
此 乃 要 件 請 即 處 理

閣下對本通函任何方面或採取的行動如有任何疑問，應諮詢持牌證券交易商或註冊證券機構、銀行經理、律師、專業會計師或其他專業顧問。

閣下如已售出或轉讓名下所有高鑫零售有限公司的股份，應立即將本通函連同隨附的代表委任表格轉交予買主，或經手買賣或轉讓的持牌證券交易商或註冊證券機構或其他代理人，以便轉交買主或承讓人。

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通函的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本通函全部或任何部份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。

SUN ART

Retail Group Limited

SUN ART RETAIL GROUP LIMITED

高 鑫 零 售 有 限 公 司

(於香港註冊成立的有限公司)

(股份代號：06808)

- (I) 持續關連交易：2024年配送服務採購框架協議；
- (II) 持續關連交易：2024年聯合業務推廣服務供應框架協議；
- (III) 持續關連交易：2024年平台服務採購框架協議；及
- (IV) 股東特別大會通告

獨立董事委員會及獨立股東之獨立財務顧問



Alliance Capital Partners Limited
同 人 融 資 有 限 公 司

本封面所用詞彙與本通函所界定者具有相同涵義。

董事會函件載於本通函第6至27頁。獨立董事委員會致獨立股東的函件載於本通函第28至29頁。獨立財務顧問同人融資有限公司函件(載有其致獨立董事委員會及獨立股東的意見)載於本通函第30至57頁。

本公司謹訂於2024年3月26日(星期二)上午11時15分假座香港金鐘夏慤道18號海富中心一期24樓舉行股東特別大會，召開大會通告載於本通函第65至67頁。

股東特別大會適用之代表委任表格已連同本通函寄發予股東。代表委任表格亦刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.sunartretail.com)。無論閣下能否出席股東特別大會，務請按照隨附代表委任表格印備的指示填妥表格，並盡快交回本公司於香港的股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17M樓，惟無論如何不得遲於股東特別大會或其任何續會指定舉行時間48小時之前送達。填妥及交回代表委任表格後，股東仍可依願親身出席股東特別大會或其任何續會並於會上投票。

2024年3月8日

目 錄

	頁次
釋義	1
董事會函件	6
獨立董事委員會函件	28
同人融資函件	30
附錄一 – 一般資料	58
股東特別大會通告	65

釋 義

於本通函內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「2024年配送服務採購框架協議」	指	本公司與盒馬、上海潤盒、上海蜂鳥智送、杭州菜鳥橙運、上海快行天下及淘寶中國各自於2024年1月25日有條件訂立的框架協議，內容有關向阿里巴巴配送服務供應方採購配送及倉儲相關服務
「2024年聯合業務推廣服務供應框架協議」	指	本公司與淘寶中國於2024年1月25日有條件訂立的框架協議，內容有關向阿里巴巴推廣服務採購方供應推廣相關服務
「2024年平台服務採購框架協議」	指	本公司與盒馬、淘寶中國及拉扎斯網絡上海各自於2024年1月25日有條件訂立的框架協議，內容有關向阿里巴巴平台服務供應方採購平台相關服務
「阿里巴巴聯屬公司」	指	淘寶中國、阿里巴巴控股、阿里巴巴控股的子公司及聯屬公司，就本通函而言，不包括本公司及其子公司，惟屬本公司關連子公司的任何子公司除外
「阿里巴巴集團」	指	阿里巴巴控股及其聯繫人
「阿里巴巴控股」	指	阿里巴巴集團控股有限公司，於開曼群島註冊成立之公司，其美國存託股份(每股代表八股普通股)於紐約證券交易所上市(股份代號：BABA)，其普通股於聯交所主板上市(股份代號：9988(港幣櫃台)及89988(人民幣櫃台))
「組織章程細則」	指	本公司組織章程細則
「聯繫人」	指	具有《上市規則》賦予該詞的涵義
「董事會」	指	本公司董事會

釋 義

「營業日」	指	中國及香港的銀行開門辦理業務的日子
「本公司」或「高鑫」	指	高鑫零售有限公司，一家根據香港法例於2000年12月13日註冊成立的有限公司，其股份於聯交所主板上市
「關連人士」	指	具有《上市規則》賦予該詞的涵義
「董事」	指	本公司董事
「股東特別大會」	指	本公司將召開的股東特別大會，以供獨立股東(其中包括)批准、確認及追認訂立相關交易
「現有框架協議」	指	本公司日期為2021年6月7日、2021年6月16日及2021年6月22日的公告所披露的框架協議的統稱，分別由本公司與淘寶中國於同一日期訂立
「本集團」	指	本公司及其子公司，及「集團公司」一詞須相應詮釋
「杭州菜鳥橙運」	指	杭州菜鳥橙運供應鏈管理有限公司，一家於中國註冊成立的公司，並為阿里巴巴控股的子公司
「盒馬」	指	盒馬(香港)有限公司，一家於香港註冊成立的公司，並為阿里巴巴控股的子公司
「香港」	指	中國香港特別行政區
「獨立董事委員會」	指	董事會獨立委員會，由全體獨立非執行董事組成

釋 義

「獨立財務顧問」或「同人融資」	指	同人融資有限公司，為獲委任以就相關交易向獨立董事委員會及獨立股東提供意見的獨立財務顧問
「獨立股東」	指	阿里巴巴控股及其聯繫人(定義見《上市規則》)以外的股東
「最後實際可行日期」	指	2024年3月4日，即本通函付印前確定若干資料的最後實際可行日期
「《上市規則》」	指	《聯交所證券上市規則》
「新框架協議」	指	2024年配送服務採購框架協議、2024年配送服務供應框架協議、2024年聯合業務推廣服務供應框架協議、2024年平台服務採購框架協議、2024年商品採購框架協議、2024年商品供應框架協議、2024年設備採購框架協議、2024年支付服務採購框架協議、2024年商旅服務採購框架協議及2024年人力資源服務供應框架協議的統稱
「中國」	指	中華人民共和國及就本通函而言，不包括香港、澳門及台灣
「拉扎斯網絡上海」	指	拉扎斯網絡科技(上海)有限公司，一家於中國註冊成立的公司，並為阿里巴巴控股的子公司

釋 義

「相關交易」	指	2024年配送服務採購框架協議、2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及2024年平台服務採購框架協議及其項下擬進行的交易（以及其項下集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務的相關建議年度上限、集團公司向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的相關建議年度上限及集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務的相關建議年度上限）
「人民幣」	指	人民幣，中國法定貨幣
「大潤發中國」	指	康成投資（中國）有限公司，一家於中國註冊成立的有限責任合營公司，並為本公司的子公司
「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	證券及期貨條例（香港法例第571章），經不時修訂或補充
「上海蜂鳥智送」	指	上海蜂鳥智送信息技術有限公司，一家於中國註冊成立的公司，並為阿里巴巴控股的子公司
「上海快行天下」	指	上海快行天下供應鏈管理有限公司，一家於中國註冊成立的公司，並由浙江菜鳥供應鏈管理有限公司持有40%的股權
「上海潤盒」	指	上海潤盒網絡科技有限公司，一家於中國註冊成立的有限責任公司，並由大潤發中國擁有51%的股權及盒馬（中國）有限公司擁有剩餘49%的股權
「股份」	指	本公司已發行的普通股

釋 義

「股東」	指	股份持有人
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「子公司」	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
「《收購守則》」	指	證監會頒佈的《公司收購、合併及股份回購守則》
「淘寶中國」	指	淘寶中國控股有限公司，一家於香港註冊成立的公司，並為阿里巴巴控股的子公司
「%」	指	百分比

SUN ART

Retail Group Limited

SUN ART RETAIL GROUP LIMITED

高鑫零售有限公司

(於香港註冊成立的有限公司)

(股份代號：06808)

執行董事：

林小海先生 (首席執行官)

非執行董事：

黃明端先生 (主席)

韓鑾先生

劉鵬先生

獨立非執行董事：

張挹芬女士

葉禮德先生

陳尚偉先生

註冊辦事處：

香港九龍

觀塘道348號

宏利廣場5樓

中國營業地點：

中國上海市靜安區

江場西路255號

郵編：200436

敬啟者：

(I) 持續關連交易：

2024年配送服務採購框架協議；

(II) 持續關連交易：

2024年聯合業務推廣服務供應框架協議；

(III) 持續關連交易：

2024年平台服務採購框架協議；及

(IV) 股東特別大會通告

1. 緒言

自2017年起，本集團與阿里巴巴聯屬公司一直發展長期關係並與阿里巴巴聯屬公司進行持續交易，包括訂立現有框架協議。

由於現有框架協議的有效期將於2024年3月31日屆滿，且為(i)更好地規管本集團與阿里巴巴聯屬公司之間進行的持續關連交易；及(ii)為更好地使交易類別與本集團的業務營運及阿里巴巴集團的整體架構保持一致，本公司已於2024年1月25日根據本集團擬定向阿里巴巴聯屬公司供應或自其採購的商品及服務的不同類型／性質訂立新框架協議。

茲提述本公司日期為2024年1月25日有關(其中包括)本公司訂立以下新框架協議的公告：

i. 2024年配送服務採購框架協議

2024年配送服務採購框架協議載列本集團可自盒馬、上海潤盒、上海蜂鳥智送、杭州菜鳥橙運、上海快行天下及淘寶中國、彼等各自的子公司及聯繫人採購配送及倉儲相關服務的主要框架。

ii. 2024年聯合業務推廣服務供應框架協議

2024年聯合業務推廣服務供應框架協議載列本集團可向淘寶中國、彼之子公司及聯繫人供應推廣相關服務的主要框架。

iii. 2024年平台服務採購框架協議

2024年平台服務採購框架協議載列本集團可自盒馬、淘寶中國及拉扎斯網絡上海、彼等各自的子公司及聯繫人採購平台相關服務的主要框架。

2. 持續關連交易

2024年配送服務採購框架協議

(i) 2024年配送服務採購框架協議的主要條款

日期：2024年1月25日(交易時段後)

訂約方：(i) 本公司(為及代表集團公司)作為採購方；及

- (ii) 盒馬、上海潤盒、上海蜂鳥智送、杭州菜鳥橙運、上海快行天下及淘寶中國（為及代表彼等各自的子公司及聯繫人）各自作為供應方（「阿里巴巴配送服務供應方」）

有效期 : 除與杭州菜鳥橙運訂立的2024年配送服務採購框架協議外，各2024年配送服務採購框架協議的有效期為自2024年4月1日起至2027年3月31日止三(3)年，除非任一方於相關2024年配送服務採購框架協議屆滿前任何時間向另一方發出不少於三(3)個月的事前通知終止相關2024年配送服務採購框架協議。

就與杭州菜鳥橙運訂立的2024年配送服務採購框架協議而言，其有效期為自2024年4月1日起至2026年3月31日止兩(2)年，除非任一方於2024年配送服務採購框架協議屆滿前任何時間向另一方發出不少於三(3)個月的事前通知終止該2024年配送服務採購框架協議。

先決條件 : 2024年配送服務採購框架協議僅在以下情況下生效：(i)本公司已根據《上市規則》就2024年配送服務採購框架協議獲得獨立股東批准（如適用）；及(ii)各方遵守有關法律及規定（包括但不限於《上市規則》）。

交易性質 : 根據2024年配送服務採購框架協議，集團公司同意向若干阿里巴巴配送服務供應方採購，而該等阿里巴巴配送服務供應方同意向集團公司供應配送及倉儲相關服務。

價格及費用 : 配送及倉儲相關服務的價格應在採購特定配送及倉儲相關服務時(通過訂立書面合同或下訂單)釐定,並適當考慮(i)就採購標準化服務而言,於進行該特定交易時獨立第三方服務供應方同類同期的交易報價;及(ii)就採購定制化服務而言,倘若無同類同期的交易提供參考,則參考集團公司或獨立第三方近期接納的類似規模及性質的市場交易之交易條款,並考慮最新的市場及獨立第三方供應方資料。

付款安排 : 相關代價應根據每項相關交易的條款按正常商業條款到期支付。

(ii) 總體交易原則

本集團經參考其他獨立第三方服務供應方就可比較服務所報價格,檢討及評估根據2024年配送服務採購框架協議應支付的費用,以確保該等協議項下訂立的交易按正常商業條款進行。

倘參考獨立第三方服務供應方就可比較服務提供的服務費率不切實可行,本集團將考慮(i)本集團或獨立第三方近期訂立的類似規模及性質的市場交易的條款,以及該等獨立第三方供應方的最新市場資訊;及(ii)釐定本集團根據2024年配送服務採購框架協議的應付費率時所考慮的合作規格、成本架構、利潤率、市況及發展策略,以確保協議條款符合本集團的利益。

(iii) 歷史交易金額及建議年度上限

於訂立2024年配送服務採購框架協議及獲得必要的獨立股東批准(如適用)後,集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務將主要受2024年配送服務採購框架協議所規限。

董事會函件

截至2022年及2023年3月31日止財年，集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務的交易總額（經審核）分別約為人民幣1,229百萬元及人民幣1,518百萬元。

於2023年4月1日至2023年12月31日期間，集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務的交易總額（未經審核）約為人民幣1,178百萬元。

因此，截至2027年3月31日止三個財年，集團公司擬向阿里巴巴聯屬公司採購的配送及倉儲相關服務的相關建議年度上限如下：

截至2025年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)	截至2026年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)	截至2027年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)
---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

集團公司擬向阿里巴巴聯屬公司採購的配送及倉儲相關服務的建議年度上限	2,400	2,520	2,645
-----------------------------------	-------	-------	-------

鑒於中國的宏觀經濟環境及本集團的業務策略，本公司預計未來對配送及倉儲相關服務的需求將會增加，因此集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購的配送及倉儲相關服務的有關交易（包括2024年配送服務採購框架協議項下擬進行的交易）的建議年度上限已較歷史交易金額有所增加。

過去幾年，中國的線上零售業務持續增長，原因是消費者在購買食品及日用品等消費品時更傾向於線上而非實體店購物。這種增長趨勢推動了對優質配送服務的需求，而本集團將繼續投入更多資源來探索這一機會，尤其是在「618」及「雙11」等大型電商購物節期間，線上銷售額曾一直因各種促銷活動而有所提升。

