

此 乃 要 件 請 即 處 理

閣下如對本通函任何方面或應採取之行動有任何疑問，應諮詢閣下的持牌證券交易商或註冊證券機構、銀行經理、律師、專業會計師或其他專業顧問。

閣下如已售出或轉讓名下所有領視控股有限公司（「本公司」）的股份，應立即將本通函送交買主或承讓人或經手買賣或轉讓之銀行、持牌證券交易商或註冊證券機構或其他代理商，以便轉交買主或承讓人。

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本通函之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不會就本通函全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

刊發本通函並不代表股份將恢復買賣。本公司將就復牌另發公告。

Primeview Holdings Limited
領視控股有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：789)

建議恢復買賣

本公司財務顧問



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

除另有指明者外，本封頁所用詞彙與本通函「釋義」一節所界定者具有相同涵義。

董事會函件載於本通函第8至151頁。敬請閣下垂注本通函附錄所載的其他資料。

二零一九年七月四日

目 錄

頁次

釋義	1
所涉及專業人士	7
董事會函件	
A. 背景	8
B. 暫停買賣前本集團的業務	10
C. 達成第一項復牌條件—充足營運或資產	15
D. 達成第二項復牌條件—處理審核保留意見	139
E. 達成第三項復牌條件—足夠的財務申報程序及內部監控系統 ...	148
F. 達成第四項復牌條件—向市場公佈所有重要資料	149
附錄一 — 行業概覽	I-1
附錄二 — 本集團截至二零一九年三月三十一日止年度之 經審核財務報表	II-1
附錄三 — 溢利預測	III-1
附錄四A — 香港立信德豪會計師事務所有限公司 有關溢利預測之函件	IVA-1
附錄四B — 同人融資有關溢利預測之函件	IVB-1

釋 義

於本通函中，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義：

「第一封函件」	指	聯交所發出日期為二零一七年十月二十七日知會本公司(其中包括)決定及復牌條件的函件
「第一份復牌建議」	指	本公司於二零一八年四月十一日作出的恢復股份買賣的建議
「第二封函件」	指	聯交所日期為二零一八年五月四日回應第一份復牌建議的函件
「第二份復牌建議」	指	本公司於二零一八年九月二十四日作出的恢復股份買賣的建議
「收購事項」	指	本集團於二零一七年十一月完成的收購Viennois Hong Kong及廣州唯亞各自之全部權益及待售股份，詳情載於本公司日期為二零一七年十月十八日的公告
「平均每日活躍用戶」	指	於有關期間具有特定互聯網協議地址的訪客每日訪問網上批發平台的平均次數
「平均每日瀏覽量」	指	於有關期間每日瀏覽網上批發平台的次數
「同人融資」	指	同人融資有限公司，根據證券及期貨條例獲證監會發牌進行第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動之持牌法團，為本公司有關復牌的財務顧問
「二零一七年年報」	指	本集團截至二零一七年三月三十一日止年度的年報，於二零一七年八月十六日寄發
「二零一八年年報」	指	本集團截至二零一八年三月三十一日止年度的年報，於二零一八年七月二十七日寄發
「二零一七年度業績」	指	本集團截至二零一七年三月三十一日止年度的綜合業績，於二零一七年七月十七日刊發

釋 義

「二零一八年度業績」	指	本集團截至二零一八年三月三十一日止年度的綜合業績，於二零一八年六月二十九日刊發
「二零一九年度業績」	指	本集團截至二零一九年三月三十一日止年度的綜合業績，於二零一九年六月十七日刊發
「聯繫人」	指	具有上市規則所賦予的相同涵義
「B2B」	指	企業對企業
「B2C」	指	企業對客戶
「董事會」	指	董事會
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「CDM」	指	並行設計生產
「CDM銷售業務」	指	銷售客戶選擇參與設計過程的產品的業務，與客戶同時參與產品設計，並按客戶要求的最終設計協調製造商
「灼識諮詢報告」	指	灼識諮詢就綜合時尚配飾平台業務發出的獨立行業報告
「公司條例」	指	香港法例第622章公司條例(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「本公司」	指	領視控股有限公司，於百慕達註冊成立的有限公司，其股份在聯交所主板上市(股份代號：789)
「關連人士」	指	具有上市規則所賦予的相同涵義
「決定」	指	如第一封函件所載，聯交所根據上市規則第17項應用指引將本公司列入除牌程序第一階段的決定
「董事」	指	本公司董事

釋 義

「不發表意見」	指	大華馬施雲會計師事務所發出摘錄自二零一七年度業績及載入二零一七年年報的不發表意見，其概要載於本通函「D.達成第二項復牌條件—處理審核保留意見」一節
「電子商務業務」	指	開發及出售定制軟件相關應用程式及提供相關服務的業務
「時尚配飾業務」	指	先前的CDM銷售業務、零售及分銷業務及現有的綜合時尚配飾平台業務的統稱
「商品交易總額」	指	商品交易總額
「本集團」	指	本公司及其附屬公司
「香港」	指	中國香港特別行政區
「獨立第三方」	指	據董事作出一切合理查詢後所深知、盡悉及確信，屬獨立於本公司及其關連人士的第三方的人士或公司連同其／彼等之最終實益擁有人
「綜合時尚配飾平台業務」	指	主要透過本集團自營網上批發平台銷售一系列時尚配飾產品的業務，其詳情載於本通函「C.達成第一項復牌條件—充足營運或資產」一節
「最後實際可行日期」	指	二零一九年六月二十八日，即遞交本通函前確定當中所載若干資料的最後實際可行日期
「上市科」	指	聯交所上市科
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則
「大華馬施雲會計師事務所」	指	本公司的前任核數師大華馬施雲會計師事務所有限公司

釋 義

「原設計生產」	指	原設計生產
「原委託生產」	指	原委託生產
「網上批發平台」	指	本集團為其綜合時尚配飾平台業務營運的網上平台(前稱包括轉移至現有域名magicb2b.com的www.viennois-online.com及cn.viennois-online.com)
「平台A」或「平台A集團」	指	中國公司(連同其聯營公司統稱「 平台A集團 」)，其營運一個企業對客戶網上平台且為獨立第三方
「平台A店舖」	指	本集團於平台A上的第三方網上平台上的網上商店，向零售客戶銷售時尚配飾產品
「平台B」	指	企業對客戶網上平台及為獨立第三方
「平台B店舖」	指	本集團於平台B上的網上商店，向零售客戶銷售時尚配飾產品
「中國」	指	中華人民共和國，就本通函而言，不包括香港、澳門特別行政區及台灣
「建議物業收購」	指	建議收購位於中國鄭州市的若干物業，該收購因賣方未能根據相關買賣協議於截止日期前交付該等物業而終止，其詳情載於本通函「B.暫停買賣前本集團的業務」一節
「復牌」	指	股份於聯交所恢復買賣
「復牌條件」	指	聯交所就股份恢復買賣施加的四項條件(載於第一封函件及第二封函件以及概述於本通函「A.背景」一節)，該等條件分別提述為「第一項復牌條件」、「第二項復牌條件」、「第三項復牌條件」及「第四項復牌條件」

釋 義

「零售及分銷業務」	指	銷售本集團自有品牌時尚配飾的業務
「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章香港證券及期貨條例
「股份」	指	本公司已發行股本中每股面值0.01港元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「SKU」	指	存貨單位，各項可購買的按樣式、尺寸及顏色區分的獨特產品的特別計量單位
「軟件業務」	指	先前的電子商務業務及軟件銷售業務的統稱
「軟件銷售業務」	指	開發及銷售標準軟件相關應用程式的業務
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「暫停買賣」	指	應本公司要求自二零一七年七月三日起暫停買賣股份
「Viennois Hong Kong」	指	Viennois Online Limited，一間於香港註冊成立的有限公司
「廣州唯亞」	指	廣州唯亞智能科技有限公司(現稱廣州市碼吉科技有限公司)，一間於中國成立的公司
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣

釋 義

「美元」 指 美利堅合眾國的法定貨幣美元

「%」 指 百分比

就本通函而言，除另有指明者外，人民幣乃按人民幣1.00元兌1.13港元的概約匯率換算為港元。該匯率僅採納作說明用途，並不代表任何金額經已、原應以或可按該匯率或任何其他匯率兌換或根本不會兌換。

所 涉 及 專 業 人 士

下列為本通函涉及的專業人士。

角色	專業人士	簡稱
本公司財務顧問	同人融資有限公司	同人融資
本公司核數師	香港立信德豪會計師事務所 有限公司	立信德豪
內部監控顧問	禮恒企業財務服務有限公司	禮恒企業
行業專家	灼識行業諮詢有限公司	灼識諮詢
本公司有關香港法律及 監管規定的法律顧問	李智聰律師事務所	李智聰
本公司有關中國法律及 監管規定的法律顧問	北京德恒(深圳)律師事務所	德恒

Primeview Holdings Limited
領視控股有限公司

(於百慕達註冊成立之有限公司)

(股份代號：789)

執行董事：

謝海州先生(主席兼行政總裁)

林少華先生

梁耀祖先生

余忠蓮女士

註冊辦事處：

Clarendon House

2 Church Street

Hamilton HM 11

Bermuda

獨立非執行董事：

劉斐先生

劉耀傑先生

曾招輝先生

香港主要營業地點：

香港

上環

德輔道中288號

易通商業大廈

16樓D室

建議恢復買賣

董事會建議於聯交所恢復股份買賣，惟須待聯交所正式批准後方可作實。

本董事會函件載有本公司建議復牌的詳情。

A. 背景

本公司於二零零七年五月三十日在百慕達根據百慕達一九八一年公司法註冊成立為獲豁免有限公司，其股份於二零零八年五月十六日在聯交所上市(股份代號：789)。

暫停買賣及復牌條件

由於延遲刊發二零一七年年報，應本公司要求，股份自二零一七年七月三日上午九時正起於聯交所暫停買賣，且於最後實際可行日期尚未恢復買賣。

二零一七年度業績於二零一七年七月十七日刊發，當中載列大華馬施雲會計師事務所之不發表意見，即其未能取得充足及適當的審核憑證，為本集團截至二零一七年三月三十一日止年度之綜合財務報表之審核意見以及上述綜合財務報表是否遵照公司條例之披露規定妥善編製提供依據。

董事會函件

於二零一七年十月二十七日，本公司收到聯交所發出的第一封函件，告知其決定根據上市規則第17項應用指引將本公司列入除牌程序第一階段。

根據第一封函件，聯交所認為，本公司未能維持足夠的業務營運，原因為：

- (i) 本公司之前的業務(即CDM銷售業務及零售及分銷業務)之規模縮減；
- (ii) 尚不清楚大華馬施雲會計師事務所出具不發表意見之本公司的電子商務業務(截至二零一七年三月三十一日止年度錄得收益6.1百萬港元)及其他潛在新業務是否使本集團的業務營運大幅增加以產生足夠的收益及溢利；及
- (iii) 聯交所認為，本公司的業務規模將保持較小，且本公司尚未證明其業務計劃將支持其預測或提高業務水平以證實本集團業務的可行性及可持續性。

聯交所亦認為：

- (i) 本集團的資產不足以滿足上市規則第13.24條的要求；
- (ii) 本集團資產的經營無法使本集團大幅改善其營運及財務資源；及
- (iii) 本公司未能證明其資產價值足以保證股份繼續上市。

根據第一封函件，於股份恢復買賣前，應完成以下復牌條件以使上市科信納：

- (i) 證明本公司擁有足夠的業務或資產，以符合上市規則第13.24條(「**第一項復牌條件**」)；
- (ii) 解決本公司截至二零一七年三月三十一日止年度財務報表的審核保留意見及該等保留意見的相關原因(「**第二項復牌條件**」)；
- (iii) 證明本公司實施足夠的財務報告程序及內部監控系統，以符合上市規則之責任(「**第三項復牌條件**」)；及
- (iv) 告知市場所有有關本公司的重大資料(「**第四項復牌條件**」)。

董事會函件

於二零一八年四月十一日，本公司向聯交所提交第一份復牌建議，當中載有本公司就已經／將會達成復牌條件之方式的意見，並載列建議時間表以供聯交所批准其股份恢復買賣。

於二零一八年五月四日，聯交所發出第二封函件，通知本公司第一份復牌建議並未達到可行復牌建議所需的標準，且其決定根據上市規則第17項應用指引將本公司列入除牌程序第二階段。

於二零一八年九月二十四日，本公司向聯交所提交第二份復牌建議，以支持恢復股份買賣。第二份復牌建議載列本公司就已經達成復牌條件之方式的意見，而本公司已提交建議時間表以供聯交所批准其股份恢復買賣。

應聯交所要求，本公司繼續更新第二份復牌建議並向聯交所提供支持股份恢復買賣的所有必要資料。

應聯交所要求，本公司謹此發佈本通函，當中載列支持復牌的進一步詳情。

復牌條件之達成情況

於最後實際可行日期，董事認為，所有復牌條件已達成，因此向聯交所申請復牌。

有關復牌條件之達成詳情，請分別參閱本通函「C.達成第一項復牌條件」、「D.達成第二項復牌條件」、「E.達成第三項復牌條件」及「F.達成第四項復牌條件」章節。

B. 暫停買賣前本集團的業務

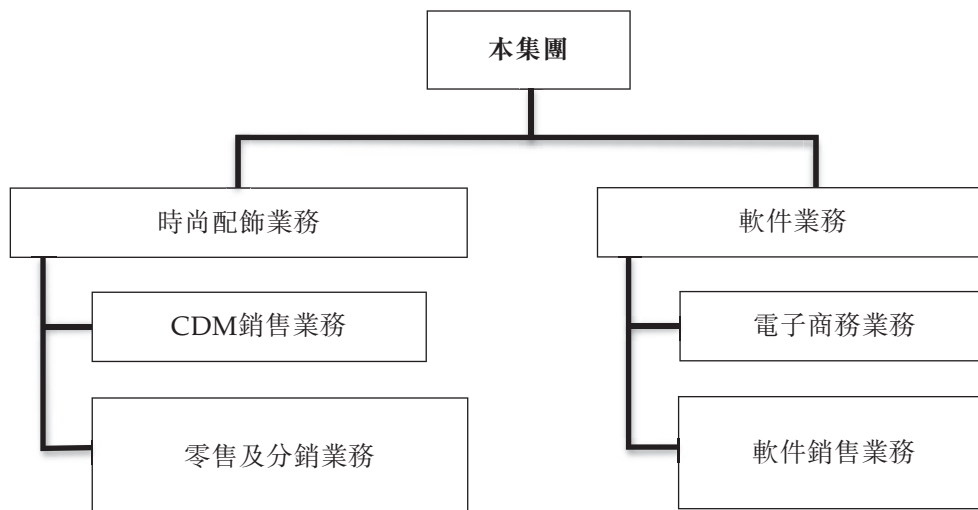
近年來，本集團的主要業務大致分為(i)與銷售時尚配飾有關的時尚配飾業務；(ii)與銷售本集團開發的軟件有關的軟件業務。

由於傳統時尚配飾業務競爭激烈、成本上漲及中國經濟波幅不定，為盡量降低生產業務造成的虧損，本集團於二零一四年關閉其生產設施。此外，由於零售業務環境及客戶購物習慣改變，實體店成為本集團的負擔，因此，本集團近年逐漸變更業務策略及關閉實體店並開始探尋及專注於網上分銷渠道。於二零一六年前後，為拓寬收入來源，本集團開展軟件業務。本集團亦探尋金融服務及物業業務領域的其他業務計劃，以擴展其收益來源。

