

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。因其屬概要性質，故其並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下於決定投資[編纂]前，務請閱讀整份文件。任何[編纂]均涉及風險。投資[編纂]的部分所涉風險載於本文件「風險因素」一節。閣下於決定投資[編纂]前，務請細閱該節。投資我們這類公司涉及獨特挑戰、風險及不確定性。閣下應參照該等考慮因素作出[編纂]決定。

### 概覽

我們是專注中國三線及以下城市市場的黃金珠寶首飾原創品牌製造商（「OBM」）。根據弗若斯特沙利文，截至最後實際可行日期，我們乃為數極少實現運營涵蓋黃金珠寶產業各關鍵環節（從原材料採購及提純精煉、研發、產品設計、製造到通過多元化銷售網絡零售）的企業之一。多年來，依託集成設計與產能的能力，我們實現業務發展，交付出備受目標消費者青睞的優質黃金珠寶產品。我們以高純度黃金飾品為核心，建立了多元化銷售網絡，據此洞察市場趨勢，繼而助力迎合特定消費者需求的產品設計及開發，形成良性反饋循環。我們自創立起始終矢志秉承相關價值主張，繼而為我們的成功奠定穩固基礎。王忠善先生為我們的創始人，榮獲黃金珠寶行業30年風雲人物「功勳人物」稱號等殊榮。

### 市場排名

根據弗若斯特沙利文，2018年起至2023年，我們是唯一一家連續入圍中國黃金協會「中國黃金首飾加工量十大企業」和「中國黃金珠寶銷售收入十大企業」排名的黃金珠寶品牌，且雙項排名均列前五。根據中國黃金協會及弗若斯特沙利文，於2023年：

- 按黃金加工量及黃金珠寶收益計算，我們在中國黃金珠寶品牌中分別位列第三及第五；及
- 按三線及以下城市的黃金珠寶收益（不包括金條）計算，我們在中國黃金珠寶品牌中位列第三。

根據弗若斯特沙利文，截至2023年12月31日止年度，就黃金珠寶收益而言，本集團於中國黃金珠寶市場的黃金珠寶品牌中排名第五且市場份額為3.8%。

## 概 要

### 我們的品牌及產品組合

我們的品牌為「**夢金園**」，並且我們就高純度黃金珠寶的生產能力引以為傲。我們將高純度深深根植於我們的品牌定位及珠寶設計理念中。我們不僅追求外觀的美感及時尚性，更注重黃金飾品背後所蘊含的文化和情感價值。我們堅持使用高純度的黃金材料，並注重工藝的精湛和細節的完美，以確保黃金珠寶在質量和價值上皆能持續達致客戶預期。

我們秉承「輕」、「巧」、「精」、「美」四大核心產品開發原則，為客戶及消費者提供一應俱全且反映最新流行趨勢的黃金珠寶。具體而言，我們密切關注目標客戶就不同生活場景對產品款式及材質的喜好。此外，我們亦提供金條作為我們產品組合的一部分。於往績記錄期間，截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度以及截至2024年6月30日止六個月，金條銷售所得收益分別為人民幣1,652.1百萬元、人民幣442.2百萬元、人民幣711.7百萬元及人民幣1,103.8百萬元。憑藉我們對黃金珠寶市場的深刻了解及我們相得益彰的設計和生產能力，我們能夠不斷創新並拓寬我們的產品組合。以下載列我們的部分招牌產品系列：



「匠傳系列  
—大師匠傳」

「玲瓏小飾系列  
—小星動」

「祈祥·古法系列  
—佛佑」

「祈祥·古法系列  
—國色無雙」

## 概 要



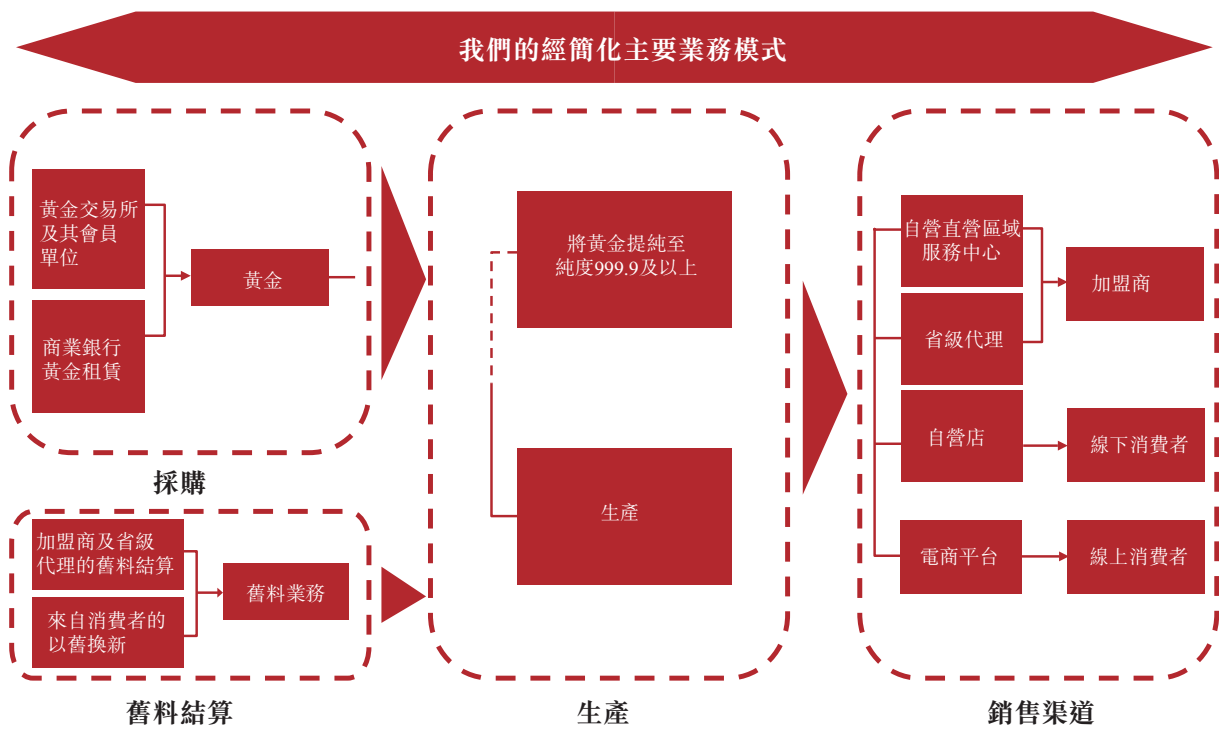
「匠傳系列  
—福祿金安」

「玲瓏小飾系列  
—萌寵」

「祈祥·古法系列  
—吉兆」

「喜事臨—小幸福」

### 業務模式（經簡化）



## 概 要

我們的運營覆蓋黃金珠寶產業的各個關鍵環節，從原材料採購及提純精煉、研發、產品設計、製造到通過多元化銷售網絡零售。我們在各個環節均致力於質量控制。有關進一步詳情，參見本文件「業務—我們的業務模式」。就重要里程碑而言，進一步詳情見「歷史、發展及公司架構—重要里程碑」。

### 我們的銷售及分銷網絡

我們主要通過特許經營網絡及自營店向客戶銷售產品。此外，我們亦通過電商平台的線上銷售向客戶提供產品。下表載列往績記錄期間按分銷渠道劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度												截至6月30日止六個月									
	2021年				2022年				2023年				2023年				2024年					
	收益	佔收益百分比	毛利	毛利率	收益	佔收益百分比	毛利	毛利率	收益	佔收益百分比	毛利	毛利率	收益	佔收益百分比	毛利	毛利率	收益	佔收益百分比	毛利	毛利率		
人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	
特許經營網絡	14,772,630	87.6	415,712	2.8	14,836,284	94.4	631,072	4.3	18,923,195	93.7	896,006	4.7	8,851,440	95.1	433,352	4.9	8,207,527	82.3	493,777	6.0		
— 加盟商	9,409,225	55.8	336,795	3.6	9,629,142	61.3	453,023	4.7	12,273,776	60.8	603,449	4.9	5,906,356	63.5	284,445	4.8	5,755,003	57.7	310,207	5.4		
— 省級代理	5,363,405	31.8	78,917	1.5	5,207,142	33.1	178,049	3.4	6,649,419	32.9	292,557	4.4	2,945,084	31.6	148,907	5.1	2,452,524	24.6	183,570	7.5		
電商銷售	1,608,263	9.5	40,051	2.5	364,473	2.3	28,816	7.9	750,705	3.7	56,769	7.6	172,095	1.8	26,149	15.2	1,318,687	13.2	48,785	3.7		
— 自營網店(附註1)(附註2)	79,108	0.5	12,267	15.5	233,641	1.5	20,736	8.9	651,431	3.2	46,389	7.1	118,279	1.3	19,617	16.6	412,632	4.1	34,100	8.3		
— 向平台銷售	1,529,155	9.0	27,784	1.8	130,832	0.8	8,080	6.2	99,274	0.5	10,380	10.5	53,816	0.5	6,532	12.1	906,055	9.1	14,685	1.6		
自營店	356,146	2.1	52,397	14.7	366,488	2.3	61,946	16.9	412,216	2.0	92,143	22.4	226,708	2.4	51,443	22.7	200,108	2.0	48,914	24.4		
其他(附註3)	133,961	0.8	28,281	21.1	156,970	1.0	37,414	23.8	122,483	0.6	32,542	26.6	65,970	0.7	17,092	25.9	253,422	2.5	26,030	10.3		
總計	16,871,000	100.0	536,441	3.2	15,724,215	100.0	759,248	4.8	20,208,599	100.0	1,077,460	5.3	9,316,213	100.0	528,036	5.9	9,979,744	100.0	617,506	6.2		

#### 附註：

- 於2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們的自營網店毛利率相對較低，主要乃由於2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們透過自營網店推廣金條銷售，並參與天貓、京東等不同線上平台的金條促銷活動，而金條銷售一般會導致毛利率降低及(ii)截至2024年6月30日止六個月，我們擴大了線上促銷活動(即618購物狂歡節)的參與度，該活動也導致我們相關期間的毛利率較低。
- 截至2022年及2023年12月31日止年度及截至2023年及2024年6月30日止六個月，自營網店的毛利率總體低於自營店。該項差異主要由於(i)於自營網店舉辦的促銷活動影響了產品定價；及(ii)自營網店的產品組合存在差異，其中薄利多銷的產品佔比較高。
- 其他包括為獨立第三方代工生產以及為特定客戶量身定制產品的銷售。

