HIPINE

# SHENZHEN HIPINE PRECISION TECHNOLOGY CO., LTD.

# 深圳西普尼精密科技股份有限公司

（於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司）
股份代號:2583

## 全球發售

獨家保薦人

**平安证券(香港)**

獨家整體協調人
獨家全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人

**平安证券(香港)**

*重要提示：閣下如對本招股章程任何內容有任何疑問，應徵求獨立專業意見。*

HIPINE

# SHENZHEN HIPINE PRECISION TECHNOLOGY CO., LTD.
# 深圳西普尼精密科技股份有限公司

*(於中華人民共和國註冊成立的股份有限公司)*

## 全球發售

| | | |
|---|---|---|
| **全球發售項下發售股份數目** | **：** | **10,600,000股H股** |
| **香港發售股份數目** | **：** | **1,060,000股H股(可予重新分配)** |
| **國際配售股份數目** | **：** | **9,540,000股H股(可予重新分配)** |
| **發售價** | **：** | **每股發售股份不高於29.6港元(須於申請時以港元繳足，多繳款項可予退還，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費)及預期每股發售股份不少於27.0港元** |
| **面值** | **：** | **每股H股人民幣1.00元** |
| **股份代號** | **：** | **2583** |

***獨家保薦人***

平安证券(香港)

***獨家整體協調人***

***獨家全球協調人、聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人***

平安证券(香港)

***聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人***

資信環球·中航資本國際 AVIC INTERNATIONAL　uSMART Securities 盈立證券　ABCI 農銀國際

百惠金控 PATRONS　瑞邦證券

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

本招股章程，連同本招股章程附錄七「送呈香港公司註冊處處長文件」一段所列的文件，已遵照香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本招股章程或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期發售價將由獨家整體協調人(代表包銷商)與本公司在定價日以協議方式確定。定價日預計為2025年9月25日(星期四)或前後，但無論如何不得遲於2025年9月25日(星期四)中午十二時正。發售價將不高於29.6港元，現時預期不低於27.0港元(惟另有公告除外)。香港發售股份的申請人或須在申請時(視乎申請渠道而定)支付最高發售價每股香港發售股份29.6港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費，倘最終釐定的發售價低於29.6港元，則多繳款項可予退還。

獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)可在我們同意的情況下，在遞交香港公開發售申請截止日期上午或之前隨時將全球發售項下提呈發售的發售股份數目及／或指示性發售價範圍下調至低於本文件所述者。在此情況下，我們將在不遲於遞交香港公開發售申請截止日期上午在聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站**www.hipine.com**刊登公告。

倘於上市日期上午八時正之前發生若干理由，則整體協調人(為其本身及代表包銷商)可終止香港包銷商在香港包銷協議下的責任。詳情請參見「包銷－包銷安排及開支－香港公開發售－終止理由」。

作出投資決定前，有意投資者應仔細考慮本招股章程所載的所有資料，包括本招股章程「風險因素」一節所載的風險因素。

發售股份不曾，亦將不會根據美國證券法或美國任何州證券法登記，且不得在美國境內或向美國人士(定義見S規例)或為美國人士的利益提呈發售、出售、質押或轉讓，但豁免或毋須遵守美國證券法登記規定的交易除外。發售股份僅根據S規例以離岸交易方式在美國境外提呈發售及出售。

**重要通知**

我們已就香港公開發售採用全電子化申請程序。我們不會就香港公開發售向公眾人士提供本招股章程的印刷本。本招股章程可在聯交所網站(**www.hkexnews.hk**)及本公司網站(**www.hipine.com**)查閱。　閣下如需本招股章程的印刷本，可前往上述網址下載並打印。

2025年9月19日

**致投資者的重要通知：**
**全電子化申請程序**

**我們已就香港公開發售採用全電子化申請程序。我們不會就香港公開發售向公眾人士提供本招股章程的印刷本。**

**本招股章程已於聯交所網站(www.hkexnews.hk)「披露易」新上市」新上市資料」及我們的網站(www.hipine.com)刊發。倘　閣下需要本招股章程印刷本，可從上述網址下載並打印。**

閣下可通過以下其中一種方法申請香港發售股份：

(1) 在網上通過**網上白表**服務於**www.hkeipo.hk**提出申請；或

(2) 通過**香港結算EIPO渠道**以電子方式促使香港結算代理人代表　閣下申請，方法是指示　閣下的**經紀**或**託管商**(為香港結算參與者)通過香港結算的FINI系統發出**電子認購指示**，代表　閣下申請香港發售股份。

我們將不會提供任何實體渠道以接收公眾人士的香港發售股份認購申請。本招股章程電子版本的內容，與按照公司(清盤及雜項條文)條例第342C條向香港公司註冊處處長登記的招股章程相同。

倘　閣下為**中介公司**、**經紀人**或**代理**，務請提示　閣下的顧客、客戶或主事人(視情況而定)注意，本招股章程於上述網址可供網上閱覽。

有關　閣下可通過電子方式申請認購香港發售股份的程序之更多詳情，請參閱「如何申請香港發售股份」。

閣下應通過**網上白表**服務或**香港結算EIPO渠道**申請認購最少100股香港發售股份，並為表格所列的其中一個數目。倘　閣下透過**網上白表**服務提出申請，　閣下可參照下表，了解就所選定香港發售股份數目應付的金額。　閣下於申請香港發售股份時須悉數支付該申請的相應應付最高金額。倘　閣下通過**香港結算EIPO渠道**提出申請，　閣下須根據　閣下的經紀人或託管商指定的金額為　閣下的申請預繳基於適用的香港法例及規例釐定的款項。

| 申請的香港發售股份數目 | 申請／獲成功配發時應付最高金額(2)<br>*港元* | 申請的香港發售股份數目 | 申請／獲成功配發時應付最高金額(2)<br>*港元* | 申請的香港發售股份數目 | 申請／獲成功配發時應付最高金額(2)<br>*港元* | 申請的香港發售股份數目 | 申請／獲成功配發時應付最高金額(2)<br>*港元* |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 100 | 2,989.85 | 1,500 | 44,847.78 | 8,000 | 239,188.13 | 90,000 | 2,690,866.45 |
| 200 | 5,979.70 | 2,000 | 59,797.03 | 9,000 | 269,086.64 | 100,000 | 2,989,851.60 |
| 300 | 8,969.55 | 2,500 | 74,746.29 | 10,000 | 298,985.15 | 200,000 | 5,979,703.20 |
| 400 | 11,959.41 | 3,000 | 89,695.55 | 20,000 | 597,970.32 | 300,000 | 8,969,554.80 |
| 500 | 14,949.26 | 3,500 | 104,644.81 | 30,000 | 896,955.48 | 400,000 | 11,959,406.40 |
| 600 | 17,939.11 | 4,000 | 119,594.07 | 40,000 | 1,195,940.65 | 530,000(1) | 15,846,213.48 |
| 700 | 20,928.96 | 4,500 | 134,543.33 | 50,000 | 1,494,925.80 | | |
| 800 | 23,918.82 | 5,000 | 149,492.58 | 60,000 | 1,793,910.95 | | |
| 900 | 26,908.67 | 6,000 | 179,391.10 | 70,000 | 2,092,896.12 | | |
| 1,000 | 29,898.51 | 7,000 | 209,289.61 | 80,000 | 2,391,881.28 | | |

(1) 閣下可申請的香港發售股份最高數目，此為初步提呈發售的香港發售股份50%。

(2) 應付金額包括經紀佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費。倘 閣下的申請獲接納，經紀佣金將支付予交易所參與者(定義見上市規則)或**網上白表**服務供應商(就透過**網上白表**服務的申請渠道提出的申請而言)，而證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費將分別支付予證監會、聯交所及會財局。

申請認購任何其他數目的香港發售股份將不予考慮，且任何有關申請將不獲受理。

# 預期時間表

*倘香港公開發售的下列預期時間表有任何變動，我們將於香港在聯交所網站**www.hkexnews.hk**及本公司網站**www.hipine.com**刊登公告。*

**2025年**[附註1]

香港公開發售開始 ..... 9月19日(星期五)
上午九時正

通過指定網站**www.hkeipo.hk**使用**網上白表**服務完成
電子認購申請的截止時間[附註2] ..... 9月24日(星期三)
上午十一時三十分

開始辦理香港公開發售申請登記[附註3] ..... 9月24日(星期三)
上午十一時四十五分

(a)通過網上銀行轉賬或繳費靈轉賬完成**網上白表**申請付款
及(b)向香港結算發出**電子認購指示**的截止時間[附註4] ..... 9月24日(星期三)
中午十二時正

倘　閣下指示　閣下的**經紀**或**託管商**(為香港結算參與者)通過FINI系統發出**電子認購指示**，代表　閣下申請香港發售股份，　閣下應聯絡　閣下的經紀或託管商了解發出有關指示的截止時間，該截止時間可能與上文所述截止時間不同。

截止辦理香港公開發售申請登記[附註3] ..... 9月24日(星期三)
中午十二時正

預期定價日[附註5] ..... 9月25日(星期四)

在聯交所網站**www.hkexnews.hk**
及本公司網站**www.hipine.com**[附註6]
公佈最終發售價、國際配售的踴躍程度、
香港公開發售的申請水平及
香港發售股份的分配基準 ..... 9月26日(星期五)或之前

透過多種渠道公佈香港公開發售的分配結果，包括：

(1) 於本公司網站**www.hipine.com**(*附註6*)及
聯交所網站**www.hkexnews.hk**刊登公告 ..... 不遲於9月26日(星期五)
下午十一時正

(2) 可24小時於指定分配結果網站
**www.tricor.com.hk/ipo/result**或
**www.hkeipo.hk/IPOResult**的「配發結果」
頁面通過「按身份證號碼搜索」功能查詢..... 9月26日(星期五)
下午十一時正至
10月2日(星期四)
午夜十二時正

(3) 致電分配結果電話查詢熱線+852 3691 8488 ..... 自9月29日(星期一)至10月3日(星期五)
(香港公眾假期除外)
上午九時正至下午六時正

就全部或部分獲接納申請寄發H股股票或
將股票存入中央結算系統(*附註7*) ..... 9月26日(星期五)或之前

寄發**網上白表**電子自動退款
指示／退款支票(*附註7*)..... 9月29日(星期一)或之前

預期H股開始於聯交所買賣(*附註7*) ..... 9月29日(星期一)
上午九時正

*附註：*

1. 除另有註明者外，所有時間及日期均指香港本地時間。

2. 閣下不得於截止遞交申請日期上午十一時三十分後透過指定網站**www.hkeipo.hk**根據**網上白表**服務遞交申請。如　閣下已於上午十一時三十分之前於指定網站遞交申請及已取得申請參考編號，則　閣下可繼續辦理申請手續(即完成繳付申請股款)，直至截止遞交申請日期中午十二時正截止辦理申請登記為止。

3. 如在2025年9月24日(星期三)上午九時正至中午十二時正期間任何時間，八號或以上熱帶氣旋警告信號、「黑色」暴雨警告信號及／或極端情況在香港生效，則當日不會辦理或截止辦理申請登記。有關詳情，請參閱「如何申請香港發售股份－E.惡劣天氣下的安排」。

4. 申請人如通過FINI向香港結算發出**電子認購指示**申請認購香港發售股份，請參閱「如何申請香港發售股份－2.申請渠道」。

5. 預期定價日為2025年9月25日(星期四)或前後，惟無論如何不遲於2025年9月25日(星期四)中午十二時正。倘本公司與獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)因任何理由而未能於2025年9月25日(星期四)中午十二時正前協定發售價，則全球發售將不會進行並將告失效。

6. 網站或網站所載任何資料均不構成本招股章程的一部分。

7. 預期香港發售股份的H股股票將於2025年9月26日(星期五)發出，但於2025年9月29日(星期一)上午八時正方成為有效的所有權憑證，前提為：(a)全球發售於各方面已成為無條件；及(b)概無包銷協議根據其條款終止。投資者如基於公開可得分配詳情在獲發H股股票前及於股票生效前買賣H股，須自行承擔一切風險。

   將就香港公開發售中全部或部分不獲接納申請以及(倘最終發售價低於申請時應付的每股發售股份價格)全部或部分獲接納申請發出電子自動退款指示／退款支票。退款支票(如有)上或會印有由申請人提供的申請人身份證明文件號碼的一部分(或若由聯名申請人提出申請，則為排名首位申請人的部分身份證明文件號碼)。該等資料亦可能會就退款用途而轉交第三方。銀行可能於兑現退款支票前核實申請人的身份證明文件號碼。倘申請人的身份證明文件號碼填寫有誤，或會導致退款支票無效或延誤兑現退款支票。

上述預期時間表僅屬概要。 閣下應細閱本招股章程「包銷」、「全球發售的架構及條件」及「如何申請香港發售股份」各節，了解有關全球發售的架構及條件、申請香港發售股份程序及預期時間表的詳情，包括條件、惡劣天氣的影響以及寄發退款支票及H股股票。

# 目　錄

**致投資者的重要通知**

*本招股章程由本公司僅為香港公開發售及香港發售股份而刊發，除本招股章程根據香港公開發售提呈發售的香港發售股份外，本招股章程不構成出售任何證券的要約或招攬購買任何有關證券的要約。本招股章程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要約或邀請。本公司並無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區公開發售發售股份，亦無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區派發本招股章程。在其他司法權區派發本招股章程以及提呈發售及銷售發售股份均受限制，除非根據有關證券監管機構的登記或授權而獲該等司法權區的適用證券法例准許或獲得有關豁免，否則不得進行。*

*閣下應僅依賴本招股章程所載資料作出投資決定。我們並無授權任何人士向　閣下提供與本招股章程所載者不符的資料。對於並非於本招股章程中載列的任何資料或作出的任何聲明，　閣下均不得視為已獲我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人、包銷商、我們或彼等各自的任何聯屬人士或彼等各自的任何董事、高級職員、僱員或代理，或參與全球發售的任何其他人士或各方授權發出而加以倚賴。我們的網站**www.hipine.com**所載資料並不構成本招股章程的一部分。*

*頁次*


**預期時間表** ..... i

**目錄** ..... iv

**概要** ..... 1

**釋義** ..... 30

**技術詞彙** ..... 45

**前瞻性陳述** ..... 54

**風險因素** ..... 56

# 目　錄

*頁次*


**豁免及寬免嚴格遵守上市規則** ..... 102

**有關本招股章程及全球發售的資料** ..... 106

**董事、監事及參與全球發售的各方** ..... 112

**公司資料** ..... 119

**行業概覽** ..... 122

**監管概覽** ..... 148

**歷史及發展** ..... 176

**業務** ..... 198

**與控股股東的關係** ..... 442

**關連交易** ..... 447

**董事、監事及高級管理層** ..... 450

**主要股東** ..... 474

**股本** ..... 477

**財務資料** ..... 480

**未來計劃及所得款項用途** ..... 566

**包銷** ..... 575

**全球發售的架構及條件** ..... 588

**如何申請香港發售股份** ..... 596

# 目　錄

*頁次*


**附錄一　—　會計師報告** ..... I-1

**附錄二　—　未經審核備考財務資料** ..... II-1

**附錄三　—　稅項及外匯** ..... III-1

**附錄四　—　主要中國及香港法律及監管規定概要** ..... IV-1

**附錄五　—　公司組織章程概要** ..... V-1

**附錄六　—　法定及一般資料** ..... VI-1

**附錄七　—　送呈公司註冊處處長及可供展示文件** ..... VII-1

*本概要旨在向　閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於此為概要，其並不包含可能對　閣下而言屬重要的所有資料，且整體上受限於本招股章程全文，故應連同本招股章程全文一併閱讀。　閣下在決定投資發售股份前應閱讀整份文件，包括構成本招股章程一部分的附錄。任何投資均涉及風險。投資發售股份的部分特定風險載列於本招股章程「風險因素」一節。　閣下在決定投資發售股份前應仔細閱讀該節。*

## 概覽

我們是中國的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶設計商、製造商和品牌擁有人。於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售以我們的旗艦自主品牌「HIPINE(西普尼)」設計及製造的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶。我們將外部供應商採購而來的手錶機芯組裝至我們的手錶中。我們亦透過擔任第三方國內珠寶品牌及批發商的ODM製造商而獲得收入，包括為其開發及生產貼牌手錶及飾品，並提供受託加工服務。於往績記錄期間，我們的ODM客戶包括多個國內知名珠寶品牌，例如老鳳祥、中國珠寶及周大生，我們與彼等已建立長期穩定的供應關係。自2023年起，我們亦與最大的零售商及連鎖超市客戶A合作，於中國推廣及銷售我們所供應的產品，主要包括貴金屬飾品及產品，例如金條、可佩戴飾品及按客戶A規格訂製的裝飾品。

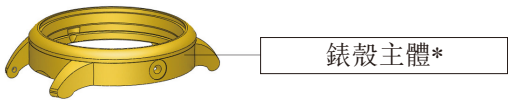
根據灼識諮詢的資料，根據中華人民共和國工業和信息化部發佈的標準QB/T 4160-2023：

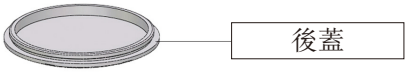
(a) 貴金屬手錶是指錶殼主體完全由貴金屬及其合金製成的手錶。於往績記錄期間，我們製造及銷售的貴金屬手錶主要包括錶殼主體完全由(i)貴金屬(即足金)或(ii)貴金屬及其合金(即18K金)製成的貴金屬手錶。為便於查閱，本招股章程中分別將其簡稱為黃金錶殼手錶、足金錶殼手錶及18K金錶殼手錶；

(b) 鑲貴金屬手錶是指錶殼主體部分或其他外觀件由貴金屬及其合金製成的手錶。於往績記錄期間，我們亦製造及銷售鑲貴金屬手錶。我們提供的鑲貴金屬手錶，其錶圈(外觀件的一部分)為由(i)貴金屬(即足金)；或(ii)貴金屬及其合金(即18K金)製成的部件。為便於查閱，本招股章程中分別將其簡稱為黃金錶圈手錶、足金錶圈手錶及18K金錶圈手錶；及

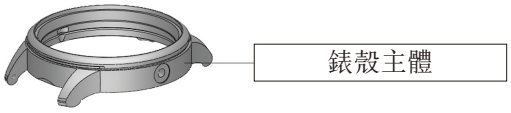
(c)　對於被歸類為貴金屬手錶(產品中指黃金錶殼手錶)或鑲貴金屬手錶(產品中指黃金錶圈手錶)的手錶，其指定部分所含貴金屬及╱或其合金並無最低重量要求。

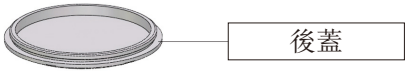
請參閱下文我們的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的外觀件，當中所示部件以足金或18K金(如適用)製成，僅供說明用途。各上述類型手錶的詳細定義請參閱「技術詞彙」：




黃金錶殼手錶




黃金錶圈手錶

**附註：*此為相關類型手錶中以足金或18K金(如適用)製成的組件。

儘管我們不製造用於手錶生產的機芯，並從聲譽良好的供應商採購機芯，但我們的關鍵技術成就為專有的超分子黃金硬化技術，解決了足金固有的柔軟問題。憑藉此技術，我們於2014年推出了中國首款可大量生產的足金貴金屬手錶，我們相信這是手錶製造業的一項重大技術成就。基於該技術成就，我們於2023年開發了一系列採用華為智能機芯技術的足金部件智能手錶。

我們的產品組合以旗艦自主手錶品牌HIPINE(西普尼)為核心，其已於2022年起獲深圳知名品牌評價委員會認定為「深圳知名品牌」，及於2024年獲深圳市質量強市促進會認定為第三屆深圳品牌百強企業。

我們的自主品牌產品銷售以我們的經銷網絡為主，銷售為輔，銷售透過(其中包括)我們的自營線上店舖、第三方線上店舖運營商及零售店舖進行。於2025年5月31日，我們的經銷業務模式採用雙方直接交易的經銷策略，利用全國3,000多個線下零售點的龐大網絡。這種方式能夠有效滲透市場，快速回應消費者的喜好，並在不同的消費群體中建立全面的品牌知名度。

於2024財年，我們亦開始海外拓展，與馬來西亞合作夥伴(馬來西亞一家經驗豐富的經銷商兼零售商)合作，在馬來西亞經銷及零售我們的HIPINE(西普尼)手錶產品。在此海外擴張勢頭的基礎上，我們將在未來數年尋求擴大在中東地區的版圖。

我們的收入由2022財年的人民幣323.70百萬元增加至2023財年的人民幣445.48百萬元，並進一步增加至2024財年的人民幣456.56百萬元；及我們的收入由2024年首五個月的人民幣189.69百萬元增至2025年首五個月的人民幣231.03百萬元。我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別錄得純利人民幣24.54百萬元、人民幣52.10百萬元、人民幣49.35百萬元及人民幣42.80百萬元。

根據灼識諮詢的資料，中國貴金屬手錶市場預計由2024年的人民幣264.6億元擴展至2029年的人民幣340.8億元，複合年增長率為5.19%。2024年，中國黃金貴金屬手錶市場實現GMV人民幣247.4億元，佔中國貴金屬手錶市場總GMV的93.48%。到2029年，以GMV計，預計中國黃金貴金屬手錶市場的市場規模將達到人民幣321.1億元(2024年至2029年的複合年增長率為5.36%)。

**我們的業務模式**

於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售以OBM為基礎設計及製造的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶。我們的OBM產品銷售以我們的經銷網絡為主，銷售為輔，銷售透過(其中包括)我們的自營線上店舖、第三方線上店舖運營商及零售店舖進行。此外，我們亦透過與第三方國內珠寶品牌及批發商合作而獲得收入，以ODM方式為其開發及生產貼牌的手錶及飾品，並為其手錶及飾品提供受託加工服務。此外，自2023年起，我們與最大的零售商及連鎖超市客戶A合作，在中國促銷及銷售我們所供應的產品。

**我們的品牌及產品**

我們設計、製造及銷售傳統手錶(主要包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶)、智能手錶以及貴金屬飾品。我們的品牌及產品理念植根於我們的品牌使命「技術創新、重構黃金」，強調製錶及飾品傳統製作工藝與創新元素的融合。在該原則的推動下，我們致力於突破工藝及技術的界限。

**我們的自主品牌**

我們在OBM業務模式下擁有兩個自主手錶品牌，即核心品牌「HIPINE(西普尼)」及副品牌「GOLDBEAR(金熊)」。我們的OBM業務主要專注於定價親民的大眾市場，目標客戶為中國二線城市(如西安、烏魯木齊及哈爾濱)及三線城市(如包頭、唐山及煙台)的中等收入消費者。

我們的OBM手錶產品組合包括一系列傳統手錶、智能手錶及OBM手錶的手錶部件(如錶帶)。於2025年5月31日，我們的OBM產品組合包含超過10,000個SKU(庫存單位)。下表載列於往績記錄期間我們招牌產品系列的若干主要產品：

西普尼智能金錶套裝

西普尼一錶雙戴

生肖系列(龍錶)

探索家系列

斗轉星移系列

**我們的ODM產品**

我們亦為我們的ODM客戶開發及製造 (i) 手錶，包括傳統手錶及智能手錶；以及 (ii)飾品，包括 (a) 貴金屬飾品及產品，例如金條、可佩戴飾品(例如耳環、戒指及手鐲)及裝飾品及 (b) 錶帶及其他手錶飾品，並為其手錶及飾品提供受託加工服務。下文載列於往績記錄期間，我們為ODM客戶製造／ 加工的若干類產品：

ODM金條

ODM可佩戴飾品

**銷售及經銷**

***OBM：***我們主要通過以下渠道銷售我們的OBM產品：

- ***經銷：***我們主要透過經銷業務模式下的一級經銷商銷售我們的OBM產品。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們分別擁有三、四、五及五家一級經銷商。根據我們與一級經銷商簽訂的經銷協議，我們與一級經銷商的商業關係嚴格來說是買方與賣方的交易。我們的一級經銷商購買我們的OBM產品，並以彼等自身的商業身份轉售該等產品，明確表示彼等並非我們的代理商或法定代表人。具體而言，根據經銷協議，我們的一級經銷商可在其指定的銷售區域內(i)直接在彼等經營的展示中心銷售我們的OBM產品；(ii)將我們的OBM產品出售予零售點運營商，以便進一步營銷及銷售予最終消費者；及(iii)進一步將我們的OBM產品分銷予次級經銷商。於往績記錄期間，我們已透過全國超過3,000個線下零售點的經銷商分銷OBM產品。

  我們將一級經銷商分配至特定地區，以防止彼等之間自相蠶食及不當競爭。有關我們與一級經銷商合作的主要條款、我們如何管理一級經銷商以及我們為避免渠道囤

積及自相蠶食而採取的措施的詳情，請參閱下文「業務－與一級經銷商的安排－管理一級經銷商」及「業務－與一級經銷商的安排－避免渠道囤積及自相蠶食的措施」。

- ***自營線上店舖：***我們透過電商平台(包括天貓、京東及抖音)自營店舖銷售部分OBM產品。該等線上銷售渠道使我們能夠直接向消費者銷售，多渠道覆蓋全國消費者。我們相信，通過上述線上渠道進行銷售將有助於加強我們的品牌形象、增加我們的市場份額及提升我們在互聯網用戶(我們相信該等用戶主要來自年輕一代)中的品牌知名度。

- ***第三方線上店舖運營商：***我們與多個第三方線上店舖運營商合作，向其銷售我們的OBM產品，以便其於淘寶、京東及抖音等電子商務平台上轉售。有關詳情，請參閱「業務－銷售及經銷－中國經銷網絡－線上店舖－第三方線上店舖運營商」及「業務－與第三方線上店舖運營商的安排」。

- ***零售店舖：***我們可能不時從若干零售店舖收到主要為GOLDBEAR(金熊)產品的銷售訂單。有關詳情，請參閱「－銷售GOLDBEAR(金熊)產品」。

***ODM：***於往績記錄期間，我們的ODM客戶主要為珠寶品牌及批發商。於2025年5月31日，我們的大部分主要ODM客戶與我們的業務關係持續超過四年，包括如老鳳祥、中國珠寶及周大生等多個國內知名珠寶品牌。自2023年起，我們亦與最大的零售商及連鎖超市客戶A合作，在中國推廣及銷售我們所供應的產品。

**我們的競爭優勢**

我們相信以下競爭優勢有助我們的成功：(i)順應市場需求的工藝及設計使我們能夠在GMV方面佔據中國足金貴金屬手錶和鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的重要市場份額；(ii)研發實力、創新承諾以及將研發成果轉化為產品並商業化的能力；(iii)廣泛、多元及穩定的經銷及銷售網絡；(iv)與ODM客戶(包括知名珠寶品牌)之間的長期合作和互利關係；(v)全面的生產控制與垂直整合有助於確保黃金材料加工的一致性及精準性；及(vi)管理團隊經驗豐富，擁有深厚行業知識及強大的執行能力。

根據灼識諮詢的資料，於2024年，HIPINE(西普尼)既是中國最大的足金貴金屬手錶品牌(就GMV計算)，亦是最大的鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌(就GMV計算)，就足金貴金屬手錶的GMV及鑲足金的鑲貴金屬手錶的GMV計算的市場份額分別為27.08%及28.96%。根據灼識諮詢的資料，2019年至2024年期間，中國足金貴金屬手錶佔中國黃金貴金屬手錶市場產品交易總額的市場份額由0.89%增加至1.68%。同期，中國鑲足金的鑲貴金屬手錶佔鑲黃金的鑲貴金屬手錶產業GMV的市場份額則由18.47%大幅增加至29.92%。儘管呈現成長，足金貴金屬手錶市場仍佔中國整體黃金貴金屬手錶市場的相對較小部分；鑲足金的鑲貴金屬手錶市場亦佔整體鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場的相對較小部分，而黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場均為中國整體手錶市場的子領域。

**我們的業務策略**

我們將繼續鞏固於足金貴金屬手錶、鑲足金的鑲貴金屬手錶以及貴金屬珠寶及飾品市場的地位，策略性擴展於智能手錶及飾品市場的份額，提升整體競爭力並增加未來的市場佔有率。為實現該等目標，我們採取以下主要策略：(i)進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇；(ii)加強研發能力以推動業務持續增長；(iii)擴大及優化營銷及服務網絡，提升品牌影響力及知名度；及(iv)透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場。

**我們的客戶**

我們的客戶主要為(i)主要從事銷售手錶及飾品的國內一級經銷商(就我們的OBM業務模式而言)；及(ii)國內珠寶品牌及批發商(就我們的ODM業務模式而言)。我們與主要客戶保持良好關係，並與其中大部分客戶合作超過五年。於往績記錄期間各年度／期間向我們五大客戶的銷售額為人民幣295.67百萬元、人民幣405.76百萬元、人民幣398.40百萬元及人民幣214.45百萬元，分別佔我們總收入的91.34%、91.08%、87.26%及92.83%。

**我們的供應商**

我們的供應商主要包括上海黃金交易所、黃金以外的貴金屬供應商及手錶零件供應商。我們絕大部分原材料均來自中國，包括國內供應商以瑞士及日本品牌製造的手錶機芯及一家全球領先中國科技公司華為的智能機芯。我們主要透過上海黃金交易所的會員自上海黃金交易所採購黃

金。原材料供應商的選擇乃基於對幾項關鍵因素的全面評估，例如其業務規模、行業聲譽、財務管理、材料品質、產能及生產提前期、交貨提前期、定價、監管合規性及相關資質。於往績記錄期間各年度／期間，我們向五大供應商的採購總額分別為人民幣220.10百萬元、人民幣403.45百萬元、人民幣308.90百萬元及人民幣157.52百萬元，分別佔我們各期間採購總額的90.72%、93.92%、92.40%及95.38%。

**採購**

我們產品的原材料主要包括(i)貴金屬，包括黃金及白銀；(ii)手錶部件，如手錶機芯、指針、錶殼、錶盤、錶冠、錶帶及錶扣；及(iii)其他原材料，如包裝材料。就價值而言，黃金是我們用於生產產品的主要原材料。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，黃金採購額分別佔我們總採購額的85.34%、89.05%、82.11%及89.24%。

於往績記錄期間，我們所有的黃金均來自中國。於往績記錄期間，我們主要自上海黃金交易所或其會員採購黃金。為確保我們的黃金供應，我們與上海黃金交易所成員公司訂立長期經紀協議。我們已與該等會員開立指定賬戶，於往績記錄期間，我們主要透過該等賬戶進行黃金採購。根據該安排，我們透過該等指定賬戶結算黃金採購付款，而採購發票則由上海黃金交易所直接向我們開具。因此，於往績記錄期間，我們認為上海黃金交易所為我們的主要黃金供應商。

我們實施動態存貨管理策略，在成本效益與確保製造業務不中斷的需求之間取得平衡。我們的採購決策主要考慮以下關鍵因素：(i)宏觀經濟指標，包括可能影響黃金供應及國際價格的地緣政治發展及貨幣趨勢；(ii)實時上海黃金交易所基準價；(iii)我們可供使用的現金儲備；及(iv)長期生產規劃，詳情請參閱「業務－存貨－存貨管理－黃金存貨」。我們透過每月實物盤點嚴格監控庫存。為管理與黃金價格波動相關的市場風險，我們亦會提取黃金租賃。藉由將我們的黃金採購決策與可用現金儲備、有利的市場定價及生產計劃相結合，我們尋求以最佳價格確保黃金作為關鍵原材料的穩定供應，以支持我們的製造需求。根據灼識諮詢的資料，我們的黃金採購政策及存貨管理政策符合行業慣例。

**管理原材料價格波動的措施**

為應對黃金成本上漲，我們一直透過兩大關鍵策略平衡成本壓力與市場需求：(1)價格穩定：我們力求保持消費者價格穩定，以保護中等收入消費者的需求，優先爭取市場份額而非短期利潤；及(2)黃金重量管理：於往績記錄期間，我們已大幅降低OBM手錶單位產品黃金重量，以維持相對穩定的每隻平均售價。於往績記錄期間，我們OBM傳統手錶的平均售價相對穩定，主要由於每隻手錶的平均黃金重量下降，反映我們應對成本壓力的策略。展望未來，為保護產品完整性，我們預計現有核心產品線的黃金含量不會再進一步大幅減少。儘管如此，我們將繼續通過優化我們的產品組合，管理我們的整體銷售成本，堅持價格穩定策略。尤其是，我們將專注於(1)黃金錶圈手錶，根據定義，其黃金含量相對低於黃金錶殼手錶；以及(2)輕量化手錶SKU，相對於重型款式，可將黃金用量減至最少，而不影響我們產品所用黃金的純度。有關詳情，請參閱「業務－往績記錄期間部分產品收入及平均售價變動的原因－平均售價」。

***取得黃金租賃以管理黃金價格風險***

於往績記錄期間，我們並無利用對沖工具以對沖黃金價格波動，但我們不時申請黃金租賃，主要用於管理市場的黃金價格波動相關風險。黃金租賃指我們(作為承租人)向商業銀行(作為出租人)借入一定期限黃金的金融交易。我們的黃金租賃安排亦涉及上海黃金交易所(作為一個交易平台)及其會員(作為一個撮合者，允許我們維持一個賬戶，以間接在上海黃金交易所進行交易)。在此過程中，(i)商業銀行(亦於上海黃金交易所開設自身賬戶，成為其會員)首先將黃金轉移至我們與上海黃金交易所會員開立的賬戶，(ii)我們從該賬戶收取實物黃金，及(iii)我們向商業銀行支付所租賃黃金的利息。於租賃期屆滿時，經我們事先授權，我們通過商業銀行從我們與上海黃金交易所會員處開立的賬戶中提取黃金，將等量黃金歸還給商業銀行。

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們透過同一商業銀行的黃金租賃分別借入69.0千克、81.0千克、84.0千克及50.0千克黃金，即於各期間，新增黃金租賃之總金額分別為人民幣26.9百萬元、人民幣35.6百萬元、人民幣40.3百萬元及人民幣31.4百萬元。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們根據相關黃金租賃的條款分別向該商業銀行歸還零、69.0千克、81.0千克及84.0千克黃金。於2022年、2023年、2024年12月31日及2025年5月31日，黃金租賃的餘下黃金結餘(如有)分別為69.0千克、81.0千克、84.0千克及50.0千克，分別佔我們於各自日期的黃金結餘總額的12.32%、9.83%、10.12%及7.77%。

## 歷史財務資料概要及主要財務比率概要

以下為於往績記錄期間綜合損益及其他全面收益表的概要，乃摘自「附錄一－會計師報告」。本概要應與上述會計師報告及「財務資料」一併閱讀。

## 經營業績

下表概述往績記錄期間財務報表的綜合損益及其他全面收益表，詳情載於「附錄一－會計師報告」。

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 收入 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |
| 銷售成本 | (259,577) | (80.2) | (337,172) | (75.7) | (332,399) | (72.8) | (141,632) | (74.7) | (159,390) | (69.0) |
| 毛利 | 64,127 | 19.8 | 108,305 | 24.3 | 124,157 | 27.2 | 48,060 | 25.3 | 71,638 | 31.0 |
| 除税前溢利 | 27,818 | 8.6 | 59,896 | 13.4 | 58,657 | 12.8 | 23,841 | 12.5 | 52,587 | 22.8 |
| 所得税開支 | (3,277) | (1.0) | (7,797) | (1.7) | (9,309) | (2.0) | (3,647) | (1.9) | (9,790) | (4.3) |
| 年內／期內溢利及全面收益總額 | 24,541 | 7.6 | 52,099 | 11.7 | 49,348 | 10.8 | 20,194 | 10.6 | 42,797 | 18.5 |

***收入***

*按產品劃分*

下表載列我們於所示年度／期間按產品類型產生的收入明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 手錶[1] | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 289,361 | 89.4 | 402,734 | 90.4 | 322,754 | 70.7 | 140,315 | 74.0 | 110,726 | 47.9 |
| －智能手錶 | 4 | 0.0 | 337 | 0.1 | 28,025 | 6.1 | 7,860 | 4.1 | 4,521 | 2.0 |
| | 289,365 | 89.4 | 403,071 | 90.5 | 350,779 | 76.8 | 148,175 | 78.1 | 115,247 | 49.9 |
| 飾品[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 21,875 | 6.8 | 23,532 | 5.3 | 92,321 | 20.2 | 35,043 | 18.5 | 107,637 | 46.6 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 12,464 | 3.8 | 18,874 | 4.2 | 13,456 | 3.0 | 6,474 | 3.4 | 8,144 | 3.5 |
| | 34,339 | 10.6 | 42,406 | 9.5 | 105,777 | 23.2 | 41,517 | 21.9 | 115,781 | 50.1 |
| 總計 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

**附註：*

(1) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(2) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。2024財年及2025年首五個月的收入激增乃由於客戶A的訂單，其中飾品銷售分別佔我們2024財年及2025年首五個月收入的80.0百萬人民幣及103.3百萬人民幣。

*按傳統手錶類型劃分*

下表載列我們在所示年度／期間按傳統手錶類型產生的收入明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **傳統手錶** | | | | | | | | | | |
| －足金錶殼手錶 | 95,238 | 29.4 | 125,742 | 28.2 | 81,696 | 17.9 | 40,107 | 21.2 | 22,751 | 9.8 |
| －足金錶圈手錶 | 184,191 | 56.9 | 268,843 | 60.4 | 230,951 | 50.6 | 95,277 | 50.2 | 85,865 | 37.2 |
| －18K金錶殼手錶 | 7 | 0.0 | 37 | 0.0 | – | – | – | – | – | – |
| －18K金錶圈手錶 | – | – | 7 | 0.0 | – | – | – | – | – | – |
| －其他手錶*(附註)* | 9,925 | 3.1 | 8,105 | 1.8 | 10,107 | 2.2 | 4,931 | 2.6 | 2,110 | 0.9 |
| 小計： | 289,361 | 89.4 | 402,734 | 90.4 | 322,754 | 70.7 | 140,315 | 74.0 | 110,726 | 47.9 |
| 總收入 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

*附註：*我們的其他傳統手錶包括(i)銀錶及(ii)不銹鋼手錶。

*按業務模式劃分*

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **OBM**[1] | | | | | | | | | | |
| －線下經銷 | 255,952 | 79.1 | 377,273 | 84.7 | 315,158 | 69.0 | 134,722 | 71.0 | 109,601 | 47.4 |
| －零售店舖 | 6,623 | 2.0 | 5,890 | 1.3 | 2,915 | 0.6 | 1,150 | 0.6 | 583 | 0.3 |
| －第三方營運的線上店舖 | 6,458 | 2.0 | 9,650 | 2.1 | 5,265 | 1.2 | 3,506 | 1.9 | 891 | 0.4 |
| －自營線上店舖 | 732 | 0.2 | 10,061 | 2.3 | 14,391 | 3.2 | 5,934 | 3.1 | 7,344 | 3.2 |
| | 269,765 | 83.3 | 402,874 | 90.4 | 337,729 | 74.0 | 145,312 | 76.6 | 118,419 | 51.3 |
| **ODM** | | | | | | | | | | |
| －開發及製造[2] | 33,630 | 10.4 | 24,203 | 5.5 | 109,612 | 24.0 | 38,606 | 20.4 | 108,487 | 47.0 |
| －受託加工 | 20,309 | 6.3 | 18,400 | 4.1 | 9,215 | 2.0 | 5,774 | 3.0 | 4,122 | 1.7 |
| | 53,939 | 16.7 | 42,603 | 9.6 | 118,827 | 26.0 | 44,380 | 23.4 | 112,609 | 48.7 |
| 總計 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

*附註：*

1. 於往績記錄期間，線下經銷商根據我們的OBM模式主要銷售的產品類型為傳統手錶。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，通過線下經銷商根據我們的OBM模式銷售傳統手錶的收入分別為人民幣247.40百萬元、人民幣366.42百萬元、人民幣301.32百萬元及人民幣103.02百萬元，分別佔本公司總收入的76.4%、82.3%、66.0%及44.6%，以及我們OBM模式在相應期間產生的總收入的91.71%、90.95%、89.22%及86.99%。

   有關我們銷售OBM產品的銷售渠道詳情，包括線下經銷商、零售店舖、第三方運營的線上店舖及自營線上店舖，請參閱「業務－銷售及經銷」。

2. 於2022財年及2023財年，我們主要在ODM模式下開發及製造的產品類型為傳統手錶，其銷售額分別為人民幣27.24百萬元及人民幣16.97百萬元，分別佔我們總收入的8.4%及3.8%，以及我們ODM模式在相應期間產生的總收入的50.49%及39.82%。

於2024財年及2025年首五個月，我們主要以ODM模式開發及製造的產品類型為貴金屬飾品及產品，該類產品的銷售額為人民幣83.11百萬元及人民幣103.52百萬元，分別佔2024財年我們總收入的18.2%及我們ODM模式所產生的總收入的69.94%，以及佔2025年首五個月我們總收入的44.8%及我們ODM模式所產生的總收入的91.92%。於2024財年及2025年首五個月收入因客戶A的訂單而急升，其中飾品銷售額分別佔我們2024財年及2025年首五個月收入的人民幣80.0百萬元及人民幣103.3百萬元。

我們的收入由2022財年的人民幣323.70百萬元增加至2023財年的人民幣445.48百萬元，並進一步增加至2024財年的人民幣456.56百萬元；及我們的收入由2024年首五個月的人民幣189.69百萬元增加至2025年首五個月的人民幣231.03百萬元。

就產品類型而言：

(i) 傳統手錶的銷售為主要收入來源，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別佔總收入的89.4%、90.4%、70.7%及47.9%。由於COVID-19疫情爆發導致需求下降，我們於2022財年的傳統手錶收入及銷量有所下滑，但銷售額於2023財年有所回升。我們來自傳統手錶的銷售收入於2023財年至2024財年減少，主要由於銷量下降。我們認為2024財年銷量下降是由於在當前經濟環境及商品價格下，消費意欲不振所致。我們的傳統手錶銷售收入由2024年首五個月的人民幣140.3百萬元減少至2025年首五個月的人民幣110.7百萬元，由於我們銷售予經銷商的OBM產品的傳統手錶銷量由2024年首五個月售出的45,000隻減少至2025年首五個月售出的37,000隻導致。我們認為該等銷量減少乃由於受整體經濟狀況及金價影響令消費者情緒持續疲弱所致。我們的傳統手錶的平均售價由2024年首五個月的每隻人民幣3,118元減至2025年首五個月的每隻人民幣2,993元，主要由於2025年首五個月每隻傳統手錶的平均黃金使用量從2024年首五個月的每隻4.37克減少至每隻3.44克；

(ii) 智能手錶收入於往績記錄期間出現波動，原因是我們有相當部分的智能手錶於2022財年及2023財年作為贈品贈送予在線上平台購買我們傳統手錶的客戶，以作品牌推廣用途。於2024財年，智能手錶銷售額大幅增長，主要受來自智能手錶的ODM收入人民幣22.1百萬元所帶動，包括來自中國珠寶的重大貢獻人民幣12.5百萬元，以及來自為中國領先白酒品牌設計的限量版智能手錶禮盒套裝的人民幣6.2百萬元收入。智能手錶銷售收入由2024年首五個月的人民幣7.9百萬元減少至2025年首五個月的人民幣4.5百萬元，主要由於智能手錶的平均售價由2024年首五個月售出的每隻人民幣1,572元減少至2025年首五個月售出的每隻人民幣904元，主要由於所交付智能手錶的規格不同；及

(iii) 於往績記錄期間，飾品產生的收入亦經歷增長趨勢，尤其是於2024財年及2025年首五個月收入因客戶A的訂單而急升，其中飾品銷售額分別佔我們2024財年及2025年首五個月收入的人民幣80.0百萬元及人民幣103.3百萬元。

就業務模式而言：

(i) 我們的OBM模式對我們的收入貢獻最大，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別佔我們總收入的83.3%、90.4%、74.0%及51.3%。經銷銷售為主要的OBM渠道，但OBM模式下向線下經銷商銷售產生的收入由2023財年的人民幣377.27百萬元減少人民幣62.11百萬元(或16.46%)至2024財年的人民幣315.16百萬元；並由2024年首五個月的人民幣134.72百萬元減少人民幣25.12百萬元(或18.65%)至2025年首五個月的人民幣109.60百萬元，此乃主要由於2024財年及2025年首五個月黃金價格快速上漲，市場需求減弱。儘管如此，我們的線下經銷渠道持續主導我們OBM業務模式的收入，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別佔94.88%、93.65%、93.32%及92.55%。隨著我們透過與第三方線上店舖經營者合作以及發展我們自營線上店舖擴展我們的電商業務，線上銷售於2023財年及2024財年大幅增長，並於2025年首五個月維持相對穩定；及

(ii) 於2024財年及2025年首五個月，由於客戶A的訂單量大，我們ODM模式的收入相對較高。

有關我們於往績記錄期間的收入變動的更詳細分析，請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－收入」。

***毛利及毛利率***

*按產品及服務類型劃分*

下表載列我們於所示年度／期間按產品及服務類型劃分的毛利及毛利率的明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利／(毛損) | 毛利率 | 毛利／(毛損) | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 手錶[1] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 51,713 | 18.1 | 94,475 | 23.5 | 93,505 | 29.0 | 36,900 | 26.3 | 43,715 | 39.5 |
| －智能手錶 | (13)[3] | 不適用 | 27 | 8.0 | 5,040 | 18.0 | 1,993 | 25.4 | 921 | 20.4 |
| | 51,700 | 18.1 | 94,502 | 23.4 | 98,545 | 28.1 | 38,893 | 26.2 | 44,636 | 38.7 |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 1,178 | 38.9 | (19) | 不適用 | 1 | 50.0 | – | – | – | – |
| *手錶小計：* | 52,878 | 18.3 | 94,483 | 23.4 | 98,546 | 28.1 | 38,893 | 26.2 | 44,636 | 38.7 |
| 飾品[2] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 164 | 3.4 | 842 | 16.1 | 18,638 | 22.4 | 4,909 | 16.8 | 21,763 | 21.0 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 288 | 8.1 | 883 | 15.0 | 1,007 | 24.3 | 372 | 19.0 | 935 | 39.8 |
| | 452 | 5.4 | 1,725 | 15.5 | 19,645 | 22.5 | 5,281 | 16.9 | 22,698 | 21.4 |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利／(毛損) | 毛利率 | 毛利／(毛損) | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 6,696 | 39.4 | 5,989 | 32.7 | 2,320 | 25.2 | 2,186 | 37.9 | 1,884 | 45.7 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 4,101 | 46.0 | 6,108 | 47.0 | 3,646 | 39.2 | 1,700 | 37.6 | 2,420 | 41.8 |
| | 10,797 | 41.7 | 12,097 | 38.6 | 5,966 | 32.2 | 3,886 | 37.7 | 4,304 | 43.4 |
| *飾品小計：* | 11,249 | 32.8 | 13,822 | 32.6 | 25,611 | 24.2 | 9,167 | 22.1 | 27,002 | 23.3 |
| 總計／合計 | 64,127 | 19.8 | 108,305 | 24.3 | 124,157 | 27.2 | 48,060 | 25.3 | 71,638 | 31.0 |

*附註：*

(1) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(2) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

(3) 於2022財年，我們智能手錶的銷售錄得毛損，原因為我們於2022財年開始生產智能手錶並產生額外成本以為開始生產作好準備。

*業務模式*

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *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) | | | |
| **OBM** | | | | | | | | | | |
| －線下經銷 | 48,327 | 18.9 | 88,331 | 23.4 | 89,269 | 28.3 | 34,934 | 25.9 | 42,393 | 38.7 |
| －零售店舖 | 1,523 | 23.0 | 2,120 | 36.0 | 1,163 | 39.9 | 461 | 40.1 | 236 | 40.5 |
| －第三方營運的線上店舖 | 1,631 | 25.3 | 2,474 | 25.6 | 1,646 | 31.3 | 1,007 | 28.7 | 346 | 38.8 |
| －自營線上店舖 | 366 | 50.0 | 4,541 | 45.1 | 6,245 | 43.4 | 2,351 | 39.6 | 3,840 | 52.3 |
| | 51,847 | 19.2 | 97,466 | 24.2 | 98,323 | 29.1 | 38,753 | 26.7 | 46,815 | 39.5 |
| **ODM** | | | | | | | | | | |
| －開發及製造 | 4,273 | 12.7 | 4,823 | 19.9 | 23,513 | 21.5 | 7,121 | 18.4 | 22,939 | 21.1 |
| －受託加工 | 8,007 | 39.4 | 6,016 | 32.7 | 2,321 | 25.2 | 2,186 | 37.9 | 1,884 | 45.7 |
| | 12,280 | 22.8 | 10,839 | 25.4 | 25,834 | 21.7 | 9,307 | 21.0 | 24,823 | 22.0 |
| 總計 | 64,127 | 19.8 | 108,305 | 24.3 | 124,157 | 27.2 | 48,060 | 25.3 | 71,638 | 31.0 |

*附註：*有關我們銷售OBM產品的銷售渠道(包括線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖)詳情，請參閱本招股章程「業務－銷售及經銷」。

我們的毛利及毛利率於往績記錄期間普遍呈上升趨勢。

於往績記錄期間，我們的整體毛利率主要受傳統手錶銷售的毛利率所驅動。於往績記錄期間，傳統手錶毛利率呈上升趨勢，初期受金價上漲帶動傳統手錶平均售價提升，其後則因手錶所含黃金的重量減少，而價格維持平穩所致。具體而言，我們傳統手錶銷售的毛利由2022財年的人民幣51.7百萬元增加至2024財年的人民幣93.5百萬元，並由2024年首五個月的人民幣36.9百萬元增加至2025年首五個月的人民幣43.7百萬元，增長率分別為80.8%及18.5%。相應地，我們傳統

手錶的毛利率自2022財年的18.1%增加至2024財年的29.0%，並自2024年首五個月的26.3%提升至2025年首五個月的39.5%。因此，(i)我們的整體毛利由2022財年的人民幣64.1百萬元增加至2024財年的人民幣124.2百萬元，並由2024年首五個月的人民幣48.1百萬元增加至2025年首五個月的人民幣71.6百萬元，增長率分別為93.6%及49.1%；及(ii)我們的整體毛利率自2022財年的19.8%上升至2024財年的27.2%，並自2024年首五個月的25.3%提升至2025年首五個月的31.0%。

有關我們於往績記錄期間的毛利及毛利率變動的更詳細分析，請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－毛利及毛利率」。

***純利***

我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別錄得純利人民幣24.5百萬元、人民幣52.1百萬元、人民幣49.3百萬元及人民幣42.8百萬元。

我們的年內溢利由2022財年的人民幣24.5百萬元增加人民幣27.6百萬元或112.3%至2023財年的人民幣52.1百萬元，乃主要歸因於多個因素。首先，受COVID-19疫情復甦的帶動，我們的手錶及飾品銷量有所增加，從而使得我們的收入大幅增長37.6%，即由2022財年的人民幣323.7百萬元增加人民幣121.8百萬元或37.6%至2023財年的人民幣445.5百萬元。該增長源於需求增加、銷量增加(特別是手錶)，以及金價上漲導致黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶平均售價上漲。其次，我們的毛利率由2022財年的19.8%上升至2023財年的24.3%，乃主要由於效率提升及2023財年手錶銷售的平均售價上升所致。最後，2023財年各類開支(包括銷售開支、行政開支、研發開支及其他開支)的增加被收入及毛利的大幅增加所超越，加上2023財年其他收入的增加及減值虧損的減少，亦促使本年度溢利大幅增加。

於2024財年，我們的年內溢利減少至人民幣49.3百萬元，乃主要由於產生上市開支人民幣10.3百萬元。與此同時，2024財年的銷售開支、行政開支均較2023財年有所增加，惟大部分被2024財年的收入及毛利增長所抵銷。

我們的溢利由2024年首五個月的人民幣20.2百萬元增加人民幣22.6百萬元或111.9%至2025年首五個月的人民幣42.8百萬元，主要由於2025年首五個月的毛利增加。我們的毛利由2024年首五個月的人民幣48.1百萬元增加人民幣23.6百萬元或49.1%至2025年首五個月的人民幣71.6百萬元，主要由於飾品銷售收入由2024年首五個月的人民幣41.5百萬元增加至2025年首五個月的人民幣115.8百萬元(主要歸因於客戶A(我們自2023年10月起開始合作的ODM客戶)的訂單)，大幅抵

銷了我們手錶銷售收入由2024年首五個月的人民幣148.2百萬元至2025年首五個月的人民幣115.2百萬元的減幅(主要由於期內消費情緒疲弱導致傳統手錶及智能手錶的銷量及平均售價下降)。儘管我們的銷售成本由2024年首五個月的人民幣141.6百萬元增加人民幣17.8百萬元或12.5%至2025年首五個月的人民幣159.4百萬元，主要由於總銷售量增加導致原材料成本增加人民幣18.9百萬元，而2025年首五個月成本增長與收入增長相比較為緩慢，使毛利率較2024年首五個月有所改善。

有關我們於往績記錄期間淨利潤變動的更多詳細分析，請參閱「財務資料－歷史經營業績回顧」。

**綜合財務狀況表的主要資料**

| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **5月31日** |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **非流動資產總額** | 32,511 | 71,651 | 99,869 | 109,183 |
| **流動資產總額** | 607,745 | 704,205 | 758,063 | 794,679 |
| **流動負債總額** | 155,601 | 143,504 | 168,979 | 165,434 |
| **流動資產淨值** | 452,144 | 560,701 | 589,084 | 629,245 |
| **總資產減流動負債** | 484,655 | 632,352 | 688,953 | 738,428 |
| **非流動負債總額** | 3,466 | 2,026 | 29,535 | 36,213 |
| **資產淨值** | 481,189 | 630,326 | 659,418 | 702,215 |
| **資本及儲備** | | | | |
| 股本 | 40,580 | 48,225 | 48,225 | 48,225 |
| 儲備 | 440,609 | 582,101 | 611,193 | 653,990 |
| **權益總額** | 481,189 | 630,326 | 659,418 | 702,215 |

***流動資產淨值***

於2023年12月31日，我們的流動資產淨值由2022年12月31日的人民幣452.1百萬元增加至人民幣560.7百萬元。增加主要是由於用於生產的存貨增加人民幣119.5百萬元。我們的流動資產淨值其後於2024年12月31日增加至人民幣589.1百萬元。該增加主要是由於購買原材料導致存貨增加人民幣23.5百萬元。於2025年5月31日，我們的流動資產淨值隨後增加至人民幣629.2百萬元，主要由於自2025年1月1日至2025年5月31日止五個月產生的銷售額導致貿易應收款項增加人民幣51.3百萬元。

***資產淨值***

我們的資產淨值由2022年12月31日的人民幣481.2百萬元增加至2023年12月31日的人民幣630.3百萬元，乃主要由於以下各項的合併影響：(i)2023財年本公司擁有人應佔溢利及全面收益總額為人民幣52.1百萬元及(ii)2023財年配售股份導致股本及股份溢價分別增加人民幣7.6百萬元及人民幣113.5百萬元，此增幅超越2023財年宣派股息導致保留溢利減少人民幣24.1百萬元。

我們的資產淨值由2023年12月31日的人民幣630.3百萬元輕微增加至2024年12月31日的人民幣659.4百萬元，原因為2024財年本公司擁有人應佔溢利及全面收益總額為人民幣49.3百萬元，部分被2024財年宣派股息導致保留溢利減少人民幣20.3百萬元抵銷。

於2025年5月31日，我們的資產淨值增加至人民幣702.2百萬元，主要由於2025年首五個月本公司擁有人應佔溢利及全面收益總額人民幣42.8百萬元。

有關我們於往績記錄期間資產淨值變動的更多詳細分析，請參閱附錄一「財務資料－綜合財務狀況表若干項目說明」及「綜合權益變動表」。

**綜合現金流量表的主要資料**

下表載列我們於往績記錄期間的綜合現金流量表概要：

| | **2022財年** | **2023財年** | **2024財年** | **2024年首五個月** | **2025年首五個月** |
|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| | | | | (未經審核) | |
| 經營活動所得(所用)現金淨額 | 7,664 | (35,750) | 34,964 | 10,446 | (10,558) |
| 投資活動所得(所用)現金淨額 | 3,509 | (47,326) | (37,008) | (16,049) | (355) |
| 融資活動所得(所用)現金淨額 | 69 | 72,979 | (5,699) | (10,086) | 2,841 |
| 現金及現金等價物增加(減少)淨額 | 11,242 | (10,097) | (7,743) | (15,689) | (8,072) |
| 於年／期初現金及現金等價物 | 20,581 | 31,823 | 21,726 | 21,726 | 13,983 |
| 於年／期末現金及現金等價物(即銀行結餘及現金) | 31,823 | 21,726 | 13,983 | 6,037 | 5,911 |

於2022財年，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣7.7百萬元，乃主要由於貿易及其他應付款項增加人民幣8.2百萬元，部分被貿易應收款項增加人民幣33.0百萬元所抵銷。於2023財年，我們的經營活動所用現金流量淨額為人民幣35.8百萬元，乃主要由於存貨增加人民幣109.2百萬元，部分被貿易應收款項減少人民幣17.0百萬元所抵銷。於2024財年，我們的經營活動所得現金流量淨額為人民幣35.0百萬元，乃主要由於經營溢利以及貿易及其他應收款項增加人民幣24.1百萬元所致。於2025年首五個月，我們錄得經營活動所用現金淨額人民幣10.6百萬元，主要由於除税前溢利人民幣52.6百萬元(經就若干非現金及非經營項目(如黃金租賃公平值變動收益、減值虧損、融資成本以及折舊及攤銷)作出調整)，以及營運資金變動減少及已付所得税淨額。

## 主要財務比率

下表載列截至各所示日期我們的主要財務比率：

| | 於12月31日／截至該日止年度 | | | 於5月31日／截至該日止五個月 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 毛利率(%) | 19.8 | 24.3 | 27.2 | 31.0 |
| 淨利率(%) | 7.6 | 11.7 | 10.8 | 18.5 |
| 股本回報率(%) | 5.1 | 8.3 | 7.5 | 不適用 |
| 總資產回報率(%) | 3.8 | 6.7 | 5.8 | 不適用 |
| 流動比率(倍) | 3.9 | 4.9 | 4.5 | 4.8 |
| 速動比率(倍) | 0.6 | 0.5 | 0.6 | 0.8 |
| 資產負債比率(%)*(附註)* | 19.9 | 17.5 | 22.1 | 20.0 |

*附註：*資產負債比率按截至年／期末的計息借款總額(包括應付利息)及租賃負債除以權益總額再乘以100%計算。

我們的資產負債比率隨後由2022年12月31日的19.9%下降至2023年12月31日的17.5%，主要由於權益總額增加(主要因2023財年配售股份而增加)，部分被2023年12月31日銀行借款結餘增加所抵銷。於2024年12月31日，我們的資產負債比率增加至22.1%，主要由於於2024年12月31日的銀行借款結餘增加。於2025年5月31日，我們的資產負債比率下降至20.0%，主要由於2025年5月31日權益總額因2025年首五個月的期內溢利累積而增加所致，部分由銀行借款總額增加所抵銷。

## 近期發展及無重大不利變動

於往績記錄期間後，我們的智能可穿戴產品的需求持續增加並已採取戰略措施把握該日益增長的需求。自2025年6月起，我們一直與(其中包括)我們的ODM客戶合作，以開發及銷售配備華為智能機芯的定制智能手錶。值得注意的是，我們與京東集團的一家集團成員公司簽訂了一份框架協議，根據其規格、質量標準和訂單生產配備華為智能機芯的智能手錶。於最後可行日期，我們已從該客戶獲得3,000隻智能手錶的訂單，總代價約為人民幣2.36百萬元。

我們預期，我們於2025年下半年的毛利率將較2025年上半年有所下降，主要由於(i)於往績記錄期間按加權平均成本法累計的較低成本黃金存貨逐漸耗盡及黃金價格持續上漲趨勢，這將導致我們未來的生產成本增加並侵蝕毛利率；及(ii)我們的金條產品毛利率相對傳統手錶較低，加上預期2025年下半年金條銷售保持穩定，這將影響整體產品組合及毛利率。因此，儘管2025年首七個月的毛利率有所上升，抵銷2025年餘下期間預期下降對2025年收入及黃金價格預期增長的影響，預期2025年的毛利率將輕微上升。

董事確認，自2025年5月31日(即本招股章程附錄一所載會計師報告所載綜合財務報表的最近期資產負債表日期)起及直至本招股章程日期，我們的業務、財務狀況及經營業績並無重大不利變動，我們的收入、銷售成本、毛利及毛利率亦無任何重大不利變動。

**所得款項用途**

我們估計來自全球發售的所得款項淨額(經扣除包銷費用及我們就全球發售應付的估計開支(「**所得款項淨額**」)，並假設每股發售股份的發售價為28.3港元，即指示性發售價範圍的中位數)合共約為255.38百萬港元。我們當前擬將該等所得款項淨額按下列方式使用：

(i) 約40.28%，或102.87百萬港元(相當於約人民幣92.77百萬元)，將用於進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇。具體而言：

(a) 約32.43%，或82.83百萬港元(相當於約人民幣74.70百萬元)，將用於成立新莆田生產基地；及

(b) 約7.85%，或20.04百萬港元(相當於約人民幣18.07百萬元)，將用於升級深圳生產基地的生產設施；

(ii) 約33.24%，或84.90百萬港元(相當於約人民幣76.56百萬元)，將用於擴大及優化我們的銷售網絡、加強我們的品牌建設及提升我們的品牌影響力及知名度。具體而言：

(a) 約8.85%，或22.61百萬港元(相當於約人民幣20.39百萬元)，將用於在中國深圳市及三亞市設立兩個市場推廣展示及體驗中心，為消費者提供身臨其境的品牌體驗，促進直接客戶互動；

(b) 約7.67%，或19.59百萬港元(相當於約人民幣17.67百萬元)，將用於在瀋陽、北京、西安、鄭州、呼和浩特、烏魯木齊、三亞、成都、濟南及哈爾濱等主要城市設立10個官方售後服務網點；及

(c) 約16.72%，或42.69百萬港元(相當於約人民幣38.50百萬元)，將用於實施一套全面的線下及線上品牌建設措施，以提升我們的市場地位及提高客戶忠誠度；

(iii) 約17.11%，或43.68百萬港元(相當於約人民幣39.39百萬元)，將用於透過建立莆田研發中心加強研發能力以推動業務持續增長；及

(iv) 約9.37%或23.93百萬港元(相當於約人民幣21.58百萬元)，將用作營運資金或一般企業用途。

**上市開支**

假設發售價為每股發售股份28.3港元(即指示性發售價範圍每股H股27.0港元至29.6港元的中位數)，全球發售的估計上市開支總額(包括包銷佣金)為人民幣40.22百萬元(44.60百萬港元)(包括(i)包銷相關開支(包括但不限於佣金及費用)人民幣11.50百萬元(12.75百萬港元)；及(ii)非包銷相關開支人民幣28.72百萬元(31.85百萬港元)，其中包括(a)支付予法律顧問及申報會計師的費用及開支人民幣24.91百萬元(27.63百萬港元)；及(b)其他費用及開支人民幣3.81百萬元(4.23百萬港元))，佔全球發售所得款項總額的14.87%。

於往績記錄期間，我們產生上市開支人民幣17.51百萬元(19.42百萬港元)，其中人民幣13.40百萬元(14.86百萬港元)於我們的綜合損益表中扣除，而人民幣4.11百萬元(4.56百萬港元)確認為於2025年5月31日之預付款項(將於上市後自權益扣除)。我們預計將產生約人民幣40.22百萬元(44.60百萬港元)的上市開支，其中人民幣21.90百萬元(24.29百萬港元)預計將於綜合損益表確認為一般行政開支以及約人民幣18.32百萬元(20.32百萬港元)預計將於上市後直接確認為權益扣減。

上述上市開支為最新實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與此估計有所不同。

**中國證監會備案**

於2023年2月17日，中國證監會頒佈中國證監會備案規則。新規定將全面改進及改革中國境內公司境外證券發行及上市的現行監管制度，並將藉由採納備案為主的監管制度，規範中國境內公司的直接及間接境外證券發行及上市。根據中國證監會備案規則，在境外市場尋求證券發行及上市的中國境內公司，無論以直接或間接方式，均須向中國證監會履行中國證監會備案程序，並申報相關資料。根據我們的中國法律顧問，我們須根據中國證監會備案規則履行向中國證監會備案的程序及進行申報。

於2024年12月3日，我們向中國證監會提交中國證監會備案文件，以申請H股(包括將由內資股轉換的H股)於聯交所上市及全球發售，而中國證監會於2025年1月28日接納中國證監會備案文件。中國證監會於2025年5月30日刊發完成中國證監會備案程序的通知。中國證監會發佈該通知僅對本公司完成中國證監會備案手續作出確認，並不對H股的投資價值或投資者的回報作出任何確認。中國證監會對中國證監會備案文件或本招股章程所作出的任何陳述或表達的任何意見的準確性或完整性不承擔任何責任。

據中國法律顧問所告知，我們已於上市前就申請上市及境外發售完成所有相關中國證監會備案，且毋須自中國證監會取得其他批准。有關進一步詳情，請參閱「監管概覽－與海外上市相關的法律法規」。

## 股東資料

### 我們的控股股東

於最後可行日期，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生分別有權行使本公司已發行股份總數約20.53%、13.69%、13.69%及13.69%附帶的表決權。胡先生為本公司的創辦人。李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生自李永忠先生、李碩先生及李林茂先生於2015年11月成為我們股東以來一直相互一致行動，共同控制、管理及監督本集團的整體業務、營運、財務及其他主要方面。

彼等於2016年1月22日訂立一致行動人士協議，並於2021年1月1日及2023年7月12日訂立補充一致行動人士協議(統稱「**一致行動人士協議**」)，以調整彼等於本公司的股權。根據一致行動人士協議，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生同意自一致行動人士協議日期起於本公司股東大會上採取一致行動。倘彼等未能達成一致意見，李永忠先生擁有最終決定權。

因此，於最後可行日期，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生作為我們的控股股東，共同有權行使本公司已發行股份總數約61.60%附帶的表決權。

緊隨全球發售後，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生將共同有權行使本公司已發行股份總數約50.49%附帶的表決權並就上市規則而言，將成為我們的控股股東。

### 全球發售的統計數據

| | **基於發售價<br>27.0港元** | **基於發售價<br>29.6港元** |
|---|---|---|
| 股份市值(1) | 1,588.3百萬港元 | 1,741.2百萬港元 |
| 每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值(2) | 17.35港元 | 17.80港元 |

*附註：*

(1) 市值乃根據各指示性發售價及假設全球發售已於2025年5月31日完成後已發行的58,825,000股股份計算，惟並無計及本公司根據一般授權而可能配發、發行或購回的任何股份。

(2) 每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值乃假設全球發售已於2025年5月31日完成，根據已發行58,825,000股股份計算，惟並無計及本公司根據一般授權而可能配發、發行或購回的任何股份。

**股息**

於往績記錄期間，本公司於2022財年、2023財年及2024財年分別宣派股息人民幣24.3百萬元、人民幣24.1百萬元及人民幣20.3百萬元。

日後宣派及派付任何股息須由董事會建議及酌情決定。此外，任何財政年度的末期股息將須經股東批准，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的金額。日後宣派或派付任何股息的決定及任何股息的金額取決於多項因素，包括我們的經營業績、財務狀況、附屬公司向我們派付的現金股息及董事會可能認為相關的其他因素。概不保證本公司將能夠按董事會任何計劃所載金額宣派或分派任何股息，或根本不會宣派或分派任何股息。過往的股息分派記錄不可用作釐定本公司日後可能宣派或派付股息水平的參考或基準。

截至最後可行日期，我們並無任何特定股息政策或預定派息率。

**風險因素**

我們的業務面臨諸多風險，投資發售股份亦存在風險。我們認為以下各項是可能對我們造成重大不利影響的部分主要風險：

- 我們產品所用的原材料(尤其是黃金)的價格波動或供應短缺或對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響。
- 我們的盈利能力或會受到金價上升趨勢的影響。
- 嚴峻的經濟環境及經濟不確定性以及由此產生的政府行動可能對我們業務造成重大不利影響。
- 我們的業務倚賴旗艦自主品牌「HIPINE(西普尼)」的實力，一旦旗艦自主品牌惡化可能對我們的銷售額、盈利能力和增長策略的實施造成不利影響。
- 我們經營所在行業競爭激烈，倘我們無法有效競爭，我們的銷售額、盈利能力及增長前景或會受到重大不利影響。

- 倘我們無法有效應對市場趨勢及消費者偏好變化，以及對設計及質量日益增加的需求，或未能推出具有商業價值的產品，或未能及時推出，我們的市場份額及經營業績或會受到不利影響。

- 我們面臨與產品經銷模式相關的風險。

- 於往績記錄期間，我們的數名客戶已貢獻我們大部分收入，並繼續成為我們於往績記錄期間相關年度／期間的五大客戶。倘彼等未來減少採購量，或倘彼等嚴重延遲付款，或倘我們未能與彼等維持關係，我們的經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。

閣下應仔細閱讀招股章程「風險因素」一節全文。

**申請於聯交所上市**

本公司已向聯交所上市委員會申請批准根據全球發售將內資股轉換為H股及將予發行的H股上市及買賣。預期H股將於2025年9月29日(星期一)開始在聯交所買賣。H股將以每手100股H股買賣。H股的股份代號將為2583。

*於本招股章程內，除非文義另有所指，否則以下詞彙應具有以下涵義。*

| | | |
|---|---|---|
| 「2024年首五個月」 | 指 | 截至2024年5月31日止五個月 |
| 「2025年首五個月」 | 指 | 截至2025年5月31日止五個月 |
| 「會計師報告」 | 指 | 本集團於往績記錄期間的會計師報告，載於本招股章程附錄一 |
| 「會財局」 | 指 | 會計及財務匯報局 |
| 「章程」或「公司章程」 | 指 | 本公司於2024年11月29日有條件採納的公司章程(於上市日期起生效，經不時修訂或補充)，其概要載於本招股章程附錄五 |
| 「聯繫人」 | 指 | 具有上市規則賦予該詞的涵義 |
| 「審核委員會」 | 指 | 董事會審核委員會 |
| 「北京世紀通源珠寶首飾」 | 指 | 北京世紀通源珠寶首飾有限公司(於2022年8月8日註銷)，截至2022年2月為我們OBM業務模式下的一級經銷商及本集團於往績記錄期間若干年度的五大客戶之一 |
| 「北京世紀緣珠寶」 | 指 | 北京世紀緣珠寶有限公司，自2022年2月起為我們OBM業務模式下的一級經銷商以及本集團於往績記錄期間若干年度的ODM客戶及五大客戶之一 |
| 「董事會」 | 指 | 本公司董事會 |
| 「營業日」 | 指 | 香港銀行一般開門為公眾辦理一般銀行業務的任何日子(星期六、星期日或香港公眾假期除外) |
| 「中央結算系統」 | 指 | 香港結算設立及運作的中央結算及交收系統 |

| | | |
|---|---|---|
| 「主席」 | 指 | 董事會主席 |
| 「緊密聯繫人」 | 指 | 具有上市規則賦予該詞的涵義 |
| 「資本市場中介人」 | 指 | 參與全球發售的資本市場中介人及具有上市規則賦予該詞的涵義 |
| 「公司條例」 | 指 | 香港法例第622章公司條例，經不時修訂或補充 |
| 「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，經不時修訂或補充 |
| 「本公司」 | 指 | 深圳西普尼精密科技股份有限公司(前稱為深圳穿金戴銀科技股份有限公司、尊尚(深圳)穿金戴銀技術股份有限公司及深圳市尊尚鐘錶有限公司)，一間於2013年7月15日根據中國法律成立的有限公司，並於2016年2月1日改制為股份有限公司 |
| 「合規顧問」 | 指 | 中國平安資本(香港)有限公司，一間根據證券及期貨條例獲准進行證券及期貨條例所界定之第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團，為上市的獨家保薦人 |
| 「關連人士」 | 指 | 具有上市規則賦予該詞的涵義 |
| 「關連交易」 | 指 | 具有上市規則賦予該詞的涵義 |
| 「控股股東」 | 指 | 具有上市規則賦予該詞的涵義，除文義另有所指外，指李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生 |

| | | |
|---|---|---|
| 「將內資股轉換為H股」 | 指 | 根據相關股東的指示將本公司於最後可行日期的若干內資股轉換為H股，進一步詳情載於「股本－內資股轉換為H股」 |
| 「核心關連人士」 | 指 | 具有上市規則賦予該詞的涵義 |
| 「企業管治守則」 | 指 | 上市規則附錄十四「企業管治守則及企業管治報告」項下所載的條文 |
| 「COVID-19」 | 指 | 2019冠狀病毒病 |
| 「中國證監會」 | 指 | 中華人民共和國證券監督管理委員會 |
| 「中國證監會備案」 | 指 | 根據中國證監會備案規則及中國證監會其他適用規則及規定向或將向中國證監會作出的與全球發售有關的任何形式的函件、備案、信件、通信、文件、答覆、承諾及提交文件，包括其任何修訂、補充及／或修改 |
| 「中國證監會備案規則」 | 指 | 中國證監會發佈的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》及配套指引(自2023年3月31日起生效)，經不時修訂、補充或以其他方式修改 |
| 「客戶A」 | 指 | 我們於2024財年及2025年首五個月的前五大客戶之一，為我們向其銷售手錶及飾品的ODM客戶。有關詳情，請參閱「業務－與ODM客戶的安排－與客戶A的安排」及「業務－我們的客戶－前五大客戶－2024財年」 |
| 「德嶽九帆」 | 指 | 上海德嶽九帆投資中心(有限合夥)，一間於2015年10月27日在中國成立的有限合夥企業 |
| 「董事」 | 指 | 本公司董事 |

| | | |
|---|---|---|
| 「內資股」 | 指 | 本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，以人民幣認購及繳足(或入賬列為繳足)，屬未上市股份，目前並無於任何證券交易所上市或買賣 |
| 「企業所得稅法」 | 指 | 中華人民共和國企業所得稅法，經不時修訂或補充 |
| 「執行董事」 | 指 | 本公司執行董事 |
| 「擴張計劃」 | 指 | 我們有關建立新莆田生產基地及莆田研發中心的擴張計劃。詳情請參閱「業務－我們的業務策略－進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇－(i)成立新莆田生產基地」、「業務－我們的業務策略－加強研發能力以推動業務持續增長」及「業務－擴張計劃」 |
| 「極端情況」 | 指 | 香港任何政府機關於八號或以上颱風訊號改掛為三號或以下颱風訊號前公佈，因公共交通服務嚴重受阻、廣泛地區水浸、嚴重山泥傾瀉、大規模停電或任何其他惡劣情況而出現的「極端情況」 |
| 「FINI」 | 指 | Fast Interface for New Issuance，由香港結算運作的線上平台，所有新上市如要獲准進行交易及(如適用)收集及處理有關認購及結算的特定資料，均須強制使用該平台 |
| 「福建西普」 | 指 | 福建西普精密科技有限公司(前稱為福建省穿金戴銀科技有限公司)，一間於2017年5月9日在中國成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司 |

| | | |
|---|---|---|
| 「2023財年」 | 指 | 截至2023年12月31日止財政年度 |
| 「2024財年」 | 指 | 截至2024年12月31日止財政年度 |
| 「2025財年」 | 指 | 截至2025年12月31日止財政年度 |
| 「2026財年」 | 指 | 截至2026年12月31日止財政年度 |
| 「2027財年」 | 指 | 截至2027年12月31日止財政年度 |
| 「全球發售」 | 指 | 香港公開發售及國際配售 |
| 「GOLDBEAR(金熊)」 | 指 | 我們自主品牌之一 |
| 「本集團」或「我們」 | 指 | 本公司及其於相關時間的附屬公司，或如文義另有所指，就本公司成為其現時附屬公司的控股公司前的期間而言，指該等附屬公司(猶如彼等於相關時間為本公司的附屬公司) |
| 「H股」 | 指 | 本公司股本中每股面值人民幣1.00元的境外上市外資股，將以港元認購及買賣並將於聯交所上市 |
| 「H股證券登記處」 | 指 | 卓佳證券登記有限公司 |
| 「海南西普尼」 | 指 | 海南西普尼國際鐘錶科技有限公司，一間於2023年11月17日在中國成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司 |
| 「HIPINE(西普尼)」 | 指 | 我們的旗艦自主品牌 |
| 「港元」 | 指 | 港元，香港法定貨幣 |
| 「**網上白表**」 | 指 | 以申請人本身名義申請將予發行的香港發售股份，乃透過指定網站**www.hkeipo.hk**網上遞交 |

| | | |
|---|---|---|
| 「**網上白表**服務供應商」 | 指 | 如指定網站**www.hkeipo.hk**所指示本公司指定的**網上白表**服務供應商 |
| 「香港會計師公會」 | 指 | 香港會計師公會 |
| 「香港結算」 | 指 | 香港中央結算有限公司，香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司 |
| 「香港結算代理人」 | 指 | 香港中央結算(代理人)有限公司，香港結算的全資附屬公司 |
| 「香港結算參與者」 | 指 | 獲准以直接結算參與者、全面結算參與者或託管商參與者身份參與中央結算系統的參與者 |
| 「香港」 | 指 | 中國香港特別行政區 |
| 「香港發售股份」 | 指 | 我們根據香港公開發售初步提呈以供認購的1,060,000股新H股 |
| 「香港公開發售」 | 指 | 我們按發售價向香港公眾提呈可供認購的香港發售股份，惟須遵守本招股章程所載條款及條件，進一步詳情載於「全球發售的架構及條件」一節 |
| 「香港包銷商」 | 指 | 名列「包銷－香港包銷商」的包銷商，即香港公開發售的包銷商 |
| 「香港包銷協議」 | 指 | 由(i)本公司、(ii)李永忠先生、胡少華先生、李碩先生及李林茂先生(作為保證股東)、(iii)李永忠先生、胡少華先生及李陽金先生(作為保證董事)、(iv)中國平安資本(香港)有限公司、(v)平安證券(香港)有限公司、(vi)聯席賬簿管理人、(vii)聯席牽頭經辦人、(viii)香港包銷商及(ix)資本市場中介人所訂立日期為2025年9月17日有關香港公開發售的包銷協議，進一步詳情載於「包銷」 |

| | | |
|---|---|---|
| 「華為」 | 指 | 華為終端有限公司，一家因其5G技術而聞名的全球領先中國科技公司。根據其2023年年報，該科技公司成立於1987年，乃全球領先的資訊與通訊技術(ICT)基礎設施及智能設備供應商。 |
| 「國際財務報告準則」 | 指 | 國際財務報告準則 |
| 「彌償承諾」 | 指 | 各控股股東以本公司及其附屬公司為受益人訂立之日期為2024年11月20日的彌償承諾，以提供若干彌償保證，有關詳情載於本招股章程附錄六「D.其他資料－10.彌償承諾」 |
| 「獨立非執行董事」 | 指 | 本公司獨立非執行董事 |
| 「獨立第三方」 | 指 | 據董事經作出一切合理查詢後所知悉，並非本公司關連人士的人士 |
| 「行業顧問」或「灼識諮詢」 | 指 | 灼識諮詢，獨立市場研究及諮詢公司 |
| 「行業報告」或「灼識諮詢報告」 | 指 | 本公司委託及由行業顧問就本招股章程編製的獨立市場研究報告 |
| 「國際配售」 | 指 | 國際包銷商(為及代表本公司)根據國際包銷協議的條款及條件並在其規限下，按發售價向香港及美國境外世界各地的機構、專業人士、企業及其他投資者有條件配售國際配售股份，進一步詳情載於「全球發售的架構及條件」 |
| 「國際配售股份」 | 指 | 我們根據國際配售初步提呈發售以供認購的9,540,000股新H股 |
| 「國際包銷商」 | 指 | 預期將訂立國際包銷協議的國際配售包銷商 |

| | | |
|---|---|---|
| 「國際包銷協議」 | 指 | 由(其中包括)本公司及國際包銷商於定價日或前後訂立之有關國際配售的包銷協議，進一步詳情載於「包銷」 |
| 「精誠時代」 | 指 | 精誠時代集團有限公司，一間於2006年6月13日在中國成立的有限公司，為我們的股東之一 |
| 「金銀谷投資」 | 指 | 莆田市金銀谷投資開發有限公司，一間於2017年3月15日在中國成立的有限公司，為我們的股東之一 |
| 「聯席賬簿管理人」 | 指 | 「董事、監事及參與全球發售的各方」一節所述的聯席賬簿管理人 |
| 「聯席牽頭經辦人」 | 指 | 「董事、監事及參與全球發售的各方」一節所述的聯席牽頭經辦人 |
| 「蘭溪九賀」 | 指 | 蘭溪九賀投資合夥企業(有限合夥)(現稱為上海九賀投資管理合夥企業(有限合夥))，一間於2017年10月11日在中國成立的有限合夥企業 |
| 「最後可行日期」 | 指 | 2025年9月9日，即本招股章程刊發前為確定其中若干資料的最後可行日期 |
| 「上市」 | 指 | H股於聯交所主板上市 |
| 「上市委員會」 | 指 | 聯交所上市委員會 |
| 「上市日期」 | 指 | H股於聯交所主板首次上市及獲准開始買賣的日期，預期將為2025年9月29日(星期一)或前後 |

| | | |
|---|---|---|
| 「上市規則」 | 指 | 聯交所證券上市規則，經不時修訂或補充 |
| 「主板」 | 指 | 由聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，獨立於聯交所GEM並與其並行營運 |
| 「馬來西亞合作夥伴」 | 指 | Kedai Emas Tian Si Sdn Bhd，一家總部位於馬來西亞的公司，於2024年11月獲委任為於馬來西亞分銷及零售我們HIPINE(西普尼)手錶產品(包括傳統手錶、智能手錶及手錶配件如錶帶)的一級經銷商。有關詳情，請參閱「業務－我們的業務策略－透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場」 |
| 「商務部」 | 指 | 中華人民共和國商務部 |
| 「胡少華先生」或「胡先生」 | 指 | 胡少華先生(曾用名：胡少鋒)，為本公司執行董事兼總經理、控股股東之一，亦為李永忠先生的女婿以及李碩先生及李林茂先生的姐夫 |
| 「李林茂先生」 | 指 | 李林茂先生，為控股股東之一，亦為李永忠先生之子、胡先生的內弟及李碩先生的胞弟 |
| 「李碩先生」 | 指 | 李碩先生，為本公司副總經理及控股股東之一，亦為李永忠先生之子、胡先生的內弟及李林茂先生的胞兄 |
| 「李陽金先生」 | 指 | 李陽金先生，為本公司執行董事、董事會秘書、副總經理、財務總監兼聯席公司秘書 |
| 「李永忠先生」 | 指 | 李永忠先生，為董事會主席、執行董事、控股股東之一，胡少華先生的岳父以及李碩先生及李林茂先生的父親 |

| | | |
|---|---|---|
| 「國家發改委」 | 指 | 中華人民共和國國家發展和改革委員會 |
| 「新三板」 | 指 | 全國中小企業股份轉讓系統 |
| 「新莆田生產基地」 | 指 | 根據擴張計劃將予設立位於中國莆田荔城區的新生產基地。有關詳情，請參閱「業務－我們的業務策略－進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇－(i)成立新莆田生產基地」及「業務－擴張計劃」 |
| 「提名委員會」 | 指 | 董事會提名委員會 |
| 「非執行董事」 | 指 | 本公司非執行董事 |
| 「全國人大」或「全國人民代表大會」 | 指 | 中華人民共和國全國人民代表大會 |
| 「發售價」 | 指 | 每股發售股份的最終發售價(不包括1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費)，不超過29.6港元且預計不低於27.0港元，有關價格將根據本公司與獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)於定價日或之前訂立的協議釐定 |
| 「發售價範圍」 | 指 | 每股發售股份27.0港元至29.6港元 |
| 「發售股份」 | 指 | 香港發售股份及國際配售股份 |
| 「中國人民銀行」 | 指 | 中國人民銀行 |
| 「中國」 | 指 | 中華人民共和國，僅就本招股章程而言，不包括香港、中華人民共和國澳門特別行政區及台灣 |

| | | |
|---|---|---|
| 「中國公司法」 | 指 | 中華人民共和國公司法，經第十屆全國人民代表大會常務委員會於2005年10月27日修訂及採納並於2006年1月1日生效，經不時修訂或補充，於2023年12月29日最近一次修訂及於2024年7月1日生效 |
| 「中國政府」 | 指 | 中國政府，包括所有政府分支機構(包括省、市及其他地區或地方政府機構) |
| 「中國法律顧問」 | 指 | 國楓律師事務所，本公司有關全球發售的中國法律顧問 |
| 「定價日」 | 指 | 本公司與獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)就全球發售釐定發售價的日子，預期為2025年9月25日(星期四)或前後，但不遲於2025年9月25日(星期四)中午12時正 |
| 「招股章程」 | 指 | 就香港公開發售而刊發的本招股章程 |
| 「莆田生產基地」 | 指 | 我們位於中國莆田北高珠寶產業園的生產基地 |
| 「莆田研發中心」 | 指 | 我們根據擴張計劃將建立的新研發中心，位於我們的新莆田生產基地。有關詳情，請參閱「業務－我們的業務策略－加強研發能力以推動業務持續增長」及「業務－擴張計劃」 |
| 「莆田地盤」 | 指 | 位於中國莆田荔城區的一幅總地盤面積為12,221.78平方米的土地，其土地使用權由我們擁有。於最後可行日期，新莆田生產基地正在於莆田地盤上興建 |

| | | |
|---|---|---|
| 「前海尊尚」 | 指 | 深圳前海尊尚股權投資合夥企業(有限合夥)，一間於2015年11月13日在中國成立的有限合夥企業，成立為僱員持股平台 |
| 「趨勢翊翎」 | 指 | 寧波梅山保稅港區趨勢翊翎投資合夥企業(有限合夥)，一間於2017年7月7日在中國成立的有限合夥企業，為我們的股東之一 |
| 「S規例」 | 指 | 美國證券法S規例 |
| 「薪酬與考核委員會」 | 指 | 董事會薪酬與考核委員會 |
| 「申報會計師」 | 指 | 德勤•關黃陳方會計師行，本公司的申報會計師 |
| 「人民幣」 | 指 | 人民幣，中國法定貨幣 |
| 「國家外匯管理局」 | 指 | 中華人民共和國國家外匯管理局 |
| 「國資委」 | 指 | 國有資產監督管理委員會 |
| 「國家稅務總局」 | 指 | 中華人民共和國國家稅務總局 |
| 「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，經不時修訂或補充 |
| 「上海老鳳祥鐘錶」 | 指 | 上海老鳳祥鐘錶有限公司，為本集團於往績記錄期間若干年度的ODM客戶及五大客戶之一 |
| 「股東」 | 指 | 股份持有人 |

| | | |
|---|---|---|
| 「股份」 | 指 | 本公司股本中每股面值人民幣1.00元的普通股，包括內資股及H股 |
| 「深圳金泓韵珠寶」 | 指 | 深圳金泓韵珠寶有限公司(前稱深圳泓韵珠寶有限公司)，為本集團於往績記錄期間若干年度的ODM客戶及五大客戶之一 |
| 「深圳生產基地」 | 指 | 我們位於中國深圳市龍崗區秀峰工業城的生產基地 |
| 「深圳研發中心」 | 指 | 我們位於深圳生產基地的研發中心 |
| 「深圳市信諾珠寶」 | 指 | 深圳市信諾珠寶有限公司，為我們OBM業務模式下的一級經銷商及本集團於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶之一 |
| 「獨家整體協調人」或「獨家全球協調人」 | 指 | 平安證券(香港)有限公司，一間根據證券及期貨條例獲准進行證券及期貨條例所界定之第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動的持牌法團，為上市的獨家整體協調人及獨家全球協調人 |
| 「獨家保薦人」 | 指 | 中國平安資本(香港)有限公司，一間根據證券及期貨條例獲准進行證券及期貨條例所界定之第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團，為上市的獨家保薦人 |
| 「國務院」 | 指 | 中華人民共和國國務院 |
| 「聯交所」 | 指 | 香港聯合交易所有限公司 |
| 「戰略委員會」 | 指 | 董事會戰略委員會 |
| 「附屬公司」 | 指 | 具有上市規則賦予該詞的涵義 |
| 「主要股東」 | 指 | 具有上市規則賦予該詞的涵義 |

| | | |
|---|---|---|
| 「監事」 | 指 | 本公司監事 |
| 「收購守則」 | 指 | 證監會頒佈的香港公司收購及合併守則，經不時修訂或補充 |
| 「往績記錄期間」 | 指 | 2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月 |
| 「包銷商」 | 指 | 香港包銷商及國際包銷商 |
| 「包銷協議」 | 指 | 香港包銷協議及國際包銷協議 |
| 「美元」 | 指 | 美元，美利堅合眾國法定貨幣 |
| 「美國」 | 指 | 美利堅合眾國、其領土及屬地、美國的任何州及哥倫比亞地區 |
| 「美國證券法」 | 指 | 1933年美國證券法，經不時修訂或補充 |
| 「仙遊橡樹」 | 指 | 仙遊縣橡樹電子科技有限公司，一間於2016年9月23日在中國成立的有限公司，並於2019年8月19日撤銷註冊 |
| 「新疆國金皓耀珠寶」 | 指 | 新疆國金皓耀珠寶有限公司，截至2022年7月為我們OBM業務模式下的一級經銷商及本集團於往績記錄期間若干期間的五大客戶之一 |
| 「新疆國金晟世珠寶」 | 指 | 新疆國金晟世珠寶有限公司，自2022年7月起為我們OBM業務模式下的一級經銷商以及本集團於往績記錄期間若干期間的五大客戶之一 |

| | | |
|---|---|---|
| 「翊翎志成」 | 指 | 寧波梅山保稅港區新翊翎志成投資合夥企業(有限合夥)，一間於2017年6月14日在中國成立的有限合夥企業，為我們的股東之一 |
| 「%」 | 指 | 百分比 |

*於本招股章程，除文義另有所指外，「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「關連交易」、「控股股東」、「核心關連人士」、「附屬公司」及「主要股東」等詞彙均具有上市規則賦予該等詞彙的涵義。*

*為方便閱覽，中國法律及法規、政府部門、機構、自然人或其他實體(包括我們若干附屬公司)的名稱以中英文版本載入本招股章程，倘中英文版本存在任何歧義，概以中文版本為準。註有「*」的中文公司名稱及其他詞語的英文譯本僅供識別之用。*

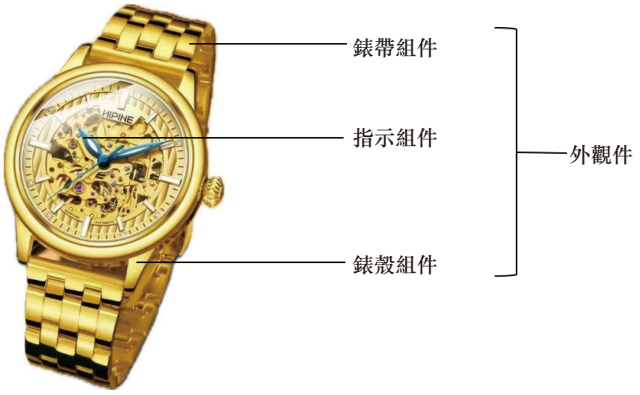
*除明確列明或文義另有規定者外，所有數據均為截至最後可行日期。*

*本招股章程的英文版本如與中文譯本有任何歧義，一概以英文版本為準。*

*本技術詞彙載有本招股章程所用有關本集團及於本招股章程所用有關我們業務或我們的若干詞彙解釋。該等詞彙與彼等所界定的涵義未必與標準行業定義或其他情況使用的涵義或用法相符。*

| | | |
|---|---|---|
| 「14K金」 | 指 | 根據QB/T 4160-2023，黃金含量為58.50%的合金材料 |
| 「18K金」 | 指 | 根據QB/T 4160-2023，黃金含量為75.00%的合金材料 |
| 「18K金錶圈手錶」 | 指 | 錶圈(外觀件的一部分)為由18K金製成的手錶 |
| 「18K金錶殼手錶」 | 指 | 錶殼主體完全由18K金製成的手錶 |
| 「足金」 | 指 | 根據中國國家標準第GB11887號，黃金含量為99.90%或以上的合金材料。其亦可用Au999表示。足金價值極高，因其鮮艷、有光澤的黃色以及柔軟性及延展性而備受推崇 |
| 「足金錶圈手錶」 | 指 | 錶圈(外觀件的一部分)為由足金製成的手錶 |
| 「足金錶殼手錶」 | 指 | 錶殼主體完全由足金製成的手錶 |
| 「Au9999」 | 指 | 含金量在99.99%或以上的黃金及合金，為上海黃金交易所採用的表示黃金純度的通用標準 |
| 「組裝」 | 指 | 組裝產品部件的工序 |
| 「前圈」或「錶圈」 | 指 | 根據GB/T 31896-2015，前圈為錶殼中的一個零件 |
| 「複合年增長率」 | 指 | 複合年增長率 |

| | | |
|---|---|---|
| 「外觀件」 | 指 | 根據GB/T 31896-2015，外觀件是附加到機芯上並對機芯起保護、固定、控制等作用的所有零、部、組件，如錶殼、錶盤、指針、錶帶等。外觀件包括錶殼組件、指示組件及錶帶組件，如下圖所示： |



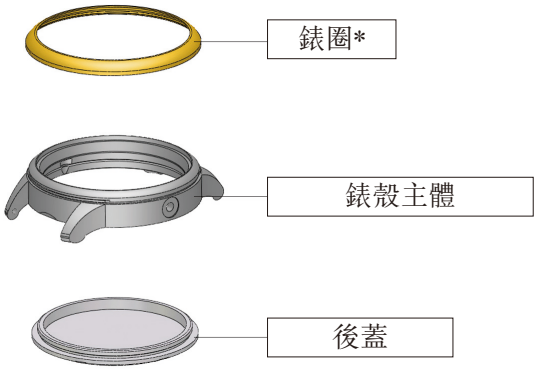

| | | |
|---|---|---|
| 「CNC」 | 指 | 計算機數控 |
| 「一表兩戴」 | 指 | 特定種類手錶的一種功能，允許佩戴者拆開錶殼，在兩種或多種機芯之間切換，實現一套手錶產品、兩種不同佩戴體驗的模式 |
| 「ERP」 | 指 | 企業資源規劃，將主要業務流程整合管理，通常為實時並由軟件及技術互相運作 |
| 「出廠價」 | 指 | 自賣方工廠銷售貨物的成本 |
| 「g」 | 指 | 克 |
| 「GB/T 31896-2015」 | 指 | 《GB/T 31896-2015計時儀器零部件分類、名稱和編號手錶外觀件》，由中華人民共和國國家質量監督檢驗檢疫總局(前)和中國國家標準化管理委員會於2015年9月發佈 |

| | | |
|---|---|---|
| 「GB/T 38020.1-2019」 | 指 | 《GB/T 38020.1-2019錶殼體及其附件金合金覆蓋層第一部分：一般要求》，由國家市場監督管理總局和中國國家標準化管理委員會於2019年8月發佈 |
| 「GB/T 9820.2-2008」 | 指 | 中國前國家質量監督檢驗檢疫總局及中國國家標準化管理委員會於2008年7月頒佈的《GB/T 9820.2-2008鐘錶術語第2部分：技術和商業定義》 |
| 「GDP」 | 指 | 國內生產總值 |
| 「建築面積」 | 指 | 建築面積 |
| 「GMV」 | 指 | 產品交易總額。根據灼識諮詢的資料，其為用於計量特定時間內透過市場產生的銷售總額的關鍵指標。在手錶市場中，GMV指所有已售手錶的銷售總額，通常按年度報告 |
| 「金條」 | 指 | 金條指主要作為投資者管理貨幣、通膨和地緣政治風險的投資工具而批量銷售的高純度黃金金屬塊，與主要作為消費品銷售的金錶或黃金飾品有本質區別 |
| 「ICT」 | 指 | 資訊與通訊技術 |
| 「IoT」 | 指 | 物聯網 |
| 「IP」 | 指 | 知識產權 |

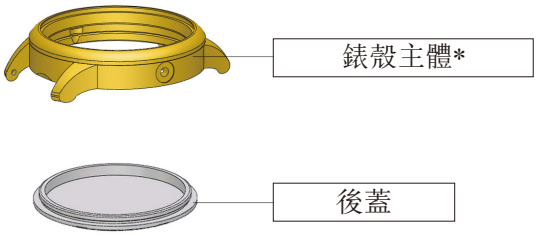
| | | |
|---|---|---|
| 「IT」 | 指 | 資訊科技 |
| 「kg」 | 指 | 千克 |
| 「機械機芯」 | 指 | 使用緊弦發條的動力及利用來自發條張力的能量為一組齒輪提供動力以計時之機芯 |
| 「機芯」或「手錶機芯」 | 指 | 裝載於錶殼之內的完整獨立機關，負責計時，但並不包括錶外觀件或錶盤 |
| 「K金」 | 指 | 黃金含量低於99.90%的合金 |
| 「非智能手錶」 | 指 | 沒有智能功能的手錶。根據灼識諮詢的資料，非智能手錶主要以計時為目的，在設計上強調工藝、美學及品牌傳承 |
| 「OBM」 | 指 | 原始品牌製造，製造商開發並擁有產品設計，並以製造商自己的品牌進行營銷及銷售 |
| 「OBM產品」 | 指 | 根據我們的OBM商業模式製造的產品 |
| 「ODM」 | 指 | 原始設計製造，製造商設計及製造其客戶指定的產品，該產品隨後以該客戶的品牌名稱或不以特定品牌進行銷售 |
| 「ODM產品」 | 指 | 根據我們的ODM業務模式製造的產品 |

| | | |
|---|---|---|
| 「黃金錶圈手錶」 | 指 | 一種鑲貴金屬手錶，我們的主要產品之一。 |

於往績記錄期間，鑲貴金屬手錶的錶圈(外觀件的一部分)為由(i)貴金屬(即足金)或(ii)貴金屬及其合金(即18K金)製成的部件。我們將其統稱為黃金錶圈手錶。請參閱下文我們的鑲貴金屬手錶的外觀件，當中所示部件以足金或18K金(如適用)製成，僅供說明用途：



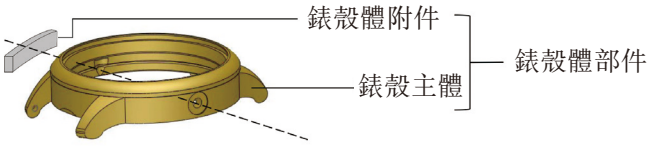

*附註：*此為我們提供的鑲貴金屬手錶中以足金或18K金(如適用)製成的組件。

| | | |
|---|---|---|
| 「黃金錶殼手錶」 | 指 | 一種貴金屬手錶，我們的主要產品之一。<br><br>於往績記錄期間，我們製造及銷售的貴金屬手錶為錶殼主體完全由(i)貴金屬(即足金)或(ii)貴金屬及其合金(即18K金)製成的手錶。我們將其統稱為黃金錶殼手錶。請參閱下文我們的貴金屬手錶的外觀件，當中所示部件以足金或18K金(如適用)製成，僅供說明用途：<br><br>  <br><br><br>*附註：此為我們提供的貴金屬手錶中以足金或18K金(如適用)製成的組件。 |
| 「鑲貴金屬手錶」 | 指 | 根據QB/T 4160-2023，其錶殼主體部分或其他外觀件由貴金屬及其合金製成的手錶 |
| 「鑲14K金的鑲貴金屬手錶」 | 指 | 根據QB/T 4160-2023，其錶殼主體部分或其他外觀件由黃金含量為58.5%的黃金合金製成的手錶 |
| 「鑲18K金的鑲貴金屬手錶」 | 指 | 根據QB/T 4160-2023，其錶殼主體部分或其他外觀件由黃金含量為75.0%的黃金合金製成的手錶 |
| 「鑲足金的鑲貴金屬手錶」 | 指 | 根據QB/T 4160-2023，其錶殼主體部分或其他外觀件由足金製成的手錶 |
| 「鑲黃金的鑲貴金屬手錶」 | 指 | 鑲足金的鑲貴金屬手錶、鑲18K金的鑲貴金屬手錶及鑲14K金的鑲貴金屬手錶 |

| | | |
|---|---|---|
| 「鑲鉑金的鑲貴金屬手錶」 | 指 | 根據QB/T 4160-2023，其錶殼主體部分或其他外觀件由鉑金製成的手錶 |
| 「鑲白銀的鑲貴金屬手錶」 | 指 | 根據QB/T 4160-2023，其錶殼主體部分或其他外觀件由白銀製成的手錶 |
| 「貴金屬手錶」 | 指 | 根據灼識諮詢，基於QB/T 4160-2023，貴金屬手錶是指錶殼主體完全由貴金屬及其合金製成的手錶 |
| 「14K金貴金屬手錶」 | 指 | 其錶殼主體完全由黃金含量為58.5%的黃金合金製成的手錶 |
| 「18K金貴金屬手錶」 | 指 | 其錶殼主體完全由黃金含量為75.0%的黃金合金製成的手錶 |
| 「足金貴金屬手錶」 | 指 | 其錶殼主體完全由足金製成的手錶 |
| 「黃金貴金屬手錶」 | 指 | 足金貴金屬手錶、18K金貴金屬手錶及14K金貴金屬手錶 |
| 「鉑金貴金屬手錶」 | 指 | 其錶殼主體完全由鉑金及其合金製成的手錶 |
| 「白銀貴金屬手錶」 | 指 | 其錶殼主體完全由白銀及其合金製成的手錶 |
| 「一級經銷商」 | 指 | 本集團授權根據其與本集團訂立的書面經銷協議在我們指定的銷售區域經銷我們的OBM產品的實體 |
| 「QB/T 4160-2023」 | 指 | 《QB/T 4160-2023使用寶石和貴金屬的手錶》，由中華人民共和國工業和信息化部於2023年4月發佈 |
| 「石英機芯」 | 指 | 利用來自小型電池的能量計時之機芯 |
| 「研發」 | 指 | 研究及開發 |

| | | |
|---|---|---|
| 「零售點」 | 指 | 我們的OBM產品銷售予終端消費者的銷售網點，例如我們的一級經銷商經營的展示中心(彼等通過該中心向終端消費者銷售我們的OBM產品)及個體珠寶零售店以及我們的一級經銷商及／或其次級經銷商經銷我們的OBM產品的百貨公司及購物中心的銷售櫃台 |
| 「智能珠寶及飾品」 | 指 | 具有智能功能的珠寶及飾品，例如健康監測及身份認證 |
| 「智能鑲貴金屬手錶」 | 指 | 其錶殼主體部分或其他外觀件由貴金屬及其合金製成的智能手錶 |
| 「智能貴金屬珠寶及飾品」 | 指 | 以黃金及鉑金等貴金屬製作的智能珠寶及飾品 |
| 「智能貴金屬手錶」 | 指 | 錶殼主體完全由貴金屬及其合金製成的智能手錶 |
| 「智能手錶」 | 指 | 具有智能功能的手錶。根據灼識諮詢的資料，智能手錶不僅具有手錶的傳統功能，亦整合了緊湊的計算機功能，具有健身追蹤、全球定位系統(GPS)導航以及運行各種應用程序等功能。為免生疑問，智能手錶包括貴金屬智能腕錶(即鑲有貴金屬的智能手錶) |
| 「平方米」 | 指 | 平方米 |
| 「次級經銷商」 | 指 | 在我們指定的銷售區域內由我們的一級經銷商再經銷我們的OBM產品的實體 |
| 「傳統手錶」 | 指 | 不包括任何智能功能的傳統手錶，及包括貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶(即產品中的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶) |
| 「維氏硬度數」 | 指 | 維氏硬度測試的數值結果，是一種測量金屬材料硬度的方法 |

| | | |
|---|---|---|
| 「錶殼」 | 指 | 根據GB/T 9820.2-2008，手錶的錶殼是指保護機芯免受灰塵、潮濕和震動，並賦予手錶外觀的部件 |
| 「錶殼主體」 | 指 | 根據GB/T 31896-2015，錶殼體部件的主要部件，由錶殼主體及錶殼體附件(即裝飾嵌件及飾釘等裝飾組件)組成。作為錶殼體部件一部分的錶殼主體示意圖如下： |




| | | |
|---|---|---|
| 「錶殼組件」 | 指 | 根據GB/T 31896-2015，手錶外觀件的一類部件，包括錶殼體部件、前圈部件、錶鏡部件、錶冠部件、按鈕部件、後蓋部件及其他(即密封圈、保護蓋、機芯座及螺絲) |
| 「錶冠」 | 指 | 錶盤或錶面外的旋鈕，用作手錶上鍊，並可作調校錶針到正確時間之用 |
| 「錶盤」 | 指 | 以金屬或其他材質製造的錶盤，盤面刻有顯示時、分、秒的各種標記，通常稱為錶面 |

**本招股章程所載的前瞻性陳述受風險及不明朗因素影響**

本招股章程載有前瞻性陳述，該等陳述(視乎其性質)可能存在重大風險及不確定因素。前瞻性陳述主要載於本招股章程「概要」、「風險因素」、「行業概覽」、「業務」、「財務資料」及「未來計劃及所得款項用途」各節。在本招股章程中，「旨在」、「預料」、「相信」、「可以」、「估計」、「預期」、「展望」、「有意」、「可能」、「或會」、「計劃」、「預計」、「建議」、「尋求」、「應」、「志在」、「將」、「會」及該等詞彙的反義詞及其他類似表述，當涉及本集團或我們的管理層時，即表示前瞻性陳述。該等陳述與涉及已知及未知風險、不確定因素及其他因素(包括本招股章程「風險因素」一節所述者)的事件有關，可能會導致我們的實際業績、表現或成就與前瞻性陳述所明示或暗示的表現或成就有重大差異。此等前瞻性陳述包括但不限於有關下列各項的陳述：

- 我們的業務前景、策略以及經營及擴張計劃；
- 有關我們未來業務營運、盈利能力、流動資金及資本資源的目標及預期；
- 我們經營業務或計劃經營業務的行業及市場的未來事件及發展、趨勢及狀況；
- 我們控制成本的能力；
- 我們物色及成功利用新業務發展機會的能力；
- 我們的股息政策；及
- 「財務資料」中有關價格、銷量、營運、利潤、整體市場趨勢、風險管理及匯率趨勢的若干陳述。

該等陳述反映我們的管理層現時對未來事件、營運、盈利能力、流動資金及資本資源的意見，當中若干部分未必會實現或可能會出現變動。實際結果可能因多項因素(包括但不限於「風險因素」所載的風險因素及下列各項因素)而與前瞻性陳述所暗示或明示的資料大相逕庭：

- 適用於我們或與我們業務或營運各方面相關的法例、規則及規例出現變動；

- 我們吸引和留住客戶的能力；
- 我們吸引及留住有經驗僱員及關鍵人員的能力；
- 我們保護品牌、商標或其他知識產權的能力；
- 中國的整體經濟、市場及營商環境，包括中國經濟增長的可持續性；
- 利率、匯率、股價或其他費率或價格出現變動或波動；
- 我們可能尋求的商機及業務擴張；
- 我們識別、計量、監察及控制業務風險的能力，包括改善整體風險概況及風險管理常規的能力；及
- 超出我們控制範圍的其他因素。

根據適用法例、規則及規例的規定，我們並無任何責任就任何新資料、未來事件或其他事項更新或以其他方式修訂本招股章程內的前瞻性陳述。受該等事項及其他風險、不確定因素及假設影響，本招股章程所論述的前瞻性事件及情況未必會以我們所預期的方式發生，甚或不會發生。因此， 閣下不應過度依賴任何前瞻性資料。本節所載的警示聲明以及「風險因素」所載的風險因素及不確定因素均適用於本招股章程所載的一切前瞻性陳述。

於本招股章程內，有關我們或任何董事意向的陳述或提述乃於本招股章程日期發表。任何該等意向均可能會因應日後發展而出現變動。

*投資我們的H股涉及各類風險。敬請　閣下於投資我們的H股前審慎考慮本招股章程所載全部資料，尤其是下文所述的風險及不明朗因素。*

*發生下述任何事項及尚未獲識別或我們當前認為並不重大的其他風險及不明朗因素均可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績或前景造成重大不利影響。倘發生任何該等事項，我們H股的成交價可能會下跌，且　閣下可能會損失全部或部分投資。　閣下應根據個人具體情況就可能作出的投資向有關顧問尋求專業意見。*

## 與我們業務及行業有關的風險

### 我們產品所用的原材料(尤其是黃金)的價格波動或供應短缺或對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響。

我們的原材料成本構成我們銷售成本最大的份額，且原材料(主要包括黃金)價格倘有大幅波動，或會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大影響。

黃金價格受多項因素影響，如(i)工業及消費者需求；(ii)持有黃金的政府機關(包括中央銀行)及多邊機構借出、銷售及購買黃金以及其他自營買賣活動及(iii)主要產金國家的回收黃金銷售、黃金生產水平、生產成本及供應干擾情況。黃金價格亦受黃金市場架構相關因素的影響，如黃金市場非同步的交易時段以及時有發生的投機活動所導致黃金供求短暫急速變動。其他影響黃金價格的因素包括全球貨幣體制的架構及信心、對通脹率的預期、美元(一般黃金報價貨幣)的相對走勢及信心、利率、黃金借貸率、全球或地區經濟、政治、監管、司法或其他事件以及戰爭及其他動亂。此外，由於除往績記錄期間的黃金租賃外，我們並無使用任何重大對沖工具管理黃金價格波動，我們極易受到有關波動的影響。

我們於往績記錄期間的收入增長部分歸因於黃金走強，原因是我們通常調整手錶及飾品的售價以反映金價波動。然而，我們不能保證金價會維持在當前水平。倘未來金價出現重大變動，購買黃金的消費情緒及意願可能受影響，進而可能影響我們的銷售額和收入。此外，我們的存貨按成本與可變現淨值兩者中的較低者入賬。於往績記錄期間，我們的大部分存貨為黃金存貨，如(i)金錠及(ii)硬金以及其他含金在製品及成品。因此，我們的存貨波動受黃金市價及我們持有的

黃金存貨數量變動及含金半成品的影響。金價下跌亦可能導致我們存貨賬面價值的下降，從而對我們的財務報表產生負面影響。

此外，於往績記錄期間，我們亦訂立黃金租賃作為黃金價格風險管理方法，以管理黃金價格波動的財務影響。就尚未償還的黃金租賃而言，倘黃金價格下跌，我們出售的手錶及飾品產品的價值可能會出現虧損，但同時我們可能受益於該等黃金租賃的公平值收益。相反，倘黃金價格上漲，我們可能會產生黃金租賃虧損，但我們或可按反映黃金價格上漲的較高價格出售手錶及飾品產品。請參閱本招股章程「業務－管理原材料價格波動的措施－取得黃金租賃以管理黃金價格風險」及「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－其他收益及虧損」。

該等黃金租賃產生的任何潛在收益或虧損，將在很大程度上被我們業務產生的固有影響所抵銷。我們擬在未來繼續使用黃金租賃管理黃金價格波動。然而，我們無法向　閣下保證該等安排將繼續有效減輕黃金價格變動的財務影響，亦無法保證我們的安排將能夠保護我們免受不利黃金價格變動的影響。若未能成功利用我們的黃金價格風險管理方法管理黃金價格變動，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。

**我們的盈利能力或會受到金價上升趨勢的影響。**

於往績記錄期間，(i)我們的大部分收入來自足金錶殼手錶及足金錶圈手錶(均含足金)的銷售；及(ii)根據灼識諮詢的資料，金價整體呈上升趨勢。此外，我們的策略為維持OBM產品的平均售價。如「－往績記錄期間部分產品收入及平均售價變動的原因－平均售價」所披露，於往績記錄期間，由於金價持續上升，我們為維持OBM產品平均售價的穩定性，降低手錶所含黃金重量。然而，黃金價格持續上漲將壓縮我們的毛利率，原因為在不影響定價的情況下，我們可能無法完全抵銷較高的原料成本(包含黃金成本)，或甚至無法抵銷。

因此，此情況可能對我們的生產成本構成不利影響，繼而影響毛利率及盈利能力。此外，我們可能無法透過提高手錶售價，將上升的黃金原料成本全數轉嫁予客戶。任何提高手錶售價措施亦可能對產品的價格競爭力與市場接受度產生負面影響，且我們的手錶客戶及消費者亦可能對相關售價變動產生負面反應。

基於上述，若黃金價格繼續上漲，我們的生產成本也將增加，這將對我們維持毛利率及盈利能力的能力產生不利影響。因此，黃金價格上升趨勢導致我們的毛利率及盈利能力下降，可能對我們的銷售、業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響。

**嚴峻經濟環境及經濟不確定性及政府應對行動可能會對我們的業務造成重大不利影響。**

我們手錶及飾品產品的需求在很大程度上取決於我們現有及潛在消費者的可支配收入及消費模式，而消費者的可支配收入及消費模式受多項因素所影響，如當前或預測經濟環境、就業市場前景以及股市及其他另類投資的表現，以及預期的未來全球和區域宏觀經濟環境，如就業率、通脹率及利率。倘作為我們主要收入來源的一個或多個主要市場(尤其是中國)出現任何不利經濟發展，可能會導致我們產品的需求減少，進而導致收入降低及利潤減少。此外，於經濟放緩期間，更多客戶或合約方更可能拖欠對我們的責任，而貿易及資本流量可能因若干市場推出的保護主義措施而進一步收縮，這可能導致經濟進一步放緩。消費者、企業及政府支出、商業投資、資本市場波動及通脹等因素均影響商業及經濟環境、中國貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶及飾品產業的增長，並最終影響我們業務的盈利能力。基於上文所述，我們的業務、經營業績及財務狀況很可能會受到我們任何主要市場或整體經濟衰退的影響。

另一方面，即使在經濟好轉期間，由於存在替代產品及投資選擇，我們在維持消費者對我們產品的需求方面仍可能面臨挑戰。另外，購買黃金產品的消費情緒及意願可能部分受經濟環境及商品價格影響。比如，消費者面臨經濟不明朗時在重大購物方面表現得更為審慎，而當經濟不確定性消除時，則可能更有意願購買奢華物品。

我們無法向　閣下保證，我們市場中的一般消費需求不會受到全球或區域經濟環境的不利影響。此外，倘我們的競爭對手通過降低零售價格來應對任何市場趨勢、消費者需求或信心的下降，我們維持市場份額的能力可能會受到不利影響，我們或需加強我們的銷售及營銷力度以進行有效競爭。有關舉措可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

**我們的業務倚賴旗艦自主品牌「HIPINE(西普尼)」的實力，一旦旗艦自主品牌惡化可能對我們的銷售額、盈利能力和增長策略的實施造成不利影響。**

我們將旗艦自主品牌 HIPINE 西普尼金表 HIPINE(西普尼)視為我們最重要的資產之一。我們黃金錶殼手錶、黃金錶圈手錶及貴金屬飾品產品的銷售額主要有賴於我們的旗艦自主品牌實力。我們的HIPINE(西普尼)品牌實力建基於我們提供兼具美觀性及功能性的優質產品的聲譽，並與我們的經銷網絡中快捷的客戶服務相輔相成。我們的品牌形象亦建基於我們的產品設計、產品所用材料、產品的展示及品質、我們的品牌形象、我們的一級經銷商及零售點的形象，以及我們的銷售及營銷工作的成效。

倘未能管理上述任何因素，或我們的銷售、營銷及其他推廣活動未能進一步提升我們的品牌形象，可能對我們品牌形象的價值及觀感，以及我們從競爭對手中脫穎而出及維持現有客戶或吸引新客戶的能力造成不利影響。此外，我們的聲譽及品牌形象可能會受到若干我們無法控制的因素的負面影響。例如，於往績記錄期間，我們大部分產品售予我們的一級經銷商，而非終端消費者。請參閱本招股章程「業務－銷售及經銷－OBM銷售及經銷模式－經銷」。由於我們對一級經銷商或一級經銷商的任何下級經銷網絡並無擁有權或管理控制權，概不保證我們產品的經銷模式將為我們向目標客戶銷售產品的有效及具成本效益的方式，亦不保證我們的一級經銷商將遵守我們經銷協議的規定或相關法律或監管規定，從而可能對我們的品牌形象及客戶的口碑造成不利影響。請參閱「業務 － 銷售及經銷」。倘我們的品牌形象或聲譽惡化，我們可能無法維持目前的價格或銷量或推出新產品或進入新市場，此可能會對我們的業務、經營業績、財務狀況及我們的增長策略造成重大不利影響。

**我們經營所在行業競爭激烈，倘我們無法有效競爭，我們的銷售額、盈利能力及增長前景或會受到重大不利影響。**

貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶及飾品行業的競爭激烈，我們面臨國際、地區及國家層面的競爭。這兩個市場擁有眾多以提供原創及流行的設計及具有獨特品牌特徵的優質產品而聞名的知名品牌。此外，可能有新市場參與者進入該等市場，可能對我們構成重大競爭壓力並降低我們市場份額。手錶及珠寶及飾品品牌的競爭主要基於其品牌形象、產品的受歡迎程度及質量、銷售網絡、營銷工作的成功及客戶服務的質素。請參閱本招股章程「行業概覽－貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場的競爭格局」及「業務－市場及競爭」。我們的競爭對手可能擁有優於我們的

品牌知名度、設計及生產能力、零售及經銷網絡、銷售及營銷功能、客戶關係或財務資源，且彼等可能比我們更快對新興市場趨勢作出反應。

在市場中競爭可能導致我們的資本投資、銷售及營銷以及其他支出增加，或妨礙我們提高價格以收回增加的成本，導致我們的利潤下降或失去市場份額。倘我們無法有效地與競爭對手競爭，我們的業務、經營業績、財務狀況及增長前景或會受到重大不利影響。

**倘我們無法有效應對市場趨勢及消費者偏好變化，以及對設計及質量日益增加的需求，或未能推出具有商業價值的產品，或未能及時推出，我們的市場份額及經營業績或會受到不利影響。**

我們手錶及飾品業務的成功取決於我們識別市場趨勢及消費者偏好的能力，其後通過改進現有產品或開發工藝、技術、美觀性及功能性主張更強的新產品，及時設計並向市場推出符合該等趨勢及偏好的產品，以滿足廣大客戶及消費者的需求。然而，消費者偏好可能會隨時間推移，因應經濟環境的變化等多項因素而變化。倘我們未能預測或順應消費者偏好變化或未能及時向市場推出符合新趨勢及偏好的產品，我們的市場份額、銷售額及盈利能力或會受到不利影響。

同樣，倘我們未能估量或低估消費者對我們產品需求的任何預期增幅，我們可能會失去銷售機會，亦可能對我們的商譽、品牌形象及盈利能力造成不利影響。因此，倘我們未能及時成功預測或回應消費者偏好的變化及滿足對設計及質量日益增加的需求，我們的銷售額、業務、經營業績及前景或會受到重大不利影響。

此外，中國貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶及飾品行業極易受流行市場趨勢及消費者偏好變化影響。為在該等行業內取得持續成功，我們必須能及時預計、發現及應對該等變化。由於消費者對貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶及飾品的偏好相當主觀，我們可能無法預計或應對其變化。因此，我們無法向　閣下保證我們的產品將具有商業價值或取得成功。倘我們未能推出具有商業價值的產品，我們的滯銷及陳舊產品存貨將會增加，我們的財務狀況及盈

利能力或會受到不利影響。長遠而言，此可能導致商譽及品牌形象受損或降低，進而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

儘管我們大部分原材料為商品，但有關原材料供應商數量減少或不論因供應短缺、失去供應合約、競爭對手的需求增加或全球市價波動所導致之有關原材料的整體供應減少等多項因素可能會對(i)供應，(ii)採購渠道，或(iii)購買我們產品所需的若干原材料的成本造成不利影響。因此，我們可能必須支付更高的價格，或可能無法取得該等原材料。

**我們面臨與產品經銷模式相關的風險。**

***我們準確追蹤經銷商及零售點的銷售及存貨水平的能力可能有限。***

我們的產品在中國的經銷網絡由我們的一級經銷商及其客戶(包括次級經銷商及零售點運營商)擁有及管理。我們無法直接取得我們的一級經銷商及次級經銷商以及與彼等有業務往來的零售點運營商的日常銷售及存貨水平。除與我們的一級經銷商進行討論，以更好地了解彼等的業務表現外，我們可能要求彼等提供有關存貨水平及下級經銷網絡等資料的報告，因此，我們在很大程度上倚賴一級經銷商的配合及能力，以準確收集並向我們報告相關數據，而我們無法確保彼等所提供資料的準確性。倘我們的一級經銷商未能收集或向我們提供準確資料，我們可能並無其他方法得以準確有效地監控及評估一級經銷商的銷售或存貨水平，以及次級經銷商及零售點的數量。因此，我們可能會誤判市場狀況，並根據錯誤的資料規劃我們的業務策略，進而可能對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響。

***我們倚賴經銷商銷售我們的產品，因此倘我們無法吸引優質的經銷商，或經銷商未能成功銷售及經銷我們的產品，我們的業務、經營業績、財務狀況及前景或會受到重大不利影響。***

我們主要向中國的一級經銷商銷售我們的產品，而經銷商則(i)透過彼等所營運的零售點或(ii)向其客戶轉售我們的手錶。我們倚賴我們的一級經銷商在中國不同省份及地區分銷我們的產品、經營零售點及管理與次級經銷商及零售點運營商的安排。

於2025年5月31日，我們已委聘五名一級經銷商，其中四名位於中國且總部設於中國，且經營零售點及委聘其各自的客戶以銷售及經銷我們的產品。有關我們在中國的經銷網絡覆蓋範圍的詳情，請參閱「業務－銷售及經銷－中國經銷網絡－線下零售點」。我們倚賴一級經銷商的下級經銷網絡保障我們的地理覆蓋範圍，並在其各自指定的地理區域實現中國銷售渠道的市場滲透。然而，我們無法保證我們始終能夠吸引到足夠數量的優質經銷商，以維持或擴大一級經銷商下級經銷網絡的地理覆蓋範圍。此外，我們亦無法保證我們的一級經銷商會持續以目前的需求水平採購我們的產品、成功銷售及經銷我們的產品或達成其年度銷售目標。倘我們的任何一級經銷商終止或不繼續與我們的業務關係，或倘我們的任何一級經銷商表現欠佳，我們可能無法及時或根本無法物色到合適的替代者，因而可能會導致我們失去銷售機會，進而對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響。

***倘我們的一級經銷商、次級經銷商及零售點未能遵守經銷協議的若干規定及╱或相關法律或監管規定，我們的業務或會受到不利影響。***

在中國，我們的大部分產品乃透過我們的一級經銷商及其客戶所經營的零售點售予消費者。我們設有一套有關一級經銷商管理及定期監察的內部政策。然而，我們對一級經銷商的任何下級經銷網絡均無所有權或管理控制權，我們透過監督一級經銷商對經銷協議條款的遵守情況來管理我們的經銷網絡。我們無法向　閣下保證我們的一級經銷商在任何時候均嚴格遵守我們的經銷協議中的條款及條件。

在我們的經銷協議中，我們一般要求(其中包括)我們的一級經銷商(i)僅在其獲授權的各自地區及銷售渠道內銷售我們的OBM產品；(ii)在其指定各自地區內設有一個實體展示中心，以展示我們的OBM產品；(iii)嚴格禁止銷售、促銷、分發、展示或儲存(a)任何非我們提供的產品；(b)任何可能在其指定區域內營運的展示中心與我們的自主品牌或OBM產品競爭的產品；(iv)制定來年須經我們審批的綜合銷售計劃，並於每月月底前向我們提交下個月的銷售計劃及採購計劃；(v)禁止向我們的人員提供與我們之間簽訂的協議項下擬開展的業務有關的任何禮品、回扣、佣金或其他福利。然而，我們無法保證我們的一級經銷商會持續遵守甚至根本無法遵守該等規定，且可能難以確保彼等遵守該等規定。倘我們的一級經銷商或其客戶未能遵守該等規定，我們銷售及經

銷策略的執行、我們的品牌形象以及公眾對我們品牌定位的觀感或會受到負面影響。因此，我們的業務、經營業績、財務狀況及前景或會受到重大不利影響。

此外，我們亦無法向　閣下保證我們的一級經銷商已遵守所有可能影響其業務營運的適用中國法律法規。我們亦無法向　閣下保證，彼等已經或將擁有足夠的資源應對監管、經濟或商業環境的突發變化或其他超出彼等控制的因素。倘我們的任何一級經銷商未能遵守適用的中國法律及法規，或未能應對意外變動，彼等的業務營運可能會受到不利影響，向我們的採購量亦可能會減少。

***我們監控經銷商表現及銷售人員於零售點的服務質素的能力有限。***

由於我們與一級經銷商所營運零售點的銷售人員或彼等的客戶並無直接合約關係，因此我們對該等銷售人員控制有限。此外，我們無法向　閣下保證我們監控零售點銷售人員表現的系統足以令我們發現所有不遵守我們政策或不當服務的事宜。因此，我們並無直接的機制控制我們的產品在不同零售點的營銷或銷售方式。倘我們的一級經銷商未能遵守並確保執行我們的政策，或我們未能密切監控我們的一級經銷商、次級經銷商及零售點，或會對我們產品的銷售及經銷造成重大不利影響，進而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

此外，我們無法向　閣下保證一級經銷商、次級經銷商及零售點將採用與我們品牌形象一致的適當銷售及營銷方法或方式。服務欠佳或不當可能會損害我們的品牌形象及聲譽。我們無法向　閣下保證我們將總能及時發現問題及採取行動。倘我們未能及時發現問題及採取行動，我們的品牌形象及聲譽可能會受損，繼而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

***我們面臨現有經銷商與新經銷商之間自相蠶食的風險。***

我們對一級經銷商所作定位旨在有效捕捉不同地區目標客戶的市場需求，而各一級經銷商的發展計劃乃根據可能因不同地理區域而異的其他因素而釐定，例如整體經濟狀況、平均可支配收入、獨特的當地趨勢或偏好以及當地競爭。在發展我們的經銷商網絡時，我們可能會在適當情況下在現有一級經銷商的區域內及周邊聘用新一級經銷商，以提高運營效率並有效地為客戶提供服務。我們的現有一級經銷商及新一級經銷商以及次級經銷商可能會自相蠶食市場。我們部分目標地區的產能及增長以及目標客戶對我們產品的需求可能有限，且可能無法支持我們的擴張計

劃。由於過度擴張及自相蠶食效應的原因，我們現有一級經銷商及新一級經銷商以及次級經銷商之間可能會出現覆蓋範圍重疊的情況及意料之外的競爭。因此，新經銷商的表現可能不如預期，並可能對我們一級經銷商的整體表現及我們的盈利能力產生不利影響。概不保證我們為減輕不同一級經銷商及次級經銷商之間出現潛在自相蠶食而採取的措施必然奏效，倘出現自相蠶食情況，可能進而對我們的業務、財務狀況或經營業績造成不利影響。

**於往績記錄期間，我們的數名客戶已貢獻我們大部分收入，並繼續成為我們於往績記錄期間相關年度／期間的五大客戶。倘彼等未來減少採購量，或倘彼等嚴重延遲付款，或倘我們未能與彼等維持關係，我們的經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。**

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們向五大客戶銷售產生的總收入分別為人民幣295.67百萬元、人民幣405.76百萬元、人民幣398.40百萬元及人民幣214.45百萬元，佔各年度／期間總收入約91.34%、91.08%、87.26%及92.83%。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們來自最大客戶的收入分別為人民幣115.87百萬元、人民幣143.83百萬元、人民幣116.66百萬元及人民幣103.28百萬元，佔各年度／期間總收入約35.80%、32.29%、25.55%及44.71%。於該等客戶中，(i)深圳市信諾珠寶；及(ii)北京世紀通源珠寶首飾(於2022財年)、北京世紀緣珠寶及深圳金泓韵珠寶均由一名獨立第三方共同控制；及(iii)新疆國金皓耀珠寶(於2022財年)及／或新疆國金晟世珠寶(均由獨立第三方共同控制)於往績記錄期間各年度／期間一直為我們的五大客戶之一，並於往績記錄期間大量採購我們的產品。我們無法向　閣下保證該等客戶會如往績記錄期間一般繼續大量購買我們的產品。倘我們的最大客戶中有一名或以上客戶大幅減少向我們採購，及倘我們未能與新客戶建立業務關係以取代該等客戶，我們的經營業績及財務前景或會受到重大不利影響。

於往績記錄期間，我們向該等客戶授出信貸期。我們無法向　閣下保證該等客戶的付款不會出現嚴重延遲。倘我們於往績記錄期間各年度／期間的最大客戶中有一名或以上客戶延遲向我們付款，我們的現金流量及流動資金或會受到重大不利影響，進而影響我們的整體經營業績及財務前景。

**我們向有限數量的供應商採購若干主要原材料。尤其是於往績記錄期間，我們嚴重倚賴單一供應商。我們可能無法一直按商業上可接受的條款獲得穩定的合格原材料供應，甚至根本無法獲得穩定的合格原材料供應。**

於往績記錄期間，我們嚴重倚賴我們的主要供應商(尤其是上海黃金交易所為我們於往績記錄期間各年度／期間我們的最大供應商)供應若干主要原材料。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們向五大供應商的採購總額分別為人民幣220.10百萬元、人民幣403.45百萬元、人民幣308.90百萬元及人民幣157.52百萬元，佔我們各年度／期間採購總額約90.72%、93.92%、92.40%及95.38%。於2022財年、2023財年及2024財年各年及2025年首五個月，我們向最大供應商的採購金額分別為人民幣154.07百萬元、人民幣382.56百萬元、人民幣275.72百萬元及人民幣148.75百萬元，分別佔我們各年度／期間採購總額約63.50%、89.05%、82.48%及90.07%。概不保證我們將能夠按商業可接受條款繼續自任何主要供應商獲得足夠及優質的原材料。倘我們的任何主要供應商未能及時滿足我們的採購訂單，或未能向我們提供商業上可接受的條款，或未能按我們要求的質量及數量向我們供應原材料，或終止與我們的業務關係(視乎情況而定)，我們可能無法及時按商業上可接受的條款向同類的替代供應商採購足夠的原材料，甚至根本無法採購足夠的原材料，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。

**倘我們的產品開發能力下滑，我們的競爭力及市場份額可能會受到不利影響。**

OBM產品的設計均展現了我們精湛的工藝及創新設計，我們能夠在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶行業建立自身的地位。我們產品的設計及開發過程一般包括五個步驟：(i)市場調查及資料收集，(ii)概念性產品設計，(iii)設計審查及改進，(iv)原型設計及測試，及(v)最終產品評估。請參閱本招股章程中的「業務－我們的業務模式－(ii)設計與開發」。倘我們的產品的設計及開發未能持續滿足客戶需求，我們的產品銷售可能受到負面影響。此外，我們的競爭對手可能會開發出在成本、時間及產品質量方面優於我們的產品開發技術，導致我們的產品開發技術過時及我們的業務失去競爭力。倘上述任何因素發生，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

**我們在技術開發及投資方面的工作未必會產生預期成果。**

我們產品的整個製造過程倚賴各種關鍵專有技術，包括「足金材料硬化」、「硬質足金精密加工」及「足金真空熔煉」技術。我們已投資並計劃繼續投資於開發及升級產品製作過程中所使用的技術。然而，我們未必總能成功開發或升級我們的技術，以滿足我們的業務及產品需求。

我們無法向　閣下保證我們在該等技術的投資能產生預期的成果，在此情況下，我們的業務、財務狀況、經營業績和前景或會受到重大不利影響。

**我們的業務倚賴我們的知識產權，尤其是我們的商號、商標、專利、產品設計及商業秘密，我們未必能夠保證防止該等知識產權免受侵權及未經授權使用於仿冒產品。**

我們將我們的 HIPINE 西普尼金表 HIPINE(西普尼)品牌、相關商標及其他知識產權視為對我們的成功及競爭優勢至關重要。為保護及維護我們的核心品牌，我們的政策為盡可能根據我們營運或擬營運的司法權區當地相關法律法規，於當地註冊及保護相關知識產權。於2025年5月31日，我們已於中國註冊(i) 225項商標、206項專利及17項著作權；(ii)在其他司法權區註冊八項商標；及(iii)兩個域名。我們正在申請，未來也可能申請新的商標、專利、版權、域名及其他知識產權，或續新現有知識產權。然而，此類申請程序亦需要時間，在此期間我們使用此類知識產權可能會缺乏法律保護。此外，我們無法向　閣下保證我們能夠申請新知識產權或在知識產權申請到期後成功續期。於此情況下，我們可能無法再於我們的業務中使用該等知識產權，或被禁止製造或銷售該等知識產權下的產品或使用該等知識產權，此亦可能會影響我們的品牌、產品和營運，進而導致我們的客戶流失和聲譽受損。因此，我們的業務、財務狀況及經營業績將受到重大不利影響。

此外，我們依賴中國及其他司法權區的知識產權法來保護我們的品牌、商標、版權和其他知識產權。我們無法向　閣下保證已經或將就保護我們的知識產權採取足夠的措施，亦不能保證我們的知識產權日後不會被侵權。我們的知識產權若遭未經授權使用，可能會損害我們的品牌、市場形象及聲譽並導致消費者對我們的品牌失去信心，這可能對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。

為防止或停止與我們的知識產權及產品有關的侵權行為而進行的任何訴訟的費用可能很昂貴，並會分散我們管理層的精力及其他資源，使其無法用於我們的業務。倘我們無法從相關侵權方收回費用，我們可能須承擔此類訴訟所產生的費用。此外，倘假冒產品的質量存疑，且消費者無法完全區分此類假冒產品與我們的產品，則我們的聲譽和品牌價值可能會受到損害。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績和前景可能會受到重大不利影響。

與我們的商號或商標相同或相似的商號及商標可能已由第三方在我們可能決定進入的其他市場註冊或使用。倘我們決定取得在該等市場使用我們商號及商標的權利，可能會產生龐大的費用。倘我們無法以我們可以接受的條款取得該等權利，或根本無法取得該等權利，我們可能無法進入該等市場使用我們的商號及商標。

此外，由於我們的若干主要工藝，包括拋光工藝、拉絲工藝、車花工藝及釘珠工藝均屬公開信息，我們僅能在商業秘密方面保護我們的工藝技術。我們概不保證該等保護措施是否足夠，且一旦第三方複製我們的專業技術，我們產品的競爭力及聲譽或會受到不利影響，進而影響我們的業務及經營業績。此外，我們在證明第三方複製我們的專業技術時可能會面臨困難，或即使我們成功證明，亦可能會產生高昂的成本。

**我們可能會面臨知識產權侵權索償，對相關索償進行抗辯可能會產生巨額開支並可能產生重大責任。**

我們的競爭對手或其他第三方可能擁有與我們有潛在衝突的知識產權及利益。我們可能須投入大量的時間及資源，為所受到的商標、專利、著作權或其他知識產權索賠進行抗辯，倘任何此類索賠勝訴，我們可能需要承擔重大責任。此外，我們可能並無繼續開發、生產、使用或銷售被裁定為侵犯第三方知識產權及利益的產品的法定權利。我們可能需要按照法律要求投入大量資源重新設計我們的產品，使其不侵犯第三方的知識產權及利益，我們亦可能須取得相關許可，以避免進一步的侵權行為。對我們的知識產權相關訴訟可能會嚴重干擾我們的業務，分散我們管理層的注意力或消耗我們大量的財務資源。此外，我們在日常營運的其他方面，如在廣告及推廣活動中使用視頻、圖像、字體或音樂，亦可能遭到第三方的侵權或盜用索償。任何知識產權糾紛均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

**倘我們的產品質量受損，或倘我們的售後服務未能達到客戶的期望，我們的業務及聲譽或會受到重大不利影響。**

我們採納的質量保證措施涵蓋生產工序及營運的各個方面，包括設計及安裝生產設施、維護設備、採購原材料及包裝材料、監控及質量檢查原材料、在製品及成品，以及驗證文件，以符合產品註冊認證標準及要求。更多詳情請參閱本招股章程「業務－我們的業務模式 －(v)質控」一節。任何可能影響我們所銷售產品質量的事故均可能對我們造成重大責任或處罰、損害我們的聲譽，並可能導致我們的保險公司拒絕為我們的產品承保。

我們亦主要透過中國的維修服務地點及服務查詢熱線為客戶提供售後服務。更多詳情請參閱本招股章程「業務－售後服務與保修」一節。隨著我們日後的持續增長，為我們的維修中心及服務查詢熱線提供服務的員工以及零售點售後服務人員可能出現短缺。概不保證我們或我們的零售點能夠聘請足夠的合資格員工或向彼等提供足夠的培訓，以具成本效益的方式達到我們的售後服務標準，亦不保證大量聘用相對缺乏經驗的員工將不會降低我們售後服務的質量。倘我們產品的售後服務代表未能提供及時及令人滿意的服務，則我們的品牌及客戶忠誠度可能受到不利影響。此外，任何有關售後服務的負面報道或負面反饋將進一步損害我們的品牌及信譽，進而使我們流失客戶及市場份額。

**我們的退換貨及保修政策可能會對我們的經營業績產生不利影響。**

除非產品有瑕疵，否則我們的客戶一般不得在產品交付驗收後退貨或換貨，且我們通常會為產品提供有限保修。詳情請參閱「業務－售後服務與保修」。根據適用法律及╱或法規，我們或須不時採用新的或修訂現有的退換貨及保修政策。儘管該等政策可提高我們產品的用戶體驗並幫助我們獲取並留住客戶及終端用戶，但若我們的產品品質惡化，我們可能會產生與退換貨及保修相關的高額成本及開支，且我們可能面臨可能無法收回的額外成本及開支。我們無法向 閣下保證我們的客戶及終端用戶不會濫用退換貨及保修政策，而這可能導致成本大幅增加並可能對我們的業務及經營業績造成不利影響。倘我們為了減少成本及開支而修訂有關政策，客戶及終端用戶

或有不滿，從而可能會對我們的品牌形象和聲譽造成不利影響，並導致現有客戶及終端用戶流失或無法以理想的速度獲取新客戶及終端用戶，則我們的經營業績可能會受到重大不利影響。

**無法維持有效的定價策略，以及我們產品價格的任何下調，均可能對我們的業務造成重大不利影響。**

我們手錶及飾品產品的需求一般對價格敏感，原因為其屬奢侈品，其銷售額較易受收入變動的影響。我們為手錶及飾品產品定價的方法已經並可能繼續對我們的收入及利潤率產生重大影響。我們各款手錶及飾品產品的售價主要取決於材質及生產成本，以及所採用的工藝技術的難度及複雜程度，而其他因素如生產相關產品的業務模式及分銷產品的銷售渠道亦考慮在內。我們的定價策略可能無法有效維持我們的盈利能力。此外，我們競爭對手的定價策略並非我們所能控制，可能會嚴重影響我們定價策略的成果。倘我們無法滿足客戶對價格的期望，或當競爭對手採取進取的定價策略時，我們無法與彼等進行有效競爭，亦無法因產品價格潛在下調而有效調整我們的成本結構，均可能對我們的業務、財務表現及經營業績造成重大不利影響。

**我們將若干生產工序外包予外部分包商。倘我們未能與分包商維持關係，且我們的合約分包商無法按時完成符合我們質量標準的外包生產流程，我們的品牌形象及業務或會受到負面影響。**

於往績記錄期間，我們將若干附屬／簡單生產工序分包予外部分包商。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們的外包加工費分別約為人民幣5.13百萬元、人民幣6.85百萬元、人民幣5.87百萬元及人民幣2.89百萬元，分別佔我們於相應年度／期間總銷售成本的1.98%、2.03%、1.76%及1.81%。請參閱本招股章程「業務－我們的業務模式－(iii)製造－外包生產」。概不保證我們將能與分包商維持關係。倘我們的分包商終止與我們的業務關係，我們可能無法及時以商業上可接受的條款物色到合資格的分包商，或根本無法找到合資格的分包商，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。

由於我們對其運作的控制有限，我們無法保證彼等始終能遵守我們的質量標準。我們亦無法保證我們的檢驗及質量控制檢查能夠發現與來自我們分包商的加工貨品有關的質量問題。分包商加工貨品的任何瑕疵或未能遵守質量標準，均可能導致我們的產品出現質量問題，進而使我們負上責任或損害我們的聲譽，並使我們所售產品的需求下降。

此外，我們的分包商按時交付我們所要求的加工貨物的能力可能受到多項因素的負面影響，包括(其中包括)(i)人力出現嚴重短缺；(ii)由於設備故障、電力故障、天氣狀況等原因導致其生產設施出現重大非計劃性停運；(iii)因違反勞工、環保、消防或其他法律法規的行為被相關政府部門責令停產整頓；及(iv)因運輸短缺、停工、基礎設施堵塞或自然災害而導致交付延誤。倘我們的分包商未能按時或根本無法按我們的要求交付加工貨品，可能會對我們按時完成生產計劃、滿足客戶需求及維持充足庫存的能力造成重大不利影響。

此外，我們無法向　閣下保證我們的分包商會全面遵守適用的法律及法規，例如勞動法及環境法。倘出現任何與此類不合規行為相關的負面宣傳，我們的品牌形象或會受損。

**未能維持最佳存貨水平、確保存貨的安全或管理存貨的減值風險可對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。**

維持原材料、半成品及成品的最佳存貨水平對我們業務的成功至關重要。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們的存貨結餘分別為人民幣513.1百萬元、人民幣632.6百萬元、人民幣656.1百萬元及人民幣660.3百萬元，主要包含硬化金。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們的存貨週轉天數分別為699日、620日、708日及624日。請參閱本招股章程「財務資料－綜合財務狀況表若干項目說明－存貨」。根據灼識諮詢的資料，在貴金屬珠寶及飾品行業，保持高水平的半成品黃金存貨是行業的普遍做法。此存貨支持快速生產及定制，減輕了黃金價格波動的影響，並有助於降低採購成本。此外，黃金半成品可透過回收或直接銷售迅速變現，為企業提供靈活的現金流管理。此做法在貴金屬珠寶及飾品企業中尤為普遍。我們因多項超出我們控制範圍的因素而承受存貨風險，包括我們供應商及分包商供應延遲或中斷、不斷轉變的消費潮流及客戶偏好，以及競爭產品的推出。此外，為存貨之目的，我們通常於實際銷售前估計我們所售產品的需求以確保我們能夠滿足客戶需求。我們無法向　閣下保證我們能夠準確預測能影響我們產品需求的趨勢及事件並時常因此維持充足的存貨。倘我們所售產品的市場需求突然下降，則可能導致存貨過剩，這可能對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。另一方面，存貨不足可能導致我們無法滿足客戶需求及銷售額流向競爭對手，因此亦可能對我們的經營業績造成不利影響。

我們亦可能面臨與原材料、半成品及成品倉儲及運輸相關的若干風險，尤其是由於該等產品包含黃金及貴金屬，本身具有很高的貨幣價值。盜竊、搶劫、火災、爆炸、煙霧、水浸及天氣災害等意外可能會導致我們倉庫中或運輸中的存貨損毀，並對我們準時製造及向客戶供應產品的能力造成不利影響。概不能保證我們已採取的確保產品及黃金等主要原材料安全的各種措施將充分有效。任何該等意外事故的發生亦可能需要我們支付高額的意外支出，並延遲我們的產品生產或交付。根據我們的現有保單，我們因該等運營中斷及產品生產或交付延誤而流失的銷售額或增加的成本可能無法收回，且長時間業務延遲或中斷可能導致客戶的流失。倘發生任何一項或多項上述風險，我們的市場聲譽、業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

此外，由於我們的業務擴張，我們的存貨未來可能會進一步增加。倘黃金、貴金屬及其他原材料的市價大幅下跌，我們將面臨存貨減值的風險，這可能對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。

**由於現金周轉週期較長，我們可能面臨流動性風險。**

我們於往績記錄期間錄得較高平均存貨週轉天數，這可能導致我們的收入轉換為現金流的延遲。我們的現金周轉週期(即通過追蹤將我們於庫存及其他資源的投資轉化為銷售所得現金流量所需的天數來衡量我們管理營運資金的效率的指標)於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別為726天、644天、732天及666天。現金周轉週期乃按平均存貨週轉天數及平均貿易應收款項週轉天數之和減去平均貿易應付款項週轉天數計算。概不能保證我們的長現金周轉週期未來能夠改善，尤其鑑於黃金價格波動及可得性、供應鏈波動、客戶需求及支付模式變動以及更廣泛的宏觀經濟狀況。長現金周轉週期可能增加我們對營運資金及╱或外部融資的依賴，以支持我們的營運及未來增長。倘我們未能有效管理存貨水平或按可接受條款獲得足夠融資，我們的流動資金狀況可能受到負面影響，這繼而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

**生產成本、手錶零部件成本、勞工成本上升及整體通脹可能會對我們的業務及盈利能力造成不利影響。**

通脹對我們的銷售成本有重大不利影響，因為該通脹壓力可能導致我們業務營運中的各種成本組成部分增加，例如勞工成本、原材料、能源及運輸。董事預期我們的銷售成本未來將持續增加。倘我們無法找出並採取適當的方法來降低成本，或將該成本增加轉嫁予客戶，則我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。

近年來，中國的勞工成本大幅上升，已影響我們的成本結構。除通脹及其他因素外，於2008年1月1日生效的《中華人民共和國勞動合同法》的實施亦是導致中國勞工成本上升的原因之一。

我們的員工成本分配在銷售開支、行政開支及研發開支中列作員工福利開支，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別為人民幣17.12百萬元、人民幣18.83百萬元、人民幣20.75百萬元及人民幣8.27百萬元。員工成本增加可能導致我們的生產成本上升，而我們可能無法找出並採取適當的方法降低成本，或無法將此成本增加轉嫁予我們的客戶。

由於我們大部分產品的製造過程展現傳統手製工藝元素，因此我們的產能主要視乎生產設施的生產人員而定。我們無法向　閣下保證我們將不會面臨任何勞工短缺。倘我們無法留住足夠熟練勞工或無法找到具有類似經驗且薪酬相似的相關職位的替代人員，我們的運營成本可能因新進員工的工資支付及培訓成本增加而增加。此外，勞工短缺可能會影響我們的產品質量及生產效率，其將對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們亦可能會因勞資關係惡化，以及處理任何由此引起的糾紛、罷工、索賠、法律訴訟、聲譽受損和勞工短缺而產生額外成本。我們尋求與我們的僱員保持良好的勞資關係，因為我們認為我們的成功取決於我們吸引、激勵及留住合資格員工的能力，而我們的優質人才庫正是我們的核心優勢及競爭優勢之一。請參閱本招股章程「業務－僱員」。我們無法向　閣下保證我們於未來將不會出現任何勞資糾紛。我們勞資關係的任何惡化可能導致糾紛、罷工、索賠、法律訴訟、聲譽損害及影響我們業務營運的勞工短缺，以及經驗、專有技術及商業秘密的損失。

此外，長期的通脹可能導致實際可支配收入下降，以及我們的客戶購買我們的手錶及飾品產品的意願下降。由於我們的未來發展與消費者的消費模式高度相關，持續或反復的通脹可能會打擊消費者的信心，對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響。

**產能不足以及無法有效擴張生產設施，可能會妨礙我們滿足客戶需求的能力。**

我們無法向　閣下保證我們的產能足以滿足市場對我們產品的整體需求，尤其是在我們擴大經銷網絡令產品需求增加的情況下。同樣，倘我們的生產設施中的生產日後中斷，尤其是在我們部分或全部產品需求較大的期間，我們無法向　閣下保證我們將能夠滿足對我們產品的整體需求或對特定產品的需求。在該等情況下，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

日後，隨著業務增長，我們可能需透過不同措施擴大產能，包括興建新生產設施。受手錶及飾品業務持續增長以及我們有計劃進一步發展智能可穿戴設備業務的推動下，我們已開始興建將主要負責生產智能手錶及飾品的新莆田生產基地，且我們計劃利用深圳生產基地生產傳統手錶。此安排預期提高我們的傳統手錶及智能可穿戴設備的年產能。我們無法向　閣下保證我們的新生產設施能及時準備就緒，亦無法保證我們能以其他方式成功擴大產能。有多項因素可能延遲我們的擴張計劃或增加我們與新生產設施有關的成本，包括：

- 因擴張生產設施而預期增加的成本，例如直接勞工成本及維修保養成本；
- 未能立即或根本無法成功實施擴張計劃；
- 未能籌集足夠資金在新生產設施建立我們的業務及維持營運資金經營業務；
- 未能及時取得相關政府部門的環境及監管批文、許可證或牌照；
- 未能為生產設施覓得新場所；
- 建築材料短缺或延遲交付導致延遲交付生產設施；

- 各項影響施工進度並導致延遲交付生產設施的因素；及

- 基於市況變動而須對新生產設施作出技術改動、產能擴大或對有關計劃作出其他變動。

未能擴大產能可能會阻礙我們滿足客戶需求及支援我們增長與市場擴張的能力，進而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。此外，倘未來市場需求因市場趨勢改變、客戶偏好或其他非我們所能控制的因素而下降，我們產品的實際產量及需求以及所得收入可能無法隨著我們產能的增加而增加，而且我們可能無法收回因興建新生產設施以及維修及保養該擴大產能所產生的成本。延遲或取消擴張計劃亦可能使我們與不同的交易對手(包括土地所有者、建築公司、金融機構及相關政府機關)產生糾紛。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

**我們依賴高級管理團隊及其他關鍵員工的持續服務，倘失去彼等的服務，我們的業務、財務狀況及經營業績將大受影響。**

我們未來的成功有賴於高級管理團隊及其他關鍵員工的持續服務。尤其是，我們依賴彼等在手錶及珠寶及飾品行業的專業知識及經驗。例如，(i)董事會主席李永忠先生擁有逾20年經驗，對手錶行業有深入認識，對手錶及珠寶及飾品市場的消費者品味及喜好有獨到見解；及(ii)本集團創始人、執行董事兼總經理胡先生於手錶製造業擁有逾15年的經驗。此外，我們的高級管理團隊由擁有豐富及多元化行業經驗及強大執行能力的行政人員組成。

倘我們失去一名或多名關鍵員工的服務，我們可能無法輕易或根本無法取代彼等，並可能產生招募及培訓新人員的額外開支。因此，我們的業務可能會嚴重中斷，我們的財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。我們未為任何關鍵員工投保關鍵人員保險。此外，倘我們的任何最高行政人員或關鍵員工加入競爭對手或成立競爭企業，我們可能會失去技術訣竅、商業機密、客戶、業務關係及關鍵專業人員及員工。

**我們無法保證我們的擴張計劃及所得款項計劃用途能成功實施，或如我們預期般產生收入及溢利。**

為繼續鞏固我們在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶的市場地位，提升我們的整體競爭力及增加我們未來的市場份額，我們計劃(i)建設新莆田生產基地及升級深圳生產基地的生產設施，進一步提升產能；(ii)成立莆田研發中心以加強我們的研發能力；(iii)拓展及優化我們的營銷及服務網絡，提升品牌影響力及知名度；及(iv)透過與選定海外一級經銷商策略性合作拓展海外市場，包括東南亞及中東市場。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的業務策略」及「未來計劃及所得款項用途」。然而，擴大我們的業務營運規模或進軍新的業務領域涉及風險及挑戰。該等業務計劃均屬全新且不斷發展的計劃，其中部分計劃可能無法成功。我們亦可能需要比預期更長的時間來執行該等新業務計劃，而且我們可能並無足夠的經驗來有效地執行該等計劃，甚至根本無法執行該等計劃。此外，我們將在新產品及服務的研發、產品設計、銷售及營銷、人員及合規方面產生巨額成本。我們無法向　閣下保證任何該等新業務計劃均能達到我們預期的市場接受度，並產生收入或溢利。倘我們的努力無法提升我們的變現能力，我們可能無法維持或增加收入或收回任何相關成本，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。

此外，我們亦可能會計劃將我們的黃金錶殼手錶、黃金錶圈手錶產品的銷售及經銷渠道擴展至新區域市場，例如(i)馬來西亞市場；及(ii)中東市場。下列因素可能會使我們無法在該等市場上有效競爭，進而對我們的擴張造成負面影響：

- 不熟悉該等當地市場、語言及習俗；
- 缺乏了解當地的法律及法規要求；
- 難以瞄準並了解合資格的當地一級經銷商及終端消費者的需求；及
- 市場進入門檻，例如強大的當地競爭者，可能已經建立客戶忠誠度、鄰近優勢及當地關係。

此外，我們無法向　閣下保證我們能夠如同在中國市場般或是否能夠成功在該等新市場提高我們品牌的知名度或受歡迎程度或黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶產品的銷售額。再者，擴展至其他區域市場需要有關營銷及推廣活動的巨額開支。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的業務戰略」。我們的擴展戰略失敗或會對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景產生重大不利影響。

**我們預計將產生與未來計劃相關的額外資本支出以及折舊及攤銷開支。**

我們計劃(i)設立新莆田生產基地並升級深圳生產基地，預期將提高我們的產能；(ii)成立莆田研發中心，以推動智能手錶及飾品開發的創新；及(iii)建立營銷展示及體驗中心以及售後服務網點，以擴大及優化我們的營銷及服務網絡，提升品牌影響力及知名度。詳情請參閱「業務－我們的業務策略」一節。本集團於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的物業、廠房及設備新增總額分別為人民幣1.73百萬元、人民幣34.40百萬元、人民幣35.22百萬元及人民幣14.69百萬元，主要是由於興建新莆田生產基地(該基地亦設有莆田研發中心)所致。我們亦可能會產生額外的資本支出，並預期於未來三年內每年將產生與建立及營運與新莆田生產基地、深圳生產基地、莆田研發中心相關的內部生產及研發設施、營銷展示及體驗中心及售後服務網點有關的折舊開支約人民幣0.8百萬元至人民幣3.0百萬元，這可能會對我們的財務狀況及經營業績造成負面影響。此外，概不保證我們可於近期內達到我們未來計劃所帶來的生產效率及其他預期效益，或根本無法達到任何效率及效益。

**我們未必能產生相同水平的收入、管理我們的業務及營運增長及按與過往增長率相當的速度增長。**

我們的收入由2022財年人民幣323.70百萬元大幅增加至2023財年人民幣445.48百萬元；並增加至2024財年的人民幣456.56百萬元；及由2024年首五個月的人民幣189.69百萬元增加至2025年首五個月的人民幣231.03百萬元。然而，我們未必能產生相同水平的收入，該增長趨勢僅反映我們的過往表現，並無任何暗示或未必反映我們日後的財務表現。我們的增長能否持續取決於多項因素，而許多因素非我們所能控制，包括我們挽留現有客戶及吸引新客戶的能力。此外，不斷變化的經濟狀況、手錶及飾品行業動態、競爭狀況及我們銷售網絡的未來擴張的影響以及許多其他因素均無法完全預測，並可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。概不保證我們能夠維持過往取得的收入水平或增長率。倘我們不能有效管理收入水平或增長，我們的業務及前景可能會受到重大不利影響。

**關於我們、我們的股東及聯屬人士、我們的品牌、我們的產品、管理層及我們的業務合作夥伴的負面宣傳可能會對我們的業務、聲譽及H股股份的交易價格造成重大不利影響。**

關於我們、我們的股東及聯屬人士、我們的品牌、我們提供的產品(包括可能存在的產品缺陷(即使並非我們的過錯))、我們的服務質量、我們的管理層、我們的業務合作夥伴及我們業務經營的其他方面的負面宣傳可能會不時出現。負面宣傳可能以網上評論發帖及其他媒體來源的形式出現。例如，倘我們未能滿足客戶及終端消費者對我們產品或服務質量的期望或倘我們的業務合作夥伴未能遵守我們的業務標準或要求，我們的客戶及終端消費者可能會通過社交媒體平台等各種媒體上公開發佈關於我們的負面評論。從長期來看，倘關於我們、我們的股東及聯屬人士、我們的品牌、產品、我們的管理層、我們的業務合作夥伴及我們業務經營的其他方面的相關負面宣傳損害了我們的聲譽，並導致客戶信心喪失，我們未來吸引及留住新客戶及員工的能力將受到影響。因此，我們的業務、經營業績、財務狀況及前景會因此受到重大不利影響。

**我們未來的盈利能力可能受到產品組合的不利影響。**

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們的毛利率(基於歷史成本的銷售成本)分別為19.8%、24.3%、27.2%及31.0%。我們的毛利率一般會隨於往績記錄期間售出的產品組合而波動。請參閱本招股章程「財務資料－影響我們經營業績的主要因素－產品組合」及「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目説明－毛利及毛利率」各節。

我們的產品組合可能因業務策略、市況、客戶需求及其他因素而不時出現變化，當中許多因素均超出我們的控制範圍。倘我們的產品組合進一步變化以容納更多較低毛利率的產品銷售，則我們的盈利能力可能受到不利影響。

**我們的智能可穿戴設備業務營運歷史有限，且我們無法向　閣下保證我們將從該業務獲利或免遭受虧損。**

我們於智能可穿戴設備業務的經營歷史有限。我們於2018年才開始銷售智能手錶。此外，我們於2023年推出了首款鑲足金的智能手錶，隨後逐步擴展智能可穿戴設備產品，包括鑲黃金的智能手錶及健康管理智能手錶等產品。我們預計會面對來自業內其他公司的激烈競爭，包括該等擁有比我們更好的產品設計及製造能力、更多經驗、更強大的財務資源及更廣泛的地理覆蓋範圍

的公司。由於難以根據有限的歷史數據預測市場需求，我們於實行擴展智能可穿戴設備業務的業務策略時亦可能面臨挑戰。

此外，自我們於2018年進入中國智能手錶市場以來，智能手錶市場由2018年的人民幣238.1億元增至2023年的人民幣346.3億元。我們至今不曾經歷中國智能手錶市場的任何重大下滑或衰退，因此於該等情況出現時可能缺乏處理該等情況及保住我們的市場地位的經驗。我們亦無法向　閣下保證我們在手錶及飾品業務的營運經驗必然會為我們在中國發展智能可穿戴設備業務奠定穩固的基礎及相關經驗。倘我們無法成功應對該等挑戰，我們的智能可穿戴設備業務可能會受到不利影響，從而對我們的業務、經營業績、財務狀況及前景造成重大不利影響。投資者應鑑於我們在智能可穿戴設備業務的經營歷史有限情況下而面臨的風險及困難考慮我們的業務及前景，且不應依賴我們過去的業績作為我們未來表現的指標。

**我們與若干業務合作夥伴就多項合作計劃建立合作夥伴關係。終止與我們業務合作夥伴的任何合作可能會對我們的運營、收入及盈利能力產生不利影響。**

我們與若干業務合作夥伴就多項合作計劃(例如老鳳祥、中國珠寶及周大生)建立合作夥伴關係。概無法保證我們的業務合作夥伴將繼續以商業合理條款與我們合作，甚至根本無法與我們合作。我們亦無法向　閣下保證我們能夠建立新的業務合作夥伴關係，或在我們與業務合作夥伴的協議到期時延長與其現有合作關係。此外，我們與業務合作夥伴的若干協議可能會在規定終止日期之前隨意終止，我們的業務合作夥伴可能會改變之前與我們協定的合約條款，且業務合作夥伴並無義務繼續我們的合作。倘我們無法維持與主要業務合作夥伴的關係，或我們與主要業務合作夥伴的任何合作終止，我們的運營、收入及盈利能力可能會受到重大不利影響。

**我們的收入受季節性及各種因素影響。**

我們的產品需求會經歷季節性波動，尤其是典禮、節慶活動及國定假日。旺季包括中秋節、農曆新年、中華人民共和國國慶假期及情人節。此外，我們銷售產品的第三方在線購物平台亦有許多影響市場需求的購物節，例如618購物節、雙十一購物節及雙十二購物節。因此，該等事件過往均刺激消費者的購買活動及提升我們銷量。由於該等季節性因素，在單一財政年度內不同期間的銷售額及營運業績比較可能意義不大，亦不應以此作為我們表現的指標。該等季節性因

素亦可能因我們無法控制的因素而改變。此外，該等季節性消費模式可能導致我們的營運業績及財務狀況在不同期間出現波動。

**我們可能遭遇生產、倉儲及儲存設施中斷或延遲。**

我們的收入取決於生產、倉儲及儲存設施的持續運營。我們的生產、倉儲及儲存設施因設備損壞、故障或性能不符合標準、電力故障、計劃停電、罷工、天氣狀況、火災或爆炸或其他自然災害而導致人力嚴重短缺及意外停工，可能會導致我們的業務營運中斷或延遲我們的交付時間。此外，我們的生產、倉儲及儲存設施可能因未能遵守中國所有適用法律、法規及標準而導致中斷或延誤的風險。

儘管我們已實施政策以降低風險並減輕該等事件的影響，但未來任何中斷事件的風險及影響無法消除。倘我們的生產、倉儲及儲存設施的運營能力因任何原因受到影響，我們可能需花費大量的時間及資源取得我們的生產、倉儲及儲存的替代能力，倘無法取得替代的生產、倉儲及儲存設施，這可能會對我們的業務運營造成重大不利干擾及延遲，或使我們的產品無法完成或交付予客戶。

倘因爆炸、火災或其他干擾因素等原因導致任何生產、倉儲及儲存設施受損、終止經營或遭遇任何問題，我們的生產、倉儲及儲存能力會暫時下降，我們向客戶提供產品的能力會受到影響，這可能對我們的聲譽、銷售額、業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

**任何大流行病、自然災害及其他災難均可能會嚴重干擾我們的業務經營。**

大流行病可能會長期對全球經濟及社會狀況造成負面影響，這可能會導致貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶以及飾品產品需求暫時下降，並對我們的業務、財務狀況及經營造成不利影響。例如，與COVID-19疫情相關的控制措施(如封鎖及旅行限制)導致我們的一級經銷商及其客戶經營的線下零售點暫時關閉，影響我們於2022財年的銷售額及盈利能力。若又有COVID-19疫情或其他瘟疫於未來爆發，我們可能面臨各種風險，包括但不限於：(i)對我們的產品的需求減少；(ii)暫時關閉我們一級經銷商及其客戶經營的線下零售點；(iii)我們業務合作夥伴的營運受到干擾；及(iv)全球資本市場波動加劇或擾亂，從而可能對我們為營運籌集資金的能力造成不利影響。

我們的營運亦很容易受到自然災害(包括地震、雪災及颱風)及其他異常事件(包括政治動亂及恐怖襲擊)的干擾及破壞。由於此類自然災害及其他異常事件的性質，我們無法預測災害的發生、時間及嚴重程度。此外，不斷變化的氣候條件(主要是全球氣溫上升)可能正在加劇或可能在未來增加自然災害發生的頻率及嚴重程度。倘未來發生任何此類災難，我們的業務經營能力可能會受到嚴重損害，從而對我們的運營及財務狀況造成不利影響。

**第三方物流服務供應商的交貨延誤或處理不善，或運輸網路中斷，可能對我們的業務營運造成不利影響。**

我們將於往績記錄期間售出的若干產品的交付外包予獨立第三方物流服務供應商。請參閱本招股章程「業務－物流」。我們與物流服務供應商的糾紛或終止合約關係可導致產品延遲配送、成本上升或客戶不滿。我們無法向　閣下保證我們可按我們可接受的條款及價格繼續或延長與現有物流服務供應商的關係，或根本無法繼續或延長有關關係。我們亦無法向　閣下保證，由於我們擴大業務規模及銷售渠道，我們將能夠與新物流服務供應商建立關係，以確保獲得準確、及時及具成本效益的交付服務。倘我們無法與物流服務供應商維持或發展良好關係，我們可能面臨成本上升，或令我們及時或以客戶可接受的價格提供足夠數量產品的能力受到干擾。由於我們對該等物流服務供應商並無任何直接控制權，故我們無法保證其服務質量。倘因處理不當而令交付出現任何延誤或產品損壞，我們可能會失去客戶及銷售額，而我們的品牌形象亦可能會受損。

此外，因運輸網絡中斷(如自然災害、罷工或基礎設施擠塞)導致延誤交付，可能會對我們及時向我們的客戶交付產品的能力造成不利影響。倘任何該等因素作實，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。

**我們的營銷及推廣活動可能無法有效吸引目標客戶。**

我們透過多種媒體(包括平面媒體及雜誌廣告、戶外廣告(如火車站的廣告牌)，以及跨平台的官方社交媒體賬號(如微信、微博、抖音及小紅書)以及電子商務平台(如京東)上的數字廣告)營銷及推廣我們的品牌及產品。我們亦積極參與線下推廣活動，包括參與行業活動及與不同品牌及組織建立寶貴的合作與夥伴關係。該等營銷及推廣活動會產生大額廣告及推廣開支。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們的廣告及推廣開支分別為人民幣2.22百

萬元、人民幣4.32百萬元、人民幣5.47百萬元及人民幣1.26百萬元。我們無法向　閣下保證我們的營銷及推廣活動將使我們能夠成功營銷並推廣我們的品牌及產品或提高我們的銷售額。

此外，我們依賴我們的銷售及營銷人員實施有效的營銷及推廣活動。銷售及營銷人員須對我們的手錶及飾品及其他產品有深入的了解。倘我們無法有效培訓我們的內部銷售及營銷人員，或無法監督及評估其表現，我們的銷售及營銷工作可能不如預期成功。此外，對於具有營銷、促銷及銷售經驗的人員的競爭非常激烈。倘我們無法吸引、激勵及挽留足夠數量的合格專業營銷、促銷及銷售人員，我們可能無法按預期擴大我們的業務覆蓋範圍或提高我們的市場滲透率。

營銷及推廣活動的效果相對較難預測和評估。其效果可能會有所滯後，導致收益增長放緩而可能無法完全反映營銷及推廣活動的努力或費用。若我們的營銷及推廣活動效果未能達到預期，或若我們無法按計劃開展營銷及推廣活動，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。

**我們在中國的若干租賃物業權益尚未向相關政府機構登記，這可能會使我們承擔潛在的罰款及╱或其他開支。**

於最後可行日期，我們在中國租賃七處物業。據我們的中國法律顧問告知，於最後可行日期，在該七項租賃物業(我們用作生產設施、研發、倉庫、辦公及員工宿舍)中，有關三項物業的租賃協議尚未根據適用的中國法律及法規向有關部門登記或備案。

據我們的中國法律顧問告知，根據《商品房租賃管理辦法》，已簽訂的物業租賃協議須向有關政府部門登記及備案。儘管根據中國相關法律法規，未登記的租賃協議並不影響租賃協議的有效性，但相關政府部門可能會要求我們提供租賃協議以完成登記手續，並可能因未在規定期限內登記而被罰款，每份租賃協議的罰款額由人民幣1,000元至人民幣10,000元不等。上述罰款可能要求我們作出額外努力及╱或產生額外開支，其中任何一項可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。我們無法向　閣下保證我們租賃協議的其他訂約方將予以合作，以及我們能夠完成該等租賃協議及我們未來可能簽訂的任何其他租賃協議的登記。詳情請參閱「業務－物業－租賃物業」一節。

**根據適用的中國法律及法規，於往績記錄期間，我們可能因社會保險及住房公積金供款不足而遭受罰款及處罰。**

根據相關中國法律及法規，中國僱主須為其僱員作出社會保險及住房公積金供款，而未能作出有關供款的實體可能被責令於規定時限內結清未付供款，並須支付滯納金或罰款。於往績記錄期間，我們並未根據相關中國法律及法規為我們的部分僱員足額繳納社會保險及住房公積金供款。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無收到相關政府部門要求我們支付社會保險或住房公積金欠繳供款或任何罰款的任何命令或要求，且本集團僱員並無就社會保險及住房公積金供款的不合規情況作出投訴。有關進一步詳情，請參閱「業務－僱員－社會保險計劃及住房公積金供款不足」。

根據相關中國法律及法規，如未按時足額繳納社會保險供款，我們可能被按日加收欠繳數額萬分之五的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。在此情況下，本集團於往績記錄期間社會保險供款不足及未能在指定期限內繳納的最高潛在罰款約為人民幣17.09百萬元。根據相關中國法律及法規，未能按規定足額繳納住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存欠繳數額；逾期仍不繳存的，可以申請中國法院強制執行。

據董事深知及盡悉，(i)截至2024年12月31日止三個年度各年及截至2025年5月31日止五個月，本集團應繳納社會保險及住房公積金供款的差額分別為人民幣0.91百萬元、人民幣4.51百萬元、人民幣3.96百萬元及人民幣1.67百萬元；及(ii)於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團毋須就該等差額繳納任何潛在罰款。

此外，《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》已於2025年7月31日由最高人民法院頒佈，並於2025年9月1日實施。鑑於(i)先前並無簽訂不包括社會保險付款，或員工就社會保險對本集團提出訴訟；(ii)控股股東已就任何潛在未付的供款或罰款作出彌償承諾；及(iii)中國法律顧問認為該解釋並無擴大罰則範圍或廢除現有法律，我們的董事相信上述司法解

釋不會對我們的業務或財務業績造成重大不利影響。中國法律顧問支持此觀點，即認為該解釋並無擴大罰則範圍或廢除現行法律。有關該法院解釋的詳情，請參閱本招股章程「業務－僱員－社會保險計劃及住房公積金供款不足」。

概不保證我們將不會因該等不合規事宜而被相關中國政府部門處以滯納金、罰款或處罰、被相關中國政府部門要求支付未付社會保險付款或住房公積金供款或被責令糾正該等不合規事宜。亦無法保證不會有僱員因我們未能作出全數社會保險及住房公積金供款而投訴我們。此外，我們可能因遵守相關中國政府部門的有關法律及法規而產生額外成本。任何該等發展均可能損害我們的企業形象及聲譽，並可能對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。

勞工相關政府法規的變更以及法院對該等法規詮釋的變更或演變，可能會對我們造成不利影響，原因為這可能會影響(i)適用於我們的法律、法規及規章，(ii)我們是否已遵守所有適用法律、法規及規章及(iii)我們因未遵守適用法律、法規及規章而面臨的法律風險、處罰及／或罰款。倘若政府的工作重心改變，而我們無法適應不斷改變的勞工相關法規或法院對該等法規的解釋，這可能會對我們的業務及營運業績造成重大的不利影響。

**任何失去或未能取得或重續證書、牌照、批准及許可證，或未能完成各項適用於我們業務的登記或備案，均可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。**

我們須遵守中國國家與地方層面的各類法律法規，我們業務經營的各個方面均受到相關法律法規的監管。我們開展業務經營需要取得並持有若干證書、牌照、批准及許可證，並完成各項登記或備案。獲取、重續及持有該等營運證書、牌照、批准及許可證，需要我們遵守相關政府部門或組織設定的適用標準等條件。請參閱本招股章程「監管概覽」及「業務－牌照、許可證及批准」。遵守有關該等批准、牌照、許可證、登記或備案的政府法規可能需要大筆費用，而任何不合規情況均可能使我們面臨處罰。請參閱本招股章程「業務－法律合規」。此外，我們於往績記錄期間及於最後可行日期所取得的證書、牌照、批准及許可證可能僅於有限期間內有效，並可能須經政府部門或相關組織定期審查及續期。此外，與之相關的合規標準可能會在未來發生變化。據我們的中國法律顧問所告知，中國的法律法規可能會不斷變化。若我們未能及時調整以確保符合該等新變化，我們可能面臨不合規風險。倘被認定為不合規，我們可能會受到行政或監管罰款

