

藍月亮集團控股有限公司 Blue Moon Group Holdings Limited

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

股份代號：6993

藍月亮

全球發售

聯席保薦人、聯席全球協調人及聯席賬簿管理人
(按英文字母順序排序)

BofA SECURITIES 

 CICC
中金公司

 citi

聯席全球協調人及聯席賬簿管理人
(按英文字母順序排序)

 BNP PARIBAS

 滙豐
HSBC

 UBS

聯席賬簿管理人
(按英文字母順序排序)

 農銀國際
ABC INTERNATIONAL

 中銀國際

 建銀國際
CDB International

 民銀資本
CMB CAPITAL

 招銀國際
CMB INTERNATIONAL

 富途證券

 ICBC

 工銀國際

 UOB KayHian
大華繼显

重要提示

閣下如對本招股章程的任何內容有任何疑問，應取得獨立專業意見。



Blue Moon Group Holdings Limited

藍月亮集團控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

全球發售

全球發售的發售股份數目	:	747,126,500股股份(視乎超額配股權行使與否而定)
香港發售股份數目	:	74,713,000股股份(可予重新分配)
國際發售股份數目	:	672,413,500股股份(可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定)
最高發售價	:	每股發售股份13.16港元，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費(須於申請時以港元繳足，多繳股款可予退還)
面值	:	每股股份0.01港元
股份代號	:	6993

聯席保薦人、聯席全球協調人及聯席賬簿管理人

(按英文字母順序排序)



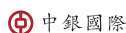
聯席全球協調人及聯席賬簿管理人

(按英文字母順序排序)



聯席賬簿管理人

(按英文字母順序排序)



香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本招股章程的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本招股章程全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本招股章程連同「附錄六一送呈香港公司註冊處處長及備查文件」一節所述隨附文件，已遵照香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。香港證券及期貨事務監察委員會及公司註冊處處長對本招股章程或上述任何其他文件的內容概不負責。

預期發售價由聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司於定價日協定。定價日期為2020年12月9日(星期三)或前後，惟無論如何不遲於2020年12月15日(星期二)。除另有公佈外，發售價不會超過每股發售股份13.16港元，且預期不會低於每股發售股份10.20港元。

發售股份並無亦不會根據美國證券法或美國任何州的證券法登記，且不得於美國境內發售、出售、質押或轉讓，惟在豁免遵守美國證券法的登記規定或不受該等規定約束的交易中進行者除外。發售股份(a)於美國境內僅在豁免遵守美國證券法的登記規定或不受該等規定約束的交易中向合資格機構買家(定義見第144A條)發售及出售及(b)於美國境外根據S規例於離岸交易中發售及出售。

於作出投資決定前，有意投資者應審慎考慮本招股章程所載全部資料，包括「風險因素」一節所載的風險因素。倘於上市日期上午八時正前出現若干理由，則聯席保薦人及聯席全球協調人(代表包銷商)可終止香港包銷商根據香港包銷協議應負的責任。該等理由載於「包銷」一節。有關進一步詳情，敬請參閱該節。

2020年12月4日

預期時間表⁽¹⁾

香港公開發售開始以及 白色 及 黃色 申請表格可供索取	2020年12月4日(星期五) 上午九時正起
透過指定網站 www.eipo.com.hk 以 白表eIPO 服務完成 電子申請的最後時限 ⁽²⁾	2020年12月9日(星期三) 上午十一時三十分
開始辦理認購申請登記 ⁽³⁾	2020年12月9日(星期三) 上午十一時四十五分
(a)遞交 白色 及 黃色 申請表格、(b)透過網上銀行轉賬或 繳費靈轉賬完成 白表eIPO 申請付款及 (c)向香港結算發出 電子認購指示 的最後時限 ⁽⁴⁾	2020年12月9日(星期三) 中午十二時正
截止登記認購申請 ⁽³⁾	2020年12月9日(星期三) 中午十二時正
預期定價日 ⁽⁵⁾	2020年12月9日(星期三)
(1) 於聯交所網站 www.hkexnews.hk 及 本公司網站 www.bluemoon.com.cn ⁽⁶⁾ 公佈發售價、國際發售的認購踴躍程度、 香港公開發售的申請水平及香港公開發售項下 香港發售股份的分配基準	2020年12月15日(星期二) 或之前
(2) 透過多種渠道公佈香港公開發售的分配結果 (包括獲接納申請人的身份證明文件號碼(如適用)) (如本招股章程「如何申請香港發售股份— D.公佈結果」一節所述)	2020年12月15日(星期二)
香港公開發售的分配結果可透過 www.iporesults.com.hk (其他選擇：英文： https://www.eipo.com.hk/en/Allotment ； 中文： https://www.eipo.com.hk/zh-hk/Allotment) 使用「按身份證號碼搜索」功能查閱	2020年12月15日(星期二)起
寄發股票或將股票記存入中央結算系統及 白表 電子退款指示／退款支票 ⁽⁷⁾	2020年12月15日(星期二) 或之前
預期股份開始在聯交所買賣	2020年12月16日(星期三) 上午九時正

預期時間表⁽¹⁾

附註：

- (1) 除另有說明者外，所有日期及時間均指香港本地時間。
- (2) 於遞交申請截止日期上午十一時三十分後，閣下不得通過指定網站www.eipo.com.hk遞交申請。閣下如已於上午十一時三十分之前遞交申請並已自指定網站獲得申請參考編號，將可繼續辦理申請手續（通過完成支付申請股款）直至遞交申請截止日期中午十二時正（即截止辦理認購申請登記之時）為止。
- (3) 倘於2020年12月9日（星期三）上午九時正至中午十二時正之間任何時間，香港發出八號或以上熱帶氣旋警告訊號、「黑色」暴雨警告訊號及／或極端情況，則當日將不會開始及截止辦理認購申請登記。詳情請參閱「如何申請香港發售股份—C.惡劣天氣對開始及截止辦理申請登記的影響」一節。
- (4) 向香港結算發出電子認購指示申請認購香港發售股份的申請人，請參閱「如何申請香港發售股份—A.申請香港發售股份—6.透過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示提出申請」一節了解詳情。
- (5) 定價日預期為2020年12月9日（星期三）或前後，惟無論如何不遲於2020年12月15日（星期二）。倘本公司與聯席全球協調人（代表包銷商）因任何理由未能於2020年12月15日（星期二）前協定發售價，則全球發售將不會進行並告失效。
- (6) 該等網站或當中所載任何資料均不構成本招股章程其中部分。
- (7) 只有在全球發售於上市日期（預期為2020年12月16日（星期三）或前後）上午八時正或之前已於各方面成為無條件的情況下，股票方會於上述時間成為有效證書。倘投資者在收取股票前或股票成為有效的所有權憑證之前按公開可得的分配詳情買賣股份，須自行承擔一切風險。

以上預期時間表僅為概述。有關全球發售的架構（包括全球發售的條件）及香港發售股份的申請程序的詳情，閣下應參閱「全球發售的架構」及「如何申請香港發售股份」各節。

倘全球發售並未成為無條件或根據其條款終止，則全球發售將不會進行。在該情況下，本公司將在其後於切實可行的情況下盡快作出公告。

目 錄

致投資者的重要通知

本招股章程由本公司僅就香港公開發售及香港發售股份而刊發，並不構成出售或招攬購買本招股章程根據香港公開發售所提呈發售的香港發售股份以外任何證券的要約。本招股章程不得用作亦不構成在任何其他司法權區或任何其他情況下作出的要約或邀請。本公司並無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法權區公開發售發售股份或派發本招股章程。在其他司法權區派發本招股章程以及提呈發售及出售發售股份須受到限制，除非已根據該等司法權區的適用證券法向相關證券監管部門登記或獲其授權准許或獲得豁免，否則不得派發本招股章程以及提呈發售及出售發售股份。

閣下於作出投資決定時，應僅依賴本招股章程及申請表格所載的資料。本公司及任何有關人士均未授權任何人士向閣下提供任何有別於本招股章程所載者的資料或作出任何有別於本招股章程所載者的聲明。閣下不得將並非載於本招股章程的任何資料或聲明，視為已獲我們或任何有關人士授權而加以依賴。本公司網站www.blumoon.com.cn所載資料並不構成本招股章程的一部分。

	<u>頁次</u>
預期時間表.....	i
目錄.....	iii
概要.....	1
全球發售概覽.....	17
責任聲明及前瞻性陳述.....	18
風險因素.....	21
董事及參與全球發售的各方.....	57
公司資料.....	62
歷史、重組及公司架構.....	65
行業概覽.....	80
業務.....	101
財務資料.....	196
股本.....	272
主要股東.....	274
與控股股東的關係.....	276
關連交易.....	280
董事及高級管理層.....	284
未來計劃及所得款項用途.....	300
基石投資者.....	308
豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例.....	315
包銷.....	322

目 錄

	<u>頁次</u>
全球發售的架構	334
如何申請香港發售股份	343
附錄一 — 會計師報告	I-1
附錄二 — 未經審計備考財務資料	II-1
附錄三 — 監管概覽	III-1
附錄四 — 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要	IV-1
附錄五 — 法定及一般資料	V-1
附錄六 — 送呈香港公司註冊處處長及備查文件	VI-1
附錄七 — 釋義及詞彙	VII-1

概 要

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於本節為概要，故並不包含對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定是否投資發售股份前，應細閱本招股章程全文。任何投資均涉及風險。有關投資發售股份的部分特定風險的詳情，請參閱「風險因素」一節。在決定投資發售股份之前，閣下應細閱該節。

我們的使命

提供卓越產品、極致服務、專業諮詢，讓消費者潔淨無憂。

我們的願景

讓每一個家庭生活生活在「藍月亮」的世界裏，潔淨、健康、舒適、體面、快樂。

我們的價值

為用戶，更卓越。

概覽

我們是中國領先的以消費者為核心的家庭清潔護理公司。我們研發、生產及銷售多款產品，涵蓋衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理三大品類。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年、2018年及2019年各年，我們的洗衣液、洗手液及濃縮洗衣液產品在其各自市場的市場份額均排名第一。根據同一份報告，於2019年，以零售銷售價值計算，「藍月亮」在中國衣物清潔護理市場及個人清潔護理市場中均排名第四，在家居清潔護理市場中則排名第五。我們享譽數十年，得益於我們對客戶滿意的執著追求、洞察及確立消費趨勢的能力，專注於成功的產品落地能力。

自成立以來，我們便專注於具有高增長潛力的市場，並已建立強大的品牌。我們已開發藍月亮洗手液、藍月亮深層潔淨護理洗衣液及藍月亮機洗至尊濃縮+洗衣液等多款受歡迎產品，並不斷對產品進行升級。我們構建了知識營銷體系，不單是向消費者推廣我們的產品或品牌，更是尋求利用我們的研究及生產經驗向消費者傳達家庭清潔護理相關知識及見解，從而提升品牌忠誠度。我們為中國家庭清潔護理率先使用電商渠道的公司，並佔據領先地位，建立了強大的全渠道銷售及分銷網絡。我們自2008年起推出技術提升計劃，以實現在採購、生產、銷售等方面的數字化運營，提升公司經營效率和擴張能力。

概 要

我們相信市場環境及消費趨勢有利於我們。根據弗若斯特沙利文報告：

- 中國為全球最大的家庭清潔護理市場之一，在主要經濟體中增長潛力最高。按零售銷售價值計算，預計中國家庭清潔護理市場的市場規模將由2019年的人民幣1,108億元增長至2024年的人民幣1,677億元，佔2019年至2024年全球家庭清潔護理行業增長超過三分之一。特別是，以零售銷售價值計算，衣物清潔護理市場為中國家庭清潔護理行業中最大的市場，佔2019年中國總體家庭清潔護理市場的61.2%；
- 中國消費者用於洗衣液及濃縮洗衣液等優質產品的花費與日俱增。雖然該等產品在美國及日本等發達國家相當普遍，而中國的滲透率一直迅速增長。根據弗若斯特沙利文報告，中國洗衣液的市場滲透率由2015年的32.0%上升至2019年的44.0%，預測於2024年將進一步上升至58.6%。於2019年，濃縮洗衣液在日本及美國的滲透率達到100%，而同年濃縮洗衣液在中國的滲透率為8.2%，顯示出有關產品在中國有巨大的增長潛力；及
- 電子商務為中國一個重要及快速增長的零售渠道。於2019年至2024年，中國家庭清潔護理產品電子商務渠道銷售額的複合年增長率預計將達到16.2%，到2024年時將佔中國整體家庭清潔護理產品市場的31.9%。

我們於早期便認清有關市場趨勢，並調整業務佈局以抓住行業發展機遇。我們已成為中國洗衣液、濃縮洗衣液及洗手液市場中的領導者。我們有效的知識營銷不僅提升了消費者對我們品牌的忠誠度，亦讓消費者更願意選用洗衣液及濃縮產品。於2019年，儘管中國家庭清潔護理行業的線上滲透率僅為22.8%，我們線上渠道總收益佔比已達到47.2%，並已於所有主要電子商務平台取得領先的市場份額。

「藍月亮」品牌是由我們的首席執行官羅先生於28年前創立。彼激發及創建一支經驗豐富的管理團隊，成員平均擁有逾20年行業經驗。此外，我們的主席潘女士在制訂企業策略方面有著舉足輕重的作用，有關策略使我們的業務成功擴展。我們相信，我們的成功歸功於我們專注於家庭清潔護理行業及致力讓消費者滿意。

於往績記錄期間，我們的業務大幅增長。於2017年至2019年，我們收益以11.9%的複合年增長率增長。於2019年，我們的收益為7,049.9百萬港元，而我們的純利為1,079.6百萬港元。於截至2020年6月30日止六個月，我們的收益為2,435.9百萬港元，而我們的純利為302.2百萬港元。

我們的產品

我們已建立領先市場的多元化產品組合，該等產品普遍獲得中國消費者的肯定。我們產品組合的廣度及深度使我們能夠為消費者提供多款切合不同情境的產品選擇，並為消費

概 要

者提供多個不同的解決方案以滿足彼等的家庭清潔需要。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，各自以零售銷售價值市場規模計算，我們的主要品牌「藍月亮」在中國洗衣液市場及洗手液市場中均排名第一。根據同一份報告，於2019年，以零售銷售價值計算，「藍月亮」在中國衣物清潔護理市場及個人清潔護理市場中均排名第四，在家居清潔護理市場中則排名第五。我們亦努力以不同品牌開發產品，以滿足客戶多樣的清潔需要。於2013年至2019年，我們相繼推出「衛諾」品牌浴室清潔產品、「至尊」品牌濃縮洗衣液產品、「淨享」品牌高級洗手液產品及配方溫和的「天露」品牌餐具和蔬果清潔產品，以滿足消費者全新及不斷轉變的家庭清潔需要。我們為擴大產品組合所作出的努力已進一步鞏固我們作為科學及專業家庭清潔護理產品提供商的品牌形象。

下表載列於所示期間的收益貢獻及收益貢獻所佔百分比：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	收益	估該年度 收益總額的 百分比	收益	估該年度 收益總額的 百分比	收益	估該年度 收益總額的 百分比	收益	估該期間 收益總額的 百分比	收益	估該期間 收益總額的 百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審計)									
衣物清潔護理產品	4,922,459	87.4	5,917,277	87.4	6,177,613	87.6	2,364,351	86.9	1,681,407	69.0
個人清潔護理產品	328,021	5.8	410,616	6.1	418,545	5.9	180,051	6.6	465,602	19.1
家居清潔護理產品	381,553	6.8	440,052	6.5	453,747	6.5	175,948	6.5	288,859	11.9
總計	<u>5,632,033</u>	<u>100.0</u>	<u>6,767,945</u>	<u>100.0</u>	<u>7,049,905</u>	<u>100.0</u>	<u>2,720,350</u>	<u>100.0</u>	<u>2,435,868</u>	<u>100.0</u>

我們的毛利按收益減銷售成本計算，毛利率則按毛利除以收益計算並以百分比表示。下表載列於所示期間按產品類別劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審計)									
衣物清潔護理產品	2,546,370	51.7	3,346,739	56.6	3,948,753	63.9	1,444,655	61.1	1,031,954	61.4
個人清潔護理產品	208,674	63.6	263,856	64.3	271,986	65.0	117,890	65.5	317,549	68.2
家居清潔護理產品	240,079	62.9	275,706	62.7	302,271	66.6	109,170	62.0	209,100	72.4
總計	<u>2,995,123</u>	<u>53.2</u>	<u>3,886,301</u>	<u>57.4</u>	<u>4,523,010</u>	<u>64.2</u>	<u>1,671,715</u>	<u>61.5</u>	<u>1,558,603</u>	<u>64.0</u>

概 要

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
	千公斤	港元/公斤	千公斤	港元/公斤	千公斤	港元/公斤	千公斤	港元/公斤	千公斤	港元/公斤
衣物清潔護理產品	401,269	12.3	464,022	12.8	508,665	12.1	198,716	11.9	167,077	10.1
個人清潔護理產品	24,138	13.6	30,310	13.5	32,425	12.9	13,551	13.3	32,470	14.3
家居清潔護理產品	25,059	15.2	30,317	14.5	32,831	13.8	13,137	13.4	23,045	12.5
總計	450,466	12.5	524,649	12.9	573,921	12.3	225,404	12.1	222,592	10.9

有關往績記錄期間我們產品銷量及平均售價的分析，請參閱「財務資料 — 若干綜合全面收入表項目說明 — 收益」一節。

研發

我們強大的研發往績記錄為我們的業務帶來巨大益處。我們以雙線研發為重點，包括(i)推出新產品以滿足消費者不斷轉變的喜好及提升用戶體驗；及(ii)開發並與消費者分享科學及實用的清潔方法。

我們於營運之初便成立研發技術中心，並於2015年成立藍月亮洗滌研究院，專門開發及評估洗衣產品及方法。由於在研發上的努力，於最後實際可行日期，我們已於中國取得合共673個註冊商標、152項專利及159項版權。有關詳情，請參閱「業務 — 知識產權」一節。

客戶服務

我們以消費者為中心，客戶服務加強我們與消費者之間的直接互動，並可能增加客戶黏性。此外，通過我們的客戶服務，我們向消費者推廣自主開發的清潔相關知識。我們為消費者提供快速的線上及線下服務。我們主要提供兩大類服務，即客戶支持服務及洗衣服務，以加強與消費者之間的直接互動，以及滿足不同消費者於不同情景下的需要。具體而言，通過我們的客戶支持服務，我們提供技術支持，並收集希望自行清潔的消費者提出的反饋及問題。我們的洗衣服務為無暇或無法自行完成艱難的洗衣工作的消費者提供另一選擇。我們認為，我們的個性化客戶支持服務是我們保留客戶及建立品牌忠誠度的重要途徑。

知識營銷

我們致力於推廣根據我們的研究及生產經驗所形成的家庭清潔護理相關知識及卓見。我們已通過多種渠道推行知識營銷理念，包括(i)線上營銷，比如在社交媒體平台及電子商

概 要

務平台上舉辦的營銷活動；(ii)線下營銷，主要通過我們在零售終端的清潔顧問進行；(iii)特別活動，包括贊助全國性電視節目及我們不時舉辦的線下主題活動；及(iv)商業廣告，包括明星代言。知識營銷使我們能夠觸及具有不同購買力及習慣的更廣大消費者群，進而有助於我們建立忠誠且寶貴的客戶群。

銷售及分銷網絡

我們擁有覆蓋線上及線下業務的全渠道銷售及分銷網絡。我們已建立深入滲透市場的全國性銷售網絡。於2020年6月30日，我們的線下銷售及分銷網絡覆蓋中國所有省份。我們為中國家庭清潔護理行業中最早利用線上銷售渠道的公司之一，包括銷售予電子商務平台及透過線上店鋪銷售予客戶(如我們的線上專賣店及第三方線上店鋪)。在與主要電子商務平台的近十年合作中，我們在線上銷售方面取得了成功，並成為中國若干主要電子商務平台的重點務合作夥伴。我們的線下銷售及分銷網絡包括直接銷售予大賣場及超市等大客戶以及將我們的產品轉售予大賣場、超市、便利店、雜貨店、加油站及社區小型店鋪的線下分銷商。我們業務對電子商務銷售的興起有特別深刻的體會，我們從中經歷消費者購買習慣從線下購買到線上購買的轉變。下表載列於往績記錄期間按銷售及分銷渠道劃分的收益貢獻明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	收益	總計	收益	總計	收益	總計	收益	總計	收益	總計
千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	
線上銷售渠道：										
銷售予電子商務平台	1,479,292	26.2	1,924,890	28.4	2,166,462	30.7	1,097,896	40.4	904,279	37.1
透過以下店鋪銷售予客戶：										
我們的線上專賣店	310,425	5.5	634,177	9.4	888,765	12.6	359,241	13.2	378,449	15.6
第三方線上店鋪	76,799	1.4	159,088	2.4	272,931	3.9	104,594	3.8	148,842	6.1
直接銷售予大客戶	703,245	12.5	820,191	12.1	996,582	14.1	302,299	11.1	187,707	7.7
線下分銷商	3,062,272	54.4	3,229,599	47.7	2,725,165	38.7	856,320	31.5	816,591	33.5
總計	5,632,033	100.0	6,767,945	100.0	7,049,905	100.0	2,720,350	100.0	2,435,868	100.0

於2017年至2019年，我們來自線上渠道的收益大幅增加。收益增加主要由於(i)於往績記錄期間與我們合作的電子商務平台數目增加；(ii)我們與多個受歡迎的電子商務平台加強合作；(iii)透過我們線上渠道銷售的包含多款用品的套裝產品的銷量上升；及(iv)我們成功的交叉銷售策略提升了我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售額。截至2020年6月30日止六個月，我們來自線上渠道的收益較截至2019年6月30日止六個月減少，主要由於受新型冠狀病毒疫情爆發影響。於2017年至2019年，向我們大客戶直接銷售產生的收益增加，原因為我們加強與直銷大客戶合作。截至2020年6月30日止六個月，向我們大客戶直接銷售產生的收益較截至2019年6月30日止六個月減少，主要由於受新型冠狀病毒疫情爆發影響。

概 要

線下分銷商的收益由2018年的3,229.6百萬港元減少504.4百萬港元或15.6%至2019年的2,725.2百萬港元，主要由於自2018年下半年起，我們努力優化線下分銷商網絡。截至2020年6月30日止六個月，來自線下分銷商的收益較截至2019年6月30日止六個月減少，主要由於受新型冠狀病毒疫情爆發影響。詳情請參閱「業務 — 銷售及分銷網絡」一節。

客戶

我們的客戶一般為分銷商及直銷客戶，包括電子商務平台、線下分銷商，以及大賣場及超市等大客戶。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，五大客戶產生的收益合共分別為1,841.1百萬港元、2,176.8百萬港元、2,550.6百萬港元及981.6百萬港元，分別佔我們收益總額的32.7%、32.2%、36.2%及40.3%。於相同期間，來自最大客戶的收益分別為904.9百萬港元、900.1百萬港元、1,014.1百萬港元及554.9百萬港元，分別佔我們收益總額的16.1%、13.3%、14.4%及22.8%。

採購及供應商

我們生產所用的主要原材料為化學品及包裝材料。我們向位於我們生產基地鄰近地區的供應商採購大部分原材料。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們產生的原材料成本分別為2,096.4百萬港元、2,611.2百萬港元、2,059.5百萬港元、801.5百萬港元及818.1百萬港元，分別佔我們銷售成本總額的79.5%、90.6%、81.5%、76.4%及93.3%。我們與主要供應商保持著穩定的長期業務關係。我們在評估及選擇供應商時會考慮多項因素，包括但不限於他們的業務規模、產能、質量控制及工廠位置，最重要的是產品及服務的質量與定價。一般而言，供應商與我們訂有為期二至五年的協議。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，來自五大供應商的總採購額分別為1,007.8百萬港元、1,001.4百萬港元、871.0百萬港元及333.4百萬港元，分別佔我們總採購額的41.6%、31.6%、36.1%及34.2%。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，來自最大供應商的採購額分別為291.1百萬港元、234.1百萬港元、202.2百萬港元及80.2百萬港元，分別佔我們採購總額的12.0%、7.4%、8.4%及8.2%。

生產基地

於最後實際可行日期，我們擁有並經營四個生產基地以生產我們的產品，即廣州生產基地、天津生產基地、昆山生產基地及重慶生產基地。根據弗若斯特沙利文報告，於往績記錄期間，我們所有生產線的產能利用率均超過行業平均產能利用率，限制了我們的生產能力。在生產旺季，我們生產線的產能利用率遠高於行業平均產能利用率。我們預期生產線的使用率將會隨業務增長而提升。因此，基於我們的市場研究及未來業務發展規劃，我們決定擴充生產基地的產能。

競爭優勢及業務戰略

我們認為，以下競爭優勢為我們的成功作出貢獻並使我們從競爭對手中脫穎而出：(i) 我們是中國家庭清潔護理市場的領導者及先行者，將受益於巨大的增長機遇；(ii) 我們有多元化的產品組合，並有以產品開發為中國家庭清潔護理行業升級作出貢獻的良好往績；(iii) 我們已建立強大的全國性全渠道分銷網絡；(iv) 我們憑藉知識營銷及卓越的客戶服務建立了具備長遠價值的強大的品牌；(v) 科技賦能運營使我們的經營效率、適應力及擴張能力得到提升；及(vi) 我們的創始人及管理團隊經驗豐富、專注及富有遠見。詳情請參閱「業務 — 競爭優勢」一節。

我們的主要業務目標是通過實施以下策略，專注於提升消費者的體驗，增加市場份額及鞏固我們作為家庭清潔護理行業專家的聲譽：(i) 拓展及升級產品種類，鞏固市場領導地位；(ii) 進一步鞏固我們的全渠道分銷網絡及增加產品滲透；(iii) 持續透過推廣科學清潔知識贏取消費者的信任；(iv) 拓闊服務範圍，提升消費者體驗；(v) 加速數字化及生產網絡升級，進一步提升經營效率；及(vi) 留聘及招聘優質僱員。詳情請參閱「業務 — 業務戰略」一節。

風險因素

投資於我們的股份涉及若干風險。該等風險可分類為(i) 與我們業務及行業相關的風險；(ii) 與中國有關的風險；及(iii) 與全球發售有關的風險。我們認為我們面對的最重大風險包括下列各項：(i) 我們的成功依賴於我們品牌的價值、聲譽及相關性；(ii) 我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化；(iii) 我們經營所在行業競爭激烈，倘我們無法有效競爭，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將受到重大不利影響；(iv) 我們面臨與疫情、傳染病及其他疾病爆發(包括新型冠狀病毒爆發)有關的風險；(v) 與我們的產品或家庭清潔護理行業有關的任何質量問題均可能導致客戶及銷售流失，而倘有關問題與我們的產品有關，我們可能面臨產品責任申索；及(vi) 我們在技術開發方面的努力及投資未必會產生預期成果。有關更多資料，請參閱「風險因素」一節。

概 要

歷史財務資料概要

綜合全面收入表概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
			千港元		
				(未經審計)	
收益	5,632,033	6,767,945	7,049,905	2,720,350	2,435,868
銷售成本	(2,636,910)	(2,881,644)	(2,526,895)	(1,048,635)	(877,265)
毛利	2,995,123	3,886,301	4,523,010	1,671,715	1,558,603
其他收入及其他收益淨額	23,097	37,446	51,522	34,673	39,768
銷售及分銷開支	(2,068,649)	(2,547,972)	(2,323,123)	(1,030,713)	(816,386)
一般及行政開支	(776,271)	(632,774)	(747,765)	(328,924)	(346,154)
金融資產減值虧損 (撥備)／撥回淨額	(16,073)	6,151	(1,867)	226	(6,459)
經營溢利	157,227	749,152	1,501,777	346,977	429,372
財務收入	3,126	6,218	5,652	2,154	4,136
財務成本	(47,123)	(53,455)	(32,188)	(20,328)	(4,703)
財務成本淨額	(43,997)	(47,237)	(26,536)	(18,174)	(567)
除所得稅前溢利	113,230	701,915	1,475,241	328,803	428,805
所得稅開支	(27,071)	(147,930)	(395,624)	(110,847)	(126,612)
本公司擁有人應佔年／ 期內溢利	86,159	553,985	1,079,617	217,956	302,193

收益

- 截至2020年6月30日止六個月與截至2019年6月30日止六個月比較：收益減少乃主要由於我們的衣物清潔護理產品收益減少所致，我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品收益增加抵銷了部分影響。該等波動主要歸因於新型冠狀病毒爆發的影響。儘管新型冠狀病毒爆發削弱了消費者對衣物清潔護理產品的需求，但其同時令消毒產品需求大幅上升，使我們於2020年首六個月銷售個人清潔護理產品及家居清潔護理產品所帶來的收益大幅增長。
- 2019年與2018年比較：收益增加乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作使我們衣物清潔護理產品的銷售增加及(ii)於2019年我們與更多的電子商務平台開展合作及加強與不同電子商務平台的合作，使透過線上渠道進行的銷售增加。
- 2018年與2017年比較：收益增加乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作使我們衣物清潔護理產品的銷售增加及(ii)於2018年我們與更多的電子商務平台開展合作及加強與不同電子商務平台合作，使透過線上渠道進行的銷售增加。

概 要

毛利率

我們的毛利率於往績記錄期間上升，主要是受到原材料價格走勢向下以及存貨管理及生產效率改善等其他因素所推動。於截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，原材料分別佔我們銷售成本總額的79.5%、90.6%、81.5%、76.4%及93.3%。同期，化學品（其中相當大的一部分為基於棕櫚油的材料）分別佔我們銷售成本總額的48.2%、49.3%、44.5%、41.4%及49.5%；包裝材料（其中相當大的一部分為基於LDPE的材料）分別佔我們銷售成本總額的31.3%、41.3%、37.0%、35.0%及43.8%。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，LDPE的價格由每噸人民幣9,513.6元下降至每噸人民幣7,860.7元，而棕櫚油的價格由每噸人民幣5,771.5元下降至每噸人民幣4,884.2元。具體而言：

- 截至2020年6月30日止六個月與截至2019年6月30日止六個月比較：我們的整體毛利率由截至2019年6月30日止六個月的61.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的64.0%，乃主要由於利潤率較其他產品為高的消毒產品的銷售增加；
- 2019年與2018年比較：我們的整體毛利率由2018年的57.4%上升至2019年的64.2%，乃主要由於(i)主要因於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE成本下降令我們的銷售成本下降，以及我們成功(a)改善存貨及採購管理及(b)提高我們的生產效率；及(ii)其次，毛利率相對較高的產品的銷售增加（作為我們優化產品組合戰略的一部分）；及
- 2018年與2017年比較：我們的整體毛利率由2017年的53.2%上升至2018年的57.4%，乃主要由於(i)於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品成本下降令單位銷售成本下降，以及我們成功(a)改善存貨及採購管理及(b)提高我們的生產效率；及(ii)若干毛利率較高的衣物清潔護理產品的銷售增加。

有關綜合全面收入表項目波動原因的詳情，請參閱「財務資料 — 經營業績」一節。

概 要

綜合資產負債表概要

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元			
流動資產	2,400,956	2,452,724	3,130,707	2,600,531
流動負債	2,701,993	2,103,842	1,775,851	1,147,836
流動(負債淨額)/資產淨值	(301,037)	348,882	1,354,856	1,452,695
非流動資產	1,974,880	1,835,375	1,909,984	1,907,811
非流動負債	305,003	326,474	401,761	281,498
權益總額	1,368,840	1,857,783	2,863,079	3,079,008

我們於2017年12月31日錄得流動負債淨額301.0百萬港元，主要由於：(i)我們為建設生產設施及擴大現有設施提供資金的短期借款，有關設施一般分類為非流動物業、廠房及設備；及(ii)隨著我們擴大營運而產生的若干貿易應付款項及應付票據以及應計費用及其他應付款項。我們的流動性狀況有所改善，我們於2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日錄得流動資產淨值。有關詳情，請參閱「財務資料—流動資金及資本資源—流動資產淨值/負債淨額」一節。

綜合現金流量表概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元			(未經審計)	
經營活動所得現金淨額	703,114	249,017	1,032,424	93,516	526,908
投資活動所用現金淨額	(214,890)	(138,220)	(193,503)	(9,030)	(81,209)
融資活動所用現金淨額	(133,403)	(165,759)	(598,878)	(152,499)	(372,524)
現金及現金等價物增加/					
(減少)淨額	354,821	(54,962)	240,043	(68,013)	73,175
年/期初現金及現金等價物	165,075	547,436	467,967	467,967	690,064
匯率變動的影響	27,540	(24,507)	(17,946)	(16,020)	(9,797)
年/期末現金及現金等價物	547,436	467,967	690,064	383,934	753,442

主要財務比率

下表載列於所示日期或期間的主要財務比率：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
				(未經審計)	
毛利率 ⁽¹⁾	53.2%	57.4%	64.2%	61.5%	64.0%
淨利率 ⁽²⁾	1.5%	8.2%	15.3%	8.0%	12.4%
權益回報率 ⁽³⁾	6.7%	34.3%	45.7%	不適用	不適用
資產回報率 ⁽⁴⁾	2.1%	12.8%	23.1%	不適用	不適用

概 要

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
資本負債比率 ⁽⁵⁾	77.6%	49.9%	16.6%	6.7%
流動比率 ⁽⁶⁾	0.9	1.2	1.8	2.3
速動比率 ⁽⁷⁾	0.7	0.9	1.6	1.9

附註：

- (1) 毛利率等於毛利除以收益再乘以100%。
- (2) 淨利率等於純利除以收益再乘以100%。
- (3) 權益回報率等於純利除以期初與期末權益總額的平均值再乘以100%。
- (4) 資產回報率等於純利除以期初與期末資產總值的平均值再乘以100%。
- (5) 資本負債比率等於債務總額(包括借款及租賃負債)除以權益總額再乘以100%。
- (6) 流動比率等於流動資產除以流動負債。
- (7) 速動比率等於流動資產減存貨再除以流動負債。

我們的整體毛利率由2017年的53.2%上升至2018年的57.4%，乃主要由於(i)於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品成本下降導致單位銷售成本下降，以及我們成功改善(a)存貨及採購管理及(b)生產效率；及(ii)具有較高毛利率的若干衣物清潔護理產品的銷售增加所致。我們的整體毛利率由2018年的57.4%上升至2019年的64.2%，乃主要由於(i)主要因於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE成本下降導致銷售成本下降，以及我們成功改善(a)存貨及採購管理及(b)生產效率；及(ii)其次，毛利率相對較高的產品的銷售增加(作為我們優化產品組合戰略的一部分)所致。我們的整體毛利率由截至2019年6月30日止六個月的61.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的64.0%，乃主要由於利潤率較其他產品為高的消毒產品的銷售增加所致。

有關詳情，請參閱「財務資料 — 主要財務比率」一節。

資本負債比率

我們的資本負債比率由2017年12月31日的77.6%下降至2018年12月31日的49.9%，再降至2019年12月31日的16.6%，並進一步降至2020年6月30日的6.7%，乃主要由於借款減少所致。倘我們經計及(1)根據融通協議取得本金為2,300,000,000港元的定期貸款所得款項；(2)收取全球發售所得款項淨額8,492百萬港元(假設(i)發售價為每股股份11.68港元(即發售價範圍的中位數)，而此為定期貸款先決條件之一；(ii)我們於2020年6月30日應付的包銷佣金及其他估計開支已自所得款項中扣除；及(iii)超額配股權未獲行使)；及(3)派發中期股息2,300,000,000港元，於2020年6月30日的資本負債比率將會為27.0%。

所得款項用途

假設發售價為每股股份11.68港元(即發售價範圍每股股份10.20港元至13.16港元的中位數)，我們估計，於扣除包銷佣金及我們應付的其他開支後，我們將從全球發售收取的所得

概 要

款項淨額約為8,492百萬港元。按照我們的業務戰略，我們擬將全球發售所得款項淨額按下文所載金額作下列用途：

- 約35.6%或3,024百萬港元預期將用作為我們的業務擴充(包括產能擴充計劃)提供資金，購買設備及機器以便實施有關擴充計劃，以及發展我們的洗衣服務；
- 約52.4%或4,453百萬港元預期將用於提高我們的品牌知名度，進一步增強我們的銷售及分銷網絡以及增加我們的產品滲透；
- 約10.0%或849百萬港元預期將用作我們的營運資金及其他一般公司用途；及
- 約2.0%或166百萬港元預期將用於增強我們的研發實力。

倘超額配股權獲悉數行使，假設發售價為每股股份11.68港元(即發售價範圍每股股份10.20港元至13.16港元的中位數)，經扣除包銷佣金及我們就行使超額配股權應付的其他開支後，我們估計我們將從全球發售收取的所得款項淨額將約為9,775百萬港元。

倘全球發售所得款項淨額毋須即時用於上述用途，我們可將該等資金以短期計息存款形式存放於持牌銀行或認可金融機構。詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途」一節。

全球發售統計數據

下表所載統計數據基於以下假設：(i)全球發售已完成及全球發售中發行及出售747,126,500股股份；(ii)超額配股權未獲行使；(iii)資本化發行已完成；(iv)不會因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何購股權獲行使而發行任何股份；(v)於全球發售及資本化發行完成後有5,747,126,500股股份已發行及發行在外；及(vi)金額為2,300,000,000港元的中期股息已成為無條件：

	按發售價每股 股份10.20港元 計算	按發售價每股 股份13.16港元 計算
市值	58,621百萬港元	75,632百萬港元
每股未經審計備考經調整綜合有形資產淨值 ⁽¹⁾	1.40港元	1.78港元

附註：

- (1) 每股未經審計備考經調整綜合有形資產淨值經作出「附錄二—未經審計備考財務資料」一節所述調整後計算，包括金額為2,300.0百萬港元的中期股息的影響。進一步資料請參閱本招股章程「財務資料—股息及股息政策」及「附錄二—未經審計備考財務資料」各節。其乃根據緊隨全球發售及資本化發行完成後5,747,126,500股股份已獲發行及發行在外計算。

我們的控股股東

緊隨全球發售(假設超額配股權未獲行使且未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何尚未行使購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後，潘女士(透過ZED及Van Group Limited)將間接擁有本公司已發行股本約77.36%的權益。因此，潘女士、ZED及Van Group Limited各自於緊隨全球發售及資本化發行完成後將為本公司控股股東。

我們的首次公開發售前投資者

本集團獲得兩輪首次公開發售前投資，各首次公開發售前投資者據此認購Aswann(於分派完成前為我們的唯一股東)的優先股。於分派後，首次公開發售前投資者成為我們的直接股東。有關首次公開發售前投資的進一步詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構 — 主要股權變動及首次公開發售前投資」一節。

新型冠狀病毒疫情爆發

新型冠狀病毒疫情於2020年初爆發對全球經濟產生重大不利影響。新型冠狀病毒疫情爆發對我們的業務及財務狀況造成挑戰。於2020年第一季度，我們衣物清潔護理產品的銷售額較2019年同期減少494.0百萬港元，主要由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，以及中國各地政府採取限制措施令若干線下零售商店有限度營業，導致消費者對該等產品的需求下降。受新型冠狀病毒疫情爆發及政府的相關管控措施影響，我們於2020年1月及2月暫停大部分生產，消毒產品生產線除外。於最後實際可行日期，我們的所有生產基地已恢復運作。

特別是，我們的濃縮洗衣液產品銷售因新型冠狀病毒疫情爆發而受到不利影響。根據弗若斯特沙利文報告，中國濃縮洗衣液市場仍在發展中，中國消費者普遍仍未完全了解濃縮洗衣液產品的價值及效益，故中國消費者可能需要較長時間方能完全感受到該等產品的好處。因此，自2015年我們的至尊品牌濃縮洗衣液產品首次推出以來，我們將銷售人員派駐線下大賣場進行現場銷售活動及消費者教育活動，以協助消費者更清楚了解有關產品的價值及效益。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，濃縮洗衣液在中國的滲透率(濃縮洗衣液零售銷售價值佔所有洗衣液零售銷售總價值的百分比)為8.2%，而濃縮洗衣液在日本及美國的滲透率達到100%。由於濃縮洗衣液在中國的滲透率相對較低，如上所述，我們繼續派出銷售人員對至尊品牌濃縮洗衣液產品進行線下消費者教育活動。然而，新型冠狀病毒疫

概 要

情爆發嚴重影響我們於2020年第一季度進行有關活動的能力。因此，至尊品牌濃縮洗衣液的銷量下降，且基於我們與客戶的持續溝通，我們因新型冠狀病毒疫情爆發而確認直銷大客戶及線下分銷商的未售出至尊品牌濃縮洗衣液產品的銷售退貨約149.8百萬港元。該等銷售退貨對我們截至2020年6月30日止六個月的綜合全面收入表造成影響，退貨金額佔我們截至2020年6月30日止六個月收益約6.1%。於銷售退貨中，於2020年6月30日已收取銷售金額為95.7百萬港元的產品，並已相應終止確認相關的貿易應收款項。儘管我們於2020年6月30日仍未收到銷售金額為54.1百萬港元的剩餘產品，但基於我們與客戶的持續溝通及處理中的退款要求進度，我們預期該等產品將退回我們，因此我們已於2020年6月30日就該等尚未退回的產品確認退款負債53.5百萬港元¹。於2020年6月30日至最後實際可行日期，已退還銷售金額為40.9百萬港元的產品。有關產品退貨及退款負債的會計判斷，請參閱「財務資料—重大會計政策、判斷及估計—銷售退貨撥備」及「財務資料—重大會計政策、判斷及估計—退款負債」各節。我們接受客戶退回該等產品主要是出於商業考慮，例如與客戶維持良好的業務關係。基於往績記錄期間我們獨立第三方客戶所提供的資料，我們估計，於最後實際可行日期我們直銷大客戶及線下分銷商的至尊品牌濃縮洗衣液未售出存貨的概約金額將不會超過我們截至2019年12月31日止年度收益的5%。

在不太可能出現之最壞情況下，假設(i)我們的全部業務無限期暫停；(ii)我們的貿易應收款項繼續按往績記錄期間的相同方式結清；(iii)我們的一般及行政成本自2020年6月30日起保持不變；(iv)我們的可動用現金及現金等價物以及我們的未動用銀行信貸維持於2020年6月30日的水平及(v)我們將全球發售所得款項淨額10%用作我們的營運資金，我們相信於有關最壞情況出現之後，本公司的財務仍能支持最少12個月運作。除本招股章程另行披露者外，董事確認，於本招股章程日期，我們的財務或貿易狀況或前景自2020年6月30日以來並無重大不利變動。詳情請參閱「財務資料—近期發展及重大不利變動」及「業務—新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響」各節。

近期發展及重大不利變動

根據我們的管理賬目，我們截至2020年9月30日止九個月的收益較截至2019年9月30日止九個月輕微下跌，主要因為衣物清潔護理產品的收益下跌。由於新型冠狀病毒疫情爆發期間實施社交距離限制（主要在2020年上半年），消費者減少戶外活動，令消費者對衣物清潔護理產品的需求減弱。由於新型冠狀病毒疫情爆發，消費者更加注重個人及家居衛生，帶動截至2020年9月30日止九個月來自個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的收益上升，加上中國爆發新型冠狀病毒疫情的影響逐步消退，2020年第三季度的銷售大致恢復，抵銷了衣物清潔護理產品收益下跌的部分影響。此外，根據我們的管理賬目，我們截至2020年9

¹ 於2020年6月30日的退款負債與我們於同日尚未收到的剩餘產品的銷售金額略有不同，乃由於在計算收益表項目及資產負債表項目時採用不同匯率。

概 要

月30日止九個月的毛利較截至2019年9月30日止九個月輕微下跌，而截至2020年9月30日止九個月的毛利率與截至2019年9月30日止九個月的毛利率相若。

定期貸款融通

於2020年11月24日，我們與包括花旗銀行香港分行在內的銀團訂立本金為2,300,000,000港元(或其等值美元)的定期貸款融通協議(「**融通協議**」)，為支付我們於2020年6月宣派的中期股息融資。待上市發生及達成若干慣常的先決條件後，有關定期貸款自協議日期起至(i)融通協議日期後六個月及(ii)上市日期後六個月(以較早者為準)期間可供提取。一經提取，貸款期限為融通協議日期後36個月，利率為適用的香港銀行同業拆息(倘提取港元)或倫敦銀行同業拆息(倘提取美元)加若干基點。定期貸款本金的強制性還款將於融通協議日期後第24個月至第36個月之間發生。然而，本公司可於融通協議日期(或(如為較早者)可供動用的融通額為零當日)起計6個月後自願提前償還定期貸款。融通協議載有商業銀行貸款慣用的一系列契諾，並要求我們滿足若干財務比率規定，例如最高淨債務對稅息折舊及攤銷前利潤比率，最低稅息折舊及攤銷前利潤對利息覆蓋率，以及最低有形資產淨值。定期貸款可分多次提取，使我們能夠靈活地使用符合本公司及股東整體最佳利益的資源組合，為支付中期股息提供資金。於最後實際可行日期，尚未根據融通協議作出任何提取。

首次公開發售前購股權計劃

於2020年9月23日，我們採納首次公開發售前購股權計劃。於2020年9月23日，根據首次公開發售前購股權計劃，我們已向身為我們僱員(包括董事及高級管理團隊成員)及本集團商業聯繫人的若干承授人授出可認購合共61,651,000股股份的購股權。有關詳情，請參閱「附錄五—法定及一般資料—D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

除本節上文所披露者外，董事確認，自2020年6月30日以來，我們的財務或貿易狀況或前景並無任何重大不利變動。

股息及股息政策

股息

於2013年1月，我們就我們截至2009年12月31日止期間的保留盈利向ZED(直至2010年11月前為我們的唯一股東)宣派股息合共188.7百萬港元。於2019年，我們向ZED支付有關股息的37.0百萬港元，而於2019年12月31日，應付ZED的未付股息金額為48.3百萬港元。於2020年1月，我們就截至2009年12月31日止期間的保留盈利向ZED宣派股息36.6百萬港元。截至2020年6月30日止六個月，我們以內部資源支付應付ZED的未付股息總額共計84.9百萬港元。

概 要

於往績記錄期間，除下述中期股息外，我們並無向唯一股東（即Aswann）宣派任何股息。

於2020年6月，我們就截至2020年6月30日止期間的保留盈利向當時的唯一股東（即Aswann）宣派中期股息2,300.0百萬港元。有關股息須待全球發售於2021年12月31日或之前完成，方告作實，而在達成有關條件的情況下，以及為我們的營運及業務擴展維持足夠的靈活性，我們將於2021年12月31日或之前支付有關股息。預期有關股息將以內部資源及／或自包括花旗銀行香港分行在內的銀團所取得的一筆定期貸款融通支付。全球發售所得款項淨額概不會用於支付有關股息。於宣派中期股息當日，Aswann由ZED、Van Group Limited、Allied Power Limited、HCM、Hai Fei及CCIL分別持有88.70%、0.22%、0.07%、10%、0.72%及0.29%權益，與本公司緊接全球發售前的股權架構相同。

股息政策

我們擬向股東分派股息，股息金額將不少於全球發售後首個財政年度純利（根據香港財務報告準則釐定）的30%。然而，我們過往宣派及作出的分派金額並不代表我們日後可能派付的股息。董事會日後可於考慮我們的盈利、財務狀況、營運需求及資本需求以及董事會於當時可能認為相關的任何其他因素後宣派股息。宣派及派付股息以及股息金額將須遵守我們的章程文件以及適用法律法規。

上市開支

假設發售價為每股發售股份11.68港元（即發售價範圍的中位數）及悉數支付酌情獎勵費用（如有），我們預期將產生上市開支約234.0百萬港元（包括包銷佣金及費用總額、聯交所上市費、證監會交易徵費及聯交所交易費、法律及其他專業費用、印刷及與全球發售有關的所有其他費用），佔全球發售所得款項總額的2.7%。於2020年6月30日，約21.4百萬港元已作為行政開支自綜合全面收入表扣除。我們預計於2020年6月30日後將產生額外上市開支約208.6百萬港元，其中32.4百萬港元預期將確認為行政開支。預期有合共180.2百萬港元將予資本化並將於上市後自權益扣除。上述上市開支為最後實際可行估計，僅供參考，且實際金額可能有別於該估計。

全球發售概覽

本公司	藍月亮集團控股有限公司
全球發售	全球發售初步可供認購的747,126,500股發售股份(因超額配股權獲行使而將予發售的股份除外)，包括香港公開發售及國際發售。
香港公開發售	74,713,000股股份(可予重新分配)。
國際發售	672,413,500股股份(可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定)。
超額配股權	本公司將發行最多112,068,500股額外股份，佔全球發售初步提呈發售的發售股份數目不多於約15%。
發售價範圍	10.20港元至13.16港元。
定價	預期發售價將於2020年12月9日(星期三)或前後釐定，惟無論如何不遲於2020年12月15日(星期二)。
禁售承諾	<ul style="list-style-type: none">• 本公司 — 自上市日期起計六個月。• 各控股股東 — 六個月絕對禁售及如出售股份會導致其不再為本公司控股股東則另加六個月禁售。• 各首次公開發售前投資者及Allied Power Limited — 自上市日期起計六個月。
上市時市值	預期將介乎58,621百萬港元(按最低發售價計算)至75,632百萬港元(按最高發售價計算)。
上市及買賣	預期將於2020年12月16日(星期三)開始。
每手買賣單位	500股股份。

詳情請參閱「包銷」及「全球發售的架構」各節。

責任聲明及前瞻性陳述

董事對本招股章程內容的責任

本招股章程載有遵照公司(清盤及雜項條文)條例、香港法例第571V章證券及期貨(在證券市場上市)規則及上市規則提供的資料，旨在向公眾提供有關本集團的資料。董事願就本招股章程共同及個別承擔全部責任。董事經作出一切合理詢問後確認，就其所深知及確信，本招股章程所載資料在所有重大方面均為準確、完整且不具誤導或欺騙成分，且並無遺漏任何事項可能會導致本招股章程或當中所載任何陳述產生誤導。

資料及聲明

本公司僅為香港公開發售及香港發售股份刊發本招股章程。除本招股章程根據香港公開發售提呈發售的香港發售股份外，本招股章程並不構成出售任何證券的要約或游說購買任何證券的要約。本招股章程不得用作亦不構成在任何其他司法權區或任何其他情況下作出的要約或邀請。本公司並無採取任何行動，以獲准在香港以外的任何司法權區公開發售發售股份，亦無採取任何行動以獲准在香港以外的任何司法權區派發本招股章程。在其他司法權區派發本招股章程以及提呈發售及出售發售股份須受到限制，除非已根據該等司法權區的適用證券法向相關證券監管部門登記或獲其授權准許或獲得豁免，否則不得派發本招股章程以及提呈發售及出售發售股份。

閣下於作出投資決定時，應僅依賴本招股章程及申請表格所載的資料。本公司及任何有關人士均未授權任何人士向閣下提供任何有別於本招股章程所載者的資料或作出任何有別於本招股章程所載者的陳述。概無聲明表示自本招股章程日期以來並無出現變動或可能合理涉及改變本集團事務的發展，或本招股章程所載資料於該日之後任何日期仍屬正確。

建議諮詢專業稅務意見

閣下如對認購、購買、持有或出售或買賣我們股份或行使股份所附有的任何權利的稅務影響有任何疑問，應諮詢閣下的專業顧問。謹此強調，本公司及任何有關人士概不會就閣下因認購、購買、持有或出售或買賣股份或行使股份所附有的任何權利而產生的任何稅務影響或負債承擔任何責任。

股東名冊及印花稅

我們的股東名冊總冊將由我們的證券登記總處Conyers Trust Company (Cayman) Limited於開曼群島存置，而我們的香港股東名冊將由我們的香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司於香港存置。

根據香港公開發售及國際發售中的申請發行的所有發售股份將於香港股東名冊登記。

責任聲明及前瞻性陳述

買賣於香港股東名冊登記的本公司股份將須繳納香港印花稅。有關香港印花稅的進一步詳情，請尋求專業稅務意見。

申請於聯交所上市

我們已向上市委員會申請批准已發行及根據資本化發行、全球發售及因超額配股權獲行使而將予發行的股份以及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而可能發行的股份上市及買賣。

本公司的股本及債務證券現時概無在任何其他證券交易所上市或買賣，亦無尋求或擬尋求任何上市或買賣。

股份開始買賣

我們的股份預期於2020年12月16日(星期三)上午九時正開始於聯交所買賣。股份將以每手買賣單位500股股份交易。股份的股份代號將為6993。

股份獲納入中央結算系統

待股份獲准在聯交所主板上市及買賣，且我們符合香港結算的股份收納規定後，股份將獲香港結算接納為合資格證券，自上市日期或香港結算選擇的任何其他日期起於中央結算系統內寄存、結算及交收。交易所參與者(定義見上市規則)之間的交易須於交易日後第二個營業日在中央結算系統內進行交收。在中央結算系統內進行的所有活動均須遵守不時生效的《中央結算系統一般規則》及《中央結算系統運作程序規則》。有關可能影響投資者的權利及權益的交收安排的詳情，投資者應向其股票經紀或其他專業顧問尋求意見。

本公司已作出一切必要安排，以使股份獲納入中央結算系統。

前瞻性陳述

本招股章程載有前瞻性陳述。除過往事實的陳述外，本招股章程中載列的所有陳述(包括但不限於)：

- (a) 有關我們未來營運、利潤率、盈利能力、流動資金及資本資源的業務策略、目標及預期的論述；
- (b) 有關我們營運或計劃營運所在國家的行業及整體經濟的未來發展、趨勢及狀況；
- (c) 我們控制成本的能力；
- (d) 有關我們業務性質、潛力及未來發展；及

責任聲明及前瞻性陳述

- (e) 之前、之後或其中含有例如「預期」、「相信」、「計劃」、「擬」、「估計」、「預測」、「預料」、「預計」、「尋求」、「或會」、「將」、「應當」、「會」、「應該」及「可能」等詞彙及措辭或同類字眼或陳述的任何陳述，

在與本集團或我們管理層有關的情況下，均旨在確認前瞻性陳述。

該等陳述基於有關我們的現有及未來業務、我們的業務策略及經營環境等假設而作出。該等前瞻性陳述反映我們當前對於未來事件的觀點，並非對我們未來業績的保證。前瞻性陳述受若干已知及未知風險、不確定因素及假設(包括「風險因素」一節所述的風險因素)的規限，該等因素可能導致實際業績、表現或成果與該等前瞻性陳述所明示或暗示的任何未來業績、表現或成果有重大差異。

在遵守適用法律、規則及法規規定的前提下，不論是由於新增資料、未來事件或發展抑或是其他因素，我們均無且不承擔更新或以其他方式修訂本招股章程所載前瞻性陳述的任何責任。由於存在該等及其他風險、不確定性及假設，故本招股章程所論述的前瞻性事件及情況未必會按我們預期般發生或根本不會發生。因此，閣下不應過分倚賴任何前瞻性資料。本節所載警示聲明適用於本招股章程所載所有前瞻性陳述。

在本招股章程中，有關我們或任何董事意向的陳述或提述均於本招股章程日期作出。任何該等意向均可能會因應未來發展而改變。

風險因素

於股份投資涉及高度風險。有意投資者於決定是否投資於股份前，應仔細考慮以下風險因素連同本招股章程所載的所有其他資料。發生以下任何事件均可能對本公司或本集團造成損害。倘發生任何以下事項或該等風險或本集團目前並不知悉或目前被視為並非重大風險的任何其他風險出現，則本集團的業務、財務狀況、經營業績及／或前景可能受到重大不利影響。股份的市價可能因任何該等事項或風險(或其他風險)而大幅下跌，而閣下或會損失閣下的投資。

與我們業務及行業相關的風險

我們的成功依賴於我們品牌的價值、聲譽及相關性。

品牌價值對影響消費者決定購買我們的產品方面發揮重要作用。我們的業務及市場地位取決於我們成功為品牌(特別是對我們的業務至關重要的「藍月亮」品牌)進行營銷的能力，以及我們不斷為品牌開發新產品的能力。保持及宣傳品牌形象亦取決於多項其他非我們所能完全控制的因素，包括(但不限於)(i)客戶對我們產品的滿意度；(ii)對我們產品質量的觀感；(iii)我們因應消費者喜好變化及於業內保持競爭力的能力；(iv)我們與電子商務平台、大客戶及線下分銷商維持良好關係的能力；(v)我們保護商標及專利的能力；及(vi)我們發現假冒或仿製產品及採取相應行動的能力。我們無法向閣下保證，我們將能夠有效地降低該等對我們品牌造成損害的因素。

此外，我們無法向閣下保證於日後將能夠發展新品牌。因此，我們可能繼續面臨極度依賴現有品牌(尤其是「藍月亮」品牌)的風險。倘該等品牌因任何方式受損，我們可能失去競爭優勢，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們的業務面對消費者需求、喜好及消費模式變動。

消費者購買我們產品的意願可能因經濟狀況、可支配收入、技術、生活方式及我們產品或競爭對手產品的宣傳出現變化而波動。此外，中國家庭清潔護理行業競爭激烈，在不同品牌利用各種營銷及定價活動推出新產品時，消費者可能會被吸引改變其選擇及喜好。任何該等因素或未能及時預測、識別或適應該等變動或會導致我們產品的需求減少。我們可能無法成功因應市場潮流變動或消費者喜好及消費模式的轉變修訂我們的業務策略、品牌形象及產品組合，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能因而受到重大不利影響。

我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化。

我們不斷努力投入開發新產品及探索新技術，以適應不斷變化的消費者喜好，並同時影響市場趨勢。例如，我們已投入大量資源開發濃縮洗衣液產品，並於2015年推出「至尊」

風險因素

品牌的濃縮洗衣液。我們擬於可見未來進一步投資於濃縮洗衣液產品的研發工作。然而，我們無法向閣下保證該等努力將會獲得成功。新研發的濃縮洗衣液未必受消費者歡迎，而在某些情況下是由於非我們所能控制的因素所致。根據弗若斯特沙利文報告，儘管濃縮洗衣液於若干其他國家及地區為發展成熟的概念，惟對中國大多數消費者而言，其仍屬新穎的產品，而中國濃縮洗衣液市場仍在發展中。另外，由於濃縮技術的應用，與非濃縮洗衣液相比，濃縮洗衣液產品通常重量較輕，但價格較高。濃縮洗衣液產品體積較小，與消費者對傳統洗衣液產品的預期有所不同，可能令其被消費者忽略。此外，消費者習慣使用非濃縮洗衣液，彼等於清洗衣服時可能會使用超出所需份量的洗衣液，令彼等對有關濃縮產品的成本效益有錯誤觀感。因此，中國消費者普遍仍未完全了解濃縮洗衣液產品的價值，故彼等可能需要較長時間方能完全感受到該等產品的好處。因此，自2015年我們的至尊品牌濃縮洗衣液產品首次推出以來，我們將銷售人員派駐線下大賣場，以協助消費者更有效了解有關產品的價值，包括該等產品的每次用量少，黏度低及低泡沫表現，有關表現可能與客戶的想法有所不同。

然而，新型冠狀病毒疫情爆發嚴重影響我們於2020年第一季度進行有關活動的能力。因此，至尊品牌濃縮洗衣液的銷量下降，且我們因新型冠狀病毒疫情而確認直銷大客戶及線下分銷商的未售出產品的銷售退貨約149.8百萬港元，對我們截至2020年6月30日止六個月的綜合全面收入表造成影響，退貨金額相當於我們截至2020年6月30日止六個月收益的6.1%。於銷售退貨中，於2020年6月30日已收取銷售金額為95.7百萬港元的產品，並已相應終止確認相關的貿易應收款項。儘管我們於2020年6月30日仍未收到銷售金額為54.1百萬港元的剩餘產品，但基於我們與客戶的持續溝通及處理中的退款要求進度，我們預期該等產品將退回我們，因此我們已於2020年6月30日就該等尚未退回的產品確認退款負債53.5百萬港元¹。於2020年6月30日至最後實際可行日期，已退回銷售金額為40.9百萬港元的產品。基於最後實際可行日期我們與客戶就有關彼等總體存貨量、存量變動趨勢及產品退還計劃的持續溝通，且由於我們於2020年僅供應數量顯著減少的至尊品牌產品，我們預期不會有其他與新型冠狀病毒疫情有關的重大退貨。有關合約主要條款的詳情請參閱「業務 — 銷售及分銷網絡 — 線下分銷商 — 與線下分銷商所訂立協議的主要條款」及「業務 — 銷售及分銷網絡 — 銷售退貨政策」各節。有關涉及產品退貨及退款負債的會計判斷，亦請參閱「財務資料 — 重大會計政策、判斷及估計 — 銷售退貨撥備」及「財務資料 — 重大會計政策、判斷及估計 — 退款負債」各節。我們接受客戶退回該等產品主要是出於商業考慮，例如與客戶維持良好的業

¹ 於2020年6月30日的退款負債與我們於同日尚未收到剩餘產品的銷售金額略有不同，乃由於在計算收益表項目及資產負債表項目時採用不同匯率。

風險因素

務關係。基於往績記錄期間我們獨立第三方客戶所提供的資料，我們估計，於最後實際可行日期我們直銷大客戶及線下分銷商的至尊品牌濃縮洗衣液未售出存貨的概約金額將不會超過我們截至2019年12月31日止年度收益的5%。

此外，縮減銷售團隊可能會導致非常依賴現場消費者教育活動的產品的銷情日後進一步下降，例如至尊品牌濃縮洗衣液。而我們的其他產品並不十分依賴現場消費者教育。詳情請參閱「業務－僱員」一節。我們無法向閣下保證我們日後將成功向消費者推廣「至尊」品牌或其他濃縮洗衣液。此外，消費者的喜好可能會由濃縮洗衣液產品轉向其他洗衣劑產品。倘發生任何該等事件，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將可能受到重大不利影響。

我們亦有意於未來進一步擴大產品組合，並透過推出新品牌讓我們品牌組合更多元化。推出新產品系列或品牌及進軍新產品類別涉及固有風險，例如對消費者喜好、市場需求以及新品牌形象及定價作出錯誤判斷的風險。未能成功使我們產品及品牌多元化以適應瞬息萬變的消費者喜好及市場趨勢可能會令我們的利潤率下降，原因為我們將無法收回相關成本，損害我們的競爭優勢及市場份額，並導致我們須繼續依賴現有產品及品牌。任何該等事件均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們經營所在行業競爭激烈，倘我們無法有效競爭，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將受到重大不利影響。

家庭清潔護理行業競爭激烈，其特點是消費者注重品質及功能，並經常有新產品推出市場。我們面臨來自現有競爭對手及新行業參與者（包括國內及國際家庭清潔護理產品製造商）的激烈競爭。該等製造商中有部分為大型本地公司或跨國企業，擁有豐厚的業務資源及財務資源，及／或開發及營銷家庭清潔護理產品的良好往績記錄。我們在品牌知名度、產品開發、銷售及分銷網絡、質量及營銷以及因應消費者喜好及市場趨勢定制產品的能力方面進行競爭。為有效競爭，我們可能需要不時增加營銷開支，從而可能會對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。倘我們日後無法維持競爭優勢及成功與競爭對手及任何新行業參與者競爭，則我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們的市場營銷活動未必能有效吸引消費者。

我們透過多種渠道及方法為我們的品牌及產品進行營銷，如(i)線上營銷，包括於社交媒體平台及電子商務平台舉辦的營銷活動；(ii)線下營銷，主要透過我們派駐於零售點的清潔顧問進行；(iii)特別活動，包括我們對全國電視節目的贊助及不時組織的線下主題活動；

風險因素

及(iv)商業廣告，包括明星代言。該等營銷活動可能產生重大營銷開支。於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的銷售及分銷開支分別為2,068.6百萬港元、2,548.0百萬港元、2,323.1百萬港元、1,030.7百萬港元及816.4百萬港元。我們無法向閣下保證我們的營銷活動將能使我們成功推廣我們的品牌及產品或實現銷售目標。銷售及營銷活動的效果相對難以預測及評估。其影響可能延遲出現，導致收益增長減慢，未必能完全反映銷售及營銷活動。倘我們營銷活動的業績未如預期，或倘我們未能按計劃開展營銷活動，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景或會受到重大不利影響。

我們面臨與疫情、傳染病及其他疾病爆發(包括近期新型冠狀病毒爆發)有關的風險。

我們的業務可能因傳染病(如SARS、H5N1禽流感、人類豬流感或最近的新型冠狀病毒)爆發或其他疫情或疾病爆發而受到重大不利影響。於2020年初爆發的新型冠狀病毒已經對中國及其他國家的經濟及社會狀況造成不利及長期的影響，而有關情況將可能持續，而中國的新型冠狀病毒疫情爆發情況惡化、持續或再次發生均可令我們的業務營運中斷。

為遏制新型冠狀病毒爆發，中國政府已實施(其中包括)以下政策：(i)於湖北省以外地區，多個地方政府將春節假期延長三至七天，而勞動人員則於2020年2月3日至2月10日期間復工；及(ii)於湖北省，全省自2020年1月23日起逐步實施限行，而勞動人員則於2020年3月11日後復工。自2020年3月14日起，湖北省低風險地區逐步解除封鎖。自2020年3月23日起，武漢亦逐步解除封鎖。

為應對新型冠狀病毒疫情，於2020年1月26日，我們全國四個生產基地約100名僱員於春節假期後提前返回崗位，加班生產急需的消毒產品以遏止疫情擴散，如消毒搓手液及消毒液。自2020年2月2日起，我們已恢復每日24小時全天候生產。

儘管於最後實際可行日期我們的業務至今並無出現重大中斷的情況，倘新型冠狀病毒疫情持續，我們可能並無足夠亦可能無法成功安排人手、運輸及原材料供應維持生產以滿足客戶的需求。此外，儘管我們一般不接受無瑕疵產品退回，但此慣例在爆發新型冠狀病毒疫情的特殊情況下可以磋商。例如，於2020年第一季度，我們接受「至尊」品牌的濃縮洗衣液退貨。詳情請參閱「我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化。」分節。此外，儘管我們已密切留意僱員的健康狀況，我們無法向閣下保證我們的僱員中將不會出現新型冠狀病毒確診個案，倘出現感染，受影響的設施可能需要暫停運作，而我們的員工可能需要被隔離。再者，疫情爆發可能對我們供應商的產能及運輸網絡造成直接影響，我們以合理成本取得安全及優質原材料、製造及付運產品的能力亦將因而受到影響，我們的生產設施亦可能須暫時關閉。此外，政府強制停業或整體經濟放緩，

風險因素

疫情亦可能導致我們的貿易應收款項周轉天數上升，可能導致我們的貿易應收款項的預期信貸虧損增加。

此外，全球規模的傳染性疾病爆發可能會影響投資氣氛，導致全球資本市場出現間歇性波動，亦可能對中國及其他經濟體造成不利影響。例如，於2020年3月，儘管中國新型冠狀病毒疫情似乎已逐漸消退，但病毒已蔓延至世界多個其他地方，包括(但不限於)日本、南韓、美國及歐洲。隨著受感染個案數目迅速攀升，許多國家發出旅遊忠告限制前往受影響地區。該等政策已嚴重損害全球的本地及跨境業務活動。有關影響包括受影響國家及地區的遊客人數、商業交流活動及社會功能大幅減少，以致經濟放緩。全球金融市場已出現劇烈波動，全球出現衰退的風險已大幅增加。即便新型冠狀病毒疫情受控，且中國及其他國家政府撤回為打擊病毒實施的政策及建議，現時亦無法保證受影響國家及地區的整體經濟表現將可於短時間內得到改善。新型冠狀病毒大流行或任何其他傳染病的爆發、惡化、持續或再次發生均會對中國及世界其他地區的經濟造成持續不利影響，從而對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們的銷售及分銷夥伴可能積存過多或陳舊存貨，而過量積存存貨可能對我們分銷商日後的訂單量造成影響。

我們將部分產品售予銷售及分銷夥伴，彼等自行管理我們產品的存貨。我們的銷售及分銷夥伴以及彼等的次級分銷商及零售商其後透過各類零售店舖將我們的產品分銷予終端客戶。我們透過進行定期存貨盤點及審閱銷售及分銷夥伴的銷售報告來監察銷售及分銷夥伴以及彼等的次級分銷商以及零售商的存貨資料，以了解彼等的整體存貨水平。然而，我們可能無法準確追蹤銷售及分銷夥伴的存貨水平，或未能發現我們銷售及分銷網絡不同層面是否有過剩存貨。此外，我們的銷售及分銷夥伴可能無法於指定期間向零售商出售足夠數量的產品存貨，這可能導致銷售及分銷夥伴的存貨出現囤積的情況。當我們推出新產品時，由於市場對產品的接受程度不確定，我們面臨較高的存貨過剩或陳舊風險。倘出現有關情況，我們的銷售及分銷夥伴可能會減少日後的訂單，直至其存貨水平與次級分銷商或零售商的需求回復一致為止，或我們將按具體情況考慮滯銷產品的退貨要求。詳情請參閱「業務—銷售及分銷網絡—線下分銷商—與線下分銷商所訂立協議的主要條款」、「業務—銷售及分銷網絡—直接銷售予大客戶—與直銷大客戶所訂立協議的主要條款」及「業務—銷售及分銷網絡—銷售退貨政策」各節。例如，由於新型冠狀病毒疫情，於2020年第一季度，我們衣物清潔護理產品的銷售額較2019年同期下跌，尤其是我們至尊品牌濃縮洗衣液的銷量。由於新型冠狀病毒疫情，我們於截至2020年6月30日止六個月就有關產品產生約149.8百萬港元的銷售退貨，於2020年6月30日，已退回當中銷售金額達95.7百萬港元的產品，而餘下銷售金額達54.1百萬港元的產品預期將於2020年6月30日後退回。若干電子商務平台亦有

風險因素

權在下列情況下退換產品：(i)當存貨周轉天數高於合約所訂的若干時段，或電子商務平台無法於90天內銷售有關產品，以及產品處於可轉售狀況時；或(ii)當電子商務平台委聘的小型線下供應商不能在合約所訂明的時段銷售我們的產品時。銷售及分銷夥伴日後減少訂單或退回滯銷產品可能對我們向其銷售造成重大不利影響，從而對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們未必能成功維持業務增長及盈利能力。

我們無法向閣下保證，我們能夠保持盈利能力或避免虧損。自2017年至2019年，我們的收益及盈利能力大幅增長：我們的收益由2017年的5,632.0百萬港元上升至2019年的7,049.9百萬港元，複合年增長率為11.9%，我們的純利由2017年的86.2百萬港元上升至2019年的1,079.6百萬港元，複合年增長率為254.0%。有關詳情請參閱「財務資料—經營業績」一節。然而，我們無法向閣下保證我們將能夠於未來期間維持過往的增長率。消費者減少消費、來自其他國內及國際家庭清潔護理產品製造商的競爭加劇、中國家庭清潔護理產品行業增長放緩、供應鏈及物流出現瓶頸、原材料成本上升、中國經濟增長放緩及政府政策或整體經濟環境的其他變動等可能出現的情況，均是導致我們收益及溢利增長可能放緩或收益及溢利下降的可能原因。例如，受新型冠狀病毒疫情所影響，我們的收益由截至2019年6月30日止六個月的2,720.4百萬港元減少284.5百萬港元或10.5%至截至2020年6月30日止六個月的2,435.9百萬港元。倘我們的增長率下降，投資者對我們業務及前景的看法可能會受到不利影響，而我們股份的市價可能會下跌。

此外，我們的盈利能力取決於我們控制成本及經營開支的能力，而有關成本及開支可能隨著我們業務擴展而增加，並會對我們的短期盈利能力造成負面影響。有關詳情請參閱「財務資料—原材料成本」一節。倘我們無法增加銷售，或倘我們的銷售成本及經營開支的增加速度超過我們的銷售，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到負面影響。

與我們的產品或家庭清潔護理行業有關的任何質量問題均可能導致客戶及銷售流失，而倘有關問題與我們的產品有關，我們可能面臨產品責任申索。

我們業務的成功與否取決於能否持續交付優質可靠的產品。維持產品質量穩定很大程度上取決於我們質量控制系統的成效，而質量控制系統的成效則取決於多個因素，包括質量控制系統的設計及我們確保參與我們業務的僱員及其他第三方遵守該等質量控制政策及指引的能力。儘管我們在整個製造過程中實施若干質量控制標準及措施（詳情請參閱「業務—質量控制」一節），我們無法向閣下保證我們的質量控制系統將一直有效，或我們能及時發現質量控制系統的任何缺陷。倘我們任何產品的質量因任何原因轉差，或倘消費者認為我們的產品無法帶來聲稱的效果，我們可能面臨退貨或取消訂單及客戶投訴。此外，我們的產品（大部分為家庭清潔護理產品）含有多種成分，其中部分或其組合可能對環境或人

風險因素

體健康造成實際或可能未察覺的不利影響。因此，消費者可能不時對我們若干產品或整體若干家庭清潔護理產品作出投訴或關注，從而可能損害客戶對我們產品的信心。

此外，倘我們的產品或若干家庭清潔護理產品的任何缺陷或負面影響整體導致財產損失或人身傷害，我們可能會面臨產品責任申索或產品召回，令財務及聲譽受損。即使我們最終勝訴，我們就為該等法律申索進行抗辯支付高昂費用。儘管我們已購買產品責任保險，但保險範圍可能不足。詳情請參閱「我們的保險範圍可能不足以涵蓋我們的所有潛在虧損。」分節。再者，倘家庭清潔護理行業整體接連出現質量問題，不論有關質量問題是否與我們有關，消費者對我們產品的觀感及購買意願亦可能受到負面影響。與我們的產品或家庭清潔護理行業有關的任何實際或已知質量問題，可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

原材料、能源、運輸及其他必要供應品或服務的供應、質量及成本變動可對我們的業務、財務狀況及經營業績造成影響。

我們的原材料主要包括化學品及包裝材料。原材料及包裝材料成本佔我們總銷售成本的大部分。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，原材料成本分別佔我們總銷售成本的79.5%、90.6%、81.5%、76.4%及93.3%。我們就原材料及包裝材料以及能源、運輸及其他必要供應品或服務的價格面對因非我們所能控制的因素(如通脹、貨幣匯率波動、天氣變化或該等相關原材料的供求變動)而出現的波動。我們可能無法通過提高產品價格抵銷價格升幅，在此情況下，我們的利潤率將會下降，而我們的財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。此外，倘我們大幅調高產品的價格，我們可能會失去競爭優勢。這可能導致銷售及客戶流失。在兩種情況下，我們的業務、財務狀況及經營業績均可能受到重大不利影響。

我們在技術開發方面的努力及投資未必會產生預期成果。

我們一直致力於不斷開發將用於我們產品的清潔技術。於2020年6月30日，我們的研發團隊包括157名員工。然而，我們無法向閣下保證，我們日後在開發清潔技術方面的努力將會取得成功，在此情況下，我們的產品可能會失去競爭優勢。此外，我們亦無法向閣下保證，我們所開發的清潔技術將獲消費者歡迎，在此情況下，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將可能受到重大不利影響。

此外，我們在營運的多個方面均依賴科技。例如，我們於前線及後勤營運及管理的各方面使用大數據及人工智能。詳情請參閱「業務—信息技術系統」一節。儘管我們不斷升級

風 險 因 素

我們的科技以緊貼最新行業發展，我們無法向閣下保證我們對科技的投資可收到預期的效果，在此情況下，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將可能受到重大不利影響。

我們的業務營運可能受季節性因素影響。

我們的經營業績受產品需求的季節波動影響。我們於春節假期前及若干中國主要線上購物節(如6月18日的618購物節及11月11日的雙十一購物節)前後的銷量一般均會上升。此外，若干產品的銷售本質上受季節性因素影響。例如，羽絨服清潔劑於冬季的銷售額一般較高。因此，我們經營的各個方面(包括銷售、產能及使用率、營運資金及經營現金流)面臨與我們產品需求季節性波動模式有關的風險，而我們的季度或半年經營業績可能無法反映我們的全年經營業績。

我們可能會在維持、擴大或優化我們的銷售及分銷網絡方面遇到困難。

我們依賴線上渠道、大客戶及線下分銷商銷售我們的產品。彼等的採購額佔我們總收益的重大部分。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們同期總收益中分別有33.1%、40.2%、47.2%、57.4%及58.8%產生自線上渠道的銷售；分別有12.5%、12.1%、14.1%、11.1%及7.7%產生自同期向大客戶的直接銷售；及分別有54.4%、47.7%、38.7%、31.5%及33.5%產生自向線下分銷商的銷售。業內爭奪優質銷售及分銷夥伴的競爭相當激烈。我們可能無法向銷售及分銷夥伴提供較我們競爭對手(彼等可能規模較大及擁有更充裕的資金進行銷售活動)更優勝的分銷安排。我們會挑選及定期評估銷售及分銷夥伴。根據我們的評估，我們可能終止與若干銷售及分銷夥伴的關係，並聘用與我們業務策略一致的新銷售及分銷夥伴。物色替代銷售及分銷夥伴可能非常耗時，任何因而產生的延遲可能會對我們的業務造成干擾並產生高昂成本。例如，於2015年，我們未能成功以雙方均可接受的商業條款與若干大賣場重續合約，此對我們於往績記錄期間前的財務表現產生負面影響。儘管我們隨後與該等大賣場恢復合作，但我們無法向閣下保證我們將能夠一直維持與現有銷售及分銷夥伴的關係，或與替代夥伴發展關係。

作為我們業務增長策略的一部分，我們亦持續尋求透過開拓新分銷渠道、委聘新的銷售及分銷夥伴及進軍新的地區，擴大及優化我們的銷售及分銷網絡。然而，我們擴展計劃的成功與否取決於(其中包括)以下因素：

- 是否存在合適的分銷渠道或是否有合適的地區及地點可供擴展我們的分銷及零售網絡；
- 我們與銷售及分銷夥伴磋商有利合作條款的能力；
- 是否有足夠的管理及財務資源；

風險因素

- 是否有合適的銷售及分銷夥伴，尤其是我們須依賴銷售及分銷夥伴對當地的深入認識打入有關市場的低線城市；
- 我們聘請、培訓及留任熟練人員的能力；及
- 我們的物流及其他營運與管理系統能否應付擴大後的經銷及零售網絡。

因此，倘我們於日後在維持、擴展或優化銷售及分銷網絡方面遇到困難，則我們的業務、財務狀況及經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們依賴少數主要銷售及分銷夥伴銷售我們的產品。

我們依賴少數主要銷售及分銷夥伴(包括多個線上電子商務平台)銷售大部分產品。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，透過該等電子商務平台的銷售額分別佔我們總銷售額的33.1%、40.2%、47.2%、57.4%及58.8%。因此，我們可能面臨來自該等主要銷售及分銷夥伴的集中及對手方風險。我們無法向閣下保證我們日後將能夠維持與主要銷售及分銷夥伴的關係。主要銷售及分銷夥伴並無責任於未來繼續以任何方式與我們保持與過往相若水平的合作，或其根本不會繼續與我們合作。倘任何主要銷售及分銷夥伴大幅減少對我們產品的需求或全面終止與我們的業務關係或未能及時結清付款，我們可能無法從其他夥伴或客戶獲得新業務以彌補所失去的銷售需求或業務損失。倘我們與該等銷售及分銷業務夥伴的關係惡化，或倘消費者對該等業務夥伴的服務質量或整體聲譽的觀感轉差，我們無法向閣下保證我們透過該等主要銷售及分銷夥伴進行的銷售將不會因此而減少。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們依賴獨立線下分銷商，但我們對彼等的控制有限。

於往績記錄期間，我們透過線下分銷商出售大部分產品。我們線下分銷商的表現以及其銷售我們的產品、維護我們的品牌、擴大其業務及銷售網絡的能力對我們業務未來增長至關重要，並可能直接影響我們的銷量及盈利能力。於2020年6月30日，我們已與1,403家線下分銷商訂立協議。由於我們的線下分銷商數目龐大及市場規模龐大，故難以監察其慣例。儘管我們已(1)建立全面的管理系統監察線下分銷商的銷售表現；及(2)採納措施避免我們的線下分銷商出現潛在競爭，包括提供建議零售價及於選取線下分銷商時考慮地理覆蓋範圍，我們對分銷商的日常業務活動的控制有限，而我們對最終零售銷售的控制可能有限。任何分銷商不遵守相關分銷協議或我們的銷售政策均可能對我們產品的整體銷售及我們實施發

風險因素

展策略的能力造成不利影響。此外，儘管我們與線下分銷商有合約關係，除我們與線下分銷商及若干次級分銷商訂立的短期三方返利協議外，我們通常與次級分銷商並無直接合約關係。有關詳情請參閱「業務—銷售及分銷網絡—線下分銷商—次級分銷商」一節。我們對產品的最終零售的控制有限。我們無法向閣下保證次級分銷商將能始終遵守我們的銷售政策或彼等將不會就我們產品的市場份額彼此競爭。倘任何次級分銷商未能及時向其客戶分銷我們的產品、存貨過多或進行不符合我們業務戰略的行動，可能影響我們的未來銷售。我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能因此受到重大不利影響。

我們通常不會與供應商及銷售及分銷夥伴訂立長期安排，這可能導致我們的業務出現重大波動及中斷。

我們通常不會與供應商及銷售及分銷夥伴訂立長期安排。我們與供應商及銷售及分銷夥伴訂立的合約通常為期一至兩年。我們於合約期結束時評估每份合約，以根據表現或業務需要決定是否重續合約；重續合約須雙方同意及批准，且我們無法確保我們滿意的供應商以及銷售及分銷夥伴將同意重續合約。倘我們無法與現有供應商以及銷售及分銷夥伴維持長期關係，供應商的供應及向銷售及分銷夥伴的銷售可能會中斷，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將受到重大不利影響。

我們無法向閣下保證我們可按與現時相同或更有利的條款及價格與主要供應商及銷售及分銷夥伴協商現時或未來的協議(如有)。倘主要供應商或銷售及分銷夥伴的業務計劃或市場出現任何重大變動，我們的銷售及經營收入可能受到重大不利影響，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將因而受到重大不利影響。

線上營銷行業及消費者行為模式的未來變動可能會對我們透過線上渠道進行銷售造成不利影響。

我們的線上渠道包括(i)銷售予中國主要電子商務平台及若干新興線上銷售渠道，如社交電子商務平台、生鮮電子商務平台及企業線上採購系統；及(ii)透過(a)各個主要電子商務平台、社交媒體以及我們自行開發的移動應用程序上的線上專賣店；及(b)第三方線上店鋪銷售予消費者。我們業務的未來增長取決於我們持續吸引線上客戶，以及自各種線上渠道獲得新採購的能力，以及我們挽留到訪我們網站及社交媒體平台的訪客的能力。我們相信，維持強大的線上業務有助於提高我們的品牌的曝光率及知名度，尤其是在我們尚未建立實體業務的地區更是如此。然而，我們可能未能在任何該等方面取得成功。除我們與各種線上渠道維持關係的能力外，該等渠道的成功與否亦取決於多項與線上營銷行業及消費者行為模式有關的因素，包括(但不限於)：

- 電子商務平台的整體消費者流量及我們增加線上店鋪及我們所聘用的電子商務平台的消費者流量的能力；

風險因素

- 我們應對互聯網及手機滲透以及中國線上營銷行業變化的能力；
- 關鍵意見領袖對消費者喜好的影響及我們與關鍵意見領袖的合作；
- 獨立電子商務平台的可靠性；及
- 相關網絡基礎設施(如線上或移動支付平台)的可用性。

此外，倘基於私隱問題或監管限制禁止我們於業務過程中收集數據或使用該等數據分析消費者的喜好，或倘我們的數據分析模型存在任何缺陷，我們對消費者行為的預測可能不準確。就我們數據的準確性而言，我們依賴線上客戶所提供的資料以及通過監察訪客的瀏覽行為所取得的資料。我們並無核實所有有關數據的真確性。若我們所收集的資料存在重大偏差或屬失實，其亦可能對我們預測市場趨勢及業務實施造成不利影響。

我們無法向閣下保證我們能緊貼不斷轉變的消費者行為模式及喜好，亦無法保證我們能預測能吸引現有及潛在線上客戶的產品潮流。因此，線上購物的整體受歡迎程度下降或我們未能識別及應對線上渠道的潮流及消費者要求，均可能導致線上客戶數目減少，以及令我們的線上店舖、社交媒體及我們自行開發的移動應用程序的吸引力下降。我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能因此受到重大不利影響。

未能整合及管理我們多個銷售及分銷渠道可能對我們的業務及前景造成不利影響。

於往績記錄期間，我們透過以下方式出售產品：(i)線上渠道，包括(1)銷售予中國主要電子商務平台及若干新興線上銷售渠道，如社交電子商務平台、生鮮電子商務平台及企業的線上採購系統；及(2)透過(a)我們在多個主要電子商務平台、社交媒體平台及自行開發的移動應用程序上的線上專賣店；及(b)第三方線上店舖銷售予消費者；(ii)直接銷售予大客戶，包括大賣場及超市；及(iii)線下分銷商，彼等將我們的產品轉售予大賣場、超市、便利店、加油站、小型城市住宅社區內的若干小型店舖，以及若干企業(採購作轉售或內部使用)。我們無法向閣下保證該等措施將會有效，部分原因是我們對線上渠道、大客戶及線下分銷商的控制有限。我們銷售及分銷渠道之間的任何不利競爭或互相蠶食將對我們銷售及分銷網絡的穩定性以及我們產品的零售價造成負面影響，從而可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

產能不足可能會阻礙我們滿足客戶需求的能力及增長前景。

目前，我們在廣州、天津、昆山及重慶設有四個生產基地。我們全部生產線的使用率均超過行業平均使用率，限制了我們的產能。在生產旺季，我們生產線的使用率遠高於行

風險因素

業平均使用率。有關詳情，請參閱「業務 — 我們的生產營運 — 生產計劃」及「業務 — 我們的生產營運 — 產能擴充」各節。中國爆發新型冠狀病毒令對我們消毒產品的需求上升。我們無法向閣下保證我們的產能將足以滿足整體市場對我們產品的需求，亦可能無法滿足對我們消毒產品的特定需求。有關詳情，請同時參閱「我們面臨與疫情、傳染病及其他疾病爆發(包括近期新型冠狀病毒爆發)有關的風險。」分節。同樣地，倘我們任何生產設施的生產於日後受到干擾，尤其是在對我們部分或全部產品有大量需求的期間，我們無法向閣下保證我們將能夠滿足對我們產品的整體需求或任何特定產品的特定需求。有關詳情，請參閱「我們的生產可能會受到干擾及出現延誤。」分節。在該等情況下，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

於未來，隨著我們的業務增長，我們可能需要通過各項措施(包括建設新處所)擴大我們的產能。我們無法向閣下保證我們的新處所將能及時準備就緒，亦無法保證我們將可以其他方式成功擴充產能。有多項因素可令我們的擴張計劃出現延誤或令我們的成本上升，包括：

- 未能籌集足夠資金在新處所建立我們的業務，及維持營運資金營運有關業務；
- 未能及時自相關政府機關取得環境及監管批文、許可或牌照；
- 未能覓得生產設施的新址；
- 建築材料及生產設備短缺或延誤交付等，導致延遲向我們交付處所供我們使用及佔用；
- 各個因素影響工程進展，並導致延遲向我們交付處所供我們使用及佔用；及
- 基於市況變動而須對我們有關新處所作出技術改動、產能擴充或對有關計劃作出其他變動。

未能擴大產能可能會阻礙我們滿足客戶需求的能力及增長前景。此外，倘未來市場需求下降，我們可能無法收回建造新處所及維持經擴大產能所產生的成本。我們擴張延誤及取消可能使我們與各個交易對手發生爭端，包括但不限於總承包商及分包商、設備供應商、融資方及相關政府機關。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們的生產可能會受到干擾及出現延誤。

我們目前在位於廣州、天津、昆山及重慶的四個生產基地製造產品。自然或人為災害(如惡劣天氣、火災、技術或機械故障、風暴、爆炸、地震、罷工、恐怖活動、戰爭及爆發流行病)或其他干擾(如停電及停水)可能會對我們的生產設施造成重大損害，而恢復生產可能耗費大量成本及時間，並可對我們的營運造成重大干擾。於受影響的生產設施可供使用及投入運作前，我們可能會產生額外成本，及可能面臨產品供應中斷的情況。

此外，我們依賴化學品及包裝材料等原材料的及時供應以如期進行生產計劃。倘我們供應商的延遲或中斷供應原材料，可能會對我們向客戶履行合約責任的能力造成重大不利影響。此外，任何自然或人為災害或其他意料之外的災難性事件，包括惡劣天氣、火災、技術或機械故障、風暴、爆炸、地震、罷工、恐怖活動、戰爭及爆發流行病，均可對我們的運輸渠道造成干擾，損害供應商的營運，並妨礙我們及時製造及向客戶交付產品的能力。例如，於2020年第一季度新型冠狀病毒爆發等事件可能對我們的供應鏈造成額外壓力。有關新型冠狀病毒爆發對我們生產基地及供應鏈的影響的詳情，請參閱「我們面臨與疫情、傳染病及其他疾病爆發(包括近期新型冠狀病毒爆發)有關的風險。」分節。儘管我們於往績記錄期間及於最後實際可行日期並無經歷重大生產中斷，我們生產日後的任何中斷或延誤均可能對我們生產足夠數量產品的能力造成不利影響，繼而令到我們滿足客戶需求的能力受損。在該等情況下，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將可能受到重大不利影響。

我們面臨與所銷售產品的倉儲有關的風險。

於產品交付至我們的店舖及第三方分銷商前，我們將產品暫時存放於由我們或第三方物流服務供應商所擁有的倉庫。我們投購物業相關保險，可保障我們因發生意外(包括火災)而可能蒙受的財務損失。然而，倘發生該等意外(包括火災)導致我們出售的產品或我們的倉庫受損，我們向我們的店舖及第三方分銷商供應產品的能力會受到不利影響。發生任何該等事件亦可能令我們須作出預期以外的重大資本開支，並令產品交付出現延誤。我們因該等營運干擾及延誤交付而可能失去的銷售或出現的成本增加未必能根據現有保單收回，而長期業務中斷可能導致終端客戶流失。倘發生上述任何一項或多項風險，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

未能維持最佳存貨水平或會令持有存貨的成本上升或令我們失去銷售。

維持最佳存貨水平對我們業務的成功十分重要。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，存貨結餘分別佔我們流動資產總值約23.7%、23.9%、12.0%及17.1%。於

風 險 因 素

2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止六個月，我們的存貨周轉天數分別為96.8天、73.1天、69.5天及85.1天。我們因多項非我們所能控制的因素(包括不斷變化的消費潮流及客戶喜好以及競爭產品的推出)而面臨存貨風險。此外，我們一般會就準備存貨在實際銷售前估計我們將出售產品的需求。我們無法向閣下保證我們能夠準確預測該等潮流及事件，並於任何時候均維持充足存貨。市場對我們所出售產品突如其來的需求下降會導致存貨過剩或陳舊，而我們可能被迫提供折扣或進行促銷活動處理滯銷存貨，我們的財務狀況及經營業績可能因而受到造成重大不利影響。另一方面，存貨不足可能導致我們損失銷售，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景亦可能會受到重大不利影響。

交付延誤、第三方物流供應商及快遞公司處理不當或運輸網絡中斷可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響。

我們將產品交付外包予獨立第三方物流服務供應商。於2019年12月31日，我們委聘25家物流服務供應商。我們與一名或多名物流服務供應商或快遞公司的糾紛或終止合約關係可導致產品延遲配送、成本上升或客戶不滿。我們無法向閣下保證我們可按可接受的條款及價格繼續或延長與現有物流服務供應商或快遞公司的關係，或根本無法繼續或延長有關關係。我們亦無法向閣下保證我們將能夠與新物流服務供應商或快遞公司建立關係，以確保獲得準確、及時及具成本效益的送貨服務。倘我們無法與物流服務供應商或快遞公司維持或發展良好關係，我們的成本可能會上升，或令我們及時或以終端客戶可接受的價格提供足夠數量產品的能力受到干擾。

由於我們對該等物流服務供應商或快遞公司並無任何直接控制權，故我們無法保證其服務質量。倘交付出現任何延誤、因處理不當導致產品損壞或發生任何其他問題，我們可能會失去客戶及銷售，而我們的品牌形象亦可能會受損。此外，因運輸網絡中斷(如運輸工具不足、停工或基礎設施擠塞)導致延誤交付，可能會對我們及時向我們的銷售及分銷夥伴以及消費者交付我們所出售產品的能力造成不利影響，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能因而受到重大不利影響。

我們的僱員面臨因使用化學產品、生產設備及機械而造成嚴重傷害或死亡的風險。

我們於生產過程使用化學產品及重型機械及設備，其具有潛在危險性，及可能導致工業意外及造成僱員的人身傷害。我們向僱員提供的安全培訓未必能有效防止事故發生。任何因使用設備或機械而導致的重大意外均可能令我們的生產中斷、企業形象受損及產生法律及監管責任。儘管我們已投購僱員意外保險，並已投購工傷保險及醫療保險，但保障範圍可能不足以抵銷與該等事故有關的申索所產生的損失。此外，導致重大財產損失、人命傷亡的潛在工業意外可能令我們面臨申索及訴訟，且我們可能須承擔醫療開支及向僱員及

風險因素

其家屬支付其他款項，並可能被罰款或處罰。因此，我們的聲譽、品牌、業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們依賴若干主要人員及我們吸引及挽留業務所需人才的能力。

我們未來的成功在很大程度上取決於高級行政人員、人才及其他主要僱員(包括主席潘女士、行政總裁羅先生及其他高級管理層團隊)的持續服務。有關詳情，請參閱「董事及高級管理層」一節。我們的主要人員在業務策略、產品設計及開發、業務營運、銷售及營銷、監管合規及客戶及供應商關係方面的專業知識對我們至關重要。我們並無為任何主要人員投購主要人員保險。倘若一名或多名高級行政人員或其他主要僱員未能或不願繼續擔任現行職務，我們未必能迅速或根本無法覓得替代人選，這可能對我們的業務造成嚴重干擾，進而對我們的經營業績及未來前景造成影響。此外，我們所在行業的特點為對人才需求高，且競爭激烈，我們可能無法吸引或挽留熟練的僱員或主要人員。我們無法向閣下保證我們的主要人員將不會加入競爭對手或組建競爭業務，或將履行彼等的僱傭合約中的不競爭協議。對中國合資格人員的競爭可能導致僱員薪酬開支增加，從而對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們可能面臨勞工成本增加、勞工短缺或勞資關係惡化。

勞工成本一直上升，並可能於未來繼續上升。勞工成本增加可能導致我們的生產成本上升，而我們未必能夠將增加的成本轉嫁予客戶。我們亦無法向閣下保證我們不會出現勞工短缺的情況。任何有關短缺均可能妨礙我們維持生產計劃及維持或擴充業務營運的能力，從而可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們尋求維持良好的勞資關係，因為我們相信我們的長期增長取決於僱員的專業知識、經驗及發展。我們無法向閣下保證我們日後不會發生任何勞資糾紛。我們的勞資關係轉差可能導致糾紛、罷工、申索、法律訴訟及聲譽損害、勞工短缺，令我們的業務營運受到干擾，以及經驗、專業知識及商業秘密流失。

未能發現或防止我們的僱員、客戶、分銷商、供應商或其他第三方的欺詐或非法活動或其他不當行為可能會對我們的業務造成重大不利影響。

我們面臨僱員、客戶、分銷商、供應商或其他第三方的欺詐或非法活動或其他不當行為，我們可能因而被政府機關施加責任、罰款及其他處罰，以及被負面報導。儘管我們已就審閱及批准商戶賬戶、銷售活動、與業務夥伴及政府官員的互動及其他相關事宜實施內部控制及政策，並無保證我們的控制及政策將能於防止該等人士進行欺詐或非法活動或於日後不會發生類似事件。我們的僱員、客戶、分銷商、供應商或其他第三方的任何非法、欺詐、貪污或合謀行為(包括(但不限於)違反反貪污或反賄賂法律的行為)均可能令我們被

風險因素

負面報導，令我們的品牌及聲譽嚴重受損，而倘該等行為乃由我們的僱員作出，則我們可能須進一步對第三方負上重大財務及其他責任，並會被政府機構罰款及作出其他處罰。因此，我們未能發現及防止我們的僱員、客戶、分銷商、供應商或其他第三方的欺詐或非法活動或其他不當行為可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們的風險管理及內部控制系統未必足夠或有效。

我們已設計及實施風險管理及內部控制系統，包括我們認為適合我們業務營運的組織框架政策及程序、財務報告程序、合規規則及風險管理措施。儘管我們尋求持續改善我們的風險管理及內部控制系統，我們無法向閣下保證該等系統足以有效確保(其中包括)準確報告我們的財務業績及防止欺詐行為。有關我們內部控制政策的進一步資料，請參閱「業務 — 風險管理及內部控制系統」一節。由於我們的風險管理及內部控制系統取決於我們僱員的執行情況，即使我們提供有關方面的內部培訓，我們無法向閣下保證我們的僱員已獲得足夠或全面的培訓以執行該等系統，或彼等的執行不會出現人為錯誤或錯誤。倘我們未能及時更新、執行及修改或未能調配足夠人力資源以維持我們的風險管理政策及程序，則我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能受到重大不利影響。

我們的大部分收益來自衣物清潔護理產品。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們收益的87.4%、87.4%、87.6%、86.9%及69.0%分別來自衣物清潔護理產品，主要包括具不同特效的洗衣液以及衣物助劑，如衣物柔順劑及衣領清潔劑。鑒於消費者喜好及市場潮流不斷轉變，我們無法向閣下保證我們衣物清潔護理產品的銷售額日後將會增加或維持於現有水平。倘我們的衣物清潔護理產品不再受青睞且我們無法及時推出替代產品，我們的銷售額及利潤可能會大幅下降，因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

任何有關本公司、董事、僱員、代言人或產品的負面報導，不論報導是否屬實，均可能對我們的業務造成不利影響。

作為一個知名品牌，我們的形象極易受公眾對我們整體業務的觀感所影響，不僅包括我們產品的質量、安全及競爭力，亦包括我們的企業管理及文化。我們無法保證任何人士不會有意或無意發佈有關我們的資料，尤其是有關我們產品質量及安全或內部管理事宜的資料，而有關資料可能導致公眾對我們有負面印象。此外，有關我們代言人的負面報導可能導致公眾對我們有負面印象，即使有關負面報導完全不涉及我們的產品。儘管我們過往於面對負面報導時已即時作出澄清或整改措施，但我們無法向閣下保證該等措施於日後將一直有效。任何有關本公司、董事、僱員、代言人或產品的負面報導，不論報導是否屬實，

風險因素

均可能導致消費者失去信心或難以挽留或招聘對我們業務營運至關重要的人才。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績、聲譽及前景可能會受到重大不利影響。

我們可能需要額外資金為營運提供資金，而我們未必能按有利條款取得該等資金或根本無法取得該等資金。

我們目前主要以業務營運所產生的現金及銀行借款為營運提供資金。為向我們的持續經營的業務、現時及未來的資本開支需要、投資計劃及其他融資需要提供資金，我們於未來可能需自外部來源取得足夠融資，於補足內部流動資金來源。我們於未來取得外部融資的能力受多項不確定因素影響，包括(其中包括)：

- 在國內或國際市場取得資金的監管批准；
- 我們的財務狀況、經營業績、現金流及信貸記錄；
- 全球及國內金融市場的環境；及
- 中國有關銀行利率及借款常規與條件的貨幣政策變動。

除「財務資料—債項」一節所披露者外，我們並無任何債務、按揭或抵押，亦並無發行任何債務證券及動用任何銀行融資。然而，我們無法向閣下保證我們於未來將能夠以有利條款取得銀行貸款或重續現有信貸融資，或根本無法取得銀行貸款或重續現有信貸融資，亦無法保證任何利率波動將不會影響我們為營運及已規劃的發展提供資金的能力。我們籌集股本(如有)或會導致我們現有股東的股權被攤薄。倘我們無法以有利條款獲得足夠資金或根本無法獲得資金，我們可能無法為現有業務，以及業務的發展或擴展提供資金，因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們於往績記錄期間錄得流動負債淨額。

我們於2017年12月31日錄得流動負債淨額301.0百萬港元，主要由於：(i)我們為建設生產設施及擴大現有設施提供資金的短期借款，有關設施一般分類為非流動物業、廠房及設備；及(ii)隨著我們擴大營運而產生的若干貿易應付款項及應付票據以及應計費用及其他應付款項。有關詳情，請參閱「財務資料—流動資金及資本資源—流動資產淨值／負債淨額」一節。流動負債淨額狀況可能會令我們的營運靈活性受限，並可能對我們擴展業務的能力造成不利影響。我們無法向閣下保證我們將能夠繼續在中國取得短期銀行借款。倘提供現有銀行及信貸融資的商業銀行不再向我們授出類似或更加優惠的融資，而我們無法按合理條款取得替代銀行及信貸融資，或者完全無法取得融資，則我們的業務、經營業績及前景可能會受到不利影響。

我們面對與貿易應收款項及應收票據有關的信貸風險。

我們於日常業務營運中與不同對手方訂立各種合約安排。我們一般授予電子商務平台及直銷大客戶30至60日的信貸期。此外，我們可能會不時應若干主要客戶的要求延長信貸

風險因素

期。我們一般不會向線下分銷商授予信貸期。然而，我們可能會於特別情況下（如彼等於年底為新年銷售活動作出規劃）向若干具信譽的線下分銷商提供信貸期。於2017年、2018年及2019年12月31日及2020年6月30日，我們的貿易應收款項及應收票據淨額分別為928.6百萬港元、1,142.9百萬港元、1,750.0百萬港元及1,123.0百萬港元。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，我們的貿易應收款項及應收票據周轉天數分別為57.0天、55.9天、74.9天及107.3天。於2020年6月30日，我們賬齡逾180天的貿易應收款項及應收票據為208.3百萬港元，而於2019年12月31日為12.3百萬港元。截至2017年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，我們就與貿易應收款項及應收票據相關的金融資產減值虧損分別錄得撥備淨額16.1百萬港元、1.9百萬港元及6.5百萬港元。截至2018年12月31日止年度及截至2019年6月30日止六個月，我們分別錄得與貿易應收款項及應收票據相關的金融資產減值虧損撥回淨額6.2百萬港元及0.2百萬港元。新型冠狀病毒的爆發，可能會令我們2020年第一季度的應收款項周轉天數增加，可能令我們面臨來自對手方的信貸風險上升。我們的高級管理人員定期審閱已逾期貿易應收款項及應收票據結餘的可回收程度，並會於適當時作出減值撥備。由於我們多個對手方的財務或公開資料有限，即使我們已為對手方信用評估，我們無法向閣下保證所有對手方均為具信譽及聲譽，且於未來將不會出現違約情況。因此，我們面對對手方未能履行合約責任的風險。

我們的品牌及產品可能遭第三方假冒、仿製及／或侵權。

我們依賴中國及其他司法權區的知識產權法律保護我們的品牌及商標。於往績記錄期間，我們曾被外部人士假冒及仿冒，彼等以與我們品牌名稱及商標極度相似的「仿冒」品牌名稱及商標製造及營銷彼等的產品。我們無法向閣下保證日後不會發生該等假冒或仿製情況，或倘發生該等情況，我們將能夠有效發現或解決問題。出現任何假冒或仿冒產品或其他侵犯我們知識產權的行為，均可對我們的聲譽及品牌名稱造成不利影響，並導致消費者對我們的品牌失去信心。就檢舉侵犯我們權利及產品的行為所提起的訴訟將涉及高昂費用，並將分散管理層的注意力及其他業務資源。儘管我們對訴訟成本投購有有限的保險，但投保可能不足，倘我們無法向相關人士收回訴訟產生的費用，則我們將須承擔未承保部分的費用。此外，倘假冒產品的質量存在任何問題，而消費者無法完全將有關假冒產品與我們的產品區分，則我們的聲譽及品牌價值可能會受損。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們可能未能為我們的知識產權作出足夠的保護，有關情況可能對我們的品牌價值造成損害。

我們十分依賴專利、商標、域名註冊及保密協議的組合保護我們的知識產權。我們亦擁有大量與專有產品配方、技術及製造流程有關的商業秘密，我們認為該等商業秘密對我們的營運而言屬重大，且不受專利保障。我們依賴各種保護措施保護該等非專利專有資料，如

風險因素

透過我們的法律部門定期監察我們的知識產權，以及與相關僱員及第三方訂立保密協議。有關詳情，請參閱「業務—知識產權」一節。然而，我們無法向閣下保證，我們的保護措施足以保護我們的商業秘密、專門知識或其他自主資料不受任何未經授權的使用、挪用或披露。我們無法保證日後我們的知識產權不會受到進一步侵犯。我們亦無法保證，倘我們的知識產權遭任何未經授權使用，我們將能成功執行保密條文或採取法律程序。倘我們未能有效保護我們的知識產權免受第三方的不當或未經授權使用，因而對我們的品牌造成不利影響，我們的聲譽會受到損害，從而對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

第三方可能會主張或聲稱我們侵犯彼等的知識產權。

知識產權(如商標及專利)對品牌形象、產品配方及其他寶貴的權利提供保護，故其對消費產品行業十分重要。我們的競爭對手或其他第三方可能擁有與我們知識產權及權益存在潛在衝突的知識產權及權益。倘成功就侵犯任何商標或專利或其他知識產權向我們提出申索，我們未必擁有合法權利繼續開發、生產、使用或銷售被裁定侵犯第三方知識產權的產品。我們可能須依法投入大量資源重新設計我們的產品，以使該等產品不會侵犯第三方的知識產權，或我們可能須取得相關許可以避免進一步侵權。針對我們提出的知識產權訴訟可對我們的業務造成嚴重干擾、分散管理層的注意力或消耗大量財務資源。此外，我們在日常營運的其他方面(如我們在廣告及宣傳活動中所使用的圖像、字體或音樂，以及所使用的電腦軟件)可能會被第三方提出侵權或不當挪用的申索。任何知識產權糾紛均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們視產品的生產配方為商業機密，倘我們無法將該等商業機密保密，我們的競爭力將會受損。

我們的產品使用專有配方生產。我們已將該等配方作為商業機密保存。我們並無就我們的配方申請任何專利，因為在中國註冊專利涉及公佈專利主體的相關詳情，我們相信有關披露將為我們的競爭對手提供我們配方的詳情，從而令彼等能夠模仿我們的生產方法或對其自身產品作出相應改良。我們一般會在相關人員(如主要管理層及研發人員)的僱傭合約中加入保密條款，並在僱員行為守則中載明僱員對我們商業機密的保密責任。然而，我們無法向閣下保證競爭對手或其他第三方不會披露或發現我們的專有配方，亦無法保證該等人士不會開發或營銷使用有關配方的產品。該等人士在取得相同或類似配方後或會申請知識產權，並禁止我們生產、宣傳、銷售或使用以該等配方所生產的產品。我們未必有足夠的法律補救措施防止第三方生產或營銷基於相同或類似配方所製造的產品。因此，我們可能會失去市場份額，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們於日常業務營運過程中可能涉及申索、糾紛及法律訴訟。

我們於日常業務營運過程中可能不時涉及申索、糾紛及法律訴訟。當中可能涉及(其中包括)違反合約、僱傭或勞資糾紛、反壟斷、侵犯知識產權及環境事宜。此外,倘我們的產品被證實未能符合相關健康及安全或其他法律及法規,或導致或被指稱導致疾病或健康問題,則製造及銷售有關產品將令我們面臨潛在產品責任申索。倘我們未能就任何產品責任申索成功抗辯,我們可能須支付巨額損害賠償以補償申索人。我們提起或被提起(不論是否有充份理據)任何申索、糾紛或法律訴訟,均可能導致巨額成本及資源分散,並可能嚴重損害我們的聲譽。再者,針對我們的申索、糾紛或法律訴訟可能由於供應商出售予我們的供應品存在缺陷所招致,而該等供應商可能無法及時或根本不會就我們因該等申索、糾紛及法律訴訟產生的任何成本向我們作出彌償。

我們須遵守多項法規,未能遵守該等法規或控制相關成本可能損害我們的業務。

我們須遵守相關中國政府機關所頒佈的大量不同環境、健康、衛生及安全及勞工法律及法規。我們未能遵守該等法律及法規將導致處罰、罰款、行政程序、訴訟及被暫停或吊銷進行我們業務的牌照或許可。考慮到該等法律及法規的複雜性及重要性,遵守該等法律及法規可能造成繁重負擔或需要大量財務或其他資源。該等法律及法規不時變動,因此我們無法保證相關中國政府機關將不會實施任何額外或更嚴格的法律及法規,遵守該等法律及法規可能令我們所產生的成本大幅增加,而我們可能無法將該等成本轉嫁予客戶。未能遵守相關法規及控制相關成本可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們須取得及持有多項牌照及許可,否則可能對我們造成重大不利影響。

根據中國法律,我們須就生產產品取得及持有多項牌照及許可。詳情請參閱「業務—牌照、批文及許可證」一節。我們須就營運及生產過程遵守適用的環保規定、衛生質量標準及生產安全標準。為符合相關公共衛生機關及質量技術監督部門的規則及法規,我們須接受定期及隨機檢查。未能通過該等檢查及遵守牌照可或其他監管規定可導致被終止生產及銷售我們的產品、沒收相關收入、撤銷營業執照或潛在刑事責任,這將對我們的聲譽以及我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

於宣傳我們的產品時未能遵守適用廣告法律及法規可能令我們面臨潛在風險及處罰。

我們透過各種渠道(包括電視、廣告牌及海報以及新聞及雜誌)宣傳我們的品牌及產品,惟須遵守適用的中國法律及法規。例如,我們可能不時就廣告中若干數據的來源或所選用

風險因素

的若干詞彙接受查問。倘我們的僱員或我們委聘的第三方服務供應商未能遵守該等法律及法規，或相關政府機關（彼等在法律及法規詮釋方面擁有廣泛酌情權）最終的意見與我們在執行行政法律的過程中的理解不一致，則我們可能面臨潛在風險及處罰。我們無法確保日後不會發生無意的不合規事件，有關事件可能使我們被相關機關作進一步處罰，並可能會進一步損害我們的品牌形象及聲譽。我們日後或須增加合規成本以符合適用廣告法律及法規。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

我們可能因未能登記部分租賃協議而被罰款。

於最後實際可行日期，我們在中國租賃125項物業，當中79項尚未根據中國法律及法規向相關政府機關登記。根據我們中國法律顧問的意見，未有就租賃進行登記不會影響其合法性、有效性或可強制執行性。然而，倘我們未能應相關機關的要求登記租賃協議，我們可能會就每份未登記租賃被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款，這可能會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。詳情請參閱「業務 — 物業 — 租賃物業」一節。

於最後實際可行日期，我們若干租賃物業的出租人未能提供有效的業權證明書。就若干租賃物業而言，出租人未按照業權證明書指定的允許用途租賃該等物業。與該等物業有關的任何糾紛或申索均可能導致我們須為我們的若干僱員搬遷及／或獲得其他住所。倘我們使用該等物業的權利受到質疑，我們將須在短時間內尋求替代物業並招致搬遷成本，且無法保證我們能夠按合理的商業條款找到合適的替代物業，甚或根本無法找到。任何搬遷均可能導致我們的營運中斷，並可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。

現有法律、法規及政策的變動可能導致我們產生額外合規成本。

我們須遵守中國有關產品安全及一般消費者保障的多項法規。政府機關可能不時修訂該等法律及法規，以頒佈更高的產品質量及安全標準，並對家庭清潔護理行業的營運施加更嚴格的限制。此外，我們亦受一般法律、法規及政策（如分區條例或環境法規）變動的影響，其可能會妨礙我們的擴展計劃及影響我們的日常營運。因此，我們可能需要產生額外成本，而我們的業務增長及發展可能因我們須動用資源遵守該等法律及法規而放緩，這可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們可能因未有為僱員全數繳納社會保險及住房公積金供款而根據中國法律被罰款及處罰。

根據適用中國法律，我們（作為僱主）須為僱員的利益向社會保險（包括養老金、失業保險、醫療保險、工傷保險及生育保險）及住房公積金作出供款。

風險因素

藍月亮中國未有為若干類別的僱員繳納2018年7月前的住房公積金。此外，於2019年12月31日，我們位於廣州的部分中國附屬公司未有按照地方住房公積金機關的規定及標準為殘疾僱員支付住房公積金。根據住房公積金條例，倘僱主未有為住房公積金註冊及成立戶口，有關當局將頒令僱主於時限內改正，於時限屆滿時未能作出改正者，將被處以不少於人民幣10,000元但不多於人民幣50,000元的罰款。倘僱主逾期支付及存入住房公積金或繳款不足，有關當局將頒令僱主於指定時限內支付及存入款項，於時限屆滿後仍未有支付及存入款項者，有關當局可向中國人民法院申請強制執行。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度各年，我們中國附屬公司尚未支付的住房公積金供款分別約為人民幣7.3百萬元、人民幣4.3百萬元及人民幣0.1百萬元。因此，我們可能會被相關部門頒令於指定期限內支付尚欠的金額合共人民幣11.8百萬元，倘未能繳納，我們或會被人民法院進行特別執行。

此外，於2017年1月至2017年4月，我們部分中國附屬公司未有根據僱員的實際薪金水平作出社會保險供款。根據《社會保險法》，倘僱主未有作出全數社會保險供款，有關當局將頒令僱主於指定時限內支付未付金額，另加按日息0.05%計算的逾期罰款，及倘僱主未有於時限內作出逾期供款，將可能被處以相當於未付金一至三倍的罰款。於2017年1月至2017年4月期間，我們中國附屬公司未繳足社會保險供款金額為人民幣1.1百萬元。因此，我們可能因此被相關當局頒令於指定期間內支付尚未支付金額合共人民幣1.1百萬元，未有作出付款可能被處以相當於有關未繳足金額一至三倍的罰款。

詳情請參閱「業務 — 法律及仲裁程序以及合規事宜」一節。我們無法向閣下保證我們日後將不會被責令糾正此不合規事件，亦無法向閣下保證相關僱員並無或將不會投訴我們。任何有關頒令或會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們現時所收取的政府補助於未來可能會減少或終止。

於往績記錄期間，我們主要獲廣州地方政府機關提供政府補助。該等政府補助乃為表彰我們的成就及對當地經濟所作的貢獻而設。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們分別確認政府補助7.6百萬港元、35.9百萬港元、40.5百萬港元、30.2百萬港元及37.4百萬港元。我們無法向閣下保證我們於未來將繼續合資格收取有關政府補助或有關補助金額不會減少。我們繼續享有政府補助的能力取決於影響我們與相關地方政府機關簽訂的協議的有效性及其類似優惠安排獲得與否的國家或地方政策的變動，有關能力可能因該等協議因任何原因(包括非我們所能控制者)被終止或作出修訂而受到影響。此外，我們無法向閣下保證我們將能夠就以類似條款向我們提供

風險因素

政府補助而與地方政府機關訂立新協議。有關政府補助於未來減少或終止可能會對我們的財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

由於向我們授出的若干優惠稅務待遇未必能得以重續，我們可能須按較高的所得稅稅率繳稅。

於往績記錄期間，藍月亮實業（我們於中國的主要附屬公司之一）因作為合資格高新技術企業而享有15%的優惠企業所得稅稅率，而毋須按25%的一般稅率繳稅。於2017年、2018年及2019年，按法定財務報表所示藍月亮實業的稅前利潤分別為人民幣39.1百萬元、人民幣53.5百萬元及人民幣167.8百萬元。藍月亮實業的高新技術企業資格已於2020年11月屆滿，其選擇不重續有關資格。因此，藍月亮實業自2020年起可能須按25%的企業所得稅稅率繳稅，此可能增加我們的綜合所得稅開支及令我們的綜合溢利減少，從而可能對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的信息技術系統可能會出現突發的系統故障、中斷、不足或安全漏洞。

我們倚賴信息技術系統（尤其是企業資源規劃（「ERP」）系統及CRM系統）有效管理我們的存貨、客戶資料分析、物流數據、銷售活動、銷售人員工作量及其他業務流程。由於我們透過線上渠道進行的銷售有所增長，而我們計劃繼續使用我們的CRM系統（其連接至我們經營業務的所有電子商務平台）作為於日後管理不同平台的所有線上銷售活動的統一系統。我們對信息技術的使用及依賴不斷上升，將令有關系統的壓力上升。我們於升級系統及服務時可能會遇到問題，其可能對我們的銷售及其他營運造成不利影響。

此外，我們的信息技術系統可能會因非我們所能控制的情況而受到損害或出現中斷，有關情況包括停電、火災、自然災害、系統故障、安全漏洞及病毒。我們信息技術系統的重大故障或遺失或泄露機密資料可引致交易錯誤、程序效率下降及失去銷售及客戶，有關情況可能進一步損害我們的聲譽，並對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們的設施及營運可能需要大量投資及升級。

我們的設施及營運可能因折舊或業務增長而不時需要大量投資及升級，我們的成本可能因而上升。倘我們未能成功收回有關成本，我們的盈利能力或會下降。此外，準時按計劃完成升級取決於多個因素，包括我們為有關升級籌集及維持充足資金的能力、向政府機關取得所需牌照及許可的能力，以及材料及設備的充足供應及準時交付。倘升級未有按時完成，我們的產能將會暫時受限，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到進一步重大不利影響。

風險因素

建造新的生產及倉儲設施、添置物業、廠房及設備，以及就有關我們的擴張策略設立新工廠，或會導致折舊成本增加。

我們計劃就有關我們的擴張策略建造更多生產及倉儲設施，並購置若干設備及機械。此外，我們計劃建造一座新工廠。詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途—所得款項用途」一節。待有關新的生產及倉儲設施和新工廠的建造完成，並開始使用有關設備及機器後，我們預計自2020年至2025年每年平均折舊成本將增加約131.7百萬港元，並自2026年起，每年增加296.3百萬港元。有關折舊成本的增加或會導致我們的利潤下降，並可能對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。

中國有關電子商務活動的法律及法規可能會對我們的線上渠道施加額外規定及責任，或可能令我們的合規成本上升。

我們經營所在的電子商務行業受到高度監管。由於中國電子商務行業迅速轉變，可能會因解決不時出現的新問題而採納新法律及法規，並對我們的電子商務業務施加額外限制。倘中國政府日後對電子商務活動制定更嚴格的資料私隱或其他監管規定，我們就線上渠道所承擔的合規成本可能會大幅上升，且我們無法向閣下保證我們將能夠及時符合所有監管規定，或根本無法符合所有監管規定。例如，全國人大常委會於2018年8月31日頒佈並於2019年1月1日實施的電子商務法，要求所有電子商務經營者（廣義包括通過互聯網及其他資訊網絡從事銷售商品或提供服務業務活動的自然人、法人及非法人組織）遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守相關法律和商業道德，公平參與市場競爭，履行保護消費者的權利及利益、環境、知識產權、網絡安全和個人信息的義務，承擔確保產品或服務質素的責任，並接受政府及公眾的監督。有關詳情請參閱「附錄三—監管概覽—與電子商務活動有關的法規」一節。該等新法例及其執行可能導致額外的合規責任及成本，亦可能會對我們現時或未來的營運施加限制。我們的業務、聲譽、財務狀況、經營業績及前景可能因此受到重大不利影響。

我們可能無法保護我們的專有數據及客戶資料。

我們相信，我們編製及分析銷售數據及客戶數據的能力對我們的成功至關重要。我們利用廣泛的零售網絡及信息技術系統建立了龐大的客戶數據庫。我們主要通過我們的店舖、網站及移動應用程序獲取客戶數據，如終端客戶的個人資料、支付相關資料及交易歷史。對我們收集、儲存、使用或披露個人資料或其他私隱相關事宜的做法的憂慮即使毫無根據，仍可令我們的聲譽受損，而我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能因而受到重大不利影響。此外，倘我們所收集的客戶數據實際或被指稱存在泄露或未獲授權使用的情況，可能會導致購買我們產品的線上流量及整體銷售減少，任何一種情況均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

風險因素

我們已採取安全政策及措施保護我們的專有數據及客戶資料。然而，技術進步、黑客的專業知識、加密領域的新發現或其他事件或發展均可能會導致我們用於保護機密資料的技術受到損害或被破壞。我們可能無法防止第三方(尤其是黑客或其他從事類似活動的個人或實體)非法取得及挪用我們的專有數據及客戶資料。此外，我們對部分終端客戶於進行網上購物時可能選用的第三方線上支付服務供應商所採用的保安政策或措施的控制或影響有限。此外，我們的第三方物流服務供應商或快遞公司亦可能違反彼等的保密責任，以及非法或不當地披露或使用我們客戶的資料。任何有關我們信息技術系統或線上零售渠道的安全或私隱保護機制及政策的負面報導，均可能對我們的公眾形象及聲譽造成重大不利影響。

此外，中國規管個人資料使用的法規尚在完善中。規管該等個人資料使用的法規的任何變動，均可能對我們使用該等資料的能力造成不利影響，或可能令終端客戶不願意使用我們的線上零售渠道，任何一種情況均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們的保險範圍可能不足以涵蓋我們的所有潛在虧損。

我們已投購及維持我們相信與行業慣例一致及符合相關法律及法規所規定的保單。有關詳情請參閱「業務—保險」一節。然而，我們無法向閣下保證我們的保單能為所有與我們業務營運有關的風險提供足夠保障。我們根據中國的慣常做法並無購買業務中斷或訴訟保險。倘我們蒙受保單未有覆蓋的重大虧損及責任，我們會蒙受重大成本及資源分散，並可能對我們的財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。我們可能需要承擔保險未有覆蓋的損失。

我們的收購策略不一定能取得成功。

我們未來可能考慮通過自然增長及投資於及／或收購與我們業務相輔相成的公司來發展業務。我們以往通過併購進行擴張的經驗有限，僅於2014年收購了一間生產及提供若干化學原料的公司。我們透過收購增長的能力取決於我們識別、磋商、完成及整合合適收購，以及就有關收購取得必要融資的能力。即便我們能成功完成收購，我們在整合所收購的業務、其人員或其產品至現有業務時可能會遇上困難；在實現所收購業務或其產品的好處時可能出現延誤或問題；分散管理層對其他業務問題所投入的時間及注意力；整合成本較我們預期高；或在挽留對管理所收購業務屬必要的被收購業務主要僱員方面遇上困難。於最後實際可行日期，我們並無就任何潛在收購進行任何協商或訂立任何意向書，亦無訂立任何明確和最終的諒解、承諾或協議。然而，倘我們進行有關收購，但未能成功完成收購或將所收購的業務與現有營運整合，則我們的股價、業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。

風險因素

我們的控股股東對本公司有重大影響力，而彼等的利益未必與其他股東的利益一致。

我們的控股股東對我們的業務有重影響力，包括管理、有關收購、合併、擴展計劃、整合及出售全部或絕大部分資產的政策及決定、董事選任及其他重大企業行動。緊隨全球發售(假設超額配股權未獲行使及並無計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而將予發行的任何股份)及資本化發行完成後，我們的控股股東將個別或共同直接或間接與其他人士控制本公司已發行股本77.36%。擁有權集中可能會不利於、延誤或妨礙本公司控制權的變動，有關情況會削弱我們其他股東於本公司出售期間自彼等股份收取溢價的機會，並可能會令股份的價格下降。此外，控股股東的利益可能與其他股東的利益不同。控股股東有可能行使彼等對我們的重大影響力，從而令我們訂立與其他股東的最佳利益存在衝突的交易、進行或不能進行與其他股東的最佳利益存在衝突的行動或作出有關決定。

因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而配發及發行股份可能會對我們未來的經營業績造成負面影響。

於2020年9月23日，我們採納首次公開發售前購股權計劃。於2020年9月23日，根據首次公開發售前購股權計劃，我們已向身為我們僱員(包括我們的董事及高級管理團隊成員)及我們的商業聯繫人的若干承授人授出可認購合共61,651,000股股份的購股權。有關詳情，請參閱「附錄五—法定及一般資料—D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

所授出購股權的公允價值將確認為以股份為基礎的薪酬開支，將會對我們的利潤造成不利影響。此外，我們計劃授出的購股權獲行使將會令已發行股份數目增加，導致股東的持股百分比被攤薄，亦將令每股盈利或每股資產淨值被攤薄或減少。於根據首次公開發售前購股權計劃所授出的所有購股權獲行使後，按緊隨全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使)的5,747,126,500股已發行股份計算，股東的持股量將被攤薄約1.07%。因此，我們的經營業績及盈利能力將於購股權歸屬時持續受到不利影響。於行使我們所授出或計劃授出的購股權時所發行的額外股份實際或相信將會被出售時，可能會對我們股份的市價造成不利影響。

我們可能面對非我們所能控制的戰爭、恐怖襲擊或不可抗力事件。

我們的業務受中國整體經濟及社會狀況所影響。非我們所能控制的自然及人為災害及其他不可抗力事件可能會對中國的經濟、基建及人民生計造成不利影響。中國部分地區(包括我們經營所在的城市)面對洪水、地震、沙塵暴、雪災、火災或旱災的威脅。發生或重複發生任何該等事件可導致我們的營運出現重大中斷或致使中國經濟放緩，並可對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。戰爭及恐怖主義亦可能會令我們的僱

風險因素

員受到傷害，導致人命損失、設施受損、分銷渠道受到干擾及摧毀我們的市場。發生戰爭及恐怖襲擊的可能性亦可能產生不明朗因素，並令我們的業務蒙受我們無法預計的損失。

與中國有關的風險

中國經濟、政治及社會狀況以及政府政策及全球貿易常規的變動可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

於往績記錄期間，我們絕大部分資產位於中國，且我們的絕大部分收益來自我們於中國的業務。因此，我們的財務狀況、經營業績及前景在很大程度上受中國經濟、政治及法律變動的影響。

中國經濟與發達國家的經濟在很多方面存在差異，包括(其中包括)政府干預水平、投資管制、經濟增長水平、增長率、外匯管控以及資源分配。自1978年以來，中國政府已施行多項經濟及社會改革措施。因此，中國正處於從計劃經濟過渡至更以市場為主導的經濟。然而，中國大部分生產性資產仍由中國政府擁有。中國政府亦通過資源分配、控制外幣計值的付款責任、制定貨幣政策及為特定行業或公司提供優惠待遇等方法，對中國經濟增長行使重大控制權。近年來，中國政府實施多項強調利用市場力量的措施，減少國家所擁有的生產性資產數量，以及在商業企業中建立完善的企業管治常規。部分該等措施對中國整體經濟有利，惟亦可能對我們有重大不利影響。例如，我們的財務狀況及經營業績可能因適用中國稅法變動令我們的實際稅率上升而受到不利影響，但有關變動可能對中國整體經濟有利。此外，由於全球各國對貿易保護主義政策的呼聲日高令全球貿易常規及國外政策波動，加上中國與美國之間的貿易糾紛持續，中國經濟可能受到進一步影響。於2020年1月，中美就貿易問題簽訂「第一階段」協議。然而，目前尚不清楚美國或其他政府將就國際貿易協議、外交政策或其他事項採取何種進一步行動(如有)。中美緊張局勢升溫可能導致限制若干國際業務交易及經濟活動，並可能損害我們的競爭優勢或令我們無法於若干國家銷售產品。中國經濟於過去數十年蓬勃增長；然而，根據中華人民共和國國家統計局的資料，中國經濟自2008年下半年起面臨下行壓力，國內生產總值年增長率由2011年的9.5%下降至2019年的6.1%。於2020年第一季度，由於新型冠狀病毒爆發，國內生產總值增長率進一步放緩至負6.8%。儘管2020年第二季度的國內生產總值增長3.2%，概不保證中國經濟增長於可見未來將會全面復甦。我們的業務、財務狀況、經營業績及前景或會因中國政府的經濟、政治及社會政策(包括與我們行業有關的政策)而受到重大不利影響。

風 險 因 素

中國法律制度的不確定因素可能會對我們產生重大不利影響，並會令投資者可得到的法律保護受限。

我們主要在中國進行業務及經營，並須受中國法律及法規規管。此外，我們的離岸控股公司及與彼等之間的若干交易可能須遵守多項中國法律及法規。中國的法律制度是以成文法為基礎的民法制度。與普通法制度不同，民法制度中已裁決案例作為先例的作用有限。中國法律制度持續快速演變，對許多法律、法規及規則的詮釋可能存在不一致之處。近年來，中國政府實施一系列新法律、法規及政策，對(其中包括)質量及安全控制以及監督及監察從事家庭清潔護理產品生產的企業實施更嚴格的標準。詳情請參閱「附錄三 — 監管概覽 — 與生產我們產品有關的法規」一節。倘中國政府繼續對家庭清潔護理行業實施更嚴格的法規，我們就遵守該等法規的成本將會上升，我們的盈利能力將因而受到影響。此外，我們無法預測中國法律制度未來變動的影響。該等合約、財產及訴訟權利所涉及的不確定因素可對我們的業務造成不利影響，並令我們持續經營的能力受損。此外，中國法律制度部分基於具有追溯效力的政府政策及行政規則。因此，我們或會在違反該等政策及規則後才意識到違規。此外，根據該等法律、法規及規例，我們及投資者可獲得的法律保護可能有限。在中國進行任何訴訟或執行監管行動可能需時極長，亦可能產生高昂成本，並會分散資源及管理層注意力。

對人民幣匯入及匯出中國實施更嚴格的限制，以及政府對貨幣兌換的管制可能限制我們支付股息及其他債務的能力。

人民幣現時為不能自由兌換的貨幣，因為中國政府對人民幣兌換外幣及(在若干情況下)將貨幣匯出中國實施管制。我們以人民幣向客戶收取絕大部分款項，並須將人民幣兌換為外幣以向股份持有人支付股息(如有)，並為我們在中國境外的業務提供資金。外幣供應不足可能限制我們中國附屬公司匯出足夠外幣以向我們支付股息或其他款項，或償還其他以外幣計值的債務的能力。

根據中國現行的外匯規例，在遵守若干程序規定的前提下，可在毋須事先取得國家外匯管理局或其地方機構批准的情況下，以外幣支付經常賬項目(包括利潤分派以及貿易及服務相關的外幣交易)。然而，倘需要將人民幣兌換為外幣並匯出中國以支付資本開支(例如償還以外幣計值的貸款)，則需要獲得主管政府機關的批准或進行登記。中國政府或會不時酌情採取措施限制為經常賬交易取得外幣。自2015年起，為應對中國外幣儲備持續減少，中國政府對人民幣兌換為外幣的限制日趨嚴謹。倘外匯管制制度妨礙我們取得足夠的外幣以滿足我們的外幣需求，我們未必能以外幣向股東支付股息。此外，概不保證日後不會頒

風險因素

佈進一步限制人民幣匯入或匯出中國的新法規。現時及日後的外匯限制均會令我們購買中國境外原材料或於為未來以外幣(如加拿大元)進行的業務活動提供資金的能力受限。

人民幣匯率波動可能導致外幣匯兌虧損。

人民幣兌美元及其他外幣的匯率存在波動，並受(其中包括)中國政府政策、中國及國際政治與經濟狀況變動，以及當地市場的供求影響。現時難以預測未來市場力量或政府政策對人民幣兌港元、美元或其他貨幣匯率的影響。此外，中國人民銀行定期對外幣市場進行干預，以限制人民幣匯率的波動並實現政策目標。

中國政府仍面對國際社會施壓要求採納更靈活的貨幣政策，加上對國內政策的考慮，人民幣兌美元、港元或其他外幣或會顯著升值。

全球發售所得款項將以港元收取。因此，人民幣兌美元、港元或任何其他外幣升值可能導致全球發售所得款項價值減少。相反，人民幣貶值可能會對股份以外幣計算的價值及應付股息造成不利影響。此外，可供我們以合理的成本降低外幣風險的工具有限。任何該等因素均可對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響，並可能導致我們股份以外幣計算的價值及應付股息減少。

根據企業所得稅法，我們可能被視為中國稅務居民，而我們的全球收入可能須按25%之稅率繳納中國企業所得稅。

我們為一家根據開曼群島法律註冊成立的公司。根據企業所得稅法，倘若一家在中國境外註冊成立的企業於中國境內擁有「實際管理機構」，該企業就稅務而言可能被視為「中國居民企業」，並須就其全球收入按25%稅率繳付企業所得稅。「實際管理機構」是指對企業的業務、人員、賬目及財產擁有實際管理及控制權的機構。於2009年4月及2011年7月，國家稅務總局發出若干通知，澄清用以釐定受中國企業控制的境外企業的「實際管理機構」的若干標準。然而，對於並非由中國企業控制的外國企業的「實際管理機構」的釐定則並無官方的實施細則。因此，中國稅務機關將我們相似情況的處理方法仍然不明確。倘我們被中國稅務機關視為中國居民企業，我們將須就我們全部全球收入按25%的稅率繳納中國企業所得稅，我們的利潤及可供分派予股東的保留利潤可能因而受到重大不利影響。

根據中國稅法，我們應付予外國投資者的股息及出售股份所得的收益可能須繳納預扣稅。

根據企業所得稅法及其實施細則，在中國與閣下所居住司法權區訂立的任何適用的稅收協定或類似安排的規限下，對於屬「非居民企業」，在中國並無業務據點或營業地點的

風 險 因 素

投資者，或擁有業務據點或營業地點但相關收入與該業務據點或營業地點並無實際關連的投資者，中國一般會對支付予該等投資者源自中國的股息按10%稅率徵收預扣稅。就該等投資者轉讓股份實現的任何收益而言，倘有關收益被視為源於中國的收入，一般須按10%的稅率繳納中國所得稅。

根據《中華人民共和國個人所得稅法》及其實施細則，向非中國居民的境外個人投資者支付源自中國的股息一般須按20%的稅率繳納中國預扣稅，而該等投資者因轉讓股份而實現源自中國的收入一般須按20%的稅率繳納中國個人所得稅。任何中國稅項均可根據適用稅收協定或類似安排獲得減免。

倘我們根據「根據企業所得稅法，我們可能被視為中國稅務居民，而我們的全球收入可能須按25%之稅率繳納中國企業所得稅。」分節所述被視為中國居民企業，則我們就股份派付的股息或轉讓股份所實現的收益均可能被視為源自中國的收入，因而須如上文所述繳納中國所得稅。然而，根據於2015年8月27日頒佈並於2018年6月15日最新修訂的《國家稅務總局關於發佈〈非居民納稅人享受稅收協定待遇管理辦法〉的公告》（「**第60號文**」），並非中國稅務居民並尋求根據相關稅收協定享有優惠稅率的股東可向中國稅務機關申請確認為合資格享有該等優惠。根據第60號文，優惠稅率不會自動適用。就股息而言，《國家稅務總局關於稅收協定中「受益所有人」有關問題的公告》（「**第9號文**」）中的「受益所有人」測試亦將適用。倘若被確定為不符合資格享有前述稅收協定優惠，則出售我們股份所獲得的收益以及就股份支付予該等股東的股息將須按較高的中國稅率繳納稅項。在該等情況下，閣下於我們股份的投資價值或會受到重大不利影響。

我們主要依賴附屬公司支付的股息應付我們的現金及融資需要，我們中國附屬公司向我們支付股息的能力受到任何限制可對我們進行業務的能力造成重大不利影響。

我們為一家於開曼群島註冊成立的控股公司，透過我們於中國的營運附屬公司經營核心業務。因此，是否有資金向股東支付股息取決於自該等附屬公司所收取的股息。倘我們的附屬公司產生債務或虧損，有關債務或虧損可能會削弱彼等向我們支付股息或作出其他分派的能力。因此，我們支付股息的能力將受到限制。中國法律及法規規定，股息僅可以按中國會計原則計算的純利支付，而中國會計原則與其他司法權區的公認會計原則（包括國際財務報告準則）在很多方面存在差異。中國法律及法規亦規定，外商投資企業須將其部分純利撥作法定儲備。該等法定儲備不可作為現金股息分派。此外，我們或我們的附屬公司日後可能訂立的銀行信貸融資限制性契諾或其他協議亦可能會限制我們附屬公司向我們提供資金或宣派股息的能力，並會影響我們收取分派的能力。因此，該等對我們主要資金來源及用途的限制可能會對我們向股東支付股息的能力造成影響。

風 險 因 素

我們的中國居民股東須就設立、控制或投資於境外特殊目的公司面對承擔個人責任的潛在風險。

國家外匯管理局37號文(取代國家外匯管理局75號文)規定中國居民須就其為進行境外投融資所直接或間接控制的離岸實體向國家外匯管理局的地方機關登記，而該名中國居民以其合法擁有的國內企業資產或股本權益或離岸資產或權益在境外直接設立或間接控制的境外企業則為國家外匯管理局37號文中所指的「特殊目的公司」。根據國家外匯管理局37號文，「控制」是指中國居民通過(其中包括)股權委託安排獲得開展特殊目的公司業務營運的權利、自特殊目的公司所得款項中獲益的權利，或對特殊目的公司作出決定的權利的行為。國家外匯管理局37號文進一步規定，倘特殊目的公司發生任何重大變動(如特殊目的公司的股東變更、中國個人的出資額增加或減少、股份轉讓或交換、合併、拆細或其他重大事項)，則須對登記作出修訂。倘於特殊目的公司持有股權的中國股東未能向國家外匯管理局完成所須的登記，該特殊目的公司的中國附屬公司可能被禁止向境外母公司作出利潤分派，並可能會被禁止進行後續的跨境外匯活動，而該特殊目的公司向其中國附屬公司注入額外資本的能力亦可能受到限制。此外，根據中國法律，未能遵守上述國家外匯管理局的各項登記規定可能會導致規避外匯管理的中國法律責任。根據國家外匯管理局於2015年2月13日頒佈的《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》，境外直接投資的外匯登記(根據國家外匯管理局37號文，自2015年6月1日起包括初次外匯登記及變更登記)將由地方銀行進行審查及處理。

