至2008年11月前稱杭州毛戈平化妝品有限公司，及於2008年8月至2008年9月及2008年11月至2015年12月前稱杭州匯都化妝品有限公司）
- 「杭州尚都匯」 指 杭州尚都匯化妝品科技有限公司，一家於2024年1月2日在中國成立的有限公司，為本公司直接全資子公司
- 「杭州星屹」 指 杭州星屹股權投資有限公司，一家於2022年12月29日在中國成立的有限公司，為本公司直接全資子公司
- 「港元」 指 港元，香港法定貨幣
- 「香港財務報告準則」 指 香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則

[編纂]

釋 義

「香港上市規則」或「上市規則」 指 《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》(經不時修訂)

「香港」 指 中國香港特別行政區

[編纂]

「香港聯交所」或「聯交所」 指 指香港聯合交易所有限公司

[編纂]

「獨立第三方」 指 並非本公司關連人士(定義見上市規則)的任何實體或人士

「化妝藝術機構」 指 武漢毛戈平培訓機構、北京毛戈平培訓機構、成都毛戈平培訓機構、重慶毛戈平培訓機構、上海毛戈平培訓機構、深圳毛戈平培訓機構、鄭州毛戈平培訓機構、杭州毛戈平形象設計藝術有限公司青島分公司、杭州毛戈平形象設計藝術有限公司第一分公司及杭州毛戈平形象設計藝術有限公司上海分公司(各自稱為「化妝藝術機構」及統稱為「該等化妝藝術機構」)

釋 義

[編纂]

- 「京東商城」 指 京東商城，亦稱為「JD」及「京東」，中國的一個供應多種產品的第三方電子商務平台
- 「嘉馳投資」 指 杭州嘉馳投資管理合夥企業（有限合夥），一家於2011年4月28日在中國成立的有限合夥企業，為我們的控股股東之一

釋 義

- 「最後實際可行日期」 指 2024年11月14日，即本文件日期前為確定本文件所載若干資料的最後實際可行日期
- 「光影美學」 指 光影美學(杭州)網絡科技有限公司，一家於2020年9月4日在中國成立的有限公司，為本公司間接全資子公司
- 「光影色彩」 指 光影色彩(杭州)網絡科技有限公司，一家於2022年10月25日在中國成立的有限公司，為本公司間接子公司，由本公司持有67.00%權益

[編纂]

- 「上市委員會」 指 香港聯交所上市委員會

[編纂]

- 「主板」 指 香港聯交所運作的證券市場(不包括期權市場)，獨立於香港聯交所GEM並與之並行運作
- 「毛戈平形象設計」 指 杭州毛戈平形象設計藝術有限公司，一家於2010年8月10日在中國成立的有限公司，為本公司直接全資子公司
- 「毛戈平科技」 指 杭州毛戈平科技有限公司(前稱杭州美侖煥貿易有限公司)，一家於2009年11月12日在中國成立的有限公司，為本公司直接全資子公司

釋 義

「財政部」	指	中華人民共和國財政部
「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「毛先生」	指	我們的創始人、董事長兼執行董事毛戈平先生，亦為本公司控股股東之一
「汪女士」	指	執行董事兼副董事長汪立群女士，亦為本公司控股股東之一

[編纂]

釋 義

[編纂]

「《中國公司法》」	指	《中華人民共和國公司法》，由第八屆全國人民代表大會常務委員會於1993年12月29日頒佈及於1994年7月1日生效，並其後於1999年12月25日、2004年8月28日、2005年10月27日、2013年12月28日、2018年10月26日及2023年12月29日修訂，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「中國公認會計準則」	指	財政部於2006年2月15日頒佈的《中國企業會計準則》及其附例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「中國法律顧問」	指	競天公誠律師事務所，我們在中國法律方面的法律顧問
「[編纂]前投資」	指	[編纂]前投資者對本公司進行的[編纂]前投資，詳情載於本文件「歷史、發展及公司架構－[編纂]前投資」
「[編纂]前投資者」	指	參與[編纂]前投資的投資者，詳情載於本文件「歷史、發展及公司架構－[編纂]前投資－與[編纂]前投資者有關的資料」

釋 義

[編纂]

「文件」	指	就[編纂]刊發的本文件
「省份」	指	省或(按文義所指)省級自治區或由中國中央政府直接管轄的直轄市
「合資格機構買家」	指	合資格機構買家(定義見第144A條)
「S規例」	指	美國證券法S規例
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣
「第144A條」	指	美國證券法第144A條
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局，負責外匯管理有關事務的中國政府機構，包括其地方分支(如適用)
「國家工商管理 總局」	指	中華人民共和國國家工商管理總局，現為國家市場監督管理總局
「國家市場監督管理 總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局，前身為國家工商管理總局
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局

釋 義

「證券法」或「中國證券法」	指	《中華人民共和國證券法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章《證券及期貨條例》(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「上海迪悅」	指	上海迪悅化妝品有限公司，一家於2023年3月31日在中國成立的有限公司，為本公司間接全資子公司
「上海毛戈平培訓機構」	指	上海毛戈平職業技能培訓有限公司，一家於2024年6月20日在中國成立的有限公司，為本公司子公司，由本公司持有99.9999%權益
「股份」	指	本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，包括[編纂]股份及H股
「股份拆細」	指	緊接[編纂]前的股份拆細，據此，本公司每股面值人民幣1.00元的股份將被分拆為[兩]股每股面值人民幣[0.50]元的股份
「股東」	指	股份持有人
「深圳篤實」	指	深圳市篤實企業管理合夥企業(有限合夥)，一家於2024年1月23日在中國成立的有限合夥企業，為一名[編纂]前投資者
「深圳毛戈平培訓機構」	指	深圳市毛戈平職業技能培訓學校有限公司，一家於2023年11月14日在中國成立的有限公司，為本公司間接全資子公司

釋 義

[編纂]

「獨家保薦人」	指	中國國際金融香港證券有限公司
「特別規定」	指	《國務院關於股份有限公司境外募集股份及上市的特別規定》

[編纂]

「國務院」	指	中華人民共和國國務院
「子公司」	指	具有公司條例第15條賦予的涵義
「主要股東」	指	具有上市規則賦予的涵義
「監事」	指	監事會成員
「監事會」	指	本公司的監事會
「蘇州錦鴻」	指	蘇州錦鴻創業投資合夥企業(有限合夥)，一家於2024年1月23日在中國成立的有限合夥企業，為一名[編纂]前投資者
「淘寶」	指	淘寶，中國的一個提供多種產品的消費者對消費者的第三方電子商務平台
「收購守則」	指	證監會頒佈的《公司收購、合併及股份回購守則》，經不時修訂、補充或以其他方式修改

釋 義

- 「天貓」 指 天貓，中國的一個企業對消費者的第三方電子商務平台
- 「往績記錄期間」 指 截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個年度以及截至2024年6月30日止六個月

[編纂]

- 「美國」 指 美利堅合眾國、其領土及屬地
- 「美元」 指 美元，美國法定貨幣
- 「微博」 指 新浪微博，一個中國微博客(微博)網站及社交媒體平台

[編纂]

- 「武漢毛戈平培訓機構」 指 武漢市江岸區毛戈平形象設計職業培訓學校有限公司，一家於2019年5月6日在中國成立的有限公司，為本公司間接全資子公司
- 「小紅書」 指 小紅書，中國的一個第三方社交媒體及電子商務平台

釋 義

「浙江匯都」	指	浙江匯都化妝品有限公司，一家於2021年3月8日在中國成立的有限公司，為本公司直接全資子公司
「浙江毛戈平形象設計藝術學校」	指	浙江毛戈平形象設計藝術學校，一家於2000年9月15日在中國成立的民辦非企業單位，由本公司間接全資持有，已於2018年自願註銷
「鄭州毛戈平培訓機構」	指	鄭州市毛戈平職業培訓學校有限公司，一家於2018年1月16日在中國成立的有限公司，為本公司間接全資子公司
「%」	指	百分比

在本文件內，除非文義另有所指，「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「核心關連人士」、「關連交易」、「控股股東」及「主要股東」具有上市規則賦予該等詞語的涵義。

本文件所載的若干金額及百分比數字已約整。因此，若干表格所列總數未必為前列各項數字的算術總和。表格或圖表所列總數與數值總和的任何差異均因約整所致。

為方便參考，本文件載有在中國成立的公司或實體、法律或法規的中英文名稱，中英文版本如有任何不符，概以中文版為準。

技術詞彙表

本技術詞彙表載有對本文件內使用有關本集團及業務的若干詞彙的解釋。該等詞彙的涵義可能未必與其標準行業涵義或用法一致。

「美妝產品」	指 能夠提升皮膚狀態並突出或改變面部或身體外觀的化妝品，主要包括護膚品及彩妝產品
「複合年增長率」	指 複合年增長率
「光影」	指 不考慮顏色的明暗表現的圖形展示
「光影美學」	指 策略性地使用高光及修容技巧使面部輪廓更加立體和飽滿
「光感無痕粉膏系列」	指 一個粉底產品系列，包括光感美肌無痕粉膏、光感清透無痕粉膏及光感滋潤無痕粉膏
「彩妝」	指 可突出或改變面部或身體外觀的產品，主要包括眼線筆、唇膏、粉底及其他化妝品
「投訴率」	指 $\frac{\text{某年／期內通過線上及線下渠道收到的投訴數量}}{\text{同年／期至少購買一次商品的消費者總數}}$ 的比率
「化妝品」	指 以塗擦、噴灑或者其他類似方法，施用於皮膚、毛髮、指趾甲、唇齒等人體表面，以達到清潔、保養、美容、修飾和改變人體面部和身體外觀，或者修正人體氣味保持良好狀態目的的產品，包括護膚品、個人護理產品、彩妝、香水等
「國貨美妝品牌」	指 總部設於中國的公司擁有的美妝品牌

技術詞彙表

「香水」	指	散發宜人香味的產品，主要指香水及古龍水
「GMV」	指	商品交易總額，下達的所有訂單的總金額
「國際美妝品牌」	指	總部設於中國境外的公司擁有的美妝品牌
「公斤」	指	公斤，相等於1,000克的重量單位
「KOL」	指	關鍵意見領袖
「ODM」	指	原始設計製造，製造商按照客戶的要求設計並製造產品，並最終以客戶的品牌或無具體品牌進行營銷並銷售
「OEM」	指	原始設備製造，即製造商根據客戶的設計及規格製造產品，並以客戶的品牌或無具體品牌進行營銷及銷售
「東方美學」	指	具有東亞文化特色的設計與美學原則
「產品退貨率」	指	按各期間產品退貨金額與收入之比率計
「研發」	指	研究與開發
「複購率」	指	按特定期間內購買我們產品兩次或以上的消費者數量除以在同一期間內至少購買一次的消費者數量計算
「護膚品」	指	能夠改善膚質、緩解皮膚狀況並修復痤瘡、黑斑等特定皮膚問題的產品
「單品」	指	庫存單位，有助於識別及跟蹤庫存

技術詞彙表

「平方米」	指	平方米，面積計量單位
「高端品牌」	指	高端品牌是通過提供具有感知價值的產品來滿足消費者對尊貴的、高質量的及獨特性的需求。高端品牌的價格區間通常高於行業平均水平至少50%，且他們的產品會被有選擇地在部分銷售渠道銷售，通常在高端百貨商店售賣。這些高端品牌具有突出的品牌形象，注重獨特性、美學審美及生活方式。大多數領先的高端美妝品牌由名人或藝術家創立，並使用他們的名字作為品牌名稱
「大眾市場品牌」	指	大眾市場品牌的定位是為消費者提供高性價比的產品。大眾市場品牌的價格區間通常為中等偏低，其單價等於或低於行業平均水平，在某些情況下，其單價略高，但不超過行業平均水平的50%。大眾市場品牌往往有更廣泛的經銷渠道

前瞻性陳述

本文件載有前瞻性陳述。凡載於本文件內除過往事實陳述以外的一切陳述，包括但不限於關於我們未來財務狀況、我們的戰略、計劃、宗旨、目的、目標及我們參與或正尋求參與的市場的未來發展，以及上下文包含了「相信」、「預期」、「估計」、「預測」、「旨在」、「有意」、「將會」、「可能會」、「計劃」、「認為」、「預料」、「尋求」、「應」、「可」、「將」、「繼續」等措詞或類似表達或反義措詞的任何陳述，均為前瞻性陳述。這些前瞻性陳述涉及已知及未知的風險、不明朗因素及其他因素，其中部分因素超出我們所能控制的範圍，可能會導致我們的實際業績、表現或成就，或行業業績與前瞻性陳述所表述或隱含的任何未來業績、表現或成就存在重大差異。這些前瞻性陳述乃基於對我們的現行及未來業務戰略及我們未來所處的經營環境所作出的多項假設。可能會導致我們的實際表現或成就與前瞻性陳述所載者存在重大差異的重要因素包括(其中包括)下列各項：

- 整體政治及經濟情況，包括與中國相關的該等情況；
- 成功實施業務規劃及策略的能力；
- 我們經營所在或擬擴張的行業及市場的未來發展、趨勢及情況；
- 我們的業務經營及前景；
- 我們的資本開支計劃；
- 我們競爭對手的行動及發展；
- 我們的財務狀況及業績；
- 資本市場的發展；
- 我們的股息政策；
- 中國中央及地方政府及其他相關司法權區的法律、規則及法規以及與我們的業務及業務規劃各方面有關的相關政府部門的規則、法規及政策出現任何變動；
- 我們可能尋求的各類業務機會；及
- 利率、匯率、股價或其他比率或價格變動或波動，包括與中國及香港以及我們所在行業及市場相關者。

前 瞻 性 陳 述

可導致實際表現或成就存在重大差異的其他因素包括但不限於本文件「風險因素」及其他章節所論述者。我們謹提醒閣下不宜過分依賴這些僅反映管理層截至本文件日期的意見的前瞻性陳述。我們並無義務因新資料、未來事件或其他理由而更新或修訂任何前瞻性陳述。鑒於這些風險、不明朗因素及假設，本文件所論述的前瞻性事件未必會發生。本節所載警示性聲明適用於本文件所載的全部前瞻性陳述。

風險因素

投資我們的股份涉及重大風險。投資我們的股份之前，閣下應審慎考慮本文件內的所有資料，包括下述風險及不明朗因素。下文闡述我們認為屬重大的風險。任何下述風險均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。在任何該等情況下，我們股份的市價均可能下跌，而閣下可能會損失所有或部分投資。

該等因素為未必會發生的或然事件，且我們現時無法就任何該等或然事件發生的可能性發表意見。除非另有指明，否則所提供的資料均為截至最後實際可行日期的資料，在本文件日期後不會作出更新，並受限於本文件「前瞻性陳述」一節所述的警示性聲明。

與我們的業務及行業有關的風險

我們的業務成功一直由若干關鍵人員（包括我們的創始人毛先生）驅動。概不保證我們與毛先生訂立的冠名及肖像權許可框架協議（將於2026年12月屆滿）會獲毛先生續簽或按類似條款續簽。

我們的業務經營及增長前景很大程度上依賴創始人毛先生以及其他管理層成員的經驗及能力，他們在戰略規劃、運營管理、產品開發及客戶關係等多個領域發揮著重要作用。因此，任何該等成員中止提供服務，無論是由於辭任、退休還是其他原因，都可能擾亂我們的經營並影響我們有效執行業務戰略的能力。具體而言，我們的創始人毛先生為中國化妝、影視及美妝界著名化妝師，並深度參與我們業務經營的整體管理。如發生任何可能損害其管理本公司能力的事件，或出現任何關於其名聲的負面報道，未能及時識別及加以解決可能導致聲譽受損、轉移管理層對其他重要業務的注意力及從其他重要業務調轉資源，從而可能對我們的業務運營產生負面影響及導致我們的產品銷售下滑。雖然我們認為，根據冠名及肖像權許可框架協議授予我們的權利能夠進一步確保毛先生與我們穩定合作，但由於不可預見的情況，仍然存在毛先生可能無法或不願繼續與我們合作而導致該許可協議在2026年12月到期後不再續簽的風險。此外，毛先生有可能以較不利於我們的條款續簽該許可協議。無法使用毛先生的姓名及肖像可能會導致品牌認知度和客戶親和力下降，特別是在沒有類似的替代品牌戰略能夠及時有效地實施的情況下。此外，毛先生與我們之間可能產生的任何爭議或分歧可能會危及現有的許可安排，這可能會對我們使用其姓名和肖像的權利產生不利影響，導致喪失品牌認知度和客戶信任。

風險因素

此外，我們的成功取決於我們吸引、留住及激勵高技能人才的能力。對這些人才的爭奪非常激烈，我們的招聘及挽留工作未必會成功。未能吸引及留住必要人才可能令我們的增長前景暗淡及運營能力受限。另外，我們的薪酬政策或福利的任何變化都可能影響我們留住核心人員的能力。

我們的業務及前景取決於我們品牌的聲譽及市場認知度。有關本公司、我們的創始人毛先生及管理層、我們的品牌及產品、KOL、供應商或其他業務夥伴的任何負面報道都可能對我們的品牌形象及經營業績造成重大不利影響。

我們的持續增長及成功很大程度上取決於消費者對我們品牌(尤其是MAOGEPING)的認可及信任，於往績記錄期間我們的絕大部分收入來自MAOGEPING品牌。MAOGEPING品牌以創始人名字命名，該品牌價值及資產與毛先生的個人聲譽密切相關。因此，我們的品牌聲譽及形象可能因有關毛先生以及本公司、董事、管理層及其他人員的任何不利報道而受損。另外，負面媒體報道，包括社交媒體平台上有關我們品牌或產品的貶低評論、評述或錯誤信息，或有關我們的業務夥伴(如KOL、供應商或其他業務夥伴)的任何負面報道，可能對消費者對我們品牌及產品的看法及信心造成負面影響。此外，對我們所在行業的負面報道，無論是否與我們直接相關，都可能影響消費者對行業參與者的整體看法，進一步削弱對我們品牌及產品的信心。

此外，我們的聲譽及形象可能會因產品缺陷、責任索賠及消費者投訴而受損。任何此類事件都可能損害我們的品牌形象及聲譽，進一步對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。倘我們收到大量投訴或負面評論，我們的品牌聲譽可能會受到不利影響，進而可能影響我們的銷售及財務狀況。任何重大的客戶不滿，特別是如通過社交媒體或其他公共論壇放大，可能會引起監管審查，並可能導致制裁、罰款或強制性糾正措施，從而對我們的經營業績產生重大不利影響。

我們的成功取決於我們產品持續受歡迎的程度，以及我們於高端美妝行業有效競爭的能力。

我們經營所在行業的特點是消費者喜好及行業趨勢不斷發生無法預測的變化。我們的業務及經營的成功很大程度上取決於我們預測、理解及適應這些不斷變化的喜好及趨勢的能力，以及不斷提供吸引消費者的產品(包括彩妝及護膚品)的能力。為了維持並提升我們的市場地位，我們不斷在開發、生產及營銷新產品方面進行投資，維持及提高我們的品牌知名度、優化我們的產品組合以及完善我們的銷售及營銷策略，這

風險因素

些都需要廣泛的市場研究及規劃、有效的執行及高額支出。但是，我們不能向閣下保證所有這些努力都會成功。如果我們未能準確預測及應對行業變化，或者我們推遲了開發及推出順應這些變化的新產品，我們的產品可能會不受歡迎或過時。此外，高端美妝市場競爭激烈，擁有眾多久負盛名及新興的參與者。我們主要與中國其他國內外高端美妝品牌競爭。我們的表現取決於我們能否使我們的產品從競爭對手的產品中脫穎而出及為消費者提供卓越的質量及價值。如果我們的該等努力未果，我們的財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們面臨著來自中國高端美妝行業的其他高端美妝品牌的激烈競爭。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國高端美妝行業相對集中，按2023年零售額計，前五大品牌佔據了32.1%的市場份額，而且都是國際美妝品牌。我們能否有效競爭取決於多項因素，包括品牌聲譽、產品創新及功效、具競爭力的價格、質量、生產效率以及強大的銷售及營銷策略。我們部分競爭對手的財務、技術及營銷資源可能更佳、品牌知名度可能更高、經營歷史可能更長並且客戶群可能更大。我們還可能面臨來自現有競爭對手或新入行者在定價方面的競爭，這可能導致價格下跌或利潤率降低，從而對我們的盈利能力造成不利影響。如果我們無法有效競爭，我們的市場份額可能會下降，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

因美妝產品滿意度具有主觀性，我們容易受到消費者投訴。

我們的業務在很大程度上依賴於消費者對我們美妝產品的持續滿意。消費者對美妝行業的偏好具高度主觀性，因人而異。美妝產品滿意度的多面性意味著，對一個客戶來說有效及令人滿意的產品可能無法滿足另一個客戶的期望。雖然我們承諾提供優質的產品和客戶服務，但如消費者認為產品並無達到預期效果或達到其個人對效果或美學訴求的標準，則存在投訴或負面反饋的固有風險。於往績記錄期間，我們未曾被捲入任何與產品安全及品質有關的重大客戶投訴及訴訟。倘我們收到大量投訴或負面評價，我們的品牌聲譽可能會受到不利影響，進而影響我們的銷售及財務狀況。任何重大的客戶不滿，特別是如通過社交媒體或其他公共論壇放大，可能會引起監管審查，並可能導致制裁、罰款或強制性糾正措施，從而對我們的經營業績產生重大不利影響。

風險因素

化妝品及美妝行業以及對我們產品的需求會受到整體經濟環境以及我們消費者的美妝產品消費意願變化的影響。

化妝品及美妝行業以及對我們產品的需求很大程度上受到整體經濟環境及消費者的消費行為影響。雖然人們對美和個性表達的需求日益增長，但化妝品及美妝市場以及對我們產品的需求取決於我們客戶的可支配收入及其對相關美妝產品消費的意願，因此更易受經濟下行或宏觀經濟環境的影響。在經濟下行期，消費者可能會優先將消費重點放在必需品上並可能降低其在化妝品等商品上的支出。因此，若我們的客戶對相關美妝產品的負擔能力減弱，可能會導致客流量減少，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的歷史經營業績及財務業績並不能代表未來的業績。

我們於2000年開始業務運營，並於往績記錄期間歷經快速發展。我們的收入由2021年的人民幣1,577.3百萬元增加至2022年的人民幣1,829.1百萬元，並進一步增加至2023年的人民幣2,886.0百萬元。我們的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,398.5百萬元增加至截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,971.5百萬元。於2021年、2022年及2023年，我們的毛利率保持相對穩定，分別為83.4%、83.8%及84.8%。我們的毛利率維持穩定，於截至2023年6月30日止六個月及截至2024年6月30日止六個月分別為84.5%及84.9%。此外，我們的除稅前利潤由2021年的人民幣443.9百萬元增加至2022年的人民幣467.0百萬元，並進一步增加至2023年的人民幣887.9百萬元。我們的除稅前利潤由截至2023年6月30日止六個月的人民幣466.2百萬元增加至截至2024年6月30日止六個月的人民幣657.6百萬元。我們未必能夠維持相同水平的增長，或我們收入、毛利率及除稅前利潤可能因消費者對我們產品的需求下降、投入材料的成本波動、供應鏈中斷、行業競爭加劇或我們的聲譽或品牌形象受損等原因而下降。我們的運營還可能遇到不可預見的困難。未能解決這些風險及挑戰可能影響我們的增長及盈利能力。因此，閣下不應將我們的歷史經營業績作為我們的未來業績參考而加以依賴。

風險因素

我們的業務成功取決於我們不斷升級及創新現有產品組合的能力，未能升級及創新可能損害我們的競爭優勢並使我們的市場份額下降。

我們一直致力於設計及開發新產品，以升級及創新我們現有的產品組合，以維持我們的市場地位。於往績記錄期間，我們就MAOGEPING及至愛終生共開發和升級了262個新單品，平均每年升級約75個單品，以滿足消費者不斷變化的喜好。然而，我們不能向閣下保證這些努力會一直成功。有時因為超出我們控制範圍的因素，這些努力所產生的升級產品未必會受到消費者的歡迎，其中包括：

- 我們的競爭對手提供了更加新穎、時尚且效果更好的產品；
- 產品技術不斷升級，使我們的產品過時；
- ODM及OEM供應商無法應用最新的產品技術及生產出效果最佳的產品；及
- 行業趨勢及消費者喜好快速變化，與我們的產品風格大相徑庭。

我們無法向閣下保證，我們將成功地預測或應對客戶偏好的變化，或我們能夠緊跟設計及製造技術的進步。倘我們誤判產品的市場或未能及時察覺到不斷變化的趨勢及客戶偏好，我們可能會出現投資回報低，無法維持產品的高定價，或無法將品牌價值延伸至其他產品，並損害我們的聲譽。如果我們無法以具有成本效益的方式及時改進現有產品組合，我們的競爭優勢及市場份額將受到損害。任何此類情況均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響，且我們可能無法獲得或維持我們的市場份額。

我們在開發、推出及推廣新品牌及產品方面的嘗試未必會成功。

我們一直致力於開發新品牌及產品，以滿足不斷變化的消費者喜好及市場趨勢。請參閱「業務－產品設計及開發」。然而，我們不能向閣下保證這些努力會成功。新產品的商業化取決於多項可能超出我們控制範圍的因素，包括行業趨勢、市場需求、監管審批、生產效率、競爭及消費者接受度。此外，我們可能會嘗試推出新品牌，這種嘗試存在固有風險，例如對消費者喜好、市場需求以及新品牌形象及定價誤判相關的風險。如果我們的產品及品牌未能多樣化，可能會導致銷量及盈利能力下降、失去

風險因素

市場份額以及依賴現有產品。我們的部分候選產品需要監管審批，延遲獲得審批可能會對我們的業務造成負面影響。未能及時獲得我們候選產品的監管審批或註冊證書將阻礙我們進入相關市場，這可能對我們的業務及財務業績造成不利影響。

此外，新品牌及新產品的推出可能會導致若干現有產品銷售下滑。產品創新還可能給我們的員工及財務資源帶來壓力，包括與產品開發、營銷及廣告相關的費用，這些費用可能不足以被銷售額抵銷。另外，新產品銷售能否成功可能取決於我們的庫存管理的有效性以及我們的物流供應商提供的交付及訂單履行服務的質量。我們可能會遇到產品短缺、延誤或產品交付有缺陷或不正確的情況。此類事件可能會阻礙我們實現銷售目標的能力，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大影響。

於往績記錄期間，我們還與第三方合作開發新產品。請參閱「業務－產品設計及開發」。然而，我們不能向閣下保證我們能夠按預期成功推出新產品或根本無法推出，或消費者會接受我們的新產品。即使我們能夠推出新產品，新產品也可能需要一段時間才能獲得市場認可。因此，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

未能執行有效的銷售及營銷策略或根據市場變化調整該等策略可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們業務的成功取決於我們通過有效的銷售及營銷策略持續吸引及留住消費者的能力，這對於提高產品銷售、獲得市場認可及維護客戶關係至關重要。於往績記錄期間，我們投入了大量資源，主要用於完善高端百貨商店的體驗式營銷、提升線上品牌滲透率及產品知名度。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的銷售及經銷開支分別為人民幣763.4百萬元、人民幣962.4百萬元、人民幣1,412.4百萬元、人民幣657.8百萬元及人民幣937.2百萬元，分別佔我們同期總收入的48.4%、52.6%、48.9%、47.0%及47.5%。請參閱「業務－品牌建設及市場營銷」。但是，我們不能向閣下保證我們的銷售及營銷策略會一直有效。未能以具有成本效益的方式執行我們的銷售及營銷策略可能對我們的盈利能力造成負面影響。此外，我們可能需要調整我們的銷售及營銷策略，以應對新產品問世或中國美妝行業消費者喜好及需求的快速變化。未能及時調整可能導致產品銷售及市場份額下降。這兩者都可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

風險因素

此外，由於消費者喜好隨著時間的推移而變化，且新的銷售渠道不斷湧現，我們可能無法及時識別或利用這些市場機會。未能僱用及留住合格的銷售及營銷人員來有效執行我們的戰略、執行我們的品牌建設及市場營銷戰略或及時調整我們的戰略以應對市場趨勢，可能會導致失去市場份額、收入減少及業務受損。特別是，我們與經銷商、零售商、KOL及電商平台等第三方的關係對於我們的銷售及營銷工作至關重要，因為他們為我們提供了廣泛的市場准入及深刻見解，有助於提高我們的品牌知名度。儘管如此，由於相關第三方可能退出市場、轉移重心或與競爭對手合作，我們無法保證能維護或加強這些關係。如果我們未能維護這些關係，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到負面影響。

我們的產品設計及研發投入（包括與第三方的合作）可能無法產生預期結果。

我們非常重視產品的設計及研發。我們對產品設計及研發的投入對於保持我們的競爭優勢及確保我們的產品組合符合消費者不斷變化的喜好及標準至關重要。然而，存在這些產品設計及開發投入可能無法產生預期結果的固有風險。開發新美妝產品的過程複雜且不確定，從構思到上市可能需要很長的時間。儘管我們努力創造優質產品，也不能保證我們的新產品或改進產品將獲得市場認可、取得商業成功或產生投資回報。

此外，我們於往績記錄期間聘請第三方合作開發產品，這可能會帶來額外的風險，例如知識產權糾紛、潛在違約或未能完成研發節點的風險。這些因素可能導致項目延誤、成本增加或終止，從而可能對我們的財務狀況及前景造成不利影響。如果我們的產品設計及開發活動不能成功推出產品或不符合本公司的戰略目標，我們增長及保持競爭力的能力可能會受損。這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

產品質量是我們業務的核心。與我們產品相關的任何質量問題都可能導致客戶流失並使我們面臨產品責任索賠。

我們的聲譽及客戶信任很大程度上依賴我們始終如一的产品質量。產品質量受影響或產生副作用，無論是由於製造缺陷、供應鏈問題還是質量控制措施不足，都可能導致退貨或召回並嚴重影響我們的品牌形象、客戶忠誠度及市場地位。我們實施了嚴格的質量控制制度，以全面的質量控制標準及標準化操作程序為支持，確保我們產品

風險因素

保持高標準。請參閱「業務－產品安全和質量」。然而，該制度未必能始終成功檢測缺陷、質量問題或副作用，特別是因我們直接控制範圍之外的因素（如原材料缺陷或第三方供應商的問題）而引發者。

此外，我們須遵守多項與化妝品質量相關的衛生安全法律法規，包括《化妝品監督管理條例》、《化妝品生產經營監督管理辦法》、《化妝品安全技術規範（2015年版）》、《化妝品生產質量管理規範》、《化妝品標籤管理辦法》及《化妝品網絡經營監督管理辦法》。請參閱「監管概覽－有關化妝品的法規」。我們無法完全消除產品測試、開發及製造過程中發生意外污染、生物或化學危害或人身傷害的風險。如果發生此類事故，我們可能面臨產品責任索賠，並承擔損害賠償及清理費用，如果現有保險或賠償無法彌補上述費用，可能會損害我們的業務。無法應對以上問題可能導致包括聲譽受損在內的其他不利影響。另外，我們可能需要承擔大額成本才能遵守現行或未來的衛生安全法律法規。這些現行或未來的法律法規可能會影響我們的研究、開發或生產工作。未遵守這些法律法規還可能導致巨額罰款、處罰或其他制裁。上述任何情況都可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

隨著我們不斷擴大產品範圍，我們的新產品可能會遇到不可預見的質量問題，無論是使用新材料、技術還是生產工藝引起的質量問題。未能檢測、防止或控制我們產品中的缺陷，以及向客戶交付缺陷產品，可能會導致不良反應、人身傷害、產品召回、吊銷執照、監管罰款、產品責任索賠或其他潛在責任。任何這些事件都可能導致客戶流失、產生重大法律費用或聲譽受損，進一步對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們可能無法以商業上可接受的條款，或根本無法物色到合適的專櫃位置。

專櫃銷售的成功部分取決於我們發掘新專櫃位置的能力，而我們無法確保能成功發掘新專櫃位置。在選擇新專櫃位置時，我們會考慮多項因素，包括城市人口及經濟狀況、市區百貨商店及購物中心的數量以及目標地點的地理位置。我們還會評估目標地點內部和周邊配套設施的可用性、附近交通和停車的便利性、百貨商店或購物中心

風險因素

內品牌和產品類別的範圍和層級、各樓層的人流量和客流量，以及百貨商店或購物中心的經營業績。請參閱「業務－我們的銷售網絡－線下渠道－我們的專櫃網絡」。我們與其他化妝品品牌競爭合適位置。此外，由於超出我們控制範圍的原因，部分業主可能會向我們的部分競爭對手提供選擇理想位置的優先權或獨家權利。隨著我們設立更多專櫃，我們將需要通過租賃或聯營方式（根據具體情況而定）來獲取更多位置。我們無法向閣下保證，我們將能夠以商業上可接受的條款或根本無法租賃合適位置，或與相關百貨商店簽訂聯營協議，這可能會損害我們在理想位置擴大及鞏固業務、獲得及留住消費者、提高我們的品牌知名度以及維持及增加產品銷售的能力。

我們可能無法維持或續簽與百貨商店的專櫃租賃或聯營協議。

我們主要與百貨商店簽訂專櫃租賃協議或聯營協議。請參閱「業務－我們的銷售網絡－線下渠道－我們的專櫃網絡」。按我們可接受的條款維持或續簽我們現有的租賃及聯營協議對於我們的業務經營而言十分重要。如果我們無法按照我們可接受的條款重新談判或續簽我們的租賃或聯營協議，或該等租賃或聯營協議在到期前因任何原因終止，我們需要將相關專櫃搬遷到其他場所。搬遷任何專櫃都可能干擾我們的業務，並可能需要大額支出。我們無法向閣下保證，在這種情況下，我們將能夠及時找到或根本無法找到合適的替代位置，這可能會導致該專櫃關閉。此外，與我們專櫃的業主發生的任何糾紛都可能導致租賃或聯營協議終止或發生訴訟或索賠，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成負面影響。

我們依靠第三方電商平台在線銷售我們的產品。如果該等平台的服務或運營中斷，或者我們與該等平台的合作終止、惡化或成本變高，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們一直並將持續依賴天貓、小紅書及抖音等若干第三方電商平台在線銷售我們的產品，於往績記錄期間通過該等平台獲得部分在線銷售收入。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們線上直銷產生的收入分別為人民幣379.7百萬元、人民幣515.9百萬元、人民幣931.2百萬元、人民幣452.1百萬元及人民幣736.6百萬元，分別佔我們同期產品銷售收入的25.4%、29.1%、33.5%、33.3%及38.8%。此外，於往績記錄期間各期間／年度，我們向線上經銷商（通過其在電商

風險因素

平台上的自有店舖將我們的產品轉售予在電商平台上經營自有店舖的其他商家或消費者)銷售產生的收入分別為人民幣149.4百萬元、人民幣178.4百萬元、人民幣248.7百萬元、人民幣118.8百萬元及人民幣196.6百萬元，分別佔我們同期產品銷售收入的10.0%、10.1%、8.9%、8.7%及10.3%。請參閱「業務－我們的銷售網絡－線上渠道－線上直銷」。如果該等平台的服務或運營中斷、如果該等平台未能提供令人滿意的客戶體驗及未能吸引新用戶並留住現有用戶、如果我們與該等第三方電商平台的合作終止、惡化或成本變高，或如果我們未能激勵該等平台為我們在該等平台上的網店帶來流量或促銷我們的產品，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。我們不能保證我們能夠按商業上可接受的條款及條件及時找到，或根本無法找到替代渠道，特別是考慮到該等渠道在中國電商行業的領先地位及重大影響力。此外，有關該等平台的任何負面報道、公眾對該等平台上出售非正品、假冒或缺陷商品的任何看法或主張，無論是否有理據或經過證實，都可能會打消消費者訪問該等平台的念頭並導致客流量減少或產品的銷售下滑，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成負面影響。

我們面臨與經銷商相關的風險。

根據行業慣例，我們聘請了經銷商來擴大我們的銷售網絡及產品覆蓋範圍。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們分別聘用了30家、17家、19家及21家線下經銷商，截至同日，我們又分別聘用5家、12家、10家及10家線上經銷商。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們向線下經銷商銷售產生的收入分別為人民幣76.0百萬元、人民幣57.1百萬元、人民幣69.8百萬元、人民幣32.1百萬元及人民幣40.4百萬元，分別佔我們同期產品銷售收入的5.1%、3.2%、2.5%、2.4%及2.1%。於2021年、2022年及2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們向線上經銷商銷售產生的收入分別為人民幣149.4百萬元、人民幣178.4百萬元、人民幣248.7百萬元、人民幣118.8百萬元及人民幣196.6百萬元，分別佔我們同期產品銷售收入的10.0%、10.1%、8.9%、8.7%及10.3%。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。因此，我們的成功部分取決於經銷商的業績以及我們與他們保持長期關係的能力。維持或獲取額外訂單方面的表現嚴重欠佳、經銷商訂單量大幅減少或意外停止合作都可能對我們的業務表現造成重大不利影響。此外，雖然我們要求經銷商遵守經銷協議，但我們不能保證他們會嚴格遵守這些協議或我們能及時發現他們未遵守協議的情況。他們未能履行合同義務或不遵守適用的監管要求可能會對我們的業務造成負面影響，導致潛在聲譽受損、銷量減少、昂貴的訴訟或因提前終止而須物色新經銷商進行替換的額外成本。

風險因素

此外，我們無法向閣下保證我們的經銷商是否能夠有效地營銷及成功銷售我們的產品、保持競爭力或不會相互競爭我們產品的市場份額。如果我們的經銷商未能成功推廣及銷售我們的產品，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

於往績記錄期間，我們的部分經銷商可能會委聘二級經銷商進入其指定的線下渠道經銷區域或線上渠道平台並無直接覆蓋的市場。我們通常與該等二級經銷商並無直接的合約關係，這限制了我們強制其遵守我們的銷售政策、質量標準及定價策略的能力。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。我們無法保證二級經銷商將一直遵守我們與經銷商的協議條款或銷售政策，或避免彼此之間的競爭。倘任何二級經銷商未能遵守我們的協議、銷售政策或履行對客戶的義務，這可能會對我們的產品需求產生負面影響，從而可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

我們依賴少數供應商及廠商採購主要原材料，這可能會使我們面臨供應商集中風險。

於往績記錄期間，我們依賴少數供應商及廠商採購彩妝及護膚品原材料、產品包裝原材料及外購成品。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，向往績記錄期間各年度／期間五大供應商採購所發生的金額分別為人民幣175.8百萬元、人民幣194.0百萬元、人民幣262.3百萬元及人民幣153.2百萬元，佔我們同期採購總額的52.8%、50.5%、53.6%及52.3%。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，向往績記錄期間各年度／期間最大供應商採購所發生的金額分別為人民幣62.3百萬元、人民幣79.2百萬元、人民幣111.3百萬元及人民幣53.0百萬元，佔我們同期採購總額的18.7%、20.6%、22.7%及18.1%。請參閱「業務－我們的供應商」。這種依賴性會造成集中風險，可能對我們的供應鏈及經營造成重大不利影響。如果我們的任何主要供應商未能履行其在質量、數量或時效方面的義務，我們可能無法及時或按商業上合理的條款找到替代來源。

我們的供應商數量有限也可能導致價格上漲、對生產週期的控制權降低以及原材料質量可能受影響。我們已就若干主要原材料聘用多名供應商，並實施了嚴格的質量控制措施，以確保原材料及產品的質量始終如一。但是，不能保證這些措施足以防止中斷，也不能保證在供應商出現問題時我們能夠維持我們的競爭地位。此外，我們的主要供應商面臨的任何財務、運營或其他挫折都可能導致我們的生產中斷。任何此類事件的發生都可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

風險因素

我們依賴若干ODM及OEM供應商設計、開發及生產我們的產品，我們對這些外部各方的依賴可能會使我們面臨額外風險。

我們委聘若干ODM及OEM供應商參與設計、開發及生產我們的產品，以優化運營效率並豐富我們的產品系列。我們根據嚴格的標準篩選ODM及OEM供應商。請參閱「業務－產品設計及開發」及「業務－生產及供應鏈管理－生產」。但是，我們不能保證我們的ODM及OEM供應商有足夠的能力來滿足對我們產品日益增長的需求，這可能會導致延遲推出新產品及交貨並損害我們的市場聲譽及消費者關係。此外，由於我們的ODM及OEM供應商通常需要三至四個月來生產我們的產品，有關生產週期可能會影響我們管理庫存及實施我們的需求計劃政策及程序以確保計劃的生產滿足預期的市場需求的能力。我們與該等業務夥伴的關係出現重大惡化、他們面臨任何重大業務挑戰或他們未能生產符合我們的標準或合同或監管規定的產品，都可能影響我們的產品質量或供應、引起消費者不滿及損害我們的品牌。另外，ODM及OEM供應商在設計、開發或生產過程中洩露、剽竊或披露機密信息可能會損害我們的聲譽及損害市場競爭力，並可能進一步使我們面臨法律訴訟及潛在責任。

未來，我們可能需要通過各種措施擴大產能，包括建造新的生產設施。請參閱「業務－生產及供應鏈管理－生產」及「未來計劃及所得款項用途」。我們無法向閣下保證我們的新生產設施將及時準備就緒，或我們將成功以其他方式擴大產能。未能擴大產能將影響我們滿足消費者需求的能力及增長前景。此外，如果未來市場需求下降，我們可能無法收回建造新生產設施及維持經擴大產能所產生的成本。我們延遲或取消擴張也可能使我們與總承包商、分包商、設備供應商、融資機構及相關政府部門等各交易對手方發生糾紛。任何此類事件都會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們容易受到供應短缺及中斷、交貨時間長以及原材料及配料價格波動的影響，任何此類情況都可能擾亂我們的供應鏈並對我們的經營業績造成重大不利影響。

我們主要採購彩妝及護膚品的原材料、產品包裝材料及製成品。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的已售存貨成本分別為人民幣195.1百萬元、人民幣230.8百萬元、人民幣355.1百萬元、人民幣178.5百萬元及人民幣243.2百萬元。其中，於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月

風險因素

30日止六個月，我們的原材料成本分別為人民幣117.1百萬元、人民幣152.8百萬元、人民幣225.0百萬元、人民幣116.6百萬元及人民幣139.3百萬元。請參閱「業務－生產及供應鏈管理－採購」。儘管我們採取了預防措施，但如果第三方原材料供應商面臨運營問題、財務不穩定或其他不可預見的情況，我們對這些供應商的依賴可能會導致供應中斷。此外，我們對第三方供應的原材料數量及質量的控制有限。如果原材料供應出現暫時或緊急短缺或交貨時間延長，我們的生產可能會受到影響，從而可能令向我們專櫃的交貨延遲，導致供應不足或聲譽受損。這些材料存在任何質量缺陷均可能影響我們產品的質量，導致潛在聲譽損害和客戶信任喪失。此外，我們可能面臨與原材料價格波動相關的風險。我們的原材料價格隨市場情況而波動，並受到我們無法控制的各種因素的影響，如供求關係、通貨膨脹以及政府的法規及政策。我們不從事與原材料價格風險敞口相關的對沖業務，可能面臨價格波動。無法保證我們的原材料成本日後不會大幅增長，且原材料成本的變化可能會影響我們的運營成本和利潤率，進一步對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

如果我們的產品及存貨過時，我們的業務、財務狀況及經營業績將受到重大不利影響。

我們的存貨包括製成品、原材料及在製品。我們主要聘請ODM/OEM供應商生產我們的產品。在與該等供應商的委託加工模式中，我們負責彩妝、護膚品及包裝材料的原材料採購。之後我們將該等原材料提供予負責製造和包裝製成品的ODM/OEM供應商。這導致往績記錄期間的存貨周轉天數較長。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們的存貨分別為人民幣209.7百萬元、人民幣299.5百萬元、人民幣342.2百萬元及人民幣312.6百萬元，同期存貨周轉天數分別為232.6天、320.6天、273.5天及202.4天。如果製成品滯銷、價格急劇下跌或消費者需求發生變化而我們未能有效或及時作出應對，我們可能會面臨存貨價值下降的風險。此外，未能預測消費者需求或任何影響我們產品銷售的意外事件均可能導致存貨陳舊增加、存貨價值下降或存貨撇減。於2021年、2022年及2023年，我們分別錄得存貨撇減至可變現淨值人民幣2.8百萬元、人民幣2.2百萬元及人民幣1.6百萬元。於截至2024年6月30日止六個月，我們錄得存貨撇減撥回至可變現淨值人民幣0.6百萬元。採購更多存貨還可能需要我們投入大量營運資金，使我們無法將此類資金另作他用。任何上述事項均可能對我們的經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

風險因素

我們委聘第三方倉儲及物流服務供應商存儲及配送產品。任何交貨延遲、處理不當或倉儲或運輸成本增加均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們的業務運營涉及使用第三方倉儲及物流服務，我們對此並無直接控制權。在將產品送達專櫃、門店及第三方經銷商之前，我們會將產品臨時儲存在我們租賃或第三方倉儲服務提供商擁有的倉庫。我們投購或要求第三方倉儲服務提供商投購物業相關保險，保障我們因發生意外事故（包括火災）而可能蒙受的財務損失。然而，如果發生此類意外事故（包括火災）導致我們出售的產品或我們的倉庫受損，我們向我們的專櫃、門店及第三方經銷商供應產品的能力或會受到不利影響。發生任何此類事件還可能令我們須作出預料之外的重大開支，並令產品交付出現延誤。我們因此類營運中斷及延誤交付而可能造成的銷售損失或成本增加未必能根據現有保單收回，而長期業務中斷可能導致終端客戶流失。如果發生上述任何一項或多項風險，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

此外，我們及時且經濟高效地將產品從倉儲中心直接運送至專櫃、門店及經銷商的能力對我們的業務至關重要。無論是由於運營問題、第三方物流提供商倒閉，還是由於監管變化或自然災害等外部因素，我們物流的任何運營中斷或效率低下均可能影響我們滿足客戶需求的能力並導致成本增加。我們委聘第三方物流服務供應商從倉庫提貨，並將其運送至專櫃、門店及經銷商。我們對第三方物流供應商的依賴可能會使我們面臨潛在的服務中斷或效率低下的風險。如果這些供應商由於運營問題、財務困難或其他不可預見的情況而未能履行其服務義務，則可能會影響我們及時且經濟高效地向消費者交付產品的能力，進一步導致產品銷售下降及收入損失。此外，物流服務供應商對我們產品的不當處理也可能導致產品污染或損壞，從而可能導致產品召回、產品責任索賠、品牌形象和聲譽受損，所有這些情況均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

對環境、社會及管治事宜的意識日益增強可能引致採納更為嚴格的法律法規，及增加我們的合規成本。

隨著對環境、社會及管治事宜（包括與包裝廢棄物、溫室氣體排放及環境保護相關者）的意識日益增強，可能會採納更為嚴格的法律法規。因此，我們可能需投入更多精力及資源確保遵守有關法律法規。我們已採納一系列措施，旨在確保我們遵守適用於我們的環境、社會及管治相關法律法規。請參閱「業務－環境、社會及企業管治」。

風險因素

我們無法向閣下保證，該等風險管理措施可有效降低相關風險，及有助我們應對監管環境。現有環境、社會及管治相關法律法規變動，或頒佈新的環境、社會及管治相關法律法規，可能會增加我們的合規成本，及倘我們未能遵守有關環境、社會及管治相關法律法規，我們的業務、經營業績及財務表現可能會受到不利影響。

未能準確預測市場對我們產品的需求並維持最佳的庫存水平可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們需要精準預測需求，以確保維持最佳的庫存水平。需求預測的任何不準確可能導致庫存積壓或缺貨，上述兩種情況均可能導致成本增加及銷售損失。市場對我們產品的需求可能會受到週期波動、新品發佈、產品週期及定價變化、產品缺陷、促銷推廣及消費者消費模式與偏好轉變的影響。我們可能難以準確預測需求及確定產品或原材料的適當庫存水平，這可能導致產生大額撇減或成本增加以確保所需的生產及導致交付延遲。如果未能有效管理庫存或與第三方製造商及供應商磋商有利的信用條款，則可能會使我們面臨庫存過時、庫存跌價的風險增加。

未能保持具有競爭力的定價策略可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們旨在為消費者提供高品質的美妝產品及體驗。我們通過全面的市場研究及競爭，結合多種因素，設計針對客戶群及對產品類別的不同需求，確定我們的差異化定價策略。請參閱「業務—定價」。然而，我們不能保證我們將始終如一地為我們的產品採用具有競爭力的定價策略。如果我們的市場研究得出不準確的成果，使我們的定價策略偏離市場趨勢，我們就有可能因定價過低而利潤率下滑，或因定價過高而銷量和收入減少。即使我們最初對產品進行了適當的定價，我們可能需要在雙11購物節等大型購物活動期間提供大幅折扣，以提高品牌知名度及推動銷售，或隨著產品生命週期的發展調整價格。

我們的董事、管理層、僱員、經銷商、客戶、供應商或其他業務合作夥伴的任何不當行為均可能使我們面臨潛在的責任及負面宣傳。

我們的業務運營及聲譽可能會受到董事、管理層、僱員、經銷商、客戶、供應商或其他業務合作夥伴的行為的影響。儘管我們致力於執行嚴格的監督機制及道德準則，但未必總能夠防止或發現各方的不當行為。各方的任何不當行為，包括欺詐活

風險因素

動、不遵守法律法規、不合乎道德的商業行為或任何其他不符合我們公司政策及價值觀的行動均可能導致法律訴訟、監管及其他處罰，進一步損害我們的聲譽，消弱消費者的信任度，並導致業務流失、市場份額下降以及可能難以吸引及留住業務合作夥伴。

我們的交付、退貨及換貨政策可能會使我們產生額外的成本及開支，從而可能會對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們已採納毋須將所有發貨成本轉嫁消費者的發貨政策。我們的退貨政策允許客戶在規定期間退換存在缺陷的產品。如果我們的產品質量下降，我們將承擔與退貨、換貨及質保相關的較高成本。我們還採納方便客戶的退貨及換貨政策，讓客戶在完成直接線上購物後七天內方便輕鬆地退換貨。請參閱「業務－我們的業務－客戶服務」。我們還可能須依法採納新的退貨、換貨及質保政策或修訂現行的退貨、換貨及質保政策。雖然此類政策改善客戶體驗及提升客戶的忠誠度，繼而可能有助我們吸納並挽留客戶，但有關政策或會令我們產生額外成本及開支，我們可能無法通過增加收入來收回有關成本及開支。我們無法向閣下保證，我們的退貨、換貨及質保政策不會被我們的客戶濫用，這可能會極大增加我們的成本，並可能對我們的業務及經營業績產生重大不利影響。如果我們修訂此類政策以降低成本及開支，我們的客戶或會不滿，可能導致現有客戶流失或未能以理想速度吸納新用戶，則可能對經營業績造成重大不利影響。

我們未必能夠充分保障我們的知識產權，並可能受到知識產權侵權索賠的影響。

我們的成功部分取決於我們獲得、維護及保護我們的知識產權的能力，以及我們在不侵犯他人知識產權的情況下運營的能力。我們努力通過專利、商標、版權和商業秘密法律以及合約限制（如非公開或保密協議）保護我們的知識產權。然而，我們無法保證這些保護措施為充分。我們在防止第三方侵犯或盜用我們的知識產權（如我們的商標名稱、專利、版權及專有技術）方面可能面臨挑戰。如果我們無法保護及執行我們的知識產權，我們的競爭地位可能會受到損害，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

風險因素

此外，我們通常與該等OEM/ODM供應商協商確定知識產權的所有權。請參閱「業務－生產及供應鏈管理－生產」。儘管我們已採取措施防止機密資料披露予第三方，但我們無法保證所有OEM/ODM供應商始終會遵守有關要求。倘我們的任何OEM/ODM供應商被發現向未經授權的第三方洩露有關資料，我們可能會產生大量的法律及財務費用。此外，任何商業秘密的丟失或未經授權使用我們的專有資料均可能限制我們在市場上的競爭能力，從而可能導致我們的市場份額及收入下降。

此外，我們無法向閣下保證我們的業務並無或不會侵犯或以其他方式違反第三方持有的專利、著作權或其他知識產權。截至最後實際可行日期，我們並未牽涉任何第三方質疑我們專利的有效性或可執行性且對我們的業務已經或預計將產生任何重大影響的重大訴訟。然而，如果我們日後被發現侵犯了他人的知識產權，我們可能會遭受責任索賠，這可能會導致產生大額許可費、法律費用及其他開支，或禁止開發或商業化相關產品。我們可能依法須花費大量資源來重新設計我們的產品，以免侵犯第三方的知識產權，或我們可能需要獲得相關許可以避免進一步侵權。此外，因訴訟、法律或合同糾紛、調查或行政程序而產生的負面報道可能會損害我們的聲譽並對我們的品牌形象產生不利影響，從而進一步對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的品牌及產品可能會遭受第三方的假冒、仿造及／或侵權，我們可能無法阻止市場上假冒產品的存在。

我們的品牌及產品對於市場知名度及消費者吸引力而言至關重要。儘管我們竭力保護及執行知識產權，但仍會面臨第三方可能製造及經銷侵犯我們商標、設計、專利或其他知識產權的假冒商品或仿製品的風險。市場出現有關假冒產品可能會導致品牌稀釋、收入損失及我們的聲譽受損，繼而對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們積極監察市場，並在可行的情況下可對侵犯我們知識產權的行為採取法律行動。然而，檢測及防範假冒產品面臨重重困難。概不保證我們的工作足以防範生產及經銷假冒或侵權產品，亦不保證我們能夠獲得或執行針對侵權人的判決。此外，與保護我們的知識產權相關的成本可能巨大，儘管我們付出努力，但仍可能無法防止第三方侵犯或盜用我們的知識產權。任何未能保護我們知識產權的行為均可能對我們的競爭地位產生負面影響，並導致我們品牌及產品的價值下滑。

風險因素

我們的銷量可能會因季節性因素而波動。

我們的經營業績受到產品需求季節性波動的影響，這主要由於消費者消費習慣所致。一般而言，元旦、春節、聖誕節等節假日及購物節期間，我們的線下門店客流量較大，線上訂單量較多，銷量較高。由於我們認為這種情況在可預見的未來很可能會持續，因此對我們的經營業績進行季度比較可能並無意義，我們在任何特定期間的經營業績未必反映未來任何期間的預計經營業績。由於該等節假日及購物活動主要在每年第一及第四季度，本公司通常於該等季度擁有較高的創收能力。未來，隨著我們繼續擴大銷售網絡，我們的財務狀況及經營業績可能會因季節性因素而波動。

我們面臨與貿易應收款項及應收票據有關的信用風險。

我們的貿易應收款項及應收票據為在日常業務過程中就已售貨物應收的款項。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們分別錄得貿易應收款項及應收票據人民幣110.9百萬元、人民幣113.5百萬元、人民幣157.7百萬元及人民幣233.7百萬元，為我們截至相關日期所面臨的貿易應收款項及應收票據相關的最大信用風險敞口。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們的貿易應收款項及應收票據減值分別為人民幣4.7百萬元、人民幣3.1百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣2.4百萬元。

於往績記錄期間，我們一般向若干百貨商店及電商平台授出30至60天的信用期。然而，不能保證我們將能夠及時從客戶收回應收款項。這可能會導致我們的貿易應收款項及應收票據周轉較慢並限制我們的營運資金資源。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們的貿易應收款項及應收票據周轉天數分別為23.7天、23.2天、17.5天及18.1天。請參閱「財務資料－綜合財務狀況表的主要項目討論－流動資產及負債－貿易應收款項及應收票據」。若我們未能及時收取客戶付款，我們的現金流及財務狀況可能會受到重大不利影響。

如我們的信息技術系統出現重大中斷，則可能擾亂我們的正常業務運營。

我們業務運營的多項職能由信息技術（「IT」）系統提供支撐，包括產品銷售、人力資源管理、會員管理、財務報告、第三方平台電商交易、化妝藝術培訓機構及物流管理。請參閱「業務－信息技術」。這些系統對於維持運營效率、數據準確性和及時決策至關重要。然而，我們的IT系統面臨各種風險，包括系統故障、數據不準確、網絡

風險因素

攻擊、數據洩露及其他安全事件。此外，我們的IT系統需要定期更新和升級，以緊跟技術進步及不斷變化的業務需求。這些更新和升級可能會導致系統中斷或出現兼容性問題。這些情況可能會擾亂我們的運營，破壞我們的數據，並導致產生巨大的補救成本、法律責任和聲譽受損。

我們還依賴第三方廠商提供某些IT服務。如這些廠商未能履行其服務義務，則可能會影響我們IT系統的性能。此外，這些廠商的任何違約或終止服務均可能導致我們的IT系統運行中斷、產生額外的成本和與過渡到新廠商相關的時間延遲。此外，我們的IT系統須符合與數據保護及隱私相關的各種監管要求。請參閱「業務－數據隱私及安全」。未遵守這些要求可能會導致遭受法律處罰及聲譽受損。

任何未能或被認為未能遵守數據隱私及安全法律的行為，或對我們在收集、使用、存儲、保留、傳輸、披露及其他處理數據方面的做法或政策的其他疑慮，均可能使我們須承擔潛在責任。

我們的業務運營涉及數據的收集、使用、存儲、保留、傳輸、披露及其他處理。請參閱「業務－數據隱私及安全」。因此，我們的業務運營須遵守各種數據隱私及安全法律，如《中華人民共和國數據安全法》、經修訂的《網絡安全審查辦法》、《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》及《中華人民共和國個人信息保護法》。請參閱「監管概覽－有關網絡安全及隱私的法規」。我們可能須遵守有關數據保護及數據隱私的額外監管要求，這可能需要調整我們的數據框架並產生額外費用。任何未能或被認為未能遵守數據隱私及安全法律，或對我們在收集、使用、存儲、保留、傳輸、披露及其他處理數據和網絡安全方面的做法或政策的其他擔憂，均可能使我們承擔潛在責任、聲譽受損及失去客戶信任。此外，我們的合規成本及運營複雜性可能會隨著業務擴張而增加。如未能密切關注有關監管演變，則我們可能須承擔潛在責任，對我們的業務、財務狀況及經營業績進一步造成重大不利影響。

適用於我們所在行業及業務的法律法規的變動可能會影響我們的業務運營。

中國美妝行業受到全面的政府監管及監督，其中包括監管及涵蓋業內有關產品的批准、註冊、生產、包裝、許可及營銷過程的嚴格政策。此外，可能不時會有新的或更嚴格的法律、法規或其他監管措施出台。請參閱「監管概覽－有關化妝品的法規」。

風險因素

雖然我們密切關注有關法律法規的變動，並已採取措施確保持續合規，但監管制度的變化仍可能會對我們的業務產生重大不利影響，包括：(i)有關開發或商業化在研新產品的合規成本及限制增加；(ii)對我們產品的生產施加更嚴格或各種的要求；(iii)更難獲得相關監管批准；(iv)有關範圍、含量及樣式方面的限制性措施，這可能會削弱我們營銷工作的有效性；及(v)加大對業務夥伴業務的監管審查，例如對售予消費者的產品，以及實體和相關人員所需的資格及許可證的監管，這可能會對其業務並進而對我們的運營產生不利影響。

此外，我們無法向閣下保證，我們的業務合作夥伴將始終能夠及時遵守法律法規，或他們根本無法遵守法律法規，在此情況下，我們可能不得不終止與他們的合作。因此，我們可能會經歷收入下降、產生更高的支出並受到負面宣傳的影響，所有這些情況均將對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

在推廣產品時未遵守適用的廣告法律法規可能會使我們面臨潛在的風險及處罰。

我們通過多種線上及線下渠道為我們的品牌及產品做廣告宣傳，但須遵守適用中國法律法規。請參閱「業務－品牌建設及市場營銷」。根據中國廣告法律法規，我們須確保廣告內容完全符合適用法律法規的規定。例如，廣告不得含有任何關於產品的虛假、不準確或具有誤導性的內容。此外，我們營銷及推廣化妝品須遵守中國法律法規規定的較高標準，如《中華人民共和國廣告法》、《互聯網廣告管理辦法》及《化妝品監督管理條例》。倘若未來我們被發現違反任何相關法律法規，我們可能面臨行政處罰，包括罰款、吊銷營業執照及停止廣告活動。此外，我們可能因具有誤導性或不準確的廣告或其他違反廣告法或侵犯消費者權益的非法行為而遭政府採取行動及受到民事索償。

此外，倘若僱員或我們聘請的第三方服務供應商未能遵守有關法律法規，或在法律法規解釋方面擁有行使自由裁量權的法定權利的有關政府部門在行政執法過程中最終持有的觀點與我們理解的不一致，則我們可能面臨潛在風險及處罰。我們可能須耗費大量資源對相關訴訟進行抗辯，此類訴訟或會損害我們的聲譽，導致收入減少並對我們的經營業績產生負面影響。

風險因素

我們面臨的風險與依賴若干KOL開展營銷活動有關，可能會受到有關KOL所開展的營銷活動不斷演變的監管發展的不利影響。

我們有時通過與KOL合作開展營銷活動及專項活動來推廣產品。該等KOL通過各種社交媒體平台以創作短視頻、發佈帖文及直播會話等方式，在提升產品關注度及品牌知名度方面發揮著重要作用。請參閱「業務－品牌建設及市場營銷」。我們與知名KOL展開戰略合作，以利用他們在數字化背景下塑造消費者認知、偏好及購買決策方面的影響力。因此，我們依賴該等KOL機構及其管理的個人KOL的持續合作。任何涉及該等KOL的負面宣傳或與該等機構關係的惡化，均可能對我們品牌的聲譽和營銷工作產生不利影響。此外，消費者行為的變化、KOL人氣的變化或對具影響力人士營銷監管環境的變化均會降低我們營銷策略的有效性。於往績記錄期間，與我們合作的KOL並無出現重大內部控制缺陷、人為錯誤、失誤或蓄意不當行為。

此外，我們不能保證我們的KOL將始終遵守有關其所開展的營銷活動的適用法律法規。我們KOL的任何不當行為或形象惡化（包括不當言論、不道德行為、違反法律法規或其他我們無法控制的負面宣傳）均可能會對我們的品牌聲譽及產品銷售產生不利影響。這也可能導致處理包裝材料及銷毀營銷材料產生額外費用，並且可能難以及時找到合適的人選。我們還可能就賠償事宜對KOL提起法律程序，這可能會轉移管理層的注意力並招致額外的訴訟開支。如果任何上述情況發生，我們的業務、財務狀況及經營業績均會受到重大不利影響。

我們的風險管理及內部控制系統可能不夠充分或有效。

我們在業務運營的各個方面採用並實施了全面的風險管理政策。請參閱「業務－風險管理及內部控制」。然而，由於我們的風險管理系統在設計及執行方面存在固有局限性，如果外部情況發生重大變化或發生特殊事件，可能無法充分有效地識別、管理及預防所有風險。此外，儘管我們盡力預測有關問題，但我們的新業務計劃可能會產生我們目前未知的額外風險。如果我們的風險管理系統未能按預期發現我們業務存在的潛在風險或因其他原因暴露出不足之處及缺陷，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們的風險管理還取決於我們僱員的有效執行。無法保證僱員的有關執行將始終按預期進行，或有關執行不會涉及任何人為錯誤、過失或故意不當行為。如果我們未能及時執行政策及程序，或未能識別影響我們業務的風險，並擁有足夠的時間就有關事件制定應急計劃，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

我們的保險範圍可能不足以保障我們免於承擔可能須承擔的責任或涵蓋我們所有的潛在損失。

我們針對日常運營投購保險。請參閱「業務－保險」。我們無法向閣下保證，我們的保險將足以保障與我們業務運營有關的所有風險。如果我們產生不在我們保單承保範圍的重大損失及責任，我們可能須承擔我們的保險保障範圍不足以保障的損失。因此，我們可能會產生巨額的成本及分散資源，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

如未能取得、保留或續期許可、牌照和證書，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們的業務需要取得多項許可、牌照和證書。我們持有的若干許可、牌照和證書須定期續期。請參閱「業務－牌照、許可及批文」。如果我們在當前期限屆滿時未能保留或續期一項或多項牌照和證書，或未能及時獲得有關續期，則我們的運營或會遭中斷。如果我們未能按時妥善續期及保留任何此類必要牌照，我們可能會面臨處罰。此外，我們遵守不斷變動的法規的工作可能日益繁重，而任何不合規情況均可能令我們承受責任風險。如果發生任何不合規情況，我們可能須承擔金錢費用，並要撥出大量管理時間及資源以解決任何缺失。我們還可能因此類缺失而受到負面宣傳，這或會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們在化妝藝術機構提供化妝藝術培訓服務，隨著整個化妝培訓行業的發展及其日益普及，化妝藝術機構須遵守中國適用法律法規的規則及規定。請參閱「監管概覽－有關民辦教育的法規」。據中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的化妝藝術機構在所有重大方面已根據相關法律、法規、規則及當地主管機關的規定取得必要的牌照、許可、批文及證書。然而，當地相關政策和法規錯綜複雜且因地區而異，這可能會使我們在獲得新的牌照及證書方面面臨更多監管或政策要求，並需要對我們的業務模式和做法進行調整。倘若我們須遵照新監管規定獲得

風險因素

牌照及證書，我們無法保證能夠及時獲得所需的牌照或證書，或根本無法獲得，亦無法保證我們能夠根據新的監管或政策要求有效調整我們的業務模式或做法。無法獲得或調整的任何情況均可能對我們的化妝藝術培訓服務產生重大不利影響，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們在正常業務過程中可能會捲入訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序。

我們在日常業務過程中可能會不時捲入訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序。這些可能涉及(其中包括)違反合約、僱傭或勞資糾紛、反壟斷及侵犯知識產權相關問題。如果我們未能就任何有關索賠進行抗辯，我們可能須支付巨額損害賠償以補償索賠人。我們提起或針對我們提起(不論是否有理據)的任何索賠、糾紛或法律程序，均可能導致產生巨額成本及資源分散，並可能嚴重損害我們的聲譽。此外，針對我們提起的訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序可能由於供應商出售予我們的物品存在缺陷所招致，而此類供應商可能無法及時或根本不會就我們因此類訴訟、索賠、糾紛、監管調查或法律程序產生的任何成本向我們作出彌償。詳情請參閱「業務－法律訴訟」。

我們可能需要繳納額外的社會保險及住房公積金供款，以及相關政府部門徵收的滯納金及罰款。

根據中國法律規定，與僱員簽訂僱傭合約的公司須為僱員足額繳納社會保險和住房公積金供款。於往績記錄期間，我們聘請第三方人力資源機構繳納社會保險，主要原因是我們在全國不同城市工作的一些僱員更願意在其各自的常住地繳納其社會保險和住房公積金，以便於在當地使用相關福利。請參閱「業務－僱員－社會保險及住房公積金」。這種安排在中國並不少見，但並非嚴格遵守中國的相關法律法規。據我們中國法律顧問告知，按照中國適用法律和法規，我們可能會被責令自行為我們的僱員繳納社會保險和住房公積金，而非通過第三方進行繳納。倘第三方人力資源機構未能按照中國適用法律法規的要求為我們的僱員繳納或代繳社會保險費或住房公積金，我們可能會被責令進行整改，為我們的僱員足額繳納社會保險和住房公積金。任何此類事件均會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

風險因素

此外，於往績記錄期間，我們並無為若干僱員足額繳納社會保險和住房公積金。請參閱「業務－僱員－社會保險及住房公積金」。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，社會保險和住房公積金的累計欠繳金額分別約為人民幣7.8百萬元、人民幣12.3百萬元、人民幣16.8百萬元及人民幣18.3百萬元。於2021年、2022年、2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別就社會保險計劃和住房公積金供款的估計欠繳金額作出撥備人民幣4.0百萬元、人民幣4.5百萬元、人民幣4.5百萬元及人民幣1.5百萬元。截至最後實際可行日期，我們未收到中國主管部門的任何行政處罰或整改令。我們無法向閣下保證，日後我們不會收到任何整改該不合規事件的命令。我們可能會被有關部門責令限期繳納逾期供款，逾期不繳納的，人民法院可以處以罰款或者強制執行。任何有關命令均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們面臨與我們的物業相關的若干風險。

截至最後實際可行日期，我們的大多數自營專櫃、辦公室及倉庫目前位於租賃物業內。該等租約的條款須經定期續約談判。我們無法保證能夠以商業上合理的條款續租，或根本不能續租。不續租或終止任何主要物業租約可能需要搬遷，這可能導致產生大量成本，並可能擾亂我們的營運。此外，租約重續時租金付款的大幅增加可能會對我們的盈利能力產生不利影響。在我們努力有效管理租金成本的同時，我們可能會因市場狀況而面臨租金上漲的情況，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

截至最後實際可行日期，就我們在中國的109項租賃物業中的9項而言，該等物業的出租人尚未向我們提供有效的所有權證書或相關證明，證明租賃物業建設的合法性。請參閱「業務－物業－租賃物業」。據我們中國法律顧問告知，倘租賃物業被政府主管部門視為中國相關法律和法規下的非法建築，則我們可能需要搬離相關物業，並搬遷我們的自營專櫃及辦公室。在這種情況下，我們的經營可能會受到損害，業主可能不會對我們的相關損失給予充分賠償。此外，將辦公室和員工宿舍遷至其他合適的地點亦會產生額外成本約人民幣0.6百萬元，從而影響我們的業務和財務狀況。此外，倘任何出租人的租賃權益受到具有第三方利益的任何一方的質疑，或倘我們的若干租賃物業由於實際使用與產權文件中規定的用途不一致或因缺少我們可以使用物業的竣

風險因素

工證明而受到政府主管部門的質疑，我們佔用或租賃該等物業或會受到不利影響。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因實際使用與產權文件中規定的用途的不一致或因缺少我們可以使用物業的竣工證明而出現任何重大不合規事件。

根據中國法律，所有租賃協議須在當地土地和房地產管理局登記。截至最後實際可行日期，我們有94份租賃協議尚未在中國相關土地和房地產管理局登記備案，原因是登記租賃協議需要出租人和承租人之間合作。請參閱「業務－物業－租賃物業」。由於出租人通常因罰款風險較低而不願意承擔行政負擔，我們無法完成租賃協議登記。據我們中國法律顧問告知，未能完成租賃協議的登記備案不會影響該等租賃協議之有效性。然而，租賃協議限期未經登記備案的，政府有關部門可處以人民幣1,000元以上人民幣10,000元以下的罰款。最高罰款總額約為人民幣0.94百萬元，我們認為這不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。然而，倘我們因未能登記租賃協議而被罰款，我們可能無法從出租人收回該等損失。此外，我們自當地政府部門獲得一幅地塊，並已就此獲得土地使用權證書，截至最後實際可行日期，我們正在該地塊建設總部。我們亦於2024年1月與當地政府部門簽訂了這幅地塊的投資開發協議，據此我們同意將這幅地塊用於建設我們的總部，並在協定的時間內開工及完工。我們亦須遵守投資總額、年收入、年度稅項、股本等方面的若干規定。雖然我們目前遵守付款時間表和開發義務，但潛在風險可能來自施工中不可預見的延誤或障礙等各種因素，這可能導致無法滿足投資開發協議中的相關規定，並導致發生補救行動、財務處罰，或在極端情況下導致當地政府部門終止協議。上述任何事件均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

風險因素

我們可能無法成功實施我們的擴張戰略。

我們制定戰略計劃，以深化我們在中國美妝市場的佈局及拓展海外市場，以及優化和拓寬我們的銷售渠道。請參閱「業務－我們的戰略－提升品牌全球知名度，擴張海外市場」。然而，成功執行擴張戰略需要投入大量的資源及管理層精力，並使我們面臨額外的監管、經濟及政治風險及挑戰，其中包括下列方面的風險及挑戰：

- 以具有成本效益的方式組建本地化運營基礎設施，包括產品設計與開發、生產、營銷及銷售、物流服務和客戶服務；
- 管理投入材料成本的波動及全球供應鏈的中斷；
- 確保持續遵守適用司法權區的法律及法規；
- 定製化及本地化我們的產品以滿足不同市場的多樣化消費者需求；
- 以可引起當地市場共鳴的方式推廣我們的品牌及產品；
- 確保跨市場及跨司法權區的知識產權保護；
- 應對來自當地同類產品供應商的日益激烈的競爭；
- 應對關稅及其他非關稅壁壘，如配額及本地含量規則；
- 在國外保護及執行知識產權；
- 互聯網技術普及和基建的程度不盡相同，網絡和託管服務提供商的成本增加或變化；
- 適應貨幣匯率波動及遵守貨幣管制規定；及
- 應對可能影響我們運營的政治、社會及經濟狀況的重大變化。

風險因素

我們不能向閣下保證我們將成功拓展目標市場。此外，我們或會因國際擴張而產生巨額費用。未能成功管理這些風險可能會使我們承擔無法收回的巨額成本，從而可能會削弱我們現有的競爭地位，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的收購及投資活動以及其他戰略交易可能會帶來管理、整合、運營和財務風險，從而可能會阻礙我們實現我們所進行的收購的全部預期效益。

我們未來可能與各類第三方達成戰略聯盟。與第三方的戰略聯盟或會使我們面臨諸多風險，包括與專有資料共享、對手方不履約及組建新戰略聯盟導致開支增加有關的風險，任何此類風險均可能對我們的業務有重大不利影響。我們控制或監督他們行為的能力可能有限，倘若戰略第三方因其業務相關事件出現負面宣傳或聲譽受損，我們也可能受此類第三方牽連而面臨負面宣傳或聲譽受損。

此外，我們或會額外收購可補充現有業務的資產、技術或業務。任何收購及其後將新資產及業務與我們的自有資產及業務整合，可能需要我們管理層投入大量注意力，因而導致分散投入現有業務的資源，從而可能對我們的業務造成不利影響。收購資產或業務未必產生我們所預期的財務或經營業績。此外，收購或會導致動用大額現金、發行可能具攤薄影響的股本證券、產生債務、產生重大商譽減值費用、其他無形資產的攤銷開支並面臨所收購業務的潛在未知負債。

我們未能應對日後收購及投資所面臨的風險或其他問題可能令我們無法自有關收購或投資實現預期效益、產生意料之外負債及費用以及整體上損害我們的業務。如我們利用股本證券支付收購或投資，則我們股份的價值可能會被攤薄。如果我們借款為收購或投資提供資金，相關債務工具可能包含限制性條款，可能限制我們分派股息等。此類收購及投資也可能導致與無形資產相關的大量攤銷費用、減值費用或撤銷。此外，物色及完成收購事項的成本可能相當高昂。除可能需要獲得股東批准外，我們也可能需要獲得政府機關有關收購的批文及許可證，並須遵守適用法律及法規，因而可能導致增加成本及發生延誤。

風險因素

任何政府補助、退稅或稅收優惠待遇終止、減少或延遲支付均可能對我們的業務造成不利影響。

於往績記錄期間，我們受益於若干政府補助。於往績記錄期間，政府補助主要包括與我們對當地經濟的貢獻有關的補貼及財政援助。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們獲得的政府補助分別為人民幣12.8百萬元、人民幣16.3百萬元、人民幣25.1百萬元、人民幣24.5百萬元及人民幣48.0百萬元。

此外，我們的部分子公司有權享有優惠稅收待遇。請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分概述－所得稅開支－中國」。中國政府機構授予我們的優惠稅收待遇須接受審查，且日後可能隨時進行調整或撤回。我們無法保證，我們的中國子公司目前有權享有的優惠稅收待遇將順利得以重續。概無法保證，地方稅務機構日後不會改變其立場並終止任何現行稅收待遇。終止我們任何現行稅收待遇均可能大幅增加我們的稅收責任並對我們的淨收入產生不利影響。

如日後發生任何不可抗力事件、自然災害或傳染病爆發，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的業務可能會受到自然災害、健康疫症及流行病（如SARS、埃博拉病毒、寨卡病毒或COVID-19）、戰爭行為、恐怖主義行為或其他不可抗力事件的重大不利影響，從而可能會擾亂我們的供應鏈、摧毀基礎設施及干擾員工生產力。暴風雪、地震、火災和洪災等自然災害可能會對我們的生產設施、設備及庫存造成物理損壞，從而導致生產延遲、庫存短缺及陳舊，這可能會令我們的減值以及維修和更換成本增加。此外，這些事件還可能導致停電、通信中斷及運輸中斷，從而進一步阻礙業務運營。

廣泛傳播的健康疫症（如COVID-19疫情）會對我們的供應鏈（尤其是進口原材料、倉儲和交付方面）產生深遠影響。在有關事件發生期間對出行及貿易實施的限制可能會擾亂貨物和材料的流動，導致延遲接收生產所需的基本原料。這可能導致庫存短缺、生產瓶頸及替代供應商的成本增加，或為稀缺材料支付更高昂的價格，從而可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

風險因素

與在我們經營所在國家開展業務相關的風險

我們經營所在國家的經濟、政治或社會狀況或政府政策變動可能會影響我們的業務、財務狀況和經營業績。

我們的業務、財務狀況和經營業績可能受我們經營所在國家的整體政治、經濟和社會狀況所影響。世界各國政府已實施並可能繼續出台多項政策和措施等，鼓勵經濟增長，指導資源分配。美妝行業一般會受宏觀經濟因素的影響，包括國際、國家、區域和地方經濟狀況、貿易關係、就業水平、消費者需求和可自由支配開支。這些因素的任何變動均可能對我們的業務、財務狀況和經營業績造成重大不利影響。

我們可能須遵守中國證監會或其他中國政府機構有關海外發售和未來集資活動的批准、備案或其他規定。

隨著中國有關股份境外發行及上市的法律法規的發展，我們可能須因我們的未來集資活動向中國證監會或其他中國監管機構備案或進行申報。於2023年2月17日，中國證監會頒佈了《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「《試行辦法》」）和其實施指南。《試行辦法》於2023年3月31日生效，主要對須遵守備案規定的活動範圍、須履行備案責任的實體和備案程序作出規定。有關更多詳情，請參閱「監管概覽－有關境外證券發行及上市的法律法規」。

於2023年2月24日，中國證監會、財政部、中國國家保密局和中國國家檔案局頒佈了《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》（「《檔案規定》」），於2023年3月31日生效。《檔案規定》規定，關於境內企業以直接或間接形式進行境外發行證券和上市活動的，相關境內企業以及提供相關證券服務的證券公司和證券服務機構均須嚴格遵守相關保密和檔案管理規定、建立健全保密和檔案工作制度，並採取必要措施落實其保密和檔案管理責任。未能遵守《檔案規定》可能嚴重影響我們的業務、經營業績或財務狀況。

風險因素

我們正密切監控其將對我們的營運和未來融資產生何種影響。此外，若中國證監會或其他中國監管機構日後頒佈新規則或說明，對我們獲得其對於本次[編纂]或未來集資活動的批准或完成所規定的備案或其他監管程序施加其他規定，無法保證若獲取免於遵守相關批准規定的豁免的程序已告設立時，我們將獲得相關豁免。關於相關批准、備案或其他規定的任何無法預見的情況或負面宣傳均可能對我們的業務、前景、財務狀況、聲譽和股份交易價格造成重大不利影響。

閣下應衡量 閣下在中國法律體系下可獲得的法律保障。

我們須遵守我們經營所在國家和地區的不同適用法律法規。我們在中國的業務和營運主要須遵守成文法，先前法院判決的先例價值有限。此外，我們無法向 閣下保證，我們可以預測我們經營所在國家和地區的未來法律發展的影響，包括頒佈新法律和現行法律的變動。此外，漫長的法律訴訟可能產生高額成本、分散我們的資源並對我們管理層重點關注戰略規劃和執行產生負面影響，這可能對我們的運營效率和整體業務表現造成重大不利影響。

閣下可能在對我們、董事、監事和管理層送達法律程序文件或執行外國判決方面遇到困難。

我們是一家根據中國法律註冊成立的公司，且全部資產和子公司均位於中國。我們的大部分董事、監事和高級管理層居住在中國境內。這些董事、監事和高級管理層的資產也可能位於中國境內。因此，向我們中國境外的董事、監事和高級管理層送達法律程序文件可能存在困難且耗時。此外，倘其他司法權區的司法裁決和判決缺少相互認可和執行，投資者可能在執行判決方面遇到困難。

此外，儘管我們將在H股在聯交所[編纂]後遵守上市規則和收購守則，但H股持有人將無法以違反上市規則為由提起訴訟，且須依賴聯交所實施其規則。此外，收購守則不具法律效力，而只為在香港進行的併購交易和股份回購提供可接受的商業行為標準。

風險因素

我們的營運須遵守中國稅務法律法規。

我們須接受中國稅務機構關於我們是否履行中國稅務法律法規下的稅務責任的定期審查。我們無法向閣下保證，中國稅務機構日後進行的審查不會導致發生罰款、其他處罰或行動，而可能對我們的業務、財務表現和經營業績產生重大不利影響。

H股持有人可能須承擔中國所得稅責任。

根據《中華人民共和國個人所得稅法》，非中國個人一般須按20%的稅率就來源於中國的收入或收益繳納中國個人所得稅。除非經國務院稅務部門特別豁免或根據適用稅務條約減徵或免徵，否則我們須從已派付予非中國居民個人的股息款項中預扣相關稅款。然而，根據於1994年5月13日發佈的《財政部、國家稅務總局關於個人所得稅若干政策問題的通知》，外籍個人自外商投資企業的股息和紅利所得的收入暫免徵收個人所得稅。根據於1998年3月30日生效的《財政部、國家稅務總局關於個人轉讓股票所得繼續暫免徵收個人所得稅的通知》，個人轉讓上市公司股票所得繼續暫免徵收個人所得稅。於2013年2月3日，國務院批准並頒佈了《國務院批轉發展改革委等部門關於深化收入分配制度改革若干意見的通知》。於2013年2月8日，國務院辦公廳頒佈了《國務院辦公廳關於深化收入分配制度改革重點工作分工的通知》。根據這兩份文件，中國政府計劃取消對外籍個人從外商投資企業所獲股息的免稅，財政部和國家稅務總局須負責該計劃的制定和實施詳情。然而，財政部及國家稅務總局尚未頒佈相關執行規則或法規。考慮到這一情況，H股非居民個人持有人應知悉，其或有責任繳納從H股變現的股息和紅利的中國所得稅。

國際貿易政策、地緣政治和貿易保護措施、出口管制以及經濟或貿易制裁變動均可能影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

由於我們尋求擴大我們的全球足跡，故我們的業務營運和財務表現可能受國際貿易政策、地緣政治、貿易保護措施、出口管制以及經濟或貿易制裁的影響。國際貿易政策和地緣政治變化頻繁並存在不確定性，通常受並非我們所能控制的政治、經濟和社會因素的影響。這些變動可能會影響貿易協議、關稅和國際貿易的其他方面，而可能增加我們的營運成本並影響我們的市場拓展。貿易保護措施（如反傾銷稅、反補貼稅

風險因素

等)或保障措施的變動可能導致成本增加或限制我們的出口。出口管制以及經濟或貿易制裁可能限制我們出口產品或在某些市場開展業務的能力。違反這些管制和制裁可能導致法律處罰、聲譽受損及喪失出口特權。

未能遵守中國反貪污法律、法規和規則可能令我們及／或我們的僱員面臨調查以及行政或刑事處罰，這可能有損我們的聲譽，並對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

我們已採納旨在確保我們的僱員遵守適用中國反貪污法律、規則和法規的政策及程序。請參閱「業務－風險管理及內部控制」。無法保證我們已制定的反貪污內部控制和程序將有效防止個人僱員在我們不知情的情況下違反中國反貪污法律、法規和規則。若發生此類違法行為，我們及／或我們的有關僱員可能須接受調查以及行政或刑事處罰，且我們的聲譽可能因此類事件引起的任何負面宣傳而受到損害，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

未能遵守有關員工持股計劃或購股權計劃的登記規定的中國法規可能令中國計劃參與者或我們面臨罰款以及其他法律或行政制裁。

於2012年2月，國家外匯管理局頒佈了《關於境內個人參與境外上市公司股權激勵計劃外匯管理有關問題的通知》（「國家外匯管理局第7號文」），替代了國家外匯管理局先前於2007年3月發佈的規則。根據國家外匯管理局第7號文等相關規則和法規，參與境外公開上市公司股權激勵計劃的中國居民須向國家外匯管理局或其地方分支機構辦理登記並辦妥若干其他手續。身為中國居民的股權激勵計劃的參與者須聘請合格中國代理（可為境外公開上市公司的中國子公司或中國子公司推選的其他合格機構）代表股權激勵計劃的參與者就股權激勵計劃辦理國家外匯管理局登記和其他手續。參與者還須聘請境外受託機構處理與其行使購股權、買賣相關股票或權益以及資金轉移有關的事宜。此外，如股權激勵計劃、中國代理或境外受託機構發生任何重大變更或其他重大變化，中國代理須就股權激勵計劃變更到國家外匯管理局辦理變更登記。此外，第37號文規定，參與境外非公開上市特殊目的公司股權激勵計劃的中國居民或須在其行使購股權前向國家外匯管理局或其地方分支機構登記。我們和已獲授購股權和受限制股份的中國僱員均須遵守這些法規。未能辦妥國家外匯管理局登記可能令我們或此類僱員面臨罰款和法律制裁，並可能限制我們根據中國法律為我們的僱員採納其他激勵計劃的能力。

風險因素

國家稅務總局亦發佈了有關僱員股份激勵的相關規則和法規。根據該等規則和法規，我們在中國任職的僱員在行使購股權或授出受限制股份時將須繳納中國個人所得稅。我們的中國子公司有義務就獲授購股權或受限制股份向相關稅務機關提交資料並在行使購股權或授出受限制股份時為其僱員代扣代繳個人所得稅。根據相關規則和法規，若我們的僱員未能繳納或我們未能代扣代繳僱員個人所得稅，我們可能面臨主管政府部門實施的制裁。

我們須遵守外匯監管制度。

中國政府對人民幣兌換為外幣實施監管。我們的絕大多數收益以人民幣收取。缺少可動用外幣可能限制我們匯出足夠外幣，或在其他方面限制我們償還外幣計值債務的能力。根據現行中國外匯法規，在遵照若干程序規定的情形下，毋須事先經國家外匯管理局批准，經常項目項下（包括利潤分派、利息付款以及貿易和服務相關外匯交易）的付款可以外幣支付。然而，將人民幣兌換成外幣和向中國境外匯款以支付資本開支（如償還以外幣計值的貸款），則須獲得主管政府部門批准或向其進行登記。中國政府還可能於日後限制使用外幣進行經常賬目交易。如果外匯管制制度妨礙我們取得足夠外幣滿足我們的外幣需求，我們可能無法向股東派付外幣股息。此外，我們無法向閣下保證，中國不會於未來頒佈會進一步限制人民幣匯入或匯出中國的新法規。

與[編纂]相關的風險

我們的股份並無過往公開市場，且我們股份的流動性及市價可能波動。

我們的H股於[編纂]前並無公開市場。概無保證我們的H股於[編纂]完成後將會形成並維持具有充足流動性及交易量的公開市場。此外，我們H股的[編纂]預期將由[編纂]（為其本身及代表[編纂]）與我們協議釐定，而該[編纂]未必可預示我們的H股於[編纂]完成後的市價。如果[編纂]完成後我們的H股未能形成活躍的公開市場，則我們的H股市價及流動性可能會受到重大不利影響。

風險因素

於[編纂]後H股的流動性、交易量及市價可能波動，可能導致閣下蒙受重大損失。

H股買賣價可能波動，並因應我們無法控制的因素而大幅波動，包括香港、中國、美國及世界其他地方證券市場的整體市場情況。尤其是，業務營運主要位於中國內地且其證券於香港上市的其他公司的表現及市價波動可能影響H股價格的波幅及交易量。多家中國內地公司證券已在香港上市，有些公司正在籌備其證券在香港上市。其中一些公司的股價出現大幅波動，包括於首次公開發售後股價大幅下跌。該等公司的證券當時或發售後的買賣表現可能影響投資者整體對香港上市中國內地公司的情緒，因而可能影響我們H股的買賣表現。根據適用中國法律，於[編纂]後12個月內，所有現有股東(包括[編纂]前投資者)不得出售其所持有的任何股份。由於有關禁售規定，H股於[編纂]後短期內的流動性及交易量可能會受到重大影響。不論我們實際的營運表現如何，該等因素均可能對我們H股市價及波幅構成重大影響。

未來在公開市場上出售或預期出售大量H股可能會對我們的H股價格和我們未來籌集額外資本的能力產生重大不利影響。

我們的H股或與我們H股相關的其他證券日後在公開市場的大量出售、或新股份或其他證券發行時，或預期發生上述出售或發行事宜，均可能導致H股的市價下跌。日後出現我們證券的大量出售或預期出售(包括任何未來發售)還會對我們在特定時期按有利於我們的條款籌集資本的能力造成重大不利影響。此外，如果我們於未來發行更多證券，我們股東的持股量可能會被攤薄。我們所發行的新股份或股份相關的證券還可能具有較H股所賦予的權利更為優先的權利及特權。

我們的歷史股息未必能代表我們的未來股息政策，且我們無法向閣下保證我們將於未來宣派及分派任何金額的股息。如果我們[編纂]後於可預見未來不派付股息，閣下必須依靠我們的股價升值來獲得投資回報。

我們的歷史股息未必能代表我們的未來股息政策。我們無法向閣下保證在[編纂]後，將於何時以何種形式就股份派付股息。股息宣派及分派由董事會全權酌情決定，而我們向股東派付股息或作出其他分派的能力受多項因素限制，包括我們的業務

風險因素

及財務表現、資本及監管規定以及總體業務情況。未來我們可能無法擁有足夠或任何利潤使我們能夠向股東分派股息，即使我們的財務報表顯示我們的業務已盈利。由於上述原因，我們無法向閣下保證未來我們會／能就股份派付股息。請參閱「財務資料－股息及股息政策」。

如果我們留存大部分或全部可用資金及[編纂]後的任何未來收益為我們在研產品的開發及商業化提供資金，我們預期可能不會於可見未來派付任何現金股息。因此，閣下可能無法倚賴對股份的投資獲得任何未來股息收入。

即使董事會決定宣派及派付股息，未來股息(如有)的派付時間、數額及形式將取決於我們的未來經營業績及現金流量、資本需求及盈餘、我們自子公司收取的分派(如有)數額、我們的財務狀況、合同限制及董事會認為相關的其他因素。因此，閣下投資我們股份的回報將可能完全取決於未來的股價升值。概無保證[編纂]後股份將升值，甚至無法保證可將股價維持在閣下購買股份時的價格。閣下投資我們的股份可能無法實現回報，甚至可能損失對股份的全部投資。

閣下將遭受即時及大幅攤薄，而如果我們日後發行額外股份，則可能遭受進一步攤薄。

[編纂]的[編纂]高於緊接[編纂]前的每股有形資產淨值。因此，[編纂]中[編纂]的買家將面臨[編纂]合併有形資產淨值即時被攤薄的情況。我們無法保證，倘若我們於[編纂]後立即進行清算，在債權人提出索償後，能有任何資產可分配予股東。為擴大我們的業務，我們會考慮將來[編纂]及發行額外股份。倘若我們未來以較當時的每股有形資產淨值更低的價格發行額外股份，則[編纂]的買家可能會面臨其股份每股有形資產淨值被攤薄的情況。

控股股東對本公司發揮重大影響力，而其利益未必與我們其他股東的利益一致。

控股股東對我們的業務(包括有關併購、擴張計劃、合併、出售我們的全部或絕大部分資產、選舉董事及其他重大公司行動的管理、政策及決策事宜)發揮重大影響力。緊隨[編纂]完成後及假設[編纂]未獲行使，控股股東將擁有本公司已發行股本[編纂]%的權益。這種所有權集中情況可能會阻礙、推遲或防止本公司控制權出現變動，

風險因素

這可能會剝奪其他股東在出售股份時收取股份溢價的機會。這也有可能降低我們的股份價格。即使遭到其他股東的反對，這些情況也可能發生。此外，控股股東的利益可能與我們其他股東的利益不同。控股股東可能會利用其重大影響力進行交易或作出與我們其他股東的最佳利益相衝突的決策。

本文件中所載若干事實、預測和其他統計數據來自第三方報告和公開的官方來源。

本文件中有關中國及全球經濟以及我們經營所在行業的若干事實、預測及統計數據乃從我們認為可靠的政府官方出版物或公開可得來源獲得。然而，我們無法保證該等來源的質量或可靠性。我們的董事認為資料的來源屬適當，並在提取及複製該等資料時已採取合理的審慎措施。彼等認為該等資料並非虛假或具誤導性，亦未遺漏任何重要事實致使該等資料虛假或具誤導性。來自政府官方來源的資料未經本集團、獨家保薦人或參與[編纂]的任何其他方獨立核實，且未就其準確性或完整性作出任何聲明。由於可能存在缺陷或無效的收集方法或已公佈資料與市場慣例之間的差異以及其他問題，本文件中有關中國及全球經濟以及我們經營所在行業的統計數據可能會不準確或無法與其他經濟體的統計數據進行比較，因此閣下不應過度倚賴。另外，該等事實、預測及統計數據涉及風險及不明朗因素，可能因各種因素而發生變化，故閣下不應過度倚賴。閣下應考慮該等事實或統計數據的參考價值或重要性，而不應過分依賴。

閣下應細閱整份文件，務請閣下切勿依賴報章或其他媒體所載有關我們或[編纂]的任何資料。

務請閣下細閱整份文件，且不應依賴任何報章或任何其他媒體報道所載並無於本文件披露或與本文件所載資料不符的資料。

於[編纂]完成前，可能出現有關本集團及[編纂]的報章及媒體報道。董事謹此向有意投資者強調，我們對該等資料的準確性或完整性概不承擔任何責任，而該等資料並非來自董事或管理團隊，也未經董事或管理團隊授權。董事概不就報章或其他媒體所述有關本集團或H股之任何資料的合適性、準確性、完整性及可靠性，或就其所表達的任何相關預測、觀點或意見的公平性或合適性發表任何聲明。在決定是否投資於我們的H股時，有意投資者應僅依賴本文件所載的財務、經營及其他資料。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，我們已尋求下列有關嚴格遵守上市規則相關條文的豁免：

有關管理層常駐香港的豁免

根據上市規則第8.12條，本公司須有足夠的管理層留駐香港。此一般是指我們至少須有兩名執行董事通常居於香港。上市規則第19A.15條進一步規定，第8.12條的規定可於考慮(其中包括)申請人為與聯交所維持定期溝通的安排後予以豁免。

我們的總部位於中國，且本公司及子公司的大部分業務營運均在中國管理及進行。執行董事通常居於中國，且彼等在本公司的業務營運中發揮著極其重要的作用，彼等常駐於本集團有重大營運的地方符合我們的最佳利益。我們認為，安排兩名執行董事通常居於香港(無論是通過重新安排我們現有執行董事或委任其他執行董事)，這對我們而言實際上很困難且商業上並不合理。因此，本公司目前並無且認為於可預見的未來亦不會有足夠的管理層人員留駐香港使本公司符合上市規則第8.12條的規定。

因此，根據上市規則第19A.15條，我們已向香港聯交所申請且香港聯交所已向我們[授出]有關嚴格遵守上市規則第8.12條所載規定的豁免，惟須符合以下條件：

1. 我們已根據上市規則第3.05條委任毛霓萍女士及張瀟女士為我們的授權代表(「授權代表」)。授權代表將作為本公司與香港聯交所的主要溝通渠道。授權代表可隨時通過電話、傳真及電郵與香港聯交所聯絡，以迅速處理香港聯交所的查詢，亦可應香港聯交所要求於合理時間內與香港聯交所會面商討任何事宜；
2. 倘香港聯交所擬就任何事宜與董事聯絡，各授權代表將有一切必要途徑可隨時迅速聯絡所有董事(包括獨立非執行董事)。我們已向香港聯交所提供全體董事的聯繫資料(即手機號碼、辦公室電話號碼及電郵地址)，以方便與香港聯交所進行溝通；

豁免嚴格遵守上市規則

3. 所有並非常居於香港的董事均持有或可申請有效訪港旅遊證件，並可於合理期間內按香港聯交所要求與香港聯交所會面；
4. 我們已根據上市規則第3A.19條委任宏博資本有限公司於[編纂]後擔任我們的合規顧問。除授權代表外，合規顧問將(其中包括)就上市規則下的持續責任向本公司提供專業意見，並於[編纂]至我們就緊隨[編纂]後首個完整財政年度的財務業績符合上市規則第13.46條之日止期間作為與香港聯交所溝通的額外渠道；及
5. 香港聯交所與我們的董事之間的會議可通過我們的授權代表或合規顧問安排，或在合理期限內直接與我們的董事安排。本公司將根據上市規則於切實可行情況下盡快就本公司授權代表、董事及／或合規顧問的任何變動知會香港聯交所。

有關委任聯席公司秘書的豁免

根據上市規則第3.28條及第8.17條，我們必須委任一名公司秘書，該名人士必須為香港聯交所認為在學術或專業資格或有關經驗方面足以履行公司秘書職責的人士。根據上市規則第3.28條註1，香港聯交所接納下列各項為認可學術或專業資格：

- (a) 香港公司治理公會會員；
- (b) 香港法例第159章《法律執業者條例》所界定的律師或大律師；及
- (c) 香港法例第50章《專業會計師條例》所界定的執業會計師。

上市規則第3.28條註2進一步規定，評估該名人士是否具備「有關經驗」時，香港聯交所會考慮下列各項：

- (a) 該名人士任職於發行人及其他發行人的年期及其所擔當的角色；
- (b) 該名人士對上市規則以及其他相關法律法規(包括證券及期貨條例、公司條例、公司(清盤及雜項條文)條例及收購守則)的熟悉程度；

豁免嚴格遵守上市規則

- (c) 除上市規則第3.29條規定的最低要求外，該名人士是否曾經及／或將會參加相關培訓；及
- (d) 該名人士於其他司法權區的專業資格。

根據新上市申請人指南第3.10章規定，聯交所會給申請人上市規則第3.28條的豁免一段指定時間，但在任何情況下均不超過自[編纂]日期起計三年，並須符合以下條件：(i)該公司秘書在整個豁免期必須獲得擁有上市規則第3.28條所規定的資格或經驗且獲委任為聯席公司秘書的人士協助；及(ii)若本公司嚴重違反上市規則，有關豁免將被撤銷。

我們已委任董樂勤先生（「董先生」）及張瀟女士（「張女士」）為本公司聯席公司秘書。張女士（香港公司治理公會及英國特許公司治理公會會員）完全符合上市規則第3.28條及第8.17條規定的要求。董先生自2014年12月起擔任本公司董事會秘書兼法務部主管，自此負責本公司整體法律事務及日常管理。董先生於2009年2月獲得中國司法部頒發的法律職業資格證書。通過相關經驗，董先生在處理法律、公司及監管合規以及行政事務方面獲得了廣泛的專業知識。有關董先生及張女士的任職資格詳情，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層－聯席公司秘書」。鑒於董先生的經驗及對本公司的熟悉程度，我們相信其有能力履行聯席公司秘書的職責，並且適合以此身份行事。此外，鑒於本公司的主要業務位於中國，我們認為讓在中國擁有相關背景和經驗的董先生擔任我們的聯席公司秘書符合本公司和我們企業管治的最佳利益。

因此，儘管董先生並不具備上市規則第3.28條及第8.17條所規定的公司秘書的正式資格，但基於上述原因，我們已向香港聯交所申請，而香港聯交所[已授予]嚴格遵守上市規則第3.28條及第8.17條規定的豁免，因此，董先生將獲委任為我們的聯席公司秘書。

[授予]的豁免期自[編纂]起計三年（「豁免期」），條件是張女士作為本公司的聯席公司秘書，將與董先生密切合作並協助董先生履行聯席公司秘書職責，初始期限為自[編纂]起三年。張女士是一名合適的合資格人員，可向董先生提供幫助，使其能夠獲

豁免嚴格遵守上市規則

得上市規則第3.28條規定的公司秘書所需的有關經驗。此外，豁免期內，董先生將遵守上市規則第3.29條項下的年度專業培訓規定及將提升其對上市規則的認識。本公司將進一步確保董先生獲得相關培訓及支持，藉此增強其對上市規則的了解及於香港聯交所[編纂]的發行人的公司秘書職責。

在豁免期結束時，本公司將對董先生的資格和經驗以及對張女士持續協助的需求進行評估。本公司將與香港聯交所聯絡，使香港聯交所能夠評估董先生在過去三年受益於張女士的協助後，是否已獲得有關經驗（定義見上市規則第3.28條註2），並有能力履行公司秘書的職責，從而無需進一步部分豁免。

有關不獲豁免持續關連交易的豁免

我們已訂立並預期於[編纂]後繼續進行將構成上市規則第十四A章項下不獲豁免持續關連交易的若干交易。我們已申請而香港聯交所[已授予我們]豁免遵守上市規則第十四A章項下我們與我們的關連人士之間的持續關連交易相關規定。請參閱「關連交易－不獲豁免持續關連交易」。

[編纂]

豁免嚴格遵守上市規則

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事、監事及參與[編纂]的各方

有關董事及監事的更多詳情，請參閱本文件「董事、監事及高級管理層」一節。

董事

姓名	地址	國籍
執行董事		
毛戈平先生	中國 浙江省杭州市 上城區 迪凱金座1單元4502室	中國
汪立群女士	中國 浙江省杭州市 上城區 迪凱金座1單元4502室	中國
毛霓萍女士	中國 浙江省杭州市 上城區悅府 2棟1單元2201室	中國
毛慧萍女士	中國 浙江省杭州市 上城區 迪凱金座1單元2702室	中國
汪立華先生	中國 浙江省杭州市 濱江區濱盛路 水晶瀾軒B-2-60	中國
宋虹佳女士	中國 浙江省杭州市 上城區 藍色錢江 12棟1401室	中國

董事、監事及參與[編纂]的各方

姓名	地址	國籍
獨立非執行董事		
顧炯先生	中國 上海市 閔行區 虹梅路 3333號A28-2	中國
黃輝先生	香港 新界沙田 香港中文大學 大學宿舍12號10A室	中國
李海龍先生	中國 浙江省杭州市 濱江區 中海雲宸 1-2棟1901室	中國
監事		
姓名	地址	國籍
高妍女士	中國 浙江省杭州市 蕭山區 揚帆路915號 濱江嘉品美寓 6-2棟1901室	中國
羊偉青先生	中國 浙江省杭州市 餘杭區 星橋街道 廣廈天都城 歡東路 7棟3單元401室	中國
吳美娟女士	中國 浙江省杭州市 蕭山區 義橋鎮 三水一生家園 7-3棟101室	中國

董事、監事及參與[編纂]的各方

參與[編纂]的各方

獨家保薦人

中國國際金融香港證券有限公司
香港
中環
港景街1號
國際金融中心第一期29樓

[編纂]

核數師及申報會計師

安永會計師事務所
執業會計師
註冊公眾利益實體核數師
香港
鰂魚涌
英皇道979號
太古坊一座27樓

董事、監事及參與[編纂]的各方

本公司法律顧問

有關香港及美國法律：

高偉紳律師行

香港

中環

康樂廣場1號

怡和大廈27樓

有關中國法律：

競天公誠律師事務所

中國

北京市

建國路77號

華貿中心

3號寫字樓34層

獨家保薦人及[編纂]法律顧問

有關香港及美國法律：

普衡律師事務所

香港

中環

花園道1號

中銀大廈22樓

有關中國法律：

天元律師事務所

中國

北京市

西城區金融大街35號

國際企業大廈A座509室

行業顧問

弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海
分公司

中國上海市

南京西路1717號

會德豐國際廣場2504室

[編纂]

公司資料

註冊辦事處

中國
浙江省杭州市
上城區
萬銀大廈1001室

中國總部及主要營業地點

中國
浙江省杭州市
上城區
萬銀大廈1001室

香港主要營業地點

香港
灣仔
皇后大道東248號
大新金融中心40樓

本公司網站

www.maogeping.com
(該網站所載資料不構成本文件的一部分)

聯席公司秘書

董樂勤先生
中國
浙江省杭州市
上城區
錢潮路玉潤錢潮府
5-1棟501室

張瀟女士 (香港公司治理公會及英國特許公司治理公會會員)

香港
灣仔
皇后大道東248號
大新金融中心40樓

公司資料

授權代表	毛霓萍女士 中國 浙江省杭州市 上城區悅府 2棟1單元2201室
	張瀟女士 香港 灣仔 皇后大道東248號 大新金融中心40樓
審計委員會	顧炯先生 (主席) 黃輝先生 李海龍先生
薪酬委員會	毛戈平先生 毛慧萍女士 顧炯先生 黃輝先生 李海龍先生 (主席)
提名委員會	毛戈平先生 毛霓萍女士 顧炯先生 黃輝先生 李海龍先生 (主席)
合規顧問	泓博資本有限公司 香港 中環 德輔道中71號 永安集團大廈 7樓710號辦公室

[編纂]

主要往來銀行	中國民生銀行 杭州錢塘支行 中國 浙江省杭州市 上城區 建國南路280-1號
--------	---

行業概覽

本節及本文件其他章節所載資料及統計數據乃摘錄自不同政府官方刊物、公開市場研究的可用來源及獨立供應商的其他來源，以及弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告（「弗若斯特沙利文報告」）。我們委聘弗若斯特沙利文就[編纂]編製獨立行業報告，即弗若斯特沙利文報告。我們、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、任何[編纂]、彼等各自的任何聯屬人士及顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方並未獨立核實來自政府官方來源的資料，並無就其準確性發表任何聲明。

按產品類別劃分的中國美妝行業概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，化妝品可分為五類：護膚品、個人護理產品、彩妝、香水及其他。美妝產品是指能夠提升皮膚狀態並突出或改變面部或身體外觀的化妝品，主要包括護膚品及彩妝產品。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，中國美妝行業的市場規模由2018年的人民幣4,026億元增長至2023年的人民幣5,798億元，複合年增長率為7.6%。市場規模於2023年至2028年預計將以8.6%的複合年增長率繼續增長，到2028年，有望達到人民幣8,763億元。下圖展示了2018年至2028年按產品類別劃分的中國美妝行業零售額的歷史及預測市場規模：

按零售額計算的中國美妝行業市場規模（按產品類別細分）
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



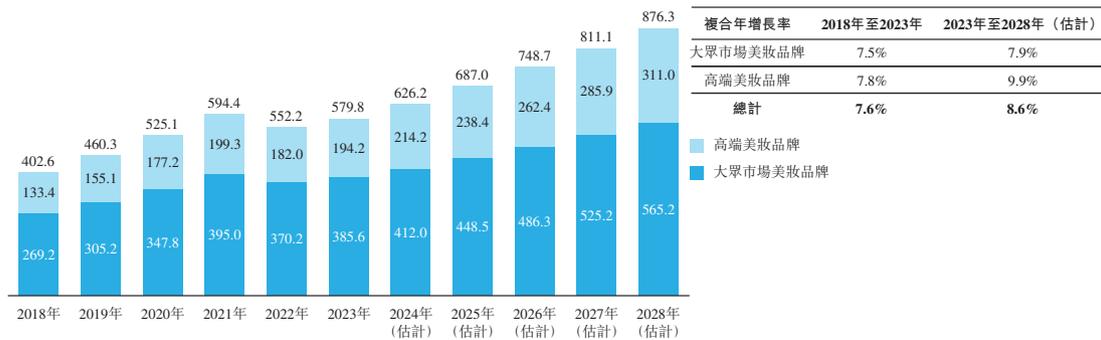
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

按品牌定位劃分的中國美妝行業概覽

高端品牌是通過提供具有感知價值的產品來滿足消費者對尊貴的、高質量的及獨特性的需求。高端品牌的價格區間通常高於行業平均水平至少50%，且他們的產品會被有選擇地在部分銷售渠道銷售，通常在高端百貨商店售賣。這些高端品牌具有突出的品牌形象，注重獨特性、美學審美及生活方式。大多數領先的高端美妝品牌由名人或藝術家創立，並使用他們的名字作為品牌名稱。大眾市場品牌通常致力於為消費者提供高性價比的產品。大眾市場品牌通常要求價格實惠。大眾市場品牌往往有更廣泛的經銷渠道。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，中國高端美妝品牌的市場規模由2018年的人民幣1,334億元快速增長至2023年的人民幣1,942億元，複合年增長率為7.8%，預計將以9.9%的複合年增長率進一步增長至2028年的人民幣3,110億元。下圖展示了2018年至2028年按品牌定位劃分的中國美妝行業零售額的歷史及預測市場規模：

中國美妝行業的市場規模（按品牌定位細分）
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

按銷售渠道劃分的中國美妝行業概覽

中國的美妝產品通過線上和線下渠道銷售。在消費者體驗和品牌建設價值的帶動下，線下銷售保持穩健增長。根據弗若斯特沙利文的資料，美妝產品的線下渠道零售額由2018年的人民幣2,353億元增長至2023年的人民幣2,641億元，複合年增長率為2.3%。疫情期間，限制性措施給線下渠道帶來了重大挑戰，導致線下渠道銷售額在此期間急劇下降。隨著社交活動的恢復和消費熱情的釋放，未來線下渠道將持續恢復並保持持續穩定發展。近年來，線上銷售渠道保持了快速增長。線上渠道對實體店的依賴較少，因此在疫情期間受影響較小。未來，線上渠道將繼續保持較高的增長速度。美妝產品線下渠道市場規模預計將以5.5%的複合年增長率進一步增長至2028年的人民幣3,446億元。下圖展示了2018年至2028年按銷售渠道劃分的中國美妝行業零售額的歷史及預測市場規模：

按零售額計算的中國美妝行業市場規模（按銷售渠道細分）
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

線下渠道主要包括百貨商店部分、化妝品專賣店部分、超市部分及其他線下渠道。其他線下渠道主要包括藥店及免稅店。線下渠道的百貨商店部分指在商店的不同區域提供廣泛的中高端消費品的零售機構，是線下渠道的重要組成部分。百貨商店部分不僅能滿足消費者對購物消費的需求，亦能通過精緻的空間展示和專業的諮詢服務，為顧客提供超值的消費體驗，傳播品牌理念。美妝品牌在線下渠道積累的影響力，可以進一步賦能線上銷售。

線上渠道主要包括綜合電商平台、新興電商平台及其他線上渠道。綜合電商平台的代表性例子有天貓和京東商城，新興電商平台的代表性例子有抖音和快手。其他線上渠道主要包括品牌方官網、跨境電商平台等。