及處罰，包括暫停或撤銷我們的證書、牌照、批准及許可證，而我們的業務可能會受到阻礙或暫停，這可能會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

**我們面臨訴訟、索償、法律程序、法律行動及糾紛的風險，這可能會導致我們支付巨額賠償金並產生其他費用或責任。**

我們相信，我們的所有業務均於重大方面遵守我們業務經營所在司法權區的適用法律法規，惟不包括「業務－僱員－社會保險計劃及住房公積金供款不足」及「業務－物業－租賃物業」所披露者。然而，我們無法向　閣下保證我們未來不會面臨責任。由於訴訟判決或對我們採取的重大監管行動而產生的重大責任，或由於對我們的董事、監事、高級管理層、高級職員或員工提起的訴訟的不利裁決而導致我們的業務中斷，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。此外，即使我們最終在訴訟、索償、監管行動或調查中勝訴，有關程序仍可能導致我們產生額外的成本及責任，並嚴重損害我們的聲譽，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大影響。

**我們的董事、監事、高級管理層、高級職員、員工及分銷商可能會涉及索賠、糾紛、調查、法院命令或其他法律訴訟並可能因此損害我們的聲譽。**

我們的現任或前任董事、監事、高級管理層、高級職員及員工可能會不時涉及索賠、糾紛、調查、法院命令或法律訴訟。該等事宜可能有關(其中包括)股東訴訟、無力抵債或破產訴訟、消費者責任、環境問題、違約、僱傭或勞工糾紛以及侵犯知識產權等。由我們的現任或前任董事、監事、高級管理層、高級職員及員工提起或遭提起的任何索賠、糾紛、調查、法院命令或法律訴訟(不論是否有充分理據)，均可能導致巨額成本及資源分散，而倘我們敗訴，則可能會嚴重損害我們的聲譽並導致負面報導。

此外，可能存在與我們的一級經銷商、次級經銷商及彼等經營或合作的零售點有關的各種訴訟及監管風險，包括但不限於消費者投訴、人身傷害、員工因合約糾紛而提起的訴訟，以及不遵守適用法律及法規。該等索賠、糾紛、調查、法院命令或法律訴訟可能與我們及我們的品牌相關，從而對我們的品牌形象及聲譽造成不利影響。

**於往績記錄期間，我們錄得經營活動所得現金流出淨額。倘我們無法改善我們的經營現金流量及倘我們無法以可接受的條款持續獲得充足的資本為我們的營運提供資金，我們的業務、財務狀況及前景可能會受到重大不利影響。**

於2023財年及2025年首五個月，我們的經營活動現金流出淨額分別達到人民幣35.8百萬元及人民幣10.6百萬元。我們的現金流出淨額主要乃因我們的存貨增加所致。我們的負經營現金流量可能會減少可用於滿足經營業務現金需求的現金金額，從而對我們的營運造成不利影響。倘我們的未來經營現金流量未能提高至足以應付整體現金需求的水平，我們將須依賴外部債務或股權融資，且我們無法向　閣下保證我們將能夠按我們可接受的金額或條款獲得外部融資，或根本無法獲得融資。

然而，我們未來獲得額外資本的能力受多項不確定因素影響，包括與我們未來業務發展、財務狀況及經營業績、我們所處行業公司融資活動的整體市況以及中國及全球宏觀經濟及其他狀況有關的不確定因素。倘我們無法獲得充足資金以滿足我們的資金需求，我們可能無法執行我們的增長策略，而我們的業務、財務狀況及前景可能受到重大不利影響。

**我們目前並無擁有我們的生產設施、研發中心、倉庫、辦事處及員工宿舍所在的所有物業，且可能無法繼續使用我們目前所使用的部分物業。**

於最後可行日期，我們的若干生產設施、研發中心、倉庫、辦事處及員工宿舍(包括我們位於中國廣東省深圳市及福建省莆田市的生產設施、研發中心、倉庫、辦事處及員工宿舍)均位於租賃物業。

於我們各項租賃物業的租賃協議屆滿後，我們將需協商租賃協議可予續約的條款及條件。我們無法向　閣下保證，我們將能夠按有利於我們或我們可接納的條款及條件(尤其是有關租金的條款及條件)續訂我們的租賃協議，或根本無法續約。在此情況下，我們或需遷移我們現有的相關業務或停止相關物業的業務營運。我們無法向　閣下保證，替代場所將位於相類似的地段，或能夠以類似的條款租賃予我們。

我們或會因我們無法控制的原因而終止租約，例如我們物業的出租人違反協議或因出租人並無出租物業的所有權而使租賃協議無效。倘我們或我們現時或未來的業主違反相關租賃協議，則我們或須搬遷至替代物業或停止於相關場所的業務營運。

我們的任何部分業務搬遷均可能造成我們的業務中斷或引致巨大開支。我們無法向　閣下保證，在此情況下，我們將能及時按商業上合理的條款物色到合適物業(如有)或根本無法物色到物業，或我們或須支付大幅提高的租金，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。

**我們可能無法整合及管理我們的線下及線上銷售渠道。**

我們主要通過在中國廣泛的線下經銷網絡銷售我們的產品，亦通過第三方線上店舖運營商及我們的自營線上店舖銷售我們的部分產品。我們的業務成功取決於優化銷售渠道，旨在於所有該等渠道中達至相同的客戶滿意度。根據我們的多渠道策略，我們亦於往績記錄期間逐步實施諸多措施，以滿足不同類型銷售渠道的相關目標客戶群體的需求及行為。例如，(i)我們已推出在我們的自營線上店舖獨家銷售的產品線；及(ii)我們向多名第三方線上店舖運營商銷售OBM產品以在第三方電子商務平台進行轉售，及我們不時與彼等達成協議，專門設計及生產若干產品，以透過彼等經營的線上店舖進行獨家銷售。然而，我們無法向　閣下保證我們能夠及時有效地優化我們的銷售渠道，甚至根本無法優化我們的銷售渠道，以使我們的客戶滿意。我們亦無法向　閣下保證上述措施或任何未來措施將成功整合及有效管理我們的多渠道業務模式。任何此類優化及／或措施的失敗均可能會影響我們客戶的體驗，因而對我們的業務表現造成重大影響。

**我們於中國的若干線上銷售依賴若干線上平台。**

我們於中國的若干線上銷售依賴數量有限的主要線上平台，包括天貓及京東等由少數科技公司擁有、控制或與之相關的電商平台。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們自線上銷售渠道產生的收益分別佔相應年度／期間總收益的0.2%、2.3%、3.2%及3.2%。因此，我們可能面臨該等主要線上平台的集中及交易對手風險。我們無法向　閣下保證我們將能夠維持與該等主要線上平台的關係。該等平台並無義務於日後繼續將與我們的合作關係維持在過往類似水平，或根本不會與我們合作。倘任何該等主要線上平台減少或完全終止與我們的業務關係，我們可能無法獲得新線上銷售平台以彌補銷售需求下滑或業務損失。倘我們與該等主要線上平台的關係惡化，或倘對該等平台的服務質量或整體聲譽的觀感轉差，我們通過該等平台的銷售可能減少。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

**我們或會承擔與我們的營銷及廣告活動有關的責任。**

中國法律法規禁止公司製作、傳播或發佈內容違反中國法律法規的任何廣告。我們可能會因客戶或終端客戶被我們的廣告信息誤導而招致索賠。我們可能須分散管理層的時間以及我們業務及營運的其他資源以對抗該等侵權索賠。此外，我們定期於各種媒體(包括平面媒體及雜誌廣告、戶外廣告(如火車站的廣告牌)，以及於跨平台(如微信、微博、抖音及小紅書)的官方社交媒體賬號以及電子商務平台(如京東)上的數字廣告)發佈文章、圖片及其他內容。我們無法保證我們所發佈的內容不包含任何可能被視為不當或誤導或被視為侵犯或以其他方式違反第三方商標、專利、版權、軟件版權、域名或其他知識產權的資料。因此，我們或會受到有關第三方提起或與有關第三方的爭議、訴訟或索賠的影響。因此，我們的業務、財務表現及經營業績可能會受到重大不利影響。

**線上營銷行業及消費者行為的未來變動可能會對我們通過線上渠道進行銷售造成不利影響。**

我們線上銷售的未來增長取決於我們持續吸引線上客戶以及自各種線上渠道獲得新購買者的能力，以及我們挽留及增加到訪我們網站、自營線上銷售渠道及社交媒體賬號的流量的能力。我們相信，維持強大的線上業務有助於提高我們的品牌曝光率及知名度。然而，我們可能無法成功完成任何上述事宜。我們線上銷售渠道的成功亦取決於多項與線上營銷行業及消費者行為有關的因素，包括：

- 電子商務平台的整體消費者流量及我們增加自營線上銷售渠道的消費者流量的能力；
- 我們應對中國互聯網及手機滲透率以及線上營銷行業變化的能力；
- 獨立電子商務平台的可靠性；及
- 相關網絡基礎設施(如線上或移動支付平台)的可用性。

此外，線上購物的整體受歡迎程度下降或我們未能識別或應對線上渠道的趨勢或消費者要求，均可能導致線上客戶數目減少，以及令我們的線上渠道的吸引力下降。我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能因此受到重大不利影響。

**我們面臨與投資相關的風險，包括按公平值計的金融資產／負債的公平值變動風險，以及因使用需作出判斷及假設且本身具有不確定性的不可觀察輸入數據而產生的估值不確定性。**

我們目前將部分資金用於投資。於往績記錄期間，我們已取得黃金租賃並投資於多項金融工具。有關該等投資及相關會計政策及估計方法的詳情，請參閱「附錄一－會計師報告」附註3.2、23、30及33。於往績記錄期間，我們(i)於2022財年、2023財年及2024財年分別錄得人民幣1.4百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣8.2百萬元的黃金租賃公平值變動虧損；及(ii)於2023財年錄得人民幣2.4百萬元的以公平值計計入損益的金融資產公平值變動虧損。

該等金融工具的公平值評估需要我們作出可能出現重大變動的重要估計，因此必然涉及一定程度的不確定性。超出我們控制範圍的因素可能對我們使用的估計產生重大影響及不利變動，因而影響該等金融資產／負債的公平值。該等因素包括(但不限於)總體經濟狀況、市場利率或商品價格的變動及資本市場的穩定性。任何該等因素以及其他因素均可能令我們的估計與實際結果有所出入，這可能對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響。此外，釐定金融資產／負債減值是否為非臨時減值的過程通常需要複雜且主觀的判斷，該判斷其後可能被證實有誤。

此外，我們投資所獲得的收益可能遠低於預期，而且我們投資的公平值可能會大幅波動，從而造成估值的不確定性。倘未能從這些投資中實現我們預期的收益，則可能對我們的業務及財務業績產生重大不利影響。整體經濟環境、市場利率、商品價格及資本市場穩定性發生任何變動，可能導致我們按公平值計的金融資產／負債的公平值出現波動，進而可能進一步影響我們的財務狀況及經營業績。

**預期信貸虧損模式項下的減值虧損會對我們的業務、財務表現及經營業績造成不利影響。**

於2022財年、2024財年及2025年首五個月，我們根據預期信貸虧損模式計的減值虧損分別為人民幣1.8百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣3.4百萬元。減值評估方法詳見「附錄一－會計師報告」附註33。減值虧損的評估涉及管理層在釐定主要假設時作出的重大程度的判斷及估計。該等管理層估計及相關假設乃根據我們可取得之資料而作出，且如有獲悉新資料，該等估計或假設將進一步調整。因此，我們減值虧損變動預測存有不確定性。預期信貸虧損模式項下的重大減值虧損或會對我們的財務狀況及營運業績造成重大不利影響。

**我們可能無法以有利條款取得融資，或根本無法取得融資，以滿足我們的資金需求。**

為了運營我們的手錶及飾品業務、保持該業務的競爭力並進一步擴大該業務，我們可能需要在運營中投入額外資金。特別是，黃金(按往績記錄期間的價值計，乃我們用於生產產品的主要原材料)的採購屬資本密集型。

我們目前主要透過營運活動產生的現金流量及銀行貸款為我們的營運及資本開支提供資金。為了不斷拓展我們的業務，我們在未來可能需要從外部資源取得進一步融資以補充我們的流動資金。然而，我們可能無法隨時以可接受的金額或條款獲得融資。我們日後獲得外部融資的能力受多種不確定因素所規限，包括但不限於以下各項：(i)我們的財務狀況、經營業績、商業聲譽、現金流及信用記錄；(ii)全球及國內金融市場狀況；及(iii)中國的經濟、政治及其他狀況。

未來債務的產生可能會導致債務責任，並可能導致限制我們營運或我們進行收購或支付股息的能力的經營及融資契諾。我們無法向　閣下保證我們在未來將能夠以有利條款取得銀行貸款或重續現有融資，或根本無法取得相關貸款或融資。倘我們無法以有利條款取得足夠資金，或根本無法取得足夠資金，我們的融資成本可能會增加或我們可能無法繼續我們現有的營運、發展或擴充我們的業務，因而對我們的業務、財務狀況及經營業績構成重大不利影響。

**我們面臨利率風險。**

我們的金融債務成本視乎利率波動而定。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們就按要求償還或於一至五年內到期的計息銀行貸款、黃金租賃及租賃負債，分別錄得融資成本合共約人民幣3.72百萬元、人民幣4.75百萬元、人民幣4.56百萬元及人民幣1.94百萬元。我們的財務狀況及經營業績可能會受到利率不利波動的重大不利影響。根據「附錄一－會計師報告」所載的敏感度分析，倘利率上調50個基點及倘所有其他變量保持不變，則我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的除稅後溢利將分別減少人民幣252,000元、人民幣280,000元、人民幣349,000元及人民幣189,000元。

**任何政府補助及／或優惠稅率終止、減少或遭質疑均會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。**

於往績記錄期間，我們將政府補助及補貼確認為其他收入，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別為人民幣1,645,000元、人民幣1,475,000元、人民幣64,000元及人民幣231,000元。我們的政府補助主要包括因嘉許我們為地方經濟發展作出貢獻而獲取中國地方政府的政府補貼。此外，(i)本公司於往績記錄期一直被確認為高新技術企業。根據高新技術企業企業所得稅法，本公司於往績記錄期內須按經調減企業所得稅率15%繳納企業所得稅；及(ii)本集團根據國家稅務總局頒佈的相關法律法規，自2022年1月1日至2022年9月30日採納200%的加權扣除率，自2022年10月1日至2025年5月31日採納200%的加權扣除率。由於該等補助及稅率的確定及發放由政府酌情確定且屬非經常性，故不同期間收取的補助及稅率存在差異。我們無法向　閣下保證我們將繼續以同等水平或根本無法取得政府補助及優惠稅率，於此情況下，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

此外，倘我們不再享有優惠稅率待遇，或倘中國稅務機關成功質疑我們稅務負債的計算方法，我們所享有的任何優惠稅率待遇終止可能對我們的經營業績造成重大不利影響。進一步詳情請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－所得稅開支」。

**我們的保險範圍有限，可能導致我們面臨高昂的成本及業務中斷。**

於最後可行日期，我們投購了多項保單，包括但不限於有關物業、廠房及設備、機器、原材料(包括但不限於黃金)及於生產設施中或交付期間運輸途中的其他存貨的損失或失竊及損壞的風險，以及為我們的僱員投購社會保險，我們相信此舉符合行業慣例。有關更多資料請參閱本招股章程「業務－保險」一節。

然而，概不保證我們所投購的保單足以防止我們遭受任何損失，亦不保證我們將能夠及時或根本無法成功根據現有保單索賠我們的損失。此外，我們目前並無就業務營運的所有方面投保，任何未來索賠均可能對我們的財務狀況及經營業績造成重大影響。此外，我們的業務須遵守《中華人民共和國民法典》、《中華人民共和國產品品質法》及《中華人民共和國消費者權益保護法》，該等法律規定，在中國製造及銷售不合格或有缺陷的產品如導致損失或傷害，製造商及銷售商須承擔責任。因此，倘我們招致保單未涵蓋的任何損失，或賠償金額遠低於我們的實際損失，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。

**我們可能無法防止或察覺僱員、客戶、供應商或其他第三方的賄賂或貪污或其他不當行為，這可能會對我們的業務、前景、聲譽及增長潛力產生重大不利影響。**

我們未必能夠察覺僱員、客戶、供應商或其他第三方的賄賂、貪污或其他不當行為。該等活動可能導致面臨相關政府機關施加的檢控、罰款、其他處罰或責任。儘管我們已採納內部控制政策以禁止任何形式的賄賂、貪污及其他不當行為，向僱員提供反賄賂及貪污培訓，將反賄賂及貪污政策納入僱傭合約及與客戶、供應商及其他第三方訂立的合約，並為僱員及外部第三方設立舉報渠道以舉報賄賂及／或貪污行為，以及鼓勵匿名舉報，但我們無法保證該等措施將有效防止及察覺賄賂、貪污或其他不當行為。因此，未能察覺及防止僱員或其他第三方的賄賂、貪污及其他不當行為可能會對我們的業務、前景、聲譽及增長潛力造成重大不利影響。

**我們面臨與第三方付款安排相關的諸多風險。**

於往績記錄期間，據我們所悉及所知，我們的若干客戶(主要包括(i)以個體工商戶形式營運的個人珠寶及飾品零售店及(ii)小型企業)透過其他實體或人士(如相關客戶的股東、法定代表及獲授權代表(一般包括擁有人及僱員))結付應付予我們的款項。本集團自2024年11月1日起已終止該等第三方付款安排。

因此，於往績記錄期間，我們面臨與該等第三方付款安排相關的諸多風險，包括但不限於(i)由於我們與該等第三方付款人並無合約關係，且彼等並無合約義務向我們付款，因此第三方付款人可能就退還資金提出申索，以及該等第三方付款人的清盤人可能提出申索；及(ii)由於我們並不了解第三方付款人根據該等第三方付款安排所動用資金的來源及用途而導致潛在洗錢風險。倘第三方付款人或其清盤人提出任何申索，或就退還相關資金或就違反或未遵守法律、規則及法規而對我們提起或提出法律或行政訴訟(不論民事或刑事)，我們將須投入大量的管理及財務資源處理及解決該等申索及訴訟，我們可能被迫遵守判決及裁定，並退還我們銷售產品及提供服務的資金，進而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。有關詳情請參閱「業務－內部控制及風險管理－第三方付款安排」。

**我們的ERP及IT系統或會出現故障，從而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。**

我們倚賴我們先進的ERP(企業資源規劃)系統，以整合各生產階段的數據，該系統使我們可即時追蹤原材料、半成品和成品的狀態，並評估生產線和工人的效率。倘我們的ERP系統發生任何故障，或無法適當和及時執行其功能，或根本無法執行其功能，則我們的生產流程、產量及效率以及我們滿足客戶需求的能力將受到嚴重影響，進而可能導致業務損失及／或損害我們的品牌及聲譽。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

此外，我們的業務依賴於IT系統的正常運作。我們的IT系統可讓各部門有效運作，並有助於重要業務數據的收集、管理及分析，同時涵蓋我們業務營運的多個層面，包括採購、銷售與配送、質量控制、庫存與物流、財務報告及人力資源。請參閱本招股章程「業務－信息技術」。我們無法向　閣下保證IT系統將始終運作順暢，不會受到干擾或失靈。倘若我們的IT系統因(其中包

括)安全漏洞、電腦病毒、黑客攻擊或硬軟件系統受損而長時間故障或發生其他故障，或會中斷我們的營運及存貨管理，且對我們資料的完整性、業務表現及盈利能力構成不利影響。我們無法向　閣下保證，倘若主系統長時間故障，我們可能設有的任何災難恢復系統將足以支援我們的營運，在此情況下，我們的業務營運將受到重大不利影響。此外，實行增長策略會導致業務營運日漸複雜，這可能會對我們的系統、控制、程序及管理提出其他要求，因此可能限制我們管理未來增長的能力。

**任何違反或未能順利落實我們的環境、健康與安全政策的情況均可能對我們的業務及增長前景造成重大不利影響。**

由於我們的客戶及終端消費者越來越關注企業社會責任事宜，以負責任及可持續的方式開展業務對我們的品牌及聲譽非常重要。雖然我們實施了與環境、工作場所健康與安全事宜相關的政策，並採取了多項舉措來減少我們的環境足跡，但我們無法向　閣下保證該等政策不會被違反或將持續有效。倘我們未能有效落實有關政策，或未能更新該等政策以反映最新的社會及環境發展，我們的品牌形象及聲譽可能會受到損害，此舉將對我們的業務、財務狀況及經營業績產生負面影響。

**倘我們無法保護我們的專有數據及客戶資料，我們的聲譽及業務可能會受到負面影響。**

我們相信，我們編製及分析銷售及客戶數據的能力對我們的成功至關重要。有關我們的數據隱私與保護政策的詳情，請參閱本招股章程的業務－數據隱私與保護。有關我們收集、儲存、使用或披露客戶資料或其他私隱相關事宜的做法的憂慮即使毫無根據，仍可令我們的聲譽受損，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能因此受到重大不利影響。此外，倘我們所收集的客戶數據實際或被指稱存在洩露或未獲授權使用的情況，可能會對我們的品牌及聲譽造成不利影響並導致整體銷售額下降，這可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們已採取安全政策及措施保護我們的專有數據及客戶資料。然而，技術進步、黑客的專業知識、加密領域的新發現或其他事件或發展均可能會導致我們用於保護機密資料的技術受到損害或被破壞。我們可能無法防止第三方(尤其是黑客或其他從事類似活動的個人或實體)非法取得及挪用我們的專有數據及客戶資料。此外，我們對部分客戶於進行線上購物時可能選用的第三方

線上支付服務供應商所採用的安全政策或措施的控制或影響有限。此外，我們的第三方物流服務供應商亦可能違反彼等的保密責任，以及非法或不當地披露或使用我們客戶的資料。任何有關我們資訊科技系統或線上銷售渠道的安全或私隱保護機制及政策的負面報導，均可能對我們的品牌形象及聲譽造成重大不利影響。

此外，中國規管數據隱私及保護的法律及法規不斷演進。規管數據隱私及保護的法規的任何變動均可能會對我們收集、使用及儲存該等數據的能力造成不利影響，此種情況可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

**現有法律法規的變更及新法律、法規、限制的實施以及其他准入壁壘或會增加我們的成本。**

我們須遵守我們經營所在司法權區有關設計、製造及銷售貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬飾品的多項法律法規。未能遵守該等法律法規或會導致對我們的產品施加條件、暫停銷售或沒收我們的產品，或受到巨額罰款或索賠。倘我們經營或擬經營所在國家的相關法律法規更為嚴格，我們的經營成本或會增加，且我們或會無法將該等額外成本轉嫁至我們的客戶。此外，倘我們經營或擬經營所在任何司法權區實施新的法律、法規、限制或其他准入壁壘，則我們擴張業務營運的能力或會受限，且我們的增長及發展或會受到不利影響。

**與在中國開展業務有關的風險**

**我們的營運須遵守中國稅務法律及法規，並可能受其變更所影響。**

我們須按照中國稅務法律及法規定期接受中國稅務機關審查是否已履行納稅義務。我們無法向　閣下保證，我們將持續遵守中國稅務法律及法規規定的相關日後審查。倘我們未能遵守該等稅務法律及法規，我們或會就不合規事件而受到中國稅務機關調查，這可能會導致罰款、其他處罰或行動，從而對我們的業務、財務狀況、經營業績及聲譽產生不利影響。我們亦無法保證，中國稅務法律及法規的調整或變動將不會影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

**我們的H股持有人可能須履行繳納中國所得稅的責任。**

遵循所有主要經濟體的慣例，中國亦與世界各地的司法權區簽訂稅收協定或類似安排。根據《企業所得稅法》及其實施條例，中國境內10%的預扣稅通常適用於向中國境外居民企業投資者派付股息，該等投資者於中國並無設立機構或營業場所，或雖已設立機構或營業場所，但相關收

入與該營業機構或營業場所並無實際關係。除非協議或類似安排另有規定，該等投資者轉讓股份所變現的任何收益，如果被視為源自中國，則應按10%(或更低)的稅率繳納中國所得稅。根據《個人所得稅法》及其實施條例，從中國向非中國居民的境外個人投資者派付股息，通常須按20%的稅率繳納中國預扣稅，而有關股東轉讓股份產生的任何所得款項通常須繳納20%的中國所得稅，除非根據適用的稅收協議及中國法律有任何減免。儘管我們於中國經營業務，但目前並不明確我們就H股派付股息或轉讓H股所變現的收益是否將被視為源自中國的收入並因此須繳納中國所得稅。倘對轉讓H股所變現的收益或向非居民投資者派付的股息徵收中國所得稅， 閣下對我們H股的投資價值或會受到不利影響。此外，倘股東居住所在司法權區與中國訂有稅務協議或安排，則股東可能並無資格享受其居住所在司法權區的稅務協議或安排的利益。

**有關貨幣兑換的政策可能會影響我們有效動用資本的能力。**

人民幣兑換為外幣須符合相關法律及法規，且外匯兑換及匯出須遵守中國外匯法規。概不保證在一定匯率下，我們將有足夠的外幣滿足我們的外匯需求。根據中國目前的外匯監管制度，我們在經常性賬戶下進行的外匯交易(包括在全球發售完成後支付股息)無需經國家外匯管理局的事先批准。然而，我們須提呈相關交易的證明文件，並在中國境內持有進行外匯業務所需許可證的指定外匯銀行進行該等交易。相反地，我們在資本賬戶下進行的外匯交易必須經國家外匯管理局的事先批准。概不保證我們將能夠及時取得該等批准，或根本無法取得該等批准。這可能限制我們獲取外幣債務或股權融資的能力。

現有外匯法規允許我們在全球發售完成後，在我們遵守若干程序要求的前提下，以外幣支付股息，而無須經國家外匯管理局的事先批准。然而，概不保證中國政府在未來將繼續採用此政策。倘我們不能滿足中國外匯管制制度的要求，我們可能無法以外幣向股東支付股息。

**人民幣價值的波動可能對我們的業務產生重大不利影響。**

我們的大部分收入、負債及資產均以人民幣計值。然而，在全球發售後，在發售所得款項用於我們的中國業務前，我們亦以港元持有大部分發售所得款項。人民幣兑美元或港元的價值受多種因素影響，包括政府政策(包括中國政府的政策)，並受到國內外經濟及政治發展以及國內市場供需情況的影響。匯率可能因過往及未來貨幣政策變動而波動。人民幣兑美元或其他貨幣可能再度升值或人民幣可能獲准完全或有限度地自由波動，這可能導致人民幣兑美元或其他貨幣升值或貶值。匯率波動可能對我們的現金流量、收入、盈利及財務狀況的價值(於換算或兑換為美元或港元(與美元掛鈎)時)造成不利影響。例如，若人民幣兑美元或港元升值，我們以人民幣計值的任何新投資或開支(倘我們需就此將美元或港元兑換為人民幣)的成本亦會上升。此外，我們或會不得不倚賴我們於中國的業務所得的收入，以港元向股東派付股息。因此，人民幣兑港元貶值將對股東可能收取作為股息付款的港元金額產生影響。

**我們進入信貸及資本市場的能力可能受到我們無法控制的因素的不利影響。**

中國人民銀行提高利率或市場混亂可能會增加我們的借款成本，或對我們獲得流動資金來源的能力造成不利影響，而我們或會利用該等資金為我們的業務撥資及履行我們的到期責任。我們擬繼續進行投資以支持我們的業務增長，並可能需要額外資金應對業務挑戰。無法保證我們的業務所得預期現金流量將足以滿足我們所有的現金需求，或我們將能以具競爭力的利率獲得外部融資，或根本無法獲得外部融資。未能實現上述情況均可能對我們為營運撥資、履行責任或實施增長策略的能力造成不利影響。

**閣下可能難以在中國根據外國法例向我們及我們的董事、監事及高級管理人員送達法律程序文件、執行境外判決或提出原訟。**

我們的大部分董事、監事及高級管理人員居住在中國，且該等人士及本集團的絕大部分資產位於中國。因此，投資者在中國向該等人士送達法律程序文件可能存在困難。然而，倘符合

《最高人民法院關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》載列的規定，香港法院作出的判決可能會於中國獲認可及執行。

**與全球發售及我們的股份有關的風險**

**我們的H股過往並無公開市場，且我們的H股未必會形成活躍交易市場。**

於全球發售前，我們的H股並無公開市場。我們H股的發售價將為我們與獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)磋商後的結果，可能與上市後H股的市價存在重大差異。我們已向聯交所申請批准將內資股轉換為H股及根據全球發售將予發行的H股上市及買賣。然而，我們無法向　閣下保證，於上市完成後，我們的H股將形成並維持具有充足流動性的公開市場，或H股市價於上市後不會下跌。倘我們的H股於上市完成後無法形成活躍的公開市場，則我們H股的市價及流動性可能會受到重大不利影響。

**我們H股的市價、流動性及交投量可能會出現波動，而投資者或會蒙受重大損失。**

我們H股的市價、流動性及交投量可能會因各種非我們所能控制的因素而波動，包括但不限於政治不確定因素以及香港、中國及世界其他地區證券市場的整體市況。從事與我們類似業務的其他公司的業務表現及股份市價可能會影響我們H股的價格及交投量。無法保證日後不會發生該等事件。除市場及行業因素外，我們H股的價格及交投量可能會因具體的業務因素而大幅波動，如收入、盈利、現金流量、新投資、開支、監管動態、與供應商及客戶之間的關係、重大人員變動或活動或競爭對手採取的行動等方面的波動。此外，已於聯交所上市且在中國有重大業務及資產的其他公司股份價格在過去經歷了波動，而我們的H股可能發生並非由我們的表現直接導致或與之直接相關但由香港、中國或世界其他地區整體政治及經濟狀況導致或與之相關的價格變動。

**我們的H股未來在公開市場大量出售或預期大量出售，可能會對我們的H股市價及我們未來籌集額外資金的能力造成重大不利影響。**

我們的H股或與我們的H股相關的其他證券日後在公開市場大量出售，或發行新H股或與我們的H股相關的其他證券，或預期可能發生上述出售或發行事宜，均可能導致我們的H股市價下跌。未來大量出售或預期大量出售我們的H股(包括任何未來發售)可能對我們按有利於我們的條款籌集資金的能力造成重大不利影響。此外，倘我們日後發行更多證券，股東的股權可能會被攤薄。倘我們透過發行新股本或股本掛鈎證券而非按比例向現有股東籌集額外資金，該等股東的持股比例可能被削減，而相關新證券可能具有優於發售股份的權利及特權。

現有股東持有的若干數目發售股份於全球發售完成後一段時期內進行出售時受到或將會受到合約及／或法律限制。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「包銷－包銷安排及開支－向香港包銷商作出的承諾」。在上述限制失效後，未來大量出售或預期大量出售或可能大量出售我們的H股均可能對我們H股的市價及我們未來籌集股本的能力產生負面影響。

**倘發售股份的發售價高於每股有形資產淨值， 閣下將面臨即時攤薄，而倘我們日後發行額外股份，則可能面臨進一步攤薄。**

H股的發售價高於緊接全球發售前的每股有形資產淨值。因此，全球發售中的H股買家將面臨即時攤薄。概無保證倘我們於全球發售後立即清盤，任何資產將會分派予股東，而投資者會收到少於彼等就H股支付的款項。此外，為擴展我們的業務，我們可能考慮於未來發售及發行額外股份。倘我們日後以低於當時每股有形資產淨值的價格發行額外股份，則H股的買家所持H股的每股有形資產淨值可能遭攤薄。

**我們的控股股東對本公司有重大影響力，及其利益未必與其他股東利益一致。**

緊隨全球發售完成後，我們的控股股東將繼續對我們的業務及事務(包括有關併購、處置資產、發行額外股份或其他股本證券、派付股息的時間及金額以及管理的決策)擁有重大影響力。控股股東的利益可能與 閣下的利益有衝突。此外，未經控股股東批准，我們可能無法訂立對我們有利的交易。所有權集中亦可能妨礙、延誤或阻止本公司控制權的變更，這可能剝奪我們股東在出售本公司時獲得股份溢價的機會，並可能大幅降低我們H股的價格。

**概不保證我們日後會否以及何時派付股息。**

股息分派由董事會確定，並須經股東批准。我們決定宣派或派付任何股息及任何股息金額將取決於多項因素，包括但不限於我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本支出要求、根據國際財務報告準則所確定的可分派利潤、公司章程、市場狀況、我們對業務發展的戰略計劃及展望、合約限制及責任、我們的經營附屬公司派付予我們的股息、稅務、相關法律法規以及董事會不時釐定與宣派或暫不派付股息有關的任何其他因素。因此，概不保證日後會否、何時及以何種形式派付股息或我們將根據股息政策派付股息。有關我們股息政策的進一步詳情，請參閱本招股章程「財務資料－股息」。我們的股息政策不應被視為我們未來股息政策的指示。

**本招股章程所載若干事實、預測及其他統計數據摘自各種政府資料來源，而其未必可靠。**

本招股章程中有關香港、中國及全球經濟以及中國貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶飾品行業的若干事實、預測及其他統計數據均摘自各種資料來源。我們認為有關資料來源適當，且我們在摘錄及轉載有關資料時持合理審慎態度。我們並無理由認為有關資料在任何重大方面屬虛假或具有誤導性，及存在任何事實遺漏而導致有關資料屬虛假或具有誤導性。我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人、包銷商、我們及彼等各自的任何董事、監事、高級職員、代表、僱員或顧問，或參與全球發售的任何其他人士或各方並未獨立核實來自官方政府來源的有關資料。由於收集方法可能有瑕疵或無效，或已公佈的資料與市場慣例存在差異，有關資料可能不準確或可能與有關其他行業或經濟體的事實及統計數據不具可比性。此外，我們無法向　閣下保證有關事實及統計數據以與其他司法權區相同的基準呈列或編製或具有相同的準確程度。並無就其完整性、準確性或公平性發表任何聲明。因此，本招股章程所載官方政府來源的資料可能不準確，不應被過分依賴。

**閣下應細閱整份招股章程，不應依賴報章報導或其他媒體所載有關我們、我們的H股或全球發售的任何資料。**

於本招股章程刊發前已有或於本招股章程刊發後將有有關我們及全球發售的報章及媒體報道。我們並無授權報章或媒體披露任何相關資料。該等未經授權報章或媒體報道所載有關我們的財務資料、財務預測、估值及其他資料未必真實反映本招股章程所披露的資料或實際情況。我們概不就該等未經授權報章或媒體報道，或任何相關資料的準確性或完整性承擔任何責任。我們概不就任何相關資料的適當性、準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。倘報章或媒體報道中出現的任何相關資料與本招股章程所載資料不一致或產生衝突，我們概不就此承擔任何責任。因此，有意投資者務請僅根據本招股章程所載資料作出決策，而不應依賴任何其他資料。

**本招股章程所載前瞻性陳述涉及風險及不確定因素。**

本招股章程載有基於我們管理層的信念、所作假設及管理層目前可獲得的資料並與我們相關的某些前瞻性陳述及資料。本招股章程就與我們或管理層相關事宜而採用「旨在」、「預計」、「相信」、「可能」、「估計」、「預期」、「未來」、「擬」、「可能」、「或會」、「計劃」、「預測」、「建議」、「尋求」、「應當」、「目標」、「將」、「將會」等詞彙及其否定式及其他類似表述時，即表示有關陳述為前瞻性陳述。該等陳述反映我們管理層有關未來事件、營運、盈利能力、流動資金及資本資源的當前看法，並非未來表現的保證。該等陳述涉及某些風險、不確定因素及假設，包括本招股章程所述其他風險因素。根據上市規則的持續披露義務或聯交所其他規定，我們擬不公開更新或以其他方式修訂本招股章程內的前瞻性陳述，不論是因新資料、未來事件或其他情況。投資者不應過度依賴該等前瞻性陳述及資料。

為籌備上市，本公司已尋求以下嚴格遵守上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例相關條文的豁免及寬免：

**有關管理層人員留駐香港的豁免**

根據上市規則第8.12條規定，聯交所新上市申請人必須在香港有足夠的管理層人員，這通常指最少有兩名執行董事必須常居香港。上市規則第19A.15條進一步規定，經考慮(其中包括)申請人與聯交所保持定期溝通的安排，第8.12條的規定可予豁免。

由於我們的總部、本集團的主要業務營運及管理均於中國內地進行，故執行董事均位於中國內地以便更好管理及參與本集團業務營運。因此，我們目前及於可見將來不會為符合上市規則第8.12條的規定而在香港留駐足夠管理層人員。

因此，根據上市規則第19A.15條，我們已向聯交所申請且聯交所已同意授出豁免嚴格遵守上市規則第8.12條及第19A.15條項下的規定。為與聯交所保持有效的溝通，我們將採取下列措施，以確保聯交所與我們保持定期溝通：

(a) 我們已根據上市規則第3.05條委任兩名授權代表。兩名授權代表為執行董事兼聯席公司秘書李陽金先生(「**李陽金先生**」)及聯席公司秘書施雪玲女士(「**施女士**」)。授權代表將作為聯交所與本公司溝通的主要渠道。授權代表可應要求在合理時間內在香港與聯交所會面，且聯交所可隨時通過電話、傳真及／或電郵與授權代表聯絡，以及時處理聯交所可能作出的任何查詢。各授權代表獲授權代表本公司與聯交所溝通；

(b) 聯交所欲就任何事宜聯絡董事時，各授權代表有方法隨時迅速聯絡全體董事。我們將實施一項政策，據此：

(i) 各董事將向授權代表提供其手機號碼、辦公室電話號碼、住所電話號碼、電郵地址及傳真號碼；

(ii) 各董事將會在出游時或因其他原因不在辦事處時向授權代表提供其電話號碼或聯絡方法；及

(iii) 各董事將會向聯交所提供其手機號碼、辦公室電話號碼、電郵地址及傳真號碼；

(c) 根據上市規則第3A.19條，我們已委任中國平安資本(香港)有限公司作為我們的合規顧問，其將作為聯交所與本公司溝通的另一渠道，任期自上市日期起至本公司根據上市規則第13.46條刊發上市日期後首個完整財政年度的財務業績當日為止；

(d) 本公司將及時知會聯交所有關本公司授權代表及合規顧問的任何變動；

(e) 並非常居於香港的董事已確認彼等各自持有或可申請辦理前往香港的有效旅遊證件，並可於合理時間內與聯交所會面；及

(f) 我們將在上市後聘請一名香港法律顧問就上市規則及其他適用香港法律法規的應用向我們提供建議。

**與聯席公司秘書有關的豁免**

根據上市規則第3.28條及第8.17條，我們的公司秘書必須為聯交所認為在必要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。聯交所接納下列各項為可予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；或

(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條附註2進一步規定，評估該名人士是否具備「有關經驗」時，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例及規則(包括證券及期貨條例、公司條例及收購守則)的熟悉程度；

(c) 除上市規則第3.29條的最低要求外，該名人士是否曾經及／或將會參加相關培訓(即於各財政年度參與不少於15個小時的相關專業培訓)；及

(d) 該名人士於其他司法權區的專業資格。

我們已委任執行董事、董事會秘書、副總經理兼財務總監李陽金先生為聯席公司秘書之一。儘管李陽金先生並不具備上市規則第3.28條附註所規定的必要學術或專業資質或足夠的有關經驗，但鑑於其過去於本集團的管理經驗以及其對本集團內部管理及業務經營的透徹理解，我們希望委任其為聯席公司秘書。我們認為，李陽金先生為我們的僱員，熟悉我們的日常事務，委任其作為我們的聯席公司秘書符合本公司及本集團企業管治的最佳利益。李陽金先生與董事會有必要聯繫並與本公司管理層保持密切工作關係，以履行聯席公司秘書職能及以最有效和高效的方式採取必要的行動。此外，我們已委任施女士(彼憑藉香港公司治理公會會員資格符合上市規則第3.28條附註1項下所規定的必要資質)作為另一名聯席公司秘書，協助李陽金先生取得上市規則第3.28條項下規定擔任本公司的公司秘書的相關經驗。有關李陽金先生及施女士資質及經驗的進一步資料，請參閱「董事、監事及高級管理層」一節。

除履行其作為聯席公司秘書之一的職能外，施女士將協助李陽金先生，使其可取得上市規則第3.28條項下規定的相關公司秘書經驗並熟悉上市規則及其他適用香港法例的規定。此外，李陽金先生亦將根據上市規則第3.29條的規定，於各財政年度參加相關的專業培訓。

我們已根據新上市申請人指南第3.10章就委任李陽金先生為其中一名聯席公司秘書一事申請豁免嚴格遵守上市規則第3.28及8.17條，且已獲聯交所批准，條件如下：

(a) 李陽金先生必須由施女士協助，施女士具備上市規則第3.28條所需資質及經驗，並於整個豁免有效期內獲委任為本公司的聯席公司秘書；

(b) 豁免的初始有效期為上市日期起計三年，倘施女士不再提供有關協助或本公司嚴重違反上市規則，則該項豁免將被即時撤回；及

(c) 於三年期限結束前，本公司將進一步評估李陽金先生的資質與經驗以及是否需要施女士繼續提供協助。本公司隨後將盡力以令聯交所信納的方式證明，李陽金先生在緊接前三年在施女士的協助下已獲得有關經驗(定義見上市規則第3.28條附註2)，而不必進一步豁免遵守上市規則第3.28及8.17條的規定。本公司明白，倘施女士於三年期間內不再向李陽金先生提供協助，聯交所將會撤銷有關豁免。

## 董事對本招股章程內容的責任

本招股章程載有遵照公司(清盤及雜項條文)條例、香港法例第571V章證券及期貨(在證券市場上市)規則及上市規則向公眾人士提供有關本集團的資料。我們的董事(包括於本招股章程列為董事的任何擬任董事)願就本招股章程所載資料的準確性共同及個別地承擔全部責任及在作出一切合理查詢後確認，就彼等所深知及確信，本招股章程所載資料於各重大方面均屬準確完整，概無誤導或欺詐成份，且並無遺漏任何其他事宜，導致本招股章程或其所載任何陳述產生誤導。

## 中國證監會備案

於2024年12月3日，我們向中國證監會提交中國證監會備案文件，以申請H股(包括將由內資股轉換的H股)於聯交所上市及全球發售，而中國證監會於2025年1月28日接納中國證監會備案文件。中國證監會於2025年5月30日刊發完成中國證監會備案程序的通知。中國證監會發佈該通知僅對本公司完成中國證監會備案手續作出確認，並不對H股的投資價值或投資者的回報作出任何確認。中國證監會對中國證監會備案文件或本招股章程所作出的任何陳述或表達的任何意見的準確性或完整性不承擔任何責任。

據中國法律顧問所告知，我們已於上市前就申請上市及境外發售完成所有相關中國證監會備案，且毋須自中國證監會取得其他批准。有關進一步詳情，請參閱「監管概覽－與海外上市相關的法律法規」。

## 香港公開發售及招股章程

本招股章程僅就香港公開發售而刊發，而香港公開發售乃全球發售的一部分。就香港公開發售的申請人而言，本招股章程載有香港公開發售的條款及條件。有關申請香港發售股份的手續的詳情，請參閱「如何申請香港發售股份」。

香港發售股份僅按照本招股章程所載資料及作出的聲明，按當中所載條款及條件提呈發售。概無任何人士獲授權提供或作出本招股章程所載者以外的任何資料或任何聲明，而倘任何人士提供有關資料或作出有關聲明，不得視為已獲我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人、參與全球發售的包銷商、我們或

彼等的任何聯屬人士或彼等各自的任何董事、監事、高級人員、僱員或代理或參與全球發售的任何其他人士或各方授權而加以信賴。

在任何情況下，派發本招股章程或就我們的H股作出提呈、銷售或寄送，概不表示我們的事務自本招股章程日期起並無任何變動或可能涉及變動的合理發展，或暗示本招股章程所載資料在其後任何時間仍屬準確無誤。

**全球發售的架構及條件以及包銷**

有關全球發售的架構及條件的詳情，請參閱「全球發售的架構及條件」。

上市由獨家保薦人保薦。香港公開發售由香港包銷商根據香港包銷協議全數包銷。有關國際配售的國際包銷協議預期於定價日或前後訂立，以獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)與我們就發售價達成協議為準。全球發售由獨家整體協調人管理。若因任何原因未議定發售價，全球發售將不會進行且將告失效。有關包銷商及包銷安排的更多詳情，請參閱「包銷」。

**發售股份的發售限制**

根據香港公開發售認購香港發售股份的所有人士均須確認及於認購香港發售股份時視為確認已知悉本招股章程所述發售股份的發售限制，且其並非在抵觸任何該等限制的情況下，購買及獲發售任何發售股份。

本公司概無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區公開發售發售股份或派發本招股章程。因此(但不限於下列各項)，在未獲授權要約或提出邀請的任何司法權區或向任何人士要約或提出邀請即屬違法的任何情況下，本招股章程不得用作亦不構成有關要約或邀請。在其他司法權區派發本招股章程以及提呈發售股份須受限制，且除非根據相關證券監管機關的登記或授權而獲該司法權區證券法准許或獲豁免遵守相關證券法，否則不得進行上述事宜。尤其是，發售股份並無在中國或美國直接或間接公開提呈發售及出售，亦將不會提呈發售或出售。

發售股份的潛在投資者應諮詢彼等的財務顧問及尋求法律意見(如適用),了解及遵守任何有關司法權區的所有適用法律及法規。發售股份的潛在投資者應知悉任何有關申請發售股份的法律規定,以及彼等各自的公民身份、居留權或居籍所屬國家的任何適用外匯管制法規及適用稅項。

**申請於聯交所上市**

本公司已向聯交所上市委員會申請批准根據全球發售將內資股轉換為H股及將予發行的H股上市及買賣。H股預期於2025年9月29日(星期一)開始於聯交所進行買賣。H股將以每手買賣單位100股H股買賣。H股的股份代號將為2583。

除過往於新三板掛牌的股份外,股本或借貸資本概無於任何其他證券交易所上市或買賣,且截至最後可行日期並無正在或有意尋求有關上市或上市許可。所有發售股份將登記於本公司之H股股東名冊,以便於聯交所買賣。

根據公司(清盤及雜項條文)條例第44B(1)條,倘於截止辦理申請登記起計三個星期屆滿前或聯交所或其代表於上述三個星期內知會本公司的較長期間(不超過六星期)內,發售股份遭拒絕在聯交所上市及買賣,則就任何申請作出的任何配發將告無效。

**H股將合資格納入中央結算系統**

待H股獲聯交所批准在聯交所上市及買賣,且我們符合香港結算的股票收納規定後,則我們的H股將獲香港結算接納為合資格證券,自上市日期或香港結算決定的任何其他日期起在中央結算系統內寄存、結算及交收。

聯交所參與者之間的交易須於任何交易日後的第二個結算日在中央結算系統內進行交收。已作出所有必要安排使H股獲納入中央結算系統。中央結算系統的所有活動須依據不時有效的香港結算一般規則及香港結算運作程序規則進行。由於該等交收安排將影響　閣下的權利及權益,故　閣下應就該等安排的詳情徵詢　閣下的股票經紀或其他專業顧問意見。

潛在投資者應向其股票經紀或其他專業顧問諮詢有關交收安排的詳情，因為該等安排可能會影響其權利及權益。

**申請香港發售股份的程序**

申請香港發售股份的程序載於本招股章程「如何申請香港發售股份」一節。

**H股股東名冊及印花稅**

我們根據於香港公開發售中所作申請而發行的所有H股將於我們在香港由H股證券登記處卓佳證券登記有限公司存置的H股股東名冊進行登記。僅有在本公司於香港存置的H股股東名冊上登記的H股可在聯交所買賣。本公司的主要股東名冊將由本公司在中國總部備存。

買賣本公司於香港H股股東名冊登記的H股將須繳納香港印花稅。香港印花稅目前就每宗買賣H股交易按H股的對價或市值(以較高者為準)按從價稅率0.1%向買方及賣方各自徵收。換言之，一宗典型的H股買賣交易目前須合共繳付0.2%的印花稅。此外，每份轉讓文據(如規定)須繳納定額印花稅5港元。

除非本公司另有釐定，否則將向名列於本公司香港H股股東名冊的股東支付有關H股股息，並以普通郵遞方式寄往各股東的登記地址，郵誤風險概由股東承擔。

**認購、購買及轉讓H股的登記**

我們已指示H股證券登記處，且H股證券登記處已同意，除非及直至個別持有人將有關H股的經簽署表格遞交予H股證券登記處，且表格中載有以下聲明，否則不會以任何個別持有人的名義登記認購、購買或轉讓任何H股：

- 持有人向我們及各股東表示同意，而我們向各股東表示同意遵守及遵從公司條例、公司(清盤及雜項條文)條例、中國公司法及公司章程；

- 持有人向我們、各股東、董事、監事、經理及高級職員表示同意，而我們(為我們本身及代各董事、監事、經理及高級職員行事)向各股東表示同意，所有因公司章程或中國公司法或其他有關法律及行政法規所賦予或施行的任何權利或責任而產生與我們事務有關的所有分歧及索償均依照公司章程提交仲裁，而一旦提交仲裁，則將視作授權仲裁庭進行公開聆訊及公佈裁決結果，且有關裁決將為最終裁決且不可推翻。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「附錄四－主要中國及香港法律及監管規定概要」及「附錄五－公司組織章程概要」；

- 持有人向我們及各股東表示同意，H股可根據公司章程由其持有人自由轉讓；及

- 持有人授權我們代其與各董事、監事、經理及高級職員訂立合約，據此，該等董事、監事、經理及高級職員承諾遵守及遵從公司章程所列明彼等對股東承擔的責任。

申請或購買全球發售項下H股的人士於提出申請或購買後，即被視為表明其並非任何董事或本公司監事或本公司現有股東或上述任何人士的代名人的緊密聯繫人(定義見上市規則)。

**建議諮詢專業稅務意見**

全球發售的潛在投資者如對認購、購買、持有、出售、買賣H股或行使與H股有關的任何權利的稅務影響有任何疑問，建議諮詢其專業顧問。我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人、包銷商、我們或彼等的任何聯屬人士或彼等各自的任何董事、監事、高級職員、僱員或代理或參與全球發售的任何其他人士或各方概不就任何人士因認購、購買、持有、出售、買賣H股或行使與H股有關的任何權利而產生的任何稅務影響或負債承擔任何責任。

**遵守上市規則**

我們將遵守香港適用法律及法規(包括上市規則)及任何其他不時以聯交所為受益人提供的承諾。倘上市委員會發現我們違反上市規則或有關其他不時以聯交所為受益人提供的承諾，則上市委員會可能根據上市規則提起註銷或紀律處分程序。

## 有關內資股轉為H股的資料

本公司已根據相關股東的指示申請將所有內資股轉為H股，涉及現有股東持有的48,225,000股未上市股份。有關現有股東、其各自於本公司的權益以及其就內資股轉為H股將作出的申請的詳情，請參閱「歷史及發展－本公司的股權架構」及「股本」。中國證監會已於2025年5月30日批准內資股轉換為H股。由內資股轉換的相關H股於上市後一年內不得交易。

## 匯率換算

僅為　閣下方便起見，本招股章程載有按指明匯率將若干人民幣金額換算成港元的換算。除另有所指，本招股章程中人民幣兑港元的換算(反之亦然)乃按1.00港元兑人民幣0.90179元的匯率進行。

概不表示任何人民幣或港元金額可以、可能或已經按上述匯率或任何其他匯率進行兑換，或根本無法進行兑換。

## 語言

本招股章程英文版與其中文譯本如有任何歧義，概以本招股章程英文版為準。中國法律及法規、政府部門、機構、自然人或其他實體(包括我們的若干附屬公司)的中英文名稱已載於本招股章程，以便參考，如有任何歧義，概以中文為準。

## 約整

本招股章程所載的金額及百分比數字(包括股份所有權、營運及財務數據)可能已作四捨五入調整。於本招股章程內，除另有指明或文義另有所指外，凡以百萬為單位呈列的資料，不足十萬的金額均已約整至最接近的十萬位數。除另有指明或文義另有所指外，以百分比呈列的金額已約整至最接近的十分之一個百分點。因此，表格中各行或列的數字總和可能並非個別項目的算數總和。

## 網站

本招股章程所述任何網站的內容並不構成本招股章程的一部分。

**董事**

| **姓名** | **住址** | **國籍** |
|---|---|---|
| **執行董事：** | | |
| 李永忠先生 | 中國<br>廣東省<br>深圳市龍崗區<br>景芬路2號<br>龍園意境<br>1棟101室 | 中國 |
| 胡少華(曾用名：胡少鋒)先生 | 中國<br>廣東省<br>深圳市羅湖區<br>翠蔭路<br>觀山嘉苑2棟<br>B座4205室 | 中國 |
| 李陽金先生 | 中國<br>廣東省<br>深圳市福田區<br>新新家園建鑫苑<br>A棟29D室 | 中國 |
| **非執行董事：** | | |
| 黃良地先生 | 中國<br>福建省<br>莆田市荔城區<br>黃石鎮<br>工藝美術城<br>正大鴻業<br>4號樓1602室 | 中國 |

| 姓名 | 住址 | 國籍 |
|---|---|---|
| **獨立非執行董事：** | | |
| 李奇先生 | 中國<br>北京市<br>昌平區<br>天通苑北一區<br>6號樓1107室 | 中國 |
| 林勇先生 | 中國<br>廣東省<br>深圳市福田區<br>百花五路<br>長城大廈<br>七號樓A705室 | 中國 |
| 郭曉紅(曾用名：郭嵐紅)女士 | 中國<br>福建省<br>福州市鼓樓區<br>工業路403號<br>中茵花城<br>3座401室 | 中國 |
| 黃善榕先生 | 香港<br>九龍<br>觀塘麗港城<br>2座11樓B室 | 中國 |

**監事**

| 姓名 | 住址 | 國籍 |
|---|---|---|
| 姚向萍女士 | 中國<br>福建省<br>莆田市涵江區<br>涵江村大地嘉苑<br>1棟903室 | 中國 |
| 欽豔女士 | 中國<br>廣東省<br>深圳市龍崗區<br>甘坑社區<br>大圍村29號401室 | 中國 |
| 鄒建平先生 | 中國<br>廣東省<br>深圳市龍崗區<br>甘坑社區<br>涼帽新村<br>五巷1號504室 | 中國 |

有關我們董事、監事及其他高級管理層成員的進一步資料載於「董事、監事及高級管理層」。

**參與各方**

| | |
|---|---|
| **獨家保薦人** | **中國平安資本(香港)有限公司**<br>*(根據證券及期貨條例可從事第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團)*<br>香港<br>皇后大道中99號<br>中環中心36樓<br>3601、07及11–13室 |
| **整體協調人** | **平安證券(香港)有限公司**<br>*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動的持牌法團)*<br>香港<br>皇后大道中99號<br>中環中心36樓<br>3601、07及11–13室 |
| **獨家全球協調人** | **平安證券(香港)有限公司**<br>*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動的持牌法團)*<br>香港<br>皇后大道中99號<br>中環中心36樓<br>3601、07及11–13室 |

**聯席賬簿管理人及聯席牽頭經辦人**

**平安證券(香港)有限公司**

*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動的持牌法團)*

香港

皇后大道中99號

中環中心36樓

3601、07及11–13室

**中航資信環球資產管理有限公司**

*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)、第4類(就證券提供意見)及第9類(提供資產管理)受規管活動的持牌法團)*

香港

九龍柯士甸道西1號

環球貿易廣場

67樓6704B–06A室

**盈立證券有限公司**

*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)、第4類(就證券提供意見)、第6類(就機構融資提供意見)及第9類(提供資產管理)受規管活動的持牌法團)*

香港

上環

德輔道中308號

24樓2405–06室

**農銀國際融資有限公司**

*(僅擔任聯席賬簿管理人)*

*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團)*

香港

干諾道中50號

中國農業銀行大廈11樓

**農銀國際證券有限公司**
*(僅擔任聯席牽頭經辦人)*
*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動的持牌法團)*
香港
干諾道中50號
中國農業銀行大廈10樓

**百惠證券有限公司**
*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動的持牌法團)*
香港
上環
皇后大道中183號
中遠大廈32樓3214室

**瑞邦證券有限公司**
*(根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動的持牌法團)*
香港
灣仔
告士打道227–228號
生和大廈9樓

**本公司法律顧問**

*有關香港法律*
**方達律師事務所**
香港
中環
康樂廣場8號
交易廣場1期26樓

*有關中國法律*
**國楓律師事務所**
中國
北京市東城區
建國門內大街26號
新聞大廈7–8層

| | |
|---|---|
| **獨家保薦人及包銷商法律顧問** | *有關香港法律*<br>**的近律師行**<br>香港<br>中環<br>遮打道18號<br>歷山大廈5樓<br><br>*有關中國法律*<br>**德恒律師事務所**<br>中國<br>北京市<br>西城區<br>金融大街19號<br>富凱大廈B座12層 |
| **核數師及申報會計師** | **德勤•關黃陳方會計師行**<br>*執業會計師*<br>*註冊公眾利益實體核數師*<br>香港<br>金鐘道88號<br>太古廣場一期35樓 |
| **行業顧問** | **灼識諮詢**<br>中國<br>上海市<br>靜安區<br>普濟路88號<br>靜安國際中心B座10樓 |
| **收款銀行** | **中國建設銀行(亞洲)股份有限公司**<br>香港<br>中環<br>干諾道中3號<br>中國建設銀行大廈26樓 |

| | |
|---|---|
| **中國註冊辦事處及總部** | 中國<br>廣東省深圳市<br>羅湖區翠竹街道<br>翠錦社區貝麗北路99號<br>水貝國際珠寶中心2901<br>(3701A) |
| **香港主要營業地點** | 香港<br>灣仔<br>皇后大道東248號<br>大新金融中心<br>40樓 |
| **本公司網站** | **https://www.hipine.com**<br>*(註：本網站所載資料並不構成本招股章程的一部分)* |
| **聯席公司秘書** | **李陽金先生**<br>中國<br>廣東省深圳市<br>福田區<br>新新家園<br>建鑫苑A棟29D室<br><br>**施雪玲女士***ACG (CS, CGP)；HKACG (CS, CGP)*<br>香港灣仔皇后大道東248號<br>大新金融中心40樓 |
| **授權代表** | **李陽金先生**<br>中國<br>廣東省<br>深圳市福田區<br>新新家園建鑫苑<br>A棟29D室<br><br>**施雪玲女士***ACG (CS, CGP)；HKACG (CS, CGP)*<br>香港灣仔皇后大道東248號<br>大新金融中心40樓 |

| | |
|---|---|
| **審核委員會** | 郭曉紅女士*(主席)* |
| | 林勇先生 |
| | 李奇先生 |
| **薪酬與考核委員會** | 李奇先生*(主席)* |
| | 林勇先生 |
| | 胡少華先生 |
| **提名委員會** | 林勇先生*(主席)* |
| | 黃良地先生 |
| | 郭曉紅女士 |
| **戰略委員會** | 李永忠先生*(主席)* |
| | 黃良地先生 |
| | 李奇先生 |
| **H股證券登記處** | **卓佳證券登記有限公司**<br>香港<br>夏慤道16號<br>遠東金融中心17樓 |
| **合規顧問** | **中國平安資本(香港)有限公司**<br>*(根據證券及期貨條例可從事第6類*<br>*(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團)*<br>香港<br>皇后大道中99號<br>中環中心36樓<br>3601、07及11–13室 |

**主要往來銀行**

**中國建設銀行股份有限公司**
深圳市分行
中國
廣東省深圳市
福田區蓮花街道
福中三路南面鵬程一路東面
深圳建行大廈

*除另有指明外，本節所呈列的資料乃源自多份政府刊物及其他刊物，以及由我們委託獨立第三方行業顧問灼識諮詢編製的灼識諮詢報告。我們相信，本資料來源來自有關資料的適當來源，並已合理謹慎摘錄及轉載有關資料。我們並無理由相信該等資料屬虛假或具誤導性，或遺漏任何會導致該等資料變成虛假或具誤導性的事實。我們、獨家保薦人、獨家整體協調人、包銷商、我們及彼等各自的任何董事、高級職員、代表、僱員或顧問，參與全球發售的任何其他各方並未獨立核實源自政府官方的資料，亦未就其完整性、公平性及準確性作出任何聲明。*

**資料來源**

我們已委託獨立市場研究顧問公司灼識諮詢對我們經營所在市場進行詳細分析並編製行業報告。灼識諮詢為一家於中國成立的獨立全球諮詢公司，主要從事提供市場研究諮詢服務、進行行業研究，以及在多個行業提供市場及企業策略和諮詢服務。我們因編製及使用灼識諮詢報告而產生的費用及開支總額為人民幣900,000元。

灼識諮詢於完成本報告的過程中使用多種資源進行一手研究及二手研究。一手研究包括訪問主要行業專家和領先的行業參與者。二手研究包括分析多個公開資料來源的數據，如中國國家統計局、中國鐘錶協會、中國黃金協會、上海黃金交易所、中國珠寶玉石首飾行業協會，以及灼識諮詢的內部資料庫。

灼識諮詢對中國各手錶行業及相關行業的市場規模之預測乃基於以下假設：(i)全球整體社會、經濟及政治環境預期於未來十年將維持穩定趨勢；(ii)相關主要行業驅動因素可能於預測期間繼續推動中國手錶行業及相關行業的增長；及(iii)並無任何極端不可抗力事件或行業監管變動可能對市場狀況造成重大或根本性影響。除另有指明外，本節所載的所有數據及預測均源自灼識諮詢報告。我們董事經作出合理查詢後確認，自灼識諮詢報告日期起，市場資料並無任何不利變動，可能使本節所載資料存有保留意見、相抵觸或對其造成重大影響。

## 中國手錶行業概覽

### 手錶的定義及分類

手錶是一種主要戴在手腕上的便攜式計時器，主要用於追蹤時間。手錶通常包含顯示日期、計時功能等特徵，並結合功能性和美學設計，作為計時工具以及身份象徵。手錶由多個關鍵部件組成，包括錶殼、錶盤、機芯、錶冠、錶鏡和錶帶。錶殼是裝載及保護手錶內部組件的外殼。

手錶可按多種方式劃分，如貴金屬及其合金在錶外觀件中的應用、是否具備智能功能、機芯類型、原產國以及零售價位範圍。

**手錶分類**

| 分類方法 | 子類別 | 定義與特徵 |
|---|---|---|
| **透過貴金屬及其合金在錶外觀件上的應用** | 貴金屬手錶 | 根據QB/T4160-2023標準，錶殼主體完全由貴金屬及其合金製成的手錶。 |
| | 鑲貴金屬手錶 | 根據QB/T 4160-2023標準，於錶殼主體或其他外觀件使用貴金屬及其合金的手錶。 |
| | 鍍有貴金屬及其合金塗層的手錶 | 錶外觀件具有貴金屬及其合金塗層(厚度不超過300微米)的手錶。根據GB/T 38020.1-2019，此類別包括但不限於包金手錶(塗層厚度介於200至300微米之間)、鍍金手錶(塗層厚度介於5至80微米之間)等。 |
| | 不含貴金屬及其合金的手錶 | 錶外觀件不含貴金屬及其合金，且無鍍有貴金屬及其合金塗層的手錶。 |

| 分類方法 | 子類別 | 定義與特徵 |
| --- | --- | --- |
| **按有無智能功能劃分** | 智能手錶 | 智能手錶為集傳統時間顯示功能與互動及資訊處理功能於一體的手錶。除顯示時間之外，智能手錶亦整合精巧的電腦功能，例如健身追蹤、GPS導航及執行應用程式的能力等特徵。 |
| | 非智能手錶或傳統手錶 | 非智能手錶指不具備互動與資訊處理功能的手錶。非智能手錶主要以計時為目的，在設計上可能會強調工藝、美學及品牌傳承。 |
| **按機芯類型劃分** | 機械手錶 | 機械手錶為由機械機芯提供動力的計時器，依靠主發條驅動手錶的齒輪及指針。 |
| | 石英手錶 | 石英手錶為配備石英機芯的計時器，使用電池作為動力來源。 |
| | 電子手錶 | 電子手錶為配備電子機芯的計時器。該等手錶通常配備液晶顯示器，可接收來自集成電路的精確脈衝，準確顯示顯示器上的資料。 |

| 分類方法 | 子類別 | 定義與特徵 |
|---|---|---|
| **按品牌產地劃分** | 國內品牌的手錶 | 國內品牌的手錶指由在中國創立的手錶品牌所設計及生產的計時器。 |
| | 外國品牌的手錶 | 外國品牌手錶指源自中國以外國家的手錶品牌所生產的計時器。該等手錶通常為進口手錶，且往往與其原產國的聲譽有關。 |
| **按零售價範圍劃分** | 大眾市場手錶 | 大眾市場手錶的單價在人民幣3,000元以下，乃為大眾市場設計，提供基本功能及較簡單的設計。 |
| | 中端手錶 | 中端手錶的單價在人民幣3,000元至人民幣10,000元之間。該等計時器兼顧品質、功能及經濟實惠。 |
| | 高端手錶 | 高端手錶為奢華計時器，單價通常在人民幣10,000元以上。高端手錶與著名製錶師、卓越的工藝及傳統有關，為身份的象徵及收藏珍品。 |

*資料來源：灼識諮詢報告*

**中國手錶行業**

***中國手錶行業發展***

中國手錶行業經歷了令人矚目的發展，從一個依賴進口的新興行業轉變為一個能夠生產高品質手錶的成熟行業。自20世紀中葉起，中國手錶行業經歷了長足的發展。於20世紀60及70年代，政府大量投資，在天津、北京及上海等重要城市建立了國有工廠。該等工廠優先考慮大規模生產，到20世紀70年代末，中國已成為機械手錶的主要生產國，儘管其質量仍落後於西方標準。

21世紀初是中國手錶行業的關鍵時期。隨著中國經濟的快速發展，對高端商品(包括高檔手錶)的需求亦相應增加。在此期間，中國品牌開始提升技術實力，完善設計美學，從而生產出更加精緻的高檔手錶。此外，中國品牌在手錶供應鏈中的作用日益突出，成為製造及組裝的關鍵樞紐。2010年以來，智能手錶的興起進一步豐富了市場。在這一時期，中國手錶品牌逐漸贏得了消費者的認可。「中國製造」的標籤已逐漸摒棄了早期低成本、低質量商品的印象，許多中國製錶商如今已被視為行業中值得關注的參與者。

***中國手錶行業的市場規模***

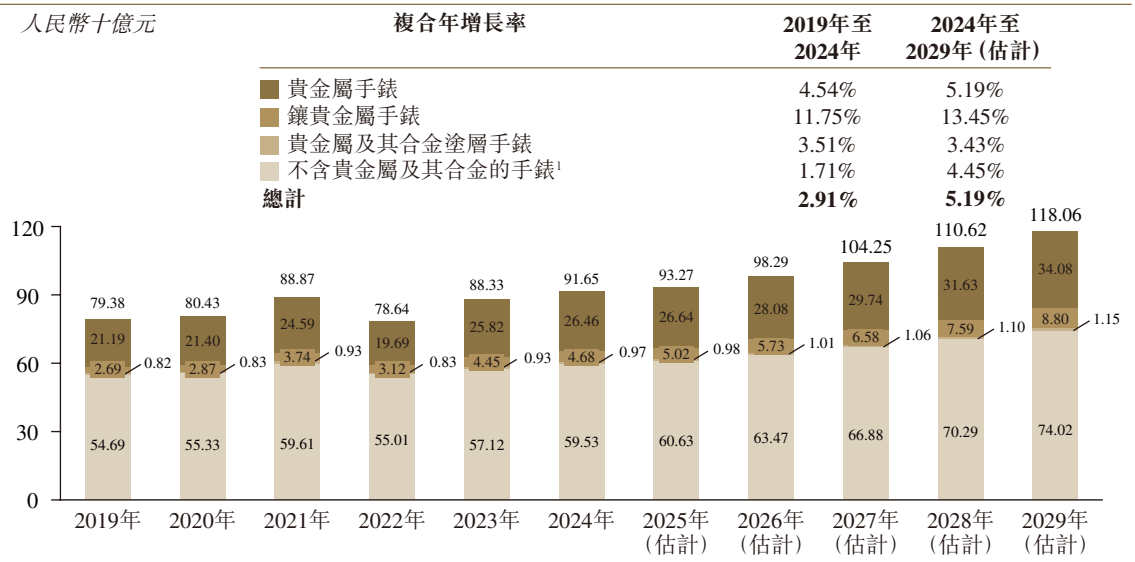
於2019年，中國手錶行業的市場規模為人民幣793.8億元，到2021年，以GMV計，市場規模增至人民幣888.7億元。於2022年，受COVID-19疫情的影響，特別是嚴格的封鎖及出行限制，嚴重影響了零售額，導致中國手錶行業的整體商品交易總額下降至人民幣786.4億元。於2023年，隨著疫情影響的逐漸減弱及消費需求的恢復，中國手錶市場迎來復甦，以GMV計，達到人民幣883.3億元。以GMV計，2024年中國手錶市場規模將達到人民幣916.5億元。

一線城市的消費者通常青睞外國品牌手錶或高端手錶，原因是該等手錶品牌在一線城市投入大量宣傳資源，其主要銷售網絡策略性地佈局於此。低線城市的消費者更傾向於購買性價比更高的手錶，為中國大眾手錶分部作出顯著貢獻。中國消費者多樣化的生活方式亦影響了其對手錶的偏好。例如，科技達人，尤其是年輕一代，將功能性和創新性放在首位並刺激了智能手錶市場

的增長。整體而言，可支配收入的增加促進了消費者對手錶的消費，同時提高了其對手錶的期望。2019年至2024年，中國人均可支配收入從人民幣30,730元增至人民幣41,310元。購買力的提升使消費者更加注重設計、工藝和品牌影響力，並推動中高端手錶分部的增長，進而推動中國手錶行業。預計到2029年，市場規模將達到人民幣1,180.6億元，2024年至2029年的複合年增長率為5.19%。

中國貴金屬手錶市場規模於2024年按GMV計為人民幣264.6億元，自2019年至2024年的複合年增長率為4.54%，預計於2029年將達至人民幣340.8億元，2024年至2029年的複合年增長率為5.19%。按銷量計，2024年為1.54百萬隻，預計於2029年增長至1.76百萬隻，2024年至2029年的複合年增長率為2.68%。鑲貴金屬手錶市場規模於2024年按GMV計為人民幣46.8億元，自2019年至2024年的複合年增長率為11.75%，預計於2029年將達至人民幣88.0億元，2024年至2029年的複合年增長率為13.45%。按銷量計，2024年為0.84百萬隻，預計於2029年將增長至1.52百萬隻，2024年至2029年的複合年增長率為12.62%。

**2019年至2029年(估計)按貴金屬及其合金於錶外觀件的應用劃分的中國手錶行業市場規模(以GMV計)**




*資料來源：中國鐘錶協會、灼識諮詢報告*

*附註：*圖表中的數字經約整至兩個小數位。

1. 不含貴金屬及其合金的手錶包括不銹鋼手錶、陶瓷手錶、碳纖維手錶等。

國內手錶品牌與外國手錶品牌於中國手錶市場進行競爭。在中國手錶市場，國內品牌的市場佔有率逐步提升，而以GMV計，外國品牌手錶在中國的市場份額在2019年為67.61%，並從2021年的78.85%下降至2024年的72.78%。值得注意的是，根據瑞士鐘錶工業聯合會(Federation of the Swiss Watch Industry)的資料，2019年瑞士手錶對中國的出口額為1,994百萬瑞士法郎，並由2021年的2,966.9百萬瑞士法郎下降至2024年的2,053.4百萬瑞士法郎，且由於消費者對奢侈品的需求疲弱，預計未來數年將會萎縮。按GMV計，外國品牌手錶市場規模預計將達到人民幣752.7億元，2024年至2029年的複合年增長率為2.45%。以GMV計，國內品牌的市場佔有率已由2021年的21.15%上升至2024年的27.22%。有關增長乃由於國內手錶品牌的快速發展，其推動力包括具有競爭力的價格、在設計中融入中國美學元素，以及日益貼近當地消費者的偏好。國內品牌利用成本優勢，通常提供價格更合理的產品。此外，由於年輕消費群日益追求反映個性的產品，傳統的外國手錶設計已被證明較難滿足該等新興需求。相比之下，國內品牌已成功地將獨特的中國文化元素融入其設計中，引起當地消費者的共鳴。按GMV計，2029年中國國內品牌手錶市場規模預計達到人民幣427.9億元，2024年至2029年的複合年增長率為11.39%。

**貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶行業概覽**

**貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶的定義和分類**

貴金屬手錶是錶殼主體完全由貴金屬及其合金製成的手錶，且鑲貴金屬手錶是指根據QB/T 4160-2023用於部分錶殼主體或其他外觀件的貴金屬及其合金的手錶。該等金屬通常包括黃金、鉑金及白銀，因其稀有性、美觀性及內在價值而備受推崇。貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶不僅是功能性飾品，亦是身份的象徵及投資資產。貴金屬手錶可根據貴金屬及其合金類型進行分類，可分為黃金貴金屬手錶及其他。黃金貴金屬手錶包括足金貴金屬手錶、18K金貴金屬手錶及14K金貴金屬手錶。其他包括鉑金貴金屬手錶及白銀貴金屬手錶。同樣地，鑲貴金屬手錶可根據部分錶殼主體或其他外觀件使用的貴金屬及其合金類別進行分類，可分為鑲足金的鑲貴金屬手錶、鑲18K金的鑲貴金屬手錶及鑲14K金的鑲貴金屬手錶以及其他。其他包括鑲鉑金的鑲貴金屬手錶及鑲白銀的鑲貴金屬手錶。

黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶因其外觀高端、耐用性和所用黃金的價值而備受重視。該等手錶所用黃金的純度各有不同，常見的有足金(純度為999‰或以上)和K金(合金中黃金含量低於999‰)。由於足金的軟度和延展性，通常不適合單獨直接用於製造產品。因此，大多數手錶製造商通常會將黃金與其他金屬結合，使其硬化，以便用於大量生產手錶。然而，此製程通常會將黃金的純度降至99.9%以下。由於開發黃金硬化技術並將其應用到實踐中具有一定的挑戰性，目前中國不足10家手錶製造商能夠開發出克服此技術挑戰的技術，在中國手錶市場上實現了足金在手錶批量生產中的應用。鉑金貴金屬手錶及鑲鉑金的鑲貴金屬手錶具有天然的白色光澤外觀，顯得光滑典雅。鉑金貴金屬手錶及鑲鉑金的鑲貴金屬手錶以其重量、耐磨性和抗腐蝕性而聞名，既奢華又極為耐用。白銀貴金屬手錶及鑲白銀的鑲貴金屬手錶因其經典的魅力和廣泛的適用場景而受到青睞，通常比其他貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶更為經濟實惠。

**中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶行業的價值鏈**

中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶行業的上游包括貴金屬供應商和手錶零部件供應商。作為行業慣例，貴金屬主要由交易所及其主要會員單位供應。以黃金為例，黃金採購及黃金租賃是獲得黃金的兩種主要方式。就黃金採購而言，交易所通常供應中國大部分的黃金。上海黃金交易所是黃金交易的最大黃金交易所，控制著大量的黃金資源。黃金交易所的主要會員單位可以選擇在現場或遠程進行交易，並從交易所直接向黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶製造商銷售黃金。在上海黃金交易所作為黃金供應商的模式下，主要會員僅向製造商收取採購貴金屬的佣金，黃金收據由交易所向製造商開具。若干企業透過上海黃金交易所或其主要會員促成的租賃安排獲得黃金供應。借方作出合約價值約4%至5%的租賃付款，而黃金租賃已成為眾多黃金相關企業普遍採用的對沖及投資方式，並逐漸成為一種行業規範。手錶零部件供應商提供機芯、錶帶、錶盤等重要零部件。機芯主要來自日本或瑞士，而錶帶、錶盤及其他原材料則來自各專業供應商。

貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶行業的中游包括手錶品牌和手錶製造商。外國手錶品牌，如瑞士、日本和德國的品牌，通常在原產地完成手錶的製造及組裝，然後進口至中國銷售。這種方式使其能夠利用其本國的專業技術並維持自有的品質標準。另一方面，部分中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶品牌(彼等可能不具備自行製造高品質手錶的技術及專業知識)可能選擇將生產外包給ODM或OEM。通過外包生產及組裝，品牌可以集中精力在設計、營銷及其他戰略領域，同時利用ODM或OEM合作夥伴的生產能力，而若干中國品牌則依賴自有製造能力，處理生產、加工及組裝。此模式可在手錶的生產過程、質量及品牌一致性方面提供更大的控制權。

於中國，貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶通常通過經銷和直銷兩種渠道到達終端消費者，其中經銷是更為普遍的模式。透過經銷商，品牌可以降低建立自有銷售通路的相關成本。在經銷模式中，經銷商主要面向專營貴金屬珠寶及飾品的零售商、手錶零售商及奢侈品零售商。直銷渠道包括自營及加盟店，使品牌能夠提升品牌定位、建立更強的消費者關係，並獲取有價值的反饋，同時收集有關消費者購買行為的詳細數據。

**中國的貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶行業**

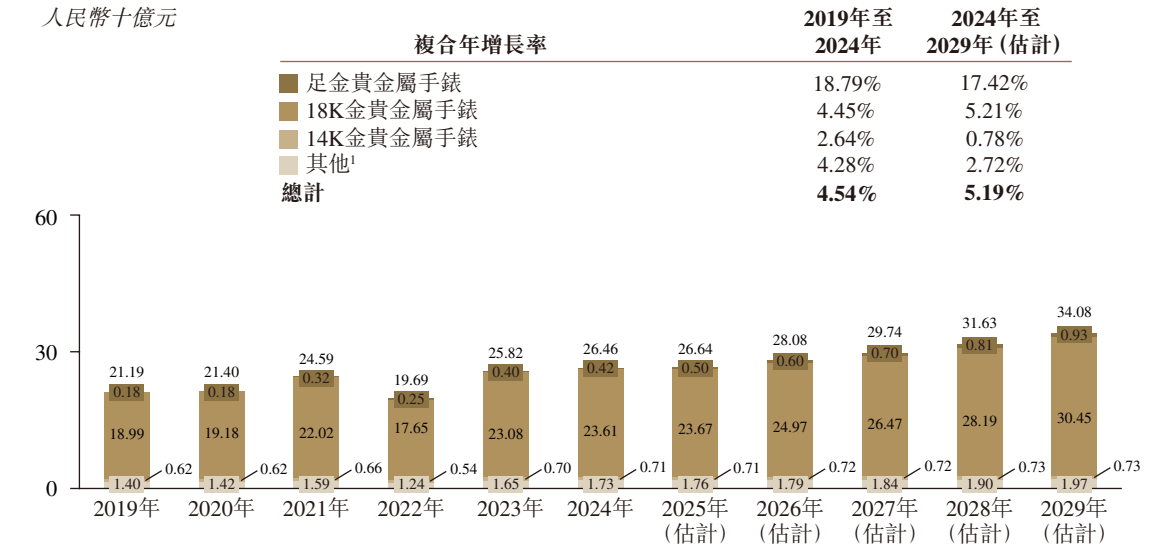
貴金屬手錶市場規模於2019年為人民幣211.9億元，於2024年增至人民幣264.6億元(按GMV計)，表明2019年至2024年的複合年增長率為4.54%。中國貴金屬手錶行業的市場規模預計於2029年達至人民幣340.8億元，2024年至2029年的複合年增長率為5.19%。

足金貴金屬手錶市場的增速快於18K金貴金屬手錶及14K金貴金屬手錶。2019年，足金貴金屬手錶於黃金貴金屬手錶行業按GMV計市場份額為0.89%。其GMV達人民幣1.8億元。到2024年，按GMV計市場份額增至1.68%，GMV達至人民幣4.2億元。足金貴金屬手錶市場的快速增長，主要歸因於近年來黃金價格上漲隨之帶動高純度黃金製品的投資價值提升，從而使消費者對

此類產品的興趣日益增強。此外，鑒於華北地區的黃金文化濃厚，因此當地消費者更青睞購買黃金貴金屬手錶，尤其是足金貴金屬手錶。在2024年，按GMV計，就中國足金貴金屬手錶消費地區而言，中國東北、華北及中國西北分別排名第一、第二及第四，市場佔有率合計約65%，對中國足金貴金屬手錶市場貢獻卓著。按GMV計，2024年至2029年，該等地區的數字預計將以超過10%的複合年增長率增長。2024年至2029年，按GMV計的足金貴金屬手錶市場份額(與整體黃金貴金屬手錶市場相比)預計將進一步擴大至2.89%，GMV預計將增至人民幣9.3億元，反映期內的複合年增長率為17.42%。

就鑲18K金的鑲貴金屬手錶及鑲14K金的鑲貴金屬手錶市場而言，鑲18K金的鑲貴金屬手錶更受消費者青睞，主要是受在中國市場經營多年並已對該品類手錶進行了廣泛市場教育的外國品牌所推動。對於追求高純度黃金保值增值的消費者而言，鑲14K金的鑲貴金屬手錶的吸引力相對較弱。因此，鑲14K金的鑲貴金屬手錶的競爭力相較鑲18K金的鑲貴金屬手錶逐漸下降。因此，於中國的鑲18K金的鑲貴金屬手錶及鑲14K金的鑲貴金屬手錶市場中，鑲18K金的鑲貴金屬手錶行業的市場份額較鑲14K金的鑲貴金屬手錶行業的市場份額大。於2024年，鑲18K金的鑲貴金屬手錶行業佔中國鑲18K金的鑲貴金屬手錶及鑲14K金的鑲貴金屬手錶行業GMV的97%以上，而鑲14K金的鑲貴金屬手錶行業的佔有率低於3%。

**2019年至2029年(估計)按錶殼主體所用貴金屬及其合金類型劃分的中國貴金屬手錶市場規模(以GMV計)**




*資料來源：中國鐘錶協會、中國黃金協會、灼識諮詢報告*

*附註：*圖表中的數字經約整至兩個小數位。

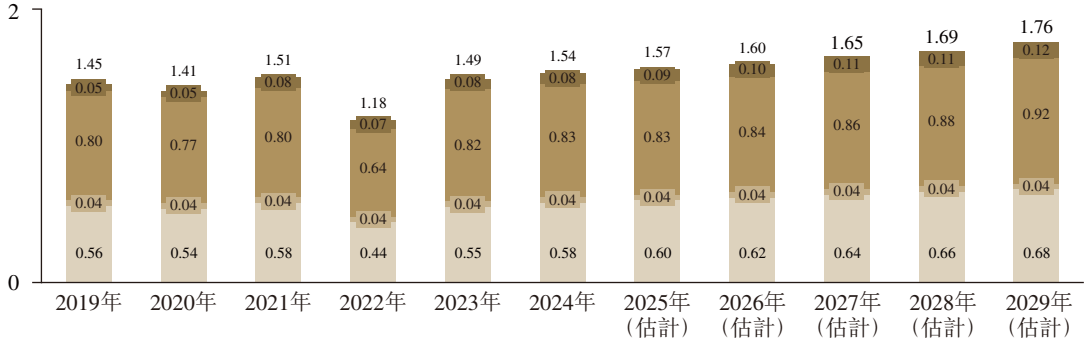
1. 其他包括鉑金貴金屬手錶及白銀貴金屬手錶。

就銷量而言，貴金屬手錶市場規模於2019年達到145萬隻，並於2024年增長至154萬隻，2019年至2024年複合年增長率為1.20%。未來五年，中國貴金屬手錶的銷量預計將於2029年達到176萬隻。2024年在中國銷售的所有貴金屬手錶中，18K金貴金屬手錶佔據最大市場份額，其中足金貴金屬手錶展現出最高的增長率，從2024年的8萬隻增長至2029年的12萬隻，期內複合年增長率為7.68%。

**2019年至2029年(估計)按錶殼主體所用貴金屬及其合金類型劃分的中國貴金屬手錶市場規模(以銷量計)**

*百萬隻*

| 複合年增長率 | 2019年至2024年 | 2024年至2029年(估計) |
|---|---|---|
| 足金貴金屬手錶 | 9.29% | 7.68% |
| 18K金貴金屬手錶 | 0.91% | 1.98% |
| 14K金貴金屬手錶 | -1.02% | 1.24% |
| 其他[1] | 0.88% | 2.99% |
| **總計** | **1.20%** | **2.68%** |




*資料來源：中國鐘錶協會、中國黃金協會、灼識諮詢報告*

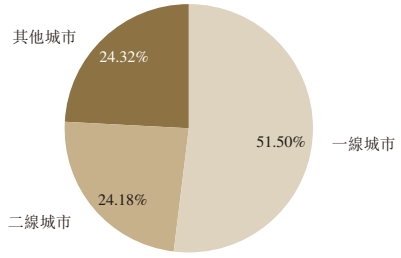
*附註：*圖表中的數字經約整至兩個小數位。

1. 其他包括鉑金貴金屬手錶及白銀貴金屬手錶。

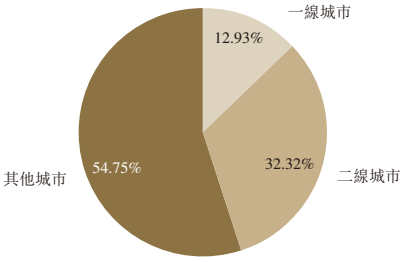
在中國黃金貴金屬手錶細分市場中，國內品牌按銷量計算的市場份額近年來穩步上升，從2019年的8.14%提升至2024年的11.74%，且預計將於2029年達到15.09%。國內品牌透過創新足金貴金屬手錶產品類別，並借助技術進步，成功實現差異化發展。足金貴金屬手錶產品不僅以實惠的價格滿足了中國消費者的需求，亦使國內品牌能夠與外國品牌的產品形成差異化競爭，原因為外國品牌大多提供18K金貴金屬手錶。

2024年，在中國黃金貴金屬手錶市場中，一線城市的銷量市場份額約為51.50%，而二線城市及其他城市的市場份額分別約為24.18%及24.32%。雖然一線城市在中國黃金貴金屬手錶的銷量中佔比較高，但對足金貴金屬手錶的需求，在三線及以下城市表現得更加明顯。在中國，足金貴金屬手錶主要由國內品牌提供。2024年，在中國國內品牌的足金貴金屬手錶市場中，按銷量計算，一線城市、二線城市及其他城市的市場份額分別為12.93%、32.32%及54.75%。該等類別的手錶能夠有效滿足該等城市的消費者對黃金產品的需求，且其價格水平與當地購買力相匹配。2024年，國內品牌推出的主流足金貴金屬手錶的零售價格區間通常介於人民幣3,200元至人民幣11,000元之間。這一價格範圍對三線及以下城市的消費者而言更具可實現性，因為該等城市2024年的人均可支配收入為人民幣31,020元，不到一線城市人民幣65,770元的一半。相比之下，外國品牌的黃金貴金屬手錶的價格往往高達人民幣數萬元甚至人民幣數十萬元，遠超該等市場的典型消費能力。因此，國內品牌的足金貴金屬手錶成為更為合適且具有吸引力的選擇。此外，外國品牌傾向於集中在一線城市進行市場推廣及零售，在低線市場的實體店舖規模有限。此種集中於高階城市的門店網絡及渠道策略，令外國品牌手錶難以進入低階市場。相比之下，國內品牌手錶已在各級城市建立了廣泛的分銷網絡。該等品牌通常與當地珠寶零售商合作，提高產品的可及性及知名度，進而使國內品牌的足金貴金屬手錶在二線及以下城市中獲得顯著的關注。

**2024年中國黃金貴金屬手錶按城市級別劃分的市場規模明細（以銷量計）**




**2024年中國國內品牌足金貴金屬手錶按城市級別劃分的市場規模明細（以銷量計）**

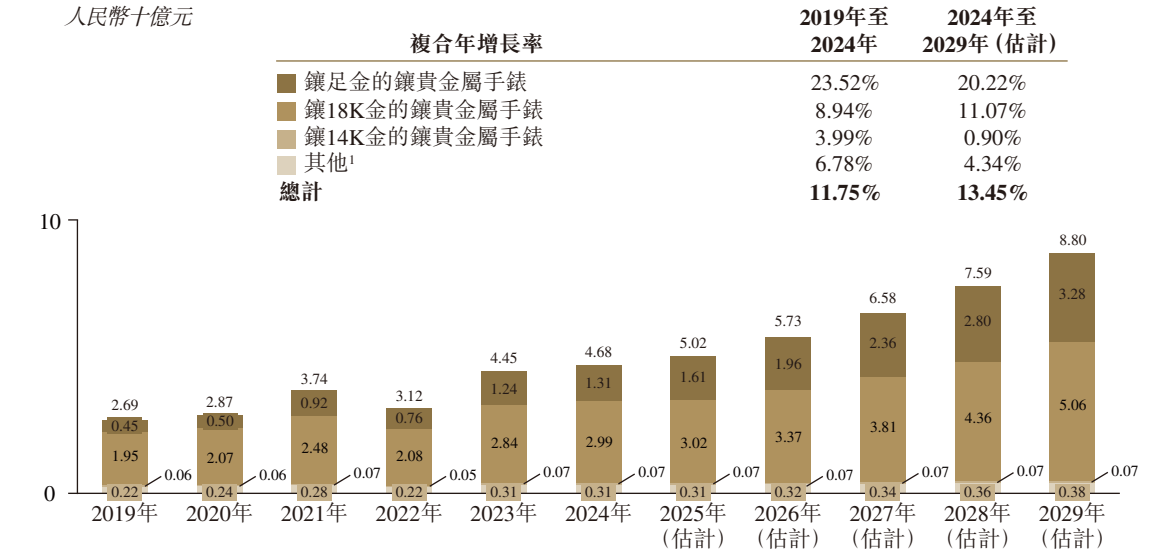



*資料來源：灼識諮詢報告*

*附註：*圖表中的數字經約整至兩個小數位。

中國鑲貴金屬手錶市場規模於2019年為人民幣26.9億元，並於2024年增長至人民幣46.8億元(按GMV計)，2019年至2024年期間的複合年增長率為11.75%。預計到2029年，中國鑲貴金屬手錶行業的市場規模將增至人民幣88.0億元，2024年至2029年的複合年增長率為13.45%。

**2019年至2029年(估計)按錶殼主體所用貴金屬及其合金類型劃分的中國鑲貴金屬手錶市場規模(以GMV計)**




*資料來源：中國鐘錶協會、中國黃金協會、灼識諮詢報告*

*附註：*圖表中的數字經約整至兩個小數位。

1. 其他包括鑲鉑金的鑲貴金屬手錶及鑲白銀的鑲貴金屬手錶。

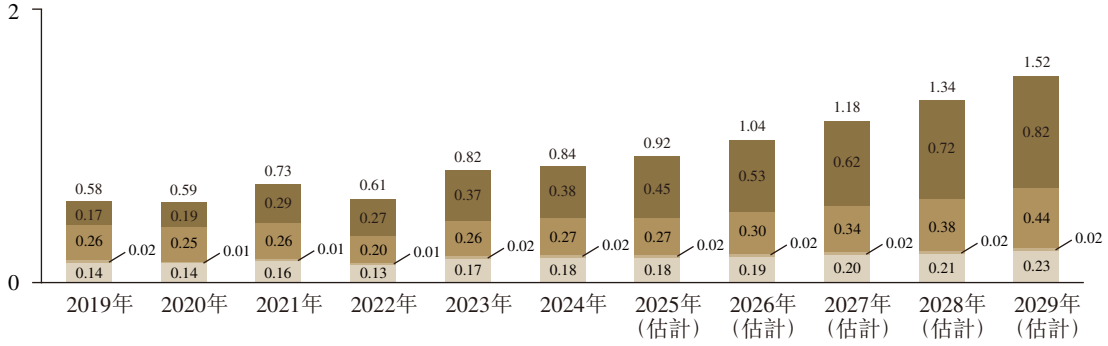
在中國的鑲貴金屬手錶市場中，國內品牌主要活躍於鑲黃金的鑲貴金屬手錶分部，按銷量計，該分部佔2024年鑲貴金屬手錶市場約79%。於鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場中，國內品牌按銷量計算的市場份額已從2019年的34.28%提升至2024年的51.40%，而外國品牌的市場份額則降至2024年的48.60%。這主要是由於國內品牌在鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的份額上升，其市場份額於2024年增加至88.71%，而外國品牌在鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的市場份額為11.29%。國內品牌已採取差異化策略，積極開發鑲黃金的鑲貴金屬手錶(該類別為傳統上並未重點發展的外國品牌)，根據對本土消費者偏好的深入了解，瞄準相關手錶的國內市場需求，從而使其能夠不斷提升市場份額。

按銷量計，中國鑲貴金屬手錶的銷量於2019年為0.58百萬隻，並於2024年增至0.84百萬隻，即2019年至2024年的複合年增長率為7.59%。預計中國鑲貴金屬手錶行業的銷量將於2029年增至1.52百萬隻，2024年至2029年的複合年增長率為12.62%。

**2019年至2029年(估計)按錶殼主體所用貴金屬及其合金類型劃分的中國鑲貴金屬手錶市場規模(以銷量計)**

*單位按百萬計*

| 複合年增長率 | 2019年至2024年 | 2024年至2029年(估計) |
|---|---|---|
| 鑲足金的鑲貴金屬手錶 | 16.78% | 17.04% |
| 鑲18K金的鑲貴金屬手錶 | 0.83% | 10.57% |
| 鑲14K金的鑲貴金屬手錶 | 4.69% | 0.72% |
| 其他[1] | 5.21% | 5.70% |
| **總計** | **7.59%** | **12.62%** |




*資料來源：中國鐘錶協會、中國黃金協會、灼識諮詢報告*

*附註：*圖表中的數字經約整至兩個小數位。

1. 其他包括鑲鉑金的鑲貴金屬手錶及鑲白銀的鑲貴金屬手錶。

## 中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場的驅動因素

***消費者購買黃金的意願逐漸增強。***數個世紀以來，黃金於中國文化中一直扮演著重要的角色，始終為財富、繁榮及地位的象徵。黃金的持久價值及穩定性使其成為財富保值和世代財富繼承的重要工具。黃金的文化意義延伸至其於婚禮及其他儀式場合的突出用途，人們經常贈予或佩戴黃金作為吉祥及持久承諾的象徵。隨著黃金產品品牌的市場佔有率及推廣策略不斷升級，消費者人均可支配收入增加、黃金的接受度及需求顯著提升，帶動黃金市場及相關行業(包括黃金貴金屬黃金手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶)的強勁增長。

***年輕一代逐漸成為黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶的主要消費群。***黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶展現出強烈的視覺衝擊力，迎合年輕消費者獨特的審美傾向，彼等日益重視具有多種品質的產品，特別是集視覺吸引力、實用性及投資回報潛力於一身的產品。黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶以其華麗的設計及投資價值，逐漸成為該群體的首選。隨著市場不斷創新及多樣化的手錶設計，更符合年輕消費者風格及品味的產品可能會進一步刺激彼等的購買慾望，最終促進中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場的增長。

***足金越來越多地用作貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶的材料。***隨著生產技術的進步，足金正越來越多地用於中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場，於黃金貴金屬手錶市場中，按GMV計的足金貴金屬手錶市場份額由2019年的0.89%增加至2024年的1.68%，且於鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場中，按GMV計的鑲足金的鑲貴金屬手錶市場份額由2019年的18.47%增加至2024年的29.92%。擁有尖端技術能力、高品質的產品標準、完善的售後服務體系、與領先的黃金產品零售商穩定的關係以及卓越的品牌聲譽的品牌通常更有可能脫穎而出，成為中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場增長的重要推動力。

**中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場趨勢**

***黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶不斷展現智能功能。***隨著科技的進步及消費者對智能產品的興趣日益濃厚，配備智能功能的黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶已成為市場上的新趨勢。智能黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶現結合先進的傳感器，可追蹤如心率、睡眠模式及體能活動各種健康指標，迎合消費者日益注重養生及個人健康的需求。此外，該等手錶配備移動支付功能，允許使用者直接從手腕上進行安全交易，增強便利性及現代感。

***部分黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶將傳統文化元素與現代時尚美學無縫融合。***黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場日益接受融入中國傳統文化元素的趨勢，凸顯傳統文化與現代時尚的融合。品牌將中國傳統元素融入設計中，賦予手錶獨特的文化內涵。藉此增強黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶於中國手錶市場的獨特性及競爭力。

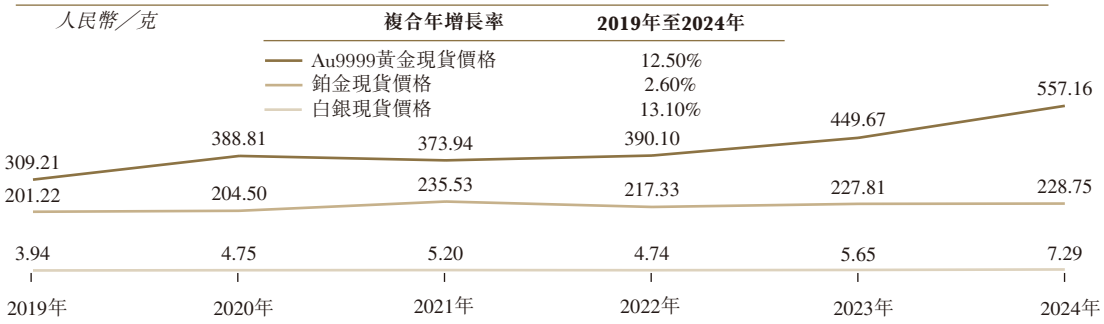
***中國領先黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶品牌拓展國際市場，進一步提升品牌實力。***憑藉日益精湛的製造技術及創新的設計風格，中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶品牌已逐步將其業務擴展至海外市場，包括中東及東南亞。該等地區顯示出黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶的巨大增長潛力。預計到2029年按GMV計，中東及東南亞黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶的市場規模將分別為人民幣74.6億元及人民幣66.6億元，表明2024年至2029年的複合年增長率分別為9.41%及8.64%。由於中東及東南亞大部分國家為「一帶一路」沿線的重點地區，對中國品牌的認可度較高，中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶品牌更容易於該等市場獲得青睞。

**中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶行業原材料價格**

貴金屬為貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶的主要成本。使用黃金、鉑金及白銀等高內在價值材料為生產該等手錶的核心，對其整體成本結構有重大影響。就黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶而言，所用黃金價格為決定其最終價格的關鍵因素。由於全球地緣政治緊張及經濟不穩定，中國的黃金價格從2019年至2024年一路飆升。貿易衝突、政治動盪及通貨膨脹驅使投資者將黃金視為避險資產。2019年至2024年，中國Au9999黃金現貨價格由每克人民幣309.21元上漲至每克人民幣557.16元，2019年至2024年複合年增長率為12.50%。貴金屬購買手續費率亦為成本之一。2024年，貴金屬交易所對Au9999黃金的購買手續費率為現貨價格的0.03%。

其他貴金屬(如鉑金)價格較穩定。受下游工業需求波動的影響，2019年至2024年鉑金價格的漲幅相對溫和。2019年，鉑金現貨價格為每克人民幣201.22元，到2024年已升至每克人民幣228.75元，2019年至2024年複合年增長率為2.60%。白銀的價格明顯低於黃金及鉑金的價格。2019年白銀現貨價格為每克人民幣3.94元，到2024年上漲至每克人民幣7.29元。

**2019年至2024年中國Au9999黃金、鉑金及白銀[1]現貨價格**




*資料來源：上海黃金交易所、灼識諮詢報告*

*附註：*現貨價格為每年的平均結算價。圖表中的數字經約整至兩個小數位。

機芯亦為鐘錶製造的重要成本組成部分。瑞士及日本長期以來一直為全球手錶機芯生產的佼佼者。機芯價格於2019年至2024年保持穩定，以機械機芯為例，2024年，瑞士機械機芯進口至中國的平均價格約為人民幣1,772元／枚，而2024年，日本機械機芯進口至中國的平均價格約為人民幣1,324元／枚。國產機械機芯平均價格較為經濟實惠，約為人民幣337元／枚。

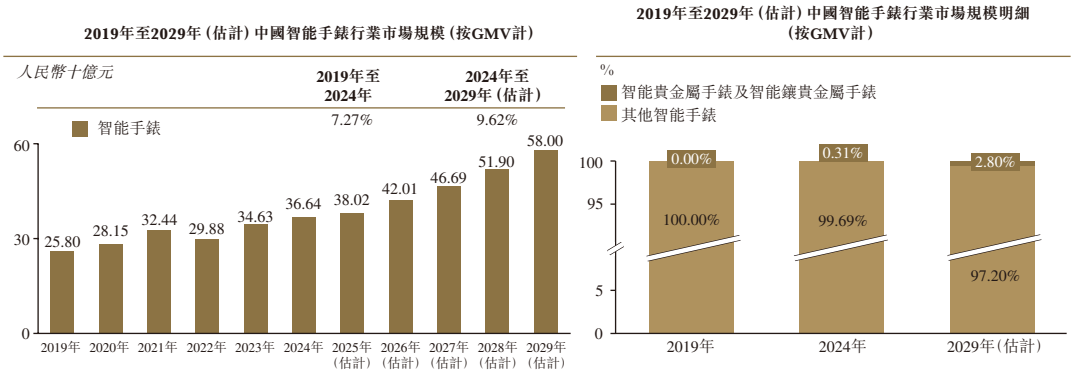
## 中國智能手錶行業概況

### 中國智能手錶行業

隨著消費者對追蹤自身的體能及健康指標的興趣日益濃厚，以及對智能穿戴裝置的需求增加，中國的智能手錶市場近年來經歷快速增長。以GMV計，2019年市場規模為人民幣258.0億元，2024年將達至人民幣366.4億元，期間複合年增長率為7.27%。2029年，中國智能手錶行業市場規模預計將達至人民幣580.0億元，估計2024年至2029年複合年增長率為9.62%。

將貴金屬融入智能手錶，可以將前沿的設計、高雅的品質以及先進的智能體驗融為一體。隨著可穿戴設備技術的不斷進步，以及消費者對貴金屬與科技相結合的產品需求的穩步增長，智能貴金屬手錶及智能鑲貴金屬手錶市場正經歷快速擴張，未來增長潛力巨大。預計到2029年，中國智能貴金屬手錶及智能鑲貴金屬手錶的市場規模將達到人民幣16.2億元，2024年至2029年的複合年增長率約為70%。鑲足金的鑲貴金屬手錶為第一個搭載智能功能的鑲貴金屬手錶品類，未來可能出現更多品類的智能貴金屬手錶及智能鑲貴金屬手錶。隨著黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶的消費群體不斷擴大，對智能功能的需求與日俱增。龍頭企業在黃金硬化及重量控制等量產技術上的進步，令鑲黃金的鑲貴金屬手錶成為首個結合智能功能的鑲貴金屬手錶類別。

2024年，按GMV計，中國智能手錶市場中智能貴金屬手錶及智能鑲貴金屬手錶的市場份額達0.31%。在中國，智能足金貴金屬手錶及智能鑲足金的鑲貴金屬手錶行業目前尚處於初創階段，領先企業正積極優化生產工藝、提升技術能力及製造效率，同時持續推動產品創新。該等行業正逐步從產品類別有限、品質參差不齊的階段，過渡至一個快速增長的市場，其特點為產品種類豐富多元，並融合了卓越的品質與設計水準。2024年，按GMV計，智能足金貴金屬手錶及智能鑲足金的鑲貴金屬手錶在中國智能貴金屬手錶及智能鑲貴金屬手錶市場中的市場份額達到57.31%。在智能足金貴金屬手錶及智能鑲足金的鑲貴金屬手錶市場中，擁有強大生產能力及廣泛分銷網絡的品牌，更具優勢，能夠佔據更大的市場份額。具備大規模生產能力的企業可快速響應市場需求，而廣泛的分銷網絡則有助於智能足金貴金屬手錶及智能鑲足金的鑲貴金屬手錶在全國範圍內迅速鋪開，從而確保其市場佔有率。




*資料來源：中國鐘錶協會、中國黃金協會、灼識諮詢報告*

*附註：*圖表中的數字經約整至兩個小數位。

## 中國珠寶及飾品行業概況

### 珠寶及飾品的定義與分類

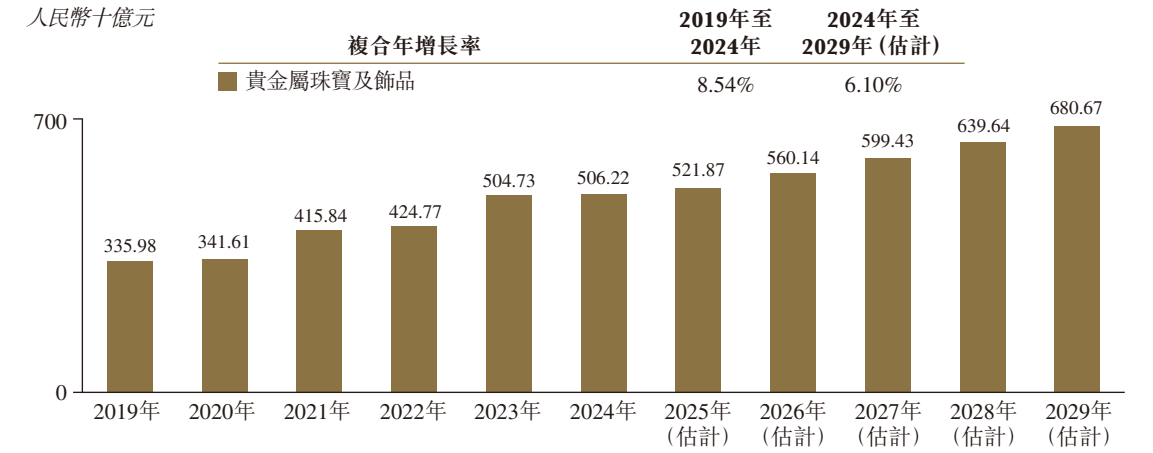
珠寶及飾品指用於個人裝飾而佩戴的裝飾品，包括項鏈、戒指、手鐲、耳環、胸針等，不包括手錶。該等飾品旨在裝飾身體的各個部位，如頭部、頸部、胸部、手腳等。除作裝飾用途外，該等物品經常包含源自其構成材料的獨特象徵意義。智能珠寶及飾品類亦開始湧現，將先進技術與傳統裝飾融為一體。該等創新飾品將高級珠寶及飾品的優雅與智能功能相結合，例如健康監測、體能追蹤及連接功能。

### 中國貴金屬珠寶及飾品行業市場規模

貴金屬珠寶及飾品在中國珠寶及飾品行業中佔有很大的市場份額。黃金、白銀、鉑金等貴金屬具有較強的保值性，因此具有很高的投資價值。此外，貴金屬的高延展性使設計師能夠在工藝方面進行複雜的創新，製成各種飾品以滿足不同消費者的需求。

2019年至2024年，中國貴金屬珠寶及飾品市場規模為人民幣3,359.8億元及人民幣5,062.2億元，按GMV計，2019年至2024年的複合年增長率為8.54%，預計2028年將達到人民幣6,806.7億元，2024年至2029年的複合年增長率為6.10%。於2024年，中國智能貴金屬珠寶及飾品市場仍處於起步階段，產品供應主要集中在戒指等類別。隨着產品多元化擴展及市場認知度的持續提高，市場預計將由2024年的GMV約人民幣0.2億元增至2029年的GMV約人民幣5億元，2024年至2029年期間的複合年增長率為91.2%。

**2019年至2029年(估計)中國貴金屬珠寶及飾品行業市場規模(按GMV計)**




*資料來源：中國珠寶玉石首飾行業協會、灼識諮詢報告*

*附註：*圖表中的數字經約整至兩個小數位。

中東及東南亞的珠寶及飾品市場亦呈現強勁增長勢頭，消費者明顯偏好足金及有著精緻設計的首飾。該等地區的文化傳統以及對貴金屬產品的需求均為推動珠寶及飾品行業持續擴張的動力。在中東及東南亞，貴金屬珠寶及飾品(特別是黃金珠寶及飾品)因在佛教及伊斯蘭文化中的重要地位，傳統上被視為財富與地位的象徵，通常用於婚禮及重大宗教節日。按GMV計，中東及東南亞珠寶及飾品市場的市場規模預計到2029年將分別達到人民幣865.7億元及人民幣1,581.1億元，2024年至2029年的複合年增長率分別為9.59%及8.22%。

## 貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場的競爭格局

### 競爭格局概覽

2024年，中國手錶行業約有1,500家企業。於黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶領域，外國品牌主要生產18K金貴金屬手錶及鑲18K金的鑲貴金屬手錶，而足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶則主要由國產品牌生產。截至2024年，適合銷售足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶的零售網點(包括專櫃)數量已超過60,000個，分為三大類：

(1) **珠寶及飾品零售網點：**該等零售網點所佔比例最大，銷售專業足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌的產品，包括本公司的足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶，以及一般由第三方製造商生產的彼等自有子品牌足金手錶。

(2) **專業足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶零售店：**該等零售店專注於足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌，通常以加盟渠道運營。

(3) **國際奢侈品牌店：**該等店舖通常並無自主品牌的足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶系列，但或會自其他品牌選擇極少數此類手錶出售。

### 中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場排名

足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶行業於2024年高度集中。於足金貴金屬手錶市場，按GMV計，前五大品牌合計持有45.02%的份額，在鑲足金的鑲貴金屬手錶市場，按GMV計，前五大品牌合計持有47.36%的份額。於2024年，按GMV計，我們的品牌為中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶行業的最大品牌，數據為人民幣112.80百萬元及人民幣378.90百萬元，市場份額分別為27.08%及28.96%。作為足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶行業的領先參與者，我們的品牌率先開發專有的超分子硬金技術，此為製造足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶的核心，從而確立我們的品牌作為第一個實現足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶大規模生產的品牌。

**2024年中國足金貴金屬手錶品牌排名(按GMV計)**

| 排名 | 品牌 | 2024年GMV(人民幣百萬元) | 市場份額 |
|---|---|---|---|
| 1 | **我們的品牌** | **112.80** | **27.08%** |
| 2 | **品牌A** | 22.84 | 5.48% |
| 3 | **品牌B** | 19.65 | 4.72% |
| 4 | **品牌C** | 17.58 | 4.22% |
| 5 | **品牌D** | 14.65 | 3.52% |

*資料來源：灼識諮詢報告*

**2024年中國鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌排名(按GMV計)**

| 排名 | 品牌 | 2024年GMV(人民幣百萬元) | 市場份額 |
|---|---|---|---|
| 1 | **我們的品牌** | **378.90** | **28.96%** |
| 2 | **品牌B** | 120.92 | 9.24% |
| 3 | **品牌A** | 83.13 | 6.35% |
| 4 | **品牌C** | 36.63 | 2.80% |
| 5 | **品牌D** | 33.70 | 2.58% |

*資料來源：灼識諮詢報告*

*附註：*

品牌A： 於1984年在中國成立，主要經營貴金屬飾品的開採、精煉、加工及銷售，並於上海證券交易所公開上市。其產品包括足金貴金屬手錶。

品牌B： 於1848年在中國成立，提供多種貴金屬飾品，並在上海證券交易所公開上市。其產品包括足金貴金屬手錶。

品牌C： 於2020年在中國成立的手錶品牌，主要從事足金貴金屬手錶生產及銷售。

品牌D： 於2017年在中國創立的手錶品牌，主要從事足金貴金屬手錶的生產及銷售。

圖表中的數字經約整至兩個小數位。

前五大品牌的GMV乃根據終端消費者的產品總銷售量(無論產品是直接從品牌購買，還是間接透過經銷商或其他銷售渠道購買)，乘以該等消費者支付的最終零售價計算得出。

我們品牌的GMV高於其收入，因為GMV反映的是終端消費者的總銷售量乘以彼等支付的最終零售價，而我們品牌的收入乃根據本公司透過各種銷售渠道直接銷售予其不同類型客戶(即經銷商、消費者、第三方線上店舖經營者及零售商店)的產品總銷售量乘以該等客戶支付的銷售價計算得出。

獨家保薦人已對中國足金貴金屬手錶市場及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場前五大品牌的GMV進行以下獨立盡職調查工作：(i)與灼識諮詢進行專家盡職調查訪談並討論其編製灼識諮詢報告事宜；(ii)取得及審閱灼識諮詢報告以及灼識諮詢編製灼識諮詢報告資料所依賴的佐證文件及資料(以灼識諮詢在法律及合約上可提供者為限)；及(iii)就(其中包括)(a)灼識諮詢編製灼識諮詢報告資料所依賴的公開資料來源，以及(b)中國足金貴金屬手錶市場及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場前五大品牌進行一般桌面搜尋。

隨著智能化的快速進步，我們的品牌積極定位於智能產品領域。我們於全球首家發佈一款搭載華為智能機芯的智能鑲足金的鑲貴金屬手錶。我們亦為國內首個推出智能「一表兩戴」金錶的鑲黃金的鑲貴金屬手錶品牌。

**中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場的進入壁壘**

***大量資本投資。***公司須確保黃金及其他貴金屬等原材料的大量供應，並投資先進的製造設備以滿足生產要求。該項前期投資對於確保獲得高效生產及卓越產品所需的高品質材料及最先進技術而言至關重要。此外，品牌資產的建立及增強需要大量的財務投入，其中包括全面的廣告宣傳、營銷策略及市場拓展舉措。

***高素質人才團隊。***於貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶行業，維持高素質的人才團隊為關鍵的進入壁壘。公司須建立一隻精通根據市場波動動態調整貴金屬及其他原材料採購量的採購團隊。此外，傑出的手錶設計師及工程專業人士至關重要。該等專家負責創造創新且美觀的設計，同時確保最高的工藝標準及技術精度。此外，於貴金屬及鐘錶領域擁有豐富經驗的專業人士對有效的日常營運而言至關重要。

***精密製造能力及可擴展的產能。***貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶(尤其是金錶)的製造需要極高的精密度。即使是生產過程中的微小偏差會對最終產品的品質及功能產生不利影響。這種精度等級對於確保每件鐘錶符合嚴格的品質標準至關重要。為達致上述的精度，公司須擁有先進的製造技術並實施嚴格的品質控制措施。這涉及利用尖端機械及先進的生產技術滿足高品質鐘錶所需的精確規格。此外，擁有可擴展的產能對公司而言至關重要，可確保有效擴展製造業務，以滿足不同程度的需求，同時維持一致的品質。

***銷售渠道多元化。***為有效擴大市場份額並吸引終端消費者，品牌須採用多元化的銷售渠道。這涉及透過多種分銷方法對彼等的產品進行策略性定位。透過與授權經銷商及零售商網絡(其中部分亦可能為家喻戶曉的品牌，擁有自身的品牌吸引力)合作，可讓品牌利用已建立的市場關係並挖掘現有客戶群。該等合作夥伴於躋身不同地理區域及市場分部方面發揮著至關重要的作用。實施直銷策略(如直營店及加盟店)，可讓品牌與消費者建立直接聯繫。此方法有助於更好地控制品牌展示、客戶服務及定價策略。

***品牌忠誠度。***已建立良好客戶忠誠度的貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶品牌，可為新競爭者建立巨大的進入壁壘。該等品牌憑藉長期的聲譽、一貫的品質保證以及與消費者建立的情感聯繫，在貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場取得穩固地位。這種根深蒂固的品牌忠誠度不僅促進該等品牌持續的回購率並降低獲客成本，亦提高新進者的進入壁壘，從而使新進者在吸引及留住客戶方面愈具挑戰性。

***與供應商穩定的合作關係。***貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶製造商與可靠的原材料供應商建立的長期合作關係，往往構成新進者進入市場的重要障礙。這種合作關係不僅基於雙方的相互信任及共同利益，例如成熟的貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶製造商會與供應商簽訂長期供應合約，甚至進行股權合作，從而加強對原材料供應的控制。

***知識產權資產。***貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶產業嚴重依賴先進的技術及專利創新，為新市場進入者建立重大的進入壁壘。攜貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶產品進入市場的新公司須遵守相關知識產權的法律。倘其產品侵犯成熟品牌的權利，諸如商標、專利、版權或商業秘密權，則可能面臨權利持有人的法律索賠。在此情況下，新進者可能被要求賠償權利持有人的直接經濟損失，並支付為制止侵權行為而產生的合理開支，從而導致額外的財務責任。

**中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場的關鍵成功因素**

***尖端科技。***為保持在貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶產業的領先地位，公司必須持續投資於創新產品及製造工藝的研發。先進技術對於實現高水準的精度及工藝起著至關重要的作用。透過利用最先進的機械、採用最新的技術並整合尖端材料，公司可確保其製造工藝符合最高標準。這種對技術進步的承諾不僅提高了產品質量，亦使公司能夠領先於競爭對手並有效應對不斷變化的市場需求。

***優質的產品品質。***確保卓越的產品品質是在貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場取得成功的基礎。公司必須嚴格遵守每個零部件及生產流程的行業標準。這涉及到從原材料採購到最終組裝的每個製造階段均採取嚴格的品質控制措施。透過實施全面的品質保證協議並僱用熟練的工匠，公司可保證其產品達到或超過行業基準，從而確保手錶的吸引力並維持其受客戶及潛在客戶青睞。優質的產品品質不僅提高品牌聲譽，亦建立消費者的信任及忠誠度，使其成為競爭差異化的關鍵因素。

***全面的售後服務體系。***完善的售後服務系統對於維持客戶滿意度及忠誠度至關重要。品牌應實施明確的服務標準，設立專門的服務中心，有效率地處理客戶的諮詢與問題。這包括提供維修及維護服務、提供保修以及確保及時支援。有效的售後服務系統有助於快速解決消費者問題，改善整體客戶體驗，增強品牌信任。透過解決客戶的擔憂並提供卓越的服務，公司可鼓勵客戶重複購買並與客戶建立長期關係。

***與領先零售商的穩定合作夥伴關係。***與頂級珠寶零售商建立並維持穩定的關係對於確保產品銷售穩定至關重要。領先的珠寶零售商通常擁有廣泛的商店網絡及高客流量，這可以顯著影響產品的知名度及銷售業績。與該等知名企業建立牢固、長期的合作夥伴關係，使公司能夠利用其現有的市場影響力及分銷能力。該合作確保產品供應情況一致，擴大市場覆蓋範圍，並為推動銷售提供可靠的渠道。

***卓越品牌聲譽。***在中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶產業中，品牌聲譽乃市場成功的關鍵決定因素。卓越的品牌聲譽可以提高市場認知度，使消費者更容易信任及選擇該品牌，從而推動銷售和市場份額的增加。此外，良好的品牌影響力可以帶來強大的定價能力，因為消費者願意為被認知的品質及與品牌相關的威望支付溢價。透過培養強大的品牌影響力，可以增強客戶忠誠度，將消費者轉變為支持該品牌更廣泛產品線的長期擁躉。此外，強大的品牌形象可以促進文化共鳴，將品牌融入消費者的個人及文化表達中。

我們的業務營運位於中國，本節概述與我們的業務營運有關的主要中國法律、法規及規則的若干方面。

**有關黃金首飾行業的法律法規**

根據國務院於2003年2月27日頒佈並實施的《國務院關於取消第二批行政審批項目和改變一批行政審批項目管理方式的決定》，中國正式取消了黃金生產、加工、流通等環節的中國人民銀行審批制，具體包括：(1)黃金收購許可；(2)黃金製品生產、加工、批發業務審批；(3)黃金供應審批；(4)黃金製品零售業務核准。

**有關黃金及黃金製品進出口管制的法規**

**對外貿易**

根據全國人大常委會於1994年5月12日頒佈並於2022年12月30日最新修訂並實施的《中華人民共和國對外貿易法》(「**對外貿易法**」)，中國允許貨物與技術的自由進出口，除非法律及行政法規另有規定。除依法辦理工商登記或其他執業手續外，對外貿易經營者無需另行辦理備案登記。於2022年12月30日之前，根據修訂前的對外貿易法，從事貨物進出口或技術進出口的對外貿易經營者應當向國務院對外貿易主管部門或其委託的機構辦理備案登記，除非法律、行政法規及國務院對外貿易主管部門另行規定無需備案登記。對外貿易經營者未按照規定辦理備案登記的，海關不予辦理進出口貨物的報關驗放手續。

**黃金及黃金製品進出口許可制度**

根據國務院於2011年1月8日頒佈並實施的《中華人民共和國金銀管理條例》及中國人民銀行和海關總署於2015年3月30日頒佈、2015年4月1日實施並於2020年4月最新修訂及於同日實施的《黃金及黃金製品進出口管理辦法》的相關規定，中國對黃金及黃金製品(黃金指未鍛造金，黃金

製品是指半製成金和金製成品等)進出口實行准許證制度。中國人民銀行根據國家宏觀經濟調控需求，可以對黃金及黃金製品進出口的數量進行限制性審批。

中國人民銀行會同海關總署制定、調整並公佈《黃金及黃金製品進出口管理商品目錄》，列入《黃金及黃金製品進出口管理商品目錄》的黃金及黃金製品進口或出口通關時，應當向海關提交中國人民銀行及其分支機構簽發的《中國人民銀行黃金及黃金製品進出口准許證》。

**海關**

根據全國人大常委會於1987年1月22日頒佈並於2021年4月29日最新修訂及於同日實施的《中華人民共和國海關法》，中華人民共和國海關是國家的進出關境監督管理機關。海關依照有關法律、行政法規，監管進出境的運輸工具、貨物、行李物品、郵遞物品和其他物品，徵收關稅和其他稅費，查緝走私，並編制海關統計和辦理其他海關業務。

根據海關總署於2021年11月19日頒佈並於2022年1月1日實施的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》，報關單位是指在海關備案的進出口貨物收發貨人、報關企業。進出口貨物收發貨人、報關企業申請備案的，應當取得市場主體資格；其中進出口貨物收發貨人申請備案的，還應當取得對外貿易經營者備案。報關單位備案長期有效，臨時備案有效期為一年，屆滿後可以重新申請備案。

**有關生產的法律法規**

**安全生產**

根據全國人大常委會於2002年6月29日頒佈、2021年6月10日最新修訂並於2021年9月1日實施的《中華人民共和國安全生產法》，國務院應急管理部門對全國安全生產工作實施綜合監督管理，生產經營單位必須執行依法製定的保障安全生產的國家標準或者行業標準，建立健全全員安

全生產責任制和安全生產規章制度，生產經營單位不具備安全生產條件的，不得從事生產經營活動。此外，生產經營單位應當對從業人員進行安全生產教育和培訓，保證從業人員具備必要的安全生產知識，並為其提供符合國家標準或者行業標準的勞動防護用品。

**消防**

根據全國人大常委會於1998年4月29日頒佈並於2021年4月29日最新修訂及於同日實施的《中華人民共和國消防法》及住房和城鄉建設部於2020年4月1日頒佈並於2023年8月21日最新修訂及於2023年10月30日實施的《建設工程消防設計審查驗收管理暫行規定》，建設單位依法對建設工程消防設計、施工質量負首要責任。特殊建設工程實行消防驗收制度，未經消防驗收或消防驗收不合格的，禁止投入使用。特殊建設工程以外的其他建設工程實行備案抽查制度，建設單位在其他建設工程驗收後應當報住房和城鄉建設主管部門辦理消防驗收備案。住房和城鄉建設主管部門對備案的其他建設工程進行消防驗收隨機抽查，經抽查不合格的，有關建設工程應當停止使用。

**有關環境保護的法律法規**

根據全國人大常委會於1989年12月26日頒佈、2014年4月24日最新修訂並於2015年1月1日實施的《中華人民共和國環境保護法》，國務院環境保護主管部門對全國環境保護工作實施統一監督管理。未依法進行環境影響評價的建設項目，不得開工建設。建設項目中防治污染的設施，應當與主體工程同時設計、同時施工、同時投產使用，防治污染的設施應當符合經批准的環境影響評價文件的要求，不得擅自拆除或者閒置。國家依照法律規定實行排污許可管理制度。

根據生態環境部於2018年1月10日頒佈、2024年4月1日最新修訂並於2024年7月1日實施的《排污許可管理辦法》，根據污染物產生量、排放量、對環境的影響程度等因素，對企業事業單位和其他生產經營者實行排污許可重點管理、簡化管理和排污登記管理。依照法律規定實行排污許可管理的企業事業單位和其他生產經營者(以下簡稱「**排污單位**」)應當依法申請取得排污許可證，並按照排污許可證的規定排放污染物；未取得排污許可證的，不得排放污染物。依法需要填報排污登記表的企業事業單位和其他生產經營者(以下簡稱「**排污登記單位**」)，應當在全國排污許可證管理信息平台進行排污登記。排污單位應當在實際排污行為發生之前，向其生產經營場所所在地設區的市級以上地方人民政府生態環境主管部門申請取得排污許可證。排污登記單位應當在實際排污行為發生之前，通過全國排污許可證管理信息平台填報排污登記表，提交後即時生成登記編號和回執，由排污登記單位自行留存。排污登記單位應當對填報信息的真實性、準確性、完整性負責。排污登記表自獲得登記編號之日起生效，有效期限依照相關法律法規規定執行。

根據全國人大常委會於2002年10月28日頒佈並於2018年12月29日最新修訂及實施的《中華人民共和國環境影響評價法》，國家根據建設項目對環境的影響程度，對建設項目的環境影響評價實行分類管理。建設單位應當按照下列規定組織編製環境影響報告書、環境影響報告表或者填報環境影響登記表：(i)可能造成重大環境影響的，應當編製環境影響報告書，對產生的環境影響進行全面評價；(ii)可能造成輕度環境影響的，應當編製環境影響報告表，對產生的環境影響進行分析或者專項評價；及(iii)對環境影響很小、不需要環境影響報告表的，應當填報環境影響登記表。

**有關產品質量及消費者保護的法律法規**

根據全國人大常委會於1993年2月22日頒佈、2018年12月29日最新修訂及實施的《中華人民共和國產品質量法》，售出的產品有下列情形之一的，銷售者應當負責修理、更換或者退貨；給購買產品的消費者造成損失的，銷售者應當賠償損失：(i)不具備產品應當具備的使用性能且事先未作說明的；(ii)不符合產品或其包裝上註明採用的產品標準的；或(iii)不符合以產品說明、實物樣品等方式表明的質量狀況的。

根據全國人民代表大會於2020年5月28日頒佈、2021年1月1日實施的《中華人民共和國民法典》(以下簡稱「**民法典**」)，生產者、銷售者應對因產品缺陷造成的人身損害或財產損失承擔責任。因產品存在缺陷造成他人損害的，被侵權的一方可以向生產者或銷售者要求賠償。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；因銷售者過錯使產品存在缺陷的，生產者賠償後有權向銷售者追償。

根據全國人大常委會於1993年10月31日頒佈、2013年10月25日最新修訂並於2014年3月15日實施的《中華人民共和國消費者權益保護法》，國家保護消費者的合法權益不受侵害。所有經營者在為消費者提供其生產、銷售的商品或向消費者提供服務時必須遵守該法。經營者應當保證其提供的商品或者服務符合保障人身、財產安全的要求。經營者向消費者提供有關商品或者服務的質量、性能、用途、有效期限等信息，應當真實、全面，不得作虛假或者引人誤解的宣傳。

**有關產品銷售的法律法規**

**反不正當競爭**

根據全國人大常委會於1993年9月2日頒佈、2019年4月23日最新修訂及實施的《中華人民共和國反不正當競爭法》，政府已制定若干措施，以制止不正當競爭及保護市場秩序，其中包括禁止侵犯商業秘密、不正當有獎銷售、實施混淆行為、編造傳播虛假信息或者誤導性信息等行為。經營者不得賄賂交易相對方的工作人員、交易相對方委託辦理相關事務的任何單位或個人，或利用職權或者影響力影響交易相對方的單位或人員。此外，經營者在交易活動中，可以明示方式向

交易相對方支付折扣，或者向中間人支付佣金。經營者向交易相對方支付折扣、向中間人支付佣金的，應當如實入賬。接受折扣、佣金的經營者也應當如實入賬。經營者違反該法相關規定的，監管部門可責令經營者停止違法行為、沒收其違法所得，並視情節輕重處人民幣五萬元以上三百萬元以下的罰款；情節嚴重的，可吊銷營業執照。

**廣告發佈**

根據全國人大常委會於1994年10月27日頒佈、2021年4月29日最新修訂及實施的《中華人民共和國廣告法》，廣告應當真實、合法，不得含有虛假的內容，不得欺騙、誤導消費者。廣告主應當對廣告內容的真實性負責。市場監督管理部門履行廣告監督管理職責。經營者違反該法規定，發佈虛假廣告，欺騙、誤導消費者，使購買商品或者接受服務的消費者的合法權益受到損害的，由廣告主依法承擔民事責任，由市場監督管理部門責令廣告主停止發佈廣告，責令其在相應範圍內消除影響，處廣告費用三倍以上五倍以下的罰款，廣告費用無法計算或者明顯偏低的，處人民幣二十萬元以上人民幣一百萬元以下的罰款；兩年內有三次以上違法行為或者有其他嚴重情節的，處廣告費用五倍以上十倍以下的罰款，廣告費用無法計算或者明顯偏低的，處人民幣一百萬元以上人民幣二百萬元以下的罰款，可以吊銷營業執照，並由廣告審查機關撤銷廣告審查批准文件、一年內不受理其廣告審查申請；構成犯罪的，可追究刑事責任。

**電子商務**

根據全國人大常委會於2018年8月31日頒佈、2019年1月1日實施的《中華人民共和國電子商務法》，電子商務經營者從事經營活動，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德，公平參與市場競爭，履行消費者權益保護、環境保護、知識產權保護、網絡安全與個人信息保護等方面的義務，承擔產品和服務質量責任。電子商務經營者銷售商品或者提供服務，不履行合同義務或者履行合同義務不符合約定，或者造成他人損害的，依法承擔民事責任。電子

商務經營者違反該法規定，未取得相關行政許可從事經營活動，或者銷售、提供法律、行政法規禁止交易的商品、服務，或者不履行該法規定的信息提供義務，由市場監督管理部門依照有關法律、行政法規的規定進行處罰。

**反洗錢**

根據全國人大常委會於2006年10月31日頒佈、2007年1月1日實施的《中華人民共和國反洗錢法》，反洗錢係指依照該法規定採取相關措施，以預防通過各種方式掩飾、隱瞞毒品犯罪、黑社會性質的組織犯罪、恐怖活動犯罪、走私犯罪、貪污賄賂犯罪、破壞金融管理秩序犯罪、金融詐騙犯罪等犯罪所得及其收益的來源和性質的洗錢活動。違反該法規定，構成犯罪的，依法追究刑事責任。

**有關知識產權的法律法規**

**商標**

根據全國人大常委會於1982年8月23日頒佈、2019年4月23日最新修訂並於2019年11月1日實施的《中華人民共和國商標法》及國務院於2002年8月3日頒佈、於2014年4月29日最新修訂及於2014年5月1日實施的《中華人民共和國商標法實施條例》，經商標局核准註冊的商標為註冊商標，包括商品商標、服務商標和集體商標、證明商標；商標註冊人享有商標專用權，受法律保護。

註冊商標的有效期為十年，自註冊日期開始計算，可續展十年，自該商標上一屆有效期滿次日起計算。續展程序須於期滿前十二個月內完成，並可寬展六個月。商標局對續展註冊的商標予以公告。商標註冊人可通過簽訂商標使用許可合同許可他人使用其註冊商標，但商標使用許可須報商標局備案。商標使用許可未經備案不得對抗善意第三人。未經商標註冊人許可，在同種商品上使用與註冊商標相同或近似的商標，或在類似商品上使用與註冊商標相同或近似的商標、容易導致混淆的，應視為對註冊商標專用權的侵犯。

**專利**

根據全國人大常委會於1984年3月12日頒佈、2020年10月17日最新修訂並於2021年6月1日實施的《中華人民共和國專利法》，及中國專利局於1985年1月19日頒佈、2023年12月11日由國務院最新修訂並於2024年1月20日實施的《中華人民共和國專利法實施細則》，該法所稱「發明創造」是指「發明」、「實用新型」及「外觀設計」。「發明」是指對產品、方法或者其改進所提出的新的技術方案；「實用新型」是指對產品的形狀、構造或者其結合所提出的適於實用的新的技術方案；「外觀設計」是指對產品的整體或者局部的形狀、圖案或者其結合以及色彩與形狀、圖案的結合所作出的富有美感並適於工業應用的新設計。國務院專利行政部門負責全國的專利工作；統一受理和審查專利申請，依法授予專利權。「發明」專利權的期限為二十年，「實用新型」專利權的期限為十年，「外觀設計」專利權的期限為十五年，均自申請日起計算。

可申請專利的發明或實用新型必須具備新穎性、創造性和實用性；授予專利權的外觀設計，應當不屬於現有設計，授予專利權的外觀設計與現有設計或者現有設計特徵的組合相比，應當具有明顯區別。專利持有人的權利受到法律保護，允許他人僅在獲得適當授權的情況下使用專利。除法律規定外，未經專利權人許可實施其專利構成專利侵權。

**著作權**

根據全國人大常委會於1990年9月7日頒佈、2020年11月11日最新修訂並於2021年6月1日實施的《中華人民共和國著作權法》，中國公民、法人或者非法人組織的作品，不論是否發表，依照該法享有著作權。除《中華人民共和國著作權法》及其他相關制度及法律法規另有規定者外，未經著作權人許可，複製、發行、表演、放映、廣播、匯編、通過信息網絡向公眾傳播其作品的，即構成侵犯著作權。侵權者應當根據案件情況，承擔停止侵害、消除影響、賠禮道歉、賠償損失等民事責任，侵權行為同時損害公共利益的，由主管著作權的部門責令停止侵權行為，予以警告，沒收違法所得，沒收、無害化銷毀處理侵權複製品以及主要用於製作侵權複製品的材料、工具、設備等，處以罰款；構成犯罪的，依法追究刑事責任。

根據機械電子工業部(現已併入中華人民共和國工業和信息化部，以下簡稱「**工業和信息化部**」)於1992年4月6日頒佈並於2002年2月20日由國家版權局最新修訂及於同日實施的《計算機軟件著作權登記辦法》，及國務院於1991年6月4日頒佈、2013年1月30日最新修訂並於2013年3月1日實施的《計算機軟件保護條例》，國家版權局主管全國軟件著作權登記管理工作，並認定中國版權保護中心為軟件登記機構。中國版權保護中心向符合《計算機軟件著作權登記辦法》及《計算機軟件保護條例》規定的計算機軟件著作權申請人授出登記證明文件。

**域名**

根據工業和信息化部於2017年8月24日頒佈並於2017年11月1日實施的《互聯網域名管理辦法》以及中國互聯網絡信息中心於2019年6月18日頒佈並於同日實施的《國家頂級域名註冊實施細則》及《國家頂級域名爭議解決程序規則》，域名註冊服務原則上實行「先申請先註冊」，相應域名註冊實施細則另有規定的，從其規定。域名註冊有效期最長不得超過十年。申請者通過註冊被視為域名持有者。域名爭議應當由中國互聯網絡信息中心認可與授權的域名爭議解決機構受理和解決。

根據工業和信息化部於2017年11月27日頒佈並於2018年1月1日實施的《工業和信息化部關於規範互聯網信息服務使用域名的通知》，互聯網信息服務提供者從事互聯網信息服務使用的域名應為其依法依規註冊所有。互聯網接入服務提供者應當對互聯網信息服務提供者的身份進行查驗。互聯網信息服務提供者不提供真實身份信息的，互聯網接入服務提供者不得為其提供服務。

## 有關勞工的法律法規

### 勞動

根據全國人大常委會於1994年7月5日頒佈、2018年12月29日最新修訂及實施的《中華人民共和國勞動法》，勞動者享有平等就業和選擇職業的權利、取得勞動報酬的權利、休息休假的權利、獲得勞動安全衛生保護的權利、接受職業技能培訓的權利、享受社會保險和福利的權利、提請勞動爭議處理的權利以及法律規定的其他勞動權利。用人單位應當依法建立和完善規章制度，保障勞動者享有勞動權利和履行勞動義務。

根據全國人大常委會於2007年6月29日頒佈、2012年12月28日最新修訂並於2013年7月1日實施的《中華人民共和國勞動合同法》以及國務院於2008年9月18日頒佈並於同日實施的《中華人民共和國勞動合同法實施條例》，中國境內的企業等用人單位與勞動者建立勞動關係，訂立、履行、變更、解除或者終止勞動合同，適用該法。用人單位招用勞動者時，應當如實告知勞動者工作內容、工作條件、工作地點、職業危害、安全生產狀況、勞動報酬，以及勞動者要求瞭解的其他情況。建立勞動關係，應當訂立書面勞動合同。勞動合同應當具備以下條款：用人單位的名稱、住所和法定代表人或者主要負責人；勞動者的姓名、住址和居民身份證號碼或者其他有效身份證件號碼；勞動合同期限；工作內容和工作地點；工作時間和休息休假；勞動報酬；社會保險；勞動保護、勞動條件和職業危害防護及法律、法規規定應當納入勞動合同的其他事項。

### 社會保險及住房公積金

根據全國人大常委會於2010年10月28日頒佈、2018年12月29日最新修訂及實施的《中華人民共和國社會保險法》以及國務院於1999年1月22日頒佈、2019年3月24日最新修訂及實施的《社會保險費徵繳暫行條例》，政府建立基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險、生育保險等社會保險制度，職工應當參加基本養老保險、基本醫療保險、工傷保險、失業保險和生育保險，由用人單位和職工共同繳納基本養老、醫療和失業保險費，由用人單位繳納工傷保險及生育保險費，職工不繳納工傷保險及生育保險費。

根據《中華人民共和國社會保險法》和《社會保險費徵繳暫行條例》，用人單位在辦理登記註冊時，同步辦理社會保險登記。用人單位未為其職工辦理社會保險登記的，由社會保險經辦機構核定其應當繳納的社會保險費。用人單位不辦理社會保險登記的，由社會保險行政部門責令限期改正；逾期不改正的，對用人單位處應繳社會保險費數額一倍以上三倍以下的罰款，對其直接負責的主管人員和其他直接責任人員處人民幣五百元以上人民幣三千元以下的罰款。用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令其限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收萬分之五的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

根據國務院辦公廳於2017年1月19日頒佈並於同日實施的《國務院辦公廳關於印發<生育保險和職工基本醫療保險合併實施試點方案>的通知》(國辦發[2017]6號)及於2019年3月6日頒佈並於同日實施的《國務院辦公廳關於全面推進生育保險和職工基本醫療保險合併實施的意見》(國辦發[2019]10號)，參加職工基本醫療保險的在職職工同步參加生育保險，生育保險基金併入職工基本醫療保險基金，統一徵繳。

根據國務院於1999年4月3日頒佈、2019年3月24日最新修訂並實施的《住房公積金管理條例》，外商投資企業、城鎮私營企業等單位應當向住房公積金管理中心辦理住房公積金繳存登記，並為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續。單位應常按時、足額繳存住房公積金，不得逾期繳存或者少繳。單位不辦理住房公積金繳存登記或者不為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣1萬元以上人民幣5萬元以下的罰款。單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

根據中共中央辦公廳、國務院辦公廳於2018年7月20日頒佈的《國稅地稅徵管體制改革方案》，自2019年1月1日起，包括基本養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險及基本醫療保險在內的所有社會保險保費將由稅務部門收取。根據國家稅務總局辦公廳於2018年9月13日頒佈的《關於穩妥有序做好社會保險費徵管有關工作的通知》(稅總辦發[2018]142號)及人力資源和社會保障部辦公廳於2018年9月21日頒佈的《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，嚴禁自行對企業歷史欠繳社保費進行集中清繳。根據國家稅務總局於2018年11月16日頒佈的《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》(稅總發[2018]174號)，重申各級稅務機關一律不得自行組織集中清繳包括民營企業在內的繳費人於過往年度的欠繳社保費。

**有關稅項的法律法規**

**企業所得稅**

根據全國人大常委會於2007年3月16日頒佈、2018年12月29日最新修訂及實施的《中華人民共和國企業所得稅法》及國務院於2007年12月6日頒佈、2019年4月23日修訂及實施的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，企業分為居民企業和非居民企業。居民企業是指依法在中國境內成立，或者依照外國(地區)法律成立但實際管理機構在中國境內的企業。非居民企業是指依照外國(地區)法律成立且實際管理機構不在中國境內，但在中國境內設立機構、場所的，或者在中國境內未設立機構、場所，但有來源於中國境內所得的企業。居民企業須就其來源於中國境內外的所得按25%的稅率繳納企業所得稅。符合條件的小型微利企業，減按20%的稅率徵收企業所得稅。國家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。

根據科學技術部、財政部及國家稅務總局於2008年4月14日頒佈、2016年1月29日修訂並於2016年1月1日實施的《高新技術企業認定管理辦法》(國科發火[2016]32號),該辦法所稱高新技術企業,是指在中國境內(不含香港特別行政區、澳門特別行政區及台灣)註冊,持續從事中國重點支持的高新技術領域內的研究開發與技術成果轉化,形成企業核心自主知識產權,並以此為基礎開展經營活動的居民企業。根據該辦法認定的高新技術企業,可依照《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施條例、《中華人民共和國稅收徵收管理法》及其實施細則等有關規定申報享受稅收優惠政策。科學技術部、財政部和國家稅務總局負責全國高新技術企業認定工作的指導、管理和監督。高新技術企業資格自證書頒發之日起有效期為三年。企業獲得高新技術企業認定後,自高新技術企業證書頒發之日所在年度起享受稅收優惠,可以向主管稅務機關辦理稅收優惠手續。

**增值稅**

根據國務院於1993年12月13日頒佈、2017年11月19日最新修訂及實施的《中華人民共和國增值稅暫行條例》、財政部於1993年12月25日頒佈、2011年10月28日最新修訂並於2011年11月1日起實施的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》,在中國境內從事銷售貨物、加工或修理修配勞務(以下簡稱「**勞務**」)、銷售服務、無形資產、不動產及進口貨物的單位和個人,均須繳納增值稅,除另行規定外,銷售貨物、勞務、有形動產租賃服務或者進口貨物的增值稅稅率為17%,銷售服務、無形資產的增值稅稅率為6%,出口貨物增值稅稅率為零。

根據財政部及國家稅務總局於2016年3月23日頒佈、2016年5月1日實施並分別於2017年7月11日及2019年3月20日修訂的《關於全面推開營業稅改徵增值稅試點的通知》(財稅[2016]36號),自2016年5月1日起,在中國境內全面推開營業稅改徵增值稅試點,建築業、房地產業、金融業、生活服務業等全部營業稅納稅人,納入試點範圍,由繳納營業稅改為繳納增值稅。

根據財政部及國家稅務總局於2017年4月28日頒佈、2017年7月1日實施的《關於簡併增值稅稅率有關政策的通知》(財稅[2017]37號),自2017年7月1日起,簡併增值稅稅率結構,取消13%的增值稅稅率,並明確了適用11%增值稅稅率的銷售或進口貨物範圍和抵扣進項稅額規定。

根據財政部及國家稅務總局於2018年4月4日頒佈、2018年5月1日實施的《關於調整增值稅稅率的通知》(財稅[2018]132號),自2018年5月1日起,納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物,原適用17%和11%稅率的,稅率分別調整為16%及10%。

根據財政部、國家稅務總局、海關總署於2019年3月20日頒佈、2019年4月1日實施的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》(財政部、國家稅務總局、海關總署公告2019年第39號),增值稅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%。

**城市維護建設稅**

根據全國人大常委會於2020年8月11日頒佈、2021年9月1日實施的《中華人民共和國城市維護建設稅法》及國務院於2010年10月18日頒佈並於2010年12月1日實施的《國務院關於統一內外資企業和個人城市維護建設稅和教育費附加制度的通知》,凡在中國境內繳納增值稅、消費稅的單位和個人,應當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%。城市維護建設稅以納稅人實際繳納的增值稅、消費稅稅額為計稅依據,分別與增值稅、消費稅同時繳納。

**股息分派**

根據全國人大會常委會於1993年12月29日頒佈、2023年12月29日最新修訂並於2024年7月1日實施的《中華人民共和國公司法》,公司分配當年稅後利潤時,應當提取利潤的10%列入公司法定公積金,直至該等法定公積金的累計額達到公司註冊資本的50%。公司的法定公積金不足以彌

補以前年度虧損的，在提取法定公積金之前，應當先用當年利潤彌補虧損。公司彌補虧損和提取法定公積金後所餘稅後利潤，除公司章程另有規定外，股份有限公司應按照股東所持有的股份比例分配利潤。

**有關網絡信息安全及個人信息保護的法律法規**

**網絡信息安全**

根據全國人大常委會於2000年12月28日頒佈、2009年8月27日修訂及實施的《關於維護互聯網安全的決定》，為了維護社會主義市場經濟秩序和社會管理秩序，通過互聯網進行下列活動之一，根據中國法律構成犯罪的，將受到刑事處罰：(i)利用互聯網銷售偽劣產品或對任何商品或服務作虛假宣傳；(ii)利用互聯網損害他人商業信譽和商品聲譽；(iii)利用互聯網侵犯他人知識產權；(iv)利用互聯網編造並傳播影響證券、期貨交易或者其他擾亂金融秩序的虛假信息；(v)在互聯網上建立淫穢網站、網頁，提供淫穢站點鏈接服務，或者傳播淫穢書刊、影片、音像製品或圖片。

根據公安部、國家保密局、國家密碼管理局、國務院信息化工作辦公室(已撤銷)於2007年6月22日頒佈和實施的《信息安全等級保護管理辦法》(公通字[2007]43號)，信息系統的安全保護等級根據信息系統受到破壞後造成的損害情況分為五級，會對公民、法人和其他組織的合法權益造成損害，但不損害國家安全、社會秩序和公共利益的為第一級，會對公民、法人和其他組織的合法權益造成嚴重損害，或者對社會秩序和公共利益造成損害，但不損害國家安全的為第二級，會對社會秩序和公共利益造成嚴重損害，或者對國家安全造成損害的為第三級，會對社會秩序和公共利益造成特別嚴重損害，或者對國家安全造成嚴重損害的為第四級，會對國家安全造成特別嚴重損害的為第五級。信息系統運營、使用單位應依據該辦法和相關技術標準對信息系統進行保護。新建第二級以上信息系統，應當在投入運行後30日內，由其運營、使用單位到所在地設區的

市級以上公安機關辦理手續。信息系統備案後，公安機關應當對信息系統的備案情況進行審核，對符合等級保護要求的，應當在收到備案材料之日起的10個工作日內頒發信息系統安全等級保護備案證明；發現不符合該辦法及有關標準的，應當在收到備案材料之日起的10個工作日內通知備案單位予以糾正；發現定級不准的，應當在收到備案材料之日起的10個工作日內通知備案單位重新審核確定。

根據中國人大常委會於2016年11月7日頒佈、2017年6月1日實施的《中華人民共和國網絡安全法》(以下簡稱「**《網絡安全法》**」)，國家網信部門負責統籌協調網絡安全工作和相關監督管理工作。國務院電信主管部門、公安部門和其他有關機關在各自職責範圍內負責網絡安全保護和監督管理工作。通過網絡提供服務，應當依照法律、行政法規的規定和國家標準的強制性要求採取技術措施及其他必要措施，保障網絡安全、穩定運行，有效應對網絡安全事件，防範網絡違法犯罪活動，維護網絡數據的完整性、保密性和可用性。使用網絡的任何個人及組織不得危害網絡安全或利用網絡從事危害國家安全、榮譽和利益、編造、傳播虛假信息擾亂經濟秩序和社會秩序、或侵害他人名譽、隱私、知識產權和其他合法權益等活動。

根據國家互聯網信息辦公室、國家發改委、工業和信息化部、公安部、國家安全部、財政部、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、中國證監會、國家保密局及國家密碼管理局於2021年12月28日聯合頒佈並於2022年2月15日實施的《網絡安全審查辦法》，關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務，網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或者可能影響國家安全的，應當按照該辦法進行網絡安全審查。網絡安全審查辦公室設在國家互聯網信息辦公室，負責制定網絡安全審查相關制度規範，組織網絡安全審查。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。如果網絡安全審查工作機製成員單位認為網絡產品和服務以及數據處理活動影響或可能影響國家安全，網絡安全審查辦公室可自行進行網絡安全審查。

**數據安全**

根據全國人大常委會於2021年6月10日頒佈、2021年9月1日實施的《中華人民共和國數據安全法》，開展數據處理活動(包括數據的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開等)應當遵守法律、法規，不得危害國家安全、公共利益，不得損害個人、組織的合法權益。國家建立數據分類分級保護制度，對數據實行分類分級保護建立數據安全審查制度，對影響或者可能影響國家安全的數據處理活動進行國家安全審查。利用互聯網等信息網絡開展數據處理活動，應當依照法律、法規的規定，建立健全全流程數據安全管理制度，組織開展數據安全教育培訓，採取相應的技術措施和其他必要措施，保障數據安全。開展數據處理活動的組織、個人不履行該法規定的數據安全保護義務的，可能受到責令改正、警告、罰款、暫停相關業務、停業整頓、吊銷相關業務許可證或者吊銷營業執照的行政處罰。

根據國家互聯網信息辦公室於2022年7月7日頒佈、2022年9月1日實施的《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在中國境內運營中收集和產生的重要數據和個人信息需履行相應的安全評估。數據處理者向境外提供數據，如存在下列情形之一，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。

根據國家互聯網信息辦公室於2024年3月22日頒佈並實施的《促進和規範數據跨境流動規定》(國家互聯網信息辦公室令第16號)，數據處理者向境外提供個人信息(不包括重要數據)，如符合下列條件之一，可免予申報數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同、通過個人信息保護認證：(i)為訂立、履行個人作為一方當事人的合同；(ii)按照依法制定的勞動規章制度和依

法簽訂的集體合同實施跨境人力資源管理，確需向境外提供員工個人信息的；(iii)緊急情況下為保護自然人的生命健康和財產安全，確需向境外提供個人信息的；或(iv)關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供不滿10萬人個人信息(不含敏感個人信息)的。如關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供10萬人以上、不滿100萬人個人信息(不含敏感個人信息)或者不滿1萬人敏感個人信息的，數據處理者應當依法與境外接收方訂立個人信息出境標準合同或者通過個人信息保護認證，無需申報數據出境安全評估。如關鍵信息基礎設施運營者向境外提供個人信息或者重要數據，或關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者向境外提供重要數據或者自當年1月1日起累計向境外提供100萬人以上個人信息(不含敏感個人信息)或者1萬人以上敏感個人信息，數據處理者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。國家互聯網信息辦公室於2024年3月22日頒佈並實施的《數據出境安全評估申報指南(第二版)》進一步明確了數據出境安全評估的適用範圍、申報方式及流程。

根據國務院於2024年9月24日頒佈、2025年1月1日實施的《網絡數據安全管理條例》，網絡數據處理者(即在網絡數據處理活動中自主決定處理目的和處理方式的個人、組織)應當依照法律、行政法規的規定和國家標準的強制性要求，在網絡安全等級保護的基礎上，加強網絡數據安全防護，建立健全網絡數據安全管理制度，採取加密、備份、訪問控制、安全認證等技術措施和其他必要措施，保護網絡數據免遭篡改、破壞、洩露或者非法獲取、非法利用，處置網絡數據安全事件，防範針對和利用網絡數據實施的違法犯罪活動，並對所處理網絡數據的安全承擔主體責任。網絡數據處理者應當建立健全網絡數據安全事件應急預案，發生網絡數據安全事件時，應當立即啓動預案，採取措施防止危害擴大，消除安全隱患，並按照規定向有關主管部門報告。網絡數據處理者開展網絡數據處理活動，影響或者可能影響國家安全的，應當按照國家有關規定進行國家安全審查。網絡數據處理者在符合特定條件之一的情況下可以向境外提供個人信息，具體包

括：(i)通過國家網信部門組織的數據出境安全評估；(ii)按照國家網信部門的規定經專業機構進行個人信息保護認證；(iii)符合國家網信部門制定的關於個人信息出境標準合同的規定；(iv)為訂立、履行個人作為一方當事人的合同，確需向境外提供個人信息；(v)按照依法制定的勞動規章制度和依法簽訂的集體合同實施跨境人力資源管理，確需向境外提供員工個人信息；(vi)為履行法定職責或者法定義務，確需向境外提供個人信息；(vii)緊急情況下為保護自然人的生命健康和財產安全，確需向境外提供個人信息；(viii)法律、行政法規或者國家網信部門規定的其他條件。網絡數據處理者在處理個人信息前，通過制定個人信息處理規則的方式向個人告知收集和向其他網絡數據處理者提供個人信息的目的、方式、種類以及網絡數據接收方信息的，應當以清單等形式予以列明。網絡數據處理者處理不滿十四週歲未成年人個人信息的，還應當制定專門的個人信息處理規則。

**個人信息保護**

根據全國人大會委會於2012年12月28日頒佈並實施的《關於加強網絡信息保護的決定》，國家保護能夠識別公民個人身份和涉及公民個人隱私的電子信息。網絡服務提供者和其他企業事業單位在業務活動中收集、使用公民個人電子信息時，應當遵循合法、正當、必要的原則，明示收集、使用信息的目的、方式和範圍，並經被收集者同意，不得違反法律、法規的規定和雙方的約定收集、使用信息；並對在業務活動中收集的個人電子信息必須嚴格保密，不得洩露、篡改、毀損，不得出售或者非法向他人提供有關信息；應當採取技術措施和其他必要措施，確保信息安全，防止在業務活動中收集的個人電子信息洩露、毀損、丟失；且在發生或者可能發生信息洩露、毀損、丟失的情況時，應當立即採取補救措施。任何組織和個人不得竊取或者以其他非法方式獲取公民個人電子信息，不得出售或者非法向他人提供公民個人電子信息。

根據工業和信息化部於2011年12月29日頒佈、2012年3月15日實施的《規範互聯網信息服務市場秩序若干規定》，未經用戶同意，互聯網信息服務提供者不得收集與用戶相關、能夠單獨或者與其他信息結合識別用戶的信息，除法律、行政法規另有規定外，不得將前述用戶個人信息提供給他人。互聯網信息服務提供者經用戶同意收集用戶個人信息的，應當明確告知用戶收集和處理用戶個人信息的方式、內容和用途，不得收集其提供服務所必需以外的信息，不得將用戶個人信息用於其提供服務之外的目的。互聯網信息服務提供者應當妥善維護用戶個人信息，有關信息洩露或可能洩露時，必須立即採取補救措施，洩露造成或者可能造成嚴重後果的，應當立即向准予其互聯網信息服務許可或者備案的電信管理機構報告，並配合相關部門進行的調查處理。

根據工業和信息化部於2013年7月16日頒佈、2013年9月1日實施的《電信和互聯網用戶個人信息保護規定》(工業和信息化部令第24號)，用戶個人信息是指電信業務經營者和互聯網信息服務提供者在提供服務的過程中收集的用戶姓名、出生日期、身份證件號碼、住址、電話號碼、賬號和密碼等能夠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。電信業務經營者、互聯網信息服務提供者在提供服務的過程中收集、使用用戶個人信息，應當遵循合法、正當、必要的原則。電信業務經營者、互聯網信息服務提供者：(i)未經用戶同意，不得收集、使用用戶個人信息；(ii)不得收集其提供服務所必需以外的用戶個人信息或者將信息用於提供服務之外的任何其他目的；(iii)收集、使用的用戶個人信息應當嚴格保密；及(iv)應當採取一系列具體措施防止用戶個人信息洩露、毀損、篡改或者丟失。

《網絡安全法》明確規定：(i)網絡運營者收集和使用個人信息，須遵守合法、合理和必要的原則，公開收集、使用的規則，明示收集、使用信息的目的、方式和範圍，並且取得被收集者同意；(ii)網絡運營者不得收集與所提供服務無關的個人信息，不得違反法律、行政法規的規定和雙方的約定收集、使用個人信息，並應當依照法律、行政法規的規定和與用戶的約定，處理其保存的個人信息；(iii)網絡運營者不得洩露、篡改、毀損其收集的個人信息；未經被收集者同意，

不得向他人提供個人信息。但是，經過處理無法識別特定個人且不能復原的除外；(iv)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。違反《網絡安全法》規定的網絡安全保護義務可能導致網絡運營者受到警告、罰款、暫停相關業務、停業整頓、關閉網站、吊銷相關業務許可證或者吊銷營業執照的行政處罰。

根據《民法典》，自然人的個人信息受法律保護。任何組織或者個人需要獲取他人個人信息的，應當依法取得並確保該等信息的安全，不得非法收集、使用、加工、傳輸他人個人信息，不得非法買賣、提供或者向公開他人個人信息。

根據國家互聯網信息辦公室於2019年8月22日頒佈、2019年10月1日實施的《兒童個人信息網絡保護規定》，任何組織和個人不得製作、發佈、傳播侵害兒童(指不滿十四週歲的未成年人)個人信息安全的信息。網絡運營者應當設置專門的兒童個人信息保護規則和用戶協議，並指定專人負責兒童個人信息保護，網絡運營者收集、使用、轉移、披露兒童個人信息的，應當以顯著、清晰的方式告知兒童監護人，並應當徵得兒童監護人的同意。

根據全國人大常委會於2021年8月20日頒佈、2021年11月1日實施的《中華人民共和國個人信息保護法》(以下簡稱「**《個人信息保護法》**」)，個人信息是以電子或者其他方式記錄的與已識別或者可識別的自然人有關的各種信息，不包括匿名化處理後的信息。個人信息的處理包括個人信息的收集、存儲、使用、加工、傳輸、提供、公開、刪除等。個人信息處理者可處理個人信息的情形包括：(i)取得個人的同意；(ii)為訂立、履行個人作為一方當事人的合同所必需，或者按照依法製定的勞動規章製度和依法簽訂的集體合同實施人力資源管理所必需；(iii)為履行法定職責或者法定義務所必需；(iv)為應對突發公共衛生事件，或者緊急情況下為保護自然人的生命健康和財產安全所必需；(v)為公共利益實施新聞報道、輿論監督等行為，在合理的範圍內處理個人信

息；(vi)依照《個人信息保護法》的規定在合理的範圍內處理個人自行公開或者其他已經合法公開的個人信息；或(vii)任何法律、行政法規規定的其他情形。

**有關外匯管理的法規**

根據國務院於1996年1月29日頒佈、於2008年8月5日最新修訂並於同日起實施的《中華人民共和國外匯管理條例》，境內機構、境內個人向境外直接投資或者從事境外有價證券、衍生產品發行、交易，應當按照國務院外匯管理部門的規定辦理登記。國家規定需要事先經有關主管部門批准或者備案的，應當在外匯登記前辦理批准或者備案手續。資本項目(包括資本轉移、直接投資、證券投資、衍生產品及貸款等)外匯支出，應當按照國務院外匯管理部門關於付匯與購匯的管理規定，憑有效單證以自有外匯支付或者向經營結匯、售匯業務的金融機構購匯支付。國家規定應當經外匯管理機關批准的，應當在外匯支付前辦理批准手續。

根據國家外匯管理局於2014年12月26日頒佈並實施的《關於境外上市外匯管理有關問題的通知》(匯發[2014]54號)，境內企業應在境外上市發行結束之日起15個工作日內向其註冊地外匯管理局辦理境外上市登記。境內企業(銀行類金融機構除外)應當憑境外上市業務登記憑證，針對其首發(或增發)、回購業務，在境內銀行開立「境內公司境外上市專用外匯賬戶」，辦理相關業務的資金匯兑與劃轉。境內公司境外上市募集資金可調回境內或存放境外，但資金用途應與招股章程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2015年2月13日頒佈、2015年6月1日實施的《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)，取消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兩項行政審批事項，改由銀行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。

根據國家外匯管理局於2015年3月30日頒佈、2015年6月1日實施的《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,即指外商投資企業資本金賬戶中經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。外商投資企業資本金的使用應在企業經營範圍內遵循真實、自用原則。外商投資企業資本金及其結匯所得人民幣資金不得用於以下用途:(i)不得直接或間接用於企業經營範圍之外或相關法律法規禁止的支出;(ii)除法律法規另有規定外,不得直接或間接用於證券投資;(iii)不得直接或間接用於發放人民幣委託貸款(經營範圍許可的除外)、償還企業間借貸(含第三方墊款)或償還已轉貸予第三方的銀行人民幣貸款;或(iv)除外商投資房地產企業外,不得直接或間接用於支付購買非自用房地產的相關費用。

根據國家外匯管理局於2017年1月26日頒佈及實施的《關於進一步推進外匯管理改革完善真實合規性審核的通知》(匯發[2017]3號),境內機構利潤匯出前應先依法彌補以前年度虧損。銀行為境內機構辦理等值5萬美元以上(不含)利潤匯出業務,應按真實交易原則審核與本次利潤匯出相關的董事會利潤分配決議(或合夥人利潤分配決議)、稅務備案表原件、經審計的財務報表,並在相關稅務備案表原件上加章簽注本次匯出金額和匯出日期。

根據國家外匯管理局於2019年10月23日頒佈、2023年12月4日修訂及實施的《關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》(匯發[2019]28號),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)且中國境內所投項目真實、合規的前提下,依法以資本金進行境內股權投資。

根據國家外匯管理局於2020年4月10日頒佈並實施的《關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》(匯發[2020]8號),全國推廣資本項目收入支付便利化改革。在確保資金使用真實合規並符合現行資本項目收入使用管理規定的前提下,允許符合條件的企業將資本金、外債和境外上市等資本項目收入用於境內支付時,無需事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。

**有關外商投資的法規**

根據全國人大於2019年3月15日頒佈、2020年1月1日實施的《中華人民共和國外商投資法》及國務院於2019年12月26日頒佈、2020年1月1日實施的《中華人民共和國外商投資法實施條例》,外商投資,是指外國的自然人、企業或者其他組織直接或者間接在中國境內進行的投資活動,包括下列情形:(i)外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內設立外商投資企業;(ii)外國投資者取得中國境內企業的股份、股權、財產份額或者其他類似權益;(iii)外國投資者單獨或者與其他投資者共同在中國境內投資新建項目;及(iv)法律、行政法規或者國務院規定的其他方式的投資。外商投資企業,是指全部或者部分由外國投資者投資,依照中國法律在中國境內經登記註冊設立的企業。外商投資企業依法和內資企業平等參與國家標準、行業標準、地方標準和團體標準的制定、修訂工作。外商投資企業可以依法在中國境內或者境外通過公開發行股票、公司債券等證券,以及公開或者非公開發行其他融資工具、借用外債等方式進行融資。外國投資者在中國境內的出資、利潤、資本收益、資產處置所得、取得的知識產權許可使用費、依法獲得的補償或者賠償、清算所得等,可以依法以人民幣或者外匯自由匯入、匯出中國。國家對外商投資實行准入前國民待遇加負面清單管理制度。負面清單規定禁止投資的領域,外國投資者不得投資。負面清單規定限制投資的領域,外國投資者進行投資應當符合負面清單規定的股權要求、高級管理人員要求等限制性准入特別管理措施。

根據國家發改委、商務部於2024年9月6日頒佈、於2024年11月1日實施的《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2024年版)》(以下簡稱「**《負面清單》**」),《負面清單》統一列出股權要求、高管要求等外商投資准入方面的特別管理措施。《負面清單》之外的領域,按照內外資一致原則實施管理。從事《負面清單》禁止投資領域業務的境內企業到境外發行股份並上市交易的,應當經國家有關主管部門審核同意,境外投資者不得參與企業經營管理,其持股比例參照境外投資者境內證券投資管理有關規定執行。貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶、貴金屬飾品及智能穿戴設備的生產和銷售未列入《負面清單》。

根據商務部、國家市場監管總局於2019年12月30日頒佈、2020年1月1日實施的《外商投資信息報告辦法》(商務部、市場監管總局令2019年第2號),外國投資者直接或者間接在中國境內進行投資活動,應由外國投資者或者外商投資企業通過企業登記系統以及國家企業信用信息公示系統向商務主管部門報送投資信息。外國投資者或者外商投資企業應當及時報送投資信息,遵循真實、準確、完整原則,不得進行虛假或誤導性報告,不得有重大遺漏。

根據全國人大常委會於1993年2月22日頒佈、2015年7月1日最新修訂並實施的《中華人民共和國國家安全法》,政府建立國家安全審查和監管的規則及機制,對影響或者可能影響國家安全的外商投資、特定物項和關鍵技術、網絡信息技術產品和服務、涉及國家安全事項的建設項目,以及其他重大事項和活動,進行國家安全審查。

根據國家發改委、商務部於2020年12月19日頒佈、2021年1月18日實施的《外商投資安全審查辦法》,國家發改委下設外商投資安全審查工作機制辦公室,由國家發改委和商務部牽頭,承擔外商投資安全審查的日常工作。下列範圍內的外商投資,外國投資者或者境內相關當事人應當在實施投資前主動申報外商投資安全審查:(i)投資軍工、軍工配套等關係國防安全的領域,以及在軍事設施和軍工設施周邊地域投資;及(ii)投資關係國家安全的重要農產品、重要能源和資

源、重大裝備製造、重要基礎設施、重要運輸服務、重要文化產品與服務、重要信息技術和互聯網產品與服務、重要金融服務、關鍵技術以及其他重要領域，並取得所投資企業的實際控制權。

**有關境外上市的法規**

根據中國證監會於2023年2月17日頒佈、2023年3月31日實施的《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「**《管理試行辦法》**」)及相關五項指引，中國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。境內企業禁止境外發行上市的情形包括：(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，擬境外發行上市可能危害國家安全的；(iii)擬境外市場上市或發售證券的境內企業或者其控股股東、實際控制人最近3年內存在貪污、賄賂、侵佔財產、挪用財產或者破壞社會主義市場經濟秩序的刑事犯罪的；(iv)擬境外市場上市或發售證券的境內企業因涉嫌犯罪或者重大違法違規行為正在被依法立案調查，尚未有明確結論意見的；或(v)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。

此外，《管理試行辦法》明確規定中國境內企業擬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，應向中國證監會備案，報送備案報告、法律意見書等有關材料。中國境內企業境外首次公開發行或上市的，應當在提交境外發行上市申請文件後三個工作日內向中國證監會備案。境內企業未履行備案程序，或者備案材料存在虛假記載、誤導性陳述或者重大遺漏的，該境內企業可能受到責令改正、警告、罰款等行政處罰，而其控股股東、實際控制人、直接負責的主管人員和其他直接責任人員也可能受到警告、罰款等行政處罰。

**有關H股「全流通」的法規**

根據中國證監會於2019年11月14日頒佈、2023年8月10日修訂並於同日實施的《H股公司境內未上市股份申請「全流通」業務指引》(證監會公告[2019]22號),「全流通」是指H股公司境內未上市股份(包括境外上市前境內股東持有的境內未上市內資股、境外上市後在境內增發的境內未上市內資股以及外資股東持有的未上市股份)到香港聯交所上市流通。在符合相關法律法規以及國有資產管理、外商投資和行業監管等政策要求的前提下,境內未上市股份股東可自主協商確定申請流通的股份數量和比例,並委託H股公司向中國證監會備案。尚未上市的境內股份有限公司可在境外首次公開發行上市時一並就「全流通」向中國證監會備案。境內未上市股份股東應當按照中國證券登記結算有限責任公司(以下簡稱「**中國結算**」)有關業務規則,辦理股份轉登記業務,按照香港市場有關規定辦理股份登記、股票掛牌上市等程序,並依法合規進行信息披露。境內未上市股份到香港聯交所上市流通後,不得再轉回境內。境內未上市股份股東可根據相關業務規則減持和增持H股公司在香港聯交所流通的股份。

根據中國結算及深圳證券交易所於2019年12月31日頒佈並實施的《關於發佈<H股「全流通」業務實施細則>的通知》,H股「全流通」所涉及的跨境轉登記、存管和持有明細維護、交易委託與指令傳遞、結算、結算參與人管理、名義持有人服務等相關業務均適用該細則。獲中國證監會批准參加H股「全流通」業務的H股上市公司在完成相應信息披露後,將無質押、凍結、限制轉讓等限制性狀態的H股「全流通」股份轉登記至香港股份登記機構,成為可在香港聯交所上市流通的股份。相關證券在境內集中存放於中國結算,中國結算作為上述證券的名義持有人,負責辦理H股「全流通」所涉及的存管、持有明細維護、跨境清算交收等業務,並為投資者提供名義持有人服務。H股上市公司應取得投資者的授權,擇一家境內證券公司參與H股「全流通」業務。投資者通過境內證券公司提交H股「全流通」股份的交易指令。境內證券公司應擇一家香港證券公司,通過

該證券公司將投資者的交易指令報給香港聯交所進行交易。交易達成後，中國結算及中國證券登記結算(香港)有限公司應辦理相關股份和資金的跨境清算交收。H股「全流通」交易業務的結算幣種為港幣。

根據中國結算深圳分公司、中國證券登記結算(香港)有限公司分別於2024年9月20日發佈、2024年9月23日實施的《中國證券登記結算有限責任公司深圳分公司H股「全流通」業務指南》(中國結算深業[2024]66號)和《中國證券登記結算(香港)有限公司H股「全流通」業務指南》(中國結算港業[2024]1號)，規範了中國結算業務準備、跨境轉登記、股份境外存管和境內持有明細初始維護、境內持有明細的變更維護、公司行為處理、清算交收、風險管理等相關業務的辦理指南，規範了中國證券登記結算(香港)有限公司為中國結算辦理H股「全流通」證券涉及的託管和持有明細維護、跨境結算、代理人服務等相關業務的辦理指南。

## 我們的歷史

### 概覽

本公司於2013年創立。我們是中國的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶設計商、製造商和品牌擁有人。根據灼識諮詢報告，於2024年，我們的自營旗艦品牌 HIPINE 西普尼金表 HIPINE(西普尼)按GMV計為中國足金貴金屬手錶行業最大的足金貴金屬手錶品牌，按中國GMV計為最大的鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌。身為足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶的領先設計商與製造商，我們以精雕細琢的產品贏得了卓越的市場聲譽，並能敏銳捕捉市場不斷變化的喜好。

於最後可行日期，我們的控股股東(由李永忠先生、胡少華先生、李碩先生及李林茂先生組成)合共持有29,700,833股股份，相當於本公司股權約61.60%。

### 我們的業務里程碑

以下為本集團主要業務發展里程碑的概要：

| 年份 | 里程碑 |
|---|---|
| 2013年 | 深圳市尊尚鐘錶有限公司成立 |
| 2014年 | 我們推出中國首款可量產的足金貴金屬手錶 |
| 2016年 | 獲得國家高新技術企業認證 |
| 2017年 | 與我們首名ODM客戶老鳳祥鐘錶開始戰略合作 |
| | 我們的附屬公司之一福建西普於福建省成立 |
| 2020年 | 與「上新了•故宮」合作，推出「珍熹」系列腕錶 |
| 2021年 | 榮獲「廣東省高硬度貴金屬精密智能腕錶工程技術研究中心」認定 |

| 年份 | 里程碑 |
| --- | --- |
| 2022年 | HIPINE(西普尼)金錶榮獲「深圳知名品牌」榮譽稱號 |
| | 榮獲「深圳市專精特新中小企業」 |
| | 「ZEN • 日出而作」腕錶榮獲德國iF設計獎、美國IDEA設計獎 |
| 2023年 | 於中國與華為展開合作 |
| 2024年 | 榮獲第二十三屆「深圳企業創新記錄」 |
| | 原創設計作品《深圳－深圳2024》斬獲2024美國繆斯設計獎金獎、2024美國好設計AGD最高鉑金獎及2024 FDA法國設計獎(一等獎) |
| | 原創設計作品《活字千年》斬獲2024美國繆斯設計獎金獎、2024美國好設計AGD最高金獎及2024 FDA法國設計獎(二等獎) |
| 2025年 | 榮獲科技創新獎、科技公益獎 |
| | 獲華為授予共驂獎 |

