

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。本節內容僅為概要，並未包括可能對閣下而言屬重要的所有資料。此外，任何投資均涉及風險。投資發售股份的若干特定風險載於「風險因素」一節。閣下決定投資發售股份前，應細閱整份文件。本節使用的各種表述已在「釋義」及「技術詞彙表」章節界定。

### 概覽

我們是一家全球零售商，提供豐富多樣的創意生活家居產品。自2013年在中國開設第一家門店以來的九年時間裡，我們已成功孵化了兩個品牌，分別是名創優品和TOP TOY。根據弗若斯特沙利文報告，於2021年，我們通過名創優品門店網絡銷售的產品GMV總計約人民幣180億元（28億美元），成為全球最大的自有品牌生活家居綜合零售商。TOP TOY是我們在2020年12月推出的一個新品牌，是提出潮流玩具集合店概念的品牌先驅。根據同一資料來源，TOP TOY於2021年的GMV達到人民幣374.4百萬元，在中國潮流玩具市場中排名第七。

我們已將旗艦品牌「名創優品」打造為全球認可的零售品牌，並在全球範圍內建立了門店網絡。根據弗若斯特沙利文報告，截至2021年12月31日，就進駐的國家和地區數量而言，我們在全球自有品牌綜合零售行業擁有最廣泛的全球門店網絡，全球有5,000多家名創優品門店，其中在中國有3,100多家名創優品門店，在海外有約1,900家名創優品門店。截至2021年12月31日，我們已經累計進駐全球約100個國家和地區。

我們敏銳捕捉到新興的潮流玩具文化，充分利用我們豐富的零售經驗、供應鏈能力建立平台推出「TOP TOY」品牌，其戰略目標是進駐潮流玩具市場並最終建立我們的潮流玩具平台。我們認為「TOP TOY」品牌與「名創優品」品牌高度互補，因為其更廣泛的產品價格範圍和更高的平均客單價迎合了更廣泛的消費者群體。我們憑藉全球領先零售商的經驗實現TOP TOY的戰略目標，並在中國的潮流玩具市場取得快速的發展。根據弗若斯特沙利文報告，截至2021年12月31日，我們共有89家TOP TOY門店，在截至2021年12月31日的中國潮流玩具市場的主要品牌中排名第三。於往績記錄期間，TOP TOY的絕大部分收入來自第三方品牌產品的銷售，一小部分產生於聯名開發的IP產品及內部孵化的IP產品的銷售。

高顏值、高品質及高性價比是我們名創優品產品的核心，我們持續不斷地頻繁推出具有這些品質的名創優品產品。截至2021年6月30日止財政年度，我們在「名創優品」品牌下平均每月推出約550個SKU，為消費者提供超過8,800個可選的核心SKU的廣泛產品組合，其中絕大部分是「名創優品」品牌。我們的名創優品產品涵蓋11個主要品類，包括生活家居、小型電子產品、紡織品、包袋配飾、美妝工具、玩具、彩妝、個人護理、零食、香水、文具和禮品。截至2021年12月31日，我們在TOP TOY品牌下提供了約4,600個SKU，涵蓋8個主要品類，包括盲盒、積木、手辦、拼裝模型、玩偶、一番賞、雕塑和其他潮流玩具。

我們認為，優質的線下零售體驗對我們留存及吸引消費者並維持其參與度的能力至關重要。因此，我們在門店提倡輕鬆、尋寶式和愉悅的購物體驗，以吸引到所有群體，無論其文化背景和地理位置如何。具體而言，我們在TOP TOY門店舉辦潮流玩具工作坊和展覽，以及各種其他線下活動，讓消費者在其中可以輕鬆享受樂趣和玩耍，提供沉浸式、更具吸引力的消費者線下零售體驗。我們專注於在輕鬆愉悅的購物環境中提供獨特的價值主張，從而激發消費者熱情並鼓勵其多次光顧，由此我們得以建立龐大而忠誠的消費者群體，其中大部分來自年輕一代。

我們在中國本土市場的成功之路離不開我們的名創合夥人模式的高效性及規模化運營，截至2021年12月31日，我們在中國的名創優品門店已經擴張到約3,100家以上。在這種模式下，名創合夥人調動他們的資源，在最佳位置開設和經營其自有的名創優品門店，並承擔相關的資本開支和運營費用，而我們授權他們使用我們的品牌，並在門店運營的重要環節為他們提供有價值的指導，並按約定比例進行門店銷售結算。名創合夥人保留剩餘的銷售所得收益，而我們保留庫存所有權，直至向消費者售出產品。名創合夥人模式使我們和名創合夥人的利益保持一致並實現互惠互利，我們以輕資產的方式、一致的品牌形象和消費者體驗實現快速的門店網絡擴張，並使我們的名創合夥人獲得有吸引力的投資回報。根據弗若斯特沙利文的調查，我們中國的名創合夥人一般在開店後12至15個月內收回門店投資。我們的名創合夥人也有動力與我們保持忠誠的合作關係。截至2021年12月31日，我們860家名創合夥人中已有475家在名創優品門店投資超過3年。

我們豐富多樣的產品設計，輕鬆愉悅的購物體驗，高效迅捷的供應鏈，以及基於數字化的深刻運營洞見，使我們的業務在全球範圍內具有高度可擴展性。自2013年在中國開設第一家名創優品門店以來，截至2021年12月31日，我們已進駐約100個國家和地區，將海外名創優品門店拓展至約1,900家。我們是通過因地制宜的靈活模式（包

## 概 要

括直營、名創合夥人模式及代理模式)完成該等國際門店擴張。我們對當地消費者品味和偏好的洞察以及我們的採購能力使我們能夠滿足每個國際市場的當地需求。作為我們不斷擴大國際業務的證明，截至2019年及2020年6月30日止財政年度，我們海外市場的收入分別佔我們總收入的32.3%及32.7%。儘管截至2021年6月30日止財政年度，由於受COVID-19疫情對國際市場的負面影響，我們海外市場的收入比例降至19.6%，但於截至2021年12月31日止六個月得到改善並提高至24.7%。

### 我們的業務模式

下圖說明我們的業務模式和業務中的各方參與者：



## 概 要

我們力求擴大中國及全球的門店網絡，採用了一系列靈活的門店運營模式，包括名創合夥人模式、代理模式及直營模式。下表簡要概述該等模式的主要區別：

|             | 名創合夥人模式   | 代理模式  | 直營模式           |
|-------------|---|---|----------------|
| 與各方關係       | 名創合夥人與本公司訂立銷售協議、授權許可協議及門店裝修協議的買賣雙方關係  | 代理商與本公司訂立授權許可協議及銷售協議的買賣雙方關係   | 不適用            |
| 由各方承擔的成本及風險 | <p>名創合夥人承擔</p> <p>(i) 初始資本開支；(ii) 存貨保證金；及(iii) 與門店運營相關的成本（如租金、工資、從我們倉庫到門店的物流開支、水電開支、與適當促銷活動相關的開支、門店管理及諮詢服務費），以及與投資回收及門店運營等相關的風險</p> <p>本公司承擔與(i) 產品設計及開發（如知識產權許可費）；(ii) 供應鏈管理（如從供應商到我們倉庫的物流開支）；及(iii) 品牌管理（如品牌廣告）相關的開支，以及與品牌和聲譽等相關的風險</p> | <p>代理商承擔</p> <p>與名創合夥人模式下相似的成本及風險</p> <p>本公司承擔與名創合夥人模式下相似的成本及風險以及運營監管不足等相關的風險</p> | 本公司承擔所有相關費用和風險 |

## 概 要

|                  | 名創合夥人模式   | 代理模式  | 直營模式               |
|------------------|---|---|--------------------|
| 收入確認             | 本公司於名創合夥人向終端客戶銷售產品時確認名創合夥人的銷售產品收入   | 本公司於銷售協議中指定的地點發貨及交付時確認代理商的銷售產品收入                      | 本公司於產品售予客戶時確認收入    |
| 本公司為門店運營提供的服務及協助 | 門店管理及諮詢服務，主要包括門店佈局裝修、室內設計、員工培訓、定價、產品管理及庫存補貨   | 提供門店運營方面的員工培訓及其他指導，與名創合夥人模式相比，運營參與較少                  | 本公司直接管理門店          |
| 存貨風險             | 商品售予終端客戶前，本公司擁有存貨所有權。名創合夥人承擔庫存風險，因為所選商品交付予門店後，他們須對該等商品的擺放、實物保管及狀況負責                             | 代理商對產品擁有所有權並承擔產品從銷售協議中指定的地點發貨或交付時的虧損風險                | 本公司擁有產品的所有權並承擔虧損風險 |
| 門店管理責任           | 主要由名創合夥人承擔，但除提供門店管理及諮詢服務，以在關鍵環節優化及統一門店運營外，本公司持續監控名創合夥人門店的運營情況，幫助他們在門店層面定制商品組合和產品展示，並就庫存管理提供實時建議 | 主要由代理商承擔，但授權許可協議為當地代理商制定了一套需要遵循的運營標準，且本公司有權監督代理商門店的運營 | 本公司                |

## 概 要

|        | 名創合夥人模式   | 代理模式  | 直營模式        |
|--------|---|---|-------------|
| 重大業務決策 | 名創合夥人負責員工招聘，有權按照相關協議關閉門店，並可以決定包括產品的類型，前提為其只提供由本公司供應的產品<br><br>一般而言，經本公司書面同意，名創合夥人可在本公司建議零售價的指定範圍內，設定擬在店內銷售的相同產品的零售價 | 代理商負責員工招聘，有權按照相關協議關閉門店，並可以決定包括產品的類型，前提為只提供由本公司供應的產品或經本公司書面同意銷售的其他產品<br><br>代理商對門店銷售的存貨擁有定價權，但公司通常有權提出建議 | 本公司作出所有業務決策 |
| 期限     | 合同期限一般不超過三年且在協議終止前經協商可續簽  | 期限通常為二到十年   | 不適用         |

### 我們的產品

我們的旗艦品牌「名創優品」提供種類繁多及高頻上新的生活家居產品，可滿足消費者多樣化的需求，以時尚、創意、高品質及高性價比的產品吸引消費者。截至2021年6月30日止財政年度，我們的名創優品產品涵蓋約8,800個核心SKU，涵蓋11個主要品類，即：家居裝飾、小型電子產品、紡織品、包袋配飾、美妝工具、玩具、彩妝、個人護理、零食、香水、文具和禮品。2020年12月，我們推出新品牌「TOP TOY」，致力於打造我們的潮流玩具平台。在快速成長的TOP TOY品牌下，我們於截至2021年12月31日提供約4,600個SKU，涵蓋8個主要品類，即：盲盒、積木、手辦、拼裝模型、玩偶、一番賞、雕塑和其他潮流玩具。

## 概 要

背靠中國龐大的供應鏈體系，我們得以利用自身的供應鏈能力，通過海量採購、對供應商準時付款、持續優化的數字化供應鏈，共同促成了整體供應鏈效率和採購成本優勢，從而實現我們的價值主張。

### 我們的門店網絡

截至2021年12月31日，我們主要通過5,000多家名創優品門店網絡為消費者提供服務，其中在中國有3,100多家名創優品門店，在海外有約1,900家名創優品門店。下表列示截至呈報日期，中國和全球的名創優品門店數量：

|                             | 截至6月30日      |              |              | 截至12月31日     |              |
|-----------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
|                             | 2019年        | 2020年        | 2021年        | 2020年        | 2021年        |
| <b>名創優品門店數量<sup>1</sup></b> |              |              |              |              |              |
| <b>中國</b>                   | <b>2,311</b> | <b>2,533</b> | <b>2,939</b> | <b>2,768</b> | <b>3,168</b> |
| 直營店                         | 9            | 7            | 5            | 5            | 5            |
| 名創合夥人門店                     | 2,288        | 2,513        | 2,919        | 2,746        | 3,146        |
| 代理門店                        | 14           | 13           | 15           | 17           | 17           |
| <b>海外<sup>2</sup></b>       | <b>1,414</b> | <b>1,689</b> | <b>1,810</b> | <b>1,746</b> | <b>1,877</b> |
| 直營店                         | 74           | 122          | 127          | 105          | 136          |
| 名創合夥人門店                     | 165          | 193          | 195          | 194          | 203          |
| 代理門店                        | 1,175        | 1,374        | 1,488        | 1,447        | 1,538        |
| <b>合計</b>                   | <b>3,725</b> | <b>4,222</b> | <b>4,749</b> | <b>4,514</b> | <b>5,045</b> |

附註：

- 1 有關於往績記錄期間名創優品門店數量的變動詳情，請參閱「業務－我們的門店網絡－在中國的門店運營」及「業務－我們的門店網絡－海外門店經營」。
- 2 海外門店不包括截至2020年6月30日我們已出售的部分海外業務下的少數門店。我們在2019年12月至2020年4月期間完成了該業務出售。請參閱「財務資料－已終止經營業務」。出售後，這些除外門店可能會繼續與我們開展業務往來（如從我們採購生活家居產品），原因是部分門店已出售予當地代理商。

以下是我們決定在中國及海外擴張中使用門店運營模式的關鍵標準和策略的簡要概要：

- 中國：
  - 名創合夥人模式一直是並將繼續是我們開設新店的首選，因該模式使我們和名創合夥人的利益保持一致並實現互惠互利，我們以輕資產的方式、一致的品牌形象和消費者體驗實現快速的門店網絡擴張，而我們的名創合夥人則獲得有吸引力的投資機會。更多詳情請參閱「業務－我們的門店網絡－在中國的門店運營」。因此，除了在西藏有少數直營店及少數門店由一名代理商運營外，我們所有其他的名創優品門店都是並將按照名創合夥人模式運營。
  - 我們在中國還經營少量的直營店，主要原因如下：(i)中國的法律法規規定，在從事特許經營活動之前，特許人至少有兩家直營店，且運營的時間均超過一年；及(ii)我們的一些直營店作為我們的旗艦店，在維護和改善我們的品牌形象方面發揮著重要作用，因此我們以直營的方式運營該等門店，以彰顯我們的門店管理運營標準。
- 海外：
  - 在大部分國際市場，我們通過與具有豐富當地資源和零售經驗的當地代理商合作，擴大我們的門店網絡。代理模式與名創合夥人模式在幾個方面有所不同，包括我們與代理商的運營關係低於與名創合夥人的運營關係，且庫存所有權通常在庫存發貨或交付至銷售協議中指定的地點後轉移給代理商；而在名創合夥人模式下，我們保留庫存所有權直至產品在店內銷售給終端客戶。更多詳情請參閱「業務－我們的門店網絡－海外門店經營」。因此，我們認為，從資本及風險管理的角度看，對於我們在國際市場的擴張，代理模式更適合，也更為審慎，因為當地市場情況及未來潛力差異很大，而我們對這些市場的熟悉程度通常不如中國。
  - 在北美、印度等人口眾多、市場潛力巨大的戰略市場，我們通常首先以自行開設和運營店舖的方式進入市場，作為該地區的試點門店。通過這種方式，我們可以更有效、更直接地獲得當地消費者的洞察和運