截至2024年6月30日，我們已建立全面的特許經營網絡，覆蓋1,670名加盟商旗下經營的2,850家加盟店、七個自營直營區服務中心及17個省級代理。其他銷售渠道包括36家自營店、向線上平台銷售以及消費者網絡中主流電商平台入駐網店。我們於中國三線及以下城市擁有穩固的市場地位，根據弗若斯特沙利文，該等市場具有高增長潛力。

## 概 要

下表載列截至所示日期或期間／截至所示日期的若干關鍵營運指標：

	截至12月31日止年度／截至12月31日			截至6月30日止 六個月／ 截至6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
<b>分銷渠道</b>				
年／期末加盟商數目 . . . . .	1,721	1,704	1,687	1,670
年／期末加盟店數目 . . . . .	2,680	2,743	2,817	2,850
年／期末自營店數目 . . . . .	31	32	35	36
年／期末直營區服務中心數目 . . . . .	7	7	7	7
年／期末省級代理數目 . . . . .	17	17	17	17
年／期末電商平台數目 . . . . .	10	13	12	12
<b>生產能力</b>				
年／期內黃金珠寶產品實際產量 ( 千克 ) <sup>( 附註 4 )</sup> . . . . .	47,190	41,566	43,558	18,242
年／期內黃金珠寶產品最佳產能 ( 千克 ) <sup>( 附註 5 )</sup> . . . . .	50,000	50,000	50,000	25,000
年／期內產能利用率(%) <sup>( 附註 1 )</sup> . . . . .	94.4	83.1	87.1	73.0
<b>提純產能</b>				
實際提純金量( 千克 ) <sup>( 附註 2 )</sup> . . . . .	13,702	7,577	6,270	7,246
最佳提純產能( 千克 ) . . . . .	30,000	30,000	30,000	15,000
年／期內提純產能 利用率(%) <sup>( 附註 3 )</sup> . . . . .	45.7	25.3	20.9	48.3

附註：

1. 產能利用率乃按黃金珠寶產品實際產量除以同期黃金珠寶產品最佳產能計算。截至2024年6月30日止六個月的利用率較低，此乃主要由於銷量較截至2023年6月30日止六個月下降約10.4%，銷售有所放緩。我們的銷量降幅與行業降幅基本一致（略好於行業降幅），行業同比下降26.7%。截至2024年9月30日止三個月，我們的利用率為90.8%。我們截至2024年9月30日止三個月的利用率增加乃主要由於「一元換款」促銷活動期間對我們產品的需求增加所致。

## 概 要

2. 實際提純金量從2021年的13,702千克降至2022年的7,577千克，隨後降至2023年的6,270千克。該下降與我們在往績記錄期間所接獲舊料黃金重量的下降趨勢一致。截至2024年6月30日止六個月，我們的實際提純金量增至7,246千克及提純設施利用率增至48.3%，主要乃由於我們提高了999.99純度黃金產品在產品組合中的比例。我們從上海黃金交易所採購的黃金原材料純度為999.9，我們於生產純度為999.9的黃金產品時，該等原材料（連同我們通過以舊換新自客戶及／或最終消費者收回的純度999.9或以上的黃金珠寶產品）無需提純即可直接用於生產。由於我們在2024年調整產品組合，提高純度999.99黃金產品的比例，我們從上海黃金交易所採購的所有原材料及純度低於999.99的舊金均需經過提純方可用於相關產品生產。因此，截至2024年6月30日止六個月的黃金提純量有所增加。
3. 提純產能利用率乃按實際提純金量除以同年／期最佳提純產能計算。
4. 產量指相關年份／期間的實際產出。
5. 最佳產能乃根據各種機器及可用勞動力每天12小時且每年330個工作日運轉的最佳小時生產率計算得出（不包括生產線升級或調整所耗費的時間）。

### 自營店同店銷售

我們的盈利能力部分受我們成功增加現有門店收益的能力所影響，主要通過推出新產品及各種營銷及促銷活動，如「一元換款」促銷活動以及通過不同媒體進行廣告宣傳。我們利用從自營店收集的數據來說明我們的同店增長情況，原因為我們有來自該等店鋪的可靠數據進行相關分析。我們自營店的同店銷售增長率可就我們的業績提供同期比較，惟不包括因自營店開業及閉店而導致的增加及減少，僅納入於比較年度結束日期均維持運營的門店。其他零售商計算該等指標的方法不盡相同。因此，董事認為該等指標與我們競爭對手的指標可能不完全具有可比性。

下表載列於所示年度／期間之自營店同店銷售：

	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度		截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2022年	2023年	2023年	2024年
於比較年度結束日期 均維持運營的自營 店同店數目 . . . . .		27		29		28
自營店同店銷售 (人民幣千元) . . .	347,313	340,725	349,040	362,033	202,607	170,376
自營店同店銷售 增長(%) . . . . .		(1.9) <sup>(1)</sup>		3.7		(15.9) <sup>(2)</sup>

---

## 概 要

---

附註：

- (1) 截至2022年12月31日止年度，自營店同店銷售增長為(1.9)%，乃主要由於疫情導致自營店營運中斷。
- (2) 截至2024年6月30日止六個月，自營店同店銷售增長為(15.9)% (較2023年同期而言)，這與購買黃金產品相關的消費信心下挫引致的自營店的銷售波動一致。

### 我們的特許經營網絡

根據弗若斯特沙利文，黃金珠寶公司採用特許經營網絡屬普遍。特許經營為一種許可類型，其允許加盟商使用特許經營者的專有業務知識、流程及商標，以特許經營者的企業名稱銷售產品或服務。我們在中國各地設立加盟店的業務模式使我們能夠在目標市場快速擴張。特許經營業務模式提供了一種輕資產且具有成本效益的方式，可以擴大我們的門店網路和地理覆蓋範圍。

特許經營網絡由兩種渠道組成，即：(i)透過自營直營區服務中心及隨後透過加盟商，及(ii)透過省級代理及隨後透過加盟商。兩種不同渠道下的加盟商特許經營協議之條款及條件相同。據弗若斯特沙利文所告知，我們採納的雙渠道特許經營網絡架構符合市場規範。我們任命省級代理，主要原因為我們認為我們可以利用彼等於珠寶行業的業務網絡擴張特許經營網絡，並節省各覆蓋省份展廳維護等成本及營銷費用。據董事所知，省級代理通常與當地珠寶店具有緊密聯繫。通過任命省級代理，我們能夠促進向該等區域內的加盟商分銷產品，此項實踐就建立分銷網絡而言頗具成效。

#### 自營直營區服務中心與加盟商

- 自營直營區服務中心乃由我們經營。
- 自營直營區服務中心自我們的生產園區接收產品、展示產品及允許加盟商自彼等購買此類產品。
- 自營直營區服務中心僅向加盟商作出銷售，而不直接面向消費者。

#### 省級代理與加盟商

- 有別於自營直營區服務中心，省級代理經營彼等旗下自有中心且獨立於我們的日常運作。
- 類似於自營直營區服務中心，彼等展示我們的產品及允許加盟商自彼等購買此類產品。

## 概 要

- 除另擁加盟店的省級代理(可直接面向消費者)外，我們的省級代理僅向加盟商作出銷售，而不直接面向消費者。

### 日益壯大的特許經營網絡

我們建立起一個由加盟商所支持的不斷擴大的特許經營網絡。通過與建立起卓越分銷能力及當地行業知識的當地加盟商合作，我們能夠高效進駐中國三線及以下城市的市場並擴張零售據點。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2023年及2024年6月30日止六個月，加盟店的平均收益<sup>(附註)</sup>分別為人民幣5.5百萬元、人民幣5.4百萬元、人民幣6.7百萬元、人民幣3.2百萬元及人民幣2.9百萬元。截至2024年6月30日止六個月的加盟店平均收益較2023年同期下降9.4%，主要歸因於金價上漲對消費者信心造成負面影響，銷售量普遍下降。

### 特許經營網絡下的收益確認及銷售退貨政策

我們於履行履約義務時(或履行過程中)確認收益，即當與特定履約義務相關的貨品或服務的「控制權」轉移予客戶時。就產品的銷售而言，收益一般在銷售時獲確認。我們與省級代理之間的所有銷售以及我們與加盟商之間的銷售均屬買斷式銷售。省級代理通常不會持有黃金產品作為存貨，可能只會維持相對少量的產品以應付臨時銷售。

我們一般不允許將省級代理及加盟商的產品退回，惟加盟店關閉等情形則作別論。就鑽石產品而言，我們為省級代理及加盟商提供未售鑲鑽珠寶自銷售結算之日起五年換貨期的權利，令彼等能夠以過時產品換購時下流行款珠寶產品。有關鑲鑽珠寶產品換貨的詳情，參見本文件附錄一附註5「關鍵會計判斷及估計不確定性之主要來源」及附註34「退款負債」。對於黃金產品，我們僅在特殊及有限情況下為加盟商提供黃金產品更換服務。其包括新加入加盟商享有之促銷優惠待遇及加盟商要求將先前購買的產品更換為同等級、同類型的新黃金產品。黃金產品換貨概不構成一項舊料業務。此外，我們的黃金產品換貨要求嚴格內部審查和批核。根據弗若斯特沙利文，我們的大多數業界同行也要求就黃金產品換貨進行嚴格內部審批。