**我們的集團公司及其企業發展**

**本公司**

***於2013年7月成立本公司***

本公司為於2013年7月15日在中國成立的有限公司，其前稱為深圳市尊尚鐘錶有限公司，初始註冊資本為人民幣3百萬元，由胡先生全額出資。

***於2015年11月增資***

於2015年11月25日，本公司的註冊資本由人民幣3,000,000元增至人民幣33,000,000元，所增加的資本由李永忠先生、胡先生、李碩先生、李林茂先生、前海尊尚、李陽金先生及我們的前任僱員及前任董事王清清女士認購。該認購款項已於2015年12月1日悉數結清。

於上述增資完成後，本公司的股權架構如下：

| **股東** | **已認購註冊資本** *(人民幣元)* | **於本公司的相應股權** *(%)* |
|---|---|---|
| 李永忠先生(1) | 9,900,000 | 30.00 |
| 胡先生(1) | 6,600,000 | 20.00 |
| 李碩先生(1) | 6,600,000 | 20.00 |
| 李林茂先生(2) | 6,600,000 | 20.00 |
| 前海尊尚(3) | 2,953,500 | 8.95 |
| 李陽金先生(1) | 297,000 | 0.90 |
| 王清清女士(4) | 49,500 | 0.15 |
| **總計** | **33,000,000** | **100** |

*附註：*

1. 李永忠先生、胡先生及李陽金先生為我們的執行董事。李碩先生為我們的副總經理。有關更多詳情，請參閱本招股章程「董事、監事及高級管理層」一節。

2. 李林茂先生為我們的控股股東之一。有關更多詳情，請參閱本招股章程「與控股股東的關係」一節。

3. 前海尊尚作為僱員持股平台於2015年11月13日在中國成立。李陽金先生(我們的執行董事及高級管理層成員)為前海尊尚的普通合夥人，負責管理前海尊尚。截至最後可行日期，前海尊尚有五名有限合夥人，即陳嘉智先生、李荔金女士、欽豔女士、王清清女士及鄒建平先生。陳嘉智先生為我們的僱員及李永忠先生的外甥。李荔金女士是我們的僱員及李永忠先生的胞妹。欽豔女士及鄒建平先生為本公司的僱員兼監事。於最後可行日期，李陽金先生可行使前海尊尚於本公司的所有投票權。

4. 王清清女士為我們的前僱員兼前任董事。於最後可行日期，彼為獨立第三方。

***改制為股份有限公司***

根據日期均為2016年1月22日的股東決議案及發起人協議，本公司當時的股東同意將本公司改制為股份有限公司，註冊資本為人民幣33,000,000元，分為33,000,000股每股面值人民幣1元的股份。緊接上述改制前及緊隨上述改制後，當時股東及彼等各自於本公司的股權維持不變。

於2016年2月1日在深圳市市場監督管理局登記後，本公司更名為尊尚(深圳)穿金戴銀技術股份有限公司。

***於2016年8月在新三板掛牌及其後進行股份認購及股份轉讓***

於2016年7月28日，本公司股份獲准在新三板掛牌。於2016年8月12日，本公司全部已發行股份在新三板掛牌買賣(當時證券代碼：838948)(「**首次新三板掛牌**」)。於首次新三板掛牌期間，我們的股權發生以下主要變動。

*(a) 於2017年1月進行股份認購*

於2016年11月18日，獨立第三方投資者仙遊橡樹同意以對價人民幣50,001,238元認購3,666,667股股份(佔本公司經擴大股本的10.00%)，對價乃經訂約方按公平原則磋商，並參考我們當時的業務前景、市場可資比較公司及我們於2016年6月30日的資產淨值釐定。

上述股份認購於2017年1月9日完成後，本公司的股權架構如下：

| 股東 | 所持股份數目 | 於本公司的相應股權 (%) |
|---|---|---|
| 李永忠先生 | 9,900,000 | 27.00 |
| 胡先生 | 6,600,000 | 18.00 |
| 李碩先生 | 6,600,000 | 18.00 |
| 李林茂先生 | 6,600,000 | 18.00 |
| 仙遊橡樹 | 3,666,667 | 10.00 |
| 前海尊尚 | 2,953,500 | 8.05 |
| 李陽金先生 | 297,000 | 0.81 |
| 王清清女士 | 49,500 | 0.14 |
| **總計** | **36,666,667** | **100** |

*(b) 於2017年11月及12月的股權變動*

於2017年11月27日，趨勢翊翎以對價人民幣14,984,960元向仙遊橡樹購買1,018,000股股份。於2017年12月8日，翊翎志成以對價人民幣38,988,378.24元向仙遊橡樹購買2,648,667股股份。這些轉讓由買方與仙遊橡樹通過新三板系統進行，據本公司所知，各買方均為獨立第三方投資者，有關對價由仙遊橡樹與買方參考2017年1月就股份認購支付的對價經公平磋商後釐定。於股權轉讓後，仙遊橡樹不再持有本公司任何股權。

*(c) 於2018年5月進行股份認購*

於2018年1月22日，獨立第三方投資者范蓉芳女士(「**范女士**」)同意以對價人民幣28,164,261.76元認購1,913,333股股份(相當於我們經擴大股本的4.96%)，該對價由范女士與本公司經參考我們於2016年12月31日的資產淨值以及就2017年11月及12月的股權變動支付的對價公

平磋商後釐定。該對價已於2018年2月13日悉數結清。上述股份認購於2018年5月29日完成後，本公司的註冊資本為人民幣38,580,000元，分為38,580,000股每股面值人民幣1元的股份，本公司的股權架構如下：

| 股東 | 所持股份數目 | 於本公司的相應概約股權 *(%)* |
|---|---|---|
| 李永忠先生 | 9,900,000 | 25.66 |
| 胡先生 | 6,600,000 | 17.11 |
| 李碩先生 | 6,600,000 | 17.11 |
| 李林茂先生 | 6,600,000 | 17.11 |
| 前海尊尚 | 2,953,500 | 7.65 |
| 翊翎志成(1) | 2,648,667 | 6.86 |
| 范女士 | 1,913,333 | 4.96 |
| 趨勢翊翎(2) | 1,018,000 | 2.64 |
| 李陽金先生 | 297,000 | 0.77 |
| 王清清女士 | 49,500 | 0.13 |
| **總計** | **38,580,000** | **100** |

*附註：*

1. 翊翎志成於2017年6月14日在中國成立為有限合夥企業，主要從事投資管理。於最後可行日期，翊翎志成由普通合夥人翊翎(北京)資本管理有限公司(「**北京翊翎資本管理**」)擁有5.77%權益，94.23%權益由八名有限合夥人(各自為獨立第三方，且持有少於三分之一的合夥權益)擁有。北京翊翎資本管理由其執行董事王斌先生(「**王先生**」，一名獨立第三方)擁有43.50%權益，由深圳翊翎管理投資中心(有限合夥)(「**深圳翊翎管理投資中心**」)擁有18.00%權益，38.50%權益由其他五名個人股東(各自為獨立第三方，且持有少於三分之一的合夥權益)擁有。深圳翊翎管理投資中心由普通合夥人王先生擁有約62.97%權益，由一名獨立第三方林麗娜擁有約22.22%權益及約14.81%權益由其他兩名有限合夥人(各自為獨立第三方)擁有。

2. 趨勢翊翎於2017年7月7日在中國成立為有限合夥企業，主要從事投資管理。於最後可行日期，趨勢翊翎由普通合夥人北京翊翎資本管理擁有1.00%權益，由43名有限合夥人(各自為獨立第三方，且持有少於三分之一的合夥權益)擁有99%權益。

*(d) 於2018年9月進行股份認購*

於2018年6月15日，獨立第三方投資者蘭溪九賀同意以對價人民幣23,552,000元認購1,600,000股股份，而獨立第三方投資者德嶽九帆同意以對價人民幣5,888,000元認購由本公司發行的400,000股股份，分別佔我們經股份認購後擴大已發行股本約3.94%及0.99%。這些對價由訂約方經參考我們於2017年12月31日的資產淨值及2018年5月就股份認購所支付的對價公平磋商後釐定。這些對價已於2018年7月27日悉數結清。緊隨股份認購後，本公司的註冊資本增至人民幣40,580,000元，分為40,580,000股每股面值人民幣1元的股份。

***於2019年5月從新三板摘牌及更名***

為籌備於深圳證券交易所創業板的潛在上市，當時股東於2019年1月21日議決從新三板摘牌(「**首次新三板摘牌**」)。緊接首次新三板摘牌前，本公司當時的股權架構如下：

| **股東** | **所持股份數目** | **於本公司的相應概約股權** *(%)* |
|---|---|---|
| 李永忠先生 | 9,900,000 | 24.40 |
| 胡先生 | 6,600,000 | 16.26 |
| 李碩先生 | 6,600,000 | 16.26 |
| 李林茂先生 | 6,600,000 | 16.26 |
| 前海尊尚 | 2,953,500 | 7.28 |
| 翊翎志成 | 2,648,667 | 6.53 |
| 范女士 | 1,913,333 | 4.72 |
| 蘭溪九賀 | 1,600,000 | 3.94 |
| 趨勢翊翎 | 1,018,000 | 2.51 |
| 德嶽九帆 | 400,000 | 0.99 |
| 李陽金先生 | 297,000 | 0.73 |
| 王清清女士 | 49,500 | 0.12 |
| **總計** | **40,580,000** | **100** |

首次新三板摘牌於2019年5月14日生效。

於2020年4月13日，本公司更名為深圳穿金戴銀科技股份有限公司。

籌備於中國深圳證券交易所創業板的潛在上市始於首次新三板摘牌同一時間前後。然而，考慮到多項因素，包括(i)當時的行業狀況；及(ii)董事仔細考慮本公司當時的近期財務表現，該表現受到COVID-19疫情的負面影響，並經諮詢其專業顧問後，認為於深圳證券交易所創業板成功上市的可能性較低，因為其無法向深圳證券交易所證明其盈利能力呈上升趨勢，我們暫停該上市計劃，且並無向上述中國證券交易所提交正式上市申請。

我們其後開始籌備股份在北京證券交易所(「**北交所**」)上市。根據《北京證券交易所股票上市規則》，申請在北交所上市的公司須為「創新層」公司，並於新三板持續掛牌至少12個月。為滿足在北交所上市的先決條件，當時的股東決議申請在新三板掛牌我們的股份。

***於2022年8月在新三板掛牌***

於2022年7月29日，本公司股份獲准於新三板掛牌，於2022年8月18日，本公司所有已發行股份於新三板掛牌買賣(當時證券代碼：873888)(「**第二次新三板掛牌**」)。於第二次新三板掛牌期間，我們的股權發生下列主要變動。

*(a) 於2022年10月的股份轉讓*

於2022年10月19日，范女士向獨立第三方投資者精誠時代通過新三板系統以對價人民幣13,305,000元轉讓750,000股本公司股份。據本公司所知，該對價由訂約方經參考我們於2021年12月31日的資產淨值公平磋商後釐定，相關對價已於同日悉數結清。

*(b) 於2023年4月至6月進行股份認購及股份轉讓*

根據2023年4月20日的股權轉讓協議，獨立第三方投資者金銀谷投資以對價人民幣25,632,000元及人民幣6,408,000元分別向蘭溪九賀及德嶽九帆收購1,600,000股及400,000股本公司股份。這些對價乃經參考金銀谷投資於下述認購中支付的股份認購價釐定。對價已分別於2023年4月26日及2023年4月27日悉數結清。

於2023年4月18日，金銀谷投資同意參考本集團於2022年9月30日的估值（根據獨立估值師編製的估值報告）以不超過人民幣122,472,900元的對價認購不超過7,645,000股股份（相當於認購事項完成後經擴大股本的15.85%）。該對價人民幣122,472,900元已於2023年6月16日悉數結清及已向金銀谷投資發行7,645,000股股份。

由於金銀谷投資認購股份，本公司的註冊資本增加至人民幣48,225,000元，分為48,225,000股每股面值人民幣1元的股份。於股權轉讓後，蘭溪九賀及德嶽九帆不再為我們的股東。

於2023年7月11日范女士完成出售、金銀谷投資完成股份認購及股份轉讓後，本公司的股權架構如下：

| **股東** | **所持股份數目** | **於本公司的相應概約股權** *(%)* |
|---|---|---|
| 李永忠先生 | 9,900,000 | 20.53 |
| 金銀谷投資(1) | 9,645,000 | 20.00 |
| 胡先生 | 6,600,000 | 13.69 |
| 李碩先生 | 6,600,000 | 13.69 |
| 李林茂先生 | 6,600,000 | 13.69 |
| 前海尊尚 | 2,953,500 | 6.12 |
| 翊翎志成 | 2,648,667 | 5.49 |
| 范女士 | 1,163,333 | 2.41 |
| 趨勢翊翎 | 1,018,000 | 2.11 |
| 精誠時代(2) | 750,000 | 1.55 |
| 李陽金先生 | 297,000 | 0.62 |
| 王清清女士 | 49,500 | 0.10 |
| **總計** | **48,225,000** | **100** |

*附註：*

1. 根據本公司所得資料，金銀谷投資由莆田市人民政府國有資產監督管理委員會最終擁有。

2. 精誠時代為獨立第三方投資者。

***於2024年11月從新三板摘牌***

基於下文「－先前中國上市申請輔導」所述的原因，我們調整了上市計劃，以尋求於聯交所而非北交所上市，及於2024年8月21日，本公司於股東大會上通過有關本公司自願從新三板摘牌(「**第二次新三板摘牌**」)的股東決議案。

於我們第二次新三板掛牌期間，部分新少數股權股東在二級市場購入我們的股份。下表顯示緊接第二次新三板摘牌前本公司當時的股權結構：

| **股東** | **所持股份數目** | **於本公司的相應概約股權** *(%)* |
|---|---|---|
| 李永忠先生(1)(7) | 9,900,000 | 20.53 |
| 金銀谷投資 | 9,645,000 | 20.00 |
| 胡先生(1) | 6,600,000 | 13.69 |
| 李碩先生(1) | 6,600,000 | 13.69 |
| 李林茂先生(2) | 6,600,000 | 13.69 |
| 前海尊尚(3) | 2,953,500 | 6.12 |
| 翊翎志成(4) | 2,023,771 | 4.20 |
| 趨勢翊翎(5) | 1,018,000 | 2.11 |
| 精誠時代 | 750,000 | 1.55 |
| 陳秋紅女士(6) | 663,586 | 1.38 |
| 李陽金先生(1) | 297,000 | 0.61 |
| 范女士 | 236,128 | 0.49 |
| 王清清女士(6) | 49,500 | 0.10 |
| 其他股東(6)(7) | 888,515 | 1.84 |
| **總計** | **48,225,000** | **100** |

*附註：*

1. 李永忠先生、胡先生及李陽金先生為我們的執行董事。李碩先生為我們的副總經理。有關更多詳情，請參閱本招股章程「董事、監事及高級管理層」一節。

2. 李林茂先生為我們的控股股東之一。有關更多詳情，請參閱本招股章程「與控股股東的關係」一節。

3. 前海尊尚作為僱員持股平台於2015年11月13日在中國成立。李陽金先生(我們的執行董事及高級管理層成員)為前海尊尚的普通合夥人，負責管理前海尊尚。截至最後可行日期，前海尊尚有五名有限合夥人，即陳嘉智先生、李荔金女士、欽豔女士、王清清女士及鄒建平先生。陳嘉智先生為我們的僱員及李永忠先生的外甥。李荔金女士是我們的僱員及李永忠先生的胞妹。欽豔女士及鄒建平先生為本公司的僱員兼監事。王清清女士為我們前僱員及前董事。於最後可行日期，李陽金先生可行使前海尊尚於本公司的所有投票權。

4. 翊翎志成於2017年6月14日在中國成立為有限合夥企業，主要從事投資管理。於最後可行日期，翊翎志成由普通合夥人北京翊翎資本管理擁有5.77%權益，由八名有限合夥人(各自為獨立第三方，且持有少於三分之一的合夥權益)擁有94.23%權益。

5. 趨勢翊翎於2017年7月7日在中國成立為有限合夥企業，主要從事投資管理。於最後可行日期，趨勢翊翎由普通合夥人北京翊翎資本管理擁有1.00%權益，由43名有限合夥人(各自為獨立第三方，且持有少於三分之一的合夥權益)擁有99%權益。

6. 就董事經作出盡職查詢後所深知，范女士、陳秋紅女士、王清清女士及其他17名股東於第二次新三板摘牌日期屬獨立第三方。

7. 第二次新三板摘牌後，八名其他股東所持有的833股股份已由我們的控股股東之一李永忠先生購回，並已於2024年11月27日完成。

第二次新三板摘牌在我們開始籌備於聯交所上市前後實行。於2024年11月15日，我們的股票從新三板摘牌。作為對未投票贊成第二次新三板摘牌的本公司少數股東的保障措施，李永忠先生向八名決定不繼續投資於本公司的股東合共購回833股股份，佔本公司於第二次新三板摘牌日期全部已發行股本約0.0017%，總購回價為人民幣42,280元。相關對價由李永忠先生與參與回購的個別股東經參考第二次新三板摘牌前本公司的最新報價，並考慮到上述股東希望收回彼等對本

公司的個人投資價值後，按公平原則磋商釐定。對價已悉數於2024年11月27日結付。第二次新三板摘牌完成後及於2024年11月27日，本公司股權架構如下：

| 股東 | 所持股份數目 | 於本公司的相應概約股權 *(%)* |
|---|---|---|
| 李永忠先生(1)(7) | 9,900,833 | 20.53 |
| 金銀谷投資 | 9,645,000 | 20.00 |
| 胡先生(1) | 6,600,000 | 13.69 |
| 李碩先生(1) | 6,600,000 | 13.69 |
| 李林茂先生(2) | 6,600,000 | 13.69 |
| 前海尊尚(3) | 2,953,500 | 6.12 |
| 翊翎志成(4) | 2,023,771 | 4.20 |
| 趨勢翊翎(5) | 1,018,000 | 2.11 |
| 精誠時代 | 750,000 | 1.55 |
| 陳秋紅女士(6) | 663,586 | 1.38 |
| 李陽金先生 | 297,000 | 0.61 |
| 范女士(6) | 236,128 | 0.49 |
| 王清清女士(6) | 49,500 | 0.10 |
| 其他股東(6)(7) | 887,682 | 1.84 |
| **總計** | **48,225,000** | **100** |

*附註：*請參閱上文「－於2024年11月從新三板摘牌」所述附註。除本招股章程所披露者外，各股東均為獨立第三方。

**我們的附屬公司**

自本公司於2013年成立以來，我們致力擴大在中國的業務及提升我們的生產及研發能力。我們已成立多間附屬公司，主要用於管理我們在福建省的生產及銷售基地，以及擴大我們在海南省的銷售網絡。

自往績記錄期間起及直至最後可行日期止，我們附屬公司的詳情如下：

| 公司名稱 | 成立地點及日期及註冊資本 | 主要業務活動 | 本公司所持股權 | 於往績記錄期間的重大股權變動 |
|---|---|---|---|---|
| 福建西普 | 中國，2017年5月9日，人民幣102百萬元 | 製造及銷售飾品 | 100% | 無 |
| 海南西普尼 | 中國，2023年11月7日，人民幣18百萬元 | 無商業營運 | 100% | 無 |

上述附屬公司的註冊資本自其各自成立日期後並無發生任何變動。

**遵守法律及法規**

上述所有本公司及附屬公司的增資和股權轉讓均為有效、依法完成、妥為結清及遵守中國法律法規，並已就上述交易向相關中國政府機關取得所有必要的許可、授權、批准及同意。

**首次及第二次新三板摘牌的理由**

首次新三板摘牌的目的是尋求在深圳證券交易所創業板上市，但由於上文「－於2019年5月從新三板摘牌及更名」所述的因素，計劃中的上市申請未能進一步進行。

經董事謹慎考慮及經與股東討論後，本公司決定於2022年年初籌備於北交所上市。董事最終於2024年上半年決定，我們股份的上市地點應為聯交所，而非北交所，且董事認為，倘於聯交所上市可使本公司從以下優勢中獲益，(a)我們的競爭優勢可與同在聯交所上市的同行進行相比，且較容易被投資者認可；(b)本公司將能夠更容易地籌集資金(無論是以股權或債務形式)，以持續支持我們的業務增長；(c)我們的投資者將能夠更容易地執行場內出售，以實現其投資價值；(d)本公司將能夠配合鼓勵中國企業於聯交所上市的國家政策，及(e)本公司將能夠借助聯交所的國際地位，更好地實施其拓展至海外市場的業務策略。經計及我們於聯交所上市後的合規義務等諸多因素，董事決定撤銷我們股票於新三板的掛牌交易。

誠如我們的中國法律顧問確認，自新三板摘牌已正式完成並取得所有適用批文，本公司、其附屬公司及其當時在任董事並無面臨任何有關執法機構或監管機構的任何紀律處分。

董事確認，於我們在新三板掛牌期間，(i)本公司營運業務一直在所有重大方面均符合所有適用的中國證券法律及法規以及新三板規則及規例；(ii)本公司、董事及附屬公司並無受到新三板或中國證監會的任何行政處罰；及(iii)概無任何事項須敦請聯交所及股東垂注。

僅基於獨家保薦人於下列情況下進行合理盡職調查後所知的事實：(a)在保薦人的中國法律顧問的協助下，審閱我們在新三板掛牌直至第二次新三板摘牌兩個期間在新三板網站上發佈的相關文件及公告；(b)在獨家保薦人的中國法律顧問的協助下，審閱由獨立搜索代理對本公司進行的背景搜索結果；(c)對本公司進行盡職調查，以了解首次及第二次新三板摘牌的原因，並確認是否存在與新三板掛牌及自新三板摘牌相關的任何不合規事件；及(d)在獨家保薦人的中國法律顧問的協助下，審閱我們的中國法律顧問編製的中國法律意見，而根據有關意見，我們在新三板上市直至第二次新三板摘牌期間並無受到新三板或中國證監會的行政處罰，以及基於獨家保薦人的盡職調查不存在任何失實陳述或遺漏，獨家保薦人並無注意到任何情況使其對上述董事的確認或中國法律顧問的意見產生懷疑。

**先前中國上市申請輔導**

如上文「－於2019年5月從新三板摘牌及更名」所述，為探索我們股份於一所中國證券交易所上市的可行性，於2019年12月至2023年7月，我們委聘民生證券股份有限公司為輔導機構，以探索我們股份於中國深圳證券交易所創業板上市及第二次新三板掛牌的可行性。鑑於我們的策略發展及我們在2023年7月完成第二次新三板掛牌，我們終止與民生證券股份有限公司的委聘，並委聘國元證券股份有限公司為輔導機構，以就中國證監會及北交所的規定提供指引及初步合規建議，並於2023年8月及9月於新三板刊發通告(統稱「**中國上市計劃**」)。

然而，基於本節「－首次及第二次新三板摘牌的理由」所載的原因，我們決定不推進於北交所上市的籌備工作，並通過訂立日期為2024年11月19日的輔導終止協議自願終止與國元證券股份有限公司的輔導。上述初步輔導備案是上市籌備的行政程序，不構成正式上市申請。

於最後可行日期，除2016年8月及2022年8月的新三板掛牌備案外，我們並無向中國證監會、中國任何證券交易所或任何其他監管機構提交任何正式上市申請。據董事所深知、盡悉及確信，董事確認，我們與中國上市計劃的輔導機構並無任何意見分歧，且彼等並不知悉與初步輔導備案或中國上市計劃有關而須提呈聯交所及投資者注意的任何其他事項。

根據已進行的獨立盡職審查工作及提供予獨家保薦人的資料及陳述，獨家保薦人並不知悉(i)與中國上市計劃有關且可能對本公司是否適合上市造成重大不利影響的任何重大事宜，或(ii)就中國上市計劃須提呈聯交所注意的任何其他事宜。

## 一致行動人士協議

胡先生創立本公司，其與李永忠先生、李碩先生及李林茂先生自李永忠先生、李碩先生及李林茂先生於2015年11月成為我們的股東以來一直彼此一致行動，共同控制、管理及監督本集團的整體業務、營運、財務及其他關鍵領域。

彼等在2016年1月22日訂立一致行動人士協議，並於2021年1月1日及2023年7月12日訂立補充一致行動人士協議(統稱「**一致行動人士協議**」)。根據一致行動人士協議，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生同意自一致行動人士協議日期起在本公司股東大會上一致行動。如果彼等未能達成一致意見，李永忠先生擁有最終決定權。

於最後可行日期，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生分別有權行使本公司已發行股份總數約20.53%、13.69%、13.69%及13.69%附帶的表決權。緊隨全球發售完成後，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生將共同有權行使本公司已發行股份總數約50.49%附帶的表決權。因而，於上市後，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生(作為一組根據一致行動人士協議一致行動的股東)將為我們的控股股東。有關進一步詳情，請參閱本招股章程「與控股股東的關係」。

## 將內資股轉換為H股

本公司已根據股東的指示，申請將全部內資股轉換為H股。內資股轉換為H股將涉及我們全體股東合共持有的48,225,000股內資股。內資股轉換為H股已於2025年5月30日獲中國證監會批准。

**本公司的股權架構**

下表為本公司(i)於最後可行日期及(ii)於全球發售及內資股轉換為H股完成後的股權架構概要：

| | 於最後可行日期 | | 緊隨全球發售及內資股轉換為H股完成後 | |
|---|---|---|---|---|
| **股東** | **股份數目** | **佔內資股的股權概約百分比** | **股份數目** | **佔H股的股權概約百分比** |
| | | *(%)* | | *(%)* |
| 李永忠先生[1][7] | 9,900,833 | 20.53% | 9,900,833 | 16.83% |
| 金銀谷投資 | 9,645,000 | 20.00% | 9,645,000 | 16.40% |
| 胡先生[1] | 6,600,000 | 13.69% | 6,600,000 | 11.22% |
| 李碩先生[1] | 6,600,000 | 13.69% | 6,600,000 | 11.22% |
| 李林茂先生[2] | 6,600,000 | 13.69% | 6,600,000 | 11.22% |
| 前海尊尚[3] | 2,953,500 | 6.12% | 2,953,500 | 5.02% |
| 翊翎志成[4] | 2,023,771 | 4.20% | 2,023,771 | 3.44% |
| 趨勢翊翎[5] | 1,018,000 | 2.11% | 1,018,000 | 1.73% |
| 精誠時代 | 750,000 | 1.55% | 750,000 | 1.27% |
| 陳秋紅女士[6] | 663,586 | 1.38% | 663,586 | 1.13% |
| 李陽金先生 | 297,000 | 0.61% | 297,000 | 0.50% |
| 范女士[6] | 236,128 | 0.49% | 236,128 | 0.40% |
| 王清清女士[6] | 49,500 | 0.10% | 49,500 | 0.08% |
| 其他股東 | 887,682 | 1.84% | 887,682 | 1.51% |
| 根據全球發售認購H股的公眾H股股東 | – | – | 10,600,000 | 18.02% |

*附註：*請參閱上文「－於2024年11月從新三板摘牌」所述附註。

**主要收購事項、併購事項及出售事項**

於整個往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無進行任何主要收購事項、併購事項或出售事項。

**禁售期**

上市後現有股東的禁售安排，請參閱「股本－禁售期」。

**中國證監會備案**

於2023年2月17日，中國證監會頒佈中國證監會備案規則。新規定將全面改進及改革中國境內公司的證券境外發售及上市的現行監管制度，並將藉由採納備案為主的監管制度，規範中國境內公司證券的直接及間接境外發售及上市。根據中國證監會備案規則，在境外市場尋求證券發售及上市的中國境內公司，無論以直接或間接方式，均須向中國證監會履行中國證監會備案程序，並申報相關資料。根據我們的中國法律顧問，我們須根據中國證監會備案規則履行向中國證監會備案的程序及進行申報。

於2024年12月3日，我們向中國證監會提交中國證監會備案文件，以申請H股(包括將由內資股轉換的H股)於聯交所上市及全球發售，而中國證監會於2025年1月28日接納中國證監會備案文件。中國證監會於2025年5月30日刊發完成中國證監會備案程序的通知。中國證監會發佈該通知僅對本公司完成中國證監會備案手續作出確認，並不對H股的投資價值或投資者的回報作出任何確認。中國證監會對中國證監會備案文件或本招股章程所作出的任何陳述或表達的任何意見的準確性或完整性不承擔任何責任。

據中國法律顧問所告知，我們已於上市前就申請上市及境外發售完成所有相關中國證監會備案，且毋須自中國證監會取得其他批准。有關進一步詳情，請參閱「監管概覽－與海外上市相關的法律法規」。

**公眾持股量及自由流通量**

據我們的董事所知，緊隨全球發售完成後，就上市規則第8.08條而言，我們的核心關連人士所持股份(佔本公司已發行股本的72.41%)在全球發售後將不計入公眾持股量。有關不被視為公眾持股量的股本詳情載列如下：

(a) 李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生(即我們的控股股東)為本公司的核心關連人士，並將合共持有本公司已發行股份總數約50.49%；

(b) 金銀谷投資(即我們的主要股東)為本公司的一名核心關連人士，並將持有本公司已發行股份總數約16.40%；

(c) 李陽金先生為董事，因此為本公司的核心關連人士，並將持有本公司已發行股份總數約0.50%；及

(d) 前海尊尚(因李陽金先生可行使前海尊尚於本公司的所有投票權)為李陽金先生的聯繫人，且前海尊尚將持有本公司已發行股份總數約5.02%。

**公眾持股量**

根據上市規則第19A.13A(1)條，倘本公司H股於上市時的預期市值不超過60億港元，則於上市時至少須有H股股份總數的25%由公眾人士持有。按指示性發售價範圍每股發售股份27.0港元、28.3港元及29.6港元(分別為下限、中位數及上限)計算，本公司H股的預期市值將不超過60億港元。假設所有發售股份均獲配發，則於上市時由公眾持有的H股(包括由內資股轉換的H股)數目將為16,228,667股H股(約佔我們已發行H股股份總數的27.59%)，將被視為公眾持股量，且將符合上市規則第19A.13A(1)條的規定。

**自由流通量**

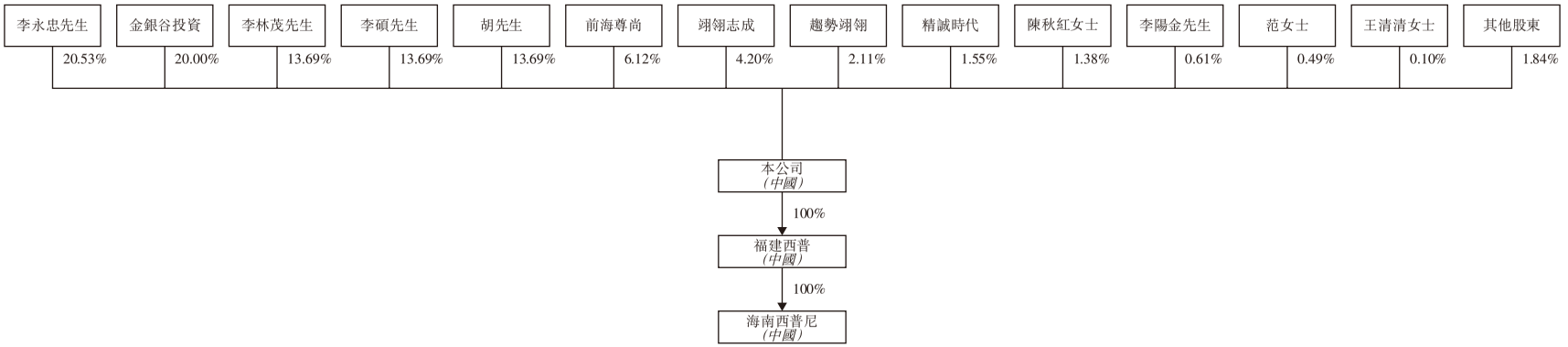
根據上市規則第19A.13C(1)條，倘申請人為上市時未持有其他上市股份的中國發行人，則必須有足夠的H股由公眾持有並可於上市後進行交易。這通常意味著尋求上市的H股於上市時由公眾人士持有且不受任何出售限制(無論根據合同、上市規則、適用法律或其他規定)的部分必須：(1)佔上市時H股所屬類別已發行股份總數(不包括庫存股)至少10%，上市時的預期市值不低於50,000,000港元；或(2)上市時的預期市值不低於600,000,000港元。

預計本公司符合上市規則第19A.13C條項下的自由流通量規定。

## 企業架構

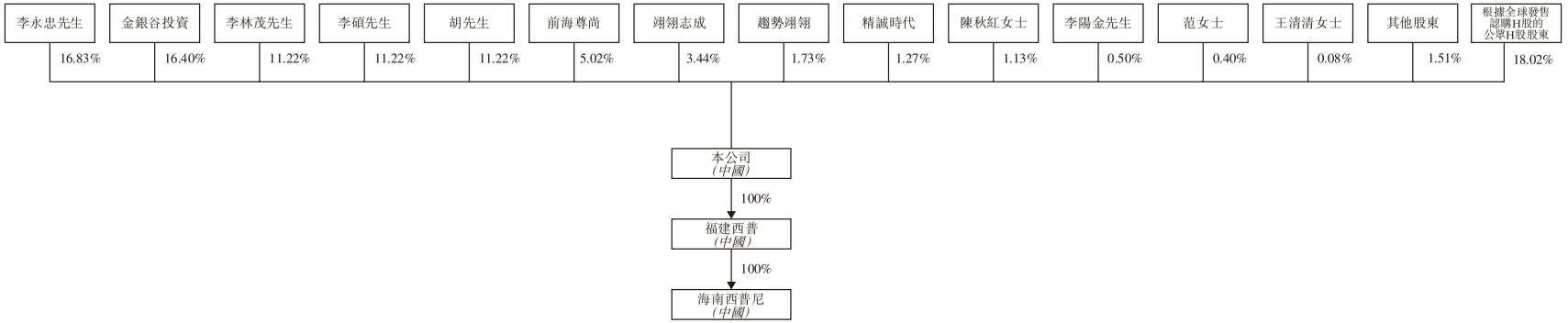
### 於最後可行日期的企業架構

下圖載列我們於最後可行日期的企業架構：



## 緊隨全球發售後的企業架構

下圖載列我們緊隨全球發售完成後的企業架構：



**概覽**

我們是中國的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶設計商、製造商和品牌擁有人。於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售以我們的旗艦自主品牌「HIPINE(西普尼)」設計及製造的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶。我們的自主品牌產品銷售以我們的經銷網絡為主，直銷為輔，直銷透過(其中包括)我們的自營線上店舖、第三方線上店舖運營商及零售店舖進行。我們亦透過擔任第三方國內珠寶品牌及批發商的ODM製造商而獲得收入，包括為其開發及生產貼牌手錶及飾品，並提供受託加工服務。於往績記錄期間，我們的ODM客戶包括多個國內知名珠寶品牌，例如老鳳祥、中國珠寶及周大生，我們與彼等已建立長期穩定的供應關係。自2023年起，我們亦與最大的零售商及連鎖超市客戶A合作，於中國推廣及銷售我們所供應的產品，主要包括貴金屬飾品及產品，例如金條、可佩戴飾品及按客戶A規格訂製的裝飾品。

根據灼識諮詢的資料，於2024年，HIPINE(西普尼)既是中國最大的足金貴金屬手錶品牌(就GMV計算)，亦是最大的鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌(就GMV計算)，就足金貴金屬手錶的GMV及鑲足金的鑲貴金屬手錶的GMV計算的市場份額分別為27.08%及28.96%。

在我們「技術創新、重構黃金」的品牌使命指引下，為成為老百姓值得信賴和喜愛的貴金屬手錶－黃金及部分貴金屬手錶－黃金品牌，我們專注於創造產品，不僅限於傳承過去的工藝，更致力於依託我們的技術專長和生產經驗，將傳統製錶工藝與當代設計和材料相結合，生產符合最新消費者需求及市場趨勢的新產品。我們製錶專長的核心在於我們專有的足金硬化技術(即超分子硬金技術)。該項技術(其中包括)使我們能夠克服足金固有的軟度和延展性的挑戰，從而實現黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶的精準性及一致性生產。根據灼識諮詢的資料，我們是中國第一家(i)專門設計及製造足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶；及(ii)將超分子硬金技術應用於製造該等手錶的品牌擁有人。值得注意的是，憑藉我們在足金硬化領域的領先技術能力，我們在2014年推出中國首款可量產的足金貴金屬手錶，取得了里程碑式的成就。我們認為此舉牢固確立了我們在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶行業的地位。根據灼識諮詢的資料，隨著科技進步及消費者對智能產品的興趣增強，配備智能功能的黃金貴金屬手錶及鑲黃金

的鑲貴金屬手錶在中國成為新興趨勢，我們於2023年再次取得突破，推出全新的智能足金錶圈手錶系列，內置一家以5G技術而聞名的全球領先中國科技公司華為的智能機芯。

多年來，我們的產品和技術獲得多項專利，證明我們對研發及創新的堅定承諾。具體而言，於2025年5月31日，我們擁有25項發明專利、60項實用新型專利及121項設計專利的專利組合。詳情請參閱「－知識產權」。此外，自2022年起，我們獲深圳市科技創新委員會、深圳市財政局及國家稅務總局深圳稅務局認定為高新技術企業，以及獲深圳市工業和信息化局認定為「深圳市專精特新中小企業」。我們的研發活動亦讓我們能夠於往績記錄期間推出一系列創新的智能手錶系列。其中包括足金、銀、鉑金及寶石錶款，所有錶款均搭載華為的智能機芯。

我們亦積極參與國家及行業指引的制定，在制定《足金手錶》、《使用寶石和貴金屬的手錶》、《計時儀器硬材料製造的手錶外觀件一般要求和試驗方法》、《手錶機心的可靠性試驗方法》及《鐘錶售後維修服務技術規範》等重要標準方面發揮舉足輕重的作用。我們積極參與該等塑造行業的努力，體現了我們在黃金錶殼製錶及黃金錶圈製錶技術及質量控制流程方面的專業知識，以及我們致力於提升中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶製造行業標準的承諾。

我們的產品組合以旗艦自主手錶品牌 HIPINE 西普尼金表 HIPINE(西普尼)為核心，其已於2022年起獲深圳知名品牌評價委員會認定為「深圳知名品牌」、於2024年獲深圳市質量強市促進會認定為第三屆深圳品牌百強企業、於2025年獲京東認定為京東年度卓越鐘錶品牌，及獲華為頒發共驂獎。我們的HIPINE(西普尼)品牌致力於展現匠心工藝與創新設計的巔峰之作。我們致力於將黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶與創新、匠心和文化共鳴融合，並經我們在經營歷史中贏得的眾多設計獎項得以佐證，包括但不限於2020年巴黎DNA設計大獎、2022年德國iF設計大獎及美國國際設計優秀獎(IDEA)(2022 Finalist)及2024年2024美國繆斯設計獎金獎、2024美國好設計AGD金獎及最高鉑金獎及2024 FDA法國設計獎。於2025年，本公司兩名高級製錶師獲(其中包括)深圳工業總會授

予「深圳百優工匠」榮譽。我們較新的貴金屬智能腕錶系列亦於2024年榮獲深圳市高科技企業協同創新促進會頒發的「科技創新獎」及「科技公益獎」。此外，我們獲得獨家知識產權，可將北京故宮博物院及其他著名博物館和美術館的文化元素融入我們的手錶及飾品系列，我們亦是2022年北京冬季奧運會貴金屬特許產品的指定生產商。我們認為，該等榮譽與成就證明了知名機構對本集團專注於設計創新、匠心技術與工藝的認可。

我們認為我們已經建立一個穩健的可擴展業務模式，即利用廣泛的國內經銷商網絡銷售我們的自主品牌產品。我們與一級經銷商之間的關係本質屬雙方直接交易，而我們的經銷模式是以直接向一級經銷商銷售OBM產品的安排為基礎，而一級經銷商主要將商品分銷予次級經銷商及零售店運營商。該策略方法使我們能夠有效地觸及各地分散的客戶群。於往績記錄期間，我們已透過全國超過3,000個線下零售點經銷OBM產品。多年來，我們亦已與一級經銷商建立相互反饋機制，使我們能夠及時向經銷商獲得市場洞察，保持對終端消費者喜好和市場趨勢變化的敏感度，並有效利用我們的經銷渠道快速應對有關變化及優化營運效率。我們相信，廣泛的經銷網絡將繼續促進我們的產品在中國多元化消費者格局中的市場滲透並提升品牌知名度。

除了在國內的努力，我們一直積極尋找機會擴大我們在海外市場的影響力。2024財年，我們與馬來西亞合作夥伴(馬來西亞一家經驗豐富的經銷商及零售商)合作，在全國經銷及零售HIPINE(西普尼)手錶產品，向前邁出重要一步。在此海外擴張勢頭的基礎上，未來數年我們將尋求在中東擴展我們的版圖。

我們的收入由2022財年的人民幣323.70百萬元增加至2023財年的人民幣445.48百萬元；並進一步增加至2024財年的人民幣456.56百萬元；及我們的收入由2024年首五個月的人民幣189.69百萬元增加至2025年首五個月的人民幣231.03百萬元。我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別錄得純利人民幣24.54百萬元、人民幣52.10百萬元、人民幣49.35百萬元及人民幣42.80百萬元。下表載列我們於所示年度／期間按產品類型劃分的所產生收入明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | |
| | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 手錶[1] | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 289,361 | 89.4 | 402,734 | 90.4 | 322,754 | 70.7 | 140,315 | 74.0 | 110,726 | 47.9 |
| －智能手錶 | 4 | 0.0 | 337 | 0.1 | 28,025 | 6.1 | 7,860 | 4.1 | 4,521 | 2.0 |
| | 289,365 | 89.4 | 403,071 | 90.5 | 350,779 | 76.8 | 148,175 | 78.1 | 115,247 | 49.9 |
| 飾品[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 21,875 | 6.8 | 23,532 | 5.3 | 92,321 | 20.2 | 35,043 | 18.5 | 107,637 | 46.6 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 12,464 | 3.8 | 18,874 | 4.2 | 13,456 | 3.0 | 6,474 | 3.4 | 8,144 | 3.5 |
| | 34,339 | 10.6 | 42,406 | 9.5 | 105,777 | 23.2 | 41,517 | 21.9 | 115,781 | 50.1 |
| 總計 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

**附註：*

(1) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(2) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

展望未來，我們將繼續推動產品設計和製造的創新，擴大我們的國內外品牌影響力，並充分利用消費者對貴金屬產品日益增長的需求。根據灼識諮詢的資料，中國貴金屬手錶市場預計將從2024年的人民幣264.6億元擴大到2029年的人民幣340.8億元，複合年增長率為5.19%。於2024年，中國黃金貴金屬手錶市場的GMV達到人民幣247.4億元，佔中國貴金屬手錶市場總GMV的93.48%。預計到2029年，中國黃金貴金屬手錶市場的市場規模(按GMV計)將達到人民幣321.1億元(2024年至2029年的複合年增長率為5.36%)。中國鑲貴金屬手錶市場規模於2019年為人民幣26.9億元，並在2024年增長到人民幣46.8億元(按GMV計)，2019年到2024年的複合年增長率為11.75%。預計中國鑲貴金屬手錶行業的市場規模(按GMV計)將在2029年進一步增長到人民幣88.0億元，2024年至2029年的複合年增長率為13.45%。憑藉我們的彪炳往績、我們的研發及產品設計能力以及有利的行業趨勢，我們相信我們有能力把握中國黃金貴金屬手錶、鑲黃金的鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶以及飾品行業的巨大增長機遇。

## 我們的競爭優勢

我們相信以下競爭優勢有助我們的成功：

### 順應市場需求的工藝及設計使我們能夠在GMV方面佔據中國足金貴金屬手錶和鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的重要市場份額

取得成功和彪炳往績的核心在於我們對符合市場需求的工藝及設計的堅定承諾。身為黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的設計與製造商，我們憑藉精雕細琢的產品贏得了卓越的市場聲譽，並能敏銳捕捉市場不斷變化的喜好。我們相信，我們能夠識別及回應市場趨勢，並創造出既能引起客戶共鳴又符合客戶喜好的設計，此乃我們持續成功的主要動力。

我們的製造工藝承載著對歷經數代完善的傳統技藝的深切敬意。從手錶錶殼上點綴的精緻雕刻裝飾到在不同手錶部件的黃金表面上精確塗敷彩色琺瑯釉，每一道工序都由我們的工匠團隊以嚴謹的態度和對細節的專注來完成。有關我們工藝的詳情，請參閱「－我們的業務模式－(iii)製造－我們的工藝」。與該工藝相得益彰的是我們對市場趨勢及我們客戶不斷變化喜好的敏感度。隨著傳統手錶及珠寶及飾品行業日益商品化，我們通過不斷突破設計和工藝的界限，迎合人們對個性化、高價值產品不斷增長的需求。

我們認為，我們於往績記錄期間推出及／或推廣的近3,000款獨特手錶和飾品產品組合，足以證明我們的設計能力及不斷向市場推出新產品的能力。我們成功地將來自北京故宮博物院、榮寶齋藝廊等知名機構的標誌性藝術及文化元素融入設計之中，引起客戶共鳴並強化我們品牌的獨特定位。同時，我們相信2023年推出的西普尼十週年&龍年生肖陀飛輪限量金錶(足金錶殼手錶)，展現了我們的設計及工藝能力，特別是其融入的祥龍圖案，並反映出我們對市場趨勢的敏銳觸覺，即日益重視中國本土藝術及文化。

此外，我們對智能可穿戴設備市場趨勢的敏銳觸覺，促使我們於2023年推出全新的鑲足金的智能手錶系列，內置一家以5G技術而聞名的全球領先中國科技公司華為的智能機芯。於2024年，我們亦開發並推出融合華為智能機芯的智能銀錶系列及智能寶石手錶系列。

我們認為，憑藉上述精湛工藝、設計能力和生產技術，我們已在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場中佔據顯著市場份額。根據灼識諮詢報告，2024年，我們的旗艦自主品牌「HIPINE(西普尼)」：(i)按GMV計，為中國足金貴金屬手錶行業內最大的足金貴金屬手錶品牌，市場份額為27.08%；及(ii)按2024年GMV計，為中國鑲足金的鑲貴金屬手錶行業內最大的鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌，市場份額為28.96%。

此外，根據中國黃金協會發佈的《中國黃金首飾市場報告2023》，於2022年，按(i)加工量(按手錶加工數量計)及(ii)用金量(按黃金使用重量計)計，我們位居全國足金手錶加工量第一。我們於2022年獲廣東省鐘錶行業協會授予「廣東省鐘錶行業最具潛力企業」稱號，並獲中國黃金協會評選為「中國足金手錶加工五大重點企業」之一。

根據灼識諮詢，中國貴金屬手錶市場規模從2019年的人民幣211.9億元增長至2024年的人民幣264.6億元(2019年至2024年的複合年增長率為4.54%)，預計到2029年將達到人民幣340.8億元(2024年至2029年的複合年增長率為5.19%)。此外，灼識諮詢指出，2024年，中國黃金貴金屬手錶市場實現GMV人民幣247.4億元，佔同期中國貴金屬手錶市場的市場

規模(按GMV計)的93.48%。預計到2029年，中國黃金貴金屬手錶市場的GMV將達到人民幣321.1億元(2024年至2029年的複合年增長率為5.36%)。

此外，中國足金貴金屬手錶市場近年來快速增長。根據灼識諮詢，中國足金貴金屬手錶市場的GMV已從2019年的人民幣1.8億元增長至2024年的人民幣4.2億元(2019年至2024年的複合年增長率為18.79%)，預計到2029年將大幅增長至人民幣9.3億元(2024年至2029年的複合年增長率為17.42%)。隨著如此快速的增長，足金貴金屬手錶在中國黃金貴金屬手錶市場中的GMV市場份額已從2019年的0.89%增長至2024年的1.68%，預計到2029年將進一步增長至2.89%。

灼識諮詢亦指出，中國國內黃金貴金屬手錶品牌近年來銷售額增長強勁。具體而言，國內黃金貴金屬手錶品牌的總銷量從2019年的7萬隻增長至2024年的11萬隻(2019年至2024年的複合年增長率為9.11%)，預計到2029年將達到16萬隻(2024年至2029年的複合年增長率為7.77%)。憑藉我們在中國國內品牌黃金貴金屬手錶市場及足金貴金屬手錶市場兩方面的市場地位，以及我們的自主旗艦品牌「HIPINE(西普尼)」作為國內黃金貴金屬手錶品牌的定位，我們相信，我們有能力、經驗、資源和競爭優勢，以把握上述市場的快速增長，進一步深化我們的市場滲透率並擴大我們的市場份額。憑藉積極的行業前景，我們的董事相信，市場對黃金錶殼手錶和黃金錶圈手錶的需求將會持續增長。

透過持續努力提供符合市場需求的精雕細琢產品，我們亦有信心吸引不斷增長的客戶群，進一步深化我們的市場影響力及增加銷售額，鞏固我們在貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場的卓越地位。因此，我們相信我們有能力把握中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場未來的增長機遇。

**研發實力、創新承諾以及將研發成果轉化為產品並商業化的能力**

我們相信，我們的核心競爭優勢在於我們矢志通過創新和研發，持續改善我們的產品。多年來，我們一直致力於投資研發基礎設施、培養創新文化並組建一支才華橫溢的設計師及工程師團隊。我們的內部研發部門(尤其是我們的設計及工程團隊)不斷努力突破黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶工藝的界限，採用先進技術創造出令人著迷、激發顧客靈感的鐘錶。於2025年5月31日，我們的研發部門由35名以上成員組成，彼等於鐘錶製造、品質管理、研發管理、BOM(物料清單)編碼及工程繪圖等方面擁有經驗及／或知識。我們相

信，我們的技術專長是競爭對手進入市場的重要壁壘，鞏固了我們在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位。

我們對創新的不懈追求一直是推動我們取得成就的驅動力。例如，傳統貴金屬製錶及鑲貴金屬製錶業面臨的一大挑戰在於足金相對較軟的特性(維氏硬度數約為34至40)。這通常會導致錶殼出現快速磨損以及變形等問題，妨礙複雜部件組裝和高精度製造所需的精確度。我們透過開發創新的專有高硬度黃金合金配方和先進的真空熔煉技術，成功解決這一行業挑戰。憑藉該等自主研發的核心技術，我們能夠在不影響Au999黃金純度的前提下，生產出維氏硬度數超過90的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶錶殼。我們認為這一突破有效解決了傳統足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶零件長期以來存在的不耐磨問題，為貴金屬手錶製造及鑲貴金屬手錶製造業的耐用性與精準度樹立了新標準。

此外，我們已開發出的專業知識和專有技術，使我們能夠在整個製造過程中精確控制黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的重量。透過將該等技術應用於標準加工、拋光和精加工作業，我們力求確保手錶和飾品產品在黃金重量上的相對高度一致性並保持產品中黃金成分的固有價值。我們相信這有助於我們客戶對產品指定重量和含金量的信心，並鞏固我們在中國成熟消費群中作為值得信賴品牌的地位。

我們亦矢志推動中國貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場標準的發展。為此，我們積極參與國家和行業標準的制定，為《足金手錶》、《使用寶石和貴金屬的手錶》、《計時儀器硬材料製造的手錶外觀件一般要求和試驗方法》、《手錶機心的可靠性試驗方法》以及《鐘錶售後維修服務技術規範》等重要規範的制定或修訂作出貢獻。我們與相關業界領袖和專家緊密合作，推動建立更科學、更嚴謹、更全面的行業標準，以期為業界開發優質耐用的鐘錶作出貢獻。

多年來，我們研發工作的成功已獲得業界的認可。我們的項目《一種超分子高硬度黃金手錶生產工藝的研發與應用》獲得2022年度中國黃金協會科學技術獎，科學技術成果類三等獎。此外，我們的深圳研發中心於同年被廣東省科學技術廳評定為「高硬度貴金屬精密智能腕錶工程技術研究中心」。我們相信，該等榮譽佐證了我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的技術地位，為我們的競爭優勢奠定了堅實的基礎。

關鍵是，我們已成功將研發成果(包括但不限於我們專有的超分子硬金技術)轉化為產品並實現商業化，以投入量產。於往績記錄期間，我們超過3,000款基於研發成果的產品產生收入。我們認為，於2023年憑藉推出融合一家以5G技術而聞名的全球領先中國科技公司華為的智能機芯鑲足金的智能手錶系列，亦能夠彰顯我們具有將創意由概念產品轉化成市場商品的能力。我們亦在2024年推出採用華為智能機芯的銀、鉑金及寶石智能手錶系列。該等手錶系列乃由我們研發部門下的設計及工程團隊開發。此等成就展示了我們利用技術專長創造創新產品的能力，以滿足不斷變化的消費者偏好，並把握智能設備及飾品市場的增長機遇。

展望未來，我們致力於透過不懈的研發努力，進一步鞏固我們的競爭優勢。我們將繼續投入創新手錶設計、智能手錶開發、新型合金配方的研發，以期進一步突破黃金錶殼製錶及黃金錶圈製錶的界限，鞏固我們於足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場之地位。

**廣泛、多元及穩定的經銷及銷售網絡**

於往績記錄期間，我們主要直接向一級經銷商銷售我們的OBM產品，一級經銷商繼而在其指定銷售區域向次級經銷商分銷該等產品。我們的一級經銷商及其次級經銷商亦主要向相關銷售區域內的零售點運營商出售我們的OBM產品，而我們的OBM產品於該等區域內銷售予終端消費者。該等銷售網點包括我們一級經銷商運營的展示中心、個別珠寶零售店舖、百貨公司和購物商場的銷售櫃台(我們的一級經銷商及／或其次級經銷商向彼等

經銷我們的OBM產品）。我們亦已建立自營線上店舖，直接面向消費者銷售我們的OBM產品，並向第三方線上店舖運營商銷售我們的OBM產品以在多個第三方電子商務平台進行轉售，多渠道覆蓋全國消費者。於往績記錄期間，我們的OBM產品於全國3,000多個線下零售點以及天貓、京東、抖音等電子商務平台的線上店舖進行營銷及銷售。

我們已透過持續的支持和營銷活動，與一級經銷商建立穩固的關係，例如：(i)提供線上支持，針對一級經銷商經營的展示中心制定營銷計劃、設立新展示中心，以及培訓彼等的銷售人員；(ii)不時派遣我們的銷售代表前往彼等的展示中心提供現場支持和建議；及(iii)為終端消費者提供售後服務。詳情請參閱「－與一級經銷商的安排－向一級經銷商提供的支持」及「－與一級經銷商的安排－一級經銷商的市場營銷活動」。我們計劃利用與一級經銷商的穩固關係，促進並進一步提高我們產品的銷量和市場滲透率。

**與ODM客戶（包括知名珠寶品牌）之間的長期合作和互利關係**

我們已與眾多ODM客戶建立長期業務關係。於2025年5月31日，我們大部分的主要ODM客戶與我們的業務關係已超過四年，包括多個國內知名珠寶品牌，如老鳳祥、中國珠寶及周大生。自2023年起，我們亦與最大的零售商及連鎖超市客戶A合作，在中國推廣及銷售我們提供的產品。

該等已建立的合作夥伴關係為我們的ODM產品提供了穩定的客戶基礎。與國內領先珠寶品牌和批發商緊密合作，同時有助於通過其廣泛的經銷網絡和品牌營銷活動，將我們的手錶設計和工藝向更廣泛的消費者展示。另外，長期以來與我們的ODM客戶培養出來的信任與熟稔，讓我們能夠順利、有效率地履行訂單，並有助於我們的生產規劃。穩定的銷售渠道和訂單量使我們得以靈活地優化製造業務、勞動力和存貨管理，令我們能夠最大化生產力和成本效益。

此外，我們從該等長期合作夥伴及客戶獲得的持續反饋和產品設計成為我們的寶貴情報，推動我們的產品開發工作隨著不斷變化的市場喜好而發展。該協同合作的方式支持我們在產品組合上的創新及改進，使我們能夠始終走在最新消費趨勢的前沿，並滿足國內高端消費者的嚴格要求。

**全面的生產控制與垂直整合有助於確保黃金材料加工的一致性及精準性**

我們相信，我們的主要競爭優勢之一在於我們強大的生產控制系統及垂直整合的業務模式，這有助於提升我們的產品品質及提高營運效率。特別是，我們的生產控制系統在確保每一個涉及黃金材料的生產步驟均具有一致性及精確性方面發揮著關鍵作用，從而確保產品品質的一致性，包括最終產品中黃金的克重及純度，我們相信這對於維護客戶的信心及信任至關重要。

由於黃金的珍貴特性，整個生產過程需要高度的關注與細節管理。由於黃金克重或純度的微小差異可能會嚴重影響我們產品價值及我們的信譽，因此我們實施了一套強大的生產控制系統，密切監控從黃金熔煉到手錶組裝的每個生產步驟。我們先進的ERP(企業資源規劃)系統整合各生產階段的資料，包括生產效率、成本和存貨等指標。這使我們可於整個生產過程的不同階段即時追蹤黃金原材料、半成品和成品的狀態，並評估生產設施和工人的效率。這有助於我們減少消耗、提高生產效率，更準確地管理整體生產流程。此外，ERP系統能讓我們在開發和生產階段迅速回應客戶對產品設計變更的要求。其使我們能夠密切監控我們的產能和利用率，從而加強我們的訂單規劃、調度以及成本計算和生產流程的準確性。

與我們的生產控制系統相輔相成的是我們專有的高硬度黃金合金技術，此乃我們有別於競爭對手的關鍵差異化因素。利用這一創新技術，我們能夠將足金的維氏硬度提升至90HV以上。此增強黃金的延展性及表面耐久性，使其適合用於錶殼及錶帶生產，並提升我們產品的品質及壽命。另外，通過應用我們的黃金重量控制專利技術，我們可以將每款黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的重量方差保持在0.015克以內。

此外，我們的生產設施均配備電腦化機械，包括光纖切割機、點焊機及車花機。這有助於我們將若干關鍵工藝標準化，確保產量的一致性。我們經驗豐富的技術團隊持續監控並微調該等機器，以協助提升運營效率，維持穩定的生產流程，並達成交貨時間要求。

我們全面的品質保證制度，包括由我們的生產人員進行檢查及在我們的內部實驗室進行最終的產品測試，有助於確保每件產品均符合我們嚴格的品質標準。具體而言，從貴金屬加工、手錶機芯安裝及校準，到手錶組裝等各關鍵製造工序完成後，我們均會進行控重檢測。詳情請參閱「－我們的業務模式－(iii)製造－生產流程」。

同時，我們相信我們垂直整合的業務模式使我們能夠有效控制整個業務鏈，涵蓋產品設計及開發到採購、生產、銷售及售後服務。具體而言，我們研發部門的設計及工程團隊與我們業務部門緊密合作，創作符合品牌形象和市場趨勢的新手錶設計。透過整合我們的設計、銷售及營銷策略，我們能夠快速響應不斷變化的消費者偏好及市場需求，確保我們提供的產品與流行趨勢保持一致。

我們深信，我們強大的生產控制系統、專有的高硬度黃金合金技術以及垂直整合的業務模式，讓我們能夠嚴格控制我們的產能，並有助於確保每件產品均符合我們的品質標準及客戶期望。透過堅持高標準的質量控制，我們得以建立客戶的信任與信心，並保護我們的品牌完整性。

**管理團隊經驗豐富，擁有深厚行業知識及強大的執行能力**

我們擁有一支經驗豐富且能力卓著的管理團隊，由董事會主席李永忠先生領導，自本集團成立以來，李永忠先生一直引領本集團發展。李永忠先生擁有逾20年經驗，對手錶及珠寶及飾品行業有深入認識，對貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及珠寶及飾品市場消費者的品味及喜好有獨到見解。我們受益於其知識和經驗以及廣泛的商業網絡，特別是其與我們的供應商和一級經銷商建立的長期關係。本集團創始人、執行董事兼總經理胡先生在手錶及珠寶及飾品行業擁有逾15年經驗，為李永忠先生的領導提供強有力的補充。胡先生對行業獨有特性、文化差異、客戶喜好及未來發展趨勢有深入的了解，對我們的策略順應不斷演變的市場動態方面舉足輕重。憑藉彼等的行業人脈、遠見及深厚的行業知識，我們得以制定健全的業務策略、評估和管理風險、預測客戶需求和偏好的變化，以及捕捉商機。

我們的高級管理團隊由擁有豐富、多元行業經驗及強大執行能力的高級人員組成。我們的高級管理團隊成員平均擁有十年的手錶及珠寶及飾品行業經驗。我們的管理團隊致力於建立追求卓越和長期承諾的企業文化。我們深信，我們的企業文化，加上我們的員工培訓、職業發展和獎勵計劃，極大程度上有助於激勵與挽留才華橫溢及經驗豐富的員工，從而推動業務增長。

**我們的業務策略**

為實現成為大眾信賴和喜愛的黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶品牌願景，我們將繼續鞏固於足金貴金屬手錶、鑲足金的鑲貴金屬手錶以及貴金屬珠寶及飾品市場的地位，策略性擴展於智能手錶及飾品市場的份額，提升整體競爭力並增加未來的市場佔有率。為實現該等目標，我們採取以下主要策略：

**進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇**

我們擬透過成立新莆田生產基地及升級深圳生產基地的生產設施，提升我們的產能，從而鞏固我們於不斷增長的足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握迅速擴展的智能手錶及飾品市場的增長機遇。根據灼識諮詢報告，智能手錶市場預期將有顯著增長，成立新莆田生產基地是集中開發及生產智能手錶及飾品的策略性行動。此外，由於我們現有的莆田生產基地已老化及位於租賃物業，我們計劃將其搬遷至新莆田生產基地，而新莆田生產基地將建於我們擁有土地使用權的莆田地盤上。因此，新莆田生產基地將主要負責生產智能手錶及飾品，亦將會生產現時由現有莆田生產基地生產的傳統飾品。我們將新莆田生產基地主要專注於智能手錶及飾品的生產，並將深圳生產基地的資源集中於傳統手錶(包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶)的生產，旨在充分利用兩個細分市場的增長潛力，同時優化營運效率。

***(i)　成立新莆田生產基地***

*擴張的原因*

鑑於以下原因，我們擬通過繼續擴大位於莆田的生產基地提高傳統手錶及飾品產品的生產能力：

(1)　我們現有的生產設施已將近悉數動用

我們的手錶產品(包括傳統手錶及智能手錶)現時由深圳生產基地生產。由於我們現有的莆田生產基地，包括其廠房佈置及生產機器，乃專為生產及加工飾品產品而設，故並無亦不可能用作生產手錶。此外，我們現時位於深圳及莆田的生產基地均為租賃設施。由於我們現有租賃生產工廠規模的限制以及對該等租賃物業的大規模翻新的限制，於該等設施進行擴建將不切實際。

與手錶產品銷售額的變動相對應，我們深圳生產基地手錶生產設施的年度利用率合計由2022財年的56.53%增加至2023財年的95.21%，至2024財年的99.02%，並減至2025年首五個月的83.21%。特別是，我們的深圳生產基地已於2023財年及2024財年生產旺季(特別是1月、9月及12月，恰逢中國重大慶典及節日活動之前的時期)獲悉數動用。

因此，我們認為目前的手錶產能已不再能滿足傳統手錶業務的持續增長需求，亦限制了我們進一步拓展智能手錶市場的能力，我們認識到有必要設立新莆田生產基地，以釋放我們傳統手錶及智能手錶業務的全部潛力。

(2)　智能手錶及智能飾品的生產需要進一步的生產能力

於當前智能技術融入消費電子產品以及智能技術滲透到消費者生活方式各個方面的市場趨勢下，具有智能功能的手錶已成為重要的行業方向。根據灼識諮詢的資料，消費者對追蹤健身及健康指標的興趣日益濃厚，推動了對智能可穿戴設備的需求。以GMV計，中國智能手錶市場的市場規模已由2019年的人民幣258.0億元增長至2024年的人民幣366.4億元(2019年至2024年的複合年

增長率為7.27%），預計於2029年達到人民幣580.0億元（2024年至2029年的複合年增長率為9.62%）。根據灼識諮詢，隨著可穿戴設備技術的不斷進步，以及消費者對貴金屬與科技相結合的產品需求的穩步增長，智能貴金屬手錶及智能鑲貴金屬手錶市場正經歷快速擴張，未來增長潛力巨大。以GMV計，中國智能貴金屬手錶及智能鑲貴金屬手錶的市場規模預計將由2024年的人民幣1.1億元增至2029年的人民幣16.2億元，2024年至2029年的複合年增長率約為70%。詳情請參閱「行業概覽－中國智能手錶行業概覽」。

未來數年，預期以黃金及鉑金等貴金屬製成的智能珠寶及飾品將展現巨大的市場潛力。這一預期乃基於貴金屬的獨特屬性及增值效應。黃金及鉑金不僅具有優異的導電性及耐腐蝕性，適合整合複雜的智能技術，同時擁有消費者極為推崇的美學特質。隨著消費者在購買珠寶及飾品時越來越重視功能性與奢華性兼備，智能貴金屬珠寶及飾品的市場前景尤為樂觀。根據灼識諮詢的資料，按GMV計，2019年至2024年中國貴金屬珠寶及飾品市場規模分別為人民幣3,359.8億元及人民幣5,062.2億元，2019年至2024年的複合年增長率為8.54%，預計將於2029年達到人民幣6,806.7億元，2024年至2029年的複合年增長率為6.10%。此外，根據灼識諮詢，隨着產品多元化擴展及市場認知度的持續提高，中國智能貴金屬珠寶及飾品市場預計將由2024年的GMV約人民幣0.2億元增至2029年的GMV約人民幣5億元，2024年至2029年期間的複合年增長率為91.24%。

把握這一趨勢，我們在智能可穿戴產品領域一直積極佈局本集團業務及建立行業地位，並將智能技術融入產品組合，並於2023年及2024年順利為我們的ODM客戶開發智能手錶產品並推出我們自主品牌的智能手錶產品。根據灼識諮詢的資料，我們亦為國內首個推出一錶雙戴智能鑲黃金的鑲貴金屬手錶的鑲貴金屬手錶品牌，可令用戶按自身需求及喜好在傳統手錶機芯和智能機芯之間切換。我們亦在2023年及2024年推出採用華為智能機芯的足金、銀、鉑金及智能寶石手錶系列。

我們注意到，中國的智能手錶及智能珠寶市場競爭激烈，眾多品牌以具競爭力的價格提供相似的功能。然而，我們透過將創新科技與大眾化定價結合脫穎而出，使更多消費者能夠接觸到先進的可穿戴設備。具體而言，我們認為，我們的智能可穿戴產品憑藉其獨特的功能，在競爭激烈的市場中實現差異化，有關功能主要包括：

(i) 我們的自主雙屏顯示技術，使用戶能夠對同一設備的機械機芯和智能機芯進行物理互換。此設計旨在解決在正式和休閒場合下的功能多樣性需求；

(ii) 整合貴金屬，例如黃金、白銀和鉑金，以及其他高端材料，例如天然寶石、琺瑯、陶瓷和藍寶石玻璃，使我們的智能手錶和智能戒指產品線有別於標準消費電子產品，滿足消費者對可穿戴技術高端材料的需求；及

(iii) 有別於智能手錶及智能珠寶市場中大多數在硬件規格(例如晶片性能和傳感器精準度)方面競爭的市場參與者，我們利用我們的手錶及飾品設計能力和生產技術，優先考慮文化敘事(例如透過IP合作和傳統圖案)、精湛工藝和個性化表達。我們相信該方法已將我們的智能可穿戴設備轉變為情感符號和可佩戴藝術品，迎合用戶對自我身份和審美價值的渴望。這使我們能夠吸引市場中相對未被充分服務但渴望精緻設計和工藝的智能可穿戴產品的消費者，並使我們在目前以大眾市場智能可穿戴產品主導智能手錶及智能珠寶市場的3C市場參與者中脫穎而出。

根據灼識諮詢，我們是中國智能手錶及智能珠寶市場中少數提供具備上述功能的智能手錶及智能珠寶的市場參與者之一。我們相信該等元素使我們的智能可穿戴產品在由大批量生產的智能手錶主導的市場中具備競爭優勢，使我們能夠吸引在智能可穿戴手錶和珠寶中追求實用性與設計兼備的價值導向型消費者。

更重要的是，我們預計智能可穿戴產品的銷量未來幾年將顯著增長，理由如下：

(i) 我們的智能可穿戴產品需求增加。

特別是，於2024財年下半年，我們已收到逾17,000隻智能手錶及25,000個智能戒指的採購訂單，將於2024財年及2025財年交付，並分別超過我們於2022財年及2023財年的智能產品銷量。此等訂單包括不同品牌生產的智能戒指，其中包括(i)由一家製造商及零售商擁有的奢華手工手機品牌，根據公開可得資料，該品牌成立於1998年，前身由一家芬蘭手機製造商擁有，目前總部位於香港；及(ii)一家運動時尚品牌，根據公開可得資料，該品牌由一家於英國註冊成立的公司擁有。該等訂單的客戶已獲相關品牌授權於中國生產及銷售附有其知識產權的智能戒指等產品。

於2024財年，我們亦獲一家電信設備公司委託開發並生產10,000隻配備華為智能機芯的定制智能手錶，將於2025財年及2026財年期間交付。

於2025年首五個月，我們亦已就(其中包括)為中國一間銀行及京東集團開發及生產配備華為智能機芯的定制智能手錶訂立合作協議。

我們認為，客戶訂單增加突顯我們的智能手錶及飾品產品日益受到青睞；

(ii) 我們已與多個ODM客戶訂立框架協議，開發新智能手錶及飾品產品，預計在2025財年將產生大量額外銷售訂單。例如，於2024年11月，我們與莆田的一家文化發展公司進行戰略合作，以開發全新的智能手錶系列，該系列將採用經授權的媽祖文化元素(亦稱為馬祖，在各類信仰中被認定為海神)。此合作夥伴(獨立第三方)為當地媽祖祖廟文創品牌指定的獨家經營者，負責監督媽祖文創產品的開發、使用及銷售。根據是次合作，我們獲授權使用媽祖相關的著作權作品，用於設計、生產、營銷及銷售智能手錶產品，自2024年11月起至2029年12月止為期五年以上。

繼前述合作，我們已開發十款融入與媽祖相關的版權作品以及採用華為的智能機芯技術的OBM智能手錶。於2024年11月，我們已就該等產品訂立一份為期兩年的框架供應協議。根據該框架協議，我們已接獲該客戶超過24,000隻智能手錶的首份訂單。

我們相信這是智能手錶業務持續擴張的重要里程碑。該合作有望推動2025財年智能手錶銷售訂單的增長，因為融入標誌性的媽祖文化元素預計會與我們的目標客戶產生強烈共鳴，尤其是華南地區的客戶。此外，該合作亦表明我們致力於通過創新產品來保護及推廣中國傳統文化的決心。我們相信，該合作將利用媽祖品牌的豐富文化底蘊及日益增長的知名度，為我們的智能手錶業務進一步擴張奠定堅實的基礎，並提升我們的品牌知名度；

(iii) 於2024年11月，我們獲委聘為總部設在美國的知名戶外背包品牌設計銀色智能戒指樣本；

(iv) 於2024年12月，就中國領先白酒品牌推出限量版10,000套智能手錶禮盒系列而言，我們獲得該品牌的生產授權，並為該品牌的製造商將智能機芯整合至智能手錶中；

(v) 於2025年3月，我們亦與一家在香港上市、總部位於中國江蘇的製藥公司的附屬公司就開發及銷售集成華為智能機芯的定制智能手錶訂立框架協議，該公司主要從事藥品的研發、製造及銷售。框架協議年期由2025年3月至2026年9月止，目標採購量不低於10,000隻智能手錶。於最後可行日期，我們已完成該客戶首批6,000隻智能手錶的訂單；及

(vi) 於最後可行日期，我們一直與多名潛在客戶商討智能產品開發項目。

將相關品牌的品牌形象與我們的製錶能力相結合，有望創造出獨特智能可穿戴產品。我們相信此等合作為我們帶來機遇，有助於我們利用該等消費品牌的客戶群來擴展我們的智能可穿戴設備業務。

然而，隨著我們深圳生產基地的手錶生產設施的逐漸飽和以及我們傳統手錶業務的持續發展，我們現有的手錶生產設施主要專注於生產傳統手錶，分配至智能手錶及飾品的開發及生產的產能有限。這可能會限制我們根據消費者對智能可穿戴設備日益增長的偏好調整產品的能力及靈活性。

因此，我們認為有必要增強產能以支持智能手錶及飾品業務的發展，同時確保足夠的產能以配合傳統手錶業務的持續增長。具體而言，目前預計在新莆田生產基地達致全面商業化生產後，其最高年產能將達到(i) 200,000隻智能手錶及飾品；及(ii) 4,000千克傳統黃金飾品。根據目前新莆田生產基地投產的估計進度，預計在新莆田生產基地開始生產後的第一年及第二年，(i)智能手錶及飾品的年產能將分別達到60,000隻及160,000隻；及(ii)傳統飾品的年產能將分別達到1,200千克及3,200千克。因此，我們相信新莆田生產基地的建設將使我們能夠更好地優化我們的生產設施，並賦予我們更大的靈活性，以滿足消費者對智能可穿戴設備不斷變化的需求。

(3)　讓深圳生產基地專注於傳統手錶的生產

傳統手錶細分市場於2019年至2024年間呈現強勁增長，並有望於2024年至2029年繼續保持上升趨勢。根據灼識諮詢的資料，以GMV計，中國貴金屬手錶及黃金貴金屬手錶市場的市場規模預計將分別從2024年的人民幣264.6億元及人民幣247.4億元增長至2029年的人民幣340.8億元及人民幣321.1億元，複合年增長率分別為5.19%及5.36%。詳情請參閱「行業概覽－貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶行業概覽」。

根據灼識諮詢報告，於2024年，我們的自主旗艦品牌HIPINE（西普尼）(i)按GMV計算，為中國足金貴金屬手錶行業最大的足金貴金屬手錶品牌，佔市場份額27.08%；及(ii)按2024年GMV計算，為中國鑲足金的鑲貴金屬手錶行業最大的鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌，佔市場份額28.96%。憑藉我們在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，我們相信我們具備充足的能力把握該等市場的快速增長機會，市場對我們傳統手錶的需求將繼續上升。詳情請參閱「－我們的競爭優勢－順應市場需求的工藝及設計使我們能夠在GMV方面佔據中國足金貴金屬手錶和鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的重要市場份額」。

此外，我們最近已採取措施著手擴展海外經銷渠道。2024年11月，我們與馬來西亞合作夥伴（即Kedai Emas Tian Si Sdn Bhd）訂立合作協議，委任其為我們的一級經銷商，負責HIPINE（西普尼）手錶產品（包括傳統手錶、智能手錶以及錶帶等手錶飾品）在馬來西亞全國的經銷及零售。根據我們馬來西亞合作夥伴網站資料，該公司成立於2003年，主要通過馬來西亞的批發渠道及零售渠道銷售黃金及鑽石珠寶以及金條。具體而言，其零售渠道包括位於馬來西亞的三家門店及一家旗艦店以及一家線上店舖。與馬來西亞合作夥伴簽訂合作協議後，我們已接獲其首份訂單，總計超過130隻手錶，其中包括傳統手錶及智能手錶，我們已於2025年1月完成訂單。我們亦計劃在未來數年間進一步擴展至中東市場。隨著我們迎合更廣泛客戶群的喜好，預期此增長策略將有助於支撐我們傳統手錶的整體需求。詳情請參閱「－我們的業務策略－透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場」。

為滿足傳統手錶的未來需求，我們需要確保深圳生產基地具備充足的產能以專注於這一不斷增長的業務分部。然而，於往績記錄期間，我們傳統手錶及智能手錶的生產均使用現有深圳生產基地的生產設施及機器。由於每次深圳生產基地的機器及生產系統由生產一類產品切換至另一類產品時，均需進行耗時的調整、調試及測試，因而導致資源利用率低及生產時間損失，進而降低了我們的整體產能及靈活性，難以滿足不斷變化的消費者對更多元化手錶款式的需求。此外，由於該等兩個產品類別目前共用我們深圳生產基地的產能，倘我們智能手錶產品的需求增加，我們或需將深圳生產基地的產能重新分配予智能手錶的生產，從而可能妨礙我們的傳統手錶業務。

通過設立新莆田生產基地生產智能手錶及飾品，我們的深圳生產基地可專注於生產傳統手錶。這將使我們能夠更好地確保在不影響我們的營運效率的情況下，分配足夠的資源(包括生產設施及勞工)以維持我們的傳統手錶業務並支持其未來增長。具體而言，倘我們的智能手錶生產於新莆田生產基地投產後分配至該基地，預計我們深圳生產基地約131,000隻手錶的年產能(根據2024財年的手錶計劃產能計算，其詳情載於「－生產設施－產能與利用率」)可悉數分配至生產傳統手錶。

(4)　通過責任分工發揮兩處生產基地的專業化及規模經濟效益

我們相信，將生產責任劃分給新莆田生產基地與現有深圳生產基地的戰略決策，亦有助於我們提升專業化及營運效率，進一步精簡生產流程，實現更大的規模經濟效益及成本優化，並提升營運靈活性與適應性。

我們生產的傳統手錶的特點為批量小、SKU種類繁多，需要專業的工藝及精確度。另一方面，智能手錶的SKU數量較少，但產量較高，因此允許更標準化、更高效的製造流程。於智能手錶生產方面，我們利用與華為的夥伴關係，自其購入智能機芯。因此，智能手錶生產的重點已更多地轉移至貴金屬外觀件及飾品(如錶帶及錶扣)的精密加工上，以補足標準化的智能模塊。將新莆田生產基地主要專注於生產智能手錶及智能飾品，我們能夠更好地確保派駐新莆田生產基地的工程師、技術員及生產工人團隊培養智能可穿戴設備生產所涉及工藝方面的專長及專門技能。相反，我們的深圳生產基地則可專注於傳統手錶的生產，讓我們的員工能夠精進工藝技能，並完善生產該等高精度鐘錶所需的複雜機械工序。有關專業化將提升產品質量、提高生產良率並促進各產品線的營運效率。

此外，在專用設施分開生產智能手錶與傳統手錶，預計可免除頻繁更換及調整生產設備與流程的需要。如上所述，在共用的生產環境中，若要在這兩種截然不同的產品類別的製造過程中進行轉換，將需要大量的時間及資源進行設備調整、工具改裝及人員再培訓。透過維持獨立的生產設施，我們可以避免該等中斷，並確保順暢、不中斷的作業流程。這不僅能提升我們的整體產能，亦將能讓我們更迅速地回應客戶需求的波動，將資源有效分配至需要重點關注的特定產品類別。

主要專注從事智能手錶及智能飾品製造的新莆田生產基地的建立亦有望使我們在這一新興產品領域實現更大的規模經濟。透過將智能手錶及智能飾品生產整合至新莆田生產基地，我們可投資專業化、高效率的設備，並精簡供應鏈及物流，從而降低單位成本及提升盈利能力。同樣地，我們的深圳生產基地可受益於傳統手錶生產的規模經濟，原因為其可專注於優化該核心業務線的製造流程及供應鏈管理。此舉將使我們能夠於定價及利潤率方面保持競爭優勢。

我們亦相信，新莆田生產基地及深圳生產基地的職責分工將增強我們整體運營的靈活性及適應性。例如，倘智能手錶市場需求激增，我們可加大新莆田生產基地的產量以把握機遇，而無需減少傳統手錶生產的產能分配。

(5)　將現有莆田生產基地遷往新莆田生產基地

我們現有的莆田生產基地已運營七年，需要進行大規模翻新，以提升傳統飾品製造的生產規劃及營運效率。然而，由於我們現有的莆田生產基地位於租賃物業上，我們可進行的翻新及翻修工程範圍有限。

相反，新莆田生產基地具備多項策略優勢：(i)建於我們持有的土地使用權的土地上，為安排生產設施及裝修工程提供更大靈活性；(ii)其鄰近我們現有莆田生產基地，因此搬遷開支可保持於較低水準；及(iii)其面積足夠容納不同的生產區域－一個為上文所述的智能手錶及飾品生產區域，另一個則為現有莆田設施的傳統飾品生產區域。由於無需共享製造工序，兩個產品類別之間的該種明確職責分工可提高營運效率。

鑑於上述效益，我們打算將現有老化的莆田生產基地遷往新莆田生產基地的專用新設施。這將使我們的傳統飾品生產現代化，同時將所有在莆田的生產活動整合在一個單一的自有地點。

*擴張計劃*

自2023年起，我們已開始建設新莆田運營綜合體(包括新莆田生產基地及莆田研發中心)。新莆田運營綜合體建於莆田地盤(一幅我們擁有土地使用權的土地)上，規劃地盤面積約12,221.78平方米，鄰近我們現有的莆田生產基地。於最後可行日期，新莆田運營綜合體主要建築工程質量檢查已完成，而新莆田生產基地預計於2025年年底前開始營運。

新莆田生產基地由生產廠房及配套設施(如倉儲空間、員工住宿、食堂等)組成，總建築面積為24,302.48平方米。我們計劃於新莆田生產基地分階段設立生產設施。視乎建設新莆田運營綜合體的進度而定，預計新莆田生產基地將於2025年年底前開始投產。

倘新莆田生產基地於2025年年底前投入營運，我們目前計劃於2025年第三季度將現有莆田生產基地遷往新設施。由於我們通常於一年中此時期錄得傳統飾品的銷量較低，因此此時段具有戰略意義。搬遷過程主要涉及將現有莆田生產基地的所有機器及設備搬往新莆田生產基地，然後在新址安裝、測試及調試該等生產資產。我們估計搬遷過程可於兩星期內完成。我們現有莆田生產基地將於搬遷完成後停止營運。在此基礎上，考慮到我們可以利用深圳生產基地的傳統飾品產能以抵銷搬遷期間傳統飾品產量的暫時減少，我們相信轉型不會對我們在搬遷期間完成傳統飾品銷售訂單的能力造成任何重大不利影響。

預計建立新莆田生產基地並投入運營的總成本將為人民幣156.46百萬元，包括人民幣65.62百萬元用作建造、人民幣51.60百萬元用作裝修工程、人民幣35.75百萬元用作購置生產機器及設備及人民幣3.50百萬元用作購置生產及營運軟件及系統。

於最後可行日期，我們已就設立新莆田生產基地支出人民幣81.28百萬元。且我們預期自最後可行日期起至緊接上市前當日止將就此進一步產生人民幣0.28百萬元。因此，預期於緊接上市前設立新莆田生產基地的總成本中人民幣81.76百萬元將以我們的內部財務資源撥付。

設立新莆田生產基地的剩餘估計投資成本人民幣74.70百萬元，我們將以全球發售所得款項淨額撥付。

假設(i)莆田的經營環境保持穩定；(ii)新莆田生產基地參考我們現有的深圳生產基地已達到合理的生產效率水平；及(iii)新莆田生產基地將按計劃全面投產，則設立新莆田生產基地的投資回收期(即自其產生的現金流量淨額收回設立新莆田生產基地及投入營運總成本所需時間)估計將約八年。

有關更多詳情，請參閱「－擴張計劃」及「未來計劃及所得款項用途－所得款項用途」。

***(ii)　升級深圳生產基地的生產設施***

於建設新莆田生產基地的同時，我們亦認識到優化及升級現有深圳生產基地的重要性，以進一步提高我們的運營效率及增值能力。我們的深圳生產基地已運營11年，在此期間，製造業發生重大進展。隨著製造業技術的持續快速發展，我們相信對我們的生產設施進行再投資並升級以保持於足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位對我們而言至關重要。

過去十年間，生產機器不斷取得進步，新一代產品具有更高的精確度、更大的效率以及更強的自動化能力。因此，我們認為有必要將該等先進的技術融入我們的生產設備中，以加強我們的製造能力，並確保我們的生產流程能持續滿足市場不斷變化的需求。此外，手錶的生產涉及錶殼的製造加工、機芯安裝與校準、手錶組裝等多道複雜工序。該等過程中的每一道工序均會直接影響手錶成品的質量。儘管我們一直為我們的生產設施配備電子化機械，但我們的設施升級一直受限於我們的可用資源，且我們傳統手錶的大部分生產工序的自動化程度(尤其是成錶的手工組裝)以及各道生產工序的零備件運輸的效率仍有得改善。

為解決該等有待改進的領域並鞏固我們於足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，我們擬對深圳生產基地進行全面升級。該舉措將涉及(i)翻新深圳生產基地以適應升級；(ii)購置CNC數控加工中心、車銑複合精密數控車床、精密數控車床及機械臂；

及(iii)升級我們的ERP系統、製造執行系統(MES)、訂單及智能製造管理系統、倉庫管理系統、研發綜合管理系統、辦公自動化系統及銷售管理系統。我們相信，在我們的生產設施中整合額外的CNC生產機器，將進一步提升我們黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶生產工序的自動化、數碼化及精確度。通過升級我們的生產及運營系統、機械及設備，我們相信我們將能夠進一步精簡生產流程及整體運營，而此預計將加強我們的運營效率，提高產品的一致性及質量，並最終為我們的客戶創造更大的價值。

我們當前擬根據下列時間表升級深圳生產基地：(i)於2025年下半年完成場地翻新，以準備於深圳生產基地安裝新生產機器及設備；(ii)於上市後三年內分階段購買新的生產機器及設備；及(iii)於上市後一年內完成新生產營運軟件及系統的採購及現有生產營運軟件及系統的升級，以確保其已準備就緒可安裝或測試及調試新機器及設備。

預計升級深圳生產基地生產設施的總成本為人民幣18.07百萬元，包括人民幣3.00百萬元用作翻新深圳生產基地、人民幣5.77百萬元用作收購新生產機器及設備及人民幣9.30百萬元用作收購與深圳生產基地的升級機器及設備相匹配的新生產及營運軟件及系統。我們擬以全球發售所得款項淨額撥付深圳生產基地生產設施升級總成本。有關詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途－所得款項用途」。

**加強研發能力以推動業務持續增長**

如上所述，我們的核心競爭優勢在於我們的產品設計及研發能力。以市場需求及消費者趨勢為指導，我們優先考慮持續的產品創新及迭代增強，以保持我們產品的競爭力。為進一步增強我們的研發環境，並增強我們招募專業研發人才及建立關鍵技術研發項目的能力，特別是在智能手錶及飾品產品領域，我們擬建立莆田研發中心。

***成立原因***

我們擬成立莆田研發中心，理由如下：

*(1)　增強研發資源以滿足不斷變化的業務及產品需求*

目前，我們的研發職能主要集中在位於深圳研發中心。隨著我們業務的不斷擴大及產品組合的多元化，我們現有的內部研發資源亦趨緊張。我們的研發重點已超越傳統手錶，涵蓋新興智能可穿戴設備技術，需要更廣泛的專業能力。為跟上不斷變化的市場需求並支持產品線的不斷擴展，我們需要大幅提升研發能力，具體而言：

- *設計專長：*於傳統手錶的設計中，強調整體外觀的和諧協調，包括錶殼、錶盤及錶帶。製錶的精密加工技術結合珠寶的工藝，以貴金屬為材料，展現觸感與價值。通常亦會採用精細的雕刻及鏨刻技術，賦予手錶藝術魅力。

  相比之下，貴金屬智能手錶的設計除了使用貴金屬材料外，通常廣泛採用陶瓷及硅膠等材料，以(i)追求更多樣化及時尚前衛的設計，及(ii)滿足輕盈、舒適性及耐用性等功能要求，以支持用戶積極的生活方式。與金銀等傳統貴金屬相比，陶瓷及硅膠具有截然不同的物理及美學特性。該等新材料需採用特定的設計方法，以利用其獨特的特性，並將其與整體智能手錶美學相協調。智能手錶設計亦需採用專業知識，以確保與智能手錶的電子系統與整體人體工學的最佳融合。

- *研發專長：*傳統手錶的研發重點是增強基礎金屬材料，提高硬度，以及提升精密製造技術。就貴金屬智能手錶而言，集成陶瓷及琺瑯等新穎材料一直是研發的關鍵領域，以提升設計及觸覺體驗。

  核心組件亦顯著不同。傳統手錶主要使用機械、石英或電子機芯，而智能手錶及飾品則採用整合式晶片上系統模組，包括處理器、傳感器、通訊芯片、顯示器、電池及儲存裝置。

因此，我們開發智能手錶及飾品所需的研發專業知識主要集中於(其中包括)：(i)從智能穿戴設備解決方案提供商處選擇及測試合適的智能機芯解決方案，這對於確保產品的性能及市場吸引力至關重要；(ii)將智能機芯集成到錶體中，並精確安排機芯與其他部件的組裝；及(iii)確認設備的品質及可靠性。相反，傳統手錶及飾品所需的研發專業知識主要集中於：(i)加工貴金屬原材料，例如在保持貴金屬純度的同時，提高原材料對大量生產手錶及飾品產品的適用性；及(ii)處理貴金屬及使用貴金屬進行工藝製作，當中採用了一系列技術，包括製作、鑄造、焊接、雕刻、鑲鑽及拋光。

增強智能手錶及配件的研發能力亦包括配備專門的先進儀器並吸引頂級技術人才，我們相信這將更好地推動智能可穿戴設備產品在材料、功能、美學及製造工藝的創新，亦有助於確保我們的內部研發資源與我們智能可穿戴設備業務的發展相匹配，為持續增長奠定堅實的基礎。

通過將我們的研發工作與行業動態保持一致，我們相信我們可以優化未來產品創新的市場相關性及商業可行性，提高我們核心產品的市場競爭力及感知價值，從而鞏固我們的市場地位。

*(2)　深圳及莆田研發中心的職責分工*

莆田研發中心的成立將使我們現有深圳研發中心專注於傳統黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶產品的研發，而莆田研發中心將致力於並專注於智能手錶及飾品的研發。

深圳研發中心將繼續利用我們在研發研究項目方面的豐富經驗，推動傳統手錶產品的材料、製造工藝及設計創新。此包括成功開發「足金材料硬化」、「硬質足金精密加工」、及「足金真空熔煉」等關鍵技術並取得專利，展現我們於傳統手錶領域的技術實力與創新能力。

另一方面，莆田研發中心將就智能手錶及飾品產品配備專業實驗室，以及專門的產品測試設施。該集中式智能可穿戴設備研發平台將能夠使我們吸引頂尖技術人才，並推動智能可穿戴設備功能、生產技術及設計的創新。我們相信，通過將我們的研發工作與行業發展趨勢相結合，莆田研發中心將使我們能夠優化未來智能可穿戴設備產品創新的市場相關性及商業可行性，提升其市場競爭力及感知價值。

我們相信，深圳及莆田研發中心之間的職責分工將為我們的業務帶來一系列益處。通過將莆田研發中心專門用於智能可穿戴設備開發，將深圳研發中心專門用於傳統手錶，我們可更好地確保我們的團隊於各自的產品類別中發展深厚的專業知識，從而實現更具影響力的創新。此外，研發職能的分割將消除一處研發設施內傳統手錶及智能可穿戴設備開發之間頻繁轉換的必要性，簡化我們的營運，並使資源、設備與人員的運用更有效率。憑藉專門的研發設施，我們亦可同時加速傳統手錶及智能可穿戴設備的開發，使我們能夠更快地響應不斷變化的市場需求並保持競爭優勢。最後，莆田研發中心的成立有望增強我們吸引並留住頂尖技術人才的能力，因為這將為彼等追求對智能手錶及飾品創新的激情提供專業的環境。

*(3)　解鎖在新莆田生產基地附近設立莆田研發中心的效益*

將莆田研發中心設在我們在新莆田生產基地的智能手錶及飾品生產設施附近，預計將為我們帶來多項戰略效益。首先，我們相信這將加強我們的研發人員、工程師及生產團隊之間的合作及知識轉移，這可以快速交流想法、見解及技術知識，從而更有效地解決問題並從設計及開發階段更平穩地過渡到大規模生產。

此外，就同一產品類型而言，研發中心與生產基地之間的緊密距離可望加快創新週期。例如，我們的研發人員可快速製作新設計的原型，並在附近的生產環境中進行測試，以及迭代改進，從而縮短相關新產品的上市時間。由於智能產品所採用的技術日新月異，因此對於創新的智能手錶產品而言尤其如此。這種緊密的距離預

計亦將使我們的研發團隊能夠更深入、實時地瞭解製造能力及供應鏈動態，這可能使我們能夠開發出可以以更高生產效率製造的智能手錶。

就同一產品類型而言，將研發中心設於生產設施附近，預期可讓我們更能密切監控產品品質、找出製造痛點，並及時實施設計及流程改善。

***擴張計劃***

莆田研發中心位於我們自2023年起於莆田地盤開始興建的新莆田運營綜合體。為免生疑問，莆田研發中心不屬於新莆田生產基地一部分。

莆田研發中心包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶實驗室、智能手錶實驗室、金飾設計實驗室、產品測試實驗室及辦公室，總建築面積為2,014平方米。於最後可行日期，新莆田運營綜合體的主要建築工程的質量檢查已完成，而莆田研發中心預期於2025年年底前開始營運。

預計建立莆田研發中心並投入運營的總成本將為人民幣42.36百萬元，包括人民幣5.44百萬元用於興建構成莆田研發中心的實驗室及辦公大樓、人民幣4.17百萬元用於莆田研發中心的裝修工程、人民幣14.66百萬元用於莆田研發中心的研發購置、人民幣0.41百萬元用於購置莆田研發中心的新電腦軟件及人民幣17.69百萬元用於招聘研發人才及經驗豐富的研發人員，使莆田研發中心全面投入運作。

於最後可行日期，我們已動用內部財務資源人民幣2.97百萬元用於建立莆田研發中心。設立莆田研發中心的剩餘估計投資成本人民幣39.39百萬元，將以全球發售所得款項淨額撥付。

有關更多詳情，請參閱「－擴張計劃」及「未來計劃及所得款項用途－所得款項用途」。

**擴大及優化營銷及服務網絡，提升品牌影響力及知名度**

我們擬通過多管齊下的策略，進一步優化及擴大我們的營銷及服務網絡及能力，其中包括建立新的營銷展示及體驗中心以及本地化售後服務網點，以及落實全面的品牌推廣

活動。我們相信這將提升我們的市場影響力，增強我們的品牌影響力，並支持吸收新莆田生產基地提供的增加產能。

我們多管齊下的營銷及品牌建設策略包括：

- *營銷展示及體驗中心：*我們目前在深圳設有一個自營展示中心，展示我們的OBM產品。為打造品牌知名度，我們計劃進一步在中國深圳及三亞建立兩家營銷展示及體驗中心，為消費者提供身臨其境的品牌體驗並促進客戶直接互動。該等中心有望將企業介紹、企業形象展示、行業文化推廣及產品營銷展示融為一體，增強我們的營銷能力。

  我們計劃於2025年開始設立兩個新的營銷展示及體驗中心，並預期於2026年開始營運。位於深圳及三亞的新營銷展示及體驗中心的預期建築面積分別約為1,200平方米及500平方米。按此基準並參考目標地點類似場所的市場租金，深圳及三亞的營銷展示及體驗中心的年度租金開支預期分別約為人民幣2.30百萬元及人民幣0.60百萬元。

  我們預計成立新營銷展示及體驗中心的資本開支總額約為人民幣20.39百萬元，主要包括成立、實驗及試驗階段期間的租金開支、設計及裝修工程開支、製作用於營銷展示及體驗中心展示的產品樣品以及運營所需的設備成本。資本開支金額根據建立現有營銷展示及體驗中心的實際開支以及相關城市當前市況估計。該計劃(包括每家中心的選址、預計規模及預期資本開支等)可能根據我們的實際需要及當時的市場情況發生變化。

- *售後服務網點：*目前，我們與手錶維修技術人員合作，在全中國十個服務點為我們的OBM手錶產品提供售後維修及保養服務。然而，由於該等服務點並非由我們直接租賃或營運，因此並未正式設立為我們的官方售後服務點。該等服務點的維修技術人員使用的工具及設備亦非由我們提供，且技術人員可能在該等服務點為其他品牌提供服務。為提升我們的品牌形象，確保維修保養服務的一致性及質量，我們擬於瀋陽、北京、西安、鄭州、呼和浩特、烏魯木齊、三

亞、成都、濟南及哈爾濱等全國主要城市建立十個官方售後服務網點，並逐步停止在現有服務網點提供維修保養服務。在該等專用服務網點，我們擬聘用熟練的維修技術人員，使用我們購置及提供的設備與工具專門維修保養我們的OBM產品。通過設立該等官方售後服務網點，我們可對客戶體驗及服務交付行使更大控制權。維修技術人員將接受我們的培訓及裝備，維持我們的高品質及工藝。此舉將使我們能夠提供更完善且更可靠的售後服務，提升客戶對我們OBM手錶品牌的信任度及滿意度。此外，透過將維修保養業務集中於專屬服務中心，我們可更好地監督並優化售後服務的效率。這將使我們能夠識別需要改進之處，並持續提升服務，以滿足尊貴客戶不斷變化的需求。

我們計劃於2025年開始設立所有服務網點，並預計於2026年及2027年期間開始營運。每家服務網點的擬定建築面積約為30平方米。在此基礎上並參考目標地點同類物業的市場租金，預計服務網點的年租金開支介乎約人民幣0.43百萬元至人民幣0.86百萬元。

我們預計開設新服務網點的資本開支總額約為人民幣17.67百萬元，主要包括開設期間的租金開支及軟件、設計及裝修工程開支以及運營所需的設備及軟件成本。資本開支的金額根據我們目標位置類似服務網點的租金、成立現有售後服務網點的實際開支以及相關城市當前市況估計。該計劃(包括服務網點數量、各服務網點的選址、預計規模及預期資本開支等)可能根據我們的實際需要及當時的市場情況發生變化。

- *品牌推廣：*認識到品牌認受性在貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶及飾品行業的重要性，我們將實施包括線下及線上促銷活動在內的全面的品牌建設戰略，以提升我們的市場地位並提高客戶忠誠度：

  (a) 線下方面，我們擬利用大型戶外數字廣告牌以及交通樞紐及車輛上的廣告投放吸引目標受眾的注意。此外，我們亦將組織具有影響力的店內營

銷活動及產品展示，以在銷售點引起消費者的興趣，並促進與消費者的深度接觸。為鞏固我們的行業聲譽及更有效地推廣新產品，我們亦將投資於(i)行業貿易展覽，包括在主要國家及國際珠寶鐘錶展上設立展位，以與貿易夥伴、分銷商及媒體進行互動，並展示我們的生產技術及設計；及(ii)為主要新系列舉辦線上及線下發佈會。該等活動亦將進行直播、邀請我們的品牌大使亮相，及吸引媒體關注我們的新產品。我們預計實施上述線下品牌推廣活動將產生約人民幣7.50百萬元的開支，相關開支將由全球發售所得款項淨額悉數撥付；

(b) 於數位領域，我們的品牌推廣策略是一項全面、多渠道的舉措，旨在提升品牌聲譽、帶動目標客戶吸納，並與廣泛的消費者群體培養深層次情感連結。我們預計實施上述線下品牌推廣活動將產生約人民幣19.50百萬元的開支，相關開支將由全球發售所得款項淨額悉數撥付。所得款項將策略性地撥用於以下主要活動：

(i) *高影響力影音內容製作：*部分款項將投放於製作影音內容，以建立精緻而一致的品牌形象，包括：(1)企業宣傳片：專業製作的影片，以闡明我們的品牌傳承、工藝及價值主張，將用於我們的網站、貿易展覽及高端媒體平台；(2)新產品廣告片：製作用於數位投放的高概念廣告片，旨在實現大眾市場覆蓋並建立頂級知名度；以及(3)平面設計：投資於高端產品攝影、平面設計及視覺素材創作，以確保從電子商務店面到社交媒體等各數位接觸點的優質美學；

(ii) *品牌大使合作夥伴關係的策略性投資：*部分數位推廣預算將特意撥作物色並與知名品牌大使合作。這是我們數位推廣策略的基石，旨在迅速提升品牌地位和認可度。該投資包括：(1)人才物色：物色一位知名明星或有影響力的人物，其公眾形象、受眾人口結構和價值觀與我們品牌的身份和目標市場相符；及(2)整合營銷活動：預計數位推廣預算將使我們能夠在整個營銷組合中充分利用品牌大

使的作用，包括出演上述新的視頻廣告、在平面和數位廣告中亮相、參加主要公關活動，並為我們的社交媒體及宣傳渠道創作獨家內容。我們相信，此多面向的方針有助加強合作夥伴關係的影響力；

(iii) *合作及建立信譽的市場推廣：*為擴大我們的覆蓋範圍並觸及既有受眾，我們將尋求策略性合作夥伴關係，旨在為我們品牌增添信譽及魅力，包括(1)跨界品牌合作：與超越我們直接行業的互補性品牌合作(例如：汽車製造商、高端酒店業、時裝公司)，以打造聯名產品或體驗。我們相信此策略能提升我們品牌在新客戶群的曝光率；以及(2)線上雜誌合作：與時尚、生活品味及商業刊物合作，以參與專題報道、刊登廣告特稿及納入禮品指南。我們相信，這將使我們的產品定位於令人嚮往的生活方式，並獲得第三方的認可；及

(iv) *數位優先內容及績效營銷：*為直接在數位生態系統內推動互動及轉化，我們將執行多層次內容及廣告策略，包括：(1)關鍵意見領袖內容營銷：與關鍵意見領袖(KOL)及關鍵意見消費者(KOC)合作，發佈真實產品評價、造型建議，並將其融入日常生活內容中。此策略旨在小眾、高參與度社群中建立信任並推動購買意願；(2)媒體合作：與線上媒體門戶網站及新聞平台建立策略聯盟，進行全面公關報導、產品發佈專題，以及持續品牌故事講述，以保持正面且突出的數位足跡；(3)短片及應用程序廣告：為抖音等應用程序創作平台專屬、引人入勝的內容，並部署定向信息流廣告，以在高參與度環境中吸引注意並帶動流量；及(4)互聯網廣告：在搜索引擎、社交媒體信息流及優質網站上實施數據驅動的程序化廣告策略，根據消費者的人口統計特徵、興趣及網上行為進行定向，以確保有效支出及高轉化率。

此整合式數位策略旨在在大規模品牌建設活動與定向、績效導向的策略之間產生協同效應，確保有效利用資金以提升市場滲透率及品牌資產增長；

(c) 我們認識到，品牌成功拓展至新的海外市場需要深入了解當地獨特之處，故亦計劃與我們馬來西亞合作夥伴合作，制定及實施針對馬來西亞當地客戶的購買模式及偏好而度身定制的市場推廣及宣傳建議。我們預計實施上述線下品牌推廣活動將產生約人民幣1.50百萬元的開支，相關開支將由全球發售所得款項淨額悉數撥付。所分配的所得款項將用於：

- *聯合市場研究及策略制定：*我們將與合作夥伴直接合作，撥款進行全面市場研究。這將側重於更深入了解馬來西亞特定消費者行為、區域購買模式、文化偏好(例如：受歡迎的黃金純度、當地節慶場合的流行設計主題)及媒體消費習慣。這些數據將成為我們在馬來西亞海外宣傳活動的基礎。

- *具文化共鳴的宣傳活動開發：*根據研究結果，我們將共同創建營銷活動及宣傳建議，以反映當地文化價值觀及美學。這包括開發本地化廣告創意、包裝及店內商品陳列，以吸引馬來西亞人對奢華及傳統的觀感；及

- *本地化推廣活動及合作夥伴關係：*我們將透過合作夥伴的分銷網絡，實施定向推廣活動，並可能與馬來西亞主要節假日及節慶活動結合。這亦可能涉及與深受尊敬的當地馬來西亞影響力人士或名人合作，彼等體現我們目標客群所重視的特質，從而提升品牌信譽及相關性。

此合作的預期成果是更高效及有效的市場進入，降低文化錯誤的風險，並建立強大而真實的品牌形象，以加速馬來西亞市場的客戶獲取及忠誠度；及

(d) 我們擬投資於在新興社交媒體及／或電子商務平台上設立旗艦店，並進行相關銷售及營銷活動，旨在搶佔該等平台的市場份額，以及吸引並滲透於該等平台上活躍的新一代群體。我們認為，此舉為從僅僅於該等平台存在過渡到佔據主導地位並推動銷售的關鍵一步。我們預計實施上述

線下品牌推廣措施將產生約人民幣10.00百萬元的開支，相關開支將由全球發售所得款項淨額悉數撥付。所得款項將分配予：

(i) *設立店鋪及定制：*包括投資於我們在各個平台上的旗艦店面的技術設置及設計。我們擬搭建與我們的定位保持一致、沉浸式的優質數字品牌體驗，並針對各個平台獨特的用戶界面及預期進行優化(例如：抖音上的短片重點，小紅書上的生活方式啟發)；

(ii) *整合直播帶貨功能：*部分投資將用於建立專業內部直播工作室及培訓專職主播。我們擬進行高質量的直播環節，結合產品教育、設計師訪談及限時優惠，以於相關平台推動銷售；

(iii) *定向數據驅動廣告：*我們擬利用該等平台上先進的廣告工具(例如：抖音的廣告系統、天貓的「鈦媒體」計劃)實施定向營銷活動。此舉使我們能夠根據用戶的興趣、瀏覽行為及人口統計分析特徵觸達用戶，確保我們的營銷支出有效地觸達新一代潛在客戶；及

(iv) *跨平台社群建設：*我們不僅擬將該等線上店鋪作為銷售渠道，更是建立社群的樞紐。我們將利用平台功能與粉絲互動、收集反饋，並最終將客戶轉化為品牌擁護者。

此策略性投資旨在實現於該等高流量平台上市場份額的快速增長，直接滲透有淨值的新生代客群，並為我們的未來收入增長創造全新且可擴展的驅動力。

我們相信，該等品牌建設工作將提高我們OBM品牌的知名度，增加我們在潛在ODM客戶的曝光率，並提升我們的行業影響力。

我們擬於上市後兩年內實施該等線下及線上措施。預期實施該等措施的總成本約為人民幣38.50百萬元，主要包括所涉及的市場推廣及宣傳材料的製作費、廣告費、代理費、贊助費及活動組織費。

隨著中國經濟的發展，中國鐘錶及珠寶及飾品行業的市場規模不斷擴大，國際鐘錶及珠寶及飾品產品在中國市場適度滲透。行業競爭加劇可能會增加品牌影響力較低的行業參與者被市場淘汰的風險。此外，根據灼識諮詢的資料，品牌乃消費者選擇貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶及飾品時最重要的因素之一，亦為提供消費者對此類產品質量及售後信任的關鍵。因此，品牌知名度對我們提高市場份額及定價權的能力發揮著至關重要的作用。因此，我們認為有必要通過實施這一業務策略，加強我們的市場營銷及品牌建設舉措，以獲得零售層面消費者的廣泛認同，鞏固我們在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，促進業務的持續增長。

估計與上述業務策略相關的總成本及費用將為人民幣76.56百萬元，包括人民幣20.39百萬元用作建立兩個新的營銷展示及體驗中心、人民幣17.67百萬元用作建立10個售後服務門店及人民幣38.50百萬元用作進行品牌推廣及營銷活動。該等成本及費用將由全球發售所得款項淨額進行悉數撥付。有關詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途－所得款項用途」。

**透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場**

我們力求鞏固我們在中國市場的地位，同時積極拓展海外市場。透過實施雙軌並行策略，我們致力於將HIPINE(西普尼)品牌提升為擁有海外業務的中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶品牌。

根據灼識諮詢的資料，東南亞及中東地區黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場增長潛力巨大。按GMV計，預期到2029年東南亞及中東地區黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場的規模將分別達到人民幣66.6億元及人民幣74.6億元，2024年至2029年的複合年增長率分別為8.64%及9.41%。由於東南亞及中東大部分國家均為「一帶一路」沿線重點地區，彼等對中國品牌高度認可，因此中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶品牌更容易獲得此等市場的青睞。灼識諮詢亦注意到，東南亞及中東地區的文化傳統以及對貴金屬產品的需求一直推動貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶產業的持續擴張。在東南亞及

中東地區，貴金屬可穿戴設備，尤其是黃金可穿戴設備，因其在佛教和伊斯蘭文化中舉足輕重，傳統上被視為財富和地位的象徵，並經常用於婚禮及重大宗教節日。

***(i)　於東南亞建立業務據點***

於2024年11月，我們與馬來西亞合作夥伴訂立合作協議，指定其為我們在馬來西亞全國範圍內經銷及零售HIPINE(西普尼)手錶產品(包括傳統手錶、智能手錶以及錶帶等手錶飾品)的一級經銷商。馬來西亞合作夥伴成立於2003年，主要通過馬來西亞的批發及零售渠道銷售黃金及鑽石珠寶以及金條。根據合作協議，馬來西亞合作夥伴負責在馬來西亞境內發展健全的次級經銷商及零售商網絡。這包括在該地區內積極物色合適的次級經銷商及零售商、將其納入體系以確保市場全面覆蓋、協調其活動及營運、監控及優化經銷及零售網絡的表現，以及實施措施以維持紀律及與我們的政策保持一致。透過積極發展及管理該等經銷及零售網絡，預期馬來西亞合作夥伴將在推動HIPINE(西普尼)品牌於馬來西亞市場成功滲透及擴展方面發揮至關重要的作用。我們相信馬來西亞合作夥伴已具備擔任此角色的條件，因為其擁有深厚的市場專業知識、經銷經驗及廣泛的當地經銷網絡，並在馬來西亞維持廣泛的貴金屬手錶及珠寶零售店網絡，可善用該網絡向國內廣泛的客戶群經銷及推廣我們的HIPINE(西普尼)手錶產品。

除了我們馬來西亞合作夥伴預期亦會在馬來西亞建立HIPINE(西普尼)手錶產品的零售網絡，包括透過其零售店銷售我們的HIPINE(西普尼)手錶產品並向全國其他零售商供貨外，我們合作的條款與我們與中國一級經銷商訂立的框架協議密切相關。有關該等協議的詳情，請參閱「－與一級經銷商的安排」。這一行之有效的模式兼顧了集中控制與當地市場專業知識，將為我們擴展及滲透馬來西亞市場奠定基礎。

我們已戰略性地將馬來西亞確立為我們海外擴張計劃的初步重點，因為我們認為其擁有龐大、富裕且快速增長的中產階級人口，且對高端產品(包括優質手錶)的需求旺盛。龐大的高淨值消費者群體加上蓬勃發展的旅遊業，進一步增強該市場的商業吸引力。此外，馬來西亞友好商業監管環境、知識產權有保障，加上當前與中國具有文化及經濟聯繫，因此為我們提供必要的框架，讓我們有信心建立HIPINE(西普尼)品牌。通過於馬來西亞建立穩固的據點，我們相信我們不僅能建立忠實的客戶群及品牌影響力，亦能利用該市場作為未來拓展更廣泛東南亞地區的戰略跳板。

***(ii)　擴展至中東***

繼在馬來西亞建立業務據點後，我們已將目光投向全球增長戰略的下一階段：中東。我們相信，該地區擁有龐大而富裕的消費者群體，對高端手錶及珠寶及飾品的需求與日俱增，為我們提供了極具吸引力的機會，進一步提升我們HIPINE(西普尼)品牌的知名度。

與我們於東南亞的戰略類似，我們目前計劃與擁有廣泛經銷及零售網絡的當地頂尖經銷商合作，快速擴展我們於阿聯酋、沙特阿拉伯、卡塔爾及科威特等主要中東市場的實體據點。透過於高端購物商場及零售中心爭取黃金零售地段，我們將可提高產品的知名度及可及性，並與眼光獨到的當地客戶群建立更緊密的聯繫。

為確保我們產品在目標海外市場的吸引力及適切性，我們擬開發迎合當地消費者特定偏好及文化敏感度的產品線及系列。強大的供應鏈及運營基礎設施將是我們海外擴張的基礎。這將包括建立區域經銷及物流中心，以確保高效及時的產品交付；實施本地化售後服務以提供客戶支持並提高品牌忠誠度；以及投資當地人才引進及培訓，以建立一支知識豐富、以客戶為中心的銷售及服務團隊。

通過執行該全面的海外擴張戰略，我們旨在於未來幾年大幅增長我們在馬來西亞及中東等具有重要戰略意義的市場的客戶群體、市場份額及盈利能力。該計劃的成功實施將成為我們實現轉型為擁有海外業務的中國黃金貴金屬手錶、鑲黃金的鑲貴金屬手錶及貴金屬飾品品牌的關鍵催化劑。

我們計劃以內部資源為上述業務戰略的實施提供資金。

## 實施我們業務策略的估計投資成本及時間表概要

我們於下文載列實施上述業務策略的估計投資成本及時間表概要：

| | 以下期間的估計投資成本 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **業務策略** | **由上市起至2025年12月31日止期間**<br>*(百萬)* | **2026財年**<br>*(百萬)* | **2027財年**<br>*(百萬)* | **上市後的估計總投資成本**<br>*(百萬)* | **上市後將由全球發售所得款項淨額撥付的估計投資成本**[附注]<br>*(百萬)* | **上市後將由內部財務資源撥付的估計投資成本**<br>*(百萬)* |
| **進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇** | | | | | | |
| (i) 建立新莆田生產基地 | | | | | | |
| －建設新莆田生產基地 | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －新莆田生產基地工廠物業的裝修工程 | 17.48港元<br>(人民幣15.76元) | 22.18港元<br>(人民幣20.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 56.79港元<br>(人民幣51.21元) | 39.31港元<br>(人民幣35.45元) | 0.34港元<br>(人民幣0.31元) |
| －就新莆田生產基地購置新的生產機器及設備 | 17.06港元<br>(人民幣15.38元) | 17.82港元<br>(人民幣16.07元) | 4.77港元<br>(人民幣4.30元) | 39.64港元<br>(人民幣35.75元) | 39.64港元<br>(人民幣35.75元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －就新莆田生產基地運營收購生產及營運軟件及系統 | 2.77港元<br>(人民幣2.50元) | 1.11港元<br>(人民幣1.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 3.88港元<br>(人民幣3.50元) | 3.88港元<br>(人民幣3.50元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| | 36.96港元<br>(人民幣33.33元) | 41.10港元<br>(人民幣37.07元) | 4.77港元<br>(人民幣4.30元) | 83.18港元<br>(人民幣75.01元) | 82.83港元<br>(人民幣74.70元) | 0.34港元<br>(人民幣0.31元) |

| | 以下期間的估計投資成本 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **業務策略** | **由上市起至2025年12月31日止期間**<br>*(百萬)* | **2026財年**<br>*(百萬)* | **2027財年**<br>*(百萬)* | **上市後的估計總投資成本**<br>*(百萬)* | **上市後將由全球發售所得款項淨額撥付的估計投資成本**[附註]<br>*(百萬)* | **上市後將由內部財務資源撥付的估計投資成本**<br>*(百萬)* |
| (ii) 升級深圳生產基地的生產設施 | | | | | | |
| －翻新深圳生產基地 | 0.55港元<br>(人民幣0.50元) | 2.77港元<br>(人民幣2.50元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 3.33港元<br>(人民幣3.00元) | 3.33港元<br>(人民幣3.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －購置安裝於深圳生產基地的新生產機器及設備 | 3.02港元<br>(人民幣2.72元) | 2.55港元<br>(人民幣2.30元) | 0.83港元<br>(人民幣0.75元) | 6.40港元<br>(人民幣5.77元) | 6.40港元<br>(人民幣5.77元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －購置與深圳生產基地的升級機器及設備相匹配的生產及營運軟件及系統 | 10.31港元<br>(人民幣9.30元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 10.31港元<br>(人民幣9.30元) | 10.31港元<br>(人民幣9.30元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| | 13.88港元<br>(人民幣12.52元) | 5.32港元<br>(人民幣4.80元) | 0.83港元<br>(人民幣0.75元) | 20.04港元<br>(人民幣18.07元) | 20.04港元<br>(人民幣18.07元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| ***小計：*** | **50.85港元<br>(人民幣45.85元)** | **46.43港元<br>(人民幣41.87元)** | **5.60港元<br>(人民幣5.05元)** | **103.21港元<br>(人民幣93.08元)** | **102.87港元<br>(人民幣92.77元)** | **0.34港元<br>(人民幣0.31元)** |

| | 以下期間的估計投資成本 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 業務策略 | 由上市起至2025年12月31日止期間<br>*(百萬)* | 2026財年<br>*(百萬)* | 2027財年<br>*(百萬)* | 上市後的估計總投資成本<br>*(百萬)* | 上市後將由全球發售所得款項淨額撥付的估計投資成本*(附註)*<br>*(百萬)* | 上市後將由內部財務資源撥付的估計投資成本<br>*(百萬)* |
| **加強研發能力以推動業務持續增長** | | | | | | |
| －建設莆田研發中心 | 2.74港元<br>(人民幣2.47元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 2.74港元<br>(人民幣2.47元) | 2.74港元<br>(人民幣2.47元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －莆田研發中心的裝修工程 | 4.62港元<br>(人民幣4.17元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 4.62港元<br>(人民幣4.17元) | 4.62港元<br>(人民幣4.17元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －為莆田研發中心購置新研發設備 | 10.33港元<br>(人民幣9.32元) | 5.28港元<br>(人民幣4.76元) | 0.64港元<br>(人民幣0.58元) | 16.25港元<br>(人民幣14.66元) | 16.25港元<br>(人民幣14.66元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －為莆田研發中心購置新的電腦軟件 | 0.45港元<br>(人民幣0.41元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 0.45港元<br>(人民幣0.41元) | 0.45港元<br>(人民幣0.41元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －招聘研發人才及經驗豐富的研發人員，使莆田研發中心全面投入運作 | 5.03港元<br>(人民幣4.53元) | 14.59港元<br>(人民幣13.16元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) | 19.62港元<br>(人民幣17.69元) | 19.62港元<br>(人民幣17.69元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| *小計：* | **23.17港元**<br>**(人民幣20.89元)** | **19.87港元**<br>**(人民幣17.92元)** | **0.64港元**<br>**(人民幣0.58元)** | **43.68港元**<br>**(人民幣39.39元)** | **43.68港元**<br>**(人民幣39.39元)** | **0.00港元**<br>**(人民幣0.00元)** |

| | 以下期間的估計投資成本 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 業務策略 | 由上市起至2025年12月31日止期間<br>*(百萬)* | 2026財年<br>*(百萬)* | 2027財年<br>*(百萬)* | 上市後的估計總投資成本<br>*(百萬)* | 上市後將由全球發售所得款項淨額撥付的估計投資成本*(附註)*<br>*(百萬)* | 上市後將由內部財務資源撥付的估計投資成本<br>*(百萬)* |
| **擴大及優化營銷及服務網絡，提升品牌影響力及知名度** | | | | | | |
| －建立兩個新的營銷展示及體驗中心 | 7.74港元<br>(人民幣6.98元) | 11.15港元<br>(人民幣10.06元) | 3.72港元<br>(人民幣3.36元) | 22.61港元<br>(人民幣20.39元) | 22.61港元<br>(人民幣20.39元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －建立十個售後服務門店 | 8.89港元<br>(人民幣8.01元) | 6.87港元<br>(人民幣6.19元) | 3.84港元<br>(人民幣3.46元) | 19.59港元<br>(人民幣17.67元) | 19.59港元<br>(人民幣17.67元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| －進行品牌推廣及營銷活動 | 12.81港元<br>(人民幣11.55元) | 21.35港元<br>(人民幣19.25元) | 8.54港元<br>(人民幣7.70元) | 42.69港元<br>(人民幣38.50元) | 42.69港元<br>(人民幣38.50元) | 0.00港元<br>(人民幣0.00元) |
| *小計：* | **29.44港元<br>(人民幣26.55元)** | **39.37港元<br>(人民幣35.50元)** | **16.10港元<br>(人民幣14.52元)** | **84.90港元<br>(人民幣76.56元)** | **84.90港元<br>(人民幣76.56元)** | **0.00港元<br>(人民幣0.00元)** |
| **總計：** | **103.45港元<br>(人民幣93.29元)** | **105.66港元<br>(人民幣95.29元)** | **22.34港元<br>(人民幣20.14元)** | **231.79港元<br>(人民幣209.03元)** | **231.45港元<br>(人民幣208.72元)** | **0.34港元<br>(人民幣0.31元)** |

*附註：*基於全球發售的估計所得款項淨額255.38百萬港元(人民幣230.30百萬元)，乃假設發售價釐定為每股發售股份28.3港元(即指示性發售價範圍每股發售股份27.0港元至29.6港元的中位數)。

有關全球發售的所得款項淨額用途的詳情，亦請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

**我們的品牌及產品**

我們設計、製造及銷售傳統手錶(主要包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶)、智能手錶以及貴金屬飾品。我們的品牌及產品理念植根於我們的品牌使命「技術創新、重構黃金」，強調製錶及飾品傳統製作工藝與創新元素的融合。在該原則的推動下，我們致力於突破工藝及技術的界限。

**我們的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶**

於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶，其屬於我們的傳統手錶產品類別。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，黃金錶殼手錶的銷售額分別佔我們有關期間總收入的29.4%、28.2%、17.9%及9.8%，而黃金錶圈手錶的銷售額分別佔我們有關期間總收入的56.9%、60.4%、50.6%及37.2%。

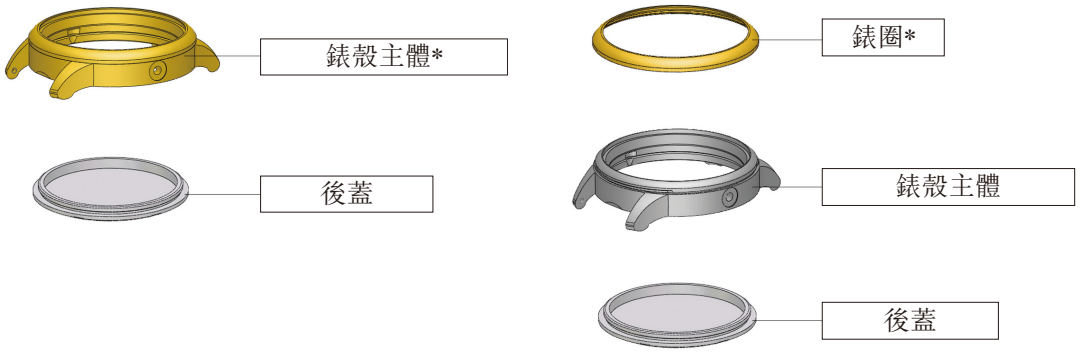
根據灼識諮詢的資料，根據QB/T 4160-2023，貴金屬手錶是指錶殼主體完全由貴金屬及其合金製成的手錶。於往績記錄期間，我們製造及銷售的貴金屬手錶主要包括錶殼主體完全由(i)貴金屬(即足金)或(ii)貴金屬及其合金(即18K金)製成的貴金屬手錶。為便於查閱，本招股章程中分別將其簡稱為黃金錶殼手錶、足金錶殼手錶及18K金錶殼手錶。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，足金錶殼手錶的銷售額於有關期間分別佔我們黃金錶殼手錶總銷售額的100%或接近100%，以及我們總收入的29.4%、28.2%、17.9%及9.8%。

根據QB/T 4160-2023，鑲貴金屬手錶是指錶殼主體或其他外觀件由貴金屬及其合金製成的手錶。於往績記錄期間，我們亦製造及銷售鑲貴金屬手錶，其錶圈(外觀件的一部分)為由(i)貴金屬(即足金)或(ii)貴金屬及其合金(即18K金)製成的部件。為便於查閱，本招股章程中分別將其簡稱為黃金錶圈手錶、足金錶圈手錶及18K金錶圈手錶。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，足金錶圈手錶的銷售額於有關期間分別佔我們黃金錶圈手錶總銷售額的100%或接近100%，以及我們總收入的56.9%、60.4%、50.6%及37.2%。

根據灼識諮詢的資料，根據QB/T 4160-2023，在生產足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶時，並無規定最低含金量。如「－往績記錄期間部分產品收入及平均售價變動的原因－平均售價」所披露，由於往績記錄期間黃金採購價格上漲，我們已降低OBM手錶的黃金重量。我們的專利技術，包括「足金材料硬化」、「硬質足金精密加工」及「足金真空熔煉」技術以及CNC機器，

使我們能夠生產薄壁錶殼主體及其他零部件，在確保黃金不斷裂的同時實現高精度厚度控制。因此，儘管我們降低了OBM手錶的黃金重量，我們仍能生產更輕薄的黃金錶殼主體及其他手錶外觀件，並確保：(i)黃金錶殼手錶的錶殼主體仍完全由足金或18K金(即足金及其合金)製成，使該等手錶繼續分別符合QB/T 4160-2023及足金錶殼手錶以及18K金錶殼手錶的定義；及(ii)黃金錶圈手錶的錶殼主體部分或其他手錶外觀件仍由足金或18K金(即足金及其合金)製成，使該等手錶繼續分別符合QB/T 4160-2023及足金錶圈手錶與18K金錶圈手錶的定義。

請參閱下文我們的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的外觀件，當中所示部件以足金或18K金(如適用)製成，僅供說明用途。各上述類型手錶的詳細定義請參閱「技術詞彙」：




黃金錶殼手錶　　黃金錶圈手錶

**附註：*　此為相關類型手錶中以足金或18K金(如適用)製成的組件。

我們的每款OBM手錶及錶帶產品均附有產品檢驗證書，顯示產品信息，包括含金量及黃金重量。

請參閱「－我們的品牌及產品－我們產品的銷售明細－收入－按傳統手錶類型」以了解我們來自不同類型傳統手錶的收入明細。

**我們的自主品牌**

我們在OBM業務模式下擁有兩個自主手錶品牌，即核心品牌「HIPINE（西普尼）」及副品牌「GOLDBEAR（金熊）」。自2022年起，我們的各自主品牌均獲深圳知名品牌評價委員會認定為「深圳知名品牌」。我們的OBM業務主要專注於價格實惠的大眾市場，針對中國二三線城市的中等收入消費者，其特點是(i)購買力適中，與一線城市的消費者相比，彼等對手錶產品的品牌敏感度相對較低；及(ii)彼等偏好優質飾品以配合其生活方式，同時對購買具有未來價格升值潛力的飾品給予一定程度的重視。

具體而言，HIPINE（西普尼）以大眾市場消費者為目標，該等消費者正在尋找設計更具時尚、多功能的手錶。我們認為該等消費者通常更傾向於日常佩戴飾品、純金手鐲及手鐲之外的更多品種，並希望黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶既可作為裝飾飾品，又可作為功能性時計；而GOLDBEAR（金熊）的主要目標客戶為中等收入的消費者，彼等對強調品味與風格、文化底蘊與身份地位的設計有着相對更強烈的偏好。以下為我們自主品牌的進一步資料：

- ***HIPINE（西普尼）：***我們認識到飾品與製表之間固有的協同作用，將兩者的結合視為優秀文化、工藝及價值傳承的共鳴。我們的HIPINE（西普尼）品牌為整合方式的典範。

  HIPINE（西普尼）重視黃金的文化意義，利用其重新詮釋時計及飾品之間的關係，為彼等注入情感與歷史的連結。傳承精神是品牌不可或缺的一部分，因為黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶傳統上被視為家庭情感紐帶的象徵。通過「時光因你而美」的品牌主張，HIPINE（西普尼）強調時間之美，以精緻的風格捕捉生活中的難忘時刻。

  HIPINE（西普尼）的品牌使命是「技術創新，重構黃金」。秉承此品牌使命，我們一直尋求開創性地使用黃金硬化技術，重新定義黃金在製表中的應用。

- ***GOLDBEAR（金熊）：***GOLDBEAR（金熊）「見證每一刻」的「珠寶級人文足金腕表」，旨在強調捕捉及珍惜生活中轉瞬即逝的瞬間的重要性，並反映客戶真實、發自內心的情感，既體現創新及時尚，又體現人文情懷。

我們以獨特的風格及品牌理念打造兩個自主品牌，每個品牌迎合不同的消費細分市場。我們採用此雙品牌策略，向各自的目標客群行銷不同的OBM產品，我們相信此舉將令我們的收入來源多元化，吸引更廣泛的客戶群尋找不同款式及價格的手錶及飾品，並更全面地覆蓋中國更廣泛的手錶及飾品市場。我們非常重視品牌建設及推廣自主品牌。詳情請參閱「－銷售與營銷」。

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們(i)來自HIPINE（西普尼）產品的收入分別為人民幣266.53百萬元、人民幣402.54百萬元、人民幣337.68百萬元及人民幣118.42百萬元，分別佔各期間我們總收入的98.80%、99.92%、99.99%及100.00%；及(ii)來自GOLDBEAR（金熊）產品的收入分別為人民幣3.24百萬元、人民幣0.34百萬元、人民幣0.05百萬元及零，分別佔各期間我們總收入的1.20%、0.08%、0.01%及零。

由於我們的管理層決定集中資源發展及增長HIPINE（西普尼），我們自2021年起已減慢生產速度，並於2023年逐步停止生產GOLDBEAR（金熊）手錶。展望未來，我們可能會考慮開發GOLDBEAR（金熊）品牌手錶以外的產品，以把握潛在的市場機會。目前，與我們在貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場的地位相比，我們的OBM業務在飾品市場的佔有率相對有限。展望未來，我們可能會考慮繼續在OBM業務項下發展飾品，以捕捉潛在的市場機會。因此，我們打算戰略性地保留 GOLDBEAR（金熊）品牌，以應對未來的潛在發展。這使我們能夠靈活地在出現新的市場機會時可能在非手錶產品類別中重新推出 GOLDBEAR（金熊）。

**我們的OBM產品**

於往績記錄期間，我們的收入主要來自我們的OBM業務模式。有關我們業務模式的詳情，請參閱「－我們的業務模式」。我們的OBM產品迎合多種應用，從作為社會地位的象徵，婚禮及其他傳統慶祝活動的禮物，到日常穿戴及其他個人裝飾。我們主要專注於在OBM業務模式下推出自主品牌手錶，亦可能不時選擇性地推出自主品牌飾品產品。我們的OBM手錶產品組合包括一系列傳統手錶（主要包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶）、智能手錶及OBM手錶的手錶部件（如錶帶）。

於2025年5月31日，我們的OBM產品組合包含超過10,000個SKU（庫存單位）。為迎合目標客戶的理性消費模式及日常佩戴偏好，並提供高端奢侈手錶品牌以外的便捷選擇，我們認為我們的OBM產品定位於中檔價位。

下表載列於2025年5月31日我們主要產品的主要特性、營銷主張及出廠價*：

| 產品系列 | 主要特性及營銷主張 | 定價 |
| --- | --- | --- |
| 悅己系列<br>(The Yue Ji Series)<br> | HIPINE(西普尼)悅己系列，所有的璀璨奪目散發永恆不變的美。簡約時尚，又兼具商務風格，彰顯新時代年輕女性的個性。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣11,093元至人民幣111,267元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣1.92百萬元，佔2025年首五個月總收入的0.83% |
| 唯意系列<br>(The Wei Yi Series)<br> | HIPINE(西普尼)唯意系列(情侶對錶)，足金錶圈見證愛情的純真，造型千變萬化，唯一不變的是相守一生的感動。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣11,139元至人民幣119,980元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣39.89百萬元，佔2025年首五個月總收入的17.27% |
| 初見系列<br>(The First-Meet Series)<br> | HIPINE(西普尼)初見系列，橢圓形錶盤，搭配放射狀太陽底紋錶盤，錶圈滿滿的璀璨鋯石加持，宛如星河流動，盡現腕間的浪漫雅致。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣1,284元至人民幣18,960元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣5.43百萬元，佔2025年首五個月總收入的2.35% |
| 雅致系列<br>(The Elegant Series)<br> | HIPINE(西普尼)雅致系列，圓形錶盤凝練經典風格，兼具鐘錶的功能之美，輕盈小巧，全金鏈條錶帶遊走腕間，閃亮的金屬光澤，捕捉流動在腕間的迷人光彩，彰顯都市女性的美。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣11,221元至人民幣178,000元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣13.57百萬元，佔2025年首五個月總收入的5.87% |

| 產品系列 | 主要特性及營銷主張 | 定價 |
| --- | --- | --- |
| 探索家系列<br>(The Explorer Series)<br> | HIPINE(西普尼)探索家系列正是將探索精神融入指針的每一次轉動中，前衛時尚的設計風格，鏤空的機芯設計，以詮釋勇於突破對未知的探索。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣11,663元至人民幣120,938元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣20.00百萬元，佔2025年首五個月總收入的8.66% |
| 魔力Q彈系列<br>(The Magic Flexible Series)<br> | HIPINE魔力Q彈系列，以足金立體滾珠全金帶演繹靈動造型，全金帶獨特的細膩光澤使腕錶更加耀眼迷人，生動演繹了女性獨有的優雅風情。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣17,458元至人民幣117,619元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣0.78百萬元，佔2025年首五個月總收入的0.34% |
| 匠心系列<br>(The Artisanship Series)<br> | 匠心系列靈感源於紫禁城的日晷和宮殿匾額，錶盤選用康熙藍作為底色及足金錶圈。午時時刻上嵌有「熹」字金標，中心鏤空所見是自動機械機芯。背面鏤空雕刻故宮建築及水雲紋。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣13,593元至人民幣18,999元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣0.01百萬元，佔2025年首五個月總收入的0.01% |
| 風華系列<br>(The Feng Hua Series)<br> | HIPINE(西普尼)風華系列，簡潔利落的設計風格並配有高品質石英機芯。金色盤面更添大氣時尚氣息。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣11,652元至人民幣110,922元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣22.85百萬元，佔2025年首五個月總收入的9.89% |

| 產品系列 | 主要特性及營銷主張 | 定價 |
| --- | --- | --- |
| 生肖系列<br>(The Zodiac Series)<br> | 龍是中華文化中的神靈，象徵著人們堅定自己的信仰。為了反映龍的和諧與力量，我們的設計師將最好的材料、技術和工藝融為一體，成就這限量之作。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣117,880元至人民幣139,800元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣0.14百萬元，佔2025年首五個月總收入的0.06% |
| 吉時系列<br>(The Lucky Time Series)<br> | HIPINE(西普尼)吉時系列鑲黃金手錶，婚慶第五金，在中國文化中，具有深厚的內涵，寓意吉祥的時刻，反映了對幸福的渴望，並表達了祝願和感激之情。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣11,752元至人民幣17,999元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣0.23百萬元，佔2025年首五個月總收入的0.10% |
| 斗轉星移系列<br>(The Starry Rotation Series)<br> | HIPINE(西普尼)金錶與「上新了故宮」聯合打造斗轉星移系列機械腕錶，國內首款公轉自轉全自動機械機芯，搭配飛碟式盤面設計。創新的結構設計與精湛工藝的結合，演繹時間的交替，融合古代智慧與現代美學，頌揚歷史之美。 | *於2025年5月31日的出廠價範圍*：*<br>人民幣12,484元至人民幣18,999元<br><br>*2025年首五個月的收入貢獻：*<br>人民幣0.10百萬元，佔2025年首五個月總收入的0.04% |

*附註：*

*　指2025年首五個月我們OBM手錶相關系列的概約出廠價範圍。

如下文「－定價」所披露，我們於釐定OBM產品的出廠價時，會考慮(其中包括)生產成本(包括但不限於原材料成本)。由於不同產品型號的黃金重量及用於生產錶帶的材料類型(例如黃金、不銹鋼或皮革)各異，我們OBM產品的出廠價可能會出現相對較大的差異。

**我們的ODM產品**

我們亦為我們的ODM客戶開發及製造(i)手錶，包括傳統手錶及智能手錶；以及(ii)飾品，包括(a)貴金屬飾品及產品，例如金條、可佩戴飾品(例如耳環、戒指及手鐲)及裝飾品及(b)錶帶及其他手錶飾品，並為其手錶及飾品提供受託加工服務。下文載列於往績記錄期間，我們為ODM客戶製造／加工的若干類產品：

ODM金條

ODM可佩戴飾品

**定價**

我們的定價方式乃主要基於成本。除原材料及生產成本以及所採用工藝技術的複雜程度外，於釐定我們的定價策略時，我們亦考慮其他因素，包括生產相關產品的業務模式及經銷產品的銷售渠道。例如：

- ***OBM：***除生產成本外，OBM產品的定價(包括向我們的一級經銷商提供的出廠價以及向在我們自營線上店舖直接向我們購買的消費者提供的零售價)亦考慮競爭對手所提供類似產品的價格、產品的目標終端消費者的收入水平、產品的功能及特性、歷史銷售業績數據、品牌的戰略定位及當前市場需求以及其他市場條件。

於往績記錄期間，OBM產品主要通過一級經銷網絡進行經銷。我們亦向第三方線上店舖運營商銷售OBM產品以在多個第三方電子商務平台進行轉售。我們並無強制規定我們的一級經銷商或其次級經銷商、零售點運營商或第三方線上店舖運營商銷售我們的OBM產品的價格。詳情請參閱「－與一級經銷商的安排」及「－與第三方線上店舖運營商的安排」。我們相信經銷商及零售點運營商更了解相關銷售區域的當地競爭格局、消費者偏好及價格敏感度，及第三方線上店舖運營商通常在管理其營運的電子商務平台上的零售動態及競爭格局方面擁有更多經驗。允許彼等設定彼等銷售我們OBM產品的價格使彼等能夠靈活地根據該等當地因素優化定價，進而可能有助於保持我們於各個市場／銷售平台適當定位我們自主品牌的能力，而非受到統一規定價格的限制。我們亦認為，給予經銷商、零售點運營商及第三方線上店舖運營商自主定價權會激勵彼等積極管理其銷售及定價策略，這可能有利於獲得更好的銷售表現。從營運效率的角度而言，這亦可以減輕我們集中監控及更新所有銷售區域定價的管理負擔。

對於我們直接透過第三方電子商務平台(如天貓、京東及抖音)上的自營線上銷售商店向終端消費者銷售的OBM產品，我們擁有直接的定價權，並且我們通常在不同平台上採用標準化的定價政策。此舉使我們能夠為我們的自主品牌產品鞏固統一的市場形象及定價策略。我們會不時參加第三方平台舉辦的促銷活動，例如雙十一購物節及雙十二購物節。有關詳情，請參閱「－銷售與營銷」。

- ***ODM：***於ODM業務模式下，我們主要負責開發及製造ODM客戶品牌標籤下的手錶及飾品。我們亦為其產品提供受託加工服務。對於該等ODM及受託加工服務，我們的定價策略主要基於成本加成，並考慮(其中包括)與設計、生產及加工過程相關的原材料、勞動力及間接成本。每款ODM產品的具體定價均與ODM客戶進行協商，並考慮設計的複雜性、是否預計涉及任何研發、訂單數量以及我們與客戶的現有關係等因素。

另請參閱「－我們產品的銷售明細－往績記錄期間部分產品收入及平均售價變動的原因－平均售價」，以了解本集團於往績記錄期間產品平均售價變動之詳情。

我們的管理層根據我們的財務目標和整體戰略願景檢討我們的定價水平，並按上述因素的綜合評估按需要不時調整價格。我們一般會調整手錶及飾品的售價，以反映黃金價格波動。我們亦積極管理其他原材料成本波動，按實際市場需求和生產要求調整採購計劃。此舉有助於我們在利潤及市場競爭力之間維持定價平衡。有關我們採購慣例的詳情，務請參閱「採購－採購計劃」一節。

**我們產品的銷售明細**

***收入***

*按產品類型劃分*

下表載列我們於所示年度／期間按產品類型產生的收入明細：

| | **2022財年** | | **2023財年** | | **2024財年** | | **2024年首五個月** | | **2025年首五個月** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 手錶[1] | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 289,361 | 89.4 | 402,734 | 90.4 | 322,754 | 70.7 | 140,315 | 74.0 | 110,726 | 47.9 |
| －智能手錶 | 4 | 0.0 | 337 | 0.1 | 28,025 | 6.1 | 7,860 | 4.1 | 4,521 | 2.0 |
| | 289,365 | 89.4 | 403,071 | 90.5 | 350,779 | 76.8 | 148,175 | 78.1 | 115,247 | 49.9 |
| 飾品[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 21,875 | 6.8 | 23,532 | 5.3 | 92,321 | 20.2 | 35,043 | 18.5 | 107,637 | 46.6 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 12,464 | 3.8 | 18,874 | 4.2 | 13,456 | 3.0 | 6,474 | 3.4 | 8,144 | 3.5 |
| | 34,339 | 10.6 | 42,406 | 9.5 | 105,777 | 23.2 | 41,517 | 21.9 | 115,781 | 50.1 |
| 總計 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

**附註：*

(1) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(2) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

*按傳統手錶類型劃分*

下表載列我們在所示年度／期間按傳統手錶類型產生的收入明細：

| | **2022財年** | | **2023財年** | | **2024財年** | | **2024年首五個月** | | **2025年首五個月** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **傳統手錶** | | | | | | | | | | |
| －足金錶殼手錶 | 95,238 | 29.4 | 125,742 | 28.2 | 81,696 | 17.9 | 40,107 | 21.2 | 22,751 | 9.8 |
| －足金錶圈手錶 | 184,191 | 56.9 | 268,843 | 60.4 | 230,951 | 50.6 | 95,277 | 50.2 | 85,865 | 37.2 |
| －18K金錶殼手錶 | 7 | 0.0 | 37 | 0.0 | – | – | – | – | – | – |
| －18K金錶圈手錶 | – | – | 7 | 0.0 | – | – | – | – | – | – |
| －其他手錶*(附註)* | 9,925 | 3.1 | 8,105 | 1.8 | 10,107 | 2.2 | 4,931 | 2.6 | 2,110 | 0.9 |
| 小計： | 289,361 | 89.4 | 402,734 | 90.4 | 322,754 | 70.7 | 140,315 | 74.0 | 110,726 | 47.9 |
| 總收入 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

*附註：*其他手錶包括(i)銀錶及(ii)不銹鋼手錶。

*按產品及服務類型劃分*

下表載列我們於所示年度／期間按產品及服務類型產生的收入明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 手錶[1] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 286,335 | 88.5 | 402,754 | 90.4 | 322,752 | 70.7 | 140,315 | 74.0 | 110,726 | 47.9 |
| －智能手錶 | 4 | – | 337 | 0.1 | 28,025 | 6.1 | 7,860 | 4.1 | 4,521 | 2.0 |
| | 286,339 | 88.5 | 403,091 | 90.5 | 350,777 | 76.8 | 148,175 | 78.1 | 115,247 | 49.9 |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 3,026 | 0.9 | (20) | – | 2 | 0.0 | – | – | – | – |
| *手錶小計：* | 289,365 | 89.4 | 403,071 | 90.5 | 350,779 | 76.8 | 148,175 | 78.1 | 115,247 | 49.9 |
| 飾品[2] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 4,866 | 1.5 | 5,225 | 1.2 | 83,108 | 18.2 | 29,269 | 15.5 | 103,515 | 44.8 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 3,550 | 1.1 | 5,881 | 1.3 | 4,146 | 0.9 | 1,953 | 1.0 | 2,350 | 1.0 |
| | 8,416 | 2.6 | 11,106 | 2.5 | 87,254 | 19.1 | 31,222 | 16.5 | 105,865 | 45.8 |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 17,009 | 5.3 | 18,307 | 4.1 | 9,213 | 2.0 | 5,774 | 3.0 | 4,122 | 1.8 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 8,914 | 2.7 | 12,993 | 2.9 | 9,310 | 2.1 | 4,521 | 2.4 | 5,794 | 2.5 |
| | 25,923 | 8.0 | 31,300 | 7.0 | 18,523 | 4.1 | 10,295 | 5.4 | 9,916 | 4.3 |
| *飾品小計：* | 34,339 | 10.6 | 42,406 | 9.5 | 105,777 | 23.2 | 41,517 | 21.9 | 115,781 | 50.1 |
| 總計／合計 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

*附註：*

(1) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(2) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

***銷量***

*按產品及服務類型劃分*

下表載列我們產品於所示年度／期間的銷量(按(i)售出或加工的手錶總數；及(ii)售出或加工飾品產品中所使用的黃金總重量計)及平均售價／加工費：

| | **2022財年** | | **2023財年** | | **2024財年** | | **2024年首五個月** | | **2025年首五個月** | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **銷量[1]** | **平均售價／加工費[2]** | **銷量[1]** | **平均售價／加工費[2]** | **銷量[1]** | **平均售價／加工費[2]** | **銷量[1]** | **平均售價／加工費[2]** | **銷量[1]** | **平均售價／加工費[2]** |
| | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* |
| 手錶[3] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 109 | 2,627 | 141 | 2,856 | 113 | 2,856 | 45 | 3,118 | 37 | 2,993 |
| －智能手錶 | – | 不適用 | 1 | 337 | 27 | 1,038 | 5 | 1,572 | 5 | 904 |
| | 109 | 2,627 | 142 | 2,839 | 140 | 2,506 | 50 | 2,964 | 42 | 2,744 |
| ***提供分包服務[5]*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 6 | 504 | – | 不適用 | – | 不適用 | – | 不適用 | – | 不適用 |
| 總計： | 115 | 2,516 | 142 | 2,839 | 140 | 2,506 | 50 | 2,964 | 42 | 2,744 |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] |
| | *(千克)* | *(人民幣元／克)* | *(千克)* | *(人民幣元／克)* | *(千克)* | *(人民幣元／克)* | *(千克)* | *(人民幣元／克)* | *(千克)* | *(人民幣元／克)* |
| 飾品[4] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 75 | 65 | 20 | 261 | 158 | 526 | 61 | 480 | 160 | 647 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 9 | 394 | 14 | 420 | 8 | 518 | 5 | 391 | 3 | 783 |
| | 84 | 100 | 34 | 327 | 166 | 526 | 66 | 473 | 163 | 650 |
| ***提供分包服務[5]*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 1,290 | 13 | 1,640 | 11 | 1,096 | 8 | 644 | 9 | 533 | 8 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 684 | 13 | 966 | 13 | 661 | 14 | 329 | 14 | 342 | 17 |
| | 1,974 | 13 | 2,606 | 12 | 1,757 | 11 | 973 | 11 | 875 | 11 |
| 總計： | 2,058 | 17 | 2,640 | 16 | 1,923 | 55 | 1,039 | 40 | 1,038 | 112 |

*附註：*

(1) 銷量指(i)售出或加工的手錶總數；及(ii)售出或加工飾品產品中所使用的黃金總重量。

(2) 平均售價／加工費等於銷售或提供與相關產品有關的受託加工服務(視乎情況而定)所產生的收入，除以銷售或加工的手錶總數或銷售或加工的飾品產品所用黃金的總重量(視乎情況而定)。

(3) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(4) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

(5) 於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，根據ODM模式，手錶平均銷售／加工費分別為每件人民幣2,118元、人民幣5,489元、人民幣1,139元、人民幣1,720元及人民幣1,157元；而飾品產品的平均銷售／加工費分別為每克用金量人民幣17元、人民幣15元、人民幣74元、人民幣50元及人民幣156元。

*按傳統手錶類型劃分*

下表載列就我們製造或加工的傳統手錶不同類型於所示年度／期間的銷量：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] |
| | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* |
| **由我們製造或加工的傳統手錶[3]** | | | | | | | | | | |
| －足金錶殼手錶 | 19 | 5,013 | 22 | 5,716 | 12 | 6,808 | 6 | 6,685 | 3 | 7,584 |
| －足金錶圈手錶 | 89 | 2,070 | 113 | 2,379 | 97 | 2,381 | 37 | 2,575 | 34 | 2,525 |
| －18K金錶殼手錶 | 0[5] | 6,774 | 0[5] | 7,423 | – | – | – | 不適用 | – | 不適用 |
| －18K金錶圈手錶 | – | – | 0[5] | 2,428 | – | – | – | 不適用 | – | 不適用 |
| －其他手錶[4] | 7 | 1,418 | 6 | 1,351 | 4 | 2,527 | 2 | 2,466 | – | 不適用 |
| 總計／總體 | 115 | 2,516 | 141 | 2,856 | 113 | 2,856 | 45 | 3,118 | 37 | 2,993 |

*附註：*

(1) 銷量指由我們製造及銷售的傳統手錶總數。

(2) 平均售價／加工費等於銷售或提供與相關傳統手錶有關的分包服務所產生的收入，除以銷售或加工的手錶總數。

(3) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述呈列的傳統手錶不包括任何具智能功能的手錶。

(4) 其他手錶包括(i)銀錶及(ii)不銹鋼手錶。

(5) 「0」表示經四捨五入調整後，若干類型傳統手錶的銷量低於1,000隻。

**往績記錄期間部分產品收入及平均售價變動的原因**

***收入***

我們的收入由2022財年的人民幣323.70百萬元增加至2023財年的人民幣445.48百萬元；並進一步增加至2024財年的人民幣456.56百萬元；及我們的收入從2024年首五個月的人民幣189.69百萬元增長至2025年首五個月的人民幣231.03百萬元。

就產品類型而言，

(i) 傳統手錶的銷售為主要收入來源，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別佔總收入的89.4%、90.4%、70.7%及47.9%。由於COVID-19疫情爆發導致需求下降，我們於2022財年的傳統手錶收入及銷量有所下滑，但銷售額於2023財年有所回升。我們來自傳統手錶的銷售收入於2023財年至2024財年減少，主要由於銷量下降。我們認為2024財年銷量下降是由於在不斷演變的經濟環境及商品價格下，消費意欲發生變化所致。我們的傳統手錶銷售收入由2024年首五個月的人民幣140.3百萬元減少至2025年首五個月的人民幣110.7百萬元，主要乃因傳統手錶製造及銷售收入減少所致，而此主要由於我們銷售予經銷商的OBM產品的傳統手錶銷量由2024年首五個月售出的45,000隻減少至2025年首五個月售出的37,000隻導致。我們認為該等銷量減少乃由於受整體經濟狀況及金價影響令消費者情緒持續疲弱所致。我們的傳統手錶的平均售價由2024年首五個月的每隻人民幣3,118元減至2025年首五個月的每隻人民幣2,993元，主要由於2025年首五個月每隻傳統手錶的平均黃金使用量從2024年首五個月的每隻4.98克減少至每隻3.44克。於2025年首五個月，傳統手錶銷售的收益貢獻亦有所減少，主要由於向客戶A(我們於2023財年末開始合作的主要ODM客戶)銷售貴金屬飾品及產品的收益貢獻大幅增加；

(ii) 智能手錶收入於往績記錄期間出現波動，原因是我們有相當部分的智能手錶於2022財年及2023財年作為贈品贈送予在線上平台購買我們傳統手錶的客戶，以作品牌推廣用途。於2024財年，智能手錶銷售額大幅增長，主要受來自智能手錶的ODM收入人民幣22.1百萬元所帶動，包括來自中國珠寶的重大貢獻人民幣12.5百萬元，以及來自為中國領先白酒品牌設計的限量版智能手錶禮盒套裝的人民幣6.2百萬元收入。我們的OBM智能手錶銷售額於2024財年亦錄得增長，反映市場需求日增。手錶銷售收入減少亦由於智能手錶銷售收入由2024年首五個月的人民幣7.9百萬元減少至2025年

首五個月的人民幣4.5百萬元。有關減少主要由於智能手錶的平均售價由2024年首五個月售出的每隻人民幣1,572元減少至2025年首五個月售出的每隻人民幣904元，主要由於所交付智能手錶的規格不同。我們ODM智能手錶的銷售額於2025年首五個月(與2024年首五個月相比)有所下降，主要由於相關合約規定於2025財年餘下期間需交付客戶的ODM智能手錶數量相對較多；及

(iii) 飾品產生的收入於往績記錄期間亦呈上升趨勢，尤其是2024財年及2025年首五個月的收入大幅增長，原因是來自一名新ODM客戶(即客戶A)的訂單，該客戶於2024財年及2025年首五個月分別為我們帶來飾品銷售收入人民幣80.0百萬元及人民幣103.3百萬元。有關詳情，請參閱「－與ODM客戶的安排－與客戶A的安排」。

有關我們於往績記錄期間的收入變動的更詳細分析，請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－收入－按產品劃分」。

***平均售價***

如「－我們的品牌與產品－定價」一節所披露，我們的定價方式乃主要基於成本。我們製造及銷售產品的定價主要考慮以下因素：(i)銷售時的黃金市價；(ii)其他原材料(如手錶部件)的成本；(iii)隨產品設計複雜性及工藝技術而變動的生產成本；及(iv)考慮目標消費者購買力、產品功能及特點、品牌定位及當時市場需求等多種因素的利潤率。

*我們製造及銷售的傳統手錶*

下表載列往績記錄期間我們傳統手錶的平均售價及所含黃金的平均重量：

| **平均售價** | **2022財年** *(每隻人民幣元)* | **2023財年** *(每隻人民幣元)* | **2024財年** *(每隻人民幣元)* | **2024年首五個月** *(每隻人民幣元)* | **2025年首五個月** *(每隻人民幣元)* |
|---|---|---|---|---|---|
| －足金錶殼手錶 | 5,013 | 5,716 | 6,808 | 6,685 | 7,584 |
| －足金錶圈手錶 | 2,070 | 2,379 | 2,381 | 2,575 | 2,525 |
| －18K金錶殼手錶 | 6,774 | 7,423 | – | – | – |
| －18K金錶圈手錶 | – | 2,428 | – | – | – |
| －其他手錶 | 1,418 | 1,351 | 2,527 | 2,466 | – |
| **總計** | **2,516***(附註)* | **2,856** | **2,856** | **3,118** | **2,993** |

**平均黃金重量**

| | *(每隻克重)* | *(每隻克重)* | *(每隻克重)* | *(每隻克重)* | *(每隻克重)* |
|---|---|---|---|---|---|
| －足金錶殼手錶 | 12.10 | 12.03 | 11.24 | 11.33 | 10.49 |
| －足金錶圈手錶 | 4.22 | 4.13 | 3.55 | 4.02 | 2.89 |
| －18K金錶殼手錶 | 4.24 | 14.63 | – | – | – |
| －18K金錶圈手錶 | – | 3.35 | – | – | – |
| －其他手錶 | 1.83 | 1.75 | 2.57 | 2.60 | 1.94 |
| **總計** | **5.38** | **5.22** | **4.37** | **4.98** | **3.44** |

*附註：*由於上表所列示傳統手錶於2022財年的平均售價人民幣2,516元為我們於2022財年(i)製造及銷售及(ii)作為提供受託加工服務的一部分所加工的傳統手錶的平均售價，故有別於第235頁表格所披露我們於2022財年製造及銷售的傳統手錶平均售價人民幣2,627元。

我們認為，不同類型含金傳統手錶的平均售價差異屬合理，原因為(i)於往績記錄期間各期間，足金錶殼手錶平均黃金重量顯著較高(介乎約2.9至3.6倍)，因此平均售價顯著較足金錶圈手錶高(介乎約2.4至3.0倍)；及(ii)18K金錶殼手錶及18K金錶圈手錶與其足金同類產品之間的黃金平均重量及平均售價分析並無意義，原因是於往績記錄期間，18K金錶殼手錶及18K金錶圈手錶的銷售量較少，其中大部分於我們的自營線上店舖出售。由於透過自營線上店舖直接向消費者銷售我們的產品並無中間商，使我們能夠吸收通常由透過其他銷售渠道(例如我們的線下經銷模式及第三方營運的線上店舖)參與產品銷售的相關中間商所佔的利潤率，此令我們能夠直接控制該等產品的價格及取得與該等產品相關的較高售價。

為了在我們的售價中反映黃金的市場價格，我們會因應黃金價格的波動調整我們所製造及銷售的傳統手錶的售價。例如，(a)上海黃金交易所所報Au9999黃金的現貨價(即相關期間的平均結算價)由2022年的每克人民幣390.10元上升15.27%至2023年的每克人民幣449.67元，由2023年上升23.90%至2024年的每克人民幣557.16元，以及從2024年上升27.58%至2025年首五個月的每克人民幣710.83元；及(b)Au9999黃金於上海黃金交易所所報的收市價由2022年最後一個交易日的人民幣410.49元／克上升16.83%至2023年最後一個交易日的人民幣479.59元／克，由2023年最後一個交易日上升28.19%至2024年12月最後一個交易日的人民幣614.80元／克，以及由2024年最後一個交易日上升25.05%至2025年5月最後一個交易日的人民幣768.79元／克。同時，我們生產及銷售的傳統手錶的平均售價由2022財年的每隻人民幣2,627元上升至2023財年的每隻人民幣

2,856元(升幅為8.72%),並於2024財年穩定於每隻人民幣2,856元,以及於2025年首五個月略微增至每隻人民幣2,993元(增幅為4.80%)。根據灼識諮詢的資料,於2024財年,中國同類足金貴金屬手錶的競爭製造商的平均售價維持在每隻約人民幣2,000元至人民幣7,300元之間的平均範圍內。此顯示本集團的定價策略維持相對於當前市場水平仍具有競爭力,反映「－我們的品牌及產品－我們的自主品牌」所述我們的產品定位及目標消費分部。

為管理黃金價格波動,我們採用黃金存貨管理政策,強調靈活性及對市況的反應能力。例如,倘宏觀經濟指標表明國際黃金價格上漲,或上海黃金交易所的黃金現貨價格被認為有利,我們可能會選擇購買更多黃金,但前提是我們必須擁有必要的現金。鑑於黃金的保值性及持久性,我們認為在價格上漲時購買黃金屬合理。詳情請參閱「－存貨－存貨管理－黃金存貨」。因此,我們的黃金採購平均採購價格(含稅)由2022財年的每克人民幣389.13元增加15.0%至2023財年的每克人民幣447.31元,由2023財年增加14.0%至2024財年的每克人民幣541.31元,以及由2024財年增加28.72%至2025年首五個月的每克人民幣696.76元。詳情請參閱「－採購－採購價」。

於往績記錄期間各個財政年度,我們製造及銷售的傳統手錶平均售價的變動未必與我們平均黃金採購價的變動,或於有關年度期間Au9999黃金平均結算價或Au9999黃金最後交易日收市價的變動直接成正比,主要是由於(i)我們的定價策略不僅考慮黃金市場價格,亦考慮上述其他原材料成本、生產開支及利潤率,而每項成本及利潤率均可變,並因產品而異;(ii)由於不同產品／系列可能有不同的定價基準,於各個財政年度我們傳統手錶銷售組合存在差異;及(iii)我們的採購及存貨會計方法所致。具體而言,我們採用加權平均法為包括黃金在內的原材料存貨估值。當黃金於較早期間購入並於存貨持有時,成本確認會遞延至產品銷售實際發生時。因此,與當前市場金價相比,銷售成本經歷較為漸進的增長。此方法意指,雖然目前金價可能上升,但我們的銷售成本反映平緩的平均歷史成本。因此,我們可維持更靈活的定價,快速回應市況,同時策略性管理成本基礎。具體而言,我們銷售的傳統手錶的平均黃金重量由2022財年的每隻5.48克減少4.56%至2023財年的每隻5.23克,由2023財年減少17.40%至2024財年的每隻4.32克,以及從2024財年進一步減少21.28%至2025年首五個月的每隻3.44克,而我們製造及銷售的傳統手錶的平均售價於2022財年至2023財年期間上升7.73%,並於2024財年及2025年首五個月維持相對穩定在每隻人民幣2,856元及每隻人民幣2,993元。我們的傳統手錶的平均黃金重量呈下降趨勢,主要由於我們的策略是將傳統手錶的平均售價維持穩定的水平,以迎合終端消費者的價格期望,而保持我

們傳統手錶的黃金原重量會導致該等手錶的售價上升，從而可能影響消費者對我們傳統手錶的需求。如上所述，我們的傳統手錶保持原有黃金重量會導致該等手錶的售價上升，這是由於(i)我們的定價政策在傳統手錶的售價中考慮黃金的市價，及(ii)往績記錄期間黃金價格上升。

儘管黃金成本上漲及每隻手錶的黃金平均重量下降，我們傳統手錶的平均售價仍相對穩定，反映如上文所述，我們於往績記錄期間採用成本較低的歷史黃金庫存、減少非黃金開支及／或調整產品組合的策略，以抵銷投入成本壓力。此定價動態顯示我們有能力在商品市場波動的情況下保持價格穩定。

我們相信，根據我們的成本結構及市場定位進行評估，我們的定價策略仍屬合理。儘管黃金的平均購入價由2022財年的每克人民幣389.13元上升79.06%至2025年首五個月的每克人民幣696.76元，但我們製造及銷售的傳統手錶的平均售價僅上升18.96%，由2022財年的每隻人民幣2,516元增至2025年首五個月的每隻人民幣2,993元，顯示我們有能力透過營運效率降低成本膨脹。加權平均庫存會計法的運用進一步解釋該動態，因為其使我們能夠將價格較高的近期黃金採購與成本較低的歷史庫存混合在一起，從而撫平成本波動。此外，我們製造及銷售的傳統手錶的平均售價定位低於優質競爭對手，符合我們自有品牌的中等市場策略。在黃金價格不斷上漲的情況下，平均售價仍能保持穩定，顯示通過審慎的庫存及採購實踐來保持客戶負擔能力，同時管理利潤壓力的平衡方法。

*我們製造及銷售的飾品*

我們製造及銷售的貴金屬飾品及產品(主要包括耳環、戒指、項鏈、手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品)的平均售價由2022財年的每克人民幣65元增加301.54%至2023財年的每克人民幣261元，上升101.53%至2024財年的每克人民幣526元，並進一步增加23.00%至2025年首五個月的每克人民幣647元。

我們於2023財年及2024財年製造及銷售的貴金屬飾品及產品錄得相對較高的平均售價，主要是由於(i)2023財年及2024財年黃金價格呈上升趨勢。我們貴金屬飾品及產品的售價反映了黃金的市場價格，而黃金的市場價格於2023財年及2024財年呈現上升趨勢。我們因應該等波動調整了我們的售價，詳情請參閱上文「－我們製造及銷售的傳統手錶」；及(ii)於2023財年及2024財年，

我們製造及銷售的貴金屬飾品及產品的銷量增加，主要是由於我們於2023年10月開始的與客戶A的合作所致。有關詳情，請參閱「－與ODM客戶的安排－與客戶A的安排」。

本集團於2023財年及2024財年製造及銷售(主要銷售予客戶A)的貴金屬飾品及產品銷量增加，導致該等期間該等產品的平均售價整體上漲，主要原因為：(i)根據本集團與客戶A之間的銷售安排，每份訂單的貴金屬飾品及產品價格乃根據結算時黃金或其他貴金屬(視情況而定)的市場價格釐定。因此，於2023財年及2024財年，黃金市場價格的上升趨勢導致於該等期間銷售予客戶A的產品售價上升；(ii)由於我們於2023財年及2024財年黃金價格上升期間向客戶A銷售了相對較大量的貴金屬飾品及產品，按較高價格銷售的銷量增加推高了該等產品於該等期間的整體平均售價；及(iii)於2023財年及2024財年向客戶A銷售的產品主要包括含金量相對較高的黃金可佩戴飾品及金條。因此，於2023財年及2024財年的黃金價格上升趨勢導致該等產品的售價上升。

***目標市場及定價策略***

誠如上文「－我們的品牌及產品」所披露，我們的主要市場重點為價格親民及面向大眾市場，策略性地定位於中國手錶及飾品市場的中端市場。該定位由我們的核心自主品牌HIPINE(西普尼)明確定義，專門針對二、三線城市的中等收入消費者。與一線城市的消費者相比，該等消費者具有中等購買力及較低的品牌敏感度。彼等優先考慮能夠與其生活方式相輔相成的優質配飾，並對具有未來升值潛力的產品表現出務實的態度，在理想因素與預算意識之間取得平衡。我們主動將傳統手錶的平均售價穩定於人民幣2,856元左右(遠低於2023財年報告的競爭對手價格人民幣2,000元至6,800元)，體現面向大眾、價格親民的方針。我們最初針對更注重設計及文化傳承的消費者的副品牌「GOLDBEAR(金熊)」旗下的OBM手錶生產已淡化(生產從2021年起大幅放緩，並於2023年基本停止)，以整合以HIPINE(西普尼)主導的OBM手錶大眾市場策略的資源。

***我們的中等市場策略***

我們的「中等市場策略」包括以下幾個相互關聯的因素：

(i) ***價格定位：***主動將平均售價設定於遠低於高端奢侈品牌的水平，以確保低線城市的中等收入消費者能夠購買。

(ii) ***價值主張：***提供融合美學吸引力、功能及黃金感知投資價值的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶，為基本時尚手錶及樸素的投資黃金提供一個有吸引力的選擇。這迎合了目標分部對多功能產品的需求。

(iii) ***產品設計及複雜性：***注重迎合大眾市場品味的設計，同時通過重量管理內在的黃金價值，從而保持目標價格點。

(iv) ***分銷及敏感性：***針對二三線城市的渠道及消費者，該等城市的可負擔性及有形價值超過單純的品牌聲譽，使我們能夠有效地競爭。

(v) ***業務靈活性：***利用黃金重量調整及庫存成本管理等策略，吸收投入成本的波動，保護關鍵的中級價格點，從而維護數量及市場份額。

***維持需求的定價策略：***

為維持於我們價格親民的大眾市場中的需求，我們採用多方面的定價策略：

(i) ***與黃金掛鈎的成本加成基礎：***我們的定價基本上結合黃金的實時市場價格、其他材料成本、可變生產成本以及反映目標消費者購買力及市場動態的利潤率。售價會因應黃金價格波動而積極調整。

(ii) ***黃金重量管理：***作為我們於黃金價格上漲期間維持平均售價穩定性的關鍵策略，我們降低每隻手錶的平均黃金重量。此舉防止平均售價大幅上漲，避免產品價格超出目標分部的承受範圍，保護銷量。例如，2024財年至2025年首五個月，黃金重量由2024財年的每單位4.37克減少21.28%至每單位3.44克，而平均售價幾乎保持不變，大幅抵銷了我們平均黃金採購價格28.72%的增幅。

我們的專利技術，包括「足金材料硬化」、「硬質足金精密加工」及「足金真空熔煉」技術以及CNC機器，使我們能夠生產薄壁錶殼主體或其他零部件，在確保黃金不斷裂的同時實現高精度厚度控制。因此，儘管我們降低了OBM手錶的黃金重量，我們仍能生產更輕薄的錶殼主體或其他手錶外觀件，並確保：(i)黃金錶殼手錶的錶殼主體仍完全由足金或18K金(即足金及其合金)製成，使該等手錶繼續分別符合QB/T 4160-

2023及足金錶殼手錶以及18K金錶殼手錶的定義；及(ii)黃金錶圈手錶的錶殼主體部分或其他手錶外觀件仍由足金或18K金(即足金及其合金)製成，使該等手錶繼續分別符合QB/T 4160-2023及足金錶圈手錶與18K金錶圈手錶的定義。

(iii) ***戰略庫存核算與採購：***我們採用加權平均成本法對黃金庫存進行估值，使成本確認更加順利。以較低歷史價格購買的黃金有助於緩解現貨價格上漲對銷售成本的即時影響，為維持穩定售價提供靈活性。主動採購支持這一策略。

(iv) ***營銷中的價值強調：***我們結合可佩戴性、地位及投資潛力，傳達黃金持久的價值主張，加強消費者對我們中端價格點顯著價值的認知。

為應對黃金成本上漲，我們將透過兩大策略平衡成本壓力與市場需求：

- *價格穩定：*我們將保持消費者價格穩定，以保護中等收入消費者的需求，優先爭取市場份額而非短期利潤。

- *黃金重量管理：*於往績記錄期間，我們已大幅降低單位產品黃金重量，此項措施現已近極限以維持產品完整性。因此，我們預期現有核心產品線的黃金含量不會出現進一步的重大減少。

***在價格親民的大眾市場背景下重新審視文化驅動因素***

儘管價格親民及大眾市場的傾向強烈，黃金在中國文化中的重要性(象徵財富、繁榮、地位，並在婚禮等儀式中作為信物)仍是我們強大的相關商業動力。該關聯性於該分部中以微妙的方式體現出來：

(i) ***可獲得的象徵意義：***對於我們的中等收入消費者而言，擁有一隻真正的黃金錶殼手錶或黃金錶圈手錶是可實現的成功及地位的象徵。該產品作為足金的基本屬性滿足了文化上的追求，並傳達所需的象徵意義。

(ii) ***儀式性贈禮：***黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶仍是我們目標人群傳統中一種可行且尊貴的贈禮選擇，直接利用該文化驅動力。

(iii) ***感知價值與安全性：***黃金與持久價值的文化關聯性與投資論點相輔相成，提供保值的心理安慰。

(iv) ***代際連結：***購買價格實惠的黃金錶殼手錶或黃金錶圈手錶，可激發人們對黃金作為代際連結載體的文化情感，使其成為具有意義的傳家寶。

(v) ***品牌定位(HIPINE(西普尼))：***HIPINE(西普尼)的品牌主張(「時光因你而美」)將黃金的情感及文化價值與手錶的功能相結合，使這種相關性成為其大眾市場吸引力的核心。

我們戰略性地定位於價格親民的大眾市場，主要通過HIPINE(西普尼)品牌瞄準低線城市的中等收入消費者。我們的中端策略核心在於提供親民的價格點、具有吸引力的價值主張，以及維持平均售價穩定的運營策略。關鍵的是，黃金深厚的文化內涵仍是最具影響力的驅動因素，因為我們的產品提供參與該等文化價值並滿足相關需求(如儀式性贈禮)的親民途徑。投資認知、文化意義與戰略性親民的相互作用，支撐著我們的市場地位與成長驅動力。

***對毛利率及盈利能力的影響***

我們預計，黃金成本上漲以及我們維持價格穩定的策略將對我們的毛利率(以百分比計算)構成下行壓力。隨著所售黃金的平均成本(按加權平均法釐定)上漲至接近當前市價，而我們的售價保持相對穩定，每件產品的毛利可能會收縮。

就整體盈利能力而言，我們的策略為專注於保障銷量。我們旨在透過擴大的大眾化產品線產生的銷售量增長及營運效率，抵銷預期單位毛利率收縮。儘管我們的毛利率百分比下降，我們的目標是穩定或增加總毛利(以絕對值計算)。此方法在市場疲軟及消費降級時期優先考慮收益增長及市場地位。

