

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)

## 截至二零二二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5.2%至約人民幣348,002,000元(二零二一年：人民幣330,910,000元)。
- 毛利增加2.7%至約人民幣205,248,000元(二零二一年：人民幣199,790,000元)。
- 毛利率下跌1.4個百份點至59.0%(二零二一年：60.4%)。
- 截至二零二二年十二月三十一日止年度之溢利減少1.0%至約人民幣107,258,000元(二零二一年：人民幣108,348,000元)。
- 本公司擁有人應佔溢利減少0.4%至約人民幣107,250,000元(二零二一年：人民幣107,663,000元)。
- 每股盈利減少0.4%至約人民幣43.12分(二零二一年：人民幣43.29分)。
- 基於本集團業績，董事建議就截至二零二二年十二月三十一日止年度派發末期股息每股25.03港仙(二零二一年：27.15港仙)，惟須經股東於二零二三年五月二十三日(星期二)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」）截至二零二二年十二月三十一日止年度（「回顧年度」）之經審核綜合業績，連同截至二零二一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

截至二零二二年十二月三十一日止年度

	附註	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
收益	4	<b>348,002</b>	330,910
銷售成本		<u>(142,754)</u>	<u>(131,120)</u>
毛利		<b>205,248</b>	199,790
其他收入及其他淨收益／(虧損)	5	<b>35,364</b>	38,215
行政開支		<b>(31,975)</b>	(30,821)
銷售及分銷開支		<b>(69,760)</b>	(71,615)
其他經營開支		<u><b>(4,887)</b></u>	<u>(4,440)</u>
經營溢利		<b>133,990</b>	131,129
財務費用	6(c)	<u><b>(627)</b></u>	<u>(334)</u>
除稅前溢利	6	<b>133,363</b>	130,795
所得稅	7	<u><b>(26,105)</b></u>	<u>(22,447)</u>
年度溢利		<u><b>107,258</b></u>	<u>108,348</u>
以下人士應佔			
本公司擁有人		<b>107,250</b>	107,663
非控股權益		<u><b>8</b></u>	<u>685</u>
年度溢利		<u><b>107,258</b></u>	<u>108,348</u>
每股盈利			
基本及攤薄	9	<u><b>人民幣43.12分</b></u>	<u>人民幣43.29分</u>

## 綜合損益及其他全面收益表

截至二零二二年十二月三十一日止年度

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
年度溢利	107,258	108,348
年度其他全面(開支)/收益		
不會重新分類至損益的項目：		
由功能貨幣換算為呈列貨幣的匯兌差額	3,392	(859)
日後可能重新分類至損益的項目：		
換算海外業務產生的匯兌差額	<u>(8,495)</u>	<u>1,086</u>
年度其他全面(開支)/收益，扣除所得稅零元	<u>(5,103)</u>	<u>227</u>
年度全面收益總額	<u>102,155</u>	<u>108,575</u>
以下人士應佔		
本公司擁有人	102,147	107,890
非控股權益	<u>8</u>	<u>685</u>
年度全面收益總額	<u>102,155</u>	<u>108,575</u>

## 綜合財務狀況表

於二零二二年十二月三十一日

	附註	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		<b>91,370</b>	77,852
使用權資產		<b>38,110</b>	41,814
投資物業		<b>97,120</b>	99,140
無形資產	11	–	–
無抵押定期銀行存款		<b>53,000</b>	–
其他應收款項、按金及預付款項		<b>767</b>	705
		<u><b>280,367</b></u>	<u>219,511</u>
<b>流動資產</b>			
存貨	12	<b>244,430</b>	198,103
可收回所得稅		<b>2</b>	60
應收貿易賬款	13	<b>5,349</b>	4,902
其他應收款項、按金及預付款項		<b>7,539</b>	8,355
按公平值計入損益的金融資產		<b>57,710</b>	317,580
無抵押定期銀行存款(3個月以上但一年內到期)		<b>180,000</b>	–
現金及銀行結餘		<b>27,160</b>	35,795
已抵押銀行存款		<b>3,000</b>	–
		<u><b>525,190</b></u>	<u>564,795</u>
<b>流動負債</b>			
應付貿易賬款	14	<b>4,764</b>	2,441
其他應付款項及應計費用		<b>44,759</b>	48,738
應付所得稅		<b>28,522</b>	22,540
租賃負債		<b>1,939</b>	2,388
		<u><b>(79,984)</b></u>	<u>(76,107)</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u><b>445,206</b></u>	<u>488,688</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<b>725,573</b>	708,199

	附註	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
<b>非流動負債</b>			
遞延稅項負債		23,779	23,850
遞延收入		530	565
租賃負債		9,385	11,337
		<u>(33,694)</u>	<u>(35,752)</u>
<b>資產淨值</b>		<u><b>691,879</b></u>	<u>672,447</u>
<b>股本及儲備</b>			
股本		2,189	2,189
儲備		685,631	666,207
<b>本公司擁有人應佔權益</b>		<u><b>687,820</b></u>	<u>668,396</u>
<b>非控股權益</b>		<u><b>4,059</b></u>	<u>4,051</u>
<b>總權益</b>		<u><b>691,879</b></u>	<u>672,447</u>

## 財務報表附註

截至二零二二年十二月三十一日止年度

### 1. 一般資料

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

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

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

### 2. 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（「聯交所」）證券上市規則之適用披露規定。本集團採納的主要會計政策披露如下。

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

截至二零二二年十二月三十一日止年度之綜合財務報表包括本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)之財務報表。

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

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

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

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

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

### 3. 應用新訂及經修訂香港財務報告準則及香港會計準則

本集團於編製本會計期間的該等財務報表時已首次應用由香港會計師公會頒佈的以下香港財務報告準則及香港會計準則之修訂本：

香港財務報告準則第3號的修訂本	概念框架之提述
香港會計準則第16號的修訂本	物業、廠房及設備－擬定用途前之所得款項
香港會計準則第37號的修訂本	有償合約－履行合約之成本
香港財務報告準則的修訂本	香港財務報告準則二零一八年至 二零二零年之年度改進

本集團並未應用於本會計期間尚未生效的任何新準則或詮釋。除下文所述者外，於本年度應用香港財務報告準則及香港會計準則的修訂本對本集團於本年度及過往年度的財務狀況和表現及／或該等財務報表中所載的披露並無重大影響。

#### 香港財務報告準則第3號的修訂本概念框架之提述

本集團已就收購日期為二零二二年一月一日或之後的業務合併應用修訂本。該等修訂本更新香港財務報告準則第3號業務合併中的提述，因此其引用於二零一八年六月頒佈的二零一八年財務報告概念框架（「概念框架」）而非財務報表的編製及呈報框架（被於二零一零年十月頒佈的二零一零年財務報告概念框架取代），加入一項規定，即於香港會計準則第37號或香港（國際財務報告詮釋委員會）－詮釋21號範圍內的交易及事件，收購方應用香港會計準則第37號或香港（國際財務報告詮釋委員會）－詮釋21號而非概念框架以識別其於業務合併中承擔的負債，並添加收購方不確認業務合併中收購的或然資產的明確聲明。

#### 香港會計準則第16號的修訂本物業、廠房及設備：擬定用途前之所得款項

該等修訂本禁止實體從物業、廠房及設備項目之成本中扣除出售該資產可使用前所生產項目之所得款項。相反，銷售所得款項及相關成本應計入損益。項目的成本乃根據香港會計準則第2號計量。

該等修訂本對該等財務報表並無重大影響。

## **香港會計準則第37號的修訂本有償合約－履行合約之成本**

該等修訂本闡明評估合約是否為有償合約時，履行合約之成本包括履行該合約的增量成本及與履行合約直接相關的其他成本的分攤金額。此前，本集團於釐定合約是否為有償合約時僅計入增量成本。