同時，疫情過後，消費者較少囤積日用品，而是更傾向於更頻繁地進行線上購物，因此推動了對配送相關服務的需求。線上購物的盛行及消費者行為的轉變，從「大潤發優鮮」App、「淘鮮達」及「餓了麼」等各類B2C線上平台過去一年的訂單數量及收入增加可見一斑。董事會預計此趨勢將於未來幾年持續，進而對配送及倉儲相關服務產生更高的需求。

配送及倉儲相關服務需求的預期增長亦符合本集團業務擴張及其於社交媒體平台進行持續業務推廣的發展戰略。繼去年開設首家會員店M-Club後，本集團計劃於2024年3月31日前增設兩家會員店，並在中國多個城市開設多家「倉店」。本集團亦正考慮在其尚未涉足的中國地區開設更多中型超市，該等超市亦將作為本集團線上業務的物流履約中心。通過擴大本集團的網絡，本公司預計本集團將進一步接觸更廣泛的客戶，從而令訂單數量增加，並因此導致對配送及倉儲相關業務的需求增加。考慮到本集團於未來數年的營運規模及客戶覆蓋範圍不斷擴大，董事會預期配送訂單及對配送及倉儲相關服務的需求將相應增加，這體現在未來三個財年的建議年度上限增加。

上述建議年度上限無意表示，且並非用作本集團未來表現或盈利能力的指標，且投資者在決定是否投資本公司股份時不應依賴建議年度上限。

(iv) 建議年度上限的基準

於釐定集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務的交易（包括2024年配送服務採購框架協議項下擬進行的交易）的年度上限時，董事會已計及下列因素：

- (a) 本集團就向阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務而支付的歷史費用金額；
- (b) 本集團與阿里巴巴聯屬公司在配送及倉儲相關服務方面的頻繁且廣泛的合作；
- (c) 本集團從阿里巴巴聯屬公司獲得的配送及倉儲相關服務的質量；

- (d) 本公司繼續向在各類線上平台(包括「盒馬鮮生」、「餓了麼」、「淘鮮達」、「大潤發優鮮」App及其他渠道)下單的客戶提供或加強一小時達及半日達服務的策略；
- (e) 對新零售業務模式及優質物流服務需求的持續開發；及
- (f) 本集團營運規模的預期增長。

(v) 訂立2024年配送服務採購框架協議的理由及裨益

鑒於與阿里巴巴聯屬公司的持續業務合作，本公司認為進行2024年配送服務採購框架協議項下擬進行的交易符合本集團的利益。

董事認為，2024年配送服務採購框架協議項下擬進行的安排將有助於本集團持續利用阿里巴巴聯屬公司廣泛的配送及倉儲相關網絡。這也將使本集團能夠在傳統實體店之外持續開發新零售業務模式。

董事(包括獨立非執行董事)認為，(i)訂立2024年配送服務採購框架協議及其項下的建議年度上限屬公平合理，符合本公司及其股東的整體利益；及(ii)2024年配送服務採購框架協議及其項下擬進行的交易乃於本集團一般及日常業務過程中按正常商業條款或更佳條款訂立。

(vi) 2024年配送服務採購框架協議的《上市規則》涵義

於訂立新框架協議日期，淘寶中國直接及間接分別持有股份總數約27.33%及約46.33%，故根據《上市規則》，其為本公司的主要股東及關連人士。淘寶中國為阿里巴巴控股的子公司。因此，根據《上市規則》，阿里巴巴控股亦為本公司的關連人士。

盒馬、上海蜂鳥智送及杭州菜鳥橙運均為阿里巴巴控股的子公司，因此根據《上市規則》亦為本公司的關連人士。

由於上海快行天下由阿里巴巴控股的子公司浙江菜鳥供應鏈管理有限公司擁有40%，因此，根據《上市規則》，上海快行天下為本公司的關連人士。

董事會函件

由於上海潤盒由大潤發中國(本公司的非全資子公司)及盒馬(中國)有限公司(盒馬的全資子公司)分別擁有51%及49%，上海潤盒為本公司的關連子公司，因此根據《上市規則》為本公司的關連人士。

就阿里巴巴聯屬公司將向集團公司供應的配送及倉儲相關服務(包括2024年配送服務採購框架協議項下擬進行的交易)而言，由於有關類別建議年度上限的一項或多項適用百分比率(定義見《上市規則》第14.07條)超過5%，故阿里巴巴聯屬公司將向集團公司供應配送及倉儲相關服務的持續關連交易須遵守《上市規則》第十四A章項下的申報、公告、年度審閱及獨立股東批准規定。

2024年聯合業務推廣服務供應框架協議

(i) 2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的主要條款

- 日期 : 2024年1月25日(交易時段後)
- 訂約方 : (i) 本公司(為及代表集團公司)作為供應方；及
(ii) 淘寶中國(為及代表其子公司及聯繫人)作為採購方
(「阿里巴巴推廣服務採購方」)
- 有效期 : 2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的有效期為自2024年4月1日起至2027年3月31日止三(3)年，除非任一方於2024年聯合業務推廣服務供應框架協議屆滿前任何時間向另一方發出不少於三(3)個月的事前通知終止2024年聯合業務推廣服務供應框架協議。
- 先決條件 : 2024年聯合業務推廣服務供應框架協議僅在以下情況下生效：(i)本公司已根據《上市規則》就2024年聯合業務推廣服務供應框架協議獲得獨立股東批准(如適用)；及(ii)各方遵守有關法律及規定(包括但不限於《上市規則》)。

- 交易性質** : 根據2024年聯合業務推廣服務供應框架協議，集團公司同意向阿里巴巴推廣服務採購方供應，而阿里巴巴推廣服務採購方同意向集團公司採購若干推廣相關服務。
- 價格及費用** : 推廣相關服務的價格應在供應特定推廣相關服務時(通過訂立書面合同)釐定，並適當考慮(i)於進行該特定交易時獨立第三方服務供應方同類同期的交易報價；及(ii)倘若無同類同期的交易提供參考，則參考類似規模、合作性質、成本架構、市況及發展策略而協定的價格。協定價格應基於實際或合理成本加上合理利潤而釐定，合理利潤應參考服務性質及集團公司銷售服務的估計利潤率釐定。
- 付款安排** : 相關代價應根據每項相關交易的條款按正常商業條款到期支付。

(ii) 總體交易原則

本集團經參考其他獨立第三方服務供應方就可比較服務所報價格，檢討及評估根據2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的應收費用，以確保該協議項下訂立的交易按正常商業條款進行。

倘參考獨立第三方服務供應方就可比較服務提供的服務費率不切實可行，本集團將考慮(i)本集團或獨立第三方近期訂立的類似規模及性質的市場交易的條款，以及該等獨立第三方供應方的最新市場資訊；及(ii)釐定本集團根據2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的應收費率時所考慮的合作規格、成本架構、利潤率、市況及發展策略，以確保協議條款符合本集團的利益。

(iii) 歷史交易金額及建議年度上限

於訂立2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及獲得必要的獨立股東批准(如適用)後,集團公司向阿里巴巴聯屬公司提供推廣相關服務將主要受2024年聯合業務推廣服務供應框架協議所規限。

截至2022年及2023年3月31日止財年,集團公司向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的交易總額(經審核)分別約為人民幣300百萬元及人民幣463百萬元。

於2023年4月1日至2023年12月31日期間,集團公司向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的交易總額(未經審核)約為人民幣364百萬元。

因此,截至2027年3月31日止三個財年,集團公司擬向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的相關建議年度上限如下:

截至2025年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)	截至2026年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)	截至2027年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)
---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------

集團公司擬向阿里巴巴聯屬公司 供應推廣相關服務的建議 年度上限	595	625	655
---------------------------------------	-----	-----	-----

上述建議年度上限無意表示,且並非用作本集團未來表現或盈利能力的指標,且投資者在決定是否投資本公司股份時不應依賴建議年度上限。

(iv) 建議年度上限的基準

於釐定集團公司向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的交易(包括2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下擬進行的交易)的年度上限時,董事會已計及下列因素:

- (a) 本集團就向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務而收取的歷史費用金額;

- (b) 本集團與阿里巴巴聯屬公司在推廣相關服務方面的頻繁且廣泛的合作；
- (c) 本公司利用互聯網技術以及擴張透過「淘鮮達」網上平台及阿里巴巴聯屬公司維護的其他網上平台所提供的市場板塊，以提升本集團傳統大賣場及超市效率的持續戰略；及
- (d) 本集團營運規模的預期增長。

(v) 訂立2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的理由及裨益

由於本集團定期進行推廣活動，故本集團與阿里巴巴聯屬公司合作進行推廣活動以推動各自的收入增長對雙方均有利。尤其是，鑒於本集團龐大的客戶群，本集團可利用本集團現有的營銷資源進行推廣活動，更好地推廣阿里巴巴聯屬公司的服務及產品，以換取阿里巴巴聯屬公司的服務費。鑒於上文所述，本公司認為進行2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下擬進行的交易符合本集團的利益。

董事（包括獨立非執行董事）認為，(i)訂立2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及其項下的建議年度上限屬公平合理，符合本公司及其股東的整體利益；及(ii)2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及其項下擬進行的交易乃於本集團一般及日常業務過程中按正常商業條款或更佳條款訂立。

(vi) 2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的《上市規則》涵義

於訂立新框架協議日期，淘寶中國直接及間接分別持有股份總數約27.33%及約46.33%，故根據《上市規則》，其為本公司的主要股東及關連人士。

就集團公司將向阿里巴巴聯屬公司供應的推廣相關服務（包括2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下擬進行的交易）而言，由於有關類別建議年度上限的一項或多項適用百分比率（定義見《上市規則》第14.07條）超過5%，故集團公司將向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的持續關連交易須遵守《上市規則》第十四A章項下的申報、公告、年度審閱及獨立股東批准的規定。

2024年平台服務採購框架協議

(i) 2024年平台服務採購框架協議的主要條款

- 日期 : 2024年1月25日(交易時段後)
- 訂約方 : (i) 本公司(為及代表集團公司)作為採購方; 及
- (ii) 盒馬、淘寶中國及拉扎斯網絡上海(為及代表彼等各自的子公司及聯繫人)各自作為供應方(「阿里巴巴平台服務供應方」)
- 有效期 : 各2024年平台服務採購框架協議的有效期為自2024年4月1日起至2027年3月31日止三(3)年, 除非任一方於相關2024年平台服務採購框架協議屆滿前任何時間向另一方發出不少於三(3)個月的事前通知終止2024年平台服務採購框架協議。
- 先決條件 : 2024年平台服務採購框架協議僅在以下情況下生效: (i) 本公司已根據《上市規則》就2024年平台服務採購框架協議獲得獨立股東批准(如適用); 及(ii) 各方遵守適用的法律及規定(包括但不限於《上市規則》)。
- 交易性質 : 根據2024年平台服務採購框架協議, 集團公司同意向阿里巴巴平台服務供應方採購, 而該等阿里巴巴平台服務供應方同意向集團公司供應若干平台相關服務。

價格及費用 : 平台相關服務的價格應在採購特定平台相關服務時(通過訂立書面合同或下訂單)釐定,並適當考慮(i)就採購標準化服務而言,於進行該特定交易時獨立第三方服務供應方同類同期的交易報價;及(ii)就採購定制化服務而言,倘若無同類同期的交易提供參考,則參考集團公司或獨立第三方近期接納的類似規模及性質的市場交易之交易條款,並考慮最新的市場及獨立第三方供應方資料。

付款安排 : 相關代價應根據每項相關交易的條款按正常商業條款到期支付。

(ii) 總體交易原則

本集團經參考其他獨立第三方服務供應方就可比較服務所報價格,檢討及評估根據2024年平台服務採購框架協議應支付的費用,以確保該等協議項下訂立的交易按正常商業條款進行。

倘參考獨立第三方服務供應方就可比較服務提供的服務費率不切實可行,本集團將考慮(i)本集團或獨立第三方近期訂立的類似規模及性質的市場交易的條款,以及該等獨立第三方供應方的最新市場資訊;及(ii)釐定本集團根據2024年平台服務採購框架協議的應付費率時所考慮的合作規格、成本架構、利潤率、市況及發展策略,以確保協議條款符合本集團的利益。

(iii) 歷史交易金額及建議年度上限

於訂立2024年平台服務採購框架協議後,集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務將主要受2024年平台服務採購框架協議所規限。

截至2022年及2023年3月31日止財年,集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務的交易總額(經審核)分別約為人民幣422百萬元及人民幣693百萬元。

董事會函件

於2023年4月1日至2023年12月31日期間，集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務的交易總額(未經審核)約為人民幣287百萬元。

因此，截至2027年3月31日止三個財年，集團公司擬向阿里巴巴聯屬公司採購的平台相關服務的相關建議年度上限如下：

	截至2025年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)	截至2026年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)	截至2027年 3月31日止財年 (人民幣百萬元)
集團公司擬向阿里巴巴聯屬公司採購的平台相關服務的建議年度上限	525	550	580

上述建議年度上限無意表示，且並非用作本集團未來表現或盈利能力的指標，且投資者在決定是否投資本公司股份時不應依賴建議年度上限。

(iv) 建議年度上限的基準

於釐定集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務的交易(包括2024年平台服務採購框架協議項下擬進行的交易)的年度上限時，董事會已計及下列因素：

- (a) 本集團就向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務而支付的歷史費用金額；
- (b) 本集團與阿里巴巴聯屬公司在平台相關服務方面的頻繁且廣泛的合作；
- (c) 本公司利用互聯網技術以及透過「盒馬鮮生」模式及網上平台(包括「餓了麼」及「淘鮮達」)所提供的市場板塊擴張，以提升本集團傳統大賣場及超市效率的持續戰略；及
- (d) 本集團營運規模的預期增長。

(v) 訂立2024年平台服務採購框架協議的理由及裨益

鑒於與阿里巴巴聯屬公司的持續業務合作，本公司認為進行2024年平台服務採購框架協議項下擬進行的交易符合本集團的利益。

董事認為，訂立2024年平台服務採購框架協議將使本集團能夠繼續使用阿里巴巴聯屬公司創建及維護的成熟平台，從而提高本集團的運營效率並提升整體客戶體驗。該等平台亦用作分銷本集團產品的額外渠道，進而提高本集團的收入。因此，董事認為，訂立2024年平台服務採購框架協議符合本集團的利益。董事認為，訂立2024年平台服務採購框架協議亦將使本集團繼續受益於阿里巴巴聯屬公司的數字生態系統，並通過「餓了麼」、「淘鮮達」、「淘寶網」及「盒馬鮮生」等網上平台促進本集團新零售業務的擴張。