***毛利及毛利率***

*按產品及服務類型劃分*

下表載列我們於所示年度／期間按產品及服務類型劃分的毛利及毛利率的明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利／(毛損) | 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* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 手錶[1] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 51,713 | 18.1 | 94,475 | 23.5 | 93,505 | 29.0 | 36,900 | 26.3 | 43,715 | 39.5 |
| －智能手錶 | (13) | 不適用 | 27 | 8.0 | 5,040 | 18.0 | 1,993 | 25.4 | 921 | 20.4 |
| | 51,700 | 18.1 | 94,502 | 23.4 | 98,545 | 28.1 | 38,893 | 26.2 | 44,636 | 38.7 |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 1,178 | 38.9 | (19) | 不適用 | 1 | 50.0 | – | – | – | – |
| 手錶小計： | 52,878 | 18.3 | 94,483 | 23.4 | 98,546 | 28.1 | 38,893 | 26.2 | 44,636 | 38.7 |
| 飾品[2] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 164 | 3.4 | 842 | 16.1 | 18,638 | 22.4 | 4,909 | 16.8 | 21,763 | 21.0 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 288 | 8.1 | 883 | 15.0 | 1,007 | 24.3 | 372 | 19.0 | 935 | 39.8 |
| | 452 | 5.4 | 1,725 | 15.5 | 19,645 | 22.5 | 5,281 | 16.9 | 22,698 | 21.4 |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利／(毛損) | 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* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 6,696 | 39.4 | 5,989 | 32.7 | 2,320 | 25.2 | 2,186 | 37.9 | 1,884 | 45.7 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 4,101 | 46.0 | 6,108 | 47.0 | 3,646 | 39.2 | 1,700 | 37.6 | 2,420 | 41.8 |
| | 10,797 | 41.7 | 12,097 | 38.6 | 5,966 | 32.2 | 3,886 | 37.7 | 4,304 | 43.4 |
| *飾品小計：* | 11,249 | 32.8 | 13,822 | 32.6 | 25,611 | 24.2 | 9,167 | 22.1 | 27,002 | 23.3 |
| 總計／合計 | 64,127 | 19.8 | 108,305 | 24.3 | 124,157 | 27.2 | 48,060 | 25.3 | 71,638 | 31.0 |

*附註：*

(1) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(2) 就我們的飾品產品組合而言，(i)可佩戴飾品主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲；及(ii)不可佩戴飾品主要包括金條、金牌及紀念幣。

*按傳統手錶類型劃分*

下表載列於所示年度／期間按由我們製造或加工的傳統手錶類型劃分的毛利及毛利率明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *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) | | | |
| **由我們製造或加工的傳統手錶** | | | | | | | | | | |
| －足金錶殼手錶 | 12,948 | 13.6 | 24,975 | 19.9 | 20,711 | 25.4 | 9,198 | 22.9 | 8,518 | 37.4 |
| －足金錶圈手錶 | 36,880 | 20.0 | 67,001 | 24.9 | 69,057 | 29.9 | 25,990 | 27.3 | 34,248 | 39.9 |
| －18K金錶殼手錶 | 3 | 42.9 | 10 | 27.0 | – | – | – | – | – | – |
| －18K金錶圈手錶 | – | – | 3 | 42.9 | – | – | – | – | – | – |
| －其他手錶*(附註)* | 3,060 | 30.8 | 2,467 | 30.4 | 3,738 | 37.0 | 1,712 | 34.7 | 949 | 45.0 |
| 總計／總體 | 52,891 | 18.3 | 94,456 | 23.5 | 93,506 | 29.0 | 36,900 | 26.3 | 43,715 | 39.5 |

*附註：*其他手錶包括(i)銀錶及(ii)不銹鋼手錶。

我們的毛利及毛利率於往績記錄期間普遍呈上升趨勢。

於往績記錄期間，(i)傳統手錶的毛利率呈現上升趨勢，最初是由於金價上漲帶動傳統手錶的平均售價上漲，其後則是由於有效的成本控制措施，在價格穩定的情況下降低銷售成本；(ii)智能手錶的毛利率則因各年度／期間所銷售的產品組合不同以及我們的推廣策略而有所波動。具體而言，於2022財年及2023財年，我們大部分智能手錶均作為贈品贈送予於線上平台購買我們傳統手錶的客戶，以作品牌推廣用途。因此，我們於2022財年的智能手錶銷售產生毛損，而於2023財年，智能手錶分部的毛利及毛利率則相對較低。智能手錶的毛利率於2024財年有所上升，主要是由於來自ODM客戶的收入增長及市場需求增長帶動OBM銷售額擴張所致。我們的手錶銷售毛利由2024年首五個月的人民幣38.9百萬元增加至2025年首五個月的人民幣44.6百萬元，主要由於傳統手錶銷售毛利於2025年首五個月仍達人民幣6.8百萬元，儘管收入減少。我們的手錶銷售毛利率由2024年首五個月的26.2%上升至2025年首五個月的38.7%，主要由於我們的傳統手錶毛

利率上升，而此乃由於2025年首五個月的金價上漲；及(iii)由於各年度／期間銷售的產品組合不同及不同飾品項目及所提供的受託加工服務的收入貢獻，飾品銷售的毛利率出現波動。本集團於往績記錄期間內生產及加工的足金錶殼手錶及足金錶圈手錶毛利率的上升趨勢主要歸因於(i) 我們在傳統手錶銷售價格中反映黃金市場價格的定價政策；及 (ii) 黃金價格於往績記錄期間錄得上升。我們的飾品銷售毛利由2024年首五個月的人民幣9.2百萬元增加至2025年首五個月的人民幣27.0百萬元，主要由於飾品銷售收入增加所致。

有關我們於往績記錄期間的毛利及毛利率變動的更詳細分析，請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－毛利及毛利率」。

**我們的業務模式**

於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售以OBM為基礎設計及製造的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶。我們的OBM產品銷售以我們的經銷網絡為主，銷售為輔，銷售透過我們的自營線上店舖、第三方運營的線上店舖及零售店舖進行。

此外，我們亦透過與第三方國內珠寶品牌及批發商合作而獲得收入，以ODM方式為其開發及生產貼牌的手錶及飾品，並為其手錶及飾品提供受託加工服務。此外，自2023年起，我們與最大的零售商及連鎖超市客戶A合作，在中國促銷及銷售我們供應的產品。

下表載列我們於所示年度／期間按業務模式劃分的收入及毛利及毛利率明細：

*收入*

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **OBM** | | | | | | | | | | |
| －線下經銷 | 255,952 | 79.1 | 377,273 | 84.7 | 315,158 | 69.0 | 134,722 | 71.0 | 109,601 | 47.4 |
| －零售店舖 | 6,623 | 2.0 | 5,890 | 1.3 | 2,915 | 0.6 | 1,150 | 0.6 | 583 | 0.3 |
| －第三方營運的線上店舖 | 6,458 | 2.0 | 9,650 | 2.1 | 5,265 | 1.2 | 3,506 | 1.9 | 891 | 0.4 |
| －自營線上店舖 | 732 | 0.2 | 10,061 | 2.3 | 14,391 | 3.2 | 5,934 | 3.1 | 7,344 | 3.2 |
| | 269,765 | 83.3 | 402,874 | 90.4 | 337,729 | 74.0 | 145,312 | 76.6 | 118,419 | 51.3 |
| **ODM** | | | | | | | | | | |
| －開發及製造 | 33,630 | 10.4 | 24,203 | 5.5 | 109,612 | 24.0 | 38,606 | 20.4 | 108,487 | 47.0 |
| －受託加工 | 20,309 | 6.3 | 18,400 | 4.1 | 9,215 | 2.0 | 5,774 | 3.0 | 4,122 | 1.7 |
| | 53,939 | 16.7 | 42,603 | 9.6 | 118,827 | 26.0 | 44,380 | 23.4 | 112,609 | 48.7 |
| 總計 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

*附註：*有關我們銷售OBM產品的銷售渠道(包括線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖)詳情，請參閱「－銷售及經銷」。

就業務模式而言：

(i) 我們的OBM模式對我們的收入貢獻最大，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別佔我們總收入的83.3%、90.4%、74.0%及51.3%。經銷銷售為主要的OBM渠道，但於OBM模式下向線下經銷商銷售所產生的收入由2023財年人民幣377.27百萬元減少人民幣62.11百萬元(或16.46%)至2024財年人民幣315.16百萬元；並由2024年首五個月人民幣134.72百萬元減少人民幣25.12百萬元(或18.65%)至2025年首五個月人民幣109.60百萬元，此乃主要由於2024財年及2025年首五個月黃金價格快速上漲，市場需求減弱。儘管如此，我們的線下經銷渠道一直在OBM業務模式收入中佔主導地位，分別於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月佔94.88%、93.65%、93.32%及92.55%。隨著我們透過與第三方線上店舖經營者合作以及發展我們自營線上店舖擴展我們的電商業務，線上銷售於2023財年及2024財年大幅增長並於2025年首五個月維持相對穩定；及

(ii) 於2024財年及2025年首五個月，由於客戶A的訂單量大，我們ODM模式的收入相對較高。

*毛利及毛利率*

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | |
| | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **OBM** | | | | | | | | | | |
| －線下經銷 | 48,327 | 18.9 | 88,331 | 23.4 | 89,269 | 28.3 | 34,934 | 25.9 | 42,393 | 38.7 |
| －零售店舖 | 1,523 | 23.0 | 2,120 | 36.0 | 1,163 | 39.9 | 461 | 40.1 | 236 | 40.5 |
| －第三方營運的線上店舖 | 1,631 | 25.3 | 2,474 | 25.6 | 1,646 | 31.3 | 1,007 | 28.7 | 346 | 38.8 |
| －自營線上店舖 | 366 | 50.0 | 4,541 | 45.1 | 6,245 | 43.4 | 2,351 | 39.6 | 3,840 | 52.3 |
| | 51,847 | 19.2 | 97,466 | 24.2 | 98,323 | 29.1 | 38,753 | 26.7 | 46,815 | 39.5 |
| **ODM** | | | | | | | | | | |
| －開發及製造 | 4,273 | 12.7 | 4,823 | 19.9 | 23,513 | 21.5 | 7,121 | 18.4 | 22,939 | 21.1 |
| －受託加工 | 8,007 | 39.4 | 6,016 | 32.7 | 2,321 | 25.2 | 2,186 | 37.9 | 1,884 | 45.7 |
| | 12,280 | 22.8 | 10,839 | 25.4 | 25,834 | 21.7 | 9,307 | 21.0 | 24,823 | 22.0 |
| 總計 | 64,127 | 19.8 | 108,305 | 24.3 | 124,157 | 27.2 | 48,060 | 25.3 | 71,638 | 31.0 |

*附註：*有關我們銷售OBM產品的銷售渠道(包括線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖)詳情，請參閱「－銷售及經銷」。

下表載列我們於所示年度／期間按業務模式及產品類型劃分的收入以及毛利及毛利率明細：

*收入*

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **OBM**[1] | | | | | | | | | | |
| **(a) 線下經銷** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 247,396 | 76.4 | 366,417 | 82.3 | 301,315 | 66.0 | 129,891 | 68.5 | 103,015 | 44.6 |
| －智能手錶 | – | – | 32 | – | 5,603 | 1.2 | 832 | 0.4 | 733 | 0.3 |
| | 247,396 | 76.4 | 366,449 | 82.3 | 306,918 | 67.2 | 130,723 | 68.9 | 103,748 | 44.9 |
| *飾品*[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 8,556 | 2.7 | 10,824 | 2.4 | 8,240 | 1.8 | 3,999 | 2.1 | 5,853 | 2.5 |
| | 8,556 | 2.7 | 10,824 | 2.4 | 8,240 | 1.8 | 3,999 | 2.1 | 5,853 | 2.5 |
| | **255,952** | **79.1** | **377,273** | **84.7** | **315,158** | **69.0** | **134,722** | **71.0** | **109,601** | **47.4** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | |
| | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **(b) 零售店舖** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 4,720 | 1.5 | 2,097 | 0.5 | 725 | 0.2 | 201 | 0.1 | 29 | 0.0 |
| －智能手錶 | 2 | 0.0 | 30 | 0.0 | 176 | 0.0 | 94 | 0.0 | 71 | 0.0 |
| | 4,722 | 1.5 | 2,127 | 0.5 | 901 | 0.2 | 295 | 0.1 | 100 | 0.0 |
| *飾品*[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 1,901 | 0.5 | 3,763 | 0.8 | 2,014 | 0.4 | 855 | 0.5 | 483 | 0.3 |
| | 1,901 | 0.5 | 3,763 | 0.8 | 2,014 | 0.4 | 855 | 0.5 | 483 | 0.3 |
| | **6,623** | **2.0** | **5,890** | **1.3** | **2,915** | **0.6** | **1,150** | **0.6** | **583** | **0.3** |
| **(c) 第三方營運的線上店舖** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 6,308 | 1.9 | 8,412 | 1.9 | 4,608 | 1.0 | 3,208 | 1.7 | 839 | 0.4 |
| －智能手錶 | 2 | 0.0 | 14 | 0.0 | 3 | 0.0 | 3 | 0.1 | 1 | 0.0 |
| | 6,310 | 1.9 | 8,426 | 1.9 | 4,611 | 1.0 | 3,211 | 1.8 | 840 | 0.4 |
| *飾品*[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 148 | 0.1 | 1,224 | 0.2 | 654 | 0.2 | 295 | 0.1 | 51 | 0.0 |
| | 148 | 0.1 | 1,224 | 0.2 | 654 | 0.2 | 295 | 0.1 | 51 | 0.0 |
| | **6,458** | **2.0** | **9,650** | **2.1** | **5,265** | **1.2** | **3,506** | **1.9** | **891** | **0.4** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **(d) 自營線上店舖** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 675 | 0.2 | 8,862 | 2.1 | 11,780 | 2.6 | 4,660 | 2.4 | 5,944 | 2.6 |
| －智能手錶 | – | – | 261 | 0.0 | 173 | 0.0 | 2 | 0.0 | 50 | 0.0 |
| | 675 | 0.2 | 9,123 | 2.1 | 11,953 | 2.6 | 4,662 | 2.4 | 5,994 | 2.6 |
| *飾品*[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 57 | 0.0 | 938 | 0.2 | 2,438 | 0.6 | 1,272 | 0.7 | 1,350 | 0.6 |
| | 57 | 0.0 | 938 | 0.2 | 2,438 | 0.6 | 1,272 | 0.7 | 1,350 | 0.6 |
| | **732** | **0.2** | **10,061** | **2.3** | **14,391** | **3.2** | **5,934** | **3.1** | **7,344** | **3.2** |
| ***OBM小計*** | **269,765** | **83.3** | **402,874** | **90.4** | **337,729** | **74.0** | **145,312** | **76.6** | **118,419** | **51.3** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **ODM[1]** | | | | | | | | | | |
| **(a) 開發及製造** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 27,236 | 8.4 | 16,966 | 3.8 | 4,325 | 0.9 | 2,355 | 1.2 | 899 | 0.4 |
| －智能手錶 | – | – | – | – | 22,070 | 4.9 | 6,929 | 3.7 | 3,666 | 1.6 |
| | 27,236 | 8.4 | 16,966 | 3.8 | 26,395 | 5.8 | 9,284 | 4.9 | 4,565 | 2.0 |
| *飾品[2]* | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 4,866 | 1.5 | 5,225 | 1.3 | 83,108 | 18.2 | 29,269 | 15.4 | 103,515 | 44.8 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 1,528 | 0.5 | 2,012 | 0.4 | 109 | 0.0 | 53 | 0.1 | 407 | 0.2 |
| | 6,394 | 2.0 | 7,237 | 1.7 | 83,217 | 18.2 | 29,322 | 15.5 | 103,922 | 45.0 |
| | **33,630** | **10.4** | **24,203** | **5.5** | **109,612** | **24.0** | **38,606** | **20.4** | **108,487** | **47.0** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **(b) 委託加工** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 3,026 | 0.9 | (20) | 0.0 | 2 | 0.0 | – | – | – | – |
| －智能手錶 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| | 3,026 | 0.9 | (20) | 0.0 | 2 | 0.0 | – | – | – | – |
| *飾品*(2) | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 17,009 | 5.3 | 18,307 | 4.1 | 9,213 | 2.0 | 5,774 | 3.0 | 4,122 | 1.7 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 274 | 0.1 | 113 | 0.0 | – | – | – | – | – | – |
| | 17,283 | 5.4 | 18,420 | 4.1 | 9,213 | 2.0 | 5,774 | 3.0 | 4,122 | 1.7 |
| | **20,309** | **6.3** | **18,400** | **4.1** | **9,215** | **2.0** | **5,774** | **3.0** | **4,122** | 1.7 |
| ***ODM小計*** | **53,939** | **16.7** | **42,603** | **9.6** | **118,827** | **26.0** | **44,380** | **23.4** | **112,609** | **48.7** |
| **總計** | **323,704** | **100.0** | **445,477** | **100.0** | **456,556** | **100.0** | **189,692** | **100.0** | **231,028** | **100.0** |

*附註：*

(1) 有關我們銷售OBM產品的銷售渠道(包括線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖)詳情，請參閱「－銷售及經銷」。

(2) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

*毛利及毛利率*

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率／(毛損率) | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* (未經審核) | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| **OBM**[1] | | | | | | | | | | |
| **(a) 線下經銷** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 44,496 | 18.0 | 83,517 | 22.8 | 85,110 | 28.2 | 33,258 | 25.6 | 39,854 | 38.7 |
| －智能手錶 | – | – | 14 | 43.8 | 1,082 | 19.3 | 236 | 28.4 | 143 | 19.5 |
| | 44,496 | 18.0 | 83,531 | 22.8 | 86,192 | 28.1 | 33,494 | 25.6 | 39,997 | 38.6 |
| *飾品*[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 3,831 | 44.8 | 4,800 | 44.3 | 3,077 | 37.3 | 1,440 | 36.0 | 2,396 | 40.9 |
| | 3,831 | 44.8 | 4,800 | 44.3 | 3,077 | 37.3 | 1,440 | 36.0 | 2,396 | 40.9 |
| | **48,327** | **18.9** | **88,331** | **23.4** | **89,269** | **28.3** | **34,934** | **25.9** | **42,393** | **38.7** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率／(毛損率) | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **(b) 零售店舖** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 1,231 | 26.1 | 600 | 28.6 | 313 | 43.2 | 100 | 49.8 | 11 | 37.9 |
| －智能手錶 | – | – | 5 | 16.7 | 39 | 22.2 | 22 | 23.4 | 22 | 31.0 |
| | 1,231 | 26.1 | 605 | 28.4 | 352 | 39.1 | 122 | 41.4 | 33 | 33.0 |
| *飾品*(2) | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 292 | 15.4 | 1,515 | 40.3 | 811 | 40.3 | 339 | 39.6 | 203 | 42.0 |
| | 292 | 15.4 | 1,515 | 40.3 | 811 | 40.3 | 339 | 39.6 | 203 | 42.0 |
| | **1,523** | **23.0** | **2,120** | **36.0** | **1,163** | **39.9** | **461** | **40.1** | **236** | **40.5** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率／(毛損率) | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **(c) 第三方營運的線上店舖** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 1,617 | 25.6 | 2,291 | 27.2 | 1,512 | 32.8 | 960 | 29.9 | 329 | 39.2 |
| －智能手錶 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| | 1,617 | 25.6 | 2,291 | 27.2 | 1,512 | 32.8 | 960 | 29.9 | 329 | 39.2 |
| *飾品*[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 14 | 9.5 | 183 | 15.0 | 134 | 20.5 | 47 | 15.9 | 17 | 33.3 |
| | 14 | 9.5 | 183 | 15.0 | 134 | 20.5 | 47 | 15.9 | 17 | 33.3 |
| | **1,631** | **25.3** | **2,474** | **25.6** | **1,646** | **31.3** | **1,007** | **28.7** | **346** | **38.8** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率／(毛損率) | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **(d) 自營線上店舖** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 376 | 55.7 | 4,450 | 50.2 | 5,643 | 47.9 | 2,176 | 46.7 | 3,219 | 54.2 |
| －智能手錶[3] | (13) | 不適用 | 9 | 3.4 | 2 | 1.2 | (57) | 不適用 | 23 | 46.0 |
| | 363 | 53.8 | 4,459 | 48.9 | 5,645 | 47.2 | 2,119 | 45.5 | 3,242 | 54.1 |
| *飾品*[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 3 | 5.3 | 82 | 8.7 | 600 | 24.6 | 232 | 18.2 | 598 | 44.3 |
| | 3 | 5.3 | 82 | 8.7 | 600 | 24.6 | 232 | 18.2 | 598 | 44.3 |
| | **366** | **50.0** | **4,541** | **45.1** | **6,245** | **43.4** | **2,351** | **39.6** | **3,840** | **52.3** |
| ***OBM小計*** | **51,847** | **19.2** | **97,466** | **24.2** | **98,323** | **29.1** | **38,753** | **26.7** | **46,815** | **39.5** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率／(毛損率) | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **ODM** | | | | | | | | | | |
| **(a) 開發及製造** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 3,994 | 14.7 | 3,616 | 21.3 | 927 | 21.4 | 406 | 17.2 | 303 | 33.7 |
| －智能手錶 | – | – | – | – | 3,917 | 17.7 | 1,792 | 25.9 | 732 | 20.0 |
| | 3,994 | 14.7 | 3,616 | 21.3 | 4,844 | 18.4 | 2,198 | 23.7 | 1,035 | 22.7 |
| *飾品*[2] | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 164 | 3.4 | 843 | 16.1 | 18,638 | 22.4 | 4,908 | 16.8 | 21,763 | 21.0 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 115 | 7.5 | 364 | 18.1 | 31 | 28.4 | 15 | 28.3 | 141 | 34.6 |
| | 279 | 4.4 | 1,207 | 16.7 | 18,669 | 22.4 | 4,923 | 16.8 | 21,904 | 21.1 |
| | **4,273** | **12.7** | **4,823** | **19.9** | **23,513** | **21.5** | **7,121** | **18.4** | **22,939** | **21.1** |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率／(毛損率) | 毛利 | 毛利率 | 毛利／(損) | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* (未經審核) | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| **(b) 委託加工** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 1,177 | 38.9 | (19) | (95.0) | 1 | 50.0 | – | – | – | – |
| －智能手錶 | – | – | – | – | – | – | – | – | – | – |
| | 1,177 | 38.9 | (19) | (95.0) | 1 | 50.0 | – | – | – | – |
| *飾品*(2) | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 6,697 | 39.4 | 5,990 | 32.7 | 2,320 | 25.2 | 2,186 | 37.9 | 1,884 | 45.7 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 133 | 48.5 | 45 | 39.8 | – | – | – | – | – | – |
| | 6,830 | 39.5 | 6,035 | 32.8 | 2,320 | 25.2 | 2,186 | 37.9 | 1,884 | 45.7 |
| | **8,007** | **39.4** | **6,016** | **32.7** | **2,321** | **25.2** | **2,186** | **37.9** | **1,884** | **45.7** |
| ***ODM小計*** | **12,280** | **22.8** | **10,839** | **25.4** | **25,834** | **21.7** | **9,307** | **21.0** | **24,823** | **22.0** |
| **總計／合計** | **64,127** | **19.8** | **108,305** | **24.3** | **124,157** | **27.2** | **48,060** | **25.3** | **71,638** | **31.0** |

*附註：*

(1) 有關我們銷售OBM產品的銷售渠道(包括線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖)詳情，請參閱「－銷售及經銷」。

(2) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

(3) 於2022財年，我們透過OBM業務模式下的自營線上店舖銷售智能手錶錄得毛損人民幣13,000元，原因是透過此渠道分銷的智能手錶大部分作為贈品贈送予在我們的自營線上店舖購買我們的傳統手錶的客戶，以作品牌推廣用途。

有關往績記錄期間我們毛利及毛利率變動的更詳細分析，請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－毛利及毛利率－按產品劃分－手錶銷售－智能手錶」。

於往績記錄期間，

(i) 我們的OBM業務的毛利率根據不同銷售平台的單位成本及收入貢獻而波動。儘管2022財年的OBM毛利率因COVID-19疫情的影響而較低，但隨後在2023財年回升，原因是疫情減退及產生相對較高毛利率的線上銷售大幅增加。

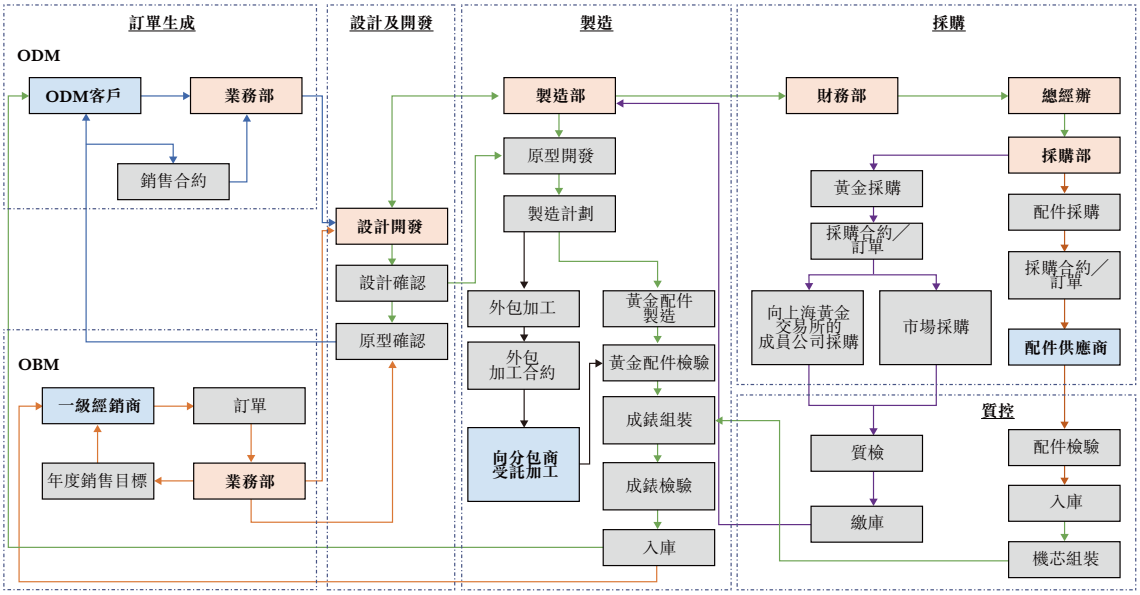
OBM毛利率於2024財年進一步改善，主要由於銷售成本減少。尤其是，我們於2024財年向零售店舖銷售傳統手錶的毛利率錄得相對較高的43.2%，而2023財年則為28.6%；於2023財年及2024財年向零售店舖銷售錶帶及其他手錶飾品的毛利率分別為40.3%及40.3%，而2022財年則為15.4%，主要是由於(a)我們的西普尼十週年&龍年生肖陀飛輪限量金錶(足金錶殼手錶)的銷售額，其定價較高，毛利率顯著較高。若剔除該等手錶的銷售額，2024財年向零售店舖銷售傳統手錶的毛利率將與過往期間保持一致；及(b)與2022財年相比，2023財年及2024財年來自零售店舖的錶帶受託加工訂單量較高，而該等訂單的毛利率通常高於製造及銷售錶帶的毛利率。於2025年首五個月，OBM毛利率持續改善，主要由於(a)我們OBM產品的定價，部分根據銷售時的市場黃金價格釐定，而該價格已由2024年首五個月至2025年首五個月大幅上漲；及(b)我們OBM產品的銷售成本，其乃根據(其中包括)我們在前期(當時黃金價格低於銷售時的市場黃金價格)購買的黃金庫存用於相關產品生產的購買價格入賬；及

(ii) 我們的ODM業務毛利率於2022財年相對較低，主要由於COVID-19疫情的影響。於2024財年及2025年首五個月，我們的ODM業務毛利率下降，主要由於我們於2023年10月開始與客戶A合作，令我們製造及銷售的貴金屬飾品及產品的銷售額增加。有關詳情，請參閱「－與ODM客戶的安排－與客戶A的安排」。具體而言，於2024財年，對客戶A的銷售額佔我們ODM模式所產生收入的67.31%。由於對客戶A的銷售額較

於2024財年及2025年首五個月對其他ODM客戶的銷售額錄得相對較低的毛利率，故我們於2024財年的整體ODM毛利率有所下降。

有關我們於往績記錄期間按不同業務模式產生的收入及毛利變動的分析，請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明」內的「－收入－按業務模式劃分」及「－毛利及毛利率－按業務模式劃分」。

以下流程圖描述我們於OBM及ODM業務模式下向客戶交付產品所涉及的典型業務流程：




## (i)　訂單生成

就OBM運營而言，訂單生成流程始於我們的業務開發部審查從我們的一級經銷商收到的歷史訂單。根據該數據，我們為自主品牌產品設定年度銷售目標。隨後，我們將該年度銷售目標傳達予一級經銷商，以協助彼等規劃其各自的銷售及經銷工作。我們的一級經銷商會根據需要不時向我們下訂單，以滿足其次級經銷商及其他客戶的需求。於收到一級經銷商的訂單後，我們開始生產以滿足訂單要求。通過基於歷史數據確定OBM訂單目標，我們能夠主動調整生產計劃及存貨管理，以有效滿足我們的一級經銷商的預期訂單量。

ODM業務模式的訂單生成流程很大程度上乃由我們的ODM客戶群的特定需求及要求所驅動。ODM客戶可根據現有ODM合作下訂單，亦可與我們開展新的ODM合作，設計及開發新產品。倘屬後者，我們的ODM客戶會與我們的業務部及研發部(尤其是我們的設計及工程團隊)密切合作，就設計概念、產品規格及製造考量進行協作。於新ODM產品設計獲得ODM客戶批准後，其會向我們下訂單，製造協定的產品。此種以訂單為導向的方法讓我們能根據每名ODM客戶的具體要求定制我們的生產及交貨方式。我們為ODM客戶開發及製造或為其提供受託加工服務的ODM產品包括(i)手錶，包括傳統手錶及智能手錶；以及(ii)飾品，包括(a)貴金屬飾品及產品，例如金條、可佩戴飾品(例如耳環、戒指及手鐲)及裝飾品及(b)錶帶及其他手錶飾品。

**(ii)　設計及開發**

產品設計及開發是我們生產週期的關鍵步驟，為創造新手錶系列或完善現有設計奠定基礎。作為一家垂直整合的手錶以及飾品製造商，我們非常重視內部產品設計及開發職能的創新及創意，其任務不僅是將我們的產品設計與現行市場趨勢及不斷變化的消費者偏好相契合，以及在我們的OBM業務模式下體現我們品牌的美學願景，同時亦要滿足ODM客戶的設計與開發要求。

我們的產品設計及開發流程主要涉及數個關鍵階段：(i)市場研究及資料收集，以識別新興的消費者需求及偏好，從而在我們的OBM模式下開發或改進產品設計，或了解ODM客戶的設計及開發要求；(ii)概念產品設計；(iii)設計審查及改進，以確保提出的概念符合品質及品牌標準；(iv)新設計或改進設計迭代的原型設計及測試；及(v)在開始產品上市或全面生產之前進行最終產品評估。

就OBM業務模式而言，於往績記錄期間，我們已推出超過3,000隻自主品牌手錶，包括以下廣受市場好評及業界認可的系列：

- 我們與「上新了 • 故宮」共同打造的「日出而作系列」，靈感源自故宮太和殿的日晷，寓意「日出日落」的概念，體現了人與自然的和諧共處。該獨特的無指針手錶設計採用創新的藝術形式模擬日升日落，以視覺上引人注目的方式表達時間的抽象概念。該設計廣受讚譽，並榮獲多項國際殊榮，如2020年著名的巴黎DNA設計獎、德國iF設計獎及美國IDEA設計獎。產品設計遵循了中國古人的生活作息習慣，將機芯從12小時讀時技術改裝成24小時讀時，機芯自動陀上浮雕故宮三大殿題材，並在機芯底蓋上內鑲金圈，金圈浮雕江崖海水紋，寓意福山壽海，萬世升平。

- 西普尼十週年&龍年生肖陀飛輪限量金錶(足金錶殼手錶)展示品牌的設計及工藝能力，特別是在融入祥龍圖案方面。手錶設計的核心是威嚴的龍型圖案，龍頭突出地位於12點鐘位置，龍身蜿蜒盤踞在引人注目的陀飛輪機芯周圍。龍的肖像是透過黃金飾品琺瑯技術呈現。不同於傳統製錶中的高溫琺瑯工藝，我們選用更適合黃金獨特熔點的專業手工琺瑯工藝。我們相信此技術能夠更好地在表面上展現龍的鮮艷色彩及精細紋理。與龍形圖案相輔相成的其他設計元素進一步提升了手錶的文化意涵及視覺吸引力，包括使用0.26克拉鑽石作為錶盤時標、熱藍色鋼錶針及帶有35顆寶石軸承的高端自動陀飛輪機芯。

- HIPINE魔力Q彈系列，從自由主義精神中汲取靈感，彰顯品牌天馬行空的腕錶想像力。這款手錶不僅融合了製錶工藝與黃金飾品風格的超然新意，更以足金結合領先製錶技術，打造出光滑立體、富有彈性的金屬錶帶。令靈蛇蜿蜒盤旋的身姿躍然腕間，凸顯女性迷人的腕部綫條。航天級高彈力主軸旨在提供韌性優良、輕盈貼合的設計，讓這款手錶既實用又美觀。

- 西普尼一錶雙戴融合傳統製錶工藝與現代智能科技，提供獨特佩戴體驗。其創新的可快拆秒換機芯設計，讓用戶能自由切換傳統機械手錶機芯與智能機芯，滿足多樣佩戴需求。外觀方面，黑色陶瓷錶圈配3D黃金外殼，足金錶圈。功能上，該錶搭載智能機芯，支持心臟健康、血氧、睡眠呼吸暫停監測及百餘種運動模式。製作上，採用316L精鋼工藝與A級打磨，錶殼堅固耐用；純金錶圈融合超分子硬足金與瑞士精工標準，硬度與光澤度兼備。

就ODM業務模式而言，我們不時支持ODM客戶開發及推出新產品。以下載列我們於往績記錄期間與若干知名品牌擁有人的若干主要產品設計及開發合作：

- 2021年至2024年期間，我們與老鳳祥合作，成功推出虎年、兔年和龍年生肖限量版傳統手錶，將傳統鏨刻工藝技術與現代化自動精密機械加工相結合，打造獨具特色的生肖IP限量版產品。該系列產品採用足金作為手錶錶殼，表面通過手工鏨刻出生肖動物的造型。

- 2024年，我們與中國珠寶合作開發多個系列的貴金屬智能腕錶，在產品設計上，結合黃金、鉑金、陶瓷錶圈及綠松石寶石等材料的獨特設計，整個系列產品體現了傳統工藝美術與現代智能健康管理的結合。

我們亦可能向ODM客戶推薦原材料選擇及／或微調其初始設計規格的方法，以更好地實現其設計理念及擬定產品的預期功能。為協助ODM客戶選擇原材料，並加強我們對不同原材料的性質、功能及特性的了解，我們建立原材料樣品庫，其中包含各種原材料的樣品及專業知識。倘生產流程中需要應用新材料，則我們將會與ODM客戶及供應商共同合作，開發具有所需硬度、功能及外觀的新材料，以實現客戶的設計理念。

透過參與ODM客戶(其中眾多均為知名珠寶品牌及批發商)的產品設計及開發流程，我們得以深入了解客戶對產品設計的偏好，更重要的是，我們擁有強大的產品開發知識及技術，能夠有效地將其概念設計轉化為可大規模生產的可行終端產品。

***我們的設計及工程團隊***

我們的設計及工程團隊(屬我們研發部的一部分)帶頭推動我們的產品設計及開發，主要負責設計新產品及改進現有產品。我們的設計及工程團隊亦與研發部的原材料開發團隊攜手合作，研發部門主要負責開發應用於我們產品供應的新材料及技術。

於2025年5月31日，我們的設計及工程團隊有20名設計人員。我們的設計人員不時參加設計及工藝培訓課程。彼等來自不同背景，大多數設計人員在手錶及珠寶及飾品設計方面擁有逾十年的經驗。

***產品設計及開發流程***

*新設計*

新產品設計的產品設計及開發流程包括以下步驟：

**OBM**

***市場研究：***在OBM業務下，我們致力於提供符合當前市場趨勢的多樣化手錶產品組合，以迎合目標客戶群的喜好。

為收集市場情報，我們利用多種渠道，包括來自我們一級經銷商的反饋、參加行業活動以及手錶及珠寶及飾品展覽會，以及行業報告及出版物的研究。我們的業務部率先分析該市場資料，密切監控市場趨勢、競爭對手資料並收集客戶反饋，以確定潛在的產品需求及要求。彼等會密切審閱經銷商提交的月度銷售報告，將該等數據點與其他市場洞察力相結合，以找出新興的客戶趨勢及機會。

基於該等分析，我們的業務部門提出新產品設計。我們的業務部門亦可能因應特定市場分部的要求及需求而提出新產品要求。

我們的研發部門亦在啟動OBM新產品的開發方面發揮作用。我們的研發部門利用其創新能力提出新穎的產品概念，然後提交予業務部門進行評估。倘業務部門認為研發驅動的產品創意非常適合市場，我們將繼續進行產品開發項目。

然後，我們的設計及工程團隊將獲批准的產品設計概念及要求轉化為新產品設計。

**ODM**

***了解ODM客戶的設計及開發需求：***ODM產品開發流程的初始階段通常需要我們與ODM客戶緊密合作，以充分了解其設計理念及生產需求。

ODM通常始於客戶向我們提供設計方案，其中可能包括預期產品的概念圖及詳細規格(包括金條、可佩戴飾品、裝飾品以及錶帶及其他手錶飾品等手錶及飾品)。在若干情況下，彼等可能會直接委託我們啟動產品概念及設計開發。我們的設計及工程團隊會仔細審閱此設計方案，以徹底了解客戶的設計願景及技術要求。例如，彼等或會建議將設計及圖案雕刻於金條上，例如祝賀及節慶語句、中國文化中被視為吉祥的圖案及傳統中國畫，供我們的ODM客戶考慮。彼等亦可能根據我們的ODM客戶的設計規格及要求，設計可佩戴飾品。彼等會分析各種因素，例如預期的產品功能、目標美感、材料選擇及客戶概述的任何特殊製造考量。我們的設計及工程團隊屆時會與我們的製造部門討論設計方案，以評估大規模生產的可行性。透過審查，我們的設計及工程團隊能夠確定關鍵設計元素、潛在的生產挑戰及可利用我們的專業知識來增強客戶原始概念的領域。我們亦可能會就替代材料的選擇或設計修改提出建議，以提高產品的可製造性及成本效益，同時仍遵循客戶的核心設計意圖。

↓

***概念產品設計：***我們的設計部門會根據先前的步驟中所收集的見解／信息準備初步的設計草圖。該等草圖包含原材料、裝飾品、錶帶或錶鏈、手錶機芯及其他配件的選擇，完成草圖一般需要花費二至四週。

↓

***獲得銷售及營銷反饋：***我們的業務部將對該等設計草圖提供反饋，並對建議概念的潛在受歡迎程度及銷售業績進行評估。

***與ODM客戶持續對話以確保產品設計符合其要求：***我們的業務部將會向客戶呈交初步設計草圖，概述客戶的概念想法及建議的產品規格，並促進客戶與我們設計及工程團隊之間的討論。根據客戶的意見，我們的設計及工程團隊屆時會繪製改進草圖，其中納入建議的變更及改進。此呈現設計、接收反饋及修改概念的迭代流程持續進行，直到客戶完全滿意設計符合彼等的需求為止。業務部在此種來回交流中發揮至關重要的作用，擔任客戶與我們內部產品開發團隊之間的聯絡人。此種合作方式確保不斷發展的產品設計持續符合客戶的具體需求。

↓

***設計審查及改進：***在兩種業務模式下，製造部會同步從生產的角度就建議設計的可行性提供意見。彼等會評估生產流程、設備能力及供應鏈要求等因素，以確保設計可以有效地轉化為實物產品。財務部亦會透過評估設計的商業可行性並考慮材料成本、勞動力及目標定價等方面，為此次合作過程做出貢獻。這種跨部門的整體審查有助於將創意願景與市場現實以及我們的營運能力及預算保持一致。

設計及工程團隊會結合各個部門及(就ODM產品設計而言)ODM客戶的反饋，為產品開發視覺外觀及技術圖紙，並為原材料及裝飾品建立相關的生產標準、說明及技術規格，以確保與最終的產品設計保持一致。

最終的OBM及ODM產品設計須分別經設計及工程團隊及業務部的負責人以及我們的ODM客戶批准。

↓

***成本核算：***一旦產品設計初步完成，設計及工程團隊、製造部及財務部將獲得擬議新產品的主要生產數據，以進行成本核算工作，涵蓋估計原材料成本、勞工成本、受託加工成本及生產間接成本，以估計成品的指示性出廠單價。

↓

***原型設計：***一旦產品設計獲得初步的內部批准，其就會移交至製造及研發部，以生產結構健全且商業上可行的原型。原型設計的主要目的是幫助我們確定需要從供應商採購的適當原材料及其他配件，實現最終產品。

接著，設計及工程團隊會將此原型與批准的設計概念進行比較，並作出任何必要的技術調整，以確保原型符合最初的願景，及針對具成本效益的大規模生產進行優化。於ODM模式下，我們亦會與ODM客戶緊密合作，完善該最初的原型，並視需要調整產品規格。此過程可能涉及生成更多的原型版本，供內部及(在ODM模式下)與ODM客戶進行更多討論及分析，以便修改及微調產品設計。

在該原型設計階段，我們亦會不時更新指示性出廠單價。此舉可讓我們及ODM客戶對因修改產品規格或為實現預期設計而變更生產流程所造成的任何成本核算影響保持警惕。

↓

***原型驗證：***設計及工程團隊與製造部及研發部的其他團隊緊密合作，對原型進行徹底的驗證與驗收程序。此步驟的主要目的是在進行大規模製造之前，驗證質量並遵循技術規格。倘原型未達到預期的質量水平，我們將會對原型進行後續加工及調整。如此一來，我們能夠於生產週期的早期發現並解決任何問題。

生產該原型設計一般需要花費一至兩個月。

↓

***原型驗收與量產準備：***倘最終原型成功通過原型驗證階段的嚴格檢查，則會交由業務部進行最終審批。製造部將根據獲批的最終原型制定大規模生產的製造計劃。

***原型審批與訂單確認：***一旦ODM客戶批准最終原型，並同意建議的出廠單價，業務部將會與彼等聯絡，確認新產品的採購訂單。

於OBM模式下，開發新產品並將其投入生產一般需要花費七個月，而從我們與ODM客戶接洽新設計項目至訂單確認，則需要花費約四個月。

*完善產品設計*

於OBM模式下，研發部的設計及工程團隊與業務部密切合作，以收集市場對我們新產品設計反應的反饋。我們與一級經銷商緊密溝通，徵求彼等對終端消費者對最新產品發佈的接受程度的見解及觀察。屆時，我們可能會根據需要對已推出的產品進行改進及更新，以確保我們的產品供應與消費者的偏好保持一致。我們亦會與ODM客戶保持密切溝通，以了解是否需要對開發的產品進行任何調整。

該產品評估流程的結果亦將會反饋至下一輪的產品開發中。設計及工程團隊及業務部利用該等見解以確定需要改進的地方，進行調整及改進，使產品更符合不斷變化的消費者品味及偏好。此種迭代反饋循環讓我們能夠隨時回應市場動態，並及時改善我們的產品供應。

**(iii) 製造**

我們的生產以OBM及ODM業務模式下的製造產品為中心。生產完成後，成品會直接銷售予我們的客戶，主要包括我們的一級經銷商及ODM客戶。我們的ODM客戶亦會聘請我們為其手錶以及飾品提供受託加工服務。我們產品及加工服務的定價乃由我們根據以成本為基礎的方法釐定。有關詳情，請參閱「－我們的品牌及產品－定價」。

製造部包括錶殼生產、PMC及最終組裝的專門分部，負責製造及加工錶殼、錶帶、錶扣、配件檢驗、機芯組裝及最終產品組裝。飾品生產部門協調飾品產品由訂單生成至產品出貨的整個流程。

***生產計劃***

我們致力於遵循「按訂單製造」的生產原則，使製造與客戶實際訂單保持一致，同時持續優化存貨水平。每日的生產訂單主要根據可用原材料進行安排，且我們將若干輔助工序外包予分包商。我們的生產計劃參考客戶告悉的採購訂單及預測，以及一級經銷商的滾動銷售預測。此作法可確保我們的製造切合客戶需求，同時有效管理存貨水平，及時履行訂單。

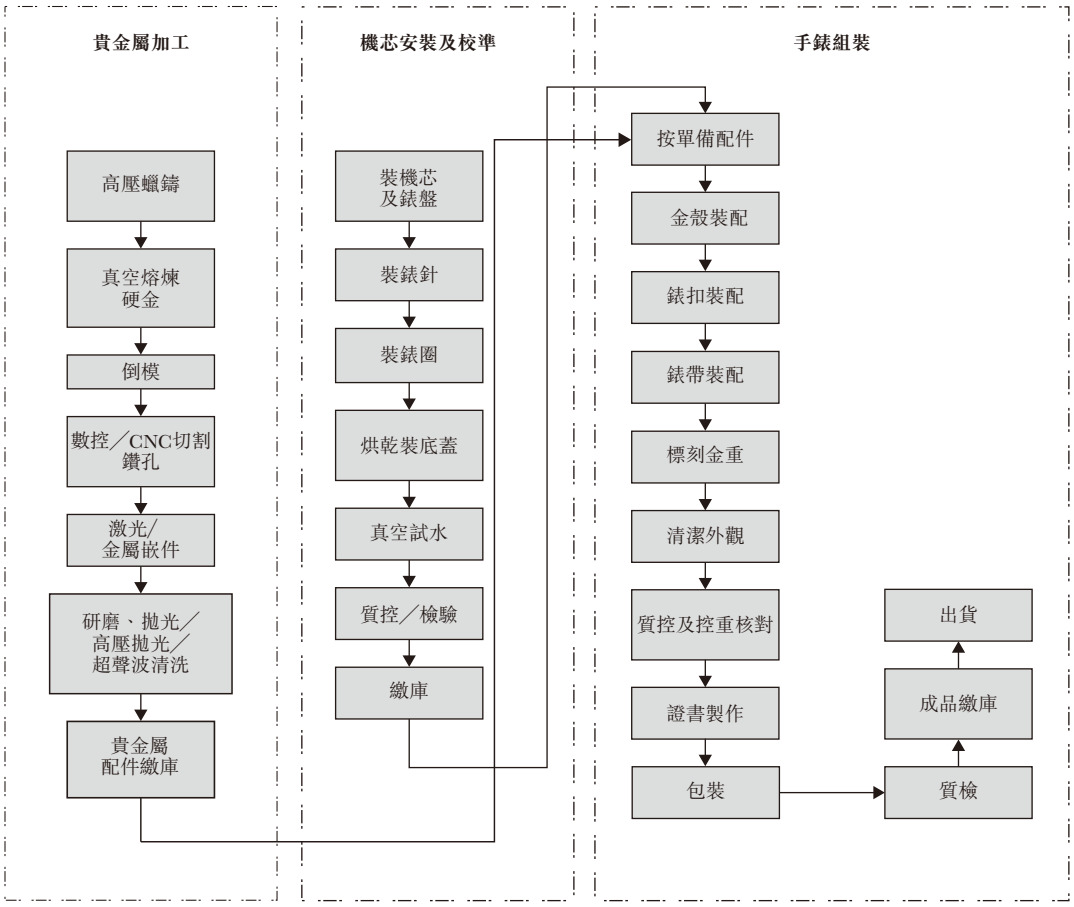
***生產流程***

*手錶*

手錶製造主要涉及(i)加工貴金屬；(ii)安裝及校準機芯；及(iii)組裝手錶。

我們手錶生產中使用的所有手錶機芯均來自第三方供應商，其中主要包括瑞士及日本品牌機芯及一家以5G技術而聞名的全球領先中國科技公司華為的智能機芯。我們生產或外包其他部件的製造，如錶盤、錶殼及錶帶，然後將其組裝成手錶成品。通過專註於足金加工，我們使用黃金及其他貴金屬製造錶殼、錶帶及其他部件。利用我們的專利黃金硬化技術，我們能夠為足金實現超過90 HV的維氏硬度，使其適合用於錶殼及錶帶生產。此技術增強我們生產中使用的黃金原材料的延展性及表面耐久性。通過應用我們的黃金重量控制專利技術，我們可以將每隻黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的重量方差保持在0.015克以內。此令我們能夠為客戶提供由優質貴金屬製成的高品質時計。

以下流程圖描述黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的典型生產流程：




(a)　貴金屬加工

- 貴金屬加工主要從高壓蠟鑄製程開始，此種製造技術涉及創建一個詳細的蠟模型。蠟模稍後會在高壓下注入熔融蠟，以精確複製模型的複雜細節，然後移除蠟，留下空腔，再倒入熔融金屬，在高壓下填滿空腔，以確保模型的複製。此舉可生產出具有特定複雜形狀的貴金屬零件。

- 在蠟模製備後，貴金屬須經過真空熔煉流程。這項專門的熔煉技術可確保貴金屬徹底均勻且不含雜質，創造出一致的熔煉材料。

- 然後，利用我們在精密鑄造方法的專業知識，將熔煉的金屬精心鑄造成所需的錶殼形狀及形式。

- 部分鑄造金屬配件屆時會利用數控及CNC切削技術進行成型及精加工。在此階段會進行的控重檢測，以維持相關配件的最佳尺寸及比例。對細節的關注對於確保錶殼與其他鐘錶元件的無縫整合至關重要。我們隨後進入金屬鑲嵌工藝，其中涉及在黃金部件表面更精確地鏨刻特定圖案、形狀或設計。雕刻後的凹陷區域再以其他金屬填滿，以創造鑲嵌效果。

- 然後，鑄造金屬部件的其他部分則進入執模、鑽孔及激光階段。該等專業技術可創造出手錶最終組裝所需的必要孔徑及開口。激光車花為點睛之筆，使我們可以在錶殼體部件上添加複雜的設計、標誌及其他獨特的細節。我們會進行額外的控重檢測，以驗證激光車花特徵的精確度及一致性。

- 製造流程的最後步驟是對加工後的貴金屬進行研磨、拋光、擦光及超音波清洗，以去除任何微小的瑕疵或不規則的痕跡，從而展現金屬固有的光澤與亮度。

- 然後，經加工貴金屬配件須接受最後一輪控重檢驗。此有助於完善相關配件完美的表面光潔度及尺寸精度。

- 一旦製造與加工完成後，拋光的貴金屬配件便會入庫，準備與其他手錶配件裝配。

有關黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶錶殼製造過程中涉及的工藝詳情，請參閱「－我們的工藝」。

(b)　手錶機芯安裝及校準

- 我們在內部處理我們向第三方供應商採購的手錶機芯的安裝及校準。手錶機芯及錶盤的安裝是整個組裝流程中的關鍵步驟，原因為其對確保成品的精確度及功能性至關重要。手錶機芯及錶盤均從我們經過嚴格審查的專業供應商網絡中進行採購。有關詳情，請參閱「－我們的供應商」。我們會徹底檢查該等配件，以驗證其符合我們嚴格的品質標準，並檢查尺寸精確度、材料完整性及功能表現等因素。有關我們質控制程序的詳情，請參閱「－(v)質控」。

  安裝首先要將機芯仔細地放置在錶殼內，以便機芯精確對齊並固定在錶殼內，以確保最佳的計時及功能。我們會使用專門的工具，將機芯引導至及固定在其適當的位置。然後小心放置錶盤，使其與機芯對齊，確保準確顯示時間。接著，我們會將錶盤置於錶殼的中心位置，並密切關注錶盤腳的位置，此為錶盤與機芯之間提供至關重要的連接。

- 機芯及錶盤安裝完成後，我們開始安裝錶針。此步驟需要極高的精準度，因為指針必須平衡及校準，才能確保準確顯示時間。

- 錶殼隨後會經過徹底的除塵程序，以確保內部配件並無任何雜質或碎屑，這對保持手錶性能及耐受性非常重要。

- 然後，我們開始安裝手錶錶圈及底蓋，密封錶殼內的機芯及錶盤組裝。這個精細的過程包括烘乾錶殼配件，然後將底蓋小心地固定到位，確保緊密且防水。

- 下一個關鍵步驟是真空試水。製造部會對已裝配的錶殼進行一系列嚴格的測試，模擬現實環境狀況以驗證手錶的防水能力。這項質控措施有助於保障手錶結構的完整性，並保護敏感的內部配件。

- 然後，我們會進行一系列全面的質控檢驗，其中涵蓋廣泛的參數，包括計時準確度、機芯功能、錶殼貼合性及飾面以及整體美感。只有通過該等嚴格檢驗的手錶才能入庫進行最終組裝。

(c)　手錶組裝

- 手錶的最終組裝始於根據具體訂單詳情精心準備所需配件。我們的生產計劃可確保相關的錶殼已經製造完成，且手錶機芯及錶盤已安裝妥當，可進行最後組裝程序。配件準備就緒後，製造部開始將錶殼裝配至機芯及錶盤組件上。我們使用專門的工具及技術牢牢固定錶殼，以結合手錶的外部與內部元素。

- 之後，我們開始安裝錶扣及錶帶。錶扣通常以貴金屬製成，與錶殼相配，可為鐘錶提供安全的扣環。然後，我們會根據訂單規格為錶頭配上合適的錶帶。

- 然後對手錶進行車花，包括於錶殼上蝕刻獨特的序號、標誌或客戶可能要求的其他識別標記。錶款詳情及生產序號會記錄在我們的ERP系統中，以保持可追溯性。

- 組裝完成後，下一個步驟為對手錶的外表面進行最後的清潔及拋光，旨在確保成品並無瑕疵並呈現光澤的外觀。

- 下一個階段涉及一系列全面的質控及控重檢測。我們嚴格檢測完全裝配的手錶，驗證鐘錶的計時準確性、所有配件的功能以及整體美感。只有通過該等嚴格檢查的手錶，才被視為適合進行最後的認證及包裝流程。

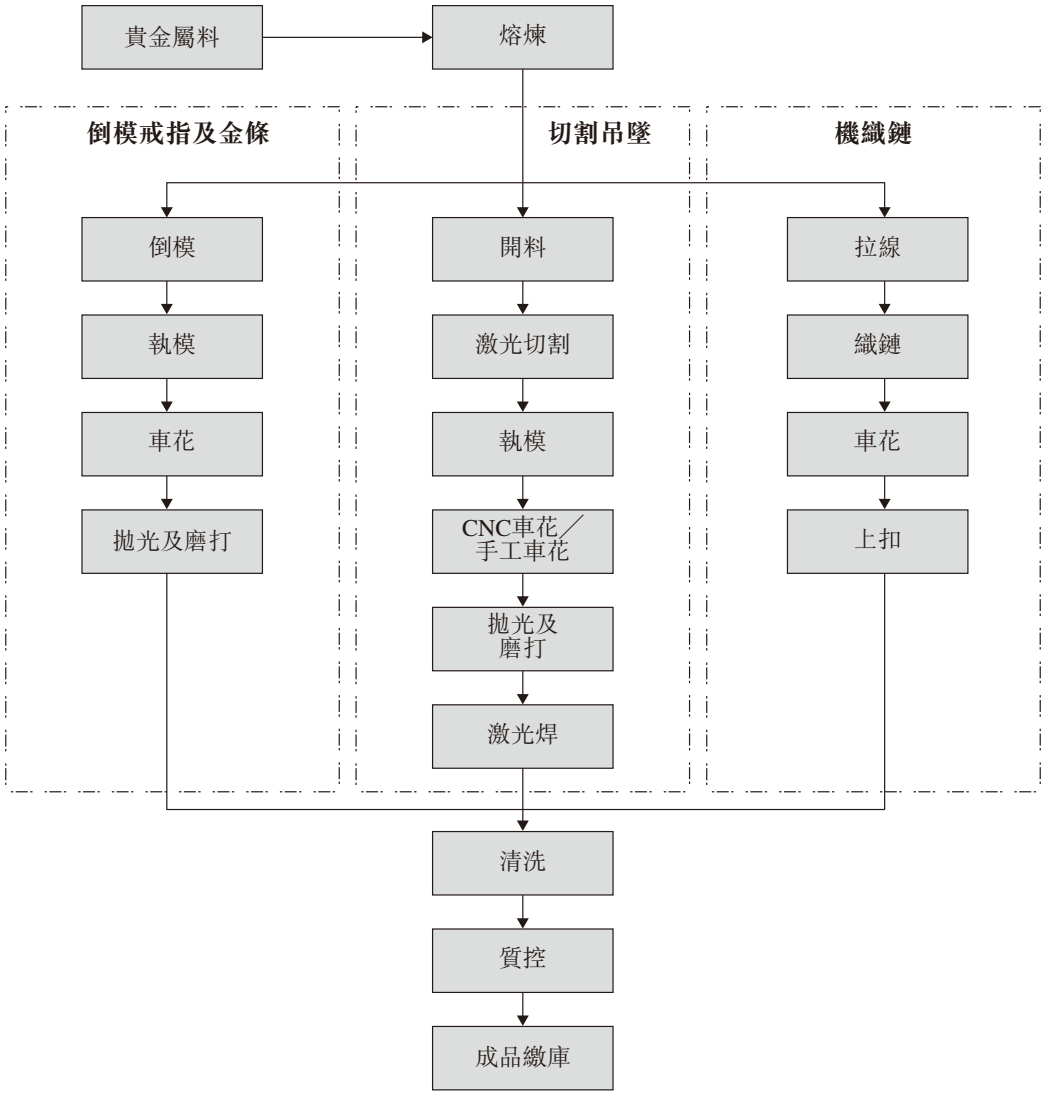
- 在成品手錶包裝及準備出貨之前，製造部會生成必要的真品證書。該等文件為手錶出處及質量的證明。

- 組裝流程的最後一個步驟涉及成品手錶的繳庫，確保手錶在最佳條件下存儲，以保持出貨前的狀態。

*飾品*

黃金飾品(例如金條、可佩戴飾品、裝飾品及錶帶)是透過一系列製造工藝進行生產。黃金原材料經熔化後鑄成金錠或金片，再利用模具鑄造技術成型為金屬坯料，經過壓模、車花、拋光等各種生產工藝後，變成最終複雜精緻的黃金飾品。

以下流程圖描述我們黃金飾品產品的典型生產流程：



黃金飾品的生產主要涉及三個核心工序：倒模戒指、切割吊墜及機織鏈。該等工藝的基礎是黃金原材料的熔煉，為各項核心工序提供所需的優質黃金原料：

- *倒模戒指及金條：*將已熔煉的黃金小心地倒進模具中，讓熔融的金屬形成所需的形狀。倒模配件再經過執模工序以完善其形狀，接著進行精緻的車花工作以增加裝飾細節。之後，產品會經過拋光及最後磨打階段，以確保光澤無瑕。

- *切割吊墜：*生產始於使用激光切割等先進的技術精準地切割黃金原料。然後，採用CNC技術或熟練的手工車花，將成型的吊墜配件進行精心執模，以融入複雜的設計及圖案。經過拋光後，吊墜部件會以專業的激光焊完成製造工藝。

- *機織鏈：*使用金屬拉線技術，先將已熔煉的黃金拉成具有適當厚度及硬度的金線。然後，使用專門的織鏈機器，將金線織練成項鏈環。編織鏈可再透過車花及添加專門的上扣來進一步裝飾，以實現所需的美感。

無論生產的是哪種具體飾品，於入庫並準備交付予客戶之前，製造過程最終均會經過嚴格的清潔及品質控制制度。

***我們的工藝***

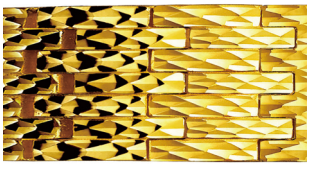
工藝一直是我們傳統手錶及飾品業務背後的推動力，原因為我們認識到，只有通過對細節的關注及歷久彌新的技術才能實現真正的品質及卓越。然而，足金固有的柔軟性一直是一項持續的挑戰，經常導致成品彎曲或變形，損害其結構完整性及外觀。為此，業界的前輩已開發豐富的中國傳統黃金製作方法，包括鏨刻、鑲嵌及琺瑯技術，使彼等能夠克服該等材料的限制，製作出具有藝術性及耐用性的工藝品。在此傳統基礎上，我們的團隊現已引進創新的黃金硬化技術，進一步增強貴重材料的強度及韌性。有關詳情，請參閱「－研發」。結合CNC生產技術的戰略整合，我們能夠維持界定品牌的高標準工藝，同時亦提高效率及一致性。通過此方式，我們認為我們不僅尊重中國黃金飾品製造的豐富歷史，同時擁抱現代製造工藝。

我們於手錶及飾品的製作中主要採用以下工藝及技術，其中大部分由我們技藝嫻熟且經驗豐富的工匠完成：

- ***拋光工藝：***此專業工藝用於足金錶殼手錶及足金錶圈手錶錶殼及錶帶的拋光。足金拋光所需的用料、設備、馬達轉速、冷卻蠟與不鏽鋼、銅、鈦、合金等其他金屬拋光不同。正確運用該等專業工藝，可將純金工件打磨至需要的光亮度。

- ***拉絲工藝：***此工藝涉及使用拋光工藝去除工件表面上的粗紋理，確保工件表面光滑。隨後，將專用拉絲工具固定在變速馬達上，在工件上形成一致的線性拉絲紋理，同時保持適當的對齊。

- ***車花工藝：***此專業工藝用於在足金錶殼手錶及足金錶圈手錶錶帶上雕刻圖案。技藝精湛的工匠使用定制的雕刻工具及夾具，手工在金錶錶帶上雕刻精細的圖案。



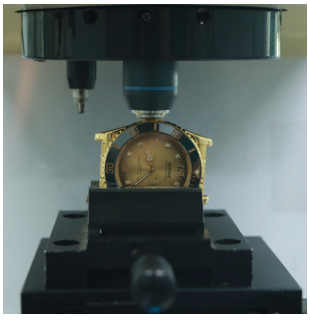
- ***釘珠工藝：***此工藝主要用於含金錶帶上。該工藝涉及使用純CNC五軸自動化設備配釘珠專用鑽石鑽頭精確地鑲嵌寶石。熟練的編程師編寫CNC程序，將工件裝夾好並執行精細的釘珠工藝，這一工藝在精緻的空芯錶帶上進行，要求高度精確以避免任何缺陷或瑕疵。

- ***珠寶級寶石鑲嵌工藝：***此工藝乃我們為在表面鑲嵌寶石所開發的獨家內部工藝。該工藝包括精確的3D模型、CNC加工、拋光以及專業的寶石鑲嵌工藝，將寶石牢牢地鑲嵌在手錶上。

- ***T方鑲嵌工藝：***此工藝通過獨特的機械方法，將異型寶石牢牢地鑲嵌在錶圈面。

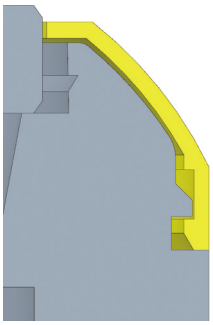
- ***鑲嵌琺瑯工藝：***此工藝涉及製作不同造型的琺瑯工件，然後通過專業的包鑲工藝將其牢固地鑲嵌在手錶上，從而形成耐用的琺瑯裝飾。

- ***黃金加硬工藝：***我們已開發一項專有的專利技術，通過聚合物加工顯著加硬純金，將其硬度提高三到四倍，使足金可運用在手錶錶殼上，同時大大提高了耐刮擦性及抗撞擊耐用性。



- ***手錶加工控重工藝：***此工藝由我們自主發明獨創，可將每隻黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的重量變動控制在0.015克以內。如此精確的控制使定價保持一致，而不受黃金重量微小變化的影響。

- ***榫卯工藝：***受古代木工工藝的啟發，此工藝採用專門的互鎖榫卯設計，將黃金部件與金屬部件牢固地連接在一起，防止黃金部件隨時間的推移而鬆動或脫落。



- ***字畫琺瑯工藝：***一項獨有的內部工藝，運用傳統的中國繪畫與琺瑯工藝，創造出以風景、建築及自然圖案為特色的複雜錶盤設計。

***外包生產***

作為生產計劃的一部分，我們可能會將若干附屬／簡單生產工序分包予我們的分包商，例如電鑄及電鍍。外包的目的是使我們能集中資源於營運的關鍵階段及更多附加值的生產工序，包括產品開發、黃金原材料處理、錶殼製造及手錶組裝，以更好地控制產品的整體質量，並增加人員配備及生產計劃的靈活性。根據灼識諮詢的資料，像我們這樣的貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶以及貴金屬飾品製造商委聘外部製造商加工貨品實屬很常見。

我們根據分包商的工作質量、定價、履行合約數量的能力、經驗及與我們的關係等因素，謹慎選擇分包商，並且不依賴任何單一分包商完成任何生產流程。我們認為，我們一直與分包商保持良好的業務關係，並與彼等建立長期關係。鑑於生產需求所需的靈活性，我們並未與任何分包商訂立任何長期合約。相反，我們與彼等訂立個別的採購訂單，訂明數量、質量規格、成本、交付安排及延遲交付的處罰。為確保我們的分包商具備開展外包加工所需資源，我們通常會向彼等提供我們的半成品、配件、設計及技術規格。一旦外包生產流程完成，加工後的半成品或其他手錶部件將返回至我們的內部生產團隊，該團隊全權負責我們產品的最終組裝。此外，我們向外部手錶製造商提供的手錶部件通常僅限於滿足我們向彼等下達的訂單所需的數量。收到分包商的已加工貨品後，我們會進行徹底檢測及質控檢查，以確保其符合規定的標準。

於往績記錄期間，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們分別共委聘22名、23名、29名及17名分包商，且外包加工費分別佔總銷售成本的1.98%、2.03%、1.76%及1.81%。董事確認，於往績記錄期間，我們委聘的所有分包商均為獨立第三方。

於往績記錄期間及於最後可行日期，我們並不知悉分包商有任何違反法律或法規的情況而對我們的營運及財務狀況造成重大不利影響。於往績記錄期間，我們並無因與分包商的安排而導致業務出現任何重大中斷。

**(iv) 採購**

我們的生產物料控制部根據產品的估計銷售需求計劃採購黃金、手錶機芯及其他部件。我們的採購部會與供應商協商採購價格，並安排本集團與彼等訂立採購協議及下訂單。為確保質量標準，我們有專門的質控人員定期對供應商進行現場盡職調查。供應商交付的來料的質控在我們的生產設施內進行。任何存在質量瑕疵的手錶機芯及其他零部件均會退回予供應商。我們亦會定期審查供應商的質量及交付表現。表現欠佳的供應商將會從我們的核准供應商名單中除名。有關原材料採購及供應商甄選與監控政策的詳情，請參閱「－採購」及「－我們的供應商」。

**(v) 質控**

我們認為，我們對質控的承諾是我們成功的主要因素之一。我們的質量保證措施涵蓋生產流程及營運的各個方面，包括生產設施設計及安裝、設備維護、原材料及包裝材料採購、原材料、在製品及成品監控及質量檢查，以及文件驗證，以符合產品註冊認證標準及要求。每個生產流程均有專責的質量檢驗人員根據預先設定的標準及檢驗條件對每個流程進行檢驗，並記錄檢驗結果。

***生產工藝驗證程序***

我們的質量保證體系實施一套全面的程序，用以驗證我們開發的新產品，其中包括規劃、安裝驗證、設計驗證、操作驗證、性能驗證、流程控制及管理以及重新驗證。

***原材料質量控制***

我們僅向獲批准的供應商採購原材料，該等供應商已由我們的採購部根據一系列標準進行評估。我們的質控部檢查各批供應品的質量，包括(其中包括)其文件及規格。只有滿足我們所有規格及要求的原材料才會獲接納並用於我們的生產。有關詳情，請參閱「－採購」。

***生產過程中的質量控制***

質控部持續監控我們的生產流程，以驗證我們的製造流程繼續符合我們的標準。我們要求生產操作人員遵守標準作業及設備操作程序，且質控部定期在現場檢驗我們的生產流程。質控部亦會根據獲批准程序的要求，對特定生產階段的若干在製品及半成品進行抽樣檢查。

我們要求分包商加工的半成品須符合各產品型號相關質量標準下的所有標準，並對彼等交付的半成品進行抽樣檢查。倘發現有缺陷的產品已交付予我們，我們會將有問題產品退回予分包商進行整改。有關我們外包生產的進一步詳情，請參閱「－(iii)製造－外包生產」。

***成品的質量控制***

我們由質控部及內部實驗室對每件手錶產品進行檢驗及測試，包括檢查其防水性、準確性及手錶機芯。我們亦會根據質量控制程序對我們的飾品產品批次進行抽樣檢驗及測試。在我們向客戶交付最終產品之前，我們的質控部會檢驗與產品質量相關的文件，包括其批次記錄、生產過程記錄及其他可能影響產品質量的資料。

只有通過所有規格及要求的最終產品才能發佈並銷售予我們的客戶。

由於我們在產品交付前實施嚴格的質量控制措施，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的經銷業務模式並無遇到任何產品退貨，亦無因質量或其他問題而召回任何產品。

***第三方檢測中心出具的產品檢測證書***

為確保我們產品所用貴金屬的重量和純度準確無誤，我們已委聘一家第三方檢測中心國家金銀製品質量檢驗檢測中心(南京)(「**檢測中心**」)就我們的產品出具產品檢測證書，以驗證該等產品生產所用貴金屬是否達到令人滿意的水平。產品檢測證書的準備程序包括：(i)我們的僱員在生產設施對在產品中的貴金屬進行測量；(ii)我們的僱員將在產品中貴金屬的重量和純度輸入我們的製造執行系統(MES)；(iii)檢測中心對相關在產品中的貴金屬重量及純度進行抽樣檢測；(iv)相關成品製造完成後，我們的僱員會將該成品的規格和詳情(包括但不限於相關在產品中貴金屬的重量和純度)上傳至檢測中心的在線系統；及(v)檢測中心的現場代表將在批准簽發產品檢測證書之前，根據上傳的相關成品規格和詳情核實產品檢測證書上的資料。

產品檢測證書載有以下資料：(i)被檢測產品的類型(如手錶)、(ii)所用貴金屬的類型、(iii)被檢測產品中由相關貴金屬製成的部件，及(iv)該部件中所用相關貴金屬的重量和純度。我們的每款 OBM 手錶及錶帶產品均附有相關產品檢測證書。

根據灼識諮詢的資料，檢測中心與我們採用的檢測方法和安排與中國黃金相關行業的一般行業慣例一致，以(i)降低運輸高價值含金在產品和成品進行檢測的相關風險，(ii)縮短涉及檢測和測量含金在產品的認證流程，及(iii)提高產品交付效率和生產周轉效率。

有關我們的質量控制及保證標準以及質量控制管理系統的詳情，請參閱「－質量控制與保證」。

**(vi)　包裝及交付**

我們在將成品包裝及存放於倉庫前先進行最終檢驗。為確保已包裝產品的安全，我們對倉庫進行24小時監視，且只有經授權僱員獲准進入倉庫盤點存貨並安排已包裝產品的裝貨及交付。一般而言，成品的所有權及風險在成品交付予客戶(包括OBM及ODM客戶)時轉移至客戶。我們擁有自身物流團隊安排將成品從我們的生產設施運送至客戶的指定交付地點，並一般負責有關交付所產生的運輸成本。我們亦可能不時聘請第三方物流服務提供商進行產品運送。有關詳情，請參閱「－物流」。

**生產設施**

**我們的生產基地**

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在深圳生產基地及莆田生產基地(均為租賃物業)進行生產及配套業務。具體而言，於往績記錄期間，我們的深圳生產基地主要用於生產(i)手錶；及(ii)錶帶及其他手錶飾品，而我們的莆田生產基地主要用於生產(i)耳環、戒指、項鏈、手鐲等可佩戴飾品；及(ii)貴金屬產品，包括(其中包括)金條、金牌及紀念幣。我們亦自2023年起開始建設新莆田運營綜合體(包括新莆田生產基地及莆田研發中心)。於最後可行日期，新莆田運營綜合體的主要建築工程的質量檢查已完成，而新莆田生產基地將於2025年年底前開始營運。

我們在中國的生產基地位置鄰近供應商／分包商，並可使用高效的港口設施運送產品，這有助於降低運送成本並縮短產品交付至客戶的時間。我們的生產基地的地理位置優越。

- 深圳素有「中國鐘錶之都」之稱，並擁有完善的鐘錶製造生態系統，絕大部分與深圳鐘錶製造相關的配套零部件均在當地生產。深圳生產基地所處的戰略位置使我們能夠發揮多個關鍵優勢，包括：(i)擁有熟練的勞動力，深圳擁有大量經驗豐富的人才，專門從事從精密工程到組裝等各個方面的鐘錶生產工作；及(ii)鄰近眾多專業生產鐘錶零部件的供應商，有助於高效採購及簡化物流；及

- 莆田擁有一群技藝精湛的工匠，於複雜的貴金屬珠寶及飾品製作工藝方面擁有專業知識，這是一項寶貴的資產，可以創造出優質產品。鄰近黃金原料來源地及擁有配套基礎設施的成熟珠寶及飾品產業群有助於簡化供應鏈及生產流程。此外，在莆田有可能獲得更優惠的勞動力及管理成本，可轉化為更具競爭力的定價。

下表載列2025年5月31日我們現有生產基地(包括生產設施、宿舍、辦公室及／或配套設施)的營運數據概要：

| **生產基地** | **位置** | **營運年數** | **建築結構的概約建築面積** *(平方米)* | **所僱用員工數量** |
|---|---|---|---|---|
| 深圳生產基地 | 中國深圳 | 9 | 6,810.8 | 289 |
| 莆田生產基地 | 中國莆田 | 7 | 5,266.17 | 42 |
| 新莆田生產基地 | 中國莆田 | 不適用（尚未投產） | 24,302.48 | 不適用（尚未投產） |

**產能與利用率**

下表載列我們所營運的生產設施於往績記錄期間的計劃最高產能、實際產量及利用率：

| 生產基地 | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | | | 2025年首五個月 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *（隻手錶）* | *（克飾品）* | *（隻手錶）* | *（克飾品）* | *（隻手錶）* | | | *（克飾品）* | *（隻手錶）* | | | *（克飾品）* |
| | | | | | 傳統手錶 | 智能手錶 | 手錶總體 | | 傳統手錶 | 智能手錶 | 手錶總體 | |
| **深圳生產基地(3)** | | | | | | | | | | | | |
| －計劃產能(1) | 196,172 | 1,246,154 | 151,360 | 1,080,000 | 117,673 | 24,828 | 142,500 | 694,286 | 46,396 | 5,681 | 52,077 | 377,691 |
| －實際產量 | 110,902 | 957,827 | 144,104 | 1,009,692 | 116,513 | 24,584 | 141,097 | 694,436 | 38,824 | 4,508 | 43,332 | 354,993 |
| －利用率(2) | 56.53% | 76.86% | 95.21% | 93.49% | 99.01% | 99.02% | 99.02% | 100.02% | 83.68 | 79.35 | 83.21 | 93.99 |
| **莆田生產基地(3)** | | | | | | | | | | | | |
| *可佩戴飾品(4)* | | | | | | | | | | | | |
| －計劃產能(1) | – | 1,368,758 | – | 1,368,758 | – | – | – | 981,374 | – | – | – | 410,614 |
| －實際產量 | – | 1,343,583 | – | 1,216,907 | – | – | – | 659,645 | – | – | – | 406,902 |
| －利用率(2) | 不適用 | 98.16% | 不適用 | 88.91% | 不適用 | 不適用 | 不適用 | 67.22% | 不適用 | 不適用 | 不適用 | 99.10 |
| *貴金屬產品(4)* | | | | | | | | | | | | |
| －計劃產能(1) | – | 1,419,512 | – | 296,567 | – | – | – | 1,387,440 | – | – | – | 308,764 |
| －實際產量 | – | 1,279,669 | – | 313,842 | – | – | – | 1,197,941 | – | – | – | 272,964 |
| －利用率(2) | 不適用 | 90.15% | 不適用 | 105.82% | 不適用 | 不適用 | 不適用 | 86.34% | 不適用 | 不適用 | 不適用 | 88.41 |

| 生產基地 | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | | | 2025年首五個月 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *(隻手錶)* | *(克飾品)* | *(隻手錶)* | *(克飾品)* | *(隻手錶)* | | | *(克飾品)* | *(隻手錶)* | | | *(克飾品)* |
| | | | | | 傳統手錶 | 智能手錶 | 手錶總體 | | 傳統手錶 | 智能手錶 | 手錶總體 | |
| *莆田生產基地總體：* | | | | | | | | | | | | |
| －計劃產能(1) | – | 2,788,270 | – | 1,665,325 | – | – | – | 2,368,814 | – | – | – | 719,378 |
| －實際產量 | – | 2,623,252 | – | 1,530,749 | – | – | – | 1,857,586 | – | – | – | 679,866 |
| －利用率(2) | 不適用 | 94.08% | 不適用 | 91.92% | 不適用 | 不適用 | 不適用 | 78.42% | 不適用 | 不適用 | 不適用 | 94.51 |
| **總計** | | | | | | | | | | | | |
| －計劃產能(1) | 196,172 | 4,034,424 | 151,360 | 2,745,325 | 117,673 | 24,828 | 142,500 | 3,063,099 | 46,396 | 5,681 | 52,077 | 1,097,069 |
| －實際產量 | 110,902 | 3,581,079 | 144,104 | 2,540,441 | 116,513 | 24,584 | 141,097 | 2,552,022 | 38,824 | 4,508 | 43,332 | 1,034,859 |
| －利用率(2) | 56.53% | 88.76% | 95.21% | 92.54% | 99.01% | 99.02% | 99.02% | 83.32% | 83.68 | 79.35 | 83.21 | 94.33 |

*附註：*

(1) 我們的產能規劃與我們的策略目標及產品組合緊密結合。生產基地於任何期間的計劃產能指我們的生產設施可生產的計劃最高產品數量，由我們的管理層根據分配至相關生產設施的生產員工數量及其他資源估計，同時假設生產按標準工時進行，並受對生產相關產品至關重要的機器的最高產量所限。詳情請參閱下文「－計劃產能的計算方法」。

(2) 利用率等於相關類型產品的實際產量除以設計最高產能。

(3) 於往績記錄期間，我們的深圳生產基地用於生產(i)手錶；及(ii)錶帶及其他手錶飾品，而我們的莆田生產基地用於生產(i)可佩戴飾品；及(ii)貴金屬產品。

於往績記錄期間，莆田生產基地並無用於生產手錶。

在手錶生產方面，我們的深圳生產基地於2022財年及2023財年僅進行傳統手錶的量產，自2024財年起才開始量產智能手錶。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們製造及銷售的傳統手錶銷售量分別為109隻、141隻、113隻及37隻，而我們製造及銷售的智能手錶銷售量分別為零、1,000隻、27,000隻及5,000隻。

儘管傳統手錶及智能手錶所使用的CNC機器可以互換使用，但在2024財年及2025年首五個月，為使CNC機器從生產傳統手錶轉換到生產智能手錶(反之亦然)而修改其設定所需的時間，以及為進行此項修改所需的機器及生產系統的調試及測試所需的時間平均為每天運行4個小時。

(4) 可佩戴飾品包括耳環、戒指、項鍊、手鐲等；而貴金屬產品則包括金條、金牌和紀念幣等。

與具有標準生產要求及生產時間的產品生產流程不同，我們不同類型產品的生產要求及生產時間因結構、款式及複雜程度不同等多項因素而存在明顯差異。因此，我們的估計產能及利用率可能無法精準顯示我們產能的使用情況，或對評估我們的盈利能力毫無意義。

***計算我們計劃產能的方法***

*深圳生產基地*

手錶

手錶製造(無論手錶的類型)過程中的瓶頸工序(即製造或生產過程中限制整個作業整體速度或產能的階段)為CNC設備製造工序。因此，手錶的計劃產能按(1)分配至手錶生產的CNC設備的年度有效運作時間除以(2)CNC設備生產每塊手錶的標準運作時間計算。於往績記錄期間，我們使用以下主要輸入數據及假設計算我們手錶生產計劃產能：

(i) 分配至手錶生產的CNC設備數量；

(ii) 分配至手錶生產的CNC設備的年度實際運作時間。於往績記錄期間，該等CNC設備採用雙班每月26天工作制，於設置／預處理後每天有效時數為16小時，扣除法定節假日後，每年有效天數為301天；及

(iii) CNC設備生產每塊手錶的標準運作時間，於2022財年為約1,100秒，於2023財年增至約1,200秒，於2024財年增至約1,500秒，並於2025年首五個月維持穩定，為約1,500秒。

如上文所披露，我們的深圳生產基地自2024財年起開始量產智能手錶。由於2024財年及2025年首五個月生產每單位傳統手錶及智能手錶的CNC設備的標準操作時間均約為1,500秒，故2024財年及2025年首五個月生產每單位手錶的CNC設備的平均標準操作時間約為1,500秒。

錶帶

錶帶製造過程中的瓶頸工序為鑽孔工序。因此，錶帶的計劃產能按(1)分配至錶帶生產的鑽孔設備的年度有效運作時間除以(2)鑽孔設備生產每條錶帶的標準運作時間計算。於往績記錄期間，我們使用以下主要輸入數據及假設計算我們錶帶生產計劃產能：

(i) 飾品金錶帶生產的鑽孔設備數量；

(ii) 分配予錶帶生產的鑽孔設備的年度實際運行時間。於往績記錄期間，該等鑽孔設備每台設備的每天有效時數為六小時，每年有效天數為250天；及

(iii) 鑽孔設備生產每條錶帶的標準運作時間，由2022財年的約40秒增加至2023財年的約50秒及2024財年的70秒，並於2025年首五個月維持穩定，為70秒。

*莆田生產基地*

可佩戴飾品

耳環、戒指、項鍊、手鏈等可佩戴飾品製造過程中的瓶頸工序為雷射切割工序。因此，可佩戴飾品的計劃產能按(1)分配至可佩戴飾品生產的雷射切割設備的年度有效運作時間除以(2)雷射切割設備生產每件可佩戴飾品的標準運作時間計算。於往績記錄期間，我們使用下列主要輸入數據及假設計算我們可佩戴飾品的計劃產能：

(i) 分配至可佩戴飾品生產的雷射切割設備數量；

(ii) 分配至可佩戴飾品生產的雷射切割設備的年度實際運作時間。於往績記錄期間，該等雷射切割設備按每天有效時數16小時運作，每年有效天數為301天；及

(iii) 雷射切割設備生產每件可佩戴飾品的標準運作時間，於2022財年至2023財年維持不變，為每克38秒，但由於新產品結構更為複雜，於2024財年增至每克約50秒，並於2025年首五個月維持穩定，為每克約50秒。

貴金屬產品

金條、金牌及紀念幣等貴金屬產品的生產主要依賴手工勞動，且涉及相對簡單的生產流程，因此能夠靈活調配勞動力，並在需要時隨時調派其他生產團隊的人員支援貴金屬產品的生產。

貴金屬產品的計劃產能按(1)人均標準年產能乘以(2)分配至貴金屬生產的人員數目計算。於往績記錄期間，我們使用以下主要輸入數據及假設計算我們貴金屬產品生產計劃產能：

(i) 分配至貴金屬產品生產的人員的數量；

(ii) 以加工時間計算，每名工人的標準年產能為加工每克黃金40秒，於往績記錄期間維持不變；及

(iii) 根據考勤記錄分配予貴金屬產品生產的工人的年度有效工作時間。

根據灼識諮詢，我們就計算其計劃產能所採取的上述方法符合行業慣例。

***於往績記錄期間的計劃產能***

*深圳生產基地*

手錶

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們手錶的總計劃產能分別為196,172隻、151,360隻、142,500隻及52,077隻。我們手錶於2023財年的計劃產能減至151,360隻，較2022財年減少22.8%。於2024財年，我們的計劃產能為142,500隻，較2023財年的151,360隻減少8,860隻，減幅為5.85%。於2025年首五個月，手錶的總計劃產能為52,077件，而2024財年

則為按比例等值59,375件(按12個月年化計算為142,500件),相當於在可比較基礎上減少7,298件或12.29%。我們認為,我們手錶自2023財年起的計劃產能減少的主要原因是:

(i) 自2023財年起,我們減少了一台用於手錶生產的CNC設備。於2022財年,我們最初在深圳生產基地配置了12台CNC設備用於手錶生產。

於2022財年,我們在深圳生產基地共配置了12台CNC機器,專門用於手錶生產。其中,一台CNC機器專門用於提升製造貴金屬零件所用蠟模的製造流程。

誠如「我們的業務模式－(iii)製造－生產流程－腕錶－(a)貴金屬加工」所披露,貴金屬加工主要從高壓蠟鑄工序開始,此製造技術涉及製作詳細的蠟模型。蠟模隨後會在高壓下注入熔融蠟,以精確複製模型的複雜細節,然後移除蠟,留下一個空腔,再倒入熔融金屬,在高壓下填滿空腔,以確保模型的複製。這樣就能生產出具有特定複雜形狀的貴金屬零件。

為了提高上述蠟模所鑄造的貴金屬零件的精度和品質,我們自2023財政年度起將這12台CNC設備中的一台重新部署到高壓蠟模鑄造工藝中。儘管這種做法導致我們的手錶產能下降,但卻有助於我們更好地遵守產品規格,包括精確的形狀、尺寸精度、生產中使用的貴金屬數量以及相關手錶部件／產品中貴金屬的重量;及

(ii) 由於產品品質升級及結構變更,CNC設備生產每塊手錶的標準作業時間由2022財年的約1,100秒增加至2023財年的約1,200秒,並增加至2024財年及2025年首五個月的約1,500秒。作為我們持續創新策略的一部分,我們在內部開發了黃金手錶標準克重控制技術,並獲得專利,這是一種應用於標準切割、研磨和拋光工序的數位控制技術,嚴格遵循多層數位克重控制工作流程。這可確保手錶產品黃金重量的高度一致性,每款黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的重量均維持在0.015克的公差範圍內。此舉解決了製造過程中精確控制黃金重量的難題。詳情請參閱「－研發」。

自2023財年起，我們已將此技術全面融入手錶生產流程，以提升產品的精確度和品質。為了確保更高的精確度，並將偏差率降至最低，我們必須降低生產設備的運轉速度，這也降低了我們整體的手錶產能。

考慮到自2023財年以來CNC設備生產每塊手錶的標準運作時間的增加，我們的工程、技術及車間管理團隊一直專注於開發技術，以(i)減少標準運作時間以應對新產品加工日益增加的複雜程度；及(ii)優化加工程序，以最大限度地減少瓶頸加工的標準運作時間，而不會因成本考慮而增加我們的CNC設備。我們相信，該等措施將使我們在產品設計升級的同時能夠保持更為穩定的手錶產能。

錶帶

我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的錶帶計劃總產能分別為1,246,154克、1,080,000克、694,286克及377,691克。自2023財年以來，錶帶的計劃產能下降166,154克，與2022財年相比下降13.3%。於2024財年，計劃產能較2023財年減少385,714克或35.71%。此乃主要由於鑽孔設備生產每條錶帶的標準操作時間由2022財年的約40秒增加至2023財年的約50秒，並進一步增加至2024財年的70秒。加工所需時間上升趨勢與空心金錶帶佔錶帶總產量的比例上升直接相關，由2022財年的36.68%上升至2023財年的56.75%，並於2024財年進一步上升至65.83%。與純金錶帶相比，空心金錶帶的加工時間較長，原因是其生產要求相對更複雜。具體而言，空心金錶帶的特點是底面密封，內部中空。中空的內壁薄，要求更高的精確度，且快速鑽孔可能刺穿薄壁，鑽孔因而尤具挑戰性。因此，鑽孔設備生產每條空心金錶帶的標準操作時間遠長於生產每條純金錶帶，導致鑽孔設備生產每條錶帶的標準運作時間從2022財年的約40秒增至2023財年的約50秒及2024財年的70秒，從而導致2023財年至2024財年期間計劃產能下降。

於2025年首五個月，錶帶的計劃總產能為377,691克，而2024財年按比例計為289,286克(按12個月年化計為694,286克)。該產能按可比較基準增加88,405克或30.56%，而相關增加乃主要由於自2025年1月起撥配一部CNC設備用於生產錶帶。

*莆田生產基地*

可佩戴飾品

我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的可佩戴飾品計劃總產能分別為1,368,758克、1,368,758克、981,374克及391,245克。於2024財年，可佩戴飾品的計劃產能較2022財年及2023財年減少387,384克或28.30%。於2024財年，用於可佩戴飾品之雷射切割設備的有效運作時間為14,448小時，自2022財年至2023財年維持不變，而雷射切割設備生產每件可佩戴飾品的標準運作時間由2022財年至2023財年的約40秒增至2024財年的約50秒，增幅為39.5%，因此導致我們可佩戴飾品的計劃產能減少28.30%。此增長主要歸因於市場需求變化及產品設計的複雜性提高。於2024財年，消費者喜好已轉向更複雜及更精緻的飾品設計。因此，我們推出具有更複雜的圖案及結構變化的多種新產品系列，需要更精準的雷射切割技術。設計越精巧(具有複雜的圖案及多種變化)，雷射切割過程越長。

於2025年首五個月，可佩戴飾品的計劃總產能維持相對穩定，為410,614克，而2024財年按比例計為408,906克(按12個月年化計為981,374克)，可比較基準下僅輕微增加1,708克或0.41%。

貴金屬產品

我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的貴金屬產品計劃總產能分別為1,419,512克、296,567克、1,387,440克及308,764克。金條、金章及紀念幣等貴金屬產品的產能主要取決於手工勞動力的分配，主要受勞動力可用性及人力時數的影響，而非其生產所分配的設備數量。於2022財年，由於COVID-19疫情，市場對金條及金章的需求大幅下降。因此，我們分配至貴金屬產品生產的工人減少，導致我們的貴金屬產品計劃產能由2022財年的1,419,512克黃金加工量大幅減少79.12%至2023財年的296,567克黃金加工量。隨著中國逐步放寬COVID-19防控措施，貴金屬產品需求回升，我們於2024財年分配至貴金屬產品生產的工人更多。因此，我們的貴金屬產品計劃產能由2023財年的296,567克黃金加工量大幅增加367.83%至2024財年的1,387,440克黃金加工量。

於2025年首五個月，貴金屬產品的計劃總產能為308,764克，而2024財年按比例計為578,100克(按12個月年化計為1,387,440克)。該產能按可比較基準減少269,336克或46.59%。相關減少乃主要由於計及2025年2月農曆新年及2025年5月勞動節的法定假期後，2025年首五個月可供生產的營運日數相對減少所致。此外，於2025年首五個月，我們並非僅依賴生產，而是使用成品存貨中已有的貴金屬產品滿足銷售需求。我們相信此方法使我們能夠減少即時生產需求，使產出與銷售需求保持一致，同時維持供應鏈效率。透過利用現有庫存，我們可以最大程度降低過剩生產成本，並避免潛在的產能過剩問題。

於往績記錄期間的利用率

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，(i)我們手錶生產設施的利用率分別為56.53%、95.21%、99.02%及83.21%；及(ii)我們飾品生產設施的利用率分別為87.87%、94.70%、83.32%及94.33%。

於2022財年，我們手錶生產設施的利用率出現下降，主要是由於需求減少，以及華北(我們大部分黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的銷售地點)COVID-19疫情封鎖期間手錶銷量相應下降所致。隨著疫情逐漸減退，我們的手錶銷量於2023財年回升，導致生產設施利用率顯著上升。自2023財年至2024財年，我們傳統手錶的銷量有所下降，我們認為歸因於在不斷演變的經濟環境和商品價格下，消費意欲發生變化所致。然而，於此期間，我們的智能手錶銷量激增，尤其是在推出內置一家以5G技術而聞名的全球領先中國科技公司華為的智能機芯的全新鑲足金的智能手錶系列後，導致整體手錶生產設施利用率自2023財年至2024財年持續上升。在此方面，我們亦認為，深圳生產基地同時用於傳統及智能手錶的生產，造成資源利用率低下，以及在不同產品類別之間切換時的生產中斷。展望未來，我們計劃設立新莆田生產基地並將主要專注生產智能手錶及智能飾品，讓我們能更好地把握兩個分部的增長機遇，同時優化兩個生產基地的營運效率及利用率。詳情請參閱「－我們的業務策略－進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇－(i)成立新莆田生產基地－擴張的原因」。

我們飾品生產設施的利用率於整個往績記錄期間保持相對穩定，與往績記錄期間錄得相對穩定的飾品產品銷量相符。

有關於往績記錄期間我們按產品劃分的銷量詳情，請參閱「－我們的品牌及產品－我們產品的銷售明細－銷量」。

**主要機器及設備維護**

我們使用的所有生產設備均為本集團所有。我們致力於定期維修及維護我們的機器及設備。我們的生產員工負責檢查我們的設備，並於有需要時進行維修。我們的設備製造商亦會在保修期內提供設備維修服務。我們主要機器及設備的可使用年限約為三至十年。倘我們的設備不再正常運作，則會進行更換。

我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無因設備或機器故障而導致生產流程出現任何重大或長期中斷。

**擴張計劃**

誠如「－生產設施－產能與利用率」所示，我們位於深圳及莆田的現有生產設施目前正處於高利用率的營運狀態，因此可能限制我們於傳統手錶市場以及智能手錶及飾品市場的未來發展及擴張。此外，我們計劃改善我們的研發環境，從而提升我們招募專業研發人才及建立關鍵技術研發項目的能力(尤其是在智能手錶及飾品產品領域)。為把握預期行業增長所帶來的市場機遇，我們已於2023年開始建設新莆田運營綜合體。新莆田運營綜合體將包括新莆田生產基地及莆田研發中心，其將主要致力於分別生產及研發智能手錶及飾品。由於我們打算將現有莆田生產基地遷往新莆田生產基地，新莆田生產基地亦將設有傳統飾品的生產設施。我們預期傳統手錶及智能手錶以及飾品的年度產能於新莆田生產基地投產後均會提升。

新莆田生產基地包括生產廠房及配套設施(如倉儲空間、員工宿舍及食堂)，總建築面積為24,302.48平方米。莆田研發中心包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶實驗室、智能手錶實驗室、金飾設計實驗室、產品檢測實驗室及辦公場地，總建築面積為2,014平方米。

下表載列新莆田生產基地及莆田研發中心(均位於新莆田運營綜合體內)的主要資料：

| 設施 | 規劃設施 | 預期時間表 | 實現全面商業化生產後估計最高年產能 | 上市後估計投資成本[附註1] |
|---|---|---|---|---|
| 新莆田生產基地 | 生產智能手錶及智能飾品及傳統飾品的生產設施，及配套設施(如倉儲空間、員工宿舍及食堂) | 於最後可行日期，新莆田運營綜合體主要建築工程質量檢查已完成<br><br>據此，新莆田生產基地及莆田研發中心預計於2025年年底前開始運營 | 200,000隻智能手錶及飾品，及4,000千克傳統飾品[附註2] | 人民幣54.70百萬元 |
| 莆田研發中心 | 莆田研發中心包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶實驗室、智能手錶實驗室、金飾設計實驗室、產品測試實驗室及辦公場地 | | 不適用[附註3] | 人民幣39.39百萬元 |

*附註：*

1. 估計投資成本指直至開始全面營運的相應日期止期間因建立該等新設施而預期產生的估計成本或開支總額。有關產生上述估計投資成本的預期時間表的更多詳情，請參閱「－我們的業務策略－實施我們業務策略的估計投資成本及時間表概要」。

2. 我們的新莆田生產基地的最高年產能乃根據以下假設估計：(i)所有規劃的生產設施均已就位並全面營運；及(ii)參考我們的深圳生產基地及莆田生產基地，達到合理的生產效率水平。目前預計在新莆田生產基地達致全面商業化生產後，其最高年產能將達到(i)200,000隻智能手錶及飾品；及(ii)4,000千克傳統黃金飾品。根據目前新莆田生產基地投產的估計進度，預計在新莆田生產基地開始生產後的第一年及第二年，(i)智能手錶及飾品的年產能將分別達到60,000隻及160,000隻；及(ii)傳統飾品的年產能將分別達到1,200千克及3,200千克。

3. 不適用，原因是莆田研發中心並非為作生產目的而建設，且將不會運行任何生產設施。

我們相信，我們的擴張計劃對本集團保持在貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶以及貴金屬珠寶及飾品行業的競爭力而言屬必要。有關我們擴張計劃的原因及基礎的詳情，請參閱「－我們的業務策略－進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇－(i)成立新莆田生產基地－擴張的原因」及「－我們的業務策略－加強研發能力以推動業務持續增長－成立原因」。

**質量控制與保證**

我們相信，有效的質量管理系統對於確保我們的產品質量、維護我們的聲譽及成功至關重要。我們亦參與制定手錶產品試驗及品質保證的行業指南，如《計時儀器硬材料製造的手錶外觀件一般要求和試驗方法》及《手錶機心的可靠性試驗方法》的標準。我們相信，我們參與該等全行業試驗協議的制定凸顯了我們的專業知識及對品質控制的承諾，並有助於確保我們的產品滿足性能及耐用性的高標準。我們已根據該等標準，在生產及營運過程中採用全面的質量控制及保證系統。

由於我們擁有完善的質量管理系統，於往績記錄期間直至最後可行日期，我們的產品並無出現由客戶或相關政府部門報告的任何重大安全問題，或因產品質量問題而引起的任何重大產品責任或法律申索，亦無在任何政府部門或供應商的任何檢查或審查中遭受任何重大不利發現。

**質量管理系統**

我們已就質量控制及保證職能設立及維持一套系統化的質量管理系統及嚴格的標準運作程序。

於2025年5月31日，我們的質控部由14名僱員組成，其中大部分僱員擁有相關教育背景以及檢驗手錶及飾品不同品質方面的經驗。我們的質控部負責根據法律及監管規定制定及實施質量管理系統下的程序，並確保我們的產品供應鏈及生產流程符合規定的標準及程序。我們的質控部亦會針對我們的各個生產及營運流程制定將予遵守的程序，並監督該等程序的實施及遵守情況。有關詳情請參閱「－我們的業務模式－(v)質控」。

我們的質量控制人員須熟悉適用於我們產品的相關法律及法規規定、適用的ISO標準及行業標準。彼等於執行相關的質量保證工作前須接受培訓。我們質量控制系統的實施倚賴生產及營運員工的配合，為此，我們定期進行詳細的培訓，以便員工了解適用於我們生產及營運的質量控制規定。

**研發**

我們認為，研發能力是我們長期競爭力的動力，亦為我們未來增長及發展的動力。有關詳情，請參閱「－我們的競爭優勢－研發實力、創新承諾以及將研發成果轉化為產品並商業化的能力」。因此，我們始終十分重視建立強大的研發體系，我們相信，此舉有助於我們發展專業製錶各個方面的實力，包括貴金屬材料研發、關鍵零件製造及製錶工藝。這使我們在新材料、新工藝、新技術的研究及應用方面不斷取得突破。例如，我們在與足金材料相關的關鍵領域積累了豐富的專業知識，包括足金材料硬化、硬質足金精密加工、硬質足金微量補扣元素及其比例及足金真空熔煉。該等創新成功解決了與足金強度、硬度及可加工性相關的長期挑戰，並取得國家發明專利(專利編號：ZL201510772694.5)。我們認為，我們在材料科學、精密工程及創新製造工藝等領域的綜合技術實力，有助於鞏固我們於足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位。

我們以市場為導向的研發工作專注於開發滿足日益增長的市場需求的產品，以及提升現有產品的質量。例如，於2023年，我們亦推出一系列內部開發的鑲足金的智能手錶，其融合一家以5G技術、電信設備及消費性電子產品著稱的全球領先中國科技公司華為的智能機芯。我們亦在2024年推出採用相同智能機芯技術的銀、鉑金及寶石智能手錶系列。

我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的研發開支分別為人民幣8.45百萬元、人民幣13.49百萬元、人民幣11.79百萬元及人民幣4.33百萬元，分別佔各期間總銷售成本的3.26%、4.00%、3.55%及2.72%。

於2025年5月31日，我們透過內部研發部門進行研發活動，該部門由35名以上成員組成，彼等於鐘錶製造、品質管理、研發管理、BOM(物料清單)編碼及工程繪圖等方面擁有經驗及／或知識。我們研發部門的主要職責包括開發新型貴金屬材料、手錶設計及外觀以及手錶工程結構設計。

經過多年來在貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶以及貴金屬珠寶及飾品行業的累積與發展，我們在產品與工藝上累積了豐富的專業技術，建立了技術優勢。該等優勢包括以下技術，所有該等技術均已取得專利(有關詳情請參閱「－知識產權」及附錄六「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.我們的重要知識產權」)：

1. ***超分子硬金的製備與鑄造工藝：***在保持黃金純度高於99.90%前提下，我們自主開發了硬質金合金配方及真空熔煉技術。在特定的溫度和惰性氣體條件下，注入微量稀土元素，所得到的合金硬度超過常規黃金材料的三至四倍，同時保留了金屬的延展性。此項技術環保、高效，能夠生產適合黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶製造的高硬度黃金。

2. ***重塑手錶結構的精密製造技術：***我們獨立開發了一種全新的手錶結構，解決了黃金工件與鋼配件連接易脫落的常見問題。該技術可確保黃金工件與手錶內膽機芯等配件緊密固定，強化手錶的抗震性能及提升整體防水性能，便於手錶維修及保養。

3. ***無焊接榫卯結構技術：***此技術以創新的榫卯結構取代傳統手錶部件的過盈配合組裝，並採用小間隙配合。此工藝應用於黃金工件的製造，取代了傳統的黃金焊接，實現環保的生產工序。

4. ***高硬度金片折疊技術：***此技術採用模具折疊的方式加工，結合特殊的結構設計，可靈活、智能地拆裝錶帶。此技術能打造出棱角分明、結構工整、克重統一的金錶帶，將幾何美感與舒適的佩戴體驗巧妙融合。

5. ***含黃金手錶標準克重控制技術：***此數字控制技術應用於標準切削、研磨及拋光工序，嚴格遵循多層級數字化控重流程，可確保手錶產品的黃金重量保持高度一致，每款黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的重量均維持在0.015克的公差範圍內，解決了在製造加工過程中無法精準控制黃金重量的難題。

所有上述核心技術均由內部開發，並已應用於我們之量產工序。

通過持續的研發投入及多年的技術研究積累，我們已掌握在黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶領域的一系列核心技術。於2025年5月31日，我們已獲得25項發明專利、60項實用新型專利及121項外觀設計專利。我們深圳研發中心於2021年獲廣東省科學技術廳認定為「高硬度精密貴金屬智能腕錶工程技術研究中心」。此外，我們已參與《計時儀器硬材料製造的手錶外觀件一般要求和試驗方法》、《手錶機心的可靠性試驗方法》等國家標準的制定，以及《鐘錶售後維修服務技術規範》國家標準及《使用寶石和貴金屬的手錶》行業標準的修訂。我們亦為中國黃金協會團體規定的《足金手錶》標準的主要起草單位。

為改善我們的研發環境，進而提升我們招聘專業研發人才及建立關鍵技術研發項目的能力，尤其是在智能手錶及飾品產品領域，我們擬於莆田生產基地設立莆田研發中心。有關詳情，請參閱「－我們的業務策略－加強研發能力以推動業務持續增長」。

**我們的客戶**

我們的客戶主要為(i)主要從事銷售手錶及飾品的國內一級經銷商(就我們的OBM業務模式而言)；及(ii)國內珠寶品牌及批發商(就我們的ODM業務模式而言)。我們與主要客戶保持良好關係，並與其中大部分客戶合作超過五年。

我們已根據OBM業務模式與所有一級經銷商訂立經銷協議。有關進一步詳情，請參閱「－與一級經銷商的安排」。我們亦通常根據ODM業務模式與ODM客戶訂立框架協議。有關進一步詳情，請參閱「－與ODM客戶的安排」。

**五大客戶**

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，於往績記錄期間各年度／期間向我們五大客戶的銷售額為人民幣295.67百萬元、人民幣405.76百萬元、人民幣398.40百萬元及人民幣214.45百萬元，分別佔我們總收入的91.34%、91.08%、87.26%及92.83%，而於往績記錄期間各年度／期間向我們單一最大客戶的銷售額為人民幣115.87百萬元、人民幣143.83百萬元、人民幣116.66百萬元及人民幣103.28百萬元，分別佔我們於相關期間總收入的35.80%、32.29%、25.55%及44.71%。

於往績記錄期間各年度／期間，我們的五大客戶均為獨立第三方。據董事所深知，於往績記錄期間各年度／期間，概無董事或彼等各自的聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的任何人士於我們任何五大客戶中擁有任何權益。

下表載列我們五大客戶於往績記錄期間各年度／期間的資料：

***2022財年***

| 客戶 | 與本集團的業務關係性質 | 背景及主要業務性質 | 所購買的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們收入的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 深圳市信諾珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 總部位於中國的珠寶批發商及零售商 | 銷售手錶及飾品、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2017年起 | 115.87 | 35.80% | 產品交付後三天內付款；銀行轉賬 |
| 北京世紀緣珠寶、北京世紀通源珠寶首飾及深圳金泓韵珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商及ODM客戶，由獨立第三方共同控制 | 總部位於中國的珠寶批發商及零售商 | 銷售手錶及飾品、手錶及飾品加工服務及／或維修及保養服務(按OBM基準)；及受託加工服務(按ODM基準) | 自2022年起(北京世紀緣珠寶)；自2018年起(北京世紀通源珠寶首飾)；自2020年起(深圳金泓韵珠寶)； | 95.42 | 29.48% | 產品交付後三天內付款；銀行轉賬 |
| 新疆國金皓耀珠寶及新疆國金晟世珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商，由獨立第三方共同控制 | 總部位於中國的珠寶、金屬製品及日用品零售商(新疆國金皓耀珠寶)；及總部位於中國的珠寶、手錶及日用品零售商(新疆國金晟世珠寶) | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2018年起(新疆國金皓耀珠寶)；自2022年起(新疆國金晟世珠寶) | 52.70 | 16.28% | 產品交付後三天內付款；銀行轉賬 |

| 客戶 | 與本集團的業務關係性質 | 背景及主要業務性質 | 所購買的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們收入的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 上海老鳳祥鐘錶 | ODM客戶 | 總部位於中國的珠寶及電子產品批發商及零售商。其母公司於上海證券交易所上市，於2025年5月31日的市值為人民幣215.9億元 | 銷售手錶及飾品以及維修及保養服務 | 自2017年起 | 25.92 | 8.00% | (i)自採購訂單日期起七個工作日內支付按金；(ii)自產品驗收日期起七個工作日內支付第一期付款；及(iii)於雙方確認就已完成訂單編製的審計文件之日起30個工作日內支付剩餘結餘；銀行轉賬 |
| 深圳市粵豪珠寶有限公司 | ODM客戶 | 總部位於中國的珠寶批發商及零售商 | 飾品加工服務 | 自2016年起 | 5.74 | 1.77% | 產品交付(就產品訂單而言)後三天內付款及核對上個月賬目(就分包服務訂單而言)起一個月內付款；銀行轉賬 |
| | | | | **總計：** | **295.67** | **91.34%** | |

***2023財年***

| 客戶 | 與本集團的業務關係性質 | 背景及主要業務性質 | 所購買的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們收入的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 北京世紀緣珠寶及深圳金泓韵珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商及ODM客戶，由獨立第三方共同控制 | 見上文 | 銷售手錶及飾品、飾品加工服務及／或維修及保養服務(按OBM基準)；及受託加工服務(按ODM基準) | 自2022年起(北京世紀緣珠寶)；自2020年起(深圳金泓韵珠寶) | 143.83 | 32.29% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 深圳市信諾珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 見上文 | 銷售手錶及飾品、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2017年起 | 141.22 | 31.70% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 新疆國金晟世珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 見上文 | 銷售手錶及飾品、飾品加工服務及維修及保養服務 | 自2022年起 | 93.14 | 20.90% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 上海老鳳祥鐘錶 | ODM客戶 | 總部位於中國的珠寶及電子產品批發商及零售商。其母公司於上海證券交易所上市，截至2025年5月31日的市值為人民幣215.9億元 | 銷售手錶及飾品以及維修及保養服務 | 自2017年起 | 19.41 | 4.36% | (i)自採購訂單日期起七個工作日內支付按金；(ii)自產品驗收日期起七個工作日內支付第一期付款；及(iii)於雙方確認就已完成訂單編製的審計文件之日起30個工作日內支付剩餘結餘；銀行轉賬 |

| 客戶 | 與本集團的業務關係性質 | 背景及主要業務性質 | 所購買的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們收入的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 杭州莫尋科技有限公司及杭州思踐科技有限公司 | 第三方線上店舖運營商在第三方電子商務平台銷售我們的OBM產品，由獨立第三方共同控制 | 杭州莫尋科技有限公司及杭州思踐科技有限公司的註冊營業範圍涵蓋多個領域，其中包括(i)電視劇製作及發行(包括直播及其他社交媒體製作)、演出經紀及文化交流活動；(ii)提供技術服務；(iii)營銷、廣告及銷售多類產品，包括通訊設備、軟件、服裝、飾品、電子產品、化妝品、珠寶及日常消費品；(iv)提供會議及展覽服務；及(v)技術諮詢、開發及推廣。<br><br>根據彼等提供之資料，杭州莫尋科技有限公司主要從事手錶銷售以及相關銷售及營銷活動，而杭州思踐科技有限公司則主要從事各類消費品銷售以及相關銷售及營銷活動。有關彼等背景的詳情，請參閱「－與第三方線上店舖運營商的安排－下採購訂單時付款」。 | 銷售手錶及飾品以及維修及保養服務 | 自2023年起(杭州莫尋科技有限公司)；自2021年起(杭州思踐科技有限公司) | 8.16 | 1.83% | 核對上個月賬目起一個月內付款；銀行轉賬 |
| | | | | **總計：** | **405.76** | **91.08%** | |

***2024財年***

| 客戶 | 與本集團的業務關係性質 | 背景及主要業務性質 | 所購買的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們收入的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 北京世紀緣珠寶及深圳金泓韵珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商及ODM客戶，由獨立第三方共同控制 | 總部位於中國的珠寶批發商及零售商 | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務(按OBM基準)；及受託加工服務(按ODM基準) | 自2022年起(北京世紀緣珠寶)；自2020年起(深圳金泓韵珠寶) | 116.66 | 25.55% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 深圳市信諾珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 總部位於中國的珠寶批發商及零售商 | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2017年起 | 101.54 | 22.24% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 客戶A | ODM客戶 | 總部位於中國的各種消費品的批發商及零售商。客戶A的母公司於紐約證券交易所上市，於2025年5月31日的市值為7,898.5億美元 | 銷售手錶及珠寶 | 自2023年起 | 79.99 | 17.52% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 新疆國金晟世珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 見上文 | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2022年起 | 68.58 | 15.02% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 西安豐正隆珠寶有限公司 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 總部位於中國的珠寶批發商、零售商及回收與維修服務提供商 | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2023年起 | 31.62 | 6.93% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| | | | | **總計：** | **398.40** | **87.26%** | |

***2025年首五個月***

| 客戶 | 與本集團的業務關係性質 | 背景及主要業務性質 | 所購買的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們收入的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 客戶A | ODM客戶 | 見上文 | 銷售手錶及珠寶 | 自2023年起 | 103.28 | 44.71% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 深圳市信諾珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 見上文 | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2017年起 | 40.35 | 17.46% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 北京世紀緣珠寶及深圳金泓韵珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商及ODM客戶，由獨立第三方共同控制 | 見上文 | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務(按OBM基準)；及受託加工服務(按ODM基準) | 自2022年起(北京世紀緣珠寶)；自2020年起(深圳金泓韵珠寶) | 30.36 | 13.14% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 新疆國金晟世珠寶 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 見上文 | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2022年起 | 21.73 | 9.41% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| 西安豐正隆珠寶有限公司 | OBM業務模式下的一級經銷商 | 見上文 | 銷售手錶、飾品加工服務以及維修及保養服務 | 自2023年起 | 18.73 | 8.11% | 核對上個月賬目後，於出示發票起30日內付款；銀行轉賬 |
| | | | | **總計：** | **214.45** | **92.83%** | |

**客戶及供應商的重疊**

上海老鳳祥鐘錶是我們主要的ODM客戶之一，在2025年首五個月也同時是我們的供應商。我們向上海老鳳祥鐘錶採購了機芯，總金額約人民幣35,000元，佔我們2025年首五個月採購總額的0.02%。根據與上海老鳳祥鐘錶相關的ODM安排條款，我們需要使用其提供的機芯生產ODM手錶產品。因此，我們向上海老鳳祥鐘錶採購這些機芯進行加工，然後在2025年首五個月將裝有這些機芯的成品手錶出售給他們。該等銷售產生的收入為人民幣0.28百萬元，佔我們2025年首五個月總收入的0.12%。我們從該等銷售中錄得毛利人民幣0.11百萬元，佔我們2025年首五個月總毛利的0.23%。

深圳市粵豪珠寶有限公司為我們的ODM客戶之一，亦為我們於2022財年、2023財年及2024財年的供應商。我們根據其他ODM客戶(即不包括深圳市粵豪珠寶有限公司)的規格向深圳市粵豪珠寶有限公司外包部分ODM飾品加工服務。於2022財年、2023財年及2024財年，我們向該客戶支付的外包費用分別為人民幣0.34百萬元、人民幣0.31百萬元及人民幣0.07百萬元，分別佔各期間採購總額的0.14%、0.07%及0.02%。我們在2025年首五個月並無向深圳市粵豪珠寶有限公司進行任何採購。

董事確認，我們向上述重疊客戶及供應商的銷售及採購乃(i)於計及相關時間的現行採購及銷售價格後經審慎考慮後訂立；(ii)於日常業務過程中按一般商業條款及公平基準進行；及(iii)按不遜於並非客戶及供應商的其他獨立第三方所提供的價格進行。據董事所深知，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的其他主要客戶概非我們的供應商，且我們的主要供應商概非我們的客戶。

**銷售及經銷**

**OBM銷售及經銷模式**

我們主要通過以下渠道銷售我們的OBM產品：(i)經銷，即我們直接向我們的一級經銷商銷售我們的OBM產品，而一級經銷商再轉售我們的OBM產品予其各自指定銷售區域內的次級經銷商及零售點；(ii)我們於電子商務平台上的自營線上店舖；(iii)於其在電商平台的線上店舖銷售我們產品的第三方線上店舖運營商；及(iv)零售店。於往績記錄期間，我們的HIPINE(西普尼)產品主要透過經銷銷售，而我們的GOLDBEAR(金熊)產品主要透過零售店舖銷售。

***經銷***

我們主要透過經銷業務模式下的一級經銷商銷售我們的OBM產品。我們認為，我們的一級經銷商透過其已建立的業務網絡、經銷經驗以及在各自市場的銷售據點對我們的銷售業績作出貢獻。根據我們與一級經銷商簽訂的經銷協議，我們與一級經銷商的商業關係嚴格來說是買方與賣方的交易。我們的一級經銷商購買我們的OBM產品，並以彼等自身的商業身份轉售該等產品，明確表示彼等並非我們的代理商或法定代表人。具體而言，根據經銷協議，我們的一級經銷商可在其指定的銷售區域內(i)直接在彼等經營的展示中心銷售我們的OBM產品；(ii)將我們的OBM產品出售予零售點運營商，以便進一步營銷及銷售予最終消費者；及(iii)進一步將我們的OBM產品分銷予次級經銷商。於往績記錄期間，我們已透過全國超過3,000個線下零售點的經銷商分銷OBM產品。我們通過一級經銷商銷售的OBM產品分別佔2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月總收入的79.1%、84.7%、69.0%及47.4%。

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們分別擁有三、四、五及五家一級經銷商。除我們的馬來西亞合作夥伴(於2024年11月獲委任之位於馬來西亞的一家一級經銷商)外，我們於往績記錄期間合作的所有一級經銷商均位於中國，且總部位於中國。於2025年5月31日，我們的大部分一級經銷商已與我們合作超過五年。我們專注於與一級經銷商建立長期合作夥伴關係，這是我們整體經銷網絡穩定性及可靠性的關鍵驅動力。

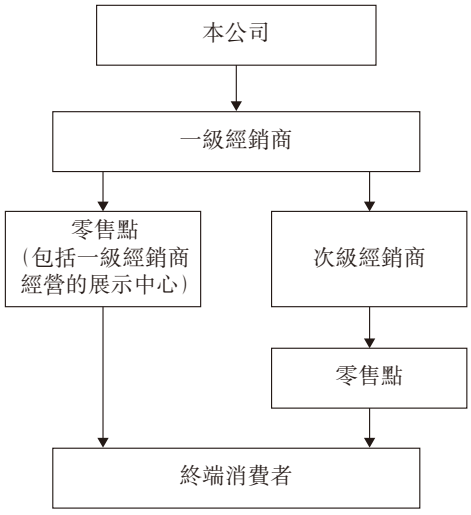
我們將一級經銷商分配至特定地區，以防止彼等之間自相蠶食及不當競爭。我們的銷售及營銷部門保存我們的一級經銷商所經營的展示中心及一級經銷商在指定區域內的經銷網絡的記錄，並據此調整我們的經銷策略及市場推廣工作，以盡量減少我們的一級經銷商之間的過度競爭。我們的重點是管理及支持我們的一級經銷商網絡，彼等負責透過其經銷網絡進一步擴大我們OBM產品的經銷。

我們認為，我們的經銷業務模式使我們能夠利用我們的一級經銷商的當地市場專業知識及網絡，將經銷網絡擴展至廣泛的地理區域。該策略使我們能夠有效地擴大我們的覆蓋範圍及市場，而不需要投入大量資金來建立及管理覆蓋範圍如此廣泛的零售網絡。相反，我們可將資源集中於我們擁有競爭優勢的領域，如研發、產品設計及開發以及品牌管理。根據灼識諮詢的資料，手錶及珠寶與飾品行業的品牌擁有人普遍採用此方法。

我們在經銷業務模式下向一級經銷商銷售的收入，於彼等收到我們的OBM產品時確認。對於我們以經銷業務向一級經銷商銷售的OBM產品，我們概不接受一級經銷商的任何產品退貨，除非雙方同意相關產品存在產品質量問題，並於產品交付後的指定期限(通常為三個工作日)內提出該問題。這一嚴格的政策排除了一級經銷商退回我們未售出的OBM產品存貨的可能性。由於我們在產品交付前實施嚴格的質量控制措施，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的經銷業務模式並無遇到任何產品退貨，亦無因質量或其他問題而召回任何產品。

有關我們與一級經銷商合作的主要條款、我們如何管理一級經銷商以及我們為避免渠道囤積及自相蠶食而採取的措施詳情，請參閱下文「－與一級經銷商的安排－管理一級經銷商」及「－與一級經銷商的安排－避免渠道囤積及自相蠶食的措施」。

下圖說明我們目前透過一級經銷商的經銷模式：



***通過自營線上店舖進行線上銷售***

我們透過電商平台(包括天貓、京東及抖音)自營店舖銷售部分OBM產品。該等線上銷售渠道使我們能夠直接向消費者銷售，多渠道覆蓋全國消費者。我們相信，通過上述線上渠道進行銷售將有助於加強我們的品牌形象、增加我們的市場份額及提升我們在互聯網用戶(我們相信該等用戶主要來自年輕一代)中的品牌知名度。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，透過自營線上店舖進行的OBM產品的線上銷售分別佔我們總收入的0.2%、2.3%、3.2%及3.2%。

***第三方經營的線上店舖***

我們亦通過淘寶、京東及抖音等電子商務平台上由第三方經營的線上店舖銷售我們的OBM產品。由於不同的電子商務平台通常有其獨特的要求及政策需要配合，因此我們與第三方線上店舖運營商合作的具體條款會有所不同。與第三方線上店舖運營商的銷售安排主要有兩種：(i)下採購訂單時付款，據此線上店舖運營商須支付預付款，不論所訂購產品最終是否在其線上店舖銷售；及(ii)消費銷售時付款，據此線上店舖運營商僅在其線上店舖成功銷售相關產品後才與我們結付款項。有關詳情，請參閱「－銷售及經銷－中國經銷網絡－線上店舖－第三方線上店舖運營商」及「－與第三方線上店舖運營商的安排」。

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，向／透過該等第三方線上店舖運營商所作的銷售額分別佔總收入的2.0%、2.1%、1.2%及0.4%。

***零售店***

我們可能不時從零售店舖收到主要為GOLDBEAR(金熊)產品的銷售訂單。有關詳情，請參閱「－銷售GOLDBEAR(金熊)產品」。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，向零售店舖所作的銷售額分別佔總收入的2.0%、1.3%、0.6%及0.3%。

***其他***

我們亦可能不時透過其他渠道銷售我們的OBM產品。例如，我們可在位於深圳的自營展示中心直接向消費者銷售。設立展示中心的目的為展示我們的OBM產品。

**中國經銷網絡**

***線下零售點***

於往績記錄期間，我們的OBM產品主要根據經銷業務模式通過中國廣泛的經銷網絡銷售。

於2025年5月31日，我們擁有五家一級經銷商及32家次級經銷商(根據一級經銷商提供的資料)。下表載列於2025年5月31日我們的一級經銷商及次級經銷商的營業地址位置明細：

| | 於中國的位置[2] | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 中國 | | |
| | 一線城市 | 二線城市 | 三線城市 | 其他城市 | 其他位置[3] | 總計 |
| 一級經銷商數目 | 2 | 2 | 0 | 0 | 1[3] | 5[3] |
| 次級經銷商數目[1] | 5 | 16 | 5 | 6 | 0 | 32 |
| 總計 | 7 | 18 | 5 | 6 | 1 | 37 |

**附註：*

(1) 由於我們並無根據我們的經銷業務模式就向一級經銷商作出的銷售與次級經銷商保持直接業務關係，上述明細乃根據一級經銷商向我們提供的次級經銷商營業地址編製。

(2) 上述明細乃根據中國政府於2024年11月公佈的中國城市級別分類而編製。

(3) 我們已委任馬來西亞合作夥伴為我們在馬來西亞分銷及零售HIPINE(西普尼)手錶產品(包括傳統手錶、智能手錶及手錶飾品如錶帶)的主要經銷商，自2024年11月起生效。詳情請參閱「－我們的業務策略－透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場」。馬來西亞合作夥伴位於馬來西亞。自其於2024年11月獲委任起及直至最後可行日期，我們的馬來西亞合作夥伴並無於馬來西亞委任任何次級經銷商，且主要透過其於馬來西亞經營的兩間零售店舖分銷我們的OBM產品。

如上表所示，我們大部分的一級經銷商及次級經銷商遍佈中國各級城市，包括北京及深圳等一線城市，西安、烏魯木齊及哈爾濱等二線城市，以及包頭、唐山及煙台等三線及其他城市。

我們的主要市場包括中國的南部、北部、西北及東北地區。

下列地圖說明我們在中國的經銷網絡覆蓋範圍以及於往績記錄期間所示各個省份經銷我們OBM產品的零售點數目*(附註1)*：

*附註：*

1. 上圖所示於往績記錄期間各地區根據經銷業務模式經銷OBM產品的零售點數目僅根據一級經銷商提供的資料編製。上文呈列的該數據僅供說明之用，原因為若干限制使我們無法獨立驗證其準確性：(i)我們並無根據我們的經銷業務模式就向一級經銷商的銷售與任何次級經銷商及零售點運營商(我們的一級經銷商及／或彼等的次級經銷商向其出售OBM產品)保持直接業務關係；及(ii)我們無法控制一級經銷商與次級經銷商／零售點運營商之間，或次級經銷商與零售點運營商之間的銷售條款。

2. 於2024年11月，我們與我們的馬來西亞合作夥伴訂立合作協議，委任其為我們於馬來西亞的一級經銷商，於馬來西亞分銷我們的OBM產品。於2025年5月31日，我們的馬來西亞合作夥伴已向其在馬來西亞經營的兩間零售店舖分銷我們的OBM產品。

展望未來，我們有意探索機會逐步擴大我們海外銷售及經銷足跡。例如，於2024年11月，我們與馬來西亞合作夥伴(其已獲委任為我們的一級經銷商)達成合作協議，在馬來西亞經銷我們的OBM產品，並將尋求在未來數年內進一步擴展到新加坡及中東。有關詳情，請參閱「－我們的業務策略－透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場」。

***線上店舖***

近年來，隨著電子商務在中國日益普及，我們相信線上銷售將能夠使我們的產品拓展至中國不同地區，並加深我們自主品牌及產品的市場滲透率。

*第三方線上店舖運營商*

自2021年起，我們已與多名第三方線上店舖運營商合作，以在第三方電子商務平台(包括淘寶、京東及抖音)銷售我們的OBM產品。所有該等第三方線上店舖運營商均為獨立第三方。

我們向第三方線上店舖運營商銷售我們的OBM產品，第三方線上店舖運營商透過其在電子商務平台上經營的線上店舖零售產品。由於不同的電子商務平台通常有其獨特的要求及政策需要配合，因此我們與各第三方線上店舖運營商合作的具體條款可能會有所不同。與第三方線上店舖運營商的銷售安排主要有兩種：(i)下採購訂單時付款，據此線上店舖運營商須支付預付款，不論所訂購產品最終是否在其線上店舖銷售，且我們於向線上店舖運營商交付產品後確認收入；及(ii)消費銷售時付款，據此線上店舖運營商僅在其線上店舖成功銷售相關產品後才與我們結付款項。就這兩種情況而言，我們直接向第三方線上店舖運營商收取銷售所得款項；另外，我們也負責將產品交付予他們，其後他們再安排將產品最終交付予其客戶。

有關我們與第三方線上店舖運營商的安排詳情，請參閱「－與第三方線上店舖運營商的安排」。

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，向／透過該等第三方線上店舖運營商的銷售額分別為人民幣6.46百萬元、人民幣9.65百萬元、人民幣5.27百萬元及人民幣0.89百萬元，分別佔我們總收入的2.00%、2.17%、1.15%及0.39%，其中(i)根據下採購訂單時付款安排向第三方線上店舖運營商的銷售額分別為人民幣6.46百萬元、人民幣9.48百萬元、人民幣4.10百萬

元及人民幣0.48百萬元，分別佔我們總收入的2.00%、2.10%、0.90%及0.22%；及(ii)根據消費銷售時付款安排透過第三方線上店舖運營商的銷售額分別為零、人民幣0.17百萬元、人民幣1.17百萬元及人民幣0.41百萬元，分別佔我們總收入的零、0.04%、0.26%及 0.18%。

*自營線上店舖*

我們透過網上零售市場積極尋求及拓闊我們的線上銷售能力。我們於第三方電子商務平台(如京東、天貓及抖音)上經營自營線上店舖，通過該等店舖展示及提供自主品牌手錶的產品信息，並直接在線上向終端消費者銷售產品。當客戶在我們的自營線上店舖下達訂單時，彼等會先向與電商平台相關的線上支付平台支付購買款項。該線上支付平台作為客戶與我們之間的中介。

客戶的付款一經確認，我們將安排將訂購的產品交付予客戶。根據我們經營線上店舖的第三方電子商務平台的銷售政策，透過該等渠道購買我們產品的客戶有權在收到商品後七日內退貨，而無需提供任何具體理由。七天退貨期屆滿後，客戶的付款(扣除相關電商平台及上述線上支付平台的服務費後)將轉入我們在線上支付平台的賬戶。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們於上述七天退貨期屆滿後並無就透過我們自營線上店舖銷售的產品錄得任何重大退貨事件。

自營線上店舖使我們能夠以相對較低的成本展示我們的產品，管理品牌展示，並為我們的線上客戶提供無縫的購買體驗。同時，線上結算代理可方便安全地處理付款，確保交易流程順暢。

我們的中國法律顧問認為，根據相關中國法律法規，除營業執照外，本集團於第三方電商平台透過該等自營線上店舖進行線上銷售毋須特定的許可證、批准或登記。

於2025年5月31日，我們於自營線上店舖銷售的主要OBM產品之零售價約介乎人民幣1,999元至人民幣57,699元。影響我們於自營線上店舖銷售的OBM產品定價的主要因素包括(其中包括)產品之出廠價、我們的品牌定位、競爭態勢、目標利潤率及各線上平台上類似產品的現行市場價格。

## 按銷售渠道劃分的收入明細

以下載列我們於往績記錄期間按銷售渠道於OBM業務模式項下產生的收入明細：

| 銷售渠道 | 背景及主要業務性質 | 成立年份 | 註冊資本／已發行股本(如適用) | 指定銷售區域 | 我們OBM業務模式下產生的收入[1] | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
| | | | | | *人民幣千元* | % | *人民幣千元* | % | *人民幣千元* | % | *人民幣千元*<br>(未經審核) | % | *人民幣千元* | % |
| **經銷[2]** | | | | | | | | | | | | | | |
| 深圳市信諾珠寶 | 總部位於中國的珠寶批發商及零售商 | 2007年 | 人民幣10百萬元 | 華東、華南、華北(僅限內蒙古)、中國西南及中國東北(僅限黑龍江及遼寧)[3] | 115,872 | 42.95 | 141,219 | 35.05 | 101,539 | 30.07 | 39,983 | 27.52 | 40,346 | 34.07 |
| 北京世紀通源珠寶首飾及北京世紀緣珠寶[4] | 總部位於中國的珠寶批發商及零售商 | 2018年(2022年註銷)(北京世紀通源珠寶首飾) | 各人民幣6百萬元 | 中國東北、華北(北京、天津、河北、內蒙古東部)及華東(僅山東)[4] | | | | | | | | | | |
| | | 2021年(北京世紀緣珠寶) | | | 87,377 | 32.39 | 138,574 | 34.40 | 113,410 | 33.58 | 57,646 | 39.67 | 27,879 | 23.54 |
| 新疆國金皓耀珠寶及新疆國金晟世珠寶[5] | 總部位於中國的珠寶、金屬製品及日用品零售商(新疆國金皓耀珠寶)；及總部位於中國的珠寶、手錶及日用品零售商(新疆國金晟世珠寶) | 2017年(新疆國金皓耀珠寶) | 人民幣5百萬元(新疆國金皓耀珠寶) | 中國西北 | | | | | | | | | | |
| | | 2021年(新疆國金晟世珠寶) | 人民幣5百萬元(新疆國金晟世珠寶) | | 52,703 | 19.54 | 93,137 | 23.12 | 68,585 | 20.31 | 27,873 | 19.18 | 21,734 | 18.35 |
| 西安豐正隆珠寶有限公司[6] | 總部位於中國的珠寶批發商、零售商及回收與維修服務提供商 | 2019年 | 人民幣5百萬元 | 華北(僅山西)及中國西北(僅寧夏、甘肅、青海及陝西) | – | 0.00 | 4,343 | 1.08 | 31,624 | 9.36 | 9,220 | 6.34 | 18,729 | 15.82 |
| Kedai Emas Tian Si Sdn Bhd[7] | 馬來西亞黃金、鑽石首飾及金條批發與零售商 | 2003年 | 350,000馬來西亞令吉 | 馬來西亞 | – | 0.00 | – | 0.00 | – | 0.00 | – | 0.00 | 912 | 0.78 |
| *小計：* | | | | | 255,952 | 94.88 | 377,273 | 93.65 | 315,158 | 93.32 | 134,722 | 92.71 | 109,601 | 92.55 |
| **零售店舖** | | | | | 6,623 | 2.46 | 5,890 | 1.45 | 2,915 | 0.86 | 1,150 | 0.79 | 583 | 0.49 |
| **第三方營運的線上店舖** | | | | | 6,458 | 2.39 | 9,650 | 2.40 | 5,265 | 1.56 | 3,506 | 2.41 | 891 | 0.75 |
| **自營線上店舖** | | | | | 732 | 0.27 | 10,061 | 2.50 | 14,391 | 4.26 | 5,934 | 4.08 | 7,344 | 6.20 |
| **總計** | | | | | **269,765** | **100.00** | **402,874** | **100.00** | **337,729** | **100.00** | **145,312** | **100.00** | **118,419** | **100.00** |

*附註：*

(1) 為免生疑問，此項包括於OBM業務模式下產生的所有收入。有關我們銷售OBM產品的銷售渠道(包括線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖)詳情，請參閱「－銷售及經銷」。

(2) 我們將中國的地理區域界定如下：

華北：北京、天津、河北、山西及內蒙古

華東：山東、江蘇、安徽、上海、浙江、江西、台灣及福建

華中：河南、湖北及湖南

華南：廣東、廣西及海南

中國西北：新疆、寧夏、甘肅、青海及陝西

中國東北：黑龍江、吉林及遼寧

中國西南：雲南、四川、西藏、貴州及重慶

上述分類僅供本招股章程說明之用。

(3) 於續訂與我們訂立的框架協議時調整我們與深圳市信諾珠寶的合作條款後，自2023年1月1日起，其不再負責中國西南、中國東北(僅黑龍江及遼寧)及內蒙古東部的銷售區域，但持續負責內蒙古的中西部的銷售區域。

(4) 北京世紀通源珠寶首飾與北京世紀緣珠寶由同一獨立第三方共同控制。根據我們、北京世紀通源珠寶首飾及北京世紀緣珠寶的共識，我們終止北京世紀通源珠寶首飾的委任，並委任北京世紀緣珠寶為我們的一級經銷商，自2022年2月起生效。

於續訂與我們訂立的框架協議時調整我們與北京世紀緣珠寶的合作條款後，自2023年1月1日起，其不再負責華東(僅山東)銷售區域，但獲指派負責內蒙古東部的銷售區域。

(5) 新疆國金皓耀珠寶及新疆國金晟世珠寶由同一獨立第三方共同控制。根據該獨立第三方提供之資料，新疆國金皓耀珠寶所經營業務已於2022財年轉讓予新疆國金晟世珠寶。在此基礎上，根據我們與該獨立第三方達成的共識，我們終止新疆國金皓耀珠寶的委任，並委任新疆國金晟世珠寶為我們的一級經銷商，自2022年7月1日起生效。

(6) 西安豐正隆珠寶有限公司獲委任為我們的一級經銷商，自2023年11月1日生效。

(7) 我們已委任馬來西亞合作夥伴為我們在馬來西亞分銷及零售HIPINE(西普尼)手錶產品(包括傳統手錶、智能手錶及手錶飾品如錶帶)的主要經銷商，自2024年11月起生效。詳情請參閱「－我們的業務策略－透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場」。自其於2024年11月獲委任起及直至最後可行日期，我們的馬來西亞合作夥伴並無於馬來西亞委任任何次級經銷商，且僅透過其於馬來西亞經營的兩間零售店舖銷售我們的OBM產品。

據本公司董事所盡悉及所知，(i)就我們位於中國的一級經銷商而言，本公司於往績記錄期間透過(a)就西安豐正隆珠寶有限公司而言，於2023年年初由一名業界同行介紹；或(b)就該等其餘一級經銷商而言，李永忠先生於2007年或前後參加業界活動，於有關時間結識本集團該等一級經銷商各自的最終實益擁有人；(ii)就我們的馬來西亞合作夥伴而言，本公司於2023年下半年透過業內同行在行業活動中的介紹而結識；及(iii)本集團於往績記錄期間的一級經銷商及其各最終實益擁有人均為獨立第三方。

**與一級經銷商的安排**

根據我們的OBM業務模式，我們通常會與各一級經銷商訂立經銷框架協議，當中訂明彼等獲委聘為我們的一級經銷商的條款，以及規管彼等據此在協議期限內向我們下達的每份訂單的一般條款。

我們與一級經銷商就經銷我們的OBM產品訂立的現有經銷框架協議一般包括以下主要條款：

- ***期限：***框架協議的期限通常為五年，到期前兩個月內可選擇續約。

- ***地理區域：***各一級經銷商受聘於指定的地理區域內專門處理我們OBM產品的銷售及推廣，以盡量減少出現競爭的可能性。

- ***展示中心：***各一級經銷商須在其指定的地理區域內設立一個實體展示中心，以展示我們的OBM產品，並分配所需數量的員工來經營該展示中心。

- ***一級經銷商的主要責任：***我們的一級經銷商獲准於其指定的地理區域內透過下列渠道銷售我們的OBM產品，包括(i)於彼等營運的展示中心直接銷售我們的OBM產品；(ii)將我們的OBM產品售予零售點運營商，其後進行市場推廣及售予終端消費者；及(iii)進一步經銷我們的OBM產品予次級經銷商供其轉售。重點是，彼等必須以我們一級經銷商的身份並以自身的名義銷售我們的OBM產品，而不能以我們的代理商或代表的身份代我們進行銷售。一級經銷商須對其營運的展示中心的盈利能力及對其指定區域內任何次級經銷商或零售點運營商的銷售情況負全責。

一級經銷商亦負責在其指定區域內招募及發展次級經銷商網絡。彼等將向該等次級經銷商供應我們的OBM產品，並協助彼等落實產品銷售及品牌推廣活動。一級經銷商須向我們提供其次級經銷商的資料。

此外，一級經銷商必須與我們合作，完成其區域內的營運管理、培訓、監督、品牌推廣及相關服務工作。此包括(i)維護其展示中心，包括但不限於店面形象、陳列裝置、廣告材料及促銷活動，確保我們專屬產品的品牌呈現一致、全面及標準化；及(ii)監督次級經銷商的營運。

- ***排他性：***我們嚴格禁止一級經銷商(i)銷售、(ii)推廣、(iii)分銷、或(iv)在其指定區域內所經營的展示中心展示或存儲任何並非由我們提供的黃金錶殼手錶或黃金錶圈手錶產品或任何可能與我們的自主品牌或OBM產品競爭的產品。

- ***訂單下達：***在框架協議期限內，我們的一級經銷商應以向我們發送訂單的方式下達訂單。一級經銷商可向我們下達訂單以(其中包括)購買我們的OBM產品，於此情況下，我們將負責採購相關原材料，並按協定批發價向其供應成品。

- ***購買數量：***我們不會對一級經銷商施加最低採購量的要求。相反，彼等獲准根據自己的市場評估及銷售預測下達訂單，這有助於經銷商的營運與各自區域的實際市場需求保持一致。

  然而，框架協議通常訂有一級經銷商的年度銷售目標。倘未能達到年度銷售目標，我們保留終止彼等獲委聘為一級經銷商或調整一級經銷的地理區域的權利。

- ***定價：***每份訂單的條款包括我們就我們OBM產品及加工服務向一級經銷商收取的定價應根據每份訂單單獨協定。

  我們不會強制一級經銷商或其次級經銷商就銷售我們的OBM產品制定最終零售價格。因此，一級經銷商可靈活釐定其當地市場的適當零售價。此靈活性使經銷商能夠根據當地市場狀況及競爭勢頭調整其定價策略。

- ***付款條款：***訂單及賬目一般按月對賬，我們的一級經銷商一般須在對賬後30天內結清付款。

- ***運輸及交付：***產品交付日期以我們與一級經銷商就相關訂單所達成的協議為準，一般而言，產品可由我們運送到一級經銷商的指定地點，或由一級經銷商從我們的場所領取。應一級經銷商的要求，產品亦可通過快遞運送，於此情況下，一級經銷商將承擔運輸及保險費用。

- ***交付驗收：***一級經銷商必須在產品交付後檢查產品，包括其規格及數量，並向我們簽署交付確認書。倘我們的產品與訂購數量不符或存在缺陷，我們的一級經銷商須在交付的三個工作日內書面通知我們，否則將被視為已驗收我們所交付的產品。倘我們認同存在產品質量問題，一級經銷商應在我們作出回應的三個工作日內，按照協議中規定的包裝及運輸要求將相關產品退還予我們。我們不接受一級經銷商在任何其他情況下的退貨。

- ***產品保修：***就一級經銷商而言，我們一般對交付的產品提供2年的保修期，從交付驗收日期起計。於保修期內，對於因產品質量問題而造成的故障，我們將免費提供維修服務。對於非質量問題造成的故障，我們將按報價提供有償維修服務。於保修期屆滿後，我們有權根據故障情況及配件供應情況，決定是否提供有償維修服務。

- ***銷售計劃：***每曆年年底，我們的一級經銷商將制定下一年的綜合銷售計劃，並由我們審核及批准。除年度計劃外，一級經銷商將於每月月底前向我們提交下個月的銷售計劃及採購計劃。我們認為相關計劃使我們能夠及時了解一級經銷商每個曆年的預期銷售活動及庫存管理策略，並讓我們了解其相對長期的目標銷售活動及目標。

- ***品牌誠信：***為維護我們品牌形象的誠信，一級經銷商在其指定區域內擬開展的任何市場活動的所有相關材料，包括活動計劃、提案及宣傳材料，於執行或分銷前必須提交予我們審核及批准。此外，一級經銷商須確保於該等活動中傳達的任何產品聲明或定位與我們自己有關產品的聲明及陳述完全一致。我們的一級經銷商亦不得進行任何可能損害我們自主品牌的行為。

- ***信息報告：***我們的一級經銷商需要定期向我們提供各種書面報告。此包括銷售及技術人員的工作及培訓、營銷及促銷詳情，以及有關市場競爭、競爭對手表現、消費者需求趨勢及當地市場任何重大變化的及時數據及分析的報告。我們的一級經銷商亦須促使其指定地理區域內的次級經銷商向其報告上述情況。該全面報告框架有助於確保我們充分了解一級經銷商指定銷售區域內的實際動態，使我們能夠制定策略決策並向彼等提供適當的支援。

- ***產品投訴：***我們的一級經銷商負責處理其指定區域內與我們的OBM產品相關的任何客戶投訴(無論產品是在何處購買)，並及時向我們報告投訴的詳情。

- ***商標及其他IP權利的使用：***我們授權我們的一級經銷商僅就履行我們之間在協議期限內訂立的協議的目的而使用我們的相關商標或知識產權。我們的一級經銷商須遵守與在已印刷材料或產品包裝材料中使用我們的IP相關的所有條款，並禁止採取任何可能損害我們IP權利的行為。

- ***反賄賂：***我們的一級經銷商不得向我們的人員提供與我們之間訂立的協議項下擬進行的業務有關的任何禮品、回扣、佣金或其他福利。違規者將被處以罰款。

- ***終止：***倘一級經銷商違反協議(例如在其經營的展示中心上未經授權銷售、展示或儲存我們供應的產品以外的產品、未經授權更改我們的商標、侵犯我們的商業機密、對我們的品牌及聲譽造成損害、未經我們事先同意轉讓其於協議項下的權利及義務或進行不合規行為)且無法採取令我們滿意的整改行動，我們可單方面終止協議。在此情況下，我們有權要求一級經銷商向我們支付相當於協議期限內訂購產品總價值30%的違約金，並賠償我們因其違約而遭受的任何損失。

於最後可行日期，我們並不知悉任何我們的一級經銷商嚴重違反經銷框架協議的情況。

於往績記錄期間，一名一級經銷商亦委聘我們以ODM基準為其產品提供受託加工服務。就此而言，其已以ODM客戶身份與我們訂立受託加工服務框架協議。有關我們與ODM客戶訂立的現有框架協議的主要條款詳情，請參閱「－與ODM客戶的安排」。

**一級經銷商的選擇及監控**

為維護我們自主品牌的形象及聲譽，我們在選擇一級經銷商時精挑細選。我們根據若干標準對彼等進行評估，包括彼等在手錶及珠寶與飾品行業的銷售及經銷經驗、其市場覆蓋率及與其指定銷售區域的聯繫、經營規模，以及其業務團隊的實力、管理能力及服務質量。

我們的銷售及營銷部門透過各種方式密切監控一級經銷商的表現。該等包括對其展示中心進行特別監視，以確保遵守我們的定價、推銷及展示政策。我們亦定期審查彼等提交的銷售及庫存報告，以追蹤及分析彼等的銷售表現。此外，我們評估彼等的營運策略(例如廣告計劃及產品組合)，並可能提供建議以幫助增加我們的OBM產品的銷量(例如建議更改產品展示)。

有關詳情，請參閱「－向一級經銷商提供的支持」、「－管理一級經銷商」及「－一級經銷商的市場營銷活動」。

**我們的一級經銷商及次級經銷商的營業額**

於往績記錄期間，我們的一級經銷商及根據經銷業務模式向其出售OBM產品的次級經銷商數目保持相對穩定。下表載列我們的一級經銷商及其次級經銷商於往績記錄期間的營業額：

| | 2022財年 | 2023財年 | 2024財年 | 2025年首五個月 |
|---|---|---|---|---|
| **一級經銷商數量***(附註1)* | | | | |
| －總計(於相關期間末) | 3 | 4 | 5 | 5 |
| －獲委任 | 2 | 1 | 1 | 0 |
| －已終止 | 2 | 0 | 0 | 0 |
| **次級經銷商數量***(附註2)* | | | | |
| －總計(於相關期間末) | 31 | 31 | 32 | 32 |
| －獲委任 | 4 | 3 | 8 | 1 |
| －已終止 | 2 | 3 | 7 | 1 |
| **一級經銷商及次級經銷商總數量***(附註2)* | | | | |
| －總計(於相關期間末) | 34 | 35 | 37 | 36 |
| －獲委任 | 6 | 4 | 8 | 1 |
| －已終止 | 4 | 3 | 7 | 1 |

*附註：*

(1) 於2022財年，由於以下原因，我們終止當時兩家一級經銷商的委任，即北京世紀通源珠寶首飾及新疆國金皓耀珠寶，並委任兩家新的一級經銷商，即北京世紀緣珠寶及新疆國金晟世珠寶：

(i) 北京世紀通源珠寶首飾與北京世紀緣珠寶由同一獨立第三方共同控制。根據我們、北京世紀通源珠寶首飾及北京世紀緣珠寶的共識，我們終止北京世紀通源珠寶首飾的委任，並委任北京世紀緣珠寶為我們的一級經銷商，自2022年2月起生效；及

(ii) 新疆國金皓耀珠寶及新疆國金晟世珠寶由同一獨立第三方共同控制。根據該獨立第三方提供之資料，新疆國金皓耀珠寶所經營業務已於2022財年轉讓予新疆國金晟世珠寶。在此基礎上，根據我們與該獨立第三方達成的共識，我們終止新疆國金皓耀珠寶的委任，並委任新疆國金晟世珠寶為我們的一級經銷商，自2022年7月1日起生效。

於2023財年，西安豐正隆珠寶有限公司獲委任為我們的一級經銷商，自2023年11月1日生效。

於2024財年，我們已委任馬來西亞合作夥伴為我們在馬來西亞分銷及零售HIPINE(西普尼)手錶產品(包括傳統手錶、智能手錶及手錶飾品如錶帶)的主要經銷商，自2024年11月起生效。詳情請參閱「－我們的業務策略－透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場」。自其於2024年11月獲委任起及直至最後可行日期，我們的馬來西亞合作夥伴並無於馬來西亞委任任何次級經銷商，且僅透過其於馬來西亞經營的兩間零售店舖銷售我們的OBM產品。

(2) 我們的一級經銷商向我們提供的於相關日期或相關期間獲委聘／已終止委聘的次級經銷商數量。僅根據我們的一級經銷商提供的資料，於往績記錄期間委任及終止次級經銷商的原因如下：

- ***委任：***於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，分別有四名、三名、八名及一名新的次級經銷商獲委任，此前彼等向我們的一級經銷商征詢，尋求透過加入下級經銷網絡進行合作；及

- ***終止：***(i)兩名次級經銷商於2022財年遭終止合作，主要是由於兩名現有次級經銷商進行合併，以及一名次級經銷商擬將業務重心轉移至零售業務，因此終止了與該次級經銷商的合作；(ii)三名次級經銷商於2023財年遭終止合作，主要是由於彼等調整其業務模式，並決定退出手錶經銷業務；(iii)七名次級經銷商於2024財年遭終止合作，主要原因是彼等調整其業務模式，並決定退出手錶經銷業務，或彼等減少採購量，轉而與我們的一級經銷商建立零售合作關係；及(iv)一名次級經銷商於2025年首五個月遭終止合作，主要原因是其業務重心已轉向其他產品類別。

**向一級經銷商提供的支持**

為支持我們的一級經銷商在其指定區域內建立及運營經銷網絡，我們在各個方面提供必要的協助及指導：

- *策略規劃及執行：*我們協助一級經銷商進行市場調研、選址以及展示中心位置的整體展示中心設計及裝飾。此舉確保經銷商的展示中心具有戰略定位並與我們的品牌形象保持一致。

- *日常運營及持續改進：*我們的銷售及營銷部門為一級經銷商運營的展示中心提供一致的支持服務，包括營銷、品牌推廣及培訓。

- *開設新展示中心：*利用我們的資源及經驗，我們協助經銷商進行選址分析及業務規劃，確保其展示中心處於戰略位置。對於特定類型的展示中心，我們提供標準化的設計、裝飾及產品展示解決方案，以確保品牌的一致性及視覺吸引力。

- *能力發展：*我們開發了一套全面的培訓系統，以提高一級經銷商、其展示中心經理及一線員工的運營、服務及銷售能力。此包括為新開設的展示中心位置提供系統指導的專門培訓。

**管理一級經銷商**

我們的目標是幫助一級經銷商使其運營符合我們的要求。我們為彼等提供運營標準、政策及詳細的手冊，以促進經銷商進行統一的展示中心管理及優質的產品／服務交付。該等材料涵蓋(其中包括)描述我們OBM產品的賣點、黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的基本知識、黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的日常使用及保養、產品陳列技巧及促銷技巧。

此外，我們會派員工到一級經銷商經營的展示中心進行實地考察，檢查其運營及服務是否符合我們的標準，並向一級經銷商提出改進建議。於往績記錄期間，每個展示中心通常每年至少進行一次此類實地考察。於實地考察一級經銷商期間，我們對其展示中心的多個主要營運範疇進行檢查及評估，其中包括(i)銷售表現及效率，我們分析銷售進度及銷售目標達成率，以及整體銷售規模及一級經銷商於其展示中心採納的定價政策；(ii)產品管理，涵蓋其產品供應的分類及組成；(iii)存貨管理，涵蓋存貨週轉率及存貨效率；(iv)團隊管理慣例，重點關注一級經銷商的執行力、防損措施及其銷售團隊的整體管理；(v)推廣管理，強調品牌推廣力度及新產品推出的成效；及(vi)質量維護及市場影響力，涵蓋一級經銷商維持的整體質量標準及其維護品牌聲譽及客戶滿意度的能力。每次實地考察後，我們將編製一份工作報告，記錄員工於實地考察期間的觀察結果，並提交予我們的銷售及市場部管理層作進一步分析。

**一級經銷商的市場營銷活動**

我們負責與一級經銷商合作，規劃及協調所有地區性的營銷活動。在開展任何營銷活動之前，我們的一級經銷商須提交其促銷計劃供我們審閱及批准，計劃由我們進行評估，確保其與我們的策略營銷目標一致。一級經銷商必須嚴格遵守獲批准的內容，並負責自身營銷活動的所有相關費用。

我們建立了標準化的展示中心設計及視覺識別系統，以在整個經銷網絡中保持一致的品牌形象。我們的一級經銷商須遵守該等設計指引，並在開始對任何新展示中心進行裝修工程之前獲得我們的批准。

此外，我們集中供應一級經銷商所運營的展示中心位置使用的所有材料，包括固定裝置、包裝、促銷品及禮品。此舉令我們能夠保持對品牌展示及運營標準的控制。

**避免渠道囤積及自相蠶食的措施**

***避免渠道囤積的措施***

我們已制定及實施多種措施，以避免渠道囤積，其中包括：

- *買賣關係*：我們與一級經銷商之間的商業關係為買方與賣方的關係。除非產品存在缺陷，否則我們一般不接受退貨，以確保一級經銷商無法強迫我們接受未售出的產品。此外，由於我們直接向一級經銷商銷售OBM產品，因此在經銷協議終止的情況下，我們不會就我們的一級經銷商未售出的手錶存貨退款。

  對於我們在經銷業務模式下向一級經銷商的銷售，我們與任何次級經銷商及零售點運營商(我們的一級經銷商及／或彼等的次級經銷商向其出售我們的OBM產品)並無保持直接業務關係。

- *存貨監控：*於往績記錄期間，我們一般每年至少對一級經銷商經營的展示中心進行一次實地考察。該等實地考察包括檢查一級經銷商的存貨管理慣例，涵蓋存貨週轉率及存貨效率。我們於需要時要求我們的一級經銷商提供有關其庫存水平的資料，以便我們進行監控。例如，於往績記錄期間，我們要求各一級經銷商每年提交根據一級經銷商進行的盤點編製的存貨報告，當中載列我們OBM產品各SKU於各曆年末的存貨水平。我們認為，該等報告可使我們能夠追蹤並分析一級經銷商的存貨水平。根據該等報告，我們的一級經銷商於2022年、2023年及2024年12月31日的OBM手錶存貨結餘分別約為9,000隻、7,000隻及7,000隻。

我們認為，主要基於以下原因，該等存貨結餘在經營上屬合理，且對我們的整體財務狀況及銷售表現並無重大影響。於往績記錄期間，存貨並無出現重大波動或撇銷，確認一級經銷商所持有的OBM手錶存貨水平一直維持在與實際市場需求相稱的可持續水平：

- *並無過量庫存積壓：*在整個往績記錄期間，一級經銷商持有的OBM手錶年終庫存餘額維持在7,000至9,000隻的狹窄範圍內，並無出現可能表明人為需求或渠道填充的異常庫存積壓跡象；

- *存貨與銷售比率：*於2022年、2023年及2024年12月31日，一級經銷商持有的OBM手錶年終存貨(分別約為9,000隻、7,000隻及7,000隻)與我們向一級經銷商銷售的OBM手錶年銷售量(分別為123,373隻、162,543隻及149,273隻)的比率分別為7.33%、4.52%及4.84%，顯示一級經銷商的存貨水平分別低於0.88、0.54及0.58個月的等值銷售量；

- *無產品退貨*：我們嚴格的無退貨政策(分銷協議規定的短暫期限內報告的缺陷除外)以及往績記錄期間內無任何產品退貨，表明一級經銷商未因需要處理未售出的庫存而承受負擔；及

- *庫存監控：*通過年度現場檢查及強制性存貨報告，我們核實了一級經銷商持有的OBM手錶存貨水平得到妥善管理，並無過量積壓。多家一級經銷商多年來的報告數據一致，證明了該等控制措施的可靠性；

  此外，我們概不接受一級經銷商的任何產品退貨，除非雙方同意相關產品存在產品質量問題，並於產品交付後的指定期限(通常為三個工作日)內提出該問題。這一嚴格的政策排除了一級經銷商退回我們未售出的OBM產品存貨的可能性。由於我們在產品交付前實施嚴格的質量控制措施，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的經銷業務模式並無遇到任何產品退貨，亦無因質量或其他問題而召回任何產品。

- *無最低採購要求：*由於我們不對一級經銷商設定最低採購要求，因此彼等通常會根據其需求下訂單，並有動力維持審慎的存貨水平，以避免庫存過多及報廢。

- *定期視察展示中心：*我們對一級經銷商運營的展示中心進行實地考察，監督展示中心的運營及管理。此外，我們的銷售及市場營銷部門與一級經銷商保持緊密聯繫，深入了解彼等的業務運營情況。

*年度銷售目標*

如上文「－與一級經銷商的安排－採購數量」所披露，根據分銷框架協議，我們向一級經銷商設定年度銷售目標。各一級經銷商的年度銷售目標通過合作過程確定，該過程考慮經銷商在指定地區的過往表現及預測市場需求。該目標設定方法旨在使商業預期與實際市場情況保持一致，同時支持可持續增長。該過程首先分析一級經銷商的過往銷售表現，包括實際銷量、存貨周轉率及我們產品於過往期間的市場反應。該等過往數據為評估一級經銷商的執行能力及其所在地區的潛在需求動態提供基準。我們亦評估可能影響未來需求的前瞻性市場因素，例如(i)一級經銷商指定地區的宏觀經濟趨勢及消費者購買力；(ii)當地競爭動態及市場滲透潛力；(iii)計劃推出的產品、市場營銷措施及宣傳活動；及(iv)指定經銷商就觀察到的趨勢及新機遇提供的意見。然後，我們與各一級經銷商協商，制定年度銷售目標，確保該等目標既反映我們的增長目標，又反映一級經銷商的經營能力。最終商定的目標在考慮一級經銷商的市場專業知識及在必要時擴大零售覆蓋範圍的能力後，以可實現的方式制定。為保持靈活性，我們定期根據目標審查銷售業績，並在市場條件發生重大變化時調整預期。該方法可確保目標保持相關性，不會無意中鼓勵短期庫存失衡。

如上文所述，對一級經銷商施加的年度銷售目標旨在作為績效基準，以確保與市場需求保持一致，並更好地確保績效問責，而非強迫過量訂購。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們從未因任何一級經銷商未能達到施加的年度銷售目標而執行該條款並終止其委任。儘管如此，我們承認該等措施可能會無意中刺激一級經銷商為了履行合同義務而過量訂購存貨，從而可能導致渠道囤積。然而，我們已實施一系列全面的保障措施，以大幅降低此風險，並幫助確保一級經銷商的採購模式與真正的市場需求保持一致。例如，誠如上文所披露：

- 我們的業務模式旨在最大限度地降低人為積存庫存的風險。值得注意的是，由於並無最低採購要求，經銷商可以根據實際銷售預測而非強制配額訂購產品，從而消除了渠道囤積的常見驅動因素；

- 由於我們實施嚴格的不退貨政策，一級經銷商在經濟上虛報訂單的動機，因為未售出的存貨將由彼等承擔。該政策一直嚴格執行，於往績記錄期間及截至最後可行日期，除經銷協議期間內報告的缺陷外，我們未接受任何產品退貨；及

- 我們通過年度現場檢查及強制性SKU級報告，積極監督一級經銷商的存貨水平。歷史數據表明，存貨水平穩定，並無異常囤積的跡象。我們認為，這種一致性表明一級經銷商根據實際需求而非合同壓力謹慎管理存貨。

儘管我們的經銷協議保留了對未達到協議銷售目標的一級經銷商終止合作關係的權利，但我們不會施加財務處罰、追溯性追回回扣或其他懲罰性措施，以免刺激人為地抬高訂單量。這種平衡的做法確保了一級經銷商不會為了滿足合同義務而被迫採取不可持續的採購做法。我們與一級經銷商的關係建立在長期合作及共同成功的基礎上。因此，我們通常不會因一級經銷商的個別或短期業績未達標而倉促終止合作。相反，我們會與一級經銷商保持持續溝通，監察銷售業績，以便主動識別挑戰，並共同解決市場狀況、營運限制或產品需求等相關問題。

於一級經銷商未能達成該等銷售目標時，我們會進行建設性討論，以評估及了解未能達成目標的根本原因，並確定解決該等根本原因的方法，從而提升我們的業務表現及經銷網絡的效能與效率。此外，在釐定未來銷售目標時，我們亦會考慮該等討論結果，以確保相關目標現實可行並符合實際市場動態。該項以參與為導向的方法在降低訂單行為出現短期波動風險的同時，鞏固了可持續增長。

***避免自相蠶食的措施***

我們已實施反自相蠶食措施，以平衡各主要銷售渠道(即線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖渠道)之間的競爭。

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，OBM業務模式產生的收入分別為人民幣269.77百萬元、人民幣402.87百萬元、人民幣337.73百萬元及人民幣118.42百萬元，分別佔我們總收入的83.34%、90.44%、73.97%及51.26%。於往績記錄期間，我們主要透過線下經銷渠道銷售OBM產品，分別佔2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月OBM業務模式收入的94.88%、93.65%、93.32%及92.55%。我們亦一直為我們的OBM產品開發其他銷售渠道，其分別佔我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的OBM業務模式收入的5.12%、6.35%、6.68%及7.45%。具體而言，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們通過(i)線下零售店渠道銷售的OBM產品分別佔OBM業務模式收入的2.46%、1.46%、0.86%及0.49%；(ii)第三方營運的線上店舖分別佔我們OBM業務模式收入的2.39%、2.40%、1.56%及0.75%；及(iii)自營線上店舖分別佔我們OBM業務模式收入的0.27%、2.50%、4.26%及6.20%。就OBM產品類型而言，我們於各線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖渠道銷售OBM傳統手錶、智能手錶及錶帶等手錶飾品。

*管理線下經銷商之間的競爭*

於往績記錄期間，我們主要通過線下經銷業務模式銷售OBM產品。誠如上文所披露，根據我們的線下經銷業務模式，我們向一級經銷商銷售我們的OBM產品，而一級經銷商可於彼等指定銷售區域內(i)直接於彼等經營的展示中心銷售我們的OBM產品；(ii)向零售點運營商銷售我們的OBM產品，以向終端消費者進行持續營銷及銷售；及(iii)進一步向次級經銷商分銷我們的OBM產品。

我們已採取以下措施防止線下經銷商之間的自相蠶食及不當競爭：

- *指定獨家銷售區域：*我們通常會為一級經銷商指定獨家銷售區域，以避免彼等之間的競爭。我們的一級經銷商亦應僅在其指定的銷售區域內委任次級經銷商。有關往績記錄期間為各一級經銷商指定銷售區域的詳情，以及按中國城市等級劃分的一級經銷商及次級經銷商的位置明細，請參閱「銷售及經銷－按銷售渠道劃分的收入明細」及「－銷售及經銷－中國經銷網絡－線下零售點」。根據與我們的一級經銷商訂立的經銷協議，彼等不得在其指定銷售區域以外銷售我們的OBM產品。此舉有助於維持均衡的經銷網絡，同時防止可能由區域重疊引發的衝突；

- *定義銷售區域：*在定義銷售區域時(例如是否應將一個省╱市視為一個銷售區域，或是否應將多個相鄰省╱市合併為一個銷售區域)，我們基於銷售潛力、現有市場覆蓋率、人口統計及消費模式等因素，評估一個地理區域能夠容納的恰當一級經銷商數量；

- *市場反饋收集：*我們的市場服務團隊與一級經銷商合作，透過一級經銷商積極收集反饋。此有助於我們了解不同銷售區域的客戶體驗及需求，以及彼等對定價及服務的滿意度。我們認為此過程將使我們能夠識別線下經銷模式下的零售價格競爭問題；及

- *終止不合規一級經銷商的權利：*最終，我們保留終止與從事不合規或不公平競爭行為的一級經銷商的關係的裁量權，包括但不限於發起或參與價格戰。

我們認為，於往績記錄期間，我們為管理線下經銷商之間的競爭及彼等之間的自相蠶食風險而採取的措施一直有效，主要基於以下原因：

(i) 一般而言，經銷網絡規模的重大變動可能表明潛在的挑戰或競爭壓力，從而導致整合或擴張。然而，就我們而言，一級經銷商及次級經銷商的數目於整個往績記錄期間一直保持穩定。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們分別擁有三、四、五及五家一級經銷商，以及31家、31家、32家及32家次級經銷商。詳情請參閱「－我們的一級經銷商及次級經銷商的營業額」。

我們認為，於往績記錄期間，我們的一級經銷商及次級經銷商數目變動極小，表明我們的線下經銷業務模式在市場覆蓋範圍及競爭勢頭之間取得了平衡，成功防止通常表現為經銷商數目大幅變動的破壞性市場進入或強制退出。穩定的經銷商數目亦可能意味著我們的線下經銷商在其指定的獨家銷售區域內擁有清晰、明確的領域及角色，此有助於減少可能導致價格戰或市場飽和的激烈競爭壓力；

(ii) 如「－銷售及經銷－按銷售渠道劃分的收入明細」所示，於往績記錄期間，我們對一級經銷商的銷售額一直保持穩定，且我們對任何一級經銷商的銷售額(以特定期間內的總收入百分比計)並無重大變動。

我們認為，個別一級經銷商的銷售百分比並無大幅波動，表明彼等之間有清晰、不重疊的市場界線。此有助於防止彼此之間的競爭，並有助於確保各一級經銷商可在界定的地區或市場範圍內經營，而不會侵佔其他經銷商的領域。

我們亦認為，我們向一級經銷商銷售的穩定性表明，並無單一的一級經銷商會獲得過大的競爭優勢，進而影響整個經銷網絡的穩定。此平衡方式可避免因某一經銷商表現明顯優於其他經銷商，而引發激進的競爭行為或產生自相蠶食的誘因，進而造成潛在的市場扭曲；及

(iii) 於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無接獲任何來自一級或次級經銷商違背經銷商協議違反獨家銷售區域／相互蠶食行為的投訴。

*管理線下及線上渠道之間的競爭*

我們評估我們的線下經銷渠道與第三方／自營線上渠道之間的競爭並不重大，理據如下：

- 我們的線下經銷渠道於我們的OBM業務模式收入中一直佔據主導地位，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別佔94.88%、93.65%、93.32%及92.55%。相比之下，第三方及自營線上渠道雖然呈現逐步增長的態勢，但仍屬邊緣板塊，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，分別合計佔同年OBM業務模式收入的2.67%、4.89%、5.82%及6.95%。

- 截至2025年5月31日，我們的OBM產品組合包括超過10,000個SKU（庫存單位），其中只有少於1.0%的產品透過線下經銷和線上銷售渠道同時銷售。

- 我們認為，我們的線下及線上銷售渠道之間的競爭甚微，主要乃由於手錶及飾品市場中固有的消費者偏好。根據灼識諮詢的資料，消費者主要偏好在線下購買高價值的貴金屬及鑲貴金屬產品，如我們的手錶，主要乃由於實體零售環境提供了線上平台無法完全複製的關鍵優勢。例如，於線下渠道，客戶可以親自檢查產品質量，評估精緻的設計細節，並驗證金屬飾品的真實性。面對面的交互提供了對產品真實性的切實保證，並可立即驗證工藝。此外，線下購買使客戶能夠直接與具知識儲備的

銷售代表溝通，其可提供個性化的指導，回答技術問題，並提供即時產品演示。該等體驗性因素就貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶以及貴金屬飾品而言尤為重要，原因為觸感評估及個人驗證對消費者信心至關重要。因此，我們相信，我們的線上銷售渠道乃對我們線下銷售渠道的補充，而非與之競爭。

- 我們的線下及線上銷售渠道針對不同的客戶群。例如，透過線上銷售渠道，我們擬主要吸引較年輕的數字原生消費者，他們通常較適應數字交易，並追求方便、快速的購買體驗。我們相信與電商平台相關的數字營銷、社交媒體參與以及高效的交易流程，都會吸引這類消費者群體。相反地，我們的線下經銷渠道則迎合較傳統的消費者群體，他們一般較重視個人互動、專業指導及實體產品檢驗。從這個角度來看，我們相信我們的線上和線下渠道是互補而非競爭的。

鑑於我們的收入主要來自線下經銷渠道，我們優先考慮其持續增長及擴張。我們對潛在的渠道衝突保持警惕，並已制定積極的管理策略。

*管理線上渠道間的競爭*

有關我們的線上銷售渠道，我們透過天貓、京東及抖音等電子商務平台上的自營線上商店，以及淘寶、京東及抖音等電子商務平台上的第三方經營的線上店舖銷售我們的OBM產品。於往績記錄期間部分年度，我們線上銷售渠道的收入貢獻有所增長。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們的第三方經營線上渠道分別佔OBM業務模式收入的2.39%、2.40%、1.56%及0.75%；而我們的自營線上渠道分別佔OBM業務模式收入的0.27%、2.50%、4.26%及6.20%。2024財年，透過自營及第三方經營線上渠道銷售的SKU總數少於150，佔該期間銷售SKU總數的1.0%以下。

為主動預防該等線上渠道之間潛在的相互蠶食，我們實施了策略性的區分機制：

(i) *特定渠道的產品線：*我們開發了專為自營線上商店設計的獨家產品線，以確保透過第三方平台無法找到的獨特價值主張。該方式創造了獨特的市場細分，並減少了直接競爭；及

(ii) *量身定制的產品開發：*我們與第三方線上店舖運營商合作，設計及生產具有獨家設計的特定渠道產品。具體而言，我們會不時與第三方線上店舖運營商達成協議，特別設計及生產若干產品，供其所經營的線上店舖獨家銷售。專為通過不同銷售渠道獨家銷售而設計的產品具有獨特的產品，旨在滿足相關目標在線消費者群體的不同需求及行為。

我們降低自相蠶食風險的策略透過兩個主要機制得到進一步加強：

(i) *市場情報及研究：*我們的銷售及營銷部門定期進行全面的市場評估，以追蹤不斷變化的市場動態、消費者行為模式及新興偏好。透過該等評估，我們認為我們能夠及時識別潛在競爭風險，例如新興價格戰跡象、不公平競爭行為跡象以及不同銷售渠道之間潛在互相蠶食的早期信號。該等分析有助於我們在微妙的市場變動及競爭壓力對我們的業務模式造成重大影響之前發現相關變動及壓力。當識別潛在風險時，我們可迅速制定有針對性的干預措施。該等措施可能包括重新調整定價策略、調整產品定位、重新調整銷售渠道產品或實施戰略性產品差異化；及

(ii) *跨部門協作：*我們已建立健全的內部溝通框架，促進管理、銷售、營銷及客戶服務團隊之間的無縫信息交流。此集成方法確保對渠道績效、挑戰及機遇的實時可見性，使我們能夠開發協作解決方案，最大限度地降低自相蠶食風險。

*向經銷商及其他第三方營運的銷售渠道提供定價自主權*

我們認為，允許一級經銷商及次級經銷商以及其他第三方營運的銷售渠道就我們的OBM產品自行設定零售價有助於降低被蠶食的風險，原因如下：

- *市場適應性：*中國不同地區的收入水平不同，導致消費者購買力差異較大。通過賦予經銷商及其他第三方營運的銷售渠道定價靈活性，彼等可根據當地市況、消費者消費習慣及競爭情況調整價格。我們認為，此適應性有助於確保我們的產品價格適合每個區域市場，防止不同區域定價不一致可能導致的自相蠶食；

- *激勵經銷商及運營商：*我們認為，向經銷商及其他第三方營運的銷售渠道提供定價自主權不僅可提升其積極性，亦可鼓勵其開拓新市場機會及優化銷售策略以維持其利潤率。授權經銷商及其他第三方營運的銷售渠道根據供需動態、競爭對手定價及促銷活動等因素及時調整價格，亦使其能夠快速應對市場變化。我們亦認為，此靈活性有助於彼等保持競爭優勢，避免捲入可能導致各自市場內自相蠶食的價格戰；

- *有針對性的促銷：*在並無固定零售價格規定的情況下，經銷商及其他第三方營運的銷售渠道可推出有針對性的促銷活動、折扣或捆綁策略，以推動當地市場的銷售。透過為特定客戶量身定制，彼等可避免互相壓價，並保留利潤空間，進而將自相蠶食風險降至最低；

- *調整存貨管理：*在並無集中定價指令的情況下，經銷商及其他第三方運營的銷售渠道可以更好地管理庫存水平，並根據其指定／目標市場的獨特需求模式調整補貨策略。我們認為，這種結構通過我們嚴格的退貨政策(在交付後三個工作日內提出的可驗證的質量問題除外，禁止退貨)(請參閱上文「－與一級經銷商的安排－交付驗收」及「－避免渠道囤積及自相蠶食的措施－避免渠道囤積的措施－存貨監控」)，可建立自我監管機制，防止供過於求及由此導致的價格戰，從而避免自相蠶食。