董 事 會 函 件

時尚配飾業務最初包括CDM銷售業務及零售及分銷業務。本集團於二零一六年十月收購領視科技有限公司(一間主要從事開發及銷售軟件相關應用程式的公司)後開發軟件業務，包括電子商務業務及軟件銷售業務。

下圖說明緊接暫停買賣前本集團的主要業務：



以下概述本集團截至二零一七年三月三十一日止兩個年度的業務分部：

業務分部	佔本集團總收益的概約百分比	
	截至三月三十一日止年度 二零一六年	二零一七年
時尚配飾業務		
– CDM銷售業務	98%	0% ^{附註}
– 零售及分銷業務	2%	59%
軟件業務		
– 電子商務業務	–	41%
– 軟件銷售業務	–	–
總計：	100%	100%

附註：僅確認代理費收入。

時尚配飾業務

本集團過去專注於經營零售及分銷業務，主要透過實體店在中國生產及銷售自家「ARTINI」品牌的時尚配飾、禮品及精品。本集團過去亦經營其CDM銷售業務，買賣及銷售客戶選擇參與設計過程的配飾產品，與客戶同時參與產品設計，並按客戶要求的最終設計協調生產流程。

由於傳統時尚配飾業務競爭激烈、成本上漲及中國經濟波幅不定，為盡量降低生產業務造成的虧損，本集團於二零一四年關閉其生產設施。截至二零一七年三月三十一日止年度，本集團僅專注於就CDM銷售業務擔任買方與供應商間的代理並確認代理費約0.76百萬港元。

此外，由於零售業務環境及客戶購物習慣改變，實體店成為本集團的負擔，因此，本集團近年逐漸變更業務策略及關閉實體店，並開始探尋及專注於網上分銷渠道。自二零一六年九月起，本集團不再擁有任何零售點。

截至二零一八年三月三十一日止年度，CDM銷售業務及零售及分銷業務終止經營。然而，本集團繼續擁有自家品牌「ARTINI」。

作為重振時尚配飾業務的一部分，本集團開始透過綜合時尚配飾平台業務的零售及分銷渠道銷售時尚配飾產品，該業務涉及(其中包括)設計ARTINI品牌的時尚配飾產品。詳情請參閱本通函「C.達成第一項復牌條件—充足營運或資產」一段。

軟件業務

隨著網上銷售趨勢及對智能可穿戴配件的需求愈來愈高而出現對網上銷售管理軟件的新需求以及為擴闊其收益基礎，本集團於二零一六年十月收購領視科技有限公司(一間主要從事開發及銷售軟件相關應用程式的公司)並開展其電子商務業務。

電子商務業務原計劃開發及銷售定製軟件相關應用程式及向客戶提供相關服務。截至二零一七年三月三十一日止年度，電子商務業務產生的收益為約6.12百萬港元，佔本集團總收益約41.2%。

然而，於二零一七年初，電子商務業務軟件開發團隊遭遇人員流失。儘管本集團管理層已於經營過程中累積電子商務業務的管理專業知識並於二零一七年七月前後成功增聘軟件開發團隊，前營運團隊(本集團電子商務業務的關鍵執行人員)的離職影響分部的發展計劃。為開發補充電子商務業務的替代收益來源，本集團藉助其時尚配飾業務的業務網絡，開始開發及銷售各類專注於時尚配飾行業參與者的時尚配飾業務相關軟件程序。

本集團訂立軟件銷售合約，總金額超過人民幣7百萬元。然而，由於缺乏經驗豐富的員工，本集團無法維持其原先的業務模式，包括如本集團管理層先前所預期銷售定製軟件相關應用程式。儘管本集團仍通過銷售商業化現成軟件大致完成上述軟件銷售合約，但軟件開發團隊的當時成員缺乏交付定製產品的必要技術能力，故本集團投入額外資源推動定製軟件業務的發展可能並不明智，及本集團管理層認為，繼續尋求有關商機不符合本集團及其股東的最佳利益。因此，有關業務交易及預期回報尚未實現。

然而，通過利用軟件開發設施及自前任員工學到的技術能力，新聘員工能通過開發及銷售商業化現成軟件予其客戶繼續經營本集團的部分軟件業務(即軟件銷售業務)。軟件銷售業務的主要客戶為本集團時尚配飾業務中需要該等商業化現成軟件以發展其業務的客戶及供應商。截至二零一八年三月三十一日止年度，軟件銷售業務錄得收益約8.4百萬港元，佔本集團總收益約14.1%。

同時，本集團開始逐漸將技術團隊從軟件銷售業務轉移至綜合時尚配飾平台業務。本集團於截至二零一八年三月三十一日止年度捨棄軟件業務。

本集團通過逐步縮減營運規模及最終終止該分部而不再經營軟件業務(包括電子商務業務及軟件銷售業務)。本公司於此過程中並無出售或解散任何附屬公司。根據軟件業務過程中所訂立服務協議的條款及條件，本公司確認本集團毋須承擔與軟件業務有關的任何現有、未來或或然負債。

其他業務計劃

由於減少傳統的CDM銷售業務及零售及分銷業務，加上軟件業務並無如原先預期般發展，本集團亦探尋其他業務計劃，以豐富其收益來源。

於二零一六年三月一日，本集團與一間於中國河南省註冊成立且主要從事房地產開發的私人有限公司(「賣方」)訂立若干買賣協議(「買賣協議」)，據此，本集團同意收購位於中國河南省鄭州市的若干物業(「該等物業」)，總代價為人民幣20,000,000元(「建議物業收購」)。該等物業周邊有多家購物商場。董事認為，建議物業收購能讓本集團擴展其投資組合及在發展本集團業務時更具靈活性。

根據買賣協議，賣方須於二零一六年八月三十一日前交付已竣工且配備公共設施之該等物業，而倘賣方未能於二零一六年八月三十一日起計90日後交付該等物業，本集團可終止相關買賣協議。儘管本集團多次要求並跟進，惟賣方仍未能於買賣協議所指定之期限前交付該等物業。本集團經磋商後已於二零一七年六月十四日收取並接納購買價之全數退款，並終止繼續建議物業收購。有關建議物業收購的詳情，請參閱本公司日期分別為二零一六年三月一日及二零一七年六月十六日的公告。於買賣協議失效後，本集團決定不再開拓任何其他物業相關業務。

浩豐證券有限公司(「浩豐證券」)(獲發牌從事證券及期貨條例項下第1類(證券交易)及第4類(就證券提供意見)受規管活動)、浩豐期貨有限公司(「浩豐期貨」)(獲發牌從事證券及期貨條例項下第2類(期貨合約交易)及第5類(就期貨合約提供意見)受規管活動)及浩豐資產管理有限公司(「浩豐資產管理」)為本公司的間接全資附屬公司。

在盡力擴闊收益基礎的過程中，本集團原計劃透過三間全資附屬公司(即浩豐證券、浩豐期貨及浩豐資產管理)將其業務擴展至金融服務(包括證券及期貨合約交易、就證券及期貨合約提供意見及資產管理)。

由於本公司的整體策略為將其可用資源分配至綜合時尚配飾平台業務，本公司決定不再進行其開展金融服務業務的計劃。因此，於二零一八年七月三十一日，本集團訂立買賣協議出售持有浩豐證券、浩豐期貨及浩豐資產管理的公司（「出售事項」）。於出售事項完成後，浩豐證券、浩豐期貨及浩豐資產管理不再為本公司的附屬公司。有關出售事項的詳情，請參閱本公司日期為二零一八年七月三十一日的公告。

有關本集團綜合時尚配飾平台業務的詳情，請參閱本通函「C.達成第一項復牌條件—充足營運或資產」一節。

C. 達成第一項復牌條件—充足營運或資產

概覽

由於進入除牌程序，本集團已重估其業務計劃、資源及於多項業務活動中的承諾。

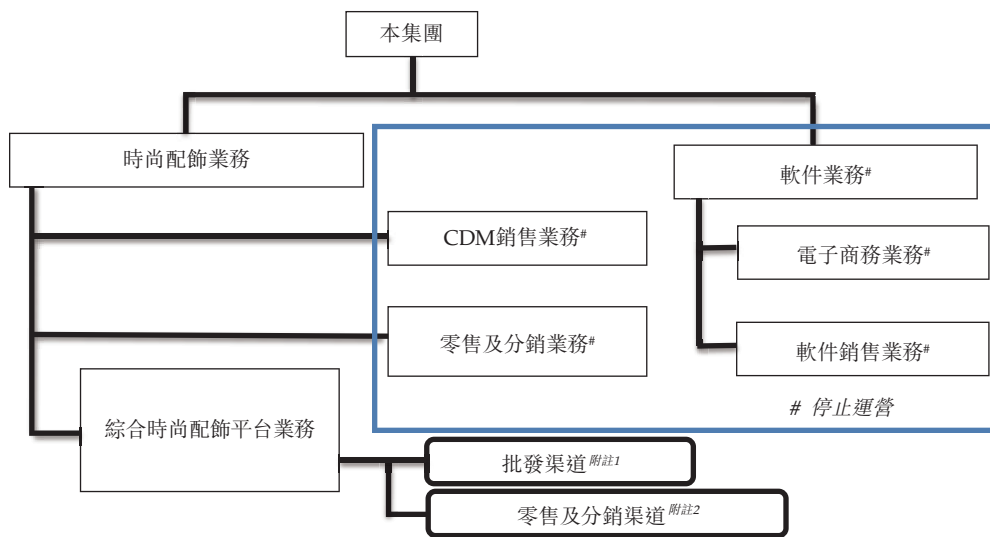
依託：

- (i) 本集團高級管理層成員於時尚配飾業的豐富相關經驗；
- (ii) 於業內的龐大客源；
- (iii) 本集團於業內的聲譽；
- (iv) 本集團近年於電子商務及網上交易業務方面發展的技術實力；及
- (v) 透過收購事項獲取的網絡基礎設施，

本集團振興其時尚配飾業務，將傳統CDM銷售業務及零售及分銷業務打造為綜合時尚配飾平台業務，而綜合時尚配飾平台業務為包括多種零售及批發渠道在內的綜合業務模式。

董事會函件

下圖展示本集團的主要業務：



附註：

1. 批發渠道包括網上批發平台及其他線下批發渠道。
2. 零售及分銷渠道主要包括透過(i)第三方零售網上平台；及(ii)零售商分銷或代銷銷售予終端客戶。

振興時尚配飾業務之背景

於制定本集團業務策略時，董事已考慮多項因素，包括本集團進行業務佈局的不同行業的行業背景。具體而言，董事已參考(其中包括)灼識諮詢編製的報告審視快時尚行業的行業前景。詳情請參閱本通函附錄一。

全球及中國時尚配飾市場的增長潛力

據灼識諮詢報告，中國及全球快時尚行業顯著增長。具體而言，中國的整體市場規模由二零一四年約人民幣1,412億元增至二零一八年約人民幣2,302億元，複合年增長率為13.0%。預計市場規模將於二零二三年達約人民幣4,050億元，二零一八年至二零二三年的複合年增長率為12.0%。因此，由於客戶要求優質但平價的產品，時尚配飾成為重要的產品分部。

據灼識諮詢報告，下列為平價奢侈品市場的主要市場驅動因素：

(i) 中產階級擴大

近年來，全球中產階級人口及中產階級財富總額均不斷增長。於二零一八年，世界約有7億中產階級成人，佔世界成年人口總數的15%。預期該數目將在未來進一步增加。中產階級人口佔美國總人口的39%及歐洲總人口的30%，表明平價奢侈品在兩個地區擁有龐大的市場基礎。該比例於中國較小，為11%，意味著增長潛力巨大。中產階級持續擴大已成為且預期繼續為平價奢侈品市場的重要驅動因素。

(ii) 對時髦及個性化產品的需求

年輕一代(包括80後及90後)更願意購買時髦產品及個性化更強的產品，以滿足其需求。該等年輕消費者正成為或於不久將成為消費者市場的主力，並已推動及將進一步推動平價奢侈品市場發展。

(iii) 設計師的創新

近年來，許多著名奢侈品牌委任新設計師改進其產品，以進一步吸引消費者及提升銷售。設計師的創新向平價奢侈品市場注入源源不斷的活力，並已推動及預期進一步推動平價奢侈品市場發展。

中國市場的購買習慣轉變

近年來，中國時尚休閒設計的潮流產生客戶對適合出入不同社會場合的風格各異的服裝的需求。者隨著時尚意識的增強，中國消費願意購買不同的服裝。快時尚日益流行與時尚配飾不斷增加的需求相配，以搭配其服裝。因此，消費者更加頻繁地購買該等產品。現有時尚配飾經常由被認為符合流行趨勢的新配飾所取代。時尚配飾的廉價及可經常丟棄的性質令其可於網上銷售渠道銷售。消費者對在網上購買時尚配飾感到更加便利。此外，線上市場配飾零售商的供應鏈一般較短，可讓公司快速迎合時尚趨勢。這將令線上零售商相比傳統實體店配飾零售商而言更具競爭優勢。據灼識諮詢報告，於二零一四年至二零一八年，快時尚及平價奢侈產品的網上銷售按複合年增長率40.5%增加，而同期線下渠道銷售的複合年增長率為6.6%。預期於二零二三年快時尚及平價奢侈產品的網上銷售將進一步增長，佔中國快時尚銷售總額約51.9%。

透過B2B出口的前景

據灼識諮詢報告，因應全球快時尚潮流及全國消費升級，預期中國對時尚配飾的需求亦將不斷上升。預期通過B2B電子商務平台出口的時尚配飾出口價值將按複合年增長率15.9%增加及於二零二三年達約人民幣71億元，滲透率為45.0%。同時，傳統網下銷售渠道自二零一五年起呈下行趨勢。隨著愈來愈多供應商轉向網上銷售渠道及客戶因便利及低價而青睞網上銷售渠道，預期網下銷售渠道放緩的趨勢將持續。

未來的業務模式

鑒於上述，董事認為二十一世紀為消費商品行業(包括時尚配飾業務)的革新時代。尤其是，董事注意到下列時尚配飾業務的兩大趨勢：

(i) 經營模式變更

據灼識諮詢報告，由於中國消費者行為正變為網上購物，愈來愈多時尚配飾公司朝網上發展並關閉其網下零售店，以取得更佳的整體表現。此外，該等公司亦通常外包生產予供應商及僅專注於時尚配飾的銷售，亦有助於在取得更佳銷售表現的同時，砍除高額的生產成本。

(ii) 「平價奢侈品」的概念日漸流行

據灼識諮詢報告，快時尚及平價奢侈產品均出自最近期的時尚潮流，且產品生命週期短。儘管一般的年輕買家可以廉價購得快時尚產品，平價奢侈產品通常來自優質品牌，而該等品牌瞄準預算較高的中產年輕買家。

根據上文，董事對時尚配飾行業抱有信心。儘管本集團為行業翹楚之一且盛名長存，董事認為本集團須打破陳規，以於時尚配飾行業中脫穎而出。本集團不僅須在產品層面創新，亦須在業務模式層面創新。董事認為，時尚配飾行業復興的關鍵為由純粹依賴傳統網下銷售渠道朝專注於「平價奢侈品」潮流的網上網下銷售渠道聯動的方向轉變。因此，本集團規劃及開發綜合時尚配飾平台業務。

