

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



CARPENTER TAN HOLDINGS LIMITED

譚木匠控股有限公司*

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：837)

截至二零二一年十二月三十一日止年度之 年度業績公告

業績摘要

- 收益增加19.3%至約人民幣330,910,000元(二零二零年：人民幣277,261,000元)。
- 毛利增加26.7%至約人民幣199,790,000元(二零二零年：人民幣157,627,000元)。
- 毛利率上升3.5個百份點至60.4%(二零二零年：56.9%)。
- 截至二零二一年十二月三十一日止年度之溢利增加33.7%至約人民幣108,348,000元(二零二零年：人民幣81,008,000元)。
- 本公司擁有人應佔溢利增加36.2%至約人民幣107,663,000元(二零二零年：人民幣79,060,000元)。
- 每股盈利增加36.2%至約人民幣43.29分(二零二零年：人民幣31.79分)。
- 基於本集團業績，董事建議就截至二零二一年十二月三十一日止年度派發末期股息每股27.15港仙(二零二零年：19.58港仙)，惟須經股東於二零二二年五月二十日(星期五)舉行之應屆股東週年大會上批准。

譚木匠控股有限公司（「本公司」）董事（「董事」）組成之董事會（「董事會」）欣然宣佈本公司及其附屬公司（統稱「本集團」）截至二零二一年十二月三十一日止年度（「回顧年度」）之經審核綜合業績，連同截至二零二零年十二月三十一日止年度之比較數字及經選擇附註如下：

綜合損益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

	附註	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
收益	4	330,910	277,261
銷售成本		<u>(131,120)</u>	<u>(119,634)</u>
毛利		199,790	157,627
其他收入及其他淨收益／虧損	5	38,215	48,354
行政開支		(30,821)	(37,475)
銷售及分銷開支		(71,615)	(61,197)
其他經營開支		<u>(4,440)</u>	<u>(6,067)</u>
經營溢利		131,129	101,242
財務費用		<u>(334)</u>	<u>(457)</u>
除稅前溢利	6	130,795	100,785
所得稅	7	<u>(22,447)</u>	<u>(19,777)</u>
年度溢利		<u>108,348</u>	<u>81,008</u>
以下人士應佔			
本公司擁有人		107,663	79,060
非控股權益		<u>685</u>	<u>1,948</u>
年度溢利		<u>108,348</u>	<u>81,008</u>
每股盈利			
基本及攤薄	9	<u>人民幣43.29分</u>	<u>人民幣31.79分</u>

綜合損益及其他全面收益表

截至二零二一年十二月三十一日止年度

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
年度溢利	108,348	81,008
年度其他全面收益		
不會重新分類至損益表之項目：		
由功能貨幣換算成報表披露貨幣的匯兌差額	(859)	(5,658)
日後可能重新分類至損益的項目：		
換算海外業務的匯兌差額	1,086	6,134
年度其他全面收益、無所得稅之淨額	227	476
年度全面收益總額	108,575	81,484
以下人士應佔		
本公司權益持有人	107,890	79,536
非控股權益	685	1,948
年度全面收益總額	108,575	81,484

綜合財務狀況表

於二零二一年十二月三十一日

	附註	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備		77,852	60,920
使用權資產		41,814	36,787
投資物業		99,140	101,240
無形資產	11	–	–
其他應收款項、按金及預付款項		705	–
		219,511	198,947
流動資產			
存貨	12	198,103	159,404
可收回所得稅		60	–
應收貿易賬款	13	4,902	3,714
其他應收賬款、按金及預付款項		8,355	12,573
按公平值計入損益的金融資產		317,580	264,000
現金及銀行結餘		35,795	95,777
		564,795	535,468
流動負債			
應付貿易賬款	14	2,441	4,114
其他應付款項及應計費用		48,738	50,479
應付所得稅		22,540	29,013
租賃負債		2,388	3,308
		(76,107)	(86,914)
流動資產淨值		488,688	448,554
總資產減流動負債		708,199	647,501

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
非流動負債		
遞延稅項負債	23,850	23,195
遞延收入	565	600
租賃負債	11,337	4,567
	<u>(35,752)</u>	<u>(28,362)</u>
資產淨值	<u>672,447</u>	<u>619,139</u>
股本及儲備		
股本	2,189	2,189
儲備	666,207	604,035
本公司擁有人應佔權益	<u>668,396</u>	<u>606,224</u>
非控股權益	<u>4,051</u>	<u>12,915</u>
總權益	<u>672,447</u>	<u>619,139</u>

財務報表附註

截至二零二一年十二月三十一日止年度

1. 一般資料

譚木匠控股有限公司（「本公司」）於二零零六年六月二十日根據開曼群島公司法第22章（一九六一年法例3，經綜合及修訂）於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，其股份於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。本公司的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands，而主要營業地點地址為中華人民共和國（「中國」）江蘇省句容市東昌中路7號尚島第10棟。

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

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

2. 主要會計政策

a) 合規聲明

該等綜合財務報表乃根據所有適用香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製，香港財務報告準則泛指香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的所有適用之個別香港財務報告準則、香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋、香港公認會計原則及香港公司條例之披露規定。該等綜合財務報表亦遵循香港聯合交易所有限公司證券上市規則之適用披露規定。

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

b) 綜合財務報表編製基準

截至二零二一年十二月三十一日止年度之綜合財務報表包括本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)之財務報表。

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

除投資物業及按公平值計入損益的金融資產外，編製綜合財務報表所用之計量基準為歷史成本法。

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

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

3. 應用香港財務報告準則之修訂本

本集團已在本會計期間對這些財務報表應用了由香港會計師公會發佈的對香港財務報告準則的以下修訂：

香港會計準則第1號及香港會計準則第8號(修訂本)	<i>重大之定義</i>
香港財務報告準則第3號(修訂本)	<i>業務之定義</i>
香港財務報告準則第9號、香港會計準則 第39號及香港財務報告準則第7號(修訂本)	<i>利率基準改革</i>

此外，本集團已提早應用香港財務報告準則第16號「Covid-19相關租賃寬減」之修訂本。

香港財務報告準則第16號「Covid-19相關租賃寬減」之修訂本

該項修訂本為承租人提供一個可行的權宜方法，對於由COVID-19疫情直接引發之若干合資格租金寬減（「COVID-19相關租金寬減」）可繼續按照適用於不屬租賃修改之租金寬減之方法入賬，而免於評估該等寬減是否屬租賃修改。

本集團已選擇提早採納該等修訂本並於年內對授予本集團的所有合資格COVID-19相關租金寬減應用實際權宜方法。因此，已收租金寬減已就於觸發上述付款事件或條件發生之期間於損益確認為其他收入入賬。概無對二零二零年一月一日之初期股權結餘產生任何影響。

4. 收益

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

按銷售渠道劃分的收入明細如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
線上業務		
— 銷售貨品	<u>145,950</u>	<u>121,929</u>
線下業務		
— 銷售貨品	<u>181,082</u>	<u>150,727</u>
— 加盟費收入	<u>226</u>	<u>461</u>
	<u>181,308</u>	<u>151,188</u>
直營賣場		
— 銷售貨品	<u>3,652</u>	<u>4,144</u>
	<u>330,910</u>	<u>277,261</u>

本集團客戶基礎分散，於截至二零二一年十二月三十一日止年度概無(二零二零年：無)個別客戶的交易佔本集團收入超過10%。

所有來自客戶合約之收入在某一時間點確認。

5. 其他收入及其他淨收益／虧損

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
政府補貼(附註(I)及(II))	3,675	8,544
由遞延收入計入之政府補貼	35	32
按攤銷成本計量之金融資產利息收入－銀行利息收入	609	212
中國增值稅退款(附註7(vi))	18,777	15,677
投資物業的租金收入	6,841	5,767
已收COVID-19相關租金寬減	–	296
匯兌虧損淨額	669	–
投資物業公平值變動	(2,100)	–
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	8,575	16,666
應收款項(減值虧損撥回)	12	–
其他	1,122	1,160
	<u>38,215</u>	<u>48,354</u>

附註：

- (I) 於二零二一年，政府補貼當中，約人民幣3,675,000元(二零二零年：約人民幣8,337,000元)是屬於本集團在中國之附屬公司，其中約人民幣零元(二零二零年：人民幣1,873,000元)是由中華人民共和國重慶市財政局提供支援資金給因COVID-19疫情而受影響的公司。於二零二一年，政府補貼餘下約人民幣3,675,000元(二零二零年：約人民幣6,464,000元)主要是來自於中華人民共和國重慶市財政局及重慶市人力資源和社會保障局所提供的支援資金(「基金」)。基金的目的為通過向於中國以外參與若干市場推廣活動的商業實體提供財務支持以鼓勵參與海外市場推廣；及通過向架構、裁員率、失業保險供款達到一定標準的商業實體提供財務支持以打造穩定的就業環境及防止失業風險。
- (II) 於二零二一年，政府補貼當中佔約人民幣零元(二零二零年：人民幣207,000元)是來自於香港特區政府設立的防疫抗疫基金零售業資助計劃提供的支援資金。零售業資助計劃的資金支持目的在於向零售商提供救濟，幫助其渡過財政困難。