就我們所深知，於最後實際可行日期，我們的實際控制人(即潘女士)為加拿大籍人士，而我們的若干最終股東(即潘國樑先生、蔡棟梁先生及陳銳成先生)均為香港永久居民；故毋須向國家外匯管理局完成上述登記。然而，我們可能無法於所有時間均完全知悉或獲告知我們所有為中國居民的受益人的身份，亦未必總能強制我們的受益人遵守國家外匯管理局37號文的規定。因此，我們無法向閣下保證，我們所有身為中國居民的股東或受益人將於任何時候均遵守或在未來均會作出或獲得國家外匯管理局37號文或其他相關法規所要求的任何適用的登記或批准。根據相關規則，未有遵守國家外匯管理局37號文所載登記手續可能會令相關中國企業的外匯活動受到限制，亦可能會令相關中國居民根據中國外匯管理條例被處罰。

未有就中國居民僱員購股權遵守中國登記規定可能導致有關僱員或我們被罰款及受到法律或行政處分。

根據國家外匯管理局於2012年2月15日頒佈的國家外匯管理局7號文，參與境外上市公司股權激勵計劃的中國居民須向國家外匯管理局或其地方機關登記並完成若干其他手續。身為中國居民的股權激勵計劃參與者須擁有一名合資格中國代理(可為該境外公眾上市公司的中國附屬公司或該中國附屬公司所選定的另一家合資格機構)，以代替股權激勵計劃的

風 險 因 素

參與者就該計劃向國家外匯管理局辦理登記及其他手續。該等參與者亦必須擁有一間境外受託機構處理與彼等行使購股權、購買及出售相應股份或股權，以及資金轉撥的事宜。此外，倘股權激勵計劃、中國代理或海外委託機構有任何重大變動或出現其他重大變動，中國代理須就股權激勵計劃向國家外匯管理局修訂有關登記。

於全球發售完成後，我們與獲授購股權的中國僱員將須遵守該等規例。儘管國家外匯管理局廣東分局已口頭確認向國家外匯管理局完成上述登記並無障礙，惟國家外匯管理局7號文及相關規則的應用仍存在不確定性。我們中國購股權持有人如未能向國家外匯管理局完成辦理彼等的登記手續，則該等中國居民可能會被罰款及受到法律處分，亦可能會令我們向中國附屬公司注入額外資金的能力受限，以及令中國附屬公司向我們分派股息的能力受限，亦可能令我們的業務、財務狀況及經營業績受到重大不利影響。

中國互聯網基礎設施的任何缺陷均可削弱我們通過線上銷售網絡出售產品的能力，從而令我們流失終端客戶。

我們對透過自有的網上銷售平台及第三方電子商務平台進行線上銷售的依賴程度不斷上升。該等銷售取決於中國互聯網基礎設施的表現及可靠程度。我們自有的網上銷售平台及第三方電子商務平台的可用性取決於電信營運商及其他第三方通訊及存儲容量(包括帶寬及服務器存儲等)供應商。倘我們或任何第三方電子商務平台供應商未能以可接受的條款與該等供應商訂立及重續協議，或倘我們或彼等與該等供應商的任何現有協議因我們或彼等違約或其他原因(如適用)而終止，我們透過網上向終端客戶銷售產品的能力可能受到不利影響。服務中斷會妨礙客戶進入我們的線上銷售渠道及下達訂單，而頻繁的中斷可令客戶感到困擾及令彼等不願再嘗試下達訂單，從而可能令我們流失終端客戶，及對我們的經營業績造成損害。

閣下可能難以在中國或香港根據外國法例向我們、我們的董事及高級管理層送達法律程序文件、執行境外判決或提出原訟。

我們於開曼群島註冊成立。我們絕大部分資產及董事的絕大部分資產均位於中國境內。因此，投資者可能無法向我們或居於中國的人士送達法律程序文件。中國並無訂立條約或安排認可及執行大多數其他司法權區法院的判決。

於2006年7月14日，香港與中國訂立《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行當事人協議管轄的民商事案件判決的安排》(「**2006年安排**」)，據此，根據選擇法院書面協議在民事及商業案件中獲香港法院發出要求付款的最終判決的一方，可申請在中國認可及執

風 險 因 素

行有關判決，反之亦然。選擇法院書面協議指雙方在2006年安排生效日期之後訂立的任何書面協議，其中明確指定香港法院抑或中國法院為對糾紛具有唯一管轄權的法院。因此，倘糾紛各方並無根據2006年安排訂立選擇法院書面協議，則未必能在中國執行由香港法院作出的判決。

於2019年1月18日，中國最高人民法院與香港政府簽訂《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》(「**2019年安排**」)。

與2006年安排相比，2019年安排建立一個雙邊法律機制，使在香港及中國相互認可及執行根據香港及中國法律在民事及商事上的判決時更加清晰及明確。2019年安排將適用香港及中國法院在安排開始日期或之後作出的判決，有關安排的開始日期將由香港及中國於兩地均完成必要程序後宣佈。2006年安排將於2019年安排生效日期後被取代。然而，2006年安排將仍適用於在2019年安排的生效前所訂立的「選擇法院書面協議」(定義見2006年安排)。

雖然2019年安排已經簽署，但其生效日期尚不明確，且根據2019年安排提起的任何訴訟的結果及效力亦不確定。

關於離岸控股公司向中國實體作出直接投資及貸款的中國法規，可能會延遲或限制我們動用全球發售所得款項淨額向主要中國附屬公司作出額外注資或貸款。

我們作為境外實體向中國附屬公司作出的任何注資或貸款(包括以全球發售所得款項淨額作出者)均須遵守中國法規的規定，且有關貸款必須向國家外匯管理局的地方機關進行登記。此外，我們對主要中國附屬公司作出注資必須遵守於企業登記系統及國家企業信用信息公示系統作必要備檔的規定，以及向中國其他政府機構登記。我們無法向閣下保證，我們將能夠及時取得該等批准或登記，或根本無法取得該等批准或登記。倘我們未能取得該等批准或登記，我們向中國附屬公司作出股本注資或提供貸款或為彼等的營運提供資金的能力可能受到重大不利影響。這可能對中國附屬公司的流動資金、彼等為自身的營運資金及擴建項目提供資金的能力以及彼等應付債務及承擔的能力造成重大不利影響。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能因而受到重大不利影響。

與全球發售有關的風險

發售股份未必會形成活躍的交投市場。

在全球發售前，股份並無公開市場。向公眾發售股份的初步發售價乃由我們與聯席全球協調人(代表包銷商)磋商後達致，而發售價可能與全球發售後的股份市價有極大差異。

風險因素

我們已申請股份於聯交所上市及買賣。然而，在聯交所上市並不保證股份將會形成活躍的交易市場，或即使形成活躍市場，也不能保證其在全球發售後可得以持續，亦不保證股份的市價在全球發售後不會下跌。

發售股份的價格及成交量可能出現波動。

發售股份的成交價及成交量可能因多項因素而大幅波動，包括(但不限於)：

- 我們經營業績的變動；
- 證券分析員的財務估計變動；
- 我們或競爭對手刊發公告；
- 影響我們、我們的銷售及分銷夥伴或競爭對手的監管變動；
- 投資者對我們及投資環境的看法；
- 我們的業務所處行業或金融行業的整體發展，包括政府直接參與金融市場的影響；
- 我們或競爭對手的定價變動；
- 投資者認為與我們相若的公司的經營及證券價格表現；
- 我們或競爭對手進行的收購；
- 股份市場的深度及流通性；
- 我們行政人員及其他高級管理層人員的加入或離職；
- 發售股份的禁售或其他轉讓限制解除或屆滿；
- 出售或預期出售額外銷售；
- 涉及訴訟；及
- 全球金融及信貸市場以及全球經濟及整體市況變動，如利率或匯率以及股票及商品估值及波動。

由於該等市場波動，發售股份的價格可能大幅下跌，而閣下的投資可能蒙受巨大價值損失。

風險因素

我們可能無法支付股息。

一般而言，我們不能保證日後將可支付股息。支付股息與否將取決於多項因素，如我們的業務前景、現金流需要及財務表現、市場狀況及整體經濟環境，以及包括稅務及其他監管考慮在內的其他因素。此外，過往的股息政策及過往的派息不應作為未來股息的指標。

倘發售價高於每股股份的有形賬面淨值(視乎定價而定)，則閣下於全球發售中購買的發售股份的賬面值可能即時出現攤薄，而倘我們日後發行額外股份，則閣下可能面臨進一步攤薄。

發售股份的發售價可能高於緊接全球發售前每股股份的有形賬面淨值。因此，按最高發售價每股股份13.16港元計算，閣下及全球發售中發售股份的其他買家可能面臨每股股份備考有形資產淨值1.78港元的即時攤薄。

為擴充業務，我們可能於日後考慮發售及發行額外股份。倘我們以低於發行股份時每股有形賬面淨值的價格發行額外股份，則閣下及發售股份的其他買家可能面臨每股股份有形賬面淨值的進一步攤薄。

於未來在公開市場大量出售股份可對發售股份的當前市價造成不利影響。

倘控股股東於未來大量出售股份，則可對股份在香港的市價及我們未來於其認為合適的時間以其認為合適的價格籌集股本的能力造成負面影響。控股股東持有的股份須於股份開始在聯交所買賣當日起計12個月期間遵守若干出售限制。有關詳情，請參閱「包銷 — 禁售安排」一節。概不保證控股股東將不會出售其現時所擁有或於未來可能擁有的任何股份。

未來進行融資可能會導致閣下的股權遭攤薄或令我們的營運受到限制。

我們於未來可能需要籌集額外資金，為進一步擴大現有營運的產能及拓展業務、收購或組成策略夥伴提供資金。若本公司通過發行新股本或股本掛鈎證券(按比例向現有股東作出者除外)籌集額外資金，則該等股東於本公司的擁有權百分比或會減少，而該等新證券可能賦有優先於發售股份的權利及特權。另外，倘我們以額外債務融資的方式應付有關資金需要，我們在進行有關債務融資安排時可能會被施加限制，可能會：

- 進一步限制我們支付股息的能力或要求我們就支付股息徵求同意；
- 令我們更容易受到整體經濟及行業不利狀況的影響；

風 險 因 素

- 需要我們動用來自營運的大部分現金流償還債務，從而令可用作撥付資本開支、營運資金需要及其他一般公司需要的現金流減少；及
- 令我們就業務及行業進行規劃或作出反應或變動的靈活性受到限制。

閣下應細閱整份招股章程，且不應在未經審慎考慮本招股章程所載風險及其他資料的情況下對任何已刊發的媒體報導加以依賴。

於全球發售完成前，可能會有關於我們、我們的業務及行業以及全球發售的已刊發媒體報告或其他報章及／或研究分析報導。閣下在作出有關發售股份的投資決定時，應僅依賴本招股章程所載資料，而我們概不就該等報章報導、其他媒體及／或研究分析報告所載資料的準確性或完整性，或有關發售股份、全球發售、我們的業務或我們經營所在行業的報章、其他媒體及／或研究分析中所發表的任何預測、觀點或意見的公平性或適當性承擔任何責任。

我們概不就所發表的任何該等資料、預測、觀點或意見或任何該等刊物的適當性、準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。若有關陳述、預測、觀點或意見與本招股章程所載資料一致或有衝突，我們對該等陳述、預測、觀點或意見概不承擔任何責任。因此，有意投資者務請僅基於本招股章程所載資料作出投資決定，而不應依賴任何其他資料。

本招股章程所載有關中國經濟及其家庭清潔護理產品行業的事實及統計數據未必準確。

本招股章程所載有關中國、中國經濟及其家庭清潔護理行業的所有事實及統計數據乃摘錄自多份政府官方刊物及其他公開刊物。然而，我們無法向閣下保證該等來源的質量或可靠性。該等資料並非由我們或我們的任何聯屬人士或顧問編製，亦未經上述各方獨立核實，因此我們不會對該等事實及統計數據的準確性作出任何聲明。由於缺乏有關收集數據的方法或準確性的資料及基於其他問題，本招股章程所載統計數據可能不準確或可能無法與其他經濟體編製的統計數據比較，故不應過分依賴。此外，不能保證有關統計數據乃按與其他統計數據相同的基準陳述或編製，或擁有相同的準確程度。

董事及參與全球發售的各方

董事會成員如下：

姓名	地址	國籍
執行董事		
潘東	香港 貝沙山道8號 貝沙灣6期 8A座49樓A室	加拿大／中國(香港)
羅秋平	香港 貝沙山道8號 貝沙灣6期 8A座49樓A室	中國(香港)
羅東	中國 廣州市新塘 鳳凰城鳳盈苑 11號街1座801室	中國
潘國樑	香港 寶馬山道39號 賽西湖大廈 13座23樓A室	中國(香港)
肖海珊	中國 廣州市天河區 信成北街20號 604室	中國
非執行董事		
曹偉	中國北京市 順義區後沙峪地區 溫榆莊園優山美地 B區1270號	中國
獨立非執行董事		
Bruno Robert MERCIER	香港 西貢清水灣 大澳門村 30號地下至2樓	法國
顏文玲	香港沙田 香港中文大學 伍宜孫書院院長宿舍	英國
胡野碧	香港 馬己仙峽道 嘉慧園12樓B室	中國(香港)

有關詳情，請參閱「董事及高級管理層」一節。

董事及參與全球發售的各方

聯席保薦人、聯席全球協調人及
聯席賬簿管理人
(按英文字母順序排序)

中國國際金融香港證券有限公司
香港中環
港景街1號
國際金融中心一期29樓

花旗環球金融亞洲有限公司
(僅與香港公開發售有關的聯席保薦人、聯席
全球協調人及聯席賬簿管理人)
香港
中環
花園道3號
冠君大廈50樓

Citigroup Global Markets Limited
(僅與國際發售有關的聯席賬簿管理人)
33 Canada Square
Canary Wharf
London E14 5LB
United Kingdom

Merrill Lynch Far East Limited
(聯席保薦人)
香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited
(聯席全球協調人及聯席賬簿管理人)
香港
中環
皇后大道中2號
長江集團中心55樓

聯席全球協調人及聯席賬簿管理人
(按英文字母順序排序)

法國巴黎證券(亞洲)有限公司
香港中環
金融街8號
國際金融中心二期59樓

香港上海滙豐銀行有限公司
香港
皇后大道中1號
滙豐總行大廈

UBS AG Hong Kong Branch
香港中環
金融街8號
國際金融中心二期52樓

董事及參與全球發售的各方

聯席賬簿管理人

(按英文字母順序排序)

農銀國際融資有限公司

香港
干諾道中50號
中國農業銀行大廈11樓

中銀國際亞洲有限公司

香港
中環
花園道1號
中銀大廈26樓

建銀國際金融有限公司

香港中環
干諾道中3號
中國建設銀行大廈12樓

民銀證券有限公司

香港中環
康樂廣場8號
交易廣場1座45樓

招銀國際融資有限公司

香港中環
花園道3號
冠君大廈45樓

富途證券國際(香港)有限公司

香港
金鐘金鐘道95號
統一中心
13樓C1-C2室

工銀國際融資有限公司

香港中環
花園道3號
中國工商銀行大廈37樓

大華繼顯(香港)有限公司

香港
告士打道39號
夏慤大廈6樓

本公司的法律顧問

有關香港及美國法律：

年利達律師事務所

香港
中環
遮打道
歷山大廈11樓

董事及參與全球發售的各方

有關中國法律：

金杜律師事務所

中國

廣東省廣州市

天河區珠江新城

珠江東路6號

廣州周大福金融中心25層

有關開曼群島法律：

康德明律師事務所

Cricket Square

Hutchins Drive

PO Box 2681

Grand Cayman KY1-1111

Cayman Islands

聯席保薦人及包銷商的法律顧問

有關香港及美國法律：

富而德律師事務所

香港

鰂魚涌

太古坊

港島東中心55樓

有關中國法律：

海問律師事務所

中國

北京市朝陽區

東三環中路5號

財富金融中心20層

核數師及申報會計師

羅兵咸永道會計師事務所

執業會計師

註冊公眾利益實體核數師

香港

中環

太子大廈22樓

行業顧問

弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司

上海分公司

中國

上海市

雲錦路500號

B棟1018室

董事及參與全球發售的各方

合規顧問

新百利融資有限公司

香港

皇后大道中29號

華人行20樓

收款銀行

中國建設銀行(亞洲)股份有限公司

香港

中環

干諾道中3號

中國建設銀行大廈28樓

渣打銀行(香港)有限公司

香港

觀塘

觀塘道388號

渣打中心18樓

公司資料

註冊辦事處
Cricket Square, Hutchins Drive
PO Box 2681
Grand Cayman
KY1-1111
Cayman Islands

總部及中國主要營業地點
中國
廣州市
黃埔區
雲埔工業區
埔南路36號

香港主要營業地點
香港
皇后大道中183號
新紀元廣場
中遠大廈
46樓4606室

公司秘書
潘國樑
執業會計師
香港
北角
寶馬山道39號
賽西湖大廈
13座23樓A室

授權代表
潘東
香港
貝沙山道8號
貝沙灣6期
8A座49樓A室

潘國樑
香港
北角
寶馬山道39號
賽西湖大廈
13座23樓A室

審核委員會
顏文玲(主席)
曹偉
Bruno Robert MERCIER

薪酬委員會
胡野碧(主席)
潘東
肖海珊
Bruno Robert MERCIER
顏文玲

公司資料

提名委員會

潘東(主席)
胡野碧
Bruno Robert MERCIER

主要往來銀行

中國銀行股份有限公司廣州開發區分行
中國
廣東省廣州市
廣州經濟技術開發區
青年路2號

中國工商銀行股份有限公司
廣州經濟技術開發區支行
中國
廣東省廣州市
黃埔區
開創大道北
香雪二路2號

香港上海滙豐銀行有限公司
香港
皇后大道中1號

中國建設銀行(亞洲)股份有限公司
香港
中環
干諾道中3號
中國建設銀行大廈28樓

大華銀行(中國)有限公司廣州分行
中國
廣東省
廣州市
天河區
天河路385號
太古匯1座3801室

於開曼群島的股份過戶登記總處

Conyers Trust Company (Cayman) Limited
Cricket Square, Hutchins Drive
PO Box 2681
Grand Cayman
KY1-1111
Cayman Islands

公司資料

香港股份過戶登記處

香港中央證券登記有限公司
香港
灣仔
皇后大道東183號
合和中心17樓
1712-1716號舖

本公司網站

www.blumoon.com.cn
(本招股章程登載於本公司網站。除本招股章程所載資料外，本公司網站上登載的其他資料均不構成本招股章程的一部分)

概覽

我們的歷史可追溯至1992年我們推出首款「藍月亮」品牌產品。我們已發展成為中國具領先地位的消費者家庭清潔護理公司。於最後實際可行日期，我們於廣州、天津、昆山及重慶設有四個生產基地，而於往績記錄期間，我們的產品於中國所有省份銷售。

歷史及業務里程碑

主要業務里程碑

下表說明我們業務的主要里程碑：

年份	事件
1992年	推出首款「藍月亮」品牌產品 — 藍月亮強力型油污剋星。
2000年	推出透明包裝藍月亮洗手液，作為在中國推出的首款「藍月亮」品牌個人護理衛生產品。
2002年	在廣州自有物業建造的生產基地落成並投入運作。
2005年	藍月亮洗手液及藍月亮潔廁液獲廣東省著名商標評審委員會認定為「廣東省著名商標」。
2008年	在中國推出藍月亮深層潔淨護理洗衣液。
2011年	推出藍月亮手洗專用洗衣液，藉此推出專品專用的清潔概念，同時開始擴大生產線至全國各地，在天津自有物業建造的生產基地落成並投入運作。
2012年	我們開始利用線上銷售渠道營銷及分銷我們的產品。
2015年	推出藍月亮機洗至尊濃縮+洗衣液，是一款採用專利泵頭的濃縮洗衣液。
2016年	在昆山自有物業建造的生產基地落成並投入運作。
2017年	在重慶自有物業建造的生產基地落成並投入運作。
2018年	推出至尊生物科技洗衣液。

歷史、重組及公司架構

年份	事件
2019年	我們榮獲中國生態環境部頒發中國環境標誌貢獻獎及中國環境標誌優秀企業獎。

我們的早期歷史

我們的歷史可追溯至1992年，道明公司(羅先生為創辦人之一)推出我們首款「藍月亮」品牌清潔產品。於1994年，羅先生及羅先生的父親羅文貴先生在中國成立廣州藍月亮公司，以從道明公司接管「藍月亮」品牌清潔產品業務。此後，道明公司不再從事任何與生產「藍月亮」品牌清潔產品相關的業務，而專注於化學原料的生產及銷售。有關道明公司及其與本集團所進行交易的更多資料，請參閱「關連交易」一節。

自1994年廣州藍月亮公司成立以來，潘女士一直為主要技術顧問之一，直至彼於2003年獲正式任命為本集團首席技術官。

藍月亮集團註冊成立為境外控股實體

藍月亮集團於1994年11月24日在香港註冊成立為一家境外投資控股公司。於其註冊成立時，羅先生認購9,000股股份，而羅先生的胞弟傅向東先生認購其餘1,000股股份。傅向東先生其後於1997年11月23日將彼於藍月亮集團的所有股權(即1,000股股份)轉讓予潘女士。自其註冊成立起直至藍月亮生物工程於2001年7月13日¹成立為止，藍月亮集團並無從事任何業務活動或擁有任何附屬公司。

於2001年9月8日，羅先生及潘女士分別向另一家境外投資控股公司ZED(當時由羅先生的父親羅文貴先生全資擁有)轉讓藍月亮集團的9,000股及999股股份。於股份轉讓後，ZED持有藍月亮集團的9,999股股份，而潘女士持有剩餘的一股股份。

潘女士發展本集團

通過廣州藍月亮公司參與開發及生產「藍月亮」品牌清潔產品近十年後，潘女士於2002年制定策略，由本集團開展「藍月亮」品牌產品業務。制定此業務戰略旨在：(i)更好地利用潘女士的管理及技術知識經營業務及發展「藍月亮」品牌產品，及(ii)根據中國當時的法規獲取外國投資企業在中國可享受的稅務優惠。

¹ 藍月亮生物工程於2001年7月13日由藍月亮集團及藍月亮實業成立為中外合資企業。於成立時，藍月亮集團及藍月亮實業分別持有90%及10%股權。藍月亮實業持有的股權其後於2006年7月3日轉讓予藍月亮集團，因此藍月亮生物工程成為本集團的全資附屬公司。藍月亮生物工程其後於2013年通過吸收與藍月亮中國合併。

歷史、重組及公司架構

為實施該業務戰略，潘女士於2002年向羅文貴先生收購ZED的全部已發行股本，並因此成為藍月亮集團的最終唯一實益擁有人，藍月亮集團於該收購時則持有一家中國營運實體藍月亮生物工程的90%股權並最終於2006年擁有其100%股權。藍月亮集團亦於2003年向羅先生及羅文貴先生收購另一家中國營運實體藍月亮實業的全部股權。於完成該等收購後，潘女士指定藍月亮集團作為本集團的控股公司，而本集團的兩家中國營運實體藍月亮生物工程及藍月亮實業則成為本集團的生產部門。

自收購藍月亮生物工程及藍月亮實業以來，本集團一直從事為廣州藍月亮公司生產及加工產品，廣州藍月亮公司則在中國市場分銷該等「藍月亮」品牌產品。本集團通過發展其自身的銷售及分銷網絡並通過自身的銷售及分銷渠道逐步分銷「藍月亮」品牌產品擴展業務。廣州藍月亮公司不再從事「藍月亮」品牌產品的生產、銷售及分銷，並於2012年最終自願解散。

本集團重組及進一步擴張

本集團於2007年至2010年進行重組。作為重組的一部分，本公司在開曼群島註冊成立，並成為本集團的最終控股公司。有關重組的詳情，請參閱下文「本公司及Aswann註冊成立以及涉及藍月亮集團的股權重組」分節。

自2011年以來，本集團已進一步擴大在中國的業務及生產基地。我們已成立多家附屬公司，以(i)在廣州、天津、昆山及重慶經營我們的生產基地；(ii)管理我們的銷售及分銷網絡；及(iii)在中國提供洗衣及其他服務。有關我們營運附屬公司業務的詳情，請參閱「業務」一節及下文「我們的主要附屬公司」分節。

我們的主要附屬公司

下表載列於往績記錄期間對我們的經營業績作出重大貢獻的本集團各成員公司的主要業務活動以及註冊成立日期及地點：

附屬公司名稱	主要業務活動	註冊成立日期及地點
藍月亮中國	銷售及分銷清潔產品	2011年1月18日，中國
藍月亮實業	經營廣州生產設施以及銷售清潔產品	2001年1月9日，中國
藍月亮天津	經營天津生產設施以及銷售清潔產品	2010年1月6日，中國
藍月亮重慶	經營重慶生產設施以及銷售清潔產品	2015年7月30日，中國

歷史、重組及公司架構

附屬公司名稱	主要業務活動	註冊成立日期及地點
藍月亮昆山	經營昆山生產設施以及銷售清潔產品	2013年12月3日，中國

主要股權變動及首次公開發售前投資

本公司及Aswann註冊成立以及涉及藍月亮集團的股權重組

本公司於2007年12月27日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，名稱為「BLUE MOON INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED 藍月亮國際控股有限公司」。於註冊成立時，一股面值為0.01港元的股份予以配發，而本公司成為ZED的全資附屬公司，ZED的全部股本由潘女士持有。於2008年，本公司更名為「Blue Moon Group Holdings Limited 藍月亮集團控股有限公司」，並成為本集團的最終控股公司。

於2010年11月17日，ZED向Blue Moon BVI轉讓藍月亮集團的全部已發行股本（即10,000股股份），代價為Blue Moon BVI配發9,999股每股面值1.00港元的股份。於該轉讓完成後，ZED持有Blue Moon BVI的10,000股每股面值1.00港元的股份。

於2010年11月19日，ZED向本公司轉讓Blue Moon BVI的10,000股每股面值1.00港元的普通股（即Blue Moon BVI的全部已發行股本），代價為本公司配發9,999股每股面值0.01港元的股份。

於2010年11月20日，ZED按面值以代價100美元將10,000股每股面值0.01美元的普通股（即本公司的全部已發行股本）轉讓予其當時的全資附屬公司Aswann。此後，Aswann成為本公司的控股公司，直至分派完成為止。

上文所述本公司的全部已發行股本由ZED轉讓予Aswann乃為籌備引入首次公開發售前投資（進一步詳情載列於下文）。此舉亦為方便我們為日後上市考慮及選擇最合適的實體作為上市工具。

據本公司中國法律顧問所告知，本集團毋須就上述股份轉讓於中國取得任何監管批准。誠如本公司開曼群島及英屬處女群島法律顧問所告知，上述股份轉讓亦毋須開曼群島及英屬處女群島監管部門審批。

歷史、重組及公司架構

主要股權變動及首次公開發售前投資

本集團獲得兩輪首次公開發售前投資，各首次公開發售前投資者據此認購Aswann的優先股。首次公開發售前投資及首次公開發售前投資者之間其後股份轉讓的詳情概述如下：

2010年首次公開發售前投資

於2010年11月30日，本公司、Aswann、HCM及其他人士訂立股份認購協議，HCM據此獲發行及配發4,500股每股面值1美元的Aswann A輪優先股，總代價為45,000,000美元，其由訂約方參考本集團於投資時的協定估值經公平磋商釐定，當中計及投資時機、本集團所從事業務當時的狀況、本集團的前景／增長潛力及我們營運所處行業、可資比較公司於股票市場上當時的價值，以及HCM投資於非上市公司所承擔的投資風險（「2010年首次公開發售前投資」）。下表載列2010年首次公開發售前投資的主要條款：

首次公開發售前投資者名稱	HCM
投資日期	2010年11月30日
已認購的Aswann A輪優先股數目	4,500股
分派及資本化發行完成後所持股份數目	492,556,918股
已付每股優先股成本	10,000美元
分派及資本化發行生效後的每股股份投資成本	0.091美元
總代價	45,000,000美元
悉數結算投資日期	2010年12月3日
較發售價的折讓 ⁽¹⁾	93.96%

附註：

(1) 按發售價為每股股份11.68港元（即指示性發售價範圍的中位數）的假設計算。

歷史、重組及公司架構

2011年首次公開發售前投資

於2011年12月20日，本公司、Aswann、HCM、Hai Fei、CCIL及其他人士訂立股份認購協議，HCM、Hai Fei及CCIL據此獲發行及配發合共660股每股面值1美元的Aswann A1輪優先股，總代價為10,033,783.79美元，乃由訂約方參考本集團於投資時的協定估值經公平磋商釐定，當中計及投資時機、本集團所從事業務當時的狀況、本集團的前景／增長潛力及我們營運所處行業，以及HCM、Hai Fei及CCIL各自投資於非上市公司所承擔的投資風險（「2011年首次公開發售前投資」）。下表載列2011年首次公開發售前投資的主要條款：

首次公開發售前投資者名稱	HCM	Hai Fei	CCIL
投資日期	2011年12月20日	2011年12月20日	2011年12月20日
已認購的Aswann A1輪優先股數目	68股	329股	263股
分派及資本化發行完成後所持股份數目	7,443,082股	36,000,000股 ⁽²⁾	14,500,000股 ⁽³⁾
已付每股優先股成本	15,202.70美元	15,202.70美元	15,202.70美元
分派及資本化發行生效後的每股股份投資成本	0.140美元	0.140美元 ⁽²⁾	0.140美元 ⁽³⁾
總代價	1,033,783.79美元	5,001,689.19美元	3,998,310.81美元
悉數結算投資日期	2011年12月22日	2011年12月21日 ⁽³⁾	2012年1月5日
較發售價的折讓 ⁽¹⁾	90.71%	90.71%	90.71%

附註：

- (1) 按發售價為每股股份11.68港元（即指示性發售價範圍的中位數）的假設計算。
- (2) Hai Fei將其Aswann A1輪優先股轉讓予Megatrend Investment Limited（「Megatrend」），有關股份隨後於2020年5月27日被轉回予Hai Fei，詳情載於下文「Hai Fei與Megatrend之間的股份轉讓」分節。
- (3) CCIL其後分別向Allied Power Limited及Van Group Limited轉讓33股及99股Aswann A1輪優先股，詳情載於下文「2018年轉讓」分節。

Hai Fei與Megatrend之間的股份轉讓

為變現及分散於本集團的投資，Hai Fei與Megatrend於2017年7月10日訂立股份購買協議，據此，Hai Fei同意轉讓，而Megatrend同意收購329股Aswann A1輪優先股，總代價為9,000,000美元（「2017年轉讓」）。代價乃由訂約方參考本集團於轉讓時的協定估值後經公平磋商釐定，當中計及Hai Fei就Aswann A1輪優先股支付的首次認購價，以及估計自Hai Fei作出首次投資後該

歷史、重組及公司架構

等Aswann股份價值的增長。根據董事可得的資料，Megatrend為義烏龍樹義鼎股權投資合夥企業(有限企業)的全資附屬公司，並為一名獨立第三方。

Hai Fei同意於支付代價前將該329股Aswann A1輪優先股轉讓予Megatrend，而Megatrend於2017年10月16日被登記為該等優先股的持有人。由於Megatrend尚未取得有關中國外匯登記許可，以獲授權將款項匯出中國結算代價，其於2020年5月前未有完成向Hai Fei支付代價，其後Megatrend同意將該等優先股轉回予Hai Fei。因此，Hai Fei與Megatrend於2020年5月27日就Megatrend向Hai Fei轉讓該329股Aswann A1輪優先股訂立另一項股份購買協議，總代價為9,000,000美元(即與2017年轉讓相同的代價金額)(「**2020年轉讓**」)，由Megatrend根據2017年轉讓應付的代價抵銷。2020年轉讓於同日完成及悉數結算。於2020年轉讓完成後，Hai Fei成為其根據2011年首次公開發售前投資認購的329股Aswann A1輪優先股的法定及實益擁有人。

2018年轉讓

於2018年1月23日，CCIL與Van Group Limited及Allied Power Limited各自訂立股份購買協議，據此，CCIL同意轉讓，而Van Group Limited及Allied Power Limited同意分別收購99股及33股Aswann A1輪優先股，總代價分別為3,007,308.55美元及1,000,459.71美元(統稱「**2018年轉讓**」)。代價乃由訂約方參考本集團於轉讓時的協定估值經公平磋商釐定，當中計及CCIL就Aswann A1輪優先股支付的首次認購價，以及估計自CCIL作出首次投資後該等Aswann股份價值的增長。向Van Group Limited及Allied Power Limited轉讓股份已分別於2018年5月8日及2018年4月17日完成及悉數結算。

CCIL轉讓其於Aswann的部分股權乃為變現其對本集團投資的部分收益。

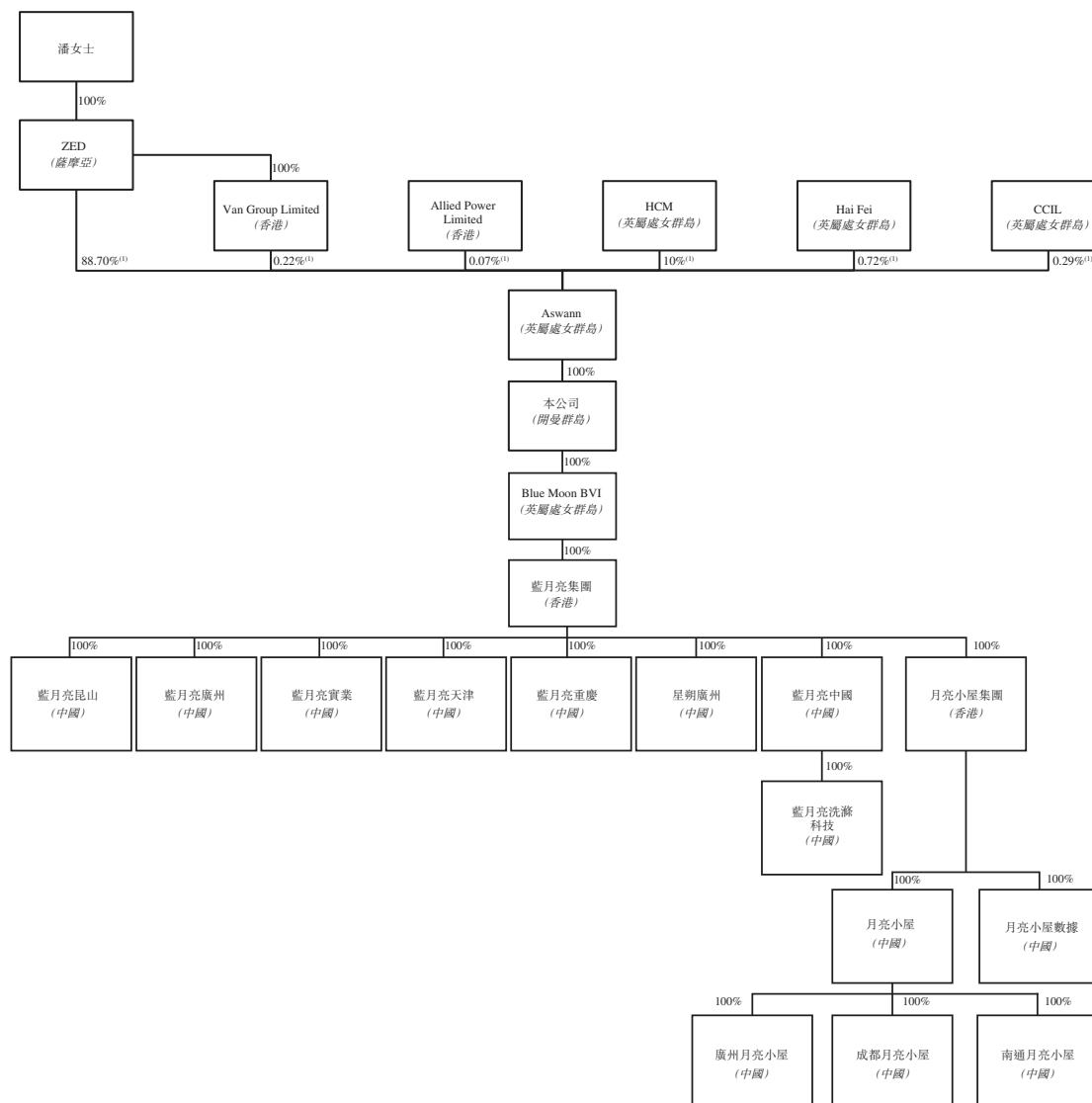
Van Group Limited為一家於香港註冊成立的投資控股公司，除持有Aswann A1輪優先股外並無其他投資。該公司由ZED全資擁有，並由潘女士間接控制。潘女士向CCIL收購99股Aswann A1輪優先股乃由於彼擔任控股股東超過十年，且一直對本集團的業務及發展充滿信心。Allied Power Limited為一家於香港註冊成立的投資控股公司，除持有Aswann A1輪優先股外並無其他投資。該公司由本公司執行董事、首席財務官兼公司秘書潘國樑先生全資擁有。彼向CCIL收購33股Aswann A1輪優先股，原因是彼視其為投資本集團(彼在本集團已工作逾10年)及分享本集團未來成功的良機。

於首次公開發售前投資及主要股權變動後的股權架構

緊隨2010年首次公開發售前投資、2011年首次公開發售前投資、2017年轉讓、2018年轉

歷史、重組及公司架構

讓及2020年轉讓完成後及於下文「股權重組及重組」分節所載的股權重組及重組前，本公司的股權架構載列於下圖：



附註：

- (1) Aswann各股東的股權百分比指其各自於Aswann股東大會的投票權百分比，按其各自持有的Aswann普通股或優先股（視情況而定）計算。

特別權利

除上述條款外，本公司與Aswann的現有股東訂立日期為2011年12月20日的經重述股東協議（其後經一份於2015年6月11日訂立的補充協議修訂）（「股東協議」），據此，我們的首次公開發售前投資者獲授若干特別權利，例如知情權、贖回權及撤資權、反攤薄權及對與本集團有關的若干事項的否決權。由於2018年轉讓，CCIL、Van Group Limited及Allied Power Limited各自亦已訂立轉讓契據，據此，Van Group Limited及Allied Power Limited各自同意自分

歷史、重組及公司架構

別完成2018年轉讓起，遵守股東協議的條文並受其約束，猶如彼等如同CCIL作為股東協議的訂約方。因此，根據股東協議授予CCIL（作為首次公開發售前投資者之一）的特別權利同時分別適用於Van Group Limited及Allied Power Limited。根據修訂契據，(a)授予首次公開發售前投資者、Van Group Limited及Allied Power Limited的贖回權及撤資權自2020年6月28日起暫時擱置（除非及直至上市並無發生）；及(b)股東協議（包括贖回權及撤資權以及其他特別權利）將於上市時終止。由於首次公開發售前投資者、Van Group Limited及Allied Power Limited均為修訂契據的訂約方，因此有關條款適用於彼等並對彼等具約束力。

根據股東協議，在遵守適用規則和規定的前提下，我們同意向各首次公開發售前投資者授予購股權，據此，首次公開發售前投資者及／或其各自的指定聯屬人士有權共同認購合資格首次公開發售中最多25%的新股份（「反攤薄購股權」）。反攤薄購股權旨在允許首次公開發售前投資者在合資格首次公開發售完成時維持不多於其各自於本公司的現有股權。

根據上述股東協議的條款，我們已向各首次公開發售前投資者授予反攤薄購股權，據此，各首次公開發售前投資者及／或其指定聯屬人士有權共同認購本公司將於合資格首次公開發售中發售的股份數目，以使各首次公開發售前投資者及／或其指定聯屬人士將於緊隨合資格首次公開發售完成（包括我們可能向有關合資格首次公開發售的包銷商授予的任何超額配股權獲行使）後（直接及間接）持有的股份比例將達到緊接有關合資格首次公開發售完成前的比例。倘有多於一名行使股東協議（及據此授予的反攤薄購股權）項下認購權的首次公開發售前投資者，且所有行使的首次公開發售前投資者擬認購的股份總數超過合資格首次公開發售項下新發行股份的25%，則各行使的首次公開發售前投資者有權認購的新股份數目，與Aswann的普通股數目（按已轉換基準）或首次公開發售前投資者持有的股份數目（倘若首次公開發售前投資者直接持有股份）於Aswann的普通股總數（按已轉換基準）或緊接有關合資格首次公開發售完成前的股份總數（倘若首次公開發售前投資者直接持有股份）中的比例相稱。

全球發售構成股東協議項下的合資格首次公開發售。HCM已部分行使獲授的反攤薄購股權，而HCM實體將於全球發售中認購使HCM實體能夠在全球發售完成後於本公司的總持股維持在9.3%的發售股份數目（不論超額配股權是否獲悉數行使）（「反攤薄認購」）。反攤薄認購須按與全球發售項下向其他投資者普遍提供的條款及條件相同的條款及條件作出，並且HCM實體於全球發售認購的發售股份將與根據全球發售發行的其他發售股份享有同等權利。其他首次公開發售前投資者（即Hai Fei及CCIL）向我們確認彼等將不會行使獲授予的反攤薄購股權。

於分派及於資本化發行完成後（但於全球發售完成前），HCM將持有500,000,000股股份。根據反攤薄購股權的部分行使，HCM實體將認購(i)全球發售中34,500,000股股份（假設超額

配股權未獲行使)或(ii)全球發售中44,922,500股股份(假設超額配股權獲悉數行使)。倘超額配股權僅獲部分行使，HCM實體將認購的發售股份數目將會使HCM實體在超額配股權獲行使後於本公司的持股達到9.3%。

鑒於反攤薄購股權及反攤薄認購的行使，我們已向聯交所申請豁免嚴格遵守上市規則第10.04條，以及根據上市規則附錄六第5(2)段之同意，並且聯交所已向我們授予有關豁免及同意。有關豁免申請的進一步詳情，請參閱「豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例」一節。

禁售承諾

按修訂契據所協定，為籌備全球發售，首次公開發售前投資者、Van Group Limited及Allied Power Limited各自已於2020年11月23日訂立以本公司、聯席保薦人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及包銷商為受益人的禁售承諾契據，據此，首次公開發售前投資者、Van Group Limited及Allied Power Limited各自持有的股份(不包括全球發售項下將由HCM實體根據行使反攤薄購股權認購的發售股份)於上市後六個月期間均須受禁售規限。

首次公開發售前投資的所得款項用途及戰略裨益

自2010年首次公開發售前投資及2011年首次公開發售前投資籌集的所得款項乃按Aswann指示直接支付予本公司，為本集團的一般營運資金提供資金。於最後實際可行日期，本公司自首次公開發售前投資收取的所有所得款項已動用。

董事認為，本公司已受惠於透過首次公開發售前投資籌集的資金以及首次公開發售前投資所反映的對本公司業績、優勢及前景的認可。

公眾持股量

緊隨全球發售(假設超額配股權未獲行使及並無計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後，ZED(直接及透過Van Group Limited)將持有我們已發行股份的77.36%，並將成為本公司的主要股東。因此，根據上市規則第8.08條，ZED及Van Group Limited持有的股份將不會計入本公司的公眾持股量。

此外，緊隨全球發售(假設超額配股權未獲行使及並無計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後，Allied Power

歷史、重組及公司架構

Limited將持有我們已發行股份的0.06%。由於Allied Power Limited由本公司執行董事、首席財務官兼公司秘書潘國樑先生(即本公司核心關連人士)全資擁有，Allied Power Limited為潘國樑先生的緊密聯繫人，因此，根據上市規則第8.08條，Allied Power Limited持有的股份將不會計入本公司的公眾持股量。

根據上市規則第8.08條，各首次公開發售前投資者持有的本公司股份將計入本公司的公眾持股量。

聯席保薦人確認

基於：(i)各首次公開發售前投資的代價乃於首次向聯交所遞交上市申請表格之日前至少28個足日結算，(ii)贖回權及撤資權自2020年6月28日起暫時擱置(除非及直至上市並無發生)，及(iii)所有根據首次公開發售前投資的條款授予任何首次公開發售前投資者的特別權利將於上市時終止，聯席保薦人認為，首次公開發售前投資符合指引信HKEX-GL29-12、HKEX-GL43-12及HKEX-GL44-12。

有關首次公開發售前投資者的背景資料

HCM

HCM為一家於2010年11月25日在英屬處女群島註冊成立的公司，由Gaoling Fund, L.P.持有95.32%，及由YHG Investment, L.P.(前稱Gaoling Yali Fund, L.P.)持有4.68%。Gaoling Fund, L.P.及YHG Investment, L.P.為根據開曼群島法例成立的有限合夥。Hillhouse Capital擔任Gaoling Fund, L.P.的唯一投資經理，以及YHG Investment, L.P.的普通合夥人。

Hillhouse Capital成立於2005年，是一家由投資專業人士及營運行政人員組成的環球企業，專注於建立及投資實現可持續增長的優質商業特許經營機構。其獨立的專有研究及行業專長，結合世界一流的運營及管理能力，是Hillhouse Capital投資方式的關鍵。Hillhouse Capital與傑出企業家及管理團隊合作創造價值，通常專注創新及技術革新。Hillhouse Capital於不同股權投資階段投資於醫療保健、消費、TMT、先進製造業、金融及商業服務行業的企業。Hillhouse Capital及其集團成員公司代表全球機構客戶管理資產。

Hai Fei

Hai Fei為一家於2011年9月6日在英屬處女群島註冊成立的投資控股公司，由個人投資者及獨立第三方陳銳成先生全資擁有。陳銳成先生為一名私人投資者，透過Hai Fei間接持有主要由一級及二級市場的金融產品組成的投資組合。除投資於Aswann A1輪優先股外，Hai Fei亦投資於線上信貸平台以及多種其他股本及債務證券。

CCIL

CCIL為一家於2011年11月24日在英屬處女群島註冊成立的投資控股公司，由個人獨立第三方蔡棟梁先生全資擁有。蔡棟梁先生為一名私人投資者，透過CCIL間接持有主要由消費者行業股本投資組成的投資組合。除投資於Aswann A1輪優先股外，CCIL亦投資於其他食品製造及餐飲相關投資項目。

股權重組及重組

為籌備上市，本集團已進行下列股權重組及重組步驟：

分派

於本公司成為上市工具後，並為允許Aswann股東（包括我們的首次公開發售前投資者）直接持有本公司股份，於2020年11月22日，(i) Aswann董事會批准有關分派的建議，並建議Aswann宣派股息，以實物分派Aswann於本公司持有的全部股份的方式償付，此舉將導致Aswann股東按彼等各自持有的普通股及優先股比例（假設以1股優先股轉換1股普通股的轉換基準）獲分派股份；及(ii) Aswann全體股東批准分派。分派已於2020年11月22日完成。

誠如本公司法律顧問所告知，(a)分派根據適用的法律法規屬合法有效，且(b)毋須就分派取得中國、開曼群島及英屬處女群島的監管批准或同意。

資本化發行

為籌備全球發售，由於根據全球發售發行發售股份，本公司將通過把本公司股份溢價賬中49,999,900港元的進賬款項資本化的方式，按於緊接上市日期前之營業日營業時間結束時名列本公司股東名冊的股份持有人各自的股權比例（惟概無股東將有權獲配發或發行任何零碎股份），按每股面值0.01港元向彼等配發及發行合共4,999,990,000股入賬列作繳足的股份（「資本化發行」）。根據資本化發行將予配發及發行的股份將在各方面與現有已發行股份及發售股份享有同地位。

首次公開發售前購股權計劃

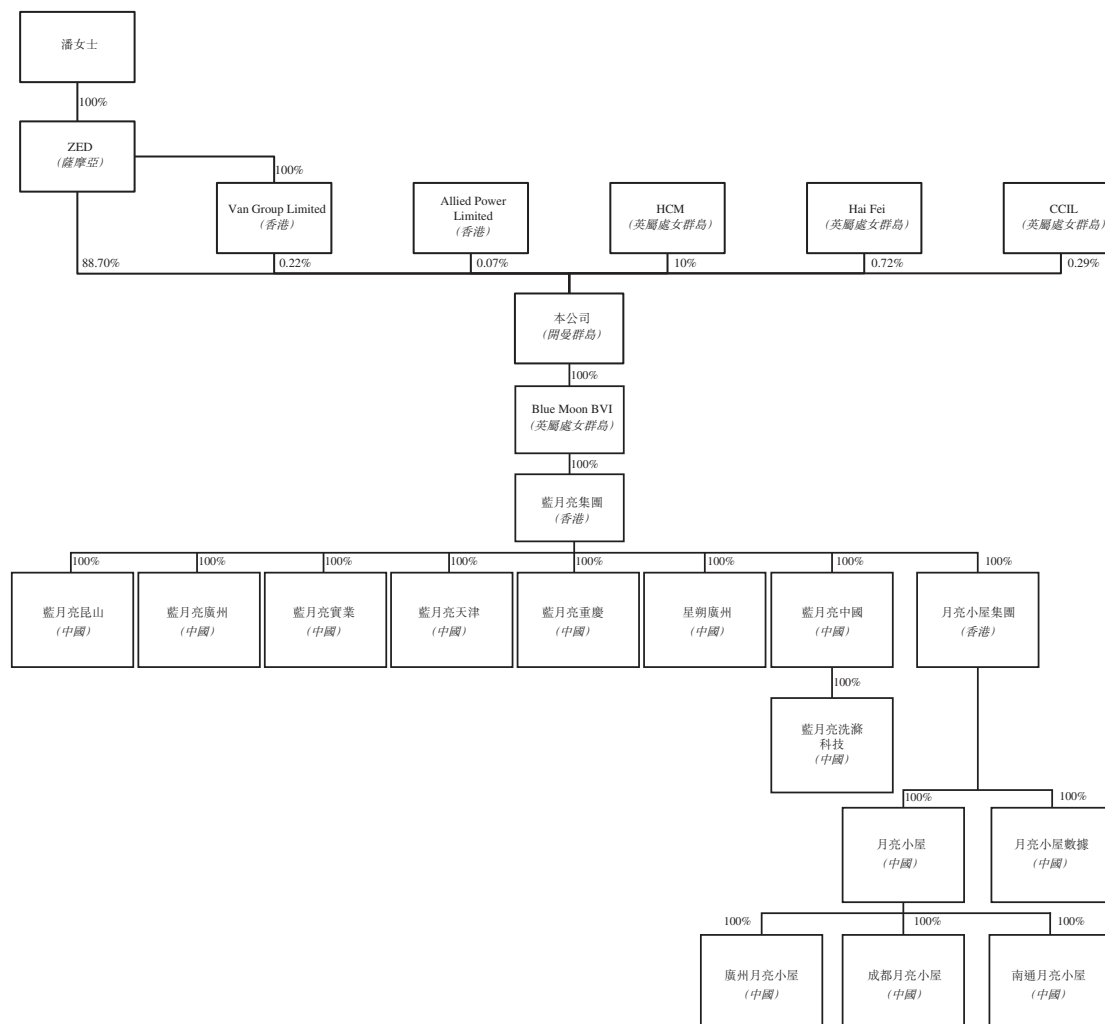
於2020年9月23日，我們採納首次公開發售前購股權計劃。詳情請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

歷史、重組及公司架構

公司架構

於本招股章程日期的公司架構

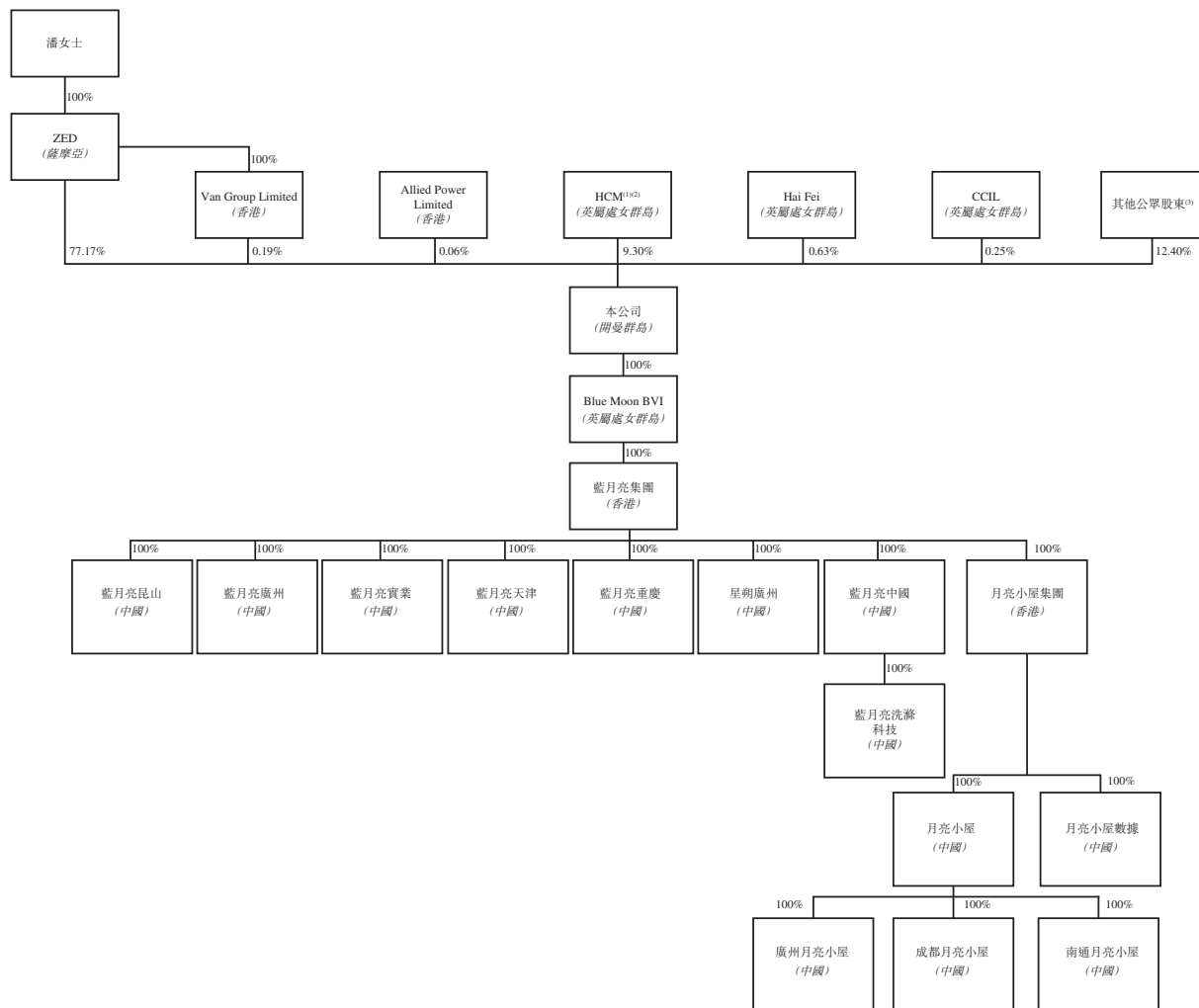
於本招股章程日期(即分派完成後之日期)本集團的公司架構如下：



歷史、重組及公司架構

緊隨全球發售完成後的公司架構

緊隨全球發售(假設超額配股權未獲行使且不計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後，本集團的公司架構將如下：



附註：

- (1) 於行使本招股章程「主要股權變動及首次公開發售前投資—特別權利」分節所載的反攤薄購股權及反攤薄認購後，就上市規則而言，全球發售完成後HCM實體持有的股份將會計入我們的公眾持股量。
- (2) 包括因HCM部分行使反攤薄購股權而由HCM實體將予認購的有關發售股份。詳情請參閱「主要股權變動及首次公開發售前投資—特別權利」分節。
- (3) 有關適用於我們的公眾持股量規定詳情，請參閱「豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例—4.有關公眾持股量規定的豁免」一節。
- (4) 緊隨全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使及並無因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而發行股份)，HCM實體、Hai Fei、CCIL及其他公眾股東的總持股比例約為22.58%。

中國法律合規

中國國家外匯管理局登記及境外直接投資登記

根據國家外匯管理局75號文及國家外匯管理局37號文(取代國家外匯管理局75號文)，境內居民以境內外合法資產或權益向特殊目的公司出資前，應向外匯局申請辦理境外投資外匯登記手續。本公司的中國法律顧問告知，由於潘女士、潘國樑先生(Allied Power Limited的股東)、蔡棟梁先生(CCIL的股東)及陳銳成先生(Hai Fei的股東)並非中國境內居民，故彼等毋須申請有關登記。

併購規定

據本公司的中國法律顧問告知，併購規定並不適用於本公司上市，且本集團不必就本公司上市取得中國證券監督管理委員會或任何其他中國政府機構批准，理由如下：

- (i) 潘女士為加拿大公民；
- (ii) 於2003年10月藍月亮集團向羅先生及羅文貴先生收購藍月亮實業的全部股權時，併購規定尚未生效；及
- (iii) 本公司及我們的控股股東已遵守中國有關政府機構就本公司上市以及藍月亮實業由內資企業轉換為外商獨資企業實施的所有相關規則及法規，並已就此取得所有相關批准。

行業概覽

本節所載資料及統計數據部分摘錄自多份政府及官方政府刊物及由我們委託進行並由弗若斯特沙利文編製的市場研究報告(「弗若斯特沙利文報告」)。我們相信該等來源乃該等資料及統計數據的適當來源，而我們於摘錄及轉載該等資料及統計數據時已合理審慎行事。我們並無理由相信該等資料及統計數據在任何重大方面屬虛假或具誤導性，或當中遺漏任何事實，以致該等資料及統計數據屬虛假或具誤導性。本公司及任何有關人士均未獨立核證該等資料及統計數據。本公司及任何有關人士均不對本節或本招股章程其他章節所述的資料及統計數據的準確性作出任何聲明。因此，不應過分依賴本節所載的資料及統計數據。

中國家庭清潔護理行業概覽

家庭清潔護理行業涵蓋從衣物清潔護理及個人清潔護理到家居清潔護理的眾多分部。

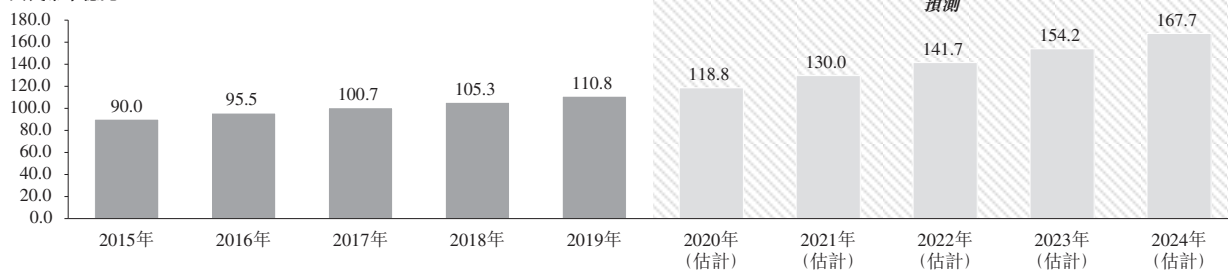
中國家庭清潔護理市場發展迅速，是主要經濟體中增長潛力最大的市場：根據弗若斯特沙利文報告，中國家庭清潔護理行業的零售銷售總價值由2015年的人民幣900億元增至2019年的人民幣1,108億元，複合年增長率為5.3%，增長速度高於同期全球家庭清潔護理行業2.5%的複合年增長率。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年至2024年期間，中國家庭清潔護理行業的零售銷售總價值預期繼續以8.7%的複合年增長率增長，到2024年將達人民幣1,677億元，上述增量佔同期全球家庭清潔護理行業增量的三分之一以上。弗若斯特沙利文預計，中國家庭清潔護理行業的增速將高於全球及其他經濟體家庭清潔護理行業增速，從而使中國能夠擴大其在全球家庭清潔護理行業中的市場份額。根據弗若斯特沙利文報告，按零售銷售總價值計算，中國在全球家庭清潔護理行業的市場份額預計將由2019年的11.8%增至2024年的15.2%。預計增長將受到中國消費者的健康及衛生意識不斷增強以及生活水平提高的推動，從而令中國消費者對家庭清潔護理產品的需求增加。此外，由於家庭清潔護理產品成為中國消費者的日常必需品，在經濟放緩時期，家庭清潔護理行業往往比其他行業更具彈性。根據弗若斯特沙利文報告，儘管新型冠狀病毒疫情令2020年第一季度中國的消費產品零售銷售總價值下跌19%，新型冠狀病毒疫情對家庭清潔護理行業的負面影響較小，由於消費者改變家居日常生活及清潔習慣(包括更頻繁洗手及衣服，以及定期為家居消毒)，疫情反而令對家庭清潔護理產品的需求上升。下圖載列2015年至2024年中國家庭清潔護理行業的歷史及預期零售銷售總價值及其於2015年、2019年及2024年在全球家庭清潔護理行業中的市場份額。

行業概覽

2015年至2024年（估計）家庭清潔護理行業的市場規模（中國）

複合年增長率	2015年至2019年	2019年至2024年（估計）
家庭清潔護理	5.3%	8.7%

人民幣十億元

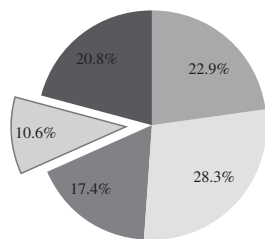


資料來源：弗若斯特沙利文報告

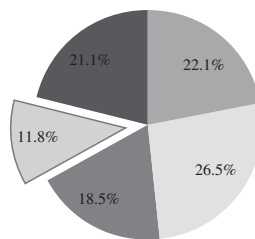
2015年、2019年及2024年（估計）按地區劃分的家庭清潔護理行業市場規模明細（全球）

複合年增長率	2015年至2019年	2019年至2024年（估計）
北美	1.6%	2.4%
歐洲	0.9%	0.7%
亞太地區（中國除外）	4.1%	3.6%
中國	5.3%	8.7%
世界其他地區	2.9%	3.8%

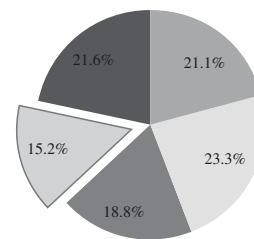
2015年



2019年



2024年（估計）



北美

歐洲

亞太地區（中國除外）

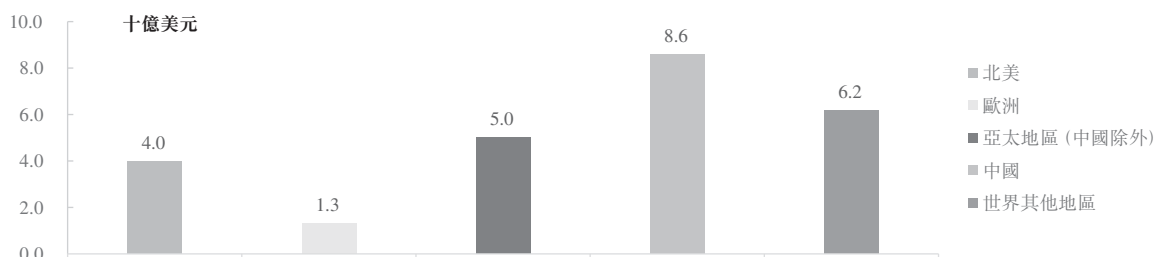
中國

世界其他地區

資料來源：弗若斯特沙利文報告

下圖載列於2019年至2024年按地區劃分的全球家庭清潔護理行業零售銷售總價值增量市場規模。

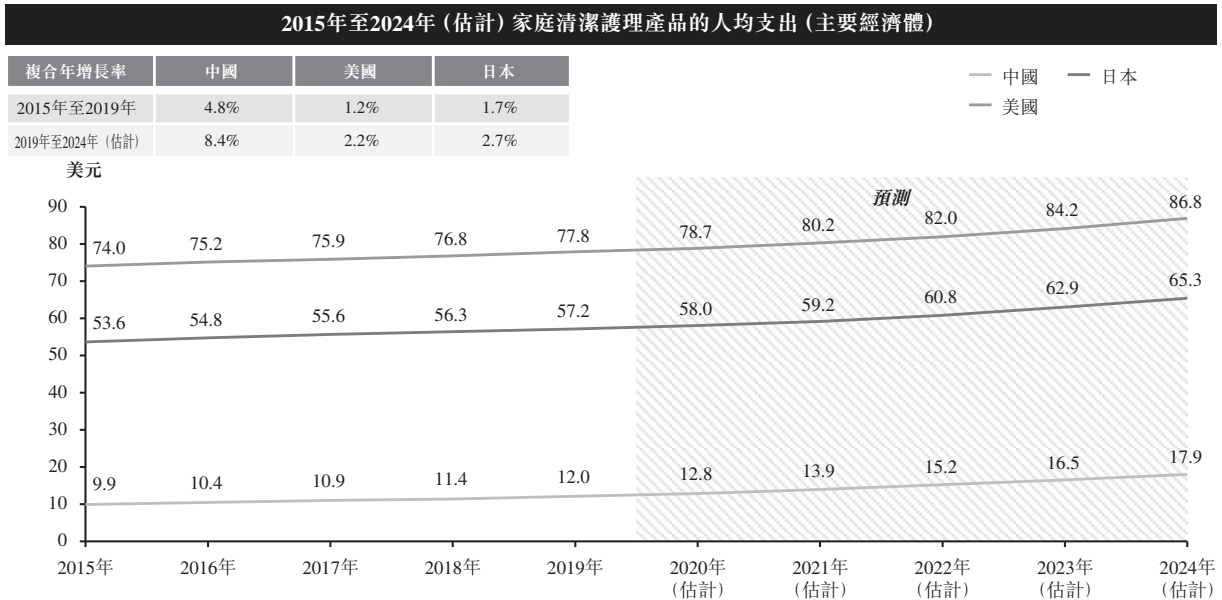
2019年至2024年（估計）家庭清潔護理行業的市場規模增量比較（主要地區）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

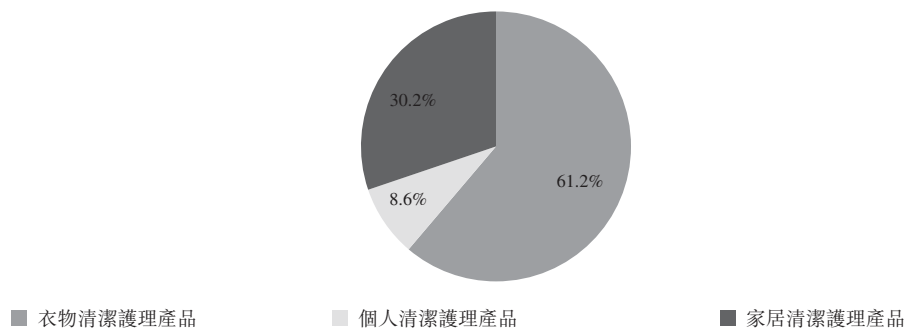
中國家庭清潔護理產品人均支出具備巨大增長潛力：根據弗若斯特沙利文報告，中國家庭清潔護理產品的人均支出由2015年的9.9美元增至2019年的12.0美元，複合年增長率為4.8%。儘管中國的家庭清潔護理產品人均支出以往以及預計未來低於其他主要經濟體（包括美國及日本），但其增速卻高於該等經濟體。由於中國消費者對優質家庭清潔護理產品的需求不斷上升，預期到2024年，中國的家庭清潔護理產品人均支出將達到17.9美元。下圖載列於2015年至2024年主要經濟體的家庭清潔護理產品人均支出。



資料來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，中國衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的零售銷售價值分別為人民幣678億元、人民幣95億元及人民幣335億元，分別佔中國家庭清潔護理產品零售銷售總價值的61.2%、8.6%及30.2%。

2019年按類別劃分的家庭清潔護理行業市場規模明細（中國）



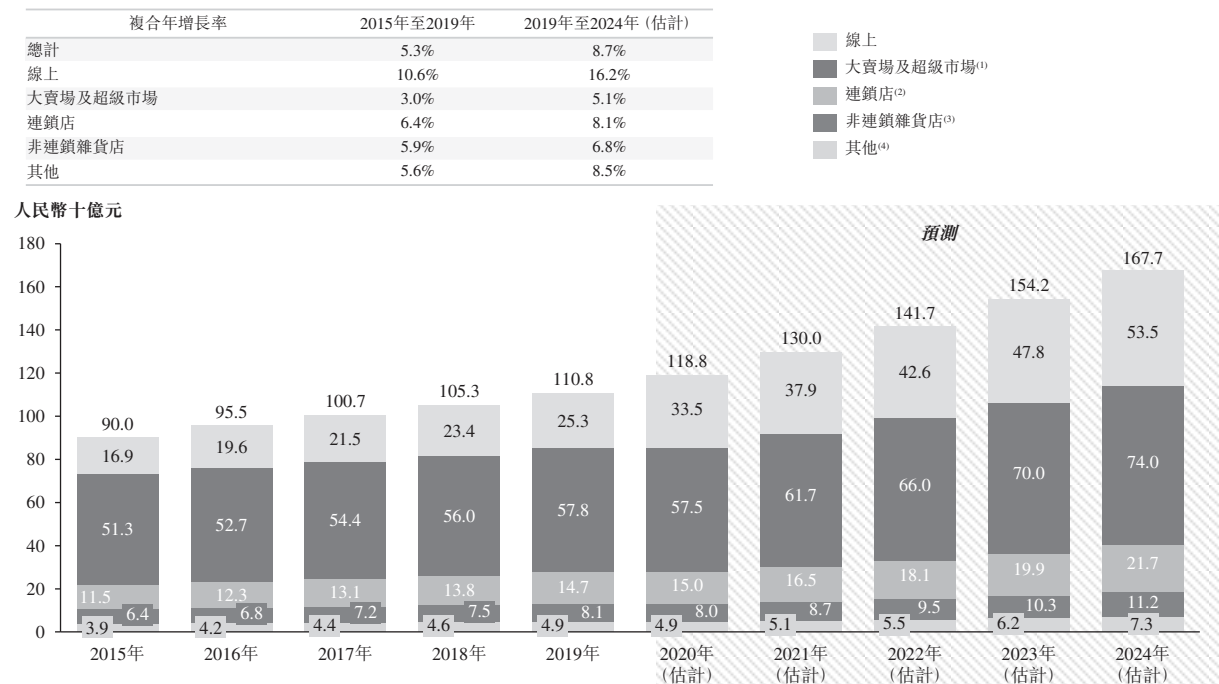
資料來源：弗若斯特沙利文報告

受益於中國電子商務平台的發展，線上零售渠道已成為中國家庭清潔護理行業增長最快的銷售渠道，根據弗若斯特沙利文報告的數據，線上零售總價值於2015年至2019年的複合

行業概覽

年增長率為10.6%，且預期於2019年至2024年將繼續以16.2%的複合年增長率增長。根據弗若斯特沙利文報告，預期到2024年，中國由線上零售渠道產生的家庭清潔護理產品零售銷售總價值將達人民幣535億元，佔中國家庭清潔護理市場零售總價值的31.9%。下圖提供2015年至2024年按零售渠道劃分的中國家庭清潔護理行業零售銷售總價值明細。

2015年至2024年（估計）按零售渠道劃分的家庭清潔護理行業市場規模（中國）



附註：

- (1) 大賣場及超級市場為商品價格在商品本身或貨架上標明，經營面積超過1,000平方米，或經營面積介乎800平方米至1,000平方米及擁有逾三個收銀台的自助門店。
- (2) 連鎖店為商品價格在商品本身或貨架上標明，經營面積少於800平方米，或經營面積介乎800平方米至1,000平方米及擁有少於三個收銀台的自助門店。
- (3) 非連鎖雜貨店為銷售香煙、酒水、軟飲料及／或一種以上食品的門店。
- (4) 其他包括加油站、自營店及化妝品店。

資料來源：弗若斯特沙利文報告

中國衣物清潔護理及洗衣液市場概覽

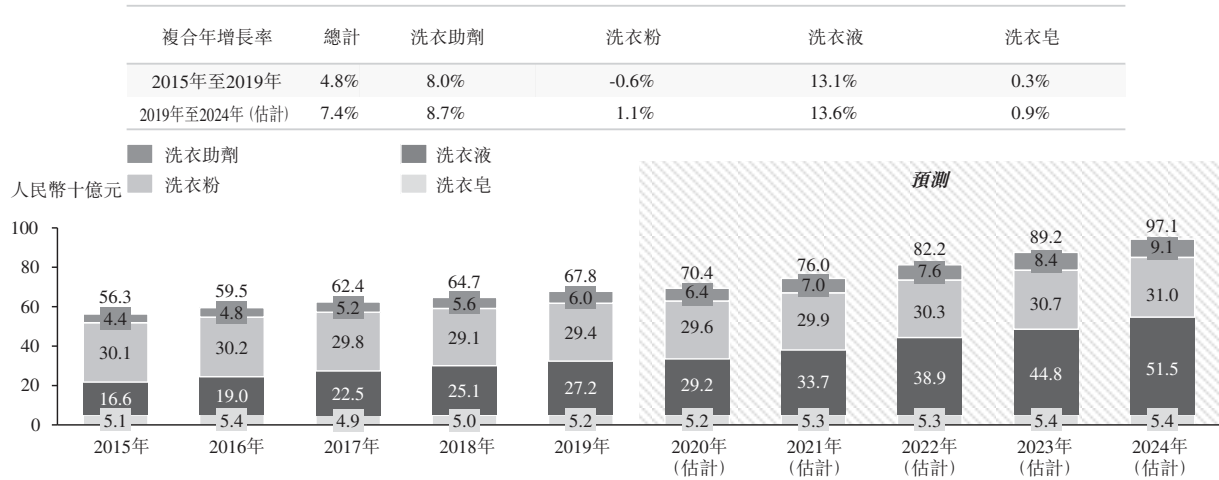
根據弗若斯特沙利文報告，衣物清潔護理產品按產品功能而言涵蓋兩大類，即洗衣劑產品及洗衣助劑。洗衣劑產品是適用於衣物洗滌的清潔劑，通常有洗衣液、洗衣粉及洗衣皂的形式。洗衣助劑是可促進清潔過程的洗衣產品，包括衣物柔軟劑、衣物調節劑及衣物增白劑。

中國的衣物清潔護理市場穩定增長：根據弗若斯特沙利文報告，衣物清潔護理市場是中國家庭清潔護理市場的最大細分市場，2019年的零售銷售價值為人民幣678億元，佔2019年家庭清潔護理市場整體市場份額的61.2%。根據弗若斯特沙利文報告，中國衣物清潔護理

行業概覽

市場按零售銷售價值計算的市場規模由2015年的人民幣563億元增至2019年的人民幣678億元，自2015年起複合年增長率為4.8%，並預期自2019年起繼續以7.4%的複合年增長率增長，到2024年將達到人民幣971億元。下圖載列2015年至2024年按產品劃分的衣物清潔護理市場零售銷售價值明細。

2015年至2024年(估計)按產品劃分的衣物清潔護理市場零售銷售價值(中國)

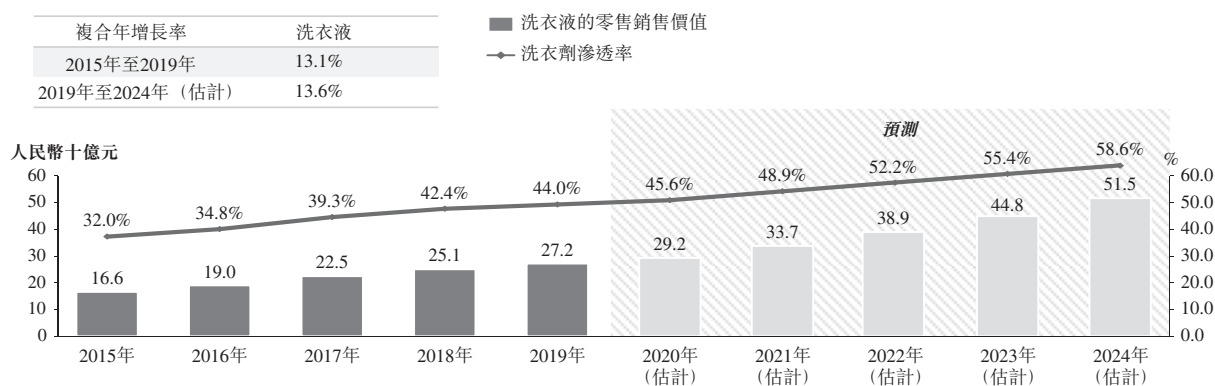


資料來源：弗若斯特沙利文報告

從洗衣粉向洗衣液轉變：根據弗若斯特沙利文報告，由於便利性較強及洗後問題較少，中國消費者已逐漸從依賴洗衣粉轉而越來越青睞洗衣液。根據弗若斯特沙利文報告，於2015年至2019年，洗衣液的零售銷售價值以13.1%的複合年增長率快速增長，並於2019年達到人民幣272億元，而於該期間內洗衣粉零售銷售價值則以複合年均0.6%的比率下降。此外，中國洗衣液市場的未來增長潛力巨大。根據弗若斯特沙利文報告，截至2019年，洗衣液在中國的滲透率(即洗衣液零售銷售價值佔洗衣劑零售銷售總價值的百分比)為44.0%，遠低於日本(79.5%)及美國(91.4%)等其他主要經濟體，這表明在中國洗衣劑市場中，洗衣液仍有進一步替代洗衣粉的空間。根據弗若斯特沙利文報告，洗衣液的滲透率將持續提高，到2024年將達到58.6%，而預計自2019年起，洗衣液零售銷售總價值將以13.6%的複合年增長率增長，到2024年將達到人民幣515億元。下圖載列於2015年至2024年洗衣液零售銷售價值明細以及於2019年中國、美國及日本的洗衣液滲透率。

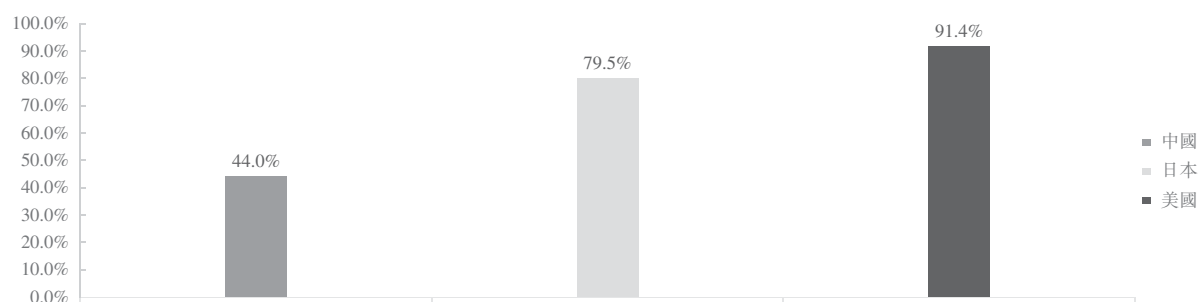
行業概覽

2015年至2024年（估計）洗衣液市場的零售銷售價值（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

2019年洗衣液的滲透率（主要經濟體）⁽¹⁾



附註：

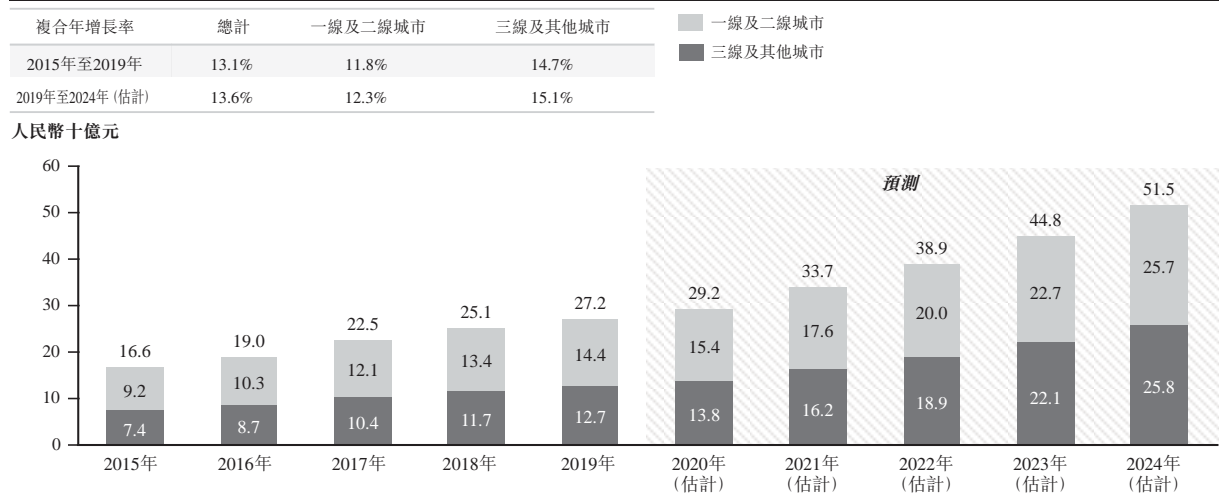
(1) 滲透率指洗衣液的零售銷售價值佔洗衣劑零售銷售總價值的百分比。

資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

所有線級城市均具備巨大增長潛力：近年來，中國所有線級城市的消費者越來越願意嘗試洗衣液。根據弗若斯特沙利文報告，於2015年至2019年一線及二線城市的洗衣液零售銷售價值以11.8%的複合年增長率增長，而於2015年至2019年三線及其他低線城市則以14.7%的複合年增長率增長。根據弗若斯特沙利文報告，預期於2019年至2024年一線及二線城市的洗衣液銷售將進一步以12.3%的複合年增長率增長，驅動洗衣液市場進一步擴展。根據弗若斯特沙利文報告，由於三線及其他低線城市的生活水平不斷提高，三線及其他低線城市的洗衣液銷售具有巨大的增長潛力，預期於2019年至2024年將按15.1%的複合年增長率增長。下圖載列於2015年至2024年中國按城市級別劃分的洗衣液市場的零售銷售價值。

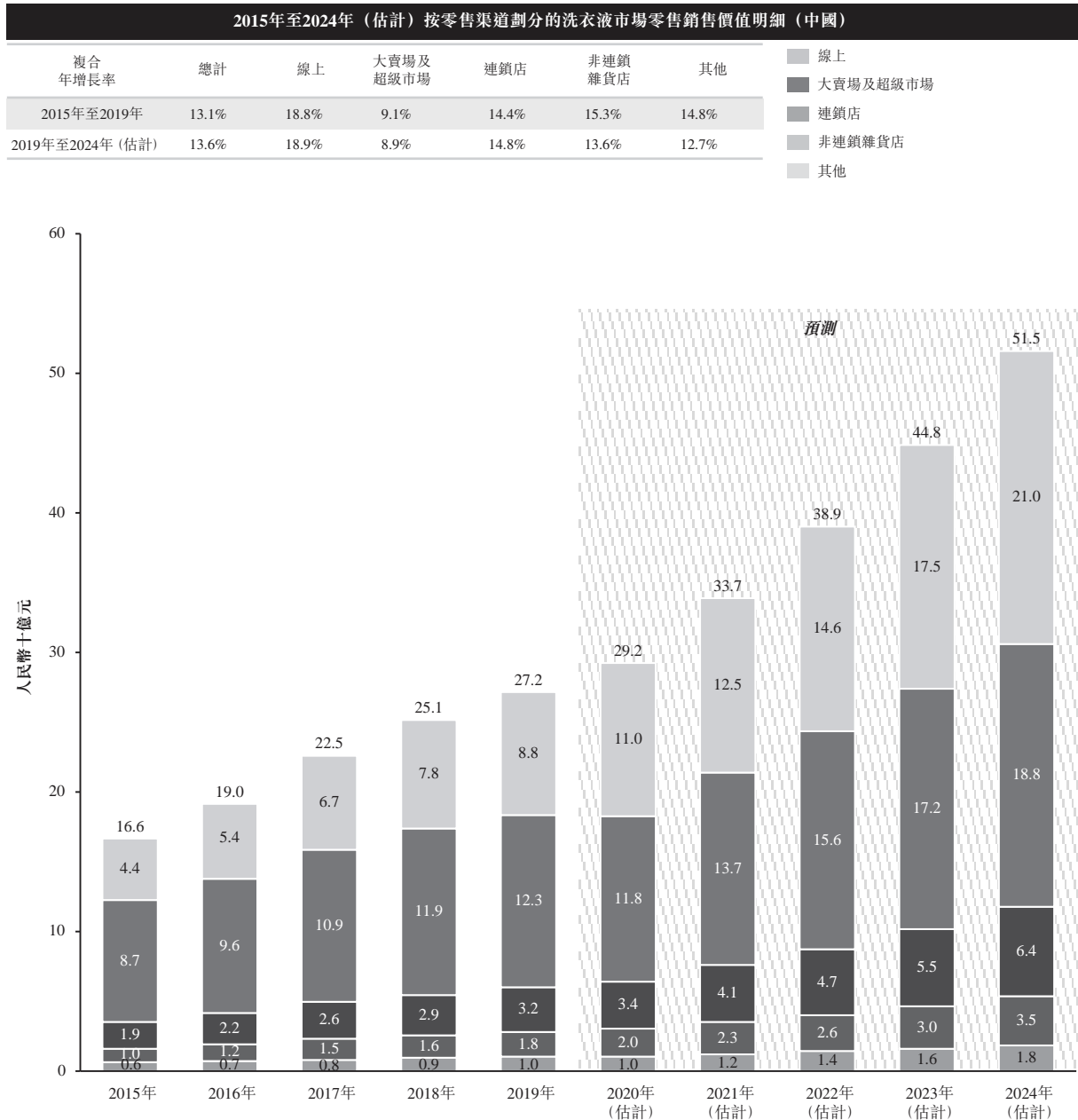
2015年至2024年(估計)按城市線級劃分的洗衣液零售銷售價值(中國)



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

線上零售渠道的巨大增長潛力：根據弗若斯特沙利文報告，中國線上零售渠道銷售的洗衣液零售銷售價值於2015年至2019年以18.8%的複合年增長率增長，是中國洗衣液市場的全部零售渠道中增長最快的渠道，且預期將於2019年至2024年以18.9%的複合年增長率持續增長。下圖載列於2015年至2024年按零售渠道劃分的中國洗衣液市場零售銷售價值。



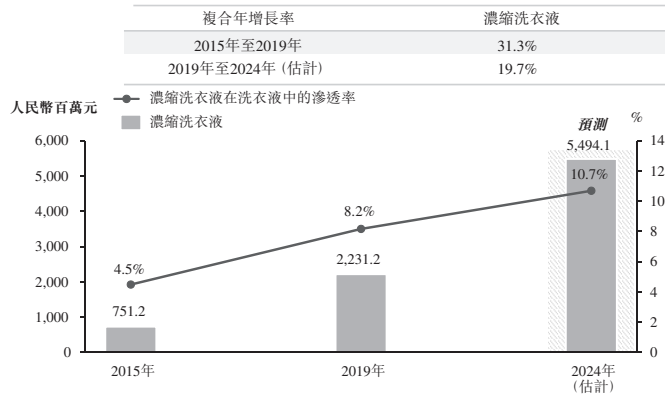
資料來源：弗若斯特沙利文報告

濃縮洗衣液的普及率不斷提高：與標準洗衣液相比，濃縮洗衣液的表面活性劑含量較高，超過25%。根據弗若斯特沙利文報告，由於其清潔效果更佳且便利性較強，中國消費者越來越願意使用濃縮洗衣液。濃縮洗衣液的零售銷售價值由2015年的人民幣751.2百萬元以31.3%的複合年增長率增長至2019年的人民幣2,231.2百萬元，且根據弗若斯特沙利文報告，

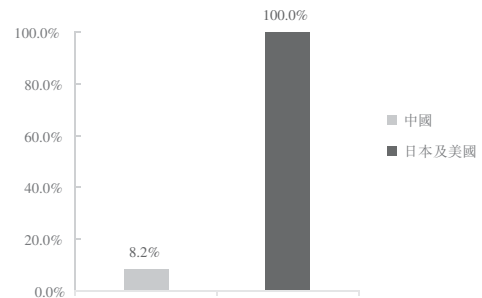
行業概覽

從長遠來看，預期中國消費者對濃縮洗衣液的使用將越來越普及。於2019年，濃縮洗衣液在中國的滲透率（即濃縮洗衣液零售銷售價值佔洗衣液零售銷售總價值的百分比）為8.2%，低於濃縮洗衣液在主要經濟體的滲透率，例如美國及日本，其滲透率達到100.0%。儘管中國濃縮洗衣液市場仍處於早期階段，但預期其增速將快於該等產品於其他主要經濟體市場的增長。根據弗若斯特沙利文報告，預期自2019年起，濃縮洗衣液的零售銷售價值將以19.7%的複合年增長率增長，到2024年將達到人民幣5,494.1百萬元。下圖載列於2015年至2024年中國濃縮洗衣液市場的零售銷售價值以及於2019年中國、美國及日本的濃縮洗衣液滲透率。

2015年至2024年（估計）濃縮洗衣液市場的零售銷售價值（中國）



2019年濃縮洗衣液的滲透率（主要經濟體）⁽¹⁾



附註：

(1) 滲透率指濃縮洗衣液的零售銷售價值佔洗衣液零售銷售總價值的百分比。

資料來源：弗若斯特沙利文報告

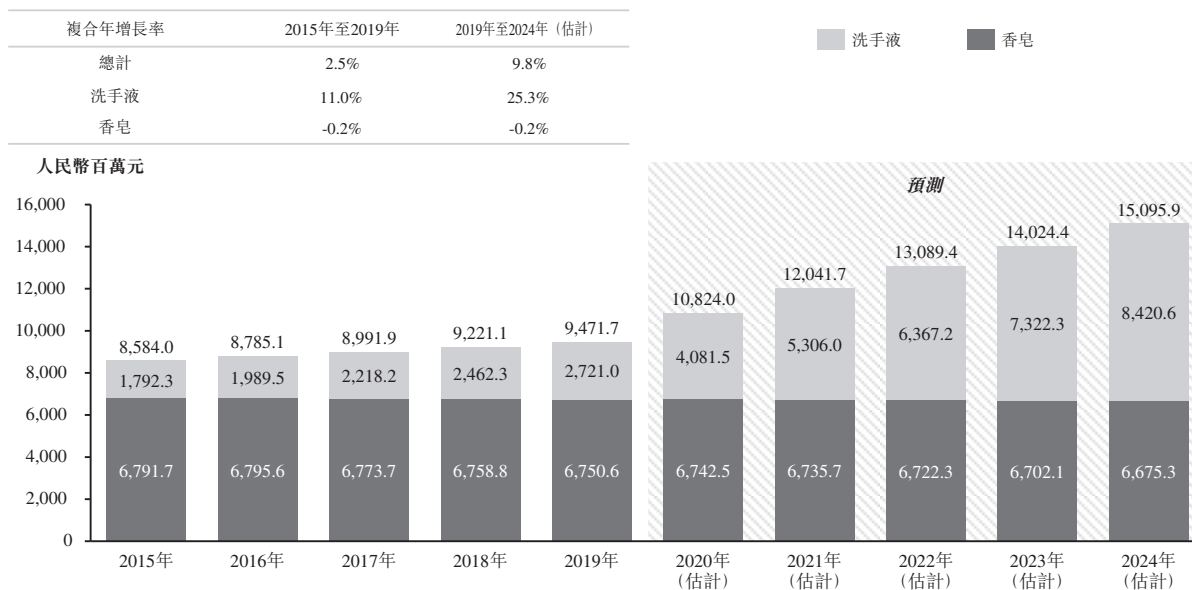
中國個人清潔護理市場及洗手液市場概覽

根據弗若斯特沙利文報告，個人清潔護理產品按產品的形式可分為兩大類，即香皂及洗手液。

行業概覽

中國個人清潔護理市場有巨大增長潛力：根據弗若斯特沙利文報告，自嚴重急性呼吸道綜合症（「SARS」）及H1N1以來，中國消費者對個人健康及衛生的意識大幅提高，促使對個人清潔護理產品的需求激增。根據弗若斯特沙利文報告，按零售銷售價值計，中國個人清潔護理產品的市場規模由2015年的人民幣86億元增加至2019年的人民幣95億元，自2015年以來的複合年增長率為2.5%，並預期自2019年起將繼續以9.8%的複合年增長率增長，到2024年將達到人民幣151億元。下圖提供於2015年至2024年按產品類型劃分的中國個人清潔護理市場零售銷售價值明細。

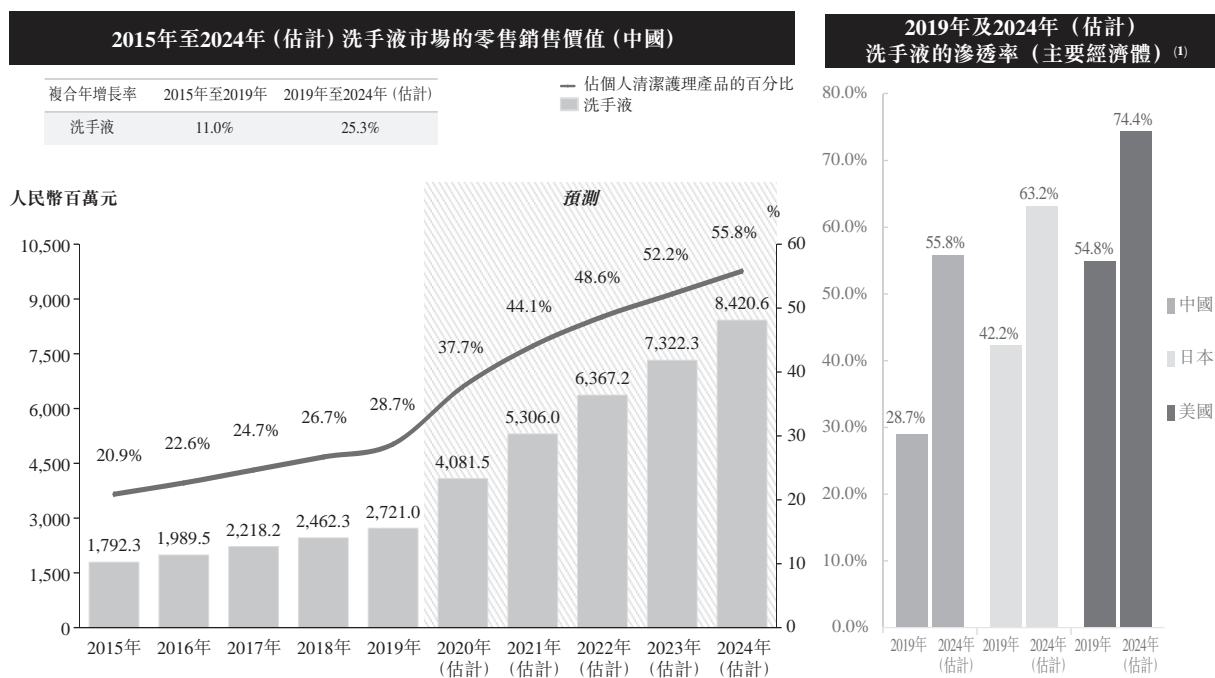
2015年至2024年（估計）按產品類型劃分的個人清潔護理市場零售銷售價值明細（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

從香皂向洗手液轉變：隨著中國消費者越來越多地使用洗手液（與香皂相比其產生的皮膚刺激更少且感染風險更低），香皂的使用量有所下降。該市場轉變受到個人清潔護理意識的提高及全國各地正在進行的消費升級趨勢驅動，可支配收入較高的消費者日益青睞優質商品。根據弗若斯特沙利文報告，按零售銷售價值計，中國洗手液市場規模由2015年的人民幣18億元增加至2019年的人民幣27億元，複合年增長率為11.0%，而按零售銷售價值計算的中國香皂市場的市場規模在該期間以複合年均0.2%的比率下降。此外，弗若斯特沙利文預計，洗手液在中國家庭中的使用將越來越普遍。於2019年，洗手液在中國的滲透率（即洗手液零售銷售價值佔個人清潔護理產品零售銷售總價值的百分比）為28.7%，遠低於其他主要經濟體，例如日本(42.2%)及美國(54.8%)，這表明洗手液在中國有進一步替代香皂的潛力。同時，洗手液於日本及美國的滲透率也將持續增長，預期洗手液在中國的滲透率於2024年將達到55.8%，而根據弗若斯特沙利文報告，預期按零售銷售價值計，中國洗手液市場規模自2019年起將繼續按25.3%的複合年增長率增長，到2024年將達到人民幣84億元。下圖載列於2015年至2024年在中國銷售的洗手液的零售銷售價值以及於2019年及2024年在主要經濟體銷售的洗手液的滲透率。



附註：

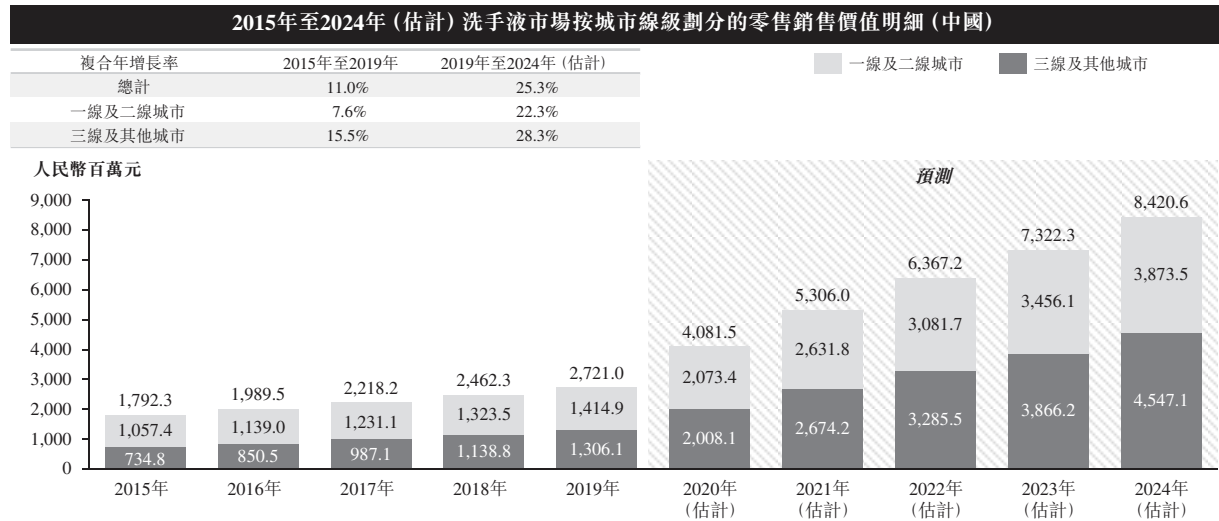
(1) 滲透率指洗手液的零售銷售價值佔個人清潔護理產品零售銷售總價值的百分比。

資料來源：弗若斯特沙利文報告

所有線級城市的巨大增長潛力：根據弗若斯特沙利文報告，隨著洗手液在中國所有線級城市的不斷普及，於2015年至2019年一線及二線城市的洗手液零售銷售價值以7.6%的複合年增長率增長，而於2015年至2019年三線及其他低線城市則以15.5%的高複合年增長率增長（由於期初滲透率相對較低）。根據弗若斯特沙利文報告，預期於2019年至2024年一線及二線城市的洗手液銷售將按22.3%的複合年增長率增長，而同期三線及其他低線城市的銷售預

行業概覽

期將按28.3%的複合年增長率進一步增長，部分原因是消費者健康與衛生意識提高。下圖載列於2015年至2024年中國按城市級別劃分的洗手液市場的零售銷售價值。

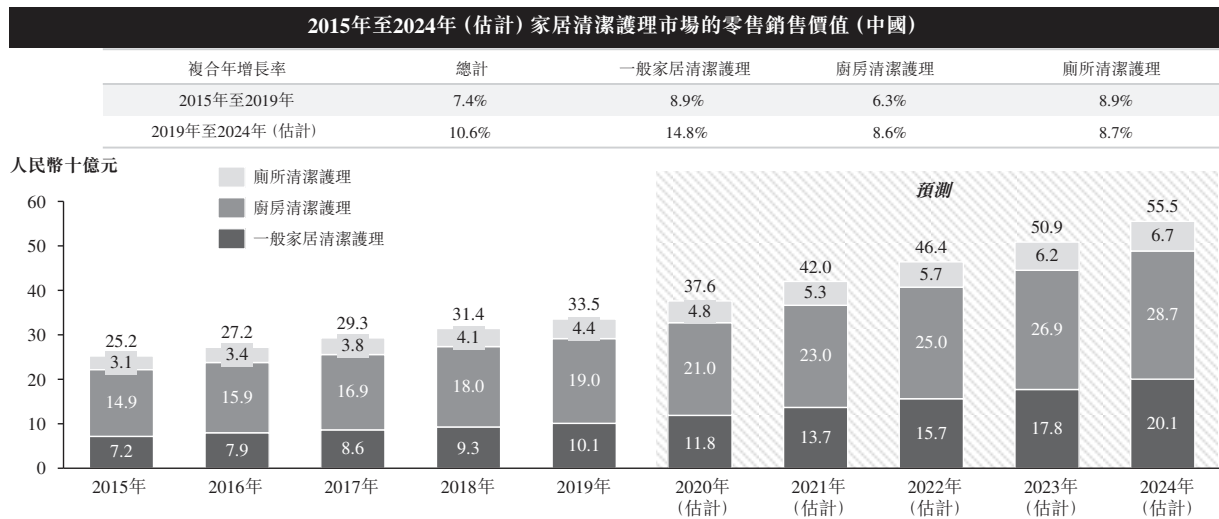


資料來源：弗若斯特沙利文報告

中國家居清潔護理市場概覽

根據弗若斯特沙利文報告，家居清潔護理產品可幫助消費者執行各種日常家庭清潔任務。根據弗若斯特沙利文報告，家居清潔護理產品按其應用方式可分為三個主要類型，即一般家居清潔護理、廚房清潔護理及廁所清潔護理產品。

中國家居清潔護理市場快速增長：根據弗若斯特沙利文報告，受中國消費者日益增長的消費意識及購買力推動，按零售銷售價值計，中國家居清潔護理市場的市場規模由2015年的人民幣252億元增加至2019年的人民幣335億元，複合年增長率為7.4%，並預期自2019年起將繼續以10.6%的複合年增長率增長，到2024年將達到人民幣555億元。未來，預期市場參與者將進一步打造優質產品，並擴大其產品組合以滿足不同消費群體的需求，從而推動市場增長。下圖載列於2015年至2024年中國家居清潔護理市場的零售銷售價值。



資料來源：弗若斯特沙利文報告

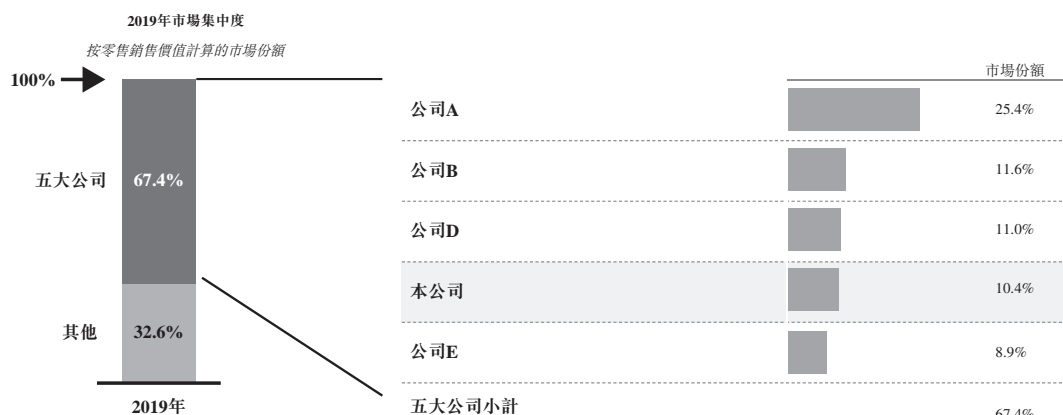
行業概覽

競爭格局

衣物清潔護理

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，按中國衣物清潔護理市場零售銷售價值計算，五大衣物清潔護理公司佔市場份額的67.4%。根據弗若斯特沙利文報告，我們於2019年在中國衣物清潔護理市場逾800名市場參與者中佔據第四大市場份額。下圖載列2019年按中國的零售銷售價值計算的五大衣物清潔護理公司的市場集中度及市場份額詳情。

2019年按零售銷售價值計算的衣物清潔護理市場的市場集中度（中國）

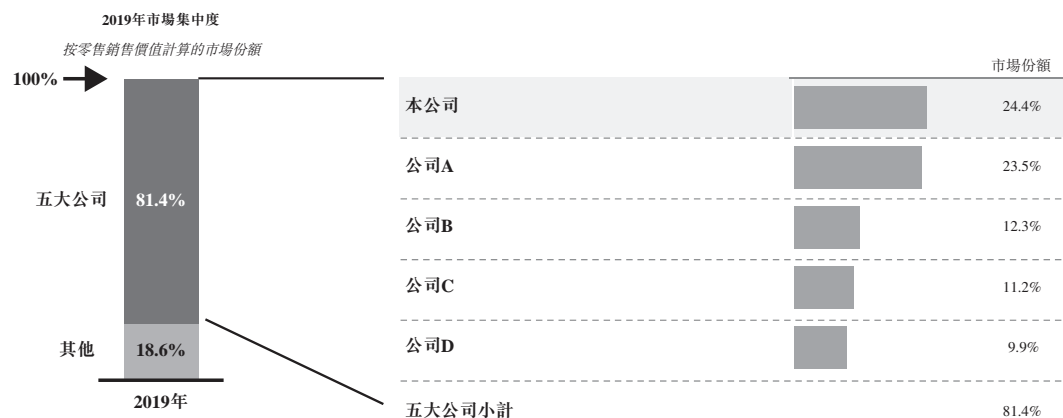


資料來源：弗若斯特沙利文報告

洗衣液

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，按零售銷售價值計算，中國洗衣液分部的五大洗衣液公司佔整個市場的份額合計81.4%。根據弗若斯特沙利文報告，我們在中國洗衣液市場的市場份額連續11年(2009年至2019年)位居第一。於2019年，我們的洗衣液的零售銷售價值為人民幣66億元，佔中國洗衣液分部整體市場份額的24.4%。下圖載列2019年中國按零售銷售價值計算的五大洗衣液公司的市場集中度及市場份額詳情。

2019年按零售銷售價值計算的洗衣液市場的市場集中度（中國）

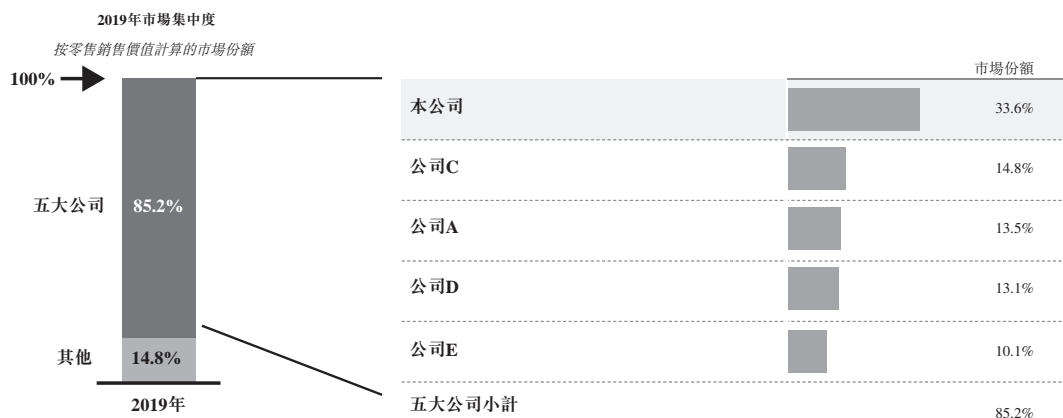


資料來源：弗若斯特沙利文報告

行業概覽

根據弗若斯特沙利文報告，我們連續三年(2017年至2019年)在中國所有洗衣液公司中排名第一，2019年洗衣液線上零售銷售總價值市場份額為33.6%。下圖載列2019年中國按線上零售銷售價值計算的五大洗衣液公司的市場集中度及市場份額詳情。

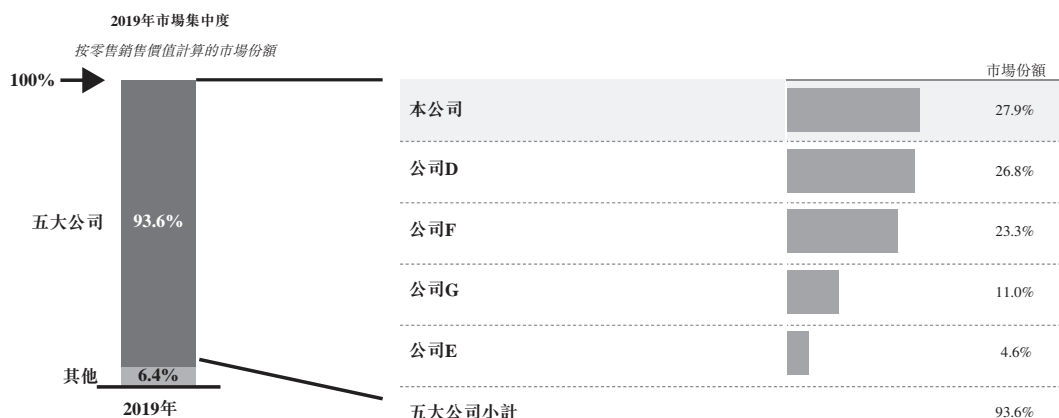
2019年按線上零售銷售價值計算的洗衣液市場的市場集中度（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，我們連續三年(2017年至2019年)在中國所有濃縮洗衣液公司中排名第一，2019年濃縮洗衣液零售銷售價值市場份額為27.9%。下圖載列2019年中國按零售銷售價值計算的五大濃縮洗衣液公司的市場集中度及市場份額詳情。

2019年按零售銷售價值計算的濃縮洗衣液市場的市場集中度（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

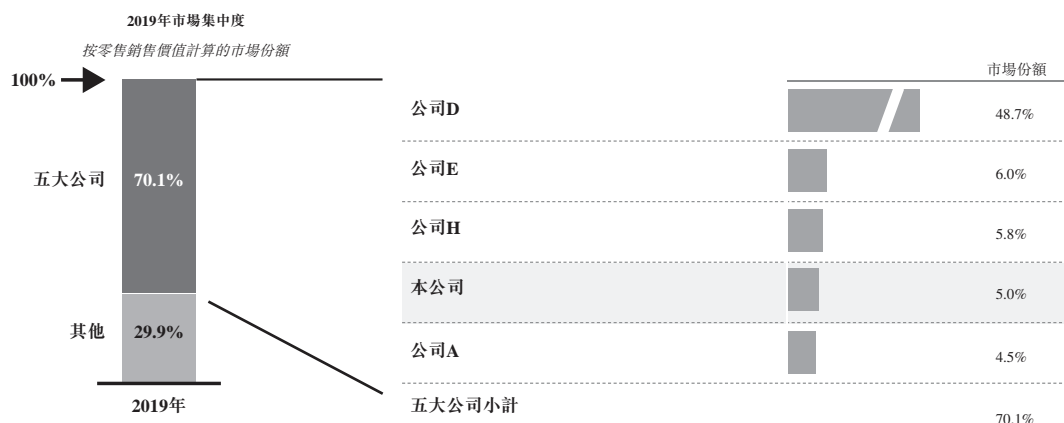
個人清潔護理

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，五大個人清潔護理公司佔中國個人清潔護理市場70.1%零售銷售價值。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年在中國個人清潔護理市場的逾

行業概覽

100名市場參與者中，我們所佔市場份額排名第四。下圖載列有關2019年中國個人清潔護理市場集中度及按零售銷售價值計算的中國五大個人清潔護理公司市場份額的若干資料。

2019年按零售銷售價值計算的個人清潔護理市場的市場集中度（中國）

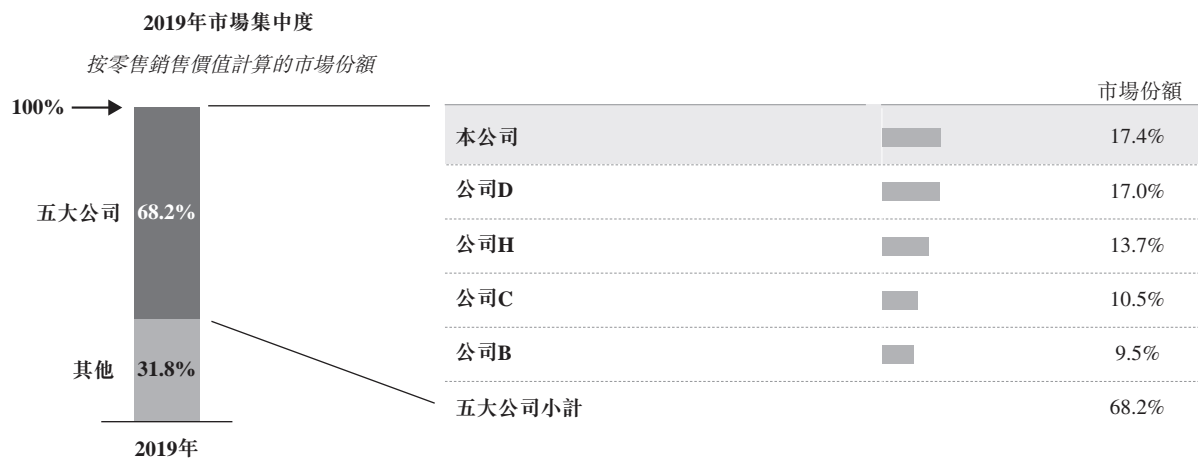


資料來源：弗若斯特沙利文報告

洗手液

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，按零售銷售價值計，中國洗手液市場的五大公司佔整個市場的份額合計為68.2%。根據弗若斯特沙利文報告，我們在中國洗手液市場的市場份額連續八年(2012年至2019年)位居第一。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，我們的洗手液零售銷售價值為人民幣474.3百萬元，佔整個洗手液市場的17.4%。下圖載列2019年中國按零售銷售價值計算的五大洗手液公司的市場集中度及市場份額詳情。

2019年按零售銷售價值計算的洗手液市場的市場集中度（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，我們連續三年(2017年至2019年)在中國所有洗手液公司中

行業概覽

排名第一，2019年洗手液線上零售總銷售價值市場份額為23.8%。下圖載列2019年中國按線上零售銷售價值計算的五大洗手液公司的市場集中度及市場份額詳情。

2019年按線上零售銷售價值計算的洗手液市場的市場集中度（中國）

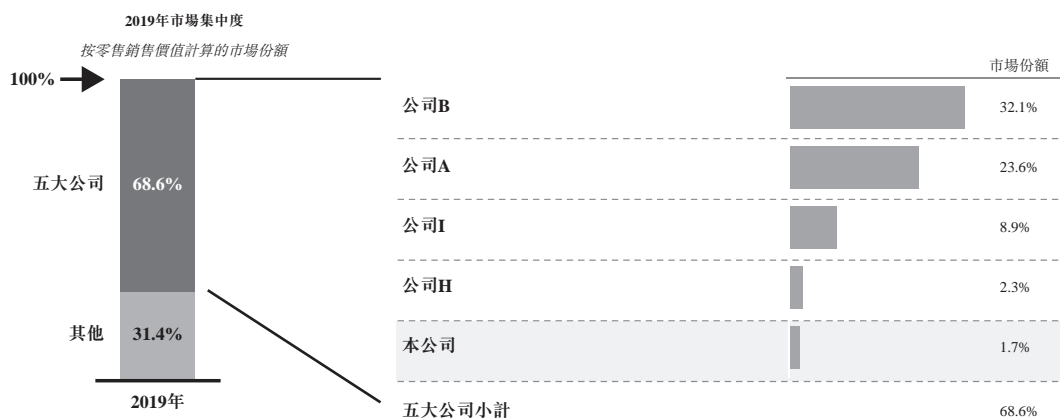


資料來源：弗若斯特沙利文報告

家居清潔護理

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，五大家居清潔護理公司佔中國家居清潔護理市場68.6%零售銷售價值。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年在中國家居清潔護理市場的逾400名市場參與者中，我們所佔市場份額排名第五。下圖載列有關2019年中國家居清潔護理市場集中度及按零售銷售價值計算的中國五大家居清潔護理公司市場份額的若干資料。

2019年按零售銷售價值計算的家居清潔護理市場的市場集中度（中國）



資料來源：弗若斯特沙利文報告

新型冠狀病毒疫情對中國家庭清潔護理行業的影響

- **消費者行為：**由於新型冠狀病毒經證實可由受污染的雙手從一個表面傳播至另一表面，故消費者傾向更頻繁地清潔及消毒雙手、衣服及家居，以防止新型冠狀病毒疫情通過接觸傳播。

行業概覽

- **產品銷售**：線下非連鎖雜貨店及連鎖店等傳統銷售渠道暫時關閉，而線上渠道因爆發新型冠狀病毒疫情而成為消費者的首選購物渠道。在新型冠狀病毒疫情期間，對消毒產品（如手部消毒劑、家庭消毒劑及具有消毒功能的衣物清潔護理產品等）的需求大幅增長。該等產品在線下及線上銷售渠道均出現缺貨或限購情況。由於疫情爆發以及由此帶來的消費者健康與衛生意識提高，預期該等產品的需求仍將高企，並將同時提高銷量及銷售收益。
- **物流**：由於疫情爆發期間物流工人及駕駛員人數有限，加上中國政府實施各種交通限制措施以遏制新型冠狀病毒疫情，故將原材料運輸至工廠及將產品運輸至消費者的物流資源出現暫時性短缺。

市場驅動因素及未來趨勢

- **對公共及個人健康與衛生意識不斷提高**：隨著消費者對公共及個人健康與衛生意識的提高，家庭清潔護理產品已逐漸成為消費者日常生活中的必需品。因此，消費者更願意在家庭清潔護理產品方面進行消費以維持健康及衛生，推動市場增長。尤其是，由於公眾對傳染病的認識不斷提高以及消毒產品在抗擊傳染病有重要作用，故未來消費者對消毒產品的需求將繼續增長。
- **消費升級**：在過去十年中，受人均可支配收入及購買力增長的推動，消費升級推動了家庭清潔護理行業市場擴張。具體而言，因消費者偏愛高端產品（例如濃縮洗衣液及洗手液）而產生的機遇已經並將繼續促進市場增長。
- **對便捷清潔解決方案的需求**：追求快節奏現代生活方式的消費者正尋找便捷的清潔解決方案，例如自清潔產品，該等產品可節省消費者花費在家庭清潔上的時間。
- **渠道拓展**：銷售渠道的多樣化在過去十年極大地推動了家庭清潔護理行業的增長。市場參與者將繼續致力於優化其線上及線下渠道，以便及時、方便地將產品交付予終端消費者。
- **專注於年輕一代及低線城市**：市場參與者將繼續專注於創新性營銷活動，如邀請明星及關鍵意見領袖來吸引年輕一代。此外，由於低線城市的消費者越來越願意嘗試新產品且購買力不斷提高，故彼等已成為市場參與者的主要目標群體。
- **產品開發及產品組合多元化**：為響應不斷變化的消費需求以及激烈的競爭，市場參與者專注於產品開發及產品組合擴展，推出新的產品線或更新現有產品。具有

行業概覽

濃縮配方及環保解決方案等功能的全新家庭清潔護理產品，將日益受到消費者的青睞。此外，隨著家庭清潔護理行業的不斷演進，家庭清潔護理產品朝著多元化及專業化的方向發展。為把握特殊家庭清潔護理產品相關的市場機會，市場參與者將繼續專注於開發可滿足特定目的的家庭清潔護理產品。

- **營運效率：**由於家庭清潔護理行業的競爭日益激烈，市場參與者面臨實現以下目標的壓力：(i)及時、方便地向消費者提供優質產品，及(ii)盡量減少營運成本及盡量提高利潤率。許多市場參與者均在尋求克服該等挑戰的方案，包括技術投資以降低營運成本以及提高生產率及盈利能力。

根據弗若斯特沙利文報告，相關產品分部的市場份額預期於2024年之後增長，原因如下：

- 由於中國經濟增長，預期未來十年家庭清潔護理行業將持續增長，且隨著中國居民可支配收入上升，預期未來十年家庭清潔護理產品人均支出亦會有所增加；
- 與較發達市場相比，中國家庭清潔護理產品人均支出仍有大幅增長潛力。相比而言，到2024年，較發達市場（例如美國及日本）的家庭清潔護理產品人均年支出預期分別達到約86.8美元及約65.3美元，而中國則約為17.9美元。同時，中國家庭清潔護理產品於2019年至2024年的人均支出預期按複合年增長率8.4%增長，明顯快於美國及日本同期的複合年增長率2.2%及2.7%；及
- 與較發達市場相比，中國相關產品分部仍處於增長階段，預期至少於未來十年保持強勁增長。尤其是，到2024年，濃縮洗衣液在中國的滲透率預期達到約58.6%，而在美國及日本的滲透率估計分別達到約96.3%及86.5%；洗手液在中國的滲透率預期達到約55.8%，而在美國及日本的滲透率則估計分別達到約74.4%及63.2%。

根據弗若斯特沙利文報告，由於近年來較發達市場（例如美國及日本）持續穩步增長並預期於未來五年實現更快的複合年增長率，且鑒於中國與較發達市場（例如美國及日本）在家庭清潔護理產品人均年支出的偌大差距、若干關鍵產品的滲透率，以及中國居民可支配收入及消費開支增加，因此合理預期中國家庭清潔護理行業及其相關產品分部（衣物清潔護理市場、個人清潔護理市場、家居清潔護理市場）將於未來十年繼續維持強勁增長。

行業進入壁壘

- **規模效應**：中國家庭清潔護理行業具備規模經濟的特點。新入行者面臨的挑戰包括渠道擴展機會有限以及原材料及人工成本的增加，而成熟的家庭清潔護理公司則享有規模經濟優勢，且較新興的新入行者增長更快。
- **零售渠道**：零售渠道對家庭清潔護理行業的市場參與者至關重要。現有市場參與者在整合線下及線上資源以及實現不同零售渠道之間的協同效益方面積累多年經驗，新入行者要取得該等經驗較為困難。
- **品牌知名度**：中國消費者傾向於選擇知名品牌的家庭清潔護理產品。中國家庭清潔護理行業已有許多歷史悠久及成熟的市場參與者。贏得客戶信任及說服消費者嘗試新品牌家庭清潔護理產品較為困難。
- **研發能力**：為滿足不斷變化的消費者需求及偏好，家庭清潔護理公司需要具備強大的研發能力。設計能夠吸引消費者並與市場上成熟的現有產品展開競爭的家庭清潔護理產品的專業技術知識對新入行者構成了較大的入行壁壘。
- **管理能力**：管理領先的家庭清潔護理公司需要豐富的行業經驗及對家庭清潔護理市場的洞見。新入行者難以組建具有豐富行業知識的管理團隊。

原材料及產品價格走勢

原材料成本是中國典型家庭清潔護理公司的主要成本項目。家庭清潔護理產品生產所用的原材料主要包括化學品及包裝材料。尤其是，中國家庭清潔護理行業公司的包裝材料成本佔原材料成本的一大部分。家庭清潔護理產品普遍使用由棕櫚油提煉的化學品作為最重要的原材料。LDPE是生產家庭清潔護理產品所使用的主要包裝材料之一。

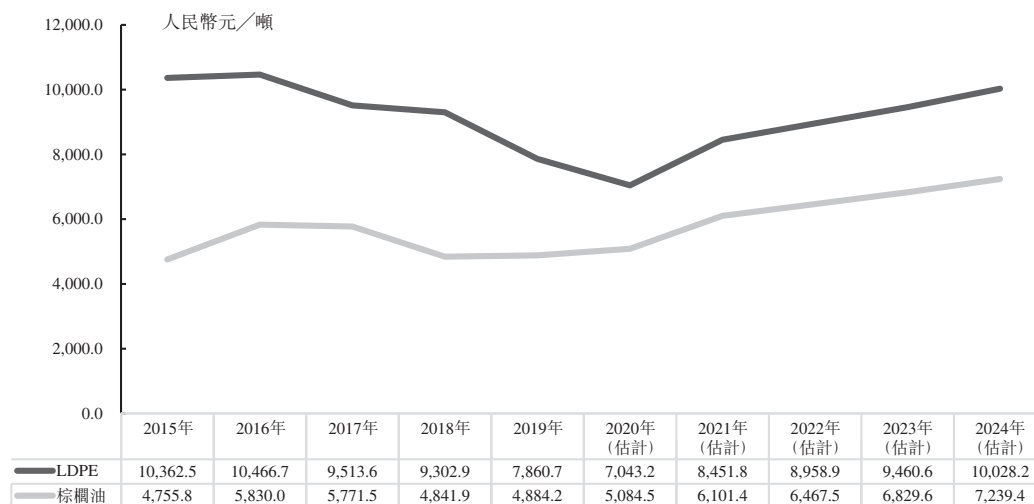
由於供應短缺，棕櫚油的價格於2015年至2016年間有所上升。因東南亞(尤其是馬來西亞及印尼)的產能提升，棕櫚油的價格其後於2017年至2018年下降。棕櫚油的價格於2019年保持相對穩定，而隨著產能進一步擴充，預期價格有輕微上升空間。然而，化學品的市場價格波動或與棕櫚油的市場價格並無密切關係，原因為將棕櫚油轉化為該等化學品涉及一系列複雜的化學反應及過程，當中亦需要加入其他化學品。

原油是LDPE的主要原材料之一，由於石油輸出國組織(「OPEC」)於2016年減產，LDPE的價格微升至每噸人民幣10,466.7元。隨著原油價格不斷下降，LDPE價格自2017年以來下跌。

行業概覽

展望將來，根據世界銀行的資料，預計原油價格將扭轉其下滑趨勢並於2021年至2024年逐步增長。由於LDPE價格與原油價格密切相關，因此預期LDPE價格會隨著原油價格於日後的預期回升而穩步上漲。

主要原材料價格趨勢



資料來源：Wind、弗若斯特沙利文報告

根據弗若斯特沙利文報告，於2015年至2019年，家庭清潔護理產品的平均零售價保持穩定上升，複合年增長率為3%至5%。由於家庭清潔護理產品的競爭格局相對穩定，消費者對家庭清潔護理產品的價格敏感度相對較低，預期大部分家庭清潔護理產品的平均零售價的升幅維持在3%至5%的相同水平。

資料來源

就全球發售而言，我們聘請獨立市場研究顧問弗若斯特沙利文對全球家庭清潔護理行業及中國家庭清潔護理行業進行分析及編製報告。弗若斯特沙利文為一家於1961年在紐約成立的獨立全球諮詢公司，提供行業研究及市場策略，並提供增長諮詢及企業培訓。就所提供的市場研究服務而言，我們已向弗若斯特沙利文支付一筆人民幣650,000元的費用，我們認為該金額與市價一致。

在編撰及編製弗若斯特沙利文報告時，弗若斯特沙利文曾採用以下假設：(i)於2020年至2024年的五個年度(「預測期間」)，全球社會、經濟及政治環境很可能會保持穩定；(ii)預期新興地區的購買力將繼續迅速增長，而發達地區則將穩定增長；及(iii)相關行業驅動因素(如健康及衛生意識不斷增強、購買力持續增長等其他主要驅動因素)很可能在預測期間內推動家庭清潔護理行業的發展。

除非另有說明，否則本節所載的所有數據及預測均來自弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文已根據詳盡的一手研究(當中涉及與若干領先的行業參與者討論家庭清潔護理行業的狀況)及二手研究(包括審查公司報告、獨立研究報告及基於其自身研究數據庫的數據)編

行業概覽

製弗若斯特沙利文報告。董事確認，經合理審慎行事後，自弗若斯特沙利文報告日期起，整體市場資料並無出現會導致有關資料有所限制、互相抵觸或受到影響的重大不利變動。

我們的使命

提供卓越產品、極致服務、專業諮詢，讓消費者潔淨無憂。

我們的願景

讓每一個家庭生活活在「藍月亮」的世界裏，潔淨、健康、舒適、體面、快樂。

我們的價值

為用戶，更卓越。

概覽

我們是中國領先的以消費者為核心的家庭清潔護理公司。我們研發、生產及銷售多款產品，涵蓋衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理三大品類。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年、2018年及2019年各年，我們的洗衣液、洗手液及濃縮洗衣液產品在其各自市場的市場佔有率均排名第一。我們享譽數十年，得益於我們對客戶滿意的執著追求、洞察及確立消費趨勢的能力，專注於成功的產品落地能力。

自成立以來，我們便專注於具有高增長潛力的市場，並已建立強大的品牌。我們已開發藍月亮洗手液及藍月亮深層潔淨護理洗衣液等多款受歡迎產品，並不斷對產品進行升級。我們構建了知識營銷體系，不單是向消費者推廣我們的產品或品牌，更是尋求利用我們的研究及生產經驗向消費者傳達家庭清潔護理相關知識及見解，從而提升品牌忠誠度。我們為中國家庭清潔護理行業中率先使用電商渠道的公司，並佔據領先地位，建立了強大的全渠道銷售及分銷網絡。我們自2008年起推出技術提升計劃，以實現在採購、生產、銷售等方面的數字化運營，提升公司經營效率和擴張能力。

我們相信市場環境及消費趨勢有利於我們。根據弗若斯特沙利文報告：

- 中國為全球最大的家庭清潔護理市場之一，在主要經濟體中增長潛力最高。按零售銷售價值計算，預計中國家庭清潔護理市場的規模將由2019年的人民幣1,108億元增長至2024年的人民幣1,677億元，佔2019年至2024年全球家庭清潔護理行業增長超過三分之一。特別是，以零售銷售價值計算，衣物清潔護理市場為中國家庭清潔護理行業中最大的市場，佔2019年中國總體家庭清潔護理市場的61.2%；
- 中國消費者用於洗衣液及濃縮洗衣液等更優質產品的花費與日俱增。雖然該等產品在美國及日本等發達國家市場相當普遍，而在中國的滲透率一直迅速增長。根

業 務

據弗若斯特沙利文報告，中國洗衣液的市場滲透率由2015年的32.0%上升至2019年的44.0%，預測於2024年將進一步上升至58.6%。於2019年，濃縮洗衣液在日本及美國的滲透率達到100%，而同年濃縮洗衣液在中國的滲透率為8.2%，顯示出有關產品在中國有巨大的增長潛力；及

- 電子商務為中國一個重要及快速增長的零售渠道。於2019年至2024年，中國家庭清潔護理產品電子商務渠道銷售額的複合年增長率預計將達到16.2%，到2024年時將佔中國整體家庭清潔護理產品市場的31.9%。

我們於早期便認清有關市場趨勢，並調整業務佈局以抓住行業發展機遇。我們已成為中國洗衣液、濃縮洗衣液及洗手液市場中的領導者。我們有效的知識營銷不僅提升了消費者對我們品牌的忠誠度，亦讓消費者更願意選用洗衣液及濃縮產品。於2019年，儘管中國家庭清潔護理行業的線上滲透率僅為22.8%，我們線上銷售渠道總收益佔比已達到47.2%，並已於所有主要電子商務平台取得領先的市場份額。

「藍月亮」品牌是由我們的首席執行官羅先生於28年前創立。彼激發及創建一支經驗豐富的管理團隊，成員平均擁有逾20年行業經驗。此外，我們的主席潘女士在制訂企業策略方面有著舉足輕重的作用，有關策略使我們的業務成功擴展。我們相信，我們的成功歸功於彼等專注於家庭清潔護理行業及致力讓消費者滿意。

於2017年至2019年，我們收益按11.9%的複合年增長率增長。於2019年，我們的收益為7,049.9百萬港元，而我們的純利為1,079.6百萬港元。截至2020年6月30日止六個月，我們的收益為2,435.9百萬港元，而我們的純利為302.2百萬港元。

競爭優勢

我們相信，以下競爭優勢為我們成功的關鍵：

我們是中國家庭清潔護理市場的領導者及先行者，將受益於巨大的增長機遇

我們為中國家庭清潔護理行業的領導者。根據弗若斯特沙利文報告，我們在中國洗衣液市場的市場份額曾經連續11年(2009年至2019年)位居第一，而我們在中國洗手液市場的市場份額亦曾經連續八年(2012年至2019年)位居第一。於2019年，以零售銷售價值計算，我們在中國洗衣液市場、濃縮洗衣液市場及洗手液市場均名列第一，市場佔有率分別為24.4%、27.9%及17.4%。

我們致力打造設計精美的優質產品，鞏固我們作為行業專家的聲譽。我們的「藍月亮」品牌是中國最知名的家庭清潔護理品牌之一。

我們是中國家庭清潔護理行業內增長最快的公司之一。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，中國家庭清潔護理行業零售銷售價值的複合年增長率為4.9%。於同期，我們收益的複合年增長率為11.9%。於2019年，我們的收益為7,049.9百萬港元，純利為1,079.6百萬港元。

中國為眾多主要經濟體家庭清潔護理市場中增長潛力最高的市場，我們已作好準備把握中國家庭清潔護理市場的機遇。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，中國家庭清潔護理行業的零售銷售總價值為人民幣1,108億元，預期2019年至2024年的複合年增長率為8.7%，為眾多主要經濟體的家庭清潔護理行業中增長潛力最高的市場。我們重點佈局的衣物清潔護理市場為中國正快速增長的家庭清潔護理行業中最大的市場，於2019年佔中國家庭清潔護理行業零售銷售總價值超過60%。預期洗衣液市場將成為衣物清潔護理行業的主要增長動力，以零售銷售價值計，於2019年至2024年的複合年增長率達13.6%，並將於2024年達到人民幣515億元。憑藉我們強大的品牌知名度及良好的往績記錄，我們得以鞏固我們的領先地位及把握市場機遇。

我們有多元化的產品組合，並有以產品開發為中國家庭清潔護理行業升級作出貢獻的良好往績

我們的產品組合包括一系列與衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理相關的家庭清潔護理產品。我們多元化的產品選擇，通過客戶服務推廣科學清潔知識，形成了一個完整的家庭清潔解決方案。我們的核心產品包括洗衣液、洗手液、衣物清潔護理品、餐廚清潔產品及浴室清潔劑。我們不斷研發及推出產品以滿足不同消費人群、功能訴求及清潔場景的需求。例如：我們已開發寶寶專用的產品、絲質及精細衣物專用的洗衣液，以及手洗專用的產品。除旗艦品牌「藍月亮」外，我們亦推出其他品牌，如「至尊」及「衛諾」。

我們有成功推出新產品的良好往績記錄。我們是多類新興家庭清潔護理產品的先行者，我們分別於2000年、2008年及2015年戰略性地推出洗手液、洗衣液及濃縮洗衣液產品。我們的藍月亮深層潔淨洗衣液、藍月亮深層清潔護理(亮白增艷)洗衣液、手洗專用洗衣液及藍月亮機洗至尊濃縮+洗衣液於推出市場後五年內年度零售銷售價值均迅速超過人民幣500百萬元。我們相信，我們極大地推動了消費者使用該等新興品類產品的變革。成功推出產品後，我們持續對產品進行優化，令我們不少產品十多年來持續受到追捧。尤其是，於2017年至2019年，藍月亮深層清潔護理(亮白增艷)洗衣液、藍月亮深層潔淨洗衣液、柔順劑及抑菌洗手液的收益複合年增長率均超過10%。

我們產品開發取得成功全賴我們對消費者需要及市場趨勢的洞察、強大的研發能力及追求極至完美的工匠精神。以研發「至尊」品牌濃縮洗衣液產品為例，我們曾進行廣泛的測試及實驗，並研發出利用生物複合酶技術的產品系列。我們亦研發出可精準泵出最適合中

國消費者日常洗衣的單次使用量的泵頭。此外，為給用戶帶來更好的體驗，我們推出不同香味的洗衣液產品。我們致力加大全品類產品拓展力度，於最後實際可行日期，我們已於中國取得152項專利，其中近半數可應用於非洗衣劑類產品。

中國家庭清潔護理行業正處於結構性變革之中。根據弗若斯特沙利文報告，於2015年至2019年，洗衣液產品在洗衣劑市場的滲透率由32.0%升至44.0%，並預期於2024年升至58.6%；與此同時，於2015年至2019年洗衣粉產品的滲透率由58.0%下跌至47.6%，並預期於2024年進一步下跌至35.2%。我們相信，洗衣液產品取代洗衣粉產品的趨勢於可見將來將會持續。此外，隨著可支配收入上升及消費者追求更好的生活品質，越來越多的中國消費者開始選擇更加優質、便捷、環保及輕便的產品。憑藉我們於洗衣液市場的領先地位、在產品開發方面的能力，以及自成立以來我們戰略性地專注於日益受歡迎的產品，我們相信我們已作好準備從中國增長中的家庭清潔護理市場的結構性變革中獲益。