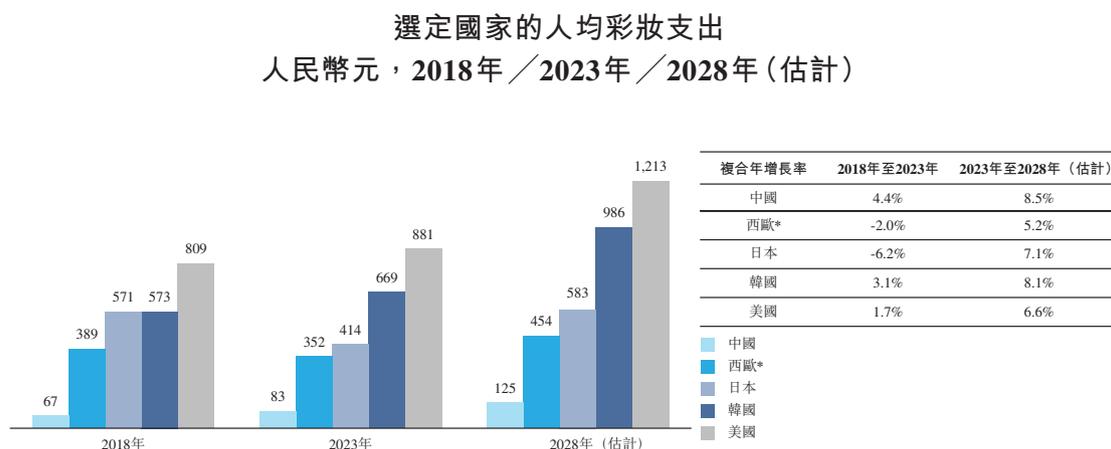
行業概覽

中國彩妝市場綜合分析

彩妝是指能夠突出或改變面部或身體外觀的產品。按2023年零售額計算，彩妝佔美妝行業約20%。中國的彩妝市場正經歷著一場變革，消費者對美妝的需求不斷升級，社交媒體傳播的化妝和護膚理念也在不斷滲透。這一趨勢不僅提高了消費者對彩妝的使用率，還推動了彩妝行業迎合更複雜的消費需求、多樣化的審美觀以及對美妝產品更深入的專業理解。這些因素共同促成了產品種類的多樣化和豐富化，從而帶動了市場的大幅增長。按零售額計算，中國彩妝市場的市場規模由2018年的人民幣930億元增長至2023年的人民幣1,168億元，複合年增長率為4.7%。由於疫情期間對彩妝的需求減少，2022年彩妝市場整體市場規模下降，增速為-14.1%，導致過去五年增速較低。根據弗若斯特沙利文的資料，彩妝市場的市場規模預計將以8.4%的複合年增長率進一步增長至2028年的人民幣1,752億元。

人均彩妝支出

根據弗若斯特沙利文的資料，2023年中國的人均彩妝支出為人民幣83元，而美國、韓國、日本和西歐的人均彩妝支出分別為人民幣881元、人民幣669元、人民幣414元及人民幣352元。然而，在可支配收入潛在增長的推動下，中國的人均彩妝支出的增長潛力仍然很大，2018年至2023年中國的人均彩妝支出的複合年增長率為4.4%，預計還將以8.5%的複合年增長率進一步增長，增速高於美國、韓國、日本和西歐。下圖列出了選定國家的人均彩妝支出：



資料來源：國家統計局、弗若斯特沙利文

附註：西歐包括安道爾、奧地利、比利時、塞浦路斯、丹麥、芬蘭、法國、德國、希臘、冰島、意大利、列支敦士登、盧森堡、馬耳他、摩納哥、荷蘭、挪威、葡萄牙、西班牙、瑞典、瑞士、土耳其及英國。

行業概覽

按產品類別劃分的中國彩妝市場

中國彩妝市場主要由面妝、唇妝及眼妝部分組成。面妝是彩妝市場最大的部分，增長率也最高。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，面妝產品的市場規模由2018年的人民幣435億元增至2023年的人民幣574億元，複合年增長率為5.7%。隨著消費者美妝經驗的積累和對精緻妝容的追求，消費者對面妝產品的需求有所增加，帶動了面部產品細分市場的增長。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，面妝產品的市場規模預計將以9.5%的複合年增長率增長，到2028年將達到人民幣904億元。下圖展示了2018年至2028年按產品類別劃分的中國彩妝市場零售額的歷史及預測市場規模：

中國彩妝行業的市場規模(按產品類別細分)
人民幣十億元，2018年至2028年(估計)



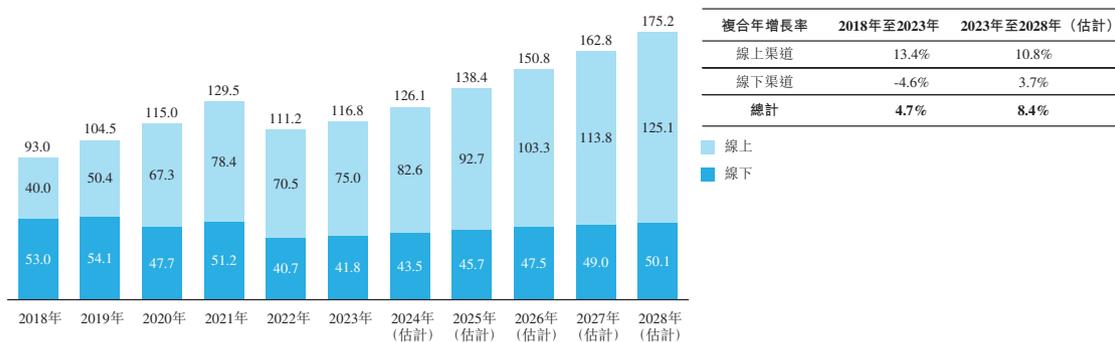
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

按銷售渠道劃分的中國彩妝市場

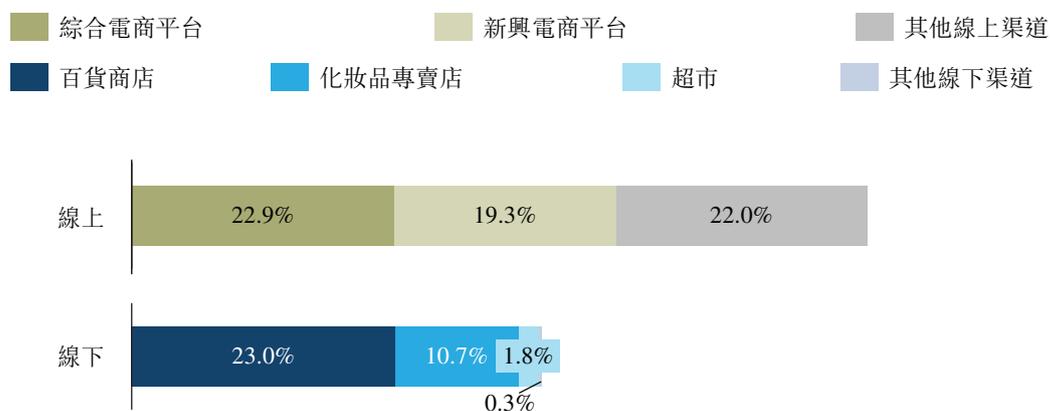
在天貓、淘寶等電商平台以及抖音、小紅書等新興平台的帶動下，彩妝市場逐漸由線上渠道主導。按零售額計算，彩妝的線上市場規模由2018年的人民幣400億元增至2023年的人民幣750億元，複合年增長率為13.4%，佔彩妝市場總額的64.2%。與此同時，線下渠道持續增長。線下渠道是彩妝行業的重要渠道，其中百貨商店部分佔比最高。線上和線下銷售渠道的協同作用將持續增長，尤其是百貨商店將繼續保持其作為主要銷售場所的重要性。下圖展示了2018年至2028年按銷售渠道劃分的中國彩妝市場零售額的歷史及預測市場規模：

中國彩妝行業的市場規模（按銷售渠道細分）
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

不同銷售渠道的市場份額
%，2023年



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

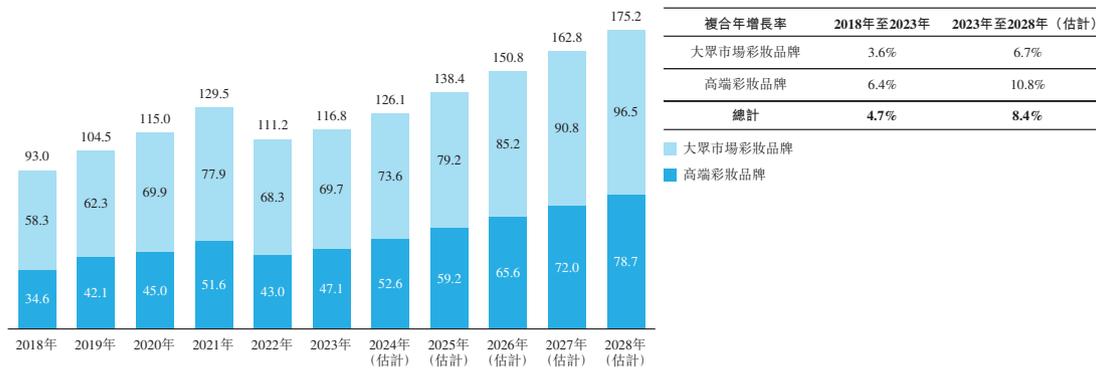
附註：

- (1) 其他線上渠道包括品牌方官網及跨境電商平台等。
- (2) 其他線下渠道包括藥店及免稅店。

按品牌定位劃分的中國彩妝市場

隨著人們對美妝和個人外表的日益關注，高端彩妝市場逐漸呈現出蓬勃發展的趨勢。消費者對產品質量、成分安全性和獨特設計的要求越來越高，更願意為高品質的高端彩妝產品買單。這一趨勢促進了市場的不斷擴大，吸引了眾多國內外知名品牌加入競爭。近年來，高端彩妝市場受到廣泛關注和認可。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，高端彩妝市場的市場規模由2018年的人民幣346億元增至2023年的人民幣471億元，複合年增長率為6.4%。下圖展示了2018年至2028年按品牌定位劃分的中國彩妝行業零售額的歷史及預測市場規模：

中國彩妝行業的市場規模（按品牌定位細分）
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

中國護膚市場綜合分析

護膚品指能夠改善膚質、緩解皮膚狀況並修復痤瘡、黑斑、色素沉著、細紋和炎症等特定皮膚問題的產品。按2023年零售額計算，護膚品佔到美妝行業的近80%。隨著生活水平的提高，人們更加注重自己的外表和保持皮膚健康，這加速了護膚市場的發展。人們對皮膚狀況的關注從面部擴展到全身，這反映了消費者需求和偏好範圍的不斷擴大。推動這一演變的一個關鍵因素是消費者對護膚的認識不斷增長，從而導致對含有天然、安全和有效成分的產品的需求增加。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，中國護膚市場的市場規模由2018年的人民幣3,097億元增長至2023年的人民幣4,630億元，複合年增長率為8.4%，預計將以8.7%的複合年增長率進一步增長至2028年的人民幣7,011億元。

按產品類別劃分的中國護膚市場

中國的護膚市場主要由面部護理、身體護理和手部護理部分組成。面部護理是護膚市場最大的部分，按2023年零售額計算，市場份額超過80%。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，面部護理產品的市場規模由2018年的人民幣2,459億元增至2023年的人民幣3,744億元，複合年增長率為8.8%，預計將以9.0%的複合年增長率增長至2028年的人民幣5,756億元。下圖展示了2018年至2028年按產品類別劃分的中國護膚市場零售額的歷史及預測市場規模：

中國護膚行業的市場規模（按產品類別細分）
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



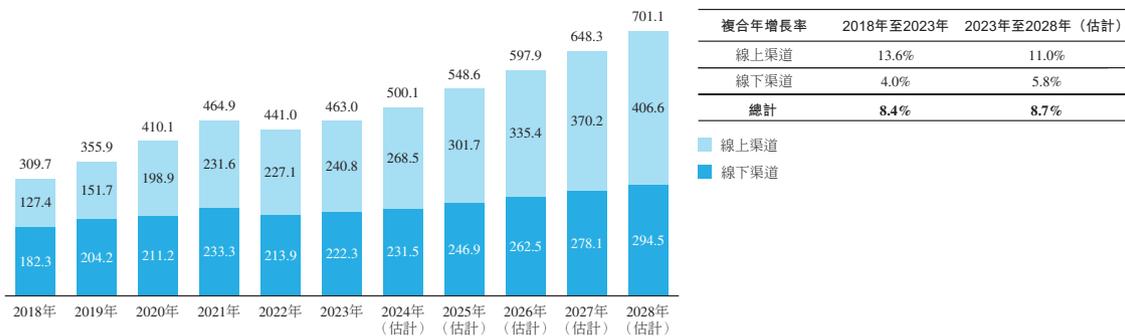
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

按銷售渠道劃分的中國護膚市場

護膚品銷售在電商平台快速發展，線上渠道逐漸贏得市場份額。按零售額計，護膚品的線上市場規模從2018年的人民幣1,274億元增長至2023年的人民幣2,408億元，複合年增長率為13.6%，佔2023年護膚品市場總額的52.0%。同時，線下渠道保持穩定增長。隨著疫情消退，線下市場開始復甦，預計護膚品的線下渠道銷售將較過往年份出現更高的增長率。下圖展示了2018年至2028年按銷售渠道劃分的中國護膚市場零售額的歷史及預測市場規模：

中國護膚行業的市場規模（按銷售渠道細分）
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



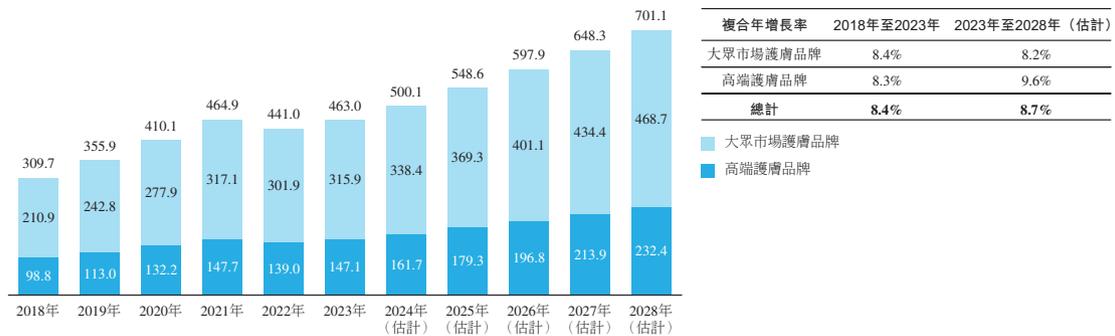
資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

按品牌定位劃分的中國護膚市場

隨著消費水平的不斷提高及社交媒體對護膚意識的廣泛宣傳，近年來中國消費者對護膚的意識越來越強，努力實現健康美麗的肌膚。為了實現這一目標，消費者對護膚品功效、品質和安全性的要求逐漸嚴格，願意為高品質的護膚品買單。因此，高端護膚品牌近年來越來越受歡迎。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，中國高端護膚品市場的市場規模從2018年的人民幣988億元增長至2023年的人民幣1,471億元，複合年增長率為8.3%。下圖展示了2018年至2028年按品牌定位劃分的中國護膚市場零售額的歷史及預測市場規模：

中國護膚行業的市場規模（按品牌定位細分）
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

行業概覽

競爭格局

中國高端美妝行業的競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料，中國高端美妝行業集中度較高，按2023年零售額計算，前五大美妝集團佔據55.4%的市場份額，且均為國際美妝集團。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年零售額計算，本集團是中國第七大高端美妝集團。

中國高端美妝集團零售額排名（2023年）

排名	集團名	零售額（2023年）	人民幣百萬元	集團起源	市場份額
1	集團A	39,930		國際	20.6%
2	集團B	32,312		國際	16.6%
3	集團C	15,721		國際	8.1%
4	集團D	13,001		國際	6.7%
5	集團E	6,660		國際	3.4%
6	集團F	3,854		國際	2.0%
7	本集團	3,553		國內	1.8%
8	集團G	2,424		國際	1.2%
9	集團H	2,205		國際	1.1%
10	集團I	2,001		國際	1.0%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

集團A：一家於1909年在法國創立的上市美妝集團。該集團從事護膚、彩妝、個人護理等產品業務，擁有高端和大眾市場品牌。

集團B：一家於1946年在美国創立的上市美妝集團。該集團從事護膚、彩妝等產品業務，主要擁有高端品牌。

集團C：一家於1987年在法國創立的上市美妝集團。該集團從事護膚、彩妝等產品業務，主要擁有高端品牌。

集團D：一家於1872年在日本創立的上市美妝集團。該集團從事護膚、彩妝等產品業務，擁有高端和大眾市場品牌。

集團E：一家於1837年在美国創立的上市美妝集團。該集團從事護膚、個人護理等產品業務，主要擁有大眾市場品牌。

集團F：一家於1910年在法國創立的私人美妝集團。該集團從事護膚、彩妝等產品業務，擁有高端品牌。

本集團：一家於2000年在中国創立的私人美妝集團。本集團從事彩妝及護膚品業務，主要擁有高端品牌。

集團G：一家於1976年在法國創立的上市美妝集團。該集團從事護膚、個人護理等產品業務，主要擁有高端品牌。

行業概覽

集團H：一家於1954年在法國創立的私人美妝集團。該集團從事護膚業務，擁有高端品牌。

集團I：一家於1945年在韓國創立的上市美妝集團。該集團從事護膚、彩妝等產品業務，主要擁有人眾市場品牌。

MAOGEPING是中國高端美妝行業的領先品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，前五大高端美妝品牌均為國際美妝品牌，按2023年零售額計算，彼等佔據了32.1%的市場份額，形成了相對集中的競爭格局。根據弗若斯特沙利文的資料，MAOGEPING是中國市場十五大高端美妝品牌中唯一的國貨品牌，按2023年零售額計算，排名第二十二，佔高端美妝行業的市場份額為1.8%。下圖展示了2023年按零售額劃分的中國市場十五大高端美妝品牌的市場份額：

中國高端美妝品牌零售額排名（2023年）

排名	品牌名稱	零售額（2023年）	人民幣百萬元	品牌起源	市場份額
1	品牌A	21,726	21,726	國際	11.2%
2	品牌B	17,901	17,901	國際	9.2%
3	品牌C	9,415	9,415	國際	4.8%
4	品牌D	6,682	6,682	國際	3.4%
5	品牌E	6,660	6,660	國際	3.4%
6	品牌F	5,030	5,030	國際	2.6%
7	品牌G	4,967	4,967	國際	2.6%
8	品牌H	4,947	4,947	國際	2.5%
9	品牌I	4,869	4,869	國際	2.5%
10	品牌J	3,854	3,854	國際	2.0%
11	品牌K	3,605	3,605	國際	1.9%
12	MAOGEPING	3,553	3,553	國內	1.8%
13	品牌L	3,331	3,331	國際	1.7%
14	品牌M	2,561	2,561	國際	1.3%
15	品牌N	2,453	2,453	國際	1.3%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

品牌A：一個創立於1935年的美妝品牌，起源於法國，主要從事護膚、彩妝及香水產品業務。

品牌B：一個創立於1946年的美妝品牌，起源於美國，主要從事護膚、彩妝及香水產品業務。

品牌C：一個創立於1994年的美妝品牌，起源於美國，主要從事護膚及彩妝產品業務。

品牌D：一個創立於1946年的美妝品牌，起源於法國，主要從事護膚、彩妝及香水產品業務。

品牌E：一個創立於1980年的美妝品牌，起源於日本，主要從事護膚品業務。

品牌F：一個創立於1982年的美妝品牌，起源於日本，主要從事護膚及彩妝產品業務。

行業概覽

品牌G：一個創立於1961年的美妝品牌，起源於法國，主要從事護膚、彩妝及香水產品業務。

品牌H：一個創立於1828年的美妝品牌，起源於法國，主要從事護膚、彩妝及香水產品業務。

品牌I：一個創立於1872年的美妝品牌，起源於日本，主要從事護膚、彩妝及香水產品業務。

品牌J：一個創立於1910年的美妝品牌，起源於法國，主要從事護膚、彩妝及香水產品業務。

品牌K：一個創立於1902年的美妝品牌，起源於法國，主要從事護膚品業務。

MAOGEPING：一個創立於2000年的美妝品牌，起源於中國，主要從事彩妝及護膚品業務。

品牌L：一個創立於1851年的美妝品牌，起源於美國，主要從事護膚品等產品業務。

品牌M：一個創立於1975年的美妝品牌，起源於意大利，主要從事護膚、彩妝及香水產品業務。

品牌N：一個創立於1997年的美妝品牌，起源於美國，主要從事護膚品業務。

根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年中國線下渠道產生的零售額計算，前五大高端美妝品牌佔據31.6%的市場份額。按2023年線下渠道產生的零售額計算，MAOGEPING是中國第十一大高端美妝品牌，市場份額為2.1%，亦為領先品牌中唯一一個國貨品牌。下圖展示了2023年按線下渠道產生的零售額劃分的中國市場十五大高端美妝品牌的市場份額：

中國高端美妝品牌線下渠道產生的零售額排名（2023年）

排名	品牌名稱	零售額（2023年）	人民幣百萬元	品牌起源	市場份額
1	品牌A		9,070	國際	9.5%
2	品牌B		7,761	國際	8.2%
3	品牌C		6,106	國際	6.4%
4	品牌H		3,865	國際	4.1%
5	品牌D		3,208	國際	3.4%
6	品牌E		3,057	國際	3.2%
7	品牌F		2,675	國際	2.8%
8	品牌G		2,129	國際	2.2%
9	品牌I		2,070	國際	2.2%
10	品牌J		2,041	國際	2.1%
11	MAOGEPING		2,033	國內	2.1%
12	品牌K		1,745	國際	1.8%
13	品牌L		1,539	國際	1.6%
14	品牌O		1,445	國際	1.5%
15	品牌N		1,432	國際	1.5%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

品牌O：一個創立於1976年的美妝品牌，起源於法國，主要從事護膚品業務。

行業概覽

百貨商店得益於可直接接觸目標消費者以及強大的品牌依託，在高端美妝品牌的渠道戰略中發揮著重要作用。按2023年百貨商店部分產生的零售額計算，前五大高端品牌貢獻了35.6%的市場份額。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年百貨商店部分產生的零售額計算，MAOGEPING是中國第八大高端美妝品牌，亦為領先高端美妝品牌中唯一一個國貨品牌。按2023年中國百貨商店部分產生的零售額計算，MAOGEPING為最大的國貨美妝品牌。下圖展示了2023年按百貨商店部分產生的零售額劃分的中國十大高端美妝品牌的市場份額：

中國高端美妝品牌百貨商店部分產生的零售額排名（2023年）

排名	品牌名稱	零售額（2023年）	人民幣百萬元	品牌起源	市場份額
1	品牌A	6,809	6,809	國際	10.6%
2	品牌B	5,497	5,497	國際	8.5%
3	品牌C	4,714	4,714	國際	7.3%
4	品牌H	3,175	3,175	國際	4.9%
5	品牌D	2,727	2,727	國際	4.2%
6	品牌F	2,224	2,224	國際	3.5%
7	品牌E	1,998	1,998	國際	3.1%
8	MAOGEPING	1,896	1,896	國內	2.9%
9	品牌J	1,662	1,662	國際	2.6%
10	品牌K	1,640	1,640	國際	2.5%

資料來源：弗若斯特沙利文

中國國貨美妝行業的競爭格局

中國國貨美妝行業分散，按2023年零售額計算，前五大國貨美妝品牌佔據12.8%的市場份額。按2023年零售額計算，MAOGEPING為中國第六大國貨美妝品牌，市場份額為1.4%。具體而言，中國國貨彩妝行業相對集中，按2023年零售額計算，前五大國貨彩妝品牌佔據31.3%的市場份額。按2023年零售額計算，MAOGEPING是中國第二大國貨彩妝品牌。在中國國貨彩妝行業，按2023年線下渠道（尤其是百貨商店部分）產生的零售額計算，MAOGEPING是最大的國貨彩妝品牌。

行業概覽

中國國貨彩妝品牌的零售額排名（2023年）

排名	品牌名稱	零售額（2023年）	人民幣百萬元	品牌起源	市場份額
1	品牌P		3,397	國內	9.9%
2	MAOGEPING		2,059	國內	6.0%
3	品牌Q		1,923	國內	5.6%
4	品牌R		1,716	國內	5.0%
5	品牌S		1,655	國內	4.8%

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

品牌P：一個創立於2017年的美妝品牌，起源於中國，主要從事彩妝產品業務。

品牌Q：一個創立於2017年的美妝品牌，起源於中國，主要從事彩妝產品業務。

品牌R：一個創立於2001年的美妝品牌，起源於中國，主要從事彩妝產品業務。

品牌S：一個創立於2017年的美妝品牌，起源於中國，主要從事彩妝產品業務。

中國國貨護膚行業分散，按2023年零售額計算，前五大國貨護膚品牌佔據14.5%的市場份額。按2023年零售額計算，MAOGEPING為中國第二十大國貨護膚品牌，佔據0.7%的市場份額。在中國國貨護膚行業，MAOGEPING的護膚品自上市以來迅速獲得市場份額，2022年至2023年實現約47%的增長率，遠超行業平均水平。

中國美妝行業的市場驅動因素

中國美妝行業的增長預計將受到以下市場驅動因素的影響：

不斷擴大的消費者群體。年輕人對美和個性表達的需求日益增長，已成為美妝市場的重要力量。特別是在互聯網普及的情況下，年輕人更容易接觸到各種美妝信息和產品推薦，從而激發了他們對化妝的興趣。成熟消費者對彩妝及護膚品的要求提高，對高端產品的消費也有所增加。不僅限於女性消費者，隨著男性審美觀念的轉變，男

行業概覽

性消費者亦開始注重自身形象的塑造，並積極嘗試使用美妝產品。此外，影視作品、遊戲和動漫中的仿妝也逐漸成為吸引年輕群體關注、促進美妝產品銷售增長的因素之一。由於低線城市居民收入水平穩步提高，激發人們日益追求個性化、時尚化的生活方式，購買美妝產品成為普遍選擇。電商平台有助於釋放低線城市消費者的購買力，進一步加速美妝行業的增長。

國貨品牌及產品的認知度提高。隨著中國經濟水平和居民文化認同感的提高，民族審美意識正在覺醒，國貨品牌將迎來更大的發展機遇。國貨品牌在產品質量、宣傳營銷、審美創新等方面加大投入，不斷提升品牌影響力。通過技術進步，國貨品牌的產品研發實力和產品質量不斷提升，增強了消費者對國貨品牌及產品的信心。根據弗若斯特沙利文的資料，2023年中國國貨美妝市場規模達到人民幣2,631億元，2018年至2023年的複合年增長率為9.8%，預計將以10.3%的複合年增長率繼續增長，達到2028年的人民幣4,302億元。消費者對國貨品牌認知度的提高，將進一步推動國貨美妝市場的增長。

新興社交媒體和電商渠道的發展。新興網絡平台的發展促進了營銷渠道的多樣化，激發了潛在消費者的購買慾望。通過社交媒體、電商平台等渠道，消費者可以看到其他消費者分享的使用體驗和推薦評價，從而產生共鳴，增加對商品的好奇心，進一步刺激潛在消費者將瀏覽轉化為實際購買行為。此外，新興電商平台的發展可以為消費者提供更便捷、更豐富的購物體驗。通過這些平台，消費者可以獲取美妝產品的詳細信息和化妝教程。化妝知識的普及和傳播進一步推動了美妝行業的發展。

中國美妝行業的行業趨勢

中國美妝行業呈現出以下行業趨勢：

行業集中度增加。隨著美妝產品需求不斷增加，市場領先美妝品牌滲透率呈現穩步上升趨勢。這些領先品牌憑藉其高品質、創新和獨特的產品定位，成功吸引了一大批忠實消費者。彼等通過廣告、明星代言、線下門店體驗等多種方式提升知名度和影響力，從而進一步提升其市場份額。與此同時，新興美妝品牌之間的競爭也異常激烈。新興品牌正在積極尋求差異化競爭策略，以獲得更多市場份額。彼等致力於推出滿足不同消費群體需求的個性化產品。近年來，國貨美妝品牌進步明顯，在技術研發、產品品質、包裝設計等方面可與國際品牌匹敵甚至超越國際品牌。隨著國貨品牌實力的增強，彼等將進一步挑戰國際品牌的市場地位，爭奪更多的市場份額。

行業概覽

品牌建設與提升。隨著消費者對美及個人形象的日益關注，中國美妝市場正迎來蓬勃發展的機遇。消費者在購買產品時，通常會選擇知名度高、口碑好的美妝品牌。因此，美妝品牌非常重視品牌建設。美妝品牌致力於充分利用各種營銷渠道來提升品牌知名度。品牌積極參與各類時尚活動，並與社交平台名人合作開展聯合品牌推廣，不斷擴大市場份額，觸達潛在目標客戶群體。此外，美妝品牌不斷提升創新能力，通過自主研發建立品牌差異化優勢，不斷增強品牌競爭力。

產品開發投入不斷增加。美妝企業不斷加大產品開發投入，注重打造產品功能和特色，提高產品品質。更多美妝公司專注於核心有效成分的研發。美妝公司堅持深入研究不同膚質，結合先進的科學技術，不斷提高產品質量以提升其品牌的核心競爭力。除了產品質量，許多品牌願意加大對產品包裝設計的投入，以贏得消費者的青睞。對產品品質及產品包裝的投入不僅能滿足消費者對美妝產品功能及效果的需求，還能給消費者帶來愉悅的感受。隨著市場競爭日益激烈，美妝企業不斷進行技術創新及設計改進，以吸引更多消費者。

市場波動期的消費模式。市場波動期存在一種獨特的消費者行為模式，稱為「口紅效應」，即消費者傾向放棄購買昂貴奢侈品，轉而購買高端美妝產品等低價奢侈品。該模式可能對中國美妝行業（尤其是MAOGEPING等定位高端部分的品牌）有重大影響。然而，因化妝品被視為日常必需品，即使市場狀況發生變化，其需求仍較有韌性。能夠有效突出產品價值與質量的高端品牌更能夠吸引到尋求愉悅的消費者。憑藉美妝產品持續的吸引力加上創新的營銷策略以及對價值傳播的重視，美妝行業能夠有效抵禦市場波動。我們的行業顧問認為，隨著市場狀況的好轉，預計消費者對高端產品的消費能力及意願將會提升，讓高端品牌有機會從其已建立的聲譽與市場影響力中獲益。

行業概覽

中國美妝行業的市場進入壁壘

新進入中國美妝行業的企業可能會遇到以下既定的進入壁壘：

品牌知名度與認知度。隨著生活水平的提高以及消費理念和消費模式的演變，品牌知名度和忠誠度已成為美妝行業消費決策的重要因素。品牌知名度是產品質量、品牌文化、製造工藝、管理服務、營銷網絡和公眾認知度的綜合體現，需要投入大量的資金、資源和時間。現有的一線品牌在各方面都有豐富的積累和發展，品牌形象深入人心，深受消費者青睞，建立了品牌壁壘和市場認知度。新進入者在較短時間內與現有企業競爭，將面臨挑戰。

產品開發及產品質量能力。美妝行業不斷面臨的一個挑戰是開發新產品，以滿足行業不同階段的市場需求。美妝產品開發涉及生命科學、精細化工、皮膚學、植物學等。跨領域的應用和研究需要一個從基礎研發到工程應用的完整產品開發流程，以滿足協調性和系統完整性的要求。因此，在資金、人才、資源等方面實力雄厚、研發積累較多的領先美妝公司就能更高效地實現新研發技術的市場化。此外，產品質量是品牌發展的關鍵。龍頭企業擁有充足的資金及資源採購優質原料保證產品質量，並擁有成熟的質量控制系統確保產品質量的穩定性，為消費者提供卓越的消費體驗。該行業的新進入者存在技術壁壘。

管理團隊及運營管理能力。領先的美妝企業在長期的經營活動中建立了管理團隊及先進的運營體系，包括採購、生產、供應鏈、營銷及銷售。管理團隊在產品流程、質量控制等方面積累了豐富的經驗，有能力確保產品流程的每一個環節都高效且符合規定，從而能夠提供高質量的產品。與新興企業相比，領先的美妝企業的抗風險能力更強，能夠穩定、持續地發展。對於新興企業而言，獲得這種能力是一項挑戰。

行業概覽

線下渠道壁壘。美妝產品的產品特性使得消費者十分重視線下體驗。高端美妝品牌的線下佈局通常以線下渠道的百貨商店部分及高端化妝品專賣店部分為主。線下渠道的百貨商店部分及高端化妝品專賣店部分天然的地理優勢，使其對於篩選入駐品牌有更高的標準。百貨商店部分可為消費者提供優質的購物體驗。品牌能夠與消費者直接互動，通過品牌專櫃快速了解消費者的喜好與需求變化，以便及時調整品牌策略。此外，線下渠道的百貨商店部分及高端化妝品專賣店部分對服務人員的要求也較高。品牌專櫃通常配備專業的美妝顧問，為消費者提供專業的建議及指導，同時傳播品牌理念，促進品牌宣傳。新興品牌缺乏品牌知名度，通常在拓展線下渠道方面面臨挑戰。

中國美妝行業面臨的挑戰

中國美妝行業面臨以下挑戰：

產品同質化。中國美妝市場存在產品同質化現象，消費者難以建立對某一品牌的忠誠度。美妝品牌塑造自身的品牌差異化以提升競爭力存在挑戰性。要求品牌方從產品質量、定位、研發、營銷等方面發掘自身特點，從而在市場中脫穎而出。

建立消費認知度。隨著「美妝經濟」的蓬勃發展以及社交媒體對美妝和護膚內容的廣泛普及，中國消費者對美妝產品的需求日益增加。然而，彼等對產品質量、功效和定位的認知能力仍在建立中，因此消費者的需求難以與其對產品和品牌的選擇相匹配。美妝品牌需要在培養消費認知度方面進行投資，以根據目標人群的特點定制產品，從而提高消費者忠誠度並擴大其市場空間。

快速變化的市場需求。新一代消費群體已經開始成長為消費的主力軍，他們更喜歡追求時尚，快速改變其對美妝產品的需求。為迎合消費者，美妝品牌需要推出及時滿足不斷變化的需求的產品。這對品牌方而言是一個挑戰，過程包括即時洞察消費者需求、制定合適的策略以及進行充分的投資，否則會導致損失投資及品牌聲譽受損。

行業概覽

中國化妝藝術培訓行業概覽

化妝藝術培訓指為課程參與者學習化妝知識和技能而開設的教育課程，有關培訓旨在幫助課程參與者在美妝行業或其他相關行業工作，如美妝顧問、造型設計師。

下圖展示了2018年至2028年中國化妝藝術培訓行業收入的歷史及預測市場規模：

中國化妝藝術培訓行業的市場規模，
人民幣十億元，2018年至2028年（估計）



資料來源：弗若斯特沙利文

中國化妝藝術培訓行業近年來經歷了快速增長，市場規模從2018年的人民幣56億元增長至2023年的人民幣98億元，複合年增長率為11.8%。

化妝藝術培訓行業的驅動因素

化妝藝術培訓行業的增長預計將受到以下市場驅動因素的影響：

蓬勃發展的美妝行業。隨著彩妝消費市場的擴大，彩妝受眾持續增長，人們日常生活中對美妝服務的需求日益增加。這將加速化妝藝術行業的增長，提振對美妝專業人士的需求。尤其是隨著彩妝產品種類的增多，化好妝的門檻越來越高。

行業概覽

產業快速創新升級。化妝藝術行業的審美造型基於當下的時尚元素和主流美學，因美妝工具的迭代、化妝風格的更新等美妝趨勢在不斷變化，故具有時效性和短暫性。因此，美妝專業人員有必要定期學習和培訓，以掌握最新的化妝技術。預計行業將整合，並以14.5%的複合年增長率增長至2028年的人民幣193億元。

化妝藝術培訓行業的未來趨勢

化妝藝術培訓行業呈現以下行業趨勢：

更緊密的化妝藝術校企合作。由於化妝技巧教育能有效地為學生與僱主搭橋，化妝學校應與企業緊密合作，為僱主需求的變化做好準備。課程旨在確保哪種類型的化妝效果最受歡迎，實際需求最多。此外，雙方緊密合作，通過人才評估及內部轉介，提高化妝藝術培訓市場的就業率及求職效率。

更優質的化妝培訓供應商越來越受歡迎。化妝藝術培訓市場集中度不高。隨著行業競爭日趨激烈，只有課程多元、教學資源豐富、設備配套先進、教學體系完善的優質化妝教學機構，未來才能實現穩固的增長，形成規模優勢，整合市場。在美妝教育方面，小作坊式的美妝學校或職業培訓美容院將被淘汰。

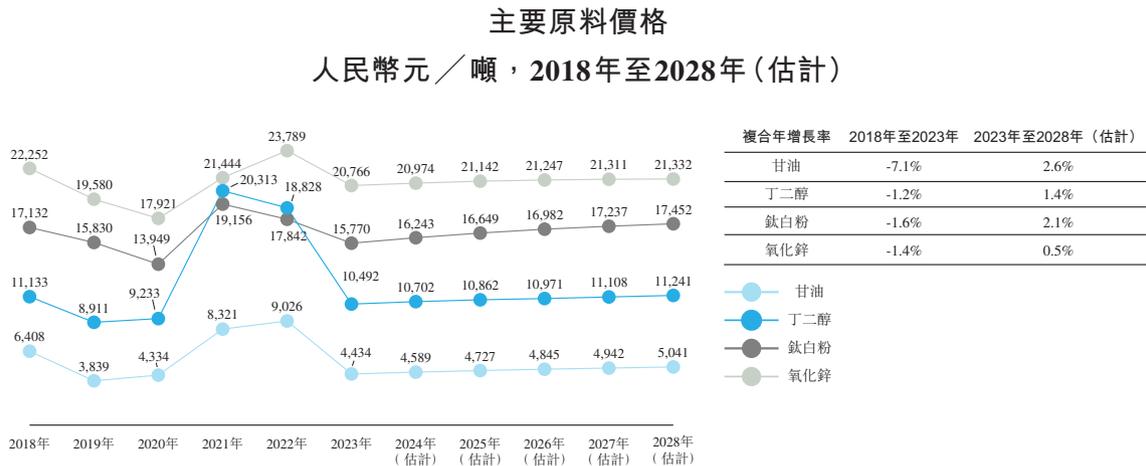
原料價格趨勢

主要原料價格的波動對美妝業有影響，需要利益相關方謹慎把握，以確保可持續增長和產品創新。

美妝產品主要以脂類、粉末和溶劑為基本原料，主要包括甘油、丁二醇、鈦白粉和氧化鋅等。2018年至2023年，每噸甘油和丁二醇的價格分別由人民幣6,408元及人民幣11,133元下降至人民幣4,434元及人民幣10,492元，複合年增長率分別為-7.1%及-1.2%。2023年，每噸鈦白粉和氧化鋅的價格分別為人民幣15,770元及人民幣20,766元，2018年至2023年的複合年增長率分別為-1.6%及-1.4%。2018年以來，化工行業經過幾年的結構調整，這些原料的生產商經營開始復甦，帶動原料價格下降。2021年，全球主要經濟體貨幣寬鬆政策延續、海外疫情防控導致供應和物流中斷、國內高污染

行業概覽

高耗能行業限產等因素疊加，間接推高了重要基礎化學品的價格。美妝產品的主要原料價格於2018年至2023年出現波動。然而，隨著疫情消退，導致當時原料價格波動的極端事件近期不太可能再次發生。因此，預計甘油、丁二醇、鈦白粉及氧化鋅的價格將於2024年至2028年期間穩步走高。



資料來源

就[編纂]而言，我們委聘獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文就全球化妝品行業及中國化妝品行業進行分析並編製報告。弗若斯特沙利文為一家獨立全球諮詢公司，於1961年在紐約成立。弗若斯特沙利文提供行業研究及市場戰略，並提供增長諮詢及企業培訓。我們已就獲提供的市場研究服務向弗若斯特沙利文支付費用人民幣680,000元，我們認為該費用與市價一致。

於編纂及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文採用以下假設：(i)全球社會、經濟及政治環境於2024年至2028年五年內（「預測年度」）可能維持穩定；(ii)購買力預計將繼續快速增長；及(iii)相關行業驅動因素、未來趨勢和進入壁壘考慮在內。

除另有指明外，本節載列的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文基於詳細的一手研究（涉及與若干領先行業參與者討論化妝品行業的現狀）及二手研究（涉及根據其自身的研究數據庫審閱公司報告、獨立研究報告及數據）編製弗若斯特沙利文報告。經採取合理審慎措施後，董事確認，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場資料並無出現可能會嚴重限定、否定有關資料或對其造成影響的重大不利變動。

監管概覽

中國法律及法規

我們於下文概述影響及規管我們目前於中國的主要業務活動及營運的最重要的法律、法規及規則。

有關化妝品的法規

化妝品生產及銷售

根據於2021年1月1日施行的《化妝品監督管理條例》(中華人民共和國國務院令第727號)及於2022年1月1日施行的《化妝品生產經營監督管理辦法》(國家市場監督管理總局令第46號)，在中國境內從事化妝品生產經營活動者，應當向所在地的省、自治區、直轄市人民政府藥品監督管理部門申請化妝品生產許可。化妝品註冊人、備案人可以自行生產化妝品，也可以委託其他企業生產化妝品。若委託生產化妝品，化妝品註冊人、備案人應當委託取得相應化妝品生產許可的企業，並對受委託企業的生產活動進行監督，保證其按照法定要求進行化妝品生產。化妝品生產經營者應當依照有關法律、法規的規定和化妝品標籤標示的要求貯存、運輸化妝品，定期檢查並及時處理變質或者超過使用期限的化妝品。電子商務平台內化妝品經營者應當全面、真實、準確、及時披露所經營化妝品的信息。化妝品廣告的內容應當真實、合法。化妝品廣告不得明示或者暗示產品具有醫療作用，不得含有虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙、誤導消費者。化妝品註冊人、備案人發現化妝品存在質量缺陷或者其他問題，可能危害人體健康，應當立即停止生產，召回已經上市銷售的化妝品，通知相關化妝品經營者和消費者停止經營、使用，並記錄召回和通知情況。化妝品註冊人、備案人應當對召回的化妝品採取補救、無害化處理、銷毀等措施，並將化妝品召回和處理情況向其所在地的省、自治區、直轄市人民政府藥品監督管理部門報告。此外，化妝品新原料指在中國境內首次使用於化妝品的天然或者人工原料。具有防腐、防曬、著色、

監管概覽

染髮、祛斑美白功能的化妝品新原料，應當在使用前由化妝品新原料註冊人而非化妝品註冊人向國務院藥品監督管理部門註冊；其他化妝品新原料應當由化妝品新原料備案人在使用前向國務院藥品監督管理部門備案。

根據於2022年7月1日施行的《化妝品生產質量管理規範》(國家藥監局公告2022年第1號)，化妝品註冊人、備案人、受託生產企業應當誠信自律，按照該規定要求建立生產質量管理體系，實現對化妝品物料採購、生產、檢驗、貯存、銷售和召回等全過程的控制和追溯，確保持續穩定地生產出符合質量安全要求的化妝品。

根據於2016年12月1日施行的《化妝品安全技術規範(2015年版)》(國家食品藥品監督管理總局公告2015年第268號)，化妝品生產應當符合化妝品生產安全規範的要求，化妝品的生產過程應科學合理，保證產品安全。化妝品上市前應進行必要的檢驗，化妝品應符合產品質量安全有關要求，經檢驗合格後方可出廠。

根據於2022年5月1日施行的《化妝品標籤管理辦法》(國家藥監局公告2021年第77號)，化妝品最小銷售單元應當附加標籤。標籤應當符合相關法律、行政法規、部門規章、強制性國家標準及技術規範的規定。標籤內容應當合法、真實、完整和準確，並與產品註冊或備案的相關內容一致。

根據於2023年9月1日施行的《化妝品網絡經營監督管理辦法》(國家藥品監督管理局公告2023年第36號)，化妝品電子商務平台經營者應當依法承擔平台內化妝品經營者管理責任，建立實名登記、日常檢查、違法行為制止及報告、投訴舉報處理等化妝品質量安全管理制度並有效實施。平台內化妝品經營者應當建立並執行進貨查驗記錄制度，查驗直接供貨者的市場主體登記證明、特殊化妝品註冊證或者普通化妝品備案信息、化妝品的產品質量檢驗合格證明並保存相關憑證。平台內化妝品經營者應當履行化妝品信息披露的義務，全面、真實、準確、清晰、及時披露與註冊或者備案資料

監管概覽

一致的化妝品標籤等信息，積極配合化妝品電子商務平台經營者開展日常檢查、監管公開信息自查等質量安全管理活動，並且應當依照有關法律法規的規定和化妝品標籤標示的要求貯存、運輸化妝品，定期檢查並及時處理變質或者超過使用期限的化妝品。

化妝品註冊及備案

根據於2021年5月1日施行的《化妝品註冊備案管理辦法》(國家市場監督管理總局令第35號)，化妝品、化妝品新原料註冊人、備案人申請註冊或者進行備案時，應當遵守有關法律、行政法規、強制性國家標準和技術規範的要求，對所提交資料的真實性和科學性負責，包括(但不限於)須遵守於2021年5月1日施行的《化妝品註冊備案資料管理規定》(國家藥監局公告2021年第32號)、《化妝品新原料註冊備案資料管理規定》(國家藥監局公告2021年第31號)、《化妝品分類規則和分類目錄》(國家藥監局公告2021年第49號)、《化妝品安全評估技術導則(2021年版)》(國家藥監局公告2021年第51號)、《化妝品功效宣稱評價規範》(國家藥監局公告2021年第50號)和於2022年1月1日施行的《兒童化妝品監督管理規定》(國家藥監局公告2021年第123號)及於2019年9月3日施行的《化妝品註冊和備案檢驗工作規範》(國家藥監局公告2019年第72號)等所載的要求。化妝品及化妝品新原料的註冊人及備案人應當依法履行產品註冊或備案義務，對化妝品及化妝品新原料的質量安全負責。

根據於2010年4月1日起施行的《國家食品藥品監督管理局關於印發〈化妝品行政許可申報受理規定〉的通知》(國食藥監許[2009]856號)及自2009年4月3日起施行的《國家食品藥品監督管理局關於加強國產非特殊用途化妝品備案管理工作的通知》(國食藥監許[2009]118號)，國產特殊用途化妝品必須按照行政許可管理規定，國產非特殊用途化妝品必須按照備案管理規定。

監管概覽

根據於2021年5月1日施行的《化妝品註冊備案資料管理規定》(國家藥監局公告2021年第32號)，申請特殊化妝品註冊時應當提交符合化妝品功效宣稱評價相關規定的人體功效試驗報告。普通化妝品的生產企業已取得所在國(地區)政府主管部門出具的產品質量管理體系相關資質認證，且產品安全風險評估結果能夠充分確認產品的安全性，可免於提交該普通化妝品的毒理學試驗報告，但下列情形除外：(i)相關產品供嬰幼兒和兒童使用；(ii)產品使用尚在安全監測中化妝品新原料；或(iii)根據量化分級評分結果，該產品的備案人、境內責任人、生產企業被列為重點監管對象。企業對屬於上述情形的普通化妝品及中國相關法律法規要求的特殊化妝品，應當提交毒理學試驗報告，而其他普通化妝品只要符合上述要求，企業可免於提交毒理學試驗報告。

有關化妝品產品安全和質量的法規

根據於2016年12月1日施行的《化妝品安全技術規範(2015年版)》(國家食品藥品監督管理總局公告2015年第268號)，於中華人民共和國境內生產和經營的化妝品，需要滿足該規範規定的化妝品安全技術要求，包括通用要求、禁限用組分要求、准用組分要求以及檢驗評價方法等。化妝品應經過安全性風險評估，確保在正常、合理的及可預見的條件下，不得對人體健康產生危害。化妝品生產應符合化妝品生產規範的要求，化妝品的生產過程應科學合理，保證產品安全。化妝品上市前應進行必要的檢驗，檢驗方法包括相關理化檢驗方法、微生物檢驗方法、毒理學試驗方法和人體安全試驗方法等。化妝品應符合產品質量安全有關要求，經檢驗合格後方可運出生產基地。

化妝品配方不得使用該規範所列的化妝品禁用組分。若技術上無法避免禁用物質作為雜質帶入化妝品時，應按照國家規定的限量執行；未規定限量的，應進行安全性風險評估，確保在正常、合理的及可預見的條件下不得對人體健康產生危害。凡化妝品中所用原料須標注使用條件和注意事項的，須遵守適用規定。化妝品原料亦應經安全性風險評估，確保在正常、合理及可預見的條件下，不得對人體健康產生危害。化

監管概覽

妝品原料質量安全要求應符合國家相應規定，生產和檢測技術相適應。化妝品原料應能通過標籤追溯到原料的基本信息（包括但不限於原料標準中文名稱、INCI名稱、CAS號和／或EINECS號）、生產商名稱、純度或含量、生產批號或生產日期、保質期等中文標識。

根據於2022年7月1日施行的《化妝品生產品質管制規範》（國家藥監局公告2022年第1號），化妝品註冊人、備案人、受託生產企業應當誠信自律，按照該規定要求建立生產質量管理體系，實現對化妝品物料採購、生產、檢驗、貯存、銷售和產品召回等全過程的控制和追溯，確保持續穩定地生產出符合質量安全要求的化妝品。

從事化妝品生產活動的化妝品註冊人、備案人、受託生產企業應當建立與生產的化妝品種類、數量及生產許可事項適應的質量控制部門，明確質量管理、生產等部門的職責和權限，配備與生產的化妝品品種、數量和生產許可項目等相適應的技術人員和檢驗人員。企業的質量管理部門應當獨立設置，履行質量保證職責，參與所有與質量保證有關的活動。

企業應當建立化妝品質量安全責任制，明確企業法定代表人、質量安全負責人、質量管理部門負責人、生產部門負責人以及其他化妝品質量安全相關崗位的職責，各崗位人員應當按照崗位職責要求，逐級履行相應的化妝品質量安全責任。法定代表人對化妝品質量安全工作全面負責，應當負責提供必要的資源，合理制定並組織實施質量保證方針，確保實現質量目標。企業應當設質量安全負責人，質量安全負責人應當協助法定代表人承擔產品質量安全管理和產品放行職責。

企業應當建立健全化妝品生產質量管理體系文件，包括質量保證方針、質量目標、質量管理制度、質量標準、產品配方、生產工藝規程以及法律法規要求的操作規程。企業應當建立並執行追溯管理制度，對原料、內包材、半成品、成品制定明確的

監管概覽

批號管理規則，與每批產品生產相關的所有記錄應當相互關聯，保證物料採購、產品生產、質量控制、貯存、銷售和召回等全部活動可追溯。

根據於2021年5月1日施行的《化妝品註冊備案資料管理規定》(國家藥品監督管理局公告2021年第32號)，註冊或者備案產品的產品檢驗報告，由化妝品註冊和備案檢驗機構出具，應當符合《化妝品安全技術規範》《化妝品註冊和備案檢驗工作規範》等相關法規的規定。產品檢驗報告包括微生物與理化檢驗、毒理學試驗、人體安全性試驗報告和人體功效試驗報告等。普通化妝品的生產企業已取得所在國(地區)政府主管部門出具的產品質量管理體系相關資質認證，且產品安全風險評估結果能夠充分確認產品的安全性，可免於提交該普通化妝品的毒理學試驗報告，但下列情形除外：(i)相關產品供嬰幼兒和兒童使用；(ii)產品使用尚在安全監測中的化妝品新原料；或(iii)根據量化分級評分結果，該產品的備案人、境內責任人、生產企業被列為重點監管對象。企業對屬於上述情形的普通化妝品及中國相關法律法規要求的特殊化妝品，應當提交毒理學試驗報告，而其他化妝品只要符合上述要求，企業可免於提交毒理學試驗報告。申請特殊化妝品註冊時應當提交符合化妝品功效宣稱評價相關規定的人體功效試驗報告。註冊人、備案人應當按照化妝品安全評估相關技術指南的要求開展產品安全評估，形成產品安全評估報告。必須配合儀器或者工具(僅輔助塗擦的毛刷、氣墊、燙發工具等除外)使用的化妝品，應當評估配合儀器或者工具使用條件下的安全性；並應當提供在產品使用過程中儀器或者工具是否具有化妝品功能，是否參與化妝品的再生產過程，是否改變產品與皮膚的作用機理等情況的說明資料。

動物試驗

根據於2017年3月1日修訂並於同日施行的《實驗動物管理條例》(中華人民共和國國務院令第676號)，從事實驗動物飼育工作的單位，必須根據遺傳學、微生物學、營養學和飼育環境方面的標準，定期對實驗動物進行質量監測。

監管概覽

根據於1997年12月11日施行的《實驗動物品質管制辦法》(國科發財字[1997]593號)，實驗動物生產和使用，實行許可證制度。實驗動物生產和使用單位，必須取得許可證。

實驗動物生產許可證，適用於從事實驗動物繁育和商業性經營的單位。實驗動物使用許可證，適用於從事動物實驗和利用實驗動物生產藥品、生物製品的單位。

根據於2001年12月5日公佈並於2002年1月1日實施的《實驗動物授權管理辦法(試行)》(國科發財字[2001]545號)，實驗動物許可證包括實驗動物生產許可證和實驗動物使用許可證。實驗動物生產許可證，適用於從事實驗動物及相關產品保種、繁育、生產、供應、運輸及有關商業性經營的組織和個人，許可證的有效期為五年，到期重新審查發證。

有關民辦教育的法規

根據於2018年12月29日施行的《中華人民共和國民辦教育促進法》(中華人民共和國主席令第24號)及於2021年9月1日施行的《中華人民共和國民辦教育促進法實施條例》(中華人民共和國國務院令第741號)，「民辦學校」的定義為社會組織或個人使用非政府資金設立的學校。設立民辦學校須符合當地教育發展的需求及符合教育法及相關法律法規規定。民辦學校的設置標準參照同級同類公立學校的設置標準執行。舉辦實施學歷教育、學前教育、自學考試助學及其他文化教育的民辦學校，由縣級以上人民政府教育行政部門按照國家規定的權限審批；舉辦實施以職業技能為主的職業資格培訓、職業技能培訓的民辦學校，由縣級以上人民政府人力資源社會保障行政部門按照國家規定的權限審批，並抄送同級教育行政部門備案。中國鼓勵民辦學校利用互聯網技術在線進行教育活動。利用互聯網技術在線進行教育活動須符合國家互聯網管理有關法律、行政法規的規定。利用互聯網技術在線進行教育活動的民辦學校須取得相應

監管概覽

的辦學許可。對批准正式設立的民辦學校，審批機關須頒發辦學許可證，並向社會公告。辦學許可的期限須與民辦學校的辦學層次和類型相適應。如民辦學校在許可期限內無違法違規行為，有效期屆滿可自動續期並換領新許可。民辦學校辦學許可證的管理辦法由國務院教育行政部門及人力資源社會保障行政部門依據職責分工分別制定。

有關廣告的法規

根據於2021年4月29日施行的《中華人民共和國廣告法》(中華人民共和國主席令第81號)，在中國境內，商品經營者或者服務提供者通過一定媒介和形式直接或者間接地介紹自己所推銷的商品或者服務的商業廣告活動應當遵守本法，並規定了廣告主、廣告經營者、廣告發佈者及廣告代言人的義務。廣告不得含有虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙、誤導消費者。廣告不得使用「國家級」、「最高級」、「最佳」等用語。廣告主應當對廣告內容的真實性負責。如廣告中表明推銷的商品或者服務附帶贈送，應當明示所附帶贈送商品的品種、規格、數量、期限和方式。如廣告主違反前述要求，可責令停止發佈廣告並處以人民幣100,000元以下的罰款。除醫療、藥品、醫療器械廣告外，禁止其他任何廣告涉及疾病治療功能，且不得使用醫療用語或者易使推銷的商品與藥品或醫療器械相混淆的用語。如廣告主違反相關要求，可責令停止發佈廣告並處以大額罰款；情節嚴重者，可吊銷營業執照；且相關機關可撤銷審查批准文件，並於一年內不受理該廣告主提交的申請。

根據於2023年5月1日施行的《互聯網廣告管理辦法》(國家市場監督管理總局令第72號)，禁止以介紹健康、養生知識等形式，變相發佈醫療、藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品廣告。介紹健康、養生知識的，不得在同一頁面或者同時出現相關醫療、藥品、醫療器械、保健食品、特殊醫學用途配方食品的商品經營者或者服務提供者地址、聯繫方式、購物鏈接等內容。互聯網廣告應當具有可識別性，能夠使消費者辨明其為廣告。除法律、行政法規禁止發佈或者變相發佈廣告的情形外，通過知識介紹、體驗分享、消費測評等形式推銷商品或者服務，並附加購物鏈接等購買方式的，廣告發佈者應當顯著標明「廣告」。

監管概覽

根據於2020年11月5日施行的《市場監管總局關於加強網絡直播營銷活動監管的指導意見》(國市監廣[2020]175號)，商品經營者通過網絡直播銷售商品或提供服務，應遵守相關法律法規，建立並執行商品進貨檢查驗收制度。不得通過網絡直播銷售法律、法規規定禁止生產、銷售的商品或服務；不得通過網絡直播發佈法律、法規規定禁止在大眾傳播媒介發佈的商業廣告；不得通過網絡直播銷售禁止進行網絡交易的商品或服務。

根據於2022年3月25日施行的《國家互聯網信息辦公室、國家稅務總局、國家市場監督管理總局聯合印發〈關於進一步規範網絡直播營利行為促進行業健康發展的意見〉的通知》(稅總所得發[2022]25號)，網絡直播平台 and 網絡直播發佈者不得對商品生產經營主體以及商品的性能、功能、質量、來源、曾獲榮譽、資格資質、銷售狀況、交易信息、經營數據、用戶評價等進行虛假或者引人誤解的商業宣傳，欺騙、誤導消費者或者相關公眾，不得幫助其他經營者實施上述行為。網絡直播平台 and 網絡直播發佈者銷售商品或者提供服務，採用價格比較方式開展促銷活動的，應以文字形式顯著標明銷售價格、被比較價格及含義。網絡直播平台 and 網絡直播發佈者不得利用服務協議、交易規則以及技術手段，對其他經營者在直播間的交易、交易價格等進行不合理限制或者附加不合理條件，或者向商家收取不合理費用。

我們已採取以下措施，以確保持續遵守有關化妝品廣告的相關法律、法規及政策，包括：

- **廣告內容的內部審查程序：**我們建立了全面的內部審查程序，以確保所有廣告內容符合相關法律法規。於營銷部及相關業務部門提交擬定廣告內容的草稿後，內部法律及監管團隊將審核並提供修訂及建議，以確保所有內容真實、透明、無誤導性，避免任何可能誤導或欺騙消費者的潛在違規行為。根據法律及監管意見對廣告內容進行審查和修改後，將由上述部門進行最終審核，以確保完全合規。只有經過全面的審核及批准程序，方可獲准發佈廣告內容。

監管概覽

- **員工培訓**：我們為營銷、法律及相關業務部門的員工提供培訓課程，讓他們瞭解現行廣告法律法規。我們還利用案例研究，包括過往合規問題及其解決方案，以加強對日常運營中法律標準的理解和應用。
- **定期監察**。我們使用監控工具追蹤及審核實時營銷活動，確保隨著市場狀況及監管框架的演變而保持營銷合規。
- **持續改進**：我們定期審核及更新內部廣告指引，以反映最新的法律發展及行業趨勢。

國家市場監督管理總局（「國家市場監管總局」）於2020年11月5日生效的《關於加強網絡直播營銷活動監管的指導意見》，明確規定了網絡平台、商品經營者及網絡直播者的法律責任。國家網信辦、公安部、商務部聯同其他監管機構於2021年4月16日發佈了《網絡直播營銷管理辦法（試行）》，強調了直播營銷平台的管理及人員職責。2022年，幾個部門出台了《關於進一步規範明星廣告代言活動的指導意見》，將直播中的商品介紹納入廣告監管。此外，國家廣播電視總局、文化和旅遊部於2022年6月8日實施《網絡主播行為規範》，以規範行為及處罰違規。國家市場監管總局於2023年5月1日生效的《互聯網廣告管理辦法》適用於通過互聯網媒體發佈的商業廣告，並受廣告法規限。最後，網信辦於2023年7月5日發佈的《關於加強「自媒體」管理的通知》，規範賬號運營，嚴格執行註冊限制，打擊不良行為。

有關外商投資的法規

根據於2018年10月26日施行的《中華人民共和國公司法》（中華人民共和國主席令第15號）（以下簡稱「《中國公司法》」），公司可以採取有限責任公司或股份有限公司兩種形式。《公司法》亦適用於外商投資的有限責任公司和股份有限公司，有關外商投資的法律另有規定的，適用其規定。

監管概覽

根據於2023年12月29日最新修訂並將於2024年7月1日施行的《中華人民共和國公司法》(中華人民共和國主席令第15號)，在中國境內可以設立的有限責任公司和股份有限公司，有限責任公司的股東以其認繳的出資額為限對公司承擔責任；股份有限公司的股東以其認購的股份為限對公司承擔責任。

根據於2022年3月1日施行的《中華人民共和國市場主體登記管理條例》(中華人民共和國國務院令第746號)，未經登記的實體不得以市場主體名義從事業務活動。法律、行政法規規定無需登記者除外。根據於2022年3月1日施行的《中華人民共和國市場主體登記管理條例實施細則》(國家市場監督管理總局令第52號)，國家市場監督管理總局主管全國市場主體統一登記管理工作，制定市場主體登記管理的制度措施，推進登記全程電子化，規範登記行為，指導地方登記機關依法有序開展登記管理工作。縣級以上地方市場監督管理部門主管本轄區市場主體登記管理工作。

根據於2020年1月1日施行的《中華人民共和國外商投資法》(中華人民共和國主席令第26號)(以下簡稱「《外商投資法》」)，《外商投資法》的制定旨在進一步擴大開放，積極促進外商投資，保護外國投資者的合法權益，規範外商投資管理，推動形成全面開放新格局，促進社會主義市場經濟健康發展。外國的自然人、企業或者其他組織可以直接或者間接在中國境內進行投資活動。外商投資有權享受准入前國民待遇並受負面清單管理制度規限。准入前國民待遇指在投資准入階段給予外國投資者及其投資不低於本國投資者及其投資的待遇。中國對負面清單之外的外商投資，給予國民待遇。負面清單管理制度指國家規定在特定領域對外商投資實施的准入特別管理措施。外國投資者不得投資於負面清單列明的任何禁止投資領域，並須滿足負面清單列明的條件後方可投資於任何受限制投資領域。

監管概覽

根據於2020年1月1日施行的《中華人民共和國外商投資法實施條例》(中華人民共和國國務院令第723號)，外國投資者、外商投資企業可以依照法律、行政法規或者國務院的規定，享受財政、稅收、金融、用地等方面的優惠待遇。外國投資者以其在中國境內的投資收益在中國境內擴大投資的，依法享受相應的優惠待遇。根據於2021年1月18日施行的《外商投資安全審查辦法》(中華人民共和國國家發展和改革委員會、中華人民共和國商務部令第37號)，對影響或者可能影響國家安全的外國投資者直接或者間接在中國境內進行的投資活動進行安全審查。外商投資安全審查分為一般審查和特別審查。審查期間，當事人不得實施投資。外商投資通過安全審查決定的，當事人可以實施投資。

外商投資產業政策

外國投資者在中國境內的投資活動主要受中華人民共和國商務部(以下簡稱「**商務部**」)及國家發展和改革委員會(以下簡稱「**國家發改委**」)頒佈及不時修訂的《鼓勵外商投資產業目錄》(以下簡稱「**《鼓勵目錄》**」)及《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》(以下簡稱「**《負面清單》**」)，連同《外商投資法》及各自的實施細則及附屬條例規管。《鼓勵目錄》及《負面清單》列出在華外商投資的基本框架，將外商投資產業劃分為三類：「鼓勵」類、「限制」類及「禁止」類。未列入鼓勵目錄的行業通常被視為第四類「准許」類，惟受其他中國法律特別限制者除外。

根據於2023年1月1日施行的《鼓勵外商投資產業目錄(2022年版)》(中華人民共和國國家發展和改革委員會、中華人民共和國商務部令第52號)，鼓勵外商投資產業目錄包括全國鼓勵外商投資產業目錄和中西部地區外商投資優勢產業目錄，並廢止2020年12月27日施行的《鼓勵外商投資產業目錄(2020年版)》。根據於2022年1月1日施行的《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2021年版)》(中華人民共和國國家發展和

監管概覽

改革委員會、中華人民共和國商務部令第47號)，外商投資企業在中國境內投資，應符合外商投資准入負面清單的有關規定，並廢止2020年6月23日國家發改委、商務部發佈的《外商投資准入負面清單》(2020年版)。

有關產品責任及消費者保護的法規

根據於1993年9月1日施行並於2018年12月29日最新修正及施行的《中華人民共和國產品質量法》(中華人民共和國主席令第22號)，禁止生產、銷售不符合保障人體健康和人身、財產安全的標準和要求的工業產品。生產者應當對其生產的產品質量負責。產品或者其包裝上的標識必須真實。銷售者應當建立並執行進貨檢查驗收制度，驗明產品合格證明和其他標識。銷售者應當採取措施，保持銷售產品的質量，不得銷售國家明令淘汰並停止銷售的產品和失效、變質的產品。因產品存在缺陷造成人身、缺陷產品以外的其他財產損害的，生產者應當承擔賠償責任。由於銷售者的過錯使產品存在缺陷，造成人身、他人財產損害的，銷售者應當承擔賠償責任。因產品存在缺陷造成人身、他人財產損害的，受害人可以向產品的生產者要求賠償，也可以向產品的銷售者要求賠償。生產、銷售不合格產品及禁止生產產品的，生產者、銷售者可被責令停止生產、銷售，沒收違法生產、銷售的產品並可處以高額罰款、沒收違法所得。情節嚴重的，可被吊銷營業執照；構成犯罪的，可被依法追究刑事責任。

根據於2021年1月1日施行的《中華人民共和國民法典》(中華人民共和國主席令第45號)(以下簡稱「《中國民法典》」)，因產品存在缺陷造成他人損害的，生產者應當承擔侵權責任，被侵權人可以向產品的生產者請求賠償，也可以向產品的銷售者請求賠償。產品缺陷由生產者造成的，銷售者賠償後，有權向生產者追償。因銷售者的過錯使產品存在缺陷的，生產者賠償後，有權向銷售者追償。因運輸者、倉儲者等第三人的過錯使產品存在缺陷，造成他人損害的，產品的生產者、銷售者賠償後，有權向第三人追償。如任生產者或銷售者明知產品存在缺陷仍然生產、銷售，或者沒有採取有效補救措施，造成他人死亡或者健康嚴重損害的，被侵權人有權請求相應的懲罰性賠償。

監管概覽

根據於1994年1月1日施行並經最新修正於2014年3月15日施行的《中華人民共和國消費者權益保護法》(中華人民共和國主席令第7號)，消費者在購買、使用商品和接受服務時享有人身、財產安全不受損害的權利。消費者享有知悉其購買、使用的商品或者接受的服務的真實情況、自主選擇商品或者服務、公平交易、人格尊嚴、民族風俗習慣得到尊重的權利，享有個人信息依法得到保護的權利。經營者向消費者提供商品或者服務，應遵守此法。

根據於2019年1月1日施行的《中華人民共和國電子商務法》(中華人民共和國主席令第7號)，電子商務經營者指透過互聯網及其他信息網絡從事銷售商品或提供服務的商業活動的自然人、法人及非法人組織，包括電子商務平台經營者、平台內商業經營者，以及其他透過自建網站或其他網絡服務銷售商品或提供服務的電子商務經營者。電子商務經營者從事經營活動，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德，公平參與市場競爭，履行消費者權利及權益保護、環境保護、知識產權保護、網絡安全與個人信息保護等方面的義務，承擔產品或服務質量責任，接受政府和公眾的監督。根據2022年3月15日施行的《最高人民法院關於審理網絡消費糾紛案件適用法律若干問題的規定(一)》(法釋[2022]8號)，滿足相關情形下的電子商務經營者提供的格式條款無效，並對電子商務經營責任主體認定及直播營銷民事責任等方面作出規定。根據中國現行有效的有關產品責任的法律法規，本公司對因產品缺陷給他人造成的損害承擔賠償責任。本公司確認，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司並未收到消費者的任何對其運營造成重大不利影響的產品質量投訴，根據行業慣例，本公司未購買產品質量責任險。

監管概覽

有關不正當競爭的法規

根據於1993年12月1日施行並於2019年4月23日最新修訂並施行的《中華人民共和國反不正當競爭法》(中華人民共和國主席令第29號)(以下簡稱「《反不正當競爭法》」)，不正當競爭行為是指經營者在生產經營活動中，違反《反不正當競爭法》規定，擾亂市場競爭秩序，損害其他經營者或者消費者的合法權利及權益的行為。經營者在生產經營活動中，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德。經營者違反《反不正當競爭法》規定，將根據具體情節，承擔相應的民事責任、行政責任或刑事責任。

根據於1996年11月15日施行的《關於禁止商業賄賂行為的暫行規定》(中華人民共和國國家工商行政管理局令第60號)(以下簡稱「《禁止商業賄賂行為的規定》」)，商業賄賂是指經營者為銷售或者購買商品而向對方單位或個人提供金錢或財物或利用其他手段的行為，其他手段是指用作提供金錢或財物以外任何利益的手段。經營者以行賄手段銷售或者購買商品的，根據情節，可被處以罰款，沒收違法所得；構成犯罪的，依法追究刑事責任。

有關土地及開發建設項目的法律法規

土地出讓法規

根據於2020年1月1日施行的《中華人民共和國土地管理法》(中華人民共和國主席令第32號)(以下簡稱「《土地管理法》」)，土地根據用途分為農用地、建設用地和未利用地。建設用地可進一步分為國有建設用地和農民集體所有的集體建設用地，土地使用者可依《土地管理法》取得建設用地的土地使用權。

建設項目規劃法規

根據於2019年4月23日施行的《中華人民共和國城鄉規劃法》(中華人民共和國主席令第29號)，以出讓方式取得國有土地使用權的建設項目，建設單位在取得建設項目的批准、核准、備案文件和簽訂國有土地使用權出讓合同後，向城鄉規劃主管部門領

監管概覽

取建設用地規劃許可證；在城市、鎮規劃區內進行建築物、構築物、道路、管線和其他工程建設的，應當向城鄉規劃主管部門申請辦理建設工程規劃許可證。

取得建設工程規劃許可證後，除若干例外情況外，建設單位應當按照於2019年4月23日施行的《中華人民共和國建築法》(中華人民共和國主席令第29號)，在建築工程開工前向縣級以上人民政府建設行政主管部門申請領取施工許可證。

根據於2019年4月23日施行的《建設工程質量管理條例》(中華人民共和國國務院令第714號)，以及於2009年10月19日施行的《房屋建築和市政基礎設施工程竣工驗收備案管理辦法》(中華人民共和國住房和城鄉建設部令第2號)，建設單位收到建設工程竣工報告後，應當組織設計、施工、工程監理等有關單位進行竣工驗收。建設單位應當自工程竣工驗收合格之日起15日內，向工程所在地的縣級以上地方人民政府建設主管部門備案。

有關租賃的法規

根據於2020年1月1日施行的《中華人民共和國城市房地產管理法》(中華人民共和國主席令第32號)，租賃房屋時，出租人和承租人應當簽訂書面租賃合同，約定租賃期限、物業用途、租金、修繕責任等條款，以及雙方的其他權利和義務。出租人及承租人均須向房產管理部門辦理租賃登記備案。

根據《中國民法典》，承租人經出租人同意，可以將租賃物轉租給第三人。承租人轉租的，承租人與出租人之間的租賃合同繼續有效；第三人造成租賃物損失的，承租人應當賠償損失。承租人未經出租人同意轉租的，出租人可以解除合同。承租人經出租人同意將租賃物轉租給第三人，轉租期限超過承租人剩餘租賃期限的，超過部分的約定對出租人不具有法律約束力，但是出租人與承租人另有約定的除外。

監管概覽

根據於2011年2月1日施行的《商品房屋租賃管理辦法》(中華人民共和國住房和城鄉建設部令第6號)，房屋租賃當事人應當依法簽訂租賃合同，且租賃合同應於訂立後三十日內向市或縣級相關建設或房地產主管部門辦理登記備案。房屋租賃登記備案內容發生變化、續租或者租賃終止的，當事人應當在三十日內，到原租賃登記備案的部門辦理房屋租賃登記備案的變更、延續或者註銷手續。有下列情形之一的房屋不得出租：(i)屬於違法建築；(ii)不符合安全、防災等工程建設強制性標準；(iii)違反規定改變房屋使用性質；或(iv)法律、法規規定禁止出租的其他情形。如房屋租賃當事人未有辦理登記備案手續或違反上述規定，房屋租賃當事人會被責令改正，逾期不改正的，則會被處以罰款。

有關環境保護及工作安全的法規

環境影響評價

根據於1998年11月29日施行並經最新修訂於2017年10月1日施行的《建設項目環境保護管理條例》(中華人民共和國國務院令第682號)，建設單位應當根據建設項目對環境的影響程度，提交環境影響報告書、環境影響報告表或填報環境影響登記表。依法應當編製環境影響報告書、環境影響報告表的建設項目，建設單位應當在開工建設前將環境影響報告書、環境影響報告表提交予具有審批權的環境保護行政主管部門審批。若建設項目的環境影響評價文件未依法經審批部門審查或者審查後未獲授予批准，建設單位不得展開建設工程。

根據於2003年9月1日施行並經最新修正於2018年12月29日施行的《中華人民共和國環境影響評價法》(中華人民共和國主席令第24號)，建設單位應當根據建設項目對環境的影響程度，編製環境影響報告書、環境影響報告表或填報環境影響登記表。

監管概覽

建設單位未依法報批建設項目環境影響報告書、報告表，或者未依照定重新報批或者報請重新審核環境影響報告書、報告表，擅自開工建設的，則可被責令停止建設，根據違法情節和危害後果處以罰款及責令恢復原狀。

有關網絡安全及隱私的法規

根據於2018年3月11日施行的《中華人民共和國憲法》(中華人民共和國全國人民代表大會公告第1號)明確規定，中國公民的通信自由和私隱受中國法律保護，屬不可侵犯的權利。中國政府部門已頒佈有關互聯網信息安全及保護個人信息不被濫用或未經授權披露的法律法規，包括於2000年12月28日施行並於2009年8月27日修正及施行的《全國人民代表大會常務委員會關於維護互聯網安全的決定》、於2006年3月1日施行的《互聯網安全保護技術措施規定》(中華人民共和國公安部令第82號)、於2012年12月28日施行的《全國人民代表大會常務委員會關於加強網絡信息保護的決定》、於2012年3月15日施行的《規範互聯網信息服務市場秩序若干規定》(中華人民共和國工業和信息化部令第20號)。

於2013年9月1日施行的《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》(中華人民共和國工業和信息化部令第20號)(以下簡稱「《個人信息保護規定》」)規範在中國提供電信服務及互聯網信息服務時收集和使用用戶個人信息。電信業務經營者、互聯網信息服務提供者應當制定用戶個人信息收集、使用規則，並在其經營或者服務場所、網站等予以公佈。未經用戶同意，電信業務經營者、互聯網信息服務提供者不得收集、使用用戶個人信息。電信業務經營者、互聯網信息服務提供者收集、使用用戶個人信息的，應當明確告知用戶收集、使用信息的目的、方式和範圍，查詢、更正信息的渠道以及拒絕提供信息的後果等事項。電信業務經營者、互聯網信息服務提供者及其工作人員

監管概覽

對在提供服務過程中收集、使用的用戶個人信息應當嚴格保密，不得洩露、篡改或者毀損，不得出售或者非法向他人提供。電信業務經營者、互聯網信息服務提供者在用戶終止使用電信服務或者互聯網信息服務後，應當停止對用戶個人信息的收集和使用，並為用戶提供註銷號碼或者賬號的服務。

《個人信息保護規定》進一步界定用戶個人信息包括用戶姓名、出生日期、身份證件號碼、住址、電話號碼、賬號和密碼等用於單獨或者與其他信息結合識別用戶的信息以及用戶使用服務的時間、地點等信息。此外，根據於2017年6月1日施行的《最高人民法院、最高人民檢察院關於辦理侵犯公民個人信息刑事案件適用法律若干問題的解釋》(法釋[2017]10號)，個人信息是指以電子或者其他方式記錄可用於識別個人或者個人活動情況的各種信息，包括但不限於姓名、身份證件號碼、聯絡信息、地址、用戶賬號及密碼、財產所有權狀況及行蹤軌跡等。

根據於2015年11月1日施行的《中華人民共和國刑法修正案(九)》(中華人民共和國主席令第30號)，任何網絡服務提供者不履行法律、行政法規規定的信息網絡安全管理義務，經監管部門責令採取改正措施而拒不改正者，如屬下列情形將受到刑事處罰：(i)致使違法信息大量傳播；(ii)致使用戶信息洩露，造成任何嚴重後果；(iii)致使刑事案件證據滅失，情節嚴重的；或(iv)其他嚴重情況。此外，任何個人或單位(i)以違反相關法規的方式向他人出售或者分發個人信息，或(ii)竊取或者非法獲取任何個人信息，若情節嚴重者，將受到刑事處罰。

根據於2017年6月1日施行的《中華人民共和國網絡安全法》(中華人民共和國主席令第53號)規定，網絡運營者應當採取技術措施和其他必要措施，確保其收集的個人信息安全，防止信息洩露、毀損、丟失。在發生或者可能發生個人信息洩露、毀損、丟失的情況時，應當立即採取補救措施，按照規定及時告知用戶並向有關主管部門報告。另外，根據於2021年9月1日施行的《中華人民共和國數據安全法》(中華人民共和國主席令第84號)(以下簡稱「《數據安全法》」)，「數據」是指任何以電子或者其他方式對信息的記錄，「數據處理」包括數據的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開

監管概覽

等。數據處理者應當建立健全全流程數據安全管理制度，組織實施數據安全培訓，並採取適當的技術措施及其他必要措施，保護數據安全。此外，根據於2022年2月15日施行的《網絡安全審查辦法》(以下簡稱「**《審查辦法》**」)(國家互聯網信息辦公室、中華人民共和國國家發展和改革委員會、中華人民共和國工業和信息化部、中華人民共和國公安部、中華人民共和國國家安全部、中華人民共和國財政部、中華人民共和國商務部、中國人民銀行、國家市場監督管理總局、國家廣播電視總局、中國證券監督管理委員會、國家保密局、國家密碼管理局令第8號)，掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務的，應當預判該產品和服務投入使用後可能帶來的國家安全風險。影響或者可能影響國家安全的，應當向網絡安全審查辦公室申報網絡安全審查。

根據於2021年11月14日發佈的《國家互聯網信息辦公室關於〈網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)〉公開徵求意見的通知》(以下簡稱「**《網絡數據安全條例草案》**」)，處理一百萬用戶以上個人信息的數據處理者赴國外上市的，或數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的，應當按照國家有關規定，申報網絡安全審查。另外，根據於2022年9月1日施行的《數據出境安全評估辦法》(國家互聯網信息辦公室令第11號)，數據處理者向境外提供數據，有下列情形之一的，應當通過所在地省級網信部門向國家網信部門申報數據出境安全評估：(i)數據處理者向中國境外提供重要數據；(ii)關鍵信息基礎設施運營者和處理100萬人以上個人信息的數據處理者向境外提供個人信息；(iii)自上年1月1日起累計向境外提供10萬人個人信息或者1萬人敏感個人信息的數據處理者向境外提供個人信息；及(iv)國家網信部門規定的其他需要申報數據出境安全評估的情形。

監管概覽

有關知識產權的法規

中國是知識產權主要國際公約的簽約國，而自2001年12月加入世界貿易組織起一直為《與貿易有關的知識產權協定》的成員。

著作權

根據於2021年6月1日施行的《中華人民共和國著作權法》(中華人民共和國主席令第62號)(以下簡稱「《著作權法》」)，著作權保障擴展至互聯網活動、於互聯網發佈的產品及軟件產品。此外，中國版權保護中心設有自願登記系統。根據《著作權法》，中國公民、法人或其他機構於其可受著作權保護的作品(不論公佈與否)擁有著作權，包括文學、藝術和科學領域內具有獨創性並能以一定形式表現的智力成果。著作權人享有若干法定權利，包括發表權、署名權、修改權、複製權、保護作品完整權等一系列作品人身權和財產權。侵犯著作權人將須承擔各種民事責任，包括停止侵權活動、向著作權人道歉及賠償著作權人的損失。在嚴重情況下，侵犯著作權人亦可能遭處以罰款及／或面臨行政或刑事責任。

商標

根據於2019年11月1日施行的《中華人民共和國商標法》(中華人民共和國主席令第29號)，國務院工商行政管理部門商標局主管中國商標註冊和管理的工作。國務院工商行政管理部門設立商標評審委員會，負責處理商標爭議事宜。註冊商標的有效期為十年，自核准註冊之日起計算。註冊商標有效期滿，需要繼續使用的，商標註冊人應當在期滿前十二個月內按照規定辦理續展手續；在此期間未能辦理的，可以給予六個月的寬展期。每次續展註冊的有效期為十年，自該商標上一屆有效期滿次日起計算。期滿未辦理續展手續的，註銷其註冊商標。根據於2014年5月1日施行的《中華人民共和國商標法實施條例》(中華人民共和國國務院令第651號)，訂明申請商標註冊及續期的規定。

監管概覽

專利

根據於2021年6月1日施行的《中華人民共和國專利法》(中華人民共和國主席令第55號)(以下簡稱「《專利法》」)及於2024年1月20日施行的《中華人民共和國專利法實施細則》(以下簡稱「《專利法實施細則》」)，國務院專利行政部門負責管理中國專利相關工作，而省、自治區、直轄市人民政府管理專利工作的部門負責本行政區域內的專利管理工作。《專利法》及《專利法實施細則》就發明、實用新型及外觀設計三類專利作出規定。自申請日期起計，發明專利有效期為二十年，實用新型專利有效期為十年，外觀設計專利有效期則為十五年。中國專利制度採取在先申請原則，即如有一名以上人士就相同發明申請專利，則授予最先提出申請的人士。發明或實用新型必須具備新穎、創造及實用性，方可申請專利。第三方必須取得專利擁有人同意或正式許可，方可使用有關專利；否則，未經授權使用將構成侵犯專利權。

域名

根據於2017年11月1日施行的《互聯網域名管理辦法》(中華人民共和國工業和信息化部令第43號)，域名所有者需要註冊其域名，而工信部則負責管理中國互聯網域名。域名服務原則上實行「先申請先註冊」。域名註冊申請者應當提供其真實、準確、完整的域名註冊信息，並與域名註冊服務機構簽訂註冊協議。

有關外匯的法規

根據於1996年4月1日施行並經最新修訂於2008年8月5日施行的《中華人民共和國外匯管理條例》(中華人民共和國國務院令第532號)(以下簡稱「《外匯管理條例》」)，人民幣一般可為支付經常項目(如與貿易及服務有關的外匯交易及股息付款)而自由兌換為外幣，但除非事先取得外匯行政主管部門的批准，則不可為資本項目(如直接投資或從事有價證券或衍生產品發行或交易)對人民幣進行自由兌換。根據《外匯管理條例》，中國的外商投資企業無須經國家外匯管理局批准即可通過提供若干證明文件(董

監管概覽

事會決議、納稅證明等) 為支付股息而購買外匯，或通過提供證明有關交易的商業文件就與貿易及服務相關的外匯交易購買外匯。該等企業亦獲准保留外匯(不得超過國家外匯管理局批准的上限) 以償還外匯負債。此外，涉及境外直接投資或從事境外投資及買賣證券、衍生產品的外匯交易，須向外匯主管部門登記，並經相關政府機關批准或備案(如必要)。

根據於2015年6月1日施行及於2019年12月30日最新修訂並施行的《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》(匯發[2015]13號)(以下簡稱「《13號文》」)，銀行按照《13號文》直接審核辦理境內直接投資項下外匯登記和境外直接投資項下外匯登記。國家外匯管理局及其分支機構通過銀行對外匯登記實施間接監管。

根據於2015年6月1日施行並於2019年12月30日最新修訂的《國家外匯管理局關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》(匯發[2015]19號)，外商投資企業外匯資本金實行意願結匯。意願結匯是指外商投資企業資本金賬戶中經當地外匯局辦理貨幣出資權益確認(或經銀行辦理貨幣出資入賬登記)的外匯資本金可根據外商投資企業的實際經營需要在銀行辦理結匯。外商投資企業外匯資本金意願結匯比例暫定為100%。外匯資本金意願結匯所得人民幣資金納入結匯待支付賬戶管理。如外商投資企業需要通過該結匯待支付賬戶實施進一步支付，其仍需提供證明材料並通過銀行的審核程序。

根據於2016年6月9日施行並於2023年12月4日最新修訂的《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(匯發[2016]16號)(以下簡稱「《16號文》」)，境內企業(包括中資企業和外商投資企業，不含金融機構)外債資金均可按照意願結匯方式辦理結匯手續。《16號文》規定了有關資本項目外匯收入(包括但不限於外匯資本金、外債資金和境外上市調回資金等)意願結匯的統一標準，適用於在中國註冊成立的所有企業。《16號文》規定，境內機構的資本項目外匯收入及其結匯所得人民幣資金的使用，應當遵守以下規定：(一)不得直接或間接用於企業經營範圍之外或國

監管概覽

家法律法規禁止的支出；(二)除另有明確規定外，不得直接或間接用於證券投資或其他投資理財(風險評級結果不高於二級的理財產品及結構性存款除外)；(三)不得用於向非關聯企業發放貸款，經營範圍明確許可的情形除外；(四)不得用於購買非自用的住宅性質房產(從事房地產開發經營、房地產租賃經營的企業除外)。

根據於2019年10月23日施行並於2023年12月4日最新修訂的《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》(匯發[2019]28號)，在投資性外商投資企業(包括外商投資性公司、外商投資創業投資企業和外商投資股權投資企業)可依法依規以資本金開展境內股權投資的基礎上，允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施(負面清單)且境內所投項目真實、合規的前提下，依法以資本金進行境內股權投資。

根據於2023年12月4日施行的《國家外匯管理局關於進一步深化改革促進跨境貿易投資便利化的通知》(匯發[2023]28號)，境內股權出讓方(含機構和個人)接收境內主體以外幣支付的股權轉讓對價資金，以及境內企業境外上市募集的外匯資金，可直接匯入資本項目結算賬戶。資本項目結算賬戶內資金可自主結匯使用。境內股權出讓方接收外商投資企業以結匯所得人民幣資金(來源於直接結匯所得或結匯待支付賬戶內的人民幣資金)支付的股權轉讓對價資金，可直接劃轉至境內股權出讓方的人民幣賬戶。

有關稅務的法規

企業所得稅

根據於2008年1月1日施行並經最新修正於2018年12月29日施行的《中華人民共和國企業所得稅法》(中華人民共和國主席令第23號)(以下簡稱「《企業所得稅法》」)及於2008年1月1日施行並於2019年4月23日修訂及施行《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(中華人民共和國國務院令第714號)，在中華人民共和國境內，企業和其他取得收入的組織應繳納企業所得稅。根據《企業所得稅法》，將企業分為居民企業和非居民企業。居民企業指在中國境內成立，或者依照外國(地區)法律成立但實際管理機

監管概覽

構在中國境內的企業，該等企業就其全球收入按25%的統一稅率繳納企業所得稅。其亦規定，符合條件的「小型微利企業」，減按20%的稅率徵收企業所得稅，而中國政府需要重點扶持的「高新技術企業」，減按15%的稅率徵收企業所得稅。在若干情況下，企業所得稅可免徵或者減徵，或可能享有優惠企業所得稅率。

增值稅

根據於1994年1月1日施行並經最新修訂於2017年11月19日施行的《中華人民共和國增值稅暫行條例》(中華人民共和國國務院令第691號)以及於1993年12月25日施行並經最新修訂於2011年11月1日施行的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》(中華人民共和國財政部令第65號)，於中國境內從事銷售貨物、提供加工、維修及更換服務或進口貨物的企業或個別人士應繳付增值稅。除非另有所示，銷售貨物及銷售服務的增值稅稅率分別為17%及6%。

根據於2018年5月1日施行的《財政部、稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》(財稅[2018]32號)(以下簡稱「《32號文》」)，(i)發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用17%和11%稅率者，稅率分別調整為16%、10%；(ii)購進農產品，原適用11%稅率者，扣除率調整為10%；(iii)購進用於生產銷售或委託加工貨物的農產品稅率為16%者，按照12%的扣除率計算進項稅額；(iv)原適用17%稅率且出口退稅率為17%的出口貨物，出口退稅率調整至16%；及(v)原適用11%稅率且出口退稅率為11%的出口貨物、跨境應稅行為，出口退稅率調整至10%。另外，根據於2019年4月1日施行的《財政部、稅務總局、海關總署關於深化增值稅改革有關政策的公告》(中華人民共和國財政部、國家稅務總局、中華人民共和國海關總署公告2019年第39號)，增值稅一般納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用16%稅率的，稅率調整為13%；原適用10%稅率的，稅率調整為9%。

監管概覽

城市維護建設稅和教育費附加

根據於2021年9月1日施行的《中華人民共和國城市維護建設稅法》(中華人民共和國主席令第51號)，凡繳納消費稅、增值稅的納稅人，都是城市維護建設稅的納稅人，應當按根據本辦法繳納城市維護建設稅。納稅人所在地在市區的，稅率為7%，納稅人所在地在縣城、鎮的，稅率為5%，納稅人所在地不在市區、縣城或鎮的，稅率為1%。

根據於1986年7月1日施行並於2011年1月8日最新修訂及施行的《徵收教育費附加的暫行規定》(中華人民共和國國務院令第588號)，凡繳納消費稅、增值稅、營業稅的納稅人，都應當繳納教育費附加。教育費附加以各單位和個人實際繳納的增值稅、營業稅、消費稅的稅額為計徵依據，教育費附加率為3%，分別與增值稅、營業稅、消費稅同時繳納。其亦規定，企業繳納的教育費附加，一律在銷售收入(或營業收入)中支付。

印花稅

根據於2022年7月1日施行的《中華人民共和國印花稅法》(中華人民共和國主席令第89號)，所有書立應稅憑證、進行證券交易的單位和個人都為印花稅的納稅人。應納稅憑證包括書面合同(借款合同、融資租賃合同、買賣合同、承攬合同、建設工程合同、運輸合同、技術合同、租賃合同、倉儲合同、保管合同、財產保險合同)、產權轉移書據、營業賬簿、證券交易等。

有關僱傭和社會福利的法規

根據於2008年1月1日施行並經最新修訂於2013年7月1日施行的《中華人民共和國勞動合同法》(中華人民共和國主席令第73號)(以下簡稱「《勞動合同法》」)以及於2008年9月18日施行的《中華人民共和國勞動合同法實施條例》(中華人民共和國國務院令第535號)(以下簡稱「《勞動合同法實施條例》」)，建立勞動關係，應當訂立書面勞動合同。用人單位自用工之日起超過一個月不滿一年未與僱員訂立書面僱用合同者，用人單位須與僱員訂立書面僱用合同予以糾正，並向僱員支付由建立用人關係當日起滿

監管概覽

一個月之次日至訂立書面用人合同之前一日期間員工薪金的雙倍金額。《勞動合同法》及《勞動合同法實施條例》亦規定若干終止情況下支付的補償。此外，用人單位擬執行與僱員訂立的用人合同或不競爭協議的不競爭條文，須自勞動合同終止或屆滿後的限制期內，向僱員每月支付賠償。在大多數情況下，用人單位亦須在終止用人關係後，向僱員支付遣散費。

根據於2011年7月1日施行並經2018年12月29日修訂並施行的《中華人民共和國社會保險法》(中華人民共和國主席令第25號)(以下簡稱「《社會保險法》」)、於1999年1月22日施行並經2019年3月24日最新修訂並施行的《社會保險費徵繳暫行條例》(中華人民共和國國務院令第710號)，以及於1999年4月3日施行並經2019年3月24日最新修訂並施行的《住房公積金管理條例》(中華人民共和國國務院令第710號)(以下簡稱「《公積金管理條例》」)，中國企業須參加若干僱員福利計劃，包括社會保險基金和住房公積金，並向基金作出供款，金額相等於企業經營業務所在地或企業所在地的地方政府不時訂明的僱員薪金的若干百分比。

根據《社會保險法》，用人單位應當自註冊成立之日起三十日內憑營業執照、登記證書或者單位印章，向當地社會保險經辦機構申請辦理社會保險登記，用人單位應當自用工之日起三十日內為其職工向社會保險經辦機構申請辦理社會保險登記。用人單位若不辦理社會保險登記，由社會保險行政部門責令限期改正；若逾期不改正，對用人單位處應繳社會保險費數額最少一倍但最高三倍的罰款，對其直接負責的主管人員和其他直接責任人員處以最少人民幣500元但最高人民幣3,000元的罰款。此外，用人單位應當自行申報、按時足額繳納社會保險費，非因不可抗力等法定事由不得緩繳、

監管概覽

減免。用人單位未按時足額繳納社會保險費者，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收萬分之五的滯納金；若逾期仍不繳納，由有關行政部門處欠繳數額最少一倍但最高三倍的罰款。

2018年9月21日，人力資源和社會保障部辦公廳發佈《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》，就穩定社保費徵收工作有關事項緊急通知，承擔社保費徵繳和清欠職能職責的地區，要穩妥處理好歷史欠費問題，嚴禁自行對企業歷史欠費進行集中清繳，已經開展集中清繳的，要立即糾正，並妥善做好後續工作。

2018年11月16日，國家稅務總局發佈《關於實施進一步支持和服務民營經濟發展若干措施的通知》，要求各級稅務機關在社會保險費徵管機制改革過程中，確保繳費方式穩定，對包括民營企業在內的繳費人以前年度欠費，一律不得自行組織開展集中清繳。

2019年4月1日，國務院辦公廳發佈《關於印發〈降低社會保險費率綜合方案〉的通知》，明確要求妥善處理好企業歷史欠費問題，在徵收體制改革過程中不得自行對企業歷史欠費進行集中清繳，不得採取任何增加小微企業實際繳費負擔的做法，避免造成企業生產經營困難。

2021年2月11日，國家稅務總局發佈《關於開展2021年「我為納稅人繳費人辦實事暨便民辦稅春風行動」的意見》，要求落實國務院「兩個不得」工作要求，有序做好社保費正常徵繳工作，不得自行對歷史欠費進行集中清繳，不得因社保費徵收職責劃轉使企業特別是中小微企業增加繳費負擔。

根據《公積金管理條例》，新設立的企業單位應當自設立之日起30日內到住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，並自登記之日起20日內，為其單位職工辦理

監管概覽

住房公積金賬戶設立手續。違反相關規定的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處以最少人民幣10,000元但最高人民幣50,000元的罰款。單位亦應當按時、足額繳存住房公積金，不得逾期繳存或者少繳。單位逾期不繳或者少繳住房公積金供款者，由住房公積金管理中心責令限期繳存；若逾期仍不繳存，可以申請人民法院強制執行。

根據於2014年3月1日施行的《勞務派遣暫行規定》(中華人民共和國人力資源和社會保障部令第22號)，用工單位只能在臨時性、輔助性或者替代性的工作崗位上使用被派遣勞動者，且使用的被派遣勞動者數量不得超過其用工總量的10%。根據《勞動合同法》，勞務派遣單位、用工單位若違反有關規定，由勞動行政部門責令限期改正；逾期不改正者，每人按人民幣5,000元以上人民幣10,000元以下的標準處以罰款。用工單位如對被派遣勞動者造成損害，勞務派遣單位與用工單位承擔連帶賠償責任。

有關境外證券發行及上市的法律法規

根據於2023年3月31日施行的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(中國證券監督管理委員會公告[2023]43號)(以下簡稱「《境外上市試行辦法》」)和五項相關指引，《境外上市試行辦法》引入了新的備案制度，要求直接及間接境外發行上市的境內企業向中國證監會備案，報送備案報告、法律意見書等有關材料。《境外上市試行辦法》規定，有下列情形之一的，明確禁止境外上市發行：(i)法律、行政法規或者國家有關規定明確禁止上市融資的；(ii)經國務院有關主管部門依法審查認定，境外發行上市可能危害國家安全的；(iii)境內企業或其控股股東、實際控制人最近三年內存在貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪的；(iv)境內企業因涉嫌犯罪或者重大違法違規行為正在被依法立案調查，尚未有明確結論意見

監管概覽

的；(v)控股股東或者受控股股東、實際控制人支配的股東持有的股權存在重大權屬糾紛的。境內企業境外發行上市活動，應當嚴格遵守外商投資、網絡安全、數據安全等國家安全法律、行政法規和有關規定，切實履行維護國家安全的義務。涉及安全審查的，應當在向境外證券監督管理機構、交易場所等提交發行上市申請前依法履行相關安全審查程序。

根據於2023年3月31日施行的《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》(中國證券監督管理委員會、財政部、國家保密局、國家檔案局公告[2023]44號)，境內企業向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供、公開披露，或者通過其境外上市主體等提供、公開披露涉及國家秘密、國家機關工作秘密的文件、資料的，應當依法報有審批權限的主管部門批准，並報同級保密行政管理部門備案。境內企業向有關證券公司、證券服務機構、境外監管機構等單位和個人提供會計檔案或會計檔案複印件的，應當按照國家有關規定履行相應程序。為境內企業境外發行上市提供相關證券服務的證券公司、證券服務機構在境內形成的工作底稿等檔案應當存放在中國境內。需要出境的，按照國家有關規定辦理審批手續。

歷史、發展及公司架構

概覽

我們是領先的中國高端美妝集團。我們於2000年由中國美妝界著名化妝師毛先生創立，在美妝行業中建立了強大的影響力。

我們的歷史可追溯至2000年7月，當時毛先生（控股股東之一、董事長兼執行董事）創立本公司的前身杭州毛戈平。有關毛先生的履歷詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」。2015年12月，本公司改制為股份有限公司。截至最後實際可行日期，本公司的已發行股本為200,000,000股每股面值人民幣1.00元的股份。

我們的主要里程碑

下文概述本集團的主要業務發展里程碑：

年份	里程碑
2000年	<ul style="list-style-type: none">• 本公司的前身杭州毛戈平成立。• 推出旗艦品牌MAOGEPING。• 創建我們的首家化妝藝術機構浙江毛戈平形象設計藝術學校。
2003年	<ul style="list-style-type: none">• 我們的首個專櫃入駐上海港匯恒隆廣場。
2005年	<ul style="list-style-type: none">• 我們的專櫃入駐杭州武林銀泰百貨。
2008年	<ul style="list-style-type: none">• 我們推出至愛終生以拓寬品牌組合。• 在毛先生的帶領下，我們擔任北京奧運會開幕式的化妝師。
2009年	<ul style="list-style-type: none">• 我們擔任中華人民共和國成立60週年國慶閱兵式的化妝師。

歷史、發展及公司架構

年份	里程碑
2015年	• 本公司改制為股份有限公司。
2018年	• 我們開設天貓首家網店。
2019年	• 我們與故宮文創攜手打造「氣蘊東方」系列。
2021年	• 我們擔任第19屆杭州亞運會官方指定彩妝用品和化妝服務供應商。
2022年及 2023年	• 我們擔任中國花樣游泳隊官方贊助商及中國國家隊的官方合作夥伴。

我們的主要子公司

截至最後實際可行日期，下列實體為對我們往績記錄期間的經營業績作出重大貢獻的主要子公司：

子公司名稱	註冊 成立地點	註冊 成立日期	持股	主要 業務活動
毛戈平科技	中國	2009年11月12日	100%	化妝品的研發及批發
浙江匯都	中國	2021年3月8日	100%	化妝品的電子商務業務推廣及銷售
毛戈平形象設計	中國	2010年8月10日	100%	化妝藝術培訓業務的運營管理
杭州至愛終生	中國	2013年11月7日	100%	彩妝及護膚品銷售
杭州科韻詩	中國	2022年8月18日	100%	化妝品的研發及批發

歷史、發展及公司架構

子公司名稱	註冊 成立地點	註冊 成立日期	持股	主要 業務活動
杭州尚都匯.....	中國	2024年1月2日	100%	我們杭州新總部及新總部大樓項目主體的土地使用權持有人

本公司的主要股權變動

成立本公司

2000年7月28日，本公司根據中國法律成立為有限公司，初始註冊資本為人民幣500,000元，由毛先生及毛先生之父親毛根友先生分別持有75%及25%權益。

2003年11月增資

2003年11月，通過注資合共人民幣1,000,000元，本公司的註冊資本由人民幣500,000元增至人民幣1,500,000元，其中人民幣750,000元由毛先生出資及人民幣250,000元由毛根友先生出資。緊隨上述增資後，本公司於2003年11月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	1,125,000	75.00
毛根友先生.....	375,000	25.00
總計	1,500,000	100.00

2005年5月資本轉讓

2005年5月，毛先生將本公司的人民幣180,000元註冊資本（佔本公司當時註冊資本總額的12%）以人民幣180,000元的對價轉讓予毛霓萍女士（我們的執行董事及毛先生的胞姐）；而毛根友先生將(i)人民幣210,000元的註冊資本（佔本公司當時註冊資本總額的14%）以人民幣210,000元的對價轉讓予毛慧萍女士（我們的執行董事及毛先生的胞姐及毛霓萍女士的胞妹），及(ii)人民幣90,000元的註冊資本（佔本公司當時註冊資本總額的6%）以人民幣90,000元的對價轉讓予毛霓萍女士。

歷史、發展及公司架構

上述資本轉讓完成後，本公司於2005年5月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	945,000	63.00
毛霓萍女士	270,000	18.00
毛慧萍女士	210,000	14.00
毛根友先生	75,000	5.00
總計	1,500,000	100.00

2007年7月增資

2007年7月，通過注資合共人民幣3,600,000元，本公司的註冊資本由人民幣1,500,000元增至人民幣5,100,000元，本公司當時股東按其當時持股比例的出資情況如下：

認繳人	註冊資本 出資額 (人民幣元)
毛先生	2,268,000
毛霓萍女士	648,000
毛慧萍女士	504,000
毛根友先生	180,000

該增資完成後，本公司於2007年7月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	3,213,000	63.00
毛霓萍女士	918,000	18.00
毛慧萍女士	714,000	14.00
毛根友先生	255,000	5.00
總計	5,100,000	100.00

歷史、發展及公司架構

2010年3月資本轉讓

2010年3月，毛根友先生將(i)人民幣81,600元的註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的1.60%)以人民幣81,600元的對價轉讓予毛先生及(ii)人民幣173,400元的註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的3.40%)以人民幣173,400元的對價轉讓予宋虹佺女士。毛霓萍女士將人民幣45,900元的註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的0.90%)以人民幣45,900元的對價轉讓予宋虹佺女士。毛慧萍女士將人民幣35,700元的註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的0.70%)以人民幣35,700元的對價轉讓予宋虹佺女士。上述向毛先生進行的轉讓的對價等於其獲轉讓的有關註冊資本，有關轉讓為毛氏家族安排。上述向宋虹佺女士進行的轉讓的對價等於其獲轉讓的註冊資本，乃經考慮宋虹佺女士的經驗及其可為本公司的業務及管理帶來的貢獻後釐定。

上述轉讓完成後，本公司於2010年3月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	3,294,600	64.60
毛霓萍女士.....	872,100	17.10
毛慧萍女士.....	678,300	13.30
宋虹佺女士.....	255,000	5.00
總計	5,100,000	100.00

2010年9月資本轉讓

2010年9月，毛先生將本公司的人民幣663,000元註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的13%)以零對價(乃按照其家族安排釐定)轉讓予其配偶汪女士，及將本公司的人民幣81,600元註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的1.60%)以人民幣385,882.38元的對價轉讓予汪立華先生(我們的執行董事及汪女士的胞弟)。

毛霓萍女士將本公司的人民幣209,100元註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的4.10%)以人民幣988,823.60元的對價轉讓予汪立華先生。

毛慧萍女士將(i)本公司的人民幣66,300元註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的1.30%)以人民幣313,529.43元的對價轉讓予汪立華先生及(ii)本公司的人民幣51,000元註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的1%)以人民幣241,176.49元的對價轉讓予宋

歷史、發展及公司架構

虹佺女士。上述向汪立華先生及宋虹佺女士的轉讓對價乃由各方經考慮多項因素（包括但不限於本公司的淨資產及我們業務的歷史經營業績）後公平磋商釐定。

上述轉讓完成後，本公司於2010年9月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	2,550,000	50.00
汪女士	663,000	13.00
毛霓萍女士.....	663,000	13.00
毛慧萍女士.....	561,000	11.00
汪立華先生.....	357,000	7.00
宋虹佺女士.....	306,000	6.00
總計	5,100,000	100.00

2010年10月資本轉讓

2010年10月，毛先生、汪女士、毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生及宋虹佺女士將本公司合共人民幣102,000元的註冊資本（佔本公司當時註冊資本總額的2%）轉讓予杭州帝和投資管理有限公司（「帝和投資」），轉讓詳情如下：

轉讓方	受讓方	所轉讓 註冊資本 (人民幣元)	對價 (人民幣元)
毛先生	帝和投資 ⁽¹⁾	51,000	241,176.49
汪女士		13,260	62,705.89
毛霓萍女士.....		13,260	62,705.89
毛慧萍女士.....		11,220	53,058.83
汪立華先生.....		7,140	33,764.71
宋虹佺女士.....		6,120	28,941.18

附註：

- (1) 帝和投資為一家於2010年10月9日在中國成立的有限公司，主要從事投資管理。帝和投資的註冊資本為人民幣500,000元，由毛先生及汪女士分別持有55%及45%權益。帝和投資於2012年6月29日自願註銷。

歷史、發展及公司架構

上述轉讓完成後，本公司於2010年10月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	2,499,000	49.00
汪女士	649,740	12.74
毛霓萍女士	649,740	12.74
毛慧萍女士	549,780	10.78
汪立華先生	349,860	6.86
宋虹佺女士	299,880	5.88
帝和投資	102,000	2.00
總計	5,100,000	100.00

2011年4月增資

2011年4月，通過資本認繳合共人民幣762,069元，本公司的註冊資本由人民幣5,100,000元增至人民幣5,862,069元，其中人民幣586,207元的註冊資本由新開發聯合創業投資企業（「新開發」）以人民幣45,000,000元的對價認繳及人民幣175,862元的註冊資本由浙江天易投資管理有限公司（「天易投資」）以人民幣13,500,000元的對價認繳。上述新開發及天易投資的認繳對價乃由本公司與認繳人經考慮多項因素（包括但不限於本公司的淨資產、歷史經營業績、行業排名、投資時機及業務前景）後公平磋商釐定。上述增資完成後，本公司於2011年4月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	2,499,000	42.63
汪女士	649,740	11.08
毛霓萍女士	649,740	11.08
新開發 ⁽¹⁾	586,207	10.00
毛慧萍女士	549,780	9.38
汪立華先生	349,860	5.97
宋虹佺女士	299,880	5.12
天易投資 ⁽²⁾	175,862	3.00
帝和投資	102,000	1.74
總計	5,862,069	100.00

歷史、發展及公司架構

附註：

- (1) 據本公司所深知，於上述增資時新開發由國家開發銀行最終控股及為獨立第三方。
- (2) 天易投資為一家於2010年4月30日根據中國法律成立的有限公司，主要從事投資管理及投資諮詢業務，於上述增資時，由均為本公司獨立第三方的紹興達億新能源產業有限公司、紹興鑫億電子商務創業園有限公司及曹國熊先生分別持有40%、40%及20%權益。截至最後實際可行日期，紹興達億新能源產業有限公司由均為本公司獨立第三方的姚芝紅女士及其他三名人士分別擁有約58.38%及41.63%權益。截至最後實際可行日期，紹興鑫億電子商務創業園有限公司由均為本公司獨立第三方的四名人士分別持有約50%、30%、10%及10%權益。天易投資於2024年1月及3月將其於本公司所持權益全部出售。有關天易投資轉讓的進一步詳情，請參閱下文「—2024年1月及3月天易投資進行股份轉讓」。

2011年5月資本轉讓

2011年5月，帝和投資(i)將本公司的人民幣45,329元註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的0.7733%)以人民幣794,381.66元的對價轉讓予嘉馳投資及(ii)將本公司的人民幣56,671元註冊資本(佔本公司當時註冊資本總額的0.9667%)以人民幣993,147.94元的對價轉讓予帝景投資。本公司並非上述轉讓的一方，據本公司所深知及盡悉，上述轉讓的對價乃由各方經考慮本公司的淨資產後公平磋商釐定。

上述轉讓完成後，本公司於2011年5月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	2,499,000	42.63
汪女士	649,740	11.08
毛霓萍女士	649,740	11.08
新開發	586,207	10.00
毛慧萍女士	549,780	9.38
汪立華先生	349,860	5.97
宋虹伶女士	299,880	5.12
天易投資	175,862	3.00
帝景投資 ⁽¹⁾	56,671	0.97
嘉馳投資 ⁽²⁾	45,329	0.77
總計	5,862,069	100.00

歷史、發展及公司架構

附註：

- (1) 帝景投資於2011年4月28日在中國成立，主要從事投資管理。截至最後實際可行日期，帝景投資的註冊資本為人民幣1,000,000元，由毛先生、汪女士、徐衛國先生、董樂勤先生、張建楓先生及劉順祥先生分別持有10%、35.45%、22.73%、18.18%、9.09%及4.55%權益，毛先生擔任普通及執行事務合夥人。張先生為本公司人力資源總監，自2018年12月至2024年4月擔任董事。張先生由於工作調整從董事會中辭職。張先生與本公司之間概無任何意見分歧。劉先生為杭州科韻詩的副總經理。
- (2) 嘉馳投資於2011年4月28日在中國成立，主要從事投資管理。嘉馳投資當時由毛先生及汪女士分別持有50%及50%權益。於2024年合夥權益變動後及截至最後實際可行日期，嘉馳投資的註冊資本為人民幣800,000元，由汪女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%權益，汪女士及董樂勤先生擔任聯席普通及執行事務合夥人，而於普通合夥人安排中，汪女士對嘉馳投資於本公司持有的表決權擁有最終決策權及實際控制權，董樂勤先生並無且不會行使任何控制權。有關2024年嘉馳投資合夥權益變動的詳情，請參閱下文「—2024年1月嘉馳投資合夥權益變動」。

2012年10月增資

2012年10月，通過經本公司股東大會批准的資本公積轉增，本公司的註冊資本由人民幣5,862,069元增至人民幣60,000,000元。該增資完成後，本公司於2012年10月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	25,578,000	42.63
汪女士	6,650,280	11.08
毛霓萍女士	6,650,280	11.08
新開發	6,000,000	10.00
毛慧萍女士	5,627,160	9.38
汪立華先生	3,580,920	5.97
宋虹伶女士	3,069,360	5.12
天易投資	1,800,000	3.00
帝景投資	580,020	0.97
嘉馳投資	463,980	0.77
總計	60,000,000	100.00