6. 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
A) 員工成本(包括董事酬金)		
薪酬及其他福利	74,115	66,092
定額供款退休計劃供款	8,864	630
權益結算以股份為基礎的付款開支	138	116
員工總成本	<u>83,117</u>	<u>66,838</u>
B) 其他項目		
核數師酬金		
－ 審核服務	668	692
－ 非審核服務	351	277
存貨成本	129,402	115,335
使用權資產折舊	5,147	6,380
物業、廠房及設備的折舊	4,505	4,079
應收貿易賬款(減值虧損撥回)／減值虧損淨額	(12)	63
其他應收賬款(減值虧損撥回)／減值虧損淨額	(30)	5
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	329	32
匯兌虧損淨額	(699)	5,674
銷售退貨撥備	1,788	562
存貨撇減	1,987	4,349
存貨撇減撥回	(269)	(50)
投資物業總租金收入	(6,841)	(5,767)
減：年內產生租金收入之投資物業產生之直接支銷	846	786
租金收入淨額	<u>(5,995)</u>	<u>(4,981)</u>
C) 財務費用		
租賃負債利息	<u>334</u>	<u>457</u>

附註：

- (I) 存貨成本包括員工成本及折舊約人民幣54,139,000元(二零二零年：人民幣40,247,000元)，該等成本已計入上文獨立披露的個別總額內。

7. 所得稅

A) 綜合損益表的稅項為：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
即期稅項		
中國企業所得稅(附註7(i)及(ii))	19,765	17,537
香港利得稅(附註7(iv))	-	-
股息預扣稅(附註7(v))		
一年內撥備	2,027	3,125
	<u>21,792</u>	<u>20,662</u>
過往年度超額撥備淨額		
中國企業所得稅	-	(233)
遞延稅項		
股息分派後轉移至即期稅項	(2,027)	(3,125)
年內撥備(附註7(v))	2,682	2,473
	<u>22,447</u>	<u>19,777</u>
總計	<u>22,447</u>	<u>19,777</u>

附註：

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

於二零一二年五月二十九日，全資附屬公司自強木業及譚木匠根據第12號公告取得萬州區國家稅務局的批文，於二零一一年一月一日至二零二零年十二月三十一日享受15%的企業所得稅優惠稅率。於二零二零年四月二十三日，國稅局把政策延續到二零二一年一月一日至二零二零年十二月三十一日。

- (ii) 中國所得稅撥備乃按本集團於中國註冊成立的附屬公司的應課稅溢利以法定所得稅率25% (二零二零年：25%) 計算，惟根據上述附註7(i)所述的稅務優惠政策，譚木匠 (二零二零年：譚木匠) 享有所得稅優惠。
- (iii) 本公司於開曼群島註冊成立，獲豁免繳納開曼群島所得稅。本公司在英屬處女群島成立的附屬公司獲豁免繳納英屬處女群島所得稅。
- (iv) 由於有關附屬公司於截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度並無應課香港利得稅溢利，因此並無就上述年度的香港利得稅作出撥備。
- (v) 根據自二零零八年一月一日起生效的中國企業所得稅法，未在中國設立機構或營業地點或有設立機構或營業地點但有關收入與在中國設立機構或營業地點並無實際關連的非居民企業，須就各種被動收入 (如來自中國相關公司的股息) 按10%的稅率繳納預扣所得稅。根據中國與香港訂立並於二零零七年一月一日生效的雙重徵稅安排，倘香港投資者對中國被投資實體的投資不少於25%，則預扣所得稅稅率將下調至5%。於二零零八年二月二十二日，國稅總局批准財稅(2008)第1號，從外資企業二零零七年十二月三十一日之前的保留盈利中撥付的股息分派將獲豁免繳付預扣所得稅。

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

於財務報表日期，優惠稅率的相關正式手續已完成。然而，管理層已諮詢中國律師意見並評定，由二零一九年起，本集團享有5%的預扣所得稅稅率。於二零二一年，本集團已就本期稅項作出約人民幣2,027,000元 (二零二零年：人民幣3,125,000元) 的撥備及就遞延稅項作出約人民幣2,761,000元 (二零二零年：人民幣2,027,000元) 的撥備。

於二零二一年十二月三十一日，與本集團中國附屬公司預期於可見將來分派之未分派溢利應計預扣稅有關之遞延稅項負債為約人民幣2,761,000元 (二零二零年：人民幣2,027,000元)。

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

本集團按應計基準於綜合損益表內確認增值稅退稅。年內退回本集團的增值稅退稅金額的詳情載於附註6。

8. 股息

i) 本年度應佔應付本公司擁有人的股息

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
建議於報告期結束後宣派的末期股息每股普通股27.15港仙， 相當於人民幣22.20分（二零二零年：19.58港仙， 相當於人民幣16.30分）（附註I）	<u>55,215</u>	<u>40,540</u>

附註I：

董事建議派付末期股息每股普通股27.15港仙，相當於人民幣22.20分，合共人民幣55,215,000元。有關股息須待本公司股東計劃將於二零二二年五月二十日舉行的股東週年大會上批准。該等財務報表並無反映此項建議派付股息。

ii) 年內批准及派付上一個財政年度應佔應付本公司擁有人的股息

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
年內批准及派付有關上一個財政年度的末期股息 每股普通股19.58港仙，相當於人民幣16.30分 （二零二零年：28.04港仙，相當於人民幣25.13分）	<u>40,540</u>	<u>62,502</u>
年內沒有派付有關上一個財政年度批准的特別股息 （二零二零年：每股普通股67.15港仙， 相當於人民幣59.51分）	<u>-</u>	<u>148,006</u>

9. 每股基本及攤薄盈利

a) 每股基本盈利

每股基本盈利根據本公司擁有人應佔溢利及已發行普通股加權平均數計算如下：

(i) 本公司擁有人應佔溢利

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
計算每股基本盈利所用盈利	<u>107,663</u>	<u>79,060</u>

(ii) 普通股加權平均數

	股份數目	
	二零二一年 千股	二零二零年 千股
已發行普通股加權平均數	<u>248,714</u>	<u>248,714</u>
每股基本盈利之普通股加權平均數	<u>248,714</u>	<u>248,714</u>

b) 每股攤薄盈利

由於授出購股權截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度內的行使價均高於本公司股份加權平均市價，因此，截至二零二一年及二零二零年十二月三十一日止年度的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

10. 分部報告

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

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

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

主要客戶

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

11. 無形資產

	商標 人民幣千元
成本	
於二零二零年一月一日、二零二零年十二月三十一日、 二零二一年一月一日及二零二一年十二月三十一日	<u>1,037</u>
累計攤銷及累計減值	
於二零二零年一月一日、二零二零年十二月三十一日、 二零二一年一月一日及二零二一年十二月三十一日	<u>1,037</u>
賬面值	
於二零二一年十二月三十一日	<u><u>—</u></u>
於二零二零年十二月三十一日	<u><u>—</u></u>

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

12. 存貨

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
原材料	141,418	120,327
在製半成品	20,843	16,298
製成品	35,842	22,779
	<u>198,103</u>	<u>159,404</u>

確認為開支並計入損益的存貨金額分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
已售存貨的賬面值	129,402	115,335
存貨撇減	1,987	4,349
存貨撇減撥回	(269)	(50)
	<u>131,120</u>	<u>119,634</u>

由於本年度出售了滯銷貨，因此已對以往年度所作之存貨撇減作撥回處理。

13. 應收貿易賬款

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

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
應收貿易賬款	4,989	3,813
減：虧損撥備(附註13(b))	(87)	(99)
	<u>4,902</u>	<u>3,714</u>

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

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
0至30日	3,507	3,205
31至60日	791	91
61至90日	264	133
91至180日	138	56
181至365日	75	15
1年以上	127	214
	<u>4,902</u>	<u>3,714</u>

- b) 應收貿易賬款虧損撥備變動

應收貿易賬款的虧損撥備採用撥備賬入賬，惟倘本集團認為收回該金額的可能性渺茫，則此減值虧損將直接與應收貿易賬款撇銷。

應收貿易賬款虧損撥備的變動如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
於一月一日之期初虧損撥備	99	36
應收貿易賬款虧損撥備	-	63
應收貿易賬款虧損撥備撥回	(12)	-
	<u>87</u>	<u>99</u>
於十二月三十一日之期末虧損撥備	87	99

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

14 應付貿易賬款

供應商一般給予30日信貸期。按發票日期呈列的應付貿易賬款賬齡分析如下：

	二零二一年 人民幣千元	二零二零年 人民幣千元
0至30日	2,081	3,339
31至60日	111	207
61至90日	7	1
91至180日	74	103
181至365日	44	71
1年以上	124	393
	<u>2,441</u>	<u>4,114</u>