按照規劃的第一階段，本集團於二零一七年十一月透過收購事項獲得網上批發平台連同互聯網基礎設施。有關收購事項的詳情，請參閱本公司日期為二零一七年十月十八日的公告。自此，本集團開始主要通過網上渠道(即網上批發平台)在批發市場銷售專注於B2B的時尚配飾產品的業務，並開啟重振時尚配飾業務之旅。

截至二零一八年三月三十一日止年度，綜合時尚配飾平台業務(當時主要包括批發市場的網上批發平台及線下批發渠道)產生收益約51,320,000港元，佔本集團總收益約85.9%。此後，業務保持增長。如本節「管理層對本集團暫停買賣前後財務表現的討論及分析」一段所載截至二零一九年三月三十一日止年度的網上批發平台經營業績所示，網上批發平台已被證明是成功及可持續的業務線。

本公司相信，綜合時尚配飾平台業務的發展並不止於此。本公司雄心勃勃，致力於將綜合時尚配飾平台業務發展為全方位的業務模式，覆蓋中國及國際範圍內最廣泛的客戶，並向彼等提供全面產品。於二零一八年第三季度，本集團透過多種零售及分銷渠道重新推出零售業務，包括第三方零售網上平台及第三方零售商分銷／寄售。除銷售第三方產品外，其亦透過銷售渠道振興自有品牌「ARTINI」及「ASBENY」。在多渠道、多元化產品策略下，本集團進一步引入定制及設計元素，並打造一個滿足不同地區不同客戶的不同購買習慣的合理商業模式。董事相信，通過更審慎及有效地分配資本及開支，本公司可更專注於發展時尚配飾業務，使其重新奪回市場領導地位。

從傳統的CDM銷售業務和零售及分銷業務到綜合時尚配飾平台業務

根據灼識諮詢，受全球電子商務快速發展影響，時尚配飾業務逐步從線下轉向網上，這使通過網上銷售渠道的時尚配飾業務的批發及零售市場的增長均高於線下渠道。中國時尚配飾市場通過網上渠道實現的國內零售額由二零一四年約人民幣52億元增加至二零一八年約人民幣178億元，複合年增長率為約36.0%。就批發市場而言，中國通過B2B電子商務平台的時尚配飾出口額由二零一四年約人民幣25億元增加至二零一八年約人民幣34億元，複合年增長率為約8.0%。

董事會函件

由於零售業務環境及客戶的購物習慣變動，本集團於二零一四年底逐步改變業務策略及關閉其製造設施，並於二零一四年初及二零一六年中分別關閉香港及中國的所有實體店，以解決零售及分銷業務面臨的激烈競爭。由於傳統CDM銷售業務和零售及分銷業務萎縮，本集團時尚配飾業務的營運人員由二零一四年三月三十一日約555名減少至交易暫停日期的五名。同期，時尚配飾業務的所有原管理層成員，包括所有工廠負責人及店舖經理，離開本集團。自二零一六年九月起，本集團不再經營任何零售點，並開始探索擴大收入來源的商機，開展軟件業務，並於金融服務及物業業務領域探索其他業務計劃。由於本通函「B.暫停買賣前本集團的業務」一節所詳述的各種原因，該等計劃並未如董事會預期般成功，亦未為本集團及股東帶來令人滿意的價值。

綜合時尚配飾平台業務為一個全面的業務模式，覆蓋中國及全球的龐大客戶，並向彼等提供全面的產品。本集團透過多項零售及分銷渠道重新推出零售業務，包括平台A店舖及平台B店舖等第三方零售網上平台及第三方零售商分銷／寄售。除銷售第三方產品外，其亦透過銷售渠道推出自有品牌「ARTINI」及「ASBENY」。

與先前的CDM銷售業務和零售及分銷業務不同，本集團自行進行製造及通過自營實體店分銷產品，在綜合時尚配飾平台業務的業務模式下，時尚配飾產品由第三方生產商生產，並於由本集團戰略夥伴營運的零售點內分銷。本集團認為，此業務模式對本集團最為有利，乃由於其需要較低資本承擔、較低經常性開支及更有利於改善流動性，此為本集團CDM銷售業務和零售及分銷業務於過往表現不佳的主要原因。

以下載列傳統CDM銷售業務及零售及分銷業務與新興綜合時尚配飾平台業務間的主要差異：

	傳統CDM銷售業務	傳統零售及分銷業務	綜合時尚配飾平台業務			綜合時尚配飾平台業務的優勢
目標客戶	線下海外品牌擁有人、批發商及零售商	中國、澳門及香港的線下零售客戶	網上批發平台	第三方零售網上平台	第三方實體銷售點(分銷或寄售)	接觸的客戶範圍最廣
收益基礎	銷售自行製造的產品	零售及分銷收入	網上批發	網上零售	通過分銷及寄售進行零售	優化收益組合
主要採購	原材料	原材料	時尚配飾產品	時尚配飾產品	時尚配飾產品(採用本集團的設計及輸入數據)	消除製造成本，同時按不同渠道的需求分組，享有規模經濟
主要分銷渠道	全球線下渠道	自營銷售點	自營網上批發平台	第三方網上平台	第三方實體銷售點	靈活結合不同銷售渠道
存貨狀況	一般週轉日數為90日	一般週轉日數為90日	一般週轉日數少於40日	一般週轉日數少於40日	一般週轉日數少於40日	降低存貨滯銷的風險及改善本集團的流動資金狀況
資本投資	製造設施的資本投資巨大	開設及維持自營實體銷售點的資金龐大	技術開發、人員、營銷及存貨的資本投資最少	營銷及存貨的資本投資最少	營銷及存貨的資本投資最少	輕資產且資本投資最少

主要產品來源	綜合時尚配飾平台業務				綜合時尚配飾平台業務的優勢
	傳統CDM銷售業務	傳統零售及分銷業務	網上批發平台	第三方零售網上平台	第三方實體銷售點(分銷或寄售)
主要產品來源	自行製造的產品	自有品牌產品	中國供應商	擁有或並無本集團品牌的中國供應商(採用本集團設計及輸入數據)	擁有或並無本集團品牌的中國供應商(採用本集團設計及輸入數據)
	內部設計團隊	內部設計團隊	外部及內部設計團隊(經計及客戶的品味、購買習慣及反響)	外部及內部設計團隊(經計及客戶的品味、購買習慣及反響)	外部及內部設計團隊(經計及客戶的品味、購買習慣及反響)
產品設計	展會	廣告	口碑、展會及數碼營銷	數碼營銷	主要意見領導人進行的數碼營銷、產品上市、廣告及宣傳活動
					經計及客戶的品味、購買習慣及反響後，採取各種現代營銷及推廣方法，提高渠道及品牌的受歡迎程度
主要營銷及推廣方法					
產品品牌	非品牌	自有品牌	非品牌及自有品牌	非品牌及自有品牌	自有品牌
					盡量透過不同渠道銷售非品牌或自有品牌產品擴大收益

附註：線下批發渠道與綜合時尚配飾平台業務的其他三個渠道互補且並無載列於此以供比較。

董事認為，綜合時尚配飾平台因(其中包括)以下原因而優於本集團的原製造—分銷—實體零售模式：

(i) 靈活結合不同銷售渠道優化其收益組合

本集團不再依賴可能面臨改變客戶購買習慣風險的單一渠道(如往常一樣)及得益於時尚配飾行業的增長潛力。

(ii) 透過集中設計、質量控制及營銷力度產生協同效應

基於有關客戶品味、購買習慣及反響的數據，本集團收集及集中來自不同渠道客戶的反饋，委託其設計、採購、質量控制及營銷活動。

(iii) 購買的規模經濟

本集團得益於規模經濟，透過將不同渠道客戶的時尚配飾產品需求分組及向其供應商及製造商下達大量訂單，增強議價能力、提高存貨管理效率及降低採購價。

(iv) 面向中介的市場模式輔以自營模式

本集團的網上平台一般透過提供市場作為客戶與供應商間關聯(面向中介的市場模式)，同時採購部分暢銷產品(自營模式)。網上批發平台的兩種模式相互促進，透過提供市場連接選定賣方與買方以及採購部分暢銷產品。透過使用其信息技術系統，本集團可隨時查看供應商的存貨水平，從而確保交易效率。因此，本公司的存貨預付成本極低，但能更好地控制產品質量及客戶服務，亦能對時尚趨勢變動作出快速反應。

(v) 網上平台較純線下渠道的優勢

根據灼識諮詢，與傳統線下渠道相比，網上平台業務模式擁有以下優勢：(i)更具創新性及現代的客戶獲取方式(如數碼營銷)；(ii)交易成本減少及週期縮短；(iii)SKU增加；(iv)幾乎無限的產品，客戶可全天候下達訂單；(v)啟動成本較傳統實體店大幅減少；(vi)精確追蹤客戶喜好及購買記錄；及(vii)並無有關實體店可訪問性的風險。

據灼識諮詢報告，透過經營多渠道業務模式，本公司可吸引大量國內外客戶群，以迎合不同品味及購物習慣，從而有助本公司提高市場滲透率。全面的業務模式有助本公司迅速適應快時尚時代及平價奢侈品消費趨勢。

競爭優勢

鑒於本集團擁有以下現有競爭優勢，董事相信復興的時尚配飾業務將給本集團及其股東帶來價值：

(i) 本集團高級管理層人員於時尚配飾行業擁有豐富的相關經驗

謝海州先生，本公司董事會主席、執行董事兼行政總裁，於流行首飾珠寶批發行業擁有逾20年經驗。林少華先生，執行董事，擁有超過20年工廠管理及產品開發經驗及於管理生產珠寶方面擁有豐富經驗。余忠蓮女士，執行董事，在零售及批發業務方面擁有逾10年經驗。張小華先生，本公司營運總監，於營運及管理時尚配飾零售行業的公司方面有逾22年經驗。本集團亦就綜合時尚配飾平台的不同分銷渠道構建強大的管理團隊，包括但不限於張小華先生加入擔任營運總監以領導網上批發平台，及委聘李峻女士(本集團前任零售部總裁)擔任顧問以領導零售及分銷渠道。詳情請參閱本節「董事及高級管理層」一段。

憑藉由擁有扎實行業經驗的董事、高級管理人員及顧問構成的強大團隊，董事相信本集團將為其綜合時尚配飾平台業務制定長期可持續的業務發展規劃。

(ii) 本集團於時尚配飾行業擁有穩定的客源

經營CDM銷售業務以及零售及分銷業務多年，本集團已於時尚配飾行業建立廣大忠實客源。該等客戶與本集團高級管理層成員相識已久，非常願意向本集團的綜合時尚配飾平台業務進行採購，原因為彼等相信本集團管理層的聲譽及本集團多年來向彼等提供可靠服務。本集團已與其主要客戶訂立總採購協議，以與彼等維持長期關係。有關總採購協議的一般條款，請參閱本節「(1)網上批發平台—客戶」一段。

本集團的管理層認為，該等客戶將成為綜合時尚配飾平台業務於其初始階段的主要收入來源，並將為本集團的投資提供快速回報。

(iii) 本集團已於時尚配飾行業贏得認可及穩定的聲譽

此外，經營CDM銷售業務以及零售及分銷業務多年，本集團已於時尚配飾行業及客戶中贏得認可及穩定的聲譽。本集團的專有品牌「ARTINI」為香港及中國時尚配飾產品的流行知名品牌。多年來，「ARTINI」品牌成為中國最早擁有良好客戶知名度的主要時尚配飾品牌之一。本集團將能夠與時尚配飾業務的行業參與者(包括供應商)建立牢固可靠的業務關係。

因此，董事認為，建立及發展綜合時尚配飾平台業務所需的時間及成本會較新入門者少。

(iv) 本集團已開發廣泛的技術能力及透過收購掌握全面網上基礎設施

本集團於二零一六年十月收購領視科技有限公司及開始其電子商務業務。董事及本集團管理層已在管理電子商務平台方面獲得經驗及專業知識。憑藉自二零一六年十月起發展的技術能力，本集團能管理網上批發平台的業務經營及進一步改善特徵，以吸引客戶及在現代互聯網時代把握商機。

Viennois Hong Kong及廣州唯亞分別於二零一零年六月及二零一三年一月創辦，彼等的原有業務為經營各自的網上平台(即www.viennois-online.com及cn.viennois-online.com)，向中國及其他地區的業務客戶(主要為時尚配飾製造商)提供時尚珠寶產品陳列服務(包括設計營銷作品、拍照及展示產品信息)。彼等亦於接獲互聯網訂單後將該等製造商的珠寶產品轉售予批發客戶。董事認為，兩個平台於收購前因資金有限而無法達致龐大規模。然而，彼等已建立扎實的基礎，包括主要來自北美及歐洲的累計逾100,000名註冊用戶(其中206名為於過去三個月透過平台進行交易的活躍用戶)。此外，彼等已建立可行的業務基礎設施，包括暢順的運行流程及網上接單機制，在充足資金支持下可輕易擴展並提升在客戶心中的信用度。

自收購事項以來，本集團投入額外資源及實施措施改善網上批發平台的營運，導致所得收益大幅提升。有關詳情，請參閱本節「(1)網上批發平台—網上批發平台的競爭優勢」。

董事認為，收購事項能讓本集團快速、有效及以具成本效益的方式設立網上批發平台及獲得一套穩固全面的網上基礎架構。該網上基礎架構，聯同透過收購電子商務業務取得的技術專業知識及本集團於時尚配飾行業的廣泛經驗及人脈，讓本集團能快速進軍綜合時尚配飾平台業務並為其打下堅實基礎。

(v) 設計能力

本集團已就生產自身品牌的時尚配飾產品建立本身的設計團隊及委聘製造商。截至二零一九年五月三十一日，本集團已構建一支由五名全職設計師及五名外部設計師組成的設計團隊，並與七名製造商合作生產自有品牌的時尚配飾產品。

本集團自有品牌的時尚配飾產品由本集團設計部門的內部設計師及(其次)外部設計師設計。本集團的設計團隊成員平均擁有超過七年的珠寶設計經驗。該等設計師於珠寶或設計領域擁有相關工作經驗及部分設計師持有珠寶及／或設計方面的學位。

在強大設計團隊的參與下，本集團將能緊貼市場趨勢及交付自身品牌時尚配飾產品的流行設計。

業務策略

據灼識諮詢報告，中國現有時尚配飾市場分散及並無佔主導地位的地方參與者，但對該分部產品(尤其是通過綜合網上／網下平台銷售的平價奢侈時尚配飾)的需求頗具潛力。董事認為，(i)本集團於香港及中國時尚配飾行業的經驗及網絡；及(ii)近年來於電子商務及網上平台形成的能力及專業知識，已讓本集團作好充分準備，以把握機會。

本集團的目標乃發展成為透過持續發展綜合時尚配飾平台業務專注於平價奢侈品分部的中國領先時尚配飾參與者。

為實現目標，本集團計劃實施以下策略：

(i) 繼續實施綜合業務模式

憑藉本集團在業內的聲譽、電子商務經驗及日益增強的設計及數據管理能力，本集團將繼續發展各種網上及線下分銷渠道。綜合業務模式為一個全面的業務模式，覆蓋的客戶範圍極廣，並向彼等提供全面的服務。通過更審慎及有效地分配資本及開支，本公司將更專注於可創造差異化的能力，使其重新奪回市場領導地位。