董事（包括獨立非執行董事）認為，(i)訂立2024年平台服務採購框架協議及其項下的建議年度上限屬公平合理，符合本公司及其股東的整體利益；及(ii)2024年平台服務採購框架協議及其項下擬進行的交易乃於本集團一般及日常業務過程中按正常商業條款或更佳條款訂立。

(vi) 2024年平台服務採購框架協議的《上市規則》涵義

於訂立新框架協議日期，淘寶中國直接及間接分別持有股份總數約27.33%及約46.33%，故根據《上市規則》，其為本公司的主要股東及關連人士。淘寶中國為阿里巴巴控股的子公司。因此，根據《上市規則》，阿里巴巴控股亦為本公司的關連人士。

盒馬及拉扎斯網絡上海均為阿里巴巴控股的子公司，因此根據《上市規則》亦為本公司的關連人士。

就集團公司將向阿里巴巴聯屬公司採購的平台相關服務（包括2024年平台服務採購框架協議項下擬進行的交易）而言，由於有關類別建議年度上限的一項或多項適用百分比率（定義見《上市規則》第14.07條）超過5%，故阿里巴巴聯屬公司將向集團公司供

應平台相關服務的持續關連交易須遵守《上市規則》第十四A章項下的申報、公告、年度審閱以及獨立股東批准的規定。

有關訂約方的資料

本集團

本集團的主要業務為於中國經營大賣場及電子商務平台。

阿里巴巴控股及阿里巴巴集團

阿里巴巴控股為一家於開曼群島註冊成立之公司，其美國存託股份（每股代表八股普通股）於紐約證券交易所上市（股份代號：BABA），其普通股於聯交所主板上市（股份代號：9988（港幣櫃台）及89988（人民幣櫃台））。阿里巴巴集團的使命是讓天下沒有難做的生意。阿里巴巴集團旨在構建未來的商業基礎設施，其願景是讓客戶相會、工作和生活在阿里巴巴，追求成為一家活102年的好公司。阿里巴巴控股為六大業務集團的控股公司：淘天集團、阿里國際數字商業集團、雲智能集團、本地生活集團、菜鳥智慧物流網絡有限公司及大文娛集團，以及其他各種業務。

杭州菜鳥橙運

杭州菜鳥橙運為一家根據中國法律註冊成立的公司，主要從事提供本地及跨境快遞服務業務。

盒馬

盒馬為一家根據香港法律註冊成立的公司。盒馬主要從事經營一個銷售多渠道產品及服務的綜合平台。

拉扎斯網絡上海

拉扎斯網絡上海為一家根據中國法律註冊成立的公司，並為阿里巴巴控股的子公司。拉扎斯網絡上海主要從事經營一個外賣平台及提供相關服務。

上海蜂鳥智送

上海蜂鳥智送為一家根據中國法律註冊成立的公司，主要從事提供快遞服務，包括外賣配送服務。

上海快行天下

上海快行天下為一家根據中國法律註冊成立的公司，主要於中國從事提供供應鏈服務及解決方案。

上海潤盒

上海潤盒為一家根據中國法律註冊成立的公司。上海潤盒主要從事盒馬零售店的授權經營，其採用「盒馬鮮生」的業務模式。

淘寶中國

淘寶中國為一家於香港註冊成立之有限責任公司，並為阿里巴巴控股之全資子公司。淘寶中國主要從事線上零售、數字營銷、倉儲及分銷，其亦為阿里巴巴控股旗下有關淘寶網及天貓的若干中國子公司之直接控股公司；淘寶網為中國領先的移動商業平台，擁有龐大且持續增長的用戶社區；而天貓為世界上領先的面向品牌與零售商的第三方線上及移動商業平台。

持續關連交易的內部控制程序

本公司已採取及實施以下內部監控程序，以遵守《上市規則》有關監督及監察本集團與阿里巴巴聯屬公司之間的持續關連交易（包括相關交易）之規定：

- (a) 本集團的採購部門已成立一個委員會，其職責為每月核對相關服務的價格，以確保2024年配送服務採購框架協議、2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及2024年平台服務採購框架協議下的交易按正常商業條款進行。
- (b) 本集團會記錄相關產品及／或服務成本並將於有關成本上加價以得出賬單。適用加價根據不同產品及銷售模式而異，並根據現行市價及向獨立客戶提供的價格等因素釐定，以確保有關供應框架協議項下各項交易的定價條款對本集團而言不遜於向類似獨立客戶提供者，而交易按正常商業條款進行。現行市價及向獨立客戶提供的價格透過對競爭對手線上平台的定期在線研究以及在本集團店鋪進行的市場研究而收集。

- (c) 就2024年聯合業務推廣服務供應框架協議而言，負責該等交易的本集團採購部經理及高級經理將根據本集團與獨立第三方的類似聯合業務推廣折扣計劃，以審查及確定由阿里巴巴推廣服務採購方承擔的營銷激勵金額。倘並無與獨立第三方的類似計劃，經理將參考本集團的歷史成本架構及本集團向其客戶提供的歷史推廣折扣計劃，並根據上文所載的考慮因素在2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下服務應收費用的合理範圍後對其進行調整。
- (d) 採購部會亦將參考其他獨立第三方服務供應方每季就相若服務所報至少兩個價格檢討、評估及批准根據2024年配送服務採購框架協議及2024年平台服務採購框架協議應付予阿里巴巴聯屬公司的交易價格及費用，以確保該等協議項下的費用按正常商業條款進行。彼等將審查交易金額並於批准前將價格及條款與其他獨立第三方服務供應方所報價格進行比較。若參考獨立第三方服務供應方就相若服務所報服務費不切實可行，本集團在釐定本集團應付的費用時將會考量合作規格、成本結構、市況及發展策略，以確保協議條款符合本集團最佳利益。鑒於服務費率相對穩定，管理層認為上述按季進行的程序屬適當，吾等亦對此表示認同。
- (e) 本公司業務部門須向法律部提交書面協議草案及材料（包括估計交易額、關連交易性質、基於市場研究數據或成本分析的商業條款及定價的公平性分析）以供批准，方可訂立該等協議。此外，業務部門亦須每月跟蹤實際交易額以及年度上限的使用情況。
- (f) 本公司財務部亦將按月審閱相關訂約方所進行實際交易，以及2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下相應交易金額之資料。同時，財務部亦會向本公司

董事會函件

之法律部、首席執行官及首席財務官提供更新資料。本公司法律部會向董事會(包括獨立非執行董事)提供關連交易及交易額的定期更新。

- (g) 本集團財務部亦將按月及不時觀察與阿里巴巴聯屬公司的交易額。倘有可能超出先前批准的相關年度上限金額，本集團財務部將立即知會董事會，並與其議定是否有需要為該年度及2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議期限內之下一年度提出任何經修訂年度上限金額。如有需要，本公司將立即採取行動作出所需披露及取得獨立股東批准。
- (h) 獨立非執行董事將按季度審閱2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下的持續關連交易，旨在了解該等持續關連交易是否於本集團一般及日常業務過程中按正常商業條款或更佳條款進行，是否根據規範該等交易之相關協議按公平合理且符合股東整體利益之條款進行，以及本公司實施之內部監控程序就確保該等持續關連交易乃根據有關協議所載定價政策進行而言是否充足有效。
- (i) 根據《上市規則》，本公司之外聘核數師將繼續每年審閱各份2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下之關連交易，以檢查及確認(其中包括)定價條款是否得以遵守及有否超出有關年度上限。

董事認為，上述方法及程序可確保本集團持續關連交易的定價及其他合約條款乃按一般商業條款訂立，屬公平合理並符合本公司及其股東的利益，且相關交易按《上市規則》第十四A章的規定進行。

一般資料及股東特別大會

本公司將於2024年3月26日(星期二)上午11時15分假座香港金鐘夏慤道18號海富中心一期24樓舉行股東特別大會，以供股東考慮及酌情批准上述決議案。於股東特別大會上，將以普通決議案的方式提呈有關相關交易的決議案以供獨立股東批准。就有關決議案進行的表決將以投票表決方式進行。股東特別大會通告載於本通函第65至67頁。

阿里巴巴控股(於最後實際可行日期透過其子公司及／或聯繫人合共間接持有7,507,666,581股股份，相當於本公司已發行股份總數的約78.70%)被視作於有關訂立相關交易的相關決議案中擁有重大利益而須於股東特別大會上就相關交易的決議案放棄投票。除上文所述外，就董事所知、所悉及所信，概無其他股東於相關交易中擁有重大權益，因此其他股東無須於股東特別大會上就相關決議案放棄投票。

本通函隨附股東特別大會適用的代表委任表格，有關表格亦於聯交所網站登載。無論閣下能否出席股東特別大會(或其任何續會)，務請將隨附代表委任表格按其上印列的指示填妥，並於股東特別大會或其任何續會(視乎情況而定)指定舉行時間不少於48小時前交回本公司股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17M樓。填妥及交回代表委任表格後，閣下仍可依願親身出席及投票，於此情況下，先前遞交的代表委任表格將被視為撤回。

截至訂立新框架協議日期，韓鎣先生為阿里巴巴控股的本地生活集團副總裁及阿里巴巴控股的蜂鳥即配總裁，而劉鵬先生於阿里巴巴控股的淘寶天貓商業集團行業發展二部任職總裁，為實現良好的企業管治，韓鎣先生及劉鵬先生均自願就訂立新框架協議的相關董事會決議案(包括相關交易)及其項下的各項建議年度上限放棄投票。

除韓鎣先生及劉鵬先生外，就本公司所知、所悉及所信，概無董事因於新框架協議中擁有任何重大權益而須根據組織章程細則就批准新框架協議的相關董事會決議案(包括相關交易)放棄投票。

暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定出席股東特別大會及於會上投票的資格，本公司將於2024年3月25日（星期一）至2024年3月26日（星期二）（包括首尾兩天）期間暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格出席股東特別大會及於會上投票，務請本公司的未登記股東於2024年3月22日（星期五）下午四時三十分前將所有過戶文件連同有關股票送達本公司之香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司辦理過戶登記手續，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室。

推薦建議

經考慮本通函所載獨立董事委員會的見解及訂立2024年配送服務採購框架協議、2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及2024年平台服務採購框架協議的理由及裨益後，董事認為，集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務的相關建議年度上限、集團公司向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的相關建議年度上限及集團公司向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務的相關建議年度上限均屬公平合理及符合本公司及其股東整體利益；且2024年配送服務採購框架協議、2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及2024年平台服務採購框架協議以及其項下擬進行交易乃於本集團的一般及日常業務過程中按一般商務條款或更佳條款訂立，故建議獨立股東於股東特別大會投票贊成批准、確認及追認訂立相關交易的普通決議案。

由全體獨立非執行董事組成的獨立董事委員會已告成立，以就訂立相關交易向獨立股東提供意見，而同人融資已獲委任為獨立財務顧問以就此向獨立董事委員會及獨立股東提供意見。務請閣下垂注本通函第28至29頁的獨立董事委員會函件所載意見。另務請閣下垂注本通函第30至57頁所載同人融資就相同事宜向獨立董事委員會及獨立股東發出的意見函件。獨立董事委員會成員概無於相關交易中擁有任何重大權益。

董事會函件

經考慮同人融資的意見後，獨立董事委員會認為，訂立相關交易乃於本集團之一般及日常業務過程中按一般商務條款進行，符合本公司及其股東整體利益。獨立董事委員會亦認為相關交易的條款就獨立股東而言屬公平合理，故建議獨立股東於股東特別大會投票贊成批准、確認及追認訂立相關交易的普通決議案。

此致

列位股東 台照

僅供參考之用

承董事會命
高鑫零售有限公司
執行董事兼首席執行官
林小海先生
謹啟

2024年3月8日

SUN ART

Retail Group Limited

SUN ART RETAIL GROUP LIMITED

高鑫零售有限公司

(於香港註冊成立的有限公司)

(股份代號：06808)

敬啟者：

(I) 持續關連交易：

2024年配送服務採購框架協議；

(II) 持續關連交易：

2024年聯合業務推廣服務供應框架協議；及

(III) 持續關連交易：

2024年平台服務採購框架協議

茲提述本公司向其股東所刊發日期為2024年3月8日的通函（「通函」），本函件構成通函其中一部分。除文義另有所指外，本函件所用詞彙與通函所界定者具有相同涵義。

根據《上市規則》，2024年配送服務採購框架協議、2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及2024年平台服務採購框架協議項下擬進行的交易將構成本公司的持續關連交易，並須遵守獨立股東於股東特別大會批准的規定。

吾等已獲董事會委任為獨立董事委員會成員，以考慮相關交易並就此向獨立股東提供意見。同人融資已獲委任為獨立財務顧問，以就此向吾等提供意見。吾等務請閣下垂注通函所載董事會函件及同人融資函件。經考慮同人融資意見函件所載經同人融資考慮的主要因素及理由以及其意見後，吾等認為訂立相關交易乃於本集團日常及一般業務過程中按正常商業條款訂立，並符合本公司及其股東整體利益。獨立董

獨立董事委員會函件

事委員會亦認為，相關交易的條款就獨立股東而言屬公平合理，並符合本公司及股東的整體利益。

因此，吾等建議獨立股東於股東特別大會投票贊成批准、確認及追認訂立相關交易的普通決議案。

此致

列位獨立股東 台照

僅供參考之用

代表
獨立董事委員會

獨立非執行董事
張挹芬女士

獨立非執行董事
葉禮德先生

獨立非執行董事
陳尚偉先生

2024年3月8日

同人融資函件

以下為同人融資有限公司就2024年配送服務採購框架協議、2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及2024年平台服務採購框架協議的持續關連交易致獨立董事委員會及獨立股東的意見函件全文，乃為載入本通函而編製。



Alliance Capital Partners Limited
同人融資有限公司

同人融資有限公司
香港
中環德輔道中19號
環球大廈
7樓03室

2024年3月8日

致獨立董事委員會及獨立股東

敬啟者：

吾等謹此提述獲委聘為獨立財務顧問，以就 貴集團與阿里巴巴聯屬公司訂立的2024年平台服務採購框架協議、2024年配送服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的條款向獨立董事委員會及獨立股東提供意見。