---

## 概 要

---

營洞見。當地的商業夥伴在看到我們試點門店的表現並萌生興趣後，我們會邀請其中一些商業夥伴加入我們的名創合夥人模式或代理模式，以更快地擴大我們在這些市場的門店網絡。詳情請參閱「業務－我們的門店網絡－海外門店經營」。

下表列示自2020年12月推出TOP TOY以來，截至所示日期，中國的TOP TOY門店數量：

|                    | 截至6月30日   | 截至12月31日 |           |
|--------------------|-----------|----------|-----------|
|                    | 2021年     | 2020年    | 2021年     |
| <b>TOP TOY門店數量</b> |           |          |           |
| 直營店                | 2         | 1        | 5         |
| 名創合夥人門店            | 31        | 4        | 84        |
| <b>合計</b>          | <b>33</b> | <b>5</b> | <b>89</b> |

我們計劃就上述與名創優品門店有關的類似考慮因素，主要採用名創合夥人模式以進一步擴大我們在中國的TOP TOY門店網絡，並將積極尋找機會在海外開設先鋒門店（大概率最初以直營店形式呈現）。

### 我們的競爭優勢

以下優勢成就了今天的我們，並將支持我們未來的成功：

- 提供創意生活家居產品的全球零售商；
- 高頻上新且廣受歡迎的產品組合；
- 高效的數字化供應鏈；
- 深刻的洞見和數字化舉措推動卓越運營；
- 多渠道運營和消費者互動；
- 全球規模化擴張以及滲透各線級城市的能力；及
- 經驗豐富的創始人和創業管理團隊。

### 我們的發展戰略

我們擬採取以下戰略以取得進一步成功：

- 擴張和升級門店網絡；
- 提升產品開發和供應鏈實力；
- 加強消費者互動，推動多渠道體驗；
- 強化技術能力；
- 持續投資於品牌建設，孵化新品牌；及
- 戰略性地探索投資和收購機會。

### 我們的競爭格局

#### 中國自有品牌綜合零售市場

根據弗若斯特沙利文報告，中國自有品牌綜合零售市場的競爭激烈且分散，參與者超過1,000家。按2021年的GMV計，前五大參與者的總市場份額約為18.6%。根據弗若斯特沙利文報告，於2021年，我們中國自有品牌綜合零售業務的GMV為人民幣108億元，市場份額為11.4%，並在前五大市場參與者中佔據61.0%的市場份額，按GMV計在中國自有品牌綜合零售市場排名第一。詳情請參閱「行業概覽－中國及全球自有品牌綜合零售市場－中國自有品牌綜合零售市場」及「業務－競爭」。

#### 全球自有品牌綜合零售市場

根據弗若斯特沙利文報告，全球自有品牌綜合零售市場的競爭激烈且分散。按2021年的GMV計，前五大參與者的總市場份額約為20.3%。根據弗若斯特沙利文報告，於2021年，我們全球自有品牌綜合零售業務的GMV約為人民幣180億元（28億美元），市場份額為6.7%，並在前五大市場參與者中佔據32.9%的市場份額，按GMV計在全球自有品牌綜合零售市場排名第一。詳情請參閱「行業概覽－中國及全球自有品牌綜合零售市場－全球自有品牌綜合零售市場」及「業務－競爭」。

#### 中國潮流玩具市場

根據弗若斯特沙利文報告，中國潮流玩具市場處於行業生命週期的成長期，市場份額集中度較低。根據弗若斯特沙利文報告，於2021年，我們中國潮流玩具業務的

GMV為人民幣374.4百萬元，市場份額為1.1%，在中國潮流玩具市場排名第七。詳情請參閱「行業概覽－中國潮流玩具市場」、「業務－我們的優勢－提供創意生活家居產品的全球零售商」及「業務－競爭」。

### 風險因素

我們的業務及全球發售涉及若干風險及不確定因素，其中部分因素超出我們的控制範圍，並可能影響閣下投資於我們的決定及／或閣下的投資價值。有關風險因素詳情，請參閱「風險因素」一節，我們強烈建議閣下在投資股份前閱讀全文。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們的成功依託於我們品牌的持續影響力。倘若我們無法維護及強化我們的品牌，則我們的業務及經營業績可能會受到不利影響。
- 我們的業務增長及盈利能力取決於消費者需求和可自由支配支出的水平。中國或全球的嚴重或持續經濟衰退可能對消費者可自由支配支出產生重大不利影響，進而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。
- 我們的成功取決於我們產品的持續受歡迎度、我們的持續創新及新產品的成功推出，以及我們對消費者偏好變化的預測與及時響應。
- 倘我們無法以對消費者具高度吸引力的價格提供產品或維持具競爭力的價格，則我們的業務及經營業績將受到重大不利影響。
- 我們主要依賴我們的名創合夥人和代理商來擴展我們的門店網絡。倘我們無法成功擴展我們的門店網絡，我們的業務、經營業績將受到不利影響。
- 如果我們未能維持與名創合夥人或當地代理商的關係，或未能吸引新的名創合夥人或當地代理商加入我們的門店網絡，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。



## 概 要

|                               | 截至6月30日止財政年度     |                  |                    |                  | 截至12月31日止六個月       |                |               |
|-------------------------------|------------------|------------------|--------------------|------------------|--------------------|----------------|---------------|
|                               | 2019年            | 2020年            | 2021年              |                  | 2020年              | 2021年          |               |
|                               | 人民幣              | 人民幣              | 人民幣                | 美元               | 人民幣                | 人民幣            | 美元            |
|                               | (未經審計)           |                  |                    |                  |                    |                |               |
|                               | (以千計)            |                  |                    |                  |                    |                |               |
| 毛利                            | 2,510,980        | 2,732,498        | 2,430,686          | 381,428          | 1,165,144          | 1,591,342      | 249,716       |
| 其他收入                          | 10,468           | 37,208           | 52,140             | 8,182            | 43,804             | 18,586         | 2,917         |
| 銷售及分銷開支 <sup>(2)</sup>        | (818,318)        | (1,190,477)      | (1,206,782)        | (189,370)        | (627,492)          | (725,622)      | (113,866)     |
| 一般及行政開支 <sup>(2)</sup>        | (593,205)        | (796,435)        | (810,829)          | (127,237)        | (441,163)          | (432,696)      | (67,899)      |
| 其他淨收入／(虧損)                    | 24,423           | 45,997           | (40,407)           | (6,341)          | (70,755)           | 45,964         | 7,213         |
| 貿易及其他應收款項信貸虧損                 | (90,124)         | (25,366)         | (20,832)           | (3,269)          | (17,387)           | (19,091)       | (2,996)       |
| 非流動資產減值虧損                     | (27,542)         | (36,844)         | (2,941)            | (462)            | -                  | (9,536)        | (1,496)       |
| <b>經營利潤</b>                   | <b>1,016,682</b> | <b>766,581</b>   | <b>401,035</b>     | <b>62,931</b>    | <b>52,151</b>      | <b>468,947</b> | <b>73,589</b> |
| 財務收入                          | 7,311            | 25,608           | 40,433             | 6,345            | 23,044             | 26,437         | 4,149         |
| 財務成本                          | (25,209)         | (31,338)         | (28,362)           | (4,451)          | (13,860)           | (17,266)       | (2,709)       |
| 財務(成本)／收入淨額                   | (17,898)         | (5,730)          | 12,071             | 1,894            | 9,184              | 9,171          | 1,440         |
| 具有可贖回及其他優先權的實收資本／<br>具有其他優先權的 |                  |                  |                    |                  |                    |                |               |
| 可贖回股份的公允價值變動                  | (709,780)        | (680,033)        | (1,625,287)        | (255,043)        | (1,625,287)        | -              | -             |
| 分佔以權益法入賬的被投資公司稅後虧損            | -                | -                | (4,011)            | (629)            | -                  | (8,162)        | (1,281)       |
| <b>稅前利潤／(虧損)</b>              | <b>289,004</b>   | <b>80,818</b>    | <b>(1,216,192)</b> | <b>(190,847)</b> | <b>(1,563,952)</b> | <b>469,956</b> | <b>73,748</b> |
| 所得稅開支                         | (279,583)        | (210,949)        | (213,255)          | (33,464)         | (91,615)           | (131,338)      | (20,610)      |
| <b>年內／期內持續經營業務盈利／(虧損)</b>     | <b>9,421</b>     | <b>(130,131)</b> | <b>(1,429,447)</b> | <b>(224,311)</b> | <b>(1,655,567)</b> | <b>338,618</b> | <b>53,138</b> |
| 已終止經營業務：                      |                  |                  |                    |                  |                    |                |               |
| 年內／期內已終止經營業務稅後虧損              | (303,830)        | (130,045)        | -                  | -                | -                  | -              | -             |
| <b>年內／期內(虧損)／利潤</b>           | <b>(294,409)</b> | <b>(260,176)</b> | <b>(1,429,447)</b> | <b>(224,311)</b> | <b>(1,655,567)</b> | <b>338,618</b> | <b>53,138</b> |

## 概 要

|  | 截至6月30日止財政年度 |       |       |    | 截至12月31日止六個月 |       |    |
|--|--------------|-------|-------|----|--------------|-------|----|
|  | 2019年        | 2020年 | 2021年 |    | 2020年        | 2021年 |    |
|  | 人民幣          | 人民幣   | 人民幣   | 美元 | 人民幣          | 人民幣   | 美元 |
|  | (未經審計)       |       |       |    |              |       |    |
|  | (以千計)        |       |       |    |              |       |    |

以下人士應佔年內／期內

| (虧損)／利潤：  |           |           |             |           |             |         |        |
|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-------------|---------|--------|
| 本公司權益股東   | (290,647) | (262,267) | (1,415,010) | (222,046) | (1,651,857) | 336,779 | 52,849 |
| － 持續經營業務  | 13,183    | (132,222) | (1,415,010) | (222,046) | (1,651,857) | 336,779 | 52,849 |
| － 已終止經營業務 | (303,830) | (130,045) | -           | -         | -           | -       | -      |
| 非控股權益     | (3,762)   | 2,091     | (14,437)    | (2,265)   | (3,710)     | 1,839   | 289    |
| － 持續經營業務  | (3,762)   | 2,091     | (14,437)    | (2,265)   | (3,710)     | 1,839   | 289    |

附註：

- 我們的銷售成本主要包括存貨成本。於截至2019年、2020年及2021年6月30日止財政年度以及截至2020年及2021年12月31日止六個月，存貨成本佔我們總銷售成本的100.0%、100.0%、99.1%、99.2%和98.1%。除存貨成本外，銷售成本還包括物流開支和折舊及攤銷費用。
- 以權益結算的股份支付的開支分配如下：

|  | 截至6月30日止財政年度 |       |       |    | 截至12月31日止六個月 |       |    |
|--|--------------|-------|-------|----|--------------|-------|----|
|  | 2019年        | 2020年 | 2021年 |    | 2020年        | 2021年 |    |
|  | 人民幣          | 人民幣   | 人民幣   | 美元 | 人民幣          | 人民幣   | 美元 |
|  | (未經審計)       |       |       |    |              |       |    |
|  | (以千計)        |       |       |    |              |       |    |

以權益結算的股份支付的開支：

|         |                |                |                |               |                |               |              |
|---------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|---------------|--------------|
| 銷售及分銷開支 | 33,097         | 127,743        | 131,215        | 20,590        | 90,715         | 32,368        | 5,079        |
| 一般及行政開支 | 88,961         | 236,637        | 150,104        | 23,555        | 125,662        | 18,032        | 2,830        |
| 合計      | <u>122,058</u> | <u>364,380</u> | <u>281,319</u> | <u>44,145</u> | <u>216,377</u> | <u>50,400</u> | <u>7,909</u> |

### 非《國際財務報告準則》財務指標

於評估我們的業務時，我們考慮並使用經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》指標）作為審查及評估我們經營業績的補充指標。呈列該非《國際財務報告準則》財務指標並非旨在視為獨立於或替代根據《國際財務報告準則》編製及呈列的財務資料。我們將經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》指標）定義為持續經營業務盈利／（虧損），不包括(i)具有可贖回及其他優先權的實收資本／具有其他優先權的可贖回股份的公允價

值變動；(ii)以權益結算的股份支付的開支；及(iii)與未歸屬的受限制股份相關的不可沒收股息相關的僱員薪酬開支。

我們呈報經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》指標），因為我們的管理層以其來評估我們的經營業績及制定業務計劃。經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》指標）使我們的管理層可在不考慮上述非現金及其他調整項目影響的情況下評估我們的經營業績。因此，我們認為使用該非《國際財務報告準則》財務指標為投資者及其他人士以與我們的管理層及董事會相同的方式理解及評估我們的經營業績提供了有用的資料。

該非《國際財務報告準則》財務指標未於《國際財務報告準則》中有所界定，亦未根據《國際財務報告準則》呈列。該非《國際財務報告準則》財務指標作為分析工具存在局限性。使用經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》指標）的主要限制之一為其不能反映影響我們經營的所有收入及開支項目。