歷史、發展及公司架構

2015年10月資本轉讓

2015年10月，新開發將本公司的人民幣6,000,000元註冊資本（佔本公司當時註冊資本總額的10%）以人民幣73,300,000元的對價轉讓予昆吾九鼎投資管理有限公司（「九鼎投資」）。新開發退出對本公司註冊資本投資的決定乃出於商業原因。本公司並非上述轉讓的一方，據本公司所深知及盡悉，上述轉讓的對價乃由各方經考慮多項因素（包括但不限於本公司的淨資產、歷史經營業績、行業排名、投資時機及業務前景）後公平磋商釐定。

該轉讓完成後，本公司於2015年10月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	25,578,000	42.63
汪女士	6,650,280	11.08
毛霓萍女士	6,650,280	11.08
九鼎投資 ⁽¹⁾⁽²⁾	6,000,000	10.00
毛慧萍女士	5,627,160	9.38
汪立華先生	3,580,920	5.97
宋虹佳女士	3,069,360	5.12
天易投資	1,800,000	3.00
帝景投資	580,020	0.97
嘉馳投資	463,980	0.77
總計	60,000,000	100.00

附註：

- (1) 據本公司所深知，於上述增資時九鼎投資為獨立第三方。
- (2) 九鼎投資於2015年10月將其於本公司所持權益全部出售。有關九鼎投資轉讓的更多詳情，請參閱「—2015年10月資本轉讓」。

歷史、發展及公司架構

2015年10月資本轉讓

2015年10月，九鼎投資將本公司的人民幣6,000,000元註冊資本（佔本公司當時註冊資本總額的10%）以人民幣73,300,000元的對價轉讓予蘇州浦申九鼎投資中心（有限合夥）（「浦申九鼎」）。本公司並非上述轉讓的一方，據本公司所深知及盡悉，上述轉讓的對價乃由各方經考慮多項因素（包括但不限於本公司的淨資產、歷史經營業績、行業排名、投資時機及業務前景）後公平磋商釐定。

該轉讓完成後，本公司於2015年10月的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	25,578,000	42.63
汪女士	6,650,280	11.08
毛霓萍女士	6,650,280	11.08
浦申九鼎 ⁽¹⁾⁽²⁾	6,000,000	10.00
毛慧萍女士	5,627,160	9.38
汪立華先生	3,580,920	5.97
宋虹伶女士	3,069,360	5.12
天易投資	1,800,000	3.00
帝景投資	580,020	0.97
嘉馳投資	463,980	0.77
總計	60,000,000	100.00

附註：

- 據本公司所深知，於上述資本轉讓時浦申九鼎為獨立第三方。截至最後實際可行日期，(i) 浦申九鼎由其普通合夥人西藏昆吾九鼎創業投資基金管理有限公司（「西藏昆吾」）控制，西藏昆吾由九鼎投資全資擁有，而九鼎投資則由昆吾九鼎投資控股股份有限公司（其股份於上海證券交易所上市（證券代碼：600053）（「九鼎控股」）全資持有；及(ii) 九鼎投資由九鼎控股全資擁有。因此，浦申九鼎及九鼎投資由九鼎控股共同控制。
- 浦申九鼎於2024年1月將其於本公司所持權益全部出售。有關浦申九鼎轉讓的更多詳情，請參閱「—2024年1月浦申九鼎進行股份轉讓」。

歷史、發展及公司架構

2015年12月改制為股份有限公司

2015年11月4日，我們的股東大會通過決議案批准（其中包括）將本公司由有限責任公司改制為股份有限公司。根據日期為2015年12月16日的發起人協議，全體發起人批准將本公司截至2015年10月31日的資產淨值轉為60,000,000股每股面值人民幣1.00元的本公司股份，已轉換的資產淨值超出股份面值的部分計入本公司的資本公積。改制已於2015年12月完成。改制完成後，本公司於2015年12月的股權架構如下：

股東	股份數目	持股百分比 (%)
毛先生	25,578,000	42.63
汪女士	6,650,280	11.08
毛霓萍女士	6,650,280	11.08
浦申九鼎	6,000,000	10.00
毛慧萍女士	5,627,160	9.38
汪立華先生	3,580,920	5.97
宋虹佺女士	3,069,360	5.12
天易投資	1,800,000	3.00
帝景投資	580,020	0.97
嘉馳投資	463,980	0.77
總計	60,000,000	100.00

2024年1月帝景投資向嘉馳投資轉讓股份

由於毛氏家族安排，於2024年1月5日，帝景投資（當時由毛先生及汪女士控制）以零對價向嘉馳投資（當時由毛先生及汪女士控制）轉讓580,020股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.97%）。

2024年1月嘉馳投資合夥權益變動

於2024年1月23日，毛先生及汪女士分別撤回於嘉馳投資的50%及19.5402%註冊資本，其中(i) 30.4598%及30.4598%因毛氏家族安排而以零對價分別贈予毛霓萍女士及毛慧萍女士；及(ii) 8.6208%由董樂勤先生以對價人民幣10.95百萬元認繳。該註冊資本已於2024年4月2日由董樂勤先生悉數結清。於該合夥權益變動後及截至最後實

歷史、發展及公司架構

際可行日期，嘉馳投資的註冊資本為人民幣800,000元，由汪女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%。汪女士及董樂勤先生獲委任為嘉馳投資的聯席普通及執行事務合夥人，據此，根據嘉馳投資的合夥協議條款，汪女士對嘉馳投資於本公司持有的表決權擁有最終決策權及實際控制權。如上所述，通過對嘉馳投資的投資，董樂勤先生成為嘉馳投資的合夥人之一，且於普通合夥人安排中其僅為執行及管理目的而擔任普通合夥人，並無且不會行使任何控制權，且該安排符合有關中國法律。由於(i)就毛氏家族安排而言，嘉馳投資為控股實體，(ii)向毛霓萍女士及毛慧萍女士轉讓嘉馳投資的合夥權益屬於毛氏家族安排的一部分，(iii)向董樂勤先生轉讓嘉馳投資的合夥權益乃僅為執行及管理目的，以落實毛氏家族安排，故涉及本公司間接股權轉讓的有關變動並不構成毛霓萍女士、毛慧萍女士或董樂勤先生的[編纂]前投資。由於董樂勤先生承諾其將僅作為執行及管理事務的聯席普通及執行事務合夥人，在普通合夥人安排中並無且不會行使任何控制權，董事認為，董樂勤先生不應被視為一組控股股東的一名成員。

2024年1月浦申九鼎進行股份轉讓

於2024年1月25日，浦申九鼎以對價人民幣106,945,000元將879,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的1.47%）轉讓予深圳市篤實企業管理合夥企業（有限合夥）（「深圳篤實」）。

於2024年1月29日，浦申九鼎以對價人民幣71,905,000元向蘇州錦鴻創業投資合夥企業（有限合夥）（「蘇州錦鴻」）轉讓591,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.99%）。

本公司並非上述轉讓的一方，據本公司所深知及盡悉，上述轉讓的對價乃由各方經考慮各種因素（包括但不限於本公司的淨資產、過往經營業績、行業排名、投資時機及業務前景）後公平磋商釐定。有關深圳篤實及蘇州錦鴻及向彼等各自進行的股份轉讓的進一步詳情，請參閱下文「一[編纂]前投資」。據本公司所深知，於進行上述轉讓時深圳篤實及蘇州錦鴻均為獨立第三方。該等股份轉讓乃由相關股東經公平磋商後進行，概不涉及本公司發行任何新股份。由於該等轉讓完成後深圳篤實及蘇州錦鴻成為新股東，浦申九鼎向深圳篤實及蘇州錦鴻轉讓股份構成於本公司的[編纂]前投資。有關深圳篤實及蘇州錦鴻的進一步詳情，請參閱「一與[編纂]前投資者有關的資料」。

歷史、發展及公司架構

於2024年1月17日，浦申九鼎（當時的一名股東）以對價人民幣551,150,000元向帝景投資（當時由毛先生及汪女士控制）轉讓4,530,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的7.55%）。上述轉讓的對價乃由各方經考慮多項因素（包括但不限於本公司的淨資產、歷史經營業績、行業排名、投資時機及業務前景）後公平磋商釐定。

於2024年3月22日，由於毛氏家族安排，帝景投資進一步(i)以對價人民幣182,500,000元向毛霓萍女士之子徐科君先生轉讓5,000,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的2.50%）；及(ii)以對價人民幣182,500,000元向毛慧萍女士之子丁韜先生轉讓5,000,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的2.50%）。與浦申九鼎於2024年1月向帝景投資進行的轉讓相比，每股股份對價的調整乃由於下文所載本公司於2024年3月的增資。於2024年4月3日，徐科君先生和丁韜先生直接向浦申九鼎悉數結算了轉讓對價，作為帝景投資對上文所述浦申九鼎於2024年1月向帝景投資轉讓本公司當時已發行股份總數5.00%的結算。

同日，帝景投資(i)以對價人民幣73,000,000元向毛先生轉讓2,000,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的1.00%）；(ii)以對價人民幣18,980,000元向汪女士轉讓520,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.26%）；(iii)以對價人民幣18,980,000元向毛霓萍女士轉讓520,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.26%）；(iv)以對價人民幣16,060,000元向毛慧萍女士轉讓440,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.22%）；(v)以對價人民幣10,220,000元向汪立華先生轉讓280,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.14%）；及(vi)以對價人民幣8,760,000元向宋虹佺女士轉讓240,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.12%）。與浦申九鼎於2024年1月向帝景投資進行的轉讓相比，每股股份對價的調整乃由於下文所載本公司於2024年3月的增資。該等轉讓已於2024年4月8日悉數結算。

於該等轉讓完成後，浦申九鼎不再持有本公司任何權益。本公司因九鼎投資參與新開發所持本公司註冊資本的公開要約而結識九鼎投資，因此九鼎投資於2015年成為本公司的投資者。因九鼎控股內部管理安排，九鼎投資其後將其持有的本公司註冊資本轉讓予浦申九鼎。據本公司經審慎查詢後所深知及盡悉，浦申九鼎退出對股份的投资決定乃由浦申九鼎的普通合夥人出於商業原因而作出。

歷史、發展及公司架構

2024年1月及3月天易投資進行股份轉讓

2024年1月8日，為明確曹國熊先生（當時為天易投資持股20%的股東）通過天易投資而於本公司持有的間接權益，為其於本公司層面的直接持股，天易投資將360,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.60%）以人民幣9,000,000元的對價轉讓予曹國熊先生。

2024年3月22日，為明確姚芝紅女士（當時為天易投資的間接股東）通過天易投資而於本公司持有的間接權益，為其於本公司層面的直接持股，天易投資同意將1,401,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的約0.70%）以人民幣10,507,500元的對價轉讓予姚芝紅女士。

同日，天易投資進一步同意分別向姚芝紅女士及曹國雄先生轉讓2,439,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的約1.22%）及960,000股股份（佔本公司當時已發行股份總數的0.48%），對價分別為人民幣85,365,000元及人民幣33,600,000元。

有關曹國雄先生、姚芝紅女士以及向彼等各自轉讓股份的進一步詳情，請參閱下文「-[編纂]前投資」。據本公司所深知，於進行上述轉讓時曹國熊先生及姚芝紅女士均為獨立第三方。該等股份轉讓乃由相關股東經公平磋商後進行，概不涉及本公司發行任何新股份。

該等轉讓完成後，天易投資不再持有本公司任何權益。本公司在天易投資考察投資機會過程中結識天易投資（一家杭州本地投資公司）。天易投資退出對股份投資的決定乃由天易投資與曹國雄先生及姚芝紅女士（當時為天易投資的股東）出於其對本公司未來發展的積極展望及持有股份靈活性而作出。由於該等轉讓完成後曹國雄先生及姚芝紅女士成為新股東，天易投資向曹國雄先生及姚芝紅女士轉讓股份構成於本公司的[編纂]前投資。有關曹國雄先生及姚芝紅女士的進一步詳情，請參閱「-與[編纂]前投資者有關的資料」。

歷史、發展及公司架構

2024年3月增資

2024年3月，通過本公司股東大會批准的資本公積轉增，本公司的註冊資本由人民幣60,000,000元增至人民幣200,000,000元。

於上述股份轉讓及2024年增資完成後，本公司截至最後實際可行日期的股權架構如下：

股東	所持註冊資本 (人民幣元)	持股百分比 (%)
毛先生	87,260,000	43.63
汪女士	22,687,600	11.34
毛霓萍女士	22,687,600	11.34
毛慧萍女士	19,197,200	9.60
汪立華先生	12,216,400	6.11
宋虹佺女士	10,471,200	5.24
徐科君先生	5,000,000	2.50
丁韜先生	5,000,000	2.50
姚芝紅女士	3,840,000	1.92
嘉馳投資	3,480,000	1.74
深圳篤實	2,930,000	1.47
曹國熊先生	2,160,000	1.08
蘇州錦鴻	1,970,000	0.99
帝景投資	1,100,000	0.55
總計	200,000,000	100.00

據我們中國法律顧問告知，本公司已就上述轉讓、增資及股份發行在重大方面獲得主管機關的所有必要批准或向國家市場監督管理總局相關地方分支機構辦理所有必要的登記或備案，且有關轉讓、增資及股份發行在所有重大方面均按適用的中國法律及法規進行。

股份拆細

我們預期於緊接[編纂]前將進行股份拆細，據此，我們每股面值人民幣1.00元的股份將拆細為[兩]股每股面值人民幣[0.50]元的股份。該股份拆細完成後，本公司的註冊資本（即人民幣200,000,000元）將分為[400,000,000]股每股股份面值人民幣[0.50]元的股份，將由我們所有當時股東按緊接[編纂]前其各自於本公司的股權比例認繳，我們的已發行股份數目將為[400,000,000]股，不計及[編纂]將發行的新股份。

歷史、發展及公司架構

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，毛先生及汪女士合共持有我們已發行股本總額的約57.26%權益，包括(i)毛先生直接持有我們已發行股本總額的43.63%，(ii)汪女士直接持有我們已發行股本總額的11.34%，(iii)毛先生及汪女士通過帝景投資（其由汪女士及毛先生分別控制35.45%及10%權益，毛先生作為其普通合夥人）間接控制我們已發行股本總額的0.55%，及(iv)汪女士通過嘉馳投資（汪女士對嘉馳投資擁有最終決策權並對嘉馳投資於本公司的投票權擁有實際控制權而董樂勤先生並無且不會對普通合夥安排行使任何控制權）間接控制我們已發行股本總額的1.74%。更多詳情請參閱「與控股股東的關係」。

過往A股上市申請

為探索在A股市場建立資本市場平台的機會，我們已於2016年12月向中國證監會提交我們股份在上海證券交易所主板上市的申請（「**過往上市申請**」），並於2021年10月21日獲得中國證監會發行審核委員會的批准，其後本公司一直在與中國證監會就發行批准事宜進行跟進，但未收到任何正式批准。於2023年3月，由於實行註冊制上市制度，本公司重新向上海證券交易所提交了申請文件。自2021年10月獲得中國證監會發行審核委員會的批准，於2023年3月向上海證券交易所重新提交上市申請，直至我們於2024年1月正式撤回A股上市申請，我們未收到中國證監會或上海證券交易所就本公司上市申請流程的任何進一步意見或反饋。鑒於本公司的A股上市申請時間表的不確定性、我們的業務前景、我們當時的未來發展戰略及營銷環境，隨後我們決定自願撤回A股上市申請，且本公司於2024年1月正式撤回過往上市申請。此外，董事相信[**編纂**]將符合本集團的業務發展戰略，並將有利於我們及全體股東，理由如下：(i)聯交所作為國際金融市場的領先者，可為我們提供直接進入國際資本市場的機會，提升我們的集資能力，拓寬我們的集資渠道及股東基礎，並提升我們的國際曝光率；(ii)[**編纂**]將為我們在國際市場上的業務發展提供更好的平台；及(iii)在聯交所[**編纂**]將進一步提升我們的品牌知名度及業務形象，從而提升我們的企業形象，以吸引新客戶、業務合作夥伴及戰略投資者，並有利於為本集團業務招聘、激勵及挽留骨幹管理人員。

歷史、發展及公司架構

本公司已收到中國證監會就過往上市申請提出的若干意見，主要是要求本公司進一步披露本公司的業務（業務模式及運營、銷售模式、主要客戶及供應商、研發）、財務業績（會計政策、稅務及各項會計科目）、股權結構及本公司董事、高級管理層及合規情況（股權的歷史變更、董事及高級管理人員的背景相關資料）的資料。我們在籌備[編纂]時已考慮該等意見。據董事所深知及盡信，董事確認，彼等並不知悉任何可能對我們[編纂]適合性產生重大不利影響或應提請聯交所及／或[編纂]的有意投資者注意的已引起彼等注意的過往上市申請相關的重大事項。

根據獨家保薦人進行的盡職調查，獨家保薦人並未發現任何與上文披露的董事對過往上市申請的意見相抵觸的資料。

歷史、發展及公司架構

[編纂]前投資

概覽

[編纂]前投資詳情載列如下：

[編纂]前 投資者姓名/名稱	方式	協議日期	對價結算日期	認購/收購 的股份數目 ⁽¹⁾	經股份拆細 調整後 認購/收購 的股份數	對價	每股成本 ⁽²⁾	數 [編纂] 折讓 ⁽³⁾	[編纂]時於 本公司持股 情況 (假設 [編纂] 及 [編纂] 未行使)
曹國熊先生,.....	天易投資股份轉讓 ⁽⁴⁾	2024年1月8日	2024年3月28日	1,200,000	2,400,000	人民幣9,000,000元	人民幣3.75元	[編纂]%	[編纂]%
深圳篤實,.....	天易投資股份轉讓 ⁽⁵⁾	2024年3月22日	2024年3月28日	960,000	1,920,000	人民幣33,600,000元	人民幣17.50元	[編纂]%	[編纂]%
蘇州錦鴻,.....	浦申九鼎股份轉讓 ⁽⁶⁾	2024年1月25日	2024年1月29日	2,930,000	5,860,000	人民幣106,945,000元	人民幣18.25元	[編纂]%	[編纂]%
姚芝紅女士,.....	浦申九鼎股份轉讓 ⁽⁶⁾	2024年1月29日	2024年2月27日	1,970,000	3,940,000	人民幣71,905,000元	人民幣18.25元	[編纂]%	[編纂]%
	天易投資股份轉讓 ⁽⁷⁾	2024年3月22日	2024年3月28日	1,401,000	2,802,000	人民幣10,507,500元	人民幣3.75元	[編纂]%	[編纂]%
	天易投資股份轉讓 ⁽⁵⁾	2024年3月22日	2024年3月28日	2,439,000	4,878,000	人民幣85,365,000元	人民幣17.50元	[編纂]%	[編纂]%

歷史、發展及公司架構

附註：

- (1) 認購或收購的股份數目已計及本公司於2024年3月將註冊資本由人民幣60,000,000元增加至人民幣200,000,000元。
- (2) 每股成本乃基於對價除以經緊接[編纂]前將進行的股份拆細調整後認購或收購的股份數目計算，以方便說明較[編纂]的溢價或折讓。
- (3) 較[編纂]的折讓乃基於假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數)計算。
- (4) 曹國熊先生為個人股東，截至轉讓協議日期持有天易投資20%權益。據本公司(並非相關轉讓的一方)所深知，曹先生與天易投資之間的股份轉讓乃基於其內部行政安排，旨在明確曹先生透過天易投資持有的本公司間接權益(即本公司的0.60%股權，按曹先生於天易投資持有的20%權益乘以於轉讓前天易投資於本公司持有的3%權益計算)而成為本公司層面的直接股東，該股份轉讓的對價乃由雙方經參考(其中包括)本公司於有關轉讓時的每股資產淨值(即於2023年12月31日的人民幣1,547,986,000元除以於轉讓協議日期的股份總數60,000,000股)後公平磋商釐定，本公司並未參與其中。有關天易投資、其對本公司的投資及曹先生於其中擁有的權益的進一步詳情，請參閱上文「本公司的主要股權變動－2011年4月增資」。
- (5) 據本公司(並非相關轉讓的一方)所深知，該等股份轉讓的對價乃由天易投資(作為轉讓人)與曹國熊先生及姚芝紅女士(分別作為受讓人)(視情況而定)公平磋商而釐定。
- (6) 據本公司(並非相關轉讓的一方)所深知，該等股份轉讓的對價乃由浦申九鼎(作為轉讓人)與深圳篤實及蘇州錦鴻(分別作為受讓人)(視情況而定)公平磋商而釐定。
- (7) 姚芝紅女士為間接個人股東，截至轉讓協議日期擁有天易投資約23.35%權益。據本公司(並非相關轉讓的一方)所深知，姚女士與天易投資之間的股份轉讓乃基於彼等的內部行政安排，旨在明確姚女士透過天易投資持有的本公司間接權益(即本公司的0.70%股權，按姚女士於天易投資持有的23.35%權益乘以於轉讓前天易投資於本公司持有的3%權益計算)而成為本公司層面的直接股東，而該股份轉讓的對價乃由雙方經參考(其中包括)本公司於有關轉讓時的每股資產淨值(即於2023年12月31日的人民幣1,547,986,000元除以於轉讓協議日期的股份總數200,000,000股)後公平磋商釐定，本公司並未參與其中。有關天易投資、其對本公司的投資以及姚女士在其中擁有的權益的進一步詳情，請參閱上文「本公司的主要股權變動－2011年4月增資」。

歷史、發展及公司架構

[編纂]前投資的主要條款及[編纂]前投資者的權利

[編纂]前投資的所得款項用途 鑒於所有[編纂]前投資者自本公司當時股東收購股份，因此本公司並無籌得[編纂]前投資所得款項。

[編纂]前投資為本公司帶來的戰略裨益. 本公司並非本公司當時股東向[編纂]前投資者轉讓股份的一方。儘管如此，我們認為，[編纂]前投資者對本公司的投資表明了其對本集團經營的信心，亦是對本公司業績、實力及前景的認可。

已付對價的釐定依據 據本公司（並非相關[編纂]前投資的一方）所深知，對價乃由本公司當時相關股東與相關[編纂]前投資者經考慮多項因素（包括但不限於歷史經營業績、行業排名、投資時機及業務前景）後各自公平磋商而釐定。

禁售期 根據適用的中國法律，所有現任股東（包括[編纂]前投資者）自[編纂]起計一年內將須遵守中國相關法定轉讓限制。

中國法律顧問確認

據我們中國法律顧問告知，本公司已就[編纂]前投資在上述重大方面獲得主管機關的所有必要批准或向國家市場監督管理總局相關當地分支機構辦理所有必要的登記或備案，且[編纂]前投資在所有重大方面均按適用的中國法律及法規進行。

[編纂]前投資者的特別權利

截至最後實際可行日期，[編纂]前投資者概無獲授任何特別權利。

歷史、發展及公司架構

獨家保薦人確認

基於(i)[編纂](H股於聯交所首次交易之日)將不會早於[編纂]前投資完成後120個整日；及(ii)截至最後實際可行日期，概無[編纂]前投資者獲授任何特別權利，獨家保薦人確認[編纂]前投資符合新上市申請人指南第4.2章的規定。

與[編纂]前投資者有關的資料

曹國熊先生

曹國熊先生，中國籍，為持有天易投資(本公司前股東)20%權益的現有股東之一且為獨立第三方。有關天易投資、其對本公司的投資及曹先生在其中擁有的權益的進一步詳情，請參閱上文「—本公司的主要股權變動—2011年4月增資」。

深圳篤實

深圳篤實為一間於2024年1月23日根據中國法律成立的有限合夥企業，主要從事企業管理及諮詢業務，作為控股實體而成立。深圳篤實的普通合夥人為深圳市玖贏企業管理諮詢有限公司，截至最後實際可行日期，其持有深圳篤實20.43%的權益，並由本公司獨立第三方張麗萍女士全資擁有。截至最後實際可行日期，深圳篤實由其有限合夥人(即長沙山九企業諮詢合夥企業(有限合夥)、深圳市匯智達壹號投資合夥企業(有限合夥)、長沙國錦嘉鼎投資管理合夥企業(有限合夥)、長沙九金企業諮詢合夥企業(有限合夥)、漢天控股(深圳)有限公司、深圳山衡企業諮詢中心(有限合夥)、山村控股(深圳)有限公司、湖南漢天資產管理有限公司、長沙九嵐酒店管理有限公司及長沙令松網絡科技有限公司(均為本公司獨立第三方))分別持有約32.71%、15.89%、10.28%、7.10%、5.31%、4.11%、1.78%、1.31%、0.84%及0.24%。截至最後實際可行日期，長沙山九企業諮詢合夥企業(有限合夥)由深圳市玖贏企業管理諮詢有限公司、山村控股(深圳)有限公司、長沙芙蓉金飾珠寶有限公司、廣東風起投資有限公司、楊蓉女士、宋利豐先生及周琳女士(均為本公司獨立第三方)分別持有約58.53%、20.22%、4.25%、4.25%、4.25%、4.25%及4.25%。截至最後實際可行日期，長沙山九企業諮詢合夥企業(有限合夥)的普通合夥人為山村控股(深圳)有限公司，而山村控股(深圳)有限公司由朱新先生、長沙忍耐諮詢合夥企業(有限合夥)、漢天控股(深圳)有限公司、深圳市玖贏企業管理諮詢有限公司、長沙棟源企業諮詢有限公司、宋利豐先

歷史、發展及公司架構

生、杭立斌先生及歐建明先生(均為本公司獨立第三方)分別持有59.13%、19.31%、9.66%、8.69%、1.93%、0.49%、0.39%及0.39%。據董事經審慎查詢後所深知及盡悉，深圳篤實透過其有限合夥人(即長沙山九企業諮詢合夥企業(有限合夥)、深圳市匯智達壹號投資合夥企業(有限合夥)、長沙國錦嘉鼎投資管理合夥企業(有限合夥)、長沙九金企業諮詢合夥企業(有限合夥)、漢天控股(深圳)有限公司、湖南漢天資產管理有限公司、深圳山衡企業諮詢中心(有限合夥)、山村控股(深圳)有限公司、長沙九嵐酒店管理有限公司及長沙令松網絡科技有限公司(「若干有限合夥人」)(亦為浦申九鼎的直接或間接有限合夥人))結識浦申九鼎。於2024年，浦申九鼎退出對本公司股份的投資的決定乃出於商業原因作出，而若干有限合夥人對本集團的業務前景持樂觀態度並決定成立深圳篤實以投資於本公司。據董事經審慎查詢後所深知及盡悉，截至最後實際可行日期，深圳篤實為浦申九鼎的獨立第三方，且若干有限合夥人的所有最終股東均未參與浦申九鼎設立的私募股權基金的管理，且除對九鼎投資及西藏昆吾管理的私募股權基金的投資外，與浦申九鼎、其普通合夥人及九鼎投資目前並無任何關係或股權安排。

蘇州錦鴻

蘇州錦鴻為一間於2024年1月23日根據中國法律成立的有限合夥企業，主要從事風險投資業務，作為控股實體而成立。蘇州錦鴻的普通合夥人為同系(北京)資本管理有限公司，截至最後實際可行日期，其持有蘇州錦鴻1.37%權益，並由均為本公司獨立第三方的北京同系科技有限公司、王森林先生、朱鷺佳先生及劉林茂先生分別持有70%、10%、10%及10%權益。截至最後實際可行日期，北京同系科技有限公司由均為本公司獨立第三方的朱鷺佳先生及亞歐成長(深圳)科技有限責任公司(由朱鷺佳先生全資擁有)分別持有0.1%及99.9%權益。蘇州錦鴻的有限合夥人包括索隆先生(持有約46.58%權益)及三名其他有限合夥人(各自持有蘇州錦鴻不足三分之一權益)。截至最後實際可行日期，蘇州錦鴻的所有有限合夥人均為本公司獨立第三方。據董事經審慎查詢後所深知及盡悉，蘇州錦鴻透過其普通合夥人的股東(即王森林先生、朱鷺佳先生

歷史、發展及公司架構

及劉林茂先生，彼等均為九鼎控股或其聯繫人的前僱員) 結識浦申九鼎。據董事經審慎查詢後所深知及盡悉，截至最後實際可行日期，蘇州錦鴻為浦申九鼎的一名獨立第三方，且蘇州錦鴻的普通合夥人的所有最終股東均未參與浦申九鼎設立的私募股權基金的管理，且與浦申九鼎、其普通合夥人及九鼎投資目前並無任何關係或股權安排。

姚芝紅女士

姚芝紅女士，中國籍，為天易投資(本公司前股東)間接股東之一且為獨立第三方。有關天易投資、其對本公司的投資及姚女士在其中擁有的權益的進一步詳情，請參閱上文「— 本公司的主要股權變動 — 2011年4月增資」。

重大收購、出售及合併事項

為增強我們的供應鏈能力及降低生產成本，於2023年6月26日，杭州星屹(本公司全資子公司)、寧波鴻妍企業管理諮詢合夥企業(有限合夥)(「寧波鴻妍」)及華美康妍(蘇州)生物科技有限公司(「華美康妍」)訂立股權轉讓協議，據此，杭州星屹同意購買及寧波鴻妍同意轉讓華美康妍14.1428%註冊資本(「2023年華美收購」)及寧波鴻妍承擔的總金額為人民幣10百萬元的出資義務。由於寧波鴻妍當時並無繳足華美康妍的14.1428%註冊資本的款項，杭州星屹有義務履行對華美康妍的相應出資義務，故2023年華美收購的有關對價為零。於2024年3月26日，杭州星屹、寧波鴻妍及華美康妍訂立股份轉讓協議，據此，杭州星屹同意購買且寧波鴻妍同意出售華美康妍25.8572%的註冊資本(「2024年華美收購」，連同2023年華美收購，統稱「華美收購」)，總對價約為人民幣22.24百萬元，該對價參考華美康妍估值經公平磋商釐定。該轉讓已於2024年3月28日結算。於2024年3月華美收購完成後，華美康妍由蘇州冠妍企業管理合夥企業(有限合夥)(「蘇州冠妍」)、杭州星屹及寧波鴻妍分別持有45.0005%、40.00%及14.9995%權益。截至最後實際可行日期，蘇州冠妍由王邑華女士、曾天霞女士及焦銀飛先生(均為獨立第三方)分別持有55.50%、24.50%及20.00%權益。寧波鴻妍由高常愛先生及程冰瑩女士(均為獨立第三方)分別持有80%及20%權益。華美康妍主要從事護膚品的研發及生產。其於2022年投產，營運規模與本集團的業務需求(包括本公司產品的生產及灌裝)相匹配。據本公司所深知，截至2021年、2022年及2023年12月31日，華美康妍的員工人數分別為9名、48名及72名，而截至2021年、2022年及2023

歷史、發展及公司架構

年12月31日止年度，向本集團的銷售產生的收入佔華美康妍收入的比例分別為零、33.9%及46.0%。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，本集團就料體採購及化妝品生產向華美康妍支付的總額分別約為零、人民幣0.8百萬元及人民幣15.4百萬元。就計及本公司於上市規則第14.22條及第14.23條項下的合規責任而言，華美收購已合併計算。概無有關華美收購項下上述交易的適用百分比率（定義見上市規則）達到25%或以上而須根據上市規則第4.05A條予以披露。

除上文所披露者外，於往績記錄期間，我們並未進行任何我們認為對我們屬重大的收購、出售或合併事項。

公眾持股量

(i)我們的控股股東；及(ii)毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生、宋虹伶女士、徐科君先生及丁韜先生（均為我們的核心關連人士或屬於上市規則第8.24條所規定的情形）控制的189,100,000股股份（即緊隨股份拆細後的378,200,000股股份）（佔截至最後實際可行日期我們已發行股份總數的94.55%，或佔[編纂]時我們已發行股份總數的約[編纂]%（假設[編纂]及[編纂]未獲行使））將不會根據上市規則第8.08條計入本公司的公眾持股量。

此外，深圳篤實持有的[編纂]股股份（即緊隨股份拆細後的[編纂]股份）（佔截至最後實際可行日期我們已發行股份總數的[編纂]%，或佔[編纂]時我們已發行股份總數的約[編纂]%（假設[編纂]及[編纂]未獲行使）），由於在[編纂]時不會轉換為H股並在主板[編纂]，因此不會被視為公眾持股量的一部分。

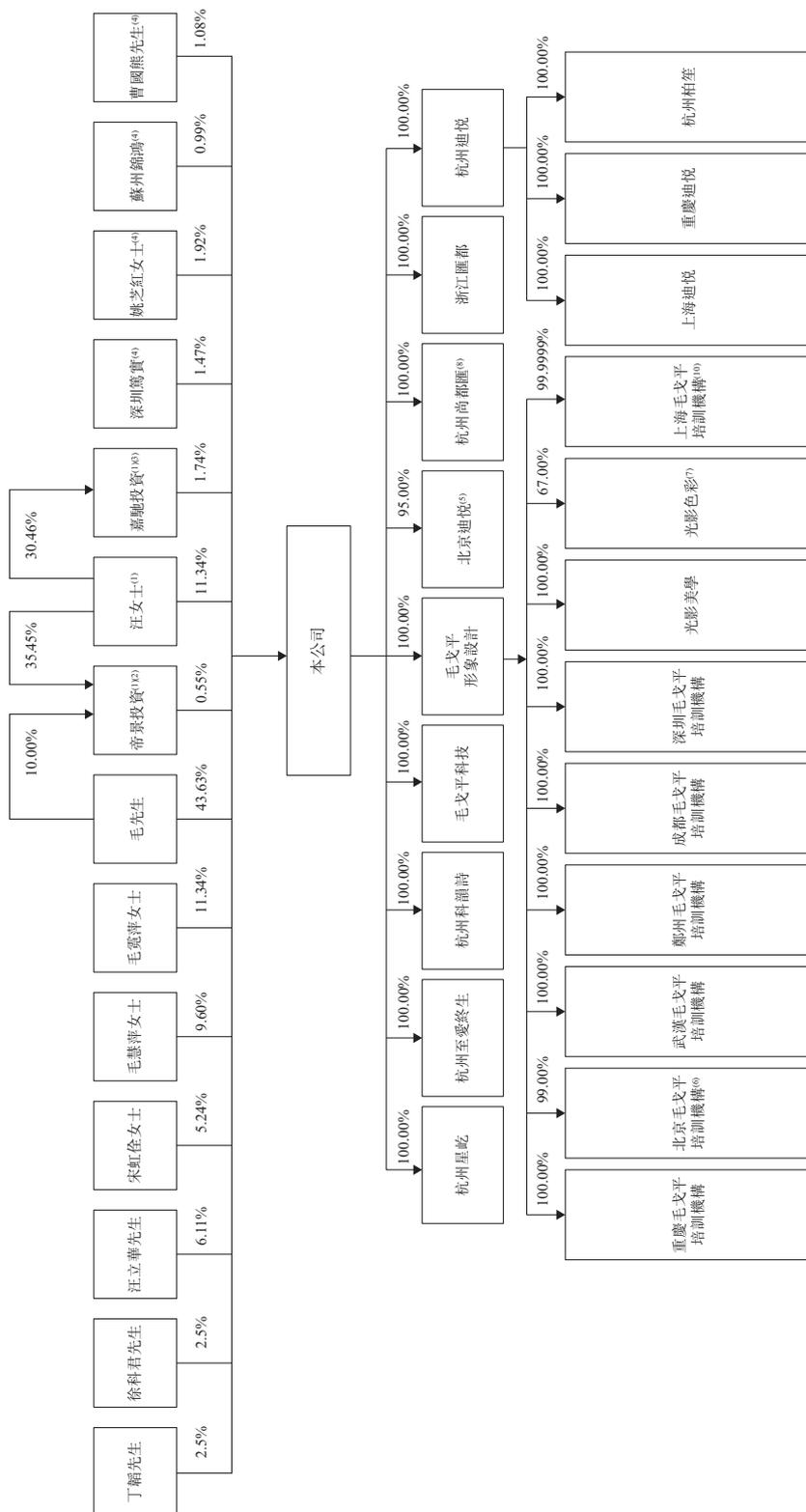
據董事經審慎查詢後所深知，除上述股東外的其餘股東持有的[編纂]股股份（即緊隨股份拆細後的[編纂]股股份）（佔截至最後實際可行日期我們已發行股份總數的[編纂]%，或佔[編纂]時我們已發行股份總數的約[編纂]%（假設[編纂]及[編纂]未獲行使））將於[編纂]後根據上市規則第8.08條計入本公司的公眾持股量。考慮到[編纂]（假設[編纂]及[編纂]未獲行使），[編纂]股股份（佔[編纂]時我們已發行股份總數的[編纂]%）將根據上市規則第8.08條計入本公司的公眾持股量。

歷史、發展及公司架構

公司架構

[編纂]前的公司架構

下圖為緊接[編纂]完成前本公司的簡化公司及股權架構：

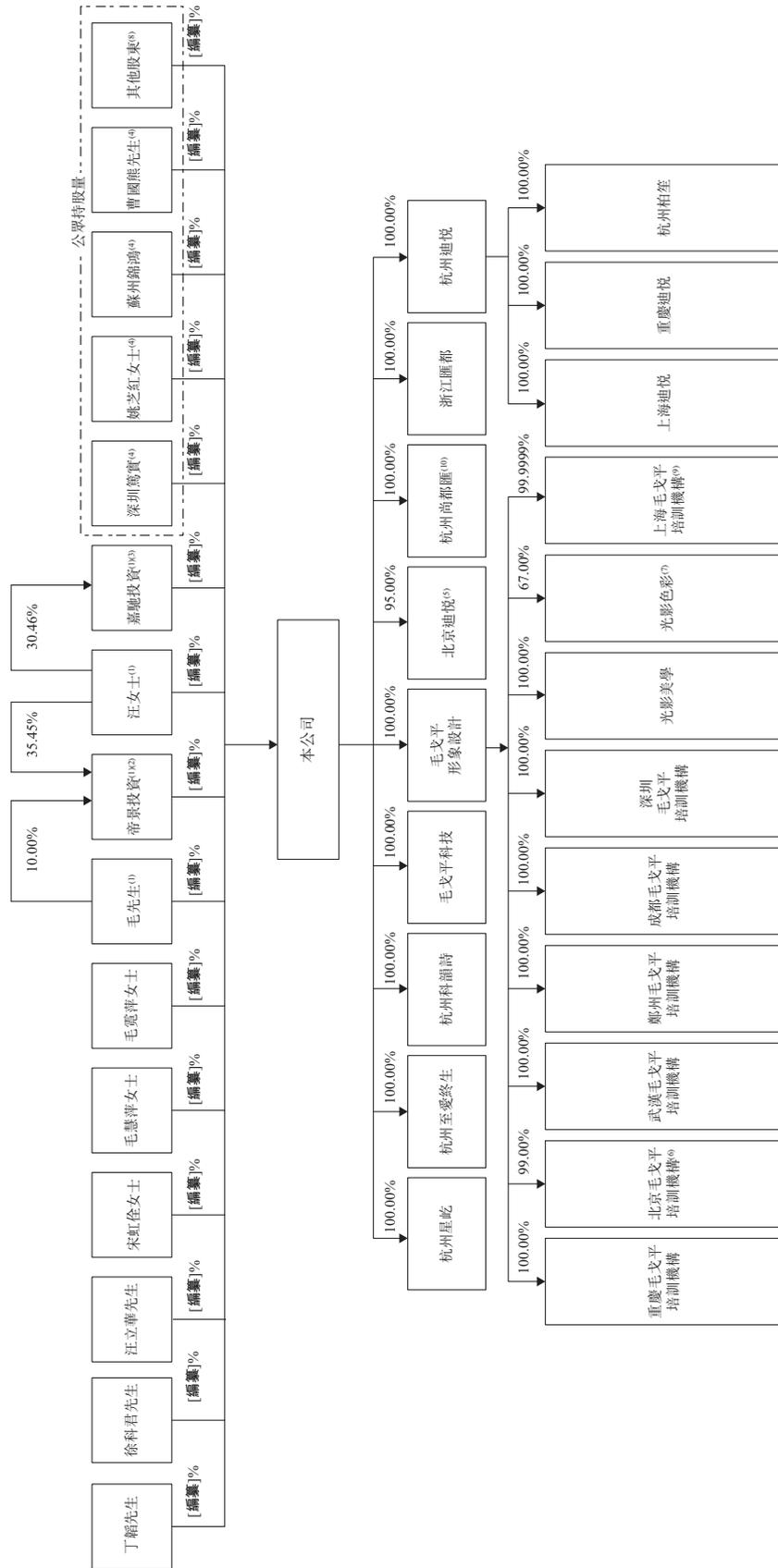


附註(1)至(9)：請參閱下文「一緊隨[編纂]後的公司架構」。

歷史、發展及公司架構

緊隨[編纂]後的公司架構

下圖載列緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]及[編纂]未獲行使)本公司的股權架構：



歷史、發展及公司架構

附註：

- (1) 毛先生、汪女士、帝景投資、嘉馳投資組成一組控股股東。更多詳情請參閱「與控股股東的關係」。
- (2) 截至最後實際可行日期，帝景投資由毛先生及汪女士分別控制10%及35.45%權益，毛先生作為普通合夥人。
- (3) 截至最後實際可行日期，嘉馳投資由汪女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%權益，汪女士及董樂勤先生作為聯席普通及執行事務合夥人。
- (4) 有關曹國熊先生、深圳篤實、蘇州錦鴻及姚芝紅女士的詳情，請參閱上文「與[編纂]前投資者有關的資料」。
- (5) 截至最後實際可行日期，北京迪悅餘下5%權益由獨立第三方楊修吳先生持有。
- (6) 北京毛戈平培訓機構餘下1%權益由我們的創始人、董事長、執行董事及控股股東之一毛先生持有。
- (7) 截至最後實際可行日期，光影色彩餘下33%權益由杭州億梵網絡科技有限公司持有，而杭州億梵網絡科技有限公司由均為獨立第三方的周冠亞先生及彭越先生分別持有90%及10%權益。
- (8) 其他股東為認購[編纂]的股東。
- (9) 上海毛戈平培訓機構餘下0.0001%權益由我們的創始人、董事長、執行董事及控股股東之一毛先生持有。
- (10) 截至2024年6月30日，杭州尚都匯由本公司擁有約77.2%權益及由管理人員（包括毛先生、汪女士、毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生及宋虹佳女士）擁有約22.8%權益。為促進杭州尚都匯所持物業的發展及加快相關行政程序，我們於2024年10月23日收購杭州尚都匯22.8%權益，總對價為人民幣96百萬，乃由訂約方經公平磋商並參考售股股東的繳足股本後釐定。於收購事項完成後，杭州尚都匯由本公司全資擁有。

業 務

概覽

我們是領先的中國高端美妝集團。我們於2000年由中國美妝界著名化妝師毛先生創立，在中國美妝行業中建立了強大的影響力。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國市場十大高端美妝集團中唯一的中國公司，按2023年各集團旗下所有高端品牌的零售額計排名第七，市場份額為1.8%。中國高端美妝市場於2018年至2023年按7.8%的複合年增長率增長，於2023年達到人民幣1,942億元，並預計繼續按9.9%的複合年增長率不斷增長，於2028年達到人民幣3,110億元。國貨美妝集團憑藉對中國消費者偏好的洞察，勢必能夠滿足文化自豪感及對東方美學的認同感所推動的日益增長的需求。國貨美妝品牌的市場規模於2018年至2023年按9.8%的複合年增長率增長，高於同期國際品牌5.9%的複合年增長率。

我們的旗艦品牌MAOGEPING於2000年推出，是中國第一個高端美妝品牌且在所有國貨品牌中處於領先地位。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年零售額計，MAOGEPING品牌是中國市場十五大高端美妝品牌中唯一的國貨美妝品牌，排名第十二，市場份額為1.8%。汲取東方美學及光影美學的豐富靈感，MAOGEPING品牌提供豐富的彩妝和護膚品組合。特別是，「光影美學」在化妝中指的是運用高光和修容技巧使面部輪廓更加有形，而「東方美學」濃縮了源自中國傳統文化的美學理念和原則，成為指導我們產品開發的創意基礎。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，MAOGEPING的產品銷售分別佔我們產品銷售總收入的96.6%、98.4%、99.0%、99.0%及99.3%。2008年，我們通過推出「至愛終生」品牌以擴展品牌組合，該品牌提供一系列彩妝和護膚品，注重質量及價格合理性，滿足了消費者的廣泛喜好。截至2024年6月30日，我們的產品組合包括兩個品牌的387個單品（包括337個彩妝單品及50個護膚單品）。於截至2024年6月30日止六個月，我們的彩妝及護膚品銷售收入分別佔我們產品銷售總收入的57.1%及42.9%。我們秉持「保持良好的肌膚狀況是實現最佳化妝效果的基礎」這一理念，貫徹「彩妝+護膚」戰略，確保了品牌的強勁增長勢頭。

我們不僅努力進行產品開發，還致力於專業化妝藝術培訓，以提高中國的化妝藝術水準及美學素養。我們在全國的化妝藝術機構提供全面的面授化妝培訓課程，以傳播我們在彩妝藝術方面的深厚知識和毛先生的美學理念，以此培養新一代化妝師和美妝愛好者。在我們的專業培訓人員的支持下，我們積極培養行業內的有志之士，提供源源不斷的創造力。

業 務

我們戰略性地通過在高端百貨商店內的專櫃網絡銷售我們的產品，以鞏固我們的品牌定位，並輔以線上渠道確保產品的廣泛可獲取性。2003年，我們在上海港匯恒隆廣場設立第一個專櫃，根據弗若斯特沙利文的資料，我們是第一個在高端百貨商店設立專櫃的高端國貨化妝品集團。根據同一資料來源，截至2024年6月30日，我們全國的自營專櫃數目為372個，在中國所有美妝品牌中排名第二。截至最後實際可行日期，我們在全國各地的專櫃配備超過2,700名美妝顧問，根據弗若斯特沙利文的資料，我們建立了中國所有國貨及國際美妝品牌中最大的專櫃服務團隊之一，致力於以優質的客戶服務提供體驗式的消費體驗。專櫃均設有專門的化妝台，由精通化妝知識和技能的訓練有素的美妝顧問提供支持，為消費者提供專業的試妝，凸顯產品效果。我們的線上渠道提供了廣泛的產品選擇，便於消費者購買。我們還通過直播產品展示和化妝教程，吸引受眾並進一步豐富了消費者體驗。於截至2024年6月30日止六個月，我們的產品通過線下和線上銷售渠道銷售的收入分別佔我們產品銷售總收入的50.9%和49.1%。

作為中國國貨高端美妝品牌的領導者，我們在整個往績記錄期間快速增長。我們的總收入從2021年的人民幣1,577.3百萬元增至2022年的人民幣1,829.1百萬元，並於2023年進一步增至人民幣2,886.0百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為35.3%。我們的總收入亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,398.5百萬元增加41.0%至2024年同期的人民幣1,971.5百萬元。此外，我們的淨利潤從2021年的人民幣330.9百萬元增至2022年的人民幣352.1百萬元，並進一步增至2023年的人民幣663.5百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為41.6%。我們的淨利潤亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣349.3百萬元增加41.0%至2024年同期的人民幣492.5百萬元。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於往績記錄期間的收入增長率明顯超過行業平均水平。憑藉良好的銷售表現，我們不斷鞏固我們在高端美妝行業的市場領導地位和品牌資產。

競爭優勢

我們相信，以下優勢使我們在同行中脫穎而出，並使我們能夠利用市場機會實現未來發展。

中國美妝界著名化妝師毛先生建立的有力領導，用美學理念及企業家精神打造我們的品牌

我們的領導層以中國美妝界著名化妝師毛先生領導的強大創意團隊為核心。我們領導團隊共同的視野為本公司的持續增長奠定了基礎。毛先生從事化妝藝術近四十年，開創了將光影美學的精髓與東方美學的內核精神深度融合的理念，為我們在美妝產品開發方面的成功制定了路線圖。自1984年以來，毛先生先後為多部著名影視劇和舞台劇進行化妝造型設計。毛先生運用其光影美學及對面部輪廓塑造的深入了解，成

業 務

功地塑造了以「武則天」為代表的一系列深入人心的影視人物形象，通過高超化妝技術展現了一個人物不同年齡下的鮮明形象，被廣泛認可並讚譽為「魔術化妝師」。毛先生的化妝技巧和創意為角色增添了獨特的魅力和深度，使得觀眾對角色有了更深刻的印象。毛先生先後四次榮獲中國化妝界權威機構中國電影電視技術學會頒發的「化妝金像獎」。2008年8月，毛先生在北京奧運會開幕式中，擔任國際奧委會主席羅格先生的私人化妝造型師。此外，毛先生的企業家精神也保持了產品始終如一的高品質並推動了本集團的成功。2023年11月，毛先生獲浙江省企業聯合會及浙江省企業家協會頒發「浙江省第二十二屆優秀企業家」獎項。2023年12月，毛先生榮獲安永大中華區頒發的年度安永企業家獎。

我們認為，高端美妝品牌通常蘊含了創始人所樹立的對於審美的獨到見解與風格。毛先生憑藉其美學理念，成為首位開創其同名美妝品牌MAOGEPING的中國化妝大師，根據弗若斯特沙利文的資料，MAOGEPING也是中國第一個高端國貨美妝品牌。MAOGEPING致力於傳播中國豐富的文化遺產，以獨特的產品展現深厚東方傳統。東方文化詮釋與化妝品技術的融合，顛覆了市場對於中國化妝品缺乏高端品質的傳統認知。通過這一創舉，毛先生為中國化妝品行業樹立了新的標桿，引領整個行業向更高層次邁進。

我們的美妝產品蘊含了毛先生在東方美學上的藝術造詣。通過對化妝品功能需求的深刻洞察，我們成功將光影美學及實用性與美妝產品融合，為消費者呈現出一系列多元化的美妝產品，旨在提升消費者對美的追求與期待。

毛先生對品牌發展的影響不僅僅體現在他的專業能力和創造性視野上，他對藝術的熱情和在行業內的個人聲譽和影響力已成為品牌的一項強大資產。毛先生的社媒形象有助於擴大我們的品牌知名度和對消費者的吸引力。截至最後實際可行日期，微博及抖音平台上關於毛先生及MAOGEPING話題的互動分別超過62億次及49億次。他通過這些平台與消費者進行真實互動的能力培養了品牌擁護者及潛在消費者的社區，進

業 務

一步提升了我們的品牌聲譽，提高了消費者的認知度和忠誠度。基於毛先生的藝術理念及企業家精神，加上我們的制度化實踐、創新研發計劃以及盡職盡責的高級管理團隊，憑藉毛先生的視野與更廣大組織的共同努力之間的協同作用，我們完全有能力維持長期增長。

深耕高端美妝行業二十餘年，我們是持續快速成長的中國高端美妝領導者

我們於2000年由毛先生創立，在中國美妝行業中建立了強大的影響力。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國市場十大高端美妝集團中唯一的中國公司，按2023年零售額計排名第七，市場份額為1.8%。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的旗艦品牌MAOGEPING是中國市場十五大高端美妝品牌中唯一的國貨品牌，按2023年的零售額計排名第十二，市場份額為1.8%。我們特別專注於代表中國美妝行業規模最大及定位最高端的渠道－百貨商店，根據同一資料來源，按線下零售額（尤其是2023年中國百貨商店渠道的零售額）計算，MAOGEPING還是最大的國貨彩妝品牌。總體而言，我們的市場排名體現了我們在高端美妝行業穩固的行業地位和戰略定位。

我們與知名品牌和機構的戰略合作夥伴關係對提升我們的品牌知名度和鞏固我們的市場地位起到了關鍵作用。我們與故宮文創合作推出了「氣蘊東方」系列，將傳統文化價值與當代時尚和理念完美融合。我們為絲芙蘭設計了獨家產品線毛戈平•光韻，增強了我們的品牌認知度並擴大了我們的產品範圍。此外，我們還為中國國家隊運動員精心打造了「火花潤耀」運動系列，該合作關係有助於在國際上弘揚體育精神及推廣運動精神美學。於2021年，MAOGEPING成為杭州2022年亞運會官方指定美妝產品及服務供應商，根據贊助無償提供我們的產品及服務。我們在2022年獲指定為中國花樣游泳隊官方贊助商之一，於2023年成為中國國家隊的官方贊助商之一，根據贊助無償提供我們的產品及服務。請參閱「－ 品牌建設及市場營銷－ 品牌建設－ 提倡積極的生活方式」。

作為中國國貨高端美妝品牌的領導者，我們的業務於往績記錄期間持續快速增長。我們的總收入由2021年的人民幣1,577.3百萬元增至2022年的人民幣1,829.1百萬元，於2023年進一步增至人民幣2,886.0百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為35.3%。我們的總收入亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,398.5百萬元增加41.0%至2024年同期的人民幣1,971.5百萬元。此外，我們的淨利潤由2021年的人民幣

業 務

330.9百萬元增至2022年的人民幣352.1百萬元，並進一步增至2023年的人民幣663.5百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為41.6%。我們的淨利潤亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣349.3百萬元增加41.0%至2024年同期的人民幣492.5百萬元。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於往績記錄期間的收入增長率顯著高於同期的行業平均水平。

運用經典產品設計和東方美學的全面產品組合，滿足消費者的多元化美妝需求

我們打造我們的品牌，捕捉東方美學之精髓，打造在不同場合適合不同消費者需求與喜好的產品。根據弗若斯特沙利文的資料，2023年，中國彩妝市場規模及護膚品的市場規模分別達到人民幣1,168億元及人民幣4,630億元，2018年至2023年的複合年增長率分別為4.7%及8.4%，預計將繼續分別以8.4%及8.7%的複合年增長率增長。到2028年，這兩個市場的市場規模將分別達到人民幣1,752億元及人民幣7,011億元。為應對彩妝及護膚品市場所帶來的市場機遇，我們專注於該兩個產品類別，以利用該等市場之間的協同效應，從而提供滿足消費者多樣化需求的綜合美妝解決方案。我們致力於藉助此舉提高客戶忠誠度，擴大我們的市場份額，通過交叉推廣及產品開發推動可持續發展。截至2024年6月30日，我們的產品組合包括兩個產品類別的387個單品。於截至2024年6月30日止六個月，彩妝及護膚品的銷售額分別佔我們總收入的55.1%及41.3%。

彩妝一直是我們業務穩健增長的基本盤。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的彩妝產品銷售收入分別為人民幣1,026.4百萬元、人民幣1,002.8百萬元、人民幣1,622.2百萬元、人民幣755.4百萬元及人民幣1,085.1百萬元。截至2024年6月30日，我們供應337個滿足消費者從妝前護理、定妝到膚色修護的完整化妝程序的彩妝單品，全面涵蓋粉底、高光及陰影、眼妝及唇妝產品。我們在推出迎合現代美學標準及引領行業潮流的流行彩妝產品方面建立了良好的業績記錄。例如，我們的一款暢銷彩妝產品系列光感無痕粉膏系列於截至2024年6月30日止六個月實現零售額超過人民幣200.0百萬元。

此外，我們護膚品銷售所產生的收入增長勢頭強勁，成為我們業務增長的重要推動力。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的護膚品銷售收入分別為人民幣468.7百萬元、人民幣772.0百萬元、人民幣1,159.7百萬元、人民幣603.9百萬元及人民幣815.0百萬元。截至2024年6月30日，我們供應50個護膚單品，全面涵蓋面霜、眼部護理、面膜、精華液及洗面奶，可滿足各種膚質及護

業 務

膚需求。我們秉持「保持良好的肌膚狀況是實現最佳化妝效果的基礎」這一理念，我們的部分暢銷產品（如奢華魚子面膜和奢華養膚黑霜）因其深層修復和在化妝後撫平細紋和縮小毛孔的能力而得到廣泛認可。這樣的產品協同應用增強了彩妝產品功效。具體而言，我們的一款暢銷護膚品奢華魚子面膜於截至2024年6月30日止六個月實現零售額超過人民幣450.0百萬元。

綜合銷售網絡提供體驗式的購物體驗，提升品牌形象

我們已建立廣泛銷售網絡，整合線上及線下渠道，重點放在高端百貨商店內的自營專櫃，以鞏固我們的品牌形象及定位。於往績記錄期間，我們的線下及線上渠道均快速擴張。於截至2024年6月30日止六個月，來自線下和線上渠道的收入分別佔我們產品銷售總收入的50.9%和49.1%。

線下渠道

我們已在線下渠道建立了強大的業務佈局，主要包括在高端百貨商店的自營專櫃、向一家高端跨國美妝零售商及線下經銷商的銷售。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們通過線下渠道銷售產生的收入分別為人民幣966.0百萬元、人民幣1,080.5百萬元、人民幣1,602.1百萬元、人民幣788.3百萬元及人民幣966.8百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為28.8%，而截至2023年6月30日止六個月至2024年同期的同比增長率為22.6%，根據弗若斯特沙利文的資料，均顯著高於行業平均水平。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是第一個成功進駐高端百貨商店專櫃的高端國貨化妝品集團。截至2024年6月30日，我們全國的自營專櫃數目為372個，根據同一資料來源，在中國所有美妝品牌中排名第二。截至最後實際可行日期，我們在全國各地的專櫃配備超過2,700名美妝顧問，根據弗若斯特沙利文的資料，我們建立了中國所有國貨及國際美妝品牌中最大的專櫃服務團隊之一，致力於以優質的客戶服務提供體驗式的消費體驗。

我們的專櫃旨在提供體驗式和個性化購物體驗。我們的專櫃配有專業設計的化妝台，並配備了經過專門培訓的熟練美妝顧問，為消費者提供一對一的試妝、半臉對比演示和定製產品諮詢。我們還在我們的專櫃舉辦各類化妝秀和活動，以圍繞我們的品牌營造熱情和參與感。例如，我們的化妝秀由我們的頂級化妝師現場演示，展示最新

業 務

的技術和產品。這些活動有助於提升客流量，產生轟動效應，並為消費者創造難忘的品牌體驗。截至2024年6月30日，我們的線下渠道擁有超過4.2百萬註冊會員。根據弗若斯特沙利文的資料，於往績記錄期間，我們的複購率遠遠高於行業平均水平。

線上渠道

憑藉我們在線下渠道建立的穩健品牌形象、產品優勢及消費者信任，我們拓展我們的線上銷售渠道業務。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們通過線上渠道銷售產生的收入分別為人民幣529.1百萬元、人民幣694.3百萬元、人民幣1,179.8百萬元、人民幣571.0百萬元及人民幣933.2百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為49.3%，而截至2023年6月30日止六個月至2024年同期的同比增長率為63.4%，根據弗若斯特沙利文的資料，均顯著高於行業平均水平。

我們在多個線上平台建立強大的影響力。具體而言，MAOGEPING擁有廣泛的社交媒體粉絲，這突顯了我們的參與度和影響力。例如，截至最後實際可行日期，我們在小紅書上吸引了超過895,000名粉絲，點贊與收藏超過220萬。截至最後實際可行日期，我們的抖音主頁擁有超440萬名粉絲，獲贊超過240萬，天貓網店擁有超過670萬名粉絲。

我們在新興線上平台上發佈關於我們品牌故事的創意內容，並通過吸引人的化妝教程證明我們的產品功效。我們亦與線上平台合作開展多項營銷活動。例如我們與天貓合作開展「光影20週年」活動，以慶祝我們成立20週年，亦與中國流行短視頻平台抖音合作舉辦「東方甄選」活動。我們亦與知名的KOL合作，他們通過流行社交媒體平台上的短視頻、帖子或直播活動測試及代言我們的產品。他們的代言引起了粉絲的共鳴，提高了我們品牌的知名度和信譽度。請參閱「一 品牌建設及市場營銷」。

跨渠道協同

我們在線上和線下渠道之間的戰略整合產生了協同效應，推動跨渠道產品銷售。最初參與我們線下渠道的消費者經常成為我們線上渠道的追隨者及回頭客，進一步推廣我們的品牌和產品。通過引導在線觀眾前往我們的專櫃，我們為他們提供一對一的試妝及定製產品諮詢，豐富了他們的消費體驗並培養了品牌忠誠度。這種渠道之間的無縫互動不僅提高了消費者的滿意度，也鞏固了我們品牌的整體市場地位。

業 務

致力於卓越的產品設計和開發，打造始終如一的高品質

我們的產品設計和開發工作受我們的創始人毛先生啟發，他對光影美學、東方美學及美妝產品設計與開發的深刻理解構成了我們創作過程的基礎。我們建立了由藝術委員會及核心研發團隊組成的產品開發團隊，他們緊密合作，引導產品設計和開發方向，同時與ODM供應商合作，共同將我們的核心美學理念和市場洞察力轉化為產品解決方案。截至2024年6月30日，我們的產品開發團隊由58名經驗豐富的員工組成，其中74.1%持有學士或以上學位。該等團隊成員的平均工作經驗超過12年，具有分子生物學及化學工程等領域多樣化的背景，並擁有跨國醫藥公司及生物技術公司領導職位的豐富經驗。

我們擁有多元化產品設計及開發的全面專業知識，其中涵蓋：(i)融合東方美學與光影美學的深厚美學理念，指導我們的產品設計方向；(ii)對產品功能和性能的透徹理解，讓我們能夠預測並滿足消費者的期望；(iii)精挑細選成分和配方，確保產品卓越的品質；及(iv)熟練掌握光影美學和其他專業上妝技術，使我們能夠創造出不僅易於上妝而且妝容效果出色且適用於各種場合的產品。我們的光影塑顏高光粉餅及光影塑顏三色修容餅等產品是我們應用自身美學理念有效加強面部輪廓的成功例子。如我們的凝脂柔肌妝前霜，融合維生素E、蜂蠟和植物精油等成分，詮釋了我們為滿足多樣化美妝需求的個性化美妝解決方案的努力，為上妝打造無瑕基底，呈現自然妝感，並為肌膚提供必需的滋養。

在上述全面的專業知識的基礎上，我們與精選ODM供應商建立戰略合作夥伴關係，以補充我們的產品開發能力。我們的核心研發團隊會仔細挑選符合我們產品開發理念的ODM供應商，共同討論設計和開發要求，共同打磨產品配方。這些合作使我們產品開發能夠利用他們的技術訣竅、製造能力和質量控制措施，提升產品設計及開發效率，同時讓我們可以專注於產品構思、設計和品牌推廣等核心優勢，同時維持我們品牌所著稱的高質量與一致性水準。此外，通過與該等供應商合作，我們可以利用其規模經濟優勢來優化我們的成本結構。這種共生關係不僅提高了我們的運營效率，還使我們能夠以具有競爭力的價格提供高質量的產品。我們認真管理該等ODM合作關係，以確保節約成本不會損害我們產品的質量或完整性，這符合我們向客戶提供卓越價值的承諾。

業 務

憑藉二十多年的經驗，以毛先生的美學理念為指導，我們制定了嚴格的產品開發標準。毛先生親自參與產品開發過程，進一步確保我們的產品在品質及化妝效果方面符合卓越的高標準。我們對品質不妥協的承諾要求每款產品均需經過一個徹底而耗時的過程，包括我們化妝藝術機構的化妝師的反覆原型測試和反饋，直到其符合我們嚴格的產品推出標準。通常，我們的產品開發時間為6至8個月，而某些特別版產品因其複雜性可能需要10至12個月。我們亦致力於持續在成分、配方和理念方面優化我們的產品系列，確保我們產品的吸引力。

不斷輸出人才，傳播東方美學理念

我們致力於提高中國的化妝藝術水平和審美素養，截至最後實際可行日期，在全國（包括杭州、北京、上海、成都、深圳、重慶、武漢、青島和鄭州）創辦了九所化妝藝術機構。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年課程參與者報讀人數計，這一全國性的化妝培訓服務網絡使我們成為中國最大的化妝藝術培訓機構之一。我們堅持通過化妝藝術培訓課程審閱美、塑造美及傳播美，強化及鞏固我們的品牌價值。在我們的專業培訓人員的支持下，我們積極培養行業內的有志之士，提供源源不斷的藝術創造力。我們的培訓師和課程參與者不斷傳播我們的美學理念，從而在全國範圍內提高了MAOGEPING的聲譽。

我們培訓課程的化妝品及美妝工具部分來自於MAOGEPING品牌，確保提供專業的培訓體驗。在完成美學理論的傳承的同時，有效提升了我們產品在專業化妝界的知名度。培訓過程的巧妙設計為我們的產品線提供了建設性的反饋意見，使我們能夠不斷升級產品。這種與培訓師和課程參與者的合作協同完善了我們的產品開發過程，有助於不斷完善我們的產品以及促進我們業務的發展的良性循環。

通過我們的化妝培訓課程，我們已為我們所在的行業培養了大量優秀人才。我們的課程參與者尋求在影視、時尚、設計、婚慶、攝影、媒體、博客、零售等多個領域發展。這些課程參與者在各行各業傳播著美學理念及MAOGEPING的品牌文化，有助於我們進一步鞏固在美妝行業的地位。此外，我們的機構也為我們輸送精英人才，精選畢業生擔任本集團的重要職位，如總部員工、培訓人員或專櫃美妝顧問。這種戰略性的人才培養不僅豐富了我們的內部資源，也確保了我們品牌的可持續提升。

業 務

經驗豐富的管理團隊和恪盡職守的員工致力於實現我們的願景和價值觀

我們富有經驗的管理團隊與富有遠見的創始人毛先生通力合作，共同推動公司的成功和快速發展。有關我們管理層團隊成員，請參閱「董事、監事及高級管理層」。我們的管理團隊擁有多種技能，並堅定不移地致力於實現我們的願景，這對我們成功實現毛先生的創意願景至關重要。在彼等的領導下，我們的MAOGEPING品牌已牢固地確立了行業領導者的地位。

我們的敬業員工對我們的成功也至關重要。截至2024年6月30日，我們所有部門的全職員工人數為3,725名。我們營造了一種重視激情、創造力、協作和持續學習的企業文化。通過全面的培訓課程和發展機會，我們培養員工的專業成長，提高彼等的技能組合，從而推動我們的長期成功。

我們的管理層和員工共同踐行以下構成我們企業文化基礎的價值觀：

- 以匠心求極致：使命驅動、專注用心、精益求精。
- 以貢獻者為本：凝聚貢獻者、高效創造價值、按貢獻分配價值。
- 保持創新精神：產品差異化、保持開放心、強化消費者溝通。

我們的戰略

我們相信，以下策略將為我們未來持續成功鋪平道路。

加強銷售網絡覆蓋，提升用戶觸達覆蓋率

我們致力於擴大線下銷售渠道覆蓋面，在已有業務的城市開設品牌商店，並向周邊城市滲透，從而鞏固我們的線下業務及擴大我們的線下零售覆蓋面。我們的目標是通過在國內高端百貨商店設立專櫃及以我們的旗艦品牌MAOGEPING開設門店，提升我們品牌的知名度和影響力。百貨商店的專櫃在更大的零售環境中提供集中的品牌專賣空間，可在高流量的環境中提供個性化的客戶服務及進行展示。此外，MAOGEPING品牌的門店提供全面的品牌體驗，展示更廣泛的產品和品牌美學，讓人們更深入地了解品牌的特性和價值。此外，我們計劃對百貨商店專櫃實施全面升級改造，旨在提升專櫃的整體藝術視覺效果，提升顧客感官體驗，進一步塑造品牌的高端形象。

業 務

我們的線上擴張方式重點在於建設自有官方網店及拓寬我們在第三方電商平台的線上覆蓋面。這一戰略旨在優化我們的線上業務，擴大產品對消費者的覆蓋範圍及受眾人群。這一戰略的關鍵是加強我們的線上營銷活動。我們計劃通過加強促銷活動、與KOL開展戰略合作以及進軍新興網絡平台等方式，擴大我們的網絡影響力。該等有針對性的舉措旨在利用多樣化的廣告技術，開闢新的線上增長渠道。同時，我們計劃升級會員系統，增強用戶黏性和品牌忠誠度，從而提高複購率。通過上述方式，我們旨在實現線上與線下渠道之間的無縫整合，及最大限度地發揮協同作用。

持續堅持彩妝及護膚及開拓新產品類別

我們的產品開發戰略以彩妝和護膚為雙核，推出與眾不同的產品。這一戰略的特點是，我們致力於從產品開發、市場趨勢和專業化妝水平的角度持續優化產品，同時致力於新產品開發計劃，包括多品類、多功能、多場景和多人群來拓寬我們的產品組合。

在彩妝領域，我們計劃開發針對不同膚色及膚質的專業產品，以保持並擴大我們在彩妝行業的市場份額和突出地位。在護膚品方面，我們的目標是不斷豐富我們的護膚品類別。這包括採用有效成分和技術，推出更多受歡迎的護膚品。

此外，我們的產品開發計劃包括探索新的產品類別。值得注意的是，我們擬發佈獨家香水系列，推出反映我們品牌獨特個性的香水和香氛產品。這一舉措將豐富我們的產品矩陣，增強我們品牌在更廣闊的化妝品市場中的吸引力和競爭定位。

以MAOGEPING為核心進行品牌組合戰略升級和擴張

我們的品牌發展戰略以完善現有品牌為中心，同時戰略性地孵化新的高端品牌。本戰略將為我們成為以MAOGEPING品牌為核心的多元化多品牌企業集團奠定基礎。通過這些舉措，我們的目標是提高MAOGEPING品牌的聲譽，豐富我們的品牌組合，滿足更廣泛的消費群體，抓住多樣化的市場機遇。

業 務

為發展現有品牌至愛終生，我們將齊心協力，重新確定其市場定位，並啟動有針對性的戰略，開闢新的成長曲線。為此，我們將改變品牌形象，根據不斷變化的市場動態重新進行戰略定位，並重振消費者參與方式。我們有意確保至愛終生能與當代消費者的期望產生共鳴，還能在我們的品牌組合中引領增長和創新。

我們還計劃探索並尋求投資和收購那些有望實現增長並能帶來協同效應品牌的機會，以豐富我們現有的產品矩陣。我們的主要目標是已具備一定的市場地位及市場份額、擁有自有技術、產品配方及研發專利，並在美妝行業中處於中高端市場的品牌。截至最後實際可行日期，我們尚未確定任何潛在投資或收購目標，亦未就此簽訂任何協議。

提升品牌全球知名度，擴張海外市場

我們計劃在全球範圍內提升我們作為卓越化妝品集團的市場地位，實施海外擴張戰略提高品牌的名聲及影響力。這一努力旨在使我們在全球美妝行業中佔據突出位置。

我們準備戰略性地進軍海外市場，在海外市場建設百貨商店專櫃及網店的雙渠道方式。這一擴張戰略旨在擴大我們的品牌在全球消費者中的曝光度。與全球高端百貨商場建立合作夥伴關係是我們的一項重要舉措，此舉將有助於鞏固我們的品牌形象，使我們的品牌深入海外消費者的心中。此外，為在歐美和亞太地區等海外市場與國際品牌有效競爭，我們正在加強我們的競爭戰略，重點關注不同的產品和品牌戰略，以迎合地區美妝趨勢和消費者偏好。我們還致力於建立當地團隊，專門負責海外市場的產品開發、營銷及銷售。這種本地化戰略可確保我們的產品迎合當地消費者的獨特特點和需求，從而提高產品的相關性和吸引力。此外，我們將探索戰略投資及收購機會，例如那些業務重點放在與我們的高端市場定位相一致的美妝品牌上，其產品可與我們的產品形成互補，以及那些在我們的供應鏈上具有生產能力的品牌，以開發符合各地區特定氣候條件及消費者特徵的產品。基於我們的現有安排，我們計劃與擁有互補資源的行業夥伴合作。相關合作著眼於激勵合作夥伴利用我們的品牌資產，發展及經營增量銷售渠道，並增強我們在營銷、供應鏈及人才獲取方面的國際競爭力。這些舉措旨在提升我們的品牌形象並將我們的業務範圍擴展至尚未進入的市場。此外，我

業 務

我們計劃通過線上及線下渠道建立業務，包括自營官方網店，將作為我們品牌體驗的基石。我們的營銷及品牌推廣工作將圍繞東方美學展開，通過東方藝術的視角與客戶互動，講述我們的品牌故事。此外，我們旨在利用包括跨國美妝零售商和高端百貨商店在內的第三方銷售渠道，觸達當地消費者。我們通過將美承東方的產品的魅力與對當地市場的洞察力相結合，旨在於該等海外市場建立業務。

踏上海外擴張的征程，我們有信心極大地增強我們的競爭優勢，以期成為全球高端美妝行業領導者。

堅持以化妝藝術為基礎的品牌定位，推進產品開發及化妝藝術培訓

產品開發及化妝藝術培訓課程是我們不斷取得成功的基礎。因此，截至最後實際可行日期，我們正在建設杭州研發中心，以加強我們的產品設計和開發能力，預期於2026年底完工及開始營運。我們並無計劃使用[編纂]所得款項淨額用於建造杭州研發中心。

為提升內部研發能力，我們制定了全方位的戰略。該戰略涉及通過識別我們能夠提升自身直接參與力度的關鍵領域（包括配方設計、生產工藝優化及產品檢測）提升我們在關鍵研發環節的參與度。我們還優先發展高潛力產品線，將研發工作重心放在護膚品等具有最高潛在投資回報的產品上，這符合行業趨勢和我們的既有優勢。此外，隨著我們的內部生產能力的提升，我們計劃將研發工作融合進生產流程，形成協同效應，提升創新和運營效率。

未來，我們將設立總部研發基地，同時在海外建立研發中心，以開發專有產品配方，促進與國外科研機構的合作，提高產品功效。雖然於往績記錄期間並無在海外市場產生收入，但我們認識到該等市場的巨大潛力，並重視來自國外的先進技術及產品配方。於海外設立研發中心，將促進與當地實驗室的合作，緊跟最新產品配方及技術，開發針對當地市場的產品，從而推動產品銷售。該等海外研發中心亦將吸引及聘用當地專業人才，為我們的產品研發提供國際視野與研發方向。這一戰略方針旨在不斷增強我們產品的競爭優勢，鞏固我們立足專業匠心的高端美妝品牌定位。

業 務

本著對專業化妝藝術培訓的執著追求，我們計劃升級及擴建現有的培訓設施。這包括擴建現有的機構以及建立更多的機構，以擴大我們化妝藝術培訓計劃的覆蓋範圍。我們的目標是滿足更多客戶對專業的化妝培訓日益增長的需求。我們同樣注重升級我們的線上培訓平台，積極推出課程，傳遞美學理念，提升MAOGEPING品牌的知名度。我們將加強培訓人員建設，確保高標準的培訓質量與持續提升。

我們的業務

我們致力於為消費者提供全面的美妝體驗，包括優質的美妝產品、專業的化妝藝術培訓以及沉浸式及個性化的客戶服務。

產品系列

基於我們創始人的美學理念，我們創造了一系列融合光影美學和東方美學精髓的美妝產品，以展現最佳的化妝效果。我們旗下有兩大美妝品牌：旗艦品牌MAOGEPING和至愛終生。每個品牌都提供精選的彩妝和護膚品組合，滿足不同消費者群體的需求。我們對品質的堅持，是企業文化的核心，這種理念貫穿於從產品設計到消費者互動的各個環節，不僅鞏固了我們的高端市場定位，也贏得了廣泛的市場認可。

MAOGEPING。作為我們在2000年推出的旗艦品牌，MAOGEPING以我們的創始人毛戈平先生（「毛先生」）的名字命名。MAOGEPING產品系列秉承光影美學和東方美學的指導原則。其中，「光影美學」在化妝中指的是運用高光和修容技巧使面部輪廓更加有形。而「東方美學」則涵蓋了源自中國傳統文化的美學理念和原則，其中國元素深深地與中國消費者產生了共鳴。我們對這些美學理念的追求，不僅鞏固了MAOGEPING在高端美妝行業的地位，也實現了將藝術性和化妝技巧與東方文化精髓的完美結合，提升化妝效果。根據弗若斯特沙利文的資料，基於與行業標準一致的零售價、銷售渠道及品牌認知度等標準，MAOGEPING是中國市場十五大高端美妝品牌中唯一的國貨品牌，按2023年零售額計算，排名第十二，市場份額為1.8%。於整個往績記錄期間，我們的收入主要來自MAOGEPING的產品銷售，分別佔我們於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月產品銷售總收入的96.6%、98.4%、99.0%、99.0%及99.3%。

業 務

至愛終生。2008年，我們通過推出至愛終生品牌（該品牌是我們為追求性價比的消費者量身定制的品牌）擴展我們的品牌組合。至愛終生提供了一系列具性價比的彩妝產品和護膚品。通過瞄準大眾市場，至愛終生確保能夠觸達廣泛的客戶群體。

下表列示MAOGEPING及至愛終生在下列方面的簡要對比：

	MAOGEPING	至愛終生
目標客戶.....	注重品質、奢華與獨特性的消費者	追求性價比的消費者
產品類型.....	彩妝及護膚品	彩妝及護膚品
主要產品的建議價格範圍....	人民幣200元至人民幣800元	人民幣120元至人民幣380元
營銷策略.....	主要通過精選的百貨商店專櫃和其他線下和線上銷售渠道銷售	主要通過線下經銷進行銷售

化妝藝術培訓

我們致力於提高中國的化妝藝術水平和審美素養，截至最後實際可行日期，在全國創辦了九所化妝藝術機構。我們在這些機構提供全面的面授化妝培訓課程，以傳播我們在化妝藝術方面的深厚知識和毛先生的美學理念，以此培養新一代化妝師和美妝愛好者。截至2024年6月30日，我們的培訓機構有194名培訓人員及3,539名課程參與者。我們提供從基本的化妝技巧到先進的美學理念的多類培訓課程，旨在滿足課程參與者的各種需求和願望。我們在化妝藝術培訓方面的投入不僅提升了我們的品牌形象和聲譽，還與我們的產品開發和銷售產生了協同效應，確保全面及豐富的美妝體驗，與消費者及行業專業人士產生共鳴。

業 務

下表載列我們於所示期間按業務線及產品類別劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
產品銷售										
— 彩妝	1,026,354	65.1	1,002,772	54.8	1,622,185	56.2	755,364	54.0	1,085,050	55.1
— 護膚	468,713	29.7	771,969	42.2	1,159,707	40.2	603,909	43.2	814,972	41.3
小計	<u>1,495,067</u>	<u>94.8</u>	<u>1,774,741</u>	<u>97.0</u>	<u>2,781,892</u>	<u>96.4</u>	<u>1,359,273</u>	<u>97.2</u>	<u>1,900,022</u>	<u>96.4</u>
化妝藝術培訓及										
相關銷售	<u>82,280</u>	<u>5.2</u>	<u>54,371</u>	<u>3.0</u>	<u>104,072</u>	<u>3.6</u>	<u>39,258</u>	<u>2.8</u>	<u>71,504</u>	<u>3.6</u>
總計	<u><u>1,577,347</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>1,829,112</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>2,885,964</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>1,398,531</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>1,971,526</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

體驗式及個性化客戶服務

我們透過高端百貨商店的專櫃網絡策略性地經銷我們的產品，以鞏固我們的品牌定位，並透過線上渠道拓寬產品銷路。我們於2003年在上海港匯恒隆廣場設立第一個專櫃，根據弗若斯特沙利文的資料，我們成為首家在高端百貨商店設立專櫃的高端國貨化妝品集團。截至2024年6月30日，我們於全國逾120個城市共營運372個專櫃。我們的專櫃經過精心設計，提供個性化諮詢及專業試妝服務，為消費者創造沉浸式及個性化的購物體驗。截至最後實際可行日期，我們專櫃擁有超過2,700名美妝顧問，根據弗若斯特沙利文的資料，我們建立了中國所有國貨及國際美妝品牌中最大的專櫃服務團隊之一，致力於以高品質的客戶服務提供滿意的消費體驗。此外，我們的線上渠道提供廣泛的產品選擇，提供購物便利性。我們亦透過直播產品展示和化妝教程來吸引觀眾，進一步豐富消費者體驗。

業 務

下表載列於所示期間按產品類別劃分的產品總銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
		人民幣		人民幣		人民幣		人民幣		人民幣
	千件	元/件	千件	元/件	千件	元/件	千件	元/件	千件	元/件
彩妝	6,895.4	148.8	6,346.1	158.0	9,718.8	166.9	4,710.5	160.4	6,622.7	163.8
護膚	1,398.7	335.1	2,244.6	343.9	3,598.1	322.3	1,879.3	321.4	2,351.0	346.6
總計	8,294.1	180.3	8,590.7	206.6	13,316.9	208.9	6,589.8	206.3	8,973.7	211.7

附註：

(1) 平均售價指通過所有銷售渠道（包括向消費者直銷以及向零售商及經銷商銷售）售出的產品價格。

平均售價通常低於列出的價格範圍的上限，乃主要由於(i)因我們為批量採購提供折扣，向零售商及經銷商售出的產品價格低於向消費者售出的產品價格，這符合行業一般慣例；及(ii)平均售價的計算不含增值稅（「增值稅」），但包含對銷售折扣、會員積分及其他影響最終售價的促銷活動的調整。

彩妝

我們的彩妝系列包含了粉底、高光和陰影、眼妝及唇妝等各類產品，這些產品均經過精心設計，以滿足中國消費者獨特的膚質、面部結構和審美偏好。截至2024年6月30日，我們提供337個彩妝單品。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的彩妝產品銷售所得收入分別為人民幣1,026.4百萬元、人民幣1,002.8百萬元、人民幣1,622.2百萬元、人民幣755.4百萬元及人民幣1,085.1百萬元，分別佔我們同期總收入的65.1%、54.8%、56.2%、54.0%及55.1%。

業 務

粉底

為滿足消費者從妝前護理到定妝和修容的全套日常妝容需求，我們推出了全套的粉底系列，包括妝前乳、遮瑕膏、粉底、定妝粉和腮紅。具體而言，我們的粉底產品採用精選成分配比，打造適合消費者的自然持久妝感的乳霜質地。下文載列我們的代表性粉底產品：



奢華魚子無瑕氣墊粉底液
SPF30/PA+++



凝脂柔肌妝前霜



光感美肌無痕粉膏



光感柔潤粉底液

高光和陰影

我們的高光和陰影產品(尤其是光影系列)，經過設計，具有紋理和色調，有助於為消費者塑造有形的面部輪廓。以下載列我們最暢銷的高光和陰影產品光影塑顏高光粉膏：

光影塑顏高光粉膏

光影塑顏高光粉膏為我們的代表性彩妝產品之一，已上市逾十年。這款粉膏已歷經廣泛的市場測試及持續迭代，截至最後實際可行日期為第四代產品。



基於光影美學的理念，光影塑顏高光粉膏旨在打造瓷娃娃年輕肌。採用雙重設計，啞光和細閃相結合。這款產品呈現自然亮白和立體五官，為多種妝效呈現打造最佳基礎。

業 務

下文載列我們光影系列的部分其他代表性產品：



光影塑顏高光粉餅



光影塑顏三色修容餅



柔光收顏粉膏



光影塑顏立體鼻影粉

眼妝

我們推出了一系列精選眼妝產品，包括眼影、眼線筆和睫毛膏，以滿足客戶不斷變化的美妝偏好。我們的眼影提供多種珠光和啞光效果，色彩豐富多樣，適合不同的化妝風格和場合，可呈現富有創意及個性化的眼妝。此外，我們還推出了除黑色以外多種顏色的眼線筆，以滿足消費者對更加鮮艷多彩的眼妝效果的需求，從而激發日常化妝中更多富有創意的自我表達。下文載列我們的代表性眼妝產品：



塑形晶彩眼影



塑形雙色眉影粉



塑形精緻持久眼線液



塑形防水睫毛膏

唇妝

我們的唇妝系列採用精心配比，以提升適合不同化妝風格和場合的唇部自然色調。我們還在探索唇妝產品的創新質地，以提供新穎的感官體驗。下文載列我們的代表性唇妝產品：



羽霧空氣啞光唇釉



魅色凝潤唇膏



魅色絨霧唇膏



絲柔雅致唇膏

業 務

限量版產品

我們的彩妝產品線亦有限量版，這些限量版產品融入了行業趨勢、傳統文化及先進技術，以提升使用體驗和妝效。下文載列我們的代表性限量版產品－氣蘊東方系列。

氣蘊東方

秉持將傳統文化植入現代審美及當代時尚的理念，我們的「氣蘊東方」系列已經升級到第五代，是我們與故宮文創攜手打造的產品系列。該系列將豐富的東方元素優雅地融入現代美學理念，巧妙地將故宮博物院的百年傳承和傳統東方美學精髓融入產品之中。作為MAOGEPING在東方美學領域的巔峰之作，氣蘊東方系列精心雕刻產品，用產品驗證文化，用文化反哺成長。該系列憑藉對東方文化的詮釋和化妝技術的巧妙融合，贏得了廣泛讚譽和忠實的品牌擁護者。以下載列我們的「氣蘊東方」系列的代表性產品：



御貓嬉戲多用眼彩盤



晴春蝶戲漫彩胭脂



翰墨賦竹傾顏雙色高光盤



鶴舞翩躚駐顏蜜粉餅



暗香疏影凝顏粉餅



點絳蓮兮燦顏唇粉盤

業 務

護膚品

憑藉我們在產品設計、開發、經銷及品牌建設方面的豐富經驗，以及在彩妝領域培養的忠實消費者群體的支持，我們的產品組合已涵蓋護膚品。我們的護膚品全面涵蓋面霜、眼部護理、面膜、精華液和潔面乳等，旨在滿足消費者的多種膚質類型及護膚需求。我們堅信，保持良好的肌膚狀況是實現最佳化妝效果的基礎。具體而言，本著這一信念，我們的奢華魚子面膜和奢華養膚黑霜，因其深層修復及在撫平細紋及縮小毛孔的卓越功效而廣受認可，協同增強我們彩妝產品的功效。截至2024年6月30日，我們提供了50款護膚單品。以下載列我們最暢銷及標誌性護膚品－奢華魚子面膜：

奢華魚子面膜

奢華魚子面膜自上市以來，一直是我們最暢銷的護膚品之一。通過改善皮膚狀況，為妝效打造最佳基礎，協同增強了我們彩妝的效果。



奢華魚子面膜富含西伯利亞魚子和人參精華，具有滋養皮膚、緊緻肌膚、抗衰老、恢復肌膚活力及強韌肌膚屏障之功效。截至2024年6月30日止六個月，該產品實現零售額超過人民幣450.0百萬元。

下文載列我們的代表性護膚品：



奢華魚子菁華水



奢華魚子多效安瓶精華液



奢華至臻潤養緊顏眼部精華



奢華養膚煥能精華蜜



奢華養膚黑霜



黑金煥顏御齡眼霜



黑金煥顏輕潤面霜



奢華至臻面霜

業 務

客戶服務

消費者滿意度仍然是我們的首要任務。我們擁有一支專門的客戶服務團隊，隨時回覆消費者的問詢、反饋及投訴，致力於提供個性化客戶服務，建立持久的消費者關係，提高消費者忠誠度和滿意度。於往績記錄期間，我們並無收到任何與產品安全及品質有關的重大客戶投訴及訴訟。截至2024年6月30日，我們的客戶服務團隊由17名人員組成。我們的客戶服務團隊密切監察及記錄通過多個渠道（如專櫃、第三方電商平台及多個社交媒體及短視頻平台（如小紅書及抖音））收到的評論、反饋或投訴，並迅速聯絡相關消費者，以及時解決他們的問題。在處理消費者投訴的過程中，我們承諾及時與消費者聯繫及溝通。

投訴管理流程由我們的客戶服務團隊監督，有關事件不時上報至我們的公關團隊、法律團隊及管理層。我們的投訴管理流程旨在全面確保高效及有效地處理客戶問題。

- **線下投訴**。對於線下投訴，專櫃層面的美妝顧問獲授權處理存在明顯缺陷或質量問題的產品的退換貨，但須符合以下條件：經皮膚科醫生認證的皮膚過敏反應、產品處於規定退貨期限內且可再次銷售及先前認定存在缺陷的產品。未能在專櫃層面解決的問題上報至區域客戶服務團隊處理，更複雜的問題則進一步上報至客戶服務經理或營銷總監處理。退貨時須隨附標準投訴處理表，並每月進行匯總，以確保妥善記錄及處理。
- **線上投訴**。我們的線上投訴管理流程從我們的線上客戶服務中心開始，該中心的工作人員有權按與線下流程相同的條件處理投訴。客戶服務團隊在電商平台上直接與消費者溝通，確定投訴性質及責任方，並按照我們的標準化工作流程解決和跟進各項投訴。例如，如果涉及包裝損壞、產品明顯缺陷及錯誤配送等物流問題，我們會相應地處理退貨或重新發貨，並要求物流供應商賠償所造成的任何損失。
- **客戶服務熱線**。我們還設有客戶服務熱線，方便客戶表達自己對於產品和服務的意見。如果有關問題未能通過線下或線上渠道得到滿意解決，則將被視為複雜投訴並按以下所述上報處理。

業 務

- **複雜投訴。**對於比較複雜或會上報到相關線上平台的投訴，我們的客戶服務團隊與相關平台的客戶服務團隊密切合作，直接介入與消費者溝通有關問題。根據具體情況，我們的客戶服務團隊將就請求提請法律團隊或管理層處理。取決於複雜程度，我們盡力在1至15個工作日內解決問題。

這種跨兩個渠道的結構化的方式可確保每起事件均有記錄及獲得解決，從而減少潛在的不滿並增進消費者對我們的信任。

在我們的客戶服務團隊的支持下，我們過往實現了良好的客戶滿意度。就我們所深知，於往績記錄期間，於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們的消費者投訴率整體維持在較低水平，分別為0.18%、0.20%、0.27%及0.22%，根據弗若斯特沙利文的資料，其遠低於行業平均水平。投訴記錄主要涉及產品質量及用戶體驗、過敏反應、購物節期間通過不同銷售渠道舉辦促銷活動所導致的價格差異、產品物流及包裝損壞。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未收到任何對我們的經營及商業信譽造成重大不利影響的消費者投訴。

我們按照中國有關法律法規以及相關第三方平台的政策，制定了全面的產品召回及退換貨政策。我們的退貨及召回程序依銷售渠道而存在差異：

線下渠道。對於我們在百貨商店專櫃銷售的產品，通常允許在相關百貨商店規定的退貨期內退貨。一般而言，允許退貨的理由包括產品缺陷、皮膚不良反應或對服務不滿等。但購買之日起三個月後的退貨一般不予受理，相關退貨請求會按具體情況進行評估。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，線下直銷退回的產品分別為人民幣0.3百萬元、人民幣0.3百萬元、人民幣0.5百萬元及人民幣0.5百萬元，於相應期間的退貨率分別為0.03%、0.03%、0.04%及0.06%。

線上渠道。對於通過我們在第三方電商平台上的網店銷售的產品，在產品適合二次銷售的情況下，我們允許消費者在收貨後七天內退換貨，這符合相關法律法規及平台政策的規定。超過七天期限後，一般不允許退換貨，惟存在產品缺陷或發生皮膚過敏反應的情況則除外。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，線上直銷退回的產品分別為人民幣1.6百萬元、人民幣2.9百萬元、人民幣10.3百萬元及人民幣10.8百萬元，於相應期間的退貨率分別為0.42%、0.56%、1.10%及1.48%。

業 務

向經銷商銷售。有關向線上及線下經銷商銷售的產品的退貨政策，請參閱「我們的銷售網絡－線下渠道－向線下經銷商銷售」及「我們的銷售網絡－線上渠道－向線上經銷商銷售」。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們的線上及線下經銷商退回的產品分別為人民幣2.4百萬元、人民幣0.9百萬元、人民幣14.1百萬元及人民幣0.3百萬元，於相應期間的退貨率分別為1.07%、0.37%、4.42%及0.13%。於2023年，經銷商退貨率上升主要由於對線上經銷商採用一次性授權退貨流程。該經銷商在特定線上平台組織特別推廣活動。由於該流程為並無過往往績記錄的新舉措，活動銷售額有別於預期，導致之後出現特別的退貨授權。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們的產品退貨率計算及產品退貨和召回政策符合中國的行業慣例。根據弗若斯特沙利文的資料，於往績記錄期間，我們的退貨率低於行業平均水平。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遇到任何重大產品召回、退貨或缺陷問題。

產品設計及開發

我們的成功建立在我們強大的產品設計及開發能力之上，該等能力源於我們的產品開發團隊的全面、專業知識及創造優質美妝產品的細緻方法。

我們的產品開發團隊。我們的產品設計和開發工作是由毛先生領導，其對光影美學、東方美學及美妝產品設計和開發有深刻理解。我們已建立產品開發團隊，由藝術委員會（由我們化妝藝術培訓機構的化妝師組成，負責監督我們產品工藝）及核心研發團隊（負責整個產品設計和開發過程）組成。兩個團隊緊密合作，引導產品設計和開發方向，同時與ODM供應商合作，共同將我們的核心美學理念和市場洞察轉化為產品解決方案。截至2024年6月30日，我們的產品開發團隊由58名經驗豐富的員工組成，其中74.1%持有學士或以上學位。該等團隊成員的平均工作經驗超過12年，具有分子生物學及化學工程等領域多樣化的背景，並擁有跨國醫藥公司及生物技術公司領導職位的豐富經驗。此外，我們的化妝藝術培訓課程為我們的產品開發團隊提供了寶貴的新人才來源，以支持我們創新能力的連續性及發展。透過培養一批了解我們品牌理念及美學原則的熟練專業人士，我們為未來的產品開發奠定堅實的基礎。

業 務

全面的專業知識。我們全面的專業知識是我們創造具有卓越功能及性能的產品驅動力。尤其是，我們對產品成分、配方和設計的了解使我們能夠創造出具有良好功能和性能的產品。我們選擇優質原料並採用先進的配方技術開發產品，以滿足目標消費者，尤其是具有亞洲人皮膚類型及審美標準的消費者的特定需求及偏好。我們的美學理念，尤其是光影美學及東方美學，使我們從其他高端國際化妝品品牌中脫穎而出。通過將光影元素及中國傳統文化元素融入我們的產品設計中，我們創造出具有視覺吸引力及文化屬性的產品系列，把握住了東方美妝的精髓。此外，我們通過多年的經驗開發出專業的化妝技術，為我們提供了對妝容及產品使用場合的寶貴見解，使我們能夠開發出性能良好、具備多功能性和易用性的產品，使我們的消費者能夠打造其理想妝容。

與ODM供應商的戰略合作夥伴關係。為提高我們的產品設計及開發能力，我們與可靠的ODM供應商建立戰略合作夥伴關係，利用其技術專業知識、製造設施及質量控制流程支持我們的產品設計及開發計劃。我們的產品開發團隊尋找符合我們產品設計和開發理念的合資格ODM供應商，傳達設計和開發要求，並與該等供應商共同研製產品配方。我們亦監督及參與最初概念到最終生產的整個產品開發週期。我們的產品開發團隊與ODM供應商密切合作，提供規格、進行質量檢查、測試產品規格並進行必要的調整，以確保最終產品符合我們的標準並符合我們的品牌願景。我們與ODM供應商的合作讓我們能夠專注於產品概念化、設計及品牌推廣方面的核心能力，同時確保我們的產品統一按照高質量標準生產。

我們通常就產品設計及開發與我們的ODM供應商訂立長期協議。根據協議，ODM供應商參與研究及開發，並於適用的情況下負責化妝品及化妝品原料生產。有關ODM供應商的生產，請參閱「生產及供應鏈管理－生產」。

當前研發路徑及未來戰略。我們當前的產品設計和發展路徑主要涉及在委託ODM供應商開展具體研發和產品設計工作時提供整體方向指導。我們在自有產品開發團隊的戰略指導下利用ODM供應商的資源。根據弗若斯特沙利文的資料，委託ODM供應商進行產品設計、開發及生產是化妝品行業的成熟做法。該路徑讓企業能夠專注於發展品牌推廣、營銷及整體產品戰略等核心能力，同時從ODM合作方的專業化能力中獲益。

業 務

為提升我們的內部研發能力，我們制定了全方位的戰略，旨在強化產品創新能力、競爭地位和長期增長。該戰略包括加大我們在關鍵研發環節的參與度、優先發展高潛力的產品線、擴充國內外研發設施、將研發與發展內部生產能力相結合。有關我們研發強化戰略的其他詳情，請參閱「— 我們的戰略 — 堅持以化妝藝術為基礎的品牌定位，推進產品開發及化妝藝術培訓」。

產品開發流程。我們的產品設計和開發流程非常細緻且耗時，通常耗時六至八個月，而部分限量版產品可能需要十至十二個月。通過這種方法，我們確保每個產品在觸達消費者之前都經過測試和改進，確保質量、性能及美觀均屬上乘。

我們的產品設計及開發流程通常涵蓋以下步驟：

- **新產品項目啟動：**我們的產品開發團隊與我們的ODM供應商深入合作，制定產品開發標準。我們的營銷團隊及藝術委員會確定產品設計及開發計劃。
- **同類產品分析：**我們收集並分析市場同類領先產品的數據，評估美觀、功能及配方，以獲得行業洞察。
- **產品設計與開發：**我們根據美學理念制定產品標準的細節。我們選擇適合目標消費者皮膚狀況及面部特徵的原料，調整色溫和亮度以創造視覺深度。我們亦選擇包裝材料，設計產品包裝，並聘請合資格ODM供應商進行原型開發。
- **產品測試：**我們進行迭代協議測試，以確保我們產品的高品質。我們的質量控制中心制定產品質量標準，對新產品進行相容性及功能測試，並對初始產品及包裝批次進行質量檢測。
- **抽樣測試：**我們的化妝藝術培訓機構的化妝師及一線營銷人員參與產品試用，根據彼等的專業經驗對樣品進行評估。
- **量產：**樣品測試結果滿意後，我們進行量產及銷售。

業 務

以美觀和功能為導向的產品設計。我們深知產品外觀設計中美觀及實用的雙重作用，因此在產品外觀中強調視覺吸引力及實用性的重要性。我們對創造獨特品牌形象的承諾體現在我們的產品美學及包裝設計中。該等設計經過幾代專有模具的開發，融入了中國建築元素，加深了文化共鳴。截至最後實際可行日期，這種包裝方法為我們贏得了43項設計專利及美國繆斯設計鉑金獎，證明了我們品牌的獨特性及成熟度。

產品設計研發成果。我們對產品設計及開發的追求已取得積極成果。例如，根據弗若斯特沙利文的資料，我們在中國所有國貨美妝品牌中率先基於光影美學開發高光和陰影產品，特別是專為中國人膚色而設計的光影系列。於往績記錄期間，我們就MAOGEPING及至愛終生共開發和升級了262個新單品，平均每年升級約75個單品。

我們的銷售網絡

我們透過整合線下及線上渠道的廣泛銷售網絡銷售我們的產品。我們的線下渠道包括(i)主要通過自營專櫃直銷，(ii)向一家高端跨國美妝零售商銷售，及(iii)向線下經銷商銷售。我們的線上渠道涵蓋天貓、小紅書、抖音、京東及淘寶等電商平台，包括(i)透過直營網店銷售，及(ii)向線上經銷商銷售。於往績記錄期間，我們的線下及線上渠道均迅速擴張。

下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售收入明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線下渠道										
線下直銷 ⁽¹⁾	859,299	57.5	978,769	55.1	1,438,182	51.7	707,001	52.0	875,282	46.1
向線下經銷商銷售	76,001	5.1	57,136	3.2	69,804	2.5	32,090	2.4	40,440	2.1
毛戈平的經銷商										
專櫃	26,821	1.8	29,464	1.7	43,107	1.5	19,248	1.4	26,813	1.4
其他 ⁽²⁾	49,180	3.3	27,672	1.5	26,697	1.0	12,842	1.0	13,627	0.7
向一家高端跨國美妝										
零售商銷售	30,656	2.0	44,574	2.5	94,080	3.4	49,216	3.6	51,093	2.7
小計	965,956	64.6	1,080,479	60.8	1,602,066	57.6	788,307	58.0	966,815	50.9

業 務

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線上渠道										
線上直銷.....	379,667	25.4	515,870	29.1	931,164	33.5	452,125	33.3	736,567	38.8
向線上經銷商										
銷售.....	149,444	10.0	178,392	10.1	248,662	8.9	118,841	8.7	196,640	10.3
小計.....	<u>529,111</u>	<u>35.4</u>	<u>694,262</u>	<u>39.2</u>	<u>1,179,826</u>	<u>42.4</u>	<u>570,966</u>	<u>42.0</u>	<u>933,207</u>	<u>49.1</u>
總計.....	<u>1,495,067</u>	<u>100.0</u>	<u>1,774,741</u>	<u>100.0</u>	<u>2,781,892</u>	<u>100.0</u>	<u>1,359,273</u>	<u>100.0</u>	<u>1,900,022</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 線下直銷主要與百貨商店內的自營專櫃有關。
- (2) 向線下經銷商銷售下的其他主要涉及向至愛終生的線下經銷商銷售。

下表載列於所示期間我們按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線下渠道										
線下直銷 ⁽¹⁾	756,646	88.1	857,501	87.6	1,268,840	88.2	622,568	88.1	769,786	87.9
向線下經銷商銷售..	55,269	72.7	42,677	74.7	52,453	75.1	24,013	74.8	30,296	74.9
經銷商專櫃.....	22,176	82.7	24,138	81.9	35,472	82.3	15,807	82.1	21,926	81.8
其他 ⁽²⁾	33,093	67.3	18,539	67.0	16,981	63.6	8,206	63.9	8,370	61.4
向一家高端跨國 美妝零售商										
銷售.....	20,199	65.9	29,548	66.3	65,726	69.9	33,222	67.5	34,266	67.1
小計.....	<u>832,114</u>	<u>86.1</u>	<u>929,726</u>	<u>86.0</u>	<u>1,387,019</u>	<u>86.6</u>	<u>679,803</u>	<u>86.2</u>	<u>834,348</u>	<u>86.3</u>
線上渠道										
線上直銷.....	321,043	84.6	436,385	84.6	787,275	84.5	380,716	84.2	622,406	84.5
向線上經銷商										
銷售.....	124,780	83.5	148,101	83.0	207,312	83.4	98,826	83.2	165,042	83.9
小計.....	<u>445,823</u>	<u>84.3</u>	<u>584,486</u>	<u>84.2</u>	<u>994,587</u>	<u>84.3</u>	<u>479,542</u>	<u>84.0</u>	<u>787,448</u>	<u>84.4</u>
總計.....	<u>1,277,937</u>	<u>85.5</u>	<u>1,514,212</u>	<u>85.3</u>	<u>2,381,606</u>	<u>85.6</u>	<u>1,159,345</u>	<u>85.3</u>	<u>1,621,796</u>	<u>85.4</u>

附註：

- (1) 線下直銷主要與百貨商店內的自營專櫃有關。
- (2) 向線下經銷商銷售下的其他主要涉及向至愛終生的線下經銷商銷售。

業 務

線下渠道

我們主要關注線下渠道專櫃網絡的擴展及加強，以強化我們的品牌形象和定位。我們亦與知名的高端跨國美妝零售商及可靠的線下經銷商合作，以擴大我們的線下銷售覆蓋面。根據弗若斯特沙利文的資料，2023年我們線下渠道產生的零售額在國貨彩妝品牌中排名第一。我們特別重視中國美妝業最大及最具影響力的百貨商店銷售渠道，根據弗若斯特沙利文的資料，我們是第一家在高端百貨商店設立專櫃的高端國貨美妝集團，按2023年零售額計算，我們在中國百貨商店部分位列國貨彩妝品牌第一。根據同一資料來源，百貨商店渠道在彩妝產品市場中佔最大市場份額，在更廣泛的美妝行業中為第二大線下渠道。百貨商店的主要優勢是其優越的地理位置及時尚、奢華的空間展示。該等屬性為消費者提供了整體卓越的視覺及觸覺等多個感官體驗。這種沉浸式環境增強了品牌與消費者的互動及提升了百貨商店渠道的聲譽，使其優於其他線下渠道。從戰略層面，我們已在全國各地的高端百貨商店設立專櫃，如港匯恒隆廣場、銀泰、百盛、金鷹、王府井及伊藤洋華堂。我們相信，我們在該等知名百貨商店的佈局增強了我們品牌的形象及價值主張，進一步鞏固了我們的市場地位。

我們的專櫃網絡

2003年，我們在上海港匯恒隆廣場設立第一個專櫃，自此，我們的專櫃網絡持續擴展到全國各地。截至2024年6月30日，我們在全國逾120個城市總共運營372個專櫃。

我們的專櫃戰略性地分佈在我們為強化品牌形象和價值而特別挑選的百貨商店。我們在為專櫃選址時會考慮一系列因素，包括城市的人口和經濟狀況、市區內百貨商店的數量以及目標選址的地理位置。我們還會評估目標百貨商店內部和周邊配套設施的可用性、附近交通和停車的便利性、百貨商店內品牌和產品類別的範圍和層級、各樓層的人流量和客流量，以及百貨商店的經營業績。

我們以統一的方式管理和運營所有專櫃，確保專櫃網絡的服務和運營標準保持一致。室內裝潢與佈置(如專櫃的裝飾和裝修)由我們的品牌形象專櫃設計中心精心設計，確保品牌形象、產品陳設、整體風格以及廣告活動上的統一。我們堅持體驗式營銷策略，專櫃均設有專門的化妝台，由精通化妝知識和技能的訓練有素的美妝顧問提

業 務

供支持，為消費者提供專業的試妝，凸顯產品效果。截至最後實際可行日期，我們在全國各地的專櫃擁有超過2,700名美妝顧問，根據弗若斯特沙利文的資料，我們已建立中國所有國貨及國際美妝品牌中最大的專櫃服務團隊之一。

以下圖片展示了我們在百貨商店的專櫃設計：



我們的專櫃網絡由自營專櫃和經銷商專櫃組成，這兩種專櫃共同構成一個在統一標準下運作的全面零售生態系統。此專櫃網絡使我們能夠擴大我們的產品覆蓋範圍、培養直接的消費者關係及提高品牌的知名度。

我們的自營專櫃

我們直接經營絕大多數專櫃。截至2024年6月30日，我們經營合共372個專櫃，覆蓋全國逾120個城市。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2024年6月30日，我們在全國的自營專櫃數目為372個，在中國所有美妝品牌中排名第二。我們的絕大部分線下直銷為通過自營專櫃的直銷。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的線下直銷收入分別為人民幣859.3百萬元、人民幣978.8百萬元、人民幣1,438.2百萬元、人民幣707.0百萬元及人民幣875.3百萬元，分別佔同期產品銷售收入的57.5%、55.1%、51.7%、52.0%及46.1%。此外，於往績記錄期間

業 務

各年度／期間，我們來自五大專櫃的收入分別為人民幣48.6百萬元、人民幣59.0百萬元、人民幣87.0百萬元及人民幣51.0百萬元，分別佔我們同期產品銷售收入的3.2%、3.3%、3.1%及2.7%。

我們主要與百貨商店合作，以租賃和聯營模式經營自營專櫃。截至2024年6月30日，我們在租賃模式及聯營模式下分別經營59個及313個專櫃。我們相信，通過多年的合作和出色的銷售業績，我們已經與這些百貨商店建立了良好的關係，這有利於我們續簽租約或獲得聯營經營權。

- 在租賃模式下，我們向百貨商店租賃物業用於專櫃運營，支付租金並在租賃空間內獨立運營。我們負責業務的方方面面，包括人員配備、庫存管理、銷售及收銀職能。出租方根據我們的租賃條款收取租金。
- 在聯營模式下，我們與百貨商店合作設立和經營專櫃。我們通常負責人員配備、存貨管理及銷售，並承擔專櫃的裝修和維護費用，同時遵守百貨商店對專櫃設計一般規格的規定。消費者通常直接向百貨商店付款，並從百貨商店收到收據。然後，百貨商店根據結算單定期與我們核對賬目。在核實這些結算單並向百貨商店開具發票後，百貨商店根據結算金額與我們進行結算。我們一般根據消費者的付款確認收入。

下表載列我們與百貨商店簽訂的典型租賃和聯營協議的主要條款概要：

	租賃	聯營
期限	我們與百貨商店的協議期限一般為兩年。	我們與百貨商店的協議期限一般為一年。
租金／聯營費	租金一般為(a)最低月租金及(b)相關專櫃每月銷售額的固定百分比兩者中的較高者。	聯營費一般為(a)固定合約金額及(b)相關專櫃每月銷售額的固定百分比兩者中的較高者。

業 務

	租賃	聯營
其他費用及收費	我們一般按月向百貨商店支付固定金額的物業管理費、推廣費及保證金。	我們一般按月向百貨商店支付推廣費及物業管理費。
收取銷售所得款項	銷售所得款項通常由我們收取。	銷售所得款項通常由百貨商店收取。
支付及結算	客戶購物後直接向本公司付款。我們一般按月向百貨商店或購物中心支付租金和其他費用及收費（如適用）。	客戶購物後直接向百貨商店付款，百貨商店其後根據我們的合約安排，在扣除聯營費和任何適用費用及收費後，按月向我們支付銷售所得款項。
終止	租約／聯營安排可在合約期滿、雙方同意或對手方出現重大違約時書面通知後終止	

下表載列於往績記錄期間我們分別在租賃及聯營模式下的自營專櫃數目變動：

	截至12月31日止年度			截至6月30日
				止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
租賃模式				
期初專櫃數目	14	18	28	45
新開設的專櫃數目	5	12	18	15
由聯營模式轉為租賃模式下的專櫃數目	0	0	1	0
關閉的專櫃數目	(1)	(2)	(2)	(1)
小計	18	28	45	59

業 務

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
聯營模式				
期初專櫃數目	239	290	312	312
新開設的專櫃數目	61	34	18	9
由經銷商專櫃轉為聯營模式下的專櫃數目 ⁽¹⁾	3	0	0	0
聯營模式轉為租賃模式下的專櫃數目	(0)	(0)	(1)	(0)
關閉的專櫃數目	(13)	(12)	(17)	(8)
小計	290	312	312	313
總計	308	340	357	372

附註：

(1) 有關我們的經銷商專櫃的詳情，請參閱「我們的經銷商專櫃」。

我們定期評估及評價自營專櫃的表現，並優化自營專櫃網絡，以提高銷售業績和盈利能力。隨著我們的業務規模及銷售覆蓋面的擴大，我們的自營專櫃數目由截至2021年12月31日的308個增至截至2022年12月31日的340個，又增至截至2023年12月31日的357個，並進一步增至截至2024年6月30日的372個，鞏固了我們在高端美妝行業的市場份額。具體而言，於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們分別新開設66個、46個、36個及24個自營專櫃。我們選擇專櫃位置時通常會考慮多種因素，包括城市的人口和經濟狀況、市內百貨商店的數量及目標地點的地理位置。我們還評估目標百貨商店內部和周邊配套設施的可用性、附近交通及停車的便利性、百貨商店內品牌和產品類別的範圍和等級、不同樓層的人流及客流量以及百貨商店的經營業績。因此，符合我們標準的可用位置通常有限。於2021年及2022年，其他品牌在COVID-19疫情期間撤掉其專櫃時，有多個優質專櫃位置可供利用。我們抓住了該等時機，在此期間分別新開設66個及46個自營專櫃，隨後於2023年常態化為36個新自營專櫃。我們預計於2024年將新開設約30至40個自營專櫃。