附註：以本集團特許經營網絡產生的收益(即包括省級代理產生的收益)除以截至各年度/期間結束日期的加盟店總數計算。



## 概 要

### 特許經營網絡管理

根據我們的特許經營協議，加盟商獲授在特定的地理區域經營並開設加盟店的權利，將「**夢金園**」品牌旗下產品銷售予消費者。雖然加盟商主要負責管理加盟店、員工配備及盈虧，但我們會密切監督加盟商，確保消費者滿意度及服務質量，以保護我們的聲譽。為確保營運的一致性，我們製訂一套加盟商須遵守的標準化營運流程。有關進一步詳情，參見「業務—銷售及分銷渠道—加盟商管理」一節。加盟店可銷售其他品牌黃金產品，惟前提為該等第三方品牌產品不以本品牌名稱及／或標誌展示。倘若加盟商意欲在本品牌旗下銷售其他品牌產品，則相關產品須經我們或我們指定的第三方檢測機構檢驗合格。有關詳情，參見「業務—第三方產品准入」。下表載列往績記錄期間按城市層級劃分的來自(i)省級代理，及(ii)加盟商的特許經營網絡收益明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	收益	佔收益 百分比	收益	佔收益 百分比	收益	佔收益 百分比	收益	佔收益 百分比	收益	佔收益 百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
向省級代理銷售所得 收益 . . . . .	5,363,405	31.8	5,207,142	33.1	6,649,419	32.9	2,945,084	31.6	2,452,524	24.6
向加盟商銷售所得 收益 . . . . .	9,409,225	55.8	9,629,142	61.3	12,273,776	60.8	5,906,356	63.5	5,755,003	57.7
— 一線城市 . . . . .	75,920	0.5	77,478	0.6	118,722	0.6	48,161	0.6	53,336	0.5
— 二線城市 . . . . .	3,088,026	18.3	3,055,976	19.4	3,887,350	19.2	1,876,688	20.2	1,988,767	20.0
— 三線城市 . . . . .	3,747,082	22.2	3,765,410	23.9	4,775,933	23.6	2,340,790	25.1	2,225,213	22.3
— 四線及以下 城市 . . . . .	2,498,197	14.8	2,730,278	17.4	3,491,771	17.4	1,640,717	17.6	1,487,687	14.9
總計： . . . . .	<u>14,772,630</u>	<u>87.6</u>	<u>14,836,284</u>	<u>94.4</u>	<u>18,923,195</u>	<u>93.7</u>	<u>8,851,440</u>	<u>95.1</u>	<u>8,207,527</u>	<u>82.3</u>

附註：根據弗若斯特沙利文：

- (1) 一線城市指上海、北京、廣州及深圳；
- (2) 二線城市指成都、重慶、杭州、武漢、蘇州、西安、南京、長沙、天津、鄭州、東莞、青島、昆明、寧波、合肥、佛山、瀋陽、無錫、濟南、廈門、福州、溫州、哈爾濱、石家莊、大連、南寧、泉州、金華、貴陽、常州、長春、南昌、南通、嘉興、徐州、惠州、太原、台州、紹興、保定、中山、濰坊、臨沂、珠海及煙台；
- (3) 三線城市指蘭州、海口、湖州、揚州、洛陽、汕頭、鹽城、贛州、唐山、烏魯木齊、濟寧、鎮江、廊坊、咸陽、泰州、蕪湖、邯鄲、揭陽、南陽、呼和浩特、阜陽、江門、銀川、遵義、淮安、漳州、桂林、淄博、新鄉、連雲港、滄州、綿陽、衡陽、商丘、荷澤、信陽、襄陽、滁州、上饒、九江、宜昌、莆田、湛江、柳州、

---

## 概 要

---

安慶、宿遷、肇慶、周口、邢台、荊州、三亞、岳陽、蚌埠、駐馬店、泰安、潮州、株洲、威海、六安、常德、安陽、宿州、黃岡、德州、寧德、聊城、宜春、渭南、清遠及南充；及

(4) 四線及以下城市指中國其他城市。

截至2024年6月30日止六個月，我們來自省級代理及加盟商的收益較截至2023年6月30日止同期減少，乃主要歸因於金價上漲對同期消費者信心造成負面影響，我們面向三四線及以下城市的省級代理及加盟商的銷量普遍下降。有關我們其他銷售渠道（包括自營店及電商銷售）的進一步詳情，見本文件「業務—銷售及分銷渠道」。

### 供應商及客戶

#### 我們的供應商

於往績記錄期間，我們的主要供應商均為黃金供應商及向我們提供黃金租賃的商業銀行。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年及截至2024年6月30日止六個月，已付五大供應商款項分別佔各相應年度／期間總採購額的約96.8%、98.8%、97.4%及98.6%。概無董事、彼等的緊密聯繫人或任何股東（據董事所知擁有本公司已發行股本5%以上者）於往績記錄期間各年度／期間的任何五大供應商中擁有任何權益。我們各年度／期間的五大供應商概無於往績記錄期間各相應年度及期間亦為我們的客戶。

#### 倚賴上海黃金交易所進行黃金採購

我們於各相應年度／期間向上海黃金交易所（即我們於截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年及截至2024年6月30日止六個月的最大供應商）支付的款項分別為人民幣7,585.1百萬元、人民幣8,050.2百萬元、人民幣11,162.6百萬元及人民幣5,327.9百萬元，佔我們相應年度／期間總採購額的90.9%、93.2%、87.6%及83.4%。於往績記錄期間，我們向上海黃金交易所進行的所有採購均為金條採購。有關我們與上海黃金交易所及其他主要供應商之間交易的進一步詳情，參見「業務—我們的採購／供應商—我們於往績記錄期間的五大供應商」。

#### 我們的客戶

我們的客戶包括(i)省級代理、(ii)加盟商、(iii)電商平台及(iv)電商銷售及自營店的消費者。我們的客戶主要為透過特許經營網絡覓得的加盟商及省級代理。彼等通常通過銀行轉賬及／或舊料業務結算的方式與我們結算款項。倘消費者直接自自營店或自營電商平台進行採購，其亦被視為我們的客戶。

---

## 概 要

---

於往績記錄期間各年度／期間的五大客戶主要包括省級代理，惟於2021年及截至2024年6月30日止六個月，我們的五大客戶包括一家線上零售平台，以及於2023年我們的五大客戶包括一家加盟商。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度各年及截至2024年6月30日止六個月，來自五大客戶的收益分別約佔各相應年度／期間總收益的23.2%、17.6%、18.7%及21.3%。有關特許經營網絡的資料及安排之進一步詳情，參見「業務—銷售及分銷渠道」。

### 舊料業務

根據弗若斯特沙利文，通過舊料結算活動獲得黃金在黃金珠寶製造商和品牌中實屬常見。憑藉我們的黃金提純能力，我們能夠有效地提純通過舊料業務獲得的黃金，然後將其用作我們新珠寶產品的原材料。為更好地確保黃金的穩定供應及存貨，我們亦通過金料舊料結算的方式持續自客戶獲取黃金。有關舊料業務的詳情，參見「業務—舊料業務」。

### 定價政策

我們一般就黃金珠寶及K金產品採用成本加成定價政策。當我們銷售黃金及K金產品時，我們向客戶收取的費用通常按黃金的現行市價加工費，乘以產品的黃金重量計算。工費為我們產品成本之上的加價，具體費用因產品及交易類型而異。我們主要參照下列標準釐定工費：(i)交易是否透過第三方品牌舊料結算，我們收取較高工費以補足有關提純加工第三方品牌黃金的必要成本，(ii)交易方(即(a)直接與我們進行交易的消費者或(b)加盟商及／或省級代理)，據此我們在與消費者交易時收取較高工費，以與加盟商與消費者交易時收取的費用保持一致，(iii)產品規格，包括其設計及生產複雜程度，及(iv)產品是否以「萬純」系列產品「一元換款」形式銷售。倘現行黃金市價上漲，我們會根據目前市場價格調整黃金珠寶及K金產品價格。鑲鑽珠寶通常按成本加成基準定價，我們通常會根據具體情況，參考相關產品線各自的設計複雜度、新穎程度和受歡迎程度，在不同產品成本上增加利潤率，並得出固定售價。

我們設有一套工費的建議零售指導價，而加盟商只要在滿足最低零售價規定的情況下，可酌情進行促銷，加盟商亦可根據市場黃金價格波動調整加價。為維持公平競爭，我們鼓勵同一地級市或地區的加盟商保持統一的價格，由公司市場監督部門實施監管，防止不當競爭。

---

## 概 要

---

有關定價政策之進一步詳情，參見「業務—銷售及分銷渠道」。

### 為管理金價變動風險採取的措施

於往績記錄期間，為了管理我們的金價變動風險，我們已實施(i)「以銷定採」採購策略，及(ii)包括通過黃金租賃及按日訂立Au (T+D)合約而為黃金採購提供資金在內的對沖策略。我們的策略是通過訂立黃金租賃及Au (T+D)合約，即淡倉，以實質上覆蓋我們的存貨餘額，採納該等對沖策略令我們能夠規避針對金價波動的投機行為及專注於黃金珠寶產銷的核心業務發展。

我們實施「以銷定採」策略，據此基於日銷售量採購黃金物料以管理黃金採購價格與銷售價格不相匹配帶來的潛在不利影響。該方法容許我們維持存貨水平，截至2021年、2022年及2023年12月31日及2024年6月30日的存貨週轉天數保持穩定，分別為42.7天、45.6天、36.8天及40.8天。我們相信我們的「以銷定採」策略有助減輕我們的黃金採購價格與銷售價格不相匹配的潛在不利影響。

我們實施的對沖策略包括通過黃金租賃及按日訂立Au (T+D)合約而為黃金採購提供資金，以(i)減輕手頭存貨之金價波動相關風險及(ii)規避針對金價波動作出的投機行為。我們的對沖措施乃根據可用資金、黃金存貨持倉及預估銷售需求審慎評估。截至2021年、2022年及2023年12月31日及2024年6月30日，我們的Au (T+D)合約及黃金租賃的剩餘黃金結餘分別為5,647.0千克、4,428.0千克、5,267.0千克及4,416.0千克，覆蓋我們截至各自日期之黃金好倉(即黃金及K金存貨及出借予客戶的黃金之總結餘)的96.6%、96.3%、98.8%及98.4%。董事相信，我們的採購及黃金價格風險管理策略(通過Au (T+D)合約及黃金租賃)能夠有效管理與黃金價格波動相關的風險。

Au (T+D)為上海黃金交易所採用的一種標準化合約，涉及在指定的未來日期按預定價格交割預定數量的黃金期貨。儘管我們訂立Au (T+D)合約以管理我們與黃金價格波動有關的風險，但我們的Au (T+D)使用並不符合香港財務報告準則第9號項下有關於對沖會計法的規定，此乃由於缺少對沖關係的正式指派和備案。有關進一步詳情，請參閱「業務—我們的採購／供應商—黃金採購—(b)黃金價格風險管理藉以管理原材料價格波動—採納Au (T+D)合約」一節。