此外，該非《國際財務報告準則》指標可能不同於其他公司（包括同行公司）使用的非《國際財務報告準則》資料，因此其可比性可能有限。

非《國際財務報告準則》財務指標不應獨立於利潤／（虧損）或任何其他業績指標考慮，或解釋為利潤／（虧損）或任何其他業績指標的替代。我們鼓勵投資者按以下最直接可比的《國際財務報告準則》指標審閱我們的歷史非《國際財務報告準則》財務指標。本文所呈列的非《國際財務報告準則》財務指標未必可與其他公司所呈列的類似名稱指標作比較。其他公司對類似名稱指標的計算方式可能不同，從而限制了有關指標在比較分析我們的數據時的有用性。我們鼓勵投資者及其他人士全面審閱我們的財務資料，而非依賴單一的財務指標。

截至2019年、2020年及2021年6月30日止財政年度，我們分別錄得經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》財務指標）人民幣841.3百萬元、人民幣933.9百萬元及人民幣477.2百萬元。截至2021年12月31日止六個月，我們亦錄得經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》財務指標）人民幣389.0百萬元。下表將我們截至2019年、2020年及2021年6月30日止財政年度以及截至2020年及2021年12月31日止六個月的經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》指標）與根據《國際財務報告準則》計算及呈報的最直接可比的財務指標進行對賬，即年內／期內持續經營業務盈利／（虧損）。

## 概 要

|                    | 截至6月30日止財政年度   |                |                |               | 截至12月31日止六個月   |                |               |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|----------------|---------------|
|                    | 2019年          | 2020年          | 2021年          |               | 2020年          | 2021年          |               |
|                    | 人民幣            | 人民幣            | 人民幣            | 美元            | 人民幣            | 人民幣            | 美元            |
|                    | (未經審計)         |                |                |               |                |                |               |
|                    | (以千計)          |                |                |               |                |                |               |
| 年內／期內持續經營業務盈利／(虧損) |                |                |                |               |                |                |               |
| 與經調整淨利潤的對賬：        |                |                |                |               |                |                |               |
| 年內／期內持續經營業務盈利／(虧損) | 9,421          | (130,131)      | (1,429,447)    | (224,311)     | (1,655,567)    | 338,618        | 53,138        |
| 加回：                |                |                |                |               |                |                |               |
| 具有可贖回及其他優先權的實收資本／  |                |                |                |               |                |                |               |
| 具有其他優先權的可贖回股份的     |                |                |                |               |                |                |               |
| 公允價值變動             | 709,780        | 680,033        | 1,625,287      | 255,043       | 1,625,287      | -              | -             |
| 以權益結算的股份支付的開支      | 122,058        | 364,380        | 281,319        | 44,145        | 216,377        | 50,400         | 7,909         |
| 與未歸屬的受限制股份相關的      |                |                |                |               |                |                |               |
| 不可沒收股息相關的僱員薪酬開支    | -              | 19,664         | -              | -             | -              | -              | -             |
| <b>經調整淨利潤</b>      |                |                |                |               |                |                |               |
| (非《國際財務報告準則》指標)    | <u>841,259</u> | <u>933,946</u> | <u>477,159</u> | <u>74,877</u> | <u>186,097</u> | <u>389,018</u> | <u>61,047</u> |

具有可贖回及其他優先權的實收資本／具有其他優先權的可贖回股份的公允價值變動與我們於美國完成首次公開發售之前向投資者發行的優先股有關，相關發行完成後，該項目不再錄入我們的綜合財務報表。以權益結算的股份支付的開支為授予股份激勵獎勵產生的非現金僱員相關開支。與未歸屬的受限制股份相關的不可沒收股息相關的僱員薪酬開支是指就授予僱員的受限制股份於2019年12月支付予彼等的不可沒收股息。由於該等受限制股份彼時尚未歸屬，故該等開支計入我們的綜合損益表。這是錄入我們綜合損益表的支出項目。

截至2020年6月30日止財政年度，我們持續經營業務錄得虧損人民幣130.1百萬元，而截至2019年6月30日止財政年度，持續經營業務的利潤為人民幣9.4百萬元。該變動（不包括與具有可贖回及其他優先權的實收資本／具有其他優先權的可贖回股份的公允價值變動有關的大額虧損的影響）主要是由於以權益結算的股份支付的開支大幅增加。



## 概 要

截至2021年6月30日止財政年度，我們錄得虧損為人民幣1,429.4百萬元（224.3百萬美元），而截至2020年6月30日止財政年度，我們錄得的虧損為人民幣260.2百萬元。淨虧損大幅增加主要是由於與我們的具有其他優先權的可贖回股份公允價值變動相關的虧損。除此影響外，毛利亦有所減少，這主要歸因於我們國際業務的收入貢獻減少，這些業務的毛利率通常高於我們在中國的業務。截至2021年6月30日止財政年度，國際業務貢獻了我們總收入的19.6%，而截至2020年6月30日止財政年度，該比例為32.7%。

截至2021年12月31日止六個月，我們錄得利潤為人民幣338.6百萬元（53.1百萬美元），而截至2020年12月31日止六個月，我們錄得的虧損為人民幣1,655.6百萬元。該變動（不包括與具有其他優先權的可贖回股份公允價值變動相關的大額虧損影響）主要是由於收入的增長，而該增長主要是由於(i)名創優品門店及TOP TOY門店數目增加；(ii)與2020年下半年相比，海外市場的名創優品門店業務運營於2021年下半年從COVID-19疫情中逐漸恢復；及(iii)我們加大電商方面的持續努力，線上銷售及其他銷售渠道收入增加。

### 收入

我們主要通過向名創合夥人銷售、向線下代理商銷售、直營店零售及線上渠道，自生活家居產品及潮流玩具產品的銷售獲得收入。其他收入來源主要包括來自名創合夥人及代理商的授權費，以及來自名創合夥人的基於銷售的特許權使用費及基於銷售的管理及諮詢服務費收入。下表載列於所示期間我們按收入來源劃分的收入組成部分，以金額及佔總收入的百分比列示：

|                          | 截至6月30日止財政年度 |      |           |      |           |           | 截至12月31日止六個月 |           |       |           |         |      |
|--------------------------|--------------|------|-----------|------|-----------|-----------|--------------|-----------|-------|-----------|---------|------|
|                          | 2019年        |      | 2020年     |      | 2021年     |           | 2020年        |           | 2021年 |           |         |      |
|                          | 人民幣          | %    | 人民幣       | %    | 人民幣       | 美元        | %            | 人民幣       | %     | 人民幣       | 美元      | %    |
|                          | (未經審計)       |      |           |      |           |           |              |           |       |           |         |      |
|                          | (以千計，百分比除外)  |      |           |      |           |           |              |           |       |           |         |      |
| 收入：                      |              |      |           |      |           |           |              |           |       |           |         |      |
| —生活家居產品及潮流玩具產品銷售：        |              |      |           |      |           |           |              |           |       |           |         |      |
| —自營店零售銷售                 | 290,787      | 3.1  | 364,638   | 4.1  | 323,775   | 50,807    | 3.6          | 168,398   | 3.9   | 291,238   | 45,702  | 5.4  |
| —向加盟商銷售產品 <sup>(1)</sup> | 4,957,273    | 52.8 | 4,584,288 | 51.0 | 5,506,365 | 864,069   | 60.6         | 2,712,007 | 61.9  | 2,988,169 | 468,909 | 55.0 |
| —向線下代理商銷售                | 3,067,207    | 32.6 | 2,683,829 | 29.9 | 1,509,840 | 236,927   | 16.6         | 684,296   | 15.7  | 1,073,836 | 168,508 | 19.8 |
| —線上銷售 <sup>(2)</sup>     | 138,284      | 1.5  | 308,455   | 3.4  | 663,197   | 104,070   | 7.3          | 295,690   | 6.8   | 367,075   | 57,602  | 6.8  |
| —其他銷售渠道 <sup>(3)</sup>   | 11,118       | 0.1  | 114,204   | 1.3  | 33,499    | 5,257     | 0.4          | 12,804    | 0.3   | 97,293    | 15,267  | 1.8  |
| 小計                       | 8,464,669    | 90.1 | 8,055,414 | 89.7 | 8,036,676 | 1,261,130 | 88.5         | 3,873,195 | 88.6  | 4,817,611 | 755,988 | 88.8 |

## 概 要

|                                  | 截至6月30日止財政年度 |       |           |       |           |           | 截至12月31日止六個月 |           |       |           |         |       |
|----------------------------------|--------------|-------|-----------|-------|-----------|-----------|--------------|-----------|-------|-----------|---------|-------|
|                                  | 2019年        |       | 2020年     |       | 2021年     |           | 2020年        |           | 2021年 |           |         |       |
|                                  | 人民幣          | %     | 人民幣       | %     | 人民幣       | 美元        | %            | 人民幣       | %     | 人民幣       |         | 美元    |
|                                  | (未經審計)       |       |           |       |           |           |              |           |       |           |         |       |
|                                  | (以千計，百分比除外)  |       |           |       |           |           |              |           |       |           |         |       |
| — 授權費、基於銷售的特許權使用費及基於銷售的管理及諮詢服務費： |              |       |           |       |           |           |              |           |       |           |         |       |
| — 來自加盟商的收入 <sup>(1)</sup>        |              |       |           |       |           |           |              |           |       |           |         |       |
| — 授權費                            | 13,603       | 0.1   | 58,473    | 0.7   | 53,977    | 8,470     | 0.6          | 20,304    | 0.5   | 42,200    | 6,622   | 0.8   |
| — 基於銷售的特許權使用費                    | 94,374       | 1.0   | 82,444    | 0.9   | 97,848    | 15,354    | 1.1          | 48,093    | 1.1   | 53,392    | 8,378   | 1.0   |
| — 基於銷售的管理及諮詢服務費                  | 491,005      | 5.2   | 426,731   | 4.8   | 488,138   | 76,600    | 5.4          | 240,465   | 5.5   | 263,002   | 41,272  | 4.8   |
| — 來自線下代理商的收入                     |              |       |           |       |           |           |              |           |       |           |         |       |
| — 授權費                            | 13,620       | 0.1   | 19,996    | 0.2   | 18,415    | 2,890     | 0.2          | 10,390    | 0.2   | 9,172     | 1,439   | 0.2   |
| 小計                               | 612,602      | 6.5   | 587,644   | 6.6   | 658,378   | 103,314   | 7.3          | 319,252   | 7.3   | 367,766   | 57,711  | 6.8   |
| — 其他 <sup>(4)</sup>              | 317,640      | 3.4   | 335,928   | 3.7   | 376,605   | 59,098    | 4.2          | 177,413   | 4.1   | 241,531   | 37,901  | 4.4   |
| 合計                               | 9,394,911    | 100.0 | 8,978,986 | 100.0 | 9,071,659 | 1,423,542 | 100.0        | 4,369,860 | 100.0 | 5,426,908 | 851,600 | 100.0 |

附註：

- (1) 指向名創合夥人銷售／來自名創合夥人的收入。
- (2) 線上銷售不包括通過O2O平台銷售，通過O2O平台的銷售計入通過線下渠道的銷售。於往績記錄期間，第三方電商平台自營店的所得收入佔線上銷售總收入的90%以上。
- (3) 「其他銷售渠道」主要指團購渠道。
- (4) 「其他」主要指向加盟商和代理商銷售裝修材料。

## 概 要

下表載列於所示期間我們按收入來源劃分的毛利及毛利率之明細：

|                                      | 截至6月30日止財政年度     |                  |                  |                | 截至12月31日止六個月     |                  |                |
|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|
|                                      | 2019年            | 2020年            | 2021年            |                | 2020年            | 2021年            |                |
|                                      | 人民幣              | 人民幣              | 人民幣              | 美元             | 人民幣              | 人民幣              | 美元             |
|                                      |                  |                  |                  |                | (未經審計)           |                  |                |
|                                      |                  |                  |                  |                | (以千計)            |                  |                |
| <b>毛利：</b>                           |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
| — 生活家居產品及潮流玩具產品銷售：                   |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
| — 自營店零售銷售                            | 175,175          | 168,646          | 135,137          | 21,206         | 37,909           | 218,098          | 34,224         |
| — 向加盟商銷售產品                           | 818,381          | 843,526          | 919,152          | 144,235        | 450,386          | 531,867          | 83,462         |
| — 向線下代理商銷售                           | 699,989          | 863,589          | 456,768          | 71,677         | 223,168          | 325,913          | 51,143         |
| — 線上銷售                               | 22,594           | 79,795           | 125,412          | 19,680         | 65,889           | 81,961           | 12,861         |
| — 其他銷售渠道                             | 6,644            | 45,648           | 11,209           | 1,759          | 4,067            | 14,409           | 2,261          |
| 小計                                   | 1,722,783        | 2,001,204        | 1,647,678        | 258,557        | 781,419          | 1,172,248        | 183,951        |
| — 授權費、基於銷售的特許權使用費及<br>基於銷售的管理及諮詢服務費： |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
| — 來自加盟商的收入                           |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
| — 授權費                                | 13,603           | 58,473           | 53,977           | 8,470          | 20,304           | 42,200           | 6,622          |
| — 基於銷售的特許權使用費                        | 94,374           | 82,444           | 97,848           | 15,354         | 48,093           | 53,392           | 8,378          |
| — 基於銷售的管理及諮詢服務費                      | 491,005          | 426,731          | 488,138          | 76,600         | 240,465          | 263,002          | 41,272         |
| — 來自線下代理商的收入                         |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
| — 授權費                                | 13,620           | 19,996           | 18,415           | 2,890          | 10,390           | 9,172            | 1,439          |
| 小計                                   | 612,602          | 587,644          | 658,378          | 103,314        | 319,252          | 367,766          | 57,711         |
| — 其他                                 | 175,595          | 143,650          | 124,630          | 19,557         | 64,473           | 51,328           | 8,054          |
| <b>合計</b>                            | <b>2,510,980</b> | <b>2,732,498</b> | <b>2,430,686</b> | <b>381,428</b> | <b>1,165,144</b> | <b>1,591,342</b> | <b>249,716</b> |