(ii) 繼續擴大網上批發平台的活躍用戶群及交易

提高客戶在網上批發平台的購物體驗(如本節「網上批發平台的新特徵」一段中所詳述)，將為網上批發平台創造更廣泛的客戶群。

(iii) 繼續發展零售及分銷渠道，推動及推廣其自有品牌「ARTINI」

順應平價奢侈品的新趨勢，本集團將繼續通過零售及分銷渠道(包括平台A店鋪及平台B店鋪等第三方零售網上平台，並由零售商分銷／寄售)重建綜合時尚配飾平台業務的零售部門。作為其旗艦品牌，「ARTINI」品牌產品將以零售及分銷渠道銷售，目標是平價奢侈品市場中的中高端零售客戶。

(iv) 繼續在第三方零售網上平台發展其零售能力

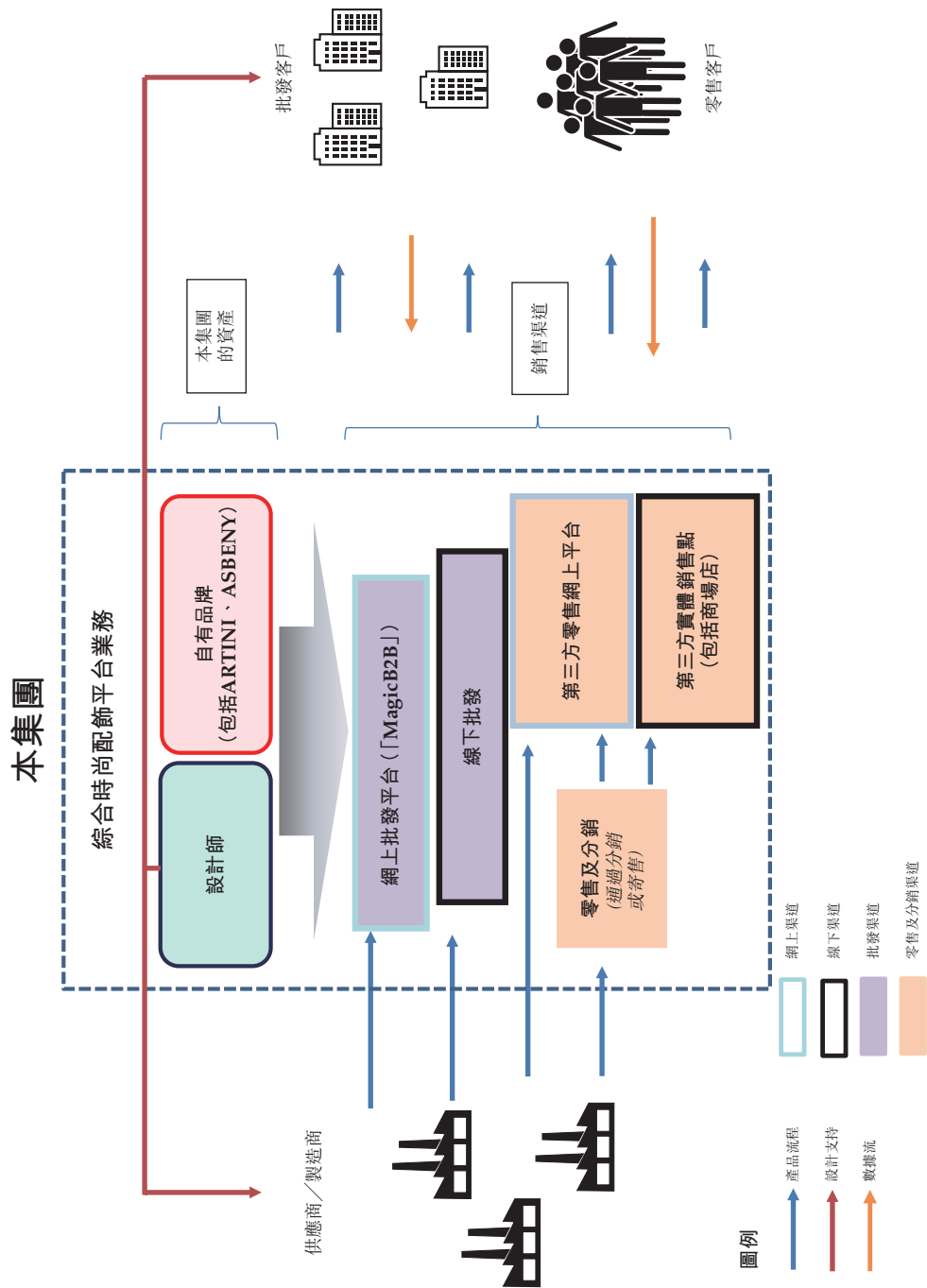
本公司認為，在成熟的第三方網上平台開設零售網上商店是一種擴展其零售網絡的具成本效益的方式。展望未來，本集團將繼續經營其平台A店鋪及平台B店鋪，同時探索在其他知名零售網上平台開設網上商店的可行性。

(v) 繼續增強其設計能力

鑒於迄今已簽訂的分銷及寄售協議，本公司相信其零售及分銷渠道將繼續擴展，而本集團的設計能力將對本集團緊跟市場趨勢及為自有品牌的時尚配飾產品提供流行的設計至關重要。

業務模式

下圖列示綜合時尚配飾平台業務的業務模式。



綜合時尚配飾平台業務

截至最後實際可行日期，本集團的綜合時尚配飾平台業務主要包括以下渠道：

- (1) 面向全球批發客戶的網上批發平台；
- (2) 零售及分銷—(i)面向中國零售客戶的第三方零售網上平台；及(ii)中國及香港授權分銷商及寄售商的第三方實體銷售點(包括品牌店)；及
- (3) 面向全球批發客戶的線下批發渠道。

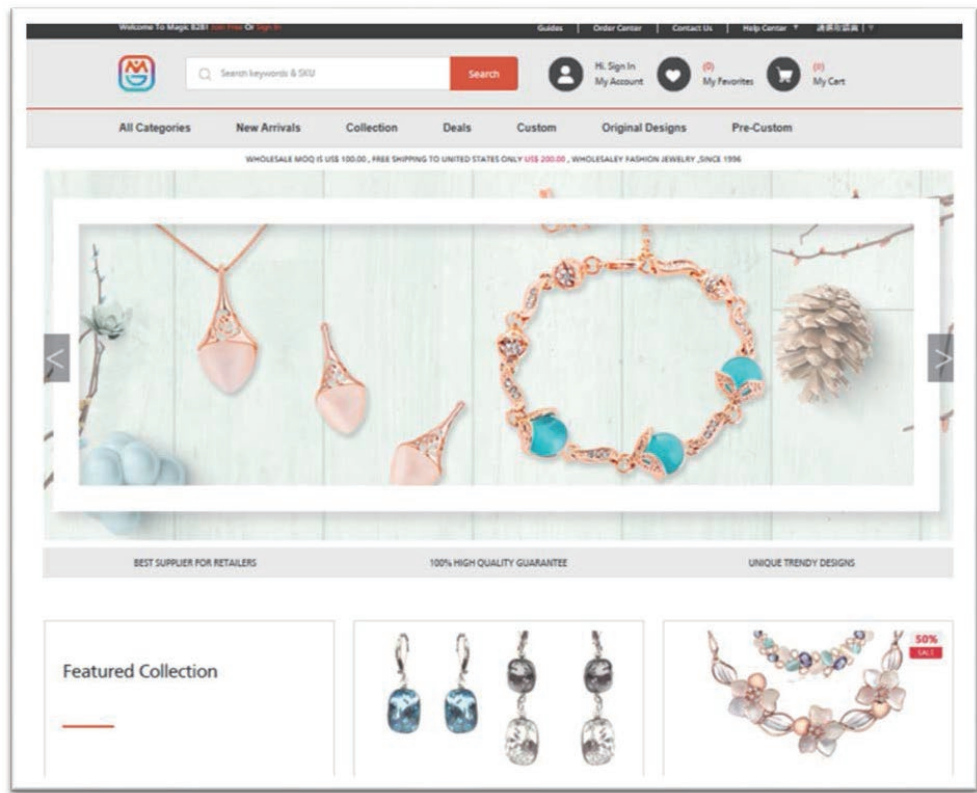
本集團的綜合時尚配飾平台業務基於(其中包括)本集團不斷增長的專有設計能力及其專有品牌(包括ARTINI及ASBENY)。本集團亦利用其網上及線下基礎設施、其質量控制能力以及透過覆蓋中國及國際市場的平台收集的數據，盡量擴大綜合時尚配飾平台業務的發展潛力。為迎合不同客戶不斷變化的購物習慣，綜合時尚配飾平台業務專注於定製、訂單靈活性及產品種類。截至二零一九年五月三十一日，本集團的綜合時尚配飾平台業務提供逾20,000個SKU予批發渠道的逾3,700名活躍客戶、零售及分銷渠道的三名分銷商／寄售商以及平台A店鋪的逾11,000名客戶(據平台A報導)。

(1) 網上批發平台

背景

透過收購，本集團收購Viennois Hong Kong及廣州唯亞的網上平台及相關互聯網基礎設施，以經營網上批發平台。憑藉透過電子商務業務發展及累積的技術經驗，本集團於綜合時尚配飾平台業務早期經營該等網上平台，並決定透過應用所收購的互聯網基礎設施將該等平台遷移至全新的自有網上平台(即*magicb2b.com*)，整合該等網上平台。

下圖展示網上批發平台的整體概覽：



本集團分析客戶的購物模式及網上批發平台的主動反饋等客戶數據，以(i)了解個別客戶的喜好；(ii)時尚配飾行業的整體市場趨勢；及(iii)各類時尚配飾產品的受歡迎度。本集團將根據所收集的數據開展設計、質量控制及營銷活動。

截至二零一九年五月三十一日，網上批發平台有超過3,700名活躍網上客戶及23名供應商。就「活躍」而言，本集團界定為在過去三個月通過平台進行交易的用戶。網上批發平台的每月交易價值由二零一八年四月約14.0百萬港元增加至二零一九年五月約22.8百萬港元。

董事會函件

下表列示網上批發平台的經營數據：

	收購時	二零一八年 四月	二零一九年五月 (較二零一八年四月增加%)
活躍客戶數目 ^{附註}	206	336	3,762 1,019.6%
供應商數目	13	20	23 15.0%
SKU數目	11,377	14,660	20,374 39.0%
每月交易數目	125	147	1,267 761.9%
每月交易價值(千港元)	5,162	13,980	22,835 63.3%

附註：就「活躍」而言，本集團界定為在過去三個月通過平台進行交易的用戶

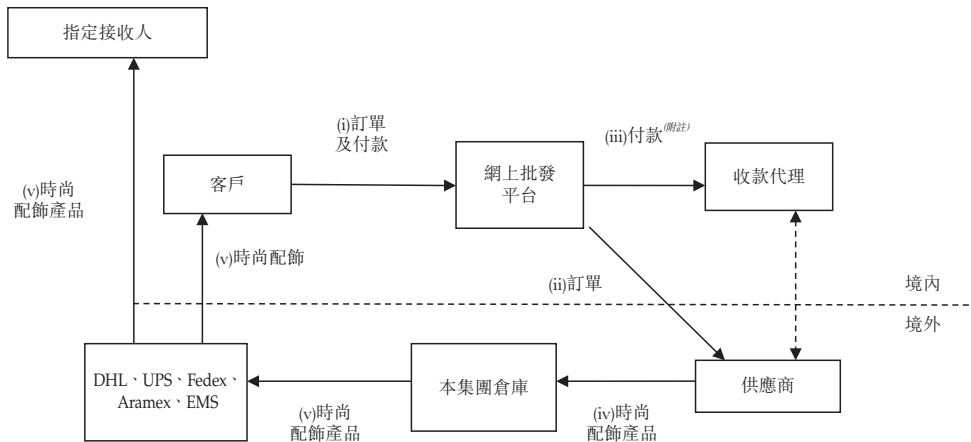
董事認為，每月交易價值的增長乃由於本集團持續努力推廣網上批發平台的知名度。每月交易的大幅增長整體與活躍消費者數目增加相符，而有關銷售主要來自美國、俄羅斯及歐洲。

網上批發平台的業務模式

下圖展示本集團的網上批發平台模式：



下圖展示本集團透過網上批發平台的業務流程及提供的服務：



附註：訂單的副本亦提供予收款代理，以供參考。

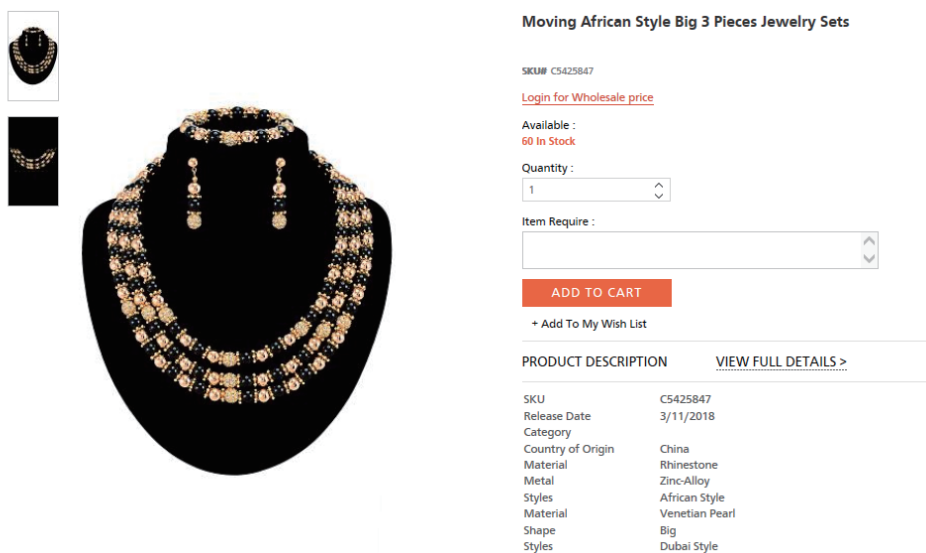
(i) 客戶於網上批發平台的訂單及付款

於網上批發平台購買時，首次購買方客戶將需在網上批發平台註冊為會員，註冊為免費。客戶一經成為會員及擁有註冊賬戶，便可結賬及網上付款。登錄賬號後，註冊客戶可輕易選擇其喜歡的支付選項（包括送貨地址），從而為客戶提供更大便利及促進重複購買。

網上批發平台羅列簡要產品說明、圖片展示、產品尺寸、材料及原產國等詳細的產品資料，有助於客戶進行產品挑選及改善購物體驗。本集團不會在網上批發平台提供時尚配飾產品的品牌名稱或製造商的資料，以避免供應商與客戶直接聯繫。

董事會函件

下圖列示網上批發平台所示的典型產品資料：



網上批發平台亦提供用戶友好的瀏覽模式(例如按產品類別分類)，使客戶能從眾多時尚配飾產品中快速找到滿足其需求的產品。此外，亦有新品上架、折扣商品及經典收藏系列等單獨欄目，以增強客戶的購物體驗並促進本集團的銷售。