業 務

於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們分別撤掉14個、14個、19個及9個自營專櫃。撤櫃乃主要由於(i)專櫃銷售業績不佳；(ii)專櫃戰略性地搬遷至消費者流量及曝光度較高的區域；及(iii)相關百貨商店的經營方向或業務模式發生變化，或相關百貨商店因翻修而暫時關閉。

下表載列於所示期間我們同個專櫃收入的詳情：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月		
	2021年	2022年	2022年	2023年	2024年	
同個專櫃數目 ⁽¹⁾ . . .	230		277		312	
同個專櫃收入總額 (人民幣百萬元) . . .	731.5	783.0	878.7	1,193.8	655.3	773.9
同個專櫃平均收入 (人民幣百萬元) . . .	3.2	3.4	3.2	4.3	2.1	2.5
同個專櫃同比收入 平均增長	7.0%		35.9%		18.1%	

附註：

(1) 指於整個本年度／期間及整個上一年度／期間連續營運的專櫃數目。

我們於2021年及2022年全年運營230個專櫃，其同個專櫃平均收入由2021年的人民幣3.2百萬元增加7.0%至2022年的人民幣3.4百萬元，乃主要由於受我們加大銷售及營銷力度所驅動，每個專櫃的平均銷售額有所增加。我們於2022年及2023年全年運營277個專櫃，其同個專櫃平均收入由2022年的人民幣3.2百萬元增加35.9%至2023年的人民幣4.3百萬元。此外，於截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們有312個專櫃在運營，其同個專櫃平均收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣2.1百萬元增加18.1%至2024年同期的人民幣2.5百萬元。這兩種增長均乃主要由於受(i)我們加大銷售及營銷力度；及(ii)解除限制措施，專櫃所在百貨商店的消費者人流量有所改善的驅動，每個專櫃的平均銷售額有所增加。

業 務

下表載列於所示期間按開業年份劃分的每個專櫃的日均收入：

開業年份	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元				
同年新開業.....	4.9	5.2	8.2	8.2	9.2
去年開業.....	5.8	5.5	8.7	7.7	9.0
開業兩年或以上.....	9.2	9.3	11.8	11.8	13.6
總計	<u>8.0</u>	<u>8.1</u>	<u>11.0</u>	<u>11.1</u>	<u>12.9</u>

截至最後實際可行日期，我們已簽訂合共65份租賃協議，用作租賃模式下的專櫃。下表載列截至最後實際可行日期我們簽訂的用作專櫃的租賃協議的到期情況：

	2024年	2025年	2026年	2027年
租賃期滿數目.....	8	38	18	1

考慮到我們過往的銷售業績及我們與百貨商店的長期關係，我們認為，我們與相關百貨商店續簽此類租賃協議不存在重大障礙。

於往績記錄期間，於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們分別有17個、18個、6個及5個專櫃產生虧損。我們在往績記錄期間的各年度／期間末，評估各專櫃（包括虧損專櫃）的績效並根據國際會計準則第36號進行減值測試，並無發現任何重大減值虧損。

我們的經銷商專櫃

根據弗若斯特沙利文的資料，於往績記錄期間，我們亦根據市場慣例委聘若干線下經銷商經營MAOGEPING專櫃，以促進我們產品的銷售。這種方法可有效地令我們擴展到覆蓋範圍具有挑戰性且管理成本相對較高的偏遠地區。通過利用經銷商的資質和區域知識，我們能夠高效地擴大我們的覆蓋範圍並深化市場滲透。截至2021年、

業 務

2022年及2023年12月31日及2024年6月30日，我們分別委聘13家、15家、17家及19家經銷商經營MAOGEPING專櫃。截至2024年6月30日，我們共有30個經銷商經營的專櫃。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，經銷商專櫃收入分別為人民幣26.8百萬元、人民幣29.5百萬元、人民幣43.1百萬元、人民幣19.2百萬元及人民幣26.8百萬元，分別佔同期產品銷售收入的1.8%、1.7%、1.5%、1.4%及1.4%。有關其他線下經銷商，請參閱「一向線下經銷商銷售」。

我們根據一系列嚴格的標準選擇經銷商經營我們的品牌，包括其聲譽、區域資源、管理經驗及財務穩定性，確保只有該等具有必要能力及了解市場的經銷商才能被選擇經營我們的品牌專櫃。我們通常與該等經銷商簽訂買賣協議，之後經銷商與百貨商店簽訂合約，設立我們品牌的專櫃並銷售我們的產品。有關我們與線下經銷商的標準協議的主要條款，請參閱「一向線下經銷商銷售」。雖然我們不直接與百貨商店就設立此類專櫃簽訂合約，但我們的經銷商承擔專櫃經營的責任和費用。為了保持統一的服務標準和品牌展示，我們提供專門的團隊及美妝顧問，以支持該等專櫃的運作。所有經銷商專櫃在員工培訓、陳列標準、客戶服務制度、本公司對銷售業績的監控方面按與我們的自營專櫃相同的一套標準進行管理，保持我們整個專櫃網絡客戶服務標準的統一。

下表載列於往績記錄期間我們的經銷商專櫃的數目變動：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
期初專櫃數目	21	23	27	27
新開設的專櫃數目	5	4	3	4
轉為自營專櫃的專櫃數目	(3)	(0)	(0)	(0)
關閉的專櫃數目	(0)	(0)	(3)	(1)
期末專櫃數目	23	27	27	30

我們的三個經銷商專櫃於2023年關閉，主要由於專櫃銷售業績不佳及戰略性地重新佈置同一百貨商店內的專櫃位置。

業 務

向一家高端跨國美妝零售商銷售

我們與高端跨國美妝零售商自2020年開始建立了戰略合作關係，向其提供獨家產品系列，加強我們的品牌定位並擴大銷售覆蓋範圍。該產品系列主要包括各類(i)粉底、高光及陰影等化妝品；及(ii)面膜等護膚品。該產品系列亦有該零售商獨有的獨特產品包裝。透過接觸其龐大的國際銷售網絡及成熟的客戶群，我們獲得有關消費者需求的寶貴見解，這為我們未來的產品設計及開發提供了信息。我們通常與該零售商簽訂買賣協議，據此，我們直接向彼等銷售我們的產品，並在交付後確認收到我們的產品時確認收入。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們向高端跨國美妝零售商銷售產生的收入分別為人民幣30.7百萬元、人民幣44.6百萬元、人民幣94.1百萬元、人民幣49.2百萬元及人民幣51.1百萬元，分別佔我們同期產品銷售收入的2.0%、2.5%、3.4%、3.6%及2.7%。

向線下經銷商銷售

按照市場慣例，於往績記錄期間，我們與線下經銷商（通過其自有店面將我們的產品轉售予其他線下渠道或終端消費者或經營MAOGEPING專櫃）合作，擴大線下銷售網絡並提高品牌知名度。有關經銷商專櫃詳情，請參閱「—我們的專櫃網絡—我們的經銷商專櫃」。我們的線下經銷商通常是主要從事化妝品銷售和經銷的區域經銷商，擁有本地經銷網絡和資源。我們相信，這些擁有強大銷售渠道管理能力以及化妝品產品銷售和經銷經驗的線下經銷商可幫助我們滲透更廣泛的用戶群，增加我們的市場份額，並有效提升我們的品牌知名度。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們分別委聘30家、17家、19家及21家線下經銷商。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們向線下經銷商銷售產生的收入分別為人民幣76.0百萬元、人民幣57.1百萬元、人民幣69.8百萬元、人民幣32.1百萬元及人民幣40.4百萬元，分別佔同期產品銷售收入的5.1%、3.2%、2.5%、2.4%及2.1%。

業 務

下表載列所示期間我們的線下經銷商數量及其變動：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	期初數量.....	31	30	17
新委聘經銷商數量.....	9	10	2	2
已終止經銷商數量.....	(10)	(23)	(0)	(0)
期末數量.....	30	17	19	21

我們已努力優化線下經銷商網絡，提高營運效率。於2021年，我們終止了與10家線下經銷商的合作，主要是由於經銷協議到期或經銷商專櫃轉為我們的自營專櫃。於2022年，作為我們對至愛終生線下經銷網絡的整合及優化戰略舉措的一部分，我們終止了與23家線下經銷商的合作。整合後，我們只保留了一家經銷至愛終生產品的線下經銷商。作出這一決定的原因是需要完善至愛終生的市場定位，並根據不斷變化的消費者偏好及市場動態調整其經銷戰略。整合使我們能夠通過提高經銷效率、加強品牌管控及更好地管理資源，從而更專注於產品開發、品牌建設和市場營銷。有關至愛終生的未來戰略，請參閱「— 我們的戰略 — 以MAOGEPING為核心進行品牌組合戰略升級和擴張」。

根據市場慣例，我們主要與線下經銷商簽訂標準經銷協議，本質上是買賣協議。於往績記錄期間，我們亦與一家線下經銷商訂立寄售協議，彼等通過其門店向終端客戶轉售我們的產品。根據買賣協議，我們與線下經銷商建立買賣關係，並於經銷商驗收我們交付的產品時確認收入。根據寄售協議，我們於產品出售予終端客戶時確認收入。

業 務

下表載列我們與線下經銷商訂立的標準經銷協議（包括寄售協議）的主要條款概要：

- 期限** 我們與線下經銷商之間的協議的期限通常介乎一至三年。
- 指定經銷區域** 線下經銷商一般不得在其指定的經銷區域之外銷售我們的產品。
- 定價政策** 我們通常以產品零售價的折扣價向線下經銷商銷售產品，並為他們提供定價指引，為每款產品設定建議零售價。我們有權調整定價指引。
- 付款及信用期** 就買賣協議而言，我們通常要求經銷商在產品交付前全額付款。就寄售協議而言，我們的線下經銷商會於銷售完成後提交賬單，並於我們確認及出具發票後向我們匯款。
- 最低採購要求** 我們通常不對線下經銷商設定最低採購要求。
- 二級經銷安排** 我們通常不允許MAOGEPING線下經銷商聘用二級經銷商。我們的至愛終生線下經銷商可聘用二級經銷商。請參閱「一 經銷商遴選及管理 – 二級經銷商的管理」。
- 轉移風險** 就買賣協議而言，經銷商一般承擔產品驗收後丟失或損毀的風險。就寄售協議而言，我們一般保留產品的所有權並承擔風險，直至產品售予終端客戶為止。

業 務

退貨及換貨 線下經銷商通常會獲授予相當於其購買金額的一小部分的退貨及換貨額度，我們會在每個季度與經銷商進行對賬。本季度未使用的額度不得結轉到下一個季度。此外，退換的產品必須保持原包裝完好無損，並且有效使用日期至少剩餘24個月，以確保產品可以重新銷售。產品退貨及換貨只有在我們書面批准後方可進行。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們的線下經銷商退回的產品分別為人民幣1.4百萬元、人民幣0.4百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣0.3百萬元，於相應期間的退貨率分別為1.80%、0.78%、0.92%及0.68%。

終止 線下經銷協議可在合約期滿、雙方同意或對手方出現重大違約時終止。

線上渠道

我們以兩種方式通過線上渠道進行產品銷售，即(i)通過網店直銷及(ii)銷售予線上經銷商。憑藉在線下渠道建立的堅實品牌形象、產品優勢及消費者信任，於往績記錄期間，我們的線上渠道穩步擴張。

線上直銷

為迎合消費者不斷變化的購物習慣及提供便捷的多渠道購物體驗，我們通過在國內主要第三方電商平台的自營網店直接銷售產品。該等網店提供全面的產品資訊，方便消費者觸及我們的產品，可令消費者方便時直接透過該等平台購買。截至最後實際可行日期，我們已在天貓、小紅書及抖音上開設網店。

業 務

我們已與電商平台訂立協議，經營及管理我們的網店。下表載列我們與電商平台訂立的標準協議的主要條款概要：

- 期限** 我們與電商平台訂立的協議的期限通常為一年，在履行協議條款的前提下自動續約。
- 服務範圍**. 電商平台應當提供網絡信息服務、軟件技術服務、營銷推廣資源、交易管理、交易完成等軟件服務。
- 服務費** 電商平台通常會向我們收取固定金額的服務費，亦會按銷售額的一定比例收取服務費。
- 行為準則**. 我們遵守電商平台的行為守則。在業務範圍、反賄賂及反競爭、保密、客戶保護及數據保護要求方面，我們應遵循標準行為準則。
- 終止** 服務協議一般可在事先書面通知的情況下或在發生重大違約時終止。

為支持我們網店的運營，我們委聘在平台運營及電商營銷策略方面擁有豐富經驗的第三方運營商，以提升我們網店的運營效率及表現。據我們所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，所委聘的所有第三方運營商均為獨立第三方。

下表載列我們與第三方運營商訂立的標準協議的主要條款概要：

- 期限** 我們與第三方運營商訂立的協議的期限通常介乎兩個月至三年，視乎我們的具體運營要求及需求而定。

業 務

- 服務範圍** 第三方運營商須提供運營支持，包括提供技術支持、更新產品及管理產品展示、共同制定及完善運營策略、創建及設計店舖和促銷頁面、製作及管理圖片、文本及短視頻內容以及組織和執行促銷活動等。
- 服務費** 我們通常向第三方運營商提供固定的服務費，另加基於網店每月銷售收入計算的可變佣金。
- 知識產權** 第三方運營商為網店創造的所有知識產權均歸我們所有，未經我們書面同意，第三方運營商不得使用或許可他人使用。
- 終止** 協議可在合約期滿、雙方同意或對手方出現重大違約時終止。

於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們線上直銷產生的收入分別為人民幣379.7百萬元、人民幣515.9百萬元、人民幣931.2百萬元、人民幣452.1百萬元及人民幣736.6百萬元，分別佔我們同期產品銷售收入的25.4%、29.1%、33.5%、33.3%及38.8%。

向線上經銷商銷售

按照市場慣例，於往績記錄期間，我們亦委聘線上經銷商。我們的部分線上經銷商於電商平台經營自有店舖，並出售我們的產品予終端消費者，而部分線上經銷商出售我們的產品予其他商家，其他商家於電商平台經營自有店舖，並出售我們的產品予終端消費者。我們與此類線上零售商的合作使我們能夠在自營網店之外的各種線上平台建立廣泛的業務。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們分別委聘5家、12家、10家及10家線上經銷商。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們向線上經銷商銷售產生的收入分別為人民幣149.4百萬元、人民幣178.4百萬元、人民幣248.7百萬元、人民幣118.8百萬元及人民幣196.6百萬元，分別佔我們同期產品銷售收入的10.0%、10.1%、8.9%、8.7%及10.3%。

業 務

下表載列於所示期間我們的線上經銷商數量及其變動：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
期初數量.....	6	5	12	10
新委聘經銷商數量.....	4	11	5	0
已終止經銷商數量.....	(5)	(4)	(7)	(0)
期末數量.....	5	12	10	10

於往績記錄期間，我們不斷努力優化我們的線上經銷網絡。於2021年、2022年及2023年，我們分別與5家、4家及7家線上經銷商終止合作，主要原因為銷售業績不佳及經銷協議到期。

根據市場慣例，我們主要與線上經銷商簽訂標準經銷協議，本質上是買賣協議。於往績記錄期間，我們亦與若干線上經銷商訂立寄售協議，彼等通過其線上平台向終端客戶轉售我們的產品。根據買賣協議，我們與線上經銷商建立買賣關係，並於經銷商驗收我們交付的產品時確認收入。根據寄售協議，我們於終端消費者在相關線上平台確認收貨時確認收入。

下表載列我們與線上經銷商訂立的標準經銷協議（包括寄售協議）的主要條款概要：

- 期限** 我們與線上經銷商之間的協議的期限通常介乎一至三年。
- 指定經銷渠道** 未經我們書面同意，線上經銷商一般不得在其指定的經銷渠道之外銷售我們的產品。

業 務

- 定價政策**..... 我們通常以產品零售價的折扣價向線上經銷商銷售產品，並為線上經銷商提供定價指引，為每款產品設定建議零售價。我們有權調整定價指引。
- 付款及信用期**..... 就買賣協議而言，我們通常要求線上經銷商在產品交付前全額付款。就寄售協議而言，線上經銷商通常每月向我們提交一份產品銷售報表，並於我們確認報表及出具發票後向我們匯款。
- 最低採購要求**..... 就買賣協議而言，我們通常對線上經銷商設定季度最低採購要求。就寄售協議而言，我們通常不對線上經銷商設定最低採購要求。
- 二級經銷安排**..... 就買賣協議而言，我們一般不禁止線上經銷商聘用二級經銷商。請參閱「一經銷商遴選及管理－二級經銷商的管理」。就寄售協議而言，我們通常不允許二級經銷安排。
- 轉移風險**..... 就買賣協議而言，線上經銷商一般承擔產品驗收後丟失或損毀的風險。就寄售協議而言，我們一般保留產品的所有權並承擔損失風險，直至產品售予終端客戶為止。
- 退貨**..... 根據買賣協議，產品退貨僅適用於有缺陷的產品。根據寄售協議，允許線上經銷商退貨，前提是終端消費者退貨或產品有缺陷。
- 終止**..... 線上經銷協議可在合約期滿、雙方同意或對手方出現重大違約時終止。

業 務

經銷商遴選及管理

我們已採用一套經銷商遴選標準及管理政策，以確保我們的經銷商有能力、有效率且資源充足。選擇經銷商時考慮的因素包括地理覆蓋範圍、經營規模、資質、現有客戶群及市場聲譽。我們通過甄選程序及年度評估，定期審查經銷商的表現。我們在與經銷商續簽協議時會考慮多項因素，包括他們的資質、銷售及營銷能力、銷售網絡、財務資源、客戶資源及與我們品牌的協同度。

我們積極管理經銷商，以遵守相關法律法規的要求。我們要求經銷商有足夠的倉儲條件和設施、充足數量的質量管理人員及足夠的銷售渠道資源。我們採納及實施一套經銷商管理政策，以確保經銷商遵守法律規定。我們的經銷商管理政策通常規定了各種運營指引，包括促銷活動、庫存管理及付款規定。具體而言，我們會為經銷商組織有關營銷及促銷活動的培訓，並提供經銷商在促銷活動中應避免使用的內容的清單，以確保符合相關法律規定。

二級經銷商的管理

我們通常不允許MAOGEPING線下經銷商聘用二級經銷商。據我們所知，於往績記錄期間，兩家至愛終生經銷商與六家MAOGEPING線上經銷商在其指定的線下渠道經銷區域或線上渠道平台聘用二級經銷商營銷及銷售我們的產品。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，委聘二級經銷商的經銷商產生的收入分別為約人民幣112.9百萬元、人民幣125.7百萬元、人民幣160.6百萬元及人民幣115.6百萬元，分別佔各有關期間總收入的約7.2%、6.9%、5.6%及5.9%。我們與該等二級經銷商並無任何直接的合約關係，亦無法直接控制有關二級經銷商的銷售活動。一般而言，我們的經銷商負責管理其二級經銷商，包括確保二級經銷商的營運符合我們的整體銷售及經銷策略。我們的經銷商可能會不時向我們報告該等二級經銷商的運營狀況。據我們所知，倘我們的經銷商發現二級經銷商有任何違規或不當行為，我們的經銷商將通知相關二級經銷商並要求其採取整改措施。如未能及時糾正或整改相關違規或不當行為，我們的經銷商可終止與相關二級經銷商的業務關係。

業 務

渠道堵塞風險管理

於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，線上及線下經銷所產生的收入分別佔我們產品銷售收入的15.1%、13.3%、11.4%、11.1%及12.5%。經銷佔我們收入流的比例相對較小，我們認為，這樣的銷售網絡有效地降低了我們的渠道堵塞風險。同時，我們亦通過以下措施盡力將與經銷商的渠道堵塞風險降至最低：

- (i) **支付條款**。我們通常要求在向經銷商交付產品之前全額付款，或向選定的經銷商授出較短的信用期。通過採用這一方法，我們旨在降低經銷商過度訂購其可能無法銷售的庫存的風險，確保經銷商在訂購時更加謹慎，使其採購與實際銷售模式和市場需求相一致。
- (ii) **退貨政策**。我們對經銷商保持相對嚴格的退貨政策。線下經銷商通常會獲授予相當於其購買金額的一小部分的退貨及換貨額度，我們會在每個季度與經銷商進行對賬。本季度未使用的額度不得結轉到下一個季度。此外，退換的產品必須保持原包裝完好無損，並且有效使用日期至少剩餘24個月，以確保產品可以重新銷售。產品退貨及換貨只有在我們書面批准後方可進行。此外，線上經銷商只允許退回有缺陷的產品。我們認為，如此嚴格的退貨政策會阻止經銷商過度採購。於往績記錄期間，我們的經銷商退貨率相對較低，於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月分別為1.07%、0.37%、4.42%及0.13%。退貨率變動原因請參閱「我們的業務－客戶服務」。
- (iii) **最低採購要求**。我們通常不對線下經銷商設定最低採購要求。我們不對線下經銷商設定最低採購要求，從而允許彼等根據實際的銷售預期訂購庫存。這種方法減輕了經銷商購買的產品超過其銷售能力的壓力，從而降低了渠道堵塞的風險。
- (iv) **庫存控制及管理**。我們對經銷商的庫存控制及管理政策旨在確保有效、及時地補充庫存。我們要求我們的經銷商保持足夠的庫存水平，一般不低於三個月的營業額，以滿足市場需求。經銷商須遵循先進先出的方法，以避免產品過期。我們亦要求我們的經銷商每月報告其上一個月的庫存餘量。我們認為，這種針對經銷商的庫存控制及管理政策能夠激勵經銷商保持最

業 務

佳的銷售庫存水平，並降低渠道堵塞的風險。據我們所深知，截至2021年、2022年及2023年12月31日以及截至2024年6月30日，我們的經銷商持有的未售出存貨分別約為人民幣8.6百萬元、人民幣47.8百萬元、人民幣25.1百萬元及人民幣60.1百萬元。據我們所深知，我們的經銷商於截至2024年6月30日持有的大部分未售出存貨隨後於截至最後實際可行日期售出。

基於上文所述，董事認為，於往績記錄期間，本集團的銷售額與實際終端客戶需求在所有重大方面均相符。根據獨家保薦人進行的盡職調查，獨家保薦人並無注意到任何會合理導致其在任何重大方面對上述董事的觀點產生疑問的事項。

防止蠶食風險管理

我們亦已採取一系列措施以避免經銷商之間出現蠶食，包括(i)就所有產品採取一致的定價政策，並向經銷商提供產品的建議零售價作為指引。我們亦密切追蹤通過不同渠道銷售的產品的價格，以確保經銷商遵守我們的定價政策；(ii)通過經銷協議為各經銷商指定特定的線下渠道經銷區域或線上渠道平台；線下經銷商一般被分配至特定的百貨商店，而線上經銷商則通常被分配至特定的線上平台；及(iii)建立產品追蹤系統，為我們的產品生成唯一代碼，以增強產品在其整個生命週期的可追溯性，識別我們渠道中的任何蠶食風險，以便及時解決有關問題。

據我們所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的所有經銷商均為獨立第三方，及我們的經銷商與我們之間概無僱傭、融資或親屬關係。

化妝藝術培訓

我們致力於提高中國的化妝藝術水平和審美素養，截至最後實際可行日期，在全國（包括杭州、北京、上海、成都、深圳、重慶、武漢、青島和鄭州）創辦了九所化妝藝術機構。我們在這些機構提供全面的面授化妝培訓課程，以傳播我們在化妝藝術方面的深厚知識和毛先生的美學理念，以此培養新一代化妝師和美妝愛好者。截至2024年6月30日，我們的培訓機構有194名培訓人員及3,539名課程參與者。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的化妝藝術培訓及相關銷售產生的收入分別為人民幣82.3百萬元、人民幣54.4百萬元、人民幣104.1百萬元、人民幣39.3百萬元及人民幣71.5百萬元，分別佔我們總收入的5.2%、3.0%、3.6%、2.8%及3.6%。

業 務

下表載列截至所示日期我們培訓人員及課程參與者的人數：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
培訓人員.....	204	153	161	194
課程參與者.....	1,219	1,418	2,569	3,539

我們的化妝藝術培訓課程是為各類參與者設計，包括有志從事化妝相關職業的新手、尋求高技能水準的業內專業人士以及擁有化妝基礎知識而慾提高技能的個人。我們主要提供長短期的化妝藝術培訓課程。我們長期的化妝藝術培訓課程一般側重於化妝藝術技巧及形象設計和藝術創意，旨在通過系統的培訓，培養具有綜合技能的專業人才，專門從事需要創新思維能力的高級人物形象設計。化妝造型全科、時尚生活課程、創意造型課程等短期課程，一般強調實用性和應用性。我們的課程與市場需求及當前的時尚趨勢緊密結合，努力滿足有志成為化妝師及造型師的課程參與者的就業需求。此外，我們還為尋求提高化妝技巧及個人形象的課程參與者提供興趣班。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無與課程參與者發生任何重大糾紛。

下表載列於往績記錄期間我們提供的培訓課程的主要類別及一般持續時間：

化妝藝術培訓課程類別	一般持續時間
形象設計和藝術創意課程.....	10個月
化妝造型全科課程.....	6個月／5個月
光影／時尚美妝課程.....	3個月
時尚美妝課程.....	2個月
其他短期興趣課程.....	2個月內

除短期興趣課程外，我們對所有課程均採用標準化定價政策，確保所有培訓機構定價一致。於確定各課程的價格時，我們綜合考慮多項因素，包括課程內容、課程持續時間、市場需求、運營成本、機構地理位置及城市的收入水平。而短期興趣課程的定價由各機構決定，可能因地點而異。該等課程旨在滿足不同課程參與者的需求，課

業 務

程內容及持續時間可能因機構而異，反映當地偏好及特色。這種靈活的定價結構使我們能夠適應當地的市場情況及需求，確保我們的產品保持競爭力及相關性。於往績記錄期間，我們的課程價格介乎約人民幣500元至人民幣35,000元，平均價格約為人民幣10,000元。

於我們的化妝藝術培訓課程中，我們提供相關銷售，即課程參與者可以選擇通過培訓機構向本公司購買化妝品，供其於課程中使用。我們還提供各種產品，以滿足不同課程的持續時間及特定需求。這些產品包括成套產品、單個零售商品及其他美容美髮用具，課程參與者可根據需要補充。我們按標準零售價的一定折扣提供產品。我們會於課程參與者入學前告知，其課程將需要特定的用具及用品，其可自願向我們購買或自行備好。我們確保入學培訓課程出於課程參與者的個人興趣及選擇，不需要購買我們的產品作為入學條件。

於收費流程方面，課程參與者直接向相關機構指定的企業賬戶付款。收到費用後，機構會向課程參與者開具收據，課程參與者開始課程後才開具全款發票。課程參與者必須於課程開始前支付定金，餘額於課程開始時支付。倘課程參與者在課程開始前決定不繼續參與課程，則可要求全額退還定金。於往績記錄期間，我們並無因收取定金而產生任何沒收收入。退費要求通常在我們收到退費申請後15日內處理。此外，如入學協議所訂明，我們的退費政策條款通常如下：

- **機構取消**：如果機構取消或終止課程，其將根據培訓進度退還剩餘的學費及定金。
- **課程參與者退學**：如果課程參與者於入學後七天內退學，則全額退費。七天期限後，將根據已完成的課程比例計算退費。已完成階段的學費從已支付的總費用中扣除，其餘費用予以退還。

定價

我們產品的零售價乃基於多項因素釐定，包括材料成本、市場上可比產品的價格、市況以及我們的製造及運營成本。由於我們可能在不同的銷售渠道推出不同產品規格的相同產品，最終零售價可能因渠道而異。然而，我們通常對所有渠道的產品每克／毫升的價格執行一致的整體定價策略。我們的彩妝產品的建議零售價通常介乎人

業 務

人民幣200元至人民幣500元。我們的護膚品的建議零售價通常介乎人民幣400元至人民幣800元。我們可能會不時提供折扣及參與第三方電商平台及百貨商店舉辦的促銷活動。我們還可能根據我們的會員政策向註冊會員提供獎勵和折扣。就向經銷商銷售而言，經計及我們經銷商的产品購買量、經銷商的利潤空間、我們产品在整個市場的價格、銷售渠道的營銷及推廣成本、指定經銷區域及經銷商可接觸的終端客戶數量，我們的產品一般以我們产品的建議零售價的折扣價銷售。就銷售予經營我們品牌專櫃的經銷商的产品而言，價格也考慮了我們為專櫃運營提供相關支持的運營成本。有關我們針對不同銷售渠道的定價政策的詳情，請參閱「一 我們的銷售網絡」。有關我們的化妝培訓課程的價格，請參閱「一 化妝藝術培訓」。

品牌建設及市場營銷

品牌美譽度是我們競爭力的核心。我們採用內容驅動的品牌建設及市場營銷策略建立我們的品牌美譽度，重點關注以下幾個關鍵點。

品牌建設

我們的目標是在堅實的基礎上構建品牌策略，建立穩定統一的品牌形象和美譽。我們與知名品牌和機構建立戰略合作夥伴關係，以提高我們的品牌美譽度和鞏固我們的市場地位。

秉持東方美學

我們的品牌旨在捕捉美承東方的精髓，對「東方」一詞採用公認的解釋，而非狹隘及異域的觀點。「承」反映了我們致力於通過與傑出的藝術家和設計師建立夥伴關係來致敬和振興經典文化遺產。

我們與故宮文創合作推出了「氣蘊東方」系列產品，精心設計的產品與中國深厚的文化底蘊相呼應。該系列產品將豐富的東方主題融入現代美學理念，將故宮博物院的遺風與經典東方美學的精髓融入其產品中。

業 務

此外，為展示我們品牌所傳承的豐富的文化遺產，我們於宋韻文化節上在德壽宮博物館舉辦了藝術展。該活動是對南宋技藝和美學的致敬。觀眾可以欣賞到我們的產品展示，以及傳統藝術品和文化表演，與我們品牌價值產生共鳴，產生多感官體驗。下圖展示了2022年我們於宋韻文化節上在德壽宮博物館舉辦的藝術展：



推廣光影美學

在我們的產品和推廣活動中始終如一地運用光影美學，使我們成為消費者心目中統一審美語言代表。有關我們的光影系列，請參閱「我們的業務－彩妝」。

秉持高端品牌定位

我們努力保持高端品牌定位，提供精緻和獨有的產品和體驗。作為中國美妝行業的領導者，我們定期參加久負盛名的中國國際時裝周。我們通過頂級模特和明星走秀，展示我們的最新產品系列，以創新性的妝容突破創意與風格的邊界。高調亮相有助於鞏固我們作為美妝界潮流引領者及創新者的地位，獲得媒體廣泛報道及巨大的社會媒體效應。

業 務

於2020年，我們與全球知名高端美妝零售商絲芙蘭合作，在中國絲芙蘭門店獨家推出毛戈平•光韻系列產品。此項合作擴大了我們品牌的影響力及曝光度，使我們能夠擴大產品覆蓋範圍並獲得寶貴的消費者洞察。下圖展示了我們的毛戈平•光韻系列產品：



展示大師級的化妝藝術

我們不斷展示我們在彩妝藝術領域的成就，提升我們的品牌價值。毛先生與聲譽良好的KOL合作在社交媒體平台上製作了一系列高人氣化妝教程視頻。這些視頻不僅展示了我們產品的效果，還提供了有價值的化妝建議和技巧，提升了我們品牌的專業形象及消費者參與度。毛先生豐富的專業知識及個人魅力吸引了一大批定期收看新內容的化妝愛好者。部分觀眾甚至將毛先生的化妝能力戲稱為「換頭術」。這些教程已經成為我們內容營銷策略的重要組成部分，提升品牌知名度、對產品的興趣及消費者忠誠度。

提倡積極的生活方式

通過與運動員和體育賽事合作，我們將品牌與積極的生活方式相結合。我們的運動系列「火花潤耀」專為中國國家隊運動員設計。該系列遵循嚴格的產品安全及質量標準，包括低過敏性、無刺激性、性能安全且符合反興奮劑標準，具有更強的持久性、防水性及防汗性，可滿足運動員的需求。該系列還在全球體育賽事中展示體育精神和運動之美。於2021年，MAOGEPING成為杭州2022年亞運會官方指定美妝產品及服務供應商，根據贊助無償提供我們的產品及服務，這加深了MAOGEPING與體育、健康及民族自豪感的聯繫。我們在2022年獲指定為中國花樣游泳隊官方贊助商之一，於2023年成為中國國家隊的官方贊助商之一，根據贊助無償提供我們的產品及服務。

業 務

營銷舉措

渠道合作

我們與線上及線下銷售渠道合作開展各種營銷活動，例如：

- *天貓「光影20週年」活動*：為慶祝我們成立20週年，我們與中國領先的電商平台天貓合作，推出「光影20週年」活動。該獨家線上活動包括推出限量版產品、特別促銷及互動活動，旨在吸引我們的消費者及展示我們品牌歷史和成就。
- *抖音「東方甄選」活動*：我們與中國流行短視頻平台抖音合作舉辦「東方甄選」活動。此次活動甄選了一系列體現東方美學精髓的產品，以及一系列由有影響力的美妝內容創作者進行的短視頻和直播活動。該活動產生了巨大的轟動效應，推動了通過平台進行的銷售。
- *專櫃的品牌日和會員日活動*：我們定期在全國百貨商店和購物中心的專櫃舉辦該等活動。這些活動為我們的忠實客戶和會員提供專屬促銷、購物有禮及個性化美妝服務。通過營造喜慶、活躍的氛圍，我們旨在加強客戶關係及推動複購。下圖展示了我們品牌日的專櫃設計及陳列：



業 務

KOL推薦

我們與知名KOL合作，他們試用及通過流行的社交媒體平台上的短視頻、帖子或直播活動來推薦我們的產品。他們的推薦與他們的粉絲產生了共鳴，提高了我們品牌的知名度及可信度。我們根據KOL的專業知識、影響力以及與我們品牌價值的一致性認真選擇KOL合作夥伴。依託KOL的營銷視角及創意內容，我們可以觸達更廣泛的受眾，及與我們的目標消費者建立更深的聯繫。

據我們的中國法律顧問告知，中國最近實施了若干與KOL及其營運相關的監管變動。請參閱「監管概覽－有關廣告的法規」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們一直在所有重大方面在遵守相關法律法規的前提下開展業務，同時在我們與合作的KOL簽訂的協議中要求KOL遵守相關法律法規。因此，我們預計該等法律法規不會對我們的業務產生重大不利影響。

作為我們營銷策略的一部分，我們與KOL機構合作，邀請KOL參與促銷活動。與KOL機構簽訂的典型協議的主要條款如下：

- 期限** 協議一般介於一個月至一年。
- 服務範圍** KOL機構委聘KOL進行營銷活動，通過直播、短視頻或社交媒體帖子推廣我們的品牌及產品。我們提供宣傳材料及指南，KOL根據該等材料及指南創建和傳播社交媒體帖子、短視頻、海報或直播腳本等內容。
- 費用安排** 費用通常按以下格式構成：(i)直播服務的固定費用，及(ii)固定金額或按所產生銷售額的百分比的推廣服務費。
- 知識產權** 我們通常保留提供予KOL用於創建推廣內容的材料的知識產權。KOL通常保留其工作產品的知識產權，不包括我們提供的材料。雙方均有義務保守商業秘密，包括客戶和交易信息。

業 務

產品銷售及 我們負責提供銷售產品，通常通過鏈接將消費者引導至我
客戶服務..... 們的自營線上店舖，並提供售後客戶服務。
終止 協議一般可在到期時經雙方同意或在任何一方重大違約時
終止。

就KOL或KOL機構於往績記錄期間貢獻的總商品價值（「GMV」）而言，我們並不存在KOL或KOL機構重大集中。於往績記錄期間各年度／期間，前五大KOL機構的總GMV分別為人民幣94.3百萬元、人民幣83.3百萬元、人民幣249.6百萬元及人民幣245.4百萬元。

會員體系

我們建立了線上及線下會員忠誠度計劃，迎合客戶的不同偏好和互動方式。各體系均為我們的會員提供專屬的優惠及特權，提升購物和品牌體驗。

我們在抖音和天貓的自營網店的線上會員體系包含不同的VIP等級。會員可在不同平台共享積分及等級，從而實現無縫對接的購物體驗。該等積分可以通過購買等多種互動方式獲得並使用，從而提升客戶參與度並促進品牌忠誠度。線上會員體系不僅獎勵購買行為，還通過產品試用、特別促銷及生日禮物等專屬會員福利來增加互動。我們嚴格保護會員數據的私隱，遵循全面的私隱政策。

此外，我們的線下會員體系支持在線下專櫃或通過綁定微信公眾號進行註冊，以滿足偏好親身互動的客戶需求。該體系根據會員的VIP等級提供生日禮物及個性化化妝服務等福利。線下會員權益和等級將根據12個月內的累計消費動態調整，我們將在店內和平台提供詳細規則，以確保透明度。

我們的消費者可以加入我們的線上及線下會員忠誠度計劃，以享受會員權益。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們的線上及線下會員忠誠度計劃的註冊會員總數分別約為4.0百萬人、6.3百萬人、10.3百萬人及12.4百萬人。兩個體系的目標一致，都是為客戶提供個性化的體驗和獎勵，但他們的區別在於互動

業 務

方式的不同以及獎勵和福利的具體性質。通過同時維護線上及線下體系，我們可以有效地滿足我們多樣化客戶群體的不同偏好，確保無論線上購物亦或在實體店購物都能獲得便利並達到滿意。

我們計算註冊會員的複購率的方法是，將在每個年度／期間（包括往績記錄期間）購買我們產品兩次或兩次以上的註冊會員數量除以在同一期間至少購買一次的註冊會員數量。下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的註冊會員複購率：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年 ⁽¹⁾	2024年 ⁽¹⁾
線上渠道.....	13.9%	19.7%	22.0%	16.8%	21.5%
線下渠道.....	29.9%	32.6%	32.8%	27.3%	28.7%
總計.....	24.1%	25.6%	26.8%	21.3%	24.8%

附註：

- (1) 截至2024年6月30日止六個月的複購率普遍低於2021年、2022年及2023年全年。這主要是由於(i)我們產品的使用期限，延長了複購週期；及(ii)季節性因素，通常在第四季度的購物節及公共假日期間出現銷售高峰。

根據弗若斯特沙利文的資料，行業平均線上複購率約為10.0%。根據同一資料來源，我們於往績記錄期間的整體複購率及線上會員複購率（計算方法與行業慣例一致）高於行業平均水平。

體驗式營銷

我們的線下營銷策略專注於通過以下方式提供愉悅及體驗式消費者體驗：

- 在我們的專櫃試妝和半臉對比演示：我們的專櫃均設有專門試妝區，顧客可以在此試用我們的產品並親身體驗其效果。我們熟練的美妝顧問提供半臉對比演示，將我們的產品用在顧客的一邊臉上，而另一邊臉不使用產品。這種強烈的視覺對比突出了我們化妝品的改造力，繼而促使顧客購買。

業 務

- **專業美妝顧問提供個性化服務和建議：**我們的專櫃配備了訓練有素的美妝顧問，他們擁有豐富的產品知識和化妝技巧。他們根據每位顧客獨特的皮膚類型、面部輪廓、皮膚狀況和喜好提供個性化建議，確保提供量身定製的滿意購物體驗。我們的代表還提供免費的補妝及迷你妝，以展示我們產品的多功能性和性能。
- **化妝秀與促銷以及消費者獎勵：**為創造圍繞我們品牌的興奮感和參與感，我們在專櫃和門店組織各種類型的化妝秀和活動。我們的化妝秀由頂級化妝師現場示範，展示最新的技術和產品發佈。這些活動有助於提升客流量，產生轟動效應，為我們的客戶創造難忘的品牌體驗。

通過我們的品牌建設及針對性的營銷舉措，我們旨在提升我們的品牌形象，提升消費者忠誠度，及推動可持續增長。我們以內容為導向的品牌推廣方法，結合我們的營銷策略，取得了積極的成果，於往績記錄期間，我們的複購率超過行業平均水平。

生產及供應鏈管理

採購

我們主要採購彩妝及護膚品原材料、包裝材料及外購成品（包括刷子、眉筆及海綿等若干化妝工具）。我們建立了集中供應商管理系統，並實施了嚴格的供應商遴選及評估程序。我們設有專門的部門負責審核供應商資質，定期評估其表現，及更新供應商名單。我們精心選擇供應商，所考慮的多項因素包括供應商的產品質量和效果、生產設施條件、倉庫管理能力、質量控制及生產設備管理能力。我們還在簽約前進行細緻的現場考察，以確保供應商的標準符合我們的要求，並與我們的業務目標及客戶需求一致。對於合格供應商，我們的採購部門負責建立及維護供應商名單，並對現有供應商的產品質量及交貨及時性進行表現評估。我們保留與不符合我們內部標準的供應商終止合作關係的權利。有關於往績記錄期間各年度／期間我們的五大供應商詳情，請參閱「—我們的供應商」。於往績記錄期間，我們並無遭遇任何重大質量問題或收到有瑕疵的產品，亦無遭遇任何對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的供應短缺。

業 務

生產

為確保最優效率及維持嚴格的質量控制標準，於整個往績記錄期間，我們始終選擇可靠的ODM/OEM供應商負責我們的產品生產。在該合作關係中，我們保留了對產品屬性、功效和美學表現的決定權。我們工作的重點在於完善基本的化妝品參數，如色調、油水平衡、柔韌性、黏度和表面活性劑水平，以確保我們的產品適合中國消費者的皮膚類型以及化妝品需求和偏好。我們還在創新性包裝設計、圖案、觸覺體驗、創意描述及產品定制形式上進行投入，以完善產品外觀，吸引消費者並突顯我們產品的內在價值。通過與ODM/OEM供應商的該戰略合作夥伴關係，我們實施專業化的生產及加工協議，不僅加強質量控制，而且鼓勵ODM/OEM供應商之間進行競爭。

我們在選擇ODM/OEM供應商時會仔細考慮諸多因素，包括價格、產品質量、產能、交貨方案、地理位置、財務狀況及聲譽。此外，我們會不時調整若干ODM/OEM供應商的產量，降低我們對任何單一供應商的依賴。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們分別委聘六、八、八及八家ODM/OEM供應商來生產我們的主要產品。我們不依賴任何單一的ODM/OEM供應商來生產我們的核心產品。於整個往績記錄期間，我們與多家ODM/OEM供應商保持著良好的關係。然而，如我們需要委聘替代服務供應商，還有其他具有類似生產能力的ODM/OEM供應商。於整個往績記錄期間，並無ODM/OEM供應商嚴重集中而會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響的情況。

我們生產流程中所涉及的主要步驟包括：

- **產品立項**。我們的核心研發團隊分析及調研未來趨勢，以確定關鍵產品和流行元素，完成產品立項。
- **料體及配方改進**。為滿足項目要求，我們確定有能力生產所需材料的供應商。簽約後，我們的供應商提供基礎材料，然後我們的核心研發團隊在質地和顏色方面進行微調，以反映流行趨勢，提出改進建議。經過全面的合作改進與開發，我們根據最新的行業趨勢確定化妝品及護膚材料的配方。

業 務

- **第三方檢驗及採購計劃**。新料體在用於生產前，我們會將樣品送至第三方質檢機構進行檢驗。對於現有材料，我們的供應商會將經過第三方質檢機構檢驗過的材料樣品送到我們的質量控制中心進行確認。同時，我們制定採購計劃，使用通過外部檢驗的料體進行生產。
- **生產及品質保證**。於檢驗後，我們進行批量生產，之後就成品進行存貨入庫質檢。

我們與ODM/OEM供應商主要有委外加工、外協定製和外購三種合作模式。在委外加工模式下，我們負責彩妝、護膚品及包裝材料的原材料採購。然後，我們將這些料體及包裝材料交付ODM/OEM供應商，他們負責進行成品生產和包裝。在外協定製模式中，我們的ODM/OEM供應商負責按照我們的規格採購彩妝和護膚品的料體。我們負責採購包裝原材料。然後，ODM/OEM供應商進行成品生產和包裝。而在外購模式下，我們直接向供應商購買若干成品，主要包括化妝刷及其他化妝輔助用品。

下表載列我們與ODM/OEM供應商的標準協議的主要條款概要：

期限	我們與ODM/OEM供應商的協議期限通常為三年。
採購料體	在委外加工模式下，我們負責採購料體。 在外協定製模式下，我們的ODM/OEM供應商負責料體採購。
安排產品設計及開發	我們通常要求我們的ODM/OEM供應商使用若干類型的料體來設計和開發我們的產品。
生產	我們的ODM/OEM供應商主要負責根據我們的要求生產化妝品。

業 務

協議延期

協議延期的請求必須在協議期滿前30天內以書面形式向另一方提出。

知識產權

我們向OEM/ODM供應商提供或在雙方合作過程中形成的所有材料(包括但不限於商標、標識、設計圖紙及設計方案，以及著作權和專利申請權)均屬於我們的財產。OEM/ODM供應商只能在我們事先同意的範圍內為合作項目的目的使用我們提供的該等材料。未經我們事先同意，他們不得將該等材料用於任何其他目的。此外，OEM/ODM供應商不得基於我們的資料仿造、開發、發明任何知識產權或申請任何知識產權保護。OEM/ODM供應商保留其在產品開發過程中提供以供使用的自有配方及生產技術的知識產權。

此外，OEM/ODM供應商保證向我們銷售及交付的產品(無論是全部還是部分)所使用的配方及工藝以及在產品開發過程中提供以供使用的生產技術均依法獲得了所有有關知識產權，且不會侵犯任何第三方的合法權利。對於涉及非OEM/ODM供應商擁有的知識產權的產品，他們有義務向我們提供來自合法渠道的正式證明，例如專利使用授權證書。在任何時候，OEM/ODM供應商須承擔我們因任何知識產權相關問題而可能引致的任何成本及損失。

業 務

保密

雙方應對協議保密。未經另一方同意，任何一方不得使用、披露、出售或從事任何其他可能導致向協議以外的第三方披露保密信息的行為。

為保護商業秘密不被ODM/OEM供應商可能洩露，我們通常在與彼等訂立的協議中載入保密條款，以確保所有保密信息（包括因履行協議或在履行協議期間收到的成分和配方等技術訣竅）不被洩露給第三方。獲取成分和配方等關鍵信息的權限僅限於為協議之目的而合法需要知情的個人，以最大限度地降低暴露風險。該等做法共同加強了產品設計、開發及製造過程中敏感信息的安全性。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的ODM/OEM供應商產品供應並無出現任何重大短缺或延遲，我們亦無與我們的ODM/OEM供應商產生任何重大糾紛。

我們的擴產計劃

我們計劃建立自己的生產基地，以擁有我們自己的獨立生產能力。截至最後實際可行日期，我們在中國杭州有一個生產基地正在建設，預計將於2026年年中投入運營。計劃中的生產設施將用於生產彩妝及護膚品，設計年產能約為15.4百萬件。我們的內部生產戰略及研發能力將在不同階段逐步發展。請參閱「我們的戰略－堅持以化妝藝術為基礎的品牌定位，推進產品開發及化妝藝術培訓」。初期，我們將專注於研究經驗的積累及半成品的灌裝和包裝。這將完善我們的生產流程，並為未來的生產活動奠定堅實的基礎。在下一階段，我們將過渡到自主研發產品的製造及包裝，將我們的研發工作與生產流程相結合。憑藉我們先進的研發及生產能力，我們可以逐步將部分外包生產流程轉變為內部生產。從長遠來看，我們將更加注重核心產品（包括我們的暢銷及自研護膚品及彩妝）的生產及包裝。我們計劃保留該等核心產品的內部生產及包裝，以保持質量控制，保護知識產權，增強我們的競爭優勢，而將其他產品外包予ODM/OEM供應商，以優化資源配置及運營效率。雖然有前期投資，但我們的目標是嚴格控制生產成本，並相信長期效益（包括加強質量控制、保護知識產權及提高創新靈活性）將超過初期投資，共同增強我們的競爭優勢，並使我們能夠迅速應對市場趨勢。此外，藉助已建立的內部研發及生產能力，我們可以有效地為我們的ODM/OEM供應商提供產品生產方面的技術支持。這種選擇性的內部生產旨在滿足特定的戰略需求，

業 務

而非取代大規模的ODM/OEM生產。這將令我們可以直接控制產品品質，更迅速地適應市場趨勢，從而提高我們及時有效地滿足消費者需求的能力。此外，隨著時間的推移，逐步轉向內部生產預計將優化我們的成本結構，有助於提高運營效率及潛在的利潤改善，原因是我們擴大了生產能力，減少了對外部的依賴，降低了生產成本並縮短了產品周轉時間。

考慮到實現滿負荷運營以及後續的規模擴張所需時間，我們預計在可預見的未來，與ODM/OEM供應商的合作仍將在我們的整體生產戰略中發揮關鍵作用。由於我們內部的產能可能不足以滿足日益增長的產品需求，因此我們預計將繼續與ODM/OEM合作方保持高水平合作。這種方式使我們能夠在發展自身生產能力的同時，確保生產靈活性和可擴展性。隨著我們逐步推進這些階段，我們將持續評估和調整生產戰略，平衡內部產能和外部合作夥伴關係，以確保最佳的效率、質量控制和滿足市場需求的能力。

下表載列我們規劃的生產設施詳情：

生產基地	產品類別	設計年產能	估計竣工時間	估計投資	截至最後實際 可行日期的狀態
杭州	彩妝及護膚品	15.4百萬件	2026年年中	人民幣100.0 百萬元	在建

動物試驗與動物福利

我們根據中國內地的法律法規進行必要的動物試驗。該等試驗由外部試驗機構進行，我們授權該等機構維護動物倫理並尊重動物生命。我們對業務合作夥伴及供應商採用嚴格的甄選標準，尤其是在保護動物福利方面。我們非常清楚在化妝品中濫用動物試驗的殘酷性，因此我們非常謹慎確保任何動物試驗均在嚴格控制的環境中進行，而作為我們甄選供應商過程的一部分，我們聘請的第三方應獲得全套許可證及資質，並應配備適當資格的專業人員、高質量的實驗室及設備，以及嚴格的動物試驗協議，以盡可能人道的方式進行有關試驗。

業 務

我們對試驗供應商進行嚴格的評估，並進行抽查，以檢查動物的生活環境及飲食，從而確保我們不會與未能優先考慮動物福利的機構合作。我們亦定期與檢測中心進行核對，以確保其相關許可證未過期。此外，在確保我們產品的安全性的同時，我們亦致力於減少不必要的動物試驗。有關相關法律法規的詳情，請參閱「監管概覽－有關化妝品安全和質量的法規」。我們相信該等措施使我們能緊跟最新發展並保持合規。

存貨管理

我們的存貨主要由製成品、原材料及在製品組成。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們的存貨分別為人民幣209.7百萬元、人民幣299.5百萬元、人民幣342.2百萬元及人民幣312.6百萬元。

我們的存貨管理策略是動態而迅速的，會考慮不同產品類別的個別需要，並根據對生產週期和銷售預測的審慎分析，調整存貨水平，以確保效率和回應市場需求。我們為採購及存貨管理制定了政策及程序，表明我們供應鏈管理的主動性及制度化。我們已實施的存貨管理措施旨在保持最佳存貨水平，這對於滿足客戶需求而不產生過多的持有成本或面臨缺貨而言至關重要。我們的管理團隊亦會定期審查存貨賬齡、產品有效期和存貨周轉分析，並對滯銷產品組織促銷活動。截至2024年6月30日，賬齡在三年以上的存貨為人民幣0.6百萬元，佔總存貨的0.2%，其並不重大。

我們制定需求計劃政策及程序，以確保計劃生產與預期的市場需求相匹配。存貨水平是根據生產週期和銷售預測來確定，前者是生產商品所需的時間，後者是對未來銷售的估計。我們根據月度銷售預測將安全庫存水平設定為一到兩個月。安全庫存是庫存中為減少因供需波動造成的缺貨風險而增加的物品數量。通過將安全庫存設定在該水平，我們旨在為應對市場的不確定性提供一定緩衝。

此外，我們認識到，每個產品類別可能有自身的供應鏈和採購週期。我們在所有產品中採用多種存貨管理策略，並根據具體的庫存水平及各自供應鏈的特點，為每個產品類別量身定制生產計劃和銷售目標。

業 務

於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們的存貨周轉天數分別為232.6天、320.6天、273.5天及202.4天。由於我們於整個往績記錄期間內委聘ODM/OEM供應商生產我們的產品，因此生產備貨時間通常為三至四個月，導致存貨周轉天數較長。我們於2022年的存貨周轉天數長於2021年，主要是由於COVID-19的影響導致2022年的銷量低於預期。具體而言，由於線下銷售佔我們總收入的大部分，我們的線下銷售渠道於2022年受到了不利影響。我們於2023年的存貨周轉天數短於2022年，這是由於疫情消退後銷售增速加快所致。於2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們線上及線下銷售渠道的銷量均有所增長。我們的存貨周轉天數由2023年的273.5天進一步減少至截至2024年6月30日止六個月的202.4天，主要是由於原材料包裝材料損耗。請參閱「財務資料－綜合財務狀況表的主要項目討論－流動資產及負債－存貨」。

倉儲及物流

於往績記錄期間，我們主要委聘第三方物流服務供應商提供倉儲設施及貨運服務。我們根據聲譽、運營規模、業績記錄和價格等選擇物流服務供應商。我們通常與物流服務供應商訂立長期協議。我們的物流服務供應商承擔與我們的產品配送相關的風險和運輸過程中產品損壞的責任，並須購買必要保險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因物流服務供應商延遲交貨或對產品處理不當而導致產品配送出現任何重大中斷或蒙受任何損失。

產品安全和質量

我們致力於保證質量和可靠性。我們的產品從產品設計及開發、採購、生產、儲存到交付都經過嚴格的測試和驗證，以確保符合行業標準和客戶要求。截至2024年6月30日，我們的質量控制中心由16名負責質量保證的員工組成，約70.0%的員工擁有學士或以上學位，平均行業經驗約12年。其中多人曾在大型外資企業擔任過類似的質量管理職務。質量控制中心所有員工均完成了質量管理體系培訓，並定期接受質量管理法規培訓，不斷提高其質量安全管理專業知識和法律知識，確保其履行職責的能力。

產品設計及開發。我們採取積極主動的質量管理措施，將質量控制流程與產品設計和開發階段相結合。質量控制中心與產品開發團隊之間的協作有助於在產品進入生產階段前識別及解決潛在的質量問題。通過在產品設計和開發的早期階段進行質量控

業 務

制，我們可將質量因素納入設計規範和標準，其中包括選擇符合質量標準的材料、進行生產可行性設計以及確保產品能夠在質量公差範圍內可靠生產。

採購。我們制訂了供應商篩選流程以採購原材料。資質評審是供應商在與我們開展業務之前必須接受的綜合評審。該評審確保只有符合我們的質量標準、可靠性標準以及其他可能適用標準（如可持續性及道德操守）的供應商方能被選中供應原材料。請參閱「－生產及供應鏈管理－採購」。

生產。我們對ODM/OEM供應商實施了一套質量控制標準，以確保產品的質量始終如一。請參閱「－生產及供應鏈管理－生產」。於產品加工和包裝完成後，我們採取審慎的質量控制措施。我們的質量控制中心在此過程中發揮著關鍵作用，承擔內部檢查及外部測試。質量控制中心根據我們的質量標準對成品進行分類和檢查，以確保產品無缺陷且符合所有規定要求。成品會被送至國家或地方檢測機構進行進一步檢測。外部測試是質量保證的另一環節，用於檢測產品是否符合相關國家標準及法規。根據產品的性質，其可能涉及一系列測試，包括安全、性能及耐久性評估。

產品和化學品安全。我們致力維持高標準的產品安全，並確保在我們的業務範圍內遵守有關化學品使用的相關法律法規。為了應對日益複雜的監管要求及消費者對安全、天然和健康成分的期望，我們積極投資於產品研發和合規管理。每款產品在上市前均經過全面的安全評估，確保遵守適用的法律、法規和行業標準，包括與危險化學品有關的標準。我們亦聘請外部供應商對我們的產品進行獨立檢測及審核，於往績記錄期間並無報告重大不利結果。我們的供應商選擇過程要求第三方擁有所有必需的許可證及資質，並配備合格的專業人員、優質實驗室及設備。我們定期與檢測中心查驗許可證的有效性，以維護我們對產品安全和質量的承諾。

儲存及交付。我們的成品根據我們的儲存制度存放在倉庫的指定區域。我們的產品儲存在通風、溫度和濕度可控的條件下。此外，我們亦採取措施配備消防設施安全存放我們的貨品。我們與選定的物流供應商合作，以經濟高效的方式及時運送成品。

業 務

信息技術

信息技術系統對競爭力和高效運營至關重要。我們已經建立一套有條理的信息技術系統，涵蓋我們運營的所有重要方面，包括產品銷售、人力資源管理、會員管理、財務報告、通過第三方平台進行電商交易、化妝藝術培訓機構管理及物流。我們的信息技術系統主要資料如下：

- **佳碟系統**：我們已實施銷售管理系統，即佳碟系統，以精簡通過我們的專櫃及經銷網絡進行的產品銷售。其整合銷售數據、產品詳情、定價及經銷商採購信息。此外，其還監控我們倉庫的庫存水平，並在產品缺貨時發出警示，從而讓我們作出產品經銷決策。該系統便於對我們的專櫃進行業績分析，且與我們的線下結算系統整合以管理折扣政策。
- **人力資源管理系統**：該系統管理員工數據、招聘流程、工資單、外包和考勤記錄。該系統為提高員工管理水平和運營效率提供了強大的技術支持。此外，我們還可以根據該系統生成的報告監控員工的工作表現。
- **會員系統**：我們的會員系統整合和管理通過多種渠道收集的會員數據，使我們能夠有效地監察會員的活動，並為會員採取定制營銷及銷售策略。
- **OA系統**：我們的辦公自動化（「OA」）系統能夠以電子方式處理在一般業務流程中提交的請求審批，大大提高了我們的運營效率。
- **U8系統**：我們已實施一套綜合財務管理系統，即U8系統，並持續對該系統升級。該系統記錄交易、應收賬款、固定資產和其他財務數據。其涵蓋銷售、採購、外購、質量控制、庫存和內部審計流程，提供了我們業務運營的全局視角。
- **Oms系統**：該系統管理我們的電商運營，包括在我們的網店上展示產品、與電商平台的整合、線上營銷策略以及與我們的實體倉庫相連接的存貨管理。
- **學邦系統**：我們通過學邦系統管理化妝藝術培訓機構，該系統實現了課程參與者的招收、註冊、管理、學費結算、考勤記錄和課程安排。通過該系統，我們能夠確保化妝藝術培訓機構的高效管理。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未遇到任何對我們的業務運營造成重大不利影響的信息技術系統故障或宕機情形。

我們的供應商

我們的供應商主要包括美妝材料及製成品供應商、ODM/OEM供應商以及物流及運輸服務供應商。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，向往績記錄期間各年度／期間五大供應商採購所發生的金額分別為人民幣175.8百萬元、人民幣194.0百萬元、人民幣262.3百萬元及人民幣153.2百萬元，分別佔我們同期採購總額的52.8%、50.5%、53.6%及52.3%。向往績記錄期間各年度／期間最大供應商採購所發生的金額分別為人民幣62.3百萬元、人民幣79.2百萬元、人民幣111.3百萬元及人民幣53.0百萬元，分別佔我們同期採購總額的18.7%、20.6%、22.7%及18.1%。有關與我們主要供應商相關的風險，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們依賴少數供應商及廠商採購主要原材料，這可能會使我們面臨供應商集中風險」。

下表載列2021年按採購成本計算的五大供應商的詳情：

截至2021年12月31日止年度						
序號	供應商	背景	向我們提供的 產品／服務	採購成本	佔總採購 成本的百分比	與我們開始 業務關係的年份
1.	瑩特麗科技(蘇州 工業園區)有限 公司 ⁽¹⁾	該供應商主要從事 研究、開發、製 造、銷售護膚、 彩妝、清潔洗滌 產品。	美妝材料、製 成品及生產 服務	62,282	18.7%	2008年

業 務

截至2021年12月31日止年度

序號	供應商	背景	向我們提供的 產品／服務	採購成本 (人民幣千元)	佔總採購 成本的百分比	與我們開始 業務關係的年份
2.	豐瑞實業(淮安)有限公司 ⁽²⁾	該供應商主要從事包裝裝潢印刷品印刷以及生產包裝材料、容器及非金屬製品模具。	包裝及製成品	38,226	11.5%	2001年
3.	上海致新生物科技有限公司	該供應商主要從事生產彩妝、護膚品及彩妝、護膚品用原料。	美妝材料及生產服務	28,528	8.6%	2009年
4.	上海新洲包裝印刷有限公司	該供應商主要從事包裝裝潢印刷品印刷及生產各類包裝盒。	包裝及製成品	26,469	7.9%	2006年
5.	天津三星製刷有限公司 ⁽³⁾	該供應商主要從事生產、銷售各種高檔化妝刷子、梳子、塑料噴塗製品、模具。	包裝及製成品	20,286	6.1%	2001年
總計				175,791	52.8%	

業 務

下表載列2022年按採購成本計算的五大供應商的詳情：

截至2022年12月31日止年度						
序號	供應商	背景	向我們提供的 產品／服務	採購成本 (人民幣千元)	佔總採購 成本的百分比	與我們開始 業務關係的年份
1.	瑩特麗科技(蘇州 工業園區)有限 公司 ⁽¹⁾	該供應商主要從事研究、開發、製造、銷售護膚、彩妝、清潔洗滌產品。	美妝材料、製成品及生產服務	79,159	20.6%	2008年
2.	豐瑞實業(淮安) 有限公司 ⁽²⁾	該供應商主要從事包裝裝潢印刷品印刷以及生產包裝材料、容器及非金屬製品模具。	包裝及製成品	45,410	11.8%	2001年
3.	上海新洲包裝印 刷有限公司	該供應商主要從事包裝裝潢印刷品印刷及生產各類包裝盒。	包裝及製成品	28,295	7.4%	2006年
4.	上海致新生物科 技有限公司	該供應商主要從事生產彩妝、護膚品及彩妝、護膚品用原料。	美妝材料及生產服務	23,881	6.2%	2009年
5.	杭州菜鳥供應鏈 管理有限公司	該供應商主要從事快遞及倉儲服務。	物流及運輸服務	17,249	4.5%	2021年
總計				193,994	50.5%	

業 務

下表載列2023年按採購成本計算的五大供應商的詳情：

截至2023年12月31日止年度						
序號	供應商	背景	向我們提供的 產品／服務	採購成本 (人民幣千元)	佔總採購 成本的百分比	與我們開始 業務關係的年份
1.	瑩特麗科技(蘇州工業園區)有限公司 ⁽¹⁾	該供應商主要從事研究、開發、製造、銷售護膚、彩妝、清潔洗滌產品。	美妝材料、製成品及生產服務	111,343	22.7%	2008年
2.	杭州菜鳥供應鏈管理有限公司	該供應商主要從事快遞及倉儲服務。	物流及運輸服務	49,277	10.1%	2021年
3.	豐瑞實業(淮安)有限公司 ⁽²⁾	該供應商主要從事包裝裝潢印刷品印刷以及生產包裝材料、容器及非金屬製品模具。	包裝及製成品	39,759	8.1%	2001年
4.	上海新洲包裝印刷有限公司	該供應商主要從事包裝裝潢印刷品印刷及生產各類包裝盒。	包裝及製成品	31,586	6.5%	2006年
5.	科絲美詩(中國)化妝品有限公司	該供應商主要從事化妝品生產。	生產服務	30,369	6.2%	2006年
總計				262,334	53.6%	

業 務

下表載列截至2024年6月30日止六個月按採購成本計算的五大供應商的詳情：

截至2024年6月30日止六個月						
序號	供應商	背景	向我們提供的 產品／服務	採購成本 (人民幣千元)	佔總採購 成本的百分比	與我們開始 業務關係的年份
1.	瑩特麗科技(蘇州 工業園區)有限 公司 ⁽¹⁾	該供應商主要從事 研究、開發、製 造、銷售護膚、 彩妝、清潔洗滌 產品。	美妝材料、製 成品及生產 服務	53,043	18.1%	2008年
2.	杭州菜鳥供應鏈 管理有限公司	該供應商主要從事快 遞及倉儲服務。	物流及運輸服 務	37,259	12.7%	2021年
3.	豐瑞實業(淮安) 有限公司 ⁽²⁾	該供應商主要從事包 裝裝潢印刷品印 刷以及生產包裝 材料、容器及非 金屬製品模具。	包裝及製成品	26,396	9.0%	2001年
4.	上海新洲包裝印 刷有限公司	該供應商主要從事包 裝裝潢印刷品印 刷及生產各類包 裝盒。	包裝及製成品	19,007	6.5%	2006年
5.	科絲美詩(中國) 化妝品有限公 司	該供應商主要從事化 妝品生產。	生產服務	17,488	6.0%	2006年
總計				153,193	52.3%	

業 務

附註：

- (1) 包括瑩特麗科技(蘇州工業園區)有限公司及瑩特麗(上海)貿易有限公司應佔交易金額，兩家公司均由同一實體最終控制。
- (2) 包括豐瑞實業(淮安)有限公司、富祥塑膠製品(上海)有限公司及藤興工業有限公司應佔交易金額，所有該等公司均由同一實體最終控制。
- (3) 包括天津三星製刷有限公司及滄州三星製刷有限公司應佔交易金額，兩家公司均由同一實體最終控制。

於往績記錄期間各年度／期間，董事、其聯繫人或據董事所知擁有本公司已發行股本逾5%的本公司任何股東概無於我們任何五大供應商中擁有任何權益。

我們的客戶

我們的客戶主要包括個人客戶及企業客戶，企業客戶主要包括線下零售商(包括一家高端跨國美妝零售商)以及線下及線上經銷商。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，來自往績記錄期間各年度／期間五大客戶的收入分別為人民幣174.2百萬元、人民幣196.7百萬元、人民幣250.2百萬元及人民幣191.2百萬元，分別佔我們同期總收入的10.9%、10.7%、8.8%及9.7%。

截至2021年12月31日止年度

序號	客戶	背景	所售產品	收入	佔總收入的百分比	與我們開始業務關係的年份
				(人民幣千元)		
1.	客戶A ⁽¹⁾	該客戶主要從事多種化妝品的線上經銷。	彩妝及護膚品	62,952	4.0%	2019年

業 務

截至2021年12月31日止年度

序號	客戶	背景	所售產品	收入	佔總收入的 百分比	與我們開始業務 關係的年份
				(人民幣千元)		
2.	客戶B	該客戶主要從事多種化妝品的線上經銷。	彩妝及護膚品	38,584	2.4%	2019年
3.	客戶C	該客戶為主要從事多種化妝品業務的線下零售商。	彩妝及護膚品	30,656	1.9%	2020年
4.	客戶D	該客戶主要從事京東商城品牌店鋪運營。	彩妝及護膚品	30,575	1.9%	2020年
5.	客戶E ⁽²⁾	該客戶主要從事淘寶美妝店鋪運營。	彩妝及護膚品	11,399	0.7%	2021年
			總計	174,166	10.9%	

業 務

截至2022年12月31日止年度

序號	客戶	背景	所售產品	收入	佔總收入的 百分比	與我們開始業務 關係的年份
				(人民幣千元)		
1.	客戶B	該客戶主要從事多種化妝品的線上經銷。	彩妝及護膚品	63,653	3.5%	2019年
2.	客戶C	該客戶為主要從事多種化妝品業務的線下零售商。	彩妝及護膚品	44,574	2.4%	2020年
3.	客戶A	該客戶主要從事多種化妝品的線上經銷。	彩妝及護膚品	36,097	2.0%	2019年
4.	客戶D	該客戶主要從事京東商城品牌店鋪運營。	彩妝及護膚品	35,211	1.9%	2020年
5.	客戶F ⁽²⁾	該客戶主要從事淘寶美妝店鋪運營。	彩妝及護膚品	17,181	0.9%	2022年
			總計	196,716	10.7%	

業 務

截至2023年12月31日止年度

序號	客戶	背景	所售產品	收入	佔總收入的 百分比	與我們開始業務 關係的年份
				<i>(人民幣千元)</i>		
1.	客戶C	該客戶為主要從事多種化妝品業務的線下零售商。	彩妝及護膚品	94,080	3.3%	2020年
2.	客戶B	該客戶主要從事多種化妝品的線上經銷。	彩妝及護膚品	62,403	2.2%	2019年
3.	客戶G	該客戶主要從事京東商城品牌店鋪運營。	彩妝及護膚品	40,676	1.4%	2023年
4.	客戶H	該客戶主要從事品牌折扣商品的線上銷售業務。	彩妝及護膚品	27,665	1.0%	2023年
5.	客戶I ⁽¹⁾	該客戶主要從事多種化妝品的線上經銷。	彩妝及護膚品	25,406	0.9%	2023年
總計				250,230	8.8%	

業 務

截至2024年6月30日止六個月

序號	客戶	背景	所售產品	收入	佔總收入的 百分比	與我們開始業務 關係的年份
				(人民幣千元)		
1.	客戶C ⁽³⁾	該客戶為主要從事多種化妝品業務的線下零售商。	彩妝及護膚品	51,093	2.6%	2020年
2.	客戶B	該客戶主要從事多種化妝品的線上經銷。	彩妝及護膚品	49,514	2.5%	2019年
3.	客戶G	該客戶主要從事京東商城品牌店鋪運營。	彩妝及護膚品	43,366	2.2%	2023年
4.	客戶H	該客戶主要從事品牌折扣商品的線上銷售業務。	彩妝及護膚品	25,202	1.3%	2023年
5.	客戶J	該客戶主要從事多種化妝品的線上經銷。	彩妝及護膚品	22,054	1.1%	2022年
			總計	191,229	9.7%	

附註：

- (1) 客戶A由客戶I控制。由於我們於往績記錄期間的同一年度／期間內並無與客戶A及客戶I進行業務往來，故我們將其分開註明。
- (2) 客戶E及客戶F由同一人士最終控制。由於我們於往績記錄期間的同一年度／期間內並無與客戶E及客戶F進行業務往來，故我們將其分開註明。
- (3) 客戶C為受共同控制的多個實體。

業 務

於往績記錄期間各年度／期間，董事、其聯繫人或我們的任何股東（其擁有或據董事所知擁有我們逾5%的已發行股本）概無於我們任何五大客戶中擁有任何權益。

主要客戶及供應商重疊

於2021年、2022年及2023年各年的客戶A及／或客戶I亦為我們於各相同期間的供應商。該客戶為我們的線上經銷商之一，其亦為我們提供電子商務推廣服務。於2021年、2022年及2023年各年，(i)我們向該供應商－客戶採購服務金額分別為人民幣40.2百萬元、人民幣83.9百萬元及人民幣120.7百萬元，分別佔同期我們銷售及經銷開支的5.3%、8.7%及8.5%；及(ii)我們對該供應商－客戶的銷售額分別為人民幣63.0百萬元、人民幣36.1百萬元及人民幣25.4百萬元，分別佔同期我們總收入的4.0%、2.0%及0.9%。此外，於2021年、2022年及2023年各年，我們來自該供應商－客戶的毛利分別為人民幣53.3百萬元、人民幣30.3百萬元及人民幣21.4百萬元；及我們來自該供應商－客戶的毛利率分別為84.7%、84.0%及84.1%。該供應商－客戶自2024年起已不再為我們的客戶，但於截至2024年6月30日止六個月繼續作為我們的供應商與我們合作，原因是該公司自2024年以來已戰略性地將其業務重心完全轉向電子商務推廣服務。

我們與該供應商－客戶的銷售及採購彼此不互為條件。我們與該供應商－客戶的所有銷售及採購是於日常業務過程中根據正常商業條款及按公平基準進行。與該供應商－客戶訂立的條款與和其他供應商及客戶訂立的條款整體相當。於往績記錄期間，並無應收該供應商－客戶的貿易款項與應付該公司的貿易款項相抵銷的情況。除上文所披露者外，據我們所深知，我們於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶中概無同時為我們的供應商。

知識產權

我們認為知識產權對我們的持續成功至關重要。截至最後實際可行日期，我們在中國內地擁有235個註冊商標、42項版權及49項專利。請參閱「附錄七－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.知識產權」。

我們依靠經營所在司法權區的專利法、商標法、版權法和其他知識產權保護法、公平貿易慣例、合同安排和保密程序，來建立及保護我們的專有技術、專門技能和其他知識產權。我們與核心員工簽訂了保密協議，以防止這些員工在未經我們適當授權的情況下向他人洩露我們的專門技能機密。儘管我們採取了積極主動的措施，但仍存

業 務

在潛在侵犯第三方知識產權或第三方侵犯我們自身知識產權的風險。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們未必能夠充分保障我們的知識產權，並可能受到知識產權侵權索賠的影響」。

我們有一個員工團隊，他們與第三方服務供應商合作，該供應商專門從事品牌保護，並在監察及處理假冒及侵權事宜方面具有豐富經驗。我們提供與我們的品牌、產品或行業相關的監控流程的詳細說明，供供應商追蹤假冒產品。我們藉助合作有效地監察市場，並發現潛在的假冒、仿造及侵權事件。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概未遭遇任何會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的假冒、仿造及侵權事件。基於上述情況，並考慮到(i)於往績記錄期間主流電商平台已建立能使我們有效處理假冒產品投訴的渠道；及(ii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據我們所知，我們的知識產權並無受到第三方的任何重大侵權，我們的董事認為我們對假冒產品有充分的檢查及預防措施。

數據隱私及安全

經客戶事先同意，我們於日常業務過程中收集及維護若干客戶信息，但僅限於銷售及交付我們的產品以及提供服務所需的範圍。收集的信息可能包括客戶的聯繫方式、平台ID、交易記錄、付款信息、收貨地址及會員積分。有關數據的收集有助於用戶註冊、訂單處理、會員管理、禮品卡兌換以及與美妝產品銷售相關的其他服務。此外，為在我們的化妝藝術機構提供量身定制的化妝藝術服務，我們可能會收集客戶的姓名、聯繫電話及位置等具體信息。我們已採取措施對有關信息進行保密，以確保符合監管規定。具體而言，我們採用先進的加密技術進行數據儲存及傳輸，定期進行審計以識別及降低潛在安全漏洞，並為員工提供有關數據隱私及安全協定的全面培訓。此外，我們已設立嚴格的存取控制及監察機制，以防止未經授權存取數據，並確保處理數據的做法符合國內及國際數據保護準則。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何重大數據洩露或數據丟失或任何未經授權使用客戶個人信息的重大情況。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守有關數據隱私及個人數據保護的適用法律及法規。鑒於中國有關數據隱私及安全的立法及執法仍在不斷發展，我們將密切關注進一步監管動態，並及時採取適當措施。

業 務

牌照、許可及批文

我們的業務需要取得各種牌照、許可、批文及證書。據我們的中國法律顧問告知，我們已從相關部門取得對我們的業務運營至關重要的必要牌照、許可、批文及證書，且這些牌照、許可、批文及證書截至最後實際可行日期仍然有效及存續。具體而言，我們須就我們化妝藝術機構提供的化妝藝術培訓服務遵守若干牌照規定，其可能會因各地的監管規定不同而不同。請參閱「監管概覽－有關民辦教育的法規」。據中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的化妝藝術機構在所有重大方面已根據相關法律、法規、規則及當地主管機關的規定取得必要的牌照、許可、批文及證書。據中國法律顧問告知，現行有效的中國法律法規對我們的化妝藝術機構提供相關培訓服務的培訓教職工目前無相關任職資格要求。

下表載列我們截至最後實際可行日期持有的重要牌照、許可及批文清單：

牌照／許可	持有人	屆滿日期
特殊化妝品註冊證	本公司	2028年2月17日
特殊化妝品註冊證	本公司	2026年7月4日

僱員

截至2024年6月30日，我們在中國有3,725名全職僱員。截至2024年6月30日，我們亦委聘83名派遣勞工。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們派遣勞工的僱傭常規符合適用中國法律法規關於勞務派遣的相關規定。下表載列截至同日按業務職能劃分的全職僱員明細：

業務職能	僱員人數	百分比 (%)
業務運營(包括美妝顧問)	2,881	77.3
行政	242	6.5
培訓人員	194	5.2
後勤	157	4.2
管理	140	3.8
產品設計及開發	58	1.6
財務	53	1.4
總計	3,725	100.0

業 務

吸引、留住及激勵合資格僱員對我們的成功至關重要。我們利用各種招聘渠道（包括專業招聘網站、校園招聘和推薦等）來吸引人才。我們致力於為僱員創造公平、平等的工作環境。我們為僱員提供有競爭力的薪酬、全面的福利計劃，並根據他們的工作表現提供績效獎勵計劃，以此激勵僱員。

我們為從初級到管理層的所有僱員提供培訓，包括針對新員工的入職培訓計劃和針對管理崗位關鍵人員的核心員工技能培訓計劃。我們還針對不同部門僱員的具體需求，提供專門的培訓計劃。

我們和我們的子公司成立了工會，以保護僱員的權利，幫助實現我們和我們子公司的經濟目標，鼓勵僱員參與管理決策，並協助調解我們與工會成員之間的糾紛。我們與僱員保持著良好的關係，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期概無發生任何重大勞資糾紛。

社會保險及住房公積金

根據中國法律法規的要求，我們參加了由地方政府管理的各種僱員社會保障計劃，包括住房公積金、養老保險、醫療保險、生育保險、工傷保險和失業保險。於往績記錄期間，我們未按照中國相關法律法規的要求為若干僱員足額繳納社會保險和住房公積金，主要原因是(i)中國適用的社會保險和住房公積金法律法規錯綜複雜且因地區而異，這增加了我們合規工作的複雜性；及(ii)部分僱員不願足額繳納社會保險和住房公積金，因為這需要僱員額外繳納供款。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，社會保險和住房公積金的累計欠繳金額分別約為人民幣7.8百萬元、人民幣12.3百萬元、人民幣16.8百萬元及人民幣18.3百萬元。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們分別就社會保險計劃和住房公積金供款的預計欠繳金額作出撥備人民幣4.0百萬元、人民幣4.5百萬元、人民幣4.5百萬元及人民幣1.5百萬元。

據我們的中國法律顧問告知，按照中國適用的法律法規，倘用人單位未能足額繳納社會保險費，相關部門可責令用人單位限期繳納欠繳金額，並按日加收0.05%的滯納金；倘用人單位未在該期限內繳納逾期款項，可處以欠繳數額一至三倍的罰款。此外，根據中國適用的法律法規，用人單位未按規定登記並開立住房公積金繳存賬

業 務

戶的，相關部門可以責令限期整改，逾期不整改的，處以人民幣10,000元以上人民幣50,000元以下的罰款。用人單位逾期繳存或者少繳住房公積金的，相關部門可以責令其限期繳存，逾期不繳存的，可以申請中國法院強制執行。

我們的董事認為，考慮到於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，(i)我們未收到有關部門要求我們繳納社會保險和住房公積金欠繳金額的任何通知，亦未收到任何關於為僱員繳納社會保險和住房公積金的重大員工投訴或與僱員發生與此有關的任何糾紛；(ii)經我們的中國法律顧問確認，我們未因繳納社會保險和住房公積金而受到任何行政處罰，且我們已獲得有關部門出具的若干確認函，確認我們在這方面未受到任何行政處罰；及(iii)我們的控股股東已承諾根據其確認的條款及條件，向我們賠償因本集團未遵守有關社會保險和住房公積金供款的法律、規則及法規而可能導致我們遭受的任何損失和處罰，上述事件不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。此外，根據人力資源和社會保障部於2018年9月21日發佈的《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》，嚴禁自行組織對企業歷史欠費進行集中清繳。我們承諾於有關部門要求時，盡快及時支付欠繳款項及滯納金。基於上文所述，我們的中國法律顧問認為，我們就於往績記錄期間繳納社會保險和住房公積金而須繳納欠繳金額或受到主管機關行政處罰的風險較低。

於往績記錄期間，我們委聘第三方人力資源機構繳納社會保險及住房公積金，主要由於我們的部分僱員在全國各地任職，偏向於在其各自的居住地繳納社會保險及住房公積金，以便於在當地使用相關福利。儘管此類安排在中國並不罕見，但並無嚴格遵守相關中國法律法規。據我們的中國法律顧問告知，根據適用中國法律法規，我們可能被責令以我們自有賬戶為我們的僱員繳納社會保險費及住房公積金，而非以第三方賬戶繳納款項。倘第三方人力資源機構未能根據適用中國法律法規的規定為及代表我們的僱員繳納社會保險費或住房公積金，我們可能被責令整改，為我們的僱員足額繳納社會保險及住房公積金。

業 務

我們已收到第三方人力資源機構的書面確認，確認(i)其已根據我們與彼等的協議，在其提供服務期間按時為相關僱員繳納社會保險及住房公積金；(ii)於其提供服務期間，第三方人力資源機構並無與我們發生任何糾紛；(iii)其在此方面並無面臨任何投訴、調查、行政處罰、行政命令或強制執行判決；及(iv)第三方人力資源機構與相關僱員之間並無發生糾紛。我們亦收到相關僱員的書面確認，確認彼等同意由第三方人力資源機構代表本公司為其繳納社會保險及住房公積金的安排，及彼等與第三方人力資源機構或我們之間並無發生有關僱傭、社會保險及住房公積金的糾紛。

我們的董事認為，考慮到於往績記錄期間及直至最後實際可行日期：(i)於第三方人力資源機構提供服務期間，其並無與我們發生任何糾紛，且相關僱員與第三方人力資源機構及／或我們之間亦無發生任何糾紛；(ii)第三方人力資源機構及我們均無在此方面面臨任何投訴、調查、行政處罰、行政命令或強制執行判決；(iii)根據我們與第三方人力資源機構訂立的協議，我們保留因其未能按時為相關僱員繳納社會保險及住房公積金而違反合約而向其問責的權利；(iv)我們承諾於有關部門要求時，盡快及時支付欠繳款項及滯納金；及(v)我們的控股股東已承諾根據其確認的條款及條件，向我們賠償因本集團未遵守有關社會保險和住房公積金供款的法律、規則及法規而可能導致我們遭受的任何損失和處罰，上述事件不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。基於上文所述，我們的中國法律顧問認為我們由於上述與第三方人力資源機構的安排而面臨行政處罰的風險為低。

為監督社會保險和住房公積金供款相關法律法規的遵守情況，我們已採取以下內部控制措施：

- 我們已指定人力資源部每月審查和監督社會保險和住房公積金的申報和繳款情況；
- 我們正在並將持續與我們的僱員溝通，以得到彼等在遵守社會保險和住房公積金的適用繳費基數方面的理解與配合，這亦要求我們的僱員繳納額外的費用；及

業 務

- 我們將定期向我們的中國法律顧問諮詢對中國相關法律法規的建議，使我們及時了解中國的相關法律和監管動態，包括但不限於中國有關社會保險和住房公積金的法律法規，並將為相關僱員提供與之相關的法律合規培訓。

環境、社會及企業管治

成為一間肩負社會責任的公司與我們的業務息息相關，亦是我們自成立以來的核心價值觀。我們重視企業社會責任、環保意識及長期可持續發展，已採取各種舉措及措施以推廣我們的價值觀。

企業管治

我們已就環境、社會及企業管治（「ESG」）事宜制定健全的企業管治架構。我們的董事會（在性別及多元化專業知識方面具有均衡的組成）整體負責我們的ESG策略、目標、指標及披露，並監督與我們營運相關的ESG事宜。我們已制定ESG管治政策。根據該政策，董事會辦公室作為ESG事務的管理機構，負責(i)制定ESG策略、目標及指標，並監督該等措施的實施狀況及進度；(ii)組織制定及更新本集團的ESG相關政策及制度；(iii)識別與我們業務營運有關的ESG風險及機會；(iv)審閱本集團的ESG相關披露資料（包括ESG報告）；(v)定期徵求ESG工作小組的報告，並就ESG措施的成效及進展向董事會作出系統性匯報。每個級別的具體治理框架及職責在我們的ESG管治政策中均有詳細說明。

董事會多元化政策

我們已採納一項董事會多元化政策，訂明實現並保持董事會多元化的方針。根據我們的董事會多元化政策，董事會候選人甄選將基於各種多元化角度，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、行業經驗、技術能力、專業資格及技能、知識、服務年限等相關因素。具體而言，我們目前有五名男性董事和四名女性董事。我們亦會考慮自身的商業模式及特殊需求。董事候選人的最終選擇將基於候選人的優點以及候選人將為董事會帶來的貢獻。

ESG相關風險

在化學品安全方面，我們實施了涵蓋研發及生產階段的全面措施，確保化學品使用安全。在追求產品卓越的同時，我們優先保障每位消費者的健康和 safety。在產品研發階段，我們對產品配方進行細緻評估，嚴格排除中國內地法律法規禁止的成分，主

業 務

動減少或更換有爭議或有風險的成分。在生產階段，我們建立了健全的OEM/ODM化學品使用和安全管理体系，將日常監管與年度審核相結合。該體系完善化學品安全管理制度，並驗證其執行情況，涵蓋從原料選擇到成品交付的全過程，從而有效地保證了化學品在生產中的安全使用。

我們已確定以下ESG風險，我們認為該等風險對我們的業務、戰略或財務業績具有重大及潛在影響：

應對氣候變化：洪水、颱風、暴風雨及其他極端天氣狀況以及自然災害可能導致原材料價格波動、供應中斷以及對我們倉庫及辦公室的物理損壞，給我們的員工帶來安全風險。此外，在中國碳達峰及碳中和目標的背景下，我們可能會在購買可再生能源、更換不可生物降解包裝、促進可持續採購及參與低碳產品開發方面產生額外成本。我們將積極識別業務運營中與氣候變化相關的潛在實體風險及過渡風險，並將其納入我們的業務戰略，以更好地管理該等風險。

溫室氣體（「溫室氣體」）排放是我們監測氣候相關風險的關鍵指標之一。在我們管理自身營運產生的溫室氣體排放時，我們逐步參與數據收集並與我們的合作夥伴合作管理及減少範圍3排放。我們的範圍3排放主要包括購買的商品及服務以及運輸和經銷活動產生的排放。日後我們擬將溫室氣體管理績效納入我們的供應商選擇和評估標準。對於現有的供應商，我們計劃從主要的OEM/ODM合作夥伴開始，逐步建立一個涵蓋所有供應商的全面溫室氣體排放數據收集系統。此外，我們將積極與供應商就溫室氣體減排工作進行合作，提高他們對溫室氣體減排的認識，並進一步減少範圍3溫室氣體排放。

供應鏈管理：確保採購及供應鏈管理的有效性對於保持我們產品品質的可靠性及可持續發展至關重要。未能選擇高質量的第三方供應商或未能充分監督、審核及管理供應鏈中的各方可能會使我們面臨重大風險，包括供應商未遵守適用的法律、法規及道德標準。這些風險有可能削弱我們的競爭力，損害我們的聲譽。為減小供應鏈中的ESG風險，我們已實施可持續採購政策。我們的董事會及其辦公室以及供應商管理部門在審查、識別及降低整個供應鏈的ESG風險方面發揮著至關重要的作用。我們已識別的與供應鏈相關的主要ESG風險包括合規運營、能源管理、包裝材料管理及品質控制。

業 務

環境保護

我們致力將業務活動對環境造成的不利影響降至最低，為員工和社區創造一個健康安全的環境。我們目前的業務不涉及產品製造或任何材料廢氣或廢水排放。對於截至最後實際可行日期正在建設的生產基地，我們制定一套全面的機制，以確保生產基地的建設符合相關環境法律法規。我們的生產設施在建設初期已經完成必要的環境影響評估，並建立相關的環保設備，且在進行批量生產前通過了獨立第三方機構的評估。

對於生產基地，我們在建築的空間佈局、光、風環境、維修結構的節能設計、採暖、通風空調、給排水、電氣的節能措施等方面，按照一套節能、環保、空間利用、功能等方面的原則和標準進行建築和維修結構的設計。我們亦制定了環保管理政策，以管理我們的排放。以下是我們為減少生產基地的排放和提高節能效率所採取的措施：

- **提高資源利用率：**我們在建築設計上特意提高空間利用率，避免無效空間，充分考慮自然條件。例如，需要陽光和通風的房間應安排在合適的位置，有噪音和污染源的房間應遠離安靜區域，並採取防護措施。
- **優先考慮自然光和風環境：**我們在設計基地時最大限度地利用自然光，避免光污染。建築立面設計應考慮無反射問題，室內採光應符合國家標準。此外，應以自然通風為主，避免單側通風，合理設計外窗，提高通風效率。
- **維修結構節能：**我們計劃對熱橋部件進行保溫，並使用高效保溫材料。同時，我們在設計建築時考慮了材料節約和施工安全，並對結構進行優化，以減少材料消耗。
- **採暖、通風、空調採取節能措施：**我們計劃採用低噪音環保設備，通風系統採用高效風機，空調機組採用彈簧隔振器減振。此外，我們的給排水系統採用節水設備，並通過自動控制系統對水泵進行調節，以優化其消耗。

業 務

- **管理電力系統以提高效率：**我們設計的電力系統包括將變電站靠近負荷中心以減少損耗，合理確定變壓器容量和配電方式，以及使用功率因數補償及諧波抑制措施以提高電網質量。此外，照明設計採用高效光源，通過建築設備監控管理系統實現機電設備的優化運行。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因違反健康安全或環保規例而受到任何罰款或其他處罰。

指標及目標

我們不直接從事任何生產活動，因此不會產生大量排放物、產品包裝材料或廢物，亦不會造成嚴重污染。然而，我們監控以下指標，以監管可能影響我們的業務、戰略及財務表現的環境及氣候相關風險：

- **能源消耗¹：**我們定期監測能源消耗水平，及採取措施提高能源效率。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們的總能耗分別約為1,613.40兆瓦時、1,390.66兆瓦時、1,717.10兆瓦時及1,037.17兆瓦時。
- **溫室氣體排放²：**我們定期監測運營範圍內的碳排放。於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們的運營碳排放總量（範圍1及範圍2）分別約為784.44噸二氧化碳當量、702.50噸二氧化碳當量、838.46噸二氧化碳當量及550.36噸二氧化碳當量。

根據當前的業務運營、歷史數據及行業慣例，我們制定了與ESG相關的目標：

- **能源消耗：**以2022年為基準年份，我們的目標是在未來五年內將能源消耗強度降低5%。

¹ 能源消耗根據中國《綜合能耗計算通則》(GB/T 2589-2020)計算。

² 範圍1及範圍2溫室氣體排放乃根據中國國家發展和改革委員會發佈的《工業其他行業企業溫室氣體排放核算方法與報告指南(試行)》計算。我們已分析範圍3溫室氣體排放，在此階段，我們的產品製造由OEM/ODM供應商負責，這是我們主要的範圍3排放。我們對主要OEM/ODM供應商進行了碳排放數據調查，並鼓勵其通過使用可再生能源及其他方法減少碳排放，從而減少我們的範圍3排放。

業 務

- **溫室氣體排放**：以2022年為基準年份，我們的目標是在未來五年內將運營（範圍1及範圍2）碳排放強度降低5%。
- **廢物管理**：確保在所有重大方面合規處置我們運營中所產生的一般廢物及有害廢物。

於我們自己的製造設施調試後，我們將重新檢查及更新與能源消耗、溫室氣體排放、廢物管理及包裝材料管理相關的ESG目標。我們亦將透過定期檢討達成該等目標的進度，管理ESG風險對我們生產營運的財務及非財務影響。

社會責任

我們致力於推動企業社會責任和可持續發展。我們通過採納和實施各種與社會責任相關的政策，努力將這些核心價值觀融入我們的業務運營中。我們相信，我們的持續發展有賴於將社會價值觀融入我們的業務，並服務於整個社會。我們在社會責任方面的成就和措施主要包括以下各項：

疫情捐贈。我們在COVID-19疫情期間致力於應對疫情帶來的影響。例如，我們向中國紅十字會捐款人民幣2.0百萬元，支持中國抗擊COVID-19疫情。

關愛星星的孩子。我們的創始人毛先生長期以來一直致力於支持患有自閉症的兒童，該群體通常被稱為「星星的孩子」。於2022年，毛先生購買一幅自閉症兒童創作的拍賣畫作，為一家關注自閉症的基金會捐款。於2023年，本公司從該幅畫中獲得靈感，為我們的公益護手霜產品進行包裝設計，旨在通過展示自閉症兒童的才能，提高公眾對自閉症的認識。我們將產品銷售所得的一部分收入捐贈給基金會，以確保繼續支持他們與自閉症相關的慈善項目。以下圖片是兒童的原畫及我們按照原畫設計的護手霜產品的包裝：



業 務

職業健康與安全。我們強調員工職業健康和安全性的重要性。例如，於COVID-19疫情期間，我們嚴格遵守政府衛生要求和規定，安全復工，為員工購買口罩、手套、洗滌劑等防護用品。透過該等措施，我們致力維持最高標準的職業健康與安全。

競爭

我們經營中國的美妝行業。美妝產品是指能夠提升皮膚狀態並突出或改變面部或身體外觀的化妝品，主要包括護膚品及彩妝產品。我們所處的行業競爭激烈。根據弗若斯特沙利文的資料，中國高端美妝行業相對集中，按零售額計算，前五大品牌佔據了32.1%的總市場份額，且均為國際美妝品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，MAOGEPING是中國市場十五大高端美妝品牌中唯一的國貨品牌，按2023年零售額計算，排名第十二，市場份額為1.8%。

我們主要與中國化妝品行業的眾多國內外美妝品牌競爭。我們的一些競爭對手可能擁有更好的財務、技術或營銷資源，擁有更成熟的商業化和運營歷史，享有更高的品牌知名度、市場份額和客戶基礎。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨著來自中國高端美妝行業的其他高端美妝品牌的激烈競爭」。我們相信，憑藉我們的戰略定位、強大的產品設計及開發能力以及充滿活力的銷售網絡，我們在行業中處於有利地位，能夠抓住快速增長的市場機遇，吸引和維護消費者，提高我們的市場份額。請參閱「行業概覽」。

風險管理及內部控制

我們已制定一套內部控制及風險管理政策及程序，以應對與我們的運營有關的潛在運營、財務、法律及市場風險。我們亦定期審閱該等程序，以確保其有效性。

為於[編纂]後監察我們風險管理政策及企業管治措施的持續實施，我們已採納(其中包括)以下風險管理措施：

- 成立審計委員會以審核及監督我們的財務申報程序及內部控制制度。關於委員會成員的資格及經驗，請參閱「董事、監事及高級管理層－董事委員會－審計委員會」；
- 採納政策以確保遵守上市規則，包括但不限於與風險管理、關連交易及信息披露有關的方面；

業 務

- 為董事、監事及高級管理層舉辦有關上市規則的相關規定及香港[編纂]公司的董事職責的培訓課程；
- 設立一系列應急程序，以防出現重大質量相關問題；
- 採用內部控制政策，對我們品牌及產品的KOL相關內容進行監控；
- 提供有關質量保證及產品安全程序的強化培訓計劃；及
- 分發員工手冊，提高僱員遵守法律法規的意識。

保險

我們為日常運營投購保單。我們的主要保險主要包括員工社會保險、公共責任保險及財產一切險。我們相信，我們已充分覆蓋經營所處司法權區的主要風險，且我們遵循一般市場慣例，並無在這些司法權區內投購沒有提供或法律並無要求的若干保單。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的保險範圍可能不足以保障我們免於承擔可能須承擔的責任或涵蓋我們所有的潛在損失」。

我們相信，我們的保險範圍足以滿足我們的業務需求，且符合行業標準和市場慣例。於往績記錄期間，我們概無發生任何與業務相關的重大保險索賠。

物業

我們的總部位於中國杭州。我們在中國擁有及租賃物業。根據上市規則第5.01A條及《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條，因我們於最後實際可行日期擁有一項賬面值佔我們綜合資產總值15%或以上的單一物業權益，本文件須遵守公司（清盤及雜項條文）條例第38(1)條有關公司（清盤及雜項條文）條例附表三第34(2)段的規定，載入本集團所有土地或樓宇權益的估值報告。有關根據上市規則第5.01A條載列的物業估值報告的詳情，請參閱「附錄三－估值報告」。

業 務

自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有17項物業，總建築面積約為5,175.50平方米，主要用作辦公及培訓機構。截至最後實際可行日期，我們已為所有自有物業取得土地使用權證。

我們自當地政府部門獲得一幅地塊，並已就此獲得土地使用權證書，截至最後實際可行日期，我們正在該地塊建設總部。我們亦於2024年1月與當地政府機構簽訂了這幅地塊的投資開發協議，據此我們同意將這幅地塊用於建設我們的總部，自地塊實際出讓起六個月內開工，並自地塊實際出讓起42個月內完工。我們須在簽訂投資開發協議後的五年內滿足若干要求。其中主要包括(i)項目總投資不低於人民幣10億元，(ii)項目每年收入不低於人民幣20億元，(iii)項目每年所得稅不低於人民幣400.0百萬元(評估期為2024年至2028年五年，而所得稅可在評估期內累計計算)，(iv)我們簽訂協議的子公司股本不低於人民幣500.0百萬元，(v)建設安裝成本不低於人民幣400.0百萬元，及(vi)項目每年研發費用不低於人民幣5.0百萬元。就該協議而言，「項目」指本公司及本公司在中國杭州上城區註冊成立的所有子公司。我們在購買地塊時考慮了該等要求，預計在滿足該等要求方面不會遇到重大障礙。萬一由於我們的過錯而無法滿足該等要求，我們可能會被要求在一年的整改期內進行整改，或未在整改期內整改的，支付相當於土地出讓總價款人民幣592.7百萬元之20%作為滯納金或罰款。在此情況下，當地政府部門保留終止投資開發協議的權利。相關風險請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨與我們的物業相關的若干風險」。

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃了109項物業，總建築面積約為30,906.27平方米，主要用於自營專櫃、辦公、倉庫及員工宿舍。租期一般為1至10年。

截至最後實際可行日期，九項租賃物業(總建築面積約為3,457.00平方米，約佔我們租賃總建築面積的11.19%)的出租人未提供有效產權證書。我們的中國法律顧問認為，因該等物業而受到任何行政處罰的可能性很小，但如果租賃物業的出租人不具備租賃相關物業的必要權利，我們的租賃可能會受到影響。然而，根據租賃協議，如

業 務

果上述租賃發生糾紛，或我們因根據上述租賃經營而遭受損失，我們有權要求減少租賃費用或拒絕支付租賃費用或要求出租人賠償有關損失。

我們的董事認為，考慮到(i)該等租賃物業的建築面積佔我們整體租賃物業的比例相對較小。上述109項租賃物業中，九項物業用作自營專櫃、辦公及員工宿舍，約佔租賃總建築面積的11.19%；(ii)截至最後實際可行日期，我們並未因出租人的租賃權受到第三方權利持有人的質疑而被要求停止營運；(iii)鑒於該等租賃物業在地理上分散並且從不同的交易對手租賃，我們不太可能同時就大量租賃物業受到第三方的權利申索；及(iv)鑒於該等租賃物業的用途及建築面積，我們能夠物色替代場所並搬遷，且不會產生大量搬遷成本，我們的業務及經營業績受到該等產權缺陷的重大不利影響的可能性很小。萬一我們被要求搬遷，我們估計總搬遷成本將約為人民幣0.6百萬元，我們認為這將不會對我們的業務營運產生任何重大不利影響。

截至最後實際可行日期，94份租賃協議尚未向相關機構登記。由於租賃協議的登記需要出租人與承租人配合，而出租人通常因處罰風險較低而不願意承擔行政負擔，因此我們無法完成上述租賃協議的登記。我們已採取內部政策，(i)要求我們的員工主動與出租人協調，以完成我們所有租賃協議的登記，及(ii)要求我們的員工在出租人願意配合的情況下完成租賃協議的登記手續。

據我們的中國法律顧問告知，未登記租賃協議不會影響租賃協議的有效性，但相關地方房屋行政管理部門可要求我們在指定期限內完成登記，且我們可能會因該等租賃協議延遲登記而被處以每份協議人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。最高罰款總額約為人民幣0.94百萬元，董事認為這不會對我們的業務運營產生任何重大不利影響。

截至最後實際可行日期，就該等94項租賃物業而言，我們並未被當地有關房屋行政管理部門要求完成登記，亦無受到有關部門的處罰或罰款。此外，我們一直更嚴格地要求出租人配合我們向相關房屋行政管理部門登記我們的租賃協議。

業 務

考慮到上述情況，董事認為，上述事件並不構成本集團的重大或系統性不合規行為，且上述未登記租賃協議不會單獨或共同對我們的業務及經營業績產生重大影響。有關我們租賃物業的風險，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們面臨與我們的物業相關的若干風險」。

法律訴訟

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾亦並未牽涉任何重大法律、仲裁或行政程序，且我們並不知悉任何未決或我們或董事面臨的可能單獨或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響的法律、仲裁或行政程序。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾且未牽涉任何導致罰款、強制執行行動或其他處罰且可能單獨或共同對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的不合規事宜。董事認為，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期已於所有重大方面遵守我們經營所處司法權區的所有相關法律法規。

關連交易

[編纂]後，根據上市規則第十四A章，本集團與關連人士之間的若干交易將構成本公司的持續關連交易。

我們的關連人士

本公司已與以下關連人士訂立協議，此類協議項下擬進行的交易將於[編纂]後構成我們的持續關連交易：

關連人士姓名／名稱	關連關係
毛先生	毛先生為我們的創始人、董事長、執行董事及控股股東之一。因此，毛先生為本公司關連人士。
杭州尚都科技有限公司 （「尚都科技」）.....	截至最後實際可行日期，尚都科技由汪女士及汪立華先生分別持有80%及20%。汪女士為執行董事、副董事長及控股股東之一，而汪立華先生為執行董事。因此，尚都科技為本公司關連人士。

我們的持續關連交易概要

根據上市規則第14A.31條，我們與上述關連人士訂立的以下交易將在[編纂]後構成持續關連交易：

交易性質	對手方	適用上市規則	已尋求豁免
完全獲豁免持續關連交易			
冠名及肖像權許可 框架協議.....	毛先生	14A.76	不適用
不獲豁免持續關連交易（須遵守年報、公告及年度審核規定）			
物業租賃框架協議.....	尚都科技（為其 本身及代表其 聯繫人）	14A.35、 14A.49、 14A.71、 14A.105	公告規定

關連交易

完全獲豁免持續關連交易

我們於下文載列本公司持續關連交易概要，該等交易獲全面豁免遵守上市規則第十四A章項下的所有申報、公告、通函及獨立股東批准以及年度審閱規定。

冠名及肖像權許可框架協議

我們在日常及一般業務中一直使用毛先生的姓名及肖像，這使我們能夠利用毛先生的知名度和聲譽，促進我們的產品及服務銷售。預期將於[編纂]後繼續使用毛先生的姓名及肖像，根據上市規則第十四A章，這將構成本公司的持續關連交易。於2024年[●]，我們與毛先生簽訂冠名及肖像權許可框架協議（「**冠名及肖像權許可框架協議**」）。據此，毛先生同意授予本集團使用其姓名及肖像權的排他及不可轉讓許可（「**許可權**」），每年許可費為2.98百萬港元。許可費經本公司及毛先生公平磋商後釐定，考慮到毛先生的行業認可度及影響力以及許可權的擬定用途，我們認為其對本公司而言屬公平合理。冠名及肖像權許可框架協議的初始期限將自[編纂]起至2026年12月31日止，經雙方同意後且遵守上市規則的前提下可予續期。本集團將在冠名及肖像權許可框架協議規定的範圍內使用許可權。

根據上市規則，由於冠名及肖像權許可框架協議項下擬進行的交易的所有適用百分比率（盈利比率除外）均低於5%，且截至2026年12月31日止三個年度各年的年度許可費均低於3百萬港元，故冠名及肖像權許可框架協議項下的交易構成最低豁免水平的交易，獲全面豁免遵守上市規則第十四A章下的年報、公告、通函及獨立股東批准以及年度審閱規定。

不獲豁免持續關連交易

我們已訂立以下交易，據董事目前預計，相關交易的年度最高適用百分比率（除盈利比率外）預計將超過0.1%，但所有年度適用百分比率均低於5%。該等交易於[編纂]後將構成本公司的持續關連交易，須遵守上市規則第十四A章項下的年報、公告及年度審閱規定，但獲豁免遵守上市規則第十四A章項下的通函及獨立股東批准規定。

關連交易

物業租賃框架協議

主要條款

於2024年[●]，本公司（為其本身及代表其子公司）與尚都科技（為其本身及代表其聯繫人）簽訂了物業租賃框架協議（「物業租賃框架協議」），根據該協議，我們將從尚都科技及／或其聯繫人租賃位於杭州的若干服務的物業作辦公或經營業務用途。

物業租賃框架協議的初始期限將於[編纂]開始至2026年12月31日止，惟在訂約雙方同意後及在符合上市規則的情況下可續簽。

訂約方將根據物業租賃框架協議所規定的原則及範圍就相關租賃物業訂立單獨協議，載列具體條款及條件（包括物業的建築面積、物業租金、付款方式及其他使用費）。

進行交易的理由

我們過往從尚都科技租用若干物業。該等物業提供便利的交通及基本設施，被認為適合我們的營運需求。與獨立第三方相比，尚都科技及／或其聯繫人更了解我們在辦公及營業場所方面的要求，以及從尚都科技及／或其聯繫人租賃物業亦在地理區域上有助我們與尚都科技及／或其聯繫人的業務合作。此外，由於該物業乃以可比租金從尚都科技租賃，辦公及營業場所遷址至附近其他場所不會產生重大經濟效益，反而將會引致日常業務運營不必要中斷及產生不必要開支。我們認為，物業租賃框架協議能夠保障我們長期租用的權利，從而使我們實現業務營運的長遠持續發展。

定價政策

租賃期內，我們應付的每月租金是經有關訂約方公平磋商後按一般商業條款釐定，且租金應與獨立第三方可取得或可提供的同地區可比較面積及品質的物業的現行市場費率一致或不得高於該費率，這符合本公司及我們股東的整體最佳利益。

關連交易

過往金額

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月，我們向尚都科技及／或其聯繫人支付的租金總額分別約為人民幣3.6百萬元、人民幣3.7百萬元、人民幣4.4百萬元及人民幣2.5百萬元。

根據香港財務報告準則第16號，本集團（作為承租人）應在本集團的綜合財務狀況表內將租賃確認為使用權資產。於2021年12月31日、2022年12月31日、2023年12月31日及2024年6月30日，與現有租約有關的使用權資產的總值分別為人民幣10.7百萬元、人民幣7.7百萬元、人民幣3.5百萬元及人民幣2.1百萬元。截至2023年12月31日止三個年度，與現有租賃有關的使用權資產價值呈下降趨勢，主要是由於使用權資產每年折舊所致。

年度上限及上限基準

根據物業租賃框架協議，截至2026年12月31日止三個年度各年，我們應向尚都科技及／或其聯繫人支付的最高年度租金總額預計分別不會超過人民幣6.0百萬元、人民幣6.0百萬元及人民幣6.0百萬元。

由於我們作為承租人根據物業租賃框架協議租賃的物業將確認為使用權資產，截至2026年12月31日止三個年度各年，我們根據物業租賃框架協議向尚都科技及／或其聯繫人租賃物業的使用權資產價值的年度上限預期分別不會超過人民幣17.1百萬元、人民幣11.4百萬元及人民幣5.7百萬元。

上述年度上限乃根據以下因素釐定：

- (i) 根據訂約方之間的現有物業租賃安排，截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月，本集團向尚都科技及／或其聯繫人支付的年度租金的歷史交易金額及歷史趨勢。根據本集團當前的物業需求並假設從尚都科技及／或其聯繫人將予租賃的物業的範圍預期不會有重大變動，截至2026年12月31日止三個年度，物業租賃框架協議項下預期租賃相關的使用權資產價值建議年度上限的下降趨勢主要是計及使用權資產每年的折舊；
- (ii) 租賃物業的地理位置，可比面積及品質的物業在類似位置的現行租金；及

關連交易

- (iii) 截至2026年12月31日止三個年度，本集團為長期發展業務而持續使用物業的估計物業需求，隨著收入增長，預期將較2023年有所增長。

上市規則涵義

就上述物業租賃框架協議項下的交易而言，預期年度最高適用百分比率（盈利比率除外）將超過0.1%，但所有年度適用百分比率均低於5%。該等交易於[編纂]後將構成本公司的持續關連交易，須遵守上市規則第十四A章項下的年報、公告及年度審閱規定，惟將獲豁免遵守上市規則第十四A章項下的獨立股東批准規定。

不獲豁免持續關連交易的豁免申請

由於上述不獲豁免持續關連交易預期將按經常性及持續基準繼續進行，並已於本文件內全面披露，董事認為嚴格遵守上述公告規定將不切實際，而該等規定將導致不必要的行政費用，且將造成不必要的負擔。

因此，根據上市規則第14A.105條，我們已向聯交所申請，且聯交所[已授予]我們豁免，以就物業租賃框架協議項下的持續關連交易豁免嚴格遵守上市規則第14A.35條項下的公告規定，惟截至2026年12月31日止三個年度各年的交易總額將不會超過各自的年度上限（如上文所載）。

除尋求豁免的公告規定外，本公司將遵守上市規則第十四A章項下的適用規定。如上市規則日後有任何修訂，對本文件所述持續關連交易施加比截至最後實際可行日期所適用者更嚴格的規定，我們將立即採取措施，確保在合理時間內遵守該等新規定。

董事的確認

我們的董事（包括我們的獨立非執行董事）認為，物業租賃框架協議項下的不獲豁免持續關連的交易（包括截至2026年12月31日止三個年度的年度上限）一直並將繼續於日常及一般業務過程中按正常商業條款進行，屬公平合理，並符合本公司及股東的整體利益。

關連交易

獨家保薦人的確認

獨家保薦人(i)已審閱本公司提供有關物業租賃框架協議項下的不獲豁免持續關連交易的相關文件及資料；及(ii)參與了盡職調查並與本集團管理層進行了討論。

基於上述及董事的觀點，獨家保薦人認為，(i)物業租賃框架協議項下已尋求豁免的上述不獲豁免持續關連交易一直於本集團的日常及一般業務過程中按正常商業條款進行，屬公平合理，且符合本公司及股東的整體利益；及(ii)物業租賃框架協議項下的不獲豁免持續關連交易的建議年度上限屬公平合理，且符合本公司及股東的整體利益。