  具體而言，當經銷商及其他第三方經營的銷售渠道有自主權設定零售價時，我們認為其可以密切監察各自地區的需求及銷售趨勢，從而優化存貨水平，以配合目標客戶的特定需求。例如，服務高收入地區的經銷商可儲存較高比例的高價產品，而價格敏感地區的經銷商則可優先考慮中檔或高性價比產品。重要的是，由於本公司實行不退貨政策(並輔以嚴格的交付前品質控制，以致於往績記錄期間及截至最後可行日期並無產品退貨或召回)，經銷商須承擔未售出存貨的全部不可轉讓存貨風險，因此彼等有動機作出準確預測，避免過量訂購。根據當地偏好調整存貨可降低分銷商為清空過剩存貨而通過激進降價壓縮利潤率的風險。此外，自主定價權與不可退貨的組合，造成了根本性的阻礙，使價格戰難以展開。

此外，定價靈活性使經銷商及其他第三方運營的銷售渠道能夠根據季節性波動、新興趨勢和區域市場因素動態調整補貨策略。我們認為，在無退貨政策導致存貨風險加劇的框架內，這種靈活性是防止存貨過剩的關鍵。經銷商及其他第三方營運的銷售渠道明白，過剩存貨無法退貨，而折扣策略因競爭對手可跟進而自相矛盾。因此，我們相信彼等有強烈的動機維持與實際銷售速度相符的紀律性存貨水準，從而降低為清存貨而進行破壞性降價的風險。

經灼識諮詢確認，不強制經銷商或次級經銷商設定最終零售價為全球鐘錶品牌的普遍行業慣例。此慣例於貴金屬珠寶及鐘錶行業的領先公司運作中均有所體現。

*結論*

我們認為，我們避免渠道囤積及自相蠶食的措施頗有成效，原因為在往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無察覺任何潛在渠道囤積(如一級經銷商積存過多的OBM產品)，或自相蠶食(例如一級經銷商之間及我們各銷售渠道之間的價格戰或其他惡性競爭行為)的跡象。

**有效降低我們與一級經銷商關係發生重大不利變動或終止時的風險的措施**

我們已採取以下措施以減輕與我們的一級經銷商的關係發生任何重大不利變化或終止的潛在風險：

- *繼續努力擴大與一級經銷商相關的客戶基礎：*於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們分別擁有三家、四家、五家和五家一級經銷商。我們的董事認為，與大量一級經銷商維持業務關係相比，建立核心一級經銷商團隊更具商業利益，因為(i)我們可選擇最合適的一級經銷商候選人，該等候選人符合我們的選擇標準，且最有能力滿足我們的業務及分銷需求，而非依賴大量能力各異的一級經銷商，(ii)將我們的資源集中於與核心一級經銷商團隊建立更強的業務關係上，可更好地理解彼此的業務需求，從而可能提高客戶忠誠度、屢創商機及獲得交易金額及／或銷售量更高的採購訂單，(iii)可減少與客戶收購及維護與大量一級經銷商的客戶關

係相關的時間、資源以及銷售及營銷開支，及(iv)維持對核心一級經銷商團隊的控制以防止我們一級經銷商之間渠道擠塞、蠶食及不當競爭的情況較容易。根據灼識諮詢的資料，利用核心一級經銷商團隊為非常常見的商業模式，與中國珠寶及飾品行業等各行業的一般市場慣例一致。

儘管如此，我們仍繼續與中國珠寶及飾品行業的一級經銷商探討潛在商機，以透過各種營銷與促銷活動，例如經營各社交媒體平台賬戶、出席行業活動以及我們的行業參與及榮譽，擴大與我們的一級經銷商相關的客戶基礎。詳情請參閱「－銷售與營銷－營銷與促銷」。據董事深知及盡悉，於最後可行日期，中國珠寶及飾品行業至少有30家實體符合我們的甄選標準，並有可能獲我們委聘為我們的一級經銷商。因此，倘我們與現有一級經銷商之間的關係出現任何重大不利變動或終止，我們相信有其他一級經銷商可供我們合作。

儘管我們已採取系統性措施以維持與一級經銷商的穩定關係，但我們無法保證現有結構以及我們與其的關係將不受影響。截至最後可行日期，我們正在中國高消費力的新興市場物色潛在的一級經銷商夥伴，例如江蘇省，旨在減輕與現有一級經銷商的業務關係出現重大不利變動或終止的潛在風險，並擴大在高潛力地區的銷售覆蓋範圍。我們相信，在業務擴張階段或一級經銷商更迭時，採納此類審慎及積極主動的策略將使我們能夠(i)擁有更快的市場反應能力；(ii)減少緊急招聘和培訓成本；及(iii)更深入及全面地了解潛在的一級經銷商，以便遵守我們對一級經銷商的嚴格選擇標準。

此外，作為我們拓展海外市場業務策略的一部分，我們於2024年11月與馬來西亞合作夥伴(其已獲委任為我們的一級經銷商)訂立合作協議，在馬來西亞分銷我們的OBM產品，並將通過與當地一級經銷商合作尋求於未來幾年進一步拓展至新加坡及中東。詳情請參閱「－我們的業務策略－透過與選定的海外經銷商進行戰略合作拓展海外市場」。因此，董事相信，我們的海外銷售及經銷足跡的逐步增加將有助於擴大一級經銷商的客戶基礎。

基於上文所述，我們的董事認為，憑藉我們於中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，我們有能力與國內外一級經銷商建立新的業務關係，從而降低任何與我們的一級經銷商關係發生任何重大不利變化或終止的潛在風險。

- *結構性合約保護：*我們與一級經銷商的經銷框架協議包含多重保護機制，為業務關係提供穩定性及可預測性，以協助確保業務連續性，並降低與我們與一級經銷商關係意外終止或重大變更相關的風險。例如，協議一般規定最低期限為五年，並設有根據表現基準自動續約的條款。終止協議須至少提前一個月發出通知，確保雙方有足夠的過渡時間。該等協議包含詳盡條款，規範終止情況，並明確訂明雙方的補救措施及過渡責任；

- *銷售渠道多元化，以減少經銷模式的收入貢獻：*雖然於往績記錄期間我們大部分收入來自我們的經銷模式，但我們於往績記錄期間的第三方營運的線上店舖及自營線上店舖應佔合計收入呈現上升趨勢。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，該收入分別約為人民幣7.19百萬元、人民幣19.71百萬元、人民幣19.66百萬元及人民幣8.24百萬元，佔相應期間我們總收入的2.22%、4.42%、4.31%及3.56%。

  於往績記錄期間，除在多個電商平台(如天貓、京東及抖音)提供我們的產品，為進一步增加來自網上銷售的收入貢獻，(i)我們已於2025年首兩個月在兩個新電商平台(即得物及快手)增設自營線上店舖，以進一步加強我們產品的線上銷售；及(ii)我們亦正於另一新電商平台設立自營線上店舖，並預期於2025年第二季度完成。

  此外，我們錄得ODM模式下的銷售額由2022財年的人民幣53.94百萬元增加至2024財年的人民幣118.83百萬元，並由2024年首五個月的人民幣44.38百萬元增加至2025年首五個月的人民幣112.61百萬元，且此並不依賴向經銷商作出的銷售。

因此，我們的董事認為，銷售渠道多元化可減少經銷模式的收入佔我們總收入百分比的貢獻，從而減少因與我們的一級經銷商關係發生任何重大不利變化或終止而可能產生的任何潛在影響。

**現金管理**

終端消費者通過我們的線上銷售渠道支付的款項基本上均為非現金支付。一級經銷商一般通過向我們指定的銀行賬戶進行銀行轉賬與我們結算貨款、費用及其他開支。於收到一級經銷商的付款時，我們會將付款信息與內部系統記錄的數據進行交叉比對。我們不會接收或以其他方式處理終端消費者於一級經銷商經營的展示中心支付的任何款項。

我們於內部運營及展示中心管理實踐中制定了嚴格而詳細的現金管理、安全及處理政策。例如，我們要求由專門指定的團隊處理現金，每名團隊成員都有明確的職責及責任，以確保現金的安全及正確核算。任何與現金有關的活動，如支付、存款、轉賬及結算，必須經過明確的內部授權及進行恰當的記錄。此外，我們要求對整個組織的現金管理實務進行定期規劃、檢查及監督。

**與第三方線上店舖運營商的安排**

自2021年以來，我們已將若干OBM產品售予若干第三方，以便其在如淘寶、京東和抖音等第三方電子商務平台上轉售。為規管此等銷售安排，我們通常會與該等第三方線上店舖運營商簽訂框架協議，而框架協議具體條款可能會有所不同，乃因通常不同電子商務平台具有須符合其自身的獨特要求及政策。與第三方線上店舖運營商的銷售安排主要有兩種：(i)下採購訂單時付款：線上店舖運營商根據其銷售計劃預先向我們發出訂單。不論所訂購產品最終是否在其線上店舖中銷售，彼等均須與我們結付購買價格。我們在向第三方線上店舖運營商交付產品時確認收入；及(ii)消費銷售時付款：線上店舖運營商僅在其線上店舖成功銷售所訂購產品後才向我們支付購買價。當我們的產品透過線上店舖運營商的線上店舖銷售時，我們確認收入。

**下採購訂單時付款**

於往績記錄期間，我們與三家第三方線上店舖運營商在採購訂單時付款模式下合作，包括：

- 深圳魔寶科技有限公司(「**深圳魔寶**」)，一間於2017年在中國成立的公司，位於中國深圳。根據公開資料，如深圳魔寶2023年年報所示，其認繳出資額為人民幣115萬元，實際實繳資本為人民幣2萬元。深圳魔寶的註冊營業範圍包括(其中包括)：(i)電子電腦硬件及軟件的設計、技術開發、租賃及銷售；(ii)技術諮詢及維護；(iii)企業管理諮詢；(iv)國內貿易；(v)電腦及其周邊設備的技術維護；及(vi)移動互聯網及雲計算領域的技術開發。

  根據深圳魔寶提供的資料，該公司最初專注於在深圳生產串珠配飾及銀首飾，但轉向開發在線銷售渠道，以應對COVID-19疫情所帶來的挑戰。透過業界關係，我們在2021年結識了深圳魔寶的管理層。

  當時，我們的管理層了解到在抖音上建立貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶直播電子商務店面存在極大障礙。根據灼識諮詢的資料，該等挑戰來自：(i)平台上直播銷售的複雜規則及管理制度；及(ii)抖音競爭激烈，需要在廣告及流量購買方面投入大量資金。深圳魔寶的管理層表示，彼等擁有在抖音上開設手錶珠寶線上店舖所需的資源及人脈。鑑於我們當時建立自營線上店舖的限制，以及因應新興市場趨勢提升HIPINE(西普尼)品牌的線上市場影響力的重要性，我們策略性地決定與彼等合作，於2021年在抖音電子商務平台上成功創建第一個銷售HIPINE(西普尼)產品的線上店舖。通過授權深圳魔寶在抖音上管理及推廣HIPINE(西普尼)產品，我們旨在利用彼等在執行直播銷售策略方面的專業技能，並受益於彼等對抖音電子商務生態系統的深刻理解。

  截至最後可行日期，深圳魔寶在抖音上經營的線上店舖以其自有品牌的手鐲及銀製品為主，同時獨家銷售HIPINE(西普尼)的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶。

- 杭州思踐科技有限公司(「**杭州思踐**」)與杭州莫尋科技有限公司(「**杭州莫尋**」)由一名獨立第三方共同控制。杭州思踐及杭州莫尋分別於2020年及2021年在中國成立，兩間公司均位於中國杭州。根據公開資料，如杭州思踐2023年年報所示，其認繳出資額為人民幣10百萬元，實際實繳資本為人民幣2.65百萬元；及如杭州莫尋2023年年報所示，其認繳出資額為人民幣10百萬元，實際實繳資本為人民幣0.05百萬元。

  杭州思踐及杭州莫尋的註冊營業範圍涵蓋多個領域，其中包括(i)電視劇製作及發行(包括直播及其他社交媒體製作)、演出經紀及文化交流活動；(ii)提供技術服務；(iii)營銷、廣告及銷售多類產品，包括通訊設備、軟件、服裝、飾品、電子產品、化妝品、珠寶及日常消費品；(iv)提供會議及展覽服務；及(v)技術諮詢、開發及推廣。根據杭州思踐及杭州莫尋提供之資料，杭州思踐主要從事各類消費品銷售以及相關銷售及營銷活動，而杭州莫尋主要專注於手錶銷售以及相關銷售及營銷活動。

  根據杭州思踐提供的資料，杭州思踐的創辦人為於2020年拓展其手錶零售業務，策略性地在深圳尋找供應商，而深圳是中國著名的「中國鐘錶之都」。於此次尋找期間，創辦人被介紹給本集團，並於2021年與我們合作推出三款手錶作為起點。鑑於三款手錶的市場反應，杭州思踐於2021年與我們簽訂長期合作協議，以合作開發量身定製的手錶款式。由於杭州思踐從事其他消費品銷售，其後將手錶零售業務轉讓予杭州莫尋，杭州莫尋則專為透過抖音旗艦店經營手錶零售業務而成立。

  僅根據杭州思踐及杭州莫尋分別提供的資料：(a)杭州思踐於2022財年、2023財年及2024財年的年銷量分別約為4,000件、3,500件及900件。於2024財年，杭州思踐管理其消費品類別下60款產品的SKU組合，並僱用30名員工；及(b)杭州莫尋專注於手錶零售業務，於2023財年及2024財年的年銷量分別為約3,200件及2,300件。於2024財年，杭州莫尋於其抖音旗艦店維持60個SKU，並僱用30名員工。

一般而言，我們與第三方線上店舖運營商在預付訂單銷售模式下所訂立的現有框架協議包含下列部分或全部條款：

- ***期限：***框架協議一般為固定期限，介乎一年至三年，並將持續至任何一方根據其所載條款終止為止。

- ***線上店舖：***我們可授權第三方線上店舖運營商於電商平台上經營及銷售我們的OBM產品。第三方線上店舖運營商預期按照國家法律法規、電子商務平台規則以及我們的品牌管理要求來經營線上店舖。此外，第三方線上店舖運營商或會須向我們提供有關在相關電商平台銷售我們產品的資料。

- ***扶持線上店舖運營商：***我們將積極協助第三方線上店舖運營商進行必要的產品銷售知識培訓及監督。

- ***排他性：***就線上店舖(線上店舖運營商據此銷售我們的產品)而言，我們可禁止第三方線上店舖運營商在銷售、推廣或展示(i)任何並非由我們提供的產品或(ii)任何可能與我們的自主品牌或OBM產品競爭的產品。

- ***獨家產品：***我們可能會與第三方線上店舖運營商協定，以按獨家基準生產我們的OBM產品的特定型號，以便其透過其經營的線上店舖進行銷售。於此等情況下，第三方線上店舖運營商通常須首先向我們結算一筆前期費用，該費用作為為生產基本數量的獨家產品而量身定制模具及採購所需原材料的成本。收到該筆前期費用後，我們將開發模具並採購必要的零件及原材料，為第三方線上店舖運營商的訂單做足準備。一旦第三方線上店舖運營商向我們下達的獨家產品訂單超過預先協定的水平，前期費用將會予以退還。

  該項安排使我們能夠維持對獨家產品生產與經銷的控制，同時利用第三方線上店舖運營商運營的線上店舖。我們相信，前期費用結構可作為向第三方線上店舖運營商提供獨家產品獨家經銷權的基礎，而潛在退款可激勵第三方線上店舖運營商超額達成預先協定的銷量目標。

於此等情況下，由於我們為第三方線上店舖運營商獨家定制產品，故在框架協議期限內，未經其同意，我們不得將該等獨家產品出售予其他各方。然而，如果我們終止與第三方線上店舖運營商合作，我們保留透過其他渠道銷售該等獨家產品的權利。

- ***銷售目標：***我們並無對第三方線上店舖運營商設定最低採購數量要求。

- ***下達訂單：***第三方線上店舖運營商將根據其銷售計劃提前向我們下達訂單。經雙方書面確認的訂單不得退貨、換貨或取消。

- ***定價：***每個訂單的條款(包括我們的OBM產品的定價)應由我們與第三方線上店舖運營商單獨協定。我們並無強制要求第三方線上店舖運營商為其於線上店舖銷售的OBM產品設定最終零售價。

- ***付款條款：***付款條件將由我們與每名第三方線上店舖運營商協定。例如，我們可能會要求相關的第三方線上店舖運營商在訂單交付日期向我們結算黃金原材料產品費用，並於對賬後結付餘款，而對賬通常乃按月進行。就其他第三方線上店舖運營商而言，款項可能會於對賬後按月結付。

- ***訂單交付、產品保修：***一般而言，關於向第三方線上店舖運營商交付訂單、對所交付產品的驗收以及於線上店舖銷售的產品的產品保修的條款須與我們與一級經銷商訂立的框架協議所載者一致。

- ***合規性：***第三方線上店舖運營商一般預期避免侵犯本集團或任何第三方的合法權益。此外，第三方線上店舖運營商通常負責承擔因違反法律或法規而產生的任何法律責任及相關成本，例如在視頻內容或直播產品說明中作出誤導性、誇大或虛假陳述，導致消費者投訴及政府調查。

**消費者銷售時付款**

於往績記錄期間，我們與一家第三方線上店舖運營商在消費者銷售時付款模式下合作，即北京京東世紀貿易有限公司(「**京東店舖運營商**」，一家於2007年在中國成立的公司，最終由京東集團股份有限公司(一間於納斯達克全球精選市場及聯交所上市的公司)全資擁有)。誠如京東集團股份有限公司於2020年刊發的招股章程及其最新年報所披露，(i)京東店舖運營商主要從事線上批發及零售業務；(ii)在其線上零售業務下，其向供應商採購產品，並直接向客戶銷售；及(iii)於2023年12月31日，其擁有超過50,000名供應商。

儘管我們已在京東上建立自營線上店舖，但於2023年，為進一步擴大我們的HIPINE(西普尼)產品的線上銷售及市場覆蓋範圍，我們申請成為京東集團股份有限公司的供應商，透過其線上店舖進行我們的HIPINE(西普尼)產品的線上零售。根據此項安排，我們與京東集團股份有限公司的其他線上零售供應商一樣，須與京東店舖運營商簽訂標準供應商協議，以規範我們業務關係的條款。該標準供應商協議的主要條款載列如下：

- ***期限：***該協議的固定期限為一年，經各訂約方相互達成協議後可續約。

- ***訂購程序：***線上店舖運營商(京東店舖運營商)須透過電子商務平台的供應商專區向我們下達所有採購訂單。我們須在一天內確認訂單，否則視為已確認訂單。線上店舖運營商(京東店舖運營商)保留在預定交付日期前一天取消或修改訂單的權利。

- ***交付及所有權轉移：***我們負責將訂購的產品運送至線上店舖運營商(京東店舖運營商)指定的地點。產品的所有權會在驗收入庫時轉移予線上店舖運營商(京東店舖運營商)。

- ***檢查及驗收：***京東店舖運營商有權在收貨時檢查產品，以確保產品符合訂單規格。其可以拒收任何不符合協定標準的產品，例如包裝破損或標籤有問題的產品。京東店舖運營商亦保留在產品交付後十天內進一步檢查的權利，並要求退還任何有瑕疵的產品。在處理退貨時，京東店舖運營商可直接從欠負我們的款項中扣除退貨產品的價值。

- ***付款條款：***京東店舖運營商僅於通過其線上店舖成功售出產品後，才會與我們結付款項。

- ***盈利能力：***就京東店舖運營商錄得的其線上店舖的HIPINE(西普尼)產品銷售而言，倘京東店舖運營商的實際會計毛利率低於協定的毛利率，我們將自京東店舖運營商當月或次月支付予我們之款項中扣除差額(「**補償金額**」)以補償京東店舖運營商。補償金額的計算方式如下：京東店舖運營商的實際銷售額乘以協定的毛利率，再減去京東店舖運營商的實際會計毛利金額。該安排為京東店舖運營商的供應商協議中的標準條款，利潤率由我們與京東店舖運營商按公平原則進行磋商。於釐定利潤率時，我們主要考慮OBM產品的成本及性質，以及透過該完善的線上平台進行銷售的潛在營銷及品牌建立優勢。根據灼識諮詢的資料，該安排與京東店舖運營商就線上店舖與其他供應商的標準慣例一致。此外，我們與京東店舖運營商於協議中協定的利潤率與適用於相同產品類別的其他供應商的利潤率範圍一致。

  由於京東店舖運營商的戰略優勢及市場定位，我們接納與其訂立安排的條款。由於其為中國最大的電商平台之一，我們相信其提供高市場覆蓋率及深度數字化滲透，為擴大我們的HIPINE(西普尼)產品的線上銷售及市場覆蓋率提供機會。我們亦相信，將我們的HIPINE(西普尼)產品於該線上店舖上架可提供品牌建設及營銷效益，包括：(i)增加市場能見度及品牌曝光率；(ii)接觸龐大且數位化參與度高的消費者群體；及(iii)透過與知名線上市場的聯繫提升品牌可信度。相較於市場擴張及品牌知名度的潛力，以及與該京東店舖運營商合作的策略價值，上述的利潤補償機制僅為一個較小的取捨。

- ***折扣與促銷：***我們應為京東店舖運營商的促銷活動(如直播及團購)提供支持。我們亦應及時通知京東店舖運營商任何新產品的推出，並確保在必要時向其提供充足的產品供應。

- ***售後服務：***京東店舖運營商授權我們在相關電子商務平台上提供特定產品的客戶服務，並遵循其客戶服務標準。售後服務期限自京東店舖運營商的客戶收到產品時開始。我們須遵守相關法律及法規及京東店舖運營商的規則，提供全面的售後服務。

- ***合作終止：***任何一方均可向另一方發出書面通知，無理由終止協議。終止合作後，倘京東店舖運營商仍有我們的產品庫存，可以要求我們收回該等庫存產品，亦可以繼續銷售庫存產品，直至庫存產品完全耗盡為止。

於往績記錄期間，從京東店舖運營商支付予我們的款項中扣除的總補償金額約為人民幣15,000元。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無遭遇來自任何第三方線上店舖運營商的任何重大產品退貨。

**銷售GOLDBEAR(金熊)產品**

**開始向零售店舖銷售GOLDBEAR(金熊)產品的方式**

我們的兩個自主品牌HIPINE(西普尼)和GOLDBEAR(金熊)針對OBM模式下不同的消費群。作為我們開始著手開發GOLDBEAR(金熊)品牌的小規模企業，我們選擇主要採用直銷方式，直接向零售店推廣及銷售GOLDBEAR(金熊)產品。我們相信這樣可以與零售店有更緊密的接觸，對GOLDBEAR(金熊)的目標消費群，即中國二、三線城市的較高收入階層消費群，有更深入的了解，從而為產品定位及市場營銷提供參考。此外，該銷售模式可讓我們與該等零售店建立更緊密的聯繫，這對於我們建立市場地位及迅速滲透目標市場以爭取市場份額至關重要。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，向零售店銷售GOLDBEAR(金熊)產品的銷售額分別約為人民幣2.61百萬元、人民幣0.28百萬元、人民幣0.29百萬元及零，分別佔各期間總收入的0.8%、0.1%、0.0%及零。

**GOLDBEAR(金熊)產品的產品更換**

我們於2021年前與零售店所簽訂的銷售合約准許他們原則上每季度一次要求更換GOLDBEAR(金熊)產品(「**產品更換條款**」)。合約亦規定零售店須遵守我們不時通知他們的產品換貨政策。

我們逐個考慮換貨請求，且如符合下列情況，通常會批准換貨：倘最初購買的GOLDBEAR(金熊)產品(「**原金熊產品**」)於換貨時將以相同或高於原金熊產品的原始售價(「**原金熊價格**」)的定價(「**替代金熊價格**」)更換為其他GOLDBEAR(金熊)產品(「**替代金熊產品**」)(「**金熊產品更換要求**」)。倘替代金熊價格高於原金熊價格，零售店須在交付替代金熊產品時結清剩餘金額。

然而，零售店在下列情況下不可更換原金熊產品：(i)換取HIPINE（西普尼）產品；或(ii)換貨時的替代金熊價格值低於原金熊價格。此外，我們不會於任何情況下根據該等合約處理任何產品退貨，除非產品存在瑕疵且根據相關合約於交付後三個工作日內提出退貨請求。於往績記錄期間及直至最後可行日期，除按照合約條款處理因質量問題而產生的若干產品退貨外，我們並無向零售店舖處理任何其他GOLDBEAR（金熊）產品退貨。

如符合金熊產品更換要求，且換貨獲得我們的管理層批准，我們會安排將原金熊產品交回我們進行檢查。這是為了確保退回產品(i)是真正的原金熊產品；及(ii)適合二次銷售。我們對退貨產品的檢驗內容包括（其中包括）外觀、標籤、標誌及所含貴金屬的重量等。此外，我們的GOLDBEAR（金熊）產品在內部零件上刻有獨特產品識別及追蹤的序號，而此屬檢驗的關鍵環節，涉及驗證退回的產品是否具有正確的獨特序號。我們僅會處理更換通過檢驗的原金熊產品，經檢驗的原金熊產品將退回我們的庫存以供後續銷售。於2022財年、2023財年及2024財年，產品換貨所接納的全部原金熊產品的原金熊價格總額分別約為人民幣0.85百萬元、人民幣0.25百萬元及人民幣1,000元。我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別錄得GOLDBEAR（金熊）產品換貨毛利人民幣0.27百萬元、人民幣0.09百萬元、人民幣0.01百萬元及零。

**縮減GOLDBEAR（金熊）產品線**

在2021年前，我們與零售店簽訂的銷售合約中載入產品更換條款是維護客戶關係的策略性方法。透過此安排提供營運彈性，我們的目標是深化與零售店的聯繫，並在目標地區建立穩固銷售網絡。然而，隨著營商環境演變，以及我們的旗艦品牌HIPINE（西普尼）日趨成熟，我們的管理層決定集中轉移我們的資源以發展及擴大HIPINE（西普尼）。因此，我們開始通過逐步改變合約結構及業務重心，有系統地縮減GOLDBEAR（金熊）產品線的規模。

具體而言，自2021年起，我們放緩GOLDBEAR（金熊）手錶的生產，並於2023財年逐漸完全停止生產。此外，自2021年起，與零售店簽訂的新訂或經重續銷售合約不再包含產品更換條款。因此，根據此等合約，我們不再負有接受任何換貨請求的合約責任。此外，到2024財年初及直至最後可行日期，與零售店訂立的載有產品更換條款的所有銷售合約已到期。儘管如此，於2024財年初我們全面停止對向零售店銷售的GOLDBEAR（金熊）產品進行換貨前（誠如下文「－停

止GOLDBEAR(金熊)產品換貨」中所詳述),雖然沒有受到合約約束,我們繼續全權酌情考慮不時接獲零售店的換貨請求。於該期間,考慮換貨請求時,我們繼續根據金熊產品更換要求及上述檢查程序來評估請求。由於我們與零售店的持續業務關係,以及未來在銷售我們的HIPINE(西普尼)產品方面的合作潛力,我們僅願意酌情考慮此等換貨。

**停止GOLDBEAR(金熊)產品換貨**

在我們決定縮減GOLDBEAR(金熊)產品線後,我們向零售店舖的GOLDBEAR(金熊)銷量大幅減少,由2022財年的679件減至2023財年的129件,並進一步減至2024財年的10件,而2025年首五個月則為零,有效減少了可能進行換貨的GOLDBEAR(金熊)產品庫。

到2024財年初,我們已完全停止對向零售店舖銷售GOLDBEAR(金熊)產品進行換貨。作出該決定是為了盡量減少處理該等換貨的行政負擔及相應成本及開支,如檢查、運輸及包裝成本。隨著我們的重點轉移到HIPINE(西普尼)品牌的發展,維持換貨計劃的裨益被視為無法超過所需的營運成本及資源。透過取消此項計劃,我們可以簡化銷售程序,並將該等資源轉移到未來更具策略性的優先業務。

**合規**

我們的中國法律顧問認為:上述向零售店舖銷售的GOLDBEAR(金熊)產品的換貨已遵守相關中國法律法規。

**與ODM客戶的安排**

於往績記錄期間,我們的ODM客戶主要為珠寶品牌及批發商。於2025年5月31日,我們的大部分主要ODM客戶與我們的業務關係持續超過四年,包括如老鳳祥、中國珠寶及周大生等多個國內知名珠寶品牌。自2023年起,我們亦與最大的零售商及連鎖超市客戶A合作,在中國推廣及銷售我們供應的產品。有關詳情,請參閱「－與客戶A的安排」。於往績記錄期間,一名一級經銷商亦按ODM基準委託我們為其產品提供受託加工服務,故在該等受託加工服務交易中視作我們的ODM客戶。

**與ODM客戶的典型框架協議**

我們通常與ODM客戶訂立框架協議，該等協議規限我們被指定按ODM基準生產或將其半成品加工成貼有其標籤的鐘錶及飾品產品的條款，同時規定在框架協議有效期內客戶與我們簽訂的每份訂單的一般條款。儘管我們與各ODM客戶訂立的現有框架協議的條款因我們與該客戶的業務關係及合作方式而有所不同，但我們現有的ODM框架協議一般包括以下若干或所有主要條款：

- ***無排他性：***ODM客戶概不承擔排他性義務。

- ***期限：***框架協議的期限一般為一年。框架協議通常於協議到期前由訂約方進行談判後續簽。

- ***我們的義務：***我們一般必須(a)於框架協議期限內維護設備、設施及其他資源，以提供支持及生產足夠數量的產品，滿足ODM客戶的生產需求；及(b)遵守(其中包括)(i)國家級行業標準及相關ODM客戶在(其中包括)產品質量及規格、原材料質量及交貨期等方面的規定標準；及(ii)所有適用法律、法規及規章。

- ***質量保證：***我們必須建立符合國家行業標準的質量管理體系，以證明我們有能力為ODM客戶提供符合標準的產品。我們允許若干ODM客戶對我們的生產基地進行工廠審核或實地考察，以評估我們的質量保證能力是否符合彼等的要求。對於ODM客戶於此類檢查中發現的任何所需糾正措施，我們必須在規定的時限內予以實施。

  為確保產品質量符合ODM客戶的要求，我們必須將訂購的產品連同所有證明文件(包括產品檢驗及測試記錄以及所有原材料的合約及採購資料)交付予ODM客戶進行檢驗。特別是對於手錶機芯，應提供原生產國的合格證書以及進口清關文件，以驗證其來源及質量。我們的ODM客戶亦可隨機抽取所生產的產品，送往第三方實驗室進行檢測。

- ***下訂單：***在框架協議期限內，我們的ODM客戶應通過向我們發出訂單的方式下訂單。我們的ODM客戶可向我們下訂單：(i)購買ODM產品，於此種情況下，我們將負責採購相關原材料，並按商定的出廠價向彼等提供成品；或(ii)將彼等提供的原材料(包括足金)加工成ODM產品，於此種情況下，彼等將負責採購相關原材料供我們加工，我們將向彼等收取加工服務費。

- ***採購數量與定價：***每份訂單的條款，包括向ODM客戶提供的ODM產品及加工服務的採購數量及定價，應針對每份訂單單獨商定。具體而言，倘訂單涉及貴金屬原材料，則應參照訂單確認之日上海黃金交易所相關貴金屬的報價確定定價。最終訂單價格將根據交付產品的實際重量進行調整。

- ***交貨驗收：***我們生產的成品的所有權一般將在ODM客戶驗收交貨後轉移至ODM客戶。我們的成品須接受ODM客戶的全面驗收檢查。倘ODM客戶認為產品不符合彼等的要求，彼等可以拒絕收貨並將不合格產品退還予我們，同時可從訂單價值中扣除與質量有關的罰款。

  為確保將交付產品的批次質量，ODM客戶有權在最終交付前進行隨機抽樣檢查。倘ODM客戶在檢查過程中發現任何抽樣產品不符合其要求，應在五個工作日內書面通知我們。我們將立即調查根本原因，向ODM客戶提供書面解釋，並進行必要的糾正。我們亦須提交改進後的樣品供ODM客戶複檢。倘補救後樣品仍未達到要求的標準，則ODM客戶有權單方面終止框架協議及所有相關訂單。我們應負責ODM客戶因合約終止而產生的任何運營虧損。

- ***產品保修：***就向ODM客戶提供的手錶而言，如果出現非人為質量問題，我們將提供保修，保修期從交貨驗收之日起計，一般介乎一至三年。然而，終端消費者使用過程中的正常磨損(如錶帶老化)不在保修範圍之內。對於石英機芯，我們將在前三年內免費更換電池。對於機械手錶機芯，我們將免費提供任何必要的更換零件。

- ***IP所有權：***我們須向ODM客戶承諾，我們為ODM客戶製造或加工的ODM產品不會侵犯任何第三方的IP權利。由ODM客戶獨立設計及修改的產品屬其獨家產品，我們不得將該等設計用於其他目的。

- ***終止：***倘出現以下情況，我們的ODM客戶有權立即終止與我們訂立的框架協議或向我們下達的採購訂單，其中包括：(a)我們無法按照主要客戶的要求進行產品開發或生產，或無法按照主要客戶規定的產品規格生產產品；(b)我們未能及時交付主要客戶訂購的產品；及／或(c)我們嚴重違反其中的任何條款，且該違約行為仍未得到糾正。

**與客戶A的安排**

於2023年下半年，客戶A的採購團隊聯絡我們，評估我們作為飾品產品供應商的潛力。透過產品評估、樣品測試及戰略溝通等多階段的綜合評估過程，我們認為客戶A已對我們的產品品質、訂製化設計能力、營運及供應鏈管理獲得更深入的瞭解。因此，於2023年10月，客戶A委任我們為其供應商並與我們簽訂供應商協議，以規範我們業務關係的條款。於往績記錄期間，我們向客戶A供應的產品主要包括諸如可佩戴飾品及金條的飾品。

客戶A通常會向我們提供其計劃在線上商店推出的產品的設計要求和產品規格，從而啟動產品開發流程。具體而言，客戶A會透過向我們提供設計規格、功能需求及其他參數(例如設計圖)，啟動產品的開發。我們隨後根據該等客戶指定的要求，專門為客戶A生產該等產品。例如，我們會根據客戶A的設計規格及要求，設計金條，包括為每條將鑄造的金條選擇合適的黃金純度及重量，以及在金條上製作及雕刻祝賀及節慶語句、中國文化中被視為吉祥的圖案及傳統中國畫。為客戶A製造金條通常涉及(其中包括)將熔煉的黃金塑造成所需形狀、鑄造以完善其形狀，隨後進行精細雕刻以增添裝飾細節。之後，該等產品會經過拋光並進行最終精煉階段，以確保有光澤的表面。

因此，我們僅作為履行客戶A設計指令的製造商。有關為客戶A的ODM產品(例如金條)的設計及開發流程以及生產流程的詳情，請參閱「－我們的業務模式－(ii)設計及開發」及「－我們的業務模式－(iii)製造－生產流程－飾品－倒模戒指及金條」。

以下載列供應商協議的主要條款概要：

- ***期限：***供應商協議的期限為一年，除非任何一方通知另一方其不擬續約，否則每次期限屆滿後將自動續約一年。客戶A有權隨時終止協議，但須事先以書面方式通知我們。

- ***下訂單：***客戶A應在供應商協議期限內以向我們發出訂單的方式下訂單。

  客戶A一般應每週向我們提供相關產品的銷售數據，並與我們協商確定補貨數量及項目。我們將根據銷售情況安排補貨。

- ***付款：***付款期限應自客戶A在訂單指定地點收到產品起算。我們應在發貨後的一個工作日內將發票交付給客戶A，以便及時結算。

- ***價格：***我們同意就向客戶A銷售相關產品提供優惠條款。

  客戶A有權決定其零售店的產品銷售價格，該價格應考慮相關產品的供求情況和市場競爭力等因素。

- ***交付：***我們僅於收到訂單後出貨。我們必須根據每份訂單交付產品。當本集團將ODM產品交付至客戶A指定的目的地(包括客戶A的零售客戶已於其線上銷售平台向客戶A購買相關產品的地址)時，產品的所有權及風險隨即轉移。未能在訂單指定的交貨時間內或按照訂單指定的數量交付產品，可能會導致訂單遭取消、拒收產品及／或罰款。全份或部分訂單的任何實際或預期無法出貨的情況須立即通知客戶A。

  未經本公司事先知悉及同意，客戶A不得在其零售店之間轉移或轉讓我們供應的產品，反之亦然。

- ***產品退貨：***客戶A可退回有瑕疵的產品或銷售記錄不良的產品。除非另有約定，退貨產品的價格應為退貨前的最後購買價格。於往績記錄期間，我們並無記錄客戶A的任何直接產品退貨。

  根據客戶A對其零售客戶的退貨政策，該等零售客戶一般可在收到我們的產品後七天內(如產品有瑕疵)(就我們的所有產品而言)或無理由(就除金條以外的產品而言)拒絕確認收到及退回產品。

  倘我們透過客戶A向零售客戶銷售的任何產品收貨未經該零售客戶確認，且隨後根據其退貨政策退回予我們，則客戶A就該等產品支付予我們的銷售金額應從客戶A應付我們的任何銷售金額中扣除。當產品已交付予客戶A的零售客戶且其已確認收貨，我們向客戶A銷售有關的收入予以確認。2024財年及2025年首五個月，我們向客戶A的零售客戶交付產品但未確認收貨並退回予我們的金額分別為人民幣4.3百萬元及人民幣3.9百萬元，主要由於該等零售客戶在我們向其交付產品後七天內無故拒絕確認收貨。

- ***遺失或損壞：***客戶A應對產品在其店舖中時造成的任何損壞或損失負責。然而，倘損壞或遺失乃由我們造成，則我們須承擔其損失。

- ***知識產權的使用：***未經客戶A事先書面同意，我們不得在任何廣告或出版通訊中提及客戶A的名稱或使用其任何知識產權。

於2023年10月，我們亦與客戶A簽訂合作協議，以規範我們就不時向客戶A供應的產品提供短期促銷活動的條款。合作協議的期限與供應商協議的期限相同。根據合作協議，我們應於指定期間於客戶A指定的地區內組織短期推廣活動，包括產品展示及協銷。每次合作的細節，如店舖位置及時間，須另行協商及確認。儘管如此，客戶A有權決定合作期間促銷產品的銷售價格，我們應提供優惠的價格及條件，以協助確保客戶A的零售店在協定的促銷期間具有競爭優勢。我們須確保參與該等促銷活動的促銷人員遵守客戶A及其零售店制定的所有相關規則。每次合作終止時，我們應停止促銷活動，召回所有產品、設備及促銷人員，並將客戶A的指定區域恢復原狀。

董事確認，於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們在履行ODM客戶訂單方面未遇到任何重大困難或因產品質量問題而面臨任何產品退貨而對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

**於2024財年增加我們ODM業務模式的收入貢獻**

來自ODM業務模式的收入於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別為人民幣53.9百萬元、人民幣42.6百萬元、人民幣118.8百萬元及人民幣112.6百萬元，佔各期間總收入的16.7%、9.6%、26.0%及48.7%。來自ODM業務模式的收入佔總收入的比例由2023財年的人民幣42.6百萬元大幅增加至2024財年的人民幣118.8百萬元，主要受多元化我們的ODM產品組合以及智能手錶及貴金屬飾品及產品於我們的ODM銷售組合中所佔比例的增加所推動。

以下為於往績記錄期間我們按產品類型劃分的ODM業務模式收入明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | | *人民幣* | |
| | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* | *千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **來自ODM業務收入** | | | | | | | | | | |
| *手錶* | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 30,262 | 9.3 | 16,946 | 3.8 | 4,327 | 0.9 | 2,355 | 1.2 | 899 | 0.4 |
| －智能手錶 | – | – | – | – | 22,070 | 4.9 | 6,929 | 3.7 | 3,666 | 1.6 |
| | 30,262 | 9.3 | 16,946 | 3.8 | 26,397 | 5.8 | 9,284 | 4.9 | 4,565 | 2.0 |
| *飾品(附註)* | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 21,875 | 6.8 | 23,532 | 5.3 | 92,321 | 20.2 | 35,043 | 18.5 | 107,637 | 46.6 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 1,802 | 0.6 | 2,125 | 0.5 | 109 | 0.0 | 53 | 0.0 | 407 | 0.1 |
| | 23,677 | 7.4 | 25,657 | 5.8 | 92,430 | 20.2 | 35,096 | 18.5 | 108,044 | 46.7 |
| **來自ODM業務總收入** | **53,939** | **16.7** | **42,603** | **9.6** | **118,827** | **26.0** | **44,380** | **23.4** | **112,609** | **48.7** |
| **總計** | **323,704** | **100.0** | **445,477** | **100.0** | **456,556** | **100.0** | **189,692** | **100.0** | **231,028** | **100.0** |

*附註：*

我們的飾品產品組合包括：(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鍊及手鐲等可佩戴的貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

如上文所示，智能手錶及貴金屬飾品及產品於2024財年的收入貢獻較往績記錄期間較早年度大幅增加，原因載列如下：

***智能手錶***

於2023財年末，我們策略性地推出全新的鑲足金的智能手錶系列，內置華為提供的智能機芯，該供應商為一家以5G技術而聞名的全球領先中國科技公司。智能手錶銷售主要歸因於一名ODM客戶，於2024財年產生的收入貢獻為人民幣12.5百萬元，分別佔我們2024財年總收入及來自ODM業務模式總收入的2.7%及10.6%。2025年首五個月，智能手錶的收益貢獻下降，主要由於銷量減少，原因主要是相關合約規定，於2025財年餘下期間需交付客戶的ODM智能手錶數量相對較多。

因此，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們來自智能手錶銷售的ODM收入分別為零、零、人民幣22.1百萬元及人民幣3.7百萬元。

***貴金屬飾品及產品***

於2023年10月，我們獲客戶A委任為飾品供應商，最初專注於項鏈及手鏈等貴金屬飾品。隨著時間的推移，我們的合作範圍擴大到其他貴金屬產品，例如金條。我們與客戶A的業務關係歷經不同階段，從2023年10月至2024年首五個月止為早期合作夥伴關係，當時消費者認知及接受程度仍在發展中。彼時，相對較少的終端消費者熟悉透過客戶A平台購買我們的貴金屬產品，導致銷售量相對較為溫和。截至2025年首五個月，該合作夥伴關係已相當成熟，我們的產品透過客戶A銷售，市場滲透率及消費者信任度更高。該平台不斷增長的客戶基礎及複購行為，使我們對飾品及金條的需求大幅增加。訂單量及收入數字清楚地反映這一演變，來自客戶A的訂單量於2024財年及2025年首五個月持續增加。來自客戶A的ODM收入於2023財年為人民幣0.5百萬元(分別佔2023財年總收入及來自ODM業務模式總收入的0.1%及1.2%)，於2024財年為人民幣80.0百萬元(分別佔2024財年總收入及來自ODM業務模式總收入的17.5%及67.3%)，以及2025年首五個月為人民幣103.3百萬元(分別佔2025年首五個月我們總收入及來自ODM業務模式總收入的44.71%及91.72%)。具體而言，於2024財年及2025年首五個月，來自客戶A的所有ODM收入均來自貴金屬飾品及產品的銷售。我們的飾品銷售收入由2024年首五個月的人民幣41.5百萬元增加至2025年首五個月的人民幣115.8百萬元，主要由於向客戶A銷售，向其銷售飾品的銷售額佔2025年首五個月收入的人民幣103.3百萬元。

除客戶A外，我們於2024財年及2025年首五個月來自其他ODM客戶的貴金屬飾品及產品訂單亦錄得顯著增長。

根據灼識諮詢的資料，於2024年，中國Au9999黃金的現貨平均結算價較2023年顯著上漲23.9%，而2024年的金條及金幣銷售量較2023年激增24.5%。金條及金幣的純度高、保值性可靠、重量小、價格實惠，更容易交易。高純度、重量小使其成為既實用又安全的投資選擇，尤其是在黃金價格上漲時。例如，我們來自銷售貴金屬飾品及產品的ODM收入由2023財年的人民幣23.5百萬元大幅增加至2024財年的人民幣92.2百萬元，並由2024年首五個月的人民幣35.04百萬元增加至2025年首五個月的人民幣107.64百萬元。我們認為，該增長主要是由於金價上漲期間，消費者對金條、獎牌及金幣等黃金投資產品的偏好增加，原因是該等產品與市場價值直接相關，且製作成本較低，適銷性較強。

## 銷售與營銷

### 銷售與營銷部門

我們的銷售與營銷部門主要負責銷售計劃的整體協調、存貨控制、補貨以及維護及提升我們的品牌形象。該部門協調我們在各種渠道的營銷工作，於所有市場及傳播接觸點保持統一的品牌形象，致力於確保我們的OBM產品系列的設計及展示符合我們自主品牌的核心品牌價值。我們的銷售與營銷部門管理市場營銷渠道及監督市場營銷活動的執行，以期最大限度地向目標客戶群宣傳品牌及產品。

### 營銷與促銷

我們投入大量資源推廣我們的自主品牌及手錶。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們的銷售開支分別為人民幣13.19百萬元、人民幣17.92百萬元、人民幣19.56百萬元及人民幣7.03百萬元，分別佔我們收入的4.1%、4.0%、4.3%及3.0%。

我們採用全面的銷售及營銷策略來推廣其產品，同時強化其品牌影響力：

- ***線上舉措：***我們在微信、微博、抖音及小紅書等平台上設立官方社交媒體賬號。該等數字渠道令我們得以廣泛傳播產品資訊、營銷資料及品牌訊息。我們非常重視在社交媒體上的表現，根據每個平台獨特的用戶偏好來定制我們的內容策略。我們亦不時參加第三方平台舉辦的促銷活動，如雙十一購物節及雙十二購物節，以增加品

牌曝光度，同時接觸更廣泛的消費者群體。我們亦與該等社交平台上的關鍵意見領袖(KOL)及有影響力的人士合作，利用彼等的影響力及追隨者，透過包括社交媒體文章及直播產品展示在內的活動接觸目標消費者。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們與關鍵意見領袖及有影響力的人士的合作僅限於營銷活動，且我們並無委聘任何關鍵意見領袖或有影響力的人士分銷我們的產品。

- ***線下舉措：***我們的線下推廣工作包括參與行業活動及建立寶貴的合作關係。例如，我們與互補性品牌及機構建立合作關係，共同舉辦活動及開發聯名產品，例如我們與北京故宮博物院合作，在2023年推出聯名產品。此外，我們舉辦產品發佈會及路演活動，以擴大與目標客戶的接觸面。例如，我們在人流密集的地點(如購物商場及展覽會)設置體驗攤位及產品示範點，令潛在客戶與我們的OBM產品進行親身互動。

- ***廣告：***在廣告方面，我們利用多種媒體，包括平面媒體及雜誌廣告、戶外廣告(如火車站的廣告牌)，以及電子商務平台及社交媒體平台上的數字廣告。所有營銷內容都經過嚴格的審核程序，包括我們的銷售與營銷部門及高級主管。此舉可確保我們的促銷工作遵守適當的標準及法規。

- ***行業參與及榮譽：***我們認為，我們的行業參與及榮譽進一步加強了我們的品牌定位及知名度。我們積極參與各類業界會議，如於2021年的第29屆中國(深圳)國際禮品及家居用品展覽會、2023年的檳城特色黃金、寶石和珠寶展、2023年的第二屆中國(莆田)國際黃金珠寶博覽會、2024年的深圳跨境電商展、2024年的第32屆中國(深圳)國際禮品及家居用品展覽會及2024年的第十九屆中國國際中小企業博覽會的智慧穿戴與現代鐘錶展，以展示我們的產品及與同行深入交流。我們榮獲廣東省鐘錶行業協會的2023年廣東省鐘錶行業協會最具潛力企業，並獲中國黃金協會評定為2022年中國足金貴金屬手錶加工五大重點企業之一。此外，我們亦擁有如中國黃金協

會、中國鐘錶協會、廣東省鐘錶行業協會、深圳市鐘錶行業協會及深圳市智能穿戴行業協會等知名行業組織的會員資格。

隨著我們的持續發展，我們的營銷策略將調整，以把握新興機遇及提升我們的市場佔有率，並利用我們的多方面方法建立品牌資產、提高產品知名度，以及與經銷夥伴、ODM客戶及終端消費者建立有意義的聯繫。

展望未來，我們計劃透過全方位、多角度的策略，進一步提升及擴展我們的營銷及服務網絡能力。其中包括建立新的營銷展示與體驗中心，直接與消費者接觸，並展示我們的產品。此外，我們計劃開設直營零售店網絡，以便更好地控制客戶體驗，同時更好地迎合當地消費者的喜好。作為銷售網絡的補充，我們亦將設立本地化的售後服務門店，以確保客戶能夠方便地獲得產品支援及維修服務。在擴大該實體網絡的同時，我們將實施一項全面的品牌推廣活動計劃，例如廣告、數字營銷、活動及合作。詳情請參閱「－我們的業務策略－擴大及優化營銷及服務網絡，提升品牌影響力及知名度」。

**季節性**

我們的銷量或會受到季節性的影響。貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及飾品行業的收入常受消費者季節性購買模式的影響而全年波動。

我們一般會自典禮及節日活動錄得較高的銷售收入，例如中秋節、中國農曆新年、中國國慶節假期、情人節及其他國家節日，該等節日通常與中國人送禮的傳統有關。此外，若干第三方網上購物平台所設置的購物節，如618購物節、雙十一購物節及雙十二購物節等，均會推高我們產品的銷售額。因此，該等活動歷來都會促進消費者的購買活動，從而提高我們的銷量。我們通常在節日較少的季節(如六月、七月及八月)錄得較低銷量。

由於該等波動，比較不同財政年度不同期間的銷售額及經營業績可能無法作為我們業績的指標。

## 售後服務與保修

### 售後服務

我們深知手錶的品質對品牌的商譽及形象至關重要。作為以客戶為中心的企業，我們專注於為客戶提供全面的售後支持。

於最後可行日期，我們與手錶維修技術人員合作，為我們在中國各地的十個地點的OBM手錶產品提供售後維修及保養服務。消費者可將其手錶送至其購買手錶的零售點或我們的任何服務地點進行維修或保養服務。送至零售點進行維修及保養的手錶通常會進一步運送至我們的服務地點進行處理。

我們非常重視培養以客戶服務為導向的文化。透過各種服務措施，我們的目標不僅要解決技術問題，同時要培養長期的品牌忠誠度及信任感。例如，我們的手錶附有全面的售後服務套餐，包括定期保養、維修及更換錶帶。我們亦定期在一級經銷商經營的展示中心舉辦「技師服務日」，讓終端消費者直接與我們的專業技術人員互動。此舉不僅提供了親自維修及排除故障的機會，亦強化了我們的專業技術及對客戶滿意度的承諾。該等增值服務旨在教育客戶正確保養及支援手錶的重要性，並在我們與終端消費者之間建立更緊密的關係。2024年2月，我們的手錶及貴金屬飾品售後服務榮獲中正國際認證深圳有限公司頒發的國家標準「商品售後服務評價體系」(GB/T 27922-2011)五星級認證。我們認為此等認證為我們服務能力及客戶滿意承諾的證明。

我們就於維修保養中心提供不屬於我們產品保修政策範圍的保養及維修服務收取服務費。我們亦於維修及保養中心銷售手錶及飾品產品的零件，主要為提供維修及保養服務及與其相輔相成。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們錄得手錶維修服務收入分別為人民幣3.79百萬元、人民幣5.08百萬元、人民幣3.91百萬元及人民幣1.40百萬元。

### 客戶反饋與投訴處理

我們認為客戶的反饋是改善服務的寶貴工具。我們設有服務查詢熱線，供終端消費者提出質詢。我們已制定標準程序，以確保對客戶的查詢及投訴作出負責任及迅速的回應。根據我們的程序，我們的客戶服務人員在收到投訴或查詢後，必須填寫客戶資料表格，並向售後客戶服務人

員報告。我們的售後客戶服務人員屆時將相關個案提交予相關部門進行進一步處理，如我們的生產部門(僅負責維修貴金屬零件)或我們的售後維修技術員(負責維修機械零件)。

於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無接獲客戶及終端消費者就我們的產品質量提出任何重大投訴及產品責任索償，亦無發生任何產品召回事件。

**產品退換**

除非產品有瑕疵，我們的一級經銷商及ODM客戶一般不得於產品交付及驗收後退回我們的產品。具體而言，我們的一級經銷商及ODM客戶在收到我們的產品時必須進行檢查，並僅可在檢查期間(收貨後三至五個工作日)退還有瑕疵的手錶，否則將被視為已接收我們的產品交付。除此之外，我們的一級經銷商及ODM客戶不得退換我們所銷售的產品。有關詳情，請參閱「－與一級經銷商的安排－交付驗收」及「與ODM客戶的安排－交貨驗收」。

根據相關第三方電子商務平台的政策，我們自營線上店舖的客戶一般僅允許退回有瑕疵的產品或於收到產品後七天內退貨。詳情請參閱「銷售及經銷－中國經銷網絡－線上店舖－自營線上店舖」。

鑑於我們於產品交付前採取了嚴格的質量控制措施，於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們並無遇到任何重大產品退貨，亦無因質量或其他問題而召回任何產品。

**保修**

對於我們的OBM產品，消費者一般享有自購買日起一年的保修期(無論產品購買的銷售渠道)，保修範圍包括手錶機芯、電池及維修。對於我們的一級經銷商，標準產品保修期為自交貨驗收日期起計兩年。在此保修期間，若產品因品質問題導致故障，我們提供免費維修服務。倘故障並非由質量問題引起，我們會按照我們的報價提供有償維修服務。保修期屆滿後，我們保留根據故障狀況及零件供應情況決定是否提供付費維修服務的權利。

對於供應予ODM客戶的手錶，我們一般會對任何非人為引起的質量問題提供保修，保修期一般介乎一至三年，自交付驗收日期起計。然而，保修範圍不包括終端消費者使用時的正常磨損，例如錶帶老化。我們同時承諾在ODM保修範圍內，任何所需的維修時間不得超過七個工作日。

有關詳情，請參閱「－與一級經銷商的安排－產品保修」及「－與ODM客戶的安排－產品保修」。

除我們的維修及保養中心在保修期內進行的維修及保養服務外，所有主要與不當使用我們的手錶所造成的損壞有關的維修及保養服務費用均由終端消費者承擔。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，保修開支分別為人民幣3.79百萬元、人民幣5.08百萬元、人民幣3.91百萬元及人民幣1.40百萬元。

**信息技術**

我們致力於持續開發及升級我們的信息系統。該等系統可讓各部門有效運作，並有助於重要業務數據的收集、管理及分析。

我們擁有集中式整合IT基礎架構，可支援我們的整體營運、數據分析、營銷及製造流程。從材料採購到銷售，整個業務生命週期都廣泛使用此IT基礎架構。我們不斷提升IT系統的可靠性及可擴展性，為內部部門及外部客戶提供滿意且便利的用戶體驗。

我們認為，業務的成功很大程度上取決於我們健全的信息系統。該等系統允許我們監控及管理各個部門的活動及績效，同時追蹤我們的銷售數據。我們的整合信息系統涵蓋業務營運的多個層面，包括採購、銷售與配送、質量控制、庫存與物流、財務報告及人力資源。該等系統令我們能夠收集、管理及分析與銷售、庫存、員工表現及顧客回饋相關的資料。此外，我們的信息系統賦能我們的管理層監控及評估各個部門的即時表現，令彼等能夠及時、明智地做出決策，以提高我們營運的效率及生產力。

具體而言，我們已投資企業資源規劃(ERP)系統，以整合生產營運個別階段的數據。這包括生產效率、成本及存貨水平指標，我們透過分析該等指標來制定提高製造績效的策略計劃。透過利用我們的ERP系統，我們可以追蹤原材料、半成品及成品的實時狀態，並評估生產設施及工人的效率。這使我們能夠提高生產效率，並更準確地管理整個流程。此外，ERP系統使我們能夠

快速回應客戶在開發和生產過程中對產品設計變更的要求。其亦使我們能夠密切監控我們的產能及利用率，從而提高我們的訂單計劃、調度以及成本核算及生產流程的準確性。

透過持續投資及升級我們的IT基礎架構及信息系統，我們得以維持競爭優勢，並支援不斷變化的業務需求。

**數據隱私與保護**

我們一般不會收集產品的個別終端消費者的個人資料。於往績記錄期間及截至最後可行日期，任何透過自營線上店舖完成線上銷售所需的客戶資訊，例如註冊ID及送貨詳情，均由負責保護用戶資料的第三方平台處理。在提供維修保養或其他售後服務的過程中，我們亦可能會收集消費者的個人資料。所收集的任何有關資料將僅用於既定目的(如通知相關消費者有關產品的維修及保養狀況)，且不會在提供相關服務完成後保留。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們從未收到任何與收集、儲存及使用客戶個人資料有關的行政處罰，亦從未經歷涉及數據隱私的重大法律訴訟。考慮到(i)我們並不從事數字經濟或網絡平台業務，亦不進行任何數據開發及處理活動；(ii)我們在收集及使用客戶的個人資料前已獲得客戶的授權或同意，及(iii)我們已採取一系列措施以保障客戶的隱私(如有)，我們的中國法律顧問認為我們已遵守所有適用於我們的有關網絡安全及資料安全的中國法律及法規，並將能夠遵守所有適用的法律及法規草案(當其以現行形式生效時)。

**採購**

我們產品的原材料主要包括(i)貴金屬，包括黃金及白銀；(ii)手錶部件，如手錶機芯、指針、錶殼、錶盤、錶冠、錶鏈及錶帶；及(iii)其他原材料，如包裝材料。就價值而言，黃金是我們用於生產產品的主要原材料。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，黃金採購額分別佔我們總採購額的85.34%、89.05%、82.11%及89.24%。

我們在選擇產品所用的原材料時，維持嚴格的標準，以確保產品的整體品質。我們主要透過其會員從上海黃金交易所採購產品中使用的黃金。我們主要採購瑞士及日本品牌製造的手錶機芯以及華為的智能機芯。有關我們甄選及監控供應商的詳情，請參閱「－我們的供應商」。

***採購量***

下表載列往績記錄期間各年度／期間我們按類別劃分的原材料採購金額(不含稅)及採購量明細：

| | **2022財年** | **2023財年** | **2024財年** | **2025年首五個月** |
|---|---|---|---|---|
| **採購金額(除稅前)** | | | | |
| *(人民幣千元)* | | | | |
| 黃金 | 207,043.40 | 382,564.00 | 274,513.41 | 147,366.81 |
| 白銀 | 246.30 | 857.10 | 1,365.68 | 107.39 |
| 機芯 | 8,650.30 | 14,140.60 | 26,615.21 | 6,658.16 |
| **採購量** | | | | |
| 黃金*(千克)* | 601.23 | 966.43 | 573.05 | 239 |
| 白銀*(千克)* | 61.00 | 168.69 | 234.8 | 15 |
| 機芯*(千單位)* | 104.42 | 154.81 | 136.01 | 55.56 |

***採購價***

於往績記錄期間，黃金採購價(含稅)與當時在上海黃金交易所買賣的Au9999的市價(含稅)大致相若。詳情請參閱下表：

| | **2022財年** | **2023財年** | **2024財年** | **2025年首五個月** |
|---|---|---|---|---|
| | *人民幣元／克* | *人民幣元／克* | *人民幣元／克* | *人民幣元／克* |
| 平均採購價*(附註)* | 389.13 | 447.31 | 541.31 | 696.76 |
| 上海黃金交易所於期間內最後交易日的黃金收價 | 410.49 | 479.59 | 614.80 | 768.79 |

*附註：*平均採購價等於我們在相應年度的黃金購買總額(含稅)除以同一相應年度的黃金購買總量。

***採購計劃***

我們主要根據業務規劃及存貨水平制定年度採購計劃，並根據實際業務情況及需求的變化按月調整計劃。此種動態的計劃及調整策略使我們避免黃金原材料的短缺。

我們主要根據生產計劃採購原材料，且在制定及調整採購計劃時亦會考慮原材料價格及可動用營運資金。具體而言，我們的採購部門會每月調整採購計劃，並在考慮客戶訂單需求時兼顧維持適當安全存貨水平。我們的採購部門負責監控採購材料的交貨時間表，且每月進行統計分析，跟進供應商的準時交貨率，並根據交貨期等因素編備一份全面的供應商評估報告。我們一般根據採購計劃向供應商發出訂單，並根據供應商與我們協定的付款條款，以預付或貨到付款的信貸期方式與供應商進行結算。

我們分批進行多次黃金採購，採購時間主要根據產品訂單量及相應的生產需求，以及黃金價格及我們的可用資金釐定。如果我們預計未來金價會上漲且資金充足，我們可能考慮適當增加一批或多批黃金原料的採購。該政策使我們能夠降低黃金材料庫存過剩的風險，並減輕成本波動對我們業務營運及財務表現的影響。我們的黃金採購政策旨在降低在需求旺盛或價格飆升時出現庫存短缺的可能性。

由於我們於生產中主要使用黃金，而黃金是一種具有標準規格的商品，可從市場上廣泛的供應商獲得，且在貴金屬交易所進行廣泛交易，現貨價格透明，此外，與中國商品市場的黃金交易量相比，我們採購的黃金數量微不足道，因此我們不會因原材料供應短缺或延誤而承受重大風險。此外，通過多年的合作，我們與上海黃金交易所的會員(我們向其採購黃金，有關詳情請參閱下文「－採購黃金」)及主要供應商建立了穩定的關係，有助於確保供應的穩定性。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未因生產所需原材料供應短缺或延遲交付而對我們的業務營運產生重大不利影響。有關與原材料相關的詳細風險，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們產品所用的原材料(尤其是黃金)的價格波動或供應短缺或會對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響」。

***採購黃金***

於往績記錄期間，我們所有的黃金均來自中國境內。上海黃金交易所的直接交易僅限於其會員。作為非會員，我們主要透過與上海黃金交易所會員的經紀安排採購上海黃金交易所供應的黃金，詳情載於下文「－向上海黃金交易所採購」。鑑於上海黃金交易所的標準交易時間(週一至週五的上午九時正至下午五時正)，我們亦不時向上海黃金交易所會員進行直接採購，以有助於確保運營靈活性，詳情載於下文「－向上海黃金交易所會員採購」。於往績記錄期間各年度／期間，我們透過經紀安排向上海黃金交易所購買的黃金分別為人民幣154.07百萬元、人民幣382.56百萬元、人民幣275.72百萬元及人民幣148.75百萬元，分別佔各期間總購買量的63.50%、89.05%、82.11%及89.24%；於往績記錄期間，我們於各年度／期間向上海黃金交易所會員直接購買的黃金金額分別為人民幣52.98百萬元、零、零及零，佔各期間總購買量的21.84%、零、零及零。

根據灼識諮詢的資料，行業參與者透過上述兩種方式採購黃金屬普遍現象，原因為此兩種方式可互補，經紀方式可提供系統性地進入上海黃金交易所的渠道，而直接購買則令制定更具適應性的採購策略成為可能。該等方式的選擇取決於時機、市場條件、定價及特定採購需求等因素。據我們的中國法律顧問所告知，根據其對相關採購協議及發票的審閱，我們於往績記錄期間根據上述兩種方式進行的採購交易均符合中國相關法律法規。

***向上海黃金交易所採購***

為確保我們的黃金供應，我們就向上海黃金交易所採購黃金與上海黃金交易所會員訂立長期經紀協議。我們已與該等會員開立指定賬戶，令我們得以使用上海黃金交易所的交易平台，且於往績記錄期間，我們主要透過該等賬戶進行黃金採購。根據該安排，我們透過該等指定賬戶結算黃金採購付款，而採購發票則由上海黃金交易所直接向我們開具。因此，於往績記錄期間，我們認為上海黃金交易所為我們的主要黃金供應商。我們與上海黃金交易所會員訂立的經紀協議的主要條款包括：

**期限：**　　我們與該等會員訂立無具體到期日的長期框架經紀協議。

**交易安排：**

- 於我們需要黃金供應時，我們會透過在上海黃金交易所交易平台上與該等會員開立的賬戶下達採購訂單，列明所需數量及交付時間表。
- 該等會員獲授權代表我們向上海黃金交易所購買黃金，惟黃金現貨價格須在預先協定的範圍內。倘價格超出此範圍，會員須於作出購買前取得我們的事先批准。
- 我們向會員付款後，其將向上海黃金交易所提交黃金提取申請，並協助我們在上海黃金交易所指定的金庫提取黃金。

**定價政策：**

- 就每宗採購交易而言，我們向會員支付以下各項之總額：(i)我們向相關會員下達購買訂單時在上海黃金交易所交易的Au9999黃金現貨價格(即實時交易價格)；及(ii)會員就其採購服務收取的每克採購黃金的預先協定固定經紀費用。

**付款安排：**

- 我們將於黃金自上海黃金交易所指定金庫提取當日向會員悉數支付黃金購買價。

每次黃金採購均須獲管理層的批准。經批准後，我們的財務部門將採購資金轉入我們於上海黃金交易所交易平台上在上海黃金交易所會員開立的賬戶。總經理授權指定人員透過指定賬戶進行採購交易。

*向上海黃金交易所會員採購*

於2022財年，除透過上文詳述的經紀安排從上海黃金交易所採購黃金外，我們亦直接從上海黃金交易所會員深圳市國富黃金股份有限公司(「**深圳市國富黃金**」)採購黃金。由於該等直接採購的發票由深圳市國富黃金直接發出，故深圳市國富黃金被視為該等交易的黃金供應商。

根據其網站上的資料，深圳市國富黃金主要從事黃金及鉑金等貴金屬首飾及文化藝術禮品的開發、設計、加工及銷售；且深圳市國富黃金為上海黃金交易所綜合類會員、上海黃金交易所第一屆理事單位之一以及獲頒「中國名牌」稱號的黃金珠寶行業企業。於2021年9月，我們已與深圳市國富黃金簽訂框架協議，以規範我們向其購買黃金的安排。該框架協議的主要條款包括：

| | |
|---|---|
| 期限： | 協議期限為一年。由於我們當時認為從上海黃金交易所採購的黃金足以滿足我們的黃金採購需求，因此在協議於2022年8月屆滿後，我們並無續約。 |
| 下達訂單： | 我們會於協議期限內就每次黃金採購向深圳市國富黃金下達訂單。<br><br>具體而言，我們會就每次黃金採購向深圳市國富黃金發出採購單，列明所採購黃金的種類及數量。作為回應，深圳市國富黃金將提供一份採購訂單，列明訂單詳情，包括採購價格，該價格將根據上海黃金交易所所報Au9999黃金現貨價格(即實時交易價格)釐定，以供我們確認。<br><br>深圳市國富黃金根據協議交付的黃金品質必須符合國家標準及行業標準，以及框架協議及每份採購訂單中列明的要求。 |
| 付款安排： | 根據協議，我們應在每份採購訂單確認當日結清訂單總金額。 |

| | |
|---|---|
| 交貨與驗收： | 深圳市國富黃金一般須在訂單確認後兩天內提供所採購的黃金供我們提取。<br><br>根據協議，我們將委派一名人員到深圳市國富黃金檢查及提取所採購的黃金。在進行檢查後，我們的人員須簽署交貨單，確認接受所採購的黃金。所採購黃金的損壞或遺失風險將於簽署交貨單時由深圳市國富黃金轉移至我們。 |

據我們的中國法律顧問告知，深圳市國富黃金為上海黃金交易所綜合類會員，因此合資格向我們提供該等採購交易項下的相關黃金，而根據彼等對相關採購協議及發票的審閱，該等採購交易乃根據相關中國法律及法規進行。

與我們透過經紀安排向上海黃金交易所採購黃金的做法一致，每次向上海黃金交易所會員直接採購黃金均須經我們的管理層批准。一經批准，我們的總經理會授權指定人員發出採購申請書及確認採購訂單，並由我們的財務部門安排採購訂單的結算。

***檢測所採購黃金***

根據兩種黃金採購類型，我們的品質控制部門會在收到／領取黃金原料時進行純度及重量檢測。通過相關檢測的黃金原料方會被接收，並安排存放於我們的金庫中。

*依賴上海黃金交易所採購黃金*

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，支付予上海黃金交易所的金額分別為人民幣154.07百萬元、人民幣382.56百萬元、人民幣275.72百萬元及人民幣148.75百萬元，分別佔各年度採購總額的63.50%、89.05%、82.48%及90.07%。於往績記錄期間，我們於上海黃金交易所的所有採購主要為金條採購，亦包括少量鉑金。

根據灼識諮詢的資料，上海黃金交易所為中國最大的黃金交易所，由中國政府直接監管，從上海黃金交易所採購黃金是黃金貴金屬手錶行業、鑲黃金的鑲貴金屬手錶行業以及貴金屬珠寶及飾品行業的行業規範。鑑於從海外進口黃金的各種限制，我們的董事認為從上海黃金交易所採購是中國最可靠的採購來源。此外，僅上海黃金交易所會員方可直接在交易所進行交易。由於我們並非上海黃金交易所的會員，且不具備在上海黃金交易所直接進行黃金交易的資格，我們主要向上海黃金交易所的合資格會員採購黃金。因此，我們認為，我們依賴上海黃金交易所採購黃金屬合理，並符合行業慣例，且繼續自上海黃金交易所採購黃金符合我們的最佳利益。

於往績記錄期間，我們向上海黃金交易所三名合資格會員採購黃金，彼等均為獨立第三方。根據上海黃金交易所的資料，由於其擁有超過290個會員有資格從上海黃金交易所購買黃金，然後出售予非會員機構(例如我們)，我們相信，若目前與我們開展業務的上海黃金交易所的任何合資格會員未能以商業可接受的條款向我們提供穩定的黃金供應或終止與我們的業務關係，則亦可向上海黃金交易所其他合資格會員採購黃金。

**管理原材料價格波動的措施**

為應對黃金成本上漲，我們一直透過兩大策略平衡成本壓力與市場需求：(1)價格穩定：我們力求保持消費者價格穩定，以保護中等收入消費者的需求，優先爭取市場份額而非短期利潤；及(2)黃金重量管理：於往績記錄期間，我們已大幅降低OBM手錶單位產品黃金重量，以維持相對穩定的每隻平均售價。於往績記錄期間，我們OBM傳統手錶的平均售價相對穩定，主要由於每隻手錶的平均黃金重量下降，反映我們應對成本壓力的策略。展望未來，為保護產品完整性，我們預計現有核心產品線的黃金含量不會再進一步大幅減少。儘管如此，我們將繼續通過優化我們的產品組合，管理我們的整體銷售成本，堅持價格穩定策略。尤其是，我們將專注於：(1)黃金錶圈手錶，根據定義，其黃金含量相對低於黃金錶殼手錶；及(2)輕量化手錶SKU，相對於重型款式，可將黃金用量減至最少，而不影響我們產品所用黃金的純度。有關詳情，請參閱「－往績記錄期間部分產品收入及平均售價變動的原因－平均售價」。

**取得黃金租賃以管理黃金價格風險**

於往績記錄期間，我們並無利用對沖工具以對沖黃金價格波動，但我們不時申請黃金租賃，主要用於對沖黃金價格波動相關風險。黃金租賃指我們(作為承租人)向商業銀行(作為出租人)借入一定期限黃金的金融交易。我們的黃金租賃安排亦涉及上海黃金交易所(作為一個交易平台)及其會員(作為一個撮合者，允許我們維持一個賬戶，以間接在上海黃金交易所進行交易)。在此過程中，(i)商業銀行(「**商業銀行**」，亦於上海黃金交易所開設自身賬戶，成為其會員)首先將黃金轉移至我們與上海黃金交易所會員開立的賬戶，(ii)我們從該賬戶收取實物黃金，及(iii)我們向商業銀行支付所租賃黃金的利息。於所租賃期屆滿時，經我們事先授權，我們通過商業銀行從我們與上海黃金交易所會員處開立的賬戶中提取黃金，將等量黃金歸還給商業銀行。

根據灼識諮詢的資料，(i)業內參與者訂立黃金租賃以管理市場的黃金價格波動相關風險乃行業普遍慣例，此乃由於(a)黃金價格的波動性使得業內參與者需採取措施更有效地管理其承受此類波動的風險，(b)黃金租賃相較於中國現金貸款一般有較低的利率，以及(c)黃金租賃使業內參與者能釋放以黃金庫存形式佔用的資金且有利於更好的流動性管理；及(ii)通過上海黃金交易所及其會員進行黃金租賃等黃金交易，符合中國黃金相關行業的行業規範，原因為該等安排可(i)盡量減少黃金實物交付的需要以及相關成本及風險，及(ii)方便追蹤黃金，以減少可能出現的質量及真偽問題。

此外，於往績記錄期間，我們決定透過我們與上海黃金交易所會員的現有賬戶向商業銀行借入及歸還黃金，以(i)充分利用我們與上海黃金交易所會員的現有關係及(ii)減少與上海黃金交易所不同會員開立及維持多個賬戶的相關資源。

於申請黃金租賃前，我們對可用資金及生產與經營狀況進行審慎評估。透過採用此策略，我們旨在提高資金利用的效率、降低融資成本及預防黃金價格波動相關風險。例如，如果我們償還黃金租賃時黃金的市價下跌，我們將自借款日與還款日之間的價差賺取收益，抵銷我們因基於黃金市價的產品售價較低而遭受的虧損。此外，黃金租賃公平值變動的財務影響呈平穩趨勢，並不會對我們的財務業績產生重大不利影響。例如，(i)如果在貸款期限內金價下跌，我們出售的黃金產品(以借入黃金生產)價值可能會遭受虧損，但同時我們可能受惠於該等黃金租賃的公平值收

益；及(ii)如果在貸款期限內金價上漲，我們的黃金租賃可能產生虧損，但我們將能夠以更高的價格出售我們的黃金產品(以借入黃金生產)以實現黃金價格的上漲。

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們僅透過商業銀行的黃金租賃分別借入69.0千克、81.0千克、84.0千克及50.0千克黃金，即於各期間，新增黃金租賃之總金額分別為人民幣26.9百萬元、人民幣35.6百萬元、人民幣40.3百萬元及人民幣31.4百萬元。我們決定於2022年中或前後首次取得黃金租賃，原因為：(i)儘管2021年下半年上海黃金交易所的黃金現貨月加權平均報價相對穩定在每克人民幣368.32元至每克人民幣376.07元之間，但2022年上半年或前後上海黃金交易所的黃金現貨報價出現波動，原因為(a)2022年2月開始的俄羅斯與烏克蘭衝突，導致收市價由2022年1月28日的每克人民幣369.04元上升至2022年3月9日的每克人民幣415.11元；及(b)美國聯邦儲備局於2022年第二季度宣佈上調聯邦基金利率目標範圍，導致金價輕微下跌(收市價由2022年3月17日的每克人民幣394.09元至2022年7月28日的每克人民幣379.50元)，而董事預期此乃透過取得黃金租賃鎖定當時金價的最佳時機；(ii)我們於2021年12月31日的現金結餘遠低於2020年12月31日，董事相信透過黃金租賃取得黃金對本集團的財務負擔較輕，且符合本集團的最佳利益；及(iii)中國人民銀行於有關時間或前後的貸款最優惠利率略高於我們向商業銀行取得黃金租賃的利率。

我們選擇商業銀行作為黃金租賃的出租人，原因是於關鍵時間(i)董事認為，儘管深圳有其他提供黃金租賃服務的商業銀行，但就其服務品質及業界聲譽而言，商業銀行為我們最合適的選擇，及(ii)我們已自另一家商業銀行獲得營運資金貸款且董事認為自該商業銀行進一步獲得黃金租賃融資將存在難度。因此，我們於2022財年從商業銀行獲得首筆黃金租賃，以管理市場的黃金價格波動相關風險。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們根據相關黃金租賃的條款分別向該商業銀行歸還零、69.0千克、81.0千克及84.0千克黃金。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，黃金租賃的餘下黃金結餘(如有)分別為69.0千克、81.0千克、84.0千克及50.0千克，分別佔我們於各自日期的黃金結餘總額的12.32%、9.83%、10.12%及7.77%。

於往績記錄期間，我們一直維持著大量黃金庫存，原因為(i)雖然我們實施了動態庫存管理策略，但我們亦努力在可能及適當的情況下維持庫存中的足夠黃金原材料水平，以滿足往績記錄期間的黃金使用需求；及(ii)於2023財年，與金銀谷投資於2023年5月30日在新三板公告的股份認購相關的所得款項人民幣82.5百萬元將用於支付向供應商採購款項及其他營運開支，以及由於我

們的日常業務中大量使用黃金且黃金是往績記錄期間的主要原材料之一，並考慮到當時黃金價格的整體上漲趨勢，我們根據該認購事項項下的所得款項用途要求，將其中大部分所得款項(即人民幣74.9百萬元)用於購買黃金原材料。除於2023財年因上述原因外，於往績記錄期間，我們購買的黃金(作為原材料)與生產及銷售中消耗的黃金(作為成品)數量之間並無重大差異。

於最後可行日期，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生(均為控股股東)及李亞香女士(李永忠先生的配偶)就本集團的黃金租賃提供個人擔保，進一步詳情請參閱附錄一會計師報告附註27。該等擔保將於上市時或上市前解除。

**我們的供應商**

我們的供應商主要包括上海黃金交易所、黃金以外的貴金屬供應商及手錶零件供應商。我們絕大部分原材料均來自中國，包括國內供應商以瑞士及日本品牌製造的手錶機芯及一家全球領先中國科技公司華為的智能機芯。

誠如上文所披露，我們主要透過上海黃金交易所的會員自上海黃金交易所採購黃金。詳情請參閱上文「－採購」。我們僅自符合我們評估標準並名列我們經批准供應商名單上的精選供應商採購其他原材料，儘管該等材料存在替代供應商。原材料供應商的選擇乃基於對幾項關鍵因素的全面評估，例如其業務規模、行業聲譽、財務管理、材料品質、產能及生產提前期、交貨提前期、定價、監管合規性及相關資質。此外，我們要求供應商遵守我們的合規政策，包括與反賄賂措施相關的政策。我們定期根據供應商的產品品質、價格及交貨期對其進行評估。

**五大供應商**

於往績記錄期間各年度／期間，我們向五大供應商的採購總額分別為人民幣220.10百萬元、人民幣403.45百萬元、人民幣308.90百萬元及人民幣157.52百萬元，分別佔我們各期間採購總額的90.72%、93.92%、92.40%及95.38%。於往績記錄期間各期間，我們向最大供應商的採購額分別為人民幣154.07百萬元、人民幣382.56百萬元、人民幣275.72百萬元及人民幣148.75百萬元，分別佔我們各期間採購總額的63.50%、89.05%、82.48%及90.07%。

於往績記錄期間各年度／期間，我們的五大供應商均為獨立第三方。據董事所深知，於往績記錄期間各年度／期間，概無董事或彼等各自的聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的任何人士於我們任何五大供應商中擁有任何權益。

下表載列我們五大供應商於往績記錄期間各年度／期間的資料：

***2022財年***

| 供應商 | 背景及主要業務性質 | 所供應的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們總採購量的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 上海黃金交易所 *(附註)* | 中國最大的黃金交易所，由中國政府直接監管 | 黃金 | 自2013年起 | 154.07 | 63.50% | 見上文 |
| 深圳市國富黃金 | 上海黃金交易所會員，主要從事來自上海黃金交易所的黃金交易 | 黃金 | 自2021年起 | 52.98 | 21.84% | 於採購訂單日期付款；銀行轉賬 |
| 惠州市欣榮錶業有限公司 | 總部位於中國的鐘錶及計時儀器製造商及零售商 | 錶殼主體、錶背、錶冠及其定制服務 | 自2019年起 | 4.77 | 1.97% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 東莞市寶發精密五金製品有限公司 | 總部位於中國的五金產品製造商、加工商及批發商 | 錶殼主體、錶背、錶冠及其定制服務 | 自2020年起 | 4.48 | 1.85% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |

| 供應商 | 背景及主要業務性質 | 所供應的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們總採購量的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 深圳市鑫錦隆珠寶首飾有限公司 | 總部位於中國的珠寶製造商及銷售商 | 加工服務 | 自2021年起 | 3.81 | 1.57% | 自以下各項完成之日起計30個工作日內：(i)雙方核對付款金額；(ii)妥為完成採購訂單；及(iii)我們收到發票 |
| | | | **總計：** | **220.10** | **90.72%** | |

***2023財年***

| 供應商 | 背景及主要業務性質 | 所供應的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們總採購量的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 上海黃金交易所 *(附註)* | 見上文 | 黃金 | 自2013年起 | 382.56 | 89.05% | 見上文 |
| 惠州市欣榮錶業有限公司及深圳欣榮智造科技有限公司 | 見上文 | 錶殼主體、錶背、錶冠及其定制服務 | 自2019年起(惠州市欣榮錶業有限公司)；自2023年起(深圳欣榮智造科技有限公司) | 6.20 | 1.4% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |

| 供應商 | 背景及主要業務性質 | 所供應的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們總採購量的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 深圳市合智智能科技有限公司 | 總部位於中國的智能可穿戴設備製造商 | 機芯，如石英(朗達)及機械(Time Module)機芯 | 自2022年起 | 5.28 | 1.23% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 東莞市寶發精密五金製品有限公司 | 見上文 | 錶殼主體、錶背、錶冠及其定制服務 | 自2020年起 | 5.20 | 1.22% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 廣州利東貿易有限公司 | 見上文 | 機芯 | 自2019年起 | 4.21 | 0.98% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| | | | **總計：** | **403.45** | **93.92%** | |

***2024財年***

| 供應商 | 背景及主要業務性質 | 所供應的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們總採購量的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 上海黃金交易所 *(附註)* | 見上文 | 黃金及鉑金 | 自2013年起 | 275.72 | 82.48% | 見上文 |
| 華為 | 總部位於中國的電子產品開發商及製造商 | 機芯 | 自2023年起 | 19.00 | 5.68% | 預付款；銀行轉賬 |

| 供應商 | 背景及主要業務性質 | 所供應的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們總採購量的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 深圳欣榮智造科技有限公司及惠州市欣榮錶業有限公司 | 總部位於中國的鐘錶及計時儀器製造商及零售商，由一名獨立第三方同一控制 | 錶殼主體、錶背、錶冠及其定制服務 | 自2023年起(深圳欣榮智造科技有限公司)；自2019年起(惠州市欣榮錶業有限公司) | 5.80 | 1.74% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 東莞市寶發精密五金製品有限公司 | 見上文 | 錶殼主體、錶背、錶冠及其定制服務 | 自2020年起 | 4.60 | 1.38% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 深圳市合智智能科技有限公司 | 見上文 | 機芯，如石英(朗達)及機械(Time Module)機芯 | 自2022年起 | 3.77 | 1.13% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| | | | **總計：** | **308.90** | **92.40%** | |

***2025年首五個月***

| 供應商 | 背景及主要業務性質 | 所供應的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們總採購量的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 上海黃金交易所 *(附註)* | 見上文 | 黃金及鉑金 | 自2013年起 | 148.75 | 90.07% | 見上文 |
| 華為 | 見上文 | 機芯 | 自2023年起 | 4.05 | 2.45% | 預付款；銀行轉賬 |

| 供應商 | 背景及主要業務性質 | 所供應的主要產品／服務 | 關係年數 | 交易金額 *(人民幣百萬元)* | 佔我們總採購量的百分比 | 信貸條款及付款方式 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 深圳欣榮智造科技有限公司 | 見上文 | 錶殼主體、錶背、錶冠及其定制服務 | 自2023年起 | 1.78 | 1.08% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 深圳市合智智能科技有限公司 | 見上文 | 機芯，如石英(朗達)及機械(Time Module)機芯 | 自2022年起 | 1.62 | 0.98% | 出示發票時付款；銀行轉賬 |
| 金祿祥黃金科技東莞有限公司 | 含黃金、貴金屬及／或寶石之珠寶及手錶製造商及銷售商 | 將黃金原料加工成半成品黃金產品。具體而言，我們將相關產品的電鍍工序分包予此供應商。 | 自2024年起 | 1.32 | 0.80% | 雙方就上個月的總付款金額對賬完成之日起計30個工作日 |
| | | | **總計：** | **157.52** | **95.38%** | |

*附註：*誠如「－採購－黃金採購」中所披露，我們採用兩種方式採購黃金：(i)透過與上海黃金交易所會員的經紀安排從上海黃金交易所採購黃金；及(ii)直接向上海黃金交易所會員採購黃金。

根據第一種方法(從上海黃金交易所採購)，我們已與上海黃金交易所會員訂立長期經紀協議。我們已與該等會員開設指定賬戶進行採購，於往績記錄期間我們主要透過該等賬戶進行黃金採購。根據此安排，我們透過該等指定賬戶結算黃金採購款項，而採購發票則由上海黃金交易所直接向我們開具。因此，於往績記錄期間，上海黃金交易所被視為我們的黃金供應商。詳情請參閱「－採購－採購黃金－向上海黃金交易所採購」。

於2022財年，我們亦從上海黃金交易所會員深圳市國富黃金股份有限公司採購黃金，其直接向我們開具採購交易的相關發票。由於該等直接採購的發票由深圳市國富黃金直接開具，故深圳市國富黃金被視為我們該等交易的黃金供應商。詳情請參閱「－採購－採購黃金－向上海黃金交易所會員採購」。

於2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們從上海黃金交易所採購的黃金足以滿足我們的黃金採購需求，因此我們並無向深圳市國富黃金進行直接採購。

**存貨**

我們的存貨主要包括(i)原材料，主要包括黃金、銀、手錶機芯及其他手錶部件、錶鏈、錶帶及包裝材料；(ii)在製手錶及飾品；(iii)手錶及飾品成品；及(iv)在途貨物。

**存貨安全**

基於生產所用的原材料的性質及固有價值，我們已實施全面且健全的安全系統，以保障存貨安全：

- *安全的儲存設施：*我們使用金庫儲存黃金材料，僅向有限人數的經授權人員授予受限訪問權限。該等金庫在我們的生產現場配備由第三方安保公司監控的24小時監控系統。只有少數經挑選的授權員工持有必要的鑰匙及密碼，才能存取儲存於金庫中的黃金材料。

- *追蹤系統：*每個製造步驟完成後，在製品必須迅速送回我們的安全庫存中心進行檢查及盤點。此舉可確保在整個生產過程中對材料進行嚴格控制。

  存貨的存取受到嚴格控制，每當原材料或在製品從我們的安全存貨中心提取或退回時，均須在我們的電腦化存貨系統中作登記。該系統記錄每次原材料或在製品提取或退回的詳情，包括但不限於所涉及的具體原材料或在製品、提取或退回時的數量及狀況、涉及人員以及提取或退回日期。

  該嚴格的追蹤機制不僅加強安全性，而且有助於在整個生產週期進行透明且即時的監控，使我們能夠迅速發現並處理任何差異。

- *定期盤點庫存：*我們進行每月庫存盤點以及每半年全面存貨盤點，以密切追蹤並驗證我們的存貨水準。

此涉及安全儲存、持續監控及限制存取的多層存貨安全方法，可確保我們的關鍵原材料供應得到妥善保護。供應鏈管理部門在監督存貨方面的主導作用進一步強化現有的整體控制及問責機制。透過該等全面的安全措施，我們能夠維持對存貨的嚴格控制，並降低貴金屬原材料、在製品及成品損失、失竊或未經授權存取的風險。

**存貨週轉天數**

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們的平均存貨週轉天數分別為699日、620日、708日及624日，而我們於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日的存貨結餘分別佔流動資產總額的84.42%、89.83%、86.56%及83.10%。有關存貨水平的詳細分析，請參閱「財務資料－綜合財務狀況表若干項目說明－存貨」。

**存貨管理**

我們已建立存貨管理系統，該系統可監控入庫過程的每個階段。

為盡量降低存貨累積的風險，我們採取存貨管理政策，據此，我們通過資訊技術系統及內部進行實物庫存盤點及庫存檢驗，定期審查存貨水平，一般是每月一次，以監控各類產品及原材料的存貨變動，並在必要時對採購或生產計劃進行調整，以維持各類產品及原材料的合理存貨水平，並確保準時向經銷商交付成品。

***黃金存貨***

由於黃金是一種高度耐用且穩定的元素，且為我們的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶生產所用的關鍵元素，我們認為黃金存貨隨時間失去可銷售性或以其他方式無法被我們用作原材料的風險極低。我們實施動態存貨管理策略，在成本效益與確保製造業務不中斷的需求之間取得平衡。我們的採購決策主要考慮以下關鍵因素：(i)宏觀經濟指標，包括可能影響黃金供應及國際價格的

地緣政治動態及貨幣趨勢；(ii)實時上海黃金交易所基準價；(iii)我們可供使用的現金儲備；及(iv)長期生產規劃，詳情請參閱上文「－採購－採購計劃」。具體而言：

- 我們採用靈活的採購方式，當市場預測顯示黃金價格即將上漲，或上海黃金交易所的黃金現貨價格被視為有利時(例如，當價格跌破近期平均交易價格時)，我們會策略性地分批採購黃金。例如：

  (a) 我們的黃金採購量由2022年6月的27,000克增加至2022年7月的90,000克(增幅為233.33%)，而上海黃金交易所的黃金現貨月加權平均報價卻由2022年6月的每克人民幣395.76元下跌至2022年7月的每克人民幣377.29元，跌幅為4.67%；

  (b) 由於預期2023年下半年黃金價格將持續上漲，我們的黃金採購量由2023年5月的32,000克增加至2023年6月的127,998.80克，並進一步增加至2023年7月的189,999.40克(即由2023年5月至7月增加493.75%)。2023年下半年，上海黃金交易所黃金現貨月加權平均報價按月連續上升，由2023年6月的每克人民幣449.32元上升至2023年12月的每克人民幣475.21元，即由2023年6月至12月整體上升5.76%；

  (c) 由於預期2024年第一季度及第二季度黃金價格會再次上漲，我們於2023年12月及2024年1月分別採購128,150.75克及135,998.80克黃金(相對於2023年11月的32,000克)，數額相對較大。上海黃金交易所黃金現貨月加權平均報價由2024年2月的每克人民幣480.24元大幅上升5.66%至2024年3月的每克人民幣507.41元，並由2024年3月進一步上升9.03%至2024年4月的每克人民幣553.25元；及

  (d) 由於預期於2024年下半年黃金價格會進一步上漲，我們亦於2024年7月進行相對大量的黃金採購，採購量為129,999.40克(而2024年6月則為46,999.40克)。上海黃金交易所黃金現貨月加權平均報價由2024年6月的每克人民幣549.38元大幅上升至2024年12月的每克人民幣617.10元，即由2024年6月至12月整體上升12.3%；

- 我們的採購量靈活相應調整，以減少波動。例如，於2024年3月及4月上述價格飆升期間，我們大幅減少採購量，分別僅採購23,000克及25,000克黃金。於2024年5月及6月，當價格升幅放緩，上海黃金交易所的黃金現貨月加權平均報價相對穩定，分別為人民幣555.35元及人民幣549.38元時，我們僅適度地將採購量增加至39,000克及46,999克；

- 於往績記錄期間，我們的每月平均黃金採購價與上海黃金交易所的黃金現貨月加權平均報價大致在±1.00%之內；及

- 為優化營運資金及降低風險並確保合理存貨水平，我們一般維持至少一個月的原材料存貨，並根據生產預測每月調整，詳情請參閱「－採購－採購計劃」。為確保我們有足夠存貨為每曆年第一季度及最後一季度的旺季作準備(詳情載於「－銷售與營銷－季節性」)，於往績記錄期間，我們一般亦會於每曆年第一季度及第三季度採購相對較多的存貨。我們認為，根據生產週期維持緩衝存貨可保護我們免受供應中斷及價格波動的影響，同時防止存貨過多。

我們透過每月的實物盤點與ERP系統數據交叉核對，嚴格監控存貨，確保精確追蹤並針對需求進行調整。為管理市場的黃金價格波動相關風險，我們亦進行黃金租賃。詳情請參閱「－管理原材料價格波動的措施－取得黃金租賃以管理黃金價格風險」。

藉由將我們的黃金採購決策與可用現金儲備、有利的市場定價及生產計劃相結合，我們力求確保以最佳價格穩定供應該關鍵原材料，以支援我們的製造需求。該存貨政策不僅優化我們的營運資本，而且使我們免受黃金商品價格波動的影響，降低高需求或價格飆升期間缺貨的風險。此外，其使我們能夠善用市況，長遠而言有可能節省成本。

根據灼識諮詢的資料，本公司的黃金採購政策及存貨管理政策符合行業慣例。

***於往績記錄期間的存貨水平***

**於往績記錄期間的存貨變動**

以下載列往績記錄期間存貨變動的概覽。有關往績記錄期間存貨變動的詳細討論，請參閱「財務資料－綜合財務狀況表若干項目說明－存貨」：

***原材料***

於往績記錄期間，按價值計算，黃金佔我們大部分的原材料存貨，分別佔我們於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日原材料總存貨的61.9%、56.5%、52.9%及51.0%。我們的原金料存貨由2022年12月31日的人民幣52.6百萬元減少15.2%至2023年12月31日的人民幣44.6百萬元，於2024年12月31日進一步減少9.6%至人民幣40.3百萬元，並於2025年5月31日增加0.7%至人民幣40.6百萬元。此指三年期間累計減少23.4%，反映我們因應多項因素(包括但不限於黃金價格趨勢預期變動及需求預測改善)而改進的採購策略。

***在製品***

於往績記錄期間，按價值計算，硬化金存貨佔我們大部分的在製品存貨，分別佔我們於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日在製品存貨總額的63.2%、78.2%、84.4%及84.9%。

硬化金存貨包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶初始加工階段涉及的黃金材料，包括(其中包括)淬火及加工過程不同階段的各種形式的硬化金，以及雕刻成配件的硬化金。有關黃金硬化及加工工序的詳情，請參閱「－我們的業務模式－生產工序－手錶」所載的流程圖。於往績記錄期間，硬化金存貨顯示大幅增長，由2022年12月31日的人民幣176.0百萬元增加80.5%至2023年12月31日的人民幣317.7百萬元，於2024年12月31日增加12.5%至人民幣357.5百萬元，並於2025年5月31日維持相對穩定，為人民幣363.8百萬元。硬化金存貨增加主要是由於我們的營運策略，而我們將黃金原料轉化為硬化金，以便進一步加工及生產成任何類型的含金手錶產品。

我們相信，我們的黃金預硬化策略具有多重營運優勢。通過大批量進行黃金硬化，我們通過減少能源消耗及提高勞動力利用率，實現規模經濟，從而降低生產成本。預硬化黃金提高我們的生產靈活性，使我們能夠將生產前置時間平均縮短12天，並更好地應對需求高峰期。根據灼識諮詢的資料，從供應鏈的角度來看，維持硬化金存貨可以為潛在的原材料中斷產生緩衝作用，我們的方法符合行業慣例。

***成品***

於往績記錄期間，黃金錶帶、黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶(包括足金錶殼手錶及足金錶圈手錶)及貴金屬飾品等黃金相關項目(即含有黃金但並非全部由黃金製造的項目)，按價值計算佔大部分的成品存貨，於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日分別佔成品存貨總額的65.4%、74.5%、75.0%及74.9%。黃金相關項目由2022年12月31日的人民幣102.7百萬元增加13.2%至2023年12月31日的人民幣116.3百萬元，增加7.1%至2024年12月31日的人民幣124.6百萬元。此類黃金相關項目的存貨增加主要歸因於往績記錄期間黃金價格整體呈上升趨勢，由我們的黃金錶帶存貨量可見一斑，其存貨量於往績記錄期間各年佔此類黃金相關項目的存貨至少80%，且於整個往績記錄期間一直保持穩定。

鑑於長期積存黃金錶帶的數量(作為我們成品存貨中的黃金相關項目)及黃金原材料價格的上漲趨勢，管理層認為，在目前情況下，與購買額外黃金原材料相比將長期積存黃金錶帶熔煉成硬金用於其他生產將為我們帶來更多經濟效益。因此，我們的成品於2025年5月31日減至人民幣162.2百萬元。

***原材料的轉換效率及存貨利用率***

原材料轉換成成品的效率是評估存貨合理性的關鍵指標。下文載列按(i)轉換率及(ii)於往績記錄期間各年度／期間末黃金及硬化金存貨的預期使用時間表分析原材料轉換效率。下表載列(i)於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們各主要存貨類別(如黃金(原料)、硬化金、足金錶殼手錶、足金錶圈手錶及金錶帶)的黃金含金量，及(ii)於往績記錄期間各年度，我們各主要存貨類別的黃金含金量變動：

| | **於12月31日／截至12月31日止年度／期間主要存貨類型含金量[1]** | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2025年5月31日** |
| | *(千克)* | *(千克)* | *(千克)* | *(千克)* |
| **黃金(原料)** | | | | |
| 於1月1日期初結餘 | 272 | 148 | 106 | 60 |
| －增加[2] | 2,262 | 2,408 | 1,681 | 560 |
| －動用[3] | -2,386 | -2,450 | -1,703 | -584 |
| 於12月31日期末結餘 | 148 | 106 | 84 | 36 |
| **黃金(硬化後)** | | | | |
| 於1月1日期初結餘 | 705 | 541 | 793 | 732 |
| －增加[4] | 2,343 | 2,422 | 1,661 | 575 |
| －動用[5] | -2,507 | -2,171 | -1,666 | -631 |
| 於12月31日期末結餘 | 541 | 793 | 788 | 676 |
| **成品** | | | | |
| (i) 黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶 | | | | |
| 於1月1日期初結餘 | 32 | 25 | 37 | 28 |
| －增加 | 608 | 747 | 502 | 132 |
| －缺貨 | -615 | -736 | -509 | -134 |
| 於12月31日期末結餘 | 25 | 37 | 30 | 26 |

| | 於12月31日／截至12月31日止年度／期間<br>主要存貨類型含金量(1) | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2025年5月31日 |
| | *（千克）* | *（千克）* | *（千克）* | *（千克）* |
| (ii) 金錶帶 | | | | |
| 於1月1日期初結餘 | 16 | 275 | 276 | 265 |
| －增加 | 956 | 983 | 672 | 348 |
| －缺貨 | -697 | -982 | -673 | -358 |
| 於12月31日期末結餘 | 275 | 276 | 275 | 255 |
| (iii) 飾品 | | | | |
| 於1月1日期初結餘 | 32 | 158 | 99 | 91 |
| －增加 | 821 | 374 | 467 | 138 |
| －缺貨 | -695 | -434 | -475 | -146 |
| 於12月31日期末結餘 | 158 | 99 | 91 | 83 |

*附註：*

(1) 由於往績記錄期間，我們黃金原料加工成硬化金的大部分工序以及所有黃金錶殼手錶、黃金錶圈手錶及黃金錶帶的生產均在深圳生產基地進行，故上表列出的數字僅與深圳業務營運有關。

(2) 增加黃金(原料)存貨主要涉及(i)向供應商採購黃金，(ii)黃金租賃淨額，及(iii)我們的ODM客戶就製造ODM產品向我們提供的黃金。

(3) 動用黃金(原料)存貨主要涉及用於(i)加工成硬化金，及(ii)研發的黃金(原料)。

(4) 硬化金存貨增加主要涉及由黃金(原料)加工而成的硬化金。

(5) 動用硬化金存貨主要涉及生產產品時動用硬化金。

原金至硬化金的轉換率於往績記錄期間平均為92.4%，其中2022財年為92.5%，2023財年為94.8%，2024財年為92.9%及2025年首五個月為89.3%。該等數字顯示一致的加工效率，小幅波動歸因於批量規模變化及加工優化措施。硬化金隨後轉換為成品(1)的往績記錄期間平均比率為65.4%，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別為78.2%、71.0%、66.9%及45.4%，反映由於往績記錄期間金價上漲等多種因素，我們傳統手錶的黃金平均重量呈下降趨勢。

根據過往生產率，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月初持有的黃金原料存貨可於2022財年的1.39個月、2023財年的0.73個月、2024財年的0.77個月及2025年首五個月的0.73個月內悉數動用。同樣，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月初持有的硬化金存貨可於2022財年的3.37個月、2023財年的2.99個月、2024財年的5.71個月及2025年首五個月的6.24個月內悉數動用。該等時間表均在我們三至六個月存貨覆蓋率的目標範圍內，旨在平衡生產準備與審慎營運資金管理。

我們相信，存貨及原材料轉換效率的變動證明本集團維持相對於長期生產需求的適當存貨水平。我們亦相信，於往績記錄期間採購及加工量的逐步精簡反映需求預測及生產計劃的持續改善；而合理的轉換率及使用時間表則證明我們的存貨管理方法有效支持營運需求，同時維持財務效率。我們會定期檢討存貨水平，並因應市況及策略目標作出調整，以更好地確保持續符合我們的業務需求。

黃金安全地儲存於金庫中，並設有出入限制、24小時監控以及定期進行庫存盤點，以保證存貨的完整性。為提高我們安全措施的可信度，我們亦將生產場所的安全維護工作外包予獨立第三方安全服務提供商，該提供商擁有有關實施針對我們特定需求的健全裝置、電子及程序保障的必要專業知識及客觀性。此多層的安全系統不僅能保障貴重資產免遭盜竊或損失，而且能於我們的組織中培養問責與控制的文化。我們亦購買保險，以防止意外情況，包括(其中包括)我們的原材料(包括黃金)遺失或被盜及損壞。

(1) 硬化金至成品的轉換率指成功從在製品轉化為成品的硬化金數量除以年初／期初硬化金結餘及年內／期內硬化金增加量之和。計算硬化金轉化為成品的轉換率已考慮先將硬化金轉化為在製品，其後再轉化為成品的情況。因此，該計算並非直接以成品除以所用硬化金得出。

***手錶機芯及其他零部件存貨***

我們所維持的手錶機芯及其他零部件存貨水平取決於多項因素，包括(i)上一年度的訂單數量、銷售趨勢及相關產品所用的實際件數；(ii)預期向客戶交付的時間；(iii)銷量的季節性波動；及(iv)相關供應商的交付期。我們的採購部門按月執行相應存貨計劃，以避免任何可能的延遲交付。

該規劃使我們能夠維持適當的手錶零部件緩衝存貨，以應付不可預見的供應中斷。

我們根據實際銷售數字及銷售預測動態調整採購量，採取的採購方法是(i)當預期需求上升時增加零部件採購及(ii)當預期需求下降時減少採購。我們的存貨管理方式不受手錶零部件市場投機價格變動的影響。因此，我們維持手錶零部件的精簡庫存，此反映出我們庫存控制政策的效率。

***成品存貨***

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們的成品存貨分別為人民幣157.11百萬元、人民幣156.01百萬元、人民幣166.08百萬元及人民幣162.16百萬元。於2022財年，我們的OBM及ODM客戶銷售訂單因COVID-19疫情爆發大幅下降，我們採取策略性方法應付嚴峻的環境，而非進行裁員。具體而言，我們在不同部門實施一系列成本控制及效率改善措施。為避免生產設施及勞動力閒置，我們決定於2022財年利用現有產能製造設計複雜的金錶帶。該等產品擬於疫情平息及市場需求恢復後，於其後數年出售或用於我們的生產。因此，我們的成品存貨於2022年12月31日為人民幣157.11百萬元。因此，我們繼續持有較高水平的成品，於2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日的價值分別為人民幣156.01百萬元、人民幣166.08百萬元及人民幣162.16百萬元。儘管如此，鑑於該等成品中逾90%為未加工及半加工黃金原料，我們易於將其熔化以重新製成或進一步加工成其他產品，履行隨後的銷售訂單。有關歷史存貨水平分析的詳情，請參閱「財務資料－綜合財務狀況表若干項目說明－存貨」。

隨著疫情相關干擾消退，我們已恢復實施原有生產及存貨管理政策。具體而言，就ODM業務模式而言，我們主要專注於以按訂單製造的方式生產ODM產品。這使我們能夠維持相對精簡的成品存貨，使我們的生產與客戶需求緊密結合。然而，若干ODM產品型號需要較高程度訂製

化，因此每次製造時均需對生產設備進行重新調整及重新編程，過程較為耗時。對於該等ODM產品，我們選擇採用稍微不同的方法。我們可能選擇為該等產品製造並維持較高水平的成品存貨，而非僅以按訂單生產的方式生產該等產品，成品存貨根據我們對有關產品未來需求的估計(基於(其中包括)過往銷售數據及當前市況)釐定。此項策略性決策的驅動力來自於我們優化生產所需整體時間及資源－透過在存貨中隨時提供該等訂製化ODM產品，我們相信可避免反復重新調整及重新編程設備，進而提高營運效率和反應能力。此舉使我們能夠在維持營運效率及確保迅速履行該等訂製化產品客戶訂單之間取得平衡。

關於我們的OBM產品，我們透過評估特定期間內的平均存貨與銷售收入，並考慮現行市況，努力達到平衡的存貨水平。成品OBM產品需要存貨，以便持續進行存貨輪換，並迅速補充已售出的產品。我們持有的數量乃基於存貨週轉率及預期銷售預測。我們的目標是持續維持最佳的存貨水平，以有效地滿足客戶需求，而不會產生過量庫存。倘存貨水平顯著超出預期臨界值或預計會超出預期臨界值，我們會採取糾正措施，其中包括(i)在目標地區促銷滯銷型號，及(ii)調整該等型號的產量。相反，倘存貨水平大幅下降至最佳水平以下或預期會下降，我們會立即增加自有生產設施的產量，以確保供應充足。

**存貨撥備政策**

我們定期識別不再適合用於生產或銷售的陳舊及滯銷原材料及成品存貨，並作出撥備。此評估會考慮多項因素，包括原材料的歷史及預測消耗量、手錶的可銷售性及手錶產品的預期更新。作為一般指導方針，我們可能考慮對已識別為使用、銷售較慢或並無使用、銷售以及適銷性較差的存貨作出撥備，並對賬齡超過一年的存貨設定不同的撥備率。該管理陳舊及滯銷存貨的方法有助於確保我們維持最佳的存貨，以符合目前及未來的生產及銷售需求。於往績記錄期間並無就存貨計提任何撥備。

我們的手錶及飾品產品是因應市場需求及存貨週轉率而製造，因此我們通常並無大量滯銷或陳舊的存貨。然而，我們無法向　閣下保證我們始終能準確預測市場趨勢及事件，並在任何時候均能維持足夠的存貨水平。我們所銷售產品的市場需求若有任何意料之外的減少，均可能導致存貨過多，及我們可能被迫進行促銷活動，以處理滯銷存貨，進而可能對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未能維持最佳存貨水

平、確保存貨的安全或管理存貨的減值風險可對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」。

## 物流

我們的生產物料控制部、銷售部及採購部共同負責產品供應鏈的端對端管理。此包括從我們的生產基地或供應商接收成品、將成品儲存於我們的倉庫、分揀及包裝客戶訂單，以及與第三方物流服務提供商協調產品運送。

我們的產品通常可直接送達客戶指定的地點，或客戶可選擇從我們的經營場所領取產品。應客戶要求，我們亦可安排將產品快遞至客戶。在此情況下，客戶將承擔與快遞相關的運輸及保險費用。

我們根據企業實力、營運能力、合作往績記錄、定價及規模等多項標準審慎選擇物流服務提供商。我們與該等獨立的第三方物流提供商訂立交付服務協議，以處理我們的產品從生產基地運送至我們的一級經銷商及其他客戶。該等服務協議的期限通常為一年，並可選擇在雙方同意後續約。我們購買保險，以防物流服務提供商於運輸及交付過程中的損失或損壞風險。

除使用第三方物流提供商外，我們亦保有自己的運送卡車，以處理靠近生產基地的運送。

## 獎項及嘉許

我們於往績記錄期間及直至最後可行日期獲得以下重要獎項，證明我們所提供產品的質量及創新性：

| 獎項 | 獲獎年度 | 頒佈機構／機關 |
|---|---|---|
| 2025深圳特色旅遊商品(就西普尼一錶雙戴而言) | 2025年 | 中國(深圳)國際文化產業博覽交易會 |
| 京東年度卓越鐘錶品牌 | 2025年 | 京東 |

| 獎項 | 獲獎年度 | 頒佈機構／機關 |
|---|---|---|
| 共驂獎 | 2025年 | 華為 |
| 第九屆「深圳百優工匠」榮譽 | 2025年 | 深圳工業總會等 |
| 深圳企業創新(中國)紀錄 | 2024年 | 深圳市企業創新紀錄組織委員會 |
| 2024美國繆斯設計獎金獎(就我們兩項產品設計而言) | 2024年 | 繆斯獎評委 |
| 2024美國好設計AGD金獎及最高鉑金獎 | 2024年 | 美國國際獎項協會 |
| 2024 FDA法國設計獎 | 2024年 | 法國設計獎 |
| 金匠精品獎 | 2024年 | 中國黃金報社 |
| 金典設計IP獎 | 2024年 | 中國黃金報社 |
| 第三屆深圳品牌百強企業 | 2024年 | 深圳市質量強市促進會 |
| 商品售後服務評價體系證書(五星級) | 2024年 | 中正國際認證(深圳)有限公司 |
| 2023年企業誠信建設實踐優秀案例 | 2023年 | 中國企業聯合會及中國企業家協會 |
| 2023中國黃金珠寶行業全產業鏈優秀服務商 | 2023年 | 北京黃金經濟發展研究中心、中國黃金珠寶行業全產業鏈優秀服務商評委會 |

| 獎項 | 獲獎年度 | 頒佈機構／機關 |
|---|---|---|
| 2022年中國足金貴金屬手錶加工五大重點企業 | 2023年 | 中國黃金協會 |
| 廣東省鐘錶行業協會最具潛力企業 | 2023年 | 廣東省鐘錶行業協會 |
| 高新技術企業證書 | 2022年 | 深圳市科技創新委員會、深圳市財政局、國家税務總局深圳税務局 |
| 2021年深圳市專精特新中小企業 | 2022年 | 深圳市工業和信息化局 |
| 深圳知名品牌「西普尼金錶」 | 2022年 | 深圳知名品牌評價委員會 |
| iF設計獎 | 2022年 | 德國漢諾威工業設計 |
| 國際設計優秀獎(IDEA)(2022 Finalist) | 2022年 | 美國工業設計優秀獎 |
| 中國黃金協會科學技術獎，科學技術成果類三等獎 | 2022年 | 中國黃金協會 |
| 第五屆中國「藍光杯」鐘錶設計大賽銅獎 | 2021年 | 中國鐘錶設計大賽組委會 |
| MIYOTA計時類腕錶設計三等獎 | 2021年 | 西鐵城時計株式會社機芯事業部 |

此外，為表彰我們在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶業的地位，以及透過我們的各種貢獻(如積極參與制定各項國家及行業標準)而成為行業發展的主要推動者，於最後可行日期，我們已獲以下行業協會認可，並獲准成為其委員會成員及／或觀察員：

| 行業協會名稱 | 准入年份 |
|---|---|
| 中國黃金協會 | 2021年 |
| 中國鐘錶協會 | 2020年 |
| 深圳市智能穿戴行業協會 | 2016年 |
| 深圳市鐘錶行業協會 | 2015年 |
| 廣東省鐘錶行業協會 | 2015年 |

**市場及競爭**

根據灼識諮詢的資料，貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶產業是中國整體手錶市場中至關重要且快速增長的分部。中國貴金屬手錶市場呈大幅增長趨勢，市場規模由2019年的人民幣211.9億元擴大到2024年的估計人民幣264.6億元，複合年增長率為4.54%。儘管COVID-19疫情導致2022年市場規模暫時下降至人民幣226.1億元，但預計市場將強勁反彈，到2029年將達到人民幣340.8億元，2024年至2029年按複合年增長率5.19%增長。

於貴金屬手錶市場，黃金貴金屬手錶分部佔據主導地位，按2024年的GMV計所佔市場份額為93.48%，相當於人民幣247.4億元。黃金貴金屬手錶預計將繼續保持領先地位，預計到2029年市場規模將達致人民幣321.1億元。按銷量計，黃金貴金屬手錶銷量於2024年達致0.96百萬隻，預計到2029年將達到1.08百萬隻，2024年至2029年按複合年增長率2.49%增長。

推動中國黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場強勁增長的關鍵推動力包括黃金根深蒂固的文化意義、隨著價格上漲而不斷上升的黃金投資價值以及黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶因兼具財務保值性及美學吸引力而備受追捧(在年輕的消費者尤為如此)。足金貴金屬手錶分部呈上升趨勢，預計於2024年至2029年按複合年增長率17.42%增長，亦正在成為整個市場的新增長引擎。

貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶市場的准入門檻較高。須進行大量資本投資以確保原材料供應、投資先進製造設備以及透過營銷及分銷建立品牌價值。維持擁有採購、設計及機械工程等領域專業知識的高素質人才庫至關重要。精密製造能力及可擴展的產能對於滿足質量標準及需求波動至關重要。最後，多元化的銷售渠道對有效觸及終端消費者屬必要。

於該行業取得成功的關鍵因素以技術創新、產品品質、全面的售後服務、與領先零售商的穩定合作夥伴關係以及卓越品牌聲譽的培養為中心。該等領域表現出色的公司於把握中國貴金屬手錶、黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場的巨大增長機會方面處於有利地位。

技術創新至關重要，原因為品牌須不斷投資於研發，方可於競爭中保持領先地位並滿足不斷變化的消費者需求。透過嚴格的製造流程及品質控制確保卓越的產品品質是建立消費者信任的基石。全面的售後服務系統有助於快速解決客戶問題並培養長期忠誠度。與頂級珠寶與飾品零售商的穩定關係可提供可靠的銷售渠道，並提高市場知名度。最終，與消費者的文化情感及個人願望產生共鳴的強大品牌聲譽是在激烈競爭中脫穎而出的關鍵因素。

總體而言，於強勁的文化及投資需求以及不斷變化的消費者偏好的推動下，中國的貴金屬手錶、黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶市場呈現強勁的增長潛力。鑑於「－我們的競爭優勢」所載的競爭優勢，我們相信我們能夠駕馭競爭格局，善用上述關鍵成功因素，佔據先機以把握增長及擴張機會，及於該等市場保持我們的地位。

## 僱員

我們於2025年5月31日共有326名僱員，全部駐於中國，主要位於深圳生產基地總部，其餘則位於莆田生產基地。以下所載於2025年5月31日按職能劃分的僱員人數明細：

| 職能 | 僱員人數 | 百分比 |
|---|---|---|
| | | *(%)* |
| 管理 | 6 | 1.84 |
| 行政及財務 | 40 | 12.27 |
| 生產 | 134 | 41.10 |
| 質量控制及保證 | 14 | 4.29 |
| 研發部 | 37 | 11.35 |
| 銷售及營銷 | 72 | 22.09 |
| 採購 | 6 | 1.84 |
| 物流及運輸 | 17 | 5.21 |
| **總計** | **326** | **100.00** |

我們相信，我們的成功有賴於吸引、激勵及留住合格僱員的能力，而人才庫是我們的核心優勢及競爭優勢之一。我們根據不同部門的具體需求及根據相應職位所需的標準及要求進行招聘，例如過往工作經驗及工作技巧。我們的招聘過程涉及高標準與嚴謹的程序，透過各種方式進行，包括校園招聘、招聘廣告、線上招聘、內部推薦及第三方招聘人員。潛在候選人通常亦會透過面試及／或考試進行評估，以確保其符合我們的工作要求及企業文化。

我們致力於為僱員提供持續教育及培訓計劃，包括定期及專門(針對研發、製造、產品品質及銷售僱員)的內部及外部培訓，以提升彼等的專業知識及管理技能，提升彼等技術能力，並在彼等各自的崗位上掌握最新的行業慣例及標準。我們為所有新入職的員工提供職前上崗培訓及入職培訓。我們亦舉辦各種活動，以促進僱員之間建立更好的團隊關係，並培育我們的企業文化。

我們為僱員提供具競爭力的薪酬待遇及職業晉升機會，此乃通常基於彼等的行業經驗、技術能力、資歷、職位及過往表現釐定。我們亦定期評估僱員表現，並向表現優秀的員工發放酌情花紅。

我們已成立工會，且僱員可自願加入工會。我們相信我們與僱員保持良好的工作關係，於往績記錄期間，我們為營運招聘員工方面並無遇到任何重大勞資糾紛或任何困難。

**社會保險計劃及住房公積金供款不足**

根據中國法律及法規的要求，我們參加由中國省市級政府組織的各種僱員社會保障計劃，包括養老金、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。根據中國法律及法規，我們須按僱員薪金、花紅及若干津貼的指定百分比向僱員社會保障計劃供款，最低金額至最高金額由當地政府不時指定。

於往績記錄期間，我們並無根據中國法律為若干僱員足額繳納社會保險及住房公積金。本公司董事確認，不符合規定之主要原因為：(i)本公司於新聘員工入職時，未依規定適時全額供款；(ii)本公司多位員工已參加當地新型農村社會保險計劃、農村合作醫療計劃或其他類似計劃；及(iii)本公司多位員工自願放棄對社會福利制度全額供款。

根據相關中國法律法規，對於在規定期限內少繳社會保險的行為，我們可能會被按日加收0.05%的滯納金，倘未在規定期限內繳納，主管部門可進一步處以欠繳供款一至三倍的罰款。在此情況下，我們在往績記錄期間社會保險繳款不足且未能在規定時限內繳納的最高潛在罰款約為人民幣17.09百萬元。根據有關中國法律法規，未按規定足額繳納住房公積金供款的，住房公積金管理中心可以要求其在規定期限內補繳欠繳供款，逾期不繳納者，可向中國法院申請強制執行。

據董事深知及盡悉，(i)於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，本集團應繳納社會保險及住房公積金供款的差額分別為人民幣0.91百萬元、人民幣4.51百萬元、人民幣3.96百萬元及人民幣1.67百萬元；及(ii)於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團毋須就該等差額繳納任何潛在罰款。

為防範未來可能出現的違規行為，我們計劃實施多項強化內部控制措施，包括：

(i) 與中國相關部門保持定期溝通，以確保我們的供款計算及支付方法符合相關規則及法規；

(ii) 編製並在內部分發有關社會保險計劃及住房公積金的合規政策；

(iii) 指派專人處理日常行政事務，並指派法律部門人員監督我們的社會保險及住房公積金供款狀況，並定期向我們的高級管理層報告；

(iv) 定期諮詢外部法律顧問，以評估我們是否面臨相關的違規風險；及

(v) 定期為員工舉辦相關法律法規的守法培訓，以提高員工對社會福利計劃的認知，並鼓勵彼等參與社會福利計劃。

我們的董事認為，我們將採用的強化內部控制措施將足以應付我們目前的營運，並可確保持續遵守相關規則及法規。

於最後可行日期，我們並未因繳納社會保險及住房公積金供款而受到相關監管機構的任何行政措施或處罰，我們亦無接獲任何繳清欠繳金額的指令。於最後可行日期，我們並不知悉僱員就我們的社會保險及住房公積金政策提出任何重大投訴。

根據最高人民法院於2025年7月31日制定並於2025年9月1日起實施的《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》的規定，僱主與員工就不繳納社會保險達成的任何協議或員工承諾放棄繳納社會保險，均由人民法院判定為無效。

考慮到(i)本公司與相關員工從未簽署任何協議要求本公司無需繳納社會保險；(ii)並無員工就繳納社會保險提出訴訟或仲裁；及(iii)本公司控股股東已承諾，倘本公司須支付任何未清繳的供款或任何逾期費用或中國有關當局徵收的罰款，將賠償本公司所有未清繳的差額、罰款或損害賠償。我們的董事相信，實施上述司法解釋不會對本公司的業務或財務業績造成重大不利影響。

我們的中國法律顧問認為：(i)上述司法解釋未擴大本公司的處罰風險；(ii)上述司法解釋未廢除中國現行有效的社會保險法律法規；及(iii)概無員工就繳納社會保險提起訴訟或仲裁，故本公司並無未決訴訟或仲裁適用上述司法解釋。

根據人力資源社會保障部於2018年9月21日頒佈的《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，行政執法機關不得自行組織對企業歷史社保欠費進行集中清繳。

鑑於以下各項，董事認為，有關不合規事件不會對我們的業務及財務經營業績產生重大不利影響：

(i) 於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無就我們的社會保險及住房公積金供款受到有關當局施加的任何重大行政訴訟或處罰；

(ii) 於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並不知悉有任何針對我們提出的重大僱員投訴，亦未牽涉與我們的僱員有關社會保險及住房公積金的任何勞資糾紛；

(iii) 於最後可行日期，我們尚未收到中國有關當局要求我們支付有關社會保險及住房公積金的差額或任何逾期費用的任何通知；及

(iv) 據我們中國法律顧問告知，在現行法規、政策及主管部門的執行、規範要求並無重大變動的前提下，且在並無員工向相關主管部門就社會保險及住房公積金提出投訴、訴訟及仲裁、本公司控股股東及實際控制人已承諾承擔相關處罰或糾紛風險的

情況下，本公司因未為員工足額繳納社會保險及住房公積金而遭受政府有關部門綜合追收企業歷史社會保險欠款或任何重大行政處罰的可能性極低，董事認為該等不合規行為不會對本公司財務狀況或整體經營成果造成重大不利影響。基於上文所述，本集團並無就往績記錄期間應付的社會保險及住房公積金供款的差額作出撥備。

本公司控股股東亦已承諾，倘我們被要求支付任何上述未付的供款，或任何逾期未付的費用或中國有關當局施加的罰款，本公司將獲彌償所有該等未付的差額、罰款或損失。基於上述情況，我們並無就上述少繳社會保險及住房公積金計提撥備。董事進一步確認，我們對社會保險計劃及住房公積金的供款不足，並無亦不會對本集團的財務表現及業務營運構成任何重大不利影響。

**保險**

我們投保了一系列意外險，其中包括物業、廠房及設備、機器、原材料(包括但不限於黃金)及其他生產設施中或運送途中的存貨的遺失或被竊及損毀，以及員工的社會保險。根據灼識諮詢的資料，基於本集團的保費與存貨結存價值比率與其他在中國從事國內品牌黃金貴金屬手錶及鑲黃金的鑲貴金屬手錶行業的公司相若，我們認為我們的保險範圍是我們規模及類型的企業的慣常做法，符合行業慣例。根據中國法律，我們毋須投購任何產品責任保險，我們亦無投購任何產品責任保險。我們亦相信，投購產品責任保險並非中國行業慣例。

除保險之外，我們亦採取了以下安保措施：(i)我們存放黃金材料的生產設施及金庫只限有限數目的獲授權人員進入，並配備24小時監控系統，由第三方保安公司進行現場監控；(ii)我們聘用該保安公司時，包括其購買了保安公司責任保險，該保險承保在投保期間內，如發現該保安公司在提供保安服務時疏忽，則會承保因盜竊、搶劫或惡意破壞對本集團造成的損失或損害；及(iii)由當地派出所指派人員負責本公司生產設施及金庫的整體安保及安全。基於上述安全措施的採用，並考慮到中國目前的國內治安環境，我們相信已有足夠的安全措施控制與盜竊及搶劫相關事件的風險。

我們於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月支付的保費分別為人民幣0.04百萬元、人民幣0.20百萬元、人民幣0.19百萬元及人民幣0.07百萬元，佔該等年度收入的0.01%、0.04%、0.04%及0.03%。

截至最後可行日期，我們就存貨因盜竊或意外事故所投購的保險保障額為人民幣130.0百萬元。鑑於我們了解加強保險保障對資產保護(特別是我們以黃金為主的存貨結餘)的益處，我們已承諾於上市後購買足夠保險以全面覆蓋存貨結餘。據估計，於2025年5月31日就全面覆蓋存貨結餘因盜竊、搶劫、水災、火災、其他意外事故及自然災害所投購足夠保險的年度總成本約為人民幣214,000元，董事認為，經考慮本集團的風險狀況及歷史存貨水平及存貨消耗趨勢，該保險保障屬充足。

**健康、環境、工作安全事宜及社會責任**

企業社會責任是我們經營理念中不可或缺的一部分，並對於我們為股東創造可持續價值至關重要。我們堅定不移地推動可持續發展及企業社會責任，將該等原則融入我們營運的各個方面。我們的承諾反映在實施全面的環境、社會及管治(ESG)政策框架，其中概述管理ESG問題的指導方針，以及我們的道德準則。

董事認為，於往績記錄期間，遵守適用的健康、工作安全、社會及環境法律及法規的年度成本並不重大，預計未來該等合規成本不會重大。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無受到任何有關健康、工作安全、社會及環保的重大索償或處罰，亦無涉及任何意外事故或身故，且在所有重大方面一直遵守適用的中國法律及法規。

**我們的ESG治理架構**

董事會全面及共同負責ESG相關機制及政策的形成及建立，包括但不限於審查及批准與我們的ESG發展策略計劃及目標、重要ESG相關議題、ESG治理架構及ESG管理制度相關的所有事項。為強化我們的可持續發展能力、改善我們的治理架構及提升我們的企業ESG績效，我們已(i)指定我們的戰略委員會負責監督我們的ESG相關政策，及(ii)成立ESG工作小組管理我們ESG相關政策的日常執行。有關我們的管理層資歷及經驗的更多資料，請參閱本招股章程「董事、監事及高級管理層－董事會」一節。

由董事會成員組成的戰略委員會負責(i)研究及制定我們的ESG發展策略計劃及目標、重要ESG相關議題及ESG管理制度，(ii)指導我們的ESG相關政策的日常實施，(iii)識別及管理ESG風險，及(iv)審閱及匯報由ESG工作小組編製的ESG報告，以供董事會考慮。

ESG工作小組由不同部門及附屬公司的成員以及至少一名董事組成，負責(i)落實我們的ESG發展策略計劃及目標，並安排相關部門及附屬公司進行必要的ESG工作，(ii)起草ESG相關政策、工作計劃及實施建議，(iii)ESG報告的數據收集及編製，(iv)與專業顧問溝通，安排ESG培訓課程以及追蹤我們的ESG相關政策的表現與趨勢，及(v)總結我們ESG工作的問題與成果，及時向戰略委員會報告，並提供合理的解決方案。

ESG工作小組將定期與戰略委員會召開會議，而戰略委員會亦將定期與董事會召開會議，以確保董事會定期了解我們的ESG相關政策的實施狀況及對ESG相關問題的最新評估。此外，由於戰略委員會及ESG工作小組的成員包括董事會成員，董事會可充分了解本公司正在進行的ESG議題。戰略委員會及ESG工作小組亦得到來自各部門及附屬公司代表的支持，以根據我們的ESG相關政策處理日常運作、實施及報告義務。亦可於必要時聘請外部顧問提供必要的ESG專業知識，以加強我們的ESG工作。

**環境保護**

我們認識到環境保護已成為促進可持續發展的重要組成部分。我們的環境保護政策以一系列原則為指導，旨在促進可持續的商業實踐並最大限度地減少對環境的影響。首先，我們致力於遵守所有相關的環境保護法律、法規及指引。此乃我們的環境管理工作的基本要求。我們一直致力於改善環境，在生產經營中優先考慮節能環保。此涉及減少自然資源的使用並防止超標排放及污染物對環境的破壞。為此，我們在營運中採用環保材料、節能技術及減少浪費的設計原則。我們建立了健全的監測及評估體系，並安排外部服務提供商定期評估環境保護政策的執行情況。

我們的生產過程涉及手錶及飾品的製造及加工。根據生態環境部發佈的《建設項目環境影響評價分類管理名錄(2021年版)》，我們的生產過程不會產生大量嚴重污染物，且我們的產品未納入環境保護部發佈的《環境保護綜合名錄(2021年版)》下的任何高污染及╱或高環境風險產品名錄。於整個往績記錄期間，我們嚴格遵守環境法規並執行各項有效措施。

根據《中華人民共和國環境保護法》，我們已建立健全的環境管理體系，包括環境保護政策及突發環境事件應急預案。通過該框架，我們不斷努力識別及評估我們業務的潛在ESG相關風險的可能性及嚴重程度，以確保業務在不會出現重大中斷的情況下進行。

***氣候相關風險***

我們正積極應對可能影響我們業務的氣候相關風險。極端天氣事件等物理風險有可能擾亂我們的供應鏈運營及一級經銷商的運營，同時亦會對我們的聲譽及財務業績造成不利影響。具體而言，我們可能會面臨生產設施、倉庫及辦公室的營運及維護成本增加以及需要加大保險投資的問題。我們僱員的健康及安全亦可能受到威脅。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們可能遭遇生產、倉儲及儲存設施中斷或延遲」及「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－任何災難均可能會嚴重干擾我們的業務經營」。

轉型風險亦來自於ESG相關法律法規的變更，該等法律法規可能會影響我們的業務營運。例如，政府可能會提高可持續性要求，限制我們製造產品所使用的材料或流程，並增加我們的採購及勞工成本。我們致力於積極識別及跟進全球及國家趨勢及戰略，以解決氣候相關問題。此外，因該等法規而不斷變化的消費者偏好可能需要我們對流程及╱或產品進行更改。我們亦意識到任何違反環境污染政策的相關法律風險，尤其是因供應商不當排放有害廢棄物所產生的風險。

***負責管理自然資源及污染物***

除應對氣候相關風險外，我們亦識別、評估及採取措施管理污染及自然資源使用相關影響：

| | |
|---|---|
| **用水及污水處理** | 我們堅持綠色運營，確保用水量在合理範圍內，避免浪費水。生活污水經工業園區化糞池處理，生產廢水排入污水收集沉澱池。處理後的生產廢水與生活污水一同收集，排入市政污水處理廠。 |
| **用電** | 我們致力響應政府的倡議，積極節約能源，減少溫室氣體排放。我們密切監測生產基地的用電量，確保其保持在合理範圍內，避免浪費電。 |
| **廢氣管理** | 我們已在工廠安裝廢氣淨化裝置。有機廢氣(石蠟煙)及熔金煙塵於建築物屋頂排放之前通過空氣收集罩廢氣淨化裝置處理。 |
| **固體廢物管理** | 生活垃圾由環衛部門收集並清除。我們的主要生產廢棄物(例如包裝袋、廢石膏及沉澱池熔渣)存放在固廢間。此外，產生少量化學品包裝容器及機油。廢物定期由第三方環保公司收集。 |
| **酸性化學品** | 儘管我們並不從事黃金開採，但我們的黃金加工業務涉及酸性化學品的使用。我們已實施危險化學品管理政策，其中包括嚴格的儲存及處理程序。在此過程中，我們亦強調環保，確保妥善處理及處置所產生的廢水及廢棄物。用於沖洗酸性化學品的水將透過我們的環保設備得到妥善處理及處置，而在加工過程中產生的廢物將委託專業機構處置。 |

我們的主要生產流程包括蠟及金屬鑄造、真空熔煉、金屬切割及拋光。這可能會產生極少量的污染物，如污水、廢氣、噪音及固體廢物。我們的日常運營過程亦涉及生產基地及辦公室汽油、電力及水的消耗。下表載列於往績記錄期間我們管理ESG相關事宜的指標：

| | 2022財年 | 2023財年 | 2024財年 | 2025年首五個月 |
|---|---|---|---|---|
| 汽油消耗量*(升)* | 4,336.11 | 4,760.13 | 3,873.50 | 137.84 |
| 範圍1溫室氣體排放量(1) | | | | |
| *(噸二氧化碳當量)* | 12.35 | 13.55 | 11.02 | 0.56 |
| 用電量*(千瓦時)* | 1,862,303.70 | 2,089,537.30 | 1,489,146.00 | 535,780.68 |
| 範圍2溫室氣體排放量(2) | | | | |
| *(噸二氧化碳當量)* | 790.32 | 887.00 | 636.28 | 231.44 |
| 用水量*(噸)* | 5,507.75 | 6,115.80 | 4,236.95 | 2,888.65 |

*附註：*

(1) 我們的範圍1溫室氣體排放來自汽油消耗，並根據「深圳市交通排放因子手冊(2023)」，以2.837千克二氧化碳／公升(適用於深圳生產基地)的運輸排放因子計算，以及根據「莆田市機動車排放污染治理實施方案(莆環保[2021]36號)」，以2.860千克二氧化碳／公升(適用於莆田生產基地)計算。

(2) 我們的範圍2溫室氣體排放是來自外購電力，並根據「關於發佈2022年電力二氧化碳排放因子的公告」，以0.4403千克二氧化碳／千瓦時(適用於深圳生產基地)及0.4092千克二氧化碳／千瓦時(適用於莆田生產基地)的排放因子計算。

我們致力於盡量減少生產及營運對環境及自然資源的影響，亦承諾透過積極措施及行動，盡量減少日常營運中的溫室氣體排放、直接及間接能源消耗以及用水量，從而實現綠色及可持續發展。

有關措施及行動包括但不限於：(i)透過更優化生產程序以及定期維護及監測機器使用情況以減少汽油消耗，從而提高生產效率；(ii)實施能源管理系統以監測用電趨勢及用電量，鼓勵員工負責任地使用電器，並以能效更高的型號更換廢棄的電器，從而減少用電量；及(iii)鼓勵員工採取節水措施並定期監測用水情況，從而減少用水量。

根據上述措施及行動，我們預期於2030年前，將溫室氣體排放總量及用水量減少3.5%。董事相信，這不僅保護環境，而且將有助於節省成本及提高營運效率，從而對本集團的業務營運及財務表現產生正面影響。下表載列我們於往績記錄期間於ESG相關事宜方面的開支：

| | **2022財年** | **2023財年** | **2024財年** | **2025年首五個月** |
|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 投資環保設施採購及營運 | 61.95 | 46.25 | 200.75 | 92.68 |
| 垃圾及固體廢物處理 | 22.00 | 16.90 | 16.00 | 6.00 |
| **總計** | **83.95** | **63.15** | **216.75** | **98.68** |

**職業及工作場所安全**

安全對我們而言屬至關重要。為確保安全生產，我們已實施全面有效的安全管理體系，其中包括安全生產管理手冊、安全生產事故應急預案等標準化操作流程，以及風險分級及隱患識別與處理政策。其中，我們的職業健康及工作場所安全管理體系自2021年起獲得ISO45001:2018認證。我們亦定期進行安全檢驗及維護，以識別及處理任何潛在的安全隱患。

我們為員工(特別是一線生產員工)開展安全培訓及意識培養活動。我們定期對僱員開展安全教育、培訓、檢查及評估，特別是對一線生產員工進行崗前培訓，幫助彼等了解產品的生產流程，掌握設備性能，並嚴格規範操作流程。通過提高僱員的安全責任及意識，我們旨在有效防止任何安全事故的發生。我們亦已制定詳細的指導方針及政策，涵蓋消防、防盜及緊急響應等方面。我們定期進行緊急演習，讓員工對潛在安全情況有所準備。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在營運過程中並無發生任何有關職業及工作場所安全的重大事故。根據我們中國法律顧問的意見，基於董事的確認，我們於往績記錄期間及直至最後可行日期並無因違反安全相關法律、規則、法規或監管文件而受到任何行政處罰。

**員工關懷**

我們致力於充分保障員工的合法權利及權益，確保從招募到解僱、薪酬及福利等各方面的機會平等。我們非常重視尊重僱員的人格尊嚴，建構和諧的勞資關係。我們致力於促進性別多元化，於2025年5月31日，女性在我們的員工隊伍中所佔比例為42.33%。我們亦依照國家法規為女性僱員提供特殊的勞動保護。我們嚴格禁止任何形式的強迫勞工、身體或精神虐待、言語侮辱或其他形式的虐待。

我們已制定一套全面的人力資源管理制度，明確與薪酬、假期、工作時間、福利、獎勵及終止僱傭合同方面有關的政策。該等政策符合《中華人民共和國勞動法》、《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國就業促進法》以及其他相關法律法規。

除繳納社保及住房公積金外，我們僱員的薪酬及福利待遇包括工資、獎金、產假及各種津貼。對於加班工作的員工，我們將按照其基本工資及加班時間提供補償，並允許彼等在合理期限內享有帶薪休假。

我們積極提倡工作與生活平衡的文化，不論年齡或性別，對全體僱員一視同仁。我們的內部評估流程可確保僱員薪酬的公平性。我們嚴格禁止在各方面對僱員有任何歧視行為，包括但不限於招聘、薪酬、培訓機會、晉升、解僱或退休。此外，我們亦建立職工監事選舉制度，確保僱員在我們的管治中享有具意義的發言權。

我們透過全面的職業培訓體系來支持員工的專業發展。這有助於我們技術人員的高保留率，降低技術專業知識流失的風險。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無遇到任何違反反歧視或公平原則的情況，表明我們致力於創造一個多元化及包容的工作環境，以保障所有僱員的權利及權益。

**社會責任**

我們致力於履行企業社會責任，為社會福利作出貢獻。我們的慈善活動主要包括外部捐贈和贊助。我們的慈善及社區關懷工作範圍包括公益捐贈、救濟捐贈以及旨在弘揚人道主義、促進社會發展的其他形式的支持，受益對象主要是公益組織、非營利企業單位、社會弱勢群體以及有需要的個人。外部贊助包括我們的非廣告相關支出，包括慈善及商業贊助。我們亦鼓勵僱員參與社區參與活動，例如志願服務。我們相信該等努力不僅能提升僱員的社會責任感，而且能提升我們的企業形象及聲譽。

**負責任的供應鏈**

負責任的採購及完善的供應鏈管理對確保我們產品的品質及可持續性至關重要。我們已實施多項政策及標準以管理供應商，包括《黃金原料和黃金產品的品質標準》、《黃金採購與加工管理制度》、《原料的品質標準與檢驗程序》及《生產及加工供應商管理制度》。根據該等政策，我們為供應商設定具體標準，例如要求黃金供應商須為上海黃金交易所的會員，並具備最低限度的黃金提煉能力。我們定期根據服務品質(例如彼等及時妥善解決所面臨問題的能力)、履行規定交付時間表的能力以及材料及產品的質量等因素對供應商進行評估及評級。我們亦要求供應商尊重並遵守我們的合規政策，包括反賄賂措施。

另外，我們主要向身為上海黃金交易所會員的獨立第三方供應商採購黃金，通常對其合資格供應商作為國家級機構提供的黃金有嚴格要求。根據《上海黃金交易所可提供標準金錠企業及其金錠品級資格註冊認定準則》，要成為上海黃金交易所的黃金供應商，申請企業須(其中包括)從事黃金精煉業務超過五年，且黃金精煉能力須達每年十噸以上。上海黃金交易所將對申請企業提供的金錠進行現場專家評審和抽查。我們相信，憑藉其強有力的監督及監察，我們能夠確保我們向供應商採購的黃金來源的合法性。

**商業誠信**

我們極其重視誠信，並致力於培育合規文化。我們堅信，良好的管治及健康的企業文化對於僱員的健康及企業的永續發展至關重要。為此，我們實施了一系列內部規章及政策，以指導我們遵守法律法規，並促進道德誠信行為。該等內部規章及政策包括我們的商業行為及道德準則，以及內部控制手冊。

具體而言，我們已實施健全的反賄賂和貪污政策。這項政策要求我們的僱員以合法且合乎道德的方式開展業務，並禁止彼等接受或索取任何未經授權的款項，或從事其他不當行為，例如挪用、侵吞、欺詐或其他非法活動。違反該等政策可能導致解僱及罰款等紀律處分。

此外，我們亦制定了舉報計劃，讓我們的僱員、經銷商及其他第三方可直接向我們舉報任何賄賂或其他不當行為。所有舉報案件均會及時受到嚴格調查。我們的內部控制、法律、人力資源及總辦事處人員共同進行初步評估及調查，同時嚴格遵守公平、公正及保密的原則，以保護舉報人。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無涉及任何欺詐活動，而據董事所知，概無由或針對本集團提出的任何尚未了結或面臨威脅的法律訴訟或指稱任何欺詐活動的索償。

**COVID-19疫情的影響**

**COVID-19疫情對中國手錶行業的影響**

根據灼識諮詢的資料，於COVID-19疫情爆發期間，中國鐘錶行業遭受重大破壞，尤其是在2022財年。具體而言，於2022財年，主要城市的長期封鎖嚴重打擊了消費者信心及流動性，導致手錶銷售急劇下滑。貴金屬手錶市場尤其脆弱，物流中斷及金價上漲進一步打壓了消費者的購買意欲。據中國黃金協會報告，2022年黃金產品銷售額同比下降10.6%。儘管面臨該等挑戰，黃金行業在疫情過後顯示出韌性。自2023財年以來，儘管金價進一步上漲，消費者的偏好已明顯轉向高純度黃金產品。尤其是貴金屬手錶－足金在貴金屬鐘表行業內呈現出較快的反彈，金條及金幣的消費量從2023財年至2024財年增加了24.5%。

**COVID-19疫情對本集團的影響**

封鎖及旅行限制等管制措施擾亂我們經銷商以及其經銷我們產品的零售點的運營。此種情況在中國西北地區及廣東省(我們的兩個主要銷售地區)尤為明顯。具體而言，於2020年至2022年間，中國西北地區及廣東省經歷多輪COVID-19封鎖期。於2022財年，影響中國西北部多個地區及廣東省的封鎖期持續約四個月。此外，我們位於中國西北部及廣東省的一級經銷商經營的展示中心於2022年經歷多次關閉。具體而言，我們位於中國西北部的一級經銷商於2022財年暫時關閉其展示中心約3.5個月；而我們位於廣東的一級經銷商於2022年曾兩度暫時關閉其展示中心，合共約3週。因此，我們認為COVID-19疫情對2022財年我們在中國西北地區及廣東省的經銷商的分銷網絡及銷售活動以及其進行銷售的零售點造成重大干擾。

鑑於2022年中國西北地區及廣東省所實施的管控措施全面且實施時間長，我們在2022年的收入主要受到COVID-19疫情影響。比如，於2022年COVID-19疫情及所採取的相關管控措施導致2022財年中國西北地區及廣東省貢獻的銷售額大幅減少。由於2022財年的銷售額下降，我們的實際產量必然減少，從而降低了該年度的利用率。例如，由於COVID-19疫情及相關管控措施，我們於2022年3月至12月期間部分時期中止生產。為減輕疫情對財務的影響，我們在不裁員的情況下採取成本控制策略，並在不同部門實施增效措施。雖然疫情影響我們2022財年的銷售額及盈利能力，但隨著中國逐步取消COVID-19的管制措施，情況在年底開始改善。此情況，加上貴金屬珠寶與飾品產品的市場需求及價格不斷上升，尤其就年輕消費者而言，令收入由2022財年的人民幣323.70百萬元顯著增長37.62%至2023財年的人民幣445.48百萬元。有關往績記錄期間收入變動的詳細分析，請參閱「財務資料－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－收入」。

儘管我們已從COVID-19疫情的影響中恢復，但未來仍可能面臨各種與流行性疾病及其他自然災害相關的風險。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－任何災難均可能會嚴重干擾我們的業務經營」。

## 物業

我們的主要總部位於中國深圳。於最後可行日期，我們在中國擁有一幅土地的土地使用權及租賃七項物業。該等物業用作上市規則第5.01(2)條所界定的非物業活動。該等物業主要用作生產設施、研發、倉庫、辦公室、員工宿舍及產品展覽。

### 自有土地

於最後可行日期，我們持有莆田地盤(位於中國莆田荔城區的一幅總地盤面積為12,221.78平方米的土地)的土地使用權。於最後可行日期，新莆田運營綜合體(包括新莆田生產基地及莆田研發中心)正在莆田地盤上興建。新莆田運營綜合體的主要建築工程已於2025年第一季度進行質量檢查。根據於最後可行日期莆田地盤建築工程的進度，新莆田運營綜合體主要建築工程的質量檢查已經完成，而新莆田生產基地及莆田研發中心預期將於2025年年底前投入運營。

### 租賃物業

於最後可行日期，我們於中國租賃七項物業，總建築面積約為11,009平方米。該等物業主要用作生產設施、研發、倉庫、辦公室及員工宿舍。

所有租賃物業均根據租賃協議進行租賃，此類性質協議並不包含任何不尋常或過度繁瑣的契諾、地役權、例外或保留條文。該等租賃協議的期限介乎兩年至三年不等。倘我們無法續簽任何租約，我們相信我們可將業務轉移至新物業，而不會產生適當的成本或對我們的業務造成干擾。

於最後可行日期，我們於中國的合共七項租賃物業中的兩項物業乃分別向控股股東之一李碩先生及一間由李碩先生的配偶控制的公司租賃。有關該等租賃物業的應付租金乃參考就面積、位置及許可用途而言類似物業的現行市場價格釐定，而該等租賃物業的租賃協議條款乃按一般商業條款經公平磋商後訂立。

根據適用的中國法律及法規，租賃協議訂約方均須辦理租賃協議登記備案，並就其租賃取得物業租賃備案證明。租賃協議的登記需要出租人的合作，包括向有關當局提交其身份證明文件及不動產權證書。於最後可行日期，儘管我們努力促成若干租賃物業的租賃登記，但我們未能就三項租賃物業取得該等登記，主要原因為相關租賃物業轉租方／業主不配合我們登記轉租／租賃協議。據我們的中國法律顧問所告知，缺乏租賃登記將不會影響租賃協議的有效性或合法性或妨礙我們使用相關物業，惟倘我們不登記，我們可能會被勒令糾正該問題，並須就每份協議支付人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。於最後可行日期，我們並無接獲任何監管機構有關因上述租賃未登記而可能受到行政處罰或執法行動的任何通知。

上述三項未辦理租賃登記的租賃物業包括位於深圳用作員工宿舍的物業以及屬於現有莆田生產基地的兩項物業。倘我們被主管部門要求完成相關租賃的登記，而我們因缺乏轉租方／業主的合作而無法完成登記，(i)我們可能會終止於深圳作為員工宿舍的租賃並搬遷至附近的其他地點，而不會造成任何重大干擾；及(ii)就構成現有莆田生產基地一部分的兩項物業而言，我們擬於莆田生產基地搬遷至新莆田生產基地後終止租賃。有關搬遷計劃及時間表的詳情，請參閱「－我們的業務策略－進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇－(i)成立新莆田生產基地－擴張計劃」。董事認為，我們於搬遷(i)深圳的相關員工宿舍(配套設施)至鄰近深圳生產基地的類似物業；或(ii)我們現有莆田生產基地至鄰近我們現有莆田生產基地的新莆田生產基地方面不會遇到重大困難。在此基礎上，董事認為，該等租賃物業的潛在搬遷不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

展望未來，我們擬於續訂現有租賃或簽訂新租賃時，考慮出租人的所有權以及是否願意在租賃協議登記方面提供協助。

據我們的中國法律顧問告知，除上文所披露者外，我們的土地使用權所有權及我們的租賃物業在所有重大方面均符合中國適用法律法規。

於最後可行日期，我們並無賬面值佔2025年5月31日總資產15%或以上的單一物業，據此，我們毋須根據上市規則第5.01A條於本招股章程內載入任何估值報告。根據香港法例第32L章公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本招股章程獲豁免遵從公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表3第34(2)段的規定，該段規定須就我們於土地或樓宇的所有權益提供估值報告。

**知識產權**

我們相信，我們的知識產權，尤其是我們在手錶製造過程中使用的專有技術，對我們的持續成功至關重要。於2025年5月31日，我們已(i)在中國註冊225項商標、206項專利及17項版權；(ii)在其他司法權區註冊八項商標；及(iii)註冊兩項域名。

有關我們知識產權的詳情，請參閱附錄六「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.我們的重要知識產權」。

為保護我們的知識產權免受潛在侵權行為侵害，我們已與(i)客戶、合作夥伴及其他業務夥伴；及(ii)我們的高級管理層及研發部門的僱員以及其他可接觸本集團機密或保密資料的僱員簽訂保密協議。

儘管我們對知識產權採取保護措施，但第三方仍可能未經我們同意而取得並使用我們的知識產權。第三方未經授權使用我們的知識產權，以及為保護我們的知識產權免受未經授權使用而產生的費用，可能會對我們的業務及經營業績造成不利影響。請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們的業務倚賴我們的知識產權，尤其是我們的商號、商標、專利、產品設計及商業秘密，我們未必能夠保證防止該等知識產權免受侵權及未經授權使用於仿冒產品」。

誠如「－與ODM客戶的安排」所披露，根據與ODM客戶訂立的框架協議，ODM客戶獨立設計及修改的ODM產品為其獨家產品，我們不得將該等設計用於其他用途。我們認為，我們已採取合理措施防止ODM客戶的知識產權受到侵犯。例如，我們已採納保護我們業務運營中產生的機密資料的政策，並要求我們的員工對所有機密資料保密。

據我們董事所深知及確信，於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團、我們客戶及其他第三方之間並無出現侵犯知識產權的重大事件，亦無就知識產權發生糾紛或其他未決的重大法律訴訟。

**牌照、許可證及批准**

於往績記錄期間及直至最後可行日期，據我們的中國法律顧問告知，我們已在所有重大方面就我們的業務及經營向有關當局取得所有重大牌照、許可證、批准及證書，且該等牌照、許可證、批准及證書仍然有效及生效。我們亦需要不時重續該等牌照、許可證、批文及證書。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在有關重續及申請方面未曾遇到任何重大困難，只要我們遵守相關法律法規所規定的適用要求及條件，預期在有關重續及申請方面就不會遇到任何重大困難。下表列舉我們業務及營運所需的重要牌照、許可證、批准及證書：

| 序號 | 持有人名稱 | 牌照／許可證／批准／證書名稱 | 簽發機構 | 有效期／簽發日期 |
|---|---|---|---|---|
| 1. | 本公司 | 對外貿易經營者備案登記表 | 對外貿易經營者備案登記（深圳羅湖） | 2022年4月8日 |
| 2. | 福建西普 | 對外貿易經營者備案登記表 | 對外貿易經營者備案登記（福建莆田荔城） | 2018年6月28日 |

| 序號 | 持有人名稱 | 牌照／許可證／批准／證書名稱 | 簽發機構 | 有效期／簽發日期 |
|---|---|---|---|---|
| 3. | 本公司 | 固定污染源排污登記回執 | 全國排污許可證管理信息平台 | 2023年9月12日至2028年9月11日 |
| 4. | 福建西普 | 固定污染源排污登記回執 | 全國排污許可證管理信息平台 | 2023年9月16日至2028年9月15日 |

## 法律合規

我們在日常業務及營運過程中須遵守廣泛的中國法律法規。有關詳情，請參閱「監管概覽」。我們的中國法律顧問告知我們，於往績記錄期間及直至最後可行日期，除「－僱員－社會保險計劃及住房公積金供款不足」及「－物業－租賃物業」項下所披露者外，我們已於所有重大方面遵守對我們在中國的業務及營運屬重大的相關法律法規，且並無嚴重違反或違背適用於我們的法律或法規而對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

## 法律訴訟

於最後可行日期，本集團成員公司或任何董事概無涉及任何重大訴訟、仲裁、行政程序或索償，且據董事所知，概無由或針對本集團或任何董事提起且會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的尚未了結或面臨威脅的重大訴訟、仲裁、行政程序或索償。

**內部控制及風險管理**

我們的董事負責制定內部控制措施並監督其實施情況以及風險管理系統的有效性，旨在合理地保證與營運、報告及合規相關目標得以實現。

根據適用法律法規，我們已制定程序，以發展及維護內部控制系統。有關系統涵蓋企業管治、營運、管理、法律事務、財務及稽核，具體根據我們的需求而定。我們相信，我們的內部控制系統及現行程序在全面性、實用性及有效性方面均已充足。

為確保我們的內部控制程序足以管理內外部風險，我們已聘請內部控制顧問對我們的內部控制系統進行檢討，並已落實內部控制顧問提出的相關建議。隨著我們的業務不斷擴大，我們將適當地完善和增強內部控制系統，以切合營運擴大後不斷變化的要求。我們將持續檢討內部控制系統，以確保符合適用的監管要求。

**第三方付款安排**

於往績記錄期間，據我們所悉及所知，我們的若干客戶(主要包括(i)以個體工商戶形式營運的個人珠寶及飾品零售店及(ii)小型企業(統稱「**相關客戶**」))透過其他實體或人士(如相關客戶的股東、法定代表及授權代表(一般包括擁有人及僱員))結付應付我們的款項(「**第三方付款安排**」)。於往績記錄期間，第三方付款安排乃由相關客戶發起，該等客戶(i)包括與我們的GOLDBEAR(金熊)品牌有關的客戶，我們直接向其銷售我們的產品；及(ii)我們在其零售店向我們產品的終端消費者提供維修及保養服務。據我們所知及所悉，相關客戶出於付款方便及營運靈活性發起第三方付款安排，原因為相關客戶均為個體工商戶或小型企業，業務規模一般較小，且可能並無聘請專門的財務人員或設立公司銀行賬戶。

於2022財年、2023財年及2024財年，分別有89、86及30名相關客戶透過第三方付款安排結清應付予我們的款項。董事已確認，於往績記錄期間，(i)相關客戶及其指定的第三方付款人各自均為獨立第三方；(ii)我們並無向相關客戶或其指定的第三方付款人提供任何費用、佣金、回扣、折扣、財務資助或任何其他類似安排，以促進或激勵第三方付款安排；及(iii)我們與相關客戶訂立之協議之主要條款(如定價政策及信貸期限)與我們其他不涉及第三方付款安排之客戶一致。

根據灼識諮詢的報告，在中國，個體工商戶及小型企業透過第三方付款人(包括但不限於其股東、法定代表人)在日常業務過程中支付及收取款項，乃普遍及合理的商業市場慣例，原因為個體工商戶及小型企業在中國普遍缺乏充足及適當的財務職能，且基於方便、靈活及節省成本的考慮以及業界對信託關係的依賴，並無就業務目的設立公司銀行賬戶。

本集團自2024年11月1日起終止全部第三方付款安排。自2024年11月1日起，相關客戶僅能透過其各自的銀行賬戶向我們進行銀行轉賬來結算相關交易金額。此外，於2022財年、2023財年及2024財年，(i)來自涉及第三方付款安排的GOLDBEAR(金熊)品牌客戶的總收入分別為人民幣0.53百萬元、人民幣0.13百萬元及人民幣0.05百萬元，分別佔各期間總收入的0.16%、0.03%及0.01%；及(ii)於涉及第三方付款安排的客戶零售店舖提供維修及保養服務所產生的總收入分別為人民幣0.03百萬元、人民幣0.41百萬元及人民幣0.32百萬元，分別佔各期間其他收入總額的0.52%、4.43%及4.47%。因此，董事認為終止第三方付款安排將不會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成任何重大不利影響。

我們面臨與第三方付款安排有關的各種風險。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們面臨與第三方付款安排相關的諸多風險」。於往績記錄期間及直至2024年11月1日，我們已實施多項內部控制政策，以降低第三方付款安排的相關風險，例如(i)應用第三方付款安排的相關客戶一般向我們發出授權書，列明代表其作為指定第三方付款人的實體及／或人士；及(ii)於收到第三方付款安排項下的付款時，我們的財務部門評估本公司有關第三方付款安排的內部控制政策是否已獲遵守，並根據相關客戶發出的授權書及提供的資料核實第三方付款

人的身份。自2024年11月1日起，我們亦實施了多項內部控制政策，以防止再次發生第三方付款安排，例如(i)我們僅允許客戶透過其各自的銀行賬戶向我們進行銀行轉賬來結算交易金額，(ii)公司客戶(包括企業及個體工商戶)及個人客戶須分別向我們的財務部門提供其營業執照或身份證的複印件，以茲識別，以及我們的財務部門在接受任何向我們作出的付款之前，將對付款人進行複核，及(iii)所有透過第三方付款安排支付的款項或不符合上述政策的款項，均應退回予相關付款人。

我們的中國法律顧問認為，基於以下基準，往績記錄期間的第三方付款安排並不構成適用中國法律、規則及法規項下的重大違規事項：

(i) 第三方付款安排並無違反中國民事法律及其他適用中國法律、規則或法規的任何強制性規定；

(ii) 在付款過程中，我們會向客戶提供有關付款方式及渠道的詳細資料，以便第三方付款人代為結算。如果我們收到付款，但付款人的詳細資料與客戶的姓名不符，我們會將該付款人的身份與相關客戶發出的授權書中所列出的獲授權第三方付款人進行交叉核對，及／或聯絡相關客戶以確認付款與我們向其發出的發票有關，了解使用第三方付款人結算發票的原因。因此，我們收到的款項不大可能擬用於本公司所有者以外的其他賬戶。於往績記錄期間及截至最後可行日期，據我們所知，我們並不知悉資料與相關客戶及第三方付款人之間因第三方付款安排而產生任何實際、待決或面臨的糾紛；及

(iii) 於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並非屬於中國反洗錢法的規定及責任管制的類型，且我們並無因與第三方付款安排有關的洗錢事宜面臨任何實際、待決或受到威脅的行政調查、訴訟及／或處罰。

## 我們的控股股東

於最後可行日期，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生分別有權行使本公司已發行股份總數約20.53%、13.69%、13.69%及13.69%附帶的表決權。胡先生為本公司的創辦人。李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生自李永忠先生、李碩先生及李林茂先生於2015年11月成為我們股東以來一直相互一致行動，共同控制、管理及監督本集團的整體業務、營運、財務及其他關鍵職能。

彼等於2016年1月22日訂立一致行動人士協議，並於2021年1月1日及2023年7月12日訂立補充一致行動人士協議(統稱「**一致行動人士協議**」)，以調整彼等於本公司的股權。根據一致行動人士協議，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生同意自一致行動人士協議日期起於本公司股東大會上採取一致行動。倘彼等未能達成一致意見，李永忠先生擁有最終決定權。

因此，於最後可行日期，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生作為我們的控股股東，共同有權行使本公司已發行股份總數約61.60%附帶的表決權。

緊隨全球發售後，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生將共同有權行使本公司已發行股份總數約50.49%附帶的表決權並就上市規則而言，將成為我們的控股股東。

## 我們的控股股東及董事於其他業務的權益

除控股股東及董事或彼等各自之任何緊密聯繫人各自於本公司及附屬公司之權益外，及除本招股章程「董事、監事及高級管理層」一節所披露者外，於最後可行日期，彼等概無於直接或間接與本集團業務構成競爭或可能構成競爭且須根據上市規則第8.10條予以披露之任何其他公司擁有任何權益。

## 獨立於我們的控股股東

經考慮以下因素後，董事相信我們有能力於上市後獨立於我們的控股股東及彼等各自的緊密聯繫人進行業務。

**管理獨立**

我們的董事會目前包括三名執行董事、一名非執行董事及三名獨立非執行董事。我們相信，管理及運營決策均由董事會及高級管理層作出，彼等在我們所從事的行業及╱或彼等各自的專業領域內均擁有豐富的經驗。進一步詳情請參閱「董事、監事及高級管理層」。

此外，儘管我們的兩名執行董事李永忠先生及胡先生，以及我們的副總經理李碩先生均為我們的控股股東，我們認為，由於以下原因，我們的董事會及高級管理層將獨立於控股股東及其緊密聯繫人運作：

- 各董事知曉其作為董事的受託職責，其要求(其中包括)彼須為本公司的利益及以本公司的最佳利益行事，且不允許其作為董事的職責與其個人利益之間存在任何衝突；

- 七名董事中有三名董事為獨立非執行董事，一名董事為非執行董事。所有四名非執行董事擁有不同專業領域的豐富經驗且彼等獨立於我們的控股股東。彼等獲委任以確保董事會的決策僅在審慎考慮獨立及公正的意見後作出。我們相信非執行董事及獨立非執行董事將為董事會的決策過程帶來獨立判斷；

- 我們的董事不得就批准其或其任何緊密聯繫人於其中擁有重大權益的任何合約或安排或任何其他建議的任何董事會決議案表決，且不得計入出席該特定董事會會議的法定人數中；及

- 我們已採納一系列企業管治措施管理本集團與控股股東之間的利益衝突(如有)，為我們的獨立管理提供支援。進一步詳情請參閱「－企業管治措施」。

基於上文所述，我們的董事信納董事會(作為一個整體)能夠獨立履行本集團的管理職責，並認為我們有能力於全球發售後獨立於控股股東管理我們的業務。

**營運獨立性**

我們能全權獨立作出一切有關本身業務營運的決定及經營業務。我們內部有專門負責這些領域的部門，這些部門一直且預計將繼續獨立於控股股東及其緊密聯繫人運作。我們持有開展主營業務所需的許可證、知識產權及資質。我們亦能獨立聯繫供應商，擁有充足的資金、設施及僱員，可獨立於控股股東及其緊密聯繫人經營業務。

本招股章程「關連交易」一節載列本集團與控股股東之一李碩先生及其聯繫人之間訂立的辦公室及生產設施的租賃安排。我們的董事認為，該等交易的條款均為經公平磋商後按一般商業條款或更佳條款訂立。因此，預期有關租賃不會影響我們的整體營運獨立性。

基於上文所述，董事認為，我們將能夠於上市後獨立於控股股東及其緊密聯繫人經營業務。

**財務獨立性**

我們具有獨立的內部控制、會計及財務管理系統。我們亦擁有獨立的財務部門負責履行財政職能。我們根據自身的業務需求作出獨立財務決策。

我們有能力根據自身需求獨立作出財務決策，我們的控股股東並未且將不會干涉我們的資金使用。我們獨立維護及管理銀行賬戶，不與控股股東及／或彼等各自的聯繫人共用任何銀行賬戶。我們根據適用的法律獨立進行稅務登記，並根據適用的中國稅收法律法規獨立納稅，而非與控股股東或其控制的其他企業合併納稅。

於最後可行日期，我們的控股股東李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生以及彼等緊密聯繫人就本集團若干銀行貸款及黃金租賃提供擔保(「**該等擔保**」)並提供其若干不動產作為質押。進一步詳情請參閱附錄一會計師報告中的附註27。董事預期，該等擔保將於上市或上市前根據與相關銀行訂立的協議而解除或悉數償還。有鑑於此，董事認為在本集團業務營運中，本集團在財務上獨立於控股股東及其緊密聯繫人，且可根據需要就其業務營運的市場條款及條件取得外部融資。

基於上述分析，我們的董事認為本公司有能力在上市後獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人開展業務，以及不會過分依賴控股股東及彼等各自的緊密聯繫人。

**企業管治措施**

董事認可良好企業管治對保障股東權益的重要性。我們將採納以下企業管治措施管理本集團與控股股東之間的潛在利益衝突：

(a) 倘於控股股東所控制的公司和實體及本集團的營運中，及就控股股東或其緊密聯繫人所控制的公司和實體之間已訂立或將予訂立任何建議合約或安排中存在任何利益衝突，則任何被認為於對手方擁有相關權益的董事不得計入法定人數，且不得於相關董事會會議上投票。一般而言，根據上市規則，於上市後，任何在實際或潛在關連交易中擁有重大利益的董事須在董事會會議就相關交易放棄投票。於此情況下，獨立非執行董事將於董事會決策過程中行使其獨立判斷。彼等亦會就該等交易提供意見及投票以及向外聘顧問(必要時包括我們的合規顧問，如適用)尋求獨立意見。我們無利益衝突的其他董事亦將為董事會帶來豐富的經驗及專業知識。我們將成立由獨立非執行董事組成的獨立董事委員會，不包括於當中擁有任何實益或利益衝突的董事；

(b) 我們將於上市後按「不遵守就解釋」基準遵守企業管治守則的所有守則條文，該守則就(其中包括)董事、最高行政人員、董事會組成、董事的委任、重選及罷免、董事的責任及薪酬，以及與股東的溝通政策等事宜訂定若干原則；

(c) 董事會認同，董事會應由執行董事及非執行董事(包括獨立非執行董事)的均衡組合組成，使董事會可具備有力的獨立元素，有效作出獨立判斷。本公司已委任三名獨立非執行董事。董事相信，獨立非執行董事具備足夠才幹，且並無任何業務或其他

關係會嚴重幹預其作出獨立判斷，亦可提供中肯的專業意見，保障少數股東權益，將就遵守適用法例及上市規則(包括有關董事職責及內部監控的各項規定)向本公司提供意見及指引；

(d) 根據上市規則的規定，我們的獨立非執行董事須每年審閱任何關連交易，並於年報中確認該等交易乃於本公司日常及一般業務過程中訂立，並按一般商業條款或不遜於我們可向獨立第三方提供或從獨立第三方處取得的條款，以及按公平合理及符合我們股東整體利益的條款進行；及

(e) 如獨立非執行董事須審閱本集團與控股股東之間的任何利益衝突，控股股東須提供本集團所要求以供獨立非執行董事每年審閱所需的一切資料。本公司亦將於上市後委任一名香港法律顧問，就有關上市規則的事宜向其提供意見，以確保本公司就上市規則項下的有關事宜獲得意見。

基於上文所述，董事認為已採取足夠的企業管治措施以管理本集團與我們的控股股東及其緊密聯繫人之間的利益衝突，並於上市後保障少數股東的利益。

## 概覽

於上市後，以下訂約方(已與本集團訂立若干書面協議)將成為本集團的關連人士：

| 姓名／名稱 | 關連關係 |
|---|---|
| 滙輝管理有限公司(「**滙輝**」) | 由陳瑩瑩女士(「**陳女士**」)全資擁有，其為滙輝的唯一董事以及李碩先生的配偶 |
| 李碩先生 | 本公司副總經理及控股股東之一 |

## 上市前的一次性關連交易

我們已與滙輝及李碩先生訂立廠房租賃協議及辦公室租賃協議，詳情載列如下。

### 廠房租賃協議及辦公室租賃協議

#### *主要條款*

於往績記錄期間，我們向滙輝租賃位於中國深圳市龍崗區秀峰工業園的工業廠房，作為我們的深圳生產設施(「**生產租賃物業**」)。於2021年10月27日，我們重續租賃並與滙輝訂立一份新租賃協議(「**廠房租賃協議**」)，為期五年。於往績記錄期間，我們向李碩先生租賃位於中國深圳市龍崗區秀峰工業園的工業廠房，作為我們的辦公室及研發中心之一(「**辦公室租賃物業**」)。於2023年1月11日，我們重續租賃並與李碩先生訂立一份新租賃協議(「**辦公室租賃協議**」)，為期五年。廠房租賃協議及辦公室租賃協議(統稱「**租賃協議**」)的條款如下：

| 租賃協議 | 業主 | 租戶 | 期限 | 租賃面積 | 每月租金 |
|---|---|---|---|---|---|
| 廠房租賃協議 | 滙輝 | 本公司 | 2021年11月1日至2026年10月31日 | 物業面積2,000平方米 | 人民幣32,000元 |
| 辦公室租賃協議 | 李碩先生 | 本公司 | 2023年1月15日至2028年1月14日 | 物業面積2,210.8平方米 | 人民幣39,794.4元 |

租賃協議項下的租金由訂約方參考現行市場價格以及相關物業的位置、質量及規模後經公平磋商釐定。經我們的董事確認，根據各租賃協議所收取的租金指各租賃物業所在鄰近地區可比物業每平方米的現行市場租金。

***歷史交易金額***

我們就2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的廠房租賃協議支付的相應租賃負債分別約為人民幣384,000元、人民幣384,000元、人民幣384,000元及人民幣160,000元。

我們就2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的辦公室租賃協議支付的相應租賃負債分別約為人民幣398,000元、人民幣478,000元、人民幣478,000元及人民幣199,000元。

***交易的理由及裨益***

租賃協議乃於本集團的一般及日常業務過程中訂立，旨在為本集團的生產、行政、銷售及研發活動提供場地。基於租賃協議的應付租金乃參考獨立第三方就與該等物業用途相若以及於該等物業附近的物業收取的租金訂立，董事認為(i)租賃協議的條款對本集團而言屬公平、合理且按一般商業條款訂立；及(ii)租賃協議乃於本集團的一般及日常業務過程中訂立。

***上市規則之涵義***

根據國際財務報告準則第16號「租賃」，本集團以資產(指在租賃期內使用相關資產的權利)及負債(支付租賃款項的義務)的形式於資產負債表確認與定期租賃有關的使用權資產。因此，就上市規則而言，(i)根據廠房租賃協議向滙輝租賃的廠房物業；及(ii)根據辦公室租賃協議向李碩先生租賃辦公室物業，均視為本集團收購的資本資產及本集團於上市前訂立的一次性關連交易，而非持續關連交易。因此，上市規則第十四A章中的申報、公告、年度審核、通函及獨立股東批准規定並不適用。

倘租賃協議存在任何重大變動，我們須就相關租賃協議重新遵守上市規則第十四A章的規定，包括(若根據上市規則未獲豁免)於進行有關變動前尋求獨立股東的批准。

**董事的確認**

董事(包括獨立非執行董事)認為廠房租賃協議及辦公室租賃協議項下的交易(i)乃在本公司的一般及日常業務過程中訂立；及(ii)乃按一般商業條款或更佳條款進行，屬公平合理，並符合本公司及其股東的整體利益。

我們的董事認為，租賃協議項下的五年租賃期對我們的營運而言屬正常。此乃由於較長期的租賃可使我們能夠確保使用辦公室及研發中心的位置，並可讓我們維持營運的穩定性，同時亦可使我們能夠避免於我們訂立的短期租賃未重續的情況下因搬遷而造成的不必要成本、時間以及潛在業務中斷。因此，董事認為廠房租賃協議及辦公室租賃協議的租賃期超過三年就該類協議而言屬正常業務慣例。在此基礎上，董事認為相對較長的租賃期對本公司及股東整體而言屬公平合理及有利。

## 概覽

於最後可行日期，我們的董事會由七名董事組成，包括三名執行董事、一名非執行董事及三名獨立非執行董事。我們的董事會負責本公司的管理與營運並就此擁有一般權力。董事的任期為三年，任期屆滿後可膺選連任。

我們的監事會由三名監事組成。監事的任期為三年，任期屆滿後可膺選連任。

我們的高級管理層負責管理本集團的日常營運。

## 董事會

下表顯示我們的董事於最後可行日期的若干資料。

| 姓名 | 年齡 | 加入本集團的日期 | 職位 | 獲委任為董事的日期 | 角色及職責 | 與其他董事、監事及高級管理層成員的關係 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **執行董事** | | | | | | |
| 李永忠先生 | 55歲 | 2016年1月 | 主席兼執行董事 | 2016年1月22日 | 制定整體發展策略、全面監察本集團運作、領導董事會及管理整體研發工作 | 胡少華先生的岳父及李碩先生的父親 |
| 胡少華（曾用名：胡少鋒）先生 | 40歲 | 2013年7月 | 執行董事兼總經理 | 2013年7月15日 | 制定本集團的整體策略規劃、監察本集團的日常營運及管理，以及領導黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的研發工作 | 李永忠先生的女婿及李碩先生的姐夫 |

| 姓名 | 年齡 | 加入本集團的日期 | 職位 | 獲委任為董事的日期 | 角色及職責 | 與其他董事、監事及高級管理層成員的關係 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 李陽金先生 | 47歲 | 2015年10月 | 執行董事、董事會秘書、副總經理、財務總監兼聯席公司秘書 | 2016年1月22日 | 制定本集團的整體策略規劃以及監察本集團的日常營運與財務管理及董事會辦公室的事務 | 無 |
| **非執行董事** | | | | | | |
| 黃良地先生 | 49歲 | 2023年7月 | 非執行董事 | 2023年7月14日 | 監察董事會事務，並就本集團的業務營運提供策略性建議與指導 | 無 |
| **獨立非執行董事** | | | | | | |
| 李奇先生 | 46歲 | 2019年12月 | 獨立非執行董事 | 2019年12月2日 | 就(i)對本集團而言屬重要的事宜及(ii)於其他需要的情況下，監督董事會並向董事會提供獨立判斷及意見 | 無 |
| 林勇先生 | 42歲 | 2019年12月 | 獨立非執行董事 | 2019年12月2日 | 就(i)對本集團而言屬重要的事宜及(ii)於其他需要的情況下，監督董事會並向董事會提供獨立判斷及意見 | 無 |

| 姓名 | 年齡 | 加入本集團的日期 | 職位 | 獲委任為董事的日期 | 角色及職責 | 與其他董事、監事及高級管理層成員的關係 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 郭曉紅（曾用名：郭嵐紅）女士 | 54歲 | 2023年7月 | 獨立非執行董事 | 2023年7月14日 | 就(i)對本集團而言屬重要的事宜及(ii)於其他需要的情況下，監督董事會並向董事會提供獨立判斷及意見 | 無 |
| 黃善榕先生 | 70歲 | 2024年11月 | 候選獨立非執行董事 | 2024年11月29日 | 就(i)對本集團而言屬重要的事宜及(ii)於其他需要的情況下，監督董事會並向董事會提供獨立判斷及意見 | 無 |