為專注於符合公司戰略的企業客戶，每筆訂單的最低購買金額為100美元。網上批發平台提供網上支付渠道，包括PayPal及信用卡。客戶亦可選擇通過銀行間電匯或通過西聯匯款付款。在該情況下，客戶需於付款時通知本集團，本集團於核實付款後方確認訂單。

(ii) 向供應商訂貨

在接獲網上批發平台上的註冊客戶的訂單後，本集團的採購團隊將檢查本集團在廣州倉庫的存貨，以查看訂購商品的庫存情況。此外，本集團將平衡於倉庫中保留熱賣商品存貨以及時向客戶交付的好處以及存貨過時及滯銷的風險。這將長期保持網上批發平台的競爭力。本集團分析客戶的購物模式及其於網上批發平台的自願反饋等客戶數據，以(i)了解個別客戶的喜好；(ii)了解時尚配飾行業的整體市場趨勢；及(iii)了解不同時尚配飾產品的受歡迎度。

通過利用網上批發平台的客戶數據，本集團能在廣州的倉庫中篩選熱賣時尚配飾產品並保持適當的存貨水平。毋須等待供應商交付產品，本集團可縮短向客戶交付熱賣商品的時間。

倘本集團倉庫中的存貨不足，採購團隊將向供應商訂購所需商品。然後，客戶關係團隊將能根據供應商提供的預期交付時間向相關客戶提供估計交付時間。

有關本集團存貨控制的詳情，請參閱本節「存貨控制」一段。

(iii) 向供應商的收款代理付款

供應商通常在香港委任收款代理以自本集團接收付款。本集團將於付款時向收款代理提供訂單副本供其參考。在本集團付款後，收款代理將通知相關供應商。供應商提供的信用期通常為30天。

(iv) 供應商向本集團的倉庫交付

在接獲本集團的訂單後，供應商通常安排以地面運輸方式將產品運送至本集團在廣州的倉庫。交付的典型交付週期為7至15天。

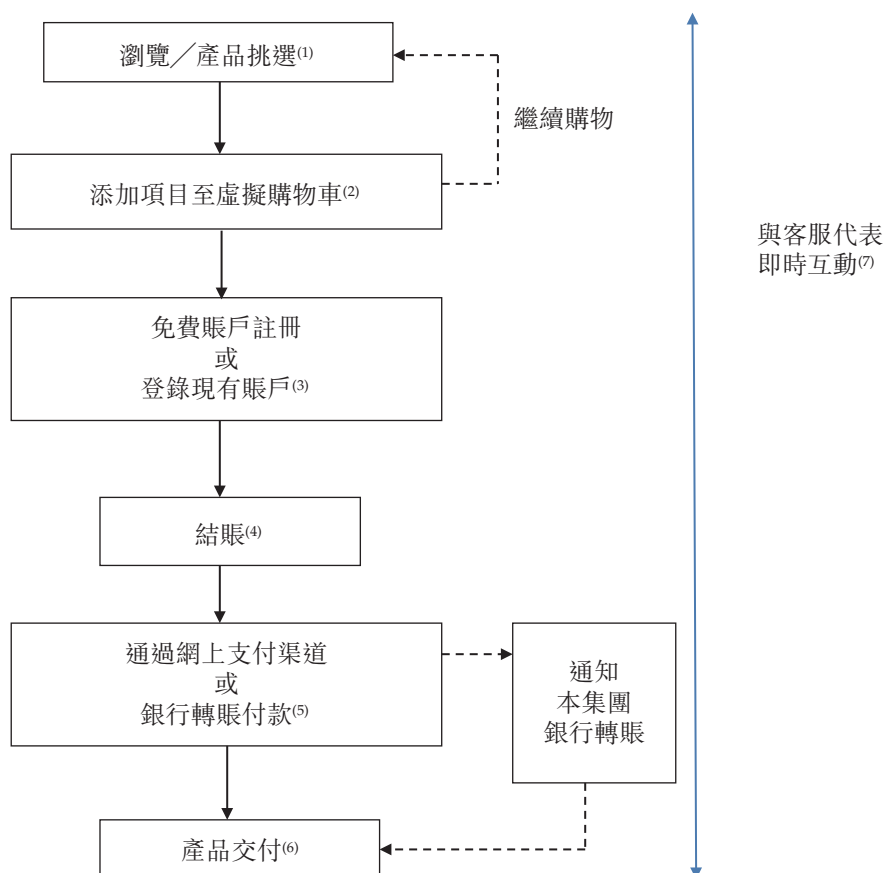
(v) 由本集團交付予客戶或指定收件人

一旦產品送達本集團的廣州倉庫(或倘倉庫中有訂購商品存貨，一旦接獲網上批發平台上註冊客戶的訂單)，本集團將安排通過第三方配送代理將產品交付至客戶地址或客戶的指定收件人地址。根據交付方式及交付地址的位置，估計交付期間介乎5至15天。

客戶可從網上批發平台上提供的追蹤信息中查看訂購商品的交付狀態。

購買流程

下圖列明網上批發平台的典型購買流程：



附註：

1. 客戶尋找滿足其需求的產品。
2. 客戶將選定項目加入虛擬購物車，繼續瀏覽或進行結賬。
3. 客戶結賬前須登錄其賬戶(新客戶須於網上批發平台免費註冊為會員)。
4. 客戶核查訂單、添加或刪減虛擬購物車內的項目(倘需要)、確認訂單、輸入交付地址信息及選擇交付方式，及有關運送成本將加入客戶的購物訂單。
5. 客戶透過網上支付渠道或透過銀行轉賬付款。倘屬後者，一旦付款，客戶須通知本集團。
6. 本集團安排將所購買的項目交付至交付地址。
7. 於瀏覽／產品挑選至產品交付的整個購物體驗中，客戶能透過網上批發平台的即時通訊工具與本集團的客服代表聯繫，以便定製訂單及接受有關購買、包裝、交付及付款等幫助。

網上批發平台的新特徵

於二零一八年六月，本集團委聘一名第三方網站開發顧問改善網上批發平台的運作及向本集團提供有關網站維護的諮詢服務。本集團亦建立網上平台服務團隊，專門從事網絡工程及網站設計的僱員實施完善工作及更好地維護網上批發平台。本公司認為，招募網絡工程及網站設計方面的人才可令本集團進一步增加網上批發平台的吸引力及提高客戶的購物體驗。

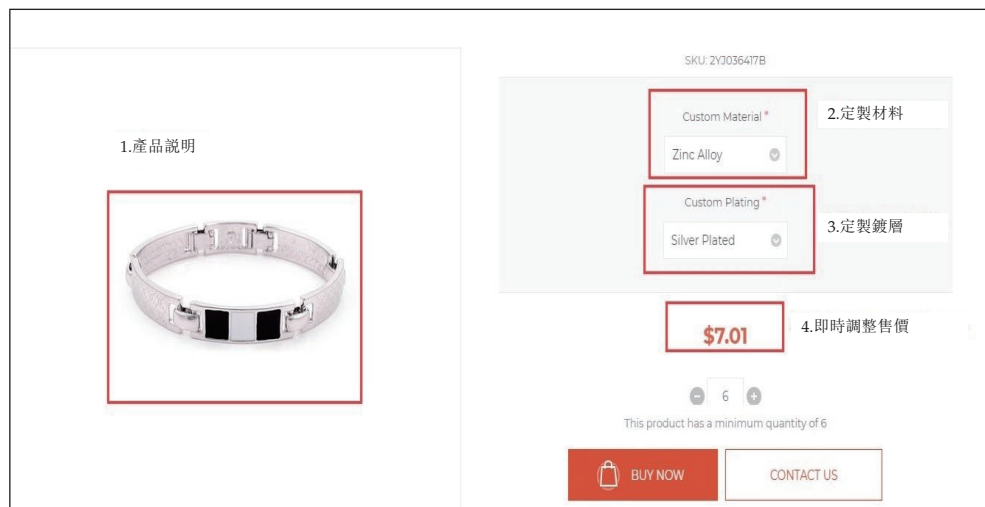
由於網站開發顧問的協助及網絡工程及網站設計人才的引進網上平台推出增強的特徵及功能。增強的特徵及功能包括：

- 註冊客戶目前能透過於預覽頁面改變顏色及部件於網上批發平台預覽所選擇時尚配飾產品的外觀。該定製功能讓網上批發平台滿足大量不同品味及要求的客戶的需求。

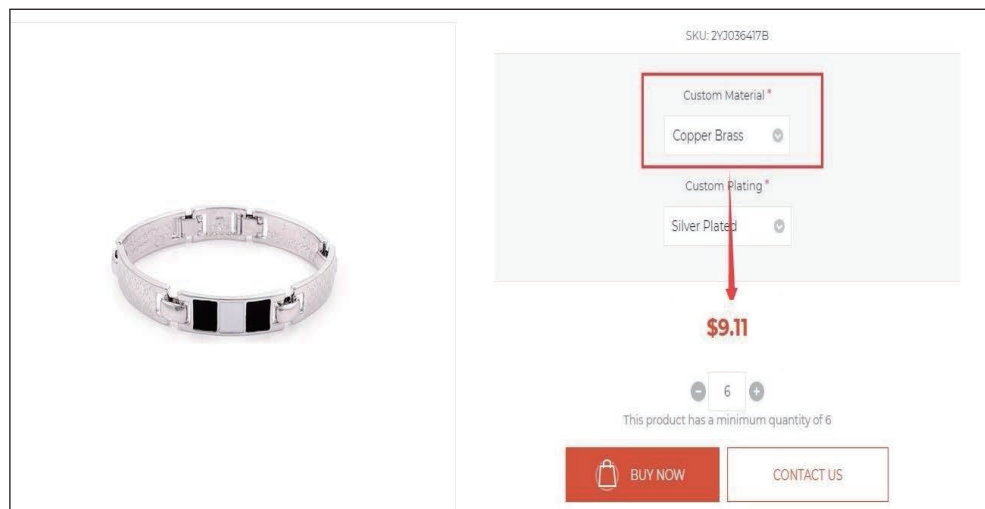
董事會函件

- 所選產品的售價將根據註冊客戶列明的定製產品特徵即時作出相應調整。此舉能讓用戶考慮預算並提高便利程度，且本集團能於購物過程中滿足客戶的期望，同時增強客戶的信心。

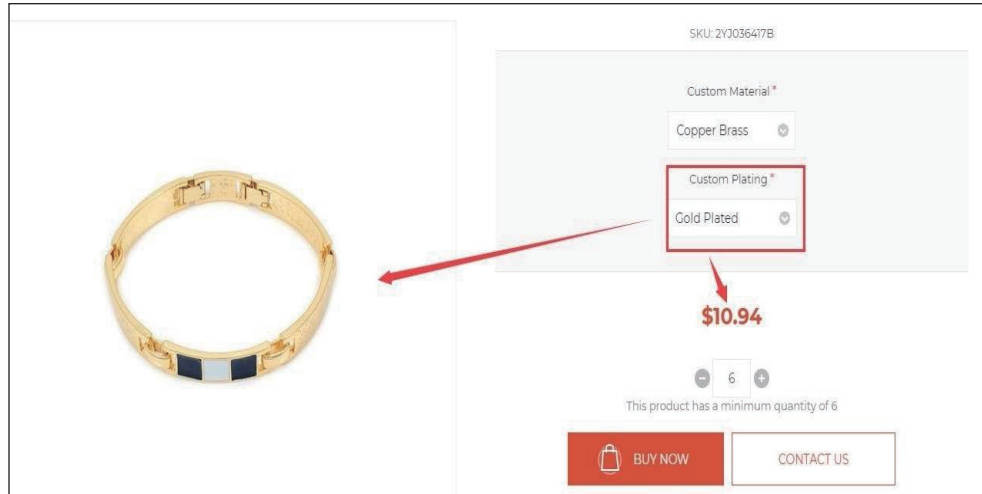
下圖列明網上批發平台的上述產品定製功能：



註冊客戶可查看選定產品的外觀、詳情及售價。



註冊客戶定製產品後，產品售價即時作出相應調整。



所示產品的外觀亦根據註冊客戶的定製要求而改變。

董事認為，網上批發平台的新特徵及功能將盡量擴大其作為網上銷售渠道在所提供產品種類及客戶便利度方面的優勢，繼而鼓勵客戶購買更多商品及促進綜合時尚配飾平台業務的網上銷售。

除分銷第三方設計及製造的時尚配飾外，本集團已於二零一八年八月開始銷售「ASBENY」品牌產品。

「ASBENY」系列

本集團主要於網上批發平台銷售非品牌時尚配飾產品。於二零一八年八月，本集團開始於網上批發平台銷售其「ASBENY」品牌時尚配飾產品。

據董事作出一切合理查詢後所盡知，「ASBENY」為五十多年前源於意大利的品牌，主要包括皮革產品。於收購商標後，本集團已於香港就第14類(貴重金屬及其合金；珠寶、寶石及半寶石；鐘錶及計時儀器)及第18類(皮革及人造皮革，動物皮毛；箱子及旅行袋；雨傘及陽傘；手杖；鞭子、馬具及鞍具；項圈；皮帶及寵物服裝)註冊ASBENY商標；以及在中國就第14類(戒指(首飾)；首飾盒；手鐲(首飾)；項鍊(首飾)；胸針(首飾)；貴重金屬藝術品及其合金；人造珠寶；耳環；手錶)註冊ASBENY商標。

本集團認為「ASBENY」為適合於本集團批發渠道作為獨特的時尚配飾產品系列推出的流行品牌。視乎網上批發產品的反響，本集團亦或於第三方零售網上平台等其他渠道銷售「ASBENY」品牌的時尚配飾產品。

網上批發平台的業務策略及未來前景

網上批發平台為綜合時尚平台業務的主要分銷渠道。本集團計劃實施下列措施，以進一步發展網上批發平台：

(i) 持續為供應商及客戶創造價值

透過網上批發平台，供應商接獲本集團的大宗訂單，連同設計及生產方面的相關技術支持以及本集團通過分析網上批發平台的購買模式而獲得的市場趨勢反饋。本集團亦向供應商提供短暫的結算時間，一般於30日內。作為回報，供應商通常向網上客戶提供各類產品的折扣。於此過程中，本集團亦自供應商的穩定供應中獲益。

在客戶方面，全球客戶可訪問網上批發平台進行採購，而本集團於平台上提供來自不同製造商各類產品、最新市場資訊(包括近期趨勢)、不同的設計、快速的訂單週轉時間、可靠性、質量保證及物流服務。此外，客戶可於中央網上批發平台獲得來自不同供應商的近乎無限種類的產品。供應商及客戶亦會自節省將供應商可供應產品與目標客戶匹配所需的時間及成本中獲益。

本集團將繼續實施該策略，為供應商及客戶創造價值，維持網上批發平台的持續發展。

- (ii) 改善網上批發平台的定制功能並擴大網上批發平台的活躍用戶基礎及交易

本集團計劃改善網上批發平台的定制功能，於網站上推出更多選項以供註冊客戶調整及改良其所要求時尚配飾產品的特徵。定制功能將使產品數量成倍增加，並將讓網上批發平台能滿足不同品味及要求的龐大客戶的需要。