我們已建立強大的全國性全渠道分銷網絡

我們已建立覆蓋中國的全渠道銷售及分銷網絡，以滿足不同消費人群的購買偏好。

線上

我們具備作為中國家庭清潔護理行業中率先使用線上銷售及分銷渠道的公司所帶來的先行者優勢，加上積極拓展新興線上銷售渠道，使我們的線上銷售取得快速增長。

根據弗若斯特沙利文報告，於2015年至2019年，中國家庭清潔護理產品的線上銷售滲透率由18.8%升至22.8%，並預期於2024年進一步升至31.9%，反映線上銷售滲透率正加速上升。憑藉我們對消費者喜好的洞察力及電子商務的興起，我們成為中國家庭清潔護理行業中電子商務渠道的先行者及領先企業，並已建立強大的全渠道分銷基礎設施。我們已與中國主要電子商務平台合作約十年，已成為中國主要電子商務平台的重點合作商家。根據弗若斯特沙利文報告，2019年我們的洗衣液線上渠道零售銷售價值排名第一，市場份額為33.6%，為排名第二的中國洗衣液公司市場份額的兩倍以上。以成交額計算，於2019年我們的品牌分別在京東618購物節及天貓雙十一購物節活動中排名第一。

憑藉我們與成熟電子商務平台的豐富合作經驗，我們已擴展至全新的線上銷售渠道。我們與若干新興的電子商務平台合作，如社交電子商務平台、生鮮電子商務平台及企業的線上採購系統，以接觸更廣泛的消費者群體。我們的努力令我們的線上滲透率進一步上升，並將我們的覆蓋面擴大至不同的消費人群。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，

中國家庭清潔護理行業線上銷售渠道零售銷售價值的複合年增長率為8.5%。於同期，我們線上渠道收益的複合年增長率為33.5%。截至2019年12月31日止年度，我們線上銷售渠道所產生的收益為33億港元，佔我們總收益的47.2%。截至2020年6月30日止六個月，線上銷售渠道所產生的收益為14億港元，佔我們總收益的58.8%。

線下

我們建立了覆蓋全中國的龐大線下銷售及分銷網絡，包括大賣場及超市等直銷大客戶，以及向大賣場、超市、單體超市、便利店、雜貨店及加油站轉售產品的線下分銷商。根據弗若斯特沙利文報告，按零售銷售價值計算，於2017年至2019年，「藍月亮」品牌在中國線下洗衣液市場中排名第一。

我們的全國性分銷網絡使我們能打入消費持續增長的低線城市新興市場。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年至2024年，預期三線及以下城市的家庭清潔護理市場，零售銷售價值的複合年增長率為9.2%。特別是，預期三線及以下城市同期的洗衣液及洗手液零售銷售價值的複合年增長率分別為15.1%及28.3%。該等新興市場已成為中國家庭清潔護理行業的主要增長動力。我們對多業態線下零售渠道的覆蓋和服務能力，以及強大的品牌聲譽和多元化的產品組合，使我們的業務得以進一步發展，並提升於低線城市的滲透率。於2020年6月30日，除全國性及地區性超市外，我們近70%的線下分銷商位於三線及以下城市，覆蓋分佈於全中國逾2,600個區縣的零售銷售點。我們持續對線下分銷商網絡進行擴充與優化，透過與線下分銷商緊密合作打入當地零售市場、加大產品曝光度及提升銷售表現。

我們憑藉知識營銷及卓越的客戶服務建立了具備長遠價值的強大的品牌

我們已建立擁有長遠價值的強大品牌。我們以消費者為核心構築了知識營銷體系，通過傳遞專業的洗滌方法和科學的洗滌知識為消費者創造價值。通過知識營銷，我們得以與消費者建立信任基礎，引導消費升級，並藉此構建極強的品牌認知度。此外，我們提供客戶服務以加強與消費者的聯繫，並更好地了解消費者的喜好，進一步提高消費者對我們品牌的忠誠度。

我們通過多樣化的知識營銷途徑去觸達更多的消費者群體，不斷鞏固我們的品牌認知度：

- 我們通過清潔顧問、客服人員傳遞家庭清潔護理知識，解答消費者的查詢並收集消費者反饋。該等互動讓我們在解決消費者清潔難題的同時，更深入了解消費者需求，從而與消費者建立更穩固的關係；

業 務

- 我們透過舉辦「洗衣大師」及「科學洗衣中國行」等特別活動，進一步向公眾傳遞家庭清潔護理及洗滌相關知識，將消費者納入品牌營銷環節，藉以增加品牌知名度；
- 於2013年至2019年，我們打造了「藍月亮節」，包括連續七年贊助央視和湖南衛視的全國性電視節目，藉此提高品牌知名度；及
- 我們通過線上直播、明星代言及微電影，實現與年輕消費群體溝通，持續煥發品牌活力。

消費者對企業社會責任的認識及重視程度日增，我們也一貫秉承低碳及可持續發展的原則，並在我們的產品中使用環保成分配方。我們相信我們在履行社會及環境責任方面的努力得到消費者的認同，並將對「藍月亮」品牌長遠價值有重要貢獻。

科技賦能運營使我們的經營效率、適應力及擴張能力得到提升

自2008年起，我們已執行為業務營運打造先進信息技術系統的戰略。我們已自主開發基於移動互聯網及大數據技術的高度整合信息技術系統管理我們的經營。得益於信息技術系統及自動化程度的提升，我們經營效率持續優化。我們相信，先進及整合的信息技術系統有助我們把握未來的機遇，進一步擴展業務。

我們的信息技術系統貫穿業務營運的主要環節：

- **採購：**我們已自行研發出一套靈活及可兼容的採購管理系統。該系統能夠與在不同地區不同供應商的信息技術系統對接，並可處理包括原材料及固定資產等不同物品的採購，顯著提高了採購效率；
- **生產：**我們擁有高度自動化的生產設施。因此，我們每單位產品所需的勞工工時於2017年至2019年間大幅下降約10%。此外，我們正根據行業發展趨勢對製造過程實施智能控制；及
- **銷售：**我們自主研發一套CRM系統。線下銷售方面，CRM系統能夠擷取分銷商的出貨及庫存數據，以及直銷大客戶及線下分銷商的銷售數據，使我們能更有效地管理我們的銷售渠道。線上銷售方面，CRM系統與大部分線上專賣店連接，使我們能進行大數據分析，並運用所取得的數據預測線上銷售。基於大數據分析進行的預測的準確性持續提升，使我們能根據預期銷售改進生產規劃及存貨管理。

我們先進的信息技術系統賦予了我們業務高度的可拓展性，並協助我們進行擴張。憑藉我們先進的信息技術基礎設施，於最後實際可行日期，我們在中國10個省份設立了10個前線倉庫，使我們能於需要時及時作出靈活的物流安排及調整存貨。由於我們的戰略性全國佈局及通過建立靠近我們客戶的前線倉庫提升經營效率，我們線上旗艦店的三日妥投率在2018年至2019年間提升約30%。此外，由於我們對整體物流管理進行多項改進，包括改用較為便宜的供應商，我們線上自營店舖所售出每件產品的平均物流成本於2017年至2019年間降低約19%。

我們的創始人及管理團隊經驗豐富、專注及富有遠見

我們的創始人及首席執行官羅先生及我們的主席潘女士是中國家庭清潔護理行業的知名企業家。彼等的戰略眼光帶領我們促進中國家庭清潔護理行業的發展。在羅先生及潘女士的領導下，我們致力於在中國提供優質的家庭清潔護理產品，藉此建立了深刻改變消費者清潔習慣並推動中國家庭清潔護理行業發展的知名品牌。

我們的高級管理團隊平均擁有超過20年行業經驗，並在本集團工作超過14年。彼等豐富的經驗成就敏銳的市場洞察力，彼等高度認同我們「為用戶，更卓越」的企業價值觀。我們相信，彼等對我們制定業務策略、開發新產品及把握行業機遇有重要作用，而彼等在實現我們的目標及執行業務計劃方面有舉足輕重的作用。

業務戰略

讓消費者滿意是我們的首要任務。憑藉我們的技術能力，我們計劃繼續在產品、渠道、營銷和生產方面進行開發，為客戶提供更優質的服務、鞏固我們作為家庭清潔護理專家的聲譽，讓業務可持續增長。

拓展及升級產品種類，鞏固市場領導地位

憑藉我們對消費者行為的深刻理解以及強大的研發能力，我們能打造多元化的家庭清潔護理產品組合，持續滿足消費者的日常清潔需要。

- **升級現有產品：**我們持續對現有產品進行配方與包裝升級，不斷推出設計優秀的高質量產品，以切合不同消費場景、不同分銷渠道以及不同消費者群體。此外，我們亦計劃增加使用更加環保的簡約包裝；
- **拓展產品品類：**消費者於任何時間及任何地方均期望得到更高水平的潔淨，尤其在新型冠狀病毒爆發之後。我們將通過擴展產品矩陣至覆蓋更多產品品類滿足彼等的期望。例如，我們正開發專業的消毒產品保護消費者的個人健康；及

- **強化高端產品種類：**我們計劃推出更多濃縮產品，進一步鞏固「至尊」品牌於濃縮洗衣液市場的領導地位。我們正自主研發可匹配我們清潔產品的清潔工具，並會與家電製造商合作推出兼容產品。我們相信該等產品種類將會重新定義家庭清潔體驗，吸引年輕及高消費力的人群。

進一步鞏固我們的全渠道分銷網絡及增加產品滲透

我們在電子商務方面早佔先機，並已建立全面的全渠道銷售及分銷網絡。我們將通過以下舉措優化銷售及分銷網絡，增強產品滲透：

- **鞏固我們線上渠道的領先地位：**我們將持續加強與主要電子商務平台的合作，加深對社交電子商務、生鮮電子商務及企業的線上採購系統等新興電子商務平台的探索。我們將借勢電子商務平台戰略打入低線城市，並針對不同平台用戶的喜好優化所提供的產品，藉以觸達更多消費者；
- **加強與全國性及區域性零售商的合作，持續開發我們的分銷模式：**按需配送服務是中國越來越流行的零售方式。我們擬利用零售夥伴寬廣的線下網絡為本地社區的消費者提供更優質的服務。此外，我們計劃透過更佳的採購、存貨及產品陳列管理，持續提升對零售商的支持。我們相信，我們的定制服務將可改善彼等的銷售表現，從而帶動我們產品的銷售增長；及
- **持續拓展線下分銷網絡的廣度及深度，把握不同線級城市的機遇：**我們計劃基於分銷商對特定渠道的服務能力來優化及擴展我們的分銷商網絡，以加大對中國所有省份的大型城市的市中心地區乃至縣、鎮及村的深入滲透。我們計劃積極拓展零售終端，加大覆蓋不同類型的零售店舖，包括藥房、化妝品店、母嬰店及加油站。我們將借助旗艦洗衣液產品的高品牌知名度，提高不同類別產品(包括家居清潔及個人清潔護理)的市場滲透。我們相信，我們對零售終端採購、存貨及產品陳列方面的經驗，加上我們盡責的銷售團隊的支持，將有助我們的線下分銷商提高銷售產出，以及更有效地執行本策略。

持續透過推廣科學清潔知識贏取消費者的信任

我們通過不斷向消費者傳遞科學家庭清潔護理知識使我們能脫穎而出。我們致力以科學及專業化的方式打造可信賴的品牌形象。我們相信，隨著消費者掌握更多的家庭清潔護理相關知識，彼等將會更加依賴我們帶來彼等所想的生活。

業 務

我們通過自身的資源及全渠道銷售及分銷網絡的外部夥伴與消費者接觸。在線上渠道方面，我們擬繼續跟隨消費者偏好的變化，增強雙向交流，以及培養消費習慣。線下渠道方面，我們的清潔顧問將繼續於學校、社區及辦公場所直接與消費者進行互動。

由於互聯網持續改變人們的溝通方式，我們計劃對不同消費人群的營銷策略進行優化及定制，以鞏固我們作為家庭清潔護理專業專家的品牌形象。

拓闊服務範圍，提升消費者體驗

我們擬透過提供全套產品及服務，為消費者帶來無憂的「藍月亮」生活。我們的洗衣服務協助消費者清潔頑固污漬，清潔顧問會向消費者提供專業意見，客戶服務人員會提供產品支持。通過加強與消費者的互動，我們對彼等的消費需要有更深入的了解，使我們能開發更好的產品及提升客戶的忠誠度。

- 我們計劃繼續培養清潔顧問及客戶服務人員的技能，以提升售後服務的效率及質量；
- 我們擬拓展洗衣服務。我們計劃設立洗滌中心幫助更多消費者清潔沾有頑固污漬的衣物。我們的目標是成為消費者眼中的首選洗衣專家，並提升客戶體驗。詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途 — 所得款項用途」一節；及
- 我們計劃持續實施會員計劃。有關會員計劃可讓我們根據彼等的購買及查詢記錄，更有效了解消費者的喜好，提供更個性化的服務，以及實施精準營銷，我們相信這將提升我們的購買轉化率。

加速數字化及生產網絡升級，進一步提升經營效率

我們擬持續投資科技基礎設施，加強我們系統的數字化，以及提高經營效率：

- 於銷售及分銷方面，我們計劃加強不同渠道及市場的消費者數據分析能力。通過數據分析，我們對消費者的喜好有更深入的了解，有助我們改善選品及提升營銷效果；
- 於供應鏈及存貨管理方面，我們計劃進一步投資於大數據分析及人工智能，改善生產、銷售及成本預測的準確度，以及提升供應鏈管理的效率。於生產方面，我們計劃提升生產基地產能，以滿足不斷增長的市場需求。我們計劃將生產工序進一步自動化，如自動填充及貼標，以提升生產效率。我們亦擬根據中長期發展計劃，投資新生產廠房、生產線及倉儲設施。具體而言，我們計劃擴充我們位於廣

業 務

州、天津、昆山及重慶的生產基地的產能以及於中國建立一家新工廠。於最後實際可行日期，我們並無有關該新工廠的明確計劃。詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途—所得款項用途」一節；及

- 於物流管理方面，我們計劃改善基礎設施的效率，加快交付及降低物流開支。我們計劃與物流公司合作，並利用我們的數據分析能力設計更具效率的運輸路線。我們亦擬於生產基地附近設立電子商務倉庫，並與專業物流服務供應商合作以提高我們的倉儲能力。

留聘及招聘優質僱員

我們相信，經驗豐富、全心致志及訓練有素的各級僱員是我們取得成功的關鍵。彼等為我們優質產品以及優質消費者體驗的根本。我們計劃繼續吸引、培訓、留聘及激勵優秀的僱員及人才。我們提供平台讓彼等達成事業抱負，讓我們及僱員均取得成功。我們亦擬吸引特定領域的專業人才支持我們業務的發展。此外，我們計劃採納多種與外部專家合作的模式，協助我們實施最佳常規，以及提高我們的技術能力。

我們相信富有遠見、充滿熱誠的年輕人才是我們可持續發展的基礎。我們將致力挽留及提拔年輕人才，為彼等提供在職培訓，為彼等進入管理崗位作好準備。我們亦通過畢業生計劃進行招聘，建立優質員工儲備。此外，我們計劃繼續優化人力資源管理機制，幫助個體僱員發揮潛力，從而使得我們成為長久發展的企業。

我們的業務哲學

以消費者為核心的清潔解決方案

我們是中國領先的消費者家庭清潔護理公司。讓客戶滿意是我們重中之重的任務，我們提供優質的產品、科學的清潔方法，以及全面的客戶服務。此外，憑藉我們的知識營銷理念、全渠道銷售及分銷網絡、兩級倉儲系統及先進技術，我們得以提供優質的清潔解決方案。下圖說明我們業務的主要元素：



產品：

我們推出可應對多種清潔情境(包括衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理)的產品。於往績記錄期間，我們透過全渠道分銷網絡於中國所有省份銷售我們的產品。

方法：

我們憑藉強大的研發能力及對消費者需要的深入了解開發科學及實用的清潔方法，並與消費者共享有關方法。為找出最有效的清潔方法，我們的工程師曾對多件以不同材料製造並帶不同污漬的衣物進行研究。我們已開展線上及線下知識營銷活動，並舉辦一系列特別活動以培養消費者習慣。有關詳情，請參閱「知識營銷」分節。

服務：

我們旨在提供全套服務，以滿足消費者在不同場景下的需要。我們的全套服務組合包括解答消費者的不同洗衣問題並提供客戶支援服務，以及針對無暇洗衣或發現若干衣物難以清潔的消費者的洗衣服務。詳情請參閱「客戶服務」分節。

我們的產品

產品組合概覽

我們已建立包括衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理三類的多元化市場領先產品組合，並在中國消費者中獲得廣泛認可。我們產品組合的寬度及深度使我們能夠為消費者提供多款產品選擇，並可提供廣泛的解決方案以滿足其家庭清潔需要。根據弗若斯特沙利文報告，按零售銷售價值計算，於2019年，我們的洗衣液產品於中國排名第一，在洗衣液市場的市場佔有率達24.4%；而按零售銷售價值計算，於2019年，我們的洗手液產品於中國排名第一，在洗手液市場的市場佔有率達17.4%。

根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，以零售銷售價值市場規模計算，我們的主要品牌「藍月亮」在中國洗衣液市場及洗手液市場中均排名第一。根據同一份報告，於2019年，以零售銷售價值市場規模計算，「藍月亮」在中國衣物清潔護理市場及個人清潔護理市場中均排名第四，在家居清潔護理市場中則排名第五。有關我們產品於行業的領先地位的詳情，請參閱「行業概覽—競爭格局」一節。我們亦努力開發更多不同品牌的產品，以滿足客戶多方面的清潔需要。於2013年至2019年，為回應消費者的全新及不停轉變的家居清潔需要，我們相繼推出「衛諾」品牌的浴室清潔產品、「至尊」品牌濃縮洗衣液產品、「淨享」品牌高級洗手液產品及配方溫和的「天露」品牌餐具和蔬果清洗產品。我們產品組合的擴展進一步鞏固了我們作為科學及專業家庭清潔護理產品提供商的品牌形象。

業 務

下圖顯示我們產品組合的覆蓋層面：

藍月亮全套清潔護理解決方案



業 務

於往績記錄期間，我們自三個產品類別產生收益：衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品。下表載列所示期間各產品類別的收益貢獻及佔總收益的百分比：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	收益	估該年度 總收益的 百分比	收益	估該年度 總收益的 百分比	收益	估該年度 總收益的 百分比	收益	估該期間 總收益的 百分比	收益	估該期間 總收益的 百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審計)									
衣物清潔護理產品	4,922,459	87.4	5,917,277	87.4	6,177,613	87.6	2,364,351	86.9	1,681,407	69.0
個人清潔護理產品	328,021	5.8	410,616	6.1	418,545	5.9	180,051	6.6	465,602	19.1
家居清潔護理產品	381,553	6.8	440,052	6.5	453,747	6.5	175,948	6.5	288,859	11.9
總計	<u>5,632,033</u>	<u>100.0</u>	<u>6,767,945</u>	<u>100.0</u>	<u>7,049,905</u>	<u>100.0</u>	<u>2,720,350</u>	<u>100.0</u>	<u>2,435,868</u>	<u>100.0</u>

產品開發里程碑

在我們的歷史中，我們曾多次在中國市場推出新類別的產品。我們相信我們能提供影響中國消費者清潔習慣的產品，以及推廣更高效的清潔方法。下表載列我們主要里程碑產品的描述：

推出年度	產品	里程碑	產品成就及認可	零售銷售價值首次超過人民幣500百萬元的年份
2008年	藍月亮深層潔淨護理洗衣液	由中國公司所開發的首批洗衣液產品之一。	於2010年至2022年獲廣東省高新技術企業協會選為「廣東省高新技術產品」。	2012年
2010年	藍月亮深層潔淨護理洗衣液(亮白增艷)	我們第一款加入衣物亮白配方的洗衣液。	於2019年至2022年獲中國生態環境部授予中國環境標誌產品認證。	2012年
2011年	藍月亮手洗專用洗衣液	中國首批專為手洗設計的洗衣液之一。	於2013年至2020年獲中國質量認證中心選為「中國節水產品」。	2013年

業 務

推出年度	產品	里程碑	產品成就及認可	零售銷售價值首次超過人民幣500百萬元 的年份
2015年	藍月亮機洗至尊濃縮+洗衣液	中國首批採用濃縮技術的洗衣液之一。	於2018年至2021年獲中國質量認證中心選為「中國節水產品」。	2017年

衣物清潔護理產品

我們的衣物清潔護理產品主要包括多款具備不同獨特功能的洗衣液，以及柔順劑及衣領去污劑等輔助洗衣產品。根據弗若斯特沙利文報告，按市場份額計算，我們的洗衣液產品於2009年至2019年連續11年排名第一。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，來自衣物清潔護理產品的收益分別為4,922.5百萬港元、5,917.3百萬港元、6,177.6百萬港元、2,364.4百萬港元及1,681.4百萬港元，分別佔我們總收益的87.4%、87.4%、87.6%、86.9%及69.0%。

我們認為，我們的衣物清潔護理產品對中國洗衣劑市場實現從洗衣粉到洗衣液然後到濃縮洗衣劑的產品升級作出貢獻。根據弗若斯特沙利文報告，於2008年，我們透過藍月亮深層潔淨護理洗衣液等產品於中國推出洗衣液產品。其後於2010年，我們推出藍月亮深層潔淨護理洗衣液(亮白增艷)，為藍月亮深層潔淨護理洗衣液的升級版，提供面料亮白及處理等額外功能。我們大部分洗衣液產品自推出起計逾十年仍舊具有競爭力及深受中國消費者歡迎。成為洗衣液市場領導者之一後，我們意識到應開發能切合不同消費者日常生活中不同情境需要的洗衣劑。例如，嬰兒及幼童需要不同的洗衣劑配方。此外，中國仍有大量消費者以手洗方式清潔衣物，或手洗方式清潔特定衣物或衣物上沾有難以去除污漬的部分。為迎合不同消費群體及清潔情境，自2011年開始，我們已開發及推出數個新系列的專門洗衣產品，包括寶寶專用洗衣液及預塗•手洗雙用型洗衣液。於2015年，我們開始在洗衣劑產品中應用更高效及更環保的濃縮技術。其後於2015年，我們推出「至尊」品牌的洗衣劑，其揉合了先進的潔淨技術及方便易用的設計。

下表載列我們主要衣物清潔護理產品的若干詳情：

主要產品	推出年度	產品單件容量	建議零售價範圍 (人民幣元)	產品樣本圖
至尊生物科技洗衣液	2018年	660克	69	

業 務

主要產品	推出年度	產品單件容量	建議 零售價範圍 (人民幣元)	產品樣本圖
預塗•手洗雙用型洗衣液	2017年	500克	12.8	
藍月亮機洗至尊濃縮 +洗衣液	2015年	660克	59	
寶寶專用洗衣液	2013年	80至1,000克	4.8至33.8	
藍色月光衣物色漬淨	2013年	250至3,000克	5.3至28.3	
藍月亮深層潔淨護理 洗衣液(亮白增艷)	2010年	500至3,000克	8.9至56.8	
衛諾衣物消毒液	2009年	1,000至3,000克	23.9至58.9	
藍月亮深層潔淨護理 洗衣液	2008年	500至3,000克	8.9至51.8	
綠色柔順劑	2004年	500至3,000克	6.3至26.9	
絲毛淨	1994年	500克	17.3	
衣領淨	1993年	250至550克	11.6至28.3	

市場的結構升級：從粉狀到液體

憑藉我們強大的研發能力，我們已推出有助於在中國洗衣劑市場發展中塑造消費者習慣的新產品。為嘗試改進當時已上市的洗衣劑產品，自2000年開始，我們進行超過五年的廣泛研究及實驗。我們於2003年首次推出洗衣液產品。其後於2008年，我們推出旗艦洗衣液（藍月亮深層潔淨護理洗衣液），並深受市場歡迎。下表載列我們對洗衣液所作出的改善之處，以及所應用的自主開發技術：

改善之處

藍月亮深層潔淨護理洗衣液的技術

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• 清潔表現
• 洗後效果
• 漂洗用水 | <ul style="list-style-type: none">• 為提高清潔性能，我們改良了洗衣液配方，以去除污垢，確保織物的清潔度。
• 我們專有的液化技術解決了洗衣粉造成的洗後問題，包括衣服上的洗衣劑殘留、洗衣機堵塞及皮膚過敏。
• 藍月亮深層潔淨護理洗衣液由於黏度低及採用低泡沫技術，可以輕鬆漂洗，從而節省用水。 |
|--|--|

我們相信，我們的藍月亮深層潔淨護理洗衣液成功完成了上述改良，並得以促進中國洗衣劑市場從粉劑升級到液體。




個人清潔護理產品

我們的個人清潔護理產品包括經典洗手液系列（包括多款不同功用的專用洗手液）、兒童洗手液，以及新推出的淨享微米泡沫氨基酸洗手露。我們有多款在業內處於領先地位的個人清潔護理產品（包括洗手液），根據弗若斯特沙利文報告，我們的洗手液按市場份額計算，於2012年至2019年連續八年排名第一。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，來自個人清潔護理產品的收益分別為328.0百萬港元、410.6百萬港元、418.5百萬港元、180.1百萬港元及465.6百萬港元，分別佔我們總收益的5.8%、6.1%、5.9%、6.6%及19.1%。

業 務

我們於2000年推出第一代洗手液產品，並於2001年及2004年將產品升級以減輕對敏感肌膚造成刺激。於2002年，為滿足消費者的特別需要，我們推出第一代兒童洗手液，並於2008年進行升級。在進行大量研究後，我們於2019年對經典抑菌洗手液配方進行升級，並推出高級的淨享微米泡沫氨基酸洗手露。淨享微米泡沫氨基酸洗手露不單保持我們經典洗手液的清潔標準，更具有加入氨基酸成分的升級配方，並利用獲獎包裝設計吸引年輕消費者。

下表載列我們主要個人清潔護理產品的若干詳情：

主要產品	推出年度	產品單件 容量	建議零售 價格範圍 (人民幣元)	產品樣本圖
淨享微米泡沫氨基酸 洗手露	2019年	150毫升	188	
兒童洗手液 (包括兒童洗手液及 果泡多多兒童洗手液)	2002年、 2008年	225克 300克	10.9至16.8	
洗手液系列 (包括抑菌洗手液、 維生素E洗手液、 野菊花洗手液及 健康洗手液)	2000年、 2001年、 2001年、 2004年	500克 5公斤	8.9至52.9	

家居清潔護理產品

我們已開發多元化的家居清潔護理產品組合，以滿足不同使用情景下的家居清潔護理需要。我們提供五類家居清潔護理產品，包括廚房清潔劑系列、洗潔精系列、衛浴清潔劑系列、多表面清潔劑系列及消毒液系列。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，來自家居清潔護理產品的收益分別為381.6百萬港元、440.1百萬港元、453.7百萬港元、175.9百萬港元及288.9百萬港元，分別佔我們總收益的6.8%、6.5%、6.5%、6.5%及11.9%。

我們於1992年推出強力型油污剋星。此後，我們逐步開發及推出新家居清潔護理產品，使產品組合多元化。於2000年，我們開始生產消毒液產品及餐具及果蔬清潔產品。於2013年，我們推出衛諾浴室產品。最近於2019年，我們開發出天露餐具果蔬潔淨精華，其中性

業 務

溫和配方能有效去除化學物，並推出保護型油污剋星及油污剋星泡沫型，兩者為強力型油污剋星的升級產品。

下表載列我們主要家居清潔護理產品的若干詳情：

主要產品	推出年度	產品單件 容量	建議零售 價格範圍 (人民幣元)	產品樣本圖
浴室清潔系列(包括 Q廁寶、衛諾潔廁液、 衛諾潔廁寶、衛諾除黴 去漬劑)	2002年、 2013年、 2013年、 2019年	50克 500克	10.8至48	
餐具果蔬清潔系列(包括 果蔬淨、茶清天然綠茶 洗潔精及天露餐具果蔬 潔淨精華)	2001年、 2005年、 2019年	100至1,000克	9.8至48	
消毒液系列	2000年	600克 1.2公斤	7.8至380	
全屋清潔系列	1993年、 1994年、 1999年、 2004年	500克 600克 1.2公斤 2公斤	11.9至28.8	
廚房清潔劑系列(包括強力 型油污剋星、保護型油污 剋星及油污剋星泡沫型)	1992年、 2003年、 2019年	500克	14.9至63.8	

研發

研發哲學

由於我們創辦人於化學的深厚背景，自本公司經營初期，科學研發已成為我們企業基因的一部分。我們以雙線研發為重點：

產品：推出新產品滿足不斷變化的消費者喜好及提升用戶體驗；及

方法：開發並與消費者分享科學化及實用的清潔方法。

我們相信，致力進行研發至關重要，使我們能夠令產品與眾不同及維持市場地位。我們研發工作的主要目標為讓我們能向消費者提供具吸引力、適宜的產品及便捷的用戶體驗。我們相信「至繁，至簡」，意指我們在研發工作中要專注於細節，不斷追求卓越，藉以造出簡單、高雅及易於使用的產品。由於在研發上的努力，於最後實際可行日期，我們已於中國取得合共673個註冊商標、152項專利及159項版權。有關詳情，請參閱「知識產權」分節。此外，我們積極識別迅速變化的消費者喜好，並嘗試通過開發新的差異化產品以把握未滿足的消費者需求。

研發過程

我們在研發過程中採納先進的綜合產品開發管理理論。有關過程大致可分為五個主要步驟：

- 我們的研發技術中心與營銷團隊共同合作，通過進行市場研究、分析市場趨勢、技術瓶頸及／或其他因素識別潛在商機，當中已考慮從我們本身的大數據分析以及客戶服務人員與消費者之間互動中積累的資料；
- 識別機會後，我們的研發技術中心就主要技術問題進行研究，並設立技術平台作為進一步發掘潛在機會的基礎；
- 於解決適用的技術問題及相關的技術平台可供使用後，我們的研發技術中心將提出新舉措並進行可行性研究，以確定是否及如何推行該等舉措；
- 一旦管理團隊決定推行該舉措，我們的研發技術中心將領導開發新產品或解決方案；及
- 於向消費者推出新產品或解決方案前，我們的營銷部門負責預測市場反應，並與

業 務

相關部門(如採購及生產部門)作出相應規劃。我們的營銷部門亦負責制訂新產品或解決方案的營銷戰略。

研發組織架構

於2020年6月30日，我們的研發團隊由157名員工組成。我們的核心研發團隊平均擁有約九年家庭清潔護理行業的相關經驗。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，我們的研發開支分別為58.1百萬港元、55.7百萬港元、58.7百萬港元及23.8百萬港元。

我們自業務營運之初即已成立研發技術中心，中心至今已成立逾28年。於2020年6月30日，我們的研發技術中心有115名員工。研發技術中心主要負責：(i)識別相關行業的技術發展趨勢，釐定我們產品及方法的升級及開發策略；(ii)我們所有產品類別的配料及配方評估及開發，包括不同配料的有效性、安全性及環境影響評估，以及現有配料組合的維護及升級；(iii)研究及開發包裝材料及技術，包括產業設計、研究不同包裝材料的質量及對環境的影響；及(iv)制定產品的評估標準及相關的質量控制標準，對所有產品的產品質量、功能及安全性進行整體評估。

再者，我們研發技術中心內設有數個裝備了針對不同家庭清潔場景的設施的實驗室，用作產品開發及測試。例如專責洗衣產品開發的實驗室設有超過100台中國最受歡迎、由不同製造商製造的不同款式的洗衣機。該實驗室專門研究我們產品於該等洗衣機的用法，以為消費者提供最一致的洗滌結果。我們會模擬中國消費者日常生活最常發生的情境，並會考慮多項因素，如不同型號洗衣機的功能、面料、水溫及水質。此外，我們採購先進的設備(如全波段色差儀)協助評估不同種類的污漬的清潔效果及相對的解決方案。

於2015年6月，我們在廣州總部成立藍月亮洗滌研究院，專責開發及評估洗衣產品及方法。於2020年6月30日，藍月亮洗滌研究院聘用42名員工。我們藍月亮洗滌研究院的研究人員及工程師進行研究以尋求最有效的解決方案，從而解決消費者的家庭清潔護理相關問題。藍月亮洗滌研究院負責研究與洗衣活動有關的問題，為該等問題開發解決方案，並應用從消費者互動中積累的資料以改善我們的洗衣產品。例如，藍月亮洗滌研究院的工程師曾對多件衣物進行技術研究，並將當見的污漬分為三個類別，即油漬、顏色污漬及肉眼看不見的污漬。我們的工程師亦為去除有關污漬開發相應的洗衣方法，包括對付油漬的預塗去油

處理方法、對付顏色污漬的顏色污漬浸泡方法，以及對付肉眼看不見的污漬的奶漬浸泡方法。

我們已委聘若干第三方研發機構(主要為學院及大學)為我們的研發工作提供額外支援。一般而言，我們會就特定的研究項目與第三方機構訂立合約。根據相關合約，我們一般就項目向第三方機構支付定額費用。有關費用由雙方按成本加成基準釐定，並僅可用於相關合約所協定的項目。按照相關合約所共同協定，因應不同情況，研究成果的知識產權及所產生的溢利可由我們獨佔，或由我們與第三方機構共同分佔。

實例研究：消費升級及對細節專注的堅持

隨著中國經濟增長及購買力的提升，消費者越來越重視升級用戶體驗，對潔淨標準亦有更高的要求。於2015年，我們推出第一款濃縮洗衣液，即藍月亮機洗至尊濃縮+洗衣液。開發「至尊」品牌產品印證了我們在研發方面的能力及對細節專注的堅持。該等產品亦取得多個獎項，如於2017年獲得台灣設計研究院的金點設計獎。

洗衣劑

- **識別痛點：**透過消費者的反饋，我們注意到消費者發現傳統洗衣劑缺乏多項特質，如(i)迅速清潔表現及良好的用戶體驗；(ii)環保成分及節省用水及用電；及(iii)更時尚的設計及香味。
- **我們的進一步研究及實驗：**我們的研發團隊自2010年起已進行超過五年的廣泛測試及大量實驗。此外，我們亦已分析經營業務中所積累的消費者數據，以釐定消費者在產品設計及香味方面的喜好。
- **我們的結論：**根據我們廣泛的研究及實驗，我們創造出濃縮洗衣液。與傳統洗衣液產品相比，清潔表現有所提升，同時減少用水及在衣物上的殘留化學物。此外，為吸引較年輕的消費者，我們推出七種不同香味的濃縮洗衣液。我們生產七種顏色配合各款香味。根據弗若斯特沙利文報告，我們為中國首批打造不同顏色及不同香味洗衣液產品組合的公司之一。

泵嘴樽裝

為提升用戶體驗，由配方到香味及包裝，我們致力優化產品的每一個環節。「至尊」品

牌旗下產品所使用的自行開發泵頭顯示我們對細節的專注，務求盡力向用戶提供最佳的體驗。我們通過以下步驟開發泵嘴樽裝：

- **識別痛點：**基於我們的研究及消費者互動，我們了解消費者希望解決洗衣液容器的數個問題：**(i)**難以量度所需的洗衣液用量；及**(ii)**傳統洗衣液樽裝可重達三公斤，難以手持及傾倒。經過進一步研究及實驗後，我們確定泵頭最適合濃縮洗衣液。然而，多項技術問題需要解決，包括**(i)**洗衣液配方的適當濃度百分比；**(ii)**現存泵頭泵力不足；**(iii)**泵嘴使用後有液體滴落；及**(iv)**在容量下降至一定程度後難以將餘下液體泵出；
- **我們的進一步研究及實驗：**我們曾進行以下方面的研究：**(i)**中國家庭每日洗滌的洗衣液平均用量；**(ii)**中國洗衣液用戶手指的平均按壓力度；**(iii)**以實用的泵嘴樽裝設計泵出洗衣液，將餘液減至最少；及**(iv)**泵頭的最合適角度，以有效地泵出洗衣液，並同時防止滴漏；及
- **我們的結論：**基於我們的研究及實驗，我們於2015年8月開發及推出泵頭。該泵頭每一次按壓均可一致地泵出適量的洗衣液。根據我們自行進行的市場研究，有關用量的「至尊」品牌濃縮洗衣液約可清洗中國三人家庭平均的每機洗衣量。

此外，為防止使用後泵嘴滴漏，我們的泵頭設計成向上傾斜四度，使未泵出的洗衣液流回樽內，而不會從泵嘴滴漏。

此外，考慮到洗衣液容器的形狀以及正常洗衣機洗衣劑盒的高度，我們將吸管設計成傾斜150度角。有關設計可讓用戶即使在樽裝90度橫放時仍可使用泵頭，有效地將樽內最終的餘液量限制在八克以下。

客戶服務

我們作為以消費者為中心的組織，客戶服務增強了我們與消費者之間的直接互動，並可能增加客戶黏性。此外，通過我們的客戶服務，我們向消費者推廣自主開發的清潔相關知識。我們會適時為消費者提供線上及線下服務。我們的計劃是逐步擴大我們的服務範圍，重點提升消費者體驗，並建立具有強大客戶忠誠度的更大客戶基礎。有關詳情，請參閱「拓闊服務範圍，提升消費者體驗」分節。

業 務

我們主要通過線上平台及線下渠道提供兩種主要服務，即客戶支援服務及洗衣服務，以應付不同客戶於不同情景下的需要。通過我們的客戶支援服務，我們提供技術支持，並收集希望自行清潔的消費者提出的反饋及問題。我們的洗衣服務為無暇或無法自行完成艱難的洗衣工作的消費者提供其他選擇。

客戶支援服務

我們全面致力於提供優質的客戶服務，而我們相信，全面的客戶支援服務亦是我們實施知識營銷哲學的一部分。於2020年6月30日，我們擁有由2,278名全職僱員組成的團隊，致力於提供客戶服務，包括133名客戶支援員工及2,145名客戶關係管理員工。客戶支援人員通過熱線、不同電子商務平台的線上專賣店、自主研發的移動應用程序(如月亮小屋應用程序及至尊洗衣應用程序)及社交媒體平台(包括微信及微博)提供客戶支援服務。我們的客戶支援人員會回答客戶的詢問，並嘗試迅速解決彼等的問題。倘我們已有基於過往經驗的解決方案，我們的目標是於30秒內解決有關查詢。倘員工遭遇無法立即解決的新問題，則會與客戶安排回電的時間，並提供由我們研發團隊制定的潛在解決方案。有關我們研發工作的詳情，請參閱「研發」分節。此外，我們的員工亦向消費者提供清潔方法及產品的最佳使用方法，我們認為有關做法為我們贏得了消費者的信任。截至2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，我們已分別回答來自約140,000名及70,000名消費者的詢問。

洗衣服務

我們於2012年7月開始在廣州的藍月亮洗滌中心提供洗衣服務。由於我們收到消費者的正面反饋，我們升級了洗衣服務，涵蓋個性化及更為複雜的洗衣要求(包括消費者遇到的洗衣困難)。於2016年9月，我們建立了至尊洗衣應用程序，為消費者提供更便捷的洗衣解決方案。消費者可在我們的至尊洗衣應用程序上訂購我們的服務，包括(其中包括)常規洗衣、乾洗、婚紗及西裝洗滌、家用紡織品清潔及皮革處理。下達訂單後，我們將收取衣物，並將其帶回當地的藍月亮洗滌中心進行專業洗衣及相關處理。任務完成後，我們將衣物送還給客戶。

除面向零售客戶的傳統洗衣服務外，於2017年6月，我們亦與企業合作夥伴建立合作夥伴關係，為其業務營運提供洗衣服務。我們為企業合作夥伴的僱員提供更便捷的取衣選擇，且我們定期從企業合作夥伴地點的指定位置收取骯髒衣服，並將經清洗的衣服送回同一位置。對於若干企業合作夥伴，我們已建立配備僱員的現場洗衣店。於往績記錄期間，我們向約50名企業合作夥伴(主要包括媒體公司、汽車經銷商、金融公司、律師行及酒店)提供該等服務。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們提供洗衣服務所產生的收益分別為1.1百萬港元、2.3百萬港元、2.7百萬港元、1.6百萬港元及0.8百萬港元。

知識營銷

營銷理念：知識營銷

我們的營銷及推廣工作一直是我們成功的關鍵要素。我們已採用知識營銷理念。我們的目標不局限在推廣我們的產品或品牌，還尋求根據我們的研究及生產經驗向消費者傳達家庭清潔護理的知識及卓見，從而提升品牌忠誠度。

營銷團隊及渠道

我們的營銷團隊及銷售團隊共同負責設計及執行我們的營銷戰略及活動。於2020年6月30日，我們的營銷團隊共有181名員工。同日，我們的銷售團隊共有4,582名全職僱員、157名兼職僱員及458名合約工人。

我們已通過多種渠道實施知識營銷理念，包括(i)線上營銷，包括在社交媒體平台及電子商務平台上舉辦的營銷活動；(ii)線下營銷，主要通過我們在零售銷售點的清潔顧問進行；(iii)特別活動，包括我們贊助全國電視節目及不時舉辦線下主題活動；及(iv)商業廣告，包括明星代言等。

線上營銷

我們為中國家庭清潔護理行業利用線上銷售渠道的首批公司之一，而線上營銷一直是我們的戰略重點之一。我們擁有一支專責的線上營銷團隊，致力於開發各種線上平台(包括電子商務平台、社交媒體平台及移動移用程序)上的線上營銷活動。我們通過社交媒體平台進行廣告活動，向消費者提供清潔知識。此外，根據我們對線上消費者購物習慣的洞見，我們積極宣傳包含多款用品的套裝產品，作為我們營銷戰略的一部分。

我們與電子商務平台合作，並參與由該等線上平台舉行的特別銷售活動。例如，我們均會參與天貓的雙十一購物節及京東618購物節銷售活動。我們一般會參與電子商務平台舉行的銷售活動，並利用線上直播及預先錄製的視頻等線上資源說明我們的產品及清潔方法。於2019年，在雙十一購物節及京東618購物節等重要線上銷售活動中，我們品牌按交易額計算在衣物清潔品類中排名第一。我們在電子商務平台上的線上營銷活動為我們提供了與消費者進行有效互動的機會，使我們能夠收集銷售數據，並使我們能夠迅速回應消費者需求的變動。於最後實際可行日期，我們於多個電子商務平台上的全部線上專賣店的關注者超過24百萬名。

線下營銷

我們將清潔顧問分配至零售銷售點，尤其是大賣場及超市。彼等與傳統的銷售助理不

業 務

同，彼等均具備豐富的家庭清潔護理知識，可為消費者提供售前諮詢服務。同時，作為我們實施知識營銷理念的重要推動者，清潔顧問會定期回答消費者的詢問並與其互動。

特別活動

我們贊助全國認可的電視節目並組織特別活動，以提高品牌知名度、從競爭對手所提供的產品中脫穎而出以及向公眾傳授家庭清潔護理知識。

下表載列我們近期營銷及推廣活動的概要。

活動名稱	年份	說明及概要
洗衣大師	2016年	我們訓練志願者成為「洗衣大師」，並以該等志願者作主角製作宣傳視頻。
科學洗衣中國行	2015年至今， 每年舉行	我們為中國各地的消費者提供洗衣相關的知識及意見。
藍月亮節	2013年至今， 每年舉行	於臨近中秋節時，我們會舉辦一系列線上及線下活動，以提高我們的品牌知名度。

洗衣大師

於2016年12月，我們發起名為「洗衣大師」的營銷活動，並與央視合作擴大受眾群體。除有意提供與家庭清潔護理有關的教育資料外，我們亦擬將該項活動的參與者轉變為我們產品及服務的關鍵意見領袖，而不論彼等各自的地理位置及職業。我們在有關我們產品及洗衣知識的多個主題上培訓志願者，並製作宣傳視頻於央視播放。

「洗衣大師」活動的成功可由眾多觀眾、參與者的多樣性及其所獲獎項得以印證。於2017年，在舉辦「洗衣大師」活動的一年內，我們在央視播出180段視頻。參與者來自中國多個省份。於2018年，在中國廣告協會組辦的第25屆中國國際廣告節上，「洗衣大師」榮獲品牌建設類金獎。同年，在ADMEN國際大獎中，「洗衣大師」項目榮獲數碼營銷類實踐案例金獎。

科學洗衣中國行

於2015年，為幫助消費者了解日常洗衣工作背後的科學原理及解決彼等與洗衣相關的難題，我們舉辦「科學洗衣中國行」活動。主要活動及活動亮點如下：

- 「科學洗衣中國行」的主題為「拯救100萬件衣服」。我們為消費者清潔難以清洗乾淨的衣服，並向彼等傳授我們的清潔方法；
- 我們在市場、社區、工廠、辦公樓及大學等多個地點舉辦洗滌知識講座及消費者互動環節；及
- 我們利用多個媒體合作夥伴推廣該項活動，包括中國國家廣播電台及湖南衛視的熱門真人秀節目「爸爸去哪兒」。

於2020年6月30日，我們在超過800間企業及超過40個住宅社區舉辦講座。

藍月亮節

於2013年8月，我們推出名為「藍月亮節」的促銷活動，並已連續七年每年舉辦該活動。該活動一直在每年第三季度臨近中秋節（亦稱為月亮節）的日期舉行，中秋節是中國最重要的傳統節慶之一。作為藍月亮節的亮點，我們贊助央視及湖南衛視的中秋晚會。於2019年，透過有線電視收看央視中秋晚會的觀眾人數約為192百萬人。於同年，在芒果電視及騰訊視頻收看湖南衛視中秋晚會的觀眾人數超過54百萬人。

商業廣告

我們在電視頻道、廣告牌、報章及雜誌上刊登商業廣告。我們一般在中國國家媒體、有影響力的地方電視頻道以及廣受歡迎的報章及雜誌上宣傳我們的品牌及產品。此外，我們長久以來與不同界別名人成功合作，尤其是時裝及娛樂界的名人，以提升「至尊」品牌的知名度及吸引年輕一代的消費者。例如，自2017年8月起至今，國際超模劉雯一直擔任我們的品牌大使。

銷售及分銷網絡

我們擁有一個全渠道銷售及分銷網絡，包含若干線上線下銷售渠道，使消費者可按其選擇通過多個渠道與我們溝通。根據弗若斯特沙利文報告，我們為中國家庭清潔護理行業利用線上銷售渠道的首批公司之一，我們在2012年7月開始通過電子商務平台銷售產品，並於其後保持了我們在中國家庭清潔護理行業線上銷售及營銷方面的領先地位。在與主要電子商務平台的近十年合作中，我們在線上銷售方面取得了成功，並成為中國若干主要電子

業 務

商務平台的主要業務合作夥伴。此外，於2020年6月30日，我們的線下銷售及分銷網絡覆蓋中國所有省份。

我們的全渠道銷售及分銷網絡包括以下各項：

- 線上銷售，包括以下渠道：
 - (i) 銷售予電子商務平台：包括我們對天貓、京東及蘇寧等中國主要電子商務平台的銷售，及對若干新興電子商務平台的銷售，包括拼多多等社交電子商務平台、生鮮電子商務平台及企業的線上採購系統；及
 - (ii) 透過線上店舖銷售予消費者：包括(a)通過我們在各主要電子商務平台(如京東、天貓、淘寶網、蘇寧及拼多多)、社交媒體平台(如微信(透過微信小程序))及我們自行開發的移動應用程序上的線上專賣店對消費者的直接銷售；及(b)透過第三方線上店舖銷售予消費者；
- 直接銷售予大客戶：包括我們向線下大客戶(包括大賣場及超市，如大潤發、沃爾瑪、家樂福、華潤萬家及世紀聯華等)的直接銷售；及
- 線下分銷商：包括向線下分銷商的銷售，而線下分銷商將我們的產品轉售予大賣場、超市、獨立超市、便利店、地方雜貨店、加油站、小型城市住宅社區內的若干小型供應商(近年來一直是我們營銷的重點)，以及為轉售或供內部使用而作出採購的若干企業。

我們認為，採用線上及線下銷售及分銷模式乃行業規範，我們利用全渠道銷售及分銷網絡提升了營運效率，並提高了銷售額。下表載列於往績記錄期間按渠道劃分的收益貢獻明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
線上銷售渠道	1,866,516	33.1	2,718,155	40.2	3,328,158	47.2	1,561,731	57.4	1,431,570	58.8
直接銷售予大客戶	703,245	12.5	820,191	12.1	996,582	14.1	302,299	11.1	187,707	7.7
線下分銷商	3,062,272	54.4	3,229,599	47.7	2,725,165	38.7	856,320	31.5	816,591	33.5
總計	5,632,033	100.0	6,767,945	100.0	7,049,905	100.0	2,720,350	100.0	2,435,868	100.0

我們根據包括銷售經驗、聲譽、銷售網絡的廣度及質量、物流及運輸能力以及客戶關係管理在內的多個因素來甄選及定期評估我們於各地區的銷售及分銷夥伴。於最後實際可

業 務

行日期，董事、彼等的聯繫人或(據董事所知)擁有我們超過5%股本的任何其他股東概無於我們的任何銷售及分銷夥伴中擁有任何權益。

線上渠道

我們充分利用中國電子商務的快速發展，早在2012年7月便已開始在產品營銷及分銷中使用線上銷售渠道。我們直接向若干電子商務平台銷售我們的產品，我們亦透過我們於該等電子商務平台的線上專賣店及第三方線上店舖向消費者銷售我們的產品。憑藉我們與主要電子商務平台的豐富合作經驗，我們已開拓及擴展至新線上銷售渠道。我們與若干新興電子商務平台合作，如社交電子商務平台、生鮮電子商務平台及企業的線上採購系統，以進一步擴展我們於線上市場的知名度，為更廣泛的消費者基礎提供服務。此外，我們於2015年8月開始透過微信銷售我們的產品，並於2015年8月及2016年9月開發及推出專有的月亮小屋應用程序及至尊洗衣應用程序，兩款應用程序均內置有線上購物功能。

於往績記錄期間，我們很大一部分收益產生自線上銷售渠道，分別佔我們截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月總收益的33.1%、40.2%、47.2%、57.4%及58.8%。我們相信，通過線上渠道進行的銷售不僅吸引越來越精通技術且對便捷購物體驗有強烈偏好的消費者，且使我們能夠不斷增加市場份額及擴大目標客戶基礎。

下表載列於往績記錄期間按線上銷售渠道劃分的收益貢獻明細：

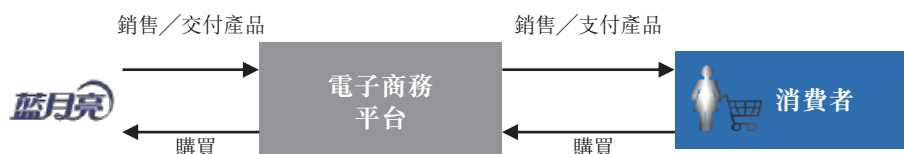
	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	收益	佔線上銷售渠道所產生總收益的%	收益	佔線上銷售渠道所產生總收益的%	收益	佔線上銷售渠道所產生總收益的%	收益	佔線上銷售渠道所產生總收益的%	收益	佔線上銷售渠道所產生總收益的%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審計)									
線上銷售渠道										
銷售予電子商務平台.....	1,479,292	79.3	1,924,890	70.8	2,166,462	65.1	1,097,896	70.3	904,279	63.2
透過以下店舖銷售予客戶：										
我們的線上專賣店....	310,425	16.6	634,177	23.3	888,765	26.7	359,241	23.0	378,449	26.4
第三方線上店舖.....	76,799	4.1	159,088	5.9	272,931	8.2	104,594	6.7	148,842	10.4
總計	1,866,516	100.0	2,718,155	100.0	3,328,158	100.0	1,561,731	100.0	1,431,570	100.0

業 務

銷售予電子商務平台

自2012年7月起，我們開始向中國的電子商務平台(包括大型電子商務平台及新興電子商務平台)銷售產品，以吸引更多線上消費者及有效地推廣我們的產品。於最後實際可行日期，該等電子商務平台及彼等的營運者絕大部分主要在中國進行電商業務。自2016年11月起，我們開始與若干電子商務平台合作，該等平台向我們購買產品再分銷予低線城市的小型線下供應商。該等關係與我們專注於我們滲透率相對較低且增長潛力較高的低線城市的戰略一致。自2019年8月起，我們開始與生鮮電子商務平台合作，以增加線上覆蓋率。於2020年6月30日，我們與79個電子商務平台建立買家及賣家關係。該等電子商務平台產生的收益於產品控制權轉移時確認。於往績記錄期間，所有該等電子商務平台均為獨立第三方，且據董事所深知，該等電子商務平台(包括彼等的董事、股東及高級管理層以及彼等各自的聯繫人)與我們之間於過往或現時均並無關係，包括僱傭、融資、家族或其他關係。

下圖說明我們向電子商務平台作出的銷售：



下表說明於往績記錄期間主要電子商務平台的收益貢獻：

編號	電子商務平台	截至12月31日止年度	
		2017年	估線上銷售 總收益的%
		(千港元)	
1.	電子商務平台A	806,140	43.2%
2.	電子商務平台B	368,400	19.7%
3.	電子商務平台C	81,600	4.4%
4.	電子商務平台D	70,790	3.8%
5.	電子商務平台E	58,460	3.1%

業 務

		截至12月31日止年度	
		2018年	
編號	電子商務平台	收益貢獻	佔線上銷售 總收益的%
		(千港元)	
1.	電子商務平台A	731,980	26.9%
2.	電子商務平台B	492,490	18.1%
3.	電子商務平台E	202,920	7.5%
4.	電子商務平台F	168,130	6.2%
5.	電子商務平台G	150,360	5.5%

		截至12月31日止年度	
		2019年	
編號	電子商務平台	收益貢獻	佔線上銷售 總收益的%
		(千港元)	
1.	電子商務平台A	822,800	24.7%
2.	電子商務平台B	645,400	19.4%
3.	電子商務平台E	193,350	5.8%
4.	電子商務平台F	191,300	5.7%
5.	電子商務平台G	189,670	5.7%

		截至6月30日止六個月	
		2020年	
編號	電子商務平台	收益貢獻	佔線上銷售 總收益的%
		(千港元)	
1.	電子商務平台A	458,100	32.0%
2.	電子商務平台B	189,100	13.2%
3.	電子商務平台E	96,780	6.8%
4.	電子商務平台G	83,760	5.9%
5.	電子商務平台H	7,190	0.5%

業 務

下表列示於往績記錄期間我們與之合作的電子商務平台的總數以及電子商務平台的變動(包括增加及終止)：

	截至12月31日止年度			截至 6月30日 止六個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
期初電子商務平台數目	19	40	55	82
新增的電子商務平台數目	21	23	35	14
已終止的電子商務平台數目 ⁽¹⁾	—	8	8	17 ⁽²⁾
期末電子商務平台數目	40	55	82	79

附註：

- (1) 有關終止主要由於有關電子商務平台未能符合我們的評估標準。我們於評估電子商務平台時會考慮多項因素，如彼等的銷售表現、聲譽、受歡迎程度及與我們的整體合作關係。終止關係的決定並不單純取決於一項或一組因素，而是根據對當時的相關事實及情況作出的綜合性評估作出。於終止有關關係後，我們會與已終止的電子商務平台結清賬戶，且一般不允許該等已終止的電子商務平台退回未售出的產品。於往績記錄期間，並無已終止的電子商務平台退回未售出的產品。

我們認為，當電子商務平台於指定年份並無貢獻任何收入，則我們與有關電子商務平台的安排將會終止。於截至2017年12月31日止年度，我們並無終止與任何電子商務平台的關係。於截至2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，我們分別與八個、八個及17個電子商務平台終止關係。於截至2017年、2018年、2019年12月31日止年度及截至2020年6月30日止六個月，已終止的電子商務平台於往績記錄期間的應佔總收益分別為91.0百萬港元、11.9百萬港元、3.7百萬港元及零。

- (2) 我們假設該等已終止的電子商務平台於截至2020年12月31日止年度餘下時間將不會向我們貢獻任何收益。

與電子商務平台所訂立協議的主要條款

我們通常與電子商務平台訂立短期商品協議。該等協議訂明包括付款方式、定價政策及交付安排在內的各項條款。我們使用各電子商務平台的標準化商品協議。於往績記錄期間，商品協議概無重大違約的情況。商品協議的主要條款概述如下：

期限：一般為一年，可按年續期。

付款及信用條款：電子商務平台一般須在產品交付後30至60日內

業 務

結清尚未支付的款項。我們或會不時滿足若干主要電子商務平台延長信貸期的要求。

- 產品交付 : 我們指定獨立第三方物流公司付運交貨。相關物流成本由我們承擔。
- 風險轉移 : 風險於彼等完成檢查及確認收到產品後轉移至電子商務平台。
- 產品退貨／換貨 : 除產品缺陷、包裝缺陷及其他特別情況外，我們通常不設產品退貨。
- 銷售目標及數量折扣 : 我們並無設定銷售目標。就若干電子商務平台而言，倘一段期間內的總購買金額超過雙方協定的金額，我們會向彼等提供協議所訂明的銷售返利(介乎總含稅淨進貨額的0.5%至6%)。
- 最低採購要求 : 我們並無設定任何最低採購要求。
- 定價政策 : 我們向電子商務平台提供建議零售價。

我們於電子商務平台銷售產品的價格由雙方按成本加成基準釐定，當中會參考多項因素，包括(但不限於)相關生產、物流及包裝成本、適用稅項，以及電子商務平台可賺取的溢利。

- 終止 : 倘並非因另一方違約而提出終止，各方可藉發出30日通知單方面終止合約。

倘我們違反協議且未有於七日內作出修正，或發生若干訂明的事件，包括營運超出業務範圍、無力償債，或其他令我們無法履行合約責任的情況，則電子商務平台可單方面終止協議。

透過線上店舖銷售予消費者

我們主要通過(i)我們在各種線上渠道(包括電子商務平台)的線上專賣店、社交媒體(如

業 務

微信(透過微信小程序))及月亮小屋應用程序及至尊洗衣應用程序；及(ii)第三方線上店舖於線上銷售予消費者。

透過我們的線上專賣店銷售予消費者

為向消費者提供順暢舒適的購物體驗、進一步提升在年輕一代中的品牌知名度以及直接與消費者接觸，我們於2012年7月在天貓開設首家線上專賣店。多年來，我們相繼在中國多個主要及新興電子商務平台(例如京東、蘇寧、拼多多、唯品會及貝店)開設若干線上專賣店。此外，我們於2015年8月開始透過微信銷售我們的產品，並於2015年8月及2016年9月開發及推出月亮小屋應用程序及至尊洗衣應用程序，兩者均已內置線上購物功能。

下圖說明我們通過線上專賣店向消費者作出的銷售：



根據《互聯網信息服務管理辦法》(「《信息服務辦法》」)及《電信業務經營許可管理辦法》(「《電信業務經營許可辦法》」)，連同《信息服務辦法》統稱《管理辦法》，經營性互聯網信息服務(包括通過互聯網向上網用戶有償提供信息或者網頁製作等服務活動)或須電信業務經營許可證。我們的線上商業活動是向消費者銷售產品，而非經營性互聯網信息服務。此外，廣東省通信管理局(據我們的中國法律顧問告知，其為主管部門)於2019年12月4日在其官方網站發佈公告，進一步澄清如企業透過其自身網站直接銷售該企業或其他方提供的產品或服務，而沒有第三方代表自身在該網站銷售產品或服務，則該企業的業務並不構成增值電信業務，因此該企業毋須取得增值電信業務經營許可證。此外，根據我們於2020年4月20日向廣東省通信管理局作出的諮詢，我們通過各第三方電子商務平台上的線上專賣店及自主開發的移動應用程序向消費者進行的銷售，並不構成《管理辦法》範圍內的經營性互聯網信息服務。因此，我們中國法律顧問認為，基於以下原因：(i)如我們在第三方電子商務平台銷售產品，該等第三方平台(而非我們)可能需要取得電信業務經營許可證；及(ii)如我們在自身開發的移動應用程序銷售產品，由於在我們自身開發的移動應用程序上並無第三方產品或服務銷售(不論是否收費)，因此我們的線上銷售活動毋須取得電信業務經營許可證。此

外，誠如中國法律顧問所告知，我們在中國的營運概不受《外商投資准入特別管理措施(負面清單)》(2020年版)所規限。

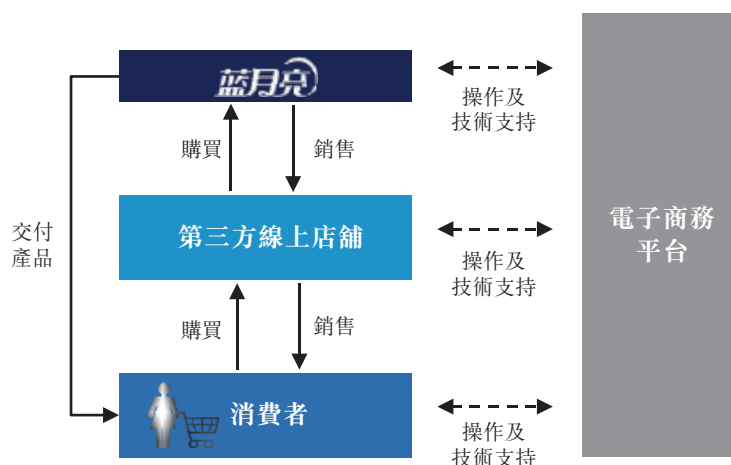
透過第三方線上店鋪銷售予消費者

自2016年8月起，我們與若干電子商務平台合作，開始透過第三方線上店鋪銷售予消費者。該等電子商務平台經營線上市場，透過第三方線上店鋪向消費者銷售與我們類似品牌的產品。該等線上店鋪通常為第三方線上供應商經營，從事消費品及其他商品的線上銷售。我們與第三方線上店鋪具有買方及賣方關係。

線上店鋪自消費者接收訂單，然後該等電子商務平台自動向我們下達匹配的訂單。於接獲線上店鋪的訂單後，我們會根據消費者透過線上店鋪下達的購買訂單，將產品直接交付予消費者，該等線上店鋪並無存貨。我們向線上店鋪提供建議零售價格，並就我們產品收取經共同協定較有關建議零售價予以折扣的價格。消費者按線上店鋪釐定的最終售價直接向電子商務平台付款。於收訖款項後，電子商務平台會向我們支付前述的協定價格，並將協定價格與最終售價的差額分配予線上店鋪。我們確認分配予我們的固定價格金額為收益。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，透過第三方線上店鋪銷售予消費者產生的收益分別為76.8百萬港元、159.1百萬港元、272.9百萬港元、104.6百萬港元及148.8百萬港元，分別佔同期收益總額的1.4%、2.4%、3.9%、3.8%及6.1%。於往績記錄期間，該等第三方線上店鋪之一旭美居家日用品店由羅先生的嫂子擁有。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，該店鋪與我們的交易金額分別為人民幣0.4百萬元、人民幣3.7百萬元、人民幣17.8百萬元及人民幣10.6百萬元。我們於2020年6月終止與該第三方線上店鋪的關係。據我們董事所深知，於往績記錄期間，除上述第三方線上店鋪外，我們所有第三方線上店鋪均為獨立第三方，且該等第三方線上店鋪的運營商(包括彼等的董事、股東及高級管理層及其各自的聯繫人)與我們之間過去或現在概無關係，包括僱傭、財務、家族或其他方面的關係。

業 務

下圖說明我們通過第三方線上店舖向消費者作出的銷售：



下表載列於往績記錄期間與我們合作的第三方線上店舖總數及第三方線上店舖變動(包括新增及終止)：

	截至12月31日止年度			截至 6月30日 止六個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
期初第三方線上店舖數目	238	329	379	448
新增的第三方線上店舖數目	217	252	218	135
非活躍的第三方線上店舖數目	126	202	149	204 ⁽¹⁾
期末第三方線上店舖數目	329	379	448	379

附註：

- (1) 我們認為，當第三方線上店舖於指定年份並無與我們進行任何交易，則我們與有關第三方線上店舖的安排將會變為非活躍。我們不會積極管理該等第三方線上店舖網絡。截至2020年6月30日止六個月，由於有關第三方在該六個月期間內未與我們進行任何交易，因此產生更多非活躍的第三方線上店舖。上表中的該等數字僅供說明目的，並不表示該等非活躍的第三方線上店舖於截至2020年12月31日止年度剩餘時間內將不會與我們進行任何交易。

與第三方線上店舖訂立的主要規則

根據此交易模式，第三方線上店舖與我們須受電子商務平台載列的規則及指引所規限，主要規則載列如下：

期限：未訂明。

付款期限：電子商務平台向我們支付協定價格，同時向線上店舖支付協定價格與最終售價的差額。

業 務

- 產品交付 : 我們根據第三方線上店舖的指示指派作為獨立第三方的物流公司交付產品至消費者。物流成本將由我們或相關消費者承擔，這視乎我們與相關第三方線上店舖的商業安排而定。
- 風險轉移 : 不適用。第三方線上店舖不接受任何存貨。
- 產品退回／換貨 : 由於第三方線上店舖不接受任何存貨，故其不會退貨。根據電子商務平台制定的規則，我們准許消費者在電子商務平台釐定的若干時期內退回產品。
- 倘若消費者因產品瑕疵或假冒產品或因虛假或誤導性產品說明而提出退回產品並提供充分證據，則電子商務平台將向相關消費者退款。該等款項將從該消費者向電子商務平台支付的款項中扣除。
- 銷售目標及數量折扣 : 未訂明。
- 最低購買規定 : 未訂明。
- 定價條款 : 我們向線上店舖提供建議零售價。
- 終止 : 各方可根據協商自願終止與對手方的關係。
- 電子商務平台追蹤第三方線上店舖與我們的整體表現，包括任何不遵守電子商務平台規則及指引的情況，同時有權終止與任何表現不佳一方的關係。
- 糾紛解決 : 一般而言，倘若來自電子商務平台的交易出現任何糾紛，則各方均可請求電子商務平台調解。

直接銷售予大客戶

我們在中國與若干直銷大客戶（「直銷大客戶」）合作，包括大賣場及超市（如大潤發、歐尚、家樂福、華潤萬家及世紀聯華等）。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們有一個由11名、13名、14名及15名直銷大客戶組成的網絡。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，來自直銷大客戶的收益分別為703.2百萬港元、820.2百萬港元、996.6百萬港元、302.3百萬港元及187.7百萬港元，分別佔我們總收益的12.5%、12.1%、14.1%、11.1%及7.7%。來自該等直銷大客戶的收益於產

業 務

品控制權轉移時確認。我們與直銷大客戶為賣家與買家的關係，對我們售予彼等的產品並無保留擁有權。

於往績記錄期間，我們與直銷大客戶維持良好的合作關係，故我們的直銷大客戶總數相對穩定。我們根據若干因素挑選各地區的直銷大客戶及定期對其進行評估，包括彼等的業務規模、零售分店數目、網絡覆蓋及彼等的聲譽。於往績記錄期間，我們所有直銷大客戶均為獨立第三方。於最後實際可行日期，董事、彼等的聯繫人或據董事所知擁有我們股本5%以上的任何其他股東概無於任何直銷大客戶中擁有任何權益。

與直銷大客戶所訂立協議的主要條款

我們通常每年或每兩年與直銷大客戶訂立商品協議。該等協議訂明包括付款方式、定價政策及交付安排在內的各项條款。於往績記錄期間，我們並無經歷任何直銷大客戶重大違約的情況。下表列示商品協議的主要條款：

期限	:	一般為一至兩年(可予續期)。
付款及信貸期	:	我們於向直銷大客戶交付相關產品後向直銷大客戶發出發票。直銷大客戶須於30至60日內結清尚未支付的款項。我們或會不時滿足若干主要直銷大客戶延長信貸期的要求。
產品交付	:	一般而言，我們安排由第三方物流公司提供交付服務，並承擔相關成本。
風險轉移	:	風險於直銷大客戶確認收到有關產品後轉移至彼等。
產品退貨／換貨	:	於往績記錄期間，除不可退貨或換貨的產品(例如處於無法轉售狀態的產品)外，我們無條件准許若干直銷大客戶產品退貨。該等直銷大客戶為跨國連鎖大賣場或中國領先連鎖大賣場。於最後實際可行日期，根據相關協議，僅有一名直銷大客戶受無條件產品退貨權規限。出於商業考慮(譬如彼等的領先地位及廣泛網絡使我們可接觸海量及更廣大的消費群)，我們同意該等直銷大客戶的無條件產品退貨條款。我們可能面臨與無條件產品退貨有關的風險，詳情請參

業 務

閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們的銷售及分銷夥伴可能積存過多或陳舊存貨，而過量積存存貨可能對我們分銷商日後的訂單量造成影響」一節。

至於不享有無條件退貨或換貨的其他直銷大客戶，彼等可在若干情況下作出退貨或換貨，如產品出現瑕疵、包裝欠佳、損毀、不符合交貨規格、交貨數量與採購訂單不一致或產品滯銷。該等直銷大客戶可選擇接納購買折扣代替退貨或換貨。

- 銷售目標及數量折扣 : 我們並無為直銷大客戶設定銷售目標。
- 於往績記錄期間，就若干直銷大客戶而言，倘一段期間內的總購買金額超過雙方協定的金額，我們會相應向彼等提供商品協議所訂明的銷售返利，返利介乎總購買金額的2%至15%（15%的返利僅向一名直銷大客戶提供及12%的返利僅向另外一名直銷大客戶提供，而其他相關直銷大客戶享有介乎2%至7.5%的返利）。
- 最低採購要求 : 我們並無為直銷大客戶設定任何最低採購要求。
- 定價政策 : 我們向直銷大客戶提供建議零售價。產品價格由雙方釐定，當中會參考（其中包括）生產、物流及包裝成本、適用稅項，以及直銷大客戶可賺取的溢利。
- 終止 : 倘並非因另一方違約而提出終止，各方可藉發出30日通知單方面終止協議。
- 倘：(i) 另一方因不可抗力事件而連續兩個月以上未有履行其合約責任；(ii) 另一方破產、無力償債或無法償還其債務；或(iii) 政府機關或部門的決定或裁定令協議無法執行，則一方可毋須發出通知單方面終止協議。

線下分銷商

我們倚賴有效的銷售網絡，通過與遍佈中國所有省份的線下分銷商合作，向消費者交付產品。我們的線下分銷商將我們的產品轉售予大賣場、超市、便利店及加油站(例如7-11、中石油加油站、中石化加油站)以及住宅社區的若干小型供應商，尤其是中國低線城市的小型供應商。於最後實際可行日期，我們絕大部分線下分銷商主要於中國從事消費品分銷業務。

於2020年6月30日，我們已將我們的產品銷售至1,403家線下分銷商，覆蓋中國所有省份，使我們能於相對較短的時間內提高市場份額及向市場推出新產品。我們與所有線下分銷商訂立買方及賣方關係。我們的線下分銷商主要從事消費品分銷業務。我們在選擇分銷商時會考慮多項因素，其中包括彼等在相關行業中的品牌及聲譽、彼等的整體業務管理及財務表現、彼等的往績記錄以及彼等的倉儲及物流能力等。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的線下分銷商產生的收益分別為3,062.3百萬港元、3,229.6百萬港元、2,725.2百萬港元、856.3百萬港元及816.6百萬港元，分別佔我們收益總額的54.4%、47.7%、38.7%、31.5%及33.5%。來自該等線下分銷商的收益於產品控制權轉移時確認。下表說明我們於往績記錄期間的線下分銷商及彼等各自按營運規模劃分的收益貢獻的詳情：

截至6月30日止期間

截至12月31日止年度

註冊資本 ⁽¹⁾ (人民幣元)	2017年			2018年			2019年			2020年		
	線下 分銷商數目	收益貢獻 (人民幣千元)	佔總 收益的%	線下 分銷商數目	收益貢獻 (人民幣千元)	佔總 收益的%	線下 分銷商數目	收益貢獻 (人民幣千元)	佔總 收益的%	線下 分銷商數目	收益貢獻 (人民幣千元)	佔總 收益的%
超過五百萬	91	580,909	11.9%	116	709,046	12.2%	113	601,431	9.6%	120	113,259	5.1%
一百萬至五百萬	332	913,781	18.7%	381	1,003,878	17.3%	388	858,860	13.8%	425	264,509	12.0%
一百萬以下 ⁽²⁾	752	1,048,616	21.5%	809	950,830	16.4%	766	833,900	13.4%	858	313,519	14.2%
線下分銷商小計 ⁽⁵⁾	1,175⁽³⁾	2,543,306⁽⁴⁾	52.1%	1,306⁽³⁾	2,663,754⁽⁴⁾	45.9%	1,267⁽³⁾	2,294,191⁽⁴⁾	36.8%	1,403⁽³⁾	691,287⁽⁴⁾	31.3%

附註：

- (1) 註冊資本資料乃來自於2020年6月30日的公開資料來源。
- (2) 此類別亦包括非法人實體，而我們無法於2020年6月30日的公開資料來源確定彼等的註冊資本資料。
- (3) 上表所載的期內線下分銷商數目指於該期間末的線下分銷商數目，不包括於該期間內不再為線下分銷商的分銷商（「已終止分銷商」）。
- (4) 由於上表所載的期內線下分銷商數目並不包括已終止分銷商，故上表所載於該期間來自線下分銷商的收益貢獻總額不包括於該期間內來自任何已終止分銷商的任何收益貢獻。由於我們的月亮小屋業務並無涉及任何線下分銷商，故上表所載於該期間來自線下分銷商的收益貢獻總額亦不包括於該期間內來自月亮小屋業務的任何收益貢獻。相反，同期來自線下分銷商的收益貢獻總額（如「業務一銷售及分銷網絡」一節於往績記錄期間按渠道劃分的收益貢獻明細（「按渠道劃分的收益貢獻明細」）所載）包括：(i)於該期間內來自已終止分銷商的收益貢獻；及(ii)於該期間內來自月亮小屋業務的收益貢獻。基於上文所述，上表所載期內來自線下分銷商的收益貢獻總額低於按渠道劃分的收益貢獻明細所載於該期間來自線下分銷商的收益貢獻總額。我們的月亮小屋業務包括對企業的線下直銷（供內部使用）、對消費者的線下直銷、宣傳家庭清潔知識及線下推廣活動（如社區團購）。於往績記錄期間來自月亮小屋業務的收益貢獻於截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月分別佔我們總收益的1.3%、0.7%、1.1%及5.0%。截至2020年6月30日止六個月來自月亮小屋業務的收益貢獻比例增加，主要由於(i)新型冠狀病毒爆發導致衛生意識增強，我們向企業銷售更多個人清潔護理產品及家居清潔護理產品供內部使用；及(ii)總收益減少乃由於新型冠狀病毒疫情的負面影響。就按渠道劃分的收益貢獻明細而言，於往績記錄期間來自月亮小屋業務的收益貢獻與於往績記錄期間來自線下分銷商的收益貢獻合併計算。

(5) 下表說明線下分銷商收益貢獻小計與線下分銷商渠道收益貢獻的對賬。

	截至12月31日止年度		截至6月30日止
	2017年	2018年	2020年
線下分銷商小計	2,543,306	2,663,754	691,287
加：		(人民幣千元)	
來自月亮小屋業務的收益	62,506	40,501	110,450
來自已終止的線下分銷商的收益	32,880	50,130	(1,230)
其他調整 ⁽¹⁾	14,463	10,446	(61,912)
匯率	2,653,155	2,764,831	738,595
	1,1542	1,1681	1,1056
總計(千港元)	3,062,272	3,229,599	816,591

附註：

(1) 於往績記錄期間的其他調整主要指計提或撥回銷售返利以及產品退貨撥備。

下表說明於往績記錄期間我們的線下分銷商及彼等各自按地域範圍劃分的收益貢獻的詳情：

地域範圍 ⁽¹⁾	截至12月31日止年度				截至6月30日止期間				
	2017年		2018年		2019年		2020年		
	線下分銷商數目	收益貢獻 (人民幣千元)	佔總收益的%	線下分銷商數目	收益貢獻 (人民幣千元)	佔總收益的%	線下分銷商數目	收益貢獻 (人民幣千元)	佔總收益的%
華北地區	108	245,539	5.0%	126	260,284	4.5%	140	56,748	2.5%
中國東北部	98	160,609	3.3%	94	164,473	2.9%	102	40,249	1.7%
華東地區	357	806,183	16.5%	396	919,972	16.0%	408	213,324	9.2%
華中地區	238	346,041	7.0%	260	362,014	6.0%	283	93,585	4.0%
華南地區	114	398,983	8.2%	128	382,682	6.6%	124	112,128	4.8%
中國西南部	177	475,117	9.8%	209	451,046	7.8%	233	136,422	7.4%
中國西北部	83	110,834	2.3%	93	123,283	2.1%	113	38,831	1.7%
線下分銷商小計 ⁽⁶⁾	1,175 ⁽²⁾	2,543,306 ⁽³⁾	52.1%	1,306 ⁽²⁾	2,663,754 ⁽³⁾	45.9%	1,267 ⁽²⁾	2,294,191 ⁽³⁾	36.8%

附註：

- 華北地區包括北京、天津、河北、山西及內蒙古中部(呼和浩特、包頭市及烏蘭察布市)。中國東北部包括黑龍江、吉林、遼寧及內蒙古東部(呼倫貝爾市、興安盟、通遼市、赤市峰、錫林郭勒盟)。華東地區包括上海、江蘇、浙江、安徽、江西、山東、福建及台灣。華中地區包括河南、河北及湖南。華南地區包括廣東、廣西、海南、香港及澳門。中國西南部包括重慶、四川、貴州、雲南及西藏。中國西北部包括陝西、甘肅、青海、寧夏、新疆及內蒙古東部(阿拉善盟、巴彥淖爾、烏海市及鄂爾多斯市)。
- 上表所載的期內線下分銷商數目指於該期間末的線下分銷商數目，不包括於該期間內不再為線下分銷商的分銷商(「已終分銷商」)。
- 由於上表所載的期內線下分銷商數目並不包括已終分銷商，故上表所載於該期間來自線下分銷商的收益貢獻總額不包括於該期間內來自任何已終分銷商的任何收益貢獻。由於我們的月亮小屋業務並無涉及任何線下分銷商，故上表所載於該期間來自線下分銷商的收益貢獻總額亦不包括於該期間內來自月亮小屋業務的任何收益貢獻。相反，同期來自線下分銷商的收益貢獻總額(如「業務一銷售及分銷網絡」一節於往績記錄期間按渠道劃分的收益貢獻明細(「按渠道劃分的收益貢獻明細」)所載)包括：(i)於該期間內來自已終分銷商的收益貢獻；及(ii)於該期間內來自月亮小屋業務的收益貢獻。

業 務

獻。基於前文所述，上表所載期內來自線下分銷商的收益貢獻總額低於按渠道劃分的收益貢獻明細所載於該期間來自線下分銷商的收益貢獻總額。我們的月亮小屋業務包括對企業的線下直銷(供內部使用)、對消費者的線下直銷、宣傳家庭清潔知識及線下推廣活動(如社區團購)。於往績記錄期間來自月亮小屋業務的收益貢獻於截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月分別僅佔我們總收益的1.3%、0.7%、1.1%及5.0%。截至2020年6月30日止六個月來自月亮小屋業務的收益貢獻比例增加，主要由於(i)新型冠狀病毒爆發導致衛生意識增強，我們向企業銷售更多個人清潔護理產品及家居清潔護理產品供內部使用；及(ii)總收益減少乃由於新型冠狀病毒疫情的負面影響。就按渠道劃分的收益貢獻明細而言，於往績記錄期間來自月亮小屋業務的收益貢獻與於往績記錄期間來自線下分銷商的收益貢獻合併計算。

(4) 下表說明線下分銷商收益貢獻小計與線下分銷商渠道收益貢獻的對賬。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止 期間	
	2017年	2018年	2019年	2020年	2020年
線下分銷商小計	2,543,306	2,663,754	2,294,191	691,287	
加：		(人民幣千元)			
來自月亮小屋業務的收益	62,506	40,501	67,830	110,450	
來自已終止的線下分銷商的收益	32,880	50,130	55,570	(1,230)	
其他調整 ⁽¹⁾	14,463	10,446	(3,377)	(61,912)	
匯率	2,653,155	2,764,831	2,414,214	738,595	
	1,1542	1,1681	1,1288	1,1056	
總計(千港元)	3,062,272	3,229,599	2,725,165	816,591	

附註：

(1) 於往績記錄期間的其他調整主要指計提或撥回銷售返利以及產品退貨撥備。

業 務

於往績記錄期間，我們與我們的主要線下分銷商保持良好的業務關係。下表列示於往績記錄期間我們線下分銷商的總數以及分銷商的變動（包括增加及終止）：

	截至12月31日止年度			截至 6月30日 止六個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
	1,265	1,175	1,306	1,267
期初線下分銷商數目	1,265	1,175	1,306	1,267
新增的線下分銷商數目	225	390	315	247
已終止的線下分銷商數目	315	259	354	111
期末線下分銷商數目	<u>1,175</u>	<u>1,306</u>	<u>1,267⁽¹⁾</u>	<u>1,403</u>

附註：

- (1) 2019年線下分銷商總數減少乃由於該年被終止的線下分銷商數目多於新委聘的線下分銷商數目。有關做法與我們於往績記錄期間通過選擇性地與新線下分銷商合作並與表現欠佳的線下分銷商終止關係以優化線下分銷商網絡的工作一致。我們評估線下分銷商的表現時會考慮多項因素，如彼等的銷售表現、聲譽、受歡迎程度及與我們的整體合作關係。終止關係的決定並不單純取決於一項或一組因素，而是根據對當時的相關事實及情況作出的綜合性評估作出。

於往績記錄期間，我們所有線下分銷商均為獨立第三方且彼等並無就其業務運營使用我們的品牌。據董事所深知，於往績記錄期間，線下分銷商（包括彼等的董事、股東及高級管理層以及彼等各自的聯繫人）與我們之間並無僱傭、融資、家族或任何其他關係。我們於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止六個月分別與315家、259家、354家及111家線下分銷商終止分銷商關係，主要基於彼等的銷售表現。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，已終止的線下分銷商應佔收益分別為38.0百萬港元、59.6百萬港元、60.0百萬港元及0.5百萬港元。截至2020年6月30日止六個月，已終止的線下分銷商所帶來的相對小額收益乃主要由於新型冠狀病毒疫情令至尊品牌產品出現退貨。有關詳情，請參閱「風險因素—我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化」一節。於終止有關關係後，我們會與已終止的線下分銷商結清賬款，且一般不允許該等已終止的線下分銷商退回未售出的產品。我們於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止六個月分別聘用225家、390家、315家及247家新線下分銷商。

業 務

於往績記錄期間，我們尋求方法優化我們的線下分銷商網絡，主要方法為終止表現不佳的線下分銷商及委聘新線下分銷商。我們擬採取以下措施進一步優化我們的線下分銷商網絡：

- (i) 我們計劃通過委聘我們尚未覆蓋的城市及地區(尤其是低線城市、縣及地區)的本地線下分銷商，擴大我們的地理覆蓋範圍；
- (ii) 我們擬為當地市場消費者提供更合適的產品；
- (iii) 我們矢志根據自身的專業來管理我們的線下分銷商，並更有效地利用彼等的資源來提高銷售表現，從而建立互利關係；
- (iv) 我們擬加強與專門與區域性超市、藥房、雜貨店、加油站及其他零售形式合作的線下分銷商的合作；及
- (v) 我們計劃向線下分銷商提供營銷支持。

與線下分銷商所訂立協議的主要條款

我們與若干線下分銷商訂立畫面的標準化分銷框架協議。該協議列明多項條款，包括付款方式、定價政策及交付安排。我們已實現銷售過程數字化且我們使用自有的線上系統，在該系統內所有線下分銷商均可直接在線下達採購訂單並結算款項。一般而言，在允許線下分銷商使用該線上系統前，我們會告知彼等我們的標準化分銷框架協議中所載的主要條款。待線下分銷商確認及同意我們的主要條款後，我們將為該線下分銷商提供賬號並保留終止彼等使用系統的權利。根據弗若斯特沙利文報告，有關做法在中國相關行業並不罕見。我們的標準化分銷框架協議的主要條款包括：

期限：一般為期一年，可按年續期。

付款及信貸期：線下分銷商應在我們安排裝運之前足額付款。

我們一般不向線下分銷商提供信貸期。因應不同情況，我們可能會於特別情況下(如彼等於年底為新年銷售活動(線下分銷商藉此與其客戶舉辦促銷活動)作出規劃以在中國春節帶來的持續上升消費需求中抓緊商機)向若干具信譽的線下分銷商提供信貸期。

產品交付：我們安排由獨立第三方物流公司提供交付服務，並承擔相關成本。

風險轉移：倘由一間第三方物流公司交付產品，風險於產品裝上該物流公司的車輛時轉移至線下分銷商。

業 務

- 產品退貨／換貨
- ： 我們一般只會考慮因產品瑕疵或包裝瑕疵而提出的退貨申請。至於滯銷產品方面，我們原則上不允許退貨。然而，我們將按具體情況考慮滯銷產品的退貨要求。這一般僅適用於線下分銷商因應即將舉行的新年銷售活動（線下分銷商藉此與其客戶舉辦促銷活動）而備貨，但其後未能於原購買日期起最少一個季度售清所購入的產品。我們僅接納退回處於可再銷售狀況的產品。此外，即使我們不為產品退貨設定特定限制，我們可全權酌情決定是否接納有關退貨要求。
- 銷售目標及數量折扣
- ： 我們一般不會為線下分銷商設定銷售目標。
- 就若干線下分銷商而言，倘一段期間內的總購買金額超過雙方協定的金額，我們會向彼等提供產品銷售協議所訂明的銷售返利（介乎總購買金額的1%至2%）。
- 最低採購要求
- ： 一般而言，我們並無為線下分銷商設定任何最低採購要求。
- 定價政策
- ： 我們向線下分銷商提供建議零售價。
- 終止
- ： 倘並非因另一方違約而提出終止，各方可藉發出30日通知單方面終止協議。
- 倘若因一方違約而提出終止，則另一方可單方面終止協議。
- 倘線下分銷商所同意的條件未能達成，則我們可終止協議。

次級分銷商

我們若干線下分銷商於個別無法直接覆蓋的地區委聘次級分銷商。據董事所深知，於最後實際可行日期，絕大部分次級分銷商主要在中國從事消費品分銷業務。除下文披露者外，我們通常與次級分銷商並無直接合約關係。我們的線下分銷商有權選擇彼等的次級分銷商並直接與其磋商交易條款。於最後實際可行日期，據董事所深知，所有次級分銷商均為獨立第三方。

業 務

一般而言，我們的線下分銷商負責管理其次級分銷商，包括確保次級分銷商的營運符合我們的整體銷售及分銷策略。我們亦採取若干措施提升次級分銷商管理，包括安排我們的銷售及營銷人員不時拜訪次級分銷商及銷售點、與彼等進行溝通，以及向次級分銷商收集反饋及資料。如我們發現次級分銷商有任何違規或不當行為，我們將相應地通知相關線下分銷商及次級分銷商，並要求彼等採取糾正及改進措施。如未及時糾正或改進有關不合規或不當行為，我們可能會終止與相關線下分銷商的業務關係。

自2019年10月起，我們與若干線下分銷商及次級分銷商訂立短期三方返利協議，尋求對銷售及分銷網絡加強管理與監督。我們就所有該等安排使用標準化三方返利協議。根據該協議，我們的線下分銷商向銷售表現在按月及／或按季期內超出協議所載協定數量的次級分銷商提供返利。返利金額乃根據次級分銷商採購數量的固定百分比計算。線下分銷商會定期向我們報告次級分銷商的採購數量。我們會在每個季度末起計一個月內抵銷線下分銷商於上季度向次級分銷商提供的所有返利金額，以使相關線下分銷商就向我們購買的產品收到相同的返利金額。於往績記錄期間，我們已與約500家次級分銷商訂立三方返利協議。根據線下分銷商報告的資料，於截至2019年12月31日止年度及截至2020年6月30日止六個月，我們的線下分銷商所報告歸屬次級分銷商的總收益微不足道。因此，我們決定由2020年第三季度起終止此項安排，並將資源集中於管理我們的線下分銷商。

銷售及分銷網絡管理

我們廣泛的銷售及分銷網絡由銷售團隊管理。有關我們銷售團隊的詳情，請參閱「營銷團隊及渠道」分節。為盡量降低自相蠶食的風險，我們已就我們的銷售及分銷網絡採取下列措施：(i)我們向電子商務平台、直銷大客戶及線下分銷商提供建議零售價，旨在確保不同渠道的價格一致；及(ii)我們在選擇線下分銷商時會考慮彼等各自的地理覆蓋範圍，以避免同一區域內分銷商之間的潛在競爭。具體而言，對於我們向電子商務平台作出的銷售及通過自身的專賣店向消費者作出的銷售，我們已實施多項內部控制措施及管理措施以避免自相蠶食，這是由於我們多家線上專賣店營運所在的若干電子商務平台亦是我們的客戶。相關措施包括(i)對同一產品採用相同的建議價格；(ii)向電子商務平台及線上專賣店提供包含多款用品的不同套裝產品；(iii)為電子商務平台及線上專賣店的促銷活動之間設置冷靜期；及(iv)為電子商務平台及線上專賣店的促銷活動設計不同的主題。

我們已採納若干措施防止渠道填塞，主要包括(i)我們的銷售人員向客戶提供適合彼等顧客的產品種類，以盡量減少未能售出的產品；及(ii)我們定期進行存貨盤點及審閱客戶提交的銷售報告，以對彼等的銷售表現獲得整體了解，以及提供相應的營銷意見，從而幫助

業 務

彼等避免出現存貨過多的情況。我們通常每一、二或三個月為客戶進行存貨盤點並估計整體的未售存貨水平，視乎各客戶存貨管理能力及存貨規模而定。

我們根據銷售及營銷團隊收集的市場情報不斷尋求優化我們的銷售策略以適應瞬息萬變的市場動態。我們根據銷售策略相應地制定銷售及分銷網絡指引。

我們收集及分析線上渠道的銷售表現數據，並通過CRM系統所生成的報告監控有關表現。該等報告載有存貨水平、銷量、銷售趨勢及銷售額與歷史統計數據的比較等資料。我們的銷售及營銷團隊定期分析相關資料以使我們了解最新情況，並於必要時調整我們的線上銷售及營銷策略。

此外，我們的銷售人員會對線下分銷商及銷售點進行定期檢查，以監控彼等的銷售、存儲條件、質量控制及存貨水平。我們通過該等活動監察我們的線下分銷商是否遵守其分銷協議的條款及條件。倘我們發現不合規事宜，則我們會以書面通知相關線下分銷商，並要求該等線下分銷商在指定時限內停止不合規活動。倘相關線下分銷商未按照通知糾正不合規活動，則我們可選擇終止關係。我們的線下分銷商亦須對違反其分銷協議的行為負責，且我們要求彼等就相關違約行為向我們提供彌償。倘線下分銷商違反分銷協議中列明的規定，則我們可終止對彼等的委任。

定價政策

我們根據多種因素為我們的產品定價，包括特定產品的市場定位、供應及需求、生產成本以及競爭品牌產品的價格。我們定期進行深入的市場研究，以與競爭對手更有效地競爭。我們採用集中價格管理系統，據此我們的財務部及市場部管理不同銷售及分銷渠道的價格。我們就所有銷售渠道中的特定產品提供相若的建議零售價，以促進我們銷售網絡的標準化及穩定性。我們的銷售人員定期監控我們零售銷售點所銷售的產品價格，以檢討及評估我們的定價。我們評估已收集的資料，並與涉及銷售及分銷網絡的各方進行討論，且於必要時會更新我們的定價及銷售政策。

付款條款及信貸控制

有關付款條款的詳情，請參閱「與電子商務平台所訂立協議的主要條款」、「與直銷大客戶所訂立協議的主要條款」及「與線下分銷商所訂立協議的主要條款」各分節。

我們的財務及銷售部門對未收回應收款項結餘進行定期對賬並考慮是否須計提壞賬撥備。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貿易應收款項減值撥備金額分

別為16.1百萬港元、9.9百萬港元、11.8百萬港元及18.2百萬港元。有關我們貿易應收款項及應收票據賬齡分析及存貨周轉天數的詳情，請參閱「財務資料 — 經選定資產負債表項目之說明」一節。

銷售退貨政策

我們通常僅允許向我們退回瑕疵產品。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，所退回產品的價值(就銷售成本而言)分別佔我們同期總收益的0.3%、0.8%、0.4%及1.6%。截至2020年6月30日止六個月的大部分產品退貨與新型冠狀病毒疫情相關。有關詳情，請參閱「風險因素 — 我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化。」一節。我們於往績記錄期間並無就產品保養作出任何撥備。在若干情況下，我們或會允許向我們退回未售出的產品。例如若干電子商務平台有權在下列情況下退換產品：(i)當存貨周轉天數高於合同所訂的若干時段，或電子商務平台無法於90天內銷售有關產品，且產品處於可轉售狀況時；或(ii)當電子商務平台委聘的小型線下供應商不能在合同所訂明的時段銷售我們的產品時。我們認為，我們的銷售退貨政策與中國相關行業慣例一致。此外，我們允許若干直銷大客戶作產品退貨。詳情請參閱「與電子商務平台所訂立協議的主要條款」及「與線下分銷商所訂立協議的主要條款」各分節。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾經歷任何重大產品召回，亦無：(i)遭受政府機構或其他監管機構施加任何重大罰款、重大負面調查、強制性產品召回令、重大產品責任風險或其他處罰；(ii)面臨消費者要求大量退回產品或消費者就我們產品的質量提出的重大投訴；或(iii)受任何質量控制系統故障事故影響，以致對我們的業務營運或聲譽造成重大不利影響。我們的客戶服務中心根據相關程序處理消費者投訴。於處理消費者投訴時，我們承諾及時與消費者溝通及聯絡。於往績記錄期間，我們並無收到消費者就產品質量作出的任何重大投訴。

於2018年及2019年，我們將銷售人員派駐線下大賣場，以協助消費者對至尊品牌濃縮洗衣液有更佳的了解。然而，新型冠狀病毒爆發對我們2020年第一季度進行有關活動的能力造成重大影響。因此，至尊品牌濃縮洗衣液的銷量下降，且據我們所深知，我們於截至2020年6月30日止六個月產生與我們綜合全面收入表相關的銷售退貨約149.8百萬港元。詳情請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化。」一節。

客戶

我們的客戶一般為分銷商及直銷客戶，包括電子商務平台、大賣場及超市等大客戶及線下分銷商。有關我們客戶的詳情，請參閱「銷售及分銷網絡」分節。

業 務

五大客戶

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，來自五大客戶的收益總額分別為1,841.1百萬港元、2,176.8百萬港元、2,550.6百萬港元及981.6百萬港元，分別佔我們收益總額的32.7%、32.2%、36.2%及40.3%。於同期，來自最大客戶的收益分別為904.9百萬港元、900.1百萬港元、1,014.1百萬港元及554.9百萬港元，分別佔16.1%、13.3%、14.4%及22.8%。於最後實際可行日期，董事、彼等的聯繫人或據董事所知擁有我們股本5%以上的任何其他股東概無於我們的任何五大客戶中擁有任何權益。下表載列我們於往績記錄期間內的五大客戶詳情：

截至2017年12月31日止年度						
編號	客戶	背景	出售產品	客戶		與我們開展業務關係的年份
				應佔我們的收益金額	佔我們總收益的%	
				(千港元)		
1.	客戶A	一家在中國經營領先電子商務平台的電子商務公司，其證券於納斯達克及聯交所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	904,884	16.1%	2012年
2.	客戶B	一家在中國經營領先電子商務平台的電子商務公司，其證券於紐約證券交易所及聯交所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	383,880	6.8%	2015年
3.	客戶C	一家經營連鎖大賣場的跨國零售公司，其證券於紐約證券交易所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	307,190	5.5%	2009年
4.	客戶D	一家經營連鎖大賣場的跨國零售公司。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	172,247	3.1%	2016年
5.	客戶E	一家在中國經營連鎖大賣場的零售公司。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	72,888	1.2%	2013年

業 務

截至2018年12月31日止年度

編號	客戶	背景	出售產品	客戶		與我們開展業務關係的年份
				應佔我們的收益金額	佔我們總收益的%	
1.	客戶A	一家在中國經營領先電子商務平台的電子商務公司，其證券於納斯達克及聯交所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	900,111	13.3%	2012年
2.	客戶B	一家在中國經營領先電子商務平台的電子商務公司，其證券於紐約證券交易所及聯交所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	642,857	9.5%	2015年
3.	客戶D	一家經營連鎖大賣場的跨國零售公司。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	236,363	3.5%	2016年
4.	客戶F	一家在中國經營連鎖店舖及領先電子商務平台的零售公司，其證券於深圳證券交易所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	206,163	3.0%	2013年
5.	客戶C	一家經營連鎖大賣場的跨國零售公司，其證券於紐約證券交易所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	191,343	2.9%	2009年

業 務

截至2019年12月31日止年度

編號	客戶	背景	出售產品	客戶 應佔我們的 收益金額 (千港元)	佔我們 總收益的%	與我們 開展業務 關係的年份
1.	客戶A	一家在中國經營領先電子商務平台的電子商務公司，其證券於納斯達克及聯交所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	1,014,095	14.4%	2012年
2.	客戶B	一家在中國經營領先電子商務平台的電子商務公司，其證券於紐約證券交易所及聯交所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	961,014	13.6%	2015年
3.	客戶F	一家在中國經營連鎖店舖及領先電子商務平台的零售公司，其證券於深圳證券交易所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	196,827	2.8%	2013年
4.	客戶C	一家經營連鎖大賣場的跨國零售公司，其證券於紐約證券交易所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	195,320	2.8%	2009年
5.	客戶D	一家經營連鎖大賣場的跨國零售公司。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	183,346	2.6%	2016年

業 務

截至2020年6月30日止期間

編號	客戶	背景	出售產品	客戶 應佔我們的 收益金額 (千港元)	佔我們 總收益的%	與我們 開展業務 關係的年份
1.	客戶A	一家在中國經營領先電子商務平台的電子商務公司，其證券於納斯達克及聯交所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	554,913	22.8%	2012年
2.	客戶B	一家在中國經營領先電子商務平台的電子商務公司，其證券於紐約證券交易所及聯交所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	315,435	12.9%	2015年
3.	客戶E	一家在中國經營連鎖大賣場的零售公司。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	42,303	1.8%	2013年
4.	客戶C	一家經營連鎖大賣場的跨國零售公司，其證券於紐約證券交易所買賣。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	35,209	1.4%	2009年
5.	客戶D	一家經營連鎖大賣場的跨國零售公司。	衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品	33,740	1.4%	2016年

與客戶所訂立協議的主要條款

詳情請參閱「與電子商務平台所訂立協議的主要條款」、「與直銷大客戶所訂立協議的主要條款」及「與線下分銷商所訂立協議的主要條款」各分節。

我們的生產營運

生產基地

於最後實際可行日期，我們有四個生產基地，分別位於廣州、天津、昆山及重慶。下圖說明於最後實際可行日期我們生產基地的地理覆蓋範圍。



生產計劃

我們定期計劃生產，並可根據市況及季節性作出調整。我們的生產計劃部負責編製生產計劃。生產計劃部與我們的銷售部、市場部及採購部密切合作，以監察市況及於必要時調整我們的生產計劃。我們利用大數據分析，以根據預期銷售改善生產計劃。有關詳情，請參閱「信息技術系統」分節。

業 務

於往績記錄期間，我們的產能整體上一直增加。下表載列我們於往績記錄期間的產能：

產品類別	年份／ 期間	生產線 數目 ⁽¹⁾	年／期內 產量 (千噸) ⁽²⁾	年／期內 產能 (千噸) ⁽³⁾	使用率 ⁽⁴⁾
衣物清潔護理產品	2017年	40	386	798	48.4%
	2018年	47	486	875	55.6%
	2019年	44	496	900 ⁽¹⁾	55.1%
	2020年 ⁽⁶⁾	44	172	450	38.3%
個人清潔護理產品	2017年	7	25	52	48.1%
	2018年	9	30	73	41.1%
	2019年	14	32	104	30.8% ⁽⁵⁾
	2020年 ⁽⁶⁾	14	37 ⁽⁷⁾	52	70.6% ⁽⁷⁾
家居清潔護理產品	2017年	21	26	171	15.2%
	2018年	19	31	170 ⁽¹⁾	18.2%
	2019年	20	32	192	16.7%
	2020年 ⁽⁶⁾	20	26	96	27.1%

附註：

- (1) 於2018年至2019年衣物清潔護理產品的生產線數目減少，而於2017年至2018年家居清潔護理產品的生產線條數減少，乃由於有關生產線變得過時而不再使用。於2018年，儘管我們處置兩條過時的生產線，但由於該等過時的生產線先前對家居清潔護理產品的整體產能並無重大貢獻，我們仍能夠維持我們家居清潔護理產品的產能。於2019年，儘管我們處置三條衣物護理產品生產線，但我們通過努力改善及升級餘下若干生產線的設備提升有關生產線的產能，提升了衣物護理產品的實際總產量及產能。
- (2) 年內產量為該年度所生產產品的總淨重。
- (3) 年內產能按下列情形估計：(i)所有產品線滿負荷運作；(ii)每班次10小時，旺季時一天兩個班次，淡季時一天一個班次；(iii)一年250個工作日（即365個曆日減一年中的104個周末日子（一周兩日，一年52周）及中國相關機關所公佈的11日公眾假期），其中125日為旺季而另外125日為淡季；及(iv)重慶生產基地於2017年處於試營運階段，並無計入2017年的產能估計。根據弗若斯特沙利文報告，我們的產能計算方法（包括當中所用假設）與中國相關行業標準合理相符。
- (4) 使用率按年內產量除以該年度產能計算。根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，衣物清潔護理行業、個人清潔護理行業及家居清潔護理行業的平均使用率分別約為40.0%、20.0%及10.0%。

業 務

- (5) 使用率減少主要由於該年度個人清潔護理產品生產線的產能增加。
- (6) 僅包括截至2020年6月30日止六個月的資料。
- (7) 我們的個人清潔護理產品產量及使用率於截至2020年6月30日止六個月增加乃由於新型冠狀病毒疫情，因而令個人清潔護理產品的需求上升。

產能擴充

於往績記錄期間，我們全部生產線的使用率均超過行業平均使用率，同時限制了我們的產能。根據弗若斯特沙利文報告，在生產旺季，我們生產線的使用率遠高於行業平均使用率。我們預期生產線的使用率將會隨業務增長而提升。除我們的利用率外，我們在根據過往經驗及市場研究規劃未來發展時考慮多項因素。我們的產能擴充計劃是根據對我們當前業務發展計劃及未來的預期業務增長作出的全面評估。此外，我們的產能擴充計劃擬用於維持我們的長期而非短期業務營運。經預測我們於未來十年或以上的業務需求，我們決定擴充產能，而非僅應付本年度或下一年的即時需求。我們進行產能擴充的主要原因載列如下：

- (i) 於往績記錄期間，我們業務(按零售銷售價值的複合年增長率計算)的歷史增長率高於各行業平均水平(「歷史增長溢價」)。根據弗若斯特沙利文報告，鑒於我們的往績記錄及競爭優勢，我們有意實施我們的擴充計劃並按根據上述高於相關行業預期增長率的增長溢價計算的目標複合年增長率增長(「目標增長溢價」)。倘目標增長溢價與歷史增長溢價基本上一致，在並無擴充產能的情況下，我們的現有生產線可能會在未來數年內超出可被完全利用的限度。這將不利於我們業務的可持續發展及長期增長，同時妨礙我們調整生產進度及應對客戶需求波動的靈活性(尤其是在旺季)。根據對於我們擴充產能及建設新廠房所需時間的過往經驗，我們需要提前計劃擴充產能，這是由於為應對預期的銷售增長，我們會於未來數年逐步增加產能，以維持業務的長期增長；
- (ii) 由於我們日後會推出更多新產品，我們需要為該等新產品的製造增加更多訂製生產線。我們的當前大部分開發中新產品因不同的成分、技術、行業標準及許可規定而需要定制的生產線。有關相關監管規定的詳情，請參閱本招股章程附錄三。此外，我們計劃於將來繼續開發新產品，同時需要為該等擬開發的產品建立新生產線。特定產品類別的現有生產線無法即時用於生產不同類別的產品。此外，即使我們的部分現有生產線能夠改造以生產新產品，而我們能在改造完成後申請許

業 務

可證生產有關產品，但僅實施該等改造無助於我們將來戰勝產能限制，特別是因為我們不打算替換或降低現有產品的產能及喪失潛在的銷售機會。由於相關生產線正在改造，生產計劃亦可能出現潛在中斷的情況。另外，生產線改造是一個複雜的過程，其或會涉及設備調整，組件、裝置及輸送系統更改或修改，以及生產線、通風、基礎設施及輔助設施空間佈局的潛在修改。改造過程或會造成生產中斷或暫停。更長遠而言，目前的擴展計劃將減輕我們受制於潛在的產能限制，且我們毋須產生不必要的成本來改造現有生產線或犧牲現有產品的產能。目前，我們估計現有產品的產能增加總額絕大部分或會分配至生產衣物清潔護理產品，而新產品產能增加或主要分配至衣物清潔護理及個人清潔護理產品。根據弗若斯特沙利文報告，相關估計是基於潛在市場需求及增長，這是由於貢獻了我們大部分收益的衣物清潔護理行業，尤其是洗衣液分部，預計將以較往績記錄期間增長率更快的速度增長。同時，由於新型冠狀病毒疫情爆發及個人衛生意識增強，我們亦有意進一步發展個人清潔護理分部及向該產品分部相應分配額外產能。

下表載列我們按產品類別劃分的當前開發中新產品：

<u>產品類別</u>	<u>開發中 新產品 數目</u>	<u>功能</u>	<u>預期 推出時間⁽²⁾</u>	<u>建立新生產線的原因</u>
衣物清潔護理	20	洗衣及其他去污	2021年之前	<p>新包裝設計及規格和生產技術預期會應用至該等新產品中的五種產品，因此需要新的生產線。</p> <p>生產當前開發中的若干產品或需要新許可證。⁽¹⁾</p>
個人清潔護理	9	手洗及身體清潔	2021年之前	<p>新包裝設計及規格和生產技術預期會應用至該等新產品中的三種產品，因此需要新的生產線。</p> <p>生產當前開發中的若干產品或需要新許可證。⁽¹⁾</p>

業 務

產品類別	開發中 新產品 數目	功能	預期 推出時間 ⁽²⁾	建立新生產線的原因
家居清潔護理	25	硬質表面清潔、 異味清除及家庭 消毒劑	2022年之前	新包裝設計及規格和生 產技術預期會應用至該 等新產品中的六種產 品，因此需要新的生產 線。 生產當前開發中的若 干產品或需要新許可 證。 ⁽¹⁾

附註：

- (1) 負責頒發相關生產許可證的政府機關會在考慮多項因素後才頒發相關生產許可證，生產許可證涵蓋一系列參數，包括生產設施的位置、將會製造的產品、生產技術及監督程序。當任何上述參數出現變動，任何授出的許可證不會涵蓋產品生產。誠如我們的中國法律顧問所告知，倘於許可證頒發後任何上述參數出現變動，我們將需要根據相關監管規定申請新許可證。
- (2) 預期時間表是以我們現時的計劃為基礎並可能會有所變更。我們可根據每款產品的開發進度來調整我們的產品開發計劃並考慮相關時間的市場狀況等其他因素。

業 務

我們認為，我們目前開發中的產品將具有充足需求。於2017年至2019年，我們產品的收益整體上穩定增長。由於新型冠狀病毒疫情爆發，截至2020年6月30日止六個月來自衣物清潔護理產品的收益較截至2019年6月30日止六個月來自衣物清潔護理產品的收益下降。詳情請參閱「新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響 — 新型冠狀病毒疫情對我們營運表現的影響」分節。主要由於新型冠狀病毒疫情爆發導致消費者的個人衛生意識增強，截至2020年6月30日止六個月來自個人清潔護理及家居清潔護理產品的收益較截至2019年6月30日止六個月來自個人清潔護理及家居清潔護理產品的收益上升。詳情請參閱「財務資料 — 經營業績」一節。下表載列我們於往績記錄期間按產品類別劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%
	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)
							(未經審計)			
衣物清潔護理產品	4,922,459	87.4	5,917,277	87.4	6,177,613	87.6	2,364,351	86.9	1,681,407	69.0
個人清潔護理產品	328,021	5.8	410,616	6.1	418,545	5.9	180,051	6.6	465,602	19.1
家居清潔護理產品	381,553	6.8	440,052	6.5	453,747	6.5	175,948	6.5	288,859	11.9
總計	5,632,033	100.0	6,767,945	100.0	7,049,905	100.0	2,720,350	100.0	2,435,868	100.0

下表說明於往績記錄期間我們的歷史增長與中國的相關市場增長之間的比較：

	我們的歷史增長	行業歷史增長 ⁽¹⁾	行業預期增長 ⁽¹⁾			
	零售銷售價值的複合年增長率	按零售銷售價值計算的市場規模增長的複合年增長率	我們的歷史增長溢價 ⁽⁴⁾	按零售銷售價值計算的市場規模增長的複合年增長率	按零售銷售價值計算的市場規模	
	%	%	%	%	(人民幣十億元)	
	2017年至2019年	2017年至2019年	2017年至2019年	2019年至2024年	2019年	2024年 ⁽²⁾
衣物清潔護理	11.3	4.2	7.1	7.4	67.8	97.1
洗衣液 ⁽³⁾	12.7	10.0	2.7	13.6	27.2	51.5
個人清潔護理	15.1	2.6	12.5	9.8	9.5	15.1
洗手液 ⁽³⁾	15.1	10.8	4.3	25.3	2.7	8.4
家居清潔護理	9.9	6.9	3.0	10.6	33.5	55.5

附註：

- (1) 行業資料來自弗若斯特沙利文報告。
- (2) 按零售銷售價值計算的預期市場規模。
- (3) 於2019年，我們洗衣液的零售銷售價值佔我們衣物清潔護理產品零售銷售價值約93.0%。於同年，我們洗手液產品的零售銷售價值佔我們個人清潔護理產品零售銷售價值約100.0%。
- (4) 我們的歷史增長率與相關行業歷史增長率之間的差異。

根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，按零售銷售價值計算，我們在中國衣物清潔護理市場排名第四（佔10.4%市場份額），在中國個人清潔護理市場排名第四（佔5.0%市場份額），及在中國家居清潔護理市場排名第五（佔1.7%市場份額）。我們認為，我們的產品將有龐大的需求，且我們有機會大幅增加我們在中國衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理市場的業務及市場份額。

於往績記錄期間，我們的表現已大幅超過市場水平及按從2017年至2019年的零售銷售價值計，我們的業務按11.3%的複合年增長率增長，而於同期中國衣物清潔護理市場零售銷售價值的複合年增長率為4.2%。此外，我們擁有推出暢銷逾十年產品的成功往績記錄。我們亦專注於洗衣液分部等具有高增長潛力的產品分部，我們於該分部按市場份額計已排名第一，且預計其增速高於行業平均水平。同時，根據弗若斯特沙利文報告，衣物清潔護理市場的其他較高排名從業者提供洗衣粉等產品，有關產品長期而言或會被洗衣液取替。具體而言，中國衣物清潔護理市場中洗衣粉零售銷售價值的市場份額由2015年的53.5%減少至2019年的43.4%。同期，中國衣物清潔護理市場中洗衣液零售銷售價值的市場份額由2015年的29.5%增加至2019年的40.1%。根據弗若斯特沙利文報告，於2024年，洗衣粉零售銷售價值的市場份額預期進一步減少至31.9%，而洗衣液零售銷售價值的市場份額預期增加至53.1%。因此，我們深信，我們可憑藉我們的領先市場地位於將來把握預期的行業增長。

為把握中國家庭清潔護理市場的市場機遇，我們擬(i)擴充及升級我們的產品組合；(ii)加強我們的銷售網絡及增加產品滲透；(iii)繼續宣傳科學清潔知識；(iv)豐富我們的服務以提升消費者體驗；(v)加速數字化及升級製造網絡；及(vi)留聘及招聘優質僱員。詳情請參閱「業務戰略」分節。我們相信我們的市場地位、品牌名稱、生產新產品的良好往績以及銷售及分銷網絡將使我們能夠抓住市場機遇。詳情請參閱「競爭優勢」分節；

業 務

- (iii) 每條生產線限於根據其已獲得的許可證生產產品，因此，我們的若干現有生產線日後不能用於生產我們的其他現有產品、我們的開發中新產品或將開發的產品。我們有三類生產許可證，即化妝品產品許可證、消毒產品生產企業衛生許可證及工業產品生產許可證。該等生產許可證各自均分別由相關省級食品藥品管理部門、省級衛生管理部門及省級質量技術監督管理部門管轄。許可證由政府當局頒發，涉及一組特定的參數，包括生產設施的位置、待製造的產品、生產技術及監督程序。倘任何上述參數出現變動，則該等許可證將不涵蓋產品生產。因此，我們就未來產品（包括現有產品類別的新產品）建立的額外生產線將可能導致上述其中一個參數出現變化，意味著我們將需要取得上述三種許可證中的其中之一。誠如我們的中國法律顧問所告知，倘於許可證頒發後任何上述參數出現變動，我們將需要根據相關監管規定申請新許可證。有關相關監管規定的詳情，請參閱本招股章程附錄三。儘管我們可以修改現有的生產線及申請新許可證，但由於我們計劃在將來繼續開發新產品，且擬不減少當前產品的生產規模，我們需要建立新生產線及申請新許可證滿足監管許可規定及完成我們未來產品的大規模生產；
- (iv) 由於行業具有季節性，故在旺季（一般為每年的第四季度）中的若干期間，一般視乎市場需求且尤其是若干線上線下銷售活動舉行期間，我們的生產線利用度會較高。尤其是，於往績記錄期間的若干期間，我們的若干生產線連續處於高度利用狀態。下表載列我們於往績記錄期間每個第四季度的三個月按產品類別劃分之利用率：

	2017年			2018年			2019年		
	10月	11月	12月	10月	11月	12月	10月	11月	12月
衣物清潔護理	53.6%	57.2%	89.1%	66.2%	74.9%	104.6% ⁽²⁾	74.5%	79.6%	102.4% ⁽²⁾
個人清潔護理 ⁽¹⁾	61.5%	31.6%	62.1%	63.0%	46.5%	54.9%	45.2%	37.9%	42.0%
家居清潔護理 ⁽¹⁾	17.5%	16.5%	23.7%	24.2%	23.0%	28.5%	27.4%	18.0%	28.2%

附註：

- (1) 於往績記錄期間，與我們衣物清潔護理產品的產能相比，我們個人清潔護理及家居清潔護理產品的產能明顯降低。詳情請參閱「我們的生產營運—生產計劃」分節。因此，相關產品類別產品的需求小幅增加亦可潛在性地導致相關生產線的利用快速增加。
- (2) 我們使用該期間的實際產量除以相關產品類別的產能計算利用率。就我們利用率高於100%的期間而言，我們因加班而生產出較我們於同期的預期產能更多的產品。

然而，我們注意到，過往利用情況並非我們計劃擴充產能的唯一原因，且我們在決定擴充產能時已考慮到本節所披露的其他因素；

- (v) 儘管我們在臨近旺季之前會生產一定程度之額外的受歡迎產品並將其持作存貨，但我們不擬大規模生產，亦不擬提前大量生產產品。這是因為該等措施僅提供短期解決方案及存在下列局限性：
- (1) 根據弗若斯特沙利文報告，業內同行通常更希望將其平均使用率保持在不超過60%，為生產靈活性維持足夠的上升空間，以便在旺季按需製造產品，在旺季，使用率遠高於年平均水平。若不進行產能擴充，隨著我們平均接近全面使用率，我們預計將失去滿足旺季需求的能力及彈性。長遠而言，單單在旺季之前進行生產無法幫助我們克服該等產能限制的問題，因為隨著使用率的普遍提高，我們在旺季之前數月預生產的靈活性亦將降低，導致我們在最繁忙的月份中失去潛在銷售機會；
 - (2) 在需求旺季之前增加產量將導致我們持有更多產品作為存貨的時間更長，從而導致更高的倉儲租金及物流成本；
 - (3) 根據弗若斯特沙利文報告，相比已儲存一段長時間的產品，消費者亦普遍更偏好在最近六個月內生產出來的產品。因此，我們普遍偏好將更多近期生產的產品交付予我們的客戶，而我們要銷售相當早之前生產的產品更為困難。此外，將產品運輸至相關客戶的物流及運輸安排亦需要額外時間。倘我們需要銷售數月之前生產的產品，於相關產品到達客戶及最終使用者時，相關產品或已經非如我們及客戶所願是近期生產的產品；
 - (4) 計及(i)基於歷史經驗於數月內增加的倉儲租金及物流成本，及(ii)考慮到生產線的資本開支需求及其可使用年期後的產能擴充及維護的折舊成本，估計一噸存貨於數月內的預先生產及租賃倉儲成本將超過增加等同數量產能的折舊成本。此外，一旦產能擴充完成，與預先生產相關的許多存儲、物流及機會成本將變得不必要。因此，長遠來看，對於我們而言，相比預先生產產品並持作存貨，擴充產能以解決產能限制及維持生產靈活性在商業上更為合理；及

業 務

(vi) 無論行業季節性如何，由於客戶需求會不時出現大幅波動，故此我們需要提高產能來應對不斷增長的客戶需求。

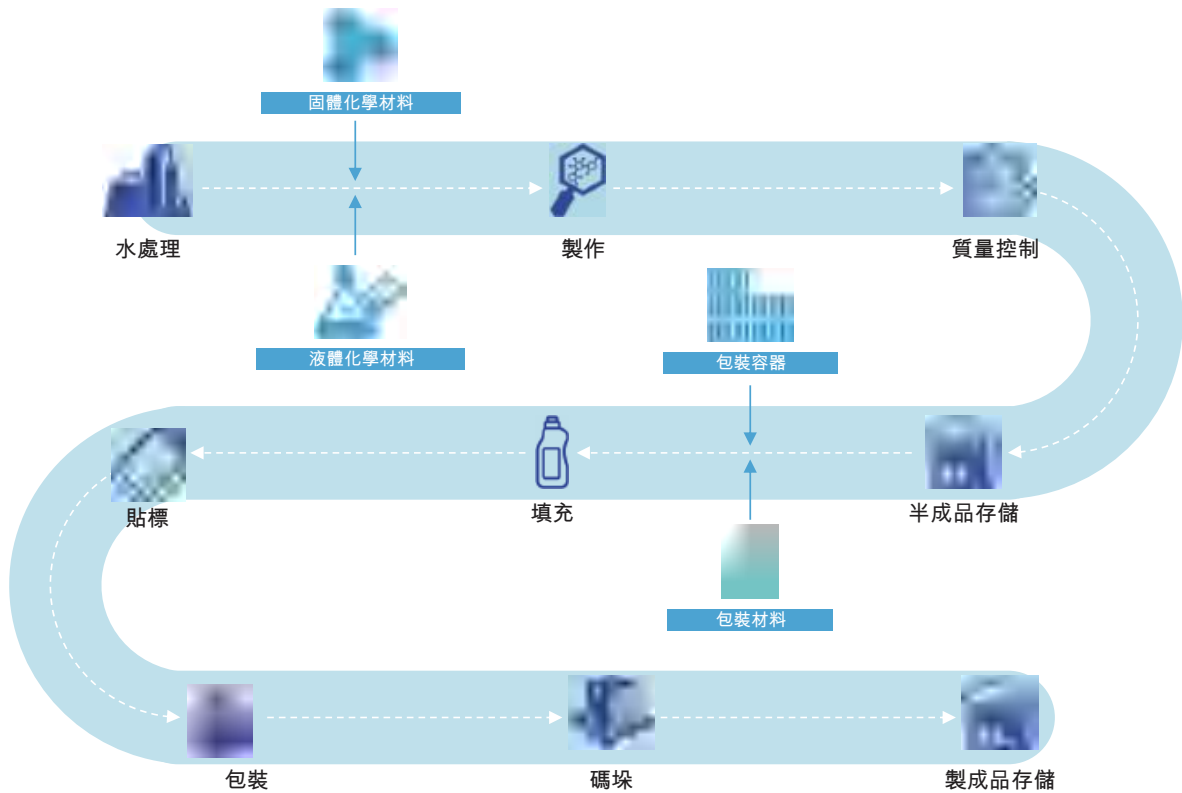
因此，我們認為，儘管擴充產能時會產生大量資本支出，但長遠而言，這將使我們能發展業務、維持生產靈活性及解決潛在產能限制。

此外，我們計劃動用部分全球發售所得款項淨額購買設備及機器以及其他相關附帶開支推進產能擴充。此外，我們計劃於中國設立一間新工廠，以進一步提升產能、降低物流及其他成本，以及提高產品於內陸地區的滲透率。於最後實際可行日期，我們並無有關該新工廠的明確計劃。詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途 — 所得款項用途」一節。下表說明我們四個生產基地的產能擴充計劃詳情：

位置	開始時間	預計竣工年份	說明
廣州	2017年1月	2023年上半年	新生產設施及存儲設施，包括七幢建築面積約為53,000平方米的新樓宇
天津	2022年上半年	2023年下半年	提升生產能力
昆山	2019年5月	2023年上半年	新存儲設施，包括三幢建築面積約為24,000平方米的新樓宇
重慶	2020年第四季度	2023年下半年	新生產設施及存儲設施，包括六幢建築面積約為52,000平方米的新樓宇

生產過程

下圖說明我們的生產過程。



我們的生產過程需要穩定而充足的公用服務(如水電)供應。我們預計，隨著我們尋求擴大產能，我們對水電供應的依賴將會增加。於往績記錄期間，我們並無經歷任何水電供應中斷，以致對我們的業務或營運造成重大影響。

業 務

設備及機器

我們所有主要生產設備及機器均由我們擁有。我們定期檢查及保養生產設備及機器，並更換已磨損的易損零部件。為確保生產安全及效率，我們會每日檢查重要的生產設備及機器。我們的主要生產設備及機器的估計平均可使用年期為五至十年。我們採用直線法計提折舊撥備，年率為5%至20%。根據我們的折舊方法，該等設備及機器的平均剩餘可使用年期約為一至七年。下表載列於最後實際可行日期我們按類別劃分用於生產的30大必備機器及設備(按購買價計)的若干資料：

類別	功能	總數	購買年份	平均剩餘 可使用年期
灌包機器	灌包	12	2013年至2019年	3至8年
自動製作機器	製作	3	2016年至2018年	8年
水處理設備	水處理	6	2012年至2019年	2至9年
管道	管道及傳輸	6	2012年至2018年	2至7年
模具	模具	1	2020年	5年
倉儲架	倉儲	1	2016年	6年
發電	供電	1	2018年	3年

質量控制

我們極為重視產品質量。我們在整個營運過程的不同階段執行多種質量檢查及測試程序，包括外觀檢查、物理及化學檢驗、微生物檢測及重量檢查，以確保我們的產品符合相關質量標準並遵守適用法律法規。

於2020年6月30日，我們的質量控制部由162名成員組成，彼等於質量控制方面平均擁有約五年經驗。於2020年6月30日，我們多家中國附屬公司的質量管理體系已獲得ISO9001認證，其環境保護管理體系已獲得ISO14001認證，其職業健康安全管理體系已獲得OHSAS18001認證。

產品開發質量控制

我們在產品開發的初始階段即開始質量控制。我們的質量控制部與研發團隊密切合作，以根據相關法律及法規以及行業標準評估各種配方的效果。我們根據經測試的配方製作樣

品並編製內部報告，當中載列實驗結果的詳情，以幫助評估有關配方的效果。例如，為評估我們洗衣劑的若干配方，我們將在不同的衣物上測試樣品，並比較在應用樣品前後該等衣物的清洗結果。於新開發產品正式推出市場前，我們會於選定的線上平台及線下銷售點進行試用並收集反饋。其後，我們將為產品於全國上市制定相應的銷售及營銷計劃。

原材料及包裝材料質量控制

我們認為原材料及包裝材料對我們的產品質量至關重要。因此，我們在選擇供應商方面有一套嚴格的選擇程序，不符合我們標準的供應商將從我們的供應商列表中移除。我們亦已制定有關原材料及包裝材料質量控制的內部指引。根據我們的內部指引，我們檢查原材料及包裝材料的外觀、規格以及功能性，並對隨機選擇的樣品進行測試。倘樣品未通過我們的測試，我們將根據內部程序進行進一步調查及評估。倘我們釐定使用該等材料將對我們的生產造成重大不利影響，我們可退回整批原材料或包裝材料。

生產質量控制

我們指派員工定期進行設備檢查及維護，以確保我們的生產線按最佳水平運作。於往績記錄期間，我們並無因設備故障而經歷任何重大生產停工的情況。我們定期檢查員工是否遵守我們的內部操作標準。此外，我們對我們的產品進行例行產品檢查及於關鍵生產過程中設置質量檢查點，以確保我們產品的質量始終如一。

物流質量控制

通過我們質量檢查的製成品將運輸至我們的倉庫以待交付。我們倉庫內的產品亦須進行例行質量檢查。此外，我們要求我們的物流服務提供商遵循若干存儲及運輸程序，以確保我們的產品在適當的條件下運輸。

製成品質量控制

我們擁有一支專責的質量控制團隊，將質量管理延伸至我們產品的存儲、交付及銷售過程。憑藉我們廣泛的銷售及分銷網絡，連同我們強大的線上份額，我們已建立消費者投訴處理機制，包括我們的清潔顧問、熱線電話、微信及其他反饋渠道。為解決消費者的投訴，我們承諾與消費者及時溝通及聯絡，並在必要時啟動質量調查程序。

採購及存貨

原材料

我們的原材料主要包括化學品及包裝材料。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的原材料成本總額分別為2,096.4百萬港

業 務

元、2,611.2百萬港元、2,059.5百萬港元、801.5百萬港元及818.1百萬港元，分別佔我們銷售成本總額的79.5%、90.6%、81.5%、76.4%及93.3%。

我們通常通過集中採購中心採購原材料，集中採購中心監督整個採購過程。採購中心監督負責採購不同類別原材料的不同採購團隊。我們的大部分原材料均可在中國獲得，且我們向位於我們生產基地附近地區的供應商採購大部分原材料。我們一般僅在進口原材料較可於本地取得的原材料存在極大競爭優勢的情況下方會進口原材料。就主要原材料而言，我們與多名供應商合作以降低相關風險。我們與主要供應商維持長期業務關係，並策略性地庫存短時期所需的若干原材料，以應對有關原材料價格的潛在上漲。於往績記錄期間，我們並未遇到任何重大原材料短缺或延遲的情況。

化學品

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們化學品的總成本分別為1,269.8百萬港元、1,420.1百萬港元、1,124.1百萬港元、367.4百萬港元及434.0百萬港元，分別佔我們銷售成本總額的48.2%、49.3%、44.5%、41.4%及49.5%。

包裝材料

我們的產品包裝對維持我們的品牌形象至關重要。我們的包裝材料大多為基於LDPE。我們向位於生產基地鄰近地區的供應商採購大部分包裝材料。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，包裝材料的總成本分別為826.6百萬港元、1,191.1百萬港元、935.4百萬港元、367.4百萬港元及348.1百萬港元，分別佔我們銷售成本總額的31.3%、41.3%、37.0%、35.0%及43.8%。

供應商

我們與主要供應商保持著長期的業務關係。我們在選擇供應商時採用嚴格的選擇程序，並根據多項因素評估供應商，包括彼等的業務規模、產能、質量控制、場地位置及產品的價格及質量。一般而言，我們的供應商與我們訂立協議，期限為二至五年。我們的供應商通常授予我們30至90天的信貸期。我們通常通過銀行轉賬方式結算款項。

五大供應商

我們的主要供應商為化學品及包裝材料供應商。所有主要供應商均位於中國。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，以採購金額計算，來自五大供應商的總採購額分別為1,007.8百萬港元、1,001.4百萬港元、871.0百萬港元及333.4百萬港元，分別佔我們總採購額的41.6%、31.6%、36.1%及34.2%。截至2017年、2018年及2019

業 務

年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，來自最大供應商的採購額分別為291.1百萬港元、234.1百萬港元、202.2百萬港元及80.2百萬港元，分別佔我們總採購額的12.0%、7.4%、8.4%及8.2%。於最後實際可行日期，董事、彼等的聯繫人或據董事所知擁有我們5%以上股本的任何其他股東概無於我們的任何五大供應商中擁有任何權益。我們的五大供應商，包括彼等的股東、董事、高級管理層或任何彼等各自的聯繫人，與我們、我們的附屬公司、股東、董事、高級管理層或任何彼等各自的聯繫人之間於過往或現時概無任何(家族、僱傭、信託、融資或其他)關係。下表載列我們於往績記錄期間的五大供應商詳情：

截至2017年12月31日止年度

編號	供應商	主要業務範疇	營運地點	供應商各法人實體的註冊資本 ⁽¹⁾	採購產品	供應商應佔我們的採購金額(千港元)	佔我們總採購額的%	與我們開始業務關係的年份	該供應商授予我們的信貸期
1.	供應商A	生產化學品	廣州、湖南、上海	人民幣20.0百萬元、人民幣10.0百萬元、人民幣20.0百萬元	化學品	291,064	12.0%	2007年	30至40日
2.	供應商B	生產化學品	廣東	13.0百萬美元	化學品	288,107	11.9%	2012年	30日
3.	供應商C	製造橡膠及塑膠產品	廣州、天津、蘇州	18.0百萬美元、14.0百萬美元、20.0百萬美元	塑膠	185,548	7.6%	2011年	60日
4.	供應商D	生產化學品	河北、浙江	人民幣80.0百萬元、人民幣422.7百萬元	化學品	137,408	5.7%	2013年	30至40日
5.	供應商E	製造橡膠及塑膠產品	廣州、天津、重慶、蘇州	10.0百萬美元、10.0百萬美元、10.0百萬美元、人民幣100.0百萬元	塑膠	105,650	4.4%	2012年	30日

附註：

(1) 註冊資本資料乃來自於2020年6月30日的公開資料來源。

截至2018年12月31日止年度

編號	供應商	主要業務範疇	營運地點	供應商各法人實體的註冊資本 ⁽¹⁾	採購產品	供應商應佔我們的採購金額(千港元)	佔我們總採購額的%	與我們開始業務關係的年份	該供應商授予我們的信貸期
1.	供應商A	生產化學品	廣州、湖南、上海	人民幣20.0百萬元、人民幣10.0百萬元、人民幣20.0百萬元	化學品	234,063	7.4%	2007年	30至40日
2.	供應商C	製造橡膠及塑膠產品	廣州、天津、蘇州	18.0百萬美元、14.0百萬美元、20.0百萬美元	塑膠	222,489	7.0%	2011年	60日
3.	供應商F	製造紙張及紙品	廣州、上海、天津、重慶	人民幣80.0百萬元、5.0百萬美元、2.5百萬美元、人民幣30.0百萬元、人民幣80.0百萬元	紙盒	187,710	5.9%	2011年	60至90日
4.	供應商B	生產化學品	廣東	13.0百萬美元	化學品	179,415	5.7%	2012年	30日
5.	供應商E	製造橡膠及塑膠產品	廣州、天津、重慶、蘇州	10.0百萬美元、10.0百萬美元、10.0百萬美元、人民幣100.0百萬元	塑膠	177,754	5.6%	2012年	30日

業 務

附註：

(1) 註冊資本資料乃來自於2020年6月30日的公開資料來源。

截至2019年12月31日止年度

編號	供應商	主要業務範疇	營運地點	供應商各法人實體的註冊資本 ⁽¹⁾	採購產品	供應商應佔我們的採購金額(千港元)	佔我們總採購額的%	與我們開始業務關係的年份	該供應商授予我們的信貸期
1.	供應商C	製造橡膠及塑膠產品	廣州、天津、蘇州	18.0百萬美元、14.0百萬美元、20.0百萬美元	塑膠	202,191	8.4%	2011年	60日
2.	供應商A	生產化學品	廣州、湖南、上海	人民幣20.0百萬元、人民幣10.0百萬元、人民幣20.0百萬元	化學品	195,826	8.1%	2007年	30至40日
3.	供應商G	生產化學品	安徽、四川	人民幣40.0百萬元、人民幣60.0百萬元	化學品	161,576	6.7%	2011年	30日
4.	供應商E	製造橡膠及塑膠產品	廣州、天津、重慶、蘇州	10.0百萬美元、10.0百萬美元、10.0百萬美元、人民幣100.0百萬元	塑膠	157,322	6.5%	2012年	30日
5.	供應商F	製造紙張及紙品	廣州、上海、天津、重慶	人民幣80.0百萬元、5.0百萬美元、2.5百萬美元、人民幣30.0百萬元、人民幣80.0百萬元	紙盒	154,071	6.4%	2011年	60至90日

附註：

(1) 註冊資本資料乃來自於2020年6月30日的公開資料來源。

截至2020年6月30日止六個月

編號	供應商	主要業務範疇	營運地點	供應商各法人實體的註冊資本 ⁽¹⁾	採購產品	供應商應佔我們的採購金額(千港元)	佔我們總採購額的%	與我們開始業務關係的年份	該供應商授予我們的信貸期
1.	供應商A	生產化學品	廣州、湖南、上海	人民幣20.0百萬元、人民幣10.0百萬元、人民幣20.0百萬元	化學品	80,212	8.2%	2007年	30至40日
2.	供應商C	製造橡膠及塑膠產品	廣州、天津、蘇州	18.0百萬美元、14.0百萬美元、20.0百萬美元	塑膠	74,494	7.6%	2011年	60日
3.	供應商G	生產化學品	安徽、四川	人民幣40.0百萬元、人民幣60.0百萬元	化學品	66,141	6.8%	2011年	30日
4.	供應商E	製造橡膠及塑膠產品	廣州、天津、重慶、蘇州	10.0百萬美元、10.0百萬美元、10.0百萬美元、人民幣100.0百萬元	塑膠	57,226	5.9%	2012年	30日
5.	供應商F	製造紙張及紙品	廣州、上海、天津、重慶	人民幣80.0百萬元、5.0百萬美元、2.5百萬美元、人民幣30.0百萬元、人民幣80.0百萬元	紙盒	55,293	5.7%	2011年	60至90日

附註：

(1) 註冊資本資料乃來自於2020年6月30日的公開資料來源。

業 務

與供應商所訂立協議的主要條款

下表載列於往績記錄期間與主要供應商所訂立合約的主要條款：

質量	所供應產品的質量將為我們所滿意，並符合供應商與我們相互協定的質量標準。
定價	價格將按個別情況由供應商與我們磋商後釐定，且除非供應商與我們相互協定，在整段協議期內維持不變。
付款及信用條款	供應商通常提供介乎30至90日的信貸期。倘我們於相關信貸期屆滿前十個營業日自供應商收到發票，我們通常會於信貸期內結算未支付款項。
產品交付	供應商將把產品送往我們指定的地點，並承擔與產品運輸有關的所有成本(包括保險成本)。
風險轉移	風險於產品送達我們指定的地點時轉移至我們。
檢查及退貨／換貨	倘產品不符合我們的質量標準，我們有權(i)向供應商退回產品，所有相關成本由供應商承擔；(ii)接納部分貨品，所有相關成本由供應商承擔；或(iii)於供應商與我們就補償措施進行磋商後接納所有貨品。
終止	各方有權在發生(其中包括)下列情況時發出七個營業日書面通知單方面終止協議：(i)其中一方嚴重違反合約條文，且未能於非違約方要求作出補救行動起計十日內就違約作出補救；(ii)一方違反合約條文並導致協議無法達致其目的；及(iii)一方對或預期將對其業務或營運條款作出重大變動，例如營運暫停、重組、清盤或破產或控制權變更。

存貨管理

我們的存貨主要包括原材料、包裝材料、半成品及製成品。我們的存貨水平根據客戶的需求以及我們的銷售及生產計劃而發生變動。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們的存貨淨額分別為568.0百萬港元、586.9百萬港元、375.8百萬港元及445.0百萬港元，分別佔我們總資產的13.0%、13.7%、7.5%及9.9%，而我們的平均存貨周轉天數則分別為96.8天、73.1天、69.5天及85.1天。

我們專注於優化存貨管理，並採用數字企業資源規劃(「ERP」)系統追蹤存貨的入庫及出庫。ERP系統使我們能夠管理存貨的多個方面，即(i)採購協議、訂單及申請以及訂單結

算；(ii)原材料製備、轉運至生產設施以及原材料消耗；(iii)客戶下達的訂單及其交付過程；及(iv)倉庫存貨的變動。該系統使我們能夠監控存貨水平並實時生成存貨報告，從而有助我們維持最佳存貨水平及提高營運資金效率。

我們通常將原材料和包裝材料的最低庫存水平維持在12天至18天的生產用量。我們就原材料、包裝材料、半成品及製成品設定的最低庫存水平乃基於我們的歷史銷售、我們產品的實時市場需求及未來的銷售預測而定。此外，經過近二十年的營運，我們相信我們已經與相關市場的上游原材料供應商建立牢固的關係。由於預料若干原材料的價格會大幅上漲，因此我們將會儲備最多三個月的原材料存貨。於往績記錄期間，我們未曾遭遇任何重大存貨短缺或存貨過時的情況。另外，我們計劃進一步擴大產品種類，因此備有多元化的原材料種類，以減少若干原材料價格波動的風險。詳情請參閱「業務戰略 — 拓展及升級產品種類，鞏固市場領導地位」分節。

倉儲及物流

於最後實際可行日期，我們設有由(i)位於中國10個省份（於2017年9月至2020年5月期間設立）的10個前端電子商務倉庫（以滿足各種電子商務平台及若干線下分銷商的需求）；及(ii)位於我們四個生產基地的後端倉庫（以滿足各個地區的需求）組成的兩級倉儲系統。我們認為，我們前端倉庫的戰略位置極大地降低了物流成本，同時確保了我們電子商務交付的及時性。