根據過渡條文，本集團已對於二零二二年一月一日尚未履行其所有責任的合約應用新會計政策，並認為其均不屬於有償合約。

## **香港財務報告準則的修訂本香港財務報告準則二零一八年至二零二零年之年度改進**

年度改進對下列準則作出修訂：

### **香港財務報告準則第9號金融工具**

該修訂本闡明為評估在「10%」測試下原始金融負債條款的修改是否構成實質性修改，借款人僅包括借款人與貸款人之間支付或收取的費用，包括由借款人或貸款人代表對方支付或收取的費用。

根據過渡條文，本集團對於初始應用日期（二零二二年一月一日）已修改或交換的金融負債應用修訂本。

### **香港財務報告準則第16號租賃**

香港財務報告準則第16號隨附示例第13號之修訂本從示例中刪除出租人為租賃物業裝修而作出的補償說明，以消除任何潛在混淆。

概無對本集團綜合財務報表造成影響。

#### 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。收益指向客戶供應貨品的銷售價值(扣除增值稅、其他銷售稅項及折扣)以及加盟費收入(屬香港財務報告準則第15號範疇)。

按銷售渠道劃分的收益明細如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
線上業務		
— 銷售貨品	<u>166,409</u>	<u>145,950</u>
線下業務		
— 銷售貨品	<u>178,242</u>	<u>181,082</u>
— 加盟費收入	<u>184</u>	<u>226</u>
	<u>178,426</u>	<u>181,308</u>
直營賣場		
— 銷售貨品	<u>3,167</u>	<u>3,652</u>
	<u>348,002</u>	<u>330,910</u>

本集團客戶基礎分散，於截至二零二二年十二月三十一日止年度概無(二零二一年：無)個別客戶的交易佔本集團總收益超過10%。

所有來自客戶合約之收益在某一時間點確認。

## 5 其他收入及其他淨收益／(虧損)

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
政府補貼(附註5(i))	2,497	3,675
由遞延收入計入之政府補貼	35	35
按攤銷成本計量的金融資產利息收入－銀行利息收入	422	609
中國增值稅退款(附註7(vi))	19,097	18,777
投資物業的租金收入	5,881	6,841
匯兌收益淨額	18	669
投資物業公平值變動	(2,020)	(2,100)
按公平值計入損益的金融資產的公平值變動	8,382	8,575
應收貿易賬款虧損撥備撥回(附註13(b))	35	12
租賃合約終止虧損	(8)	–
其他	1,025	1,122
	<u>35,364</u>	<u>38,215</u>

附註：

- (i) 於二零二二年，政府補貼當中，約人民幣2,497,000元(二零二一年：約人民幣3,675,000元)是屬於本集團在中國之附屬公司。其主要是來自於財政部重慶監管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。

## 6 除稅前溢利

除稅前溢利乃經扣除／(計入)：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
<b>A) 員工成本(包括董事酬金)</b>		
薪金及其他福利	71,674	74,115
定額供款退休計劃供款	9,782	8,864
權益結算以股份為基礎的付款開支	—	138
	<u>81,456</u>	<u>83,117</u>
<b>B) 其他項目</b>		
核數師酬金		
— 審核服務	680	668
— 非審核服務	238	351
已售存貨成本(附註6(i))	137,961	129,402
使用權資產折舊(附註6(i))	3,628	5,147
物業、廠房及設備的折舊(附註6(i))	4,625	4,505
其他應收款項虧損撥備淨額／(虧損撥備撥回)	38	(30)
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	102	329
銷售退貨(撥備撥回)／撥備	(1,891)	1,788
存貨撇減(附註12)	4,850	1,987
存貨撇減撥回(附註12)	(57)	(269)
投資物業總租金收入	(5,881)	(6,841)
減：年內產生租金收入之投資物業產生之直接支銷	719	846
	<u>(5,162)</u>	<u>(5,995)</u>
<b>C) 財務費用</b>		
租賃負債利息	<u>627</u>	<u>334</u>

附註：

- (i) 存貨成本包括員工成本及折舊約人民幣50,511,000元(二零二一年：人民幣54,139,000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：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
<b>即期稅項</b>		
中國企業所得稅(附註7(i)及(ii))	22,293	19,765
香港利得稅(附註7(iv))	-	-
股息預扣稅(附註7(v))		
一年內撥備	4,310	2,027
	<u>26,603</u>	<u>21,792</u>
<b>過往年度超額撥備淨額</b>		
中國企業所得稅	(427)	-
<b>遞延稅項</b>		
股息分派後轉移至即期稅項	(4,310)	(2,027)
年內撥備(附註7(v))	4,239	2,682
	<u>26,105</u>	<u>22,447</u>

附註：

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

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

- (ii) 中國所得稅撥備乃按本集團於中國註冊成立的附屬公司的應課稅溢利以法定所得稅率25%(二零二一年：25%)計算，惟根據上述附註7(A)(i)所述的稅務優惠政策，譚木匠(二零二一年：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二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度並無應課香港利得稅溢利，因此並無就上述年度的香港利得稅作出撥備。

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

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

於財務報表日期，下調稅率的相關正式手續已完成。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。於二零二二年，本集團已就即期稅項作出約人民幣4,310,000元（二零二一年：人民幣2,027,000元）的撥備及就遞延稅項作出約人民幣4,298,000元（二零二一年：人民幣2,761,000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2,749,000元（二零二一年：人民幣2,761,000元）。

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

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

## 8. 股息

### A) 本年度應佔應付本公司擁有人的股息

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
中期股息每股普通股12.96港仙，相當於人民幣11.06分 (二零二一年：每股普通股零港仙，相當於人民幣零分)	27,508	–
建議於報告期結束後宣派的末期股息每股普通股25.03港仙， 相當於人民幣22.11分(二零二一年：27.15港仙， 相當於人民幣22.20分)(附註8(i))	<u>54,991</u>	<u>55,215</u>
	<u>82,499</u>	<u>55,215</u>

附註：

- (i) 董事建議派付末期股息每股普通股25.03港仙，相當於人民幣22.11分，合共人民幣54,991,000元。有關股息須待本公司股東計劃將於二零二三年五月二十三日舉行的股東週年大會上批准。該等財務報表並無反映此項建議派付股息。

### B) 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

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 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27.15港仙，相當於人民幣22.20分 (二零二一年：19.58港仙，相當於人民幣16.30分)	<u>55,215</u>	<u>40,540</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

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
計算每股基本盈利所用盈利	<u>107,250</u>	<u>107,663</u>

#### (ii) 普通股加權平均數

	股份數目	
	二零二二年 千股	二零二一年 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二零二二年及二零二一年十二月三十一日止年度內的行使價均高於本公司股份平均市價，因此，截至二零二二年及二零二一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，以作資源分配及表現評估。

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銷售單一分部，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

於二零二一年一月一日、二零二一年十二月三十一日、 二零二二年一月一日及二零二二年十二月三十一日	<u>1,037</u>
--	--------------

### 累計攤銷及累計減值

於二零二一年一月一日、二零二一年十二月三十一日、 二零二二年一月一日及二零二二年十二月三十一日	<u>1,037</u>
--	--------------

### 賬面值

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

於二零二一年十二月三十一日	<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

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
原材料	188,900	141,418
在製半成品	17,047	20,843
製成品	38,483	35,842
	<u>244,430</u>	<u>198,103</u>

確認為開支並計入損益的存貨金額分析如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
已售存貨的賬面值	137,961	129,402
存貨撇減	4,850	1,987
存貨撇減撥回	(57)	(269)
	<u>142,754</u>	<u>131,120</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訂單款項。信譽良好的客戶可獲30日以內的信貸期。應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
應收貿易賬款	5,401	4,989
減：虧損撥備(附註13(b))	(52)	(87)
	<u>5,349</u>	<u>4,902</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：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
0至30日	4,944	3,507
31至60日	52	791
61至90日	4	264
91至180日	26	138
181至365日	207	75
1年以上	116	127
	<u>5,349</u>	<u>4,902</u>