管理層回顧

於二零二一年，疫情防控進入常態化，雖然國內時有疫情點狀散發，但依靠國家的堅強領導，沒有再發生如二零二零年初跨區域、大範圍的疫情傳播，各行各業逐漸恢復到了基本正常狀態，百業復甦、國泰民安。本集團在嚴格執行國家疫情防控政策的同時，也努力抓好生產組織和市場拓展，生產生活、市場營銷秩序也基本恢復疫情前的狀態。市場業態相比去年，明顯回暖回穩，專賣店訂單、終端零售業態回穩向好、良性發展。這一年，我們做了許多事，但也還有很多事沒有做到或沒有做好，需要在二零二二年加倍努力。

一、線下業務

二零二一年線下新建加盟店勢頭並未減弱，全年建新店115家，店舖月均銷售也高於疫情前之二零一九年同期，但是我們仍然清醒看到加盟商的經營壓力在不斷加大。不但租金恢復到疫前水平，人工成本也在逐年上漲，同時多點散發的疫情又造成購物中心，交通口岸，景區的人流大幅下滑，導致我們位於景區交通口岸的店舖受影響最大。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，線下業務之POS銷售完成目標計劃的93.2%，與去年同期比較增長19.3%，與疫情前之二零一九年比較則下滑16.7%。於回顧年度，購物中心店佔比達59.0%，三代店形象佔比達87.8%。新建店拓展目標達到年度計劃的71.9%，月均銷售達約人民幣7萬元以上，購物中心店佔比線下總收益達87.0%。

於二零二一年十二月三十一日特許加盟店、海外店舖及專櫃數量之情況

	於十二月三十一日			
	二零二一年		二零二零年	
	特許加盟店	直接經營店	特許加盟店	直接經營店
中國大陸	1,089	1	1,149	2
香港	-	2	-	2
其他國家及地區	5	-	6	-
總數	<u>1,094</u>	<u>3</u>	<u>1,155</u>	<u>4</u>

於二零二一年十二月三十一日加盟店舖在中國分佈數目情況

店舖種類	於十二月三十一日			
	二零二一年		二零二零年	
	特許加盟店 數目	佔比	特許加盟店 數目	佔比
購物中心	642	59.0%	632	55.0%
街面店	290	26.6%	331	28.8%
百貨公司	68	6.2%	79	6.9%
超級市場	27	2.5%	37	3.2%
景區	43	4.0%	35	3.0%
交通口岸	9	0.8%	22	1.9%
酒店	2	0.2%	2	0.2%
其他	8	0.7%	11	1.0%
總數	<u>1,089</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,149</u>	<u>100.0%</u>

截至二零二一年十二月三十一日止年度，營銷部的主要工作內容：

高效運營、防疫常態

於回顧年度內，本集團之營銷團隊加強門店運營管理，主動關閉業績不好的舊店舖，要求所有營業店舖配合當地防疫要求做好基礎防疫措施。發出新冠疫苗接種倡議書，鼓勵引導店主店員積極進行疫苗接種。對突發性區域疫情快速高效反饋，首先確認疫情突發地區范國內店及相關人員的具體情況及時匯報至公司領導，同時積極策劃針對相應區域的一系列銷售保障措施。開展「每週二清潔日」活動，保證店舖形象整潔，加強門店巡查工作，對經營不規範店舖進行嚴厲處罰。

營銷團隊以開好店、優店為目標並引入新建店開業追蹤機制，要求市場人員全面參與店舖新建的全部過程，設立新建店銷售目標並對市場人員進行考核，確保新建店高效盈利。

於回顧年度內，新建店月均銷售達人民幣十萬元以上的有深圳壹方天地、長沙運達匯、北京世紀金源、深圳天虹、寧波萬象城、無錫宜家薈聚、海口友誼陽光城、武漢首創奧特萊斯、重慶國泰廣場等。

積極借助疫情後的商業體系調整階段進行門店位置和形象的升級，全年有多家店舖進行了位置提升，同時店舖形象及店舖業績也得到較大進步。例如：湖南益陽萬達D1763店，從商場二樓遷到一樓；衡水萬達D1870店，遷址至位置更好租金更低的電梯口，曝光率和客流明顯增加；北京房山龍湖店，老位置位於購物中心B1層，抓住機會調整至購物中心二層；深圳觀瀾新城D1756店，形象由多經點位升級為獨立店舖。以上各店的單店月均業績均有顯著提升。於二零二一年全國新建店月均銷售約為人民幣70,200元，相比於二零二零年增長0.2%。

加大營銷力度、探索營銷新玩法

配合會員制度以及微信商城在店舖開展多種節點促銷活動，幫助門店進行線上線下的流量轉化。開展會員禮大型會員回饋活動，拉近會員與品牌的距離。開展全國各區域的梳頭養生健康主題培訓，推廣頭部經絡梳理文化。圍繞「梳造東方美」品牌核心理念之一的健康美持續進行宣傳推廣，拓寬市場份額。通過在門店內和門店所在商圈開展各種形式的互動活動吸引人流帶來銷售轉化並在全國範圍內開展形式新穎的快閃店活動。

線上線下聯動開展「迪麗熱巴」的直播宣傳以及「李若彤」的陪伴是最長情告白宣傳，同時全年累計進行了四次「國風」為主題的「梳房顏究院」大型品牌快閃店宣傳活動（包括澳門），用了全新模式，降低了活動整體費用，現場銷售業績及人群數據統計均突破歷史最佳水平。

引導加盟商在疫情反覆多發情況下拓展團購渠道和採用線上銷售方式進行零售突破。全年各節點，線上線下同步活動資源和信息，持續推廣店舖小程序，年度銷售金額約人民幣1,060萬元，瀏覽量550萬次，訪客人數45萬人次。

加快產品體系的升級

於二零二一年，本集團持續與迪士尼合作，打造時尚閨蜜團，補充兩款鑲齒工藝產品。針對護發梳高端材質的空缺，上市了三款高檔護發梳。發刷類產品採用專利工藝上市了四款新品。針對不同月齡上市了七款嬰童發刷，新增嬰童梳品類。與「24伎樂」進行IP合作，針對永陵博物館的館藏資源設計開發了伎樂熊貓相關形象的產品。繼續延續生肖主題，設計開發的兩款虎年新品受到了消費者的喜愛。繼續推進區域特色產品的設計開發，以孔雀和大象為主題設計開發了雲南區域產品，繼續鼓勵專賣店的自主研發，二零二一年新增了二十二款定制產品。於二零二二年，我們將加大鑲齒梳品類的開發，為顧客帶來更多的新產品，豐富譚木匠產品線和產品體系。

產品體系的包裝升級工作目前已推進到尾聲，除飾品鏡子、套裝類產品外，其他產品均已完成了布袋、包裝盒、封套的升級，套裝類產品也將於二零二二年二月完成升級。另外，於二零二二年譚木匠還將完成飾品鏡子類產品的包裝升級。

店舖形象升級

於二零二一年，共計裝修店舖數量為174家，其中新建店120家，遷址店37家，重裝店17家（其中5家店為一代店升級三代店）。按店舖風格分類，裝修高鐵三代店148家，莫蘭迪店26家。於二零二一年，共計完成專賣店店舖設計231家。莫蘭迪風格的設計增加了多樣形式的中島展台，提升店舖形象從而提升銷售業績。如Z001店中島櫃檯，成都來福士中島櫃檯等。中島展台的好處在於方便打造場景從而提升進店率，從商場和顧客反饋方面來看，深受各大商場和顧客的喜愛，從色彩方面來看，更適用於年輕人群及高端時尚的商場，與三代店風格相比較，莫蘭迪風格的通過率更高。

與日本設計師松本合作，計劃提升三代店方案，於二零二一年七月與上海das工作室簽訂合同設計虛擬店舖面積35平方米。目前所有打樣的材質和工藝已全部完成，待有合適的面積和鋪位進行落地實施。

培訓內容豐富化

針對二零二一年的疫後恢復狀態，加強了YY培訓的力度，縮小了培訓規模。對培訓結果進行了系統追蹤，為培訓成果確認和提升提供了有效支撐。建立了八家陳列標桿店，整理統一了陳列道具，並將店舖陳列納入培訓內容，作為常態化工作。整理歸納指導了產品選購知識，從材質、如何護理頭髮、如何辨別頭髮、使用何種梳齒幾個方面完善了電子導購—小譚推薦中的信息並補充到培訓課程中。