為進一步以具有成本效益的方式提高我們的倉儲能力，我們亦委聘獨立第三方物流服務供應商提供倉儲設施作為補充倉儲設施。

我們使用獨立第三方物流服務供應商提供的交付服務。於2020年6月30日，我們有28家物流服務供應商。我們根據其往績記錄、地理覆蓋範圍、管理能力及經營規模甄選物流服務供應商。我們與第三方物流服務供應商的安排使我們能夠為我們的產品提供快速、高效的交付服務，減少我們的資本投資，同時降低因交通事故、交付延遲或損失而承擔責任的風險。一旦我們的物流服務供應商確認收到將予交付的產品，則與我們產品運輸及交付有關的風險轉移至物流服務供應商。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，已付物流服務供應商的總交付成本分別為391.9百萬港元、406.6百萬港元、452.6百萬港元、187.9百萬港元及198.8百萬港元，分別佔我們銷售及分銷開支的18.9%、16.0%、19.5%、18.2%及24.4%。

於往績記錄期間，我們並未因交付延遲或貨品處理不善而在產品交付方面遭受任何重大干擾或蒙受任何損失。

信息技術系統

自2008年起，我們一直以科技發展引領業務增長。我們利用多項信息技術（「信息技術」）系統來管理我們業務的幾乎所有方面。我們所使用的信息技術系統包括在同業中使用的主流第三方產品以及我們自主開發的專門用於業務營運不同方面（例如分銷渠道管理、電子商務平台管理及線上專賣店管理）的信息技術系統。我們的信息技術系統使我們能夠標準化營運及管理我們的採購、銷售及分銷、質量控制、存貨管理及物流、財務報告及人力資源職能，從而提高我們的管理及營運效率。於2020年6月30日，我們有逾20個自行開發的信息技術系統及九個移動應用程序。下表載列我們若干自行開發的信息技術系統：

信息技術系統名稱	推出年份	功能說明
電子人力資源管理系統	2015年12月	專為業務營運量身定制的在線人力資源系統。
大數據分析系統	2016年1月	該系統對從線上銷售渠道累積的消費者數據進行分析，使我們能夠完善及優化銷售及營銷工作，並相應地擬備生產計劃。
MH在線訂單管理系統	2016年1月	我們的線上專賣店在線訂單管理系統。該系統可自動化並集中管理跨電子商務平台的在線訂單接收及處理流程。
CRM系統	2016年9月	該系統可集中管理客戶關係的多個方面，包括客戶資料分類及分析、銷售人員簽到及工作量管理。
投配料管理系統	2018年9月	該系統將我們的配料管理及配料添加程序標準化，收集相關數據，並提高配料管理自動化及效率。
電商在線訂單管理系統	2019年9月	我們的電子商務平台客戶在線訂單管理系統。該系統將我們的電子商務平台客戶在線訂單數據與我們的數據同步，並將我們的在線訂單管理流程數字化以提高效率。

業 務

我們的信息技術系統由我們的信息技術部門維護。我們的信息技術部門有五支負責特定任務的團隊，包括(i)應用產品及用戶體驗團隊，負責分析信息技術系統及應用產品的商業需求、信息技術技術可行性評估及用戶體驗設計；(ii)數據產品團隊，負責分析數據產品的商業需求，以及設計及推出數據產品；(iii)信息技術開發團隊，負責開發我們的自主信息技術系統；(iv)大數據技術團隊，負責所有大數據分析，以及大數據基礎設施的管理、開發及落實；及(v)信息技術基礎設施服務團隊，負責所有信息技術基礎設施維護、網絡安全及技術支持。於2020年6月30日，我們的信息技術部門有319名全職僱員，包括軟件工程師、產品經理、數據科學家及其他17名員工。

我們的信息技術能力及信息技術基礎設施的穩定性對我們的業務營運至關重要。信息技術部門執行系統檢查、數據備份、系統維護，同時維護備用系統及緊急硬件組件部件，以確保關鍵信息技術系統及設施的持續運行。我們亦委聘外部信息技術顧問定期進行全系統安全檢查，以確保信息安全。我們致力於保護消費者及企業數據，實施相關的內部程序及控制措施來確保該等數據受到保護，並阻止該等數據的泄漏及丟失以及預防任何其他網絡安全問題。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遭遇對我們的整體業務營運造成重大不利影響的任何重大信息技術系統故障或宕機。

ERP系統

為精簡後台管理，我們於2008年首次引入ERP系統，協助管理層對我們的業務進行深入分析，並加強不同部門之間的信息互換。有關我們ERP系統的詳情，請參閱「存貨管理」分節。

CRM系統

我們自行開發的CRM系統對銷售及分銷網絡的各個方面提供集中管理，包括客戶信息分類及分析、銷售人員簽到及工作量管理以及物流數據管理。我們的CRM系統可取得線下分銷商及若干線上專賣店與次級分銷商的存貨數據及消耗數據。我們可利用手機進入我們的CRM系統的前線銷售人員能夠根據客戶的需要提供適時服務。線上銷售活動管理一般需要大量員工監督不同的溝通渠道以及監督訂單下達及完成，我們的CRM系統有助減低由此所產生的勞動成本。

大數據及人工智能

我們已在前台及後台營運及管理等多個方面(如銷售及營銷以及監控假冒產品)應用人工智能技術及大數據分析。於2015年，我們在總部建立大數據研究中心，旨在應用大數據分析來分析從線上專賣店營運積累的消費者數據。我們使用有關結果來改善及優化線上及

業 務

線下業務的銷售和營銷工作。此外，我們已經使用由人工智能賦能的反侵權技術在各種電子商務渠道上自動搜索及識別假冒產品，並自動向有關部門提交索賠，從而更為高效及準確地保護我們的知識產權，同時減少相關勞工成本。

競爭

根據弗若斯特沙利文報告，中國的家庭清潔護理行業高度集中，按零售銷售價值總額計算，前十大市場參與者所佔市場份額超過75%。我們在各個業務領域均面臨來自國際及國內公司的競爭。競爭主要集中在品牌知名度、科技發展、產品差異及質量、營銷及推廣、成本效益、價格以及對消費者需求及偏好的應變能力。我們的主要競爭對手包括國際消費品公司及多家大型國內家庭清潔護理公司。詳情請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們經營所在行業競爭激烈，倘我們無法有效競爭，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景將受到重大不利影響。」及「行業概覽 — 競爭格局」各節。

我們通過專注於我們的競爭優勢與發展成熟的競爭品牌進行競爭。憑藉我們強大的品牌形象、清潔技術以及具競爭力的銷售及營銷能力，我們認為我們處於有利位置，能夠保持我們在市場上的領先地位，並把握我們經營所處業務分部的未來機遇。

獎項及榮譽

自成立以來，我們已獲得眾多獎項及榮譽，以表彰我們的品牌、業務營運、產品及在企業社會責任方面取得的成就。下表載列我們於往績記錄期間獲得的重大獎項及榮譽的概要：

年份	獎項／證書	頒發機構
2004年至2020年	廣州市著名商標	廣州市工商行政管理局
2005年至2020年	廣東省著名商標	廣東省著名商標評審委員會
2020年	全國性疫情防控重點保障企業	中國工業和信息化部
2020年	廣東省知識產權示範企業	廣東省市場監督管理局 (知識產權局)
2011年至2020年	洗衣液及洗手液C-BPI黃金品牌	中國企業品牌顧問有限公司
2011年至2020年	高新技術企業	廣東省科學技術廳 廣東省財政廳 廣東省國家稅務局

業 務

年份	獎項／證書	頒發機構
2012年至2019年	廣州清潔生產企業	廣東省地方稅務局 廣州市工業和信息化發展聯席 會議辦公室
2015年至2019年	中國公益節責任品牌獎	中國公益節組委會
2016年至2020年	粵港清潔生產優越夥伴(製造業)	香港環境局
2019年	中國環境標誌貢獻獎 中國環境標誌優秀企業獎	中國生態環境部
2019年	省級工業設計中心	廣東省工業和信息化廳
2018年	第七屆國際碳金獎總獎	世界經濟與環境大會
2017年	中國綠效企業最佳典範獎	世界經濟與環境大會

業 務

僱員

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們分別有14,362名、12,820名、11,196名及8,349名全職僱員。下表載列於往績記錄期間我們按職能劃分的全職僱員明細：

職能	截至12月31日止年度						截至6月30日止 六個月	
	2017年		2018年		2019年		2020年	
	僱員人數	佔總數%	僱員人數	佔總數%	僱員人數	佔總數%	僱員人數	佔總數%
銷售	10,432	72.6	8,671	67.6	7,305	65.2	4,582 ⁽³⁾	54.9
供應鏈 ⁽¹⁾	1,890	13.2	1,896	14.8	1,721	15.4	1,794	21.5
職能部門 ⁽²⁾	1,539	10.7	1,694	13.2	1,539	13.7	1,323	15.8
信息技術	180	1.3	218	1.7	266	2.4	319	3.8
營銷	170	1.2	201	1.6	208	1.9	174	2.1
研發	151	1.0	140	1.1	157	1.4	157	1.9
總計	14,362	100.0	12,820	100.0	11,196	100.0	8,349	100.0

附註：

- (1) 供應鏈包括採購、生產及物流等。
- (2) 職能部門包括人力資源、行政及財務等。
- (3) 由於新型冠狀病毒疫情爆發及其於2020年上半年對中國零售行業造成的負面影響(包括我們線下分銷商及直銷大客戶的有限度營業)，我們縮減銷售團隊的員工數目，尤其是主要於我們的直銷大客戶及線下分銷商的零售點工作的若干清潔顧問。我們目前計劃於日後逐步增加銷售團隊人員數目，這將視乎市況及我們的業務需求而定。於最後實際可行日期，即使我們已縮減銷售團隊，除於本招股章程所披露者外，我們預期我們的銷售不會出現任何其他的大量產品退貨。

我們業務的成功取決於我們吸引、挽留及激勵合格員工的能力。於往績記錄期間，我們通過校園招聘、招聘會、招聘機構以及內部及外部推薦來招聘員工。我們致力於在我們所有的僱傭實踐中提供公平及平等的機會，並已採納政策及程序(包括由第三方設計的候選人能力分析模型)，以確保公平的選拔及僱用程序。作為挽留策略的一部分，我們向員工提供具競爭力的薪金，綜合保險待遇及與績效掛鈎的激勵計劃，這通常按個別員工的表現及我們業務的整體業績而定。此外，我們已採納首次公開發售前購股權計劃來提供其他方法

業 務

來激勵、挽留及獎勵我們的董事、高級管理層及僱員。有關該計劃的主要條款，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

我們為新入職員工提供有關我們文化、業務及行業的新員工培訓，從而增進彼等對本公司的了解及提升彼等履行職責的能力。我們亦定期為僱員提供量身定制的內部培訓課程，以尋求提高彼等的技術技能或安排僱員參加第三方提供的培訓課程。此外，我們為部分僱員提供管理技能培訓機會，以幫助彼等轉變為管理角色。

根據中國法律法規的要求，除本招股章程所披露者外，我們為僱員參加由地方政府管理的各類僱員社會保障計劃，包括住房、養老、醫療保險、生育保險及失業保險。

於2020年6月30日，我們在中國成立工會，約20.0%僱員為工會會員，可代表僱員進行集體談判。我們認為，於往績記錄期間，我們整體上與僱員保持著良好的工作關係，且我們未曾遭遇任何重大勞資糾紛，亦無在為我們的業務招聘員工時遭遇任何困難。

知識產權

我們的知識產權是我們成功及保持競爭力的關鍵，其主要包括商標、版權、專利及我們所使用的域名。於最後實際可行日期，我們在中國擁有673個註冊商標、105項註冊商標申請、152項專利、76項專利申請、159項版權及35個域名。有關重大知識產權的更多詳情，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — B.有關我們業務的其他資料 — 2.知識產權」一節。

我們採取積極主動的方法來管理我們的知識產權組合。我們的法務部會定期對我們的知識產權進行監控。我們會在獲悉我們的知識產權可能遭到侵犯時採取行動。例如，我們會在公共商標註冊平台上進行例行檢查，以確保我們的商標不被他人侵犯。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無任何因嚴重違反任何人士的知識產權而面臨威脅或待決的糾紛、訴訟或法律程序，而會對我們的業務造成重大不利影響。有關更多詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們可能未能為我們的知識產權作出足夠的保護，有關情況可能對我們的品牌價值造成損害。」及「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 第三方可能會主張或聲稱我們侵犯彼等的知識產權。」各節。

假冒產品

我們發現中國市場有若干使用我們品牌的假冒產品存在。有關進一步詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們的品牌及產品可能遭第三方假冒、仿製及／或侵權。」一節。我們已採納多項內部監控措施防止假冒產品及知識產權被侵犯，包括載列

業 務

處理假冒產品及侵權事件程序的內部政策、鼓勵僱員舉報任何可能侵權事件的獎勵制度、與專業防偽產品組織及專責知識產權法的律師行合作，以及與若干電子商務平台合作進一步加大有關力度。我們透過多個來源的資料(如若干電子商務平台客戶、線下分銷商及我們的僱員)調查市場上的假冒產品。我們的法律部門負責監察與假冒產品及侵犯我們知識產權相關的內部監控措施的執行，與外部專業防偽產品組織及律師行協調解決與假冒產品相關的糾紛及保障我們的合法權利，以及參與任何與假冒產品相關的潛在法律訴訟。利用由人工智能賦能的反侵權技術，我們能夠在各種電子商務渠道識別假冒產品。有關進一步詳情，請參閱「信息技術系統」分節。在適當時候，我們將知會有關部門存在該等假冒產品並與其合作，以及要求採取適當的措施，包括沒收或銷毀有關假冒產品，對偽造方處以罰款及展開若干法律程序。我們將繼續採取適當措施，保護我們的知識產權及產品免受潛在侵權。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，假冒產品對我們的業務、財務狀況或經營業績並無造成重大不利影響。

物業

根據公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，本招股章程獲豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條中有關公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段的要求，當中規定須就本集團於土地或樓宇的所有權益編製一份估值報告，原因為於2019年12月31日，我們並無任何個別物業的賬面值超過我們總資產的15%或以上。

自有物業

於最後實際可行日期，我們在廣州、天津、重慶及昆山擁有八幅土地的土地使用權，總佔地面積為556,397.65平方米。同日，我們擁有30幢位於廣州、天津、重慶及昆山的樓宇，總建築面積約為362,355.09平方米。該等物業主要作生產、倉儲及辦公室用途。

租賃物業

於最後實際可行日期，我們租賃125幢樓宇，總建築面積約為48,145.42平方米。該等物業主要作辦公室及倉儲用途。概無租賃物業用作生產用途。所有租賃物業(本集團各成員公司之間租賃的物業除外)均租賃自獨立第三方，我們預計於相關租賃到期後在續新有關租賃方面不會存在任何重大困難或障礙。

未有於中國登記租賃協議

我們未有根據適用中國法規就79項租賃物業(佔我們租賃物業總建築面積約70.18%)的租賃協議向相關主管當局進行登記。誠如我們的中國法律顧問告知,未有登記有關租賃協議將不會影響有關租賃協議的有效性及其強制執行性。然而,倘我們及出租人未有按相關主管機關的規定登記有關租賃協議,我們可能會就每份未有登記的租賃協議被處以人民幣1,000元至人民幣10,000元的罰款。於最後實際可行日期,我們未有被相關主管當局作出任何行政處罰,而潛在處罰金額佔我們於往績記錄期間總收益的極少部分。

我們認為未有就上述租賃協議進行登記背後的原因非我們所能控制,原因為(其中包括)必須得到出租人願意合作進行登記程序及提供相關文件進行登記。為盡量減輕上述未有就租賃協議進行登記的潛在負面影響,我們繼續與有關出租人保持定期溝通,尋求彼等合作就相關租賃補辦登記手續。此外,我們已制定內部指引及提升內部監控程序,規定我們須徵求業主同意在簽署之前先登記租賃協議,以確保符合適用的中國法律及法規。誠如我們的中國法律顧問告知,有關租賃物業的缺損不會對我們的業務造成重大不利影響。

有關中國租賃物業的業權

我們已自104項總建築面積約44,359.43平方米(佔我們租賃物業總建築面積的92.136%)的租賃物業相關出租人取得有效的業權證明。就21項總建築面積約3,785.99平方米(佔我們租賃物業總建築面積的7.864%)的租賃物業而言,於最後實際可行日期,有關物業的業主未有向我們提供相關業權證明以證明彼等有權出租該等租賃物業。誠如我們的中國法律顧問所告知,倘相關樓宇並非非法結構物,我們租賃協議的有效性不會受到影響,且我們不會被處以任何罰款或處罰。然而,倘相關中國監管機關對我們的出租人採取執法行動,我們可能會面對被終止使用的風險。

我們認為出租人未有向我們提供相關業權證明的背後原因非我們所能控制。就我們所深知,於最後實際可行日期,部分出租人已申請相關業權證明,且我們並不知悉任何相關樓宇為非法結構物。為盡量減輕上述業權缺損對我們營運的潛在負面影響,我們已就有關出租人整改業權缺損的進度與彼等保持定期溝通。此外,我們已制定內部指引及提升內部監控程序,以改善我們從合規角度對新租賃物業所進行的評估。我們亦將就審閱新租賃物業的業權證明及其他文件向外部法律顧問諮詢意見,以確保符合適用的中國法律及法規。誠如我們的中國法律顧問告知,有關租賃物業的缺損不會對我們的業務造成重大不利影響。

不符合允許用途

就23項總建築面積約18,250.2平方米(佔我們租賃物業總建築面積的37.91%)的租賃物業而言，現時的用途與允許用途不符。我們現時將有關租賃物業用作聯絡辦事處、辦公室及員工宿舍，而相關業權證明所允許的用途為工業及／或住宅用途。誠如我們的中國法律顧問所告知，不符合允許用途不會對我們租賃協議的有效性造成影響，且我們不會被處以任何罰款及處罰。然而，倘相關中國監管機關對我們的出租人採取執法行動，我們可能會面對被終止使用的風險。

我們認為出租人未有按照允許用途向我們租賃相關物業的背後原因非我們所能控制。只要我們佔用該等物業，我們將不時催促相關出租人申請更改有關物業的允許用途至包括其現時的用途。我們已制定內部指引及提升內部監控程序，以改善我們從合規角度對新租賃物業所進行的評估。我們亦將就審閱新租賃物業的業權證明及其他文件向外部法律顧問諮詢意見，以確保符合適用的中國法律及法規。誠如我們的中國法律顧問告知，有關租賃物業的缺損不會對我們的業務造成重大不利影響。

董事的意見

董事認為，上文所載未有就租賃協議進行登記及租賃物業的缺損將不會對我們的業務營運造成重大不利影響，原因為：(i)由於所租賃物業對我們的營運並不重大，亦並非用作生產廠房或工廠，且該等租賃物業鄰近地區的租賃市場活躍，倘我們被要求搬遷，我們將能夠輕易搬遷至不同地點；(ii)所租賃物業現時的用途及出租人未有向我們提供相關業權證明將不會影響有關租賃協議的有效性及其強制執行性，且倘我們未能合法佔用及使用有關租賃物業，我們有權向出租人提出申索；及(iii)未有登記租賃協議將不會影響有關租賃協議的有效性及其強制執行性。

保險

我們為與我們生產相關的潛在產品責任及潛在安全事宜投購保險。此外，我們已投購多項與財產有關的保險，當中涵蓋我們的樓宇、設施、機器、車輛、設備、存貨及其他資產。我們不時檢討所投購的保險，以確保承保範圍足夠。我們認為，我們現有的保險範圍足以滿足我們現有的營運要求，且符合中國的行業標準。然而，我們可能會面臨超出保險範圍的索賠及責任。有關進一步詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們的保險範圍可能不足以涵蓋我們的所有潛在虧損。」一節。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無提出亦無遭提起任何對我們而言屬重大的保險索賠。

健康、職業安全及環境保護

我們的業務須遵守多項中國健康、職業安全及環境法律法規。於最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守有關健康、職業安全及環境保護的適用法律法規。我們的中

國法律顧問認為，於往績記錄期間，我們並無就生產安全或產品質量(包括與化學品有關的任何安全問題)收到有關政府機關的任何重大罰款或處罰，亦無面臨對我們提起的任何重大法律訴訟。

為保障員工的安全，我們為生產過程制訂操作程序及安全標準。我們總部的環境、健康及安全團隊會為各生產基地提供合規培訓課程，並在各生產基地開展季度檢查，確保持續遵守該等法律法規。

我們設有經ISO認證的健康、安全及環境保護管理系統(「**EHS系統**」)。我們定期為員工提供職業安全教育及培訓課程，以加強彼等對安全事宜的認識。於該等培訓課程結束時會對彼等進行測試，在確定員工的整體表現時，將會考慮相關測試結果。我們亦定期進行設備保養以確保其安全運行。於往績記錄期間，我們並無錄得任何對我們業務或營運造成重大影響的事故。

我們的營運須遵守環境法律的規定，主要涉及處置廢水及固體廢物、減少及處置污染排放，以及降低噪音污染。有關進一步詳情，請參閱「附錄三—監管概覽」一節。我們已實施「源頭預防，全程控制」的管治，指導我們於早期階段預防環境相關風險及於整個營運過程中重點持續監控該等風險。特別是，我們強調環境保護的重要性，並已向各級員工分派責任及定期向所有員工提供環保意識培訓。董事及高級管理層參與各種環境、社會及管治(「**ESG**」)活動，包括制訂ESG相關政策、舉辦培訓課程以及與僱員溝通及收集反饋。我們已成立ESG委員會監督我們的ESG管理事宜。ESG委員會的成員包括我們的首席供應官羅東女士、首席財務官潘先生及首席營運官肖海珊女士。此外，我們環保、健康及安全部門(「**EHS部門**」)負責評估及管理所有ESG相關事宜。我們的EHS部門利用多項計量標準(「**ESG計量標準**」)來評估潛在風險，包括最多為每單位產品消耗26公斤標準煤，以及每單位產品的廢水少於50克／噸，遠低於監管標準規定的450克／噸。我們的EHS部門嚴格監督所有ESG相關問題，藉此確保我們的營運符合ESG計量標準。倘我們未能符合任何ESG計量標準，我們的EHS部門將會與負責方聯絡，並立刻採取行動糾正不合規的做法以減輕影響。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，我們因遵守環境法律及法規而分別產生約人民幣2.8百萬元、人民幣6.1百萬元、人民幣6.4百萬元及人民幣2.3百萬元的成本，當中包括購買環保原材料、環保設備及廢物處置設備等。我們預期環境合規成本將不會對我們的經營業績造成任何重大影響。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無收到任何有關我們營運污染(包括任何LDPE相關污染)方面的通知或警告，亦無因

業 務

不遵守任何環境保護法律法規而被政府當局施加對我們營運有重大不利影響的任何罰款、處罰或其他法律行動，且據董事在作出一切合理查詢後所知，並無由任何政府環境當局就此提起或待決的行動。此外，誠如中國法律顧問所告知，即使我們受排污許可證訂明的若干規定所規限，惟我們擴充產能將不會遇上任何法律或實際障礙，原因為我們於往績記錄期間實際排出的廢水量不足所批准數量的一半，而我們預期因產能擴充計劃而額外排出的廢水不會耗盡全部批准的排放量。此外，我們可於完成產能擴充計劃後申請新的廢物排放許可證。下表載列於往績記錄期間我們獲准向水體排放的污染物總量及實際排放量：

	截至12月31日止年度			截至 6月30日 止六個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
獲准排出的廢水年度總量(噸)	377,226	450,138	450,138	450,138
年度／期間實際排出的廢水(噸)	236,464	251,168	209,766	98,492 ⁽¹⁾

附註：

(1) 我們於截至2020年6月30日止六個月排出的廢水。

我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期已遵守所有相關排污規定。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月，我們於各期間已繳納所有未繳環保稅款，分別為零、人民幣12,182元、人民幣13,347元及人民幣10,619元。有關進一步詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們須遵守多項法規，未能遵守該等法規或控制相關成本可能損害我們的業務。」一節。

社會及社區事宜

我們在社會及社區責任方面的成就及措施包括以下各項：

環境及社會可持續發展

我們秉承環境及社會可持續發展，視其為我們業務的重要價值。我們「至尊」品牌下的旗艦產品具有多種獨特的特點，包括碳足跡較低、水及塑料用量較少等。為提升環保意識，過去我們與聯合國環境規劃署（「UNEP」）等不同組織合作，現時仍積極與阿拉善SEE生態協會合作，並贊助包括世界水日及節水論壇等多個國際及國內環保活動。

教育

我們竭誠為來自不同社區的兒童提供教育、支持及機會。我們已與中國家庭教育學會合作20年，每年舉辦「我是健康小天使」評選活動，以向兒童宣傳個人清潔護理知識。

風險管理及內部控制系統

董事會及高級管理層負責建立及維持適當的風險管理及內部控制系統。為識別、評估及控制可能阻礙我們成功的風險，我們設計並實施一套風險管理系統，其涵蓋我們營運的各個重大方面，包括財務安全、生產、物流、技術及合規。

在不影響董事會整體職責的前提下，審核委員會監督財務及業務風險管理以及監管財務報告流程及內部控制系統。有關審核委員會成員資格及經驗的進一步詳情，請參閱「董事及高級管理層—董事會委員會」一節。

此外，我們已實施或將在上市前採取一系列內部控制政策及措施，以建立內部政策，確保風險管理行之有效，其中包括：

- 行為守則：就員工在日常業務營運過程中各方面的行為，我們為員工制訂行為守則；
- 持續培訓：我們已經並將繼續為員工及管理層舉行有關適用法律法規的定期內部培訓，以確保維持意識及合規；
- 遵守上市規則：我們設有內部政策以確保遵守上市規則，包括但不限於企業管治、董事之關連交易及證券交易等相關方面；及
- 合規顧問：我們已委任新百利融資有限公司為我們的合規顧問，以就持續遵守上市規則及香港其他適用的證券法例規例提供建議。

新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響

新型冠狀病毒疫情於2020年初爆發對全球經濟產生了重大不利影響。為遏制疫情，中國政府已採取(其中包括)以下政策：(i)在湖北省以外地區，各個地方政府將春節假期延長三至七天不等，職工於2020年2月3日至2月10日期間復工；及(ii)於湖北省內，自2020年1月23日起全省逐步實施出行管制。

由於零售店舖暫時關閉，消費品需求受到極大影響。根據國家統計局的數據，中國於2020年第一季度的消費品零售銷售總價值較2019年第一季度下降19.0%。

零售行業受到不同程度的影響。線下零售商店等傳統銷售及分銷渠道暫時關閉。然而，由於在疫情爆發期間，大部分超市及大賣場仍然維持營業，故超市及大賣場所受影響較小。電子商務渠道成為消費者購物的首選方式，然而，主要由於物流及分銷存在困難，該渠道的銷售增長有限。

自2020年2月3日起，國內受新型冠狀病毒疫情影響較小的地區已開始陸續復工。根據工業和信息化部的數據，於2020年4月10日，98.6%全國規模以上工業企業及超過80%中小企業已恢復營運。根據弗若斯特沙利文報告，新型冠狀病毒疫情刺激了對消毒產品的需求。未來，由於顧客的衛生及公共衛生意識提升，對消毒產品的需求將會持續增長。

針對新型冠狀病毒疫情的活動

自2020年初爆發新型冠狀病毒疫情以來，我們已啟動多項措施對抗新型冠狀病毒疫情。我們已成立一個委員會負責制訂預防新型冠狀病毒疫情蔓延的指引，以及為有需要的員工提供支持。我們向湖北省數個非營利組織捐贈價值約人民幣5.3百萬元的消毒產品(洗手液及消毒劑)。我們於2020年1月26日恢復生產，將所有生產力投入生產消毒產品。我們致力將我們的產品交付予更多有需要的人士，儘管原材料、包裝材料及物流成本上升，但我們並無提高產品價格。

我們就新型冠狀病毒疫情的應對措施

為配合中國政府的指引，我們已採取預防措施保持工作環境衛生。例如，在春節假期期間曾在中國境內出行的員工必須自行居家隔離14天。對於毋須現場工作的員工，我們提供在家工作安排等替代方式，以期在保障彼等健康的同時確保在疫情爆發期間我們業務的順暢運作。

我們對所有進入我們場所的人士執行健康檢查程序，包括檢查彼等的出行記錄及是否有新型冠狀病毒相關症狀，並為彼等測量體溫。我們已組建一支大流行應急小組，負責密切監察員工的健康狀況。此外，我們提供並要求所有人士在現場工作時均須佩戴口罩。我們亦向員工提供個人消毒產品，例如免洗洗手液。此外，我們會每天定時清潔有關場所。

新型冠狀病毒疫情對我們營運表現的影響

我們的生產

由於新型冠狀病毒疫情爆發及政府相關控制措施的影響，除消毒產品的生產外，我們於2020年1月底及2月暫停大部分生產。詳情請參閱「針對新型冠狀病毒疫情的活動」分節。為預防及控制疫情爆發，我們已對業務營運作出調整並制訂具體復工計劃、健康安全管理系统及應急方案。於新型冠狀病毒疫情爆發期間，地方政府認可的抗疫物資重點保障企業獲准先於其他企業恢復營運。所有四個生產基地已獲認可為該類企業，並已自2020年1月26日起逐步恢復生產。自2020年3月起，我們已全面恢復業務營運。

銷售及分銷

隨著與新型冠狀病毒疫情爆發相關的出行管制陸續解除，疫情對產品銷售及分銷的不利影響亦逐漸消減。於最後實際可行日期，我們並無面臨亦預期不會面臨因新型冠狀病毒疫情爆發而產生有關以下經營方面的重大問題：(i)採購原材料及包裝材料；或(ii)嚴重延誤交貨或未能履行銷售訂單，或由此產生的處罰。這主要是由於(i)我們大部分供應商及客戶(包括我們的主要分銷商)於春節後已逐步恢復營運；(ii)我們備有成品存貨用以滿足我們暫停生產設施期間的銷售訂單；及(iii)我們物流服務提供商已於春節後逐步恢復營運。有關新型冠狀病毒疫情對中國物流服務影響的進一步詳情，請參閱「行業概覽 — 新型冠狀病毒疫情對中國家庭清潔護理行業的影響」一節。然而，新型冠狀病毒疫情爆發對較為依賴線下銷售人員進行消費者教育的「至尊」品牌產品造成影響，導致2020年第一季度有部分線下大賣場退回若干相關產品。有關詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化。」及「財務資料 — 近期發展及重大不利變動」各節。

新型冠狀病毒疫情對我們財務表現的影響

新型冠狀病毒疫情對我們的業務及財務狀況帶來挑戰。我們根據地方政府命令於2020年1月至2月暫停生產，對我們的財務表現造成了負面影響，主要是由於在此期間我們的辦公室關閉，導致延遲接收及處理當時的新增訂單。下表載列於所示期間我們按產品分部劃分的收益明細：

	截至3月31日止三個月	
	2019年	2020年
	千港元	千港元
	(未經審計)	
收益		
衣物清潔護理產品	1,088,492	601,139
個人清潔護理產品	80,521	234,533
家居清潔護理產品	92,897	196,052
總計	1,261,910	1,031,724

業 務

	截至6月30日止三個月	
	2019年	2020年
	千港元	千港元
收益		
衣物清潔護理產品	1,275,859	1,080,268
個人清潔護理產品	99,530	231,069
家居清潔護理產品	83,051	92,807
總計	1,458,440	1,404,144

儘管我們於2020年2月的整體收益較2019年2月增加137.7百萬港元，但我們截至2020年3月31日止三個月的衣物清潔護理產品銷售額較2019年同期減少487.4百萬港元。於截至2020年6月30日止三個月，新型冠狀病毒疫情繼續影響我們衣物清潔護理產品的銷售額，這是由於消費者基於社交距離原因暫時減少戶外活動，導致衣物清潔護理產品的銷售額較2019年同期減少195.6百萬港元。由於中國的新型冠狀病毒疫情爆發影響於2020年第二季度逐漸緩和且社會經濟活動恢復，我們的收益自2020年第二季度起有所回升。

新型冠狀病毒疫情對我們衣物清潔護理產品所帶來的負面影響被對消毒產品大幅上升的需求所部分抵銷，導致2020年上半年個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售額大幅增長。與2019年同期相比，我們於截至2020年3月31日止三個月的個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售額分別增加154.0百萬港元及103.2百萬港元。此趨勢於2020年第二季度繼續出現，與2019年同期相比，我們於截至2020年6月30日止三個月的個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售額分別增加131.5百萬港元及9.8百萬港元。

同時，與2019年同期相比，我們於截至2020年3月31日止首三個月及截至2020年6月30日止三個月的銷售及分銷開支亦分別減少86.7百萬港元及127.6百萬港元，這是由於(i)新型冠狀病毒疫情爆發之後線下渠道消費者流量減少，我們暫時對線下銷售團隊進行精簡；及(ii)我們受益於為應對新型冠狀病毒疫情爆發而發放的政府補貼，其降低了我們的僱員社會保險開支。視乎市場狀況及新型冠狀病毒疫情爆發的未來影響，我們計劃於將來加強線下銷售力度以支持線下銷售活動。

詳情請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化。」及「財務資料 — 經營業績 — 截至2020年6月30日止六個月與截至2019年6月30日止六個月比較」各節。此外，我們所有生產基地已獲政府提供不同形式的支持，包括現金補貼、稅項寬免及優惠借款利率，而政府就新型冠狀病毒疫情所提供支持估計總金額約為人民幣49.8百萬元。詳情請參閱「財務資料 — 近期發展及重大不利變動」一節。

我們認為，我們將有充足的營運資金來滿足現時涵蓋自本招股章程刊發日期起計至少12個月之所需。然而，概無法保證因新型冠狀病毒疫情持續爆發而對中國經濟或世界其他地區產生的任何影響將不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生任何直接或間接不利影響。在不太可能出現之最壞情況下，假設(i)我們的全部業務無限期暫停；(ii)我們的貿易應收款項繼續按往績記錄期間的相同方式結清；(iii)我們的一般及行政成本自2020年6月30日起保持不變；(iv)我們的可動用現金及現金等價物以及我們的未動用銀行信貸維持於2020年6月30日的水平及(v)我們將全球發售所得款項淨額10%用作我們的營運資金，我們相信我們的財務仍能支持業務運作最少12個月。有關進一步詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們面臨與疫情、傳染病及其他疾病爆發(包括近期新型冠狀病毒爆發)有關的風險。」、「行業概覽 — 新型冠狀病毒疫情對中國家庭清潔護理行業的影響」及「財務資料 — 近期發展及重大不利變動」各節。

董事亦認為，經考慮相關情況後，基於以下各項因素，預計新型冠狀病毒疫情不會對本集團整體造成重大不利影響：(i)於最後實際可行日期，我們所有生產基地已恢復生產；(ii)新型冠狀病毒疫情使我們的個人清潔護理產品及家居清潔護理產品銷售顯著增長，部分抵銷了新型冠狀病毒疫情對我們衣物清潔護理產品銷售產生的負面影響；(iii)儘管新型冠狀病毒疫情在中國逐漸緩和，但消費者對個人及家庭衛生重要性的意識有所提高，我們相信該等意識日後將繼續推動我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售；及(iv)由於新型冠狀病毒疫情有所緩和，我們衣物清潔護理產品的銷售在2020年第二季度呈復甦跡象。隨著全國人民恢復戶外活動，我們預計對我們衣物清潔護理產品的需求將在2020年下半年持續回升。

新型冠狀病毒疫情對我們業務計劃的影響

整體而言，新型冠狀病毒疫情並無對我們的業務策略造成重大不利影響，且我們認為其並無亦不會對我們的未來業務計劃產生重大不利影響。詳情請參閱「業務戰略」分節及「未來計劃及所得款項用途」一節。

牌照、批文及許可證

我們須維持各類牌照、批文及許可證以經營業務。我們的重大牌照及許可證包括化妝品產品許可證、消毒產品生產企業衛生許可證及工業產品生產許可證。我們的法律部門負責監察我們牌照及許可證的有效狀況，並適時向相關政府機關提出續期申請。有關我們須遵守之法律法規的進一步資料，請參閱「附錄三 — 監管概覽」一節。

於最後實際可行日期，我們已從有關當局取得對我們在中國營運屬重要的必要牌照、批文及許可證，而有關牌照、批文及許可證於最後實際可行日期為有效及仍然生效。此外，

業 務

我們會監察我們就相關法律法規的合規情況，以確保我們持有營運所需的必要牌照、批文及許可證。

法律及仲裁程序以及合規事宜

在我們的一般業務過程中，我們可能會不時牽涉各類訴訟、仲裁或行政程序。於最後實際可行日期，概無任何針對我們或我們的任何董事提起的可能對我們業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的懸而未決或面臨威脅的訴訟、仲裁或行政程序。

我們的中國法律顧問向我們表示，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無任何嚴重違背或違反適用於我們的法律及法規且對我們業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的情況。下表載列於往績記錄期間若干不符合適用法律及法規的事件概要。董事相信，該等不合規事件(無論單獨還是共同)均不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

不合規事件	不合規的理由	法律後果及潛在最高懲罰	所採取的改正行動及預防措施	潛在營運及財務影響
<p>1. 藍月亮中國未能於2018年7月前為若干類型的僱員繳納住房公積金。</p> <p>於2020年6月30日，我們部分中國附屬公司並無根據地方住房公積金機關的規定及標準為殘疾僱員繳納住房公積金。</p> <p>截至2017年、2018年及2019年12月31日止三個月各年以及截至2020年6月30日止六個月，中國附屬公司的未付住房公積金供款金額分別約為人民幣7,330,000元、人民幣4,310,000元、人民幣120,000元及人民幣55,000元。</p>	<p>我們未能於2018年7月前完全遵守若干類型的僱員繳納住房公積金供款的規定乃由於：(1)該等類型的僱員的流動性相對較頻繁及較高；及(2)部分僱員不願意作出住房公積金供款。</p> <p>此外，於2020年6月30日，我們未能就殘疾僱員完全遵守住房公積金供款的規定，原因為(1)部分僱員不願意作出住房公積金供款；(2)由於需要完成相關登記程序因而未有於新僱員開始受僱於相關中國附屬公司的相月份為彼等繳納住房公積金；及(3)部分僱員與前雇主的住房公積金付款關係於有關期間尚未終止，故我們中國附屬公司未能為有關僱員作出供款。</p>	<p>倘僱主逾期支付住房公積金或作出供款，有關當局將頒令其於指定期限內作出付款；倘於時限屆滿後仍未作出付款，將可向人民法院申請強制執行。</p> <p>截至2017年、2018年及2019年12月31日止三個月各年以及截至2020年6月30日止六個月，中國附屬公司的未付住房公積金供款金額分別約為人民幣7,330,000元、人民幣4,310,000元、人民幣120,000元及人民幣55,000元。我們可能因此被相關當局頒令於指定期限內支付尚未支付金額合共人民幣11.82百萬元，否則我們可能被人民法院指定強制執行。</p> <p>誠如中國法律顧問告知及按照中國住房公積金管理條例，相關機</p>	<p>我們已接獲中國附屬公司的主管中國監管機關的確認，確認中國附屬公司從未因未有遵守住房公積金的相關法律及法規被作出任何行政處罰。</p> <p>另外，在2020年6月1日與廣州住房公積金管理中心的會面中，其確認(其中包括)(1)該機關完全知悉我們位於廣州的主要中國附屬公司的情況，即被投訴附屬公司作出供款的僱員數目及供款的規模；(2)我們位於廣州的中國附屬公司有既定的住房公積金政策，且從未因未有遵守住房公積金的相關法律及法規被作出任何行政處罰或調查；(3)廣州住房公積金管理中心並無接獲有關我們位於廣州的主要中國附屬公司的任何投訴或意見分歧；(4)廣州</p>	<p>於最後實際可行日期，我們並無收到主管機關的任何支付罰款通知或催繳，頒令我們支付任何未繳足的住房公積金金額。我們並無接獲僱員的任何重大投訴。</p> <p>基於上文所述及中國監管部門有關未繳住房公積金供款的現行政策，我們的中國法律顧問認為該等中國附屬公司被頒令支付未繳住房公積金供款或因未有為其全體僱員作出住房公積金供款而被處罰的機會極微。</p> <p>基於中國法律顧問的意見，由於相關中國附屬公司就未有為彼等僱員作出住房公積金供款而被處罰或頒令補付住房公積金款項或任何未繳足款項的可能性極</p>

不合規事件

不合規的理由

法律後果及潛在最高懲罰

關不會就上述未支付的住房公積金供款向我們徵收任何罰款。

所採取的改正行動及預防措施

住房公積金管理中心現時並無計劃催繳未繳足的住房公積金供款；及(5)廣州住房公積金管理中心並無發現任何有關我們在廣州的主要中國附屬公司在供款方面的重大事宜。

我們已落實執行管理僱員住房公積金供款的政策。我們亦已指派經驗豐富的人力資源人員處理有關住房公積金供款的事宜，包括文件存檔、支付供款及根據相關政府政策及規例(包括計算住房公積金供款的適用基礎)更新我們的內部指引。

我們亦已落實執行額外的內部監控措施(載於下表)，以確保持續遵守有關住房公積金的法律及法規。

潛在營運及財務影響

低，因而並無作出撥備，亦並無尋求控股股東作出彌償。

基於上文所述，董事認為該等中國附屬公司有關於住房公積金供款的不合規事件將不會對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

於最後實際可行日期，我們的中國附屬公司均遵守中國的住房公積金供款規定，並將於全球發售完成後繼續根據有關規定作出住房公積金供款。

不合規事件

2. 於2017年1月至2017年4月，我們部分中國附屬公司未有根據若干僱員的實際薪金水平作出社會保險供款。

於2017年1月至2017年4月期間，我們部分中國附屬公司尚欠的社會保險供款金額為人民幣1,087,000元。

不合規的理由

我們於2017年1月至2017年4月未有全面遵守社會保險供款的規定，原因為我們中國附屬公司若干僱員不願意作出全數社會保險供款。

法律後果及潛在最高懲罰

根據中華人民共和國社會保險法，倘僱主未有作出全數社會保險供款，相關當局將頒令僱主於指定時限內支付未付金額，另加按日息0.05%計算的滯納金罰款，及倘僱主未能於有關時限內作出逾期供款，將可能被處以相當於未付金額一至三倍的罰款。

於2017年1月至2017年4月期間，相關中國附屬公司未繳足社會保險供款金額為人民幣1,087,000元。我們可能因此被相關當局頒令於指定期間內支付尚未支付金額合共人民幣1,087,000元，未有作出付款可能被處以相當於未繳足金額一至三倍的罰款。

誠如中國法律顧問告知，就上述未繳足的社會保險供款應付的最高金額為人民幣5,435,000元。有關最高金額僅會於我們無法於有關機關所設定的時限內作出逾期供款時方須支付。於最後實際可行日期，我們並無收到有關機關的通知要求支付任何未繳足的社會保險供款。

所採取的改正行動及預防措施

我們已接獲相關中國附屬公司的主管中國監管當局的確認，確認(1)該等中國附屬公司從未因未有遵守社會保險供款的相關法律及法規被作出任何行政處罰；及(2)該等中國附屬公司未曾被發現有任何未繳社會保險供款。

我們已獲中國法律顧問告知，倘相關僱員不願意支付其未繳足部分的社會保險供款，相關中國附屬公司亦將無法支付未繳足的金額。

我們已落實執行管理僱員社會保險供款的政策。我們亦已指派經驗豐富的人力資源人員處理有關社會保險供款的事宜，包括文件存檔、支付供款及根據相關政府政策及規例(包括計算社會保險供款的適用基礎)更新我們的內部指引。

我們亦已落實執行額外的內部監控措施(載於下表)，以確保持續遵守有關社會保險的法律及法規。

潛在營運及財務影響

於最後實際可行日期，我們並無收到相關的中國主管監管機關的任何通知支付任何罰款或催繳，須令我們支付任何未繳足的社會保險金額。我們並無接獲僱員的任何重大投訴，亦不知悉有任何僱員向相關主管監管機關提出任何重大投訴，或就相關中國附屬公司未有作出全數社會保險供款向該等公司提起任何仲裁或法院程序，從而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。

根據上文所述及中國監管機關現時有關未付社會保險供款的政策，我們中國法律顧問認為社會保險供款的未繳足金額將不會對我們相關中國附屬公司的業務及營運造成任何重大不利影響。

基於(1)中國法律顧問的意見；(2)我們已自2017年5月起作出全數社會保險供款；(3)社會保險供款的未繳足金額並不重大；及(4)中國主管監管機關給出的確認，並無作出撥備，亦並無尋求控股股東作出彌償。

不合规事件	不合规的理由	法律後果及潜在最高懲罰	所採取的改正行動及預防措施	潛在營運及財務影響
				<p>基於上文所述，董事認為該等中國附屬公司有關社會保險供款的不合规事件將不會對本集團的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。</p>
				<p>於最後實際可行日期，我們的中國附屬公司均遵守中國的社會保險供款規定，並將於全球發售完成後繼續根據有關規定作出社會保險供款。</p>

業 務

我們已在集團層面成立內部監控部門，各附屬公司已指派相關人員負責監察我們持續遵守監管我們業務營運的相關中國法律及法規，並監督任何必要措施的落實執行情況。此外，我們計劃定期為董事、高級管理層及相關僱員提供有關相關中國法律及法規的持續培訓課程及／或最新資料，以主動識別任何有關潛在不合規的疑慮及問題。我們的首席營運官兼執行董事肖海珊女士及首席財務官、公司秘書兼執行董事潘國樑先生負責確保整體的持續合規。

於僱員的社會保障計劃方面，我們已落實執行下列內部監控措施，以確保遵守相關中國社會保障法律及法規：

- 我們已指派經驗豐富的人力資源人員處理有關社會保險及住房公積金供款的事宜（包括文件存檔、支付供款及根據相關政府政策及法規更新我們的內部指引）；
- 本集團人力資源部經理將定期審閱本集團僱員的社會保險及住房公積金報告及供款情況；
- 人力資源部亦將就有關社會保險及住房公積金的相關中國法律及法規下的規定向中國法律顧問進行諮詢；
- 不時為管理層安排相關中國社會保障及住房公積金法律及法規的培訓，讓彼等持續獲得該等方面最新發展的資料；
- 人力資源部亦將為僱員安排資訊日，並敦促彼等按照相關社會保障及住房公積金法律及法規作出供款／付款；及
- 人力資源部經理亦將向肖海珊女士及潘國樑先生報告遵守法例及監管規定方面的事宜，並於需要時提供改善的推薦建議。

於整體的持續合規方面，我們已落實執行下列內部監控措施，以確保遵守適用法律及法規，並提升我們的內部監控：

- 制定企業管治、營運、管理、法律事宜、財務及審計的內部監控系統手冊，當中載列僱員必須遵守的內部批准及審閱程序；

業 務

- 審核委員會進行監督及提供指導，其獲授權就本集團的財務報告程序、內部監控及風險管理系統及相關審計程序的成效提供獨立意見；
- 聘用額外人員支持我們的持續增長及發展，包括具備專業經驗及資格的人選；及
- 委聘外部專業顧問(包括我們的合規顧問，以及有關香港法例、中國法律及我們可能將業務擴展至的司法權區的法律的法律顧問，及稅務顧問)向本集團提供專業意見及指引，確保符合適用法律及法規。我們亦將不時安排外部專業顧問為董事、高級管理層及僱員提供內部培訓，以確保董事、高級管理層及僱員持續獲得任何法例及監管發展的最新資料。

考慮到上述由我們落實執行的內部監控措施，董事會(如需要，在專業外部顧問協助下)的持續監察及監督，以及據董事所確認，不合規事件不涉及任何欺詐或不誠實行為，董事認為(i)我們升級後的內部監控措施為足夠及有效；(ii)董事的合適性符合上市規則第3.08條及第3.09條；及(iii)本公司根據上市規則第8.04條適合上市。

財務資料

有意投資者應將以下討論及分析連同「附錄一—會計師報告」一節所載的經審計綜合財務報表以及隨附附註一併閱讀。會計師報告乃根據香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。投資者應細閱整份會計師報告，而不應僅依賴本節所載資料。

以下討論載有若干涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們根據自身經驗及對過往趨勢、現時狀況及預期未來發展的理解以及我們認為在有關情況下屬合適的因素所作的假設及分析。然而，由於多種因素（包括本招股章程「風險因素」一節及其他章節所載者），我們的實際業績及選定事件的時間可能與前瞻性陳述所預測者有重大差異。

就本節而言，除文義另有所指外，對2017年、2018年及2019年的提述指我們截至該等年度各年12月31日止財政年度。

概覽

我們是中國領先的以消費者為核心的家庭清潔護理公司。我們研發、生產及銷售多款產品，涵蓋衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理三大品類。根據弗若斯特沙利文報告，我們的洗衣液、洗手液及濃縮洗衣液產品於2017年、2018年及2019年各年分別在各自的市場中佔據最大市場份額。我們享譽數十年，得益於我們對客戶滿意的執著追求、洞察及確立消費趨勢的能力，專注於成功的產品落地能力。自成立以來，我們便專注於具有高增長潛力的市場，並已建立強大的品牌。我們已開發出藍月亮洗手液、藍月亮深層潔淨護理洗衣液及藍月亮機洗至尊濃縮+洗衣液等受歡迎產品，並不斷對產品進行升級。因此，我們已成為中國洗衣液、濃縮洗衣液及洗手液市場的領導者。

我們為中國家庭清潔護理行業中率先使用電商渠道的公司，並佔據領先地位，建立了強大的全渠道分銷網絡。我們於中國的家庭清潔護理行業的在線銷售及分銷渠道中的先發優勢以及向新在線銷售渠道的擴展使我們的在線銷售實現快速增長。我們線上渠道所產生的收益由2017年的1,866.5百萬港元上升至2018年的2,718.2百萬港元，並進一步上升至2019年的3,328.2百萬港元，以及由截至2019年6月30日止六個月的1,561.7百萬港元下降至截至2020年6月30日止六個月的1,431.6百萬港元，分別佔我們總收益的33.1%、40.2%、47.2%、57.4%及58.8%。

我們的收益由2017年的5,632.0百萬港元增加至2019年的7,049.9百萬港元，複合年增長率為11.9%，而同期，我們的純利則由86.2百萬港元增加至1,079.6百萬港元。我們於截至2020年6月30日止六個月的收益為2,435.9百萬港元，而於截至2019年6月30日止六個月則為2,720.4百萬港元。我們的純利由截至2019年6月30日止六個月的218.0百萬港元增加至截至2020年6月30日止六個月的302.2百萬港元。

財務資料的編製基準

我們於2007年12月27日在開曼群島註冊成立。我們於往績記錄期間的綜合財務報表乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則編製。綜合財務報表按歷史成本法編製。詳情請參閱「附錄——會計師報告」一節附註2.1。

影響我們經營業績的重大因素

我們的財務狀況及經營業績一直並將繼續受多項因素影響，其中部分因素可能非我們所能控制，包括但不限於：

消費者需求及消費模式

我們的經營業績受有關我們衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的消費者需求及消費模式所影響，而該等消費者需求及消費模式則主要取決於中國可支配收入的增長以及其他可能導致我們銷量及收益出現重大變動的因素。

於2015年至2019年，中國城鎮居民的人均可支配收入按7.9%的複合年增長率增長，且預期於2019年至2024年將按6.5%的複合年增長率增長。我們認為，由於中國人均可支配收入於可見未來將持續增長，故對我們產品的需求亦將普遍上升。消費者對我們產品的需求一般受我們經營所在市場分部的增長所帶動。根據弗若斯特沙利文報告，中國家庭清潔護理行業的零售銷售價值於2015年至2019年的複合年增長率為5.3%，預期於2019年至2024年將按8.7%的複合年增長率增長。根據相同資料來源，中國衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理產品的零售銷售價值於2015年至2019年的複合年增長率分別為4.8%、2.5%及7.4%，預期於2019年至2024年將分別按7.4%、9.8%及10.6%的複合年增長率增長。我們經營所在的市場分部持續增長，預期於未來將繼續帶動我們的銷售增長。

此外，在過去十年中，中國消費者的偏好已由洗衣粉逐漸轉向洗衣液。根據弗若斯特沙利文報告，於2015年至2019年，中國洗衣液的零售銷售價值以13.1%的複合年增長率增長，而洗衣粉的零售銷售價值則以0.6%的複合年增長率下降。因此，我們於往績記錄期間的洗衣液銷售額一直穩步增長。根據弗若斯特沙利文報告，由於中國洗衣液市場於2019年的滲透率為44.0%，仍然遠低於日本(79.5%)及美國(91.4%)等其他主要經濟體，預期洗衣液市場於2019年至2024年將繼續按13.6%的複合年增長率增長。此外，隨著中國可支配收入的持續增長，我們亦認為消費者的偏好會轉向高端產品，如濃縮洗衣液及洗手液等。根據弗若斯特沙利文報告，中國濃縮洗衣液及洗手液的滲透率仍然遠低於其他主要經濟體，顯示有關高級產品於中國有進一步增長的潛力。

財務資料

再者，消費模式的轉變受多項我們無法控制的因素所影響。例如，近期新型冠狀病毒疫情爆發，由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物清潔護理產品的需求整體減弱。另一方面，隨著新型冠狀病毒疫情爆發，對個人及家庭衛生重要性的意識日漸增強，提升了對我們消毒產品的需求。我們密切監察消費模式的轉變，並致力及時調整生產計劃以應對該等轉變。有關進一步詳情，請參閱「業務 — 新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響」一節。

產品組合

我們的收益及盈利能力受我們的產品組合影響。不同產品（不論是否屬同一產品類別）通常在產品定價及營銷策略、原材料、包裝形式及生產成本方面有所不同，因此具有不同的毛利率。我們認為，我們多元化的產品組合使我們能夠及時把握市況及消費者需求的變動。於往績記錄期間，我們持續努力調整產品組合，以應對消費者不斷轉變的喜好。

下表載列於所示期間我們按產品類別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			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審計)									
衣物清潔護理產品	2,546,370	51.7	3,346,739	56.6	3,948,753	63.9	1,444,655	61.1	1,031,954	61.4
個人清潔護理產品	208,674	63.6	263,856	64.3	271,986	65.0	117,890	65.5	317,549	68.2
家居清潔護理產品	240,079	62.9	275,706	62.7	302,271	66.6	109,170	62.0	209,100	72.4
總計	2,995,123	53.2	3,886,301	57.4	4,523,010	64.2	1,671,715	61.5	1,558,603	64.0

於往績記錄期間，我們的毛利率由2017年的53.2%上升至2018年的57.4%，並進一步上升至2019年的64.2%，乃主要由於我們衣物清潔護理產品的毛利率整體增加所致。我們的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的61.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的64.0%，乃主要由於個人清潔護理產品及家居清潔護理產品類別中利潤率較其他產品為高的消毒產品的銷售增加。有關我們按產品類別劃分的毛利率的進一步資料，請參閱「若干綜合全面收入表項目說明 — 毛利及毛利率」分節。

原材料成本

我們提供一系列家庭清潔護理產品，包括各種衣物清潔護理產品、個人清潔護理產品及家居清潔護理產品。詳情請參閱「業務 — 我們的產品」一節。生產不同產品（尤其是不同

財務資料

類別的產品)通常需要不同的原材料組合。我們的原材料主要包括化學品及包裝材料。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，化學品成本分別佔我們總銷售成本的48.2%、49.3%、44.5%、41.4%及49.5%。我們的包裝材料大部分為基於LDPE。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，包裝材料成本分別佔我們總銷售成本的31.4%、41.3%、37.0%、35.0%及43.8%。有關詳情請參閱「業務 — 採購及存貨」一節。

原材料價格一般根據市況波動、商品價格變動、我們與供應商的議價能力、物流及加工成本以及政府法規和政策。有關我們生產家庭清潔護理產品所用主要原材料成本的詳情，請參閱「行業概覽 — 原材料及產品價格走勢」一節。我們於優化原材料成本時已考慮儲存成本及儲存能力。我們已尋求通過以下方法減低原材料價格波動的影響：(i)透過(a)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(b)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，我們得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理；及(ii)在自行開發的投配料管理系統協助下，對材料管理及投入程序進行規範提升生產效率。以上努力加上向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE包裝材料成本減少，使我們於往績記錄期間的每單位銷售成本普遍下降。有關我們原材料成本的進一步資料，包括說明該等材料平均成本假設性波動之影響的敏感度分析，請參閱「若干綜合全面收入表項目說明 — 銷售成本」分節。

我們的毛利率於往績記錄期間上升，主要是受到原材料價格走勢向下所推動，於截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，原材料分別佔我們銷售成本總額約79.5%、90.6%、81.5%、76.4%及93.3%。同期，化學品(其中相當大的一部分為基於棕櫚油的材料)分別佔我們銷售成本總額約48.2%、49.3%、44.5%、41.4%及49.5%；包裝材料(其中相當大的一部分為基於LDPE的材料)分別佔我們銷售成本總額約31.3%、41.3%、37.0%、35.0%及43.8%。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，LDPE的價格由每噸人民幣9,513.6元下降至每噸人民幣7,860.7元，而棕櫚油的價格由每噸人民幣5,771.5元下降至每噸人民幣4,884.2元。

我們預期原材料價格波動將繼續影響我們的毛利、毛利率及經營業績的其他方面。我們相信，我們多元化的產品組合已減少原材料價格波動對我們業務、財務狀況及經營業績的影響。然而，我們無法保證我們將能夠控制原材料及包裝材料成本或將增加的成本轉嫁予分銷商、主要客戶或消費者。有關進一步資料，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 原材料、能源、運輸及其他必要供應品或服務的供應、質量及成本變動可對我們的業務、財務狀況及經營業績造成影響。」一節。

銷售及分銷網絡

我們的產品透過覆蓋中國所有省份的全渠道銷售及分銷網絡於全國各地出售。於往績記錄期間，我們主要透過以下渠道銷售我們的產品：(i)線上渠道，包括(1)銷售予中國主要電子商務平台及各種新興線上銷售渠道，如社交電子商務平台、生鮮電子商務平台及公司的線上採購系統；及(2)透過(a)我們在各大電子商務平台、社交媒體平台及我們自行開發的移動應用程序上的線上專賣店，及(b)第三方線上店鋪銷售予消費者；(ii)直接銷售予大客戶，包括大賣場及超市；及(iii)線下分銷商，彼等將我們的產品轉售予大賣場、超市、獨立超市、便利店、當地雜貨店、加油站、小型城市住宅社區內的小型店鋪以及採購作轉賣或內部使用的若干企業。

根據弗若斯特沙利文報告，我們為中國家庭清潔護理行業利用線上渠道的首批公司之一。我們充分利用中國電子商務的快速發展，早在2012年7月便已開始使用線上渠道營銷及分銷我們的產品。於往績記錄期間，我們有很大一部分的收益產生自線上渠道，截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，分別佔我們總收益的33.1%、40.2%、47.2%、57.4%及58.8%。有關增加乃由於中國消費者日益普遍使用線上渠道，我們加強與電子商務平台的合作所帶動。根據弗若斯特沙利文報告，中國家庭清潔護理產品線上銷售零售銷售價值於2015年至2019年按複合年增長率10.6%增長，並預計於2019年至2024年將按複合年增長率16.2%增長。我們預計透過線上渠道進行的銷售將繼續有助我們的銷售增長，並透過提升我們的品牌知名度與其他銷售及分銷網絡發揮協同效應。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，透過直接銷售予大客戶所產生的收益分別佔我們總收益的12.5%、12.1%、14.1%、11.1%及7.7%。於同期，透過線下分銷商產生的收益分別佔我們總收益的54.4%、47.7%、38.7%、31.5%及33.5%。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們分別有1,175家、1,306家、1,267家及1,403家線下分銷商。我們將與線下分銷商緊密合作以滲透本地零售市場、增加產品曝光度並改善銷售業績，從而繼續擴大及優化線下分銷商網絡。有關我們線下分銷商的詳情，請參閱「業務—銷售及分銷網絡—線下分銷商」一節。

營銷及推廣活動

我們的經營業績取決於我們營銷及推廣活動的效益及成效。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的廣告及推廣開支佔總收益的百分比分別為12.7%、10.4%、9.9%、8.8%及10.6%。於往績記錄期間，我們廣告及推廣開支佔收益的百分比減少，令我們的營運利潤率有所改善。高效及有效的營銷及推廣可提升對我們產品的需求，從而於短期內增加我們的銷量，並令消費者轉而成為我們品牌的

財務資料

支持者，長遠而言為我們帶來可持續溢利。於往績記錄期間，我們主要透過我們獨特的知識營銷策略為品牌及產品進行營銷及推廣，該策略旨在根據我們的研究及開發經驗向消費者傳達家庭清潔護理的知識及見解，從而使消費者了解我們產品及服務的價值。我們已通過多種渠道實行知識營銷，包括(i)線上營銷，包括於社交媒體平台及電子商務平台舉辦的營銷活動；(ii)線下營銷，主要通過我們的清潔顧問在零售點進行；(iii)特別活動，包括我們對全國電視節目的贊助及不時組織的線下主題活動；及(iv)商業廣告，包括明星代言。詳情請參閱「業務—知識營銷」一節。由於市況及消費者喜好不斷變化，我們的營銷及推廣活動日後未必有效，且可能因我們不斷努力根據市況定制營銷策略而有所變動。

季節性

我們的經營業績受產品需求的季節性波動所影響。我們的客戶一般會於春節假期前向我們購買更多產品。因此，春節的時間可對我們的銷售額造成影響。例如，我們於2019年12月的銷售額高於2018年12月，主要原因為2020年的春節在1月，客戶有見及此而於2019年12月向我們訂購更多產品，而2019年的春節則在2月。在中國數個大型線上購物節（如6月18日的618購物節及11月11日的雙十一購物節）前後，銷售額亦傾向上升。有關上升屬季節性，不能作為全年經營業績的指標。此外，若干產品的銷售額因其性質而受季節性影響。例如，羽絨服清潔劑的銷售額一般於冬季較高。此外，春節的時間亦會對財政年度的年末存貨以及貿易應收款項及應收票據結餘造成影響，兩者均於該財政年度的12月31日入賬。因此，我們的財務狀況及經營業績有多個方面（包括銷售額、存貨、貿易應收款項及應收票據、營運資金及營運現金流）受產品需求的季節性波動所影響，我們的半年度業績未必能反映我們的全年業績。

貨幣波動對換算綜合財務報表的影響

我們的綜合財務報表呈列及呈報貨幣為港元，港元亦為藍月亮集團的功能貨幣。我們大多數附屬公司的功能貨幣為人民幣。因此，港元兌人民幣的匯率波動影響我們將綜合財務報表的財務業績換算為港元。

財務資料

港元兌人民幣的匯率波動影響將綜合財務報表的財務業績換算為港元。各資產負債表呈列之資產及負債按該結算日之收市匯率換算為港元；各綜合全面收入表之收入及開支按平均匯率換算為港元(除非有關換算並非交易日期現行匯率累計影響之合理約數，在此情況下，收入及開支按交易日期之匯率換算)；及所有由此所產生的匯兌差額於其他全面收入內確認。下表提供我們於往績記錄期間的綜合財務報表所用的實際匯率。

截至12月31日止年度或於12月31日						截至6月30日止六個月			
2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
綜合全面 收入表	綜合資產 負債表	綜合全面 收入表	綜合資產 負債表	綜合全面 收入表	綜合資產 負債表	綜合全面 收入表	綜合資產 負債表	綜合全面 收入表	綜合資產 負債表

人民幣1元兌：

港元	1.1542	1.1963	1.1681	1.1413	1.1288	1.1164	1.1390	1.1368	1.1056	1.0948
----	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------

我們目前並無任何外幣對沖政策，亦無計劃進行任何對沖活動，原因為我們並無重大外幣匯兌風險。我們於中國進行絕大部分業務且全部收益均源自中國。因此，我們的收益、開支、資產及負債均以人民幣計值。

於往績記錄期間，人民幣兌港元的變動對我們的損益造成影響。由於換算附屬公司財務報表所產生的匯兌差額，我們於2017年、2018年、2019年、截至2019年6月30日止六個月及截至2020年6月30日止六個月分別在綜合全面收入表確認其他全面收入89.0百萬港元、其他全面虧損65.0百萬港元、其他全面虧損74.3百萬港元、其他全面虧損29.2百萬港元及其他全面虧損49.6百萬港元。儘管該等波動對我們於往績記錄期間的綜合全面收入表並無重大影響，但日後未必如是。有關貨幣波動對我們收益及毛利的影響的詳情，請參閱「經營業績—收益」及「經營業績—毛利及毛利率」分節。

重大會計政策、判斷及估計

我們已確認若干對編製我們的綜合財務報表屬重大的會計政策。有關對閣下了解我們的財務狀況及經營業績而言屬重要的重大會計政策、判斷及估計，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註2及4。

於整個往績記錄期間，我們已使用全面追溯法採納香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第15號及香港財務報告準則第16號，相關會計政策已貫徹應用於本集團的綜合財務報表。與香港會計準則第39號、香港會計準則第18號及香港會計準則第17號相比，於往績記錄期間採納香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第15號及香港財務報告準則第16號對我們的財務狀況及表現並無任何重大影響。

財務資料

我們的部分會計政策涉及主觀假設及估計，以及有關會計項目的複雜判斷。假設及估計乃基於歷史經驗及其他被認為相關的因素。儘管該等判斷、估計及假設總體上與我們過去的實際結果相符，且董事預期該等估計及假設未來不會發生重大變動，但實際結果可能與該等估計有所不同。在審閱我們的綜合財務報表時，閣下應考慮(i)我們選用的重大會計政策；(ii)影響該等政策應用的判斷及其他不確定因素；及(iii)所呈報業績對條件及假設變動的敏感度。

以下載列於編製我們的綜合財務報表時所採用且我們認為涉及最重要估計及判斷的會計政策。

收益確認

收益包括在我們日常業務過程中銷售貨品所收取或應收取代價的公允價值。收益在扣除增值稅(「增值稅」)、退貨及回扣，以及對銷本集團內部銷售後列賬。

銷售貨品

銷售貨品的收益於產品的控制權發生轉移(即產品交付予客戶)及概無可能影響客戶接納產品的未履行責任時確認。當產品已付運至指定地點、過時及虧損的風險已轉讓予客戶，以及客戶已根據銷售合約接受產品、接受條款已失效，或我們有客觀證據顯示所有接受條件已達成後，交付方會發生。

該等銷售的收益乃根據合約訂明的價格扣除估計退貨及批量回扣(如有)後確認。根據過往業績並考慮客戶類型、交易類型及各項安排的具體情況，使用累計經驗以預期價值估計及撥備退貨及回扣。收益僅於極大可能不會產生重大撥回時確認。退款負債(計入貿易及其他應付款項)乃於直至報告期末就作出的銷售而預期應付客戶的退貨及批量回扣確認。由於銷售之信貸期符合市場慣例，故並不視為存在融資成分。我們根據標準保修條款就瑕疵產品提供退款的責任確認為撥備。

我們在貨品交付時確認應收款項，因為此時收取代價的權利成為無條件，我們在付款到期前僅需待時間流逝。

倘我們提供的服務或交付的產品超過交易對手作出的付款，則確認合約資產。倘付款超出所提供的服務或交付的產品，則確認合約負債。合約負債指我們因已向客戶收取代價(或代價款項已到期)而須向客戶轉讓貨品或服務的責任。倘客戶於我們將貨品或服務轉讓予客戶前支付代價，則於作出付款或付款到期時(以較早者為準)確認合約負債。合約負債於我們履行合約時確認為收益。

財務資料

利息收入

利息收入乃使用實際利率法確認。

物業及設備

物業、廠房及設備按歷史成本減累計折舊及累計減值虧損(如有)列賬。歷史成本包括因收購該等項目而直接應佔的開支及為使資產達致其運作狀況及地點作擬定用途所產生的成本。

在與項目相關之未來經濟利益可能流入我們及項目成本能夠可靠地計量時，其後成本方會計入資產之賬面值或確認為一項獨立資產(如適用)。作為獨立資產入賬的任何部分的賬面值於重置時終止確認。所有其他維修及維護於產生的報告期間在損益支銷。

折舊乃於以下估計可使用年期內將成本按直線法分攤至剩餘價值計算：

樓宇	30至50年
租賃物業裝修	租期或5年(以較短者為準)
廠房及機器	5至20年
傢俱、固定裝置及設備	4至15年
汽車	3至10年

資產的剩餘價值及可使用年期在每個結算日進行檢討，及在適當時調整。

倘資產的賬面值高於其估計可收回金額，則其賬面值即時撇減至可收回金額。

出售收益及虧損按所得款項淨額與賬面值的差額釐定，並於綜合全面收入表內確認。

我們的管理層分別為我們的物業、廠房及設備以及無形資產釐定估計可使用年期及相關折舊及攤銷支出。此估計以對於相似性質物業、廠房及設備以及無形資產之實際可使用年期的過往經驗為基準。倘可使用年期較先前估計年期為短，管理層將增加折舊及攤銷。定期檢討可能導致可使用年期出現變動，因而影響未來期間的折舊及攤銷開支。

存貨

存貨按成本及可變現淨值兩者中之較低者列賬。成本以加權平均法釐定。製成品及在製品的成本包括原材料、直接勞工、其他直接成本及相關間接生產費用(按正常經營能力計

財務資料

算)。可變現淨值為於日常業務過程中的估計售價減估計完工成本及適用的可變銷售開支。該等估計乃根據當前市況以及對於製造及銷售相似性質產品的過往經驗作出。管理層於各報告期末重新評估有關估計。

無形資產

商標及專利

各自收購的商標及專利按歷史成本列賬。因業務合併而購入之商標及專利按收購日期之公允價值確認。商標及專利權具有有限的可使用年期並以成本減累計攤銷列賬。攤銷乃於商標及專利的估計可使用年期10年(即許可證期限)內將其成本按直線法分攤計算。

電腦軟件及系統

與維護軟件程序相關的成本於產生時確認為開支。設計及測試我們所控制的可識別及獨特軟件產品及系統直接應佔且將產生超過成本的可能未來經濟利益(超過一年)的開發成本確認為無形資產。

可資本化成為軟件及系統一部分的直接應佔成本包括軟件及系統開發員工成本及適當比例的相關間接成本。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，本集團的開發中電腦系統指供本集團內部使用以支持本集團日常營運而開發的操作系統及軟件。該等無形資產於完成後不能獨立產生現金流入，根據「香港會計準則第36號—減值資產」會被視為「公司資產」。因此，於該等尚未可供使用無形資產的減值測試中，相關賬面價值分配予相關現金產生單位(即本集團的整體財務業績)，並於往績記錄期間內每年按一致基準進行評估。

鑒於本集團財務表現理想，因此於往績記錄期間概無開發中電腦系統的減值虧損被視為必須。

開發中的電腦系統於各自開發完成後轉撥至電腦軟件，並將按管理層對系統的技術使用年限作出的預期於其估計可使用年期5至10年內按直線法開始攤銷。

撥備

當我們因過往事件而現時負有法律或推定責任，並可能需要流出資源以清償責任及有關金額能可靠估計時，我們確認撥備。未來經營虧損不作撥備確認。

財務資料

倘有多項類似責任，則需要就其清償流出資源的可能性在整體考慮責任的類別後釐定。即使在同一責任類別所包含的任何一個項目相關之資源流出的可能性極低，仍須確認撥備。

撥備乃採用稅前利率按照就清償有關債務預期所需的支出現值計量，而稅前利率反映當時市場對金錢時間值和有關債務特有風險的評估。因時間流逝而增加的撥備確認為利息開支。

貿易應收款項

貿易應收款項為於日常業務過程中就已售貨品應收客戶的款項。倘預期貿易應收款項可於一年或以內(或如屬較長時間，則於一般營運業務周期內)收回，則分類為流動資產，否則呈列為非流動資產。

貿易應收款項按可無條件獲得的代價金額進行初步確認，但當其包含重大融資成分時，則按公允價值進行確認。我們持有貿易應收款項的目的是收取合約現金流量，因此其後使用實際利率法按攤銷成本計量貿易應收款項。有關我們貿易應收款項會計處理的進一步資料及我們減值政策的說明，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註3.1(c)。

即期及遞延所得稅

期內稅項開支包括即期及遞延稅項。除與於其他全面收入或直接於權益確認的項目相關外，稅項於綜合全面收入表內確認。在此情況下，稅項分別於其他全面收入或直接於權益確認。

我們須於中國及香港繳納所得稅。釐定該等司法權區各自所得稅撥備時需要作出判斷。在日常業務過程中存在最終稅項釐定未能確定的交易及計算。倘有關事宜的最終評稅結果有別於初步記錄的數額，則有關差額會影響釐定有關數額的期間的當期及遞延所得稅資產及負債。

即期所得稅

即期所得稅支出按於結算日我們經營及產生應課稅收入之國家所頒佈或實質上已頒佈之稅法計算。我們的管理層就適用稅務法例詮釋所規限的情況定期評估報稅表之狀況。我們在適用情況下根據預期須向稅務機關支付的稅款計提撥備。

遞延所得稅

遞延所得稅採用負債法就資產及負債之稅基與資產及負債之賬面值之間的暫時差額於綜合財務報表悉數撥備。然而，倘遞延稅項負債來自對商譽的初步確認，則不予確認。倘

財務資料

遞延所得稅來自於交易(業務合併除外)中對資產或負債的初步確認,而於交易時並無影響會計處理或應課稅溢利或虧損,亦不予列賬。遞延所得稅乃使用於報告期末已頒佈或實質上已頒佈並預期於變現相關遞延所得稅資產或清償遞延所得稅負債時適用的稅率(及稅法)釐定。

遞延稅項資產僅在可能有未來應課稅金額以利用該等暫時差額及虧損時予以確認。

倘我們能夠控制撥回暫時差額的時間且該等差額可能不會於可見未來撥回,則不會就境外業務投資賬面值與稅基之間的暫時差額確認遞延稅項負債及資產。

倘有法定可執行權利用於抵銷即期稅項資產及負債,且遞延稅項結餘與同一稅務機關有關,則我們抵銷遞延稅項資產及負債。倘實體有法定執行權利抵銷且有意按淨額基準清償或同時變現資產及清償負債時,則即期稅項資產與稅項負債互相抵銷。

我們於綜合損益中確認即期及遞延稅項,惟與於其他全面收入或直接於權益確認的項目有關者除外。在此情況下,稅項亦分別於其他全面收入或直接於權益確認。

銷售退貨撥備

我們使用銷售退貨概率來計算我們於各報告期內所售商品的退款負債及退貨權。有關概率乃經參考銷售退貨的歷史模式後計算得出,以估計總退款負債及退貨權。在估計可能影響收益及銷售成本的總退款負債及退貨權時,我們需要作出重大假設。

退款負債

根據適用香港財務報告準則,我們於開始銷售時(即產品控制權發生轉移時)確認的收益包括已收或待收代價的公允價值,扣除估計退貨。於各個財政報告期末,基於過往表現,經考慮客戶類型、交易類型及各項安排的具體情況,我們的管理層重新計量產品退貨的估計。鑒於2020年前往績記錄期間的過往產品退貨率較低,我們的管理層認為估計退貨的公允價值甚微,因此於2017年、2018年及2019年12月31日,本公司並無撥備或確認退款負債及已退貨產品的相關權利。於2020年,鑒於新型冠狀病毒疫情引起的市場中斷,我們收到客戶的產品退貨要求並接受若干產品退貨要求。於2020年6月30日,基於我們管理層對於2020年6月30日產品退貨的最佳估計,退款負債約53.5百萬港元及已退貨產品相關權利約12.8百萬港元已於2020年6月30日根據適用香港財務報告準則予以確認。並無就產品退貨入賬額外履約責任。

財務資料

節選歷史財務資料

以下截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月的綜合全面收入表和於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日的節選綜合資產負債表資料，乃摘錄自「附錄一—會計師報告」一節。

綜合全面收入表摘要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
收益	5,632,033	6,767,945	7,049,905	2,720,350	2,435,868
銷售成本	(2,636,910)	(2,881,644)	(2,526,895)	(1,048,635)	(877,265)
毛利	2,995,123	3,886,301	4,523,010	1,671,715	1,558,603
其他收入及其他收益					
淨額	23,097	37,446	51,522	34,673	39,768
銷售及分銷開支	(2,068,649)	(2,547,972)	(2,323,123)	(1,030,713)	(816,386)
一般及行政開支	(776,271)	(632,774)	(747,765)	(328,924)	(346,154)
金融資產減值虧損 (撥備)／撥回淨額	(16,073)	6,151	(1,867)	226	(6,459)
經營溢利	157,227	749,152	1,501,777	346,977	429,372
財務收入	3,126	6,218	5,652	2,154	4,136
財務成本	(47,123)	(53,455)	(32,188)	(20,328)	(4,703)
財務成本淨額	(43,997)	(47,237)	(26,536)	(18,174)	(567)
除所得稅前溢利	113,230	701,915	1,475,241	328,803	428,805
所得稅開支	(27,071)	(147,930)	(395,624)	(110,847)	(126,612)
本公司擁有人應佔 年內溢利	86,159	553,985	1,079,617	217,956	302,193

財務資料

綜合資產負債表

	於12月31日			於6月30日
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2020年 千港元
資產				
非流動資產				
無形資產	97,143	100,779	146,943	139,460
物業、廠房及設備	1,113,900	1,124,285	1,211,091	1,211,978
使用權資產	404,902	370,793	415,989	406,651
物業、廠房及設備預付款項	245,211	160,248	59,421	58,648
遞延所得稅資產	113,724	79,270	76,540	91,074
	<u>1,974,880</u>	<u>1,835,375</u>	<u>1,909,984</u>	<u>1,907,811</u>
流動資產				
存貨	567,978	586,879	375,757	445,019
貿易應收款項及應收票據	928,643	1,142,940	1,750,049	1,123,046
預付款項、按金及其他應收款項	354,036	235,818	282,719	260,939
受限制現金	2,863	19,120	25,890	18,085
現金及現金等價物	547,436	467,967	690,064	753,442
可收回稅項	-	-	6,228	-
	<u>2,400,956</u>	<u>2,452,724</u>	<u>3,130,707</u>	<u>2,600,531</u>
資產總值	<u>4,375,836</u>	<u>4,288,099</u>	<u>5,040,691</u>	<u>4,508,342</u>
負債				
非流動負債				
遞延政府補助	68,192	63,670	61,843	59,982
借款	185,263	211,182	207,396	73,548
遞延所得稅負債	12,531	22,707	98,698	119,959
租賃負債	39,017	28,915	33,824	28,009
	<u>305,003</u>	<u>326,474</u>	<u>401,761</u>	<u>281,498</u>
流動負債				
貿易應付款項及應付票據	931,943	664,721	511,922	349,276
合約負債	14,366	20,502	16,188	44,644
應計費用及其他應付款項	807,577	602,995	746,871	552,027
應付關聯公司款項	6,780	4,187	1,076	837
應付股息	85,261	85,261	48,261	-
即期所得稅負債	17,540	39,527	218,679	95,885
借款	812,992	662,628	206,529	74,386
租賃負債	25,534	24,021	26,325	30,781
	<u>2,701,993</u>	<u>2,103,842</u>	<u>1,775,851</u>	<u>1,147,836</u>
負債總額	<u>3,006,996</u>	<u>2,430,316</u>	<u>2,177,612</u>	<u>1,429,334</u>

財務資料

	於12月31日			於6月30日
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2020年 千港元
權益				
本公司擁有人應佔權益				
股本	—	—	—	—
保留盈利	1,209,069	1,749,141	2,804,226	3,060,113
其他儲備	159,771	108,642	58,853	18,895
權益總額	<u>1,368,840</u>	<u>1,857,783</u>	<u>2,863,079</u>	<u>3,079,008</u>
權益及負債總額	<u>4,375,836</u>	<u>4,288,099</u>	<u>5,040,691</u>	<u>4,508,342</u>
流動(負債淨額)/資產淨值	<u>(301,037)</u>	<u>348,882</u>	<u>1,354,856</u>	<u>1,452,695</u>
資產總值減流動負債	<u>1,673,843</u>	<u>2,184,257</u>	<u>3,264,840</u>	<u>3,360,506</u>

綜合現金流量表概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
經營活動所得現金淨額	703,114	249,017	1,032,424	93,516	526,908
投資活動所用現金淨額	(214,890)	(138,220)	(193,503)	(9,030)	(81,209)
融資活動所用現金淨額	(133,403)	(165,759)	(598,878)	(152,499)	(372,524)
現金及現金等價物增加/ (減少)淨額	354,821	(54,962)	240,043	(68,013)	73,175
年/期初現金及 現金等價物	165,075	547,436	467,967	467,967	690,064
匯率變動的影響	27,540	(24,507)	(17,946)	(16,020)	(9,797)
年/期末現金及 現金等價物	<u>547,436</u>	<u>467,967</u>	<u>690,064</u>	<u>383,934</u>	<u>753,442</u>

財務資料

若干綜合全面收入表項目說明

收益

於往績記錄期間，我們的收益來自於中國市場銷售(i)衣物清潔護理產品；(ii)個人清潔護理產品；及(iii)家居清潔護理產品。我們的收益指扣除增值稅、退貨及回扣以及對銷本集團內部銷售後的金額。下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收益明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	估總 收益	估總 收益%	估總 收益	估總 收益%	估總 收益	估總 收益%	估總 收益	估總 收益%	估總 收益	估總 收益%
	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元 (未經 審計)	(%)	千港元	(%)
衣物清潔護理產品	4,922,459	87.4	5,917,277	87.4	6,177,613	87.6	2,364,351	86.9	1,681,407	69.0
個人清潔護理產品	328,021	5.8	410,616	6.1	418,545	5.9	180,051	6.6	465,602	19.1
家居清潔護理產品	381,553	6.8	440,052	6.5	453,747	6.5	175,948	6.5	288,859	11.9
總計	5,632,033	100.0	6,767,945	100.0	7,049,905	100.0	2,720,350	100.0	2,435,868	100.0

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的銷量及平均售價。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤	港元/ 公斤
衣物清潔護理產品	401,269	12.3	464,022	12.8	508,665	12.1	198,716	11.9	167,077	10.1
個人清潔護理產品	24,138	13.6	30,310	13.5	32,425	12.9	13,551	13.3	32,470	14.3
家居清潔護理產品	25,059	15.2	30,317	14.5	32,831	13.8	13,137	13.4	23,045	12.5
總計	450,466	12.5	524,649	12.9	573,921	12.3	225,404	12.1	222,592	10.9

按人民幣計算，截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，衣物清潔護理產品的平均售價分別為人民幣10.6元/公斤、人民幣10.9元/公斤、人民幣10.8元/公斤、人民幣10.5元/公斤及人民幣9.1元/公斤；同期，個人清

財務資料

潔護理產品的平均售價分別為人民幣11.8元／公斤、人民幣11.6元／公斤、人民幣11.4元／公斤、人民幣11.7元／公斤及人民幣13.0元／公斤；同期，家居清潔護理產品的平均售價分別為人民幣13.2元／公斤、人民幣12.4元／公斤、人民幣12.2元／公斤、人民幣11.8元／公斤及人民幣11.3元／公斤。

於2017年至2019年，衣物清潔護理產品的平均售價總體保持穩定。然而，截至2020年6月30日止六個月，該等產品的平均售價有所下跌，主要是由於新型冠狀病毒疫情爆發帶來以下影響：(i)由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物護理產品的整體需求減弱，導致提供更高折扣；(ii)這對我們平均售價較高的至尊品牌濃縮洗衣液產生了更嚴重的影響。由於政府因應新型冠狀病毒疫情爆發實施禁令，以及線下渠道的消費者人流量減少，我們無法將銷售人員部署至線下大賣場來幫助消費者更好地了解該等產品的價值；及(iii)導致衣物清潔護理產品退貨約149.8百萬港元，當中54.1百萬港元與截至2020年6月30日止六個月的衣物清潔護理產品的銷售抵銷，而由於2020年6月30日並未收到該等退回產品，銷量並無相應減少。倘不計及抵銷54.1百萬港元的影響，則截至2020年6月30日止六個月衣物清潔護理產品的平均售價將為人民幣9.4元／公斤。

於2017年至2019年，個人清潔護理產品的平均售價總體保持穩定。截至2020年6月30日止六個月，該等產品的平均售價有所上漲，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發導致截至2020年6月30日止六個月對個人清潔護理產品(如洗手液)的需求增加，從而減少了向客戶提供的銷售折扣。

於2017年至2018年，家居清潔護理產品的平均售價下跌，乃主要由於(i)廚房清潔劑系列及茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價下跌及(ii)茶清天然綠茶洗潔精系列(平均售價相對較低)的收益貢獻增加。儘管家居清潔護理產品的平均售價於2018年至2019年總體保持穩定，但於截至2020年6月30日止六個月，該等產品的平均售價有所下降，乃主要由於我們改變產品組合，於2020年上半年出售更多消毒液，而有關產品的平均售價與其他家居清潔護理產品相比相對較低。

財務資料

於往績記錄期間，藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列（包括藍月亮深層潔淨護理洗衣液（亮白增艷））、預塗•手洗雙用型洗衣液系列及洗衣助劑是往績記錄期間衣物清潔護理產品類別下最受歡迎的產品。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列、預塗•手洗雙用型洗衣液系列及洗衣助劑的合併收益分別為3,820.8百萬港元、4,495.3百萬港元、4,751.4百萬港元、1,895.6百萬港元及1,400.7百萬港元，分別佔同期衣物清潔護理產品總收益的77.6%、76.0%、76.9%、80.2%及83.3%。下表載列於所示期間藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列、預塗•手洗雙用型洗衣液系列及洗衣助劑的銷量及平均售價。

截至12月31日止年度

	2017年		2018年		2019年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
	千公斤	港元／ 公斤	千公斤	港元／ 公斤	千公斤	港元／ 公斤
藍月亮深層潔淨護理洗衣液 系列	299,221	10.6	341,684	11.1	365,617	11.1
預塗•手洗雙用型洗衣液系列	23,258	14.4	23,512	14.2	23,360	14.0
洗衣助劑	24,691	12.5	29,655	12.1	32,055	11.4

截至6月30日止六個月

	2019年		2020年	
	銷量(淨重)	平均售價	銷量(淨重)	平均售價
	千公斤	港元／公斤	千公斤	港元／公斤
藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列	147,937	11.1	106,540	10.5
預塗•手洗雙用型洗衣液系列	8,667	13.4	6,213	13.5
洗衣助劑	14,229	11.2	16,747	11.5

財務資料

於往績記錄期間，個人清潔護理產品類別下最受歡迎的產品為抑菌洗手液系列。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，抑菌洗手液系列的收益分別為236.1百萬港元、330.9百萬港元、339.4百萬港元、146.2百萬港元及405.7百萬港元，分別佔同期個人清潔護理產品總收益的72.0%、80.6%、81.1%、81.2%及87.1%。下表載列於所示期間抑菌洗手液系列的銷量及平均售價。

	截至12月31日止年度					
	2017年		2018年		2019年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
		港元／ 公斤		港元／ 公斤		港元／ 公斤
抑菌洗手液系列	18,380	12.8	23,964	13.8	25,330	13.4

	截至6月30日止六個月			
	2019年		2020年	
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價
		港元／ 公斤		港元／ 公斤
抑菌洗手液系列	10,584	13.8	27,691	14.7

於往績記錄期間，家居清潔護理產品類別下最受歡迎的產品一般為廚房清潔劑系列、茶清天然綠茶洗潔精系列及衛諾潔廁系列。下表載列廚房清潔劑系列、茶清天然綠茶洗潔精系列及衛諾潔廁系列於所示期間的收益。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元			千港元 (未經審計)	
收益					
廚房清潔劑系列	82,553.0	93,035.1	102,406.8	34,301.2	33,723.2
茶清天然綠茶洗潔精系列	60,565.6	78,757.2	71,884.4	28,860.0	31,317.7
衛諾潔廁系列	52,444.8	63,713.8	59,692.7	22,830.3	23,012.0
總計	195,563.4	235,506.1	233,983.8	85,991.5	88,052.9

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，廚房清潔劑系列、茶清天然綠茶洗潔精系列及衛諾潔廁系列的合併收益分別為195.6百

財務資料

萬港元、235.5百萬港元、234.0百萬港元、86.0百萬港元及88.1百萬港元，分別佔同期家居清潔護理產品總收益的51.3%、53.5%、51.6%、48.9%及30.5%。截至2020年6月30日止六個月，該等產品的收益貢獻有所下降，乃主要由於爆發新型冠狀病毒疫情所致，其導致截至2020年6月30日止首六個月對我們消毒液系列的需求大幅增長。消毒液收益由截至2019年6月30日止六個月的19.0百萬港元大幅增加至截至2020年6月30日止六個月的117.8百萬港元，分別佔同期家居清潔護理產品總收益的10.8%及40.8%。下表載列於所示期間廚房清潔劑系列、茶清天然綠茶洗潔精系列及衛諾潔廁系列的銷量及平均售價。

截至12月31日止年度

	2017年		2018年		2019年	
	銷量 (淨重)	平均 售價	銷量 (淨重)	平均 售價	銷量 (淨重)	平均 售價
	港元／ 公斤		港元／ 公斤		港元／ 公斤	
	千公斤	公斤	千公斤	公斤	千公斤	公斤
廚房清潔劑系列	4,451	18.5	5,175	18.0	5,379	19.0
茶清天然綠茶洗潔精系列	4,619	13.1	6,097	12.9	5,791	12.4
衛諾潔廁系列	3,662	14.3	4,317	14.8	4,313	13.8

截至6月30日止六個月

	2019年		2020年		
	銷量 (淨重)	平均售價	銷量 (淨重)	平均售價	
	港元／ 公斤		港元／ 公斤		
	千公斤	公斤	千公斤	公斤	
廚房清潔劑系列		2,068	16.6	1,834	18.4
茶清天然綠茶洗潔精系列		2,212	13.0	2,445	12.8
衛諾潔廁系列		1,642	13.9	1,572	14.6

有關於往績記錄期間不同產品的平均售價及銷量的進一步分析，請參閱「經營業績」分節。

財務資料

下表載列我們於所示期間按渠道劃分的銷售收入。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%	收益	佔總收益%
	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)	千港元	(%)
	(未經審計)									
線上渠道	1,866,516	33.1	2,718,155	40.2	3,328,158	47.2	1,561,731	57.4	1,431,570	58.8
直接銷售予大客戶	703,245	12.5	820,191	12.1	996,582	14.1	302,299	11.1	187,707	7.7
線下分銷商	3,062,272	54.4	3,229,599	47.7	2,725,165	38.7	856,320	31.5	816,591	33.5
總計	5,632,033	100.0	6,767,945	100.0	7,049,905	100.0	2,720,350	100.0	2,435,868	100.0

有關於往績記錄期間按銷售渠道劃分的銷售收益的進一步分析，請參閱「經營業績 — 收益」分節。

銷售成本

我們的銷售成本包括(i)所消耗的原材料成本；(ii)與先前年度製造且隨後於該期間售出的貨品相關的製成品及在製品存貨變動；(iii)間接費用(包括公用事業開支、與製造過程相關的保養開支、消耗品以及其他間接人工及材料開支，但不包括折舊)；(iv)與產品生產直接相關的僱員福利開支(包括薪金及工資以及與直接或間接參與我們產品的生產、組裝、測試及質量控制的僱員有關的員工福利)；(v)與產品生產相關的物業、廠房及設備折舊；及(vi)其他。

財務資料

下表載列我們於所示期間按性質劃分的銷售成本明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	成本	佔總 銷售 成本%	成本	佔總 銷售 成本%	成本	佔總 銷售 成本%	成本	佔總 銷售 成本%	成本	佔總 銷售 成本%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元 (未經 審計)	%	千港元	%
所消耗的 原材料 成本	2,096,388	79.5	2,611,150	90.6	2,059,549	81.5	801,453	76.4	818,137	93.3
製成品及 在製品 存貨 變動	261,230	9.9	8,360	0.3	218,739	8.7	134,525	12.8	(61,995)	(7.1)
間接費用	23,751	0.9	40,568	1.4	39,385	1.6	18,961	1.8	20,311	2.3
僱員福利 開支	122,680	4.7	158,481	5.5	143,415	5.7	59,581	5.7	64,440	7.3
物業、 廠房及 設備 折舊	65,587	2.5	71,361	2.5	65,807	2.5	34,115	3.3	31,410	3.6
其他 ⁽¹⁾	67,274	2.5	(8,276)	(0.3)	–	–	–	–	4,962	0.6
總計	2,636,910	100.0	2,881,644	100.0	2,526,895	100.0	1,048,635	100.0	877,265	100.0

附註：

(1) 「其他」主要包括存貨撥備或其撥回及存貨撇銷。

財務資料

所消耗的原材料成本

我們於生產過程中所使用的主要原材料主要包括化學品及包裝材料。有關詳情請參閱「財務資料—原材料成本」一節。同期，其他材料所佔總銷售成本的比例並不重大。下表載列於所示期間我們所消耗的原材料成本明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	成本	佔所消耗的原材料總成本%	成本	佔所消耗的原材料總成本%	成本	佔所消耗的原材料總成本%	成本	佔所消耗的原材料總成本%	成本	佔所消耗的原材料總成本%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
化學品	1,269,808	60.6	1,420,063	54.4	1,124,114	54.6	434,074	54.2	434,039	53.1
包裝材料	826,580	39.4	1,191,087	45.6	935,435	45.4	367,379	45.8	384,098	46.9
總計	2,096,388	100.0	2,611,150	100.0	2,059,549	100.0	801,453	100.0	818,137	100.0

以下敏感度分析說明化學品及包裝材料成本的假設性波動對我們於所示期間除所得稅前溢利的影響(假設影響我們盈利能力的其他因素均保持不變)。

化學品成本增加／減少：

	增加／減少1%	增加／減少5%	增加／減少10%
	千港元	千港元	千港元
除所得稅前溢利之相應變動			
2017年	-/+12,698	-/+63,490	-/+126,981
2018年	-/+14,201	-/+71,003	-/+142,006
2019年	-/+11,241	-/+56,206	-/+112,411
截至2020年6月30日止六個月	-/+4,340	-/+21,702	-/+43,404

包裝材料成本增加／減少：

	增加／減少1%	增加／減少5%	增加／減少10%
	千港元	千港元	千港元
除所得稅前溢利之相應變動			
2017年	-/+8,266	-/+41,329	-/+82,658
2018年	-/+11,911	-/+59,554	-/+119,109
2019年	-/+9,354	-/+46,772	-/+93,544
截至2020年6月30日止六個月	-/+3,841	-/+19,205	-/+38,410

附註：

此敏感度分析僅供參考，任何除所得稅前溢利的實際變動均可能有別於所示數額。投資者務請特別注意，此敏感度分析中考慮的因素並非詳盡無遺，且僅限於我們原材料及包裝材料成本的變動。

財務資料

毛利及毛利率

我們的毛利指收益減銷售成本，毛利率指毛利除以收益(以百分比列示)。下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的毛利及毛利率。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2019年		2020年	
	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率	金額	毛利率
千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	
	(未經審計)									
衣物清潔護理產品	2,546,370	51.7	3,346,739	56.6	3,948,753	63.9	1,444,655	61.1	1,031,954	61.4
個人清潔護理產品	208,674	63.6	263,856	64.3	271,986	65.0	117,890	65.5	317,549	68.2
家居清潔護理產品	240,079	62.9	275,706	62.7	302,271	66.6	109,170	62.0	209,100	72.4
總計	2,995,123	53.2	3,886,301	57.4	4,523,010	64.2	1,671,715	61.5	1,558,603	64.0

我們的毛利率於往績記錄期間上升，主要是受到原材料價格走勢向下以及存貨管理及生產效率改善等其他因素所推動。於截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，原材料分別佔我們銷售成本總額約79.5%、90.6%、81.5%、76.4%及93.3%。同期，化學品(其中相當大的一部分為基於棕櫚油的材料)分別佔我們銷售成本總額約48.2%、49.3%、44.5%、41.4%及49.5%；包裝材料(其中相當大的一部分為基於LDPE的材料)分別佔我們銷售成本總額約31.3%、41.3%、37.0%、35.0%及43.8%。根據弗若斯特沙利文報告，於2017年至2019年，LDPE的價格由每噸人民幣9,513.6元下降至每噸人民幣7,860.7元，而棕櫚油的價格由每噸人民幣5,771.5元下降至每噸人民幣4,884.2元。

其他收入及其他收益淨額

我們的其他收入及其他收益淨額包括主要與地方政府機構為表彰藍月亮實業的成就及對當地經濟所作貢獻而向其授出的補貼相關的政府補助、外匯收益、取消確認使用權資產的收益、提前終止租賃的收益、與未使用材料相關的廢料銷售及雜項收入。

財務資料

下表載列我們於所示期間的其他收入及其他收益淨額明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
政府補助	7,553	35,932	40,491	30,244	37,372
外匯收益／(虧損)淨額	3,455	1,441	(457)	399	(700)
出售使用權資產的收益	8,631	-	-	-	-
提早終止租賃的 (虧損)／收益	(182)	42	-	-	-
廢料銷售	3,337	1,232	6,119	3,623	3,723
雜項收入／(開支)淨額	303	(1,201)	5,369	407	(627)
總計	23,097	37,446	51,522	34,673	39,768

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支主要包含(i)僱員福利開支(包括與銷售及營銷產品直接相關的僱員薪金及工資以及員工福利)；(ii)廣告及推廣開支；(iii)運輸及相關開支(包括產品交付以及銷售及營銷僱員的差旅所產生的開支)；(iv)辦公場所的租金開支；(v)折舊及攤銷；及(vi)其他。於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的銷售及分銷開支分別為2,068.6百萬港元、2,548.0百萬港元、2,323.1百萬港元、1,030.7百萬港元及816.4百萬港元，分別佔我們相應同期收益的36.7%、37.6%、33.0%、37.9%及33.5%。

財務資料

下表載列我們於所示期間的銷售及分銷開支明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
僱員福利開支	867,602	1,313,357	1,062,752	550,743	316,302
廣告及推廣	713,893	707,296	699,571	240,349	258,921
運輸及相關開支	428,864	458,769	505,754	187,831	198,744
辦公場所租金開支	11,436	23,647	16,454	8,008	10,379
折舊及攤銷	19,165	20,988	21,381	10,737	9,931
其他 ⁽¹⁾	27,689	23,915	17,211	33,045	22,109
總計	<u>2,068,649</u>	<u>2,547,972</u>	<u>2,323,123</u>	<u>1,030,713</u>	<u>816,386</u>

附註：

- (1) 「其他」主要包括其他稅項開支、消耗品、辦公室開支、招聘費用、消耗品、公用事業開支、保養開支及其他。

廣告及推廣開支主要與在電視、網絡及報章等不同媒體上登載廣告的開支以及與其他線上及線下營銷活動相關的開支有關。下表載列我們於所示期間的廣告及推廣開支明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
廣告開支 ⁽¹⁾	499,023	422,360	404,659	120,923	107,627
線上渠道相關推廣開支 ⁽²⁾	102,116	123,243	178,903	72,441	90,099
線下渠道相關推廣開支 ⁽³⁾	64,747	97,219	83,442	34,354	51,918
其他 ⁽⁴⁾	48,007	64,474	32,567	12,631	9,277
總計	<u>713,893</u>	<u>707,296</u>	<u>699,571</u>	<u>240,349</u>	<u>258,921</u>

附註：

- (1) 廣告開支主要包括有關電視廣告的開支，其次包括有關線上及報章廣告的開支。

財務資料

- (2) 線上渠道相關推廣開支主要包括(a)與本集團從該線上平台收到的訂單數量掛鈎的平台支持費；及(b)本集團向線上平台支付用以增加我們產品在該等平台上的曝光率，促進其銷售的費用。
- (3) 線下渠道相關推廣開支主要包括(a)若干線下店舖位置的產品展示費；(b)允許我們的銷售人員於線下店舖營銷產品的開支；(c)允許我們在線下店舖舉辦線下推廣活動的開支；(d)與線下店舖舉辦的店內推廣活動相關的開支；及(e)若干線下渠道的加盟費。
- (4) 「其他」主要包括有關公共關係的費用以及有關營銷戰略的諮詢費用。

一般及行政開支

一般及行政開支包括(i)僱員福利開支(包括行政管理人員的薪金及工資以及員工福利)；(ii)專業費用(包括核數師酬金及諮詢費)；(iii)運輸及相關開支(包括行政管理人員的商務旅行及我們車輛的商務使用所產生的開支)；(iv)其他稅項開支；(v)折舊及攤銷；及(vi)其他。於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的一般及行政開支分別為776.3百萬港元、632.8百萬港元、747.8百萬港元、328.9百萬港元及346.2百萬港元，分別佔我們相應同期收益的13.8%、9.4%、10.6%、12.1%及14.2%。

下表載列我們於所示期間的一般及行政開支明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
		千港元		千港元	
				(未經審計)	
僱員福利開支	471,017	372,767	462,530	203,542	204,946
專業費用	28,719	25,019	29,769	12,748	11,585
運輸及相關開支	37,902	14,292	19,849	8,802	5,503
其他稅項開支	78,753	81,339	76,182	32,264	28,974
折舊及攤銷	61,741	82,911	66,722	33,592	44,557
上市開支	-	-	-	-	21,448
其他 ⁽¹⁾	98,139	56,446	92,713	37,976	29,141
總計	776,271	632,774	747,765	328,924	346,154

附註：

- (1) 「其他」主要包括辦公場所租金開支、消耗品、辦公室開支、招聘費、公用事業開支、保養開支、出售物業、廠房及設備的虧損淨額及其他。

財務資料

金融資產減值虧損(撥備)/撥回淨額

我們的金融資產減值虧損淨額主要包括與應收若干客戶的貿易應收款項及應收票據相關的減值虧損撥備或撥回。

經營溢利

由於上文所述，我們於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月的經營溢利分別為157.2百萬港元、749.2百萬港元、1,501.8百萬港元、347.0百萬港元及429.4百萬港元，而我們相應同期的經營溢利率分別為2.8%、11.1%、21.3%、12.8%及17.6%。

財務收入及成本

財務收入包含銀行存款利息收入。利息收入於產生時按實際利率法確認。財務成本包括銀行借款利息開支加租賃負債利息開支再減合資格資產的資本化借款成本。

下表載列我們於所示期間的財務收入及成本明細。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元			千港元	
	(未經審計)				
財務收入					
銀行存款利息收入	3,126	6,218	5,652	2,154	4,136
財務成本					
銀行借款利息開支	(47,049)	(53,876)	(34,010)	(20,677)	(5,699)
租賃負債利息開支	(2,899)	(3,331)	(3,234)	(1,527)	(1,792)
減：合資格資產的 資本化借款成本	2,825	3,752	5,056	1,876	2,788
財務成本淨額	(43,997)	(47,237)	(26,536)	(18,174)	(567)

所得稅開支

本公司根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，因此獲豁免繳納開曼群島所得稅。由於我們於往績記錄期間並無在香港產生任何應課稅溢利，故並無就香港利得稅作出任何撥備。

所得稅開支包括我們中國附屬公司應付的即期所得稅及遞延所得稅開支。根據中國相關稅務法律及法規，該等附屬公司須就其各自法定財務報表所呈報的應課稅收入繳納中國企業所得稅。中國的一般企業所得稅率為25%。若干附屬公司於往績記錄期間享有15%的所得稅優惠稅率。然而，我們預期，自2020年11月起，我們其中一家附屬公司藍月亮實業享有的優惠稅率將不會重續。於2017年、2018年及2019年，藍月亮實業按法定財務報表所示的稅前利潤分別為人民幣39.1百萬元、人民幣53.5百萬元及人民幣167.8百萬元。詳情請參閱

財務資料

「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 由於向我們授出的若干優惠稅務待遇未必能得以重續，我們可能須按較高的所得稅稅率繳稅。」一節。於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的所得稅開支分別為27.1百萬港元、147.9百萬港元、395.6百萬港元、110.8百萬港元及126.6百萬港元，而我們的實際稅率分別為23.9%、21.1%、26.8%、33.7%及29.5%。有關進一步資料，請參閱「附錄一 — 會計師報告」一節附註10。於往績記錄期間及於最後實際可行日期，我們與相關稅務當局並無任何重大糾紛或未解決事宜。

經營業績

截至2020年6月30日止六個月與截至2019年6月30日止六個月比較

收益

我們的收益由截至2019年6月30日止六個月的2,720.4百萬港元減少284.5百萬港元或10.5%至截至2020年6月30日止六個月的2,435.9百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣2,388.3百萬元減少人民幣185.0百萬元或7.7%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣2,203.3百萬元。該減少乃主要由於我們的衣物清潔護理產品收益減少所致，我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品收益增加抵銷了部分影響。有關增加及減少均歸因於新型冠狀病毒疫情的影響。儘管新型冠狀病毒疫情爆發期間需保持社交距離令消費者暫時減少戶外活動，新型冠狀病毒疫情爆發削弱了消費者對衣物清潔護理產品的需求，但卻提高了消費者對個人清潔護理的意識，導致於2020年首六個月我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售收益大幅增長。有關進一步詳情，請參閱「業務 — 新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響」一節。

按產品類別劃分

衣物清潔護理產品

衣物清潔護理產品的收益由截至2019年6月30日止六個月的2,364.4百萬港元減少683.0百萬港元或28.9%至截至2020年6月30日止六個月的1,681.4百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣2,075.7百萬元減少人民幣554.8百萬元或26.7%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣1,520.9百萬元。我們衣物清潔護理產品的銷量由截至2019年6月30日止六個月的198.7百萬公斤減少至截至2020年6月30日止六個月的167.1百萬公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情的影響，令消費者於新型冠狀病毒疫情期間為保持社交距離而暫時減少戶外活動，導致衣物清潔護理產品需求減少。按人民幣計算，我們的衣物清潔護理產品的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣10.5元／公斤下跌至截至2020年6月30日止六個月的人民幣9.1元／公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發帶來的以下影響，(i) 由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對

財務資料

衣物護理產品的整體需求減弱，導致為衣物清潔護理產品提供更高折扣；(ii)這對我們售價較高的至尊品牌濃縮洗衣液產生了更嚴重的影響。由於政府因應新型冠狀病毒疫情爆發實施禁令，以及線下渠道的消費者人流量減少，我們無法將銷售人員部署至線下大賣場來幫助消費者更好地了解該等產品的價值；及(iii)導致衣物清潔護理產品退貨約149.8百萬港元，當中54.1百萬港元與截至2020年6月30日止六個月的衣物清潔護理產品的銷售抵銷，而由於2020年6月30日並未收到該等產品，銷量並無相應減少。倘不計及抵銷54.1百萬港元的影響，則截至2020年6月30日止六個月衣物清潔護理產品的平均售價將為人民幣9.4元／公斤。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的1,619.9百萬港元減少496.7百萬港元或30.7%至截至2020年6月30日止六個月的1,123.2百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,422.2百萬元減少人民幣406.3百萬元或28.6%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣1,015.9百萬元。藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的147.9百萬公斤減少至截至2020年6月30日止六個月的106.5百萬公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物清潔護理產品的整體需求減弱。按人民幣計算，藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的平均售價大致保持穩定，截至2020年6月30日止六個月為人民幣9.5元／公斤，而截至2019年6月30日止六個月為人民幣9.6元／公斤。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：預塗•手洗雙用型洗衣液系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的115.8百萬港元減少31.7百萬港元或27.3%至截至2020年6月30日止六個月的84.1百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣101.7百萬元減少人民幣25.6百萬元或25.1%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣76.1百萬元。預塗•手洗雙用型洗衣液系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的8.7百萬公斤減少至截至2020年6月30日止六個月的6.2百萬公斤，主要由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對該等產品的整體需求減弱。按人民幣計算，預塗•手洗雙用型洗衣液系列的平均售價保持相對穩定，截至2020年6月30日止六個月為人民幣12.3元／公斤，而截至2019年6月30日止六個月為人民幣11.7元／公斤。
- **洗衣助劑**：洗衣助劑的收益由截至2019年6月30日止六個月的159.8百萬港元增加33.6百萬港元或21.0%至截至2020年6月30日止六個月的193.4百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣140.3百萬元增加人民幣34.6百萬元或24.6%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣174.9百萬元。洗衣助劑的銷量由截至2019年6月30日止六個月的14.2百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的

財務資料

16.7百萬公斤，主要由於新型冠狀病毒疫情爆發導致衣物消毒液銷售增加。按人民幣計算，洗衣助劑的平均售價保持相對穩定，截至2020年6月30日止六個月為人民幣10.4元／公斤，而截至2019年6月30日止六個月為人民幣9.9元／公斤。

個人清潔護理產品

個人清潔護理產品的收益由截至2019年6月30日止六個月的180.1百萬港元增加285.5百萬港元或158.5%至截至2020年6月30日止六個月的465.6百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣158.1百萬元增加人民幣263.0百萬元或133.9%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣421.1百萬元。我們個人清潔護理產品的銷量由截至2019年6月30日止六個月的13.6百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的32.5百萬公斤，乃主要由於受新型冠狀病毒疫情爆發影響，消費者對個人清潔護理的意識有所提升，導致對個人清潔護理產品(尤其是我們的抑菌洗手液)的需求增長。按人民幣計算，我們個人清潔護理產品的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣11.7元／公斤上漲至截至2020年6月30日止六個月的人民幣13.0元／公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發令該等產品有極大需求，我們因而調低向消費者提供的銷售折扣。

- **抑菌洗手液系列**：抑菌洗手液系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的146.2百萬港元增加259.5百萬港元或177.5%至截至2020年6月30日止六個月的405.7百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣128.3百萬元增加人民幣238.6百萬元或185.9%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣367.0百萬元。我們抑菌洗手液系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的10.6百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的27.7百萬公斤，乃主要由於受新型冠狀病毒疫情爆發影響，消費者對個人清潔護理的意識有所提升，導致對我們抑菌洗手液的需求增長。按人民幣計算，抑菌洗手液系列的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣12.1元／公斤上漲至截至2020年6月30日止六個月的人民幣13.3元／公斤，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發令該等產品有極大需求，我們因而調低向消費者提供的銷售折扣。

家居清潔護理產品

家居清潔護理產品的收益由截至2019年6月30日止六個月的175.9百萬港元增加113.0百萬港元或64.2%至截至2020年6月30日止六個月的288.9百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣154.5百萬元增加人民幣106.8百萬元或69.1%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣261.3百萬元。我們家居清潔護理產品的銷量由截至2019年6月30日止六個月的13.1百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的23.0百萬公斤，乃主要由於消費者對個人清潔護理的意識提高，導致對家居清潔護理產品(如消毒劑)的需求增長。按人民幣計算，我們家居清潔護理產品的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣11.8元／公斤下跌至截至2020年6月30日止六個月的人民幣11.3元／公斤，乃主要由於我們調整產品組合，於2020年上半年售出的消毒液大幅增加，而消毒液的平均售價較其他家居清潔護理產品為低。

- **廚房清潔劑系列**：廚房清潔劑系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的34.3百萬港元減少0.6百萬港元或1.7%至截至2020年6月30日止六個月的33.7百萬港元。按

財務資料

人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣30.1百萬元增加人民幣0.4百萬元或1.3%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣30.5百萬元。廚房清潔劑系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的2.1百萬公斤減少至截至2020年6月30日止六個月的1.8百萬公斤，乃主要由於因應新型冠狀病毒疫情爆發的影響，線下渠道的銷售減少。按人民幣計算，廚房清潔劑系列的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣14.6元／公斤上升至截至2020年6月30日止六個月的人民幣16.6元／公斤，乃主要由於我們推出平均售價較該系列其他產品相對為高的新產品油污剋星泡沫型。

- **茶清天然綠茶洗潔精系列：**茶清天然綠茶洗潔精系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的28.9百萬港元增加2.5百萬港元或8.5%至截至2020年6月30日止六個月的31.3百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣25.3百萬元增加人民幣3.0百萬元或11.8%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣28.3百萬元。茶清天然綠茶洗潔精系列的銷量由截至2019年6月30日止六個月的2.2百萬公斤增加至截至2020年6月30日止六個月的2.4百萬公斤，乃主要因為我們茶清天然綠茶洗潔精系列的銷售較少依賴線下渠道，因此受新型冠狀病毒疫情爆發的影響較小。按人民幣計算，茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價總體保持穩定，於截至2020年6月30日止六個月為人民幣11.6元／公斤，而於截至2019年6月30日止六個月則為人民幣11.5元／公斤。
- **衛諾潔廁系列：**衛諾潔廁系列的收益由截至2019年6月30日止六個月的22.8百萬港元增加0.2百萬港元或0.8%至截至2020年6月30日止六個月的23.0百萬港元。按人民幣計算，收益由截至2019年6月30日止六個月的人民幣20.0百萬元增加人民幣0.8百萬元或3.8%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣20.8百萬元。衛諾潔廁系列的銷量於截至2020年6月30日止六個月維持在1.6百萬公斤，與截至2019年6月30日止六個月的水平相同。按人民幣計算，衛諾潔廁系列的平均售價由截至2019年6月30日止六個月的人民幣12.2元／公斤上升至截至2020年6月30日止六個月的人民幣13.2元／公斤，乃主要由於我們衛諾潔廁系列在消費者中愈來愈受歡迎，因而調低向消費者提供的銷售折扣。

按渠道劃分

線上渠道

來自線上渠道的收益由截至2019年6月30日止六個月的1,561.7百萬港元下跌130.1百萬港元或8.3%至截至2020年6月30日止六個月的1,431.6百萬港元，主要原因為受新型冠狀病毒疫情爆發的影響。雖然新型冠狀病毒疫情爆發已對衣物清潔護理產品的銷售造成不利影響，原因為新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物護理產品的整體需求減弱，但其亦令對消毒產品的需求大幅上升，使2020年首六個月線上渠道的個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售額出現大幅增長，抵銷了新型冠狀病毒疫情爆發對我們衣物清潔護理產品所帶來的部分負面影響。

財務資料

直接銷售予大客戶

來自直銷大客戶的收益由截至2019年6月30日止六個月的302.3百萬港元下跌114.6百萬港元或37.9%至截至2020年6月30日止六個月的187.7百萬港元，主要原因為新型冠狀病毒疫情爆發，其(i)對我們衣物清潔護理產品於大賣場的銷售造成不利影響，原因為(x)由於新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物清潔護理產品的整體需求減弱；及(y)我們無法將銷售人員部署至線下大賣場來幫助消費者更好地了解該等產品的價值；及(ii)導致截至2020年6月30日止六個月出現來自大賣場的衣物清潔護理產品退貨約83.0百萬港元。

線下分銷商

來自線下分銷商的收益由截至2019年6月30日止六個月的856.3百萬港元下跌39.7百萬港元或4.6%至截至2020年6月30日止六個月的816.6百萬港元，主要原因為受新型冠狀病毒疫情爆發的影響。雖然新型冠狀病毒疫情爆發已(i)對衣物清潔護理產品的銷售造成不利影響，原因為新型冠狀病毒疫情爆發期間消費者為保持社交距離而暫時減少戶外活動，令消費者對衣物護理產品的整體需求減弱；及(ii)導致截至2020年6月30日止六個月出現來自線下分銷商的衣物清潔護理產品退貨約66.8百萬港元，但其亦令對消毒產品的需求大幅上升，使2020年首六個月對線下分銷商的個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售額出現大幅增長，抵銷了新型冠狀病毒疫情爆發對我們衣物清潔護理產品所帶來的部分負面影響。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2019年6月30日止六個月的1,048.6百萬港元減少171.3百萬港元或16.3%至截至2020年6月30日止六個月的877.3百萬港元，乃主要由於製成品及在製品存貨變動減少所致，大致與截至2020年6月30日止六個月銷售減少一致。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2019年6月30日止六個月的1,671.7百萬港元減少113.1百萬港元或6.8%至截至2020年6月30日止六個月約1,558.6百萬港元。按人民幣計算，我們的毛利由截至2019年6月30日止六個月的人民幣1,467.6百萬元減少人民幣57.8百萬元或3.9%至截至2020年6月30日止六個月的人民幣1,409.8百萬元。我們的整體毛利率由截至2019年6月30日止六個月的61.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的64.0%，乃主要由於利潤率較其他產品為高的消毒產品的銷售增加。

按產品類別劃分

衣物清潔護理產品

我們銷售衣物清潔護理產品的毛利由截至2019年6月30日止六個月的1,444.7百萬港元減少412.7百萬港元或28.6%至截至2020年6月30日止六個月的1,032.0百萬港元，而我們銷售衣物

財務資料

清潔護理產品的毛利率保持相對穩定，於截至2019年6月30日止六個月及截至2020年6月30日止六個月分別為61.1%及61.4%。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：我們銷售藍月亮深層潔淨護理洗衣液的毛利由截至2019年6月30日止六個月的980.7百萬港元減少278.3百萬港元或28.4%至截至2020年6月30日止六個月的702.4百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的60.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的62.5%。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：我們銷售預塗•手洗雙用型洗衣液系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的72.4百萬港元減少17.2百萬港元或23.8%至截至2020年6月30日止六個月的55.2百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的62.6%增加至截至2020年6月30日止六個月的65.6%，主要由於截至2020年6月30日止六個月向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。
- **洗衣助劑**：我們銷售洗衣助劑的毛利由截至2019年6月30日止六個月的102.2百萬港元增加23.3百萬港元或22.8%至截至2020年6月30日止六個月的125.5百萬港元，我們銷售該等產品的毛利率保持相對穩定，截至2020年6月30日止六個月為64.9%，而截至2019年6月30日止六個月為63.9%。

個人清潔護理產品

我們銷售個人清潔護理產品的毛利由截至2019年6月30日止六個月的117.9百萬港元增加199.6百萬港元或169.3%至截至2020年6月30日止六個月的317.5百萬港元，而我們銷售個人清潔護理產品的毛利率則由截至2019年6月30日止六個月的65.5%上升至截至2020年6月30日止六個月的68.2%，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發令該等產品有極大需求，我們因而調低向消費者提供的銷售折扣。

- **抑菌洗手液系列**：我們銷售抑菌洗手液系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的95.8百萬港元增加180.0百萬港元或187.8%至截至2020年6月30日止六個月的275.8百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的65.6%上升至截至2020年6月30日止六個月的68.0%，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發令該等產品有極大需求，我們因而調低向消費者提供的銷售折扣。

家居清潔護理產品

我們銷售家居清潔護理產品的毛利由截至2019年6月30日止六個月的109.2百萬港元增加99.9百萬港元或91.5%至截至2020年6月30日止六個月的209.1百萬港元，而我們銷售家居清潔

財務資料

護理產品的毛利率則由截至2019年6月30日止六個月的62.0%上升至截至2020年6月30日止六個月的72.4%，乃主要由於利潤率較其他家居清潔護理產品為高的消毒產品的銷售增加所致。

- **廚房清潔劑系列**：我們銷售廚房清潔劑系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的21.0百萬港元增加2.4百萬港元或11.1%至截至2020年6月30日止六個月的23.4百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的61.3%上升至截至2020年6月30日止六個月的69.3%，乃主要由於(i)我們推出毛利率較該系列其他產品相對為高的新產品油污剋星泡沫型；及(ii)截至2020年6月30日止六個月向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE的單位成本下降所致。
- **茶清天然綠茶洗潔精系列**：我們銷售茶清天然綠茶洗潔精系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的17.9百萬港元增加2.1百萬港元或11.9%至截至2020年6月30日止六個月的20.0百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的62.1%上升至截至2020年6月30日止六個月的64.0%，乃主要由於截至2020年6月30日止六個月向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。
- **衛諾潔廁系列**：我們銷售衛諾潔廁系列的毛利由截至2019年6月30日止六個月的11.1百萬港元增加3.4百萬港元或30.1%至截至2020年6月30日止六個月的14.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由截至2019年6月30日止六個月的48.7%上升至截至2020年6月30日止六個月的62.8%，乃主要由於我們調低衛諾潔廁系列的銷售折扣導致平均售價上升及於截至2020年6月30日止六個月向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。

其他收入及其他收益淨額

其他收入／收益淨額由截至2019年6月30日止六個月的34.7百萬港元增加5.1百萬港元或14.7%至截至2020年6月30日止六個月的39.8百萬港元，乃主要由於政府補助增加7.2百萬港元，有關補助主要與為抵銷新型冠狀病毒疫情影響的政府補助有關。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至2019年6月30日止六個月的1,030.7百萬港元減少214.3百萬港元或20.8%至截至2020年6月30日止六個月的816.4百萬港元，乃主要由於我們(i)因應新型冠狀病毒疫情爆發導致線下渠道顧客流量減少，暫時對線下銷售團隊進行精簡；於新型冠狀病毒疫情過後，我們將繼續壯大線下銷售團隊，以支持線下銷售活動；及(ii)受益於為應對新型冠狀病毒疫情爆發而發放的政府補助，其降低了我們的僱員社會保險開支，從而導致僱員福利開支減少所致。

財務資料

一般及行政開支

一般及行政開支由截至2019年6月30日止六個月的328.9百萬港元增加17.3百萬港元或5.3%至截至2020年6月30日止六個月的346.2百萬港元，主要由於截至2020年6月30日止六個月產生上市開支所致。

金融資產減值虧損淨額

截至2020年6月30日止六個月，我們產生金融資產減值虧損撥備淨額6.5百萬港元，而截至2019年6月30日止六個月則產生金融資產減值虧損撥回淨額0.2百萬港元，主要與來自若干客戶的貿易應收款項及應收票據有關。

經營溢利

由於上述原因，我們的經營溢利由截至2019年6月30日止六個月的347.0百萬港元增加82.4百萬港元或23.7%至截至2020年6月30日止六個月的429.4百萬港元。

財務成本淨額

我們的財務成本淨額由截至2019年6月30日止六個月的18.2百萬港元減少17.6百萬港元或96.7%至截至2020年6月30日止六個月的0.6百萬港元，主要由於截至2020年6月30日止六個月銀行借款較少及實際利率較低令銀行借款的利息開支減少所致。

除所得稅前溢利

由於上述原因，我們的除所得稅前溢利由截至2019年6月30日止六個月的328.8百萬港元增加100.0百萬港元或30.4%至截至2020年6月30日止六個月的428.8百萬港元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由截至2019年6月30日止六個月的110.8百萬港元增加15.8百萬港元或14.3%至截至2020年6月30日止六個月的126.6百萬港元。我們的實際稅率由截至2019年6月30日止六個月的33.7%下降至截至2020年6月30日止六個月的29.5%，主要由於就銷售退貨撥備確認額外遞延稅項資產所致。

期內溢利

由於上述原因，我們的溢利由截至2019年6月30日止六個月的218.0百萬港元增加84.2百萬港元或38.6%至截至2020年6月30日止六個月的302.2百萬港元。

2019年與2018年比較

收益

我們的收益由2018年的6,767.9百萬港元增加282.0百萬港元或4.2%至2019年的7,049.9百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣5,794.0百萬元增加人民幣451.5百萬元或7.8%至

財務資料

2019年的人民幣6,245.5百萬元。該增加乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作使我們衣物清潔護理產品的銷售增加及(ii)隨著與我們合作的電子商務平台數目由2018年12月31日的55個增加至2019年12月31日的82個，以及於2019年我們因在該等平台上更頻繁地發佈廣告及舉辦更多促銷活動而加強與多個電子商務平台的合作，使透過線上渠道進行的銷售增加。

按產品類別劃分

衣物清潔護理產品

衣物清潔護理產品的收益由2018年的5,917.3百萬港元增加260.3百萬港元或4.4%至2019年的6,177.6百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣5,065.7百萬元增加人民幣407.0百萬元或8.0%至2019年的人民幣5,472.7百萬元。我們衣物清潔護理產品的銷量由2018年的464.0百萬公斤增加至2019年的508.7百萬公斤，乃主要由於(i)我們洗衣液於2019年的銷售增加(主要因我們持續開展營銷及推廣工作，尤其是我們的知識營銷)所致；及(ii)我們衣物柔順劑於2019年的銷售額增加(主要因為生活水平改善使得中國消費者的衣物清潔護理意識提高)。銷售額增加亦反映我們售出的多款用品套裝產品越來越受歡迎。按人民幣計算，我們衣物清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣10.8元／公斤，而於2018年則為人民幣10.9元／公斤。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液**：藍月亮深層潔淨護理洗衣液的收益由2018年的3,801.2百萬港元增加259.0百萬港元或6.8%至2019年的4,060.2百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣3,254.0百萬元增加人民幣342.9百萬元或10.5%至2019年的人民幣3,596.9百萬元。藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的銷量由2018年的341.7百萬公斤上升至2019年的365.7百萬公斤，主要原因為我們持續開展營銷及推廣工作，尤其是我們的知識營銷。按人民幣計算，藍月亮深層清潔洗衣液系列的平均售價由2018年的人民幣9.5元／公斤上漲至2019年的人民幣9.8元／公斤，乃主要由於隨著我們於2019年持續開展營銷及推廣工作，令藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列越來越受歡迎，我們減少了向客戶提供的銷售折扣。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：預塗•手洗雙用型洗衣液系列的收益保持相對穩定，於2019年為326.1百萬港元，而於2018年為333.9百萬港元。按人民幣計算，收益保持相對穩定，於2019年為人民幣288.9百萬元，而於2018年為人民幣285.9百萬元。預塗•手洗雙用型洗衣液系列的銷量保持相對穩定，於2019年為23.4百萬公斤，而於2018年為23.5百萬公斤。按人民幣計算，預塗•手洗雙用型洗衣液系列的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣12.4元／公斤，而於2018年為人民幣12.2元／公斤。
- **洗衣助劑**：洗衣助劑的收益保持相對穩定，於2019年為365.1百萬港元，而於2018年為360.2百萬港元。按人民幣計算，洗衣助劑的收益保持相對穩定，於2019年為人民

財務資料

幣323.5百萬元，而於2018年為人民幣308.4百萬元。洗衣助劑的銷量由2018年的29.7百萬公斤增加至2019年的32.1百萬公斤，主要由於(i)持續的營銷及推廣工作使我們洗衣助劑的銷售增加；及(ii)隨著生活水平改善，中國消費者的衣物清潔護理意識增強。按人民幣計算，洗衣助劑的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣10.1元／公斤，而於2018年為人民幣10.4元／公斤。

個人清潔護理產品

個人清潔護理產品的收益由2018年的410.6百萬港元增加7.9百萬港元或1.9%至2019年的418.5百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣351.5百萬元增加人民幣19.3百萬元或5.5%至2019年的人民幣370.8百萬元。我們個人清潔護理產品的銷量由2018年的30.3百萬公斤增加至2019年的32.4百萬公斤，乃主要由於洗手液銷售增加(主要因(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略)。我們將我們的個人清潔護理產品作為附加產品進行促銷，以便消費者符合資格獲得額外好處(例如額外折扣及免費送貨)，從而促進了我們個人清潔護理產品的銷售。按人民幣計算，我們個人清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣11.4元／公斤，而於2018年則為人民幣11.6元／公斤。

- **抑菌洗手液系列**：我們抑菌洗手液系列的收益由2018年的330.9百萬港元增加8.5百萬港元或2.6%至2019年的339.4百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣283.3百萬元增加人民幣17.4百萬元或6.1%至2019年的人民幣300.6百萬元。抑菌洗手液系列的銷量由2018年的24.0百萬公斤增加至2019年的25.3百萬公斤，主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們的線上交叉銷售策略取得成功。按人民幣計算，我們抑菌洗手液系列的平均售價總體保持穩定，於2019年為人民幣11.9元／公斤，而於2018年則為人民幣11.8元／公斤。

家居清潔護理產品

我們家居清潔護理產品的收益由2018年的440.1百萬港元增加13.6百萬港元或3.1%至2019年的453.7百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣376.7百萬元增加人民幣25.3百萬元或6.7%至2019年的人民幣402.0百萬元。我們家居清潔護理產品的銷量由2018年的30.3百萬公斤增加至2019年的32.8百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。我們將我們的家居清潔護理產品作為附加產品進行促銷，以便消費者符合資格獲得額外好處(例如額外折讓及免費送貨)，從而促進了我們家居清潔護理產品的銷售；及(iii)我們的新產品油污剋星泡沫型產生的銷售。按人民幣計算，我們家居清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2019年為人民幣12.2元／公斤，而於2018年則為人民幣12.4元／公斤。

- **廚房清潔劑系列**：廚房清潔劑系列的收益由2018年的93.0百萬港元增加9.4百萬港元或10.1%至2019年的102.4百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣79.6百萬元增加人民幣11.1百萬元或13.9%至2019年的人民幣90.7百萬元。廚房清潔劑系列

財務資料

的銷量由2018年的5.2百萬公斤增加至2019年的5.4百萬公斤，乃主要由於我們的新產品油污剋星泡沫型帶來額外銷售。按人民幣計算，廚房清潔劑系列的平均售價由2018年的人民幣15.4元／公斤上漲至2019年的人民幣16.9元／公斤，乃主要由於我們推出平均售價較該系列其他產品相對為高的新產品油污剋星泡沫型。

- **茶清天然綠茶洗潔精系列**：茶清天然綠茶洗潔精系列的收益由2018年的78.8百萬港元減少6.9百萬港元或8.7%至2019年的71.9百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣67.4百萬元減少人民幣3.7百萬元或5.5%至2019年的人民幣63.7百萬元。茶清天然綠茶洗潔精系列的銷量總體保持穩定，於2019年為5.8百萬公斤，而於2018年則為6.1百萬公斤。按人民幣計算，茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價總體保持穩定，於2019年為人民幣11.0元／公斤，而於2018年則為人民幣11.1元／公斤。
- **衛諾潔廁系列**：衛諾潔廁系列的收益由2018年的63.7百萬港元減少4.0百萬港元或6.3%至2019年的59.7百萬港元。按人民幣計算，收益由2018年的人民幣54.5百萬元減少人民幣1.6百萬元或3.0%至2019年的人民幣52.9百萬元。衛諾潔廁系列的銷量總體保持穩定，於2019年為4.3百萬公斤，而於2018年則為4.3百萬公斤。按人民幣計算，衛諾潔廁系列的平均售價總體保持穩定，於2019年為人民幣12.3元／公斤，而於2018年則為人民幣12.6元／公斤。

按渠道劃分

線上渠道

我們線上渠道的收益由2018年的2,718.2百萬港元增加610.0百萬港元或22.4%至2019年的3,328.2百萬港元。該增加主要由於(i)與我們合作的電子商務平台數目由2018年12月31日的55個增加至2019年12月31日的82個；(ii)我們因在該等平台上更頻繁地發佈廣告及舉辦更多促銷活動而與多個受歡迎的電子商務平台加強合作，尤其是在6月18日的618購物節及11月11日的雙十一購物節等大型線上購物節以及我們於4月16日的「超級品牌日」前後；(iii)包含多款用品的套裝產品在我們線上渠道的銷售增加；及(iv)如上所述，我們成功的交叉銷售策略促進了我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售。

直接銷售予大客戶

向我們大客戶直接銷售產生的收益由2018年的820.2百萬港元增加176.4百萬港元或21.5%至2019年的996.6百萬港元，乃主要由於我們於2019年及2018年12月開始與新大客戶合作。

線下分銷商

線下分銷商的收益由2018年的3,229.6百萬港元減少504.4百萬港元或15.6%至2019年的2,725.2百萬港元，主要由於自2018年下半年起，我們努力優化線下分銷商網絡。詳情請參閱「業務－銷售及分銷網絡」一節。

銷售成本

我們的銷售成本由2018年的2,881.6百萬港元減少354.7百萬港元或12.3%至2019年的2,526.9百萬港元。銷售成本減少乃主要由於所消耗原材料成本由2,611.2百萬港元減少至2,059.5百萬港元所致，主要由於於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE成本下降，以及我們成功(i)透過(a)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(b)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理；及(ii)通過藉我們自行開發的投配料管理系統標準化我們的投配料管理及投配料添加程序，從而持續提高生產效率。

毛利及毛利率

我們的毛利由2018年的3,886.3百萬港元增加636.7百萬港元或16.4%至2019年約4,523.0百萬港元。按人民幣計算，我們的毛利由2018年的人民幣3,327.0百萬元增加人民幣679.9百萬元或20.4%至2019年的人民幣4,006.9百萬元。我們的整體毛利率由2018年的57.4%上升至2019年的64.2%，乃主要由於(i)主要因上述原因令我們的銷售成本下降；及(ii)其次，毛利率相對較高的產品的銷售增加(作為我們優化產品組合戰略的一部分)。

按產品類別劃分

衣物清潔護理產品

我們銷售衣物清潔護理產品的毛利由2018年的3,346.7百萬港元增加602.1百萬港元或18.0%至2019年的3,948.8百萬港元，而我們銷售衣物清潔護理產品的毛利率由2018年的56.6%上升至2019年的63.9%，乃主要由於(i)因上述原因導致銷售成本下降；及(ii)其次，毛利率相對較高的若干衣物清潔護理產品的銷售增加(作為我們優化產品組合戰略的一部分)所致。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：我們銷售藍月亮深層潔淨護理洗衣液的毛利由2018年的2,239.9百萬港元增加360.1百萬港元或16.1%至2019年的2,600.0百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的58.9%上升至2019年的64.0%，乃主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：我們銷售預塗•手洗雙用型洗衣液系列的毛利由2018年的198.6百萬港元增加15.9百萬港元或8.0%至2019年的214.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的59.5%增加至2019年的65.8%，主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。
- **洗衣助劑**：我們銷售洗衣助劑的毛利由2018年的233.6百萬港元增加10.1百萬港元或4.3%至2019年的243.6百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的64.8%增加至2019年的66.7%，主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE單位成本下降所致。

財務資料

個人清潔護理產品

我們銷售個人清潔護理產品的毛利由2018年的263.9百萬港元增加8.1百萬港元或3.1%至2019年的272.0百萬港元，而我們銷售個人清潔護理產品的毛利率由2018年的64.3%上升至2019年的65.0%，乃主要由於(i)主要因上述原因導致我們的銷售成本下降；及(ii)毛利率相對較高的若干個人清潔護理產品的銷售增加(作為我們優化產品組合戰略的一部分)。

- *抑菌洗手液系列*：我們銷售抑菌洗手液系列的毛利由2018年的211.5百萬港元增加8.2百萬港元或3.9%至2019年的219.7百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率保持整體穩定，於2019年為64.7%，而2018年為63.9%。

家居清潔護理產品

我們銷售家居清潔護理產品的毛利由2018年的275.7百萬港元增加26.6百萬港元或9.6%至2019年的302.3百萬港元，而我們銷售家居清潔護理產品的毛利率由2018年的62.7%上升至2019年的66.6%，乃主要由於(i)因上述原因導致我們的銷售成本下降所致；及(ii)推出若干具有更高毛利率的新家居清潔護理產品。

- *廚房清潔劑系列*：我們銷售廚房清潔劑系列的毛利由2018年的58.9百萬港元增加13.2百萬港元或22.4%至2019年的72.1百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的63.3%上升至2019年的70.4%，乃主要由於(i)我們推出毛利率較該系列其他產品相對為高的新產品油污剋星泡沫型；及(ii)於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE的單位成本下降所致。
- *茶清天然綠茶洗潔精系列*：我們銷售茶清天然綠茶洗潔精系列的毛利由2018年的46.5百萬港元減少2.0百萬港元或4.3%至2019年的44.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的59.0%上升至2019年的61.8%，乃主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE的單位成本下降所致。
- *衛諾潔廁系列*：我們銷售衛諾潔廁系列的毛利由2018年的34.5百萬港元減少0.7百萬港元或2.0%至2019年的33.8百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2018年的54.1%上升至2019年的56.6%，乃主要由於2019年向我們供應的基於棕櫚油的化學品及LDPE的單位成本下降所致。

其他收入及其他收益淨額

我們的其他收入及其他收益淨額由2018年的37.4百萬港元增加14.1百萬港元或37.7%至2019年的51.5百萬港元，主要由於(i)政府補助增加4.6百萬港元，主要與地方政府機構為表彰藍月亮實業的成就及對當地經濟所作貢獻而向其授出的補貼相關；(ii)廢料銷售增加4.9百萬

財務資料

港元(主要與未使用的原材料有關)；及(iii)雜項收入增加6.6百萬港元所致，惟部分由匯兌收益淨額減少1.9百萬港元所抵銷。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2018年的2,548.0百萬港元減少224.9百萬港元或8.8%至2019年的2,323.1百萬港元，主要由於因我們將銷售人員的薪酬架構調整為更注重績效，從而在節省成本的同時激勵了我們的銷售隊伍，導致僱員福利開支減少，惟部分由運輸開支的增加(總體與我們收益的增長一致)所抵銷。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2018年的632.8百萬港元增加115.0百萬港元或18.2%至2019年的747.8百萬港元，主要由於(i)僱員福利開支增加(原因是作為對我們令人滿意的業務表現的認可，行政及管理職員獲授的獎金增加)；及(ii)與開發若干移動應用程序及電腦軟件相關的保養開支增加所致。

金融資產減值虧損淨額

於2019年，我們就來自若干客戶的貿易應收款項及應收票據產生的金融資產減值虧損撥備淨額為1.9百萬港元，而於2018年則為就來自若干客戶的貿易應收款項及應收票據產生的金融資產減值虧損撥回淨額6.2百萬港元。

經營溢利

由於上述原因，我們的經營溢利由2018年的749.2百萬港元增加752.6百萬港元或100.5%至2019年的1,501.8百萬港元。

財務成本淨額

我們的財務成本淨額由2018年的47.2百萬港元減少20.7百萬港元或43.9%至2019年的26.5百萬港元，乃主要由於2019年銀行借款較少及實際利率較低令銀行借款的利息開支減少所致。