- b) 應收貿易賬款虧損撥備變動

應收貿易賬款虧損撥備的變動如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
於一月一日之期初虧損撥備	87	99
應收貿易賬款虧損撥備撥回	<u>(35)</u>	<u>(12)</u>
於十二月三十一日之期末虧損撥備	<u>52</u>	<u>87</u>

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

#### 14 應付貿易賬款

供應商一般給予30日信貸期。按發票日期呈列的應付貿易賬款賬齡分析如下：

	二零二二年 人民幣千元	二零二一年 人民幣千元
0至30日	2,979	2,081
31至60日	1,133	111
61至90日	415	7
91至180日	43	74
181至365日	110	44
1年以上	84	124
	<u>4,764</u>	<u>2,441</u>

## 管理層回顧

### 一、線下業務

於回顧年度內，線下全年新建店123家，專賣店總數量未出現大的波動，形勢穩定，未在疫情影響下出現「關店潮」。購物中心、景區店佔比穩定，線下基本盤仍然穩固。雖然本回顧年度的新建店總數高於去年同期，但是多點散發的疫情及十二月的政策轉變導致了短期市場人流急劇下滑、租金水平並未降低、人工成本也因受臨時性暫停營業及員工感染等原因維持在高位，加盟商的經營壓力仍未獲緩解。

截至二零二二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75.72%，與去年同期比較下滑11%，與二零二零年比較增長10.57%。於回顧年度，購物中心店佔比達62.13%，三代店形象佔比達81.89%，莫蘭迪形象佔比11.31%。新建店拓展目標達到年度計劃的123%，購物中心店在新建店中佔比達86.99%。實現了華潤渠道的突破，中糧、龍湖、萬達、凱德等原有體系及當地優質商業的滲透進一步增強、空白市場得到填補。

於回顧年度內，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」三個方向性要求，團隊認真貫徹落實，開展了以下跟團購相關的工作：

1. **調整團購政策**：二零二二年三月發佈最新團購政策，針對累計金額達到人民幣50萬元以上的外部團購，每增加人民幣10萬元則獎勵增加人民幣5,000元；
2. **多版本團購圖冊**：針對三八節設計印刷團購手冊，內容精煉，方便傳播；更新《禮記》圖冊，內容全面，便於收藏；
3. **團購刻字、描金描銀收費標準下調**：為大力支持團購業務的開展，在滿足物流成本的合理支出前提下（人工費、材料費等），下調刻字及描金或描銀收費標準，為專賣店降低團購業務成本；

4. **開發團購產品**：採用回存材料設計開發團購產品，配套設計開發「福祿壽喜」團購手冊，供專賣店開發團購；
5. **定期更新團購節點宣傳物料**：已設計發佈的有中秋團購圖、教師節團購圖；設計中的有新年團購圖；即將設計的有元旦團購圖；
6. **高端客戶回饋禮**：針對高端客戶，設計開發高端客戶回饋禮，用於專賣店維護客戶關係，彰顯品牌價值。

於回顧年度內，通過門店集團簽訂的外部團購共計105筆，相比去年同期增長52.17%；團購金額為人民幣562萬元，相比去年同期增長189.84%。

於二零二二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			
	二零二二年		二零二一年	
	特許加盟店	直接經營店	特許加盟店	直接經營店
中國大陸	<b>1,088</b>	<b>1</b>	1,089	1
香港	-	<b>2</b>	-	2
其他國家及地區	<b>4</b>	-	5	-
總數	<b><u>1,092</u></b>	<b><u>3</u></b>	<u>1,094</u>	<u>3</u>

於二零二二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			
	二零二二年		二零二一年	
	特許加盟店 數目	佔比	特許加盟店 數目	佔比
購物中心	676	62.1%	642	59.0%
街面店	269	24.7%	290	26.6%
百貨公司	61	5.6%	68	6.2%
超級市場	25	2.3%	27	2.5%
景區	43	4.0%	43	4.0%
交通口岸	8	0.7%	9	0.8%
酒店	2	0.2%	2	0.2%
其他	4	0.4%	8	0.7%
總數	<u>1,088</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,089</u>	<u>100.0%</u>

截至二零二二年十二月三十一日止年度，營銷部的主要工作內容如下：

### 高效運營、常態防疫

於回顧年度內，本集團營銷團隊紮實做好門店運營管理工作，要求所有營業店舖配合當地防疫要求做好基礎防疫措施。全面落實支持政策，對受疫情反覆衝擊影響時間長且出現門店關停的店舖，給予一定的政策支持，以減輕該加盟店的經營壓力，鼓勵加盟店安心經營，繼續為廣大消費者提供優質的服務。針對全年新品展陳，提升了陳列道具品質，整體色澤及質感更好，有利於加盟店進行整體氛圍的打造，提升品牌檔次。

加強門店巡查工作，對經營不規範店舖進行嚴厲處罰。於回顧年度內，因違規勒令進行拆除店舖九家。涉及違規網銷、違規買贈、違規銷售非譚木匠產品、在其他網絡平台違規宣傳等一系列的違規行為。

營銷團隊繼續堅持以開好店、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，全年新建店月均銷售達人民幣十萬元以上的有北京大族廣場、廣州體育西路地鐵站、重慶江北觀音橋金觀、四川錦江春熙路、雲南順城購物中心、重慶萬象城、北京金街華聯購物中心、貴州貴陽一號等。

於回顧年度內，實現了華潤渠道的突破，進入的華潤體系有湖北武漢江岸區萬象城、重慶九龍坡謝家灣萬象城；廣東松山湖萬象匯、山東青島嶗山萬象匯、安徽合肥蜀山萬象匯；中糧的西單大悅城。龍湖體系新增的有四川成都金牛區龍湖西宸天街、重慶渝中區龍湖時代天街A館、湖北武漢白沙龍湖天街A館、北京大興龍湖天街。當地優質商業的滲透進一步增強，新進入的體系有重慶山姆會員、廣東深圳杉杉奧萊。

### **加大品牌的宣傳力度**

面對二零二二年三月和十一月全國出現大面積疫情的不利局面，集團牽頭對全國重點城市北上廣深等一線城市以及新一線城市、部分省會城市投放了微信信息流廣告宣傳活動，讓顧客足不出戶也能自由在家購物；在櫻花季和母親節期間，在全國進行小程序信息流廣告投放，品牌曝光量達657萬+，點擊量達160,626次。實現母親節期間小程序銷售超過750萬，全年銷售達到1,900餘萬；開展每日「梳頭打卡」趣味活動，增強專賣店和顧客的互動性，既幫助各地的譚粉養成良好的梳頭習慣，又提升了消費者和品牌及專賣店的粘性，對提高顧客的回購率及宣傳譚木匠健康向上的品牌形象起到了很好的作用；九月，在廣州萬菱匯舉辦「梳房顏究院」活動，充滿國風韻味的展示風格吸引了大批觀眾駐足，頭皮檢測、梳頭體驗、拍照打卡各類趣味活動精彩紛呈，該場活動很好地提升了譚木匠的品牌形象；春節「虎年願望」新年許願池活動，活動瀏覽量達9,000多次；對會員系統進行了升級，會員訂單新增快遞單號一鍵導入功能和會員黑名單設置，提高了訂單處理的工作效率和減少惡意兌換，有效避免公司利益受損。通過各類營銷活動和推廣手段實現全年新增會員數94,168人，目前會員數50萬+，全年會員兌換處理訂單數42,049單。

## **產品品類多元化**

於回顧年度內，鑲齒梳共計上市15款新品，其中3款為限量定制系列的大漆梳；以古代真實梳篦原型為藍本，進行復刻延伸設計，上市了7款古韻華風系列新品，其中1款為與漢服品牌明華堂聯名合作的鳳穿牡丹；為補充功能型產品的空缺，上市了2款撥筋梳新品；針對廣受市場好評的護髮梳、指環梳品類，補充上市了8款新品；補充了1款合木梳鏡套裝新品；繼續延續生肖主題，上市2款情侶兔主題新品及2款兔年主題新品。繼續鼓勵專賣店的自主研發，二零二二年新增十九款定制產品，其中撥筋梳—荷風、荷諧，護髮梳錦鯉深受消費者喜愛，均轉為了常規產品。