---

## 概 要

---

### 淨利率及我們的對沖策略

除其他因素外，我們的淨利率波動受金價波動的影響。

為紓緩金價波動對淨利的潛在影響，我們利用黃金租賃及Au (T+D)對黃金存貨持倉進行經濟對沖。我們將Au (T+D)和黃金租賃進行經濟對沖的財務影響反映在往績記錄期間之綜合損益及其他全面收益表之「其他收益及虧損淨額」項目下。然而，我們黃金存貨貨幣價值的升值或貶值未必反映在我們的淨利中，因為黃金存貨在我們的綜合財務狀況表中按成本與可變現淨值中的較低者列賬。因黃金價格變化而就黃金存貨產生的收益或招致的損失一般於銷售產品時獲反映。我們確認Au (T+D)合約及黃金租賃損益的時間與我們能夠完全變現銷售的金價部分所得損益(由於金價波動)的時間之間存在的時間差可能會影響我們的經營業績。當我們以現行市價出售產品時，我們從產品銷售中獲得的毛利增加或減少將降低或抵銷上述Au (T+D)合約及黃金租賃虧損對淨利造成的不利影響。

### Au (T+D)合約及黃金租賃作為對沖策略的影響

我們一般就黃金珠寶及K金產品採用成本加成定價政策。當我們銷售黃金及K金產品時，我們向客戶收取的費用通常按黃金的現行市價加工費，乘以產品的黃金重量計算。由於我們黃金珠寶及K金產品的原材料成本乃基於現行金價收取，因此我們訂立Au (T+D)合約及黃金租賃，以對沖金價波動可能對我們的存貨及財務業績的影響。例如：

#### 當金價下跌

- 當金價下跌時，我們須以較低價格出售產品，我們的毛利及毛利率將受到不利影響。當金價跌幅超過所收取工費與生產成本之間的差額時，我們將蒙受虧損，因為我們須以低於黃金採購價加生產成本的價格(包含我們所收取的工費)出售黃金珠寶，這可能導致負數毛利。
- 由於黃金價格下跌未必導致我們的存貨減值，在此情況下我們的黃金存貨貨幣價值貶值可能不會作為虧損入賬。然而，我們將在「其他收益及虧損淨額」項下錄得Au (T+D)合約及黃金租賃所得收益。這將令我們的淨利及淨利率受益，並減輕上述金價下跌帶來的負面影響。

## 概 要

### 當金價上漲

- 當金價上漲時，我們將受益於以高於黃金採購價加生產成本的價格（包含彼時的現行黃金市價及我們所收取的工費）出售黃金珠寶。
- 在此情況下我們的黃金存貨貨幣價值升值將不會作為收益入賬。然而，我們將在「其他收益及虧損淨額」項下錄得Au (T+D)合約及黃金租賃所得虧損。這將對我們的淨利及淨利率產生不利影響，並降低或抵銷上述金價上漲帶來的積極影響。

由於我們的產品銷售耗費時日，我們確認Au (T+D)合約及黃金租賃之損益的時間與我們因產品銷售而錄得金價變動所得損益的時間之間存在時間差。由於我們的Au (T+D)合約及黃金租賃實質上覆蓋了我們的存貨結餘，並且我們在特定期間的黃金和K金產品的銷售量或會低於我們的手頭存貨量，因此Au (T+D)合約及黃金租賃將因金價波動而造成更大程度的財務影響（相較於該期間內產品售價變動所造成者）。

於2021年，由於年內金價呈下降趨勢，我們從Au (T+D)合約及黃金租賃中錄得了總計人民幣88.6百萬元的收益。我們於2022年、2023年及截至2023年及2024年6月30日止六個月訂立的Au (T+D)合約及黃金租賃蒙受重大虧損，金額分別為人民幣209.1百萬元、人民幣369.5百萬元、人民幣195.3百萬元及人民幣386.6百萬元。鑑於黃金具有高度流通性，假設我們按截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2023年及2024年6月30日止六個月最後交易日的上海黃金交易所所報收市金價出售所有黃金存貨（包括黃金及K金材料及成品），且不計及應收取的工費，我們將就截至2021年12月31日止年度錄得虧損人民幣4.0百萬元及就截至2022年及2023年12月31日止年度及截至2023年及2024年6月30日止六個月分別錄得收益人民幣52.1百萬元、人民幣77.5百萬元、人民幣60.8百萬元及人民幣132.4百萬元。

然而，無論金價下跌抑或上漲，Au (T+D)合約及黃金租賃都有助於我們緩解金價波動對財務狀況的影響，使我們能夠更好地確保目標毛利，進而確保長期淨利率。因此，我們認為我們現有的應用Au (T+D)合約及黃金租賃的對沖策略屬有效。

### 金價大幅上漲對我們財務狀況和業務經營的影響以及對沖策略的有效性

當某個年度／期間內金價發生重大變化，我們的淨利及淨利率會受到Au (T+D)合約及黃金租賃產生的損益所帶來的重大影響。截至2024年6月30日止六個月，根據上海黃金交易所所報收市金價，金價上漲約13.7%，即Au9999收市價由截至2024年1月2日的人民幣483.7元／克上漲至截至2024年6月28日（即往績記錄期間的最後

---

## 概 要

---

交易日)的人民幣549.9元／克。因此，期內我們就Au (T+D)合約及黃金租賃的對沖活動產生虧損，繼而導致淨利及淨利率較截至2023年6月30日止六個月有所下降。請參見「—歷史財務資料概要及主要財務比率摘要—綜合損益表節選項目—淨利及全面收益總額」。

然而，截至2024年6月30日，由於我們其後以高售價出售手頭存貨，而高售價所帶來的毛利減輕了我們在截至2024年6月30日止六個月內因Au (T+D)合約及黃金租賃而產生虧損的不利影響，從長遠來看，我們預期金價上漲不會對我們的財務狀況和業務經營產生重大不利影響。有關金價大幅上漲對我們財務狀況和業務經營的影響之進一步詳情，請參見「業務—金價大幅上漲對我們財務狀況和業務經營的影響」。

有關Au (T+D)如何運作的進一步詳情，請參見「業務—我們的採購／供應商—黃金採購—(b)黃金價格風險管理藉以管理原材料價格波動—採納Au (T+D)合約」。

### 我們的競爭優勢

我們相信，我們的成功及未來潛力源自我們的競爭優勢，當中包括：

- 我們是一家位於中國的黃金珠寶OBM，涵蓋黃金珠寶產業各關鍵環節；
- 研發實力為我們提供實現突破和推動行業革新的源源動力，體現在黃金提純能力、不同金屬材質、不同規格的18K金彈簧釦量產的革新以及行業黃金純度檢測標準的制定上；
- 製造與精湛匠造工藝形成協同效應，奠定快速發展的堅實基礎，並且勝任創建、改造及／或校準黃金珠寶生產機械，使我們能夠根據市場趨勢推出產品，從而有效滿足客戶需求；
- 我們擁有多元而廣泛的全國性全渠道銷售網絡，能夠實現大規模客戶覆蓋，涉及不同區域及目標客戶群體，最終強化我們的品牌知名度、客戶忠誠度及業務增長；
- 深具成效的創新營銷策略持續提升品牌力，深度連接我們的消費者；及

## 概 要

---

- 經驗豐富的管理團隊極富遠見卓識，鼓勵創新且務實的企業文化。

### 我們的策略

為履行我們的使命並實現我們的願景，我們擬實施以下戰略：

- 進一步投入生產設施建設以提高產能，支持業務增長；
- 通過設立研發中心加強對研發和技術的持續投入，確保創新力和競爭力；
- 加強及擴大分銷渠道，拓展消費者觸達及煥新消費體驗；
- 加速發展數字信息平台，建立完善的會員體系；及
- 持續投入品牌建設，進一步做好產品創新及品類拓展。



## 概 要

### 歷史財務資料概要及主要財務比率摘要

下文為摘錄自會計師報告的往績記錄期間綜合損益及其他全面收益表之摘要，其全文載於本文件附錄一。本摘要應連同上述會計師報告及本文件「財務資料」一節一併閱讀。

#### 綜合損益表節選項目

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年 人民幣千元	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2023年 人民幣千元 (未經審核)	2024年 人民幣千元
收益 . . . . .	16,871,000	15,724,215	20,208,599	9,316,213	9,979,744
銷售成本 . . . . .	(16,334,559)	(14,964,967)	(19,131,139)	(8,788,177)	(9,362,238)
毛利 . . . . .	536,441	759,248	1,077,460	528,036	617,506
分銷及銷售開支 . . . . .	(176,794)	(194,473)	(257,328)	(128,337)	(118,939)
其他收益及虧損淨額 . . . . .	89,839	(208,961)	(370,014)	(195,592)	(345,725)
除稅前溢利 . . . . .	295,874	244,161	305,113	133,976	66,861
年／期內溢利及全面 收益總額 . . . . .	<u>224,498</u>	<u>180,756</u>	<u>233,472</u>	<u>105,987</u>	<u>52,252</u>
以下人士應佔年／期內 溢利／(虧損)及全面 收益／(開支)總額：					
本公司擁有人 . . . . .	220,618	180,825	230,375	104,167	47,433
非控股權益 . . . . .	<u>3,880</u>	<u>(69)</u>	<u>3,097</u>	<u>1,820</u>	<u>4,819</u>
	<u>224,498</u>	<u>180,756</u>	<u>233,472</u>	<u>105,987</u>	<u>52,252</u>

#### 收益

於往績記錄期間，截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月，我們的收益分別為人民幣16,871.0百萬元、人民幣15,724.2百萬元、人民幣20,208.6百萬元及人民幣9,979.7百萬元。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月，我們銷售的主要組成部分為黃金珠

## 概 要

寶及其他黃金產品，佔我們總收益的約97.5%、97.9%、98.4%及98.5%。於往績記錄期間，收益波動主要歸因於相關年度／期間我們的黃金珠寶銷售及市場消費情緒。截至2022年12月31日止年度，我們的銷售受2022年第四季度COVID-19疫情爆發引致的消費信心受挫影響。截至2021年12月31日止年度，由於我們向中國領先線上折扣零售商唯品會出售大批金條以用於促銷活動，我們的電子商務銷售錄得顯著增加。我們錄得電商渠道銷售收益由截至2023年6月30日止六個月的人民幣172.1百萬元增加至截至2024年6月30日止六個月的人民幣1,318.7百萬元。電商渠道銷售額的增長主要乃由於(i)我們於2024年5月和6月積極參與天貓及京東等主流電子商務零售平台的促銷活動導致自營網店收益增加，及(ii)由於我們向中國領先線上折扣零售商唯品會銷售金條以進行促銷活動，向平台銷售之收益有所增加。