除所得稅前溢利

由於上述原因，我們的除所得稅前溢利由2018年的701.9百萬港元增加773.3百萬港元或110.2%至2019年的1,475.2百萬港元。

所得稅開支

我們的所得稅開支由2018年的147.9百萬港元增加247.7百萬港元或167.5%至2019年的395.6百萬港元。我們的實際稅率由2018年的21.1%增加至2019年的26.8%，主要由於未匯出盈利的預扣稅導致遞延稅項開支增加。

年內溢利

由於上述原因，我們的年內溢利由2018年的554.0百萬港元增加525.6百萬港元或94.9%至2019年的1,079.6百萬港元。

2018年與2017年比較

收益

我們的收益由2017年的5,632.0百萬港元增加1,135.9百萬港元或20.2%至2018年的6,767.9百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣4,879.6百萬元增加人民幣914.4百萬元或18.7%至2018年的人民幣5,794.0百萬元。該增加乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作使我們衣物清潔護理產品銷售增加；及(ii)隨著與我們合作的電子商務平台數目由2017年12月31日的40個增加至2018年12月31日的55個，以及於2018年我們因在該等平台上更頻繁地發佈廣告及舉辦更多促銷活動而加強與多個電子商務平台合作，透過線上渠道進行的銷售增加所致。

按產品類別劃分

衣物清潔護理產品

我們衣物清潔護理產品的收益由2017年的4,922.5百萬港元增加994.8百萬港元或20.2%至2018年的5,917.3百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣4,264.9百萬元增加人民幣800.8百萬元或18.8%至2018年的人民幣5,065.7百萬元。我們衣物清潔護理產品的銷量由2017年的401.3百萬公斤增加至2018年的464.0百萬公斤，乃主要由於洗衣液銷售增加(主要因(i)我們持續的營銷及推廣工作，尤其是我們的知識營銷；(ii)透過我們線上渠道所銷售包含多款用品的套裝產品的受歡迎程度上升；及(iii)衣物柔順劑的銷售增加，主要原因是隨著生活水平的改善使得中國消費者的衣物清潔護理意識增加)所致。按人民幣計算，我們衣物清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2018年為人民幣10.9元／公斤，而於2017年則為人民幣10.6元／公斤。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列的收益由2017年的3,179.2百萬港元增加622.0百萬港元或19.6%至2018年的3,801.2百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣2,754.5百萬元增加人民幣499.5百萬元或18.1%至2018年的人民幣3,254.0百萬元。藍月亮深層潔淨洗衣液系列的銷量由2017年的299.2百萬公斤增加至2018年的341.7百萬公斤，乃主要由於我們持續的營銷及推廣工作，尤其是我們的知識營銷。按人民幣計算，我們藍月亮深層潔淨洗衣液的平均售價總體保持穩定，於2018年為人民幣9.5元／公斤，而於2017年則為人民幣9.2元／公斤。
- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：預塗•手洗雙用型洗衣液系列的收益保持相對穩定，於2018年為333.9百萬港元，而於2017年為334.0百萬港元。按人民幣計算，收益

財務資料

保持相對穩定，於2018年為人民幣285.9百萬元，而於2017年為人民幣289.4百萬元。預塗•手洗雙用型洗衣液系列的銷量保持相對穩定，於2018年為23.5百萬公斤，而於2017年為23.3百萬公斤。按人民幣計算，預塗•手洗雙用型洗衣液系列的平均售價保持相對穩定，於2018年為人民幣12.2元／公斤，而於2017年為人民幣12.4元／公斤。

- **洗衣助劑**：洗衣助劑的收益由2017年的307.5百萬港元增加52.7百萬港元或17.1%至2018年的360.2百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣266.4百萬元增加人民幣42.0百萬元或15.8%至2018年的人民幣308.4百萬元。洗衣助劑的銷量由2017年的24.7百萬公斤增加至2018年的29.7百萬公斤，主要由於(i)持續的營銷及推廣工作使我們洗衣助劑的銷售增加；及(ii)隨著生活水平改善，中國消費者的衣物清潔護理意識增強。按人民幣計算，洗衣助劑的平均售價保持相對穩定，於2018年為人民幣10.4元／公斤，而於2017年為人民幣10.8元／公斤。

個人清潔護理產品

個人清潔護理產品的收益由2017年的328.0百萬港元增加82.6百萬港元或25.2%至2018年的410.6百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣284.2百萬元增加人民幣67.3百萬元或23.7%至2018年的人民幣351.5百萬元。我們個人清潔護理產品的銷量由2017年的24.1百萬公斤增加至2018年的30.3百萬公斤，乃主要由於洗手液的銷售增加所致，這主要歸因於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。我們將我們的個人清潔護理產品作為附加產品進行促銷，以便消費者符合資格獲得額外好處（例如額外折讓及免費送貨）。按人民幣計算，我們個人清潔護理產品的平均售價保持相對穩定，於2018年為人民幣11.6元／公斤，而於2017年則為人民幣11.8元／公斤。

- **抑菌洗手液系列**：我們抑菌洗手液系列的收益由2017年的236.1百萬港元增加94.8百萬港元或40.2%至2018年的330.9百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣204.5百萬元增加人民幣78.8百萬元或38.5%至2018年的人民幣283.3百萬元。抑菌洗手液系列的銷量由2017年的18.4百萬公斤增加至2018年的24.0百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們的線上交叉銷售策略取得成功。按人民幣計算，抑菌洗手液系列的平均售價由2017年的人民幣11.1元／公斤上漲至2018年的人民幣11.8元／公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們的線上交叉銷售策略取得成功，抑菌洗手液系列越來越受歡迎，我們減少了向客戶提供的銷售折扣。

家居清潔護理產品

我們家居清潔護理產品的收益由2017年的381.6百萬港元增加58.5百萬港元或15.3%至2018年的440.1百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣330.6百萬元增加人民幣46.2百萬元或14.0%至2018年的人民幣376.8百萬元。我們家居清潔護理產品的銷量由2017年的25.1百

財務資料

萬公斤增加至2018年的30.3百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度；及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。我們將我們的家居清潔護理產品作為附加產品進行促銷，以便消費者符合資格獲得額外好處(例如額外折讓及免費送貨)。按人民幣計算，家居清潔護理產品的平均售價由2017年的人民幣13.2元／公斤略微下降至2018年的人民幣12.4元／公斤，主要由於我們廚房清潔劑系列及茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價下跌所致。

- *廚房清潔劑系列*：廚房清潔劑系列的收益由2017年的82.6百萬港元增加10.4百萬港元或12.7%至2018年的93.0百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣71.5百萬元增加人民幣8.1百萬元或11.4%至2018年的人民幣79.6百萬元。廚房清潔劑系列的銷量由2017年的4.5百萬公斤增加至2018年的5.2百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度，及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。按人民幣計算，廚房清潔劑系列的平均售價由2017年的人民幣16.1元／公斤下降至2018年的人民幣15.4元／公斤，乃主要由於2018年向消費者提供更多折扣以促進銷售所致。
- *茶清天然綠茶洗潔精系列*：茶清天然綠茶洗潔精系列的收益由2017年的60.6百萬港元增加18.2百萬港元或30.0%至2018年的78.8百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣52.5百萬元增加人民幣14.9百萬元或28.5%至2018年的人民幣67.4百萬元。茶清天然綠茶洗潔精系列的銷量由2017年的4.6百萬公斤增加至2018年的6.1百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度，及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。按人民幣計算，茶清天然綠茶洗潔精系列的平均售價由2017年的人民幣11.4元／公斤下降至2018年的人民幣11.1元／公斤，乃主要由於2018年向消費者提供更多折扣以促進銷售所致。
- *衛諾潔廁系列*：衛諾潔廁系列的收益由2017年的52.4百萬港元增加11.3百萬港元或21.5%至2018年的63.7百萬港元。按人民幣計算，收益由2017年的人民幣45.4百萬元增加人民幣9.1百萬元或20.0%至2018年的人民幣54.5百萬元。衛諾潔廁系列的銷量由2017年的3.7百萬公斤增加至2018年的4.3百萬公斤，乃主要由於(i)成功的營銷及推廣工作提升了我們的品牌知名度，及(ii)我們成功進行在線交叉銷售策略。按人民幣計算，衛諾潔廁系列的平均售價總體保持穩定，於2018年為人民幣12.6元／公斤，而於2017年則為人民幣12.4元／公斤。

按渠道劃分

線上渠道

我們線上渠道的收益由2017年的1,866.5百萬港元增加851.7百萬港元或45.6%至2018年的2,718.2百萬港元。該增加主要是由於(i)我們合作的電子商務平台數目由2017年12月31日的40個增加至2018年12月31日的55個；(ii)我們因在該等平台上更頻繁地發佈廣告及舉辦更多促銷活動而加強與多個受歡迎的電子商務平台的合作；(iii)包含多款用品的套裝產品在我們線上渠道的銷售增加；及(iv)如上所述，我們成功的交叉銷售策略促進了我們個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的銷售。

財務資料

直接銷售予大客戶

向我們大客戶直接銷售產生的收益由2017年的703.2百萬港元增加117.0百萬港元或16.6%至2018年的820.2百萬港元，乃主要由於我們通過將銷售人員派駐該等大賣場幫助推廣我們的產品，於2018年加強與若干大賣場的合作所致。

線下分銷商

線下分銷商的收益由2017年的3,062.3百萬港元增加167.3百萬港元或5.5%至2018年的3,229.6百萬港元，乃主要由於在2018年加強與若干大賣場的合作，而我們的部分線下分銷商亦有向當中若干大賣場出售我們的產品。

銷售成本

我們的銷售成本由2017年的2,636.9百萬港元增加244.7百萬港元或9.3%至2018年的2,881.6百萬港元，主要由於所消耗原材料成本隨收益增加而增加，導致所消耗原材料成本由2017年的2,096.4百萬港元增加至2018年的2,611.2百萬港元。

毛利及毛利率

我們的毛利由2017年的2,995.1百萬港元增加891.2百萬港元或29.8%至2018年的3,886.3百萬港元。按人民幣計算，我們的毛利由2017年的人民幣2,595.0百萬元增加人民幣732.0百萬元或28.2%至2018年的人民幣3,327.0百萬元。我們的整體毛利率由2017年的53.2%上升至2018年的57.4%，乃主要由於(i)於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品成本下降令每單位銷售成本下降，以及我們成功(a)透過(x)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(y)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理；及(b)通過藉我們自行開發的投配料管理系統標準化我們的投配料管理及投配料添加程序，從而持續提高生產效率；及(ii)若干毛利率較高的衣物清潔護理產品的銷售增加。

按產品類別劃分

衣物清潔護理產品

我們銷售衣物清潔護理產品的毛利由2017年的2,546.4百萬港元增加800.3百萬港元或31.4%至2018年的3,346.7百萬港元，而我們銷售衣物清潔護理產品的毛利率由2017年的51.7%上升至2018年的56.6%，乃主要由於(i)主要因上文所述的原因導致單位銷售成本下降；及(ii)作為優化我們產品組合的策略的一部分，具有較高毛利率的衣物清潔護理產品的銷售增加所致。

- **藍月亮深層潔淨護理洗衣液系列**：我們銷售藍月亮深層潔淨護理洗衣液的毛利由2017年的1,704.2百萬港元增加535.7百萬港元或31.4%至2018年的2,239.9百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的53.6%上升至2018年的58.9%，乃主要由於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品單位成本下降所致。

財務資料

- **預塗•手洗雙用型洗衣液系列**：我們銷售預塗•手洗雙用型洗衣液系列的毛利由2017年的184.0百萬港元增加14.7百萬港元或8.0%至2018年的198.6百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的55.1%增加至2018年的59.5%，主要由於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品單位成本下降。
- **洗衣助劑**：我們銷售洗衣助劑的毛利由2017年的201.0百萬港元增加32.5百萬港元或16.2%至2018年的233.6百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率保持相對穩定，於2018年為64.8%，而於2017年為65.4%。

個人清潔護理產品

我們銷售個人清潔護理產品的毛利由2017年的208.7百萬港元增加55.2百萬港元或26.4%至2018年的263.9百萬港元，而我們銷售個人清潔護理產品的毛利率由2017年的63.6%上升至2018年的64.3%，乃主要由於我們產品組合的變動。

- **抑菌洗手液系列**：我們銷售抑菌洗手液系列的毛利由2017年的142.5百萬港元增加69.0百萬港元或48.5%至2018年的211.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的60.4%上升至2018年的63.9%，乃主要由於2018年減少向客戶提供銷售折扣所致。

家居清潔護理產品

我們銷售家居清潔護理產品的毛利由2017年的240.1百萬港元增加35.6百萬港元或14.8%至2018年的275.7百萬港元，而我們銷售家居清潔護理產品的毛利率保持相對穩定，於2018年為62.7%，而2017年為62.9%。

- **廚房清潔劑系列**：我們銷售廚房清潔劑系列的毛利由2017年的54.8百萬港元增加4.1百萬港元或7.5%至2018年的58.9百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的66.4%下跌至2018年的63.3%，乃主要由於向消費者提供更多折扣以促進銷售。
- **茶清天然綠茶洗潔精系列**：我們銷售茶清天然綠茶洗潔精系列的毛利由2017年的34.0百萬港元增加12.5百萬港元或36.7%至2018年的46.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的56.2%上升至2018年的59.0%，乃主要由於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品單位成本下降所致。
- **衛諾潔廁系列**：我們銷售衛諾潔廁系列的毛利由2017年的22.1百萬港元增加12.4百萬港元或55.8%至2018年的34.5百萬港元，而我們銷售該等產品的毛利率由2017年的42.2%上升至2018年的54.1%，乃主要由於2018年向我們供應的基於棕櫚油的化學品單位成本下降所致。

其他收入及其他收益淨額

我們的其他收入及其他收益淨額由2017年的23.1百萬港元增加14.3百萬港元或61.9%至2018年的37.4百萬港元，主要由於政府補助增加28.3百萬港元，主要與地方政府機構為表彰

財務資料

藍月亮實業的成就及對當地經濟所作貢獻而向其授出的補貼相關，部分由出售與出售土地使用權有關的使用權資產的收益減少8.6百萬港元所抵銷。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2017年的2,068.6百萬港元增加479.4百萬港元或23.2%至2018年的2,548.0百萬港元，主要由於隨著我們通過將銷售人員派駐該等大賣場幫助推廣我們的產品，加強與若干大賣場的合作，導致僱員福利開支增加所致，其整體上與我們的收益增加一致。

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由2017年的776.3百萬港元減少143.5百萬港元或18.5%至2018年的632.8百萬港元，主要由於(i)因我們通過減慢相關的招聘工作精簡及優化管理人員，令僱員福利開支減少；(ii)因我們採用更為高效的預算控制系統，導致運輸及相關開支減少；及(iii)因我們完成開發若干移動應用程序及電腦軟件，導致保養開支減少所致。

金融資產減值虧損淨額

我們於2018年產生金融資產減值虧損撥回淨額6.2百萬港元，與主要因該年度其後收回應收若干客戶的貿易應收款項及應收票據，導致撥回就該等貿易應收款項及應收票據作出的撥備有關，而於2017年則產生與該等貿易應收款項及應收票據有關的金融資產減值虧損撥備淨額16.1百萬港元。與已具有財務困難或對收回應收款項具有重大疑慮的客戶有關之貿易應收款項，均被視為具有較高的違約風險及進行個別測試。於2017年12月31日，9.1百萬港元的貿易應收款項乃按該基準評估。貿易應收款項亦根據共同的信貸風險特點及逾期天數進行分組。於2017年12月31日，6.9百萬港元的貿易應收款項乃按該基準評估。與我們貿易應收款項減值有關的詳情，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註3.1(c)(ii)。

經營溢利

由於上文所述，我們的經營溢利由2017年的157.2百萬港元增加592.0百萬港元或376.6%至2018年的749.2百萬港元。

財務成本淨額

我們的財務成本淨額由2017年的44.0百萬港元增加3.2百萬港元或7.3%至2018年的47.2百萬港元，乃主要由於因2018年銀行借款的實際利率上調，導致銀行借款的利息開支增加所致。

除所得稅前溢利

由於上文所述，我們的除所得稅前溢利由2017年的113.2百萬港元增加588.7百萬港元或520.1%至2018年的701.9百萬港元。

財務資料

所得稅開支

我們的所得稅開支由2017年的27.1百萬港元增加120.8百萬港元或445.8%至2018年的147.9百萬港元。我們的實際稅率由2017年的23.9%減少至2018年的21.1%，主要由於藍月亮重慶於2018年提升產能，而其應課稅溢利須按其於2017年獲授的優惠所得稅率納稅所致。

年內溢利

由於上文所述，我們的年內溢利由2017年的86.2百萬港元增加467.8百萬港元或542.7%至2018年的554.0百萬港元。

流動資金及資本資源

概覽

過去，我們主要以業務經營所得現金及銀行借款撥付營運資金。於全球發售後，我們擬透過相同資金來源（連同我們自全球發售收取的所得款項淨額）為我們的未來資本需求提供資金。我們預計日後為我們的營運提供資金的可用融資及我們的資本架構不會有任何重大變動。

於2020年10月31日，我們的現金及現金等價物為656.7百萬港元。

董事認為，經計及全球發售所得款項淨額及我們可動用的財務資源（包括現金及現金等價物、我們可動用的銀行融資及經營活動所得現金流量），我們擁有充足的營運資金，可滿足我們目前（即自本招股章程日期起計至少12個月）的需求。

財務資料

下文有關流動資金及資本資源的討論主要集中在我們的綜合現金流量表以及資產及負債。

現金流量

下表載列於所示期間的節選綜合現金流量表資料。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
			千港元		
				(未經審計)	
經營活動所得現金淨額	703,114	249,017	1,032,424	93,516	526,908
投資活動所用現金淨額	(214,890)	(138,220)	(193,503)	(9,030)	(81,209)
融資活動所用現金淨額	(133,403)	(165,759)	(598,878)	(152,499)	(372,524)
現金及現金等價物增加／					
(減少)淨額	354,821	(54,962)	240,043	(68,013)	73,175
年初現金及現金等價物	165,075	547,436	467,967	467,967	690,064
匯率變動的影響	27,540	(24,507)	(17,946)	(16,020)	(9,797)
年末現金及現金等價物	547,436	467,967	690,064	383,934	753,442

經營活動所得現金淨額

截至2020年6月30日止六個月，我們的經營活動所得現金淨額為526.9百萬港元，乃由於除所得稅前溢利428.8百萬港元、非現金及非經營項目調整、營運資金變動、已收利息4.1百萬港元及已付所得稅232.4百萬港元所致。我們的營運資金變動主要反映貿易應收款項及應收票據減少592.6百萬港元，主要由於貿易應收款項減少，主要原因為客戶支付貿易應收款項及季節性因素令銷售下降，惟部分由(i)主要因截至2020年6月30日止六個月銷售下跌，令採購減少導致貿易應付款項及應付票據減少154.3百萬港元；及(ii)主要因新型冠狀病毒爆發令線下大賣場的顧客人流減少，我們因而暫時精簡線下銷售隊伍，繼而令應計薪金及工資減少，導致合約負債、應計費用及其他應付款項減少143.4百萬港元所抵銷。

我們於2019年的經營活動所得現金淨額為1,032.4百萬港元，乃由於除所得稅前溢利1,475.2百萬港元、非現金及非經營項目調整、營運資金變動、已收利息5.7百萬港元及已付所得稅128.4百萬港元所致。我們的營運資金變動主要反映(i)主要因2019年12月銷售額增加(主要是由於2020年的春節提早來臨)導致貿易應收款項及應收票據增加641.0百萬港元；(ii)

財務資料

主要因若干原材料單價下跌以及我們庫存管理及營運效率不斷提高，導致貿易應付款項及應付票據減少149.8百萬港元所致，惟部分由(i)主要因2019年12月銷售增加(主要是由於2020年的春節提早來臨)及庫存管理不斷改善導致存貨減少200.5百萬港元；及(ii)主要因增值稅及其他應付款項增加(主要是由於2019年12月銷售增加)導致合約負債、應計費用及其他應付款項增加144.9百萬港元所抵銷。

於2018年，經營活動所得現金淨額為249.0百萬港元，乃由於除稅前溢利701.9百萬港元、非現金及非經營項目調整、營運資金變動、已收利息6.2百萬港元及已付所得稅82.4百萬港元所致。營運資金變動主要反映(i)貿易應收款項及應收票據增加256.9百萬港元(總體與我們的銷售增加相符)；(ii)主要因若干原材料單價下跌以及我們庫存管理及營運效率不斷提高，導致貿易應付款項及應付票據減少229.6百萬港元；及(iii)主要因(x)我們於更換物流服務供應商後，物流公司按金減少；及(y)增值稅及其他應付稅項(主要是由於我們的銷售額相對於2018年12月的採購量減少)，導致合約負債、應計費用及其他應付款項減少164.4百萬港元所致。

於2017年，我們的經營活動所得現金淨額為703.1百萬港元，乃由於除所得稅前溢利113.2百萬港元、非現金及非經營項目調整、營運資金變動、已收利息3.1百萬港元及已付所得稅36.6百萬港元所致。我們的營運資金變動主要反映(i)主要因收益上升而作出更多採購，令貿易應付款項及應付票據增加412.6百萬港元；及(ii)存貨減少280.4百萬港元，普遍與銷售上升一致，部分主要因我們新廠房開始營運及運輸成本下降，令應付物流公司的款項減少，使合約負債、應計費用及其他應付款項減少145.7百萬港元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

截至2020年6月30日止六個月，我們的投資活動所用現金淨額為81.2百萬港元，主要由於(i)收購物業、廠房及設備79.5百萬港元(主要與生產設施有關)；及(ii)收購無形資產9.6百萬港元(主要與電腦系統以及電腦軟件及開發有關)所致，惟部分由解除受限制現金7.4百萬港元所抵銷。

於2019年，我們的投資活動所用現金淨額為193.5百萬港元，乃主要由於(i) 131.3百萬港元用於收購主要與生產設施相關的物業、廠房及設備；及(ii) 65.6百萬港元用於收購主要與電腦系統及電腦軟件及開發相關的無形資產所致。

於2018年，我們的投資活動所用現金淨額為138.2百萬港元，主要由於(i)收購物業、廠房及設備89.5百萬港元(主要與生產設施有關)；(ii)收購無形資產32.0百萬港元(主要與電腦系統以及電腦軟件及開發有關)；及(iii)受限制現金增加16.8百萬港元(主要與存放在銀行中的現金有關，以確保可使用線上支付平台及若干銀行借款)。

財務資料

於2017年，我們的投資活動所用現金淨額為214.9百萬港元，主要由於收購物業、廠房及設備330.1百萬港元（主要與生產設施有關），惟部分由(i)政府補助收入41.6百萬港元（主要與地方政府機構為表彰藍月亮實業的成就及對當地經濟所作貢獻而向其授出的補貼相關）；(ii)解除受限制現金36.9百萬港元（主要與存放在銀行中的現金有關，以確保可使用線上支付平台及若干銀行借款）；及(iii)出售使用權資產所得款項33.2百萬港元所抵銷。

融資活動所用現金淨額

截至2020年6月30日止六個月，我們的融資活動所用現金淨額為372.5百萬港元，主要由於償還借款287.7百萬港元及已付股息84.9百萬港元所致。

於2019年，我們的融資活動所用現金淨額為598.9百萬港元，主要由於償還借款726.8百萬港元所致，惟部分由借款所得款項281.1百萬港元所抵銷。

於2018年，我們的融資活動所用現金淨額為165.8百萬港元，主要由於償還借款840.6百萬港元所致，惟部分由借款所得款項760.2百萬港元所抵銷。

於2017年，我們的融資活動所用現金淨額為133.4百萬港元，主要由於償還借款1,020.8百萬港元所致，惟部分由借款所得款項963.1百萬港元所抵銷。

財務資料

流動資產淨值／負債淨額

下表載列於所示日期我們的流動資產、流動負債及流動資產淨值。

	於12月31日			於6月30日	於 10月31日
	2017年	2018年	2019年	2020年	2020年
		千港元		千港元	千港元 (未經 審計)
流動資產					
存貨	567,978	586,879	375,757	445,019	556,221
貿易應收款項及應收票據	928,643	1,142,940	1,750,049	1,123,046	1,500,735
預付款項、按金及 其他應收款項	354,036	235,818	282,719	260,939	275,686
受限制現金 ⁽¹⁾	2,863	19,120	25,890	18,085	30,427
現金及現金等價物	547,436	467,967	690,064	753,442	656,742
可收回稅項	—	—	6,228	—	—
流動資產總值	<u>2,400,956</u>	<u>2,452,724</u>	<u>3,130,707</u>	<u>2,600,531</u>	<u>3,019,811</u>
流動負債					
貿易應付款項及應付票據	931,943	664,721	511,922	349,276	417,133
合約負債	14,366	20,502	16,188	44,644	39,626
應計費用及其他應付款項	807,577	602,995	746,871	552,027	605,536
應付關聯公司款項	6,780	4,187	1,076	837	872
應付股息	85,261	85,261	48,261	—	—
即期所得稅負債	17,540	39,527	218,679	95,885	43,047
借款	812,992	662,628	206,529	74,386	84,305
租賃負債	25,534	24,021	26,325	30,781	32,135
流動負債總額	<u>2,701,993</u>	<u>2,103,842</u>	<u>1,775,851</u>	<u>1,147,836</u>	<u>1,222,654</u>
流動(負債淨額)／ 資產淨值	<u>(301,037)</u>	<u>348,882</u>	<u>1,354,856</u>	<u>1,452,695</u>	<u>1,797,157</u>

附註：

- (1) 於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們的受限制現金存放在銀行中，以確保使用在線支付平台及若干銀行借款。

我們的流動資產淨值由2020年6月30日的1,452.7百萬港元增加至2020年10月31日的1,797.2百萬港元，乃主要由於(i)貿易應收款項及應收票據增加377.7百萬港元，主要由於為準備雙十一購物節，在電子商務平台的銷售增加；及(ii)存貨增加111.2百萬港元，此乃由於2020年6月30日的存貨水平因618購物節已處於相對較低的水平，而2020年10月31日的存貨水平回到正常水平。以上原因帶來的流動資產淨值增加，部分由下列各項所抵銷：(i)現金及現金等價物減少96.7百萬港元，主要因為購買生產設備以及主要與電腦系統及電腦軟件開發有關的無形資產，及(ii)與2020年6月相比，2020年10月的貿易應付款項增加67.9百萬港元，主要由於原材料採購額隨著生產水平的提高而相應增加。

我們的流動資產淨值由2019年12月31日的1,354.9百萬港元增加97.8百萬港元至2020年6月30日的1,452.7百萬港元，主要由於(i)貿易應付款項及應付票據減少162.6百萬港元、應計費用

財務資料

及其他應付款項減少194.9百萬港元以及當期所得稅負債減少122.8百萬港元(主要是由於新型冠狀病毒疫情爆發及季節性影響導致銷售減少)，及(ii)借款減少132.1百萬港元(主要是由於償還短期借款及於截至2020年6月30日止六個月產生的短期借款減少)；以及(i)現金及現金等價物增加63.3百萬港元(主要是由於客戶支付貿易應收款項)，及(ii)存貨增加69.2百萬港元(主要是由於(a)春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加，令我們於2019年12月31日的存貨處於低水平；及(b)新型冠狀病毒疫情導致我們截至2020年6月30日止六個月的銷售減少及產品退貨增加)所致，惟部分由貿易應收款項及應收票據減少627.0百萬港元(主要是由於客戶支付貿易應收款項及因新型冠狀病毒疫情爆發及季節性影響導致銷售減少)所抵銷。

我們的流動資產淨值由2018年12月31日的348.9百萬港元增加1,006.0百萬港元至2019年12月31日的1,354.9百萬港元，主要由於(i)貿易應收款項及應收票據增加607.1百萬港元(主要是由於春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加所致)；(ii)借款減少456.1百萬港元，主要由於償還短期借款及產生較少短期借款所致；及(iii)現金及現金等價物增加222.1百萬港元(主要是由於我們經營活動所產生的現金所致)，惟部分由以下各項所抵銷：(i)應計費用及其他應付款項增加143.9百萬港元(主要是由於增值稅及其他應付稅項增加，這與我們的銷售增加整體一致)，(ii)當期所得稅負債增加179.2百萬港元，這與我們的除稅前溢利增加整體一致，及(iii)存貨減少211.1百萬港元(主要是由於春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加及完善銷售預測以優化庫存水平，從而不斷改善庫存及採購管理所致)。

我們於2018年12月31日的流動資產淨值為348.9百萬港元，而於2017年12月31日的流動負債則為301.0百萬港元。該變動主要由於(i)貿易應付款項及應付票據減少267.2百萬港元(主要是由於因若干原材料的單價下跌及完善銷售預測以優化庫存水平，從而不斷改善庫存及採購管理，導致向供應商作出的款項減少所致)；(ii)貿易應收款項及應收票據增加214.3百萬港元，這與我們的銷售增加整體一致；(iii)應計費用及其他應付款項減少204.6百萬港元(主要是由於(a)物流公司按金減少(由於我們更換物流服務供應商所致)，及(b)因2018年12月的銷售較2017年12月下降，導致增值稅及其他應付稅項減少所致)；及(iv)借款減少150.4百萬港元(由於償還短期借款及產生的較少短期借款)所致。

於2017年12月31日，我們的流動負債淨額狀況乃主要由於(i)我們主要利用短期借款為我們生產設施的建設及現有設施的擴建提供資金，一般將其分類為非流動物業、廠房及設備；及(ii)在我們擴大業務範圍時，我們產生了若干貿易應付款項及應付票據以及應計費用及其他應付款項。隨後，由於我們於2018年、2019年及截至2020年6月30日止六個月償還借款及貿易應付款項及應付票據減少，我們的流動性狀況於2018年及2019年12月31日、2020年6月30日以及2020年10月31日有所改善。

財務資料

資產負債表外交易

於往績記錄期間，我們並無任何重大資產負債表外安排或向我們提供融資、流動資金、市場風險或信貸支持的任何未綜合實體的任何可變權益。於最後實際可行日期，我們並無訂立任何資產負債表外交易。

經選定資產負債表項目之說明

存貨

我們的存貨主要包括原材料及製成品，其次為在製品。原材料主要包括化學品及包裝材料。

下表載列於及截至所示日期或期間我們的存貨及存貨周轉天數詳情。

	於或截至12月31日			於或截至
	2017年	2018年	2019年	6月30日
		千港元		2020年
				千港元
原材料	135,872	129,526	128,721	135,988
在製品	2,311	1,280	830	497
製成品	463,400	456,073	246,206	308,534
存貨 — 總額	601,583	586,879	375,757	445,019
減值撥備	(33,605)	—	—	—
存貨 — 淨額	<u>567,978</u>	<u>586,879</u>	<u>375,757</u>	<u>445,019</u>
存貨周轉天數 ⁽¹⁾	96.8	73.1	69.5	85.1

附註：

(1) 各一年期間的存貨周轉天數等於年初與年末存貨淨額的平均數除以該年度的銷售成本再乘以365天。

六個月期間的存貨周轉天數等於期初及期末存貨淨額的平均數除以該期間的銷售成本再乘以182天。

於2017年12月31日至2018年12月31日，我們的存貨由568.0百萬港元增加至586.9百萬港元，主要由於2018年撥回2017年計提減值撥備33.6百萬港元（主要由於就若干過時產品計提減值所致），惟部分由2018年製成品及原材料減少（主要由於銷售增加及透過(i)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(ii)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，我們得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理所致）所抵銷。

財務資料

於2018年12月31日至2019年12月31日，我們的存貨由586.9百萬港元減少至375.8百萬港元，主要由於2019年製成品減少(主要原因為春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加，加上銷售預測更加精準，優化我們的存貨水平，令存貨及採購管理持續改善)所致。

於2019年12月31日至2020年6月30日，我們的存貨由375.8百萬港元增加至445.0百萬港元，乃主要由於(i)春節於2020年1月提早來臨導致2019年12月的銷售增加，令我們於2019年12月31日的存貨處於低水平；及(ii)新型冠狀病毒疫情爆發導致我們截至2020年6月30日止六個月的銷售減少及產品退貨增加。

於往績記錄期間，我們的平均存貨周轉天數分別為96.8天、73.1天、69.5天及85.1天。我們的存貨周轉天數由2017年的96.8天減少至2018年的73.1天，乃主要由於2018年我們隨著收益增長而增加的銷售成本增速高於存貨淨額增幅，主要原因為透過(i)直接與終端客戶進行線上交易洞悉消費者的行為；及(ii)自主研發的CRM系統擷取的分銷商存貨數據，我們得以令銷售預測更加精準，優化存貨水平，從而改善存貨及採購管理。我們的存貨周轉天數於2019年進一步下降至69.5天，乃主要由於2019年存貨期末結餘因2019年12月的銷售上升(主要由於春節於2020年1月提早來臨)而減少。截至2020年6月30日止六個月的存貨周轉天數增加至85.1天，乃主要由於(i)新型冠狀病毒疫情爆發及相關產品退貨的影響；及(ii)截至2020年6月30日止六個月的銷售成本下降。新型冠狀病毒疫情爆發為我們的後勤帶來挑戰，尤其在疫情爆發初期。

於2020年10月31日，我們於2020年6月30日的存貨結餘中有198.3百萬港元或44.6%已出售或動用。

貿易應收款項及應收票據

我們的貿易應收款項及應收票據指就銷售我們的產品應收客戶款項。其為(i)見票即付的信用證或(ii)信貸期為30至90日的記賬。

財務資料

下表載列於及截至所示日期或期間我們的貿易應收款項及應收票據以及貿易應收款項及應收票據周轉天數詳情。

	於12月31日或截至該日止年度			於6月30日 或截至 該日止 六個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元			千港元
應收票據	3,948	10,420	37,131	3,589
貿易應收款項	940,768	1,142,442	1,724,707	1,137,705
貿易應收款項及應收票據	944,716	1,152,862	1,761,838	1,141,294
減：虧損撥備	(16,073)	(9,922)	(11,789)	(18,248)
貿易應收款項及應收票據 — 淨額	928,643	1,142,940	1,750,049	1,123,046
貿易應收款項及應收票據周轉天數 ⁽¹⁾	57.0	55.9	74.9	107.3

附註：

- (1) 各一年期間的貿易應收款項及應收票據周轉天數等於年初與年末貿易應收款項及應收票據淨額的平均數除以該年度的收益再乘以365天。

六個月期間的貿易應收款項及應收票據周轉天數等於年初與年末貿易應收款項及應收票據淨額的平均數除以該期間的收益再乘以182天。

我們的貿易應收款項及應收票據由2017年12月31日的928.6百萬港元增加至2018年12月31日的1,142.9百萬港元，這與我們的銷售增加整體一致。我們的貿易應收款項及應收票據進一步增加至2019年12月31日的1,750.0百萬港元，乃主要由於貿易應收款項增加（主要是由於春節於2020年1月提早來臨令2019年12月的銷售增加）所致。我們於截至2020年6月30日止六個月的貿易應收款項及應收票據減少至1,123.0百萬港元，主要由於貿易應收款項減少，其減少的主要原因為客戶支付貿易應收款項，以及受新型冠狀病毒疫情爆發及季節性因素所影響令銷售下降。

於往績記錄期間，我們的平均貿易應收款項及應收票據周轉天數於2017年及2018年保持相對穩定，分別為57.0天及55.9天，並於2019年增加至74.9天，乃主要由於貿易應收款項增加（主要是由於2020年的春節提早來臨令2019年12月的銷售增加）所致。截至2020年6月30日止六個月，我們的平均貿易應收款項及應收票據周轉天數進一步增加至107.3天，乃主要由於新型冠狀病毒疫情爆發的影響。新型冠狀病毒疫情爆發為若干客戶帶來後勤方面的挑戰，在爆發初期尤甚。

財務資料

下表載列於所示日期貿易應收款項及應收票據的賬齡分析。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
0至30日	922,832	769,953	1,124,774	275,262
31至60日	2,839	272,780	298,211	441,209
61至180日	4,608	107,029	326,521	216,526
超過180日	14,437	3,100	12,332	208,297
總計	<u>944,716</u>	<u>1,152,862</u>	<u>1,761,838</u>	<u>1,141,294</u>

於2020年6月30日，我們賬齡逾180天的貿易應收款項及應收票據為208.3百萬港元，而於2019年12月31日為12.3百萬港元。該增長主要是由於新型冠狀病毒爆發的影響所致，其導致消費者對衣物清潔護理產品的整體需求疲弱，原因是在新型冠狀病毒爆發期間需保持社交距離令消費者臨時減少戶外活動。於2020年10月31日，我們於2020年6月30日的貿易應收款項及應收票據中有895.5百萬港元或78.5%已結清。同日，我們於2020年6月30日賬齡逾60天的貿易應收款項及應收票據中有308.9百萬港元或72.7%已結清。除非發生任何不可預見情況，我們預期逾60天的貿易應收款項不會出現任何重大可收回問題，其原因是我們預期對衣物清潔護理產品的需求將會因新型冠狀病毒疫情的不利影響逐步減輕而進一步復甦。

於往績記錄期間，銷售一般以記賬方式進行，信貸期為30至90日。餘下結餘以(i)見票即付的信用證或(ii)已收客戶墊款支付。我們已制定政策，以確保向具備合適信貸記錄之客戶出售產品。我們之另一政策乃向不同客戶授出不同清償方式，以監管信貸風險。新客戶及交易記錄較短的現有客戶一般須以信用證清償。有關我們信貸風險管理的進一步資料，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註3.1(c)。

預付款項、按金及其他應收款項

我們的預付款項、按金及其他應收款項主要包括(i)收購物業、廠房及設備的預付款項；(ii)廣告及推廣開支的預付款項；(iii)原材料及運輸的預付款項；(iv)上市開支預付款項；(v)遞延上市開支；(vi)按金；(vii)可收回增值稅；(viii)向員工墊款；(ix)應收付款中介機構款項；(x)與新型冠狀病毒有關的退貨權；及(xi)其他。

財務資料

下表載列於所示日期我們的預付款項、按金及其他應收款項詳情。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
非流動				
收購物業、廠房及設備的預付款項	245,211	160,248	59,421	58,648
流動				
廣告及推廣開支的預付款項	202,711	125,577	88,132	104,677
原材料及運輸的預付款項	78,990	61,113	14,024	16,246
上市開支的預付款項	-	-	-	103
遞延上市開支	-	-	-	4,045
按金	22,446	18,558	31,903	34,387
可收回增值稅	17,860	16,481	35,531	53,991
向員工墊款	3,970	679	1,206	893
應收付款中介機構款項	7,721	6,863	100,101	14,611
退貨權	-	-	-	12,760
其他	20,338	6,547	11,822	19,226
小計	354,036	235,818	282,719	260,939
總計	599,247	396,066	342,140	319,587

我們的預付款項、按金及其他應收款項由2017年12月31日的599.2百萬港元減少至2018年12月31日的396.1百萬港元，主要由於(i)收購物業、廠房及設備的預付款項減少(主要由於隨著生產設施的建設推進而作出付款所致)；及(ii)廣告及推廣開支的預付款項減少(主要由於(a)本集團與其一家電視廣告供應商達成一份協議，令本集團可預付較小的先期款項及(b)於2018年滾存及動用本集團就其過往年度的電視廣告項目作出的若干預付款項，致使電視廣告的預付款項減少)。

我們的預付款項、按金及其他應收款項由2018年12月31日的396.1百萬港元減少至2019年12月31日的342.1百萬港元，乃主要由於(i)收購物業、廠房及設備的預付款項減少(主要由於隨著生產設施的建設推進而作出付款)；(ii)廣告及推廣開支的預付款項減少(主要由於線下推廣開支預付款項減少。由於2019年的推廣服務由若干線下大客戶提供，相應服務預付款項獲使用。此外，減少亦由於隨著我們日益增加利用線上促銷，線下促銷開支減少，導致相關的預付款項減少)；及(iii)就原材料及運輸作出的預付款項減少(主要由於隨著我們改善存貨管理及由於我們相對於供應商的議價能力提高)所致，部分由與應收第三方付款平台款項有關的應收付款中介機構款項增加所抵銷，主要因為(i)根據相關會計規則，我們確認

財務資料

我們於付款中介機構的賬戶中資金為應收付款中介機構款項直至該等資金從該等賬戶中提取為止；及(ii)一個線上平台於接近年底時向我們於付款中介機構的賬戶作出了一筆大額付款，該筆款項是與我們在該平台上的銷售有關，而於2019年12月31日我們尚未從該賬戶中悉數提取所有資金。該筆付款金額頗為巨大，主要由於(i)我們在2019年通過線上渠道作出的銷售(通常涉及付款中介機構)增加；(ii)春節於2020年1月提早來臨，導致2019年12月的銷售增加；及(iii)線上平台的支付制度於2019年3月變更，導致付款頻率降低但每次付款金額提高。我們可以隨時從該等賬戶中自由提取資金，視乎若干付款中介機構施加的每天提款限額而定。基於每天提款限額的關係，我們無法於2019年12月31日之前從相關付款中介機構的賬戶中悉數提取資金。其後，我們繼續從我們於相關付款中介機構的賬戶中提取資金，而於2020年1月31日，於2019年12月31日的應收相關付款中介機構款項中的99.1%已被提取。

於2019年12月31日至2020年6月30日，我們的預付款項、按金及其他應收款項由342.1百萬港元減少至319.6百萬港元，乃主要由於與應收第三方付款平台款項有關的付款中介機構應收款項減少(主要是由於截至2020年6月30日止六個月銷售減少)所致，惟部分由(i)因我們於截至2020年6月30日止六個月增加線上廣告導致廣告及推廣開支的預付款項增加，及(ii)因爆發新型冠狀病毒疫情導致我們就產品退貨確認與退款負債相關的退貨權；有關金額乃經參考遭受產品退貨但截至2020年6月30日仍在處理中的貨品的先前賬面值計量。有關詳情，請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註26。

於2020年10月31日，我們廣告及推廣開支的預付款項中有87.6百萬港元或83.7%已動用。

貿易應付款項及應付票據

我們的貿易應付款項及應付票據指就採購原材料應付供應商的款項。貿易應付款項的信貸期一般介乎30至90日。

下表載列於及截至所示日期或期間我們的貿易應付款項及應付票據以及貿易應付款項及應付票據周轉天數詳情。

	於12月31日或截至該日止年度			於6月30日 或截至 該日止 六個月
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
貿易應付款項	764,049	664,721	511,922	349,276
應付票據	167,894	—	—	—
總計	<u>931,943</u>	<u>664,721</u>	<u>511,922</u>	<u>349,276</u>
貿易應付款項及應付票據周轉天數 ⁽¹⁾	97.1	101.1	85.0	89.3

財務資料

附註：

- (1) 各一年期間的貿易應付款項及應付票據周轉天數等於年初與年末貿易應付款項及應付票據的平均數除以該年度的銷售成本再乘以365天。

六個月期間的貿易應付款項及應付票據周轉天數等於期初及期末貿易應付款項及應付票據的平均數除以該期間的銷售成本再乘以182天。

我們的貿易應付款項及應付票據由2017年12月31日的931.9百萬港元減少至2018年12月31日的664.7百萬港元，並進一步減少至2019年12月31日的511.9百萬港元，乃主要由於隨著若干原材料的單價下跌、通過完善銷售預測以優化庫存水平持續提升我們的存貨管理，以及通過藉我們自行開發的投配料管理系統標準化我們的投配料管理及投配料添加程序從而持續提高經營效率所致。貿易應付款項及應付票據由2019年12月31日的511.9百萬港元下跌至2020年6月30日的349.3百萬港元，主要原因為截至2020年6月30日止六個月的銷售受新型冠狀病毒疫情爆發及季節性因素的影響而下跌，令採購減少。於2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們並無任何應付票據，乃主要由於我們轉而採用貿易應付款項作為我們的主要結算方式，原因是應付票據一般附帶我們須支付的利息，而貿易應付款項則不計利息。

於往績記錄期間，我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數於2017年及2018年保持相對穩定，分別為97.1天及101.1天。我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數於2017年及2018年12月31日相對較高，乃主要由於2017年原材料價格較高，導致2017年12月31日的貿易應付款項及應付票據較高。我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數於2019年減少至85.0天，乃主要由於上文所討論的貿易應付款項及應付票據減少所致。我們的平均貿易應付款項及應付票據周轉天數於截至2020年6月30日止六個月保持相對穩定，為89.3天，而2019年則為85.0天。

下表載列於所示日期貿易應付款項及應付票據的賬齡分析。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
最多三個月	921,112	653,779	510,654	348,503
三至六個月	9,043	5,098	1,268	—
六個月至一年	1,788	5,844	—	773
總計	<u>931,943</u>	<u>664,721</u>	<u>511,922</u>	<u>349,276</u>

於2020年10月31日，我們於2020年6月30日的貿易應付款項及應付票據中有347.4百萬港元或99.5%已結清。

財務資料

應計費用及其他應付款項

於往績記錄期間，我們的應計費用及其他應付款項主要包括(i)物流公司按金；(ii)應計薪金及工資；(iii)應計廣告及推廣開支；(iv)應計上市開支；(v)資本開支應付款項；(vi)增值稅及其他應付稅項；(vii)應付運輸成本；及(viii)退款負債。

下表載列於所示日期我們的合約負債、應計費用及其他應付款項的詳情。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
物流公司按金	126,298	9,147	9,199	7,293
應計薪金／工資	162,506	188,231	215,787	132,199
應計廣告及推廣開支	19,492	15,518	29,267	14,424
應計上市開支	—	—	—	25,073
應付資本開支	24,045	70,858	63,738	30,937
增值稅及其他應付稅項	220,776	145,740	225,329	118,775
應付運輸成本	172,515	150,200	164,384	110,301
退款負債	—	—	—	53,525
其他	81,945	23,301	39,167	59,500
總計	<u>807,577</u>	<u>602,995</u>	<u>746,871</u>	<u>552,027</u>

我們的應計費用及其他應付款項由2017年12月31日的807.6百萬港元減少至2018年12月31日的603.0百萬港元，乃主要由於(i)我們改變我們的物流服務供應商產生的物流公司按金減少；及(ii)主要因2018年12月的銷售相對所作出的購買有所下降而產生的增值稅及其他應付稅項減少，惟部分由主要因建設生產設施及相關設備建設取得進展導致應付資本開支增加所抵銷。應計費用及其他應付款項由2018年12月31日的603.0百萬港元增加至2019年12月31日的746.9百萬港元，主要由於增值稅及其他應付稅項增加，這主要是因為2019年12月的銷售增加所致。我們的應計費用及其他應付款項由2019年12月31日的746.9百萬港元減少至2020年6月30日的552.0百萬港元，主要由於(i)由於新型冠狀病毒疫情爆發令線下大賣場的顧客人流減少，我們因此暫時精簡線下銷售團隊，令應計薪金及工資減少；(ii)由於截至2020年6月30日止六個月的銷售減少令增值稅及其他應付稅項減少；及(iii)由於截至2020年6月30日止六個月的銷售減少，令應付的運輸成本減少，惟部分由就新型冠狀病毒疫情爆發所帶來的銷售退貨所確認的退款負債所抵銷。於2020年6月30日，我們就新型冠狀病毒疫情預期出現的退貨確認退款負債53.5百萬港元，即我們預期將無權收取的代價金額。¹我們亦確認

¹ 於2020年6月30日的退款負債與我們於同日尚未收到剩餘產品的銷售價值略有不同，乃由於在計算收益表項目及資產負債表項目時採用不同匯率所致。

財務資料

退貨權利12.8百萬港元，乃參考可退貨商品的前賬面值計量。有關詳情，請參閱「附錄——會計師報告」一節附註26。

債項

借款

下表載列於所示日期我們的借款詳情。

	於12月31日			於6月30日	於10月31日
	2017年	2018年	2019年	2020年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元 (未經 審計)
流動					
銀行借款，有抵押	812,992	662,628	206,529	74,386	84,305
非流動					
銀行借款，有抵押	185,263	211,182	207,396	73,548	68,259
總計	998,255	873,810	413,925	147,934	152,564

我們的銀行借款以本集團的公司擔保、樓宇、銀行存款及土地使用權作抵押。

下表載列於所示日期我們借款的到期情況分析。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
1年內	812,992	662,628	206,529	74,386
2至5年	185,263	211,182	207,396	73,548
總計	998,255	873,810	413,925	147,934

財務資料

下表載列於所示日期我們借款的貨幣。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
人民幣	972,303	873,810	413,925	147,934
美元	25,952	—	—	—
總計	998,255	873,810	413,925	147,934

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們借款的實際利率（按銀行借款利息開支除以借款總額計算）分別為4.6%、5.0%、4.6%及4.3%。我們的借款由本公司及其若干附屬公司提供的公司擔保、樓宇、銀行存款及土地使用權作抵押。

我們的借款由2017年12月31日的998.3百萬港元減少124.5百萬港元至2018年12月31日的873.8百萬港元，並進一步下跌459.9百萬港元至2019年12月31日的413.9百萬港元，再下跌266.0百萬港元至2020年6月30日的147.9百萬港元。借款下跌主要由於在往績記錄期間償還短期借款及所產生的短期借款減少。我們於2020年10月31日的借款保持相對穩定，為152.6百萬港元，而2020年6月30日為147.9百萬港元。於2020年10月31日，我們的銀行融資合共為人民幣1,559.1百萬元，其中人民幣132.3百萬元已提取，而人民幣1,426.8百萬元仍然可供提取。於最後實際可行日期，我們的銀行融資合共為人民幣3,637.5百萬元，其中人民幣132.3百萬元已提取及人民幣3,505.2百萬元仍然可供提取。

我們的借款包含商業銀行貸款慣常的標準條款、條件及契諾。我們亦訂立財務契諾，要求我們符合若干財務比率規定，如貸款協議中的有形資產淨值、利息覆蓋率及有形資產覆蓋率。

董事確認，於往績記錄期間，我們並無嚴重拖欠支付貿易及非貿易應付款項以及貸款及借款，亦無違反任何財務契諾。

財務資料

租賃負債

下表載列於所示日期我們的租賃負債詳情。

	於12月31日			於6月30日	於 10月31日
	2017年	2018年	2019年	2020年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元 (未經 審計)
流動	25,534	24,021	26,325	30,781	32,135
非流動	39,017	28,915	33,824	28,009	25,609
總計	64,551	52,936	60,149	58,790	57,744

下表載列於所示日期我們租賃負債的到期情況分析。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
1年內	25,534	24,021	26,325	30,781
超過1年但少於2年	18,826	14,290	19,792	20,576
超過2年但少於5年	20,191	13,603	13,299	6,826
5年以上	-	1,022	733	607
總計	64,551	52,936	60,149	58,790

於往績記錄期間，我們主要就辦公室及銷售人員培訓場地訂立租約。我們的租賃負債由2017年12月31日的64.6百萬港元減少至2018年12月31日的52.9百萬港元。我們的租賃負債由2018年12月31日的52.9百萬港元增加至2019年12月31日的60.1百萬港元。我們的租賃負債由2019年12月31日的60.1百萬港元減少至2020年6月30日的58.8百萬港元，主要由於我們作出租賃付款。

於2020年10月31日，我們的租賃負債為57.7百萬港元。

或然負債

於2017年、2018年及2019年12月31日、2020年6月30日以及2020年10月31日，我們並無任何重大或然負債。

債務聲明

於2020年10月31日(即就本債務聲明而言的最後實際可行日期)營業時間結束時，除上文所披露者外，我們並無任何銀行透支、未償還銀行借款或貸款融資。

財務資料

於2020年10月31日，除上文所披露者外，我們並無任何其他借款、押記、按揭、債權證或已發行或發行在外或已授權或以其他方式設立但未發行的債務證券，或其他類似債務、租購及融資租賃承擔、承兌負債、承兌信貸、任何擔保或其他重大或然負債。

於2020年11月24日，我們訂立本金額為2,300,000,000港元(或其等值美元)的定期貸款融通協議，為我們於2020年6月宣派的中期股息付款融資。詳情請參閱「近期發展及重大不利變動—定期貸款融通」分節。

自2020年10月31日起及直至本招股章程日期，除上文所披露者外，董事確認，我們的債務及或然負債並無任何重大不利變動。

資本開支

下表載列於所示日期我們的資本開支。

	截至12月31日止年度			截至
	2017年	2018年	2019年	6月30日 止六個月
	千港元	千港元	千港元	2020年 千港元
購買物業、廠房及設備	234,831	178,165	234,730	81,871
無形資產	15,689	31,996	65,561	9,551
總計	<u>250,520</u>	<u>210,161</u>	<u>300,291</u>	<u>91,422</u>

於往績記錄期間，我們主要就購買與我們現有生產設施及在建生產設施有關的物業、廠房及設備以及開發電腦軟件產生資本開支。於2017年、2018年及2019年以及截至2020年6月30日止六個月，我們的資本開支總額分別為250.5百萬港元、210.2百萬港元、300.3百萬港元及91.4百萬港元。

我們估計截至2020年12月31日止年度的資本開支將約為386.2百萬港元，將主要用於為我們四個生產基地的產能擴充計劃及於中國設立新工廠及開發電腦軟件提供資金。我們預計將結合利用運營產生的現金、銀行貸款及全球發售所得款項淨額為該等資本開支提供資金。

承擔

資本承擔

於往績記錄期間，我們的資本承擔主要因收購物業、廠房及設備以及土地使用權以用於在建生產設施及擴充若干現有生產設施的產能而產生。下表載列於所示日期的資本承擔。

財務資料

2019年資本承擔上升主要與(i)就廣州、天津、昆山及重慶生產設施建設及產能擴充收購物業、廠房及設備及土地用權；及(ii)開發若干電腦軟件有關。詳情請參閱「業務 — 我們的生產營運 — 產能擴充」一節。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
已訂約但未撥備： 收購物業、廠房及設備以及 無形資產	52,283	42,496	194,424	232,802

經營租賃承擔

於往績記錄期間，我們已就不可撤銷租賃確認使用權資產，惟短期租賃除外。下表載列我們就未確認為使用權資產的不可撤銷短期經營租賃項下租賃物業的未來最低租賃付款總額。

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
樓宇 不遲於一年	10,757	7,107	6,671	3,223

主要財務比率

下表載列於所示日期或期間的主要財務比率：

	截至12月31日止年度			截至6月30日 止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
毛利率 ⁽¹⁾	53.2%	57.4%	64.2%	61.5%	64.0%
淨利率 ⁽²⁾	1.5%	8.2%	15.3%	8.0%	12.4%
股本回報率 ⁽³⁾	6.7%	34.3%	45.7%	不適用	不適用
資產回報率 ⁽⁴⁾	2.1%	12.8%	23.1%	不適用	不適用

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
資本負債比率 ⁽⁵⁾	77.6%	49.9%	16.6%	6.7%
流動比率 ⁽⁶⁾	0.9	1.2	1.8	2.3
速動比率 ⁽⁷⁾	0.7	0.9	1.6	1.9

附註：

(1) 毛利率等於毛利除以收益再乘以100%。

財務資料

- (2) 淨利率等於純利除以收益再乘以100%。
- (3) 股本回報率等於純利除以期初與期末權益總額的平均值再乘以100%。
- (4) 資產回報率等於純利除以期初與期末資產總值的平均值再乘以100%。
- (5) 資本負債比率等於債務總額(包括借款及租賃負債)除以權益總額再乘以100%。
- (6) 流動比率等於流動資產除以流動負債。
- (7) 速動比率等於流動資產減存貨再除以流動負債。

淨利率

我們的淨利率由2017年的1.5%上升至2018年的8.2%，乃主要由於我們同期的純利增加543.0%，而收益則增加20.2%。我們的淨利率於2019年進一步上升至15.3%，乃主要由於我們同期的純利增加94.9%，而收益則增加4.2%。我們的淨利率由截至2019年6月30日止六個月的8.0%上升至截至2020年6月30日止六個月的12.4%，乃主要由於同期的淨利增加38.6%，而收益則減少10.5%。往績記錄期間的淨利率整體上升，亦由於(i)毛利率整體上升；(ii)由於我們的營運效益有所改善(尤其為對線下銷售團隊進行精簡)，銷售及分銷開支佔收益的百分比整體下降；及(iii)由於我們的銷售預測更加精準，存貨水平得以優化，使存貨及採購管理得到改善。

股本回報率

我們的股本回報率由2017年的6.7%上升至2018年的34.3%，乃主要由於純利增加543.0%所致。我們的股本回報率進一步上升至2019年的45.7%，乃主要由於純利增加94.9%所致。

資產回報率

我們的資產回報率由2017年的2.1%增長至2018年的12.8%，乃主要由於純利增長543.0%所致。我們的股本回報率於2019年進一步提升至23.1%，乃主要由於純利增長94.9%所致。

資本負債比率

我們的資本負債比率由2017年12月31日的77.6%下降至2018年12月31日的49.9%，再降至2019年12月31日的16.6%，並進一步降至2020年6月30日的6.7%，乃主要由於借款減少所致。倘我們經計及(i)根據融通協議取得本金為2,300,000,000港元的定期貸款所得款項；(ii)收取全球發售所得款項淨額8,492百萬港元(假設(a)發售價為每股股份11.68港元(即發售價範圍的中位數)，而此為定期貸款先決條件之一；(b)我們於2020年6月30日應付的包銷佣金及其他估計開支已自所得款項中扣除；及(c)超額配股權未獲行使)；及(iii)派發中期股息2,300,000,000港元，於2020年6月30日的資本負債比率將會為27.0%。

流動比率

我們的流動比率由2017年12月31日的0.9上升至2018年12月31日的1.2，乃主要由於流動負債(尤其是貿易應付款項及應付票據、應計費用及其他應付款項)以及借款減少所致。我們的流動比率進一步上升至2019年12月31日的1.8，乃主要由於流動負債(尤其是來自借款的流動負債)減少及流動資產(尤其是來自貿易應收款項及應收票據的流動資產)增加所致。於2020年6月30日，我們的流動比率進一步提高至2.3，乃主要由於流動負債(尤其是來自借款的流動負債)減少所致。

速動比率

我們的速動比率由2017年12月31日的0.7上升至2018年12月31日的0.9，乃主要由於流動負債(尤其是來自貿易應付款項及應付票據、應計費用及其他應付款項的流動負債)以及借款減少所致。我們的速動比率進一步上升至2019年12月31日的1.6，乃主要由於流動負債(尤其是來自借款的流動負債)減少、流動資產(尤其是來自貿易應收款項及應收票據的流動資產)增加及存貨減少所致。於2020年6月30日，我們的速動比率進一步提高至1.9，乃主要由於流動負債(尤其是來自借款的流動負債)減少所致。

關聯方交易

我們不時與關聯方訂立交易。董事認為，「附錄一—會計師報告」一節附註29所載的各項關聯方交易乃由有關各方於日常業務過程中按公平基準及正常商業條款進行。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們應付關聯方貿易性質的未償還結餘分別為6.8百萬港元、4.2百萬港元、1.1百萬港元及0.8百萬港元。於同日，我們並無任何應付關聯方非貿易性質的未償還結餘。

有關市場風險的定性及定量資料披露

我們面臨多種市場風險，包括外匯風險、利率風險、信貸風險及流動資金風險。詳情請參閱「附錄一—會計師報告」一節附註3。

外匯風險

我們的大多數附屬公司於中國經營，大部分交易及資產以人民幣計值。將人民幣兌換為外幣須受中國政府頒佈的外匯管制規則及規例監管。由於我們的財務架構及目前營運簡單，故管理層並無進行任何對沖活動。

利率風險

我們的利率風險主要來自計息借款。按浮動利率計息的借款使我們面臨現金流量利率風險，而按固定利率計息的借款使我們面臨公允價值利率風險。我們並無使用任何利率掉期對沖所面臨的利率風險。

財務資料

倘所有借款的利率上升／下降100個基點而所有其他變量保持不變，則我們於2017年、2018年及2019年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月的除所得稅前溢利將分別減少／增加10.0百萬港元、8.7百萬港元、4.1百萬港元、7.8百萬港元及1.5百萬港元，乃主要由於按浮動利率計息的借款的利息開支增加／減少。

我們定期監察利率風險，以確保並無面臨過度的重大利率變動風險。

信貸風險

風險管理

我們的信貸風險主要來自現金及銀行結餘、貿易應收款項及應收票據、按金及其他應收款項(預付款項除外)。我們面臨的最大信貸風險為該等金融資產的賬面值。

於往績記錄期間，銷售一般以記賬方式進行，信貸期為30至90日。餘下結餘以(i)見票即付的信用證或(ii)已收客戶的墊款支付。我們制定數項政策，確保向信用記錄合適的客戶銷售產品。我們亦有向不同客戶授予不同結算方法的政策，用以監察信貸風險。新客戶及交易記錄較短之現有客戶一般須以信用證付款。我們在收回貿易及其他應收款項方面的過往記錄屬於入賬撥備。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貿易應收款項及應收票據944.7百萬港元、1,152.9百萬港元、1,761.8百萬港元及1,141.3百萬港元為應收中國經營國內知名超市的公司、電子商務平台及若干批發商的款項。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，已就該等貿易應收款項及應收票據分別計提虧損撥備16.1百萬港元、9.9百萬港元、11.8百萬港元及18.2百萬港元。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，我們的大部分現金及銀行存款存放於香港及中國的大型金融機構，我們的管理層認為該等金融機構的信貸質素良好。管理層預期不會因該等金融機構不履約而產生任何虧損，因此，現金及銀行結餘的預期信貸虧損甚微。我們並無制定政策限制向任何金融機構作出的信貸風險金額。

有關風險敞口分散於眾多對手方及客戶，故我們並無重大集中的信貸風險。

金融資產減值

我們的如下兩種金融資產處於預期信貸虧損模型的適用範圍內：

- 貿易應收款項
- 按攤銷成本計量的其他金融資產

財務資料

儘管現金及銀行結餘亦須遵守香港財務報告準則第9號之減值規定，但已識別之減值虧損並不重大。

貿易應收款項

我們應用香港財務報告準則第9號項下的簡化方法計量預期信貸虧損，就所有貿易應收款項使用全期預期虧損撥備。與存在已知財務困難或收回應收款項嚴重存疑的客戶有關的貿易應收款項被視為面臨較高違約風險，並單獨進行測試。

按個別基準計量預期信貸虧損

具有較高違約風險的貿易應收款項單獨評估減值撥備。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，該等個別評估的貿易應收款項結餘及有關該等應收款項的虧損撥備如下：

	於12月31日			於6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
		千港元		千港元
個別評估的貿易應收款項	9,134	—	—	—
虧損撥備	(9,134)	—	—	—

按集體基準計量預期信貸虧損

為計量預期信貸虧損，貿易應收款項已根據共享信貸風險特徵及逾期日數分類。預期虧損率乃基於各結算日前特定期間的銷售付款情況及期內出現的相應過往信貸虧損。歷史虧損率經調整以反映影響客戶結算應收款項的能力的宏觀經濟因素目前及前瞻性資料。我們已識別我們銷售貨品及服務所在的中國整體行業前景及國內生產總值為最相關因素，並根據該等因素的預期變動相應調整歷史虧損率。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，該等集體評估貿易應收款項的虧損撥備分別約為6.9百萬港元、9.9百萬港元、11.8百萬港元及18.2百萬港元（基於平均預期虧損率分別約0.7%、0.9%、0.7%及1.6%）。

貿易應收款項減值虧損於綜合損益內單獨呈列為「金融資產減值虧損(撥備)／撥回淨額」。貿易應收款項在並無合理收回預期時撇銷。倘債務人於逾期後365日未能作出合約付款，我們通常將貿易應收款項分類作撇銷。後續收回的之前沖銷金額貸記入相同的項目中。

財務資料

按攤銷成本計量的其他金融資產

按攤銷成本計量的其他金融資產包括應收票據、可退還按金及其他應收款項(不包括預付款項)，彼等被視為信貸風險較低，主要由於彼等過往並無違約記錄，且債務人有強大能力於短期內履行其合約現金流量責任。於往績記錄期間，概無就減值虧損計提撥備。

流動資金風險

我們的主要現金需求用於支付添置及升級物業、廠房及設備、相關債務以及採購原材料及經營開支。我們通過綜合運用營運及銀行借款所產生的資金為營運資金需求撥付資金，經計及有關未來商業環境的所有可用資料，其中包括空前新型冠狀病毒疫情爆發對本集團和我們的客戶及供應商營運所在國家經濟的經濟影響。

我們的政策是維持充足的現金及現金等價物，或透過充足的已承諾信貸融資獲得可用資金，以滿足我們的營運資金需求。

有關我們不同類別金融負債的到期情況分析，請參閱「附錄一 — 會計師報告」一節附註3.1(d)。

根據上市規則須作出的披露

董事確認，於最後實際可行日期，並無任何須遵守上市規則第13.13至13.19條的情況會導致須根據上市規則第13.13至13.19條作出披露。

股息及股息政策

股息

於2013年1月，我們就我們截至2009年12月31日止期間的保留盈利向ZED(直至2010年11月前為我們的唯一股東)宣派股息合共188.7百萬港元。於2019年，我們向ZED支付有關股息的37.0百萬港元，而於2019年12月31日，應付ZED的未付股息金額為48.3百萬港元。於2020年1月，我們就截至2009年12月31日止期間的保留盈利向ZED宣派股息36.6百萬港元。於截至2020年6月30日止六個月，我們以內部資源支付應付ZED的未付股息總額共計84.9百萬港元。

於往績記錄期間，除下述中期股息外，我們並無向唯一股東(即Aswann)宣派任何股息。

於2020年6月，我們就截至2020年6月止期間的保留盈利向當時的唯一股東(即Aswann)宣派中期股息2,300.0百萬港元。有關股息須待全球發售於2021年12月31日或之前完成，方告作實，而在達成有關條件的情況下，以及為我們的營運及業務擴展維持足夠的靈活性，我們將於2021年12月31日或之前支付有關股息。預期有關股息將以內部資源及／或自包括花旗

財務資料

銀行香港分行在內的銀團所取得的一筆定期貸款融通支付。全球發售所得款項淨額概不會用於支付有關股息。於宣派中期股息當日，Aswann由ZED、Van Group Limited、Allied Power Limited、HCM、Hai Fei及CCIL分別持有88.70%、0.22%、0.07%、10%、0.72%及0.29%權益，與本公司緊接全球發售前的股權架構相同。

股息政策

董事認為，日後宣派的任何股息金額將視乎(其中包括)我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本需求、根據香港公認會計原則計算的可供分派溢利金額、有關匯回股息及分派的適用中國法律及法規、開曼群島公司法、其他適用法律及法規以及所有其他相關因素而定。

誠如本公司的中國法律顧問所告知，本公司中國附屬公司的可供分派溢利可匯出中國，惟有關中國附屬公司須遵守中國有關稅項付款的所有相關法律及法規，分派已由決議案或其他內部程序正式授權，而中國附屬公司的核數師已根據中國法律及法規發出經審計報告，並已完成相關匯款程序。

我們擬向股東分派股息，股息金額將不少於全球發售後首個財政年度純利(根據香港財務報告準則釐定)的30%。過往宣派的股息及上述意向並不構成，亦不應被詮釋為任何保證或聲明或表示本公司必須或將會按該等方式宣派及派付股息，或根本不會宣派及派付任何股息。股份的現金股息(如有)將以港元派付。實際分派予股東的股息金額將視乎我們的盈利、財務狀況、營運需求及資本需求以及董事可能認為相關的任何其他條件而定，而任何末期股息須經股東批准。今後宣派的股息可能會亦可能不會反映本公司過往股息宣派，將按董事會全權酌情決定。

本公司派付現金股息的能力亦將取決於其自營運附屬公司收取的分派金額(如有)。根據中國法律，股息僅可透過可供分派溢利(即於中國註冊成立的相關公司的保留盈利)派付。倘某一年度本公司並無任何可供分派溢利，則該年度一般不會派付任何股息。

我們無法保證將派付任何股息。投資者應考慮「風險因素」一節所載影響本集團的風險因素。

上市開支

假設發售價為每股發售股份11.68港元(即發售價範圍的中位數)及悉數支付酌情獎勵費用(如有)，我們預期將產生上市開支約234.0百萬港元(包括包銷佣金及費用總額、聯交所上市費、證監會交易徵費及聯交所交易費、法律及其他專業費用、印刷及與全球發售有關

財務資料

的所有其他費用)，佔全球發售所得款項總額約2.7%。於2020年6月30日，約21.4百萬港元已作為行政開支自綜合全面收入表扣除。我們預計於2020年6月30日後將產生額外上市開支約208.6百萬港元，其中32.4百萬港元預期將確認為行政開支。預期有合共180.2百萬港元將予資本化並將於上市後自權益扣除。上述上市開支為最後實際可行估計，僅供參考，且實際金額可能有別於該估計。

可分派儲備

於2020年6月30日，本公司的保留盈利約為2,313.6百萬港元，為可供分派予股東的可分派儲備。

未經審計備考經調整有形資產淨值

詳情請參閱「附錄二 — 未經審計備考財務資料」一節。

近期發展及重大不利變動

定期貸款融通

於2020年11月24日，我們與包括花旗銀行香港分行在內的銀團訂立本金為2,300,000,000港元(或其等值美元)的定期貸款融通協議(「**融通協議**」)，為支付我們於2020年6月宣派的中期股息融資。待上市發生及達成若干慣常先決條件後，有關定期貸款自協議日期起至(i)融通協議日期後六個月及(ii)上市日期後六個月(以較早者為準)期間可供提取。一經提取，貸款期限為融通協議日期後36個月，利率為適用的香港銀行同業拆息(倘提取港元)或倫敦銀行同業拆息(倘提取美元)加若干基點。定期貸款本金的強制性還款將於融通協議日期後第24個月至第36個月之間發生。然而，本公司可於融通協議日期(或(如為較早者)可供動用的融通額為零當日)起計6個月後自願提前償還定期貸款。融通協議載有商業銀行貸款慣用的一系列契諾，並要求我們滿足若干財務比率規定，例如最高淨債務對稅息折舊及攤銷前利潤比率，最低稅息折舊及攤銷前利潤對利息覆蓋率，以及最低有形淨值。定期貸款可分多次提取，使我們能夠靈活地使用符合本公司及股東整體最佳利益的資源組合，為支付中期股息提供資金。於最後實際可行日期，尚未根據融通協議作出任何提取。

首次公開發售前購股權計劃

於2020年9月23日，我們採納首次公開發售前購股權計劃。於2020年9月23日，根據首次公開發售前購股權計劃，我們已向身為我們僱員(包括我們的董事及高級管理團隊成員)及

財務資料

我們的商業聯繫人的若干承授人授出可認購合共61,651,000股股份的購股權。有關詳情，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

所授出購股權的公允價值將確認為以股份為基礎的補償開支，其將對我們的溢利造成不利影響。詳情請參閱「風險因素 — 與全球發售有關的風險 — 因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而配發及發行股份可能會對我們未來的經營業績造成負面影響」一節。

新型冠狀病毒疫情爆發

新型冠狀病毒疫情爆發對我們的業務及財務狀況帶來挑戰。由於新型冠狀病毒疫情，我們於截至2020年6月30日止六個月產生約149.8百萬港元與綜合損益有關的銷售退貨。於銷售退貨中，於2020年6月30日已退回銷售價值為95.7百萬港元的產品，並已相應終止確認相關的貿易應收款項。儘管我們於2020年6月30日仍未收到銷售金額為54.1百萬港元的剩餘產品，但基於我們與客戶的持續溝通及處理中的退款要求進度，我們預期將會獲退回該等產品，因此我們已於2020年6月30日就該等尚未退回的產品確認退款負債53.5百萬港元¹。我們的管理層根據適用香港財務報告準則使用預期價值法估計被視為可變代價的銷售退貨金額。截至2020年6月30日止六個月，幾乎所有至尊品牌濃縮洗衣液的銷售退貨均為由新型冠狀病毒疫情爆發帶來的前所未有市場中斷導致，我們的管理層在考慮到從客戶收到且本集團接受的退貨要求後重新評估於2020年6月30日的退貨金額。我們認為並無要求退貨的客戶於2020年前往續記錄期間的銷售退貨率並不重大，因此認為毋須就該等客戶確認任何退款負債。我們每位直銷大客戶或線下分銷商的未售出存貨結餘與該直銷大客戶或線下分銷商所要求的退貨金額並無直接關係。因此，並無根據各直銷大客戶或線下分銷商的相關未售出存貨結餘水平釐定銷售退貨金額。根據我們管理層的評估，於2020年6月30日有關退貨的退款負債53.5百萬港元被視為足夠，且根據本集團所接受的退貨要求，預期將不會有涉及至尊品牌濃縮洗衣液的進一步重大銷售退貨要求。於2020年6月30日至最後實際可行日期，已退回銷售金額為40.9百萬港元的產品。有關產品退貨及退款負債的會計判斷，請參閱「— 重大會計政策、判斷及估計 — 銷售退貨撥備」及「— 重大會計政策、判斷及估計 — 退款負債」分節。我們接受客戶該等產品退貨主要是出於商業考慮，例如與客戶維持良好的業務關係。基於往續記錄期間我們獨立第三方客戶所提供的資料，我們估計，於最後實際可行日期，我們直銷大客戶及線下分銷商的至尊品牌濃縮洗衣液未售出存貨的概約金額將不會超過我們截至2019年12月31日止年度收益的5%。有關詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務

¹ 於2020年6月30日的退款負債與同日我們尚未就餘下產品收取的銷售金額有輕微差別，原因為計算收益表項目及資產負債表項目所用的匯率有所不同。

財務資料

及行業相關的風險 — 我們未必能成功研發、推出及推廣新品牌及產品、將品牌及產品組合多元化。」一節。

我們認為，我們將有充裕的營運資金，可滿足我們自本招股章程日期起計至少12個月的現時需求。然而，概無法保證因新型冠狀病毒疫情持續爆發而對中國經濟或世界其他地區產生的任何影響將不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生任何其他直接或間接不利影響。有關進一步詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業相關的風險 — 我們面臨與疫情、傳染病及其他疾病爆發(包括近期新型冠狀病毒爆發)有關的風險」、「行業概覽 — 新型冠狀病毒疫情對中國家庭清潔護理行業的影響」及「業務 — 新型冠狀病毒疫情爆發對我們業務的影響」各節。鑒於新型冠狀病毒疫情爆發的動態性質，本集團將持續評估其對本集團財務狀況及經營業績的影響。

根據我們的管理賬目，我們截至2020年9月30日止九個月的收益較截至2019年9月30日止九個月輕微下跌，主要原因為衣物清潔護理產品的收益下跌。由於新型冠狀病毒疫情爆發期間實施社交距離限制(主要在2020年上半年)，消費者減少戶外活動，令對衣物清潔護理產品的需求整體減弱。由於新型冠狀病毒疫情爆發，消費者更加注重個人及家居衛生，帶動截至2020年9月30日止九個月來自個人清潔護理產品及家居清潔護理產品的收益上升，加上中國爆發新型冠狀病毒疫情的影響逐步消退，2020年第三季度的銷售大致恢復，抵銷了衣物清潔護理產品收益下跌的部分影響。此外，根據我們的管理賬目，我們截至2020年9月30日止九個月的毛利較截至2019年9月30日止九個月輕微下跌，而截至2020年9月30日止九個月的毛利率與截至2019年9月30日止九個月的毛利率相若。

除本節上文所披露者外，董事確認，於本招股章程日期，我們的財務或貿易狀況或前景自2020年6月30日(即「附錄一 — 會計師報告」一節所載最近期經審計綜合財務報表的編製日期)以來並無任何重大不利變動。

股本

法定及已發行股本

下文載述本公司於本招股章程日期的法定及已發行股本及於緊隨全球發售及資本化發行完成後將予發行為繳足或入賬列作繳足股本：

法定股本

股份	描述	面值	總面值
10,000,000,000股	於本招股章程日期的法定股份	0.01港元	100,000,000港元

已發行股本

股份	描述	面值	總面值
10,000股	於本招股章程日期的已發行股份	0.01港元	100港元
4,999,990,000股	根據資本化發行將予發行的股份	0.01港元	49,999,900港元
747,126,500股	根據全球發售(假設超額配股權未獲行使)將予發行的股份	0.01港元	7,471,265港元
<u>5,747,126,500股</u>	總計		<u>57,471,265港元</u>

假設

上表假設全球發售成為無條件及並無計及因(a)超額配股權獲行使；(b)根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何尚未行使購股權獲行使而可能由本公司發行的任何股份；及(c)本公司根據下述董事獲授發行或購回股份的一般授權可能發行或購回的任何股份。

地位

我們的發售股份為本公司股本中的普通股，且與上述表格所載的我們所有已發行或將發行股份於各個方面享有同等地位，及將符合資格享有於全球發售及資本化發行完成後本公司就股份宣派、作出或支付的所有股息及其他分派。

須舉行股東大會的情況

請參閱「附錄四 — 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要」一節，當中載列須舉行股東大會的情況。

授予董事的一般授權

在全球發售成為無條件的前提下，本公司已向董事授出一般授權以配發及發行股份以

股 本

及購回股份。有關該等一般授權的詳情，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — B. 有關我們業務的其他資料」一節。

首次公開發售前購股權計劃

我們已採納首次公開發售前購股權計劃。有關首次公開發售前購股權計劃的進一步詳情，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — D. 首次公開發售前購股權計劃」一節。

主要股東

就本公司任何董事或最高行政人員於最後實際可行日期所知，緊隨全球發售（假設超額配股權未獲行使及並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何尚未行使購股權獲行使而可能發行的任何股份）及資本化發行完成後，下列人士將於股份或相關股份中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文向本公司及聯交所披露的權益及／或淡倉（倘適用），或將直接或間接擁有附帶在本集團任何其他成員公司股東大會上於任何情況下投票權利的任何類別股本面值10%或以上的權益：

於股份中的權益及好倉

股東姓名／名稱	權益性質	緊隨全球發售及資本化發行 完成後持有的股份 ⁽¹⁾	
		股份數目	概約百分比
ZED ⁽²⁾	實益擁有人／於受控法團的 權益	4,446,000,000	77.36%
潘女士 ⁽²⁾	於受控法團的權益	4,446,000,000	77.36%
羅先生 ⁽²⁾	配偶權益	4,446,000,000	77.36%
HCM ⁽³⁾	實益擁有人	500,000,000	8.70%
Gaoling Fund L.P. ⁽³⁾	實益擁有人／於受控法團的 權益	532,843,000	9.27%
Hillhouse Capital ⁽³⁾	於受控法團的權益	534,500,000	9.30%

附註：

- (1) 假設超額配股權未獲行使及並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何尚未行使購股權獲行使而可能發行的任何股份。
- (2) 潘女士為ZED的唯一股東，而ZED(i)直接持有本公司77.17%的股份，及(ii)間接持有（作為Van Group Limited的唯一股東）本公司0.19%的股份。因此，根據證券及期貨條例第XV部，ZED被視為或當作於Van Group Limited所實益擁有的所有股份中擁有權益。根據證券及期貨條例第XV部，潘女士及羅先生（潘女士的配偶）各自被視為或當作於ZED及Van Group Limited實益擁有的所有股份中擁有權益。
- (3) HCM為一家根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司，由Gaoling Fund L.P.持有95.32%，而Gaoling Fund L.P.的唯一投資經理為Hillhouse Capital。Gaoling Fund L.P.為32,843,000股股份的實益擁有人。Hillhouse Capital的權益亦包括於YHG Investment L.P.（其普通合夥人為Hillhouse Capital）所持1,657,000股股份的實益權益。Gaoling Fund L.P.及YHG Investment L.P.均為HCM實體的一部分。

主要股東

除上文所披露者外，於最後實際可行日期，就本公司董事或最高行政人員所知，概無任何其他人士將於緊隨全球發售(假設超額配股權未獲行使及並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何尚未行使購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後，於股份中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第2及第3分部的條文向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利在本集團任何其他成員公司股東大會上於任何情況下投票的任何類別股本面值10%或以上權益。

與控股股東的關係

我們的控股股東

於本招股章程日期，本公司的已發行股本由ZED及Van Group Limited (ZED的直接全資附屬公司)分別擁有88.70%及0.22%的權益。ZED則由潘女士全資擁有。

緊隨全球發售(假設超額配股權未獲行使且未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何尚未行使購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後，潘女士(透過ZED及Van Group Limited)將間接擁有本公司已發行股本約77.36%的權益。因此，潘女士、ZED及Van Group Limited各自於緊隨全球發售完成後仍將為本公司控股股東。

有關控股股東及彼等於本公司的股權的更多資料，請參閱「歷史、重組及公司架構」及「主要股東」各節以了解詳情。

獨立於控股股東

經考慮以下因素，董事認為，於全球發售完成後，本集團能夠獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人開展業務。

業務與非競爭性權益明確劃分

本集團業務與控股股東的業務明確劃分。

於最後實際可行日期，各控股股東確認，除本集團業務外，其並無於與本集團的業務直接或間接構成競爭或可能構成競爭的業務中擁有任何權益。

管理獨立

董事會由九名董事組成，包括五名執行董事(包括控股股東潘女士)、一名非執行董事及三名獨立非執行董事。我們的管理及營運決策由我們的執行董事及高級管理層成員作出，彼等幾乎全部長時間為本集團服務且在我們經營所在行業中擁有豐富經驗。詳情請參閱「董事及高級管理層」一節。

董事認為，董事會及我們的高級管理層能夠獨立於控股股東運作，理由如下：

- (a) 各董事知悉彼作為董事的受信責任，要求(其中包括)彼為本公司的利益及最佳利益行事，且彼作為董事的職責與個人利益之間不得有任何衝突；

與控股股東的關係

- (b) 過半數董事會成員(包括三名執行董事(即羅東女士、肖海珊女士及潘國樑先生)、唯一非執行董事(即曹偉先生)及全體獨立非執行董事)(i)獨立於公司控股股東，且概無於公司控股股東擔任任何董事及／或其他職務；及(ii)與潘女士或羅先生概無關聯；
- (c) 獨立非執行董事不時於董事會的決策過程提供獨立判斷；
- (d) 除潘女士及羅先生外，概無高級管理層成員(i)於公司控股股東擔任任何董事及／或其他職務；或(ii)與潘女士或羅先生有任何關聯；
- (e) 潘女士及羅先生各自投入彼等將近所有工作時間擔任本集團執行董事及其他高級管理層角色；
- (f) 根據細則，董事不得就任何批准彼本身或彼任何緊密聯繫人於其中擁有重大權益的任何合約或安排或任何其他提案的董事會決議案投票，亦不得計入出席該特定董事會會議的法定人數；及
- (g) 我們已採納支持我們獨立管理的企業管治措施，以管理本集團與控股股東之間的利益衝突(如有)。詳情請參閱下文「企業管治措施」分節。

營運獨立

本公司(透過其營運附屬公司)在所有重大方面持有或享有其開展業務所需的所有相關牌照的利益，並擁有充足的資本、設備、生產設施及僱員以獨立於控股股東營運業務(包括但不限於產品開發以及營銷及銷售活動)。ZED及Van Group Limited各自為投資控股公司，且我們並不依賴其各自的任何營運、行政或人力資源服務。此外，我們與控股股東及其各自的緊密聯繫人並無任何經常性交易。

此外，我們的組織架構由各個部門組成，各部門具有特定的職責範圍。我們亦已制定一套內部控制措施，以促進業務的有效營運。

基於以上所述，董事認為本集團於往績記錄期間一直獨立於控股股東及其各自的緊密聯繫人營運，並將繼續獨立營運。

財務獨立

本集團擁有充足的資金以支持其業務營運，並獨立於控股股東擁有其本身的內部控制、會計、集資、報告及財務管理系統以及會計及財務部門。

與控股股東的關係

此外，本集團並不依賴控股股東及／或其各自的緊密聯繫人提供財務援助。董事確認，於最後實際可行日期，概無控股股東或其各自的緊密聯繫人曾向本集團或為本集團的利益提供任何貸款、擔保或抵押。董事亦相信，本集團能夠在毋須依賴控股股東的情況下取得外部來源融資。董事亦確認，於最後實際可行日期，本集團並無向控股股東或其各自的緊密聯繫人提供任何貸款、擔保或抵押。

基於以上所述，董事認為，於往績記錄期間，本集團在財務上能夠獨立於控股股東及其各自的緊密聯繫人運作，並將繼續保持財務獨立。

企業管治措施

董事認為，我們已採取適當的企業管治措施以管理現有及潛在利益衝突。為進一步避免潛在利益衝突，我們已實施下列措施：

- (a) 作為籌備全球發售的一部分，我們已修訂細則以符合上市規則。特別是，細則規定，除非另有規定，否則董事不得就任何批准該董事或彼任何緊密聯繫人於其中擁有重大權益的任何合約或安排或任何其他提案的決議案投票，且該董事不得計入出席會議的法定人數；
- (b) 倘舉行股東大會以考慮控股股東或其任何緊密聯繫人於其中擁有重大權益的建議交易，則該控股股東將就相關決議案放棄投票；
- (c) 本公司已建立內部控制機制，以根據上市規則識別關連交易。上市後，倘本公司與關連人士(包括控股股東或其任何聯繫人)訂立關連交易，本公司將遵守上市規則的適用規定；
- (d) 本公司承諾確保董事會應由執行董事及非執行董事(包括獨立非執行董事)以均衡比例組成。我們已委任三名獨立非執行董事，且我們認為我們的獨立非執行董事(i)擁有足夠經驗、(ii)並無任何業務或其他關係，從而可能以任何重大方式干擾彼等行使獨立判斷，及(iii)將能夠提供公正的外部意見，以保護股東的整體利益；
- (e) 倘我們的獨立非執行董事被要求審查本集團(作為一方)與控股股東及／或董事(作為另一方)之間的任何利益衝突情況，則控股股東及／或董事應向獨立非執行董事提供所有必要資料以供考慮，且獨立非執行董事可在必要時向獨立顧問尋求意見，費用由本公司承擔；及

與 控 股 股 東 的 關 係

- (f) 我們已委任新百利融資有限公司為我們的合規顧問，其將就遵守適用法律及上市規則(包括與董事職責及企業管治有關的多項規定)向我們提供意見及指導。

關 連 交 易

概 覽

於上市前，本集團已與於上市後將成為本公司關連人士(定義見上市規則)的各方訂立若干交易。本公司於上市後的持續關連交易的詳情載列於下文。

不獲豁免的持續關連交易

以下交易乃於日常及一般業務過程中按正常商業條款或更佳條款訂立，將被視為上市規則第十四A章所指本公司的不獲豁免的持續關連交易。

總購買框架協議

(a) 交易詳情

道明公司為一家從事多種日用化學原料(主要包括表面活性劑及添加劑)批發及零售貿易的公司。

自2001年藍月亮實業(本公司的間接全資附屬公司)成立以來，藍月亮實業一直向道明公司購買表面活性劑及添加劑，以生產本集團的產品。道明公司提供的原材料包括其非全資附屬公司生產的產品，以及國內及進口化學原料。於往績記錄期間，道明公司亦一直不時供應，並將繼續向藍月亮實業及本公司其他間接全資附屬公司供應多種日用化學原料。本集團於往績記錄期間購買的相關化學原料用作我們日常業務過程中生產家居清潔液及其他產品所需的原材料之一。

於2020年11月23日，本公司與道明公司訂立總購買協議(「總購買框架協議」)，據此，道明公司同意向我們供應，而我們同意向道明公司購買化學原料(包括表面活性劑及添加劑)，協議年期自簽訂日期起至2022年12月31日止，可在符合上市規則規定的條件下由總購買框架協議各訂約方之間磋商續訂。

(b) 交易的理由

本集團採購戰略的主要目標乃為避免嚴重依賴任何單一供應商，以確保穩定的供應及成本競爭力。本集團通常根據多項標準選擇供應商，包括交付時間的可靠性、材料價格及供應商設施的位置。道明公司並非本集團業務所需化學原料的唯一及獨家供應商，且本集團亦可自選定的供應商(其為獨立第三方)採購化學原料。由於我們於往績記錄期間一直向道明公司採購化學原料及鑒於(i)我們的下述定價政策及(ii)道明公司

關 連 交 易

提供的產品質量，董事認為，只要與市場價格比較，道明公司提供的價格屬公平合理，本集團日後繼續向道明公司購買所需原料符合本公司及股東的利益。

(c) 定價政策

我們根據總購買框架協議應付道明公司的購買價將根據本公司的內部規則及程序通過招標程序釐定。我們的中央採購中心將會向名列相關核准供應商名單上的供應商發送招標文件，而本集團的採購人員將對道明公司及其他獨立第三方所提供的購買價進行比較，以及評估我們的業務需求、提供該等化學原料的投標人的相關資格／經驗，及所提供化學原料的質量。招標程序由中央採購中心監察。中標者及總購買框架協議項下交易的購買價將交由我們的中央採購中心批准，有效期不長於一個季度。

倘只有道明公司就招標文件出標而並無其他獨立第三方供應商出標，則我們的中央採購中心將會對道明公司向我們及與道明公司並無關連的客戶所提供的購買價進行比較，而在可獲得本集團所需要的相關材料的當前市價的情況下，亦會與有關價格進行比較。我們的中央採購中心其後將根據上述資料、所採購材料的歷史購買價、所採購材料的種類及中央採購中心認為合適的其他因素與道明公司進行公平磋商。與道明公司協定的最終價格將交由我們的中央採購中心批准，有效期不長於一個季度。

總購買框架協議項下本公司享有的定價條款將不遜於獨立第三方所提供的條款或道明公司提供予與其並無關連的客戶的條款（視情況而定），且購買價將與市場價格一致或低於市場價格，並符合本公司及股東的整體最佳利益。

(d) 歷史交易金額

截至2017年、2018年及2019年12月31日止三個財政年度以及截至2020年6月30日止六個月，本集團已付道明公司的購買價總額分別約為9,170,000港元、11,919,000港元、6,568,000港元及1,129,000港元。歷史交易金額波動乃主要由於(i)本集團向屬獨立第三方且所提供價格低於道明公司的供應商作出若干採購及(ii)因我們升級部分產品的配方，自2018年6月起本集團開始向獨立第三方供應商購買若干新種類化學原料（並非由道明公司生產），其後本集團已停止向道明公司購買部分種類的化學原料。我們已繼續向道明公司購買其他種類的化學原料，前提是該等化學原料仍在我們的產品中使用，且我們是經過作出上述所載程序後方選擇道明公司。

關 連 交 易

(e) 年度上限

截至2020年、2021年及2022年12月31日止三個財政年度，本集團應付道明公司的最高年度購買價總額將分別不超過4,042,600港元、4,756,000港元及5,350,500港元。

上文所載的年度上限乃參考下列各項計算：(i)歷史交易金額(包括於往績記錄期間交易金額的波動及因我們升級部分產品的配方而自2018年6月起停止向道明公司購買若干種類的化學原料)；(ii)道明公司化學原料生產成本的預期增加及因此導致道明公司就向本集團供應化學原料所收取購買價的預期增加(經計及中國的預期年度通脹率約2%)；(iii)於2020年至2022年化學原料需求預期按每年最高15%的速度增加(經計及本集團銷售的歷史增長及本集團在經營、生產及銷售家居清潔護理解決方案產品方面的預計增長)；(iv)可能向道明公司購買的潛在新種類化學原料；(v)由於存在屬於獨立第三方的新材料供應商，每年向道明公司購買的現有化學原料數量可能減少30%至50%；(vi)截至2020年9月30日止九個月，本集團支付予道明公司的未經審計購買價約為2,334,000港元；及(vii)本集團生產的季節性。

(f) 上市規則的涵義

道明公司由羅先生(本公司執行董事)的胞弟傅向東先生擁有70%股權，並由羅先生的叔伯羅文明先生擁有30%股權。因此，道明公司由於作為傅向東先生(羅先生的胞弟)持有大多數控制權益的公司而為本公司的關連人士，故根據上市規則第14A.12(2)(a)條為羅先生(彼本身亦為本公司關連人士)的聯繫人。

由於董事目前預期，有關根據總購買框架協議供應日用化學原料的交易的最高適用百分比率按年度基準將高於0.1%但低於5%，故根據上市規則第14A.76(2)(a)條，該等交易將須遵守上市規則第十四A章的公告、申報及年度審核規定，但獲豁免遵守上市規則第十四A章的通函(包括獨立財務意見)及獨立股東批准規定。

聯交所豁免

由於不獲豁免的持續關連交易的重大條款已於本招股章程披露，且潛在投資者將根據披露內容參與全球發售，因此董事認為嚴格遵守上市規則第十四A章的公告規定將屬過重的負擔，尤其會為本公司帶來不必要的行政成本。

關 連 交 易

因此，本公司已向聯交所申請，且已獲授上市規則第14A.105條項下的豁免，豁免本節「不獲豁免的持續關連交易」分節所載的交易嚴格遵守上市規則第14A.35條的公告規定，至2022年12月31日為止，前提條件為最高年度交易總額不得超過上述估計年度上限。

獨立非執行董事及本公司核數師將檢討上述持續關連交易是否已根據本節所披露相關框架協議的主要條款及定價政策訂立。獨立非執行董事及核數師的確認將根據上市規則規定每年進行披露。

倘總購買框架協議項下擬進行的交易之任何重大條款變更，倘上文所載的任何建議年度上限被超逾，或倘本公司日後與本公司任何關連人士訂立任何新協議，我們將全面遵守上市規則第十四A章的相關規定，除非(a)該項新交易為上市規則第十四A章下獲全面豁免的關連交易；或(b)我們就該項交易向聯交所申請並獲得獨立豁免。

董事確認

董事(包括獨立非執行董事)認為：

- (a) 上述尋求豁免的不獲豁免的持續關連交易乃於本集團的日常及一般業務過程中訂立並將繼續進行，且所有該等交易將按正常商業條款或更佳條款進行，屬公平合理且符合本公司及股東的整體利益；及
- (b) 上文所載該等不獲豁免的持續關連交易的建議年度上限乃屬公平合理，並符合本公司及股東的整體利益。

聯席保薦人確認

聯席保薦人已審閱本公司就上述不獲豁免的持續關連交易所編製及提供的相關資料及歷史數據，並已取得本公司確認。根據聯席保薦人的盡職審查，聯席保薦人認為：

- (a) 上述尋求豁免的不獲豁免的持續關連交易乃於本集團的日常及一般業務過程中，按正常商業條款或更佳條款訂立，屬公平合理且符合本公司及股東的整體利益；及
- (b) 上文所載該等不獲豁免的持續關連交易的建議年度上限乃屬公平合理，並符合本公司及股東的整體利益。

董事及高級管理層

董事會

董事會由九名董事組成，包括五名執行董事、一名非執行董事及三名獨立非執行董事。董事資料概述如下：

姓名	年齡	職位	獲委任為董事的日期	加入本集團的時間	主要職責	與本集團其他董事或高級管理層的關係
潘東女士	55歲	董事會主席、執行董事兼首席技術官	2007年 12月27日	1997年 8月	負責本集團的技術發展	羅先生的配偶
羅秋平先生	57歲	執行董事兼首席執行官	2008年 2月12日	1994年 11月	負責本集團的戰略規劃及整體管理	潘女士的配偶
羅東女士	47歲	執行董事兼首席供應官	2008年 2月12日	2005年 12月	負責本集團的供應鏈管理	不適用
潘國樑先生	41歲	執行董事、首席財務官兼公司秘書	2020年 6月22日	2008年 5月	負責本集團的財務賬目及財務事項管理	不適用
肖海珊女士	44歲	執行董事兼首席營運官	2020年 6月22日	2011年 2月	負責本集團的營運及人力資源管理	不適用

董事及高級管理層

姓名	年齡	職位	獲委任為董事的日期	加入本集團的時間	主要職責	與本集團其他董事或高級管理層的關係
曹偉先生	42歲	非執行董事	2020年 6月22日	2020年 6月	負責參與本集團重要事務的決策	不適用
Bruno Robert MERCIER 先生	61歲	獨立 非執行董事	2020年 6月22日 ⁽¹⁾	本招股 章程 日期	負責監督董事會及向董事會提供獨立判斷	不適用
顏文玲女士	56歲	獨立 非執行董事	2020年 6月22日 ⁽¹⁾	本招股 章程 日期	負責監督董事會及向董事會提供獨立判斷	不適用
胡野碧先生	57歲	獨立 非執行董事	2020年 6月22日 ⁽¹⁾	本招股 章程 日期	負責監督董事會及向董事會提供獨立判斷	不適用

附註：

(1) 委任自本招股章程日期起生效。

執行董事

潘東女士，55歲，於2007年12月27日獲委任為本公司董事兼主席，於2020年6月22日調任為執行董事，主要負責本集團的技術開發。彼於1997年8月1日加入本集團，擔任首席技術官，並自1997年11月以來一直擔任藍月亮集團的董事。此外，彼現時為藍月亮實業、Blue Moon BVI及月亮小屋集團的董事，亦為提名委員會主席及薪酬委員會成員。潘女士為羅先生的妻子。

於加入本集團前，潘女士於1987年7月至1997年7月在華南師範大學化學學院有機化學研究所任職教師。

潘女士自2018年11月以來一直擔任中國洗滌用品工業協會（「中國洗協」）第八屆理事會副理事長。自2010年5月起，彼亦為全國表面活性劑和洗滌用品標準化技術委員會(TC272)會

董事及高級管理層

員及全國表面活性劑和洗滌用品標準化技術委員會洗滌用品分技術委員會(TC272/SC2)副主席。彼於2019年8月獲委任為《中國洗滌用品工業》第三屆編輯委員會顧問。

潘女士於1984年7月畢業於中國武漢大學，獲得有機化學學士學位，並於1987年7月獲得有機化學碩士學位。彼於2001年12月以優異成績獲得美國勞倫斯理工大學工商管理碩士學位。

羅秋平先生，57歲，於2008年2月12日獲委任為本公司董事兼首席執行官，於2020年6月22日調任為執行董事，主要負責本集團的戰略規劃及整體管理。羅先生於1994年11月加入本集團，擔任藍月亮集團董事，並自1994年12月以來一直擔任本集團首席執行官。彼現時亦為藍月亮實業的董事，以及藍月亮天津及藍月亮昆山的執行董事。羅先生為潘女士的丈夫。

羅先生在家庭清潔護理行業擁有逾30年經驗。於加入本集團前，彼於1990年4月至1994年6月任職於道明公司，包括擔任總經理。道明公司為一家從事製造及銷售原材料(包括當時的「藍月亮」品牌清潔產品)的公司。彼後來於1994年12月成立廣州藍月亮公司，並一直擔任總經理，直至該公司於2012年4月解散為止。

羅先生於1984年7月畢業於武漢大學，獲得有機化學學士學位。彼於1987年6月獲得中國科學院有機化學碩士學位，並於1993年1月獲中國廣州市科學技術委員會認定為化學工程師。

羅東女士，47歲，於2008年2月12日獲委任為本公司董事，於2020年6月22日調任為執行董事。彼負責本集團的供應鏈管理。羅女士於2005年12月加入本集團，自2005年12月1日起一直擔任本集團首席供應官，並自2007年7月起亦擔任藍月亮集團董事。此外，彼現時為藍月亮天津、藍月亮昆山及藍月亮廣州的總經理，並為藍月亮實業的總經理。彼現時亦為南通月亮小屋的執行董事。

羅女士於「藍月亮」品牌產品的營運、採購和製造管理方面擁有25年經驗。羅女士於1993年7月至1994年11月擔任道明公司項目開發工程師。彼於1994年12月加入廣州藍月亮公司，並於1994年12月至1995年12月擔任項目開發工程師及工藝工程師。於1995年12月至2002年11月，彼亦於廣州藍月亮公司先後出任多個職位，包括化驗室主任、質檢科長、技術質量部助理經理及成品部經理，主要負責家庭清潔護理產品的製造管理。彼於2002年11月至2005年11月擔任廣州藍月亮公司首席供應官，主要負責廣州藍月亮公司的供應鏈管理。

董事及高級管理層

羅女士於1993年7月畢業於北京服裝學院，獲得應用化學學士學位。

潘國樑先生，41歲，於2020年6月22日獲委任為本公司董事並調任為執行董事。潘先生於2008年5月加入本集團，擔任財務總監，其後於2016年3月1日獲委任為本集團首席財務官，負責本集團的財務賬目及財務事項管理。

潘先生於審計、會計及財務管理方面擁有豐富經驗。彼於2001年9月至2004年11月先後擔任羅兵咸永道會計師事務所有限公司的審計員及高級審計員，並於2005年11月至2006年5月在畢馬威會計師事務所擔任助理經理一職。於加入本集團前，潘先生於2006年9月至2007年10月在中信嘉華銀行有限公司企業銀行(中國公司)部擔任管理職位，主要負責建立及維護客戶關係。

潘先生於2001年11月畢業於香港大學，獲得會計及財務專業工商管理學士學位。彼亦於2008年7月獲得清華大學法學院的中國法學學士學位。潘先生自2004年10月起一直為香港會計師公會會員。

肖海珊女士，44歲，於2020年6月22日獲委任為本公司董事並調任為執行董事，於2017年7月1日獲委任為本集團首席營運官，負責本集團的營運及人力資源管理。肖女士於2011年2月首次加入本集團。於2011年2月至2017年6月，彼先後於本集團擔任不同職務，包括本集團首席執行官助理、本集團運營總監及人力資源中心總監。彼現時擔任藍月亮重慶執行董事兼總經理，以及星朔廣州、藍月亮廣州、月亮小屋數據、月亮小屋及藍月亮中國的執行董事。彼亦為薪酬委員會成員。

於1998年7月至2003年7月，彼先後於廣州藍月亮公司市場部擔任多個職位，包括策劃專員、品牌經理及市場部經理。於2007年7月至2011年1月，肖女士曾擔任廣州先基管理顧問有限公司總經理，該公司主要從事管理諮詢服務，彼主要負責業務營運管理。

肖女士於1998年6月畢業於武漢大學，獲得經濟學學士學位。彼於2007年6月獲得浙江大學工商管理碩士學位。

非執行董事

曹偉先生，42歲，於2020年6月22日獲委任為本公司非執行董事，主要負責參與本集團重要事務的決策。彼亦為審核委員會成員。

曹先生於金融及投資管理方面擁有逾10年經驗。於2003年7月至2004年8月，曹先生為波士頓諮詢(上海)有限公司(一家管理諮詢公司)助理諮詢顧問，主要負責為大中華區的客戶

董事及高級管理層

開展諮詢項目。彼其後於2004年9月至2014年6月在華平投資(一家投資管理公司)擔任執行董事，負責大中華區消費者及零售領域的投資諮詢。自2014年7月起，曹先生一直在高瓴雅禮(北京)投資諮詢有限公司(「高瓴雅禮」)任職。彼目前為高瓴雅禮的合夥人，主要負責消費者及零售領域的私募股權投資。曹先生自2017年11月起亦獲委任為良品鋪子股份有限公司(股份代號：603719.SH)董事，自2017年12月起擔任人民網股份有限公司(股份代號：603000.SH)獨立非執行董事，以及自2017年12月起擔任公牛集團股份有限公司(股份代號：603195.SH)董事，上述各公司均在上海證券交易所上市。

曹先生於2001年7月畢業於清華大學，獲得會計專業學士學位，並於2003年7月獲得清華大學會計專業碩士學位。

獨立非執行董事

Bruno Robert MERCIER先生，61歲，於2020年6月22日獲委任為本公司獨立非執行董事，於本招股章程日期生效。Mercier先生負責監督董事會及向董事會提供獨立判斷。彼為審核委員會、薪酬委員會及提名委員會成員。

Mercier先生於商業諮詢服務領域擁有豐富經驗。

於1989年2月至1992年9月，彼於麥肯錫諮詢公司(全球領先的商業諮詢公司之一)擔任業務經理。彼其後於1992年9月至1997年4月任職於全球葡萄酒及烈酒生產商Groupe Pernod Ricard，擔任中國及泰國業務部董事總經理。於1999年加入高鑫集團前，彼於1998年2月至1999年3月在法國Auchan Holding S.A.旗下一家「Auchan」超級市場門店工作，並於該處接受門店營運的所有職能及崗位(包括門店經理)培訓。自1999年4月起，Mercier先生在高鑫零售有限公司(股份代號：06808)(「高鑫」，連同其附屬公司統稱「高鑫集團」)擔任多個職位。高鑫為一家聯交所主板上市公司，主要在中國從事超級市場及電子商務平台運營。Mercier先生於1999年4月加入高鑫集團，擔任其上海「歐尚」附屬公司的發展總監。彼其後於2002年3月在中國上海「歐尚」超市長陽店接受門店經理培訓。於2002年9月完成培訓後，彼獲委任為歐尚(中國)投資有限公司(「歐尚中國投資」)的首席執行官，負責監督其業務計劃及預算的制定及實施。於2007年10月至2017年7月期間，Mercier先生同時兼任歐尚中國投資及RT-Mart International Ltd.(一家於台灣註冊成立的公司)主席，並於實現Auchan Holding S.A.(前稱Groupe Auchan S.A.)在該兩間公司的願景方面發揮領導作用。於2011年7月至2017年7月，Mercier先生亦擔任高鑫的首席執行官兼執行董事，主要負責高鑫集團的戰略方向及整體業績。自2017年7月至2018年12月，Mercier先生擔任高鑫的董事會高級顧問。

自2015年4月起，Mercier先生一直擔任行業顧問並向Partners Group(一家位於瑞士的投資公司)提供行業建議。自2016年11月起，彼一直為Gramona SA(位於巴塞羅那附近的一家優

董事及高級管理層

質葡萄酒生產商)的管理委員會成員，主要負責就策略及營運提供意見。Mercier先生於2017年7月創辦Naya Advisors Co., Limited，該公司主要從事初創公司投資及向初創公司提供諮詢服務的業務。自2017年12月起，Mercier先生亦擔任Nexus Point Capital的顧問，並獲委任為快餐連鎖餐廳集團Home Chain Foods Co (Burger King Taiwan的一名控股股東)的董事，主要負責就發展策略提供意見。自2019年4月起，彼一直於領先的管理諮詢公司Bain International Inc. (「Bain」)擔任外部顧問，主要負責就不同的項目協助Bain團隊及向其提供意見。Mercier先生於2012年12月至2018年3月為Creadev International投資委員會成員，並於2018年3月至2019年7月為Creadev Innovation Chine投資委員會成員，負責提供投資諮詢服務。

Mercier先生於1983年4月畢業於Higher National Agronomic School，並獲法國國家教育部及國立圖盧茲綜合理工學院(French Polytechnic Institute of Toulouse)授予工程學位。彼於1986年11月自法國Higher National School of Applied Agronomic Sciences (Ecole Nationale Supérieure des Sciences Agronomiques Appliquées)取得農學工程師文憑。此外，Mercier先生於1988年12月自INSEAD獲得工商管理碩士學位。Mercier先生於2013年2月獲INSEAD授予企業管治證書。

Mercier先生對經濟及社會發展的貢獻已獲得社會廣泛認可。為表彰彼對上海發展的支持，彼於2011年9月獲上海市長授予白玉蘭榮譽獎。於2005年9月，彼亦獲蘇州市人民政府評為中國蘇州市榮譽市民。

Mercier先生曾於以下在中國註冊成立的公司的營業執照被吊銷時擔任公司董事。相關詳情如下：

<u>公司名稱</u>	<u>註冊 成立地點</u>	<u>業務性質</u>	<u>營業執照被吊銷的原因</u>
天津歐尚超市 有限公司 (「天津歐尚」)	中國	零售	Mercier先生於有關吊銷時為天津歐尚的董事。就Mercier先生所深知，天津歐尚的營業執照於2010年被吊銷乃由於在其超市業務終止後未能根據相關中國法規規定完成年檢和未有申請註銷。據Mercier先生確認，天津歐尚的股東於2010年前決定終止天津歐尚的業務，因此之後並無進行年檢。Mercier先生進一步確認天津歐尚於有關吊銷及業務終止時有償債能力。

Mercier先生確認，於最後實際可行日期，

董事及高級管理層

<u>公司名稱</u>	<u>註冊</u>	<u>成立地點</u>	<u>業務性質</u>	<u>營業執照被吊銷的原因</u>
				彼並無因有關吊銷而產生任何債務且不知悉因有關吊銷導致的已經或將會向彼或天津歐尚提出的實際或潛在申索。此外，我們的中國法律顧問告知，Mercier先生作為天津歐尚的董事，並無資格申請或決議解散或註銷天津歐尚(此為保留給股東的權利)，且對於天津歐尚的營業執照被吊銷並無犯錯。

顏文玲女士，56歲，於2020年6月22日獲委任為本公司獨立非執行董事，於本招股章程日期生效。顏女士負責監督董事會及向董事會提供獨立判斷。彼為審核委員會主席及薪酬委員會成員。

顏女士於公營及私營企業的財務及企業管理、管治及業務發展擁有豐富經驗。

於1996年5月至2004年3月，顏女士任職於投資管理公司景順投資管理有限公司(前稱億順投資亞洲有限公司)，彼最後的職位為首席執行官，負責管理與發展香港及新加坡的業務。於2006年10月至2008年4月，顏女士為標普500金融服務公司美國信安金融集團的成員公司信安國際(亞洲)有限公司的副總裁兼大中華地區業務的首席營運官，主要負責管理香港的業務及中國的業務發展。彼代表該集團在與中國建設銀行的合資企業的董事會任董事，並就該合資企業的投資及受託人業務的發展提供運營建議。於2008年4月至2010年8月，顏女士任職於Fortis Bank / Fortis Bank Nederland集團 / ABN AMRO集團，擔任ABN AMRO Fund Services (Asia) Limited (前稱Fortis Prime Fund Solutions (Asia) Limited)的區域董事總經理，負責管理香港、新加坡及東京的業務。於2010年9月至2012年3月，彼為非營利教育機構亞洲協會香港中心有限公司的執行董事，負責完成建築項目及建立中心的運作。於2012年10月至2016年6月，彼為在香港替證監會持牌人士提供資格考試及培訓課程的香港證券及投資學會的行政總裁。於2016年9月至2017年10月，彼為RICS International Limited東亞區的區域董事總經理，代表促進建築環境測量及估值的國際標準及實務守則的專業組織支持南韓、日本、中國、台灣、香港及澳門市場的發展。自2018年10月起，顏女士擔任微藍保險有限公司(前稱英傑華人壽保險有限公司)的獨立非執行董事以及審核委員會及風險委員會成員。彼亦於2019年8月獲委任為審核委員會主席。此外，顏女士自2018年12月起為紐約證券交易所上市公司騰訊音樂娛樂集團(股份代號：NYSE：TME)的獨立非執行董事，並擔任審計委員會主席。

董事及高級管理層

顏女士自1992年4月起為英格蘭及威爾斯特許會計師公會會員、自1993年9月起為香港會計師公會會員及自2007年8月起為香港董事學會會員。彼分別於2014年7月、2014年5月及2008年3月成為上述三家機構的資深會員。彼曾任多個政府基金投資委員會的委員，並於2014年8月至2018年10月擔任嶺南大學審計委員會主席，彼同時於2012年10月至2018年10月出任校董。於2018年1月，彼獲香港政府委任為公務員薪俸及服務條件常務委員會成員。顏女士於2014年7月獲香港政府頒發榮譽勳章。

顏女士於1987年6月畢業於史丹佛大學，獲工業工程及工程管理理學學士學位。

胡野碧先生(曾用名胡貴平)，57歲，於2020年6月22日獲委任為本公司獨立非執行董事，於本招股章程日期生效。胡先生負責監督董事會及向董事會提供獨立判斷。彼為薪酬委員會主席及提名委員會成員。

胡先生在證券、金融服務以及併購領域擁有逾20年經驗。

自1994年3月起至2002年3月，彼任職於星展亞洲融資有限公司，最後的職位為股本市場部董事總經理。胡先生自2004年4月及2006年6月起一直分別擔任睿智金融集團有限公司(前稱博大資產管理有限公司，一家位於香港的綜合金融服務公司，專注於投資控股)的董事及主席。

胡先生亦為華聯國際(控股)有限公司(股份代號：00969)(2010年12月至2017年7月)、太和控股有限公司(股份代號：00718)(2014年7月至2016年10月)、北京建設(控股)有限公司(股份代號：00925)(2015年12月至2018年11月)、中國智能健康控股有限公司(股份代號：00348)(「中國智能健康」)(2016年10月至2017年3月)及北控醫療健康產業集團有限公司(股份代號：02389)(2017年5月至2018年10月)各自的執行董事，上述各公司均在聯交所主板上市。於2016年10月至2017年3月，彼亦為中國智能健康董事會副主席。胡先生曾擔任聯交所主板上市公司北京體育文化產業集團有限公司(股份代號：01803)的執行董事(2015年4月至2018年11月)，並自2018年11月起擔任非執行董事。自2018年12月起，彼擔任聯交所主板上市公司遠大醫藥健康控股有限公司(股份代號：00512)的獨立非執行董事。自2019年8月起，彼亦擔任上海證券交易所上市公司金地(集團)股份有限公司(600383.SH)的獨立非執行董事。

胡先生於1986年8月獲得北京理工大學(前稱北京工業學院)管理工程專業研究生證書。彼於1989年9月獲得荷蘭國際管理學院(Research – instituut voor Bedrijfswetenschappen)工商管理碩士學位。

董事及高級管理層

除上文「董事會」分節及「附錄五 — 法定及一般資料 — C.有關我們董事的其他資料 — 1.權益披露」一節所披露者外，各董事於緊接最後實際可行日期前三年內概無於上市公司擔任任何其他董事職位，且無有關董事的其他資料須根據上市規則第13.51(2)條披露，亦無任何其他事宜須提請股東注意。

本集團高級管理層

本集團的執行董事及高級管理層成員負責我們業務的日常管理。有關執行董事的資料載於上文「執行董事」分節。

除執行董事外，本集團的高級管理層成員包括下列者：

姓名	年齡	於本集團 的職位	獲委任為 高級管理層 的日期	加入 本集團 的時間	角色及職責	與本集團 其他董事 或高級 管理層 的關係
劉志強先生	38歲	電商中心 總經理	2016年 7月1日	2006年 7月	負責本集團 電商業務 的運營及 發展	不適用
陳明亮先生	43歲	經銷中心 總經理	2012年 10月1日	2005年 12月	負責本集團 銷售渠道 的運營及 發展	不適用
鄭翔龍先生	42歲	研發技術中心 總經理	2018年 1月1日	2005年 7月	負責本集團 產品的技 術開發	不適用

董事及高級管理層

姓名	年齡	於本集團的職位	獲委任為高級管理層 的日期	加入本集團 的時間	角色及職責	與本集團 其他董事 或高級 管理層 的關係
林尚鵬先生	56歲	藍月亮洗滌 研究院 院長	2015年 6月18日	2005年 12月	負責本集團 專業清潔 技術的研 發	不適用
閔建華先生	37歲	產品中心 總經理	2013年 5月1日	2007年 1月	負責本集團 品牌及產 品線的規 劃及開發	不適用
曾立群先生	38歲	傳播中心 總經理	2018年 8月1日	2018年 8月	負責本集團 的傳播及 公共關係	不適用
徐玉玲女士	58歲	公共事務部 總經理	2015年 12月1日	2005年 12月	負責本集團 的公司及 法律事務	不適用

劉志強先生，38歲，於2016年7月1日獲委任為本集團電商中心總經理。彼於2006年7月加入本集團，負責本集團電商業務的營運及發展。彼現時為月亮小屋及藍月亮中國的總經理。

於2006年7月至2009年12月，彼先後擔任本集團的渠道推廣專員、品牌專員及媒介專員。於2009年12月至2014年2月，彼亦曾先後擔任媒介主任、媒介經理及傳播中心總監等多個職務。於獲委任為電商中心總經理之前，彼於2014年3月至2016年6月擔任市場部總監。

彼於2006年6月畢業於武漢大學，獲得公共事業管理學士學位。

董事及高級管理層

陳明亮先生，43歲，於2012年10月1日獲委任為本集團經銷中心總經理，負責本集團產品及服務的銷售渠道的營運及開發。陳先生於2005年12月加入本集團。於2005年12月至2007年4月，彼擔任本集團的區域經理。彼其後於2007年5月晉升為全國大客戶經理，並於2008年12月晉升為全國銷售總監。彼於2011年1月至2017年4月亦擔任藍月亮中國總經理。彼現時擔任藍月亮洗滌科技、成都月亮小屋及廣州月亮小屋的執行董事，以及藍月亮洗滌科技的總經理。

陳先生在清潔產品的銷售方面擁有逾20年經驗。於加入本集團前，彼於1999年7月至2005年11月任職於廣州藍月亮公司，擔任銷售代表，其後擔任省區經理。

彼於1999年7月畢業於黑龍江商學院，獲得市場營銷學士學位。

鄭翔龍先生，42歲，於2018年1月1日獲委任為本集團研發技術中心總經理，負責本集團產品的技術開發。鄭先生於2005年7月加入本集團，擔任研發工程師。於2010年1月至2015年6月，彼擔任本集團的研發經理。彼其後於2015年6月至2017年12月擔任開發部經理。

鄭先生在清潔產品開發方面擁有豐富經驗。彼自2017年11月起獲委任為中華人民共和國國家知識產權局的中國專利審查技術專家，主要負責為專利申請審查提供技術支持。

彼自2014年9月起亦擔任中國洗協科學技術專業委員會成員，並自2016年4月起擔任中國洗協專家委員會委員。此外，彼自2017年7月起一直為《日用化學品科學》(全球日用化學品科學行業先驅技術的領先期刊)理事會常務理事。

鄭先生於2000年7月畢業於清華大學，獲得化學工程與工藝學士學位。彼其後入讀清華大學的博士課程，並於2005年7月畢業，獲得化學工程與技術碩士學位及博士學位。

林尚鵬先生，56歲，於2015年6月18日獲委任為藍月亮洗滌研究院院長，負責本集團專業清潔技術的研發。林先生於2005年12月加入本集團，並於2005年12月至2015年6月擔任開發部經理。

於加入本集團前，彼任職於廣州藍月亮公司，於1997年10月至2003年11月擔任開發部工程師，其後於2003年12月至2005年11月擔任開發部經理。

除參與本集團事務外，林先生亦積極參與多個清潔行業協會。自2006年12月起，彼一直擔任《中國洗滌用品工業》編輯委員會委員。於2009年4月至2012年4月，彼亦為廣東省輕工業

董事及高級管理層

協會香料香精化妝品洗滌用品專業分會專家。於2009年4月至2014年4月，彼亦擔任廣州市質量技術監督局廣州標準化專家。自2013年8月起，彼一直為全國食品用洗滌消毒產品標準化技術委員會(SAC/TC395)成員。於2019年7月，彼亦獲委任為中國化工學會第一屆日用化學品專業委員會副主任委員，任期為5年。

林先生畢業於中山大學，分別於1984年7月及1987年7月獲得化學學士學位及分析化學碩士學位。

閔建華先生，37歲，於2013年5月1日獲委任為本集團產品中心總經理，負責本集團品牌及產品線的規劃及發展。彼於2007年1月加入本集團。於2007年1月至2010年10月，彼曾先後擔任地區貿易市場專員、城市規劃團隊組長及產品專員等多個職務。彼其後於2010年11月至2013年4月擔任市場部產品經理。

閔先生於2006年7月畢業於長江大學，獲得農業學士學位。

曾立群先生，38歲，於2018年8月1日獲委任為本集團傳播中心總經理，負責本集團的傳播及公共關係。曾先生於2018年8月加入本集團。

曾先生在產品品牌及營銷方面擁有逾17年經驗。於2002年8月至2006年7月，曾先生擔任杭州頂園食品有限公司策劃團隊組長，負責福州營銷團隊的貿易營銷策劃。於加入本集團前，彼於2006年7月至2018年7月任職於加多寶(中國)飲料有限公司，最後的職位為品牌總監，主要負責制定公司品牌戰略。

曾先生於2002年7月畢業於北京商業管理幹部學院，獲得企業管理大專學位。彼於2012年10月以優異成績獲得香港大學整合營銷傳播專業研究生文憑。

徐玉玲女士，58歲，於2015年12月1日獲委任為本集團公共事務部總經理，負責本集團的公司及法律事務。彼於2005年12月加入本集團。於2005年12月至2008年12月，彼曾擔任銷售部副經理，其後於2009年1月至2015年11月擔任總經理辦公室主任。

於1983年9月至1992年6月，徐女士在廣州珠江造紙廠擔任工藝技術員，主要負責技術工作及團委相關工作。彼其後於1992年7月至1994年2月在廣州經濟技術開發區康海企業發展有限公司擔任人力資源經理一職，主要負責人力資源管理及行政管理。徐女士於1994年3月

董事及高級管理層

至1995年3月在廣州運通科技工程有限公司任人力資源經理一職，主要負責人力資源管理。彼於1995年3月加入廣州藍月亮公司，於1995年3月至1998年12月擔任人事行政部經理，其後於1999年1月至2005年12月擔任銷售部副經理。

徐女士亦積極參加多個促進商業及技術發展的協會。彼自2018年1月起擔任廣州市黃埔區(廣州開發區)企業聯合會常務副會長，自2018年9月起擔任廣州市高新技術企業協會理事，以及自2018年起擔任廣州開發區科技創新協會副會長。彼自2019年4月起亦一直擔任廣州市黃埔區女性人才發展促進會副會長，以及自2019年10月起擔任中國國際貿易促進委員會廣州市黃埔區委員會副會長。

徐女士於1983年9月畢業於廣州市輕工中等專業學校，獲得造紙工藝中專學位。彼於1987年7月完成廣州市廣播電視大學黨政幹部專修科並取得大專學位。

除上文「董事會」及「本集團高級管理層」分節及「附錄五 — 法定及一般資料 — C.有關我們董事的其他資料 — 1.權益披露」一節所披露者外，本集團各高級管理層成員於緊接最後實際可行日期前三年內概無於上市公司擔任任何其他董事職位。

公司秘書

潘國樑先生，41歲，於2020年6月22日獲委任為本公司的公司秘書。有關其履歷詳情，請參閱「執行董事 — 潘國樑先生」分節。

董事於競爭性業務的權益

於最後實際可行日期，概無董事於與本集團業務直接或間接構成或可能構成競爭的任何業務中擁有權益。

董事會委員會

董事會已設立審核委員會、薪酬委員會及提名委員會。

審核委員會

我們已根據上市規則第3.21條及上市規則附錄十四所載的企業管治守則設立審核委員

董事及高級管理層

會。審核委員會的主要職責為監督本公司的財務報告系統及內部控制程序、審閱本公司財務資料以及考慮外部核數師及其委聘相關事宜。

審核委員會由三名董事組成。審核委員會成員包括：

顏文玲女士(主席)

曹偉先生

Bruno Robert MERCIER先生

薪酬委員會

我們已根據上市規則第3.25條及上市規則附錄十四所載的企業管治守則設立薪酬委員會。薪酬委員會的主要職責為就本公司有關董事及高級管理層所有薪酬的政策及架構以及制定有關薪酬政策的正式及透明程序向董事會作出推薦建議。

薪酬委員會由五名董事組成。薪酬委員會成員包括：

胡野碧先生(主席)

潘東女士

肖海珊女士

Bruno Robert MERCIER先生

顏文玲女士

提名委員會

我們已根據上市規則附錄十四所載的企業管治守則的建議設立提名委員會。提名委員會的主要職責為審閱董事會的架構、規模及組成、評估獨立非執行董事的獨立性以及就董事委任及重新委任以及董事繼任計劃向董事會作出推薦建議。

提名委員會由三名董事組成。提名委員會成員包括：

潘東女士(主席)

胡野碧先生

Bruno Robert MERCIER先生

企業管治

董事深明在管理及內部程序方面實行良好企業管治以達致有效問責的重要性。於上市後，本集團將於所有重大方面遵守上市規則附錄十四所載的企業管治守則。

董事會多元化政策

董事會已採納政策，當中載列實現董事會多元化的方法。

本公司遵循董事會應以與我們業務相配的均衡技能及經驗為原則。為實現董事會成員多元化，本公司政策為於向股東提名供委任為董事會成員及延續委任時考慮多項因素。董事會考慮性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業經驗、技能、知識及年資以及董事會可能不時認為相關及合適的任何其他因素。

甄選候選人將以提名政策為基準，並將考慮董事會多元化政策。最終決策會以獲甄選加入董事會的候選人的優點及貢獻為基準，並會考慮對董事會多元化的裨益及董事會的需求，而非只著重於多元化方面。

提名委員會將透過每年至少審閱一次董事會組成以監察該政策的實施情況，審閱時並會考慮所有相關多元化方面的裨益，而就任何董事會委任作出推薦建議時亦會遵循該政策。提名委員會亦將確保董事會多元化為評估董事會有效性的一部分。

提名委員會負責審閱該政策(如適用)，以確保其有效性。提名委員會將討論對該政策所需作出的任何修訂，並向董事會作出推薦建議以供批准。

董事薪酬及五名最高薪酬人士薪酬

截至2017年、2018年及2019年12月31日止三個財政年度以及截至2020年6月30日止六個月，本集團向董事支付的袍金、薪金、住房津貼、其他津貼、實物福利(包括本集團的養老金計劃供款)及花紅總額分別約為11,231,000港元、11,681,000港元、33,918,000港元及7,294,000港元。

根據現行安排，截至2020年12月31日止財政年度應付董事的薪酬及實物福利總額估計約為38,755,000港元。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止三個財政年度以及截至2020年6月30日止六個月，在五名最高薪酬人士中，分別有一名、一名、兩名及三名為董事。本集團向其餘四名、四名、三名及兩名最高薪酬人士支付的袍金、薪金、住房津貼、其他津貼、實物福利(包括本集團的養老金計劃供款)及花紅總額分別約為12,980,000港元、18,314,000港元、20,613,000港元及3,453,000港元。

於往績記錄期間，概無向董事或五名最高薪酬人士支付任何薪酬作為加入本集團或加入本集團後的獎勵。概無向董事或本公司前任董事或五名最高薪酬人士就失去本集團任何

董事及高級管理層

成員公司董事職務或有關管理本集團任何成員公司事務的任何其他職位支付任何補償，而以上各方亦概無收取任何補償。於往績記錄期間，概無董事放棄任何酬金及／或薪酬。

有關本公司與董事所訂立委任函件的詳情，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — C.有關我們董事的其他資料 — 2.委任函詳情」一節。

首次公開發售前購股權計劃

本集團董事、高級管理層、僱員及商業聯繫人有權按董事會酌情決定參與首次公開發售前購股權計劃。有關首次公開發售前購股權計劃主要條款的詳情，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條，委任新百利融資有限公司為合規顧問，以向我們提供顧問服務。根據上市規則第3A.23條，我們將於下列情況下及時諮詢合規顧問並於必要時向其尋求意見：

- (a) 於刊發任何監管公告、通函或財務報告前；
- (b) 倘擬進行可能屬須予公佈或關連交易的交易；
- (c) 倘我們擬以有別於本招股章程詳述的方式使用全球發售所得款項，或倘本集團的業務活動、發展或經營業績與本招股章程的任何預測、估計或其他資料出現偏差；及
- (d) 倘聯交所就股份價格或交投量的不尋常變動、股份可能形成虛假市場或任何其他事項作出查詢。

合規顧問的委任年期將由上市日期開始，至我們就上市日期後開始的首個完整財政年度的財務業績刊發年報當日結束。

未來計劃及所得款項用途

未來計劃

有關我們未來計劃的詳盡說明，請參閱「業務 — 業務戰略」一節。

所得款項用途

於扣除包銷佣金、酌情獎金費用(假設全額支付酌情獎金費用)及我們就全球發售應付的估計開支後，我們將從全球發售收取的所得款項淨額將為：

- 約7,409百萬港元，假設發售價為10.20港元(即最低發售價)；
- 約8,492百萬港元，假設發售價為11.68港元(即發售價範圍的中位數)；或
- 約9,576百萬港元，假設發售價為13.16港元(即最高發售價)。

我們現時擬將全球發售的所得款項淨額(假設發售價為11.68港元，即發售價範圍的中位數)用作下列用途：

- 約35.6%或3,024百萬港元將用於為我們的業務擴充(包括產能擴充計劃)提供資金及發展我們的洗衣服務，其中包括：(1)約27.3%或2,319.5百萬港元將用於我們四個生產基地的產能擴充計劃，包括購買設備及機器以推進我們的產能擴充，以及作為相關附帶開支；(2)約4.6%或392.2百萬港元將用於在湖北省或河南省設立一間新工廠，我們認為這將增強我們在華中地區的地理覆蓋範圍；及(3)約3.7%或312.3百萬港元將用於按照我們現時的計劃在2021年至2025年期間發展我們的洗衣服務。於最後實際可行日期，我們並無為新工廠制訂明確計劃。有關擴充的原因，請參閱「業務 — 我們的生產營運 — 產能擴充」一節。下表說明我們四個生產基地現時擬進行的產能擴充計劃的詳情：

- (2) 經營各生產基地所產生的累計現金淨額超過各項投資總額所需的時間。
- (3) 我們計算導致收支平衡點的使用率時假設若干因素在各項擴充計劃完成後維持不變或處於相若水平，包括產量、產品零售價、產品的銷售表現、原材料成本及人力資源成本。
- (4) 現有產品及未來產品的預期產能乃基於當前預算及計劃作出的估計。實際產能將取決於多項因素，包括當時的市場趨勢、消費者喜好、物流安排及生產管理。
- (5) 棧板為中國物流業所使用的倉儲單位。一棧板的尺寸為1.2米(長)乘以1.0米(寬)。
- (6) 廣州生產基地比其他生產基地獲分配更多的所得款項淨額，因廣州生產基地為我們的總部，擁有更多元化的功能及用途，且擁有更多現場員工，而其他生產基地主要是我們產品的生產工廠，員工(生產及非生產員工)一般較少。因此，涉及廣州生產基地的若干項目需要更高成本。例如，廣州生產基地的其餘建築項目包括一個先進的研究實驗室以及一座辦公及行政綜合大樓。該先進的研究實驗室比其他基地的研究實驗室成本更高，因其計劃容納更多員工及進行更多研究活動。辦公及行政綜合大樓亦比其他基地的行政大樓成本更高，原因是須容納數量較大的員工以及具備面向外部客戶的功能，而此通常並非其他基地所需。此外，建造廣州生產基地的勞工成本比其他生產基地高，原因是廣州的承包商較為昂貴。因此，根據我們的發展計劃，我們認為有必要分配更多所得款項淨額至廣州生產基地。
- (7) 就現時四個生產基地而言，到我們完成目前的產能擴充計劃時，我們估計衣物清潔護理、個人清潔護理及家居清潔護理產品獲得的預期產能分配將分別約為1,660,000噸、320,000噸及380,000噸。然而，相關預期產能分配或會因未來的市場需求及生產計劃潛在調整而出現變動。

未來計劃及所得款項用途

下表說明我們目前為新工廠制訂的計劃：

計劃地點	預期來自全球發售所得款項淨額的投資 (百萬港元)	預期產能 (千噸)	預期儲存能力	預期將予生產的產品	預期將予購買的機器及設備類別數目	預期收支平衡期間 ⁽¹⁾	預期投資回收期 ⁽²⁾	預期達致收支平衡點的使用率 ⁽³⁾	預期開始時間	預期竣工時間
湖北省或河南省	392.2	150 (包括40用於未來產品) ⁽⁴⁾	製成品倉庫, 18千棧板 ⁽⁵⁾ ; 原材料倉庫, 8,000平方米; 原材料罐, 1,500噸	衣物清潔護理產品、 個人清潔護理產品及 家居清潔護理產品	約15個不同類別 ⁽⁶⁾	約一年	約八年	約10%	2022年 下半年	2025年 下半年

附註：

- (1) 各生產基地的全年收益超過其全年開支總額所需的時間。
- (2) 經營各生產基地所產生的累計現金淨額超過各項目投資總額所需的時間。
- (3) 我們計算達致收支平衡點的使用率時假設若干因素在新工廠投入運作後維持不變或處於相若水平，包括產量、產品零售價、產品的銷售表現、原材料成本及人力資源成本。
- (4) 現有產品及未來產品的預期產能乃基於當前預算及計劃作出的估計。實際產能將取決於多項因素，包括當時的市場趨勢、消費者喜好、物流安排及生產管理。
- (5) 棧板為中國物流業所使用的倉儲單位。一棧板的尺寸為1.2米(長)乘以1.0米(寬)。
- (6) 我們目前未有計劃使用全球發售所得款項淨額為購買新工廠設備及機器提供資金，原因是該項目預期於2022年下半年開始。

我們在選擇新工廠所處的地理區域時會考慮各種因素，包括人口及消費能力、社會及經濟狀況、對我們產品的需求及產品的滲透率以及我們當前的分銷網絡覆蓋範圍。根據我們的內部市場研究，並結合我們過去的銷售及分銷實踐，我們認為，設立該新工廠的現行計劃乃屬可行。

我們現時包含15種機器及設備的設備及機器購買計劃(如上表所述)是基於我們以往的生產經驗而制定。我們已計及每個生產過程步驟的需要、過往建立廣州、重慶、天津及昆山生產設施所用的相關設備及機器，以及相關設施的產能擴充。相關設備及機器對我們的生產過程至關重要。詳情請參閱「我們的生產營運—生產過程」分節。

未來計劃及所得款項用途

我們計劃在中國各地建立多家洗滌中心，為消費者提供大規模專業洗衣服務，藉此發展我們的洗衣服務。有關我們現有洗衣服務的詳情，請參閱「業務 — 客戶服務 — 洗衣服務」一節。下表載列我們目前的洗衣業務發展計劃：

計劃中的 洗滌中心 總數	預期來自 全球發售 所得款項 淨額的投資 (百萬港元)	地點	預期收支平衡 期間 ⁽¹⁾	預期投資 回收期 ⁽²⁾	預期開始 時間	預期竣工 時間
約五家	312.3	廣州、天津、 重慶及 華東地區	三至四年	七至八年	2021年 上半年	2025年 上半年

附註：

- (1) 各洗衣工廠的全年收益超過其全年開支總額所需的時間。
 - (2) 經營各洗衣工廠所產生的累計現金淨額超過同一洗衣工廠投資總額所需的時間。
- 約52.4%或4,453百萬港元將用於提高我們的品牌知名度，加強我們的產品滲透及鞏固我們的銷售及分銷網絡。提高我們品牌知名度的具體計劃包括：
 - (i) 約66百萬港元將用於明星代言。我們目前計劃委聘約三至四位明星代言我們的產品。根據我們的過往經驗，預計每次代言的持續時間將約為一年；
 - (ii) 每年約918百萬港元將用於贊助約三至五個熱門電視節目，包括計劃繼續贊助央視及湖南衛視的中秋晚會，且我們將考慮與切合我們宣傳策略的其他熱門電視節目合作，包括有助傳遞家庭清潔知識的電視節目。預計每項贊助的持續時間將與電視節目本身的持續時間相同。基於我們於往績記錄期間的經驗，我們贊助的各個電視節目的平均全年開支約為人民幣25百萬元至人民幣60百萬元；
 - (iii) 約1,366百萬港元將用於受歡迎關鍵意見領袖製作的線上直播、第三方籌辦的若干推廣項目及印刷媒體的廣告項目。我們目前計劃在未來五年內每年舉辦200至300個受歡迎關鍵意見領袖製作的線上直播，該等關鍵意見領袖主要製作原創媒體內容並在大型社交媒體或電子商務平台推廣優質生活方式。根據我們的市場研究，我們現時計劃分配約56,000港元至85,000港元用於關鍵意見領

未來計劃及所得款項用途

袖製作的每個線上直播，合共約為85百萬港元。我們於每個特定關鍵意見領袖的開支可能會有所不同，這視乎包括相關關鍵意見領袖的聲譽、能力及受歡迎程度在內的多項因素而定。此外，我們計劃參與由其他各方(包括央視)籌辦的一至兩個推廣節目。根據我們的過往經驗及市場研究，假設我們於2021年至2025年每年部署兩個推廣節目，我們預計每個節目將花費約115百萬港元。另外，我們計劃參與約10至15個印刷媒體的廣告計劃。根據我們的過往經驗及市場研究，假設我們未來五年每年在此類媒體部署10個廣告節目，我們預計每個節目將花費約2.6百萬港元。該等推廣節目及廣告節目的性質包括於受歡迎電視頻道上的電視節目以及雜誌、國家級及當地報章上的廣告，以推廣我們的產品及清潔方式，向客戶宣傳我們的產品價值，從而提升我們的品牌形象；及

- (iv) 約146百萬港元將用於透過線上及線下渠道部署營銷活動，包括向線下分銷商及直銷大客戶提供廣告材料的成本約56百萬港元，約90百萬港元用於廣告公司諮詢費用以及其他相關開支。根據我們的過往經驗，預計每項營銷活動的持續時間將約為一年。

為提高我們品牌知名度而分配的所得款項淨額預期將一直用於該等用途，直至2025年。

加強我們產品滲透及鞏固我們銷售及分銷網絡的具體計劃包括：

- (i) 約762百萬港元將用於我們的線上渠道，原因是我們計劃透過與大型電子商務平台的合作及探索新興電子商務平台的機遇來鞏固我們的領導地位。我們現時計劃與80至120個電子商務平台合作，並擬分配6.4百萬港元至9.5百萬港元至每個電子商務平台。具體措施包括製作有助於宣傳我們新推出產品的視頻及線上直播，加強我們與消費者的線上交流，進一步宣傳我們的濃縮洗衣液，同時透過數字化內容、線上廣告及線上促銷活動進一步加強我們家居清潔護理產品的市場滲透。此外，我們擬憑藉若干電子商務平台的策略舉措向低線城市滲透及接觸更廣泛的消費群體。所分配的所得款項淨額預期將一直用於該等用途，直至2025年；
- (ii) 約837百萬港元將用於我們的直銷大客戶。我們現時計劃與15至20名直銷大客戶合作，且擬分配41.9百萬港元至55.8百萬港元至每位直銷大客戶。我們擬繼續投資於增加產品曝光度及展示，例如付費使用由超大型市場及超級市場設立及擁有的產品展示空間、贊助主題活動及在零售商處展示我們的產品以增