## 概 要

|                                      | 截至6月30日止財政年度 |       |       | 截至12月31日止六個月 |       |
|--------------------------------------|--------------|-------|-------|--------------|-------|
|                                      | 2019年        | 2020年 | 2021年 | 2020年        | 2021年 |
|                                      |              |       |       | (未經審計)       |       |
| 毛利率(%)：                              |              |       |       |              |       |
| —生活家居產品及潮流玩具產品銷售：                    |              |       |       |              |       |
| — 自營店零售銷售                            | 60.2         | 46.3  | 41.7  | 22.5         | 74.9  |
| — 向加盟商銷售產品                           | 16.5         | 18.4  | 16.7  | 16.6         | 17.8  |
| — 向線下代理商銷售                           | 22.8         | 32.2  | 30.3  | 32.6         | 30.4  |
| — 線上銷售                               | 16.3         | 25.9  | 18.9  | 22.3         | 22.3  |
| — 其他銷售渠道                             | 59.8         | 40.0  | 33.5  | 31.8         | 14.8  |
| 小計                                   | 20.4         | 24.8  | 20.5  | 20.2         | 24.3  |
| — 授權費、基於銷售的特許權使用費及<br>基於銷售的管理及諮詢服務費： |              |       |       |              |       |
| — 來自加盟商的收入                           |              |       |       |              |       |
| — 授權費                                | 100.0        | 100.0 | 100.0 | 100.0        | 100.0 |
| — 基於銷售的特許權使用費                        | 100.0        | 100.0 | 100.0 | 100.0        | 100.0 |
| — 基於銷售的管理及諮詢服務費                      | 100.0        | 100.0 | 100.0 | 100.0        | 100.0 |
| — 來自線下代理商的收入                         |              |       |       |              |       |
| — 授權費                                | 100.0        | 100.0 | 100.0 | 100.0        | 100.0 |
| 小計                                   | 100.0        | 100.0 | 100.0 | 100.0        | 100.0 |
| — 其他                                 | 55.3         | 42.8  | 33.1  | 36.3         | 21.3  |
| 合計                                   | 26.7         | 30.4  | 26.8  | 26.7         | 29.3  |

我們於自營店銷售生活家居及潮流玩具產品的毛利率從截至2020年12月31日止六個月的22.5%增至截至2021年12月31日止六個月的74.9%，主要是由於(i)截至2020年12月31日止六個月，我們主要於海外市場進行促銷活動以應對COVID-19疫情的負面影響，而截至2021年12月31日止六個月，隨著我們於海外市場的業務運營逐漸從疫

## 概 要

情中恢復過來，該等促銷活動大幅減少；(ii) 品牌聯名IP產品收入增加，該類產品通常具有較高的毛利率；及(iii) 海外市場自營店的收入增加，其通常具有較高的毛利率。

我們的生活家居產品及潮流玩具產品銷售的毛利率從截至2020年6月30日止財政年度的24.8%減至截至2021年6月30日止財政年度的20.5%，主要由於(i) 自營店零售銷售的毛利率由46.3%減至41.7%；(ii) 向加盟商銷售產品的毛利率由18.4%減至16.7%；及(iii) 線上銷售的毛利率由25.9%減至18.9%，主要是由於我們致力通過促銷來加快業務增長，以減輕因COVID-19疫情實施限制的影響。

我們其他收入的毛利率（主要指向加盟商和代理商銷售裝修材料）從截至2020年6月30日止財政年度的42.8%減至截至2021年6月30日止財政年度的33.1%。我們其他收入的毛利率亦從截至2020年12月31日止六個月的36.3%減至截至2021年12月31日止六個月的21.3%。這兩項變化主要是由於以相對優惠的價格向加盟商銷售裝修材料的增長所致。

我們向線下代理商銷售生活家居產品及潮流玩具產品產生的收入由截至2019年6月30日止財政年度的人民幣31億元減至截至2020年6月30日止財政年度的人民幣27億元，進一步減至截至2021年6月30日止財政年度的人民幣15億元，主要是由於COVID-19疫情對海外市場的負面影響。我們向線下代理商銷售生活家居產品及潮流玩具產品的毛利率於截至2019年6月30日止財政年度為22.8%，低於截至2020年6月30日止財政年度的32.2%及截至2021年6月30日止財政年度的30.3%，主要是由於(i) 於截至2019年6月30日止財政年度，我們適用的增值稅稅率較高（之後中國政府降低了稅率）；及(ii) 截至2019年6月30日止財政年度的品牌聯名IP產品所佔比例較低，此類產品通常具有較高的毛利率。

下表載列於所示期間我們按品牌劃分的收入組成部分，以金額及佔總收入的百分比列示：

|                   | 截至6月30日止財政年度     |              |                  |              |                  |                  | 截至12月31日止六個月 |                  |              |                  |                |              |
|-------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|----------------|--------------|
|                   | 2019年            |              | 2020年            |              | 2021年            |                  | 2020年        |                  | 2021年        |                  |                |              |
|                   | 人民幣              | %            | 人民幣              | %            | 人民幣              | 美元               | %            | 人民幣              | %            | 人民幣              | 美元             | %            |
|                   | (未經審計)           |              |                  |              |                  |                  |              |                  |              |                  |                |              |
|                   | (以千計，百分比除外)      |              |                  |              |                  |                  |              |                  |              |                  |                |              |
| 收入：               |                  |              |                  |              |                  |                  |              |                  |              |                  |                |              |
| 名創優品品牌            | 9,143,883        | 97.3         | 8,721,620        | 97.1         | 8,735,947        | 1,370,861        | 96.3         | 4,237,663        | 97.0         | 5,074,106        | 796,238        | 93.5         |
| TOP TOY 品牌        | -                | -            | -                | -            | 98,241           | 15,416           | 1.1          | 2,617            | 0.1          | 240,328          | 37,713         | 4.4          |
| 其他 <sup>(1)</sup> | 251,028          | 2.7          | 257,366          | 2.9          | 237,471          | 37,265           | 2.6          | 129,580          | 2.9          | 112,474          | 17,649         | 2.1          |
| 合計                | <u>9,394,911</u> | <u>100.0</u> | <u>8,978,986</u> | <u>100.0</u> | <u>9,071,659</u> | <u>1,423,542</u> | <u>100.0</u> | <u>4,369,860</u> | <u>100.0</u> | <u>5,426,908</u> | <u>851,600</u> | <u>100.0</u> |

## 概 要

附註：

- (1) 「其他」主要是指「生活優品」品牌。

下表載列於所示期間我們按品牌劃分的毛利及毛利率之明細：

|                   | 截至6月30日止財政年度     |                  |                  |                | 截至12月31日止六個月     |                  |                |
|-------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|
|                   | 2019年            | 2020年            | 2021年            |                | 2020年            | 2021年            |                |
|                   | 人民幣              | 人民幣              | 人民幣              | 美元             | 人民幣              | 人民幣              | 美元             |
|                   | (未經審計)           |                  |                  |                |                  |                  |                |
|                   | (以千計)            |                  |                  |                |                  |                  |                |
| 毛利：               |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
| 名創優品品牌            | 2,465,501        | 2,673,959        | 2,372,677        | 372,325        | 1,137,240        | 1,559,260        | 244,682        |
| TOP TOY品牌         | -                | -                | 11,536           | 1,810          | 1,086            | 7,592            | 1,191          |
| 其他 <sup>(1)</sup> | 45,479           | 58,539           | 46,473           | 7,293          | 26,818           | 24,490           | 3,843          |
| 合計                | <u>2,510,980</u> | <u>2,732,498</u> | <u>2,430,686</u> | <u>381,428</u> | <u>1,165,144</u> | <u>1,591,342</u> | <u>249,716</u> |

附註：

- (1) 「其他」主要是指「生活優品」品牌。

|                   | 截至6月30日止財政年度 |             |             | 截至12月31日止六個月 |             |
|-------------------|--------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
|                   | 2019年        | 2020年       | 2021年       | 2020年        | 2021年       |
|                   | (未經審計)       |             |             |              |             |
| 毛利率(%)：           |              |             |             |              |             |
| 名創優品品牌            |              | 27.0        | 30.7        | 27.2         | 30.7        |
| TOP TOY品牌         |              | -           | -           | 11.7         | 3.2         |
| 其他 <sup>(1)</sup> |              | 18.1        | 22.7        | 20.7         | 21.8        |
| 合計                |              | <u>26.7</u> | <u>30.4</u> | <u>26.8</u>  | <u>29.3</u> |

附註：

- (1) 「其他」主要是指「生活優品」品牌。

## 概 要

我們TOP TOY品牌的毛利率由截至2020年12月31日止六個月的41.5%降至截至2021年6月30日止全年的11.7%，主要是由於TOP TOY品牌的銷售渠道組合發生了改變，向加盟商銷售的比例顯著增加，因為我們在2020年12月才推出該品牌，毛利率進一步降至截至2021年12月31日止六個月的3.2%，原因是於截至2021年12月31日止六個月，向加盟商銷售的增加以及按相對優惠的價格向加盟商銷售裝修材料的增加。

我們對銷售的產品採用成本加成定價策略。我們銷售的產品由第三方製造商生產。我們基於採購成本加成為向客戶銷售的產品進行產品定價，且不同類別的絕大多數產品擁有相似的毛利率。因此，我們的毛利率水平取決於我們對成本的加成水平。

下表載列於所示期間TOP TOY業務產生的收入明細：

|                                   | 截至6月30日止財政年度 |          |               | 截至12月31日止六個月  |              |                |               |
|-----------------------------------|--------------|----------|---------------|---------------|--------------|----------------|---------------|
|                                   | 2019年        | 2020年    | 2021年         | 2020年         | 2021年        |                |               |
|                                   | 人民幣          | 人民幣      | 人民幣           | 美元            | 人民幣          | 人民幣            | 美元            |
|                                   |              |          |               |               | (未經審計)       |                |               |
|                                   |              |          |               | (以千計)         |              |                |               |
| 潮流玩具銷售                            | -            | -        | 60,606        | 9,510         | 2,327        | 172,262        | 27,032        |
| 授權費、基於銷售的特許權使用費及<br>基於銷售的管理及諮詢服務費 | -            | -        | 4,617         | 725           | -            | 7,460          | 1,171         |
| 其他 <sup>(1)</sup>                 | -            | -        | 33,018        | 5,181         | 290          | 60,606         | 9,510         |
| <b>合計</b>                         | <b>-</b>     | <b>-</b> | <b>98,241</b> | <b>15,416</b> | <b>2,617</b> | <b>240,328</b> | <b>37,713</b> |

附註：

(1) 「其他」主要指向加盟商銷售裝修材料。

我們於2020年12月推出TOP TOY業務。TOP TOY品牌產生的收入由截至2020年12月31日止六個月的人民幣2.6百萬元增至截至2021年12月31日止六個月的人民幣240.3百萬元，主要由於TOP TOY門店數量的增長。截至2021年12月31日TOP TOY門店數量迅速增至89家。此外，我們於2021年進一步推出TOP TOY品牌產品的線上銷售並於截至2021年12月31日止六個月產生人民幣15.9百萬元的收入，亦為截至2020年12月31日止六個月至截至2021年12月31日止六個月的收入增長作出貢獻。其他主要指向

## 概 要

加盟商銷售裝修材料，其由截至2020年12月31日止六個月的人民幣0.3百萬元顯著增至截至2021年12月31日止六個月的人民幣60.6百萬元。該增加主要由於TOP TOY門店數量迅速增加及我們的名創合夥人向我們購買其門店運營所需的門店建設和裝修材料。

下表載列於所示期間我們按地理區域劃分的收入：

|                | 截至6月30日止財政年度     |              |                  |              |                  |                  | 截至12月31日止六個月 |                  |              |                  |                |              |
|----------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|----------------|--------------|
|                | 2019年            |              | 2020年            |              | 2021年            |                  | 2020年        |                  | 2021年        |                  |                |              |
|                | 人民幣              | %            | 人民幣              | %            | 人民幣              | 美元               | %            | 人民幣              | %            | 人民幣              | 美元             | %            |
|                | (未經審計)           |              |                  |              |                  |                  |              |                  |              |                  |                |              |
|                | (以千計，百分比除外)      |              |                  |              |                  |                  |              |                  |              |                  |                |              |
| 收入：            |                  |              |                  |              |                  |                  |              |                  |              |                  |                |              |
| 中國             | 6,363,998        | 67.7         | 6,044,100        | 67.3         | 7,291,219        | 1,144,152        | 80.4         | 3,556,678        | 81.4         | 4,086,285        | 641,227        | 75.3         |
| 亞洲國家<br>(中國除外) | 1,738,348        | 18.5         | 1,428,035        | 15.9         | 961,622          | 150,899          | 10.6         | 424,878          | 9.7          | 571,636          | 89,702         | 10.5         |
| 美洲             | 1,049,334        | 11.2         | 1,221,058        | 13.6         | 584,630          | 91,741           | 6.4          | 277,743          | 6.4          | 595,630          | 93,467         | 11.0         |
| 歐洲             | 124,600          | 1.3          | 172,169          | 1.9          | 117,214          | 18,393           | 1.3          | 64,260           | 1.5          | 119,013          | 18,676         | 2.2          |
| 其他             | 118,631          | 1.3          | 113,624          | 1.3          | 116,974          | 18,357           | 1.3          | 46,301           | 1.0          | 54,344           | 8,528          | 1.0          |
| 合計             | <u>9,394,911</u> | <u>100.0</u> | <u>8,978,986</u> | <u>100.0</u> | <u>9,071,659</u> | <u>1,423,542</u> | <u>100.0</u> | <u>4,369,860</u> | <u>100.0</u> | <u>5,426,908</u> | <u>851,600</u> | <u>100.0</u> |

下表載列於所示期間我們中國及海外市場業務的毛利及毛利率：

|      | 截至6月30日止財政年度 |                  |                  |                  | 截至12月31日止六個月   |                  |                  |                |
|------|--------------|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|
|      | 2019年        | 2020年            | 2021年            |                  | 2020年          | 2021年            |                  |                |
|      | 人民幣          | 人民幣              | 人民幣              | 美元               | 人民幣            | 人民幣              | 美元               |                |
|      | (未經審計)       |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
|      | (以千計)        |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
| 毛利：  |              |                  |                  |                  |                |                  |                  |                |
| 中國   |              | 1,636,030        | 1,662,512        | 1,813,068        | 284,510        | 893,868          | 1,026,520        | 161,083        |
| 海外市場 |              | 874,950          | 1,069,986        | 617,618          | 96,918         | 271,276          | 564,822          | 88,633         |
| 合計   |              | <u>2,510,980</u> | <u>2,732,498</u> | <u>2,430,686</u> | <u>381,428</u> | <u>1,165,144</u> | <u>1,591,342</u> | <u>249,716</u> |