改善客戶於網上批發平台的購物經驗將為網上批發平台創設更龐大的客源。

- (iii) 及時交付予客戶，同時維持較低存貨水平

董事認為，交付時間短並及時回應較小規模的訂單對滿足網上批發平台上的中型業務客戶至關重要。

利用網上批發平台的客戶數據，本集團能精選流行時尚配飾產品，並在廣州的倉庫就該等產品維持適當的存貨水平。在無需等待供應商交付產品的情況下，本集團可為客戶縮短流行產品的交付時間。本集團將平衡在倉庫維持流行產品存貨以及時向客戶交付的益處與存貨過時滯銷的風險。此舉將可長期保持網上批發平台的競爭力。

- (iv) 提高「ASBENY」品牌產品的受歡迎度

於二零一八年八月，本集團開始於網上批發平台銷售來自「ASBENY」品牌時尚配飾產品的產品。董事認為，此舉將大幅提高ASBENY Mark的自身價值，另一方面，透過於批發市場滲透其品牌確立本集團的行業地位。本集團將持續開發該系列的專有品牌及於「ASBENY」流行時於其他分銷渠道銷售「ASBENY」品牌產品。

網上批發平台的競爭優勢

網上批發平台面向批發客戶，充當將中國上游供應商與全球各地下游業務客戶連接的垂直平台。

董事認為，本集團的下列競爭優勢將使其能實現網上批發平台的策略：

(i) 本集團於時尚配飾行業擁有穩定的客源

經營CDM銷售業務以及零售及分銷業務多年，本集團已於時尚配飾行業建立廣大忠實客源。該等客戶與本集團高級管理層成員相識已久，非常願意向本集團的綜合時尚配飾平台業務進行採購，原因為彼等相信本集團管理層的聲譽及本集團多年來向彼等提供可靠服務。本集團已與其主要客戶訂立總採購協議，以與彼等維持長期關係。有關總採購協議的一般條款，請參閱本節「(1) 網上批發平台—客戶」一段。

(ii) 本集團已開發廣泛的技術能力

本集團於二零一六年十月收購領視科技有限公司及開始其電子商務業務。董事及本集團管理層在管理電子商務業務的電子商務平台方面獲得經驗及專業知識，特別是，新聘技術員工能通過參與經營電子商務業務獲得寶貴的技術能力。憑藉過去兩年開發的技術能力，本集團亦能管理網上批發平台的業務經營及進一步改善特徵，以在現代互聯網時代吸引客戶及把握商機。

(iii) 透過收購掌握全面網上基礎設施

Viennois Hong Kong及廣州唯亞於二零一零年六月創辦，彼等的原有業務為經營各自的網上平台(即*www.viennois-online.com*及*cn.viennois-online.com*)，向中國及其他地區的業務客戶(主要為時尚配飾製造商)提供時尚珠寶產品陳列服務(包括設計營銷作品、拍照及展示產品信息)。彼等亦於接獲互聯網訂單後將該等製造商的珠寶產品轉售予批發客戶。董事認為，兩個平台於收購前因資金有限而無法取達致龐大規模。然而，彼等已建立扎實的基礎，包括主要來自北美及歐洲的累計逾100,000名的註冊用戶(其中206名為於過去三個月透過平台進行交易的活躍用戶)。此外，彼等已建立可行的業務基礎設施，包括暢順的運行流程及網上接單機制，在充足資金支持下可輕易擴展並提升在客戶心中的信用度。

自收購事項以來，本集團投入額外資源及實施措施以改善網上批發平台的營運，導致所得收益大幅提升。

該等措施包括：

- (a) 本集團管理層與時尚配飾業務的現有客戶保持聯繫，該等客戶忠誠並由本集團透過經營多年的CDM銷售業務以及零售及分銷業務挽留。該等客戶與本集團的高級管理層成員相識已久，於二零一七年十一月完成收購前便經常向本集團尋求商機，以採購本集團的時尚配飾。彼等開始向網上批發平台大量採購並成為綜合時尚配飾平台的主要客戶，使得緊隨完成收購事項後網上批發平台產生的收益大幅提高。
- (b) 本集團分配軟件業務技術人員資源，組建技術團隊，以進行網上批發平台的維護及技術改良。

- (c) 本集團安排其營銷人員專責通過數字技術營銷及推廣網上批發平台，提高網上批發平台的知名度。
- (d) 更新網上批發平台的產品陳列及展示，以改善客戶的購物體驗。
- (e) 本集團利用高級管理層於時尚配飾行業的經驗及人脈編製一份全面的供應商名單，以確保其客戶可於網上批發平台獲得各類穩定優質的產品。
- (f) 本集團於網上批發平台推出其他特徵及功能，以進一步改善客戶體驗及增加交易量。有關詳情，請參閱本節「網上批發平台的新特徵」一段。

透過上述措施，本集團於緊隨收購事項後成功擴大已收購網上平台的業務規模。截至二零一六年及二零一七年三月三十一日止年度，Viennois Hong Kong及廣州唯亞的經審核收益(於本公司日期為二零一七年十月十八日的公告披露)分別為4.2百萬港元及3.2百萬港元，而於收購事項後，截至二零一八年三月三十一日止五個月及截至二零一九年三月三十一日止年度，網上批發平台的收益分別為49.5百萬港元及230.0百萬港元。

於收購事項後，收益大幅增加主要由於本集團持續努力改善網上平台的界面及服務，並提高網上批發平台的知名度。整體而言，董事認為，收購事項能讓本集團快速、有效及以具成本效益的方式設立網上批發平台及獲得一套完善而全面的網上基礎設施。該網上基礎設施，聯同透過收購電子商務業務取得的技術專業知識及本集團於時尚配飾行業的廣泛經驗及人脈，讓本集團能快速進軍綜合時尚配飾平台業務並為其打下堅實基礎。

- (iv) 網上批發平台提供種類廣泛的產品(包括獨家產品)及擁有發達的供應商網絡

截至二零一九年五月，網上批發平台已向其客戶提供逾20,000個SKU，而逾270個獨家SKU已獲供應予本集團的SKU並無獲提供予其他類似網上平台。董事擬定本集團將進一步擴充產品種類，及通過內部設計師及外部設計師不時推出更多新產品(將由本集團供應商生產)。如灼識諮詢所確認，大量的SKU意味著客戶的選擇余地大，對時尚配飾行業至關重要。按SKU數量計，本集團為三大垂直B2B電子商務平台之一。

截至二零一九年五月三十一日，本集團於網上批發平台委聘23名供應商。自供應商獲悉，與其他網上平台獲提供的條款相比，該等供應商向本集團提供較優惠的條款(尤其是在採購價方面)，而彼等向本集團供應的大部分產品由彼等自行生產而非自其他生產商或經銷商採購。此外，透過本集團設計團隊與製造商合作生產本集團自行設計的時尚配飾產品，本集團能以與自經銷商等供應商所採購者相比相對較低的成本於網上批發平台提供獨家產品。董事認為，通過直接向製造商採購產品，網上批發平台能夠向客戶提供更具競爭力的價格，同時維持較高的利潤率。

- (v) 本集團擁有成熟的採購團隊

董事認為，採購能力以及緊貼市場趨勢及持續推出新產品及經改良的產品乃本集團成功的關鍵。本集團設有一支成熟的採購團隊，旨在識別及適應不斷變化的客戶品位及喜好，以滿足有眼力的客戶的需求。採購團隊不時監察市場趨勢及定期與供應商溝通，以識別新產品及增強產品組合的多元化。此外，本集團自網上批發平台收集客戶的行為數據(包括瀏覽歷史、頁面停留時間及購物車數據等)以及其他類似網上平台的其他公開數據(包括熱銷產品)，以對客戶喜好及未來市場趨勢進行分析。營銷團隊亦向其主要客戶提供新設計及下一季產品以供預覽，並與其分享產品開發方向以獲得反饋及作出檢討。

憑藉上述基於事實的市場需求分析，連同於業內擁有廣泛經驗及網絡的高級管理人員(包括謝海州先生及張小華先生)的領導能力以及對行業及客戶需求的深入了解，本集團的採購團隊能夠根據時尚配飾於原材料挑選、風格及市場需求方面的未來趨勢分析及制定其本身的採購策略。有關高級管理人員經驗的詳情，請參閱本節「董事及高級管理層」一段。董事認為，本集團的採購能力讓網上批發平台有效調整及改善產品組合，以滿足市場需求。

董事認為，網上批發平台的表現將持續，原因為如下：

- (a) 如灼識諮詢所告知，於二零一八年，中國B2B網上平台上的時尚配飾產品的市場規模(以商品交易總額計)為約人民幣224億元。同期，網上批發平台的銷售額為約人民幣1.6億元。該銷售額僅佔總市場規模約0.7%。因此，儘管市場分散，本集團取得的銷售並不佔據整個市場的很大市場份額，預期在未來數年市場將迅速發展。
- (b) 由於行業極為分散，董事認為類似網上平台的質量波動甚大，並堅信網上批發平台提供更具競爭力的服務及用戶體驗，從而在與其他行業參與者比較時脫穎而出。通過利用上述競爭優勢，董事預期網上批發平台將繼續增長及擴大市場份額。由於市場規模遠大於網上批發平台的現有經營規模，董事認為，倘本集團能自較弱的競爭對手中奪取額外市場份額，網上批發平台將顯著增長。

客戶

為增強與主要客戶的業務關係，本集團向彼等提供(i)30日信貸期；及(ii)網上批發平台之最優惠折扣。本集團已與若干主要客戶訂立總採購協議，據此(其中包括)，客戶將向網上批發平台作出承諾採購金額。總採購協議的典型條款載列如下：

採購：	在網上批發平台下達的多個訂單於規定期限內的承諾採購總額
交付時間：	倘有庫存，則於兩個工作日內；否則三週內
質量保證：	倘貨物於交付時受損，客戶可拒絕接受貨物並通知本集團。倘客戶於接收貨物後並無對包裝作出任何投訴，則貨物的包裝將被視為完好無損。客戶將於接收貨物後檢查貨物的質量。倘包裝並無損壞，但不確定貨物的質量，客戶可及時通知本集團。

董事認為，總採購協議可構成支撐本公司業務於未來兩年可持續營運的穩固基礎。

董 事 會 函 件

為擴大長期收益來源，本集團已採取措施(包括上文所述的改善網上批發平台)吸引新客戶及擴大網上批發平台的客戶群。

下表載列於截至二零一九年三月三十一日止年度網上批發平台的未經審核經營業績：

	截至 二零一八年 六月止三個月	截至 二零一八年 九月止三個月	截至 二零一八年 十二月止三個月	截至 二零一九年 三月止三個月
網上批發平台的銷售額 (總計)(千港元)	38,181	60,299	63,474	68,032
同比增長(%)	-	57.9	5.3	7.2
訂單數目	750	3,325	4,506	3,616
每份訂單的平均交易金額 (港元)	50,908	18,135	14,087	18,814
平均每日活躍用戶 ^(附註2)	6,800	19,367	24,500	25,100
平均每日瀏覽量 ^(附註3)	46,000	62,667	75,667	105,000

附註：

1. 平均每日活躍用戶指網上批發平台於有關期間每日來自特定互聯網協定地址的平均訪問次數。
2. 平均每日瀏覽量指網上批發平台於有關期間的每日訪問次數。

如上表所示，基於未經審核經營數據，於網上批發平台下達的訂單數目由截至二零一八年六月止三個月的750個大幅增加至截至二零一八年九月止三個月的3,325個，截至二零一八年十二月及二零一九年三月止三個月維持較高水平，分別為4,506個及3,616個，而每份訂單的平均交易金額由截至二零一八年九月止三個月約50,900港元減少至截至二零一九年三月止三個月約18,800港元。此表明網上批發平台自大量客戶接獲訂單，同時主要客戶的大量訂單按比例減少。此外，平均每日活躍用戶及平均每日瀏覽量穩定增長證明網上批發平台已吸引更多訪客及其潛在客戶群有所擴大。

董事會函件

本集團將繼續增加時尚配飾產品的種類及改善網上批發平台的特徵及功能，以吸引海量客戶。

供應商

截至最後實際可行日期，本公司已與24名供應商訂立長期框架協議。框架協議的主要條款載列如下：

期限：	自協議日期起直至本年度三月三十一日止期間及經雙方協定後可重續一曆年。
產品供應：	供應商向本集團提供所有相關產品信息，包括但不限於新產品研發、存貨水平、產品材料、質量檢驗報告、最低售價及最低營運數量。
知識產權：	供應商授權本集團於網上批發平台使用其品牌(如需要)。
網上批發平台的營銷：	本集團應竭力推銷供應商的產品，以促進該等產品於網上批發平台的銷售。

董事會認為，框架協議將加強本集團與其供應商的業務關係，並確保於網上批發平台銷售的產品的長期穩定供應。

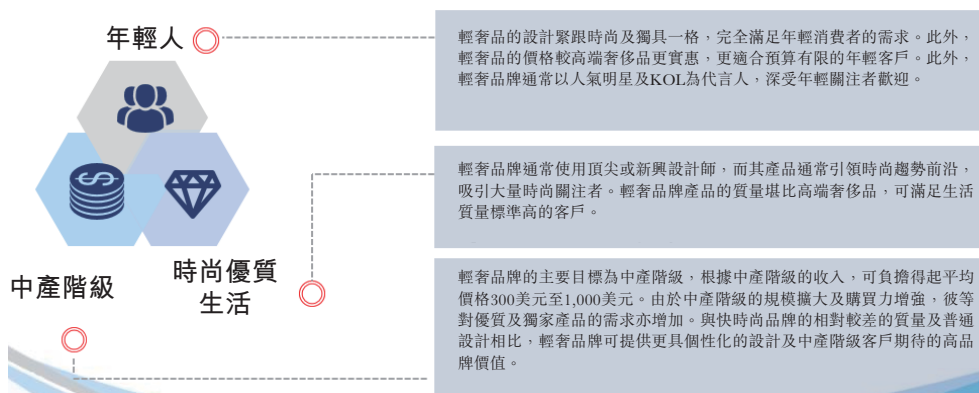
(2) 零售及分銷

背景

隨著Instagram及關鍵意見領袖(「**關鍵意見領袖**」)等網絡社交媒體日益普及及對市場趨勢的影響增強，本公司認為，時尚趨勢不再僅由實體店及傳統廣告媒體所引領。千禧一代對消費主義的態度正塑造不同時代對奢侈品格局的理解方式，新的「平價奢侈品」理念出現，以全新的方式重新發展快時尚行業。

據灼識諮詢報告，受全球快時尚及輕奢品趨勢的影響，預期中國年輕一代在時尚配飾上的開支將會增加，以跟上不斷變化的時尚趨勢。

下圖列示輕奢品概念：



據灼識諮詢報告，預計中國人迎來消費升級及消費理念的變化，相對於價格，人們更注重時尚配飾的質量及設計的奢侈品牌。據灼識諮詢報告，快時尚及輕奢的主要區別在於定價及品牌定位，但客戶重疊程度較高。輕奢品被視為身處奢侈品與日常產品(包括快時尚產品)間的中間地帶。快時尚品牌的高端系列亦被認為是輕奢行業參與者中的四大類別之一，其他還包括奢侈品牌的子系列、輕奢品牌以及設計師品牌。

順應輕奢的新趨勢，於二零一八年第二季度，本集團開始將其時尚配飾業務的零售分支重整為綜合時尚配飾平台業務的一部分。本集團的零售及分銷渠道包括通過分銷或寄售的方式在第三方實體或網上銷售點(包括店中店)銷售自主設計時尚飾品產品。