二零二二年將打造內訓師團隊，為店員帶來針對性不同的優質培訓，同時運營維護好電子導購—小譚推薦，為店員和顧客提供更專業的內容。

終身免費維修帶來顧客好評持續增加

維修站上線運行正常，全國二十八家維修站累計年接待維修件數96,821件，並連同IT部門對維修系統不斷進行升級，牽頭集團維修站對產品維修標準升級，強化維修質量要求。於二零二一年，顧客滿意度調查共收集有效問卷5,459份，顧客滿意度為99.1%，達到本集團ISO質量標準滿意度不低於90.0%的目標。從報告中看，譚木匠所秉承的「工藝品日用化、日用品工藝化」與「顧客是親人」的理念在市場中得到貫徹，得到消費者認同。同時，消費者也從產品開發，市場拓展及專賣店服務等方面提出了意見和建議。於二零二二年，本集團將按照報告中的內容再進行調整。

回顧過去一年，我們意識到營銷工作還有諸多不足，如店鋪形象的提升雖有莫蘭迪形象店的應用，尚未對三代店形象完成升級；店鋪內的色調、材質、陳列上均未有實質提升，店內配套宣傳資料較為陳舊；部份新產品上市未得以有效推廣；日益增多的會員資源沒有很好的利用起來成為品牌的自發宣傳員；新的加盟資源挖掘發現不夠，店鋪的拓展仍然依靠原有體系人員；團購走出去的意識還是薄弱，沒有明確任務指標到各個區域到各個加盟商，突破原有坐商模式的決心不足。

於二零二二年，本集團對市場營銷工作提出了「必須轉型，必須走出去，必須拓寬渠道」的三個基本要求，我們將認真貫徹落實這一方針，並結合上述工作中的不足之處進行改進和創新突破。雖然市場及消費大環境還有很多變數，但本集團仍然堅定不移的在做好各項基礎工作的前提下，審視當前，展望未來，按照本集團的百年目標在穩步前進。

二、線上業務

截至二零二一年十二月三十一日止年度，電商含稅淨銷售約為人民幣1.693億元，全年銷售目標為人民幣1.650億元，完成率達99.0%，同比去年增長17.3%。其中天貓平台總銷售約為人民幣1.071億元，銷售佔比總電商淨銷售為63.3%，同比增長14.9%；京東平台總銷售約為人民幣5,350萬元，銷售佔比總電商淨銷售為31.6%，同比增長16.4%。本地物流發貨總計734,998件，京東倉總計發貨175,093件，共計910,091件，同比增長15.2%。

與此同時，於回顧年度內，電商團隊在營銷活動方面，主動進行團隊人員溝通調整，參與過年不打烊活動，完整的進行了二月情人節活動，二月份活動日均銷售增長110.0%。八月七夕節和九月教師節活動銷售分別下滑3.9%及6.8%。七夕節訪客增長11.0%。主要由於轉化率下滑了13.0%，需在活動設置以及顧客挽留上做提升和優化。及

二零二一年營銷活動

月份	活動日期	活動主題	對應節日	今年活動 日均銷售額 (人民幣千元)	去年活動 日均銷售額 (人民幣千元)	同比去年 活動日均銷售 增長/(下跌)
1月	1.17-1.25	精緻生活健康好禮	年貨節	536	453	18.3%
2月	2.1-2.16	愛，我愛的人	2.14情人節+新年	496	284	74.6%
3月	3.1-3.8	美麗女神節	3.8婦女節	1,048	626	67.4%
4月	4.1-4.10	櫻花季	4月櫻花季	354	289	22.5%
5月	5.1-5.9	守護媽媽的美	母親節	1,139	818	39.2%
5月	5.14-5.20	愛的告白書	520告白	648	591	9.6%

月份	活動日期	活動主題	對應節日	今年活動 日均銷售額 (人民幣千元)	去年活動 日均銷售額 (人民幣千元)	同比去年 活動日均銷售 增長/(下跌)
6月	6.12-6.20	為愛梳妝給TA健康	618禮遇季	450	406	10.8%
7月	6.25-7.5	畢業季	7月畢業季	304	291	4.5%
8月	8.1-8.14	七夕節	七夕節	740	770	(3.9)%
9月	8.25-9.11	桃李滿天下	開學季+教師節	619	664	(6.8)%
11月	11.1-11.11	雙十一狂歡	季雙11	1,129	1,113	1.4%
12月	12.1-12.14	美在梳妝	雙12	472	395	19.5%

於回顧年度內，電商團隊做了許多創新工作，其中包括站內站外種草全面鋪開，改變了之前單一的流量結構；嘗試明星合作，迪麗熱巴+人民日報快手直播、李若彤合作、線上線下聯動營銷，觸達到明星粉絲群體，擴大了譚木匠品牌聲量。特別是李若彤使用十五年譚木匠梳子的真實消費者案例，使得陪伴是最長情的告白深入人心；進行店舖裝修全新升級，提升頁面的豐富度，提高了品牌調性以及顧客停留時長；啟動線上線下產品分級，以不同的產品策略針對不同的人群；在平台模塊方面，開通運營了自動挽單、小黑盒扶持、購後鏈路等功能模塊，對於新品的流量扶持，降低退款率以及促進購物轉化起到了一定的促進作用。

新的一年裡，本集團將繼續拓展新的平台，發力拼多多、抖音以及一條。拼多多平台用戶畫像更廣，深耕下沉市場的同時，輻射全部一二級人群，更多用戶紅利，我們在保證品牌調性不變的前提下選款出適合的引流產品，作為平台特供款參加活動破局，產品策略需要不斷的測試，調整，優化。深入規劃抖音渠道，我們將從品牌視頻、創意視頻的沉澱，達人推廣、達人直播等多維度進行整合營銷。一條平台是與品牌調性相符的app平台，打造中國人的生活美學，專門嚴選匠人手作和生活良品，目前也在合作洽談中。

堅持情感營銷是我們的優勢，所以結合各個活動節點，我們仍然會在站內站外各個渠道不斷發聲，主打情感、陪伴、國貨、匠心等關鍵詞。在人員技能提升方面，將組織相關崗位的員工參與淘寶大學、京東課堂、拼多多課堂等平台學習。

三、海外業務

二零二一年全球疫情依舊蔓延，跨境交流及商務活動仍未恢復，海外線下業務無法拓展，僅存的幾家線下門店經營艱難，部份加盟商轉為線上銷售。我們的跨境電商業務相比去年穩步上升。面對國外疫情，本集團採取了一系列舉措，如針對海外加盟商提供額外的促銷品支持；對疫情期間的門店進貨額不做考核；指導加盟商建立線上平台拓寬銷路以減少門店關閉帶來的損失；關注海外加盟商的個人健康狀況，必要時可以協助對方採購防疫物資。

於二零二一年十二月三十一日，香港市場直接經營店數量為兩家，分別位於港鐵香港站及灣仔利東街，相比去年，減少了一家，採用莫蘭迪風格的灣仔新店於二零二一年十二月二十六日開業。香港兩家店舖於回顧年度內共計完成銷售約人民幣350萬元，相比去年同期減少了2.8%。

於回顧年度，海外線下共計完成出庫約人民幣130萬元，相較於去年下降了14.0%。同期跨境電商平台銷售總額約為人民幣37萬元，相較於二零二零年全年銷售額增長了27.6%。於二零二一年十二月三十一日，本集團共有海外獨家代理商兩家，海外經銷商一家，海外加盟店五家，海外自營線上平台五個，分佈於亞洲的中國台灣、韓國、日本、新加坡、馬來西亞，歐洲的瑞士、德國，以及北美洲的美國、加拿大。受全球疫情的影響，目前境外唯一通關的地區即為中國澳門，二零二一年十二月，譚木匠受邀參加了第六屆澳門國際文化產業博覽會，並以「梳房顏究院」快閃店模式呈現給大灣區觀眾。

就境外市場工作展望，本集團將繼續扶持現存的境外線下門店；關注國際環境的變化，拓展境外新門店，如中國台灣及馬來西亞；完善境外市場拓展所需的基礎資料；增加跨境電商自營平台及官網的投入力度，努力提升銷量；做好海外社媒體賬號及廣告推廣工作；指導加盟商發展海外團購業務，發展公司自身海外團購業務。

四、創意研發

於二零二一年，研發團隊圍繞著如何體現品牌調性、深度挖掘傳統文化、塑造時尚年輕的品牌形象以及在產品的工藝、功能、設計上，持續改進和提升，不斷創新、開發。

於回顧年度，已發佈上市十六個系列(或項目)共六十九款新產品，完成全體系包裝升級，共上市二十九款包裝盒、十二款布袋、六款手提紙袋、六款封套和一款節日賀卡，已完成替換產品四百九十七款。其中的亮點系列如下：