## 概 要

|         | 截至6月30日止財政年度 |       |       | 截至12月31日止六個月 |       |
|---------|--------------|-------|-------|--------------|-------|
|         | 2019年        | 2020年 | 2021年 | 2020年        | 2021年 |
|         |              |       |       | (未經審計)       |       |
| 毛利率(%)： |              |       |       |              |       |
| 中國      | 25.7         | 27.5  | 24.9  | 25.1         | 25.1  |
| 海外市場    | 28.9         | 36.5  | 34.7  | 33.4         | 42.1  |
| 合計      | 26.7         | 30.4  | 26.8  | 26.7         | 29.3  |

我們中國業務的毛利率由截至2019年6月30日止財政年度的25.7%增至截至2020年6月30日止財政年度的27.5%，我們海外市場的毛利率由截至2019年6月30日止財政年度的28.9%增至截至2020年6月30日止財政年度的36.5%。這兩項變化主要是由於(i)我們適用的增值稅稅率的降低；及(ii)我們的品牌聯名IP產品的整體擴張，其通常具有較高的毛利率。截至2020年6月30日止財政年度，我們與迪士尼展開合作並實現了與漫威聯名開發的SKU數量的大幅增長。

我們中國業務的毛利率由截至2020年6月30日止財政年度的27.5%減至截至2021年6月30日止財政年度的24.9%，我們海外市場的毛利率由截至2020年6月30日止財政年度的36.5%減至截至2021年6月30日止財政年度的34.7%。這兩項變化主要是由於我們致力通過促銷來加快業務增長，以減輕因COVID-19疫情實施限制的影響。

截至2020年及2021年12月31日止六個月，我們中國業務的毛利率均保持穩定。我們海外市場業務的毛利率由截至2020年12月31日止六個月的33.4%增至截至2021年12月31日止六個月的42.1%，主要原因是我們直營市場的收入貢獻增加，該等市場的毛利率通常較高。此外，我們的毛利率亦受到經擴張IP產品的積極影響，該IP產品通常具有較高的毛利率。截至2021年12月31日止六個月，我們進一步擴大了與IP許可方的合作，並實現了與漫威及迪士尼等IP許可方聯名開發的SKU數量的大幅增長。

我們的收入由截至2019年6月30日止財政年度的人民幣9,394.9百萬元減少4.4%至截至2020年6月30日止財政年度的人民幣8,979.0百萬元，這是由於我們的產品銷售額由人民幣8,464.7百萬元減少4.8%至人民幣8,055.4百萬元，以及授權費、基於銷售的特許權使用費及基於銷售的管理及諮詢服務費收入由人民幣612.6百萬元減少4.1%至人民幣587.6百萬元。

---

## 概 要

---

我們收入的下降主要歸因於期內COVID-19對我們於中國以及國際運營的負面影響。由於COVID-19導致暫時關閉店面、縮短營業時間以及暫停運輸，我們於中國市場產生的收入由截至2019年6月30日止財政年度的人民幣6,364.0百萬元減少5.0%至截至2020年6月30日止財政年度的人民幣6,044.1百萬元，以及同期我們於國際市場產生的收入由人民幣3,030.9百萬元減少3.2%至人民幣2,934.9百萬元。請參閱「財務資料－COVID-19對我們經營及財務表現的影響」。

我們的收入由截至2020年6月30日止財政年度的人民幣8,979.0百萬元增加1.0%至截至2021年6月30日止財政年度的人民幣9,071.7百萬元(1,423.5百萬美元)，主要歸因於我們在中國產生的業務收入增加，部分被我們國際市場產生的收入減少所抵銷。截至2021年6月30日止財政年度，我們在中國產生的業務收入為人民幣7,291.2百萬元(1,144.2百萬美元)，較截至2020年6月30日止財政年度的人民幣6,044.1百萬元增長了20.6%。中國市場收入的增長主要是由於(i)中國名創優品門店的平均數量及單店收入的增加；(ii)我們於電子商務業務中投入更多資源以應對疫情的負面影響，導致電子商務業務的收入增加；及(iii)我們於2020年12月推出的TOP TOY業務產生的收入貢獻。

截至2021年6月30日止財政年度，COVID-19疫情繼續影響我們的運營和業績，特別是我們的國際業務。由於COVID-19疫情導致暫時關閉店面、縮短營業時間以及暫停運輸，我們國際市場產生的收入由截至2020年6月30日止財政年度的人民幣2,934.9百萬元下降39.3%至截至2021年6月30日止財政年度的人民幣1,780.5百萬元(279.4百萬美元)。請參閱「財務資料－COVID-19對我們經營及財務表現的影響」。

我們的收入由截至2020年12月31日止六個月的人民幣4,369.9百萬元增加24.2%至截至2021年12月31日止六個月的人民幣5,426.9百萬元(851.6百萬美元)，主要是由於生活家居產品和潮流玩具產生的銷售收入增加，由截至2020年12月31日止六個月的人民幣3,873.2百萬元增加24.4%至截至2021年12月31日止六個月的人民幣4,817.6百萬元(756.0百萬美元)。生活家居產品和潮流玩具產生的銷售收入增加主要是由於(i)名創優品門店和TOP TOY門店數量的增加；(ii)與2020年下半年相比，2021年下半年名創優品門店在海外市場的業務運營從COVID-19疫情中逐漸恢復；及(iii)由於我們在電子商務方面的持續努力，來自線上銷售和其他銷售渠道的收入增加。

## 概 要

### 節選綜合財務狀況表

下表載列截至所示日期綜合財務狀況表的概要：

|                      | 截至6月30日          |                  |                   |                  | 截至12月31日          |                  |
|----------------------|------------------|------------------|-------------------|------------------|-------------------|------------------|
|                      | 2019年            | 2020年            | 2021年             |                  | 2021年             |                  |
|                      | 人民幣              | 人民幣              | 人民幣               | 美元               | 人民幣               | 美元               |
|                      |                  |                  | (以千計)             |                  |                   |                  |
| <b>非流動資產</b>         |                  |                  |                   |                  |                   |                  |
| 物業、廠房及設備             | 115,845          | 88,062           | 76,316            | 11,976           | 376,021           | 59,006           |
| 使用權資產                | 460,868          | 502,867          | 689,887           | 108,258          | 2,391,803         | 375,326          |
| 無形資產                 | 49,876           | 69,091           | 61,005            | 9,573            | 53,319            | 8,367            |
| 商譽                   | –                | –                | 19,640            | 3,082            | 19,640            | 3,082            |
| 遞延稅項資產               | 87,807           | 183,520          | 168,552           | 26,449           | 161,018           | 25,267           |
| 預付款項                 | –                | 6,112            | 138,481           | 21,731           | 203,390           | 31,916           |
| 以權益法入賬的<br>被投資公司權益   | –                | –                | 352,062           | 55,246           | –                 | –                |
| <b>非流動資產總值</b>       | <b>714,396</b>   | <b>849,652</b>   | <b>1,505,943</b>  | <b>236,315</b>   | <b>3,205,191</b>  | <b>502,964</b>   |
| <b>流動資產</b>          |                  |                  |                   |                  |                   |                  |
| 其他投資                 | 356,265          | –                | 102,968           | 16,158           | 208,289           | 32,685           |
| 存貨                   | 1,308,957        | 1,395,674        | 1,496,061         | 234,765          | 1,360,994         | 213,570          |
| 貿易及其他應收款項            | 830,751          | 729,889          | 824,725           | 129,417          | 1,113,506         | 174,733          |
| 現金及現金等價物             | 1,546,280        | 2,853,980        | 6,771,653         | 1,062,620        | 5,151,456         | 808,376          |
| 受限制現金                | 8,917            | 7,056            | 3,680             | 577              | 7,347             | 1,153            |
| 持有待售資產               | 460,549          | –                | –                 | –                | –                 | –                |
| <b>流動資產總值</b>        | <b>4,511,719</b> | <b>4,986,599</b> | <b>9,199,087</b>  | <b>1,443,537</b> | <b>7,841,592</b>  | <b>1,230,517</b> |
| <b>資產總值</b>          | <b>5,226,115</b> | <b>5,836,251</b> | <b>10,705,030</b> | <b>1,679,853</b> | <b>11,046,783</b> | <b>1,733,481</b> |
| <b>權益</b>            |                  |                  |                   |                  |                   |                  |
| 本公司權益股東應佔<br>(虧絀)/權益 | (124,789)        | (336,629)        | 6,658,966         | 1,044,937        | 6,736,339         | 1,057,079        |
| 非控股權益                | 10,815           | 13,583           | (6,812)           | (1,069)          | (4,562)           | (716)            |
| <b>(虧絀)/權益總額</b>     | <b>(113,974)</b> | <b>(323,046)</b> | <b>6,652,154</b>  | <b>1,043,868</b> | <b>6,731,777</b>  | <b>1,056,363</b> |

## 概 要

|  | 截至6月30日          |                  |                  |                | 截至12月31日         |                |
|--|------------------|------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
|  | 2019年            | 2020年            | 2021年            |                | 2021年            |                |
|  | 人民幣              | 人民幣              | 人民幣              | 美元             | 人民幣              | 美元             |
|  | (以千計)            |                  |                  |                |                  |                |
| <b>非流動負債</b>                               |                  |                  |                  |                |                  |                |
| 合約負債                                       | 77,673           | 74,226           | 59,947           | 9,407          | 53,572           | 8,407          |
| 貸款及借款                                      | 5,310            | 15,207           | 6,925            | 1,087          | 6,369            | 999            |
| 租賃負債                                       | 309,833          | 378,894          | 483,144          | 75,816         | 411,304          | 64,543         |
| 遞延收益                                       | -                | -                | 20,005           | 3,139          | 16,729           | 2,625          |
| 具有可贖回及其他<br>優先權的實收<br>資本／具有其他<br>優先權的可贖回股份 | 1,701,294        | 2,381,327        | -                | -              | -                | -              |
| <b>非流動負債總額</b>                             | <u>2,094,110</u> | <u>2,849,654</u> | <u>570,021</u>   | <u>89,449</u>  | <u>487,974</u>   | <u>76,574</u>  |
| <b>流動負債</b>                                |                  |                  |                  |                |                  |                |
| 貸款及借款                                      | 2,750            | 401,182          | 13,669           | 2,145          | 5,182            | 813            |
| 貿易及其他應付款項                                  | 2,363,739        | 2,419,795        | 2,809,182        | 440,822        | 3,189,086        | 500,437        |
| 合約負債                                       | 243,873          | 218,287          | 266,919          | 41,885         | 276,537          | 43,395         |
| 租賃負債                                       | 186,737          | 224,080          | 321,268          | 50,414         | 268,425          | 42,122         |
| 遞延收益                                       | -                | -                | 6,060            | 951            | 5,980            | 938            |
| 即期稅項                                       | 84,216           | 46,299           | 65,757           | 10,319         | 81,822           | 12,840         |
| 與持有待售資產<br>直接相關的負債                         | 364,664          | -                | -                | -              | -                | -              |
| <b>流動負債總額</b>                              | <u>3,245,979</u> | <u>3,309,643</u> | <u>3,482,855</u> | <u>546,536</u> | <u>3,827,032</u> | <u>600,545</u> |
| <b>負債總額</b>                                | <u>5,340,089</u> | <u>6,159,297</u> | <u>4,052,876</u> | <u>635,985</u> | <u>4,315,006</u> | <u>677,119</u> |
| <b>流動資產淨值</b>                              | <u>1,265,740</u> | <u>1,676,956</u> | <u>5,716,232</u> | <u>897,001</u> | <u>4,014,560</u> | <u>629,972</u> |

截至上述每個資產負債表日期，我們均錄入流動資產淨值。流動資產淨值由截至2020年6月30日的人民幣1,677.0百萬元大幅增至截至2021年6月30日的人民幣5,716.2百萬元（897.0百萬美元），主要是由於我們在美國首次公開發售獲得的募集資金導致的現金及現金等價物增加。流動資產淨值由截至2021年6月30日的人民幣5,716.2百萬元

---

## 概 要

---

(897.0百萬美元)減至截至2021年12月31日的人民幣4,014.6百萬元(630.0百萬美元)，主要是由於我們的現金及現金等價物減少，這主要歸因於我們將現金投資於總部大樓項目。

我們的非流動資產總值由截至2020年6月30日的人民幣849.7百萬元增至截至2021年6月30日的人民幣1,505.9百萬元(236.3百萬美元)，主要是由於(i)以權益法入賬的被投資公司YGF Investment V Limited的權益增加人民幣352.1百萬元；(ii)主要與辦公室新租賃有關的使用權資產增加人民幣187.0百萬元；及(iii)主要與購買公寓以供日後員工住宿有關的預付款項增加人民幣132.4百萬元。截至2021年12月31日，我們的非流動資產總值進一步增至人民幣3,205.2百萬元(503.0百萬美元)，主要是由於通過收購YGF Investment V Limited 80%的餘下權益獲得了一塊土地的土地使用權。我們的非流動負債總額由截至2019年6月30日的人民幣2,094.1百萬元增至截至2020年6月30日的人民幣2,849.7百萬元，主要是由於具有其他優先權的可贖回股份的公允價值增加。我們的非流動負債總額由截至2020年6月30日的人民幣2,849.7百萬元減至截至2021年6月30日的人民幣570.0百萬元(89.4百萬美元)，主要是由於以下事實，即我們於2020年10月15日在紐交所上市後，所有A輪優先股均被轉換並重新指定為A類普通股，且可贖回股份和其他優先權的結餘變為零。