於回顧年度內，完成的新包裝配件優化工作有：包裝上下層掀板打開方式、掀板絲帶的長度、手提紙袋塑料覆膜取消、節日手提袋的圖案顏色修改。二零二三年計劃開展護髮梳包裝結構的調整、產品布袋材質的統一等優化工作；加大功能性產品的開發，為大家帶來更符合市場需求的產品的同時持續加強譚木匠的產品體系管理工作。

## **店鋪形象升級**

於回顧年度內，共計裝修店鋪數量為178家，其中莫蘭迪風格91家，三代店87家。經過設計調整、優化和改進，莫蘭迪風格已慢慢被招商、顧客和加盟商接受，裝修數量已超過三代店。二零二三年計劃對店鋪佈局、櫃體結構設計等進行進一步調整完善。

## **培訓多元化**

培訓組以培訓資料沉澱為基礎，培訓方式多元化與培訓成果多面追蹤驗證相結合。培訓的多元化讓培訓形式不局限於線下常規培訓，增設了全國直播線上培訓、區域自主騰訊會議、實施全國優秀外部市場培訓師計劃等多種培訓形式。於回顧年度內，共開展片區常規培訓62場、全國線上直播培訓19場（其中包括走進工廠2場）、區域自主騰訊會議培訓15場、線上線下沙龍11場、線下團購體驗課3場、線上2場。不斷開發、優化適合市場各種課件，如《梳頭經絡養生》基礎版與高階版、《增值服務》課件、《體驗式銷售》課件、《私域流量》課件等，及時向市場傳遞知識內容。向市場收集優秀銷售案例，開發製作《案例合集》資料，將更多優秀的經驗進行分享，讓市場學習，取長補短；拍攝更多的產品使用視頻，如荷風撥筋梳、指環梳、各類按摩板、合木工藝、鑲齒工藝、插齒工藝等，讓產品使用、產品說明視頻化，方便店員學習及顧客使用指導。收集並整理《譚木匠百問百答》，讓店主店員的疑問，有資料、有答案可尋。

## **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170,774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。於二零二二年，顧客滿意度調查共收集有效問卷2,441份，顧客滿意度為98.81%，達到本集團ISO質量標準滿意度不低於90%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。於二零二三年，本集團將按照報告中的內容再進行調整。

於二零二三年，本集團將圍繞加大線下體量核心開展工作：調整新建店政策，引導鼓勵加盟商在形勢轉好後加快拓展步伐，進一步佈局核心城市、核心商圈、核心景區；制定團購支持政策及團購產品的開發配套，給加盟商團購業務開拓增加信心；持續並加大對新開業店舖的幫扶和關注，從開業初期進行運營規劃和協助，針對多店店主通過輔助調整店舖管理結構，加強店主和大店長主動性，增加多種銷售模式的可能性；完善新品上市的宣傳推廣配套，讓市場可以更快更直接的通過新品感受到品牌的升級變化，帶動店舖整體銷售提升；持續升級店舖形象，加快推進新形象設計工作；在重點區域和核心商圈進行品牌宣傳活動，增大曝光，擴大品牌的影響力。

## 二、線上業務

截至二零二二年十二月三十一日止年度，電商含稅淨銷售約為人民幣1.89億元，全年銷售目標為人民幣1.9億元，完成率達99.47%，同比去年增長15.9%。其中天貓平台總銷售約為人民幣1.46億元，銷售佔比總電商淨銷售為66.6%，同比增長21%；京東平台總銷售約為人民幣5,868萬元，銷售佔比總電商淨銷售為26.7%，同比增長5.7%。本地物流發貨總計63.1萬件，驛佰倉發貨20.13萬件，京東倉總計發貨19.03萬件，共計102.26萬件，同比增長11.2%。

與此同時，於回顧年度內，電商團隊共進行了十九場活動，活動場次相比去年增加了58%。一月過年不打烊活動，由於疫情嚴重導致銷售數據下滑了23.72%。完整地進行了二月情人節活動，日均銷售增長122.45%。三月中下旬由於上海疫情物流不通，導致三月中下旬以及四月的活動期間銷售下滑比較嚴重。六月疫情逐漸恢復，且提前進行618活動佈局，618活動期間後台銷售同比增加52.81%。下半年在護髮季、開學季、雙十一三個節點增幅較大，尤其雙十一，在去年銷售基數較大的情況下，仍取得69%的增長。

於回顧年度內，電商業務板塊面臨由疫情導致的銷售下行壓力加大，團隊通過積極探索、尋求增量途徑，進行銷售渠道拓展的嘗試，新入駐了兩個銷售平台：拼多多和一條生活館，對銷售增量以及品牌傳播起到了一定的促進作用，特別是拼多多平台，後台銷售人民幣401萬左右，淨銷售人民幣280萬左右，訪客數量421萬，整體流量超過京東平台。拼多多也聯合了外部媒體幫助品牌拍攝《一把梳子誕生》的視頻，並在梨視頻官方微博發佈，有近400萬的觀看量。在38節期間幫助品牌在公眾大號「每日人物」發佈了一篇關於工匠女性的推文，獲得了7萬的閱讀量。但是其局限性也很明顯，由於平台的折扣特性和活動要求，在運營實際對接中以及客服接待過程中面臨很多問題，給整個團隊以及產品價格管控上都造成了不小的壓力。一條平台，雖然調性較高，但是自然銷售體量不大，需要借助其公眾號推文來完成內容到銷售的轉化，但收費較高，店舖大部分的銷售都是在母親節和520特定節日時通過其公眾號內容推文轉化的銷售。

其次通過內部的數據分析，我們發現電商整體的訪客是有所增加，但是轉化率是在下滑的，因此我們積極調整優化內部渠道，增加了私域運營模塊、會員維護以及細分優化後台各板塊流量入口，做到在精細化運營流量的同時，增加老顧客和老會員的回購機率。最後在品牌傳播上，我們利用抖音平台，通過自建賬號進行優質短視頻輸出+抖音達人短視頻推廣的模式聯合發聲，一是沉澱品牌自有粉絲基礎，增加品牌調性；二是通過抖音達人推廣，擴大用戶流量。在站內外推廣方面，在直接轉化項目上，跟進平台發展趨勢，研究使用平台新的推廣工具，增加投入產出比，投產達到18.99；在非直接轉化項目上，我們堅持做內容輸出、情感營銷，留存並擴大人羣資產，強化品牌印記，品牌認知人群同比增加了208%。

新的一年裏，本集團將圍繞以下重點規劃開展工作：活動策劃與站內外內容推廣：根據節點與平台活動節奏，策劃電商活動，並保持線上線下活動節奏一致，同時以與線下共振率較高的贈品玩法配合營銷；新平台的拓展：通過前期調研分析，計劃開通快手店舖以及京東旗下京喜APP，通過一段時間的運營，嘗試營銷效果；明星／超頭合作：超頭部達人比如東方甄選、李佳琦持續業務對接，在以公司利潤不虧損，能夠達到小幅利潤的前提下，爭取類似合作機會。為品牌發聲的同時，也保持公司調性與利潤；抖音渠道拓展：堅持自建賬號進行優質短視頻輸出+抖音達人短視頻推廣的模式聯合發聲，構建品牌IP化營銷矩陣；通過內容促進銷售轉化，內容上圍繞「東方新梳妝」的概念，除了之前表層的東方美人和文化內容，未來將挖掘深層次的「東方」和「新」的內容；產品短視頻從傳統文化切入，不單純做產品展示，而是借助古人的精神、文化等情感代入不同產品，深化精神內核，持續打造「健康養生」的產品賣點；實現品牌宣傳、產品轉化、粉絲沉澱；店舖直播：維持行業店播第一，提升主播品牌文化培訓，注重直播品宣深度，增加直播時長，並考慮京東、唯品會等平台是否開直播。