保障股東權益的內部控制措施

為了進一步保障股東(包括少數股東)的整體利益，本集團已實施以下與持續關連交易有關的內部控制措施：

- 我們已批准及採納內部程序及內部指引，規定(其中包括)倘任何建議關連交易的價值預期超過若干門檻，有關員工須向相關業務單位負責人報告該等建議交易，以便本公司開展必要的額外評估及審批程序，並確保我們將遵守上市規則第十四A章項下的適用規定。董事會及本公司其他內部部門將共同負責評估本集團持續關連交易框架協議項下的條款，尤其是各協議項下的定價政策及年度上限的公平性；
- 本公司將向獨立非執行董事及核數師提供資料及證明文件，以便他們對本公司的持續關連交易進行年度審查。根據上市規則的規定，獨立非執行董事每年將向董事會提供一份確認書，以確認持續關連交易是否在本集團的日常及一般業務過程中進行，是否符合正常商業條款，是否根據交易的相關協議按公平合理的條款進行以及是否符合股東的整體利益。核數師將每年就其是否注意到任何事情，可使他們認為持續關連交易未獲董事會審批，未在所有重大方面按照本集團的定價政策進行，未在所有重大方面按照交易的相關協議進行或超逾上限，向董事會作出確認；

關連交易

- 在考慮本集團就我們的關連人士提供的交易、服務或許可應付的費用和金額時，我們將定期審查及考慮現行市場情況和慣例，並參考我們與獨立第三方之間就可比服務或類似交易（如有）確定的定價和條款，以確保由／向我們的關連人士基於商業談判提供的條款和條件公平合理，並基於正常商業條款或不遜於本集團獲提供之條款；及
- 於[編纂]後考慮重續或修訂協議時，有利益關係的董事及股東須於董事會會議或股東大會（視情況而定）上就批准該等交易的決議案放棄投票。倘未能取得獨立董事或獨立股東的批准，我們將不會繼續進行框架協議項下構成上市規則第14A.35條下的不獲豁免持續關連交易的交易。

董事、監事及高級管理層

概覽

我們的董事會由九名董事組成，包括六名執行董事和三名獨立非執行董事。董事任期三年，可連選連任。董事會的主要職權包括但不限於召集股東大會、向股東大會提交報告、執行股東大會通過的決議、確定本集團的經營計劃和投資方案、確定本集團的年度財務預算和決算、確定本集團的基本管理制度、制定本集團的利潤分配方案和彌補虧損方案，以及行使公司章程賦予的其他職權。

下表載列有關我們董事的若干信息：

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為董事的日期*	角色及職責	與其他董事、監事及高級管理人員的關係
執行董事						
毛戈平先生..	60歲	創始人、董事長兼執行董事	2000年7月	2015年 12月16日	領導及管理董事會，並負責本集團的整體業務戰略和管理	汪女士的配偶、毛霓萍女士及毛慧萍女士的弟弟
汪立群女士..	53歲	執行董事兼副董事長	2000年10月	2015年 12月16日	負責協助董事長管理本集團培訓機構業務、經營發展及日常業務管理	毛先生的配偶及汪立華先生的姐姐
毛霓萍女士..	64歲	執行董事、副董事長兼資深副總裁	2000年7月	2015年 12月16日	負責協助董事長管理董事會日常工作及本集團業務管理，兼任至愛終生品牌的日常經營及管理	毛先生及毛慧萍女士的姐姐

董事、監事及高級管理層

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為董事的日期*	角色及職責	與其他董事、監事及高級管理人員的關係
毛慧萍女士..	62歲	執行董事兼資深副總裁	2000年7月	2015年 12月16日	負責協助董事長管理董事會日常工作及本集團整體業務管理，兼任毛戈平科技日常經營及管理	毛先生的姐姐及毛霓萍女士的妹妹
汪立華先生..	51歲	執行董事兼副總裁	2002年9月	2015年 12月16日	負責制定及實施培訓機構化妝藝術培訓計劃的業務戰略	汪女士的弟弟
宋虹佺女士..	49歲	執行董事、本公司總裁兼MAOGEPING品牌事業部總經理	2002年10月	2015年 12月16日	全面負責MAOGEPING品牌市場運作及品牌管理，參與本集團重大業務決策和經營管理	無
獨立非執行董事						
顧炯先生....	52歲	獨立非執行董事	2024年4月	2024年 4月1日	向董事會提供獨立意見及判斷	無
黃輝先生....	48歲	獨立非執行董事	2024年4月	2024年 4月1日	向董事會提供獨立意見及判斷	無
李海龍先生..	44歲	獨立非執行董事	2022年5月	2022年 5月13日	向董事會提供獨立意見及判斷	無

董事、監事及高級管理層

我們的監事會由三名成員組成。監事會成員任期三年，可連選連任。監事會的職能及職責包括審閱董事會編製的財務報告、業務報告和利潤分配方案，並監督本集團的財務和業務表現。

下表載列有關監事的資料。

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為監事的日期*	角色及職責	與其他董事、監事及高級管理人員的關係
高妍女士.....	45歲	監事會主席	2012年9月	2018年 12月29日	監督本集團的運營及財務活動	無
羊偉青先生.....	34歲	監事	2012年5月	2020年 10月9日	監督本集團的運營及財務活動	無
吳美娟女士.....	44歲	監事	2000年9月	2015年 12月16日	監督本集團的運營及財務活動	無

我們的高級管理層負責日常業務管理。下表提供了有關我們高級管理層人員的資料：

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為高級管理人員的日期*	角色及職責	與其他董事、監事及高級管理人員的關係
毛戈平先生.....	60歲	創始人、董事長兼 執行董事	2000年7月	2015年 12月16日	領導及管理董事會，並負責本集團的整體業務戰略和管理	汪女士的配偶、 毛霓萍女士及 毛慧萍女士的 弟弟

董事、監事及高級管理層

姓名	年齡	職位	加入本集團 的時間	獲委任為 高級管理人員 的日期*	角色及職責	與其他董事、 監事及高級 管理人員 的關係
毛霓萍女士.....	64歲	執行董事、副董事 長兼資深副總裁	2000年7月	2015年12月16日	負責協助董事長管理董事會日常工作及本集團業務管理，兼任至愛終生品牌的日常經營及品牌管理	毛先生及毛慧萍女士的姐姐
毛慧萍女士.....	62歲	執行董事兼資深副 總裁	2000年9月	2015年12月16日	負責協助董事長管理董事會日常工作及本集團整體業務管理，兼任毛戈平科技日常經營及管理	毛先生的姐姐及毛霓萍女士的妹妹
汪立華先生.....	51歲	執行董事兼副總裁	2002年9月	2015年 12月16日	負責制定及實施培訓機構化妝藝術培訓計劃的業務戰略	汪女士的弟弟
宋虹佺女士.....	49歲	執行董事、本 公司總裁兼 MAOGEPING品 牌事業部總經理	2002年10月	2015年 12月16日	全面負責MAOGEPING品牌市場運作及品牌管理，參與本集團重大業務決策和經營管理	無

董事、監事及高級管理層

姓名	年齡	職位	加入本集團的時間	獲委任為高級管理人員的日期*	角色及職責	與其他董事、監事及高級管理人員的關係
徐衛國先生.....	47歲	財務總監	2011年4月	2015年 12月16日	負責本集團的財務規劃及管理	無
董樂勤先生.....	41歲	董事會秘書、法務部負責人兼聯席公司秘書	2014年12月	2015年 12月16日	監督本集團的整體法律事務，確保符合治理要求，並為董事會保存準確的記錄	無

*附註：為免生疑問，獲委任為本公司董事、監事或高級管理人員的日期是指本公司於2015年12月改制為股份有限公司後任命的相關職位。有關改制的詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－本公司的主要股權變動－2015年12月改制為股份有限公司」。

董事

執行董事

毛戈平先生（曾用名毛革平），60歲，是我們的創始人、董事長兼執行董事。

在創辦本集團之前，毛先生於1983年7月至1998年7月在浙江省越劇團任職。2000年7月，毛先生創辦了杭州毛戈平（本公司前身），並以個人名字創立了高端美妝品牌MAOGEPING，自此一直在杭州毛戈平任職。2000年10月，毛先生創辦了浙江毛戈平形象設計藝術學校。彼自2011年2月至2024年3月歷任杭州毛戈平的總裁及本公司的總裁。彼於2005年3月20日獲委任為杭州毛戈平董事及於2015年12月16日獲委任為本公司董事，並於2024年4月1日調任為執行董事。毛先生亦為浙江匯都的董事長。

毛先生是中國著名的化妝藝術大師，在化妝藝術領域有著30多年的從業經驗，多年來獲得過諸多榮譽和獎項。彼曾四次獲得中國電影電視技術學會化妝委員會頒發的「化妝金像獎」。2008年8月北京奧運會期間，毛先生擔任時任國際奧委會主席的化妝造

董事、監事及高級管理層

型師，並擔任北京奧運會開幕式化妝設計師。2008年11月，彼獲中國影視技術學會化妝委員會頒發的「2008北京奧運會特別貢獻獎」。2020年9月，彼獲杭州市人民政府授予「杭州工匠」稱號。2023年11月，彼獲浙江省企業聯合會及浙江省企業家協會頒發的「第二十二屆浙江省優秀企業家」獎項。2023年9月毛先生為杭州第19屆亞運會火炬手。

毛先生於1983年7月在中國浙江藝術職業學院（前稱浙江藝術學校）完成戲曲表演專業中等職業教育課程。彼於2001年3月獲文化部文化藝術人才中心頒發的藝術形象設計（一級）證書，亦擁有浙江省人事廳頒發的高級專業技術（主任舞台技師）職務任職資格。

汪立群女士，53歲，是執行董事兼副董事長，以及浙江毛戈平形象設計藝術學校的聯合創始人。

在加入本集團之前，汪女士於1991年10月至2000年9月擔任浙江省越劇團演員。2000年，汪女士協助毛先生創辦了浙江毛戈平形象設計藝術學校，並自2000年9月至2010年8月擔任浙江毛戈平形象設計藝術學校執行校長。汪女士於2011年2月13日及2015年12月16日分別獲委任為杭州毛戈平董事以及董事兼副董事長，並於2024年4月1日調任為執行董事。彼自2010年8月起一直擔任杭州毛戈平形象設計總經理。

汪女士於2018年3月在聯合國婦女地位委員會第六十二屆會議上榮獲「聯合國2018年全球商界卓越貢獻女企業家」獎。2019年5月，彼獲杭州市女企業家協會授予「傑出領航獎」。2020年12月，汪女士獲杭州慈溪商會評為「2020年抗擊疫情和扶貧愛心捐款先進個人」。2023年10月，彼成為杭州第4屆亞殘運會火炬手。

汪女士於2001年7月完成了中國北京國際商務學院的工商企業管理課程。2003年12月，彼獲得杭州市勞動和社會保障局頒發的三級／高級技能職業資格證書（化妝師）。彼於2006年12月獲得浙江省勞動和社會保障廳頒發的一級／高級技能職業資格證書（美容師）。2007年2月，彼獲得浙江省勞動和社會保障廳頒發的培訓機構教師上崗資格證書。2012年12月，彼獲得浙江省人力資源和社會保障廳頒發的三級／高級技能職業資格證書（形象設計師）。2018年11月，汪女士獲得中國商業聯合會頒發的商業行業職業技能競賽裁判員證書（美容師／化妝）。

董事、監事及高級管理層

毛霓萍女士，64歲，是執行董事、副董事長以及毛戈平化妝品股份有限公司聯合創始人。

彼於2000年7月自本集團成立後加入本集團。毛女士於2005年3月20日獲委任為杭州毛戈平董事及於2015年12月16日獲委任為本公司董事，並於2024年4月1日調任執行董事。

毛霓萍女士於2000年協助毛先生創辦了杭州毛戈平(本公司前身)後擔任杭州毛戈平的總裁，自2005年3月至2010年9月擔任杭州毛戈平的董事兼總經理，負責本集團的整體運營與業務管理，自2010年9月至2011年2月擔任杭州毛戈平資深副總裁，同時兼任杭州萊芙化妝品有限公司總經理。毛女士自2011年2月先後在杭州毛戈平及本公司擔任副董事長兼資深副總裁，負責董事會工作及本公司日常經營管理。毛女士自2013年11月至今擔任杭州至愛終生執行董事兼總經理，負責至愛終生品牌業務管理。彼亦為浙江匯都的董事。

2003年11月，毛女士在中國清華大學完成在職工商管理課程。

毛慧萍女士，62歲，是本公司執行董事兼資深副總裁以及毛戈平化妝品股份有限公司聯合創始人。

毛慧萍女士於2000年協助毛先生創辦了杭州毛戈平(本公司前身)後擔任杭州毛戈平的副總經理，自2005年3月至2010年9月擔任杭州毛戈平董事兼副總經理，負責本集團的財務、人事、物流和開發相關工作。自2009年11月，毛女士擔任毛戈平科技執行董事兼總經理。毛女士自2011年2月先後在杭州毛戈平及本公司擔任董事兼資深副總裁，分管本集團財務、研發及供應鏈。彼於2024年4月1日調任執行董事。彼亦為浙江匯都的監事。

毛女士於1991年3月獲得中國寧波開放大學(前身為寧波市廣播電視大學)大專學位。

汪立華先生，51歲，是本公司執行董事兼副總裁。汪先生於2002年9月加入本集團。彼於2011年2月13日獲委任為杭州毛戈平董事及於2015年12月16日獲委任為本公司董事，並於2024年4月1日調任為執行董事。彼自2015年12月16日起擔任本公司副總裁。

董事、監事及高級管理層

2002年9月至2010年7月，汪先生擔任浙江毛戈平形象設計藝術學校北京分區和成都校區校長。2010年8月至今，汪先生擔任毛戈平形象設計副總經理。

汪先生為慈溪暢達塑料五金廠（「暢達」，一家於中國成立的公司）的法定代表人。經汪先生確認，於2005年7月15日，暢達因無實際經營活動，被吊銷營業執照。

2002年12月，汪先生榮獲中國影視技術學會化妝委員會頒發的「中國十大青年化妝師」獎。彼於2009年11月榮獲中國國際時裝周組委會頒發的「中國國際時裝周2009年度最佳化妝造型師」獎。

汪先生於2003年7月完成了中國北京國際商務學院的工商企業管理課程。2007年2月，汪先生獲得中國勞動和社會保障部頒發的化妝師職業高級理論知識和技能操作培訓教師資格證書。汪先生於2003年12月獲得化妝師資格證書，並於2014年3月獲得中國職業技能鑒定中心頒發的二級化妝師證書。

宋虹姪女士（曾用名宋育潔），49歲，是執行董事、本公司總裁兼MAOGEPING品牌事業部總經理。彼為我們的行政總裁。

宋女士於2002年10月加入本集團，自2002年10月至2010年9月在杭州毛戈平（本公司前身）擔任銷售負責人，負責產品銷售。自2009年9月至2010年9月擔任MAOGEPING品牌總經理。自2010年9月至2011年2月在杭州毛戈平擔任執行董事兼總經理，自2011年2月至2012年6月在杭州毛戈平擔任董事兼總經理，負責MAOGEPING品牌的經營管理。彼自2012年6月至今連續在杭州毛戈平及本公司擔任董事兼MAOGEPING品牌事業部總經理，自2015年8月至2024年3月連續在杭州毛戈平及本公司擔任執行總裁，負責MAOGEPING品牌建設、市場推廣及銷售管理工作。宋女士自2024年4月起擔任本公司總裁，並於2024年4月1日調任為執行董事。彼亦為浙江匯都的董事兼總經理。

宋女士於2016年6月獲得中國礦業大學（北京）工商管理碩士學位。

董事、監事及高級管理層

獨立非執行董事

顧炯先生，52歲，於2024年4月1日獲委任為獨立非執行董事。

顧先生自2004年4月至2009年12月加入UTStarcom Holdings Corp. (前稱UTStarcom, Inc.，其股份於納斯達克上市，股份代號：UTSI)，其為一家全球電信基礎設施供應商，專門從事向網絡運營商提供分組光纖傳輸及寬帶接入產品，彼負責會計及財務事宜，並於2009年12月離職時為財務總監。顧先生自2010年1月至2013年8月擔任百視通新媒體股份有限公司(現稱為東方明珠新媒體股份有限公司，其股份於上海證券交易所上市，股份代號：600637)的財務總監，負責該公司的財務事宜，該公司主要從事透過媒體資源平台提供電視終端、電腦終端及移動終端的技術服務、內容服務及市場推廣服務。自2013年9月至2024年7月，顧先生連續擔任CMC資本(在中國境內外專業從事傳媒與娛樂投資的投資基金)財務總監以及華人文化集團公司(前稱華人文化控股集團)副總裁。自2015年6月至2021年6月，顧先生為新明中國控股有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：2699)的獨立非執行董事。自2018年9月至2023年1月，顧先生為大發地產集團有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：6111)的獨立非執行董事。自2017年3月至2023年7月，顧先生擔任晶晨半導體(上海)股份有限公司(其股份於上海證券交易所上市，股份代號：688099)的獨立非執行董事。

自2018年4月起，顧先生一直擔任歌禮製藥有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：1672)的獨立非執行董事。自2019年5月起，顧先生一直擔任慕尚集團控股有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：1817)的獨立非執行董事。自2020年12月起，顧先生一直擔任Vesync Co., Ltd. (其股份於聯交所上市，股份代號：2148)的獨立非執行董事。自2022年11月起，顧先生一直擔任濠暎科技國際控股有限公司(其股份於聯交所上市，股份代號：2440)的獨立非執行董事。

顧先生於1995年7月於中國復旦大學獲得財務管理學士學位。彼現時為中國註冊會計師協會之非執業會員。

黃輝先生，48歲，獨立非執行董事。彼於2024年4月1日獲委任為獨立非執行董事。

黃先生自2010年1月至2014年7月擔任香港中文大學法律學院副教授，自2014年8月起擔任香港中文大學法律學院教授。黃先生擅長公司法、證券監管、金融法等領域的研究。黃先生為上海金融法院專家委員。彼還擔任新南威爾士大學兼職法學教授、

董事、監事及高級管理層

麥吉爾大學法學院李嘉誠冠名客座教授、華東政法大學「經天學者」榮譽教授、中國政法大學客座教授。彼擔任吉隆坡區域仲裁中心、深圳國際仲裁院及上海國際經濟貿易仲裁委員會仲裁員。黃先生自2018年10月起擔任香港中旅國際投資有限公司（其股份於聯交所上市，股份代號：308）獨立非執行董事。

黃先生於1998年6月獲得中國清華大學工程學士學位，於1999年7月獲得清華大學法學學士學位，於2001年12月獲得清華大學法學碩士學位，並於2005年12月獲得澳大利亞新南威爾士大學法律博士學位。

李海龍先生，44歲，獨立非執行董事。彼於2022年5月13日獲委任為獨立非執行董事。

李先生於2014年7月至2017年8月曾任職於浙江城市大學，最後職位為副教授。李先生於2016年12月至2021年12月擔任浙江正特股份有限公司（其股份在深圳證券交易所上市，股票代碼：001238）的獨立非執行董事，於2021年10月至2024年9月擔任浙江星華新材料集團股份有限公司（其股份在深圳證券交易所上市，股票代碼：301077）的獨立非執行董事。彼自2021年9月起一直擔任寧波天普橡膠科技股份有限公司（其股份在上海證券交易所上市，股票代碼：605255）的獨立非執行董事。

李先生擁有廣泛的學術背景和豐富的法學經驗。自2017年9月起，李先生擔任浙江財經大學法學院副院長、教授及研究生導師。自2018年5月起，李先生擔任杭州市仲裁委員會仲裁員。

李先生於2002年7月獲得中國中南民族大學法學學士學位，並分別於2007年7月及2010年7月獲得中國西南政法大學商法碩士學位和博士學位。自2012年9月至2014年9月，李先生在華東政法大學博士後流動站和上海證券交易所博士後工作站完成博士後研究。

監事

高妍女士，45歲，自2018年12月29日起擔任監事會主席和監事。高女士於2012年9月加入本集團，擔任行政經理。

在加入本集團之前，高女士自2005年6月至2010年1月任職於松下家電（中國）有限公司（前稱松下電化住宅設備機器（杭州）有限公司），最後職位為企劃部部長，並自2011年9月至2012年8月擔任浙江省安徽商會辦公室主任。

董事、監事及高級管理層

高女士於2001年7月獲得中國瀋陽理工大學計算機科學及應用學士學位，並於2008年7月獲得中國浙江工商大學工商管理碩士學位。2009年12月，高女士獲得杭州市人事局頒發的中級經濟師證書。

羊偉青先生，34歲，自2020年10月9日起一直擔任我們的監事。羊先生於2012年5月加入本集團，擔任初級物流經理，並自2019年1月起一直擔任本公司物流經理。

羊先生於2014年6月獲得中國浙江理工大學工商管理學士學位。

吳美娟女士(曾用名：吳敏娟)，44歲，自2015年12月16日起一直擔任我們的監事。吳女士於2000年9月加入本集團，自2000年9月至2002年6月擔任浙江毛戈平形象設計藝術學校招生專員，並自2002年11月至2004年6月擔任北京毛戈平培訓機構招生主任。吳女士自2004年7月至2010年2月在上海毛戈平形象設計藝術職業培訓學校擔任常務副校長，並自2010年3月至2017年9月擔任執行校長。自2017年10月起，吳女士一直擔任杭州毛戈平形象設計行政總監。

吳女士於2014年1月獲得中國天津大學工商管理網絡教育專科學位。

除上文所披露者外，我們的董事或監事在緊接本文件日期前三年內均未在其證券在香港或海外任何證券市場上市的上市公司擔任任何董事職務。除本文所披露者外，就董事經作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，概無任何其他有關董事和監事任命的事宜需要提請我們的股東注意，亦無任何有關我們的董事和監事的信息需要根據上市規則第13.51(2)(a)至(v)條予以披露。

高級管理層

毛戈平先生，60歲，是本公司創始人、董事長兼執行董事。其履歷詳情見上文「－董事－執行董事」。

毛霓萍女士，64歲，是執行董事、副董事長以及毛戈平化妝品股份有限公司聯合創始人。其履歷詳情見上文「－董事－執行董事」。

董事、監事及高級管理層

毛慧萍女士，62歲，是本公司執行董事兼資深副總裁，以及毛戈平化妝品股份有限公司聯合創始人。其履歷詳情見上文「一 董事 — 執行董事」。

汪立華先生，51歲，是本公司執行董事兼副總裁。其履歷詳情見上文「一 董事 — 執行董事」。

宋虹佺女士，49歲，是本公司執行董事、總裁兼MAOGEPING品牌事業部總經理。其履歷詳情見上文「一 董事 — 執行董事」。

徐衛國先生，47歲，於2011年4月加入本集團，自彼時起一直擔任本公司財務總監。

在加入本集團之前，徐先生於1999年7月至2006年7月曾任職於光明乳業股份有限公司，最後職位為財務經理。徐先生自2006年8月至2006年12月亦曾擔任百事可樂飲料有限公司財務總監助理及會計經理及自2007年12月至2009年4月任金瑤（上海）商業管理有限公司首席財務官。

徐先生於1999年6月獲得中國復旦大學經濟學學士學位，並於2007年6月獲得中國復旦大學金融學碩士學位。徐先生於2003年12月獲得上海市註冊會計師協會頒發的註冊會計師證書。

董樂勤先生，41歲，於2014年12月加入本集團，自此一直擔任本公司董事會秘書兼法務負責人。彼於2024年4月獲委任為本公司聯席公司秘書之一。

在加入本集團之前，董先生於2005年5月至2013年7月擔任浙江國際旅遊集團有限公司辦公室秘書及龍在旅途事業部副總經理。董先生於2007年7月至2009年4月及於2009年5月至2013年6月分別擔任浙旅控股股份有限公司證券投資部經理以及董事會秘書、人力資源部總監及法務部主管。董先生亦於2013年7月至2014年9月擔任安徽恩度食品有限公司運營總監。

董先生於2005年6月獲得中國南開大學旅遊管理學士學位，並於2013年12月獲得中國浙江大學法律碩士學位。董先生於2009年2月獲得中華人民共和國司法部頒發的法律職業資格證書。董先生於2009年7月獲得深圳證券交易所董事會秘書資格證書。董先生於2010年6月獲得中華人民共和國人力資源和社會保障部頒發的二級企業人力資源管理師證書。董先生於2016年9月獲得上海證券交易所董事會秘書資格證書。於2024年1月，董先生獲美利堅合眾國管理會計師協會認證為註冊管理會計師。

董事、監事及高級管理層

聯席公司秘書

董樂勤先生，41歲，是本公司董事會秘書兼法務負責人，於2024年4月1日獲委任為本公司聯席公司秘書之一。其履歷詳情見「—高級管理層」。

張瀟女士，37歲，是方圓企業服務集團(香港)有限公司(一家專注於公司服務的專業服務供應商)之副總監，於企業秘書領域擁有逾十年經驗。張女士於2019年獲認可為香港公司治理公會及英國特許公司治理公會會員。

張女士於2010年獲香港中文大學計算機科學學士學位，於2018年獲香港公開大學(現稱香港都會大學)企業管治碩士學位。

董事委員會

我們的董事會向各委員會委派了若干職責。根據中國相關法律法規、企業管治守則及上市規則，本公司已成立了三個董事委員會，即審計委員會、薪酬委員會及提名委員會。

審計委員會

我們已遵照上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立審計委員會，並以書面形式規定其職權範圍。審計委員會由三名董事組成，即顧炯先生、黃輝先生及李海龍先生。顧炯先生為審計委員會主席，持有上市規則第3.10(2)條及第3.21條所規定的適當專業資格。審計委員會的主要職責包括但不限於以下方面：

- 審查及評估外部核數師的工作；
- 監督本公司內部審計工作並提出建議；
- 審查本公司的財務報告並提出建議；
- 評估內部控制工作的有效性；
- 確保管理層、內部審核部門、相關部門及外部核數師之間的協調；及
- 履行董事會指派的其他職責。

董事、監事及高級管理層

薪酬委員會

我們已根據上市規則附錄C1所載企業管治守則成立薪酬委員會，並以書面形式規定其職權範圍。薪酬委員會由五名董事組成，包括兩名執行董事毛先生及毛慧萍女士，以及三名獨立非執行董事顧炯先生、黃輝先生及李海龍先生。李海龍先生擔任薪酬委員會主席。薪酬委員會的主要職責包括但不限於以下方面：

- 根據董事會不時批准的本公司政策和目標，審查和批准高級管理層成員的薪酬建議；
- 就本公司所有董事和高級管理人員的薪酬政策和結構以及就建立正式、透明的薪酬政策制定程序（包括但不限於績效評估標準、程序和評估制度）向董事會提出建議；
- 對所有董事和高級管理人員的年度業績進行評估；
- 監督支付給所有董事和高級管理人員的報酬；
- 審查及／或批准與上市規則第十七章項下股份計劃有關的事項（如有）；及
- 履行董事會指派的其他職責。

提名委員會

我們已根據上市規則附錄C1所載企業管治守則成立提名委員會，並以書面形式規定其職權範圍。提名委員會由五名董事組成，包括兩名執行董事毛先生及毛霓萍女士，以及三名獨立非執行董事顧炯先生、黃輝先生及李海龍先生。李海龍先生擔任提名委員會主席。提名委員會的主要職責包括但不限於以下方面：

- 根據本公司的業務活動、資產規模和股權架構，審查董事會和高級管理層的組成和人數，並向董事會提出建議；

董事、監事及高級管理層

- 物色有適當資格成為我們董事會和高級管理層成員的個人，並就提名擔任董事和高級管理層成員的人選向董事會提出建議；
- 審查董事會的結構和多元化，甄選被提名為董事的人員；
- 了解董事會任命的其他高級管理人員的遴選情況並提出建議；及
- 履行董事會指派的其他職責。

董事確認書

上市規則第8.10條

各董事確認，截至最後實際可行日期，彼並無於對本公司業務直接或間接構成或可能構成競爭並須根據上市規則第8.10條予以披露的任何業務中擁有任何權益。

上市規則第3.09D條

各董事確認，彼(i)已於2024年3月24日及2024年4月1日(視情況而定)取得上市規則第3.09D條所述的法律意見，及(ii)明白上市規則中適用於彼作為[編纂]發行人董事的規定，以及向聯交所作出虛假聲明或提供虛假資料的可能後果。

上市規則第3.13條

各獨立非執行董事已確認(i)其在上市規則第3.13(1)至(8)條所述各項因素方面的獨立性，(ii)截至最後實際可行日期，其過去或現在在本公司或其子公司的業務中並無財務或其他權益，或根據上市規則與本公司任何核心關連人士並無任何聯繫，及(iii)在其獲委任時並無其他可能影響其獨立性的因素。

董事、監事及高級管理人員的報酬

我們以袍金、薪金、花紅、津貼及實物福利以及退休福利計劃供款的形式向身兼本公司僱員的執行董事、監事和高級管理人員提供報酬。我們的獨立非執行董事參照其各自的職位和職責(包括擔任董事委員會的成員或主席)領取報酬。

董事、監事及高級管理層

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月，已支付或應付給董事和監事的薪酬總額分別約為人民幣15.0百萬元、人民幣19.2百萬元、人民幣23.2百萬元及人民幣10.7百萬元。

根據現行安排，我們預計截至2024年12月31日止年度，董事和監事的稅前報酬總額（包括以股份為基礎的估計報酬）約為人民幣22.85百萬元。2024年董事和監事的實際薪酬可能與預期薪酬不同。

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年6月30日止六個月，五名最高薪酬人士中分別有四名、四名、四名及四名董事。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月，五名最高薪酬人士中剩餘人士的薪酬總額分別約為人民幣3.6百萬元、人民幣3.1百萬元、人民幣3.4百萬元及人民幣5.3百萬元。

我們確認，本公司於往績記錄期間並無就提供董事服務或作為辭退利益而向董事支付或應付任何對價。

除上文所披露者外，於往績記錄期間，並無本公司或我們任何子公司已付或應付董事、監事或五名最高薪酬人士的其他款項。

企業管治

本公司致力於實現高標準的企業管治，以維護股東權益。

董事認識到，在本集團的管理架構和內部控制程序中納入良好企業管治的要素，以實現有效問責的重要性。本公司計劃在[編纂]後遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則中的所有守則規定。

董事會多元化政策

為提升董事會的效率及維持高水準的企業管治，我們已採納董事會多元化政策，其中載列實現和維持董事會多元化的目標和方法。根據董事會多元化政策，我們在甄選董事會候選人時，通過考慮多項因素力求實現董事會多元化，包括但不限於性別、技能、年齡、專業經驗、知識、文化、教育背景、種族及服務年期。最終委任決定將基於所選候選人將為董事會帶來的優勢及貢獻。

董事、監事及高級管理層

我們的董事目前包括四名女性董事及五名男性董事，具備均衡的知識及技能組合，包括整體管理及戰略發展、質量保證與控制、財務與會計、公司治理以及與本集團的營運及業務有關的行業經驗。彼等獲得不同專業的學位，包括工程學、經濟及工商管理。我們有三名擁有不同行業背景的獨立非執行董事，佔董事會成員三分之一。此外，董事會擁有多元化的年齡及性別構成。考慮到我們現有的業務模式、特定需求及董事的不同背景，董事會的組成符合董事會多元化政策。

我們的提名委員會負責審查董事會的架構及多元化，並甄選獲提名為董事的人士。**[編纂]**後，提名委員會將不時監督及評估董事會多元化政策的實施情況，以確保其持續有效，並於必要時進行任何必要修訂及向董事會建議任何有關修訂，以供審議及批准。提名委員會亦將於連續年度報告中總結董事會多元化政策，包括為實施董事會多元化政策設定的任何可衡量目標及實現該等目標的進展情況。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任滋博資本有限公司為合規顧問。合規顧問將就遵守上市規則及其他適用的法律、規則、守則及指引向我們提供指導及建議。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將在若干情況下向本公司提供建議，其中包括：

- (a) 在發佈任何監管公告、通函或財務報告之前；
- (b) 如擬進行可能屬須予公佈或關連交易的交易（包括股份發行及股份回購）；
- (c) 我們擬運用**[編纂]**所得款項的方式與本文件所詳述者不同，或我們的業務活動、發展或業績與本文件所載任何預測、估計或其他資料不同；及
- (d) 香港聯交所根據上市規則第13.10條就**[編纂]**證券價格或成交量的不尋常波動或任何其他事宜向本公司作出查詢。

委任期限將自**[編纂]**開始，預計直至本公司於**[編纂]**後開始的首個完整財政年度的財務業績符合上市規則第13.46條之日為止。

與控股股東的關係

控股股東

截至最後實際可行日期，毛先生及汪女士合共持有我們已發行股本總額的約57.26%權益，包括(i)毛先生直接持有我們已發行股本總額的43.63%，(ii)汪女士直接持有我們已發行股本總額的11.34%，(iii)毛先生及汪女士通過帝景投資（其由汪女士及毛先生分別控制35.45%及10%權益，毛先生作為其普通合夥人）間接控制我們已發行股本總額的0.55%，及(iv)汪女士通過嘉馳投資（汪女士（為其普通合夥人）於普通合夥人安排中擁有最終決策權及對嘉馳投資於本公司的表決權擁有實際控制權）間接控制我們已發行股本總額的1.74%。詳情請參閱「歷史、發展及公司架構－我們的控股股東」。

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]及[編纂]未獲行使），毛先生及汪女士將直接及間接通過帝景投資及嘉馳投資繼續控制我們已發行股本總額合計約[編纂]%。因此，於[編纂]後，毛先生、汪女士、帝景投資及嘉馳投資仍將為本公司的一組控股股東。

控股股東在其他業務中的權益

控股股東確認，截至最後實際可行日期，除本集團業務外，彼等並無於與我們的業務直接或間接構成或可能構成競爭的其他業務中擁有根據上市規則第8.10條須予披露的任何權益。

獨立於控股股東

考慮到以下因素，董事認為我們有能力於[編纂]後獨立於控股股東及其緊密聯繫人開展業務。

管理獨立性

我們的業務由董事會及高級管理層管理及運營。於[編纂]後，董事會由九名董事組成，包括六名執行董事及三名獨立非執行董事。毛先生及汪女士為控股股東，如上文所詳述，彼等亦為董事會成員。毛先生是我們的創始人並且擔任董事長兼執行董事。汪女士擔任副董事長兼執行董事。

與控股股東的關係

我們的董事認為，從管理層角度而言，我們能夠獨立於控股股東開展業務，原因如下：

- (a) 我們的日常管理及營運由高級管理層團隊執行，所有高級管理層均於本公司所從事的行業擁有豐富經驗，因此將能夠作出符合本集團最佳利益的業務決策。有關我們的高級管理層團隊的行業經驗詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」；
- (b) 每名董事均知悉其作為董事的受信責任，(其中包括)要求其為本公司的利益行事，且不容許其作為董事的職責與其個人利益之間出現任何衝突。如果本集團與董事及／或其聯繫人之間將進行的任何交易可能產生利益衝突，其必須在本公司相關董事會會議上就該等交易進行投票之前申報該等利益的性質，且存在利益關係的董事應放棄投票，且不得計入投票的法定人數；
- (c) 我們有三名獨立非執行董事，本公司的若干事項須始終提交獨立非執行董事審核；及
- (d) 我們已採取一系列企業管治措施，以管理本集團與控股股東之間的利益衝突(如有)，支持我們的獨立管理。詳情請參閱下文「一 企業管治」。

基於上述，我們的董事認為，我們的董事會作為一個整體，與我們的高級管理層一起，能夠於[編纂]後獨立於控股股東及其緊密聯繫人，履行管理本集團的職責。

營運獨立性

我們日常運營並不依賴控股股東及其緊密聯繫人。雖然我們的業務經營及增長前景可能受到我們的創始人毛先生在化妝、電視電影及美妝行業的聲譽、我們的創始人毛先生、高級管理層及關鍵人員的經驗和能力的影響，但我們在業務發展、銷售及營銷、融資、物流、人力資源、行政、內部審計、信息技術、法律合規或公司秘書職能領域設有自身的部門，這些部門一直在運營，並預計將繼續獨立於控股股東及其緊密聯繫人單獨運營。此外，我們自行僱用員工負責經營及管理人力資源。

與控股股東的關係

我們有獨立的渠道與供應商及客戶聯繫，並有獨立的管理團隊處理我們的日常運營。我們亦有充足的資金、設施、設備及僱員、行政及企業管治基礎設施以獨立經營業務。我們亦擁有開展和經營主營業務所需的所有相關牌照、證書、設施及知識產權，就資金和員工而言，我們有足夠的運營能力獨立經營。

此外，我們還和與我們的兩名控股股東毛先生或汪女士或彼等之聯繫人存在關聯的關連人士簽訂若干框架協議，其將在[編纂]後構成本集團的持續關連交易。相關交易的詳情，請參閱「關連交易」。有關我們於往績記錄期間的關聯方交易的詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註32。據我們所深知並經毛先生確認，毛先生無意於冠名及肖像權許可框架協議於2026年12月屆滿時不予續期，且並不知悉於續期方面存在任何障礙。鑒於(i)我們已為產品註冊商標並進行維護；及(ii)我們能夠獨立獲得資源，且在充分競爭的市場上，本集團將有能力物色其他為獨立第三方的供應商或出租人，以及通過公平協商以相似的條款及條件找到能夠滿足我們業務及經營需求的其他合適用作我們辦公及業務場所的替代物業，而不會造成任何不適當的延遲或對我們的營運造成重大干擾，冠名及肖像權許可框架協議及物業租賃框架協議項下的交易將不會損害本集團的營運獨立性。本集團持續研究及開發新產品並拓闊產品組合，並探索戰略孵化或收購新優質品牌的機會。此外，我們的推廣一直以產品為重點，以內容為導向，及使用本集團註冊的商標推廣及包裝我們的產品使其與毛先生的個人肖像及姓名區分開來。根據弗若斯特沙利文的資料，在美妝行業中，美妝品牌以其創始人的名字命名並不罕見，具有代表性的國際及中國品牌包括(但不限於)香奈兒、芭比波朗、植村秀及羽西。

我們不時與毛先生合作，以實施我們的業務計劃。我們的董事認為，本集團與毛先生之間存在互利關係。作為中國美妝界著名化妝師，毛先生擁有龐大的粉絲群，可以吸引人們對與其有關的產品產生極大的興趣。經考慮毛先生的名字及形象一直是正面的，及其在中國美妝行業對公眾的積極影響，我們相信，毛先生的冠名及肖像權通過對我們產品營造宣傳效果，賦能我們的零售業務。我們亦相信，於不久的將來，毛先生將繼續作為中國美妝行業備受推崇的化妝師，從而繼續通過其名字及形象賦能為我們的業務作出貢獻。我們通過與故宮文創、中國國家隊花樣游泳隊及體育賽事合作，建立了良好的品牌聲譽，並將品牌與積極的生活方式聯繫起來，此舉亦可提高毛

與控股股東的關係

先生的知名度及美譽度。作為我們的控股股東之一，毛先生將從本公司的發展中獲得經濟利益，而本公司的發展及品牌推廣亦將有助於實現毛先生的個人價值及目標。展望未來，本公司與毛先生將繼續培養及利用我們的合作及互利關係。

我們已與毛先生建立並維持穩定關係。通過正式確立與毛先生的合作及與其訂立冠名及肖像權許可框架協議，我們相信，根據冠名及肖像權許可框架協議授予我們的權利可進一步確保毛先生與我們穩定合作。

於往績記錄期間，我們的旗艦品牌MAOGEPING下的產品銷售額分別佔我們總收入的96.6%、98.4%、99.0%及99.3%，有關商標由本集團擁有，請參閱本文件「附錄七—法定及一般資料—B.有關我們業務的進一步資料—2.知識產權—(a)商標」。我們在品牌建設上使用毛先生的形象，而並無將其直接應用於產品。

我們認為，本集團的成功並不僅僅依靠毛先生的賦能，我們運用的各種銷售和營銷手段、建立的廣泛銷售渠道和體驗式個性化客戶服務、產品質量、我們多年來樹立的強大品牌聲譽及富有經驗的高級管理層團隊獨立開展的日常管理及運營推動了我們的成功，並將繼續成為本集團成功及可持續發展的主要組合因素。經過多年的經營及發展，在眾多優秀人才的努力下，我們認為已將MAOGEPING成功打造為一個獲認可的獨立品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，MAOGEPING在所有國內美妝品牌中取得了領先地位，按2023年零售額計，MAOGEPING是中國市場十五大高端美妝品牌中唯一的國貨品牌。我們還成功推出了至愛終生，使我們的品牌組合更加多元化。截至2024年6月30日，我們的兩個品類的產品組合包括387個單品。截至最後實際可行日期，我們已建立龐大的自營專櫃網絡，配備超過2,700名美妝顧問，並在多個線上平台建立了強大的影響力，截至2024年6月30日，我們擁有一支由58名經驗豐富的人員組成的產品開發團隊。截至最後實際可行日期，我們還在中國建立了九所化妝藝術機構的全國性化妝培訓服務網絡，培養人才支撐我們未來的發展。基於以上所述，董事認為，毛先生與本集團之間的關係變化不會對我們的業務產生重大不利影響，即使與毛先生減少合作，本集團仍能夠開展並維持其業務，及有效降低風險。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們的業務成功一直由若干關鍵人員（包括我們的創始人毛先生）驅動。概不保證我們與毛先生訂立的冠名及肖像權許可框架協議（將於2026年12月屆滿）會獲毛先生續簽或按類似條款續簽」。

與控股股東的關係

基於上述，我們的董事認為我們能夠獨立於控股股東及其緊密聯繫人運營。

財務獨立性

我們設有獨立財務制度，根據本集團自身業務需要作出財務決策。我們設有內部控制及會計制度，及設有獨立的財務部門負責我們的財務職能。本公司開立了獨立銀行賬戶，未與控股股東共享任何銀行賬戶。本公司自主進行稅務登記及以自有資金獨立納稅。因此，本公司的財務職能（如現金及會計管理、發票及賬單）能獨立於控股股東及其緊密聯繫人運作。我們預計於[編纂]後不會依賴控股股東及其緊密聯繫人進行融資，因為我們預計我們的營運資金將通過現金、手頭現金等價物以及[編纂]所得款項撥付。

此外，在必要情況下，我們有能力從獨立第三方獲得融資，而不依賴於我們的控股股東或其各自的緊密聯繫人提供的任何擔保或抵押。截至最後實際可行日期，概無控股股東或其各自的緊密聯繫人提供或獲授的貸款或擔保尚未結清。

基於上述，董事認為，我們能夠於[編纂]後獨立於控股股東或其各自的緊密聯繫人開展業務，不會對其過度依賴。

企業管治

本公司將遵守上市規則附錄C1企業管治守則的條文，當中載列上市發行人良好企業管治的原則。

董事深知實施良好的企業管治及有效的內控措施對保護股東利益的重要性。我們將採取以下措施，以保障良好企業管治標準，並避免本集團與控股股東及其各自的緊密聯繫人之間出現潛在利益衝突：

- (a) 倘在舉行股東大會審議所提議的交易中，控股股東或彼等各自的任何聯繫人擁有重大利益，則控股股東將不能就該決議案投票，且不應計入投票的法定人數；

與控股股東的關係

- (b) 作為[編纂]籌備工作的一部分，我們已修訂公司章程，以符合上市規則，並將於[編纂]後生效。具體而言，我們的公司章程規定，董事應就批准有關董事或其任何聯繫人於其中擁有重大利益的任何合約、交易或安排的任何決議案放棄投票，且該董事不得計入出席董事會會議的法定人數；
- (c) 本公司已建立內部控制機制，以識別關連交易。[編纂]後，倘本集團與控股股東或其各自的任何聯繫人進行關連交易，我們將遵守適用的上市規則；
- (d) 我們承諾，董事會應由執行董事及非執行董事（包括獨立非執行董事）均衡組成。我們已委任三名獨立非執行董事，我們相信我們的獨立非執行董事(i)具備足夠經驗，(ii)沒有可嚴重干預彼等作出獨立判斷的任何業務關係或其他關係，及(iii)將能夠提供公正的外部意見，以保障股東整體的利益。有關獨立非執行董事的詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」；
- (e) 倘董事合理要求獨立專業人士或顧問（例如財務顧問、估值師或法律顧問）提供意見，則委任有關獨立專業人士或顧問的費用將由本公司承擔；及
- (f) 我們已委任宏博資本有限公司為合規顧問，就遵守上市規則（包括有關企業管治的各項規定）向我們提供意見及指引。

基於上述，董事信納，我們已制定足夠的企業管治措施，以於[編纂]後管理本集團與控股股東之間的利益衝突並保障少數股東的利益。

主要股東

就董事所知，緊隨[編纂]完成及[編纂]股份轉換為H股後，假設[編纂]及[編纂]未獲行使，以下人士將於本公司股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須予披露的權益及／或淡倉，或直接或間接擁有可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益：

股東姓名／名稱	權益性質	[編纂] 完成後 所持股份 類別及 數目 ⁽¹⁾	截至最後實際	緊隨	
			可行日期 於本公司 股本總額／ 已發行股本中 的持股 概約百分比	[編纂]後 於本公司 股本總額／ 已發行股本中 的持股 概約百分比 ⁽²⁾	緊隨 [編纂]後 於相關類別 股份的持股 概約百分比 ⁽²⁾
毛先生	實益擁有人及配偶權益 ⁽³⁾	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
	實益擁有人、受控法團 權益及配偶權益 ⁽³⁾	[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
汪女士	實益擁有人及配偶權益 ⁽⁴⁾	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
	實益擁有人、受控法團 權益及配偶權益 ⁽⁴⁾	[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
帝景投資.....	與其他人士共同持有 的權益	[編纂]股 股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
	實益擁有人及與其他 人士共同持有的權益	[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%

主要股東

股東姓名／名稱	權益性質	[編纂] 完成後 所持股份 類別及 數目 ⁽¹⁾	截至最後實際	緊隨	緊隨 [編纂]後 於相關類別 股份的持股 概約百分比 ⁽²⁾
			可行日期 於本公司 股本總額／ 已發行股本中 的持股 概約百分比	[編纂]後 於本公司 股本總額／ 已發行股本中 的持股 概約百分比 ⁽²⁾	
嘉馳投資.....	與其他人士共同持有的 權益	[編纂]股 股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
	實益擁有人及與其他 人士共同持有的權益	[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
毛霓萍女士.....	實益擁有人	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
	實益擁有人	[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
毛慧萍女士.....	實益擁有人	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
	實益擁有人	[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%

附註：

- (1) 所述所有權益均為好倉。股份數目乃基於股份拆細已完成的假設而呈列。
- (2) 該計算乃基於[編纂]股已發行[編纂]股份、將由已發行[編纂]股份轉換而來的[編纂]股H股及根據[編纂]將予發行的[編纂]股H股(假設[編纂]及[編纂]未獲行使)的總數進行。
- (3) 於[編纂]股份轉換為H股及[編纂]完成後，毛先生被視為於以下股份中擁有權益：
 - (a) 合共[編纂]股份，包括(i)毛先生直接持有的[編纂]股份；及(ii)汪女士(毛先生的配偶)直接持有的[編纂]股份；及
 - (b) 合共[編纂]股H股，包括(i)毛先生直接持有的[編纂]股H股；(ii)汪女士(毛先生的配偶)直接持有的[編纂]股H股；(iii)帝景投資持有的[編纂]股H股；及(iv)嘉馳投資直接持有的[編纂]股H股。

帝景投資由其普通合夥人毛先生及有限合夥人汪女士分別控制10%及35.45%股權。因此，毛先生被視為於帝景投資持有的本公司股份中擁有權益。

主要股東

- (4) 於[編纂]股份轉換為H股及[編纂]完成後，汪女士被視為於以下股份中擁有權益：
- (a) 合共[編纂]股份，包括(i)汪女士直接持有的[編纂]股份；及(ii)毛先生(汪女士的配偶)直接持有的[編纂]股份；及
 - (b) 合共[編纂]股H股，包括(i)汪女士直接持有的[編纂]股H股；(ii)毛先生(汪女士的配偶)直接持有的[編纂]股H股；(iii)帝景投資直接持有的[編纂]股H股；及(iv)嘉馳投資直接持有的[編纂]股H股。

帝景投資由其普通合夥人毛先生及有限合夥人汪女士分別控制10%及35.45%股權。因此，汪女士被視為於帝景投資持有的本公司股份中擁有權益。此外，嘉馳投資由汪女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%股權，汪女士及董樂勤先生擔任聯席普通合夥人，而汪女士於普通合夥人安排中擁有決定性一票及決策權。因此，汪女士被視為於嘉馳投資持有的股份中擁有權益。

於[編纂]完成後，毛先生、汪女士、帝景投資及嘉馳投資仍將為我們的控股股東。

除本文件所披露者外，董事並不知悉緊隨[編纂](假設[編纂]未獲行使)及[編纂]股份轉換為H股完成後，有任何其他人士將於本公司的股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司披露的任何權益及／或淡倉，或有任何其他人士直接或間接擁有可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。就董事所知，並無訂立任何安排以致本公司或本集團任何其他成員公司其後的控制權發生變動。

股 本

本節載列有關我們於[編纂]完成之前及之後的股本的若干資料。

於[編纂]前

截至最後實際可行日期，本公司的註冊資本為人民幣200百萬元，包含200,000,000股每股面值人民幣1.00元的[編纂]股份。

股份拆細及[編纂]完成後

緊隨股份拆細、[編纂]及[編纂]股份轉換為H股完成後（假設[編纂]及[編纂]未獲行使），本公司的股本將如下：

股份說明	股份數目	佔股本總額 概約百分比 (%)
已發行[編纂]股份	[編纂]	[編纂]
由[編纂]股份轉換而來的H股.....	[編纂]	[編纂]
根據[編纂]將予發行的H股	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	100.00

緊隨股份拆細、[編纂]及[編纂]股份轉換為H股完成後（假設[編纂]獲悉數行使而[編纂]未獲行使或假設[編纂]未獲行使而[編纂]獲悉數行使），本公司的股本將如下：

股份說明	股份數目	佔股本總額 概約百分比 (%)
已發行[編纂]股份	[編纂]	[編纂]
由[編纂]股份轉換而來的H股.....	[編纂]	[編纂]
根據[編纂]將予發行的H股	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	100.00

股 本

緊隨股份拆細、[編纂]及[編纂]股份轉換為H股完成後（假設[編纂]及[編纂]獲悉數行使），本公司的股本將如下：

股份說明	股份數目	佔股本總額 概約百分比 (%)
已發行[編纂]股份	[編纂]	[編纂]
由[編纂]股份轉換而來的H股	[編纂]	[編纂]
根據[編纂]將予發行的H股	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	100.00

[編纂]股份轉換為H股將涉及所有14名現有股東持有的合共[編纂]股股份（即於股份拆細完成前本公司每股面值人民幣1.0元的[編纂]股股份），約佔本公司截至最後實際可行日期已發行股份總數的[編纂]%，及約佔本公司於[編纂]股份轉換為H股及[編纂]完成後（假設[編纂]及[編纂]未獲行使）已發行股份總數的[編纂]%。下文載列於[編纂]股份轉換為H股及[編纂]完成後（假設[編纂]及[編纂]未獲行使），我們現有股東持有的該等股份數目及彼等各自的股權。

緊隨[編纂]股份轉換為H股及[編纂]後
（假設[編纂]及[編纂]未獲行使）的股份

股東	將轉換為 H股的 [編纂]股份				
	H股	概約百分比	[編纂]股份	概約百分比	
毛先生	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
汪女士	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
毛霓萍女士	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
毛慧萍女士	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
汪立華先生	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
宋虹姪女士	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
徐科君先生	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
丁韜先生	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
姚芝紅女士	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
嘉馳投資	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
深圳篤實	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
曹國熊先生	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
蘇州錦鴻	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
帝景投資	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	

股 本

股份

[編纂]完成後已發行的H股及[編纂]股份為本公司股本中的普通股，並被視為一類股份。

我們的H股僅可以港元認購及買賣。我們的[編纂]股份則只准以人民幣認購及買賣。除中國若干合資格境內機構投資者、滬港通或深港通項下的合資格中國投資者及根據相關中國法律法規或獲任何主管機構批准後有權持有H股的其他人士（例如我們的若干現有股東，其持有的[編纂]股份將經中國證監會批准轉換為H股）外，中國的法人或自然人一般不可認購或買賣H股。至於我們的[編纂]股份，則可由中國的法人或自然人、合資格境外機構投資者及合資格境外戰略投資者購買或轉讓。

[編纂]股份及H股根據公司章程被視為一類股份，彼此間將在所有方面享有同等地位，尤其是對於宣派、支付或作出的股息或分派享有同等地位。H股的所有股息均以人民幣計價及宣派，並以港元或人民幣支付，而[編纂]股份的所有股息均以人民幣支付。除現金外，股息也可以以股份的形式支付。

[編纂]股份轉換為H股

根據國務院證券監督管理機構的規定和公司章程的規定，[編纂]股份可以轉換為境外[編纂]的股份。該等已轉換股份可在境外證券交易所[編纂]或[編纂]，惟在該等已轉換股份轉換及交易之前，已妥為完成任何必要的內部審批程序，並履行了向包括中國證監會在內的中國相關監管機構備案的所有程序。此外，該等轉換及交易須符合有關境外證券交易所訂明的規例、規定及程序。[編纂]股份如需轉換、在香港聯交所作為H股[編纂]及交易，須經包括中國證監會在內的中國相關監管機構批准，並經香港聯交所批准。

股本

向中國證監會登記及全流通申請

根據《試行辦法》及相關指引，H股上市公司申請將非上市股份轉換為H股在香港聯交所上市流通的，應當向中國證監會備案關鍵合規事項。非上市股份公司在申請境外上市時，可申請「全流通」。

我們已向中國證監會備案，且中國證監會已登記於[編纂]完成後按一對一的基準將[編纂]股份轉換為H股，且中國證監會於2024年[●]就[編纂]發出備案通知。

香港聯交所上市批准

我們已向上市委員會申請批准(i)根據[編纂]將予發行的H股（包括因[編纂]及[編纂]獲行使而可能發行的任何H股）及(ii)由我們現有[編纂]股份轉換而來的H股[編纂]及[編纂]。

我們將在獲得香港聯交所批准後就相關[編纂]股份轉換為H股開展以下工作：(1)向我們的[編纂]發出關於已轉換H股的相關股票的指示；及(2)促使已轉換H股獲香港結算接納為合資格證券，以在中央結算系統寄存、結算及交收。

轉讓[編纂]前已發行股份的限制

根據《中國公司法》第一百四十一條，公司公開發行股份前已發行的股份，自公司股票在證券交易所上市交易之日起一年內不得轉讓。因此，本公司在[編纂]前發行的股份將須遵守自[編纂]起一年期間內有關轉讓的法定限制。請參閱「歷史、發展及公司架構－[編纂]前投資－[編纂]前投資的主要條款及[編纂]前投資者的權利」。

須舉行股東大會的情況

根據《中國公司法》和公司章程條款，本公司可能不時通過股東特別決議案增加其資本或削減資本或回購股份等。請參閱本文件「附錄六－公司章程概要」。

財務資料

閣下閱讀以下討論與分析時，應一併閱讀附錄一會計師報告所載的我們的綜合財務報表，連同相應隨附附註。我們的綜合財務資料乃根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。

以下討論與分析載有前瞻性陳述，反映我們目前對未來事件及財務業績的看法。該等陳述乃我們根據我們的經驗及對過往趨勢、現時狀況及預期未來發展的理解以及我們認為在該等情況下屬適當的其他因素所作的假設及分析而作出。然而，實際結果及發展是否符合我們的預期及預測乃視乎諸多風險及不確定因素而定，其中多項風險及不確定因素並非我們所能控制或預測。於評估我們的業務時，閣下務請審慎考慮本文件提供的所有資料，包括「風險因素」及「業務」章節以及本文件的其他章節。更多詳情請參閱「前瞻性陳述」。

概覽

我們是領先的中國高端美妝集團，致力於通過高品質的美妝產品、專業的化妝藝術培訓以及體驗式和個性化的客戶服務，為消費者提供全方位的美妝體驗。我們於2000年由中國美妝界著名化妝師毛先生創立，在美妝行業中建立了強大的影響力。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國市場十大高端美妝集團中唯一的中國公司，按2023年各集團旗下所有高端品牌的零售額計排名第七，市場份額為1.8%。

我們於往績記錄期間實現了快速增長。我們的收入由2021年的人民幣1,577.3百萬元增至2022年的人民幣1,829.1百萬元，並進一步增至2023年的人民幣2,886.0百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為35.3%。我們的總收入亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,398.5百萬元增至截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,971.5百萬元。我們的毛利由2021年的人民幣1,316.0百萬元增至2022年的人民幣1,533.3百萬元，並進一步增至2023年的人民幣2,448.2百萬元，2021年至2023年的複合年增長率為36.4%。我們的毛利亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,182.2百萬元增至截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,673.6百萬元。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們錄得淨利潤分別為人民幣330.9百萬元、人民幣352.1百萬元、人民幣663.5百萬元、人民幣349.3百萬元及人民幣492.5百萬元。剔除[編纂]及以權益結算的股份獎勵開支的影響，我們於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月產生經調整淨利潤分別為人民幣330.9百萬元、人民幣352.1百萬元、人民幣664.4百萬元、人民幣349.3百萬元及人民幣513.1百萬元。經調整淨利潤為非香港財務報告準則指標。請參閱「— 非香港財務報告準則指標」。

財務資料

編製基準

我們的歷史財務資料已根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（包括所有香港財務報告準則、香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋）編製。本集團於編製整個往績記錄期間的歷史財務資料時，已提早貫徹採納所有自2024年1月1日起開始的會計期間生效的香港財務報告準則，連同相關過渡性條文。歷史財務資料按照歷史成本慣例編製，惟已按公允價值計量的按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產及按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的金融資產除外。根據香港財務報告準則編製歷史財務資料需要使用若干關鍵會計估計，亦需要管理層在應用會計政策過程中作出判斷。涉及更高程度判斷或複雜性的內容，或假設和估計對歷史財務資料而言屬重大的內容，於本文件附錄一會計師報告附註3中披露。

影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績已經並預計將繼續受到一系列因素的重大影響，其中許多因素超出了我們的控制範圍，包括以下因素：

宏觀經濟環境和中國美妝行業的發展

我們的業務及經營業績受到影響中國美妝行業的一般因素的影響，包括：

- 中國宏觀經濟的發展；
- 人均可支配收入及人均美妝產品支出的變動；
- 中國消費模式及習慣的演變；
- 中國美妝行業的持續發展和不斷變化的線上線下競爭格局；及
- 影響美妝行業的政府政策、舉措和激勵措施。

任何這些行業總體狀況的不利變化及挑戰均可能對我們的產品及服務需求產生重大不利影響，從而對我們的經營業績產生重大不利影響。

財務資料

多樣化的產品及服務組合

我們在產品開發方面不斷創新的承諾，使我們建立了一個全面的產品組合，主要包括彩妝及護膚。我們主要銷售兩個美妝品牌的產品，即我們的旗艦品牌 MAOGEPING 及至愛終生。截至2024年6月30日，我們的產品組合包括該等品牌的387個單品。我們的彩妝包括粉底、高光和陰影、眼妝及唇妝產品等多種產品。我們的護膚品全面覆蓋面霜、眼部護理、面膜、精華液和潔面乳。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的產品銷售收入分別為人民幣1,495.1百萬元、人民幣1,774.7百萬元、人民幣2,781.9百萬元、人民幣1,359.3百萬元及人民幣1,900.0百萬元，分別佔同期總收入的94.8%、97.0%、96.4%、97.2%及96.4%。我們致力於持續推出新的彩妝及護膚品。

此外，我們還於化妝藝術機構提供各種美妝相關主題的化妝藝術培訓及相關銷售，傳授化妝及形象設計方面的技術和知識。我們在全國開設化妝藝術培訓課程。截至最後實際可行日期，我們在全國創辦了九所化妝藝術機構。我們不斷根據最新的時尚趨勢調整課程，提供滿足客戶不同審美要求的化妝藝術培訓課程。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們提供化妝藝術培訓及相關銷售的收入分別為人民幣82.3百萬元、人民幣54.4百萬元、人民幣104.1百萬元、人民幣39.3百萬元及人民幣71.5百萬元，分別佔同期總收入的5.2%、3.0%、3.6%、2.8%及3.6%。

擴大我們的銷售網絡

於往績記錄期間，我們通過直銷、向經銷商銷售等多種線下和線上渠道銷售產品。我們全面的線下和線上銷售網絡使我們能夠與消費者直接互動，有效地獲得大量曝光，建立我們的品牌和產品知名度。在過去的二十年裡，我們積累了豐富的經驗和專業知識，能夠動態地適應中國銷售渠道的快速發展，有利於我們制定和執行未來的銷售戰略。近年來，隨著電商平台的發展，我們在天貓、小紅書及抖音等各電商平台拓寬了線上銷售渠道，從而使我們能夠接觸到廣泛的消費者群體。請參閱「業務－我們的銷售網絡」。

線下銷售渠道是我們銷售網絡的重要組成部分，因為我們重視與消費者面對面的互動，這有助於提高我們品牌和產品的曝光率和知名度。我們的線下銷售主要通過線下直銷（主要通過我們的自營專櫃進行）、向一家高端跨國美妝零售商銷售以及向線下

財務資料

經銷商銷售來實現。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們分別擁有308個、340個、357個及372個自營專櫃。截至2024年6月30日，我們在租賃模式及聯營模式下分別經營59個及313個專櫃。於往績記錄期間，我們的同個專櫃淨利潤增長，與我們的同個專櫃收入一致。於往績記錄期間，我們的同個專櫃淨利潤率保持相對穩定。請參閱「業務－我們的銷售網絡－線下渠道－我們的專櫃網絡」。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們從線下銷售渠道獲得的收入分別為人民幣966.0百萬元、人民幣1,080.5百萬元、人民幣1,602.1百萬元、人民幣788.3百萬元及人民幣966.8百萬元，分別佔同期產品銷售所得收入的64.6%、60.8%、57.6%、58.0%及50.9%。我們相信，我們的線下銷售渠道，特別是我們在百貨商店的專櫃，有效地將我們的品牌和產品與消費者連接起來，並維護了MAOGEPING可靠及高端的品牌形象。

我們的線上銷售渠道符合中國消費者新的消費習慣，已成為我們銷售網絡的重要組成部分。我們的線上銷售包括(i)通過天貓、小紅書及抖音等電商平台自營店的直接銷售，及(ii)向京東及淘寶等電商平台上的線上經銷商的銷售。我們的部分線上經銷商於電商平台經營自有店舖，並出售我們的產品予終端消費者，而部分線上經銷商出售我們的產品予其他商家，其他商家於電商平台經營自有店舖，並出售我們的產品予終端消費者。有關我們與線上經銷商安排的詳情，請參閱「業務－我們的銷售網絡－線上渠道－向線上經銷商銷售」。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們通過線上銷售渠道實現的收入分別為人民幣529.1百萬元、人民幣694.3百萬元、人民幣1,179.8百萬元、人民幣571.0百萬元及人民幣933.2百萬元，分別佔同期產品銷售所得總收入的35.4%、39.2%、42.4%、42.0%及49.1%。根據市場慣例，我們亦聘請精選的線上經銷商，擴大及加強我們在線上渠道的影響力。向線上經銷商銷售產生的收入分別為人民幣149.4百萬元、人民幣178.4百萬元、人民幣248.7百萬元、人民幣118.8百萬元及人民幣196.6百萬元，分別佔我們同期產品銷售所得總收入的10.0%、10.1%、8.9%、8.7%及10.3%。

我們計劃進一步加強線下和線上銷售的能力，並擴大我們的銷售網絡。銷售渠道組合的任何變化均可能影響我們的整體毛利率和盈利能力。

我們有效及高效開展品牌建設和營銷活動的能力

品牌建設和營銷活動的有效性對我們的財務業績至關重要。我們通過線上和線下營銷活動與消費者溝通。我們在電商平台上開展的線上營銷活動使我們能夠有效地與消費者互動，並及時應對消費者需求的變化。我們還與KOL合作，通過主流社交媒體平台上的短視頻、帖子或直播測試和宣傳我們的產品，這為實現最佳銷售業績奠定了堅實的基礎。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個

財務資料

月，我們的銷售及經銷開支分別為人民幣763.4百萬元、人民幣962.4百萬元、人民幣1,412.4百萬元、人民幣657.8百萬元及人民幣937.2百萬元，分別佔同期收入的48.4%、52.6%、48.9%、47.0%及47.5%。該增長與我們的業務增長基本一致，並由我們對品牌建設和營銷活動的投資增加所驅動。我們預計，未來銷售及經銷開支的絕對金額將隨著我們的業務增長而繼續增加。隨著我們業務規模和範圍的擴大，我們預計將不斷提高銷售和經銷效率，並從規模經濟中獲益。具體而言，隨著我們實施我們的品牌建設及營銷舉措，預期我們的銷售及經銷開支項下的營銷及推廣開支的絕對金額及佔收入百分比亦會增加。

此外，我們還推出了彩妝限量版，緊跟行業趨勢，頌揚傳統文化，融入增強技術，以增強產品應用性和耐用性。例如，我們與故宮文創合作，推出了「氣蘊東方」系列，截至最後實際可行日期已更迭至第五代。我們還為中國國家隊運動員開發了「火花潤耀」系列作為我們的運動系列產品。這種合作是我們品牌建設及營銷工作的重要組成部分。我們有效地開展品牌建設和營銷活動的能力對我們保持良好的品牌聲譽和市場認可度至關重要，而品牌聲譽和市場認可度影響著我們的業務增長及盈利能力。

供應鏈的高效管理

我們有效管理業務合作夥伴並整合供應鏈資源的能力對業務運營及經營業績十分重要。我們維持與多家原材料供應商的穩定合作關係，以確保彩妝材料、護膚材料和包裝材料等原材料的充足供應，並與可靠的ODM/OEM供應商保持穩定的合作關係，以確保及時生產出符合我們質量控制要求的高質量產品。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月的已售存貨成本分別為人民幣195.1百萬元、人民幣230.8百萬元、人民幣355.1百萬元、人民幣178.5百萬元及人民幣243.2百萬元，分別佔我們同期總銷售成本的74.6%、78.0%、81.1%、82.5%及81.6%。

此外，我們還與第三方物流供應商保持密切的業務關係。我們利用他們強大的經銷網絡，實現了從倉庫到專櫃或直接到消費者的高效配送鏈。我們計劃通過與精選合格供應商合作或對其進行投資，進一步管理和整合上游資源，以保障業務的持續擴張，實現規模經濟及提高利潤率。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，物流及運輸成本分別為人民幣22.1百萬元、人民幣29.8百萬元、人民幣45.2百萬元、人民幣21.5百萬元及人民幣35.0百萬元，分別佔我們同期總銷售成本的8.4%、10.1%、10.3%、9.9%及11.8%。

財務資料

我們利用豐富的行業經驗，制訂採購計劃並管理存貨。我們根據消費者的需求預測及過往銷售業績來計劃、管理及作出採購決策。我們的採購人員憑藉其對美妝行業的深入了解，採購原材料或成品，並與外包工廠進行談判，其過程由本集團進行監控。原材料和成品的採購價格以及外包工廠收取的人工費、操作費和加工費可能會隨著市場情況而波動。我們將持續監察供求動態，以便及時與供應商溝通並調整價格。我們旨在進一步加強供應鏈管理能力，從而提高運營管理效率，最終提高我們的財務業績。

季節性

我們的經營業績受到產品需求季節性波動的影響。在元旦、春節、聖誕節等公共節假日及購物節期間，我們的產品銷量通常較高。因此，我們通常在每年第四季度出現銷售高峰。我們相信在可預見的未來，這種模式可能會持續下去。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們的銷量可能會因季節性因素而波動」。

COVID-19疫情對我們經營的影響

於2020年1月30日，世界衛生組織國際衛生條例突發事件委員會宣佈2019新型冠狀病毒（「**COVID-19**」）疫情為國際關注的突發公共衛生事件，2020年3月11日，世界衛生組織宣佈全球COVID-19疫情為大流行病。2022年，COVID-19病毒在全球範圍內持續迅速傳播，包括我們的業務運營所在地以及我們的客戶、供應商和業務合作夥伴所在地。為了控制病毒在辦公場所傳播及保護員工的健康，我們採取了各種緩解措施，例如遠程辦公、社交隔離和佩戴口罩，以及其他特定場所的預防措施。

COVID-19疫情在許多國家造成了經濟衰退、失業率上升和其他干擾，對美妝行業產生了不利影響。該行業易受全球經濟的總體狀況的影響。經濟增長率、人均可支配收入、就業水平、利率、通貨膨脹率、匯率、商品價格、人口趨勢及政府的財政政策等宏觀經濟因素均會對美妝行業產生不同程度的重大影響。在經濟衰退時期，我們的商品訂單可能會減少，我們可能需要調整庫存水平和定價。根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計算，中國彩妝市場規模由2018年的人民幣930億元增長至2023年的人民幣1,168億元，複合年增長率為4.7%，而2017年至2019年的複合年增長率相對較高，為10.7%。兩個期間增長率的差異主要是由於疫情期間民眾對化妝的需求減少，導致彩妝市場的整體市場規模下降。這導致2022年我們的產品銷售增長放緩。此外，受

財務資料

我們的化妝藝術培訓機構所在城市的COVID-19疫情影響，2022年報讀我們化妝藝術培訓課程的總參與者人數減少，影響了我們的收入。因此，提供化妝藝術培訓及相關銷售的收入由2021年的人民幣82.3百萬元減至2022年的人民幣54.4百萬元。

隨著COVID-19疫情的消退，我們預計不會對我們的業務及財務業績進一步造成不利影響。

重要會計政策、判斷及估計

我們的部分會計政策要求我們採用與會計項目有關的估計及假設以及複雜判斷。我們使用的估計及假設以及我們在採用會計政策時作出的判斷對我們的財務狀況及經營業績產生重大影響。我們的管理層根據過往經驗及其他因素（包括我們認為在有關情況下屬合理的未來事件預期）對有關估計、假設及判斷進行持續評估。我們管理層的估計或假設與實際結果之間並無任何重大偏差，且於往績記錄期間，我們並無對該等估計或假設作出任何重大變更。我們預期在可預見的未來，該等估計及假設不會發生任何重大變更。

下文載列我們認為對我們非常重要或涉及在編製財務報表時所使用的最重大估計、假設及判斷的會計政策的討論。對了解我們的財務狀況及經營業績屬重要的其他重要會計政策、估計、假設及判斷載於本文件附錄一會計師報告附註2.3及3。

收入確認

客戶合約收入

當貨品或服務的控制權轉移至客戶時，按反映我們預期就交換該等貨品或服務而有權獲得的對價的金額確認客戶合約收入。

當合約對價包括可變金額時，以我們因轉讓貨品或服務予客戶而有權換取的金額估計對價金額。可變對價於合約開始時進行估計並受約束，直至可變對價的相關不確定因素其後得以解決，而已確認的累計收入金額極有可能不會出現重大收入撥回時為止。

財務資料

倘合約中包含為客戶提供超過一年的重大融資利益（撥付轉讓貨品或服務予客戶）的融資部分，則收入按應收金額的現值計量，並使用本集團與客戶之間於合約開始時的單獨融資交易中反映的貼現率貼現。倘合約中包含為我們提供超過一年的重大融資利益的融資部分，則根據該合約確認的收入包括按實際利率法計算的合約負債所產生的利息開支。對於客戶付款與轉讓承諾貨品或服務之間的時間差距為一年或以下的合約，使用香港財務報告準則第15號的實際權宜方法，即交易價格不就重大融資部分的影響作出調整。

產品銷售

我們主要通過線下渠道（如通過自營專櫃直銷、零售商及經銷商）及線上渠道（如線上直銷及經銷商）向客戶銷售產品。產品銷售的收入於資產控制權轉移至客戶時（一般於交付貨品或客戶確認收貨時）確認。具體而言，直銷和寄售收入在貨品直接在專櫃送交消費者手中或以快遞方式送達消費者並被消費者簽收時確認。來自零售商及經銷商的收入於貨品交付至指定地點或轉移至指定承運人時確認。

部分產品銷售合約向客戶提供退貨權及批量返利，從而產生可變對價。

退貨權

就向客戶提供在指定期限內退回貨品權利的合約而言，使用預期價值法估計不會退回的貨品，原因為該方法最能預測我們將有權收取的可變對價金額。香港財務報告準則第15號對限制可變對價估計的規定適用於釐定可包含在交易價格中的可變對價金額。就預期將予退回的貨品而言，如金額重大，則亦確認退款負債（而並非收入）。

批量返利

當期內產品採購數量超出合約訂明的門檻，則可向若干客戶提供追溯批量返利。返利與客戶應付金額互相抵銷。為估計預期未來返利的可變對價，就設有單一批量門檻的合約使用最有可能金額方法，設有多於一個批量門檻的合約則使用預期價值法。

財務資料

選擇預測可變對價金額的最佳方法時，主要視乎合約包含的批量門檻數目。應用限制可變對價估計的規定，並確認預期未來返利的退款責任。

會員忠誠度計劃

我們實施會員忠誠度計劃，讓客戶購買產品時累積會員積分。會員積分可在限期內兌換產品折扣。根據香港財務報告準則第15號，會員忠誠度計劃產生獨立履約責任，原因是其向客戶提供重大權利，而本集團根據相對獨立售價將部分交易價格分配予授予客戶的會員積分。

化妝藝術培訓及相關銷售

由於客戶同時接收及耗用本集團提供的利益，故提供化妝藝術培訓服務的收入於培訓期間按直線法確認。

其他相關銷售主要包括向化妝培訓服務的課程參與者銷售美容美髮產品及銷售錄製的化妝培訓課程。其他相關銷售收入於資產控制權轉移至客戶或提供服務時確認。

其他收入

利息收入根據應計基準使用實際利率法按將金融工具之預期年期或更短期間（如適用）的估計未來現金收入準確貼現至金融資產之賬面淨值之貼現率確認。

物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備（在建工程除外）乃按成本減累計折舊及任何減值虧損列賬。物業、廠房及設備項目的成本包括購買價及使資產達到擬定用途運作狀態及地點的任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投入運作後產生的維修及保養等開支，通常於產生期間自損益扣除。於符合確認標準的情況下，大型檢查的開支作為重置成本計入資產的賬面值進行資本化處理。倘物業、廠房及設備的主要部分具有不同的使用年限，則我們將各自確認為單獨資產，並設定特定的可使用年限並相應計提折舊。

財務資料

折舊乃按直線基準將各項物業、廠房及設備項目的成本於其估計可使用年期內撇銷至其剩餘價值而計算。物業、廠房及設備的估計可使用年期如下：

租賃物業裝修	3至5年
汽車	4至5年
辦公設備	3至5年
樓宇	20至30年

倘物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期有所不同，則此項目各部分成本將按合理基準分配，而每部分單獨計提折舊。對剩餘價值、可使用年期及折舊方法至少於各財政年度末進行檢討並作出調整（倘適用）。

初始確認的物業、廠房及設備項目（包括任何重大部分）於出售後或預期使用或出售該等物業、廠房及設備項目不會產生未來經濟利益時終止確認。於資產終止確認年度在損益中確認的任何出售或報廢盈虧，乃為有關資產的出售所得款項淨額與賬面值的差額。

在建工程按成本扣除任何減值虧損列賬，而不計提折舊。在建工程於竣工及可作使用時重新分類至適當類別的物業、廠房及設備。

使用權資產

於租賃開始日期（即相關資產可供使用當日）確認使用權資產。使用權資產按成本減累計折舊及任何減值虧損計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債額、初步已產生直接成本及於開始日期或之前作出的租賃付款減任何已收取租賃優惠。使用權資產於其租期及估計可使用年期（以較短者為準）按直線法折舊如下：

自營專櫃	1至4年
辦公物業	1至11年
租賃土地	50年

倘租賃資產的擁有權於租期完結前轉讓予本集團，或成本反映購買權獲行使，則使用資產的估計可使用年期計算折舊。

財務資料

租賃負債

租賃負債於租賃開始日期按於租期內作出的租賃付款現值確認。租賃付款包括固定付款(包括實質固定付款)減任何應收租賃優惠、取決於某一指數或比率的可變租賃付款及預期根據剩餘價值擔保將支付的金額。租賃付款亦包括本集團合理確定行使購買選擇權的行使價，及倘租期反映了我們行使終止租賃選擇權，則須就終止租賃支付罰款。並非取決於某一指數或比率的可變租賃付款於觸發付款的事件或狀況出現期間確認為開支。

於計算租賃付款的現值時，因租賃中所隱含的利率不易釐定，我們應用租賃開始日期的增量借款利率。於開始日期後，租賃負債金額的增加反映利息的增加，並因支付租賃款項而減少。此外，倘出現修改、租期變動、租賃付款變動(如因指數或利率變動而引致未來租賃付款變動)或購買相關資產選擇權的評估變動，則重新計量租賃負債的賬面值。

我們的租賃負債在財務狀況表單獨呈列。

存貨

存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。成本按加權平均成本基準釐定。可變現淨值按估計售價減完成及出售將產生的任何估計成本計算。

合約負債

合約負債於我們轉移相關貨品或服務前向客戶收取付款或付款到期時(以較早者為準)確認。合約負債於我們履行合約時(即向客戶轉移相關貨品或服務的控制權)確認為收入。

撥備

倘因過往事件須承擔現時責任(法定或推定)，而履行該責任可能導致未來資源外流，且該責任所涉金額能夠可靠估計，則確認撥備。

財務資料

倘貼現影響重大，則確認撥備的金額為預期履行責任所需未來開支於往績記錄期間各年末／期末的現值。貼現現值隨時間增加的金額計入損益中的財務成本。

我們提供與銷售若干產品有關的質保，以便對於質保期內出現的缺陷進行一般更換。本集團授予的該等保證類質保的撥備最初乃根據銷量及更換水平的過往經驗確認，並適當貼現至其現值。與質保相關的費用每年修訂一次。

政府補助

如能合理確保將收到政府補助及將符合所有附帶條件，政府補助會按公允價值確認。倘補助與開支項目相關，則系統性地於其擬補助的成本支銷期間將其確認為收入。

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列於所示期間我們的綜合損益及其他全面收益表的概要：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
收入.....	1,577,347	1,829,112	2,885,964	1,398,531	1,971,526
銷售成本.....	(261,341)	(295,834)	(437,719)	(216,325)	(297,973)
毛利.....	1,316,006	1,533,278	2,448,245	1,182,206	1,673,553
其他收入及收益.....	21,588	33,379	46,633	34,892	56,142
銷售及經銷開支.....	(763,428)	(962,443)	(1,412,361)	(657,794)	(937,210)
行政開支.....	(124,343)	(133,041)	(192,093)	(92,231)	(133,309)
金融資產(減值虧損)／					
減值虧損撥回淨額.....	(3,070)	(873)	998	405	752

財務資料

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
其他開支	(63)	(198)	(822)	(109)	(293)
財務成本	(2,805)	(3,115)	(2,033)	(1,132)	(2,561)
應佔聯營公司(虧損)/利潤	—	—	(703)	—	535
除稅前利潤	443,885	466,987	887,864	466,237	657,609
所得稅開支	(112,942)	(114,892)	(224,394)	(116,932)	(165,063)
年/期內利潤及全面收益總額	330,943	352,095	663,470	349,305	492,546
以下各方應佔：					
母公司擁有人	331,016	352,082	661,928	348,944	492,074
非控股權益	(73)	13	1,542	361	472
	330,943	352,095	663,470	349,305	492,546

非香港財務報告準則指標

為補充我們根據香港財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用非香港財務報告準則所規定或據此呈列的經調整淨利潤作為額外的財務指標。我們認為，該非香港財務報告準則指標可通過消除若干項目的潛在影響而有利於比較不同期間及不同公司的經營業績。我們認為，該指標為投資者及其他人士提供有用信息，使其與管理層採用相同的方式了解及評估我們的合併經營業績。然而，該非香港財務報告準則財務指標未必可與其他公司所呈列的類似指標直接比較。不應將此非香港財務報告準則指標視作我們根據香港財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況分析的替代。

財務資料

我們將經調整年／期內利潤（非香港財務報告準則指標）界定為通過加回[編纂]及以權益結算的股份獎勵開支而作出調整的年／期內利潤。下表為我們經調整年／期內利潤（非香港財務報告準則指標）與根據香港財務報告準則呈列的年／期內利潤的對賬：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
年／期內利潤	330,943	352,095	663,470	349,305	492,546
加：					
[編纂] ⁽¹⁾	-	-	[編纂]	-	[編纂]
以權益結算的股份 獎勵開支 ⁽²⁾	-	-	-	-	5,008
經調整年／期內利潤（非香港財務 報告準則指標）	330,943	352,095	664,420	349,305	513,113

附註：

- (1) [編纂]指就[編纂]產生的專業費用。
- (2) 以權益結算的股份獎勵開支主要為我們作為權益工具的對價接受僱員服務的安排。以權益結算的股份獎勵開支預計不會產生未來現金付款。

我們的經調整年內利潤（非香港財務報告準則指標）由2021年的人民幣330.9百萬元增加6.4%至2022年的人民幣352.1百萬元，並進一步增加88.7%至2023年的人民幣664.4百萬元。我們的經調整期內利潤（非香港財務報告準則指標）由截至2023年6月30日止六個月的人民幣349.3百萬元增加46.9%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣513.1百萬元。有關增長於整個往績記錄期間整體與我們的收入增長及業務擴張趨勢一致。

財務資料

經營業績主要組成部分概述

收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自中國的產品銷售。

按業務線及產品類別劃分的收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售美妝產品，包括彩妝和護膚品。請參閱「業務－我們的業務－產品系列」。我們還在我們的機構提供化妝藝術培訓及相關銷售。

下表載列於所示期間按業務線及產品類別劃分的收入明細（以絕對金額及其佔我們總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
產品銷售										
－彩妝	1,026,354	65.1	1,002,772	54.8	1,622,185	56.2	755,364	54.0	1,085,050	55.1
－護膚	468,713	29.7	771,969	42.2	1,159,707	40.2	603,909	43.2	814,972	41.3
小計	<u>1,495,067</u>	<u>94.8</u>	<u>1,774,741</u>	<u>97.0</u>	<u>2,781,892</u>	<u>96.4</u>	<u>1,359,273</u>	<u>97.2</u>	<u>1,900,022</u>	<u>96.4</u>
化妝藝術培訓及 相關銷售	<u>82,280</u>	<u>5.2</u>	<u>54,371</u>	<u>3.0</u>	<u>104,072</u>	<u>3.6</u>	<u>39,258</u>	<u>2.8</u>	<u>71,504</u>	<u>3.6</u>
總計	<u>1,577,347</u>	<u>100.0</u>	<u>1,829,112</u>	<u>100.0</u>	<u>2,885,964</u>	<u>100.0</u>	<u>1,398,531</u>	<u>100.0</u>	<u>1,971,526</u>	<u>100.0</u>

我們於往績記錄期間的整體收入增長主要由產品銷售驅動，其絕對金額及佔我們總收入的百分比均有所增長。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，產品銷售收入分別佔我們總收入的94.8%、97.0%、96.4%、97.2%及96.4%。我們針對消費者的不同需求開發了多種美妝產品，包括彩妝和護膚品。

作為我們的核心產品，我們於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月分別銷售6.9百萬件、6.3百萬件、9.7百萬件、4.7百萬件及6.6百萬

財務資料

件彩妝。因此，彩妝於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月的銷售額分別為人民幣1,026.4百萬元、人民幣1,002.8百萬元、人民幣1,622.2百萬元、人民幣755.4百萬元及人民幣1,085.1百萬元，分別佔我們總收入的65.1%、54.8%、56.2%、54.0%及55.1%。

我們還提供多種護膚品，如面霜、眼部護理、面膜、精華液和潔面乳。我們於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月分別銷售1.4百萬元、2.2百萬元、3.6百萬元、1.9百萬元及2.4百萬元護膚品。我們的護膚品於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月的銷售額分別為人民幣468.7百萬元、人民幣772.0百萬元、人民幣1,159.7百萬元、人民幣603.9百萬元及人民幣815.0百萬元，分別佔我們總收入的29.7%、42.2%、40.2%、43.2%及41.3%。

此外，我們在機構提供化妝藝術培訓及相關銷售，培訓期間的收入按直線法確認。於往績記錄期間，概無因提供化妝藝術培訓而產生的任何沒收收入。

按品牌劃分的產品銷售收入

下表載列於所示期間按品牌劃分的產品銷售收入明細（以絕對金額及其佔我們產品銷售總收入的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
產品銷售										
– MAOGEPING ..	1,444,612	96.6	1,745,748	98.4	2,754,971	99.0	1,346,229	99.0	1,886,702	99.3
– 至愛終生	50,455	3.4	28,993	1.6	26,921	1.0	13,044	1.0	13,320	0.7
總計	1,495,067	100.0	1,774,741	100.0	2,781,892	100.0	1,359,273	100.0	1,900,022	100.0

作為我們的旗艦品牌，MAOGEPING以我們的創始人毛先生的名字命名並於2000年推出。於整個往績記錄期間，我們的收入主要來源於MAOGEPING產品銷售，其於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月分別佔產品銷售總收入的96.6%、98.4%、99.0%、99.0%及99.3%。於2008年，我們推出至愛終生以拓寬品牌組合，其於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月分別佔我們產品銷售總收入的3.4%、1.6%、1.0%、1.0%及0.7%。

財務資料

按銷售渠道劃分的產品銷售收入

於往績記錄期間，我們通過線下和線上銷售渠道銷售我們的產品。我們主要通過(i)線下渠道(包括線下直銷(主要通過我們的自營專櫃進行)、向線下經銷商銷售及向一家高端跨國美妝零售商銷售)；及(ii)線上渠道(包括線上直銷及向線上經銷商銷售)銷售產品。我們的網店在天貓、小紅書和抖音等電商平台上運營。

下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售的收入明細(以絕對金額及其佔我們產品銷售總收入的百分比列示)：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月				
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年		
	金額	%									
	(人民幣千元，百分比除外)										
	(未經審核)										
線下渠道											
線下直銷 ⁽¹⁾	859,299	57.5	978,769	55.1	1,438,182	51.7	707,001	52.0	875,282	46.1	
向線下經銷商											
銷售	76,001	5.1	57,136	3.2	69,804	2.5	32,090	2.4	40,440	2.1	
向一家高端跨國美妝											
零售商銷售	30,656	2.0	44,574	2.5	94,080	3.4	49,216	3.6	51,093	2.7	
小計	965,956	64.6	1,080,479	60.8	1,602,066	57.6	788,307	58.0	966,815	50.9	
線上渠道											
線上直銷	379,667	25.4	515,870	29.1	931,164	33.5	452,125	33.3	736,567	38.8	
向線上經銷商											
銷售	149,444	10.0	178,392	10.1	248,662	8.9	118,841	8.7	196,640	10.3	
小計	529,111	35.4	694,262	39.2	1,179,826	42.4	570,966	42.0	933,207	49.1	
總計	1,495,067	100.0	1,774,741	100.0	2,781,892	100.0	1,359,273	100.0	1,900,022	100.0	

附註：

(1) 線下直銷主要與百貨商店內的自營專櫃有關。

於往績記錄期間，我們的大部分收入主要來自線下渠道的產品銷售。我們主要通過位於高端百貨商店的專櫃提供產品，並輔以線上渠道，為消費者提供線上線下同樣優質的購物體驗。我們的線下直銷以透過自營專櫃的直接銷售為主。我們的自營專櫃數目由截至2021年12月31日的308個增至截至2022年12月31日的340個，並進一步增

財務資料

至截至2023年12月31日的357個。此外，在我們加大營銷力度的推動下，於整個往績記錄期間，我們每個專櫃平均銷售額持續增加。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的線下直銷產生的收入分別為人民幣859.3百萬元、人民幣978.8百萬元、人民幣1,438.2百萬元、人民幣707.0百萬元及人民幣875.3百萬元，分別佔同期產品銷售收入的57.5%、55.1%、51.7%、52.0%及46.1%。

然而，於整個往績記錄期間，我們通過線上渠道銷售產品的收入貢獻呈現強勁增長，尤其是在我們強化品牌建設、成功的市場參與及線上營銷策略的推動下。我們相信，與第三方電商平台的合作讓我們可利用其成熟的電商生態系統，使我們能夠利用其龐大的用戶群及技術基礎設施提高我們的品牌知名度及增加消費者流量。因此，我們擴大專門的線上銷售團隊，以支持線上直銷的擴張。我們亦聘請精選的線上經銷商擴大及加強我們在線上渠道的影響力。我們通過線上渠道銷售產品的收入由2021年的人民幣529.1百萬元增至2022年的人民幣694.3百萬元，並進一步增至2023年的人民幣1,179.8百萬元。通過線上渠道銷售產品所得收入亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣571.0百萬元增加至截至2024年6月30日止六個月的人民幣933.2百萬元。於整個往績記錄期間，線上銷售的增長主要歸因於我們加強線上營銷力度，並促成了銷售渠道組合的變化。

銷售成本

於往績記錄期間，我們的銷售成本包括(i)已售存貨成本，(ii)僱員福利開支，及(iii)物流及運輸費用。已售存貨成本主要包括(i)原材料成本及(ii) ODM/OEM費用。下表載列於所示期間我們按性質劃分的銷售成本明細（以絕對金額及其佔我們總銷售成本的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
已售存貨成本.....	195,066	74.6	230,752	78.0	355,109	81.1	178,466	82.5	243,178	81.6
— 原材料成本 ⁽¹⁾	117,050	44.7	152,771	51.6	225,038	51.4	116,604	53.9	139,325	46.7
— OEM/ODM費用 ⁽²⁾ ..	78,016	29.9	77,981	26.4	130,071	29.7	61,862	28.6	103,853	34.9
僱員福利開支.....	22,163	8.5	18,652	6.3	19,021	4.3	8,397	3.9	11,259	3.8

財務資料

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
物流及運輸費用.....	22,065	8.4	29,777	10.1	45,176	10.3	21,462	9.9	35,048	11.8
折舊及攤銷.....	11,902	4.6	9,757	3.3	11,103	2.5	5,485	2.5	4,661	1.6
其他 ⁽³⁾	10,145	3.9	6,896	2.3	7,310	1.8	2,515	1.2	3,827	1.2
總計.....	<u>261,341</u>	<u>100.0</u>	<u>295,834</u>	<u>100.0</u>	<u>437,719</u>	<u>100.0</u>	<u>216,325</u>	<u>100.0</u>	<u>297,973</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 原材料主要包括成分及包裝材料。
- (2) OEM/ODM費用指支付予OEM/ODM合作夥伴的費用，以生產產品。
- (3) 其他主要包括水電費及物業管理費。

毛利及毛利率

我們的毛利指我們的收入減去我們的銷售成本，我們的毛利率指我們的毛利除以我們的收入，以百分比列示。

按業務線及產品類別劃分的毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按業務線及產品類別劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
產品銷售										
— 彩妝.....	866,511	84.4	841,482	83.9	1,369,058	84.4	633,432	83.9	906,716	83.6
— 護膚.....	411,426	87.8	672,730	87.1	1,012,548	87.3	525,913	87.1	715,080	87.7
小計.....	<u>1,277,937</u>	<u>85.5</u>	<u>1,514,212</u>	<u>85.3</u>	<u>2,381,606</u>	<u>85.6</u>	<u>1,159,345</u>	<u>85.3</u>	<u>1,621,796</u>	<u>85.4</u>

財務資料

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
化妝藝術培訓及 相關銷售.....	38,069	46.3	19,066	35.1	66,639	64.0	22,861	58.2	51,757	72.4
總計	1,316,006	83.4	1,533,278	83.8	2,448,245	84.8	1,182,206	84.5	1,673,553	84.9

我們的毛利由2021年的人民幣1,316.0百萬元增長16.5%至2022年的人民幣1,533.3百萬元，並進一步增長59.7%至2023年的人民幣2,448.2百萬元。我們的毛利亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,182.2百萬元增加41.6%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,673.6百萬元。我們的毛利率於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月保持相對穩定，分別為83.4%、83.8%、84.8%、84.5%及84.9%，主要反映了我們彩妝及護膚品的銷售毛利率保持穩定。

我們的化妝藝術培訓及相關銷售的毛利率由2021年的46.3%下降至2022年的35.1%，主要是由於鑒於為應對2022年COVID-19疫情而採取的限制性措施，報讀我們化妝藝術培訓課程的參與者人數減少，而機構的運營成本保持相對穩定。機構的運營成本主要包括租金、水電費及培訓人員薪金，均為固定性質成本。之後我們的化妝藝術培訓及相關銷售的毛利率由2022年的35.1%提升至2023年的64.0%，主要是由於自2023年疫情消退後，報讀我們化妝藝術培訓課程的參與者人數有所回升。我們的化妝藝術培訓及相關銷售的毛利率亦由截至2023年6月30日止六個月的58.2%增加至截至2024年6月30日止六個月的72.4%，主要是由於報讀我們化妝藝術培訓課程的參與者人數增加，而機構的運營成本保持相對穩定。

財務資料

按品牌劃分的產品銷售毛利及毛利率

下表載列我們於所示期間按品牌劃分的產品毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
產品銷售										
– MAOGEPING.....	1,243,921	86.1	1,494,642	85.6	2,364,377	85.8	1,150,934	85.5	1,613,675	85.5
– 至愛終生.....	34,016	67.4	19,570	67.5	17,229	64.0	8,411	64.5	8,121	61.0
總計.....	1,277,937	85.5	1,514,212	85.3	2,381,606	85.6	1,159,345	85.3	1,621,796	85.4

銷售產品產生的毛利受於整個往績記錄期間MAOGEPING品牌產品的毛利率所帶動。於整個往績記錄期間，我們產品的毛利率保持相對穩定，於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月分別為85.5%、85.3%、85.6%、85.3%及85.4%。

按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率

下表載列於所示期間我們按銷售渠道劃分的產品銷售毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)	毛利	毛利率(%)
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線下渠道										
線下直銷 ⁽¹⁾	756,646	88.1	857,501	87.6	1,268,840	88.2	622,568	88.1	769,786	87.9
向線下經銷商										
銷售.....	55,269	72.7	42,677	74.7	52,453	75.1	24,013	74.8	30,296	74.9
向一家高端跨國										
美妝零售商										
銷售.....	20,199	65.9	29,548	66.3	65,726	69.9	33,222	67.5	34,266	67.1
小計.....	832,114	86.1	929,726	86.0	1,387,019	86.6	679,803	86.2	834,348	86.3

財務資料

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率(%)								
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
線上渠道										
線上直銷.....	321,043	84.6	436,385	84.6	787,275	84.5	380,716	84.2	622,406	84.5
向線上經銷商										
銷售.....	124,780	83.5	148,101	83.0	207,312	83.4	98,826	83.2	165,042	83.9
小計.....	<u>445,823</u>	<u>84.3</u>	<u>584,486</u>	<u>84.2</u>	<u>994,587</u>	<u>84.3</u>	<u>479,542</u>	<u>84.0</u>	<u>787,448</u>	<u>84.4</u>
總計.....	<u>1,277,937</u>	<u>85.5</u>	<u>1,514,212</u>	<u>85.3</u>	<u>2,381,606</u>	<u>85.6</u>	<u>1,159,345</u>	<u>85.3</u>	<u>1,621,796</u>	<u>85.4</u>

附註：

- (1) 線下直銷主要與百貨商店內的自營專櫃有關。

於整個往績記錄期間，我們的線下及線上渠道的產品銷售毛利均有所增加。尤其是，我們線上渠道產品銷售產生的毛利增加，主要是由於我們加強線上營銷力度所致。線下渠道產品銷售產生的毛利增加主要由於(i)我們加強線下銷售及營銷力度；及(ii)於2023年取消限制措施令該等專櫃所在百貨商店的客流量增加。

於往績記錄期間，線下及線上渠道的產品銷售毛利率保持相對穩定。尤其是我們的線上銷售渠道於整個往績記錄期間大幅擴展令銷售渠道組合發生變動。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益主要包括政府補助及銀行利息收入。於往績記錄期間，政府補助主要包括與我們對當地經濟的貢獻有關的補貼及財政援助。我們預計將繼續收到有關補貼及財政援助，其中若干補貼及財政援助是以政府主管部門的批准或與政府主管部門續簽相關協議為條件。

財務資料

下表載列於所示期間我們的其他收入及收益明細（以絕對金額及其佔我們其他收入及收益總額的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%								
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
其他收入										
政府補助	12,776	59.2	16,277	48.8	25,103	53.8	24,526	70.4	47,972	85.4
銀行利息收入	6,809	31.5	13,678	41.0	19,779	42.4	9,430	27.0	6,223	11.1
貸款予關聯方的										
利息收入	-	-	-	-	-	-	-	-	193	0.3
投資物業經營租賃										
租金收入總額 ..	-	-	89	0.3	328	0.7	107	0.3	107	0.2
其他	1,009	4.7	1,354	4.0	928	2.0	714	2.0	1,043	1.9
小計	20,594	95.4	31,398	94.1	46,138	98.9	34,777	99.7	55,538	98.9
收益										
出售物業、廠房及										
設備項目收益 ..	130	0.6	9	0.0	23	0.1	-	-	242	0.5
終止租賃收益										
淨額	-	-	1,621	4.9	472	1.0	115	0.3	362	0.6
按公允價值計量且										
其變動計入										
當期損益的										
金融資產投資										
收入	864	4.0	351	1.0	-	-	-	-	-	-
小計	994	4.6	1,981	5.9	495	1.1	115	0.3	604	1.1
總計	21,588	100.0	33,379	100.0	46,633	100.0	34,892	100.0	56,142	100.0

財務資料

銷售及經銷開支

我們的銷售及經銷開支主要包括與我們的銷售及經銷員工有關的僱員福利開支、營銷及推廣開支、百貨商店及其他租賃物業費以及折舊及攤銷。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的銷售及經銷開支分別佔我們收入的48.4%、52.6%、48.9%、47.0%及47.5%。

下表載列於所示期間我們的銷售及經銷開支明細（以絕對金額及其佔我們銷售及經銷開支總額的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
僱員福利開支...	289,573	37.9	353,527	36.7	471,568	33.4	231,000	35.1	279,973	29.9
營銷及推廣 開支	223,015	29.2	320,471	33.3	556,696	39.4	247,756	37.7	435,566	46.5
百貨商店及其他 租賃物業費 ⁽¹⁾ ..	177,210	23.2	191,936	19.9	268,227	19.0	130,255	19.8	153,972	16.4
折舊及攤銷.....	32,717	4.3	38,888	4.0	45,164	3.2	22,126	3.4	23,804	2.5
專櫃裝修開支...	15,628	2.0	25,863	2.7	23,658	1.7	9,988	1.5	15,757	1.7
其他 ⁽²⁾	25,285	3.4	31,758	3.4	47,048	3.3	16,669	2.5	28,138	3.0
總計	763,428	100.0	962,443	100.0	1,412,361	100.0	657,794	100.0	937,210	100.0

附註：

- (1) 百貨商店及其他租賃物業費主要包括向我們專櫃所在百貨商店支付的租金及聯營費。
- (2) 其他主要包括倉儲物流服務費、招待費和差旅費、產品檢測費及系統維護費。

由於我們動態地適應中國銷售渠道的快速發展，我們的營銷及推廣開支受我們進行廣告或開展線上及線下營銷活動的渠道及平台所影響。我們採用內容式營銷及品牌化戰略，以建立我們的品牌聲譽。例如，我們於2022年宋韻文化節期間，在德壽宮博物館組織了一場藝術展。我們亦與我們的銷售渠道合作，與天貓組織「光影20週年」活

財務資料

動、與抖音組織「東方甄選」主題活動及在我們的專櫃組織品牌日和會員日活動。請參閱「業務－品牌建設及市場營銷」。我們的營銷及推廣開支由2021年的人民幣223.0百萬元增至2022年的人民幣320.5百萬元，及進一步增至2023年的人民幣556.7百萬元。我們的營銷及推廣開支亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣247.8百萬元增至截至2024年6月30日止六個月的人民幣435.6百萬元。於整個往績記錄期間營銷及推廣開支增加主要是由於我們加強線上及線下營銷活動。

此外，百貨商店及其他租賃物業費由2021年的人民幣177.2百萬元增至2022年的人民幣191.9百萬元，及進一步增至2023年的人民幣268.2百萬元。百貨商店及其他租賃物業費亦由截至2023年6月30日止六個月的人民幣130.3百萬元增至截至2024年6月30日止六個月的人民幣154.0百萬元。於整個往績記錄期間該費用增加與專櫃數目及每個專櫃的平均銷售額的增加大致相符。

行政開支

我們的行政開支主要包括與行政員工有關的僱員福利開支、銷售稅及附加費、產品開發費用、折舊及攤銷、辦公、水電及業務開支以及專業及諮詢費。於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的行政開支分別佔我們收入的7.9%、7.3%、6.7%、6.6%及6.8%。

下表載列於所示期間我們行政開支明細（以絕對金額及其佔我們行政開支總額的百分比列示）：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)									
	(未經審核)									
僱員福利開支....	59,254	47.7	68,014	51.1	83,303	43.4	39,803	43.2	53,634	40.2
銷售稅及附加費..	14,746	11.9	17,855	13.4	31,652	16.5	16,339	17.7	21,957	16.5
產品開發費用....	13,703	11.0	14,548	10.9	23,975	12.5	12,195	13.2	15,267	11.4
折舊及攤銷.....	15,776	12.7	17,524	13.2	13,051	6.8	6,089	6.6	7,430	5.6

財務資料

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)						(未經審核)			
辦公、水電及										
物業管理費...	6,198	5.0	5,258	4.0	5,720	3.0	2,870	3.1	4,116	3.1
專業及諮詢費 ⁽¹⁾ ..	5,660	4.6	4,713	3.5	19,917	10.4	9,660	10.5	7,201	5.4
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
業務招待費及										
差旅費.....	5,573	4.5	4,373	3.3	5,355	2.8	2,183	2.4	3,603	2.7
其他 ⁽²⁾	3,433	2.6	756	0.6	8,170	4.1	3,092	3.3	4,542	3.4
總計	<u>124,343</u>	<u>100.0</u>	<u>133,041</u>	<u>100.0</u>	<u>192,093</u>	<u>100.0</u>	<u>92,231</u>	<u>100.0</u>	<u>133,309</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 專業及諮詢費主要與委聘專業服務公司有關，主要包括審計費、法律服務費、招聘費及諮詢費。
- (2) 其他主要與銀行手續費、會議相關開支及培訓費有關。

金融資產(減值虧損)／減值虧損撥回淨額

我們的金融資產減值虧損淨額主要與我們的貿易應收款項及應收票據有關。於2021年及2022年，我們的金融資產減值虧損淨額分別為人民幣3.1百萬元及人民幣0.9百萬元，而於2023年我們錄得金融資產減值虧損撥回，為人民幣1.0百萬元。我們的金融資產減值虧損撥回淨額於截至2023年及2024年6月30日止六個月分別為人民幣0.4百萬元及人民幣0.8百萬元。

其他開支

我們的其他開支主要包括捐贈及投資物業折舊。我們的其他開支於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月分別為人民幣63,000元、人民幣0.2百萬元、人民幣0.8百萬元、人民幣0.1百萬元及人民幣0.3百萬元。

財務資料

財務成本

我們的財務成本主要指租賃負債的利息。我們的財務成本於2021年、2022年、2023年以及截至2023年及2024年6月30日止六個月分別為人民幣2.8百萬元、人民幣3.1百萬元、人民幣2.0百萬元、人民幣1.1百萬元及人民幣2.6百萬元。

所得稅開支

我們須按實體基準就本集團成員公司註冊及營運所在的稅務司法權區中產生或取得的利潤繳納所得稅。請參閱本文件附錄一會計師報告附註10。

中國

我們須按實體基準就本集團成員公司註冊及營運所在的司法權區中產生或取得的利潤繳納所得稅。

中國企業所得稅（「企業所得稅」）撥備乃根據本集團若干中國子公司應課稅利潤的法定稅率25%計算，該稅率根據於2008年1月1日批准並生效的《企業所得稅法》釐定。

於2021年，杭州迪悅及毛戈平形象設計的六家子公司均符合小微企業的資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣1.0百萬元按2.5%稅率納稅，應課稅利潤在人民幣1.0百萬元至人民幣3.0百萬元按10%稅率納稅。

於2022年，杭州迪悅、毛戈平形象設計的七家子公司及杭州至愛終生均符合小微企業資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣1.0百萬元按2.5%稅率納稅，應課稅利潤在人民幣1.0百萬元至人民幣3.0百萬元按5%稅率納稅。

於2023年及截至2024年6月30日止六個月，上海迪悅、重慶迪悅及毛戈平形象設計的七家子公司均符合小微企業資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣3.0百萬元按5%稅率納稅。

截至最後實際可行日期，我們並無與任何稅務機關存在任何爭議。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何稅務調查、查詢、處罰或被徵收附加費。

財務資料

各期間經營業績比較

截至2024年6月30日止六個月與截至2023年6月30日止六個月比較

收入

我們的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,398.5百萬元增加41.0%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,971.5百萬元，主要由於產品銷售增加。

- 我們通過我們的線下渠道銷售產品的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣788.3百萬元增加22.6%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣966.8百萬元，主要由於線下直銷由截至2023年6月30日止六個月的人民幣707.0百萬元增加至截至2024年6月30日止六個月的人民幣875.3百萬元。這主要是由於截至2024年6月30日止六個月每個專櫃的平均銷售額增加，原因是我們加大了銷售及營銷力度。
- 我們通過我們的線上渠道銷售產品的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣571.0百萬元增加63.4%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣933.2百萬元，主要由於(i)線上直銷由截至2023年6月30日止六個月的人民幣452.1百萬元增加至截至2024年6月30日止六個月的人民幣736.6百萬元，及(ii)向線上經銷商的銷售由截至2023年6月30日止六個月的人民幣118.8百萬元增加至截至2024年6月30日止六個月的人民幣196.6百萬元，主要由於我們加強了在電商平台的銷售及營銷活動。
- 我們的化妝藝術培訓及相關銷售的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣39.3百萬元增加82.1%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣71.5百萬元，主要由於報讀我們化妝藝術培訓課程的參與者人數增加。

銷售成本

隨著銷量增加，我們的銷售成本由截至2023年6月30日止六個月的人民幣216.3百萬元增加37.7%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣298.0百萬元。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1,182.2百萬元增加41.6%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,673.6百萬元。我們的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的84.5%增加至截至2024年6月30日止六個月的84.9%，主要由於兩條業務線的毛利率提高。

財務資料

具體而言，化妝藝術培訓及相關銷售的毛利率大幅提高，原因是於2024年前六個月，報讀的參與者人數增加，而機構的運營成本保持相對穩定。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由截至2023年6月30日止六個月的人民幣34.9百萬元增至截至2024年6月30日止六個月的人民幣56.1百萬元，主要由於我們於2024年前六個月收到的政府補助增加。

銷售及經銷開支

我們的銷售及經銷開支由截至2023年6月30日止六個月的人民幣657.8百萬元增加42.5%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣937.2百萬元，主要是由於(i)營銷活動增加令營銷及推廣開支增加；及(ii)為支持我們的業務擴張，於截至2024年6月30日止六個月增加銷售員工數量導致僱員福利開支增加。

行政開支

我們的行政開支由截至2023年6月30日止六個月的人民幣92.2百萬元增加44.5%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣133.3百萬元，主要由於(i)與[編纂]有關的[編纂]增加；(ii)僱員福利開支增加；及(iii)銷售稅及附加費隨我們的收入增長而增加。

金融資產(減值虧損)/減值虧損撥回淨額

我們於截至2023年6月30日止六個月產生減值虧損撥回淨額人民幣0.4百萬元，於截至2024年6月30日止六個月產生金融資產減值虧損撥回人民幣0.8百萬元，主要由於其後收回貿易應收款項及應收票據。

其他開支

我們的其他開支於截至2023年及2024年6月30日止六個月保持相對穩定，分別為人民幣0.1百萬元及人民幣0.3百萬元。

財務成本

我們的財務成本由截至2023年6月30日止六個月的人民幣1.1百萬元增加126.2%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣2.6百萬元。

所得稅開支

隨著除稅前利潤增加，我們的所得稅開支於截至2023年6月30日止六個月及截至2024年6月30日止六個月分別為人民幣116.9百萬元及人民幣165.1百萬元。

財務資料

期內利潤

鑒於上述原因，我們於截至2023年及2024年6月30日止六個月的期內利潤分別為人民幣349.3百萬元及人民幣492.5百萬元。

截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度比較

收入

我們的收入由2022年的人民幣1,829.1百萬元增加57.8%至2023年的人民幣2,886.0百萬元，主要由於產品銷售增加。

- 我們通過我們的線下渠道銷售產品的收入由2022年的人民幣1,080.5百萬元增長48.3%至2023年的人民幣1,602.1百萬元，主要由於線下直銷由2022年的人民幣978.8百萬元增加至2023年的人民幣1,438.2百萬元。這主要是由於2023年每個專櫃的平均銷售額增加，原因是(i)我們加大了銷售及營銷力度，及(ii) 2023年限制性措施的解除促進了此類專櫃所在百貨商店客流量。
- 我們通過我們的線上渠道銷售產品的收入由2022年的人民幣694.3百萬元增加69.9%至2023年的人民幣1,179.8百萬元，主要由於(i)線上直銷由2022年的人民幣515.9百萬元增加至2023年的人民幣931.2百萬元，及(ii)向線上經銷商的銷售由2022年的人民幣178.4百萬元增加至2023年的人民幣248.7百萬元，主要由於我們加強了在電商平台的銷售及營銷活動。
- 我們的化妝藝術培訓及相關銷售的收入由2022年的人民幣54.4百萬元增長91.4%至2023年的人民幣104.1百萬元，主要由於自疫情消退後，報讀化妝藝術培訓課程的參與者人數增多。

銷售成本

隨著銷量增加，我們的銷售成本由2022年的人民幣295.8百萬元增長48.0%至2023年的人民幣437.7百萬元，得益於規模經濟效應。

毛利及毛利率

我們的毛利由2022年的人民幣1,533.3百萬元增加59.7%至2023年的人民幣2,448.2百萬元。我們的毛利率由2022年的83.8%略增至2023年的84.8%，主要是由於兩條業務線的毛利率提高。具體而言，化妝藝術培訓及相關銷售的毛利率大幅增長，原因是報讀的參與者人數於2023年增長，而機構的經營成本保持相對穩定。

財務資料

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2022年的人民幣33.4百萬元增至2023年的人民幣46.6百萬元，主要由於(i) 2023年的政府補助增加；及(ii)銀行利息收入增加。

銷售及經銷開支

我們的銷售及經銷開支由2022年的人民幣962.4百萬元增長46.8%至2023年的人民幣1,412.4百萬元，主要是由於(i)營銷活動增加令營銷及推廣開支增加；及(ii)為支持我們的業務擴張，於2023年增加銷售員工數量導致僱員福利開支增加。