高端氣囊護發梳系列

補充了高端氣囊護發梳產品的空缺；國風設計。

漸層式發刷系列

深度挖掘野豬鬃毛頂、中、尾端的差異，豐富了發刷品類的等級；首創漸層式結構，提升入發效果；滿足不同髮型的梳理需求。

嬰童梳刷系列

針對0-24月齡嬰幼兒人群；使用天然羊毛、馬鬃、木材，全產品無膠無漆，綠色、健康、安全；增加了產品品類，拓展了消費人群。

二代合木梳系列

增加了手柄的厚度和產品的重量，握感更舒適；提升了抗跌落和抗乾燥開裂水平；降低了角木類產品對原材料厚度的要求。

二十四伎樂IP合作系列

持續探索國潮文化，打造年輕時尚的產品系列。

中國紅大漆梳系列

觀照自然，器以再造，運用中國傳統大漆工藝，搭配蛋殼工藝、螺鈿工藝、金箔工藝等，塑造出自然之美、工藝之美、藝術之美和情感之美。

「古韻華風」複刻梳系列

以古代真實梳篦原型為藍本，進行複刻設計，每一把都獨具歷史底蘊；傳承中華文化、發現東方之美，通過梳篦展現深厚的文化內涵，每一件複刻梳品都兼具歷史風韻和時尚氣息。

回顧研發工作，其市場化程度仍需不斷提升，要充分使用好市場信息和專賣店資源，開發上市更受市場和消費者喜愛的產品。同時研發是連接市場和生產的橋樑，在滿足市場的需求的前提下，還要匹配工廠的生產工藝和生產能力。未來將持續在產品工藝、結構、設計、材質等方面加大創新力度，爭取三年內逐步實現產品迭代。

五、生產技術

二零二一年，常態化疫情防控仍是萬州廠工作重點之一，本著密切關注國內外疫情動態，實時調整，精準防控。同時與本地政府部門保持緊密高效溝通，傳遞最新的疫情防控政策，倡導並組織員工注射疫苗。技術創新方面，主要有以下重點項目：

除塵系統及配套系統的建設

工廠原有的二十八套除塵系統，因使用年限久遠，其除塵效果及安全性等都受到一定限制，工廠經過謹慎調研組織按新的標準要求進行了建設，新建十八套（其中外包十六套，自己借助原有條件改建兩套），目前均已投入使用，效果良好。

仿形加工及模糊打磨

仿形加工從護發梳逐步向三代梳、合木梳、插齒梳推進，在生產過程中使用率不斷增加；目前已有兩種新的模糊打磨方法在推廣使用，也逐步從護發梳逐步向三代梳、合木梳、插齒梳推進，有效提升了加工效率。

大漆產品工藝技術攻關

配合研發的中國紅大漆梳系列，萬州廠組織人員進行專項工藝技術攻關，目前取得階段性進展，仍需針對量產工藝技術及有效控制成本等方面進一步攻關。

金箔抗氧化技術攻關

從材質及供應商的不斷探索，從工藝技術上嘗試多種方案，到目前為止基本解決問題。

指環護發梳工藝結構改進

為解決指環護發梳的收縮縫問題，工廠通過不斷總結試驗，設計了一種新的結構，已完成一百餘件樣品製作，待發往市場驗證。

無膠固定氣囊梳技術

該技術成果主要是將原氣囊梳膠皮固定由膠黏貼改為彈簧夾持方式，提高產品的環保性。

護發梳外形加工技術

該技術主要是針對外表面為弧面，內有型腔的護發梳坯的加工，採用同一夾具，自動換刀一次成型的加工模式，將原多道人工作業轉變為一次成型，不但提高加工工效和看台率，還大大縮短產品生產週期。

楓木增重改良技術

該技術主要是提高楓木木材基本密度由0.65提高到0.85，不但增加楓木的密度和木材強度，更加改善了楓木的木材耐候穩定，降低楓木木梳的變形開裂問題。

古夷蘇木材料穩定性改良技術

該技術通過物理處理方式，將古夷蘇木木材低濕收縮和吸水膨脹比例系數由2.5%左右降低1%，能夠有效緩解古夷蘇木合木梳產品在北方冬季條件下，易變形、齒根裂口問題，提高木材穩定性。

截至二零二一年十二月三十一日止年度，集團有效專利保有量為發明專利十六件；實用新型專利四十八件；及外觀專利四件。

六、物流配送

於回顧年度，物流中心根據各加盟商和電子商務事業部的訂單要求和營銷部新品、促銷品配發方案及時組織加工產品，按時完成配發任務，無延遲發貨。進一步提高對產品質量的要求，物流中心在檢驗過程中明確質量標準和加強檢驗，圍繞《終端和過程質量檢驗管控辦法》相關要求開展檢驗工作，避免明顯質量問題和低級失誤的質量問題產品流入市場。於回顧年度，未發現明顯問題和低級失誤的產品流入市場。

做好產品售後維修工作，按照本集團既定原則全面實施並達成，兌現「終身維修服務」的承諾，完成物流中心維修工作的同時並服務好各維修站。

七、企業文化

於回顧年度，與南京藝術學院老師陳嘉嘉先生，合作撰寫關於梳理文明的神秘動人、生動有趣的故事，獲得出版社支持並且印刷發行，書名為《也談梳篦：青絲里的時光》。希望藉此傳播中國傳統文化中的梳篦文化內容。

與南京升晟堂國醫館及「金陵陶崑灸療術」代表性傳承人陶崑醫師聯合策劃，通過手繪漫畫的形式，通俗易懂地講解傳統中醫經絡養生知識，分享正確的梳頭按摩方法。這本名為《頭部經絡梳理連環畫》的小冊子，因為適用於助力線下門店營銷，受到加盟商好評。

藉助重慶市政府組織的「渝見美品」品牌推廣平台，邀請央視網「人人都愛中國造」欄目走進譚木匠工廠，解密一把梳子背後的故事。「人人都愛中國造」是由央視網在相關國家部委指導下，聯動中國民族品牌與中國製造，以「支持國貨、賦能品牌」為核心要義，打造的大型品牌助力行動。

本次探廠直播活動，在央視網、央視影音、央視網抖音、央視網快手四大新媒體平台上同步直播，累計共吸引了258萬粉絲觀眾圍觀，全網觀看量達592萬次。觀眾朋友們通過央視網的直播鏡頭，深入譚木匠工廠內部，與企業高管、工廠廠長直接對話，更直觀地了解到譚木匠樸實溫暖的企業文化以及別具匠心的製梳工藝。

參與投資人楊天南先生發起的「價值投資走進高校」主題講座活動。楊天南先生與高校師生分享價值投資的理念、知識與實踐經驗，同時邀請譚木匠公司派出代表講述品牌的成長故事和企業文化。於回顧年度，講座分別於吉林外國語大學、東北師範大學、中南財經政法大學及武漢大學舉行。

令人印象深刻的是現場師生踴躍分享自己和譚木匠的故事，東北師範大學經管學院曲副院長特意拿來自己的梳子，這是一把譚木匠老LOGO並且維修過的護發梳，陪伴其生活很多年。曲院長說每次給外國朋友贈送禮物的時候，想選一款有中國味又精緻到國外也找不出來的禮品時，都會選譚木匠，譚木匠真的很好很合適。

繼續拍攝講述加盟商故事的系列視頻「譚木匠的家人們」，他們是「修梳子的富哥」鎮江店主盧建富先生在繁華鬧市中不緊不慢專心致志的修梳人；「愛梳頭的秦姐」太原店主秦美平女士用一雙溫柔有力的手，照料著每一個路過、坐下、短短停留的顧客；「文藝范的宮麗」章丘店主宮麗女士熱愛美與自由，通過攝影堅持自我、表達自我；「從大山到黃河、吳印的二十年」蘭州店主從大山到大河，用梳子開啟追夢之路二十年。

於二零二一年，繼續建設與沉澱企業文化、鼓勵員工積極講述品牌故事，在此分享幾則有趣的小故事：

異地戀不容易，有情人終成眷屬

除夕那天，接到一位顧客懇求，他由於疫情原因沒有回老家，但初三又是情人節，想給老家的女朋友買套梳子，還有自己手繪他們的合照，想讓我們一起郵寄，可是我們的打印機沒有打印照片的功能，沒有辦法滿足他的要求。

顧客請我幫忙去找一家能夠打印照片的店，路費和誤工費由他出，他說他們是大學老鄉聚會上認識的，剛開始追這個女生時，女孩子不相信一見鍾情，追了差不多一年的時間，才讓女孩子心動。畢業後，為了更好地發展，他去了上海，女孩子回到了老家，一直都是異地戀。雙方原定今年春節訂婚的，可是因為疫情男孩子沒辦法回老家，所以購買譚木匠的梳子，和他親手繪製的合照，準備是給女孩子的定親禮物，讓我想辦法。

他們來之不易的愛情打動了我。一收到顧客發過來的合照，我就去街上尋找打印店，街上很多店鋪早早就打烊，我輾轉了幾條街，最後還是找到一家，順利完成了任務。趕在順豐師傅當天最後一次取件之前，把快遞郵寄了出去。