### 三、海外業務

二零二二年全球放鬆了疫情管控，市場活動開始恢復，消費者信心也得到提振。在此背景下，公司開始積極地進行各項工作的調整，海外團隊十一月踏出國境考察北美市場，和當地加盟商及意向加盟商溝通。香港本地市場在九月和十二月接連在中環時光會舉辦「梳情畫意」線下彩繪活動。

於二零二二年十二月三十一日，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，與去年數量保持一致。香港兩家店舖及線上平台HKTVMALL於回顧年度內共計完成銷售370.1萬港幣（兩店及平台於3月份因疫情關閉），相比去年同期減少了18.9%。海外線下共計完成出庫約人民幣334.24萬元，相較於去年增長了123.48%。同期跨境電商平台銷售總額為人民幣60.15萬元，相較於去年增長69.1%。

於二零二二年十二月三十一日，本集團共有海外經銷商一家，位於韓國。海外加盟店四家，分別是美國紐約店，加拿大多倫多店，新加坡店，中國台灣店。海外自營線上平台四個，分別為美國官網，美國亞馬遜，日本亞馬遜，加拿大亞馬遜。

就境外市場工作展望，本集團將以東南亞市場作為公司境外業務發展的重要方向，努力開拓當地線上線下市場；通過與有實力的渠道或品牌代理商合作，開拓歐美市場，通過資源整合，在歐美消費品市場找尋合適的拓展機會；繼續深耕香港市場，策劃並舉辦多場線下活動；在九龍區開出一家新門店，擴大店舖覆蓋範圍；籌備1-2場大型海外實體展會，如德國、日本、美國等目標市場的綜合性或專業型展會；在重點市場將自境內發貨改為海外倉方式，提高物流配送效率，降低物流成本，提升顧客購物體驗。

#### 四、創意研發

於二〇二二年，研發團隊將產品開發工作側重於產品體系結構優化、產品參數數據庫建立，在新功能、新結構、新設計、新工藝上增加研發投入，不斷突破和創新，緊密與市場的聯繫和對接，持續增強產品力。

於回顧年度，共完成十四個新產品項目的設計和開發，上市常規新品三十五款，並在已發佈四份涉及二十款新品的評估報告中實現轉常規產品十五款，上市成功率75%；團購產品線開發並上市；「建黨百年」系列形象產品的圖稿設計。開展自主研發項目五項，涉及功能、結構、工藝、材料等方面，主要項目有鑲齒梳護發梳功能性升級、健康類產品補充開發、螺鈿工藝升級、回存材料開發等。包裝體系升級後，持續關注和收集市場反饋及建議，對包裝系統進行了改善和補充：上市包裝九款、封套七款、收納袋三款，節日手提袋六款，以及配套的說明冊等；調整琴軒紙中檔護髮梳包裝結構、替換棉質中檔布袋，節約和優化成本。

回顧研發工作，完成線上爆款產品開發項目：開發上市兩款新品於八月底起售，至十二月三十一日實現出庫量10,730件、11,294件；完成產品新功能的開發和驗證：通過對梳齒、梳體的全新設計，新開發菱形梳齒、萊洛三角形梳齒、雨滴形梳齒，對梳通打結頭髮有了較明顯的提升，該創新已獲得實用新型專利；新IP合作模式探索：精準定位目標人群，依託圈層頭部品牌或組織，增強了產品信任背書，取得了高預期的市場表現。產品「鳳穿牡丹」的市場表現超出預期，二零二三年將持續推進IP合作；完成產品參數數據庫搭建和初步應用：完成產品參數中梳齒參數的實驗、分類和重新定義，並在新上市產品中增加梳齒參數代碼。

未來將實施產品設計與營銷前端更好的對接和融合，加強自主研發、借鑑提升健康類等新功能新風格產品的能力，推動公司產品的設計能力、市場競爭力的提升，改變跟着跑的被動局面，使品牌產品重回主導和引領行業的水平。聯合營銷部、萬州廠等相關部門從設計端到生產端到營銷端，從一開始就系統性做好產品開發的材料配套利用，在盡可能保障產品市場供應的同時，做到少增加回存材料、盡量利用回存材料，逐漸減少及至消除回存材料，提高材料綜合利用率。

## 五、生產技術

二零二二年，常態化疫情防控仍是萬州廠工作重點之一，隨着國家疫情防控政策的全面放開，萬州廠提前制定應對預案，依舊堅持要求佩戴口罩與每日消毒，對有相關症狀的員工及時安排居家隔離治療，康復後進行崗前安全培訓後再上崗。避免了大規模的傳染而導致停工停產，確保了工廠生產任務的有效達成。

技術創新方面，主要有以下重點項目：

新工藝新結構產品開發：完成摘心氣囊按摩梳、防夾髮氣囊按摩梳、防變形金屬鏡三個系列，共六款新風格產品的設計。

護髮梳外形自動化加工：工廠已推廣多個產品型號進行批量生產，減少多個人工加工流程，提高綜合生產效率。

護髮梳膠皮自動插齒：該項目已於九月底向技術委員會提交綜合驗收申請，等候技術委員會組織驗收。樣機設備已全面投入正式生產，加工效率為九十顆齒的膠皮每班可加工二百張。

梳齒自動化拋磨：自主設計數控與PLC兩種技術方案達成中試生產驗證，加工產品數量超萬把。

黑酸枝材料穩定性處理：部分產品型號投入應用目標，於十一月選擇兩個型號批量加工投入市場驗證。

木材養性技術：在形成工藝技術參數方案基礎上，經效果驗證後，已將玉檀材料選擇兩個型號批量生產進行市場驗證，將依據驗證結論進行推廣應用。

仿形銑和模糊打磨推廣應用：現已成熟並全面推廣應用，有效提升工效，替代砂背工序和降低砂彎難度，使產品外形標準美觀。

護髮梳自動銑型推廣應用：經過不斷優化調整，該技術已用於批量生產。

大漆產品成熟生產：工藝流程已成熟，可批量生產交貨；產品質量及效率明顯提高，人工成本降低50%。

截至二零二二年十二月三十一日止年度，集團有效專利保有量為：發明專利十五件；實用新型專利五十四件；外觀專利十二件。

實驗室建設：譚木匠通過了中國合格評定國家認可委員會（簡稱CNAS）能力評審驗證，成立了譚木匠公司檢測實驗室，獲得梳篦產品在木材含水率、木材氣乾密度、梳篦外觀質量、梳篦跌落強度、梳齒齒厚尺寸偏差五個項目的檢測能力授權。

## 六、物流配送

於回顧年度內，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。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。堅持每月編製質量報告，傳遞給相關人員和公司領導，讓公司領導了解質量情況，相關部門對存在的實際質量問題加以改進和控制。持續做好產品售後維修工作，按照公司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、品牌建設

於回顧年度內，持續沉澱譚木匠人踐行「誠實、勞動、快樂」的品牌故事，主動挖掘整理並利用多種渠道和形式(如連環畫冊、內刊、年刊、微信公眾號、視頻等)傳播分享。以「梳造東方美」為核心塑造品牌形象，挖掘譚木匠梳子製作過程的匠心之美、與傳統手工藝結合的傳承創新之美、譚木匠梳子的設計與藝術之美、梳篦文化的歷史與時尚之美、以梳為媒傳遞美好情誼等內容。

舉辦二零二二年「櫛佩之美」設計大賽，邀請了南京工程學院、南通大學、江夏學院、江南大學四所高校參加大賽，提交的作品經評審確定打樣的共二十一個系列一百四十二件。篩選歷屆設計大賽中的優秀作品，結合如「梳房顏究院」廣州站、南京手造巡遊節等線下活動進行展出。