未來計劃及所得款項用途

強產品曝光度，同時加強廣告攻勢，增加我們對廣告材料的投資及用於向消費者解釋我們產品價值以及傳遞我們所開發科學清潔方式的清潔顧問的相關開支。詳情請參閱「業務 — 知識營銷 — 線下營銷」一節。所分配的所得款項淨額預期將一直用於該等用途，直至2025年；及

- (iii) 約358百萬港元將用於我們的線下分銷商。我們現時計劃與2,000至2,300家線下分銷商合作，且擬於未來五年分配0.16百萬港元至0.18百萬港元至每家線下分銷商。我們計劃繼續投資於增加產品曝光度及展示，例如增加貨架展示、安排使用由我們線下分銷商覆蓋的零售店所設立及擁有的空間以堆棧及端框展示產品，從而提高產品曝光度。此外，我們致力因應線下分銷商的能力優化及擴充相關分銷網絡，從而服務特定的銷售渠道，深化從大型城市的城市中心區至中國所有省份的縣城、城鎮及農村地區的滲透。我們計劃持續利用於往績記錄期間採用的措施。詳情請參閱「業務 — 銷售及分銷網絡 — 線下分銷商」一節。所分配的所得款項淨額預期將一直用於該等用途，直至2025年。

於往績記錄期間，我們已產生與廣告及推廣活動有關的大量開支。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的廣告及推廣開支總額分別為713.9百萬港元、707.3百萬港元、699.6百萬港元、240.3百萬港元及258.9百萬港元。根據我們的業務策略，我們計劃進一步加強營銷及推廣工作，例如鞏固我們的全渠道銷售及分銷網絡以及推廣科學清潔知識。因此，我們計劃於未來數年產生更多廣告及推廣開支，以執行我們的策略及擴大我們的業務。詳情請參閱「業務 — 業務戰略 — 進一步鞏固我們的全渠道分銷網絡及增加產品滲透」以及「業務 — 業務戰略 — 持續透過推廣科學清潔知識贏取消費者的信任」各節。另外，根據弗若斯特沙利文報告，於2019年，中國主要家庭清潔護理公司的平均營銷及推廣開支約為人民幣800百萬元。中國其他主要消費品公司的平均營銷及推廣開支於2019年佔其總收益的10%至40%，而截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，我們的廣告開支及宣傳開支總額分別僅佔總收益的12.7%、10.4%、9.9%、8.8%及10.6%。我們認為，中國消費品公司分配大量開支預算至營銷及推廣工作乃屬業內常態；

- 約10.0%或849百萬港元將用於我們的營運資金及其他一般公司用途；

未來計劃及所得款項用途

- 約2.0%或166百萬港元將用於增強我們的研發能力。我們致力繼續對現有產品進行配方與包裝升級，不斷推出設計優秀的高質量產品，以滿足不同消費場景、不同分銷渠道以及不同客戶群體的需求。此外，我們亦致力不斷增加使用更為環保的簡約包裝。再者，我們銳意通過擴展產品矩陣至覆蓋更多品類以滿足消費者的期望。我們的工作包括但不限於招募高質素研發人員。我們計劃為研發團隊聘用約100名員工。我們主要計劃集中於聘用擁有國內或國際著名大學博士或碩士學位的人才。就若干管理職位而言，我們計劃聘用至少具備八至十年相關行業經驗的人才。

倘發售價定於較本招股章程所述發售價範圍的中位數更高或更低的水平，則上述全球發售所得款項淨額的分配將按比例作出調整。

假設發售價為每股股份11.68港元(即建議發售價範圍的中位數)，倘超額配股權獲悉數行使，全球發售所得款項淨額將增加至約9,775百萬港元。倘發售價定為建議發售價範圍的上限或下限，則全球發售所得款項淨額(包括行使超額配股權所得款項)將分別增加或減少約1,246百萬港元(視情況而定)。我們擬將額外所得款項淨額按上文所述比例作以上用途。

全球發售所得款項淨額在應用於上述用途前，本公司目前擬將該等所得款項淨額作為短期計息存款存放於持牌銀行或認可金融機構。倘上述所得款項的建議用途有任何重大變動或倘所得款項的任何金額將用於一般公司用途，我們將刊發適當的公告。

基石投資者

基石配售

我們已與下述基石投資者（「**基石投資者**」，各自為一名「**基石投資者**」）訂立基石投資協議，據此，基石投資者同意認購，而我們同意按最終發售價向基石投資者發行、配發及配售根據國際發售（及作為其中一部分）以總金額約1,821,250,000港元可購買的有關數目發售股份（向下約整至最接近的每手500股股份完整買賣單位）（「**基石配售**」）。

根據發售價為每股發售股份10.20港元（即本招股章程所載的發售價範圍的下限）計算，則基石投資者將可認購的發售股份總數將約為178,553,000股發售股份，相當於約(i)23.90%的發售股份（假設超額配股權未獲行使）；(ii)20.78%的發售股份（假設超額配股權獲悉數行使）；(iii)緊隨全球發售及資本化發行完成後3.1%的已發行股份（假設超額配股權未獲行使及並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）；及(iv)緊隨全球發售及資本化發行完成後3.04%的已發行股份（假設超額配股權獲悉數行使但並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）。

根據發售價為每股發售股份11.68港元（即本招股章程所載的發售價範圍的中位數）計算，則基石投資者將可認購的發售股份總數將約為155,927,000股發售股份，相當於約(i)20.87%的發售股份（假設超額配股權未獲行使）；(ii)18.16%的發售股份（假設超額配股權獲悉數行使）；(iii)緊隨全球發售及資本化發行完成後2.72%的已發行股份（假設超額配股權未獲行使及並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）；及(iv)緊隨全球發售及資本化發行完成後2.67%的已發行股份（假設超額配股權獲悉數行使但並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）。

根據發售價為每股發售股份13.16港元（即本招股章程所載的發售價範圍的上限）計算，則基石投資者將可認購的發售股份總數將約為138,391,500股發售股份，相當於約(i)18.52%的發售股份（假設超額配股權未獲行使）；(ii)16.11%的發售股份（假設超額配股權獲悉數行使）；(iii)緊隨全球發售及資本化發行完成後2.41%的已發行股份（假設超額配股權未獲行使及並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）；及(iv)緊隨全球發售及資本化發行完成後2.35%的已發行股份（假設超額配股權獲悉數行使但並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）。

向基石投資者分配發售股份的詳情將於本公司於2020年12月15日或前後刊發的配發結果公告中披露。

下表載列各基石投資者將予認購的預計發售股份數目及各自的投資金額明細：

基石投資者 (定義見下文)	投資金額	按發售價每股發售股份0.20港元(即發售價範圍的下限)計算					按發售價每股發售股份11.68港元(即發售價範圍的中位數)計算					按發售價每股發售股份13.16港元(即發售價範圍的上限)計算				
		發售股份概約百分比		所持股份概約百分比 ⁽¹⁾		將予認購的發售股份數目 ⁽²⁾	發售股份概約百分比		所持股份概約百分比 ⁽¹⁾		將予認購的發售股份數目 ⁽²⁾	發售股份概約百分比		所持股份概約百分比 ⁽¹⁾		將予認購的發售股份數目 ⁽²⁾
		假設超額配股權未獲行使	假設超額配股權悉數行使	假設超額配股權未獲行使	假設超額配股權悉數行使		假設超額配股權未獲行使	假設超額配股權悉數行使	假設超額配股權未獲行使	假設超額配股權悉數行使		假設超額配股權未獲行使	假設超額配股權悉數行使			
中銀香港資產管理.....	232,500,000港元	3.05%	2.65%	0.40%	0.39%	19,905,500	2.66%	2.32%	0.35%	0.34%	17,667,000	2.36%	2.06%	0.31%	0.30%	
大眾香港.....	45,000,000美元 (約348,750,000港元 ⁽³⁾)	4.58%	3.98%	0.59%	0.58%	29,858,500	4.00%	3.48%	0.52%	0.51%	26,500,500	3.55%	3.08%	0.46%	0.45%	
富敦基金.....	30,000,000美元 (約232,500,000港元 ⁽³⁾)	3.05%	2.65%	0.40%	0.39%	19,905,500	2.66%	2.32%	0.35%	0.34%	17,667,000	2.36%	2.06%	0.31%	0.30%	
益添.....	45,000,000美元 (約348,750,000港元 ⁽³⁾)	4.58%	3.98%	0.59%	0.58%	29,858,500	4.00%	3.48%	0.52%	0.51%	26,500,500	3.55%	3.08%	0.46%	0.45%	
Poly Platinum...	271,250,000港元	3.56%	3.10%	0.46%	0.45%	23,223,000	3.11%	2.70%	0.40%	0.40%	20,611,500	2.76%	2.40%	0.36%	0.35%	
VAM LLP	50,000,000美元 (約387,500,000港元 ⁽³⁾)	5.08%	4.42%	0.66%	0.65%	33,176,000	4.44%	3.86%	0.58%	0.57%	29,445,000	3.94%	3.43%	0.51%	0.50%	
總計.....	約1,821,250,000港元	23.90%	20.78%	3.11%	3.04%	155,927,000	20.87%	18.16%	2.72%	2.67%	138,391,500	18.52%	16.11%	2.41%	2.35%	

附註：

- 按緊隨全球發售及資本化發行完成後(不計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份)的股份數目計算。
- 港元等值金額按匯率1.00美元兌7.75港元計算，並僅供參考之用。港元實際投資金額將參考於定價日前一個營業日的適用匯率計算。
- 各基石投資者將予認購的股份數目已向下列約整至最接近的每手500股股份完整買賣單位，當中計及投資金額及計算所用的相關發售價。

基石投資者

基石投資者

基石投資者將根據國際發售(及作為其中一部分)認購發售股份。就本公司所深知,各基石投資者均為獨立第三方,獨立於其他基石投資者,獨立於本公司及我們的關連人士,且並非現有股東。所有基石投資者均由聯席全球協調人及/或聯席賬簿管理人推薦及介紹予本公司。於聯席全球協調人及/或聯席賬簿管理人介紹之前,本公司與任何基石投資者概無任何關係。

基石投資者(a)將不會於緊隨全球發售完成後委派任何代表加入董事會; (b)將不會根據全球發售認購任何發售股份(除根據相關基石投資協議外); 及(c)與其他公眾股東相比,在彼等各自的基石投資協議中並無任何優先權。本公司與基石投資者之間概無附屬協議或安排,或因基石配售或就基石配售而賦予基石投資者任何直接或間接利益,惟按最終發售價作出相關發售股份的保證分配除外。基石投資者將持有的所有股份將計入本公司的公眾持股量。

概無基石投資者習慣於就以彼等名義登記或彼等以其他方式持有的本公司證券的收購、出售、投票或其他處置接受本公司、董事、本公司最高行政人員、我們的主要股東、我們的現有股東或其任何附屬公司或彼等各自的任何緊密聯繫人的指示; 且基石投資者認購發售股份概無由本公司、董事、本公司最高行政人員、我們的主要股東、我們的現有股東或其任何附屬公司或彼等各自的任何緊密聯繫人提供資金。

根據基石投資協議,基石投資者已同意於上市前全額支付投資總額。基石投資者將予認購的發售股份將不會延遲交收或延期交付,且穩定價格經辦人概不會向基石投資者借入任何發售股份以補足國際發售的超額分配。倘香港公開發售出現超額認購,則基石投資者將予認購的發售股份數目或會因國際發售與香港公開發售之間發售股份的重新分配而受影響,詳情載於「全球發售的架構—香港公開發售—重新分配」。

基石投資者為機構及專業投資者所知聲譽良好的投資者。我們認為基石配售可視為基石投資者對我們聲譽及價值的認可,以及彼等對我們業務及未來前景具有信心。此外,考慮到全球發售的規模,其他類似規模的發售引入基石投資者亦屬常見情況。我們認為基石配售亦將提升我們在投資者中的形象。鑒於基石投資者是知名的投資者,於全球發售完成後,彼等將為我們構成以市場主導的機構股東基礎,此舉對我們有利。

基石投資者

下文載列有關基石投資者的進一步資料：

中銀香港資產管理有限公司

中銀香港資產管理有限公司(「**中銀香港資產管理**」)在香港註冊成立為有限公司。中銀香港資產管理獲證監會發牌從事證券及期貨條例所指第1類(證券交易)、第4類(就證券提供意見)及第9類(提供資產管理)受規管活動項下業務。中銀香港資產管理為中銀香港(控股)有限公司(股份代號：2388.HK，一家聯交所上市公司)的全資附屬公司，並為中國銀行股份有限公司(股份代號：3988.HK及601988.SH，一家聯交所及上海證券交易所上市公司)的間接附屬公司。中銀香港資產管理已同意促使其管理的若干賬戶認購我們的股份，即BOCHKAM-Asia 1、BOCHKAM-Asia 2及BOCHKAM-Asia 5(「**投資者賬戶**」)。投資者賬戶由中銀香港資產管理作為投資經理酌情管理。投資者賬戶的投資目標是通過投資公司的上市股本證券、固定收益工具及短期現金管理產品以實現資本增值。

由於中銀香港資產管理及全球發售的聯席賬簿管理人及包銷商之一的中銀國際亞洲有限公司均為中國銀行股份有限公司的間接附屬公司，故此中銀香港資產管理與中銀國際亞洲有限公司屬同一集團的成員公司，並為中銀國際亞洲有限公司的關連客戶。

我們已向聯交所申請且聯交所已向我們授出上市規則附錄六第5(1)段所指的同意，允許中銀香港資產管理作為基石投資者參與全球發售，惟須受若干條件規限。詳情請參閱「豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例一向中銀香港資產管理分配股份」一節。

大眾(香港)國際有限公司

大眾(香港)國際有限公司(「**大眾香港**」)是一家於2008年在香港註冊成立的有限公司，為上海大眾公用事業(集團)股份有限公司(「**上海大眾**」)的全資附屬公司及海外投資平台。上海大眾是一家在聯交所主板(股份代號：1635.HK)及上海證券交易所(股票代碼：600635.SH)上市的上市公司，是上海領先的公用事業服務提供商，通過於公用事業及其他行業的關聯公司的戰略及金融投資補充其業務營運。

富敦基金

富敦資金管理有限公司(「**富敦**」)代表(i) Fullerton Alpha — Relative Returns Asia ex-Japan Equities Fund及Fullerton Alpha — Asia Focus Equities Fund(為根據新加坡法律成立的傘型投資基金的子基金)；及(ii) Fullerton Lux Funds — All China Equities、Fullerton Lux Funds — Asia Focus Equities及Fullerton Lux Funds — Asia Growth & Income Equities(為根據盧森堡法律成立的傘型投資基金的子基金)(統稱「**富敦基金**」)行事，其已同意代表富敦基金作為基石投資者酌情參與全球發售並投資於我們的股份。

基石投資者

富敦為位於亞洲的投資專家，專業領域涵蓋股票、固定收益、多元資產、另類投資及司庫管理，跨越公開及私募市場。富敦的總部位於新加坡，並在上海、倫敦、東京及汶萊設有聯營辦事處。富敦於2003年在新加坡註冊成立，並為Temasek Holdings (Private) Limited的間接附屬公司，Temasek Holdings (Private) Limited則由新加坡財政部部長擁有。

益添投資有限公司

益添投資有限公司（「益添」）是長甲資本運營集團（「長甲資本」）的主要投資平台之一，由長甲集團國際控股有限公司（連同其附屬公司統稱「長甲集團」）間接全資擁有。益添於2007年根據香港法例註冊成立為有限公司。長甲資本是長甲集團的四大主要業務分部之一，投資範圍覆蓋境內外資本市場，關注的行業包括TMT、大消費、現代服務、醫療健康、教育等。

長甲集團是大型跨國私人企業集團，由長甲集團董事長趙長甲先生（「趙先生」）創立，現由趙先生全資擁有。趙先生出生於中醫世家，畢業後成為大學教員。彼於1992年創辦長甲集團。於1997年，長甲集團總部遷往上海，目前通過其位於中國及香港的眾多全資附屬公司及分支機構以四大主要業務分部經營其業務：長甲地產控股集團、長甲資產管理集團、長甲文旅集團及長甲資本運營集團。

Poly Platinum Enterprises Limited

Poly Platinum Enterprises Limited（「Poly Platinum」）是一家投資控股公司，於2018年11月9日在英屬處女群島註冊成立，為大灣區共同家園發展基金有限合夥（「大灣區基金」）的全資附屬公司。大灣區基金是由國際大型工業機構、金融機構及新經濟企業共同成立的私人投資基金。大灣區基金由大灣區共同家園發展基金(GP)有限公司（「GBAHD GP」）控制，並由大灣區發展基金管理有限公司全權管理，而該公司是證券及期貨條例所指的第1類、第4類及第9類持牌法團。大灣區基金涵蓋一系列活動，包括風險投資、私募股權投資及上市公司投資以及併購。大灣區基金的目標是把握粵港澳大灣區發展的歷史機遇，建設以技術創新、產業升級、生活質量、智慧城市及所有其他相關行業為重點的國際創新技術中心。Poly Platinum是一家投資控股公司。GBAHD GP及GBAD Fund Management均由大灣區共同家園投資有限公司（「GBAHIL」）全資擁有，而GBAHIL為一家於香港註冊成立的有限公司，由多家國際大型工業機構、金融機構及新經濟企業共同擁有，彼等各自於GBAHIL持有少於15%的股權。

Veritas Asset Management LLP

Veritas Asset Management LLP（「VAM LLP」）是一家獨立管理的公司，由英國金融行為監管局授權及監管。VAM LLP註冊成立為一家有限合夥企業，由五名管理合夥人領導，在倫

基石投資者

敦及香港設有辦事處。VAM LLP是一名長期投資者，專注於對全球的成長型公司進行長期投資，特別是消費、技術及醫療健康領域。

Affiliated Managers Group, Inc. (一家於紐約證券交易所上市(股份代號：AMG.US)的公司)為VAM LLP的最終母公司。

據本公司在作出合理查詢後所深知、盡悉及確信，(i)中銀香港資產管理、富敦及VAM LLP各自將利用其管理的現有資金作為資金來源；及(ii)大眾香港、Poly Platinum及益添各自將使用其內部資源作為資金來源。

據本公司在作出合理查詢後所深知、盡悉及確信，基石投資者概非上市公司。雖然中銀香港資產管理、大眾香港及VAM LLP為上市公司的附屬公司，但據本公司在作出合理查詢後所深知、盡悉及確信，彼等各自的母公司毋須就根據相關基石投資協議的條款及條件對本公司作出投資獲得彼等各自的股東批准或獲得相關證券交易所批准。

先決條件

各基石投資者的認購須待下列先決條件達成後，方可作實：

- (a) 香港包銷協議及國際包銷協議已訂立，且在不遲於該等包銷協議內列明的日期及時間生效及成為無條件(根據其各自的原有條款或隨後由協議訂約方通過協議豁免或更改)，且上述包銷協議均未被終止；
- (b) 本公司與聯席全球協調人(為其本身及代表包銷商)已協定發售價；
- (c) 聯交所已批准我們的股份上市及買賣(包括基石投資者將予認購的發售股份以及其他適用豁免及批准)，且有關批准、許可或豁免於股份開始在聯交所買賣前並未撤銷；
- (d) 任何政府機關概無實施或頒佈法律以禁止完成根據全球發售擬進行的交易或基石投資者根據相關基石投資協議認購發售股份，亦無具司法管轄權的法院發出命令或禁制令阻止或禁止完成有關交易；及
- (e) 基石投資者根據相關基石投資協議作出的聲明、保證、承諾及確認在所有方面均屬真實及準確，亦無誤導成分，且基石投資者並無違反相關基石投資協議。

基石投資者

對基石投資者進行出售的限制

各基石投資者已同意，不會於上市日期後六個月期間（「禁售期」）內任何時間直接或間接(a)出售彼等根據相關基石投資協議已購買的任何發售股份；(b)訂立與上述交易具有相同經濟效應的任何交易；或(c)同意或訂約或公開宣佈任何前述交易，惟若干有限情況（如適用）除外，例如向其任何全資附屬公司（其將受該基石投資者的相同責任約束，包括禁售期限制）作出轉讓。

豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例

為籌備全球發售，本公司已尋求在下列方面豁免嚴格遵守上市規則的若干條文及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例：

1. 有關不獲豁免持續關連交易的豁免

我們已訂立並預期將繼續進行於上市後將構成上市規則項下本公司不獲豁免持續關連交易的若干交易。因此，本公司已向聯交所申請，並已獲批准就我們與道明公司所進行的持續關連交易豁免嚴格遵守上市規則第十四A章項下的公告規定。除已尋求豁免的公告規定外，我們將遵守上市規則第十四A章的相關規定。詳情請參閱「關連交易」一節。

2. 有關首次公開發售前購股權計劃的豁免

上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例訂明有關本公司授出的購股權的若干披露規定(「購股權披露規定」)：

- (a) 上市規則第17.02(1)(b)條規定，本公司須在本招股章程中全面披露有關所有未行使購股權的詳情、該等購股權對上市後股權的潛在攤薄影響，以及行使該等未行使購股權對每股盈利的影響；
- (b) 上市規則附錄一A第27段規定，本公司須在本招股章程中載列本集團任何成員公司的任何股本附有購股權或同意有條件或無條件附有購股權的詳情，包括已經或將會授出購股權所換取的代價、購股權的行使價及行使期、承授人的姓名及地址；及
- (c) 公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)條規定，所有於香港發出、傳閱或分發的招股章程均須載有(其中包括)公司(清盤及雜項條文)條例附表三第I部所指定之事項。公司(清盤及雜項條文)條例附表三第I部第10段規定，本公司須在本招股章程中載列(其中包括)任何人憑其購股權或憑其有權獲得的購股權可予認購的本公司股份或債權證數目、概況及款額，連同該購股權的若干詳情，即(a)可行使購股權的期間；(b)根據購股權認購股份及債權證時須支付的價格；(c)換取購股權或換取有權獲得購股權而付出或將付出的代價(如有)；及(d)獲授購股權的人士的姓名及地址。

聯交所發佈的指引信HKEX-GL11-09規定，倘發行人可證明有關披露屬不相干且會構成過重負擔，聯交所通常會豁免披露若干承授人的姓名及地址，惟須符合該指引規定的若干條件。

豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例

根據公司(清盤及雜項條文)條例第342A條，證監會可在其認為合適的條件(如有)規限下，發出豁免證明書，豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例的相關規定，但該項豁免只可在下述情況下作出：證監會於顧及有關情況後，認為該項豁免並不會損害投資大眾的利益，而遵守任何或所有該等規定屬不相干或會構成過重負擔，或在其他情況下屬不必要或不恰當。

於2020年9月23日，本公司已根據首次公開發售前購股權計劃向684名承授人(包括本集團三名董事及七名高級管理人員)授予購股權，以認購合共61,651,000股股份。於最後實際可行日期，概無因該等購股權獲行使而發行任何股份。我們授出購股權的相關股份相當於緊隨全球發售(假設超額配股權或根據首次公開發售前購股權計劃可能授出的任何購股權未獲行使)及資本化發行完成後已發行股份總數約1.07%。有關首次公開發售前購股權計劃的進一步詳情，請參閱「附錄五—法定及一般資料—D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

基於以下理由，嚴格遵守購股權披露規定就本公司而言負擔過重，故本公司已分別向聯交所及證監會申請(i)豁免嚴格遵守上市規則第17.02(1)(b)條及附錄一A第27段的披露規定；及(ii)根據公司(清盤及雜項條文)條例第342A條發出豁免證明書，就根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權豁免本公司嚴格遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)條及附表三第I部第10(d)段的披露規定：

- (a) 鑒於涉及684名承授人，基於就資料編輯、編製及印刷的成本及時間均有大幅增加，故嚴格遵守於招股章程內載列首次公開發售前購股權計劃項下全體承授人完全詳情的有關披露規定將給本公司帶來昂貴成本及過重負擔；
- (b) 首次公開發售前購股權計劃下的承授人包括本集團三名董事及七名高級管理層成員，其餘674名承授人屬本集團現任僱員及商業聯繫人且並非本集團高級管理層或本公司關連人士。嚴格遵守適用的購股權披露規定以於本招股章程中單獨披露姓名、地址及權利，將需作出不會向投資大眾提供任何重大資料的大量額外披露；
- (c) 未遵守購股權披露規定不會阻礙本公司向潛在投資者提供有關本公司業務、資產、負債、財務狀況、管理及前景的知情評估；及

豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例

- (d) 有關首次公開發售前購股權計劃項下的購股權的重大資料已於本招股章程披露，該等資料包括首次公開發售前購股權計劃涉及的股份總數、每股股份的行使價、對股權的潛在攤薄影響及根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲悉數行使後對每股盈利的影響。董事認為，潛在投資者在作出投資決策過程中對本公司作出知情評估所合理必需的資料(包括但不限於所授出購股權對本公司財務狀況的任何影響)已載入本招股章程。

基於上述原因，董事認為，授出本申請尋求的豁免不會損害投資大眾的利益。

聯交所已批准本公司豁免嚴格遵守上市規則第17.02(1)(b)條及上市規則附錄一A部第27段有關根據首次公開發售前購股權計劃授出購股權的披露規定，條件為：

- (i) 證監會授出有關豁免嚴格遵守公司(清盤及雜項條文)條例有關規定的證明書，並於本招股章程中披露豁免詳情；
- (ii) 本招股章程披露以下資料及詳情：
- (a) 以個人為基礎，本公司授予本集團三名董事、七名高級管理層成員以及並非董事或本集團高級管理層成員的本公司關連人士(統稱「**已披露購股權承授人**」)的購股權的完整資料，包括購股權披露規定的所有詳情；
- (b) 就本公司根據首次公開發售前購股權計劃向本集團674名並非已披露購股權承授人的現任僱員及商業聯繫人(「**其他承授人**」)授出的購股權而言：(1)其他承授人總數；(2)相關購股權的股份總數；(3)就獲授購股權而支付的代價或作出適當的否定聲明；(4)購股權的行使期；及(5)購股權的行使價；
- (c) 尚未行使的購股權所涉及的股份總數、該等數目的股份佔本公司已發行股本的百分比，攤薄影響以及首次公開發售前購股權計劃項下的購股權獲悉數行使後對每股盈利的影響；
- (d) 「附錄五—法定及一般資料—D.首次公開發售前購股權計劃」一節中的首次公開發售前購股權計劃主要條款概要；及
- (e) 豁免詳情將於本招股章程披露；及

豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例

- (iii) 如「附錄六 — 送呈香港公司註冊處處長及備查文件 — 備查文件」一節所載，所有承授人的完整名單，同時載有購股權披露規定所要求提供的全部詳情將可供公眾查閱。

證監會已同意根據公司(清盤及雜項條文)條例第342A條就根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權向本公司授出豁免證明書，豁免本公司嚴格遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)條及附表三第I部第10(d)段的披露規定，條件為：

- (a) 以個人為基礎，於本招股章程披露本公司根據首次公開發售前購股權計劃向本集團各董事、高級管理層成員及本公司關連人士(即已披露購股權承授人)授出購股權的完整資料，有關資料包括公司(清盤及雜項條文)條例附表三第I部第10段規定的所有詳情；
- (b) 對於本公司根據首次公開發售前購股權計劃向承授人(不包括上文(a)項所載者(即其他承授人))授出的購股權，於本招股章程披露下列詳情：(1)購股權的承授人總數和所涉股份數目；(2)就獲授購股權支付的代價；及(3)購股權的行使期及行使價；
- (c) 本公司將按照「附錄六 — 送呈香港公司註冊處處長及備查文件 — 備查文件」一節載列根據首次公開發售前購股權計劃獲授購股權的所有承授人(包括上文(a)項所指人士)的完整名單(載有公司(清盤及雜項條文)條例附表三第I部第10段所要求提供的全部詳情)，以供公眾查閱；
- (d) 豁免詳情將於本招股章程披露；及
- (e) 本公司的招股章程將於2020年12月4日或之前刊發。

有關首次公開發售前購股權計劃的進一步詳情，請參閱「附錄五 — 法定及一般資料 — D.首次公開發售前購股權計劃」一節。

3. 有關現有股東認購股份的豁免

上市規則第10.04條規定，發行人的現有股東僅可在以下情況認購或購買尋求上市的證券：(i)不會優先向其發售證券，且在分配證券時不會給予其優惠待遇；及(ii)達到上市規則第8.08(1)條規定的公眾股東最低訂明比例。上市規則附錄六第5(2)段規定(其中包括)，未經聯交所事先書面同意，不得向現有股東或其緊密聯繫人(不論是以其自身名義或透過代名人)分配，除非滿足若干條件。

豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例

根據股東協議，HCM已獲授反攤薄購股權，且其已部分行使獲授的反攤薄購股權，而HCM實體將認購(a)全球發售下34,500,000股發售股份(假設超額配股權未獲行使)或(b)全球發售下44,922,500股發售股份(假設超額配股權獲悉數行使)，使HCM實體能夠在全球發售完成後將於本公司的總持股維持在9.3%。倘超額配股權僅獲部分行使，HCM實體將認購的發售股份數目將會使HCM實體在超額配股權獲行使後於本公司的持股達到9.3%。有關更多詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構—特別權利」一節。

基於以下原因及／或條件，就反攤薄認購而言，我們已申請且聯交所已授予免於嚴格遵守上市規則第10.04條及上市規則附錄六第5(2)段的豁免。

- (a) 股東協議中的反攤薄購股權為HCM在2010年成為Aswann股東時獲授的既有合同權利，並為按公平基準協定。因此，反攤薄認購將使Aswann、本公司及HCM之間的商業意向及協議得以落實；
- (b) 反攤薄認購不擬給予HCM任何優於公眾投資者的優惠待遇，亦無意違反上市規則第10.04條及附錄六第5(2)段的規定，而是旨在滿足股東協議中所載HCM維持其持股的既有合同權利並履行本公司於股東協議下的義務。根據HKEX-GL43-12第3.10段，HCM獲准於全球發售時行使反攤薄購股權；
- (c) 反攤薄認購將按發售價及全球發售中向其他投資者提呈發售所有其他發售股份의相同條款進行；
- (d) HCM已同意就緊接全球發售前其所持股份(包括根據資本化發行將向HCM發行的股份，但不包括全球發售項下將由HCM實體根據行使反攤薄購股權認購的發售股份)遵從自上市日期起計六個月的禁售期；
- (e) 有關HCM認購發售股份之合同權利的詳情、反攤薄認購的詳情，以及根據反攤薄認購獲行使而作出的發售股份數目分配的完整披露將於本招股章程及配發結果公告中作出；
- (f) 反攤薄認購將不會導致全球發售完成後HCM實體於本公司中持有的權益超過HCM於緊接全球發售前所持有的權益；

豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例

- (g) 本公司、聯席賬簿管理人及聯席保薦人將以書面向聯交所確認，除保證配額外，將不會於國際發售中給予HCM實體(作為承配人)優先待遇；
- (h) HCM實體持有的股份將會計入公眾持股量，且在獲授公眾持股量豁免的前提下，股份的最低指定公眾持股量於全球發售完成後將符合聯交所的要求；
- (i) HCM實體將予認購的發售股份將構成國際發售的一部分，因此不會對將於香港公開發售中向公眾投資者提呈發售的發售股份產生任何影響；及
- (j) 反攤薄認購展示HCM對本公司的持續支持及信心，而此舉將促進全球發售的營銷並提高投資者對全球發售的信心。

4. 有關公眾持股量規定的豁免

上市規則第8.08(1)(a)條規定，尋求上市的證券必須有公開市場。此一般指在任何時間上市發行人已發行股本總額必須至少有25%由公眾人士持有。

我們已向聯交所申請由聯交所行使其根據上市規則第8.08(1)(d)條的酌情權授予免於嚴格遵守上市規則第8.08(1)(a)條最低公眾持股量規定的豁免，且聯交所已授予有關豁免，以使不時之最低公眾持股百分比將為以下較高者：

- (a) 本公司已發行股本總額的22.58%；或
- (b) 超額配股權獲行使後，將由公眾持有的股份比例。

授予該豁免的基礎為，(a)預計上市時我們的最低市值將約為586.2億港元，大幅高於100億港元，且於全球發售完成後我們的股份將有公開市場；(b)我們的發售規模龐大，儘管上市規則第8.08(1)(a)條規定的最低公眾持股量減少，我們的股份亦將有足夠的流動性；(c)我們的股份將得到廣泛分配，讓市場能夠正常運作；(d)我們將於本招股章程披露較低的指定公眾持股量，且我們將於上市後在年度報告中確認公眾持股量是否充足；及(e)我們將實施適當措施及機制以確保持續維持最低公眾持股量百分比。

5. 向中銀香港資產管理分配股份

上市規則附錄六第5(1)段規定，除非獲得聯交所的事先書面同意，否則不得向牽頭經紀商或任何分銷商的「關連客戶」(定義見上市規則)作出分配。

豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例

於2020年12月2日，本公司與(其中包括)中銀香港資產管理有限公司(「中銀香港資產管理」)訂立基石投資協議，據此，中銀香港資產管理已同意促使若干託管賬戶根據其條款按發售價認購發售股份。中銀香港資產管理與全球發售的聯席賬簿管理人中銀國際亞洲有限公司(「中銀國際」)屬同一集團公司的成員公司，故為中銀國際的「關連客戶」。

我們已申請且聯交所已授出上市規則附錄六第5(1)段項下的同意，准許中銀香港資產管理作為基石投資者參與全球發售，惟須符合以下條件：

- (a) 中銀香港資產管理將代表獨立第三方於賬戶中持有股份；
- (b) 與中銀香港資產管理訂立的基石投資協議並無載列任何對於中銀香港資產管理而言較其他基石投資協議所載者更有利的重要條款；
- (c) 中銀國際未曾亦將不會參與本公司、聯席賬簿管理人與包銷商之間有關中銀香港資產管理是否將獲選為基石投資者的決策過程或有關討論；
- (d) 中銀香港資產管理未曾亦將不會因其與中銀國際的關係而獲給予任何優惠待遇，惟根據HKEX-GL51-13所載原則進行的基石投資項下的保證配額優惠待遇除外；
- (e) 本公司、聯席保薦人、聯席賬簿管理人、中銀國際及中銀香港資產管理各自已根據HKEX-GL85-16分別向聯交所提供書面確認；及
- (f) 有關向中銀香港資產管理作出分配的詳情，已經／將會在本招股章程及本公司將刊發的配發結果公告中披露。

包 銷

香港包銷商

中國國際金融香港證券有限公司
花旗環球金融亞洲有限公司
Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited
法國巴黎證券(亞洲)有限公司
香港上海滙豐銀行有限公司
UBS AG Hong Kong Branch
農銀國際證券有限公司
中銀國際亞洲有限公司
建銀國際金融有限公司
民銀證券有限公司
招銀國際融資有限公司
富途證券國際(香港)有限公司
工銀國際證券有限公司
大華繼顯(香港)有限公司

包銷

本招股章程僅為香港公開發售刊發。香港公開發售由香港包銷商有條件悉數包銷。預期國際發售由國際包銷商悉數包銷。倘聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司因任何理由未有協定發售價，則全球發售不會進行並將告失效。

全球發售包括初步提呈74,713,000股香港發售股份的香港公開發售及初步提呈672,413,500股國際發售股份的國際發售，於各情況下均可按「全球發售的架構」一節所述基準重新分配，國際發售則視乎超額配股權行使與否而定。

包銷安排及費用

香港公開發售

香港包銷協議

香港包銷協議乃於2020年12月3日訂立。根據香港包銷協議，本公司按本招股章程、申請表格及香港包銷協議所載條款及條件以發售價提呈發售香港發售股份以供認購。

香港包銷商已個別而非共同同意，待(a)上市委員會批准已發行及本招股章程所述將予發行的股份於聯交所主板上市及買賣且批准並未遭撤回後及(b)香港包銷協議所載若干其他

包 銷

條件達成後，按本招股章程、申請表格及香港包銷協議所載條款及條件促使認購人或自行按各自適用比例認購根據香港公開發售提呈發售但未獲認購的香港發售股份。

香港包銷協議須待國際包銷協議已簽立及成為無條件且並無根據其條款終止等條件滿足後，方可作實。

終止理由

倘於上市日期上午八時正前任何時間發生下列任何事件，則聯席保薦人及聯席全球協調人（為其本身及代表香港包銷商）可透過向本公司發出書面通知，即時終止香港包銷協議：

- (a) 下列情況發生、出現、存在或生效：
- (i) 發生於開曼群島、香港、中國、美國、英國、歐盟（或其任何成員國）或與本集團相關的任何其他司法權區（各為一個「**相關司法權區**」且統稱「**相關司法權區**」）或對其有影響的任何不可抗力事件或一連串不可抗力事件（包括但不限於任何政府行為、宣佈國家、地區或國際進入緊急狀況或開戰、災難、危機、疫症、流行病、疾病爆發、升級或不利突變（包括但不限於新型冠狀病毒）、全面制裁、罷工、停工、其他工業行動、火災、爆炸、洪水、地震、海嘯、火山爆發、內亂、騷亂、公共秩序混亂、戰爭行為、敵對行動爆發或升級（不論宣戰與否）、天災或恐怖活動（不論是否有組織宣告對其負責）或政府運作癱瘓）；
 - (ii) 發生於任何相關司法權區或對其有影響的任何局部地區、全國、地區或國際的金融、經濟、政治、軍事、工業、法律、財政、監管、貨幣、信貸或市場事宜或狀況、股本證券或外匯管制或任何貨幣或買賣結算系統或其他金融市場的任何變動或涉及潛在變動的發展（包括但不限於股票及債券市場、貨幣及外匯市場、銀行同業市場及信貸市場狀況），或可能導致任何變動或涉及潛在變動的發展的任何事件或情況或一連串事件；
 - (iii) 終止、暫停或限制聯交所、紐約證券交易所、納斯達克全球市場、倫敦證券交易所、上海證券交易所或深圳證券交易所之證券買賣（包括但不限於施加或規定任何最低或最高價格限制或價格範圍）；
 - (iv) 香港（由財政司司長或香港金融管理局或其他主管機構實施）、紐約（由美國聯邦政府或紐約州政府或由任何其他主管機構實施）、倫敦、中國、歐盟（或其

包 銷

任何成員國)或任何其他相關司法權區(由相關主管機構宣佈)的商業銀行活動出現全面停頓,或發生於任何相關司法權區或對其有影響的商業銀行活動或外匯買賣或證券交收或結算服務、程序或事宜發生中斷;

- (v) 發生於或任何相關司法權區或對其有影響的任何法院或任何主管政府機構頒佈任何新法律,或現有法律出現任何變動或涉及潛在變動的發展,或對現有法律或法規的詮釋或應用作出任何變動或涉及潛在變動的發展;
- (vi) 於任何相關司法權區以任何形式根據任何制裁法律實施全面制裁或撤銷於香港包銷協議日期存在的貿易優惠;
- (vii) 出現有關或影響稅制或外匯管制、貨幣匯率或外商投資法規的任何變動或涉及潛在變動的發展或修訂(包括但不限於港元或人民幣兌任何外幣的匯率重大貶值、港元價值與美元價值或人民幣價值與任何外幣掛鈎的體系發生變化),或任何外匯管制有任何變化,而以上發生在任何相關司法權區或可對於發售股份的投資造成重大不利影響;
- (viii) 除事先獲得聯席全球協調人的書面同意外,本公司根據公司(清盤及雜項條文)條例或上市規則或應聯交所及/或證監會的任何規定或要求而刊發或經要求刊發有關提呈發售及出售發售股份的本招股章程的補充文件或修訂、任何申請表格或其他文件;
- (ix) 頒佈或提出對本集團任何成員公司進行清盤或清算的命令或呈請,或本集團任何成員公司與其債權人達成任何債務重整協議或安排,或本集團任何成員公司訂立協議計劃,或通過有關將本集團任何成員公司清盤的任何決議案,或委任臨時清盤人、接管人或管理人接管本集團任何成員公司的全部或部分資產或業務或本集團任何成員公司出現任何類似事項;
- (x) 對本集團任何成員公司或任何執行董事提出、面臨或宣佈任何訴訟、糾紛、法律行動或申索或監管調查或行動;
- (xi) 本集團任何成員公司或任何董事違反任何適用法律或上市規則;

包 銷

- (xii) 本公司就本招股章程(或就擬認購及銷售發售股份所使用的任何其他文件)或全球發售的任何方面違反上市規則或任何其他適用法律；
- (xiii) 任何執行董事離任；
- (xiv) 任何執行董事因可公訴罪行被落案起訴，或因法律的施行被禁止參與或因其他原因喪失參與管理公司的資格；或
- (xv) 累計投標過程中所下達或確認的訂單的重大部分，或任何基石投資者根據其所簽署的協議而作出的投資承諾被撤回、終止或註銷，

而聯席全球協調人(為其本身及代表香港包銷商)有絕對的權力認為，上述事項：

- (1) 已經或將會或可能會個別或共同導致對本集團整體的資產、負債、業務、一般事務、管理、前景、股東權益、利潤、虧損、經營業績、狀況或情況、財務或其他方面或表現造成重大不利變動或影響；
- (2) 已經或將會或可能會個別或共同對全球發售的成功與否、香港公開發售的申請認購水平或國際發售的踴躍程度造成重大不利影響；
- (3) 個別或共同導致或將導致或可能會導致進行全球發售或推廣全球發售成為不明智或不切實際；或
- (4) 已經或將會或可能會個別或共同導致香港包銷協議任何重大部分(包括包銷)無法按照其條款履行，或妨礙或延遲根據全球發售或根據包銷處理申請及／或付款，

惟就上文(i)段所述有關新型冠狀病毒的任何疫症、流行病、疾病爆發、升級或不利突變而言，僅在聯席全球協調人合理認為有關新型冠狀病毒的任何疫症、流行病、疾病爆發、升級或不利突變於香港包銷協議日期後有所加劇，彼等方有權根據該段而終止香港包銷協議；或

(b) 聯席全球協調人獲悉：

- (i) 與香港公開發售有關的本招股章程、申請表格、正式通告及／或由本公司或代表本公司就香港公開發售發佈或使用的任何通告、公告、廣告、通訊或其

包 銷

他文件(包括任何相關補充或修訂(「發售文件」)，但不包括與包銷商有關的資料)所載的任何重大事實陳述於發佈時在任何重大方面為或已變為失實、不正確或不準確或具誤導成分；或任何該等文件所載的任何估計、預測、意見表述、意向或預期並非基於合理假設公正如實作出；

- (ii) 發生或發現任何事宜，倘該等事宜於緊接本招股章程日期前發生或被發現，會導致任何發售文件出現重大遺漏；
- (iii) 本公司於香港包銷協議或國際包銷協議(包括其任何補充或修訂)(倘適用)作出的任何保證遭到違反或發生任何事件或情況令該等保證在任何方面變為失實、不正確或具誤導成分；
- (iv) 根據香港包銷協議或國際包銷協議(包括其任何補充或修訂)(倘適用)對本公司所施加的任何責任遭到重大違反；
- (v) 任何事件、行動或遺漏導致或可能會導致本公司須因應其根據香港包銷協議或國際包銷協議(倘適用)作出的彌償而承擔責任；
- (vi) 本集團整體的資產、負債、一般事務、業務、管理、前景、股東權益、利潤、虧損、經營業績、狀況或情況、財務或其他方面或表現出現任何重大不利變動或受到影響，或涉及潛在重大不利變動的任何發展；
- (vii) 於上市日期或之前，除受慣常條件限制者外，聯交所拒絕或並無批准已發行及根據全球發售將予發行或出售的股份(包括因任何超額配股權獲行使而發行或出售者)上市及買賣，或倘授出批准，該批准其後以書面形式撤回、被附設條件(除受慣常條件限制者外)或擱置；
- (viii) 任何人士(除任何聯席保薦人外)已撤回其同意於刊發本招股章程時以其各自登載的形式及內容載入其報告、函件及／或法律意見(視情況而定)及提述其名稱；
- (ix) 本公司撤回發售文件或全球發售；
- (x) 本公司因任何原因被禁止根據全球發售的條款發售、配發、發行或出售任何發售股份。

禁售安排

根據上市規則向聯交所作出的承諾

(A) 本公司作出的承諾

根據上市規則第10.08條，本公司已向聯交所承諾，除(a)根據全球發售或(b)上市規則第10.08條所規定的任何情況外，自上市日期起計六個月內，其將不會行使權力發行任何額外股份或可轉換為股份的證券(不論是否為已上市類別)，亦不會就有關發行訂立任何協議(不論有關股份或證券的發行是否將於上市日期起計六個月內完成)。

(B) 控股股東作出的承諾

根據上市規則第10.07條，各控股股東向聯交所及本公司承諾，除根據全球發售(包括根據借股協議)外，未經聯交所事先書面同意，或除非另行遵照上市規則的適用規定，否則其將不會並將促使相關登記持有人不會：

- (a) 自本招股章程披露其股份持有量參照日起至上市日期起計滿六個月當日止期間(「首六個月期間」)，直接或間接處置或訂立任何協議處置任何於本招股章程內顯示其為實益擁有人的股份，或以其他方式就股份設立任何購股權、權利、權益或產權負擔；或
- (b) 自首六個月期間屆滿起計六個月期間，倘緊隨下述處置後或行使或強制行使下述購股權、權利、權益或產權負擔後其將不再成為本公司的控股股東，直接或間接處置或訂立任何協議處置或以其他方式就上述第(a)段提述的任何該等股份設立任何購股權、權利、權益或產權負擔。

根據上市規則第10.07(2)條附註3，我們的各控股股東均已向聯交所及本公司承諾，自本招股章程披露其股份持有量參照日起至上市日期起計滿12個月當日止期間內，彼將會並將促使有關登記持有人：

- (1) 當彼根據上市規則第10.07(2)條附註2以認可機構(定義見香港法例第155章銀行業條例)為受益人質押或押記彼實益擁有的任何股份時，立即通知本公司有關質押或押記以及所質押或押記的股份數目；及
- (2) 當彼接獲任何股份的承押人或承押記人的口頭或書面指示，表示將會處置任何已質押或已押記股份時，立即將有關指示通知本公司。

包 銷

當本公司從控股股東獲悉上文第(1)及(2)段所述事件，會立即知會聯交所，並以公告方式披露該等事件。

本公司根據香港包銷協議作出的承諾

本公司已向聯席全球協調人、聯席保薦人、聯席賬簿管理人及香港包銷商承諾，在未經驗席保薦人及聯席全球協調人(為其本身及代表香港包銷商)事先書面同意的情況下及除非符合上市規則規定，否則於香港包銷協議日期起至首六個月期間最後一日(包括當日)止期間任何時間，不會(本公司根據全球發售(包括因任何超額配股權獲行使)而發行、提呈發售或銷售發售股份，或本公司根據首次公開發售前購股權計劃授出購股權及發行股份除外)：

- (a) 對任何股份或本公司其他股本證券或上述股份或證券中的任何權益(包括但不限於可轉換為或可行使為或可交換為股份或本公司其他證券的證券，或代表有權獲取任何股份或本公司其他證券的證券，或可購買任何股份或本公司其他證券的任何認股權證或其他權利)，進行提呈發售、配發、發行、出售、接受認購、訂約或同意配發、發行或出售、授予或出售任何購股權、認股權證或認購或購買權利或合約，或授予或購買任何購股權、認股權證、配發、發行或出售的權利或合約，或另行轉讓或出售(不論直接或間接，有條件或無條件)；或
- (b) 訂立任何掉期或其他安排以向他人全部或部分轉讓任何股份或本公司其他股本證券的所有權的任何經濟後果，或當中的任何權益(包括但不限於任何可轉換為或交換為或可行使為股份或本公司其他證券的證券，或代表有權獲取任何股份或本公司其他證券的證券，或可購買任何股份或本公司其他證券的任何認股權證或其他權利)；或
- (c) 訂立與上文第(a)或(b)段所述任何交易具有相同經濟效果的任何交易；或
- (d) 要約或訂約或同意宣佈，或公開披露本公司將會或可能訂立上文第(a)、(b)或(c)段所述的任何有關交易，

在各種情況下，均不論上文第(a)、(b)或(c)段所述任何有關交易是否將以交付股份或本公司其他股本證券、以現金或以其他方式結算(不論發行該等股份或本公司其他股本證券是否將於首六個月期間內完成)，惟上述限制不適用於本公司根據全球發售發行股份。為免生疑問，上文第(a)段不適用於本公司所發行任何不可轉換為本公司或本集團任何其他成員公司股本證券的債務證券。

倘於緊隨首六個月期間後的六個月期間(「第二個六個月期間」)內，本公司訂立任何有

包 銷

關交易，或要約或同意或訂約或宣佈或公開披露訂立任何該等交易的任何意向，本公司將採取一切合理措施以確保其將不會造成股份或本公司其他股本證券的混亂或虛假市場。

控股股東根據禁售承諾契據作出的承諾

根據日期為2020年12月3日的禁售承諾契據，各控股股東已共同及個別向本公司、聯席全球協調人（為其本身及代表包銷商）及聯席保薦人承諾：

(A) 彼將不會（及將促使相關登記持有人或由彼控制的任何公司或以信託方式代其持有股份的代名人或受託人不會）：

(a) 於禁售承諾契據日期起開始至首六個月期間最後一日止之期間內任何時間：

- (i) 直接或間接、有條件或無條件提呈發售、質押、押記、出售、訂約或同意出售、按揭、押記、擔保或借出於上市日期由彼持有或實益擁有的任何股份或本公司其他證券或於前述股份或證券中的任何權益（包括但不限於可轉換為或可交換為或可行使為股份或本公司其他證券的證券，或代表可獲取任何股份或本公司其他證券的證券的權利，或可購買股份或本公司其他證券的任何認股權證或其他權利），或授出或出售任何購股權、認股權證、合約或權利以購買有關股份、證券或當中的權益，或授出或購買任何購股權、認股權證、合約或權利以出售有關股份、證券或當中的任何權益，或授出或同意授出任何購股權、權利或認股權證以購買或認購有關股份、證券或當中的任何權益，及／或以其他方式轉讓或處置有關股份、證券或當中的任何權益或對其設置產權負擔（「禁售證券」）；或
- (ii) 訂立任何掉期或其他安排，據此向另一方全部或部分轉讓任何禁售證券的所有權的任何經濟後果；或
- (iii) 訂立與上文第(i)或(ii)段所述任何交易具有相同經濟效果的任何交易；或
- (iv) 要約或訂約或同意或公開披露其將會或可能訂立上文第(i)、(ii)或(iii)段所述的任何交易的意向，

於各情況下，不論上文第(a)(i)、(a)(ii)或(a)(iii)段所述任何交易是否將以交付該等股份或本公司其他證券、以現金或以其他方式結算（不論該等股份或其他證券的結算或交付是否將於首六個月期間內完成）；

- (b) （倘於緊隨進行上文第(a)(i)、(a)(ii)或(a)(iii)段所述的任何交易後，其將不再為（不論為個別或連同其他控股股東）本公司控股股東）於第二個六個月期間訂立任何有關交易，或要約、同意或公佈有意訂立任何有關交易；

(B) 於本禁售承諾契據日期起直至上市日期後滿12個月當日（包括該日）止任何時間：

- (i) 倘及當其或相關登記持有人以認可機構（定義見銀行業條例）為受益人質押或押記其實益持有的任何股份或本公司其他證券，其將須立即以書面方式通知

包 銷

本公司及聯席全球協調人有關質押或押記，以及所質押或押記股份或本公司其他證券(或當中之權益)的數目；及

- (ii) 倘及當其或相關登記持有人接獲任何承質押人或承押記人口頭或書面表示將會出售其已質押或押記的股份或本公司其他證券(或當中之權益)，其將立即以書面方式通知本公司及聯席全球協調人有關指示。

為免生疑問，上述控股股東的禁售承諾不會：

(a)禁止任何控股股東於以下情況下轉讓任何禁售證券：(i)按適用法律或法規可能規定；(ii)透過根據借股協議借出股份；(iii)在事先取得本公司、聯席保薦人、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人及包銷商書面同意的情況下；或(iv)在適用法律或法規許可的情況下，向任何由其全資擁有的公司或向任何就其或其直系親屬直接或間接利益設立的信託，惟該等公司或該等信託的受託人(視情況而定)須同意以書面受禁售承諾契據所載的限制約束，且進一步規定任何有關轉讓不得涉及有價值的處置方式；或

(b)(i)應用於任何控股股東在全球發售完成後所購買的任何股份；或(ii)禁止任何控股股東運用其實益擁有的禁售證券作為就真誠商業貸款向認可機構(定義見香港法例第155條銀行業條例)作出的抵押(包括押記或質押)，惟該控股股東須遵守上文(B)段所載的規定。

香港包銷商所持本公司權益

除根據香港包銷協議各自應負的責任外，於最後實際可行日期，香港包銷商概無直接或間接持有本集團任何成員公司的任何股份或任何證券的法定或實益權益，亦無擁有可認購或購買或提名他人認購或購買任何股份或本集團任何成員公司證券的任何權利或購股權(不論可否依法執行)。

於全球發售完成後，香港包銷商及其聯屬公司可能因履行根據香港包銷協議各自應負的責任而持有若干股份。

國際發售

國際包銷協議

我們預計將於定價日就國際發售與國際包銷商訂立國際包銷協議。根據國際包銷協議及視乎超額配股權行使與否而定，在本文所載若干條件規限下，國際包銷商個別而非共同

包 銷

同意促使購買人或自行按彼等各自的適用比例購買根據國際發售初步提呈發售的國際發售股份。預期國際包銷協議可按與香港包銷協議類似的理由終止。潛在投資者務請注意，如未訂立國際包銷協議，則全球發售將不會進行。詳情請參閱「全球發售的架構—國際發售」一節。

超額配股權

預期本公司會向國際包銷商授出超額配股權，可由聯席全球協調人(代表國際包銷商)於上市日期起至遞交香港公開發售申請截止日期後第30日止期間隨時行使，要求本公司按發售價發行最多合共112,068,500股股份，佔根據全球發售初步可供認購發售股份數目不超過15%，以補足國際發售的超額分配(如有)。倘超額配股權全部或部分獲行使，則配股權股份數目包括因HCM實體行使反攤薄購股權而將向其發行的股份。詳情請參閱「全球發售的架構—超額配股權」一節。

佣金及費用

包銷商將收取所有發售股份(包括因超額配股權獲行使而將予發行的任何發售股份)發售價總額1.5%的包銷佣金，並將從中支付任何分包銷佣金及其他費用。

包銷商可收取酌情獎勵費，總額最多為所有發售股份(包括因超額配股權獲行使而將予發行的任何發售股份)發售價總額的0.5%。

對於重新分配至國際發售的任何未獲認購的香港發售股份，包銷佣金不會支付予香港包銷商，而將按國際發售適用的比率支付予相關國際包銷商。

假設發售價為每股發售股份11.68港元(即發售價範圍的中位數)、悉數支付酌情獎勵費及超額配股權獲悉數行使，就全球發售應付包銷商的包銷佣金總額將約為200.7百萬港元。

假設發售價為每股發售股份11.68港元(即發售價範圍的中位數)、酌情獎勵費獲悉數支付及超額配股權獲悉數行使，有關全球發售的包銷佣金及費用連同聯交所上市費、證監會交易徵費、聯交所交易費、法律及其他專業費用、印刷及所有其他費用總額估計約為260.3百萬港元，並由本公司支付。

彌償保證

我們已同意對香港包銷商可能蒙受或招致的若干損失(包括彼等因履行根據香港包銷協議應負的責任以及本公司違反香港包銷協議而招致的損失)向香港包銷商作出彌償。

銀團成員活動

香港公開發售及國際發售的包銷商(統稱「銀團成員」)及其聯屬人士可個別進行不屬於包銷或穩定價格過程的各種活動(詳情載於下文)。

銀團成員及其聯屬人士是與全球多個國家有聯繫的多元化金融機構。該等實體為本身及他人從事廣泛的商業及投資銀行業務、經紀、基金管理、買賣、對沖、投資及其他活動。於不同日常業務活動過程中，銀團成員及彼等各自的聯屬人士可能為本身及彼等的客戶購買、出售或持有一系列投資，並積極買賣證券、衍生工具、貸款、商品、貨幣、信貸違約掉期及其他金融工具。該等投資及買賣活動可能涉及或與本公司及／或與本公司有關係的人士及實體的資產、證券及／或工具有關，亦可能包括就本集團的貸款及其他債務為對沖目的而訂立的掉期及其他金融工具。

至於股份方面，銀團成員及其聯屬人士的活動可包括擔任股份買家及賣家的代理人、以當事人身份與該等買家及賣家訂立交易(包括在全球發售中作為股份初始買家的貸款人，而有關融資或會以股份作抵押)、股份的自營買賣和進行場外或上市衍生工具交易或上市或非上市證券交易(包括發行於證券交易所上市的衍生認股權證等證券)，而該等交易的相關資產包括股份。該等交易可與選定交易對手以雙邊協議或買賣方式進行。該等活動可能要求該等實體進行直接或間接涉及買賣股份的對沖活動，而有關活動或會對股份交易價有不利影響。所有該等活動可能於香港及全球各地進行，可能導致銀團成員及其聯屬人士持有股份、包含股份的一籃子證券或指數、可購買股份的基金單位或有關任何前述項目的衍生工具的好倉及／或淡倉。

對於銀團成員或其聯屬人士於聯交所或任何其他證券交易所發行任何上市證券(以我們股份作為其相關證券)，有關證券交易所的規則可能要求該等證券發行人(或其一名聯屬人士或代理人)擔任證券的市場莊家或流通量提供者，而在大多數情況下，此舉亦會導致我們股份的對沖活動。

所有上述活動可能於「全球發售的架構」一節所述穩定價格期間或結束後發生。該等活動可能影響股份的市價或價值、股份的流通量或交易量及股份的價格波幅，而每日的影響程度無法估計。

包 銷

謹請注意，當進行任何該等活動時，銀團成員將受到若干限制，包括以下各項：

- (a) 銀團成員（穩定價格經辦人或代其行事之任何人士除外）一概不得就於公開市場或其他市場分銷發售股份進行任何交易（包括發行或訂立任何有關發售股份的購股權或其他衍生產品交易），以將任何發售股份的市價穩定或維持在與其當時的公開市價不同的水平；及
- (b) 銀團成員須遵守所有適用法律及法規，包括證券及期貨條例的市場失當行為條文，當中包括有關禁止內幕交易、虛假交易、價格操控及操縱股票市場的條文。

若干銀團成員或彼等各自的聯屬人士已不時且預期日後會向本公司及其聯屬人士提供投資銀行及其他服務，而有關銀團成員或彼等各自的聯屬人士已或將就此收取慣常費用及佣金。

此外，銀團成員或彼等各自的聯屬人士或會向投資者提供融資，以供其認購全球發售的發售股份。

全球發售的架構

全球發售

本招股章程乃就作為全球發售一部分的香港公開發售而刊發。

股份由聯席保薦人保薦在聯交所上市。聯席保薦人已代表本公司向聯交所上市委員會申請批准本招股章程所述已發行及將予發行的股份上市及買賣。

根據全球發售將初步提呈發售747,126,500股發售股份，包括：

- (a) 香港公開發售：在香港初步提呈發售74,713,000股股份(可予重新分配)，詳情載於「香港公開發售」分節；及
- (b) 國際發售：按下文「國際發售」分節所述(i)在美國境內根據美國證券法第144A條或其他豁免或以毋須遵守美國證券法登記規定的交易僅向合資格機構買家及(ii)在美國境外依據S規例以離岸交易(包括向香港境內的專業及機構投資者)初步提呈發售672,143,500股股份(可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定)。

投資者可：

- (a) 根據香港公開發售申請香港發售股份；或
- (b) 根據國際發售申請或表示有意申請國際發售股份，

惟不得同時進行兩者。

假設超額配股權未獲行使，發售股份將相當於緊隨全球發售完成後已發行股份總數約13.00%。假設超額配股權獲悉數行使，發售股份將相當於緊隨全球發售完成後已發行股份總數約14.66%。

本招股章程所述申請、申請表格、申請股款或申請程序僅與香港公開發售有關。

香港公開發售

初步提呈發售的發售股份數目

本公司按發售價初步提呈發售74,713,000股股份供香港公眾人士認購，佔根據全球發售初步可供認購發售股份總數約10.0%。根據香港公開發售初步提呈發售的發售股份數目將佔

全球發售的架構

緊隨全球發售完成後已發行股份總數約1.3%（假設超額配股權未獲行使），惟或因國際發售與香港公開發售之間發售股份的重新分配情況而更改。

香港公開發售可供香港公眾以及機構及專業投資者參與。專業投資者通常包括經紀、交易商、日常業務涉及交易股份及其他證券的公司（包括基金經理），以及經常投資於股份及其他證券的公司實體。

香港公開發售的完成須待下文「全球發售的條件」分節所載的條件達成後方可作實。

分配

根據香港公開發售向投資者分配發售股份將完全依據香港公開發售所收到的有效申請。分配基準可能視乎申請人有效申請的香港發售股份的數目而有所不同。有關分配過程可能（如適用）包括抽籤，意即部分申請人可能會比申請相同數目香港發售股份的其他申請人獲得更多分配，而未能中籤的申請人可能無法獲得任何香港發售股份。

僅就分配而言，根據香港公開發售可供認購的香港發售股份總數（經計及下述的任何重新分配後）將等分（至最接近完整買賣單位）為甲乙兩組。甲組的香港發售股份將按公平基準分配予申請香港發售股份總價格（不包括應付的經紀佣金、香港證監會交易徵費及聯交所交易費）為5百萬港元或以下的申請人。乙組的香港發售股份將按公平基準分配予申請香港發售股份總價格（不包括應付經紀佣金、香港證監會交易徵費及聯交所交易費）為5百萬港元以上但不超過乙組總值的申請人。

投資者須注意，甲組的申請與乙組的申請可能有不同的分配比例。倘任何一組（並非兩組）的香港發售股份未獲認購，則該等未獲認購的香港發售股份將轉撥至另一組，以滿足另一組的需求，並作出相應分配。上段所指的香港發售股份的「價格」指申請時應付的價格（不論最終釐定的發售價）。申請人僅可獲分配甲組或乙組而非兩組的香港發售股份。香港公開發售的重複或疑屬重複申請及認購超過37,356,500股香港發售股份的任何申請將不予受理。

重新分配

香港公開發售與國際發售之間的發售股份分配可重新分配。上市規則第18項應用指引第4.2段規定，倘達到指定的若干總需求量水平，則須運用回補機制，以增加香港公開發售的發售股份數目至全球發售所提呈的發售股份總數的某一百分比。

全球發售的架構

倘根據香港公開發售有效申請的發售股份數目相當於根據香港公開發售初步可供認購的發售股份總數的(a) 15倍或以上但少於50倍；(b) 50倍或以上但少於100倍；及(c) 100倍或以上，則發售股份將從國際發售重新分配至香港公開發售。重新分配後，香港公開發售可供認購的發售股份總數將分別增至224,138,000股發售股份(屬(a)情況)、298,851,000股發售股份(屬(b)情況)及373,563,500股發售股份(屬(c)情況)，分別佔根據全球發售初步可供認購的發售股份總數(行使超額配股權前)約30%、40%及50%。在三種情況下，重新分配至香港公開發售的額外發售股份將在甲組與乙組之間分配，而分配至國際發售的發售股份數目將按聯席全球協調人認為適當的方式相應減少。

此外，聯席全球協調人可從國際發售重新分配發售股份至香港公開發售，以滿足香港公開發售下的有效申請。

倘香港公開發售未獲全數認購，則聯席全球協調人可將全部或按其認為合適的比例將任何未認購的香港發售股份重新分配至國際發售。

根據指引信HKEX-GL-91-18，聯席全球協調人可酌情將初步就國際發售分配的發售股份重新分配至香港公開發售，以滿足香港公開發售下甲組及乙組的有效申請。倘(i)國際發售股份認購不足而香港發售股份獲悉數認購或超額認購(不論超額認購的倍數)；或(ii)國際發售股份獲悉數認購或超額認購，香港發售股份亦獲悉數認購或超額認購，而超額認購的數量少於根據香港公開發售初步可供認購的香港發售股份數目15倍且發售價釐定為10.20港元(即發售價範圍的下限)，則可自國際發售重新分配最多74,713,000股發售股份至香港公開發售，使根據香港公開發售可供認購的發售股份總數增至149,426,000股，相當於根據全球發售初步可供認購的發售股份數目約20%(於超額配股權行使前)。

申請

香港公開發售的每名申請人均須在遞交的申請上承諾及確認，申請人及為其利益而作出申請的任何人士並無亦不會申請或承購或表示有意申請國際發售的任何國際發售股份，而倘有關承諾及／或確認遭違反及／或失實(視情況而定)或其已獲得或將獲得配售或分配國際發售的國際發售股份，則該申請人的申請將不獲受理。

香港公開發售的申請人須於申請時繳付每股發售股份13.16港元的最高發售價，另須按每股發售股份加付經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費，即一手500股股份合共6,646.31港元。倘按下文「定價及分配」分節所述方式最終釐定的發售價低於最高發售價每股發售股

全球發售的架構

份13.16港元，則本公司將不計利息向獲接納申請人退回適當款項(包括多收申請款項應佔的經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費)。詳情請參閱本招股章程「如何申請香港發售股份」一節。

國際發售

初步提呈發售的發售股份數目

國際發售將包括本公司初步提呈發售的672,413,500股股份，佔根據全球發售初步可供認購的發售股份總數約90.0%(可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定)。根據國際發售初步提呈發售的發售股份數目將佔緊隨全球發售完成後已發行股份總數約11.7%(假設超額配股權未獲行使)，惟或因國際發售與香港公開發售之間發售股份的重新分配情況而更改。

分配

國際發售將包括依據S規例有選擇地向美國境內的合資格機構買家以及香港及美國境外其他司法權區內預計對發售股份有較大需求的機構及專業投資者和其他投資者推銷發售股份。專業投資者一般包括經紀、交易商、日常業務涉及買賣股份及其他證券的公司(包括基金經理)以及經常投資於股份及其他證券的企業實體。國際發售的發售股份分配按下文「定價及分配」分節所載「累計投標」程序進行，並取決於多項因素，包括需求程度及時間、有關投資者於有關行業的投資資產或股本資產總額，以及預期有關投資者於上市後會否增購股份及／或持有或出售股份。有關分配旨在進行股份分派建立穩固的專業及機構股東基礎，促進本集團及股東的整體利益。

聯席全球協調人(代表包銷商)可要求已根據國際發售獲提呈發售股份及根據香港公開發售提出申請的任何投資者向聯席全球協調人提供充分資料，供識別根據香港公開發售提出的有關申請，以確保將該等申請從香港公開發售的任何發售股份分配中剔除。

重新分配

上文「香港公開發售 — 重新分配」分節所述的回撥安排、全部或部分行使超額配股權及／或將原本包括在香港公開發售的未獲認購發售股份重新分配，可能會改變根據國際發售發行或出售的發售股份總數。

全球發售的架構

超額配股權

就全球發售而言，預期本公司將向國際包銷商授出超額配股權，可由聯席全球協調人（代表國際包銷商）行使。

根據超額配股權，國際包銷商將有權（可由聯席全球協調人代表國際包銷商行使）自上市日期起至截止遞交香港公開發售申請日期後30日內，隨時要求本公司根據國際發售按發售價額外發行合共不超過112,068,500股股份（「配股權股份」）（即不超過根據全球發售初步提呈發售的發售股份總數15%），以補足國際發售的超額分配（如有）。倘超額配股權全部或部分獲行使，則配股權股份數目包括因HCM實體行使反攤薄購股權而將向其發行的股份。

倘超額配股權獲悉數行使，則據此發行的額外發售股份將相當於緊隨全球發售完成後已發行股份總數約1.9%。倘行使超額配股權，本公司將刊發公佈。

穩定價格

穩定價格行動是包銷商在部分市場中為促進證券分銷而採用的手法。為穩定價格，包銷商可於特定期間內在二級市場競投或購買證券，從而減慢並在可能的情況下防止有關證券的首次公開市價下跌至低於發售價。有關交易可於所有獲准進行上述行動的司法權區進行，惟在各情況下均須遵守所有適用法律及監管規定，包括香港的適用法律及監管規定。在香港，採取穩定價格行動所達致的價格不得高於發售價。

關於全球發售，穩定價格經辦人（或代其行事的任何人士）均可代表包銷商在上市日期後一段限定期間進行超額分配或交易，將股份市價穩定或維持在高於其原應達到市價的水平。然而，穩定價格經辦人（或代其行事的任何人士）並無責任進行任何有關穩定價格行動。有關穩定價格行動一經採取，(a)將由穩定價格經辦人（或代其行事的任何人士）全權酌情並以穩定價格經辦人合理認為符合本公司最佳利益的方式進行；(b)可隨時終止；及(c)須於遞交香港公開發售申請截止日期起計30日內結束。

根據證券及期貨條例的證券及期貨（穩定價格）規則獲准在香港進行的穩定價格行動包括(a)超額分配以防止或盡量減低我們股份市價下跌，(b)出售或同意出售我們股份，從而建立淡倉以防止或盡量減低我們股份市價下跌，(c)購買或同意購買根據超額配股權發售的我們股份，藉此將按上文(a)或(b)段建立的任何倉盤平倉，(d)購買或同意購買任何我們股份，僅為防止或盡量減低我們股份市價下跌，(e)出售或同意出售任何股份，以將因上述購買而建立的任何倉盤平倉，及(f)建議或意圖進行上文(b)、(c)、(d)或(e)段所述任何事項。

全球發售的架構

謹請發售股份的有意申請人及投資者特別注意：

- (a) 穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)可就穩定價格行動維持股份好倉；
- (b) 穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)維持該等好倉的程度及時間或期限均無法確定；
- (c) 穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)將任何該等好倉平倉及在公開市場出售或會對我們股份市價造成不利影響；
- (d) 為支持我們股份價格而採取穩定價格行動的時間不可長於穩定價格期間。穩定價格期間將由上市日期開始，預計於2021年1月8日(星期五)(即遞交香港公開發售申請截止日期後第30日)屆滿，此後不得再進行穩定價格行動，我們股份的需求及價格可能相應下跌；
- (e) 穩定價格行動無法確保我們股份價格維持於或高於發售價；及
- (f) 穩定價格行動過程中的競價或交易，可能按相等於或低於發售價的價格進行，因此亦可按低於發售股份申請人或投資者所付價格進行。

本公司將確保或促使在穩定價格期間屆滿後七日內根據證券及期貨條例的證券及期貨(穩定價格)規則刊發公告。

超額分配

全球發售出現股份超額分配後，穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)可透過全部或部分行使超額配股權、利用穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)按不高於發售價的價格在二級市場購買的股份或透過下文詳述的借股安排(或上述各種方式兼用)補足有關超額分配。

借股協議

為方便進行有關全球發售的超額分配(如有)，穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)可選擇根據預期將由穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)與ZED於定價日或前後訂立的借股協議，向ZED借用最多101,646,000股股份(即因超額配股權獲行使而可能發行的股份最高數目減因行使反攤薄購股權而將發行予HCM實體的股份)。

倘與ZED訂立借股協議，則穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)僅可借用股份以進行國際發售的超額分配，而該借用安排毋須受上市規則第10.07(1)(a)條的限制規限，惟須

全球發售的架構

遵守上市規則第10.07(3)條所載規定，即借股協議的唯一目的是於超額配股權獲行使前對有關國際發售的任何淡倉進行平倉。

所借股份須於(a)行使超額配股權的最後一日及(b)悉數行使超額配股權當日(以較早者為準)後第三個營業日或之前歸還予ZED或其代名人(視情況而定)。

上述借股安排將根據所有適用法例、規例及監管規定執行。穩定價格經辦人(或代其行事的任何人士)將不會就該借股安排向ZED付款。

定價及分配

全球發售各項發售的發售股份價格將由聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司於定價日(預期為2020年12月9日(星期三)或前後，且無論如何將不遲於2020年12月15日(星期二)通過協議釐定，而根據各項發售將予分配的發售股份數目則於稍後釐定。

除非另有公佈(詳釋見下文)，發售價不會高於每股發售股份13.16港元，且預期不會低於每股發售股份10.20港元。香港公開發售的申請人於申請時須支付最高發售價每股發售股份13.16港元，另加1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費，一手買賣單位500股股份合共6,646.31港元。**有意投資者務請注意，將於定價日釐定的發售價可能(但預期不會)低於本招股章程所列最低發售價。**

國際包銷商將徵詢有意投資者在國際發售中購入發售股份的踴躍程度。有意專業及機構投資者須表明擬按不同價格或特定價格收購國際發售的發售股份的數目。該過程稱為「累計投標」，預期將一直進行直至遞交香港公開發售申請截止日期或前後為止。

聯席全球協調人(代表包銷商)可於認為適當的情況下，根據有意投資者在國際發售累計投標過程表現的踴躍程度，經本公司同意後，於遞交香港公開發售申請截止日期上午或之前隨時調減提呈發售的發售股份數目及／或發售價範圍至低於本招股章程所述者。在此情況下，本公司將在決定作出有關調減後，盡快且無論如何不遲於遞交香港公開發售申請截止日期上午，分別在《南華早報》(以英文)及《香港經濟日報》(以中文)以及本公司網站www.bluemoon.com.cn和聯交所網站www.hkexnews.hk發佈調減通知。本公司亦將於可行情況下盡快在作出有關變動決定後發出補充招股章程，向投資者提供將根據全球發售提呈發

全球發售的架構

售的發售股份數目及／或發售價的變動的更新資料；延長香港公開發售可供接納的期間，讓潛在投資者有足夠時間考慮進行認購或重新考慮已提交的認購，以及基於發售股份數目及／或發售價有變，要求已提交香港發售股份認購申請的投資者確認彼等的發售股份認購申請。於發出有關通知及補充招股章程後，經修訂的發售股份數目及／或發售價範圍為最終決定且不可推翻，而聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司協定的發售價須定於經修訂的發售價範圍內。

於提交香港發售股份申請前，申請人須留意，任何有關調減發售股份數目及／或調低發售價範圍的公佈可能於遞交香港公開發售申請截止當日方始作出。有關通告亦將載有本招股章程目前所載營運資金表及全球發售統計數據以及任何其他可能因調減而有變之財務資料的確認或修訂(如適用)。倘並未發佈有關通告，則發售股份的數目將不會調低，及／或發售價(倘經聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司協定後)將無論如何不會定於本招股章程所述發售價範圍外。

最終發售價、國際發售的踴躍程度、香港公開發售的申請水平、香港發售股份的分配基準及香港公開發售的分配結果預期將按「如何申請香港發售股份—D.公佈結果」一節所述方式透過多種渠道公佈。

包銷

香港公開發售由香港包銷商根據香港包銷協議條款及條件悉數包銷，並須待(其中包括)聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司協定發售價後方可落實。

我們預期於定價日訂立有關國際發售的國際包銷協議。

該等包銷安排(包括包銷協議)概述於「包銷」一節。

全球發售的條件

所有發售股份申請須待達成以下條件後方可接納：

- (a) 上市委員會批准已發行及本招股章程所述將予發行的股份於聯交所主板上市及買賣，而有關批准其後在上市日期前未有取消或撤回；
- (b) 聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司協定發售價；

全球發售的架構

- (c) 國際包銷協議於定價日或前後簽訂及交付；及
- (d) 香港包銷商根據香港包銷協議承擔的責任及國際包銷商根據國際包銷協議承擔的責任成為並仍為無條件，且並無根據各自協議的條款終止，

上述各項條件均須在各包銷協議所訂明的日期及時間或之前(除非且限於該等條件於該等日期及時間或之前獲有效豁免)且無論如何不得遲於本招股章程日期後30天當日達成。

倘基於任何理由，聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司未能於2020年12月15日(星期二)或之前協定發售價，則全球發售將不會進行並即告失效。

香港公開發售及國際發售各自須待(其中包括)對方成為無條件且並無根據其條款終止，方始完成。

倘上述條件未能於指定日期及時間前達成或獲豁免，則全球發售將會失效，而本公司將立即通知聯交所。本公司將於香港公開發售失效後翌日分別在本公司網站www.bluemoon.com.cn和聯交所網站www.hkexnews.hk刊發有關失效的通知。在此情況下，所有申請款項將按「如何申請香港發售股份 — F. 退回申請股款」一節所載條款不計利息退還予申請人。同時，全部申請款項將存放於收款銀行或香港法例第155章銀行業條例許可的其他香港持牌銀行的獨立銀行賬戶。

發售股份的股票僅在全球發售於2020年12月16日(星期三)上午八時正或之前在各方面成為無條件的情況下方會於該時間生效。

買賣股份

假設香港公開發售於香港時間2020年12月16日(星期三)上午八時正或之前成為無條件，預期股份將於2020年12月16日(星期三)上午九時正於聯交所開始買賣。

股份將以500股為一手買賣單位進行交易，股份代號將為6993。

A. 申請香港發售股份

1. 申請方法

如閣下申請香港發售股份，則不可申請或表示有意申請國際發售股份。

閣下可透過以下方式申請香港發售股份：

- 使用白色或黃色申請表格；
- 在網上透過白表eIPO服務於www.eipo.com.hk申請；或
- 以電子方式指示香港結算代理人代表閣下申請。

除非閣下為代名人且於申請時提供所需資料，否則閣下或閣下的聯名申請人不得提出超過一份申請。

本公司、聯席全球協調人、白表eIPO服務供應商及彼等各自的代理，可以任何理由全權酌情拒絕或接納全部或部分申請。

2. 可提出申請的人士

倘閣下或閣下為其利益而提出申請的任何人士為下列人士，則閣下可以白色或黃色申請表格申請香港發售股份：

- 年滿18歲；
- 擁有香港地址；
- 身處美國(定義見S規例)境外或屬S規例第902條第(h)(3)段所述人士；及
- 並非中國法人或自然人(合資格境內機構投資者除外)。

倘閣下在網上透過白表eIPO服務申請香港發售股份，則除上述條件外，閣下亦須：

- 擁有有效的香港身份證號碼；及
- 提供有效的電郵地址及聯絡電話號碼。

倘閣下為公司，則申請須以個別成員名義提出。倘閣下為法人團體，則申請表格須經獲得正式授權的高級職員簽署，並須註明其代表的職銜及加蓋公司印鑒。

如何申請香港發售股份

倘申請由正式授權人士提出，則本公司及聯席全球協調人(作為本公司代理)可在其認為適合之任何條件下(包括要求出示授權證明)酌情接納有關申請。

聯名申請人不可超過四名，且不可透過白表eIPO服務申請香港發售股份。

除非上市規則准許，倘閣下為下列人士，則不可申請任何香港發售股份：

- 本公司之股份的現有實益擁有人及／或任何附屬公司之主要股東；
- 本公司及／或本公司任何附屬公司的董事或最高行政人員；
- 上述任何人士的緊密聯繫人；
- 本公司關連人士或於緊隨全球發售完成後將成為本公司關連人士的人士；或
- 已獲分配或已申請任何國際發售股份或以其他方式參與國際發售的人士。

3. 申請香港發售股份

應使用的申請方法

閣下如欲以本身名義獲發行香港發售股份，請使用白色申請表格或於網上透過白表eIPO服務於www.eipo.com.hk提出申請。

閣下如欲以香港結算代理人的名義獲發行香港發售股份，並直接存入中央結算系統，以記存於閣下本身或指定的中央結算系統參與者股份戶口，請使用黃色申請表格，或以電子方式透過中央結算系統向香港結算發出指示，促使香港結算代理人代表閣下作出申請。

索取申請表格的地點

閣下可於2020年12月4日(星期五)上午九時正(就下文第(a)種情況而言)或上午十時正(就下文第(b)種情況而言)至2020年12月9日(星期三)中午十二時正的正常辦公時間內，於下列地點索取白色申請表格及招股章程：

- (a) 下列聯席全球協調人的任何下列辦事處：
- (i) 中國國際金融香港證券有限公司(地址為香港中環港景街1號國際金融中心一期29樓)；
 - (ii) Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited(地址為香港中環皇后大道中2號長江集團中心55樓)；
 - (iii) 法國巴黎證券(亞洲)有限公司(地址為香港中環金融街8號國際金融中心二期59樓)；
 - (iv) 香港上海滙豐銀行有限公司(地址為香港皇后大道中1號滙豐總行大廈)；及
 - (v) UBS AG Hong Kong Branch(地址為香港中環金融街8號國際金融中心二期52樓)。

如何申請香港發售股份

(b) 香港公開發售收款銀行的任何下列分行：

(i) 中國建設銀行(亞洲)股份有限公司

	分行名稱	地址
港島	中環分行	中環 德輔道中6號
	銅鑼灣廣場分行	銅鑼灣 銅鑼灣廣場一期地下
九龍	旺角彌敦道分行	旺角 彌敦道788號
	觀塘開源道分行	觀塘 開源道56號
新界	元朗分行	元朗 青山公路68號

(ii) 渣打銀行(香港)有限公司

	分行名稱	地址
港島	188德輔道中分行	香港 德輔道中188號 金龍中心地下7號舖 1樓至3樓全層
	鰂魚涌分行	鰂魚涌 英皇道1027號 惠安苑地下
九龍	尖沙咀分行	尖沙咀 彌敦道132號 美麗華廣場一期地下G30號舖 及低層地下B117-23號舖
	德福花園分行	九龍灣 大業街 德福花園 德福中心商場P9-12號舖

如何申請香港發售股份

	分行名稱	地址
新界	將軍澳分行	將軍澳 厚德邨 厚德商場東翼 地下G37-40號舖

閣下可於2020年12月4日(星期五)上午九時正至2020年12月9日(星期三)中午十二時正的正常辦公時間內，前往以下地點索取**黃色**申請表格及招股章程：

- 香港結算存管處服務櫃檯(地址為香港中環康樂廣場8號交易廣場1座及2座1樓)；或
- 閣下的股票經紀。

遞交申請表格的時間

閣下填妥的**白色**或**黃色**申請表格連同隨附註明以「**建行(代理人)有限公司—藍月亮公開發售**」為抬頭人的付款支票或銀行本票，必須於下列時間投入上文所列收款銀行任何分行的特備收集箱內：

2020年12月4日(星期五)	—	上午十時正至下午五時正
2020年12月5日(星期六)	—	上午十時正至下午一時正
2020年12月7日(星期一)	—	上午十時正至下午五時正
2020年12月8日(星期二)	—	上午十時正至下午五時正
2020年12月9日(星期三)	—	上午十時正至中午十二時正

開始辦理申請登記時間為截止申請日期2020年12月9日(星期三)上午十一時四十五分至中午十二時正或下文「C.惡劣天氣對開始及截止辦理申請登記的影響」分節所述的較後時間。

4. 申請的條款及條件

請按照**白色**或**黃色**申請表格上的詳細指示謹慎填寫，否則閣下的申請可能被拒絕。

透過提交**白色**或**黃色**申請表格或**白表eIPO**服務提出申請，閣下即(其中包括)：

- (a) 承諾簽立一切相關文件及指示並授權本公司及／或聯席全球協調人(或其代理或代名人)作為本公司代理，代表閣下簽立任何文件及處理一切必要事宜，以根據組織章程細則的規定以閣下或香港結算代理人的名義登記任何閣下獲分配的香港發售股份；

如何申請香港發售股份

- (b) 同意遵守本公司組織章程大綱及組織章程細則及公司(清盤及雜項條文)條例以及開曼群島公司法；
- (c) 確認閣下已閱讀本招股章程及申請表格所載條款及條件及申請程序，並同意受其約束；
- (d) 確認閣下已收到並閱讀本招股章程，並在作出認購申請時，僅依據本招股章程的資料及聲明，而除本招股章程任何補充文件所載者外，將不會依賴任何其他資料或聲明；
- (e) 確認閣下知悉本招股章程所述全球發售的限制；
- (f) 同意本公司、聯席全球協調人、聯席賬簿管理人、包銷商、控股股東、任何彼等或本公司各自的董事、高級職員、代理、或代表或顧問或參與國際發售的任何其他人士(「有關人士」)及白表eIPO服務供應商現時及日後均無須對本招股章程(及本招股章程補充文件)以外的資料及聲明負責；
- (g) 承諾並確認閣下或閣下為其利益提出申請的人士並無申請或接納或表示有意認購，亦將不會申請、接納或表示有意認購任何國際發售股份，亦無參與國際發售；
- (h) 同意向本公司、香港股份過戶登記處、收款銀行及有關人士披露彼等要求有關閣下及閣下為其利益作出申請的人士的任何個人資料；
- (i) 倘香港境外任何地區的法例適用於閣下的申請，則同意及保證閣下已遵守一切有關法例，而本公司或有關人士均不會因接納閣下的購買要約，或因應閣下根據本招股章程及申請表格所載條款及條件擁有的權利與責任而採取的任何行動，導致違反香港境外地區的任何法例；
- (j) 同意閣下所作申請一經接納，即不可因無意的失實陳述而撤回申請；
- (k) 同意閣下的申請將受香港法例規管；
- (l) 聲明、保證及承諾(i) 閣下明白香港發售股份並無亦不會根據美國證券法登記以及(ii) 閣下及閣下為其利益申請香港發售股份的人士均身處美國(定義見S規例)境外或屬S規例第902條第(h)(3)段所述的人士；

如何申請香港發售股份

- (m) 保證閣下提供的資料真實準確；
- (n) 同意接納所申請數目或根據申請分配予閣下的較少數目的香港發售股份；
- (o) 授權(i)本公司將閣下的姓名或香港結算代理人的名稱登記於本公司的股東名冊及本公司的組織章程大綱及組織章程細則規定的其他名冊，作為閣下所獲分配任何香港發售股份的持有人，及(ii)本公司及／或其代理以普通郵遞方式按照申請所示地址向閣下或聯名申請的排名首位申請人發送任何股票及／或任何電子退款指示及／或任何退款支票，郵誤風險概由閣下自行承擔，除非閣下已達成下文「親身領取」分節所述選擇親自領取股票及／或退款支票的條件；
- (p) 明白聯席全球協調人可將發售股份由國際發售重新分配至香港公開發售以滿足香港公開發售的有效申請，以及根據聯交所發佈的指引HKEX-GL91-18，倘並非根據上市規則第18項應用指引進行重新分配，則於有關重新分配後重新分配至香港公開發售的發售股份總數最多不得超過初步分配至香港公開發售的股份數目的兩倍（即149,426,000股發售股份）。有關重新分配的進一步詳情，載於本招股章程「全球發售的架構」一節；
- (q) 聲明及表示此乃閣下為本身或為其利益提出申請的人士提出及擬提出的唯一申請；
- (r) 明白本公司、董事及聯席全球協調人將依據閣下的聲明及陳述，決定是否向閣下分配任何香港發售股份，而閣下如作出虛假聲明，可被檢控；
- (s) （如為閣下利益提出申請）保證閣下或閣下的任何代理或任何其他人士不曾亦不會為閣下的利益以**白色**或**黃色**申請表格或透過向香港結算發出**電子認購指示**或使用**白表eIPO**服務而提出其他申請；及
- (t) （倘閣下作為代理為另一人士的利益提出申請）保證(i) 閣下（作為代理或為該人士利益）或該人士或任何其他作為該人士代理的人士不曾亦不會以**白色**或**黃色**申請表格或向香港結算發出**電子認購指示**而提出其他申請及(ii) 閣下獲正式授權作為該人士的代理代為簽署申請表格或發出**電子認購指示**。

黃色申請表格的其他指示

詳情請參閱**黃色**申請表格。

5. 透過白表eIPO服務申請

一般事項

符合上文「2.可提出申請的人士」分節所載條件的個人申請人可透過白表eIPO服務於指定網站www.eipo.com.hk提出申請，以獲配發以本身名義登記的發售股份。

透過白表eIPO服務提出申請的詳細指示載於指定網站。倘閣下未依照有關指示，閣下的申請或會被拒絕受理而不會提交至本公司。倘閣下透過指定網站提出申請，閣下即授權白表eIPO服務供應商根據本招股章程的條款及條件(按白表eIPO服務供應商的條款及條件補充及修訂)提出申請。

透過白表eIPO服務遞交申請的時間

閣下可由2020年12月4日(星期五)上午九時正至2020年12月9日(星期三)上午十一時三十分(每日24小時，申請截止日期除外)透過指定網站www.eipo.com.hk透過白表eIPO服務遞交申請。全數繳付有關申請股款的截止時間為截止申請日期2020年12月9日(星期三)中午十二時正，或下文「C.惡劣天氣對開始及截止辦理申請登記的影響」分節所述的較後時間。

重複申請概不受理

倘閣下透過白表eIPO服務提出申請，則一經就閣下或為閣下利益透過白表eIPO服務發出申請香港發售股份的任何電子認購指示完成付款，即視為已提出實際申請。為免生疑問，倘根據白表eIPO服務發出多於一項電子認購指示並取得不同的申請參考編號，但並無就某個參考編號全數付款者，則不構成實際申請。

任何人士僅可為其利益提出一項申請。倘閣下疑屬透過白表eIPO服務或任何其他方法遞交超過一項申請，閣下的所有申請均會遭拒絕受理。

公司(清盤及雜項條文)條例第40條

為免生疑問，本公司及所有其他參與編製本招股章程的各方確認，自行或安排他人發出電子認購指示的各申請人均有權根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條(公司(清盤及雜項條文)條例第342E條所適用者)獲得賠償。

如何申請香港發售股份

對可持續發展的承諾

白表eIPO服務明顯的好處是可透過自助形式和經電子申請途徑節省用紙。香港中央證券登記有限公司作為指定白表eIPO服務供應商，會就每份經網站www.eipo.com.hk遞交的「藍月亮集團控股有限公司」白表eIPO申請捐出2港元以支持可持續發展。

6. 透過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示提出申請

一般事項

中央結算系統參與者可根據與香港結算訂立的參與者協議，按照中央結算系統一般規則及中央結算系統運作程序規則發出**電子認購指示**，以申請香港發售股份並安排繳付申請股款及退款事宜。

倘閣下為**中央結算系統投資者戶口持有人**，閣下可致電+852 2979 7888透過「結算通」電話系統或透過中央結算系統互聯網系統(<https://ip.ccass.com>)按香港結算不時有效的「投資者戶口操作簡介」程序發出**電子認購指示**。

閣下亦可親臨以下地點填妥輸入要求表格，由香港結算代 閣下輸入**電子認購指示**：

香港中央結算有限公司
香港
中環康樂廣場8號
交易廣場1座及2座1樓
客戶服務中心

本招股章程亦可於上述地址索取。

倘閣下並非**中央結算系統投資者戶口持有人**，可指示閣下的經紀或託管商(須為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者)透過中央結算系統終端機發出**電子認購指示**，以代表閣下申請香港發售股份。

閣下會被視為已授權香港結算及／或香港結算代理人將閣下的申請詳情轉交至本公司、聯席全球協調人及香港股份過戶登記處。

透過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示

當閣下發出**電子認購指示**申請香港發售股份及香港結算代理人代表閣下簽署**白色**申請表格時：

- (a) 香港結算代理人將僅作為閣下的代名人行事，毋須對任何違反**白色**申請表格或本招股章程條款及條件的情況負責；及

如何申請香港發售股份

(b) 香港結算代理人將代表閣下作出下列事項：

- 同意將獲配發的香港發售股份以香港結算代理人的名義登記，並直接存入中央結算系統，以記存於代表閣下的中央結算系統參與者股份戶口或閣下的中央結算系統投資者戶口持有人股份戶口；
- 同意接納所申請的或所分配的任何較少數目的香港發售股份；
- 承諾及確認閣下並無亦不會申請或接納或表示有意認購任何國際發售股份或參與國際發售；
- (倘電子認購指示為以閣下的利益發出) 聲明為閣下的利益僅發出一套**電子認購指示**；
- (倘閣下為另一人士的代理) 聲明閣下為該人士的利益僅發出一套**電子認購指示**，且閣下已獲正式授權以該人士代理的身份發出該等指示；
- 確認閣下明白本公司、董事及聯席全球協調人將依賴閣下的聲明及陳述，決定是否向閣下配發任何香港發售股份，閣下如作出虛假聲明，可能會被檢控；
- 授權本公司將香港結算代理人的名稱列入本公司股東名冊及組織章程細則規定的其他名冊，作為閣下獲分配的香港發售股份的持有人，並按本公司與香港結算另行協定的安排寄發股票及／或退款；
- 確認閣下已閱讀本招股章程所載條款及條件和申請手續，並同意受其約束；
- 確認閣下已收取及閱讀本招股章程的副本，作出申請時僅會依據本招股章程載列的資料及聲明，且除依賴本招股章程的任何補充文件所載者外，不會依賴任何其他資料或聲明；
- 同意本公司或有關人士現時及日後均毋須對本招股章程及本招股章程任何補充文件並未載列的任何資料及聲明負責；
- 同意向本公司、香港股份過戶登記處、收款銀行及有關人士披露彼等所要求有關閣下的個人資料；

如何申請香港發售股份

- 同意(在不影響閣下可能擁有的任何其他權利的情況下)由香港結算代理人作出的申請一經接納，即不可因無意的失實陳述而撤銷；
- 同意由香港結算代理人代表閣下提交的申請於開始辦理認購申請登記後第五日(就此而言不包括星期六、星期日或香港公眾假期的任何日子)或之前不可撤回，而此項同意將成為與本公司訂立的附屬合約，在閣下發出指示時即具有約束力，而因應該附屬合約，本公司同意，除按本招股章程所述任何一項程序外，不會於開始辦理認購申請登記後第五日(就此而言不包括星期六、星期日或香港公眾假期的任何日子)或之前向任何人士提呈發售任何香港發售股份。然而，若根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條(公司(清盤及雜項條文)條例第342E條所適用者)對本招股章程負責的人士根據該條發出公告，免除或限制其對本招股章程所負的責任，香港結算代理人可於開始辦理認購申請登記後第五日(就此而言不包括星期六、星期日或香港公眾假期的任何日子)或之前撤回申請；
- 同意由香港結算代理人提出的申請一經接納，則該申請及閣下的**電子認購指示**均不可撤回，而申請獲接納與否將以本公司刊登有關香港公開發售結果的公告為證；
- 同意閣下與香港結算訂立的參與者協議(須與中央結算系統一般規則及中央結算系統運作程序規則一併閱讀)所載有關就申請香港發售股份發出**電子認購指示**的安排、承諾及保證；
- 向本公司(為其本身及為各股東的利益)表示同意(致使一經接納香港結算代理人的全部或部分申請，即被視為本公司(本身及代表各股東)向每位發出**電子認購指示**的中央結算系統參與者表示同意)遵守及符合本公司組織章程大綱及細則、公司(清盤及雜項條文)條例及開曼群島公司法的規定；及
- 同意閣下的申請、任何對申請的接納及由此產生的合約將受香港法例規管及按其解釋。

透過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示的影響

一經向香港結算發出**電子認購指示**或指示閣下的經紀或託管商(須為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者)向香港結算發出該等指示，閣下(倘屬

如何申請香港發售股份

聯名申請人，則各申請人共同及個別)即被視為已作出下列事項。香港結算及香港結算代理人均毋須就下文所述事項對本公司或任何其他人士承擔任何責任：

- 指示及授權香港結算安排香港結算代理人(以有關中央結算系統參與者代名人的身份行事)代表閣下申請香港發售股份；
- 指示及授權香港結算安排從閣下指定的銀行賬戶中扣除款項，以支付最高發售價、經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費；倘申請全部或部分不獲接納及／或發售價低於申請時初步支付的最高發售價，則安排退還申請股款(包括經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費)，並存入閣下的指定銀行賬戶；及
- 指示及授權香港結算安排香港結算代理人代表閣下作出白色申請表格及本招股章程所述的一切事項。

最低認購額及許可數目

閣下可自行或安排身為中央結算系統結算參與者或中央結算系統託管商參與者的經紀或託管商發出申請最少500股香港發售股份的**電子認購指示**。申請超過500股香港發售股份的認購指示必須按申請表格一覽表所列的其中一個數目作出。申請任何其他數目的香港發售股份將不予考慮，亦不獲受理。

輸入電子認購指示的時間⁽¹⁾

中央結算系統結算／託管商參與者可在下列日期及時間輸入**電子認購指示**：

2020年12月4日(星期五)	—	上午九時正至下午八時三十分
2020年12月7日(星期一)	—	上午八時正至下午八時三十分
2020年12月8日(星期二)	—	上午八時正至下午八時三十分
2020年12月9日(星期三)	—	上午八時正至中午十二時正

中央結算系統投資者戶口持有人可於2020年12月4日(星期五)上午九時正至2020年12月9日(星期三)中午十二時正(每日24小時，申請截止日期2020年12月9日(星期三)除外)輸入**電子認購指示**。

輸入**電子認購指示**的截止時間為申請截止日期2020年12月9日(星期三)中午十二時正，或下文「C.惡劣天氣對開始及截止辦理申請登記的影響」分節所述的較後時間。

附註：

- (1) 香港結算可事先知會中央結算系統結算／託管商參與者及／或中央結算系統投資者戶口持有人而不時決定更改本分節內之該等時間。

如何申請香港發售股份

重複申請概不受理

倘閣下疑屬重複申請或以閣下的利益提出超過一份申請，則香港結算代理人申請的香港發售股份數目將自動扣除閣下發出的有關指示及／或為閣下的利益而發出的指示所涉及的香港發售股份數目。就考慮是否重複申請而言，閣下或為閣下的利益而向香港結算發出申請香港發售股份的任何**電子認購指示**，將視作一項實際申請。

公司(清盤及雜項條文)條例第40條

為免生疑問，本公司及所有其他參與編製本招股章程的各方確認，自行或安排他人發出**電子認購指示**的各中央結算系統參與者均有權根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條(公司(清盤及雜項條文)條例第342E條所適用者)獲得賠償。

個人資料

申請表格內「個人資料」一節適用於本公司、香港股份過戶登記處、收款銀行及有關人士所持有關閣下的任何個人資料，亦同樣適用於香港結算代理人以外的申請人的個人資料。

7. 有關以電子方式提出申請的警告

透過向香港結算發出**電子認購指示**申請香港發售股份為一項僅提供予中央結算系統參與者的服務。同樣，透過**白表eIPO**服務申請香港發售股份是白表eIPO服務供應商僅向公眾投資者提供的服務。上述服務受其能力及潛在服務中斷的限制，務請閣下避免直到申請截止日期方提出電子申請。本公司、有關人士及白表eIPO服務供應商概不就該等申請承擔任何責任，亦不保證任何中央結算系統參與者或透過**白表eIPO**服務提出申請的人士將獲配發任何香港發售股份。

為確保中央結算系統投資者戶口持有人可發出**電子認購指示**，謹請彼等盡早向有關係統輸入指示。若中央結算系統投資者戶口持有人在連接「結算通」電話系統或中央結算系統互聯網系統以發出**電子認購指示**時遇到困難，請(a)遞交**白色**或**黃色**申請表格，或(b)於申請截止日期2020年12月9日(星期三)中午十二時正或下文「C.惡劣天氣對開始及截止辦理申請登記的影響」分節所述較後時間前親臨香港結算客戶服務中心，填妥一份**電子認購指示**輸入表格。

如何申請香港發售股份

8. 閣下可提交的申請數目

除代名人外，一概不得就香港發售股份提出重複申請。閣下如為代名人，須在申請表格「由代名人遞交」的空格內填上各實益擁有人或(如屬聯名實益擁有人)各聯名實益擁有人的：

- 賬戶號碼；或
- 其他身份識別編碼

若閣下未有填妥相關資料，則是項申請將視為以閣下的利益提交。

倘為閣下的利益以白色或黃色申請表格或向香港結算發出電子認購指示或透過白表eIPO服務的方式提交超過一項申請(包括香港結算代理人通過電子認購指示提出申請的部分)，則閣下的所有申請將不獲受理。

倘申請人為非上市公司且：

- 該公司主要從事證券買賣業務；及
- 閣下對該公司行使法定控制權，

則是項申請視作為閣下利益而提出。

「非上市公司」指無股本證券在聯交所上市的公司。

「法定控制權」指閣下：

- 控制董事會的組成；
- 控制本公司一半以上的投票權；或
- 持有本公司一半以上已發行股本(不包括無權參與超逾指定金額以外的溢利或資本分派的任何部分股本)。

B. 香港發售股份的價格

最高發售價為每股發售股份13.16港元。閣下另須支付1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費，即一手500股香港發售股份須支付6,646.31港元。

閣下申請香港發售股份時，須根據申請表格所載的條款及條件悉數支付最高發售價、經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費。

如何申請香港發售股份

申請表格內附有一覽表，列有申請相應數目發售股份應付的實際金額。

閣下可以白色或黃色申請表格或透過白表eIPO服務遞交有關最少500股香港發售股份的申請。申請超過500股香港發售股份的申請或電子認購指示須按申請表格一覽表上或指定網站www.eipo.com.hk所列的其中一個數目作出。

倘閣下的申請獲接納，則將向交易所參與者(定義見上市規則)支付經紀佣金，而證監會交易徵費及聯交所交易費則支付予聯交所(倘證監會交易徵費由聯交所代證監會收取)。

有關發售價的其他詳情，請參閱「全球發售的架構—定價及分配」一節。

C. 惡劣天氣對開始及截止辦理申請登記的影響

倘於2020年12月9日(星期三)上午九時正至中午十二時正期間任何時間，香港發出：

- 八號或以上熱帶氣旋警告訊號；
- 「黑色」暴雨警告訊號；及／或
- 極端情況，

則不會開始或截止辦理申請登記，而改為在下一個上午九時正至中午十二時正期間任何時間香港再無發出任何該等警告或極端情況訊號的營業日的上午十一時四十五分至中午十二時正開始辦理申請登記。

倘於2020年12月9日(星期三)並無開始及截止辦理申請登記，或香港發出八號或以上熱帶氣旋警告訊號、「黑色」暴雨警告訊號及／或極端情況導致影響「預期時間表」一節所述的日期，本公司將作出公佈。

D. 公佈結果

本公司預期於2020年12月15日(星期二)在本公司網站www.bluemoon.com.cn及聯交所網站www.hkexnews.hk公佈發售價、國際發售踴躍程度、香港公開發售申請水平及香港發售股份的分配基準。

如何申請香港發售股份

香港公開發售的分配結果及獲接納申請人的香港身份證號碼／護照號碼／香港商業登記號碼將於下列日期及時間按下列方式提供：

- 於2020年12月15日(星期二)上午九時正前在本公司網站www.bluemoon.com.cn及聯交所網站www.hkexnews.hk刊載的公佈查閱；
- 於2020年12月15日(星期二)上午八時正至2020年12月21日(星期一)午夜十二時正期間，可全日24小時以「按身份證號碼搜索功能」在指定分配結果網站www.iporesults.com.hk(或者：英文<https://www.eipo.com.hk/en/Allotment>；中文<https://www.eipo.com.hk/zh-hk/Allotment>)查閱；
- 於2020年12月15日(星期二)至2020年12月18日(星期五)上午九時正至下午六時正致電分配結果電話查詢熱線+852 2862 8555查詢；及
- 於2020年12月15日(星期二)至2020年12月17日(星期四)在上述各收款銀行指定分行營業時間內查閱特備分配結果小冊子。

倘本公司接納閣下的購買要約(全部或部分)(本公司可透過公佈分配基準及／或公佈分配結果接納閣下的購買要約)，則構成一項具約束力的合約，據此，倘全球發售的條件獲達成及全球發售並未在其他情況下被終止，則閣下須購買有關香港發售股份。其他詳情載於「全球發售的架構」一節。

閣下的申請獲接納後的任何時間內，閣下不得因無意作出的失實陳述而行使任何補救方法撤回申請，但這並不影響閣下可能擁有的任何其他權利。

E. 閣下不獲分配香港發售股份的情況

閣下須注意，閣下於下列情況將不獲分配香港發售股份：

(a) 倘閣下的申請遭撤回：

一經填妥及遞交申請表格或向香港結算或透過白表eIPO服務發出電子認購指示，即表示閣下同意不得於開始辦理認購申請登記後第五日(就此而言不包括星期六、星期日或香港公眾假期的任何日子)或之前撤回閣下的申請或香港結算代理人代表閣下提交的申請。該項同意將成為與本公司訂立的附屬合約。

閣下的申請或香港結算代理人代表閣下提出的申請只可在以下情況下於開始辦

如何申請香港發售股份

理認購申請登記後第五日(就此而言不包括星期六、星期日或香港公眾假期的任何日子)或之前撤回：

- (i) 根據公司(清盤及雜項條文)條例第40條(公司(清盤及雜項條文)條例第342E條所適用者)就本招股章程承擔責任的人士根據該條規定在開始辦理申請登記時間後第五日(不包括星期六、星期日或香港公眾假期)或之前發出公告，免除或限制該人士對本招股章程所負責任；或
- (ii) 倘就本招股章程發出任何補充文件，已遞交申請的申請人將會獲通知須確認申請。倘申請人接獲通知但並未根據所獲通知的程序確認申請，則所有未確認申請將視為已撤回。

倘閣下的申請或香港結算代理人代表閣下提交的申請一經接納，即不可撤回。就此而言，在報章公佈分配結果，即視為接納未被拒絕的申請。倘有關分配基準受若干條件規限或以抽籤形式進行分配，則申請獲接納與否須分別視乎有關條件能否達成或抽籤結果而定。

(b) 倘本公司或其代理行使酌情權拒絕閣下的申請：

本公司、聯席全球協調人、白表eIPO服務供應商及彼等各自的代理或代名人，可全權酌情拒絕或接納任何申請，或僅接納任何部分的申請，而毋須提供任何理由。

(c) 倘香港發售股份的配發無效：

倘聯交所上市委員會在下列期間並未批准股份上市，則配發的香港發售股份將告無效：

- 辦理申請登記截止日期起計三個星期內；或
- 上市委員會在辦理申請登記截止日期後三個星期內知會本公司的較長期限(最長為六個星期)。

(d) 倘：

- 閣下提出重複或疑屬重複的申請；
- 閣下或閣下為其利益提出申請的人士已申請或接納，或表示有意認購或已獲或將獲配售或分配(包括有條件及／或暫定)香港發售股份及國際發售股份；
- 閣下並無繳妥股款，或閣下繳付股款的支票或銀行本票於首次過戶時未能兌現；

如何申請香港發售股份

- 閣下並未遵照所載指示填妥申請表格；
- 閣下未根據指定網站www.eipo.com.hk所載指示、條款及條件，填妥透過白表eIPO服務發出的電子認購指示；
- 閣下申請認購超過37,356,500股香港發售股份，即根據香港公開發售初步提呈發售的74,713,000股香港發售股份之50%；
- 本公司或聯席全球協調人相信，接納閣下的申請將導致彼等違反適用的證券法或其他法例、規則或法規；或
- 包銷協議未成為無條件或已終止。

F. 退回申請股款

倘申請遭拒絕、不獲接納或僅部分獲接納，或最終釐定的發售價低於申請時所付每股發售股份最高發售價（不包括應付經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費），或「全球發售的架構 — 全球發售的條件」一節所載全球發售的條件並未達成，或任何申請遭撤回，則申請股款或其適當部分連同相關經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費將不計利息退還或有關支票或銀行本票將不會過戶。

本公司將於2020年12月15日（星期二）或之前向閣下退還申請股款。

G. 寄發／領取股票／電子退款指示／退款支票

閣下將就根據香港公開發售分配予閣下的全部香港發售股份獲發一張股票（惟根據以黃色申請表格或透過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示作出的申請而發出的股票，將按下述方式存入中央結算系統）。

本公司不會就發售股份發出任何臨時所有權文件，亦不會就申請時已付的款項發出任何收據。

除閣下以白色或黃色申請表格遞交的申請可根據下文所述親身領取外，以下項目將以普通郵遞方式，按申請表格所述地址寄予閣下（如屬聯名申請人，則為排名首位的申請人），郵誤風險概由閣下自行承擔：

- 閣下獲配發之所有香港發售股份的股票（使用黃色申請表格的申請人，配發予閣下的香港發售股份股票將按下述方式存入中央結算系統）；及
- 以申請人（如屬聯名申請人，則為排名首位的申請人）為抬頭人開出「只准入抬頭人賬戶」的劃線退款支票，而該退款支票為：(i)若申請全部或部分不獲接納，則為香

如何申請香港發售股份

港發售股份的全部或多繳申請股款；及／或(ii)若發售價低於申請時所付最高發售價，則為發售價與申請時所付最高發售價的差額(包括1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費，惟不計利息)。

閣下或排名首位申請人(如屬聯名申請人)所提供的香港身份證號碼／護照號碼，部分或會列印於閣下的退款支票上(如有)。閣下的銀行於兌現閣下的退款支票前，可能會要求核實閣下的香港身份證號碼／護照號碼。倘閣下的香港身份證號碼／護照號碼填寫有誤，或會導致閣下的退款支票無效或延遲兌現。

根據下文所述寄發／領取股票及退款支票的安排，任何退款支票及股票預期將於2020年12月15日(星期二)或之前寄發。本公司保留權利在支票或銀行本票過戶前，保留任何股票及任何多收申請股款。

只有在全球發售於2020年12月16日(星期三)上午八時正或之前已於各方面成為無條件的情況下，股票方會於上述時間成為有效證書。倘投資者按公開可得的分配詳情或於收到股票或股票生效之前買賣股份，須自行承擔一切風險。

親身領取

(a) 倘閣下使用白色申請表格提出申請：

- 倘閣下以白色申請表格申請認購1,000,000股或以上香港發售股份，並已提供申請表格規定的全部資料，則閣下可於2020年12月15日(星期二)或本公司在報章通知的任何其他日期上午九時正至下午一時正，親臨香港中央證券登記有限公司(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖)或本公司在報章通知的任何其他地點領取有關退款支票及／或股票(如適用)。
- 倘閣下為個人申請人並合資格親身領取，則閣下不得授權他人代為領取。倘閣下為公司申請人並合資格派人領取，則閣下須委派授權代表攜同加蓋公司印鑒的授權書領取。個人及授權代表在領取時均須出示香港股份過戶登記處接納的身份證明文件。
- 倘閣下未於指定領取時間親身領取退款支票及／或股票(如適用)，則該等退款支票及／或股票將隨即以普通郵遞方式寄往閣下申請表格所示地址，郵誤風險概由閣下自行承擔。
- 倘閣下以白色申請表格申請認購少於1,000,000股香港發售股份，閣下的退款支票及／或股票(如適用)將會於2020年12月15日(星期二)或之前以普通郵遞方式寄往閣下申請表格所示地址，郵誤風險概由閣下自行承擔。

如何申請香港發售股份

(b) 倘閣下使用黃色申請表格提出申請：

- 倘閣下申請認購1,000,000股或以上香港發售股份並已提供申請表格規定的全部資料，請按上述相同指示行事。倘閣下申請認購少於1,000,000股香港發售股份，閣下的退款支票將於2020年12月15日(星期二)或之前以普通郵遞方式寄往申請表格所示地址，郵誤風險概由閣下自行承擔。
- 倘閣下使用**黃色**申請表格提出申請，且閣下的申請全部或部分獲接納，則閣下的股票將以香港結算代理人的名義發行，並於2020年12月15日(星期二)或在特別情況下由香港結算或香港結算代理人所指定的任何其他日期存入中央結算系統，以按閣下申請表格的指示記存於閣下的或閣下指定的中央結算系統參與者的股份戶口。
- 倘閣下透過指定的中央結算系統參與者(中央結算系統投資者戶口持有人除外)提出申請，就記存於閣下指定中央結算系統參與者(中央結算系統投資者戶口持有人除外)股份戶口的香港發售股份，閣下可向該中央結算系統參與者查詢獲配發的香港發售股份數目。
- 倘閣下以中央結算系統投資者戶口持有人身份提出申請，本公司預期將於2020年12月15日(星期二)以上文「D.公佈結果」分節所述方式公佈中央結算系統投資者戶口持有人的申請結果及香港公開發售結果。
- 閣下應查核本公司刊發的公告，如有任何誤差，須於2020年12月15日(星期二)或香港結算或香港結算代理人釐定的任何其他日期下午五時正前通知香港結算。緊隨香港發售股份記存於閣下的股份戶口後，閣下可透過「結算通」電話系統及中央結算系統互聯網系統查核閣下最新的戶口結餘。香港結算亦會向閣下提供活動結單，列明存入閣下中央結算系統投資者戶口持有人股份戶口的香港發售股份數目。

(c) 倘閣下透過白表eIPO服務提出申請：

- 倘閣下透過**白表eIPO**服務申請認購1,000,000股或以上香港發售股份，且閣下的申請全部或部分獲接納，則可於2020年12月15日(星期二)或本公司於報章通知寄發或領取股票的其他日期上午九時正至下午一時正，親臨香港股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司(地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖)或本公司於報章通知寄發或領取股票的其他地點領取閣下的股票(如適用)。
- 倘閣下並未於指定領取時間內親身領取閣下的股票，該等股票將以普通郵遞方式寄往閣下申請指示所示地址，郵誤風險概由閣下自行承擔。
- 倘閣下透過**白表eIPO**服務申請認購少於1,000,000股香港發售股份，則閣下的股

如何申請香港發售股份

票(倘適用)將於2020年12月15日(星期二)或之前以普通郵遞方式寄往閣下申請指示所示地址,郵誤風險概由閣下自行承擔。

- 倘閣下透過單一銀行賬戶作出申請及繳付申請股款,退款將以電子退款指示形式發送至該銀行賬戶。倘閣下透過多個銀行賬戶作出申請及繳付申請股款,退款將以退款支票形式以普通郵遞方式寄往閣下申請指示所示地址,郵誤風險概由閣下自行承擔。

(d) 倘閣下透過中央結算系統向香港結算發出電子認購指示提出申請:

分配香港發售股份

- 就分配香港發售股份而言,香港結算代理人將不會視為申請人。相反,發出電子認購指示的各中央結算系統參與者或有關指示的各受益人則視為申請人。

將股票存入中央結算系統及退還申請股款

- 倘閣下的申請全部或部分獲接納,閣下的股票將以香港結算代理人的名義發行,並於2020年12月15日(星期二)或由香港結算或香港結算代理人所釐定的任何其他日期存入中央結算系統,以記存於閣下指定的中央結算系統參與者股份戶口或閣下的中央結算系統投資者戶口持有人股份戶口。
- 本公司預期於2020年12月15日(星期二)以上文「D.公佈結果」分節所述方式公佈中央結算系統參與者(倘該名中央結算系統參與者為經紀或託管商,本公司將一併刊登有關實益擁有人的資料)的申請結果,閣下的香港身份證/護照/香港商業登記號碼或其他身份識別號碼(倘為公司申請人,則刊登香港商業登記號碼)及香港發售股份的配發基準。閣下應查核本公司所刊發的公告,如有任何誤差,須於2020年12月15日(星期二)或香港結算或香港結算代理人釐定的其他日期下午五時正前通知香港結算。
- 倘閣下指示閣下的經紀或託管商代表閣下發出電子認購指示,閣下亦可向該名經紀或託管商查核閣下獲配發的香港發售股份數目及應付予閣下的退款金額(如有)。
- 倘閣下以中央結算系統投資者戶口持有人身份提出申請,閣下亦可於2020年12月15日(星期二)透過「結算通」電話系統及中央結算系統互聯網系統(根據香港結算不時生效的「投資者戶口操作簡介」所載程序)查核閣下獲配發的香港發售股份數目及應付予閣下的退款金額(如有)。緊隨將香港發售股份記存於閣下的股份戶口及將退還股款存入閣下的銀行戶口後,香港結算亦將向閣下發出一份活動結單,列出記存於閣下中央結算系統投資者戶口持有人股份戶口的香港發售股份數目,以及存入閣下指定銀行賬戶的退款金額(如有)。

如何申請香港發售股份

- 就閣下全部或部分不獲接納的申請退還的申請股款(如有)及／或發售價與申請時初步支付的每股發售股份最高發售價之間的差額退款(包括經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費，惟不計利息)，將於2020年12月15日(星期二)存入閣下或閣下經紀或託管商的指定銀行賬戶。

H. 股份獲准納入中央結算系統

倘聯交所批准股份上市及買賣，而本公司亦符合香港結算的股份收納規定，則股份將獲香港結算接納為合資格證券，自股份於聯交所開始買賣日期或香港結算選擇的其他日期起，可在中央結算系統內記存、結算及交收。交易所參與者(定義見上市規則)之間的交易須於任何交易日後第二個營業日在中央結算系統進行交收。

在中央結算系統進行的所有活動均須根據不時生效的中央結算系統一般規則及中央結算系統運作程序規則進行。

投資者應就交收安排的詳情諮詢其股票經紀或其他專業顧問的意見，因該等安排或會影響其權利及權益。

本公司已作出一切必要安排使股份獲准納入中央結算系統。

以下第I-1至I-3頁為本公司申報會計師羅兵咸永道會計師事務所(香港執業會計師)發出的會計師報告全文，以供收錄於本招股章程。此報告乃按照香港會計師公會頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」的要求編製，並以本公司董事及聯席保薦人為收件人。



羅兵咸永道

致藍月亮集團控股有限公司列位董事、中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司及MERRILL LYNCH FAR EAST LIMITED就歷史財務資料出具的會計師報告

序言

本所(以下簡稱「我們」)謹此就藍月亮集團控股有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的歷史財務資料作出報告(載於第I-4至I-70頁)，此等歷史財務資料包括於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日的綜合資產負債表、貴公司於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日的資產負債表，以及截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度各年以及截至2020年6月30日止六個月(「往績記錄期間」)的綜合全面收入表、綜合權益變動表和綜合現金流量表，以及主要會計政策概要及其他解釋資料(統稱「歷史財務資料」)。第I-4至I-70頁所載的歷史財務資料為本報告的組成部分，其擬備以供收錄於貴公司日期為2020年12月4日有關貴公司在香港聯合交易所有限公司主板進行首次公開發售股份的招股章程(「招股章程」)內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2.1所載的擬備基準擬備真實而中肯的歷史財務資料，並對其認為為使歷史財務資料的擬備不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所必需的內部控制負責。

申報會計師的責任

我們的責任是對歷史財務資料發表意見，並將我們的意見向閣下報告。我們已按照香港會計師公會(「會計師公會」)頒佈的香港投資通函呈報準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」執行我們的工作。該準則要求我們遵守道德規範，並規劃及執行工作以對歷史財務資料是否不存在任何重大錯誤陳述獲取合理保證。

羅兵咸永道會計師事務所，香港中環太子大廈22樓
總機：+852 2289 8888，傳真：+852 2810 9888，www.pwchk.com

我們的工作涉及執程序以獲取有關歷史財務資料所載金額及披露的證據。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。在評估該等風險時，申報會計師考慮與該實體根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準編製真實而中肯的歷史財務資料相關的內部控制，以設計適當的程序，但目的並非對該實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評價董事所採用會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體列報方式。

我們相信，我們所獲得的證據能充足及適當地為我們的意見提供基礎。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準，真實而中肯地反映了 貴公司於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日的財務狀況和 貴集團於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日的綜合財務狀況，及 貴集團於往績記錄期間的綜合財務表現及綜合現金流量。

審閱追加期間的比較財務資料

我們已審閱 貴集團追加期間的比較財務資料，此等財務資料包括截至2019年6月30日止六個月的綜合全面收入表、綜合權益變動表及綜合現金流量表，以及其他解釋資料（「追加期間的比較財務資料」）。 貴公司董事負責按歷史財務資料附註2.1所載編製基準，編製追加期間的比較財務資料。我們的責任是根據我們的審閱，對追加期間的比較財務資料作出結論。我們已根據會計師公會頒佈的香港審閱準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。審閱包括主要向負責財務及會計事務的人員作出查詢，及應用分析性及其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據香港審計準則進行審計的範圍為小，故不能令我們保證我們將知悉在審計中可能被發現的所有重大事項。因此，我們不會發表審計意見。按照我們的審閱，我們並無發生任何事項令我們相信，就本報告而言，追加期間的比較財務資料在各重大方面未根據歷史財務資料附註2.1所載的編製基準編製。

根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)及公司(清盤及雜項條文)條例下事項出具的報告

調整

在編製歷史財務資料時，並無對載於第I-4頁中所界定的相關財務報表作出調整。

股息

歷史財務資料附註11中載有藍月亮集團控股有限公司就往績記錄期間支付股息相關資料。

貴公司並無法定財務報表

貴公司自註冊成立日期以來並無編製任何法定財務報表。

羅兵咸永道會計師事務所

執業會計師

香港

2020年12月4日

I. 貴集團歷史財務資料**編製歷史財務資料**

以下載列的歷史財務資料構成本會計師報告的一部分。

歷史財務資料以貴集團於往績記錄期間的綜合財務報表為基準，且有關綜合財務報表經羅兵咸永道會計師事務所根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則審核（「相關財務報表」）。

歷史財務資料以港元（「港元」）呈列，且除另有指明者外，所有數值均四捨五入至最接近的千位（千港元）。

綜合全面收入表

	附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
		2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
收益	5	5,632,033	6,767,945	7,049,905	2,720,350	2,435,868
銷售成本	7	(2,636,910)	(2,881,644)	(2,526,895)	(1,048,635)	(877,265)
毛利		2,995,123	3,886,301	4,523,010	1,671,715	1,558,603
其他收入及其他 收益淨額	6	23,097	37,446	51,522	34,673	39,768
銷售及分銷開支	7	(2,068,649)	(2,547,972)	(2,323,123)	(1,030,713)	(816,386)
一般及行政開支	7	(776,271)	(632,774)	(747,765)	(328,924)	(346,154)
金融資產減值 虧損(撥備)/ 撥回淨額	18	(16,073)	6,151	(1,867)	226	(6,459)
經營溢利		157,227	749,152	1,501,777	346,977	429,372
財務收入	9	3,126	6,218	5,652	2,154	4,136
財務成本	9	(47,123)	(53,455)	(32,188)	(20,328)	(4,703)
財務成本淨額	9	(43,997)	(47,237)	(26,536)	(18,174)	(567)
除所得稅前溢利		113,230	701,915	1,475,241	328,803	428,805
所得稅開支	10	(27,071)	(147,930)	(395,624)	(110,847)	(126,612)
貴公司擁有人 應佔年/ 期內溢利		86,159	553,985	1,079,617	217,956	302,193
其他全面收入/ (虧損)						
其後可能重新 分類至損益的 項目						
換算附屬公司 財務報表 所產生的 匯兌差額		89,044	(65,042)	(74,321)	(29,206)	(49,600)
年/期內溢利 及全面收入 總額		175,203	488,943	1,005,296	188,750	252,593
每股盈利	12	8,616港元	55,399港元	107,962港元	21,796港元	30,219港元

綜合資產負債表

	附註	於12月31日			於
		2017年	2018年	2019年	6月30日
		千港元	千港元	千港元	2020年
					千港元
資產					
非流動資產					
無形資產	14	97,143	100,779	146,943	139,460
物業、廠房及設備	15	1,113,900	1,124,285	1,211,091	1,211,978
使用權資產	16	404,902	370,793	415,989	406,651
物業、廠房及設備 預付款項	19	245,211	160,248	59,421	58,648
遞延所得稅資產	24	113,724	79,270	76,540	91,074
		<u>1,974,880</u>	<u>1,835,375</u>	<u>1,909,984</u>	<u>1,907,811</u>
流動資產					
存貨	17	567,978	586,879	375,757	445,019
貿易應收款項及 應收票據	18	928,643	1,142,940	1,750,049	1,123,046
預付款項、按金及 其他應收款項	19	354,036	235,818	282,719	260,939
受限制現金	20	2,863	19,120	25,890	18,085
現金及現金等價物	20	547,436	467,967	690,064	753,442
可收回稅項		—	—	6,228	—
		<u>2,400,956</u>	<u>2,452,724</u>	<u>3,130,707</u>	<u>2,600,531</u>
資產總值		<u><u>4,375,836</u></u>	<u><u>4,288,099</u></u>	<u><u>5,040,691</u></u>	<u><u>4,508,342</u></u>
權益					
貴公司擁有人應佔權益					
股本	21	—	—	—	—
保留盈利	22	1,209,069	1,749,141	2,804,226	3,060,113
其他儲備	22	159,771	108,642	58,853	18,895
		<u>1,368,840</u>	<u>1,857,783</u>	<u>2,863,079</u>	<u>3,079,008</u>
權益總額		<u><u>1,368,840</u></u>	<u><u>1,857,783</u></u>	<u><u>2,863,079</u></u>	<u><u>3,079,008</u></u>

	附註	於12月31日			於
		2017年	2018年	2019年	6月30日
		千港元	千港元	千港元	千港元
負債					
非流動負債					
遞延政府補助	23	68,192	63,670	61,843	59,982
借款	27	185,263	211,182	207,396	73,548
遞延所得稅負債	24	12,531	22,707	98,698	119,959
租賃負債	16	39,017	28,915	33,824	28,009
		<u>305,003</u>	<u>326,474</u>	<u>401,761</u>	<u>281,498</u>
流動負債					
貿易應付款項及					
應付票據	25	931,943	664,721	511,922	349,276
合約負債	5	14,366	20,502	16,188	44,644
應計費用及					
其他應付款項	26	807,577	602,995	746,871	552,027
應付關聯公司款項	29	6,780	4,187	1,076	837
應付股息	11	85,261	85,261	48,261	—
即期所得稅負債		17,540	39,527	218,679	95,885
借款	27	812,992	662,628	206,529	74,386
租賃負債	16	25,534	24,021	26,325	30,781
		<u>2,701,993</u>	<u>2,103,842</u>	<u>1,775,851</u>	<u>1,147,836</u>
負債總額		<u>3,006,996</u>	<u>2,430,316</u>	<u>2,177,612</u>	<u>1,429,334</u>
權益及負債總額		<u>4,375,836</u>	<u>4,288,099</u>	<u>5,040,691</u>	<u>4,508,342</u>
流動(負債)/資產淨值		<u>(301,037)</u>	<u>348,882</u>	<u>1,354,856</u>	<u>1,452,695</u>
資產總值減流動負債		<u>1,673,843</u>	<u>2,184,257</u>	<u>3,264,840</u>	<u>3,360,506</u>

貴公司資產負債表

	附註	截至12月31日止年度			於
		2017年	2018年	2019年	6月30日
		千港元	千港元	千港元	2020年 千港元
資產					
非流動資產					
於附屬公司的投資	13	10	10	10	10
流動資產					
應收股息	11	85,261	85,261	84,925	2,335,000
上市開支的遞延及 預付款項	19	—	—	—	4,148
資產總值		85,271	85,271	84,935	2,339,158
權益					
貴公司擁有人應佔權益					
股本	21	—	—	—	—
保留盈利		—	—	36,664	2,313,552
權益總額		—	—	36,664	2,313,552
負債					
流動負債					
其他應付款項		10	10	10	10
應付股息	11	85,261	85,261	48,261	—
應計費用及 其他應付款項	26	—	—	—	25,073
應付一間附屬公司款項	29	—	—	—	523
負債總額		85,271	85,271	48,271	25,606
權益及負債總額		85,271	85,271	84,935	2,339,158

綜合權益變動表

	貴公司權益持有人應佔		
	股本	儲備(附註22)	權益總額
	千港元	千港元	千港元
於2017年1月1日	–	1,193,637	1,193,637
年內溢利	–	86,159	86,159
其他全面收入：			
匯兌差額	–	89,044	89,044
於2017年12月31日	–	1,368,840	1,368,840
於2018年1月1日	–	1,368,840	1,368,840
年內溢利	–	553,985	553,985
其他全面虧損：			
匯兌差額	–	(65,042)	(65,042)
於2018年12月31日	–	1,857,783	1,857,783
於2019年1月1日	–	1,857,783	1,857,783
年內溢利	–	1,079,617	1,079,617
其他全面虧損：			
匯兌差額	–	(74,321)	(74,321)
於2019年12月31日	–	2,863,079	2,863,079
(未經審計)			
於2019年1月1日	–	1,857,783	1,857,783
期內溢利	–	217,956	217,956
其他全面虧損：			
匯兌差額	–	(29,206)	(29,206)
於2019年6月30日	–	2,046,533	2,046,533
於2020年1月1日	–	2,863,079	2,863,079
期內溢利	–	302,193	302,193
其他全面虧損：			
匯兌差額	–	(49,600)	(49,600)
已宣派及派付股息	–	(36,664)	(36,664)
於2020年6月30日	–	3,079,008	3,079,008

綜合現金流量表

附註	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月		
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元	
經營活動所得現金流量						
經營所得現金淨額	28(a)	736,569	325,185	1,155,182	140,915	755,183
已收利息		3,126	6,218	5,652	2,154	4,136
已付所得稅		(36,581)	(82,386)	(128,410)	(49,553)	(232,411)
經營活動所得現金淨額		<u>703,114</u>	<u>249,017</u>	<u>1,032,424</u>	<u>93,516</u>	<u>526,908</u>
投資活動所得現金流量						
收購物業、廠房及設備		(330,098)	(89,450)	(131,261)	(3,045)	(79,463)
出售物業、廠房及設備所得款項	28(b)	21,848	—	10,587	1,425	431
出售使用權資產所得款項	28(c)	33,242	—	—	—	—
收購無形資產		(15,689)	(31,996)	(65,561)	(5,933)	(9,551)
受限制現金增加		(2,762)	(16,774)	(8,244)	(3,474)	—
受限制現金解除		36,936	—	976	1,997	7,374
收取有關土地使用權的政府補助		41,633	—	—	—	—
投資活動所用現金淨額		<u>(214,890)</u>	<u>(138,220)</u>	<u>(193,503)</u>	<u>(9,030)</u>	<u>(81,209)</u>
融資活動所得現金流量						
已付利息		(49,948)	(57,207)	(37,244)	(22,204)	(7,491)
收購使用權資產		—	—	(48,342)	—	(2,750)
借款所得款項		963,125	760,190	281,099	426,441	27,196
償還借款		(1,020,826)	(840,581)	(726,813)	(518,934)	(287,722)
上市開支付款		—	—	—	—	(25)
已付股息		—	—	(37,000)	(22,000)	(84,925)
租賃付款的本金部分		(25,754)	(28,161)	(30,578)	(15,802)	(16,807)
融資活動所用現金淨額		<u>(133,403)</u>	<u>(165,759)</u>	<u>(598,878)</u>	<u>(152,499)</u>	<u>(372,524)</u>
現金及現金等價物增加／(減少)淨額		354,821	(54,962)	240,043	(68,013)	73,175
年／期初現金及現金等價物		165,075	547,436	467,967	467,967	690,064
匯率變動的影響		27,540	(24,507)	(17,946)	(16,020)	(9,797)
年／期末現金及現金等價物		<u>547,436</u>	<u>467,967</u>	<u>690,064</u>	<u>383,934</u>	<u>753,442</u>

II. 歷史財務資料附註

1 一般資料

藍月亮集團控股有限公司（「貴公司」）為一家於2007年12月27日於開曼群島註冊成立的有限公司。其註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman KY1-1111, Cayman Islands。

貴公司及其附屬公司（統稱「貴集團」）主要於中華人民共和國（「中國」）從事設計、研發、製造及銷售(i)個人清潔護理產品；(ii)家居清潔護理產品；及(iii)衣物清潔護理產品。

潘東女士為 貴公司的最終控股股東，且 貴公司董事羅秋平先生為潘東女士的丈夫。

2 重大會計政策概要

於編製歷史財務資料時，所應用的主要會計政策列載如下。除另有說明者外，此等政策已貫徹應用於所有呈報年度。

2.1 編製基準

貴集團歷史財務資料已按照香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。歷史財務資料已根據歷史成本法編製。

編製符合香港財務報告準則的歷史財務資料需要採用若干關鍵會計估計，亦須管理層於應用 貴集團的會計政策時作出判斷。涉及較高度判斷或複雜性的範圍或假設及估計對歷史財務資料屬重大的範圍，乃於附註4披露。

貴集團已採用全面追溯法採納香港財務報告準則第9號、香港財務報告準則第15號及香港財務報告準則第16號，相關會計政策於整個往績記錄期間在 貴集團的綜合財務報表貫徹應用。

已頒佈但尚未生效且 貴集團並無提前採納的新訂準則及現有準則的修訂本

		於以下日期或 之後開始的 年度期間生效
香港財務報告準則第16號(修訂本)	新型冠狀病毒相關租金寬免	2020年6月1日
香港財務報告準則第17號	保險合約	2022年1月1日
香港會計準則(「香港會計準則」) 第3號(修訂本)	引用概念框架的更新	2022年1月1日
香港會計準則第16號(修訂本)	作擬定用途前的所得款項	2022年1月1日
香港會計準則第37號(修訂本)	虧損合約—履行合約的成本	2022年1月1日
香港會計準則第1號(修訂本)	負債分類為流動或非流動	2023年1月1日
香港財務報告準則第10號及 香港會計準則第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營 企業之間的資產出售或注資	待釐定

貴公司董事認為，採納上述新訂準則及現有準則的修訂本將不會對 貴集團當前或日後報告期間及可預見未來交易產生重大影響。 貴集團擬於上述新訂準則及現有準則的修訂本生效時予以採納。

2.2 綜合入賬

(a) 附屬公司

附屬公司為 貴集團擁有控制權的所有實體(包括結構性實體)。當 貴集團須承擔參與實體營運所得的可變回報的風險，或就該可變回報享有權利，且能透過其對該實體的權力影響該等回報，即控制該實體。附屬公司自控制權轉移至 貴集團當日起悉數綜合入賬，自不再控制當日起終止綜合入賬。

集團公司間的公司間交易、結餘及交易未變現收益會予以對銷。未變現虧損亦予以對銷，除非交易提供已轉讓資產的減值證據。附屬公司的會計政策已於必要時作出變更，以確保與 貴集團所採納的政策一致。

(b) 所有權權益變動

當 貴集團由於失去控制、共同控制或重大影響而不再綜合入賬或按照權益性投資入賬時，該實體的任何保留權益均按其公允價值重新計量，且賬面值變動於損益確認。該公允價值成為初始賬面值，以便隨後將剩餘權益作為聯營公司、合營企業或金融資產入賬。此外，先前就該實體在其他全面收入中確認的任何金額，均應以如同 貴集團已直接出售相關資產或負債的方式入賬。這可能意味著先前在其他全面收入中確認的金額將被重新分類至損益或轉移至所適用的香港財務報告準則所指定或允許的另一類權益中。

2.3 個別財務報表

於附屬公司的投資按成本減減值入賬。成本包括投資直接應佔成本。附屬公司業績由 貴公司按已收及應收股息入賬。

倘股息超過宣派股息期間附屬公司的全面收入總額，或倘於個別財務報表的投資賬面值超過綜合財務報表中被投資方資產淨值(包括商譽)的賬面值，則於收到該等投資的股息時須對於附屬公司的投資作出減值測試。

2.4 分部報告

經營分部的呈報方式與向主要經營決策者提供內部報告的方式一致。

負責分配資源及評估經營分部表現的主要經營決策者已識別為作出策略性決策的執行董事。

2.5 外幣換算

(a) 功能及呈列貨幣

貴集團各實體的歷史財務資料所包括項目乃以實體經營所在主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)計量。 貴集團的主要附屬公司的功能貨幣為人民幣(「人民幣」)。歷史財務資料乃按 貴公司的功能貨幣以及 貴集團的呈列貨幣港元呈列。

(b) 交易及結餘

外幣交易按交易日期的匯率換算為功能貨幣。因該等交易結算以及以外幣計值的貨幣資產及負債按年末匯率換算產生的外匯收益及虧損，一般於損益中確認。

所有外匯收益及虧損均於綜合全面收入表中呈列。

(c) 交易及結餘

集團內所有功能貨幣與呈列貨幣不同的實體(當中並無惡性通貨膨脹經濟的貨幣)，其業績及財務狀況均按以下方法換算為呈列貨幣：

- (i) 各資產負債表中的資產及負債均以該資產負債表日的收市匯率換算為呈列貨幣；

- (ii) 各全面收入表中的收入及支出均按照平均匯率換算為呈列貨幣(惟倘此平均匯率未能合理地反映各交易日期當時的匯率所帶來的累積影響,則按照交易日期的匯率換算該等收入及支出);及
- (iii) 所有產生的匯兌差額均於其他全面收入中確認。

2.6 物業、廠房及設備

物業、廠房及設備按歷史成本減累計折舊及累計減值虧損(如有)列賬。歷史成本包括因收購該等項目而直接應佔的開支及為使資產達致其運作狀況及地點作擬定用途所產生的成本。

僅在與項目相關之未來經濟利益可能流入 貴集團及項目成本能夠可靠地計量時,其後成本方會計入資產之賬面值或確認為一項獨立資產(如適用)。作為獨立資產入賬的任何部分的賬面值於重置時終止確認。所有其他維修及維護於產生的報告期間自損益扣除。

折舊乃於以下估計可使用年期內將成本按直線法分攤至剩餘價值計算:

樓宇	30至50年
租賃物業裝修	租期或5年(以較短者為準)
廠房及機器	5至20年
傢俱、固定裝置及設備	4至15年
汽車	3至10年

資產的剩餘價值及可使用年期在每個資產負債表日進行檢討,及在適當時調整。

倘資產的賬面值高於其估計可收回金額,則其賬面值即時撇減至可收回金額(附註2.9)。

出售收益及虧損按所得款項淨額與賬面值的差額釐定,並於綜合全面收入表內確認。

2.7 在建工程

在建工程指在建樓宇及安裝中的機器及設備,乃按歷史成本減累計減值虧損(如有)列賬。於相關資產完成且可作擬定用途前,並無就在建工程計提折舊撥備。倘相關資產可供使用,則成本按上文附註2.6所載政策轉移至物業、廠房及設備,並予以折舊。

2.8 無形資產

商標及專利

各自收購的商標及專利按歷史成本列賬。因業務合併而購入之商標及專利按收購日期之公允價值確認。商標及專利權具有有限的可使用年期並以成本減累計攤銷列賬。攤銷乃於商標及專利的估計可使用年期10年(即許可證期限)內將其成本按直線法分攤計算。

電腦軟件及系統

與維護軟件程序相關的成本於產生時確認為開支。設計及測試 貴集團所控制的可識別及獨特軟件產品及系統直接應佔且將產生超過成本的可能未來經濟利益(超過一年)的開發成本確認為無形資產。

可資本化成為軟件及系統一部分的直接應佔成本包括軟件及系統開發員工成本及適當比例的相關間接成本。

開發中的電腦系統於各自開發完成後轉撥至電腦軟件，並將按管理層對系統的技術使用年限作出的預期於其估計可使用年期5至10年內按直線法開始攤銷。

2.9 非金融資產減值

當有事件出現或情況改變顯示賬面值可能無法收回時，會測試資產是否已出現減值。減值虧損按資產的賬面值超出其可收回金額的差額確認。可收回金額為資產的公允價值減出售成本與使用價值兩者中的較高者。於評估減值時，資產按獨立可識別現金流入的最低水平歸類，大部分是獨立於其他資產或資產組合的現金流入(現金產生單位)。已蒙受減值的非金融資產於各報告期末就減值是否可予撥回進行檢討。

2.10 金融資產

(a) 分類

貴集團將其金融資產分類為按攤銷成本計量的債務工具。

分類視乎實體管理該等金融資產的業務模型以及現金流量的合約條款而定。

貴集團於且僅於管理該等資產的業務模式發生變動時方會重新分類債務投資。

(b) 確認及終止確認

正常買賣金融資產於交易日期確認，即 貴集團承諾購買或出售資產的日期。金融資產在自金融資產收取現金流量的權利屆滿或已轉讓及 貴集團已將擁有權的絕大部分風險及回報轉移時終止確認。

(c) 計量

於初始確認時， 貴集團按其公允價值加(倘為並非按公允價值計入損益的金融資產)收購金融資產直接應佔的交易成本計量金融資產。按公允價值計入損益的金融資產的交易成本於損益支銷。

債務工具的后續計量取決於 貴集團管理資產的業務模式及資產的現金流量特徵。

所持按攤銷成本計量的債務工具

持作收集僅為支付本金及利息的合約現金流量的資產乃按攤銷成本計量。其後按攤銷成本計量且並非對沖關係一部分的債務投資的損益於資產終止確認或發生減值時於綜合全面收入表確認。自該等金融資產所得利息收入採用實際利率法計入財務收入。

(d) 減值

貴集團按前瞻性基準評估預期信貸虧損連同其按攤銷成本列賬的債務工具。所應用減值方法取決於信貸風險是否顯著增加。

對於貿易應收款項， 貴集團採納香港財務報告準則第9號允許的簡化方法，其規定於初始確認應收款項時確認預期存續期虧損。進一步詳情請參閱附註3.1(c)及18。

2.11 抵銷金融工具

當有法定可執行權力可抵銷已確認金額，並有意按淨額基準結算或同時變現資產和結算負債時，金融資產與負債可互相抵銷，並在資產負債表報告其淨額。有關安排(如破產或終止合約)可能並不符合抵銷條件，惟於若干情況下仍可允許抵銷相關金額。

2.12 存貨

存貨按成本及可變現淨值兩者中之較低者列賬。成本以加權平均法釐定。製成品及在製品的成本包括原材料、直接勞工、其他直接成本及相關間接生產費用(按正常經

營能力計算)。可變現淨值為於日常業務過程中的估計售價減估計完工成本及適用的可變銷售開支。

2.13 貿易應收款項

貿易應收款項為於日常業務過程中就已售貨品應收客戶的款項。倘預期貿易應收款項可於一年或以內(或如屬較長時間,則於一般營運業務周期內)收回,則分類為流動資產,否則呈列為非流動資產。

貿易應收款項按可無條件獲得的代價金額進行初步確認,但當其包含重大融資成分時,則按公允價值進行確認。貴集團持有貿易應收款項的目的是收取合約現金流量,因此其後使用實際利率法按攤銷成本計量貿易應收款項。有關貴集團貿易應收款項會計處理的進一步資料及貴集團減值政策的說明,請參閱附註3.1(c)。

2.14 現金及現金等價物

就呈列綜合現金流量表而言,現金及現金等價物包括手頭現金及於金融機構的活期存款。

2.15 股本

普通股會被分類為權益。

發行新股或購股權直接應佔的增量成本會在權益中呈列為所得款項的扣減(扣除稅項)。

2.16 貿易及其他應付款項

貿易應付款項指就於日常業務過程中自供應商獲得的貨品或服務付款的責任。倘貿易應付款項付款於一年或以內(或(如更久)於一般業務營運周期)到期應付,則貿易應付款項分類為流動負債。否則,彼等按非流動負債呈列。

貿易及其他應付款項初步按公允價值確認,其後採用實際利率法按攤銷成本計量。

2.17 借款及借款成本

借款初步按公允價值予以確認,並扣除已產生的交易成本。借款其後按攤銷成本列賬。所得款項(扣除交易成本)與贖回價值之間的任何差額,乃於借款期間採用實際利率法於綜合損益中確認。

除非 貴集團有無條件權利將負債的結算遞延至報告期末起計至少12個月，否則借款分類為流動負債。

收購、建造或生產合資格須耗費長時間方可作其擬定用途或出售的資產直接應佔一般及特定借款成本加入該等資產的成本，直至資產可基本作其擬定用途或出售。

特定借款的臨時投資在合資格資產支出前獲得的投資收益從符合資本化條件的借款成本中扣除。

所有其他借款成本於其產生期間於綜合損益中確認。

2.18 即期及遞延所得稅

期內稅項開支包括即期及遞延稅項。除與於其他全面收入或直接於權益確認的項目相關外，稅項於綜合全面收入表內確認。在此情況下，稅項分別於其他全面收入或直接於權益確認。

(a) 即期所得稅

即期所得稅支出按於結算日 貴集團經營及產生應課稅收入之國家所頒佈或實質上已頒佈之稅法計算。管理層就適用稅務法例詮釋所規限的情況定期評估報稅表之狀況。其在適用情況下根據預期須向稅務機關支付的稅款計提撥備。

(b) 遞延所得稅

遞延所得稅採用負債法就資產及負債之稅基與資產及負債之賬面值之間的暫時差額於綜合財務報表悉數撥備。然而，倘遞延稅項負債來自對商譽的初步確認，則不予確認。倘遞延所得稅來自於交易(業務合併除外)中對資產或負債的初步確認，而於交易時並無影響會計處理或應課稅溢利或虧損，亦不予列賬。遞延所得稅乃使用於報告期末已頒佈或實質上已頒佈並預期於變現相關遞延所得稅資產或清償遞延所得稅負債時適用的稅率(及稅法)釐定。

遞延稅項資產僅在可能有未來應課稅金額以利用該等暫時差額及虧損時予以確認。

倘 貴集團能夠控制撥回暫時差額的時間且該等差額可能不會於可見未來撥回，則不會就境外業務投資賬面值與稅基之間的暫時差額確認遞延稅項負債及資產。

倘有法定可執行權利用於抵銷即期稅項資產及負債，且遞延稅項結餘與同一稅務機關有關，則抵銷遞延稅項資產及負債。倘實體有法定執行權利抵銷且有意按淨額基準清償或同時變現資產及清償負債時，則即期稅項資產與稅項負債互相抵銷。

於綜合損益中確認即期及遞延稅項，惟與於其他全面收入或直接於權益確認的項目有關者除外。在此情況下，稅項亦分別於其他全面收入或直接於權益確認。

2.19 僱員福利

(a) 退休金責任

貴集團參與多個可供所有相關僱員享受的界定供款退休福利計劃。該等計劃一般以向政府成立的計劃或信託管理基金支付款項之方式撥付。界定供款計劃指貴集團以強制、合約或自願基準向獨立實體作出供款之退休金計劃。

倘基金並無足夠資產就本期及過往期間之僱員服務向所有僱員支付福利，則貴集團並無法定或推定責任作出進一步供款。

所有退休金計劃供款即時全面歸屬，且貴集團並無未歸屬計劃可減少未來供款。

貴集團亦每月就其中華人民共和國（「中國」）僱員向多個界定供款計劃及其他僱員社會保障計劃供款，包括相關政府機構組織管理的退休金、醫療及其他福利計劃。貴集團根據相關法規規定基於僱員薪資總額的若干百分比向該等計劃供款，惟有若干上限。

(b) 以股份為基礎的薪酬

貴集團設有一項以股權結算、以股份為基礎的薪酬計劃，據此，實體接受僱員的服務作為貴集團的權益工具（購股權）的代價。批授購股權所換取的僱員服務公允價值確認為開支。支銷總額參考所批授購股權的公允價值釐定：

- i) 包括任何市場表現條件（例如實體的股價）；
- ii) 不包括任何服務及非市場表現的歸屬條件（例如於特定期間的盈利能力、銷售增長目標及繼續為該實體的僱員）的影響；及

iii) 包括任何非歸屬條件(例如規定僱員須保留股份)的影響。

在就預期歸屬的購股權數目作出假設時，非市場表現及服務條件亦一併考慮。開支總額於歸屬期間，即須達致所有指定歸屬條件的期間確認。此外，在部分情況下，僱員可在授出日期之前提供服務，故授出日期的公允價值就確認服務開始期間至授出日期的期間內的開支作出估計。

於各報告期末，貴集團根據非市場表現及服務條件修訂其對預期歸屬的購股權數目所作估計，並在收入表確認修訂原估計所產生的影響(如有)及對權益作出相應調整。

貴公司於購股權獲行使時發行新股。已收所得款項(扣除任何直接應佔交易成本)會計入股本(面值)及股份溢價。

貴公司向貴集團附屬公司的僱員授予其權益工具的購股權，被視為資本投入。收取僱員服務的公允價值，參考授出日的公允價值計量，並在歸屬期內確認，作為對附屬公司投資的增加，並相應計入權益。

(c) 花紅計劃

貴集團就花紅確認負債及開支。貴集團於出現合約責任或過往慣例引致推定責任時確認一項撥備。

2.20 撥備

貴集團於因過往事件而現時負有法律或推定責任，並可能需要流出資源以清償責任及有關金額能可靠估計時，確認撥備。未來經營虧損不作撥備確認。

倘有多項類似責任，則需要就其清償流出資源的可能性在整體考慮責任的類別後釐定。即使在同一責任類別所包含的任何一個項目相關之資源流出的可能性極低，仍須確認撥備。

撥備乃採用稅前利率按照就清償有關債務預期所需的支出現值計量，而稅前利率反映當時市場對金錢時間值及有關債務特有風險的評估。因時間流逝而增加的撥備確認為利息開支。

2.21 收益確認

收益包括在 貴集團日常業務過程中銷售貨品所收取或應收取代價的公允價值。收益在扣除增值稅(「增值稅」)、退貨及回扣，以及對銷 貴集團內部銷售後列賬。

(a) 銷售貨品

銷售貨品的收益於產品的控制權發生轉移(即產品交付予客戶)及概無可能影響客戶接納產品的未履行責任時確認。當產品已付運至指定地點、過時及虧損的風險已轉讓予客戶，以及客戶已根據銷售合約接受產品、接受條款已失效，或 貴集團有客觀證據顯示所有接受條件已達成後，交付方會發生。

該等銷售的收益乃根據合約訂明的價格扣除估計退貨及批量回扣(如有)後確認。根據過往業績並考慮客戶類型、交易類型及各項安排的具體情況，使用累計經驗以預期價值法估計及撥備退貨及回扣。收益僅於極大可能不會產生重大撥回時確認。退款負債(計入貿易及其他應付款項)乃於直至報告期末就作出的銷售而預期應付客戶的退貨及批量回扣確認。由於銷售之信貸期符合市場慣例，故並不視為存在融資成分。 貴集團根據標準保修條款就瑕疵產品提供退款的責任確認為撥備。

貴集團在貨品交付時確認應收款項，因為此時收取代價的權利成為無條件，在付款到期前僅需待時間流逝。

倘 貴集團提供的服務或交付的產品超過交易對手作出的付款，則確認合約資產。倘付款超出所提供的服務或交付的產品，則確認合約負債。合約負債指 貴集團因已向客戶收取代價(或代價款項已到期)而須向客戶轉讓貨品或服務的責任。倘客戶於 貴集團將貨品或服務轉讓予客戶前支付代價，則於作出付款或付款到期時(以較早者為準)確認合約負債。合約負債於 貴集團履行合約時確認為收益。

(b) 利息收入

利息收入乃使用實際利率法確認。

2.22 政府補助

倘可合理地保證 貴集團將會收到補助及 貴集團將符合所有附帶條件，則政府補助按公允價值確認。與成本有關的政府補助發生遞延，並於擬補償之成本與補助所需進行配對的期間內於綜合損益中確認。用作補償 貴集團資產成本之政府補助，乃作為遞延收入計入非流動負債，並於相關資產之預期可使用年期內按直線法於綜合損益中入賬。

2.23 租賃

貴集團租賃多項物業。租賃條款乃按個別基準磋商，並包含各種不同的條款及條件。租賃協議並無施加任何契約，惟租賃資產不得用作借款的擔保品。

租賃於租賃資產可供 貴集團使用日期確認為使用權資產及相應負債。

租賃產生的資產及負債初步以現值進行計量。租賃負債包括固定付款(包括實質固定付款)，減任何應收的租賃優惠(如有)的淨現值。租賃付款採用租賃所隱含的利率予以貼現。倘無法釐定該利率，則使用 貴集團的增量借款利率。

租賃付款乃於本金與財務成本之間分攤。財務成本在租期內自損益扣除，以令各期負債餘額產生的利率保持一致。

使用權資產按成本計量，該成本包括租賃負債之初始計量金額、於租期開始時或之前所作任何租賃付款、減任何已收租賃優惠。使用權資產採用直線法於資產可使用年期與租期兩者中之較短者折舊。

與短期租賃相關之付款採用直線法於綜合損益中確認為開支。短期租賃為租期為12個月或以下之租賃。

2.24 股息分派

分派予 貴公司股東的股息乃於股息獲 貴公司股東或董事(如適用)批准期間於 貴集團及 貴公司財務報表中確認為負債。

3 財務風險管理

3.1 財務風險因素

貴集團之活動使其面對各種財務風險，包括外匯風險、利率風險、信貸風險及流動資金風險。該等風險根據下文所述 貴集團財務管理政策及慣例予以管理。

(a) 外匯風險

貴集團大多數附屬公司在中國經營，大部分交易及資產以人民幣計值。將人民幣兌換為外幣須受中國政府公佈的外匯管制條例及法規規限。由於貴集團財務架構及目前營運簡單，故管理層並無進行任何對沖活動。

(b) 利率風險

貴集團的利率風險主要來自計息借款。發行按浮動利率計息的借款使貴集團面臨現金流量利率風險，同時發行按固定利率計息的借款使貴集團面臨公允價值利率風險。貴集團並無使用任何利率掉期對沖其面臨的利率風險。

倘所有借款的利率上升／下降100個基點，而所有其他變量保持不變，則截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月除所得稅前溢利分別減少／增加9,983,000港元、8,738,000港元、4,139,000港元、7,781,000港元及1,479,000港元，乃主要由於按浮動利率計息的借款的利息開支增加／減少。

貴集團定期監察其利率風險，以確保並無面臨過度重大利率變動風險。

(c) 信貸風險**(i) 風險管理**

貴集團信貸風險主要來自現金及銀行結餘、貿易應收款項及應收票據、按金及其他應收款項(預付款項除外)。貴集團面臨的最大信貸風險為該等金融資產的賬面值。

於往績記錄期間，銷售一般按30至90天的信貸期記賬。餘下結餘以(i)見票即付的信用證或(ii)已收客戶墊款支付。貴集團制定數項政策，以確保向信用記錄合適的客戶銷售產品。貴集團亦有向不同客戶授予不同結算方法的政策，用以監察信貸風險。就新客戶及交易記錄較短的現有客戶一般須以信用證付款。貴集團在收回貿易及其他應收款項方面的過往記錄屬於入賬撥備。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貿易應收款項及應收票據分別為944,716,000港元、1,152,862,000港元、1,761,838,000港元及1,141,294,000港元，乃應收自中國國內知名超市、線上平台及若干批發商經營的公司。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，已就該等貿易應收款項及應收票據分別計提虧損撥備16,073,000港元、9,922,000港元、11,789,000港元及18,248,000港元。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貴集團大部分現金及銀行存款存放於香港及中國的大型金融機構，管理層認為該等金融機構的信貨質素良好。管理層預期不會因該等金融機構不履約而產生任何虧損，因此，現金及銀行結餘的預期信貸虧損甚微。貴集團並無制定政策限制就任何金融機構所面臨的信貨風險金額。

貴集團的風險敞口分散於眾多對手方及客戶，故貴集團並無重大集中的信貨風險。

(ii) 金融資產減值

貴集團有兩類受預期信貸虧損模式影響的金融資產：

- 貿易應收款項
- 按攤銷成本計量的其他金融資產

儘管現金及銀行結餘亦受香港財務報告準則第9號減值規定的規限，但可識別減值虧損並不重大。

貿易應收款項

貴集團應用香港財務報告準則第9號簡化法計量預期信貸虧損，就所有貿易應收款項採用全期預期虧損撥備。與已知面臨財務困難或對收回應收款項產生重大疑慮的客戶有關的貿易應收款項被視為面臨較大違約風險，須單獨進行測試。

按個別基準計量預期信貸虧損

具有較高違約風險的貿易應收款項會進行個別評估，以計提減值撥備。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，有關個別評估的貿易應收款項結餘及有關該等應收款項的虧損撥備如下：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
				千港元
個別評估的貿易				
應收款項	9,134	—	—	—
虧損撥備	(9,134)	—	—	—

按集體基準計量預期信貸虧損

為計量預期信貸虧損，貿易應收款項按共同信貸風險特徵及逾期天數進行分組。預期虧損率乃以各年末日期前特定期間銷售付款狀況及有關期

間所經歷的相應歷史信貸虧損為基準。對歷史虧損率進行調整，以反映對影響客戶結算應收款項能力的宏觀經濟因素的當前及前瞻性資料。貴集團於中國銷售貨品，且已確認中國整體行業前景及國內生產總值（「國內生產總值」）為最相關因素，因此基於該等因素的預期變動調整歷史虧損率。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，基於預期平均虧損率分別約為0.7%、0.9%及0.7%以及1.6%，該等集體評估的貿易應收款項的虧損撥備分別約為6,939,000港元、9,922,000港元及11,789,000港元以及18,248,000港元。

貿易應收款項減值虧損於綜合損益中個別呈列為「金融資產減值虧損（撥備）／撥回淨額」。貿易應收款項於並無合理收回預期時予以撇銷。貴集團通常於債務人未能支付逾期超過365天的合約款項時將貿易應收款項分類進行撇銷。其後收回先前撇銷的款項與同一項目進行抵免。

按攤銷成本計量的其他金融資產

按攤銷成本計量的其他金融資產包括應收票據、可退還按金及其他應收款項（不包括預付款項），彼等被視為低信貸風險，乃主要由於過去其並無違約歷史，且債務人擁有強大能力可履行近期的合約現金流量義務。於往績記錄期間，並無計提減值虧損撥備。

(d) 流動資金風險

貴集團的主要現金需求乃用於支付物業、廠房及設備添置及升級、相關債務及原材料購買以及經營開支。貴集團綜合使用經營所得資金與銀行借款為其營運資金需求撥付資金，同時考慮到未來營商環境的所有可得資料，當中包括空前新型冠狀病毒對貴集團及其客戶及供應商經營所在國家經濟的經濟影響。

貴集團的政策為維持充足現金及現金等價物或透過充足的承諾信貸融資來獲得資金，以滿足其營運資金需求。

下表基於資產負債表日剩餘期間至合約到期日按相關到期組別對貴集團的金融負債進行分析。下表所披露的金額為合約未貼現現金流量。

	1年內	1至2年	2至5年	5年以上	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於2017年12月31日					
貿易應付款項及應付票據	931,943	–	–	–	931,943
應計費用及其他應付款項	645,071	–	–	–	645,071
應付關聯公司款項	6,780	–	–	–	6,780
計息借款	900,656	77,416	73,911	–	1,051,983
應付股息	85,261	–	–	–	85,261
租賃負債	28,242	20,298	21,339	–	69,879
	<u>2,597,953</u>	<u>97,714</u>	<u>95,250</u>	<u>–</u>	<u>2,790,917</u>
於2018年12月31日					
貿易應付款項及應付票據	664,721	–	–	–	664,721
應計費用及其他應付款項	414,764	–	–	–	414,764
應付關聯公司款項	4,187	–	–	–	4,187
計息借款	785,360	117,130	105,005	–	1,007,495
應付股息	85,261	–	–	–	85,261
租賃負債	26,084	15,370	14,301	1,115	56,870
	<u>1,980,377</u>	<u>132,500</u>	<u>119,306</u>	<u>1,115</u>	<u>2,233,298</u>
於2019年12月31日					
貿易應付款項及應付票據	511,922	–	–	–	511,922
應計費用及其他應付款項	531,084	–	–	–	531,084
應付關聯公司款項	1,076	–	–	–	1,076
計息借款	326,961	130,665	44,576	–	502,202
應付股息	48,261	–	–	–	48,261
租賃負債	28,781	21,023	13,899	783	64,486
	<u>1,448,085</u>	<u>151,688</u>	<u>58,475</u>	<u>783</u>	<u>1,659,031</u>

	1年內	1至2年	2至5年	5年以上	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於2020年6月30日					
貿易應付款項及應付票據	349,276	—	—	—	349,276
應計費用及其他應付款項	419,828	—	—	—	419,828
應付關聯公司款項	837	—	—	—	837
計息借款	84,181	35,836	61,790	—	181,807
租賃負債	33,054	21,460	7,154	640	62,308
	<u>887,176</u>	<u>57,296</u>	<u>68,944</u>	<u>640</u>	<u>1,014,056</u>

3.2 資本風險管理

貴集團管理資本的目標為保障貴集團持續經營的能力，從而為股東提供回報，並為其他利益相關者提供利益，以及維持最佳資本架構以減低資本成本。

貴集團管理資本架構並根據經濟狀況變化作出調整。為維持或調整資本架構，貴集團可能會調整向股東派付的股息、發行新股或透過充裕的已承諾信貸融資來獲得資金。

3.3 公允價值估計

貴集團金融資產(包括現金及現金等價物、貿易應收款項及應收票據、受限制現金、按金及其他應收款項)及貴集團金融負債(包括貿易應付款項及應付票據、應計費用及其他應付款項、借款、應付股息、租賃負債及應付關聯公司款項)的賬面值與其公允價值相若。

到期日短於一年的金融資產及負債的名義價值減任何估計信貸調整乃假設與其公允價值相若。用作披露用途之金融負債的公允價值以貴集團用於相似金融工具的現時市場利率貼現未來合約現金流量作估計。

4 重大估計及判斷

估計及判斷會根據過往經驗及其他因素(包括被認為屬在有關情況下對未來事件的合理預測)持續評估。貴集團會作出未來估計及假設。根據定義，由此得出的會計估計將甚少與相關實際業績等同。下文討論具有導致下個財政年度內資產及負債賬面值重大調整的重大風險的估計及假設。

4.1 存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值為於日常業務過程中的估計售價，減估計完工成本及銷售開支。

該等估計乃根據當前市況以及對於製造及銷售相似性質產品的過往經驗作出。管理層於各報告期末重新評估有關估計。

4.2 物業、廠房及設備以及無形資產的估計可使用年期

貴集團管理層分別為其物業、廠房及設備以及無形資產釐定估計可使用年期以及相關折舊及攤銷支出。該估計以對於相似性質物業、廠房及設備以及無形資產之實際可使用年期的過往經驗為基準。倘可使用年期較先前估計年期為短，管理層將增加折舊及攤銷。定期檢討可能導致可使用年期出現變動，因而導致未來期間的折舊及攤銷開支。

4.3 金融資產減值

金融資產減值乃基於有關違約風險及預期虧損率之假設作出。於各報告期末，貴公司根據貴集團過往歷史、現時市況以及前瞻性估計，通過判斷作出該等假設及選擇減值計算之輸入數據。所用關鍵假設及輸入數據的詳情於附註3.1(c)披露。

4.4 即期及遞延所得稅

貴集團須於中國及香港繳納所得稅。釐定該等司法權區各自所得稅撥備時需要作出判斷。在日常業務過程中存在最終稅項釐定未能確定的交易及計算。倘有關事宜的最終評稅結果有別於初步記錄的數額，則有關差額會影響釐定有關數額的期間的當期及遞延所得稅資產及負債。

有關若干暫時差額的遞延所得稅資產乃於管理層認為可能將有未來應課稅溢利用以抵銷暫時差額時予以確認。當預期金額與原定估計存在差異時，該等差異將會影響於估計變更期間內遞延所得稅資產及稅項支出的確認。

4.5 銷售退貨撥備

貴集團以銷售退貨的概率入賬其於各報告期內之退款負債及已退還貨品的權利。概率乃參考銷售退貨的歷史模式以及估計退款負債總額已退還貨品的權利計量，估計退款負債總額已退還貨品的權利須使用重大假設，其或會影響收益及銷售成本。

5 收益及分部資料

主要經營決策者（「主要經營決策者」）已被確認為貴集團執行董事。主要經營決策者會定期檢討貴集團的表現。

由於貴集團的主要業務與清潔產品的製造、銷售及分銷有關，因此主要經營決策者根據實體範圍內的綜合財務資料制定資源分配及績效評估的決策。因此，貴集團僅有一個單一經營分部符合香港財務報告準則第8號的報告分部定義。並無於歷史財務資料內單獨呈列分部分析。

(a) 來自外部客戶的收益

已確認的製成品銷售收益如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審計)	
於某一時間點確認的收益：					
個人清潔護理產品	328,021	410,616	418,545	180,051	465,602
家居清潔護理產品	381,553	440,052	453,747	175,948	288,859
衣物清潔護理產品	4,922,459	5,917,277	6,177,613	2,364,351	1,681,407
	<u>5,632,033</u>	<u>6,767,945</u>	<u>7,049,905</u>	<u>2,720,350</u>	<u>2,435,868</u>

貢獻 貴集團總收益10%或以上來自外部客戶的收益如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審計)	
客戶A	904,884	900,111	1,014,095	548,004	554,913
客戶B	不適用	不適用	961,014	426,886	315,435
合計	<u>904,884</u>	<u>900,111</u>	<u>1,975,109</u>	<u>974,890</u>	<u>870,348</u>

除客戶A及客戶B外，於往績記錄期間，概無其他客戶單獨貢獻 貴集團總收益10%以上。

截至2017年及2018年12月31日止年度，客戶B產生的收益低於 貴集團總收益的10%。

在2020年初新型冠狀病毒大流行爆發後， 貴集團有部分客戶在出售於新型冠狀病毒大流行之前(即2019年12月31日之前)自 貴集團購入的貨品時遇到困難，並要求向 貴集團退貨。考慮到長期業務關係， 貴集團已同意按一次性基準接

受若干客戶退回未售出產品。因此，截至2020年6月30日止六個月，銷售金額為149,796,000港元的退貨已入賬作為銷售扣減（「新型冠狀病毒銷售退貨」）。

於往績記錄期間，貴集團所有收益均來自中國客戶，因此，有關年度並無按地理位置呈列收益。

(b) 非流動資產

貴集團非流動資產（不包括遞延稅項資產）按地理位置劃分的分析如下：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
香港	2,207	1,846	4,589	3,962
中國內地	1,858,949	1,754,259	1,828,855	1,812,775
	<u>1,861,156</u>	<u>1,756,105</u>	<u>1,833,444</u>	<u>1,816,737</u>

(c) 合約負債

貴集團已確認下列與客戶合約有關的負債：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
合約負債	<u>14,366</u>	<u>20,502</u>	<u>16,188</u>	<u>44,644</u>

貴集團的合約負債主要指 貴集團已收客戶的付款，而相關商品尚未交付。

下表顯示於相關年度就已結轉合約負債確認的收益金額：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
計入年／期初合約 負債結餘的 已確認收益	<u>86,679</u>	<u>14,366</u>	<u>20,502</u>	<u>10,251</u>	<u>8,094</u>

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，並無就各相關年度的過往年度內履行的履約責任確認任何收益。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日來自未履行的履約責任的交易價格金額等於各相關年／期結日的合約負債。管理層預期於2020年6月30日的合約負債結餘的100%將於下個財政年度內確認為收益(約44,644,000港元)。有關結餘主要為來自批發客戶的預收款項。有關結餘因客戶群由線下銷售渠道的客戶(包括批發商)轉移至毋須預先付款的線上銷售渠道客戶(即電商客戶)而由2017年的86,679,000港元減少至2018年的14,366,000港元。截至2020年6月30日止六個月，結餘因季節性因素由16,188,000港元增至44,644,000港元。

6 其他收入及其他收益淨額

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審計)	
政府補助(附註)	7,553	35,932	40,491	30,244	37,372
外匯收益／(虧損)淨額	3,455	1,441	(457)	399	(700)
出售使用權資產的收益 (附註28(c))	8,631	—	—	—	—
提早終止租賃的 (虧損)／收益	(182)	42	—	—	—
廢料銷售	3,337	1,232	6,119	3,623	3,723
雜項收入／(開支)淨額	303	(1,201)	5,369	407	(627)
	<u>23,097</u>	<u>37,446</u>	<u>51,522</u>	<u>34,673</u>	<u>39,768</u>

附註：政府補助指截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月的遞延政府補助攤銷分別約583,000港元、1,420,000港元、1,340,000港元、670,000港元及797,000港元以及經營補助約6,970,000港元、34,512,000港元、39,151,000港元、29,574,000港元及36,575,000港元。管理層認為該等經營補助並無任何重大未達成條件或其他或然事件。

7 按性質劃分的開支

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審計)	
所消耗的原材料成本	2,096,388	2,611,150	2,059,549	801,453	818,137
製成品及在製品存貨變動	261,230	8,360	218,739	134,525	(61,995)
製造間接費用 (不包括折舊)	11,567	15,028	11,574	7,093	7,982
存貨減值虧損撥備／ (撥回)	28,927	(33,605)	—	—	—
已撇銷存貨	38,347	25,329	—	—	4,962
僱員福利開支(附註8)	1,461,299	1,844,605	1,668,697	813,866	585,688
廣告開支	499,023	422,360	404,659	120,923	107,627
推廣開支	214,870	281,146	294,912	119,426	151,294
運輸開支	391,923	406,565	452,588	187,876	198,833
其他稅項開支	78,753	85,262	76,182	32,264	28,974
與短期租賃有關的 租賃開支	22,338	27,132	23,183	10,956	11,146
物業、廠房及設備折舊 (附註15)	94,917	108,367	102,674	53,085	52,121
使用權資產折舊(附註16)	35,101	43,831	36,023	18,227	20,927
無形資產攤銷(附註14)	16,475	23,062	15,213	7,133	12,849
核數師酬金	2,359	2,405	3,075	1,782	1,825
差旅開支	55,295	52,248	59,756	28,056	14,376
汽車開支	19,548	14,248	13,260	5,836	4,550
消耗品	9,642	8,122	9,271	2,658	2,678
辦公室開支	4,822	4,629	3,281	1,770	1,894
招聘費用	5,204	7,379	6,649	2,947	937
公用事業開支	28,965	27,880	26,265	11,823	11,448
諮詢費	26,360	22,614	26,694	10,966	9,760
保養開支	11,026	3,061	14,579	6,612	7,598
出售廠房及設備的 虧損／(收益)淨額	1,057	—	(298)	(443)	293
出售物業的(收益)／ 虧損淨額	(152)	—	376	—	—
已撇銷物業、廠房及設備	—	3,438	—	—	—
上市開支	—	—	—	—	21,448
其他	66,546	47,774	70,882	29,438	24,453
	<u>5,481,830</u>	<u>6,062,390</u>	<u>5,597,783</u>	<u>2,408,272</u>	<u>2,039,805</u>

8 僱員福利開支(包括董事薪酬)

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審計)	
工資、薪金及津貼	763,387	1,005,935	764,028	368,538	365,180
花紅及佣金	416,098	478,302	628,718	308,459	136,895
社會保障計劃供款	245,812	327,166	241,653	123,449	66,468
其他福利	36,002	33,202	34,298	13,420	17,145
	<u>1,461,299</u>	<u>1,844,605</u>	<u>1,668,697</u>	<u>813,866</u>	<u>585,688</u>

根據中國已實施的退休、醫療及其他福利等法規，中國附屬公司的所有當地僱員參與強制性僱員社會保障計劃。該等計劃由政府機構組織及管理。除該等社會保障計劃提供的福利外，貴集團對僱員並無其他重大承擔。根據相關法規，貴集團旗下公司對上述社會保障計劃須承擔的保險費及福利供款部分主要按僱員月薪的若干百分比釐定，惟不超過若干上限，並向有關勞動及社會福利機關支付。對該等計劃的供款於產生時支銷。

貴集團香港附屬公司對香港強制性公積金計劃的供款於產生時支銷。香港的僱主及僱員均須按個別僱員各自有關收入之5%(上限為每月1,500港元)作出強制性供款。該計劃之資產與貴集團之資產分開持有，並由獨立專業基金經理管理。

已於綜合全面收入表內扣除的僱員福利開支如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審計)	
銷售成本	122,680	158,481	143,415	59,581	64,440
銷售及分銷開支	867,602	1,313,357	1,062,752	550,743	316,302
一般及行政開支	471,017	372,767	462,530	203,542	204,946
	<u>1,461,299</u>	<u>1,844,605</u>	<u>1,668,697</u>	<u>813,866</u>	<u>585,688</u>

(a) 五名最高薪酬人士

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度各年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，貴集團薪酬最高的五名人士分別包括1名、1名、2名、2名及3名董事，與餘下4名、4名、3名、3名及2名最高薪酬人士有關的僱員福利開支如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				<i>(未經審計)</i>	
基本薪金及津貼	5,141	9,105	7,315	3,349	2,919
酌情花紅	7,472	8,853	13,026	2,453	467
僱主向界定供款計劃作出的供款	367	356	272	121	67
	<u>12,980</u>	<u>18,314</u>	<u>20,613</u>	<u>5,923</u>	<u>3,453</u>

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度各年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，上述人士的薪酬介乎下列範圍：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
				<i>(未經審計)</i>	
零至					
1,000,000港元	-	-	-	-	-
1,000,001港元至					
2,000,000港元	-	-	-	2	1
2,000,001港元至					
5,000,000港元	4	2	2	1	1
5,000,001港元至					
10,000,000港元	-	2	-	-	-
10,000,001港元至					
15,000,000港元	-	-	1	-	-
	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>1</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度各年以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，概無已付或應付任何五名最高薪酬人士款項作為加入貴集團的獎勵或離職補償。

(b) 董事薪酬

貴公司個別董事的薪酬載列如下：

<u>截至下列日期止年度</u>	<u>基本薪金 及津貼</u> 千港元	<u>酌情花紅</u> 千港元	<u>僱主向 退休福利 計劃作出 的供款</u> 千港元	<u>總計</u> 千港元
2017年12月31日				
執行董事				
潘東女士	700	—	18	718
羅秋平先生(首席執行官)	995	—	—	995
羅東女士	5,687	3,744	87	9,518
	<u>7,382</u>	<u>3,744</u>	<u>105</u>	<u>11,231</u>
<u>截至下列日期止年度</u>	<u>基本薪金 及津貼</u> 千港元	<u>酌情花紅</u> 千港元	<u>僱主向 退休福利 計劃作出 的供款</u> 千港元	<u>總計</u> 千港元
2018年12月31日				
執行董事				
潘東女士	600	300	18	918
羅秋平先生(首席執行官)	995	—	—	995
羅東女士	5,602	4,076	90	9,768
	<u>7,197</u>	<u>4,376</u>	<u>108</u>	<u>11,681</u>
<u>截至下列日期止年度</u>	<u>基本薪金 及津貼</u> 千港元	<u>酌情花紅</u> 千港元	<u>僱主向 退休福利 計劃作出 的供款</u> 千港元	<u>總計</u> 千港元
2019年12月31日				
執行董事				
潘東女士	700	300	18	1,018
羅秋平先生(首席執行官)	6,502	13,715	18	20,235
羅東女士	7,539	5,034	92	12,665
	<u>14,741</u>	<u>19,049</u>	<u>128</u>	<u>33,918</u>

<u>截至下列日期止六個月</u>	<u>基本薪金 及津貼</u> 千港元	<u>酌情花紅</u> 千港元	<u>僱主向 退休福利 計劃作出 的供款</u> 千港元	<u>總計</u> 千港元
2019年6月30日 (未經審計)				
執行董事				
潘東女士	340	—	9	349
羅秋平先生(首席執行官)	3,280	—	9	3,289
羅東女士	2,823	—	41	2,864
	<u>6,443</u>	<u>—</u>	<u>59</u>	<u>6,502</u>

<u>截至下列日期止六個月</u>	<u>基本薪金 及津貼</u> 千港元	<u>酌情花紅</u> 千港元	<u>僱主向 退休福利 計劃作出 的供款</u> 千港元	<u>總計</u> 千港元
2020年6月30日				
執行董事				
潘東女士	360	—	9	369
羅秋平先生(首席執行官)	3,184	—	—	3,184
羅東女士	3,715	—	26	3,741
潘國樑先生 (於2020年6月22日獲委任)	—	—	—	—
肖海珊女士 (於2020年6月22日獲委任)	—	—	—	—
	<u>7,259</u>	<u>—</u>	<u>35</u>	<u>7,294</u>

2020年6月30日				
非執行董事				
曹偉先生 (於2020年6月22日獲委任)	—	—	—	—

2020年6月30日				
獨立非執行董事				
Bruno Robert Mercier先生 (於2020年6月22日獲委任)	—	—	—	—
顏文玲女士 (於2020年6月22日獲委任)	—	—	—	—
胡野碧先生 (於2020年6月22日獲委任)	—	—	—	—
	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

於往績記錄期間，貴集團並無向任何董事、監事或高級管理層支付任何薪酬，作為加盟貴集團或加盟貴集團後的獎勵或作為離職補償。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，概無就終止董事服務而直接或間接向董事支付或作出任何薪酬、退休福利、付款或福利，亦無任何應付款項。於往績記錄期間，概無就獲提供董事服務而給予第三方或第三方收取之代價。

概無以董事、其受控法團及關連實體為受益人的貸款、準貸款或其他交易。

除歷史財務資料附註29其他部分所披露者外，於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日或於往績記錄期間任何時間，概不存在任何貴集團就貴集團業務有所訂立且貴公司董事於其中擁有重大權益(不論直接或間接)的重大交易、安排及合約。

概無貴公司董事放棄任何薪酬。

潘國樑先生及肖海珊女士於2020年6月22日獲委任為貴公司執行董事。於往績記錄期間，董事認為就潘國樑先生及肖海珊女士作為董事所提供的服務而已付或應付彼等的薪酬並不重大。

曹偉先生於2020年6月22日獲委任為貴公司非執行董事。於往績記錄期間，該非執行董事尚未獲委任，亦無收取任何薪酬。

Bruno Robert Mercier先生、顏文玲女士及胡野碧先生於2020年6月22日獲委任為貴公司獨立非執行董事。於往績記錄期間，該等獨立非執行董事尚未獲委任，亦無收取任何薪酬。

9 財務收入及成本

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
財務收入					
— 銀行存款利息收入	3,126	6,218	5,652	2,154	4,136
財務成本					
— 銀行借款利息開支	(47,049)	(53,876)	(34,010)	(20,677)	(5,699)
— 租賃負債利息開支	(2,899)	(3,331)	(3,234)	(1,527)	(1,792)
	(49,948)	(57,207)	(37,244)	(22,204)	(7,491)
— 資本化金額(附註15)	2,825	3,752	5,056	1,876	2,788
	(47,123)	(53,455)	(32,188)	(20,328)	(4,703)
財務成本淨額	<u>(43,997)</u>	<u>(47,237)</u>	<u>(26,536)</u>	<u>(18,174)</u>	<u>(567)</u>

10 所得稅開支

於綜合損益扣除的所得稅金額如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
即期所得稅					
— 中國企業所得稅	25,999	103,750	313,482	58,592	110,470
遞延所得稅開支(附註24)	1,072	44,180	82,142	52,255	16,142
所得稅開支	<u>27,071</u>	<u>147,930</u>	<u>395,624</u>	<u>110,847</u>	<u>126,612</u>

(a) 香港利得稅

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，由於貴公司及其附屬公司並無於香港產生或來自香港的任何應課稅溢利，故並無就香港利得稅計提撥備。

(b) 中國企業所得稅(「企業所得稅」)

即期所得稅開支主要指就於中國經營的附屬公司作出的企業所得稅撥備。該等附屬公司須根據中國相關稅務法律及法規按其各自法定財務報表所呈報的應課稅收入支付企業所得稅。

廣州藍月亮實業有限公司自2014年起被認定為高新技術企業(「高新技術企業」)，享受15%的優惠所得稅稅率，每隔三年須進行複審及續期。高新技術企業證書有效期自2017年11月起至2020年11月止為期3年。由於管理層認為廣州藍月亮實業有限公司於到期日後不會重續該證書，將於2020年採納標準所得稅稅率25%。

藍月亮(重慶)有限公司自2017年起被認定為西部地區鼓勵類產業企業，享受15%的優惠所得稅稅率，須由地方政府進行複審及續期。

於往績記錄期間，貴集團除所得稅前溢利的稅項有別於按適用於貴集團的加權平均稅率產生的理論金額，情況如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
除所得稅前溢利	113,230	701,915	1,475,241	328,803	428,805
按加權平均適用 稅率計算的預期 稅項	22,041	171,969	332,972	67,038	106,228
適用稅率變動	-	-	(18,560)	-	-
不可扣稅開支 (附註(i))	2,796	31,802	8,038	971	481
就研發開支超額 抵扣的影響	(1,837)	(3,845)	(4,789)	(2,416)	(4,436)
未確認遞延稅項 資產的虧損	1,526	1,348	1,424	2,100	1,289
動用過往未確認的 稅項虧損	-	(65,080)	-	-	-
未匯出盈利的 預扣稅	2,545	11,736	76,539	43,154	23,050
所得稅開支	<u>27,071</u>	<u>147,930</u>	<u>395,624</u>	<u>110,847</u>	<u>126,612</u>

附註(i)：不可扣稅開支主要包括(a)超過相關中國稅務規則項下的訂明稅項扣減門檻的部分招待開支及廣告開支及(b)集團實體產生的預期於相關稅務司法權區內不會產生應課稅溢利的若干經營開支。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，加權平均適用稅率分別為19.4%、24.5%、22.6%、20.4%及24.8%。該增加主要由於適用不同稅率的 貴集團附屬公司的盈利能力發生變化。

11 股息 — 貴集團及 貴公司

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，應付股息指於往績記錄期間前宣派但尚未結清的股息，其中37,000,000港元已於截至2019年12月31日止年度結清。

於2020年1月， 貴公司宣派股息36,664,000港元，而截至2020年6月30日止六個月， 貴公司已結付合共84,925,000港元的股息。

於2020年6月， 貴公司直接持有的附屬公司Blue Moon (BVI) Limited向 貴公司宣派股息2,335,000,000港元。因此， 貴公司於2020年6月30日確認應收股息2,335,000,000港元。

於2020年6月28日， 貴公司向 貴公司的直接唯一股東宣派中期股息2,300,000,000港元。有關股息須待上市（「上市」）於2021年12月31日或之前完成後，方告作實。因此，於2020年6月30日及直至本報告日期，概無確認應付股息。

12 每股盈利

每股基本盈利乃按 貴公司權益持有人應佔溢利除以已發行普通股數目計算。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
				(未經審計)	
貴公司權益持有人應佔溢利(千港元)	86,159	553,985	1,079,617	217,956	302,193
已發行普通股加權數目	10,000	10,000	10,000	10,000	10,000
每股基本盈利(每股港元)	<u>8,616</u>	<u>55,399</u>	<u>107,962</u>	<u>21,796</u>	<u>30,219</u>

由於 貴公司於往績記錄期間並無攤薄工具，故 貴集團的每股攤薄盈利等於其每股基本盈利。

13 於附屬公司的投資

貴公司

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
按成本計量的投資				千港元
— 未上市股份	10	10	10	10

以下為 貴公司於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日持有的附屬公司名單：

名稱	註冊成立／成立地點及日期以及法人實體種類	主營業務／主營業務地點	註冊／已發行資本詳情	所持實際權益			
				12月31日			6月30日
				2017年	2018年	2019年	2020年
直接持有：							
Blue Moon (BVI) Limited	英屬處女群島，2007年11月12日，有限公司	投資控股，香港	50,000港元／10,000港元	100%	100%	100%	100%

名稱	註冊成立／成立地點及日期以及法人實體種類	主營業務／主營業務地點	註冊／已發行資本詳情	所持實際權益				附註
				12月31日			6月30日	
				2017年	2018年	2019年	2020年	
間接持有：								
藍月亮國際集團有限公司	香港，1994年11月24日，有限公司	投資控股，香港	427,488,000港元／427,488,000港元	100%	100%	100%	100%	(g)
廣州藍月亮實業有限公司	中國，2001年1月9日，有限公司	清潔產品的設計、研究、開發及製造，中國	20,000,000美元／20,000,000美元	100%	100%	100%	100%	(b)
藍月亮(天津)有限公司	中國，2010年1月6日，有限公司	清潔產品的設計、研究、開發及製造，中國	36,000,000美元／30,000,000美元	100%	100%	100%	100%	(c)
藍月亮(中國)有限公司	中國，2011年1月18日，有限公司	清潔產品的設計、研究、開發及製造，中國	22,008,062美元／22,008,062美元	100%	100%	100%	100%	(a)

名稱	註冊成立／成立地點及日期以及法人實體種類	主營業務／主營業務地點	註冊／已發行資本詳情	所持實際權益			6月30日 2020年	附註
				12月31日				
				2017年	2018年	2019年		
藍月亮(昆山)實業有限公司	中國， 2013年12月3日， 有限公司	清潔產品的設計、研究、開發及製造， 中國	50,000,000 美元／ 28,700,100美元	100%	100%	100%	100%	(d)
月亮小屋國際集團有限公司	香港， 2014年3月3日， 有限公司	投資控股， 香港	10,000港元／ 10,000港元	100%	100%	100%	100%	(g)
星朔(廣州)實業有限公司	中國， 1997年9月26日， 有限公司	生物技術開發服務及生產， 中國	1,250,000 美元／ 1,250,000美元	100%	100%	100%	100%	(f)
藍月亮(重慶)有限公司	中國， 2015年7月30日， 有限公司	清潔產品的設計、研究、開發及製造， 中國	30,000,000 美元／ 19,180,000美元	100%	100%	100%	100%	(e)
間接持有： 藍月亮(廣州)有限公司	中國， 2016年7月8日， 有限公司	清潔產品的設計、研究、開發及製造， 中國	84,000,000 美元／ 17,224,464美元	100%	100%	100%	100%	(h)
月亮小屋(中國)有限公司	中國， 2014年6月30日， 有限公司	洗衣服務， 中國	16,800,000 美元／ 2,500,010美元	100%	100%	100%	100%	(a)
藍月亮(廣州)洗滌科技有限公司	中國， 2015年11月10日， 有限公司	洗衣技術及服務，中國	10,000,000元／ 人民幣 10,000,000元	100%	100%	100%	100%	(i)
月亮小屋(深圳)數據技術有限公司	中國， 2015年11月10日， 有限公司	數據技術及服務，中國	10,000,000 港元／ 6,000,200港元	100%	100%	100%	100%	(h)
月亮小屋(南通)洗滌有限公司	中國， 2019年1月8日， 有限公司	洗滌服務， 中國	人民幣 8,000,000元／ 人民幣60,000元	100%	100%	100%	100%	(j)
成都月亮小屋洗滌有限公司	中國， 2016年1月4日， 有限公司	洗滌服務， 中國	人民幣 8,000,000元／ 人民幣 8,000,000元	100%	100%	100%	100%	(h)

名稱	註冊成立／成立 地點及日期以 及法人實體種類	主營業務／ 主營業務地點	註冊／ 已發行 資本詳情	所持實際權益			6月30日 2020年	附註
				12月31日				
				2017年	2018年	2019年		
廣州月亮小屋洗滌 有限公司	中國， 2015年8月11日， 有限公司	洗滌服務， 中國	人民幣 50,000元／零	100%	100%	100%	100%	(h)

- (a) 該等附屬公司截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度的法定財務報表由中天運會計師事務所審核。
- (b) 該附屬公司截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度的法定財務報表由Guangzhou Zhenyang Certified Public Accountants審核。
- (c) 該附屬公司截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度的法定財務報表由Tianjin Zhongshen United Certified Public Accountants審核。
- (d) 該附屬公司截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度的法定財務報表由Suzhou Hua Ming United Certified Public Accountants審核。
- (e) 該附屬公司截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度的法定財務報表由Chongqing Kanghua Certified Public Accountants審核。
- (f) 該附屬公司截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度的法定財務報表由Guangzhou Haocheng Certified Public Accountants Co., Ltd審核。
- (g) 該附屬公司截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度的法定財務報表由羅兵咸永道會計師事務所審核。
- (h) 截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度無需經審計財務報表。該等公司規模較小，業務活動有限。
- (i) 截至2017年12月31日止年度無需經審計財務報表，原因是該附屬公司規模較小，業務活動有限。該附屬公司截至2018年及2019年12月31日止年度的法定財務報表由中天運會計師事務所審核。
- (j) 截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度無需經審計財務報表。該附屬公司於2019年1月8日註冊成立。

14 無形資產

	電腦			總計
	商標 及專利	軟件及 開發成本	開發中 電腦系統	
	千港元	千港元	千港元	千港元
於2017年1月1日				
成本	41,563	106,734	23,118	171,415
累計攤銷	(32,789)	(47,122)	—	(79,911)
賬面淨值	8,774	59,612	23,118	91,504

	電腦			總計 千港元
	商標 及專利 千港元	軟件及 開發成本 千港元	開發中 電腦系統 千港元	
截至2017年12月31日止年度				
年初賬面淨值	8,774	59,612	23,118	91,504
添置	–	15,442	247	15,689
轉撥	–	11,781	(11,781)	–
攤銷	(4,423)	(12,052)	–	(16,475)
匯兌差額	454	4,771	1,200	6,425
年末賬面淨值	<u>4,805</u>	<u>79,554</u>	<u>12,784</u>	<u>97,143</u>
於2017年12月31日				
成本	44,477	142,434	12,784	199,695
累計攤銷	<u>(39,672)</u>	<u>(62,880)</u>	<u>–</u>	<u>(102,552)</u>
賬面淨值	<u>4,805</u>	<u>79,554</u>	<u>12,784</u>	<u>97,143</u>
截至2018年12月31日止年度				
年初賬面淨值	4,805	79,554	12,784	97,143
添置	900	6,266	24,830	31,996
轉撥	–	35,283	(35,283)	–
攤銷	(4,171)	(18,891)	–	(23,062)
匯兌差額	(40)	(4,303)	(955)	(5,298)
年末賬面淨值	<u>1,494</u>	<u>97,909</u>	<u>1,376</u>	<u>100,779</u>
於2018年12月31日				
成本	43,232	176,354	1,376	220,962
累計攤銷	<u>(41,738)</u>	<u>(78,445)</u>	<u>–</u>	<u>(120,183)</u>
賬面淨值	<u>1,494</u>	<u>97,909</u>	<u>1,376</u>	<u>100,779</u>
截至2019年12月31日止年度				
年初賬面淨值	1,494	97,909	1,376	100,779
添置	25	4,849	60,687	65,561
攤銷	(204)	(15,009)	–	(15,213)
匯兌差額	(42)	(3,441)	(701)	(4,184)
年末賬面淨值	<u>1,273</u>	<u>84,308</u>	<u>61,362</u>	<u>146,943</u>

	商標 及專利	電腦 軟件及 開發成本	開發中 電腦系統	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元
於2019年12月31日				
成本	42,296	176,098	61,362	279,756
累計攤銷	(41,023)	(91,790)	—	(132,813)
賬面淨值	<u>1,273</u>	<u>84,308</u>	<u>61,362</u>	<u>146,943</u>
<i>(未經審計)</i>				
截至2019年6月30日止六個月				
期初賬面淨值	1,494	97,909	1,376	100,779
添置	—	1,475	4,458	5,933
攤銷	(106)	(7,027)	—	(7,133)
匯兌差額	(6)	(694)	(14)	(714)
期末賬面淨值	<u>1,382</u>	<u>91,663</u>	<u>5,820</u>	<u>98,865</u>
於2019年6月30日				
成本	43,061	176,814	5,820	225,695
累計攤銷	(41,679)	(85,151)	—	(126,830)
賬面淨值	<u>1,382</u>	<u>91,663</u>	<u>5,820</u>	<u>98,865</u>
截至2020年6月30日止六個月				
期初賬面淨值	1,273	84,308	61,362	146,943
添置	238	305	9,008	9,551
轉撥	—	32,480	(32,480)	—
攤銷	(106)	(12,743)	—	(12,849)
匯兌差額	(53)	(3,175)	(957)	(4,185)
期末賬面淨值	<u>1,352</u>	<u>101,175</u>	<u>36,933</u>	<u>139,460</u>
於2020年6月30日				
成本	41,688	205,279	36,933	283,900
累計攤銷	(40,336)	(104,104)	—	(144,440)
賬面淨值	<u>1,352</u>	<u>101,175</u>	<u>36,933</u>	<u>139,460</u>

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貴集團的開發中電腦系統指供貴集團內部使用以支持貴集團日常營運而開發的操作系統及軟件。該等無形資產於完成後不能獨立產生現金流入，根據「香港會計準則第36號—減值資產」會被視為「公司資產」。因此，於該等尚未可供使用無形資產的減值測試中，相關賬面價值

分配予相關現金產生單位(即 貴集團的整體財務業績)，並於往績記錄期間內每年按一致基準進行評估。

鑒於 貴集團財務表現理想，因此於往績記錄期間概無開發中電腦系統的減值虧損被視為必須。

15 物業、廠房及設備

	樓宇	租賃 物業裝修	廠房 及機器	傢俱、 固定裝置 及設備	汽車	在建工程	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於2017年1月1日							
成本	513,727	12,078	422,657	104,598	24,623	103,852	1,181,535
累計折舊	(38,957)	(10,864)	(147,104)	(43,995)	(12,074)	—	(252,994)
賬面淨值	<u>474,770</u>	<u>1,214</u>	<u>275,553</u>	<u>60,603</u>	<u>12,549</u>	<u>103,852</u>	<u>928,541</u>
截至2017年 12月31日止年度							
年初賬面淨值	474,770	1,214	275,553	60,603	12,549	103,852	928,541
添置	734	—	10,155	16,427	3,178	204,337	234,831
出售	(14,636)	—	(6,270)	(1,847)	—	—	(22,753)
轉撥	133,398	—	80,885	6,475	—	(220,758)	—
折舊	(12,953)	(867)	(62,691)	(16,346)	(2,060)	—	(94,917)
匯兌差額	36,583	53	19,998	4,419	827	6,318	68,198
年末賬面淨值	<u>617,896</u>	<u>400</u>	<u>317,630</u>	<u>69,731</u>	<u>14,494</u>	<u>93,749</u>	<u>1,113,900</u>
於2017年12月31日							
成本	672,532	12,857	531,412	132,312	29,238	93,749	1,472,100
累計折舊	(54,636)	(12,457)	(213,782)	(62,581)	(14,744)	—	(358,200)
賬面淨值	<u>617,896</u>	<u>400</u>	<u>317,630</u>	<u>69,731</u>	<u>14,494</u>	<u>93,749</u>	<u>1,113,900</u>

	樓宇	租賃 物業裝修	廠房 及機器	傢俱、 固定裝置 及設備	汽車	在建工程	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
截至2018年							
12月31日止年度							
年初賬面淨值	617,896	400	317,630	69,731	14,494	93,749	1,113,900
添置	1,739	–	17,618	11,142	–	147,666	178,165
撤銷	(293)	–	(1,705)	(1,440)	–	–	(3,438)
轉撥	148,606	–	70,558	5,337	–	(224,501)	–
折舊	(18,821)	–	(68,659)	(18,721)	(2,166)	–	(108,367)
匯兌差額	(30,632)	(3)	(19,611)	(2,713)	(523)	(2,493)	(55,975)
年末賬面淨值	<u>718,495</u>	<u>397</u>	<u>315,831</u>	<u>63,336</u>	<u>11,805</u>	<u>14,421</u>	<u>1,124,285</u>
於2018年12月31日							
成本	797,335	11,469	584,844	136,771	28,209	14,421	1,573,049
累計折舊	<u>(78,840)</u>	<u>(11,072)</u>	<u>(269,013)</u>	<u>(73,435)</u>	<u>(16,404)</u>	<u>–</u>	<u>(448,764)</u>
賬面淨值	<u>718,495</u>	<u>397</u>	<u>315,831</u>	<u>63,336</u>	<u>11,805</u>	<u>14,421</u>	<u>1,124,285</u>

	樓宇	租賃 物業裝修	廠房 及機器	傢俱、 固定裝置 及設備	汽車	在建工程	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
截至2019年							
12月31日止年度							
年初賬面淨值	718,495	397	315,831	63,336	11,805	14,421	1,124,285
添置	456	–	9,895	11,873	4,719	207,787	234,730
出售	(376)	–	(6,187)	(3,780)	(322)	–	(10,665)
轉撥	18,444	–	37,106	3,536	–	(59,086)	–
折舊	(18,215)	(393)	(64,017)	(17,486)	(2,563)	–	(102,674)
匯兌差額	(15,396)	(4)	(13,759)	(3,270)	(207)	(1,949)	(34,585)
年末賬面淨值	<u>703,408</u>	<u>–</u>	<u>278,869</u>	<u>54,209</u>	<u>13,432</u>	<u>161,173</u>	<u>1,211,091</u>
於2019年12月31日							
成本	798,510	11,244	591,560	140,839	28,338	161,173	1,731,664
累計折舊	<u>(95,102)</u>	<u>(11,244)</u>	<u>(312,691)</u>	<u>(86,630)</u>	<u>(14,906)</u>	<u>–</u>	<u>(520,573)</u>
賬面淨值	<u>703,408</u>	<u>–</u>	<u>278,869</u>	<u>54,209</u>	<u>13,432</u>	<u>161,173</u>	<u>1,211,091</u>
<i>(未經審計)</i>							
截至2019年6月30日							
止六個月							
期初賬面淨值	718,495	397	315,831	63,336	11,805	14,421	1,124,285
添置	–	–	1,279	5,680	2,356	78,788	88,103
出售	–	–	(649)	(67)	(266)	–	(982)
轉撥	15,703	–	18,618	856	–	(35,177)	–
折舊	(9,200)	(200)	(33,394)	(8,825)	(1,466)	–	(53,085)
匯兌差額	(9,647)	(4)	(6,077)	(534)	(37)	(141)	(16,440)
期末賬面淨值	<u>715,351</u>	<u>193</u>	<u>295,608</u>	<u>60,446</u>	<u>12,392</u>	<u>57,891</u>	<u>1,141,881</u>
於2019年6月30日							
成本	803,072	11,425	588,770	141,576	26,325	57,891	1,629,059
累計折舊	<u>(87,721)</u>	<u>(11,232)</u>	<u>(293,162)</u>	<u>(81,130)</u>	<u>(13,933)</u>	<u>–</u>	<u>(487,178)</u>
賬面淨值	<u>715,351</u>	<u>193</u>	<u>295,608</u>	<u>60,446</u>	<u>12,392</u>	<u>57,891</u>	<u>1,141,881</u>
截至2020年6月30日							
止六個月							
期初賬面淨值	703,408	–	278,869	54,209	13,432	161,173	1,211,091
添置	–	–	3,244	3,760	–	74,867	81,871

	樓宇	租賃 物業裝修	廠房 及機器	傢俱、 固定裝置 及設備	汽車	在建工程	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
出售	-	-	(99)	(625)	-	-	(724)
轉撥	114,912	-	27,243	12,226	-	(154,381)	-
折舊	(8,676)	-	(30,747)	(11,285)	(1,413)	-	(52,121)
匯兌差額	(14,862)	-	(9,370)	(1,111)	(464)	(2,332)	(28,139)
期末賬面淨值	<u>794,782</u>	<u>-</u>	<u>269,140</u>	<u>57,174</u>	<u>11,555</u>	<u>79,327</u>	<u>1,211,978</u>
於2020年6月30日							
成本	896,652	11,244	604,060	152,359	27,661	79,327	1,771,303
累計折舊	(101,870)	(11,244)	(334,920)	(95,185)	(16,106)	-	(559,325)
賬面淨值	<u>794,782</u>	<u>-</u>	<u>269,140</u>	<u>57,174</u>	<u>11,555</u>	<u>79,327</u>	<u>1,211,978</u>

附註：於2017年、2018年及2019年12月31日，賬面值分別為240,190,000港元、226,318,000港元及202,771,000港元的樓宇已抵押予銀行以獲取銀行借款(附註27)。於2020年6月30日並無向銀行抵押任何樓宇。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，貴集團合資格資產的資本化借款成本分別為2,825,000港元、3,752,000港元、5,056,000港元、1,876,000港元及2,788,000港元(附註9)。截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月的借款成本分別按一般借款的加權平均利率1.3%、5.9%、6.2%、3.2%及2.9%資本化。

已於綜合全面收入表內扣除的折舊開支如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
銷售成本	65,587	71,361	65,807	34,115	31,410
銷售及分銷開支	2,153	2,154	1,830	936	912
一般及行政開支	27,177	34,852	35,037	18,034	19,799
	<u>94,917</u>	<u>108,367</u>	<u>102,674</u>	<u>53,085</u>	<u>52,121</u>

16 租賃

(a) 使用權資產

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
土地使用權	341,072	319,236	356,380	348,582
租賃樓宇	63,830	51,557	59,609	58,069
	<u>404,902</u>	<u>370,793</u>	<u>415,989</u>	<u>406,651</u>

土地使用權指 貴集團於中國境內土地使用權的權益的預付經營租賃付款，該等土地使用權於50年內按租約持有。於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，總賬面值分別為106,169,000港元、163,317,000港元、220,128,000港元及154,110,000港元的土地使用權已抵押予銀行以獲取銀行借款(附註27)。

貴集團租賃物業主要指租期介乎2至6年的租賃安排項下的辦公室及銷售人員培訓場地。

(b) 已於綜合全面收入表內扣除的使用權資產折舊開支如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
銷售及分銷開支	17,012	18,834	19,551	9,801	9,018
一般及行政開支	18,089	24,997	16,472	8,426	11,909
	<u>35,101</u>	<u>43,831</u>	<u>36,023</u>	<u>18,227</u>	<u>20,927</u>

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
土地使用權	8,745	14,918	6,262	3,410	3,927
租賃樓宇	26,356	28,913	29,761	14,817	17,000
	<u>35,101</u>	<u>43,831</u>	<u>36,023</u>	<u>18,227</u>	<u>20,927</u>

(c) 租賃負債

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月租賃的現金流出總額分別為50,991,000港元、58,624,000港元、56,995,000港元、28,285,000港元及29,745,000港元。

租賃負債的到期分析如下表所示：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
租賃負債的現值如下：				千港元
1年內	25,534	24,021	26,325	30,781
遲於1年但不遲於2年	18,826	14,290	19,792	20,576
遲於2年但不遲於5年	20,191	13,603	13,299	6,826
5年以上	—	1,022	733	607
	<u>64,551</u>	<u>52,936</u>	<u>60,149</u>	<u>58,790</u>

17 存貨

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
原材料	135,872	129,526	128,721	135,988
在製品	2,311	1,280	830	497
製成品	<u>463,400</u>	<u>456,073</u>	<u>246,206</u>	<u>308,534</u>
存貨 — 總額	601,583	586,879	375,757	445,019
減值撥備	<u>(33,605)</u>	—	—	—
存貨 — 淨額	<u>567,978</u>	<u>586,879</u>	<u>375,757</u>	<u>445,019</u>

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，確認為銷售成本的存貨成本分別約為2,357,618,000港元、2,619,510,000港元、2,278,288,000港元、935,978,000港元及756,142,000港元。

截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2019年及2020年6月30日止六個月，分別撇銷約38,347,000港元、25,329,000港元、零、零及4,962,000港元的存貨。

18 貿易應收款項及應收票據

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
貿易應收款項	940,768	1,142,442	1,724,707	1,137,705
應收票據	3,948	10,420	37,131	3,589
貿易應收款項及應收票據	944,716	1,152,862	1,761,838	1,141,294
減：虧損撥備	(16,073)	(9,922)	(11,789)	(18,248)
貿易應收款項及應收票據淨額	<u>928,643</u>	<u>1,142,940</u>	<u>1,750,049</u>	<u>1,123,046</u>

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貴集團貿易應收款項及應收票據的賬面值以人民幣計值且與其公允價值相若。

於往績記錄期間，向批發客戶作出的銷售一般由已收客戶預付款支付。餘下結餘一般以見票即付信用證進行。

應收票據的平均到期日為少於兩個月。

貴集團向其客戶批准的信貸期最多為90日。貿易應收款項及應收票據基於發票日期的賬齡分析如下：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
0至30日	922,832	769,953	1,124,774	275,262
31至60日	2,839	272,780	298,211	441,209
61至180日	4,608	107,029	326,521	216,526
180日以上	14,437	3,100	12,332	208,297
	<u>944,716</u>	<u>1,152,862</u>	<u>1,761,838</u>	<u>1,141,294</u>

於2020年6月30日，賬齡超過180天的貿易應收款項53,525,000港元與新型冠狀病毒銷售退貨(附註5)有關，因為相關產品尚未退還予貴集團。該等結餘將在收到相關產品時由貴集團終止確認。

有關貴集團信貸風險及貿易應收款項及應收票據減值的資料載於附註3.1(c)。

貿易應收款項減值撥備的變動如下：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
於1月1日	–	16,073	9,922	11,789
於綜合損益扣除的減值撥備	16,073	2,983	1,867	6,459
於綜合損益確認的減值撥備撥回	–	(9,134)	–	–
於年／期末	<u>16,073</u>	<u>9,922</u>	<u>11,789</u>	<u>18,248</u>

貿易應收款項及應收票據減值撥備的計提及撥回已計入綜合全面收入表。於撥備賬扣除的金額一般在預期不能收回金額時撇銷。

19 預付款項、按金及其他應收款項

貴集團

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
非流動				
收購物業、廠房及設備的預付款項	<u>245,211</u>	<u>160,248</u>	<u>59,421</u>	<u>58,648</u>
流動				
廣告及推廣開支的預付款項	202,711	125,577	88,132	104,677
原材料及運輸的預付款項	78,990	61,113	14,024	16,246
上市開支預付款項	–	–	–	103
遞延上市開支	–	–	–	4,045
按金	22,446	18,558	31,903	34,387
可收回增值稅	17,860	16,481	35,531	53,991
向員工墊款	3,970	679	1,206	893
應收付款中介機構款項 ^(附註)	7,721	6,863	100,101	14,611
已退還貨品的權利(附註26)	–	–	–	12,760
其他	<u>20,338</u>	<u>6,547</u>	<u>11,822</u>	<u>19,226</u>
	<u>354,036</u>	<u>235,818</u>	<u>282,719</u>	<u>260,939</u>

附註：應收付款中介機構款項指支付寶及微信支付代表貴集團就線上平台銷售收取的銷售金額。

遞延上市開支將待 貴集團上市後從權益中扣除。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，預付款項、按金及其他應收款項的賬面值以人民幣計值且與其公允價值相若。

貴公司

於2020年6月30日，遞延上市開支及上市開支預付款項分別約為4,045,000港元及103,000港元。

20 現金及現金等價物以及受限制現金

	於12月31日			於
				6月30日
	2017年	2018年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元
銀行現金	547,396	467,918	689,998	753,424
手頭現金	40	49	66	18
受限制現金 ^(附註)	2,863	19,120	25,890	18,085
	<u>550,299</u>	<u>487,087</u>	<u>715,954</u>	<u>771,527</u>

附註：於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貴集團受限制現金以人民幣計值並存放於銀行，以獲取一家在線支付平台的使用權及若干銀行借款(附註27)。

現金及現金等價物的信貸評級乃經參考外部信貸評級(如有)或有關對手方拖欠比率的過往資料而評估。現有對手方並無拖欠記錄。

人民幣並非國際市場上的自由兌換貨幣，其匯率由中國人民銀行釐定。將人民幣轉換為外幣以及將人民幣匯出中國須遵守中國政府所頒佈的外匯管制規則及法規。

21 股本

	股份數目	股本
法定普通股：		
於2017年1月1日、2017年、2018年及 2019年12月31日以及2020年6月30日	<u>38,000,000</u>	<u>380,000港元</u>
已發行及繳足普通股：		
於2017年1月1日、2017年、2018年及 2019年12月31日以及2020年6月30日	<u>10,000</u>	<u>100港元</u>

22 儲備

	法定盈餘 儲備	保留盈利	匯兌換算 儲備	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元
於2017年1月1日	162,676	1,130,000	(99,039)	1,193,637
年內溢利	–	86,159	–	86,159
轉撥	7,090	(7,090)	–	–
匯兌差額	–	–	89,044	89,044
於2017年12月31日	<u>169,766</u>	<u>1,209,069</u>	<u>(9,995)</u>	<u>1,368,840</u>
於2018年1月1日	169,766	1,209,069	(9,995)	1,368,840
年內溢利	–	553,985	–	553,985
轉撥	13,913	(13,913)	–	–
匯兌差額	–	–	(65,042)	(65,042)
於2018年12月31日	<u>183,679</u>	<u>1,749,141</u>	<u>(75,037)</u>	<u>1,857,783</u>
於2019年1月1日	183,679	1,749,141	(75,037)	1,857,783
年內溢利	–	1,079,617	–	1,079,617
轉撥	24,532	(24,532)	–	–
匯兌差額	–	–	(74,321)	(74,321)
於2019年12月31日	<u>208,211</u>	<u>2,804,226</u>	<u>(149,358)</u>	<u>2,863,079</u>
(未經審計)				
於2019年1月1日	183,679	1,749,141	(75,037)	1,857,783
期內溢利	–	217,956	–	217,956
轉撥	9,074	(9,074)	–	–
匯兌差額	–	–	(29,206)	(29,206)
於2019年6月30日	<u>192,753</u>	<u>1,958,023</u>	<u>(104,243)</u>	<u>2,046,533</u>
於2020年1月1日	208,211	2,804,226	(149,358)	2,863,079
期內溢利	–	302,193	–	302,193
轉撥	9,642	(9,642)	–	–
已宣派及派付股息	–	(36,664)	–	(36,664)
匯兌差額	–	–	(49,600)	(49,600)
於2020年6月30日	<u>217,853</u>	<u>3,060,113</u>	<u>(198,958)</u>	<u>3,079,008</u>

法定儲備指法定盈餘儲備及法定公益金。中國附屬公司將其法定財務報表中報告的純利(抵銷任何過往年度的虧損後)的10%撥入法定盈餘儲備，直至該等儲備達到其註冊資本的50%為止。法定盈餘儲備不可分派予股東。該等儲備乃由相關中國附屬公司的董事會根據中國相關法律法規釐定用於抵銷累計虧損或增加資本。

23 遞延政府補助

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
於1月1日	23,964	68,192	63,670	61,843
添置	43,137	—	—	—
攤銷	(583)	(1,420)	(1,340)	(797)
匯兌差額	1,674	(3,102)	(487)	(1,064)
於12月31日	<u>68,192</u>	<u>63,670</u>	<u>61,843</u>	<u>59,982</u>

遞延政府補助指就 貴集團收購土地使用權自中國政府獲得的補助。

24 遞延所得稅

當有法定可強制執行權利將即期所得稅資產與即期所得稅負債抵銷，且遞延所得稅涉及同一財政機關，則可將遞延所得稅資產與負債互相抵銷。

綜合資產負債表所示結餘(經適當抵銷後)如下：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
遞延所得稅資產	113,724	79,270	76,540	91,074
遞延所得稅負債	(12,531)	(22,707)	(98,698)	(119,959)
遞延所得稅資產/(負債)淨值	<u>101,193</u>	<u>56,563</u>	<u>(22,158)</u>	<u>(28,885)</u>

遞延所得稅資產／(負債)淨值的變動如下：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
於1月1日	92,668	101,193	56,563	(22,158)
於綜合損益內扣除(附註10)	(1,072)	(44,180)	(82,142)	(16,142)
已付預扣稅	5,473	2,078	3,254	8,375
匯兌差額	4,124	(2,528)	167	1,040
於12月31日	<u>101,193</u>	<u>56,563</u>	<u>(22,158)</u>	<u>(28,885)</u>

於往績記錄期間，遞延所得稅資產及負債的變動（未計及同一稅務司法權區的結餘抵銷）如下：

遞延所得稅負債

	中國實體的 未匯出盈利	加速折舊	總計
	千港元	千港元	千港元
於2017年1月1日	(12,240)	(14,294)	(26,534)
於綜合損益內扣除	(2,545)	(676)	(3,221)
已付預扣稅	5,473	–	5,473
匯兌差額	(751)	(789)	(1,540)
於2017年12月31日	<u>(10,063)</u>	<u>(15,759)</u>	<u>(25,822)</u>
於2018年1月1日	(10,063)	(15,759)	(25,822)
於綜合損益內扣除	(11,736)	(1,393)	(13,129)
已付預扣稅	2,078	–	2,078
匯兌差額	570	744	1,314
於2018年12月31日	<u>(19,151)</u>	<u>(16,408)</u>	<u>(35,559)</u>
於2019年1月1日	(19,151)	(16,408)	(35,559)
於綜合損益內扣除	(76,539)	(10,755)	(87,294)
已付預扣稅	3,254	–	3,254
匯兌差額	1,220	478	1,698
於2019年12月31日	<u>(91,216)</u>	<u>(26,685)</u>	<u>(117,901)</u>
於2020年1月1日	(91,216)	(26,685)	(117,901)
於綜合損益內扣除	(23,050)	(9,319)	(32,369)
已付預扣稅	8,375	–	8,375
匯兌差額	1,909	607	2,516
於2020年6月30日	<u>(103,982)</u>	<u>(35,397)</u>	<u>(139,379)</u>

遞延所得稅資產

	應計開支 及其他	減速折舊	未申索 廣告開支	未變現 溢利	租賃負債	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於2017年1月1日	39,987	–	32,880	39,130	7,205	119,202
於綜合損益計入／(扣除)	6,929	704	2,521	(15,939)	7,934	2,149
匯兌差額	2,683	(211)	2,397	–	795	5,664
於2017年12月31日	<u>49,599</u>	<u>493</u>	<u>37,798</u>	<u>23,191</u>	<u>15,934</u>	<u>127,015</u>
於2018年1月1日	49,599	493	37,798	23,191	15,934	127,015
於綜合損益(扣除)／計入	(39,036)	(493)	8,771	1,779	(2,072)	(31,051)
匯兌差額	(1,220)	–	(1,940)	–	(682)	(3,842)
於2018年12月31日	<u>9,343</u>	<u>–</u>	<u>44,629</u>	<u>24,970</u>	<u>13,180</u>	<u>92,122</u>
於2019年1月1日	9,343	–	44,629	24,970	13,180	92,122
於綜合損益計入／(扣除)	8	–	4,908	(1,309)	1,545	5,152
匯兌差額	(197)	–	(1,029)	–	(305)	(1,531)
於2019年12月31日	<u>9,154</u>	<u>–</u>	<u>48,508</u>	<u>23,661</u>	<u>14,420</u>	<u>95,743</u>
於2020年1月1日	9,154	–	48,508	23,661	14,420	95,743
於綜合損益(扣除)／計入	28,777	–	(19,481)	7,028	(97)	16,227
匯兌差額	(450)	–	(748)	–	(278)	(1,476)
於2020年6月30日	<u>37,481</u>	<u>–</u>	<u>28,279</u>	<u>30,689</u>	<u>14,045</u>	<u>110,494</u>

於2017年及2018年12月31日，並未就若干中國附屬公司合共519,839,000港元及626,536,000港元的未匯出盈利的應付預扣稅項確認遞延所得稅負債約25,992,000港元及

31,327,000港元，因為 貴公司控制該等附屬公司的股息政策且該等附屬公司不大可能於可預見的未來分派該等盈利。

倘可能通過未來應課稅溢利變現相關稅務利益，則就結轉的稅項虧損確認遞延所得稅資產。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日， 貴集團並未就 貴集團中國附屬公司產生的虧損約277,870,000港元、14,221,000港元、19,800,000港元及24,956,000港元確認遞延所得稅資產約68,995,000港元、3,555,000港元、4,950,000港元及6,239,000港元，該等虧損可結轉一至五年，以抵銷未來應課稅收入。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日， 貴集團並未就 貴集團香港附屬公司產生的虧損約164,000港元、341,000港元、514,000港元及613,000港元確認遞延所得稅資產約27,000港元、56,000港元、85,000港元及101,000港元，該等虧損可用於抵銷未來收入且無屆滿日期。

25 貿易應付款項及應付票據

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年 千港元
貿易應付款項	764,049	664,721	511,922	349,276
應付票據	167,894	—	—	—
貿易應付款項及應付票據	<u>931,943</u>	<u>664,721</u>	<u>511,922</u>	<u>349,276</u>

貿易應付款項的信貸期通常介乎30至90日。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貿易應付款項的賬面值以人民幣計值且與其公允價值相若。

貿易應付款項及應付票據基於發票日期的賬齡分析如下：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
				千港元
3個月內	921,112	653,779	510,654	348,503
3至6個月	9,043	5,098	1,268	—
6個月至1年	1,788	5,844	—	773
	<u>931,943</u>	<u>664,721</u>	<u>511,922</u>	<u>349,276</u>

26 應計費用及其他應付款項

貴集團

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
				千港元
物流公司按金	126,298	9,147	9,199	7,293
應計薪金及工資	162,506	188,231	215,787	132,199
應計廣告及推廣開支	19,492	15,518	29,267	14,424
應計上市開支	—	—	—	25,073
資本開支應付款項	24,045	70,858	63,738	30,937
增值稅及其他應付稅項	220,776	145,740	225,329	118,775
應付運輸成本	172,515	150,200	164,384	110,301
退款負債(附註)	—	—	—	53,525
其他	81,945	23,301	39,167	59,500
	<u>807,577</u>	<u>602,995</u>	<u>746,871</u>	<u>552,027</u>

附註：誠如附註18所述，貴集團於2020年6月30日尚未收到53,525,000港元與新型冠狀病毒銷售退貨有關的相關產品。因此，貴集團就該新型冠狀病毒銷售退貨確認退款負債53,525,000港元，即在相關產品退回時貴集團預期有權收到的代價金額。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，應計費用及其他應付款項的賬面值主要以人民幣計值且與其公允價值相若。

貴公司

於2020年6月30日，貴公司的應計費用及其他應付款項指應計上市開支。

27 借款

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年 千港元
流動				
銀行借款，有抵押	812,992	662,628	206,529	74,386
非流動				
銀行借款，有抵押	185,263	211,182	207,396	73,548
	<u>998,255</u>	<u>873,810</u>	<u>413,925</u>	<u>147,934</u>
借款的償還時間如下：				
— 1年內	812,992	662,628	206,529	74,386
— 2至5年	185,263	211,182	207,396	73,548
	<u>998,255</u>	<u>873,810</u>	<u>413,925</u>	<u>147,934</u>

貴集團借款以下列貨幣計值：

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年 千港元
人民幣	972,303	873,810	413,925	147,934
美元	25,952	—	—	—
	<u>998,255</u>	<u>873,810</u>	<u>413,925</u>	<u>147,934</u>

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，銀行借款的實際年利率分別為4.6%、5.0%、4.6%及4.3%。

銀行借款由貴公司及其若干附屬公司提供的公司擔保、樓宇(附註15)、銀行存款(附註20)及土地使用權(附註16)作抵押。

借款的賬面值與其公允價值相若。

貴集團於往績記錄期間已遵守其借款融通的財務契諾。

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貴集團的未提用借款融通分別為329,000,000港元、1,077,000,000港元、1,739,000,000港元及1,659,000,000港元。

28 綜合現金流量表

(a) 除所得稅前溢利與經營所得現金淨額的對賬如下：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
除所得稅前溢利	113,230	701,915	1,475,241	328,803	428,805
就下列項目作出調整：					
— 利息收入	(3,126)	(6,218)	(5,652)	(2,154)	(4,136)
— 利息開支	47,123	53,455	32,188	20,328	4,703
— 物業、廠房及設備折舊	94,917	108,367	102,674	53,085	52,121
— 出售廠房及設備的虧損／(收益)淨額	1,057	—	(298)	(443)	293
— 出售物業的(收益)／虧損淨額	(152)	—	376	—	—
— 物業、廠房及設備撇銷	—	3,438	—	—	—
— 存貨減值虧損撥備／(撥回)	28,927	(33,605)	—	—	—
— 出售使用權資產的收益	(8,631)	—	—	—	—
— 提早終止租賃的虧損／(收益)	182	(42)	—	—	—
— 使用權資產折舊	35,101	43,831	36,023	18,227	20,927
— 無形資產攤銷	16,475	23,062	15,213	7,133	12,849
— 遞延政府補助攤銷	(583)	(1,420)	(1,340)	(670)	(797)
— 金融資產減值撥備／(撥回)淨額	16,073	(6,151)	1,867	(226)	6,459
營運資金變動前經營溢利	340,593	886,632	1,656,292	424,083	521,224
營運資金變動：					
— 存貨	280,440	(12,474)	200,512	141,704	(77,284)
— 貿易應收款項及應收票據	(54,165)	(256,895)	(641,013)	36,526	592,550
— 預付款項、按金及其他應收款項	(98,745)	104,337	(52,636)	11,358	16,539
— 貿易應付款項及應付票據	412,612	(229,649)	(149,818)	(321,968)	(154,252)
— 合約負債、應計費用及其他應付款項	(145,729)	(164,431)	144,898	(150,356)	(143,374)
— 應付關聯公司款項	1,563	(2,335)	(3,053)	(432)	(220)
經營活動所得現金淨額	<u>736,569</u>	<u>325,185</u>	<u>1,155,182</u>	<u>140,915</u>	<u>755,183</u>

(b) 於綜合現金流量表中，出售物業、廠房及設備所得款項包括：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
賬面淨值	22,753	-	10,665	982	724
出售廠房及設備的 (虧損)/收益 淨額(附註7)	(905)	-	(78)	443	(293)
出售廠房及 設備所得款項	<u>21,848</u>	<u>-</u>	<u>10,587</u>	<u>1,425</u>	<u>431</u>

(c) 於綜合現金流量表中，出售使用權資產所得款項包括：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
賬面淨值	24,611	-	-	-	-
出售使用權資產的 收益(附註6)	8,631	-	-	-	-
出售使用權資產 所得款項	<u>33,242</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>-</u>

(d) 融資活動產生的負債對賬如下：

	1年內 到期的 銀行借款	1年後 到期的 銀行借款	租賃負債	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元
於2017年1月1日	(988,721)	-	(29,463)	(1,018,184)
現金流出/(流入)	236,445	(178,744)	28,653	86,354
非現金項目：				
添置租賃	-	-	(62,103)	(62,103)
提早終止租賃	-	-	4,490	4,490
應計利息	-	-	(2,899)	(2,899)
匯兌差額	(60,716)	(6,519)	(3,229)	(70,464)

	1年內 到期的 銀行借款	1年後 到期的 銀行借款	租賃負債	總計
	千港元	千港元	千港元	千港元
於2017年12月31日	<u>(812,992)</u>	<u>(185,263)</u>	<u>(64,551)</u>	<u>(1,062,806)</u>
於2018年1月1日	(812,992)	(185,263)	(64,551)	(1,062,806)
現金流出／(流入)	115,641	(35,250)	31,492	111,883
非現金項目：				
添置租賃	—	—	(22,148)	(22,148)
提早終止租賃	—	—	2,836	2,836
應計利息	—	—	(3,331)	(3,331)
匯兌差額	<u>34,723</u>	<u>9,331</u>	<u>2,766</u>	<u>46,820</u>
於2018年12月31日	<u>(662,628)</u>	<u>(211,182)</u>	<u>(52,936)</u>	<u>(926,746)</u>
於2019年1月1日	(662,628)	(211,182)	(52,936)	(926,746)
現金流出／(流入)	446,552	(838)	33,812	479,526
非現金項目：				
添置租賃	—	—	(39,042)	(39,042)
應計利息	—	—	(3,234)	(3,234)
匯兌差額	<u>9,547</u>	<u>4,624</u>	<u>1,251</u>	<u>15,422</u>
於2019年12月31日	<u>(206,529)</u>	<u>(207,396)</u>	<u>(60,149)</u>	<u>(474,074)</u>
(未經審計)				
於2019年1月1日	(662,628)	(211,182)	(52,936)	(926,746)
現金流出／(流入)	102,161	(9,668)	17,329	109,822
非現金項目：				
添置租賃	—	—	(11,517)	(11,517)
應計利息	—	—	(1,527)	(1,527)
匯兌差額	<u>2,405</u>	<u>851</u>	<u>1,099</u>	<u>4,355</u>
於2019年6月30日	<u>(558,062)</u>	<u>(219,999)</u>	<u>(47,552)</u>	<u>(825,613)</u>
於2020年1月1日	(206,529)	(207,396)	(60,149)	(474,074)
現金流出	253,582	6,944	18,599	279,125
非現金項目：				
添置租賃	—	—	(16,609)	(16,609)
應計利息	—	—	(1,792)	(1,792)
其他變動	(124,174)	124,174	—	—
匯兌差額	<u>2,735</u>	<u>2,730</u>	<u>1,161</u>	<u>6,626</u>
於2020年6月30日	<u>(74,386)</u>	<u>(73,548)</u>	<u>(58,790)</u>	<u>(206,724)</u>

(e) 重大非現金交易：

除於租賃開始後添置使用權資產及租賃負債外，於往績記錄期間並無其他重大非現金交易。

29 關聯方交易**貴集團**

貴公司董事認為下列公司為 貴集團關聯方：

公司名稱	與 貴集團的關係
廣州市道明化學有限公司	羅秋平先生的父親羅文貴先生擁有的公司
廣州先基管理顧問有限公司	潘東女士擁有的公司
ZED Group Limited	最終控股公司
Aswann Ventures Limited	直接控股公司

除綜合財務報表其他地方所披露者外，下列交易乃與關聯方開展：

(a) 與關聯方的交易

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元	2020年 千港元
向下列關聯方購買 貨品及原材料： 廣州市道明化學 有限公司(附註i)	9,170	11,919	6,568	3,201	1,129
向下列關聯方支付 服務費： 廣州先基管理顧問 有限公司(附註ii)	1,756	2,150	1,177	645	-

附註：

- (i) 貨品乃於日常業務過程中按照雙方協定的相關協議的條款及價格購買。
- (ii) 向 貴集團提供的管理諮詢服務乃按照雙方協定的條款進行。

(b) 與關聯方的結餘

	於12月31日			於
	2017年	2018年	2019年	6月30日
	千港元	千港元	千港元	2020年
應付關聯公司款項 —				千港元
貿易性質				
廣州市道明化學有限公司	6,202	2,862	960	837
廣州先基管理顧問有限公司	578	1,325	116	—
	<u>6,780</u>	<u>4,187</u>	<u>1,076</u>	<u>837</u>

賬面值與其公允價值相若且以人民幣計值，為無抵押、免息及按要求償還。應付關聯公司貿易結餘指向關聯公司購買貨品及原材料及服務產生的貿易應付款項。

(c) 主要管理人員薪酬

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
薪金、花紅、津貼及其他福利	39,181	29,403	47,090	16,195	18,393
社會保障計劃供款	632	626	586	335	281
	<u>39,813</u>	<u>30,029</u>	<u>47,676</u>	<u>16,530</u>	<u>18,674</u>

貴公司

應付一間附屬公司的款項指一間附屬公司代表 貴公司於2020年6月30日支付的開支。

30 承擔

(a) 資本承擔

貴集團於結算日已訂約但尚未產生的資本開支如下：

	於12月31日			於6月30日	
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2019年 千港元 (未經審計)	2020年 千港元
收購物業、廠房及 設備以及 無形資產：					
— 已訂約但未撥備	<u>52,283</u>	<u>42,496</u>	<u>194,424</u>	<u>269,072</u>	<u>232,802</u>

(b) 作為承租人的經營租賃

於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貴集團已就貴集團作為承租人的不可撤銷租賃確認使用權資產，惟短期租賃除外。未於歷史財務資料確認的不可撤銷短期租賃項下未來最低租賃付款總額如下：

	於12月31日			於 6月30日
	2017年 千港元	2018年 千港元	2019年 千港元	2020年 千港元
樓宇				
— 不遲於1年	<u>10,757</u>	<u>7,107</u>	<u>6,671</u>	<u>3,223</u>

31 或然負債

除本報告其他地方所披露者外，於2017年、2018年及2019年12月31日以及2020年6月30日，貴集團及貴公司並無任何重大或然負債。

32 結算日後事項

- a. 於2020年9月23日，貴公司已採納首次公開發售前購股權計劃。於2020年9月23日，根據首次公開發售前購股權計劃，貴公司已向身為貴集團僱員(包括董事及貴公司高級管理團隊成員)的若干承授人授出合共61,651,000份購股權(即認購61,651,000股股份的權利)。

- b. 鑒於新型冠狀病毒大流行不斷發展變化的性質，貴集團將持續密切關注新型冠狀病毒的發展，同時評估其對貴集團財務狀況及經營業績的影響。
- c. 緊接上市前，貴公司將通過把股份溢價賬中49,999,900港元的進賬款項資本化的方式，按面值每股0.01港元配發及發行合共4,999,990,000股入賬列作繳足的股份。

III. 結算日後財務報表

貴公司或貴集團現時旗下任何成員公司概無就最後申報結算日(2020年6月30日)後及直至本報告日期的任何期間編製經審計財務報表。除本報告所披露者外，貴公司或貴集團現時旗下任何成員公司概無就2020年6月30日後任何期間宣派或作出其他股息或分派。

本附錄二中所載資料並不構成本招股章程附錄一所載本公司申報會計師羅兵咸永道會計師事務所(執業會計師)的會計師報告的一部分，有關資料載入本招股章程僅供說明用途。未經審計備考財務資料應與「財務資料」及「附錄一—會計師報告」章節一併閱讀。

A. 未經審計備考經調整綜合有形資產淨值報表

本集團下列未經審計備考經調整綜合有形資產淨值報表乃根據上市規則第4.29條編製，載於下文以說明全球發售對於2020年6月30日本公司擁有人應佔本集團有形資產淨值的影響，猶如全球發售已於2020年6月30日進行。

未經審計備考經調整綜合有形資產淨值報表僅為說明用途而編製，且因其假設性質使然，未必能真實反映於2020年6月30日或全球發售後的任何未來日期本集團的綜合有形資產淨值的狀況。

	於2020年 6月30日			於2020年 6月30日	
	本公司擁有人 應佔本集團 經審計綜合 有形資產淨值	已宣派 中期股息	全球發售估計 所得款項淨額	本公司擁有人 應佔未經審計 備考經調整 有形資產淨值	每股未經審計 備考經調整 綜合 有形資產淨值
	附註1 千港元	附註2 千港元	附註3 千港元	千港元	附註4 港元
按發售價每股股份 10.20港元計算	2,939,548	(2,300,000)	7,430,306	8,069,854	1.40
按發售價每股股份 13.16港元計算	2,939,548	(2,300,000)	9,597,401	10,236,949	1.78

附註：

- 於2020年6月30日本公司擁有人應佔經審計綜合有形資產淨值乃摘錄自「附錄一—會計師報告」一節，該報告乃根據於2020年6月30日本公司擁有人應佔本集團經審計綜合資產淨值約3,079,008,000港元，並就於2020年6月30日本公司擁有人應佔無形資產約139,460,000港元作出調整。
- 於2020年6月，本公司宣派中期股息2,300,000,000港元。有關股息須待全球發售於2021年12月31日或之前完成後，方告作實。僅供說明之用，倘中期股息於2020年6月30日以本金額2,300,000,000港元的新定期貸款結清，根據全球發售估計所得款項

- 淨額約8,513,854,000港元(按發售價每股股份11.68港元(即指示性發售價範圍的中位數)計算,不包括上市開支約21,448,000港元,有關金額已計入直至2020年6月30日止的綜合全面收入表),本集團於2020年6月30日的資本負債比率將為27.0%,乃以經調整負債總額(即於2020年6月30日的負債總額約206,724,000港元(見附錄一所載)及定期貸款2,300,000,000港元的總數)除以經調整權益總額(即於2020年6月30日的權益總額約3,079,008,000港元(見附錄一所載)及估計所得款項淨額約8,513,854,000港元的總數,減上述中期股息)計算。
3. 全球發售估計所得款項淨額乃按747,126,500股股份以及指示性發售價每股發售股份10.20港元及每股發售股份13.16港元(即指示性發售價範圍的下限至上限)計算,當中已扣除包銷費用及其他相關開支(不包括上市開支約21,448,000港元,有關金額已計入直至2020年6月30日止的綜合全面收入表),且並無計及因超額配股權獲行使而可能配發及發行的任何股份,或根據首次公開發售前購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份,或本公司根據一般授權及購回授權而可能授出以及發行或購回的股份。
 4. 每股未經審計備考經調整綜合有形資產淨值已作出上文各段所述的調整,且假設全球發售及資本化發行已於2020年6月30日完成而按合共5,747,126,500股已發行股份計算得出,惟並無計及(a)因超額配股權及根據首次公開發售前購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行;或(b)根據本招股章程「股本」一節所述授予董事發行或購回股份的一般授權而可能發行及購回的任何股份。
 5. 概無就反映本集團於2020年6月30日後訂立的任何交易結果或其他交易對未經審計備考經調整綜合有形資產淨值作出調整。

以下為羅兵咸永道會計師事務所(香港執業會計師)發出的報告全文，以供收錄於本招股章程內。



羅兵咸永道

獨立申報會計師就編製未經審計備考財務資料的鑒證報告

致藍月亮集團控股有限公司列位董事

本所已對藍月亮集團控股有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的未經審計備考財務資料(由 貴公司董事(「貴公司董事」)編製，並僅供說明用途)完成鑒證工作並作出報告。未經審計備考財務資料包括 貴公司就擬首次公開發售股份而於刊發日期為2020年12月4日的招股章程(「招股章程」)中第II-1至II-2頁內所載有關 貴集團於2020年6月30日的未經審計備考經調整綜合有形資產淨值報表以及相關附註(「未經審計備考財務資料」)。 貴公司董事用於編製未經審計備考財務資料的適用標準載於招股章程第II-1至II-2頁。

未經審計備考財務資料由 貴公司董事編製，以說明擬首次公開發售對 貴集團於2020年6月30日的財務狀況可能造成的影響，猶如擬首次公開發售於2020年6月30日已經發生。在此過程中， 貴公司董事從 貴集團截至2020年6月30日止六個月的財務資料中摘錄有關 貴集團財務狀況的資料，並已就上述財務資料刊發會計師報告。

貴公司董事對未經審計備考財務資料的責任

貴公司董事負責根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)第4.29段及參考香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈的會計指引第7號編製備考財務資料以載入投資通函內(「會計指引第7號」)，編製未經審計備考財務資料。

我們的獨立性和質量控制

我們遵守香港會計師公會頒佈的職業會計師道德守則中對獨立性及其他職業道德的要求，有關要求是基於誠信、客觀、專業勝任能力和應有的關注、保密及專業行為的基本原則而制定的。

本所應用香港會計師公會頒佈的香港質量控制準則第1號，因此保持一個全面的質量控制制度，包括制定與遵守職業道德要求、專業準則以及適用的法律及監管要求相關的政策和程序守則。

羅兵咸永道會計師事務所，香港中環太子大廈22樓
總機：+852 2289 8888，傳真：+852 2810 9888，www.pwchk.com

申報會計師的責任

本所的責任是根據上市規則第4.29(7)段的規定，對未經審計備考財務資料發表意見並向閣下報告。對於本所過往就用於編製未經審計備考財務資料的任何財務資料而發出的報告，除於報告發出日期向該等報告收件人承擔的責任外，本所概不承擔任何責任。

本所根據香港會計師公會頒佈的香港鑒證業務準則第3420號就編製招股章程內備考財務資料作出報告的鑒證業務執行我們的工作。該準則要求申報會計師計劃和實施程序以對貴公司董事是否根據上市規則第4.29段及參考香港會計師公會頒佈的會計指引第7號編製未經審計備考財務資料獲取合理保證。

就本業務而言，本所並無責任更新或重新出具任何在編製未經並審計備考財務資料時所使用的任何歷史財務資料的報告或意見，且在本業務過程中，我們無就編製未經審計備考財務資料時所使用的財務資料進行審計或審閱。

將未經審計備考財務資料包括在招股章程中，目的僅為說明某一重大事項或交易對該實體未經調整財務資料的影響，猶如該事項或交易已在為說明為目的而選擇的較早日期發生或進行。因此，我們不對擬首次公開發售於2020年6月30日的實際結果是否如同呈報一樣提供任何保證。

對於未經審計備考財務資料是否已按照適用標準適當地編製而進行的合理保證鑒證業務，涉及實施程序以評估董事用以編製未經審計備考財務資料的適用標準是否提供合理基準，以呈列該事項或交易直接造成的重大影響，並須就以下事項獲取充分適當的證據：

- 相關備考調整是否適當地按照該等標準編製；及
- 未經審計備考財務資料是否反映了已對未經調整財務資料作出適當調整。

所選定的程序取決於申報會計師的判斷，並考慮申報會計師對該公司性質的了解、與編製未經審計備考財務資料有關的事項或交易以及其他相關業務情況的了解。

本業務也包括評估未經審計備考財務資料的整體呈列方式。

我們相信，我們所獲取的證據能充足及適當地為我們的意見提供基礎。

本所的工作並非按照美國公認審計準則或其他準則及慣例，或美國公眾公司會計監察委員會(Public Company Accounting Oversight Board (United States))的審計準則或任何其他海外司法權區的任何專業機構的準則和慣例進行，故閣下不應假設我們已根據該等準則和慣例進行工作般依賴本報告。

意見

本所認為：

- (a) 未經審計備考財務資料已由 貴公司董事按照所述基準適當編製；
- (b) 該基準與 貴集團的會計政策一致；及
- (c) 就根據上市規則第4.29(1)段所披露的未經審計備考財務資料而言，該等調整是適當的。

羅兵咸永道會計師事務所

執業會計師

香港，2020年12月4日

與外商投資有關的法規

在中國設立、營運及管理公司受《中華人民共和國公司法》(「**公司法**」)規管，其由全國人大常委會於1993年12月29日頒佈，並於1994年7月1日生效，其最近於2018年10月26日修訂。根據公司法，公司一般分為兩類，即有限責任公司及股份有限公司。有限責任公司及股份有限公司均為企業法人，並須以其全部資產清償其債務。除任何其他法規另有訂明外，公司法亦適用於外商投資公司。

《中華人民共和國外商投資法》(「**外商投資法**」)於2019年3月15日由全國人民代表大會(「**全國人大**」)頒佈，並於2020年1月1日生效。作為規管中國外商投資的根本法律，外商投資法取代了《中華人民共和國中外合資經營企業法》、《中華人民共和國中外合作經營企業法》及《中華人民共和國外資企業法》。根據外商投資法，在外商投資法生效日期之前設立的外商投資企業可在五年內保持彼等的企業形式；「外國投資者」指外國的自然人、企業或其他組織；「外商投資企業」指全部或部分由外國投資者投資及依照中國法律成立的任何企業，「外商投資」指任何外國投資者於中國的直接或間接投資，包括：(1)單獨或與其他投資者共同在中國境內設立外商投資企業；(2)取得中國境內企業的股份、股權、財產份額或其他類似權益；(3)單獨或與其他投資者共同在中國境內投資新建項目；及(4)按法律、行政法規或中華人民共和國國務院(「**國務院**」)規定的其他方式作出的投資。

外商投資法規定，中國對外商投資實行准入前國民待遇加負面清單管理制度。外國投資者不得投資負面清單的禁止類產業，而對清單的限制類產業進行投資必須符合負面清單列明的規定。倘進入特定行業需要許可，則外國投資者必須申請有關許可，政府必須如對待內資企業一般同等對待申請，惟法律或法規另有規定者除外。此外，根據外商投資法，除特殊情況外，政府一般不會沒收外商投資，在這種情況下，政府將及時向外國投資者提供公平合理的補償。

《中華人民共和國外商投資法實施條例》(「**外商投資法實施條例**」)由國務院於2019年12月26日頒佈並於2020年1月1日生效，其取代了《中華人民共和國中外合資經營企業法實施條例》、《中外合資經營企業合營期限暫行規定》、《中華人民共和國外商投資企業法實施細則》及《中華人民共和國中外合作經營企業法實施細則》。外商投資法實施條例規定，外國投資者不得投資負面清單所禁止的任何行業，對限制行業進行投資的外國投資者須遵守限制進

入的特殊管理措施，如負面清單中規定的股權及高級管理人員的要求。此外，對國家安全有影響或可能有影響的外國投資，應接受國家安全審查。根據外商投資法實施條例，外國投資者或外商投資企業應通過企業登記系統及國家企業信用信息公示系統向商務主管部門報送投資信息。國務院商務主管部門及市場監管部門應當有效地確保相關業務系統的對接，並為外國投資者或外商投資企業報送投資信息提供指導。

《鼓勵外商投資產業目錄(2019年版)》(「目錄」)及《外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2019年版)》(「負面清單」)由國家發展和改革委員會及商務部於2019年6月30日共同頒佈並於2019年7月30日實施。目錄及負面清單詳細規定了與鼓勵外商投資產業、限制外商投資產業及禁止外商投資產業有關的進入領域。未列入目錄或負面清單的任何行業都是所允許的行業。根據目錄及負面清單，日用化學品的生產及銷售業務、紡織品和毛皮製品的清潔為允許外商投資的行業。

與外國投資者併購境內企業有關的法規

根據併購規定，外國投資者併購境內企業指：

- 外國投資者購買境內非外商投資企業(境內公司)股東的股權或認購境內公司的新增股本，使該境內公司變更為外商投資企業(此被定義為「股權併購」)；或
- 外國投資者設立外商投資企業，並透過該企業訂立協議購買境內企業的資產且運營該資產；或
- 外國投資者透過協議購買境內企業資產，並以該資產設立外商投資企業運營該資產(此被定義為「資產併購」)。

根據併購規則，自2006年起，外國投資者併購境內企業須獲商務部或其省級審批機關批准。任何境內公司、企業或自然人以其在境外合法設立或控制的公司名義，併購與其有關聯關係的境內公司，應向商務部提出併購申請，以供審批。有關人士不得通過外商投資企業的境內投資或其他方式逃避上述要求。

與外匯有關的法規

有關外匯的一般管理規定

根據國務院於1996年1月29日頒佈、於1996年4月1日生效及於2008年8月5日作最近修訂的《中華人民共和國外匯管理條例(2008年修訂)》，人民幣可就貿易相關收支、支付利息及股息等經常項目轉換為其他貨幣。經常項目下的外匯收入，可根據中國有關規定予以保留或出售予經營結匯和售匯業務的金融機構。如將人民幣兌換為其他貨幣及就資本項目(如直接股權投資、貸款和投資匯回)將所兌換外幣匯出中國，須取得國家外匯管理局或其地方分支機構事先批准。於中國進行的交易必須以人民幣支付款項。中國公司可調回由外地所得的外幣款項，或在外地保留有關款項。外資企業可根據國家外匯管理局或其地方分支機構所設的上限，保留於指定外匯銀行賬戶內經常項目下的外匯。

根據國家外匯管理局於2012年11月19日頒佈、於2012年12月17日生效及於2019年12月30日最近修訂的《國家外匯管理局關於進一步改進和調整直接投資外匯管理政策的通知》(「**國家外匯管理局59號文**」)，取消直接投資項下外匯賬戶開立及存款或直接投資項下境內外匯劃轉的核准。國家外匯管理局59號文亦簡化了外資企業的驗資和確認手續以及外國投資者收購中方股權的外匯登記手續，並進一步完善外資企業外匯資金的結匯管理。

鑒於國家外匯管理局於2015年2月13日頒佈、於2015年6月1日生效及於2019年12月30日最近修訂的《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》(「**國家外匯管理局13號文**」)，為提高外匯管理效率，國家外匯管理局取消境內直接投資和境外直接投資的外匯登記行政審批。此外，國家外匯管理局13號文簡化外匯登記程序，投資者可到銀行辦理境內直接投資和境外直接投資的外匯登記。

國家外匯管理局於2015年3月30日頒佈、於2015年6月1日生效及於2019年12月30日最近修訂的《國家外匯管理局關於改革外商投資企業外匯資本金結匯管理方式的通知》(「**國家外匯管理局19號文**」)，採用了外匯意願結匯方式。外商投資企業外匯資本金意願結匯指外商投資企業資本項目中經外匯機關辦理貨幣出資權益確認(或經銀行辦理貨幣出資入賬登記)

的外匯資本可根據企業的實際經營需要在銀行辦理結匯。外商投資企業外匯資本金意願結匯比例暫定為100%。國家外匯管理局可根據國際收支形勢適時對上述比例進行調整。

國家外匯管理局於2016年6月9日頒佈《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》(「**國家外匯管理局16號文**」)並生效。根據國家外匯管理局16號文，於中國註冊的企業的外債資金均可按照意願結匯方式辦理結匯手續。國家外匯管理局16號文規定，資本項目外匯收入意願結匯綜合準則(包括但不限於外匯資本金、外債資金和境外上市調回資金)，對所有在中國註冊的企業均適用。國家外匯管理局16號文強調，一間公司的資本項目其結匯所得人民幣資金的使用，不得直接或間接用於企業經營範圍之外或中國法律法規禁止的支出；除另有明確規定外，不得直接或間接用於證券投資或除銀行保本型產品之外的其他投資理財；此外，結匯所得人民幣不得用於向非關聯企業發放貸款，經營範圍明確許可的情形除外；或用於建設、購買非自用房地產(房地產企業除外)。

於2017年1月26日，國家外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於進一步推進外匯管理改革完善真實合規性審核的通知》(「**國家外匯管理局3號文**」)，規定有關境內實體向境外實體匯出利潤的數項資本管制措施，包括(i)當銀行為境內機構處理的匯出利潤超過50,000美元時，根據真實交易原則，銀行應查閱有關利潤分配的董事會決議、稅務申報記錄和經審計的財務報表的正本；及(ii)境內實體應在利潤匯出前補回過往數年的虧損。此外，根據國家外匯管理局3號文，境內實體應當對資金來源和使用安排作出詳細說明，並於完成境外投資登記手續時提供董事會決議、合同和其他證明。

於2019年10月23日，國家外匯管理局頒佈《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》(「**國家外匯管理局28號文**」)，取消非投資性外商投資企業對資本金境內股權投資的限制。根據國家外匯管理局28號文，在投資性外商投資企業(包括外商投資性公司、外商投資創業投資企業和外商投資股權投資企業)可依法依規以資本金開展境內股權投資的基礎上，允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施(負面清單)且境內所投項目真實、合規的前提下，依法以資本金進行境內股權投資。

與境外投資有關的法規

根據國家外匯管理局37號文，境內居民向特殊目的公司(「**特殊目的公司**」)注入境內及境外合法資產或權益前，必須向外匯辦事處申請辦理境外投資的外匯登記手續。此外，倘

境外特殊目的公司發生個人股東、名稱或經營期限等基本信息變更，或發生個人增資、減資、股權轉讓或置換、合併或分立等重要事項變更後，境內居民應到外匯局辦理境外投資外匯變更登記手續。完成境外融資後，如所募集資金被調回中國境內使用，特殊目的公司應遵守中國對境外投資和外債管理的相關規定。未能遵守國家外匯管理局37號文規定的登記程序可能會遭受處罰。

國家外匯管理局13號文已進一步修訂國家外匯管理局37號文，規定境內居民於設立或控制旨在進行海外投資或融資而設立的境外實體時，須向合資格銀行(而非國家外匯管理局或其地方分局)辦理登記。

根據購股權規則，參與境外公開上市公司股份獎勵計劃的中國居民或居於中國的持續期限不少於一年(少數例外除外)的非中國居民須透過該境外公開上市公司的中國代理人或中國附屬公司向國家外匯管理局或其所在地分局進行登記並完成若干其他手續。該等參與者亦須委託一家境外機構，處理有關購股權行使、相關股票買賣或權益及資金轉讓等事宜。此外，倘股份獎勵計劃、中國代理或境外委託機構發生任何重大變動或出現其他重大變動，中國代理須就股份獎勵計劃向國家外匯管理局辦理登記變更手續。中國代理機構須代表有權行使僱員購股權的中國居民，就中國居民行使僱員購股權有關的外幣支付向國家外匯管理局或其地方分局申請年度付匯額度。中國居民自根據股權激勵計劃出售股份而收取的外匯收入及境外上市公司派發的股息，須於派發至該等中國居民前匯至中國代理機構於中國開立的銀行賬戶。根據國家稅務總局於2009年8月24日頒佈並生效的《國家稅務總局關於股權激勵有關個人所得稅問題的通知》，上市公司及其境內組織應當按照「工資及薪金收入」及股票期權收入的個人所得稅計稅方法，依法扣繳該收入的個人所得稅。

與稅項有關的法規

企業所得稅

根據全國人大於2007年3月16日頒佈、於2008年1月1日生效並由全國人大常委會於2018年12月29日作最近修訂的企業所得稅法，以及國務院於2007年12月6日頒佈、於2008年1月1日生效及於2019年4月23日最近修訂的《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(「**實施條例**」)，納稅人分為居民企業及非居民企業。居民企業定義為根據中國法律於中國成立或根據外國法律成立但其實際或實質管理機構在中國境內的企業。非居民企業定義為根據外國法律成立且實際管理機構不在中國境內，但其於中國設立機構或場所，或並無設立該等機構或場所，但於中國境內產生收入的企業。根據企業所得稅法及《實施條例》，企業適用的

統一所得稅稅率為25%。然而，倘非居民企業並未在中國設立永久機構或場所，或者雖於中國設立永久機構或場所但於中國取得的相關收入與其所設機構或場所沒有實際聯繫，則企業所得稅須根據其來自中國的收入，按10%稅率繳納。國家需要重點扶持的高新技術企業，減按15%的稅率徵收企業所得稅。

根據科學技術部、財政部(「**財政部**」)及國家稅務總局頒佈並於2008年1月1日生效及於2016年1月29日修訂的《高新技術企業認定管理辦法》，高新技術企業資格證書有效期為三年。企業獲得高新技術企業資格後，應在「高新技術企業認定管理工作網」填報並提交上一年度知識產權、科技人員、研發費用、經營收入等年度發展情況報表。倘若一家高新技術企業更名或者發生與認證條件有關的重大變化(例如分立、合併，重組及業務經營變更等)，企業應當在三個月內向認證機構報告。經發證機關審查符合發證條件的，企業作為高新技術企業的資格保持不變；企業更名的，應當補發證明證書，其數量及有效期保持不變；或倘不符合認證條件的，企業從更名或者條件發生變化之年度起，不再具有高新技術企業資格。

根據國家稅務總局及香港特別行政區政府頒佈並於2006年8月21日生效的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》(「**避免雙重徵稅安排**」)及其他適用的中國法律，倘香港居民企業被中國稅務主管部門認定為符合該避免雙重徵稅安排及其他適用法律的相關條件及規定，於接獲稅務主管部門批准後，香港居民企業自中國居民企業取得的股息適用的預扣稅稅率可由10%減至5%。然而，根據國家稅務總局於2009年2月20日發佈的《關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》(「**第81號通知**」)，倘相關中國稅務機關酌情認定公司因以獲取優惠的稅收地位為主要目的的交易或安排而享有所得稅稅率減免，則該等中國稅務機關可調整優惠稅收待遇。

根據國家稅務總局頒佈並於2011年1月1日生效的《國家稅務總局關於深入實施西部大開發戰略有關企業所得稅問題的公告》，自2011年1月1日至2020年12月31日期間，對設在西部地區以《西部地區鼓勵類產業目錄》中規定的產業項目為主營業務，且其當年度主營業務收入佔企業收入總額70%以上的企業，經企業申請，主管稅務機關審核確認後，可按15%稅率繳納企業所得稅。

增值稅

根據國務院於1993年12月13日頒佈並分別於2008年11月5日、2016年2月6日及2017年11月19日修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例》，以及財政部於1993年12月25日頒佈並分別於2008年12月15日及2011年10月28日修訂的《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》，在中國境內銷售貨物或提供加工、修理或更換的勞務服務，以及出售服務、無形資產或不動產或進口貨物的單位或個體為增值稅納稅人。除另有說明者外，銷售貨物、勞務，或提供有形動產租賃服務或進口貨物的增值稅納稅人的稅率為17%。

於2011年11月16日，商務部及國家稅務總局頒佈《營業稅改徵增值稅試點方案》。自2012年1月1日起，中國政府已在若干省市逐步實施試點方案，對部分服務產生的應納稅收入按11%或6%的稅率徵收增值稅，以代替5%的營業稅。於2016年3月23日，財政部及國家稅務總局發佈《財政部、國家稅務總局關於全面推開營業稅改徵增值稅試點的通知》及其附件，據此，自2016年5月1日起，在全國範圍內實施營業稅改徵增值稅試點方案。根據國務院於2017年11月19日頒佈的《國務院關於廢止〈中華人民共和國營業稅暫行條例〉和修改〈中華人民共和國增值稅暫行條例〉的決定》，營業稅被廢止。

根據財政部及國家稅務總局於2018年4月4日頒佈並於2018年5月1日生效的《財政部、國家稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》，當納稅人從事增值稅或進口商品的應稅銷售活動時，先前適用的17%及11%稅率分別調整為16%及10%。此外，財政部、國家稅務總局及海關總署於2019年3月20日頒佈《關於深化增值稅改革有關政策的公告》，據此，對於一般增值稅納稅人的銷售行為或進口，按現行適用稅率16%或10%徵收增值稅的，適用增值稅稅率分別調整為13%或9%。

與僱傭及社會福利有關的法規

勞動法及勞動合同法

根據全國人大常委會於1994年7月5日頒佈、於1995年1月1日生效並於2018年12月29日作最近修訂的《中華人民共和國勞動法》，企業及機構必須建立及健全工作場所的安全及衛生制度、嚴格執行國家工作場所安全規章及標準，並對勞工提供中國勞動及安全衛生教育。勞工安全及衛生設施必須符合國家規定的標準。企業及機構必須為勞工提供符合國家規定的安全工作場所及衛生條件。

規管僱傭合同的主要法規是《中華人民共和國勞動合同法》(「**勞動合同法**」)，該法由全國人大常委會於2007年6月29日頒佈，於2012年12月28日修訂及於2013年7月1日生效。根據**勞動合同法**，用人單位自用工之日起即與勞動者建立勞動關係。建立勞動關係，應當訂立書面勞動合同。此外，試用期及算定損害賠償須受法律限制，以保障勞動者的權利與權益。

根據人力資源和社會保障部於2014年1月24日頒佈並於2014年3月1日生效的《**勞務派遣暫行規定**》，用工單位只能在臨時性、輔助性或者替代性的工作崗位上使用被派遣勞動者，並應當嚴格控制勞務派遣用工數量，使用的被派遣勞動者數量不得超過其用工總量的10%。

社會保險及住房公積金的法規

根據全國人大常委會於2010年10月28日頒佈、於2011年7月1日生效並於2018年12月29日修訂的《**社會保險法**》，僱主必須為中國僱員提供涵蓋養老保險、基本醫療保險、失業保險、工傷保險及生育保險的福利計劃。僱主如未能按法律規定足額繳納社會保險費，則由社會保險費徵收機構責令僱主須在規定期限內繳納或補足差價，並自欠繳之日起，按日加收相等於欠繳款項0.05%的滯納金。如未有在規定期限內繳納逾期款項，則由有關政府行政部門處欠繳金額一倍以上三倍以下的罰款。

根據國務院頒佈，於1999年4月3日生效並於2019年3月24日作最近修訂的**住房公積金條例**，企業必須到住房公積金管理中心辦理登記，而經住房公積金管理中心審核後，企業應到相關銀行辦理賬戶設立手續，以存入僱員的住房公積金。作為僱主的企業亦有義務按時為僱員足額繳存住房公積金。

與知識產權有關的法規

商標

根據全國人大常委會於1982年8月23日頒佈，並分別於1993年2月22日、2001年10月27日、2013年8月30日及2019年4月23日修訂的《**中華人民共和國商標法**》，註冊商標為經商標局批准註冊的商標，包括商品商標、服務商標、集體商標及證明商標。商標註冊人享有商標專用權，受法律保護。自然人、法人或者其他組織在生產經營活動中，對其商品或者服務需要取得商標專用權的，應當向商標局申請商標註冊。

著作權

根據全國人大常委會於1991年6月1日頒佈生效及分別於2001年10月27日及2010年2月26日修訂的《中華人民共和國著作權法》(「著作權法」)，中國公民、法人或其他組織的作品，無論是否發表，均應依照本法享有著作權。作品包括計算機軟件、美術作品、工程設計和產品設計圖紙以及其他圖形作品及模型作品。除著作權法另有規定外，未經著作權人許可，複製、發行、表演、放映、廣播、彙編、通過信息網絡向公眾傳播其作品的，即構成對著作權的侵犯。

專利

《中華人民共和國專利法》(「專利法」)由全國人大常委會於1984年3月12日頒佈、於1985年4月1日生效及分別於1992年9月4日、2000年8月25日及2008年12月27日修訂。根據專利法，本法中的「發明創造」包括發明、實用新型及外觀設計。授予專利的發明或實用新型應當具備新穎性、創造性和實用性。未經專利權人許可，任何單位或個人不得利用專利。

互聯網域名

《互聯網域名管理辦法》由工業和信息化部於2017年8月24日頒佈，並於2017年11月1日生效。根據該規定，互聯網信息服務從業者使用的域名，應當遵守法律法規和電信管理部門的有關規定，不得使用域名進行違法活動。

與環境保護有關的法規

根據全國人大常委會於1989年12月26日頒佈並於2014年4月24日修訂的《中華人民共和國環境保護法》，排放污染物的企業、事業單位及其他生產經營者應採取措施預防和控制生產、施工或其他活動過程中產生的廢氣、廢水、廢渣、醫療廢物、粉塵、惡臭氣體、放射性物質、噪音、振動、光輻射和電磁輻射以及其他。排放污染物的企業事業單位應當建立環境保護責任制，明確負責人及其有關人員的責任。建設項目的污染防治設施應當與項目主體一起設計、建造並投入生產和使用。制定有關開發利用計劃及建設對環境有影響的項目，應當依法進行環境影響評價。對於任何開發和利用計劃，未依法進行環境影響評價的，不得執行該計劃；對於任何建設項目，未依法進行環境影響評價的，不得開始建設該項目。

根據全國人大常委會於2002年10月28日頒佈並分別於2016年7月2日和2018年12月29日修訂的《中華人民共和國環境影響評價法》以及原環境保護部於2009年1月16日頒佈並於2009年

3月1日生效的《建設項目環境影響評價文件分級審批規定》，國家根據影響的嚴重程度對建設項目環境影響的管理進行分類。如果環境影響可能很大，則須進行全面的環境影響評價報告；如果環境影響輕微，則需要進行環境影響分析或具體的評估報告；如果環境影響很小，不需要進行環境影響評價的，應填報環境影響登記表。環境影響評價文件須經主管部門批准後，方可開始施工。

根據國務院於1998年11月29日頒佈並於2017年7月16日修訂的《建設項目環境保護管理條例》，於2001年12月27日頒佈並於2010年12月22日修訂的《建設項目竣工環境保護驗收管理辦法》，以及原環境保護部於2017年11月20日頒佈的《建設項目竣工環境保護驗收暫行辦法》，建設項目需要補充環保設施的，該等設施必須與項目的主體部分同時設計、建造並投入使用。項目業主應當在擬備環境影響報告或環境影響表的建設項目竣工後，按照國務院環境保護行政主管部門規定的標準和程序，對已建成的配套環保設施進行驗收。待建成的配套環保設施通過驗收後，建設項目方能投入生產或使用。未進行或未通過驗收的設施不得投入生產或使用。

根據原環境保護部頒佈，於2018年1月10日生效並最近於2019年8月22日修訂的《排污許可管理辦法(試行)》，環境保護部應制定並發佈固定污染源排污許可分類管理名錄。名錄上的企業、事業單位和其他經營者應當按照規定的申請期限申請並取得排污許可證。

與規劃、建設和消防有關的法規

根據全國人大常委會於1986年6月25日頒佈，最近於2019年8月26日修訂並於2020年1月1日生效的《中華人民共和國土地管理法》，國家擁有的土地可依法重新分配或分配予建設單位或個人。縣級以上人民政府應當對單位和個人使用的國有土地使用情況進行登記和備案，並出具證明土地使用權的證明。

根據全國人大常委會於2007年10月28日頒佈、於2008年1月1日生效並分別於2015年4月24日和2019年4月23日修訂的《中華人民共和國城鄉規劃法》，使用以出讓或劃撥方式取得的國有土地，必須取得建設用地規劃許可證。在城市或城鎮規劃區內建設任何建築物、固定

裝置、道路、管線或其他工程項目的，建設單位或者個人應當向省、自治區、中華人民共和國中央人民政府（「中央政府」）直轄市人民政府指定的市縣或鎮人民政府城鄉規劃主管部門申請建設工程規劃許可證。

根據全國人大常委會於1997年11月1日頒佈、於1998年3月1日生效並分別於2011年4月22日和2019年4月23日修訂的《中華人民共和國建築法》，建設單位應當按照國家有關規定，向縣級或以上人民政府建設行政主管部門申請建設許可，但國務院建設行政主管部門確定的限額以下的小型工程除外。

根據國務院於2000年1月30日頒佈並分別於2017年10月7日和2019年4月23日修訂的《建設工程質量管理條例》以及原建設部於2000年4月4日頒佈並由住房和城鄉建設部於2009年10月19日修訂的《房屋建築和市政基礎設施工程竣工驗收備案管理辦法》，除非建設工程已通過竣工驗收，否則不得交付使用。建設單位應當在建設工程通過驗收合格之日起十五日內，向工程所在地縣級或以上人民政府建設行政主管部門備案。

根據全國人大常委會於1998年4月29日頒佈並分別於2008年10月28日和2019年4月23日修訂的《中華人民共和國消防法》，建設工程的消防設計或施工必須符合國家建築工程消防技術標準。設計、施工、工程監理等單位應當依法對消防設計質量和施工質量負責。如國務院住房和城鄉建設主管部門要求對已竣工的建築工程進行最終消防驗收申請，建設單位應當向住房和城鄉建設主管部門提出申請。前款規定以外的其他建設工程，建設單位在最終驗收後應當報住房和城鄉建設主管部門備案，而住房和城鄉建設部門應當進行抽查。

與生產我們產品有關的法規

根據國務院於2005年7月9日頒佈並於2005年9月1日生效的《中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例》，以及國家質量監督檢驗檢疫總局於2014年4月21日頒佈並於2014年8月1日生效的《中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例實施辦法》，生產許可證制度適用於與法律和行政法規規定實行生產許可證管理的食品和其他產品直接接觸的材料生產商。未取得工業產品生產許可證的企業一律不得生產列入目錄的產品。未取得生產許可證的任何組織或個人不得在其商業活動中出售或使用列入目錄的產品。在生產許可證有效期內，企業生產條件、檢驗手段、生產技術或者工藝發生變化（包括生產地址變更、生產線新建或者重大技術改造）的，企業應當自變化事項發生後一個月內向企業所在地省級質量技術監督

局提出申請。質檢總局、省級質量技術監督局應當按照《中華人民共和國工業產品生產許可證管理條例實施辦法》規定的程序組織實地核查和產品檢驗。企業名稱、登記地址或者生產地址名稱發生變化的，企業應當自變化事項發生後一個月內向企業所在地省級質量技術監督局提出變更申請。此外，根據全國人大常委會於2009年2月28日頒佈並分別於2015年4月24日和2018年12月29日修訂的《中華人民共和國食品安全法》，生產風險相對較高的食品相關產品，如與食品直接接觸的包裝材料，應按照國家有關工業產品生產許可證管理的相關規定取得生產許可證。食品安全監督管理部門應當加強對食品相關產品生產的監督和管理。

根據原國家質量監督檢驗檢疫總局於2008年1月9日頒佈的《餐具洗滌劑產品生產許可實施細則》，未取得生產許可證的企業不得生產列入生產許可證管理的餐具洗滌劑產品。未取得生產許可證的任何組織和個人不得在其商業活動中出售或使用列入生產許可證管理的任何餐具洗滌劑產品。

根據原國家衛生和計劃生育委員會發佈，於2002年7月1日生效並最近於2017年12月26日修訂的《消毒管理辦法》，以及由原衛生部頒佈，於2010年1月1日生效並於2017年5月9日修訂的《消毒產品生產企業衛生許可規定》，在取得工商行政管理部門頒發的營業執照後，消毒劑、消毒器具和衛生用品的生產企業在生產消毒產品之前還應當在所在地取得省衛生和計劃生育行政管理部門頒發的消毒產品生產企業衛生許可證。消毒產品生產企業衛生許可證載明單位名稱、法定代表人(負責人)、註冊地址、生產地址、生產方式、生產項目、生產類別、有效期限、批准日期、證號等。取得消毒產品生產企業衛生許可證後，生產方式、生產項目和生產類別發生變化的，應當向省級衛生行政部門提出變更申請，並根據新申請規定進行審查。另企業名稱、法定代表人(負責人)，生產地點的註冊地址或街道名稱發生變化的，應當向省級衛生行政部門提出變更申請。

根據原中國衛生部於1989年11月13日發佈並於2019年3月2日修訂的《化妝品衛生監督條例》以及由原衛生部於1991年3月27日發佈並於2005年6月1日修訂的《化妝品衛生監督條例實施細則》，化妝品生產企業須實行生產許可證制度。化妝品產品許可證應由省、自治區、直轄市的化妝品監督管理部門批准和頒發。化妝品產品許可證有效期為五年。未取得化妝品

產品許可證的企業一律不得從事化妝品生產。生產非特殊用途化妝品的企業應當在產品上市後兩個月內向衛生行政部門備案。已獲化妝品生產企業衛生許可證的企業增加生產新類別的化妝品，須直接報中央政府轄下省、自治區、直轄市化妝品監督管理部門備案。化妝品生產企業變更廠房地點、在廠區外設立分支機構或生產車間的，應當直接向中央政府轄下省、自治區、直轄市化妝品監督管理部門申請化妝品生產企業衛生許可證。化妝品生產企業變更企業名稱，必須到發證機關申請更換新證。另外，根據原國家食品藥品監督管理局發佈並於2013年12月16日生效的《關於調整化妝品註冊備案管理有關事宜的通告》，自2014年6月30日起，國產非特殊用途化妝品生產企業應在產品上市前對產品信息進行網上備案。

根據全國人大常委會於2014年8月31日發佈並於2014年12月1日生效的《中華人民共和國安全生產法》，企業單位必須建立和健全安全生產責任制和安全生產規章制度，改善安全生產條件，推進安全生產標準化，提高安全生產水平，確保安全生產。

與產品質量有關的法規

根據全國人大常委會於1993年2月22日頒佈並分別於2000年7月8日、2009年8月27日和2018年12月29日修訂的《中華人民共和國產品質量法》，本法中所稱「產品」指為銷售目的而加工或製造的產品。因產品存在缺陷造成人身、缺陷產品以外的其他財產損害的，生產者應當承擔賠償責任。生產者能夠證明存在下列情形之一的，不承擔賠償責任：(a)產品尚未流通；(b)在產品流通時不存在造成損壞的缺陷；或(c)產品投入流通時的科學技術水平無法檢測出缺陷。

根據全國人大於1986年4月12日頒佈並於2009年8月27日修訂的《中華人民共和國民法通則》，因相關缺陷產品造成的財產損失或人身傷害由製造商和銷售商負責。

根據全國人大常委會於2009年12月26日頒佈並於2010年7月1日生效的《中華人民共和國侵權責任法》，有關產品的缺陷對他人造成他人損害的，製造商應承擔侵權責任。因銷售商原因導致相關產品的缺陷對他人造成損害的，銷售商應承擔侵權責任。受害方可以向缺陷造成損壞的相關產品的製造商或銷售商要求賠償。

與消費者保護和競爭法有關的法規

消費者保護

全國人大常委會於1993年10月31日頒佈、於1994年1月1日生效並分別於2009年8月27日和2013年10月25日修訂的《中華人民共和國消費者權益保護法》(「《消費者權益保護法》」)規定了保護消費者權益的主要法規。根據《消費者權益保護法》，經營者通過互聯網、電視、電話或郵購等方式銷售商品的，消費者有權在收到商品後的七天內無理由退貨，若干例外情況除外。此外，出於日常消費目的購買或使用商品或接受服務的消費者的權益受到保護，且所有涉及的製造商和分銷商必須確保其提供的產品和服務不會對消費者的安全及財產造成損害。違反《消費者權益保護法》可能會處以罰款。此外，有關經營者將被責令暫停營業，並吊銷其營業執照。情節嚴重的，依法追究刑事責任。

競爭法

經營者之間的競爭一般適用全國人大常委會於1993年9月2日頒佈、於1993年12月1日生效並分別於2017年11月4日及2019年4月23日修訂的《中華人民共和國反不正當競爭法》(「《反不正當競爭法》」)。根據《反不正當競爭法》，經營者在市場上交易時應遵循自願、平等、公平、誠實信用的原則，遵守法律和公認的商業道德。不正當競爭指經營者違反《反不正當競爭法》，擾亂競爭秩序，侵害其他經營者或消費者的合法權益。當經營者的合法權益因不正當競爭而受到損害時，可向人民法院提起訴訟。相反，如經營者違反《反不正當競爭法》的規定，進行不正當競爭，給另一經營者造成損害的，應當承擔賠償責任。如經營者遭受的損失難以評估的，以侵權人通過侵權行為獲得的利益為損害賠償數額。侵權人亦應承擔被侵權的經營者為制止侵權所支付的所有合理費用。

價格法

根據全國人大常委會於1997年12月29日頒佈並於1998年5月1日生效的《中華人民共和國價格法》(「《價格法》」)，經營者在確定價格時應遵守公平、合法和誠實信用的原則。生產經營成本和市場供求情況應成為經營者確定價格的基本依據。經營者在銷售、購買貨物 and 提供服務時，應當按照政府價格主管部門的要求，明確價格，並註明名稱、產地、規格、等級、計價單位、價格或服務項目、收費標準等有關事項。經營者不得以超出標價的價格銷售貨物，亦不得在標價的基礎上加收未註明的費用。此外，經營者不得採取串通他人操

縱市場價格、損害其他經營者或消費者合法權益等不正當的定價行為。經營者有《價格法》規定的不正當定價行為的，責令改正，沒收違法所得，並可能處其違法所得五倍以下的罰款；情節嚴重的，責令停業整頓，或者由工商行政管理部門吊銷營業執照。此外，經營者因價格違法行為導致消費者或者其他經營者支付較高價格的，應當退還多付部分；造成損害的，應當依法賠償。經營者違反明確標價規定的，責令改正，沒收違法所得，並可能處以人民幣5,000元以下的罰款。

與電子商務活動有關的法規

於2018年8月31日，全國人大常委會頒佈電子商務法，自2019年1月1日起生效。在線銷售商品或提供服務的商業活動應受電子商務法的規管。根據電子商務法，電子商務經營者指通過互聯網和其他信息網絡進行商品銷售或提供服務的商業活動的自然人、法人和非法人組織，包括通過自建網站或其他網絡服務銷售商品或提供服務的電子商務平台運營商、平台內業務運營商和其他電子商務運營商。電子商務經營者在經營中應當遵守自願、平等、公平和誠實信用的原則，遵守法律和商業道德，公平參與市場競爭，在保護消費者權益、環境、知識產權、網絡安全和個人信息等方面履行義務，對產品或服務的質量承擔責任，並接受政府和公眾的監督。

電子商務經營者應當完成市場實體的登記(法律、行政法規未規定的除外)，並取得進行法律規定的經營活動所需的有關行政許可。電子商務經營者出售的商品或者提供的服務，應當符合保護人身和財產安全以及環境保護的要求，不得出售或者提供法律、行政法規禁止的商品或者服務。電子商務經營者應當履行納稅義務，並在銷售商品或提供服務時開具發票等購買憑證或服務收據。電子商務經營者還應(包括但不限於)：(i)在其首頁上的顯著位置持續公示其營業執照信息和行政許可，或表明不需要辦理市場主體登記的相關信息；(ii)全面、真實、準確和及時地披露商品或服務的信息，以保護消費者的知情權和選擇權；(iii)根據其承諾或與消費者約定的方式和時限交付商品或服務，並承擔商品運輸過程中的風險和責任；及(iv)搭售商品或服務的，應以顯著方式提請消費者注意，不得將搭售的商品或服務作為默認同意的選項。電子商務經營者終止從事電子商務業務的，應當提前30日在其首頁的顯著位置持續公告有關信息。

根據原國家工商總局於2014年1月26日發佈並於2014年3月15日生效的《網絡交易管理辦法》，電子商務經營者應當取得法律規定的有關行政許可。

與廣告業務有關的法規

全國人大常委會於1994年10月27日頒佈並分別於2015年4月24日和2018年10月26日修訂《中華人民共和國廣告法》(「《廣告法》」)。該法對廣告的內容、廣告的行為準則以及廣告業的監督管理作出了規定。同時規定，廣告商、廣告經營者和廣告發佈者應遵守《廣告法》和其他法律法規，誠實守信，在廣告業務中公平競爭。根據《廣告法》，廣告不得使用「國家」、「最高」、「最好」或其他比較詞。廣告中使用的數據、統計、調查結果、摘錄、引文和其他引用應真實、準確，並註明出處。引文有適用範圍或有效期限的，則應明確指出適用範圍或有效期限。

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

本附錄載有本公司組織章程大綱及細則概要。由於下文所載資料屬概要形式，因此並無載列對潛在投資者而言可能屬重要的所有資料。

以下為本公司的組織章程大綱及細則若干規定及開曼群島公司法若干方面的概要。

本公司於2007年12月27日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。組織章程大綱及組織章程細則構成本公司之章程文件。

1. 組織章程大綱

- (a) 大綱規定(其中包括)本公司股東承擔的責任以其當時各自所持股份之未繳股款(如有)為限，而本公司的成立宗旨並無限制(包括作為投資公司)，且本公司擁有並能夠全面行使自然人可行使的全部權力，而不論開曼群島公司法第27(2)條有關公司利益之任何疑問之規定，惟由於本公司為獲豁免公司而不會在開曼群島與任何人士、商號或法團進行交易(為促進本公司在開曼群島以外地區進行之業務者除外)。
- (b) 本公司可藉特別決議案修改大綱所載的有關任何宗旨、權力或其他事項的內容。

2. 組織章程細則

細則於2020年11月23日有條件地採納，並自上市日期起生效。細則的若干條文概述如下：

(a) 股份

(i) 股份類別

本公司之股本包括普通股。

(ii) 更改現有股份或類別股份之權利

在開曼群島公司法規限下，倘於任何時候本公司之股本被分為不同類別之股份，股份或任何類別股份附帶之全部或任何特別權利，可經由不少於該類別已發行股份面值四分之三的持有人書面同意，或經由該類別股份持有人在另行召開之股東大會上通過特別決議案批准，予以更改、修訂或廢除，除非該類別股份之發

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

行條款另有規定則作別論。細則有關股東大會之條文經必要修訂後，將適用於各有關另行召開之股東大會，惟大會所需之法定人數(續會除外)須為持有或由受委代表持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的兩名人士，而任何續會的法定人數為兩名親身或委派代表出席的持有人，而不論彼等所持有之股份數目。類別股份之每名持有人每持有一股有關股份均有權投一票。

賦予任何股份或任何類別股份持有人之任何特別權利，不得因增設或發行與有關股份享有同等權益之額外股份而被視為已被更改，惟倘該等股份之發行條款所附權利另有明確規定者則除外。

(iii) 更改股本

本公司可通過股東普通決議案：

- (aa) 通過增設新股份增加其股本；
- (bb) 將其全部或任何股本合併為面值高於其現有股份之股份；
- (cc) 將股份分為多個類別，並於該類股份附帶本公司在股東大會上或董事可能決定之任何優先、遞延、合資格或特別權利、特權、條件或限制；
- (dd) 將其股份或任何部分股份拆細為面值低於大綱所訂定金額之股份；或
- (ee) 註銷任何在通過決議案日期尚未獲承購之股份，並按就此註銷之股份數額削減其股本數額。