該業務模式涉及(i)就分銷或寄售本集團的時尚配飾產品與業務夥伴訂立分銷協議或寄售協議；(ii)設計帶有本集團自身專營品牌(即「ARTINI」)及本集團其他品牌(包括ASBENY)的時尚配飾產品；(iii)採購由製造商生產的時尚配飾產品；及(iv)於網上平台或業務夥伴的銷售實體店將時尚配飾產品分銷／寄售予終端客戶。

本集團的專營品牌「ARTINI」為香港及中國廣受歡迎的知名時尚配飾產品品牌。於二十一世紀初，本集團於香港開設首家銷售「ARTINI」品牌時尚配飾產品的零售點。過往，本集團主要在中國生產及通過自營實體店銷售(其中包括)「ARTINI」品牌的時尚配飾產品經營零售及分銷業務。由於零售的商業環境及客戶的購物習慣發生變化，有關經營實體店的成本成為本集團的負擔，因此，本集團逐步關閉其實體店。自二零一六年九月起，本集團不再擁有任何實體零售店。儘管如此，由於「ARTINI」品牌於二十一世紀初成為中國最早擁有的主要時尚配飾品牌之一且具有良好的客戶知名度，本公司認為該品牌多年來已累積巨大的內涵價值並為本集團的寶貴資產。尤其是，本集團透過多年的經營已累積超過180,000名「ARTINI」時尚配飾會員，而本集團可於需要時聯繫該等會員以告知品牌發展的最新情況。

本集團先前的業務模式專注于固定經營成本高昂的設計生產銷售一體化實體店，故該等資源尚未大力開發。本集團的目標為將「ARTINI」品牌重新定位為面向中高端大眾市場的旗艦輕奢產品。截至最後實際可行日期，本集團於開發產品系列方面擁有六名內部及五名外部設計師。產品範圍包括項鍊、耳環、手鐲及戒指。為維持靈活性及降低資本開支，本集團主要將生產環節外包予第三方供應商及通過第三方網上或實體(即寄售專櫃)渠道銷售產品。

根據上述基準，本公司決定根據下述新模式重振時尚配飾業務的零售及分銷渠道。

(i) 第三方零售網上平台

儘管本集團並不限制零售客戶自網上批發平台下達訂單，但是網上批發平台的設計以批發為導向且本公司相信，大多數網上批發平台的客戶為企業客戶(包括零售商及轉售商)。本公司相信，全面開發綜合時尚配飾平台業務對本集團有益，可進一步拓展本集團的客戶群及推廣其品牌及平台。因此，本公司透過第三方運營的網上零售渠道開始重新發展全面開發綜合時尚配飾平台業務與網上批發平台的零售部門。

於二零一八年七月，本集團以「Viennois」的名義在平台A營運的企業對客戶網上平台上接手平台A店舖。本集團透過平台A店舖向中國零售客戶出售時尚配飾產品。

平台A為一間於開曼群島註冊成立的公司的附屬公司，於紐約證券交易所上市。如納斯達克官網可供查閱的股份報告所提及，彼等透過附屬公司及中國綜合聯屬實體開展業務。彼等主要於網上平台透過限時搶購向客戶提供優質品牌產品。限時搶購為一種結合電子商務與折扣銷售的優勢在指定時間內透過網上銷售一定數量的折扣產品或服務的網上零售方式。自二零零八年八月成立以來，平台A吸引大批消費者及大量流行品牌。截至二零一七年十二月三十一日，平台A的網上平台有逾3億註冊會員，逾1億累計客戶，推廣及銷售國內外逾23,000個知名品牌。

本公司在平台A店舖向零售客戶出售時尚配飾品牌產品(包括自二零一八年九月推出的「ARTINI」品牌產品)。自二零一八年七月及二零一九年三月，平台A店舖每月接獲約32,000個訂單並錄得月銷售額約1.0百萬港元，佔截至二零一九年三月三十一日止年度綜合時尚配飾平台業務銷售總額約3.4%。

董事會函件

與網上批發平台類似，本集團分析客戶於平台A店舖的購物模式及自願反饋等數據，以(i)瞭解個人客戶的喜好；(ii)瞭解時尚配飾行業整體的市場趨勢；及(iii)瞭解各種時尚配飾產品的受歡迎度。本集團而後根據收集的數據開展其設計、質量監控及營銷活動。

下表列示平台A所提供自二零一八年七月營運以來直至二零一九年五月平台A店舖的部分主要營運數據：

	自二零一八年 七月直至 二零一九年 五月期間
每月客戶數量(附註1)	17,000
每月交易量(附註2)	29,000
每月交易額(附註3)(千港元)	931
每月交易總額(附註4)(千港元)	1,808

附註：

1. 平台A提供。
2. 平台A提供。
3. 平台A店舖的淨交易額(扣除應付平台A的服務費)。
4. 平台A提供。平台A店舖的交易總額(包括應付平台A的服務費)。

董事認為客戶數量及每月交易額的大幅上升乃主要由於為推廣平台A店舖而於前兩個月推出各種促銷活動(包括折扣優惠)。

本集團亦計劃在其他流行網上零售平台開設銷售時尚配飾產品的網店以擴大其網上零售網絡。於二零一八年九月，本集團開設平台B店舖並開始銷售「ARTINI」品牌時尚配飾產品。

平台B為獨立第三方在中國營運企業對客戶網上零售的中文網站。其為中國本土企業及國際企業向中國、香港、澳門及台灣的消費者銷售品牌商品的平台。根據未獲獨立核實的公開資料，平台B為世界上最大的電商網站之一及擁有逾5億名每月活動用戶。

本公司認為第三方網上零售平台(包括目前的平台A店舖及平台B店舖，兩家均為流行零售渠道)於不久將來將為本集團業務的主要增長動力之一。

(ii) 分銷商及寄售商授權的第三方實體銷售點

於二零一九年五月三十一日，本集團與兩名零售商就於中國及香港銷售「ARTINI」品牌時尚配飾產品訂立一項分銷協議及五項寄售協議。

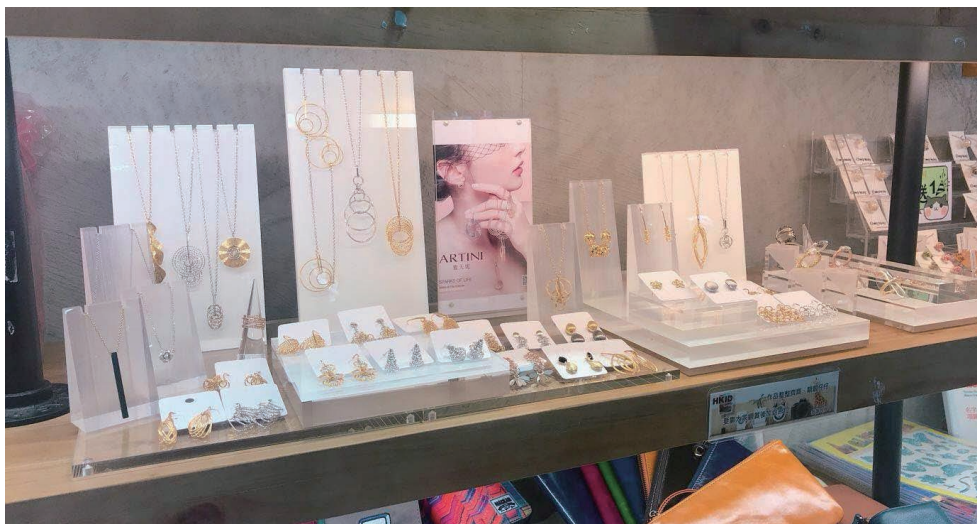
本集團已與本集團的顧問及唯一擁有人以及分銷商的總經理李峻女士引入的一名零售商(「分銷商」)就透過中國線下及網上渠道分銷「ARTINI」品牌時尚配飾產品訂立分銷協議。分銷商於中國擁有由逾400家線下實體銷售點(包括精品店、閃店、店中店等)及逾20家網店構成的網絡。

此外，本集團已與兩名零售商(「寄售商」)、於香港購物中心經營精品店的獨立第三方就於彼等的精品店寄售「ARTINI」品牌時尚配飾產品訂立寄售協議。

於二零一九年五月三十一日，本集團已於(i)中國北京、上海、杭州、成都、深圳等地的82個線下實體銷售點及中國分銷商經營的一個網店銷售；及(ii)兩名寄售商於香港受歡迎的購物中心(包括將軍澳的新都城中心商場、九龍灣的淘大商場、尖沙咀的K11及美麗華廣場、灣仔以及銅鑼灣的希慎廣場及世貿中心)經營的六個零售點寄售「ARTINI」品牌產品。

董事會函件

下圖展示於分銷商及寄售商經營的零售點陳列的「ARTINI」品牌時尚配飾產品：



圖片展示於香港尖沙咀K11商場零售點陳列的產品

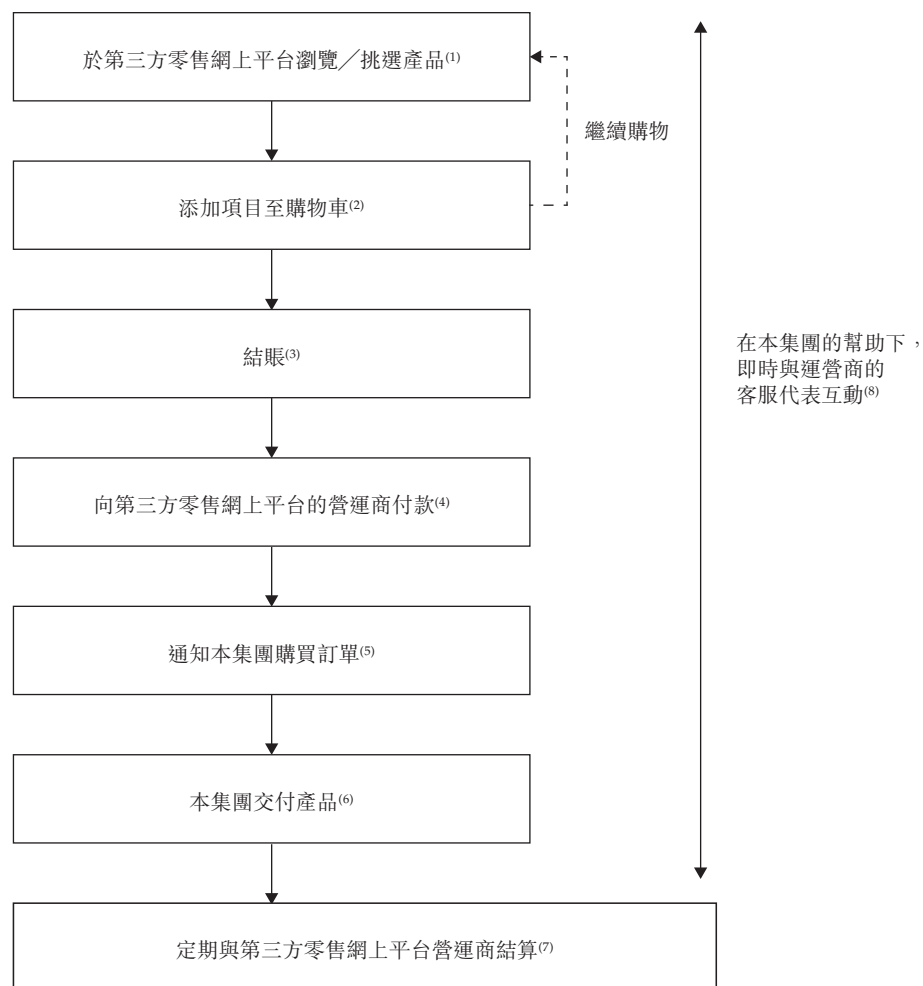


圖片展示於中國上海長寧路零售點陳列的產品

董事會函件

第三方網上零售平台的業務流程及購買流程

下圖說明透過第三方網上零售平台出售的時尚配飾產品的業務流程及購買流程：



附註：

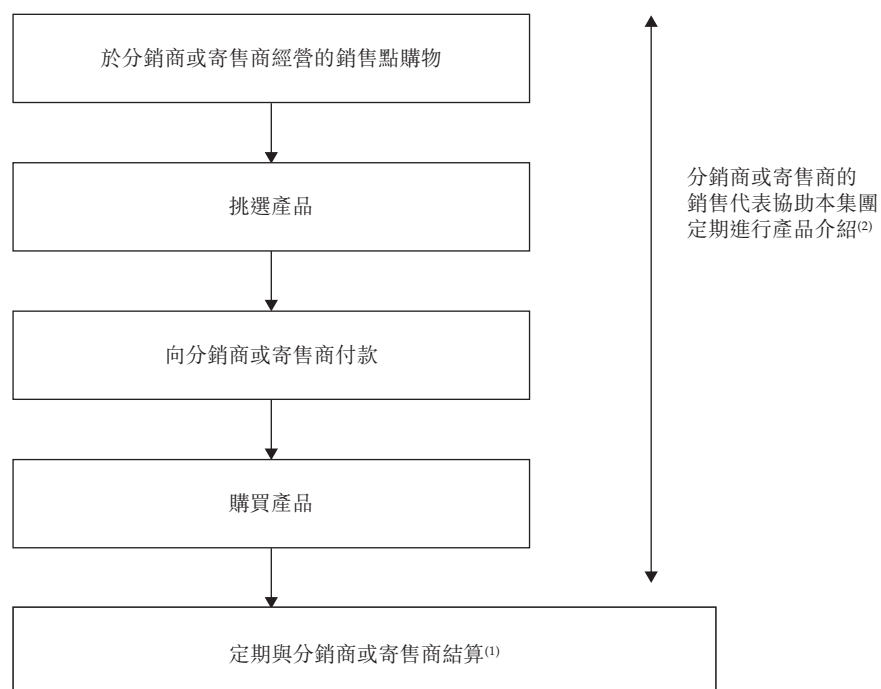
1. 客戶尋找滿足其需求的產品。
2. 客戶將選定項目加入購物車，繼續瀏覽或進行結賬。
3. 客戶核查訂單、添加或刪減購物車內的項目(倘需要)、確認訂單、根據第三方零售網上平台的具體指示輸入交付地址信息等詳情。
4. 客戶根據第三方零售網上平台的具體指示向第三方零售網上平台運營商付款。
5. 一旦確認訂單，第三方零售網上平台運營商將通知本集團並向其提供詳情。

董事會函件

6. 本集團安排將所購買的項目交付至交付地址。
7. 本集團根據與運營商簽訂的相關協議的條款定期安排與第三方零售網上平台運營商結算。
8. 第三方零售網上平台運營商的代表一般在本集團的協助下提供客戶服務。

分銷及寄售安排的業務流程及購買流程

下圖說明透過分銷商及寄售商出售時尚配飾產品的業務流程及購買流程：



附註：

1. 本集團根據與分銷商或寄售商簽訂的相關協議的條款定期安排與分銷商或寄售商結算。
2. 分銷商或寄售商的銷售代表向客戶提供幫助。本集團定期向分銷商或寄售商進行產品介紹，讓銷售代表熟悉產品的資料。