與中華手工雜誌合作共同策劃舉辦二零二三年「櫛佩之美」設計大賽，邀請四川美術學院手工藝術系、西安美術學院設計學院、廣州美術學院設計學院、蘇州大學藝術學院、江南大學設計學院、北京聯合大學藝術設計（非遺）學院等高校參賽，同時面向社會徵集設計作品。參加重慶市經信委組織的二零二二年「渝見美品」重慶品牌集中推廣活動，分別在北京首都國際機場、廣州白雲國際機場、成都雙流國際機場投放巨屏機場電子廣告。譚木匠最具人氣產品「蓮語」和「一把好梳子，陪你一輩子」的廣告語，伴隨唯美的形象映入來去匆匆的乘客眼裏。

於回顧年度內，策劃實施「梳頭打卡」線上品牌活動，內容包括：專賣店創建專屬梳頭打卡團，邀請各自會員和顧客參與活動，形成互動；製作「21天梳頭挑戰」攻略，每天輸出一個梳頭小妙招；通過朋友圈傳播「順順簽」和利用直播介紹梳子傳統文化和譚木匠產品。活動期間共成立打卡團共484個，參與打卡活動共3,352人；在抖音和視頻號直播共十一場，曝光量十萬以上。

於二零二二年，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：

### **兩毛錢的事**

中午大家在打樣工廠旁用餐，財務黃超經理走過來，問打樣工廠有沒有舊的細砂子，他買了一張寫字桌，桌子上面有點不平，想用細砂子打磨一下。打樣工廠徐姐去找了一圈，沒找到舊砂子，就拿一小塊新的800目細砂子給黃超經理。

下午，因有文件需要找黃超經理簽字，剛巧他在轉賬0.2元。被我看到了，我就打趣地問：「黃經理，你咋轉2毛錢啊？」再順着他發截圖，看到電腦上面顯示的微信讓柴偉核算一下他拿的一小塊800目的細砂紙多少錢。我頓時明白原來黃經理是想把砂紙的錢轉給公司呀，雖然這是一件很小很細微的事情，讓我不禁想到現在2毛錢掉地上都沒人撿，可黃超經理還堅持把這2毛錢轉給公司。

引用《工作原則十二條》中的話，共勉。公司(店裏)就像一個家，我來到這個家，我就是這個家裏的一份子。為此，我知道珍惜。

公司(店裏)的一切東西我都會珍惜，因為我知道：一個誠實的人絕不浪費公司(店裏)的一分一厘，絕不濫用公司(店)賦予的任何權力為個人圖利。一個會當家的人應該治理好一個小組，一個部門，一個崗位，一個門店，一個公司，井然有序，這是我應當盡的本份。(營銷部：姚國艷)

### **圍巾的回憶**

那是三年前夏天的一個下午，接班不久，進來一位七八十歲的老先生，穿着乾淨整潔，戴着一副眼鏡，說自己想選把梳子用。

我請他坐下，給他梳頭，他買了三把梳子，說自己用一把兒子兒媳各一把。結完賬，我對他說：「買了好梳子，要堅持多梳頭啊，平時沒事也可以拿着梳子來店裏，我給您梳頭。」

老先生問：「買了梳子還能來梳頭嗎？」我說：「可以的，您閒暇了都可以過來，我給您梳梳頭。」當時老先生笑着說：「好好！」

就因為這一句「我給您梳梳頭」，老先生記住了，過了兩天的早上，老先生自己騎了個自行車來了店裏。我拿着梳子給老先生梳頭，邊梳邊聊天，得知他有一個兒子和一個女兒，兒子40多了，和兒媳做生意很忙，孫子20多了也沒在國內，家裏面就他自己和一個保姆。

聽老先生說完這些話，我感覺到他的孤獨，我對老先生說：「我們店裏環境很好，您沒事了可以經常來店裏，我給您梳梳頭，和您說說話。」老先生非常開心，當時就問我要了電話號碼，說啥時候來了，提前給我打電話，我說好。

就這樣，隔三差五老先生都提前給我打電話，約好時間他就來店裏，梳頭聊天，偶爾中午大叔還留店裏，我陪他一起吃飯。

有一次他來了，非常神秘地說：「我給你帶了好東西，你看看。」我打開看，是兩條男士的圍巾，還有一包板栗，他說是媳婦出差買的圍巾，就想着拿來送我孩子。

老先生待我像女兒一樣的親和，他過大壽，還提前給我打電話說讓我也去，但是我想着這種場合都是家人、親朋好友去的，就借口說要上班過不去。

後來有好長一段時間大叔都沒來梳頭了，偶然一次他媳婦來店裏修梳子，交談中才得知大叔最近身體不好，在醫院住着。第二天我去醫院看望大叔，他病得很嚴重，握着我的手說話都說不出聲來。從那以後，大叔再沒來梳過頭了，兩三年過去了，我想大叔也許已經不在了。

人老了，就會害怕孤獨，父母在，人生尚有來處，父母去，人生只剩歸途，趁着一切還來得及，趁着父母還健在，我們一定要用心去多關愛父母，多陪伴父母。(譚木匠漯河1298店：薛曉瑞)

## 八、管理層回顧之二零二二年情況綜述

於二零二二年，本集團主要從內部管控治理、市場運營拓展、經營環境整肅、品牌提升傳播、產品和技術研發等方面開展工作。公司嚴格遵守國家勞動安全、環境保護、職業健康方面的法律法規，做到制度健全、措施適宜、檢查到位。於回顧年度內，既沒有違反員工勞動權益保障方面的法律規範，也沒有發生員工勞動爭議或訴訟維權，更沒有發生勞動安全、環境保護、職業健康事故，完成二級安全標準的改造和建設。產品在生產、銷售、使用過程中，沒有發生毒副和過敏性案例。

二零二二年上半年市場方面因上海、北京、深圳、廣州等局地發生了疫情而採取了不同程度、時間長短不定的封城封市，給區域市場拓展、專賣店經營，都造成了不同程度的困難。下半年國家疫情防控政策做出市場向好的重大調整，可短期內卻存在店主店員先後感染實際上只能歇業的困境。但公司和專賣店都保持了良好的心態和堅強的信心，同舟共濟、從容應對。公司的原材料儲備、生產加工、新品開發、品牌建設、技術創新、風險預控、物流配送、新廠建設，都按照年初的工作計劃，有序運轉、正常推進。

嚴格執行年初確立的「在鼓勵大膽創新和試錯容錯的同時，加大對性質不好、低級失誤的處罰力度」的原則。於回顧年度內，查處了十三起共二十五人次違背公司誠實文化、庫房管理缺失、貨比三家不充分、違規銷售福利產品、用印申請和批准不當、消防安全設備維修拖沓、監控設備驗收走過場等違規行為；同時對如長期合作或零星採購如何做到貨比三家的具體措施、設備設施越級報告制度、項目成果確認等管理制度，做了進一步完善；依法依規對違背公司誠實文化的行為，進行內部懲治和追究法律責任；全公司通報表揚發現兩地軸承價格差異及時匯報、舉報洩漏公司知識產權兩起共三人次。

公司仍然堅持緊打快跑的市場維權策略，加強專賣店違規網銷亂渠道亂價格亂市場的違規行為整治。通過產品防偽與識別技術升級、信息溯源技術的多重組合運用，於回顧年度內，共查處了四位加盟商，關停違規店舖共九家，查處沒收違約金及罰金共約人民幣19.54萬元；從嚴打擊假冒譚木匠品牌、擾亂譚木匠市場的違法行為，於回顧年度內，發現二十五起，立案二十四起，包括二零二一年九起案件在內二零二二年結案共十七起，查處追賠金額人民幣35.09萬元。努力肅清市場違規亂象、堅定加盟商信心、提升品牌形象，實現公司、市場、加盟體系可持續健康地發展。