截至2019年6月30日，我們的負債淨額為人民幣114.0百萬元，截至2020年6月30日為人民幣323.0百萬元。負債淨額增加主要是由於年內虧損人民幣260.2百萬元，這主要是由於與具有可贖回及其他優先權的實收資本／具有其他優先權的可贖回股份的公允價值變動有關的虧損，以及已終止經營業務的虧損。截至2021年6月30日，我們的淨資產為人民幣6,652.2百萬元，而截至2020年6月30日為負債淨額人民幣323.0百萬元。從負債淨額到淨資產的重大變化主要是由於與首次公開發售有關的普通股發行導致淨資產增加人民幣4,178.9百萬元，以及由於在美國完成首次公開發售後，A輪優先股轉換為A類普通股，導致股本及資本公積增加人民幣3,963.8百萬元。截至2021年6月30日，我們的淨資產為人民幣6,652.2百萬元，截至2021年12月31日為人民幣6,731.8百萬元。淨資產增加主要是由於期內利潤人民幣338.6百萬元，部分被截至2021年12月31日止六個月的已宣派股息人民幣306.3百萬元所抵銷。

## 概 要

### 關鍵財務比率

下表載列截至所示年度／期間我們的關鍵財務比率：

|   | 截至6月30日止財政年度       |                    |       | 截至12月31日止六個月 |       |
|---|--------------------|--------------------|-------|--------------|-------|
|   | 2019年              | 2020年              | 2021年 | 2020年        | 2021年 |
| 毛利率 <sup>(1)</sup>                            | 26.7               | 30.4               | 26.8  | 26.7         | 29.3  |
| 經調整淨利潤率<br>(非《國際財務報告準則》<br>指標) <sup>(2)</sup> | 9.0                | 10.4               | 5.3   | 4.3          | 7.2   |
|   | 截至6月30日            |                    |       | 截至12月31日     |       |
|   | 2019年              | 2020年              | 2021年 | 2021年        |       |
| 資本負債比率 <sup>(3)</sup>                         | 不適用 <sup>(4)</sup> | 不適用 <sup>(4)</sup> | 0.3   | 0.2          |       |
| 流動比率 <sup>(5)</sup>                           | 1.4                | 1.5                | 2.6   | 2.1          |       |

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以年度／期間收入再乘以100%。
- (2) 經調整淨利潤率(非《國際財務報告準則》指標)等於經調整利潤除以年度／期間的收入再乘以100%。請參閱「非《國際財務報告準則》財務指標」。
- (3) 資本負債比率等於截至年末／期末的貸款及借款(流動負債項下的貸款及借款以及非流動負債項下的貸款及借款之和)除以權益總額,再乘以100%。
- (4) 由於我們分別於截至2019年及2020年6月30日確認虧絀總額,故資本負債比率不適用。
- (5) 流動比率等於截至年末／期末的流動資產除以流動負債。

我們的毛利率由截至2020年6月30日止財政年度的30.4%降至截至2021年6月30日止財政年度的26.8%，這主要是受我們的國際業務收入貢獻下降所致，而我們國際業務的毛利率通常高於國內業務的毛利率。

我們的經調整淨利潤率(非《國際財務報告準則》指標)由截至2020年6月30日止財政年度的10.4%降至截至2021年6月30日止財政年度的5.3%，這主要是由於COVID-19疫情主要對海外市場的負面影響導致我們毛利率下降。

## 概 要

我們的資本負債比率由截至2021年6月30日的0.3%降至截至2021年12月31日的0.2%，主要是由於流動負債項下的貸款及借款由截至2021年6月30日的人民幣13.7百萬元減至截至2021年12月31日的人民幣5.2百萬元。

我們的流動比率由截至2020年6月30日的1.5大幅增至截至2021年6月30日的2.6，主要是由於流動資產總值大幅增加人民幣4,212.5百萬元，原因是現金及現金等價物增加人民幣4,020.6百萬元，及其他投資增加人民幣103.0百萬元，主要是由於我們收到美國首次公開發售募集資金及業務運營產生的現金流。

我們的流動比率由截至2021年6月30日的2.6減至截至2021年12月31日的2.1，主要是由於流動資產總值減少人民幣1,357.5百萬元，原因是現金及現金等價物減少人民幣1,620.2百萬元，部分被其他投資增加人民幣105.3百萬元所抵銷，主要是由於我們收購YGF Investment V Limited剩餘的80%股權。

### 合併現金流量表概要

下表載列我們於所示期間的現金流量概要：

|                   | 截至6月30日止財政年度 |           |           |          | 截至12月31日止六個月 |             |           |
|-------------------|--------------|-----------|-----------|----------|--------------|-------------|-----------|
|                   | 2019年        | 2020年     | 2021年     |          | 2020年        | 2021年       |           |
|                   | 人民幣          | 人民幣       | 人民幣       | 美元       | 人民幣          | 人民幣         | 美元        |
|                   |              |           |           |          |              |             |           |
|                   |              |           |           | (以千計)    |              |             | (未經審計)    |
| 經營活動所得現金淨額        | 1,038,471    | 826,484   | 916,320   | 143,791  | 806,423      | 731,741     | 114,826   |
| 投資活動(所用)/所得現金淨額   | (210,915)    | 462,815   | (518,797) | (81,411) | (428,989)    | (1,836,613) | (288,205) |
| 融資活動所得/(所用)現金淨額   | 619,858      | (117,706) | 3,536,184 | 554,904  | 3,639,642    | (496,714)   | (77,945)  |
| 現金及現金等價物增加/(減少)淨額 | 1,447,414    | 1,171,593 | 3,933,707 | 617,284  | 4,017,076    | (1,601,586) | (251,324) |
| 合併現金流量表列示年初/期初的   |              |           |           |          |              |             |           |
| 現金及現金等價物          | 228,106      | 1,686,218 | 2,853,980 | 447,852  | 2,853,980    | 6,771,653   | 1,062,620 |
| 匯率變動對所持現金的影響      | 10,698       | (3,831)   | (16,034)  | (2,516)  | (30,582)     | (18,611)    | (2,920)   |

## 概 要

|                  | 截至6月30日止財政年度     |                  |                  |                  | 截至12月31日止六個月     |                  |                |
|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|
|                  | 2019年            | 2020年            | 2021年            |                  | 2020年            | 2021年            |                |
|                  | 人民幣              | 人民幣              | 人民幣              | 美元               | 人民幣              | 人民幣              | 美元             |
|                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                |
|                  |                  |                  |                  | (以千計)            |                  |                  |                |
|                  |                  |                  |                  |                  |                  |                  | (未經審計)         |
| 合併現金流量表列示年末／期末的  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                |
| 現金及現金等價物         | 1,686,218        | 2,853,980        | 6,771,653        | 1,062,620        | 6,840,474        | 5,151,456        | 808,376        |
| 已終止經營業務的現金及現金等價物 | (139,938)        | -                | -                | -                | -                | -                | -              |
| 綜合財務狀況表列示年末／期末的  |                  |                  |                  |                  |                  |                  |                |
| 現金及現金等價物         | <u>1,546,280</u> | <u>2,853,980</u> | <u>6,771,653</u> | <u>1,062,620</u> | <u>6,840,474</u> | <u>5,151,456</u> | <u>808,376</u> |

### 控股股東

於最後實際可行日期，葉先生（本公司的創始人、董事會主席、執行董事以及首席執行官）和楊雲雲女士（葉先生的配偶及本公司的副總裁）持有本公司已發行總股本的約64.4%，佔本公司已發行和發行在外股份總數總投票權的約76.8%（考慮到他們通過Mini Investment Limited控制的328,290,482股B類普通股的超級投票權以及於2022年3月通過股份激勵控股公司向本公司其他僱員及高級管理層成員終止及轉讓先前授予葉先生的投票代理權（約佔本公司總投票權的4.3%）後）。在本公司股東大會上，每股B類普通股有三票投票權，每股A類普通股有一票投票權。

### 解除我們的不同投票權架構

我們將於上市前召開一次股東週年大會，目的是批准修訂及重述我們的組織章程大綱及章程細則的建議，以便(a)解除我們的不同投票權架構（通過將所有已發行及發行在外的B類普通股重新指定為普通股，使其持有人就每股股份擁有一票投票權）；及(b)遵守適用的《上市規則》，其將於上市後生效。於股東週年大會上，本公司股東將批准採納決議案以修訂及重述本公司現行有效的第二次經修訂及重述組織章程大綱及章程細則，方式為將其整體刪除並替換為組織章程大綱及章程細則。詳情請參閱「股本－我們在上市前後的投票權架構」及「附錄四－公司組織章程及開曼群島《公司法》概要」。



上市後，我們的不同投票權架構將被解除及根據上市後生效的組織章程細則，所有已發行股份（包括葉先生和楊女士通過Mini Investment Limited持有的股份）將轉換和重新指定為普通股，其持有人在本公司股東大會上就每股股份擁有一票投票權。

因此，在全球發售完成後及不同投票權架構解除後，葉先生與楊女士通過Mini Investment Limited、YGF MC Limited、YYY MC Limited及YYY Development Limited，將擁有我們已發行股份總數約62.3%的權益，並將有權在股東大會上行使我們已發行股份的約62.3%的投票權。葉先生、楊女士、Mini Investment Limited、YGF MC、YGF Development、YYY MC及YYY Development均為本公司的一組控股股東。根據上述情況，在上市前和上市後，葉先生與楊女士（連同上文所指的中間公司）將繼續作為本公司的控股股東。詳情請參閱「與控股股東的關係」。

## 近期發展

### COVID-19對我們經營及財務表現的影響

COVID-19疫情嚴重影響到中國和世界其他地區。我們的業務及經營亦因其受到影響。為了遏制COVID-19及其變異體的傳播，包括中國在內的許多國家已採取預防措施，如強制實行旅行限制、對感染或疑似感染COVID-19的人員進行隔離、鼓勵企業員工遠程辦公及取消公共活動等。為保護僱員及消費者的健康和利益以及支持疫情防控工作，我們於2020年初關閉或減少總部和辦公室的工作時長以及作出遠程辦公安排。我們總部及辦公室已重新有序開放，且於2020年6月30日前我們在中國的多數名創優品門店已在正常營業時間營業。自2020年7月至2021年12月期間，中國出現的COVID-19新變異體對我們門店的經營產生了不利影響，由於政府對公眾場所進行限制以降低病毒傳播，導致門店暫時關閉及不時減少營業時長。截至2021年12月31日，我們在中國約3%的名創優品門店暫時關閉。中國若干城市最近實施的封鎖和其他限制性措施，致使該等城市商業區的訪客數量減少及名創優品門店的暫時性關閉額外增加，這兩種情況都影響了名創優品門店的業務。截至2022年4月30日，我們在中國約11%的名創優品門店暫時關閉。與截至2022年3月31日止季度的月均GMV相比，於2022年4月我們在中國的GMV下降約35%。為了減輕因COVID-19所實施限制帶來的影響，我們一直在努力加快線上業務的增長，並通過促銷及其他措施，加快若干城市的庫存周

轉確保健康的營運資金，以應對COVID-19帶來的持續影響。隨著COVID-19疫情在全球不斷的演變以及新變異體的出現，自2020年3月末至2021年12月，在海外市場的名創優品門店亦受到影響而暫時關閉、減少營業時長及／或客流量減少。截至2021年12月31日，海外市場約4%的名創優品門店已暫時關閉。由於COVID-19疫情的區域性復發，大部分恢復營業的門店處於半開狀態或縮短營業時間。COVID-19的這種負面影響亦對我們的門店網絡擴張產生不利影響。近期全球若干地區的COVID-19形勢在一定程度上得到緩解。儘管截至2022年4月30日，我們在海外市場約4%的名創優品門店暫時關閉，與截至2022年3月31日止季度的月均GMV相比，於2022年4月我們在海外市場的GMV增長了約10%。

近期在中國的若干省份爆發了COVID-19的Delta及Omicron變異體，導致我們的物流以及運輸服務供應商運營中斷，這也對我們產品的發貨及交貨產生負面影響。因此，延誤了產品從倉庫到名創優品門店的交貨以及產品從中國到海外市場的交貨。我們及海外代理商增加了在產品交付上的成本。

就財務業績而言，COVID-19對我們業務運營的負面影響導致我們海外經營收入的降低以及在中國銷售額增長的減緩。我們國際市場產生的收入由截至2019年6月30日止財政年度的人民幣3,030.9百萬元減少3.2%至截至2020年6月30日止財政年度的人民幣2,934.9百萬元，並進一步減少39.3%至截至2021年6月30日止財政年度的人民幣1,780.5百萬元（279.4百萬美元）。我們國際市場產生的收入由截至2020年12月31日止六個月的人民幣813.2百萬元增加64.9%至截至2021年12月31日止六個月的人民幣1,340.6百萬元（210.4百萬美元）。儘管我們的2021年銷售額增長亦受到中國若干省份COVID-19的Delta及Omicron變異體爆發的負面影響，我們成功實現了中國市場收入的增長，由截至2020年6月30日止財政年度的人民幣6,044.1百萬元增加20.6%至截至2021年6月30日止財政年度的人民幣7,291.2百萬元（1,144.2百萬美元）。我們在中國產生的收入亦由截至2020年12月31日止六個月的人民幣3,556.7百萬元增加14.9%至截至2021年12月31日止六個月的人民幣4,086.3百萬元（641.2百萬美元）。

我們的收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣2,229.4百萬元增加5.0%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣2,341.0百萬元，主要是由於我們國際業務的恢復。我們在中國產生的收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣1,788.3百萬元增加1.9%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣1,823.0百萬元，以及我們在國際市場產生的收入由截至2021年3月31日止三個月的人民幣441.1百萬元增加17.4%至截至2022年3月31日止三個月的人民幣518.0百萬元。最近，由於COVID-19的反復，我們在實施封鎖城市（如中國深圳、杭州及上海）的業務運營方面，多家中國名創優品門店自2022年初以來已於不同的時間點暫時關閉了一段時間。特別是截至2022年4月30

---

## 概 要

---

日，上海126家名創優品門店（不超過名創優品門店總數的3%）均已暫時關閉。上海近期實施的封鎖並未對我們的整體業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響，因為於整個往績記錄期間，我們上海名創優品門店的GMV僅佔名創優品門店總GMV的3-4%。