**執行董事**

**李永忠先生**，55歲，我們的控股股東之一、我們的主席兼執行董事。彼自2016年1月加入本公司擔任主席。李永忠先生於2024年11月14日調任為執行董事。李永忠先生主要負責制定整體發展策略、全面監察本集團運作、領導董事會及管理整體研發工作。李永忠先生亦為戰略委員會主席。

李永忠先生於珠寶及鐘錶業擁有逾20年經驗。2003年10月至2020年6月，李永忠先生擔任莆田市荔城區中碩玉石商行（前稱莆田市荔城區北高中港首飾設備器材行）經營者，主要負責整體業務管理。2010年4月至2020年5月，李永忠先生擔任莆田市民煊金剛石工具有限公司執行董事兼總經理。2012年5月至2020年5月，李永忠先生擔任深圳市湄洲灣企業管理諮詢有限公司執行董事兼總經理。2014年12月至2019年12月，李永忠先生擔任莆田市金映金剛石工具有限公司執行董事。2012年12月至2022年6月，李永忠先生擔任深圳市莆商融資擔保有限公司（前稱深圳市莆商擔保有限公司）董事，並自2022年6月起調任為監事。

李永忠先生自1985年9月至1988年7月就讀於中國北高中學(現稱莆田第十六中學)。

李永忠先生為胡先生的岳父及李碩先生的父親。

李永忠先生於下列於中國成立之公司或實體撤銷註冊之時或自該時起計12個月內，為該等公司或實體之董事或經營者，有關詳情如下：

| 公司名稱 | 業務性質 | 狀況 | 撤銷註冊日期 | 原因 | 李永忠先生的職位 |
|---|---|---|---|---|---|
| 深圳市西普機械自動化有限公司 | 鑽石生產設備的銷售 | 撤銷註冊 | 2020年12月4日 | 自成立以來未開展任何業務 | 董事 |
| 莆田市荔城區中碩玉石商行 | 玉石銷售及加工 | 撤銷註冊 | 2020年6月17日 | 不再開展業務 | 經營者 |
| 莆田工藝美術城古黛玉器經營部 | 玉器銷售 | 撤銷註冊 | 2019年11月15日 | 自成立以來未開展任何業務 | 經營者 |
| 莆田工藝美術城西普珠寶錶業中心 | 珠寶及金錶銷售 | 撤銷註冊 | 2010年4月21日 | 自成立以來未開展任何業務 | 經營者 |

李永忠先生確認(i)每間撤銷註冊的公司及實體均有償債能力；(ii)其自身並無任何不當行為導致撤銷註冊；及(iii)其並不知悉有任何實際或潛在申索因該等公司或實體撤銷註冊而已經或將會向其提出。

**胡少華**(曾用名：胡少鋒)**先生**，40歲，為我們的控股股東之一、執行董事兼總經理。胡先生自我們於2013年7月成立以來一直擔任我們的董事兼總經理。彼於2024年11月14日調任為執行董事。胡先生主要負責本集團的整體策略規劃、監察本集團的日常營運及管理，以及領導黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的研發工作。胡先生亦為薪酬與考核委員會的成員。

胡先生於手錶及飾品業擁有逾15年經驗。在創辦本公司之前，於2007年3月至2008年12月，胡先生於莆田市新思維廣告有限公司擔任客戶服務經理。2008年12月至2013年7月，胡先生擔任深圳市西普金剛石工具有限公司(前稱深圳市西普珠寶首飾有限公司)的部門經理。

胡先生於2007年7月取得位於中國的福建工程學院(現稱福建理工大學)廣告學學士學位。胡先生於2024年8月獲澳門大學頒授高級管理人員工商管理碩士學位。胡先生於2023年8月獲中國黃金協會認可為黃金投資高級分析師。

胡先生為主席兼執行董事李永忠先生的女婿及副總經理李碩先生的姐夫。

胡先生於下列於中國成立的本公司分公司及實體撤銷註冊時或自該時起計12個月內為該等公司及實體的負責人或經營者，有關詳情如下：

| **公司名稱** | **業務性質** | **狀況** | **撤銷註冊日期** | **原因** | **胡先生的職位** |
|---|---|---|---|---|---|
| 深圳市羅湖區尊尚恒時鐘錶行 | 鐘錶及珠寶銷售 | 撤銷註冊 | 2013年9月18日 | 自成立以來未開展任何業務 | 經營者 |
| 成華區胡少華龍商貿部 | 珠寶及鐘錶銷售 | 撤銷註冊 | 2016年5月9日 | 自成立以來未開展任何業務 | 經營者 |

胡先生確認(i)每間撤銷註冊的本公司分公司及實體於其各自撤銷註冊時均有償債能力；(ii)其自身並無任何不當行為導致撤銷註冊；及(iii)其並不知悉有任何實際或潛在申索因該等分公司或實體撤銷註冊而已經或將會向其提出。

**李陽金先生**，47歲，我們的執行董事、董事會秘書、副總經理兼財務總監。李陽金先生於2015年10月加入本集團擔任副總經理，並於2018年8月獲委任為我們的財務總監。於2016年1月至2019年12月及自2020年12月起，李陽金先生擔任我們的董事會秘書。李陽金先生於2016年1月獲委任為董事，並於2024年11月14日調任為執行董事。彼於2024年11月29日亦獲委任為聯席公司秘書。李陽金先生主要負責本集團的整體策略規劃以及監察本集團的日常營運與財務管理及董事會辦公室的事務。李陽金先生亦為海南西普尼的執行董事兼總經理。

李陽金先生擁有逾18年的財務管理經驗。加入本公司前，於2002年1月至2004年12月，李陽金先生曾於深圳市唐商源稅務師事務所有限責任公司擔任部門經理。2006年10月至2015年9月，李陽金先生擔任深圳市日圖科技有限公司副總經理，主要負責財務管理及一般公司治理。

李陽金先生於2001年7月取得中國煤炭經濟學院(現稱山東工商學院)管理學學士學位，並於2018年11月取得香港中文大學會計學碩士學位。李陽金先生於2003年9月取得中國人事部頒發的中級會計師證書。彼於2004年6月獲國家稅務總局認可為註冊稅務師。李陽金先生於2022年12月獲中國黃金協會認可為高級黃金投資分析師。

李陽金先生於下列於中國成立的公司各自撤銷註冊或撤銷營業執照時或自該時起計12個月內擔任該等公司的董事或監事，有關詳情如下：

| 公司名稱 | 業務性質 | 狀況 | 撤銷註冊／撤銷日期 | 原因 | 李陽金先生的職位 |
|---|---|---|---|---|---|
| 深圳市今巨熱傳股份有限公司 | 電子產品生產及銷售 | 撤銷營業執照 | 2013年2月11日 | 未辦理年檢 | 董事 |
| 中科若木智能汽車(重慶)有限公司 | 電動汽車生產及銷售 | 撤銷營業執照 | 2021年4月25日 | 未辦理年檢 | 董事 |
| 重慶市中科若木智能汽車研究院有限公司 | 電動汽車的技術研發 | 撤銷營業執照 | 2023年2月22日 | 未辦理年檢 | 監事 |
| 上海天圖財務諮詢有限公司 | 財務諮詢 | 撤銷註冊 | 2005年5月17日 | 不再開展業務 | 監事 |
| 三川熱傳產品(深圳)有限公司 | 電子產品開發及設計 | 撤銷營業執照 | 2011年10月18日 | 未辦理年檢 | 監事 |

李陽金先生確認(i)每間撤銷註冊及撤銷營業執照的公司均有償債能力；(ii)其自身並無任何不當行為導致該等公司撤銷註冊或撤銷營業執照；及(iii)其並不知悉有任何實際或潛在申索因該等公司撤銷註冊或撤銷營業執照而已經或將會向其提出。

此外，李陽金先生確認，上述未能按規定進行年度檢查的各間公司均已停止營運。該長期未營運導致不幸情況出現：相關公司明顯缺乏熟悉中國相關法律法規有關要求的行政或法律人員。此類專業知識人員的缺失進而造成相關公司在秘書支援方面出現缺陷，未能協助包括李陽金先生在內的董事及監事及時完成年度檢查，而該等疏忽實屬無意且無心之失。李陽金先生亦確認未曾接獲中國相關主管部門任何通知，要求其辦理該等公司註銷登記，或因此面臨任何行政處罰，亦並不因此引致其擔任上市公司董事之職位存在任何法律障礙。根據監管政策以及中國法律顧問的意見，曾擔任營業執照被吊銷公司的董事或監事，並不會令其失去擔任其他公司董事、監事或高級管理人員的資格。

經計及：(i)上述因素；(ii)李陽金先生的無犯罪記錄證明；(iii)獨立調查機構針對李陽金先生進行之背景調查(包括破產、民事、刑事、監管、負面媒體及全球合規調查)的結果；(iv)與李陽金先生有關的案頭調研結果；(v)李陽金先生就其作為上市公司董事的經驗、誠信、資格、能力及適任性所提供的逐項確認；(vi)獨家保薦人為了解(其中包括)李陽金先生之經驗、誠信、資格、能力及適任性而對其進行的盡職調查訪談；(vii)李陽金先生參加的董事培訓，內容有關本公司董事及本公司作為發行人根據上市規則及其他相關法律及監管要求之相關職責、義務及責任；(viii)李陽金先生已審閱由本公司法律顧問編製的有關(a)香港上市公司及其董事、監事及高級管理人員以及(b)中國公司及其董事、監事及高級管理人員相關責任的資料；及(ix)與中國法律顧問的討論及認為並無任何可能重大影響李陽金先生作為中國公司董事適任性的事項，獨家保薦人並不知悉任何可能重大影響李陽金先生根據上市規則第3.08條及第3.09條擔任董事適任性的情況。

**非執行董事**

**黃良地先生**，49歲，於2023年7月獲委任為我們的董事，並於2024年11月14日調任為非執行董事。黃先生主要負責監察董事會事務，並就本集團的業務營運提供策略性建議與指導。黃先生亦為提名委員會及戰略委員會各會的成員。

黃先生於2002年4月至2005年6月在一家莆田市的事業單位莆田市信息中心任職。2005年7月至2006年5月，彼擔任莆田市政府信息工程評審中心(現稱莆田市城市一卡通運營服務中心)網絡部技術員，該中心為位於莆田市事業單位。2006年6月至2018年4月，黃先生先後擔任莆田市鐵路建設開發有限公司(現稱莆田市交通能源投資開發有限公司)職員、經營部經理。自2018年5月起，黃先生先後擔任莆田市金荔投資股份有限公司董事、董事長。自2018年4月起，黃先生加入金銀谷投資擔任副總經理，現任金銀谷投資執行董事兼總經理。

黃先生於2005年7月畢業於中央廣播電視大學(現稱國家開放大學)法律專業。黃先生亦於2015年1月取得莆田學院土木工程學士學位。黃先生於2022年8月獲中國海峽人才市場職稱改革領導小組認定為工程建設管理中級工程師。

**獨立非執行董事**

**李奇先生**，46歲，分別於2019年12月及2022年11月獲委任為我們的獨立董事。彼於2024年11月14日調任為我們的獨立非執行董事。彼負責就對本集團而言屬重要的事宜及於其他需要的情況下，監督董事會並向董事會提供獨立判斷及意見。李奇先生亦為薪酬與考核委員會主席以及提名委員會及戰略委員會成員。

李奇先生於2001年12月至2014年3月曾任中恒譽資產評估有限公司(一間主要從事珠寶及藝術品評估的公司)副總經理，負責整體業務管理。自2019年1月起，李奇先生擔任利奇力(北京)文化藝術有限公司(一間主要從事組織文化藝術活動的公司)執行董事兼總經理，負責整體管理。李

奇先生於2000年6月畢業於中國地質大學寶石及材料工藝學專業。彼於2002年9月獲中國人事部認可為珠寶玉石質量檢驗師。李奇先生於2020年11月獲深圳證券交易所頒發獨立董事資格證書。

**林勇先生**，42歲，分別於2019年12月及2022年11月獲委任為我們的獨立董事。彼於2024年11月14日調任為我們的獨立非執行董事。彼負責就對本集團而言屬重要的事宜及於其他需要的情況下，監督董事會並向董事會提供獨立判斷及意見。林先生亦為提名委員會主席以及審核委員會及薪酬與考核委員會各會的成員。

林先生於法律行業擁有逾13年經驗。自2011年12月起，林先生加入廣東信達律師事務所擔任律師，其後晉升為合夥人。林先生於2007年6月於中國畢業於江西財經大學，主修法律。林先生已取得中國執業律師資格。林先生於2019年6月獲深圳證券交易所頒發獨立董事資格證書。

**郭曉紅**(曾用名：郭嵐紅)**女士**，54歲，於2023年7月獲委任為我們的獨立董事，並於2024年11月14日調任為我們的獨立非執行董事。彼負責就對本集團而言屬重要的事宜及於其他需要的情況下，監督董事會並向董事會提供獨立判斷及意見。郭女士亦為審核委員會主席及提名委員會成員。

郭女士自1992年7月起擔任福建金融管理幹部學院(現稱福建江夏學院)會計系教師，並於2014年12月晉升為教授。彼曾擔任會計學院副院長。自2022年12月起，郭女士擔任福建福光股份有限公司(從事生產特種及民用光學鏡頭以及光電系統，一間於上海證券交易所上市的公司(證券代碼：688010))的獨立董事。自2023年11月起，郭女士亦擔任上海證券交易所上市公司福建海峽環保集團股份有限公司(主要從事污水處理業務)(證券代碼：603817)的獨立董事。

郭女士於1992年7月取得中國湖南財經學院稅收學士學位。彼亦於2003年6月獲中國福州大學會計學碩士學位。郭女士自2000年起轉為中國註冊會計師協會非執業會員。彼於1997年2月獲財政部認可為註冊資產評估師。彼亦於1998年11月獲中國建設部認可為註冊房地產估價師。郭女士於2022年11月獲深圳證券交易所頒發獨立董事資格證書。

**黃善榕先生**，70歲，獲委任為我們的獨立非執行董事，並於上市後生效。黃先生負責就對本集團而言屬重要的事宜及於其他需要的情況下，監督董事會並向董事會提供獨立判斷及意見。根據上市規則第19A.18(1)條的規定，黃先生亦將於上市後成為常居於香港的獨立非執行董事。

黃先生於企業融資、會計、審核、公司管理及項目諮詢方面擁有逾30年經驗。黃先生自2008年12月起一直擔任霸王國際(集團)控股有限公司(一家於聯交所主板上市的公司，證券代碼：1338)的首席財務官、執行董事兼公司秘書。由於黃先生有意投入更多時間於彼之其他個人及商務事務，故擬辭任其於霸王國際(集團)控股有限公司之現任職務，自2025年10月1日起生效。黃先生於2004年1月至2008年4月為華鼎集團控股有限公司(一家於聯交所上市的公司，證券代碼：3398)的財務經理兼執行董事。黃先生於1988年至1992年及1994年至2003年分別擔任Mark Wong & Associates (Industrial Consultants) Limited的總會計師及財務經理。彼於1992年至1994年亦在一家執業會計師事務所任職。

黃先生於1996年6月在香港成功完成麥格理大學國際文學碩士(人力資源管理)課程規定的學術課程並符合授予學位的要求後，獲得該大學人力資源管理文學碩士學位。彼於1999年進一步取得香港大學工商管理碩士學位。黃先生為香港會計師公會資深會員。

## 監事會

中國公司法規定，股份有限公司須成立監事會。根據我們的公司章程，至少三分之一的監事須為由僱員選舉產生的職工代表。我們的監事會目前由三名監事組成，其中一名為僱員選舉產生的職工代表監事。

我們每名監事的任期為三年，可通過連選連任續任。下表載列我們監事的若干詳情。

| 姓名 | 年齡 | 加入本集團的日期 | 職務 | 委任為監事的日期 | 職責 | 與其他董事、監事及高級管理層成員之間的關係 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 姚向萍女士 | 39歲 | 2023年7月 | 監事兼監事會主席 | 2023年7月14日 | 根據法規要求及我們的公司章程行使監督責任 | 無 |
| 欽豔女士 | 52歲 | 2015年5月 | 職工代表監事 | 2019年12月2日 | 根據法規要求及我們的公司章程行使監督責任 | 無 |
| 鄒建平先生 | 44歲 | 2015年6月 | 監事 | 2016年1月22日 | 根據法規要求及我們的公司章程行使監督責任 | 無 |

**姚向萍女士**，39歲，於2023年7月獲委任為我們的監事兼監事會主席。

姚女士擁有超過15年的財務管理經驗。2008年2月至2012年1月，姚女士擔任三棵樹塗料股份有限公司(主要從事塗料生產，一間於上海證券交易所上市的公司，證券代碼：603737)會計；2012年10月至2016年10月，姚女士擔任華昌珠寶有限公司會計；2016年11月至2017年7月，姚女士擔任莆田市湄洲島漁港建設有限公司會計；2017年8月至2020年3月，姚女士擔任我們的股東之一金銀谷投資的財務部負責人；2018年1月至2023年2月，姚女士擔任莆田市金荔投資股份有限公司財務負責人，隨後於2023年2月晉升為董事兼副總經理。自2020年3月以來，姚女士擔任金銀谷投資的副總經理。

姚女士於2008年7月取得莆田學院財務管理學士學位。姚女士於2016年2月取得由莆田市人力資源和社會保障局頒發的中級會計師資格證書。

**欽豔女士**，52歲，於2016年1月至2019年11月擔任我們董事。由於本集團內部的工作分配，欽女士於2019年12月獲委任為我們的職工代表監事兼監事會主席，並於2023年7月卸任監事會主席，但仍擔任監事。欽女士亦為我們的附屬公司福建西普及海南西普尼的監事。

欽女士擁有超過14年的人力資源管理經驗。於2015年5月加入本集團擔任人力資源及行政總監前，自2007年11月至2012年7月，欽女士擔任深圳金宏金盒工藝製品來料加工廠行政兼人力資源經理。欽女士於2013年9月至2013年11月擔任深圳市國顯光電有限公司總監，亦於2013年12月至2014年7月任職於其母公司深圳市國顯科技有限公司。自2014年8月至2015年1月，欽女士擔任深圳市雷柏科技股份有限公司(主要從事生產無線周邊設備，一間於深圳證券交易所上市的公司，證券代碼：002577)行政兼人力資源總監。

欽女士於2006年12月取得中國中山大學法律專科文憑。彼亦於2022年7月透過遠程學習獲得香港亞洲商學院的工商管理碩士學位。欽女士於1994年4月在中國取得法律執業資格。彼於2009年11月獲中國人力資源和社會保障部職業技能鑒定中心認定為企業人力資源管理師(二級)。

**鄒建平先生**，44歲，自2016年1月至2019年11月擔任監事會主席，並於2019年12月卸任監事會主席，但仍擔任監事。

鄒先生自2015年6月加入本公司擔任品質經理，負責品質控制。自2017年9月起，彼已升為行政經理，負責一般行政管理。於加入本集團前，鄒先生自2008年9月至2010年9月受僱為聯欣豐光電(深圳)有限公司生產科長，主要負責生產管理及品質管理。

鄒先生於2021年1月通過遠程學習畢業於中國山東大學人力資源管理專業。

## 高級管理層

下表載列有關我們高級管理層的資料：

| 姓名 | 年齡 | 加入本集團的日期 | 職務 | 委任為高級管理層的日期 | 職責 | 與其他董事、監事及高級管理層成員之間的關係 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 胡少華(曾用名：胡少鋒)先生 | 40歲 | 2013年7月 | 執行董事兼總經理 | 2013年7月15日 | 本集團的整體策略規劃及監督本集團的日常營運及管理 | 李永忠先生的女婿及李碩先生之姐夫 |
| 李陽金先生 | 47歲 | 2016年1月 | 執行董事、董事會秘書、副總經理、財務總監及聯席公司秘書 | 2016年1月22日 | 本集團的整體策略規劃及監督本集團的日常運營及財務管理以及董事會辦公室事務 | 無 |

| 姓名 | 年齡 | 加入本集團的日期 | 職務 | 委任為高級管理層的日期 | 職責 | 與其他董事、監事及高級管理層成員之間的關係 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 李碩先生 | 37歲 | 2015年11月 | 副總經理 | 2015年11月 | 監督本集團的日常營運及管理 | 李永忠先生之子及胡少華先生之內弟 |

**胡少華**(曾用名：胡少鋒)**先生**，40歲，為本公司執行董事兼總經理，進一步詳情請參閱「－董事會－執行董事」。

**李陽金先生**，47歲，為本公司執行董事、董事會秘書、副總經理、財務總監及為我們的聯席公司秘書之一，進一步詳情請參閱「－董事會－執行董事」。

**李碩先生**，37歲，為我們的控股股東之一，自2015年11月起為本公司的副總經理。李碩先生曾自2021年3月至2023年6月擔任我們的董事。彼目前負責本集團的整體策略規劃、監督本集團的日常營運及管理，以及金飾研發。李碩先生亦為我們的附屬公司福建西普的執行董事兼總經理。

李碩先生自2014年12月至2020年3月先後擔任莆田市庚尚金剛石工具有限公司總經理、執行董事及監事。自2015年2月至2017年2月，彼兼任莆田市長瑞金剛石工具有限公司、莆田市尚軒金剛石工具有限公司及莆田市鼎友金剛石工具有限公司執行董事(彼自2015年2月至2016年2月擔任總經理)。於2014年7月，李先生獲委任為深圳市西普金剛石工具有限公司監事。於2015年2月，李碩先生獲委任為莆田市康恒金剛石工具有限公司、莆田市顏之鑽金剛石工具有限公司、莆田市惠明金剛石工具有限公司、莆田市福運金剛石工具有限公司及莆田市友銀金剛石工具有限公司監事。

李碩先生於2007年7月取得中國地質大學珠寶鑒定及營運管理專科文憑。

李碩先生為我們的主席兼執行董事李永忠先生之子以及我們的執行董事兼總經理胡少華先生的內弟。

李碩先生於下列於中國成立的公司撤銷註冊時或自該時起計12個月內為該公司的監事，有關詳情如下：

| 公司名稱 | 業務性質 | 現狀 | 撤銷註冊日期 | 原因 | 李碩先生的職位 |
|---|---|---|---|---|---|
| 深圳市西普機械自動化有限公司 | 銷售鑽石生產設備 | 撤銷註冊 | 2020年12月4日 | 自成立以來未開展任何業務 | 監事 |

李碩先生確認：(i)上述撤銷註冊的公司有償債能力；(ii)其自身並無任何不當行為導致撤銷註冊；及(iii)其並不知悉有任何實際或潛在申索因撤銷註冊而已經或將會向其提出。

**董事及監事確認**

除上文及本招股章程附錄六「法定及一般資料 － C.有關我們董事、監事及主要股東的進一步資料－1.權益披露」所披露者外，各董事(包括候選獨立非執行董事黃善榕先生)及監事確認其本人：

(a) 於最後可行日期概無於本公司或任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份、債權證中持有其他好倉或淡倉；

(b) 於最後可行日期與任何董事、監事、本公司高級管理層或主要股東並無任何其他關係；

(c) 於最後可行日期前三年並無在其證券於香港及／或海外任何證券市場上市的任何公眾公司擔任任何其他董事職務；

(d) 概無有關董事委任的其他事宜而須敦請股東及聯交所垂注，亦無任何其他資料須根據上市規則第13.51(2)條或附錄D1A第47段予以披露；及

(e) 就董事及監事經作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，並無有關委任董事及監事的其他事項需敦請股東垂注。

**上市規則第3.09D條**

各董事已於2024年11月16日根據上市規則第3.09D條取得法律意見且各董事已確認，其已了解其作為上市規則項下聯交所上市發行人董事的責任。

**上市規則第3.13條**

各獨立非執行董事(包括候選獨立非執行董事黃善榕先生)已確認：

(a) 其與上市規則第3.13(1)至(8)條所述的各項因素有關的獨立性；

(b) 其過去或目前於本集團業務中並無財務或其他權益，與本公司的任何核心關連人士亦無任何關連；及

(c) 獨立非執行董事於獲委任之時並無其他可能會影響其獨立性的因素。

**上市規則第8.10條**

於最後可行日期，我們的非執行董事黃良地先生於若干實體(統稱「**國資委實體**」)擔任董事職務，其中一家為我們上市後的主要股東金銀谷投資，另外兩家為金銀谷投資持有多數股權的公司(統稱「**主要持股實體**」)，其業務範圍與本公司及／或其附屬公司的業務範圍部分重疊。

根據本公司可獲得的資料，金銀谷投資由莆田國有資本運營集團有限公司全資擁有，而莆田國有資本運營集團有限公司最終由莆田市人民政府國有資產監督管理委員會(「**莆田市國資委**」)全資擁有。金銀谷投資主要從事股權投資、黃金及其產品租賃、房地產開發、基礎設施建設、酒店管理、建築材料銷售、倉儲及物流，而據黃先生確認，金銀谷投資並無進行任何珠寶銷售。兩家主要持股實體的經營範圍亦包括(但不限於)銷售金銀珠寶、製造藝術品、工藝品及手錶，以及加工及／或再造貴金屬。

儘管黃先生於國資委實體擔任董事職務，但我們的董事認為，本集團與國資委實體之間並無且將不大可能存在任何重大潛在競爭，且黃先生可基於以下理由避免任何實際及潛在利益衝突：

- 於最後可行日期，國資委實體概無開展銷售金銀珠寶或手錶的業務；
- 黃先生個人並無於任何國資委實體持有任何權益，且經黃先生確認，彼是以員工身份被莆田國有資本運營集團有限公司委任為國資委實體的董事會成員；
- 黃先生擔任本集團的非執行董事、戰略委員會及審核委員會成員的職務，並非旨在且不會對本集團的日常管理及營運施加重大影響。除黃先生外，其他董事概無於國資委實體擔任任何行政或非行政職位；
- 除黃先生於國資委實體及本公司的董事職務重疊外，我們的管理團隊不同於國資委實體的管理團隊，本公司有足夠的非重疊董事，且我們的管理團隊具備所需資格及經驗，以確保我們的董事會能妥善履行其職能，而不會受到黃先生的不恰當影響；及
- 如董事會會議決議事項涉及本集團與國資委實體之間有任何利益或職責衝突，黃先生將在本公司董事會會議上迴避表決。

除上文所述者外，各董事(包括候選獨立非執行董事黃善榕先生)確認，於最後可行日期，彼概無在與我們業務直接或間接競爭或可能競爭且根據上市規則第8.10(2)條須予披露的業務中擁有任何權益。

**聯席公司秘書**

**李陽金先生**於2024年11月29日獲委任為我們的聯席公司秘書之一，進一步詳情請參閱「－董事會－執行董事」。

**施雪玲女士**，40歲，於2024年11月29日獲委任為我們的聯席公司秘書之一。施女士現為方圓企業服務集團(香港)有限公司的副總監，該公司主要從事為全球及本地客戶提供廣泛的專業服務，包括公司秘書及合規、企業管治、風險管理、專業顧問及企業支援，並曾協助多間股份於聯交所上市的公司履行公司秘書職責。

施女士在處理公司秘書事宜方面擁有超過15年的經驗。彼自2024年7月起獲委任為一間聯交所主板上市公司(在中國主要從事提供高等教育)的公司秘書。

施女士為特許秘書、特許管治專業人員以及香港公司治理公會及英國特許公司治理學會的資深會員。施女士亦是香港投資者關係協會的正式會員。

施女士於2014年6月取得香港公開大學(現稱「香港都會大學」)企業管治碩士學位，並於2007年11月取得英國哈德斯菲爾德大學工商管理學士學位。

**董事委員會**

**審核委員會**

本集團已根據上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載企業管治守則第二部分第D.3段成立審核委員會，並訂有書面職權範圍。審核委員會的主要職責為協助董事會就本集團的財務報告程序、內部控制及風險管理系統的有效性提供獨立意見，監督審核程序及履行董事會指派的其他職責及責任。我們的審核委員會由三名成員組成，即郭曉紅女士、林勇先生及李奇先生。郭曉紅女士為我們的審核委員會主席，且擁有適當會計或相關財務管理專業知識，符合上市規則第3.10(2)及3.21條的規定。審核委員會的主要職責為(i)監督及評估外部核數師的工作；(ii)評估本公司內部審核系統的實施；(iii)負責本公司管理層與內部及外部核數師的溝通；(iv)審閱本公司財務報告並發表意見；(v)檢查本公司財務報告系統、風險管理及內部控制系統；(vi)就委任、續聘及罷免外部核數師向本公司作出推薦建議；(vii)監察及評估關連交易；及(viii)履行董事會釐定的其他職責。

**薪酬與考核委員會**

本集團已根據上市規則第3.25條及上市規則附錄C1所載企業管治守則第二部分第E.1.2段成立薪酬與考核委員會，並訂有書面職權範圍。我們的薪酬與考核委員會由三名成員組成，即李奇先生、林勇先生及胡少華先生。李奇先生為我們的薪酬與考核委員會主席。

薪酬與考核委員會的主要職責包括(但不限於)(i)建立、檢討及就董事、監事及高級管理層的薪酬政策及架構以及就制定該等薪酬政策訂立正式及透明的程序向董事會提出建議；(ii)釐定各董事及高級管理層的具體薪酬待遇條款；及(iii)參考董事不時決議的公司目標及目的，檢討及批准與表現掛鈎的薪酬，包括與上市規則第17章項下股份計劃(如有)有關的事宜。

**提名委員會**

本集團已根據上市規則附錄C1所載企業管治守則第二部分第B3.1段成立提名委員會，並訂有書面職權範圍。提名委員會由三名成員組成，即林勇先生、郭曉紅女士及黃良地先生。林勇先生為提名委員會主席。

提名委員會的主要職責為(i)定期檢討董事會的架構、規模及組成，並就董事會組成的任何建議變動向董事會提供推薦建議；(ii)物色、推選或就提名董事人選向董事會提供推薦建議，並確保董事會成員的多元化；(iii)評估獨立非執行董事的獨立性；及(iv)就有關委任、續聘及罷免董事及董事繼任計劃的相關事宜向董事會提供推薦建議。

**戰略委員會**

本集團已成立戰略委員會。戰略委員會由三位成員組成，即李永忠先生、黃良地先生及李奇先生。董事會主席李永忠先生擔任戰略委員會主席。

戰略委員會之主要職責包括：(i)審視並提出本集團整體發展策略及具體策略發展計劃；(ii)因應國內外金融狀況、市場變化及我們的業務整體發展情況，評估對策略發展及執行有影響之因素；(iii)對策略計劃提出調整建議，並向董事會提供意見；及(iv)履行董事會指派之其他職責。

**管理層人員留駐香港**

由於我們的總部及本集團的主要業務營運及管理均於中國內地進行，故執行董事均位於中國內地以便更好管理及參與本集團業務營運。因此，我們並沒有而且並無計劃在可見將來在香港安排足夠的管理層成員，以符合上市規則第8.12條項下的規定。根據上市規則第19A.15條，我們已向聯交所申請且聯交所已授出豁免嚴格遵守上市規則第8.12條及第19A.15條項下的規定。進一步詳情請參閱「豁免嚴格遵守上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例－有關管理層人員留駐香港的豁免」。

**企業管治**

我們致力於實現高標準的企業管治，董事認為這對我們的發展至關重要，亦保障了股東的利益。為達成此項目標，我們期望於上市後遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則的企業管治規定。

**董事會多元化政策**

董事會已採納董事會多元化政策，該政策將於上市後生效，當中載列實現董事會多元化的方法。本公司認可並接納擁有一個多元化董事會的裨益，並視董事會層面日益多元化為支持本公司實現戰略目標及可持續發展的關鍵因素。本公司透過考慮眾多因素尋求實現董事會多元化，包括但不限於才能、技能、性別、年齡、文化及教育背景、種族、經驗(專業經驗或其他經驗)、獨立性、知識及服務年資，以及董事會不時認為相關及適用的任何其他因素。董事會目前有兩個性別的成員。我們將繼續實行措施及步驟在本公司各層級推動及加強性別多元化。我們將在考慮自身業務模式及不時的具體需求的同時，基於其才幹以及可能為董事會帶來的貢獻，甄選有潛力的董事會候選人。董事會的所有委任均基於才幹，並根據客觀條件考慮候選人，充分顧及董事會多元化的裨益。

董事亦擁有均衡的知識、技能及經驗組合。彼等獲得不同專業的學位並擁有不同工作經驗。此外，董事會年齡範圍廣泛，且包括男女性成員。我們監事會中的女性成員，即欽女士(亦為高級管理層成員)以及姚向萍女士，亦對我們管理團隊的性別多元化作出了貢獻並從女性視角為我們提供寶貴的戰略、管理及運營見解。我們已採取並將繼續採取措施促進本公司各層級的性別多元化，包括但不限於董事會及高級管理層層級。考慮到我們的業務模式及具體需求以及董事會擁有不同性別成員，我們認為，董事會組成符合董事會多元化政策。

提名委員會負責確保董事會成員的多元化。於上市後，提名委員會將不時檢討董事會多元化政策，確保其持續有效執行，且我們將每年在企業管治報告中披露董事會多元化政策的實施情況。

考慮到我們的現有業務模式及特定需求，以及董事不同的背景及能力，董事認為，董事會現有組成符合董事會多元化政策項下的原則。

**董事、監事及高級管理層的薪酬**

董事、監事及高級管理層成員可從本集團獲得由袍金、薪金及其他津貼、酌情花紅及退休福利計劃供款構成的薪酬。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年5 月31日止五個月支付予董事及監事的薪酬總額(包括袍金、薪金及其他津貼、酌情花紅及退休福利計劃供款)分別約為人民幣2.0百萬元、人民幣2.1百萬元、人民幣1.7百萬元及人民幣0.5百萬元。除上述披露者外，於往績記錄期間本集團任何成員公司概無向董事及監事支付或應付其他款項。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年及截至2025年5月31日止五個月，五名最高薪酬人士中分別有三名、三名、兩名及一名董事及／或監事的酬金計入上述酬金總額。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年5月31日止五個月，五名最高薪酬人士中其餘人士的酬金總額分別約為人民幣1.5百萬元、人民幣1.7百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣0.7百萬元。

於往績記錄期間，我們概無向董事、監事或五名最高薪酬人士支付薪酬作為加入我們或於加入時的獎勵亦或作為離職補償。此外，於往績記錄期間，概無董事及監事放棄或同意放棄任何薪酬。

根據目前生效的安排，我們的董事及監事於截至2025年12月31日止年度的薪酬總額(包括董事袍金、薪金及其他津貼、酌情花紅及退休福利計劃供款)估計將不超過人民幣2.2百萬元。

我們的董事會將檢討及釐定我們的董事、監事及高級管理層的薪酬及報酬待遇，並於上市後獲得薪酬與考核委員會的建議，當中將考慮可資比較公司所付的薪金、我們董事、監事及高級管理層的時間投入與職責、本公司其他職位的僱傭條件、與表現掛鈎的薪酬的可行性以及本集團的表現。

**前董事及監事於往績記錄期間辭任**

於往績記錄期間辭任的前董事及監事詳情載列如下：

| **姓名** | **前職位** | **辭任理由** |
|---|---|---|
| 李碩先生 | 董事 | 於2023年7月14日，李碩先生由金銀谷投資提名出任董事的黃良地先生接替。 |
| 孫紅衛先生 | 董事 | 於2023年7月14日，孫紅衛先生因希望專注於其專業事務而辭任董事並由郭曉紅女士填補空缺。 |
| 李發春先生 | 監事 | 於2023年7月14日，李發春先生由金銀谷投資提名出任監事的姚向萍女士接替。 |

上述各前董事及監事確認其與本集團並無任何意見分歧，亦無有關其辭任之事宜須敦請聯交所垂注。

**合規顧問**

為遵守上市規則第3A.19條，我們已委任中國平安資本(香港)有限公司為合規顧問，為本公司提供顧問服務。根據上市規則第3A.23條，預期合規顧問將(其中包括)就下列情況向本公司提供審慎穩妥及合乎其能力的建議：

- 於刊發任何監管公告、通函及財務報告前；
- 倘擬進行交易(可能是須予公佈交易或關連交易)，包括發行股份及回購股份；
- 倘我們建議以與本招股章程所詳述者迥異的方式動用全球發售所得款項，或倘我們的業務活動、發展或業績偏離於本招股章程中的任何預測、估計或其他資料；及
- 倘聯交所根據上市規則第13.10條就股份證券價格或成交量的不尋常變動、股份可能出現造市或任何其他事宜向我們作出查詢。

任期由上市日期開始至我們就上市日期後開始的首個完整財政年度的財務業績分發年報之日止，有關委任可經雙方協議後延長。

據我們的董事所知，緊隨全球發售完成後，下列人士將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利可在任何情況下於本公司或我們任何附屬公司的股東大會上投票的本公司已發行股本的10%或以上的權益：

| 股東姓名／名稱 | 權益性質 | 於最後可行日期 | | | 緊隨全球發售完成後[2] | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 股份類別 | 股份數目[1] | 概約百分比 | 股份類別 | 股份數目 | 概約百分比 |
| 李永忠先生[3] | 實益權益 | 內資股 | 9,900,833 | 20.53% | H股 | 9,900,833 | 16.83% |
| | 與另一人士共同持有的權益 | 內資股 | 19,800,000 | 41.07% | H股 | 19,800,000 | 33.66% |
| 李亞香女士[4] | 配偶權益 | 內資股 | 29,700,833 | 61.60% | H股 | 29,700,833 | 50.49% |
| 胡先生[3] | 實益權益 | 內資股 | 6,600,000 | 13.69% | H股 | 6,600,000 | 11.22% |
| | 與另一人士共同持有的權益 | 內資股 | 23,100,833 | 47.91% | H股 | 23,100,833 | 39.27% |
| 李敏女士[5] | 配偶權益 | 內資股 | 29,700,833 | 61.60% | H股 | 29,700,833 | 50.49% |
| 李碩先生[3] | 實益權益 | 內資股 | 6,600,000 | 13.69% | H股 | 6,600,000 | 11.22% |
| | 與另一人士共同持有的權益 | 內資股 | 23,100,833 | 47.91% | H股 | 23,100,833 | 39.27% |
| 陳瑩瑩女士[6] | 配偶權益 | 內資股 | 29,700,833 | 61.60% | H股 | 29,700,833 | 50.49% |
| 李林茂先生[3] | 實益權益 | 內資股 | 6,600,000 | 13.69% | H股 | 6,600,000 | 11.22% |
| | 與另一人士共同持有的權益 | 內資股 | 23,100,833 | 47.91% | H股 | 23,100,833 | 39.27% |

| 股東姓名／名稱 | 權益性質 | 於最後可行日期 股份類別 | 股份數目[1] | 概約百分比 | 緊隨全球發售完成後[2] 股份類別 | 股份數目 | 概約百分比 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 鄧雯靖女士[7] | 配偶權益 | 內資股 | 29,700,833 | 61.60% | H股 | 29,700,833 | 50.49% |
| 金銀谷投資[8] | 實益權益 | 內資股 | 9,645,000 | 20.00% | H股 | 9,645,000 | 16.40% |
| 前海尊尚[9] | 實益權益 | 內資股 | 2,953,500 | 6.12% | H股 | 2,953,500 | 5.02% |
| 李陽金先生[9] | 受控法團權益 | 內資股 | 2,953,500 | 6.12% | H股 | 2,953,500 | 5.02% |
| | 實益權益 | 內資股 | 297,000 | 0.61% | H股 | 297,000 | 0.50% |
| 袁芳女士[10] | 配偶權益 | 內資股 | 3,250,500 | 6.73% | H股 | 3,250,500 | 5.53% |

*附註：*

1. 所列權益全部均為好倉。

2. 計算乃基於緊隨全球發售完成後已發行股份總數58,825,000股H股。

3. 根據一致行動人士協議，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生已同意於本公司股東大會上一致行動。有關進一步詳情，請參閱「歷史及發展－一致行動人士協議」。根據證券及期貨條例，李永忠先生、胡先生、李碩先生及李林茂先生被視為於一致行動人士協議下其他人士擁有權益的股份中擁有權益。

4. 李亞香女士為李永忠先生的配偶。根據證券及期貨條例，李亞香女士被視為於李永忠先生擁有權益的股份中擁有權益。

5. 李敏女士為胡先生的配偶。根據證券及期貨條例，李敏女士被視為於胡少華先生擁有權益的股份中擁有權益。

6. 陳瑩瑩女士為李碩先生的配偶。根據證券及期貨條例，陳瑩瑩女士被視為於李碩先生擁有權益的股份中擁有權益。

7. 鄧雯靖女士為李林茂先生的配偶。根據證券及期貨條例，鄧雯靖女士被視為於李林茂先生擁有權益的股份中擁有權益。

8. 於最後可行日期及根據本公司可得資料，金銀谷投資由莆田國有資本運營集團有限公司全資擁有，而莆田國有資本運營集團有限公司最終由莆田市人民政府國有資產監督管理委員會全資擁有。

9. 於最後可行日期，李陽金先生(即前海尊尚普通合夥人)可行使前海尊尚於本公司的所有投票權。根據證券及期貨條例，李陽金先生被視為於前海尊尚持有的股份中擁有權益。

10. 袁芳女士為李陽金先生之配偶。根據證券及期貨條例，袁芳女士被視為於李陽金先生擁有權益之股份中擁有權益。

除上文及附錄六「法定及一般資料－C.有關我們董事、監事及主要股東的進一步資料－1.權益披露」所披露者外，董事並不知悉有任何人士將於緊隨全球發售完成後，於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司及聯交所披露之權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下於本集團任何其他成員公司的股東大會上投票的本公司已發行股本的10%或以上的權益。

## 本公司的股本

於最後可行日期，本公司的註冊股本為人民幣48,225,000元，包括48,225,000股每股面值人民幣1元的股份，且均為內資股。

緊隨全球發售及內資股轉換為H股後，本公司的股本將如下。

| 股份說明 | 股份數目 | 佔全球發售後經擴大已發行股本的概約百分比 |
|---|---|---|
| 內資股將予轉換的H股*(附註)* | 48,225,000 | 81.98% |
| 根據全球發售將予發行的H股 | 10,600,000 | 18.02% |
| **總計** | **58,825,000** | **100%** |

*附註：*

(1) 有關上市後股份將轉換為H股的股東身份詳情，請參閱「歷史及發展－本公司的股權架構」。

(2) 為免生疑問，內資股及H股均為本公司股本中的普通股，且被視為一類股份。

## 我們的股份

於全球發售完成及內資股轉換為H股後，本公司將僅有H股。內資股及H股均為本公司股本中的普通股，且被視為一類股份。除若干中國合資格境內機構投資者、滬港通及深港通下的若干中國合資格投資者及根據相關中國法律法規或經任何主管部門批准後有權持有H股的其他人士外，H股一般不可由中國的法人及自然人認購或買賣。

內資股及H股在所有方面將彼此享有同等權益，特別是就於本招股章程日期後宣派、派付或作出的所有股息或分派將享有同等權益。

H股的所有股息將以人民幣計值及宣派，並以港元或人民幣派付，而內資股的所有股息將以人民幣派付。除現金外，股息亦可以股份的形式派付。

**內資股轉換為H股**

截至最後可行日期，我們的股份為未在任何證券交易所上市或買賣的未上市股份。

根據國務院證券監管機構及公司章程的規定，內資股可轉換為H股。有關轉換股份可於境外證券交易所上市或買賣，惟有關轉換股份的轉換及買賣僅須在所有所需的內部審批程序已正式完成，並獲得有關中國監管機構(包括中國證監會)及有關境外證券交易所的批准後方可進行。

此外，有關轉換及買賣應在所有方面遵守國務院證券監管機構規定的法規及有關境外證券交易所規定的法規、要求及程序。

待履行相關程序後，本公司可在任何建議轉換前申請將全部或任何部分內資股作為H股於聯交所上市，以便在向聯交所發出通知及交付股份以在H股登記冊上登記後迅速完成轉換程序。本公司於聯交所首次上市後，任何額外股份的上市通常被聯交所視為純屬行政事宜。轉換股份於境外證券交易所上市及買賣，無需我們的股東於股東大會上投票。於首次上市後，任何轉換股份於聯交所上市，均須事先以公告的方式知會股東及公眾任何建議轉換。

於獲得所有所需批准後，有關內資股將從內資股登記冊中撤回，而本公司將於香港的H股登記冊中重新登記有關股份，並指示H股證券登記處發行H股股票。於本公司H股登記冊上登記的條件為：(i)H股證券登記處向聯交所提交函件，確認有關H股在H股登記冊上的登記及H股股票的適當寄發；及(ii)H股獲准於聯交所買賣符合上市規則及《香港結算一般規則》以及不時生效的《香港結算運作程序規則》。轉換股份於本公司的H股登記冊上重新登記之前，有關股份將不會作為H股上市。

## 未在境外證券交易所上市的股份的登記

根據《關於境外上市公司非境外上市股份登記存管業務受理調整的通知》及《境外上市公司非境外上市股份登記存管業務指南》，本公司須於上市後將未於境外證券交易所上市之內資股登記並存放於中國結算。

## 股東大會

有關須召開股東大會的情況詳情，請參閱附錄六「法定及一般資料 －A.有關本集團的進一步資料－4.本公司股東決議案」、附錄四「主要中國及香港法律及監管規定概要」及附錄五「公司組織章程概要」。

## 禁售期

根據《中國公司法》，公司於公開發售股份前所發行的股份自有關公開發售的股份於有關證券交易所上市及買賣之日起一年內不得轉讓。因此，本公司於發行H股之前所發行的股份將受限於該法定轉讓限制，不得於上市日期起一年內轉讓。

我們的董事、監事及本公司高級管理層成員應申報彼等於本公司的股權以及彼等股權的任何變動。我們的董事、監事及高級管理層有關成員於任期內每年轉讓的股份不得超過彼等各自於本公司股權總額的25%。上述人士持有的本公司股份，自股份上市及買賣之日起一年內或辭去彼等於本公司職務後半年內不得轉讓。

中國法律法規及公司章程對我們的董事、監事、本公司高級管理層成員及其他股東所持股份的轉讓可能有其他限制或條件。有關進一步詳情，請參閱「附錄四－主要中國及香港法律及監管規定概要」以及「附錄五－公司組織章程概要」。

有關我們的控股股東根據上市規則第10.07條作出的禁售承諾的詳情，請參閱「包銷－包銷安排及開支－根據上市規則向聯交所作出的承諾－控股股東的承諾」。

*閣下應將本節與本招股章程「附錄一－會計師報告」所載我們的綜合財務資料(包括有關附註)一併閱讀。綜合財務資料乃根據國際財務報告準則編製。*

*以下討論及分析所載的前瞻性陳述涉及風險及不明朗因素。該等陳述乃基於我們根據自身的經驗及對歷史趨勢、現時狀況及預期未來發展的理解以及我們認為在有關情況下屬合適的其他因素所作的假設及分析。然而，我們的實際業績可能與前瞻性陳述中所預測者有重大差異。可能導致未來業績與前瞻性陳述中所預測者有重大差異的因素包括「風險因素」所述者。*

## 概覽

我們是中國的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶設計商、製造商和品牌擁有人。於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售以我們的旗艦自主品牌「HIPINE(西普尼)」設計及製造的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶。我們的自主品牌產品主要透過我們的經銷網絡銷售，並輔以主要透過我們的自營線上店舖、第三方經營的線上店舖及零售店舖進行的銷售。我們亦透過擔任第三方國內珠寶品牌及批發商的ODM製造商而獲得收入，包括為其開發及生產貼牌手錶及飾品，並為其手錶及飾品提供受託加工服務。於往績記錄期間，我們的ODM客戶包括多個國內知名珠寶品牌，如老鳳祥、中國珠寶及周大生，我們與彼等已建立長期穩定的供應關係。根據灼識諮詢的資料，於2024年，HIPINE(西普尼)既是中國最大的足金貴金屬手錶品牌(就GMV計算)，亦是最大的鑲足金的鑲貴金屬手錶品牌(就GMV計算)，就足金貴金屬手錶的GMV及鑲足金的鑲貴金屬手錶的GMV計算的市場份額分別為27.08%及28.96%。

我們的收入由2022財年的人民幣323.7百萬元增加至2023財年的人民幣445.5百萬元，即2023財年較2022財年增加37.6%，主要乃因COVID-19疫情的不利影響令2022財年收入相對減少所致；及輕微增加2.5%至2024財年的人民幣456.6百萬元。我們於2022財年、2023財年及2024財年分別錄得純利人民幣24.5百萬元、人民幣52.1百萬元及人民幣49.3百萬元。我們的收入由2024年首五個月的人民幣189.7百萬元增加21.8%至2025年首五個月的人民幣231.0百萬元，而期內溢利由2024年首五個月的人民幣20.2百萬元增加111.9%至2025年首五個月的人民幣42.8百萬元。

## 呈列基準

我們於往績記錄期間的綜合財務報表乃按國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則編製。就編製歷史財務資料而言，倘合理預期有關資料會影響主要使用者的決策，則該資料被視為屬重大資料。此外，歷史財務資料載有聯交所證券上市規則及香港公司條例所規定的適用披露資料。

我們的綜合財務報表乃按歷史成本基準編製，惟若干資產按公平值計量，詳情載於本招股章程附錄一會計師報告所載的會計政策。財務資料以人民幣呈列，人民幣為本公司及於中國成立的附屬公司的呈報貨幣。

除任何尚未生效的新訂準則或詮釋外，我們已於所有呈列年度及期間一致採納所有適用的新訂及經修訂國際財務報告準則。

## 影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績一直並將繼續受到多項因素的影響，包括下文所載因素：

### 一般經濟狀況

於往績記錄期間，我們透過線上銷售向中國的客戶(從經銷商至零售客戶)銷售所有產品。因此，我們的經營業績已經並將繼續高度依賴中國的需求及宏觀經濟狀況。中國經濟的變動將會直接影響當地家庭的可支配收入，從而影響我們客戶的消費意欲及我們的財務表現。我們認為，客戶對我們產品的消費與其各自國家的整體GDP增長相互關聯。此外，根據灼識諮詢的資料，以GMV計，2019年中國手錶行業的市場規模為人民幣793.8億元，並於2021年增至人民幣888.7億元。於2022年，受COVID-19疫情的影響，特別是嚴格的封鎖及出行限制，零售銷售受到嚴重衝擊，導致中國手錶行業整體規模下降至人民幣786.4億元。於2024年，隨著疫情影響的逐步減弱及消費需求回升，中國手錶市場迎來復甦，以GMV計，達到人民幣916.5億元。預計到2029年，市場規模將達到人民幣1,180.6億元，2024年至2029年的複合年增長率為5.19%。因此，我們及時佔領市場的能力將對我們的利潤及財務表現產生重大影響。

**產品組合**

於往績記錄期間，我們的收入主要來自以OBM模式及ODM模式下銷售不同類型的手錶及飾品。我們提供包括不同設計及功能的產品組合。於往績記錄期間，我們亦根據客戶的需要向客戶提供ODM服務。該等不同的產品及服務範圍由不同的售價及成本組成，因此毛利率不同。因此，我們的毛利率受到銷售組合的影響。因此，財政年度內所銷售的產品組合的任何變動均可能影響該特定年度的財務表現。

於往績記錄期間，我們的不同產品錄得不同的毛利率，導致我們於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月的整體毛利率分別為19.8%、24.3%、27.2%、25.3%及31.0%。我們整體毛利率的波動主要歸因於產品組合需求的變動及各產品所產生的收入。該等需求可能受多項因素影響，包括但不限於快速的技術變化、ODM客戶的業務表現及激烈的競爭。

我們擬繼續評估並不時調整我們的產品組合，以專注於利潤率較高、市場需求較大且有潛力維持或提高我們盈利能力的產品。我們相信多元化的產品組合將強化我們的收入來源基礎，並提升我們的盈利能力。

**我們獲得原材料的能力及原材料的價格波動**

我們的原材料主要包括貴金屬(包括黃金)、鋼錶殼、手錶機芯、錶盤及錶帶。於往績記錄期間，原材料總成本分別佔2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月銷售成本總額的90.3%、91.2%、92.5%、91.4%及93.0%，而黃金作為我們生產所用的主要原材料，佔原材料總成本超過80%。我們在選擇產品所用原材料時保持嚴格標準，確保產品的整體質量。我們主要透過上海黃金交易所的會員採購產品所用的黃金。我們主要採購瑞士及日本品牌製造的手錶機芯，以及一家全球領先的中國科技公司華為的智能機芯。有關我們選擇及監察供應商的詳情，請參閱「業務－我們的供應商」。根據灼識諮詢的資料，由於全球地緣政治緊張及經濟不穩定，中國的黃金價格在2019年至2024年間飆升。貿易衝突、政治動盪及通貨膨脹使投資者將黃金視為避險資產。儘管材料成本(包括黃金價格)的波動是我們為產品定價時所考慮的因素之一，但我們相信該等波動屬可控，原因為我們會根據實際市場及生產需求不時調整原材料的採購計劃。

假設我們的售價及其他因素保持不變，以下敏感度分析說明於往績記錄期間銷售成本中原材料成本的假設波動對除税前溢利的影響。假設原材料成本波動為20%、25%及30%。

| 原因 | 假設2022財年除税前溢利(減少)／增加 | | 假設2023財年除税前溢利(減少)／增加 | | 假設2024財年除税前溢利(減少)／增加 | | 假設2024年首五個月除税前溢利(減少)／增加 | | 假設2025年首五個月除税前溢利(減少)／增加 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *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* | |
| 假設增加／(減少)20% | (46,889) | 46,889 | (61,532) | 61,532 | (61,520) | 61,520 | (25,877) | 25,877 | (29,649) | 29,649 |
| 假設增加／(減少)25% | (58,612) | 58,612 | (76,915) | 76,915 | (76,900) | 76,900 | (32,346) | 32,346 | (37,061) | 37,061 |
| 假設增加／(減少)30% | (70,334) | 70,334 | (92,298) | 92,298 | (92,280) | 92,280 | (38,815) | 38,815 | (44,473) | 44,473 |

有意投資者應注意，上述過往財務分析依據假設且僅供參考，不應視為相關假設波動的實際影響。

**競爭**

隨著中國經濟的發展，中國鐘錶及貴金屬珠寶與飾品行業的市場規模不斷擴大，國際鐘錶及珠寶與飾品產品在中國市場適度滲透。行業競爭加劇可能會增加品牌影響力較低的行業參與者被市場淘汰的風險。此外，根據灼識諮詢的資料，品牌乃消費者選擇手錶及貴金屬珠寶與飾品時最重要的因素之一，亦為向消費者提供對此類產品質量及售後信任的關鍵。因此，品牌知名度對我們提高市場份額及定價權的能力發揮著至關重要的作用。因此，我們認為有必要通過實施這一業務策略，加強我們的市場營銷及品牌建設舉措，以獲得零售層面消費者的廣泛認同，鞏固我們在中國足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，促進業務的持續增長。

**季節性**

我們的銷量或會受到季節性的影響。貴金屬手錶、鑲貴金屬手錶及貴金屬珠寶與飾品行業的收入常受消費者季節性購買模式的影響而全年波動。

我們一般會在典禮及節日活動期間錄得較高的銷售收入，例如中秋節、中國農曆新年、中國國慶節假期、情人節及其他國家節日，該等節日通常與中國傳統的送禮習俗有關。此外，若干第三方網上購物平台所設置的購物節，如618購物節、雙十一購物節及雙十二購物節等，均會推高我們產品的銷售額。因此，該等活動歷來促進消費者的購買活動，從而提高我們的銷量。我們通常在節日較少的季節(如六月、七月及八月)錄得較低銷量。

由於該等波動，比較不同財政年度不同期間的銷售額及經營業績可能無法作為我們業績的指標。

**重大會計政策資料及估計不確定因素**

對了解我們的財務狀況及經營業績而言屬重要的重大會計政策資料及估計不確定因素概述如下，全文詳情載於本招股章程附錄一會計師報告附註3。

**重大會計政策資料**

***客戶合約收益***

當(或於)我們履行履約責任時，即於特定履約責任相關的貨品或服務的「控制權」轉移予客戶時，確認收益。

履約責任指個別貨品或服務或大致相同的一系列個別貨品或服務。

控制權隨時間轉移，而倘滿足以下其中一項標準，則收入乃參照完全履行相關履約責任的進度隨時間確認：

- 客戶於本集團履約時同時收取及耗用本集團履約所帶來的利益；
- 本集團履約創建或提升客戶於本集團履約時控制的資產；或
- 本集團履約並無創建對本集團有替代用途的資產，且本集團可享有強制執行權，以收回至今已完成履約部分的款項。

否則，收益於客戶獲得個別貨品或服務的控制權時於某個時間點予以確認。

***金融工具***

金融資產及金融負債於集團實體成為工具合約條文的一方時確認。

金融資產及金融負債初始以公平值計量，惟不包括客戶合約產生的貿易應收款項(初始根據國際財務報告準則第15號*客戶合約收益*進行計量)。收購或發行金融資產及金融負債(以按公平值計入損益(「**按公平值計入損益**」)的金融資產除外)直接應佔的交易成本於初始確認時計入金融資產或金融負債的公平值或自其公平值扣減(如適用)。收購按公平值計入損益的金融資產直接應佔的交易成本會即時於損益中確認。

*按公平值計入損益的金融資產*

金融資產如不符合按攤銷成本計量或按公平值計入其他全面收益(「**按公平值計入其他全面收益**」)或指定按公平值計入其他全面收益之標準，則按公平值計入損益進行計量。

按公平值計入損益的金融資產於各報告期末以公平值計量，且任何公平值收益或虧損於損益中確認。於損益確認的收益或虧損淨額不包括就金融資產所賺取的任何股息或利息，計入「其他收益及虧損」項目內。

***物業、廠房及設備***

我們的物業、廠房及設備按成本減其後累計折舊及累計減值虧損(如有)列賬。

上述物業、廠房及設備項目在計及剩餘價值後，於期內／以下列年率按直線法予以折舊：

| | **可使用年期** |
|---|---|
| 機器 | 9.50%至31.67% |
| 汽車 | 19% |
| 傢俬及電子設備 | 9.50%至33.33% |
| 租賃物業裝修 | 租期或10%至20%(以較短者為準) |

資產的剩餘價值及可使用年期於各報告期末進行審查，並適時作出調整。

***存貨***

存貨按成本及可變現淨值兩者的較低者列賬。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨的估計銷售價格減所有估計完工成本及進行銷售所需的成本。進行銷售所需成本包括銷售直接產生的增量成本，以及本集團進行銷售須產生的非增量成本。

***稅項***

所得稅開支指即期與遞延所得稅開支之總和。即期應繳稅項按本年度應課稅溢利計算。應課稅溢利與除稅前溢利不同，乃由於其他年度應課稅或可扣稅收入或開支以及從未課稅或扣稅項目所致。本集團的即期稅項負債按各報告期末已頒佈或實質已頒佈的稅率計算。

**估計不確定因素的主要來源**

***遞延稅項資產***

在一般業務過程中，若干交易及計算的最終稅項決定存在不確定因素。倘該等事項的最終稅項結果與最初記錄的金額不同，則該等差額將影響作出該等決定期間的當期及遞延所得稅資產及負債。遞延稅項資產的可變現性主要取決於未來是否有足夠的未來利潤，這是估計不確定因素的主要來源。倘若未來實際產生的應課稅溢利少於或多於預期，或事實及情況改變導致未來應課稅溢利的估計有所修訂，則可能出現遞延稅項資產的重大撥回或進一步確認，有關撥回或進一步確認將於發生該撥回或進一步確認期間於損益內確認。

***貿易應收款項的預期信貸虧損撥備***

出現信貸減值債務人的貿易應收款項會個別評估預期信貸虧損。

此外，對於並無出現信貸減值的債務人，則會根據本集團的內部信貸評級將債務人組合起來進行集體評估。預期信貸虧損撥備易受估計變動(如前瞻性資料)影響。

***存貨的可變現淨值***

存貨的可變現淨值為正常業務過程中的估計售價，減估計完工成本及銷售所需成本。

本集團於各報告期末評估存貨的可變現淨值及所需的存貨撥備撇減金額，當中涉及釐定估計售價、完工成本及銷售所需成本的重大判斷。

## 經營業績

下表概述往績記錄期間財務報表的綜合損益及其他全面收益表，詳情載於本招股章程附錄一會計師報告。

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 收入 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |
| 銷售成本 | (259,577) | (80.2) | (337,172) | (75.7) | (332,399) | (72.8) | (141,632) | (74.7) | (159,390) | (69.0) |
| 毛利 | 64,127 | 19.8 | 108,305 | 24.3 | 124,157 | 27.2 | 48,060 | 25.3 | 71,638 | 31.0 |
| 其他收入 | 5,513 | 1.7 | 9,173 | 2.0 | 7,163 | 1.6 | 3,095 | 1.6 | 2,048 | 0.9 |
| 預期信貸虧損(「**預期信貸虧損**」)模式下的減值虧損，扣除撥回 | (1,803) | (0.6) | 331 | 0.0 | (1,811) | (0.4) | (1,756) | (0.9) | (3,412) | (1.5) |
| 其他收益及虧損 | (1,066) | (0.3) | (3,763) | (0.8) | (7,935) | (1.7) | (2,960) | (1.6) | 4,187 | 1.8 |
| 銷售開支 | (13,191) | (4.1) | (17,922) | (4.0) | (19,562) | (4.3) | (9,244) | (4.9) | (7,033) | (3.0) |
| 行政開支 | (8,496) | (2.6) | (10,673) | (2.4) | (12,653) | (2.8) | (4,060) | (2.1) | (4,307) | (1.9) |
| 研發開支 | (8,451) | (2.6) | (13,491) | (3.0) | (11,787) | (2.6) | (5,566) | (2.9) | (4,332) | (1.9) |
| 其他開支 | (5,100) | (1.6) | (7,312) | (1.6) | (4,050) | (0.9) | (1,916) | (1.0) | (1,173) | (0.5) |
| 上市開支 | – | – | – | – | (10,308) | (2.3) | – | – | (3,094) | (1.3) |
| 融資成本 | (3,715) | (1.1) | (4,752) | (1.1) | (4,557) | (1.0) | (1,812) | (1.0) | (1,935) | (0.8) |
| 除稅前溢利 | 27,818 | 8.6 | 59,896 | 13.4 | 58,657 | 12.8 | 23,841 | 12.5 | 52,587 | 22.8 |
| 所得稅開支 | (3,277) | (1.0) | (7,797) | (1.7) | (9,309) | (2.0) | (3,647) | (1.9) | (9,790) | (4.3) |
| 年／期內溢利及全面收益總額 | 24,541 | 7.6 | 52,099 | 11.7 | 49,348 | 10.8 | 20,194 | 10.6 | 42,797 | 18.5 |

## 綜合損益及其他全面收益表節選項目說明

### 收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售我們的產品及提供手錶及飾品加工服務。

#### *按產品劃分*

下表載列於往績記錄期間按產品類型劃分的收入明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 手錶 | 289,365 | 89.4 | 403,071 | 90.5 | 350,779 | 76.8 | 148,175 | 78.1 | 115,247 | 49.9 |
| 飾品 | 34,339 | 10.6 | 42,406 | 9.5 | 105,777 | 23.2 | 41,517 | 21.9 | 115,781 | 50.1 |
| **總計** | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

於往績記錄期間，我們最大的收入貢獻來自手錶銷售，分別佔2022財年、2023財年、2024財年及2024年首五個月總收入的89.4%、90.5%、76.8%及78.1%，而於2025年首五個月來自手錶及飾品的收入貢獻分別佔49.9%及50.1%。

*銷售手錶*

於往績記錄期間，我們銷售手錶的收入包括銷售傳統手錶及智能手錶的收入。下表載列於往績記錄期間我們銷售手錶所產生收入的銷量及平均售價(「**平均售價**」)明細：

| | 2022財年 | | | 2023財年 | | | 2024財年 | | | 2024年首五個月 | | | 2025年首五個月 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] |
| | *人民幣千元* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *人民幣千元* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *人民幣千元* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *人民幣千元* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* | *人民幣千元* | *(千件)* | *(人民幣元／件)* |
| | | | | | | | | | | (未經審核) | | | | | |
| 手錶[3][4] | | | | | | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 286,335 | 109 | 2,627 | 402,754 | 141 | 2,856 | 322,752 | 113 | 2,856 | 140,315 | 45 | 3,118 | 110,726 | 37 | 2,993 |
| －智能手錶 | 4 | – | 不適用 | 337 | 1 | 337 | 28,025 | 27 | 1,038 | 7,860 | 5 | 1,572 | 4,521 | 5 | 904 |
| | 286,339 | 109 | 2,627 | 403,091 | 142 | 2,839 | 350,777 | 140 | 2,506 | 148,175 | 50 | 2,964 | 115,247 | 42 | 2,744 |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 3,026 | 6 | 504 | (20) | – | 不適用 | 2 | – | 不適用 | – | – | – | – | – | – |
| 總計： | 289,365 | 115 | 2,516 | 403,071 | 142 | 2,839 | 350,779 | 140 | 2,506 | 148,175 | 50 | 2,964 | 115,247 | 42 | 2,744 |

*附註：*

(1) 銷量指(i)售出或加工的手錶總數；及(ii)售出或加工飾品產品中所使用的黃金總重量。

(2) 平均售價／加工費等於銷售或提供與相關產品有關的受託加工服務(視乎情況而定)所產生的收入，除以銷售或加工的手錶總數或銷售或加工的飾品產品所用黃金的總重量(視乎情況而定)。

(3) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(4) 下表載列於往績記錄期間不同類型手錶按銷售渠道劃分之所產生收入的平均售價(「**平均售價**」)明細：

| | **2022財年平均售價** *(人民幣元／件)* | **2023財年平均售價** *(人民幣元／件)* | **2024財年平均售價** *(人民幣元／件)* | **2024年首五個月平均售價** *(人民幣元／件)* | **2025年首五個月平均售價** *(人民幣元／件)* |
|---|---|---|---|---|---|
| **OBM** | | | | | |
| 傳統手錶 | 2,428 | 2,800 | 2,830 | 2,994 | 2,860 |
| 智能手錶 | 55 | 507 | 1,348 | 1,605 | 1,417 |

| | **2022財年平均售價** *(人民幣元／件)* | **2023財年平均售價** *(人民幣元／件)* | **2024財年平均售價** *(人民幣元／件)* | **2024年首五個月平均售價** *(人民幣元／件)* | **2025年首五個月平均售價** *(人民幣元／件)* |
|---|---|---|---|---|---|
| **ODM** | | | | | |
| 傳統手錶 | 2,118 | 5,489 | 7,046 | 6,435 | 7,623 |
| 智能手錶 | 不適用 | 不適用 | 978 | 1,377 | 958 |

於往績記錄期間，我們銷售手錶的收入受到我們所售產品的銷量及平均售價以及不同產品的銷售組合的影響。

傳統手錶

於往績記錄期間，我們銷售手錶的大部分收入來自銷售傳統手錶，於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月分別佔我們銷售手錶收入的100.0%、99.9%、92.0%、94.7%及96.1%。我們銷售的傳統手錶主要包括OBM模式下的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶，以及主要為ODM客戶提供傳統手錶及智能手錶的受託加工服務。有關OBM及ODM業務模式的詳情，請參閱本節「－綜合損益及其他全面收益表節選項目說明－收入－按業務模式劃分」。因此，我們銷售傳統手錶的收入一般受以下因素影響：(i)我們的OBM產品的銷量，其易受市場情緒及客戶需求影響；(ii)OBM產品的平均售價，受黃金價格波動影響較大；(iii)向ODM客戶提供不同受託加工服務；及(iv)不同的銷售組合。

於2022財年，我們的傳統手錶收入及銷量相對減少，主要是由於中國多個城市，包括華北(我們大部分傳統手錶的銷售地點)爆發COVID-19疫情，導致封鎖期間需求減少所致。隨著COVID-19疫情於2023財年逐漸減退，我們的傳統手錶收入及銷量於2023財年回升至141,000件。我們的傳統手錶銷售收入於2024財年及2025年首五個月有所減少，主要是由於銷量減少。我們相信2024財年及2025年首五個月銷量減少是由於整體經濟狀況及金價的影響下，消費者情緒低迷所致。

於整個往績記錄期間，我們傳統手錶的平均售價上升，主要由於金價上漲所致。我們一般根據金價的波動適時調整傳統手錶的售價。因此，我們傳統手錶的售價一般會隨金價波動。

於2025年首五個月，儘管一般金價有所上升，但我們的傳統手錶平均售價略有下跌，主要由於2025年首五個月所售傳統手錶的平均黃金重量較2024年首五個月有所減少。

智能手錶

於往績記錄期間，我們一般向我們的ODM客戶銷售我們的智能手錶。我們亦以OBM模式銷售少量智能手錶，或透過線上平台贈送少量智能手錶作為購買傳統手錶的贈品。因此，我們來自銷售智能手錶的收入一般受以下各項所影響：(i)我們向ODM客戶提供不同的受託加工服務，包括不同的智能手錶規格及其本身需求；及(ii)不同的銷售組合。

於2022財年及2023財年，大部分智能手錶均為於線上平台購買我們傳統手錶時的贈品，2022財年及2023財年壓低該等手錶的平均售價。該等智能手錶一般內置溫度計及較為基礎的功能。於2023財年末，我們推出了新系列的鑲足金的智能手錶，內置華為的智能機芯。於2024財年，智能手錶的銷售額增加至人民幣28.0百萬元，主要歸因於我們的ODM客戶因業務需求令收入增加人民幣22.1百萬元。特別是，我們的ODM客戶之一為智能手錶業務貢獻收入人民幣12.5百萬元。2024年12月，我們就一家中國知名白酒品牌推出的限量版10,000套智能手錶禮盒系列上市獲得該品牌的生產授權，並為該品牌製造商智能手錶搭載智能機芯，因此在2024財年貢獻收入人民幣6.2百萬元。另外，我們的OBM智能手錶銷售在2024財年亦增加人民幣6.0百萬元，以應對市場對智能手錶日益增加的需求。我們來自智能手錶銷售的收入於2024年首五個月至2025年首五個月期間有所減少，主要由於相關合約規定於2025財年餘下期間需交付客戶的ODM智能手錶數量相對較多。

智能手錶於不同年度的平均售價因銷售不同種類智能手錶的銷售組合而有所波動。如上文所述，我們智能手錶的平均售價於2024財年相對較高，而於2022財年及2023財年則相對較低。

*銷售飾品*

下表載列於往績記錄期間我們銷售飾品所產生收益的銷量及平均售價明細：

| | 2022財年 | | | 2023財年 | | | 2024財年 | | | 2024年首五個月 | | | 2025年首五個月 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] | 收入 | 銷量[1] | 平均售價／加工費[2] |
| | *人民幣千元* | *(千克)* | *(人民幣元／克)* | *人民幣千元* | *(千克)* | *(人民幣元／克)* | *人民幣千元* | *(千克)* | *(人民幣元／克)* | *人民幣千元* (未經審核) | *(千克)* | *(人民幣元／克)* | *人民幣千元* | *(千克)* | *(人民幣元／克)* |
| 飾品[3][4] | | | | | | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 4,866 | 75 | 65 | 5,225 | 20 | 261 | 83,108 | 158 | 526 | 29,269 | 61 | 480 | 103,515 | 160 | 647 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 3,550 | 9 | 394 | 5,881 | 14 | 420 | 4,146 | 8 | 518 | 1,953 | 5 | 391 | 2,350 | 3 | 783 |
| | 8,416 | 84 | 100 | 11,106 | 34 | 327 | 87,254 | 166 | 526 | 31,222 | 66 | 473 | 105,865 | 163 | 650 |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 17,009 | 1,291 | 13 | 18,307 | 1,640 | 11 | 9,213 | 1,096 | 8 | 5,774 | 644 | 9 | 4,122 | 533 | 8 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 8,914 | 684 | 13 | 12,993 | 966 | 13 | 9,310 | 661 | 14 | 4,521 | 329 | 14 | 5,794 | 342 | 17 |
| | 25,923 | 1,975 | 13 | 31,300 | 2,606 | 12 | 18,523 | 1,757 | 11 | 10,295 | 973 | 11 | 9,916 | 875 | 11 |
| 總計： | 34,339 | 2,059 | 17 | 42,406 | 2,640 | 16 | 105,777 | 1,923 | 55 | 41,517 | 1,039 | 40 | 115,781 | 1,038 | 112 |

*附註：*

(1) 銷量指(i)售出或加工的手錶總數；及(ii)售出或加工飾品產品中所使用的黃金總重量。

(2) 平均售價／加工費等於銷售或提供與相關產品有關的受託加工服務(視乎情況而定)所產生的收入，除以銷售或加工的手錶總數或銷售或加工的飾品產品所用黃金的總重量(視乎情況而定)。

(3) 我們的飾品產品組合包括(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品。

(4) 下表載列往績記錄期間，我們按銷售渠道劃分，來自不同類型飾品所產生收入之平均售價(「**平均售價**」)或銷售加工費明細：

| | 2022財年<br>平均售價 | 2023財年<br>平均售價 | 2024財年<br>平均售價 | 2024年<br>首五個月<br>平均售價 | 2025年<br>首五個月<br>平均售價 |
|---|---|---|---|---|---|
| **OBM** | | | | | |
| 飾品(「**人民幣／克**」) | 16 | 17 | 20 | 19 | 22 |

| | 2022財年 | 2023財年 | 2024財年 | 2024年<br>首五個月 | 2025年<br>首五個月 |
|---|---|---|---|---|---|
| **ODM** | | | | | |
| 飾品平均加工費<br>(「**人民幣／克**」) | 17 | 15 | 74 | 50 | 156 |
| 智能戒指平均售價<br>(「**人民幣／個**」) | 不適用 | 不適用 | 169 | 不適用 | 不適用 |

我們銷售飾品包括銷售(i)貴金屬飾品及產品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲等可佩戴的貴金屬飾品，以及金條、金牌及紀念幣等其他貴金屬產品；及(ii)錶帶及其他手錶飾品，以及向ODM客戶提供飾品受託加工工程。因此，我們的平均售價會因飾品中不同產品類別的銷售組合而不時波動。於往績記錄期間，我們絕大部分飾品均銷售予我們的ODM客戶。因此，我們的飾品銷售收入隨客戶需求波動。於2022財年，我們傳統手錶的收入及銷量相對減少，主要是由於COVID-19疫情爆發期間的封鎖令需求減少所致。我們的飾品銷售收入隨後於2024財年大幅增加，主要由於向新的ODM客戶(即客戶A)銷售，其於2024財年的飾品銷售收入貢獻為人民幣80.0百萬元。於2025年首五個月，我們來自飾品銷售的收入較2024年首五個月持續增加，乃由於客戶A於2025年首五個月貢獻收入人民幣103.3百萬元。

於2023年10月，我們獲客戶A委任為飾品供應商，最初專注於項鏈及手鐲等貴金屬飾品。隨著時間的推移，我們的合作範圍擴大到其他貴金屬產品，例如金條。我們與客戶A的業務關係歷經不同階段，從2023年10月至2024年首五個月止為早期合作夥伴關係，當時消費者認知及接受程度仍在發展中。彼時，相對較少的終端消費者熟悉透過客戶A平台購買我們的貴金屬產品，導致銷售量相對較為溫和。截至2025年首五個月，該合作夥伴關係已相當成熟，我們的產品透過客戶A銷售，市場滲透率及消費者信任度更高。該平台不斷增長的客戶基礎及複購行為，使我

們對飾品及金條的需求大幅增加。訂單量及收入數字清楚地反映這一演變，來自客戶A的訂單量於2024財年及2025年首五個月持續增加。來自客戶A的ODM收入於2023財年為人民幣0.5百萬元（分別佔2023財年總收入及來自ODM業務模式總收入的0.1%及1.2%），於2024財年為人民幣80.0百萬元（分別佔2024財年總收入及來自ODM業務模式總收入的17.5%及67.3%），以及2025年首五個月為人民幣103.3百萬元（分別佔2025年首五個月總收入及來自ODM業務模式總收入的44.7%及91.7%）。

具體而言，於2024財年及2025年首五個月，來自客戶A的所有ODM收入均來自貴金屬飾品及產品（主要為金條／金塊）的銷售，分別佔相關同期我們來自客戶A的ODM收入的81.7%及85.4%。我們相信該增長亦歸因於宏觀經濟因素，例如2024年及2025年全球經濟不確定性加劇、持續通脹壓力及地緣政治不穩定，該等因素共同鞏固黃金作為可靠儲值工具的作用，並帶動金條需求激增。我們相信，由於中央銀行維持高利率以應對通脹，債券及股票等傳統投資變得較波動，促使投資者尋求具有持久穩定性的資產。此外，鑒於黃金在市場低迷期間具有歷史韌性，貨幣波動及對潛在經濟衰退的擔憂亦可能進一步加速投資選擇轉向黃金。

根據灼識諮詢的資料，2025年上半年，中國黃金產品消費量達505.21噸。輕量化、設計精美且高附加值的黃金產品持續受到市場青睞，金條及金幣的需求保持強勁且穩定增長。期內，中國金條及金幣的消費量較2024年上半年錄得顯著按年增幅23.69%。金條及金幣以其高純度著稱，連同輕量化、設計精巧且高附加值的黃金產品，既能提供可靠的保值功能，其相對較輕的重量亦降低了投資門檻，提升了流動性。此外，2025年上半年地緣政治局勢緊張加劇，加上全球經濟不確定性上升，進一步強化了黃金作為戰略性避險資產的地位。在上述因素共同作用下，2025年上半年黃金產品整體需求保持強勁且具韌性。

***按業務模式劃分***

下表載列於往績記錄期間不同業務模式產生的收入明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| **OBM** | | | | | | | | | | |
| －線下經銷 | 255,952 | 79.1 | 377,273 | 84.7 | 315,158 | 69.0 | 134,722 | 71.0 | 109,601 | 47.4 |
| －零售店舖 | 6,623 | 2.0 | 5,890 | 1.3 | 2,915 | 0.6 | 1,150 | 0.6 | 583 | 0.3 |
| －第三方營運的線上店舖 | 6,458 | 2.0 | 9,650 | 2.1 | 5,265 | 1.2 | 3,506 | 1.9 | 891 | 0.4 |
| －自營線上店舖 | 732 | 0.2 | 10,061 | 2.3 | 14,391 | 3.2 | 5,934 | 3.1 | 7,344 | 3.2 |
| | 269,765 | 83.3 | 402,874 | 90.4 | 337,729 | 74.0 | 145,312 | 76.6 | 118,419 | 51.3 |
| **ODM** | | | | | | | | | | |
| －開發及製造 | 33,630 | 10.4 | 24,203 | 5.5 | 109,612 | 24.0 | 38,606 | 20.4 | 108,487 | 47.0 |
| －受託加工 | 20,309 | 6.3 | 18,400 | 4.1 | 9,215 | 2.0 | 5,774 | 3.0 | 4,122 | 1.7 |
| | 53,939 | 16.7 | 42,603 | 9.6 | 118,827 | 26.0 | 44,380 | 23.4 | 112,609 | 48.7 |
| 總計 | 323,704 | 100.0 | 445,477 | 100.0 | 456,556 | 100.0 | 189,692 | 100.0 | 231,028 | 100.0 |

*附註：*有關我們銷售OBM產品的銷售渠道(包括線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖)詳情，請參閱「－銷售及經銷」。

於往績記錄期間，我們最大的收入貢獻來自OBM模式的銷售，分別佔2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月總收入的83.3%、90.4%、74.0%、76.6%及51.3%。

*OBM模式*

就我們的OBM業務模式而言，於往績記錄期間，所有收入均來自我們自主品牌的手錶。於往績記錄期間，我們以OBM模式銷售產品的收入來自(i)向經銷商銷售；(ii)向／透過第三方線上店舖運營商銷售；(iii)向零售店舖銷售；及(iv)我們的自營線上店舖及電子商務平台，如天貓、京東及抖音。我們OBM模式的大部分收入來自線下經銷，分別佔2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月總收入的79.1%、84.7%、69.0%、71.0%及47.4%。於2023財年及2024財年，由於我們在更多電商平台推出產品以搶佔市場份額，因此我們的線上銷售收入大幅增加。

*ODM模式*

我們來自ODM模式的收入於2024財年及2025年首五個月相對較高，主要由於向新客戶(即客戶A)銷售所致，其於2024財年及2025年首五個月的總收入貢獻分別為人民幣80.0百萬元及人民幣103.3百萬元。

**銷售成本**

我們的銷售成本指我們的生產成本，主要包括原材料成本、員工成本及間接開支：

- 原材料成本：原材料成本主要包括黃金原材料、鋼錶殼、手錶機芯、錶盤、錶帶及包裝材料的成本。

- 直接勞工成本：員工成本主要包括生產過程中直接勞工的薪金及福利。

- 間接開支：間接開支指我們的生產設施及生產過程中使用的其他固定資產的折舊、生產過程中產生的間接開支及使用的水電費。

下表載列於往績記錄期間按性質劃分的銷售成本明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 原材料成本 | 234,447 | 90.3 | 307,660 | 91.2 | 307,600 | 92.5 | 129,384 | 91.4 | 148,244 | 93.0 |
| 直接勞工成本 | 9,648 | 3.7 | 10,535 | 3.1 | 9,144 | 2.8 | 4,578 | 3.2 | 4,192 | 2.6 |
| 間接開支 | 15,482 | 6.0 | 18,977 | 5.7 | 15,655 | 4.7 | 7,670 | 5.4 | 6,954 | 4.4 |
| **總計** | **259,577** | **100.0** | **337,172** | **100.0** | **332,399** | **100.0** | 141,632 | 100.0 | 159,390 | 100.0 |

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，我們的銷售成本分別為人民幣259.6百萬元、人民幣337.2百萬元、人民幣332.4百萬元、人民幣141.6百萬元及人民幣159.4百萬元，分別佔相關年度／期間總收入的80.2%、75.7%、72.8%、74.7%及69.0%。

我們的銷售成本的主要貢獻來自原材料，分別佔2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月總銷售成本的90.3%、91.2%、92.5%、91.4%及93.0%。於往績記錄期間，我們將若干生產任務分包予第三方，如電鍍或鑄造加工服務。

**毛利及毛利率**

於往績記錄期間，我們的毛利及毛利率均呈上升趨勢，而總收入亦呈現上升趨勢。

***按產品及服務類型劃分***

下表載列於往績記錄期間按產品及服務類型劃分的毛利及毛利率：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利／(毛損) | 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* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 手錶[1] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 51,713 | 18.1 | 94,475 | 23.5 | 93,505 | 29.0 | 36,900 | 26.3 | 43,715 | 39.5 |
| －智能手錶 | (13) | 不適用 | 27 | 8.0 | 5,040 | 18.0 | 1,993 | 25.4 | 921 | 20.4 |
| | 51,700 | 18.1 | 94,502 | 23.4 | 98,545 | 28.1 | 38,893 | 26.2 | 44,636 | 38.7 |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | |
| －傳統手錶 | 1,178 | 38.9 | (19) | 不適用 | 1 | 50.0 | – | – | – | – |
| *手錶小計：* | 52,878 | 18.3 | 94,483 | 23.4 | 98,546 | 28.1 | 38,893 | 26.2 | 44,636 | 38.7 |
| 飾品[2] | | | | | | | | | | |
| ***製造及銷售*** | | | | | | | | | | |
| －貴金屬飾品及產品 | 164 | 3.4 | 842 | 16.1 | 18,638 | 22.4 | 4,909 | 16.8 | 21,763 | 21.0 |
| －錶帶及其他手錶飾品 | 288 | 8.1 | 883 | 15.0 | 1,007 | 24.3 | 372 | 19.0 | 935 | 39.8 |
| | 452 | 5.4 | 1,725 | 15.5 | 19,645 | 22.5 | 5,281 | 16.9 | 22,698 | 21.4 |

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利／(毛損) | 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* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| ***提供分包服務*** | | | | | | | | | | |
| –貴金屬飾品及產品 | 6,696 | 39.4 | 5,989 | 32.7 | 2,320 | 25.2 | 2,186 | 37.9 | 1,884 | 45.7 |
| –錶帶及其他手錶飾品 | 4,101 | 46.0 | 6,108 | 47.0 | 3,646 | 39.2 | 1,700 | 37.6 | 2,420 | 41.8 |
| | 10,797 | 41.7 | 12,097 | 38.6 | 5,966 | 32.2 | 3,886 | 37.7 | 4,304 | 43.4 |
| *飾品小計：* | 11,249 | 32.8 | 13,822 | 32.6 | 25,611 | 24.2 | 9,167 | 22.1 | 27,002 | 23.3 |
| **總計／合計** | 64,127 | 19.8 | 108,305 | 24.3 | 124,157 | 27.2 | 48,060 | 25.3 | 71,638 | 31.0 |

*附註：*

(1) 為免生疑問，如「技術詞彙」所界定，上述傳統手錶不包括任何具有智能功能的任何傳統手錶，而上述智能手錶則包括貴金屬智能腕錶及其他智能手錶。

(2) 我們的飾品產品組合包括(i)可佩戴飾品，主要包括耳環、戒指、項鏈及手鐲；及(ii)非可佩戴飾品，主要包括金條、金牌及紀念幣。

我們於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月的毛利分別為人民幣64.1百萬元、人民幣108.3百萬元、人民幣124.2百萬元、人民幣48.1百萬元及人民幣71.6百萬元，及我們於有關年度／期間的整體毛利率分別為19.8%、24.3%、27.2%、25.3%及31.0%。

於特定年度，我們的毛利率一般會隨銷售產品的組合及根據與ODM客戶的不同安排於本年度提供的不同受託加工服務的貢獻而波動。例如，我們銷售飾品的毛利率每年均有所波動，原因為(i)該等類別內銷售的不同種類產品可能獲得不同的利潤率。我們銷售金條的毛利率可能相對低於其他加工飾品，主要是由於銷售前進行的增值工作有限；及(ii)不同類別產品的收入貢獻的毛利率範圍不同，影響整體毛利率。有關我們的毛利及毛利率波動的進一步討論，請參閱本節「－歷史經營業績回顧」。於2022財年，我們的整體毛利率相對較低，主要是由於COVID-19疫情爆發導致收入減少。然而，部分固定銷售成本(如大部分員工成本、工廠及生產設施折舊及攤銷等)並未按比例減少。

*銷售手錶*

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，我們來自銷售手錶的毛利分別為人民幣52.9百萬元、人民幣94.5百萬元、人民幣98.5百萬元、人民幣38.9百萬元及人民幣44.6百萬元，相關毛利率分別為18.3%、23.4%、28.1%、26.2%及38.7%。我們來自銷售手錶的毛利及毛利率主要受銷售傳統手錶的毛利及毛利率波動所影響。相對而言，銷售智能手錶的收入及毛利貢獻微不足道，對總毛利及整體毛利率的影響不大。

傳統手錶

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，我們來自製造及銷售傳統手錶的毛利分別為人民幣51.7百萬元、人民幣94.5百萬元、人民幣93.5百萬元、人民幣36.9百萬元及人民幣43.7百萬元，相關毛利率分別為18.1%、23.5%、29.0%、26.3%及39.5%。

2022財年銷售傳統手錶的毛利率相對較低，主要由於上述COVID-19疫情爆發的影響所致。我們的毛利及毛利率於2022財年至2023財年期間呈上升趨勢，主要由於於2022財年至2023財年期間的黃金價格上漲導致傳統手錶的平均售價上漲。鑒於我們的存貨乃按加權平均法釐定，黃金價格的上漲趨勢通常會對我們的毛利率產生有利影響。因此，黃金價格的上漲趨勢將導致銷售成本溫和上升，從而導致毛利率上升。於2024財年，儘管平均售價相對穩定，我們的毛利率仍持續上升，主要由於2024財年我們銷售的傳統手錶所含黃金的平均重量較2023財年有所下降。

智能手錶

於2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，我們來自製造及銷售智能手錶的毛利分別為人民幣27,000元、人民幣5.0百萬元、人民幣2.0百萬元及人民幣0.9百萬元，相關毛利率分別為8.0%、18.0%、25.4%及20.4%。於2022財年，我們錄得毛損人民幣13,000元。於往績記錄期間，由於售出的產品組合不同，銷售智能手錶的毛利率出現波動。於2022財年及2023財年，為推廣我們的品牌，大部分手錶作為於線上平台購買傳統手錶時贈送的贈品。因此，我們於2022財年出現毛損，而於2023財年，銷售智能手錶的毛利及毛利率相對較低。於2024財年，智能手錶的毛利增加至人民幣5.0百萬元，主要由於我們的ODM客戶因業務需要而增加收入人民幣22.1百萬元，以及智能手錶需求增加導致OBM智能手錶銷售增加所致。我們來自智能手錶銷售的毛利由2024年首五個月至2025年首五個月有所減少，主要由於相關合約規定於2025財年餘下期間需交付客戶的ODM智能手錶數量相對較多，導致收入減少。

*銷售飾品*

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，我們來自銷售飾品的毛利分別為人民幣11.2百萬元、人民幣13.8百萬元、人民幣25.6百萬元、人民幣9.2百萬元及人民幣27.0百萬元，相關毛利率分別為32.8%、32.6%、24.2%、22.1%及23.3%。銷售飾品的毛利率一般隨著已售產品組合以及根據與ODM客戶訂立的不同安排提供的不同產品及受託加工服務的收入貢獻而波動。2024財年的毛利率相對較低，主要是由於客戶A銷售額所致，其銷售額佔我們的飾品銷售總額的75.6%，且毛利率相對較低。我們的毛利率隨後維持相對穩定，原因為客戶A在2025年首五個月繼續為我們的飾品總銷售額貢獻可觀收入。

***按業務模式劃分***

下表載列我們於往績記錄期間按業務模式劃分的毛利及毛利率：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | *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) | | | |
| **OBM** | | | | | | | | | | |
| －線下經銷 | 48,327 | 18.9 | 88,331 | 23.4 | 89,269 | 28.3 | 34,934 | 25.9 | 42,393 | 38.7 |
| －零售店舖 | 1,523 | 23.0 | 2,120 | 36.0 | 1,163 | 39.9 | 461 | 40.1 | 236 | 40.5 |
| －第三方營運的線上店舖 | 1,631 | 25.3 | 2,474 | 25.6 | 1,646 | 31.3 | 1,007 | 28.7 | 346 | 38.8 |
| －自營線上店舖 | 366 | 50.0 | 4,541 | 45.1 | 6,245 | 43.4 | 2,351 | 39.6 | 3,840 | 52.3 |
| | 51,847 | 19.2 | 97,466 | 24.2 | 98,323 | 29.1 | 38,753 | 26.7 | 46,815 | 39.5 |
| **ODM** | | | | | | | | | | |
| －開發及製造 | 4,273 | 12.7 | 4,823 | 19.9 | 23,513 | 21.5 | 7,121 | 18.4 | 22,939 | 21.1 |
| －受託加工 | 8,007 | 39.4 | 6,016 | 32.7 | 2,321 | 25.2 | 2,186 | 37.9 | 1,884 | 45.7 |
| | 12,280 | 22.8 | 10,839 | 25.4 | 25,834 | 21.7 | 9,307 | 21.0 | 24,823 | 22.0 |
| 總計 | 64,127 | 19.8 | 108,305 | 24.3 | 124,157 | 27.2 | 48,060 | 25.3 | 71,638 | 31.0 |

*附註：*有關我們銷售OBM產品的銷售渠道(包括線下經銷、零售店舖、第三方營運的線上店舖及自營線上店舖)詳情，請參閱「－銷售及經銷」。

*OBM模式*

就我們的OBM業務模式而言，毛利率一般隨單位銷售成本及不同銷售平台的不同收入貢獻而波動。我們來自OBM模式的毛利率於2022財年相對較低，主要是由於上述COVID-19疫情爆發的影響所致。然而，隨著2023財年疫情逐漸減退，我們的毛利率於2023財年回升。此外，由於透過線上平台取得的毛利率相對較高，2023財年線上平台的銷售額大幅增加，亦使我們的整體毛利率上升。因此，於2023財年，我們來自OBM模式的毛利率相對較高。於2024財年，毛利率繼續上升，主要是由於我們的銷售成本減少所致。

我們來自OBM客戶的毛利率於整個往績記錄期間整體有所上升。於整個往績記錄期間有所上升主要由於金價上漲。由於我們的存貨乃按加權平均法釐定，因此金價上漲趨勢通常對我們的毛利率產生有利影響。因此，黃金價格的上升趨勢將使銷售成本溫和增加，從而提高毛利率。

*ODM模式*

就我們的ODM業務模式而言，我們的毛利率受到已售產品組合以及為ODM客戶提供的受託加工服務組合的影響。於2022財年，我們ODM模式的毛利率相對較低，主要由於上述COVID-19疫情爆發的影響。於2024財年，我們來自ODM模式的毛利率下降，主要是由於一名新ODM客戶(即客戶A)的毛利率相對較低所致。客戶A於2024財年貢獻的收入佔我們來自ODM模式的總收入的67.3%。我們的毛利率由2024年首五個月至2025年首五個月保持相對穩定，原因為客戶A在2025年首五個月繼續為我們的飾品總銷售額貢獻可觀收入。

**其他收入**

其他收入主要包括手錶保養服務及配件收入、政府補助及補貼、退稅及獎勵以及銀行利息收入。於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，其他收入分別為人民幣5.5百萬元、人民幣9.2百萬元、人民幣7.2百萬元、人民幣3.1百萬元及人民幣2.0百萬元。下表載列我們於往績記錄期間的其他收入明細：

| | **2022財年** | **2023財年** | **2024財年** | **2024年首五個月** | **2025年首五個月** |
|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| | | | | (未經審核) | |
| 銀行利息收入 | 13 | 371 | 286 | 120 | 36 |
| 政府補助及補貼 | 1,645 | 1,475 | 64 | 13 | 231 |
| 退稅及獎勵 | 10 | 2,013 | 2,320 | 1,268 | 323 |
| 手錶保養服務及配件收入 | 3,794 | 5,278 | 4,472 | 1,674 | 1,458 |
| 其他 | 51 | 36 | 21 | 20 | – |
| 總計 | 5,513 | 9,173 | 7,163 | 3,095 | 2,048 |

政府補助主要指中國地方政府為確認我們對當地經濟發展的貢獻而提供的政府補貼。該等補助並無任何未達成的條件。

退稅及獎勵主要指增值稅相關退稅。

手錶保養服務及配件收入指就我們的OBM產品及銷售配件提供售後維修及保養服務所收取的總收入。

**預期信貸虧損模式下的減值虧損，扣除撥回**

我們於預期信貸虧損模式下的減值虧損，扣除撥回指貿易應收款項及其他應收款項的虧損撥備淨額。我們於預期信貸虧損模式下的減值虧損淨額於2022財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月分別為減值人民幣1.8百萬元、人民幣1.8百萬元、人民幣1.8百萬元及人民幣3.4百萬元；及於2023財年為撥回淨額人民幣0.3百萬元。有關詳情請參閱本節「－綜合財務狀況表若干項目說明－貿易應收款項」。

**其他收益及虧損**

其他收益及虧損主要包括黃金租賃公平值變動虧損(為按公平值計入損益的金融負債)、按公平值計入損益的金融資產公平值變動損益(於2022財年來自金融產品及於2023財年來自電影投資)及提早終止租賃的收益。我們於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月分別錄得其他虧損淨額人民幣1.1百萬元、其他虧損淨額人民幣3.8百萬元、其他虧損淨額人民幣7.9百萬元、其他虧損人民幣3.0百萬元及其他收益人民幣4.2百萬元。下表載列我們於往績記錄期間的其他收益或虧損淨額明細：

| | **2022財年** | **2023財年** | **2024財年** | **2024年首五個月** | **2025年首五個月** |
|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| | | | | (未經審核) | |
| 出售物業、廠房及設備的虧損 | (5) | (37) | (3) | – | (7) |
| 提早終止租賃的收益 | 361 | 466 | 62 | 62 | – |
| 黃金租賃公平值變動之(虧損)收益 | (1,436) | (1,789) | (8,159) | (3,019) | 4,362 |
| 按公平值計入損益之金融資產公平值變動之收益(虧損) | 14 | (2,403) | – | – | – |
| 匯兑收益(虧損)淨額 | – | – | 165 | (3) | (168) |
| 其他(虧損)／收益淨額 | (1,066) | (3,763) | (7,935) | (2,960) | 4,187 |

**銷售開支**

銷售開支主要包括銷售人員的僱員福利開支、廣告及推廣開支、使用權資產及物業、廠房及設備折舊以及無形資產攤銷、辦公室開支(主要包括水電費、快遞費、維修及保養開支)、電子商務平台費用、業務發展開支(主要包括會議或會議差旅開支)及其他。下表載列我們於往績記錄期間的銷售開支明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 僱員福利開支 | 5,939 | 45.0 | 7,051 | 39.3 | 7,865 | 40.2 | 3,072 | 33.2 | 3,396 | 48.3 |
| 廣告及推廣 | 2,220 | 16.8 | 4,316 | 24.1 | 5,471 | 28.0 | 2,885 | 31.2 | 1,259 | 17.9 |
| 折舊及攤銷 | 2,403 | 18.2 | 1,868 | 10.4 | 2,043 | 10.4 | 801 | 8.7 | 839 | 11.9 |
| 辦公室開支 | 1,090 | 8.3 | 1,230 | 6.9 | 1,533 | 7.8 | 579 | 6.3 | 212 | 3.0 |
| 電子商務平台費用 | 118 | 0.9 | 844 | 4.7 | 728 | 3.7 | 769 | 8.3 | 182 | 2.6 |
| 短期租金及管理費 | 563 | 4.3 | 489 | 2.7 | 478 | 2.4 | 165 | 1.8 | 168 | 2.4 |
| 業務發展 | 394 | 3.0 | 888 | 5.0 | 199 | 1.0 | 252 | 2.7 | 381 | 5.4 |
| 其他*(附註)* | 464 | 3.5 | 1,236 | 6.9 | 1,245 | 6.5 | 721 | 7.8 | 596 | 8.5 |
| 總計 | 13,191 | 100.0 | 17,922 | 100.0 | 19,562 | 100.0 | 9,244 | 100.0 | 7,033 | 100.0 |

*附註：*其他主要指雜項開支，如佣金開支、樣品及消耗品開支以及其他非必要支持服務開支。

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，銷售及營銷開支分別為人民幣13.2百萬元、人民幣17.9百萬元、人民幣19.6百萬元、人民幣9.2百萬元及人民幣7.0百萬元。於各年度／期間，我們的銷售開支佔總收入的百分比分別為4.1%、4.0%、4.3%、4.9%及3.0%。

**行政開支**

行政開支主要包括行政人員的員工及福利開支、使用權資產及物業、廠房及設備折舊以及無形資產攤銷、會計師及法律顧問提供服務的專業費用、業務發展開支(如差旅開支)及辦公室開支(主要包括水電費、快遞費以及短期租賃及管理費)。下表載列我們於往績記錄期間的一般及行政開支明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 僱員福利開支 | 5,715 | 67.3 | 6,570 | 61.6 | 6,674 | 52.7 | 2,484 | 61.2 | 2,556 | 59.3 |
| 專業費用 | 670 | 7.9 | 1,528 | 14.3 | 3,331 | 26.3 | 563 | 13.9 | 932 | 21.6 |
| 辦公室開支 | 726 | 8.5 | 1,042 | 9.8 | 1,220 | 9.6 | 382 | 9.4 | 402 | 9.3 |
| 業務發展 | 559 | 6.6 | 580 | 5.4 | 457 | 3.6 | 103 | 2.5 | 115 | 2.7 |
| 折舊 | 253 | 3.0 | 328 | 3.1 | 296 | 2.4 | 146 | 3.6 | 156 | 3.6 |
| 其他*(附註)* | 573 | 6.7 | 625 | 5.8 | 675 | 5.4 | 382 | 9.4 | 146 | 3.5 |
| 總計 | 8,496 | 100.0 | 10,673 | 100.0 | 12,653 | 100.0 | 4,060 | 100.0 | 4,307 | 100.0 |

*附註：*其他主要指維修及保養開支、保險費及其他非必要支持服務開支。

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，行政開支分別為人民幣8.5百萬元、人民幣10.7百萬元、人民幣12.7百萬元、人民幣4.1百萬元及人民幣4.3百萬元。於各年度╱期間，我們的行政開支佔總收入的百分比分別為2.6%、2.4%、2.8%、2.1%及1.9%。

**研發開支**

研發開支主要包括研發人員的員工及福利開支、所使用材料及消耗品、專利及產品設計費、辦公室開支(主要包括水電費、快遞費以及短期租賃及管理費)、物業、廠房及設備折舊及其他。下表載列我們於往績記錄期間的研發開支明細：

| | 2022財年 | | 2023財年 | | 2024財年 | | 2024年首五個月 | | 2025年首五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* | *人民幣千元* | *%* |
| | | | | | | | (未經審核) | | | |
| 僱員福利開支 | 5,465 | 64.7 | 5,208 | 38.6 | 6,215 | 52.7 | 2,395 | 43.0 | 2,315 | 53.4 |
| 所使用材料及消耗品 | 1,692 | 20.0 | 7,380 | 54.7 | 4,241 | 36.0 | 2,096 | 37.7 | 1,430 | 33.0 |
| 專利及產品設計費 | 221 | 2.6 | 128 | 0.9 | 430 | 3.6 | 359 | 6.4 | 101 | 2.3 |
| 辦公室開支 | 335 | 4.0 | 214 | 1.6 | 283 | 2.4 | 390 | 7.0 | 181 | 4.2 |
| 折舊及攤銷 | 659 | 7.8 | 541 | 4.0 | 438 | 3.7 | 185 | 3.3 | 181 | 4.2 |
| 其他*(附註)* | 79 | 0.9 | 20 | 0.2 | 180 | 1.6 | 141 | 2.6 | 124 | 2.9 |
| 總計 | 8,451 | 100.0 | 13,491 | 100.0 | 11,787 | 100.0 | 5,566 | 100.0 | 4,332 | 100.0 |

*附註：*其他主要指維修及保養開支、測試費及其他非必要支持服務開支。

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，研發開支分別為人民幣8.5百萬元、人民幣13.5百萬元、人民幣11.8百萬元、人民幣5.6百萬元及人民幣4.3百萬元。於各年度／期間，我們的研發開支佔總收入的百分比分別為2.6%、3.0%、2.6%、2.9%及1.9%。

**其他開支**

其他開支主要包括手錶保養服務及配件成本、與在新三板上市及失效交易有關的開支以及其他。下表載列往績記錄期間的其他開支明細：

| | **2022財年**<br>*人民幣千元* | **2023財年**<br>*人民幣千元* | **2024財年**<br>*人民幣千元* | **2024年首五個月**<br>*人民幣千元*<br>(未經審核) | **2025年首五個月**<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|---|
| 手錶保養服務及配件成本 | 3,135 | 4,525 | 3,483 | 1,434 | 1,149 |
| 與在新三板上市及失效交易有關的開支 | 1,944 | 2,509 | 472 | 472 | – |
| 其他 | 21 | 278 | 95 | 10 | 24 |
| | 5,100 | 7,312 | 4,050 | 1,916 | 1,173 |

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，其他開支分別為人民幣5.1百萬元、人民幣7.3百萬元、人民幣4.1百萬元、人民幣1.9百萬元及人民幣1.2百萬元。於各年度／期間，其他開支佔總收入的百分比分別為1.6%、1.6%、0.9%、1.0%及0.5%。

**融資成本**

我們的融資成本主要包括銀行貸款、黃金租賃及租賃負債的利息開支。下表載列我們於往績記錄期間的融資成本明細：

| | **2022財年** *人民幣千元* | **2023財年** *人民幣千元* | **2024財年** *人民幣千元* | **2024年首五個月** *人民幣千元* (未經審核) | **2025年首五個月** *人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|---|
| 銀行貸款利息 | 2,828 | 2,639 | 2,714 | 1,018 | 1,516 |
| 黃金租賃利息*(附註)* | 525 | 1,838 | 1,982 | 730 | 884 |
| 租賃負債利息 | 362 | 275 | 186 | 64 | 107 |
| | 3,715 | 4,752 | 4,882 | 1,812 | 2,507 |
| 減：合資格資產成本資本化金額 | – | – | (325) | – | (572) |
| 總計 | 3,715 | 4,752 | 4,557 | 1,812 | 1,935 |

*附註：*我們於2022財年開始黃金租賃安排。

**所得稅開支**

我們的即期所得稅主要包括向本公司及中國附屬公司收取的中國企業所得稅開支。

***中國企業所得稅***

根據中國企業所得稅法(「**企業所得稅法**」)及企業所得稅法實施條例，中國附屬公司於往績記錄期間的稅率為25%，惟本公司除外，本公司於往績記錄期間一直被確認為高新技術企業。根據適用於高新技術企業的企業所得稅法，本公司於往績記錄期間減按15%的稅率繳納企業所得稅。除上述者外，其他主要附屬公司按25%的稅率繳稅。

此外，根據中華人民共和國國家税務總局(「**國家税務總局**」)頒佈的相關法律法規，從事研發活動的企業在釐定其應課税溢利時，可額外獲得該年度／期間內產生的研發費用的100%作為可扣除開支(「**加權扣減**」)。國家税務總局宣佈自2021年1月1日起將製造企業的加權扣除率提高至200%。因此，我們於2022年1月1日至2025年5月31日採用200%的加權扣減率。於釐定年度的應課税溢利時，我們已對有權獲得的加權扣減作出最佳估計。

於2022財年、2023財年、2024財年、2024年首五個月及2025年首五個月，我們分別錄得所得税開支人民幣3.3百萬元、人民幣7.8百萬元、人民幣9.3百萬元、人民幣3.6百萬元及人民幣9.8百萬元，而相關實際税率分別為11.8%、13.0%、15.9%、15.3%及18.6%。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們已履行所有所得税義務，且與有關税務機關並無任何未解決的所得税問題或爭議。

**歷史經營業績回顧**

**2023財年與2022財年之比較**

***收入***

我們的收入由2022財年的人民幣323.7百萬元增加人民幣121.8百萬元或37.6%至2023財年的人民幣445.5百萬元。隨著COVID-19疫情於2022財年末及2023財年初逐步消退，我們各類產品的收入出現復甦。

*手錶銷售收入*

我們的手錶銷售收入由2022財年的人民幣289.4百萬元增加至2023財年的人民幣403.1百萬元，主要由於傳統手錶的製造及銷售收入主要由於需求因COVID-19疫情逐步消退有所增加而增加。因此，我們的手錶銷量由2022財年的115,000隻回升至2023財年的142,000隻。收入增加亦由於我們的傳統手錶的平均售價由2022財年的每隻人民幣2,627元增至2023財年的每隻人民幣2,856元，主要由於金價上漲。

*飾品銷售收入*

由於自COVID-19疫情的影響中恢復，我們的飾品銷售收入由2022財年的人民幣34.3百萬元增加至2023財年的人民幣42.4百萬元。銷量由2022財年售出／加工的2,059克增加至2023財年售出／加工的2,640克。2022財年及2023財年的平均售價維持相對穩定，分別為售出／加工每克人民幣17元及售出／加工每克人民幣16元。

***銷售成本***

我們的銷售成本由2022財年的人民幣259.6百萬元增加人民幣77.6百萬元或29.9%至2023財年的人民幣337.2百萬元。有關增加主要由於銷量增加導致原材料成本增加人民幣73.2百萬元。

***毛利及毛利率***

由於上述原因，我們的毛利由2022財年的人民幣64.1百萬元增加人民幣44.2百萬元或68.9%至2023財年的人民幣108.3百萬元。我們的毛利率由2022財年的19.8%增加至2023財年的24.3%，主要是由於我們銷售手錶的毛利率增加所致。

*手錶銷售*

我們的手錶銷售毛利由2022財年的人民幣52.9百萬元增加至2023財年的人民幣94.5百萬元，主要是由於總銷量及平均售價上升導致傳統手錶製造及銷售毛利增加所致。

我們的手錶銷售毛利率由2022財年的18.3%上升至2023財年的23.4%，主要由於傳統手錶製造及銷售毛利上升，此乃由於(i)銷量恢復正常後所享有的規模經濟效益；及(ii)金價上漲後平均售價上升。

*飾品銷售*

我們的飾品銷售毛利由2022財年的人民幣11.2百萬元增加至2023財年的人民幣13.8百萬元，主要由於收入增加所致。我們的飾品銷售毛利率相對穩定，於2022財年為32.8%，而於2023財年則為32.6%。

***其他收入***

我們的其他收入由2022財年的人民幣5.5百萬元增加人民幣3.7百萬元或66.4%至2023財年的人民幣9.2百萬元。其他收入增加主要是由於(i)退稅及獎勵增加人民幣2.0百萬元，主要是由於增值稅退稅增加所致；及(ii)提供的維修服務增加令手錶維修服務及配件收入增加人民幣1.5百萬元所致。

***預期信貸虧損模式下的減值虧損，扣除撥回***

我們於2023財年錄得預期信貸虧損模式下的減值虧損撥回淨額人民幣0.3百萬元，而2022財年則錄得減值虧損淨額人民幣1.8百萬元。2023財年的減值虧損撥回淨額主要由於貿易應收款項減值虧損撥回淨額人民幣0.6百萬元所致，而該等貿易應收款項主要由於預期信貸虧損率因貿易應收款項的還款歷史而變動，而2022財年則錄得減值淨額人民幣1.8百萬元。

***其他收益及虧損***

我們的其他虧損淨額由2022財年的人民幣1.1百萬元增加至2023財年的人民幣3.8百萬元。該增加主要是由於電影票房低於預期，投資電影的預期回報減少，2023財年按公平值計入損益的金融資產公平值變動虧損人民幣2.4百萬元所致。

***銷售開支***

銷售開支由2022財年的人民幣13.2百萬元增加人民幣4.7百萬元或35.9%至2023財年的人民幣17.9百萬元。該增加主要是由於(i)廣告及推廣開支增加人民幣2.1百萬元，主要用於十週年推廣；(ii)僱員福利開支增加人民幣1.1百萬元，用於擴充我們的業務；及(iii)電商平台開支人民幣0.7百萬元，是由於我們於2023財年新增電商平台。

***行政開支***

行政開支由2022財年的人民幣8.5百萬元增加人民幣2.2百萬元或25.6%至2023財年的人民幣10.7百萬元。該增加主要是由於(i)主要用於專業人士先前於2023財年嘗試上市的差旅及住宿費用的專業費用增加人民幣0.9百萬元；及(ii)僱員福利開支增加人民幣0.9百萬元，主要是由於2023財年酌情花紅增加所致。

***研發開支***

研發開支由2022財年的人民幣8.5百萬元增加人民幣5.0百萬元或59.6%至2023財年的人民幣13.5百萬元。增加主要是由於2023財年COVID-19疫情平息後，研發項目增加，導致材料及消耗品消耗增加人民幣5.7百萬元。

***其他開支***

其他開支由2022財年的人民幣5.1百萬元增加人民幣2.2百萬元或43.4%至2023財年的人民幣7.3百萬元。增加主要是由於手錶維修服務及配件成本增加人民幣1.4百萬元，主要是由於所提供的維修服務增加所致。

***融資成本***

我們的融資成本由2022財年的人民幣3.7百萬元增加人民幣1.0百萬元或27.9%至2023財年的人民幣4.8百萬元。該增加主要是由於我們於2022財年年中開始黃金租賃安排，產生利息人民幣1.3百萬元所致。

***所得稅開支***

所得稅開支由2022財年的人民幣3.3百萬元增加人民幣4.5百萬元或137.9%至2023財年的人民幣7.8百萬元，主要是由於收入增加所致。2022財年及2023財年的實際稅率相對穩定，分別為11.8%及13.0%。

***年內溢利***

由於上述原因，年內溢利由2022財年的人民幣24.5百萬元增加人民幣27.6百萬元或112.3%至2023財年的人民幣52.1百萬元。淨利潤率由2022財年的7.6%增至2023財年的11.7%，主要是由於2023財年毛利率上升所致。

**2024財年與2023財年之比較**

***收入***

我們的收入由2023財年的人民幣445.5百萬元增加人民幣11.1百萬元或2.5%至2024財年的人民幣456.6百萬元。收入增加主要是由於飾品銷售收入增加，部分被手錶銷售收入減少所抵銷。

*手錶銷售收入*

我們的手錶銷售收入由2023財年的人民幣403.1百萬元減少至2024財年的人民幣350.8百萬元，主要是由於傳統手錶製造及銷售收入減少，主要是由於我們向經銷商銷售的OBM產品的傳統手錶銷量由2023財年的141,000隻減少至2024財年的113,000隻。我們認為，銷量下降乃由於受到整體經濟狀況及黃金價格的影響，消費者情緒低迷所致。於2023財年及2024財年，我們傳統手錶的平均售價維持相對穩定，均為每隻人民幣2,865元。

傳統手錶銷售收入的減少部分被智能手錶銷售收入由2023財年的人民幣0.3百萬元增加至2024財年的人民幣28.0百萬元所抵銷。該增加主要是由於我們的ODM客戶因業務需要而增加收入人民幣22.1百萬元所致。特別是，我們其中一位ODM客戶為智能手錶貢獻收入人民幣12.5百萬元，於2024年12月，就中國白酒領導品牌推出限量版系列10,000款智能手錶禮盒套裝，我們獲得該品牌的生產授權，並為該品牌的製造商將智能機芯整合至智能手錶中，於2024財年貢獻收入人民幣6.2百萬元。為響應智能手錶的需求增加，我們的智能手錶OBM銷售額於2024財年亦增加人民幣6.0百萬元。

*飾品銷售收入*

我們的飾品銷售收入由2023財年的人民幣42.4百萬元增加至2024財年的人民幣105.8百萬元，主要由於向新的ODM客戶(即客戶A)銷售所致，其於2024財年的飾品銷售收入貢獻為人民幣80.0百萬元。

***銷售成本***

儘管收入有所增加，我們的銷售成本由2023財年的人民幣337.2百萬元減少人民幣4.8百萬元或1.4%至2024財年的人民幣332.4百萬元，主要歸因於(i)間接費用減少人民幣3.3百萬元，主要由於加工黃金飾品的製造開支減少；及(ii)勞工成本減少人民幣1.4百萬元，主要乃因福建工廠員工人數減少所致。

***毛利及毛利率***

由於上述原因，我們的毛利由2023財年的人民幣108.3百萬元增加人民幣15.9百萬元或14.6%至2024財年的人民幣124.2百萬元。我們的毛利率由2023財年的24.3%上升至2024財年的27.2%，主要是由於銷售手錶的毛利率上升所致。

*手錶銷售*

我們的手錶銷售毛利由2023財年的人民幣94.5百萬元增加至2024財年的人民幣98.5百萬元，主要是由於2024財年銷售智能手錶的毛利為人民幣5.0百萬元，而2023財年我們智能手錶的毛利僅為人民幣27,000元。於2024財年，製造及銷售傳統手錶的毛利相對穩定。

我們的手錶銷售毛利率由2023財年的23.4%上升至2024財年的28.1%，主要是由於2024財年我們銷售的傳統手錶所含黃金的平均重量較2023財年有所下降，導致傳統手錶的毛利率上升。

*飾品銷售*

我們的飾品銷售毛利由2023財年的人民幣13.8百萬元增加至2024財年的人民幣25.6百萬元，主要由於收入增加所致。毛利率由2023財年的32.6%下降至2024財年的24.2%，主要由於向客戶A銷售飾品，其銷量佔銷售飾品總額的75.6%，獲得相對較低的毛利率。

***其他收入***

我們的其他收入由2023財年的人民幣9.2百萬元減少人民幣2.0百萬元或21.9%至2024財年的人民幣7.2百萬元。其他收入減少主要是由於(i)非經常性質的政府補助減少人民幣1.4百萬元；及(ii)由於相關服務需求減少，導致2024財年的手錶維修服務收入為人民幣0.8百萬元。

***預期信貸虧損模式下的減值虧損，扣除撥回***

我們2024財年於預期信貸虧損模式下的減值虧損淨額為人民幣1.8百萬元，而2023財年於預期信貸虧損模式下的減值虧損撥回為人民幣0.3百萬元，主要是由於於2024年12月31日的應收賬款結餘較於2023年12月31日的應收賬款結餘增加所致。

***其他收益及虧損***

我們的其他虧損淨額由2023財年的人民幣3.8百萬元增加人民幣4.2百萬元或110.9%至2024財年的人民幣7.9百萬元，主要由於金價上漲導致黃金租賃公平值變動虧損增加人民幣6.4百萬元所致。

***銷售開支***

銷售開支由2023財年的人民幣17.9百萬元增加人民幣1.6百萬元或9.2%至2024財年的人民幣19.6百萬元。該增加主要是由於(i)我們的產品推廣策略(尤其是若干新推出的智能手錶)使廣告及推廣費用增加人民幣1.2百萬元；及(ii)僱員福利開支為人民幣0.8百萬元，主要由於員工人數增加所致。

***行政開支***

行政開支由2023財年的人民幣10.7百萬元增加人民幣2.0百萬元或18.6%至2024財年的人民幣12.7百萬元。該增加主要是由於我們的審計服務專業費用增加人民幣1.8百萬元。

***研發開支***

研發開支由2023財年的人民幣13.5百萬元減少人民幣1.7百萬元或12.6%至2024財年的人民幣11.8百萬元。該減少主要是由於智能手錶及戒指開發後使用黃金材料減少，令所消耗的材料及消耗品減少人民幣3.1百萬元所致。研發開支減少部分被由於研發人員增加，僱員福利開支增加人民幣1.0百萬元所抵銷。

***其他開支***

其他開支由2023財年的人民幣7.3百萬元減少人民幣3.3百萬元或44.6%至2024財年的人民幣4.1百萬元。該減少主要由於(i)與新三板掛牌及失效交易有關的開支減少人民幣2.0百萬元；及(ii)手錶維修服務及配件成本減少人民幣1.0百萬元，通常是由於手錶維修服務及配件收入減少所致。

***融資成本***

於2023財年及2024財年，我們的融資成本相對穩定，分別為人民幣4.8百萬元及人民幣4.6百萬元。

***所得稅開支***

所得稅開支由2023財年的人民幣7.8百萬元增加人民幣1.5百萬元或19.4%至2024財年的人民幣9.3百萬元，實際稅率由2023財年的13.0%增至2024財年的15.9%，主要是由於按優惠稅率扣除的所得稅減少，以及2024財年產生的研發開支減少導致合資格研發開支的稅務優惠減少所致。

***年內溢利***

由於上述原因，我們的年內溢利由2023財年的人民幣52.1百萬元減少人民幣2.8百萬元或5.3%至2024財年的人民幣49.3百萬元，主要是由於2024財年產生人民幣10.3百萬元的上市開支，而2023財年則為零。淨利潤率由2023財年的11.7%下降至2024財年的10.8%。

**2025年首五個月與2024年首五個月之比較**

***收入***

我們的收入由2024年首五個月的人民幣189.7百萬元增加人民幣41.3百萬元或21.8%至2025年首五個月的人民幣231.0百萬元。有關增加主要由於飾品銷售收入增加，惟部分被手錶銷售減少所抵銷。

*手錶銷售收入*

我們的手錶銷售收入由2024年首五個月的人民幣148.2百萬元減少至2025年首五個月的人民幣115.2百萬元，主要乃因傳統手錶製造銷售收入減少所致，而此主要由於我們銷售予經銷商的OBM產品的傳統手錶銷量由2024年首五個月售出的45,000隻減少至2025年首五個月售出的37,000隻導致。我們認為該等銷量減少乃由於受整體經濟狀況及金價影響令消費者情緒持續疲弱所致。我們的傳統手錶的平均售價由2024年首五個月的每隻人民幣3,118元減至2025年首五個月的每隻人民幣2,993元，主要由於2025年首五個月銷售的傳統手錶所含黃金之平均重量與2024年首五個月相比有所減少。

手錶銷售收入減少亦由於智能手錶銷售收入由2024年首五個月的人民幣7.9百萬元減少至2025年首五個月的人民幣4.5百萬元。有關減少主要由於所售智能手錶的平均售價由2024年首五個月售出的每隻人民幣1,572元減少至2025年首五個月售出的每隻人民幣904元，原因為2024年首五個月銷售的智能手錶普遍為黃金智能手錶，而2025年首五個月銷售的智能手錶則普遍為金屬智能手錶。

*飾品銷售收入*

我們的飾品銷售收入由2024年首五個月的人民幣41.5百萬元增加至2025年首五個月的人民幣115.8百萬元，主要由於向新ODM客戶(即客戶A)銷售，其飾品銷售收入貢獻於2025年首五個月達到人民幣103.3百萬元。

***銷售成本***

我們的銷售成本由2024年首五個月的人民幣141.6百萬元增加人民幣17.8百萬元或12.5%至2025年首五個月的人民幣159.4百萬元，主要由於總銷量增加導致原材料成本增加人民幣18.9百萬元。

***毛利及毛利率***

由於上述原因，我們的毛利由2024年首五個月的人民幣48.1百萬元增加人民幣23.6百萬元或49.1%至2025年首五個月的人民幣71.6百萬元。我們的毛利率由2024年首五個月的25.3%增加至2025年首五個月的31.0%，主要是由於我們銷售手錶的毛利率增加所致。

*手錶銷售*

我們的手錶銷售毛利由2024年首五個月的人民幣38.9百萬元增加至2025年首五個月的人民幣44.6百萬元，主要由於傳統手錶銷售毛利於2025年首五個月仍達人民幣6.8百萬元，儘管收入減少。我們的手錶銷售毛利率由2024年首五個月的26.2%上升至2025年首五個月的38.7%，主要由於2025年首五個月傳統手錶中黃金的使用量普遍下降，導致傳統手錶的毛利率上升。

*飾品銷售*

我們的飾品銷售毛利由2024年首五個月的人民幣9.2百萬元增加至2025年首五個月的人民幣27.0百萬元，主要由於飾品銷售收入增加所致。毛利率相對穩定，於2024年首五個月及2025年首五個月分別為22.1%及23.3%。

***其他收入***

我們的其他收入由2024年首五個月的人民幣3.1百萬元減少人民幣1.0百萬元或33.8%至2025年首五個月的人民幣2.0百萬元。其他收入減少主要是由於(i)增值稅退稅減少導致退稅及獎勵減少人民幣0.9百萬元；及(ii)由於手錶維修服務需求減少令2025年首五個月手錶維修服務收入減少人民幣0.2百萬元。

***預期信貸虧損模式下的減值虧損，扣除撥回***

我們的預期信貸虧損模式下的減值虧損淨額由2024年首五個月的人民幣1.8百萬元增加至2025年首五個月的人民幣3.4百萬元，主要由於2025年5月31日貿易應收款項結餘較2024年5月31日增加。

***其他收益及虧損***

我們於2025年首五個月錄得其他收益淨額人民幣4.2百萬元，而2024年首五個月則錄得其他虧損淨額人民幣3.0百萬元，主要由於2025年首五個月黃金租賃公平值變動收益人民幣4.4百萬元，而2024年首五個月黃金租賃公平值變動虧損為人民幣3.0百萬元，此乃主要由於2025年5月31日的黃金價格較2024年12月31日有所上漲。

***銷售開支***

銷售開支由2024年首五個月的人民幣9.2百萬元減少人民幣2.2百萬元或23.9%至2025年首五個月的人民幣7.0百萬元。該減少主要是由於(i)廣告及推廣減少人民幣1.6百萬元，乃主要由於我們於2024年首五個月為我們的產品(尤其是若干新推出智能手錶)產生更多推廣開支；及(ii)電商平台開支人民幣0.6百萬元，主要由於我們縮減於若干電子商務平台上的推廣成本。

***行政開支***

行政開支相對穩定，於2024年首五個月及2025年首五個月分別為人民幣4.1百萬元及人民幣4.3百萬元。

***研發開支***

研發開支由2024年首五個月的人民幣5.6百萬元減少人民幣1.2百萬元或22.2%至2025年首五個月的人民幣4.3百萬元。該減少主要是由於(i)我們開發智能手錶及戒指後黃金材料用量減少令所消耗的材料及消耗品減少人民幣0.7百萬元；及(ii)由於2025年首五個月承接的研發項目減少令專利及產品設計費用減少人民幣0.3百萬元。

***其他開支***

其他開支由2024年首五個月的人民幣1.9百萬元減少人民幣0.7百萬元或38.8%至2025年首五個月的人民幣1.2百萬元。該減少主要是由於(i)新三板上市及失效交易相關開支減少人民幣0.5百萬元；及(ii)手錶維修服務及配件成本減少人民幣0.3百萬元，此乃主要由於手錶維修服務及配件收入減少所致。

***融資成本***

我們的融資成本相對穩定，於2024年首五個月及2025年首五個月分別為人民幣1.8百萬元及人民幣1.9百萬元。

***所得稅開支***

所得稅開支由2024年首五個月的人民幣3.6百萬元增加人民幣6.1百萬元或168.4%至2025年首五個月的人民幣9.8百萬元，實際稅率由2024年首五個月的15.3%增加至2025年首五個月的18.6%，主要由於福建西普的除稅前溢利貢獻增加，其法定稅率為25%。

***期內溢利***

由於上述原因，期內溢利由2024年首五個月的人民幣20.2百萬元增加人民幣22.6百萬元或111.9%至2025年首五個月的人民幣42.8百萬元，主要由於2025年首五個月毛利增加。淨利潤率由2024年首五個月的10.6%增至2025年首五個月的18.5%，此乃主要由於2025年首五個月毛利率增加。

**流動資金及資本資源**

我們的現金主要用於為研發、原材料採購及其他一般公司需求撥付資金，預計日後亦將如此。我們過往主要透過使用營運所得現金、銀行及其他借款以及股權融資籌得資金為營運及其他資本需求撥付資金。

於全球發售完成後，我們目前預計本集團未來的現金來源及用途不會有任何重大變動，惟我們將從全球發售所得款項中獲得額外資金，以實施本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節所詳述的未來計劃。我們產品的需求或定價的任何顯著下降，或可獲得的銀行貸款或其他融資的顯著減少，都可能對我們的流動資金產生不利影響。

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣31.8百萬元、人民幣21.7百萬元、人民幣14.0百萬元及人民幣5.9百萬元。

**現金流量**

下表載列我們於往績記錄期間的綜合現金流量表概要：

| | **2022財年** | **2023財年** | **2024財年** | **2024年首五個月** | **2025年首五個月** |
|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| | | | | (未經審核) | |
| 除税前溢利 | 27,818 | 59,896 | 58,657 | 23,841 | 52,587 |
| －非現金項目調整 | 10,622 | 12,988 | 18,697 | 8,512 | 2,854 |
| －營運資金變動 | (26,822) | (97,852) | (32,791) | (18,168) | (58,467) |
| 營運所得(所用)現金 | 11,618 | (24,968) | 44,563 | 14,185 | (3,026) |
| 已付黃金租賃利息 | (525) | (1,838) | (1,982) | (730) | (884) |
| 已付所得税 | (3,429) | (8,944) | (7,617) | (3,009) | (6,648) |
| 經營活動所得(所用)現金淨額 | 7,664 | (35,750) | 34,964 | 10,446 | (10,558) |
| 投資活動所得(所用)現金淨額 | 3,509 | (47,326) | (37,008) | (16,049) | (355) |
| 融資活動所得(所用)現金淨額 | 69 | 72,979 | (5,699) | (10,086) | 2,841 |
| 現金及現金等價物增加(減少)淨額 | 11,242 | (10,097) | (7,743) | (15,689) | (8,072) |
| 於年／期初現金及現金等價物 | 20,581 | 31,823 | 21,726 | 21,726 | 13,983 |
| 於年／期末現金及現金等價物，指銀行結餘及現金 | 31,823 | 21,726 | 13,983 | 6,037 | 5,911 |

*經營活動*

於2022財年，我們經營活動所得現金淨額為人民幣7.7百萬元，主要歸因於我們的除税前溢利人民幣27.8百萬元(就非現金及非經營項目作出調整)，主要包括(i)折舊及攤銷人民幣4.5百萬元；及(ii)融資成本人民幣3.7百萬元。該金額因營運資金變動減少人民幣26.8百萬元及已付所得税淨額人民幣3.4百萬元而進一步調整。營運資金變動減少主要包括貿易應收款項增加人民幣33.0百萬元。營運資金變動的減少部分被貿易及其他應付款項增加人民幣8.2百萬元所抵銷。

於2023財年，我們經營活動所用現金淨額為人民幣35.8百萬元，主要歸因於我們的除税前溢利人民幣59.9百萬元(就非現金及非經營項目作出調整)，主要包括(i)折舊及攤銷人民幣4.0百萬元；及(ii)融資成本人民幣4.8百萬元。該金額因營運資金變動減少人民幣97.9百萬元及已付所得税淨額人民幣8.9百萬元而進一步調整。營運資金變動減少主要包括存貨增加人民幣109.2百萬元。營運資金變動的減少部分被貿易應收款項減少人民幣17.0百萬元所抵銷。

於2024財年，我們經營活動所得現金淨額為人民幣35.0百萬元，主要歸因於我們的除税前溢利人民幣58.7百萬元(就非現金及非經營項目作出調整)，主要包括(i)黃金租賃的公平值變動虧損人民幣8.2百萬元；(ii)折舊及攤銷人民幣3.6百萬元；及(iii)融資成本人民幣4.6百萬元。該金額因營運資金變動減少人民幣32.8百萬元及已付所得税淨額人民幣7.6百萬元而進一步調整。營運資金變動減少主要包括貿易應收款項增加人民幣24.1百萬元及存貨增加人民幣17.3百萬元。營運資金變動的減少部分被貿易及其他應付款項增加人民幣12.1百萬元所抵銷。

於2025年首五個月，我們錄得經營活動所用現金淨額人民幣10.6百萬元，主要由於除税前溢利人民幣52.6百萬元(就非現金及非經營項目作出調整)，主要包括(i)黃金租賃公平值變動收益人民幣4.4百萬元；(ii)根據預期信貸虧損確認的減值虧損人民幣3.4百萬元；(iii)融資成本人民幣1.9百萬元；及(iv)折舊及攤銷人民幣1.7百萬元。該金額因營運資金變動減少人民幣58.5百萬元、已付所得税淨額人民幣6.6百萬元及已付黃金租賃利息人民幣0.9百萬元而進一步調整。營運資金變動減少主要包括貿易應收款項增加人民幣54.3百萬元及存貨增加人民幣12.2百萬元。營運資金變動減少部分被貿易及其他應付款項增加人民幣5.2百萬元所抵銷。

我們經營活動所用現金淨額主要源於貿易應收款項增加人民幣54.3百萬元，該增幅主要由收入增長所致。我們認為，經營活動所用現金淨額主要與客戶付款時間有關。於2025年5月31日，我們貿易應收款項淨額中有83.4%的賬齡在90天以內，整體處於我們向客戶提供的正常信貸期內；而截至最後可行日期，於2025年5月31日尚未收回的貿易應收款項人民幣116.2百萬元(佔比99.7%)已獲結清。展望未來，我們將考慮以下措施並計劃透過以下方式減少經營現金流出淨額：

- 透過獲取更多市場份額以擴大收入規模。我們相信，隨著總體收入規模的增長，我們將能夠受益於規模經濟，原因為隨著業務進一步擴張，我們預計收入增長將超過費用增加；

- 監控及控制我們的存貨水平，以減少滯後時間及縮短經營週期；

- 繼續致力於與客戶保持頻繁溝通，確保其及時還款，從而減少發生經營現金流出淨額的情況；及

- 與供應商協商更佳條款，及在信貸期內的稍後階段還款，以在現金管理方面提供更大的靈活性。

***投資活動***

於2022財年，我們投資活動所得現金淨額為人民幣3.5百萬元，主要反映出售按公平值計入損益的金融資產的所得款項淨額人民幣5.0百萬元。

於2023財年，我們投資活動所用現金淨額為人民幣47.3百萬元，主要反映(i)購買物業、廠房及設備人民幣36.7百萬元；及(ii)存入原到期日超過三個月的銀行存款人民幣10.0百萬元。

於2024財年，我們投資活動所用現金淨額為人民幣37.0百萬元，主要反映購買物業、廠房及設備人民幣32.0百萬元。

於2025年首五個月，我們的投資活動所用現金淨額人民幣0.4百萬元主要反映購買物業、廠房及設備人民幣13.6百萬元，部分被提取原到期日超過三個月的銀行存款人民幣10.0百萬元及已抵押／受限制銀行存款的提取淨額人民幣4.1百萬元所抵銷。

***融資活動***

於2022財年，我們融資活動所得現金淨額為人民幣69,000元，主要反映籌集銀行借款淨額人民幣7.0百萬元。現金流入部分被(i)償還租賃負債及利息付款人民幣4.0百萬元；及(ii)已付銀行借款利息人民幣2.8百萬元所抵銷。

於2023財年，我們融資活動所得現金淨額為人民幣73.0百萬元，主要反映(i)配售股份(扣除交易成本)人民幣121.2百萬元；及(ii)籌集銀行借款淨額人民幣6.2百萬元。現金流入部分被(i)已付股息人民幣48.5百萬元；(ii)償還租賃負債及利息付款人民幣3.3百萬元；及(iii)已付銀行借款利息人民幣2.6百萬元所抵銷。

於2024財年，我們融資活動所用現金淨額為人民幣5.7百萬元，主要反映(i)派付股息人民幣20.3百萬元。現金流出部分被所籌得銀行借款淨額人民幣21.7百萬元所抵銷。

於2025年首五個月，我們的融資活動所得現金淨額人民幣2.8百萬元主要反映銀行借款所得款項淨額人民幣7.2百萬元。有關現金流入部分被(i)支付發行成本人民幣1.6百萬元；(ii)償還租賃負債人民幣1.4百萬元；及(iii)已付銀行借款利息人民幣1.2百萬元所抵銷。

**營運資金**

考慮到我們營運所得的預期現金流量、現金及現金等價物、我們可獲得的現有財務資源以及全球發售估計所得款項淨額，董事確認，我們於本招股章程日期起計未來12個月內擁有充足的營運資金。

**流動資產淨值**

下表載列我們於截至所示日期的流動資產及流動負債的節選資料：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 7月31日 |
| | *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） |
| **流動資產** | | | | | |
| 存貨 | 513,079 | 632,614 | 656,143 | 660,343 | 783,189 |
| 貿易應收款項 | 58,993 | 42,612 | 65,227 | 116,571 | 34,440 |
| 預付款項及其他應收款項 | 3,780 | 6,406 | 7,373 | 10,567 | 15,100 |
| 應收關聯方款項 | 70 | 7 | 7 | 7 | – |
| 已抵押／受限制銀行存款 | – | 840 | 5,330 | 1,280 | – |
| 原到期日超過三個月的銀行存款 | – | – | 10,000 | – | – |
| 現金及現金等價物 | 31,823 | 21,726 | 13,983 | 5,911 | 2,827 |
| | 607,745 | 704,205 | 758,063 | 794,679 | 835,556 |
| **流動負債** | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 59,254 | 32,875 | 47,245 | 51,848 | 47,432 |
| 應付稅項 | 2,434 | 1,856 | 5,261 | 8,355 | 9,668 |
| 銀行借款 | 60,872 | 67,082 | 61,604 | 62,541 | 54,090 |
| 租賃負債 | 3,152 | 2,292 | 2,771 | 3,422 | 3,355 |
| 合約負債 | 1,565 | 552 | 455 | 828 | 972 |
| 黃金租賃 | 28,324 | 38,847 | 51,643 | 38,440 | 59,854 |
| | 155,601 | 143,504 | 168,979 | 165,434 | 175,371 |
| **流動資產淨值** | 452,144 | 560,701 | 589,084 | 629,245 | 660,185 |

我們的流動資產淨值由2022年12月31日的人民幣452.1百萬元增至2023年12月31日的人民幣560.7百萬元。增加主要是由於用於生產的存貨增加人民幣119.5百萬元。

於2024年12月31日，我們的流動資產淨值增加至人民幣589.1百萬元。該增加主要是由於(i)購買原材料導致存貨增加人民幣23.5百萬元；及(ii)主要由於臨近2024財年末的銷量相對高於臨近2023財年末的銷量導致貿易應收款項增加人民幣22.6百萬元。

於2025年5月31日，我們的流動資產淨值增加至人民幣629.2百萬元，主要由於自2025年1月1日至2025年5月31日止五個月期間產生的銷售額導致貿易應收款項增加人民幣51.3百萬元所致。

於2025年7月31日，我們的流動資產淨值隨後增至人民幣660.2百萬元，主要由於為滿足客戶訂單而於2025年6月1日至2025年7月31日兩個月期間採購原材料導致存貨增加人民幣122.8百萬元，部分被貿易應收款項減少人民幣82.1百萬元(主要由於客戶結算款項)所抵銷。

**綜合財務狀況表若干項目說明**

**物業、廠房及設備**

下文載列我們於所示日期的物業、廠房及設備結餘明細：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **5月31日** |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 機器 | 13,292 | 11,791 | 9,887 | 9,010 |
| 汽車 | 33 | 16 | 503 | 451 |
| 傢俬及電子設備 | 430 | 623 | 593 | 539 |
| 租賃物業裝修 | 1,516 | 1,012 | 747 | 677 |
| 在建工程 | 147 | 32,634 | 66,270 | 80,779 |
| 總計 | 15,418 | 46,076 | 78,000 | 91,456 |

我們的物業、廠房及設備由2022年12月31日的人民幣15.4百萬元增至2023年12月31日的人民幣46.1百萬元，主要由於添置人民幣34.4百萬元所致，該添置主要是由於莆田生產基地的在建工程所致。於2023年12月31日，物業、廠房及設備增加部分被2023財年計提折舊人民幣3.7百萬元所抵銷。我們的物業、廠房及設備其後分別進一步增加至2024年12月31日及2025年5月31日的人民幣78.0百萬元及人民幣91.5百萬元。增加主要是由於2024財年及2025年首五個月分別添置人民幣35.2百萬元及人民幣14.7百萬元，該等添置主要是由於莆田生產基地的在建工程所致。於2024年12月31日及2025年5月31日，物業、廠房及設備增加部分被2024財年及2025年首五個月分別計提折舊人民幣3.3百萬元及人民幣1.2百萬元所抵銷。

**存貨**

我們的存貨主要包括(i)原材料，主要包括黃金、銀、手錶機芯及其他手錶部件、錶鏈及錶帶；(ii)在製手錶及飾品產品；及(iii)手錶及飾品成品。下表載列截至所示日期我們存貨的明細：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 原材料 | 77,737 | 70,339 | 66,621 | 69,777 |
| 在製品 | 278,233 | 406,270 | 423,447 | 428,402 |
| 成品 | 157,109 | 156,005 | 166,075 | 162,164 |
| 總計 | 513,079 | 632,614 | 656,143 | 660,343 |

我們實施黃金存貨管理政策，當中參考(i)當時宏觀市場資訊，如可能影響黃金供應及國際黃金價格的地緣政治問題的性質及程度；(ii)各投資銀行隨時向公眾發出的國際黃金價格預期報告；(iii)可用現金儲備；及(iv)我們的生產計劃。有關詳情，請參閱「業務－存貨－存貨管理－黃金存貨」。

於往績記錄期間，我們的存貨由2022年12月31日的人民幣513.1百萬元增加23.3%至2023年12月31日的人民幣632.6百萬元，並進一步增加3.7%至2024年12月31日的人民幣656.1百萬元。我們的存貨隨後維持相對穩定，於2025年5月31日為人民幣660.3百萬元。

2023財年的存貨增加主要是由於在製品由2022年12月31日的人民幣278.2百萬元大幅增加46.0%至2023年12月31日的人民幣406.3百萬元所致，部分被原材料由2022年12月31日的人民幣77.7百萬元減少9.5%至2023年12月31日的人民幣70.3百萬元所抵銷。

於2024財年，我們的存貨輕微增加，主要是由於我們的成品由截至2023年12月31日的人民幣156.0百萬元增加6.5%至截至2024年12月31日的人民幣166.1百萬元，以及我們的在製品由截至2023年12月31日的人民幣406.3百萬元增加4.2%至截至2024年12月31日的人民幣423.4百萬元，部分被我們的原材料由2023年12月31日的人民幣70.3百萬元減少5.3%至2024年12月31日的人民幣66.6百萬元所抵銷。於2025年5月31日，我們的存貨屆時保持相對穩定，為人民幣660.3百萬元。

我們分別於2023財年、2024財年及2025年首五個月撇減存貨人民幣1.4百萬元、人民幣0.9百萬元及人民幣0.2百萬元，而2022財年則撥回存貨撇減人民幣0.3百萬元，主要因我們的非黃金材料。

***在製品***

於往績記錄期間，我們的在製品存貨價值呈上升趨勢，原因是我們的硬化金存貨(於2022年、2023年及2024年12月31日分別佔我們在製品存貨價值的63.2%、78.2%及84.4%)由2022年12月31日的人民幣176.0百萬元大幅增加80.5%至2023年12月31日的人民幣317.7百萬元，並進一步增加12.5%至2024年12月31日的人民幣357.5百萬元。我們的在製品隨後維持相對穩定，於2025年5月31日為人民幣428.4百萬元。

***硬化金存貨的組成***

我們的硬化金存貨包括黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶初始加工階段所涉及的黃金材料。包括硬化及加工過程中不同階段的各種形式的硬化金，以及雕刻成配件的硬化金。有關黃金硬化及加工流程的詳情，請參閱「業務－我們的業務模式－生產流程－手錶」的流程圖。

***硬化金存貨增加***

我們的硬化金存貨增加主要是由於我們的營運策略，即我們將黃金原料轉換為硬化金，以準備進一步加工及生產成任何類型的含金手錶產品。如「行業概覽－貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶行業概覽－貴金屬手錶及鑲貴金屬手錶的定義和分類」所述，傳統足金因其固有的軟度及延展性，在製造方面面臨重大挑戰。傳統而言，手錶製造商通過將黃金與其他金屬進行合金化以緩解該等限制，通常會將黃金純度降至99.9%以下，以增強結構的完整性並實現大量生產。相比之下，我們已開發出一種專有的專利技術，可大幅硬化純金，將其硬度提高三至四倍。藉此既可在手錶錶殼中使用足金，亦可大幅提升抗刮擦性與耐衝擊性。因此，如「業務－我們的業務模式 － (iii)製造」所披露，黃金原料的熔煉及硬化為我們黃金產品生產過程中的首要及關鍵步驟。

***黃金硬化流程***

我們使用電子天平、CXM-AV連續鑄造機、CXM-CIII數碼真空加壓鑄造機、不銹鋼脫蠟焗爐、油壓機及微顯微維氏硬度計等機器硬化黃金。我們將黃金原料加工成硬化黃金的平均時間約為每克50分鐘，這是根據完成黃金硬化製程每個步驟所需的平均時間計算，該等步驟包括但不限於(i)原料提取與配比，(ii)真空熔煉，(iii)水壓成型，(iv)品質檢驗及(v)CNC加工流程。

***年產能與利用率***

於往績記錄期間，我們的黃金硬化設施的硬化黃金年產能分別為4,145,301克、2,544,395克、1,677,697克及690,937克，於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月的產能利用率分別為56.5%、95.2%、99.0%及83.2%。往績記錄期間，我們黃金硬化設施的年產能呈下降趨勢，這主要由於處理更薄層硬化黃金所需的額外技術要求、精確度及品質控制，導致CNC加工過程(黃金硬化及加工的瓶頸過程)所需時間顯著增加，以用於我們的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶產品，這反映於往績記錄期間我們傳統手錶所含黃金平均值呈下降趨勢。黃金硬化過程可適應靈活的批量大小，2024財年每日最小及最大並行處理能力分別為1,258.99克及5,519.21克。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們加工成硬化黃金的黃金原材料總量分別為

2,343,465克、2,422,420克、1,661,283克及574,920克，其中78.2%、71.0%、66.9%及45.4%的硬化黃金於相應年度╱期間轉化為成品。從成本角度看，每克平均加工費用於2022財年為人民幣7.5元、於2023財年為人民幣7.4元、於2024財年為人民幣8.4元及於2025年首五個月為人民幣9.2元。

***維持硬化金存貨的策略效益***

我們認為，我們預先硬化黃金以促進未來生產的策略，在以下基礎上對我們的營運有利：

(i) 黃金硬化流程在較大批量進行時具有規模經濟效益。例如，根據我們於2024財年的營運數據，相對於當每日處理1,258.99克，每日處理5,519.21克硬化金時，我們的黃金硬化設備處理每克黃金的能耗一般減少77%。該等效率的提升可降低黃金硬化成本以及含金產品的整體生產成本；

(ii) 維持硬化金存貨可提高我們的生產靈活性及回應能力。於往績記錄期間，與收到生產訂單後才開始黃金硬化工序相比，直接利用預先硬化的黃金加速履行生產訂單，可將含金產品的生產週期平均縮短12天。於需求高峰期，生產時間的縮短被證明特別有價值，原因是當我們的生產設施被充分利用時，有助於減少因生產限制而損失的銷售機會。我們亦認為，隨時可用的硬化金存貨可讓我們在不影響生產品質標準的情況下，滿足時間緊迫的訂單需求；

(iii) 從供應鏈風險管理的角度來看，該策略有助於對潛在的中斷情況建立緩衝。例如，維持足夠的硬化金存貨可減輕潛在的原材料供應中斷；及

(iv) 根據灼識諮詢的資料，為更好地管理資源，我們在客戶發出採購訂單之前提前硬化部分黃金原料的作法符合行業慣例。

於我們認為應消除任何過剩硬化金存貨的假設情況下，我們可能：

(i) 將硬化黃金轉換回黃金原材料。轉換流程可委託第三方服務提供商進行，按每克人民幣0.3元、每克人民幣0.25元及每克人民幣0.1元的成本將含金量為70%至小於90%、90%至小於99.99%及大於99.99%的硬化黃金轉換回黃金原料，而據董事經所深知及確信，一般每日可將最多100千克硬化黃金轉換回黃金原料；或

(ii) 於二級市場出售硬化黃金。就此而言，中國的硬化黃金二級市場仍然活躍，根據灼識諮詢的資料，目前硬化黃金的估值緊貼2024年中國Au9999的現貨價格，約為中國Au9999現貨價格的99.81%，原因為兩者的黃金純度非常接近。

總而言之，維持硬化金存貨指一種審慎平衡的營運策略，並有多項量化措施提供支援。現有數據顯示，效率提升、生產靈活性及風險緩解的好處超過相關的附帶成本。該策略與既定的行業慣例保持一致，同時根據我們的特定營運要求及市場定位進行適當調整。持續監控可確保該方法仍符合經濟效益，並能因應不斷變化的市場條件作出回應。此持續評估程序包括定期審查生產指標、存貨周轉率及市場動態，以維持最佳存貨水平。

***成品***

於2022財年，面對COVID-19疫情的爆發，我們利用產能生產若干帶有精細細節的高端黃金錶帶，以備預期銷售或後續生產使用。因此，於2022年12月31日，成品金額為人民幣157.1百萬元。於2021年，本集團黃金錶帶的銷售額迅速增長，銷量超過32,000對，黃金重量超過1.0百萬克。由於預期黃金錶帶銷售前景樂觀，我們在2022年致力於生產更高品質的黃金錶帶。面對COVID-19疫情的爆發，我們利用產能生產了4,000對帶有精細細節的高端黃金錶帶(黃金重量超過26萬克)，僅佔2021年黃金錶帶銷量的約12.5%，以供(i)曾購買我們黃金錶帶的若干目標現有客戶；或(ii)用於生產我們品牌的手錶，因為我們預計在COVID-19疫情消退後，市場情緒回升，黃金錶帶的需求將逐漸增加。

然而，由於市場情緒轉變及金價上漲，我們的黃金錶帶需求未能達到預期，於2024年12月31日，大部分黃金錶帶仍滯留於我們的存貨中。自2022財年以來成品價值保持相對穩定，我們認為並無必要對成品進行減值，因為(i)該批存貨可用作我們的日後生產；及(ii)於2024年12月31日，該等成品的價值佔黃金價值90%以上的事實，我們認為我們的存貨中該等成品的可變現淨值高於成本，因此於往績記錄期間並無作出減值撥備。

鑑於我們目前持有大量長期滯銷的黃金錶帶，加上黃金原材料價格持續上升的趨勢，管理層認為，在當前市況下，將長期滯銷的黃金錶帶熔煉成硬化金以供後續生產，將比另行採購額外黃金原材料更能為我們帶來更大的經濟效益。因此，於2025年5月31日，我們的成品減至人民幣162.2百萬元。於2025年7月31日，已有650對黃金錶帶(約重44,700克)被熔煉成硬化金，用於我們自身生產。我們計劃在未來五個季度內(假設黃金原材料價格仍維持相對高位)，將剩餘的3,350對黃金錶帶進行熔煉。基於以上所述，預計所有4,000對黃金錶帶將於2026年第四季度前熔煉成硬化金，供我們生產所用。

下表載列於所示日期按主要存貨類型劃分的原材料、在製品及成品明細：

| | | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **原材料** | | | | | |
| ***黃金*** | | | | | |
| －黃金 | (a) | 52,563 | 44,593 | 40,259 | 40,551 |
| ***鑽石*** | | | | | |
| －鑽石 | (d) | 8,958 | 8,909 | 8,885 | 8,883 |
| ***非黃金及非黃金相關項目*** | | | | | |
| －內襯飾品 | | 11,089 | 10,747 | 9,344 | 9,188 |
| －錶盤 | | 4,620 | 4,937 | 5,281 | 5,256 |
| －手錶機芯 | | 1,733 | 3,623 | 6,851 | 8,736 |
| －其他 | | 5,930 | 6,092 | 5,484 | 6,868 |
| | (g) | 23,372 | 25,399 | 26,960 | 30,048 |
| **原材料小計** | | **84,893** | **78,901** | **76,104** | **79,482** |
| **在製品** | | | | | |
| ***黃金*** | | | | | |
| －黃金(硬化後) | | 175,957 | 317,652 | 357,513 | 363,797 |
| －黃金飾品 | | 14,772 | 16,465 | 15,087 | 15,424 |
| －金錶飾品(金殼、錶扣及戒指) | | 34,062 | 33,317 | 6,642 | 4,069 |
| | (b) | 224,791 | 367,434 | 379,242 | 383,290 |
| ***黃金相關項目(包括包含黃金但不完全是黃金的項目)*** | | | | | |
| －足金半成品 | | 43,456 | 26,891 | 29,349 | 30,012 |
| －金屬配件 | | 3,642 | 3,836 | 3,182 | 3,253 |
| －其他 | | 3,119 | 3,051 | 2,405 | 1,847 |
| | (e) | 50,217 | 33,778 | 34,936 | 35,112 |

| | | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| ***非黃金及非黃金相關項目*** | | | | | |
| －金屬飾品(金殼、錶扣及戒指) | | 836 | 870 | 5,561 | 6,152 |
| －其他飾品 | | 2,253 | 3,775 | 2,995 | 3,651 |
| －其他 | | 136 | 413 | 713 | 197 |
| | (h) | 3,225 | 5,058 | 9,269 | 10,000 |
| **在製品小計** | | **278,233** | **406,270** | **423,447** | **428,402** |
| **成品** | | | | | |
| ***黃金*** | | | | | |
| －黃金飾品 | | 51,840 | 35,738 | 35,919 | 35,512 |
| －金錶帶 | | 2,140 | 3,411 | 3,484 | 4,118 |
| | (c) | 53,980 | 39,149 | 39,403 | 39,630 |
| ***黃金相關項目(包括包含黃金但不完全是黃金的項目)*** | | | | | |
| －金錶帶 | | 87,916 | 96,925 | 105,686 | 103,514 |
| －足金錶殼手錶及足金錶圈手錶 | | 9,459 | 15,769 | 14,448 | 13,864 |
| －黃金合金手錶及飾品 | | 3,265 | 3,099 | 3,161 | 2,765 |
| －其他 | | 2,049 | 485 | 1,316 | 1,357 |
| | (f) | 102,689 | 116,278 | 124,611 | 121,500 |
| ***非黃金及非黃金相關項目*** | | | | | |
| －其他 | (i) | 440 | 578 | 2,061 | 1,034 |
| **成品小計** | | **157,109** | **156,005** | **166,075** | **162,164** |
| 撥備前總計 | | 520,235 | 641,176 | 665,626 | 670,048 |
| 減：撥備 | (j) | (7,156) | (8,562) | (9,483) | (9,705) |
| | | 513,079 | 632,614 | 656,143 | 660,343 |

下表載列我們存貨於組成往績記錄期間的各年度末的賬齡分析，以及於2025年5月31日直至2025年7月31日按賬齡組別劃分的存貨後續銷售／使用情況。

| | 於2022年12月31日 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **1年內** | **1年至2年** | **2年至3年** | **超過3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* | |
| ***黃金*** | | | | | | |
| －原材料 | 52,563 | – | – | – | 52,563 | (a) |
| －在製品 | 121,944 | 65,552 | 3,536 | 33,759 | 224,791 | (b) |
| －成品 | 53,780 | 110 | 54 | 36 | 53,980 | (c) |
| **黃金項目小計** | **228,287** | **65,662** | **3,590** | **33,795** | **331,334** | |
| ***鑽石*** | | | | | | |
| －原材料 | **–** | **204** | **8,661** | **93** | **8,958** | (d) |
| ***黃金相關項目（包括並非純金的黃金在內的項目）*** | | | | | | |
| －原材料 | – | – | – | – | – | |
| －在製品 | 26,441 | 12,319 | 8,369 | 3,088 | 50,217 | (e) |
| －成品 | 94,892 | 2,542 | 4,934 | 321 | 102,689 | (f) |
| **黃金相關項目小計** | **121,333** | **14,861** | **13,303** | **3,409** | **152,906** | |
| ***非黃金及非黃金相關項目*** | | | | | | |
| －原材料 | 12,582 | 3,239 | 1,269 | 6,282 | 23,372 | (g) |
| －在製品 | 1,435 | 943 | 488 | 359 | 3,225 | (h) |
| －成品 | 126 | 102 | 87 | 125 | 440 | (i) |
| | 14,143 | 4,284 | 1,844 | 6,766 | 27,037 | |
| 減：撥備 | – | – | (1,220) | (5,936) | (7,156) | (j) |
| **非黃金相關項目小計** | **14,143** | **4,284** | **624** | **830** | **19,881** | |
| **總計** | **363,763** | **85,011** | **26,178** | **38,127** | **513,079** | |

| | 於2023年12月31日 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **1年內** | **1年至2年** | **2年至3年** | **超過3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* | |
| ***黃金*** | | | | | | |
| －原材料 | 44,593 | – | – | – | 44,593 | (a) |
| －在製品 | 322,616 | 8 | 7,561 | 37,249 | 367,434 | (b) |
| －成品 | 24,687 | 14,357 | 100 | 5 | 39,149 | (c) |
| **黃金項目小計** | **391,896** | **14,365** | **7,661** | **37,254** | **451,176** | |
| ***鑽石*** | | | | | | |
| －原材料 | **–** | **–** | **155** | **8,754** | **8,909** | (d) |
| ***黃金相關項目（包括並非純金的黃金在內的項目）*** | | | | | | |
| －原材料 | – | – | – | – | – | |
| －在製品 | 2,800 | 24,714 | 2,374 | 3,890 | 33,778 | (e) |
| －成品 | 8,112 | 100,350 | 2,211 | 5,605 | 116,278 | (f) |
| **黃金相關項目小計** | **10,912** | **125,064** | **4,585** | **9,495** | **150,056** | |
| ***非黃金及非黃金相關項目*** | | | | | | |
| －原材料 | 13,392 | 3,130 | 1,892 | 6,985 | 25,399 | (g) |
| －在製品 | 3,130 | 427 | 726 | 775 | 5,058 | (h) |
| －成品 | 196 | 127 | 57 | 198 | 578 | (i) |
| | 16,718 | 3,684 | 2,675 | 7,958 | 31,035 | |
| 減：撥備 | – | – | (1,877) | (6,685) | (8,562) | (j) |
| **非黃金相關項目小計** | **16,718** | **3,684** | **798** | **1,273** | **22,473** | |
| **總計** | **419,526** | **143,113** | **13,199** | **56,776** | **632,614** | |

| | 於2024年12月31日 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **1年內** | **1年至2年** | **2年至3年** | **超過3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* | |
| ***黃金*** | | | | | | |
| －原材料 | 40,259 | – | – | – | 40,259 | (a) |
| －在製品 | 232,612 | 131,517 | – | 15,113 | 379,242 | (b) |
| －成品 | 2,409 | 25,138 | 11,805 | 52 | 39,404 | (c) |
| **黃金項目小計** | **275,280** | **156,655** | **11,805** | **15,165** | **458,905** | |
| ***鑽石*** | | | | | | |
| －原材料 | **–** | **–** | **–** | **8,885** | **8,885** | (d) |
| ***黃金相關項目（包括並非純金的黃金在內的項目）*** | | | | | | |
| －原材料 | – | – | – | – | – | |
| －在製品 | 1,337 | 1,523 | 26,768 | 5,308 | 34,936 | (e) |
| －成品 | 8,224 | 1,419 | 106,826 | 8,142 | 124,611 | (f) |
| **黃金相關項目小計** | **9,561** | **2,942** | **133,594** | **13,450** | **159,547** | |
| ***非黃金及非黃金相關項目*** | | | | | | |
| －原材料 | 14,814 | 2,393 | 1,969 | 7,784 | 26,960 | (g) |
| －在製品 | 5,367 | 1,581 | 640 | 1,681 | 9,269 | (h) |
| －成品 | 1,722 | 37 | 120 | 181 | 2,060 | (i) |
| | 21,903 | 4,011 | 2,729 | 9,646 | 38,289 | |
| 減：撥備 | – | – | (1,701) | (7,782) | (9,483) | (j) |
| **非黃金相關項目小計** | **21,903** | **4,011** | **1,028** | **1,864** | **28,806** | |
| **總計** | **306,744** | **163,608** | **146,427** | **39,364** | **656,143** | |

| | 於2025年5月31日 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **1年內** | **1年至2年** | **2年至3年** | **超過3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* | |
| ***黃金*** | | | | | | |
| －原材料 | 40,551 | – | – | – | 40,551 | (a) |
| －在製品 | 187,604 | 180,205 | 34 | 15,447 | 383,290 | (b) |
| －成品 | 4,969 | 206 | 33,995 | 460 | 39,630 | (c) |
| **黃金項目小計** | **233,124** | **180,411** | **34,029** | **15,907** | **463,471** | |
| ***鑽石*** | | | | | | |
| －原材料 | **–** | **–** | **–** | **8,883** | **8,883** | (d) |
| ***黃金相關項目（包括並非純金的黃金在內的項目）*** | | | | | | |
| －原材料 | – | – | – | – | – | |
| －在製品 | 719 | 61 | 19,068 | 15,264 | 35,112 | (e) |
| －成品 | 6,847 | 1,993 | 103,032 | 9,628 | 121,500 | (f) |
| **黃金相關項目小計** | **7,566** | **2,054** | **122,100** | **24,892** | **156,612** | |
| ***非黃金及非黃金相關項目*** | | | | | | |
| －原材料 | 16,699 | 3,383 | 1,563 | 8,403 | 30,048 | (g) |
| －在製品 | 5,470 | 1,737 | 776 | 2,017 | 10,000 | (h) |
| －成品 | 642 | 76 | 59 | 257 | 1,034 | (i) |
| | 22,811 | 5,196 | 2,398 | 10,677 | 41,082 | |
| 減：撥備 | – | – | (1,297) | (8,408) | (9,705) | (j) |
| **非黃金相關項目小計** | **22,811** | **5,196** | **1,101** | **2,269** | **31,377** | |
| **總計** | **263,501** | **187,661** | **157,230** | **51,951** | **660,343** | |

| | 1年內 | 1年至2年 | 2年至3年 | 超過3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* |
| 減：2025年5月31日直至2025年7月31日後續使用／銷售的存貨 | 103,717 | 128,373 | 14,837 | 5,543 | 252,470 |
| *(2025年5月31日直至2025年7月31日後續使用／銷售的存貨百分比)* | *39.4%* | *68.4%* | *9.4%* | *10.7%* | *38.2%* |
| 於2025年7月31日的2025年5月31日剩餘結餘 | 159,784 | 59,288 | 142,393 | 46,408 | 407,873 |

於2022年、2023年、2024年12月31日及2025年5月31日，我們的黃金、黃金相關項目及鑽石總量分別佔撥備後淨存貨總額的96.1%、96.4%、95.6%及95.2%。我們的黃金、黃金相關項目及鑽石一般包括Au9999、足金及相關項目、硬金、黃金相關項目(如黃金錶帶、黃金錶殼及黃金飾品)及鑽石。我們一般不會為黃金、黃金相關項目及鑽石計提撥備。

經考慮(i)我們黃金、黃金相關項目及鑽石的可變現淨值(即參考本集團可得現行市價的黃金或鑽石價格)；(ii)我們的存貨需求及持續銷售記錄；及(iii)人民幣148.5百萬元或賬齡超過一年的黃金、黃金相關項目及鑽石的38.2%於2025年6月1日至2025年7月31日期間售出或使用，我們認為管理層於往績記錄期間就黃金、黃金相關項目及鑽石作出的撇減撥備充足。

在黃金、黃金相關項目及鑽石以外的存貨中，我們一般會為我們認為可變現淨值低於成本的賬齡兩年以上原材料計提撥備。因此，鑑於存貨可於未來使用，且不會陳舊或損毀，我們認為撥備充足，因為(i)根據我們的訂單評估，賬齡兩年內的原材料仍於不久將來可用作生產；及(ii)逾97.0%賬齡超過兩年的原材料(黃金、黃金相關項目及鑽石除外)已於2025年5月31日減值，我們認為管理層於往績記錄期間就除黃金、黃金相關項目及鑽石外的存貨作出的撇減撥備充足。我們已根據存貨的賬齡類別進一步評估各類存貨的減值充足性。詳情請參閱本節「－於2025年7月31日的2025年5月31日剩餘結餘及減值充足性分析」。

***於2025年7月31日的2025年5月31日剩餘結餘及減值充足性分析***

下表載列我們於2025年5月31日的剩餘存貨明細的賬齡分析及其各自於2025年7月31日的詳情：

| | 於2025年7月31日 | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **1年內** | **1年至2年** | **2年至3年** | **超過3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* |
| | | | （未經審核） | | |
| ***黃金*** | | | | | |
| －原材料 | 24,506 | – | – | – | 24,506 |
| －在製品 | 113,855 | 52,156 | 34 | 15,446 | 181,491 |
| －成品 | 639 | 206 | 33,706 | 460 | 35,011 |
| **黃金項目小計** | **139,000** | **52,362** | **33,740** | **15,906** | **241,008** |
| ***鑽石*** | | | | | |
| －原材料 | **–** | **–** | **–** | **8,883** | **8,883** |
| ***黃金相關項目*** | | | | | |
| －原材料 | – | – | – | – | – |
| －在製品 | 210 | 61 | 19,068 | 10,262 | 29,601 |
| －成品 | 4,061 | 1,853 | 88,511 | 9,157 | 103,582 |
| **黃金相關項目小計** | **4,271** | **1,914** | **107,579** | **19,419** | **133,183** |
| ***非黃金及非黃金相關項目*** | | | | | |
| －原材料 | 12,541 | 3,232 | 242*(附註)* | –*(附註)* | 16,015 |
| －在製品 | 3,418 | 1,704 | 773 | 1,943 | 7,838 |
| －成品 | 554 | 76 | 59 | 257 | 946 |
| **非黃金及非黃金相關項目小計** | **16,513** | **5,012** | **1,074** | **2,200** | **24,799** |
| **總計** | **159,784** | **59,288** | **142,393** | **46,408** | **407,873** |

*附註：*結餘指於2025年5月31日計提的減值撥備淨額。

| 存貨類別 | 賬齡超過一年未售出／未使用的主要存貨性質 | 延遲銷售／使用的原因 | 已計提足夠減值撥備 |
|---|---|---|---|
| **黃金** | | | |
| • 原材料 | • 不適用 | • 不適用 | • 不適用 |
| • 在製品 | • 硬化金 | • 黃金原材料經硬化處理後，可供進一步生產各種黃金產品 | • 賬齡超過一年的存貨結餘金額為人民幣52.2百萬元並包括重量超過130千克的黃金，其可變現淨值高於成本 |
| | • 用於手錶及飾品的黃金飾品及黃金配件 | • 主要為為特定產品定制但未獲訂單的黃金配件 | • 賬齡超過一年的存貨結餘金額為人民幣15.4百萬元並包括重量超過21千克的黃金，其可變現淨值高於成本 |
| • 成品 | • 黃金珠寶 | • 主要為於展廳陳列以供客戶選購的黃金珠寶樣品 | • 賬齡超過一年的存貨結餘金額為人民幣34.4百萬元並包括重量超過80千克的黃金，其可變現淨值高於成本 |
| **鑽石** | | | |
| • 原材料 | • 天然鑽石 | • 主要為生產高端手錶而購買 | • 由於鑽石具長期保存性且不易損毀，故並無計提減值 |
| **黃金相關項目** | | | |
| • 原材料 | • 不適用 | • 不適用 | • 不適用 |

| 存貨類別 | 賬齡超過一年未售出／未使用的主要存貨性質 | 延遲銷售／使用的原因 | 已計提足夠減值撥備 |
|---|---|---|---|
| • 在製品 | • 足金半成品 | • 主要用於生產後期 | • 賬齡超過一年的存貨結餘金額為人民幣29.4百萬元並包括重量超過67千克的黃金，其可變現淨值高於成本 |
| • 成品 | • 金錶帶 | • 主要利用COVID-19疫情的閒置產能生產 | • 賬齡超過一年的存貨結餘金額為人民幣99.5百萬元並包括重量超過250千克的黃金，其可變現淨值高於成本<br>• 我們已評估黃金相關項目的成品減值評估情況，方法為比較其成本與可變現淨值，並考慮近期黃金價格、產品售價及銷售開支。由於其可變現淨值超出其成本，故並無對賬齡超過一年的黃金相關項目的成品作減值處理 |

| 存貨類別 | 賬齡超過一年未售出／未使用的主要存貨性質 | 延遲銷售／使用的原因 | 已計提足夠減值撥備 |
|---|---|---|---|
| | | | • 於2025年，隨著黃金價格持續上漲，我們減少黃金原材料的採購。自2025年5月起，我們逐步將黃金錶帶分批熔化為硬化金，用於生產黃金錶殼及其他黃金珠寶。於2025年7月31日，有650對黃金錶帶(重約44,700克)已熔化為硬化金供我們內部生產使用。由於熔化過程僅需數分鐘，我們認為將黃金錶帶轉化為硬化金的成本對我們的總成本而言微不足道 |
| **非黃金相關項目** | | | |
| • 原材料 | • 內襯飾品、機芯、錶盤 | • 賬齡為一至兩年的非黃金原材料以大量採購為主，利用速度較慢 | • 賬齡為一至兩年的非黃金原材料已根據我們的生產計劃使用及無需計提撥備 |
| | | • 賬齡超過兩年的非黃金原材料主要為滿足我們先前銷售的手錶的未來維護需求而保留的配件 | • 賬齡超過兩年的原材料餘下結餘總額人民幣10.0百萬元中，人民幣9.7百萬元已計提撥備。此外，配件已保留以滿足我們先前銷售的手錶的未來維護需求 |

| 存貨類別 | 賬齡超過一年未售出／未使用的主要存貨性質 | 延遲銷售／使用的原因 | 已計提足夠減值撥備 |
|---|---|---|---|
| • 在製品 | • 金屬配件(包括錶頭、金屬錶殼／錶扣／戒指) | • 主要為滿足我們先前銷售的手錶的未來維護需求而保留的配件 | • 配件已保留以滿足我們先前銷售的手錶的未來維護需求及無需計提撥備 |
| • 成品 | • 手錶(包括鑲白銀手錶、金屬手錶及智能手錶) | • 需求疲弱 | • 賬齡超過一年的結餘金額為人民幣0.4百萬元並視為對我們的總存貨結餘而言微不足道 |

下表載列於所示年度／期間我們存貨的週轉天數：

| | 2022財年 | 2023財年 | 2024財年 | 2025年首五個月 |
|---|---|---|---|---|
| 平均存貨週轉天數*(附註)* | 699 | 620 | 708 | 624 |

*附註：*平均存貨週轉天數等於相關年度期初及期末存貨結餘的平均值除以相關年度／期間的銷售成本再乘以365天(就2022年、2023年及2024年而言)及151天(就2025年首五個月而言)。

我們的平均存貨週轉天數由2022財年的699天減少至2023財年的620天主要是由於COVID爆發期間封控後重新恢復銷售所致。我們的平均存貨週轉天數隨後於2024財年增加至708天，主要是由於國際黃金價格上升導致存貨結餘增加所致。我們的存貨相對較大，乃由於(i)我們使用加權平均法對黃金等存貨進行估值。因此，2022財年至2023財年的存貨(尤其是黃金)變動將部分被2022財年至2023財年的黃金價格上漲所抵銷；(ii)於2022財年，在COVID-19疫情爆發期間，我們利用自身產能生產若干精細的高端金錶帶，以供預期銷售或隨後用於我們的生產；及(iii)為了提高生產效率及成本效益，我們傾向於在不考慮實際手頭訂單的情況下，從原材料開始大批量硬化黃金。因此，我們會傾向於保有相對較高的成品及在製品存貨的平衡，此舉將導致相對較高的存

貨水平及較長的存貨週轉天數。於2025年首五個月，我們的平均存貨週轉天數減少至624天，主要由於我們優先利用硬化金並熔化黃金錶帶用於生產(誠如前文所討論)。

截至最後可行日期，我們於2025年5月31日的存貨中的人民幣334.5百萬元或50.7%已出售或使用。

**貿易應收款項**

下表載列截至所示日期我們貿易應收款項的明細及我們貿易應收款項淨額的賬齡分析：

| | 於12月31日 | | | 於2025年5 |
|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **月31日** |
| | *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 | 62,400 | 45,409 | 69,518 | 123,796 |
| 減：信貸虧損撥備 | (3,407) | (2,797) | (4,291) | (7,225) |
| 總計 | 58,993 | 42,612 | 65,227 | 116,571 |