阿里巴巴集團現為 貴公司的控股股東，因此，根據《上市規則》為 貴公司的關連人士。由於有關2024年平台服務採購框架協議、2024年配送服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議內各類別項下建議年度上限金額的一項或多項適用百分比率（定義見《上市規則》第14.07條）超過5%，上述協議項下的持續關連交易須遵守《上市規則》第14A章項下的獨立股東批准規定。

有關2024年平台服務採購框架協議、2024年配送服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議之詳情載於 貴公司日期為2024年3月8日之通函（「通函」）所載之董事會函件內。除文義另有所指外，本函件所用詞彙與通函所界定者具有相同涵義。

由全體獨立非執行董事組成的獨立董事委員會已告成立，以就上述與阿里巴巴聯屬公司簽訂的該等協議是否在 貴公司日常及一般業務過程中按一般商業條款訂立，以及協議條款對獨立股東而言是否公平合理及是否符合 貴公司及股東之整體利益向獨立股東提供意見。

在達致吾等向獨立董事委員會及獨立股東提供的意見時，吾等乃依據通函所提述之聲明、資料及陳述，以及 貴公司向吾等提供之資料及陳述。吾等已假設 貴公司提供之所有有關資料及陳述，於作出時均屬真實準確，且董事對該等資料及陳述承擔全部責任。吾等亦已假設 貴公司所作出之一切看法、意見、期望及意向之聲明，均經過審慎查詢及周詳考慮而合理作出。在出具意見時，吾等並無理由懷疑吾等獲提供之資料及陳述是否真實準確，並獲 貴公司告知通函內所提供及／或提述之資料並無隱瞞或遺漏任何重大事實。

吾等認為，吾等已審閱充足資料以達致知情見解，並為吾等依賴通函所載資料之準確性提供理據及就吾等之意見提供合理基礎。然而，吾等並無就是次委聘工作對通函所述及／或 貴公司向吾等提供之資料進行任何獨立驗證，亦無對 貴集團之業務及事務進行任何形式之調查。

除因修訂持續關連交易（詳情載於 貴公司日期為2021年9月7日之通函）之年度上限獲委任為 貴公司之獨立財務顧問外， 貴集團與吾等之間概無任何其他委聘。此外，吾等於緊接最後實際可行日期前兩年與 貴公司或其任何聯繫人概無任何關係或於其中擁有任何權益，而可被合理視作與吾等之獨立性相關。

除就吾等因本次獲委任為獨立董事委員會及獨立股東的獨立財務顧問應付吾等的一般顧問費用外，吾等與 貴集團及／或阿里巴巴集團（包括彼等各自的聯繫人）概無任何關係或於其中擁有任何權益。因此，吾等認為，吾等就此擔任 貴公司的獨立財務顧問而言屬獨立。

所考慮的主要因素及理由

在達致吾等有關2024年平台服務採購框架協議、2024年配送服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議（包括彼等各自於截至2027年3月31日止三個財政年度之建議年度上限金額）之意見時，吾等已考慮下列主要因素及理由：

背景

貴集團是一家在中國領先的多業態、全渠道零售商，持續聚焦目標客群，打造多元化購物場景，並努力提升線上線下購物體驗。其以大潤發及大潤發Super品牌經營大賣場、中型超市及小型超市。截至2023年9月30日， 貴集團擁有合共485家大賣

場、19家中型超市及1家會員店(M會員商店)。此外，其在全國共有14個生鮮食品加工倉，遍佈中國不同省、自治區、直轄市的211個城市，總建築面積約為1,379萬平方米。截至2023年9月30日，貴集團約6.7%的大賣場及中型超市位於一線城市，18.1%位於二線城市，48.4%位於三線城市，19.3%位於四線城市，7.5%位於五線城市。

貴集團首家會員店(「M會員商店」)於2023年4月在揚州開業。由現有門店改造而成，總佔地面積約4.5萬平方米，經營面積約1.2萬平方米，擁有800個停車位。截至2023年9月30日，揚州M會員商店的付費會員人數已破五萬，會員總數接近十萬。M會員商店的商品數約3,000件，超過10%為自有品牌產品。M會員商店同時還提供門店三公里以內一小時達服務。2024下半財年，分別位於南京和常州的兩家門店已被改建成會員店並開始營業，另外計劃於2025年3月31日之前，新開設五家會員店。未來，貴集團將繼續物色合適地點進行門店改造。M會員商店通過重塑現有大賣場，利用大潤發的「大賣場」優勢及貴集團自有物業的資源，採用新的供應鏈體系，開發差異化產品，為會員創造價值。

繼阿里巴巴集團的間接全資子公司淘寶中國於近年投資後，阿里巴巴集團進一步加強與貴公司的合作，以將貴集團的線下大賣場業務與淘寶的線上能力和覆蓋範圍整合。這些舉措包括(1)將貴集團的大賣場重塑為線上履約中心，以滿足線上和線下客戶的需求；及(2)通過與阿里巴巴B2C在線平台淘寶旗下淘鮮達、餓了麼(阿里巴巴的線上訂餐配送平台)及盒馬鮮生(阿里巴巴雜貨、生鮮新零售平台，該平台整合線上線下零售模式)，使所有高鑫門店推出生鮮產品30分鐘、一小時配送到家及／或半日達服務。上述所有舉措均涉及與阿里巴巴聯屬公司及貴集團的不同類型合作，包括但不限於：(1)通過阿里巴巴聯屬公司運營的各種電商平台銷售商品，因此阿里巴巴聯屬公司將向貴集團收取平台服務費；(2)阿里巴巴聯屬公司向貴集團提供的配送服務，因此阿里巴巴聯屬公司向貴集團收取配送、物流及倉儲支持服務費；及(3)貴集團將向阿里巴巴聯屬公司提供聯合推廣服務，因此貴集團將向阿里巴巴聯屬公司收取推廣服務費。

透過上述合作，貴集團旨在利用阿里巴巴提供的線上平台及資源擴大其銷售範圍及接觸更大的中國客戶群。阿里巴巴是中國著名的電子商務公司，在中國的線上市場擁有強大的影響力。透過利用阿里巴巴的網絡，貴集團希望增加其銷售額及整體收入。

隨著上述線上業務的持續發展，貴集團的線下門店亦已成為物流履約中心，令貴集團可提高整體履約效率及支持其線上業務的發展。

於2023年，貴集團提升其數字會員能力以吸引穩定的客戶群。此外，貴集團的會員系統已與餓了麼及淘鮮達的會員系統整合，並通過抖音、小紅書、微博及企業微信等公共平台建立內容及渠道。全渠道數字化會員運營有望成為大潤發的重要業務發展戰略。

貴集團持續發展其多渠道及線上營運的採購能力。因此，B2C業務持續增長，並已成為貴集團的核心競爭力。由於上述舉措及發展，貴集團於截至2022年3月31日止年度至截至2023年3月31日止年度的B2C收入增長約15%，並仍然是貴集團收入增長的驅動力。B2C的店日均訂單（「店日均訂單」）已近1,300單。客單價約為人民幣75元，較上一財年增長逾10%。

與上一財政年度同期相比，其自有移動應用程式大潤發優鮮App的收入亦已增長近40%。貴集團淘鮮達業務作為淘寶近場生鮮產品的核心供應方，持續穩定增長。餓了麼在客單規模擴大的推動下，收入亦較上一財年增長近20%。

產品方面，於截至2023年3月31日止年度，生鮮、乳製品及快速消費品（快消品）為主要收入來源，其中生鮮及乳製品佔貴集團線上總收入近45%，快消品佔超過50%。

吾等了解到 貴集團目前著手實施以下發展策略：

貴集團的業務轉型

2022年，貴集團重組了自有品牌團隊，並重新定義了自有品牌產品的定位，專注於性價比的考慮及滿足核心客戶需求。自有品牌產品主要覆蓋糧油調味、零食飲料、日用百貨、寵物商品及3R（即烹、即食、即熱）產品。截至2023年9月30

日，貴集團已研發逾百種自有品牌產品，其業績滲透率已佔所涉小分類整體業績的近10%。貴集團將繼續提升其自有品牌商品差異化佔比。

重構大賣場2.0圍繞商品和服務，為顧客創造有感知、有心智、有口碑的增值服務。貴集團持續提升顧客滿意度及履約准點率，整體履約效率持續優化，線上店日均訂單（「DOPS」）持續增長。貴集團亦致力於進一步延長其服務期限及擴大服務範圍，增加其自有APP的用戶增長，深化與淘鮮達及餓了麼的合作，並探索新渠道。

貴集團首家會員店（「M會員商店」）於2023年4月在揚州開業。由現有門店改造而成，總佔地面積約4.5萬平方米，經營面積約1.2萬平方米，擁有800個停車位。截至2023年9月30日，揚州M會員商店的付費會員人數已破五萬，會員總數接近十萬。M會員商店的商品數約3,000件，超過10%為自有品牌產品。M會員商店同時還提供門店三公里以內一小時達服務。2024下半財年，分別位於南京和常州的另外兩家自有門店已被改建成會員店並開門營業。吾等了解到，貴集團亦正在積極物色合適地點，加速門店改造。

貴集團一直積極物色合適地點以開設更多中型超市。於截至2023年3月31日及2023年9月30日止年度，貴集團分別經營12家及19家中型超市。貴集團亦計劃於截至2024年3月31日止總共開設超過20家中型超市並於截至2025年3月31日止在長三角、珠三角及山東半島等尚未開發的地區再新開10至12家中型超市。此外，該等中型超市將作為物流履約中心，使貴集團能夠推動其線上業務增長及利用規模經濟優勢。

與阿里巴巴展開線上零售業務深度合作

菜鳥是阿里巴巴旗下配送及物流解決方案服務提供商，在社區、大學校園及鄉鎮農村的站點和居民小區運營。近年來，貴集團與菜鳥合作的線上零售業務已在中國主要城市加強合作，截至2023年6月30日，活躍站點的數量連接到由超過4,400個配送站及超過170,000個「接送站」組成的大型最後一公里網絡¹。此外，蜂鳥即配作為按需配送網絡，為貴集團、盒馬鮮生及阿里健康提供最後一公里物流服務，包括配送食品、雜貨、快消品及藥品。

¹ <https://www1.hkexnews.hk/app/sehk/2023/105763/documents/sehk23092601328.pdf>

菜鳥及蜂鳥即配均為 貴集團在線上零售業務上的重要配送及物流解決方案合作夥伴。更重要的是，菜鳥及蜂鳥即配向 貴集團提供定制化物流支持，使 貴集團能夠向其客戶提供配送服務並保持生鮮產品的質量。

加強與阿里巴巴集團線上零售業務的合作，使 貴集團擴大供應鏈採購規模，提升品類運營能力和供應鏈核心競爭力。強化與阿里巴巴聯屬公司的合作，預計將令 貴集團多渠道的供應鏈能力和銷售業績受益。

為應對線上對實體門店產品銷售的衝擊， 貴集團已啟動將部分門店改造成「倉店」模式的項目。縮小非食品的經營面積，同時擴大倉庫面積以支持各渠道業務。此番改造等同於每個城市都有了各自的城市倉，從而令配送時間縮短，商品效率提高，顧客的購物體驗大幅提升。更為重要的是，該等改變不僅滿足門店自身的需求，亦將同時服務同城的一小時達、半日達及B2B業務。

同時， 貴集團將通過建立新的「倉店」擴大客戶覆蓋範圍。該等「倉店」旨在使產品距離客戶更近，減少交付時間。與依賴可能遠離客戶的單一中央倉庫不同，多個「倉店」戰略性分佈於不同地區，更接近目標市場。在此情況下， 貴集團的目標是戰略性地建立與大賣場適當距離的「倉店」，以覆蓋五公里半徑範圍內的客戶生活區，使該等「倉店」能夠提供更快、更高效的配送服務。

客戶的購買習慣已成為隨時隨地、線上線下、送貨到家或到店購物。為滿足該市場變化，實體零售行業整體趨勢將歸於在線化、小型化、便利化及社區化。透過與阿里巴巴集團線上網絡的合作， 貴集團將致力於投入用戶體驗，投入新業態和生鮮加工能力以實現長期收入增長。展望未來，吾等了解，高鑫的門店不僅為傳統大賣場，亦將成為消費者的線下體驗中心及生鮮產品線上履約中心。

中國網上零售額增長

發達的電子商務行業是中國數字經濟的最大組成部分。根據商務部於2023年6月發佈的《中國電子商務報告2022》²(「報告」)，中國網上零售交易額達人民幣12,790億元，同比增長4%。在中國食品網上零售額中，日用品、服裝及消費品分別增長15.6%、3.3%及2.6%。儘管2023年統計數據的完整報告僅在下半年發佈，但財政部公佈的2023年中國網上零售交易額³為人民幣15,420億元，較2022年增長11.0%。此外，截至2023年9月30日止九個月⁴，B2C線上零售交易較去年同期增長13.7%。中國網上零售額中，食品、服裝及消費品分別增長10.4%、9.6%及8.5%。因此，吾等認為該報告的統計數據對吾等評估中國網上零售市場的發展趨勢而言有關係。

在疫情後中國「宅經濟」的推動下，電商線上線下渠道協同效應在中國迅速發展。外賣領域出現實時零售新模式。隨著外賣騎手交付的產品種類不斷增加，該等平台已從主要專注於送餐轉變為「一切送貨上門」的平台。在數字技術的支持下，中國的實時零售快速增長，從通過電商配送生鮮農產品到預製菜的熱銷以及包括抗疫藥品在內的其他商品的線上銷售。根據該報告，2022年，中國實時配送訂單數量超過400億筆，同比增長約30%。

由於互聯網使用量的增加、移動應用及消費者行為的不斷變化等因素(該等因素均為數字第一經濟體的增長驅動力)，預計中國的線上零售額將進一步增長。

- 政府政策在創造這種環境方面發揮了關鍵作用。提高數字素養、支持中小型企業(中小企業)採用電子商務及投資技術基礎設施的舉措對市場的擴張作出了重大貢獻。此外，監管框架不斷調整以跟上不斷變化的數字環境，確保為電商業務提供穩定及有利的環境。

2 <http://images.mofcom.gov.cn/dzsws/202306/20230609104929992.pdf>

3 <https://dzswgf.mofcom.gov.cn/>

4 https://dzswgf.mofcom.gov.cn/news_attachments/8c838acc35d4bf354c3935ba0c35eb820d23ac33.pdf