### 節選運營數據

下表載列截至2022年3月31日名創優品及TOP TOY的門店數量明細：

|                    |              |
|--------------------|--------------|
| <b>名創優品門店數量</b>    | <b>5,113</b> |
| <b>中國</b>          | <b>3,197</b> |
| 直營店                | 11           |
| 名創合夥人門店            | 3,169        |
| 代理門店               | 17           |
| <b>海外</b>          | <b>1,916</b> |
| 直營店                | 136          |
| 名創合夥人門店            | 207          |
| 代理門店               | 1,573        |
| <b>TOP TOY門店數量</b> | <b>92</b>    |
| 直營店                | 4            |
| 名創合夥人門店            | 88           |

截至2022年3月31日止季度，名創優品門店在中國及海外市場的GMV分別達到人民幣26億元及人民幣15億元。同期，TOP TOY門店的GMV達到人民幣159.8百萬元。

### 財務更新資料

下列截至2021年及2022年3月31日止九個月的節選未經審計綜合損益及其他全面收益表及現金流量數據表，以及截至2022年3月31日的未經審計綜合財務狀況數據表摘錄自本文件附錄一B。本文件附錄一B未經審計簡明中期財務報表乃根據國際會計準則理事會頒佈的《國際會計準則》第34號「中期財務報告」及根據我們截至2021年6月30日以及截至該日止年度的年度綜合財務報表中所採納的相同會計政策編製。

以下中期財務資料應與本文件附錄一A所載歷史財務資料一併閱讀，並作為整體受其限制。我們的過往業績未必反映任何未來期間的預期業績，且截至2022年3月31日止九個月的經營業績未必反映截至2022年6月30日止整個財政年度的預期業績。有

## 概 要

關可能影響我們經營業績的趨勢和其他因素的資料，請參閱本文件其他章節「財務資料」、「風險因素」及「業務」。

除非另有說明，否則本「財務更新資料」一節中人民幣兌美元均按美國聯邦儲備局H.10統計數據所載2022年3月31日的匯率人民幣6.3393元兌1.00美元折算。百分比乃按人民幣金額計算，由於約整可能出現微小差異。

|                       | 截至3月31日止九個月        |                  |                |
|-----------------------|--------------------|------------------|----------------|
|                       | 2021年              | 2022年            |                |
|                       | 人民幣                | 人民幣              | 美元             |
|                       | (以千計，每股數據除外)       |                  |                |
| <b>節選未經審計綜合經營數據表：</b> |                    |                  |                |
| 收入                    | 6,599,304          | 7,767,943        | 1,225,363      |
| 銷售成本                  | (4,807,691)        | (5,470,085)      | (862,885)      |
| <b>毛利</b>             | <b>1,791,613</b>   | <b>2,297,858</b> | <b>362,478</b> |
| 其他收入                  | 48,088             | 20,882           | 3,294          |
| 銷售及分銷開支               | (923,958)          | (1,087,622)      | (171,568)      |
| 一般及行政開支               | (610,694)          | (631,418)        | (99,604)       |
| 其他淨(虧損)/收入            | (62,329)           | 46,463           | 7,329          |
| 貿易及其他應收款項信貸虧損         | (29,510)           | (24,762)         | (3,906)        |
| 非流動資產減值虧損             | -                  | (11,467)         | (1,809)        |
| <b>經營利潤</b>           | <b>213,210</b>     | <b>609,934</b>   | <b>96,214</b>  |
| 財務收入                  | 31,690             | 39,181           | 6,181          |
| 財務成本                  | (20,267)           | (25,407)         | (4,008)        |
| 財務收入淨額                | 11,423             | 13,774           | 2,173          |
| 具有其他優先權的可贖回股份的公允價值變動  | (1,625,287)        | -                | -              |
| 分佔以權益法入賬的被投資公司稅後虧損    | (825)              | (8,162)          | (1,287)        |
| <b>稅前(虧損)/利潤</b>      | <b>(1,401,479)</b> | <b>615,546</b>   | <b>97,100</b>  |
| 所得稅開支                 | (139,118)          | (184,256)        | (29,066)       |
| <b>期內(虧損)/利潤</b>      | <b>(1,540,597)</b> | <b>431,290</b>   | <b>68,034</b>  |

## 收入

我們的收入由截至2021年3月31日止九個月的人民幣6,599.3百萬元增加17.7%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣7,767.9百萬元(1,225.4百萬美元)，主要是由於生活家居產品和潮流玩具產生的銷售收入增加，其由截至2021年3月31日止九個月的人民幣5,849.6百萬元增加18.1%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣6,907.9百萬元(1,089.7百萬美元)。生活家居產品和潮流玩具產生的銷售收入增加主要是由於(i)名創優品門店和TOP TOY門店數量的增加；(ii)與截至2021年3月31日止九個月相比，截至2022年3月31日止九個月名創優品門店在海外市場的業務運營從COVID-19疫情中逐漸恢復；及(iii)由於我們在電子商務方面的持續努力，來自線上銷售和其他銷售渠道的收入增加。

就地理位置而言，我們在中國的業務產生的收入由截至2021年3月31日止九個月的人民幣5,345.0百萬元增加10.6%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣5,909.3百萬元(932.2百萬美元)。國際市場產生的收入亦由截至2021年3月31日止九個月的人民幣1,254.3百萬元增加48.2%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣1,858.7百萬元(293.2百萬美元)，主要是因為名創優品門店在海外市場的運營從COVID-19疫情中逐漸恢復。

## 銷售成本

我們的銷售成本由截至2021年3月31日止九個月的人民幣4,807.7百萬元增加13.8%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣5,470.1百萬元(862.9百萬美元)，主要是由於存貨成本的增加，其由截至2021年3月31日止九個月的人民幣4,764.8百萬元增加12.5%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣5,360.5百萬元(845.6百萬美元)。存貨成本的增加與我們收入的增長大體一致。

## 毛利及毛利率

毛利由截至2021年3月31日止九個月的人民幣1,791.6百萬元增加28.3%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣2,297.9百萬元(362.5百萬美元)，同期毛利率由27.1%增至29.6%。毛利及毛利率的增長主要受(i)我們的國際業務收入貢獻增加所推動，而我們的國際業務的毛利率通常高於國內業務的毛利率，截至2022年3月31日止九個月，國際業務貢獻了我們總收入的23.9%，而截至2021年3月31日止九個月該比例為19.0%；及(ii)我們在中國對名創優品品牌進行戰略升級後推出的若干產品貢獻了較高的毛利率。自2022年以來，我們一直在中國進行名創優品品牌的提升，主要通過提升品牌形象，將其作為一個進入全球約100個國家和地區且擁有逾5,000家門店網絡的全球零售商，並通過提供優質產品來滿足消費者的多樣化消費需求。

### 銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至2021年3月31日止九個月的人民幣924.0百萬元增加17.7%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣1,087.6百萬元(171.6百萬元)。不包括以權益結算的股份支付的開支，同期我們的銷售及分銷開支由人民幣811.8百萬元增加28.7%至人民幣1,044.7百萬元(164.8百萬元)。該增加主要是由於(i)人員相關開支增加；(ii)授權費增加；及(iii)推廣及廣告開支增加。

### 一般及行政開支

我們的一般及行政開支由截至2021年3月31日止九個月的人民幣610.7百萬元增加3.4%至截至2022年3月31日止九個月的人民幣631.4百萬元(99.6百萬元)。不包括以權益結算的股份支付的開支，同期，我們的一般及行政開支由人民幣472.5百萬元增加28.2%至人民幣605.9百萬元(95.6百萬元)，這主要是由於(i)與我們總部大樓項目有關的土地使用權的折舊及攤銷開支增加；(ii)人員相關開支增加；及(iii)信息技術服務費增加。

### 現金流及營運資金

截至2022年3月31日，我們的現金、現金等價物、受限制現金和其他投資為人民幣5,486.3百萬元(865.4百萬元)。

我們的存貨主要包括製成品。我們的存貨由截至2021年12月31日的人民幣1,361.0百萬元減少14.5%至截至2022年3月31日的人民幣1,163.0百萬元(183.5百萬元)，主要是由於我們努力優化營運資金管理以及加快庫存周轉率。

我們的貿易及其他應收款項主要包括貿易應收款項及代加盟商支付的雜項開支。代加盟商支付的雜項開支主要包括人工成本及店舖裝修開支。截至2021年12月31日，我們的貿易及其他應收款項為人民幣1,113.5百萬元，而截至2022年3月31日，我們的貿易及其他應收款項為人民幣1,060.6百萬元(167.3百萬元)。

我們的貿易及其他應付款項主要包括貿易應付款項及押金。押金指從供應商、代理商及加盟商處收取的押金。所有其他貿易應付款項、其他應付款項、應計費用及應付關聯方或加盟商的款項預計將在一年內結清或按要求償還。我們的貿易及其他應付款項由截至2021年12月31日的人民幣32億元減至2022年3月31日的人民幣30億元(470.1百萬元)，主要是由於貿易應付款項減少，這主要是因為於2022年3月末Omicron變異體在中國南方地區導致了一定程度COVID-19疫情復發，導致於2022年3月來自該等地區的供應商的短期採購額減少。

### 經營活動所得現金淨額

截至2022年3月31日止九個月，經營活動所得現金淨額為人民幣1,048.2百萬元（165.3百萬美元）。該金額主要歸因於截至2022年3月31日止九個月期間的利潤人民幣431.3百萬元（68.0百萬美元），扣除已繳納所得稅人民幣171.3百萬元（27.0百萬美元），經若干非現金項目調整，主要包括(i)折舊及攤銷人民幣283.8百萬元（44.8百萬美元）；(ii)稅項開支人民幣184.3百萬元（29.1百萬美元）；及(iii)以權益結算的股份支付的開支人民幣68.4百萬元（10.8百萬美元），以及影響經營現金流的若干營運資金賬戶的變動，主要包括(i)存貨減少人民幣333.0百萬元（52.5百萬美元）；(ii)貿易及其他應付款項增加人民幣86.0百萬元（13.6百萬美元）；及(iii)合約負債增加人民幣52.5百萬元（8.3百萬美元），部分被貿易及其他應收款項增加人民幣189.4百萬元（29.9百萬美元）所抵銷。存貨減少主要由於(i)庫存周轉率加快；及(ii)於2022年3月末的Omicron變異體在中國南方地區導致了一定程度COVID-19疫情復發，導致於2022年3月來自該等地區的供應商的短期採購額減少。貿易及其他應付款項增加主要由於門店數量增加導致保證金增加。合約負債增加主要是由於我們收到預付會員費。貿易及其他應收款項增加主要是由於貿易應收款項、待抵扣增值稅和代加盟商支付的雜項開支增加。

### 投資活動所用現金淨額

截至2022年3月31日止九個月，投資活動所用現金淨額為人民幣1,894.2百萬元（298.8百萬美元），主要包括購買其他投資所支付的人民幣10,985.5百萬元（1,732.9百萬美元）；收購土地使用權付款人民幣891.4百萬元（140.6百萬美元）；購買物業、廠房、設備以及無形資產所支付的人民幣312.7百萬元（49.3百萬美元）及收購附屬公司（扣除所得現金）人民幣683.5百萬元（107.8百萬美元），部分被出售其他投資的所得款項人民幣10,885.5百萬元（1,717.1百萬美元）所抵銷。

### 融資活動所用現金淨額

截至2022年3月31日止九個月，融資活動所用現金淨額為人民幣629.7百萬元（99.3百萬美元），主要是由於支付股息人民幣306.3百萬元（48.3百萬美元）以及支付租賃負債本金部分和利息部分人民幣245.9百萬元（38.8百萬美元）。

### 資本開支

我們的資本開支主要用於建設我們的新總部項目、購買IT系統及裝修我們直營的名創優品門店。截至2021及2022年3月31日止九個月，我們的資本開支分別為人民幣36.2百萬元及人民幣1,204.1百萬元（189.9百萬美元）。我們計劃使用我們現有的現金餘

額、短期投資和經營所得預期現金流來為我們未來的資本開支提供資金。我們將繼續精心制定資本開支計劃以支持我們業務的預期增長。

### 近期監管發展

中國境內監管環境最近已在各領域經歷大量變動和改革，包括最近公佈的《網絡安全審查辦法》及《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》。於2021年12月24日，中國證監會頒佈了《國務院關於境內企業境外發行證券和上市的管理規定(草案徵求意見稿)》及《境內企業境外發行證券和上市備案管理辦法(徵求意見稿)》(統稱「《上市條例草案》」)，該《上市條例草案》為尋求在境外市場直接或間接上市的中國公司制定了新的監管要求和備案程序。《上市條例草案》規定(其中包括)：(i)中國公司在境外市場發行上市的，應當向中國證監會辦理備案手續並報送有關信息，並應在提交首次公開發行上市申請文件後的三個工作日內提交首次備案材料，第二次備案應在發行完成後提交；及(ii)直接或間接在境外市場上市證券的中國公司，擬在境外市場進行後續發行的，應當向中國證監會辦理備案手續，並報告有關情況；並應在後續發售完成之日起三個工作日內提交備案。根據該等法規和條例草案，全球發售可能須經中國證監會、網信辦或其他中國政府部門批准，在這種情況下，我們無法預測是否或我們多久將能夠獲得此類批准。詳情請參閱本文件「風險因素－與在中國經營有關的風險」、「法規－中國內地－有關境外上市的法規」及「法規－中國內地－有關數據、網絡及信息安全的法規」。

### 《網絡安全審查辦法》及《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》

於中國的日常業務運營過程中，我們可能會收集、處理或存儲有關客戶、業務合作夥伴及僱員的各種數據。根據中國法律進行的此類數據的收集、處理或存儲將被視為數據處理活動。據我們的中國法律顧問告知，我們認為，如以當前形式實施，且倘中國附屬公司就其數據處理活動而言為數據處理者，則《網絡安全審查辦法》及《條例草案》將適用於我們中國附屬公司的數據處理活動。