就面向線上折扣零售商的金條銷售而言，我們並無與該線上折扣零售商就金條銷售訂立任何長期合作協議及／或銷售合約。線上折扣零售商不定期自本集團購買金條，且每筆交易的金條購買數量有所不同。於往績記錄期間，唯品會於2021年及2024年上半年向我們作出兩筆重大的金條採購。我們與唯品會的金條交易僅涉及向唯品會銷售金條，我們應唯品會要求根據自唯品會接收的訂單資料將有關金條直接交付予最終消費者。此外，我們一般不容許金條退貨，且於往績記錄期間，我們僅從銷售對象中的線上折扣零售商(包括唯品會)收到極少量的金條退貨。相關線上折扣零售商於2024年第三季度再度向我們購入一批金條。

### 毛利及毛利率

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月，毛利分別為人民幣536.4百萬元、人民幣759.2百萬元、人民幣1,077.5百萬元及人民幣617.5百萬元，而毛利率分別為3.2%、4.8%、5.3%及6.2%。於往績記錄期間，我們的毛利率呈持續上升趨勢。由於我們的工費通常屬固定，我們的毛利及毛利率受金價波動的顯著影響。由於採購黃金原材料及銷售黃金產品存在時間差，黃金原材料的採購成本與我們黃金產品的售價之間通常存在差價。由於往績記錄期間金價整體呈上漲趨勢，金價價差導致毛利及毛利率上升。然而，倘未來金價維持穩定或甚至下跌，我們的毛利及毛利率或會受到負面影響。有關毛利、毛利率及彼等與黃金採購價之關係的進一步詳情，請參閱「財務資料—綜合損益及其他全面收益表節選項目的描述—毛利及毛利率—定價機制、毛利及毛利率」一節。

## 概 要

我們的黃金珠寶及其他黃金產品售價通常反映產品的原材料市價及工費。由於我們的產品主要由黃金製成，我們利用黃金租賃及Au (T+D)合約作為經濟對沖，以減少黃金價格波動的財務影響。由於Au (T+D)合約及黃金租賃的經濟對沖並不直接反映我們的毛利或毛利率，因此我們的毛利和毛利率會受到黃金價格波動的影響。

### 按產品及服務劃分的明細

下表載列往績記錄期間按產品及服務劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	收益	佔收益百分比	收益	佔收益百分比	收益	佔收益百分比	收益	佔收益百分比	收益	佔收益百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
黃金珠寶及其他黃金										
產品	16,457,308	97.5	15,392,835	97.9	19,877,366	98.4	9,137,879	98.1	9,834,885	98.5
999.9(「萬純」										
系列)	13,870,027	82.2	13,978,637	88.9	17,865,322	88.4	8,379,816	90.0	6,282,342	63.0
999.99	740,332	4.4	845,445	5.4	1,121,958	5.6	526,670	5.7	1,957,932	19.6
其他	194,815	1.2	126,570	0.8	178,425	0.9	91,848	1.0	490,795	4.9
金條	1,652,134	9.8	442,184	2.8	711,661	3.5	139,545	1.5	1,103,816	11.1
K金首飾、鑲鑽珠寶										
及其他產品	296,605	1.8	226,187	1.4	225,513	1.1	127,648	1.4	99,925	1.0
服務	117,087	0.7	105,193	0.7	105,720	0.5	50,686	0.5	44,934	0.5
總計	<b>16,871,000</b>	<b>100.0</b>	<b>15,724,215</b>	<b>100.0</b>	<b>20,208,599</b>	<b>100.0</b>	<b>9,316,213</b>	<b>100.0</b>	<b>9,979,744</b>	<b>100.0</b>

下表載列往績記錄期間按產品及服務劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
黃金珠寶及其他黃金										
產品	360,069	2.2	594,885	3.9	920,795	4.6	448,168	4.9	548,272	5.6
K金首飾、鑲鑽珠寶										
及其他產品	70,174	23.7	63,628	28.1	62,087	27.5	32,630	25.6	27,513	27.5
服務	106,198	90.7	100,735	95.8	94,578	89.5	47,238	93.2	41,721	92.8
總計	<b>536,441</b>	<b>3.2</b>	<b>759,248</b>	<b>4.8</b>	<b>1,077,460</b>	<b>5.3</b>	<b>528,036</b>	<b>5.7</b>	<b>617,506</b>	<b>6.2</b>

## 概 要

截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，黃金珠寶及其他黃金產品的毛利率分別為2.2%、3.9%、4.6%及5.6%。於往績記錄期間，由於銷售量增加、黃金價格波動及黃金採購與銷售時間差的綜合影響，黃金產品的毛利率呈持續上漲趨勢。

截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，K金首飾、鑲鑽珠寶及其他產品的毛利率分別為23.7%、28.1%、27.5%及27.5%。2021年至2022年，K金首飾、鑲鑽珠寶及其他產品的毛利率提升4.4個百分點。2022年至2023年，毛利率維持穩定，略微下降0.6個百分點。2021年，由於黃金價格波動，我們錄得較低毛利率。2022年，由於黃金價格波動及黃金採購與銷售時間差的綜合影響，毛利率有所提升，並於2023年及截至2024年6月30日止六個月維持穩定。

截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，服務的毛利率分別為90.7%、95.8%、89.5%及92.8%。2021年至2022年，由於委託加工服務毛利率提升，服務的毛利率提升5.1個百分點。2023年，由於委託加工服務毛利率下降，毛利率下降6.3個百分點。截至2024年6月30日止六個月，由於委託加工服務毛利率提升，毛利率提升3.3個百分點。

### 按分銷渠道劃分的明細

下表載列於往績記錄期間按分銷渠道劃分之毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審核)									
特許經營網絡										
加盟商 . . . . .	336,795	3.6	453,023	4.7	603,449	4.9	284,445	4.8	310,207	5.4
省級代理 . . . . .	78,917	1.5	178,049	3.4	292,557	4.4	148,907	5.1	183,570	7.5
小計 . . . . .	<b>415,712</b>	<b>2.8</b>	<b>631,072</b>	<b>4.3</b>	<b>896,006</b>	<b>4.7</b>	<b>433,352</b>	<b>4.9</b>	<b>493,777</b>	<b>6.0</b>
電商平台 . . . . .	40,051	2.5	28,816	7.9	56,769	7.6	26,149	15.2	48,785	3.7
自營網店 . . . . .	12,267	15.5	20,736	8.9	46,389	7.1	19,617	16.6	34,100	8.3
向平台銷售 . . . . .	27,784	1.8	8,080	6.2	10,380	10.5	6,532	12.1	14,685	1.6
自營店 . . . . .	52,397	14.7	61,946	16.9	92,143	22.4	51,443	22.7	48,914	24.4
其他 (附註) . . . . .	28,281	21.1	37,414	23.8	32,542	26.6	17,092	25.9	26,030	10.3
總計 . . . . .	<b>536,441</b>	<b>3.2</b>	<b>759,248</b>	<b>4.8</b>	<b>1,077,460</b>	<b>5.3</b>	<b>528,036</b>	<b>5.7</b>	<b>617,506</b>	<b>6.2</b>

---

## 概 要

---

附註：其他包括與獨立第三方分包生產以及為特定客戶定製產品相關的收益。

電商平台的毛利率較自營店為低，主要原因為：(i)我們於電商平台上銷售較大比例的金條(包括向平台銷售及透過自營網店)，毛利率普遍較低；及(ii)面向電商銷售平台的銷售的毛利率普遍低於自營店毛利率，因為我們通常以較低價格向該等平台作出銷售，彼等需一定的利潤率以將我們的產品轉售予最終消費者。

截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，來自特許經營網絡的銷售毛利率分別為2.8%、4.3%、4.7%及6.0%。2021年至2022年，來自特許經營網絡的銷售毛利率提升1.5個百分點，隨後於2022年至2023年維持穩定，略微提升0.4個百分點。2023年及截至2024年6月30日止六個月的上升乃主要歸因於金價波動。

截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，來自加盟商的銷售毛利率分別為3.6%、4.7%、4.9%及5.4%，而相應年度／期間來自省級代理的銷售毛利率分別為1.5%、3.4%、4.4%及7.5%。向省級代理銷售的毛利率普遍低於向加盟商銷售的毛利率，因為我們通常以較低價格向省級代理作出銷售，彼等需一定的利潤率以將我們的產品轉售予加盟商。

截至2023年及2024年6月30日止六個月，來自省級代理的銷售毛利率高於向加盟商銷售的毛利率。此乃主要由於我們於7月至9月在其他省份舉辦「一元換款」活動的同時，我們開始在自2023年起的6月於自營直營區服務中心覆蓋省份山東省舉辦「一元換款」促銷活動，由於我們對「一元換款」活動中的以舊換新產品收取較低工費，導致截至2023年及2024年6月30日止六個月我們向加盟商銷售的毛利率較低。

截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，來自電商銷售的銷售毛利率分別為2.5%、7.9%、7.6%及3.7%。2021年至2022年，來自電商銷售的銷售毛利率提升5.4個百分點，並於2022年至2023年維持穩定，略微下降0.3個百分點。於2021年，由於與一家中國領先線上折扣零售商開展促銷活動，金條的銷售收益貢獻相對高於2022年及2023年的收益貢獻。由於年內金價低位的綜合影響，金條的銷售毛利率相對低於黃金珠寶毛利率，因此我們於2021年錄得較低毛利率。於2022年，由於未受到金條促銷活動的影響，我們的毛利率恢復至7.9%的正常水準，

## 概 要

並於2023年維持穩定在7.6%。截至2024年6月30日止六個月，來自電商銷售的毛利率下降至3.7%，乃由於我們與一家中國領先線上折扣零售商透過促銷活動銷售金條。相較於其他產品的銷售而言，金條銷售的毛利率一般較低。

截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月，自營店的毛利率分別為14.7%、16.9%、22.4%及24.4%，於往績記錄期間呈持續上升趨勢。2022年的上升乃主要歸因於金價波動。相較於面向特許經營網絡的銷售而言，我們的自營店存貨週轉天數較長，主要乃由於我們的自營店以零售銷售模式經營，為了滿足消費者的多樣化需求而備存大量存貨以供展示。另一方面，本集團與省級代理和加盟商進行批發交易，通常涉及較大交易量及較快存貨週轉，導致存貨週轉天數較短。自營店存貨週轉天數較長，加之2023年金價普遍上漲，導致自營店的黃金採購價與銷售價之間的差額更大。因此，與面向特許經營網絡的銷售相比，這帶來了更高的毛利率，原因為其存貨週轉天數較短，黃金採購價與銷售價之間的時間跨度縮短。