情人節當天，我收到了顧客的微信，說他女朋友收到了禮物，很開心、很感動。再次感謝我們，感謝譚木匠。我回覆他：異地戀不容易，有情人終成眷屬。我們譚木匠能做的，也是讓愛、盡量不遲到。（電商事業部：吳元君）

勇於承擔責任、要有擔當

7月，颱風「煙花」臨近的那幾天，我在溫州巡店，遇到一位顧客選購梳子，我向她推薦適合按摩的玉檀材質合木工藝寬齒梳，卻記錯了零售價，結賬後顧客已經離開，店員發現少收了人民幣30元。瞬間我的臉紅了，身為區域的負責人，當著店員和顧客的面，居然把價格記錯了，真是丟人丟到姥姥家了！當時我只能笑呵呵的對著店員講，既然這個價格是我記錯的，那麼也只能是由我來彌補這人民幣30元的差額了。於是我用手機掃了店內的微信收款碼把錢轉了過去。並告知提醒店員，以後一定要小心慎重，不要再犯我這樣的低級失誤。

店主得知此事後，轉了人民幣30元的紅包給我，說這個損失她自己來付，不能讓我來買單。我告訴她，這次的事情對我也是一個教訓，我作為一個成年人，做錯了事情就要勇於承擔責任，要有擔當。同時我也意識到要對自家產品的產地，材質，賣點，價格都要很清楚的認知。這樣才能在巡店過程中，更好的幫助到我們的店員。（營銷部：唐瀛）

雖然辛苦、但簡單快樂

上月底，我們去句容出差，聯繫以前在工廠的同事李林，他邀請我們到木匠谷吃晚飯。第一眼見到老李時，他剛收完曬的稻谷，衣服上還沾有泥土，一個地地道道的農民樣子，差點沒認出來。

老李開心地對我們介紹說，木匠谷當年的荒坡現在都已綠茵匆匆，山坳種著稻谷，稻米可香了，句容的同事都喜歡。還有餵養的羊也都有同事買了，到收穫的季節同事們都樂意來體驗勞動的快樂，現在還養有雞鴨鵝。每天事無巨細，都必須親自帶領其他工友一起勞動，吃飯一般都是早上煮好中午將就，雖然辛苦，但簡單快樂。

當時我的腦海里出現一幅美麗的畫卷：蔚藍的天空和晚霞交相輝映，潔白的羊群在山坡上吃草，伴隨咩咩的叫聲和叮當的鈴聲；黃燦燦的稻穗在晚風中點頭搖擺，小鳥掠過清澈的池塘激起一個巨大的感嘆號；從遠處田間的小路上走著李林一行人的身影，爽朗的笑聲中帶著豐收的喜悅；房前的鵝鴨引頸高歌，仿佛是在歡迎它們的主人回來。（工廠：張萬力）

八、人力資源及綜合治理

本集團嚴格遵守國家勞動、安全、環保、職業健康方面的法律法規，制訂切實的管理制度及實施措施，執行檢查到位。既沒有違反員工勞動權益保障方面的法律規範，也沒有發生員工勞動爭議或訴訟維權，更沒有發生安全、環保、職業健康事故。本集團在安全標準化建設方面，完成二級安全標準的改造和建設。完成萬州廠房燃氣鍋爐環保節能改造，並達到環保節能標準，投入使用。建成並投入使用高標準的防止粉塵燃爆的除塵系統，投入使用，效果良好。年度員工健康體檢和職業健康專項體檢，沒有發生職業危害病例。產品在生產、銷售、使用過程中，沒有發生毒副和過敏性案例。

對《員工行為規範條例》加大考評的力度和權重，但在實際執行查處中還是有些心偏軟、講情面、抹不開。對圍繞本集團「把員工教勤快、教能幹的要求」，營造風清氣正的公司環境，我們還需要做出深刻的檢討並切實踐行。

根據在商務合作中出現的新情況、發生的新問題，本集團及時對《經濟業務合同風險控制管理辦法》、《保護知識產權和商業秘密管理辦法》、《合格供方評價》等相關守則做了改版，並通過季度專題經營風險會議方式進行匯報、檢查、檢討、改善。對市場違規網銷等不法行為，本集團對加盟合同規範銷售行為、團購報備等做了更加明確的約定。在產品防偽鑑別實施了信息溯源、圖片比對等深化工作。並借助專業的律師團隊開展市場信息收集和法律維權等系列工作，收到了一些成效，但也受到公安機關取證和立案標準等方面的條件限制，本集團需要思考並找到新的方法，這項工作需要二零二二年實現突破。

九、二零二二年目標及主要方向

鼓勵創新及試錯容錯

鼓勵創新及試錯容錯，但同時，嚴格按照二零二一年十月工作會議的精神，加大對性質不好、工作不作為、低級失誤、講情面的行政監督和處罰力度。結合部門核心職能、關鍵任務、本集團綜合業績要求，實施更加科學的部門業績指標設定，並緊密結合部門及個人薪酬績效。

實施年度考評制度

對各級負責人達成本集團和部門業績目標、踐行文化、履職態度、敬業精神、達成果效、能力提升、創新成果、低級失誤等做多維度評估。實施年度評價和薪酬職級升降調整，同步實施常招常新的人力激勵和危機競爭機制。

進行產品及包裝研發實施項目制試點

項目負責人決定是否上市和具體上市方案，並對產品毛利、銷售情況和滯銷控制目標負責；藉鑑外部合作銷售提點模式，實施產品研發市場化薪酬風險機制和優勝劣汰機制；項目組可以對產品及包裝等實施委外與公司內部競價，有綜合優勢的獲得訂單權。加大新工藝結構和新技术的研發力度，加強向生產作業落地應用的轉化力度，為本集團新工藝和新加工方法的方向選擇方面，提供決策依據。

強化預算執行

強化預算執行，先看預算再花錢後報賬，未經程序批准的超預算原則上不予支持，也不予以報賬或付款。

加強營銷平台、渠道、活動項目等成果評價工作

加強營銷平台、渠道、活動項目等成果評價工作，屬於經營類的，則需財務管理中心定期提供相關平台、渠道的財務成果報告，供相關部門及管理層參考和抉擇。

強化人力資源管理

深度實施「促進殘疾人就業與爭取更好的稅收優惠」工作，把促進殘疾人就業做成本集團的品牌、文化和名片。建立新的人力及薪酬模式，試行職務任期制和管理崗位互動互換。圍繞年度工作會議的各部門提出、管理層梳理出的十六項重要風險和問題，按照擬定措施，把各項工作做深入做紮實，力爭年末回頭看時，能夠得到有效的解決。

財務回顧

1. 收益

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團的收益約為人民幣330,910,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約人民幣277,261,000元增加約人民幣53,649,000元或19.3%。該項增加主要原因為疫情逐步受到控制，使市場需求在回顧年度期間相對截至二零二零年十二月三十一日止年度趨向復甦而有所增加所致。線下業務之收益約為人民幣181,082,000元，比去年的約人民幣150,727,000元增加約人民幣30,355,000元或20.1%。線上業務之收益約為人民幣145,950,000元，比去年的約人民幣121,929,000元增加約人民幣24,021,000元或19.7%。直接經營店舖之收益約為人民幣3,652,000元，比去年的約人民幣4,144,000元減少約人民幣492,000元或11.9%。於二零二一年十二月三十一日，集團分別有1,094間特許加盟店舖及3間直接經營店舖，而於二零二零年十二月三十一日，集團則分別有1,155間特許加盟店舖及4間直接經營店舖。加盟費收入約為人民幣226,000元，與去年的約人民幣461,000元相比，減少約人民幣235,000元或51.0%。

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二一年		二零二零年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收益				
— 梳子	51,129	15.4	48,660	17.6
— 鏡子	297	0.1	520	0.2
— 組合禮盒	274,741	83.0	221,891	80.0
— 其他飾品*	4,517	1.4	5,729	2.1
加盟費收入	226	0.1	461	0.1
總額	<u>330,910</u>	<u>100.0</u>	<u>277,261</u>	<u>100.0</u>

* 其他飾品包括頭飾、手飾及小型家居飾品

2. 銷售成本

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團的銷售成本約為人民幣131,120,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度的約人民幣119,634,000元增加約人民幣11,486,000元或9.6%，銷售成本增加主要是對應於回顧年度銷量增加及銷售產品組合之變化所致。

3. 毛利及毛利率

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團之毛利約為人民幣199,790,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約人民幣157,627,000元增加約人民幣42,163,000元或26.7%。毛利率由二零二零年的56.9%上升至二零二一年的60.4%。於回顧年度內毛利率上升主要是由於本集團業務之銷售產品組合的轉變所致。

4. 其他收入及其他淨收益／(虧損)