- 一 技術創新仍然是中國電商市場的基石。人工智能、大數據分析及區塊鏈等尖端技術正用於提升客戶體驗、優化供應鏈及引入新業務模式。該等技術不僅將提高營運效率，亦為市場擴張及客戶參與開闢新途徑。

中國電商領域綠色消費趨勢興起，並獲得消費者的青睞。對污染、氣候變化及健康意識的關注推動了這一趨勢，為環保產品及可持續發展舉措創造了機會。例如，阿里巴巴的線上商業平台天貓推出了「Green Star」認證計劃，要求環保品牌在天貓上供客戶購買之前展示其承諾。

2024年平台服務採購框架協議

2024年平台服務採購框架協議乃為允許阿里巴巴聯屬公司向 貴集團提供平台相關服務而訂立，其中包括(a)批准使用 貴集團的軟件系統，以與阿里巴巴的線上平台以及支付端口合作；(b)產品及消費數據共享；及(c)由阿里巴巴聯屬公司提供的平台相關支持服務。

2024年1月25日簽訂的2024年平台服務採購框架協議(規管阿里巴巴聯屬公司向 貴集團提供的平台服務)的基本條款如下：

有效期

每份2024年平台服務採購框架協議的期限為三(3)年，從2024年4月1日起至2027年3月31日止，除非任何一方於2024年平台服務採購框架協議屆滿前任何時間向另一方發出不少於三(3)個月的事先通知終止2024年平台服務採購框架協議。

交易性質

於訂立2024年平台服務採購框架協議後， 貴集團向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務將主要受2024年平台服務採購框架協議所規管。

阿里巴巴聯屬公司將向 貴集團提供平台相關技術和支持服務，使其能夠使用淘鮮達、餓了麼及盒馬鮮生(阿里巴巴線上訂餐、雜貨及日用品的平台)展示、管理及銷售 貴集團的產品。

為支持 貴集團作為供應方，阿里巴巴聯屬公司亦將允許 貴集團實時掌握銷售、付款及退貨信息，並不時參與各類促銷活動。同時，阿里巴巴聯屬公司提供的平台服務包括客戶行為分析，如瀏覽模式、購買歷史及偏好等。該數據分析能提供寶貴見解及數據驅動決策能力，使 貴集團能夠根據客戶統計、購買行為及偏好等調整其銷售計劃。此外，阿里巴巴聯屬公司還將允許其客戶使用不同的支付端口在線支付 貴集團的產品和服務。

吾等了解到，上述協議項下的平台服務費按 貴集團通過阿里巴巴聯屬公司經營的多個電商平台（包括淘鮮達、餓了麼及盒馬鮮生）的交易額乘以預定平台費率收取。

歷史交易金額及新上限

截至2022年及2023年3月31日止財年， 貴集團向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務的交易總額分別約為人民幣422百萬元及人民幣693百萬元，相當於增加64%。於上述期間交易額增加主要是由於來自淘菜菜（阿里巴巴的線上平台，提供雜貨和生鮮商品，並提供次日提貨服務）的客戶訂單數量增加。在疫情期間，客戶傾向於批量購買或囤積產品（尤其是蔬菜、新鮮肉類及日用品），對通過淘菜菜購買的需求訂單較多。然而在疫情後，這種囤積心態已經消退。

於2023年4月1日至2023年12月31日期間， 貴集團向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務的未經審核交易總額約為人民幣287百萬元。截至2024年3月31日止年度，該類交易的金額估計約為人民幣400百萬元。

定價

有關平台服務費的對價主要涉及 貴集團所需的電商平台支持服務及應付阿里巴巴聯屬公司的款項。該對價乃由訂約方適當考慮獨立第三方服務供應方不時提供的同類服務所收取的市場價格並經公平磋商後釐定。若參考獨立第三方服務供應方就提供相若服務所收取的服務費率並不切實可行， 貴集團在釐定 貴集團應付費用的費率時將會考量合作規格、成本結構、市況及發展策略，以確保協議條款符合 貴集團最佳利益。

吾等了解到，貴集團的產品正在通過阿里巴巴聯屬公司經營的多個電商平台進行展示和銷售，而平台相關服務費根據上述協議收取，主要涉及阿里巴巴聯屬公司經營的以下三種類型的電商平台：

淘鮮達

阿里巴巴的線上超市淘鮮達提供一小時內送達的雜貨配送服務。貴集團於2018年通過阿里巴巴的線上便利店淘寶到家與阿里巴巴聯屬公司開展業務合作。最初，客戶可以通過該平台在線訂購新鮮水果、蔬菜、肉類和雜貨。隨著時間的推移，該合作已擴展至淘鮮達旗下經營的更多樣化網絡，為多個城市提供服務。

為促進該合作，貴集團在其大賣場及中型超市採用淘寶軟件。這使客戶能夠下單、付款並能夠將產品交付給阿里巴巴聯屬公司的線上客戶。通過採用淘寶軟件，貴集團簡化了下單及交付流程，提高了客戶的購物效率和便利性。

透過該合作，貴集團利用阿里巴巴線上平台的廣泛應用及能力，滿足日益增長的線上雜貨購物需求。透過快速交付及提供種類繁多的產品，貴集團旨在滿足消費者不斷變化的需求，並增加其在線上雜貨領域的市場份額。

餓了麼

餓了麼是阿里巴巴聯屬公司經營的線上平台，為在中國訂購餐食、雜貨和日用品提供便利。貴集團與餓了麼於2019年建立業務合作，涉及將貴集團的產品上架到餓了麼平台進行銷售和配送。有關業務合作支持貴集團持續利用阿里巴巴聯屬公司在互聯網技術及數字基礎設施方面的專業知識。該合作旨在拓展貴集團的零售渠道及線上訂餐業務，最終增加貴集團的收入。此外，該業務合作將令貴集團能夠利用阿里巴巴聯屬公司的數字生態系統，並透過與阿里巴巴集團線上商業平台（包括淘鮮達、餓了麼及盒馬鮮生等）的合作夥伴關係促進其線上零售業務的擴張。吾等相信該等舉措將有助於貴集團的收入增長，符合貴公司及其股東的最佳利益。

盒馬鮮生

盒馬鮮生是阿里巴巴聯屬公司運營的雜貨及生鮮零售新平台，該平台整合了線上及線下零售體驗。盒馬鮮生自有配送系統，為盒馬鮮生超市門店3公里範圍內的消費者提供30分鐘的門店到門配送服務。

就此而言，阿里巴巴聯屬公司應向 貴集團提供平台相關支持， 貴集團從而就有關支持服務向阿里巴巴聯屬公司支付平台費用。

就平台相關服務費的定價政策而言，吾等已取得並審閱2024年平台服務採購框架協議項下擬定的業務合約，該等定價政策與2024年平台服務採購框架協議基本一致，吾等注意到，阿里巴巴聯屬公司向 貴集團收取的平台相關服務費乃主要基於交易金額預先釐定的服務費釐定。有關代價乃由訂約方公平磋商釐定，並適當考慮獨立第三方服務供應方不時提供的相同類別服務所收取的市場價格。吾等已取得並審閱內部報價及審批記錄，內部報價及審批記錄明確表明了兩家獨立第三方服務供應方就相同類別服務（即提供平台相關技術和支持服務，按每筆交易收取固定費率）所收取的費用。平台費用乃按公平交易條款收取，且對高鑫收取的價格不遜於向其他獨立第三方收取的價格。因此，吾等認為2024年平台服務採購框架協議項下的定價政策屬公平合理，並符合 貴公司及股東的整體利益。

釐定應付阿里巴巴聯屬公司平台服務費的基準

根據2024年平台服務採購框架協議， 貴集團應參考其他獨立第三方服務供應方就相若服務所報費率，就應付費用進行審查和評估，以確保該等協議項下的費用按正常商業條款進行。若參考獨立第三方服務供應方提供相若服務所收取的服務費並不切實可行， 貴集團在釐定 貴集團應付費用的費率時將會考量合作方規格、成本結構、市況及發展策略，以確保協議條款符合 貴集團最佳利益。

同人融資函件

有關應付阿里巴巴聯屬公司平台相關服務費的年度上限

於下列期間根據2024年平台服務採購框架協議，上述類別項下的建議年度上限為：

	截至3月31日止年度		
	2025年 (人民幣 百萬元)	2026年 (人民幣 百萬元)	2027年 (人民幣 百萬元)
建議年度上限	525	550	580

就2024年平台服務採購框架協議項下截至2027年3月31日止三個年度的年度上限，其主要包括阿里巴巴聯屬公司的三個主要業務類別（即淘鮮達、餓了麼及盒馬鮮生）的估計金額。

吾等從 貴公司了解到， 貴集團在該類別下向阿里巴巴聯屬公司支付的上述服務費主要指平台費用。於評估2024年平台服務採購框架協議項下有關向阿里巴巴聯屬公司支付有關服務費的建議年度上限的合理性時，吾等已審閱並與 貴公司管理層討論 貴集團提供的該等年度上限（包括其基準），並獲告知截至2027年3月31日止三個年度的該等年度上限乃主要基於以下因素釐定：

就向阿里巴巴集團（作為電商平台商家）應付的平台相關服務費而言

年度上限金額乃根據 貴集團應收取的平台相關費用估計並按照預期將在多個電商平台（主要是淘鮮達、餓了麼及盒馬鮮生）上進行的估計交易價值計算。該等交易價值主要根據過往交易金額估計，截至2024年3月31日至2025年3月31日止年度的估計增長率約為31%，其後各財年進一步增加5%。

儘管在疫情之後，消費者對網上購物的需求已大幅轉向網上購物，尤其是網上購物的便利性及效率吸引了消費者，預計疫情後網上購物的需求仍將持續。誠如前文所述，疫情加速了電子商務的普及，因為人們越來越多地轉向在線平台以滿足其購物需求。

國內數字經濟佔GDP的比重持續提升。於2022年⁵達到41.5% (或人民幣50.2萬億元)，同比增長10.3%，成為中國第二大產業經濟體，反映了國內數字經濟的發展成就，亦為未來數字經濟的進一步發展奠定了堅實的基礎。作為數字經濟的一部分，企業定制服務電商將受益於數字經濟的進一步發展，實現對傳統企業服務市場的進一步滲透。這亦符合與阿里巴巴聯屬公司的持續戰略合作。

平台費用乃按公平交易條款收取，價格與其他獨立第三方應付阿里巴巴聯屬公司的費率相當或更低。由於阿里巴巴聯屬公司應提供線上平台支持服務，吾等對比各平台服務的相關服務費率與相應的市場費率，發現該服務費率在市場範圍內。

就淘鮮達而言

淘鮮達2022財年、2023財年及截至2023年12月31日止九個月的歷史交易金額分別平均佔向阿里巴巴聯屬公司採購的平台服務總額的60%。然而，剔除 貴集團未來不會重點發展的淘菜菜業務，淘鮮達於上述期間的歷史交易金額佔向阿里巴巴聯屬公司採購的平台服務的80%以上。

該類別平台服務令 貴集團在其大賣場及超市採用淘寶平台，以便阿里巴巴聯屬公司的線上客戶能夠下單、付款及收貨。因此，該類別項下的年度上限金額乃根據 貴集團在淘鮮達的預計交易金額及使用該平台的平台費用估算得出。吾等注意到，上述平台費用乃基於公平原則收取，與其他獨立第三方應付阿里巴巴聯屬公司的服務費相當或更低。由於阿里巴巴聯屬公司應提供線上平台支持服務，吾等比較各服務平台的相關服務費率與相應的市場費率，發現該服務費率在市場範圍內。

預計截至2027年3月31日止三個年度，2024年平台服務採購框架協議項下相關服務總成本的約70%至80%將來自此類交易。就交易金額而言，截至2025年3月31日止年度與截至2024年3月31日止年度的預期交易金額相比預期將增加約40%至50%。考慮到(i)「中國網上零售額增長」一段對未來幾年 貴集團B2C業務的預計增長的說明，(ii)

5 <http://www.caict.ac.cn/kxyj/qwfb/bps/202304/P020230427572038320317.pdf>

與阿里巴巴就線上零售業務的深度合作以及(iii) 貴集團擬透過增設上文所述的中型超市、M會員商店及「倉店」擴大客戶覆蓋範圍，吾等認為此類交易的估計增長屬公平合理。

就餓了麼而言

於2022及2023財年以及截至2023年12月31日止九個月，服務類別下的歷史交易金額分別平均佔支付予阿里巴巴聯屬公司的平台相關服務費總額的約15%。然而，剔除 貴集團未來不會重點發展的淘菜菜業務，餓了麼於2022及2023財年以及截至2023年12月31日止九個月的歷史交易金額分別佔向阿里巴巴聯屬公司採購的平台相關服務的約13%、17%及24%。與上個財年相比，就餓了麼而言的平台相關費用的交易金額目前預計於截至2024年3月31日止年度將增長約45%。

預計截至2027年3月31日止三個年度，2024年平台服務採購框架協議項下所收取平台服務費的約20-30%將來自此類交易。就交易金額而言，截至2025年3月31日止年度與截至2024年3月31日止年度的預計金額相比預期將增加約50%至70%。考慮到(i)與2022年同期相比，截至2023年3月31日止年度向餓了麼所支付平台相關費用的歷史增長15%以上，(ii)「中國網上零售額增長」一段對未來幾年 貴集團B2C業務的預計增長的說明，吾等認為此類交易的估計增長屬公平合理。

根據阿里巴巴2023年第一季度報告⁶，包括線上送餐在內的本地消費者服務行業較去年同期增長17%，而根據中國互聯網絡信息中心刊發的《中國互聯網絡發展狀況統計報告》，中國線上送餐平台用戶數量已由2021年的約468百萬人增加至2023年的約534百萬人⁷。因此，吾等認為上述上限金額的估計增長率屬公平合理。

吾等進一步注意到，截至2027年3月31日止三個年度，餓了麼的上限金額預計百分比增長各財年將增加5%。基於2023年國內生產總值增長率為5.2%⁸，吾等認為估計的增長率屬公平合理。

6 <https://data.alibabagroup.com/ecms-files/1508695866/3c9bbcedd-1b9e-4525-87cf-6eb2d5a9c66a/March%20Quarter%202023%20and%20Full%20Fiscal%20Year%202023%20Results.pdf>

7 <https://cnnic.cn/NMediaFile/2023/0908/MAIN1694151883032GOV1XCI4CO.docx>

8 <https://www.aljazeera.com/news/2024/1/17/china-posts-sluggish-gdp-growth-in-2023-population-declines-again>