本公司可通過特別決議案，以任何方式削減其股本或任何資本贖回儲備或其他不可分派儲備。

(iv) 股份轉讓

所有股份轉讓可以一般或通用格式或聯交所規定之格式或董事會可能批准之其他格式之轉讓文據辦理，且可親筆簽署，或倘轉讓人或承讓人為結算所或其代名人，則可親筆或以機印方式或董事會可能不時批准之其他簽立方式簽署。

儘管有上文規定，只要任何股份於聯交所上市，該等上市股份的擁有權可根據適用於或應當適用於該等上市股份的聯交所規則及規例證明和轉讓。本公司有

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

關其上市股份的股東名冊(不論是股東名冊總冊或股東名冊分冊)可以不可閱形式記錄開曼群島公司法第40條規定的詳細資料，但前提是該等記錄須符合適用於該等上市股份的法律以及適用於或應當適用於該等上市股份的聯交所規則及規例。

轉讓文據須由轉讓人及承讓人或彼等之代表簽立，惟董事會可豁免承讓人簽立轉讓文據。而在有關股份以承讓人名義登記於股東名冊前，轉讓人仍被視為該等股份之持有人。

董事會可全權酌情於任何時候轉讓股東名冊總冊之股份至任何股東名冊分冊，而任何股東名冊分冊之股份亦可轉移至股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。

除非有關人士已就轉讓文據向本公司繳交由董事釐定之費用(不超過聯交所可能釐定之應付最高費用)，亦已妥為繳付印花稅(如適用)，且該轉讓文據僅關於一類股份，並連同有關股票及董事會可合理要求顯示轉讓人之轉讓權的其他證據(及倘轉讓文據由其他人士代為簽立，則須連同該名人士如此行事之授權書)送達有關登記辦事處或註冊辦事處或存置股東名冊總冊之其他地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓文據。

在任何報章或根據聯交所規定的任何其他方式，以廣告方式發出通告後，可於董事會可能決定的時間及期間暫停辦理及停止辦理過戶登記手續。在任何年度內，不得停止辦理股東登記手續超過足30日。

除上述外，已繳足股份於轉讓時並無受任何限制，且本公司並無擁有有關股份的所有留置權。

(v) 本公司購回本身股份之權力

開曼群島公司法及細則賦予本公司權力，可在若干限制下購回本身股份，惟董事會僅可於聯交所不時實施之任何適用規定規限下，代表本公司行使該項權力。

倘本公司購買可贖回股份以作贖回時，而購買並非透過市場或招標進行，則須受本公司於股東大會上可能釐定之最高價格所規限。倘透過招標購買，則招標必須向全體股東一視同仁地發出。

董事會或會接受無代價交回任何已繳足股份。

(vi) 本公司任何附屬公司擁有本公司股份之權力

細則並無有關附屬公司擁有本公司股份之條文。

(vii) 催繳股款及沒收股份

董事會可不時向股東催繳有關彼等各自所持股份尚未繳付之任何股款(不論按股份面值或以溢價形式計算)。催繳股款可一次付清或分期繳付。倘任何應付催繳股款或分期股款在有關指定付款日期或之前尚未繳付,則欠款人士須就有關款項,按董事會可能同意接受之利率(不超過年息20%),支付由有關指定付款日期至實際付款日期止期間之利息,惟董事會可豁免繳付全部或部分利息。董事會可於其認為適當之情況下,向任何願意預繳股款之股東,以貨幣或貨幣等值之方式,收取有關其所持任何股份之全部或任何部分未催繳及未繳付股款或應繳分期股款。本公司可就如此預繳之全部或任何部分款項,按董事會可能釐定之利率(如有)支付利息。

倘股東於有關指定付款日期未能支付任何催繳股款,董事會可向彼送達不少於14個完整日之通知,要求支付仍未支付之催繳股款,連同任何可能已經累計及可能仍累計至實際付款日止之利息,並聲明倘在指定時間或之前仍未付款,則有關被催繳股款之股份可被沒收。

倘股東不依照任何有關通知之要求行事,則所發出通知涉及之任何股份,其後在未支付通知所規定之款項前,可隨時由董事會通過決議案沒收。有關沒收將包括有關被沒收股份之已宣派但於沒收前仍未實際派付之一切股息及紅利。

股份被沒收之人士不再為有關被沒收股份之股東,惟仍有責任向本公司支付其於沒收當日就該等股份應付予本公司之全部款項,連同(倘董事會酌情要求)由沒收日期起至實際付款日期止期間之有關利息,利率由董事會釐定,惟不得超過年息20%。

(b) 董事

(i) 委任、退任及免職

在每屆股東週年大會上,當時在任的三分之一董事(若人數並非三的倍數,則以最接近但不少於三分之一的人數)將輪席退任,惟每名董事須最少每三年於股東

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

週年大會上告退。輪席退任的董事應包括任何有意退任且不接受重選的董事。任何如此告退的其他董事應為自上次獲選連任或獲委任以來任期最長的董事，但若有多位董事上次於同日獲選連任，則將以抽籤決定須告退的董事（除非彼等另有協定）。

董事或替任董事均毋須持有本公司任何股份以符合資格。此外，細則現時並無有關於董事到達某一年齡上限時必須退任的條文。

董事有權委任任何人士為董事以填補董事會的臨時空缺或增添現有董事會的董事。任何獲委任以填補臨時空缺的董事可擔任該職務直至獲委任後第一次股東大會，並須於會上重選連任，而任何獲委任為新增董事進入現有董事會的董事任期僅直至本公司下屆股東週年大會為止，屆時可膺選連任。

本公司可通過普通決議案將任何任期未滿的董事免職（惟此舉不影響該董事就其與本公司間的任何合約被違反而提出的任何損害索償），而本公司股東可通過普通決議案委任另一人士替代其職務。除非本公司於股東大會上另行釐定，否則董事人數不得少於兩名，惟並無董事人數上限。

倘發生以下情況，董事需離職：

- (aa) 董事將辭職通知書送交本公司；
- (bb) 董事神志不清或身故；
- (cc) 董事未獲特別許可而連續六個月缺席董事會會議，且董事會議決將其撤職；
- (dd) 董事破產或接獲接管令，或暫停還債或與債權人訂立債務重整協議；
- (ee) 法律禁止彼擔任董事職務；或
- (ff) 任何法律條文規定彼不再出任董事，或根據細則被免職。

董事會可委任一名或多名成員出任董事總經理、聯席董事總經理或副董事總

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

經理或擔任本公司任何其他工作或行政職位，任期及條款概由董事會釐定，且董事會可撤回或終止任何該等委任。董事會可將其任何權力、職權及酌情權授予董事會認為合適的一名或多名董事及其他人士組成的委員會，並可不時就任何人士或事宜全部或部分撤回有關授權或撤回委任及解散任何該等委員會，惟所有以此方式成立的委員會在行使獲授予的權力、職權及酌情權時，須符合董事會不時施行的任何規則。

(ii) 配發及發行股份及認股權證之權力

按開曼群島公司法以及大綱及細則之規定，以及在賦予任何股份或類別股份持有人之任何特權之規限下(a)董事會或會決定發行具有或附有有關股息、表決權、歸還資本或其他方面之權利或限制之任何股份，或(b)任何股份可按規定由本公司或有關股份之持有人選擇予以贖回之條款發行。

董事會可發行認股權證或可轉換證券或類似性質的證券，賦予其持有人權利按董事會可能釐定之條款認購本公司股本中的任何類別股份或證券。

在遵照開曼群島公司法、細則及(如適用)聯交所之規則之規定，且不損害任何股份或任何類別股份當時所附有之任何特別權利或限制之情況下，本公司之所有未發行股份均由董事會處置，而董事會可全權酌情決定，按其認為適當之時間、代價、條款及條件向其認為適當之人士提呈發售或配發股份或就此授出購股權或以其他方式處置股份，惟股份不得以其面值的折讓價發行。

在作出或授出任何股份之配發或提呈發售或就股份授出購股權或處置股份時，本公司或董事會均毋須向登記地址位於董事會認為若無辦理註冊聲明或其他特別手續而於當地進行任何有關配發或提呈發售或就股份授出購股權或處置股份即屬或可能屬違法或不可行之任何一個或多個特定地區之股東或其他人士作出上述行動。就任何目的而言，因前句而受影響之股東不得作為或被視為另一類別之股東。

(iii) 處置本公司或其任何附屬公司資產之權力

細則並無載列關於處置本公司或其任何附屬公司資產之特定條文，惟董事可行使及執行本公司可行使、執行或批准且並非細則或開曼群島公司法規定須由本公司在股東大會上行使或執行之一切權力及行動和事宜。

(iv) 借款權力

董事會可行使本公司全部權力籌措或借款款項，及將本公司全部或任何部分業務、物業及資產及未催繳股本作按揭或抵押，並在開曼群島公司法之規限下，發行本公司之債權證、債券及其他證券，作為本公司或任何第三方之債項、負債或承擔之全部或附屬抵押。

(v) 酬金

本公司將於股東大會上釐定董事之一般酬金，該等酬金(除經投票通過之決議案另有指示外)將按董事會協定的比例及方式由董事攤分，如未能達成協議，則由各董事平分，惟任職期間僅為獲支付酬金之相關期間內某一段時間之任何董事僅可按其任職期間之比例攤分有關酬金。董事亦有權預支或報銷因出席任何董事會會議、委員會會議或股東大會或本公司任何類別股份或債權證之獨立會議或在其他方面與履行董事職務有關而合理預期招致或已招致之所有旅費、酒店費及附帶開支。

倘任何董事應要求就本公司之任何目的前往海外或駐守海外，或履行董事會認為超逾董事日常職責範圍之服務，則董事會可決定向該董事支付額外酬金，而該額外酬金將作為任何一般董事酬金以外之額外酬金或代替該等一般酬金。獲委任為董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或其他行政人員之執行董事可收取董事會不時決定之酬金、其他福利及津貼。上述酬金可作為董事酬金以外之額外報酬或代替董事酬金。

董事會可為本公司僱員(此詞在本段及下段使用時包括可能擔任或已擔任本公司或其任何附屬公司任何行政職位或任何獲利職位之任何現任董事或前任董事)及前任僱員及彼等之受養人或上述任何一類或多類人士，設立或與其他公司合作(指本公司之附屬公司或與本公司有業務聯繫之公司)或共同設立提供養老金、疾病津貼或撫恤金、人壽保險或其他福利之任何計劃或基金，並撥付本公司之款項對有關計劃或基金作出供款。

董事會可在須遵守或毋須遵守任何條款或條件之情況下，支付、訂立協議支付或給予可撤回或不可撤回之養老金或其他福利予僱員及前任僱員以及彼等之受

養人或上述任何人士，包括該等僱員或前任僱員或彼等之受養人根據上段所述之任何有關計劃或基金已經或可以享有者(如有)以外之養老金或福利。在董事會認為適當之情況下，上述任何養老金或福利可在僱員實際退休前及在預期其實際退休或於其實際退休時或之後之任何時間授予僱員。

董事會可決議將當時任何儲備或資金(包括股份溢價賬及損益賬)之全部或任何部分進賬款項(不論其是否可供分派)撥充資本，在下列情況下將有關款項用於繳足下列人士將獲配發之未發行股份：(i)於根據已於股東大會上經股東採納或批准之任何股份獎勵計劃或僱員福利計劃或其他與該等人士有關之安排而授出之任何認股權或獎勵獲行使或權利獲歸屬之時，本公司僱員(包括董事)及／或其直接或透過一家或多家中介公司間接控制本公司或受本公司控制或與本公司受相同控制之聯屬人士(指任何個人、法團、合夥、團體、合股公司、信託、非法團團體或其他實體(本公司除外))；或(ii)任何信託之任何受託人(本公司就行使已於股東大會上經股東採納或批准之任何股份獎勵計劃或僱員福利計劃或其他與該等人士有關之安排而將向其配發及發行股份)。

(vi) 對離職之補償或付款

根據細則，凡向任何董事或前任董事支付任何款項作為離職補償或作為其退任代價或與其退任有關之代價(並非董事根據合約規定有權享有之付款)，則須由本公司在股東大會上批准。

(vii) 向董事貸款及提供貸款抵押

倘及在公司條例禁止的情況下，本公司不得直接或間接向董事或彼之緊密聯繫人作出任何貸款(猶如本公司為在香港註冊成立的公司)。

(viii) 披露於與本公司或其任何附屬公司所訂立之合約中的權益

董事可於任職董事期間兼任本公司任何其他獲利職位或崗位(惟不可擔任本公司核數師)，任期及條款可由董事會決定，並可就獲支付根據細則規定之任何薪酬以外之額外薪酬。董事可作為或出任由本公司創辦之任何公司或本公司可能擁有權益之任何其他公司之董事或其他高級職員，或以其他方式於該等公司中擁有權益，而毋須向本公司或股東交代其因出任該等其他公司之董事、高級職員或股東，或在該等其他公司擁有之權益而收取之任何酬金、溢利或其他利益。董事會亦可就所有方面以其認為適當之方式安排行使本公司持有或擁有之任何其他公司之股份所賦予之表決權，包括行使有關表決權贊成關於任命董事或其中任何一位

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

董事成為該等其他公司之董事或高級職員之任何決議案，或投票贊成或規定向該等其他公司之董事或高級職員支付酬金。

任何董事或建議委任或候任董事概不得因其職位而失去與本公司訂立有關其任何獲利職位或崗位的任期之合約，或作為賣方、買方或以任何其他方式與本公司訂立合約之資格，任何該等合約或任何董事以任何方式於其中有利益關係之任何其他合約或安排亦不得因此失效，而如此訂約或有此利益關係之任何董事亦毋須因其擔任董事職位或由此而建立之受信關係而向本公司或股東交代其由任何此等合約或安排所獲得之任何酬金、溢利或其他利益。董事倘知悉其在與本公司所訂立或建議訂立之合約或安排中在任何方面有直接或間接之利益關係，則須於首次考慮訂立該合約或安排之董事會會議上申明其利益性質。倘董事其後方知悉其於該合約或安排有利益關係，或在任何其他情況下，則須於知悉其擁有或已經擁有此項利益關係後之首次董事會會議上申明其利益性質。

董事不得就批准有關其或其任何緊密聯繫人擁有重大利益關係之任何合約或安排或其他建議之任何董事會決議案投票（亦不得計入法定人數內），惟此項禁制不適用於下列任何事項，即：

- (aa) 就董事或其任何緊密聯繫人應本公司或其任何附屬公司之要求或為本公司或其任何附屬公司之利益借出款項或招致或承擔之責任，而向該董事或其緊密聯繫人提供任何抵押或彌償保證之任何合約或安排；
- (bb) 就董事本身或其緊密聯繫人本身根據一項擔保或彌償保證或透過提供擔保而承擔全部或部分責任（不論個別或共同承擔）之本公司或其任何附屬公司之債項或責任，而向第三方提供任何抵押或彌償保證之任何合約或安排；
- (cc) 有關提呈發售本公司或本公司可能創辦或擁有權益之任何其他公司之股份或債權證或其他證券以供認購或購買，而董事或其緊密聯繫人因參與有關提呈發售之包銷或分包銷而擁有或將擁有權益之任何合約或安排；
- (dd) 董事或其緊密聯繫人僅因彼／彼等持有本公司之股份或債權證或其他證券之權益而與其他持有本公司之股份或債權證或其他證券之人士以相同方式擁有權益之任何合約或安排；或

- (e) 任何有關採納、修訂或執行為本公司或其任何附屬公司之董事、其緊密聯繫人及僱員而設之購股權計劃、養老金或退休、身故或傷殘福利計劃或其他安排之建議或安排，而該等建議或安排並無授予任何董事或其緊密聯繫人該等計劃或基金有關之類別人士一般所未獲賦予之任何特權或利益。

(c) 董事會議事程序

董事會可就處理事務舉行會議、休會及以其認為合適之其他方式規管其會議。在任何會議上提出之問題均須通過大多數票決定。在出現相同票數時，會議主席可投額外一票或決定票。

(d) 修改章程文件及本公司名稱

本公司可在股東大會上通過特別決議案廢除、更改或修訂細則。細則訂明，更改大綱條文、修訂細則或更改本公司名稱均須通過特別決議案進行。

(e) 股東大會

(i) 特別及普通決議案

本公司的特別決議案須在股東大會上獲有權表決且親身出席的股東或(倘股東為公司)其正式授權代表或(倘准許委任代表)受委代表，以不少於該等股東所投票數四分之三的大多數票通過，而有關股東大會通告已根據細則妥為發出。

根據開曼群島公司法，任何特別決議案之文本須在通過該決議案後15日內提交開曼群島公司註冊處處長。

細則界定之普通決議案為於根據細則舉行之股東大會上獲有權表決且親身出席之本公司股東或(倘股東為公司)其正式授權代表或(倘准許委任代表)受委代表以多數票數通過之決議案，而有關股東大會通告已根據細則妥為發出。

(ii) 表決權及要求以投票方式表決的權利

在任何股份當時所附有關於表決之任何特別權利或限制之規限下，在任何股東大會上以投票方式表決時，每名親身或由受委代表或(倘股東為公司)其正式授權代表出席之股東，可就彼所持每一股繳足股份投一票，惟就上述目的而言，於

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

催繳或分期支付股款前就股份繳足或入賬列作繳足之股款，概不得被視作股份之繳足股款。有權投超過一票之股東毋須盡投其票，或以相同方式盡投其票。

於任何股東大會上，提呈大會表決之決議案將以投票方式表決，惟大會主席可秉誠准許純粹與程序或行政事宜相關之決議案以舉手方式表決，而在該情況下，每名親身(或如為公司，則由其正式授權代表出席)或由受委代表出席之股東須有一票，惟倘身為結算所(或其代名人)之一名股東委任超過一名受委代表，則各有關受委代表於舉手表決時均有一票。

倘一家認可結算所(或其代名人)為本公司股東，則其可授權其認為適當之一名或多名人士出任其代表，代其出席本公司任何大會或本公司任何類別股東大會，惟倘超過一名人士獲如此授權，則該項授權須列明每名獲如此授權之人士所代表之股份數目及類別。根據此條文獲授權之人士須被視作已獲正式授權，而毋須提出進一步事實證據，且有權代表該認可結算所(或其代名人)行使相同權力，猶如有關人士為該結算所(或其代名人)所持本公司股份之登記持有人，包括於獲准以舉手方式表決時，個別舉手表決之權利。

當本公司知悉有任何股東須根據聯交所規則放棄就本公司任何特定決議案投票或被限制僅可就本公司任何特定決議案投贊成票或反對票，則如該股東或該股東之代表之任何投票違反該規定或限制，有關投票不應點算在內。

(iii) 股東週年大會及股東特別大會

本公司每年須舉行一次股東週年大會，舉行日期不得超過上屆股東週年大會舉行後15個月或採納細則日期後18個月，除非較長期間並不違反任何聯交所規則。

股東特別大會可應一名或多名股東(於提呈要求當日持有本公司有權於股東大會上投票的實繳股本不少於十分之一)的要求召開。該項要求須以書面向董事會或秘書提呈，以要求董事會就處理該要求內任何指定事務而召開股東特別大會。該大會須於該項要求提呈後兩個月內舉行。倘董事會未能於該項要求提呈後21日內

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

落實召開該大會，則提請人可以相同方式自行召開大會，而因董事會未能召開會議導致提請人產生的一切合理開支，須由本公司付還提請人。

(iv) 會議通告及將於會上處理之事項

股東週年大會須以發出不少於21個完整日且不少於20個完整營業日之通知召開。所有其他股東大會須以發出最少14個完整日且不少於10個完整營業日之通知召開。有關通知不包括送達或視作送達通告當日及發出通告當日，並須註明舉行大會之時間及地點以及將於大會上審議之決議案之詳情，倘有特別事項，則須註明有關事項之一般性質。

此外，每次股東大會均須向本公司全體股東(惟按照細則的條文或所持股份的發行條款無權自本公司收取該等通知的股東除外)以及向(其中包括)本公司當時的核數師發出通知。

根據細則向任何人士或由任何人士發出的任何通知可根據聯交所規定，親身或郵寄至有關股東所登記的地址或以在報紙刊登廣告的方式送達任何本公司股東。在遵守開曼群島法律及聯交所規則的情況下，本公司亦可通過電子方式向任何股東送達通知。

所有在股東特別大會及股東週年大會上處理的事務一概視為特別事務，惟在股東週年大會上，下列各事項均視為一般事務：

- (aa) 宣派及批准分派股息；
- (bb) 考慮及採納賬目、資產負債表、董事會報告及核數師報告；
- (cc) 選舉董事替代退任的董事；
- (dd) 委任核數師及其他高級職員；及
- (ee) 釐定董事及核數師的酬金。

(v) 會議及另行召開的各類別會議的法定人數

任何股東大會在處理事項時如未達到法定人數，概不可處理任何事項，惟未達法定人數仍可委任大會主席。

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

股東大會的法定人數為兩名親自出席且有投票權的股東(或倘股東為法團，則為其正式授權代表)或其受委代表。為批准修訂某類別股份權利而另行召開的類別會議(續會除外)所需的法定人數為持有該類別已發行股份面值最少三分之一的兩名人士或其受委代表。

(vi) 受委代表

凡有權出席本公司大會並在會上表決之本公司股東，均有權委任他人為其受委代表，代彼出席及表決。持有兩股或以上股份之股東可委派超過一名受委代表，代彼出席本公司之股東大會或類別股東大會並於會上表決。受委代表毋須為本公司股東，並有權代表個人股東行使權力，該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外，受委代表有權代表公司股東行使權力，該等權力與所代表的股東倘屬個人股東時所能行使的權力相同。股東可親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表表決。

(f) 賬目及核數

董事會須安排保存真實賬目，其中載列本公司收支賬項、有關該等收支的事項、本公司的物業、資產、信貸及負債賬項，以及開曼群島公司法所規定或真實、公平地反映本公司事務及解釋其交易所需的所有其他事項。

會計記錄須保存於註冊辦事處或董事會決定的其他一個或多個地點，並供董事隨時查閱。任何股東(董事除外)概無權查閱本公司任何會計記錄或賬冊或有關文件，除非該權利乃法例賦予或由董事會或本公司在股東大會上批准。然而，獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法例送達法令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供須予提供的其賬簿或當中部分之副本。

每份將於股東大會上向本公司提呈的資產負債表及損益賬(包括法例規定須附上的所有文件)，連同董事會報告的印刷本及核數師報告，須於大會舉行日期前不少於21日，於發出股東週年大會通告的同時，寄交每名按照細則條文有權收取本公司股東大會通告的人士；然而，在遵守所有適用法律(包括聯交所規則)的前提下，本公司可以寄發摘錄自本公司年度賬目的財務報表概要及董事會報告予該等人士，惟任何有關人

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

士可向本公司送達書面通知，要求本公司除財務報表概要以外，寄發一份本公司年度財務報表連同董事會報告的完整印刷本。

每年於股東週年大會或其後之股東特別大會，股東須委任一名核數師審核本公司賬目，而該名核數師之任期將直至舉行下屆股東週年大會為止。此外，股東可於任何股東大會上透過特別決議案於核數師任期屆滿前任何時間辭退核數師，並於該大會上透過普通決議案委任另一名核數師以填補餘下之任期。核數師薪酬將由本公司於股東大會或以股東可能釐定的有關方式釐定。

本公司的財務報表須由核數師根據開曼群島以外之國家或司法權區之公認核數準則進行審核。核數師須按照公認核數準則編撰有關報告書，且該核數師報告須於股東大會上向股東提呈。

(g) 股息及其他分派方法

本公司可於股東大會以任何貨幣向股東宣派股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議宣派的數額。

細則規定股息可自本公司的溢利(已變現或未變現)或自任何從溢利撥出而董事認為不再需要的儲備中作出宣派及派付。在通過普通決議案後，股息亦可自股份溢價賬或根據開曼群島公司法為此目的批准的任何其他基金或賬目作出宣派及派付。

除目前任何股份所附權利或發行條款另有規定者外，(i)所有股息須按支付股息的股份的實繳股款比例宣派及派付，而在催繳前繳付的股款就此不會視為股份的實繳股款，及(ii)所有股息須按派發股息期間任何一段或多段時間的實繳股款比例分配及派付。董事可自應付任何股東有關任何股份的任何股息或其他應付款項中，扣除該股東當時應付予本公司的催繳股款或其他欠款總額(如有)。

董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派本公司股本的股息時，董事會可進一步決定(a)以配發入賬列為繳足的股份之方式支付全部或部分股息，惟有權獲派股息的股東可選擇收取現金或部分現金股息以代替配發股份，或(b)有權獲派股息的股東可選擇獲配發入賬列為繳足的股份以代替全部或董事會認為適當部分的股息。

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

本公司亦可根據董事會的建議通過普通決議案就本公司任何特定股息議決以配發入賬列為繳足的股份之方式支付全部股息，而不給予股東選擇收取現金股息以代替配發股份的權利。

本公司向股份持有人以現金派付的任何股息、利息或其他款項可以支票或股息單的形式支付，並郵寄往持有人的登記地址，或如屬聯名持有人，則寄往就股份名列本公司股東名冊首位的持有人於登記冊內所示地址，或寄往持有人或聯名持有人以書面指示的人士的地址。除持有人或聯名持有人另有指示外，每張支票或股息單的抬頭人須為持有人，或如屬聯名持有人，則為就有關股份名列本公司股東名冊首位的持有人，郵誤風險由彼等承擔，而銀行就有關支票或股息單付款後，本公司即已解除該項責任。兩名或以上聯名持有人的任何一名人士可發出該等聯名持有人就所持股份收到的任何股息或其他應付款項或獲分配財產的有效收據。

倘董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可繼而議決以分派任何類別指定資產的方式支付全部或部分股息。

所有於宣派一年後未獲認領的股息或紅利，可由董事會用作投資或其他用途，收益撥歸本公司所有，直至獲認領為止，而本公司不會就此成為有關款項的受託人。所有於宣派後六年仍未獲認領的股息或紅利，可由董事會沒收，撥歸本公司所有。

本公司毋須承擔任何股份應付之股息或其他款項之利息。

(h) 查閱公司記錄

除非按照細則之規定暫停辦理股份登記手續，否則根據細則，股東名冊及股東名冊分冊須於營業時間最少兩小時，在註冊辦事處或根據開曼群島公司法存置股東名冊之其他地點免費供股東查閱，或供任何其他人士在繳付最多2.50港元或董事會指定之較低金額後查閱，或在存置股東名冊分冊之辦事處於繳付最多1.00港元或董事會指定之較低金額後，亦可供查閱。

(i) 少數股東遭受欺詐或壓制時可行使之權利

細則並無有關少數股東遭受欺詐或壓制時可行使權利之條文。然而，開曼群島法律載有可供本公司股東採用之若干補救方法，其概述於本附錄「(f)保障少數股東及股東的訴訟」分節。

(j) 清盤程序

本公司由法院清盤或自動清盤之決議案須為特別決議案。

在任何一個或多個類別股份當時所附帶有關於清盤時分派剩餘資產之任何特別權利、特權或限制之規限下：

- (i) 倘本公司清盤，而可向本公司股東分派之資產超過償還開始清盤時全數實繳股本所需，則餘數須按股東分別所持之股份實繳股款之比例向彼等平等分派；及
- (ii) 倘本公司清盤，而可向股東分派之資產不足以償還全部實繳股本，則資產之分派方式為盡可能按開始清盤時股東分別所持之股份之實繳或應繳股本比例由股東分擔虧損。

倘本公司清盤(不論自動清盤或由法院清盤)，清盤人可在獲得特別決議案授權及開曼群島公司法所規定之任何其他批准之情況下，將本公司全部或任何部分資產，按其原樣或原物分發予股東，而不論該等資產是否包括一類或不同類別之財產。就此而言，清盤人可就上述將予分發之任何一類或多類財產釐定其認為公平之價值，並可決定在股東或不同類別股東之間進行有關分發之方式。清盤人在獲得類似授權之情況下，可將任何部分資產歸屬予其在獲得類似授權之情況下認為適當，並以股東為受益人而設立之信託的受託人，惟不得強迫出資人接受任何負有債務之股份或其他財產。

(k) 認購權儲備

細則規定，於開曼群島公司法並無禁止及遵守開曼群島公司法之情況下，倘本公司發行可認購股份之認股權證，而本公司採取之任何行動或進行之任何交易將導致該等認股權證之認購價降至低於股份面值，則須設立認購權儲備，用以繳足任何認股權證獲行使時認購價與股份面值之間的差額。

3. 開曼群島公司法

本公司根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立，因此須根據開曼群島法律經營業務。下文載列開曼群島公司法若干條文之概要，惟本意並非包括所有適用之限制條文及例外情

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

況，亦非總覽開曼群島公司法及稅務之所有事宜。此等條文或與有興趣各方可能較為熟悉之司法權區的同類條文不同：

(a) 公司業務

本公司作為獲豁免公司，須主要在開曼群島境外經營業務。本公司須每年向開曼群島公司註冊處處長遞交年度申報表存檔，並繳付按本公司法定股本計算之費用。

(b) 股本

開曼群島公司法規定，倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他代價，則須將相當於該等股份溢價總值之款項撥入稱為「股份溢價賬」之賬目內。倘根據任何安排配發該公司之股份以作為收購或註銷任何其他公司股份之代價並按溢價發行股份，則公司可選擇不就該等股份溢價應用該等條文。

開曼群島公司法規定，於組織章程大綱及細則條文(如有)規限下，公司可運用股份溢價賬，以：(i)向股東分派或派付股息；(ii)繳足公司將向股東發行之未發行股份之股款，以作為繳足紅股；(iii)在開曼群島公司法第37條條文規限下贖回及購回股份；(iv)撤銷公司之籌辦費用；及(v)撤銷發行任何公司股份或債權證之費用或就此支付之佣金或給予的折讓。

除非於緊隨建議分派或派付股息日期後，公司有 ability 償還在日常業務過程中到期之債務，否則不得自股份溢價賬向股東作出分派或派付任何股息。

開曼群島公司法規定，在獲得開曼群島大法院(「法院」)認可之情況下，倘其組織章程細則如此授權，則股份有限公司或具有股本之擔保有限公司可通過特別決議案以任何方式削減其股本。

(c) 購買公司或其控股公司股份之財務資助

開曼群島並無法定限制公司向其他人士提供財務資助以供購買或認購該公司本身或其控股公司之股份。因此，倘公司董事在履行其審慎責任及真誠行事時認為可妥為給予有關資助而用途適當且符合公司之利益，則可提供有關資助。有關資助應按公平基準作出。

(d) 公司及其附屬公司購買股份及認股權證

如其組織章程細則如此授權，則股份有限公司或具有股本之擔保有限公司可發行該公司或股東可選擇贖回或有責任贖回之股份，而開曼群島公司法明確規定，在遵守公司組織章程細則之規定下，修訂任何股份所附帶之權利以使有關股份將予贖回或須予贖回乃屬合法。此外，如公司之組織章程細則授權如此行事，則該公司可購回本身股份，包括任何可贖回股份。然而，倘組織章程細則並無規定購回之方式及條款，則公司不得購回任何本身股份，除非該公司事先通過普通決議案規定購回之方式及條款。公司於任何時間僅可贖回或購回其已繳足股款之股份。倘在贖回或購回其任何股份後公司再無任何已發行股份（持作庫存股份之股份除外），則公司不得贖回或購回其任何股份。除非在緊隨建議付款日期後，公司仍有能力償還在日常業務過程中到期之債項，否則公司以股本贖回或購回本身之股份乃屬違法。

公司購回之股份須被視作已註銷，惟（在該公司之組織章程大綱及細則之規限下）該公司之董事於購回股份前議決以該公司之名義持有該等股份作庫存股份則除外。倘公司股份乃持作庫存股份，則該公司須於股東名冊內登記持有該等股份。然而，儘管存在上文所述，該公司不得就任何目的被視作股東，亦不得就庫存股份行使任何權利，且任何有關權利的有意行使須屬無效，不得在該公司之任何大會上就庫存股份直接或間接進行表決，亦不得於釐定任何特定時間之已發行股份總數時被計算在內（不論是否就該公司之組織章程細則或開曼群島公司法而言）。

公司並無被禁止購買本身之認股權證，公司可根據有關認股權證文據或證書之條款及條件購回本身之認股權證。開曼群島法律並無規定公司之組織章程大綱或細則須載有批准該等購買之明文規定，而公司董事可依據其組織章程大綱載列之一般權力買賣及處置各類個人財產。

根據開曼群島法律，附屬公司可持有其控股公司之股份，而在若干情況下，亦可收購該等股份。

(e) 股息及分派

開曼群島公司法允許公司在通過償債能力測試及符合公司組織章程大綱及細則條文（如有）的情況下，動用股份溢價賬派付股息及作出分派。除上述者外，概無有關派付股息的法定條文。根據在此方面可能於開曼群島具影響力的英國案例法，股息僅可自溢利中派付。

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

不可宣派或派付股息，亦不可就庫存股份向該公司以現金或其他方式分派該公司的資產（包括因清盤向股東作出任何資產的分派）。

(f) 保障少數股東及股東的訴訟

預期法院一般依循英國案例法判案，其准許少數股東以公司名義提出代表訴訟或引申訴訟，以反對(i)超越公司權限或非法之行為，(ii)構成欺詐少數股東之行為，而過失方為對公司有控制權之人士，及(iii)在通過須由規定大多數(或特別指定大多數)股東通過之決議案過程中出現之違規行為。

倘公司(並非銀行)股本分為股份，則法院可在持有公司不少於五分之一已發行股份之股東提出申請下，委派調查員審查公司之事務並按法院指定之方式向法院呈報結果。

公司任何股東均可入稟法院，倘法院認為公司清盤屬公平公正，即可頒令將公司清盤，或取代清盤令，頒令：(i)規管公司日後事務之進行，(ii)要求公司停止進行或不得繼續進行入稟股東所申訴行為或進行入稟股東申訴其並無進行之行為，(iii)批准入稟股東按法院可能指示之條款以公司名義並代表公司提出民事訴訟，或(iv)規定其他股東或公司本身購買公司任何股東之股份，如由公司本身購買，則須相應削減公司股本。

股東對公司之申索一般須根據適用於開曼群島之一般合約法或侵權法，或根據公司組織章程大綱及細則所訂定之股東個別權利而提出。

(g) 出售資產

開曼群島公司法並無有關董事處置公司資產權力之具體限制。然而，一般法例規定公司每名高級職員(包括董事、董事總經理及秘書)在行使其權力及執行其職責時，必須為公司之最佳利益忠誠信實行事，並以合理審慎之人士於類似情況下應有之謹慎、努力及技巧行事。

(h) 會計及核數規定

公司須促使存置有關：(i)公司所有收支款項及收支所涉及事項；(ii)公司所有銷貨與購貨記錄；及(iii)公司之資產與負債的妥善賬冊。

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

倘並無存置為真實公平反映公司事務狀況及解釋其交易所需之賬冊，則不被視作妥為存置賬冊。

獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法例送達法令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供可能須予提供的其賬簿副本或當中部分。

(i) 外匯管制

開曼群島並無外匯管制規例或貨幣限制。

(j) 稅項

根據開曼群島稅務豁免法，本公司已獲承諾：

- (i) 開曼群島並無頒佈法律對本公司或其業務所得溢利、收入、收益或增值徵收任何稅項；及
- (ii) 毋須按或就本公司股份、債權證或其他責任繳納上述稅項或屬遺產稅或承繼稅性質之任何稅項。

本公司所獲承諾由2008年1月8日起計為期20年。

開曼群島現時並無對個人或公司之溢利、收入、收益或增值徵收任何稅項，且並無任何屬承繼稅或遺產稅性質之稅項。除不時因在開曼群島司法權區內簽立若干文據或引入該等文據而可能須繳付之若干印花稅外，開曼群島政府不大可能對本公司徵收其他重大稅項。開曼群島已於2010年與英國訂立雙重徵稅公約，惟並無另行訂立任何雙重徵稅公約。

(k) 轉讓之印花稅

開曼群島並無就開曼群島公司股份之轉讓徵收印花稅，惟轉讓在開曼群島持有土地權益之公司的股份則除外。

(l) 向董事貸款

開曼群島公司法並無禁止公司向其任何董事作出貸款之明文規定。

附錄四 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要

(m) 查閱公司紀錄

註冊辦事處的通知屬公開記錄。任何人士可於支付費用後向公司註冊處處長申請查閱現任董事及替任董事(倘適用)的名單。按揭登記簿可供債權人及股東查閱。

根據開曼群島公司法，本公司股東並無查閱或獲得本公司股東名冊或公司紀錄副本之一般權利。然而，彼等將享有本公司細則可能載列之該等權利。

(n) 股東名冊

獲豁免公司可在董事不時認為適當之開曼群島境內或境外地點存置其股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。股東名冊應包括開曼群島公司法第40條所要求的詳情。股東名冊分冊須按開曼群島公司法規定或許可存置股東名冊總冊之相同方式存置。公司須安排於存置公司股東名冊總冊之地點存置不時正式記錄之任何股東名冊分冊副本。

開曼群島公司法並無規定獲豁免公司向開曼群島公司註冊處處長提交任何股東申報表。因此，股東姓名／名稱及地址並非公開紀錄，且不會供公眾查閱。然而，獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法例送達法令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供可能須予提供之有關股東名冊(包括任何股東名冊分冊)。

(o) 董事及高級職員名冊

本公司須在其註冊辦事處存置董事及高級職員名冊，惟公眾人士不得查閱該名冊。該名冊之副本須提交予開曼群島公司註冊處處長存檔，而任何董事或高級職員變動須於任何有關變動後30日內知會註冊處處長。

(p) 實益擁有人名冊

獲豁免公司須於其註冊辦公室存置一份實益擁有人名冊，以記錄直接或間接最終擁有或控制本公司25%或以上股權或投票權或有權委任或罷免本公司大部分董事人士的資料。實益擁有人名冊並非公開文件，且僅供一個指定開曼群島主管部門參閱。然而，有關規定並不適用於其股份已獲准於證券交易所(包括聯交所)上市的獲豁免公司。因此，倘本公司股份於聯交所上市，則毋須存置實益擁有人名冊。

(q) 清盤

公司可(i)在法院頒令下強制，(ii)自動或(iii)在法院監督下清盤。

法院有權在公司股東通過特別決議案要求公司由法院清盤，或公司無力償債或法院認為將該公司清盤屬公平公正等多種特定情況下頒令清盤。倘公司股東(作為出資人)基於公司清盤乃屬公平公正之理由入稟法院，法院有權發出其他命令以代替清盤令，如規管公司事務日後操守的命令，授權入稟股東按法院可能指示的條款以公司名義或代表公司提出民事訴訟的命令，或規定其他股東或由公司本身購買公司任何股東的股份的命令。

倘公司(有限期公司除外)透過特別決議案議決自動清盤或倘公司無法償還到期債務而於股東大會透過普通決議案議決自動清盤，則公司可自動清盤。倘進行自動清盤，則該公司須自自動清盤之決議案通過或於上述期間屆滿或由上述情況發生起停止營業(惟倘繼續營業或對其清盤有利者則屬例外)。

為執行公司清盤程序及協助法院，可委任一名或以上正式清盤人，而法院可委任其認為適當之有關人士擔任該職務，而不論乃屬於臨時或其他性質。倘委任超過一名人士擔任有關職務，法院須宣佈規定由或授權由正式清盤人進行之任何行動，是否須由全體或任何一名或以上該等人士進行。法院亦可決定正式清盤人接受委任是否需要提供任何擔保及有關擔保之種類；倘並無委任正式清盤人或於該職位懸空之任何期間，公司之所有財產須由法院保管。

待公司事務完全結束後，清盤人須隨即編製清盤報告及賬目，顯示進行清盤及處置公司財產之過程，並在其後召開公司股東大會，以便向公司提呈賬目及就此加以闡釋。清盤人須於此次最後股東大會至少21日之前，按公司之組織章程細則授權之任何方式，向每名出資人發出通知，並於憲報刊登。

(r) 重組

法例規定進行重組及合併須在就此召開的大會獲得價值相當於出席大會之股東或類別股東或債權人(視情況而定)75%的大多數票批准，且其後獲法院批准。儘管有異

議之股東有權向法院表示彼認為徵求批准之交易對股東所持股份並無給予公允價值，惟倘無證據顯示管理層有欺詐或不誠實行為，法院不大可能僅基於上述理由否決該項交易。

(s) 收購

倘一家公司提出收購另一家公司股份之建議，且在提出收購建議後四個月內，屬收購建議標的之股份不少於90%的持有人接納收購建議，則收購方在上述四個月期滿後之兩個月內，可隨時按指定方式發出通知，要求有異議之股東按收購建議之條款轉讓彼等的股份。有異議之股東可在該通知發出後一個月內向法院提出反對轉讓。有異議股東須證明法院應行使其酌情權，惟除非有證據顯示收購方與接納收購建議之股份持有人之間有欺詐或不誠實或勾結行為，以不公平手法逼退少數股東，否則法院不大可能行使其酌情權。

(t) 彌償保證

開曼群島法律並無限制公司之組織章程細則可對高級職員及董事作出彌償保證之範圍，惟倘法院認為任何該等條文違反公眾政策(例如表示對觸犯刑事罪行之後果作出彌償保證之情況)則除外。

(u) 經濟實質規定

根據於2019年1月1日生效之開曼群島2018年國際稅務合作經濟實質法案(「經濟實質法」)，「相關實體」須滿足經濟實質法所載之經濟實質測試。「相關實體」包括於開曼群島註冊成立之獲豁免公司(如本公司)，然而，其並不包括在開曼群島之外有稅務居住處所之實體。因此，只要本公司為開曼群島境外(包括香港)之稅務居民，即毋須滿足經濟實質法所載之經濟實質測試。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法律之特別法律顧問康德明律師事務所已向本公司發出一份意見函，概述開曼群島公司法之若干方面。按本招股章程「附錄六 — 送呈香港公司註冊處處長及備查文件」一節所述，該函件連同開曼群島公司法之副本可供查閱。任何人士如欲查閱開曼群島公司法之詳細概要，或就該法例與其較為熟悉之任何司法權區法例之間的差異取得任何意見，應諮詢獨立法律意見。

A. 有關本集團的其他資料

1. 註冊成立

本公司於2007年12月27日根據開曼群島公司法在開曼群島註冊成立為一家獲豁免有限公司，名為「BLUE MOON INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED藍月亮國際控股有限公司」。我們的名稱於2008年5月21日變更為「Blue Moon Group Holdings Limited藍月亮集團控股有限公司」。我們的註冊辦事處位於Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman, KY1-1111, Cayman Islands。

本公司在香港的營業地點位於香港皇后大道中183號新紀元廣場中遠大廈46樓4606室。本公司於2008年6月2日根據前公司條例(香港法例第32章)第XI部註冊為一家海外公司(現根據公司條例第16部稱為非香港公司)。潘女士(地址為香港貝沙山道8號貝沙灣6期8A座49樓A室)於2008年4月21日獲委任為本公司的香港授權代表，以在香港接收須送達本公司的法律程序文件及任何通知。本公司的香港主要營業地點位於香港皇后大道中183號新紀元廣場中遠大廈46樓4606室。

於最後實際可行日期，本公司在中國的總部位於中國廣州市黃埔區雲埔工業區埔南路36號。

由於本公司於開曼群島註冊成立，故我們的營運須遵守開曼群島法律及組織章程大綱及細則。本公司組織章程大綱及細則相關章節及開曼群島公司法相關方面的概要載於「附錄四—本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要」一節。

2. 本公司股本變動

於本公司註冊成立日期，本公司的法定股本為380,000港元，分為38,000,000股每股面值0.01港元的股份。

自本公司註冊成立日期起直至本招股章程日期，本公司的已發行及繳足股本已發生下列變動：

- 於2007年12月27日，本公司的一股面值為0.01港元的股份獲配發及發行(入賬列作繳足)予本公司的初始認購人並於同日隨後轉讓予ZED。
- 於2010年11月19日，本公司的9,999股每股面值為0.01港元的股份獲配發及發行(入賬列作繳足)予ZED。
- 於2010年11月20日，ZED轉讓本公司的全部10,000股每股面值為0.01港元的股份予Aswann。

- 於2020年9月23日，本公司將我們的法定股本由380,000港元(分為38,000,000股每股面值0.01港元的股份)增至100,000,000港元(分為10,000,000,000股每股面值0.01港元的股份)。
- 於2020年11月22日，根據本集團的股權重組，Aswann所持本公司全部已發行股本被分派予Aswann股東，方法為按彼等各自於Aswann所持普通股及優先股的比例(按猶如1股優先股轉換1股普通股的轉換基準)作出實物分派。有關股權重組的詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構—股權重組及重組」一節。

緊隨上述我們的法定股本增加完成後，本公司的已發行股本為100港元，分為10,000股每股面值0.01港元的股份(均為繳足或入賬列作繳足)，另99,999,900港元(分為9,999,990,000股每股面值0.01港元的股份)維持尚未發行。

緊隨全球發售(惟未計及根據超額配股權以及根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何尚未行使購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)及資本化發行完成後，我們的已發行股本將為57,471,265港元，分為5,747,126,500股股份(均為繳足或入賬列作繳足)，另4,252,873,500股股份將維持尚未發行。

除上文及下文「A.有關本集團的其他資料—3.我們的唯一股東於2020年9月23日通過的書面決議案」分節所披露者外，本公司的股本自其註冊成立日期以來概無任何變動。

3. 我們的唯一股東於2020年9月23日通過的書面決議案

於2020年9月23日，本公司的決議案獲股東通過，據此(其中包括)：

- (a) 我們的法定股本由380,000港元(分為38,000,000股每股面值0.01港元的股份)增至100,000,000港元(分為10,000,000,000股每股面值0.01港元的股份)；及
- (b) 首次公開發售前購股權計劃的規則(其主要條款載於下文「D.首次公開發售前購股權計劃」分節)獲批准及採納，且董事獲授權批准對首次公開發售前購股權計劃規則作出的聯交所接受或不反對的任何修訂，並可全權酌情授出可據其認購股份的購股權，及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權獲行使而配發、發行及處置股份，並可採取一切必要或合宜或權宜的步驟，以實施首次公開發售前購股權計劃。

4. 我們的股東於2020年11月23日通過的書面決議案

於2020年11月23日，本公司的決議案獲股東通過，據此(其中包括)：

- (a) 本公司批准及採納組織章程大綱及組織章程細則(待及自上市後生效)；及
- (b) 待達成(或(倘適用)豁免)「全球發售的架構—全球發售的條件」一節所載的條件後及根據下文所載條款：
 - (i) 全球發售及超額配股權獲批准及我們的董事獲授權實施全球發售(包括但不限於同意全球發售的架構、全球發售下初步提呈發售以供認購的股份數目增加或減少，及同意全球發售的發售價範圍及最終發售價)；
 - (ii) 上市獲批准及我們的董事獲授權實施上市；
 - (iii) 我們的董事獲授權根據全球發售配發及發行股份，本公司根據上市規則刊發本招股章程及申請表格，及轉讓有關全球發售的股份數目；
 - (iv) 待本公司股份溢價賬擁有充足的結餘，或因根據全球發售發行發售股份而錄得進賬款項後，我們的董事獲授權通過把本公司股份溢價賬中49,999,900港元的進賬款項資本化的方式，按於緊接上市日期前之營業日營業時間結束時名列本公司股東名冊的股份持有人各自的股權比例(惟概無股東將有權獲配發或發行任何零碎股份)，按面值每股0.01港元向彼等(或彼等可能指定的人士)配發及發行合共4,999,990,000股入賬列作繳足的股份，而根據此決議案將予配發及發行的股份將在各方面與現有已發行股份享有同等地位；
 - (v) 在上市規則第10.08條的「禁售」規定的規限下，我們的董事獲授一般無條件授權以配發、發行及處置股份或可換股證券或購股權、認股權證或可認購股份或該等可換股證券的類似權利，並作出或授出可能須行使該等權力的要約、協議或購股權，惟我們的董事所配發或同意配發的股份(不包括根據(i)供股，(ii)行使根據首次公開發售前購股權計劃授出的尚未行使購股權，(iii)透過配發股份代替全部或部分股份股息的以股代息計劃或

類似安排，或(iv)股東於股東大會上授出的特別授權所配發的股份)總數不得超過以下各項的總和：

- (A) 緊隨全球發售(惟未計及根據超額配股權以及根據首次公開發售前購股權計劃授出的尚未行使購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)及資本化發行完成後已發行股份總數的20%；及
- (B) 本公司根據下文第(vi)段所述購回股份的一般授權所購回的股份(如有)總數，

上述授權自通過此決議案直至下列最早發生者期間一直有效：(I)本公司下屆股東週年大會結束時；(II)細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿當日；及(III)股東在股東大會上以普通決議案修訂或撤回此決議案當日(「**相關期間**」)；

- (vi) 我們的董事獲授一般無條件授權，根據所有相關法律及上市規則的規定行使本公司一切權力於聯交所或股份可能上市且獲證監會及聯交所就此而言認可的任何其他證券交易所購回合共不超過緊隨全球發售(惟未計及根據超額配股權以及首次公開發售前購股權計劃項下授出的尚未行使購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後已發行股份總數10%的股份，並使該授權在相關期間一直有效；及
- (vii) 藉向可由董事根據有關一般授權配發或同意有條件或無條件配發及發行的股份總面值增設相等於本公司根據上文第(vi)段所指購買股份的授權所購回的股份總面值，擴大上文第(v)段所述的一般授權。

5. 重組

本集團旗下公司已實施及開展若干股權重組步驟，以籌備上市。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構—股權重組及重組」一節。

6. 我們附屬公司股本的變動

本公司附屬公司的詳情載於「附錄一—會計師報告」一節。於緊接本招股章程日期前兩年內，本公司附屬公司的股本發生下列變動：

- 於2020年6月3日，成都月亮小屋的註冊資本從人民幣8,000,000元增至人民幣16,000,000元。
- 於2019年5月8日，藍月亮天津的註冊資本從30,000,000美元增至36,000,000美元。
- 於2019年1月8日，南通月亮小屋於中國註冊成立，註冊資本為人民幣8,000,000元。

除上文及「附錄一—會計師報告」一節所載者外，我們附屬公司的股本於緊接本招股章程日期前兩年內概無任何變動。

7. 本公司購回本身的證券

本分節載有聯交所規定須載入本招股章程的有關本公司購回本身證券的資料。

(a) 上市規則的規定

上市規則允許以聯交所作為第一上市地的公司在聯交所購回本身的證券，惟須遵守若干限制，其中較為重要者概述如下：

(i) 股東批准

所有以聯交所作為第一上市地的公司的建議證券購回(如屬股份，必須繳足)均須事先經股東通過普通決議案批准，以一般授權或就特定交易作出特別批准的方式進行。

(ii) 資金來源

購回資金須為根據本公司組織章程大綱及細則及上市規則以及開曼群島適用法律法規可合法作此用途的資金。上市公司不得以非現金代價或以並非聯交所交易規則所規定的交收方式在聯交所購回本身證券。根據開曼群島公司法，本公司任何購回可從本公司溢利、本公司的股份溢價賬或就購回目的而新發行股份的所得款項，或由細則授權且在開曼群島公司法的規限下，從資本撥付。

(iii) 買賣限制

上市公司可在聯交所購回的股份總數最多為已發行股份總數的10%。未經聯交所事先批准，緊隨購回後的30日期間內，上市公司不得發行或宣佈擬發行新證券（惟因行使於購回前尚未行使的認股權證、購股權或要求公司須發行證券的類似工具而發行證券除外）。此外，倘購買價較前五個股份在聯交所買賣的交易日的平均收市價高出5%或以上，則該上市公司不得在聯交所購回股份。倘購回證券將導致公眾所持上市證券數量低於聯交所規定的相關指定最低百分比，則上市規則亦禁止該上市公司購回證券。公司須促使獲其委任購回證券的經紀向聯交所披露聯交所可能要求的有關購回的資料。

(iv) 購回股份的地位

購回的所有證券（不論於聯交所或自其他途徑購回）將自動撤銷上市，而該等證券的股票必須註銷及銷毀。

(v) 暫停購回

發生股價敏感事件或作出股價敏感決定後，直至公佈相關股價敏感資料前，上市公司不得購回任何證券。尤其於緊接以下日期（以較早者為準）前一個月期間內：(A)批准上市公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績（無論是否為上市規則所規定者）的董事會會議日期（由於該日期根據上市規則最先知會聯交所）；及(B)上市公司根據上市規則刊發任何年度或半年度業績公告、季度或任何其他中期業績公告（無論是否為上市規則所規定者）的最後期限，上市公司不得於聯交所購回其股份，惟特殊情況除外。此外，倘上市公司違反上市規則，則聯交所或會禁止其於聯交所購回證券。

(vi) 申報規定

在聯交所或從其他途徑購回證券的若干資料必須不遲於下一個營業日在早市或任何開市前時段（以較早者為準）開始前30分鐘向聯交所報告。此外，上市公司的年報須披露在有關年度購回證券的詳情，包括購回證券數目的每

月分析、每股股份的購買價或就全部購回支付的最高價及最低價(如相關)與已付總價。

(vii) 核心關連人士

上市公司不得在知情的情況下於聯交所向「核心關連人士」(即公司或公司任何附屬公司的董事、主要行政人員或主要股東或彼等的緊密聯繫人)購回證券，而核心關連人士不得在知情的情況下向公司出售所持證券。

(b) 購回的理由

我們的董事相信，能夠購回我們的股份與本公司及股東的利益相符。購回股份可增加每股資產淨值及／或每股盈利，惟須視乎情況而定。我們的董事已尋求獲授購回股份的一般授權以便本公司可適時靈活購回股份。任何情況下購回股份的數目、價格及其他條款，將由我們的董事於相關時間考慮當時相關情況而釐定。

(c) 購回資金

購回證券時，本公司僅可動用根據其組織章程大綱及細則、上市規則以及開曼群島適用法律規定可合法作此用途的資金。

倘股份購回期間任何時候全面行使購回授權，則可能對本公司的營運資金或資本負債水平造成重大不利影響(與本招股章程所披露的狀況相比)。然而，倘董事認為對本公司不時適宜的營運資金需求或資本負債水平有重大不利影響，則董事不會行使購回授權。

(d) 一般資料

按緊隨全球發售(惟未計及根據超額配股權以及首次公開發售前購股權計劃項下授出的尚未行使購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後已發行的5,747,126,500股股份計算，本公司於以下事件(以較早者為準)前的期間全面行使購回授權，則可購回最多約574,712,650股股份：

- (i) 本公司下屆股東週年大會結束；

(ii) 細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；
或

(iii) 股東在股東大會以普通決議案修訂或撤銷購回授權時。

概無董事或(據彼等作出一切合理查詢後所深知)彼等任何緊密聯繫人目前有意向本公司出售任何股份。

我們的董事已向聯交所承諾，在上市規則及開曼群島適用法律適用的範圍內，彼等會根據上市規則及開曼群島適用法律行使購回授權。

倘購回股份導致股東於本公司投票權的權益比例增加，則有關增加將根據收購守則視為收購。因此，一名或一組一致行動的股東可取得或鞏固對本公司的控制權，從而須根據收購守則規則26的規定作出強制要約。除上文所述者外，據董事所知，根據購回授權進行任何購回不會產生收購守則所述的任何後果。

倘購回股份導致公眾所持股份數量降至低於當時已發行股份的25%，則購回股份須獲聯交所批准豁免遵守上文提到上市規則有關公眾持股量的規定方可進行。除特殊情況外，此類豁免一般不會授出。

概無本公司核心關連人士知會本公司，表示倘購回授權被行使，彼等目前有意向本公司出售股份，或承諾不會如此行事。

B. 有關我們業務的其他資料

1. 重大合約概要

緊接本招股章程日期前兩年內本集團訂立的重大或可屬重大的合約(並非於日常業務過程中訂立的合約)如下：

- (a) 本公司、中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司、Merrill Lynch Far East Limited、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited及香港包銷商就香港公開發售所訂立日期為2020年12月3日的包銷協議；

- (b) 本公司、Aswann、ZED、Blue Moon BVI、藍月亮集團、藍月亮實業、藍月亮天津、藍月亮中國、藍月亮昆山、星朔廣州、月亮小屋集團、月亮小屋、潘女士、HCM、CCIL、Hai Fei、Allied Power Limited及Van Group Limited就「歷史、重組及公司架構」一節所指的股東協議所訂立日期為2020年6月28日的修訂契據；
- (c) 本公司、中銀香港資產管理有限公司(作為本條所述協議所載其管理的若干管理賬戶的投資經理)、中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司、Merrill Lynch Far East Limited、中銀國際亞洲有限公司及聯席全球協調人所訂立日期為2020年12月2日的基石投資協議，據此，中銀香港資產管理有限公司(作為本條所述協議所載若干管理賬戶的投資經理)同意促使該等管理賬戶認購以232,500,000港元按發售價可購買的發售股份數目；
- (d) 本公司、大眾(香港)國際有限公司、中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司、Merrill Lynch Far East Limited及聯席全球協調人所訂立日期為2020年12月2日的基石投資協議，據此，大眾(香港)國際有限公司同意認購以相等於45,000,000美元的等額港元按發售價可購買的發售股份數目；
- (e) 本公司、富敦資金管理有限公司(作為代表本條所述協議所載其管理的若干基金及投資賬戶的投資經理)、中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司、Merrill Lynch Far East Limited及聯席全球協調人所訂立日期為2020年12月2日的基石投資協議，據此，各方同意由富敦資金管理有限公司管理的若干基金及投資賬戶將認購以相等於30,000,000美元的等額港元按發售價可購買的發售股份數目；
- (f) 本公司、益添投資有限公司、中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司、Merrill Lynch Far East Limited、法國巴黎證券(亞洲)有限公司及聯席全球協調人所訂立日期為2020年12月2日的基石投資協議，據此，益添投資有限公司同意認購以相等於45,000,000美元的等額港元按發售價可購買的發售股份數目；
- (g) 本公司、Poly Platinum Enterprises Limited、中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司、Merrill Lynch Far East Limited及聯席全球協調人

所訂立日期為2020年12月2日的基石投資協議，據此，Poly Platinum Enterprises Limited同意認購以271,250,000港元按發售價可購買的發售股份數目；及

- (h) 本公司、Veritas Asset Management LLP、中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司、Merrill Lynch Far East Limited及聯席全球協調人所訂立日期為2020年12月2日的基石投資協議，據此，Veritas Asset Management LLP同意認購以相等於50,000,000美元的等額港元按發售價可購買的發售股份數目。

2. 知識產權

於最後實際可行日期，下列知識產權對本集團業務具有重大意義：

(a) 商標

- (i) 於最後實際可行日期，本集團已註冊下列對我們的業務具有重大意義的商標：

編號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地點	註冊編號	註冊日期	到期日
1.		3、5	藍月亮實業	香港	303731337	2016年4月1日	2026年3月31日
2.		35、37、41、43	藍月亮實業	香港	303003768	2014年5月21日	2024年5月20日
3.		3	藍月亮實業	中國	7613055	2010年11月7日	2030年11月6日
4.		5	藍月亮實業	中國	7613053	2011年1月21日	2031年1月20日
5.		3	藍月亮實業	中國	4312816	2007年12月21日	2027年12月20日
6.	 洗衣大師	9	藍月亮實業	中國	20901792	2019年10月7日	2029年10月6日
7.	 机洗神器	3	藍月亮實業	中國	16118349	2016年9月7日	2026年9月6日
8.	 预涂神器	3	藍月亮實業	中國	21304444	2017年11月14日	2027年11月13日
9.		3	藍月亮實業	中國	11639144	2014年3月28日	2024年3月27日

編號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地點	註冊編號	註冊日期	到期日
10.		3	藍月亮實業	中國	876074	1996年10月7日	2026年10月6日
11.	克星	3	藍月亮實業	中國	33062572	2019年5月7日	2029年5月6日
12.		3	藍月亮實業	中國	36213285	2019年12月14日	2029年12月13日
13.	卫诺	5	藍月亮實業	中國	9808631	2012年10月7日	2022年10月6日
14.	卫诺	5	藍月亮實業	中國	4833639	2009年2月14日	2029年2月13日
15.	Voio	5	藍月亮實業	中國	5034245	2009年7月28日	2029年7月27日
16.		5	藍月亮實業	中國	5034246	2009年7月28日	2029年7月27日
17.		3	藍月亮實業	中國	25835671	2018年8月7日	2028年8月6日
18.		3	藍月亮實業	中國	1484310	2000年12月7日	2030年12月6日
19.		3	藍月亮實業	中國	10272671	2013年2月14日	2023年2月13日
20.		3	藍月亮實業	中國	10272672	2013年2月14日	2023年2月13日
21.		3	藍月亮實業	中國	6980368	2010年6月7日	2030年6月6日
22.	果泡多多	3	藍月亮實業	中國	6980367	2010年6月7日	2030年6月6日
23.	天露	3	藍月亮實業	中國	8748795	2011年12月7日	2021年12月6日
24.	净享	3	藍月亮實業	中國	6764446	2010年4月7日	2030年4月6日
25.	净享	3	藍月亮實業	中國	33062566	2019年9月28日	2029年9月27日
26.	至尊洗衣	37	藍月亮實業	中國	23679798	2018年9月14日	2028年9月13日

編號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地點	註冊編號	註冊日期	到期日
27.		9、22	月亮小屋	中國	14909808	2015年11月7日	2025年11月6日
28.		37	月亮小屋	中國	9808628	2012年10月7日	2022年10月6日
29.		3	藍月亮實業	中國	40087862	2020年7月14日	2030年7月13日
30.		3	藍月亮實業	中國	39697690	2020年6月7日	2030年6月6日
31.		35	藍月亮實業	中國	39659438	2020年6月7日	2030年6月6日
32.		3	藍月亮實業	中國	37168889	2020年5月28日	2030年5月27日
33.		3	藍月亮實業	中國	33062564	2020年6月28日	2030年6月27日

(ii) 於最後實際可行日期，本集團已申請註冊下列對其業務具有重大意義的商標：

編號	商標	類別	申請人	註冊地點	申請編號	申請日期
1.		3	藍月亮實業	中國	40526601	2019年8月22日
2.		3	藍月亮實業	中國	42141974	2019年11月6日
3.		3	藍月亮實業	中國	47401002	2020年6月19日
4.		3	藍月亮實業	中國	47414350	2020年6月19日
5.		3	藍月亮實業	中國	50780927	2020年10月28日
6.		21	藍月亮實業	中國	50780387	2020年10月28日

(b) 域名

於最後實際可行日期，本集團已註冊下列對其業務具有重大意義的域名：

編號	域名	註冊擁有人	註冊地點	註冊日期	到期日
1.	bluemoon.com.cn	藍月亮中國	中國	1998年 6月23日	2027年 6月23日
2.	bm.link	藍月亮中國	中國	2018年 3月12日	2021年 3月12日
3.	xiyidashi.com	藍月亮中國	中國	2016年 11月14日	2021年 11月14日
4.	xiyidashi.com.cn	藍月亮中國	中國	2016年 11月14日	2021年 11月14日
5.	xididashi.com	藍月亮中國	中國	2016年 11月21日	2021年 11月21日
6.	xididashi.com.cn	藍月亮中國	中國	2016年 11月21日	2021年 11月21日
7.	xiyizaixian.com	藍月亮中國	中國	2012年 9月11日	2021年 9月11日

(c) 專利

(i) 於最後實際可行日期，本集團擁有下列對其業務具有重大意義的專利：

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
1.	一種緩溶型塊狀清潔劑及其製備方法	發明	藍月亮實業	中國	ZL200910038273.4	2009年 3月27日	2029年 3月26日
2.	一種衣物柔順劑及其製備方法	發明	藍月亮實業	中國	ZL201010181142.4	2010年 5月18日	2030年 5月17日
3.	包裝瓶(500LF)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201230040371.4	2012年 2月27日	2022年 2月26日
4.	包裝瓶(500DG)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201230167098.1	2012年 5月11日	2022年 5月10日

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
5.	一種改善清潔組合物中香氣及外觀穩定性的方法及清潔組合物	發明	藍月亮實業	中國	ZL201210182408.6	2012年 6月5日	2032年 6月4日
6.	包裝瓶(LG)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201230348281.1	2012年 7月27日	2022年 7月26日
7.	泵頭(LG)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201230452453.X	2012年 9月20日	2022年 9月19日
8.	包裝瓶(KC)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201330041075.0	2013年 2月18日	2023年 2月17日
9.	包裝瓶(LH)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201330041081.6	2013年 2月18日	2023年 2月17日
10.	包裝瓶蓋(LH)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201330041082.0	2013年 2月18日	2023年 2月17日
11.	一種多腔瓶出液結構	發明	藍月亮實業	中國	ZL201310328081.3	2013年 7月31日	2033年 7月30日
12.	一種雙腔瓶出液結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201320462750.1	2013年 7月31日	2023年 7月30日
13.	包裝瓶(XA)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201330407307.X	2013年 8月22日	2023年 8月21日
14.	一種快速檢測織物上蛋白質殘留的方法	發明	藍月亮實業	中國	ZL201310551773.4	2013年 11月8日	2033年 11月7日
15.	一種噴液式容器蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201320706940.3	2013年 11月11日	2023年 11月10日
16.	一種固體容器定量蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201320706826.0	2013年 11月11日	2023年 11月10日
17.	包裝瓶(QB)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201430029748.5	2014年 2月17日	2024年 2月16日
18.	包裝瓶(XB)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201430029749.X	2014年 2月17日	2024年 2月16日

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
19.	包裝瓶(LI)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201430070789.9	2014年 3月28日	2024年 3月27日
20.	按壓式噴頭改進裝置	實用新型	藍月亮實業/ 江蘇德晉 塑膠包裝 有限公司	中國	ZL201420498243.8	2014年 8月29日	2024年 8月28日
21.	雙色瓶蓋	設計	藍月亮實業	中國	ZL201430350619.6	2014年 9月18日	2024年 9月17日
22.	一種十二醇葡萄糖雙子表面活性劑複配物及其製備方法	發明	藍月亮實業	中國	ZL201410521042.X	2014年 9月30日	2034年 9月29日
23.	一種泵頭結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201520146558.0	2015年 3月13日	2025年 3月12日
24.	一種吸塑包裝結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201520146360.2	2015年 3月13日	2025年 3月12日
25.	一種用於多腔瓶的出液蓋結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201520145196.3	2015年 3月13日	2025年 3月12日
26.	乳液泵(600LI)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201530328905.7	2015年 8月28日	2025年 8月27日
27.	一種新型手持式分配器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201520842580.9	2015年 10月28日	2025年 10月27日
28.	一種泵頭定向結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201520842582.8	2015年 10月28日	2025年 10月27日
29.	一種便於握持的手持式分配器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201520844075.8	2015年 10月28日	2025年 10月27日

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
30.	一種乳液泵防開啟卡扣結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201520842581.3	2015年 10月28日	2025年 10月27日
31.	一種手持式分配器壓頭限位結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201521076328.8	2015年 12月22日	2025年 12月21日
32.	一種洗滌劑組合物	發明	藍月亮實業	中國	ZL201610559102.6	2016年 7月15日	2036年 7月14日
33.	一種出液泵結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201620803940.9	2016年 7月28日	2026年 7月27日
34.	一種液體容器結構及補充液系統	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201620802925.2	2016年 7月28日	2026年 7月27日
35.	一種帶凹痕的包裝袋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201621153931.6	2016年 10月31日	2026年 10月30日
36.	一種補充液包裝袋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201621153934.X	2016年 10月31日	2026年 10月30日
37.	一種液體容器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201621187952.X	2016年 11月4日	2026年 11月3日
38.	一種液體容器	發明	藍月亮實業	中國	ZL201610961086.3	2016年 11月4日	2036年 11月3日
39.	一種護理組合物、護理劑及其製備方法和應用	發明	藍月亮實業	中國	ZL201611089573.1	2016年 12月1日	2036年 11月30日
40.	一種表面具有微孔道中空聚合物彈性微球及其製備方法和應用	發明	藍月亮實業	中國	ZL201611089124.7	2016年 12月1日	2036年 11月30日

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
41.	一種表面具有微孔道中空聚合物塑性微球及其製備方法和應用	發明	藍月亮實業	中國	ZL201611089125.1	2016年 12月1日	2036年 11月30日
42.	一種按壓式噴頭改進裝置	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720374600.3	2017年 4月11日	2027年 4月10日
43.	一種倒置包裝瓶的瓶蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720654447.X	2017年 6月6日	2027年 6月5日
44.	一種液體包裝瓶的倒置架結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720654349.6	2017年 6月6日	2027年 6月5日
45.	一種液體包裝瓶結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720654403.7	2017年 6月6日	2027年 6月5日
46.	一種液體包裝瓶	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720654420.0	2017年 6月6日	2027年 6月5日
47.	一種包裝瓶的瓶蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720654350.9	2017年 6月6日	2027年 6月5日
48.	蓋(300QE)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730256318.0	2017年 6月20日	2027年 6月19日
49.	蓋(300QD)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730267645.6	2017年 6月20日	2027年 6月19日
50.	瓶(300QDE)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730256310.4	2017年 6月20日	2027年 6月19日
51.	瓶(300QE)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730256650.7	2017年 6月20日	2027年 6月19日
52.	包裝瓶(300QE-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730256010.6	2017年 6月20日	2027年 6月19日
53.	包裝瓶(300QE)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730256317.6	2017年 6月20日	2027年 6月19日
54.	瓶(300QD)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730256649.4	2017年 6月20日	2027年 6月19日
55.	包裝瓶(300QD)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730256316.1	2017年 6月20日	2027年 6月19日

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
56.	一種量杯蓋結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720762151.X	2017年 6月27日	2027年 6月26日
57.	蓋(300QCF)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730295920.5	2017年 7月7日	2027年 7月6日
58.	瓶(300QC)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730295918.8	2017年 7月7日	2027年 7月6日
59.	瓶(300QF)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730295922.4	2017年 7月7日	2027年 7月6日
60.	包裝瓶(300QF)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730295937.0	2017年 7月7日	2027年 7月6日
61.	包裝瓶(300QC)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730295938.5	2017年 7月7日	2027年 7月6日
62.	一種帶線狀開口的 補充液包裝袋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720951385.9	2017年 8月1日	2027年 7月31日
63.	一種既易撕又方便 儲運的補充液 包裝袋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201720951391.4	2017年 8月1日	2027年 7月31日
64.	一種緩流瓶蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201721023824.6	2017年 8月15日	2027年 8月14日
65.	一種緩流瓶蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201721023844.3	2017年 8月15日	2027年 8月14日
66.	一種可定量擠出的 包裝瓶結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201721023941.2	2017年 8月15日	2027年 8月14日
67.	包裝瓶(300QD-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201730617954.1	2017年 12月7日	2027年 12月6日
68.	瓶(280QC)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830127372.X	2018年 4月2日	2028年 4月1日
69.	包裝瓶(280QC)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830127093.3	2018年 4月2日	2028年 4月1日

編號	專利名稱	專利 類型	註冊 擁有人	註冊 地點	專利編號	授出日期	到期日
70.	蓋(280QC)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830127388.0	2018年 4月2日	2028年 4月1日
71.	一種易更換瓶芯的 液體容器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201821041407.9	2018年 6月29日	2028年 6月30日
72.	容器(01)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830352218.2	2018年 6月30日	2028年 6月29日
73.	瓶(05)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830346310.8	2018年 6月30日	2028年 6月29日
74.	支架(01)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830346071.6	2018年 6月30日	2028年 6月29日
75.	支架(02)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830345726.8	2018年 6月30日	2028年 6月29日
76.	支架(03)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830345644.3	2018年 6月30日	2028年 6月29日
77.	支架(04)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830352217.8	2018年 6月30日	2028年 6月29日
78.	支架(05)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830345842.X	2018年 6月30日	2028年 6月29日
79.	支架(06)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830345808.2	2018年 6月30日	2028年 6月29日
80.	瓶(06)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830609521.6	2018年 10月30日	2028年 10月29日
81.	瓶(07)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830609515.0	2018年 10月30日	2028年 10月29日
82.	出液嘴(XE)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830631448.2	2018年 11月8日	2028年 11月7日
83.	包裝瓶(XE-3)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830631439.3	2018年 11月8日	2028年 11月7日
84.	包裝瓶(XE-1)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830631437.4	2018年 11月8日	2028年 11月7日
85.	包裝瓶(XE-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201830631440.6	2018年 11月8日	2028年 11月7日

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
86.	一種雙劑型容器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201821841286.6	2018年 11月8日	2028年 11月7日
87.	一種新型雙劑瓶結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201821841240.4	2018年 11月8日	2028年 11月7日
88.	一種雙劑瓶出液嘴結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201821834804.1	2018年 11月8日	2028年 11月7日
89.	包裝瓶(XE-2-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930281505.3	2018年 11月8日	2028年 11月7日
90.	一種含水增香組合物	發明	藍月亮實業	中國	ZL201910482773.0	2019年 6月4日	2039年 6月3日
91.	一種液體包裝袋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201920938561.4	2019年 6月20日	2029年 6月19日
92.	瓶(BH)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930342687.0	2019年 6月28日	2029年 6月27日
93.	一種液體包容器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921221462.0	2019年 7月29日	2029年 7月28日
94.	一種包裝容器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921221270.X	2019年 7月29日	2029年 7月28日
95.	一種液體容器用提拉蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921406703.9	2019年 8月27日	2029年 8月26日
96.	蓋(LJ-1)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501736.0	2019年 9月11日	2029年 9月10日
97.	吊鈎殼體(02)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501367.5	2019年 9月11日	2029年 9月10日
98.	掛鈎殼體(01)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501355.2	2019年 9月11日	2029年 9月10日
99.	掛鈎殼體(02)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501739.4	2019年 9月11日	2029年 9月10日
100.	掛鈎殼體(03)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501362.2	2019年 9月11日	2029年 9月10日
101.	瓶(LJ-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501363.7	2019年 9月11日	2029年 9月10日

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
102.	蓋(LJ-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501366.0	2019年 9月11日	2029年 9月10日
103.	瓶(LJ)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501738.X	2019年 9月11日	2029年 9月10日
104.	瓶(LJ-1)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501737.5	2019年 9月11日	2029年 9月10日
105.	吊鈎殼體(01)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930501364.1	2019年 9月11日	2029年 9月10日
106.	凝珠(星形)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930505329.7	2019年 9月12日	2029年 9月11日
107.	凝珠(三角形)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930505330.X	2019年 9月12日	2029年 9月11日
108.	凝珠(正方形)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930504930.4	2019年 9月12日	2029年 9月11日
109.	凝珠(月亮形)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930504932.3	2019年 9月12日	2029年 9月11日
110.	凝珠(瓣形)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930505331.4	2019年 9月12日	2029年 9月11日
111.	凝珠(水滴形)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930505328.2	2019年 9月12日	2029年 9月11日
112.	凝珠(四葉草形)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930504920.0	2019年 9月12日	2029年 9月11日
113.	瓶(LM-1)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930524475.4	2019年 9月24日	2029年 9月23日
114.	瓶(LM-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930525033.1	2019年 9月24日	2029年 9月23日
115.	一種容器蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921651834.3	2019年 9月29日	2029年 9月28日
116.	一種防溢流蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921651835.8	2019年 9月29日	2029年 9月28日

編號	專利名稱	專利 類型	註冊 擁有人	註冊 地點	專利編號	授出日期	到期日
117.	一種定量瓶	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921643716.8	2019年 9月29日	2029年 9月28日
118.	一種帶緩流功能的 定量瓶	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921645256.2	2019年 9月29日	2029年 9月28日
119.	一種擠壓式定量瓶	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921643708.3	2019年 9月29日	2029年 9月28日
120.	一種帶限制件的 定量包裝瓶	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921643744.X	2019年 9月29日	2029年 9月28日
121.	一種帶吸管的定量 出液瓶	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921662142.9	2019年 9月29日	2029年 9月28日
122.	一種擠壓式定量 包裝容器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921645188.X	2019年 9月29日	2029年 9月28日
123.	一種防溢流蓋	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201921651901.1	2019年 9月29日	2029年 9月28日
124.	包裝瓶蓋(480AK-1)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618321.1	2019年 11月11日	2029年 11月10日
125.	包裝瓶蓋(480AK-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618668.6	2019年 11月11日	2029年 11月10日
126.	包裝瓶(480AK-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618718.0	2019年 11月11日	2029年 11月10日
127.	包裝瓶(480AK-3)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618709.1	2019年 11月11日	2029年 11月10日
128.	包裝瓶(480AK-4)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618333.4	2019年 11月11日	2029年 11月10日
129.	包裝瓶(480AK-5)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618328.3	2019年 11月11日	2029年 12月11日
130.	包裝瓶(480AK-6)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618692.X	2019年 11月11日	2029年 11月10日
131.	包裝瓶(480AK-1)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618348.0	2019年 11月11日	2029年 12月11日
132.	瓶身(480AK-1)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618666.7	2019年 11月11日	2029年 12月11日

編號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利編號	授出日期	到期日
133.	瓶身(480AK-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL201930618294.8	2019年 11月11日	2029年 12月11日
134.	一種具有 曲線掛鈎的 潔廁用品 延時釋放裝置	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201922147805.X	2019年 12月4日	2029年 12月3日
135.	一種適用於 馬桶側壁的 曲線掛鈎結構	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL201922149326.1	2019年 12月4日	2029年 12月3日
136.	包裝杯(20AI-3)	設計	藍月亮實業	中國	ZL202030025548.8	2020年 1月15日	2030年 1月14日
137.	包裝杯(20AI-2)	設計	藍月亮實業	中國	ZL202030025550.5	2020年 1月15日	2030年 1月14日
138.	包裝杯(20AI-1)	設計	藍月亮實業	中國	ZL202030025554.3	2020年 1月15日	2030年 1月14日
139.	液體包裝容器	實用新型	藍月亮實業	中國	ZL202020087315.5	2020年 1月15日	2030年 1月14日
140.	包裝瓶(260QG)	設計	藍月亮實業	中國	ZL202030092376.6	2020年 3月18日	2030年 3月17日
141.	泵頭(40KI)	設計	藍月亮實業	中國	ZL202030336805.X	2020年 6月28日	2030年 6月27日

(ii) 於最後實際可行日期，本集團已申請註冊下列對我們的業務具有重大意義的專利：

編號	專利名稱	專利類型	申請人	註冊地點	申請編號	申請日期
1.	一種表面具有微孔道 中空聚合物脆性 微球及其製備方法 和應用	發明	藍月亮實業	中國	201611091127.4	2016年12月1日
2.	一種清潔組合物、 清潔劑及其製備 方法和應用	發明	藍月亮實業	中國	201611091079.9	2016年12月1日
3.	一種按壓式噴頭改進 裝置	發明	藍月亮實業	中國	201710233348.9	2017年4月11日

編號	專利名稱	專利類型	申請人	註冊地點	申請編號	申請日期
4.	含水織物柔軟組合物	發明	藍月亮實業	中國	201710552417.2	2017年7月7日
5.	一種既易撕又方便儲運的補充液包裝袋	實用新型	藍月亮實業	中國	201710647613.8	2017年8月1日
6.	一種表面活性劑組合物	發明	藍月亮實業	中國	201810146789.X	2018年2月12日
7.	一種表面活性劑組合物	發明	藍月亮實業	中國	201810146579.0	2018年2月12日
8.	一種溫和護膚的洗滌劑組合物	發明	藍月亮實業	中國	201810146578.6	2018年2月12日
9.	一種洗滌劑組合物	發明	藍月亮實業	中國	201810146801.7	2018年2月12日
10.	一種洗滌劑組合物	發明	藍月亮實業	中國	201810146559.3	2018年2月12日
11.	一種洗滌劑組合物	發明	藍月亮實業	中國	201810146576.7	2018年2月12日
12.	一種油污剝離的測試方法	發明	藍月亮實業	中國	201810146787.0	2018年2月12日
13.	一種測試織物抗靜電的方法	發明	藍月亮實業	中國	201810364895.5	2018年4月23日
14.	一種織物PM2.5吸附量的測試方法	發明	藍月亮實業	中國	201810364905.5	2018年4月23日
15.	一種評價洗滌劑對餐盤油污洗滌效果的測試方法	發明	藍月亮實業	中國	201810662165.3	2018年6月25日
16.	一種評價洗滌劑防織物類洗碗工具黏油功效的測試方法	發明	藍月亮實業	中國	201810662146.0	2018年6月25日
17.	一種評價洗滌劑防海綿類洗碗工具黏油功效的測試方法	發明	藍月亮實業	中國	201810662688.8	2018年6月25日
18.	一種評價洗滌劑防手部黏油污功效的測試方法	發明	藍月亮實業	中國	201810662689.2	2018年6月25日

編號	專利名稱	專利類型	申請人	註冊地點	申請編號	申請日期
19.	一種易更換瓶芯的液體容器	發明	藍月亮實業	中國	201810714487.8	2018年6月29日
20.	容器(04)	設計	藍月亮實業	中國	201830352219.7	2018年6月30日
21.	一種潔廁劑延時釋放的方法	發明	藍月亮實業	中國	201910339489.8	2019年4月25日
22.	一種潔廁劑緩時釋放的方法	發明	藍月亮實業	中國	201910340269.7	2019年4月25日
23.	一種評價洗滌劑去污功效的測試方法	發明	藍月亮實業	中國	201910374340.3	2019年5月7日
24.	一種含油性組分的自增稠組合物	發明	藍月亮實業	中國	201910482774.5	2019年6月4日
25.	一種容器防溢流的方法及防溢流容器	發明	藍月亮實業	中國	201910939400.1	2019年9月29日
26.	包裝瓶(40KI)	設計	藍月亮實業	中國	202030337255.3	2020年6月28日
27.	一種洗滌劑組合物	發明	藍月亮實業	中國	202010680821.X	2020年7月15日
28.	一種洗衣袋	實用新型	藍月亮實業	中國	202021601899.X	2020年8月4日
29.	一種護洗袋	實用新型	藍月亮實業	中國	202021599187.9	2020年8月4日
30.	洗衣袋	設計	藍月亮實業	中國	202030437541.7	2020年8月4日
31.	液體自動分配裝置	實用新型	藍月亮實業	中國	202022543505.6	2020年11月5日
32.	自動分配器	實用新型	藍月亮實業	中國	202022540648.1	2020年11月5日
33.	氣液泵及洗手機	實用新型	藍月亮實業	中國	202022543559.2	2020年11月5日

(d) 軟件著作權

於最後實際可行日期，本集團已在中國註冊下列對其業務具有重大意義的軟件著作權：

編號	軟件名稱	註冊編號	開發完成日期	首次公佈日期	註冊擁有人
1	藍月亮產品質量 控制系統v2	2010SR042008	2008年12月7日	2008年12月16日	藍月亮實業
2	藍月亮生產車間 控制系統v2	2010SR041959	2009年1月25日	2009年2月4日	藍月亮實業
3	藍月亮生產分析 統計系統v2	2010SR042010	2009年1月21日	2009年2月11日	藍月亮實業
4	藍月亮生產數據 控制系統v2	2010SR042009	2009年8月6日	2009年8月13日	藍月亮實業
5	藍月亮生產線 監控系統v2	2010SR041961	2008年12月9日	2008年12月24日	藍月亮實業
6	藍月亮生產溫度 控制系統V2	2010SR041958	2009年9月15日	2009年10月2日	藍月亮實業
7	潔廁液自動化貼標 控制系統V1.0	2016SR378600	2016年8月31日	2016年9月10日	藍月亮實業
8	廁寶自動化生產 控制系統V1.0	2016SR379863	2016年8月31日	2016年9月10日	藍月亮實業
9	RO膜濃水回收自動 控制系統V1.0	2016SR379757	2016年8月31日	2016年9月10日	藍月亮實業
10	藍月亮移動銷售 管理平台2.4.2	2018SR1030491	2018年8月6日	2018年8月6日	藍月亮中國
11	至尊洗衣 (Android版) 2.1.1	2019SR0359486	2018年11月6日	2018年11月6日	藍月亮中國

編號	軟件名稱	註冊編號	開發完成日期	首次公佈日期	註冊擁有人
12	月亮小屋 (Android版)	2019SR0963076	2019年7月2日	2019年7月2日	藍月亮中國
13	潔淨在身邊小程序 1.1.1.1	2019SR1121615	2018年8月26日	2018年8月26日	月亮小屋
14	酒店洗衣服務管理 系統V1.0	2019SR1345363	2018年8月26日	2018年8月26日	月亮小屋
15	潔淨無憂 (Android版) [簡稱：潔淨無憂] V1.0.0	2020SR0381880	2019年12月23日	2020年12月27日	月亮小屋
16	立袋自動裝箱 控制系統V1.0	2020SR0282123	2019年11月29日	未公佈	藍月亮實業
17	小料自動化工藝 系統[簡稱： 小料自動化]V1.0	2020SR0282262	2019年7月2日	2019年7月2日	藍月亮實業

C. 有關我們董事的其他資料

1. 權益披露

(a) 本公司董事及主要行政人員的權益

緊隨全球發售(假設並無行使超額配股權)及資本化發行完成後,本公司董事及主要行政人員於本公司股份、相關股份及債權證以及於本公司相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中持有的於股份在聯交所上市後(i)根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部的規定須知會本公司及聯交所的權益及/或淡倉(如適用)(包括根據證券及期貨條例相關條文被當作或視作擁有的權益及/或淡倉(如適用)),(ii)根據證券及期貨條例第352條須載入該條所指登記冊的權益及/或淡倉(如適用),或(iii)根據上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的權益及/或淡倉(如適用)如下:

(i) 於股份中的權益及好倉

董事或 主要行政人員姓名	權益性質	股份數目	所持股份 概約百分比
潘女士 ⁽¹⁾	於受控法團的 權益	4,446,000,000	77.36%
羅先生 ⁽¹⁾	配偶權益	4,446,000,000	77.36%
羅東女士 ⁽²⁾	實益擁有人	4,800,000	0.08%
潘國樑先生 ⁽³⁾⁽⁴⁾	實益擁有人	1,000,000	0.02%
	於受控法團的 權益	3,500,000	0.06%
肖海珊女士 ⁽⁵⁾	實益擁有人	1,000,000	0.02%

附註:

- (1) 潘女士是ZED的唯一股東,而ZED(i)直接持有本公司77.17%的股份,及(ii)間接持有(作為Van Group Limited的唯一股東)本公司0.19%的股份。因此,根據證券及期貨條例第XV部,ZED被視為或當作於Van Group Limited實益擁有的所有股份中擁有權益。根據證券及期貨條例第XV部,潘女士及羅先生(潘女士的配偶)各自被視為或當作於ZED及Van Group Limited實益擁有的所有股份中擁有權益。
- (2) 羅東女士根據首次公開發售前購股權計劃獲授購股權以認購4,800,000股股份。詳情請參閱本附錄「D.首次公開發售前購股權計劃」分節。

- (3) 潘國樑先生根據首次公開發售前購股權計劃獲授購股權以認購1,000,000股股份。詳情請參閱本附錄「D.首次公開發售前購股權計劃」分節。
- (4) 潘國樑先生為Allied Power Limited的唯一股東，而Allied Power Limited直接持有本公司0.06%的股份。因此，根據證券及期貨條例第XV部，潘國樑先生被視為或當作於Allied Power Limited實益擁有的所有股份中擁有權益。
- (5) 肖海珊女士根據首次公開發售前購股權計劃獲授購股權以認購1,000,000股股份。詳情請參閱本附錄「D.首次公開發售前購股權計劃」分節。

(ii) 於相聯法團股份的好倉

董事或主要行政人員姓名	我們的相聯法團名稱	權益性質	股份數目	所持股份概約百分比
潘女士	ZED ⁽²⁾	實益擁有人	1股普通股	100%
潘女士 ⁽¹⁾	Van Group Limited ⁽²⁾	於受控法團的權益	1,000股普通股	100%
羅先生	ZED ⁽²⁾	配偶權益	1股普通股	100%
羅先生 ⁽¹⁾	Van Group Limited ⁽²⁾	配偶權益	1,000股普通股	100%

附註：

- (1) 潘女士是ZED的唯一股東，而ZED持有Van Group Limited的全部已發行股本。因此，根據證券及期貨條例第XV部，潘女士及羅先生(潘女士的配偶)各自被視為或當作於ZED實益擁有的Van Group Limited所有股份中擁有權益。
- (2) 緊隨全球發售(假設超額配股權未獲行使及並未計及因根據首次公開發售前購股權計劃授出的任何尚未行使購股權獲行使而可能發行的任何股份)及資本化發行完成後，ZED將持有本公司已發行股本的50%以上。因此，ZED是本公司的控股公司及相聯法團。ZED持有Van Group Limited全部已發行股本。因此，Van Group Limited是ZED的附屬公司，亦是本公司的相聯法團。

除上文所披露者外，緊隨全球發售及資本化發行完成後，本公司董事或主要行政人員概無於本公司股份、相關股份或債權證以及於本公司相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中擁有於股份在聯交所上市後(i)根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部的規定須知會本公司及聯交所的權益及／或淡倉(如適用)(包括根據證券及期貨條例相關條文被當作或視作擁有的權益及

淡倉)，(ii)根據證券及期貨條例第352條須載入該條所指登記冊的權益及／或淡倉（如適用），或(iii)根據上市規則附錄十所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的權益及／或淡倉（如適用）。

(b) 主要股東的權益

除「主要股東」一節所披露者外，於最後實際可行日期，我們的董事或主要行政人員概不知悉有並非本公司董事或主要行政人員的任何其他人士在緊隨全球發售（假設超額配股權未獲行使）及資本化發行完成後，將於股份及相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本公司或本集團的任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。

2. 委任函詳情

我們已與各董事訂立委任函。各委任函初步為期三年，或直至自上市日期起第三屆股東週年大會為止（以較早者為準），且各董事須根據細則及上市規則所規定輪席告退、重新提名及重選。

根據各執行董事（一方）與本公司（另一方）所訂立的委任函的條款，我們應付各執行董事的年度董事袍金為每年500,000港元。

根據各非執行董事及獨立非執行董事（一方）與本公司（另一方）所訂立的委任函的條款，我們應付各非執行董事及獨立非執行董事的年度董事袍金為每年500,000港元。

本公司須向審核委員會、薪酬委員會及提名委員會各自的成員或薪酬委員會及提名委員會各自的主席支付每年50,000港元的額外袍金，且須向審核委員會主席支付每年100,000港元的額外袍金。

根據委任函，各董事均有權要求本公司補償其因履行職責而需要產生的合理開支。

除上文所披露者外，概無董事與本集團任何成員公司訂立任何服務合約（不包括於一年內屆滿或僱主可於一年內毋須賠償（法定賠償除外）而終止的合約）。

3. 董事薪酬

有關董事薪酬的詳情，請參閱「董事及高級管理層 — 董事薪酬及五名最高薪酬人士薪酬」一節。

4. 已收代理費用或佣金

除包銷協議所載者外，緊接本招股章程日期前兩年內，本集團概無就發行或銷售本公司或本集團任何成員公司的任何資本或證券而向任何人士(包括董事及下文「E.其他資料 — 6.專家資格及同意書」分節所述專家)授出任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條款。

5. 個人擔保

董事並未就本集團獲授的銀行融資提供以貸款人為受益人的個人擔保。

6. 免責聲明

- (a) 概無董事或名列下文「E.其他資料 — 6.專家資格及同意書」分節的任何專家於本集團任何成員公司的發起過程或於緊接本招股章程日期前兩年內本集團任何成員公司收購、出售或租賃或本集團任何成員公司擬收購、出售或租賃的資產中擁有任何直接或間接權益。
- (b) 除與包銷協議有關者外，概無董事或名列下文「E.其他資料 — 6.專家資格及同意書」分節的任何專家在對本集團業務具有重大意義且於本招股章程日期仍然生效的任何合約或安排中擁有重大權益。
- (c) 除本集團業務外，概無控股股東或董事於直接或間接與本集團業務競爭或可能競爭的任何業務中擁有權益。
- (d) 在本招股章程日期前兩年內，概無向本公司的任何發起人支付、配發或派發任何現金、證券或其他利益，亦無意根據全球發售或所述相關交易支付、配發或派發任何現金、證券或利益。
- (e) 據董事所知，概無董事或彼等的聯繫人或預期持有本公司已發行股本5%或以上權益的任何股東於本集團五大客戶或五大供應商中擁有任何權益。

D. 首次公開發售前購股權計劃**1. 首次公開發售前購股權計劃**

下文概述董事會於2020年9月23日採納的首次公開發售前購股權計劃的主要條款。由於首次公開發售前購股權計劃將不涉及我們授出上市後可認購股份的購股權，因此，首次公開發售前購股權計劃的條款不受上市規則第十七章的條文規限。

(a) 目的

首次公開發售前購股權計劃旨在激勵若干主要僱員為本公司及我們股東的整體長期利益向本集團作出貢獻，並讓本集團可以靈活留任、激勵、獎勵其主要僱員以及提供薪酬、補償及／或福利。

(b) 可參與人士

董事會(就本段而言，包括獲正式授權的董事會委員會)可決定邀請董事會全權酌情認為曾為或將為本集團作出貢獻的本集團任何成員公司的任何董事、僱員或商業聯繫人接納購股權以認購股份。

為免生疑問，除非經董事另行確定，否則本公司向屬於上述任何類別參與者的任何人士授出可認購股份或本集團其他證券的任何購股權本身不得當作按首次公開發售前購股權計劃授出購股權論。

該等任何類別參與者獲授任何購股權的資格，將由董事不時根據董事認為該參與者對本集團發展及增長所作貢獻而釐定。

(c) 股份數目上限

因根據首次公開發售前購股權計劃授出的所有尚未行使購股權獲行使而可予發行的股份數目整體限額，不得超過以下兩者中之較低者(i)100,000,000股股份，及(ii)緊隨全球發售(並無計及超額配股權的任何行使)及資本化發行完成後本公司已發行股本的1.5%。

(d) 表現目標

購股權可按照有關其歸屬、行使或其他董事會全權酌情釐定的條款及條件(包括本集團任何成員公司、承授人或任何參與者組別達成若干表現目標及／或達到或實現里程碑)而予以授出。

(e) 股份行使價

根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權的行使價將為3.76港元(不包括經紀佣金、證監會交易徵費及聯交所交易費)。接納授出的購股權時應支付名義代價1.00港元，除非已作出董事會滿意的其他行使價支付安排。

(f) 購股權的接納、歸屬及行使時間

參與者可於董事會釐定的有關時間內接納購股權，前提是於上市日期當日或之後或於相關參與者因任何原因不再為參與者(由董事會釐定)後概無購股權仍可供接納。

在首次公開發售前購股權計劃的其他條款及條件或致承授人的函件規限下，承授人獲歸屬並有權於自上市日期起計滿一、二、三及四週年的各段購股權期間(定義見下文)分別行使其購股權的四分之一(向上約整至最接近的每手買賣單位)或其購股權的10%、20%、30%及40%(向上約整至最接近的每手買賣單位)(於各情況下均於致相關承授人的函件中訂明)，惟承授人須仍為有權行使其購股權的參與者。

(g) 註銷已授出的購股權

已授出但尚未行使的任何購股權可由董事會註銷。本公司只會在首次公開發售前購股權計劃有未發行購股權(不包括已註銷購股權)及符合首次公開發售前購股權計劃的條款的情況下向同一承授人發行新購股權。

(h) 購股權失效

購股權於以下情況(以最早者為準)自動失效(以已歸屬但尚未行使或屆滿者為限)：

- (i) 購股權期間屆滿時，即董事會通知各承授人的期限(惟購股權必須獲行使的期限不得超過自購股權授出日期起計十年)(「購股權期間」)；
- (ii) (j)、(k)、(l)及(p)分段所述期限或日期屆滿時；
- (iii) 下文(m)分段所述要約(或視情況而定，經修訂要約)的最終截止日期；
- (iv) 待計劃安排生效後，(n)分段所述釐定安排計劃項下配額的記錄日期；

- (v) 在(o)分段規限下，本公司開始清盤之日；
- (vi) 承授人違反或違背不得讓渡或轉讓購股權及承授人不得以任何方式出售、轉讓、抵押、按揭購股權，就購股權設置產權負擔，或就任何購股權為任何第三方創造利益的限制之日；
- (vii) 以下日期：
- (1) 承授人(為本集團任何成員公司的僱員或董事)因違反本集團任何成員公司的任何政策、嚴重失當行為被判有罪、未經同意披露任何屬於本集團的貿易或商業機密、以其身份採取任何行動或作出任何事宜而(本公司全權認為)令本集團任何成員公司聲譽受損，或被判定干犯涉及其正直品格或誠信的任何刑事罪行或因僱主有權立即終止其受僱的任何其他理由而被終止受僱、受聘或董事職務而不再為僱員或董事之日；
 - (2) 承授人似乎無法償付或並無合理預期能夠償付債務，或已破產，或被呈請申請破產，或已與其債權人全面達成任何債務償還安排或債務重整協議，或被判定干犯涉及其正直品格或誠信的任何刑事罪行之日；
 - (3) 對於身為商業聯繫人的承授人，有關合約因商業聯繫人違約而被終止，
- 惟是否發生上文所列有關承授人的任何一項或多項事件，應(按董事會合理認為)由董事會釐定屬完全、絕對及具有最終效力；
- (viii) 除非董事會另行全權酌情決定，且除(j)至(p)分段所述情況外，承授人因任何理由不再為參與者(由董事會決議案釐定)之日；及
- (ix) 董事會註銷購股權之日。

倘承授人為本集團任何成員公司的僱員、董事或商業聯繫人，已授出但未歸屬予承授人的購股權亦將於其因任何原因(因身故或完全及永久殘障及喪失行為能力除外)不再為本集團任何成員公司的僱員、董事或商業聯繫人(視情況而定)之情況下自動失效。

(i) 首次公開發售前購股權計劃期限

在首次公開發售前購股權計劃的條款(包括但不限於首次公開發售前購股權計劃生效的先決條件)規限下,首次公開發售前購股權計劃將於其採納日期起至緊隨上市日期後十年當日之後一天止期間有效及生效,在此期間後,首次公開發售前購股權計劃的條文在所有方面將不再具有任何效力。為免生疑問,於上市日期或之後,不得根據首次公開發售前購股權計劃授出購股權。

(j) 終止僱用時的權利

倘購股權承授人為本集團任何成員公司的僱員或董事,並因身故或完全及永久殘障及喪失行為能力以外的任何原因或因上文(h)(vi)分段所述的其他理由而在悉數行使其購股權前不再為僱員或董事,則承授人可於終止受僱之日起三個月內(或董事會可能釐定並通知承授人的有關期間)隨時行使當時已歸屬(但尚未行使或屆滿)的購股權,惟須在購股權期間內行使,終止受僱日期將為承授人在本集團實際工作的最後日期,不論是否已支付代通知金。倘因辭職而終止受僱,且該承授人於緊接辭職日期前為本集團高級管理層成員,則其不得直接或間接(有條件或無條件)提呈、抵押、押記、出售或以其他方式轉讓或處置在相關購股權行使而發行股份之日後三個月期間內因購股權獲行使而向其發行的任何股份。

倘(i)承授人為簽訂定期合約的本集團任何成員公司的僱員、董事或商業聯繫人,並因相關定期合約到期而本集團因(1)其身故或完全及永久殘障及喪失行為能力,或(2)因上文(h)(vi)分段所述的其他理由以外的任何原因未有與其延長或重續合約而不再為僱員、董事或商業聯繫人;或(ii)承授人為沒有簽訂定期合約的商業聯繫人,而董事會全權酌情認為該名承授人因並非(1)身故或完全及永久殘障及喪失行為能力;或(2)上文(h)(vi)分段所述的其他理由而不再向本集團提供任何顧問或諮詢或其他類型的服務、支援、協助或貢獻,且在商業聯繫人向本集團提供最後一次服務、支援、協助或貢獻後一年內以書面通知有關承授人,則承授人可於終止受僱之日後12個月期間內(或董事會可能釐定並通知承授人的有關期間)行使當時已歸屬(但尚未行使或屆滿)的購股權,惟須在相關購股權期間內行使,終止受僱日期將為(在上文(i)的情況下)相關定期合約到期之日及(在上文(ii)的情況下)前述向商業聯繫人發出的書面通知的日期,未有據此行使者即告失效。

(k) 身故或完全及永久殘障或喪失行為能力時的權利

倘承授人在悉數行使購股權前身故或完全及永久殘障及喪失行為能力，且當時並不存在與該承授人有關的終止僱用或委聘事件，則承授人的遺產代理人有權自身故之日或完全及永久殘障及喪失行為能力之日後六個月期間內（或董事會可能釐定並通知承授人及／或承授人的遺產代理人的有關期間）行使最多相當於有關承授人於其身故或完全及永久殘障及喪失行為能力之日所獲得的購股權（以於有關日期其已獲歸屬並有權行使但尚未行使或屆滿者為限），惟須在相關購股權期間內行使，未有據此行使者即告失效。

(l) 退休時的權利

倘承授人在悉數行使購股權前退休，且當時並不存在與該承授人有關的終止僱用或委聘事件，則該承授人有權在退休之日（或在董事會可能釐定並通知承授人的有關期間內，惟須在相關購股權期間內行使）享有該承授人於退休之日應享有的配額（以於有關日期其已獲歸屬並有權行使但尚未行使或屆滿者為限），未有據此行使者即告失效。

(m) 全面收購建議時的權利

倘藉收購或其他方式（計劃安排方式除外）向股東提出全面收購建議，而上述收購建議在有關購股權屆滿日期前成為或宣佈成為無條件，則本公司須隨即向承授人發出有關通知，而承授人有權在全面收購建議成為或宣佈為無條件後及直至有關收購建議（或視情況而定，經修訂收購建議）截止前，隨時悉數行使購股權（無論歸屬與否），或倘本公司隨即發出有關通知，則在本公司所通知的期限內隨時以本公司所通知的限度行使購股權。在上述規定的規限下，任何未行使的購股權將於有關收購建議（或視情況而定，經修訂收購建議）的最終截止日期自動失效。

(n) 以計劃安排方式收購時的權利

倘以計劃安排方式向全體股東提出股份全面收購建議，並且有關全面收購建議已於任何購股權的購股權期間屆滿前於必要的會議上獲所需數目的股份持有人批准，則本公司須隨即向承授人發出有關通知，而承授人有權於其後任何時間在批准該計劃之會議後及直至釐定該計劃安排項下權利的記錄日期前，隨時悉數行使購股權（無論歸屬與否），或倘本公司發出有關通知，則以本公司所通知的限度行使購股權。在上述規定的規限下及以計劃生效為前提，任何未行使的購股權將於釐定該計劃安排項下權利的記錄日期自動失效。

(o) 清盤時的權利

倘本公司向股東發出通告召開股東大會，以審議並酌情批准有關本公司自願清盤的決議案，則本公司須隨即向承授人發出有關通知，而承授人可於其後任何時間(但並非於本公司通知的有關時間前)悉數行使購股權(無論歸屬與否)，或倘本公司發出有關通知，則以本公司所通知的限度行使購股權，且本公司須盡快及無論如何不遲於擬舉行股東大會日期前三天，配發及發行因行使有關購股權而須予發行的相關數目繳足股份，並以承授人的名義登記該等股份。

(p) 作出債務妥協或償還安排時的權利

倘本公司與股東及／或債權人建議就本公司之重組或合併計劃訂立債務妥協或償還安排(計劃安排除外)，則本公司應於首次向其股東及／或債權人發出大會通告以召開大會審議該計劃或安排之同日向所有承授人發出有關通告，而承授人可於其後隨時(惟於本公司通知之時間前)悉數行使購股權(無論歸屬與否)，或倘本公司發出有關通知，則以本公司所通知的限度行使購股權，且本公司須盡快及無論如何不遲於擬舉行大會日期前三天，配發及發行因行使有關購股權而須予配發及發行的相關數目繳足股份，並以承授人的名義登記該等股份。

(q) 調整

倘本公司於上市日期(但不包括該日)後進行任何資本化發行、供股、股份拆細或股份合併或股本削減(為免生疑問，不包括任何因發行股份作為本公司所訂立交易之代價而導致的本公司股本結構變動)，則本公司就此委聘的核數師或獨立財務顧問須釐定就購股權獲行使而將予發行股份的行使價及／或數目的調整，且有關核數師或獨立財務顧問須向董事會發出書面證明，表明其認為該等調整屬公平合理。

任何有關調整均應使參與者獲得相同比例的本公司股本，且就購股權所涉及股份的行使價或數量作出的有利於參與者的任何調整，均須於股東大會上獲本公司批准，倘調整導致股份按低於面值的價格發行，則不得作出調整。

此外，將作出的任何調整將在適用範圍內遵守上市規則、聯交所不時發佈的上市規則的任何指引／詮釋。

(r) 其他

首次公開發售前購股權計劃須待上市委員會批准因首次公開發售前購股權計劃項下的購股權獲行使而可予發行的任何股份上市及買賣，以及股份在採納首次公開發售前購股權計劃起計八個月內開始於聯交所買賣後，方可作實。該等條件不能由董事會或股東豁免。本公司已向上市委員會申請批准根據首次公開發售前購股權計劃已授出的任何購股權獲行使而將予發行的股份上市及買賣。

上述購股權承授人的權利受授出購股權的條款及條件規限。首次公開發售前購股權計劃的條款及條件如需作出任何重大改動或已授出的購股權的條款需作出任何變動，均須在股東大會上獲股東批准，惟有關改動可根據首次公開發售前購股權計劃的現有條款自動生效則另作別論。

與首次公開發售前購股權計劃條款任何變更有關的董事或計劃管理人權限變動，須經股東事先在股東大會上批准。

(s) 股份地位

因購股權獲行使而配發及發行的股份須受組織章程大綱及組織章程細則條文規限，並將與已發行繳足股份享有同等地位。

在承授人有效行使購股權前，承授人無權就購股權所涉及股份投票，收取股息或享有任何其他股東權利。股份乃根據首次公開發售前購股權計劃配發及發行予承授人且相關股份以承授人的名義登記。

除文義另有所指外，本分段內「股份」一詞包括本公司普通股股本中因本公司不時進行股份拆細、合併、重新分類或股本重組而產生的相關面值股份。

(t) 終止

本公司可以股東普通決議案，或董事會可全權酌情隨時決定終止執行首次公開發售前購股權計劃，在此情況下不得進一步提呈或授出購股權，但首次公開發售前購股權計劃的所有其他方面仍具有十足效力及有效。首次公開發售前購股權計劃終止後，任何已授出但尚未行使且未屆滿的購股權將繼續按其配發及發行條款及條件可予行使。

(u) 已授出但尚未行使的購股權

於最後實際可行日期，已根據首次公開發售前購股權計劃向684名承授人授出可認購合共61,651,000股股份的購股權，有關股份數目相當於緊隨全球發售及資本化發行完成後經擴大已發行股份數目的1.07%，惟並無計及因超額配股權及根據首次公開發售前購股權計劃已授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份。承授人包括三名董事、七名本集團高級管理層成員及674名本集團現有僱員及商業聯繫人（並非本集團董事、高級管理層成員或本集團關連人士）。於最後實際可行日期前所有購股權已授出，且於上市日期前不會根據首次公開發售前購股權計劃進一步授出購股權。

下表載列首次公開發售前購股權計劃項下承授人的詳細資料：

承授人姓名	於本集團的職位	地址	每股股份行使價	獲授購股權所涉及股份數目	授出日期	購股權期間	估緊隨全球發售及資本化發行完成後已發行股份的概約百分比 (附註1)
本公司董事							
羅東女士	執行董事兼首席供應官	中國廣東省廣州市新塘鳳凰城鳳盈苑11號街1座801室	3.76港元	4,800,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.08%
潘國樑先生	執行董事、首席財務官兼公司秘書	香港寶馬山道39號賽西湖大廈13座23樓A室	3.76港元	1,000,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.02%
肖海珊女士	執行董事兼首席營運官	中國廣東省廣州市天河區信成北街20號604房	3.76港元	1,000,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.02%
				小計：			0.12% (附註2)

承授人姓名	於本集團的職位	地址	每股股份行使價	獲授購股權所涉及股份數目	授出日期	購股權期間	估緊隨全球發售及資本化發行完成後已發行股份的概約百分比(附註1)
本集團高級管理層							
劉志強先生	電商中心總經理	中國廣東省廣州市天河區駿景花園駿灝軒H座302	3.76港元	1,600,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.03%
陳明亮先生	經銷中心總經理	中國廣東省廣州市增城區新塘鎮大林邊二橫路假日花園8號1棟401	3.76港元	1,000,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.02%
鄭翔龍先生	研發技術中心總經理	中國廣東省廣州市黃埔區峻福路45號1803房	3.76港元	1,200,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.02%
林尚鵬先生	藍月亮洗滌研究院院長	中國廣東省廣州市翡翠綠洲森林半島九棟101房	3.76港元	1,000,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.02%
閔建華先生	產品中心總經理	中國廣東省廣州市黃埔區蘿崗街道麓林六街21號	3.76港元	1,000,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.02%

承授人姓名	於本集團的職位	地址	每股股份行使價	獲授購股權所涉及股份數目	授出日期	購股權期間	佔緊隨全球發售及資本化發行完成後已發行股份的概約百分比(附註1)
曾立群先生	傳播中心總經理	中國廣東省廣州市東方新世界第4棟903房	3.76港元	720,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.01%
徐玉玲女士	公共事務部總經理	中國廣東省廣州市怡樂路怡正街5號2004房	3.76港元	400,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.01%
				小計：			0.12% (附註2)
其他承授人							
包括本集團現有僱員及商業聯繫人在內的674名承授人			3.76港元	47,931,000	2020年9月23日	自授出日期起計10年	0.83%
				總計：			1.07% (附註2)

附註1：上表假設超額配股權及首次公開發售前購股權計劃項下的購股權未獲行使。在每個歸屬日期，其所獲授購股權的四分之一(向上約整至最接近的每手買賣單位)或於上市日期起計滿一、二、三及四週年的各段購股權期間，其所獲授的購股權的10%、20%、30%及40%(向上約整至最接近的每手買賣單位)(於各情況下均於致相關承授人的函件中訂明)將歸屬予承授人，惟本集團任何成員公司須達成董事會全權酌情釐定的若干表現目標及/或達到或實現里程碑。儘管如此，董事會可全權酌情修改歸屬時間表，並根據首次公開發售前購股權計劃的條款歸屬其項下購股權所涉及任何比例的相關股份。

附註2：由於約整關係，上述百分比相加未必相當於小計或總計數目。

於最後實際可行日期，根據首次公開發售前購股權計劃授出的所有購股權尚未行使且仍未行使。假設悉數歸屬及行使尚未行使的購股權，則緊隨上市後股東的股權比例將攤薄1.07%(根據緊隨全球發售完成後(假設超額配股權未獲行使)的5,747,126,500股已發行股份計算)，對我們每股盈利的理論攤薄影響將為1.07%。

(v) 取得的豁免

本公司已申請並已(i)獲聯交所授出免除嚴格遵守上市規則第17.02(1)(b)條及附錄一A第27段披露規定的豁免；及(ii)獲證監會根據公司(清盤及雜項條文)條例第

342A條授出免除本公司嚴格遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)條及附表三第I部第10(d)段披露規定的豁免。有關豁免的進一步資料載於「豁免嚴格遵守上市規則及豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例」一節。

E. 其他資料

1. 遺產稅

董事獲悉本集團任何成員公司均不大可能有重大的遺產稅責任。

2. 聯席保薦人

各聯席保薦人均確認其符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性標準。

各聯席保薦人將就擔任上市保薦人分別收取500,000美元的費用。

3. 登記手續

本公司的股東名冊將由Conyers Trust Company (Cayman) Limited存置於開曼群島，而本公司香港股東名冊將由香港中央證券登記有限公司存置於香港。除非董事另行同意，所有股份過戶文件及其他所有權文件均須提交本公司於香港的證券登記分處辦理登記，而不得提交於開曼群島。

4. 開辦費用

就上市規則而言，本公司並無產生任何重大開辦費用。

5. 發起人

就上市規則而言，本公司並無發起人。緊接本招股章程日期前兩年內，概無就本招股章程所述全球發售或相關交易向任何發起人支付、配發或派發任何現金、證券或其他利益。

6. 專家資格及同意書

其意見或建議於本招股章程內載列或提述之專家的資格如下：

專家名稱	資格
中國國際金融香港證券有限公司	一家可進行證券及期貨條例項下第1類(證券交易)、第2類(期貨合約交易)、第4類(就證券提供意見)、第5類(就期貨合約提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團
花旗環球金融亞洲有限公司	一家可進行證券及期貨條例項下第1類(證券交易)、第2類(期貨合約交易)、第4類(就證券提供意見)、第5類(就期貨合約提供意見)、第6類(就機構融資提供意見)及第7類(提供自動化交易服務)受規管活動的持牌法團
Merrill Lynch Far East Limited	一家可進行證券及期貨條例項下第1類(證券交易)、第2類(期貨合約交易)、第4類(就證券提供意見)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團
羅兵咸永道會計師事務所	香港法例第50章專業會計師條例項下的會計師 香港法例第588章財務匯報局條例項下的註冊公眾利益實體核數師
金杜律師事務所	中國法律顧問
康德明律師事務所	開曼群島法律顧問
弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司	行業顧問

上文所列各方已就刊發本招股章程發出同意書，同意按既有形式及內容刊載其報告及／或函件及／或意見及／或引述其名稱，且迄今並無撤回同意書。

7. 約束力

倘依據本招股章程提出申請，本招股章程即具效力，使全部有關人士均須受公司(清盤及雜項條文)條例第44A及44B條的所有適用條文(罰則除外)約束。

8. 雙語招股章程

根據香港法例第32L章公司條例(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第4條的豁免

規定，本招股章程的中英文版本分開刊發。

本招股章程及申請表格的中英文版本倘有任何歧義，概以其各自的英文版本為準。

9. 其他事項

- (a) 除「歷史、重組及公司架構」、「股本」、「全球發售的架構」各節及本附錄五所披露者外，於本招股章程日期前兩年內，本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行繳足或部分繳足的股份或借款資本，以換取現金或現金以外的代價。
- (b) 除「全球發售的架構」各節及本附錄五所披露者外，於本招股章程日期前兩年內，本公司或其任何附屬公司的股份或借款資本概無附有購股權，亦無有條件或無條件同意附有購股權。
- (c) 本公司或其任何附屬公司並無發行或同意發行任何發起人股份、管理層股份或遞延股份。
- (d) 本公司的股本及債務證券現時概無在任何其他證券交易所上市或買賣，亦無正在尋求或擬尋求任何上市或買賣批准。
- (e) 本公司並無尚未行使的可換股債務證券或債權證。
- (f) 「E.其他資料—6.專家資格及同意書」分節所列各方概無：
 - (i) 於本集團任何成員公司的任何股份中擁有實益或非實益權益；或
 - (ii) 擁有認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利或購股權（不論可否依法執行），惟與包銷協議有關者除外。
- (g) 除本招股章程所披露者外，於緊接本招股章程日期前兩年內，概無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司或其任何附屬公司的任何股份而支付或應付任何佣金。
- (h) 除本招股章程所披露者外，於本招股章程日期前12個月內，本集團並無遭遇任何可能或已經對本集團財務狀況產生重大影響的業務中斷。

送呈公司註冊處處長文件

送呈香港公司註冊處處長以供登記的本招股章程副本所附文件為：

- (a) 白色、黃色及綠色申請表格副本各一份；
- (b) 「附錄五 — 法定及一般資料 — B.有關我們業務的其他資料 — 1.重大合約概要」一節所述各重大合約副本；及
- (c) 「附錄五 — 法定及一般資料 — E.其他資料 — 6.專家資格及同意書」一節所述書面同意書。

備查文件

下列文件的副本將於本招股章程刊發日期起計14日當日(包括該日)止的一般辦公時間內於年利達律師事務所的辦事處(地址為香港遮打道歷山大廈11樓)可供查閱：

- (a) 本公司的組織章程大綱及細則；
- (b) 羅兵咸永道會計師事務所編製的會計師報告及未經審計備考財務資料報告，其全文分別載於「附錄一 — 會計師報告」及「附錄二 — 未經審計備考財務資料」各節；
- (c) 本集團截至2017年、2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年6月30日止六個月的經審計綜合財務報表；
- (d) 我們的中國法律顧問金杜律師事務所於本招股章程日期出具的法律意見，內容有關本集團的若干方面及本集團的物業權益；
- (e) 本公司的開曼群島法律顧問康德明律師事務所發出的函件，當中概述「附錄四 — 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要」一節所提述的本公司的組織章程大綱及細則及開曼群島法律的主要條款；
- (f) 開曼群島公司法；
- (g) 弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司出具的報告，其概要載於「行業概覽」一節；
- (h) 「附錄五 — 法定及一般資料 — C.有關我們董事的其他資料 — 2.委任函詳情」一節所提述的委任函；

附錄六 送呈香港公司註冊處處長及備查文件

- (i) 「附錄五—法定及一般資料—B.有關我們業務的其他資料—1.重大合約概要」一節所提述的重大合約；
- (j) 「附錄五—法定及一般資料—E.其他資料—6.專家資格及同意書」一節所提述的書面同意書；
- (k) 首次公開發售前購股權計劃的規則；及
- (l) 首次公開發售前購股權計劃項下以供認購股份的尚未行使之購股權的所有承授人名單(名單內包括上市規則第17.02(1)(b)條及附錄一A第27段以及公司(清盤及雜項條文)條例附表三第I部第10段規定的一切資料)。

A. 釋義

於本招股章程內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。

「申請表格」	指	白色申請表、黃色申請表及綠色申請表，或如文義所指，其中任何一種申請表格
「細則」或 「組織章程細則」	指	本公司經修訂及重列的組織章程細則，於2020年11月23日有條件採納，並將於上市起生效，且經不時修訂，其概要載於「附錄四 — 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要」一節
「Aswann」	指	Aswann Ventures Limited，一家於2010年10月1日在英屬處女群島註冊成立的有限公司
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「藍月亮生物工程」	指	廣州藍月亮生物工程有限有限公司，一家於2001年7月13日在中國成立的有限公司，於2006年7月3日成為本公司的間接全資附屬公司，隨後於2013年12月25日以吸收方式與藍月亮中國合併
「Blue Moon BVI」	指	Blue Moon (BVI) Limited，一家於2007年11月12日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為本公司的直接全資附屬公司
「藍月亮中國」	指	藍月亮(中國)有限公司，一家於2011年1月18日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「藍月亮重慶」	指	藍月亮(重慶)有限公司，一家於2015年7月30日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「藍月亮集團」	指	藍月亮國際集團有限公司，一家於1994年11月24日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司

「藍月亮廣州」	指	藍月亮(廣州)有限公司，一家於2016年7月8日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「藍月亮實業」	指	廣州藍月亮實業有限公司，一家於2001年1月9日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「藍月亮昆山」	指	藍月亮(昆山)實業有限公司，一家於2013年12月3日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「藍月亮天津」	指	藍月亮(天津)有限公司，一家於2010年1月6日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「藍月亮洗滌科技」	指	藍月亮(廣州)洗滌科技有限公司，一家於2015年11月10日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「董事會」	指	本公司董事會
「商業聯繫人」	指	任何根據與本集團相關成員公司訂立的合約向本集團任何成員公司提供服務的顧問或諮詢人
「營業日」	指	香港銀行一般開門辦理正常銀行業務的任何日子(星期六、星期日及公眾假期除外)
「英屬處女群島」	指	英屬處女群島
「資本化發行」	指	「附錄五 — 法定及一般資料 — A.有關本集團的其他資料 — 4.我們的股東於2020年11月23日通過的書面決議案」一節所述本公司發行4,999,990,000股股份
「開曼群島公司法」	指	開曼群島法律第22章《開曼群島公司法》(1961年第三號法例)，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「中央結算系統」	指	由香港結算設立及營運的中央結算及交收系統

「中央結算系統結算參與者」	指	獲接納以直接結算參與者或全面結算參與者身份參與中央結算系統的人士
「中央結算系統託管商參與者」	指	獲接納以託管商參與者身份參與中央結算系統的人士
「中央結算系統投資者戶口持有人」	指	獲接納以投資者戶口持有人身份參與中央結算系統的人士，可為個人或聯名個人或公司
「中央結算系統參與者」	指	中央結算系統結算參與者、中央結算系統託管商參與者或中央結算系統投資者戶口持有人
「CCIL」	指	China Consumer Investment Ltd，一家於2011年11月24日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為我們的首次公開發售前投資者之一
「成都月亮小屋」	指	成都月亮小屋洗滌有限公司，一家於2016年1月4日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「中國」	指	中華人民共和國，就本招股章程而言，不包括中國香港及澳門特別行政區以及台灣
「公司條例」	指	香港法例第622章《公司條例》，經不時修訂或補充
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章《公司(清盤及雜項條文)條例》，經不時修訂或補充
「本公司」	指	藍月亮集團控股有限公司，一家於2007年12月27日根據開曼群島法律註冊成立的獲豁免有限公司
「控股股東」	指	潘女士、ZED及Van Group Limited
「道明公司」	指	廣州市道明化學有限公司，一家於1990年4月6日在中國成立的有限公司，由傅向東先生(羅先生的胞弟)及羅文明先生(羅先生的叔伯)分別持有70%及30%權益，為本公司的關連人士

「修訂契據」	指	本公司、Aswann、ZED、Blue Moon BVI、藍月亮集團、藍月亮實業、藍月亮天津、藍月亮中國、藍月亮昆山、星塑廣州、月亮小屋集團、月亮小屋、潘女士、HCM、CCIL、Hai Fei、Allied Power Limited與Van Group Limited就「歷史、重組及公司架構」一節所述的股東協議所訂立，日期為2020年6月28日的修訂契據
「董事」	指	本公司董事
「分派」	指	如「歷史、重組及公司架構—股權重組及重組—分派」一節所述，Aswann以我們股份作為實物分派的方式向當時的Aswann股東派付股息
「電子商務法」	指	《中華人民共和國電子商務法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「企業所得稅法」	指	《中華人民共和國企業所得稅法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「極端情況」	指	香港政府公佈因超強颱風引致的極端情況
「財政年度」	指	截至12月31日止財政年度
「全球發售」	指	香港公開發售及國際發售
「綠色申請表格」	指	由本公司指定的白表eIPO服務提供商填寫的申請表格
「本集團」或「我們」	指	本公司及其附屬公司
「廣州藍月亮公司」	指	廣州藍月亮有限公司，一家於1994年12月14日在中國成立的有限公司，成立後由羅先生及羅文貴先生(羅先生的父親)持有，隨後於2012年4月18日解散
「廣州月亮小屋」	指	廣州月亮小屋洗滌有限公司，一家於2015年8月11日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司

「Hai Fei」	指	Hai Fei Limited，一家於2011年9月6日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為我們的首次公開發售前投資者之一
「HCM」	指	HCM BM Holdings, Ltd.，一家於2010年11月25日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為我們的首次公開發售前投資者之一
「HCM實體」	指	HCM及／或其聯屬公司
「Hillhouse Capital」	指	Hillhouse Capital Advisors, Ltd.，一家在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港財務報告準則」	指	香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司，為香港交易及結算所有有限公司的全資附屬公司
「香港結算代理人」	指	香港中央結算(代理人)有限公司，為香港結算的全資附屬公司(以其作為香港結算或其任何繼承者(作為中央結算系統的營運商)代理人的身份)及香港中央結算(代理人)有限公司(作為中央結算系統營運商的代理人)的任何繼承者、替代者或受讓人
「香港」	指	中國香港特別行政區
「香港發售股份」	指	本公司根據香港公開發售初步提呈發售的74,713,000股股份，可按「全球發售的架構」一節所述者作出重新分配
「香港公開發售」	指	根據本招股章程及申請表格所載的條款及條件並在其規限下，按發售價提呈發售香港發售股份，以供香港公眾人士認購，詳情載於「全球發售的架構」一節
「香港包銷商」	指	名列「包銷 — 香港包銷商」一節的包銷商，即香港公開發售的包銷商

「香港包銷協議」	指	本公司、聯席保薦人、聯席全球協調人與香港包銷商就香港公開發售訂立，日期為2020年12月3日的包銷協議，詳情載於「包銷」一節
「住房公積金條例」	指	《中華人民共和國住房公積金管理條例》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「國際財務報告準則」	指	國際財務報告準則
「獨立第三方」	指	並非本公司關連人士(具有上市規則所賦予的涵義)的任何實體或人士
「國際發售股份」	指	本公司根據國際發售初步提呈發售的672,413,500股股份(可按「全球發售的架構」一節所述者作出重新分配)連同(如相關)本公司因超額配股權獲行使而可能發行的最多112,068,500股額外股份
「國際發售」	指	於各情況下根據國際包銷協議的條款及條件並在其規限下，(a)根據豁免遵守美國證券法的登記規定或在毋須遵守美國證券法登記規定的交易中在美國境內僅向合資格機構買家，或(b)根據S規例在美國境外的離岸交易中，按發售價提呈發售國際發售股份以供認購或購買(視情況而定)，詳情載於「全球發售的架構」一節
「國際包銷商」	指	名列國際包銷協議的包銷商，即國際發售的包銷商
「國際包銷協議」	指	本公司、聯席全球協調人及國際包銷商於定價日或前後就國際發售訂立的包銷協議，詳情載於「包銷」一節

「聯席賬簿管理人」	指	中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司(僅就香港公開發售而言)、Citigroup Global Markets Limited(僅就國際發售而言)、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、法國巴黎證券(亞洲)有限公司、香港上海滙豐銀行有限公司、UBS AG Hong Kong Branch、農銀國際融資有限公司、中銀國際亞洲有限公司、建銀國際金融有限公司、民銀證券有限公司、招銀國際融資有限公司、富途證券國際(香港)有限公司、工銀國際融資有限公司及大華繼顯(香港)有限公司
「聯席全球協調人」	指	中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司、Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited、法國巴黎證券(亞洲)有限公司、香港上海滙豐銀行有限公司及UBS AG Hong Kong Branch
「聯席保薦人」	指	中國國際金融香港證券有限公司、花旗環球金融亞洲有限公司及Merrill Lynch Far East Limited(按英文字母順序)
「最後實際可行日期」	指	2020年11月28日，即本招股章程付印前確定其中所載若干資料的最後實際可行日期
「上市」	指	股份於聯交所主板上市
「上市委員會」	指	聯交所上市委員會
「上市日期」	指	股份首次於聯交所主板上市並獲准於聯交所主板買賣的日期，預期為2020年12月16日(星期三)或前後
「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則，經不時修訂或補充
「併購規定」	指	商務部、中國證券監督管理委員會、國務院國有資產監督管理委員會、國家稅務總局、前國家工商總局及國家外匯

管理局於2006年8月8日頒佈、於2006年9月8日生效並由商務部於2009年6月22日修訂的《關於外國投資者併購境內企業的規定》

「最高發售價」	指	每股發售股份13.16港元，即發售價範圍的最高認購價
「大綱」或「組織章程大綱」	指	本公司經修訂及重列的組織章程大綱，於2020年11月23日有條件採納，並將於上市起生效，且經不時修訂，其概要載於「附錄四 — 本公司組織章程大綱及細則及開曼群島公司法概要」一節
「最低發售價」	指	每股發售股份10.20港元，即發售價範圍的最低認購價
「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「月亮小屋數據」	指	月亮小屋(深圳)數據技術有限公司，一家於2015年11月10日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「羅先生」	指	羅秋平先生，本公司執行董事兼行政總裁，為潘女士的配偶
「潘女士」	指	潘東女士，本公司執行董事兼主席及控股股東之一，為羅先生的配偶
「南通月亮小屋」	指	月亮小屋(南通)洗滌有限公司，一家於2019年1月8日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「提名委員會」	指	董事會提名委員會
「發售價」	指	每股發售股份的最終發售價(不包括1.0%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費)，將不超

		過13.16港元且預期不會低於10.20港元，該價格將由聯席全球協調人(代表包銷商)與本公司於定價日或之前釐定
「發售價範圍」	指	每股發售股份10.20港元至13.16港元
「發售股份」	指	香港發售股份及國際發售股份，連同(如相關)本公司因超額配股權獲行使而可能發行的任何額外股份
「超額配股權」	指	預期本公司將根據國際包銷協議向國際包銷商授出的購股權，可由聯席全球協調人(代表國際包銷商)行使，據此，本公司可能須按發售價發行最多112,068,500股額外股份(相當於不超過根據全球發售初步提呈發售的發售股份數目約15%)，以補足國際發售的超額分配(如有)，詳情載於「全球發售的架構」一節
「首次公開發售前投資」	指	首次公開發售前投資者對本公司進行的首次公開發售前投資，有關詳情載於「歷史、重組及公司架構—主要股權變動及首次公開發售前投資」一節
「首次公開發售前投資者」	指	HCM、CCIL及Hai Fei
「首次公開發售前購股權計劃」	指	董事會於2020年9月23日有條件採納的首次公開發售前購股權計劃(經不時修訂)，其主要條款載於本招股章程附錄五「D.首次公開發售前購股權計劃—1.首次公開發售前購股權計劃」
「定價日」	指	釐定發售價的日期，預期將為2020年12月9日(星期三)或前後，且無論如何不遲於2020年12月15日(星期二)
「省份」	指	省份、自治行政區或中國中央政府直接管理的直轄市
「合資格機構買家」	指	第144A條所界定的合資格機構買家
「S規例」	指	美國證券法S規例

「有關人士」	指	聯席全球協調人、聯席保薦人、聯席賬簿管理人、包銷商、以上各方或本公司各自的任何董事、高級職員或代表或參與全球發售的任何其他人士
「薪酬委員會」	指	董事會薪酬委員會
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「第144A條」	指	美國證券法第144A條
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局
「國家外匯管理局7號文」或「購股權規則」	指	國家外匯管理局於2012年2月15日頒佈的《國家外匯管理局關於境內個人參與境外上市公司股權激勵計劃外匯管理有關問題的通知》
「國家外匯管理局37號文」	指	國家外匯管理局於2014年7月4日頒佈並於同日生效的《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》
「國家外匯管理局75號文」	指	國家外匯管理局於2005年10月21日頒佈的《國家外匯管理局關於境內居民通過境外特殊目的公司融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》
「國家工商總局」	指	中華人民共和國國家工商行政管理總局
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局
「全國人大常委會」	指	中華人民共和國全國代表大會常務委員會
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會

「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章證券及期貨條例，經不時修訂或補充
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.01港元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「社會保險法」	指	《中華人民共和國社會保險法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「穩定價格經辦人」	指	Merrill Lynch (Asia Pacific) Limited (透過其聯屬人士)
「借股協議」	指	預期由穩定價格經辦人(或其聯屬人士)與ZED於定價日或前後訂立的借股協議
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「收購守則」	指	香港公司收購及合併守則
「往績記錄期間」	指	截至2019年12月31日止三個年度及截至2020年6月30日止六個月
「包銷商」	指	香港包銷商及國際包銷商
「包銷協議」	指	香港包銷協議及國際包銷協議
「美國」	指	美利堅合眾國，其領土及屬地、美國任何州及哥倫比亞特區
「美國證券法」	指	1933年美國證券法(經修訂)
「美元」	指	美利堅合眾國的法定貨幣美元
「月亮小屋」	指	月亮小屋(中國)有限公司，一家於2014年6月30日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「月亮小屋集團」	指	月亮小屋國際集團有限公司，一家於2014年3月3日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司

「白色申請表格」	指	供要求以申請人本身名義獲發行有關香港發售股份的公眾使用的申請表格
「白表eIPO」	指	透過在白表eIPO指定網站 www.eipo.com.hk 遞交網上申請以申請認購將以申請人本身名義獲發行的香港發售股份
「白表eIPO服務供應商」	指	香港中央證券登記有限公司
「星朔廣州」	指	星朔(廣州)實業有限公司，一家於1997年9月26日在中國成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「黃色申請表格」	指	供要求將有關香港發售股份直接存入中央結算系統的公眾使用的申請表格
「ZED」	指	ZED Group Limited，一家於2001年3月16日在薩摩亞註冊成立的有限公司，由潘女士全資擁有，並為控股股東之一

於本招股章程中，除文義另有所指外，「聯繫人」、「關連人士」、「關連交易」、「控股股東」、「附屬公司」及「主要股東」均具有上市規則所賦予該等詞彙的涵義。

本招股章程所載若干金額及百分比數字已作約整。因此，若干表格所列總數未必為先前數字的算術總和。

僅為方便起見，本招股章程包含若干以人民幣、港元及美元計值的金額的換算。除另有指明者外，為方便起見，本招股章程載有按以下匯率進行的若干換算：人民幣兌港元的匯率為1.00港元兌人民幣0.9134元，人民幣兌美元的匯率為1.00美元兌人民幣7.0795元，而港元兌美元的匯率則為1.00美元兌7.7501港元。人民幣兌港元及美元兌人民幣的匯率為中國人民銀行於2020年6月30日當時進行外匯交易的報價。概不表示任何人民幣、港元或美元金額可以或應可於有關日期按上述匯率或任何其他匯率兌換，或根本無法兌換。

除另有指明者外，一切對全球發售及資本化發行完成後本公司任何股權的提述，均假設超額配股權未獲行使。

B. 技術詞彙表

本詞彙表載有本招股章程所用有關本集團及其業務的若干詞彙的說明。有關術語及其涵義未必與該等詞彙的標準行業涵義或用法相符。

「618購物節」	指	京東每年舉行的線上推廣活動
「藍月亮洗滌研究院」	指	藍月亮洗滌研究院，我們專注於洗滌產品及洗滌方法的研發機構
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「央視」	指	中國中央電視台，為中國的國有電視網絡
「清潔顧問」	指	我們在零售銷售點部署以傳授家庭清潔護理相關知識及回答消費者詢問的員工
「新型冠狀病毒」	指	2019年新型冠狀病毒，一種由新型冠狀病毒引起的疾病
「CRM系統」	指	客戶關係管理系統
「衣物清潔護理產品」	指	主要包括洗衣洗滌劑及表面活性劑，其配方可滿足不同情況下的各種去污漬、漂白、織物柔順及調理以及消毒要求
「建築面積」	指	建築面積
「家居清潔護理產品」	指	具有去除不同材料上的污垢及污漬、減少細菌及去除異味的能力的產品
「ISO9001」	指	訂明質量管理體系要求的國際標準
「ISO14001」	指	訂明有效的環境管理體系要求的國際標準
「大客戶」	指	持續向供應商重複購買的客戶
「公斤」	指	公斤
「關鍵意見領袖」	指	在有關領域擁有專業知識及影響力的人士或組織

「每單位勞工工時」	指	我們的每單位勞工工時，按每年生產總額除以同年的總生產時間計算
「LDPE」	指	低密度聚乙烯
「液化」	指	將固體物體轉變為液體的過程
「製作」	指	將化學品混合的流程
「月亮小屋應用程序」	指	我們專有的移動應用程序，可為小型雜貨店及其他供應商提供多種服務，包括批發、付款及產品相關知識諮詢
「OHSAS18001」	指	訂明職業健康及安全管理體系要求的英國標準
「個人清潔護理產品」	指	主要包括洗手液及肥皂
「零售銷售價值」	指	按(線上產品銷售收益×線上渠道加成×增值稅+線下產品銷售收益×線下渠道加成×增值稅)×調整系數計算所得值
「雙十一購物節」	指	阿里巴巴集團每年舉行的線上推廣活動
「平方米」	指	平方米
「至尊洗衣應用程序」	指	我們專有的移動應用程序，可為消費者提供多種洗衣相關服務，包括下達訂單、付款、預定提貨、產品購買及在線諮詢服務
「表面活性劑」	指	可降低兩種液體、氣體與液體或液體與固體之間表面張力的化合物
「一線城市」	指	北京、上海、廣州及深圳
「三線城市」	指	海口、珠海、鎮江、揚州、臨沂、洛陽、唐山、呼和浩特、鹽城、汕頭、廊坊、泰州、濟寧、湖州、江門、銀川、淄博、邯鄲、蕪湖、漳州、綿陽、桂林、三亞、遵義、咸陽、上饒、莆田、宜昌、贛州、淮安、揭陽、滄州、商丘、連雲港、柳州、岳陽、信陽、株洲、衡陽、

襄陽、南陽、威海、湛江、包頭、鞍山、九江、大慶、許昌、新鄉、寧德、西寧、宿遷、荷澤、蚌埠、邢台、銅陵、富陽、荊州、駐馬店、湘潭、滁州、肇慶、德陽、曲靖、秦皇島、潮州、吉林、常德、宜春及黃岡

「二線城市」指 成都、杭州、重慶、武漢、蘇州、西安、天津、南京、鄭州、長沙、瀋陽、青島、寧波、東莞、無錫、昆明、大連、廈門、合肥、佛山、福州、哈爾濱、濟南、溫州、長春、石家莊、常州、泉州、南寧、貴陽、南昌、南通、金華、徐州、太原、嘉興、煙台、惠州、保定、台州、中山、紹興、烏魯木齊、濰坊及蘭州

「噸」指 重量單位，等於1,000公斤

本招股章程及申請表格英文版本與其各自的中文譯本如有任何歧義，除另有指明者外，概以本招股章程及申請表格英文版本為準。然而，本招股章程英文版本所述任何實體的名稱（並非為英文）與其英文翻譯如有任何歧義，概以其各自原語言名稱為準。

蓝月亮