截至二零二一年十二月三十一日止年度，其他收入及其他淨收益／(虧損)約為人民幣38,215,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約為人民幣48,354,000元減少約人民幣10,139,000元或21.0%。其他收入及其他淨收益／(虧損)主要分別為中國增值稅退款約人民幣18,777,000元、租金收入約人民幣6,841,000元、利息收入約人民幣609,000元，按公平值計入損益的金融資產的公平值變動約人民幣8,575,000元及投資物業負公平值變動人民幣2,100,000元(二零二零年：分別為中國增值稅退款約人民幣15,677,000元、租金收入約人民幣5,767,000元、利息收入約人民幣212,000元，按公平值計入損益的金融資產的公平值變動約人民幣16,666,000元及投資物業公平值變動人民幣零元)。

5. 銷售及分銷開支

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團的銷售及分銷開支約為人民幣71,615,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約為人民幣61,197,000元增加約人民幣10,418,000元或17.0%。銷售及分銷開支主要分別包括廣告宣傳及推廣費約人民幣27,260,000元、運輸費用約人民幣8,130,000元、使用權資產的折舊約人民幣4,303,000元、工資及津貼支出約人民幣11,122,000元及差旅費約人民幣1,553,000元(二零二零年：分別為廣告宣傳及推廣費約人民幣18,495,000元、運輸費用約人民幣7,898,000元、使用權資產的折舊約人民幣5,506,000元、工資及津貼支出約人民幣11,412,000元及差旅費約人民幣1,817,000元)。

6. 行政開支

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團的行政開支約為人民幣30,821,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約人民幣37,475,000元減少約人民幣6,654,000元或17.8%。行政開支主要分別包括工資及津貼支出約人民幣16,083,000元、法律及專業費用約人民幣709,000元、設計及樣板費用約人民幣1,893,000元、顧問費約人民幣231,000元、審計及審閱費約人民幣1,136,000元(二零二零年：分別為工資及津貼支出約人民幣14,842,000元、法律及專業費用約人民幣1,906,000元、設計及樣板費用約人民幣1,861,000元、顧問費約人民幣589,000元、審計及審閱費約人民幣1,131,000元)。

7. 其他經營開支

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團的其他經營開支約為人民幣4,440,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約人民幣6,067,000元減少約人民幣1,627,000元或26.8%。此項減少主要因為於回顧年度內慈善捐贈減少約人民幣1,854,000元所致。

8. 財務費用

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團之財務費用約為人民幣334,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約人民幣457,000元減少約人民幣123,000元或26.9%。

9. 所得稅

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團的所得稅開支約為人民幣22,447,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約人民幣19,777,000元增加約人民幣2,670,000元或13.5%，此項增加主要歸因於回顧年度內除稅前溢利增加所致。

回顧年度內，實際稅率為17.2%，而截至二零二零年十二月三十一日止年度則為19.6%。

10. 年度溢利

基於上文所述，截至二零二一年十二月三十一日止年度，年度溢利約為人民幣108,348,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約為人民幣81,008,000元增加約人民幣27,340,000元或33.7%。此項增加是因為於回顧年度內毛利增加約人民幣42,163,000元所致。

11. 本公司擁有人應佔之年度溢利

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本公司擁有人應佔之年度溢利約為人民幣107,663,000元，較截至二零二零年十二月三十一日止年度約為人民幣79,060,000元增加約人民幣28,603,000元或36.2%。

主要綜合財務狀況表項目分析

1. 物業、廠房及設備

本集團擁有的物業、廠房及設備包括樓宇、租賃資產改良工程、廠房及機器、傢具及設備、汽車及在建項目。於二零二一年十二月三十一日，本集團擁有的物業、廠房及設備之賬面值約為人民幣77,852,000元，較去年之賬面值約為人民幣60,920,000元增加約人民幣16,932,000元或27.8%。有關增加主要是由於截至二零二一年十二月三十一日止年度內之在建項目增加所致。

2. 存貨

於二零二一年十二月三十一日本集團擁有的存貨約為人民幣198,103,000元，較於二零二零年十二月三十一日的存貨值約人民幣159,404,000元增加約人民幣38,699,000元或24.3%，存貨值增加主要是由於原材料備存增加所致。原材料由去年之約人民幣120,327,000元增加約人民幣21,091,000元或17.5%至今年之約人民幣141,418,000元。

3. 應收貿易賬款

一般而言，加盟商須於產品交付前先結清貨款。本集團的應收貿易賬款包括一些有較好銷售業績的本集團加盟商應支付的產品信貸銷售款。於二零二一年十二月三十一日本集團擁有的應收貿易賬款約為人民幣4,902,000元，與於二零二零年十二月三十一日的應收貿易賬款金額約人民幣3,714,000元比較，金額增加約人民幣1,188,000元或32.0%。

4. 其他應收款項、按金及預付款項

於二零二一年十二月三十一日本集團擁有的其他應收款、按金及預付款（非流動加流動部份）約為人民幣9,060,000元，較於二零二零年十二月三十一日的其他應收款、按金及預付款金額約人民幣12,573,000元減少了約人民幣3,513,000元或27.9%。其他應收款、按金及預付款減少主要是由於貿易及其他訂金較去年減少所致。

5. 應付貿易賬款

於二零二一年十二月三十一日，本集團擁有的貿易應付賬款約為人民幣2,441,000元，與於二零二零年十二月三十一日的約人民幣4,114,000元相比，減少了約人民幣1,673,000元或40.7%。

6. 其他應付款項及應計費用

其他應付款項及應計費用之結餘額包括應付股息、其他應付款、應計費用、已收貿易按金、退貨準備、應付增值稅及其他應付非所得稅稅項及合約負債。於二零二一年十二月三十一日，本集團的其他應付款及應計費用約為人民幣48,738,000元，較於二零二零年十二月三十一日的金額約為人民幣50,479,000元減少約人民幣1,741,000元或3.4%。於回顧年度內，其他應付款項及應計費用的減少主要是由於應付股息減少所致。

資本架構

1. 債務

於二零二一年十二月三十一日，本集團並沒有任何計息銀行貸款（二零二零年：人民幣零元）。

2. 資本負債比率

於二零二一年及二零二零年十二月三十一日，本集團並沒有任何計息銀行貸款，故計算資本負債比率並無任何意義。

3. 資產押記

於二零二一年十二月三十一日，本集團並沒有任何向銀行抵押的資產（二零二零年：人民幣零元）。

4. 資本支出

本集團的資本支出主要包括購買廠房及設備、傢俱及裝置、在建項目及汽車。截至二零二一年十二月三十一日止年度及截至二零二零年十二月三十一日止年度，本集團的資本支出分別為約人民幣21,794,000元與約人民幣4,561,000元。

流動資金及資金來源

本集團主要以各項營運所得現金和各項長短期銀行借貸滿足營運資金的需求。截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團並沒有任何銀行貸款，披露浮動利率貸款之實際利率並不適用。

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

於二零二一年十二月三十一日，本集團擁有的現金及銀行結餘為約人民幣35,795,000元（二零二零年：約人民幣95,777,000元），主要來源於本集團營業收入以及本公司於二零零九所募集資金。

資本承擔

於二零二一年十二月三十一日，本集團之資本承擔約為人民幣21,982,000元（二零二零年：約人民幣28,551,000元）。

本集團之重大收購及出售

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本集團並沒有任何重大收購及出售。

未來展望

未來一年對譚木匠品牌而言是一個艱難轉型期，我們必須打破一直以來的零售為主的銷售模式。集團牽頭，加盟商配合，走出去，積極拓展團購業務資源，通過線上線下配套協作進一步拓展拓寬銷售渠道。

線上是品牌宣傳和消費者資產留存平台，線下是銷售方式和營銷玩法轉變，把團購工作提升到和店鋪銷售同等重要的位置要求加盟商充分重視，定任務目標指導方向，讓加盟商跟著集團的步調一起行動。不僅在店鋪的銷售模式上引導積極佈局拓寬業務模式，在本集團自己的銷售渠道拓展，近兩年和小米，24伎樂，銀行渠道都有合作定制和特制合作產品，通過參加大型展會，尋找渠道資源，繼續推進自主的銷售拓展。

同時結合高校品牌宣講做一個長線的品牌推廣計劃，調動當地的加盟商資源配合參與，挖掘潛在客戶，持續傳播品牌文化，講好譚木匠自己的人文，工藝，情感故事，做消費者資產積累。

線上線下同步發聲，持續培養譚木匠體系里的宣傳小達人，體系內的所有人參與生產挖掘素材、傳播品牌文化理念，將客戶需求再保持在體系內。

通過門店、抖音、微博、小紅書等社媒體，天貓、京東、拼多多等平台，用多種方式多角度持續發聲，不斷積累品牌美譽度的同時擴大消費人群。面對不確定的國際國內大環境，堅持不懈做好品牌的各項基本工作，營銷的各項工作圍繞百年品牌的目標不斷踐行。