## 財務回顧

### 1. 收益

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團的收益約為人民幣348,002,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約人民幣330,910,000元增加約人民幣17,092,000元或5.2%。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二零二一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178,242,000元，比去年的約人民幣181,082,000元減少約人民幣2,840,000元或1.6%。線上業務之收益約為人民幣166,409,000元，比去年的約人民幣145,950,000元增加約人民幣20,459,000元或14.0%。直接經營店鋪之收益約為人民幣3,167,000元，比去年的約人民幣3,652,000元減少約人民幣485,000元或13.3%。於二零二二年十二月三十一日，本集團分別有1,092間特許加盟店鋪及3間直接經營店鋪，而於二零二一年十二月三十一日，本集團則分別有1,094間特許加盟店鋪及3間直接經營店鋪。加盟費收入約為人民幣184,000元，與去年的約人民幣226,000元相比，減少約人民幣42,000元或18.6%。

	截至十二月三十一日止年度			
	二零二二年		二零二一年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收益				
— 梳子	41,150	11.8	51,129	15.4
— 鏡子	317	0.1	297	0.1
— 組合禮盒	302,692	86.9	274,741	83.0
— 其他飾品*	3,659	1.1	4,517	1.4
加盟費收入	184	0.1	226	0.1
總額	<u>348,002</u>	<u>100.0</u>	<u>330,910</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

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團的銷售成本約為人民幣142,754,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度的約人民幣131,120,000元增加約人民幣11,634,000元或8.9%，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

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團之毛利約為人民幣205,248,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約人民幣199,790,000元增加約人民幣5,458,000元或2.7%。毛利率由二零二一年的60.4%下跌至二零二二年的59.0%。於回顧年度內毛利率下跌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)

截至二零二二年十二月三十一日止年度，其他收入及其他淨收益／(虧損)為收益約人民幣35,364,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度的收益約為人民幣38,215,000元減少約人民幣2,851,000元或7.5%。其他收入及其他淨收益／(虧損)主要分別為中國增值稅退款約人民幣19,097,000元、租金收入約人民幣5,881,000元、利息收入約人民幣422,000元，按公平值計入損益的金融資產的公平值變動約人民幣8,382,000元及投資物業公平值變動虧損約人民幣2,020,000元(二零二一年：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元及投資物業公平值負變動約人民幣2,100,000元)。

### 5. 銷售及分銷開支

截至二零二二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69,760,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約為人民幣71,615,000元減少約人民幣1,855,000元或2.6%。銷售及分銷開支主要分別包括廣告宣傳及推廣費約人民幣25,646,000元、運輸費用約人民幣8,717,000元、使用權資產的折舊約人民幣2,925,000元、工資及津貼支出約人民幣10,850,000元及差旅費約人民幣1,735,000元(二零二一年：分別為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)。

## 6. 行政開支

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團的行政開支約為人民幣31,975,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約人民幣30,821,000元增加約人民幣1,154,000元或3.7%。行政開支主要分別包括工資及津貼支出約人民幣17,675,000元、法律及專業費用約人民幣1,229,000元、設計及樣板費用約人民幣538,000元、顧問費約人民幣364,000元、審計及審閱費約人民幣1,028,000元(二零二一年：分別為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)。

## 7. 其他經營開支

截至二零二二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4,887,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約人民幣4,440,000元增加約人民幣447,000元或10.1%。此項增加主要原因為於回顧年度內慈善捐贈增加約人民幣475,000元所致。

## 8. 財務費用

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團之財務費用約為人民幣627,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約人民幣334,000元增加約人民幣293,000元或87.7%。財務費用為租賃負債利息。詳情載於本公告之財務報表附註6(C)內。

## 9. 所得稅

截至二零二二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26,105,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約人民幣22,447,000元增加約人民幣3,658,000元或16.3%，此項增加主要歸因於回顧年度內股息預扣稅增加所致。詳情載於本公告之財務報表附註7內。

回顧年度內，實際稅率為19.6%，而截至二零二一年十二月三十一日止年度則為17.2%。

## 10. 年度溢利

基於上文所述，截至二零二二年十二月三十一日止年度，年度溢利約為人民幣107,258,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約為人民幣108,348,000元減少約人民幣1,090,000元或1.0%。此項減少主要是因為於回顧年度內所得稅有所增加所致。

## 11. 本公司擁有人應佔之年度溢利

截至二零二二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107,250,000元，較截至二零二一年十二月三十一日止年度約為人民幣107,663,000元減少約人民幣413,000元或0.4%。

## 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。於二零二二年十二月三十一日，本集團擁有的物業、廠房及設備之賬面值約為人民幣91,370,000元，較去年之賬面值約為人民幣77,852,000元增加約人民幣13,518,000元或17.4%。有關增加主要是由於截至二零二二年十二月三十一日止年度內之在建項目增加所致。

### 2. 存貨

於二零二二年十二月三十一日本集團擁有的存貨約為人民幣244,430,000元，較於二零二一年十二月三十一日的存貨值約人民幣198,103,000元增加約人民幣46,327,000元或23.4%，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141,418,000元增加約人民幣47,482,000元或25.1%至今年之約人民幣188,900,000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。於二零二二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5,349,000元，與於二零二一年十二月三十一日的應收貿易賬款金額約人民幣4,902,000元比較，金額增加約人民幣447,000元或9.1%。

#### 4. 其他應收款項、按金及預付款項

於二零二二年十二月三十一日本集團擁有的其他應收款項、按金及預付款項（非流動加流動部份）約為人民幣8,306,000元，較於二零二一年十二月三十一日的其他應收款項、按金及預付款項金額約人民幣9,060,000元減少了約人民幣754,000元或8.3%。其他應收款項、按金及預付款項減少主要是由於預付款項較去年減少所致。

#### 5. 應付貿易賬款

於二零二二年十二月三十一日，本集團擁有的應付貿易賬款約為人民幣4,764,000元，與於二零二一年十二月三十一日的約人民幣2,441,000元相比，增加了約人民幣2,323,000元或95.2%。供應商一般給予30日信貸期，應付貿易賬款賬齡分析載於本公告之財務報表附註14內。

#### 6. 其他應付款項及應計費用

其他應付款項及應計費用之結餘額包括應付股息、其他應付款、應計費用、已收貿易按金、退貨準備、應付增值稅及其他應付非所得稅稅項及合約負債。於二零二二年十二月三十一日，本集團的其他應付款項及應計費用約為人民幣44,759,000元，較於二零二一年十二月三十一日的金額約為人民幣48,738,000元減少約人民幣3,979,000元或8.2%。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已收貿易按金減少所致。

## 資本架構

### 1. 債務

於二零二二年十二月三十一日，本集團並沒有任何計息銀行貸款（二零二一年：人民幣零元）。

### 2. 資本負債比率

於二零二二年及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，故計算資本負債比率並無任何意義。

### 3. 資產押記

於二零二二年十二月三十一日，本集團已抵押人民幣3,000,000元銀行存款予銀行以取得銀行向分銷代理發出的財務擔保作本集團營運之用（二零二一年：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。截至二零二二年十二月三十一日止年度及截至二零二一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18,286,000元與約人民幣21,794,000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。截至二零二二年十二月三十一日止年度，本集團並沒有任何銀行貸款，披露浮動利率貸款之實際利率並不適用。

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

於二零二二年十二月三十一日，本集團擁有的現金及銀行結餘為約人民幣27,160,000元（二零二一年：約人民幣35,795,000元），主要來源於本集團營業收入以及本公司於二零零九年所募集資金。

## 資本承擔

於二零二二年十二月三十一日，本集團之資本承擔約為人民幣16,279,000元（二零二一年：約人民幣21,982,000元）。

## 本集團之重大收購及出售

截至二零二二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

二零二三年是集團實施第三個發展規劃的開局之年，國家疫情防控政策業已做出了利於市場健康有序發展的利好調整。我們仍然堅守做一把好梳子的匠心，繼續堅持「制度+文化」的管治方針，全力抓市場搶佔發展先機、穩定基礎結構、深化提高服務質量。我們提出了充滿挑戰的業績目標，明確了年度重點工作，更要滿懷信心、腳踏實地、將每一項工作落到實處，實實在在地做好，爭取二零二三年交出一份好的成績單。