行政開支

我們的行政開支由2022年的人民幣133.0百萬元增加44.4%至2023年的人民幣192.1百萬元，主要由於(i)與我們的融資活動有關的專業及諮詢費增加；及(ii)僱員福利開支增加。專業及諮詢費由2022年的人民幣4.7百萬元增加至2023年的人民幣19.9百萬元，主要由於我們的過往上市申請產生的應計費用。請參閱「歷史、發展及公司架構－過往A股上市申請」。

金融資產(減值虧損)/減值虧損撥回淨額

我們於2022年產生減值虧損淨額人民幣0.9百萬元，於2023年產生金融資產減值虧損撥回人民幣1.0百萬元，主要由於其後收回貿易應收款項及應收票據。

其他開支

我們的其他開支由2022年的人民幣0.2百萬元增至2023年的人民幣0.8百萬元，主要由於捐贈及若干滯納金支出增加。有關滯納金與高端化妝品的若干一次性消費稅滯納金有關。

財務成本

我們的財務成本由2022年的人民幣3.1百萬元減少35.5%至2023年的人民幣2.0百萬元，主要由於2023年的自營專櫃、辦公物業及機構場所租金令租賃負債利息減少。由於北京及上海的若干與我們化妝藝術培訓機構相關的物業已終止租賃，租賃負債利息相應減少。

財務資料

所得稅開支

隨著除稅前利潤增加，我們的所得稅開支於2022年為人民幣114.9百萬元，於2023年為人民幣224.4百萬元。

年內利潤

鑒於上述原因，我們於2022年及2023年的年內利潤分別為人民幣352.1百萬元及人民幣663.5百萬元。

截至2022年12月31日止年度與截至2021年12月31日止年度比較

收入

我們的收入由2021年的人民幣1,577.3百萬元增加16.0%至2022年的人民幣1,829.1百萬元，主要由於產品銷售增長。

- 我們通過我們的線下渠道銷售產品的收入由2021年的人民幣966.0百萬元增加11.9%至2022年的人民幣1,080.5百萬元，主要由於銷量增長，該增長主要由於線下直銷由2021年的人民幣859.3百萬元增加至2022年的人民幣978.8百萬元。這主要由於儘管受到2022年實施的限制措施影響，但我們加大營銷力度令2022年專櫃數目增長及每個專櫃的平均銷售額實現增長。然而，向線下經銷商銷售由2021年的人民幣76.0百萬元減少24.8%至2022年的人民幣57.1百萬元，主要由於(i)線下經銷商由截至2021年12月31日的30家減少至截至2022年12月31日的17家，及(ii)線下經銷商的表現受到COVID-19疫情的不利影響。於2022年，作為我們對至愛終生線下經銷網絡的整合及優化戰略舉措的一部分，我們終止了與23家線下經銷商的合作。請參閱「業務－我們的銷售網絡－線下渠道－向線下經銷商銷售」。
- 我們通過我們的線上渠道銷售產品的收入由2021年的人民幣529.1百萬元增加31.2%至2022年的人民幣694.3百萬元，主要由於(i)線上直銷由2021年的人民幣379.7百萬元增加至2022年的人民幣515.9百萬元，及(ii)向線上經銷商的銷售由2021年的人民幣149.4百萬元增加至2022年的人民幣178.4百萬元。該增加乃主要由於我們加強了在電商平台上的銷售及營銷活動。
- 我們的化妝藝術培訓及相關銷售的收入由2021年的人民幣82.3百萬元減少33.9%至2022年的人民幣54.4百萬元，主要由於2022年實施的限制性措施，報讀我們化妝藝術培訓課程的參與者人數減少。

財務資料

銷售成本

隨著銷量增加，我們的銷售成本由2021年的人民幣261.3百萬元增加13.2%至2022年的人民幣295.8百萬元，得益於規模經濟效應。

毛利及毛利率

我們的毛利由2021年的人民幣1,316.0百萬元增加16.5%至2022年的人民幣1,533.3百萬元。我們的毛利率由2021年的83.4%增至2022年的83.8%，主要是由於2022年產品銷售增加，其利潤率高於化妝藝術培訓及相關銷售。

具體而言，我們的化妝藝術培訓及相關銷售的毛利率由2021年的46.3%下降至2022年的35.1%，主要是由於為應對2022年COVID-19疫情而實施的限制性措施，令報讀我們的化妝藝術培訓課程的人數減少。儘管報讀人數較少，但機構的運營成本在此期間保持相對穩定。

其他收入及收益

我們的其他收入及收益由2021年的人民幣21.6百萬元增至2022年的人民幣33.4百萬元，主要由於(i)銀行利息收入增加；及(ii) 2022年政府補助增加。

銷售及經銷開支

我們的銷售及經銷開支由2021年的人民幣763.4百萬元增加26.1%至2022年的人民幣962.4百萬元，主要是由於(i)營銷活動增加令營銷及推廣開支增加；及(ii)為支持我們的業務擴張，於2022年增加銷售員工數量導致僱員福利開支增加。

行政開支

我們的行政開支於2021年及2022年保持相對穩定，分別為人民幣124.3百萬元及人民幣133.0百萬元。

金融資產減值虧損淨額

我們的金融資產減值虧損淨額於2021年及2022年分別為人民幣3.1百萬元及人民幣0.9百萬元，主要由於貿易應收款項及應收票據的預期信貸虧損。

財務資料

其他開支

我們的其他開支由2021年的人民幣63,000元增至2022年的人民幣0.2百萬元，主要由於捐贈開支增加及投資物業折舊。

財務成本

我們的財務成本由2021年的人民幣2.8百萬元增加10.7%至2022年的人民幣3.1百萬元，主要由於2022年自營專櫃、辦公物業及機構場所租金令租賃負債利息增加。

所得稅開支

我們的所得稅開支於2021年及2022年分別為人民幣112.9百萬元及人民幣114.9百萬元，與除稅前利潤增長一致。

年內利潤

鑒於上述原因，我們於2021年及2022年的年內利潤分別為人民幣330.9百萬元及人民幣352.1百萬元。

綜合財務狀況表的主要項目討論

下表載列截至所示日期我們的綜合財務狀況表中的節選資料：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
		(人民幣千元)		
流動資產總值	896,053	1,334,413	1,698,017	1,177,173
非流動資產總值	234,891	221,497	396,551	659,128
資產總值	1,130,944	1,555,910	2,094,568	1,836,301
流動負債總額	289,806	390,063	529,305	762,753
非流動負債總額	58,717	31,331	17,277	28,708
負債總額	348,523	421,394	546,582	791,461
流動資產淨值	606,247	944,350	1,168,712	414,420
資產淨值	782,421	1,134,516	1,547,986	1,044,840

財務資料

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
權益				
母公司擁有人應佔權益				
股本.....	60,000	60,000	60,000	200,000
儲備.....	721,660	1,073,742	1,485,670	842,852
非控股權益.....	761	774	2,316	1,988
權益總額.....	782,421	1,134,516	1,547,986	1,044,840

非流動資產及負債

下表載列我們截至所示日期的非流動資產及負債明細：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
非流動資產				
物業、廠房及設備.....	125,424	117,383	167,971	218,273
租賃土地預付款項.....	-	-	-	296,345
投資物業.....	-	3,286	3,164	3,104
使用權資產.....	80,265	54,116	52,054	69,092
其他無形資產.....	513	1,006	2,555	2,531
於聯營公司的投資.....	-	-	9,297	32,069
預付款項、其他應收款項及 其他資產.....	490	954	118,540	-
遞延稅項資產.....	28,199	44,752	42,970	37,714
非流動資產總值.....	234,891	221,497	396,551	659,128
非流動負債				
租賃負債.....	58,717	31,331	17,277	28,708
非流動負債總額.....	58,717	31,331	17,277	28,708

財務資料

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括樓宇、辦公設備、汽車及租賃物業裝修。我們的物業、廠房及設備由截至2021年12月31日的人民幣125.4百萬元減少6.4%至截至2022年12月31日的人民幣117.4百萬元，主要由於租賃若干樓宇作投資物業。我們的物業、廠房及設備由截至2022年12月31日的人民幣117.4百萬元增加43.1%至截至2023年12月31日的人民幣168.0百萬元，主要由於我們的杭州生產設施持續建設中。我們的物業、廠房及設備由截至2023年12月31日的人民幣168.0百萬元增加29.9%至截至2024年6月30日的人民幣218.3百萬元，主要是由於我們的杭州研發中心正在建設。

投資物業

我們的投資物業主要包括位於青島的一項辦公物業。我們於2022年開始將青島的這項物業出租予獨立第三方。因此，該物業獲重新分類為投資物業，截至2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，分別為人民幣3.3百萬元、人民幣3.2百萬元及人民幣3.1百萬元。我們認為，向租戶出租該物業可使我們利用物業的閒置空間。由於我們的業務運營不斷擴大，我們可能終止該等租賃並將該等空間用於自有業務。

使用權資產

我們的使用權資產主要包括租賃土地、辦公物業及自營專櫃。使用權資產於租賃開始日期(即相關資產可供使用之日)確認。使用權資產按成本減去累計折舊和任何減值虧損計量，並根據租賃負債的任何重新計量進行調整。我們的使用權資產由截至2021年12月31日的人民幣80.3百萬元減少32.6%至截至2022年12月31日的人民幣54.1百萬元，主要由於(i)與該等資產有關的累計折舊；及(ii)我們化妝藝術培訓機構的租約終止及修改。我們的使用權資產於截至2022年及2023年12月31日保持相對穩定，分別為人民幣54.1百萬元及人民幣52.1百萬元。我們的使用權資產由截至2023年12月31日的人民幣52.1百萬元增至截至2024年6月30日的人民幣69.1百萬元，主要是由於隨著我們的業務擴張，百貨商店內的專櫃租賃增加。

財務資料

流動資產及負債

下表載列我們截至所示日期的流動資產及負債：

	截至12月31日			截至	截至
	2021年	2022年	2023年	6月30日	10月31日
				2024年	2024年
			(人民幣千元)		(未經審核)
流動資產					
存貨	209,741	299,473	342,206	312,571	337,381
貿易應收款項及應收票據	110,879	113,499	157,677	233,746	258,925
預付款項、其他應收款項及 其他資產	31,492	32,188	56,990	75,769	68,912
按公允價值計量且其變動 計入當期損益的金融資產	51,000	–	–	–	–
限制性現金	1,366	1,354	3,250	2,187	35,167
現金及現金等價物	491,575	887,899	1,137,894	552,900	585,061
流動資產總值	896,053	1,334,413	1,698,017	1,177,173	1,285,446
流動負債					
貿易應付款項	43,138	112,940	103,589	147,644	114,867
其他應付款項及應計費用	156,537	193,982	299,367	375,667	414,778
計息銀行及其他借款	–	1,726	–	100,000	220,000
撥備	–	–	374	98	98
租賃負債	21,511	21,404	21,683	25,797	25,058
應付稅項	68,620	59,980	103,157	113,045	87,582
應付關聯方款項	–	31	1,135	502	97,085
流動負債總額	289,806	390,063	529,305	762,753	959,468
流動資產淨值	606,247	944,350	1,168,712	414,420	325,978

我們的流動資產淨值由截至2024年6月30日的人民幣414.4百萬元減少21.3%至截至2024年10月31日的人民幣326.0百萬元，乃主要由於(i)計息銀行及其他借款增加人民幣120.0百萬元；及(ii)應付關聯方款項增加人民幣96.6百萬元，部分被現金及現金等價物增加人民幣32.2百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣1,168.7百萬元減少64.5%至截至2024年6月30日的人民幣414.4百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物減少人民幣585.0百萬元；(ii)計息銀行及其他借款增加人民幣100.0百萬元；(iii)其他應付款項及應計費用增加人民幣76.3百萬元；及(iv)貿易應付款項增加人民幣44.1百萬元，部分被貿易應收款項及應收票據增加人民幣76.1百萬元所抵銷。具體而言，現金及現金等

財務資料

價物由截至2023年12月31日的人民幣1,137.9百萬元減少至截至2024年6月30日的人民幣552.9百萬元，主要由於派付已宣派股息。截至2023年12月31日，我們錄得應付股息人民幣25.0百萬元，已於2024年1月悉數派付。此外，於2024年2月及2024年4月舉行的股東大會上，我們分別向全體股東宣派股息人民幣500.0百萬元及人民幣500.0百萬元，已分別於2024年3月及2024年5月悉數派付。

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣944.4百萬元增加23.8%至截至2023年12月31日的人民幣1,168.7百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣250.0百萬元；(ii)貿易應收款項及應收票據增加人民幣44.2百萬元；及(iii)存貨增加人民幣42.7百萬元，部分被其他應付款項及應計費用增加人民幣105.4百萬元及應付稅項增加人民幣43.2百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣606.2百萬元增加55.8%至截至2022年12月31日的人民幣944.4百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣396.3百萬元；及(ii)存貨增加人民幣89.7百萬元，部分被貿易應付款項增加人民幣69.8百萬元及按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產減少人民幣51.0百萬元所抵銷。

存貨

我們的存貨包括製成品、原材料及在製品。下表載列我們截至所示日期的存貨賬面值：

	截至12月31日			截至
	2021年	2022年	2023年	6月30日
	(人民幣千元)			
存貨				
製成品	154,281	219,191	290,267	249,462
原材料	27,893	37,908	19,624	15,666
在製品	27,567	42,374	32,315	47,443
總計	209,741	299,473	342,206	312,571

我們的存貨由截至2021年12月31日的人民幣209.7百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣299.5百萬元，並進一步增加至截至2023年12月31日的人民幣342.2百萬元，主要由於製成品數量隨著(i)專櫃數增加及每個專櫃的平均銷量增加；及(ii)我們的線上銷售渠道增長而增加。我們的存貨由截至2023年12月31日的人民幣342.2百萬元減至截至2024年6月30日的人民幣312.6百萬元，主要是由於銷量增長。

財務資料

下表載列截至所示日期經扣除撥備後我們存貨的賬齡分析：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
1年內	195,490	258,996	293,782	269,701
1至2年	9,943	37,047	41,236	37,231
2至3年	4,016	3,095	6,924	4,998
3年以上	292	335	264	641
總計	209,741	299,473	342,206	312,571

截至2024年6月30日，賬齡在三年以上的存貨為人民幣0.6百萬元，佔總存貨的0.2%，其並不重大。

我們的管理團隊定期審查存貨賬齡、產品到期日及存貨周轉情況分析，且我們為滯銷產品組織促銷活動。我們的管理層主要根據最新的發票價格及當前的市場狀況來估計有關存貨的可變現淨值。根據存貨的估計可變現淨值，並考慮到存貨賬齡、產品到期日及周轉情況，將存貨撇減至可變現淨值。對撥備的評估需要管理層作出估計和判斷。倘未來的實際結果或預期與估計不同，則該估計發生變化期間的存貨賬面值變動導致存貨的撇減／撥回。因此，截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，與存貨有關的撥備分別為人民幣4.1百萬元、人民幣6.3百萬元、人民幣7.9百萬元及人民幣7.3百萬元。

下表載列於所示期間我們的存貨周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	止六個月
存貨周轉天數 ⁽¹⁾	232.6	320.6	273.5	202.4

附註：

- (1) 某期間的存貨周轉天數等於期初及期末的平均存貨結餘總值除以有關期間的銷售成本再乘以有關期間的天數（即一個財年365天及截至2024年6月30日止六個月180天）。

財務資料

於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們的存貨周轉天數分別為232.6天、320.6天、273.5天及202.4天。由於我們在整個往績記錄期間委聘ODM/OEM供應商生產我們的產品，生產週期一般為三至四個月，導致存貨周轉天數較長。我們於2022年錄得的存貨周轉天數長於2021年的存貨周轉天數，主要由於因COVID-19的影響導致2022年的銷量少於預期。具體而言，由於線下銷售佔我們總收入的大部分，我們的線下銷售渠道於2022年受到不利影響。我們於2023年的存貨周轉天數短於2022年的存貨周轉天數是由於疫情消退令銷售增長率較高。我們跨線上及線下銷售渠道的銷量於2023年及截至2024年6月30日止六個月有所提高。我們的存貨周轉天數由2023年的273.5天進一步減少至截至2024年6月30日止六個月的202.4天，主要是由於2024年的銷售增長率較高。

我們產品的平均保質期通常為四年。根據弗若斯特沙利文的資料，對於主要聘請OEM/ODM供應商進行生產的美妝公司，行業平均庫存周轉天數一般介乎100天至300天。我們的存貨周轉天數處於行業平均範圍內，主要原因是我們為應對我們不斷增加的銷量，增加了安全庫存水平。

截至2024年10月31日，我們截至2024年6月30日的存貨結餘中的人民幣176.8百萬元或約55.3%已出售或動用。存貨後續使用率相對較低主要是由於(i)我們產品的生產週期相對較長，及(ii)為迎接「雙十一」等購物節而增加存貨。鑒於我們產品的保質期相對較長，我們認為我們的存貨不存在重大可收回性問題。

貿易應收款項及應收票據

貿易應收款項及應收票據為在日常業務過程中就已售貨物應收的款項。例如，於往績記錄期間我們向若干百貨商店及電商平台授出信用期，該等信用期通常介乎30天至60天，並對該等對手方設有最高信用額度。我們力求對未結清的應收款項維持嚴格控制。我們的財務部門負責盡量降低信用風險。逾期結餘由高級管理層定期檢討。鑒於上文所述，故並無重大信用風險集中。

下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項及應收票據：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
貿易應收款項.....	115,554	114,898	159,523	236,166
應收票據.....	-	1,726	-	-
減值.....	(4,675)	(3,125)	(1,846)	(2,420)
總計.....	110,879	113,499	157,677	233,746

財務資料

隨著業務增長，我們的貿易應收款項及應收票據由截至2021年12月31日的人民幣110.9百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣113.5百萬元，並進一步增加至截至2023年12月31日的人民幣157.7百萬元。隨著我們的業務增長，我們的貿易應收款項及應收票據由截至2023年12月31日的人民幣157.7百萬元進一步增至截至2024年6月30日的人民幣233.7百萬元。我們向百貨商店授出的信用期（30天至60天之間）通常長於向其他銷售渠道授出的信用期。

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，中國內地銀行承兌的若干應收票據（「貼現票據」）已貼現予中國內地銀行，賬面總值分別為零、人民幣1,726,000元、零及零。根據《中華人民共和國票據法》，倘該銀行違約，貼現票據持有人有權向本集團追索（「持續參與」）。本集團並無轉讓與貼現票據有關的絕大部分風險及回報。本集團持續參與貼現票據及購回該等貼現票據的未貼現現金流量的最大虧損風險等於其賬面值。我們持續參與貼現票據的公允價值並不重大。

鑒於貿易應收款項及應收票據的回款記錄良好，管理層認為我們的未結算貿易應收款項及應收票據結餘的內在信用風險並不重大，且撥備計提整體上充足。

下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項賬齡分析：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
3個月內	112,251	112,142	157,778	234,306
3至6個月	398	790	585	767
6至12個月	–	337	246	1
1至2年	944	722	7	185
2年以上	1,961	907	907	907
總計	115,554	114,898	159,523	236,166

財務資料

下表載列於所示期間我們的貿易應收款項及應收票據周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
貿易應收款項及應收票據周轉天數 ⁽¹⁾ . . .	23.7	23.2	17.5	18.1

附註：

- (1) 某期間的貿易應收款項及應收票據周轉天數等於期初及期末的平均貿易應收款項及應收票據結餘總額除以有關期間的收入再乘以有關期間的天數（即一個財年365天及截至2024年6月30日止六個月180天）。

於2021年、2022年及2023年，我們的貿易應收款項及應收票據周轉天數分別為23.7天、23.2天及17.5天。貿易應收款項及應收票據周轉天數於整個往績記錄期間有所減少，主要由於我們線上渠道的產品銷售比例增加，線上渠道的貿易應收款項及應收票據周轉天數一般較短。於截至2023年及2024年6月30日止六個月，我們的貿易應收款項及應收票據周轉天數保持相對穩定，分別為17.5天及18.1天。

截至2024年10月31日，我們截至2024年6月30日貿易應收款項中的人民幣233.0百萬元或約98.7%已予結算。

預付款項、其他應收款項及其他資產

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產主要包括(i)預付款項；及(ii)按金及其他應收款項。下表載列截至所示日期我們的預付款項、其他應收款項及其他資產：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
預付款項	17,164	19,926	37,539	39,744
遞延[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按金及其他應收款項	14,246	12,041	137,841	21,864
可抵扣進項增值稅	2,343	3,670	3,127	7,270
可收回稅項	271	293	92	43
減值撥備	(2,042)	(2,788)	(3,069)	(1,743)
總計	31,982	33,142	175,530	75,769

財務資料

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2023年12月31日的人民幣175.5百萬元減至截至2024年6月30日的人民幣75.8百萬元，主要是由於(i)2023年就中國內地一幅租賃土地支付的投標保證金已於2024年1月轉為租賃土地的預付款項，及(ii)我們為開展線下營銷活動而付予第三方營銷代理的預付款項，部分被按金及其他應收款項減少所抵銷。

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產由截至2022年12月31日的人民幣33.1百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣175.5百萬元，主要由於(i)按金及其他應收款項增加；及(ii)支付予第三方平台用於社交媒體營銷活動的預付款項增加。我們於2024年1月就收購杭州一幅地塊的土地使用權簽訂了協議，並於2023年12月支付土地使用權投標保證金人民幣118.5百萬元。總對價協定為人民幣592.7百萬元(預期將通過我們的內部資源提供資金，而不動用[編纂]所得款項淨額)。我們擬於該幅地塊上建造我們的總部。

我們的預付款項、其他應收款項及其他資產於截至2021年及2022年12月31日保持相對穩定，分別為人民幣32.0百萬元及人民幣33.1百萬元。

截至2024年10月31日，我們截至2024年6月30日預付款項、其他應收款項及其他資產中的人民幣46.7百萬元或約61.6%已予結算。

按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

截至往績記錄期間期末我們按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產主要指按公允價值計量的[編纂]投資。請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註21。現有金融產品組合可能會受到宏觀經濟環境狀況的影響，我們密切監察該產品組合。截至2021年12月31日，我們按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產為人民幣51.0百萬元，且自此已出售該等金融資產。此後，我們沒有購買任何此類產品，因此，截至2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們並無錄得任何按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產。

我們已採納一套全面的內部政策及指引，以管理我們的投資。我們的財務部門負責提出、分析及評估相關產品的潛在投資。我們的管理層(包括財務部門)在管理企業運營的財務方面擁有豐富經驗。於[編纂]後，我們擬嚴格按照我們的內部控制政策、公司章程繼續我們的投資，且在該等投資是上市規則第十四章項下須予公佈的交易的情況下，本公司將遵守上市規則第十四章項下的有關規定，包括公告、申報及／或股東批准的規定(如適用)。

財務資料

我們與該等產品相關的投資策略重點為通過合理謹慎將投資組合的到期時間與預期營運資金需求進行匹配，盡量降低金融風險，同時產生理想的投資回報。為控制我們的風險敞口，我們於全面考慮多項因素後作出與結構性存款及低風險理財產品有關的投資決策，包括但不限於宏觀經濟環境、整體市場狀況、風險控制及發行金融機構信用、我們自身的營運資金狀況以及投資的預期利潤或潛在虧損。

貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要指應付供應商的材料成本及我們的ODM/OEM服務費。貿易應付款項為不計息，且通常於60天內結算。下表載列截至所示日期我們的貿易應付款項：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
貿易應付款項.....	43,138	112,940	103,589	147,644

下表載列截至所示日期我們的貿易應付款項賬齡分析：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
3個月內	42,504	112,211	103,193	141,605
4至6個月	71	660	116	4,661
6至12個月	41	5	180	1,175
1年以上	522	64	100	203
	43,138	112,940	103,589	147,644

財務資料

下表載列我們於所示期間的貿易應付款項周轉天數：

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	止六個月
貿易應付款項周轉天數 ⁽¹⁾	61.3	96.3	90.3	75.9

附註：

- (1) 貿易應付款項周轉天數乃按有關年度貿易應付款項的年初及年末結餘平均值除以同期銷售成本再乘以有關期間的天數（即一個財年365天及截至2024年6月30日止六個月180天）計算。

我們的貿易應付款項周轉天數由2021年的61.3天增加至2022年的96.3天，主要是由於2022年貿易應付款項延遲結算。延遲結算乃主要由於疫情期間與我們的供應商對賬過程較長。其後我們的貿易應付款項周轉天數由2022年的96.3天減少至2023年的90.3天，乃主要由於加強結算工作，部分被增加採購量以滿足不斷增長的銷量而抵銷。我們的貿易應付款項周轉天數由2023年的90.3天減少至截至2024年6月30日止六個月的75.9天，主要是由於自疫情消退後與我們的供應商及時對賬並於截至2024年6月30日止六個月內結算。

截至2024年10月31日，我們截至2024年6月30日貿易應付款項中的人民幣144.5百萬元或約97.9%已予結算。

其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用主要包括(i)合約負債；(ii)其他應付款項；(iii)企業所得稅之外的應付稅項；(iv)應計費用；及(v)應付薪資。

財務資料

下表載列截至所示日期我們的其他應付款項及應計費用明細：

	截至12月31日			截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
合約負債 ⁽¹⁾	55,071	62,921	86,100	108,041
其他應付款項	15,583	16,230	40,943	67,100
退款負債 ⁽²⁾	-	-	766	1,276
企業所得稅之外的應付稅項	18,935	21,447	30,491	54,321
應計費用	9,984	34,125	33,334	58,127
應付薪資	56,964	59,241	82,389	86,591
客戶墊款	-	18	344	211
應付股息	-	-	25,000	-
總計	156,537	193,982	299,367	375,667

附註：

- (1) 合約負債主要涉及(i)我們會員計劃中的積分；及(ii)自客戶收到的與化妝培訓課程和向經銷商的产品銷售有關的短期墊款。
- (2) 退款負債指因退還部分或全部已收(或應收)客戶對價的退款權利而產生的義務。本集團於往績記錄期間各年/期末更新其對退款負債(以及交易價格的相應變動)的估計。

我們的其他應付款項及應計費用由截至2021年12月31日的人民幣156.5百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣194.0百萬元，主要由於(i)合約負債隨我們的業務增長而增加；及(ii)應計費用增加。該應計費用主要因於2022年底在購物節期間線上渠道銷售增加，令應付予我們服務供應商的費用增加。

我們的其他應付款項及應計費用由截至2022年12月31日的人民幣194.0百萬元進一步增加至截至2023年12月31日的人民幣299.4百萬元，乃主要由於(i) 2023年5月已宣派的應付股息人民幣25.0百萬元；(ii)應付工資增加；及(iii)其他應付款項增加。其中，應付薪資增加乃主要由於為滿足業務擴張需要，僱員數量增加，包括於2023年新開專櫃增加銷售人員及機構增加培訓人員等。其他應付款項增加主要是與杭州總部建設有關的應付款項及按金。此外，2023年錄得的應計費用主要涉及應向專業服務公司支付的融資活動費用。

財務資料

我們的其他應付款項及應計費用由截至2023年12月31日的人民幣299.4百萬元增至截至2024年6月30日的人民幣375.7百萬元，主要是由於(i)合約負債隨我們的業務增長而增加；(ii)企業所得稅之外的應付稅項增加；及(iii)應計費用增加。該等應計費用主要與就(i) 2023年底購物節期間線上渠道銷售增加及(ii)因我們致力於線上營銷活動而產生的營銷及推廣費用而應付我們的服務供應商的費用增加有關。

截至2024年10月31日，我們截至2024年6月30日合約負債中的人民幣53.9百萬元或約49.9%已確認為收入。

截至2024年10月31日，我們截至2024年6月30日其他應付款項及應計費用中的人民幣250.2百萬元或約66.6%已予結算。

流動資金及資本資源

我們過往主要通過業務營運所得款項及股東出資滿足現金需求。於[編纂]後，我們計劃通過業務營運所得現金及[編纂]所得款項淨額滿足未來資金需求。我們預期，日後在獲取資金支持營運上不會有任何變動。

現金流量

下表載列於所示期間我們的現金流量概要：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
營運所得現金.....	390,870	528,224	878,942	430,413	768,940
已付所得稅.....	(90,939)	(140,107)	(179,234)	(84,322)	(149,870)
經營活動所得現金淨額.....	299,931	388,117	699,708	346,091	619,070
投資活動(所用)／所得現金流量淨額..	(84,495)	30,899	(194,707)	(19,816)	(249,288)
融資活動所用現金流量淨額.....	(65,561)	(22,692)	(255,006)	(240,947)	(954,776)

財務資料

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
現金及現金等價物增加／(減少)淨額..	149,875	396,324	249,995	85,328	(584,994)
年／期初現金及現金等價物	341,700	491,575	887,899	887,899	1,137,894
年／期末現金及現金等價物	<u>491,575</u>	<u>887,899</u>	<u>1,137,894</u>	<u>973,227</u>	<u>552,900</u>

經營活動所得現金流量淨額

我們的經營活動所得現金主要包括產品銷售及提供化妝藝術培訓及相關銷售的除稅前利潤，並就以下項目進行調整：(i)非現金及非經營性項目(如物業、廠房及設備折舊)；及(ii)營運資金變動。

於截至2024年6月30日止六個月，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣619.1百萬元，指我們的除稅前利潤人民幣657.6百萬元，並就以下項目進行調整：(i)非現金及非經營性項目(主要包括物業、廠房及設備折舊人民幣19.0百萬元以及使用權攤銷人民幣17.8百萬元)；及(ii)營運資金變動(主要包括存貨減少人民幣30.3百萬元及貿易應收款項及應收票據增加人民幣76.6百萬元)。

於2023年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣699.7百萬元，即除稅前利潤為人民幣887.9百萬元，並就以下項目進行調整：(i)非現金及非經營性項目(主要包括物業、廠房及設備折舊人民幣40.1百萬元)；及(ii)營運資金變動(主要包括存貨增加人民幣44.3百萬元及貿易應收款項及應收票據增加人民幣44.6百萬元)。

於2022年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣388.1百萬元，即除稅前利潤為人民幣467.0百萬元，並就以下項目進行調整：(i)非現金及非經營性項目(主要包括物業、廠房及設備折舊人民幣39.7百萬元)；及(ii)營運資金變動(主要包括存貨增加人民幣91.9百萬元以及貿易應收款項及應收票據增加人民幣2.9百萬元)。

財務資料

於2021年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣299.9百萬元，即除稅前利潤為人民幣443.9百萬元，並就以下項目進行調整：(i)非現金及非經營性項目，主要包括物業、廠房及設備折舊人民幣37.6百萬元；及(ii)營運資金變動（主要包括存貨增加人民幣94.7百萬元以及貿易應收款項及應收票據增加人民幣26.4百萬元）。

投資活動(所用)／所得現金流量淨額

我們的投資活動所用現金主要包括購買土地使用權項目、購買物業、廠房及設備及購買按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產。我們的投資活動所得現金主要包括出售按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項、償還土地使用權投標保證金以及出售物業、廠房及設備項目所得款項。

於截至2024年6月30日止六個月，我們的投資活動所用現金流量淨額為人民幣249.3百萬元，主要由於(i)租賃土地預付款項人民幣177.8百萬元；(ii)購買聯營公司股權人民幣22.2百萬元；及(iii)購買物業、廠房及設備項目人民幣55.6百萬元。

於2023年，我們的投資活動所用現金流量淨額為人民幣194.7百萬元，主要由於(i)支付土地使用權投標保證金人民幣118.5百萬元；及(ii)購買物業、廠房及設備項目人民幣72.2百萬元。

於2022年，我們的投資活動所得現金流量淨額為人民幣30.9百萬元，主要由於出售按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產所得款項人民幣51.0百萬元，並就購買物業、廠房及設備人民幣33.0百萬元進行調整。

於2021年，我們的投資活動所用現金流量淨額為人民幣84.5百萬元，主要由於(i)購買按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產人民幣51.0百萬元及(ii)購買物業、廠房及設備人民幣41.1百萬元，並就已收利息人民幣6.8百萬元進行調整。

融資活動所得現金流量淨額

我們的融資活動所得現金主要包括銀行借款所得款項及子公司非控股股東注資。我們的融資活動所用現金主要包括已付股息、償還租賃負債的本金部分及已付利息。

於截至2024年6月30日止六個月，我們的融資活動所用現金流量淨額為人民幣954.8百萬元，主要由於(i)派付予子公司當時股東的股息人民幣1,025.0百萬元及(ii)償還租賃負債的本金部分人民幣18.9百萬元。

財務資料

於2023年，我們的融資活動所用現金流量淨額為人民幣255.0百萬元，主要由於(i)已付股息人民幣225.0百萬元；及(ii)償還租賃負債的本金部分人民幣28.0百萬元。

於2022年，我們的融資活動所用現金流量淨額為人民幣22.7百萬元，主要由於(i)償還租賃負債的本金部分人民幣21.3百萬元；及(ii)已付利息人民幣3.1百萬元，並就銀行借款所得款項人民幣1.7百萬元進行調整。

於2021年，我們的融資活動所用現金流量淨額為人民幣65.6百萬元，主要由於(i)已付股息人民幣40.0百萬元；(ii)償還租賃負債的本金部分人民幣23.1百萬元；及(iii)已付利息人民幣2.8百萬元，並就非控股股東注資人民幣0.4百萬元進行調整。

債務

於往績記錄期間，我們的債務包括計息銀行及其他借款及租賃負債。下表載列截至所示日期我們的債務明細：

	截至12月31日			截至6月30日	截至10月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年
			(人民幣千元)		(未經審核)
計息銀行及其他借款	-	1,726	-	100,000	220,000
租賃負債	80,228	52,735	38,960	54,505	46,524
總計	80,228	54,461	38,960	154,505	266,524

於2024年3月，我們從中國一家信譽良好的商業銀行獲得人民幣300.0百萬元的銀行融資，截至最後實際可行日期，其中人民幣28.0百萬元尚未動用且不受限制。我們的銀行融資通常有效期為一年，並將從次年開始可予續期。董事確認，自最後實際可行日期起至本文件日期，我們的債務並無任何重大變動。截至最後實際可行日期，我們的債務中並無可能會大幅限制我們獲得未來融資能力的重大限制性契諾，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期亦無任何重大債務違約或違反契諾。

財務資料

董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團在獲得銀行貸款及其他借款方面未遇到任何困難，未拖欠銀行貸款及其他借款或違反任何契諾。

計息銀行及其他借款

截至2021年、2022年及2023年12月31日、2024年6月30日及2024年10月31日，我們的借款總額分別為零、人民幣1.7百萬元、零、人民幣100.0百萬元及人民幣220.0百萬元。相關借款包括截至2022年12月31日的貼現票據及截至2024年10月31日的計息銀行貸款。貼現票據及銀行貸款的實際年利率分別為2-2.15%及1-1.25%。

租賃負債

我們的租賃負債主要包括辦公物業及自營專櫃的租約。

我們的租賃負債由截至2021年12月31日的人民幣80.2百萬元減少34.3%至截至2022年12月31日的人民幣52.7百萬元，並進一步減少26.1%至截至2023年12月31日的人民幣39.0百萬元，主要由於支付租賃負債。其後，我們的租賃負債由截至2023年12月31日的人民幣39.0百萬元增加39.9%至截至2024年6月30日的人民幣54.5百萬元，主要是由於因我們的業務擴張，租賃物業的數目增加。截至2024年6月30日，我們的流動負債項下的租賃負債為人民幣25.8百萬元。

或然負債

截至2021年、2022年及2023年12月31日、2024年6月30日及2024年10月31日，我們並無任何重大或然負債。

債務聲明

除上文所披露者外，截至2024年10月31日（即釐定我們債務的最後實際可行日期），我們並無任何未償還抵押、押記、債權證、其他已發行債務資本、銀行透支、借款、承兌負債或其他類似債務、租購承擔、擔保或其他重大或然負債。於2024年3月，我們獲得人民幣300.0百萬元的銀行融資，截至最後實際可行日期，其中人民幣28.0百萬元未動用且不受限制。董事確認，自2024年10月31日起及直至本文件日期，我們的債務並無任何其他重大變動。

財務資料

主要財務比率

下表載列於所示期間我們的主要財務比率：

	截至12月31日／截至該日止年度			截至6月30日／截至 該日止六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
毛利率 ⁽¹⁾	83.4%	83.8%	84.8%	84.9%
淨利率 ⁽²⁾	21.0%	19.2%	23.0%	25.0%
股權收益率 ⁽³⁾	52.0%	36.7%	49.5%	76.0%
總資產收益率 ⁽⁴⁾	35.9%	26.2%	36.3%	50.1%
流動比率 ⁽⁵⁾	3.1	3.4	3.2	1.5
速動比率 ⁽⁶⁾	2.4	2.7	2.6	1.1

附註：

- (1) 毛利率等於各年／期毛利除以當年／期收入再乘以100%。
- (2) 淨利率等於各年／期利潤除以當年／期收入再乘以100%。
- (3) 股權收益率等於(年化)淨利潤除以權益總額的年／期初及年／期末結餘的算術平均值再乘以100%。
- (4) 總資產收益率等於(年化)淨利潤除以總資產年／期初及年／期末結餘的平均值再乘以100%。
- (5) 流動比率等於截至有關日期的流動資產總值除以流動負債總額。
- (6) 速動比率等於截至有關日期的流動資產總值減去存貨再除以流動負債總額。

股權收益率

我們的股權收益率由截至2023年12月31日的49.5%增至截至2024年6月30日的76.0%，主要是由於我們於期內的淨利潤增長。

我們的股權收益率由截至2022年12月31日的36.7%增至截至2023年12月31日的49.5%，主要由於我們於年內的淨利潤增長。

我們的股權收益率由截至2021年12月31日的52.0%降至截至2022年12月31日的36.7%，主要由於年內權益總額增長。

財務資料

總資產收益率

我們的總資產收益率由截至2023年12月31日的36.3%增至截至2024年6月30日的50.1%，主要是由於我們期內的淨利潤增長。

我們的總資產收益率由截至2022年12月31日的26.2%增至截至2023年12月31日的36.3%，主要由於我們於年內的淨利潤增長。

我們的總資產收益率由截至2021年12月31日的35.9%降至截至2022年12月31日的26.2%，主要由於因2022年現金及現金等價物增加人民幣396.3百萬元令我們於年內的總資產增加。

流動比率

我們的流動比率由截至2023年12月31日的3.2倍降至截至2024年6月30日的1.5倍，主要由於(i)流動資產總值減少，這主要是由於現金及現金等價物減少人民幣585.0百萬元；及(ii)我們的流動負債總額增加，這主要是由於其他應付款項及應計費用增加人民幣76.3百萬元及應付稅項增加人民幣9.9百萬元，部分被貿易應收款項及應收票據增加人民幣76.1百萬元所抵銷。

我們的流動比率由截至2022年12月31日的3.4倍降至截至2023年12月31日的3.2倍，主要由於我們的流動負債總額增加，這主要是由於(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣105.4百萬元，及(ii)應付稅項增加人民幣43.2百萬元，部分被主要因現金及現金等價物增加人民幣250.0百萬元令流動資產總值增加所抵銷。

我們的流動比率由截至2021年12月31日的3.1倍增至截至2022年12月31日的3.4倍，主要由於我們的流動資產總值增加，這主要是由於(i)現金及現金等價物增加人民幣396.3百萬元，及(ii)存貨增加人民幣89.7百萬元，部分被主要因貿易應付款項增加人民幣69.8百萬元令流動負債增加所抵銷。

速動比率

我們的速動比率由截至2023年12月31日的2.6倍降至截至2024年6月30日的1.1倍，主要由於我們的流動負債總額增加，這主要是由於(i)計息銀行及其他借款增加人民幣100.0百萬元；(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣76.3百萬元；(iii)貿易應付款項增加人民幣44.1百萬元；及(iv)應付稅項增加人民幣9.9百萬元。

財務資料

我們的速動比率由截至2022年12月31日的2.7倍降至截至2023年12月31日的2.6倍，主要由於我們的流動負債總額增加，這主要是由於(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣105.4百萬元；及(ii)應付稅項增加人民幣43.2百萬元。

我們的速動比率由截至2021年12月31日的2.4倍增至截至2022年12月31日的2.7倍，主要由於我們的流動資產總值增加，這主要是由於現金及現金等價物增加人民幣396.3百萬元，部分被(i)存貨增加人民幣89.7百萬元；及(ii)流動負債主要因貿易應付款項增加人民幣69.8百萬元而增加所抵銷。

資本開支

於往績記錄期間，我們的資本開支主要包括租賃土地預付款項及購買租賃土地以及購買物業、廠房及設備的開支。下表載列於所示期間我們的資本開支：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止 六個月
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
租賃土地預付款項.....	-	-	-	177,805
購買租賃土地.....	-	-	12,654	-
購買物業、廠房及設備項目.....	41,057	33,145	72,193	55,590
添置其他無形資產.....	490	1,282	1,312	435
總計	41,547	34,427	86,159	233,830

於2021年、2022年、2023年及截至2024年6月30日止六個月，我們的資本開支主要與租賃土地預付款項及購買租賃土地以及購買物業、廠房及設備有關。我們主要以經營所得現金撥付該等開支。

財務資料

承諾

於往績記錄期間，我們的合約承諾主要與在建工程及租賃土地有關。本集團截至所示日期的合約承諾如下：

	截至12月31日			截至
	2021年	2022年	2023年	6月30日
	(人民幣千元)			
租賃土地.....	-	-	-	296,345
在建工程.....	-	-	137,260	112,647
總計	-	-	137,260	408,992

截至2023年12月31日，合約承諾金額為人民幣137.3百萬元，與我們在杭州的生產設施及杭州研發中心的持續建設有關。截至2024年6月30日，合約承諾金額為人民幣409.0百萬元，其與(i)我們在杭州的生產設施及杭州研發中心的持續建設；及(ii)於2024年1月收購杭州一塊土地的土地使用權有關。截至2024年6月30日，我們已就杭州的生產設施及我們的總部支付預付款項人民幣296,345,000元，剩餘對價將於2025年1月支付。除上述合約承諾外，我們於2024年1月與當地政府部門簽訂了地塊的投資開發協議，據此，我們同意將地塊用於建設其總部，並如期完工，總建安成本不少於人民幣400,000,000元。請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註32。

於[編纂]後，我們將繼續產生資本開支以擴展業務。我們計劃主要以經營所得現金流量、銀行借款及自[編纂]收取的所得款項淨額撥付計劃資本開支。請參閱「未來計劃及所得款項用途」。我們可根據我們的發展計劃或按照市場狀況及我們認為適當的其他因素，調整任何一年的資本開支。

關聯方交易

我們不時與我們的關聯方進行交易。截至2022年12月31日，上海毛戈平形象設計藝術職業培訓學校尚未支付的結餘款項為人民幣31,000元，與我們業務營運開支(貿易性質)有關。應付此關聯方的相關款項為無抵押、免息及須按要求償還。董事認為，

財務資料

本文件附錄一會計師報告附註33所載的各項關聯方交易乃相關訂約方在日常業務過程中經公平磋商按一般商業條款進行。董事亦認為，我們於往績記錄期間的關聯方交易不會令我們的往績記錄業績失實或使我們的過往業績無法反映我們未來的表現。

資產負債表外的承諾及安排

截至最後實際可行日期，我們並無任何未履行的資產負債表外安排。

物業權益及物業估值報告

我們已於2024年10月獲得位於浙江杭州的一幅地盤面積為11,960平方米的地塊的土地使用權證。請參閱「業務－物業－自有物業」。我們的獨立物業估值師仲量聯行企業評估及諮詢有限公司對該物業於2024年10月31日的估值為人民幣623.0百萬元。估值的詳情概述於本文件附錄三。

財務風險披露

本集團的主要金融工具包括現金及現金等價物。該等金融工具的主要目的是為本集團的營運籌措資金。本集團擁有多種其他金融資產及負債，例如其他應收款項及其他資產、其他應付款項及應計費用以及貿易應付款項，該等資產及負債直接產生於本集團的經營活動。

本集團金融工具產生的主要風險為信用風險及流動資金風險。

信用風險

本集團主要與信譽良好的認可第三方進行交易。本集團的政策是所有希望以信用條款進行交易的客戶均須經過信用驗證程序。此外，持續監測應收款項結餘。

流動資金風險

本集團利用經常性流動性規劃工具監控資金短缺風險。該工具計及其金融投資和金融資產（例如貿易應收款項及其他金融資產）的期限以及預測的經營活動現金流量。

本集團的目標是通過使用其他借款，在資金的連續性和靈活性之間保持平衡。

財務資料

資本管理

本集團資本管理的主要目的為確保本集團持續經營能力以及維持穩健的資本比率，以支持其業務及為股東爭取最大價值。

我們考慮經濟狀況變化及相關資產的風險特徵來管理資本架構並作出調整。為維持或調整資本架構，我們或會調整支付予股東的股息、退回股本予股東或發行新股。我們不受任何外部資本限制的約束。於有關期間，我們的資本管理目標、政策或程序未發生變化。

我們採用資產負債率（按債務除以總資產計算）監控資本情況。債務包括租賃負債、貿易應付款項、其他應付款項及應計費用以及計息銀行及其他借款。

股息及股息政策

於2021年3月及2023年5月舉行的股東大會上，我們分別向全體股東宣派股息人民幣40.0百萬元及人民幣250.0百萬元。於2021年3月及2023年5月，我們向全體股東分別派付股息人民幣40.0百萬元及人民幣225.0百萬元。此外，截至2023年12月31日，我們的應付股息為人民幣25.0百萬元，已於2024年1月悉數支付。

於2024年2月舉行的股東大會上，我們向全體股東宣派股息人民幣500.0百萬元。於2024年3月，我們向全體股東派付股息人民幣500.0百萬元。

於2024年4月舉行的股東大會上，我們向全體股東宣派股息人民幣500.0百萬元，於2024年5月相關股息已悉數派付。除上述股息外，我們在[編纂]前的應計綜合保留盈利將由現有股東及新股東分享。

我們派付的任何股息將由董事會全權酌情釐定，考慮因素包括我們的實際及預期經營業績、現金流及財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合同限制，以及董事會認為合適的其他因素。我們目前並無任何固定的派息比率。股東可在股東大會上批准董事會建議的任何股息宣派。

財務資料

可分派儲備

截至2024年6月30日，我們的可分派儲備為人民幣538.8百萬元，可供分派予我們的權益股東。

營運資金確認

董事認為，經計及[編纂]所得款項淨額及我們可獲得的財務資源（包括現金及現金等價物），我們擁有充足營運資金滿足自本文件日期起至少12個月的現時需求。在就我們的營運資金向我們的管理層進行合理詢問後，獨家保薦人並無注意到任何會合理導致其對董事的上述觀點產生疑問的事項。

[編纂]

[編纂]指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。我們估計，我們的[編纂]將約為人民幣[編纂]元（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數）及[編纂]及[編纂]未獲行使），佔[編纂]所得款項總額（按[編纂]指示性[編纂]的中位數計算並假設[編纂]及[編纂]未獲行使）的[編纂]%。於往績記錄期間，我們產生[編纂]人民幣[編纂]元，其中人民幣[編纂]元已作為行政開支在綜合損益及其他全面收益表中扣除及人民幣[編纂]元將自權益扣除。我們預期產生額外[編纂]約人民幣[編纂]元，其中約人民幣[編纂]元預期將在綜合損益及其他全面收益表中確認為行政開支及約人民幣[編纂]元預期將在[編纂]後直接確認為權益扣除。董事預計有關開支不會對我們2024年的經營業績產生重大影響。按性質劃分，我們的[編纂]包括(i)[編纂]佣金約人民幣[編纂]元；及(ii)[編纂]相關開支約人民幣[編纂]元，其中包含法律顧問及申報會計師的費用及開支約人民幣[編纂]元以及其他費用及開支約人民幣[編纂]元。

未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值

請參閱「附錄二－未經審核[編纂]財務資料」。

財務資料

無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，自2024年6月30日（即本文件附錄一所載會計師報告所述期間的結束日期）以來，我們的財務或經營狀況或前景並無發生重大不利變動，且自2024年6月30日以來，並無發生任何事項會對本文件附錄一所載會計師報告所包含的資料產生重大影響。

根據上市規則須作出的披露

董事確認，截至最後實際可行日期，概無任何會導致根據上市規則第13.13至13.19條披露規定須作出披露的情況。

未來計劃及所得款項用途

未來計劃

有關未來計劃的詳述，請參閱「業務－我們的戰略」。

所得款項用途

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的中位數）及[編纂]未獲行使，我們估計，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]佣金及其他估計開支後，我們將收到的[編纂]所得款項淨額約為[編纂]港元。根據我們的戰略，我們擬將[編纂]所得款項按下述金額用於以下用途：

- 所得款項淨額約25.0%或[編纂]港元，預期將用於擴大我們的銷售網絡，包括：
 - (i) 所得款項淨額約10.0%或[編纂]港元，將用於擴大線下銷售渠道，包括：(a)開設新品牌商店及專櫃；及(b)升級現有專櫃，以提高客戶的購物體驗。具體而言，我們計劃在中國每年在百貨商店新開設約30個專櫃，及在海外市場每年開設約兩至四個新專櫃。此外，我們計劃在未來三至五年在中國開設三間旗艦品牌MAOGEPING門店。我們亦計劃每年對約70至100個現有專櫃進行升級及翻新；及
 - (ii) 所得款項淨額約15.0%或[編纂]港元，將用於擴大線上銷售渠道，包括：(a)招募更多電商銷售人員以支持我們不斷擴大的線上業務；(b)增加我們品牌的線上廣告；及(c)從電商和社交媒體平台購買各種服務包。具體而言，電商及社交媒體平台的服務包使我們能夠增加我們產品的觀眾曝光度。我們通常在新產品發佈、品牌推廣活動及購物節時使用相關服務；
- 所得款項淨額約20.0%或[編纂]港元，預期將用於我們的品牌建設活動，包括：
 - (i) 所得款項淨額約10.0%或[編纂]港元，將用於我們的品牌及產品營銷活動，包括：(a)組織化妝秀及產品發佈會等線下活動；及(b)贊助高規格活動；及

未來計劃及所得款項用途

- (ii) 所得款項淨額約10.0%或[編纂]港元，將用於我們基於內容的品牌及產品推廣活動，以提高我們的品牌知名度，包括：(a)與知名KOL合作，製作優質的宣傳內容；及(b)製作宣傳影片及紀錄片；

- 所得款項淨額約15.0%或[編纂]港元，預期將用於海外擴張及收購，包括：
 - (i) 所得款項淨額約7.5%或[編纂]港元用於(a)在海外市場（特別是在歐洲、美國及亞太地區）建立我們品牌的知名度及開店；(b)通過線上線下渠道以及開展新產品發佈會及KOL活動，提高我們在該等市場的品牌認知度；及(c)建立服務海外市場的自營官方網店。具體而言，我們計劃推出融合光影美學和東方美學精髓，有關產品所用成分將為針對當地消費者鮮明特點和需求量身定制的產品；及

 - (ii) 所得款項淨額約7.5%或[編纂]港元用於中國及海外潛在的策略投資及收購機會。我們計劃進行業務收購（包括股權或合夥投資及／或資產收購），這將加強我們對客戶的價值主張。我們的重點將放在與我們的高端市場定位一致的目標上，該目標可為我們現有的產品類別提供互補產品，並在我們的供應鏈上擁有生產能力。例如，我們計劃尋求合適的目標，在海外市場建立我們的研發中心和產品設計團隊。該等目標應滿足以下標準：(i)產品研發能力；(ii)生產能力；及(iii)盈利前景。根據弗若斯特沙利文的資料，在中國和海外的高端美妝行業均有潛在的收購和投資目標，其對我們的增長及擴張具有戰略價值；

- 所得款項淨額約10.0%或[編纂]港元，預期將用於加強我們的生產及供應鏈能力，包括建設及擴建生產設施及供應鏈；

- 所得款項淨額約9.0%或[編纂]港元，預期將用於增強我們的產品設計及開發能力，包括：
 - (i) 所得款項淨額約5.0%或[編纂]港元，將用於建立我們的研發中心，包括招募具有基礎研究經驗的產品開發人員、購買分析與檢測設備及提高生產技術，該等舉措將著重於從加強與ODM供應商在研發流程上

未來計劃及所得款項用途

的合作開始，逐步提升我們的研發能力。我們並未計劃將該等資金用於我們杭州研發中心的建設，該研發中心已在建中並預計將在2026年底之前完工；及

- (ii) 所得款項淨額約4.0%或[編纂]港元，將用於採用先進的產品配方及美學設計開發新產品及產品類別；
- 所得款項淨額約6.0%或[編纂]港元，預期將用於我們的化妝藝術培訓機構，包括：(a)升級及擴大我們機構的設施及基礎設施；(b)開設化妝藝術工作室；(c)招募更多培訓師；(d)制定新的培訓課程；及(e)參加大型行業活動；
- 所得款項淨額約5.0%或[編纂]港元，預期將用於我們的運營及信息基礎設施數字化，包括：(a)購買硬件設備；(b)開發或購買軟件系統，用於企業資源規劃及運營管理，以提高運營效率；(c)專業人才的招聘及培訓；及(d)升級我們的會員體系；及
- 所得款項淨額約10.0%或[編纂]港元，預期將用作營運資金及一般公司用途。

倘[編纂]定為指示性[編纂]的最高[編纂]或最低[編纂]，[編纂]所得款項淨額將分別增加或減少約[編纂]港元。倘[編纂]所得款項淨額（包括行使[編纂]的所得款項淨額）多於或少於預期，我們將按比例調整分配作以上用途的所得款項淨額。

倘出於政府政策變動導致我們任何項目的開發不可行或發生不可抗力事件等原因，我們的發展計劃任何部分未能按計劃進行，我們將審慎評估情況，可能重新分配[編纂]所得款項淨額。

倘[編纂]所得款項淨額不能立即用於上述用途，或倘我們無法按計劃實施我們計劃的任何部分，則在相關法律法規許可的情況下，我們目前計劃將該等所得款項淨額以短期計息賬款存入持牌商業銀行及／或其他認可金融機構（定義見證券及期貨條例或其他司法權區適用的法律法規），只要其被認為符合本公司的最佳利益。在此情況下，我們將遵守上市規則下的適當披露規定。

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

[編纂] 的 架 構

[編 纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

如何申請 [編纂]

[編纂]

以下為本公司申報會計師安永會計師事務所（香港執業會計師）發出的報告全文，以供載入本文件。

[待插入事務所信頭]

致毛戈平化妝品股份有限公司列位董事及中國國際金融香港證券有限公司就歷史財務資料出具的會計師報告

緒言

我們就第[I-4]至[I-87]頁所載毛戈平化妝品股份有限公司（「貴公司」）及其子公司（統稱「貴集團」）的歷史財務資料作出報告，該等歷史財務資料包括 貴集團截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年以及截至2024年6月30日止六個月（「有關期間」）的綜合損益及其他全面收益表、權益變動表及現金流量表、 貴集團於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日的綜合財務狀況表及 貴公司於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日的財務狀況表，以及重要會計政策資料及其他說明資料（合稱「歷史財務資料」）。第[I-4]至[I-87]頁所載的歷史財務資料構成本報告整體的一部分，本報告已編製以納入 貴公司日期為[日期]有關 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板首次[編纂]的文件（「文件」）。

董事對歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事負責根據歷史財務資料附註2.1載列的編製基準編製真實及公允的歷史財務資料，及董事認為必要的內部控制，以使編製的歷史財務資料不存在由於欺詐或錯誤導致的重大錯報。

申報會計師的責任

我們的責任是對歷史財務資料發表意見並向 閣下報告我們的意見。我們根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）發佈的香港投資通函呈報聘用準則第200號投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告進行工作。該標準要求我們遵守道德標準，並計劃和執行我們的工作以獲得關於歷史財務資料是否不存在重大錯報的合理保證。

我們的工作涉及執执行程序以獲取有關歷史財務資料中的金額和披露的證據。選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括對歷史財務資料重大錯報（不論是由於欺詐還是錯誤）風險的評估。在進行這些風險評估時，申報會計師考慮了與實體根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準編製真實及公允的歷史財務資料相關的內部控制，以設計適合具體情況的程序，而非對實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評估所用會計政策的適當性及董事作出會計估計的合理性，以及評估歷史財務資料的整體呈列。

我們相信，我們獲得的證據是充分和適當的，可為我們的意見提供依據。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準，真實及公允地反映了 貴集團及 貴公司於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日的財務狀況以及 貴集團於各有關期間的財務表現及現金流量。

審閱中期比較財務資料

我們已審閱 貴集團的中期比較財務資料，此等財務資料包括截至2023年6月30日止六個月的綜合損益及其他全面收益表、權益變動表及現金流量表以及其他說明資料（「中期比較財務資料」）。 貴公司董事負責根據歷史財務資料附註2.1所載編製基準編製中期比較財務資料。我們的責任是根據吾等的審閱對中期比較財務資料作出結論。我們已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱委聘準則第2410號*由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱*進行審閱工作。審閱工作包括主要向負責財務及會計事務的人員作出查詢，並進行分析及其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據香港審計準則執行審計的範圍為小，故我們無法保證我們能知悉所有在審計工作中可能被發現的重大事項。因此，我們不發表審計意見。根據我們的審閱，就本會計師報告而言，我們並無發現任何事項，令我們相信中期比較財務資料在各重大方面未有根據歷史財務資料附註2.1所載編製基準編製。

有關聯交所證券上市規則及公司（清盤及雜項條文）條例項下事宜的報告

調整

在編製歷史財務資料時，並未對第[I-4]頁所定義的相關財務報表進行任何調整。

股息

茲提述歷史財務資料附註11，其中載有 貴公司就有關期間派付的股息資料。

[●]

執業會計師

香港

[日期]

I 歷史財務資料

編製歷史財務資料

下文所載歷史財務資料構成本會計師報告的一部分。

歷史財務資料所依據的 貴集團於有關期間的財務報表已由安永會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則進行審核（「相關財務報表」）。

歷史財務資料以人民幣（「人民幣」）呈列，除另有指明外，所有數值均約整至最接近的千位數（人民幣千元）。

附錄一

會計師報告

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
		2021年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元
收入	5	1,577,347	1,829,112	2,885,964	1,398,531	1,971,526
銷售成本		(261,341)	(295,834)	(437,719)	(216,325)	(297,973)
毛利		1,316,006	1,533,278	2,448,245	1,182,206	1,673,553
其他收入及收益	5	21,588	33,379	46,633	34,892	56,142
銷售及經銷開支		(763,428)	(962,443)	(1,412,361)	(657,794)	(937,210)
行政開支		(124,343)	(133,041)	(192,093)	(92,231)	(133,309)
金融資產(減值虧損)／ 減值虧損撥回淨額		(3,070)	(873)	998	405	752
其他開支		(63)	(198)	(822)	(109)	(293)
財務成本	7	(2,805)	(3,115)	(2,033)	(1,132)	(2,561)
應佔聯營公司(虧損)／利潤		—	—	(703)	—	535
除稅前利潤	6	443,885	466,987	887,864	466,237	657,609
所得稅開支	10	(112,942)	(114,892)	(224,394)	(116,932)	(165,063)
年／期內利潤及 全面收益總額		<u>330,943</u>	<u>352,095</u>	<u>663,470</u>	<u>349,305</u>	<u>492,546</u>
以下各方應佔：						
母公司擁有人		331,016	352,082	661,928	348,944	492,074
非控股權益		(73)	13	1,542	361	472
		<u>330,943</u>	<u>352,095</u>	<u>663,470</u>	<u>349,305</u>	<u>492,546</u>
母公司普通權益持有人 應佔每股盈利 基本及攤薄(人民幣元)	12	<u>1.66</u>	<u>1.76</u>	<u>3.31</u>	<u>1.74</u>	<u>2.46</u>

附錄一

會計師報告

綜合財務狀況表

	附註	於12月31日			於6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
非流動資產					
物業、廠房及設備.....	13	125,424	117,383	167,971	218,273
租賃土地預付款項.....		–	–	–	296,345
投資物業.....	14	–	3,286	3,164	3,104
使用權資產.....	15(a)	80,265	54,116	52,054	69,092
其他無形資產.....	16	513	1,006	2,555	2,531
於聯營公司的投資.....	17	–	–	9,297	32,069
預付款項、其他應收款項及 其他資產.....	20	490	954	118,540	–
遞延稅項資產.....	27	28,199	44,752	42,970	37,714
非流動資產總值.....		<u>234,891</u>	<u>221,497</u>	<u>396,551</u>	<u>659,128</u>
流動資產					
存貨.....	18	209,741	299,473	342,206	312,571
貿易應收款項及應收票據.....	19	110,879	113,499	157,677	233,746
預付款項、其他應收款項及 其他資產.....	20	31,492	32,188	56,990	75,769
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產.....	21	51,000	–	–	–
限制性現金.....	22	1,366	1,354	3,250	2,187
現金及現金等價物.....	22	491,575	887,899	1,137,894	552,900
流動資產總值.....		<u>896,053</u>	<u>1,334,413</u>	<u>1,698,017</u>	<u>1,177,173</u>
流動負債					
貿易應付款項.....	23	43,138	112,940	103,589	147,644
其他應付款項及應計費用.....	24	156,537	193,982	299,367	375,667
計息銀行及其他借款.....	25	–	1,726	–	100,000
應付關聯方款項.....	33(b)	–	31	1,135	502
撥備.....	26	–	–	374	98
租賃負債.....	15(b)	21,511	21,404	21,683	25,797
應付稅項.....		68,620	59,980	103,157	113,045
流動負債總額.....		<u>289,806</u>	<u>390,063</u>	<u>529,305</u>	<u>762,753</u>
流動資產淨值.....		<u>606,247</u>	<u>944,350</u>	<u>1,168,712</u>	<u>414,420</u>
總資產減流動負債.....		<u>841,138</u>	<u>1,165,847</u>	<u>1,565,263</u>	<u>1,073,548</u>

附錄一

會計師報告

	附註	於12月31日			於6月30日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
總資產減流動負債.....		841,138	1,165,847	1,565,263	1,073,548
非流動負債					
租賃負債.....	15(b)	58,717	31,331	17,277	28,708
非流動負債總額.....		58,717	31,331	17,277	28,708
資產淨值.....		782,421	1,134,516	1,547,986	1,044,840
權益					
母公司擁有人應佔權益					
股本.....	28	60,000	60,000	60,000	200,000
儲備.....	30	721,660	1,073,742	1,485,670	842,852
		781,660	1,133,742	1,545,670	1,042,852
非控股權益.....		761	774	2,316	1,988
權益總額.....		782,421	1,134,516	1,547,986	1,044,840

附錄一

會計師報告

綜合權益變動表

截至2021年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔							權益總額
	股本	股份溢價*	資本儲備*	法定 盈餘儲備*	保留利潤*	合計	非控股權益	
	人民幣千元 (附註28)	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2021年1月1日	60,000	49,550	140	51,198	329,756	490,644	479	491,123
年內利潤及全面收益								
總額	-	-	-	-	331,016	331,016	(73)	330,943
非控股股東注資	-	-	-	-	-	-	355	355
向股東宣派的股息	-	-	-	-	(40,000)	(40,000)	-	(40,000)
轉入法定盈餘儲備	-	-	-	28,793	(28,793)	-	-	-
於2021年12月31日	<u>60,000</u>	<u>49,550</u>	<u>140</u>	<u>79,991</u>	<u>591,979</u>	<u>781,660</u>	<u>761</u>	<u>782,421</u>

截至2022年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔							權益總額
	股本	股份溢價*	資本儲備*	法定 盈餘儲備*	保留利潤*	合計	非控股權益	
	人民幣千元 (附註28)	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2022年1月1日	60,000	49,550	140	79,991	591,979	781,660	761	782,421
年內利潤及全面收益								
總額	-	-	-	-	352,082	352,082	13	352,095
轉入法定盈餘儲備	-	-	-	28,228	(28,228)	-	-	-
於2022年12月31日	<u>60,000</u>	<u>49,550</u>	<u>140</u>	<u>108,219</u>	<u>915,833</u>	<u>1,133,742</u>	<u>774</u>	<u>1,134,516</u>

附錄一

會計師報告

截至2023年12月31日止年度

	母公司擁有人應佔							權益總額
	股本	股份溢價*	資本儲備*	法定		合計	非控股權益	
				盈餘儲備*	保留利潤*			
人民幣千元 (附註28)	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2023年1月1日	60,000	49,550	140	108,219	915,833	1,133,742	774	1,134,516
年內利潤及全面收益								
總額	-	-	-	-	661,928	661,928	1,542	663,470
向股東宣派的股息	-	-	-	-	(250,000)	(250,000)	-	(250,000)
於2023年12月31日	<u>60,000</u>	<u>49,550</u>	<u>140</u>	<u>108,219</u>	<u>1,327,761</u>	<u>1,545,670</u>	<u>2,316</u>	<u>1,547,986</u>

截至2024年6月30日止六個月

	母公司擁有人應佔								
	股本	股份溢價*	股份獎勵	資本儲備*	法定		合計	非控股權益	權益總額
			計劃儲備*		盈餘儲備*	保留利潤*			
人民幣千元 (附註28)	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元 (附註29)	人民幣千元	人民幣千元 (附註30)	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2024年1月1日	60,000	49,550	-	140	108,219	1,327,761	1,545,670	2,316	1,547,986
期內利潤及全面收益總額 ..	-	-	-	-	-	492,074	492,074	472	492,546
股份轉換	140,000	(49,550)	-	-	(90,450)	-	-	-	-
出售子公司部分股權	-	-	-	1	-	-	1	(1)	-
收購非控股權益	-	-	-	99	-	-	99	(799)	(700)
以權益結算的股份									
獎勵開支	-	-	5,008	-	-	-	5,008	-	5,008
轉入法定盈餘儲備	-	-	-	-	81,918	(81,918)	-	-	-
向股東宣派的股息	-	-	-	-	-	(1,000,000)	(1,000,000)	-	(1,000,000)
於2024年6月30日	<u>200,000</u>	<u>-</u>	<u>5,008</u>	<u>240</u>	<u>99,687</u>	<u>737,917</u>	<u>1,042,852</u>	<u>1,988</u>	<u>1,044,840</u>

附錄一

會計師報告

截至2023年6月30日止六個月（未經審核）

	母公司擁有人應佔							權益總額
	股本	股份溢價	資本儲備	法定 盈餘儲備	保留利潤	合計	非控股權益	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
於2023年1月1日	60,000	49,550	140	108,219	915,833	1,133,742	774	1,134,516
期內利潤及全面收益總額								
（未經審核）.....	-	-	-	-	348,944	348,944	361	349,305
向股東宣派的股息								
（未經審核）.....	-	-	-	-	(250,000)	(250,000)	-	(250,000)
於2023年6月30日								
（未經審核）.....	<u>60,000</u>	<u>49,550</u>	<u>140</u>	<u>108,219</u>	<u>1,014,777</u>	<u>1,232,686</u>	<u>1,135</u>	<u>1,233,821</u>

* 該等儲備賬戶包括於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日的綜合財務狀況表中的綜合儲備，分別為人民幣721,660,000元、人民幣1,073,742,000元、人民幣1,485,670,000元及人民幣842,852,000元。

附錄一

會計師報告

綜合現金流量表

	附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
		2021年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元
經營活動所得現金流量						
除稅前利潤.....		443,885	466,987	887,864	466,237	657,609
就以下各項作出調整：						
利息收入.....		(6,809)	(13,678)	(19,779)	(9,430)	(6,416)
財務成本.....	7	2,805	3,115	2,033	1,132	2,561
物業、廠房及設備折舊.....	13	37,607	39,728	40,093	20,280	18,954
投資物業折舊.....	14	–	71	122	60	60
其他無形資產攤銷.....	16	253	325	717	295	459
出售物業、廠房及設備 項目的虧損／(收益).....		(130)	(9)	(23)	10	(242)
使用權資產折舊.....		22,535	26,410	29,229	14,247	17,841
來自出租人之COVID-19 相關租金減免.....	15	–	(4,422)	–	–	–
按公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產投資 收入.....		(864)	(351)	–	–	–
終止租賃收益淨額.....		–	(1,621)	(472)	(115)	(362)
貿易及其他應收款項減值 虧損／(減值虧損撥回) 淨額.....		3,070	873	(998)	(405)	(752)
以權益結算的股份獎勵開支..		–	–	–	–	5,008
存貨撇減／(撇減撥回) 至可變現淨值.....		2,795	2,167	1,597	863	(615)
應佔聯營公司虧損／(利潤)..	17	–	–	703	–	(535)
		505,147	519,595	941,086	493,174	693,570
存貨減少／(增加).....		(94,715)	(91,899)	(44,330)	3,647	30,250
貿易應收款項及應收票據增加..		(26,404)	(2,929)	(44,625)	(88,822)	(76,643)
預付款項、其他應收款項及 其他資產增加.....		(4,934)	(1,828)	(25,360)	(19,514)	(10,202)

附錄一

會計師報告

附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
限制性現金減少／(增加)	(1,263)	12	(1,896)	–	1,063
貿易應付款項增加／(減少) . . .	(1,498)	69,802	(9,351)	(32,597)	44,055
其他應付款項及應計費用					
增加	14,537	35,440	61,940	74,556	87,756
撥備增加／(減少)	–	–	374	–	(276)
應付關聯方款項增加／(減少) . .	–	31	1,104	(31)	(633)
經營所得現金	<u>390,870</u>	<u>528,224</u>	<u>878,942</u>	<u>430,413</u>	<u>768,940</u>
經營所得現金	390,870	528,224	878,942	430,413	768,940
已付所得稅	<u>(90,939)</u>	<u>(140,107)</u>	<u>(179,234)</u>	<u>(84,322)</u>	<u>(149,870)</u>
經營活動所得現金流量淨額 . . .	<u>299,931</u>	<u>388,117</u>	<u>699,708</u>	<u>346,091</u>	<u>619,070</u>
投資活動所得現金流量					
購買物業、廠房及設備項目 . . .	(41,057)	(33,145)	(72,193)	(27,358)	(55,590)
購買其他無形資產	(490)	(1,282)	(1,312)	(1,888)	(435)
購買租賃土地	–	–	(12,654)	–	–
支付土地使用權投標保證金 . . .	–	(12,100)	(118,540)	–	–
租賃土地預付款項	–	–	–	–	(177,805)
退還土地使用權投標保證金 . . .	–	12,100	–	–	–
購買一家聯營公司股權	–	–	(10,000)	–	(22,237)
出售物業、廠房及設備項目					
所得款項	379	115	213	–	363
購買按公允價值計量且其變動					
計入當期損益的金融資產 . . .	(51,000)	–	–	–	–
出售按公允價值計量且其變動					
計入當期損益的金融資產					
所得款項	–	51,000	–	–	–
按公允價值計量且					
其變動計入當期損益的					
金融資產投資收入	864	533	–	–	–
貸款予關聯方	–	–	–	–	(265,000)

附錄一

會計師報告

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	附註 人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
償還貸款予關聯方.....	-	-	-	-	265,000
已收利息.....	6,809	13,678	19,779	9,430	6,416
投資活動所得／(所用)					
現金流量淨額.....	(84,495)	30,899	(194,707)	(19,816)	(249,288)
融資活動所得現金流量					
已付股息.....	(40,000)	-	(225,000)	(225,000)	(1,025,000)
償還租賃負債的本金部分.....	(23,111)	(21,303)	(27,973)	(14,815)	(18,936)
已付利息.....	(2,805)	(3,115)	(2,033)	(1,132)	(1,189)
銀行借款所得款項.....	-	1,726	-	-	98,628
[編纂]付款.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
收購非控股權益.....	-	-	-	-	(700)
子公司非控股股東注資.....	355	-	-	-	-
融資活動所用現金流量淨額...	(65,561)	(22,692)	(255,006)	(240,947)	(954,776)
現金及現金等價物增加／ (減少)淨額.....	149,875	396,324	249,995	85,328	(584,994)
年／期初現金及現金等價物...	341,700	491,575	887,899	887,899	1,137,894
年／期末現金及現金等價物...	491,575	887,899	1,137,894	973,227	552,900
現金及現金等價物結餘分析					
現金及銀行結餘..... 22	492,941	889,253	1,141,144	974,581	555,087
限制性現金..... 22	(1,366)	(1,354)	(3,250)	(1,354)	(2,187)
綜合財務狀況表及綜合					
現金流量表所列現金及					
現金等價物.....	491,575	887,899	1,137,894	973,227	552,900

附錄一

會計師報告

貴公司財務狀況表

	附註	於12月31日			於6月30日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產					
物業、廠房及設備	13	89,473	85,980	81,587	78,131
使用權資產	15(a)	8,086	5,034	942	9,821
其他無形資產		415	573	1,825	1,863
於子公司的投資	37	28,963	28,963	138,963	461,963
預付款項、其他應收款項及					
其他資產	20	299	863	118,540	–
遞延稅項資產	27	7,731	8,501	13,181	14,529
非流動資產總值		<u>134,967</u>	<u>129,914</u>	<u>355,038</u>	<u>566,307</u>
流動資產					
存貨	18	182,384	256,796	356,699	304,344
貿易應收款項及應收票據	19	94,518	90,681	130,392	189,781
預付款項、其他應收款項及					
其他資產	20	15,934	15,619	17,653	32,135
按公允價值計量且其變動計入					
當期損益的金融資產	21	51,000	–	–	–
應收子公司款項	38	48,505	34,337	34,119	72,909
限制性現金	22	1,262	1,250	3,146	2,000
現金及現金等價物	22	392,766	730,021	845,685	256,629
流動資產總值		<u>786,369</u>	<u>1,128,704</u>	<u>1,387,694</u>	<u>857,798</u>
流動負債					
貿易應付款項		57	101	57	57
其他應付款項及應計費用	24	86,126	104,080	151,933	203,102
計息銀行及其他借款	25	–	1,726	–	–
應付子公司款項	38	67,166	118,558	106,424	275,851
租賃負債	15(b)	3,772	3,206	–	1,777
應付稅項		54,240	47,107	82,136	93,201
流動負債總額		<u>211,361</u>	<u>274,778</u>	<u>340,550</u>	<u>573,988</u>
流動資產淨值		<u>575,008</u>	<u>853,926</u>	<u>1,047,144</u>	<u>283,810</u>
總資產減流動負債		<u>709,975</u>	<u>983,840</u>	<u>1,402,182</u>	<u>850,117</u>

附錄一

會計師報告

	附註	於12月31日			於6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
總資產減流動負債		709,975	983,840	1,402,182	850,117
非流動負債					
租賃負債	15(b)	5,046	–	–	6,271
非流動負債總額		5,046	–	–	6,271
資產淨值		704,929	983,840	1,402,182	843,846
權益					
母公司擁有人應佔權益					
股本	28	60,000	60,000	60,000	200,000
儲備	30	644,929	923,840	1,342,182	643,846
權益總額		704,929	983,840	1,402,182	843,846

II 歷史財務資料附註

1. 公司資料

貴公司是一家於2000年7月28日在中華人民共和國（「中國」）註冊成立的有限公司。貴公司的註冊地址為中國浙江省杭州市上城區萬銀大廈1001室。

於有關期間，貴公司及其子公司（統稱「貴集團」）從事美妝產品的研發、生產及銷售、提供化妝藝術培訓服務以及體驗式及個性化客戶服務。

於有關期間末，貴公司於其子公司擁有直接及間接權益，該等子公司均為私人有限公司。貴公司主要子公司的詳情載列如下：

名稱	註冊成立／註冊地點及 日期以及營業地點	註冊股本 的面值	貴公司應佔 股權百分比		主要業務
			直接	間接	
杭州毛戈平科技有限公司 （「毛戈平科技」）(附註(a)、(b))	中國／中國內地 2009年11月12日	人民幣 10,000,000元	100	-	美妝產品研發、生產 及銷售
杭州至愛終生化妝品有限公司 （「杭州至愛終生」）(附註(a)、(b))	中國／中國內地 2013年11月7日	人民幣 8,000,000元	100	-	美妝產品銷售
杭州毛戈平形象設計藝術 有限公司（「毛戈平形象設計」） (附註(a)、(d))	中國／中國內地 2010年8月10日	人民幣 10,000,000元	100	-	提供化妝藝術培訓
杭州迪悅化妝品有限公司 （「杭州迪悅」）(附註(a)、(b))	中國／中國內地 2016年6月2日	人民幣 10,000,000元	100	-	美妝產品銷售
北京迪悅化妝品有限公司 （「北京迪悅」）(附註(a)、(b))	中國／中國內地 2019年5月13日	人民幣 5,000,000元	95	-	美妝產品銷售
浙江匯都化妝品有限公司 （「浙江匯都」）(附註(a)、(b))	中國／中國內地 2021年3月8日	人民幣 10,000,000元	100	-	美妝產品銷售
杭州科韻詩生物科技有限公司 （「杭州科韻詩」）(附註(b)、(c))	中國／中國內地 2022年8月18日	人民幣 100,000,000元	100	-	美妝產品研發、生產 及銷售
杭州星屹股權投資有限公司 （「杭州星屹」）(附註(c)、(d))	中國／中國內地 2022年12月29日	人民幣 100,000,000元	100	-	投資控股
杭州尚都匯化妝品科技有限公司 （「杭州尚都匯」）	中國／中國內地 2024年1月2日	人民幣 500,000,000元	77.20	-	物業控股

附註：

- (a) 該等實體於截至2021年及2022年12月31日止年度的法定財務報表乃根據中國公認會計準則（「中國公認會計準則」）編製而成，並經在中國註冊的註冊會計師天健會計師事務所（特殊普通合夥）審核。
- (b) 該等實體於截至2023年12月31日止年度的法定財務報表乃根據中國公認會計準則編製而成，並經在中國註冊的註冊會計師浙江中孜會計師事務所有限公司審核。
- (c) 該等實體並無編製截至2022年12月31日止年度的經審核財務報表，原因是該等實體無須遵守其成立司法權區相關規則及規例項下的任何法定審核規定。
- (d) 該等實體並無編製截至2023年12月31日止年度的經審核財務報表，原因是該等實體無須遵守其成立司法權區相關規則及規例項下的任何法定審核規定。

上表列出董事認為可重大影響有關期間之業績或構成 貴集團資產淨值主要部分之 貴公司子公司。董事認為，提供其他子公司之詳情，將使列表過於冗長。

2.1 編製基準

歷史財務資料已根據香港會計師公會頒佈之香港財務報告準則（「香港財務報告準則」），包括所有香港財務報告準則、香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋）編製。於編製整個有關期間及中期比較財務資料所涵蓋期間的歷史財務資料時， 貴集團已提早採用所有自2024年1月1日開始的會計期間生效的所有香港財務報告準則連同相關過渡條文。

歷史財務資料乃按歷史成本常規編製，惟按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產及按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的金融資產按公允價值計量除外。

綜合基準

歷史財務資料包括 貴公司及其子公司於有關期間的財務報表。子公司指 貴公司直接或間接控制的實體（包括結構性實體）。當 貴集團通過參與投資對象的業務而獲得或有權獲得可變回報，並能夠向投資對象行使權力以影響該等回報（即目前賦予 貴集團指示投資對象相關活動的現有權力）時，即被視為擁有控制權。

一般情況下，均假設多數投票權形成控制權。當 貴公司擁有少於投資對象的大多數投票權或類似權利時， 貴集團於評估其對投資對象是否擁有權力時會考慮所有相關事實及情況，包括：

- (a) 與投資對象的其他投票權持有人訂立的合約安排；
- (b) 其他合約安排所產生的權利；及
- (c) 貴集團的投票權及潛在投票權。

子公司的財務報表乃按與 貴公司相同的報告期間及一致的會計政策編製。子公司的業績自 貴集團取得控制權當日起綜合入賬，並繼續綜合入賬直至失去控制權當日止。

損益以及其他全面收益的各個部分歸屬於 貴集團母公司擁有人及非控股權益，即使此舉會導致非控股權益結餘出現虧絀。所有集團內公司間資產及負債、權益、收入、開支以及與 貴集團成員公司之間交易有關的現金流量均於綜合賬目時悉數對銷。

倘事實及情況反映上述三項控制權因素的一項或多項有變，則 貴集團會重估是否仍然控制投資對象。子公司擁有權權益的變動（並無失去控制權）於入賬時列作權益交易。

倘 貴集團失去對一家子公司的控制權，則會終止確認該子公司的相關資產（包括商譽）及負債、任何非控股權益及外匯波動儲備，並確認所保留任何投資的公允價值及損益內就此產生的任何盈餘或虧絀。先前於其他全面收益確認的 貴集團應佔部分按倘 貴集團已直接出售有關資產或負債而規定的相同基準重新分類至損益或保留利潤（如適用）。

2.2 已頒佈但尚未生效的香港財務報告準則

貴集團並無於歷史財務資料採用下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂香港財務報告準則。 貴集團擬於該等新訂及經修訂香港財務報告準則生效時應用該等準則（倘適用）。

香港財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露 ³
香港財務報告準則第19號	無公眾問責性的附屬公司：披露 ³
香港財務報告準則第9號及 香港財務報告準則第7號之修訂	對金融工具的分類及計量的修訂 ²
香港財務報告準則第10號及香港會計 準則第28號之修訂	投資者與其聯營公司或合營企業之間的 資產出售或出資 ⁴
香港會計準則第21號之修訂	缺乏可兌換性 ¹
香港財務報告準則會計準則 年度改進 – 第11冊	香港財務報告準則第1號、香港財務報告準則 第7號、香港財務報告準則第9號、香港財務 報告準則第10號及香港會計準則第7號之修訂 ²

¹ 於2025年1月1日或之後開始之年度期間生效

² 於2026年1月1日或之後開始之年度期間生效

³ 於2027年1月1日或之後開始之年度期間生效

⁴ 尚無確定強制性生效日期，但可供採用

有關預計將適用於 貴集團的香港財務報告準則的進一步資料如下所述。

香港財務報告準則第18號引入有關在損益表內列報的新規定，包括指明合計及小計。此外，要求各實體將損益表內的所有收入及支出分為以下五類之一：營業、投資、融資、所得稅及已終止業務，其中前三類為新規定。亦要求披露新界定的管理層界定的業績計量標準、收入及支出小計，並載入根據確定的主要財務報表及附註的「作用」對財務資料進行匯總及分類的新規定。此外，對香港會計準則第7號現金流量表進行了小範圍修訂，包括將間接法下經營活動產生的現金流量的釐定起點由「損益」變更為「經營損益」，並取消了對股息及利息現金流量進行分類的選擇權。亦對其他幾項準則作出相應的修訂。香港財務報告準則第18號及其他準則之修訂對2027年1月1日或之後開始之報告期間生效，惟允許提早應用，並須予以披露。香港財務報告準則第18號將追溯應用。 貴集團目前正在確定修訂對主要財務報表及財務報表附註的所有影響。

除損益表的呈列將予以修訂且將在財務報表中加入額外披露資料外，採納香港財務報告準則第18號對 貴集團的財務狀況及表現並無影響。

2.3 重大會計政策資料

於聯營公司的投資

聯營公司是指 貴集團擁有一般不少於20%股份投票權的長期權益且 貴集團對其可行使重大影響力的實體。重大影響力為參與投資對象的財務及營運政策決策的權力，惟並非控制或共同控制該等政策。

貴集團於聯營公司的投資以 貴集團應佔資產淨值減任何減值虧損，按權益會計法於綜合財務狀況表列賬。 貴集團分佔聯營公司收購後業績及其他全面收益分別計入損益及其他全面收益。此外，倘已於聯營公司權益中直接確認變動，則 貴集團將於綜合權益變動表中確認其應佔的任何變動（倘適用）。 貴集團與其聯營公司之間的交易產生的未變現收益及虧損將予對銷，惟以 貴集團於聯營公司的投資為限，除非未變現虧損提供證據顯示已轉讓資產出現減值。收購聯營公司所產生的商譽計入 貴集團於聯營公司投資的部分。

倘於聯營公司的投資變成於合營企業的投資，則保留權益不會重新計量，反之亦然。投資繼續以權益法入賬。在所有其他情況下，於失去對聯營公司的重大影響力後， 貴集團以公允價值計量及確認任何保留投資。於失去重大影響力後聯營公司的賬面值與保留投資及出售所得款項公允價值之間的任何差額，於損益確認。

公允價值計量

貴集團於各有關期間末計量按公允價值計量其變動計入當期損益的金融資產及按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的金融資產。公允價值為市場參與者於計量日期在有序交易中出售資產所收取價格或轉讓負債所支付價格。公允價值計量乃根據假設出售資產或轉讓負債之交易於資產或負債主要市場或（在無主要市場情況下）最具優勢市場進行而作出。主要或最具優勢市場須為 貴集團可進入之市場。資產或負債之公允價值乃按假設市場參與者於資產或負債定價時會以其最佳經濟利益行事計量。

非金融資產之公允價值計量須計及市場參與者能自最大限度使用該資產達致最佳用途，或將該資產出售予將最大限度使用該資產達致最佳用途之其他市場參與者所產生經濟效益。

貴集團採納適用於不同情況且具備充分數據以供計量公允價值之估值方法，以盡量使用相關可觀察輸入數據及盡量減少使用不可觀察輸入數據。

公允價值於歷史財務資料計量或披露之所有資產及負債乃基於對公允價值計量整體而言屬重大之最低層輸入數據按以下公允價值層級分類：

- | | | |
|-----|---|---------------------------------------|
| 第一級 | — | 基於相同資產或負債於活躍市場之報價（未經調整） |
| 第二級 | — | 基於對公允價值計量而言屬重大之可觀察（直接或間接）最低層輸入數據之估值方法 |
| 第三級 | — | 基於對公允價值計量而言屬重大之不可觀察最低層輸入數據之估值方法 |

就按經常性基準於歷史財務資料確認之資產及負債而言， 貴集團通過於各有關期間末重新評估分類（基於對公允價值計量整體而言屬重大之最低層輸入數據）確定是否發生不同等級轉移。

非金融資產減值

倘存在減值跡象，或須每年對資產（存貨、遞延稅項資產及金融資產除外）作減值測試時，資產之可收回金額會予以估計。資產之可收回金額乃資產或現金產生單位之使用價值，以及其公允價值減出售成本較高者，並就個別資產進行釐定，除非資產並不產生很大程度上獨立於其他資產或資產組別之現金流入，在此情況下，可收回金額按資產所屬之現金產生單位予以釐定。

在測試現金產生單位減值時，若公司資產（例如總部大樓）的賬面值的一部分可以在合理且一致的基礎上進行分配，則分配給單個現金產生單位，否則將分配到最小的現金產生單位組別。

僅在資產賬面值超出其可收回金額的情況下，方會確認減值虧損。評估使用價值時，估計未來現金流量按可反映貨幣時間價值及資產特有風險的現時市場評估的稅前貼現率折算至現值。減值虧損按與該減值資產功能相符的開支類別於產生期間自損益扣除。

於各有關期間末，將評估有否任何跡象顯示早前確認的減值虧損可能不再存在或可能已減少。如果出現有關跡象，則估計可收回金額。早前就商譽以外資產確認的減值虧損，僅在用以釐定該資產可收回金額的估計出現變動時方會撥回，然而，有關數額不得高於倘過往年度並無就該資產確認減值虧損而原應釐定的賬面值（扣除任何攤銷／折舊）。有關減值虧損的撥回於產生期間計入損益。

關聯方

在下列情況下，有關人士被視為與 貴集團有關聯：

- (a) 該人士為個人或該個人的近親，且該人士：
 - (i) 控制或共同控制 貴集團；
 - (ii) 對 貴集團有重大影響力；或
 - (iii) 為 貴集團或 貴集團母公司的主要管理層成員；

或

- (b) 該人士為適用下列任何情況的實體：
 - (i) 該實體與 貴集團屬同一集團的成員公司；
 - (ii) 一實體為另一實體（或另一實體的母公司、子公司或同系子公司）的聯營公司或合營企業；
 - (iii) 該實體與 貴集團為同一第三方的合營企業；
 - (iv) 一實體為第三方實體的合營企業，而另一實體為第三方實體的聯營公司；
 - (v) 該實體為 貴集團或與 貴集團有關聯的實體就僱員福利設立的離職後福利計劃；
 - (vi) 該實體受(a)所列人士控制或共同控制；
 - (vii) 於(a)(i)所列人士對該實體有重大影響力或屬該實體（或該實體的母公司）的主要管理層成員；及
 - (viii) 該實體或其所屬集團的任何成員公司，為 貴集團或 貴集團的母公司提供了主要管理人員服務。

附錄一

會計師報告

物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備（在建工程除外）乃按成本減累計折舊及任何減值虧損列賬。物業、廠房及設備項目的成本包括購買價及使資產達到擬定用途運作狀態及地點的任何直接應佔成本。

物業、廠房及設備項目投入運作後產生的維修及保養等開支，通常於產生期間自損益扣除。於符合確認標準的情況下，大型檢查的開支作為重置成本計入資產的賬面值進行資本化處理。倘物業、廠房及設備的主要部分具有不同的使用年限，則貴集團將其各自確認為單獨資產，並設定特定的可使用年限並相應計提折舊。

折舊乃按直線基準將各項物業、廠房及設備項目的成本於其估計可使用年內撇銷至其剩餘價值而計算。物業、廠房及設備的估計可使用年期如下：

租賃物業裝修.....	3至5年
汽車.....	4至5年
辦公設備.....	3至5年
樓宇.....	20至30年

倘物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期有所不同，則此項目各部分成本將按合理基準分配，而每部分將作個別折舊。對剩餘價值、可使用年期及折舊方法至少於各財政年度末進行評估並作出調整（倘適用）。

初始確認的物業、廠房及設備項目（包括任何重大部分）於出售後或預期使用或出售該等物業、廠房及設備項目不會產生未來經濟利益時終止確認。於資產終止確認年度在損益中確認的任何出售或報廢盈虧，乃為有關資產的出售所得款項淨額與賬面值的差額。

在建工程按成本扣除任何減值虧損列賬，而不計提折舊。在建工程於竣工及可作使用時重新分類為適當類別的物業、廠房及設備。

投資物業

投資物業指為賺取租金收入及／或資本增值而持有的土地及樓宇（包括使用權資產）權益。該等物業最初按成本（包括交易成本）計算。

投資物業按成本減累計折舊及任何減值虧損列賬。折舊按估計可使用年期30年以直線法分攤其成本計算。

出售投資物業後或當永久棄用投資物業且預期其出售再無未來經濟利益時終止確認該投資物業。

投資物業報廢或出售的任何損益會在報廢或出售年度的損益中確認。

投資物業與業主自用物業之間的轉撥不會改變被轉撥物業的賬面值，亦不會改變有關物業用於計量或披露目的的成本。

無形資產（商譽除外）

單獨購買的無形資產於初始確認時按成本計量。業務合併中收購的無形資產的成本為於收購日期的公允價值。無形資產的可使用年期評估為有限或無限。具有有限可使用年期的無形資產隨後在可使用的經濟年內作攤銷，並在有跡象顯示無形資產可能減值時進行減值評估。具有有限可使用年期的無形資產的攤銷期和攤銷法至少於各財政年度末進行審閱。

軟件

所購買的軟件按成本減任何減值虧損列賬，並按直線法於其估計可使用年期4至5年內攤銷。

研發成本

所有研究成本於產生時在損益內扣除。

新技術開發項目之開支僅於 貴集團證明在技術上可行確能完成無形資產供日後使用或出售、有意完成及有能力使用或出售該資產、該資產日後能夠帶來經濟收益、具有完成項目所需資源且能夠可靠地計量開發期間支出時方會撥充資本及遞延計算。未符合上述標準的開發開支於產生時支銷。

租賃

貴集團在合約開始時評估合約是否為租賃，或是否包含租賃。如果合約讓渡在一定期間內控制已識別資產的使用的權利以換取對價，則該合約為租賃或包含租賃。

貴集團作為承租人

貴集團對所有租賃採用單一確認及計量方法，惟短期租賃及低價值資產租賃除外。 貴集團確認支付租賃款項的租賃負債和代表相關資產使用權的使用權資產。

(a) 使用權資產

於租賃開始日期（即相關資產可供使用當日）確認使用權資產。使用權資產按成本減任何累計折舊及減值虧損計量，並就任何重新計量租賃負債作出調整。使用權資產成本包括已確認租賃負債額、初步已產生直接成本及於開始日期或之前作出的租賃付款減任何已收取租賃優惠。使用權資產於其租期及估計可使用年期（以較短者為準）按直線法折舊如下：

自營專櫃.....	1至4年
辦公物業.....	1至11年
租賃土地.....	50年

倘租賃資產的擁有權於租期完結前轉讓予 貴集團，或成本反映購買權獲行使，則使用資產的估計可使用年期計算折舊。

(b) 租賃負債

租賃負債於租賃開始日期按於租期內作出的租賃付款現值確認。租賃付款包括固定付款（包括實質固定付款）減任何應收租賃優惠、取決於某一指數或比率的可變租賃付款及預期根據剩餘價值擔保將支付的金額。租賃付款亦包括 貴集團合理確定行使購買選擇權的行使價，及倘租期反映了 貴集團行使終止租賃選擇權，則須就終止租賃支付罰款。並非取決於某一指數或比率的可變租賃付款於觸發付款的事件或狀況出現期間確認為開支。

於計算租賃付款的現值時，因租賃中所隱含的利率不易釐定， 貴集團應用租賃開始日期的增量借款利率。於開始日期後，租賃負債金額的增加反映利息的增加，並因支付租賃款項而減少。此外，倘出現修改、租期變動、租賃付款變動（如因指數或利率變動而引致未來租賃付款變動）或購買相關資產選擇權的評估變動，則重新計量租賃負債的賬面值。

貴集團的租賃負債在綜合財務狀況表單獨呈列。

(c) 短期租賃及低價值資產租賃

貴集團就倉庫的短期租賃（即租賃期為自開始日期起12個月或以下，且不包括購買選擇權的該等租賃）應用短期租賃確認豁免。倘 貴集團就低價值資產訂立租約，則 貴集團決定是否按個別租賃基準將租賃資本化。

未資本化的短期租賃及低價值資產租賃的租賃付款於租賃期內按直線法確認為開支。

貴集團作為出租人

當 貴集團作為出租人時，其於租賃開始（或於租賃變更）時將各項租賃分類為經營租賃或融資租賃。

貴集團並未轉讓資產所有權所附帶的絕大部分風險及回報的租賃分類為經營租賃。倘一份合約包含租賃及非租賃部分， 貴集團按照相對獨立售價基準將對價分配予該合約各個部分。租金收入於租賃期內按直線法入賬並根據其營運性質計入損益中的收入。於磋商及安排經營租賃時產生的初始直接成本計入租賃資產的賬面值，並於租賃期內按與租金收入相同的確認基準進行確認。或然租金乃於所賺取的期間內確認為收入。

將相關資產所有權所附帶的絕大部分風險及回報轉讓予承租人的租賃作為融資租賃列賬。

投資及其他金融資產

初始確認及計量

金融資產在初始確認時分類為其後按攤銷成本、按公允價值計量且其變動計入其他全面收益及按公允價值計量且其變動計入當期損益計量。

金融資產在初始確認時的分類取決於金融資產的合約現金流量特徵及 貴集團管理金融資產的業務模式。除不包含重大融資部分或 貴集團已就此應用實際權宜辦法不調整重大融資部分影響的貿易應收款項外， 貴集團初始按公允價值加上（倘金融資產並非按公允價值計量且其變動計入當期損益）交易成本計量金融資產。不包含重大融資部分或 貴集團已應用實際權宜辦法的貿易應收款項，按照香港財務報告準則第15號所確定的交易價格，根據下文「收入確認」所述的政策進行計量。

為了按攤銷成本或按公允價值計量且其變動計入其他全面收益對金融資產進行分類和計量，金融資產需要產生僅支付未償本金和利息（「SPPI」）的現金流量。無論採用何種業務模式，不產生SPPI現金流量的金融資產均按公允價值計量且其變動計入當期損益進行分類及計量。

貴集團管理金融資產的業務模式是指其如何管理其金融資產以產生現金流量。業務模式決定現金流量是來自於收取合約現金流量、出售金融資產還是兩者兼而有之。按攤銷成本分類及計量的金融資產對應持有目的為收取合約現金流量的業務模式，而按公允價值計量且其變動計入其他全面收益進行分類及計量的金融資產對應持有目的為既收取合約現金流量又出售的業務模式。不屬以上業務模式的金融資產按公允價值計量且其變動計入當期損益進行分類及計量。

購買或出售金融資產須於市場規則或慣例一般規定的期間內交付資產，則於交易日（即 貴集團承諾購買或出售資產的日期）確認。

後續計量

金融資產按以下分類進行後續計量：

按攤銷成本計量的金融資產 (債務工具)

按攤銷成本計量的金融資產其後使用實際利率法計量，並可能受減值影響。當資產終止確認、修訂或減值時，收益及虧損於損益中確認。

指定按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的金融資產 (債務投資)

就按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的債務投資而言，利息收入、外匯重估及減值虧損或轉回均在損益內確認，計算方法與按攤銷成本計量的金融資產相同。其餘公允價值變動於其他全面收益中確認。終止確認時，其他全面收益中確認的累計公允價值變動，會重新計入損益。

按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產按公允價值於財務狀況表列賬，而公允價值變動淨額於損益中確認。

該類別包括 貴集團並無不可撤銷地選擇按公允價值計量且其變動計入其他全面收益進行分類的衍生工具及股本投資。股本投資的股息亦於支付權確立時於損益確認為其他收入。

終止確認金融資產

金融資產 (或如適用，一項金融資產的一部分或一組同類金融資產的一部分) 主要在下列情況下將予終止確認 (即從 貴集團的綜合財務狀況表中剔除)：

- 自資產收取現金流量的權利已屆滿；或
- 貴集團已轉讓其自資產收取現金流量的權利，或已根據一項「轉手」安排承擔責任，在無重大延誤的情況下，將所收取的現金流量金額全數付予第三方；及(a) 貴集團已轉讓資產的絕大部分風險及回報；或(b) 貴集團並無轉讓或保留資產的絕大部分風險及回報，但已轉讓資產的控制權。

當 貴集團已轉讓從資產收取現金流量的權利或訂立轉手安排，會評估有否保留資產所有權的風險及回報以及相關保留程度。倘 貴集團並無轉讓或保留資產的絕大部分風險及回報，亦無轉讓資產控制權， 貴集團將以 貴集團持續參與程度為限繼續確認已轉讓資產。在該情況下， 貴集團亦確認相關負債。已轉讓資產及相關負債根據反映 貴集團所保留權利及責任的基準計量。

通過對已轉讓資產作出擔保的形式持續參與，按該項資產的原賬面值與 貴集團或須償還的最高對價金額之間的較低者計量。

金融資產減值

貴集團就所有並非按公允價值計量且其變動計入當期損益持有的債務工具確認預期信貸虧損 (「預期信貸虧損」) 撥備。預期信貸虧損乃基於根據合約應付的合約現金流量與 貴集團預期收取的所有現金流量之間的差額計算，該差額按接近原實際利率的比率貼現。預期現金流量將包括銷售所持抵押品或合約條款不可或缺部分的其他信貸增級的現金流量。

一般方法

預期信貸虧損於兩個階段確認。就初始確認以來信用風險並無大幅增加的信用風險項目而言，預期信貸虧損為未來12個月內可能發生的違約事件產生的信貸虧損計提撥備（12個月預期信貸虧損）。就初始確認以來信用風險大幅增加的信用風險項目而言，須於風險剩餘年期內就預期信貸虧損計提虧損撥備，不論違約時間（全期預期信貸虧損）。

於各報告日期，貴集團評估一項金融工具的信用風險是否自初始確認起大幅增加。貴集團於評估時將該金融工具於報告日期出現違約的風險與該金融工具於初始確認日期出現違約的風險進行比較，並考慮不須以繁重成本或工作則可取得的合理及可提供證明的資料（包括過往及前瞻性資料）。貴集團認為，當合約付款逾期30天以上時，信用風險會大幅增加。

貴集團認為，倘合約付款已逾期90天，則金融資產違約。然而，在若干情況下，倘內部或外部資料顯示貴集團不大可能悉數收回未計及貴集團持有的任何信貸增級措施的未償還合約款項，貴集團亦可能認為金融資產違約。

金融資產於並無合理預期收回合約現金流量時撇銷。

按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的債務投資及按攤銷成本計量的金融資產須根據一般方法作出減值，其按以下階段分類以計量預期信貸虧損，惟應用簡化法的貿易應收款項則除外，詳情如下。

- 階段1 — 自初始確認起信用風險未有大幅增加的金融工具，且其虧損撥備按等於12個月預期信貸虧損的金額計量
- 階段2 — 自初始確認起信用風險大幅增加的金融工具，但並非已信貸減值金融資產，且其虧損撥備按等於全期預期信貸虧損的金額計量
- 階段3 — 於報告日期已信貸減值的金融資產（但並非購入或源生信貸減值金融資產），且其虧損撥備按等於全期預期信貸虧損的金額計量

簡化法

就不包含重大融資部分或貴集團應用實際權宜辦法不調整重大融資部分影響的貿易應收款項而言，貴集團應用簡化法以計算預期信貸虧損。根據簡化法，貴集團不追蹤信用風險的變化，反而根據各報告日期的全期預期信貸虧損確認虧損撥備。貴集團已根據其過往信貸虧損經驗建立撥備矩陣，並就債務人及經濟環境的特定前瞻性因素作出調整。

金融負債

初始確認及計量

金融負債於初始確認時分類為按公允價值計量且其變動計入當期損益之金融負債、貸款及借款、應付款項或於實際對沖中指定為對沖工具之衍生工具（如適用）。

所有金融負債初始均按公允價值確認，而貸款及借款以及應付款項則按公允價值扣除直接應佔交易成本確認。

貴集團的金融負債包括貿易應付款項、其他應付款項及應計費用、租賃負債、計息銀行及其他借款以及應付關聯方款項。

後續計量

金融負債按以下分類進行後續計量：

按攤銷成本計量的金融負債(貿易及其他應付款項以及借款)

於初始確認後，貿易及其他應付款項、計息銀行借款及應付關聯方款項後續以實際利率法按攤銷成本計量，除非貼現之影響甚微，在該情況下則按成本列賬。負債終止確認及按實際利率進行攤銷程序時所產生之收益及虧損在損益內確認。

計量攤銷成本時會考慮收購所產生之任何折讓或溢價，亦包括作為實際利率重要部分之費用或成本。實際利率攤銷計入損益作為財務成本。

終止確認金融負債

當負債之責任解除或取消或到期時，金融負債將終止確認。

若現有金融負債由另一項來自相同貸方按完全不同之條款的負債取代，或現有負債之條款作出重大修訂，則上述取代或修訂視為終止確認原有負債及確認新負債，而相關賬面值之差額在損益確認。

金融工具抵銷

當現時存在一項可強制執行之法定權利抵銷已確認金額，且亦有意以淨額結算或同時變現資產及清償負債時，則金融資產及金融負債可予抵銷，而其淨額於財務狀況表內呈報。

存貨

存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。成本按加權平均成本基準釐定。可變現淨值按估計售價減完成及出售將產生的任何估計成本計算。

現金及現金等價物

綜合財務狀況表中的現金及現金等價物包括手頭及銀行現金，以及到期日通常在三個月內的短期高流動性存款，該存款可隨時轉換為已知金額的現金，價值變動風險很小及為滿足短期現金承擔而持有。

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括手頭及銀行現金以及上文所界定的短期存款，減須按要求償還並構成貴集團現金管理組成部分的銀行透支。

撥備

倘因過往事件須承擔現時責任(法定或推定)，而履行該責任可能導致未來資源外流，且該責任所涉金額能夠可靠估計，則確認撥備。

倘貼現影響重大，則確認撥備的金額為預期履行責任所需未來開支於各有關期間末的現值。貼現現值隨時間增加的金額計入損益中的財務成本。

貴集團提供與銷售若干產品有關的質保，以便對於質保期內出現的缺陷進行一般更換。貴集團授予的該等保證類質保的撥備最初乃根據銷量及更換水平的過往經驗確認，並適當貼現至其現值。與質保相關的費用每年修訂一次。

所得稅

所得稅包括即期及遞延稅項。所得稅如涉及在損益以外確認的項目，均在損益外確認，即在其他全面收益或直接在權益內確認。

即期稅項資產及負債乃根據於各有關期間末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法），並考慮貴集團經營業務所在國家的現行詮釋及慣例，按預期將獲稅務機關退回或支付予稅務機關的金額計量。

遞延稅項乃就各有關期間末資產及負債的稅基與其作財務報告用途的賬面值之間的所有暫時差額，採用負債法作出撥備。

遞延稅項負債就所有應課稅暫時差額予以確認，惟以下情況除外：

- 如遞延稅項負債是由初始確認商譽或非業務合併交易中的資產或負債而產生，並於進行交易時對會計利潤及應課稅利潤或虧損均無影響，且不產生相等應課稅及可扣減暫時差額；及
- 就涉及於子公司及聯營公司的投資的應課稅暫時差額而言，如可以控制撥回暫時差額的時間，且暫時差額可能不會在可見將來撥回。

遞延稅項資產就所有可抵扣暫時差額、未動用稅項抵免及任何未動用稅項虧損結轉予以確認。只有在有可能出現應課稅利潤可用以抵銷該等可抵扣暫時差額、未動用稅項抵免及未動用稅項虧損結轉的情況下，方會確認遞延稅項資產，惟以下情況除外：

- 如有關可抵扣暫時差額的遞延稅項資產是由初始確認非業務合併交易中的資產或負債而產生，並於進行交易時對會計利潤及應課稅利潤或虧損均無影響，且不產生相等應課稅及可扣減暫時差額；及
- 就涉及於子公司及聯營公司的投資的可抵扣暫時差額而言，只有在暫時差額有可能在可見將來撥回，且有可能出現應課稅利潤可用以抵銷該等暫時差額的情況下，方會確認遞延稅項資產。

遞延稅項資產的賬面值會在各有關期間末進行檢討，若不再可能有足夠應課稅利潤可供動用全部或部分遞延稅項資產，則減少遞延稅項資產的賬面值。未確認的遞延稅項資產會於各有關期間末重新評估，並以可能有足夠應課稅利潤令全部或部分遞延稅項資產得以收回為限予以確認。

遞延稅項資產及負債以變現資產或清償負債的期間預期適用的稅率計量，並以各有關期間末已頒佈或實質上已頒佈的稅率（及稅法）為基準。

當且僅當貴集團擁有法律上可強制執行的權利，可將即期稅項資產與即期稅項負債互相抵銷，而遞延稅項資產及遞延稅項負債與同一課稅機關對計劃於各未來期間（而預期在相關期間內將結清或收回大額的遞延稅項負債或資產）按淨額基準結清即期稅項負債及資產，或同時變現該資產及清償該負債的同一課稅實體或不同課稅實體徵收的所得稅有關，則遞延稅項資產可與遞延稅項負債互相抵銷。

政府補助

如能合理確保將收到政府補助及將符合所有附帶條件，政府補助會按公允價值確認。倘補助與開支項目相關，則系統性地於其擬補助的成本支銷期間將其確認為收入。

收入確認

客戶合約收入

當貨品或服務的控制權轉移至客戶時，按反映 貴集團預期就交換該等貨品或服務而有權獲得的對價的金額確認客戶合約收入。

當合約對價包括可變金額時，以 貴集團因轉讓貨品或服務予客戶而有權換取的金額估計對價金額。可變對價於合約開始時進行估計並受約束，直至可變對價的相關不確定因素其後得以確定，而已確認的累計收入金額極有可能不會出現重大收入撥回時為止。

倘合約中包含為客戶提供超過一年的重大融資利益(撥付轉讓貨品或服務予客戶)的融資部分，則收入按應收金額的現值計量，並使用 貴集團與客戶之間於合約開始時的單獨融資交易中反映的貼現率貼現。倘合約中包含為 貴集團提供超過一年的重大融資利益的融資部分，則根據該合約確認的收入包括按實際利率法計算的合約負債所產生的利息開支。對於客戶付款與轉讓承諾貨品或服務之間的時間差距為一年或以下的合約，使用香港財務報告準則第15號的實際權宜方法，即交易價格不就重大融資部分的影響作出調整。

(a) 產品銷售

貴集團主要通過線下渠道(如通過自營專櫃直銷、零售商及經銷商)及線上渠道(如線上直銷及經銷商銷售)向客戶銷售其產品。產品銷售的收入於資產控制權轉移至客戶時確認，一般於交付貨品或客戶確認收貨時確認收入。具體而言，直銷和寄售收入在貨品直接在專櫃送交消費者手中或以快遞方式送達消費者並被消費者簽收時確認。來自零售商及經銷商的收入於貨品交付至指定地點或轉移至指定承運人時確認。

部分產品銷售合約向客戶提供退貨權及批量返利，從而產生可變對價。

(i) 退貨權

就向客戶提供在指定期限內退回貨品權利的合約而言，使用預期價值法估計不會退回的貨品，原因為該方法最能預測 貴集團將有權收取的可變對價金額。香港財務報告準則第15號對限制可變對價估計的規定適用於釐定可包含在交易價格中的可變對價金額。就預期將予退回的貨品而言，如金額重大，則亦確認退款負債(而並非收入)。

(ii) 批量返利

當期內產品採購數量超出合約訂明的門檻，則可向若干客戶提供追溯批量返利。返利與客戶應付金額互相抵銷。為估計預期未來返利的可變對價，就設有單一批量門檻的合約使用最有可能金額方法，設有多於一個批量門檻的合約則使用預期價值法。選擇預測可變對價金額的最佳方法時，主要視乎合約包含的批量門檻數目。應用限制可變對價估計的規定，並確認預期未來返利的退款責任。

(iii) 會員忠誠度計劃

貴集團實施會員忠誠度計劃，讓客戶購買產品時累積會員積分。會員積分可在限期內兌換產品折扣。根據香港財務報告準則第15號，會員忠誠度計劃產生獨立履約責任，原因是其向客戶提供重大權利，而貴集團根據相對獨立售價將部分交易價格分配予授予客戶的會員積分。

(b) 化妝藝術培訓及相關銷售

由於客戶同時接收及耗用貴集團提供的利益，故提供化妝藝術培訓服務的收入於培訓期間按直線法確認。

其他相關銷售主要包括向參加化妝藝術培訓服務的課程參與者銷售美容美髮產品及銷售錄製的化妝培訓課程。其他相關銷售收入於資產控制權轉移至客戶或提供服務時確認。

其他收入

利息收入根據應計基準使用實際利率法按將金融工具之預期年期或更短期間（如適用）的估計未來現金收入準確貼現至金融資產之賬面淨值之貼現率確認。

合約負債

合約負債於貴集團轉移相關貨品或服務前向客戶收取付款或付款到期時（以較早者為準）確認。合約負債於貴集團履行合約時（即向客戶轉移相關貨品或服務的控制權）確認為收入。

退貨權資產

就收回預期客戶退回的貨品的權利確認退貨權資產。資產按將退回貨品的原賬面金額減去收回貨品的任何預期成本及退回貨品的任何潛在價值減少計量。貴集團就預期退貨水平的任何修訂及退回貨品價值的任何額外減少更新資產計量。