***賬齡分析***

| | 於12月31日 | | | 於2025年5 |
|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **月31日** |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 0至90天 | 45,311 | 38,462 | 62,422 | 97,255 |
| 91至180天 | 11,403 | 1,794 | 640 | 17,055 |
| 181至365天 | 1,133 | 1,352 | 967 | 379 |
| 365天以上 | 1,146 | 1,004 | 1,198 | 1,882 |
| | 58,993 | 42,612 | 65,227 | 116,571 |

我們的貿易應收款項由2022年12月31日的人民幣59.0百萬元減少至2023年12月31日的人民幣42.6百萬元，主要是由於客戶於2022財年因COVID-19爆發而出現還款困難所致。隨後，我們的貿易應收款項增至2024年12月31日的人民幣65.2百萬元，主要是由於2024財年末的銷售額相對高於2023財年末的銷售額。我們的貿易應收款項隨後增加至2025年5月31日的人民幣116.6百萬

元。貿易應收款項於2025年5月31日增加乃主要由於(i)臨近2025年首五個月底的銷量相對較高；及(ii)我們因行政原因而暫時延遲資源分配以收回應收款項，這反映於賬齡超過90天的貿易應收款項增加。該等應收款項已基本獲償付，導致直至最後可行日期，我們超過95%的總應收款項總額已於其後獲償付。我們並無就該等結餘持有任何抵押品，且該等結餘為免息。

我們一般授予客戶介乎0天至90天的信貸期。於整個往績記錄期間，本集團就評估貿易應收款項減值貫徹應用國際財務報告準則第9號規定的簡化方法計提預期信貸虧損撥備。於2022年12月31日，我們賬齡介乎91至180天的貿易應收款項相對較高，為人民幣11.4百萬元，主要是由於客戶於2022財年因COVID-19爆發而出現還款困難，導致延遲還款所致。其後，該等貿易應收款項於2023財年結清。截至2025年5月31日，我們賬齡介乎91至180天的貿易應收款項相對較高，達人民幣17.1百萬元。隨後，該等貿易應收款項已於2025年6月結清。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們的貿易應收款項減值撥備分別為人民幣3.4百萬元、人民幣2.8百萬元、人民幣4.3百萬元及人民幣7.2百萬元，分別佔2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日我們貿易應收款項總額的5.5%、6.2%、6.2%及5.8%。

下表載列截至所示日期平均貿易應收款項週轉天數概要：

| | 2022財年 | 2023財年 | 2024財年 | 2025年首五個月 |
|---|---|---|---|---|
| 平均貿易應收款項週轉天數*(附註)* | 49 | 42 | 43 | 59 |

*附註：*貿易應收款項週轉天數等於相關年度貿易應收款項淨額期初及期末結餘的平均值除以相關年度的收入再乘以365天(就2022年、2023年及2024年而言)及151天(就2025年首五個月而言)。

由於客戶恢復正常還款，我們的平均貿易應收款項週轉天數由2022財年的49天分別逐步減少至2023財年及2024財年的42天及43天。我們的平均貿易應收款項週轉天數隨後增加至2025年首五個月的59天，主要歸因於貿易應收款項結餘增加(誠如前文所討論)。

截至最後可行日期，我們於2025年5月31日未償還貿易應收款項中的人民幣116.2百萬元或99.7%已結清。

**預付款項及其他應收款項**

我們的預付款項及其他應收款項主要包括購買物業、廠房及設備項目及購買黃金的預付款項、租賃按金以及其他應收款項，如儲備金及社會保障預付款項。下表載列於所示日期我們預付款項及其他應收款項的明細：

| | 於12月31日 | | | 於2025年5 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 預付款項 | 1,938 | 1,716 | 8,034 | 2,233 |
| 其他應收稅項 | 1,123 | 3,396 | 231 | 3,434 |
| 向僱員墊款 | 217 | 209 | 196 | 300 |
| 應收利息 | – | 236 | 506 | – |
| 按金 | 1,651 | 2,402 | 2,601 | 2,759 |
| 預付發行成本／上市開支 | – | – | 3,235 | 4,110 |
| 其他 | 134 | 84 | 147 | 53 |
| | 5,063 | 8,043 | 14,950 | 12,889 |
| 減：信貸虧損撥備 | (419) | (635) | (952) | (1,430) |
| 總計 | 4,644 | 7,408 | 13,998 | 11,459 |
| 分析如下： | | | | |
| 流動 | 3,780 | 6,406 | 7,373 | 10,567 |
| 非流動 | 864 | 1,002 | 6,625 | 892 |
| | 4,644 | 7,408 | 13,998 | 11,459 |

我們的預付款項及其他應收款項由2022年12月31日的人民幣4.6百萬元增至2023年12月31日的人民幣7.4百萬元，主要是由於應收增值稅增加，令其他應收稅項增加人民幣2.3百萬元。

於2024年12月31日，我們的預付款項及其他應收款項進一步增加至人民幣14.0百萬元，主要歸因於預付款項增加人民幣6.3百萬元，主要用於購買我們未來生產所需的黃金。該增加部分被主要因應收增值稅結算而導致的其他應收稅項減少人民幣3.2百萬元所抵銷。

截至2025年5月31日，我們的預付款項及其他應收款項減至人民幣11.5百萬元，主要歸因於預付款項減少人民幣5.8百萬元，此乃主要由於就莆田生產基地在建工程支付的預付款項因於2025年初還款而減少。該減少被其他應收稅款增加人民幣3.2百萬元所部分抵銷，而其他應收稅款增加主要由增值稅應收款項所致。

截至最後可行日期，於2025年5月31日未償還預付款項及其他應收款項中的人民幣3.9百萬元或34.1%已結清。

**按公平值計入損益的金融資產**

我們按公平值計入損益的金融資產主要指於各年度末投資於宣傳我們品牌的電影項目。下表載列本公司於所示日期按公平值計入損益的金融資產的明細：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 投資推廣本公司品牌的電影項目 | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 |
| 總計 | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 |

我們對電影項目進行投資以宣傳我們的品牌，使我們有權根據我們的投資額及項目的預期回報率收取可變收入。該投資並非純粹支付本金及利息，其按公平值計入損益列賬。於2023財年，由於實際回報與預期回報不符，我們確認公平值虧損人民幣2.4百萬元。因此，我們對推廣品牌的電影項目的投資由2022年12月31日的人民幣4.5百萬元減少至2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日的人民幣2.1百萬元。

***按公平值計量之金融資產的估值***

金融產品及於推廣我們品牌的電影項目之投資並非於活躍市場買賣，其公平值乃採用國際財務報告準則規定之估值方法釐定，以就假設市值作出合理及客觀的估計。於推廣我們品牌的電影項目之投資的估值(於公平值層級中屬第三級)，則基於貼現現金流量法，估計電影投資的公平值。按公平值計入損益之任何公平值變動將不會導致按公平值計入損益之任何未實現收益或虧損的實際現金流入或流出。請參閱本招股章程附錄一會計師報告附註33。

**應收關聯方款項**

於2022年及2023年12月31日以及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們應收關聯方款項分別為人民幣70,000元、人民幣7,000元、人民幣7,000元及人民幣7,000元。該等款項屬非貿易性質、免息及須按要求償還。所有應收關聯方款項將於上市前予以結算。

**貿易及其他應付款項**

下表載列於所示日期貿易及其他應付款項的明細：

| | 於12月31日 | | | 於2025年5月31日 |
|---|---|---|---|---|
| | 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* |
| 貿易應付款項 | 16,034 | 16,879 | 17,794 | 17,155 |
| 應計僱員福利 | 3,865 | 3,855 | 3,682 | 2,620 |
| 其他應付稅項 | 11,564 | 8,603 | 15,784 | 24,303 |
| 按金 | 2,013 | 1,350 | 1,040 | 1,440 |
| 應計發行成本／上市開支 | – | – | 6,374 | 3,244 |
| 其他應計開支 | 407 | 903 | 523 | 268 |
| 應付股息 | 24,348 | – | – | – |
| 購買物業、廠房及設備的應付款項 | 680 | 456 | 1,216 | 1,697 |
| 其他 | 343 | 829 | 832 | 1,121 |
| 其他應付款項之小計 | 43,220 | 15,996 | 29,451 | 34,693 |
| 總計 | 59,254 | 32,875 | 47,245 | 51,848 |

***貿易應付款項***

下表載列我們截至所示日期基於發票日期的貿易應付款項的賬齡分析：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 0至90天 | 10,924 | 15,107 | 11,805 | 10,651 |
| 91至180天 | 3,782 | 635 | 3,842 | 3,352 |
| 181至365天 | 137 | 37 | 880 | 1,678 |
| 365天以上 | 1,191 | 1,100 | 1,267 | 1,474 |
| | 16,034 | 16,879 | 17,794 | 17,155 |

我們的貿易應付款項主要包括我們就生產採購原材料(主要為黃金)應付供應商的結餘。於往績記錄期間，提供予本集團的一般貿易信貸期為90日，而於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，分別有68.1%、89.5%、66.3%及62.1%的貿易應付款項的賬齡在90日內。

於2022年及2023年12月31日，我們的貿易應付款項保持相對穩定，分別為人民幣16.0百萬元及人民幣16.9百萬元。於2024年12月31日，我們的貿易應付款項增加至人民幣17.8百萬元，主要是由於為應付2024財年銷售額增長而增加採購所致。我們的貿易應付款項隨後維持相對穩定，於2025年5月31日為人民幣17.2百萬元。

下表載列於往績記錄期間的平均貿易應付款項週轉天數：

| | 2022財年 | 2023財年 | 2024財年 | 2025年首五個月 |
|---|---|---|---|---|
| 平均貿易應付款項週轉天數*(附註)* | 22 | 18 | 19 | 17 |

*附註：*貿易應付款項週轉天數等於相關年度貿易應付款項的年初及年末結餘的平均值除以相關年度的銷售成本再乘以365天(就2022年、2023年及2024年而言)及151天(就2025年首五個月而言)。

於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，我們的平均貿易應付款項週轉天數分別為22天、18天、19天及17天，並維持在供應商提供的平均信貸期之內。

截至最後可行日期，於2025年5月31日尚未償還的貿易應付款項中的人民幣12.5百萬元或73.0%已悉數結清。董事確認，於往績記錄期間直至最後可行日期，貿易應付款項並無重大拖欠付款。

***其他應付款項***

我們的其他應付款項主要包括應計僱員福利、主要包括增值稅的其他應付稅項、應付股息及購買物業、廠房及設備的應付款項。

我們的其他應付款項其後由2022年12月31日的人民幣43.2百萬元減少至2023年12月31日的人民幣16.0百萬元，主要歸因於我們於2023財年結算的應付股息減少人民幣24.3百萬元所致。於2024年12月31日，我們的其他應付款增加至人民幣29.5百萬元，主要是由於(i)主要因可收回增值稅增加產生的其他應付稅項增加人民幣7.2百萬元；及(ii)於2024財年產生的應計發行成本／上市開支增加人民幣6.4百萬元所致。我們的其他應付款項隨後增加至2025年5月31日的人民幣34.7百萬元，主要歸因於其他應付稅項增加人民幣8.5百萬元，此乃主要由於應付增值稅增加所致。其他應付款項增加已由截至2025年5月31日應計發行成本／上市開支減少人民幣3.1百萬元所部分抵銷。

截至最後可行日期，於2025年5月31日未償還其他應付款項中的人民幣27.9百萬元或80.5%已獲悉數結清。

**合約負債**

合約負債指就我們產品的預收款項。我們的合約負債由2022年12月31日的人民幣1.6百萬元減少至2023年12月31日的人民幣0.6百萬元，主要是由於我們就客戶於2023年年初完成的訂單預收款項所致。我們的合約負債其後於2024年12月31日保持相對穩定，為人民幣0.5百萬元。於2025年5月31日，我們的合約負債增至人民幣0.8百萬元，主要由於若干智能手錶將於2025年5月31日之後交付。

**債務**

下表載列我們於截至所示日期的債務總額明細：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 7月31日 |
| | *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） |
| 銀行借款 | 60,872 | 67,082 | 88,794 | 96,291 | 86,590 |
| 黃金租賃 | 28,324 | 38,847 | 51,643 | 38,440 | 59,854 |
| 租賃負債 | 6,434 | 4,318 | 5,116 | 5,574 | 5,013 |
| 總計 | 95,630 | 110,247 | 145,553 | 140,305 | 151,457 |

**銀行借款**

我們的銀行借款主要包括銀行借款及應付利息。下表載列我們於所示日期借款的明細：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **5月31日** | **7月31日** |
| | *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） |
| 浮動利率銀行貸款 | 60,790 | 67,000 | 88,690 | 95,900 | 86,500 |
| 應付利息 | 82 | 82 | 104 | 391 | 90 |
| 總計 | 60,872 | 67,082 | 88,794 | 96,291 | 86,590 |
| 應償還借款賬面值： | | | | | |
| 一年內 | 60,872 | 67,082 | 61,604 | 62,541 | 54,090 |
| 超過一年但不超過兩年期間 | – | – | 2,500 | 2,500 | 2,500 |
| 超過兩年但不超過五年期間 | – | – | 7,500 | 7,500 | 7,500 |
| 五年以上期間 | – | – | 17,190 | 23,750 | 22,500 |
| | 60,872 | 67,082 | 88,794 | 96,291 | 86,590 |

我們的銀行借款維持相對穩定，於2022年及2023年12月31日分別為人民幣60.9百萬元及人民幣67.1百萬元。我們的銀行借款增加至2024年12月31日的人民幣88.8百萬元及進一步增加至2025年5月31日的人民幣96.3百萬元，主要由於新獲得的長期借款增加。

下表載列我們於所示日期的銀行借款擔保：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 7月31日 |
| | *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） |
| 由李永忠先生及其配偶、李碩先生、胡少華先生、李林茂先生、滙輝管理及深圳市西普金剛石工具有限公司(「**西普金剛石**」)擔保及以滙輝管理的股權以及滙輝管理及李碩先生持有的若干物業作抵押 | 37,000 | 37,000 | 37,000 | 37,000 | 37,000 |
| 由李永忠先生、胡少華先生、李林茂先生、李碩先生及深圳市西普金剛石工具有限公司擔保並以福建西普精密科技有限公司的若干資產作抵押 | – | – | 27,190 | 35,000 | 35,000 |
| 由以下人士擔保： | | | | | |
| －李永忠先生及其配偶、胡少華先生、李林茂先生及李碩先生 | 7,840 | 8,000 | 10,000 | 9,400 | – |
| －李永忠先生及其配偶以及西普金剛石 | 7,450 | 7,500 | – | – | – |
| －李永忠先生 | – | 6,000 | 6,000 | – | – |
| －西普金剛石 | 8,500 | 8,500 | – | – | – |
| －本公司 | – | – | 8,500 | 8,500 | 8,500 |
| －李永忠先生及其配偶、胡少華先生、李林茂先生、李碩先生及福建西普 | – | – | – | 6,000 | 6,000 |
| | 60,790 | 67,000 | 88,690 | 95,900 | 86,500 |

於2025年7月31日，我們有銀行借款：(i)人民幣14.5百萬元為無抵押及有擔保；及(ii)人民幣72.0百萬元為有抵押及有擔保。

董事預期上述擔保將於上市時或之前根據與相關銀行訂立的協議或通過以本集團內部資源償還相關銀行貸款而解除。

於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日，我們借款的每年加權平均實際利率分別為3.67%、3.99%、3.89%及4.01%。於2025年7月31日，我們的未動用銀行融資為人民幣41.7百萬元(包括黃金租賃的未動用銀行融資)，均為已承諾及不受限制。董事確認，截至最後可行日期，我們的任何未償還債務概無重大契諾，且於往績記錄期間及直至最後可行日期，概無違反任何契諾。

於往績記錄期間，董事確認，我們並無在償還銀行借款方面遇到任何延遲或拖欠，亦未在以我們商業上可接受的條款獲取銀行融資方面遇到任何困難。於本招股章程日期，我們並無任何重大外債融資計劃。董事確認，自最後可行日期起直至本招股章程日期，我們的債務並無任何重大變動。

**黃金租賃**

我們主要在中國從事手錶及珠寶及飾品的銷售。黃金市場受全球及地區供求情況影響。黃金價格大幅下跌可能對我們的財務表現造成不利影響。為減低商品價格風險，我們使用黃金租賃以減低黃金產品金價波動的風險。

我們的黃金租賃安排分類為按公平值計入損益的負債。我們在指定期限內向銀行借入黃金，並在合約期內根據開始時的黃金價值及開始時的相關利息按固定利率向銀行支付利息。於到期時，我們有責任向銀行交付相同類型、數量及質量的黃金。我們並無以現金結算債務的選擇。黃金租賃指交付黃金的責任，被分類為按公平值計入損益的負債。

黃金租賃的公平值參考在活躍流通市場交易的黃金市場買入報價釐定，並分類為公平值等級架構的第2級。

倘黃金價格上漲，我們將確認相當於黃金價格較合約價格上漲的虧損，並在很大程度上抵銷黃金產品因黃金價格上漲而增加的營業額。

於2022年、2023年及2024年12月31日，我們按公平值計入損益的黃金租賃分別為人民幣28.3百萬元、人民幣38.8百萬元及人民幣51.6百萬元。黃金租賃增加主要是由於(i)我們借入的黃金重量由2022年12月31日的69.0千克增加至2023年12月31日的81.0千克，並進一步增加至2024年12月31日的84.0千克；及(ii)黃金價格上升所致。於2025年5月31日，我們的黃金租賃減少至人民幣38.4百萬元，主要由於2025年5月31日我們所借入黃金的剩餘重量減少至50.0千克。於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日，黃金租賃的利率分別為4.3%、介乎2.1%至4.3%、介乎2.1%至4.3%以及3.3%。有關我們黃金租賃安排的進一步詳情，請參閱「業務－管理原材料價格波動的措施－取得黃金租賃以管理黃金價格風險」。

於往績記錄期間，我們的黃金租賃以有抵押銀行存款作抵押。

有關黃金租賃的詳情，請參閱本招股章程附錄一所載會計師報告附註30。

於2025年7月31日，我們有黃金租賃人民幣59.9百萬元，其中(i)人民幣29.2百萬元為無抵押並由李永忠先生及其配偶、李碩先生、胡少華先生及李林茂先生擔保；及(ii)人民幣30.7百萬元由李碩先生持有的若干物業及本集團的若干存貨作抵押，並由李永忠先生及其配偶、胡少華先生、李碩先生及其配偶及李林茂先生及其配偶擔保。

**租賃負債**

本集團於整個往績記錄期間已貫徹採納國際財務報告準則第16號。因此，租賃已於本集團綜合財務狀況表以資產(就使用權而言)及金融負債(就付款責任而言)形式確認。我們的租賃負債由2022年12月31日的人民幣6.4百萬元減少至2023年12月31日的人民幣4.3百萬元，主要是由於於往績記錄期間償還租賃負債及部分提前終止租賃。於2024年12月31日，我們的租賃負債其後增至人民幣5.1百萬元，主要由於續訂租約。於2025年5月31日，我們的租賃負債增加至人民幣5.6百萬元，主要由於續租所致。

於2025年7月31日，我們有租賃負債人民幣5.0百萬元，其由租賃按金抵押及無擔保。

**資本開支**

我們的資本開支包括就運營而購買物業、廠房及設備的開支以及添置使用權資產。於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月，本集團產生的資本開支分別為人民幣1.7百萬元、人民幣37.6百萬元、人民幣39.2百萬元及人民幣16.5百萬元。

本集團的預計資本開支將根據我們的業務計劃、市況以及經濟與監管環境的任何未來變動予以修訂。我們設有升級及擴展生產設施的計劃，估計於上市後需要額外的投資成本人民幣109.7百萬元。有關進一步資料，請參閱本招股章程「業務－擴張計劃」及「未來計劃及所得款項用途」。

我們預期主要通過我們自全球發售收取的所得款項淨額、經營活動產生的現金以及借款及票據所得款項為我們的合約承擔及資本開支提供資金。我們相信，該等資金來源將足以為我們未來12個月的合約承擔及資本開支需求提供資金。

## 合約承擔

### 資本承擔

我們的資本承擔主要與股權投資有關。下表載列我們截至所示日期的資本承擔概要：

| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **已訂約但未撥備：** | | | | |
| 物業、廠房及設備 | – | 39,539 | 52,056 | 41,949 |

## 或然負債

於2025年7月31日，我們並無任何重大或然負債。

截至最後可行日期，我們並無任何重大或然負債、擔保，或任何重大、未決或受到威脅的訴訟或索賠。董事已確認，自最後可行日期以來我們的或然負債並無任何重大變動。

除本節所披露者外，於2025年5月31日，本公司及附屬公司(a)並無任何其他已發行或同意發行之借貸資本、銀行透支或其他類似未償還債務，或(b)並無任何租購承擔、擔保或於2025年5月31日尚未償還的其他重大或然負債。

## 物業權益

董事確認，截至最後可行日期，概無任何須根據上市規則第5.01至5.10條的規定予以披露的情況。截至最後可行日期，我們的物業權益並不構成物業活動的一部分，且概無屬於非物業活動的單一物業權益賬面值達到我們資產總值的15%或以上。

## 主要財務比率

下表載列截至各所示日期我們的主要財務比率：

| | 於12月31日／截至該日止年度 | | | 於2025年5月31日／截至該日止年度 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | |
| 毛利率(%)[1] | 19.8 | 24.3 | 27.2 | 31.0 |
| 淨利率(%)[2] | 7.6 | 11.7 | 10.8 | 18.5 |
| 股本回報率(%)[3] | 5.1 | 8.3 | 7.5 | 不適用 |
| 總資產回報率(%)[4] | 3.8 | 6.7 | 5.8 | 不適用 |
| 流動比率(倍)[5] | 3.9 | 4.9 | 4.5 | 4.8 |
| 速動比率(倍)[6] | 0.6 | 0.5 | 0.6 | 0.8 |
| 資產負債比率(%)[7] | 19.9 | 17.5 | 22.1 | 20.0 |

*附註：*

(1) 於有關年度／期間的毛利率按毛利除以收入計算。有關毛利率的更多詳情，請參閱本節「歷史經營業績回顧」一段。

(2) 於有關年度／期間淨利率按年度／期間溢利除以收入計算。有關淨利率的更多詳情，請參閱本節「歷史經營業績回顧」一段。

(3) 於有關年度股本回報率按年度／期間溢利除以各年度末權益總額再乘以100%計算。2025年首五個月的股本回報率未納入比較範圍，原因為我們認為將其與2024財年的比率進行比較並無實際意義。

(4) 總資產回報率以相關年度的溢利除以相關年度末的總資產再乘以100%計算。2025年首五個月的總資產回報率未納入比較範圍，原因為我們認為將其與2024財年的比率進行比較並無實際意義。

(5) 流動比率按截至相關日期的流動資產總值除以截至相關日期的流動負債總額計算。

(6) 速動比率按截至年／期末的流動資產總值減存貨再除以流動負債總額計算。

(7) 資產負債比率按截至年／期末的計息借款總額(包括應付利息)、黃金租賃及租賃負債除以權益總額再乘以100%計算。

**股本回報率**

我們的股本回報率由2022財年的5.1%增至2023財年的8.3%，主要由於2023財年的年內溢利增加，部分被主要因2023財年配售股份導致的總權益增加所抵銷。我們的股本回報率隨後下降至2024財年的7.5%，主要是由於2024財年的年內溢利減少所致。

**總資產回報率**

我們的總資產回報率由2022財年的3.8%增至2023財年的6.7%，主要由於2023財年年內溢利增加，部分被2023財年總資產增加所抵銷。我們的總資產回報率隨後下降至2024財年的5.8%，主要是由於2024財年的年內溢利減少所致。

**流動比率**

我們的流動比率由2022年12月31日的3.9倍增至2023年12月31日的4.9倍，主要由於存貨增加人民幣119.5百萬元。於2024年12月31日及2025年5月31日，我們的流動比率維持相對穩定，分別為4.5倍及4.8倍。

**速動比率**

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，我們的速動比率保持相對穩定，分別為0.6倍、0.5倍、0.6倍及0.8倍。

**資產負債比率**

我們的資產負債比率由2022年12月31日的19.9%隨後下降至2023年12月31日的17.5%，主要由於權益總額增加(主要因2023財年配售股份而增加)，部分被2023年12月31日銀行借款結餘增加所抵銷。於2024年12月31日，我們的資產負債比率增加至22.1%，主要由於於2024年12月31日的銀行借款結餘增加。於2025年5月31日，我們的資產負債比率下降至20.0%，主要由於2025年5月31日權益總額因2025年首五個月的期內溢利累積而增加所致，部分由銀行借款總額增加所抵銷。

**關聯方交易**

就本招股章程附錄一會計師報告所載的關聯方交易而言，董事確認，該等交易乃按一般商業條款或不遜於本集團向獨立第三方提供的條款進行，屬公平合理且符合股東的整體利益。

**有關市場風險的定量及定性披露**

我們面臨(i)市場風險(包括外匯風險及現金流量以及公平值利率風險)；(ii)信貸風險；及(iii)流動資金風險。

有關我們所面臨的風險詳情載於會計師報告附註33，其全文載於本招股章程附錄一。

**資產負債表外安排**

截至最後可行日期，我們並無訂立任何資產負債表外交易。

**可供分派儲備**

於2025年5月31日，我們擁有可供分派儲備人民幣337.2百萬元，相當於本公司截至同日的保留盈利。

**股息**

於往績記錄期間，本公司於2022財年、2023財年、2024財年及2025年首五個月分別宣派股息人民幣24.3百萬元、人民幣24.1百萬元、人民幣20.3百萬元及零。

日後宣派及派付任何股息須由董事會建議及酌情決定。此外，任何財政年度的末期股息將須經股東批准，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的金額。日後宣派或派付任何股息的決定及任何股息的金額取決於多項因素，包括我們的經營業績、財務狀況、附屬公司向我們派付的現金股息及董事會可能認為相關的其他因素。概不保證本公司將能夠按董事會任何計劃所載金額宣派或分派任何股息，或根本不會宣派或分派任何股息。過往的股息分派記錄不可用作釐定本公司日後可能宣派或派付股息水平的參考或基準。

截至最後可行日期，我們並無任何特定股息政策或預定派息率。

## 上市開支

假設發售價為每股發售股份28.3港元(即指示性發售價範圍每股H股27.0港元至29.6港元的中位數),全球發售的估計上市開支總額(包括包銷佣金)為人民幣40.22百萬元(44.60百萬港元)(包括(i)包銷相關開支(包括但不限於佣金及費用)人民幣11.50百萬元(12.75百萬港元);及(ii)非包銷相關開支人民幣28.72百萬元(31.85百萬港元),其中包括(a)支付予法律顧問及申報會計師的費用及開支人民幣24.91百萬元(27.63百萬港元);及(b)其他費用及開支人民幣3.81百萬元(4.23百萬港元)),佔全球發售所得款項總額的14.87%。

於往績記錄期間,我們產生上市開支人民幣17.51百萬元(19.42百萬港元),其中人民幣13.40百萬元(14.86百萬港元)於我們的綜合損益表中扣除,而人民幣4.11百萬元(4.56百萬港元)確認為於2025年5月31日之預付款項(將於上市後自權益扣除)。我們預計將產生約人民幣40.22百萬元(44.60百萬港元)的上市開支,其中人民幣21.90百萬元(24.29百萬港元)預計將於綜合損益表確認為一般行政開支以及約人民幣18.32百萬元(20.32百萬港元)預計將於上市後直接確認為權益扣減。

上述上市開支為最新實際可行估計,僅供參考,實際金額可能與此估計有所不同。

## 上市規則規定的披露

董事確認,截至最後可行日期,概無任何情況導致須根據香港上市規則第13.13條至第13.19條的規定作出披露。

## 未經審核備考經調整綜合有形資產淨值

有關我們未經審核備考經調整綜合有形資產淨值,請參閱附錄二「未經審核備考財務資料」一節。

## 報告期末後事項

詳情請參閱本招股章程「概要－近期發展及無重大不利變動」一節及本招股章程附錄一會計師報告附註38。

## 近期發展及無重大不利變動

於往績記錄期間後，我們的智能可穿戴產品的需求持續增加並已採取戰略措施把握該日益增長的需求。自2025年6月起，我們一直與(其中包括)我們的ODM客戶合作，以開發及銷售配備華為智能機芯的定制智能手錶。值得注意的是，我們與京東集團的一家集團成員公司簽訂了一份框架協議，根據其規格、質量標準和訂單生產配備華為智能機芯的智能手錶。於最後可行日期，我們已從該客戶獲得3,000隻智能手錶的訂單，總代價約為人民幣2.36百萬元。

## 未來計劃

有關我們未來計劃的詳細說明，請參閱「業務－我們的業務策略」。

## 所得款項用途

我們估計我們來自全球發售的所得款項淨額(經扣除包銷費用及我們就全球發售應付的估計開支(「**所得款項淨額**」)，並假設每股發售股份的發售價為28.3港元，即指示性發售價範圍的中位數)合共約為255.38百萬港元。我們當前擬將該等所得款項淨額按下列方式使用：

(i) 約40.28%，或102.87百萬港元(相當於約人民幣92.77百萬元)，將用於進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇。具體而言：

(a) 約32.43%，或82.83百萬港元(相當於約人民幣74.70百萬元)，將用於成立新莆田生產基地。

自2023年起，我們已開始建設新莆田運營綜合體(包括新莆田生產基地及莆田研發中心)。新莆田運營綜合體建於莆田地盤(一幅我們擁有土地使用權的土地)上，規劃地盤面積約12,221.78平方米，鄰近我們現有的莆田生產基地。於最後可行日期，新莆田運營綜合體主要建築工程的質量檢查已完成。

新莆田生產基地由生產廠房及配套設施(如倉儲空間、員工住宿、食堂等)組成，總建築面積為24,302.48平方米。我們計劃於新莆田生產基地分階段設立生產設施。視乎建設新莆田運營綜合體的進度而定，預計新莆田生產基地將於2025年年底前開始投產。

有關建立新莆田生產基地的原因及基礎，以及新莆田生產基地的進一步詳情，請參閱「業務－我們的業務策略－進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇－(i)成立新莆田生產基地－擴張的原因」及「業務－擴張計劃」。

預計建立新莆田生產基地及投入運營的總成本將為人民幣156.46百萬元。於最後可行日期，我們已就新莆田生產基地支出人民幣81.28百萬元，且我們預期自最後可行日期起至緊接上市前當日將就此進一步產生開支人民幣0.28百萬元。因此，預期於成立新莆田生產基地的總成本中，人民幣81.76百萬元於緊接上市前將由我們的內部財務資源撥付。成立新莆田生產基地的餘下估計投資成本人民幣74.70百萬元將由所得款項淨額撥付。我們擬按下文所載金額分配所得款項淨額，以建設新莆田生產基地：

- 約15.39%，或39.31百萬港元(相當於約人民幣35.45百萬元)，將用於新莆田生產基地的裝修工程；

- 約15.52%，或39.64百萬港元(相當於約人民幣35.75百萬元)，將用於購置安裝於新莆田生產基地的生產機器及設備。

  具體而言，由於新莆田生產基地主要專注於生產智能手錶及智能飾品，因此我們計劃就其成立購置一系列先進的生產設備及自動化系統。其中包括：(i)先進的CNC數控加工中心及機械臂，預期可讓我們透過電腦控制的切割、銑削及車削流程，達到精確、優質的零件製造；(ii)雷射切割機、雷射焊接系統及自動鑽孔機等專業設備，我們相信這將使我們能夠生產先進的智能手錶及智能飾品設計所需的誤差極小的複雜零件；(iii)自動螺絲驅動機及組裝線，促進我們智能產品的高效、一致的組裝。為維持高水平的產品品質及可靠性，我們亦將投資於全面的測試及檢驗能力。這包括智能手錶測試系統、純水測試設備、真空測試機及自動壓力測試裝置。整合該等先進的品質控制措施，將使我們能夠提供符合客戶嚴格標準的智能手錶及智能飾品。此外，我們將在新莆田生產基地實施環保生產流程。為此，我們將投資廢氣處理系統、熔爐處理系統以及粉塵回收及過濾設備，以儘量減少生產運作對環境的影響；

- 約1.52%，或3.88百萬港元(相當於約人民幣3.50百萬元)，將用於購置新莆田生產基地所使用的生產及運作軟件以及系統。

  我們計劃實施一套全面的企業軟件及系統，以提高營運效率、加強生產靈活性及優化存貨管理。其中包括：(i)ERP系統，該系統將作為一個中央平台，整合我們的主要業務功能，包括財務、採購、生產、銷售及存貨控制；(ii)MES，預期可讓我們密切監控製造工作流程的每個步驟，從精密部件組裝到嚴格的品質檢查；及(iii)訂單及智能製造管理系統，我們相信這是一個管理整個訂單生命週期(從最初的客戶詢盤到生產計劃及調度)的先進平台。其智能功能(如自動優化生產及設備整合)，預期可讓我們最大限度地縮短交貨時間並提高資源利用率。透過整合MES與我們的智能製造管理系統，我們預期可利用數據分析的力量識別瓶頸、提升流程效率，並持續改善產品質量；

(b) 約7.85%，或20.04百萬港元(相當於約人民幣18.07百萬元)，將用於升級深圳生產基地的生產設施。

有關升級深圳生產基地的生產設施的原因及基礎，請參閱「業務－我們的業務策略－進一步提升我們的產能，以鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶市場的地位，並把握智能手錶及飾品市場的增長機遇 －(ii)升級深圳生產基地的生產設施。

估計升級我們深圳生產基地生產設施的總成本將為人民幣18.07百萬元，擬由所得款項淨額撥付。我們擬按下文所載金額分配所得款項淨額，以升級深圳生產基地的生產設施：

- 約1.30%，或3.33百萬港元(相當於約人民幣3.00百萬元)將用於翻新我們的深圳生產基地；

- 約2.51%，或6.40百萬港元(相當於約人民幣5.77百萬元)，將用於購置安裝於深圳生產基地的新生產機器及設備。

  具體而言，我們擬購買(其中包括)精密CNC數控加工設備，包括CNC數控加工中心、CNC車銑複合機床及精密CNC車床，並安裝機械臂，以提高生產工藝的精度及自動化程度。我們相信，由於深圳生產基地今後將專注於生產傳統手錶，而傳統手錶的生產涉及各種複雜及繁複的工序，需要高度準確性與一致性，因此，硬件升級對我們保持競爭力並鞏固我們在足金貴金屬手錶及鑲足金的鑲貴金屬手錶行業的地位至關重要；及

- 約4.04%，或10.31百萬港元(相當於約人民幣9.30百萬元)，將用於購置與深圳生產基地的升級機器及設備相匹配的生產軟件及系統。

  例如，我們擬購置及實施一套先進的企業軟件及系統，包括升級我們深圳生產基地的ERP、MES、訂單及智能製造管理、倉庫管理、綜合研發及銷售管理系統。預期軟件升級將進一步簡化深圳生產基地的生產及營運流程，優化其運作，從而進一步提升我們的黃金錶殼手錶及黃金錶圈手錶的質量，並使我們實現成本節約；

(ii) 約17.11%，或43.68百萬港元(相當於約人民幣39.39百萬元)，將用於透過於新莆田生產基地建立莆田研發中心加強研發能力以推動業務持續增長。

莆田研發中心位於我們自2023年起於莆田地盤開始興建的新莆田運營綜合體。為免生疑問，莆田研發中心不屬於新莆田生產基地一部分。

莆田研發中心包括傳統手錶實驗室、智能手錶實驗室、金飾設計實驗室、產品測試實驗室及辦公室，總建築面積為2,014平方米。於最後可行日期，由於新莆田運營綜合體的主要建築工程的質量檢查已完成，而莆田研發中心預期於2025年年底前開始營運。

有關建立莆田研發中心的原因及基礎，以及莆田研發中心的進一步詳情，請參閱「業務－我們的業務策略－加強研發能力以推動業務持續增長－擴張的原因」及「業務－擴張計劃」。

預計建立莆田研發中心並投入運營的總成本將為人民幣42.36百萬元。於最後可行日期，我們已動用內部財務資源人民幣2.97百萬元建立莆田研發中心。建立莆田研發中心的餘下估計投資成本人民幣39.39百萬元將由所得款項淨額撥付。我們擬按下文所載金額分配所得款項淨額，以建設莆田研發中心：

- 約1.07%，或2.74百萬港元(相當於約人民幣2.47百萬元)，將用於建設莆田研發中心；

- 約1.81%，或4.62百萬港元(相當於約人民幣4.17百萬元)，將用於莆田研發中心的裝修工程；

- 約6.36%，或16.25百萬港元(相當於約人民幣14.65百萬元)，將用於購置安裝於莆田研發中心的研發設備。

  具體而言，我們擬購置高精密CNC數控加工中心、車床、機械臂、3D打印機、真空鑄造機。我們相信，該等工具將可令我們快速製作原型並精製複雜的手錶部件，使我們能夠迭代新的設計概念。該等CNC設備的高精密度亦有望為我們生產高品質的智能手錶產品及智能飾品奠定基礎。為進一步提升我們的測試能力，我們亦擬投入一系列的專業設備，包括一套全面的計量儀器。預計該等工具將使我們能夠對原型及產品樣品進行嚴格的性能測試，並分析材料的成分及特性。此類以數據為導向的方法將使我們能夠作出知情決策，並優化設計及開發流程；

- 約0.18%，或0.45百萬港元(相當於約人民幣0.41百萬元)，將用於購置安裝於莆田研發中心的研發軟件及系統。

  為支持我們的智能手錶與智能飾品研發工作，我們擬購買並實施研發綜合管理系統。該平台將簡化項目規劃、資源分配及知識管理，促進跨職能團隊之間的無縫協作。將此研發系統與我們位於新莆田生產基地之生產設施的企業級軟件進行整合，預期可加快設計、規格及生產指令的傳輸，確保開發階段至大規模生產的順利過渡；及

- 約7.68%，或19.62百萬港元(相當於約人民幣17.69百萬元)，將用於招聘研發人才及經驗豐富的研發人員，以令莆田研發中心全面投入運作。

  我們擬設立(i)智能手錶研發團隊，當中包括一名研發總監、五名開發工程師、一名結構工程經理及五名結構研發工程師；(ii)智能飾品研發團隊，當中包括一名研發總監、六名開發工程師及六名設計工程師；(iii)智能產品團隊，當中包括一名研發總監、六名開發工程師及六名IoT工程師；(iv)設計團隊，當中包括六名產品設計師及六名工業設計師；及(v)七名研發助理，以協助研發團隊。

  為確保我們能夠吸引高質素及經驗豐富的研發人員加入本集團，並為莆田研發中心的成立作出貢獻，我們擬提供具競爭力的薪酬待遇。於釐定適當的薪酬水平時，我們已進行詳盡的市場研究，並參考職位名稱及預期職責，以及行業招聘網站所公佈之類似職位的薪酬數據。基於我們的分析，該等新招聘研發人員的年薪預計介乎初級職位約人民幣120,000元至管理職位約人民幣350,000元。於成立莆田研發中心期間，該等人員應佔的員工開支總額預計約為每年人民幣13.16百萬元；

(iii) 約33.24%，或84.90百萬港元(相當於約人民幣76.56百萬元)，將用於擴大及優化我們的銷售網絡、加強我們的品牌建設及提升我們的品牌影響力及知名度。我們擬按下文所載金額分配所得款項淨額，以達致此業務策略：

(a) 約8.85%，或22.61百萬港元(相當於約人民幣20.39百萬元)，將用於在中國深圳市及三亞市設立兩個市場推廣展示及體驗中心，為消費者提供身臨其境的品牌體驗，促進直接客戶互動，詳情如下：

- 約9.66百萬港元(相當於約人民幣8.71百萬元)，將用於在體驗中心籌備設立期間以及實驗與試運行階段租用相關物業；
- 約6.65百萬港元(相當於約人民幣6.00百萬元)，將用於製作產品樣品以供在體驗中心展示；
- 約3.77百萬港元(相當於約人民幣3.40百萬元)，將用於體驗中心的設計及裝修工程；及
- 約2.53百萬港元(相當於約人民幣2.28百萬元)，將用於購置體驗中心營運所需的設備，如展示櫃、網絡交換機及伺服器；

(b) 約7.67%，或19.59百萬港元(相當於約人民幣17.67百萬元)，將用於在瀋陽、北京、西安、鄭州、呼和浩特、烏魯木齊、三亞、成都、濟南及哈爾濱等主要城市設立10個官方售後服務網點，詳情如下：

- 約6.37百萬港元(相當於約人民幣5.75百萬元)，將用於在服務網點設立期間以及實驗與試運行階段租賃相關物業；
- 約0.64百萬港元(相當於約人民幣0.58百萬元)，將用於服務網點的設計及裝修工程；

- 約8.59百萬港元(相當於約人民幣7.74百萬元),將用於購置服務網點營運及提供維修及保養或其他售後服務所需的設備,如手錶校準儀器、維修工具、測試儀器、清洗及打磨設備,以及維修工作專用工作台等;

- 約3.99百萬港元(相當於約人民幣3.60百萬元),將用於購置將於服務網點安裝的軟件及系統,如數據庫系統、客戶關係管理(CRM)系統、訂單管理系統、營運管理系統、商業智能(BI)及零售銷售點系統;及

(c) 約16.72%,或42.69百萬港元(相當於約人民幣38.50百萬元),將用於實施一套全面的線下及線上品牌建設措施,以提升我們的市場地位及提高客戶忠誠度,包括:

- 約人民幣7.50百萬元用於實施線下品牌推廣計劃;

- 約人民幣19.50百萬元用於實施數字化品牌推廣計劃;

- 約人民幣1.50百萬元用於實施海外品牌推廣計劃;及

- 約人民幣10.00百萬元,用於在新興社交媒體及╱或電商平台設立旗艦店,並於該等平台開展相關銷售及市場推廣活動。

有關此業務策略項下上述各項措施的原因、依據及進一步詳情,請參閱「業務－我們的業務策略－擴大及優化營銷及服務網絡,提升品牌影響力及知名度」;及

(iv) 約9.37%或23.93百萬港元(相當於約人民幣21.58百萬元),將用作營運資金或一般企業用途。

倘發售價定於指示性發售價範圍的上限，即每股發售股份29.6港元，則所得款項淨額將增加約13.19百萬港元。倘發售價定於指示性發售價範圍的下限，即每股發售股份27.0港元，則所得款項淨額將減少約13.19百萬港元。

倘發售價定於每股發售股份29.6港元(即指示性發售價上限)、每股發售股份27.0港元(即指示性發售價下限)或兩者之間的任何價格，則我們擬按比例將所得款項淨額作上述用途。

倘董事決定大幅度將所得款項擬定用途重新分配於本集團的其他業務計劃及╱或新項目及╱或對上文所述的所得款項用途作出任何重大調整，則我們將會及時作出適當公佈。

倘所得款項淨額毋須即時作以上用途或我們未能落實任何部分擬定的未來發展計劃，則在符合我們最佳利益的情況下，我們僅會將有關資金存放在持牌商業銀行及╱或獲認可的金融機構(定義見證券及期貨條例或其他司法管轄區的適用法律及法規)的短期計息賬戶中。

**獨家整體協調人及獨家全球協調人**

平安證券(香港)有限公司

**香港包銷商**

平安證券(香港)有限公司
中航資信環球資產管理有限公司
盈立證券有限公司
農銀國際證券有限公司
百惠證券有限公司
瑞邦證券有限公司

**包銷安排及開支**

**香港公開發售**

***香港包銷協議***

根據香港包銷協議，本公司按照本招股章程所載的條款及條件並在其規限下提呈發售1,060,000股香港發售股份，以供香港公眾人士認購。

待：

(a) 聯交所上市委員會批准本招股章程所述將內資股轉換為H股及將予發行的H股上市及買賣，且該上市及批准隨後並未撤回；及

(b) 達成香港包銷協議所載若干其他條件(包括但不限於我們與獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)協定發售價)後，

香港包銷商個別而非共同同意根據本招股章程及香港包銷協議所載的條款及條件，認購或促使認購人認購根據香港公開發售提呈發售但未獲認購的香港發售股份。倘我們與獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)基於任何原因而未有協定發售價，則全球發售將不會進行並將告失效。

香港包銷協議須待國際包銷協議簽訂並成為無條件，且並無於上市日期上午八時正或之前終止後，方可作實。

***終止理由***

倘於上市日期上午八時正或之前發生下列任何事件，在獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)向本公司發出書面通知後，香港包銷商須認購或促使認購人認購香港發售股份的責任可立即予以終止：

(a) 獨家整體協調人獲悉：

(i) 任何本招股章程、就香港公開發售而刊發的正式通知、本公司或代表本公司或國際包銷商為或就國際配售而刊發或發佈的任何文件及╱或本公司或代表本公司就全球發售而刊發或使用的任何通知、公告、廣告、通訊或其他文件(包括其任何補充文件或修訂)(統稱「**相關文件**」)所載的任何陳述在任何方面於刊發時屬或變得不實、不確、具有誤導性或欺騙成分，或獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)單獨及全權認為於任何相關文件所載的任何預測、表達的意見、意向或預期整體而言並非公平誠實及基於合理假設而作出；或

(ii) 已發生或發現任何事項，而倘於緊接相關文件各自刊發日期前發生或被發現，則將或可能構成其遺漏；或

(iii) 香港包銷協議或國際包銷協議的任何訂約方違反對其施加或將施加的任何責任(於各情況下對任何包銷商所施加或將施加者除外)；或

(iv) 任何事件、行動或遺漏導致或可能導致本公司、執行董事及控股股東(「**保證人**」)任何一方根據香港包銷協議或國際包銷協議所作出的彌償保證須承擔任何責任；或

(v) 任何本集團成員公司(「**集團公司**」)的資產、負債、整體事務、管理、業務前景、股東權益、利潤、虧損、經營業績、情況或狀況(財務、貿易或其他方面)或表現的任何變動或涉及上述事項的潛在不利變動的發展；或

(vi) 違反保證人各自在香港包銷協議所載條款中作出的任何聲明、保證、協議及承諾或有任何事件或情況令有關聲明、保證、協議及承諾於任何方面屬不實或不確；或

(vii) 於上市日期或之前，聯交所上市委員會就上市及買賣H股作出的批准遭拒絕或不批准，或有所保留(惟受限於慣常條件者除外)，或倘授出批准，該項批准其後遭撤回、有所保留(按慣常條件除外)或扣留；或

(viii) 本公司撤回任何相關文件或全球發售；或

(ix) 任何人士(香港包銷商除外)已撤回或尋求撤回就名列任何相關文件或刊發任何相關文件而發出的同意書；或

(x) 提出有關任何集團公司清盤或清算的呈請或命令，或任何集團公司與其債權人訂立任何債務重整協議或安排或訂立債務償還安排，或通過任何集團公司清盤的任何決議案，或委任臨時清盤人、接管人或管理人接管任何集團公司的全部或部分資產或業務，或發生任何有關任何集團公司的上述類似事件；或

(xi) 任何相關司法權區的機關或政治團體或組織已對本招股章程「董事、監事及高級管理層」一節所載的本集團任何董事、監事及高級管理層成員進行任何調查或採取其他行動，或已宣佈有意對彼等進行任何調查或採取其他行動；或

(xii) 獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)於國際包銷協議訂立時全權認為屬重大的累計投標程序中的部分訂單，或任何基石投資者在與有關基石投資者簽署協議後作出的投資承諾遭撤回、終止或取消，而獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)全權酌情認為此舉會令繼續進行全球發售變得不明智、不適宜或不可行；或

(xiii) 任何集團公司蒙受獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)全權酌情認為屬重大的任何損失或損害(不論原因，亦不論是否就此投購任何保險或可向任何人士提出申索)；或

(b) 下列事件發展、發生、存在或生效：

(i) 屬包銷商合理控制範圍以外的任何地方、國家、地區、國際事件或情況，或一連串事件或情況(包括但不限於任何政府行動或任何法院命令、罷工、災難、危機、停工、火災、爆炸、水災、民眾暴動、戰爭、敵對事件爆發或升級(不論有否宣戰)、天災、恐怖主義活動、宣佈地方、地區、國家或國際進入緊急狀態、暴亂、群眾騷亂、經濟制裁、爆發疾病、大流行或流行病(包括但不限於COVID-19(及該相關/ 變異形式)、嚴重急性呼吸系統綜合症、禽流感(H5N1)、豬流感(H1N1)、中東呼吸綜合症、冠狀病毒(或該相關或變異形式)或交通中斷或延誤)；或

(ii) 出現涉及任何地方、地區、國家、國際、金融、經濟、政治、軍事、工業、財政、法律監管、貨幣、信貸或市場狀況(包括但不限於股票及債券市場、貨幣及外匯市場、銀行間市場及信貸市場的狀況)的任何變動或涉及上述任何事件的潛在變動發展，或可能導致出現上述任何事件的任何變動或涉及上述任何事件的潛在變動發展的任何事件或情況或一連串事件或情況；或

(iii) 聯交所、紐約證券交易所、倫敦證券交易所、納斯達克全球市場、上海證券交易所、深圳證券交易所及東京證券交易所中任何一間交易所的證券買賣全面中斷、暫停或受限制(包括但不限於施加或規定任何最低或最高價格限制或價格範圍)；或

(iv) 任何政府當局的任何新法例、規則、法規、條例、規例、指引、意見、通知、通函、命令、判決、法令或裁決(「**法例**」)或現有法例的任何變動或涉及潛在變動的發展或任何事件或情況或一連串事件或情況而可能導致任何法院或其他主管當局對任何現有法例的詮釋或應用出現任何變動或涉及潛在變動的發展，在各情況下，處於或影響香港、中國或與任何集團公司或全球發售相關的任何其他司法權區(「**特定司法權區**」)；或

(v) 處於或影響任何特定司法權區的商業銀行活動全面停止，或商業銀行活動、外匯買賣或證券交收或結算服務或程序或事宜遭受任何中斷；或

(vi) 任何特定司法權區對本集團任何成員公司或其各自董事、監事、高級管理人員、法定代表或現有股東實施任何形式的經濟制裁(不論直接或間接)；或

(vii) 處於或影響任何特定司法權區或影響發售股份投資的稅務或外匯管制(或實施任何外匯管制)、貨幣匯率或外商投資法例(包括但不限於香港貨幣價值與美國貨幣價值掛鈎的制度的任何變動或港元或人民幣兑任何外幣的匯率出現任何重大波動)的變動或涉及潛在變動的發展；或

(viii) 本招股章程「風險因素」一節所載任何風險的任何變動或涉及潛在變動的發展或該等風險成為現實且有關風險的實現將合理構成對全球發售的重大不利影響；或

(ix) 任何第三方提出任何威脅或針對任何集團公司或任何保證人的任何訴訟或申索且倘有關訴訟或申索獲得成功，將對全球發售構成重大不利影響；或

(x) 本招股章程「董事、監事及高級管理層」一節所載任何本公司董事、監事及高級管理層成員被控以可公訴罪行或依法例被禁止或因其他理由失去資格參與公司管理；或

(xi) 本公司董事會主席離職；或

(xii) 任何政府、監管或政治團體或組織展開或宣佈有意採取任何針對董事(以其身份)的任何訴訟、檢控、執法行動、紀律處分、行政處分或任何其他可能造成重大不利影響的行動；或

(xiii) 任何集團公司或任何董事違反上市規則、公司條例或適用於全球發售的任何其他法例；或

(xiv) 無論出於任何原因禁止本公司根據全球發售的條款配發、發行或出售發售股份；或

(xv) 本招股章程及其他相關文件所披露的事宜或全球發售的任何方面不符合上市規則或適用於全球發售的任何其他法例；或

(xvi) 本公司根據公司(清盤及雜項條文)條例、上市規則或聯交所及／或證監會的任何規定或要求發行或須發行對本招股章程及／或任何其他相關文件的補充文件或修訂；或

(xvii) 任何債權人提出有效付款要求，表示須於其訂明到期日前償還或支付任何集團公司的任何債項或任何集團公司須承擔的任何債項，而獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)合理認為此舉將會對本集團造成重大不利影響，

而各自於各情況或整體情況下，按獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)單獨及全權認為：

(a) 已經、正在、將會、可能或可預期對本公司或本集團或任何集團公司資產、負債、業務、一般事務、管理、股東權益、溢利、虧損、經營業績、財務、貿易或其他情況或狀況、前景或風險或對任何本公司現有或準股東(按其股東身份)造成重大不利影響；或

(b) 已經、將會、可能或可預期對全球發售能否順利進行、其適銷性或定價或香港公開發售申請水平或國際配售踴躍程度造成重大不利影響；或

(c) 導致、將會導致或可能導致履行、實行或按預期進行香港包銷協議或全球發售的任何部分或推銷全球發售成為不明智、不適宜或不可行或以其他方式導致上述事項中斷或延後進行；或

(d) 已經、將會或可能導致香港包銷協議的任何部分(包括包銷)未能根據其條款履行或阻礙根據全球發售或有關包銷處理申請及╱或付款。

**根據上市規則向聯交所作出的承諾**

***本公司的承諾***

我們已向聯交所承諾，自上市日期起計六個月內，我們將不會進一步發行任何股份或可轉換為股本證券的證券(不論是否屬已上市的類別)，亦不會訂立任何協議以發行任何該等股份或證券(無論該等股份自上市日期起計六個月內是否完成發行)，惟於上市規則第10.08條訂明的若干情況除外。

***控股股東的承諾***

根據上市規則第10.07條，各控股股東已向我們及聯交所承諾，除根據全球發售外，其不會：

(a) 自於本招股章程內披露其於本公司的持股量的參考日期起至上市日期起計滿六個月當日止期間內，出售或訂立任何協議以出售本招股章程所示由其實益擁有的任何證券，或以其他方式就有關證券設定任何購股權、權利、權益或產權負擔(「**相關股份**」)；或

(b) 自上文(a)段所述期間屆滿當日起計的另外六個月期間，出售或訂立任何協議以出售任何相關股份，或以其他方式就相關股份設定任何購股權、權利、權益或產權負擔，倘緊隨有關出售、行使或執行有關購股權、權利、權益或產權負擔後，其將不再為本公司的控股股東(定義見上市規則)。

各控股股東已向我們及聯交所進一步承諾，自於本招股章程內披露其於本公司的持股量的參考日期起至上市日期起計滿12個月當日止期間內，其會：

(a) 於其根據上市規則第10.07(2)條附註(2)向認可機構質押或押記其實益擁有的任何本公司證券時，立即以書面方式告知我們有關質押或押記，連同已質押或押記的證券數目；及

(b) 於其接獲承押人或承押記人口頭或書面指示，由其實益擁有的任何已質押或押記的證券將予出售時，立即以書面方式告知我們有關指示。

我們接獲任何控股股東告知上文(a)及(b)段所述事項後，亦會儘快知會聯交所，並遵守上市規則當時的規定於可行情況下儘快以根據上市規則第2.07C條刊發公告的方式披露有關事項。

**向香港包銷商作出的承諾**

***本公司的承諾***

本公司已向獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人及香港包銷商各自承諾，除根據全球發售外，於香港包銷協議日期起至上市日期後滿六個月當日(包括該日)止期間(「**首六個月期間**」)，未經獨家保薦人及獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)的事先書面同意，且除非符合上市規則的規定，否則本公司不會並將促使各其他集團公司不會：

(a) 對任何H股或本公司其他證券或該等其他集團公司的任何股份或其他證券(如適用)或上述的任何權益(包括但不限於可轉換為或可交換為或可行使或代表有權收取任何H股或該等其他集團公司的任何股份(如適用)的任何證券，或可購買任何H股或該等其他集團公司的任何股份(如適用)的任何其他認股權證或其他權利)，直接或間接、有條件或無條件地配發、發行、出售、接受認購、要約配發、發行或出售、訂約或同意配發、發行或出售、按揭、押記、質押、出讓、借出、授出或出售任何購股權、認股權證、合約或權利以認購或購買、授出或購買任何購股權、認股權證、合約或權利以配發、發行或出售，或以其他方式轉讓或處置或就此設定任何質押、押記、留置權、按揭、購股權、限制、優先認購權、衡平權、變賣權、押貨預支、保留所有權、擔保權益、申索、優先購買權、股權、第三方權利或與以上所述性質類似的

權益或權利或其他產權負擔或任何種類的擔保權益或具有類似效果的其他優先安排(包括但不限於保留安排)(「**產權負擔**」),或同意轉讓或處置或增設產權負擔的任何H股或本公司其他證券或該等其他集團公司的任何股份或其他證券(倘適用),或就發行存託憑證向託管商託管H股或本公司其他證券或該等其他集團公司的任何股份或其他證券(如適用);或購回任何H股或本公司其他證券或該等其他集團公司的任何股份或其他證券(如適用);或

(b) 訂立任何掉期或其他安排,以向他人轉讓任何H股或本公司其他證券或該等其他集團公司的任何股份或其他證券(如適用)或上述任何一項的任何權益(包括但不限於可轉換為、可交換為、可行使或代表有權收取任何H股或本公司其他證券或該等其他集團公司的任何股份或其他證券(如適用)的任何證券,或可購買任何H股或本公司其他證券或該等其他集團公司的任何股份或其他證券(如適用)的任何認股權證或其他權利)所有權的全部或部分經濟後果;或

(c) 訂立與上文(a)或(b)所述任何交易具相同經濟效果的任何交易;或

(d) 要約、同意或宣佈有意進行上文(a)、(b)或(c)所述任何交易,

於各情況下,不論上文(a)、(b)、(c)或(d)所述任何交易是否將以交付H股或本公司其他證券或任何其他集團公司的任何股份或其他證券(如適用),或以現金或其他方式進行交收(不論該等H股、其他股份或證券是否將於首六個月期間完成發行)。

本公司亦承諾其將不會並將促使各其他集團公司不會訂立任何上文(a)、(b)或(c)所述的任何交易,亦不會要約、同意或宣佈有意進行任何有關交易,致使任何控股股東於緊隨首六個月期間屆滿後的六個月期間(「**第二個六個月期間**」)不再為本公司的控股股東(定義見上市規則)。

倘本公司於第二個六個月期間訂立上文(a)、(b)或(c)所述的任何交易或要約、同意或宣佈有意進行任何有關交易,本公司將採取所有合理措施以確保其將不會導致任何H股或本公司其他證券出現混亂或虛假市場。

***控股股東的承諾***

各控股股東已共同及個別向本公司、獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人及其他香港包銷商承諾，除根據全球發售及遵守上市規則第10.07(3)條的規定外，未經獨家保薦人及獨家整體協調人(為其本身及代表其他香港包銷商)事先書面同意：

(a) 於首六個月期間內任何時間，其不會並將促使相關登記持有人、代其持有信託的任何代名人或受託人及其控制公司(統稱「**受控制實體**」)不會：

(i) 對其直接或間接透過其受控制實體實益擁有的任何H股或本公司其他證券(「**相關證券**」)或其中任何權益(包括但不限於可轉換為、可交換為、可行使或代表有權收取任何H股的任何證券，或可購買任何H股的任何認股權證或其他權利)直接或間接、有條件或無條件地配發、發行、出售、要約配發、發行、出售、訂約或協議配發、發行、出售、按揭、押記、質押、擔保、借出、授出或出售任何購股權、認股權證、合約或權利以配發、發行、出售或以其他方式轉讓或處置或就此設定產權負擔，或同意轉讓或處置上述任何股份或其他證券或就此設定產權負擔，或就發行存託憑證向託管商託管任何相關證券；或

(ii) 訂立任何掉期或其他安排以向他人轉讓相關證券所有權的任何全部或部分經濟後果；或

(iii) 訂立或進行與上文(i)或(ii)分段所述任何交易具相同經濟效益的任何交易；或

(iv) 要約、同意或宣佈有意訂立或進行上文(i)、(ii)或(iii)分段所述任何交易，

於各情況下，不論(i)、(ii)、(iii)或(iv)分段所述的任何前述交易是否將以交付H股或本公司任何其他證券或以現金或其他方式交收(不論該等H股或其他證券是否將於首六個月期間完成發行)；

(b) 於第二個六個月期間任何時間，其不會並將促使受控制實體不會訂立上文(a)(i)、(ii)或(iii)所述任何交易，亦不會要約、同意或宣佈有意訂立任何有關交易，以致於緊隨按照有關交易的任何出售、轉讓、處置、行使或強制執行任何購股權、權利、權益或產權負擔後，其將不再為本公司「控股股東」(定義見上市規則)或會連同其他控股股東不再為本公司「控股股東」(定義見上市規則)；

(c) 於第二個六個月期間，倘其訂立上文(a)(i)、(ii)或(iii)指定的任何交易，或要約、同意或宣佈有意進行任何有關交易，其將採取所有合理措施以確保其將不會導致任何H股或本公司其他證券出現混亂或虛假市場；及

(d) 其將並將促使有關登記持有人及其他受控制實體會就其或登記持有人及／或其他受控制實體出售、轉讓或處置任何H股或本公司其他證券遵守上市規則全部限制及規定。

各控股股東已向本公司、聯交所、獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人及其他香港包銷商各自進一步承諾，自於本招股章程內披露其於本公司的持股量的參考日期起至上市日期起計滿十二個月當日止期間內，其會：

(i) 在其根據上市規則第10.07(2)條附註2向認可機構質押或押記任何證券或相關證券的權益時，立即以書面方式告知本公司、獨家保薦人及獨家整體協調人有關質押或押記連同已質押或押記的證券數目及權益性質；及

(ii) 於接獲承押人或承押記人口頭或書面指示，任何已質押或押記的證券或於本公司證券的權益將予出售、轉讓或處置時，立即以書面方式告知本公司、獨家保薦人及獨家整體協調人有關指示。

**包銷商於本集團的權益**

除香港包銷協議及國際包銷協議項下的相關責任或本招股章程另有披露者外，截至最後可行日期，包銷商概無於我們的任何股份或證券或本集團任何其他成員公司的任何股份或證券中直接或間接擁有權益，亦無可認購或提名他人認購我們的任何股份或證券或本集團任何其他成員公司的任何股份或證券的任何權利或購股權(不論可否合法強制執行)。

於全球發售完成後，包銷商及其聯屬公司可能會因履行其各自於香港包銷協議及國際包銷協議項下的責任而持有若干部分H股。

**獨家保薦人的獨立性**

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。

**國際配售**

***國際配售***

就國際配售而言，本公司預期將於定價日與(其中包括)國際包銷商訂立國際包銷協議。根據國際包銷協議，國際包銷商將在若干條件規限下個別而非共同同意購買國際配售股份或促使買家購買根據國際配售初步提呈發售的國際配售股份。有關詳情，請見「全球發售的架構及條件－國際配售」。

**佣金及費用總額**

參與全球發售的銀團成員(包括所有包銷商)將收取發售股份總發售價3.25%的包銷佣金(「**固定費用**」)。此外，我們可酌情向獨家全球協調人支付額外獎勵費，其最高為發售股份總發售價的1.0%(「**酌情費用**」)。假設酌情費用悉數支付，固定費用與酌情費用的比率因而約為46.3:53.7。

基於發售價28.3港元(即發售價所述範圍27.0港元至29.6港元的中位數)，估計佣金總額及估計開支連同聯交所上市費、證監會交易徵費、會財局交易徵費、聯交所交易費、法律及其他專業費用、印刷及有關全球發售的其他費用及開支總額合共為44.60百萬港元，須由我們支付。

**彌償保證**

我們已承諾就獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人及香港包銷商(為其本身及以信託形式代其董事、高級職員、僱員、代理、受讓人及聯屬人士)各自可能遭受的若干損失(包括因彼等履行香港包銷協議項下的責任以及我們及任何保證人違反香港包銷協議而引致的虧損)提供彌償保證，並應要求提供彌償(按除税後基準)，以免彼等蒙受損失。

**發售股份限制**

本公司並無採取任何行動，以准許在香港以外地區公開發售發售股份或在香港以外的任何司法權區派發本招股章程。因此，在向任何人士作出要約或邀請即屬違法的任何司法權區或任何其他情況下，本招股章程不得用作亦不構成要約或邀請。

## 全球發售

本招股章程乃就香港公開發售作為全球發售的一部分而刊發。全球發售包括：

- 如下文「香港公開發售」一段所述於香港初步提呈發售1,060,000股發售股份(可按下文所述重新分配)的香港公開發售；及
- 依據S規例以離岸交易方式在美國境外(包括在香港向預計對發售股份有大量需求的專業、機構及公司投資者以及其他投資者)初步提呈發售9,540,000股發售股份(可予重新分配)的國際配售。

投資者可：

- 根據香港公開發售申請香港發售股份；或
- 根據國際配售申請或表明有意申請認購國際配售股份，

但不可同時作出兩項申請。

緊隨全球發售完成後，全球發售中10,600,000股發售股份將佔經擴大股本的約18.0%。

有關申請、申請股款或申請程序的提述僅與香港公開發售有關。

## 香港公開發售

### 初步提呈發售的發售股份數目

我們初步提呈發售1,060,000股發售股份(佔全球發售項下初步可供認購發售股份總數的10%)，以供香港公眾人士認購。香港公開發售項下提呈發售的發售股份數目將佔緊隨全球發售完成後經擴大已發行股本的約1.8%，惟可於國際配售與香港公開發售之間發售股份予以重新分配。

香港公開發售可供香港公眾人士以及機構及專業投資者參與。專業投資者一般包括日常業務涉及買賣股份及其他證券的經紀、交易商、公司(包括基金經理)以及定期投資股份及其他證券的公司實體。

香港公開發售須待下文「全球發售的條件」所載條件獲達成後，方告完成。

**分配**

根據香港公開發售向投資者分配香港發售股份將基於所接獲香港公開發售項下的有效申請程度而定。分配基準可能因申請人有效申請的香港發售股份數目而有所不同。我們可在必要時以抽籤方式分配香港發售股份，即表示部分申請人獲分配的香港發售股份可能多於其他申請相同數目香港發售股份的申請人，而未中籤的申請人可能不獲分配任何香港發售股份。

僅就分配而言，香港公開發售項下可供認購的發售股份總數將平均分為兩組：

- ***甲組：***甲組的香港發售股份將按公平基準分配至申請總認購價(不包括應付經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費)為5百萬港元或以下的香港發售股份申請人；及

- ***乙組：***乙組的香港發售股份將按公平基準分配至申請總認購價(不包括應付經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費)超過5百萬港元且最多達乙組價值的香港發售股份申請人。

投資者謹請注意，甲組及乙組申請的分配比例可能不同。倘其中一組(而非兩組)的香港發售股份認購不足，則剩餘香港發售股份將轉撥至另一組以滿足另一組的需求，並作出相應分配。僅就本分節而言，香港發售股份的「認購價」指申請時應付的價格(不論最終釐定的發售價)。申請人僅可從甲組或乙組(而非兩組)獲分配香港發售股份。香港公開發售項下的重複或疑屬重複申請及超過530,000股香港發售股份的任何申請將不獲受理。

**重新分配**

在香港公開發售與國際配售中提呈發售的發售股份，在若干情況下，可由獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)酌情於該兩項發售之間重新分配。除須遵守下文所述之分配上限外，獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)可酌情將國際配售中的發售股份重新分配至香港公開發售，以滿足香港公開發售項下的有效申請。此外，倘香港公開發售未獲悉數認購，獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)有權(但無任何義務)酌情將全部或任何未獲認購的香港發售股份，按其認為合適的數額，重新分配至國際配售。

在每種情況下，重新分配至香港公開發售的額外發售股份將在甲組及乙組之間進行分配，而分配至國際配售的發售股份數目將相應減少，具體分配方式由獨家整體協調人酌情釐定。倘若在下列情況下進行國際配售與香港公開發售之間的發售股份重新分配：(a)國際配售股份已獲悉數認購或超額認購，且香港發售股份亦已獲悉數認購或超額認購(不論倍數)；或(b)國際配售股份認購不足，且香港發售股份已獲悉數認購或超額認購(不論倍數)，則最多可將530,000股發售股份自國際配售重新分配至香港公開發售，以使香港公開發售項下可供認購的發售股份總數增加至最多1,590,000股發售股份，相當於全球發售初始可供認購的發售股份數目之15%且最終發售價須根據新上市申請人指南第4.14章釐定為指示性價格範圍的下限(即每股發售股份27.00港元)。倘國際配售股份已獲悉數認購或超額認購，而香港發售股份認購不足，則不會將任何發售股份自國際配售重新分配至香港公開發售，亦不會向香港公開發售超額分配H股。

由於發售股份初始分配至香港公開發售與國際配售乃按照新上市申請人指南第4.14章第2段所載的機制B，以及上市規則第18項應用指引第4.2(b)段的規定進行，因此毋需設立強制性回撥或重新分配機制，以將香港公開發售項下的發售股份數目提高至全球發售項下發售股份總數的某個特定百分比。

有關在香港公開發售與國際配售之間進行任何重新分配發售股份的詳情，將於全球發售的結果公告中披露，該公告預期將於2025年9月26日(星期五)刊發。

倘國際配售股份及香港發售股份均認購不足，則全球發售將不會進行，除非包銷商同意按本招股章程及包銷協議所載條款及條件認購或促使認購人認購全球發售項下未獲認購的提呈發售的發售股份(按其各自適用的比例)。

**申請**

香港公開發售的每名申請人將須於其遞交的申請中作出承諾及確認，申請人及為其利益提出申請的任何人士並無申請或認購或表示有意申請或認購，亦不會申請或認購或表示有意申請或認購國際配售項下的任何國際配售股份，倘上述承諾及／或確認遭違反及／或屬不實(視情況而定)或申請人根據國際配售已獲或將獲配售或分配國際配售股份，則有關申請人的申請將不獲受理。

香港公開發售的申請人可能須於申請時(視乎申請渠道而定)繳付每股發售股份最高價格29.6港元，另加每股發售股份的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，即每手100股股份合共2,989.85港元。倘按下文「定價及分配」一段所述方式於定價日最終釐定的發售價低於每股發售股份最高價格29.6港元，本公司將不計利息向成功申請人(視乎申請渠道而定)退還適當款項(包括多繳申請股款應佔的經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費)。有關進一步詳情，見「如何申請香港發售股份」。

**國際配售**

**初步提呈發售的發售股份數目**

我們將根據國際配售初步提呈發售9,540,000股發售股份以供認購，佔全球發售項下發售股份的90%。國際配售項下提呈發售的發售股份數目將佔緊隨全球發售完成後經擴大已發行股本的約16.2%，惟可根據上述國際配售與香港公開發售之間發售股份進行重新分配。

**分配**

國際配售股份將依據S規例以離岸交易方式在香港及美國境外的其他司法權區，向預計對發售股份有大量需求的經選定專業、機構及公司投資者及其他投資者有條件提呈發售。專業投資者一般包括日常業務涉及買賣股份及其他證券的經紀、交易商、公司(包括基金經理)以及定期投資股份及其他證券的公司實體。有意專業、機構及其他投資者將須註明擬按不同價格或特定價格購入的國際配售項下國際配售股份的數目。該過程稱為「累計投標」，其預期將持續至定價日。

根據國際配售分配國際配售股份將由獨家整體協調人基於多項因素決定，該等因素包括需求數目及時間、有關投資者於有關行業的投資資產或股本資產總規模，以及預期有關投資者在上市後可能增購及／或持有或出售其H股。有關分配旨在為國際配售股份的分配建立穩固的專業及機構股東基礎，以使本公司及股東整體受惠。

獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)可要求在國際配售中獲提呈發售股份並在香港公開發售中作出申請的任何投資者，向獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)提供足夠資料，以便其能夠識別香港公開發售中提出的相關申請，並確保該等投資者被排除在國際配售項下任何香港發售股份申請以外。

**重新分配**

根據國際配售將予發行或出售的發售股份總數或會因重新分配原本納入香港公開發售的任何未獲認購發售股份而有所變動。有關更多詳情亦請參閱「－香港公開發售－重新分配」。

**定價及分配**

本公司與獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)預期於定價日(即確定市場對發售股份需求之日)釐定發售價及簽訂協議。預期定價日將於2025年9月25日(星期四)或前後，惟無論如何不得遲於2025年9月25日(星期四)，而各項發售項下將予分配的發售股份數目其後將於短時間內釐定。

除非另有公佈，否則如下文進一步所述，發售價將不超過每股發售股份29.6港元，並預期將不會低於每股發售股份27.0港元。倘　閣下申請香港公開發售項下的發售股份，可能須於申請時(視乎申請渠道而定)支付最高價格每股發售股份29.6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，即每手100股H股股份合共2,989.85港元。

倘按下文所述方式最終釐定的發售價低於29.6港元，我們將退還相關差額(包括多繳申請股款相應的經紀佣金、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費)。我們不會就任何退還款項支付利息。有關詳情，見「如何申請香港發售股份」。

國際包銷商將徵求準投資者購入國際配售中發售股份的意向。準專業及機構投資者須指明擬以不同價格或特定價格認購的國際配售中發售股份數目。此程序稱為「累計投標」，預期將持續至遞交香港公開發售申請截止日期或大約該日期為止。

**調減指示性發售價範圍及／或發售股份數目**

獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)可於其認為合適的情況下，基於準專業、機構及其他投資者於累計投標過程中的踴躍程度，並經本公司同意後，於遞交香港公開發售申請截止日期當日上午之前，調減發售股份數目及／或調低發售價範圍至低於本招股章程所述者。在該情況下，我們將於作出有關調減決定後，在切實可行的情況下儘快及無論如何不遲於遞交香港公開發售申請截止日期當日上午，促使於我們的網站**www.hipine.com**及聯交所網站**www.hkexnews.hk**刊發調減通知。於刊發該通知後，經修訂的發售股份數目及／或指示性發售價範圍將為最終且不可推翻，而發售價(倘經獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)與本公司協定)須定於該經修訂的發售價範圍內。本公司亦將於決定作出有關變動後在切實可行的情況下盡快刊發補充招股章程，向投資者更新根據全球發售提呈發售的發售股份數目及／或發售價的變動。全球發售必須首先取消，隨後根據補充招股章程或新招股章程在FINI平台重新啟動。倘並無任何有關公告或補充招股章程或新招股章程，發售股份數目將不會調減及／或發售價(倘獲獨家整體協調人(為其本身及代表包銷商)與本公司協定)無論如何將不會超出本招股章程中所述的發售價範圍。

申請人於提交香港發售股份申請前，應注意有關調減發售股份數目及／或調低發售價範圍的任何公告可能於遞交香港公開發售申請截止日期當日方會刊發。有關通告亦會確認或修訂(如適用)營運資金報表、現載於本招股章程「概要」的全球發售統計數據及可能會因有關調減而改變的任何其他財務資料。

如無刊發任何有關通知，則本公司與獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)協定的發售價將無論如何不會定於本招股章程所述發售價範圍之外。

倘　閣下於遞交香港公開發售申請截止日期前已提交香港發售股份申請，則　閣下於其後不得撤回申請。然而，倘調減發售股份數目及／或調低發售價範圍，申請人將獲知會彼等須確認其申請。倘申請人獲知會後並無根據所知會的程序確認彼等的申請，則所有未經確認的申請將被視為撤回。

於調減發售股份數目的情況下，獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)可酌情重新分配將於香港公開發售及國際配售中提呈發售的發售股份數目，前提是香港公開發售包括的發售股份數目不得低於全球發售項下可供認購發售股份總數的10%。

預期最終發售價、國際配售的踴躍程度、香港公開發售項下發售股份的配發基準及香港公開發售項下獲接納申請人的身份證明文件號碼將以本招股章程「如何申請香港發售股份－B.公佈結果」所述的方式在多種渠道公佈。

**全球發售的條件**

發售股份的所有申請須待以下條件達成後，方獲接納：

- 上市委員會批准本招股章程所述將內資股轉換為H股及將予發行的H股上市及買賣；
- 本公司與獨家整體協調人(代表其他包銷商)已協定發售價；
- 大約於定價日簽立及交付國際包銷協議；及

- 香港包銷商於香港包銷協議項下的責任及國際包銷商於國際包銷協議項下的責任成為無條件，且並無根據各自協議的條款予以終止，

於各情況下均須於香港包銷協議及╱或國際包銷協議指定的日期及時間或之前(視情況而定)(除非該等條件於有關日期及時間或之前獲有效豁免)，且無論如何不遲於2025年10月19日(星期日)即本招股章程日期後第30日達成。

倘本公司與獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)因任何理由而未能於2025年9月25日(星期四)中午十二時正前協定發售價，則全球發售將不會進行並將告失效。

香港公開發售及國際配售各自須待(其中包括)其他發售互為無條件且並無根據其相關條款終止，方告完成。倘上述條件未能於指定日期及時間前獲達成或豁免，則全球發售將告失效，並會即時知會聯交所。本公司將在失效後當日或翌日在我們的網站**www.hipine.com**及聯交所網站**www.hkexnews.hk**刊發香港公開發售失效的通告。在該情況下，所有申請股款將按本招股章程「如何申請香港發售股份－D.寄發╱領取H股股票及退回申請股款」所載條款不計利息予以退還。同時，所有申請股款將存放在收款銀行或根據香港法例第155章《銀行業條例》獲發牌的香港其他銀行的獨立銀行賬戶內。

**包銷協議**

待(其中包括)本公司與獨家整體協調人(為其本身及代表其他包銷商)於定價日協定發售價後，香港公開發售由香港包銷商根據香港包銷協議的條款悉數包銷。

我們預期將於或大約於定價日就國際配售訂立國際包銷協議。

包銷安排、香港包銷協議及國際包銷協議的若干條款於本招股章程「包銷」一節概述。

**買賣安排**

假設香港公開發售於2025年9月29日(星期一)上午八時正或之前在香港成為無條件，則預期H股將於2025年9月29日(星期一)上午九時正開始在聯交所買賣。

H股將以每手100股H股進行買賣。

**致香港發售股份投資者的重要通知**

**全電子化申請程序**

**我們已就香港公開發售採用全電子化申請程序，申請流程如下。**

**本招股章程可於聯交所網站www.hkexnews.hk「披露易>新上市>新上市資料」頁面及我們的網站www.hipine.com查閱。倘若　閣下需要本招股章程印刷本，　閣下可從上述網址下載並打印。**

本招股章程內容與按照公司(清盤及雜項條文)條例第342C條向香港公司註冊處處長註冊的招股章程內容相同。

## A. 申請香港發售股份

### 1. 可提出申請的人士

如　閣下或　閣下為其利益提出申請的人士符合以下條件，　閣下可申請認購香港發售股份：

- 年滿18歲；及
- 擁有香港地址(*僅適用於**網上白表**服務*)。

除上市規則容許或聯交所已向我們授予豁免及╱或同意者外，如　閣下或　閣下為其利益提出申請的人士屬以下人士，則　閣下不可申請認購任何香港發售股份：

- 現有股東或緊密聯繫人；或
- 董事或監事或其任何緊密聯繫人。

### 2. 申請渠道

香港公開發售將於香港時間2025年9月19日(星期五)上午九時正開始，並於2025年9月24日(星期三)中午十二時正截止。

閣下可通過以下其中一種申請渠道申請認購香港發售股份：

| 申請渠道 | 平台 | 目標投資者 | 申請時間 |
|---|---|---|---|
| **網上白表服務** | **www.hkeipo.hk** | 擬收取實物H股股票的投資者。成功申請認購的香港發售股份將以 閣下的名義配發及發行。 | 自香港時間2025年9月19日(星期五)上午九時正至2025年9月24日(星期三)上午十一時三十分。<br><br>繳付全數申請股款的截止時間將為香港時間2025年9月24日(星期三)中午十二時正。 |
| **香港結算EIPO渠道** | 閣下的經紀或託管商(須為香港結算參與者)將根據 閣下的指示通過香港結算的FINI系統代表 閣下提交EIPO申請 | 不擬收取實物H股股票的投資者。成功申請認購的香港發售股份將以香港結算代理人的名義配發及發行，並直接存入中央結算系統及記存於 閣下所指定香港結算參與者的股份戶口。 | 聯絡 閣下的經紀或託管商，查詢發出有關指示的開始及截止時間(經紀或託管商要求的時間可能各異)。 |

**網上白表**服務與**香港結算EIPO渠道**均存在能力限制及可能出現服務中斷， 閣下宜避免待到申請截止日期方提出申請認購香港發售股份。

倘　閣下通過**網上白表**服務提出申請，一旦　閣下就本身或為　閣下利益而通過**網上白表**服務發出的任何認購指示完成付款，以申請認購香港發售股份，則將被視為已作出實際申請。倘　閣下屬為其利益發出**電子認購指示**的人士，則　閣下將被視為已聲明僅為　閣下利益發出一套**電子認購指示**。倘　閣下為另一人士的代理，則　閣下將被視為已聲明　閣下僅為所代理人士的利益發出一套**電子認購指示**，以及　閣下已獲正式授權以代理身份發出該等指示。

為免生疑問，根據**網上白表**服務發出多於一次認購指示及取得不同付款參考編號，但並無就特定參考編號全數付款，將不會構成實際申請。

倘　閣下通過**網上白表**服務提出申請，　閣下即被視為已授權**網上白表**服務供應商根據本招股章程的條款及條件(經**網上白表**服務的條款及條件補充及修訂)提出申請。

閣下一經指示經紀或託管商通過**香港結算EIPO渠道**代表　閣下申請認購香港發售股份，　閣下(倘屬聯名申請人，則各申請人共同及個別)即被視為已指示及授權香港結算促使香港結算代理人(以有關香港結算參與者代理人的身份行事)代表　閣下申請認購香港發售股份，以及代表　閣下作出本招股章程及其任何補充文件所述的全部事項。

倘通過**香港結算EIPO渠道**提出申請，　閣下就本身或為　閣下利益向香港結算發出任何認購指示(於此情況下，將由香港結算代理人代表　閣下提出申請)，即視作已提出實際申請，前提為於香港公開發售截止時間前，有關認購指示並無被撤回或以其他方式失效。

香港結算代理人將僅作為　閣下的代名人行事，香港結算及香港結算代理人均毋須就香港結算或香港結算代理人為代表　閣下申請認購香港發售股份而採取的任何行動或就違反本招股章程任何條款及條件的情況而對　閣下或任何其他人士負責。

**3. 申請所需資料**

閣下申請時必須提供以下資料：

**個人申請人**

- 閣下身份證明文件所示全名*(附註2)*
- 身份證明文件的簽發國家或司法權區
- 身份證明文件類型，優先次序如下：
  - i. 香港身份證；或
  - ii. 國民身份證明文件；或
  - iii. 護照；及
- 身份證明文件號碼

**公司申請人**

- 閣下身份證明文件所示全名*(附註2)*
- 身份證明文件的簽發國家或司法權區
- 身份證明文件類型，優先次序如下：
  - i. 法律實體識別編碼登記文件；或
  - ii. 公司註冊證書；或
  - iii. 商業登記證；或
  - iv. 其他同等文件；及
- 身份證明文件號碼

*附註：*

1. 倘 閣下通過**網上白表**服務提出申請， 閣下須提供有效的電郵地址、聯絡電話號碼及香港地址。 閣下亦須聲明 閣下提供的身份資料符合下文附註2所述規定。尤其是， 閣下倘無法提供香港身份證號碼，則必須確認 閣下並非香港身份證持有人。聯名申請人數不得超過四人。如 閣下為公司，申請人必須以個別成員的名義申請。

2. 申請人須使用其身份證明文件上所示的全名提交申請，姓氏、名字、中間名及其他名稱(如有)須按身份證明文件所示的相同順序輸入。倘申請人的身份證明文件包含中英文姓名／名稱，則兩者皆須使用。否則，以英文或中文姓名／名稱提出申請均會獲接納。申請人必須嚴格遵循身份證明文件類型的優先次序：個人申請人如擁有有效香港身份證(包括香港居民及香港永久性居民)，必須在申請認購公開發售股份時使用香港身份證號碼；同樣，公司申請人如擁有法律實體識別編碼證書，則須使用法律實體識別編碼。

3. 倘申請人為受託人，將須提供如上所述受託人的客戶識別信息(「**客戶識別信息**」)。倘申請人為投資基金(即集體投資計劃)，則須如上所述提供已向經紀開設交易賬戶的資產管理公司或個別基金(如適用)的客戶識別信息。

4. 根據市場慣例，FINI聯名賬戶持有人的人數上限為4人。

5. 倘以代名人身份提出申請， 閣下須提供每名實益擁有人或(如屬聯名實益擁有人)每名聯名實益擁有人的：(i)身份證明文件所示全名、身份證明文件的簽發國家或司法權區、身份證明文件類型；及(ii)身份證明文件號碼。如未能填妥此項資料，有關申請將視作為 閣下的利益提出。

6. 倘 閣下以非上市公司身份提出申請，而(i)該公司主要從事證券交易業務；及(ii) 閣下對該公司行使法定控制權，則該申請將視作為 閣下的利益提出，且 閣下應就 閣下的申請提供上述所需資料。

「非上市公司」指其股本證券並未在聯交所或任何其他證券交易所上市的公司。

「法定控制權」指 閣下：

- 控制該公司董事會的組成；
- 控制該公司過半數投票權；或
- 持有該公司過半數已發行股本(不計及無權參與超逾指定金額的溢利或資本分派的任何部分股本)。

就通過**香港結算EIPO渠道**提出申請，並根據授權書提出申請的人士而言，我們及獨家整體協調人(作為我們的代理)可酌情考慮是否在我們認為合適的任何條件下(包括出示受權人的授權文件)接受申請。

若無法提供任何所需資料， 閣下的申請可能被拒絕受理。

**4. 許可申請認購的香港發售股份數目**

**每手買賣單位** : 100

**許可申請認購的香港發售股份數目及於申請／成功配發時應繳的款項** : 香港發售股份僅可以指定的每手買賣單位申請。請參照與下表內各指定每手買賣單位相關的應繳款項。

最高發售價為每股H股29.6港元。

倘　閣下通過**香港結算EIPO渠道**提出申請，　閣下須根據　閣下的經紀或託管商指定的金額為　閣下的申請預繳基於香港適用法例及規例釐定的款項。

閣下一經指示經紀或託管商通過**香港結算EIPO渠道**代表　閣下申請香港發售股份，　閣下(倘屬聯名申請人，則各申請人共同及個別)即被視為已指示及授權香港結算促使香港結算代理人(以有關香港結算參與者代理人的身份行事)安排支付最終發售價、經紀佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費，方法為從經紀或託管商在指定銀行的相關代理人銀行賬戶扣款。

倘　閣下通過**網上白表**服務提出申請，　閣下可參照下表，了解就所選定香港發售股份數目應付的金額。　閣下於申請認購香港發售股份時須全數支付該申請的相關最高應付金額。

| 申請的香港發售股份數目 | 申請／獲成功配發時應付最高金額(2)<br>*港元* | 申請的香港發售股份數目 | 申請／獲成功配發時應付最高金額(2)<br>*港元* | 申請的香港發售股份數目 | 申請／獲成功配發時應付最高金額(2)<br>*港元* | 申請的香港發售股份數目 | 申請／獲成功配發時應付最高金額(2)<br>*港元* |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 100 | 2,989.85 | 1,500 | 44,847.78 | 8,000 | 239,188.13 | 90,000 | 2,690,866.45 |
| 200 | 5,979.70 | 2,000 | 59,797.03 | 9,000 | 269,086.64 | 100,000 | 2,989,851.60 |
| 300 | 8,969.55 | 2,500 | 74,746.29 | 10,000 | 298,985.15 | 200,000 | 5,979,703.20 |
| 400 | 11,959.41 | 3,000 | 89,695.55 | 20,000 | 597,970.32 | 300,000 | 8,969,554.80 |
| 500 | 14,949.26 | 3,500 | 104,644.81 | 30,000 | 896,955.48 | 400,000 | 11,959,406.40 |
| 600 | 17,939.11 | 4,000 | 119,594.07 | 40,000 | 1,195,940.65 | 530,000(1) | 15,846,213.48 |
| 700 | 20,928.96 | 4,500 | 134,543.33 | 50,000 | 1,494,925.80 | | |
| 800 | 23,918.82 | 5,000 | 149,492.58 | 60,000 | 1,793,910.95 | | |
| 900 | 26,908.67 | 6,000 | 179,391.10 | 70,000 | 2,092,896.12 | | |
| 1,000 | 29,898.51 | 7,000 | 209,289.61 | 80,000 | 2,391,881.28 | | |

(1) 閣下可申請認購的香港發售股份最高數目，此為初步提呈發售的香港發售股份的50%。

(2) 應繳金額已包括經紀佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費。倘 閣下的申請獲接納，經紀佣金將支付予交易所參與者(定義見上市規則)或**網上白表**服務供應商(適用於透過**網上白表**服務的申請渠道提出的申請)，而證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費將分別支付予證監會、聯交所及會財局。

## 5. 禁止重複申請

閣下或 閣下的聯名申請人不得為 閣下本身的利益提交超過一項申請，除非 閣下為代名人及根據本節「－A.申請香港發售股份－3.申請所需資料」一段的要求於申請時提供相關投資者的資料。倘 閣下疑屬提交或促使提交超過一項申請，則 閣下的所有申請均將被拒絕受理。

禁止通過(i)**網上白表**服務、(ii)**香港結算EIPO渠道**或(iii)兩個渠道同時重複申請，否則申請將被拒絕受理。倘 閣下通過**網上白表**服務或**香港結算EIPO渠道**提出申請， 閣下或 閣下為其利益提出申請的人士不得申請全球發售的任何發售股份。

H股證券登記處將所有申請記錄至其系統，並根據由證券登記公司總會有限公司刊發的《處理重複／疑屬重複申請的最佳應用指引》(「**最佳應用指引**」)識別姓名／名稱及身份證明文件號碼相同的疑屬重複申請。

由於申請受個人資料收集聲明規限，所示身份證明文件號碼予以編纂。

**6. 申請的條款及條件**

一經通過**網上白表**服務或**香港結算EIPO渠道**申請認購香港發售股份，即表示　閣下(或(視情況而定)香港結算代理人將代表　閣下處理以下事宜)：

(i) 承諾簽立所有相關文件並指示及授權我們及／或獨家整體協調人(作為我們的代理)為　閣下簽立任何文件並代表　閣下處理一切必要事宜，以便按照公司章程的規定以　閣下名義或以香港結算代理人名義登記　閣下獲分配的任何香港發售股份，以及(倘　閣下通過**香港結算EIPO渠道**提出申請)將獲配發的香港發售股份直接存入中央結算系統，以代表　閣下記存於　閣下的指定香港結算參與者股份戶口；

(ii) 確認　閣下已閱讀及了解本招股章程及**網上白表**服務指定網站(或(視情況而定)　閣下與經紀或託管商訂立的協議)所載條款及條件以及申請程序，並同意受其約束；

(iii) (倘　閣下通過**香港結算EIPO渠道**申請)同意　閣下的經紀或託管商與香港結算訂立的參與者協議項下的安排、承諾及保證，並遵守香港結算一般規則及香港結算運作程序規則，以就申請認購香港發售股份發出認購指示；

(iv) 確認　閣下知悉本招股章程所載有關發售及股份銷售的限制，及該等限制不適用於　閣下或　閣下為其利益提出申請的人士；

(v) 確認　閣下已閱讀本招股章程及其任何補充文件，且提出申請時(或(視情況而定)促使提出　閣下的申請時)僅依賴當中所載資料及陳述，而不會依賴任何其他資料或陳述；

(vi) 同意獨家保薦人、獨家整體協調人、獨家全球協調人、聯席賬簿管理人、聯席牽頭經辦人、資本市場中介人、包銷商、彼等或本公司各自的任何董事、高級職員、僱員、合夥人、代理、顧問及參與全球發售的任何其他各方(統稱「**有關人士**」)、H股證券登記處及香港結算均毋須對並非載於本招股章程及其任何補充文件的任何資料及陳述負責；

(vii) 同意就本節「－G.個人資料－3.目的及4.轉交個人資料」一段所述的目的，向我們、有關人士、H股證券登記處、香港結算、香港結算代理人、聯交所、證監會及任何其他法定監管機關或政府部門或法例、規則或規例規定的其他機構披露　閣下的申請及　閣下的個人資料以及任何其他可能被要求提供有關　閣下及　閣下為其利益提出申請的人士的個人資料的詳情；

(viii) 同意(在不影響　閣下可能擁有的任何其他權利下，　閣下的申請(或(視情況而定)由香港結算代理人提出的申請)一經接納，即)　閣下不會因無意的失實陳述而撤銷申請；

(ix) 同意在公司(清盤及雜項條文)條例第44A(6)條的規限下，由　閣下或香港結算代理人代表　閣下提出的任何申請一經接納，即不可撤銷，而申請獲接納與否將以H股證券登記處按本節「－B.公佈結果」一段所訂明的時間及方式透過公佈結果告知抽籤結果作為憑證；

(x) 確認　閣下知悉本節「－C.閣下不獲分配香港發售股份的情況」一段所指明的情況；

(xi) 同意　閣下的申請或香港結算代理人的申請、任何對申請的接納及因此訂立的合約將受香港法例規管及據此詮釋；

(xii) 同意遵守公司條例、公司(清盤及雜項條文)條例、公司章程以及香港境外任何地區適用於　閣下申請的法例，且我們及有關人士不會因接納　閣下的購買要約或　閣下在本招股章程所載條款及條件下的權利及責任所引致的任何行動，而違反香港境內及／或境外地區的任何法例；

(xiii) 確認(a) 閣下的申請或香港結算代理人代表 閣下提出的申請並非由本公司、本公司或其任何附屬公司的任何董事、最高行政人員、主要股東或現有股東或彼等各自的任何緊密聯繫人直接或間接提供資金；及(b) 閣下並非慣常或不會慣常就以 閣下名義登記或由 閣下以其他方式持有的H股的收購、出售、投票或其他處置而自本公司、本公司或其任何附屬公司的任何董事、最高行政人員、主要股東或現有股東或彼等各自的任何緊密聯繫人接受指示；

(xiv) 保證 閣下提供的資料屬真實及準確；

(xv) 確認 閣下明白我們及獨家整體協調人將依賴 閣下的聲明及陳述決定是否向 閣下分配任何香港發售股份， 閣下如作出虛假聲明，可能會被檢控；

(xvi) 同意接納所申請數目或根據申請分配予 閣下但數目較少的香港發售股份；

(xvii) 聲明及陳述此為 閣下為 閣下本身或 閣下為其利益提出申請的人士所提出及擬提出的唯一申請；

(xviii) (倘申請為 閣下本身的利益提出)保證 閣下並無亦不會通過直接或間接向香港結算發出**電子認購指示**或通過**網上白表**服務的申請渠道或由任何人士作為 閣下的代理或由任何其他人士為 閣下的利益提出其他申請；及

(xix) (倘 閣下作為代理為另一人士的利益提出申請)保證(1) 閣下作為代理或為該人士利益或該人士或任何其他作為該人士代理的人士不曾亦不會向香港結算及**網上白表**服務供應商發出**電子認購指示**提出其他申請及(2) 閣下獲正式授權作為該其他人士的代理代為發出**電子認購指示**。

## B. 公佈結果

### 分配結果

閣下可透過以下渠道查詢是否獲成功分配任何香港發售股份：

| 平台 | | 日期／時間 |
|---|---|---|
| 通過**網上白表**服務或**香港結算EIPO渠道**申請： | | |
| 網站 | 透過**www.hkeipo.hk/IPOResult**的「配發結果」頁面（或**www.tricor.com.hk/ipo/result**）使用「身份識別號碼搜尋」功能查閱 | 於香港時間2025年9月26日（星期五）下午十一時正至2025年10月2日（星期四）午夜十二時正，全日24小時 |
| | 載有（其中包括）(i)使用**網上白表**服務及**香港結算EIPO渠道**的全部或部分獲接納申請人，及(ii)有條件配發予該等申請人的香港發售股份數目的完整名單，將在**www.hkeipo.hk/IPOResult**或**www.tricor.com.hk/ipo/result**展示。 | |
| | 聯交所網站**www.hkexnews.hk**及我們的網站**www.hipine.com**將提供上述H股證券登記處網站的連結。 | 不遲於香港時間2025年9月26日（星期五）下午十一時正。 |
| 電話 | 由H股證券登記處提供的分配結果電話查詢熱線+852 3691 8488 | 由香港時間2025年9月29日（星期一）至2025年10月3日（星期五）期間任何營業日的上午九時正至下午六時正 |

倘　閣下透過**香港結算EIPO渠道**提出申請，　閣下亦可由香港時間2025年9月25日(星期四)下午六時正起向　閣下的經紀或託管商查詢。

香港結算參與者於2025年9月25日(星期四)下午六時正起全日24小時均可登入FINI查看配發結果，如有任何資料不符，須在切實可行的情況下儘快知會香港結算。

**分配公告**

我們預期不遲於香港時間2025年9月26日(星期五)下午十一時正於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及我們的網站**www.hipine.com**公佈最終發售價、全球發售踴躍程度、香港公開發售的申請認購水平及香港發售股份的分配基準。

## C. 閣下不獲分配香港發售股份的情況

閣下須注意，在下列情況，　閣下或　閣下為其利益提出申請的人士將不獲分配香港發售股份：

### 1. 倘　閣下的申請遭撤回：

閣下的申請或香港結算代理人代表　閣下提出的申請可根據公司(清盤及雜項條文)條例第44A(6)條撤回。

### 2. 倘我們或我們的代理行使酌情權拒絕　閣下的申請：

我們、獨家整體協調人、H股證券登記處及彼等各自的代理以及代名人可全權酌情拒絕或接納任何申請，或僅接納任何部分的申請，而毋須就此提供任何理由。

**3. 倘香港發售股份的分配作廢：**

倘聯交所並無在下列期間內批准H股上市，香港發售股份的分配即告作廢：

- 截止辦理申請登記日期起計三個星期內；或
- 倘聯交所在截止辦理申請登記日期後三個星期內知會我們延長有關期間，則最多在截止辦理申請登記日期後六個星期的較長期間內。

**4. 倘：**

- 閣下提出重複或疑屬重複申請。 閣下可參閱本節「－A.申請香港發售股份－5.禁止重複申請」一段以了解有關構成重複申請的情況；
- 閣下的申請指示並不完整；
- 閣下並無妥為付款(或確認資金(視情況而定))；
- 任何一份包銷協議並無成為無條件或被終止；
- 我們或獨家整體協調人相信接納 閣下的申請將導致我們或其違反適用的證券法或其他法例、規則或規例。

**5. 倘配發H股的股款結算失敗：**

根據香港結算參與者與香港結算協定的安排，香港結算參與者須於抽籤進行前已在其指定銀行中存款以預留充足的申請資金。香港發售股份抽籤後，收款銀行將從香港結算參與者的指定銀行收取用於結算每名香港結算參與者實際獲配發的香港發售股份所需的部分資金。

**有股款結算失敗風險。**在發生代表 閣下結算配發股份股款的香港結算參與者(或其指定銀行)結算股款失敗的極端情況下,香港結算將聯絡失責香港結算參與者及其指定銀行確定結算失敗的原因,並要求該失責香港結算參與者糾正或促使糾正結算失敗的問題。

然而,倘有關結算責任確定未能履行,受影響的香港發售股份將重新分配至全球發售。視乎結算失敗的程度而定, 閣下透過經紀或託管商申請的香港發售股份可能會受影響。在極端情況下, 閣下會因該香港結算參與者結算股款失敗而不獲分配任何香港發售股份。 閣下如因股款結算失敗而不獲分配香港發售股份,我們、有關人士、H股證券登記處及香港結算現時或日後概不承擔任何責任。

**D. 寄發╱領取H股股票及退回申請股款**

閣下將就香港公開發售中獲配發的全部香港發售股份獲發一張H股股票(惟透過**香港結算EIPO渠道**提出的申請所獲發的H股股票則如下文所述存入中央結算系統)。

概不會就H股發出臨時所有權文件,亦不會就申請時繳付的款項發出收據。

在全球發售已成為無條件以及「包銷」一節所述的終止權利未獲行使的情況下,H股股票方會於香港時間2025年9月29日(星期一)上午八時正生效。投資者如在獲發H股股票前或H股股票成為有效憑證前買賣H股,須自行承擔一切風險。

我們保留權利在申請股款結算前保留任何H股股票及(如適用)任何多收申請股款。

下表載列相關程序及時間：

| | 網上白表服務 | 香港結算EIPO渠道 |
|---|---|---|
| **寄發／領取H股股票** | | |
| **申請認購500,000股或以上香港發售股份** | 親臨H股證券登記處卓佳證券登記有限公司(地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓)領取 | H股股票將以香港結算代理人的名義發出，存入中央結算系統，並記存於　閣下的指定香港結算參與者股份戶口 |
| | **時間：**香港時間2025年9月29日(星期一)上午九時正至下午一時正 | 閣下毋須採取任何行動 |
| | 如　閣下為個人申請人，　閣下不得授權任何其他人士代為領取。如　閣下為公司申請人，　閣下的授權代表須攜同蓋上法團印章的法團授權書領取。 | |
| | 個人及授權代表均須於領取時出示H股證券登記處接納的身份證明文件。 | |
| | *附註：*倘　閣下並無在上述時間內親身領取H股股票，有關股票將以普通郵遞方式寄往　閣下申請指示指定的地址，郵誤風險由　閣下自行承擔 | |
| **申請認購500,000股以下香港發售股份** | H股股票將以普通郵遞方式寄往　閣下申請指示指定的地址，郵誤風險由　閣下自行承擔 | |
| | **日期：**2025年9月26日(星期五) | |

| | 網上白表服務 | 香港結算EIPO渠道 |
|---|---|---|
| **閣下多繳申請股款的退款機制** | | |
| **日期** | 2025年9月29日(星期一) | 視乎 閣下與 閣下經紀或託管商之間的安排而定 |
| **負責人士** | H股證券登記處 | 閣下的經紀或託管商 |
| **透過單一銀行賬戶繳付申請股款** | 向 閣下的指定銀行賬戶發出**網上白表**電子自動退款指示 | 閣下的經紀或託管商將根據安排向 閣下的指定銀行賬戶退款 |
| **透過多個銀行賬戶繳付 閣下與其協定的申請股款** | 退款支票將以普通郵遞方式寄往 閣下申請指示指定的地址，郵誤風險由 閣下自行承擔 | |

## E. 惡劣天氣下的安排

### 開始及截止辦理申請登記

倘以下信號於2025年9月24日(星期三)上午九時正至中午十二時正期間任何時間在香港生效：

- 八號或以上熱帶氣旋警告信號；
- 黑色暴雨警告信號；及／或
- 極端情況(統稱「**惡劣天氣信號**」)，

則不會於2025年9月24日(星期三)開始或截止辦理申請登記。

有關認購申請將改為於下一個營業日上午十一時四十五分至中午十二時正開始辦理登記及／或於中午十二時正截止辦理登記，而該營業日在上午九時正至中午十二時正期間並無**惡劣**天氣信號生效。

有意投資者務請注意，延遲開始／截止辦理認購申請登記可能會令上市日期有所延誤。如本招股章程「預期時間表」一節所述的日期有任何變更，我們會於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及我們的網站**www.hipine.com**刊發有關經修訂時間表的公告。

倘**惡劣**天氣信號於2025年9月26日(星期五)懸掛，H股證券登記處會作出適當的安排，將H股股票交付至中央結算系統證券存管處的服務櫃檯，以使股票於2025年9月29日(星期一)可供買賣。

倘**惡劣**天氣信號於2025年9月26日(星期五)懸掛，就認購500,000股以下香港發售股份的申請而言，實體H股股票將於惡劣天氣信號除下或取消後(例如2025年9月26日(星期五)下午或2025年9月29日(星期一)當日)且郵政服務恢復後以普通郵遞方式寄出。

倘**惡劣**天氣信號於2025年9月29日(星期一)懸掛，就認購500,000股或以上香港發售股份的申請而言， 閣下可於**惡劣**天氣信號除下或取消後(例如2025年9月29日(星期一)下午或2025年9月30日(星期二)當日)親臨H股證券登記處的辦事處領取實體H股股票。

**有意投資者務請注意，倘選擇收取以本身名義發出的實物H股股票，收到H股股票的時間或會延遲。**

## F. H股獲准納入中央結算系統

倘聯交所批准H股於聯交所上市及買賣，且我們符合香港結算的股份收納規定，H股將獲香港結算接納為合資格證券，可自H股開始買賣日期或香港結算選擇的任何其他日期起於中央結算系統內寄存、結算及交收。交易所參與者之間的交易須於任何交易日後第二個結算日在中央結算系統內進行交收。

在中央結算系統進行的所有活動均須遵守不時生效的香港結算一般規則及香港結算運作程序規則。

我們已作出一切必要安排，以使H股獲納入中央結算系統。由於該等交收安排可能影響 閣下的權利及權益，故 閣下應就該等安排的詳情徵詢經紀或其他專業顧問的意見。

## G. 個人資料

以下個人資料收集聲明適用於本公司、H股證券登記處、收款銀行及有關人士所收集及持有有關　閣下的任何個人資料，如同其適用於有關香港結算代理人以外申請人的個人資料一樣。此項個人資料可包括客戶識別編碼及　閣下的身份資料。一經向香港結算發出認購指示，即表示確認　閣下已閱讀、明白及同意以下個人資料收集聲明的所有條款。

### 1. 個人資料收集聲明

此項個人資料收集聲明知會香港發售股份的申請人及持有人有關本公司及H股證券登記處有關個人資料及香港法例第486章《個人資料(私隱)條例》方面的政策及慣例。

### 2. 收集　閣下個人資料的原因

香港發售股份申請人及登記持有人以本身名義申請認購香港發售股份或受讓或轉讓香港發售股份或尋求H股證券登記處的服務時，必須確保其向本公司或其代理及H股證券登記處提供的個人資料屬準確及最新。

未能提供所要求的資料或提供不準確的資料可能導致　閣下申請認購香港發售股份被拒或延遲，或導致本公司或H股證券登記處無法落實轉讓或以其他方式提供服務。此舉亦可能妨礙或延遲登記或轉讓　閣下已成功申請的香港發售股份及／或寄發　閣下應得的H股股票。

香港發售股份申請人及持有人所提供的個人資料如有任何錯誤，須立即知會本公司及H股證券登記處。

**3. 目的**

閣下的個人資料可以任何方式使用、持有、處理及／或保存，以作下列目的：

- 處理　閣下的申請及退款支票及**網上白表**電子自動退款指示(如適用)、核實是否符合本招股章程所載的條款及申請程序以及公佈香港發售股份的分配結果；
- 遵守香港及其他地區的適用法例及規例；
- 以H股持有人(包括香港結算代理人(如適用))的名義登記新發行股份或受讓或轉讓股份；
- 存置或更新本公司股東名冊；
- 核實H股申請人及持有人的身份以及辨識任何重複的H股申請；
- 便利香港發售股份抽籤程序；
- 確定H股持有人的受益權利，例如股息、供股、紅股發行等；
- 分發本公司及其附屬公司的通訊；
- 編製H股持有人的統計資料及概況；
- 披露有關資料以便提出權利索償；及
- 與上述有關的任何其他附帶或相關目的及／或使本公司及H股證券登記處能履行對H股申請人及持有人及／或監管機構承擔的責任及／或H股申請人及持有人可能不時同意的任何其他目的。

**4. 轉交個人資料**

本公司及H股證券登記處所持有與香港發售股份申請人及持有人有關的個人資料將會保密，但本公司及H股證券登記處可在為達到上述任何目的之必要情況下，向下列任何人士披露、獲取或轉交(無論在香港境內或境外)個人資料：

- 本公司委任的代理，例如財務顧問、收款銀行及海外證券登記總處；
- 香港結算或香港結算代理人，彼等將會於各情況下就根據其規則或程序提供服務或設施或執行其職能以及操作FINI及中央結算系統(包括香港發售股份申請人要求將有關股份存入中央結算系統)之目的，而使用個人資料及將之轉交H股證券登記處；
- 向本公司或H股證券登記處提供與其各自業務營運有關的行政、電訊、電腦、付款或其他服務的任何代理、承包商或第三方服務供應商；
- 聯交所、證監會及任何其他法定監管機關或政府部門或法例、規則或規例所規定的其他機構(包括就聯交所執行上市規則及證監會執行其法定職能之目的)；及
- 香港發售股份持有人與其進行或擬進行交易的任何人士或機構，例如其銀行、律師、會計師或經紀等。

**5. 個人資料的保留**

本公司及H股證券登記處將按收集個人資料所需的用途保留香港發售股份申請人及持有人的個人資料。毋須保留的個人資料將會根據香港法例第486章《個人資料(私隱)條例》銷毀或處理。

**6. 查閱及更正個人資料**

香港發售股份申請人及持有人有權確定本公司或H股證券登記處是否持有其個人資料，並有權索取該資料的副本及更正任何不準確資料。本公司及H股證券登記處有權就處理有關要求收取合理費用。所有查閱資料或更正資料的要求應按本招股章程「公司資料」一節所披露或不時通知的本公司及H股證券登記處註冊地址，收件人為公司秘書或H股證券登記處的私隱事務合規主任。

*以下為本公司之申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(香港執業會計師)發出之報告全文(列載於第I-1頁至I-68頁),以供載入本招股章程內。*

Deloitte. 德勤

**致深圳西普尼精密科技股份有限公司董事及中國平安資本(香港)有限公司有關歷史財務資料的會計師報告**

**緒言**

本所(以下簡稱「我們」)就第I-4頁至I-68頁所載的深圳西普尼精密科技股份有限公司(前稱深圳穿金戴銀科技股份有限公司)(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的歷史財務資料出具報告,該等財務資料包括於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日 貴集團的綜合財務狀況表、2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日 貴公司的財務狀況表,以及截至2022年、2023年及2024年12月31日止三個年度各年及截至2025年5月31日止五個月(「往績記錄期間」)的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表,以及重大會計政策資料及其他解釋資料(統稱為「歷史財務資料」)。第I-4頁至I-68頁所載的歷史財務資料構成本報告的一部分,乃供載入 貴公司日期為2025年9月19日有關 貴公司H股於香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板首次上市而編製的招股章程(「招股章程」)內。

**董事就歷史財務資料須承擔的責任**

貴公司的董事須負責根據歷史財務資料附註3所載的編製基準編製真實而公允的歷史財務資料,並對其認為為使歷史財務資料的編製不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所需的內部控制負責。

**申報會計師的責任**

我們的責任乃就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」)頒佈的香港投資通函呈報委聘準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具之會計師報告」開展工作。該準則規定我們須遵守道德準則並計劃及開展工作，以就歷史財務資料是否不存在重大錯誤陳述作出合理保證。

我們的工作涉及執行程序以獲取與歷史財務資料金額及披露事項有關的憑證。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤導致歷史財務資料出現重大錯誤陳述的風險。於作出該等風險評估時，申報會計師考慮與實體根據歷史財務資料附註3所載編製基準編製真實而公允的歷史財務資料相關的內部控制，以設計於有關情況屬適當的程序，但目的並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價　貴公司董事所採用的會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體列報方式。

我們相信，我們所獲得的憑證能充足及適當地為我們的意見提供基礎。

**意見**

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註3所載編製基準真實而公允地反映　貴集團於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日的財務狀況、　貴公司於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日的財務狀況及　貴集團於往績記錄期間的財務表現及現金流量。

**審閱期末比較財務資料**

我們已審閱 貴集團的期末比較財務資料，當中包括截至2024年5月31日止五個月的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表以及其他說明資料(「期末比較財務資料」)。 貴公司董事負責根據歷史財務資料附註3所載編製基礎編製期末比較財務資料。我們的責任為根據我們的審閱所得對期末比較財務資料發表結論。我們根據香港會計師公會頒佈的香港審閱委聘準則第2410號「由實體獨立核數師執行之中期財務資料審閱」進行我們的審閱工作。審閱包括進行詢問，主要為向負責財務及會計事宜的人員詢問，亦包括應用分析及其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據香港審計準則進行的審計為小，因此我們無法保證我們能察覺所有可能在審計中識別的重大事項。因此，我們不會發表審計意見。根據我們的審閱，我們並無發現任何事情致使我們相信，就會計師報告而言，期末比較財務資料在所有重大方面並無按照歷史財務資料附註3所載編製基礎編製。

**根據聯交所證券上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例須呈報事項**

***調整***

於編製歷史財務資料時，概無對第I-4頁界定的相關財務報表作出調整。

***股息***

我們提述歷史財務資料附註14，當中載有有關 貴公司於往績記錄期間宣派及派付股息的資料。

**德勤•關黃陳方會計師行**
*執業會計師*
香港
2025年9月19日

**貴集團歷史財務資料**

**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。

歷史財務資料以 貴集團於往績記錄期間之綜合財務報表為基準，且有關綜合財務報表已根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的國際財務報告準則會計準則編製，並經我們根據國際審計與鑒證準則理事會發佈的國際審計準則審核(「相關財務報表」)。

歷史財務資料以人民幣(「人民幣」)列示，除另有說明外，所有價值均四捨五入至最接近的千元(人民幣千元)。

## 綜合損益及其他全面收益表

| | | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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* |
| | | | | | (未經審核) | |
| 收入 | 5 | 323,704 | 445,477 | 456,556 | 189,692 | 231,028 |
| 銷售成本 | | (259,577) | (337,172) | (332,399) | (141,632) | (159,390) |
| 毛利 | | 64,127 | 108,305 | 124,157 | 48,060 | 71,638 |
| 其他收入 | 6(a) | 5,513 | 9,173 | 7,163 | 3,095 | 2,048 |
| 預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)模式下的減值虧損，扣除撥回 | 7 | (1,803) | 331 | (1,811) | (1,756) | (3,412) |
| 其他收益及虧損 | 8 | (1,066) | (3,763) | (7,935) | (2,960) | 4,187 |
| 銷售開支 | | (13,191) | (17,922) | (19,562) | (9,244) | (7,033) |
| 行政開支 | | (8,496) | (10,673) | (12,653) | (4,060) | (4,307) |
| 研發開支 | | (8,451) | (13,491) | (11,787) | (5,566) | (4,332) |
| 其他開支 | 6(b) | (5,100) | (7,312) | (4,050) | (1,916) | (1,173) |
| 上市開支 | | – | – | (10,308) | – | (3,094) |
| 融資成本 | 9 | (3,715) | (4,752) | (4,557) | (1,812) | (1,935) |
| 除稅前溢利 | | 27,818 | 59,896 | 58,657 | 23,841 | 52,587 |
| 所得稅開支 | 10 | (3,277) | (7,797) | (9,309) | (3,647) | (9,790) |
| 年／期內溢利及全面收益總額 | 11 | 24,541 | 52,099 | 49,348 | 20,194 | 42,797 |
| 每股盈利 | | | | | | |
| －基本 | 15 | 0.60 | 1.17 | 1.02 | 0.42 | 0.89 |

**綜合財務狀況表**

| | | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *附註* | *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 | 16 | 15,418 | 46,076 | 78,000 | 91,456 |
| 使用權資產 | 17 | 9,145 | 7,189 | 7,877 | 8,293 |
| 無形資產 | 18 | 418 | 437 | 822 | 2,045 |
| 購買物業、廠房及設備的按金 | | – | 2,115 | – | – |
| 遞延稅項資產 | 19 | 2,156 | 2,725 | 4,438 | 4,390 |
| 預付款項及其他應收款項 | 22 | 864 | 1,002 | 6,625 | 892 |
| 已抵押／受限制銀行存款 | 25 | 10 | 10 | 10 | 10 |
| 原到期日超過三個月的銀行存款 | 25 | – | 10,000 | – | – |
| 按公平值計入損益(「按公平值計入損益」)之金融資產 | 23 | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 |
| **非流動資產總額** | | 32,511 | 71,651 | 99,869 | 109,183 |
| **流動資產** | | | | | |
| 存貨 | 20 | 513,079 | 632,614 | 656,143 | 660,343 |
| 貿易應收款項 | 21 | 58,993 | 42,612 | 65,227 | 116,571 |
| 預付款項及其他應收款項 | 22 | 3,780 | 6,406 | 7,373 | 10,567 |
| 應收關聯方款項 | 24(a) | 70 | 7 | 7 | 7 |
| 已抵押／受限制銀行存款 | 25 | – | 840 | 5,330 | 1,280 |
| 原到期日超過三個月的銀行存款 | 25 | – | – | 10,000 | – |
| 現金及現金等價物 | 25 | 31,823 | 21,726 | 13,983 | 5,911 |
| **流動資產總額** | | 607,745 | 704,205 | 758,063 | 794,679 |

| | | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *附註* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **流動負債** | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 26 | 59,254 | 32,875 | 47,245 | 51,848 |
| 應付稅項 | | 2,434 | 1,856 | 5,261 | 8,355 |
| 銀行借款 | 27 | 60,872 | 67,082 | 61,604 | 62,541 |
| 租賃負債 | 28 | 3,152 | 2,292 | 2,771 | 3,422 |
| 合約負債 | 29 | 1,565 | 552 | 455 | 828 |
| 黃金租賃 | 30 | 28,324 | 38,847 | 51,643 | 38,440 |
| **流動負債總額** | | 155,601 | 143,504 | 168,979 | 165,434 |
| **流動資產淨值** | | 452,144 | 560,701 | 589,084 | 629,245 |
| **總資產減流動負債** | | 484,655 | 632,352 | 688,953 | 738,428 |
| **非流動負債** | | | | | |
| 遞延收入 | | 184 | – | – | 311 |
| 租賃負債 | 28 | 3,282 | 2,026 | 2,345 | 2,152 |
| 銀行借款 | 27 | – | – | 27,190 | 33,750 |
| **非流動負債總額** | | 3,466 | 2,026 | 29,535 | 36,213 |
| **資產淨值** | | 481,189 | 630,326 | 659,418 | 702,215 |
| **資本及儲備** | | | | | |
| 股本 | 31(a) | 40,580 | 48,225 | 48,225 | 48,225 |
| 儲備 | | 440,609 | 582,101 | 611,193 | 653,990 |
| **權益總額** | | 481,189 | 630,326 | 659,418 | 702,215 |

**貴公司財務狀況表**

| | | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *附註* | *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 | 16 | 10,336 | 9,497 | 8,534 | 7,781 |
| 使用權資產 | 17 | 6,017 | 4,126 | 4,879 | 5,323 |
| 無形資產 | 18 | 418 | 437 | 822 | 2,045 |
| 於附屬公司之投資 | 37 | 81,240 | 88,960 | 94,510 | 99,960 |
| 遞延稅項資產 | 19 | 1,651 | 2,617 | 4,151 | 3,952 |
| 預付款項及其他應收款項 | 22 | 864 | 1,002 | 913 | 892 |
| 原到期日超過三個月的銀行存款 | 25 | – | 10,000 | – | – |
| 按公平值計入損益之金融資產 | 23 | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 |
| **非流動資產總額** | | 105,026 | 118,736 | 115,906 | 122,050 |
| **流動資產** | | | | | |
| 存貨 | 20 | 482,073 | 570,255 | 606,087 | 576,945 |
| 貿易應收款項 | 21 | 24,503 | 36,351 | 46,218 | 87,059 |
| 預付款項及其他應收款項 | 22 | 2,472 | 3,282 | 7,177 | 7,135 |
| 應收關聯方款項 | 24(a) | 70 | 7 | 7 | 7 |
| 應收附屬公司款項 | 24(b) | 1,741 | 47,605 | 29,133 | 45,271 |
| 已抵押／受限制銀行存款 | 25 | – | 840 | 5,330 | 1,280 |
| 原到期日超過三個月的銀行存款 | 25 | – | – | 10,000 | – |
| 現金及現金等價物 | 25 | 28,089 | 17,500 | 13,209 | 5,707 |
| **流動資產總額** | | 538,948 | 675,840 | 717,161 | 723,404 |

| | | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|---|
| | | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *附註* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **流動負債** | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 26 | 62,857 | 31,484 | 44,211 | 48,129 |
| 應付一間附屬公司款項 | 24(b) | 30,147 | 54,452 | 56,779 | 50,363 |
| 應付税項 | | 1,976 | 1,251 | 1,589 | 3,501 |
| 銀行借款 | 27 | 52,362 | 58,573 | 53,063 | 52,460 |
| 租賃負債 | 28 | 3,152 | 2,292 | 2,771 | 3,422 |
| 合約負債 | 29 | 1,565 | 552 | 455 | 828 |
| 黃金租賃 | 30 | 28,324 | 38,847 | 51,643 | 38,440 |
| **流動負債總額** | | 180,383 | 187,451 | 210,511 | 197,143 |
| **流動資產淨值** | | 358,565 | 488,389 | 506,650 | 526,261 |
| **總資產減流動負債** | | 463,591 | 607,125 | 622,556 | 648,311 |
| **非流動負債** | | | | | |
| 遞延收入 | | – | – | – | 311 |
| 租賃負債 | 28 | 3,282 | 2,026 | 2,345 | 2,152 |
| **非流動負債總額** | | 3,282 | 2,026 | 2,345 | 2,463 |
| **資產淨值** | | 460,309 | 605,099 | 620,211 | 645,848 |
| **資本及儲備** | | | | | |
| 股本 | 31(a) | 40,580 | 48,225 | 48,225 | 48,225 |
| 儲備 | 31(b) | 419,729 | 556,874 | 571,986 | 597,623 |
| **權益總額** | | 460,309 | 605,099 | 620,211 | 645,848 |

**綜合權益變動表**

| | 貴公司擁有人應佔 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **股本** | **股份溢價** | **安全生產基金儲備** | **法定儲備** | **保留溢利** | **總計** |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元 (附註b)* | *人民幣千元 (附註a)* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 於2022年1月1日 | 40,580 | 117,069 | – | 20,290 | 303,057 | 480,996 |
| 年內溢利及全面收益總額 | – | – | – | – | 24,541 | 24,541 |
| 轉撥至安全生產基金淨額 | – | – | 280 | – | (280) | – |
| 已宣派股息 | – | – | – | – | (24,348) | (24,348) |
| 於2022年12月31日 | 40,580 | 117,069 | 280 | 20,290 | 302,970 | 481,189 |
| 年內溢利及全面收益總額 | – | – | – | – | 52,099 | 52,099 |
| 轉撥至安全生產基金淨額 | – | – | 1,552 | – | (1,552) | – |
| 配售股份*(附註31a)* | 7,645 | 113,506 | – | – | – | 121,151 |
| 已宣派股息 | – | – | – | – | (24,113) | (24,113) |
| 撥款 | – | – | – | 4,801 | (4,801) | – |
| 於2023年12月31日 | 48,225 | 230,575 | 1,832 | 25,091 | 324,603 | 630,326 |
| 年內溢利及全面收益總額 | – | – | – | – | 49,348 | 49,348 |
| 轉撥至安全生產基金淨額 | – | – | 1,961 | – | (1,961) | – |
| 已宣派股息 | – | – | – | – | (20,256) | (20,256) |
| 於2024年12月31日 | 48,225 | 230,575 | 3,793 | 25,091 | 351,734 | 659,418 |
| 期內溢利及全面收益總額 | – | – | – | – | 42,797 | 42,797 |
| 轉撥至安全生產基金淨額 | – | – | 943 | – | (943) | – |
| 於2025年5月31日 | 48,225 | 230,575 | 4,736 | 25,091 | 393,588 | 702,215 |
| 於2024年1月1日 | 48,225 | 230,575 | 1,832 | 25,091 | 324,603 | 630,326 |
| 期內溢利及全面收益總額（未經審核） | – | – | – | – | 20,194 | 20,194 |
| 轉撥至安全生產基金淨額（未經審核） | – | – | 817 | – | (817) | – |
| 於2024年5月31日（未經審核） | 48,225 | 230,575 | 2,649 | 25,091 | 343,980 | 650,520 |

*附註：*

(a) 指 貴集團旗下於中華人民共和國(「中國」)註冊成立的若干實體的法定儲備。根據中國適用法規， 貴集團旗下中國實體須將其除税後溢利(經抵銷過往年度虧損後)的10%撥入法定儲備，直至該儲備達至其註冊資本的50%為止。向有關儲備作出轉撥後方可向股東分派股息。經有關當局許可後，法定儲備可用作抵銷累計虧損或用作增加 貴集團旗下若干實體的實繳資本。

(b) 根據中國相關法規， 貴公司每年須從保留溢利中撥出相等於 貴公司上年度收入0.05%至2.35%的金額作為安全生產基金儲備。當產生有關安全生產措施的開支或資本支出時，可動用安全生產基金，而已動用金額將從安全生產基金儲備轉撥至保留溢利。

## 綜合現金流量表

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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) | |
| **經營活動** | | | | | |
| 除税前溢利 | 27,818 | 59,896 | 58,657 | 23,841 | 52,587 |
| 就下列各項作出調整： | | | | | |
| 融資成本 | 3,715 | 4,752 | 4,557 | 1,812 | 1,935 |
| 銀行利息收入 | (13) | (371) | (286) | (120) | (36) |
| 資產相關政府補助 | (199) | (184) | – | – | (6) |
| 黃金租賃公平值變動虧損(收益) | 1,436 | 1,789 | 8,159 | 3,019 | (4,362) |
| 折舊及攤銷 | 4,543 | 3,953 | 3,594 | 1,562 | 1,682 |
| 預期信貸虧損項下已確認(已撥回)減值虧損，扣除撥回 | 1,803 | (331) | 1,811 | 1,756 | 3,412 |
| 提早終止租賃的收益 | (361) | (466) | (62) | (62) | – |
| 存貨(撇減撥回)撇減 | (293) | 1,406 | 921 | 545 | 222 |
| 出售物業、廠房及設備的虧損 | 5 | 37 | 3 | – | 7 |
| 按公平值計入損益的金融資產公平值變動(收益)虧損 | (14) | 2,403 | – | – | – |
| 營運資金變動前經營現金流量 | 38,440 | 72,884 | 77,354 | 32,353 | 55,441 |
| 存貨(增加)減少 | (2,336) | (109,213) | (17,262) | 779 | (12,200) |
| 貿易應收款項(增加)減少 | (33,025) | 16,991 | (24,109) | (29,278) | (54,278) |
| 預付款項及其他應收款項(增加)減少 | (892) | (2,810) | (3,420) | (159) | 2,430 |
| 貿易及其他應付款項增加(減少) | 8,165 | (1,807) | 12,097 | 10,017 | 5,208 |
| 合約負債增加(減少) | 1,266 | (1,013) | (97) | 473 | 373 |
| 營運所得(所用)現金 | 11,618 | (24,968) | 44,563 | 14,185 | (3,026) |
| 已付黃金租賃利息 | (525) | (1,838) | (1,982) | (730) | (884) |
| 已付所得税 | (3,429) | (8,944) | (7,617) | (3,009) | (6,648) |
| **經營活動所得(所用)現金淨額** | 7,664 | (35,750) | 34,964 | 10,446 | (10,558) |

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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) | |
| **投資活動** | | | | | |
| 已收利息 | 13 | 371 | 16 | 7 | 542 |
| 購買物業、廠房及設備 | (1,518) | (36,742) | (32,023) | (16,118) | (13,632) |
| 出售物業、廠房及設備所得款項 | – | 9 | – | – | – |
| 購買按公平值計入損益的金融資產 | (13,100) | – | – | – | – |
| 出售按公平值計入損益之金融資產所得款項 | 18,114 | – | – | – | – |
| 購買無形資產 | – | (124) | (511) | (28) | (1,315) |
| 存放原到期日超過三個月的銀行存款 | – | (10,000) | – | – | – |
| 提取原到期日超過三個月的銀行存款 | – | – | – | – | 10,000 |
| 存放已抵押／受限制銀行存款 | – | (840) | (5,330) | (750) | (1,910) |
| 提取已抵押／受限制銀行存款 | – | – | 840 | 840 | 5,960 |
| **投資活動所得(所用)現金淨額** | 3,509 | (47,326) | (37,008) | (16,049) | (355) |
| **融資活動** | | | | | |
| 已籌集新銀行借款 | 61,500 | 67,450 | 125,690 | 43,000 | 13,810 |
| 償還銀行借款 | (54,550) | (61,240) | (104,000) | (50,980) | (6,600) |
| 股份配售，扣除交易成本 | – | 121,151 | – | – | – |
| 已付銀行借款利息 | (2,824) | (2,639) | (2,692) | (979) | (1,229) |
| 償還租賃負債 | (3,630) | (3,007) | (2,551) | (1,063) | (1,389) |
| 租賃負債已付利息 | (362) | (275) | (186) | (64) | (107) |
| 已付股息 | – | (48,461) | (20,256) | – | – |
| 支付發行成本 | – | – | (1,704) | – | (1,644) |
| 向關聯方還款 | (65) | – | – | – | – |

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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) | |
| **融資活動所得(所用)現金淨額** | 69 | 72,979 | (5,699) | (10,086) | 2,841 |
| **現金及現金等價物增加(減少)淨額** | 11,242 | (10,097) | (7,743) | (15,689) | (8,072) |
| **於年／期初現金及現金等價物** | 20,581 | 31,823 | 21,726 | 21,726 | 13,983 |
| **於年／期末現金及現金等價物，即銀行結餘及現金** | 31,823 | 21,726 | 13,983 | 6,037 | 5,911 |

## 歷史財務資料附註

### 1. 一般資料

深圳西普尼精密科技股份有限公司於2013年7月15日在中國廣東省深圳市註冊成立為有限公司。 貴公司註冊辦事處及主要營業地點各自的地址載於招股章程「公司資料」一節。

貴集團主要於中國從事製造及銷售貴金屬手錶及飾品。 貴公司的最終控股方為根據合約協議一致行動的李永忠先生(胡少華先生的岳父以及李碩先生及李林茂先生的父親)、胡少華先生(李永忠先生的女婿以及李碩先生及李林茂先生的姐夫)、李碩先生(李永忠先生之子、胡少華先生的內弟及李林茂先生的胞兄)及李林茂先生(李永忠先生之子、胡少華先生的內弟及李碩先生的胞弟)(「控股股東」)。

歷史財務資料以人民幣呈列，人民幣亦為 貴公司的功能貨幣。

貴公司截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度根據中國有關會計原則及法規編製的財務報表分別經立信中聯會計師事務所(為中國註冊執業會計師)審核。

### 2. 應用國際財務報告準則會計準則修訂本

就編製往績記錄期間的歷史財務資料而言， 貴集團於整個往績記錄期間一直貫徹採納符合由國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則會計準則的會計政策，該等會計政策自2025年1月1日開始的會計期間生效。

**已頒佈但尚未生效的新訂國際財務報告準則會計準則及其修訂本**

於本報告日期， 貴集團並無提早應用以下已頒佈但尚未生效的新訂國際財務報告準則會計準則及其修訂本：

| | |
|---|---|
| 國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號(修訂本) | 金融工具分類與計量之修訂[2] |
| 國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號(修訂本) | 依賴自然資源的電力合同[2] |
| 國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號(修訂本) | 投資者與其聯營公司或合資企業之間的資產出售或注資[1] |
| 國際財務報告準則會計準則(修訂本) | 國際財務報告準則會計準則年度改進第11卷[2] |
| 國際財務報告準則第18號 | 財務報表的呈列及披露[3] |

[1] 於待定日期或之後開始的年度期間生效。
[2] 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效。
[3] 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效。

除下文所述國際財務報告準則會計準則外， 貴公司董事(「董事」)預期應用所有國際財務報告準則會計準則修訂本於可見未來將不會對 貴集團綜合財務報表產生重大影響。

國際財務報告準則第18號載列財務報表的呈報及披露要求，並將取代國際會計準則第1號*財務報表呈報*。新訂準則引入新規定，要求於損益表呈列指定類別及經界定小計；於財務報表附註中提供有關管理層界定績效指標的披露；並改善財務報表中呈列的匯總及分類數據。亦對國際會計準則第7號*現金流量表*及國際會計準則第33號*每股盈利*作出輕微修訂。國際財務報告準則第18號將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，並允許提早採納。應用新準則將不會對 貴集團的財務狀況產生重大影響，惟預期將影響綜合損益及其他全面收益表及綜合現金流量表於未來財務報表的呈列及披露。 貴集團將繼續評估國際財務報告準則第18號對 貴集團綜合財務報表的影響。

## 3. 歷史財務資料及重大會計政策資料的編製基準

### 3.1 歷史財務資料的編製基準

歷史財務資料乃按符合國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則會計準則編製。就編製歷史財務資料而言，倘合理預期有關資料會影響主要使用者的決策，則該資料被視為屬重大資料。此外，歷史財務資料載有聯交所證券上市規則及香港公司條例所規定的適用披露資料。

歷史財務資料乃按歷史成本基準編製，惟按下文所載會計政策所闡釋，若干於各報告期末按公平值計量的金融工具及負債除外。

歷史成本一般以為交換貨品及服務之對價的公平值為準。

公平值為市場參與者之間於計量日期在有序交易中出售資產所收取或轉讓負債所支付的價格，而不論可否使用其他估值方法直接可觀察或估計該價格。於估計資產或負債的公平值時， 貴集團會考慮市場參與者於計量日期對資產或負債定價時所考慮資產或負債特性。在歷史財務資料中計量及／或披露的公平值均在此基礎上釐定，惟屬於國際財務報告準則第2號*以股份為基礎的付款*(「國際財務報告準則第2號」)範圍內的股份支付的交易、根據國際財務報告準則第16號*租賃*(「國際財務報告準則第16號」)入賬的租賃交易以及與公平值部分類似但並非公平值的計量(例如國際會計準則第2號*存貨*的可變現淨值或國際會計準則第36號*資產減值*(「國際會計準則第36號」)的使用價值)除外。

### 3.2 重大會計政策資料

***綜合基準***

歷史財務資料包括 貴公司以及 貴公司及其附屬公司控制的實體的財務報表。當 貴公司符合以下條件時，則取得控制權：

- 對投資對象擁有權力；
- 因參與投資對象業務而獲得或有權獲得可變回報；及
- 有能力使用其權力影響其回報。

倘有事實及情況顯示上述三項控制權因素有一項或以上出現變動， 貴集團會重新評估其是否控制投資對象。

如有需要，會對附屬公司的財務報表作出調整，以使其會計政策與 貴集團的會計政策一致。

集團內公司間的資產和負債、權益、收入、開支和與 貴集團成員公司之間的交易有關的現金流量均按綜合全數對銷。

***客戶合約收益***

有關 貴集團的與客戶合約有關的會計政策資料載於附註 5。

***稅項***

所得稅開支指即期與遞延所得稅開支之總和。

即期應繳稅項按本年度／期間應課稅溢利計算。應課稅溢利與除稅前溢利不同，乃由於其他年度應課稅或可扣稅收入或開支以及從未課稅或扣稅項目所致。 貴集團的即期稅項負債按各報告期末已頒佈或實質已頒佈的稅率計算。

遞延稅項根據歷史財務資料中資產及負債之賬面值及其用於計量應課稅溢利之相應稅基之間之暫時差額而確認。遞延稅項負債通常會就所有應課稅暫時差額確認，而遞延稅項資產則一般於可能出現應課稅溢利以抵銷可扣稅之暫時差額時就所有可扣稅暫時差額予以確認。如暫時差額源自初始確認對應課稅溢利及會計溢利皆無影響交易中之資產及負債，該等遞延稅項資產及負債將不予確認，且在交易時不會產生相等的應課稅及可扣稅暫時差額。

遞延稅項資產之賬面值於各報告期末審閱，並調減至不再可能具備足夠應課稅溢利以收回該項資產全部或任何部分為止。

遞延稅項資產及負債乃根據於償還負債或變現資產期間預期適用之稅率計量，以各報告期末已實施或大體上已實施之稅率(及稅務法例)為基礎。

遞延稅項負債及資產之計量反映倘按 貴集團預期於各報告期末收回或結算其資產及負債賬面值計算的稅項結果

貴集團對租賃負債及相關資產分別應用國際會計準則第12號*所得稅*規定。 貴集團確認與租賃負債相關的遞延稅項資產，惟以可能有應課稅溢利可用作抵銷可扣減暫時差額為限，並確認所有應課稅暫時差額的遞延稅項負債。

當有合法執行權利將即期稅項資產及即期稅項負債抵銷，以及其與同一課稅機關徵收的所得稅有關時，遞延稅項資產及負債可互相抵銷。

即期稅項及遞延稅項在損益中確認，除非與在其他全面收益或直接在權益中確認的項目有關，在此情況下，即期稅項及遞延稅項亦分別於其他全面收益或直接在權益中確認。

***物業、廠房及設備***

物業、廠房及設備指持作生產或提供貨品或服務或供行政之用的有形資產(不包括下文所述在建工程)。物業、廠房及設備乃按成本減其後累計折舊及其後累計減值虧損(如有)於綜合財務狀況表列賬。

作生產、供應或行政用途的在建樓宇按成本值減任何已確認減值虧損列賬。成本包括使資產達致可按管理層擬定方式運作所需地點及狀態的任何直接產生成本，包括測試相關資產是否妥善運行的成本及(就合資格資產而言)根據　貴集團會計政策資本化的借款成本。此等資產按與其他物業資產相同的基準，於達致其擬定用途時開始計提折舊。

資產(不包括在建物業)乃在扣除剩餘價值後，採用直線法在其估計可使用年期撇銷其成本確認折舊。估計可使用年期、剩餘價值及折舊方法會於各報告期末檢討，而任何估計變動的影響均按未來基準入賬。

物業、廠房及設備項目於出售或預期持續使用該資產不會產生未來經濟利益時終止確認。物業、廠房及設備項目在出售或報廢時產生的任何收益或虧損，乃釐定為出售所得款項與該資產賬面值的差額，並在損益內確認。

***研發開支***

研究活動支出於產生期間確認為開支。於開發活動開支不會導致內部產生的無形資產時，於產生期間確認為開支。

***現金及現金等價物***

於綜合財務狀況表呈列的現金及現金等價物，包括：

(a) 現金，其包括手頭現金及活期存款，不包括受監管限制而導致不再符合現金定義的銀行結餘；及

(b) 現金等價物，其包括短期(原到期日通常為三個月或以下)、可隨時轉換為已知數額現金且價值變動風險不大的高流動性投資。持有現金等價物的目的為滿足短期現金承擔，而非用於投資或其他目的。

就綜合現金流量表而言，現金及現金等價物包括上文定義的現金及現金等價物。

***存貨***

存貨按成本及可變現淨值兩者的較低者列賬。存貨成本按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨的估計銷售價格減所有估計完工成本及進行銷售所需的成本。進行銷售所需成本包括銷售直接產生的增量成本，以及　貴集團進行銷售須產生的非增量成本。

***金融工具***

金融資產及金融負債於集團實體成為金融工具合約條文的一方時確認。

金融資產及金融負債初始以公平值計量，惟不包括客戶合約產生的貿易應收款項(初始根據國際財務報告準則第15號*客戶合約收益*(「國際財務報告準則第15號」)進行計量)。收購或發行金融資產及金融負債(以按公平值計入損益的金融資產除外)直接應佔的交易成本於初始確認時計入金融資產或金融負債的公平值或自其公平值扣減(如適用)。收購以按公平值計入損益的金融資產直接應佔的交易成本會即時於損益中確認。

實際利率法為計算金融資產或金融負債的攤銷成本及按相關期間分配利息收入及利息開支的方法。實際利率為於金融資產或金融負債的預期年期或(如適用)較短期間內將估計未來現金收入及付款(包括構成實際利率不可或缺一部分的所有已付或已收費用及貼息、交易成本以及其他溢價或折讓)準確貼現為於初步確認時的賬面淨值之利率。

*金融資產*

金融資產分類及其後計量

符合下列條件的金融資產其後按攤銷成本進行計量：

- 以收取合約現金流量為目標的商業模式中持有的金融資產；及
- 合約條款於指定日期產生現金流量，僅為支付本金和支付未償付本金金額產生的利息。

所有其他金融資產其後按公平值計量。

(i) 攤銷成本及利息收入

對其後按攤銷成本計量的金融資產，採用實際利息法確認利息收入，並通過對金融資產總賬面值應用實際利率計算得出，惟其後出現信貸減值的金融資產(見下文)除外。就其後出現信貸減值的金融資產而言，利息收入通過自下個報告期起對金融資產的攤銷成本應用實際利率確認。倘信貸減值的金融工具的信貸風險得以改善，使金融資產不再出現信貸減值，則利息收入將通過於確定資產不再發生信貸減值後的報告期開始對金融資產總賬面值應用實際利率確認。

(ii) 按公平值計入損益的金融資產

按公平值計入損益的金融資產於各報告期末以公平值計量，且任何公平值收益或虧損於損益中確認。於損益確認的收益或虧損淨額不包括就金融資產所賺取的任何股息或利息，計入「其他收益及虧損」項目內。

根據國際財務報告準則第9號進行減值評估的金融資產的減值

貴集團根據國際財務報告準則第9號*金融工具*對須進行減值評估的金融資產(銀行結餘、已抵押／受限制銀行存款、原到期日超過三個月的銀行存款、貿易應收款項、其他應收款項以及應收附屬公司／關聯方款項)按預期信貸虧損模式進行減值評估。預期信貸虧損金額於各報告日期更新，以反映自初始確認以來信貸風險的變化。

全期預期信貸虧損指於相關工具的預期使用年期內由於所有可能出現的違約事件導致的預期信貸虧損。相比而言，十二個月預期信貸虧損(「十二個月預期信貸虧損」)指報告日期後十二個月內可能出現的違約事件導致的部分全期預期信貸虧損。評估乃根據 貴集團的歷史信貸虧損經驗作出，並就債務人的特定因素、一般經濟狀況及於報告日期對現況作出的評估以及未來狀況預測而作出調整。

貴集團一直就應收貿易賬款確認全期預期信貸虧損。對於信貸減值的債務人，會個別評估該等資產的預期信貸虧損，而對於債務人的剩餘款項，則採用內部信貸評級及適當組合進行整體評估。

對於所有其他工具， 貴集團計量的虧損撥備等於十二個月預期信貸虧損，除非自初始確認以來信貸風險顯著增加，在此情況下， 貴集團則確認全期預期信貸虧損。是否應確認全期預期信貸虧損乃根據自初始確認以來發生違約事件的可能性或風險有否顯著增加進行評估。

(i) 信貸風險顯著增加

於評估信貸風險是否自初始確認以來顯著增加時， 貴集團將金融工具於各報告日期發生違約的風險與該金融工具於初始確認日期發生違約的風險進行比較。作此評估時， 貴集團考慮合理有據的定量及定性資料，包括過往經驗及無須花費不必要成本或精力即可獲得的前瞻性資料。

具體而言，於評估信貸風險是否已顯著增加時會考慮以下資料：

- 金融工具的外部(如有)或內部信用評級的實際或預期嚴重惡化；
- 信貸風險的外部市場指標嚴重惡化，如債務人的信貸息差、信貸違約掉期價格顯著增加；
- 預期將導致債務人履行其債務責任的能力顯著下降的業務、財務或經濟狀況的現有或預期不利變動；
- 債務人的經營業績出現實際或預期嚴重惡化。

不論上述評估結果如何，倘若合約付款已逾期超過30日，則 貴集團推定信貸風險自初始確認以來已顯著增加，除非 貴集團有合理有據的資料證明可予收回則作別論。

貴集團定期監控識別信貸風險是否出現顯著增加所用標準的有效性，並對其作出適當修訂以確保在款項逾期前有關標準能識別信貸風險的顯著增加。

(ii) 違約的定義

就內部信貸風險管理而言， 貴集團認為，違約事件在內部制定或自外界來源取得的資料顯示債務人向債權人(包括 貴集團)作出全額(未計及 貴集團所持任何抵押品)還款的可能性不大時發生。

不論上述情況如何， 貴集團認為，當金融資產逾期超過90日時，則已發生違約，除非 貴集團有合理有據的資料證明採用更加寬鬆的違約判斷標準更為合適。

(iii) 信貸減值金融資產

當發生一項或多項事件對金融資產的估計未來現金流量產生不利影響時，該金融資產即出現信貸減值。金融資產信貸減值的證據包括可觀察數據，例如：發行人或借款人陷入嚴重財困及違反合約(例如違約或逾期事件)。

(iv) 撇銷政策

當有資料顯示交易對手陷入嚴重財務困難，且並無實際收回可能之時， 貴集團會撇銷相關金融資產。撇銷構成終止確認事件。其後收回的任何款項於損益內確認。

(v) 預期信貸虧損的計量及確認

預期信貸虧損的計量依據為違約概率、違約損失率(即違約時的損失程度)及違約風險的函數。違約概率及違約損失率的評估乃根據歷史數據及前瞻性資料進行。預期信貸虧損的估計反映無偏概率加權金額，其以各自發生違約的風險作為加權數值而釐定。 貴集團採用可行權宜方法，利用內部信貸評級並計及過往信貸虧損經驗及無須花費不必要成本或精力即可獲得的前瞻性資料估計貿易應收款項的預期信貸虧損。

一般而言，預期信貸虧損乃為根據合約應付 貴集團的所有合約現金流量與 貴集團預期收取的現金流量之間的差額，並按初始確認時確定的實際利率折現。

信貸減值債務人的貿易及其他應收款項會逐個評估預期信貸虧損。

非信貸減值的貿易及其他應收款項的全期預期信貸虧損經考慮逾期資料及前瞻性宏觀經濟資料等相關信貸資料按集體基準考慮。

就集體評估而言， 貴集團訂立組別時需考慮以下特徵：

- 逾期狀況；
- 債務人的性質、規模及行業；及
- 外部信貸評級(如有)。

管理層定期審閱分組，以確保各組別的組成部分繼續共有類似信貸風險特徵。

利息收入乃按金融資產的總賬面值計算，除非金融資產發生信貸減值，於此情況下，利息收入按金融資產的攤銷成本計算。

貴集團透過調整所有金融工具的賬面值，在損益中確認其減值損益，惟貿易及其他應收款項除外，其相應調整透過虧損備抵賬確認。

終止確認金融資產

貴集團僅於資產現金流的合約權利屆滿時，或將金融資產及資產擁有權絕大部分風險及回報轉讓予另一實體時，方會終止確認金融資產。

於終止確認以攤銷成本計量的金融資產時，資產賬面值與已收及應收對價總額之間的差額於損益中確認。

*金融負債及權益*

分類為債務或權益

債務及權益工具乃根據合約安排的實質內容及金融負債和權益工具的定義分類為金融負債或權益。

權益工具

權益工具指證明在扣除實體的所有負債後在其資產中擁有剩餘權益的任何合約。 貴公司發行的權益工具按已收所得款項扣除直接發行成本確認。

按攤銷成本計量的金融負債

貴集團金融負債(包括貿易及其他應付款項及銀行借款)隨後採用實際利息法按攤銷成本計量。

終止確認金融負債

當且僅當 貴集團之義務解除、取消或到期時， 貴集團終止確認金融負債。終止確認的金融負債的賬面值與已付及應付對價之間的差額於損益中確認。

***黃金租賃***

將以實物黃金償還的黃金租賃分類為按公平值計入損益的負債。黃金租賃的收益或虧損於損益中確認。於損益中確認的公平值收益或虧損淨額並不包括任何扣除此等負債的利息。

**4. 估計不確定因素的主要來源**

於應用 貴集團之會計政策時，董事須就有關未能從其他來源輕易獲得之資產及負債賬面值作出估計及假設。估計及相關假設乃基於過往經驗及被認為相關之其他因素作出。實際結果可能有別於該等估計。

估計及相關假設會持續被檢討。倘會計估計之修訂僅影響估計獲修訂之期間，則會計估計之修訂於該期間予以確認，倘若修訂影響現時及未來期間，則會計估計之修訂於修訂及未來期間內予以確認。

以下為有關未來的主要假設以及各報告期末估計不確定因素的其他主要來源，可能存在導致於下一財政年度內對資產及負債的賬面值作出重大調整的重大風險。

**遞延稅項資產**

在一般業務過程中，若干交易及計算的最終稅務決定存在不確定因素。倘該等事項的最終稅務結果與最初記錄的金額不同，則該等差額將影響作出該等決定期間的當期及遞延所得稅資產及負債。遞延稅項資產的可變現性主要取決於未來是否有足夠的未來利潤，這是估計不確定因素的主要來源。倘若未來實際產生的應課稅溢利少於或多於預期，或事實及情況改變導致未來應課稅溢利的估計有所修訂，則可能出現遞延稅項資產的重大撥回或進一步確認，有關撥回或進一步確認將計入發生該撥回或進一步確認期間的損益。

**貿易應收款項的預期信貸虧損撥備**

出現信貸減值債務人的貿易應收款項會個別評估預期信貸虧損。

此外，對於並無出現信貸減值的債務人，則會根據 貴集團的內部信貸評級將債務人組合起來進行集體評估。

預期信貸虧損撥備對估計變動敏感(如前瞻性資料)。有關預期信貸虧損及 貴集團貿易應收款項的資料於附註33披露。

**存貨的可變現淨值**

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日， 貴集團存貨的賬面值分別為人民幣513,079,000元、人民幣632,614,000元、人民幣656,143,000元以及人民幣660,343,000元。於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年5月31日止五個月，存貨(撇減撥回)撇減人民幣(293,000)元、人民幣1,406,000元、人民幣921,000元及人民幣222,000元，已分別於損益中確認。

存貨的可變現淨值為正常業務過程中的估計售價，減估計完工成本及銷售所需成本。

貴集團於各報告期末評估存貨的可變現淨值及所需的存貨撥備撇減金額，當中涉及釐定估計售價、完工成本及銷售所需成本的重大判斷。

**5. 收入及經營分部**

**來自客戶合約的收入分類**

***商品或服務類型***

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2024年** | **2025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) | |
| **手錶及飾品製造及銷售以及加工費收入** | | | | | |
| 手錶 | 289,365 | 403,071 | 350,779 | 148,175 | 115,247 |
| 飾品 | 34,339 | 42,406 | 105,777 | 41,517 | 115,781 |
| | 323,704 | 445,477 | 456,556 | 189,692 | 231,028 |

貴集團的所有收入均於某個時點確認。

**與客戶訂立合約的履約義務**

產品銷售收入於資產控制權轉移至客戶時確認，一般於客戶收到產品時確認。

加工費收入於加工產品轉移至客戶時確認。

合約負債指 貴集團已收到客戶對價轉讓商品或服務的責任。

由於 貴集團與客戶訂立的所有合約的原預計期限均為一年或以下，因此 貴集團採用可行權宜方法，不披露分配至餘下履約責任的交易價格。

**經營分部**

就資源分配及評估分部表現而言，向 貴公司主席及執行董事(即主要營運決策者)(「主要營運決策者」)呈報的資料著重於已交付貨品的類型。

管理層將業務的經營業績視為一個整體審閱，以作出資源分配的決策。因此， 貴公司執行董事認為只有一個分部用於作出策略性決策。收入及除稅前利潤是呈報予主要營運決策者作資源分配及表現評估的指標。 貴集團的所有業務及營運均於中國內地進行，目前， 貴集團的主要市場、大部分收入、經營溢利及非流動資產均來自／位於中國內地。因此，並無呈列地區分部資料。

***主要客戶資料***

於相應年度來自佔 貴集團總收入10%以上客戶的收益如下：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2024年** | **2025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） | |
| 客戶A | 115,872 | 141,221 | 101,539 | 40,111 | 40,458 |
| 客戶B | 95,424 | 143,834 | 116,659 | 59,843 | 30,516 |
| 客戶C | 52,703 | 93,137 | 68,585 | 28,097 | 不適用* |
| 客戶D | 不適用* | 不適用* | 79,989 | 28,170 | 103,283 |

* 相關客戶的收入並無佔 貴集團總收入10%以上。

## 6. 其他收入及其他開支

### (a) 其他收入

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2024年** | **2025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） | |
| 銀行利息收入 | 13 | 371 | 286 | 120 | 36 |
| 政府補助及補貼 | 1,645 | 1,475 | 64 | 13 | 231 |
| 退稅及獎勵 | 10 | 2,013 | 2,320 | 1,268 | 323 |
| 手錶保養服務及配件收入 | 3,794 | 5,278 | 4,472 | 1,674 | 1,458 |
| 其他 | 51 | 36 | 21 | 20 | – |
| | 5,513 | 9,173 | 7,163 | 3,095 | 2,048 |

### (b) 其他開支

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2024年** | **2025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） | |
| 手錶保養服務及配件成本 | 3,135 | 4,525 | 3,483 | 1,434 | 1,149 |
| 與全國中小企業股份轉讓系統上市及失效交易有關的開支 | 1,944 | 2,509 | 472 | 472 | – |
| 其他 | 21 | 278 | 95 | 10 | 24 |
| | 5,100 | 7,312 | 4,050 | 1,916 | 1,173 |

政府補助主要指中國地方政府為確認 貴集團對當地經濟發展的貢獻而提供的政府補貼。該等補助並無任何未達成的條件。

**7. 預期信貸虧損模式下的減值虧損，扣除撥回**

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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* |
| 就以下各項之(已確認)已撥回減值虧損淨額： | | | | | |
| －貿易應收款項 | (1,786) | 610 | (1,494) | (1,597) | (2,934) |
| －其他應收款項 | (17) | (216) | (317) | (159) | (478) |
| －應收關聯方款項 | – | (63) | – | – | – |
| | (1,803) | 331 | (1,811) | (1,756) | (3,412) |

減值評估詳情載於附註33。

**8. 其他收益及虧損**

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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* |
| 出售物業、廠房及設備的虧損 | (5) | (37) | (3) | – | (7) |
| 提早終止租賃的收益 | 361 | 466 | 62 | 62 | – |
| 黃金租賃公平值變動之(虧損)收益 | (1,436) | (1,789) | (8,159) | (3,019) | 4,362 |
| 按公平值計入損益之金融資產公平值變動之收益(虧損) | 14 | (2,403) | – | – | – |
| 匯兑收益(虧損)淨額 | – | – | 165 | (3) | (168) |
| | (1,066) | (3,763) | (7,935) | (2,960) | 4,187 |

**9. 融資成本**

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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* |
| 銀行貸款利息 | 2,828 | 2,639 | 2,714 | 1,018 | 1,516 |
| 黃金租賃利息 | 525 | 1,838 | 1,982 | 730 | 884 |
| 租賃負債利息 | 362 | 275 | 186 | 64 | 107 |
| 借款總成本 | 3,715 | 4,752 | 4,882 | 1,812 | 2,507 |
| 減：於合資格資產成本資本化的金額 | – | – | (325) | – | (572) |
| | 3,715 | 4,752 | 4,557 | 1,812 | 1,935 |

**10. 所得稅開支**

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2024年** | **2025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* |
| 本年度 | | | | | |
| 中國企業所得稅 (「**企業所得稅**」) | 3,863 | 8,366 | 10,932 | 4,418 | 9,652 |
| 過往年度企業所得稅撥備不足 | – | – | 90 | 90 | 90 |
| 遞延稅項*(附註19)* | (586) | (569) | (1,713) | (861) | 48 |
| 所得稅開支 | 3,277 | 7,797 | 9,309 | 3,647 | 9,790 |

**中國企業所得稅**

根據中國企業所得稅法(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，中國附屬公司於往績記錄期間的稅率為25%。

貴公司於往績記錄期間一直被確認為高新技術企業。根據適用於高新技術企業的企業所得稅法， 貴公司(作為高新技術企業)於往績記錄期間減按15%的稅率繳納企業所得稅。

年度╱期間所得稅開支與綜合損益表及其他全面收益表的除稅前溢利可對賬如下：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2024年** | **2025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* |
| 除稅前溢利 | 27,818 | 59,896 | 58,657 | 23,841 | 52,587 |
| 按本地所得稅稅率25%計算之稅項 | 6,955 | 14,974 | 14,664 | 5,960 | 13,147 |
| 不可扣稅開支之稅項影響 | 295 | 355 | 74 | 18 | 24 |
| 符合研發開支的稅務優惠*(附註)* | (1,876) | (3,228) | (2,572) | (1,301) | (1,032) |
| 過往年度撥備不足 | – | – | 90 | 90 | 90 |
| 按優惠稅率繳納所得稅 | (2,097) | (4,304) | (2,947) | (1,120) | (2,439) |
| 所得稅開支 | 3,277 | 7,797 | 9,309 | 3,647 | 9,790 |

*附註：*根據中華人民共和國國家稅務總局(「國家稅務總局」)頒佈的相關法律法規，於2021年1月1日起生效，從事研發活動的製造企業在釐定其應課稅溢利時，可額外獲得該年度╱期間產生的研發費用的100%作為可扣除開支(「加權扣減」)。因此， 貴集團於2022年1月1日至2025年5月31日採用200%的加權扣減率。於釐定年度╱期間的應課稅溢利時， 貴集團已對有權獲得的加權扣減作出最佳估計。

## 11. 年／期內溢利

年度／期間溢利已扣除以下各項後達致：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2024年** | **2025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） | |
| 扣除以下項目後的年度／期間溢利： | | | | | |
| 核數師酬金 | 1,283 | 2,161 | 3,206 | 489 | 719 |
| 上市開支 | – | – | 10,308 | – | 3,094 |
| 董事及監事酬金 | 1,967 | 2,090 | 1,664 | 469 | 483 |
| **其他員工成本：** | | | | | |
| 薪金及其他津貼 | 29,349 | 31,745 | 30,273 | 13,100 | 12,608 |
| 退休福利計劃供款 | 2,418 | 2,517 | 3,251 | 1,284 | 1,440 |
| **員工成本總額** | 31,767 | 34,262 | 33,524 | 14,384 | 14,048 |
| 減：於存貨中資本化 | (17,712) | (18,622) | (15,462) | (7,037) | (6,371) |
| | 14,055 | 15,640 | 18,062 | 7,347 | 7,677 |
| 確認為開支的存貨成本 | 235,794 | 310,519 | 312,412 | 132,517 | 152,773 |
| 包括：存貨(撇減撥回)撇減 | (293) | 1,406 | 921 | 545 | 222 |
| 物業、廠房及設備折舊 | 3,526 | 3,699 | 3,296 | 1,488 | 1,222 |
| 使用權資產折舊 | 3,748 | 3,143 | 2,723 | 1,095 | 1,431 |
| 無形資產攤銷 | 95 | 105 | 126 | 44 | 92 |
| 折舊及攤銷總額 | 7,369 | 6,947 | 6,145 | 2,627 | 2,745 |
| 減：於存貨中資本化 | (2,826) | (2,994) | (2,551) | (1,065) | (1,063) |
| | 4,543 | 3,953 | 3,594 | 1,562 | 1,682 |

**12. 董事及監事酬金**

於往績記錄期間，根據適用上市規則及香港公司條例披露已付或應付予 貴公司董事及監事的酬金詳情如下：

| | 薪金及其他津貼<br>*人民幣千元* | 酌情花紅<br>*人民幣千元*<br>*(附註)* | 退休福利計劃供款<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|
| 截至2022年12月31日止年度 | | | | |
| 執行董事： | | | | |
| 李永忠先生 | 117 | 156 | 18 | 291 |
| 胡少華先生 | 120 | 150 | 18 | 288 |
| 李陽金先生 | 120 | 148 | 18 | 286 |
| 非執行董事： | | | | |
| 李碩先生 | 120 | 88 | 18 | 226 |
| 獨立非執行董事： | | | | |
| 李奇先生 | 50 | – | – | 50 |
| 孫紅衛先生 | 50 | – | – | 50 |
| 林勇先生 | 50 | – | – | 50 |
| 監事： | | | | |
| 欽豔女士 | 300 | 15 | 18 | 333 |
| 鄒建平先生 | 169 | 10 | 13 | 192 |
| 李發春先生 | 176 | 7 | 18 | 201 |
| | 1,272 | 574 | 121 | 1,967 |

| | 薪金及其他津貼<br>*人民幣千元* | 酌情花紅<br>*人民幣千元*<br>*(附註)* | 退休福利計劃供款<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|
| 截至2023年12月31日止年度 | | | | |
| 執行董事： | | | | |
| 李永忠先生 | 121 | 195 | 18 | 334 |
| 胡少華先生 | 124 | 188 | 18 | 330 |
| 李陽金先生 | 124 | 185 | 18 | 327 |
| 非執行董事： | | | | |
| 李碩先生(於2023年7月14日辭任) | 121 | 110 | 18 | 249 |
| 黃良地先生(於2023年7月14日獲委任) | – | – | – | – |
| 獨立非執行董事： | | | | |
| 李奇先生 | 50 | – | – | 50 |
| 孫紅衛先生(於2023年7月14日辭任) | 35 | – | – | 35 |
| 林勇先生 | 50 | – | – | 50 |
| 郭曉紅女士(於2023年7月14日獲委任) | 50 | – | – | 50 |
| 監事： | | | | |
| 欽豔女士 | 318 | 15 | 18 | 351 |
| 鄒建平先生 | 176 | 10 | 13 | 199 |
| 李發春先生(於2023年7月14日辭任) | 104 | – | 11 | 115 |
| 姚向萍女士(於2023年7月14日獲委任) | – | – | – | – |
| | 1,273 | 703 | 114 | 2,090 |

| | 薪金及其他津貼<br>*人民幣千元* | 酌情花紅<br>*人民幣千元*<br>*(附註)* | 退休福利計劃供款<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|
| 截至2024年12月31日止年度 | | | | |
| 執行董事： | | | | |
| 李永忠先生 | 186 | 137 | 17 | 340 |
| 胡少華先生 | 176 | 132 | 17 | 325 |
| 李陽金先生 | 174 | 130 | 17 | 321 |
| 非執行董事： | | | | |
| 黃良地先生 | – | – | – | – |
| 獨立非執行董事： | | | | |
| 李奇先生 | 50 | – | – | 50 |
| 林勇先生 | 50 | – | – | 50 |
| 郭曉紅女士 | 50 | – | – | 50 |
| 監事： | | | | |
| 欽豔女士 | 306 | 11 | 17 | 334 |
| 鄒建平先生 | 178 | 2 | 14 | 194 |
| 姚向萍女士 | – | – | – | – |
| | 1,170 | 412 | 82 | 1,664 |
| 截至2024年5月31日止五個月(未經審核) | | | | |
| 執行董事： | | | | |
| 李永忠先生 | 81 | – | 7 | 88 |
| 胡少華先生 | 75 | – | 7 | 82 |
| 李陽金先生 | 74 | – | 7 | 81 |
| 非執行董事： | | | | |
| 黃良地先生 | – | – | – | – |
| 獨立非執行董事： | | | | |
| 李奇先生 | – | – | – | – |
| 林勇先生 | – | – | – | – |
| 郭曉紅女士 | – | – | – | – |
| 監事： | | | | |
| 欽豔女士 | 129 | – | 7 | 136 |
| 鄒建平先生 | 77 | – | 5 | 82 |
| 姚向萍女士 | – | – | – | – |
| | 436 | – | 33 | 469 |

| | 薪金及其他津貼<br>*人民幣千元* | 酌情花紅<br>*人民幣千元*<br>*(附註)* | 退休福利計劃供款<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|
| 截至2025年5月31日止五個月 | | | | |
| 執行董事： | | | | |
| 李永忠先生 | 81 | – | 7 | 88 |
| 胡少華先生 | 77 | – | 8 | 85 |
| 李陽金先生 | 77 | – | 8 | 85 |
| 非執行董事： | | | | |
| 黃良地先生 | – | – | – | – |
| 獨立非執行董事： | | | | |
| 李奇先生 | – | – | – | – |
| 林勇先生 | – | – | – | – |
| 郭曉紅女士 | – | – | – | – |
| 監事： | | | | |
| 欽豔女士 | 133 | – | 8 | 141 |
| 鄒建平先生 | 78 | – | 6 | 84 |
| 姚向萍女士 | – | – | – | – |
| | 446 | – | 37 | 483 |

上述執行董事酬金乃就彼等管理　貴公司及　貴集團事務所提供的服務而支付。

上述非執行董事、獨立非執行董事及監事之酬金乃就彼等擔任　貴公司董事／監事之服務而支付。

*附註：*酌情花紅由　貴公司董事根據　貴公司及　貴集團董事之表現釐定。

於往績記錄期間，　貴公司董事或監事概無放棄任何酬金，而　貴集團亦無向任何董事或五名最高薪人士支付酬金，作為加入或加入　貴集團時的獎勵或離職補償。

## 13. 僱員酬金

於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年以及截至2024年及2025年5月31日止五個月， 貴集團五名最高薪僱員中分別有三名、三名、兩名、一名及一名董事／監事。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度各年以及截至2024年及2025年5月31日止五個月，其餘非董事／監事最高薪僱員的酬金詳情如下：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **2024年** | **2025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） | |
| 薪金、津貼、實物福利及績效相關花紅(*附註*) | 1,415 | 1,581 | 1,699 | 676 | 681 |
| 退休福利供款 | 86 | 85 | 82 | 27 | 35 |
| | 1,501 | 1,666 | 1,781 | 703 | 716 |

*附註：*表現相關花紅由 貴公司董事根據 貴公司及 貴集團之表現釐定。

於往績記錄期間， 貴公司五名最高薪僱員均非 貴公司董事，彼等之薪酬介乎0港元至1,000,000港元。

## 14. 股息

於截至2022年12月31日止年度， 貴公司向全體股東每10股派發現金股息人民幣6元(含稅)。合共宣派現金股息人民幣24,348,000元，已於2023年1月支付。

於截至2023年12月31日止年度， 貴公司向全體股東每10股派發現金股息人民幣5元(含稅)。合共宣派現金股息人民幣24,113,000元，已於2023年11月支付。

截至2024年12月31日止年度， 貴公司向全體股東每10股派發現金股息人民幣4.20元(含稅)。合共宣派現金股息人民幣20,256,000元，已於2024年8月支付。

截至2024年及2025年5月31日止五個月 貴公司概無支付或宣派股息。

## 15. 每股盈利

貴公司擁有人應佔每股基本盈利乃根據下列數據計算：

盈利數字的計算如下：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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） | |
| 就每股基本盈利而言， 貴公司擁有人應佔年／期內溢利 | 24,541 | 52,099 | 49,348 | 20,194 | 42,797 |

**股份數目**

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025年 |
| | *千股* | *千股* | *千股* | *千股* | *千股* |
| | | | | （未經審核） | |
| 用於計算每股基本盈利的普通股加權平均數 | 40,580 | 44,403 | 48,225 | 48,225 | 48,225 |

於截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年5月31日止五個月， 貴集團並無潛在普通股。因此，概無呈列每股攤薄盈利。

## 16. 物業、廠房及設備

**貴集團**

| | 機器<br>*人民幣千元* | 汽車<br>*人民幣千元* | 傢俬及電子設備<br>*人民幣千元* | 租賃物業裝修<br>*人民幣千元* | 在建工程<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 成本 | | | | | | |
| 於2022年1月1日 | 23,007 | 90 | 1,418 | 3,407 | – | 27,922 |
| 添置 | 1,110 | – | 98 | 374 | 147 | 1,729 |
| 出售 | (6) | – | (11) | – | – | (17) |
| 於2022年12月31日 | 24,111 | 90 | 1,505 | 3,781 | 147 | 29,634 |
| 添置 | 821 | – | 485 | 610 | 32,487 | 34,403 |
| 出售 | (167) | – | (32) | – | – | (199) |
| 於2023年12月31日 | 24,765 | 90 | 1,958 | 4,391 | 32,634 | 63,838 |
| 添置 | 459 | 526 | 242 | 360 | 33,636 | 35,223 |
| 出售 | (6) | – | (6) | – | – | (12) |
| 於2024年12月31日 | 25,218 | 616 | 2,194 | 4,751 | 66,270 | 99,049 |
| 添置 | 117 | – | 59 | – | 14,509 | 14,685 |
| 出售 | (6) | – | (75) | – | – | (81) |
| 於2025年5月31日 | 25,329 | 616 | 2,178 | 4,751 | 80,779 | 113,653 |
| 折舊 | | | | | | |
| 於2022年1月1日 | 8,625 | 40 | 845 | 1,192 | – | 10,702 |
| 年內撥備 | 2,198 | 17 | 238 | 1,073 | – | 3,526 |
| 出售時對銷 | (4) | – | (8) | – | – | (12) |
| 於2022年12月31日 | 10,819 | 57 | 1,075 | 2,265 | – | 14,216 |
| 年內撥備 | 2,283 | 17 | 285 | 1,114 | – | 3,699 |
| 出售時對銷 | (128) | – | (25) | – | – | (153) |
| 於2023年12月31日 | 12,974 | 74 | 1,335 | 3,379 | – | 17,762 |
| 年內撥備 | 2,361 | 39 | 271 | 625 | – | 3,296 |
| 出售時對銷 | (4) | – | (5) | – | – | (9) |
| 於2024年12月31日 | 15,331 | 113 | 1,601 | 4,004 | – | 21,049 |
| 期內撥備 | 992 | 52 | 108 | 70 | – | 1,222 |
| 出售時對銷 | (4) | – | (70) | – | – | (74) |
| 於2025年5月31日 | 16,319 | 165 | 1,639 | 4,074 | – | 22,197 |
| 賬面值 | | | | | | |
| 於2022年12月31日 | 13,292 | 33 | 430 | 1,516 | 147 | 15,418 |
| 於2023年12月31日 | 11,791 | 16 | 623 | 1,012 | 32,634 | 46,076 |
| 於2024年12月31日 | 9,887 | 503 | 593 | 747 | 66,270 | 78,000 |
| 於2025年5月31日 | 9,010 | 451 | 539 | 677 | 80,779 | 91,456 |

**貴公司**

| | 機器<br>*人民幣千元* | 汽車<br>*人民幣千元* | 傢俬及電子設備<br>*人民幣千元* | 租賃物業裝修<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|---|
| 成本 | | | | | |
| 於2022年1月1日 | 15,971 | – | 994 | 2,386 | 19,351 |
| 添置 | 759 | – | 98 | 374 | 1,231 |
| 出售 | (6) | – | – | – | (6) |
| 於2022年12月31日 | 16,724 | – | 1,092 | 2,760 | 20,576 |
| 添置 | 820 | – | 483 | 610 | 1,913 |
| 出售 | (167) | – | (32) | – | (199) |
| 於2023年12月31日 | 17,377 | – | 1,543 | 3,370 | 22,290 |
| 添置 | 459 | 526 | 242 | 360 | 1,587 |
| 出售 | (6) | – | (6) | – | (12) |
| 於2024年12月31日 | 17,830 | 526 | 1,779 | 3,730 | 23,865 |
| 添置 | 117 | – | 59 | – | 176 |
| 出售 | (6) | – | (75) | – | (81) |
| 於2025年5月31日 | 17,941 | 526 | 1,763 | 3,730 | 23,960 |
| 折舊 | | | | | |
| 於2022年1月1日 | 6,488 | – | 637 | 585 | 7,710 |
| 年內撥備 | 1,518 | – | 148 | 868 | 2,534 |
| 出售時對銷 | (4) | – | – | – | (4) |
| 於2022年12月31日 | 8,002 | – | 785 | 1,453 | 10,240 |
| 年內撥備 | 1,580 | – | 217 | 909 | 2,706 |
| 出售時對銷 | (128) | – | (25) | – | (153) |
| 於2023年12月31日 | 9,454 | – | 977 | 2,362 | 12,793 |
| 年內撥備 | 1,662 | 28 | 238 | 619 | 2,547 |
| 出售時對銷 | (4) | – | (5) | – | (9) |
| 於2024年12月31日 | 11,112 | 28 | 1,210 | 2,981 | 15,331 |
| 期內撥備 | 699 | 52 | 101 | 70 | 922 |
| 出售時對銷 | (4) | – | (70) | – | (74) |
| 於2025年5月31日 | 11,807 | 80 | 1,241 | 3,051 | 16,179 |
| 賬面值 | | | | | |
| 於2022年12月31日 | 8,722 | – | 307 | 1,307 | 10,336 |
| 於2023年12月31日 | 7,923 | – | 566 | 1,008 | 9,497 |
| 於2024年12月31日 | 6,718 | 498 | 569 | 749 | 8,534 |
| 於2025年5月31日 | 6,134 | 446 | 522 | 679 | 7,781 |