《條例草案》規定(i)處理一百萬人以上個人信息的數據處理者赴國外上市的，或(ii)數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的，應當按照國家有關規定，申報網絡安全審查。截至最後實際可行日期，《條例草案》尚未被正式採納並將受網信辦進一步的指導。當前，《條例草案》發佈後僅頒佈「《網絡安全審查辦法》」，及現行有效的法律法規並未規定「數據處理者赴香港上市，影響或者可能影響國家安全的」赴香港上市前須申報網絡安全審查。

根據中國法律顧問、聯席保薦人及其法律顧問與中國網絡安全審查技術與認證中心(由網信辦指定接受網絡安全審查的諮詢及申請)於2022年3月25日就本公司擬上市計劃進行的實名電話諮詢，(i)我們無須申請網絡安全審查；(ii)我們赴香港上市，因此無須適用就赴國外上市的規則；(iii)赴香港上市不被視為《網絡安全審查辦法》所指的赴國外上市；及(iv)《條例草案》尚未被正式採納並且預計生效日期及實施仍不確定，因此於當前階段我們無須遵守《條例草案》。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，基於《網絡安全審查辦法》第十條所列因素，我們概無從事任何可能引起國家安全風險的活動。因此，董事及中國法律顧問認為《網絡安全審查辦法》及《條例草案》將不會對我們的業務運營或我們擬赴聯交所上市造成重大不利影響。截至最後實際可行日期，我們並未收到任何中國政府有關網絡安全的採訪要求或詢問。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭受任何數據或個人信息洩露事件、違反數據保護及隱私法律法規或遭受調查或其他將會對我們的業務運營產生不利影響的法律程序。然而，我們無法排除網絡安全審查會適用於我們的可能性，且我們無法向閣下保證相關政府部門將不會以可能對我們日後業務運營產生負面影響的方式詮釋有關法規。

由於董事將(i)密切監察與網絡安全法律有關的立法發展，包括其詮釋或實施條例；(ii)採取適當步驟，以確保於任何新法律期限內遵守新的監管要求；及(iii)聘請外部顧問就網絡安全及數據保護要求提供建議(如需要)，我們認為，且中國法律顧問同意，倘以當前形式實施，我們將能夠遵守《網絡安全審查辦法》及《條例草案》。

根據聯席保薦人進行的下列獨立盡職調查工作，聯席保薦人並未注意到任何導致其就本公司及中國法律顧問上述觀點及依據提出異議的事宜：(i)與本公司管理層進行盡職調查討論，以了解(其中包括)《網絡安全審查辦法》及《條例草案》就本集團有關《條例草案》的數據處理活動的適用性；(ii)對本集團選定門店進行實地訪問並採訪部分門店經理，了解到(其中包括)於被訪問門店收集的個人數據的收集及管理(包括收集的個人資料類型)、數據安全以及保護措施已到位；(iii)與中國法律顧問討論並審閱由中國法律顧問編製的數據及網絡安全報告，以了解(其中包括)，(a)《網絡安全審查辦法》及《條例草案》的法律影響、《網絡安全審查辦法》及《條例草案》就本集團數據處理活動的適用性，及倘以當前形式實施，本公司是否遵守《網絡安全審查辦法》及《條例草案》；及(b)此類觀點的依據；及(iv)與中國網絡安全審查技術與認證中心進行實名電話諮詢並且中國網絡安全審查技術與認證中心確認(a)本公司無須申報網絡安全審查及(b)本公司擬赴香港雙重主要上市無須備案或書面通知。

### 《上市條例草案》

截至最後實際可行日期，尚未正式採用《上市條例草案》。《上市條例草案》條文可能受其變動及解釋的規限，其預計有效日期及實施仍不確定。倘《上市條例草案》以現有形式頒佈，基於(i)我們並不屬於不得境外發行上市的範圍；(ii)根據於2021年12月24日由中國證監會發佈的《證監會有關負責人答記者問》，《上市條例草案》的目的為「完善企業境外上市監管制度，並不是對境外上市監管政策的收緊」及「支持企業依法合規利用境外資本市場融資發展的需要」；及(iii)截至最後實際可行日期及我們於聯交所網站發佈上市申請前及之後，我們並未收到任何禁止我們於聯交所上市的通知或責令，董事及中國法律顧問認為，(i)《上市條例草案》尚未生效，其實施相關詳情具有多種不確定性，包括但不限於，《上市條例草案》對已提交境外上市申請但尚未完成上市流程的合資格發行人是否受到中國證監會備案規定的限制並不清晰；(ii)根據於2021年12月24日由中國證監會發佈的《證監會有關負責人答記者問》，追溯應用《上市條例草案》的可能性很低；及(iii)於獲中國證監會批准及完成備案程序中並無任何重大法律障

礙。然而，由於尚未正式採用《上市條例草案》，該有效日期及實施仍不確定且規則仍可能發生變動。

### 無重大不利變動

經開展董事認為屬適當的充分盡職調查工作及經審慎考慮後，董事確認，截至本文件日期，我們的財務或貿易狀況或前景自2021年12月31日（即本文件附錄一A會計師報告所呈報期間的結束日期）以來並無任何重大不利變動，且自2021年12月31日以來概無發生會對本文件附錄一A會計師報告及其中所載資料造成重大影響的事件。

### 申請於聯交所上市

本公司的美國存託股份（每股美國存託股份代表四股股份）於2020年10月15日以股票代碼「MNSO」於紐交所上市並開始買賣。我們已向聯交所上市委員會申請將股份（詳見下文）於聯交所主板進行雙重主要上市。

我們已向聯交所上市委員會申請批准以下各項的上市及買賣，(a)已發行股份及根據全球發售將予發行的股份（包括因超額配股權獲行使而可能發行的額外股份）；及(b)根據2020年股份激勵計劃將予發行的股份。

參照以下各項，我們符合《上市規則》第8.05(3)條項下的市值／收入測試：(i)我們截至2021年6月30日止財政年度的收入約為人民幣9,071.7百萬元（相當於111億港元），超過500百萬港元；及(ii)我們上市時的預計市值基於每股發售股份22.10港元的最高公開發售價計算超過40億港元。

### 股息

我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。為了向我們的股東分派任何股息，我們可能依賴自我們的中國附屬公司收到的股息來滿足現金需求。中國法律規定，股息僅可由中國公司自根據中國會計準則計算的當年利潤中派付。由於中國會計準則與《國際財務報告準則》持續趨同，故此兩項會計準則並無重大差異。中國法律還要求中國企業留出至少10%的稅後利潤（如有）注入其法定公積金，法定公積金不可作為現金股息予以分派。據我們的中國法律顧問告知，根據中國《公司法》，一旦(i)中國

附屬公司至少計提稅後利潤的10%作為公司法定公積金，直至其累計法定公積金達到註冊資本的50%；及(ii)中國附屬公司先前財政年度的任何虧損均已被彌補，本公司的各中國附屬公司均可自稅後利潤支付股息。向股東作出的股息分派於股息獲股東或董事(如適用)批准的期間內確認為負債。2021年8月19日，董事宣派現金股息，金額為每股美國存託股份0.156美元，或每股普通股0.039美元，將於2021年9月9日營業結束時支付給2021年8月31日營業結束時在冊的股東。支付的現金股息總額約為47.2百萬美元，由我們資產負債表上的剩餘現金支付。於往績記錄期間，我們概無其他派付或宣派股息。

### 可分派儲備

截至2021年12月31日，我們有人民幣6,647.1百萬元(1,043.0百萬美元)的可分派儲備。

### 全球發售

本文件乃就香港公開發售(作為全球發售的一部分)而刊發。全球發售包括：

- (a) 在香港初步提呈發售4,110,000股發售股份(可予重新分配)的香港公開發售，詳情載於「全球發售的架構－香港公開發售」；及
- (b) 根據最初於2022年3月31日向美國證監會遞交的表格F-3ASR上的登記聲明，包括日期為2022年6月29日的初步招股章程補充文件以及將於2022年7月6日或前後向美國證監會遞交的最終招股章程補充文件(包括其中以提述方式載入的文件)，初步提呈發售合共36,990,000股發售股份(受重新分配及超額配股權所限)的國際發售。

假設超額配股權未獲行使，發售股份將佔緊隨全球發售完成後本公司已發行股本的約3.2%。倘超額配股權獲悉數行使及概無股份根據2020年股份激勵計劃進一步發行，則發售股份將佔緊隨全球發售完成後本公司經擴大已發行股本的約3.7%。

## 發售統計數據

|   | 按最高公開發售價<br>每股發售股份<br><u>22.10港元計算</u> |
|---|--|
| 股份市值 <sup>(1)</sup>                             | 27,993百萬港元                             |
| 本公司權益股東應佔未經審計備考經調整每股<br>綜合有形資產淨值 <sup>(2)</sup> | 6.81港元                                 |

附註：

- (1) 市值根據緊隨全球發售完成後預計將發行1,266,666,355股股份計算（假設超額配股權未獲行使）。
- (2) 本公司權益股東應佔未經審計備考經調整每股綜合有形資產淨值乃就附錄二中所所述的本集團應付全球發售估計所得款項淨額作出調整後得出，且基於總共已發行1,266,666,355股股份並假設全球發售已於2021年12月31日完成，但不計及因行使超額配股權或根據2020年股份激勵計劃可能授出的任何購股權而可能發行的任何股份，亦不包括本公司根據一般授權可能發行或回購的任何股份。

並未對未經審計備考經調整綜合有形資產淨值作出調整以反映本集團於2021年12月31日後的任何交易業績或訂立的其他交易，包括但不限於自2022年1月1日起至最後實際可行日期期間根據股份回購計劃回購的4,722,236股股份。倘此類股份回購於2021年12月31日或之前發生，則本公司權益股東應佔本集團未經審計備考經調整綜合有形資產淨值將減少人民幣60,795,000元，及本公司權益股東應佔每股股份及每股美國存託股份的未經審計備考綜合有形資產淨值將分別減少人民幣0.05元和人民幣0.20元。

## 上市開支

根據每股發售股份最高公開發售價22.10港元計算，並假設超額配股權未獲行使及並無根據2020年股份激勵計劃發行額外股份。有關全球發售的估計上市開支總額約為人民幣91.0百萬元，我們估計其中的人民幣8.1百萬元將在我們的綜合損益表中扣除。約人民幣82.9百萬元的結餘（主要包括承銷佣金）預計將在全球發售完成後作為權益中的扣除項入賬。估計上市開支總額約佔所得款項總額的11.8%，主要包括(a)承銷相關開支約40.9百萬港元（人民幣34.8百萬元）；及(b)非承銷相關開支約66.0百萬港元（人民幣56.2百萬元），其中包括(1)會計師及法律顧問費用及開支約51.6百萬港元（人民

幣43.9百萬元)；及(2)印刷及其他費用及開支約14.4百萬港元(人民幣12.3百萬元)。於往績記錄期間，並無確認及扣除有關開支。

### 未來計劃及所得款項用途

我們預計，在扣除我們應付的估計承銷費用和估計發售開支後，假設超額配股權未獲行使，且基於香港公開發售及國際發售每股22.10港元的最高公開發售價，我們將在全球發售中獲得約801.5百萬港元的所得款項淨額，或在悉數行使超額配股權的情況下，將獲得約931.6百萬港元。

我們全球發售所得款項淨額的計劃用途及相應金額如下：

- (a) 在未來36至48個月，預計約25% (假設超額配股權未獲行使，約為200.4百萬港元) 將用於我們的門店網絡擴張和升級，包括：
- 預計約10%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使，約為80.1百萬港元) 將用於升級和擴大我們在中國的門店網絡，特別是深化門店網絡在低線城市的滲透。
  - 預計約15%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使，約為120.2百萬港元) 將用於升級和擴大我們在國際市場的門店網絡。
- (b) 在未來24至36個月，預計約20% (假設超額配股權未獲行使，約為160.3百萬港元) 將用於供應鏈優化和產品開發，包括：
- 預計約5%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使，約為40.1百萬港元) 將用於優化和擴大我們在中國和海外市場的倉儲和物流網絡，以滿足我們不斷擴大業務運營的需求。
  - 預計約5%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使，約為40.1百萬港元) 將用於提高我們在海外市場的本地直採能力。
  - 預計約5%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使，約為40.1百萬港元) 將用於開發及／或收購新IP。

---

## 概 要

---

- 預計約5%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使,約為40.1百萬港元)將用於擴大我們的設計師網絡。
- (c) 在未來24至36個月,預計約20%(假設超額配股權未獲行使,約為160.3百萬港元)將用於增強我們的技術能力,包括:
- 預計約5%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使,約為40.1百萬港元)將用於進一步開發和提升我們的自有技術系統、模塊和其他應用,以支持我們在中國的運營。
  - 預計約10%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使,約為80.1百萬港元)將用於進一步開發和提升我們的自有技術系統、模塊和其他應用,以支持我們的國際運營。
  - 預計約5%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使,約為40.1百萬港元)將用於對第三方技術或技術系統進行購買或取得授權,並升級我們的核心技術平台來提高我們的運營效率。
- (d) 在未來12至36個月,預計約20%(假設超額配股權未獲行使,約為160.3百萬港元)將繼續投資於品牌推廣及培育,包括:
- 預計約10%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使,約為80.1百萬港元)將用於進一步推廣和發展我們的TOP TOY品牌。
  - 預計約5%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使,約為40.1百萬港元)將用於投資品牌活動及提升我們對名創優品品牌的定位。
  - 預計約5%的所得款項淨額(假設超額配股權未獲行使,約為40.1百萬港元)將用於在未來繼續培育新品牌。

- (e) 預計約5%（假設超額配股權未獲行使，約為40.1百萬港元）將用於資本開支，其中可能包括收購或投資與我們業務互補的業務或資產，但截至最後實際可行日期，我們沒有任何進行收購或投資的承諾或協議。
- (f) 預計約10%（假設超額配股權未獲行使，約為80.1百萬港元）將用於營運資金和一般公司用途。

倘若我們收到的全球發售所得款項淨額未立即用於上述目的，我們將把相關所得款項淨額投資於持牌銀行或獲授權金融機構的短期存款，只要其被視為符合我們的最佳利益。在此情況下，我們將遵守《上市規則》的適當披露規定。

詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途」。