### 其他收益及虧損淨額

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月，我們的其他收益及虧損淨額分別為收益人民幣89.8百萬元、虧損人民幣209.0百萬元、虧損人民幣370.0百萬元及虧損人民幣345.7百萬元。

我們的其他收益及虧損淨額主要包括就Au (T+D)合約及黃金租賃產生的收益或虧損。根據上海黃金交易所所報金價，Au9999的日均收市價由2021年的人民幣374.5元/克增加至2022年的人民幣392.2元/克。其進一步增加至2023年的人民幣449.9元/克及截至2024年6月30日止六個月的日均收市價人民幣520.9元/克。因此，我們於截至2022年及2023年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月錄得Au (T+D)合約及黃金租賃變現虧損淨額。相反，我們於2021年錄得Au (T+D)合約及黃金租賃變現收益淨額。該趨勢與Au9999的價格總體呈負相關。

### 淨利及全面收益總額

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月，淨利分別為人民幣224.5百萬元、人民幣180.8百萬元、人民幣233.5百萬元及人民幣52.3百萬元。淨利由截至2021年12月31日止年度的人民幣224.5百萬元減少人民幣43.7百萬元至截至2022年12月31日止年度的人民幣180.8百萬元，乃主要由於收益連同Au (T+D)合約變現虧損淨額減少所致。淨利由截至2022年12月31日止年度的人民幣180.8百萬元增加人民幣52.7百萬元至截至2023年12月31日止年度的人民幣233.5百萬元，同比增加29.1%，其與我們的整體收益增長趨勢相符。淨利由截至2023年6月

---

## 概 要

---

30日止六個月的人民幣106.0百萬元減少人民幣53.7百萬元至截至2024年6月30日止六個月的人民幣52.3百萬元，同比下降50.7%。相應地，該減少乃主要由於2024年上半年金價大幅上漲導致相關期間產生Au (T+D)合約變現虧損淨額。我們的淨利下降連同收益增長導致我們截至2024年6月30日止六個月的淨利率較2023年同期有所下降。

### 淨利率

於往績記錄期間，截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月，我們的淨利率保持穩定，分別為1.3%、1.1%、1.2%及0.5%。我們的淨利率較低，乃主要歸因於我們採納特許經營分銷模式，當我們向省級代理及加盟商銷售產品時，我們保持較低的固定工費。相應地，該定價模式可使我們的加盟商受益，乃由於其後續能夠以較高利潤率向消費者進行銷售。

我們的淨利率於截至2023年12月31日止三個年度保持穩定。與2021年相比，2022年淨利率減少乃部分由於我們實施有機增長戰略以擴大市場份額，導致分銷及銷售開支增加。截至2023年12月31日止年度，淨利率略微增加至1.2%。淨利率由截至2023年12月31日止年度的1.2%下降至截至2024年6月30日止六個月的0.5%，乃主要由於2024年上半年金價大幅上漲導致Au (T+D)合約變現虧損淨額增加。

相較於其他珠寶產品，黃金珠寶的利潤率普遍較低，但黃金珠寶的較低利潤率並不意味著生產此類產品時所採用的製作工藝較低。此外，由於市場對黃金珠寶的需求相對較強，其存貨週轉率普遍較高。

## 概 要

### 綜合財務狀況表甄選項目

	截至12月31日			截至
				6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
<b>流動資產</b>				
存貨 . . . . .	2,048,989	1,688,925	2,169,633	2,016,500
貿易應收款項 . . . . .	97,993	130,922	150,513	171,206
預付款項、按金及其他應收款項 . . . . .	278,742	261,921	399,406	404,722
按公平值計入損益的金融資產 . . . . .	6,011	—	—	—
已質押／受限制存款 . . . . .	569,476	369,555	528,795	444,102
現金及現金等價物 . . . . .	153,518	225,359	155,866	364,034
<b>總計 . . . . .</b>	<b><u>3,154,729</u></b>	<b><u>2,676,682</u></b>	<b><u>3,404,213</u></b>	<b><u>3,400,564</u></b>
<b>流動負債</b>				
貿易應付款項及應付票據 . . . . .	45,560	64,953	511,787	302,191
其他應付款項及應計費用 . . . . .	117,258	122,987	139,142	182,303
租賃負債 . . . . .	12,028	9,600	7,711	11,276
借款 . . . . .	1,336,920	829,627	790,041	1,070,379
合約負債 . . . . .	27,215	39,044	42,173	72,887
稅項負債 . . . . .	1,849	12,296	24,963	13,390
黃金租賃 . . . . .	486,998	394,143	502,508	413,627
遞延收入 . . . . .	132	132	41	34
撥備 . . . . .	210	—	—	—
退款負債 . . . . .	50,995	41,448	32,943	23,615
<b>總計 . . . . .</b>	<b><u>2,079,165</u></b>	<b><u>1,514,230</u></b>	<b><u>2,051,309</u></b>	<b><u>2,089,702</u></b>
<b>流動資產淨值 . . . . .</b>	<b><u>1,075,564</u></b>	<b><u>1,162,452</u></b>	<b><u>1,352,904</u></b>	<b><u>1,310,862</u></b>
<b>非流動資產 . . . . .</b>	<b><u>540,553</u></b>	<b><u>583,711</u></b>	<b><u>616,793</u></b>	<b><u>610,101</u></b>
<b>非流動負債 . . . . .</b>	<b><u>76,240</u></b>	<b><u>56,730</u></b>	<b><u>46,792</u></b>	<b><u>37,433</u></b>
<b>資產淨值 . . . . .</b>	<b><u>1,539,877</u></b>	<b><u>1,689,433</u></b>	<b><u>1,922,905</u></b>	<b><u>1,883,530</u></b>
<b>資本及儲備</b>				
股本 . . . . .	224,900	229,067	229,067	229,067
儲備 . . . . .	1,307,163	1,454,914	1,685,289	1,641,095
本公司擁有人應佔權益 . . . . .	1,532,063	1,683,981	1,914,356	1,870,162
非控股權益 . . . . .	7,814	5,452	8,549	13,368
<b>權益總額 . . . . .</b>	<b><u>1,539,877</u></b>	<b><u>1,689,433</u></b>	<b><u>1,922,905</u></b>	<b><u>1,883,530</u></b>



---

## 概 要

---

我們的退款負債主要來自加盟商有權在購買的五年內調換未售出的鑲鑽珠寶的情況。我們從過往換貨率尋求洞見，使用預期價值法估計投資組合層面之調換比例。當預期貨品將被退回，乃確認退款負債而非收益。另一方面，於加盟商行使其權利時，我們收回產品的權利獲確認為退貨權，並將對銷售成本進行相應調整。

### 流動資產淨值

我們的流動資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣1,075.6百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣1,162.5百萬元，乃主要由於疫情導致銀行業務中斷，從而導致無法及時續新若干借款而令借款減少人民幣507.3百萬元，部分由存貨減少人民幣360.1百萬元所抵銷。

截至2023年12月31日，我們的流動資產淨值進一步增加至人民幣1,352.9百萬元，乃主要由於(i)存貨增加人民幣480.7百萬元，主要由於我們增加黃金儲備以滿足市場需求，同時伴隨2023年全年黃金價格的上漲，(ii)有關獲取融資的已質押／受限制存款增加人民幣159.2百萬元，以及(iii)退貨權資產增加導致預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣137.5百萬元，部分被貿易應付款項及應付票據大幅增加人民幣446.8百萬元所抵銷，主要乃由於我們採用銀行承兌票據結算金條交易。

截至2024年6月30日，我們的流動資產淨值小幅減少人民幣42.0百萬元至人民幣1,310.9百萬元，主要歸因於(i)銷售成品導致存貨減少人民幣153.1百萬元，(ii)借款增加人民幣280.3百萬元，及部分由黃金租賃減少人民幣88.9百萬元所抵銷。

相較於截至2024年6月30日而言，我們截至2024年9月30日的流動資產淨值相對穩定，維持在人民幣1,336.9百萬元。

### 資產淨值

我們的資產淨值由截至2021年12月31日的人民幣1,539.9百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣1,689.4百萬元，乃主要由於年內溢利人民幣180.8百萬元、發行股份人民幣50.0百萬元並由宣派股息人民幣78.7百萬元所抵銷。我們的資產淨值增加至截至2023年12月31日的人民幣1,922.9百萬元乃主要由於年內錄得溢利人民幣230.4百萬元。我們的資產淨值減少至截至2024年6月30日的人民幣1,883.5百萬元，乃主要由於2024年5月派付股息人民幣91.6百萬元所致，部分由截至2024年6月30日止六個月的淨利人民幣52.3百萬元所抵銷。

## 概 要

有關進一步詳情，參見本文件「財務資料—綜合財務狀況表甄選項目」。

### 綜合現金流量表節選現金流量數據

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審核)	
經營活動(所用)／所得					
現金淨額 . . . . .	(5,935)	522,670	229,676	(63,025)	(13,685)
投資活動所得／(所用)					
現金淨額 . . . . .	15,779	136,741	(190,132)	(268,836)	65,028
融資活動所得／(所用)					
現金淨額 . . . . .	86,526	(587,620)	(108,931)	273,566	156,733
現金及現金等價物					
增加／(減少)淨額 . . . . .	96,370	71,791	(69,387)	(58,295)	208,076
年／期初現金及					
現金等價物 . . . . .	57,151	153,518	225,359	225,359	155,866
匯率變化的影響 . . . . .	(3)	50	(106)	(47)	92
年／期末現金及現金等					
價物 . . . . .	<b>153,518</b>	<b>225,359</b>	<b>155,866</b>	<b>167,017</b>	<b>364,034</b>

我們錄得截至2023年6月30日止六個月的經營活動所用現金淨額為人民幣63.0百萬元。該業績主要歸因於(i)我們於2022年第四季度採購大量黃金以補充疫情造成的存貨短缺，導致存貨增加人民幣428.5百萬元；及(ii)2023年上半年金價上漲。此外，我們錄得截至2024年6月30日止六個月的經營活動所用現金淨額為人民幣13.7百萬元。該業績主要歸因於貿易應付款項及應付票據減少人民幣196.8百萬元，其中很大一部分與我們採購原材料所使用的結算票據有關，因為我們交替使用集團內公司間交易的銀行承兌匯票及循環貸款為本期購買黃金的結算提供資金。由於我們的應付票據結算被歸類為經營活動，而新增的循環貸款被歸類為融資活動，分類上的差異導致錄得經營活動所用現金淨額。展望未來，為改善我們經營活動的現金淨額狀況，我們力求(i)向供應商支付進度付款及使用票據等金融工具，以及(ii)持續優化我