堅守並深度踐行「誠實、勞動、快樂」的核心價值觀，堅持「集團有良善和寬容，但也有原則和底線，不拿原則做交易」、「制度+文化」兩條腿走路、兩手都要做好的管治方針，不把員工往純粹的金錢和利益上帶，不唯利是圖、也不能殺雞取卵、更不能眼中只有金錢和利益，員工收益必須與集團業績相協調，與集團共享發展成果。在持續鼓勵大膽創新和試錯容錯的同時，加大對言行不誠實、不廉潔奉公、不擔當作為、低級失誤和重複錯誤、不主動認錯、徇私情講情面的行政監督和處罰力度，從規範、行為、意識、認識等方面予以教化歸正。

優化集團設計職能管理，促進產品設計能力提升、與營銷前端更好的對接和融合，綜合提升集團的市場競爭能力和生存能力。集團從戰略層面將圍繞集團核心競爭力之產品綜合毛利率，推動牽一發而動全身的系统性關鍵工作改善提升，達成目標。

通過拓展外部資源，完善對加盟體系的監督，增強加盟體系的自律性，加盟體系不允許發生制假售假。及時撤除天貓和京東等主流電商平台違規網銷的鏈接、非主流小電商平台違規網銷和制假售假打擊。加大對違規網銷的查處力度、嚴厲打擊制假售假行為，以震懾侵犯公司權益的經營者。嚴厲查處員工如員工購梳、節假日、生日等公司福利，包括網絡平台銷售等任何方式獲取經濟利益的不端行為。

以市場為核心，做好各項拓展政策、運營推廣、品類擴展的服務支持和供應鏈保障。整肅加盟體系內外不規範及至違規的行為，讓加盟體系、市場環境更加健康並可持續。加強集團綜合治理，以集團核心價值觀為基礎，完善各項制度建設，員工要做到廉潔奉公、內心戒懼、自察慎獨，不讓員工受害、不讓公司受損。堅持打緊用人打緊用錢的原則，落實好既定的控制措施，把公司資產經營好，把錢管好用好。做好公益愛心活動，真心誠意把公益愛心活動做紮實，在做一把有溫度的梳子的同時，傳遞傳承好譚木匠的溫暖和愛心，把公司品牌形象、聲譽建設好維護好。

## 股息

### 末期股息

為答謝各位股東的支持，董事會建議向於二零二三年六月六日(星期二)名列本公司股東名冊之股東派發截至二零二二年十二月三十一日止年度的末期股息每股25.03港仙，總額約為62,253,000港元(相當於約人民幣54,991,000元)，惟須於二零二三年五月二十三日(星期二)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41.2%。

上述之末期股息預計將於二零二三年六月三十日(星期五)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

本公司將於二零二三年五月十八日(星期四)至二零二三年五月二十三日(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二零二三年五月十七日(星期三)下午四時三十分，將所有過戶文件交回本公司的香港股份登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

#### 符合獲派建議末期股息的資格

本公司將於二零二三年六月一日(星期四)至二零二三年六月六日(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二零二三年五月三十一日(星期三)下午四時三十分，將所有過戶文件交回本公司的香港股份登記處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓。

## 或有負債、法律訴訟及潛在訴訟

於二零二二年十二月三十一日，在本集團之物業、廠房及設備內，有賬面值約為人民幣25,981,000元位於江蘇省句容市的一項物業。本集團於二零一三年自蘇州建興置業有限公司（「發展商」）購得該物業。本集團已悉數支付樓宇售價，但於二零二二年十二月三十一日，本集團尚未獲得擁有權證。近幾年，本集團已向發展商提出起訴。於回顧年度內，發展商已進入清盤程序。管理層已取得法律意見，並且評估認為清盤人很可能將繼續執行發展商與本集團之間的買賣協議及完成將擁有權證發給本集團。因此，沒有對本集團的業務經營和財務狀況造成重大不利影響。

除上文所披露者外，於二零二二年十二月三十一日，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）。誠如本公司日期為二零二二年九月二十一日之公告（「該公告」）所披露，上市所得款項淨額之用途已有所變更。進一步詳情請參閱該公告。截至二零二二年十二月三十一日，本集團已動用所得款項淨額約人民幣70,800,000元，而所得款項淨額的餘額則約為人民幣46,000,000元。有關詳情載列於下表：

	招股章程 所披露所得 款項淨額計劃 用途金額 (人民幣百萬元)	於該公告 所披露所得		於二零二二年 十二月三十一日 實際已用所得 款項淨額金額 (人民幣百萬元)	於二零二二年 十二月三十一日 尚未使用所得 款項淨額金額 (人民幣百萬元)	預計使用時間
		經修訂 用途金額 (人民幣百萬元)	用途金額 (人民幣百萬元)			
提高本集團的設計及產品開發能力 及提高經營效率	25.5	25.5	25.5	—	不適用	
興建新廠房、物流中心、購置生產 機械設備	27.5	27.5	16.6	10.9	二零二三年六月	
透過互聯網及集團銷售向企業客戶 擴充銷售網絡及銷售支援服務	16.5	16.5	16.5	—	不適用	
本集團的一般營運資金	12.2	12.2	12.2	—	不適用	
在海外市場開設新國際店	11.0	—	—	—	不適用	
在中國開設以「Tan's」作為品牌的 高檔家居飾品店	19.0	—	—	—	不適用	
開設譚木匠時尚手工館	5.1	—	—	—	不適用	
進一步提升本集團的生產機械設備 及環境保護基礎設施	—	18.0	—	18.0	二零二三年八月	
提升本集團的物流中心	—	17.1	—	17.1	二零二三年十月	
	<u>116.8</u>	<u>116.8</u>	<u>70.8</u>	<u>46.0</u>		

預計使用剩餘所得款項淨額的時間乃基於本公司經計及（其中包括）現行及未來市況以及業務發展及需求後的最佳估算而作出，故可予變動。

## 購股權計劃

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

於二零二二年十二月三十一日，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400,000份購股權，以認購本公司股本中合共400,000股每股面值0.01港元的普通股，並已為承授人接納。於截至二零二二年十二月三十一日止年度內，根據本公司購股權計劃授出購股權概要如下：

承授人	於本集團 擔任的職位	授出日期	購股權期間 (附註1)	每股 行使價 (港元) (附註2)	購股權數目					佔本公司 已發行股本 總額概約 百分比
					於 二零二二年 一月一日 未行使	於 年度內 授出	於 年度內 註銷	於 年度內 失效	於 二零二二年 十二月 三十一日 未行使	
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)	-	-	-
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%
					<u>700,000</u>	<u>-</u>	<u>(300,000)</u>	<u>-</u>	<u>400,000</u>	<u>0.16%</u>

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，截至二零二二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

截至二零二二年十二月三十一日止年度，本公司或其任何附屬公司概沒有購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 企業管治職能

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

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

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

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

## 證券交易之標準守則

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

## 審核委員會

本公司於二零零九年十一月十七日成立審核委員會（「審核委員會」），並已遵照企業管治守則規定以書面列明職權範圍。審核委員會有三名成員，由全體獨立非執行董事組成。審核委員會的成員包括劉麗婷女士、楊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二零二一年十二月三十一日止年度之經審核綜合財務報表、截至二零二二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。

根據審核委員會於二零二三年三月三十一日全體審核委員均有出席之會議，審核委員會已聯同本公司管理層及外聘獨立審計師閱覽截至二零二二年十二月三十一日止年度之綜合財務報表、本業績公告、二零二二年年報及於回顧年度內本集團應用之會計原則及守則，並已認同本集團所採用之會計處理方法及編制本業績公告之財務報表是合乎現行之會計準則和上市規則的要求並已作出足夠之披露。

## 報告期後事項

於本公告日期，概無重大本報告期後事項。

## 信息披露

截至二零二二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二零二二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，二零二三年三月三十一日

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

\* 僅供識別