退款負債

退款負債乃為退還部分或全部已收（或應收）客戶對價的責任而確認，並按貴集團最終預期須退還予客戶的金額計量。貴集團於各有關期間末更新其對退款負債的估計（以及交易價格的相應變動）。

股份支付

貴公司設立股份獎勵計劃，旨在向為貴集團的業務成功做出貢獻的合資格參與者提供激勵及獎勵。貴集團僱員以股份支付的方式收取報酬，而僱員提供服務以換取權益工具（「以權益結算交易」）。與僱員進行以權益結算交易的成本，乃參照授出當日的公允價值計算。公允價值乃按股份的市值計量，其更多詳情載於歷史財務資料附註29。

以權益結算交易的成本在績效及／或服務條件獲得履行的期間內連同權益相應增加部分，於僱員福利開支中確認。於各有關期間末直至歸屬日期止已確認的以權益結算交易的累計開支，反映歸屬期已到期部分及貴集團對最終將會歸屬的權益工具數目的最佳估計。在某一期間內於損益扣除或進賬，乃指累計開支於期初及期末確認時的變動。

釐定獎勵的授出日期公允價值並不考慮服務及非市場表現條件，惟能達成條件的可能性則被評定為將最終歸屬為貴集團權益工具數目的最佳估計之一部分。市場表現條件將反映在授出日期的公允價值。附帶於獎勵中但並無相關聯服務要求的其他任何條件皆視為非歸屬條件。除非有另外的服務及／或表現條件，否則非歸屬條件反映於獎勵的公允價值，並即時予以支銷。

基於未能達成非市場表現及／或服務條件而最終並無歸屬的獎勵不予確認為開支。倘獎勵包括市場或非歸屬條件，則該等交易將當作已歸屬，而不論該項市場或非歸屬條件達成與否，惟所有其他表現及／或服務條件須已達成。

倘若以權益結算獎勵的條款有所變更，而獎勵的原有條款達成，則所確認開支最少須達到猶如條款並無任何變更的水平。此外，倘若按變更日期計量，任何變更導致以股份支付安排的總公允價值有所增加，或對僱員帶來其他利益，則應就該等變更確認開支。倘以權益結算獎勵被註銷，則被視為於註銷當日已歸屬，而尚未就該獎勵確認的任何開支須即時予以確認。

其他僱員福利

退休金計劃

貴集團於中國內地營運的子公司的僱員均須參加由地方市政府及中央政府運營的中央退休金計劃。該等子公司須按工資成本的若干百分比向該等中央退休金計劃作出供款。供款於根據該等中央退休金計劃的規定應付時於損益內扣除。

股息

末期股息於股東大會上獲股東批准時被確認為負債。

3. 重大會計判斷及估計

貴集團歷史財務資料的編製需要管理層作出判斷、估計及假設，這會影響收入、開支、資產及負債的列報數額及其隨附披露以及或然負債的披露。該等假設及估計的不確定性或會導致日後須就受影響的資產或負債賬面值作出重大調整。

判斷

於應用 貴集團的會計政策的過程中，管理層作出以下對歷史財務資料中已確認的金額影響最重大的判斷（涉及估計者除外）：

客戶合約收入

貴集團應用以下對確認客戶合約收入的金額及時間有重大影響的判斷：

(a) 識別客戶以及收入總額與收入淨額確認

釐定收入按總額或按淨額基準呈報乃基於 貴集團在交易中擔任主事人還是代理人。倘 貴集團在交易中擔任主事人，則 貴集團按總額基準呈報收入。倘 貴集團在交易中擔任代理人，則 貴集團按淨額基準呈報收入。釐定 貴集團在交易中擔任主事人還是代理人涉及判斷及基於對安排條款的評估。倘 貴集團在約定商品或服務轉讓予客戶前控制該商品或服務，則 貴集團被視為主事人。貴集團考慮多項因素以確定其是否控制商品或服務，因而為主事人。該等因素包括：(a)倘 貴集團主要負責履行承諾以提供指定商品或服務；(b)倘 貴集團在指定商品或服務已轉移予客戶前或移交控制權予客戶後存在存貨風險；及(c)倘 貴集團可酌情確定特定商品或服務的價格。

(b) 確定會員忠誠度計劃中的履約義務

貴集團實施會員忠誠度計劃，每次購物都會授予客戶會員積分。會員積分可於日後購物時兌換折扣。貴集團評估認為，積分為客戶提供了一項重要權利，如果不簽訂合同，客戶就無法獲得這項權利。因此，貴集團認為向客戶提供會員積分的承諾是一種履約義務。貴集團將會員積分列賬為授出有關積分之銷售交易之獨立可識別部分。與初始銷售有關之已收或應收對價公允價值於有關部分（即已售貨品（收入）及已授會員積分（遞延收入））間分配。有關分配經參考有關部分之相對獨立價值（即各部分可獨立出售之金額）後作出。

估計不確定因素

各有關期間末關於未來及其他估計不確定因素的主要來源的主要假設（具有導致須於下一個財政年度內對資產及負債賬面值作出重大調整的重大風險）論述如下。

貿易應收款項的預期信貸虧損撥備

貴集團使用撥備矩陣計算貿易應收款項的預期信貸虧損。撥備率乃基於具有類似虧損模式的多個客戶分類組別（即按客戶類型及評級）的賬齡釐定。

撥備矩陣最初基於貴集團的歷史觀察違約率。貴集團將通過調整矩陣以調整歷史信貸虧損經驗與前瞻性資料。例如，如果預測經濟狀況（如國內生產總值）將在未來一年內惡化，這可能導致消費行業違約數量增加，歷史違約率將得到調整。於各報告日期，歷史觀察違約率都會被更新，並分析前瞻性估計的變化。

對歷史觀察違約率、預測的經濟狀況及預期信貸虧損之間的相關性的評估是一個重要的估計。預期信貸虧損的金額對環境和預測的經濟狀況的變化很敏感。貴集團的歷史信貸虧損經驗和對經濟狀況的預測也未必能代表客戶未來的實際違約。有關貴集團貿易應收款項的預期信貸虧損的資料披露於歷史財務資料附註19。

非金融資產（商譽除外）減值

貴集團於各有關期間末評估所有非金融資產（包括使用權資產）有否任何減值跡象。貴集團非金融資產在有跡象顯示賬面值可能無法收回時進行減值測試。倘資產或現金產生單位的賬面值超過其可收回金額（即公允價值減出售成本與使用價值的較高者），則視為已減值。公允價值減出售成本按自同類資產公平交易中具約束力的銷售交易的可得數據或可觀察市價減出售資產的增量成本計算。倘採用使用價值計算，則管理層須估計資產或現金產生單位的預期未來現金流量，並選取合適的貼現率以計算該等現金流量的現值。

遞延稅項資產

倘有可能出現應課稅利潤可用以抵銷虧損，則會就未動用稅項虧損確認遞延稅項資產。管理層在釐定可予以確認的遞延稅項資產金額時，須根據未來應課稅利潤可能出現的時間及水平連同未來稅務計劃策略作出重大判斷。於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，未確認稅項虧損分別為人民幣12,951,000元、零、零及零。進一步詳情載於歷史財務資料附註27。

存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值乃根據估計售價減完成及出售會產生的任何估計成本計算。該等估計數字根據現行市況及銷售類似性質貨品的過往經驗，包括但不限於經濟前景、銷售預測及存貨項目的預測市值。彼等可能會因市場條件的變化而發生重大變化。貴集團於各有關期間末重新評估有關估計。存貨的賬面值見歷史財務資料附註18。

租賃 – 估算增量借款利率

貴集團無法輕易釐定租賃內所隱含的利率，因此，使用增量借款利率（「增量借款利率」）計量租賃負債。增量借款利率為貴集團於類似經濟環境中為取得與使用權資產價值相近之資產，而以類似抵押品於類似期間借入所需資金應支付之利率。因此，增量借款利率反映了貴集團「應支付」的利率，當無可觀察的利率時（如就並無訂立融資交易之子公司而言）或當其需要作出調整以反映租賃的條款及條件時，則須作出利率估計。當可觀察輸入數據可用時，貴集團使用可觀察輸入數據（如市場利率）估算增量借款利率並須作出若干實體特定的估計。

遞延收入 – 估計會員忠誠度計劃中授予的會員積分的公允價值

會員積分的公允價值乃參考客戶將會員積分兌換為商品時所獲得的折扣而估計。該折扣的名義價值減少，以考慮：(i)將提供給未從首次銷售中獲得會員積分的客戶的任何折扣；及(ii)預計客戶將喪失的會員積分的比例。

貴集團有關期間就會員積分確認收入，及反映兌換會員積分的模式。所確認的收入金額乃基於已兌換的會員積分數目相對於預期兌換的會員積分總數。分配給已售商品的對價部分計入損益中的產品銷售總額，遞延收入計入綜合財務狀況表中的「合約負債」。

4. 經營分部資料

出於管理目的，貴集團並未根據其服務及產品劃分為業務單位，且僅擁有一個可報告經營分部。管理層監控貴集團整體經營分部的經營業績，以作出資源分配及績效評估的決策。

地理資料

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，由於貴集團的所有收入均來自中國內地的客戶，故貴集團的業務屬於一個地理分部。截至2024年6月30日止六個月，貴集團在中國內地及香港經營業務，來自中國內地及香港客戶的收入分別為人民幣1,971,335,000元（2023年6月30日：人民幣1,398,531,000元）及人民幣191,000元（2023年6月30日：無）。

貴集團所有非流動資產均位於中國內地。

有關主要客戶的資料

於各有關期間及截至2023年6月30日止六個月，貴集團向單一客戶或共同控制下的一組客戶銷售的收入概無佔貴集團收入的10%或以上。

附錄一

會計師報告

5. 收入、其他收入及收益

貴集團收入分析載列如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
客戶合約收入	1,577,347	1,829,112	2,885,964	1,398,531	1,971,526

客戶合約收入

(i) 收入分類資料

商品或服務類型	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
產品銷售	1,495,067	1,774,741	2,781,892	1,359,273	1,900,022
化妝藝術培訓及相關銷售	82,280	54,371	104,072	39,258	71,504
總計	1,577,347	1,829,112	2,885,964	1,398,531	1,971,526

地理市場

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，貴集團的收入來自中國內地的客戶。截至2024年6月30日止六個月，貴集團的收入來自中國內地及香港客戶，分別為人民幣1,971,335,000元（2023年6月30日：人民幣1,398,531,000元）及人民幣191,000元（2023年6月30日：無）。

收入確認的時間	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
於某個時間點轉移的商品或提供的服務	1,501,939	1,780,135	2,805,230	1,367,273	1,913,628
隨時間提供的服務	75,408	48,977	80,734	31,258	57,898
總計	1,577,347	1,829,112	2,885,964	1,398,531	1,971,526

下表列示於各有關期間初已確認並計入合約負債的收入金額：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
產品銷售	23,305	31,956	47,287	28,546	30,088
化妝藝術培訓及相關銷售	30,352	23,115	15,634	13,559	20,880
總計	53,657	55,071	62,921	42,105	50,968

(ii) 履約義務

有關 貴集團履約義務的資料概述如下：

產品銷售

貴集團主要通過線下渠道（如通過專櫃直銷、線下零售商及經銷商）及線上渠道（如線上直銷、線上經銷商及寄售）向客戶銷售其產品。

線下渠道

就通過租賃模式下的自營專櫃進行的直銷而言，履約義務於交貨時履行，付款主要以現金或信用卡同時結算。就通過聯營模式下的自營專櫃進行的直銷而言，履約義務於交貨時履行，並由商場收取貨款及於60天內到期付款。就零售商及經銷商銷售而言，履約義務於交貨時履行，通常需要在交貨前提前付款，而部分大型零售商獲授60天的信用期。

線上渠道

就直銷而言，履約義務於客戶驗收貨物時履行，付款主要以現金或信用卡同時結算。就經銷商銷售而言，履約義務於交貨時履行，通常需要提前付款。就寄售而言，履約義務於消費者驗收貨物時履行，並於30日內到期付款。

化妝藝術培訓及相關銷售

就化妝藝術培訓服務而言，履約義務因提供培訓服務而隨時間履行，且通常需要提前付款。

就其他相關銷售而言，履約義務於客戶驗收貨物或接受線上課程時履行，且通常需要提前付款。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日分配至剩餘履約義務（未履行或部分未履行）的交易價格金額如下：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預期確認為收入的金額：				
於一年內.....	23,115	15,634	22,907	39,337

預期確認為收入的分配至剩餘履約義務的交易價格金額與化妝藝術培訓服務有關。上述披露金額不包括受限制的可變對價。

附錄一

會計師報告

貴集團的其他收入及收益分析如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	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
其他收入					
銀行利息收入	6,809	13,678	19,779	9,430	6,223
貸款予一名關聯方的利息收入	—	—	—	—	193
政府補助*	12,776	16,277	25,103	24,526	47,972
投資物業經營租賃租金收入					
總額	—	89	328	107	107
其他	1,009	1,354	928	714	1,043
其他收入總額	20,594	31,398	46,138	34,777	55,538
收益					
出售物業、廠房及設備項目					
收益	130	9	23	—	242
終止租賃收益淨額	—	1,621	472	115	362
按公允價值計量且其變動					
計入當期損益的金融資產					
投資收入	864	351	—	—	—
收益總額	994	1,981	495	115	604
其他收入及收益總額	21,588	33,379	46,633	34,892	56,142

* 政府補助主要指地方政府為支持貴集團經營所給予的獎勵。該等政府補助並無未滿足的條件或或然事項。

6. 除稅前利潤

貴集團的除稅前利潤乃經扣除／(計入)以下各項後達致：

	附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
		2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
		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
已售存貨成本		195,066	230,752	355,109	178,466	243,178
提供化妝藝術培訓服務及相關銷售的成本		44,210	35,305	37,434	16,397	19,747
物業、廠房及設備折舊	13	37,607	39,728	40,093	20,280	18,954
投資物業折舊	14	—	71	122	60	60
使用權資產折舊	15(a)	22,535	26,410	29,462	14,247	18,084
減：在建工程資本化的金額		—	—	(233)	—	(243)
使用權資產折舊淨額		22,535	26,410	29,229	14,247	17,841

附錄一

會計師報告

附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月		
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年	
	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)		
其他無形資產攤銷*	16	253	325	717	295	459
研發成本**		13,703	14,548	23,975	12,195	15,267
來自出租人之COVID-19相關租金減免	15(b)	-	(4,422)	-	-	-
並無計入租賃負債計量的可變租賃付款						
(計入銷售及經銷開支)	15(c)	432	937	6,518	2,786	5,109
與短期租賃及低價值租賃相關的費用						
(計入行政開支及銷售及經銷開支)	15(c)	5,269	4,002	5,583	2,162	3,830
銀行利息收入		(6,809)	(13,678)	(19,779)	(9,430)	(6,223)
貸款予一名關聯方的利息收入		-	-	-	-	(193)
政府補助		(12,776)	(16,277)	(25,103)	(24,526)	(47,972)
核數師酬金		2,910	2,058	3,655	2,900	142
[編纂]		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
僱員福利開支(不包括董事及最高行政人員的酬金(附註8)):						
工資、薪金及花紅		291,730	347,767	471,869	233,830	284,484
以權益結算的股份獎勵開支***	29	-	-	-	-	5,008
退休金計劃供款(界定供款計劃)****		18,734	24,468	30,305	13,598	18,613
員工福利開支		32,636	41,652	46,252	21,438	25,109
總計		343,100	413,887	548,426	268,866	333,214
終止租賃收益淨額		-	(1,621)	(472)	(115)	(362)
出售物業、廠房及設備項目						
虧損/(收益)淨額		(130)	(9)	(23)	10	(242)
貿易及其他應收款項減值虧損						
/(減值虧損撥回)淨額		3,070	873	(998)	(405)	(752)
存貨撇減/(撇減撥回)至						
可變現淨值*****		2,795	2,167	1,597	863	(615)

* 其他無形資產攤銷計入綜合損益及其他全面收益表內的「行政開支」。

** 研發成本包括部分僱員福利開支、物業、廠房及設備折舊以及使用權資產折舊。

*** 以權益結算的股份獎勵開支計入綜合損益及其他全面收益表內的「行政開支」。

**** 貴集團作為僱主並無被沒收的供款可用於減少現有的供款水平。

***** 存貨撇減/(撇減撥回)至可變現淨值計入綜合損益及其他全面收益表內的「銷售成本」、「銷售及經銷開支」及「行政開支」。

附錄一

會計師報告

7. 財務成本

財務成本分析如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	附註 人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銀行及其他借款利息	—	—	—	—	1,372
租賃負債利息	15(b) 2,805	3,115	2,033	1,132	1,189
總計	2,805	3,115	2,033	1,132	2,561

(未經審核)

8. 董事、最高行政人員及監事薪酬

貴公司董事、最高行政人員及監事的薪酬載列如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	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
袍金	320	320	320	160	214
其他酬金：					
薪金、花紅、津貼及實物福利 ..	14,472	18,618	22,591	10,389	10,387
退休金計劃供款	220	233	259	125	136
小計	14,692	18,851	22,850	10,514	10,523
總計	15,012	19,171	23,170	10,674	10,737

(未經審核)

(a) 獨立非執行董事

於有關期間及截至2023年6月30日止六個月支付予獨立非執行董事的袍金如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	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
郭德貴先生	80	29	—	—	—
張志勇先生	80	29	—	—	—
林憲先生	80	29	—	—	—
尚陽先生	80	29	—	—	—
董黎明先生	—	51	80	40	20
陳偉華女士	—	51	80	40	20
王紅雯女士	—	51	80	40	20
李海龍先生	—	51	80	40	40
顧炯先生	—	—	—	—	57
黃輝先生	—	—	—	—	57
總計	320	320	320	160	214

(未經審核)

附錄一

會計師報告

郭德貴先生、張志勇先生、林憲先生及尚陽先生於2022年5月12日辭任獨立非執行董事。董黎明先生、陳偉華女士、王紅雯女士及李海龍先生於2022年5月13日獲委任為獨立非執行董事。董黎明先生、陳偉華女士及王紅雯女士於2024年4月1日辭任獨立非執行董事。顧炯先生及黃輝先生於2024年4月1日獲委任為獨立非執行董事。

於有關期間及截至2023年6月30日止六個月，並無應付獨立非執行董事的其他酬金。

(b) 執行董事及最高行政人員

	薪金、花紅、 津貼及實物福利	退休金 計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<u>截至2021年12月31日止年度</u>			
執行董事：			
毛戈平先生*	3,600	33	3,633
汪立群女士	1,010	31	1,041
毛霓萍女士	2,314	—	2,314
毛慧萍女士	2,314	—	2,314
汪立華先生	1,010	31	1,041
宋虹佺女士*	2,611	33	2,644
張建楓先生**	952	33	985
總計	13,811	161	13,972
<u>截至2022年12月31日止年度</u>			
執行董事：			
毛戈平先生*	4,839	33	4,872
汪立群女士	1,025	35	1,060
毛霓萍女士	3,274	—	3,274
毛慧萍女士	3,274	—	3,274
汪立華先生	1,025	35	1,060
宋虹佺女士*	3,556	33	3,589
張建楓先生**	981	33	1,014
總計	17,974	169	18,143
<u>截至2023年12月31日止年度</u>			
執行董事：			
毛戈平先生*	5,898	40	5,938
汪立群女士	1,029	37	1,066
毛霓萍女士	3,869	—	3,869
毛慧萍女士	3,866	—	3,866
汪立華先生	1,029	37	1,066
宋虹佺女士*	4,710	40	4,750
張建楓先生**	1,296	40	1,336
總計	21,697	194	21,891
<u>截至2024年6月30日止六個月</u>			
執行董事：			
毛戈平先生*	2,811	21	2,832
汪立群女士	516	18	534
毛霓萍女士	1,762	—	1,762
毛慧萍女士	1,762	—	1,762
汪立華先生	518	21	539
宋虹佺女士*	2,335	21	2,356
張建楓先生**	285	10	295
總計	9,989	91	10,080

附錄一

會計師報告

	薪金、花紅、 津貼及實物福利	退休金 計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<u>截至2023年6月30日止六個月(未經審核)</u>			
執行董事：			
毛戈平先生*	2,605	19	2,624
汪立群女士	513	19	532
毛霓萍女士	1,762	–	1,762
毛慧萍女士	1,762	–	1,762
汪立華先生	513	19	532
宋虹佺女士*	2,329	19	2,348
張建楓先生**	558	19	577
總計	10,042	95	10,137

* 於2024年3月24日，毛戈平先生辭任行政總裁及宋虹佺女士獲委任為行政總裁。

** 張建楓先生於2024年4月1日辭任執行董事。

(c) 監事

	薪金、花紅、 津貼及實物福利	退休金 計劃供款	薪酬總額
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<u>截至2021年12月31日止年度</u>			
高妍女士	207	18	225
羊偉青先生	209	12	221
吳美娟女士	245	29	274
總計	661	59	720
<u>截至2022年12月31日止年度</u>			
高妍女士	222	18	240
羊偉青先生	228	12	240
吳美娟女士	194	34	228
總計	644	64	708
<u>截至2023年12月31日止年度</u>			
高妍女士	253	22	275
羊偉青先生	248	18	266
吳美娟女士	393	25	418
總計	894	65	959
<u>截至2024年6月30日止六個月</u>			
高妍女士	123	12	135
羊偉青先生	122	12	134
吳美娟女士	153	21	174
總計	398	45	443
<u>截至2023年6月30日止六個月(未經審核)</u>			
高妍女士	113	9	122
羊偉青先生	114	6	120
吳美娟女士	120	15	135
總計	347	30	377

附錄一

會計師報告

於有關期間及截至2023年6月30日止六個月，並無任何董事或監事放棄或同意放棄任何薪酬的安排。

於有關期間及截至2023年6月30日止六個月，貴集團並無向董事支付酬金作為吸引其加入貴集團或加入貴集團後的獎勵或離職補償。

9. 五名最高薪酬僱員

於各有關期間及截至2023年6月30日止六個月，五名最高薪酬僱員分別包括四名、四名、四名、四名及四名董事，其薪酬詳情載於上文附註8。於各有關期間及截至2023年6月30日止六個月，餘下一名、一名、一名、兩名及一名最高薪酬僱員並非貴公司董事或最高行政人員，其薪酬詳情如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
薪金、花紅、津貼及實物福利 . . .	3,573	3,083	3,375	1,952	1,229
以權益結算的股份獎勵開支	—	—	—	—	4,058
退休金計劃供款	33	37	37	—	53
總計	<u>3,606</u>	<u>3,120</u>	<u>3,412</u>	<u>1,952</u>	<u>5,340</u>

薪酬屬於以下範圍的非董事及非最高行政人員的最高薪酬僱員人數如下：

	僱員人數				
	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
					(未經審核)
1,500,001 港元至2,000,000 港元 . . .	—	—	—	—	1
2,000,001 港元至2,500,000 港元 . . .	—	—	—	1	—
3,500,001 港元至4,000,000 港元 . . .	—	1	1	—	1
4,000,001 港元至4,500,000 港元 . . .	1	—	—	—	—
總計	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>2</u>

於有關期間及截至2023年6月30日止六個月，貴集團並無向非董事及非最高行政人員的最高薪酬僱員支付酬金作為吸引其加入貴集團或加入貴集團後的獎勵或離職補償。

10. 所得稅

貴集團須按實體基準按產生於或源自貴集團成員公司註冊所在及經營所處司法權區的利潤繳納所得稅。

中國企業所得稅（「企業所得稅」）撥備乃根據貴集團若干中國子公司按《中國企業所得稅法》釐定的應課稅利潤的法定稅率25%計算。

於2021年，杭州迪悅及毛戈平形象設計的六家子公司均符合小微企業的資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣1,000,000元按2.5%稅率納稅，應課稅利潤介乎人民幣1,000,000元至人民幣3,000,000元按10%稅率納稅。

附錄一

會計師報告

於2022年，杭州迪悅、毛戈平形象設計的七家子公司及杭州至愛終生均符合小微企業的資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣1,000,000元按2.5%稅率納稅，應課稅利潤介乎人民幣1,000,000元至人民幣3,000,000元按5%稅率納稅。

於2023年及截至2024年6月30日止六個月，上海迪悅、重慶迪悅化妝品有限公司及毛戈平形象設計的八家子公司均符合小微企業的資格，享受所得稅優惠稅率，其應課稅利潤的首人民幣3,000,000元按5%稅率納稅。

貴集團於有關期間及截至2023年6月30日止六個月所得稅開支主要構成分析如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	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)	
即期一年／期內支出	127,327	131,445	222,612	119,318	159,807
遞延稅項(附註27)	(14,385)	(16,553)	1,782	(2,386)	5,256
年／期內稅項支出總額	<u>112,942</u>	<u>114,892</u>	<u>224,394</u>	<u>116,932</u>	<u>165,063</u>

以 貴公司及 貴集團大多數子公司註冊所在司法權區的法定稅率計算適用於除稅前利潤的稅項開支與以實際稅率計算的稅項開支的對賬如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	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)	
除稅前利潤	443,885	466,987	887,864	466,237	657,609
按中國內地法定稅率25%納稅	110,971	116,747	221,966	116,559	164,402
享受較低優惠稅率的影響	(646)	(249)	(66)	(26)	(1,168)
不可扣稅開支	967	1,632	2,318	399	1,963
聯營公司應佔虧損／(利潤)	—	—	176	—	(134)
過往期間已動用的稅項虧損	—	(344)	—	—	—
確認過往年度結轉的稅項虧損	—	(2,894)	—	—	—
未確認的稅項虧損	<u>1,650</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
按 貴集團實際稅率計算的 稅項支出	<u>112,942</u>	<u>114,892</u>	<u>224,394</u>	<u>116,932</u>	<u>165,063</u>

附錄一

會計師報告

11. 股息

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
股息	40,000	-	250,000	250,000	1,000,000

於2021年3月7日，貴公司向股東宣派股息人民幣40,000,000元，已於2021年3月支付。

於2023年5月12日，貴公司向股東宣派股息人民幣250,000,000元，其中人民幣225,000,000元及人民幣25,000,000元已分別於2023年5月及2024年1月支付。

於2024年2月3日，貴公司向股東宣派股息人民幣500,000,000元，已於2024年3月悉數支付。

於2024年4月1日，貴公司向股東宣派股息人民幣500,000,000元，已於2024年5月悉數支付。

12. 母公司普通權益持有人應佔每股盈利

每股基本盈利金額根據母公司普通權益持有人應佔年／期內利潤及於有關期間及截至2023年6月30日止六個月已發行普通股的加權平均數計算，經調整以反映於2024年3月21日進行的股份轉換（附註28）。於有關期間及截至2023年6月30日止六個月，貴集團並無已發行潛在攤薄普通股。

每股基本及攤薄盈利的計算乃基於：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
<u>盈利</u>					
用於計算每股基本盈利的母公司					
普通權益持有人應佔利潤	331,016	352,082	661,928	348,944	492,074
	<u>331,016</u>	<u>352,082</u>	<u>661,928</u>	<u>348,944</u>	<u>492,074</u>
	股份數目				
	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
<u>股份</u>					
用於計算每股基本盈利的年／期內					
已發行普通股加權平均數	200,000,000	200,000,000	200,000,000	200,000,000	200,000,000
	<u>200,000,000</u>	<u>200,000,000</u>	<u>200,000,000</u>	<u>200,000,000</u>	<u>200,000,000</u>

附錄一

會計師報告

13. 物業、廠房及設備

貴集團

	租賃物業裝修	汽車	辦公設備	樓宇	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
2021年12月31日					
於2021年1月1日：					
成本	96,004	8,411	11,817	92,314	208,546
累計折舊	(41,816)	(5,394)	(9,123)	(29,990)	(86,323)
賬面淨值	54,188	3,017	2,694	62,324	122,223
於2021年1月1日，					
扣除累計折舊	54,188	3,017	2,694	62,324	122,223
添置	36,307	2,559	2,191	-	41,057
出售	(29)	(185)	(35)	-	(249)
年內計提折舊(附註6)	(31,905)	(1,065)	(1,472)	(3,165)	(37,607)
於2021年12月31日，					
扣除累計折舊	58,561	4,326	3,378	59,159	125,424
於2021年12月31日：					
成本	129,072	9,903	13,360	92,314	244,649
累計折舊	(70,511)	(5,577)	(9,982)	(33,155)	(119,225)
賬面淨值	58,561	4,326	3,378	59,159	125,424
2022年12月31日					
於2022年1月1日：					
成本	129,072	9,903	13,360	92,314	244,649
累計折舊	(70,511)	(5,577)	(9,982)	(33,155)	(119,225)
賬面淨值	58,561	4,326	3,378	59,159	125,424
於2022年1月1日，					
扣除累計折舊	58,561	4,326	3,378	59,159	125,424
添置	31,845	131	3,174	-	35,150
出售	-	(3)	(103)	-	(106)
轉撥至投資物業	-	-	-	(3,357)	(3,357)
年內計提折舊(附註6)	(33,868)	(1,184)	(1,582)	(3,094)	(39,728)
於2022年12月31日，					
扣除累計折舊	56,538	3,270	4,867	52,708	117,383
於2022年12月31日：					
成本	156,450	9,966	15,676	88,423	270,515
累計折舊	(99,912)	(6,696)	(10,809)	(35,715)	(153,132)
賬面淨值	56,538	3,270	4,867	52,708	117,383

附錄一

會計師報告

	租賃物業裝修	汽車	辦公設備	樓宇	在建工程	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
2023年12月31日						
於2023年1月1日：						
成本	156,450	9,966	15,676	88,423	-	270,515
累計折舊	(99,912)	(6,696)	(10,809)	(35,715)	-	(153,132)
賬面淨值	<u>56,538</u>	<u>3,270</u>	<u>4,867</u>	<u>52,708</u>	<u>-</u>	<u>117,383</u>
於2023年1月1日，						
扣除累計折舊	56,538	3,270	4,867	52,708	-	117,383
添置	27,431	558	2,501	275	60,106	90,871
出售	(146)	(17)	(27)	-	-	(190)
年內計提折舊 (附註6)	(33,851)	(1,059)	(2,105)	(3,078)	-	(40,093)
於2023年12月31日，						
扣除累計折舊	<u>49,972</u>	<u>2,752</u>	<u>5,236</u>	<u>49,905</u>	<u>60,106</u>	<u>167,971</u>
於2023年12月31日：						
成本	175,889	10,382	17,736	88,698	60,106	352,811
累計折舊	(125,917)	(7,630)	(12,500)	(38,793)	-	(184,840)
賬面淨值	<u>49,972</u>	<u>2,752</u>	<u>5,236</u>	<u>49,905</u>	<u>60,106</u>	<u>167,971</u>
2024年6月30日						
於2024年1月1日：						
成本	175,889	10,382	17,736	88,698	60,106	352,811
累計折舊	(125,917)	(7,630)	(12,500)	(38,793)	-	(184,840)
賬面淨值	<u>49,972</u>	<u>2,752</u>	<u>5,236</u>	<u>49,905</u>	<u>60,106</u>	<u>167,971</u>
於2024年1月1日，						
扣除累計折舊	49,972	2,752	5,236	49,905	60,106	167,971
添置	15,938	1,224	1,933	-	50,282	69,377
出售	(1)	(20)	(100)	-	-	(121)
期內計提折舊 (附註6)	(15,505)	(626)	(1,275)	(1,548)	-	(18,954)
於2024年6月30日，						
扣除累計折舊	<u>50,404</u>	<u>3,330</u>	<u>5,794</u>	<u>48,357</u>	<u>110,388</u>	<u>218,273</u>
於2024年6月30日：						
成本	186,045	11,216	18,761	88,698	110,388	415,108
累計折舊	(135,641)	(7,886)	(12,967)	(40,341)	-	(196,835)
賬面淨值	<u>50,404</u>	<u>3,330</u>	<u>5,794</u>	<u>48,357</u>	<u>110,388</u>	<u>218,273</u>

附錄一

會計師報告

貴公司

	租賃物業裝修	汽車	辦公設備	樓宇	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
2021年12月31日					
於2021年1月1日：					
成本	49,245	6,754	1,988	77,748	135,735
累計折舊	(20,691)	(4,068)	(1,479)	(28,735)	(54,973)
賬面淨值	28,554	2,686	509	49,013	80,762
於2021年1月1日，					
扣除累計折舊	28,554	2,686	509	49,013	80,762
添置	28,951	2,511	1,440	-	32,902
出售	(145)	(185)	(11)	-	(341)
年內計提折舊	(19,867)	(929)	(344)	(2,710)	(23,850)
於2021年12月31日，					
扣除累計折舊	37,493	4,083	1,594	46,303	89,473
於2021年12月31日：					
成本	76,213	8,197	3,203	77,748	165,361
累計折舊	(38,720)	(4,114)	(1,609)	(31,445)	(75,888)
賬面淨值	37,493	4,083	1,594	46,303	89,473
2022年12月31日					
於2022年1月1日：					
成本	76,213	8,197	3,203	77,748	165,361
累計折舊	(38,720)	(4,114)	(1,609)	(31,445)	(75,888)
賬面淨值	37,493	4,083	1,594	46,303	89,473
於2022年1月1日，					
扣除累計折舊	37,493	4,083	1,594	46,303	89,473
添置	23,637	121	687	-	24,445
出售	(1,383)	(3)	(3)	-	(1,389)
年內計提折舊	(22,067)	(1,052)	(720)	(2,710)	(26,549)
於2022年12月31日，					
扣除累計折舊	37,680	3,149	1,558	43,593	85,980
於2022年12月31日：					
成本	95,438	8,250	3,830	77,748	185,266
累計折舊	(57,758)	(5,101)	(2,272)	(34,155)	(99,286)
賬面淨值	37,680	3,149	1,558	43,593	85,980

附錄一

會計師報告

	租賃物業裝修	汽車	辦公設備	樓宇	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
2023年12月31日					
於2023年1月1日：					
成本	95,438	8,250	3,830	77,748	185,266
累計折舊	(57,758)	(5,101)	(2,272)	(34,155)	(99,286)
賬面淨值	<u>37,680</u>	<u>3,149</u>	<u>1,558</u>	<u>43,593</u>	<u>85,980</u>
於2023年1月1日，					
扣除累計折舊	37,680	3,149	1,558	43,593	85,980
添置	22,522	558	458	-	23,538
出售	(85)	-	(14)	-	(99)
年內計提折舊	(23,315)	(997)	(810)	(2,710)	(27,832)
於2023年12月31日，					
扣除累計折舊	<u>36,802</u>	<u>2,710</u>	<u>1,192</u>	<u>40,883</u>	<u>81,587</u>
於2023年12月31日：					
成本	117,673	8,808	4,006	77,748	208,235
累計折舊	(80,871)	(6,098)	(2,814)	(36,865)	(126,648)
賬面淨值	<u>36,802</u>	<u>2,710</u>	<u>1,192</u>	<u>40,883</u>	<u>81,587</u>
2024年6月30日					
於2024年1月1日：					
成本	117,673	8,808	4,006	77,748	208,235
累計折舊	(80,871)	(6,098)	(2,814)	(36,865)	(126,648)
賬面淨值	<u>36,802</u>	<u>2,710</u>	<u>1,192</u>	<u>40,883</u>	<u>81,587</u>
於2024年1月1日，					
扣除累計折舊	36,802	2,710	1,192	40,883	81,587
添置	9,239	-	591	-	9,830
期內計提折舊	(10,967)	(526)	(438)	(1,355)	(13,286)
於2024年6月30日，					
扣除累計折舊	<u>35,074</u>	<u>2,184</u>	<u>1,345</u>	<u>39,528</u>	<u>78,131</u>
於2024年6月30日：					
成本	121,540	8,808	4,597	77,748	212,693
累計折舊	(86,466)	(6,624)	(3,252)	(38,220)	(134,562)
賬面淨值	<u>35,074</u>	<u>2,184</u>	<u>1,345</u>	<u>39,528</u>	<u>78,131</u>

附錄一

會計師報告

14. 投資物業

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於年／期初：				
成本	—	—	3,891	3,891
累計折舊	—	—	(605)	(727)
賬面淨值	—	—	3,286	3,164
於年／期初，扣除累計折舊	—	—	3,286	3,164
轉自物業、廠房及設備	—	3,357	—	—
年／期內計提折舊 (附註6)	—	(71)	(122)	(60)
於年／期末，扣除累計折舊	—	3,286	3,164	3,104
於年／期末：				
成本	—	3,891	3,891	3,891
累計折舊	—	(605)	(727)	(787)
賬面淨值	—	3,286	3,164	3,104

截至2022年12月31日止年度，貴集團不再使用賬面淨值為人民幣3,357,000元的若干分類為物業、廠房及設備的辦公物業。貴集團出租該辦公物業並相應重新分類該辦公物業為投資物業。

該投資物業按成本計量。基於獨立專業合資格估值師進行的估值，於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，該投資物業的公允價值分別為零、人民幣4,791,000元、人民幣5,090,000元及人民幣5,087,000元。

公允價值及公允價值層級

下表說明 貴集團投資物業的公允價值及公允價值計量層級：

於2022年12月31日

	使用下列各項的公允價值計量			總計
	於活躍市場的報價 (第一級)	重大可觀察 輸入數據 (第二級)	重大不可 觀察輸入數據 (第三級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
辦公物業	—	—	4,791	4,791

於2023年12月31日

	使用下列各項的公允價值計量			總計
	於活躍市場的報價 (第一級)	重大可觀察 輸入數據 (第二級)	重大不可觀察 輸入數據 (第三級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
辦公物業	—	—	5,090	5,090

附錄一

會計師報告

於2024年6月30日

	使用下列各項的公允價值計量			總計 人民幣千元
	於活躍市場 的報價 (第一級)	重大可觀察 輸入數據 (第二級)	重大不可觀察 輸入數據 (第三級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
辦公物業.....	-	-	5,087	5,087

歷史財務資料所披露投資物業的公允價值被分類至公允價值層級第三級項下。

以下是投資物業估值所使用的估值技巧及重大輸入數據概要：

類型	估值技巧	重大不可 觀察輸入數據
辦公物業.....	市場可比較方法	每平方米價格

估值會整體考慮物業的各種特點，包括位置、大小、樓層、落成年份以及其他因素。

15. 租賃

貴集團作為承租人

貴集團就其營運中使用的自營專櫃、辦公物業及租賃土地訂立租賃合約。自營專櫃的租期通常介乎1年至4年。辦公物業的租期通常介乎1年至11年。租賃土地的租期通常為50年內。一般而言，貴集團不得將租賃資產轉讓及分租至貴集團以外。若干租賃合約包括可變租賃付款，乃於下文進一步討論。

(a) 使用權資產

	自營專櫃 人民幣千元	辦公物業 人民幣千元	租賃土地 人民幣千元	總計 人民幣千元
於2021年1月1日	7,380	61,181	-	68,561
添置	2,837	32,275	-	35,112
終止	-	(873)	-	(873)
年內計提折舊 (附註6)	(4,060)	(18,475)	-	(22,535)
於2021年12月31日及2022年1月1日	6,157	74,108	-	80,265
添置	12,740	3,736	-	16,476
終止	(694)	(15,713)	-	(16,407)
因租賃變更而增加/(減少)	278	(86)	-	192
年內計提折舊 (附註6)	(7,003)	(19,407)	-	(26,410)
於2022年12月31日及2023年1月1日	11,478	42,638	-	54,116
添置	12,007	3,672	12,654	28,333
終止	(198)	(6,932)	-	(7,130)
因租賃變更而增加	1,357	4,840	-	6,197
年內計提折舊 (附註6)	(10,970)	(18,259)	(233)	(29,462)

附錄一

會計師報告

(c) 於損益中確認的有關租賃的金額如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
租賃負債利息.....	2,805	3,115	2,033	1,132	1,189
使用權資產折舊費用.....	22,535	26,410	29,229	14,247	17,841
終止租賃收益淨額.....	-	(1,621)	(472)	(115)	(362)
來自出租人之COVID-19 相關租金減免.....	-	(4,422)	-	-	-
並無計入租賃負債計量的 可變租賃付款(計入銷售 及經銷開支).....	432	937	6,518	2,786	5,109
與短期租賃及低價值租賃 相關的費用(計入行政開支 以及銷售及經銷開支中).....	5,269	4,002	5,583	2,162	3,830
於損益確認的總額.....	<u>31,041</u>	<u>28,421</u>	<u>42,891</u>	<u>20,212</u>	<u>27,607</u>

(d) 可變租賃付款

貴集團已租賃眾多零售店及購物中心的單元，該等租賃包含可變租賃付款條款，基於貴集團從零售店及購物中心單元所產生的營業額而定。這些租賃還有最低年度基本租金安排。以下摘要提供了有關貴集團可變租賃付款的資料，包括與固定付款相關的數額：

截至2021年12月31日止年度

	固定付款	可變付款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
固定租金.....	25,916	-	25,916
可變租金最低付款額.....	-	432	432
總計.....	<u>25,916</u>	<u>432</u>	<u>26,348</u>

截至2022年12月31日止年度

	固定付款	可變付款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
固定租金.....	24,418	-	24,418
可變租金最低付款額.....	-	937	937
總計.....	<u>24,418</u>	<u>937</u>	<u>25,355</u>

截至2023年12月31日止年度

	固定付款	可變付款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
固定租金.....	30,006	-	30,006
可變租金最低付款額.....	-	6,518	6,518
總計.....	<u>30,006</u>	<u>6,518</u>	<u>36,524</u>

附錄一

會計師報告

截至2024年6月30日止六個月

	固定付款	可變付款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
固定租金.....	20,125	–	20,125
可變租金最低付款額.....	–	5,109	5,109
總計.....	<u>20,125</u>	<u>5,109</u>	<u>25,234</u>

截至2023年6月30日止六個月(未經審核)

	固定付款	可變付款	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
固定租金.....	15,947	–	15,947
可變租金最低付款額.....	–	2,786	2,786
總計.....	<u>15,947</u>	<u>2,786</u>	<u>18,733</u>

(e) 租賃現金流出總額在歷史財務資料附註31(c)中披露。

貴集團作為出租人

貴集團根據經營租賃安排，租賃其位於中國內地的投資物業(附註14)，包括若干辦公物業。該租賃的條款通常要求租戶支付保證金。

貴集團於有關期間及截至2023年6月30日止六個月確認的租金收入如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	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
經營租賃租金收入(附註5).....	–	89	328	107	107

於各有關期間末，貴集團於未來期間根據與其租戶的不可撤銷經營租賃而應收的未貼現租賃付款如下：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
一年內.....	–	213	109	218
一年至兩年.....	–	213	213	224
兩年至三年.....	–	218	218	112
三年至四年.....	–	224	131	19
四年至五年.....	–	130	–	–
總計.....	<u>–</u>	<u>998</u>	<u>671</u>	<u>573</u>

附錄一

會計師報告

貴公司作為承租人

(a) 使用權資產

	辦公物業 人民幣千元
於2021年1月1日	2,947
添置	8,812
年內計提折舊	(3,673)
於2021年12月31日及2022年1月1日	8,086
添置	2,074
終止	(1,231)
年內計提折舊	(3,895)
於2022年12月31日及2023年1月1日	5,034
因租賃變更而減少	(446)
年內計提折舊	(3,646)
於2023年12月31日及2024年1月1日	942
添置	1,783
因租賃變更而增加	9,278
期內計提折舊	(2,182)
於2024年6月30日	9,821

(b) 租賃負債

於有關期間，租賃負債的眼面值及變動如下：

	於12月31日			於6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
於年／期初的眼面值	4,447	8,818	3,206	-
新租賃	8,530	2,074	-	1,783
於年／期內確認的利息增加	344	244	77	164
終止	-	(1,503)	-	-
租賃變更	-	-	(364)	9,229
來自出租人之COVID-19 相關租金減免	-	(3,186)	-	-
付款	(4,503)	(3,241)	(2,919)	(3,128)
於年／期末的眼面值	8,818	3,206	-	8,048
分析為：				
即期部分	3,772	3,206	-	1,777
非即期部分	5,046	-	-	6,271

附錄一

會計師報告

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
分析為：				
應償還租賃負債：				
1年內	3,772	3,206	–	1,777
1至2年	5,046	–	–	3,814
2至3年	–	–	–	2,457
總計	<u>8,818</u>	<u>3,206</u>	<u>–</u>	<u>8,048</u>

租賃負債的到期日分析在歷史財務資料附註36中披露。

16. 其他無形資產

貴集團

	軟件
	人民幣千元
2021年12月31日	
於2021年1月1日：	
成本	2,854
累計攤銷	(2,088)
賬面淨值	<u>766</u>
於2021年1月1日的成本，扣除累計攤銷	766
年內計提攤銷 (附註6)	(253)
於2021年12月31日，扣除累計攤銷	<u>513</u>
於2021年12月31日：	
成本	2,854
累計攤銷	(2,341)
賬面淨值	<u>513</u>
2022年12月31日	
於2022年1月1日的成本，扣除累計攤銷	513
添置	818
年內計提攤銷 (附註6)	(325)
於2022年12月31日，扣除累計攤銷	<u>1,006</u>
於2022年12月31日：	
成本	3,672
累計攤銷	(2,666)
賬面淨值	<u>1,006</u>
2023年12月31日	
於2023年1月1日的成本，扣除累計攤銷	1,006
添置	2,266
年內計提攤銷 (附註6)	(717)
於2023年12月31日，	
扣除累計攤銷	<u>2,555</u>
於2023年12月31日：	
成本	5,938
累計攤銷	(3,383)
賬面淨值	<u>2,555</u>

附錄一

會計師報告

	軟件
	人民幣千元
2024年6月30日	
於2024年1月1日的成本，扣除累計攤銷.....	2,555
添置.....	435
期內計提攤銷(附註6).....	(459)
於2024年6月30日，扣除累計攤銷.....	<u>2,531</u>
於2024年6月30日：	
成本.....	6,373
累計攤銷.....	(3,842)
賬面淨值.....	<u>2,531</u>

17. 於聯營公司的投資

	於12月31日	於6月30日
	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
應佔資產淨值.....	3,092	11,730
收購事項之商譽.....	6,205	20,339
總計.....	<u>9,297</u>	<u>32,069</u>

下表說明個別並非屬重大的 貴集團聯營公司的財務資料匯總：

	於12月31日	於6月30日
	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
應佔聯營公司年／期內(虧損)／利潤.....	(703)	535
貴集團於聯營公司的投資的合共賬面值.....	<u>9,297</u>	<u>32,069</u>

18. 存貨

貴集團

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料.....	27,893	37,908	19,624	15,666
在製品.....	27,567	42,374	32,315	47,443
製成品.....	154,281	219,191	290,267	249,462
總計.....	<u>209,741</u>	<u>299,473</u>	<u>342,206</u>	<u>312,571</u>

貴公司

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
製成品.....	182,384	256,796	356,699	304,344

附錄一

會計師報告

19. 貿易應收款項及應收票據

貴集團

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項.....	115,554	114,898	159,523	236,166
應收票據.....	—	1,726	—	—
	115,554	116,624	159,523	236,166
減值.....	(4,675)	(3,125)	(1,846)	(2,420)
賬面淨值.....	110,879	113,499	157,677	233,746

貴集團的貿易應收款項通常來自通過門店及線上平台進行的銷售，通過門店及線上平台銷售有助於收回銷售所得款項。貴集團通常向相關購物中心、大型零售商及線上平台授出60日內的信用期。逾期結餘由高級管理層定期審查。貿易應收款項為不計息。

於各有關期間末，根據交易日期的貿易應收款項賬齡分析如下：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
3個月內.....	112,251	112,142	157,778	234,306
3至6個月.....	398	790	585	767
6至12個月.....	—	337	246	1
1至2年.....	944	722	7	185
2年以上.....	1,961	907	907	907
總計.....	115,554	114,898	159,523	236,166

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於年／期初.....	2,364	4,675	3,125	1,846
減值虧損／(減值虧損撥回)淨額.....	2,311	127	(1,279)	574
撇銷為不可收回的金額.....	—	(1,677)	—	—
於年／期末.....	4,675	3,125	1,846	2,420

於各有關期間末採用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信貸虧損。撥備率乃根據具有類似虧損模式的多個客戶分部組別（即按賬齡及客戶類別劃分）的逾期天數釐定。該計算反映概率加權結果、貨幣時值及於各有關期間末可得的有關過往事項、當前狀況及未來經濟狀況預測的合理及可靠資料。

附錄一

會計師報告

下表載列 貴集團使用撥備矩陣計算貿易應收款項的信用風險敞口的資料：

	於2021年12月31日		
	賬面總額	預期信貸虧損率	預期信貸虧損
	人民幣千元		人民幣千元
違約應收款項.....	3,067	100.00%	3,067
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內.....	112,092	1.43%	1,602
3至6個月.....	395	1.52%	6
總計.....	<u>115,554</u>	4.05%	<u>4,675</u>
	於2022年12月31日		
	賬面總額	預期信貸虧損率	預期信貸虧損
	人民幣千元		人民幣千元
違約應收款項.....	907	100.00%	907
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內.....	112,142	1.65%	1,853
3至6個月.....	790	1.39%	11
6至12個月.....	337	1.78%	6
1至2年.....	722	48.20%	348
總計.....	<u>114,898</u>	2.72%	<u>3,125</u>
	於2023年12月31日		
	賬面總額	預期信貸虧損率	預期信貸虧損
	人民幣千元		人民幣千元
違約應收款項.....	907	100.00%	907
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內.....	157,778	0.59%	932
3至6個月.....	585	0.51%	3
6至12個月.....	246	0.41%	1
1至2年.....	7	42.86%	3
總計.....	<u>159,523</u>	1.16%	<u>1,846</u>
	於2024年6月30日		
	賬面總額	預期信貸虧損率	預期信貸虧損
	人民幣千元		人民幣千元
違約應收款項.....	907	100.00%	907
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內.....	234,306	0.61%	1,421
3至6個月.....	767	0.65%	5
6至12個月.....	1	0.00%	–
1至2年.....	185	47.03%	87
總計.....	<u>236,166</u>	1.02%	<u>2,420</u>

貴集團的應收票據賬齡均在一年以內，既未逾期也未減值。

附錄一

會計師報告

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，根據香港財務報告準則第9號，公允價值與其賬面值相若的金額分別為零、人民幣1,726,000元、零及零的應收票據，分類為計入其他全面收益的金融資產。該等按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的應收票據的公允價值變動於有關期間並不重大。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，中國內地銀行承兌的若干應收票據（「貼現票據」）已貼現予中國內地銀行，賬面總值分別為零、人民幣1,726,000元、零及零。根據《中華人民共和國票據法》，倘中國的銀行違約，貼現票據持有人有權向 貴集團追索（「持續參與」）。董事認為， 貴集團並無轉讓與貼現票據有關的絕大部分風險及回報。 貴集團持續參與貼現票據及購回該等貼現票據的未貼現現金流量的最大虧損風險等於其賬面值。董事認為， 貴集團持續參與貼現票據的公允價值並不重大。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日， 貴集團錄得將貼現票據貼現所收取的金額分別為零、人民幣1,726,000元、零及零的所得款項確認為短期貸款（附註25），原因是董事認為 貴集團保留了主要風險及回報，其中包括與該等貼現票據有關的違約風險。

貴公司

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	98,232	91,318	131,704	191,639
應收票據	–	1,726	–	–
	98,232	93,044	131,704	191,639
減值	(3,714)	(2,363)	(1,312)	(1,858)
賬面淨值	94,518	90,681	130,392	189,781

貿易應收款項於各有關期間末按交易日期劃分的賬齡分析如下：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
3個月內	95,173	90,387	130,448	190,134
3至6個月	398	240	408	659
6至12個月	–	29	186	–
1至2年	700	–	–	184
2年以上	1,961	662	662	662
總計	98,232	91,318	131,704	191,639

貿易應收款項減值虧損撥備的變動如下：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於年／期初	2,457	3,714	2,363	1,312
減值虧損／(減值虧損撥回)淨額	1,257	326	(1,051)	546
撇銷為不可收回的金額	–	(1,677)	–	–
於年／期末	3,714	2,363	1,312	1,858

附錄一

會計師報告

於各有關期間末採用撥備矩陣進行減值分析，以計量預期信貸虧損。撥備率乃根據具有類似虧損模式的多個客戶分部組別（即按賬齡及客戶類別劃分）的逾期天數釐定。該計算反映概率加權結果、貨幣時值及於各有關期間末可得的有關過往事項、當前狀況及未來經濟狀況預測的合理及可靠資料。

下表載列 貴公司使用撥備矩陣計算貿易應收款項的信用風險敞口的資料：

	於2021年12月31日		
	賬面總額	預期信貸虧損率	預期信貸虧損
	人民幣千元		人民幣千元
違約應收款項.....	2,823	100.00%	2,823
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內.....	95,014	0.93%	885
3至6個月.....	395	1.52%	6
總計.....	98,232	3.78%	3,714
	於2022年12月31日		
	賬面總額	預期信貸虧損率	預期信貸虧損
	人民幣千元		人民幣千元
違約應收款項.....	662	100.00%	662
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內.....	90,387	1.88%	1,699
3至6個月.....	240	0.83%	2
6至12個月.....	29	0.00%	—
總計.....	91,318	2.59%	2,363
	於2023年12月31日		
	賬面總額	預期信貸虧損率	預期信貸虧損
	人民幣千元		人民幣千元
違約應收款項.....	662	100.00%	662
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內.....	130,448	0.50%	647
3至6個月.....	408	0.49%	2
6至12個月.....	186	0.54%	1
總計.....	131,704	1.00%	1,312
	於2024年6月30日		
	賬面總額	預期信貸虧損率	預期信貸虧損
	人民幣千元		人民幣千元
違約應收款項.....	662	100.00%	662
以下賬齡的其他貿易應收款項：			
3個月內.....	190,134	0.58%	1,105
3至6個月.....	659	0.61%	4
6至12個月.....	—	0.00%	—
1至2年.....	184	47.28%	87
總計.....	191,639	0.97%	1,858

附錄一

會計師報告

20. 預付款項、其他應收款項及其他資產

貴集團

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項.....	17,164	19,926	37,539	39,744
遞延[編纂].....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按金及其他應收款項(附註).....	14,246	12,041	137,841	21,864
可抵扣進項增值稅.....	2,343	3,670	3,127	7,270
可收回稅項.....	271	293	92	43
	34,024	35,930	178,599	77,512
減值撥備.....	(2,042)	(2,788)	(3,069)	(1,743)
總計.....	31,982	33,142	175,530	75,769
分析為：				
即期部分.....	31,492	32,188	56,990	75,769
非即期部分.....	490	954	118,540	-

附註：按金及其他應收款項主要為百貨公司或商場質押的櫃檯押金及租金按金。於2023年12月31日，貴公司已支付中國內地一幅租賃地塊競買保證金人民幣118,540,000元，該保證金於2024年1月轉入租賃土地預付款項。

減值分析於各有關期間末進行。貴集團已根據香港財務報告準則第9號採用一般方法就非貿易性質其他應收款項計提預期信貸虧損撥備。貴集團於計算預期信貸虧損率時已考慮過往虧損率，並就前瞻性宏觀經濟數據作出調整。

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於年／期初.....	1,288	2,042	2,788	3,069
減值／(減值撥回)淨額.....	759	746	281	(1,326)
撇銷為不可收回的金額.....	(5)	-	-	-
於年／期末.....	2,042	2,788	3,069	1,743

貴公司

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
預付款項.....	11,632	14,211	13,873	15,487
遞延[編纂].....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按金及其他應收款項.....	6,318	4,513	124,562	8,381
	17,950	18,724	138,435	32,459
減值撥備.....	(1,717)	(2,242)	(2,242)	(324)
總計.....	16,233	16,482	136,193	32,135
分析為：				
即期部分.....	15,934	15,619	17,653	32,135
非即期部分.....	299	863	118,540	-

附錄一

會計師報告

減值分析於各有關期間末進行。貴公司已根據香港財務報告準則第9號採用一般方法就非貿易性質其他應收款項計提預期信貸虧損撥備。貴公司於計算預期信貸虧損率時已考慮過往虧損率，並就前瞻性宏觀經濟數據作出調整。

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於年／期初	1,520	1,717	2,242	2,242
減值／(減值撥回)淨額	197	525	—	(1,918)
於年／期末	<u>1,717</u>	<u>2,242</u>	<u>2,242</u>	<u>324</u>

21. 按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

貴集團及 貴公司

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
按公允價值計量的其他[編纂]投資	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>

上述其他[編纂]投資為中國內地銀行發行的一年內到期的理財產品。金融資產的公允價值與其成本加預期利息相若。由於其合約現金流量並非僅為支付本金及利息，故該等非上市投資被強制分類為按公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產。

22. 現金及現金等價物及限制性現金

貴集團

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及銀行結餘	492,941	889,253	1,141,144	555,087
減：限制性現金	1,366	1,354	3,250	2,187
現金及現金等價物	<u>491,575</u>	<u>887,899</u>	<u>1,137,894</u>	<u>552,900</u>
以下列貨幣計值：				
人民幣	<u>491,575</u>	<u>887,899</u>	<u>1,137,894</u>	<u>552,900</u>

人民幣不可自由兌換為其他貨幣，然而，根據中國內地《外匯管理條例》及《結匯、售匯及付匯管理規定》，貴集團可透過獲准進行外匯業務的銀行將人民幣兌換為其他貨幣。

銀行現金存款根據每日銀行存款利率的浮動利率計息。短期定期存款根據貴集團的即時現金需求期限介乎於一天至三個月不等，按各自短期定期存款利率計息。銀行結餘及限制性現金存於近期無違約記錄並具有信譽的銀行。

附錄一

會計師報告

限制性現金指履約保證金及第三方支付平台存款。

貴公司

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
現金及銀行結餘.....	394,028	731,271	848,831	258,629
減：限制性現金.....	1,262	1,250	3,146	2,000
現金及現金等價物.....	<u>392,766</u>	<u>730,021</u>	<u>845,685</u>	<u>256,629</u>
以下列貨幣計值：				
人民幣.....	<u>392,766</u>	<u>730,021</u>	<u>845,685</u>	<u>256,629</u>

23. 貿易應付款項

根據發票日期，各有關期間末貿易應付款項的賬齡分析如下：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
3個月內.....	42,504	112,211	103,193	141,605
3至6個月.....	71	660	116	4,661
6至12個月.....	41	5	180	1,175
1年以上.....	522	64	100	203
總計.....	<u>43,138</u>	<u>112,940</u>	<u>103,589</u>	<u>147,644</u>

貿易應付款項為不計息，且通常於30日至60日內結清。

24. 其他應付款項及應計費用

貴集團

	附註	於12月31日			於6月30日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
合約負債.....	(a)	55,071	62,921	86,100	108,041
其他應付款項.....	(b)	15,583	16,230	40,943	67,100
退款負債.....	(c)	–	–	766	1,276
企業所得稅之外的應付稅項.....		18,935	21,447	30,491	54,321
應計費用.....		9,984	34,125	33,334	58,127
應付薪資.....		56,964	59,241	82,389	86,591
客戶墊款.....		–	18	344	211
應付股息.....		–	–	25,000	–
總計.....		<u>156,537</u>	<u>193,982</u>	<u>299,367</u>	<u>375,667</u>

附錄一

會計師報告

附註：

(a) 合約負債詳情如下：

	於1月1日		於12月31日		於6月30日
	2021年	2021年	2022年	2023年	2024年
	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
<i>已收客戶短期墊款</i>					
產品銷售.....	4,173	196	10,320	3,614	674
化妝藝術培訓服務及 相關銷售.....	30,352	23,115	15,634	22,907	39,337
會員積分計劃.....	17,678	29,240	34,991	54,514	63,765
小計.....	52,203	52,551	60,945	81,035	103,776
<i>銷售回扣產生的負債</i>					
產品銷售.....	1,454	2,520	1,976	5,065	4,265
總計.....	53,657	55,071	62,921	86,100	108,041

合約負債主要包括產品銷售、銷售回扣、化妝藝術培訓服務及相關銷售及會員積分計劃。

截至2021年、2022年及2023年12月31日，合約負債增加的主要原因是線下銷售增長，從而產生了更多的會員積分。截至2024年6月30日，合約負債增加乃主要由於收到與化妝藝術培訓服務及相關銷售有關的客戶墊款及線下銷售收入增長令所產生的會員積分增加。

(b) 其他應付款項為無抵押、不計息並須按要求償還。

(c) 退款負債指因退還部分或全部已收(或應收)客戶對價的退款權利而產生的義務。貴集團在各有關期間末更新其對退款負債(以及交易價格的相應變動)的估計。

貴公司

附註	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
合約負債.....	(a) 22,817	27,784	36,610	44,518
其他應付款項.....	(b) 5,976	7,945	6,558	18,406
企業所得稅之外的應付稅項.....	16,772	19,609	24,008	45,332
應計費用.....	4,166	12,257	15,426	44,841
應付薪資.....	36,395	36,485	44,331	50,005
應付股息.....	—	—	25,000	—
總計.....	86,126	104,080	151,933	203,102

附錄一

會計師報告

附註：

(a) 合約負債詳情如下：

	於1月1日		於12月31日		於6月30日	
	2021年	2021年	2022年	2023年	2024年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
已收客戶短期墊款						
產品銷售.....	4,921	100	944	42	37	
會員積分計劃.....	15,734	22,717	26,840	36,568	44,481	
	<u>20,655</u>	<u>22,817</u>	<u>27,784</u>	<u>36,610</u>	<u>44,518</u>	

合約負債主要包括產品銷售及會員積分計劃。

截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，合約負債增加的主要原因是線下銷售增長，從而產生了更多的會員積分。

(b) 其他應付款項為無擔保、不計息並須按要求償還。

25. 計息銀行及其他借款

貴集團

	實際利率	到期日	2022年 12月31日
	(%)		人民幣千元
流動			
貼現票據－有抵押(附註a).....	2-2.15	2022年	<u>1,726</u>

	實際利率	到期日	2024年 6月30日
	(%)		人民幣千元
流動			
計息銀行貸款－無抵押(附註b).....	2.7	2024年	<u>100,000</u>

	於12月31日			於6月30日	
	2021年	2022年	2023年	2024年	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	
分析為：					
應償還貼現票據：					
一年內.....	-	1,726	-	-	-
計息銀行貸款：					
一年內.....	-	-	-	-	100,000
總計.....	<u>-</u>	<u>1,726</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>100,000</u>

分析為：

應償還貼現票據：				
一年內.....	-	1,726	-	-
計息銀行貸款：				
一年內.....	-	-	-	100,000
總計.....	<u>-</u>	<u>1,726</u>	<u>-</u>	<u>100,000</u>

附註：

(a) 於2022年12月31日，貴集團賬面淨值合共約人民幣1,726,000元的應收票據已予質押作為貴集團獲授銀行貸款的擔保(附註19)。

(b) 於2024年6月30日，貴集團人民幣300,000,000元的銀行融資中人民幣100,000,000元已動用。

附錄一

會計師報告

	貿易及其他 應收款項減值	存貨減值	未兌換的 會員積分	公司間交易 未實現利潤	租賃負債	應計開支	退款負債及 撥備	稅項虧損	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2022年12月31日及 2023年1月1日	1,387	1,574	8,625	23,666	11,607	2,133	-	7,682	56,674
年內計入/(扣自)損益的 遞延稅項(附註10)	(245)	399	4,650	(4,683)	(3,000)	2,003	285	(4,378)	(4,969)
於2023年12月31日及 2024年1月1日	1,142	1,973	13,275	18,983	8,607	4,136	285	3,304	51,705
期內計入/(扣自)損益的 遞延稅項(附註10)	(101)	(154)	1,530	(3,122)	5,019	(191)	8	(2,751)	238
於2024年6月30日	1,041	1,819	14,805	15,861	13,626	3,945	293	553	51,943

遞延稅項負債

	使用權資產	退貨權資產	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	-	-	-
年內扣自損益的遞延稅項(附註10)	19,379	-	19,379
於2021年12月31日及2022年1月1日	19,379	-	19,379
年內計入損益的遞延稅項(附註10)	(7,457)	-	(7,457)
於2022年12月31日及2023年1月1日	11,922	-	11,922
年內扣自/(計入)損益的遞延稅項 (附註10)	(3,216)	29	(3,187)
於2023年12月31日及2024年1月1日	8,706	29	8,735
期內扣自/(計入)損益的遞延稅項 (附註10)	5,523	(29)	5,494
於2024年6月30日	14,229	-	14,229

就呈列而言，若干遞延稅項資產及負債已於財務狀況表內對銷。以下為就財務報告而言之 貴集團遞延稅項結餘的分析：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於綜合財務狀況表內確認之 遞延稅項資產淨值	28,199	44,752	42,970	37,714

以下項目之尚未確認遞延稅項資產：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
稅項虧損	12,951	-	-	-

附錄一

會計師報告

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，貴集團在中國內地產生的稅項虧損分別為人民幣12,951,000元、零、零及零，將於一至五年內屆滿，可用於抵銷未來的應課稅利潤。尚未就該等虧損確認遞延稅項資產，因認為不太可能有應課稅利潤可用以抵銷稅項虧損。

貴公司

遞延稅項資產

	貿易及其他應收款項減值		未兌換的會員積分	租賃負債	應計開支	總計
	存貨減值					
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	994	-	3,934	-	-	4,928
年內計入損益的遞延稅項	364	511	1,745	2,205	-	4,825
於2021年12月31日及 2022年1月1日	1,358	511	5,679	2,205	-	9,753
年內計入／(扣自)損益的 遞延稅項	(207)	586	1,031	(1,403)	-	7
於2022年12月31日及 2023年1月1日	1,151	1,097	6,710	802	-	9,760
年內計入／(扣自)損益的 遞延稅項	(262)	402	2,432	(802)	1,887	3,657
於2023年12月31日及 2024年1月1日	889	1,499	9,142	-	1,887	13,417
期內計入／(扣自)損益的 遞延稅項	(343)	(80)	1,978	2,012	-	3,567
於2024年6月30日	546	1,419	11,120	2,012	1,887	16,984

遞延稅項負債

	使用權資產
	人民幣千元
於2021年1月1日	-
年內扣自損益的遞延稅項	2,022
於2021年12月31日及2022年1月1日	2,022
年內計入損益的遞延稅項	(763)
於2022年12月31日及2023年1月1日	1,259
年內計入損益的遞延稅項	(1,023)
於2023年12月31日及2024年1月1日	236
期內扣自損益的遞延稅項	2,219
於2024年6月30日	2,455

附錄一

會計師報告

就呈列而言，若干遞延稅項資產及負債已於財務狀況表內對銷。以下為就財務報告而言之 貴公司遞延稅項結餘的分析：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於財務狀況表內確認之				
遞延稅項資產淨值	7,731	8,501	13,181	14,529

28. 股本

貴集團及 貴公司

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
法定：				
每股面值人民幣1.00元之普通股 ...	60,000	60,000	60,000	200,000
已發行及繳足：				
每股面值人民幣1.00元之普通股 ...	60,000	60,000	60,000	200,000

貴公司股本變動概要如下：

	已發行股份數目	股本
		人民幣千元
於2021年1月1日、2021年12月31日、2022年1月1日、 2022年12月31日、2023年1月1日及2023年12月31日	60,000,000	60,000
股份轉換 (附註(a))	140,000,000	140,000
於2024年6月30日	200,000,000	200,000

附註：

- (a) 於2024年3月21日，通過股份溢價轉增股本人民幣49,550,000元及法定盈餘儲備轉增股本人民幣90,450,000元， 貴公司的股本由人民幣60,000,000元增至人民幣200,000,000元，分為200,000,000股每股面值人民幣1.00元的股份。

29. 股份獎勵

於2024年4月1日，貴公司採納一項員工激勵計劃（「員工激勵計劃」），該計劃自採納日期起生效，可由貴公司根據員工激勵計劃的條款及條件終止。根據員工激勵計劃授予的獎勵相關股份由貴公司股東杭州帝景投資管理合夥企業有限合夥（「帝景投資」）持有。

於2024年4月2日，貴公司若干高級管理人員及僱員因其在過往及未來年度為貴集團提供服務而獲授予合共600,000股貴公司每股面值人民幣1.00元的股份，對價為人民幣1,800,000元。貴集團自提交[編纂]申請之日起24個月內未在證券交易所[編纂]的，須按原價購回股份。250,000股股份授予一名高級管理人員，其應至少在貴公司股份在任何證券交易所[編纂]期間或自[編纂]申請提交之日起12個月（以較早者為準）內留在貴集團。其餘350,000股股份授予一名高級管理人員及兩名僱員，每三分之一的股份須於貴公司股份在任何證券交易所[編纂]年度的財政年度結束日期的每週年日歸屬。

以下為有關期間員工激勵計劃項下尚未行使的股份獎勵：

	加權平均認購價	股份數目
	每股人民幣元	
於2024年1月1日	—	—
期內授出	3.00	600,000
於2024年6月30日	3.00	600,000

有關期間的股份獎勵加權平均認購價為每股人民幣3.00元。於有關期間概無行使股份獎勵。

作為所授出股份回報的已接受服務的公允價值參考已授出股份的公允價值及僱員支付的認購價計量。已授出股份的公允價值按股份市值計量。已授出員工激勵計劃的公允價值約為人民幣20,100,000元，其中，截至2024年6月30日止六個月，貴集團確認股份薪酬開支人民幣5,008,000元。

30. 儲備

貴集團

於有關期間，貴集團的儲備及變動金額呈列於綜合權益變動表內。

股份溢價

貴公司股份溢價指貴公司股東於貴公司於2015年11月改制為股份公司後繳納的股份溢價。

於2024年3月21日，股份溢價人民幣49,550,000元已轉增股本（附註28）。

法定盈餘儲備

根據《中華人民共和國公司法》，貴集團若干子公司（為內資企業）必須將根據中國相關會計準則確定的除稅後利潤的10%計入法定盈餘儲備，直至儲備達到註冊資本的50%。根據《中華人民共和國公司法》所載若干限制，部分法定盈餘儲備可轉為註冊資本，但轉增資本後的結餘不得少於註冊資本的25%。

於2024年3月21日，法定盈餘儲備人民幣90,450,000元已轉增股本（附註28）。

貴公司

貴公司於有關期間的儲備金額及其變動情況呈列如下：

	股份溢價	股份獎勵計劃儲備	法定盈餘儲備	保留利潤	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	49,550	-	51,511	291,276	392,337
年內利潤及全面收益總額	-	-	-	292,592	292,592
向股東宣派的股息	-	-	-	(40,000)	(40,000)
轉撥至法定盈餘儲備	-	-	28,793	(28,793)	-
於2021年12月31日及2022年1月1日	49,550	-	80,304	515,075	644,929
年內利潤及全面收益總額	-	-	-	278,911	278,911
轉撥至法定盈餘儲備	-	-	28,228	(28,228)	-
於2022年12月31日及2023年1月1日	49,550	-	108,532	765,758	923,840
年內利潤及全面收益總額	-	-	-	668,342	668,342
向股東派付的股息	-	-	-	(250,000)	(250,000)
於2023年12月31日及2024年1月1日	49,550	-	108,532	1,184,100	1,342,182
以權益結算的股份獎勵開支	-	5,008	-	-	5,008
期內利潤及全面收益總額	-	-	-	436,656	436,656
股份轉換	(49,550)	-	(90,450)	-	(140,000)
向股東宣派的股息	-	-	-	(1,000,000)	(1,000,000)
轉撥至法定盈餘儲備	-	-	81,918	(81,918)	-
於2024年6月30日	-	5,008	100,000	538,838	643,846

31. 綜合現金流量表附註

(a) 主要非現金交易

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月，貴集團因自營專櫃及辦公場所的租賃安排而新增的非現金使用權資產及租賃負債分別為人民幣34,779,000元、人民幣16,342,000元、人民幣15,679,000元及人民幣20,786,000元。

截至2023年12月31日止年度，應收票據人民幣1,726,000元於到期時終止確認，且被計息銀行及其他借款抵銷。

於截至2024年6月30日止六個月，租賃土地預付款項人民幣118,540,000元乃劃撥自於2023年支付的投標保證金。

截至2024年6月30日止六個月，貴集團獲得計息銀行貸款人民幣100,000,000元並收取現金人民幣98,628,000元，同時由銀行扣除人民幣1,372,000元作為利息。

(b) 融資活動產生的負債變動

	銀行及 其他貸款	租賃負債	應付股息
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2021年1月1日	-	69,433	-
已宣派股息	-	-	40,000
融資現金流量變動	-	(25,916)	(40,000)
因租賃終止而減少	-	(873)	-
新租賃	-	34,779	-
應計利息開支	-	2,805	-
於2021年12月31日及2022年1月1日	-	80,228	-
融資現金流量變動	1,726	(24,418)	-
因租賃終止而減少	-	(18,028)	-
租賃變更	-	(82)	-
來自出租人之與COVID-19相關租金減免	-	(4,422)	-
新租賃	-	16,342	-
應計利息開支	-	3,115	-
於2022年12月31日及2023年1月1日	1,726	52,735	-
已宣派股息	-	-	250,000
融資現金流量變動	-	(30,006)	(225,000)
非現金活動變動	(1,726)	-	-
因租賃終止而減少	-	(7,602)	-
租賃變更	-	6,121	-
新租賃	-	15,679	-
應計利息開支	-	2,033	-
於2023年12月31日及2024年1月1日	-	38,960	25,000
已宣派股息	-	-	1,000,000
融資現金流量變動	98,628	(20,125)	(1,025,000)
因租賃終止而減少	-	(4,623)	-
租賃變更	-	18,318	-
新租賃	-	20,786	-
應計利息開支	1,372	1,189	-
於2024年6月30日	100,000	54,505	-
於2023年1月1日	1,726	52,735	-
已宣派股息(未經審核)	-	-	250,000
融資現金流量變動(未經審核)	-	(15,947)	(225,000)
非現金活動變動(未經審核)	(1,726)	-	-
因租賃終止而減少(未經審核)	-	(4,002)	-
租賃變更(未經審核)	-	892	-
新租賃(未經審核)	-	9,942	-
應計利息開支(未經審核)	-	1,132	-
於2023年6月30日(未經審核)	-	44,752	25,000

附錄一

會計師報告

(c) 租賃現金流出總額

綜合現金流量表中所列租賃現金流出總額如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元
經營活動內	5,701	4,939	12,101	4,948	8,939
投資活動內	–	–	12,654	–	–
融資活動內	25,916	24,418	30,006	15,947	20,125
總計	<u>31,617</u>	<u>29,357</u>	<u>54,761</u>	<u>20,895</u>	<u>29,064</u>

32. 承諾

貴集團於各有關期間末的合約承諾如下：

	於12月31日			於6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
租賃土地	–	–	–	296,345
在建工程	–	–	137,260	112,647
總計	<u>–</u>	<u>–</u>	<u>137,260</u>	<u>408,992</u>

在建工程的合約承諾主要與 貴集團在杭州的生產設施及杭州研發中心的持續建設有關。租賃土地的合約承諾與於2024年1月收購土地使用權有關，其中 貴集團於2024年6月30日作出預付款項人民幣296,345,000元，剩餘對價人民幣296,345,000元將於2025年1月支付。除上述合約承諾外， 貴集團於2024年1月與當地政府機構簽訂了地塊的投資開發協議，據此， 貴集團同意將地塊用於建設其總部，並如期完工，總建安成本不少於人民幣400,000,000元。

33. 關聯方交易

名稱	關係
杭州尚都科技有限公司 (「尚都科技」)	由一名股東控制的實體
杭州匡妍貿易有限公司 (「杭州匡妍」)	由一名股東控制的實體
華美康研 (蘇州) 生物科技有限公司 (「華美康研」)	一名聯繫人
上海毛戈平形象設計藝術職業培訓學校 (「上海學校」)	毛戈平形象設計設立的非營利性組織
北京市朝陽區毛戈平形象設計職業技能培訓學校 (「北京學校」)	毛戈平形象設計設立的非營利性組織
帝景投資	由一名股東控制的實體
杭州嘉馳投資管理合夥企業 (有限合夥) (「嘉馳投資」)	由一名股東控制的實體

附錄一

會計師報告

(a) 於有關期間及截至2023年6月30日止六個月，貴集團與關聯方進行了以下交易：

附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
向以下各方銷售產品：					
尚都科技..... (i)	16	-	-	-	-
杭州匡妍..... (i)	-	135	-	-	-
	<u>16</u>	<u>135</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
向以下各方購買產品：					
華美康研..... (ii)	-	-	15,286	-	8,594
向以下各方購買物業、 廠房及設備：					
北京學校..... (ii)	17	-	-	-	-
向以下各方支付租金及 物業管理費：					
尚都科技..... (iii)	3,577	3,718	4,420	2,210	2,521
代以下各方付款：					
上海學校..... (v)	-	31	-	-	-
向以下各方提供貸款：					
帝景投資..... (iv)	-	-	-	-	165,000
嘉馳投資..... (iv)	-	-	-	-	100,000
	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>265,000</u>
來自以下各方的 利息收入：					
帝景投資..... (iv)	-	-	-	-	193
代以下各方應付：					
毛戈平先生..... (vi)	-	-	-	-	11,936
汪立群女士..... (vi)	-	-	-	-	3,104
毛霓萍女士..... (vi)	-	-	-	-	3,104
毛慧萍女士..... (vi)	-	-	-	-	2,626
汪立華先生..... (vi)	-	-	-	-	1,671
宋虹姪女士..... (vi)	-	-	-	-	1,432
	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>23,873</u>

附註：

- (i) 向關聯方銷售按向 貴集團主要客戶提供的公開價格及條件進行。
- (ii) 向關聯方購買按關聯方向其主要客戶提供的公開價格及條件進行。
- (iii) 租金及物業管理費參考雙方共同協定的價格收取。
- (iv) 根據 貴集團與帝景投資及嘉馳投資於2024年1月16日訂立的貸款協議， 貴集團同意向帝景投資及嘉馳投資提供最高合共人民幣300,000,000元的貸款。每筆貸款均為無抵押且須於三個月內償還，年利率為2.4%。

截至2024年6月30日止六個月，貴集團向帝景投資及嘉馳投資分別發放貸款人民幣165,000,000元及人民幣100,000,000元，均已於2024年6月30日悉數償還。

- (v) 上海學校代付款為日常運營費用。
 - (vi) 代董事應付款項乃因股份溢價及法定盈餘儲備轉增股本而應向有關稅務機關繳納的代扣代繳個人所得稅。
 - (vii) 於2024年4月1日， 貴公司與毛戈平先生、汪立群女士、毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生及宋虹伶女士訂立一份股份轉讓協議，據此 貴公司同意以零對價將杭州尚都匯22.80%的股權轉讓予彼等。由於杭州尚都匯22.80%股權所對應的股本尚未繳納，有關出資義務同時轉讓予受讓人。
- (b) 與關聯方的未結餘額：

貴集團

	附註	於12月31日			於6月30日
		2021年	2022年	2023年	2024年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付關聯方款項(貿易)					
上海學校.....	(i)	-	31	-	-
華美康研.....	(i)	-	-	1,135	502
		-	31	1,135	502
租賃負債(貿易)					
尚都科技.....	(ii)	10,664	7,914	3,741	2,244

附註：

- (i) 於2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日， 貴集團與關聯方的未結餘額均為無抵押、免息及須按要求償還。
- (ii) 貴集團已就辦公物業與尚都科技訂立多份租賃協議。交易乃按照與尚都科技協定的價格及條款進行。

附錄一

會計師報告

(c) 貴集團主要管理人員的薪酬：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
薪金、獎金、津貼及實物福利.....	17,699	22,502	27,187	12,342	12,558
以權益結算的股份獎勵開支.....	-	-	-	-	4,375
退休金計劃供款.....	376	405	461	213	250
已付主要管理人員的薪酬總額.....	<u>18,075</u>	<u>22,907</u>	<u>27,648</u>	<u>12,555</u>	<u>17,183</u>

有關董事及監事酬金的進一步詳情載於歷史財務資料附註8。

34. 按類別劃分的金融工具

於各有關期間末，各類金融工具的賬面值如下：

貴集團

2021年12月31日

金融資產

	按公允價值計量 且其變動計入當期 損益的金融資產		總計
	強制指定為按公允價 值計量 且其變動計入當期 損益的金融資產	按攤銷成本 計量的金融資產	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項.....	-	110,879	110,879
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的 金融資產.....	-	12,204	12,204
按公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產.....	51,000	-	51,000
限制性現金.....	-	1,366	1,366
現金及現金等價物.....	-	491,575	491,575
總計.....	<u>51,000</u>	<u>616,024</u>	<u>667,024</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	43,138
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	25,567
租賃負債.....	80,228
總計.....	<u>148,933</u>

附錄一

會計師報告

2022年12月31日

金融資產

	按公允價值計量 且其變動計入 其他全面收益 的金融資產		總計 人民幣千元
	債務工具	按攤銷成本 計量的金融資產	
	人民幣千元	人民幣千元	
貿易應收款項及應收票據.....	1,726	111,773	113,499
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的 金融資產.....	—	9,253	9,253
限制性現金.....	—	1,354	1,354
現金及現金等價物.....	—	887,899	887,899
總計.....	<u>1,726</u>	<u>1,010,279</u>	<u>1,012,005</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債 人民幣千元
貿易應付款項.....	112,940
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	50,355
計息銀行及其他借款.....	1,726
應付關聯方款項.....	31
租賃負債.....	52,735
總計.....	<u>217,787</u>

2023年12月31日

金融資產

	按攤銷成本 計量的金融資產 人民幣千元
貿易應收款項.....	157,677
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產.....	134,772
限制性現金.....	3,250
現金及現金等價物.....	1,137,894
總計.....	<u>1,433,593</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債 人民幣千元
貿易應付款項.....	103,589
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	99,277
應付關聯方款項.....	1,135
租賃負債.....	38,960
總計.....	<u>242,961</u>

附錄一

會計師報告

2024年6月30日

金融資產

	按攤銷成本 計量的金融資產
	人民幣千元
貿易應收款項.....	233,746
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產.....	20,121
限制性現金.....	2,187
現金及現金等價物.....	552,900
總計.....	<u>808,954</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	147,644
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	125,227
計息銀行及其他借款.....	100,000
應付關聯方款項.....	502
租賃負債.....	54,505
總計.....	<u>427,878</u>

貴公司

2021年12月31日

金融資產

	按公允價值計量 且其變動計入當期 損益的金融資產	強制指定為按公允價 值計量 且其變動計入當期 損益的金融資產	按攤銷成本 計量的金融資產	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項.....	-	94,518	94,518	94,518
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的 金融資產.....	-	4,601	4,601	4,601
按公允價值計量且其變動計入當期損益 的金融資產.....	51,000	-	51,000	51,000
應收子公司款項.....	-	48,505	48,505	48,505
限制性現金.....	-	1,262	1,262	1,262
現金及現金等價物.....	-	392,766	392,766	392,766
總計.....	<u>51,000</u>	<u>541,652</u>	<u>541,652</u>	<u>592,652</u>

附錄一

會計師報告

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	57
計入其他應付款項及應計費用的 金融負債.....	10,142
應付子公司款項.....	67,166
租賃負債.....	8,818
總計.....	<u>86,183</u>

2022年12月31日

金融資產

	按公允價值 計量且其變動 計入其他全面收益 的金融資產	按攤銷成本 計量的金融資產	總計
	債務工具		
貿易應收款項及應收票據.....	1,726	88,955	90,681
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的 金融資產.....	-	2,271	2,271
應收子公司款項.....	-	34,337	34,337
限制性現金.....	-	1,250	1,250
現金及現金等價物.....	-	730,021	730,021
總計.....	<u>1,726</u>	<u>856,834</u>	<u>858,560</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	101
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	20,202
計息銀行及其他借款.....	1,726
應付子公司款項.....	118,558
租賃負債.....	3,206
總計.....	<u>143,793</u>

2023年12月31日

金融資產

	按攤銷成本 計量的金融資產
	人民幣千元
貿易應收款項.....	130,392
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產.....	122,320
應收子公司款項.....	34,119
限制性現金.....	3,146
現金及現金等價物.....	845,685
總計.....	<u>1,135,662</u>

附錄一

會計師報告

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	57
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	46,984
應付子公司款項.....	106,424
總計.....	<u>153,465</u>

2024年6月30日

金融資產

	按攤銷成本 計量的金融資產
	人民幣千元
貿易應收款項.....	189,781
計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產.....	8,057
應收子公司款項.....	72,909
限制性現金.....	2,000
現金及現金等價物.....	256,629
總計.....	<u>529,376</u>

金融負債

	按攤銷成本 計量的金融負債
	人民幣千元
貿易應付款項.....	57
計入其他應付款項及應計費用的金融負債.....	63,247
應付子公司款項.....	275,851
租賃負債.....	8,048
總計.....	<u>347,203</u>

35. 金融工具的公允價值及公允價值層級

管理層已評估現金及現金等價物、限制性現金、貿易應收款項、貿易應付款項、計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產、計入其他應付款項及應計費用的金融負債、應收關聯方款項、應付關聯方款項及計息銀行及其他借款的公允價值與其賬面值相若，主要是由於該等工具於短期內到期。

除以強迫或清盤出售外，金融資產及負債的公允價值乃按於當前交易中交易雙方願意就交換工具付出的金額列賬。以下方法及假設被用於評估公允價值：

根據香港財務報告準則第9號，於各有關期間末，分類為按公允價值計量且其變動計入其他全面收益的金融資產的應收票據的公允價值已透過貼現預期未來現金流（即應收票據面值）計算。此外，應收票據將於一年內到期，其公允價值因此與其賬面值相若。

附錄一

會計師報告

貴集團投資於非上市投資，即中國內地銀行發行的理財產品。貴集團採用基於具有類似條款及風險的工具的市場利率的貼現現金流估值模型，對該等非上市投資的公允價值進行估計。

公允價值層級

下表說明 貴集團及 貴公司金融工具的公允價值計量層級：

按公允價值計量的資產：

於2021年12月31日

	使用下列各項的公允價值計量			總計
	於活躍市場 的報價 (第一級)	重大可觀察 輸入數據 (第二級)	重大不可觀察 輸入數據 (第三級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	

按公允價值計量且其變動計入

當期損益的金融資產	-	51,000	-	51,000
-----------------	---	--------	---	--------

於2022年12月31日

	使用下列各項的公允價值計量			總計
	於活躍市場 的報價 (第一級)	重大可觀察 輸入數據 (第二級)	重大不可觀察 輸入數據 (第三級)	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	

按公允價值計量且其變動計入

其他全面收益的金融資產	-	1,726	-	1,726
-------------------	---	-------	---	-------

於2023年12月31日及2024年6月30日， 貴集團及 貴公司無任何按公允價值計量的金融資產。

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日， 貴集團及 貴公司並無任何按公允價值計量的金融負債。

截至2021年及2022年12月31日止年度，金融資產的公允價值計量於第一級及第二級之間並無轉撥，亦無轉入或轉出第三級。

36. 財務風險管理目標及政策

貴集團的主要金融工具包括現金及現金等價物。該等金融工具的主要目的是為 貴集團的營運籌措資金。 貴集團擁有多種其他金融資產及負債，例如貿易及其他應收款項、其他應付款項及應計費用以及貿易應付款項，該等資產及負債直接產生於 貴集團的經營活動。

貴集團金融工具產生的主要風險為信用風險及流動資金風險。董事會對管理各項該等風險的政策進行審閱及協定，該等政策概述如下。

信用風險

貴集團主要與獲認可且信譽良好的第三方進行交易。 貴集團的政策是所有希望以信用條款進行交易的客戶均須經過信用驗證程序。此外，持續監測應收款項結餘。

附錄一

會計師報告

最高風險及年／期末階段

下表列示基於 貴集團信用政策的信用質量及最大信用風險敞口，主要根據逾期資料（除非有其他無須付出過多成本或努力即可獲得的資料）及於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日的年／期末階段分類得出。呈列金額為金融資產的賬面總值。

貴集團

2021年12月31日

	12個月				總計
	預期信貸虧損	全期預期信貸虧損			
	階段1	階段2	階段3	簡化法	
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	
貿易應收款項*	-	-	-	115,554	115,554
計入預付款項、 其他應收款項及 其他資產的金融資產					
— 正常**	12,204	-	-	-	12,204
— 可疑**	-	-	2,042	-	2,042
限制性現金					
— 正常	1,366	-	-	-	1,366
現金及現金等價物					
— 尚未逾期	491,575	-	-	-	491,575
總計	505,145	-	2,042	115,554	622,741

2022年12月31日

	12個月				總計
	預期信貸虧損	全期預期信貸虧損			
	階段1	階段2	階段3	簡化法	
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	
貿易應收款項*	-	-	-	114,898	114,898
應收票據					
— 正常**	1,726	-	-	-	1,726
計入預付款項、 其他應收款項及 其他資產的金融資產					
— 正常**	9,253	-	-	-	9,253
— 可疑**	-	-	2,788	-	2,788
限制性現金					
— 正常	1,354	-	-	-	1,354
現金及現金等價物					
— 尚未逾期	887,899	-	-	-	887,899
總計	900,232	-	2,788	114,898	1,017,918

附錄一

會計師報告

2023年12月31日

	12個月		全期預期信貸虧損		
	預期信貸虧損				
	階段1	階段2	階段3	簡化法	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項*	-	-	-	159,523	159,523
計入預付款項、					
其他應收款項及					
其他資產的金融資產					
- 正常**	134,772	-	-	-	134,772
- 可疑**	-	-	3,069	-	3,069
限制性現金					
- 正常	3,250	-	-	-	3,250
現金及現金等價物					
- 尚未逾期	1,137,894	-	-	-	1,137,894
總計	1,275,916	-	3,069	159,523	1,438,508

2024年6月30日

	12個月預期		全期預期信貸虧損		
	信貸虧損				
	階段1	階段2	階段3	簡化法	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項*	-	-	-	236,166	236,166
計入預付款項、其他應收款項及					
其他資產的金融資產					
- 正常**	20,121	-	-	-	20,121
- 可疑**	-	-	1,743	-	1,743
限制性現金					
- 正常	2,187	-	-	-	2,187
現金及現金等價物					
- 尚未逾期	552,900	-	-	-	552,900
總計	575,208	-	1,743	236,166	813,117

* 就 貴集團應用減值簡化法的貿易應收款項而言，基於撥備矩陣的資料於歷史財務資料附註19披露。

** 應收票據及計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產的信用質量，在未逾期且並無資料表明該金融資產自初始確認以來信用風險大幅增加時，被視為「正常」。否則，金融資產的信用質量被視為「可疑」。

貴集團因貿易應收款項而面臨的信用風險的進一步定量數據披露於歷史財務資料附註19。

附錄一

會計師報告

貴公司

2021年12月31日

	12個月	全期預期信貸虧損			
	預期信貸虧損				總計
	階段1	階段2	階段3	簡化法	
	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
貿易應收款項*	-	-	-	98,232	98,232
應收子公司款項	48,505	-	-	-	48,505
計入預付款項、					
其他應收款項及					
其他資產的金融資產					
- 正常**	4,601	-	-	-	4,601
- 可疑**	-	-	1,717	-	1,717
限制性現金					
- 正常	1,262	-	-	-	1,262
現金及現金等價物					
- 尚未逾期	392,766	-	-	-	392,766
總計	447,134	-	1,717	98,232	547,083

2022年12月31日

	12個月預期	全期預期信貸虧損			
	信貸虧損				總計
	階段1	階段2	階段3	簡化法	
	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
貿易應收款項*	-	-	-	91,318	91,318
應收票據					
- 正常**	1,726	-	-	-	1,726
應收子公司款項	34,337	-	-	-	34,337
計入預付款項、					
其他應收款項及					
其他資產的金融資產					
- 正常**	2,271	-	-	-	2,271
- 可疑**	-	-	2,242	-	2,242
限制性現金					
- 正常	1,250	-	-	-	1,250
現金及現金等價物					
- 尚未逾期	730,021	-	-	-	730,021
總計	769,605	-	2,242	91,318	863,165

附錄一

會計師報告

2023年12月31日

	12個月預期	全期預期信貸虧損			總計
	信貸虧損	階段2	階段3	簡化法	
	階段1	階段2	階段3	簡化法	
	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
貿易應收款項*	-	-	-	131,704	131,704
應收子公司款項	34,119	-	-	-	34,119
計入預付款項、 其他應收款項及 其他資產的金融資產					
— 正常**	122,320	-	-	-	122,320
— 可疑**	-	-	2,242	-	2,242
限制性現金					
— 正常	3,146	-	-	-	3,146
現金及現金等價物					
— 尚未逾期	845,685	-	-	-	845,685
總計	1,005,270	-	2,242	131,704	1,139,216

2024年6月30日

	12個月預期	全期預期信貸虧損			總計
	信貸虧損	階段2	階段3	簡化法	
	階段1	階段2	階段3	簡化法	
	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
貿易應收款項*	-	-	-	191,639	191,639
應收子公司款項	72,909	-	-	-	72,909
計入預付款項、 其他應收款項及其他 資產的金融資產					
— 正常**	8,057	-	-	-	8,057
— 可疑**	-	-	324	-	324
限制性現金					
— 正常	2,000	-	-	-	2,000
現金及現金等價物					
— 尚未逾期	256,629	-	-	-	256,629
總計	339,595	-	324	191,639	531,558

* 就 貴公司應用減值簡化法的貿易應收款項而言，基於撥備矩陣的資料於歷史財務資料附註19披露。

** 應收票據及計入預付款項、其他應收款項及其他資產的金融資產的信用質量，在未逾期且並無資料表明該金融資產自初始確認以來信用風險大幅增加時，被視為「正常」。否則，金融資產的信用質量被視為「可疑」。

貴公司因貿易應收款項而面臨的信用風險的進一步定量數據披露於歷史財務資料附註19。

附錄一

會計師報告

流動資金風險

貴集團利用經常性流動性規劃工具監控資金短缺風險。該工具計及其金融投資和金融資產（比如貿易應收款項及其他金融資產）的期限以及預測的經營所得現金流量。

貴集團的目標是通過使用其他借款，在資金的連續性和靈活性之間保持平衡。

於各有關期間末，貴集團及貴公司根據合約未貼現付款計算的金融負債的到期日如下：

貴集團

	2021年12月31日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	634	42,504	–	–	43,138
計入其他應付款項及					
應計費用的金融負債...	623	17,288	7,656	–	25,567
租賃負債.....	–	7,298	18,513	64,583	90,394
總計.....	<u>1,257</u>	<u>67,090</u>	<u>26,169</u>	<u>64,583</u>	<u>159,099</u>
	2022年12月31日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	729	112,211	–	–	112,940
計息銀行及其他借款.....	–	–	1,726	–	1,726
應付關聯方款項.....	–	31	–	–	31
計入其他應付款項及					
應計費用的金融負債...	1,926	40,919	7,510	–	50,355
租賃負債.....	–	6,995	16,441	33,456	56,892
總計.....	<u>2,655</u>	<u>160,156</u>	<u>25,677</u>	<u>33,456</u>	<u>221,944</u>
	2023年12月31日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	396	103,193	–	–	103,589
應付關聯方款項.....	–	1,135	–	–	1,135
計入其他應付款項及					
應計費用的金融負債...	28,382	59,225	11,670	–	99,277
租賃負債.....	–	8,375	15,347	17,540	41,262
總計.....	<u>28,778</u>	<u>171,928</u>	<u>27,017</u>	<u>17,540</u>	<u>245,263</u>

附錄一

會計師報告

	2024年6月30日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	6,039	141,605	–	–	147,644
計息銀行及其他借款.....	–	–	100,000	–	100,000
應付關聯方款項.....	–	502	–	–	502
計入其他應付款項及應計 費用的金融負債.....	10,955	105,416	8,856	–	125,227
租賃負債.....	–	6,661	23,076	30,158	59,895
總計.....	<u>16,994</u>	<u>254,184</u>	<u>131,932</u>	<u>30,158</u>	<u>433,268</u>

貴公司

	2021年12月31日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	–	57	–	–	57
計入其他應付款項及 應計費用的金融負債...	520	8,853	769	–	10,142
應付子公司款項.....	67,166	–	–	–	67,166
租賃負債.....	–	373	4,154	5,551	10,078
總計.....	<u>67,686</u>	<u>9,283</u>	<u>4,923</u>	<u>5,551</u>	<u>87,443</u>

	2022年12月31日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	–	101	–	–	101
計入其他應付款項及 應計費用的金融負債...	1,793	18,070	339	–	20,202
應付子公司款項.....	118,558	–	–	–	118,558
租賃負債.....	–	–	3,510	–	3,510
總計.....	<u>120,351</u>	<u>18,171</u>	<u>3,849</u>	<u>–</u>	<u>142,371</u>

附錄一

會計師報告

	2023年12月31日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	-	57	-	-	57
計入其他應付款項及 應計費用的金融負債...	27,780	18,765	439	-	46,984
應付子公司款項.....	106,424	-	-	-	106,424
總計.....	<u>134,204</u>	<u>18,822</u>	<u>439</u>	-	<u>153,465</u>
	2024年6月30日				
	按要求	少於3個月	3至12個月	1至5年	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項.....	57	-	-	-	57
計入其他應付款項及應計 費用的金融負債.....	10,188	52,780	279	-	63,247
應付子公司款項.....	175,851	-	100,000	-	275,851
租賃負債.....	-	1,859	3,751	6,568	12,178
總計.....	<u>186,096</u>	<u>54,639</u>	<u>104,030</u>	<u>6,568</u>	<u>351,333</u>

資本管理

貴集團資本管理的主要目的為確保 貴集團持續經營能力以及維持穩健的資本比率，以支持其業務及為股東爭取最大價值。

貴集團考慮經濟狀況變化及相關資產的風險特徵來管理其資本架構並作出調整。為維持或調整資本架構， 貴集團或會調整支付予股東的股息、退回股本予股東或發行新股。 貴集團不受任何外部資本限制的約束。於有關期間， 貴集團的資本管理目標、政策或程序未發生變化。

貴集團採用資產負債比率（即債務除以總資產）監控資本。債務包括租賃負債、貿易應付款項、其他應付款項及應計費用以及計息銀行及其他借款。於各有關期間末的資產負債比率如下：

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
計息銀行及其他借款.....	-	1,726	-	100,000
租賃負債.....	80,228	52,735	38,960	54,505
貿易應付款項.....	43,138	112,940	103,589	147,644
其他應付款項及應計費用.....	156,537	193,982	299,367	375,667
債務.....	<u>279,903</u>	<u>361,383</u>	<u>441,916</u>	<u>677,816</u>
總資產.....	<u>1,130,944</u>	<u>1,555,910</u>	<u>2,094,568</u>	<u>1,836,301</u>
資產負債比率.....	<u>24.75%</u>	<u>23.23%</u>	<u>21.10%</u>	<u>36.91%</u>

37. 於子公司的投資

	於12月31日			於6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
投資(按成本計算)	28,963	28,963	138,963	461,963

38. 應收／(應付)子公司款項

於2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，應收／(應付)子公司款項為無抵押、免息及須按要求償還。與子公司結餘的賬面值與其公允價值相若。

39. 有關期間後事項

為促進杭州尚都匯所持物業的開發，加快相關行政手續辦理，於2024年10月23日，貴公司以對價人民幣96,000,000元收購杭州尚都匯剩餘22.8%股權，相當於毛戈平先生、汪立群女士、毛霓萍女士、毛慧萍女士、汪立華先生及宋虹佺女士的出資總額。轉讓後，杭州尚都匯成為貴公司的直接全資子公司。

40. 期後財務報表

貴公司、貴集團或其任何子公司並無就2024年6月30日後任何期間編製經審核財務報表。

附錄二

未經審核[編纂]財務資料

以下資料並不構成本公司申報會計師安永會計師事務所(香港執業會計師)發出的會計師報告(載於本文件附錄一)的一部分，僅為說明用途而載入本文件。未經審核[編纂]財務資料應與本文件「財務資料」一節以及本文件附錄一會計師報告一併閱讀。

A. 未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值

以下為根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則第4.29段並參考香港會計師公會發佈的會計指引第7號「編製[編纂]財務資料以供載入投資通函」編製的本集團未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值(僅為說明用途)，以說明假設[編纂]於2024年6月30日發生的情形下，[編纂]對母公司擁有人應佔本集團綜合有形資產淨值的影響。

本集團未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值僅為說明目的而編製，因其假設性質，其未必能真實反映假設[編纂]已於2024年6月30日或任何未來日期完成的情形下，母公司擁有人應佔本集團綜合有形資產淨值情況。本財務資料以會計師報告所載於2024年6月30日的母公司擁有人應佔綜合有形資產淨值為基礎編製，其全文載於本文件附錄一，並按如下所述予以調整。

	於2024年 6月30日的 母公司擁 有人應佔 綜合有形 資產淨值	[編纂] 估計所得款 項淨額	緊隨[編纂] 完成後 母公司擁有人 應佔未經審核 [編纂]經調整 綜合有形 資產淨值	緊隨[編纂]完成後 母公司擁有人應佔 未經審核[編纂]經調整 綜合每股有形資產淨值	
	人民幣千元 (附註1)	人民幣千元 (附註2)	人民幣千元	人民幣元 (附註3)	港元 (附註4)
按[編纂]每股 股份[編纂]港元計算.....	1,040,321	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按[編纂]每股 股份[編纂]港元計算.....	1,040,321	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 於2024年6月30日的母公司擁有人應佔綜合有形資產淨值乃從於2024年6月30日的母公司擁有人應佔綜合資產淨值人民幣1,042,852,000元中扣除其他無形資產人民幣2,531,000元得出(如本文件附錄一會計師報告所示)。
- (2) [編纂]的估計所得款項淨額根據估計[編纂]每股股份[編纂]港元或每股股份[編纂]港元(即下限價格及上限價格)，在扣除本公司應付的[編纂]費用及其他相關開支(不包括在往績記錄期間自損益扣除的[編纂]人民幣[編纂]元)後計算，相關計算並未計及因[編纂]及／或[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份。
- (3) 母公司擁有人應佔未經審核[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值根據緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份計算，相關計算並未計及因[編纂]及／或[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份。
- (4) 母公司擁有人應佔未經審核[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值按人民幣0.90179元兌1.00港元的匯率換算為港元。
- (5) 並未作出調整以反映本集團在2024年6月30日後的任何經營業績或訂立的任何公開交易。
- (6) 通過比較仲量聯行企業評估及諮詢有限公司編製的日期為2024年11月6日的估值報告所載本集團物業的估值，與2024年10月31日的物業賬面值相比，估值盈餘淨額約為33,611,000港元，並無於上述本集團的綜合有形資產淨值入賬。物業的估值盈餘日後不會併入本集團的綜合財務報表計算。倘估值盈餘將於本集團的綜合財務報表入賬，將產生額外年度折舊費用約840,000港元。

以下為申報會計師安永會計師事務所(香港執業會計師)就未經審核[編纂]財務資料發出的報告全文，以供收錄於本文件。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

以下為獨立估值師仲量聯行企業評估及諮詢有限公司就毛戈平化妝品股份有限公司持有的選定物業於2024年10月31日的估值所編製的函件及估值證書全文，以供載入本文件。



仲量聯行

仲量聯行企業評估及諮詢有限公司
香港英皇道979號
太古坊一座7樓
電話 +852 2846 5000 傳真 +852 2169 6001
公司牌照號碼: C-030171

敬啟者：

吾等遵照閣下指示，對毛戈平化妝品股份有限公司（「貴公司」）及其子公司（以下統稱「貴集團」）於中華人民共和國（「中國」）持有的選定物業進行估值，吾等確認吾等曾進行視察，作出有關查詢、調查及搜集吾等認為必要的其他資料，以向閣下提供吾等對該等物業權益於2024年10月31日（「估值日期」）的市值的意見。

選定物業權益構成非物業業務的一部分，各物業的賬面值佔貴集團總資產的15%或以上，因此該物業權益的估值須載入本文件。

吾等的估值按市值進行。市值界定為「資產或負債經適當市場推廣後，由自願買方與自願賣方在知情、審慎及不受脅迫的情況下，於估值日期進行公平交易的估計金額」。

吾等採用比較法為物業進行估值，假設該物業權益按現狀直接交吉出售，並參考有關市場的可資比較銷售交易。此方法以大眾接受的市場交易作為最佳指標，並預先假定可從市場上的相關交易證據推斷出類似物業的情況，但須考慮當中涉及的可變因素。

吾等作出的估值乃假設賣方於市場出售物業權益時並不附帶延期履行合約、售後租回、合資、管理協議或任何類似安排的利益，以致可能影響該物業權益的價值。

吾等的報告並無考慮任何所估物業權益存在的任何抵押、按揭或債項，亦無考慮出售成交時可能產生的任何開支或稅項。除另有指明外，吾等假設物業概無附帶可能影響其價值的繁重產權負擔、限制及支出。

為物業權益進行估值時，吾等已遵守香港聯合交易所有限公司發佈的證券上市規則第五章及第十二項應用指引、皇家特許測量師學會頒佈的《皇家特許測量師學會估值—全球準則》、香港測量師學會頒佈的《香港測量師學會評估準則》及國際評估準則理事會發佈的《國際評估準則》所載的一切規定。

吾等在很大程度上倚賴 貴集團提供的資料，並已接納吾等所獲有關年期、規劃審批、法定通告、地役權、佔用詳情、租賃及所有其他相關事宜的意見。

吾等已獲提供各種產權文件，包括國有土地使用權出讓合同、建設用地規劃許可證、不動產權證(土地)以及有關物業權益的其他官方圖則，並已進行相關查詢。在可能情況下，吾等已查閱文件正本，以核實中國物業權益的現有業權以及物業權益可能附帶的任何重大產權負擔或任何租賃修訂。吾等在很大程度上依賴 貴公司的中國法律顧問—競天公誠律師事務所就中國物業權益的有效性提供的意見。

吾等並無詳細測量以核實物業面積是否準確，但已假設吾等所獲業權文件及正式地盤圖則所示的面積均正確無誤。所有文件和合同僅供參考，而所有尺寸、量度和面積均為約數。吾等並無進行實地測量。

吾等已視察物業的外觀，並在可能情況下視察其內部。然而，吾等並無進行調查，以確定地面狀況及設施是否適合在其上進行開發。吾等編製估值時乃假設該等方面的狀況均屬良好。此外，吾等並無進行結構測量，但在吾等視察過程中並無發現任何嚴重缺陷。然而，吾等未能呈報該物業是否確無腐朽、蟲蛀或任何其他結構缺陷，亦無測試任何設施。

朱秋琼女士於2024年11月進行地盤視察，朱秋琼女士為中國合資格土地估值師，於中國房地產行業擁有13年的估值經驗。

吾等並無理由懷疑 貴集團提供予吾等的資料的真實性及準確性。吾等亦已徵求 貴集團確認所提供的資料並無遺漏任何重大事實。吾等認為已獲提供足夠資料，可達致知情的意見，亦無理由懷疑有任何重要資料遭隱瞞。

除另有指明外，本報告所述的所有貨幣數字均為人民幣。

謹請 閣下留意隨附的估值證書。

中華人民共和國
浙江省
杭州市
上城區
萬銀大廈1001室
毛戈平化妝品股份有限公司
董事會 台照

為及代表
仲量聯行企業評估及諮詢有限公司
高級董事
姚贈榮
MRICS MHKIS R.P.S. (GP)
謹啟

2024年[●]月[●]日

附註：姚贈榮為特許測量師，擁有30年香港及中國物業估值經驗以及亞太地區相關經驗。

估值證書

貴集團於中國持有作未來開發的物業權益

物業	概況及年期	佔用詳情	於2024年
			10月31日
			現況下的市值
			人民幣元
位於中國浙江省 杭州市上城區新 開河西側、婺江 路北側、規劃道 路東側及規劃興 隆路南側望江單 元SC0402-B1/B2/ S2-15地塊的一幅 土地	<p>該物業坐落於新開河西側、婺江路 北側、規劃道路東側及規劃興隆路 南側望江單元SC0402-B1/B2/S2-15 地塊。該地段是一個成熟的住宅及 商業區，具有配套齊全的公共設施 及便捷的公共交通網絡。</p> <p>該物業佔用一幅地盤面積約 11,960.00平方米的土地，將開發為 14層高（加三層地庫）的辦公樓及 商業開發項目，規劃總樓面面積約 為75,597.00平方米。據 貴集團告 知，於估值日期，該開發項目尚未 開工建設。</p> <p>該物業已獲授土地使用權，期限於 2064年10月17日屆滿，作商業用途。</p>	於估值日期， 該物業為 白地。	623,000,000

附註：

1. 根據日期為2024年1月12日的國有土地使用權出讓合同－第3301002023A21094號及補充合同，該物業（地盤面積約11,960.00平方米）的土地使用權已訂約授予杭州尚都匯化妝品科技有限公司（「杭州尚都匯」，貴公司的全資子公司），期限為自土地交付日期起40年，作商業用途。標的地塊的容積率為4。土地出讓金為人民幣592,690,000元。
2. 根據建設用地規劃許可證－地字第3301022024YG0055440號，該物業（地盤面積約11,960.00平方米）的規劃許可已授予杭州尚都匯。
3. 根據不動產權證（土地）－浙(2024)杭州市不動產權第0648475號，該物業（地盤面積約11,960.00平方米）的土地使用權已授予杭州尚都匯，期限於2064年10月17日屆滿，作商業用途。

附錄三

估值報告

4. 根據杭州尚都匯獲發的建設工程規劃許可證－建字第3301022024GG0123439號，該物業（規劃總樓面面積約75,597.00平方米）已獲批建設。該物業的規劃總樓面面積載列如下：

用途	樓層	(規劃)總樓面面積 (平方米)
辦公樓及商業.....	L1 – L14	47,840.00
地庫.....	B1 – B3	27,757.00
總計：.....		75,597.00

5. 吾等的估值乃根據以下基準及分析作出：

於進行估值時，吾等已識別並分析當地與標的物業特點（如該物業的性質、用途、地盤面積、佈局及交通便利性）相近的土地的各項相關銷售證據。選定可資比較土地為近三年交易的商業土地。該等用作商業用途的可資比較土地地盤的樓面價介乎每平方米人民幣12,400元至人民幣13,000平方米。吾等已考慮可資比較物業與該物業在時間、位置及其他特點等多個方面的差異而作出適當調整及分析，以得出假定單位價格。調整位置（如交通便利性）及與開發潛力有關的特徵（如地盤面積、外形、開發密度、使用年期等）的一般基準為：倘可資比較物業優於該物業，則作出向下調整。相反，倘可資比較物業遜於或不及該物業受歡迎，則作出向上調整。就時間調整而言，須考慮交易日期至估值日期期間的市況。