---

## 概 要

---

們的存貨水平。我們盡力避免應付款項結算及／或採購存貨所需的現金流出大幅超過經營活動所得現金流入。我們相信，該等措施進而將更好地確保經營活動所得現金流入淨額。

截至2021年12月31日止年度，我們錄得經營活動所用現金淨額人民幣5.9百萬元，主要乃由於除稅前溢利人民幣295.9百萬元，並就若干非現金及／或非經營項目進行調整(i)黃金租賃未變現虧損淨額人民幣1.0百萬元，此乃市場黃金價格對截至2021年12月31日手頭未償還黃金租賃結餘所產生影響的結果，(ii)財務成本人民幣64.2百萬元，(iii)物業、廠房及設備折舊人民幣27.8百萬元，及(iv)營運資金負數變動。營運資金變動調整主要包括(i)存貨增加人民幣310.6百萬元，(ii)已質押／受限制存款增加人民幣28.1百萬元，(iii)貿易應收款項增加人民幣22.0百萬元，部分由(iv)貿易應付款項及應付票據增加人民幣32.6百萬元，(v)預付款項、按金及其他應收款項減少人民幣10.3百萬元及(vi)合約負債增加人民幣20.1百萬元所抵銷。

於往績記錄期間，考慮到我們於截至2023年12月31日止三個年度及截至2024年6月30日止六個月的營運資金變動前經營現金流量保持穩定，分別為人民幣413.8百萬元、人民幣335.1百萬元、人民幣436.4百萬元及人民幣110.3百萬元，我們於往績記錄期間的經營現金流出淨額主要歸因於黃金存貨數量變動及黃金市價上升趨勢。

於往績記錄期間各報告期末，我們的存貨餘額佔總資產的50%以上，而黃金存貨(不含K金)佔總存貨餘額的80%以上。由於存貨餘額的變動主要受到金價波動以及我們針對相關年度的生產需求而持有的原材料存貨管理策略的影響，因此金價上漲及黃金存貨數量增加導致經營現金流出。

2022年第四季度受疫情影響，我們主動降低存貨水準。存貨餘額從截至2021年12月31日的人民幣2,049.0百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣1,688.9百萬元。由於2022年存貨減少，我們錄得經營活動產生的現金流入淨額。

同時，於2023年上半年，由於業務前景較為樂觀，本集團實施了旨在擴大生產規模的存貨管理策略。該決策加之黃金價格上升導致大量現金用於採購黃金原材料，其後導致我們產生經營活動現金流出淨額。

然而，由於黃金存貨流動性高且具有高價值，董事認為本集團的經營狀況保持健康穩定，並無面臨任何現金流量及流動性重大風險。

## 概 要

### 主要財務比率

下表載列所示期間／截至所示日期的主要財務比率：

	截至12月31日止年度／截至12月31日			截至6月30日
				止六個月／
	2021年	2022年	2023年	截至6月30日
毛利率	3.2%	4.8%	5.3%	6.2%
淨利率	1.3%	1.1%	1.2%	0.5%
權益回報率	15.7%	11.2%	12.9%	2.7%
總資產回報率	6.4%	5.2%	6.4%	1.3%
流動比率	1.5倍	1.8倍	1.7倍	1.6倍
速動比率	0.5倍	0.7倍	0.6倍	0.7倍
資產負債率 <sup>(1)</sup>	86.8%	49.1%	41.1%	56.8%
負債對權益比率	76.9%	35.8%	33.0%	37.5%

附註：

(1) 資產負債率按截至相關日期借款總額除以權益總額再乘以100%計算得出。

有關計算及波動原因之詳情，參見「財務資料—主要財務比率」。

### 先前A股申請

2018年8月，鑒於廣發證券股份有限公司（「廣發證券」）具備過往保薦經驗（曾保薦另一家中國黃金珠寶公司在深交所上市），我們委聘廣發證券為保薦人以籌備擬於深圳證券交易所（「深交所」）主板遞交的股份上市申請（「A股申請」）。此次委聘之後，廣發證券並無代表本公司作出任何正式上市申請。隨後，由於廣發證券可能涉及重大不合規行為，且據稱其正在接受調查，我們於2020年5月終止委聘廣發證券並於2020年9月委聘中泰證券股份有限公司（「中泰證券」）作為保薦人以向中國證監會遞交深交所主板A股申請。中國證監會於2021年12月20日正式對我們的A股申請發出駁回通知，並對其若干未獲圓滿解決的徵詢意見表達疑慮，包括(i)我們的舊料業務及「一元換款」活動的商業原理；(ii)存貨數據差異及(iii)加盟店存貨水平。我們的董事認為，上述事項不再適用或與[編纂]相關，或導致本公司不適合在聯交所[編纂]。

## 概 要

我們終止委聘中泰證券，並委聘中信證券有限公司（「**中信證券**」）進行第二次A股申請（「**第二次A股申請**」）。儘管如此，為更好地接觸多元化的全球[編纂]並獲得更多國際認可，我們並未提交第二次A股申請，而是決定尋求[編纂][編纂]。中信證券轉介中信證券（香港）有限公司作為我們的獨家保薦人進行本次[編纂]申請，且我們終止委聘中信證券。就A股申請而言，本公司與廣發証券及中泰證券並無分歧。根據獨家保薦人開展的獨立盡職調查工作，獨家保薦人未注意到任何重大事項，表明本公司與本公司先前委聘的保薦人在A股申請方面存在任何分歧。

董事確認，根據公開可得資料，概無本公司就A股申請及第二次A股申請所委聘的專業人士已經／正在因A股申請及第二次A股申請而受到中國相關監管機構的任何調查。董事進一步確認，並無有關A股申請及第二次A股申請的其他事宜須提請聯交所或[編纂]垂注。

有關進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構—先前A股申請」。

### [編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數並假設[編纂]未獲行使），則[編纂]的估計[編纂]總額（包括[編纂]）為人民幣[編纂]百萬元（包括(i)[編纂]開支（包括但不限於佣金及費用）約人民幣[編纂]百萬元，以及(ii)非[編纂]相關開支約人民幣[編纂]百萬元，其中包括已付法律顧問及申報會計師費用及開支約人民幣[編纂]百萬元，其他費用及開支約人民幣[編纂]百萬元），約佔[編纂][編纂]的[編纂]%（基於[編纂]每股[編纂][編纂]港元並假設[編纂]並未獲行使）。

於往績記錄期間，我們已產生[編纂]及發行成本人民幣[編纂]百萬元。截至2024年12月31日止年度，我們預計將分別產生[編纂]人民幣[編纂]百萬元，其中估計金額人民幣[編纂]百萬元將計入損益，而人民幣[編纂]百萬元將根據有關會計準則於成功[編纂]後入賬列作自權益扣減。上述[編纂]為截至最後實際可行日期的最佳估計，僅供參考，實際金額可能與此估計有所不同。

---

## 概 要

---

### [編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即本文件所述指示性[編纂]的中位數)及假設[編纂]未獲行使，我們估計，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，我們將收到[編纂][編纂]約[編纂]百萬港元。我們的未來計劃及[編纂][編纂]的擬定用途已於本文件「未來計劃及[編纂]」一節詳細載列，其摘要如下：

- 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元(相等於約人民幣[編纂]百萬元)，將用於升級山東濰坊的生產設施以增強我們的生產能力，以期進一步實現業務增長；
- 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元(相等於約人民幣[編纂]百萬元)，將用於擴大和加強我們的特許經營網絡；
- 約[編纂]%，或[編纂]百萬港元(相等於約人民幣[編纂]百萬元)，將用於投資信息科技：
  - 約[編纂]%，或人民幣[編纂]百萬元，將用於通過收購數據管理數字系統來提高我們的運營效率；
  - 約[編纂]%，或人民幣[編纂]百萬元，將用於透過將先進數字化元素整合至我們的生產鏈，以加強我們的生產線及庫存管理。

### 我們的控股股東

王忠善先生、張秀芹女士、王國鑫先生、王娜女士、金夢合夥、金園合夥、金隆合夥及天津園金夢構成我們的控股股東集團，假設[編纂]未獲行使，則將共同有權行使本公司已發行股本總額約[編纂]%的表決權，假設[編纂]獲悉數行使，則將共同有權行使本公司已發行股本總額約[編纂]%的表決權，且[編纂]後，彼等仍為一組控股股東。有關詳情，參見「與控股股東的關係」。

### 與控股股東的關係

於往績記錄期間，王忠善先生及張秀芹女士(「**關連擔保人**」)一直為本集團提供個人擔保／抵押(「**關連擔保**」)，作為本集團獲得若干銀行貸款、承兌匯票、融資租賃和黃金租賃之擔保(統稱「**有擔保貸款**」)，所有關連擔保將於[編纂]時終止，相關

---

## 概 要

---

銀行貸款、承兌匯票和黃金租賃將由本公司及／或本集團成員公司提供擔保。截至最後實際可行日期，我們已自有擔保貸款的所有貸款方取得同意書，據此，彼等原則上同意於[編纂]後以本集團提供的擔保／抵押及／或專利權取代關連擔保。詳情見「與控股股東的關係」。

### [編纂]

我們的六名[編纂]包括：(i)天津海開信創；(ii)中信証券投資；(iii)趙篤學先生；(iv)黃怡女士；(v)張義貞女士；及(vi)張建軍先生，彼等均為獨立第三方。有關進一步詳情，參見「歷史、發展及公司架構—[編纂]」。

### 股息

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度及截至2024年6月30日止六個月，本集團向股東宣派的股息分別為零、人民幣78.7百萬元、零及人民幣91.6百萬元。所有宣派股息均已以現金全額結算。

我們並無任何固定股息政策或預定派息率。股息的宣派由董事會酌情決定。本公司宣派任何末期股息亦須於股東大會獲股東批准。董事於考慮我們的營運及盈利、資本需求及盈餘、整體財務狀況、合約限制、資本開支及未來發展需求、股東利益以及彼等於當時可能視為相關的其他因素後，可於日後建議派付股息。