平台費用根據通過餓了麼的交易金額收取。吾等注意到，其他獨立商家的餓了麼應用程序中顯示的收費標準（即6%至8%），與中國其他線上送餐公司⁹相比，該平台費用的收費標準較低。

就盒馬鮮生而言

於2022及2023財年以及截至2023年12月31日止九個月，服務類別下的歷史交易金額分別平均佔支付予阿里巴巴聯屬公司的平台相關服務費總額的約1%。

鑒於盒馬鮮生是阿里巴巴聯屬公司推出的新轉型零售平台之一，其交易金額與淘鮮達及餓了麼相比並不大。然而，盒馬鮮生的自有配送系統可為居住在盒馬鮮生超市門店三公里範圍內的消費者提供30分鐘門店到門的配送服務。該線上及線下相結合的零售模式既符合高鑫的業務目標，又可擴大目標客戶的覆蓋範圍。

預計截至2027年3月31日止三個年度，此類交易將產生2024年平台服務採購框架協議項下收取的平台服務費約少於5%。就交易金額而言，鑒於盒馬鮮生是阿里巴巴聯屬公司於2023年推出的新轉型平台之一，截至2025年3月31日止年度與截至2024年3月31日止年度的預期金額相比預期將增加約50%，且 貴集團與盒馬鮮生的合作預計將進一步加強。考慮到(i) 貴集團乃旨在擴大零售業務及為客戶創造多元化的購物場景，高鑫將加大力度透過盒馬鮮生加強與阿里巴巴的合作，通過該平台銷售生鮮及雜貨產品，(ii)由於盒馬鮮生產品銷售與淘鮮達產品銷售類似，「中國網上零售額增長」一段對未來幾年 貴集團B2C業務的預計增長作出的解釋，吾等認為此類交易的估計增長屬公平合理。

因此，吾等認為截至2027年3月31日止三個年度的平台服務的預計年度上限金額屬公平合理。

9 <https://news.sina.cn/sx/2022-12-01/detail-imqmmthc6675943.d.html>

2024年配送服務採購框架協議

2024年配送服務採購框架協議的主要目的是允許阿里巴巴聯屬公司向 貴集團提供配送及倉儲相關服務。規管 貴集團與阿里巴巴聯屬公司配送及倉儲相關服務交易的日期為2024年1月25日的2024年配送服務採購框架協議的基本條款如下：

有效期

除與杭州菜鳥橙運訂立的2024年配送服務採購框架協議外，各2024年配送服務採購框架協議有效期自2024年4月1日起至2027年3月31日止為期三(3)年，惟於2024年配送服務採購框架協議屆滿前的任何時間，任何一方提前不少於三個月通知另一方終止該協議。

交易性質

由於 貴集團的產品通過大潤發優鮮App、M會員商店App以及阿里巴巴聯屬公司運營的不同線上平台(包括淘鮮達、餓了麼及盒馬鮮生(阿里巴巴用於訂購餐飲、雜貨及日用品的線上平台))進行展示及銷售，阿里巴巴聯屬公司須就通過上述平台下達的採購訂單向 貴集團提供分銷、配送及物流支持服務。

吾等了解到，根據上述協議提供的配送及倉儲相關服務主要涉及阿里巴巴聯屬公司提供的以下類型的服務：

- (1) 冷凍產品分銷及物流以及倉儲相關服務。
- (2) 通過平台為 貴集團客戶的訂單提供的配送服務。

阿里巴巴聯屬公司的收費基準：

- (i) 倉儲及配送服務費乃根據所供應產品的數量及履約服務(如包裝及配送服務)收取；及
- (ii) 配送服務費乃根據每份訂單的履約費用乘以 貴集團透過上述平台進行的預計訂單數量收取。

歷史交易金額及新上限

於訂立2024年配送服務採購框架協議後，貴集團向若干阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務將主要受2024年配送服務採購框架協議所規限。

截至2022年及2023年3月31日止財年，貴集團向阿里巴巴聯屬公司採購的配送及倉儲相關服務的經審核交易總額分別約為人民幣1,229百萬元及人民幣1,518百萬元。於2023年4月1日至2023年12月31日期間，貴集團向阿里巴巴聯屬公司採購的配送及倉儲相關服務的交易總額(未經審核)約為人民幣1,178百萬元。估計截至2024年3月31日止年度的年度交易金額約為人民幣1,635百萬元。

下文載列截至2025年、2026年及2027年3月31日止三個財年的2024年配送服務採購框架協議項下擬進行的相關交易的建議年度上限：

	截至2025年 3月31日止年度 (人民幣百萬元)	截至2026年 3月31日止年度 (人民幣百萬元)	截至2027年 3月31日止年度 (人民幣百萬元)
年度上限	2,400	2,520	2,645

定價

該等合作的代價主要涉及貴集團所需及應付予阿里巴巴聯屬公司的分銷及配送及倉儲相關支持服務。有關代價乃由訂約方公平磋商釐定，並適當考慮獨立第三方服務供應方不時提供的相同類別服務所收取的市場價格。倘無法參考獨立第三方服務供應方就可資比較服務提供的服務費率，貴集團將在釐定貴集團應付費率時考慮合作規格、成本結構、市場狀況及發展策略，以確保協議條款符合貴集團的最佳利益。

就配送相關服務費的定價政策而言，吾等已取得及審閱2024年配送服務採購框架協議項下擬定的業務合約，而該等定價政策與2024年配送服務採購框架協議基本一致，並注意到阿里巴巴聯屬公司向貴集團收取的服務費乃主要由根據中國相應等級城市每段距離的預定配送費率釐定。有關代價乃由訂約方公平磋商釐定，並適當考慮

獨立第三方服務供應方不時提供的相同類別服務的市場價格。吾等已取得並審閱內部報價及審批記錄，並注意到獨立第三方服務供應方就配送相關服務收取的費用。配送相關服務費率乃按公平交易條款收取，且對高鑫的價格不遜於其他獨立第三方收取的價格。因此，吾等認為2024年配送服務採購框架協議項下的定價政策屬公平合理，並符合 貴公司及股東的整體利益。

評估 貴集團向阿里巴巴聯屬公司提供的配送及倉儲相關服務的建議年度上限

與截至2024年3月31日止年度的預測金額相比，預計截至2025年3月31日止年度， 貴集團將向阿里巴巴聯屬公司購買的配送及倉儲相關服務的建議年度上限將增長約47%。預期該交易將於截至2026年3月31日及2027年3月31日止兩個年度內穩定增長5%。

在評估 貴集團根據2024年配送服務採購框架協議向阿里巴巴聯屬公司購買配送及倉儲相關服務的建議年度上限的合理性時；吾等已與 貴公司管理層審閱及討論 貴集團提供的有關年度上限（包括其基準），且吾等同意該等估計增長率屬公平合理，原因如下：

- 2021年至2022年，中國食品、日用品、服裝及消費品的線上零售額平均增長分別為15.6%、3.3%及2.6%；
- 根據截至2023年12月31日止九個月各平台之間的銷售交易，吾等注意到截至2022年及2023年3月31日止年度以及截至2023年12月31日止九個月的B2C銷售主要來自阿里巴巴聯屬公司的線上平台（即淘鮮達及餓了麼）及大潤發優鮮App（ 貴集團自有網店App）。截至2023年3月31日止年度及截至2024年3月31日（預計），淘鮮達、餓了麼及大潤發優鮮App等B2C平台的訂單總數量與上年相比增加約10%及4%；
- 貴集團的B2C收入自截至2022年3月31日止年度至截至2023年3月31日止年度增加約15%，並仍然是 貴集團收入增長的驅動力。尤其是， 貴集團內部的大潤發優鮮App將進一步連接其他熱門社交媒體平台以增加大潤發優

鮮App的曝光率，以吸引更多新客戶及訂單。B2C店日均訂單（「DOPS」）接近1,300單。每筆訂單客單價約人民幣75元，較上一財年增加逾10%；

- 在疫情期間，消費者的購買行為發生了變化，客戶傾向於批量購買或囤貨。該囤貨心態於疫情後逐漸減弱，導致訂單規模減少而訂單頻率增加。因此，預計配送服務費（基於訂單數量）將會增加；
- 繼2023年4月在揚州開設首家會員店（即M會員商店）並計劃於2024年3月31日底之前在南京和常州增設兩家會員店，另外計劃於2025年3月31日前增設五家會員店，以及對八個一二線城市（包括上海、蘇州、常州等）實施「倉店」後，M會員商店預期增加的配送訂單以及增加的客戶覆蓋範圍將成為自2025財年起配送服務增長的促進因素之一；
- 貴集團一直積極物色合適地點以開設更多中型超市。於2023年3月31日及2023年9月30日，貴集團分別經營12家及19家中型超市。於2024年3月31日之前，貴集團亦計劃經營超過20家中型超市並計劃於2025年3月31日之前在長三角、珠三角及山東半島等尚未開發的地區再新開10至12家中型超市。此外，該等中型超市將作為物流履約中心使貴集團能夠推動其線上業務增長及利用規模經濟優勢；
- 年內將推出更多「618」、「雙11」、「雙12」等促銷及商業活動；及
- 在與阿里巴巴聯屬公司進一步深入合作後，將上述各項措施與貴集團的線上零售業務整合。

經考慮上述因素，吾等認為配送服務的增長率屬公平合理。

2024年聯合業務推廣服務供應框架協議

規管 貴集團向阿里巴巴聯屬公司提供相關聯合業務推廣服務的2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的基本條款如下：

有效期： 2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的有效期限為自2024年4月1日起至2027年3月31日止三(3)年，除非任一方於2024年聯合業務推廣服務供應框架協議屆滿前任何時間向另一方發出不少於三(3)個月的事前通知終止2024年聯合業務推廣服務供應框架協議。

聯合業務推廣服務類型： 透過利用大潤發在中國的廣泛門店網絡，貴集團的持續策略是利用互聯網技術，並通過「淘鮮達」線上平台擴展細分市場，以提高貴集團傳統大賣場及超市門店的效率。

聯合業務推廣服務包括通過在網絡內的指定大潤發門店展示「大潤發x淘鮮達」的聯名品牌進行廣泛合作；舉辦業務推廣及廣告活動以吸引新的線上客戶及／或線上平台的線上訂單以及其他不時與聯合業務推廣服務有關的服務。

定價： 推廣相關服務的價格應在供應特定推廣相關服務時(通過訂立書面合同)釐定，並適當考慮(i)於進行特定交易時獨立第三方服務供應方同類同期服務的交易報價；及(ii)倘若無同類同期的市價提供參考，則參考訂約方按照交易規模、合作性質、成本架構、市況及發展策略而協定的價格。該協定價格應基於貴集團的實際或合理成本加上合理利潤的估計而釐定。合理利潤的估計應參考服務性質及貴集團零售該等服務的估計利潤率釐定。

付款： 相關代價應根據每項相關交易的條款按正常商業條款到期支付。

吾等了解到，上述協議項下的聯合業務推廣服務供應主要涉及(其中包括)淘鮮達的服務。服務費根據業務推廣活動成本以及 貴集團與阿里巴巴聯屬公司協定的成本分攤比例向阿里巴巴聯屬公司收取。 貴集團與阿里巴巴聯屬公司根據銷售／收入目標，於一年中不同時間為阿里巴巴聯屬公司及為淘鮮達進行一系列業務推廣活動以促進採購訂單的增加。該等業務推廣活動可能涉及首單免費送貨、促銷期間(如618、雙11、雙12等)向買家提供特別折扣／優惠券／返利。考慮到向阿里巴巴聯屬公司收取的服務費乃根據推廣成本(主要與 貴集團及淘鮮達向其客戶提供的聯合折扣計劃有關)以及 貴集團與阿里巴巴聯屬公司協定的成本分攤比例計算，預計 貴集團及阿里巴巴附屬公司均將受惠於採購訂單增加。近年來，平台運營商(包括阿里巴巴聯屬公司運營的平台運營商)均表示願意分攤推廣活動期間所產生的推廣成本。該成本分攤乃根據並參考有關獨立第三方線上平台為促進平台銷售而產生的推廣成本比例的市場統計數據而釐定。

吾等已就通過淘鮮達進行的交易金額對阿里巴巴聯屬公司收取的推廣費用進行審查及分析。吾等觀察到，推廣成本佔平台銷售額的百分比屬於其他獨立第三方平台服務提供商不時分攤的市場範圍內。因此，吾等認為上述定價政策可確保相關聯合業務推廣服務將按正常商業條款進行，屬公平合理且不會損害 貴公司及其獨立股東的利益。

向阿里巴巴聯屬公司銷售聯合業務推廣服務的年度上限

截至2022年及2023年3月31日止財年， 貴集團向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的經審核交易總額分別約為人民幣300百萬元及人民幣463百萬元，增長54%。於2023年4月1日至2023年12月31日期間， 貴集團向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務的交易總額(未經審核)約為人民幣364百萬元。預計截至2024年3月31日止年度的交易金額將約為人民幣505百萬元，較截至2023年3月31日止年度增加約9%。

同人融資函件

截至2027年3月31日止三個財年，2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下擬進行的相關交易的建議年度上限比例載列如下：

	截至2025年 3月31日止年度 (人民幣百萬元)	截至2026年 3月31日止年度 (人民幣百萬元)	截至2027年 3月31日止年度 (人民幣百萬元)
年度上限	595	625	655

在評估 貴集團根據2024年聯合業務推廣服務供應框架協議向阿里巴巴聯屬公司銷售推廣相關服務的建議年度上限的合理性時，吾等已審閱並與 貴公司管理層討論 貴集團提供的該等年度上限（包括其基準），並獲告知截至2027年3月31日止三個年度的該等年度上限主要根據截至2027年3月31日止三個年度的估計平均交易金額以及在推廣活動中將提供的預期銷售獎勵金額釐定。

預計推廣相關服務交易金額將較截至2024年3月31日止年度的預計金額增加約18%。考慮到大潤發與淘鮮達跨品牌的計劃業務推廣策略以及將達成的目標銷售交易，吾等認為截至2025年3月31日止年度的預計建議年度上限屬公平合理。

由於截至2027年3月31日止三個財年的業務推廣活動類型及頻率預期於未來財年將相對穩定，管理層估計截至2027年3月31日止三個財年的年度上限金額將相對穩定，增幅約為5%。