6. 吾等已獲 貴公司中國法律顧問提供有關該物業權益的法律意見，其中載有（其中包括）以下內容：

杭州尚都匯合法有效擁有該物業的土地使用權。杭州尚都匯有權佔用、使用、出租、轉讓、抵押或以其他方式處置該物業的土地使用權。

7. 主要證書／批文的概要如下所示：

a. 國有土地使用權出讓合同.....	有
b. 國有土地使用證／不動產權證（土地）.....	有
c. 建設用地規劃許可證.....	有
d. 建設工程規劃許可證.....	有
e. 建築工程施工許可證.....	無
f. 預售許可證.....	無
g. 建築工程竣工驗收證明／備案表／報告.....	無

證券持有人稅項

H股持有人的所得稅及資本利得稅乃依據中國及H股持有人為其居民或因其他原因須繳稅之司法管轄區的法律及慣例所規定。以下若干相關稅收規定概要以現行有效的法律及慣例為基礎，不對相關法律或者政策的變化或者調整作出任何預測，亦不會據此出具任何法律或稅項意見或者建議。有關討論無意解決H股投資可能造成的一切稅務後果，亦無考慮任何個別投資者的特定情況，其中部分情況可能受特別的規則所規限。因此，投資者應就H股投資的稅務後果諮詢本身稅務顧問的意見。有關討論乃基於截至本文件日期現行有效的法律及相關解釋作出，前述法律及相關解釋完全可能發生變化或調整，亦可能具有溯及力。

以下討論中並無提及所得稅、資本增值及利得稅、營業稅／增值稅、印花稅及遺產稅以外的任何中國稅務問題。有意向投資者務請就擁有及出售H股方面涉及的中國、香港及其他稅務後果諮詢其財務顧問。

中國稅項

股息涉及的稅項

個人投資者

根據《中華人民共和國個人所得稅法》(由全國人民代表大會(「全國人大」)常務委員會於1980年9月10日頒佈及於2018年8月31日最新修訂並於2019年1月1日施行)及《中華人民共和國個人所得稅法實施條例》(由國務院於2018年12月18日最新修訂並於2019年1月1日施行)(統稱「個人所得稅法」)，中國企業分派股息一般須繳納統一稅率20%的預扣個人所得稅。此外，根據財政部(「財政部」)、國家稅務總局(「國家稅務總局」)及中國證券監督管理委員會(「中國證監會」)於2015年9月7日頒發的《財政部、國家稅務總局、證監會關於上市公司股息紅利差別化個人所得稅政策有關問題的通知》，個人從企業公開發行或轉讓股票市場取得的上市公司股票，持股期限超過一年的，企業分派的股息所得須暫免徵收當時的個人所得稅，持股期限在一個月以內(含一個月)的，企業分派的股息所得須全額計入應納稅所得額；持股期限在一個月以上至一年(含一年)的，企業分派的股息所得須按50%計入應納稅所得額；上述所得統一適用20%的稅率計徵個人所得稅。

對於非中國居民的外籍個人，如從中國企業收取股息，通常需繳納20%的預扣個人所得稅，除非獲國務院稅務機關特別豁免或按相關稅務條約獲減稅則除外。實際上，非居民個人股息的預扣稅稅率在若干情況下可能低於20%。然而，根據《財政部、國家稅務總局關於個人所得稅若干政策問題的通知》，外籍個人從外商投資企業取得的股息、紅利所得暫免徵收當時的個人所得稅。國務院於2013年2月3日批准及頒佈《國務院批轉發展改革委等部門關於深化收入分配制度改革若干意見的通知》。於2013年2月8日，國務院辦公廳頒佈《國務院辦公廳關於深化收入分配制度改革重點工作分工的通知》。根據前述兩個文件，中國政府計劃就從外商投資企業獲得的股息取消外籍個人稅項豁免，財政部及國家稅務總局須負責制定及執行有關計劃的詳情。然而，財政部及國家稅務總局尚未制定相關實施條例或規則。

根據國家稅務總局於2011年6月28日頒佈的《國家稅務總局關於國稅發[1993]045號文件廢止後有關個人所得稅徵管問題的通知》，在香港發行股份的境內非外商投資企業於在稅收協議規限下向境外居民個人派付股息時一般可按10%的稅率扣繳個人所得稅。對於身為協議國家居民而收取股息的H股個人持有人，若其居民身份所屬國家已與中國訂立稅率低於10%的稅收協議，則股份於香港上市的非外商投資企業可代表該等持有人辦理享受較低稅收優惠待遇申請，經稅務機關審核批准後，對多扣繳稅款予以退還。對於身為協議國家居民而收取股息的H股個人持有人，若其國家已與中國訂立稅率高於10%但低於20%的稅收協議，則非外商投資企業須根據該稅收協議的協議稅率扣繳稅款，無須辦理申請。對於身為境外居民而收取股息的H股個人持有人，若其國家並無與中國訂立任何稅收協議或其他情況，則非外商投資企業須按20%稅率扣繳稅項。

根據中國內地中央人民政府與香港特別行政區政府於2006年8月21日簽署的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》，中國政府可就中國公司向香港居民（包括自然人和法律實體）支付的股息徵稅，但該稅額不得超過應付

股息總額的10%。若一名香港居民在一家中國公司直接持有25%或以上股權且該香港居民為股息的受益所有人並滿足其他條件的，則有關稅額不得超過該中國公司應付股息總額的5%。由國家稅務總局發佈並於2019年12月6日生效執行的《〈內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排〉第五議定書》規定，以取得上述稅收利益為主要目的之一而做出的安排或交易不得適用上述規定。

企業投資者

根據全國人大於2007年3月16日頒佈並於2018年12月29日施行的《中華人民共和國企業所得稅法》以及國務院於2007年12月6日頒佈並於2008年1月1日施行且於2019年4月23日最新修訂的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(統稱「《企業所得稅法》」)，非居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖設立機構、場所但其來自中國境內的所得與其所設機構、場所並無實際聯繫的，則一般須就來自中國境內的收入(包括中國居民企業取得的股息紅利所得)繳納10%的企業所得稅(「企業所得稅」)。對非居民企業應繳納的前述所得稅，實行源泉扣繳，其中所得的支付人須從將支付予非居民企業的款項中預扣所得稅。該預扣稅可根據適用條約減免以避免雙重徵稅。國家稅務總局於2008年11月6日頒佈並施行的《國家稅務總局關於中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》，進一步闡明，中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發2008年及以後年度股息時，統一按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。國家稅務總局於2009年7月24日發佈的《關於非居民企業取得B股等股票股息徵收企業所得稅問題的批覆》進一步規定，於境外證券交易所上市的任何中國居民企業須就其向非中國居民企業股東派發的股息按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。上述稅率可根據中國與相關司法權區訂立的稅收條約或協議(如適用)進一步變更。

根據中國內地中央人民政府與香港特別行政區政府於2006年8月21日簽署的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》，中國政府可就中國公司向香港居民（包括自然人和法律實體）支付的股息徵稅，但該稅額不得超過應付股息總額的10%。

若一名香港居民在一家中國公司直接持有25%或以上股權且該香港居民為股息的受益所有人並滿足其他條件的，則有關稅額不得超過該中國公司應付股息總額的5%。由國家稅務總局發佈並於2019年12月6日施行的《〈內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排〉第五議定書》規定，以取得上述稅收利益為主要目的之一而做出的安排或交易不得適用上述規定。

稅務條約

居住在已經與中國簽有避免雙重徵稅條約或調整的司法權區的非居民投資者可享受從中國公司收取股息的中國企業所得稅減免。中國現時與多個國家和地區（包括香港特別行政區、澳門特別行政區、澳大利亞、加拿大、法國、德國、日本、馬來西亞、荷蘭、新加坡、英國及美國等）簽有避免雙重徵稅條約或安排。根據有關稅收條約或安排有權享有優惠稅率的非中國居民企業須向中國稅務機關申請退還超過協議稅率的企業所得稅，且退款申請有待中國稅務機關批准。

根據《非居民納稅人享受協定待遇管理辦法》（由國家稅務總局於2019年10月14日頒佈並於2020年1月1日施行），非居民納稅人享受協定待遇，採取「自行判斷、申報享受、相關資料留存備查」的方式辦理。非居民納稅人自行判斷符合享受協議待遇條件的，可在納稅申報時，或通過扣繳義務人在扣繳申報時，自行享受協議待遇，同時按照規定歸集和留存相關資料備查，並接受稅務機關後續管理。

股份轉讓所得涉及的稅項

增值稅及地方附加稅

根據全國人大於1993年12月13日頒佈並於2017年11月19日修訂並施行的《中華人民共和國增值稅暫行條例》，除另有指明外，在中國境內銷售產品、提供加工、修理修配勞務、銷售服務、無形資產、不動產及進口貨物的所有企業及個人須就其銷售的不同商品及提供的不同服務按0%、6%、11%及17%的稅率繳付增值稅。

根據財政部和國家稅務總局於2018年4月4日發佈，於2018年5月1日施行的《關於調整增值稅稅率的通知》，納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原分別適用17%和11%稅率的，稅率分別調整為16%和10%。

根據財政部、國家稅務總局以及海關總署於2019年3月20日發佈，於2019年4月1日施行的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》，納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原分別適用16%和10%稅率的，稅率分別調整為13%和9%。

根據於2016年5月1日施行的《關於全面推開營業稅改徵增值稅試點的通知》（**第36號通知**），於中國境內從事服務銷售的實體和個人須繳付增值稅（「**增值稅**」），而「於中國境內從事服務銷售」指應課稅服務的賣方或買方位於中國境內的情況。第36號通知亦規定，對於一般或外國增值稅納稅人，轉讓金融產品（包括轉讓有價證券的所有權）須就應課稅收入（即賣出價扣除買入價後的餘額）繳付6%增值稅。

同時，增值稅納稅人亦須繳付城市維護建設稅、教育費附加和地方教育附加。

所得稅

個人投資者

根據《個人所得稅法》，轉讓中國居民企業股本權益的收益須繳納20%的個人所得稅。根據國家稅務總局於1998年3月30日頒佈的《關於個人轉讓股票所得繼續暫免徵收個人所得稅的通知》，自1997年1月1日起，對個人轉讓上市公司股票取得的所得繼續暫免徵收個人所得稅。在最新修訂的《個人所得稅法》中，國家稅務總局並無明確表示是否將繼續對個人轉讓上市公司股票取得的所得暫免徵收個人所得稅。

根據財政部及國家稅務總局於2018年12月29日發佈並施行的《財政部、國家稅務總局關於繼續有效的個人所得稅優惠政策目錄的公告》規定，《關於個人轉讓股票所得繼續暫免徵收個人所得稅的通知》將繼續有效。

企業投資者

根據《企業所得稅法》，若非居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖在中國境內設立機構、場所但其來源於中國境內的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，則非居民企業一般須就來源於中國境內的所得（包括來自出售中國居民企業股權所得的收益）繳納10%的企業所得稅。對非居民企業應繳納的前述所得稅，實行源泉扣繳，其中所得的支付人須從將支付予非居民企業的款項中預扣所得稅。該稅項可根據有關避免雙重徵稅的稅收條約或協議減免。

滬港通稅收政策

2014年10月31日，財政部、國家稅務總局及中國證監會聯合發佈《關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》（「《滬港通稅收政策》」）。根據《滬港通稅收政策》，對內地企業投資者通過滬港通投資香港聯交所上市股票取得的轉讓差價所得，計入其收入總額，依法徵收企業所得稅。對內地企業投資者通過滬港通投資香港聯交所上市股票取得的股息紅利所得，計入其收入總額，依法計徵企業所得稅。其

中，對內地居民企業連續持有H股滿12個月取得的股息紅利所得，依法免徵企業所得稅。就內地企業投資者取得的股息紅利所得，H股公司對內地企業所得不代扣股息紅利所得稅款。應納稅款由企業自行申報繳納。

根據財政部、國家稅務總局、中國證券監督管理委員會2014年10月31日頒佈並於2014年11月17日施行的《財政部、國家稅務總局、中國證券監督管理委員會關於滬港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》，對內地個人投資者通過滬港通投資香港聯交所上市H股取得的股息紅利，H股公司應向中國證券登記結算有限責任公司（「中國結算」）提出申請，由中國結算向H股公司提供內地個人投資者名冊，H股公司按照20%的稅率代扣個人所得稅。

深港通稅收政策

2016年11月5日，財政部、國家稅務總局和中國證監會聯合發佈《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通知》（「《深港通稅收政策》」）。根據《深港通稅收政策》，對內地企業投資者通過深港通投資香港聯交所上市股票取得的轉讓差價所得，計入其收入總額，依法徵收企業所得稅。對內地企業投資者通過深港通投資香港聯交所上市股票取得的股息紅利所得，計入其收入總額，依法計徵企業所得稅。內地居民企業連續持有H股滿12個月取得的股息紅利所得，依法免徵企業所得稅。就內地企業投資者取得的股息紅利所得，H股公司對內地企業所得不代扣股息紅利所得稅款。應納稅款由企業自行申報繳納。

根據財政部、國家稅務總局、中國證券監督管理委員會2016年11月5日頒佈並於2016年12月5日施行的《關於深港股票市場交易互聯互通機制試點有關稅收政策的通

知》，對內地個人投資者通過深港通投資香港聯交所上市H股取得的股息紅利，H股公司應向中國結算提出申請，由中國結算向H股公司提供內地個人投資者名冊，H股公司按照20%的稅率代扣個人所得稅。

印花稅

根據於2022年7月1日施行的《中華人民共和國印花稅法》，在中國境內書立應稅憑證、進行證券交易的單位和個人，為印花稅納稅人，依照本法規定繳納印花稅；在中國境外書立在境內使用的應稅憑證的單位或個人，應當依照本法規定繳納印花稅。因此，就中國上市公司股份轉讓徵收的印花稅的規定，不適用於非中國投資者在中國境外購買及處置H股。

遺產稅

截至本文件日期，根據中國法律，中國並無徵收遺產稅。

外匯

人民幣是中國的法定貨幣，目前仍受外匯管制，不得自由兌換為外幣。中國人民銀行（「中國人民銀行」）轄下的國家外匯管理局（「國家外匯管理局」）負責管理與外匯相關的所有事宜，包括實施外匯管制規定。

根據於2008年8月5日施行的《中華人民共和國外匯管理條例》將所有國際支付及轉賬劃分為經常項目及資本項目。經常項目應接受經營結匯、售匯業務的金融機構對交易單證的真實性及其與外匯收支的一致性進行合理審查，並接受外匯管理機關的監督檢查。對於資本項目，境外機構、境外個人在中國直接投資，經有關主管部門批准後，應當到外匯管理機關辦理登記。從境外取得的外匯收入，可調回或存放境外，資

本項目外匯及結匯資金，應當按照有關主管部門及外匯管理機關批准的用途使用。當國際收支發生或可能發生重大失衡，或者國民經濟遭遇或可能遭遇嚴重危機時，國家可對國際收支採取必要的保障和控制措施。

中國人民銀行於1996年6月20日頒佈並於1996年7月1日施行的《結匯、售匯及付匯管理規定》刪除了經常項目項下外匯兌換的其他限制，但對資本項目項下外匯交易施加現行限制。因此，人民幣通常可就經常項目支付（如涉及買賣及服務的外匯交易及股息支付）進行自由兌換，而未經國家外匯管理局或其當地分支局事先批准，不得就資本項目（如中國境外的直接投資、貸款或證券投資）進行自由兌換。

根據中國人民銀行於2005年7月21日頒佈及施行的《關於完善人民幣匯率形成機制改革的公告》，中國自2005年7月21日起開始實行以市場供求為基礎、參考一籃子貨幣進行調節、有管理的浮動匯率制度。因此，人民幣匯率不再盯住單一美元。中國人民銀行於每個工作日閉市後公佈當日銀行間外匯市場美元等交易貨幣對人民幣匯率的收盤價，作為下一個工作日該貨幣對人民幣交易的中間價格。

根據中國相關法律法規，中國企業（包括外商投資企業）需要外匯進行經常項目交易時，可無須經外匯管理機關批准，通過在指定外匯銀行開設的外匯賬戶即可進行支付，但須提供有效的交易收據與憑證。外商投資企業如需外匯向其股東分派利潤，而中國企業（如本公司）根據有關規定需要以外匯向其股東支付股息，則可根據其董事會或股東大會關於利潤分配的決議，從指定外匯銀行的外匯賬戶進行支付或在指定外匯銀行進行兌換與支付。

根據國務院於2014年10月23日發佈的《國務院關於取消和調整一批行政審批項目等事項的決定》，其決定取消國家外匯管理局及其分支機構對境外上市外資股募集金調回結匯到人民幣境內賬戶的審批要求。

根據國家外匯管理局於2014年12月26日發佈並實施的《國家外匯管理局關於境外上市外匯管理有關問題的通知》，境內公司應在境外上市發行結束之日起15個工作日內向其註冊所在地國家外匯管理局地方分支機構辦理境外上市登記；境內公司的境外上市所得款項可調回境內賬戶或存放境外賬戶，但所得款項用途應與文件及其他披露文件所列相關內容一致。

根據國家外匯管理局於2016年6月9日頒佈並實施及於2023年12月4日修訂的《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》，相關政策已經明確實行意願結匯的資本項目外匯收入（包括境外上市調回資金）可根據境內機構的實際經營需要在銀行辦理結匯。

境內機構資本項目外匯收入結匯比例暫定為100%，國家外匯管理局可根據國際收支形勢適時對上述比例進行調整。《關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》（「第37號文」）由國家外匯管理局於2014年7月4日發佈並實施。根據第37號文，境內居民、個人及實體以境內外合法資產或權益向特殊目的公司出資前，應向國家外匯管理局申請辦理境外投資外匯登記手續。此外，若境外特殊目的公司發生增資／減資、股權轉讓或置換、合併及分立等重要事項變更後，身為該境外特殊目的公司股東的任何境內居民應及時到國家外匯管理局辦理境外投資外匯變更登記手續。

未遵守第37號文所載登記規定的境內居民其後開展外匯業務（包括匯出利潤及股息）可能會受到限制。在第37號文實施前以境內外合法資產或權益向特殊目的公司出資而未按規定辦理境外投資外匯登記的境內居民，應當向國家外匯管理局出具說明函，說明具體原因。國家外匯管理局根據合法性、合理性等原則辦理補登記，對涉嫌違反《中華人民共和國外匯管理條例》規定的，依法進行行政處罰。

根據國家外匯管理局於2015年2月13日頒佈、於2015年6月1日實施及於2019年12月30日部分失效的《關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》，境內直接投資項下外匯登記核准和境外直接投資項下外匯登記核准由銀行直接審核辦理及外匯局通過銀行對直接投資外匯登記實施間接監管。已經取得外匯局金融機構標識碼且在所在地外匯局開通資本項目信息系統的銀行可直接根據第37號文辦理登記。

本附錄載有與本公司營運及業務有關的中國法律及法規若干方面的概要。有關中國稅務的法律及法規於本文件附錄四「稅項及外匯」另行討論。本附錄亦載述若干香港法律及監管條文概要，包括上市規則若干規定及香港聯交所規定納入中國發行人組織章程細則的其他條文概要。

一、 中國的法律體系

中國的法律體系以《中華人民共和國憲法（2018修正）》（以下稱「《憲法》」）為基礎，由成文法律、行政法規、地方性法規、自治條例、單行條例、國務院部門規章、地方政府規章、特別行政區法律及中國政府為簽署方的國際條約和其他規範性文件構成。法院判例並不構成具法律約束力的先例，但可用作司法參考和指引。

根據《憲法》和《中華人民共和國立法法（2023修正）》（以下稱「《立法法》」），全國人民代表大會（以下稱「全國人大」）和全國人民代表大會常委會有權行使國家立法權。全國人大制定和修改刑事、民事、國家機構的和其他的基本法律。全國人大常務委員會制定和修改除應當由全國人大制定的法律以外的其他法律；在全國人大閉會期間，對全國人大制定的法律進行部分補充和修改，但是不得同該法律的基本原則相抵觸。全國人大可以授權全國人大常務委員會制定相關法律。

國務院是中國最高行政機關，有權根據《憲法》和法律制定行政法規。

省、自治區、直轄市的人民代表大會及其常務委員會根據本行政區域的具體情況和實際需要，在不同《憲法》、法律、行政法規相抵觸的前提下，可以制定地方性法規。

設區的市的人民代表大會及其常務委員會根據本市的具體情況和實際需要，在不同《憲法》、法律、行政法規和本省、自治區的地方性法規相抵觸的前提下，可以對城鄉建設與管理、生態文明建設、歷史文化保護、基層治理等方面的事項制定地方性法規，法律對設區的市制定地方性法規的事項另有規定的，從其規定。設區的市的地方性法規須報省、自治區的人民代表大會常務委員會批准後施行。省、自治區的人民代

表大會常務委員會對報請批准的地方性法規，應當對其合法性進行審查，認為同《憲法》、法律、行政法規和本省、自治區的地方性法規不抵觸，應當在四個月內予以批准。省、自治區的人民代表大會常務委員會在對報請批准的設區的市的地方性法規進行審查時，發現其同本省、自治區的人民政府的規章相抵觸的，應當作出處理決定。民族自治地方的人民代表大會具有權依照當地民族的政治、經濟和文化的特點，制定自治條例和單行條例。

國務院各部、委員會、中國人民銀行、中華人民共和國審計署和具有行政管理職能的國務院直屬機構，可根據法律和國務院的行政法規、決定、命令，在本部門的權限範圍內制定規章。部門規章規定的事項應當屬於執行法律以及國務院的行政法規、決定、命令的事項。省、自治區、直轄市和設區的市、自治州的人民政府，可以根據法律、行政法規和本省、自治區、直轄市的地方性法規，制定規章。

《憲法》具有最高的法律效力，一切法律、行政法規、地方性法規、自治條例和單行條例、規章都不得同《憲法》相抵觸。法律的效力高於行政法規、地方性法規、規章。行政法規的效力高於地方性法規、規章。地方性法規的效力高於本級和下級地方政府規章。省、自治區的人民政府制定的規章的效力高於本行政區域內的設區的市、自治州的人民政府制定的規章。

全國人大有權改變或者撤銷它的常務委員會制定的不適當的法律，有權撤銷全國人大常務委員會批准的違背《憲法》和《立法法》的自治條例和單行條例。全國人大常務委員會有權撤銷同《憲法》和法律相抵觸的行政法規，有權撤銷與《憲法》、法律和行政法規相抵觸的地方性法規，有權撤銷省、自治區、直轄市的全國人大常務委員會批准

的違背《憲法》和《立法法》的自治條例和地方性法規。國務院有權改變或者撤銷不適當的部門規章和地方政府規章。省、自治區、直轄市的人民代表大會具有權改變或者撤銷它的常務委員會制定的和批准的不適當的地方性法規。省、自治區的人民政府有權改變或者撤銷下一級人民政府制定的不適當的規章。

根據《憲法》或《立法法》，法律的解釋權屬於全國人大常務委員會。根據1981年6月10日通過的《全國人民代表大會常務委員會關於加強法律解釋工作的決議》，凡關於法律需要進一步明確界限或作補充規定的，由全國人大常務委員會進行解釋或加以規定。凡屬於法院審判工作中具體應用法律的問題，由最高人民法院進行解釋。凡屬於檢察院檢察工作中具體應用法律的問題，由最高人民檢察院進行解釋。最高人民法院和最高人民檢察院的解釋如果有原則性的分歧，報請全國人民代表大會常務委員會解釋或決定。不屬於審判和檢察工作中的其他法律如何具體應用的問題，由國務院及主管部門進行解釋。國務院及其部委亦有權對其頒佈的行政法規及部門規章進行解釋。在地方層面，對地方性法律的解釋權歸頒佈有關法律的地方立法和行政機構。

二、中國的司法體系

根據《憲法》和《中華人民共和國人民法院組織法（2018年修訂）》，中國的司法體系由最高人民法院、地方各級人民法院和專門人民法院組成。

地方人民法院由基層人民法院、中級人民法院及高級人民法院組成。高級人民法院對基層人民法院及中級人民法院進行監督。人民檢察院亦有權對同級及下級人民法院的民事訴訟活動行使法律監督權。最高人民法院是中國的最高司法機關，監督各級人民法院的司法審理工作。

人民法院採用兩審終審制度，即人民法院的二審判決或裁定乃終審判決或裁定。當事人可就地方人民法院一審判決或裁定提出上訴。人民檢察院可根據法律規定程序向上一級人民法院提出抗訴。若在規定時間內當事人並未提出任何上訴而人民檢察院亦無提出抗訴，則該人民法院的判決或裁定為終審判決或裁定。中級人民法院、高級人民法院和最高人民法院作出的二審判決或裁定為終審判決或裁定。最高人民法院的一審判決或裁定亦是終審判決或裁定。然而，最高人民法院對各級人民法院已經發生法律效力的判決、裁定、調解書，上級人民法院對下級人民法院已經發生法律效力的判決、裁定、調解書，發現確有錯誤的，有權提審或者指令下級人民法院再審，或各級人民法院院長對本院已經發生法律效力的判決、裁定、調解書，發現確有錯誤，認為需要再審的，應當提交本級人民法院審判委員會討論決定。

根據《中華人民共和國民事訴訟法（2023修正）》（以下稱「《民事訴訟法》」），在中國境內進行民事訴訟的各方須遵守《民事訴訟法》。《民事訴訟法》對提出民事訴訟的條件、人民法院的司法管轄權、提起民事訴訟的程序以及民事判決或裁定的執行程序均有規定。民事案件一般在被告住所地的法院審理。合約各方亦可以明文協議選擇民事訴訟的管轄法院，但擁有司法管轄權的人民法院須為在原告或被告的住所地、合約履行地或合約簽訂地或訴訟標的物所在地等與爭議有直接聯繫的地點的法院。儘管如此，上述選擇在任何情況下均不得違反級別管轄和專屬管轄的規定。

外國人、無國籍人或外國企業或組織一般同中國公民、法人有同等的訴訟權利和責任。外國法院對中國公民和企業的訴訟權利加以限制的，中國法院可對該國公民和企業的訴訟權利實行對等原則。外國人、無國籍人、外國企業和組織在人民法院起訴、應訴，需要委託律師代理訴訟的，必須委託中華人民共和國的律師。根據中國締結或者參加的國際條約，或者按照互惠原則，中國人民法院和外國法院可以相互請求，代為送達文書、調查取證以及進行其他訴訟行為。外國法院請求協助的事項有損於中國的主權、安全或者社會公共利益的，中國人民法院不予執行。

發生法律效力的民事判決、裁定，當事人必須履行。若民事訴訟的任何一方拒絕遵守人民法院作出的判決或裁定，或中國仲裁庭作出的裁決，則另一方在兩年內可向人民法院申請執行相關判決或裁定，但可申請延期執行或撤銷。若在規定期限內，該方仍未履行法院發出執行許可的判決，則法院可根據另一方的申請依法強制執行判決。

若一方針對另一方申請執行人民法院作出的判決或裁定，而被針對方或其資產位於中國境外，則提出申請的一方可向擁有該案件的司法管轄權的外國法院申請承認及執行該判決或裁定。若中國與有關外國締結或加入規定有關承認和執行的國際公約，或判決或裁定符合法院按照互惠原則作出的審查，則相關外國判決和裁定亦可由中國法院根據中國的執行程序承認和執行，除非人民法院認為相關判決或裁定的承認或執行會違反中國的基本法律原則、其主權或國家安全或不符合社會及公眾利益。

三、《公司法》、《境外上市試行辦法》及《上市公司章程指引》

在中國註冊成立並在香港聯交所上市的股份有限公司主要須遵守下列三部中國法律及法規：

根據於2023年12月29日最新修訂並將於2024年7月1日施行的《中華人民共和國公司法》，在中國境內可以設立的有限責任公司和股份有限公司，有限責任公司的股東以其認繳的出資額為限對公司承擔責任；股份有限公司的股東以其認購的股份為限對公司承擔責任。

於2023年2月17日，經國務院批准，中國證監會頒佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「《境外上市試行辦法》」）及相關五項指引，自2023年3月31日起施行。《境外上市試行辦法》乃根據證券法及其他法律制定，適用於在境外發行證券或其證券上市交易的境內企業。根據中國證監會於2023年2月17日頒佈的《監管規則適用指引—境外發行上市類第1號》，境內企業直接境外發行上市的，應遵守《境外上市試行辦法》相關規定，並參照《上市公司章程指引（2023修正）》（「《上市公司章程指引》」）等中國證監會關於公司治理的有關規定制定公司章程，規範公司治理。

《國務院關於調整適用在境外上市公司召開股東會通知期限等事項規定的批覆》，由國務院於2019年10月17日發佈並同日起施行，據此，同意在中國境內註冊並在境外上市的公司召開股東會的通知期限、股東提案權和召開程序的要求統一適用《公司法》相關規定，不再適用特別規定第二十條至第二十二條的規定。

《公司法》《境外上市試行辦法》及《上市公司章程指引》的主要內容規定概述如下：

1. 總則

股份有限公司是指依照《公司法》在中國境內註冊成立的企業法人，有獨立的法人財產並享有法人財產權。公司以其全部財產對公司的債務承擔責任，股份有限公司的股東以其認購的股份為限對公司承擔責任。

2. 註冊成立

公司可以發起或募集方式設立。公司應當有一人以上二百人以下為發起人，其中須有半數以上的發起人在中國境內有住所。公司採取發起設立方式設立的，註冊資本為在公司登記機關登記的全體發起人認購的股本總額。在發起人認購的股份繳足前，不得向他人募集股份。

法律、行政法規以及國務院決定對公司註冊資本實繳、註冊資本最低限額另有規定的，從其規定。以發起設立方式設立公司的，發起人應當書面認足公司章程規定的公司設立時應發行的股份。以非貨幣財產出資的，應當依法辦理其財產權的轉移手續。發行人不按照其認購的股份繳納股款，或者作為出資的非貨幣財產的實際價額顯著低於所認購的股份的，其他發起人與該發起人在出資不足的範圍內承擔連帶責任。發起人認足公司章程規定的出資後，應當選舉董事會和監事會，由董事會向公司登記機關報送公司章程以及法律、行政法規規定的其他文件，申請設立登記。

以募集設立方式設立公司的，發起人認購的股份不得少於公司章程規定的公司設立時應發行股份總數的35%；但是，法律、行政法規另有規定的，從其規定。發起人向社會公開募集股份，必須公告招股說明書，並製作認股書。由依法設立的證券公司承銷，簽訂承銷協議；同銀行簽訂代收股款協議。發行股份的股款繳足後，必須經依法設立的驗資機構驗資並出具證明。發起人應當自股款繳足之日起三十日內主持召開公司成立大會。公司設立時應發行的股份未募足，或者發行股份的股款繳足後，發起人在三十日內未召開成立大會的，認股人可以按照所繳股款並加算銀行同期存款利息，要求發起人返還。董事會應當授權代表，於成立大會結束後三十日內，向公司登記機關申請設立登記。

公司發起人應當承擔下列責任：(1)公司不能成立時，對設立行為所產生的債務和費用負連帶責任；(2)公司不能成立時，對認股人已繳納的股款，負返還股款並加算銀行同期存款利息的連帶責任。

3. 股本

股東可以用現金出資，也可以用實物、知識產權、土地使用權等可以用貨幣估價並可以依法轉讓的非貨幣財產作價出資；但是，法律、行政法規規定不得作為出資的財產除外。對作為出資的非貨幣財產應當評估作價，核實財產，不得高估或者低估作價。

股份的發行，實行公平、公正的原則，同種類的每一股份應當具有同等權利。同次發行的同種類股份，每股的發行條件和價格應當相同；任何單位或者個人所認購的股份，每股應當支付相同價額。股份發行價格可以按票面金額，也可以超過票面金額，但不得低於票面金額。

尋求於境外市場發行證券並上市的公司，應當向中國證監會備案，並報送相關資料。發行人向境外主管監管機構提交首次公開發售申請的，應當在其後的3個營業日內向中國證監會提出備案申請。發行人境外發行上市後，在同一境外市場發行證券的，

應當在發行完成後3個營業日內向中國證監會備案。發行人在其他境外市場的后續證券發行及上市，應當按照首次公開發售備案。

根據《公司法》的規定，股份有限公司應當置備股東名冊，記載下列事項：(1)股東的姓名或者名稱及住所；(2)各股東所認購的股份種類及股份數；(3)發行紙面形式的股票的，股票的編號；(4)各股東取得股份的日期。

4. 增加股本

公司發行新股，股東會應當對新股類別及數額、新股發行價格、新股發行的起止日期及擬向原有股東發行新股的類別及數額等作出決議。

於境外發行股份，境內公司應當在境外提交發行上市申請文件後3個營業日內向中國證監會備案。

5. 減少股本

公司應依據《公司法》規定的下述程序減少其註冊資本：(1)公司須編製資產負債表及資產清單；(2)減少註冊資本須經股東於股東會上批准；(3)批准減少註冊資本的決議通過後，公司須於10日內通知其債權人減少股本的情況，並於30日內在報章或者國家企業信用信息公示系統刊發相關公告；(4)公司債權人於自接到通知書之日起30日內或未接到通知書的自公告之日起45日內有權要求公司清償債務或為該債務提供擔保；及(5)公司須向公司登記機關辦理變更登記。

6. 回購股份

根據《公司法》的規定，除下列情形外，公司不得回購自身股份：(1)減少公司註冊資本；(2)與持有其股份的其他公司合併；(3)將股份用於員工持股計劃或股權激勵；(4)股東因對股東會作出的公司合併或分立決議持異議而要求公司收購其持有的股份；(5)將股份用於轉換上市公司發行的可轉換為股票的公司債券；(6)上市公司為維護公司

價值及股東權益所必需。公司因上述第(1)至(2)項所述情形收購自身股份，須經股東會決議批准；公司因上述第(3)項、第(5)項、第(6)項規定的情形收購自身股份，可以依照公司章程的規定或者股東會的授權，經三分之二以上董事出席的董事會決議批准。

公司依照前款規定收購本公司股份後，屬於第(1)項情形的，應當自收購之日起10日內註銷；屬於第(2)項或第(4)項情形的，應當在六個月內轉讓或註銷；或屬於第(3)項、第(5)項或第(6)項情形的，公司合計持有的股份數目不得超過本公司已發行股份總數的10%，並應當在三年內轉讓或者註銷。

上市公司收購本公司股份的，應當依照《中華人民共和國證券法》(以下稱《證券法》)的規定履行信息披露義務。上市公司因本條第(3)項、第(5)項及第(6)項規定的情形收購本公司股份的，應當通過公開的集中交易方式進行。

本公司不接受本公司的股票作為質押權的標的。

7. 股份轉讓

股東持有的股份可以依法轉讓。根據《公司法》，公司公開發售股份前已發行的股份，自公司股票在證券交易所上市交易之日起一年內不得轉讓。公司董事、監事、高級管理人員應當向公司申報所持公司股份及其股權變動情況，在任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持公司股份總數的25%；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，不得轉讓其所持有的公司股份。公司章程可對公司董事、監事、高級管理人員轉讓其所持有的公司股份作出其他限制性規定。

8. 股東

根據《公司法》，股東的權利包括：(1)依法轉讓其股份；(2)出席或委託代理人出席股東會，並行使表決權；(3)查閱公司章程、股東名冊、公司債券存根、股東會會議記錄、董事會決議、監事會決議、財務會計報告，及對公司的經營提出建議或者質

詢；(4)按所持股份數目收取股息；(5)於公司清算時按持股比例參與公司剩餘財產的分配；(6)法律、行政法規、其他規範性文件及公司章程規定的任何其他股東權利。

股東義務包括遵守公司章程，就所認購的股份繳納認購股款，以其認購的股份為限對公司承擔責任，不得濫用股東權利損害公司或者其他股東的利益，不得濫用公司法人獨立地位和股東有限責任損害公司債權人的利益以及公司章程規定的任何其他股東義務。

9. 股東會

股東會是公司的權力機構，依法行使下列職權：(1)選舉和更換董事、監事，決定有關董事、監事的報酬事項；(2)審議批准董事會報告；(3)審議批准監事會的報告；(4)審議批准公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；(5)對公司增加或者減少註冊資本作出決議；(6)對發行公司債券作出決議；(7)對公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式作出決議；(8)修改公司章程；(9)行使公司章程規定的其他職權。

股東會應當每年召開一次年會。有下列情形之一的，應當在兩個月內召開臨時股東會：(1)董事人數不足法律規定人數，或者公司章程所定人數的三分之二時；(2)公司未彌補的總虧損達公司實收股本總額三分之一時；(3)單獨或者合計持有公司10%或以上股份的股東請求召開臨時股東會時；(4)董事會認為必要時；(5)監事會提議召開時；(6)公司章程規定的其他情形。

股東會會議由董事會召集，董事長主持；董事長不能履行職務或者不履行職務的，由副董事長主持；副董事長不能履行職務或者不履行職務的，由半數或以上董事共同推舉一名董事主持。董事會不能履行或者不履行召集股東會會議職責的，監事會應當及時召集和主持；監事會不召集和主持的，連續90日以上單獨或者合計持有公司10%或以上股份的股東可以自行召集和主持。

根據《公司法》，召開股東會會議，應當將會議召開的時間、地點和審議的事項於會議召開二十日前通知各股東；臨時股東會應當於會議召開十五日前通知各股東。單獨或者合計持有公司百分之十以上股份的股東，可以在股東會會議召開十日前提出臨時提案並書面提交董事會。臨時提案應當有明確議題和具體決議事項。董事會應當在收到提案後二日內通知其他股東，並將該臨時提案提交股東會審議；但臨時提案違反法律、行政法規或者公司章程的規定，或者不屬於股東會職權範圍的除外。公司不得提高提出臨時提案股東的持股比例。

10. 董事會

公司須設立董事會，成員為三人以上。董事會成員中可包括職工代表，由公司職工通過職工代表大會、職工大會或其他方式民主選舉產生。職工人數三百人以上的有限責任公司，除依法設監事會並有公司職工代表的外，其董事會成員中應當有公司職工代表。董事任期由公司章程規定，但每屆任期不得超過三年。董事任期屆滿，可連選連任。董事任期屆滿未及時改選，或董事在任期內辭職導致董事會成員低於法定人數，在改選出的董事就任前，原董事仍須依照法律、行政法規和公司章程規定履行董事職務。股份有限公司可以按照公司章程的規定在董事會中設置由董事組成的審計委員會，行使本法規定的監事會的職權，不設監事會或者監事。審計委員會成員為三名以上，過半數成員不得在公司擔任除董事以外的其他職務，且不得與公司存在任何可能影響其獨立客觀判斷的關係。公司董事會成員中的職工代表可以成為審計委員會成員。根據《公司法》的規定，董事會對股東會負責，行使下列職權：(1)召集股東會，並向股東會報告工作；(2)執行股東會的決議；(3)決定公司的經營計劃和投資方案；(4)制訂公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；(5)制訂公司增加或者減少註冊資本以及發行公司債券的方案；(6)制訂公司合併、分立、解散或者變更公司形式的方案；(7)決定公

司內部管理機構的設置；(8)決定聘任或者解聘公司經理及其報酬事項，並根據經理的提名決定聘任或者解聘公司副經理、財務負責人及其報酬事項；(9)制定公司的基本管理制度；(10)行使公司章程規定的其他職權。

董事會每年度至少召開兩次會議，每次會議應當於會議召開十日前通知全體董事和監事。代表十分之一以上表決權的股東、三分之一以上董事或者監事會，可以提議召開董事會臨時會議。董事長應當自接到提議後十日內，召集和主持董事會會議。董事會召開臨時會議，可以另定召集董事會的通知方式和通知時限。

董事會會議應有過半數的董事出席方可舉行。董事會作出決議，必須經全體董事的過半數通過。董事會決議的表決，實行一人一票。董事會會議，應由董事本人出席；董事因故不能出席，可以書面委託其他董事代為出席，委託書中應載明授權範圍。

董事會應當對會議所議事項的決定作成會議記錄，出席會議的董事應當在會議記錄上簽名。董事應當對董事會的決議承擔責任。董事會的決議違反法律、行政法規或者公司章程、股東會決議，致使公司遭受嚴重損失的，參與決議的董事對公司負賠償責任。但經證明在表決時曾表明異議並記載於會議記錄的，該董事可以免除責任。

根據《公司法》的規定，有下列情形之一的，不得擔任公司董事：(1)無民事行為能力或者限制民事行為能力；(2)因貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序，被判處刑罰、執行期滿未逾五年，或者因犯罪被剝奪政治權利，執行期滿未逾五年，被宣告緩刑的，自緩刑考驗期滿之日起未逾二年；(3)擔任破產清算的公司、企業的董事或者廠長、經理，對該公司、企業的破產負有個人責任的，自該公司、企業破產清算完結之日起未逾三年；(4)擔任因違法被吊銷營業執照、責令關閉的公司、企業的法定代表人，並負有個人責任的，自該公司、企業被吊銷營業執照之日起未逾三年；(5)個人所負數額較大的債務到期未清償。如果公司違反前述規定選舉

或委派董事，則該選舉、委派無效。如果董事在任職期間出現前述任一情形，公司應解除其職務。

此外，《上市公司章程指引》進一步規定了不得擔任公司董事的其他情況，包括：
(1)被中國證監會採取證券市場禁入措施，期限未滿的人士；或(2)根據其他法律、行政法規或部門規章規定禁止擔任董事的人士。

根據《公司法》的規定，董事會設董事長一人，可以設副董事長。董事長和副董事長以全體董事的過半數選舉產生。董事長須召集和主持董事會會議，審查董事會決議的實施情況。副董事長須協助董事長工作。

11. 監事會

公司應設立監事會，由不少於三名成員組成。監事會應當包括由股東代表和適當比例的公司職工代表，其中職工代表的比例不得低於三分之一，具體比例由公司章程規定。監事會中公司的職工代表由公司職工通過職工代表大會、職工大會或者其他形式民主選舉產生。

監事會應設一名主席，可以設副主席。監事會主席和副主席由全體監事過半數選舉產生。董事、高級管理人員不得兼任監事。

監事會主席召集和主持監事會會議；監事會主席不能履行職務或者不履行職務的，由監事會副主席召集和主持監事會會議；監事會副主席不能履行職務或者不履行職務的，由半數以上監事共同推舉一名監事召集和主持監事會會議。

監事的任期每屆為三年。監事任期屆滿，可連選連任。監事任期屆滿未及時改選，或者監事在任期內辭職導致監事會成員低於法定人數的，在改選出的監事就任前，原監事仍應當依照法律、行政法規和公司章程的規定，履行監事職務。

監事會行使下列職權：(1)檢查公司財務；(2)對董事、高級管理人員執行公司職務的行為進行監督，對違反法律、行政法規、公司章程或者股東會決議的董事、高級管理人員提出解任的建議；(3)當董事、高級管理人員的行為損害公司的利益時，要求董事、高級管理人員予以糾正；(4)提議召開臨時股東會會議，在董事會不履行本法規定的召集和主持股東會會議職責時召集和主持股東會會議；(5)向股東會會議提出提案；(6)依照《公司法》的相關規定，對董事、高級管理人員提起訴訟；(7)行使公司章程規定的其他職權。

監事可以列席董事會會議，並對董事會決議事項提出質詢或者建議。監事會發現公司經營情況異常，可以進行調查；必要時可以聘請會計師事務所等協助其工作，費用由公司承擔。

12. 經理及高級管理層

根據《公司法》的相關規定，公司須設經理，由董事會聘任或解聘。同時，根據《上市公司章程指引》的相關規定，經理須對董事會負責，並可行使以下職權：(1)主持公司的生產經營管理工作，組織實施董事會決議；(2)組織實施公司年度經營計劃及投資方案；(3)擬訂公司內部管理機構設置方案；(4)擬訂公司的基本管理制度；(5)制定公司的基本規章；(6)提請聘任或者解聘公司任何副經理、財務負責人；(7)聘任或者解聘除應由董事會聘任或者解聘以外的負責管理人員；(8)行使公司章程及董事會授予的其他職權。

經理應列席董事會會議。同時，除非經理兼任董事，否則在董事會會議上並無表決權。

根據《公司法》的規定，高級管理層指經理、副經理、財務負責人、上市公司董事會秘書以及公司章程規定的其他人員。

13. 董事、監事及高級管理層的職責

根據《公司法》的規定，董事、監事及高級管理層須遵守相關的法律、行政法規及公司章程，對公司負有忠實義務和勤勉義務。董事、監事及高級管理層不得利用職權收受賄賂或其他非法收入，不得侵佔公司的財產。

此外，董事及高級管理層不得有以下行為：(1)侵佔公司財產、挪用公司資金；(2)將公司資金以其個人名義或者以其他個人名義開立賬戶存儲；(3)違反公司章程的規定或未經股東會或董事會同意，將公司資金借貸給他人或以公司資產為他人提供擔保；(4)違反公司章程的規定或未經股東會同意，與公司訂立合同或進行交易；(5)未經股東會同意，利用職務便利為自己或他人謀取屬於公司的商業機會，自營或為他人經營與公司同類的業務；(6)接受他人與公司交易的佣金歸為己有；(7)擅自披露公司秘密；(8)利用其關聯關係損害公司利益；(9)違反對公司忠實義務的其他行為。董事或高級管理人員違反上述規定所得的收入應當歸公司所有。

董事、監事或高級管理人員履行公司職務時違反法律、行政法規或者公司章程，給公司造成損失的，應當承擔賠償責任。

股東會要求董事、監事或高級管理人員列席會議的，董事、監事或高級管理人員應當列席會議並接受股東的質詢。董事、高級管理人員應當如實向監事會提供有關情況和資料，不得妨礙監事會行使職權。

董事或高級管理人員履行其職務時違反法律、行政法規或公司章程對公司造成損失，連續180日以上單獨或合共持有公司1%以上股份的股東，可以書面請求監事會代其向人民法院提起訴訟。若監事在執行公司職務時違反法律、行政法規或組織章程細則對公司造成損失，前述股東可以書面請求董事會代其向人民法院提起訴訟。若監事會或董事會收到前述規定的股東書面請求後拒絕提起訴訟，或自收到請求之日起30日內未能提起訴訟，或若情況緊急、不能立即提起訴訟將會使公司利益受到難以彌補的

損害，前述規定的股東有權為公司的利益以自身名義直接向人民法院提起訴訟。就其他方侵犯公司合法權益導致公司損失，前述股東可以依照前述規定向人民法院提起訴訟。董事或高級管理人員違反任何法律、行政法規或公司章程，侵害股東利益，股東亦可向人民法院提起訴訟。

《上市公司章程指引》規定公司的董事、監事、經理及其他高級管理層須向公司負有誠信及盡職義務，並須忠實履行其職務及保障公司權益，且不得利用其於公司的職務謀取私利。

14. 財務及會計

根據《公司法》的規定，公司應依照法律、行政法規及國務院財政主管部門的規定建立公司的財務及會計制度。公司須在每一會計年度結束時編製財務報告，並依法經會計師事務所審計。公司的財務會計報告應當在股東會年會召開前20日內置備於公司，供股東查閱。公開發行股票的股份有限公司必須公告其財務會計報告。

公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的百分之十列入公司法定公積金。公司法定公積金累計額為公司註冊資本的百分之五十以上的，可以不再提取。公司的法定公積金不足以彌補以前年度虧損的，在依照前款規定提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。公司從稅後利潤中提取法定公積金後，經股東會或者股東會決議，還可以從稅後利潤中提取任意公積金。公司彌補虧損和提取公積金後所餘稅後利潤按照股東持有的股份比例分配，但組織章程細則規定不按持股比例分配的除外。

股東會或者董事會違反前述規定，在公司彌補虧損和提取法定公積金之前向股東分配利潤的，股東必須將違反規定分配的利潤退還公司。公司持有的本公司股份不得分配利潤。

公司以超過股票票面金額的發行價格發行股份所得的溢價款以及國務院財政部門規定列入資本公積金的其他收入，應當列為公司資本公積金。

公積金彌補公司虧損，應當先使用任意公積金和法定公積金；仍不能彌補的，可以按照規定使用資本公積金。法定公積金轉為資本時，所留存的該項公積金不得少於轉增前公司註冊資本的百分之二十五。

公司除法定的會計賬簿外，不得另立會計賬簿。對公司資產，不得以任何個人名義開立賬戶存儲。

15. 會計師事務所的任命與解聘

根據《公司法》，公司聘用、解聘承辦公司審計業務的會計師事務所，依照公司章程的規定，由股東會、股東會或者董事會決定。公司股東會、股東會或者董事會就解聘會計師事務所進行表決時，應當允許會計師事務所陳述意見。公司應當向聘用的會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告及其他會計資料，不得拒絕、隱匿、謊報。

16. 利潤分配

根據《公司法》，公司不得在彌補虧損及提取法定公積金之前分配利潤。

17. 修改公司章程

根據《公司法》，公司股東會作出修改公司章程的決議，必須經出席會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。根據《上市公司章程指引》，股東會決議通過的章程修

改事項應經主管機關審批的，須報主管機關批准；涉及公司登記事項的，依法辦理變更登記。章程修改事項屬於法律、法規要求披露的信息，按規定予以公告。

18. 解散及清算

根據《公司法》，公司因下列原因解散：(1)公司章程規定的營業期限屆滿或者公司章程規定的其他解散事由出現；(2)股東會決議解散；(3)因公司合併或者分立需要解散；(4)依法被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷；或(5)公司經營管理發生嚴重困難，繼續存續會使股東利益受到重大損失，通過其他途徑不能解決的，持有公司全部股東表決權百分之十以上的股東，可以請求人民法院解散公司。

若公司有上述第(1)、(2)種情形，且尚未向股東分配財產的，可以通過修改公司章程而存續。依照前述規定修改公司章程，須經出席股東會的股東所持表決權的三分之二以上通過。若公司因上述第(1)、(2)、(4)或(5)種情形解散，應當在解散事由出現之日起15日內成立清算組，開始清算。清算組成員由董事或股東會委任的人員組成。逾期不成立清算組進行清算的，債權人可以申請人民法院指定有關人員組成清算組進行清算。人民法院應當受理該申請，並及時組織清算組進行清算。

清算組在清算期間行使以下職權：(1)清理公司財產，分別編製資產負債表和財產清單；(2)通知、公告債權人；(3)處理與清算有關的公司未了結的業務；(4)清繳所欠稅款以及清算過程中產生的稅款；(5)清理債權、債務；(6)處理公司清償債務後的剩餘財產；及(7)代表公司參與民事訴訟活動。

清算組應當自成立之日起十日內通知債權人，並於六十日內在報紙上公告。債權人應當自接到通知書之日起三十日內，未接到通知書的自公告之日起四十五日內，向

清算組申報其債權。債權人申報債權，應當說明債權的有關事項，並提供證明材料。清算組應當對債權進行登記。在申報債權期間，清算組不得對債權人進行清償。

清算組在清理公司財產、編製資產負債表和財產清單後，應當制定清算方案，並報股東會或者人民法院確認。公司財產在分別支付清算費用、職工的工資、社會保險費用和法定補償金，繳納所欠稅款，清償公司債務後的剩餘財產，按照股東持有的股份比例分配。清算期間，公司存續，但不得開展與清算無關的經營活動。公司財產在未依照前款規定清償前，不得分配給股東。

清算組在清算公司財產、編製所需資產負債表和財產清單後，如果發現公司資產不足以清償債務的，應當依法向人民法院申請破產清算。人民法院受理破產申請後，清算組應當將清算事務移交給人民法院指定的破產管理人。

公司清算結束後，清算組應當製作清算報告，報股東會或者人民法院確認，並報送公司登記機關，申請註銷公司登記，公告公司終止。清算組成員履行清算職責，負有忠實義務和勤勉義務。清算組成員怠於履行清算職責，給公司造成損失的，應當承擔賠償責任；因故意或者重大過失給債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。

此外，公司被依法宣告破產的，依照有關企業破產的法律實施破產清算。

19. 股票遺失

若出現記名股票被盜、遺失或滅失的情況，股東可依照《民事訴訟法》規定的公示催告程序，請求人民法院宣告該等股票失效。人民法院宣告該等股票失效後，股東可向公司申請補發股票。

20. 合併與分立

根據《公司法》，公司合併，應當由合併各方簽訂合併協議，並編製資產負債表及財產清單。公司應當自作出合併決議之日起十日內通知債權人，並於三十日內在報紙上公告。債權人自接到通知書之日起三十日內，未接到通知書的自公告之日起四十五日內，可以要求公司清償債務或者提供相應的擔保。公司合併時，合併各方的債權、債務，應當由合併後存續的公司或者新設的公司承繼。

公司分立，其財產作相應的分割。公司分立前的債務由分立後的公司承擔連帶責任。但是，公司在分立前與債權人就債務清償達成的書面協議另有約定的除外。

公司合併或者分立，登記事項發生變更的，應當依法向公司登記機關辦理變更登記；公司解散的，應當依法辦理公司註銷登記；設立新公司的，應當依法辦理公司設立登記。

21. 境外上市

根據《境外上市試行辦法》，發行人境外首次公開發行或於境外市場上市，應當在境外提交相關申請後3個營業日內向中國證監會備案。發行人境外發行上市後，在同一境外市場發行證券的，應當在發行完成後3個營業日內向中國證監會備案。此外，備案材料完備、符合規定的，中國證監會自收到備案材料之日起20個營業日內辦結備案，並通過中國證監會網站公示備案結果。備案材料不完備或不符合規定的，中國證監會在收到備案材料後5個營業日內要求補充及修改備案材料。發行人應當在30個營業日內完成補充及修改。

四、證券法律及法規

中國已頒佈一系列與公司股份發行與交易及信息披露有關的法規。1992年10月，國務院成立證券委員會及中國證監會。證券委員會負責協調草擬證券法規、制定證券政策、規劃證券市場發展、指引、協調及監督中國的所有證券相關機構及管理中國證監會。

根據《中華人民共和國證券法（2019修訂）》（「《證券法》」），在中華人民共和國境內，股票、公司債券、存託憑證和國務院依法認定的其他證券的發行和交易，適用本法；本法未規定的，適用《公司法》和其他法律、行政法規的規定。在中華人民共和國境外的證券發行和交易活動，擾亂中華人民共和國境內市場秩序，損害境內投資者合法權益的，依照《證券法》有關規定處理並追究法律責任。

《證券法》為中國第一部全國性的證券法律，全面規範中國證券市場活動。其分為14章及226個條目，內容包括證券發行及交易、上市公司收購、證券交易所、證券公司、證券登記結算機構及證券監督管理機構的職責等。《證券法》第224條規定，境內企業直接或者間接到境外發行證券或者將其證券在境外上市交易，應當符合國務院的有關規定。目前，在境外發行和交易股份（包括H股）仍受國務院及中國證監會頒佈的法規及規則管制。

五、 仲裁及仲裁裁決的執行

根據《中華人民共和國仲裁法（2017修正）》（「《仲裁法》」），《仲裁法》適用於當事人已書面約定將有關糾紛提交根據《仲裁法》組成的仲裁委員會仲裁的有關合約及其他財產的糾紛。《仲裁法》規定，中國仲裁協會制定仲裁規則前，仲裁委員會可以依照《仲裁法》及《民事訴訟法》的有關規定制定仲裁暫行規則。當事人達成仲裁協議，一方向人民法院起訴的，人民法院不予受理，但仲裁協議無效的除外。

根據《仲裁法》和《民事訴訟法》，仲裁實行一裁終局的制度，裁決作出後，當事人就同一糾紛再申請仲裁或者向人民法院起訴的，仲裁委員會或者人民法院不予受理。若其中一方未能遵守仲裁裁決，則裁決另外一方可向人民法院申請強制執行該仲裁決定。但是，若仲裁程序違法（包括但不限於仲裁庭的組成違反法定程序，或裁決事項不屬於仲裁協議的範圍或仲裁委員會無權仲裁等），則人民法院可裁定不予執行仲裁委員會作出的仲裁決定。

本附錄載有本公司採納的章程主要條文摘要，其將於H股於香港聯交所[編纂]之日起生效。本附錄主要目的在於為潛在投資者提供本公司的章程的概覽，故未必載有對於潛在投資者而言重要的所有信息。

股份和註冊資本

本公司的股份採取股票的形式。本公司發行的股票，以人民幣標明面值，每股面值為人民幣0.5元。

本公司股份的發行，實行公開、公平、公正的原則，同種類的每一股份應當具有同等權利。

同次發行的同種類股票，每股的發行條件和價格應當相同；任何單位或者個人所認購的股份，每股應當支付相同價額。

股份增減和回購

增資

公司根據經營和發展的需要，依照法律、法規、公司股票上市地監管規則的規定，經股東大會作出決議，可以採用下列方式增加註冊資本：

- (一) 公開發行股份；
- (二) 非公開發行股份；
- (三) 向現有股東配售或派送新股；
- (四) 以公積金轉增股本；
- (五) 法律、行政法規規定以及中國證監會、香港聯交所批准的其他方式。

減資

公司可以減少註冊資本。公司減少註冊資本，應當按照《公司法》以及其他有關規定、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則和本章程規定的程序辦理。

股份轉讓

發起人持有的本公司股份，自公司成立之日起一年內不得轉讓。公司公開發行股份前已發行的股份，自公司股票在證券交易所上市交易之日起一年內不得轉讓。

公司董事、監事、高級管理人員應當向公司申報所持有的本公司的股份(含優先股股份(如有))及其變動情況，在任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有本公司同一種類股份總數的百分之二十五；所持本公司股份自公司股票上市交易之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，不得轉讓其所持有的本公司股份。

公司股票上市地證券監督管理機構的相關規定對H股的轉讓限制另有規定的，從其規定。

公司董事、監事、高級管理人員、持有本公司股份百分之五以上的股東，將其持有的本公司股票或者其他具有股權性質的證券在買入後六個月內賣出，或者在賣出後六個月內又買入，由此所得收益歸本公司所有，本公司董事會將收回其所得收益。但是，證券公司因購入包銷售後剩餘股票而持有百分之五以上股份的，以及有中國證監會和公司股票上市地證券監督管理機構規定的其他情形的除外。

前款所稱董事、監事、高級管理人員、自然人股東持有的股票或者其他具有股權性質的證券，包括其配偶、父母、子女持有的及利用他人賬戶持有的股票或者其他具有股權性質的證券。

公司董事會不按照本條第一款規定執行的，股東有權要求董事會在三十日內執行。公司董事會未在上述期限內執行的，股東有權為了公司的利益以自己的名義直接向人民法院提起訴訟。

公司董事會不按照本條第一款的規定執行的，負有責任的董事依法承擔連帶責任。

股東名冊

公司依據證券登記機構提供的憑證建立股東名冊，股東名冊是證明股東持有公司股份的充分證據。股東按其所持有股份的種類享有權利，承擔義務；持有同一種類股份的股東，享有同等權利，承擔同種義務。

股東大會召開前三十日內或者公司決定分配股利的基準日前五日內，不得進行因股份轉讓而發生的股東名冊的變更登記。

公司召開股東大會、分配股利、清算及從事其他需要確認股東身份的行為時，由董事會或股東大會召集人確定股權登記日，股權登記日收市後登記在冊的股東為享有相關權益的股東。

股東的權利和義務

公司股東享有下列權利：

- (一) 依照其所持有的股份份額獲得股利和其他形式的利益分配；
- (二) 依法請求、召集、主持、參加或者委派股東代理人參加股東大會，並行使相應的表決權；
- (三) 對公司的業務經營活動進行監督，提出建議或者質詢；
- (四) 依照法律、行政法規及本章程的規定轉讓、贈與或質押其所持有的股份；
- (五) 查閱本章程、股東名冊、公司債券存根、股東大會會議記錄、董事會會議決議、監事會會議決議、財務會計報告；
- (六) 公司終止或者清算時，按其所持有的股份份額參加公司剩餘財產的分配；
- (七) 對股東大會作出的公司合併、分立決議持異議的股東，要求公司收購其股份；

- (八) 法律、行政法規、部門規章、本公司股票上市地證券監管規則或本章程規定的其他權利。

公司股東承擔下列義務：

- (一) 遵守法律、行政法規、部門規章、股票上市地監管規則和本章程；
- (二) 依其所認購的股份和入股方式繳納股金；
- (三) 除法律、法規規定的情形外，不得退股；
- (四) 不得濫用股東權利損害公司或者其他股東的利益；不得濫用公司法人獨立地位和股東有限責任損害公司債權人的利益；
- (五) 法律、行政法規、公司股票上市地監管規則及本章程規定應當承擔的其他義務。

公司股東濫用股東權利給公司或者其他股東造成損失的，應當依法承擔賠償責任；公司股東濫用公司法人獨立地位和股東有限責任，逃避債務，嚴重損害公司債權人利益的，應當對公司債務承擔連帶責任。

控股股東的權利限制

公司的控股股東、實際控制人不得利用其關連關係損害公司利益。違反規定給公司造成損失的，應當承擔賠償責任。

公司控股股東及實際控制人對公司 and 公司社會公眾股股東負有誠信義務。控股股東應嚴格依法行使出資人的權利，控股股東不得利用利潤分配、資產重組、對外投資、資金佔用、借款擔保、關連交易等方式損害公司和社會公眾股股東的合法權益，不得利用其控制地位損害公司和社會公眾股股東的利益。

股東大會

股東大會的一般規定

股東大會是公司的權力機構，依法行使下列職權：

- (一) 決定公司的經營方針和投資計劃；
- (二) 選舉和更換非由職工代表擔任的董事、監事，決定有關董事、監事的報酬事項；
- (三) 審議批准董事會報告；
- (四) 審議批准監事會報告；
- (五) 審議批准公司的年度財務預算方案、決算方案；
- (六) 審議批准公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (七) 對公司增加或者減少註冊資本作出決議；
- (八) 對發行公司債券或其他證券及上市方案作出決議；
- (九) 對公司合併、分立、解散、清算或者變更公司形式作出決議；
- (十) 修改本章程；
- (十一) 對公司聘用、解聘或者不再續聘會計師事務所作出決議；
- (十二) 審議批准第四十二條規定的擔保事項；
- (十三) 審議公司在一年內購買、出售重大資產超過公司最近一個會計年度經審計總資產百分之三十的事項；
- (十四) 審議批准變更募集資金用途事項；
- (十五) 審議股權激勵計劃方案和員工持股計劃；

(十六) 審議法律、行政法規、部門規章、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則和本章程規定的應當由股東大會決定的其他事項。

上述股東大會的職權不得通過授權的形式由董事會或其他機構和個人代為行使。

股東大會分為年度股東大會和臨時股東大會。年度股東大會每年召開一次，應當於上一會計年度結束後的六個月內舉行。

有下列情形之一的，董事會在事實發生之日起兩個月以內召開臨時股東大會：

- (一) 董事人數不足《公司法》規定人數或本章程所定人數的三分之二時；
- (二) 公司未彌補的虧損達實收股本總額三分之一時；
- (三) 單獨或者合計持有公司發行在外的有表決權的股份百分之十以上股份的股東以書面形式要求召開臨時股東大會時（持股數按照股東提出書面要求日計算）；
- (四) 董事會認為必要時；
- (五) 監事會提議召開時；
- (六) 法律、行政法規、部門規章、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則或本章程規定的其他情形。

股東大會的召集

獨立董事有權向董事會提議召開臨時股東大會。對獨立董事要求召開臨時股東大會的提議，董事會應當根據法律、行政法規、《香港上市規則》和本章程的規定，在收到提議後十日內提出同意或不同意召開臨時股東大會的書面反饋意見。

董事會同意召開臨時股東大會的，將在作出董事會決議後五日內發出召開股東大會的通知；董事會不同意召開臨時股東大會的，將說明理由並公告。

監事會有權向董事會提議召開臨時股東大會，並應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規、《香港上市規則》和本章程的規定，在收到提案後十日內提出同意或不同意召開臨時股東大會的書面反饋意見。

董事會同意召開臨時股東大會的，將在作出董事會決議後五日內發出召開股東大會的通知，通知中對原提議的變更，應徵得監事會的同意。

董事會不同意召開臨時股東大會，或者在收到提案後十日內未作出反饋的，視為董事會不能履行或者不履行召集股東大會會議職責，監事會可以自行召集和主持。

單獨或者合計持有公司百分之十以上股份的股東有權向董事會請求召開臨時股東大會，並應當以書面形式向董事會提出。董事會應當根據法律、行政法規、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則和本章程的規定，在收到請求後十日內提出同意或不同意召開臨時股東大會的書面反饋意見。

董事會同意召開臨時股東大會的，應當在作出董事會決議後五日內發出召開股東大會的通知，通知中對原請求的變更，應當徵得相關股東的同意。

董事會不同意召開臨時股東大會，或者在收到請求後十日內未作出反饋的，單獨或者合計持有公司百分之十以上股份的股東有權向監事會提議召開臨時股東大會，並應當以書面形式向監事會提出請求。

監事會同意召開臨時股東大會的，應在收到請求五日內發出召開股東大會的通知，通知中對原請求的變更，應當徵得相關股東的同意。

監事會未在規定期限內發出股東大會通知的，視為監事會不召集和主持股東大會，連續九十日以上單獨或者合計持有公司百分之十以上股份的股東可以自行召集和主持。

股東大會的提案

公司召開股東大會，董事會、監事會以及單獨或者合併持有公司百分之三以上股份的股東，有權向公司提出提案。

單獨或者合計持有公司百分之三以上股份的股東，可以在股東大會召開十日前提出臨時提案並書面提交召集人。召集人應當在收到提案後兩日內發出股東大會補充通知，通知臨時提案的內容。

除前款規定的情形外，召集人在發出股東大會通知後，不得修改股東大會通知中已列明的提案或增加新的提案。

股東大會通知中未列明或不符合本章程規定的提案，股東大會不得進行表決並作出決議。

股東大會的通知

召集人將在年度股東大會召開二十日前以公告方式通知各股東，臨時股東大會將於會議召開十五日前以公告方式通知各股東。

公司計算前述「二十日」、「十五日」的起始期限時，不包括會議召開當日，但包括通知發出當日。

股東大會的召開

股權登記日登記在冊的所有股東或其代理人，均有權出席股東大會，並依照有關法律、法規及本章程行使表決權。

股東可以親自出席股東大會，也可以委託代理人代為出席和表決。

個人股東親自出席會議的，應出示本人身份證或其他能夠表明其身份的有效證件或證明；委託代理他人出席會議的，應出示本人有效身份證件、股東授權委託書。

法人股東或其他機構股東應由法定代表人／執行事務合夥人或者法定代表人／執行事務合夥人委託的代理人出席會議。法定代表人／執行事務合夥人出席會議的，應出示本人身份證、能證明其具有法定代表人／執行事務合夥人資格的有效證明；委託代理人出席會議的，代理人應出示本人身份證、法人或機構股東單位的法定代表人／執行事務合夥人依法出具的書面授權委託書。

如該股東為香港不時制定的有關條例所定義的認可結算所(或其代理人)，該股東可以授權其認為合適的一個或以上人士在任何股東大會上擔任其代表；但是，如果一名以上的人士獲得授權，則授權書應載明每名該等人士經此授權所涉及的股份數目和種類，授權書由認可結算所授權人員簽署。經此授權的人士可以代表認可結算所(或其代理人)出席會議(不用出示持股憑證，經公證的授權和／或進一步的證據證實其獲正式授權)行使權利，如同該人士是公司的個人股東。

股東大會的決議

股東大會決議分為普通決議和特別決議。

股東大會作出普通決議，應當由出席股東大會的股東(包括股東代理人)所持表決權的過半數通過。

股東大會作出特別決議，應當由出席股東大會的股東(包括股東代理人)所持表決權的三分之二以上通過。

下列事項由股東大會以普通決議通過：

- (一) 董事會和監事會的工作報告；
- (二) 董事會擬定的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (三) 董事會和監事會成員的任免及其報酬和支付方法；

- (四) 公司年度預算方案、決算方案；
- (五) 公司年度報告；
- (六) 對公司聘用、解聘或者不再續聘會計師事務所或會計師事務所薪酬作出決議；
- (七) 除法律、行政法規、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則或者本章程規定應當以特別決議通過以外的其他事項。

下列事項由股東大會以特別決議通過：

- (一) 公司增加或者減少註冊資本；
- (二) 公司的分立、分拆、合併、解散和清算、中止、變更公司形式；
- (三) 本章程的修改；
- (四) 決定公司的經營方針和投資計劃；
- (五) 公司在一年內購買、出售重大資產或者擔保金額超過公司最近一期經審計總資產百分之三十的；
- (六) 股權激勵計劃方案的制定、修改及實施；
- (七) 對發行公司債券或其他證券及上市方案做出決議；
- (八) 法律、行政法規、部門規章、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則或本章程規定的，以及股東大會以普通決議認定會對公司產生重大影響的、需要以特別決議通過的其他事項。

董事及董事會

董事

董事由股東大會選舉或更換，並可在任期屆滿前由股東大會解除其職務每屆任期三年。董事任期屆滿，可連選連任。董事無須持有公司股份。

董事任期從就任之日起計算，至本屆董事會任期屆滿時為止。董事任期屆滿未及時改選，在改選出的董事就任前，原董事仍應當依照法律、行政法規、部門規章和本章程的規定，履行董事職務。

董事會

董事會由九名董事組成，設董事長一人。無論何時，董事會應當有三分之一以上獨立董事，獨立董事總數不應少於三名，其中至少應有一名獨立董事具備符合監管要求的適當的專業資格，或具備適當的會計或相關的財務管理專長。獨立董事在任期間不得超過九年。

董事會行使下列職權：

- (一) 召集股東大會，並向股東大會報告工作；
- (二) 執行股東大會的決議；
- (三) 決定公司的經營計劃（涵蓋公司及其控股子公司（以下簡稱「集團公司」）和投資方案；
- (四) 制訂公司的年度財務預算方案（涵蓋所有集團公司）、決算方案；
- (五) 制訂公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；
- (六) 制訂公司增加或者減少註冊資本、發行股票、債券或其他證券及上市方案；

- (七) 擬訂公司重大收購、收購本公司股票或者合併、分立、解散及變更公司形式的方案；
- (八) 在股東大會授權範圍內，決定公司對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關連交易、對外捐贈等事項；
- (九) 決定公司內部管理機構的設置；
- (十) 決定聘任或者解聘公司總經理、董事會秘書及其他高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；根據總經理的提名，決定聘任或者解聘公司財務負責人等高級管理人員，並決定其報酬事項和獎懲事項；
- (十一) 制訂公司的基本管理制度；
- (十二) 制訂本章程的修改方案；
- (十三) 管理公司信息披露事項；
- (十四) 向股東大會提請聘請或更換為公司審計的會計師事務所；
- (十五) 聽取公司經理的工作匯報並檢查經理的工作；
- (十六) 審議並辦理公司內資股股東將其所持有的股份轉讓予境外投資人，或者公司內資股股東獲准將其持有的股份轉換為境外上市股份，並在境外證券交易所上市；及
- (十七) 法律、行政法規、部門規章、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則或本章程授予的其他職權。

超過股東大會授權範圍的事項，應當提交股東大會審議。

董事與董事會會議決議事項所涉及的企業有關連關係的，不得對該項決議行使表決權，也不得代理其他董事行使表決權。該董事會會議由過半數的無關連關係董事出席即可舉行，董事會會議所作決議須經無關連關係董事過半數通過。出席董事會的無關聯董事人數不足三人的，應將該事項提交股東大會審議。

高級管理層

經理

公司設總經理一名，由董事會聘任或解聘，行使下列職權：

- (一) 主持公司的生產經營管理工作，組織實施董事會決議，並向董事會報告工作；
- (二) 組織實施公司年度經營計劃和投資方案；
- (三) 擬訂公司內部管理機構設置方案；
- (四) 擬訂公司的基本管理制度；
- (五) 制定公司的具體規章；
- (六) 提請董事會聘任或者解聘公司財務負責人；
- (七) 決定聘任或者解聘除應由董事會決定聘任或者解聘以外的負責管理人員；
- (八) 本章程或董事會授予的其他職權。

總經理列席董事會會議；總經理未擔任公司董事的，在董事會會議上沒有表決權。

董事會秘書

公司設董事會秘書，負責公司股東大會和董事會會議的籌備、文件保管以及公司股東資料管理，辦理信息披露事務等事宜。

董事會秘書應遵守法律、行政法規、部門規章及本章程的有關規定。公司董事或者其他高級管理人員可以兼任公司董事會秘書。但公司聘請的會計師事務所的會計師不得兼任公司董事會秘書。

監事會

公司設監事會。監事會由三名監事組成，監事會設主席一人。監事會主席由全體監事過半數選舉產生。監事會主席召集和主持監事會會議；監事會主席不能履行職務或者不履行職務的，由半數以上監事共同推舉一名監事召集和主持監事會會議。

監事會應當包括股東代表和適當比例的公司職工代表，其中職工代表的比例不低於三分之一。監事會中的職工代表由公司職工通過職工代表大會、職工大會或者其他形式民主選舉產生和罷免。監事會中的股東代表由股東大會選舉和罷免。

監事會行使下列職權：

- (一) 應當對董事會編製的公司定期報告進行審核並提出書面審核意見；
- (二) 檢查公司財務；
- (三) 對董事、高級管理人員執行公司職務的行為進行監督，對違反法律、行政法規、本章程或者股東大會決議的董事、高級管理人員提出罷免的建議；
- (四) 當董事、高級管理人員的行為損害公司的利益時，要求董事、高級管理人員予以糾正；
- (五) 提議召開臨時股東大會，在董事會不履行《公司法》和本章程規定的召集和主持股東大會職責時召集和主持股東大會；
- (六) 向股東大會提出提案；
- (七) 依照《公司法》第一百五十一條的規定，對董事、高級管理人員提起訴訟；

(八) 發現公司經營情況異常，可以進行調查；必要時，可以聘請會計師事務所、律師事務所等專業機構協助其工作，費用由公司承擔；

(九) 本章程規定及股東大會授予的其他職權。

財務會計制度

公司依照法律、行政法規和國家有關部門的規定，制定公司的財務會計制度。公司股票上市地證券監管機構另有規定的，從其規定。

通知

公司的通知以下列形式發出：

- (一) 以專人送出；
- (二) 以郵件或傳真方式送出；
- (三) 以公告方式進行；
- (四) 本章程規定的其他形式。

本公司的解散與清算

公司因下列原因解散：

- (一) 本章程規定的營業期限屆滿或者本章程規定的其他解散事由出現；
- (二) 股東大會決議解散；
- (三) 因公司合併或者分立需要解散；
- (四) 依法被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷；
- (五) 公司經營管理發生嚴重困難，繼續存續會使股東利益受到重大損失，通過其他途徑不能解決的，持有公司全部股東表決權百分之十以上的股東，可以請求人民法院解散公司。

公司因本章程上述第(一)項、第(二)項、第(四)項、第(五)項而解散的，應當在解散事由出現之日起十五日內成立清算組，開始清算。清算組由董事或者股東大會確定的人員組成。逾期不成立清算組進行清算的，債權人可以申請人民法院指定有關人員組成清算組進行清算。

修改章程

有下列情形之一的，公司應當修改章程：

- (一) 《公司法》或有關法律、行政法規、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則修改後，章程規定的事項與修改後的法律、行政法規、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則的規定相抵觸；
- (二) 公司的情況發生變化，與章程記載的事項不一致；
- (三) 股東大會決定修改章程。

股東大會決議通過的章程修改事項應經主管機關審批的，須報主管機關批准；涉及公司登記事項的，依法辦理變更登記。

A. 有關本公司及我們的子公司的進一步資料

1. 註冊成立

本公司於2000年7月28日在中國成立為一家有限公司，並於2015年12月29日根據中國法律改制為股份有限公司。截至最後實際可行日期，本公司的註冊股本為人民幣200百萬元。

本公司已在香港灣仔皇后大道東248號大新金融中心40樓設立香港營業地點，並於2024年4月19日根據公司條例第16部在香港向香港公司註冊處處長登記為非香港公司。本公司的聯席公司秘書之一張瀟女士已獲委任為我們的代理，代表本公司在香港接收法律程序文件及通知。我們在香港接收法律程序文件的地址與我們的香港營業地址相同。

由於我們在中國成立，我們的公司架構及公司章程須受中國相關法律及法規的規限。相關公司章程條文概要載於「附錄六－公司章程概要」。若干相關方面的中國法律及法規概要載於「附錄五－中國及香港主要法律及監管條文概要」。

2. 本公司的股本變動

於2000年7月28日，本公司根據中國法律成立為有限公司，初始註冊資本為人民幣500,000元。

於2024年3月21日，本公司的註冊資本由人民幣60,000,000元增至人民幣200,000,000元。截至最後實際可行日期，本公司的註冊股本為人民幣200百萬元，分為200,000,000股每股面值人民幣1.00元的股份。此外，本公司預計於緊接[編纂]前將股份由一股每股人民幣1.0元的股份拆細為[兩]股每股人民幣[0.50]元的股份。

除上述披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，本公司的股本概無變動。

3. 我們的子公司的股本變動

截至最後實際可行日期，我們的主要子公司的公司資料概要及子公司詳情載於「附錄一－會計師報告」附註1。

附錄七

法定及一般資料

於緊接本文件日期前兩年內，以下子公司已告註冊成立：

子公司名稱	註冊成立地點	註冊成立日期	註冊資本
杭州科韻詩.....	中國	2022年8月18日	人民幣100,000,000元
光影色彩.....	中國	2022年10月25日	人民幣1,000,000元
杭州星屹.....	中國	2022年12月29日	人民幣100,000,000元
杭州柏笙.....	中國	2023年4月14日	人民幣5,000,000元
上海迪悅.....	中國	2023年3月31日	人民幣2,000,000元
重慶迪悅.....	中國	2023年4月21日	人民幣2,000,000元
深圳毛戈平培訓機構.....	中國	2023年11月14日	人民幣500,000元
杭州尚都匯.....	中國	2024年1月2日	人民幣500,000,000元
上海毛戈平培訓機構.....	中國	2024年6月20日	人民幣1,000,000元

除上文及本文件附錄一所載會計師報告所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內，本公司任何子公司的股本並無其他變動。

4. 股東決議案

根據於2024年4月1日舉行的股東大會，股東議決（其中包括）：

- (a) 本公司發行每股面值為人民幣[0.50]元的H股，該等H股在聯交所主板[編纂]；
- (b) 於行使[編纂]之前，將予發行的H股數目不超過本公司經[編纂]擴大後已發行總股本的[編纂]%，且向[編纂]（或其代表）授予的[編纂]不得超過根據[編纂]發行的H股數目的15%；

附錄七

法定及一般資料

- (c) 待向中國證監會備案完成，及股份拆細及[編纂]完成後，[編纂]股份將按一對一基準轉換為H股；
- (d) 授權董事會或其授權人士處理與（其中包括）[編纂]、H股發行及於聯交所[編纂]有關的一切事宜；及
- (e) 待[編纂]完成後，有條件採納於[編纂]生效的公司章程。

B. 有關我們業務的進一步資料

1. 重大合約概要

於緊接本文件日期前兩年內，我們已訂立下列屬重大或可能屬重大的合約（並非於正常業務過程中訂立的合約）：

- (a) [編纂]。

2. 知識產權

(a) 商標

(i) 註冊商標

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務屬重要或可能屬重要的商標：

序號	商標	註冊地點	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期 (日/月/年)
1.....		中國	本公司	21	68896969	13/08/2033
2.....		中國	本公司	3	68905981	13/09/2033
3.....		中國	本公司	3	64632123	06/05/2033
4.....		中國	本公司	3	64364982	27/12/2032

附錄七

法定及一般資料

序號	商標	註冊地點	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期 (日/月/年)
5.....		中國	本公司	21	64357906	13/11/2032
6.....		中國	本公司	21	63478280	13/12/2032
7.....		中國	本公司	35	63496086	20/11/2032
8.....	至愛·終生	中國	本公司	21	62914127	20/09/2032
9.....	至愛·終生	中國	本公司	3	62913671	27/08/2032
10....	气韵东方	中國	本公司	35	61654810	13/06/2032
11....		中國	本公司	35	60470844	13/07/2032
12....	LOVEKEEPS	中國	本公司	21	60440112	13/07/2032
13....	LOVEKEEPS	中國	本公司	3	60435431	06/05/2032
14....		中國	本公司	41	60453693	06/05/2032
15....	LOVEKEEPS	中國	本公司	35	60419512	27/08/2032
16....	MAOGEPING	中國	本公司	41	57393717	20/01/2032
17....		中國	本公司	21	57412170	13/08/2032
18....	MAOGEPING 毛戈平光韵	中國	本公司	35	57413243	20/01/2032
19....	MAOGEPING 毛戈平光韵	中國	本公司	3	57399684	20/01/2032
20....		中國	本公司	35	57387082	06/02/2032

附錄七

法定及一般資料

序號	商標	註冊地點	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期 (日/月/年)
21...		中國	本公司	21	57385790	20/01/2032
22...		中國	本公司	41	57391958	20/01/2032
23...		中國	本公司	35	57396639	20/01/2032
24...		中國	本公司	35	57403775	20/01/2032
25...		中國	本公司	21	57404260	20/01/2032
26...		中國	本公司	3	57393161	20/01/2032
27...		中國	本公司	3	51084591	06/10/2031
28...		中國	本公司	21	51086053	06/10/2031
29...		中國	本公司	21	51083684	06/07/2031
30...		中國	本公司	3	51081652	13/09/2031
31...		中國	本公司	35	44776103	13/02/2031
32...		中國	本公司	3	44776023	20/12/2032
33...		中國	本公司	21	44748605	20/11/2030
34...		中國	本公司	35	42603484	06/09/2030
35...		中國	本公司	3	39589908	06/03/2030
36...		中國	本公司	21	39603737	20/03/2030

附錄七

法定及一般資料

序號	商標	註冊地點	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期 (日/月/年)
37...		中國	本公司	41	39589534	27/03/2030
38...	MAOGEPING	中國	本公司	35	35752259	06/10/2029
39...	<i>Love Keeps</i>	中國	本公司	35	35695539	27/11/2029
40...	MAO STYLIST	中國	本公司	21	35688508	27/03/2030
41...		中國	本公司	35	35690058	06/04/2032
42...		中國	本公司	21	33771307	06/10/2029
43...		中國	本公司	3	33771307	06/10/2029
44...		中國	本公司	3	33771307	06/10/2029
45...		中國	本公司	41	23695032	13/04/2028
46...	<i>Love Keeps</i> Beauty 愛美·輕生	中國	本公司	3	23102026	06/03/2028
47...	<i>Love Keeps</i> Beauty 愛美·輕生	中國	本公司	21	23101911	06/05/2028
48...	MAOGEPING BEAUTY	中國	本公司	3	21879272	27/12/2027
49...	MAOGEPING BEAUTY	中國	本公司	21	21879445	20/07/2028

附錄七

法定及一般資料

序號	商標	註冊地點	註冊擁有人	類別	註冊編號	屆滿日期 (日/月/年)
50...		中國	本公司	3	19851846	19/07/2027
51....		中國	本公司	3	17044909	13/08/2026
52....		中國	本公司	21	17045283	13/08/2026
53....		中國	本公司	21	17045315	13/02/2027
54....		中國	本公司	21	72342325	13/03/2034
55....	MAOGEPING	香港	本公司	3、21	303993526	14/12/2026
56....		香港	本公司	3、21、 41	304135275	09/05/2027
57....		香港	本公司	3、21、 35	306229251	25/04/2033
58....		香港	本公司	3、21、 41	306146370	05/01/2033
59...	毛戈平美妆教育	中國	本公司	41	77425284	06/09/2034
60...		中國	本公司	3	76802390	13/08/2034
61...		中國	本公司	4	76800853	06/08/2034

附錄七

法定及一般資料

(ii) 商標申請

截至最後實際可行日期，我們已申請註冊以下我們認為對我們的業務而言屬重要或可能屬重要的商標：

序號	商標	註冊地點	申請人	類別	申請編號	申請日期 (日/月/年)
1...	MAOGEPING LIGHT	香港	本公司	3、21	306426504	14/12/2023
2...		美國	本公司	3、21、41	79371616	12/01/2023

(b) 版權

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務而言屬重大或可能屬重大的版權：

序號	版權	版權類別	註冊地點	版權擁有人	註冊編號	註冊日期 (日/月/年)
1....	LK	作品	中國	本公司	國作登字- 2023-F-00206150	18/09/2023
2....	LK	作品	中國	本公司	國作登字- 2023-F-00161163	01/08/2023
3....	LK	作品	中國	本公司	國作登字- 2023-F-00151885	24/07/2023
4....	LK	作品	中國	本公司	國作登字- 2022-F-10177607	26/08/2022
5....	LK	作品	中國	本公司	國作登字- 2021-F-00283686	09/12/2021

附錄七

法定及一般資料

序號	版權	版權類別	註冊地點	版權擁有人	註冊編號	註冊日期 (日/月/年)
6....	MGP	作品	中國	本公司	國作登字- 2020-F-01185411	04/12/2020
7....	花影浮金	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2023-F-00018518	29/01/2023
8....	秋水皓月	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2022-F-10147010	21/07/2022
9....	龍的傳人	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2022-F-10147013	21/07/2022
10...	輝芒朝歌	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2022-F-10147012	21/07/2022
11...	舒雲暮汐	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2022-F-10147011	21/07/2022
12...	淺妝蓮韻	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2022-F-10147015	21/07/2022
13...	暗香疏影	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2021-F-00237323	15/10/2021
14...	MGP龍圖騰	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2021-F-00237324	15/10/2021
15...	翰墨賦竹	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2021-F-00237321	15/10/2021

附錄七

法定及一般資料

序號	版權	版權類別	註冊地點	版權擁有人	註冊編號	註冊日期 (日/月/年)
16...	鶴宇翩躚	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2021-F-00237322	15/10/2021
17...	碧波激艷	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2021-F-00006629	12/01/2021
18...	羽燦流光	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2021-F-00006630	12/01/2021
19...	昭華如嫣	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2020-F-00011939	03/12/2020
20...	典翠天香	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2020-F-00011935	03/12/2020
21...	雲祥鳳羽	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2020-F-00011938	03/12/2020
22...	金鳳添香	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2020-F-00011937	03/12/2020
23...	鳳羽耀顏	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2020-F-00011936	03/12/2020
24...	花朝慕顏	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00958440	23/12/2019
25...	仙鶴極光	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00957229	19/12/2019

附錄七

法定及一般資料

序號	版權	版權類別	註冊地點	版權擁有人	註冊編號	註冊日期 (日/月/年)
26...	龍蘊金容	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00955326	16/12/2019
27...	雲青水澹	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00955324	16/12/2019
28...	雙龍戲珠	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00955325	16/12/2019
29...	玉蘭望春	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00778607	09/05/2019
30...	玉石雲煙 系列	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00778606	09/05/2019
31...	玉韻紅盤	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00778605	09/05/2019
32...	玉琢璨金	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2019-F-00778604	09/05/2019
33...	西遊有靈 系列	作品	中國	杭州迪悅	國作登字- 2021-F-00076234	02/04/2021
34...	遊園驚夢	作品	中國	杭州迪悅	國作登字- 2020-F-01002551	19/03/2020
35...	盛彩耀光 裝飾畫	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2024-F-00160176	12/06/2024

附錄七

法定及一般資料

序號	版權	版權類別	註冊地點	版權擁有人	註冊編號	註冊日期 (日/月/年)
36...	盛彩之光藝術眼彩盤	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2024-F-00160177	12/06/2024
37...	盛彩之光女神眼彩盤	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2024-F-00136142	22/05/2024
38...	盛彩之光瑞龍凝採粉餅	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2024-F-00136143	22/05/2024
39...	盛彩之光耀顏高光粉餅	作品	中國	毛戈平科技	國作登字- 2024-F-00136141	22/05/2024

(c) 專利

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務而言屬重大或可能屬重大的專利：

序號	專利名稱	類別	專利持有人	註冊地點	專利編號	授予日期 (日/月/年)	屆滿日期 (日/月/年)
1.....	一種溫水可卸的眼線粉塊及其製備工藝	發明專利	毛戈平科技	中國	ZL202210645684.5	06/06/2023	09/06/2042
2.....	一種持久滋潤口紅及其製備工藝	發明專利	毛戈平科技	中國	ZL202110789287.0	18/02/2022	13/07/2041
3.....	一種化妝刷抽屜式包裝盒	實用新型	毛戈平科技	中國	ZL202320885819.5	26/09/2023	19/04/2033

附錄七

法定及一般資料

序號	專利名稱	類別	專利持有人	註冊地點	專利編號	授予日期 (日/月/年)	屆滿日期 (日/月/年)
4.....	一種化妝品乳液類料體分配器	實用新型	毛戈平科技	中國	ZL202222480317.2	09/12/2022	20/09/2032
5.....	一種用於深色透明水晶玻璃容器的內在防偽結構	實用新型	毛戈平科技	中國	ZL202122680324.2	22/07/2022	04/11/2031
6.....	一種新型睫毛刷	實用新型	杭州迪悅	中國	ZL201922060697.2	18/09/2020	26/11/2029
7.....	桌子	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456462.0	23/07/2021	12/08/2035
8.....	筆刷櫃	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456319.1	18/05/2021	12/08/2035
9.....	陳列櫃(彩妝)	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456318.7	30/04/2021	12/08/2035
10....	護膚陳列吧	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456463.5	13/04/2021	12/08/2035
11....	操作台(雙人雙面1)	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456311.5	12/03/2021	12/08/2035
12....	護膚自選台	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456310.0	12/03/2021	12/08/2035
13....	操作台(雙人雙面2)	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456461.6	09/03/2021	12/08/2035
14....	凳子	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456313.4	09/03/2021	12/08/2035
15....	儲物櫃	外觀設計	本公司	中國	ZL202030456460.1	09/03/2021	12/08/2035
16....	唇釉瓶(23MGP01)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202330122624.0	14/07/2023	16/03/2038
17....	化妝箱(22MGP10)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230807595.7	03/03/2023	02/12/2037
18....	口紅包裝瓶(22MGP08)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230602388.8	27/12/2022	13/09/2037
19....	護膚包裝瓶(22MGP07)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230602371.2	20/12/2022	13/09/2037
20....	睫毛膏包裝瓶(22MGP09)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230602593.4	16/12/2022	13/09/2037
21....	護膚品包裝瓶(22MGP01)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230251607.2	26/08/2022	29/04/2037
22....	護膚品包裝瓶(22MGP02)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230251573.7	26/08/2022	29/04/2037
23....	護膚品包裝瓶(22MGP06)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230251613.8	26/08/2022	29/04/2037

附錄七

法定及一般資料

序號	專利名稱	類別	專利持有人	註冊地點	專利編號	授予日期 (日/月/年)	屆滿日期 (日/月/年)
24....	護膚品包裝瓶(22MGP03)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230251590.0	26/08/2022	29/04/2037
25....	彩妝包裝盒(20MGP04)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230263403.0	19/08/2022	07/05/2037
26....	彩妝包裝瓶(22MGP05)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202230251266.9	12/08/2022	29/04/2037
27....	化妝刷	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202130644060.8	28/01/2022	28/09/2036
28....	化妝盒	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202130644066.5	21/01/2022	28/09/2036
29....	化妝水瓶(20MGP03)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202030658995.7	04/05/2021	03/11/2035
30....	化妝刷(20MGP06)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202030717956.X	30/04/2021	25/11/2035
31....	化妝品包裝瓶(20MGP04)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202030659001.3	20/04/2021	03/11/2035
32....	膏霜瓶(20MGP01)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202030658990.4	02/04/2021	03/11/2035
33....	口紅容器(20MGP05)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202030659167.5	02/04/2021	03/11/2035
34....	香水瓶容器(20MGP02)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202030659168.X	19/03/2021	03/11/2035
35....	散粉盒(2)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930456238.9	09/06/2020	21/08/2034
36....	散粉盒(1)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930455712.6	21/04/2020	21/08/2034
37....	粉底液瓶	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930455717.9	14/02/2020	21/08/2034
38....	睫毛膏瓶	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930456223.2	24/01/2020	21/08/2034
39....	口紅瓶	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930456243.X	24/01/2020	21/08/2034
40....	眼影盒	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930455708.X	10/01/2020	21/08/2034
41....	化妝瓶(30ml)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930077288.6	31/05/2019	26/02/2034
42....	化妝瓶(130ml)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930076993.4	28/05/2019	26/02/2034
43....	化妝瓶(50ml)	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL201930077003.9	28/05/2019	26/02/2034
44....	眼影盤	外觀設計	杭州迪悅	中國	ZL202130066892.6	27/07/2021	29/01/2036

附錄七

法定及一般資料

序號	專利名稱	類別	專利持有人	註冊地點	專利編號	授予日期 (日/月/年)	屆滿日期 (日/月/年)
45....	唇釉	外觀設計	杭州迪悅	中國	ZL202130066895.X	23/07/2021	29/01/2036
46....	腮紅	外觀設計	杭州迪悅	中國	ZL202130066543.4	23/07/2021	29/01/2036
47....	腮紅包裝盒(遊園驚夢)	外觀設計	杭州迪悅	中國	ZL201930645035.4	18/09/2020	22/11/2034
48....	眼影包裝盒(遊園驚夢)	外觀設計	杭州迪悅	中國	ZL201930645056.6	18/09/2020	22/11/2034
49....	唇膏管	外觀設計	毛戈平科技	中國	ZL202330710679.3	26/07/2024	01/11/2038

(d) 域名

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務而言屬重大或可能屬重大的域名：

序號	域名	註冊擁有人	註冊地點	屆滿日期 (日/月/年)
1...	maogeping.com	本公司	中國	29/10/2033
2...	maogepin.com	本公司	中國	03/02/2025
3...	maogepin.cn	本公司	中國	09/10/2030
4...	maogepingbeauty.com	本公司	中國	09/12/2026
5...	maogp.com	毛戈平形象設計	中國	09/01/2027
6...	shmaogp.com	毛戈平形象設計	中國	19/11/2026
7...	hzmaogp.com	毛戈平形象設計	中國	19/11/2026
8...	mgpdy.cn	杭州迪悅	中國	30/08/2032
9...	loveforkeeps.com.cn	杭州至愛終生	中國	30/12/2026
10...	lovekeeps.com	杭州至愛終生	中國	21/09/2025

C. 有關董事、監事及主要股東的進一步資料

1. 本公司董事、監事及最高行政人員的權益披露

除下文所披露者外，緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]及[編纂]未獲行使），就董事所知，概無董事、監事或最高行政人員於本公司或其相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份及債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉（包括彼等根據證券及期貨條例的有關條文被當作或視為擁有的權益及淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須登記於該條所指的登記冊內的權益或淡倉，或根據上市規則所載上市公司董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的權益或淡倉。

(a) 於本公司的權益

董事、監事或 最高行政人員姓名	職務	權益性質 ⁽¹⁾	[編纂]/H股數目	緊接[編纂]前 持量佔已發行 股份總數的概約 百分比	緊隨[編纂]後 持量佔已發行 股份總數的概約 百分比 ⁽²⁾	緊隨[編纂]後 持量佔[編纂]/ H股的概約 百分比 ⁽²⁾
毛先生	創始人、董事長 兼執行董事	實益擁有人及 配偶權益 ⁽³⁾	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
		實益擁有人、 受控法團權益 及配偶權益 ⁽³⁾	[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
汪女士	執行董事兼 副董事長	實益擁有人及 配偶權益 ⁽⁴⁾	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
		實益擁有人、 受控法團權益 及配偶權益 ⁽⁴⁾	[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%

附錄七

法定及一般資料

董事、監事或 最高行政人員姓名	職務	權益性質 ⁽¹⁾	[編纂]/H股數目	緊接[編纂]前	緊隨[編纂]後	緊隨[編纂]後
				持股票量佔已發行 股份總數的概約 百分比	持股票量佔已發行 股份總數的概約 百分比 ⁽²⁾	持股票量佔[編纂]/ H股的概約 百分比 ⁽²⁾
毛霓萍女士.....	執行董事、 副董事長兼 資深副總裁	實益擁有人	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
			[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
毛慧萍女士.....	執行董事兼 資深副總裁	實益擁有人	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
			[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
汪立華先生.....	執行董事兼 副總裁	實益擁有人	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
			[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
宋虹佺女士.....	執行董事、 總裁兼 「毛戈平」 品牌事業部 總經理	實益擁有人	[編纂]股股份	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%
			[編纂]股H股	[編纂]%	[編纂]%	[編纂]%

附註：

- (1) 所述所有權益均為好倉。股份數目乃基於股份拆細已完成的假設而呈列。
- (2) 該計算乃基於[編纂]股已發行[編纂]股份、將由已發行[編纂]股份轉換而來的[編纂]股H股及根據[編纂]將予發行的[編纂]股H股（假設[編纂]及[編纂]未獲行使）的總數進行。
- (3) 於[編纂]股份轉換為H股及[編纂]完成後，毛先生被視為於以下股份中擁有權益：
 - (a) 合共[編纂]股份，包括(i)毛先生直接持有的[編纂]股份；及(ii)汪女士（毛先生的配偶）直接持有的[編纂]股份；及
 - (b) 合共[編纂]股H股，包括(i)毛先生直接持有的[編纂]股H股；(ii)汪女士（毛先生的配偶）直接持有或控制的[編纂]股H股；(iii)帝景投資持有的[編纂]股H股；及(iv)嘉馳投資直接持有的[編纂]股H股。

帝景投資由其普通合夥人毛先生及有限合夥人汪女士分別控制10%及35.45%股權。因此，毛先生被視為於帝景投資持有的本公司股份中擁有權益。

附錄七

法定及一般資料

- (4) 於[編纂]股份轉換為H股及[編纂]完成後，汪女士被視為於以下股份中擁有權益：
- (a) 合共[編纂]股份，包括(i)汪女士直接持有的[編纂]股份；及(ii)毛先生(汪女士的配偶)直接持有的[編纂]股份；及
- (b) 合共[編纂]股H股，包括(i)汪女士直接持有的[編纂]股H股；(ii)毛先生(汪女士的配偶)直接持有的[編纂]股H股；(iii)帝景投資直接持有的[編纂]股H股；及(iv)嘉馳投資直接持有的[編纂]股H股。

帝景投資由其普通合夥人毛先生及有限合夥人汪女士分別控制10%及35.45%股權。因此，汪女士被視為於帝景投資持有的本公司股份中擁有權益。此外，嘉馳投資由汪女士、董樂勤先生、毛霓萍女士及毛慧萍女士分別持有30.4598%、8.6208%、30.4598%及30.4598%股權，汪女士及董樂勤先生擔任聯席普通合夥人，而汪女士於普通合夥人安排中擁有決定性一票及決策權。因此，汪女士被視為於嘉馳投資持有的本公司股份中擁有權益。

(b) 於相聯法團的權益

姓名	於本集團 擔任的職務	權益性質 ⁽¹⁾	相聯法團名稱	於相聯法團 的持股 概約百分比
毛先生	創始人、 董事長兼 執行董事	實益擁有人	北京毛戈平 培訓機構	1.00%
汪女士	執行董事兼 副董事長	配偶權益	北京毛戈平 培訓機構	1.00%

除上文所披露者外，緊隨[編纂]完成後，概無董事、監事或本公司最高行政人員於本公司相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債券中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的任何權益及／或淡倉(包括彼等根據證券及期貨條例的有關條文被當作或視為擁有的權益及淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須登記於該條所指的登記冊內的任何權益及／或淡倉，或根據上市規則所載上市公司董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的任何權益及／或淡倉。

2. 主要股東的權益披露

(a) 於本公司的權益

根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文，緊隨[編纂]完成後，於本公司股份或相關股份中擁有或被視為或當作擁有須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有可於任何情況下在本公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上權益的人士的資料，請參閱本文件「主要股東」。

(b) 本集團其他成員公司主要股東的權益

截至最後實際可行日期，據董事所知，以下人士(董事、監事或本公司最高行政人員除外)擁有可於任何情況下在本集團其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上權益：

	本集團成員公司名稱	股東名稱	持股百分比
1...	光影色彩	杭州億梵網絡科技有限公司	33%

3. 服務合約

我們[已]與各董事及監事就(其中包括)遵守相關法律法規、公司章程及適用的仲裁規定訂立合約。

除上文所披露者外，本公司概無亦不擬與任何董事或監事就其各自作為董事或監事的身份訂立任何服務合約(不包括於一年內屆滿或可由僱主於一年內終止而毋須支付任何賠償(法定賠償除外)的合約)。

4. 董事及監事薪酬

除「董事、監事及高級管理層」一節以及截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個財政年度的「附錄一—會計師報告」附註8中所披露者外，我們的董事或監事均未自本公司獲得其他實物福利報酬。

5. 免責聲明

除本文件所披露者外：

- (a) 概無董事、監事或任何列於下文「-E.其他資料-5.專家資格」一段的人士為：
 - (i) 於我們的發起，或於緊接本文件日期前兩年內本公司所收購、出售或租賃或擬收購、出售或租賃的資產中擁有權益；
 - (ii) 於與我們的業務有重大關係的任何合約或安排（於本文件日期仍然生效者）擁有重大權益；
- (b) 除與[編纂]及[編纂]有關者外，名列下文「-E.其他資料-5.專家資格」一段的人士概無：
 - (i) 在本集團任何成員公司的任何股份中擁有法定或實益權益；或
 - (ii) 擁有任何權利認購或提名他人認購本集團任何成員公司的任何證券（不論是否可依法強制執行）；
- (c) 概無董事或監事或彼等之緊密聯繫人或任何據董事所知擁有我們的已發行股本5%以上的本公司股東於我們的五大客戶或供應商中擁有任何權益；及
- (d) 概無董事或監事為於本公司的股本擁有權益的公司的董事或僱員，而相關權益於H股在聯交所上市後須立即根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部予以披露。

D. 員工激勵計劃

背景

本公司已採納員工激勵計劃（「員工激勵計劃」），為本公司的長遠發展而使股東、本公司及僱員利益相一致。員工激勵計劃於2024年4月1日以股東決議的方式採納。由於員工激勵計劃並不涉及本公司授出任何購股權或獎勵或本公司在[編纂]後發行任何新股份，因此員工激勵計劃無需遵守上市規則第十七章的規定。

管理

根據公司章程要求或授權的股東大會或組織負責審閱及批准員工激勵計劃（包括其修訂及終止）。董事會負責起草及實施員工激勵計劃，包括授予、歸屬、解鎖、撤銷獎勵（「獎勵」）及出售限制、釐定合格參與者及承授人（「參與者」）及修訂或調整上述實施細則。董事會秘書處負責協助實施員工激勵計劃。

有效性及期限

員工激勵計劃自採納日期（即2024年4月1日）起生效，並可由本公司根據員工激勵計劃的條款及條件終止。

股份來源及數量

員工激勵計劃項下授予的獎勵的相關股份由帝景投資持有，帝景投資為本公司其中一名控股股東，截至最後實際可行日期持有本公司約0.55%權益。授予獎勵後，參與者將作為帝景投資的有限合夥人持有帝景投資的合夥權益，以反映其各自的獎勵。

員工激勵計劃項下由帝景投資持有的獎勵的相關股份數目為本公司於股份拆細完成前600,000股面值人民幣1.0元的股份（相當於股份拆細完成後的[1,200,000]股股份），相當於緊接股份拆細及[編纂]完成前已發行股份總數的約0.30%或緊隨股份拆細及[編纂]完成後已發行股份總數的約[編纂]%（假設[編纂]及[編纂]未獲行使）。倘本公司進行增資、股份拆細或減資，則未歸屬獎勵相關股份的數目（不包括零碎股份）應作相應變更（如有）。

歸屬、解鎖及撤銷獎勵

參與者須就歸屬、解鎖及撤銷獎勵遵守員工激勵計劃的條款及條件以及適用規則、法律及法規。此外，董事會秘書處可對獎勵的歸屬、解鎖及／或撤銷安排作出調整，有關調整應在本公司和參與者簽署的授出函件中規定，並根據授出函件執行。

可轉讓性

獎勵歸參與者個人所有。參與者出售員工激勵計劃項下歸屬的獎勵相關的任何股份時，須遵守適用規則、法律及法規。

授出獎勵的詳情

截至最後實際可行日期，根據員工激勵計劃向合共四名參與者授出獎勵，根據員工激勵計劃向該四名參與者授出的獎勵的相關股份總數為本公司於股份拆細完成前600,000股面值人民幣1.0元的股份（相當於股份拆細完成後的[1,200,000]股股份），相當於緊接股份拆細及[編纂]完成前已發行股份總數的約0.30%或緊隨股份拆細及[編纂]完成後已發行股份總數的約[編纂]%（假設[編纂]及[編纂]未獲行使）。截至最後實際可行日期，四名參與者均為我們的僱員及本集團管理層成員，其中三名為獨立第三方及一名為於12個月內不再擔任董事的前董事。為反映參與者的獎勵，截至最後實際可行日期，參與者作為有限合夥人合共持有帝景投資54.55%的權益。

除上文所披露者外，帝景投資所持其他股份及／或帝景投資的合夥權益概無留作向員工激勵計劃的其他參與者授出獎勵。

E. 其他資料

1. 遺產稅

董事已獲告知，本公司或我們的子公司不可能承擔重大遺產稅責任。

2. 訴訟

據董事所知，本集團成員公司並無尚未完結或面臨重大訴訟或申索。

3. 獨家保薦人

獨家保薦人已代表我們向上市委員會申請批准(i)根據[編纂]將予發行的H股(包括因[編纂]及[編纂]獲行使而可能發行的任何H股)及(ii)由我們現有[編纂]股份轉換而來的H股[編纂]及[編纂]。本公司已作出一切必要安排，以使證券可獲納入[編纂]。

獨家保薦人符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性標準。獨家保薦人擔任[編纂]保薦人的費用為1,000,000美元。

4. 開辦費用

截至最後實際可行日期，本公司並無產生有關[編纂]的任何開辦費用。

5. 專家資格

以下為於本文件提供意見或建議的專家的資格：

名稱	資格
中國國際金融香港證券有限公司.....	根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)、第2類(期貨合約交易)、第4類(就證券提供意見)、第5類(就期貨合約提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動(定義見證券及期貨條例)的持牌法團
競天公誠律師事務所....	合資格中國律師
安永會計師事務所.....	執業會計師及註冊公眾利益實體核數師
弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司.....	獨立行業顧問
仲量聯行企業評估及諮詢有限公司.....	獨立物業估值師

6. 專家同意書

本附錄上文「5.專家資格」所提述的專家已各自就本文件的刊發發出同意書，表示同意按本文件所載的形式及內容轉載其證書、函件、意見或報告及引述其名稱，且迄今並無撤回其同意書。

除本文件所披露者外，上文所列專家並未於本集團任何成員公司擁有任何持股權益或權利（無論可否依法強制執行）以認購或提名他人認購本集團任何成員公司的證券。

7. 合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任宏博資本有限公司於[編纂]後擔任我們的合規顧問。

8. H股持有人的稅務

香港印花稅目前的從價稅率為H股的對價或市值（以較高者為準）的0.10%，將由買方每次購買及賣方每次出售任何香港證券（包括H股）時繳納，即目前每一筆涉及H股的買賣交易共計須繳納0.20%的稅項。此外，H股轉讓文據現時須繳納固定印花稅額5.00港元。如果買賣雙方其中一方為非香港居民且未繳納應付的從價稅項，則未付稅款將根據轉讓文據（如有）進行評估，並由受讓人支付。如果在到期日或之前未繳納印花稅，將可能被處以不超過應繳稅款10倍的罰款。

9. 無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，自2024年6月30日以來，我們的財務狀況或前景並無重大不利變動。

10. 約束力

倘根據本文件作出申請，本文件將使所有有關人士受公司（清盤及雜項條文）條例第44A及44B條所有適用規定（懲罰性規定除外）約束。

11. 其他

除本文件所披露者外：

- (a) 於本文件日期前兩年內：(i)我們並無發行也未同意發行任何繳足或部分已繳股款的股份或貸款資本，以換取現金或非現金對價；及(ii)並無就發行或出售本公司任何股份而授出佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款；

- (b) 本公司股份或貸款資本並無附帶期權，或有條件或無條件同意附帶期權；
- (c) 本公司未發行也未同意發行任何發起人股份、管理層股份或遞延股份；
- (d) 沒有放棄或同意放棄未來股息的安排；
- (e) 沒有行使優先購買權或認購權可轉讓性的程序；
- (f) 於過去12個月，我們的業務並無出現可能對或已經對我們的財務狀況構成重大影響的中斷情況；
- (g) 沒有影響本公司將利潤或資本從香港以外匯回香港的限制；
- (h) 本公司概無任何股本或債務證券(如有)目前於任何證券交易所或交易系統[編纂]或[編纂]，且目前亦無尋求或同意尋求於聯交所以外的任何證券交易所[編纂]或批准[編纂]；及
- (i) 本公司並無任何尚未行使的可轉換債務證券或債券。

12. 股份購回限制

詳情請參閱本文件「附錄五－中國及香港主要法律及監管條文概要」及「附錄六－公司章程概要」章節。

13. 雙語文件

依據《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》(香港法例第32L章)第4條規定的豁免，本文件的英文版與中文版分別發佈。

14. 發起人

本公司的發起人包括本公司在改制為股份有限公司之前於2015年12月16日的本公司當時全部10名股東。除本文件所披露者外，在緊接本文件日期前兩年內，本公司未就[編纂]或本文件所述的相關交易向上述發起人支付、分配或給予或建議支付、分配或給予任何現金、證券或利益。

送呈香港公司註冊處處長文件

隨同本文件一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件如下：

- (a) 「附錄七－法定及一般資料－E.其他資料－6.專家同意書」所述的書面同意；及
- (b) 「附錄七－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」所述的各重大合約。

展示文件

以下文件將於本文件日期起計14日期間在聯交所網站 www.hkexnews.hk 及本公司的網站 www.maogeping.com 展示：

- 1. 公司章程；
- 2. 由安永會計師事務所編製的本公司會計師報告，其全文載於本文件附錄一；
- 3. 本公司截至2021年、2022年及2023年12月31日止三個財政年度的經審核綜合財務報表；
- 4. 由安永會計師事務所出具的有關本集團的未經審核[編纂]財務資料的報告，其全文載於本文件附錄二；
- 5. 「附錄七－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」所述的重大合約；
- 6. 「附錄七－法定及一般資料－E.其他資料－6.專家同意書」所述的書面同意；
- 7. 「附錄七－法定及一般資料－C.有關董事、監事及主要股東的進一步資料－3.服務合約」所述的服務合約；
- 8. 我們的中國法律顧問競天公誠律師事務所出具的有關本集團在中國法律下的一般公司事宜及物業權益等的法律意見；

9. 弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司出具的行業報告，其概要載於本文件「行業概覽」一節；
10. 仲量聯行企業評估及諮詢有限公司編製的本集團物業權益函件及估值證書，其全文載於本文件附錄三；及
11. 《中國公司法》、中國證券法、《試行辦法》以及其各自的非官方英文譯本。