### COVID-19疫情對我們業務營運的影響

於往績記錄期間，COVID-19疫情及相關限制性政策導致社交網絡及商業活動減少，進而對中國黃金珠寶市場及我們的營運產生不利影響。

2022年，我們位於昌樂的製造設施經歷了暫時性的產能下降，主要由於中國反復爆發COVID-19導致運輸延誤，原材料到貨等待天數增加。此外，我們的若干加盟店於2021年及2022年因COVID-19暫時關閉。儘管面臨COVID-19的挑戰，但我們的業務於往績記錄期間保持上升趨勢。我們已迅速採取各種措施，以減輕COVID-19疫情的影響，例如(i)組織僱員遠程辦公，密切監察彼等的健康保健狀況；(ii)向僱員提供口罩及消毒酒精等防疫必需品；及(iii)進行例行消毒並要求定期出示COVID-19 PCR陰性檢測結果，以防止疫情捲土重來。我們的收益由2021年的人民幣16,871.0百萬元減少至2022年的人民幣15,724.2百萬元，主要乃由於疫情對我們2022年第四季度的銷售造成影響，隨後增至2023年的人民幣20,208.6百萬元，主要乃由於2023年經濟活動復甦所致。截至最後實際可行日期，COVID-19尚未對我們的日常營運、供應鏈或監管事務造成任何重大不利影響。

---

## 概 要

---

隨著中國政府自2022年12月起全面解除COVID-19防控政策，我們的董事認為且獨家保薦人贊同，COVID-19疫情不太可能對我們未來的業務產生重大不利影響。除上述影響之外，我們的董事認為且獨家保薦人贊同，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，COVID-19疫情並未對我們的整體業務、財務狀況及經營業績造成任何重大不利影響。

### 監管發展

#### 中國證監會備案

2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》及《關於境內企業境外發行上市備案管理安排的通知》(統稱「境外上市試行辦法」)，要求中國境內公司間接境外[編纂][編纂]從2023年3月31日起須遵守中國證監會的備案規定。

2023年10月9日，我們向中國證監會提交了初步備案文件，而中國證監會於2024年1月19日發佈我們就本次[編纂]完成規定備案程序的通知。

#### 近期發展及並無重大不利變動

根據上海黃金交易所所報Au9999收市金價，黃金價格於往績記錄期間後繼續呈現波動，由截至2024年7月1日的人民幣549.2元／克上漲至截至2024年7月31日的人民幣563.3元／克，隨後上漲至截至2024年8月30日的人民幣573.4元／克以及截至最後實際可行日期的人民幣627.7元／克。金價的相關上漲導致我們的Au(T+D)合約及黃金租賃產生虧損，而倘若金價於2024年餘下期間延續上漲趨勢，則截至2024年12月31日止年度的淨利及淨利率亦或會受到負面影響。我們通常利用黃金租賃及Au(T+D)合約作為金價波動的經濟對沖來管理金價波動風險。有關Au(T+D)合約及黃金租賃及其對我們淨利及淨利率的影響的詳情，請參見「一淨利率一Au(T+D)合約及黃金租賃作為對沖策略的影響」。另一方面，2024年6月之後金價的持續上漲對我們的毛利及毛利率產生積極影響。然而，由於目前金價處於相對高位，倘未來金價保持穩定或有所下降，我們的毛利及毛利率或會受到不利影響甚至轉為負數。

董事確認，截至本文件日期，自2024年6月30日(即本文件附錄一會計師報告中所列綜合財務報表的最近資產負債表日期)以來，除金價上漲導致Au(T+D)合約及



---

## 概 要

---

黃金租賃虧損的負面影響外，我們的業務、財務狀況或經營業績概無發生重大不利變動，並且我們的收益、銷售成本、毛利及毛利率亦無發生任何重大不利變動。

### 第三方結算安排

截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，573個、669個及554個加盟商訂立代付協議，並通過彼等指定的第三方賬戶與我們結算交易（「**第三方結算安排**」）。鑑於此類第三方結算安排的相關風險，我們已採取措施終止第三方結算安排。於2023年11月14日，我們發出通知，告知相關交易方我們擬終止第三方結算安排，自2024年1月1日起生效。所有第三方結算安排均已自2024年1月1日起終止且此後所有結算均已由相關加盟商作出。截至2023年12月31日止年度採納第三方結算安排的554名相關交易方中，有531名或95.8%於截至最後實際可行日期仍然擔任我們的加盟商。

董事經審慎周詳考慮後確認，於2024年1月1日終止第三方結算安排後及直至最後實際可行日期，除本節「**[編纂]**」各段所披露者外，我們的綜合財務報表並無任何重大非經常性項目。董事亦確認，於往績記錄期間後及直至最後實際可行日期，(i) 市場狀況或我們經營所在的行業及環境並無發生對我們的財務或經營狀況造成重大不利影響的重大不利變化；(ii) 本集團的貿易及財務狀況或前景並無重大不利變化；及(iii) 並未發生會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大不利影響的事件。董事進一步確認，未來我們將不會接納第三方結算安排及來自第三方付款人的任何其他付款。

## 概 要

### [編纂]

本表格的所有統計數據乃假設[編纂]不獲行使。

	基於[編纂] 每股[編纂][編纂] 港元	基於[編纂] 每股[編纂][編纂] 港元
[編纂]市值 <sup>(1)</sup> . . . . .	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
[編纂]市值 <sup>(2)</sup> . . . . .	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
截至2024年6月30日本公司擁有人應佔 本集團每股[編纂]經調整綜合 有形資產淨值 <sup>(3)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值乃基於緊隨[編纂]完成後假設將予發行[編纂][編纂]（假設[編纂]未獲行使）且[編纂][編纂]將於[編纂]完成後轉換為[編纂]。
- (2) 市值乃基於緊隨[編纂]完成後預期將予發行[編纂]股股份計算。
- (3) 上表每[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃按本文件「附錄二—[編纂]財務資料」所載「本公司擁有人應佔本集團[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表」一節所述調整後及按緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份計算（假設[編纂]未獲行使）。

### 土地及物業

截至最後實際可行日期，我們於中國擁有六塊土地，總面積約178,173.5平方米，及34幢樓宇或單位，總建築面積約144,938.7平方米。有關進一步詳情，參見「業務—土地及物業」及本文件附錄三物業估值報告。

---

## 概 要

---

### 有關公司所處行業的法律法規概要

#### 有關黃金珠寶行業

適用於黃金珠寶行業的法規主要包括《國務院關於取消第二批行政審批項目和改變一批行政審批項目管理方式的決定》《中華人民共和國金銀管理條例》及《黃金及黃金製品進出口管理辦法》。有關詳情，參見「監管概覽—有關黃金首飾行業的法規」。根據上述規定，通過加工貿易方式進出口的黃金及黃金製品，毋須取得中國人民銀行簽發的《中國人民銀行黃金及黃金製品進出口准許證》，並受海關監管。截至最後實際可行日期，我們已通過加工貿易方式進行彈簧釦出口，並辦理了加工貿易台賬。

#### 有關產品生產

適用於產品生產的法規主要包括《中華人民共和國安全生產法》《中華人民共和國消防法》及《中華人民共和國環境保護法》。有關詳情，參見「監管概覽—與生產相關的法規」。截至最後實際可行日期，本集團已辦理生產所需的必要手續。

#### 有關產品銷售

我們須遵守與我們的產品銷售相關的法律法規，包括《商業特許經營管理條例》《中華人民共和國產品質量法》《中華人民共和國消費者權益保護法》《中華人民共和國反不正當競爭法》《中華人民共和國廣告法》及《中華人民共和國電子商務法》。有關詳情，參見「監管概覽—有關商業特許經營的法規」及「監管概覽—有關產品銷售的法規」。截至最後實際可行日期，本集團已在商務部辦理商業特許經營備案，並且本集團已採取措施盡量降低產品銷售風險。

#### 有關反不正當競爭和反商業賄賂

適用於反不正當競爭和反商業賄賂的法規主要包括《中華人民共和國反不正當競爭法》。有關詳情，請參閱「監管概覽—有關產品銷售的法規」。根據上述規定，經營者在生產經營活動中不得賄賂對方單位的任何員工、對方委託的任何單位或人

---

## 概 要

---

員，或影響對方的單位或人員利用其權力獲得商業機會或競爭優勢。截至最後實際可行日期，本公司已通過實施《反貪腐反賄賂管理制度》及設立商業賄賂舉報熱線的方式降低商業賄賂的法律風險。

經考慮到(i)據我們的中國法律顧問告知，我們已經從中國相關政府部門獲得在所有重大方面開展業務所需的所有牌照、許可證及證書，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無受到重大行政處罰；及(ii)於往績記錄期間，我們已自有關部門取得關於我們業務運營的合規證明，董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期本集團在所有重大方面均遵守了影響其業務活動的中國適用法律法規(包括產品質量及消費者保護法律法規)。

### 重大風險因素概要

我們的主要風險因素包含：

- 我們的業務及未來增長前景依賴於消費者對我們產品的需求。市場趨勢、消費者需求或偏好的任何變動均可能會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響
- 我們對加盟商的營運控制權有限。倘我們無法維持或進一步發展與加盟商的合作，或加盟商有任何違法行為、行為失當或未能提供令人滿意的服務，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到不利影響
- 倘我們無法保護我們的商號及其他知識產權，或倘我們面臨任何負面宣傳，我們的業務可能會受到重大不利影響
- 我們的生產機器及技術知識可能會落伍過時，這或會影響我們的業務、財務狀況及經營業績
- 原材料價格波動可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響
- 我們可能無法成功利用黃金價格敞口管理方式以管理黃金價格的波動
- 我們倚賴內部及加盟商的銷售及營銷隊伍推廣我們的品牌。倘銷售及營銷人員無法開展有效的營銷或銷售活動，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響

---

## 概 要

---

- 我們依賴我們的主要供應商，彼等的供應或會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響
- 黃金首飾製造業及零售業競爭激烈，可能導致我們的市場份額流失，繼而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響

### 不合規

有關未能悉數繳足社會保險及住房公積金之不合規事項以及我們確保合規的措施之詳情，參見「業務—合規及法律訴訟—不合規」。我們將採納經改良內部控制，如向僱員分發合規政策，指派專人實施政策及分派高級管理層監控合規狀況。我們亦將與中國有關部門及外部法律顧問保持定期溝通以評估不合規風險。除所披露者外，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期在各重大方面遵守中國法律及法規。