經考慮上述因素，吾等認為此類交易的估計年度上限金額的自然增長屬公平合理。

內部控制

吾等了解 貴公司已採取以下內部控制程序，以確保 貴集團與阿里巴巴聯屬公司的交易按公平原則及條款進行，且對高鑫的價格不遜於獨立第三方所提供者。就此而言，

- (a) 貴集團的採購部門已成立一個委員會，負責每月核對相關服務的價格，以確保2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下的交易按正常商業條款進行。

- (b) 採購部門亦將參考其他獨立第三方服務供應方每季就相若服務所報的至少兩個費率，檢討、評估及批准根據2024年配送服務採購框架協議及2024年平台服務採購框架協議應付予阿里巴巴聯屬公司的交易價格及費用，以確保該等協議項下的費用按正常商業條款進行。於批准前，彼等將審查交易金額，並將價格及條款與其他獨立第三方服務供應方所報費率進行比較。若參考獨立第三方服務供應方就相若服務所報服務費率並不切實可行，貴集團在釐定貴集團應付的服務費率時將會考量合作規格、成本結構、市況及發展策略，以確保協議條款符合貴集團最佳利益。鑒於服務費率相對穩定，管理層認為上述按季進行的程序屬適當，吾等亦對此表示認同。
- (c) 貴集團會對相關產品及／或服務的成本進行記錄，並將在該成本的基礎上加價以得出賬單。適用加價因不同產品及銷售模式而異，並根據現行市價及向獨立客戶提供的價格等因素釐定，以確保該供應框架協議項下各項交易的定價條款對貴集團而言均不遜於向可資比較獨立客戶所提供者，並確保該等交易乃按一般商業條款訂立。現行市價及向獨立客戶提供的價格乃透過對競爭對手的線上平台進行定期線上研究及於貴集團門店進行市場調查而收集。
- (d) 就2024年聯合業務推廣服務供應框架協議而言，負責該等交易的貴集團採購部門各經理及高級經理，將根據貴集團與獨立第三方的類似聯合業務推廣計劃，審閱及釐定由阿里巴巴推廣服務採購方承擔的推廣獎勵金額。倘並無與獨立第三方的類似計劃，有關經理將參考貴集團的歷史成本結構及貴集團向其客戶提供的過往推廣折扣計劃，及倘2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下服務的服務費偏離基於上述考慮的應收費用的合理範圍，則會調整費用。
- (e) 貴公司業務部門須向法律部提交書面協議草案及材料(包括估計交易額、關連交易性質、基於市場研究數據或成本分析的商業條款及定價的公平性分析)以供批准，方可訂立該等協議。此外，業務部門亦須每月跟蹤實際交易額以及年度上限的使用情況。

- (f) 貴公司財務部亦將按月審閱與相關訂約方進行的實際交易之資料，以及2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下相應交易金額之資料。同時，財務部亦會向 貴公司之法律部、首席執行官及首席財務官提供最新資料。 貴公司法律部亦會定期向董事會（包括獨立非執行董事）提供有關關連交易及交易金額的最新資料。
- (g) 貴集團財務部亦將按月及不時監控與阿里巴巴聯屬公司的交易金額。倘相關年度上限金額可能超出先前批准的金額， 貴集團將立即知會董事會，並與其議定是否有需要為該年度及2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議期限內任何後續年度提出任何經修訂年度上限金額。 貴公司將應要求立即採取行動作出所需披露及取得獨立股東批准。
- (h) 獨立非執行董事將按季度審閱2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下的持續關連交易，旨在了解該等持續關連交易是否於 貴集團一般及日常業務過程中按正常商業條款或更佳條款進行，並根據規範該等交易之相關協議按公平合理且符合股東整體利益之條款進行，以及 貴公司實施之內部監控程序是否充足有效，可確保該等持續關連交易乃根據有關協議所載定價政策進行。
- (i) 根據《上市規則》， 貴公司之外聘核數師將繼續每年審閱2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下之關連交易，以檢查及確認（其中包括）定價條款是否得以遵守及有否超出有關年度上限。

就根據2024年配送服務採購框架協議進行的交易而言，吾等已就截至2022年3月31日止年度（「2022財年」）、2023年3月31日止年度（「2023財年」）及截至2023年12月31日止首九個月（「2024財年首九個月」）對阿里巴巴聯屬公司運營的不同線上平台（包括餓了麼和淘鮮達）及 貴公司運營的大潤發優鮮App提供的有關配送服務的三套相關業務合約、內部報價及審批記錄進行了審查。上述業務合約及相關批准表格乃(i)根

據2022財年、2023財年及2024財年首九個月歷史交易的重要性而選擇（即通過識別上述線上平台於各相關年度／期間發生的最高歷史交易金額，如從 貴公司獲得的配送服務歷史交易的完整清單所示）及(ii)應吾等的要求提供。吾等認為，就比較而言，抽樣規模具有相關性、可比性及充足性，原因如下：(i)於2022財年、2023財年及2024財年首九個月，業務合約及相關批准表格的總覆蓋範圍分別佔與阿里巴巴聯屬公司的配送服務交易總額的96%以上、97%以上及90%以上；(ii)內部報價及審批記錄清楚列明三家獨立第三方服務供應方就同一類別服務收取的市場價格，即中國相應等級城市每段距離的配送費率。該等報價在平台規模、業務性質和條款方面與前述平台相似且具有可比性；及(iii)據吾等了解，獨立第三方服務供應方的報價與上述平台用於釐定價格和條款的報價是在同一時期內獲得。值得注意的是，部分該等價目表會定期更新。此外，吾等亦取得並審查了四份最新的月度交易明細報告（即2023年10月至2024年1月），其中包括所有門店的相關財務原始數據。該等數據涵蓋上述三個平台的交易，佔2024財年首九個月與阿里巴巴聯屬公司的配送服務總交易額的約29%，且該等交易的平均配送費用與各自業務合約中訂明的費率一致；而2024年1月交易的平均配送費率則保持穩定。

就根據2024年平台服務採購框架協議進行的交易而言，吾等已就於2022財年、2023財年及2024財年首九個月期間對阿里巴巴聯屬公司運營的不同線上平台（包括餓了麼、淘鮮達及盒馬鮮生）提供的有關平台服務的三套相關業務合約、內部報價及審批記錄進行了審查。上述業務合約及相關批准表格乃(i)基於交易的相關性及於2022財年、2023財年及2024財年首九個月期間的歷史交易的相應重要性而選擇（即通過識別將繼續與 貴公司合作的主要線上平台，以及其各自於各相關年度／期間發生的歷史交易金額，如從 貴公司獲得的平台服務歷史交易的完整清單所示）及(ii)應吾等的要求提供。吾等認為，就比較而言，抽樣規模具有相關性、可比性及充足性，原因如下：(i)於2022財年、2023財年及2024財年首九個月，業務合約及相關批准表格的覆蓋範圍分別佔與阿里巴巴聯屬公司的平台服務交易總額的約56%、39%及74%；(ii)內部報價及審批記錄清楚列明兩家獨立第三方服務供應方就同一類別服務（即按每筆交易收取的固定費率提供平台相關技術及支持服務）收取的費用。該等報價在平台規模、業務性質和條款方面與前述平台相似且具有可比性；及(iii)據吾等了解，獨立第三方服務供

應方的報價與上述平台用於釐定價格和條款的報價在同一時期內獲得。此外，吾等從淘鮮達取得並審查了中國所有門店的24份月度交易報告（即2022年1月至2023年12月）以及三份隨機抽取的每日交易報告，其中包含選定省份的四家門點於過去三個月（即2023年11月至2024年1月）的相關財務原始數據。據吾等了解，該等交易的實際平台費用與相關業務合約中訂明的預定條款類似。

就聯合推廣服務交易而言，吾等已分析淘鮮達過往銷售交易金額及 貴集團自阿里巴巴聯屬公司收取的推廣服務費，推廣服務費乃根據產生的成本及 貴集團與阿里巴巴聯屬公司不時協定的成本分攤收取。該等推廣服務費與市場費率一致，並在向其獨立第三方線上平台收取的費率範圍內。

吾等亦注意到，於 貴公司截至2023年3月31日止年度的年報中， 貴公司的核數師已向 貴公司匯報，就於截至2023年3月31日止年度與阿里巴巴聯屬公司進行的持續關連交易而言，核數師概無注意到任何事宜致令彼等相信：

- (a) 持續關連交易未經董事會批准；
- (b) 該等交易在所有重大方面未有根據 貴公司定價政策進行；
- (c) 該等交易在所有重大方面未有根據規管該等交易的相關協議進行；及
- (d) 持續關連交易總額已超過 貴公司截至2023年3月31日止年度的公告所披露的年度上限。

因此，吾等認為， 貴集團與阿里巴巴聯屬公司的過往交易屬公平合理，且符合 貴公司及股東的整體最佳利益。此外，管理層亦向吾等提供一份 貴集團內部政策的摘錄，內容涉及相關關連交易的內部控制措施。據悉， 貴集團就2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下之關連交易所採納的內部控制程序並無任何變更。

同人融資函件

於取得及審閱相關內部政策後，並考慮到 貴集團為確保2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下的交易乃按照類似於或優於 貴集團與其他獨立第三方之間協定的條款進行而採取的措施，吾等認為，有效執行內部控制措施將有助於確保未來 貴集團與阿里巴巴聯屬公司之間的交易的公平定價。

為評估內部控制措施（該等措施設以監控2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下擬進行的持續關連交易）的有效性，吾等已審閱2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下擬進行的相關交易的內部控制程序，並取得相關流程文件，包括（其中包括）服務協議、內部審批記錄、所產生實際交易金額的每日財務記錄。根據吾等的審閱，吾等注意到(i)於訂立服務協議前，該等協議首先由採購部門或業務運營部門提交，其後由法律部及財務部就合約條款進行審閱及批准；及(ii)於訂立服務協議後， 貴集團的財務部及法律部每月對服務協議項下擬進行的交易進行監控，並檢查交易是否根據定價政策進行，以及是否超出相關年度上限。鑒於上文所述，管理層確認且吾等同意管理層的觀點，即已採取適當措施規管持續關連交易的進行，並保障股東的利益。

經審閱相關定價政策、方法及程序後，吾等認為定價政策及相關內部控制可確保2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議各自均將按一般商業條款進行，屬公平合理，且不會損害 貴公司及其股東的整體利益。

吾等認為， 貴公司已採納充足內部控制措施，以能夠就監管及監控2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下擬進行交易之年度上限遵守《上市規則》規定。

推薦意見

經考慮上述主要因素及理由，吾等認為(i)與阿里巴巴聯屬公司訂立的2024年平台服務採購框架協議、2024年配送服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議(包括該等協議項下的交易)乃於 貴公司日常及一般業務過程中按正常商業條款訂立，且其條款屬公平合理並符合 貴公司及股東之整體利益；及(ii)釐定2024年聯合業務推廣服務供應框架協議項下 貴集團向阿里巴巴聯屬公司出售推廣相關服務的建議年度上限，以及釐定2024年配送服務採購框架協議及2024年平台服務採購框架協議項下阿里巴巴聯屬公司分別向 貴集團提供的採購配送及倉儲相關及平台相關服務之建議年度上限的金額及基準屬公平合理。

因此，吾等建議獨立董事委員會向獨立股東建議於即將召開之股東特別大會上投票贊成批准有關2024年配送服務採購框架協議、2024年平台服務採購框架協議及2024年聯合業務推廣服務供應框架協議以及該等協議各自項下建議年度上限金額之普通決議案。

此致

列位獨立股東 台照

代表

同人融資有限公司

副總裁

負責人員

丘燕丹

曾煥義

證監會中央編號BFW878

證監會中央編號ACH258

1. 責任聲明

本通函載有遵照《上市規則》而提供有關本集團的資料。董事願就本通函共同及個別承擔全部責任，並於作出一切合理查詢後確認，就彼等所深知及確信，本通函所載資料在各重大方面均屬準確及完整，且無誤導或欺詐成分，亦無遺漏任何其他事實，致使本通函所載任何聲明或本通函有所誤導。

2. 董事及主要行政人員權益披露

於最後實際可行日期，本公司董事及主要行政人員於本公司或其任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份或債權證中，擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的權益或淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條文被當作或視作擁有的權益及淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所述登記冊之權益或淡倉，或根據《上市規則》所載上市公司董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的權益或淡倉如下：

於本公司股份及相關股份的持倉情況：

董事／ 主要行政人員姓名	權益性質	於股份之總權益 ⁽¹⁾	佔本公司股本 概約百分比
黃明端	配偶權益 ⁽²⁾	68,334,202(L)	0.71%
林小海	實益擁有人及 股權衍生權益 ⁽³⁾	40,000,000(L)	0.42%

附註：

- (1) 字母「L」代表該名人士於股份的好倉。
- (2) LEE Chih-Lan女士為黃明端先生的配偶。於最後實際可行日期，LEE Chih-Lan女士透過Unique Grand Trading Limited持有66,782,964股股份，其本人名下持有1,551,238股股份。因此，黃明端先生被視為於LEE Chih-Lan女士持有的全部股份中擁有權益。
- (3) 股本衍生工具為根據本公司於2023年8月16日採納的購股權計劃授出的購股權相關的股份。

於阿里巴巴控股⁽¹⁾ (本公司的相聯法團，定義見證券及期貨條例第XV部) 股份及相關股份的持倉情況

董事／ 主要行政人員姓名	權益性質	所持股份／ 相關股份數目 ⁽²⁾	佔相聯法團 已發行股份 概約百分比 ⁽⁴⁾
林小海	實益擁有人	479,008(L) ⁽³⁾	0.00%
韓鑾	實益擁有人	176,896(L) ⁽⁴⁾	0.00%
劉鵬	實益擁有人	338,200(L) ⁽⁵⁾	0.00%
陳尚偉	實益擁有人	13,128(L)	0.00%