股息

末期股息

為答謝各位股東的支持，董事會建議向於二零二二年五月三十一日（星期二）名列本公司股東名冊之股東派發截至二零二一年十二月三十一日止年度的末期股息每股27.15港仙，總額約為67,526,000港元，惟須於二零二二年五月二十日（星期五）舉行之本公司應屆股東週年大會上待股東批准後，方可作實。派息率為本年度本公司擁有人應佔溢利的51.3%或本公司除稅前溢利的42.2%。

上述之末期股息預計將於二零二二年六月三十日（星期四）或之前派發。

暫停辦理股東過戶登記手續

符合出席應屆股東週年大會及在會上投票的資格

本公司將於二零二二年五月十七日（星期二）至二零二二年五月二十日（星期五）期間（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格出席應屆股東週年大會並於會上投票，本公司股東不能遲於二零二二年五月十六日（星期一）下午四時三十分，將所有過戶文件交回本公司的香港股份登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓。

符合獲派建議末期股息的資格

本公司將於二零二二年五月二十七日（星期五）至二零二二年五月三十一日（星期二）期間（包括首尾兩日）暫停辦理股份過戶登記手續，期間不會辦理任何股份過戶登記。為符合資格收取建議之末期股息，本公司股東不能遲於二零二二年五月二十六日（星期四）下午四時三十分，將所有過戶文件交回本公司的股份登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓。

或有負債、法律訴訟及潛在訴訟

截至二零二一年十二月三十一日，本集團並無任何重大或有負債、法律訴訟或潛在訴訟。

本公司上市所得款項的用途

本公司於二零零九年十二月二十九日於香港聯合交易所有限公司上市發行新股所得款項經扣除相關發行費用後，約為132,900,000港元（相當於約人民幣116,800,000元）。截至二零二一年十二月三十一日，本集團已動用所得款項淨額約人民幣69,200,000元，其中約人民幣25,500,000元已經用於提高本集團的設計及產品開發能力以及提升經營效率、約人民幣16,500,000元用於提升銷售網絡及銷售支援服務、約人民幣15,000,000元興建物流中心及生產設備、以及約人民幣12,200,000元用作營運資金，而剩餘所得款項淨額已存於銀行。

因受到市場環境及集團業務策略的改變，本集團已停止高檔家居飾品店及時尚工藝品商店的業務發展計劃。董事會現正研究市場和其他可行的業務發展及商機，希望可以為本公司股東帶來更佳的投资回報。

購股權計劃

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

購股權計劃的主要條款概要如下：

1. 購股權計劃旨在認同及激勵合資格人士（定義見下文），優化其未來對本集團的貢獻，及／或就他們過往的貢獻給予獎勵，以吸引及挽留或以其他方式與該等對本集團的績效、增長或成功而言乃屬重要及／或其貢獻有利於或將有利於本集團的績效、增長或成功的合資格人士。
2. 「合資格人士」包括：(i)借調本集團任何成員公司工作的僱員或人士（「**行政人員**」）；(ii)本集團任何成員公司的董事（包括獨立非執行董事）；(iii)本集團任何成員公司的股東；(iv)本集團任何成員公司的供應商、客戶、顧問、企業或合營夥伴、加盟商、承包商、代理商或代表；(v)向本集團任何成員公司提供研究、開發或其他技術支援或任何諮詢、顧問、專業或其他服務的人士或實體；及(vi)上述任何人士的聯繫人士。

3. 因行使根據購股權計劃及本集團任何其他購股權計劃授出的全部購股權而可能發行的股份總數不得超過25,000,000股，即股份首次於聯交所開始買賣日期已發行股份總數的10%。本公司可以普通決議案尋求股東批准更新10%上限。本公司可於股東大會上另行向股東尋求批准授出購股權超過10%限額，惟於取得批准前只可向本公司指定的合資格人士授出購股權超過10%限定。

因行使根據購股權計劃及本集團任何其他計劃所有已授出而未行使的購股權而可能發行的股份最高數目不得超過不時已發行股份的30%。於二零二一年三月三十日及二零二一年八月三十一日，即本公司二零二零年年報及二零二一年中期報告刊發日期，可供發行之股份總數為24,871,400股及24,871,400股，相當於本公司當時已發行股份約10%及10%。

4. 在任何十二個月期間，因行使任何一名合資格人士獲授購股權（包括已行使及未行使的購股權）而發行或將予發行的股份最高數目不得超過不時已發行股份的1%。
5. 根據購股權計劃授出任何購股權的行使期將由董事會決定，惟該期間不得超過授出有關購股權日期起計十年。
6. 購股權計劃並無指定任何最短持有期間，但董事會可決定行使購股權前必須持有的任何最短期間。
7. 接納授出購股權的要約必須於要約文件所載期間內作出，連同承授人支付1.00港元作為不可退回的代價，惟於購股權計劃終止後，則無法接納授予購股權的要約。
8. 認購價格乃為董事會釐定的價格，惟將不會低於以下的最高者：(i)於授出購股權日期（必須為營業日「授出日」）股份在聯交所每日報價表所報的收市價；(ii)於緊接授出日前五個營業日，股份在聯交所每日報價表所報的平均收市價；及(iii)股份的面值。
9. 購股權計劃由二零零九年十二月二十九日起計有效及生效，為期十年，惟須受股東於股東大會上通過普通決議案提早終止所規限。當購股權計劃到期或終止後，概將不會進一步授出購股權，但購股權計劃的條文就根據計劃授出購股權的所有其他方面將一直全面生效及有效。

於二零二一年十二月三十一日，根據本公司購股權計劃，本公司已向若干合資格參與人士（「承授人」）授出合共700,000份購股權，以認購本公司合共700,000股每股面值0.01港元的普通股，並已為承授人接納。於截至二零二一年十二月三十一日止年度內，根據本公司購股權計劃授出購股權概要如下：

承授人	於本集團擔任的職位	授出日期	購股權期間 (附註1)	每股 行使價 (港元) (附註2)	購股權數目				於 二零二一年 十二月 三十一日 未行使	佔本公司 已發行 股本總額 概約百分比
					於 二零二一年 一月一日 未行使	於年度內 授出	於年度內 註銷	於年度內 失效		
譚力子先生	執行董事	二零一八年 八月三十一日	二零一八年 八月三十一日 至二零二三年 八月三十日	4.896	300,000	-	-	-	300,000	0.12%
劉珂佳女士	營銷總監	二零一八年 八月三十一日	二零一八年 八月三十一日 至二零二三年 八月三十日	4.896	200,000	-	-	-	200,000	0.08%
羅洪平先生	行政總監	二零一八年 八月三十一日	二零一八年 八月三十一日 至二零二三年 八月三十日	4.896	200,000	-	-	-	200,000	0.08%
					700,000	-	-	-	700,000	0.28%

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

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

持續經營

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

公眾持股量

根據公開可得資料及就董事所知，截至二零二一年十二月三十一日止年度至本公告日期，本公司最少25%的已發行股本由公眾股東持有。

購買、出售或贖回本公司上市證券

截至二零二一年十二月三十一日止年度，本公司或其任何子公司概沒有購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

企業管治職能

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

回顧年度內，本公司一直遵守企業管制守則內所有通用之守則條文。

證券交易之標準守則

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

審核委員會

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

審核委員會的職責及責任包括：

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

於回顧年度內，審核委員會曾舉行兩次會議。審核委員會於回顧年度內之工作包括審閱本集團截至二零二零年十二月三十一日止年度之經審核綜合財務報表、截至二零二一年六月三十日止六個月之未經審核綜合中期財務報表及本集團內部監控措施效能。審核委員會亦已審閱外聘核數師的審核計劃及方法，並定期監察審核工作的進展及結果。

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

根據審核委員會於二零二二年三月三十一日全體審核委員均有出席之會議，審核委員會已聯同公司管理層及外聘獨立審計師閱覽截至二零二一年十二月三十一日止年度之綜合財務報告、本業績公告、二零二一年年報及於回顧年度內其應用之會計原則及守則，並已認同集團所採用之會計處理方法及編制本二零二一年年報之財務報表是合乎現行之會計準則和上市規則的要求並已作出足夠之披露。

報告期後事項

於本公告日期，概無重大本報告期後事項。

信息披露

截至二零二一年十二月三十一日止年度之年度業績公告會於香港聯合交易所有限公司的網站(<http://www.hkexnews.hk>)內之「上市公司公告」及本公司網站(<http://www.ctans.com>)內之「投資者關係」內刊發。而載有上市規則之所有所需資料的本公司二零二一年年報將會在適當時候寄發予本公司股東，並於香港聯合交易所有限公司網站(<http://www.hkexnews.hk>)「上市公司公告」及本公司網站(<http://www.ctans.com>)「投資者關係」內刊發。

承董事會命
譚木匠控股有限公司
主席
譚傳華

香港，二零二二年三月三十一日

於本公告日期，董事會包括三位執行董事，即譚傳華先生、譚棣夫先生和譚力子先生；以及三位獨立非執行董事，分別為楊揚先生、劉麗婷女士和周錦榮先生。

* 僅供識別