貴集團的物業、廠房及設備按成本減其後累計折舊及累計減值虧損(如有)列賬。

上述物業、廠房及設備項目在計及剩餘價值後，於期內以年率按直線法予以折舊如下：

| | |
|---|---|
| 機器 | 3至10年 |
| 汽車 | 5年 |
| 傢俬及電子設備 | 3至5年 |
| 租賃物業裝修 | 租期或10%至20%(以較短者為準) |

## 17. 使用權資產

**貴集團**

| | 租賃土地<br>*人民幣千元* | 樓宇<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|
| **於2022年12月31日** | | | |
| 賬面值 | 3,128 | 6,017 | 9,145 |
| **於2023年12月31日** | | | |
| 賬面值 | 3,063 | 4,126 | 7,189 |
| **於2024年12月31日** | | | |
| 賬面值 | 2,998 | 4,879 | 7,877 |
| **於2025年5月31日** | | | |
| 賬面值 | 2,970 | 5,323 | 8,293 |
| **截至2022年12月31日止年度** | | | |
| 折舊開支 | 67 | 3,681 | 3,748 |
| **截至2023年12月31日止年度** | | | |
| 折舊開支 | 65 | 3,078 | 3,143 |
| **截至2024年12月31日止年度** | | | |
| 折舊開支 | 65 | 2,658 | 2,723 |
| **截至2025年5月31日止五個月** | | | |
| 折舊開支 | 28 | 1,403 | 1,431 |

**貴公司**

| | 樓宇<br>*人民幣千元* |
|---|---|
| **於2022年12月31日** | |
| 賬面值 | 6,017 |
| **於2023年12月31日** | |
| 賬面值 | 4,126 |
| **於2024年12月31日** | |
| 賬面值 | 4,879 |
| **於2025年5月31日** | |
| 賬面值 | 5,323 |
| **截至2022年12月31日止年度** | |
| 折舊開支 | 3,681 |
| **截至2023年12月31日止年度** | |
| 折舊開支 | 3,078 |
| **截至2024年12月31日止年度** | |
| 折舊開支 | 2,658 |
| **截至2025年5月31日止五個月** | |
| 折舊開支 | 1,403 |

| | **貴集團** | | | |
|---|---|---|---|---|
| | **截至12月31日止年度** | | | **截至5月31日止五個月** |
| | **2022年**<br>*人民幣千元* | **2023年**<br>*人民幣千元* | **2024年**<br>*人民幣千元* | **2025年**<br>*人民幣千元* |
| 與短期租賃有關的開支 | – | – | 653 | 18 |
| 租賃的現金流出總額 | 3,992 | 3,282 | 3,390 | 1,514 |
| 使用權資產添置 | – | 3,171 | 3,992 | 1,847 |

貴集團為其營運租賃多個辦公室、員工宿舍及倉庫。租賃條款乃由 貴集團根據個別情況協商確定，當中包含各種不同條款及條件。租期固定為24個月至60個月之不同期限。於釐定租期及評估不可註銷期間的期限時， 貴集團應用合約的定義並釐定可強制執行合約的期間。

貴集團偶爾就若干辦公室、員工宿舍及倉庫訂立短期租賃。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，短期租賃組合與上文所披露的短期租賃開支的短期租賃組合相若。

貴集團已取得所有租賃土地之土地使用權證。

**18. 無形資產**

**貴集團及 貴公司**

| | 軟件<br>*人民幣千元* | 許可證<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|
| 成本 | | | |
| 於2022年1月1日及2022年12月31日 | 860 | 111 | 971 |
| 添置 | 124 | – | 124 |
| 於2023年12月31日 | 984 | 111 | 1,095 |
| 添置 | 482 | 29 | 511 |
| 於2024年12月31日 | 1,466 | 140 | 1,606 |
| 添置 | 1,298 | 17 | 1,315 |
| 於2025年5月31日 | 2,764 | 157 | 2,921 |
| 攤銷 | | | |
| 於2022年1月1日 | 361 | 97 | 458 |
| 年內支出 | 89 | 6 | 95 |
| 於2022年12月31日 | 450 | 103 | 553 |
| 年內支出 | 100 | 5 | 105 |
| 於2023年12月31日 | 550 | 108 | 658 |
| 年內支出 | 121 | 5 | 126 |
| 於2024年12月31日 | 671 | 113 | 784 |
| 期內支出 | 90 | 2 | 92 |
| 於2025年5月31日 | 761 | 115 | 876 |
| 賬面值 | | | |
| 於2022年12月31日 | 410 | 8 | 418 |
| 於2023年12月31日 | 434 | 3 | 437 |
| 於2024年12月31日 | 795 | 27 | 822 |
| 於2025年5月31日 | 2,003 | 42 | 2,045 |

貴集團具有限可使用年期的無形資產以直線法於五至十年內攤銷。

## 19. 遞延稅項

以下為往績記錄期間由 貴集團及 貴公司確認之主要遞延稅項資產及負債以及其變動：

**貴集團**

| | 預期信貸虧損項下的減值虧損 | 存貨撇減 | 租賃負債 | 使用權資產 | 黃金租賃公平值變動 | 按公平值計入損益的金融資產公平值變動 | 其他 | 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* |
| 於2022年1月1日 | 308 | 1,117 | 1,561 | (1,486) | – | – | 70 | 1,570 |
| 於損益內計入(扣除) | 452 | (44) | (596) | 583 | 215 | – | (24) | 586 |
| 於2022年12月31日 | 760 | 1,073 | 965 | (903) | 215 | – | 46 | 2,156 |
| 於損益內(扣除)計入 | (196) | 216 | (317) | 284 | 268 | 360 | (46) | 569 |
| 於2023年12月31日 | 564 | 1,289 | 648 | (619) | 483 | 360 | – | 2,725 |
| 於損益內計入(扣除) | 343 | 139 | 120 | (113) | 1,224 | – | – | 1,713 |
| 於2024年12月31日 | 907 | 1,428 | 768 | (732) | 1,707 | 360 | – | 4,438 |
| 於損益內計入(扣除) | 567 | 38 | 68 | (67) | (654) | – | – | (48) |
| 於2025年5月31日 | 1,474 | 1,466 | 836 | (799) | 1,053 | 360 | – | 4,390 |

**貴公司**

| | 預期信貸虧損項下的減值虧損 | 存貨撇減 | 租賃負債 | 使用權資產 | 黃金租賃公平值變動 | 按公平值計入損益的金融資產公平值變動 | 其他 | 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* |
| 於2022年1月1日 | 297 | 1,118 | 1,561 | (1,486) | – | – | – | 1,490 |
| 於損益內計入(扣除) | 1 | (44) | (594) | 583 | 215 | – | | 161 |
| 於2022年12月31日 | 298 | 1,074 | 967 | (903) | 215 | – | – | 1,651 |
| 於損益內計入(扣除) | 170 | 203 | (319) | 284 | 268 | 360 | – | 966 |
| 於2023年12月31日 | 468 | 1,277 | 648 | (619) | 483 | 360 | – | 2,617 |
| 於損益內計入(扣除) | 164 | 139 | 120 | (113) | 1,224 | – | – | 1,534 |
| 於2024年12月31日 | 632 | 1,416 | 768 | (732) | 1,707 | 360 | – | 4,151 |
| 於損益內計入(扣除) | 427 | 27 | 68 | (67) | (654) | – | – | (199) |
| 於2025年5月31日 | 1,059 | 1,443 | 836 | (799) | 1,053 | 360 | – | 3,952 |

## 20. 存貨

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 於12月31日 | | 於2025年 | | 於12月31日 | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *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* |
| 原材料 | 77,737 | 70,339 | 66,621 | 69,777 | 77,282 | 69,818 | 66,388 | 63,104 |
| 在製品 | 278,233 | 406,270 | 423,447 | 428,402 | 247,682 | 344,432 | 374,838 | 353,240 |
| 成品 | 157,109 | 156,005 | 166,075 | 162,164 | 157,109 | 156,005 | 164,861 | 160,601 |
| | 513,079 | 632,614 | 656,143 | 660,343 | 482,073 | 570,255 | 606,087 | 576,945 |

存貨按成本與可變現淨值兩者之較低者入賬。存貨成本乃按加權平均法釐定。

## 21. 貿易應收款項

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 於12月31日 | | 於2025年 | | 於12月31日 | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *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* |
| 貿易應收款項 | 62,400 | 45,409 | 69,518 | 123,796 | 26,094 | 38,818 | 49,508 | 92,731 |
| 減：信貸虧損撥備 | (3,407) | (2,797) | (4,291) | (7,225) | (1,591) | (2,467) | (3,290) | (5,672) |
| | 58,993 | 42,612 | 65,227 | 116,571 | 24,503 | 36,351 | 46,218 | 87,059 |

於2022年1月1日， 貴集團及 貴公司來自客戶合約的貿易應收款項(扣除信貸虧損撥備)分別為人民幣27,754,000元及人民幣27,141,000元。

貴集團及 貴公司授予其貿易客戶介乎0至90天的信貸期。

貿易應收款項(扣除信貸虧損撥備)的賬齡按貨品付運日期(與各自收入確認日期相若)編製如下：

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 於12月31日 | | 於2025年 | | 於12月31日 | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *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* |
| 0至90天 | 45,311 | 38,462 | 62,422 | 97,255 | 19,825 | 33,497 | 43,772 | 71,429 |
| 91至180天 | 11,403 | 1,794 | 640 | 17,055 | 2,399 | 783 | 281 | 13,369 |
| 181至365天 | 1,133 | 1,352 | 967 | 379 | 1,133 | 1,068 | 967 | 379 |
| 365天以上 | 1,146 | 1,004 | 1,198 | 1,882 | 1,146 | 1,003 | 1,198 | 1,882 |
| | 58,993 | 42,612 | 65,227 | 116,571 | 24,503 | 36,351 | 46,218 | 87,059 |

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日， 貴集團貿易應收款項結餘包括賬面總額為人民幣13,682,000元、人民幣4,150,000元、人民幣2,805,000元及人民幣19,316,000元的債務且於各報告期末逾期。於逾期結餘中，人民幣2,279,000元、人民幣2,357,000元、人民幣2,165,000元及人民幣2,261,000元已逾期90天或以上，但不被視為違約。

貿易應收款項的減值評估詳情載於附註33。

## 22. 預付款項及其他應收款項

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 於12月31日 | | 於2025年 | | 於12月31日 | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *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* |
| 預付款項 | 1,938 | 1,716 | 8,034 | 2,233 | 1,545 | 1,662 | 2,251 | 2,185 |
| 其他應收稅項 | 1,123 | 3,396 | 231 | 3,434 | 345 | 512 | 231 | 188 |
| 向僱員墊款 | 217 | 209 | 196 | 300 | 162 | 177 | 175 | 270 |
| 應收利息 | – | 236 | 506 | – | – | 236 | 506 | – |
| 按金 | 1,651 | 2,402 | 2,601 | 2,759 | 1,572 | 2,222 | 2,422 | 2,580 |
| 預付發行成本／上市開支 | – | – | 3,235 | 4,110 | – | – | 3,235 | 4,110 |
| 其他 | 134 | 84 | 147 | 53 | 109 | 69 | 143 | 33 |
| | 5,063 | 8,043 | 14,950 | 12,889 | 3,733 | 4,878 | 8,963 | 9,366 |
| 減：信貸虧損撥備 | (419) | (635) | (952) | (1,430) | (397) | (594) | (873) | (1,339) |
| | 4,644 | 7,408 | 13,998 | 11,459 | 3,336 | 4,284 | 8,090 | 8,027 |
| 分析如下： | | | | | | | | |
| 流動 | 3,780 | 6,406 | 7,373 | 10,567 | 2,472 | 3,282 | 7,177 | 7,135 |
| 非流動 | 864 | 1,002 | 6,625 | 892 | 864 | 1,002 | 913 | 892 |
| | 4,644 | 7,408 | 13,998 | 11,459 | 3,336 | 4,284 | 8,090 | 8,027 |

其他應收款項的減值評估詳情載於附註33。

## 23. 按公平值計入損益的金融資產

| | 貴集團及 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 於12月31日 | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **按公平值計入損益之金融資產：** | | | | |
| 投資一個電影項目以宣傳 貴公司品牌*(附註)* | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 |

*附註：*其指 貴集團對電影項目的投資以宣傳 貴公司品牌，使 貴集團有權根據 貴集團的投資額及項目的預期回報率收取可變收入。該投資並非純粹支付本金及利息，其按公平值計入損益列賬。

## 24. 應收／應付關聯方／附屬公司款項

### (a) 應收關聯方款項

| | 貴集團及 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | 於12月31日 | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 李碩先生 | 33 | – | – | – |
| 陳瑩瑩女士 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| 滙輝管理有限公司（「滙輝管理」） | 30 | – | – | – |
| | 70 | 7 | 7 | 7 |

該款項為非貿易性質、免息及按要求償還。應收關聯方的所有款項預計將於上市前結算。

### (b) 應收(應付)附屬公司款項

該款項為非貿易性質、免息及按要求償還。

該等關聯方與 貴集團的關係已載於附註35(a)。

## 25. 已抵押／受限制銀行存款／原到期日超過三個月的銀行存款／現金及現金等價物

### 現金及現金等價物

於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日，現金及現金等價物包括活期存款及短期存款，以履行 貴集團的短期現金承諾，按市場利率分別介乎0.25%至0.25%、0.20%至1.25%、0.1%至0.1%及0.05%至0.1%計息。

### 已抵押／受限制銀行存款

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，已抵押／受限制銀行存款指獲限制為存於獨立儲備賬的保證金(已質押予銀行作為黃金交易／黃金租賃的保證金)的存款。

於2022年12月31日，為數人民幣10,000元的銀行現金獲限制為存於獨立儲備賬的保證金(已質押予銀行作為黃金交易的保證金)。

於2023年12月31日，為數人民幣10,000元的銀行現金獲限制為存於獨立儲備賬的保證金(已質押予銀行作為黃金交易的保證金)。為數人民幣840,000元的銀行現金已質押予銀行作為黃金租賃的保證金。

於2024年12月31日，為數人民幣10,000元的銀行現金獲限制為存於獨立儲備賬的保證金(已質押予銀行作為黃金交易的保證金)。為數人民幣5,330,000元的銀行現金已質押予銀行作為黃金租賃的保證金。

於2025年5月31日，為數人民幣10,000元的銀行現金獲限制為存於獨立儲備賬的保證金(已質押予銀行作為黃金交易的保證金)。為數人民幣1,280,000元的銀行現金已質押予銀行作為黃金租賃的保證金。

**原到期日超過三個月的銀行存款**

於2023年及2024年12月31日，原到期日超過三個月的銀行存款抵押予銀行作為黃金租賃的擔保並按現行銀行存款年利率2.7%計息。

銀行結餘、已抵押／受限制銀行存款及原到期日超過三個月的銀行存款的減值評估詳情載於附註33。

## 26. 貿易及其他應付款項

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *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* |
| 來自以下各方的貿易應付款項 | | | | | | | | |
| －第三方 | 16,034 | 16,879 | 17,794 | 17,155 | 16,029 | 16,700 | 17,783 | 17,134 |
| －附屬公司 | – | – | – | – | 7,629 | – | – | – |
| | 16,034 | 16,879 | 17,794 | 17,155 | 23,658 | 16,700 | 17,783 | 17,134 |
| 應計僱員福利 | 3,865 | 3,855 | 3,682 | 2,620 | 3,427 | 3,408 | 3,434 | 2,410 |
| 其他應付稅項 | 11,564 | 8,603 | 15,784 | 24,303 | 8,290 | 8,603 | 14,990 | 23,360 |
| 按金 | 2,013 | 1,350 | 1,040 | 1,440 | 2,013 | 1,350 | 1,040 | 1,440 |
| 應計發行成本／上市開支 | – | – | 6,374 | 3,244 | – | – | 6,374 | 3,244 |
| 其他應計開支 | 407 | 903 | 523 | 268 | 353 | 807 | 476 | 230 |
| 應付股息 | 24,348 | – | – | – | 24,348 | – | – | – |
| 購買物業、廠房及設備的應付款項 | 680 | 456 | 1,216 | 1,697 | 437 | 456 | 106 | – |
| 其他 | 343 | 829 | 832 | 1,121 | 331 | 160 | 8 | 311 |
| | 59,254 | 32,875 | 47,245 | 51,848 | 62,857 | 31,484 | 44,211 | 48,129 |

以下為各報告期末基於發票日期的貿易應付款項的賬齡分析。

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *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* |
| 0至90天 | 10,924 | 15,107 | 11,805 | 10,651 | 18,548 | 14,928 | 11,794 | 10,630 |
| 91至180天 | 3,782 | 635 | 3,842 | 3,352 | 3,782 | 635 | 3,842 | 3,352 |
| 181至365天 | 137 | 37 | 880 | 1,678 | 137 | 37 | 880 | 1,678 |
| 365天以上 | 1,191 | 1,100 | 1,267 | 1,474 | 1,191 | 1,100 | 1,267 | 1,474 |
| | 16,034 | 16,879 | 17,794 | 17,155 | 23,658 | 16,700 | 17,783 | 17,134 |

購買商品的平均信貸期為90天。

## 27. 銀行借款

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *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* |
| 浮動利率銀行貸款 | 60,790 | 67,000 | 88,690 | 95,900 | 52,290 | 58,500 | 53,000 | 52,400 |
| 應付利息 | 82 | 82 | 104 | 391 | 72 | 73 | 63 | 60 |
| | 60,872 | 67,082 | 88,794 | 96,291 | 52,362 | 58,573 | 53,063 | 52,460 |

上述銀行借款的賬面值根據合約還款日期分析如下：

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *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* |
| 應償還借款賬面值： | | | | | | | | |
| 一年內 | 60,872 | 67,082 | 61,604 | 62,541 | 52,362 | 58,573 | 53,063 | 52,460 |
| 超過一年但不超過兩年期間 | – | – | 2,500 | 2,500 | – | – | – | – |
| 超過兩年但不超過五年期間 | – | – | 7,500 | 7,500 | – | – | – | – |
| 五年以上期間 | – | – | 17,190 | 23,750 | – | – | – | – |
| | 60,872 | 67,082 | 88,794 | 96,291 | 52,362 | 58,573 | 53,063 | 52,460 |
| 減：流動負債項下所示於一年內到期款項 | (60,872) | (67,082) | (61,604) | (62,541) | (52,362) | (58,573) | (53,063) | (52,460) |
| 非流動負債項下所示款項 | – | – | 27,190 | 33,750 | – | – | – | – |

有關 貴集團及 貴公司銀行貸款的實際利率(亦相等於合約利率)範圍如下：

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| 加權平均實際利率 | 3.67% | 3.99% | 3.89% | 4.01% | 3.63% | 4.02% | 3.96% | 3.77% |

貴集團及　貴公司的銀行借款包括：

| | 貴集團 | | | | 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 於12月31日 | | 於2025年 | | 於12月31日 | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣* | *人民幣* | *人民幣* | *人民幣* | *人民幣* | *人民幣* | *人民幣* | *人民幣* |
| | *千元* | *千元* | *千元* | *千元* | *千元* | *千元* | *千元* | *千元* |
| 由李永忠先生及其配偶、李碩先生、胡少華先生、李林茂先生、滙輝管理及深圳市西普金剛石工具有限公司(「西普金剛石」)擔保及以滙輝管理的股權以及滙輝管理及李碩先生持有的若干物業作抵押 | 37,000 | 37,000 | 37,000 | 37,000 | 37,000 | 37,000 | 37,000 | 37,000 |
| 由李永忠先生、李碩先生、胡少華先生、李林茂先生及西普金剛石擔保及以福建西普精密科技有限公司(「福建西普」)的租賃土地及在建工程作抵押 | – | – | 27,190 | 35,000 | – | – | – | – |
| 由以下擔保： | | | | | | | | |
| –李永忠先生及其配偶、胡少華先生、李林茂先生及李碩先生 | 7,840 | 8,000 | 10,000 | 9,400 | 7,840 | 8,000 | 10,000 | 9,400 |
| –李永忠先生及其配偶以及西普金剛石 | 7,450 | 7,500 | – | – | 7,450 | 7,500 | – | – |
| –李永忠先生 | – | 6,000 | 6,000 | – | – | 6,000 | 6,000 | – |
| –西普金剛石 | 8,500 | 8,500 | – | – | – | – | – | – |
| – 貴公司 | – | – | 8,500 | 8,500 | – | – | – | – |
| –李永忠先生及其配偶、胡少華先生、李林茂先生、李碩先生及福建西普 | – | – | – | 6,000 | – | – | – | 6,000 |
| | 60,790 | 67,000 | 88,690 | 95,900 | 52,290 | 58,500 | 53,000 | 52,400 |

上述擔保人為 貴集團關聯方，該等關聯方與 貴集團的關係載於附註35(a)。

據董事表示，關聯方授予的擔保及抵押將於上市時或之前解除。

## 28. 租賃負債

| | 貴集團及 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 應付租賃負債： | | | | |
| 一年內 | 3,152 | 2,292 | 2,771 | 3,422 |
| 超過一年但不超過兩年期間 | 2,583 | 742 | 1,873 | 1,494 |
| 超過兩年但不超過五年期間 | 699 | 1,284 | 472 | 658 |
| | 6,434 | 4,318 | 5,116 | 5,574 |
| 減：於12個月內到期結算的款項（於流動負債項下） | (3,152) | (2,292) | (2,771) | (3,422) |
| 於12個月後到期結算的款項(列於非流動負債項下) | 3,282 | 2,026 | 2,345 | 2,152 |

貴集團及 貴公司租賃負債的加權平均增量借款利率於2022年及2023年12月31日為4.81%，於2024年12月31日為4.35%，而於2025年5月31日為4.29%。

於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，租賃負債人民幣6,434,000元、人民幣4,318,000元、人民幣5,116,000元及人民幣5,574,000元分別與相關使用權資產人民幣6,017,000元、人民幣4,126,000元、人民幣4,879,000元及人民幣5,322,000元一併確認。租賃協議不施加任何契據，惟出租人持有的租賃資產中的擔保權益除外。

**29. 合約負債**

| | 貴集團及 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 製造及銷售手錶及飾品 | 1,565 | 552 | 455 | 828 |

於2022年1月1日， 貴集團及 貴公司的合約負債分別為人民幣299,000元及人民幣299,000元。

預期所有合約負債均會在 貴集團正常經營週期內結清，並基於 貴集團轉移貨品或服務予客戶的最早責任分類為流動。

下表載列已確認收入與結轉合約負債及與過往期間已達成履約責任之關係。

| | 貴集團及 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 計入年／期初之合約負債結餘的已確認收入 | 299 | 1,565 | 552 | 455 |

**30. 黃金租賃**

| | 貴集團及 貴公司 | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **按公平值計入損益的負債：** | | | | |
| 黃金租賃 | 28,324 | 38,847 | 51,643 | 38,440 |

於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日按公平值計入損益的負債指 貴集團及 貴公司的黃金租賃安排。 貴集團及 貴公司向銀行借入指定期間內的黃金，並於合約期內按開始時的黃金價值及開始時的相關利息向銀行支付固定利率的利息。於到期時， 貴集團有義務向銀行交付相同種類、數量及質量的黃金。 貴集團及 貴公司並無以現金結算其義務的選擇權。黃金租賃指交付黃金的義務，分類為按公平值計入損益的負債。

於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日，黃金租賃由李永忠先生及其配偶、胡少華先生、李碩先生及其配偶以及李林茂先生及其配偶擔保，並以若干李碩先生持有的物業及 貴集團若干存貨作抵押。於2023年及2024年12月31日及2025年5月31日，黃金租賃以附註25所披露的若干已抵押銀行存款及原到期日超過三個月的銀行存款作抵押。誠如董事聲明，關聯方提供的擔保及抵押將於上市時或之前解除。

黃金租賃之公平值經參考於活躍市場買賣之黃金市場買入報價後釐定，並分類為公平值等級第二級。

貴集團主要在中國從事銷售手錶及飾品。黃金市場受全球及地區供求情況所影響。黃金價格大幅下跌可能對 貴集團的財務業績造成不利影響。為減低商品價格風險， 貴集團使用黃金租賃，以減低其面臨的黃金產品的黃金價格波動風險。倘黃金價格上升， 貴集團將確認黃金價格較合約價格上升的虧損，而大部分由因黃金價格上升而導致的黃金產品營業額增加所抵銷。

黃金租賃於到期(通常於開始日期起計12個月內到期)時結算，而公平值變動即時於綜合損益及其他全面收益表確認。黃金價格風險由管理層及時監察。於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日，倘黃金市價上升／下跌5%，由於黃金租賃公平值變動，往績記錄期間的除稅後溢利將分別減少／增加約人民幣1,204,000元、人民幣1,651,000元、人民幣2,195,000元及人民幣1,634,000元。

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年5月31日止五個月， 貴集團向銀行借入黃金分別為人民幣26,888,000元、人民幣35,622,000元、人民幣40,259,000元及人民幣31,418,000元(即 貴集團的存貨)，並分別向銀行歸還黃金人民幣零元、人民幣26,888,000元、人民幣35,622,000元及人民幣40,259,000元，構成 貴集團的非現金交易。

## 31. 貴公司的股本及儲備

### (a) 貴集團及 貴公司的股本

| | 內資股數目 | 股本<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|
| 每股面值人民幣1元的普通股 | | |
| **已登記、發行及繳足** | | |
| 於2022年1月1日及2022年12月31日 | 40,580,000 | 40,580 |
| 發行股份 | 7,645,000 | 7,645 |
| 於2023年及2024年12月31日及2025年5月31日 | 48,225,000 | 48,225 |

截至2023年12月31日止年度， 貴公司按人民幣121,151,000元的對價淨額向獨立人士發行7,645,000股內資股，該等股份於各方面與其他已發行股份享有同等地位。

**(b) 貴公司的儲備**

下表載列 貴公司的儲備詳情：

| | 股份溢價<br>*人民幣千元* | 安全生產基金儲備<br>*人民幣千元* | 法定儲備<br>*人民幣千元* | 保留溢利<br>*人民幣千元* | 總計<br>*人民幣千元* |
|---|---|---|---|---|---|
| 於2022年1月1日 | 117,069 | – | 20,290 | 282,268 | 419,627 |
| 年內溢利及全面收益總額 | – | – | – | 24,450 | 24,450 |
| 轉撥至安全生產基金淨額 | – | 280 | – | (280) | – |
| 已宣派股息 | – | – | – | (24,348) | (24,348) |
| 於2022年12月31日 | 117,069 | 280 | 20,290 | 282,090 | 419,729 |
| 年內溢利及全面收益總額 | – | – | – | 47,752 | 47,752 |
| 轉撥至安全生產基金淨額 | – | 1,552 | – | (1,552) | – |
| 股份配售 | 113,506 | – | – | – | 113,506 |
| 已宣派股息 | – | – | – | (24,113) | (24,113) |
| 撥款 | – | – | 4,801 | (4,801) | – |
| 於2023年12月31日 | 230,575 | 1,832 | 25,091 | 299,376 | 556,874 |
| 年內溢利及全面收益總額 | – | – | – | 35,368 | 35,368 |
| 轉撥至安全生產基金淨額 | – | 1,961 | – | (1,961) | – |
| 已宣派股息 | – | – | – | (20,256) | (20,256) |
| 於2024年12月31日 | 230,575 | 3,793 | 25,091 | 312,527 | 571,986 |
| 期內溢利及全面收益總額 | – | – | – | 25,637 | 25,637 |
| 轉撥至安全生產基金淨額 | – | 943 | – | (943) | – |
| 於2025年5月31日 | 230,575 | 4,736 | 25,091 | 337,221 | 597,623 |
| 於2024年1月1日 | 230,575 | 1,832 | 25,091 | 299,376 | 556,874 |
| 期內溢利及全面收益總額（未經審核） | – | – | – | 15,850 | 15,850 |
| 轉撥至安全生產基金淨額（未經審核） | – | 817 | – | (817) | – |
| 於2024年5月31日(未經審核) | 230,575 | 2,649 | 25,091 | 314,409 | 572,724 |

## 32. 資本風險管理

貴集團管理其資本，以確保 貴集團的實體將能持續經營，並通過優化債務與權益平衡，為股東帶來最大回報。於往績記錄期間， 貴集團整體戰略維持不變。

貴集團資本架構包括淨債務(包括附註27所披露的銀行借款，扣除現金及現金等價物)以及 貴集團的總權益(包括股本及儲備)。

貴集團管理層定期審查資本架構。作為該審查的一部分，管理層考慮資本成本及與資本相關的風險。根據管理層的建議， 貴集團將通過籌集新資本、發行新債務或贖回現有債務，以平衡其總體資本架構。

## 33. 金融工具

### 金融工具類別

**貴集團**

| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **金融資產** | | | | |
| 按攤銷成本計量的金融資產 | 92,262 | 77,282 | 96,859 | 125,161 |
| 按公平值計入損益的金融資產 | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 |
| | 96,762 | 79,379 | 98,956 | 127,258 |
| **金融負債** | | | | |
| 按攤銷成本計量的金融負債 | 104,290 | 86,596 | 116,050 | 120,913 |
| 租賃負債 | 6,434 | 4,318 | 5,116 | 5,574 |

**貴公司**

| | 於12月31日 | | | 於2025年 |
|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **金融資產** | | | | |
| 按攤銷成本計量的金融資產 | 55,687 | 114,236 | 106,095 | 140,598 |
| 按公平值計入損益的金融資產 | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 |
| | 60,187 | 116,333 | 108,192 | 142,695 |
| **金融負債** | | | | |
| 按攤銷成本計量的金融負債 | 133,296 | 131,691 | 135,153 | 124,917 |
| 租賃負債 | 6,434 | 4,318 | 5,116 | 5,574 |

### 財務風險管理目標及政策

貴集團的主要金融工具包括按公平值計入損益的金融資產、貿易及其他應收款項、已抵押╱受限制銀行存款、原到期日超過三個月的銀行存款、銀行結餘、貿易及其他應付款項、銀行借款、應收關聯方款項及租賃負債。貴公司的主要金融工具包括上述各項以及應收╱應付附屬公司款項。該等金融工具的詳情於相關附註中披露。該等金融工具的相關風險包括市場風險(貨幣風險、利率風險及其他價格風險)、信貸風險及流動性風險。下文載列降低該等風險的政策。 貴集團管理層管理及監察該等風險，確保及時及有效地實施適當措施。

***市場風險***

貴集團及 貴公司的活動主要面臨貨幣風險、利率風險及其他價格風險。

於報告期內， 貴集團及 貴公司的市場風險或其管理及計量風險的方式並無改變。

*(i) 貨幣風險*

貴集團的業務主要以人民幣進行，而 貴集團幾乎所有貨幣資產及負債均以人民幣計值。 貴集團使用外幣的唯一情況為使用港元向香港銷售手錶及飾品的成品，惟相關銷售額佔各報告期總銷售額的比例不足2%，且匯率波動的影響不大。於各報告期末，並無以外幣計值的重大銀行結餘或交易結餘。管理層認為 貴集團面臨的外幣風險並不重大。

由於 貴公司的業務以人民幣計值，而人民幣亦為 貴公司的功能貨幣，故 貴公司並無重大外幣風險。

*(ii) 利率風險*

貴集團及 貴公司面臨有關原到期日超過三個月的銀行存款(附註25)、已抵押╱受限制銀行存款(附註25)及租賃負債(附註28)的公平值利率風險。

貴集團及 貴公司亦面臨有關浮動利率銀行結餘(附註25)及浮動利率銀行借款(附註27)的現金流量利率風險。 貴集團及 貴公司現金流量利率風險主要集中於銀行結餘的浮動利率及 貴集團及 貴公司銀行借款產生的中國最優惠貸款利率。 貴集團及 貴公司透過評估基於利率水平及前景任何利率變動導致的潛在影響管理其利率風險。管理層將審閱固定及浮動利率借款的比例，並確保其在合理範圍內。

敏感度分析

以下敏感度分析乃根據各報告期末的利率風險釐定。分析乃假設報告期末未償還的金融工具於整個年度內未償還而編製。向主要管理人員內部報告利率風險時所使用浮動利率銀行借款增加或減少50個基點，指管理層對利率合理可能變化的評估。由於管理層認為浮動利率銀行結餘產生的現金流量利率風險並不重大，因此敏感度分析並不包括銀行結餘及銀行存款。

倘利率上升╱下降50個基點，而所有其他變量維持不變，則 貴集團截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年5月31日止五個月的除稅後溢利將分別減少╱增加人民幣252,000元、人民幣280,000元、人民幣349,000元及人民幣189,000元。此乃主要由於 貴集團的浮動息率銀行借款的利率風險所致。

*(iii) 其他價格風險*

貴集團因由銀行發行的分類為按公平值計入損益的金融資產的金融產品而面臨價格風險。考慮到金融產品的期限較短， 貴集團管理層認為其公平值變動的波動並不重大。

***信貸風險及減值評估***

於各報告期末， 貴集團及 貴公司面臨將引致 貴集團及 貴公司財務虧損的最大信貸風險敞口的成因為對手方未能履行責任。 貴集團及 貴公司的信貸風險主要與銀行結餘、已抵押╱受限制銀行存款、原到期日超過三個月的銀行存款、貿易及其他應收款項以及應收關聯方款項有關。

*客戶合約產生的貿易應收款項*

貴集團及 貴公司主要與優質且有長期關係的客戶進行交易。接受新客戶時， 貴集團及 貴公司於簽訂合約前考慮客戶的聲譽。為將信貸風險降至最低， 貴集團及 貴公司管理層持續監察債務人的信貸質量及財務狀況，以確保採取跟進行動以收回逾期債務。

為管理貿易應收款項產生的風險， 貴集團及 貴公司已制定政策確保向擁有適當信貸記錄的對手方訂立信貸條款，且管理層對其對手方進行持續信貸評估。授予客戶的信貸期及該等客戶的信貸質素乃經評估，其中考慮該等客戶的財務狀況、過往經驗及其他因素。

貴集團及 貴公司重新評估客戶合約產生的貿易應收款項的全期預期信貸虧損，以確保就發生違約的可能性或風險大幅增加計提足夠的預期信貸虧損。該等資產的預期信貸虧損對已發生信貸減值的債務人進行單獨評估，並根據內部信貸評級對剩餘結餘進行集體評估。作為 貴集團及 貴公司信貸風險管理的一部分，由於其客戶由大量具有共同風險特徵的客戶組成，而該等風險特徵指客戶根據合約條款的到期日支付所有金額的能力， 貴集團及 貴公司使用內部信貸評級評估該等客戶的減值。估計虧損率乃根據債務人預期年期內歷史觀察所得違約率估計，並根據無需過度成本或精力即可獲得的前瞻性資料進行調整。管理層會定期檢討分組及評估，以確保更新特定債務人的相關資料。

*其他應收款項及應收附屬公司╱關聯方款項*

就其他應收款項而言，管理層基於過往結算記錄、過往經驗以及亦屬合理可靠之前瞻性資料之定量及定性資料對其他應收款項及應收附屬公司╱關聯方款項之可收回情況進行定期的個別評估。管理層認為，自初步確認以來，該等金額的信貸風險並無顯著增加， 貴集團及 貴公司基於十二個月預期信貸虧損計提減值撥備。定量披露的詳情載於本附註下文。

*銀行結餘、已抵押╱受限制銀行存款以及原到期日超過三個月的銀行存款*

貴集團及 貴公司與具有高信貸評級的銀行進行交易。 貴集團及 貴公司經參考外部信貸評級機構公佈的有關各信貸評級等級的違約概率及違約損失率的資料，評估已抵押銀行存款╱受限制銀行存款、銀行結餘及原到期日超過三個月的銀行存款的十二個月預期信貸虧損。於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，銀行結餘、已抵押╱受限制銀行存款及原到期日超過三個月的銀行存款的信貸風險被視為並不重大，原因為該等款項存放於信譽良好的銀行。

貴集團及　貴公司內部信貸風險評級評估包括以下類別：

| 內部信貸評級 | 描述 | 貿易應收款項 | 貿易應收款項以外的金融資產 |
|---|---|---|---|
| 低風險 | 對手方的違約風險低，且無任何逾期款項 | 全期預期信貸虧損－無信貸減值 | 十二個月預期信貸虧損 |
| 觀察名單 | 債務人經常於到期日後償還，但通常會全額結算 | 全期預期信貸虧損－無信貸減值 | 十二個月預期信貸虧損 |
| 存疑 | 信貸風險自透過內部或外部資源建立的資料初始確認以來已顯著上升 | 全期預期信貸虧損－無信貸減值 | 全期預期信貸虧損－無信貸減值 |
| 虧損 | 有證據顯示資產出現信貸減值 | 全期預期信貸虧損－信貸減值 | 全期預期信貸虧損－信貸減值 |
| 撇銷 | 有證據顯示債務人處於嚴重財務困難，且　貴集團／貴公司無法實際收回款項 | 撇銷款項 | 撇銷款項 |

下表詳列　貴集團及　貴公司須進行預期信貸虧損評估的金融資產的信貸風險：

**貴集團**

| | 附註 | 外部信貸評級 | 內部信貸評級 | 12個月或全期預期信貸虧損 | 於12月31日 2022年賬面總值 | 2023年賬面總值 | 2024年賬面總值 | 於2025年5月31日賬面總值 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **按攤銷成本計量的金融資產** | | | | | | | | |
| 銀行結餘、已抵押／受限制銀行存款及原到期日超過三個月的銀行存款 | 25 | AA及AA+ | 不適用 | 十二個月預期信貸虧損 | 31,833 | 32,576 | 29,323 | 7,201 |
| 貿易應收款項 | | | | | | | | |
| －客戶合約 | 21 | 不適用 | 低風險／觀察名單 | 全期(集體評估) | 62,218 | 45,156 | 69,161 | 123,424 |
| | | | 虧損 | 全期(個別評估，信貸減值) | 182 | 253 | 357 | 372 |
| | | | | | 62,400 | 45,409 | 69,518 | 123,796 |
| 其他應收款項 | 22 | 不適用 | 低風險／觀察名單 | 十二個月預期信貸虧損 | 1,785 | 2,722 | 3,254 | 2,812 |
| 應收關聯方款項 | 24(a) | 不適用 | 低風險 | 十二個月預期信貸虧損 | 70 | 70 | 70 | 70 |

**貴公司**

| | 附註 | 外部信貸評級 | 內部信貸評級 | 12個月或全期預期信貸虧損 | 於12月31日 2022年賬面總值 | 2023年賬面總值 | 2024年賬面總值 | 於2025年5月31日賬面總值 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **按攤銷成本計量的金融資產** | | | | | | | | |
| 銀行結餘、已抵押／受限制銀行存款及原到期日超過三個月的銀行存款 | 25 | AA及AA+ | 不適用 | 十二個月預期信貸虧損 | 28,089 | 28,340 | 28,539 | 6,987 |
| 貿易應收款項 | | | | | | | | |
| －客戶合約 | 21 | 不適用 | 低風險／觀察名單／存疑 | 全期(集體評估) | 25,912 | 38,565 | 49,151 | 92,359 |
| | | | 虧損 | 全期(個別評估，信貸減值) | 182 | 253 | 357 | 372 |
| | | | | | 26,094 | 38,818 | 49,508 | 92,731 |
| 其他應收款項 | 22 | 不適用 | 低風險／觀察名單／存疑 | 十二個月預期信貸虧損 | 1,681 | 2,527 | 3,071 | 2,613 |
| 應收附屬公司款項 | 24(b) | 不適用 | 低風險 | 十二個月預期信貸虧損 | 1,741 | 47,605 | 29,133 | 45,271 |
| 應收關聯方款項 | 24(a) | 不適用 | 低風險 | 十二個月預期信貸虧損 | 70 | 70 | 70 | 70 |

*附註：*

(a) 就貿易應收款項而言， 貴集團／貴公司應用國際財務報告準則第9號的簡化方法按全期預期信貸虧損計量虧損撥備。除有信貸減值的債務人外， 貴集團／貴公司使用內部信貸評級釐定該等項目的預期信貸虧損，並按性質及信貸風險分類為低風險、觀察名單或存疑類別。

(b) 就已抵押／受限制銀行存款、銀行結餘及原到期日超過三個月的銀行存款、其他應收款項及按金而言， 貴集團／貴公司已應用十二個月預期信貸虧損，除非自初始確認以來信貸風險顯著增加，則 貴集團／貴公司確認全期預期信貸虧損。

作為 貴集團及 貴公司信貸風險管理的一部分， 貴集團及 貴公司就其營運對其客戶應用內部信貸評級。下表提供有關按全期預期信貸虧損(無信貸減值)集體基準評估的貿易應收款項的信貸風險資料。於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日， 貴集團賬面總值分別為人民幣182,000元、人民幣253,000元、人民幣357,000元及人民幣372,000元及 貴公司賬面總值分別為人民幣182,000元、人民幣253,000元、人民幣357,000元及人民幣372,000元的信貸減值的債務人進行單獨評估。

**貴集團**

| | 於12月31日 | | | | | | 於2025年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | | 2023年 | | 2024年 | | 5月31日 | |
| 內部信貸評級 | 平均虧損率 | 貿易應收款項 | 平均虧損率 | 貿易應收款項 | 平均虧損率 | 貿易應收款項 | 平均虧損率 | 貿易應收款項 |
| | | *人民幣千元* | | *人民幣千元* | | *人民幣千元* | | *人民幣千元* |
| 低風險 | 0.87% | 12,731 | 1.18% | 8,392 | 2.08% | 18,031 | 2.09% | 23,921 |
| 觀察名單 | 6.71% | 49,487 | 6.81% | 36,764 | 6.82% | 51,130 | 6.78% | 99,503 |
| | 5.52% | 62,218 | 5.76% | 45,156 | 5.58% | 69,161 | 5.87% | 123,424 |

**貴公司**

| | 於12月31日 | | | | | | 於2025年 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | | 2023年 | | 2024年 | | 5月31日 | |
| 內部信貸評級 | 平均虧損率 | 貿易應收款項 | 平均虧損率 | 貿易應收款項 | 平均虧損率 | 貿易應收款項 | 平均虧損率 | 貿易應收款項 |
| | | *人民幣千元* | | *人民幣千元* | | *人民幣千元* | | *人民幣千元* |
| 低風險 | 0.80% | 12,087 | 1.13% | 4,699 | 0.86% | 1,868 | 0.39% | 2,027 |
| 觀察名單 | 7.32% | 13,825 | 6.84% | 33,866 | 6.84% | 47,283 | 6.80% | 90,332 |
| | 4.28% | 25,912 | 6.14% | 38,565 | 6.61% | 49,151 | 6.66% | 92,359 |

估計虧損率乃根據債務人預期年期內歷史觀察所得違約率估計，並根據無需過度成本或精力即可獲得的前瞻性資料進行調整。管理層會定期檢討分組，以確保更新特定債務人的相關資料。

下表載列已就貿易應收款項確認的全期預期信貸虧損變動。

**貴集團**

| | 全期預期信貸虧損(無信貸減值) | 全期預期信貸虧損(信貸減值) | 總計 |
|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 於2022年1月1日 | 1,597 | 24 | 1,621 |
| 已確認減值虧損淨額 | 1,775 | 11 | 1,786 |
| 於2022年12月31日 | 3,372 | 35 | 3,407 |
| (已撥回)已確認減值虧損淨額 | (669) | 59 | (610) |
| 於2023年12月31日 | 2,703 | 94 | 2,797 |
| 已確認減值虧損淨額 | 1,391 | 103 | 1,494 |
| 於2024年12月31日 | 4,094 | 197 | 4,291 |
| 已確認減值虧損淨額 | 2,885 | 49 | 2,934 |
| 於2025年5月31日 | 6,979 | 246 | 7,225 |

**貴公司**

| | 全期預期信貸虧損(無信貸減值) | 全期預期信貸虧損(信貸減值) | 總計 |
|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| 於2022年1月1日 | 1,564 | 24 | 1,588 |
| (已撥回)已確認減值虧損淨額 | (8) | 11 | 3 |
| 於2022年12月31日 | 1,556 | 35 | 1,591 |
| 已確認減值虧損淨額 | 817 | 59 | 876 |
| 於2023年12月31日 | 2,373 | 94 | 2,467 |
| 已確認減值虧損淨額 | 720 | 103 | 823 |
| 於2024年12月31日 | 3,093 | 197 | 3,290 |
| 已確認減值虧損淨額 | 2,333 | 49 | 2,382 |
| 於2025年5月31日 | 5,426 | 246 | 5,672 |

當有資料顯示債務人陷入嚴重財政困難，且並無實際收回的可能性時， 貴集團及 貴公司就貿易應收款項計提全額減值。

下表列示已就其他應收款項及應收關聯方款項確認的虧損撥備對賬。

**貴集團**

| | 十二個月預期信貸虧損<br>*人民幣千元* |
|---|---|
| 於2022年1月1日 | 402 |
| 已確認減值虧損淨額 | 17 |
| 於2022年12月31日 | 419 |
| 已確認減值虧損淨額 | 279 |
| 於2023年12月31日 | 698 |
| 已確認減值虧損淨額 | 317 |
| 於2024年12月31日 | 1,015 |
| 已確認減值虧損淨額 | 478 |
| 於2025年5月31日 | 1,493 |

**貴公司**

| | 十二個月預期信貸虧損<br>*人民幣千元* |
|---|---|
| 於2022年1月1日 | 392 |
| 已確認減值虧損淨額 | 5 |
| 於2022年12月31日 | 397 |
| 已確認減值虧損淨額 | 260 |
| 於2023年12月31日 | 657 |
| 已確認減值虧損淨額 | 279 |
| 於2024年12月31日 | 936 |
| 已確認減值虧損淨額 | 466 |
| 於2025年5月31日 | 1,402 |

***流動資金風險***

在流動資金風險管理方面， 貴集團及 貴公司監察及維持管理層認為足夠的現金及現金等價物水平，為 貴集團及 貴公司的營運提供資金及減低現金流量波動的影響。管理層亦會監察銀行借款的使用情況，並在有需要時續借銀行借款。

下表列示 貴集團及 貴公司之金融負債根據由各報告期末至合約到期日的剩餘期間按照相關到期組別進行之分析。表中披露的金額為合約未貼現現金流量，包括利息及本金。

**貴集團**

| | 加權平均利率 | 按要求或少於一年 | 一至兩年 | 二至五年 | 超過五年 | 未貼現現金流量總額 | 賬面總值 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | % | *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2022年12月31日** | | | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 不適用 | 43,418 | – | – | – | 43,418 | 43,418 |
| 銀行借款 | | | | | | | |
| –浮息 | 3.67 | 61,704 | – | – | – | 61,704 | 60,872 |
| | | 105,122 | – | – | – | 105,122 | 104,290 |
| 租賃負債 | 4.81 | 3,942 | 3,001 | 736 | – | 7,679 | 6,434 |
| **於2023年12月31日** | | | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 不適用 | 19,514 | – | – | – | 19,514 | 19,514 |
| 銀行借款 | | | | | | | |
| –浮息 | 3.99 | 67,818 | – | – | – | 67,818 | 67,082 |
| | | 87,332 | – | – | – | 87,332 | 86,596 |
| 租賃負債 | 4.81 | 2,435 | 862 | 1,307 | – | 4,604 | 4,318 |
| **於2024年12月31日** | | | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 不適用 | 27,256 | – | – | – | 27,256 | 27,256 |
| 銀行借款 | | | | | | | |
| –浮息 | 3.89 | 63,906 | 3,528 | 9,968 | 19,407 | 96,809 | 88,794 |
| | | 91,162 | 3,528 | 9,968 | 19,407 | 124,065 | 116,050 |
| 租賃負債 | 4.35 | 2,940 | 1,955 | 478 | – | 5,373 | 5,116 |
| **於2025年5月31日** | | | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 不適用 | 24,622 | – | – | – | 24,622 | 24,622 |
| 銀行借款 | | | | | | | |
| –浮息 | 4.01 | 64,102 | 3,887 | 11,024 | 28,778 | 107,791 | 96,291 |
| | | 88,724 | 3,887 | 11,024 | 28,778 | 132,413 | 120,913 |
| 租賃負債 | 4.29 | 3,593 | 1,550 | 659 | – | 5,802 | 5,574 |

**貴公司**

| | 加權平均利率 | 按要求或少於一年 | 一至兩年 | 二至五年 | 超過五年 | 未貼現現金流量總額 | 賬面總值 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | % | 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2022年12月31日** | | | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 不適用 | 50,787 | – | – | – | 50,787 | 50,787 |
| 應付一間附屬公司款項 | 不適用 | 30,147 | – | – | – | 30,147 | 30,147 |
| 銀行借款 | | | | | | | |
| –浮息 | 3.63 | 52,867 | – | – | – | 52,867 | 52,362 |
| | | 133,801 | – | – | – | 133,801 | 133,296 |
| 租賃負債 | 4.81 | 3,942 | 3,001 | 736 | – | 7,679 | 6,434 |
| **於2023年12月31日** | | | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 不適用 | 18,666 | – | – | – | 18,666 | 18,666 |
| 應付一間附屬公司款項 | 不適用 | 54,452 | – | – | – | 54,452 | 54,452 |
| 銀行借款 | | | | | | | |
| –浮息 | 4.02 | 58,739 | – | – | – | 58,739 | 58,573 |
| | | 131,857 | – | – | – | 131,857 | 131,691 |
| 租賃負債 | 4.81 | 2,435 | 862 | 1,307 | – | 4,604 | 4,318 |
| **於2024年12月31日** | | | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 不適用 | 25,311 | – | – | – | 25,311 | 25,311 |
| 應付一間附屬公司款項 | 不適用 | 56,779 | – | – | – | 56,779 | 56,779 |
| 銀行借款 | | | | | | | |
| –浮息 | 3.96 | 54,044 | – | – | – | 54,044 | 53,063 |
| | | 136,134 | – | – | – | 136,134 | 135,153 |
| 租賃負債 | 4.35 | 2,940 | 1,955 | 478 | – | 5,373 | 5,116 |
| **於2025年5月31日** | | | | | | | |
| 貿易及其他應付款項 | 不適用 | 22,094 | – | – | – | 22,094 | 22,094 |
| 應付一間附屬公司款項 | 不適用 | 50,363 | – | – | – | 50,363 | 50,363 |
| 銀行借款 | | | | | | | |
| –浮息 | 3.77 | 52,816 | – | – | – | 52,816 | 52,460 |
| | | 125,273 | – | – | – | 125,273 | 124,917 |
| 租賃負債 | 4.29 | 3,593 | 1,550 | 659 | – | 5,802 | 5,574 |

**公平值估計**

下表載列按估值方法劃分的 貴集團經常性以公平值列賬的金融工具分析。不同層級的定義如下：

- 相同資產或負債於活躍市場的報價(未經調整)(第一級)。
- 除第一級所包括的報價外，該資產或負債的可觀察的其他輸入數據，可為直接(即價格)或間接(即源自價格)(第二級)。
- 該資產或負債並非依據可觀察市場數據的輸入數據(即不可觀察輸入數據)(第三級)。

在估計資產或負債的公平值時， 貴集團及 貴公司盡可能使用市場可觀察數據。如第一級輸入數據不可用， 貴集團及 貴公司會委聘第三方合資格估值師進行估值。有關釐定各項資產公平值所用估值技術及輸入數據的資料披露如下。

***(i) 按經常性基準以公平值計量的金融工具的公平值***

貴集團及 貴公司的若干金融資產及金融負債於各報告期末按公平值計量。下表載列有關如何釐定該等金融資產及金融負債公平值的資料(特別是所採用的估值技術及輸入數據)。

| | 貴集團於以下日期的公平值 | | | | 貴公司於以下日期的公平值 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 12月31日 | | | 2025年 | 12月31日 | | | 2025年 | 公平值 | 估值技術及 | 重大不可觀察 | 不可觀察輸入數據與 |
| 金融資產/金融負債 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | 層級 | 關鍵輸入數據 | 輸入數據 | 公平值的關係 |
| | *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* | | | | |
| 投資一個電影項目以宣傳 貴公司品牌 | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 | 4,500 | 2,097 | 2,097 | 2,097 | 第三級 | 收入法－使用貼現現金流量法估計電影投資的公平值 | 於2022年、2023年、2024年12月31日及2025年5月31日的預期回報率分別為-8%、-53%、-53%及-53%。 | 預期回報率越高，公平值越高。*(附註)* |

*附註：*如預期回報率增加／減少5%，由-8%增加／減少至-7.72%/-8.53%，由-53%增加／減少至-50.73%/-56.08%、由-53%增加／減少至-50.73%/-56.08%及-50.73%/-56.08%，而所有其他變量保持恆定，則於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日投資一個電影項目以宣傳 貴公司品牌的賬面值將分別增加／減少人民幣20,000元／人民幣20,000元、人民幣110,000元／人民幣110,000元、人民幣110,000元／人民幣110,000元及人民幣110,000元／人民幣110,000元。

*(ii) 第三級公平值計量對賬*

下表呈列於往績記錄期間第三級工具的變動：

| | **電影投資**<br>*人民幣千元* |
|---|---|
| 於2022年1月1日 | 4,500 |
| 公平值變動 | (2,403) |
| 於2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日 | 2,097 |

*(iii) 非經常性以公平值計量之金融資產及金融負債之公平值(但需披露公平值)。*

董事認為，於歷史財務資料中按攤銷成本列賬的 貴集團及 貴公司金融資產及金融負債的賬面值與其於各報告期末的公平值相若。

## 34. 資本承擔

於各報告期末， 貴集團有以下已訂約但未撥備的資本承擔：

| | **於12月31日** | | | **於2025年** |
|---|---|---|---|---|
| | **2022年** | **2023年** | **2024年** | **5月31日** |
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **貴集團** | | | | |
| 物業、廠房及設備 | – | 39,539 | 52,056 | 41,949 |

於各報告期末， 貴公司並無任何資本承擔。

## 35. 關聯方交易

若一方有能力直接或間接控制另一方，或在財務及營運決策上對另一方行使重大影響力，則視為關聯。若雙方受共同控制，亦被視為關聯方。

除該等綜合財務報表其他地方披露者外， 貴集團於往績記錄期間在日常業務過程中進行下列交易，以及分別於2022年、2023年及2024年12月31日及2025年5月31日因關連人士交易而產生的結餘概要：

**(a) 貴公司及 貴集團的關聯方**

| 關聯方姓名／名稱 | 關係 |
|---|---|
| 滙輝管理 | 由一名股東的配偶控制的公司 |
| 西普金剛石 | 李永忠先生控制的公司 |
| 李永忠先生 | 貴公司執行董事及 貴公司控股股東之一 |
| 胡少華先生 | 貴公司執行董事及 貴公司控股股東之一 |
| 李林茂先生 | 貴公司控股股東之一 |
| 李碩先生 | 貴公司控股股東之一 |
| 陳瑩瑩女士 | 李碩先生的配偶 |

**(b) 與關聯方的結餘**

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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） | |
| **租賃負債***(附註)* | | | | | |
| 滙輝管理 | 384 | 384 | 384 | 160 | 160 |
| 李碩先生 | 398 | 478 | 478 | 199 | 199 |
| | 782 | 862 | 862 | 359 | 359 |

*附註：*於往績記錄期間，本集團與關聯方訂立若干租賃協議，以用作辦公室及倉庫用途。相關租賃負債屬非交易性質，並於租賃期間償還且將不會於上市前悉數結算。

除上文所披露者外，於2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年5月31日，若干銀行借款及黃金租賃由關聯方擔保及以關聯方持有的若干物業作抵押。有關詳情載於附註27及30。

**(c) 主要管理人員的薪酬**

貴集團董事及監事於年度的酬金如下：

| | 截至12月31日止年度 | | | 截至5月31日止五個月 | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 2024年 | 2025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） | |
| 薪金及其他僱員福利 | 1,967 | 2,090 | 1,664 | 251 | 258 |

董事及監事的薪酬由薪酬委員會考慮個人表現及市場趨勢後決定。

## 36. 融資活動產生的負債對賬

下表詳列 貴集團因融資活動而產生的負債變動，包括現金及非現金變動。融資活動產生的負債指現金流量或未來現金流量在 貴集團綜合現金流量表中分類為融資活動產生的現金流量的負債。

| | 應付一名關聯方款項 | 應付股息(計入其他應付款項) | 租賃負債 | 銀行貸款(計入銀行借款) | 應付利息(計入銀行借款) | 應計發行成本 | 總計 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* |
| **於2022年1月1日** | **65** | **–** | **10,474** | **53,840** | **78** | **–** | **64,457** |
| 融資現金流量 | (65) | – | (3,992) | 6,950 | (2,824) | – | 69 |
| ***非現金變動*** | | | | | | | |
| 已宣派股息 | – | 24,348 | – | – | – | – | 24,348 |
| 租賃修訂 | – | – | (410) | – | – | – | (410) |
| 利息開支 | – | – | 362 | – | 2,828 | – | 3,190 |
| **於2022年12月31日** | **–** | **24,348** | **6,434** | **60,790** | **82** | **–** | **91,654** |
| 融資現金流量 | – | (48,461) | (3,282) | 6,210 | (2,639) | – | (48,172) |
| ***非現金變動*** | | | | | | | |
| 已宣派股息 | – | 24,113 | – | – | – | – | 24,113 |
| 新訂租賃 | – | – | 3,171 | – | – | – | 3,171 |
| 租賃修訂 | – | – | (2,280) | – | – | – | (2,280) |
| 利息開支 | – | – | 275 | – | 2,639 | – | 2,914 |
| **於2023年12月31日** | **–** | **–** | **4,318** | **67,000** | **82** | **–** | **71,400** |
| 融資現金流量 | – | (20,256) | (2,737) | 21,690 | (2,692) | (1,704) | (5,699) |
| ***非現金變動*** | | | | | | | |
| 已宣派股息 | – | 20,256 | – | – | – | – | 20,256 |
| 新訂租賃 | – | – | 3,992 | – | – | – | 3,992 |
| 租賃修訂 | – | – | (643) | – | – | – | (643) |
| 利息開支(於資本化前) | – | – | 186 | – | 2,714 | – | 2,900 |
| 預付／應計發行成本 | – | – | – | – | – | 3,235 | 3,235 |
| **於2024年12月31日** | **–** | **–** | **5,116** | **88,690** | **104** | **1,531** | **95,441** |
| 融資現金流量 | – | – | (1,496) | 7,210 | (1,229) | (1,644) | 2,841 |
| ***非現金變動*** | | | | | | | |
| 新訂租賃 | – | – | 1,847 | – | – | – | 1,847 |
| 利息開支(於資本化前) | – | – | 107 | – | 1,516 | – | 1,623 |
| 預付／應計發行成本 | – | – | – | – | – | 875 | 875 |
| **於2025年5月31日** | – | – | 5,574 | 95,900 | 391 | 762 | 102,627 |
| **未經審核** | | | | | | | |
| 於2024年1月1日 | – | – | 4,318 | 67,000 | 82 | – | 71,400 |
| 融資現金流量 | – | – | (1,127) | (7,980) | (979) | – | (10,086) |
| ***非現金變動*** | | | | | | | |
| 租賃修訂 | – | – | (643) | – | – | – | (643) |
| 利息開支(於資本化前) | – | – | 64 | – | 1,018 | – | 1,082 |
| **於2024年5月31日** | – | – | 2,612 | 59,020 | 121 | – | 61,753 |

## 37. 貴公司附屬公司詳情

於往績記錄期間及於本報告日期， 貴公司直接及間接持有的附屬公司詳情載列如下：

| 實體名稱 | 註冊成立日期 | 註冊成立國家／地點、法律地位 | 註冊／已發行及繳足股本 *人民幣* | 貴集團應佔股權 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 於12月31日 | | | 於2025年 | 於本報告日期 | 主要業務 |
| | | | | 2022年 | 2023年 | 2024年 | 5月31日 | | |
| **直接持有：** | | | | | | | | | |
| 福建西普精密科技有限公司 | 2017年5月9日 | 中國、有限責任公司 | 102,000,000 | 100% | 100% | 100% | 100% | 100% | 製造及銷售飾品 |
| **間接持有：** | | | | | | | | | |
| 海南西普尼國際鐘錶科技有限公司 | 2023年11月7日 | 中國、有限責任公司 | 18,000,000 | 不適用 | 100% | 100% | 100% | 100% | 進出口貿易服務 |

上述公司名稱的英文翻譯僅供參考。該等實體的正式名稱為中文。

*附註：*

(i) 於各報告期末，概無附屬公司發行任何債務證券。

(ii) 由於司法權區並無法定審計規定或相應法定審計尚未完成，故並無編製 貴公司附屬公司的經審核財務報表。

## 38. 報告期末後的事件

報告期末後並無重大事件。

## 39. 其後財務報表

貴集團及 貴公司或其任何附屬公司概無編製2025年5月31日之後的任何期間的經審核財務報表。

*本附錄所載資料並不構成本招股章程附錄一所載本公司申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(香港執業會計師)就本集團往績記錄期間的歷史財務資料編製的會計師報告的一部分，載入本招股章程僅供參考。*

*未經審核備考財務資料應與本招股章程「財務資料」一節及本招股章程附錄一所載會計師報告一併前瞻性閱讀。*

## A. 本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表

下文所載以下本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表乃根據上市規則第4.29段編製，旨在說明全球發售(定義見本招股章程)對於2025年5月31日本公司擁有人應佔本集團經審核綜合有形資產淨值的影響，猶如全球發售已於該日進行。

編製本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表僅供說明用途，且基於其假設性質，其或未能真實反映於2025年5月31日或全球發售後任何未來日期本公司擁有人應佔本集團綜合有形資產淨值。

以下本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表乃根據於2025年5月31日本公司擁有人應佔本集團經審核綜合有形資產淨值(摘錄自會計師報告，其全文載於本招股章程附錄一)編製，並作出下述調整：

| | **於2025年5月31日本公司擁有人應佔本集團經審核綜合有形資產淨值** | **全球發售估計所得款項淨額** | **於2025年5月31日本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值** | **於2025年5月31日本公司擁有人應佔本集團每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值** | |
|---|---|---|---|---|---|
| | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣千元* | *人民幣元* | *港元* |
| | *(附註1)* | *(附註2)* | | *(附註3)* | *(附註4)* |
| 基於發售價每股發售股份27.0港元 | 700,170 | 235,345 | 935,515 | 15.90 | 17.35 |
| 基於發售價每股發售股份29.6港元 | 700,170 | 259,526 | 959,696 | 16.31 | 17.80 |

*附註：*

1. 於2025年5月31日本公司擁有人應佔本集團經審核綜合有形資產淨值乃根據本公司擁有人應佔本集團綜合資產淨值人民幣702,215,000元得出，並就本集團於2025年5月31日的無形資產人民幣2,045,000元作出調整(摘錄自本招股章程附錄一所載經審核綜合財務報表)。

2. 全球發售估計所得款項淨額乃根據將分別按發售價每股發售股份27.0港元及29.6港元(即指示性發售價範圍的下限及上限)發行的10,600,000股新發售股份，並經扣除本公司應付直至2025年5月31日尚未於損益確認的估計包銷費用及佣金以及其他上市相關開支(不包括已於往績記錄期間自損益扣除的上市開支)後計算。

   就計算全球發售估計所得款項淨額而言，以港元計值的金額已按1.0912港元兑人民幣1.00元的匯率(即於2025年5月31日參考中國人民銀行公佈匯率的現行匯率)兑換為人民幣。概不表示港元金額已經、將會或可能按該匯率或任何其他匯率兑換為人民幣，或根本無法兑換，反之亦然。

3. 用於計算本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值的股份數目乃根據假設全球發售已於2025年5月31日完成而已發行的58,825,000股股份得出。其並無計及本公司根據一般授權可能發行或購回的任何股份。

4. 本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值乃按人民幣1元兑1.0912港元的匯率(即於2025年5月31日參考中國人民銀行公佈匯率的現行匯率)由人民幣兑換為港元。概不表示人民幣金額已經、將會或可能按該匯率或任何其他匯率兑換為港元，或根本無法兑換，反之亦然。

5. 概無對於2025年5月31日本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值作出調整，以反映本集團於2025年5月31日後的任何經營業績或訂立的其他交易。

**B. 申報會計師有關未經審核備考財務資料的報告**

*以下為本公司申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(香港執業會計師)就本集團未經審核備考財務資料編製以供載入本招股章程的獨立申報會計師核證報告全文。*

Deloitte. 德勤

**獨立申報會計師就編製未經審核備考財務資料的核證報告**

**致深圳西普尼精密科技股份有限公司董事**

我們已完成核證工作，以就深圳西普尼精密科技股份有限公司(前稱為深圳穿金戴銀科技股份有限公司)(「**貴公司**」)董事(「**董事**」)編製 貴公司及其附屬公司(以下統稱為「**貴集團**」)的未經審核備考財務資料作出報告，僅供說明用途。未經審核備考財務資料包括 貴公司所刊發日期為2025年9月19日的招股章程(「**招股章程**」)附錄二第II-1至II-3頁所載於2025年5月31日的未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表及相關附註。董事據以編製未經審核備考財務資料的適用標準載於招股章程附錄二第II-1至II-3頁。

未經審核備考財務資料乃由董事編製，以說明全球發售(定義見招股章程)對 貴集團於2025年5月31日的財務狀況的影響，猶如全球發售已於2025年5月31日進行。在此過程中，有關 貴集團財務狀況的資料已由董事摘錄自 貴集團截至2025年5月31日止三個年度各年的歷史財務資料(已就此刊發載於招股章程附錄一的會計師報告)。

**董事對未經審核備考財務資料承擔的責任**

董事負責根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「**上市規則**」)第4.29段及參考香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的會計指引第7號「編製備考財務資料以供載入投資通函」(「**會計指引第7號**」)編製未經審核備考財務資料。

**我們的獨立性及質量管理**

我們已遵守香港會計師公會頒佈的「專業會計師道德守則」所規定獨立性及其他道德規範，該守則以誠信、客觀、專業能力以及應有謹慎、保密性及專業行為作為基本原則。

本所應用香港會計師公會頒佈的香港質量管理準則(香港質量管理準則)第1號「進行財務報表審核或審閱或其他核證或相關服務委聘工作的公司的質量管理」，該準則要求本所設計、實施及運作質量管理系統，包括有關遵守道德要求、專業準則以及適用法律及監管規定的政策及程序。

**申報會計師的責任**

我們的責任是根據上市規則第4.29(7)段的規定，對未經審核備考財務資料發表意見並向　閣下報告我們的意見。對於我們過往就用於編製未經審核備考財務資料的任何財務資料而發出的任何報告，除於報告發出日期向該等報告收件人承擔的責任外，我們概不承擔任何責任。

我們根據香港會計師公會頒佈的香港核證委聘準則第3420號「就編製招股章程所載備考財務資料作出報告的核證委聘工作」執行我們的工作。該準則要求申報會計師計劃並實施程序，以就董事是否根據上市規則第4.29段及參考香港會計師公會頒佈的會計指引第7號編製未經審核備考財務資料獲取合理保證。

就是次委聘而言，我們並不負責就編製未經審核備考財務資料所使用的任何歷史財務資料更新或重新出具報告或意見，且在是次委聘過程中，我們概不就編製未經審核備考財務資料所使用的財務資料進行審核或審閱。

將未經審核備考財務資料載入投資通函僅旨在說明某一重大事項或交易對　貴集團未經調整財務資料的影響，猶如該事項或交易已於就說明用途而選擇的較早日期發生。因此，我們概不就該事項或交易於2025年5月31日的實際結果會否如所呈報者一致作出任何保證。

就未經審核備考財務資料是否已按照適用標準適當編製作出報告的合理核證委聘工作涉及實施程序，以評估董事用以編製未經審核備考財務資料的適用標準是否提供合理基準，以呈列該事項或交易直接造成的重大影響，並須就以下事項獲取充分適當的證據：

- 相關備考調整是否適當地按照該等標準編製；及
- 未經審核備考財務資料是否反映已對未經調整財務資料妥為應用該等調整。

所選定的程序取決於申報會計師的判斷，並考慮申報會計師對　貴集團性質的了解、與編製未經審核備考財務資料有關的事項或交易以及其他相關委聘工作情況的了解。

是次委聘亦涉及評估未經審核備考財務資料的整體呈列方式。

我們相信，我們所獲得的證據能充分及適當地為我們的意見提供基礎。

**意見**

我們認為：

(a) 未經審核備考財務資料已按照所述基準妥為編製；

(b) 該基準與　貴集團的會計政策一致；及

(c) 就根據上市規則第4.29(1)段所披露的未經審核備考財務資料而言，該等調整屬適當。

**德勤•關黃陳方會計師行**
*執業會計師*
香港
2025年9月19日

## 股息稅項

### 個人投資者

根據全國人大常委會於1980年9月10日頒佈、2018年8月31日最新修訂並於2019年1月1日實施的《中華人民共和國個人所得稅法》及國務院於2018年12月18日頒佈、2019年1月1日實施的《中華人民共和國個人所得稅法實施條例》，利息、股息、紅利所得，應當繳納個人所得稅，適用比例稅率，稅率為20%。從中國境內企業、事業單位、其他組織以及居民個人取得的利息、股息、紅利所得，除國務院財政、稅務主管部門另有規定外，不論支付地點是否在中國境內，均為來源於中國境內的所得。

根據財政部、國家稅務總局於1994年5月13日頒佈並於同日實施的《關於個人所得稅若干政策問題的通知》(財稅字[1994]20號)，非中國稅收居民從外商投資企業取得的股息、紅利所得暫免徵收個人所得稅。

### 企業投資者

根據全國人大常委會於2007年3月16日頒佈、2018年12月29日最新修訂並實施的《中華人民共和國企業所得稅法》及國務院於2019年4月23日頒佈並實施的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，居民企業(即依法在中國境內成立，或者依照外國(地區)法律成立但實際管理機構在中國境內的企業)應當就其來源於中國境內、境外的所得繳納企業所得稅。非居民企業(即依照外國(地區)法律成立且實際管理機構不在中國境內，但在中國境內設立機構、場所的，或者在中國境內未設立機構、場所，但有來源於中國境內所得的企業)應當就其在中國境內所設機構、場所取得的來源於中國境內的所得，以及發生在中國境外但與其所設機構、場所有實際聯繫的所得，繳納企業所得稅。在中國境內未設立機構、場所的，或者雖設立機構、場所但取得的所得與其所

設機構、場所沒有實際聯繫的非居民企業，應當就其來源於中國境內的所得繳納企業所得稅。股息、紅利等權益性投資所得，按照分配所得的企業所在地判斷來源於中國境內或境外的所得；權益性投資資產轉讓所得按照被投資企業所在地判斷來源於中國境內或境外的所得。非居民企業取得來源於中國境內的所得減按10%的稅率繳納企業所得稅。

根據國家稅務總局於2008年11月6日頒佈並實施的《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》(國稅函[2008]897號)，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。根據國家稅務總局於2009年7月24日頒佈並實施的《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》(國稅函[2009]394號)，在中國境外公開發行、上市股票的中國居民企業在向非居民企業股東派發2008年及以後年度股息時，應統一按10%的稅率代扣代繳企業所得稅。非居民企業股東需要享受稅收協定待遇的，可依照中國與相關國家或地區訂立的稅務條約或協議(如適用)辦理。

**稅收條約**

根據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》(以下簡稱「**《安排》**」)，中國政府可就中國公司向香港居民(包括自然人及法律實體)支付的股息徵稅，該稅項不得超過中國公司應付股息總額的10%。如股息收益所有人直接擁有支付股息的中國公司25%或以上股權，則該稅項不得超過該中國公司應付股息總額的5%。

於2019年12月6日生效的《<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》增加享受協定待遇資格的條件。雖有《安排》其他條款的規定，如果在考慮了所有相關事實與情況後，可以合理地認定任何直接或間接帶來本《安排》優惠的安排或交易的主要目的之一是獲得該優惠，則不得就相關所得給予該優惠，除非能夠確認在此等情況下給予該優惠符合《安排》相關規定的宗旨和目的。

上述稅收協議股息條款的執行須符合2009年2月20日頒佈並實施的《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》(國稅函[2009]81號)等中國稅收法律文件的規定。根據該通知，已經與中國簽有避免雙重徵稅協定或安排的國家或地區的稅收居民可享有從中國居民公司收取股息的稅收協定待遇，即按稅收協定規定的稅率計算其在中國應繳納的所得稅。如果稅收協定規定的稅率高於中國國內稅收法律規定的稅率，則納稅人仍可按中國國內稅收法律規定納稅。中國現時與多個國家和地區(包括香港、澳門、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。

**股份轉讓的稅項**

**增值稅及地方附加稅**

根據財政部及國家稅務總局於2016年3月23日頒佈、2016年5月1日實施並分別於2017年7月11日及2019年3月20日修訂的《關於全面推開營業稅改徵增值稅試點的通知》(財稅[2016]36號，以下簡稱「**36號通知**」)，於中國境內從事銷售服務的單位和個人須繳付增值稅，銷售服務包括提供金融服務，而「於中國境內從事銷售服務」指應課稅服務(租賃不動產除外)的銷售方或購買方位於中國境內的情況。

此外，36號通知亦規定，對於一般或境外增值稅納稅人，轉讓金融商品(包括轉讓有價證券所有權)須就應課稅收入繳付6%增值稅。根據財政部、國家稅務總局於2009年9月27日頒佈、2009年1月1日實施的《關於個人金融商品買賣等營業稅若干免稅政策的通知》規定，個人轉讓有價證券等金融商品取得的收入暫免徵收營業稅。

**個人投資者**

根據全國人大常委會於1980年9月10日頒佈、2018年8月31日最新修訂並於2019年1月1日實施的《中華人民共和國個人所得稅法》及其實施條例，轉讓中國居民企業股本權益所得收益須繳納20%的個人所得稅。

根據財政部及國家稅務總局於1998年3月30日頒佈並實施的《關於個人轉讓股票所得繼續暫免徵收個人所得稅的通知》(財稅字[1998]61號)，自1997年1月1日起，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。

根據財政部、國家稅務總局及中國證監會於2009年12月31日頒佈並實施的《關於個人轉讓上市公司限售股所得徵收個人所得稅有關問題的通知》(財稅字[2009]167號)，個人在上海證券交易所、深圳證券交易所轉讓上市公司公開發行和轉讓市場取得的上市公司股票所得，繼續免徵個人所得稅，但上述三部門於2010年11月10日頒佈並實施的《關於個人轉讓上市公司限售股所得徵收個人所得稅有關問題的補充通知》(財稅[2010]70號)中所界定的相關限售股份除外。

截至最後可行日期，上述條文未明確規定是否就非中國居民個人轉讓中國居民企業於境外證券交易所上市的股份徵收個人所得稅。

**企業投資者**

根據《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施條例，倘非居民企業在中國境內並無機構或場所，或在中國境內有機構或場所，但其來自中國境內的收入與上述機構或場所無實際聯繫，則非居民企業一般須就來自中國境內的所得(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，以支付人為扣繳義務人，稅款由扣繳義務人在每次支付或者到期應支付時，從支付或者到期應支付的款項中扣繳。該稅項可根據適用的避免雙重徵稅的稅收條約或安排寬減或豁免。

**印花稅**

根據全國人大常委會於2021年6月10日頒佈、2022年7月1日實施的《中華人民共和國印花稅法》，中國印花稅只適用於在中國境內書立應稅憑證、進行證券交易的、在中國境內具法律約束力且受中國法律保護的特定憑證，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**

截至最後可行日期，根據現行的中國法律，目前中國並未開徵遺產稅。

**本公司在中國的主要稅項**

**企業所得稅**

根據全國人大常委會於2007年3月16日頒佈、2018年12月29日最新修訂及實施的《中華人民共和國企業所得稅法》及國務院於2007年12月6日頒佈、2019年4月23日修訂及實施的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》，居民企業(指依法在中國境內成立，或者依照外國(地區)法律成立但實際管理機構在中國境內的企業)須就其來源於中國境內外的所得按25%的稅率繳納企業所得稅。符合條件的小型微利企業，減按20%的稅率徵收企業所得稅。國家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。

**增值稅**

根據國務院於1993年12月13日頒佈、2017年11月19日最新修訂及實施的《中華人民共和國增值稅暫行條例》、財政部於1993年12月25日頒佈、2011年10月28日最新修訂並於2011年11月1日起實施的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，在中國境內從事銷售貨物、加工或修理修配勞務、銷售服務、無形資產、不動產及進口貨物的單位和個人，均須繳納增值稅，除另行規定外，銷售貨物、勞務、有形動產租賃服務或者進口貨物的增值稅稅率為17%，銷售服務、無形資產的增值稅稅率為6%，出口貨物增值稅稅率為零。

據財政部及國家稅務總局於2017年4月28日頒佈、2017年7月1日實施的《關於簡併增值稅稅率有關政策的通知》(財稅[2017]37號)，自2017年7月1日起，簡併增值稅稅率結構，取消13%的增值稅稅率，並明確了適用11%稅率的銷售或進口貨物範圍和抵扣進項稅額規定。

根據財政部及國家稅務總局於2018年4月4日頒佈、2018年5月1日實施的《關於調整增值稅稅率的通知》(財稅[2018]32號)，自2018年5月1日起，納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用17%和11%稅率的，稅率分別調整為16%及10%。

根據財政部、國家稅務總局、海關總署於2019年3月20日頒佈、2019年4月1日實施的《關於深化增值稅改革有關政策的公告》(財政部、國家稅務總局、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%。

## 香港稅項

### 股息稅

根據香港稅務局的現行慣例，在香港，我們無須就派付股息繳納稅項。

### 資本利得稅及利得稅

根據香港稅務局的現行慣例，在香港，無須就出售H股繳納資本利得稅。

然而，倘於香港從事貿易、專業或業務之人士出售H股所得交易收益因前述貿易、專業或業務而源自或產生於香港，則須繳納香港利得稅。當前對法團徵收的稅率最高為16.5%，法團以外業務的稅率最高為15%。若干類別納稅人(如金融機構、保險公司及證券交易商)的收益很可能被視為產生交易收益而非資本收益，除非該等納稅人可證明其投資證券乃作長期投資用途持有。在香港聯交所出售H股產生的交易收益將被視為源自或產生於香港。因此，在香港從事交易業務或證券買賣的人士於香港聯交所出售H股所產生的交易收益，須承擔繳納香港利得稅的責任。

### 印花稅

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0.1%，於每次購買香港證券時向買方及於每次出售香港證券(包括H股)時向賣方徵繳(換言之，目前涉及H股的一般買賣交易應繳合共0.2%的印花稅)。此外，H股轉讓文書現時須支付5.00港元的固定印花稅。倘轉讓一方為非香港居民，且未支付其應繳的從價稅，則未付稅款將基於轉讓文書(如有)評定，並由受讓人支付。如未能於到期日或之前繳納印花稅，則可能被處以最高十倍應繳稅額的罰款。

### 遺產稅

《2005年收入(取消遺產稅)條例》於2006年2月11日在香港生效，據此，申請繼承於2006年2月11日或之後身故的H股股東的遺產毋須繳納香港遺產稅，亦毋須領取遺產稅清妥證明書。

**外匯**

人民幣是中國的法定貨幣，目前受到外匯管制，無法完全自由兑換成外匯。經中國人民銀行授權，國家外匯管理局有權行使管理與外匯相關的所有事宜的職能，包括實施外匯管制規定。

根據國務院於1996年1月29日頒佈、於2008年8月5日最新修訂並於同日起實施的《中華人民共和國外匯管理條例》，境內機構、境內個人向境外直接投資或者從事境外有價證券、衍生產品發行、交易，應當按照國務院外匯管理部門的規定辦理登記。國家規定需要事先經有關主管部門批准或者備案的，應當在外匯登記前辦理批准或者備案手續。資本項目(包括資本轉移、直接投資、證券投資、衍生產品及貸款等)外匯支出，應當按照國務院外匯管理部門關於付匯與購匯的管理規定，憑有效單證以自有外匯支付或者向經營結匯、售匯業務的金融機構購匯支付。國家規定應當經外匯管理機關批准的，應當在外匯支付前辦理批准手續。經常項目(指國際收支中涉及貨物、服務、收益及經常轉移的交易項目等)外匯支出，應當按照國務院外匯管理部門關於付匯與購匯的管理規定，憑有效單證以自有外匯支付或者向經營結匯、售匯業務的金融機構購匯支付。

根據中國人民銀行於2005年7月21日頒佈並實施的《關於完善人民幣匯率形成機制改革的公告》，自2005年7月21日起，中國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。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。

根據國務院於2014年10月23日頒佈並實施的《關於取消和調整一批行政審批項目等事項的決定》(國發[2014]50號),取消國家外匯管理局及其分支機構對境外上市外資股項下境外募集資金調回結匯審批。

根據國家外匯管理局於2014年12月26日頒佈並實施的《關於境外上市外匯管理有關問題的通知》(匯發[2014]54號),境內企業應在境外上市發行結束之日起15個工作日內向其註冊地外匯管理局辦理境外上市登記。境內企業(銀行類金融機構除外)應當憑境外上市業務登記憑證,針對其首發(或增發)、回購業務,在境內銀行開立「境內公司境外上市專用外匯賬戶」,辦理相關業務的資金匯兑與劃轉。境內公司境外上市募集資金可調回境內或存放境外,但資金用途應與招股章程及其他公開披露文件所列相關內容一致。

根據國家外匯管理局於2015年2月13日頒佈、2015年6月1日實施的《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),取消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兩項行政審批事項,改由銀行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境外直接投資外匯登記實施間接監管。

根據國家外匯管理局2016年6月9日頒佈並實施的《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),實行意願結匯的資本項目外匯收入(包括外匯資本金、外債資金和境外上市調回資金等),可根據境內機構的實際經營需要在銀行辦理結匯;境內機構資本項目外匯收入意願結匯比例暫定為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。

根據國家外匯管理局於2017年1月26日頒佈及實施的《關於進一步推進外匯管理改革完善真實合規性審核的通知》(匯發[2017]3號),進一步擴大境內外匯貸款結匯範圍,允許具有貨物貿易出口背景的境內外匯貸款辦理結匯;允許內保外貸項下資金調回境內使用;允許自由貿易試驗區內境外機構境內外匯賬戶結匯;實施本外幣全口徑境外放款管理,境內機構辦理境外放款業務,本幣境外放款餘額與外幣境外放款餘額合計最高不得超過其上年度經審計財務報表中所有者權益的30%。

根據國家外匯管理局於2019年10月23日頒佈、2023年12月4日修訂及實施的《關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》(匯發[2019]28號),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)且中國境內所投項目真實、合規的前提下,依法以資本金進行境內股權投資。

根據國家外匯管理局於2020年4月10日頒佈並實施的《關於優化外匯管理支持涉外業務發展的通知》(匯發[2020]8號),全國推廣資本項目收入支付便利化改革。在確保資金使用真實合規並符合現行資本項目收入使用管理規定的前提下,允許符合條件的企業將資本金、外債和境外上市等資本項目收入用於境內支付時,無需事前向銀行逐筆提供真實性證明材料。

## 中國的法律體系

中國的法律體系以《中華人民共和國憲法》(「**《憲法》**」)為基礎，《憲法》於1954年9月20日頒佈，隨後於1975年1月17日、1978年3月5日、1982年12月4日、1988年4月12日、1993年3月29日、1999年3月15日、2004年3月14日及2018年3月11日修訂並實施。中國法律體系由成文法律、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簽署的國際條約及其他規範性文件組成。法院判決並不構成具有法律約束力的先例，但可用作司法參考。

根據《憲法》及《中華人民共和國立法法》(「**《立法法》**」，於2000年3月15日頒佈，2015年3月15日及2023年3月13日修訂並於2023年3月15日生效)，全國人民代表大會(「**全國人大**」)及其常務委員會有權行使國家立法權。全國人大有權制定和修改國家機構、民事、刑事和其他的基本法律。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，但是不得同該等法律的基本原則相抵觸。

國務院是最高國家行政機關，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的，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。自治區的自治條例和單行條例，報全國人大常務委員會批准後生效。自治州、自治縣的自治條例和單行條例，報省、自治區、直轄市的人民代表大會常務委員會批准後生效。

國務院各部、委員會、中國人民銀行、審計署和具有行政管理職能的國務院直屬機構以及法律規定的機構，可以根據法律和國務院的行政法規、決定、命令，在本部門的許可權範圍內，制定規章。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。

根據《憲法》及《立法法》，法律解釋權屬於全國人大常務委員會。根據1981年6月10日實施的《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》，凡屬於法院審判工作中具體應用法律、法令的問題，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、法令的問題，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，報請全國人大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、法令如何具體應用的問題，由國務院及主管部門進行解釋。凡屬於地方性法規條文本身需要進一步明確界限或作補充規定的，由制定該等法規的省、自治區、直轄市人民代表大會常務委員會進行解釋或作出規定。凡屬於地方法規如何具體應用的問題，由省、自治區、直轄市人民政府主管部門進行解釋。

**中國的司法體系**

根據《憲法》及《中華人民共和國人民法院組織法》(於1954年9月21日頒佈，隨後於1979年7月5日、1983年9月2日、1986年12月2日、2006年10月31日及2018年10月26日修訂並於2019年1月1日實施)，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。

地方各級人民法院分為基層人民法院、中級人民法院和高級人民法院。基層人民法院根據地區、人口和案件情況可以設立若干人民法庭。人民法院根據審判工作需要，可以設必要的專業審判庭。法官員額較少的中級人民法院和基層人民法院，可以設綜合審判庭或者不設審判庭。基層人民法院和中級人民法院受上級人民法院監督。最高人民法院是國家最高審判機關。最高人民法院監督地方各級人民法院和專門人民法院的審判工作。

根據《中華人民共和國民事訴訟法》(於1991年4月9日正式頒佈，於2007年10月28日、2012年8月31日、2017年6月27日、2021年12月24日及2023年9月1日修訂並於2024年1月1日實施)，人民法院實行兩審終審制度。當事人不服地方人民法院第一審判決或裁定的，可提出上訴。人民檢察院可根據法律規定的程式，向上級人民法院提出抗訴。倘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的判決或裁定。中級人民法院、高級人民法院和最高人民法院的二審判決或裁定，以及最高人民法院的一審判決或裁定都是終審的判決或裁定。然而，最高人民法院對地方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。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，應當提交法院審判委員會討論決定。

《中華人民共和國民事訴訟法》對提起民事訴訟的條件、人民法院司法管轄權、民事訴訟的程式以及民事判決或裁定執行程式均有規定。中國境內的民事訴訟各方當事人須遵守《中國民事訴訟法》。一般而言，民事案件由被告住所地人民法院管轄。合同或者其他財產權益糾紛的當事人可以書面協議選擇原告住所地、被告住所地、合同履行地、合同簽訂地、標的物所在地等與爭議有實際聯繫的地點的人民法院管轄，但不得違反該法對級別管轄和專屬管轄的規定。

外國人、無國籍人、外國企業和組織在中國人民法院起訴、應訴，同中國公民、法人和其他組織有同等的訴訟權利義務。外國法院對中國公民、法人和其他組織的訴訟權利加以限制的，中國人民法院對該國公民、企業和組織的民事訴訟權利，實行對等原則。外國人、無國籍人、外國企業和組織在中國人民法院起訴、應訴，需要委託律師代理訴訟的，必須委託中國的律師。發生法律效力的民事判決、裁定，當事人必須履行。倘民事訴訟的任何一方拒絕遵守中國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、裁定或裁決。倘在規定期限內，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對該方強制執行判決。

人民法院作出的發生法律效力的判決、裁定，如果被執行人或者其財產不在中國領域內，當事人請求執行的，可以由當事人直接向有管轄權的外國法院申請承認和執行。外國法院作出的判決、裁定，經人民法院依照中國與該國締結或者參加的國際條約的規定，或者按照互惠原則進行審查後，認為不違反中國法律的基本原則且不損害國家主權、安全、社會公共利益的，可予以承認和執行。

**中國證券法律法規**

中國已頒佈一系列與股份發行與交易及資訊披露有關的法規。1992年10月，國務院成立證券委員會及中國證監會。證券委員會負責組織擬定證券法規草案、制定有關證券的政策、制定證券市場發展規劃、指導、協調和監督中國所有證券相關機構及管理中國證監會。中國證監會是證券委員會的監管執行機構，負責草擬證券市場的監管條文、監管證券公司、監管中國企業在中國境內或境外公開發售證券、監管證券買賣、編制證券相關統計及進行相關研究和分析。1998年4月，國務院將兩個部門合併改組為中國證監會。

《中華人民共和國證券法》(「**《中國證券法》**」)於1998年12月29日頒佈、1999年7月1日生效，並分別於2004年8月28日、2005年10月27日、2013年6月29日、2014年8月31日及2019年12月28日修訂並於2020年3月1日生效。《中國證券法》分為14章及226個條目，規範(其中包括)證券發行及交易、證券上市、以及上市公司的收購等。

《中國證券法》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，境內企業境外發行證券(包括股份)的發行及買賣主要由國務院及中國證監會頒佈的法規及規則管制。

**仲裁及仲裁裁決的執行**

《中華人民共和國仲裁法》(「**《中國仲裁法》**」)於1994年8月31日頒佈、1995年9月1日生效，分別於2009年8月27日及2017年9月1日修訂並於2018年1月1日實施。《中國仲裁法》適用於(其中包括)當各方已訂立書面協定將事項呈交根據《中國仲裁法》組成的仲裁委員會仲裁的涉及外方的經濟糾紛。《中國仲裁法》規定，中國仲裁協會頒佈仲裁規則前，仲裁委員會依照《中國仲裁法》和《中國民事訴訟法》的有關規定可以制定仲裁暫行規則。當事人達成協議以仲裁作為解決爭議方法，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《中國仲裁法》和《中國民事訴訟法》，仲裁實行一裁終局的制度，對仲裁當事人具有約束力。倘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執行該仲裁決定。倘仲裁程式違法(包括但不限於仲裁庭的組成或者仲裁的程式違反法定程式的、裁決的事項不屬於仲裁協議的範圍或者仲裁委員會無權仲裁的)，人民法院經組成合議庭審查核實，裁定不予執行仲裁委員會作出的仲裁決定。

中國涉外仲裁委員會作出的仲裁裁決，當事人請求執行的，如果被執行人或者其財產不在中國領域內，應當由當事人向有管轄權的外國法院申請承認和執行。同樣，國外仲裁機構的裁決，需要中國人民法院承認和執行的，人民法院應當按照互惠原則，或者依照中國締結或者參加的國際條約辦理。

1986年12月2日，全國人大常務委員會通過決議，中國加入於1958年6月10日通過的《承認及執行外國仲裁裁決公約》(「**《紐約公約》**」)。《紐約公約》規定，《紐約公約》的各締約國對《紐約公約》的另一締約國作出的所有仲裁裁決均予承認及執行，但各國保留在若干情況下(包括違反該國公共政策的情況)拒絕強制執行的權利。全國人大常務委員會於中國加入該公約時同時宣稱：(i)中國僅會在互惠的基礎上對在另一締約國領土內作出的仲裁裁決的承認和執行適用該公約；及(ii)《紐約公約》僅可適用於根據中國法律視為合同或非合同商事法律關係所引起的爭議。

香港和中國最高人民法院之間就相互執行仲裁裁決問題達成一致安排。中國最高人民法院於1999年6月18日頒佈《關於內地與香港特別行政區相互執行仲裁裁決的安排》，該安排於2000年2月1日生效。該安排依據《紐約公約》宗旨作出。按照該安排，內地仲裁機構根據《中國仲裁法》作出的裁決可在香港執行，香港的仲裁機構按照香港特區《仲裁條例》作出的裁決亦可在中國內地執行。內地法院認定在內地執行香港仲裁機構作出的裁決違反內地社會公共利益，或者香港特區法院決定在香港特區執行該仲裁裁決違反香港特區的公共政策，則可不予執行該裁決。中國最高人

民法院於2020年11月9日頒佈《最高人民法院關於內地與香港特別行政區相互執行仲裁裁決的補充安排》(「**《補充安排》**」)。根據《補充安排》，有關法院在受理執行仲裁裁決申請之前或者之後，可以依申請並按照仲裁裁決執行地法律規定採取保全或者強制措施。

**司法判決及其執行**

根據最高人民法院於2008年7月3日頒佈並於2008年8月1日實施的《最高人民法院關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行當事人協議管轄的民商事案件判決的安排》(「**安排**」)，內地人民法院和香港特別行政區法院在具有書面管轄協議的民商事案件中作出的須支付款項的具有執行力的終審判決，當事人可以根據本安排向中國人民法院或者香港特別行政區法院申請認可和執行。「書面管轄協議」，是指當事人為解決與特定法律關係有關的已經發生或者可能發生的爭議，以書面形式明確約定中國人民法院或者香港特別行政區法院具有唯一管轄權的協議。因此，符合上述規定條件的在中國或香港作出的終審判決，當事人可以向中國人民法院或者香港特別行政區法院申請認可和執行。2019年1月18日，香港特別行政區與最高人民法院達成進一步安排《最高人民法院關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》(「**新安排**」)，其於2024年1月29日生效並取代安排，但於2024年1月29日之前根據安排達成的「書面管轄協定」仍然適用。該新安排進一步規定了適用於相互認可和執行的判決的範圍、內容、相應的適用程式和方法、一審判決後有關二審、不予認可和執行的情形以及濟助途徑。根據該新安排，相互認可和執行的判決內容包括非金錢判決及若干知識產權案件判決。

**《中國公司法》、《管理試行辦法》及《指引》**

全國人大常委會第五次會議於1993年12月29日頒佈《中華人民共和國公司法》(「**《中國公司法》**」),並於1994年7月1日生效,其後分別於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,並將自2024年7月1日起生效。最新修訂的《中國公司法》於2024年7月1日實施。

中國證監會於2023年2月17日頒佈並於2023年3月31日生效的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》(「《**管理試行辦法**》」)適用於中國境內公司證券的境外發售及上市。

中國證監會於2006年3月16日頒佈、2023年12月15日最新修訂並於同日生效的《上市公司章程指引》(「**《指引》**」)為組織章程細則提供指引。因此,《指引》的內容載於本公司的組織章程細則,其概要載於本招股章程「附錄五－公司組織章程概要」一節。

下文載列適用於本公司的《中國公司法》、《管理試行辦法》及《指引》的主要條文概要。

**總則**

股份有限公司是指依照《中國公司法》在中國註冊成立的企業法人,有獨立的法人財產,享有法人財產權,其資本劃分為股份。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。

**註冊成立**

股份有限公司的設立，可以採取發起設立或者募集設立的方式。設立股份有限公司，應當有一人以上二百人以下為發起人，其中應當有半數以上的發起人在中國境內有住所。股份有限公司的註冊資本為在公司登記機關登記的已發行股份的股本總額。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股份有限公司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股份有限公司的，發起人應當認足公司章程規定的公司設立時應發行的股份。以募集設立方式設立股份有限公司的，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百分之三十五；但是，法律、行政法規另有規定的，從其規定。

以發起設立方式設立股份有限公司的，發起人應當在公司成立前按照其認購的股份全額繳納股款。發起人以貨幣出資的，應當將貨幣出資足額存入公司在銀行開設的賬戶；以非貨幣財產出資的，應當依法辦理其財產權的轉移手續。發起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。

募集設立股份有限公司的發起人應當自公司設立時應發行股份的股款繳足之日起三十日內召開公司成立大會。以發起設立方式設立股份有限公司成立大會的召開和表決程式由公司章程或者發起人協議規定。

董事會應當授權代表，於公司成立大會結束後三十日內向公司登記機關申請設立登記。

**股本**

股東可以用貨幣出資，也可以用實物、知識產權、土地使用權、股權、債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。

股份的發行，實行公平、公正的原則，同類別的每一股份應當具有同等權利。同次發行的同類別股份，每股的發行條件和價格應當相同。面額股股票的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。

尋求境外發行上市的中國境內公司須向中國證監會備案。中國境內企業境外發行上市的發行對象應當為境外投資者，但符合《管理試行辦法》規定或者國家另有規定的除外。

**增加股本**

根據《中國公司法》，公司發行新股，股東會應當根據公司章程的規定對下列事項作出決議：新股種類及數額、新股發行價格、新股發行的起止日期、向原有股東發行新股的種類及數額，發行無面額股的，新股發行所得股款計入註冊資本的金額。股份有限公司為增加註冊資本發行新股時，股東認購新股，股東不享有優先認購權，公司章程另有規定或股東會決議決定股東享有優先認購權的除外。

**減少股本**

公司減少註冊資本，應當編制資產負債表及財產清單。公司應當自股東會作出減少註冊資本決議之日起十日內通知債權人，並於三十日內在報紙上或者國家企業信用信息公示系統公告。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，有權要求公司清償債務或者提供相應的擔保。

公司減少註冊資本，應當按照股東出資或者持有股份的比例相應減少出資額或者股份，法律另有規定、有限責任公司全體股東另有約定或者股份有限公司章程另有規定的除外。

公司依照《中國公司法》第二百一十四條第二款的規定彌補虧損後，仍有虧損的，可以減少註冊資本彌補虧損。減少註冊資本彌補虧損的，公司不得向股東分配利潤，也不得免除股東繳納出資或者股款的義務。

依照前款規定減少註冊資本的，不適用第二百二十四條第二款(即通知債權人及公告通知債權人)的規定，但應當自股東會作出減少註冊資本決議之日起三十日內在報紙上或者國家企業信用信息公示系統公告。

公司減少註冊資本彌補虧損的，在減少註冊資本後，在法定公積金和任意公積金累計額達到公司註冊資本百分之五十前，不得分配利潤。

違反《中國公司法》規定減少註冊資本的，股東應當退還其收到的資金，減免股東出資的應當恢復原狀；給公司造成損失的，股東及負有責任的董事、監事、高級管理人員應當承擔賠償責任。

**購回股份**

公司不得收購本公司股份。但是，有下列情形之一的除外：

(1) 減少公司註冊資本；

(2) 與持有本公司股份的其他公司合併；

(3) 將股份用於員工持股計劃或者股權激勵；

(4) 股東因對股東會作出的公司合併、分立決議持異議，要求公司收購其股份；

(5) 將股份用於轉換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。

公司因前款第(1)項、第(2)項規定的情形收購本公司股份的，應當經股東會決議；公司因前款第(3)項、第(5)項、第(6)項規定的情形收購本公司股份的，可以按照公司章程或者股東會的授權，經三分之二以上董事出席的董事會會議決議。

公司依照本條第一款規定收購本公司股份後，屬於第(1)項情形的，應當自收購之日起十日內註銷。屬於第(2)項、第(4)項情形的，應當在六個月內轉讓或者註銷；屬於第(3)項、第(5)項、第(6)項情形的，公司合計持有的本公司股份數不得超過本公司已發行股份總數的百分之十，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，應當履行資訊披露義務。上市公司因第(3)項、第(5)項、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。

**股份轉讓**

股東持有的股份可以向其他股東轉讓，也可以向股東以外的人轉讓；公司章程對股份轉讓有限制的，其轉讓按照公司章程的規定進行。根據《中國公司法》，股東轉讓其股份，應當在依法設立的證券交易場所進行或者按照國務院規定的其他方式進行。股票的轉讓，由股東以背書方式或者法律、行政法規規定的其他方式進行；轉讓後由公司將受讓人的姓名或者名稱及住所記載於股東名冊。股東會召開前二十日內或者公司決定分配股利的基準日前五日內，不得變更股東名冊，法律、行政法規或者國務院證券監督管理機構對上市公司股東名冊變更登記另有規定的，從其規定。

根據《中國公司法》，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。法律、行政法規或者國務院證券監督管理機構對上市公司的股東、實際控制人轉讓其所持有的本公司股份另有規定的，從其規定。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及其變動情況，在就任時確定的任職期間每年轉讓的股份不得超過其所持有本公司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。公司章程可以對公司董事、監事、高級管理人員轉讓其所持有的本公司股份作出其他限制性規定。股份在法律、行政法規規定的限制轉讓期限內出質的，質權人不得在限制轉讓期限內行使質權。

**股東**

根據《中國公司法》及《指引》，股份有限公司普通股持有人的權利包括：

(1) 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；

(2) 依法請求、召集、主持、參加或者委派股東代理人參加股東會，並行使相應的表決權；

(3) 對公司的經營進行監督，提出建議或者質詢；

(4) 依照法律、行政法規、部門規章、規範性檔、公司股票上市地證券交易所的上市規則及公司章程的規定轉讓、贈與或質押其所持有的股份；

(5) 根據公司章程的規定查閱、複製或者委託會計師事務所、律師事務所等仲介機構查閱、複製公司及其全資子公司的公司章程、股東名冊、股東會會議記錄、董事會會議決議、監事會會議決議、財務會計報告，連續一百八十日以上單獨或者合計持有公司百分之三以上股份的股東(公司章程對持股比例有較低規定的，從其規定)可以要求查閱公司會計賬簿、會計憑證；

(6) 股東會及董事會會議通過的決議內容若違反法律、行政法規或者公司章程，有權請求人民法院撤銷該等決議，但會議召集程式或者表決方式僅有輕微瑕疵，對決議未產生實質影響的除外；

(7) 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；

(8) 對股東會作出的公司合併、分立決議持異議的股東，要求公司收購其股份；及

(9) 法律、行政法規、其他規範性檔或公司章程規定的其他權利。

股東的義務包括遵守法律、行政法規和公司章程，依其所認購的股份及出資方式繳納股款、以其認購的股份為限對公司承擔責任以及公司章程規定的任何其他股東義務。

**股東會**

股東會是公司的權力機構，依照《中國公司法》行使其職權。股東會行使下列職權：

(1) 選舉和更換董事、監事，決定有關董事、監事的報酬事項；

(2) 審議批准董事會的報告；

(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、解散及清算或者變更公司形式作出決議；

(8) 修改公司章程；

(9) 公司章程規定的任何其他職權。

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《中國公司法》規定人數或者公司章程所定人數的三分之二時；

(2) 公司未彌補的虧損達股本總額三分之一時；

(3) 單獨或者合計持有公司百分之十以上股份的股東請求時；

(4) 董事會認為必要時；

(5) 監事會提議召開時；

(6) 公司章程所規定的任何其他情形。

股東會由董事會召集，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，由過半數的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。單獨或者合計持有公司百分之十以上股份的股東請求召開臨時股東會會議的，董事會、監事會應當在收到請求之日起十日內作出是否召開臨時股東會會議的決定，並書面答覆股東。

根據《中國公司法》，召開股東會，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；臨時股東會會議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一以上股份的股東，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。公開發行股份的公司，應當以公告方式作出通知。股東會不得對通知中未列明的事項作出任何決議。

根據《中國公司法》，股東出席股東會會議，所持每一股份有一表決權，類別股股東除外。公司持有的本公司股份沒有表決權。

股東會選舉董事、監事，可以按照公司章程的規定或者股東會的決議，實行累積投票制。根據累積投票制，股東會選舉董事或者監事時，每一股份擁有與應選董事或者監事人數相同的表決權，股東擁有的表決權可以集中使用。

根據《中國公司法》，股東會作出決議，應當經出席會議的股東所持表決權過半數通過，但作出公司合併、分立、解散、增加或減少註冊資本、變更公司形式或修改公司章程等事項的決議，應當經出席會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。《中國公司法》及公司章程規定公司轉讓或收購重大資產或者對外提供擔保等事項必須經股東會作出決議的，董事會應當及時召開股東會，由股東會就上述事項進行表決。

股東會應當對所議事項的決定作成會議記錄，主持人、出席會議的董事應當在會議記錄上簽名。會議記錄應當與出席股東的簽名冊及代理出席的委託書一併保存。

**董事會**

公司設董事會，其成員為三人以上，可以有公司職工代表。職工人數三百人以上的公司，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。規模較小或者股東人數較少的股份有限公司，可以不設董事會，設一名董事，行使《中國公司法》規定的董事會的職權。該董事可以兼任公司經理。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，或者董事在任期內辭任導致董事會成員低於法定人數的，在改選出的董事就任前，原董事仍應當依照法律、行政法規和公司章程的規定，履行董事職務。董事辭任的，應當以書面形式通知公司，公司收到通知之日辭任生效，但存在前款規定情形的，董事應當繼續履行職務。

根據《中國公司法》，董事會行使下列職權：

(1) 召集股東會會議，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) 公司章程規定或者股東會授予的其他職權。

公司章程對董事會職權的限制不得對抗善意相對人。

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監事會，可以提議召開臨時董事會會議。董事長應當自接到提議後十日內，召集和主持會議。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。董事會會議應當有過半數的董事出席方可舉行。董事會作出決議，應當經全體董事的過半數通過。董事會決議的表決，應當一人一票。董事會應當對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。董事會會議，應當由董事本人出席；董事因故不能出席，可以書面委託其他董事代為出席，委託書應當載明授權範圍。

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，給公司造成嚴重損失的，參與決議的董事對公司負賠償責任；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《中國公司法》，有下列情形之一的，不得擔任公司董事：(i)無民事行為能力或者限制民事行為能力；(ii)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，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；(iii)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；(iv)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、責令關閉之日起未逾三年；(v)個人因所負數額較大債務到期未清償被人民法院列為失信被執行人。

違反前款規定選舉、委派董事的，該選舉、委派無效。董事在任職期間出現前款所列情形的，公司應當解除其職務。

根據《中國公司法》，董事會設董事長一人，可以設副董事長。董事長和副董事長由董事會以全體董事的過半數選舉產生。

董事長召集和主持董事會會議，檢查董事會決議的實施情況。副董事長協助董事長工作，董事長不能履行職務或者不履行職務的，由副董事長履行職務；副董事長不能履行職務或者不履行職務的，由過半數的董事共同推舉一名董事履行職務。

**監事會**

公司設監事會，成員為三人以上。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《中國公司法》規定的監事會的職權，不設監事會或者監事。規模較小或者股東人數較少的股份有限公司，可以不設監事會，設一名監事，行使《中國公司法》規定的監事會的職權。監事會成員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得低於三分之一，具體比例由公司章程規定。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。董事、高級管理人員不得兼任監事。

監事會設主席一人，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。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，由過半數的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，連選可以連任。監事任期屆滿未及時改選，或者監事在任期內辭任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《中國公司法》規定的召集和主持股東會職責時召集和主持股東會會議；

(5) 向股東會提出提案；

(6) 依照《中國公司法》第一百八十九條的規定，對董事、高級管理人員提起訴訟；

(7) 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。

**經理和高級管理人員**

根據《中國公司法》，公司設經理，由董事會決定聘任或者解聘。經理對董事會負責，根據公司章程的規定或者董事會的授權行使職權。經理列席董事會會議。

根據《中國公司法》，高級管理人員是指經理、副經理、財務負責人，上市公司董事會秘書和公司章程規定的其他人員。

**董事、監事、高級管理人員的義務**

董事、監事、高級管理人員應當遵守法律、行政法規和公司章程。

根據《中國公司法》，董事、監事、高級管理人員對公司負有忠實義務，應當採取措施避免自身利益與公司利益衝突，不得利用職權牟取不正當利益。

董事、監事、高級管理人員對公司負有勤勉義務，執行職務應當為公司的最大利益盡到管理者通常應有的合理注意。

董事、監事、高級管理人員不得有下列行為：

(1) 侵佔公司財產、挪用公司資金；

(2) 將公司資金存入以其個人名義或者以其他個人名義的賬戶；

(3) 利用職權賄賂或者收受其他非法收入；

(4) 接受他人與公司交易的佣金歸為己有；

(5) 擅自披露公司秘密；

(6) 違反對公司忠實義務的其他行為。

董事、監事、高級管理人員，直接或者間接與本公司訂立合同或者進行交易，應當就與訂立合同或者進行交易有關的事項向董事會或者股東會報告，並按照公司章程的規定經董事會或者股東會決議通過。

董事、監事、高級管理人員的近親屬，董事、監事、高級管理人員或者其近親屬直接或者間接控制的企業，以及與董事、監事、高級管理人員有其他關聯關係的關聯人，與公司訂立合同或者進行交易，適用前款規定。

董事、監事、高級管理人員，不得利用職務便利為自己或者他人謀取屬於公司的商業機會。但是，有下列情形之一的除外：

(1) 向董事會或者股東會報告，並按照公司章程的規定經董事會或者股東會決議通過；

(2) 根據法律、行政法規或者公司章程的規定，公司不能利用該商業機會。

董事、監事、高級管理人員未向董事會或者股東會報告，並按照公司章程的規定經董事會或者股東會決議通過，不得自營或者為他人經營與其任職公司同類的業務。

董事、監事、高級管理人員違反前款規定所得的收入應當歸公司所有。

董事、監事、高級管理人員執行公司職務違反法律、行政法規或者公司章程的規定，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、高級管理人員列席會議的，董事、監事、高級管理人員應當列席並接受股東的質詢。

董事、高級管理人員執行職務違反法律、行政法規或者公司章程的規定，給公司造成損失的，連續一百八十日以上單獨或者合計持有公司百分之一以上股份的股東，可以書面請求監事會向人民法院提起訴訟；監事執行職務違反法律、行政法規或者公司章程的規定，給公司造成損失的，前述股東可以書面請求董事會向人民法院提起訴訟。監事會或者董事會收到前款規定的股東書面請求後拒絕提起訴訟，或者自收到請求之日起三十日內未提起訴訟，或者情況緊急、不立即提起訴訟將會使公司利益受到難以彌補的損害的，前款規定的股東有權為公司利益以自己的名義直接向人民法院提起訴訟。他人侵犯公司合法權益，給公司造成損失的，前述股東可以依照前兩款的規定向人民法院提起訴訟。董事、高級管理人員違反法律、行政法規或者公司章程的規定，損害股東利益的，股東可以向人民法院提起訴訟。公司全資附屬公司的董事、監事、高級管理人員執行職務違反法律、行政法規或者公司章程的規定，給公司全資附屬公司造成損失的，或者他人侵犯公司全資附屬公司合法權益造成損失的，連續一百八十日以上單獨或者合計持有公司百分之一以上股份的股東，可以依照前款規定書面請求全資附屬公司的監事會、董事會向人民法院提起訴訟或者以自己的名義直接向人民法院提起訴訟。

**財務、會計**

公司應當依照法律、行政法規和國務院財政部門的規定建立本公司的財務、會計制度。公司應當在每一會計年度終了時編制財務會計報告，並依法經會計師事務所審計。財務會計報告應當依照法律、行政法規和國務院財政部門的規定製作。

公司的財務會計報告應當在召開股東會年會的二十日前置備於本公司，供股東查閱；公開發行股份的股份有限公司應當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，公司按照股東所持有的股份比例分配利潤，公司章程另有規定的除外。

公司持有的本公司股份不得分配利潤。

公司違反《中國公司法》規定向股東分配利潤的，股東應當將違反規定分配的利潤退還公司；給公司造成損失的，股東及負有責任的董事、監事、高級管理人員應當承擔賠償責任。

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、發行無面額股所得股款未計入註冊資本的金額以及國務院財政部門規定列入資本公積金的其他項目，應當列為公司資本公積金。公司的公積金用於彌補公司的虧損、擴大公司生產經營或者轉為增加公司註冊資本。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。法定公積金轉為增加註冊資本時，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。對公司資金，不得以任何個人名義開立賬戶存儲。

**聘用、解聘審計師**

根據《中國公司法》，公司聘用、解聘承辦公司審計業務的會計師事務所，按照公司章程的規定，由股東會、董事會或者監事會決定。公司股東會、董事會或者監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。

**利潤分配**

根據《中國公司法》，公司不得在彌補虧損和提取法定公積金之前分配利潤。

**修改公司章程**

根據《中國公司法》，股東會作出修改公司章程的決議，須經出席會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。

**解散和清算**

根據《中國公司法》，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；

(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，持有公司百分之十以上表決權的股東，可以請求人民法院解散公司。

公司有前條第(1)項、第(2)項情形的，且尚未向股東分配財產的，可以通過修改公司章程或者經股東會決議而存續。依照前款規定修改公司章程，須經出席股東會會議的股東所持表決權的三分之二以上通過。

公司因前款第(1)項、第(2)項、第(4)項、第(5)項規定而解散的，應當清算。董事為公司清算義務人，應當在解散事由出現之日起十五日內組成清算組進行清算。清算組由董事組成，但是公司章程另有規定或者股東會決議另選他人的除外。清算義務人未及時履行清算義務，給公司或者債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。

逾期不成立清算組進行清算或者成立清算組後不清算的，利害關係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。

公司因被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷而解散的，作出吊銷營業執照、責令關閉或者撤銷決定的部門或者公司登記機關，可以申請人民法院指定有關人員組成清算組進行清算。

清算組在清算期間行使下列職權：

(1) 清理公司財產，分別編制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) 分配公司清償債務後的剩餘財產；

(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或者國家企業信用資訊公示系統公告。

債權人應當自接到通知之日起三十日內，未接到通知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、編制資產負債表和財產清單後，應當制訂清算方案，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。

清算組在清理公司財產、編制資產負債表和財產清單後，發現公司財產不足清償債務的，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。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公司或者債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。

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。

**境外上市**

根據《試行辦法》，發行人境外首次公開發行或者上市的，應當在境外提交發行上市申請文件後3個工作日內向中國證監會備案。

**合併、分立**

公司合併，應當由合併各方簽訂合併協定，並編制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或者國家企業信用資訊公示系統公告。債權人自接到通知之日起三十日內，未接到通知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，應當編制資產負債表及財產清單。公司應當自作出分立決議之日起十日內通知債權人，並於三十日內在報紙上或者國家企業信用資訊公示系統公告。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定另有約定的除外。

公司合併可以採取吸收合併或者新設合併。一個公司吸收其他公司為吸收合併，被吸收的公司解散。兩個以上公司合併設立一個新的公司為新設合併，合併各方解散。公司與其持股百分之九十以上的公司合併，被合併的公司不需經股東會決議，但應當通知其他股東，其他股東有權請求公司按照合理的價格收購其股權或者股份。

公司合併支付的價款不超過本公司淨資產百分之十的，可以不經股東會決議；但是，公司章程另有規定的除外。公司依照前款規定合併不經股東會決議的，應當經董事會決議。

根據《中國公司法》，公司合併，應當由合併各方簽訂合併協定，並編制各自的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各自的債權人，並於三十日內在報紙上或者國家企業信用資訊公示系統公告。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，應當編制資產負債表及財產清單。公司應當自作出分立決議之日起十日內通知債權人，並於三十日內在報紙上或者國家企業信用資訊公示系統公告。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定另有約定的除外。

**可能與我們於香港的業務有關的法律法規**

**《商業登記條例》(香港法例第310章)**

每名在香港經營業務的人士(公司或個人)須按《商業登記條例》(香港法例第310章)向香港稅務局(「**香港稅務局**」)登記並於業務開業後一個月內取得商業登記證。商業登記是以申請為基礎的程序，並不涉及政府許可。一旦達成指定條件，即可批出商業登記證。商業登記用以通知香港稅務局有關於香港成立的業務，藉此方便香港稅務局向於香港的業務收取稅款。

任何人士未申請商業登記或未在營業地點展示有效商業登記證，即屬犯罪，且可處罰款5,000港元及監禁一年。

**有關香港稅項的法律法規**

《稅務條例》(香港法例第112章)(「**《稅務條例》**」)規定對香港財產、收益及溢利徵稅。《稅務條例》規定(其中包括),凡任何人士(包括法團、合夥業務、受託人及團體)在香港經營任何行業、專業或業務從而在該行業、專業或業務獲得從香港產生或源自香港的溢利(售賣資本資產所得的溢利除外)均須繳納稅項。

《2018年稅務(修訂)(第3號)條例》(「**《稅務條例修訂草案》**」)於2018年3月29日頒佈,引入利得稅兩級制。根據利得稅兩級制,合資格集團實體的首2百萬港元的利得稅率為8.25%,而超過2百萬港元的利得稅率為16.5%。不符合利得稅兩級制資格的集團實體將繼續按16.5%的固定稅率繳納利得稅。因此,自2018/19評稅年度起,合資格集團實體的首2百萬港元的估計應評稅利潤將按8.25%繳納香港利得稅,而超過2百萬港元的估計應評稅利潤將按16.5%繳納香港利得稅。

有關人士可能因(i)含有不正確資料(「**不正確資料**」)的任何稅務計算表;及(ii)提交含有不正確資料的報稅表,而根據《稅務條例》第80(2)條或82(1)條遭檢控,據此:

- 根據《稅務條例》第80(2)條,任何人士無合理辯解而提交不正確的報稅表,即屬犯罪,且可處第3級罰款,以及相等於因報稅表申報不正確、陳述或資料不正確而短徵的稅款(或假若該報稅表、陳述或資料被接受為正確而短徵的稅款)三倍的進一步罰款。

- 根據《稅務條例》第82(1)條,任何人蓄意意圖逃稅或蓄意意圖協助他人逃稅而在報稅表中漏報任何原應申報的款項,即屬犯罪:

  - 一經簡易程序定罪,可處以第3級罰款,或相等於因該罪行而短徵的稅款(或假若該罪行未被發現而短徵的稅款)三倍的進一步罰款及監禁6個月;及

  - 一經循公訴定罪,可處第5級罰款(即50,000港元),或相等於因該罪行而短徵的稅款(或假若該罪行未被發現而短徵的稅款)三倍的進一步罰款及監禁3年。

**《版權條例》(香港法例第528章)**

《版權條例》(香港法例第528章)規定，認可的作品類別包括文學、戲劇、音樂和藝術作品(無需登記)，其中可包括香港企業的廣告材料。《版權條例》對若干行為加以限制，例如未經版權所有人授權複製及／或發佈或向公眾提供版權作品的複製品，一旦作出此行為，即構成「直接侵犯版權行為」而無須知悉侵權行為。

根據《版權條例》，任何人士(包括公司)為任何貿易或業務的目的或在任何該等貿易或業務的過程中，擁有、出售、分發或處理其知道或有理由相信屬侵犯作品版權的複製品，而未經版權所有人同意，便可能因「間接侵犯版權行為」而遭致民事法律責任。然而，任何人士僅在其在作出行為時，知道或有理由相信自身是處理侵犯版權複製品的情況下負有法律責任。

本附錄載列於2024年11月29日採納並將於公司H股在聯交所上市之日起生效的組織章程細則主要條款概要。由於本附錄的主要目的乃提供組織章程細則的概覽，故未必載有對有意投資者重要的所有資料。

**董事及董事會**

**分配及發行股份的權力**

組織章程細則並無載列授權董事會分配或發行股份的條款。董事會應擬定股份配發或發行的建議，並於股東會(「**股東會**」)上以特別決議案的形式提交股東批准。任何此類配發或發行均應符合適用法律、行政法規及股份上市地監管規則規定的程序。

**出售公司或任何附屬公司資產的權力**

董事會應確定對外投資、收購出售資產、資產抵押、對外擔保事項、委託理財、關連交易、對外捐贈的權力，並制定嚴格的審查及決策程序。重大投資項目須經有關專家及專業人員評審，並報股東會批准。

**為董事、監事或其他管理人員貸款提供擔保**

公司對外擔保事項應提交董事會或股東會審議。

公司下列對外擔保行為，經董事會審議通過後，應提交股東會審議批准：

(1) 單筆擔保額超過公司最近一期經審計淨資產10%的擔保；

(2) 公司及其控股子公司的對外擔保總額，超過公司最近一期經審計淨資產50%後提供的任何擔保；

(3) 為資產負債率超過70%的擔保對象提供的擔保；

(4) 按照擔保金額連續12個月累計計算原則，超過公司最近一期經審計總資產30%的擔保；

(5) 中國證監會、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則或者公司章程規定的其他擔保。

公司為全資子公司提供擔保，或者為控股子公司提供擔保且控股子公司其他股東(如有)按所享有的權益提供同等比例擔保，不損害公司利益的，可以豁免適用本條第一款第(一)項至第(三)項的規定。

公司為關聯(連)方提供擔保的，應當具備合理的商業邏輯，在董事會審議通過後提交股東會審議。

公司為股東、實際控制人及其關聯(連)方提供擔保的，應當提交股東會審議。公司為控股股東、實際控制人及其關聯(連)方提供擔保的，控股股東、實際控制人及其關聯(連)方應當提供反擔保。

**提供財務資助**

公司不得為董事、監事、高級管理人員、控股股東、實際控制人及其控制的企業等關聯(連)方提供資金等財務資助。公司對外提供財務資助事項屬於下列情形之一的，須經股東會審議通過：(一)被資助對象最近一期的資產負債率超過70%；(二)單次財務資助金額或者連續12個月內累計提供財務資助金額超過公司最近一期經審計淨資產的10%；(三)中國證監會、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則或者組織章程細則規定的其他情形。

**薪酬**

董事會及監事會成員的薪酬由股東會以普通決議案通過。

**委任、辭任及罷免**

董事會由七至九名董事組成，其中包括三名獨立非執行董事。在任何情況下，獨立非執行董事至少應佔董事會成員的三分之一。公司董事由股東會選舉產生。

董事會設董事長一人。董事長由半數以上董事選舉產生。董事由股東會選舉或更換，並可在任期屆滿前由股東會通過普通決議案罷免。

董事長及其他董事任期三年，任期屆滿後可重選連任。總經理或其他高級管理人員可兼任董事。惟兼任總經理或其他高級管理人員的董事總數不得超過公司董事總數的一半。

下列人士不得擔任我們的董事、監事或高級管理層：

(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，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，自緩刑考驗期屆滿之日起未逾二年；

(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、責令關閉之日起未逾三年；

(5) 個人因所負數額較大債務到期未清償被人民法院列為失信被執行人；

(6) 被中國證監會採取證券市場禁入措施，期限未滿的人士；

(7) 法律、行政法規、部門規章及香港聯交所規定的其他內容。

董事、監事或其他高級管理層的選舉、委任或聘任違反組織章程細則的，其選舉、委任或聘任無效。倘董事、監事或高級管理層於任職期間出現上述情況，公司將予以解聘。

**債券發行**

董事會有權制定公司發行債券及股份上市的方案，且該等債券發行必須經股東會批准。

**職責**

董事應當遵守法律、行政法規、公司股份上市地證券監管規則及組織章程細則，並對公司負有下列忠實義務：

(1) 不得利用職權收受賄賂或者其他非法收入，不得侵佔公司財產；

(2) 不得挪用公司資金；

(3) 不得將公司資金或資產以其個人名義或者其他個人名義開立賬戶存儲；

(4) 不得違反組織章程細則或未經股東會批准與公司簽訂任何合同或進行任何交易；

(5) 未經股東會批准，不得利用職務便利，為自己或他人謀取本應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) 不得接受他人與公司交易的佣金歸為己有；

(7) 不得擅自披露公司秘密；

(8) 不得利用其關聯關係損害公司利益；

(9) 法律、行政法規、部門規章、公司股份上市地證券監管規則及組織章程規定的其他忠實義務。

董事違反上述條款所得的收入，應當歸公司所有；給公司造成損失的，應當承擔賠償責任。

董事應當遵守法律、行政法規、公司股份上市地證券監管規則及組織章程細則，對公司負有以下勤勉義務：

(1) 應謹慎、認真、勤勉地行使公司賦予的權利，以保證公司的商業行為符合國家法律、行政法規以及國家各項經濟政策的要求，商業活動不超過營業執照規定的業務範圍；

(2) 應公平對待所有股東；

(3) 應及時了解公司業務經營管理狀況；

(4) 應當對公司定期報告簽署書面確認意見(須遵守香港聯交所的規定)，保證公司所披露的信息真實、準確、完整；

(5) 應當如實向監事會提供有關情況和資料，不得妨礙監事會或者監事行使職權；

(6) 法律、行政法規、部門規章、公司股份上市地證券監管規則及組織章程細則規定的其他勤勉義務。

董事辭職生效或者任期屆滿，應向董事會辦妥所有移交手續，其對公司和股東承擔的忠實義務，在任期結束後並不當然解除，在其辭職生效或者任期屆滿後3年內仍然有效。

未經組織章程細則規定或董事會合法授權，任何董事不得以自己的名義代表公司或董事會行事。董事以自己的名義行事時，倘第三方合理地認為該董事是代表公司或董事會行事，則該董事應事先聲明其立場及身份。

董事、高級管理人員在執行公司職務時違反法律、行政法規或者組織章程細則的規定，給公司造成損失的，連續180日以上單獨或者合計持有公司1%以上股份的股東，可以書面請求監事會向人民法院提起訴訟；監事會在執行公司職務時違反法律、行政法規或者組織章程細則的規定，給公司造成損失的，上述股東可以書面請求董事會向人民法院提起訴訟。

監事會或者董事會收到前款規定的股東的書面請求後拒絕提起訴訟，或者在收到書面請求後30日內未提起訴訟，或者情況緊急，不提起訴訟將會使公司利益受到無法彌補的損害的，前款規定的股東可以為了公司的利益直接以自己的名義提起訴訟。

他人侵犯公司合法權益，給公司造成損失的，本組織章程細則規定的股東可以依照前兩款的規定向有管轄權的法院提起訴訟。

董事、高級管理人員違反法律、行政法規或者公司組織章程細則，損害股東利益的，股東可以向有管轄權的法院提起訴訟。

**組織章程細則的修訂**

公司可根據法律、行政法規及組織章程細則的規定修訂組織章程細則。

股東會決議通過的組織章程細則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。

**須以絕對多數票通過的特別決議案**

股東會決議案分為普通決議案及特別決議案。

普通決議案可由出席股東會的股東(包括股東代理人)所持投票權的過半數通過。

特別決議案可由出席股東會的股東(包括股東代理人)所持投票權的三分之二以上通過。

**投票權**

股東(包括代理人)應根據其所代表的有投票權的股份數量行使投票權，每股股份有一票投票權。

出席股東會的股東，應當對提交表決的提案發表以下意見之一：同意、反對或棄權。未填、錯填、字跡無法辨認的表決票、未投的表決票均視為投票人放棄表決權利，其所持股份數的表決結果應計為「棄權」。

**有關股東會的規定**

股東會分為年度股東會和臨時股東會。年度股東會每年召開一次，應當於上一財政年度結束後的六個月內舉行。

**會計與審計**

**財務與會計政策**

公司依照法律、行政法規和主管部門制定的規則，制定公司的財務會計政策。

公司應在前一財政年度結束後的四個月內公佈其綜合年度財務審計報告，並在前一財政年度前六個月結束之日起兩個月內公佈中期報告。

公司除法定的會計賬簿外，不得另立會計賬簿。公司資金不得存入以個人名義開立的任何賬戶。

**會計師的聘任及解聘**

公司聘用符合相關國家法規的會計師事務所進行會計報表審計、淨資產驗證及其他相關的諮詢服務，聘期一年，可以續聘。

公司聘任會計師事務所必須由股東會決定，董事會不得在股東會決定前委任會計師事務所。

公司應保證向其聘任的會計師事務所提供真實、完整的會計憑證、會計賬簿、財務會計報告以及其他會計資料，不得拒絕、隱匿、謊報。

公司在解聘或不再續聘會計師事務所時，應提前30天通知會計師事務所。股東會就解聘會計師事務所進行表決時，應允許會計師事務所陳述意見。會計師事務所提出辭聘的，應當向股東會說明公司有無不當情形。

**股東會通告及議程**

**股東會是公司的權力機構**

出現下列情形之一的，公司須在兩個月內舉行臨時股東會：

(1) 董事人數少於公司法規定人數，或少於組織章程細則所規定人數的三分之二；

(2) 公司未彌補虧損達實繳股本總額的三分之一；

(3) 單獨或合共持有10%或以上具有表決權股份(不包括庫存股份)的股東書面請求時；

(4) 董事會認為必要時；

(5) 監事會提議召開時；

(6) 獨立非執行董事人數不足法定最低人數時；

(7) 法律、行政法規、部門規章、《香港上市規則》及公司股票上市地證券監管規則及組織章程細則規定的任何其他情形。

董事會如同意召開臨時股東會，應當在董事會作出決議後5日內發出召開臨時股東會通告。董事會不同意召開的，或者在收到提案後10日內未作出反饋的，單獨或合共持有10%或以上股份的股東可書面請求董事會召開臨時股東會。

如召開股東會，公司董事會、監事會及單獨或合共持有公司1%以上股份的股東可於會議召開前遞交提案。

召集者應在年度股東會召開前21日以公告形式通知股東，臨時股東會應在會議召開前15日以公告形式通知股東。在計算提前通知期時，公司不應將會議當日計算在內。

股東會通告應包括下列內容：

(1) 會議的日期、地點及期限；

(2) 提交於會上審查之事宜及提案；

(3) 以明顯的文字說明全部股東有權出席股東會並書面委任代理人出席會議及參與投票，股東代理人無須為一名公司股東；

(4) 有權出席股東會的股東登記日期；

(5) 會務常設聯絡人的姓名及電話；

(6) 網絡或其他方式的表決時間及表決程序(如有)；

(7) 法律、法規、規範性法律文件、《香港上市規則》及公司股票上市地其他證券監管規則規定的其他內容。

股東會通告和補充通告應充分地、完整地披露所有提案的所有具體內容，以及為使股東能夠對擬討論事項作出合理判斷所需的所有材料或說明。

股東會決議案包括普通決議案和特別決議案。須由股東會以普通決議案批准的事項包括：

(1) 選舉和更換非職工董事、監事；

(2) 決定有關董事、監事的報酬；

(3) 審議批准董事會和監事會的工作報告；

(4) 審議批准公司的利潤分配方案和彌補虧損方案；

(5) 公司年度報告；

(6) 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。

下列事項由股東會以特別決議案通過：

(1) 增加或減少註冊資本；

(2) 公司的分立、合併、解散、清算、自願清盤或者變更公司形式；

(3) 組織章程細則的修改；

(4) 公司在一年內購買、出售重大資產或擔保金額超過公司最近一期經審計總資產的30%；

(5) 股權激勵計劃；

(6) 法律、行政法規、《香港上市規則》及公司股票上市地證券監管規則和組織章程細則規定的，以及股東會以普通決議案認定將會對公司造成重大影響的、需要以特別決議案通過的其他事項。

倘股東會或董事會會議的召集程序、表決方式違反任何法律、行政法規或組織章程細則，或該等會議的決議案違反組織章程細則，除股東會、董事會會議的召集程序、表決方式僅有輕微瑕疵，對決議未產生實質影響的外，任何股東有權在決議作出之日起60日內請求法院予以撤銷。

未被通知參加股東會的股東，可以自知道或者應當知道股東會決議作出之日起六十日內，請求人民法院撤銷股東會決議，自決議作出之日起一年內未行使撤銷權的，撤銷權消滅。

**股份轉讓**

公司股份公開發行前已發行的股份，自公司股份在證券交易所上市及交易之日起一年內不得轉讓。

公司董事、監事及高級管理人員應向公司宣佈彼等所持有公司股份的資料及其變動情況。董事、監事或高級管理人員於就職時釐定的任期內每年可轉讓的股份，不得超過彼等所擁有公司股份總數的25%。彼等於公司持有的股份於公司股份上市及交易之日起一年內不得轉讓。上述人員離職後半年內，不得轉讓彼等所持有的公司股份。

持有公司股份5%以上的任何公司董事、監事或高級管理人員將公司股份在買入後六個月內賣出，或者在賣出後六個月內購回，則由此而產生的收益應歸公司所有，公司董事會應收回該等收益。然而，屬下列情形應豁免遵守前一句規定：一家證券公司因購買盡力發售項下剩餘股份而持有5%以上股份，或者適用中國證監會規定。

前一段所述董事、監事、高管及個人股東持有的股份或具有股權性質的其他證券，包括其配偶、父母、子女持有的或其利用他人的賬戶持有的股份或具有股權性質的其他證券。倘公司董事會未遵守本條上一段規定，股東有權在30日內要求董事會遵守。倘公司董事會未在上述期限內遵守有關規定，股東有權以其自身的名義為公司的利益直接向人民法院提起訴訟。倘董事會未能執行本條規定，負責的董事應依法承擔連帶責任。

**公司購買發行在外股份的權利**

公司不得收購其股份。但是，以下情況均除外：

(1) 減少公司註冊資本；

(2) 與持有公司股份的其他公司合併；

(3) 將股份用作僱員持股計劃或股份激勵；

(4) 股東因對股東會作出的公司合併、分立決議持異議，要求公司收購其股份；

(5) 將股份轉換為公司發行的可轉換為股份的公司債券；

(6) 公司認為維持公司價值及股東權益所必要；

(7) 其他根據法律、行政法規、部門規章、規範性文件、《香港上市規則》、公司股票上市地其他證券監管規則規定可以收購公司股份的情形。

公司可通過公開集中交易或法律、行政法規或中國證監會認可的其他方式購買自身的股份。

**公司任何附屬公司擁有其母公司股份的權力**

組織章程細則中並無有關公司附屬公司擁有其母公司股份的規定。

**股息及其他分派方式**

公司重視股東取得合理的投資回報，利潤分配應遵循重視股東取得合理的投資回報及有利於公司長遠發展的原則。公司的利潤分配政策應保持連續性及穩定性，並符合法律法規的相關規定。公司可採取現金、股票以及現金和股票相結合的方式分配股息。

**股東代理人**

股東可親自出席股東會，也可委託代理人出席並代表其投票。

授權代理人代表其出席股東會的股東簽發的任何授權書均應包括以下詳情：

(1) 代理人的姓名；

(2) 代理人是否獲授表決權；

(3) 分別就股東會議程所列的每個審議項目投贊成票、反對票或棄權票作出的指示；

(4) 授權書簽發的日期及有效期；

(5) 股東簽名(或蓋章)。

倘股東授權他人簽署表決授權書，則應對簽署授權書的授權或其他授權文件進行公證。經公證的授權書或其他授權文件應存放在公司的註冊辦事處或會議通告中指定的任何其他地點。倘股東是法人，則其法定代表人或者董事會、其他決策機構決議案授權的任何人士應作為其代理人出席股東會。

倘股東是香港相關法規不時界定的獲認可清算所(或其代理)，則可授權一名或多名其認為合適的人士作為其代表出席任何股東會。但是，倘不止一位人士獲得此授權，則授權書應載明每位人士獲授權代表的股份數量及股份類別。獲得此授權的人士可出席會議(無需出示經公證授權的股票及／或其他適當授權的證據)，並代表獲認可結算所(或其替補者)行使所有權利(包括發言權及表決權)，如同該人士為公司的個人股東。

**審閱股東名冊及股東的其他權利**

公司應根據證券登記機構規定的證明文件製作股東名冊。股東名冊應為股東持有公司股份的充分證明；但有相反證據的除外。股東根據其持有的股份類別享有權利並承擔義務。持有同一類別股份的股東享有同等權利，並承擔同等義務。

**控股股東權利限制**

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及其他股東的合法利益。控股股東和實際控制人違反相關法律、法規和組織章程細則，給公司和其他股東造成損失的，應當承擔賠償責任。

公司控股股東及最終控制人對公司和其他股東負有誠信義務。控股股東應嚴格依法行使投資者的權利，控股股東不得利用利潤分配、資產重組、對外投資、資金使用、借款擔保等方式損害公司和公眾股東的合法權益，亦不得濫用其控制地位損害公司和公眾股東的權益。

**清算程序**

有下列情形之一的，公司應當依法解散：

(1) 組織章程細則規定的營業期限屆滿或者組織章程細則規定的其他情形；

(2) 股東會決議解散公司；

(3) 因公司合併或者分立需要解散；

(4) 公司依法被吊銷營業執照、責令關閉或者被撤銷註冊；

(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，在此情況下，持有公司全部股東表決權10%以上的股東，可以請求人民法院解散公司。

倘根據本條款上述第(1)、(2)、(4)或(5)項解散公司，則應在解散發生之日後15日內成立清算組。清算組由董事或股東會確定的股東組成。倘公司未在規定期限內成立清算組對公司進行清算，則利害關係人可請求人民法院委任有關人士成立清算組並對公司進行清算。清算組成員未盡清算義務，給公司或者債權人造成損失的，應當承擔賠償責任。

應在清算組成立後10日內通知債權人，並應在60日內發佈公告。債權人應在收到通知後30日內向清算組申報債權，未收到通知的任何有關債權人則應在第一份通知公佈後45日內向清算組申報債權。

債權人在申報債權時，應提供與其債權相關的所有詳情，並提供相關證明材料。清算組應記錄該等債權。清算組不得在債權仍在申報時賠付任何債權人。

清算組應在查明公司資產、編製資產負債表和資產明細表後制定清算計劃，並將該計劃提交給股東會或人民法院審批。支付完所有清算開支、員工工資和勞動保險開支、所欠稅款以及公司債務後的剩餘資產，應按股東各自的持股比例進行分配。

清算期間，公司應繼續存在，但不得從事與清算無關的業務活動。在依照上述規定使用財產支付完所有款項前，不得將公司財產分配予任何股東。

清算組在查明公司資產、編製資產負債表和資產明細表後，發現公司資產不足以清償公司全部債務時，應當依法向人民法院提出破產申請。

人民法院受理破產申請後，清算組應當將清算事項移交人民法院指定的破產管理人。

公司清算結束後，清算組應編製清算報告，該報告應呈交給股東會或人民法院確認。清算組應自股東會或人民法院確認清算報告之日起，向公司登記機關提交清算報告，以申請註銷公司登記並公佈公司終止。

**有關公司或股東的其他重要規定**

**一般規定**

公司為一間永久存續的股份有限公司。

公司全部資產分為等值股份。股東以其認購的股份為限對公司負責，公司以其全部資產對公司的債務負責。

組織章程細則自生效之日起，即成為規範公司的組織與活動、公司與股東、股東與股東之間權利義務關係的具有法律約束力的文件，對公司、股東、董事、監事及高級人員具有法律約束力。根據組織章程細則，任何股東均可對其他股東、董事、監事、經理或任何其他高級人員提起訴訟。股東可以向公司提起訴訟，公司可以向任何股東、董事、監事、經理或任何其他高級管理人員提起訴訟。

**股份及轉讓**

根據經營及發展需要，公司可以按照法律法規及經股東會決議後，採用下列方式增加資本：

(1) 公開發行股份；

(2) 非公開發行股份；

(3) 向現有股東派送紅股；

(4) 以公積金轉增股本；

(5) 法律、行政法規規定及中國證監會批准的其他方式。

公司可以減少註冊資本。公司減少註冊資本，應當按照公司法及其他有關規定以及組織章程細則規定的程序辦理。

**股東**

股東按其股份類別及份額享有權利，承擔義務。持有同一類別股份的股東，享有同等權利，承擔同種義務。

公司股東可享有下列權利：

(1) 依照其所持有的股份份額領取股利及其他形式的利益分配；

(2) 申請、召集、主持、參加或委派股東代理人參加股東會，並行使相應的發言權及表決權；

(3) 對公司的業務經營活動進行監督，提出建議或質詢；

(4) 依照法律、行政法規及組織章程細則的規定轉讓、贈與或質押其所持有的股份；

(5) 查閱、複製組織章程細則、股東名冊、股東會會議記錄、董事會決議、監事會決議、財務會計報告；

(6) 公司終止或清算時，按其所持有的股份份額參加公司剩餘財產的分配；

(7) 股東對股東會作出的公司合併、分立決議提出異議的，要求公司收購所持股份；

(8) 法律、行政法規、部門規章或組織章程細則規定的其他權利。

股東要求查閱或複製前條有關資料或索取任何上述材料的，應當向公司提供證明其持有公司股份類別及份額的書面文件。公司在核實股東身份後，應按股東要求提供相關資料或材料。

公司股東須承擔下列義務：

(1) 遵守法律、行政法規、《香港上市規則》、公司股票上市地其他證券監管規則及組織章程細則；

(2) 依其所認購股份及收購相關股份的方式繳納股金；

(3) 除法律、法規、《香港上市規則》、公司股票上市地其他證券監管規則規定的情形外，不得退股；

(4) 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及股東有限責任損害公司債權人的利益；

(5) 法律、行政法規及組織章程細則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，應依法承擔賠償責任；公司股東濫用公司法人獨立地位及股東有限責任，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。

**董事會**

董事會行使下列職權：

(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及投資方案；

(4) 制訂公司的利潤分配方案及彌補虧損方案；

(5) 制訂公司增加或減少註冊資本、發行公司債券或其他證券及公司股份上市的方案；

(6) 就公司主要收購、回購公司股份、或合併、分立、解散或者變更公司的公司形式制定方案；

(7) 在股東會授權範圍內，決定公司的投資、收購出售資產、資產質押、對外擔保、委託理財、關連交易等事項；

(8) 決定公司內部管理機構的設置；

(9) 決定任免公司總經理。根據總經理的提名，決定任免公司副總經理、財務負責人及其他高級管理人員，並決定其報酬及獎懲事項；

(10) 制定公司的基本管理制度；

(11) 制訂公司組織章程細則修改方案；

(12) 管理公司信息披露事項；

(13) 向股東會提呈委聘或更換向公司提供核數服務的會計師事務所；

(14) 聽取公司總經理的工作報告並檢查公司總經理的工作；

(15) 法律、行政法規、部門規章及組織章程細則規定的其他職權。

**獨立非執行董事**

公司董事會有3名獨立非執行董事。

**董事會秘書**

公司須委聘一名董事會秘書，負責股東會及董事會會議的籌備、文件保管、股東材料管理等工作。

**監事會**

公司須設立監事會。

監事會由三名監事組成。監事會主席由全體監事過半數選舉產生。

監事會由股東代表及適當比例的公司職工代表組成。職工代表的人數不得低於全體監事的三分之一。監事會中的職工代表由職工通過職工代表大會、職工會議或其他形式民主選舉產生。

監事會行使下列職權：

(1) 應當對董事會編制的公司定期報告進行審覈並提出書面審覈意見；

(2) 檢查公司的財務事宜；

(3) 對董事及高級管理人員執行公司職務的行為進行監督，並對違反法律、行政法規、組織章程細則或股東會決議的董事及高級管理人員提出罷免建議；

(4) 當董事及高級管理人員的行為損害公司的利益時，要求前述人員予以糾正；

(5) 提議召開臨時股東會；在董事會不依照公司法履行召集及主持股東會職責時召集及主持股東會；

(6) 向股東會提出提案；

(7) 依照公司法代表公司對董事及高級管理人員提起訴訟；

(8) 公司在經營過程中如有疑問或異常，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；

(9) 法律、行政法規、部門規章、組織章程細則及其他公司內部規章授予的其他職權。

**總經理**

公司設總經理一名，由董事會任免。

總經理對董事會負責，行使下列職權：

(1) 主持公司的生產經營管理工作，組織實施董事會決議，並向董事會報告工作；

(2) 組織實施公司年度經營計劃及投資方案；

(3) 擬訂公司內部管理部門設置方案；

(4) 擬訂公司的基本管理政策；

(5) 制定公司的具體規章；

(6) 向董事會提議任免公司副總經理、財務負責人或其他高級管理人員；

(7) 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；

(8) 組織章程細則或董事會授予的其他職權。

**儲備**

公司分配當年稅後利潤時，應當提取利潤的10%列入公司法定公積金。當法定公積金的累計金額超過公司註冊資本的50%時，可以不再提取。

倘法定公積金不足以彌補公司於上一年度的任何虧損，則在根據上一段向法定公積金作出任何分配前，本年度利潤須用作彌補有關虧損。

從公司稅後利潤中提取法定公積金後，經股東會決議通過後，可提取任意公積金。

公司彌補虧損及提取公積金後所餘利潤，按照股東持股比例分配，惟組織章程細則另有規定者除外。

倘股東會違反前款規定，在公司彌補虧損及提取法定公積金之前向股東分配利潤，所分配利潤必須退還公司。給公司造成損失的，股東及負有責任的董事、監事、高級管理人員應當承擔賠償責任。

利潤不得分配予公司本身持有的股份。

公司公積金須用於彌補公司的虧損、擴大生產經營或轉增公司資本。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。用完任意公積金和法定公積金仍不能彌補虧損的，可以使用資本公積金。

法定公積金轉增資本後，法定公積金的留存金額不得低於轉增前公司註冊資本的25%。

## A. 有關本集團的進一步資料

### 1. 成立本公司

本公司於2013年7月15日在中國成立為一家有限責任公司。於2016年2月1日，根據中國公司法，本公司轉制為股份有限公司。

我們已設立香港主要營業地點，地址為香港灣仔皇后大道東248號大新金融中心40樓，並於2024年11月22日根據公司條例第16部向香港公司註冊處處長註冊為非香港公司。施雪玲女士(我們的聯席公司秘書)已獲委任為本公司的授權代表，在香港接收法律程序文件及通知。其接收法律程序文件的地址與我們在香港的營業地點相同。

由於本公司在中國成立，我們的公司架構及公司章程受中國相關法律法規的約束。相關中國法律及主要監管規定概要以及公司章程概要分別載於附錄四及附錄五。

### 2. 本公司註冊資本的變動

於本公司成立日期，我們的註冊資本為人民幣3百萬元，已於2014年1月20日繳足。於2016年2月1日，本公司轉制為股份有限公司。轉制完成後，本公司股本為人民幣33,000,000元，分為33,000,000股每股面值人民幣1.0元的股份。於2023年7月11日，本公司註冊資本增加人民幣7,645,000元，由人民幣40,580,000元增加至人民幣48,225,000元，由金銀谷投資出資。

於全球發售完成及內資股轉換為H股後，我們的已發行股本將增至人民幣58,825,000元，由58,825,000股H股組成。更多詳情，請參閱本招股章程「股本」一節。

除上文及本招股章程中「歷史及發展」一節所披露者外，本公司股本於緊接本招股章程日期前兩年內並無任何變動。

**3. 我們附屬公司股本的變動**

我們附屬公司的名稱及股本載於會計師報告，其全文載於本招股章程附錄一。除下文及本招股章程「歷史及發展－我們的集團公司及其企業發展－我們的附屬公司」一節所述的附屬公司外，本公司並無其他附屬公司。

除上文及本招股章程「歷史及發展－我們的集團公司及其企業發展－我們的附屬公司」一節所披露者外，我們附屬公司的註冊資本於緊接本招股章程日期前兩年內並無其他變動。

**4. 本公司股東決議案**

根據於2024年11月29日及2025年9月12日正式召開的股東大會通過的決議案，以下決議(其中包括)已正式獲得通過：

(a) 批准我們的H股在聯交所上市；

(b) 將發行的H股數目最多為10,600,000股H股；

(c) 待全球發售完成後，批准及採納公司章程，並於上市日期生效，而董事會已獲授權根據聯交所及中國相關監管機構的任何意見修訂公司章程，並將其送交相關監管機構備案；及

(d) 授權我們的董事會及其授權人士處理與(其中包括)實施發行H股、將內資股轉換為H股以及上市等有關的所有相關事宜。

**5. 企業重組**

本公司並無為上市目的而進行任何企業重組。有關本公司歷史及發展的更多詳情，請參閱本招股章程「歷史及發展」一節。

**6. 股份購回限制**

有關進一步詳情，請參閱「附錄四－主要中國及香港法律及監管規定概要」及「附錄五－公司組織章程概要」。

## B. 有關我們業務的進一步資料

### 1. 重大合約概要

本公司或其附屬公司於本招股章程日期前兩年內訂立以下屬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):

— 香港包銷協議。

### 2. 我們的重要知識產權

於最後可行日期,我們已註冊了以下與我們業務相關的重要知識產權。

#### *(a) 商標*

於最後可行日期,我們已註冊以下對我們業務而言屬重要的商標:

| 編號 | 商標 | 類別 | 註冊擁有人 | 註冊地點 | 註冊編號 | 到期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 西普 XIPU | 14 | 本公司 | 中國 | 5867826 | 2029年11月6日 |
| 2 | HIPINE 西普尼金表 | 14 | 本公司 | 中國 | 33983590 | 2029年7月13日 |
| 3 | GOLDBEAR 金熊金表 | 35 | 本公司 | 中國 | 37446876 | 2030年7月20日 |
| 4 | HIPINE 西普尼金表 | 35 | 本公司 | 中國 | 33963963 | 2030年11月13日 |
| 5 | GOLDBEAR | 14 | 本公司 | 中國 | 56397157 | 2031年12月20日 |
| 6 | GOLDBEAR | 35 | 本公司 | 中國 | 56400627 | 2032年3月27日 |
| 7 | 魔力Q弹 | 14 | 本公司 | 中國 | 64844262 | 2032年11月27日 |
| 8 | 西普尼婚庆吉时 | 14 | 本公司 | 中國 | 72794998 | 2033年12月27日 |
| 9 | HIPINE | 9 | 本公司 | 中國 | 73503223 | 2034年5月6日 |

| 編號 | 商標 | 類別 | 註冊擁有人 | 註冊地點 | 註冊編號 | 到期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 10 | HIPINE | 14 | 本公司 | 中國 | 73515997 | 2034年3月6日 |
| 11 | HIPINE | 35 | 本公司 | 中國 | 73508744 | 2034年5月13日 |
| 12 | 西普尼 | 9 | 本公司 | 中國 | 73514190 | 2034年5月6日 |
| 13 | 西普尼 | 9 | 本公司 | 中國 | 73511238 | 2034年3月6日 |
| 14 | 西普尼 | 35 | 本公司 | 中國 | 73501437 | 2034年3月6日 |
| 15 | HIPINE 西普尼金表 | 14 | 本公司 | 中國 | 73502940 | 2034年3月6日 |
| 16 | HIPINE 西普尼金表 | 35 | 本公司 | 中國 | 73511322 | 2034年5月13日 |
| 17 | HIPINE 西普尼金表 | 9 | 本公司 | 中國 | 73520598 | 2034年5月6日 |
| 18 | 西普尼 | 14 | 本公司 | 中國 | 74466296 | 2034年4月13日 |
| 19 | GOLDBEAR | 14 | 本公司 | 中國 | 75895277 | 2034年6月6日 |
| 20 | GOLDBEAR | 35 | 本公司 | 中國 | 75875962 | 2034年6月6日 |
| 21 | 金熊 | 35 | 本公司 | 中國 | 75881253 | 2034年8月20日 |
| 22 | GOLDBEAR | 9 | 本公司 | 中國 | 75885744 | 2034年8月20日 |
| 23 | 西普尼吉时 | 35 | 本公司 | 中國 | 72786956 | 2035年2月20日 |
| 24 | 西普尼智能 | 14 | 本公司 | 中國 | 80700180 | 2035年3月6日 |
| 25 | HIPINE | 14 | 本公司 | 香港 | 305123592 | 2029年11月26日 |
| 26 | HIPINE | 9、14、35 | 本公司 | 香港 | 306758245 | 2034年12月16日 |
| 27 | GOLDBEAR | 14 | 本公司 | 香港 | 305123600 | 2029年11月26日 |
| 28 | HIPINE | 14 | 本公司 | 台灣 | 02071690 | 2030年7月15日 |
| 29 | HIPINE | 14 | 本公司 | 迪拜 | 405099 | 2033年8月30日 |
| 30 | HIPINE | 9、14、35 | 本公司 | 瑞士 | 739715 | 2029年11月26日 |

| 編號 | 商標 | 類別 | 註冊擁有人 | 註冊地點 | 註冊編號 | 到期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 31 | | 9、14、35 | 本公司 | 瑞士 | 746243 | 2029年11月26日 |
| 32 | HIPINE | 9、14、35 | 本公司 | 德國 | 302019115354 | 2029年11月26日 |
| 33 | | 9、14、35 | 本公司 | 德國 | 202019115355 | 2029年11月26日 |

***(b) 專利***

於最後可行日期，我們已註冊以下與我們業務相關的重要專利：

| 編號 | 專利名稱 | 註冊擁有人 | 專利類型 | 註冊地點 | 註冊編號 | 註冊日期 | 到期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 一種足金錶殼及其製作方法和包括該足金錶殼的錶 | 本公司 | 發明 | 中國 | 2016102612849 | 2016年4月25日 | 2036年4月25日 |
| 2 | 一種硬質足金及其製備方法 | 本公司 | 發明 | 中國 | 2015107726945 | 2015年11月12日 | 2035年11月12日 |
| 3 | 貴金屬腕錶金殼／圈切削金重控制方法 | 本公司 | 發明 | 中國 | 2021101459452 | 2021年2月2日 | 2041年2月2日 |
| 4 | 一種手鏈、手錶、與手鐲結合的新型飾品 | 本公司 | 發明 | 中國 | 2022108136926 | 2022年7月11日 | 2042年7月11日 |
| 5 | 錶帶空心裝配夾具 | 本公司 | 發明 | 中國 | 2022109937781 | 2022年8月18日 | 2042年8月18日 |

| 編號 | 專利名稱 | 註冊擁有人 | 專利類型 | 註冊地點 | 註冊編號 | 註冊日期 | 到期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6 | 具有穩定連接件的智能手環 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2016210882084 | 2016年9月28日 | 2026年9月28日 |
| 7 | 一種具有超強信號的車鑰匙手錶 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2018203009425 | 2018年3月5日 | 2028年3月5日 |
| 8 | 一種24時顯示的鐘錶 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2020230159732 | 2020年12月14日 | 2030年12月14日 |
| 9 | 一種無軸拓補鏈結構 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2021202038282 | 2021年1月25日 | 2031年1月25日 |
| 10 | 基於連接軸的易拆裝扣鏈 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2021201952680 | 2021年1月25日 | 2031年1月25日 |
| 11 | 一種三珠帶折彎空心鏈體結構 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2021208184992 | 2021年4月20日 | 2031年4月20日 |
| 12 | 一種彈性連接結構及手鐲 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2021229065832 | 2021年11月24日 | 2031年11月24日 |
| 13 | 萬能鑲鑽結構 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2022220783305 | 2022年8月8日 | 2032年8月8日 |
| 14 | 一種無連接件的黃金錶帶 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2022217904145 | 2022年7月11日 | 2032年7月11日 |
| 15 | 鑲方鑽結構及手錶 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2023222534354 | 2023年8月18日 | 2033年8月18日 |

| 編號 | 專利名稱 | 註冊擁有人 | 專利類型 | 註冊地點 | 註冊編號 | 註冊日期 | 到期日 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 16 | 空心黃金錶帶帶粒蠟坯模具及相應的蠟坯製作方法 | 本公司、福建西普 | 發明 | 中國 | 2022103751007 | 2022年4月11日 | 2042年4月11日 |
| 17 | 內充型空心黃金錶帶帶粒蠟坯模具及相應的蠟坯製作方法 | 本公司、福建西普 | 發明 | 中國 | 2022103768027 | 2022年4月11日 | 2042年4月11日 |
| 18 | 用於生產空心黃金錶帶帶粒的新型注蠟工藝裝置 | 本公司、福建西普 | 實用新型 | 中國 | 2022208278180 | 2022年4月11日 | 2032年4月10日 |
| 19 | 一種外包型空心黃金錶帶帶粒蠟坯模具 | 本公司、福建西普 | 實用新型 | 中國 | 2022208282148 | 2022年4月11日 | 2032年4月11日 |
| 20 | 可切換佩戴模式的手錶 | 本公司 | 實用新型 | 中國 | 2024200567923 | 2024年1月8日 | 2034年1月8日 |
| 21 | 一種納米塗層鍍膜裝置 | 本公司 | 發明 | 中國 | 2024112095311 | 2024年8月30日 | 2044年8月30日 |

***(c) 著作權***

於最後可行日期，我們已註冊以下與我們業務相關的重要著作權：

*(i) 軟件*

| 編號 | 著作權 | 擁有人 | 註冊編號 | 完成日期 | 註冊地點 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | 手錶機件精密加工控制系統V1.0 | 本公司 | 2015SR249363 | 2015年9月24日 | 中國 |
| 2. | 手錶加工數控磨削自動編程系統V1.0 | 本公司 | 2015SR249357 | 2015年10月12日 | 中國 |
| 3. | 智能手錶心率血壓測量軟件V1.0 | 本公司 | 2015SR249351 | 2015年7月23日 | 中國 |
| 4. | 金屬錶帶磨齒伺服驅動系統V1.0 | 本公司 | 2015SR248299 | 2015年10月14日 | 中國 |
| 5. | 智能手錶運動數據記錄軟件V1.0 | 本公司 | 2015SR248291 | 2015年7月22日 | 中國 |

| 編號 | 著作權 | 擁有人 | 註冊編號 | 完成日期 | 註冊地點 |
|---|---|---|---|---|---|
| 6. | 手錶零件加工在線自檢與維護系統V1.0 | 本公司 | 2015SR248280 | 2015年8月19日 | 中國 |
| 7. | 手錶加工數控專機控制系統V1.0 | 本公司 | 2015SR248232 | 2015年8月12日 | 中國 |
| 8. | 康好智能穿戴健康系統V1.0 | 本公司 | 2024SR0735767 | 2024年3月25日 | 中國 |

*(ii)* *作品*

| 編號 | 著作權 | 擁有人 | 註冊編號 | 完成日期 | 註冊地點 |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | 虎虎生威 | 本公司 | Guo Zuo Deng Zi–2022–F–10022241 | 2022年1月28日 | 中國 |
| 2. | Goldbear淑女熊 | 本公司 | Guo Zuo Deng Zi–2018–F–01335121 | 2018年6月19日 | 中國 |
| 3. | Goldbear GoldWatch（金熊金表） | 本公司 | Guo Zuo Deng Zi–2019–F–00789286 | 2019年5月24日 | 中國 |
| 4. | Goldbear（金熊） | 本公司 | Guo Zuo Deng Zi–2017–F–00405027 | 2017年12月25日 | 中國 |

| 編號 | 著作權 | 擁有人 | 註冊編號 | 完成日期 | 註冊地點 |
|---|---|---|---|---|---|
| 5. | 禪 | 本公司 | Guo Zuo Deng Zi–2020–F–00023644 | 2020年12月21日 | 中國 |
| 6. | 西普尼符號創意 | 本公司 | Guo Zuo Deng Zi–2023–F–00210809 | 2023年9月22日 | 中國 |
| 7. | 西普尼圖形創意－《時間之翼》 | 本公司 | Guo Zuo Deng Zi–2023–F–00210810 | 2023年9月22日 | 中國 |
| 8. | 西普尼圖形創意－《時間飛馬》 | 本公司 | Guo Zuo Deng Zi–2023–F–00210808 | 2023年9月22日 | 中國 |

***(d) 域名***

於最後可行日期，我們已註冊以下與我們業務相關的重要域名：

| 編號 | 域名 | 註冊人 | 註冊日期 | 到期日 |
|---|---|---|---|---|
| 1. | szcjdy.com | 本公司 | 2019年5月13日 | 2028年5月13日 |
| 2. | hipine.com | 本公司 | 2009年7月7日 | 2026年7月7日 |

## C. 有關我們董事、監事及主要股東的進一步資料

### 1. 權益披露

#### *(a) 本公司董事、監事及最高行政人員的權益*

緊隨全球發售完成後，於各情況下，H股一經於聯交所上市，本公司董事、監事及最高行政人員於本公司股份、相關股份及債權證的權益及╱或淡倉(如適用)，以及於本公司任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證的任何權益及╱或淡倉(如適用)(i)須根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部知會本公司及聯交所(包括根據證券及期貨條例有關條文彼等被當作或視為擁有的權益及╱或淡倉(如適用))；(ii)根據證券及期貨條例第352條須記入該條例所指的登記冊；或(iii)根據上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所，如下：

| | | 緊隨全球發售完成後 | |
|---|---|---|---|
| **董事、監事或最高行政人員姓名** | **權益性質** | **股份數目** | **概約持股百分比** |
| 李永忠先生 | 實益權益及與他人共同持有的權益 | 29,700,833 | 50.49% |
| 胡先生 | 實益權益及與他人共同持有的權益 | 29,700,833 | 50.49% |
| 李碩先生 | 實益權益及與他人共同持有的權益 | 29,700,833 | 50.49% |
| 李陽金先生 | 於受控法團的權益及實益權益 | 3,250,500 | 5.53% |

*附註：*

1. 所有權益均為好倉。

2. 計算依據是緊隨全球發售完成後已發行股份總數58,825,000股。

3. 根據一致行動人士協議，李永忠先生、胡先生、李碩先生、李林茂先生同意於本公司股東大會上採取一致行動。有關進一步詳情，請參閱「歷史及發展－一致行動人士協議」。根據證券及期貨條例，李永忠先生、胡先生、李碩先生、李林茂先生被視為於一致行動安排下的其他各方擁有權益的股份中擁有權益。

4. 於最後可行日期，李陽金先生(即前海尊尚普通合夥人)可行使前海尊尚於本公司的所有投票權。

***(b) 主要股東的權益***

有關緊隨全球發售完成後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分部的規定須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉的人士，或將直接及／或間接擁有附帶權利可在任何情況下於本公司或本集團任何成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益的人士的更多詳情，請參閱本招股章程「主要股東」一節。

**2. 董事及監事的服務合約及委任函**

我們已與各董事及監事簽立服務合約或委任函，內容有關(其中包括)(i)遵守相關法律及法規；(ii)遵守公司章程；及(iii)有關仲裁的規定。該等服務合約及委任函的主要詳情包括：(i)服務期限；及(ii)可根據各自的條款終止。服務合約或委任函可根據公司章程及適用的上市規則續新。

我們獨立非執行董事的任期為三年。本公司擬向各獨立非執行董事支付董事袍金每年介乎人民幣50,000元至人民幣100,000元。除董事袍金外，預計本公司獨立非執行董事均不會因擔任獨立非執行董事職務而收取任何其他酬金。

除上文所披露者外，董事或監事概無與本集團任何成員公司訂立任何董事或監事服務合約(不包括一年內到期或僱主可在不支付補償金(法定補償金除外)的情況下終止的合約)。

**3. 董事及監事的薪酬**

除「董事、監事及高級管理層」一節及附錄一會計師報告附註12所披露者外，概無董事或監事於往績記錄期間收取本公司其他酬金或實物利益。

**4. 董事及監事的競爭利益**

除本招股章程「董事、監事及高級管理層」一節所披露者外，我們的董事或監事除本集團的業務外，概無在任何與本集團的業務直接或間接競爭或可能競爭的業務中擁有權益。

**5. 免責聲明**

(a) 除本附錄及本招股章程「主要股東」一節所披露者外，股份一經於聯交所上市，概無董事或本公司最高行政人員於本公司或相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及第8分部須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例有關條文彼被當作或視為擁有的權益或淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所提述的登記冊的任何權益或淡倉，或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉；

(b) 除本附錄及本招股章程「主要股東」一節所披露者外，據本公司任何董事或最高行政人員所知，概無任何人士於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可在任何情況下於本集團任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益；

(c) 除本招股章程所披露者外，概無董事或下文「D.其他資料－5.專家資格」所列的任何專家於本集團任何成員公司的發起中或於緊接本招股章程刊發前兩年內本集團任何成員公司所收購或出售或租用或者擬收購或出售或租用的任何資產中擁有權益；

(d) 除與包銷協議有關及本附錄及本招股章程「業務－我們的客戶」一節所披露者外，我們的董事或下文「D.其他資料－5.專家資格」所列任何人士概無於本招股章程日期與本集團訂立的任何合約或安排中擁有重大權益，而該等合約或安排的性質或條件並不尋常，或對本集團的整體業務而言屬重大；

(e) 除包銷協議外，下文「D.其他資料－5.專家資格」所列的專家概無持有本集團任何成員公司的任何股權，亦無認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論是否可依法強制執行)；

(f) 概無董事與本公司或本集團任何成員公司訂立或擬訂立任何服務協議(一年內到期或僱主可在不支付補償金(法定補償金除外)的情況下終止的合約除外)；及

(g) 除本招股章程「業務－我們的客戶」及「業務－我們的供應商」各節所披露者外，我們的董事、彼等各自的聯繫人(定義見上市規則)或擁有本公司已發行股本5%以上權益的股東概無於本公司五大客戶及五大供應商中擁有任何權益。

## D. 其他資料

### 1. 遺產稅

董事獲悉，本集團不大可能承擔有關遺產稅的重大責任。

### 2. 訴訟

於最後可行日期，除「業務－法律訴訟」所披露者外，本集團任何成員公司概無涉及任何重大訴訟、仲裁或索償，且就董事所知，概無任何可能對其業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的未決或威脅或針對本集團的重大訴訟、仲裁或索償。

### 3. 獨家保薦人

獨家保薦人已代表本公司向上市委員會提出申請，要求批准本招股章程所述的已發行及將發行的股份上市及買賣。

獨家保薦人符合上市規則第3A.07條規定的適用於保薦人的獨立性標準。

獨家保薦人作為上市保薦人將收取5.4百萬港元的費用總額。

**4. 無重大不利變動**

我們的董事確認，自2024年12月31日(即本集團最近期經審核綜合財務報表的編製日期)以來，本集團的財務或貿易狀況或前景並無重大不利變動。

**5. 專家資格**

以下是曾提供本招股章程所載意見或建議的專家(定義見上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例)的資格：

| 名稱 | 資格 |
|---|---|
| 中國平安資本(香港)有限公司 | 根據證券及期貨條例可從事第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團 |
| 德勤•關黃陳方會計師行 | 根據會計及財務匯報局條例註冊的執業會計師及註冊公眾利益實體核數師 |
| 國楓律師事務所 | 有關中國法律的法律顧問 |
| 灼識諮詢 | 行業顧問 |

**6. 專家同意書**

本附錄「D.其他資料－5.專家資格」所述的各專家已就發行本招股章程發出書面同意書，同意按本招股章程所載形式及涵義轉載其意見、報告、函件及／或法律意見(視情況而定)以及引述其名稱，且迄今並未撤回其各自的書面同意書。

上述專家概無於本公司或我們的任何附屬公司擁有任何股權或可認購或提名他人認購本公司或我們任何附屬公司證券的權利(不論是否可依法強制執行)。

**7. 發起人**

胡少華先生曾為本公司唯一股東且彼為本公司的發起人。除本招股章程所披露者外，於緊接本招股章程日期前兩年內，本公司未就全球發售及本招股章程所述的相關交易向任何發起人支付、配發或給予任何現金、證券或其他利益，亦不擬支付、配發或給予任何現金、證券或其他利益。

**8. 開辦費用**

於最後可行日期，本公司並無任何重大開辦費用。

**9. H股持有人的稅項**

倘H股的出售、購買及轉讓於本公司的H股股東名冊上受到影響，包括於聯交所進行的交易，則H股的出售、購買及轉讓須繳納香港印花稅。有關出售、購買及轉讓的香港印花稅現行稅率為對價或(如較高)所出售或所轉讓H股公平值的0.2%(買方及賣方各支付一半印花稅)。此外，目前任何H股轉讓文據均須繳納5港元的定額稅。

**10. 彌償承諾**

根據各控股股東以本公司(及其附屬公司)為受益人作出的彌償承諾，各控股股東已向本公司及其附屬公司作出以下承諾：

1. 如應主管當局要求或決定，本公司及其附屬公司因報告期內的經營活動中存在未為員工足額繳納社會保險而須承擔任何罰款或遭受任何損失，控股股東將足額補償本公司及其附屬公司因此發生的支出或承受的損失，且無需本公司及其附屬公司支付任何對價。

2. 如應主管當局要求或決定，本公司及其附屬公司因報告期內的經營活動中存在未為員工繳納住房公積金、未足額繳納員工住房公積金而須承擔任何罰款或遭受任何損失，控股股東將足額補償本公司及其附屬公司因此發生的支出或承受的損失，且無需本公司及其附屬公司支付任何對價。

**11. 申請上市**

獨家保薦人已代表本公司向上市委員會申請批准H股上市及買賣。為使證券獲准納入中央結算系統，已作出所有必要安排。

**12. 約束力**

如根據本招股章程提出申請，本招股章程具有使所有有關人士受公司(清盤及雜項條文)條例第44A及44B條的所有適用條文(罰則條文除外)約束的效力。

**13. 雙語招股章程**

本招股章程的中英文版本乃依據香港法例第32L章公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第4條的豁免條文而分別刊發。

本招股章程以英文撰寫，並附有中文譯本，僅供參考。本招股章程的英文本與中文譯本如有任何歧義，概以英文本為準。

**14. 其他事項**

(a) 除本招股章程所披露者外，

(i) 於緊接本招股章程日期前的兩年內，我們或我們的任何附屬公司概無以現金或現金以外的對價發行或同意發行任何全部或部分繳足的股本或借貸資本；

(ii) 本公司或其任何附屬公司的股份或借貸資本並無附帶購股權或有條件或無條件同意附帶購股權；

(iii) 於緊接本招股章程日期前兩年內，概無就發行或出售本集團任何成員公司的任何股份或借貸資本授予任何佣金、折扣、經紀費或其他特殊條款；

(iv) 於緊接本招股章程日期前兩年內，並無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司或其任何附屬公司的任何股份向任何人士支付或應付佣金(分包銷商佣金除外)；

(v) 本公司或我們任何附屬公司的創辦人、管理層或遞延股份概無獲發行或同意被發行；及

(vi) 並無放棄或同意放棄未來股息的安排。

(b) 我們的董事確認：

(i) 自2025年5月30日(即本集團最近期經審核綜合財務報表的編製日期)以來，我們的財務或貿易狀況或前景並無發生重大不利變動；

(ii) 於緊接本招股章程日期前12個月內，本公司的業務並無發生任何可能或已經對本公司的財務狀況產生重大不利影響的中斷；及

(iii) 本公司並無未償還的可轉換債務證券或債券。

(c) 本公司目前不擬申請外商投資股份有限公司地位。

## 送呈香港公司註冊處處長文件

隨本招股章程副本一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件(其中包括)為：

(a) 附錄六「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」所述的重大合約副本；及

(b) 附錄六「法定及一般資料－D.其他資料－6.專家同意書」所述的同意書。

## 可供展示文件

下列文件副本於本招股章程日期起計14日(包括當日)內可供於聯交所網站**www.hkexnews.hk**及我們網站**www.hipine.com**展示：

(a) 公司章程；

(b) 德勤•關黃陳方會計師行出具的會計師報告，全文載於附錄一；

(c) 德勤•關黃陳方會計師行出具的本集團未經審核備考財務資料報告，全文載於附錄二；

(d) 本集團截至2022年、2023年及2024年12月31日止財政年度以及截至2025年5月31日止五個月之經審核綜合財務報表；

(e) 我們中國法律顧問國楓律師事務所就本集團一般公司事宜出具之中國法律意見；

(f) 灼識諮詢編製的行業報告，其概要載於「行業概覽」；

(g) 中國公司法、中國證券法及《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》，連同其非正式英文譯本；

(h) 附錄六「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；

(i) 附錄六「法定及一般資料－D.其他資料－6.專家同意書」所述的同意書；及

(j) 附錄六「法定及一般資料－C.有關我們董事、監事及主要股東的進一步資料－2.董事及監事的服務合約及委任函」所述的服務合約及委任函。

HIPINE

# SHENZHEN HIPINE PRECISION TECHNOLOGY CO., LTD.

深圳西普尼精密科技股份有限公司