附註：

- (1) 阿里巴巴控股為一間於開曼群島註冊成立的公司，其美國存託股份（「ADS」）（每股各代表八股普通股）於紐約證券交易所上市（股份代號：BABA），其普通股於聯交所主板上市（股份代號：9988（港幣櫃台）及89988（人民幣櫃台））。淘寶中國為一間於香港註冊成立的公司且為阿里巴巴控股的全資子公司，因此，根據證券及期貨條例第XV部，阿里巴巴控股被視為於淘寶中國擁有權益的全部股份中擁有權益。阿里巴巴控股亦為本公司的控股公司（定義見證券及期貨條例），故為本公司的相聯法團（定義見證券及期貨條例）。根據證券及期貨條例第XV部，阿里巴巴控股及其聯屬公司有權對7,507,666,581股股份（約佔本公司已發行股份總數的78.70%）的投票權行使控制。
- (2) 字母「L」代表該名人士於股份的好倉。
- (3) 林小海先生實益持有284,008股普通股，待歸屬後，彼於根據股份獎勵計劃獲授的24,375個受限制股份單位（「受限制股份單位」）相關的195,000股普通股中擁有權益。
- (4) 韓鑾先生實益持有102,896股普通股，待歸屬後，彼於根據股份獎勵計劃獲授的9,250個受限制股份單位相關的74,000股普通股中擁有權益。
- (5) 待歸屬後，劉鵬先生於根據股份獎勵計劃獲授的42,275個受限制股份單位相關的338,200股普通股中擁有權益。
- (6) 阿里巴巴控股於最後實際可行日期的股本為19,989,106,016。

除上文披露者外，據任何董事所知，於最後實際可行日期，本公司董事或主要行政人員或彼等各自的聯繫人概無於本公司或其任何相聯法團（定義見證券及期貨條例第XV部）的股份、相關股份或債權證中擁有根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉（包括根據證券及期貨條例有關條文被當作或視作擁有的權益或淡倉），或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所述登記冊的任何權益或淡倉，或根據上市公司董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉，或根據收購守則須予披露的任何權益或淡倉。

於最後實際可行日期：

- (a) 韓鎣先生為阿里巴巴控股餓了麼高級副總裁兼蜂鳥即配總裁。
- (b) 劉鵬先生為阿里巴巴控股淘天集團品牌業務發展中心總裁並於阿里巴巴集團若干子公司擔任董事。

除上文披露者外，於最後實際可行日期，概無董事為另一家公司的董事或僱員，而該公司於本公司股份、相關股份中擁有或被視為擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉。

3. 主要股東權益披露

於最後實際可行日期，據董事及本公司主要行政人員所知，以於最後實際可行日期的9,539,704,700股已發行普通股為基準，下列人士（董事及本公司主要行政人員除外）於本公司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3分部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有權利在任何情況下均可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5%或以上的權益如下：

主要股東名稱	權益性質	股份數目及類別 ⁽¹⁾	持股概約百分比
吉鑫控股有限公司 （「吉鑫」） ⁽²⁾	實益擁有人	4,419,731,966(L) ⁽⁷⁾	46.33%
淘寶中國 ⁽³⁾	受控法團權益	4,419,731,966(L) ⁽⁷⁾	46.33%
淘寶中國 ⁽³⁾	實益擁有人	2,607,565,384(L)	27.33%
淘寶控股有限公司 （「淘寶控股」） ⁽⁴⁾	受控法團權益	7,027,297,350(L)	73.66%
New Retail Strategic Opportunities Investments 1 Limited（「New Retail」） ⁽⁵⁾	實益擁有人	480,369,231(L) ⁽⁸⁾	5.04%
New Retail Strategic Opportunities Fund, L.P. ⁽⁵⁾	受控法團權益	480,369,231(L) ⁽⁸⁾	5.04%
New Retail Strategic Opportunities Fund GP, L.P. ⁽⁵⁾	受控法團權益	480,369,231(L) ⁽⁸⁾	5.04%

主要股東名稱	權益性質	股份數目及類別 ⁽¹⁾	持股概約百分比
New Retail Strategic Opportunities GP Limited ⁽⁵⁾	受控法團權益	480,369,231(L) ⁽⁸⁾	5.04%
Alibaba Investment Limited ⁽⁵⁾	受控法團權益	480,369,231(L) ⁽⁸⁾	5.04%
阿里巴巴控股 ⁽⁶⁾	受控法團權益	7,507,666,581(L)	78.70%

附註：

1. 字母「L」指於股份的好倉。
2. 吉鑫由淘寶中國直接擁有100%權益，因此，根據證券及期貨條例第XV部，淘寶中國被視為於吉鑫擁有權益的全部股份中擁有權益。
3. 淘寶中國為一家在香港註冊成立的有限公司，並由淘寶控股直接全資擁有，而淘寶控股由阿里巴巴控股擁有。截至最後實際可行日期，淘寶控股擁有本公司合共73.66%的好倉權益，其中淘寶中國直接持有2,607,565,384股股份，佔本公司27.33%的權益。
4. 淘寶控股為一家在開曼群島註冊成立的公司，並由阿里巴巴控股全資擁有。淘寶中國由淘寶控股全資擁有，因此，根據證券及期貨條例第XV部，淘寶控股被視為於淘寶中國擁有權益的全部股份中擁有權益。
5. New Retail Strategic Opportunities GP Limited為New Retail Strategic Opportunities Fund GP, L.P.的普通合夥人，而New Retail Strategic Opportunities Fund GP, L.P.為New Retail Strategic Opportunities Fund, L.P.的普通合夥人。New Retail為一家由New Retail Strategic Opportunities Fund, L.P.全資擁有的投資公司。因此，根據證券及期貨條例第XV部，New Retail Strategic Opportunities GP Limited被視為於New Retail擁有權益的全部股份中擁有權益。New Retail Strategic Opportunities GP Limited由Alibaba Investment Limited(由阿里巴巴控股直接全資擁有)直接全資擁有。因此，根據證券及期貨條例第XV部，Alibaba Investment Limited被視為於New Retail擁有權益的全部股份中擁有權益。
6. 阿里巴巴控股為一家在開曼群島註冊成立的公司，其美國存託股份及普通股分別於紐約證券交易所及聯交所上市。淘寶控股及Alibaba Investment Limited均由阿里巴巴控股直接全資擁有，因此，根據證券及期貨條例第XV部，阿里巴巴控股被視為於淘寶中國及New Retail擁有權益的全部股份中擁有權益。
7. 該4,419,731,966股股份屬於同一批股份。
8. 該480,369,231股股份屬於同一批股份。

除上文披露者外，於最後實際可行日期，據董事及本公司主要行政人員所知，概無董事或本公司主要行政人員以外任何其他人士於本公司股份及相關股份中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，亦無任何人士直接或間接擁有附有權利在任何情況下均可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5%或以上的權益。

4. 董事服務合約

於最後實際可行日期，概無董事與本集團任何成員公司訂立或擬訂立服務合約，不包括於一年內屆滿或僱主可於一年內終止而毋須支付任何補償（法定補償除外）的合約。

5. 訴訟

於最後實際可行日期，就董事所知悉，本公司或本集團任何成員公司概無涉及任何重大訴訟、仲裁或索償，而就董事所知，本集團任何成員公司亦無任何尚未了結或面臨的任何重大訴訟、仲裁或索償。

6. 董事於競爭業務的權益

於最後實際可行日期，董事或彼等各自的聯繫人概無在與本集團業務構成或可能構成直接或間接競爭的業務中擁有任何權益。

7. 董事於重大合約、資產及安排的權益

於最後實際可行日期，董事概無於對本集團業務而言屬重要的任何合約或安排中擁有重大權益。

於最後實際可行日期，董事概無於本集團任何成員公司自2023年3月31日（即本公司最近期刊發經審核財務報表的結算日期）以來所收購、出售或租賃或擬收購、出售或租賃的任何資產中擁有任何直接或間接權益。

8. 重大不利變動

董事確認，於最後實際可行日期，董事並不知悉自2023年3月31日（即本集團最近期刊發經審核財務報表的結算日期）以來，本集團的財務或交易狀況出現任何其他重大不利變動。

9. 專家及同意書

以下為提供本通函所載或所提述意見或建議的專家的資格：

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

於最後實際可行日期，同人融資已就本通函的刊發發出書面同意書，同意按本通函所載形式及涵義載列其函件、報告、意見及／或引述其名稱，且確認迄今並無撤回其書面同意書。

於最後實際可行日期，同人融資並無直接或間接擁有本集團任何成員公司的任何股權，或擁有任何可認購或提名他人認購本集團任何成員公司附帶表決權之證券之任何權利（不論可否依法強制執行）。

於最後實際可行日期，同人融資並無於本集團任何成員公司自2023年3月31日（即本集團最近期刊發經審核綜合財務報表的結算日期）以來所收購或出售或租用，或擬收購或出售或租用的任何資產中擁有任何直接或間接權益。

10. 備查文件

以下文件的副本將於本通函日期起至股東特別大會日期（包括該日，不少於14天）登載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.sunartretail.com)：

- (i) 2024年配送服務採購框架協議、2024年聯合業務推廣服務供應框架協議及2024年平台服務採購框架協議；

- (ii) 獨立董事委員會致獨立股東的函件，全文載於本通函；
- (iii) 同人融資函件，全文載於本通函；
- (iv) 本附錄「專家及同意書」一節所述同人融資的書面同意書；及
- (v) 本通函。

本通函中、英文本如有任何歧義，概以英文本為準。

SUN ART

Retail Group Limited

SUN ART RETAIL GROUP LIMITED

高鑫零售有限公司

(於香港註冊成立的有限公司)

(股份代號：06808)

股東特別大會通告

茲通告高鑫零售有限公司(「本公司」)謹訂於2024年3月26日(星期二)上午11時15分假座香港金鐘夏慤道18號海富中心一期24樓舉行股東特別大會(「股東特別大會」)，藉以考慮並酌情通過下列決議案(不論有否修訂)。除文義另有所指外，日期為2024年3月8日的通函所界定詞彙應與本通告所用者具有相同涵義。

普通決議案

1. 「動議：

- (a) 在各方面批准、確認及追認日期為2024年1月25日的2024年配送服務採購框架協議的形式及內容以及其項下擬進行的交易；
- (b) 批准、確認及追認本集團向阿里巴巴聯屬公司採購配送及倉儲相關服務類別下擬進行交易於截至2025年3月31日、2026年3月31日及2027年3月31日止年度的建議年度上限；
- (c) 授權本公司任何一名董事按其認為及全權酌情認為就進行上述(a)及(b)或使之生效或與其有關的事項而言屬必要、適宜或權宜的情況下採取任何行動及事宜，簽立及交付所有有關文件、契據、文書(包括加蓋本公司公章)，以及採取所有有關步驟及簽立有關其他文件。」

2. 「動議：

- (a) 在各方面批准、確認及追認日期為2024年1月25日的2024年聯合業務推廣服務供應框架協議的形式及內容以及其項下擬進行的交易；

股東特別大會通告

- (b) 批准、確認及追認本集團向阿里巴巴聯屬公司供應推廣相關服務類別下擬進行交易於截至2025年3月31日、2026年3月31日及2027年3月31日止年度的建議年度上限；
- (c) 授權本公司任何一名董事按其認為及全權酌情認為就進行上述(a)及(b)或使之生效或與其有關的事項而言屬必要、適宜或權宜的情況下採取任何行動及事宜，簽立及交付所有有關文件、契據、文書(包括加蓋本公司公章)，以及採取所有有關步驟及簽立有關其他文件。」

3. 「動議：

- (a) 在各方面批准、確認及追認日期為2024年1月25日的2024年平台服務採購框架協議的形式及內容以及其項下擬進行的交易；
- (b) 批准、確認及追認本集團向阿里巴巴聯屬公司採購平台相關服務類別下擬進行交易於截至2025年3月31日、2026年3月31日及2027年3月31日止年度的建議年度上限；
- (c) 授權本公司任何一名董事按其認為及全權酌情認為就進行上述(a)及(b)或使之生效或與其有關的事項而言屬必要、適宜或權宜的情況下採取任何行動及事宜，簽立及交付所有有關文件、契據、文書(包括加蓋本公司公章)，以及採取所有有關步驟及簽立有關其他文件。」

承董事會命
高鑫零售有限公司
執行董事兼首席執行官
林小海先生

香港，2024年3月8日

註冊辦事處：
香港九龍
觀塘道348號
宏利廣場5樓

股東特別大會通告

附註：

1. 根據《上市規則》，大會上所有決議案將以投票方式進行表決（主席決定容許有關程序或行政事宜的決議案以舉手方式表決除外）。投票結果將按照《上市規則》規定刊載於香港交易及結算所有限公司及本公司的網站。
2. 凡有權出席大會及在會上投票的本公司股東，均可委派代表代其受委出席大會及投票。受委代表毋須為本公司股東。如委派一名以上代表，必須在有關代表委任表格內指明每一名受委代表所代表的股份數目。每位親身或委派代表出席的股東應有權就其所持每一股股份投一票。
3. 代表委任表格，連同經簽署的授權書或其他授權文件（如有）或經核實證明的該等授權書或授權文件副本，須不得遲於股東特別大會指定舉行時間48小時之前（即不遲於2024年3月24日（星期日）上午11時15分（香港時間））或其續會（視情況而定）指定舉行時間48小時之前送達本公司之股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17M樓，方為有效。交回代表委任表格後，本公司股東仍可親身出席大會並於會上投票；在此情況下，委任代表的文書將視為撤銷。敬請留意，2024年3月24日（星期日）為香港公眾假期，香港中央證券登記有限公司辦事處於當天將不會開放以處理代表委任表格的實物交付。所有代表委任須於截止時間前送達香港中央證券登記有限公司，方為有效。
4. 為釐定出席上述大會及於會上投票的資格，本公司將於2024年3月25日（星期一）至2024年3月26日（星期二）（包括首尾兩天）期間暫停辦理股份過戶登記手續。為符合資格出席股東特別大會及於會上投票，務請本公司的未登記股東於2024年3月22日（星期五）下午四時三十分前將所有過戶文件連同有關股票送達本公司之股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司辦理過戶登記手續，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716室。
5. 載有關於上述通告所載第1至3項進一步詳情的通函將寄發予本公司全體股東。
6. 本通告所提述的日期及時間均指香港日期及時間。
7. 惡劣天氣下之安排：

倘任何暴雨警告信號或熱帶氣旋信號於股東特別大會舉行當日任何時間在香港生效，股東特別大會仍將如期於2024年3月26日（星期二）舉行。股東可瀏覽本公司網站www.sunartretail.com查閱替代會議安排之詳情。於惡劣天氣情況下，股東應考慮其本身之情況，自行決定是否出席股東特別大會，如選擇出席大會，則務請小心注意安全。

於本通告日期，本公司董事為：

執行董事：

林小海（首席執行官）

非執行董事：

黃明端（主席）

韓鑾

劉鵬

獨立非執行董事：

張挹芬

陳尚偉

葉禮德