零售及分銷渠道的業務策略及未來前景

零售及分銷渠道為綜合時尚配飾平台業務的主要分銷渠道。本集團計劃實施下列政策，以進一步發展零售及分銷渠道：

(i) 通過與分銷商及寄售商合作開發及拓展零售網絡

憑藉分銷及寄售安排，本集團能夠向分銷商及寄售商的銷售點的零售客戶分銷及銷售時尚配飾產品，同時能避免自設實體店的重大資本投資。

本集團以具有穩固零售網絡的分銷商及寄售商為目標，以盡量提高時尚配飾產品的銷售及市場份額。例如，分銷商於中國擁有由逾400家線下實體銷售點(包括精品店、閃店、店中店等)及逾20家網店構成的網絡。

董事認為，此可協助本集團的「ARTINI」品牌於短期內以最低成本恢復市場知名度及受歡迎度。

(ii) 於第三方零售網上平台開發零售能力

本公司認為，具成本效益地拓展零售網絡的方式為於平台A店舖及平台B店舖等知名第三方網上平台開設零售網店。此後，本集團將繼續經營其平台A店舖及平台B店舖，同時探索於其他知名零售網上平台開設網店的可行性。

(iii) 加強設計能力

鑒於目前所簽立的分銷及寄售協議，本公司認為其零售及分銷渠道將繼續拓寬，而本集團的設計能力對於本集團緊貼市場趨勢及交付自有品牌時尚配飾產品的流行設計將至關重要。

(iv) 全面營銷及推廣「ARTINI」品牌

本公司認為，重塑品牌「ARTINI」將讓本集團能計劃重新建立其於時尚配飾行業的領導地位。因此，本集團開展全面的營銷及推廣活動，以宣傳「ARTINI」品牌。

該等活動包括投放實體廣告、在公共交通中放置產品以及邀請對市場趨勢較有影響力的主要意見領袖等更現代及創新的營銷活動，以推廣品牌。詳情請參閱本節「銷售及營銷」一段。

零售及分銷渠道的競爭優勢

董事認為，本集團的下列競爭優勢將讓本集團能實現開發零售及分銷渠道的策略：

(i) 管理層於業內的經驗及市場參與者網絡

於二零一八年七月，本公司委聘李峻女士(本集團前任零售部總裁)擔任顧問，於策略規劃、銷售策略及採購業務夥伴等方面提供開發專有品牌「ARTINI」的寶貴意見。李女士負責綜合時尚配飾平台業務的零售及分銷渠道。彼負責管理及開發本集團的零售業務及於二零零零年代監督經營「ARTINI」品牌。李女士於二零零九年二月辭任以處理其他事務。彼在將「ARTINI」品牌發展成為中國的全國性品牌方面發揮重要作用。透過李女士的推介，本集團與分銷商(於中國擁有由逾400家線下實體銷售點(包括精品店、閃店、店中店等)及逾20家網店構成的網絡)訂立分銷協議，以在中國透過線下及網上渠道分銷其「ARTINI」品牌的時尚配飾產品。

本公司認為，委聘李女士擔任顧問對於重塑「ARTINI」品牌及經營零售及分銷渠道以及整個綜合時尚配飾平台業務的策略發展極其有利。有關李峻女士履歷的詳情，請參閱本節「董事及高級管理層」一段。

(ii) 設計能力

本集團已就生產自有品牌的時尚配飾產品建立本身的設計團隊及委聘七名製造商。截至最後實際可行日期，本集團已構建一支由六名全職設計師及五名外部設計師組成的設計團隊，並就生產自有品牌的時尚配飾產品與十名製造商合作。

本集團自有品牌的時尚配飾產品由本集團設計部門的內部設計師設計，而外部設計師亦有參與。本集團的設計團隊由Cai Jia Lin女士領導，Cai Jia Lin女士已創立其自身的品牌「Crawford Jewel Lounge: Fantasy of Bling」及其成員於珠寶設計方面平均擁有超過六年的經驗。該等設計師擁有珠寶或設計領域相關工作經驗及部分設計師持有珠寶及／或設計相關學位。

董事會函件

在強大設計團隊的支持下，本集團將能緊貼市場趨勢及交付自身品牌時尚配飾產品的流行設計。

(iii) 「ARTINI」品牌的價值

「ARTINI」品牌為中國二零零零年代最早的主要時尚配飾品牌之一，具有良好的客戶知名度。董事認為該品牌多年來已累積大量的內在價值並為本集團的寶貴資產。尤其是，經過多年的經營，本集團已累積逾180,000名「ARTINI」時尚配飾成員，本集團可在需要時聯絡彼等以告知品牌發展的最新消息。

因此，董事相信，一旦該品牌透過第三方網上零售平台及分銷商與寄售商的銷售點獲得足夠的市場份額，便可迅速重建「ARTINI」品牌大批忠誠的零售客戶群。這將有助本集團快速重新確立時尚配飾零售市場行業的領導地位。

客戶

董事將自第三方網上零售平台及寄售商經營的銷售點購買時尚配飾產品的零售客戶視為本集團的客戶。

根據與寄售商的協議，寄售商須按本集團訂明的零售價代表本集團推廣及銷售「ARTINI」品牌產品。本集團須根據實際銷售金額向寄售商支付銷售佣金。部分寄售商向本集團收取的基本寄售費亦是每月的固定費用。

董事會函件

以下為本集團與平台A就經營平台A店舖訂立的協議的主要條款：

- 期限：自二零一八年五月二十四日起至二零一九年十二月三十一日
- 產品供應：應平台A集團要求，本集團應提供將於平台A店舖銷售的產品列表，詳述品牌、描述、供應價及零售價等
- 產品交付：本集團將按產品成本向平台A集團交付產品。產品風險於交付時轉嫁予平台A集團。
- 知識產權：本集團授權平台A集團於平台A店舖出售本集團專有品牌的產品，包括但不限於「ARTINI」
- 結算：平台A集團應(i)每月向本集團付款；及(ii)根據進度向本集團付款(即一旦出售本集團於同一批次供應的商品的某一百分比，則部分結算)。平台A集團應付予本集團的銷售所得款項應扣除相當於零售價30%的服務費

董事確認，與平台A的標準條款為與平台A店舖的協議為期一年並每年續約。董事並不知悉可能對與平台A店舖的業務關係造成不利影響的任何事件，而致使平台A店舖不再與本集團續新協議。此外，本集團一直積極豐富來自平台B等其他第三方零售網上平台的收入來源。董事認為，本集團與平台A的關係不大可能終止，故本集團的財務表現將不會受到重大不利影響。

董事將分銷商視為其直接客戶。根據協議，分銷商將於二零一八年八月三十一日前在不少於10個零售點分銷「ARTINI」品牌的產品及自二零一八年九月起每個月增加不少於八個零售點。

董事會函件

本集團應按本集團所規定零售價格70%的折扣價向分銷商銷售「ARTINI」品牌的產品，而分銷商應按規定的零售價格推廣及銷售產品。倘分銷商達致銷售目標，本集團將向分銷商支付營銷費。根據該安排，董事預計本集團將能錄得介乎40%至55%的毛利率。

供應商

本集團已就生產自有品牌的時尚配飾產品建立本身的設計團隊及委聘十名製造商。下文載列與製造商協議的一般條款：

生產：	製造商將根據本集團的規格生產時尚配飾產品及確保終端產品符合相關國家標準
交付時間：	經訂約方不時釐定
質量保證：	倘產品未能符合相關標準或製造商無法滿足協定交付時間，本集團可停止向製造商採購
付款條款：	依據實際已交付的產品進行銀行轉賬，信貸期為30日

其他零售渠道

本集團與從事航班機上購物及交付的代理商訂立產品陳列及銷售協議。代理商與海南航空(於100個城市經營超過500條航線)等航空公司夥伴合作，以向航空公司夥伴的乘客提供機上購物及交付服務。

根據上述產品陳列及銷售協議，代理商將促使海南航空於二零一九年二月至二零一九年五月及於二零一九年七月至二零一九年十月期間在其機上商品目錄陳列「ARTINI」品牌的時尚配飾產品。本集團將根據商品目錄上廣告的尺寸及所列SKU的數目向代理商支付固定營銷費。

下文載列於二零一九年二月發佈的機上商品目錄的圖像：



董事認為，此舉乃拓寬本集團零售網絡及增強「ARTINI」品牌在中國目標客戶中的品牌知名度的有效方式。

(3) 線下批發渠道

背景

除於網上批發平台銷售時尚配飾產品，本集團亦通過傳統線下渠道進行批發。截至二零一八年三月三十一日止年度，線下批發所得收益為約1.9百萬港元，佔綜合時尚配飾平台業務的總收益約3.6%。截至二零一九年三月三十一日止年度，線下批發所得收益為約26.7百萬港元，佔綜合時尚配飾平台業務的總收益約9.8%。

本集團擬定線下批發渠道將與綜合時尚配飾平台業務的其他渠道相互配合，並按個案基準開展有關銷售。

線下批發渠道的業務流程

當擬透過線下渠道購買時尚配飾產品的批發客戶接洽本集團時，本集團通常(i)提供樣品供客戶查看；(ii)向客戶提供報價；(iii)根據客戶要求修改產品設計及相應修訂報價；(iv)與客戶確認產品設計、訂單詳情及報價；(v)安排第三方製造商製造；(vi)收取客戶款項；及(vii)於製造後安排產品交付。

客戶

董事經作出合理查詢後所深知，該等線下客戶為中國時尚配飾行業零售商以及國際零售採購代理。由於客戶於本集團過往時尚配飾業務的多年業務關係，大部分客戶熟悉本集團的高級管理層成員。

由於綜合時尚配飾平台業務的批發重心為網上批發平台，本集團將按個案基準進行線下批發以與網上批發平台互補及鼓勵潛在客戶透過向客戶提供更全面購物體驗的網上批發平台購買。

供應商

於線下批發渠道銷售時尚配飾產品的供應商與網上批發平台的供應商相若。詳情請參閱「(1)網上批發平台－供應商」一段。

產品、設計及質量保證

產品

本集團銷售的時尚配飾產品包括耳環、項鍊、手鐲、戒指等，主要由非貴金屬、仿貴金屬或薄膜金屬製成。

董 事 會 函 件

以下為本集團銷售的時尚配飾產品的部分圖片：



本集團銷售的時尚配飾產品大致分為非品牌產品及自有品牌產品。

下表描述截至本通函日期透過不同渠道銷售的產品：

品 牌	網 上 批 發 平 台	第 三 方 零 售 網 上 平 台	第 三 方 實 體 銷 售 點 (按分銷或 寄售劃分)	
			線 下 批 發	
「ARTINI」	否	是	是	否
「ASBENY」	是	否	否	否
其他	是	是	否	是

非品牌產品由本集團接獲客戶訂單後自其供應商／製造商採購，或倘為熱賣商品，存置於本集團的廣州倉庫，一旦接獲客戶訂單，就交付予其客戶。本集團的自有品牌時尚配飾產品由本集團的設計團隊設計。

設 計

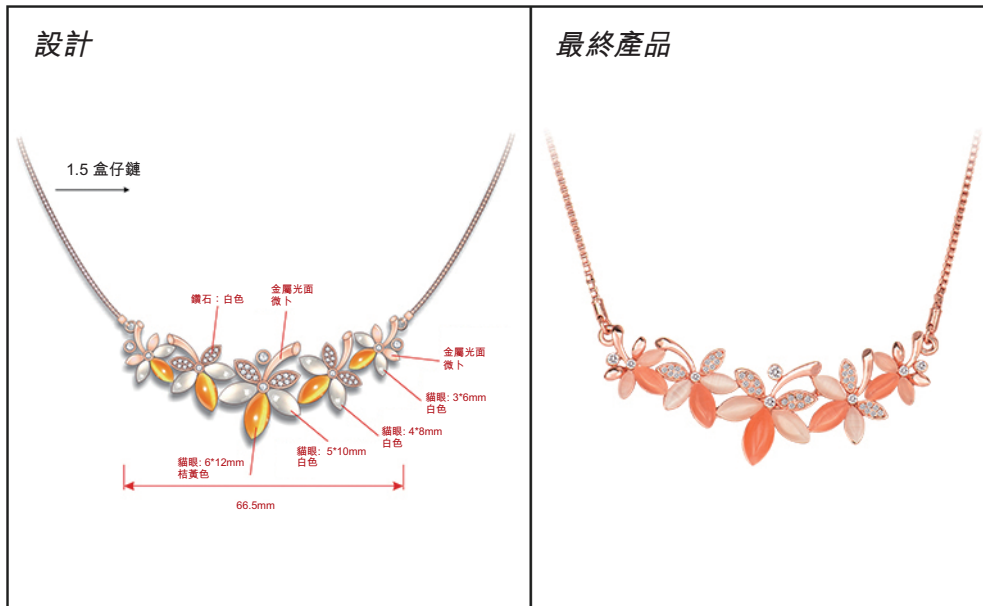
截至最後實際可行日期，本集團已構建一支由六名全職設計師及五名外部設計師組成的設計團隊，並就生產自有品牌時尚配飾產品與十名製造商合作。

董事會函件

本集團的自有品牌時尚配飾產品由本集團設計部門的內部設計師設計，而外部設計師亦參與部分工作。本集團的設計團隊由Cai Jia Lin女士領導，Cai Jia Lin女士已創立其自有品牌「Crawford Jewel Lounge: Fantasy of Bling」及其成員於珠寶設計方面平均擁有超過六年的經驗。該等設計師擁有珠寶或設計領域相關工作經驗及部分設計師持有珠寶及／或設計相關學位。

下文載列本集團設計團隊所設計的時尚配飾產品圖片：





本集團亦致力於打造一個活躍開放的平台，與行業參與者合作，以豐富產品設計及緊貼不斷演變的市場趨勢。

質量保證

截至最後實際可行日期，本集團的三名僱員負責自供應商採購或由製造商生產的時尚配飾產品的質量保證並於該等產品(i)交付予本集團於廣州的倉庫；及(ii)運出倉庫前檢測其質量。檢測過程包括一般實物檢查及抽樣檢查，當中包含對電鍍質量、工藝、尺寸、重量、硬度、部件的完整性及包裝等進行全面測試。

在與製造商的協議中，本集團施加嚴格的質量規定。製造商應遵守本集團的生產指示及規格，而產品須符合本集團的具體質量規定。

董事確認，截至二零一九年三月三十一日止兩個年度及直至最後實際可行日期，本集團並未因缺陷或損壞而面臨任何嚴重退貨及與此有關的任何責任申索。

董事會函件

客戶及供應商

客戶

本集團經營綜合時尚配飾平台業務，透過結合零售與批發渠道銷售時尚配飾產品，以接觸最廣泛的客戶。下表概述本集團截至二零一九年三月三十一日止兩個年度的五大客戶詳情(有關資料乃本公司作出一切合理查詢後獲得)：

截至二零一八年三月三十一日止年度

名稱	業務基地	主要業務活動	截至 二零一九年 三月三十一日 與本集團的 業務關係歷史	交易額佔 本集團 總收益 的百分比	備註
客戶D	香港	珠寶產品貿易	一年	12.9%	透過本集團營銷活動建立業務關係
客戶A	香港	貿易產品包括時尚配飾產品	一年	10.6%	透過本集團的營銷活動建立業務關係
客戶B	香港	向不同國家銷售時尚配飾產品	13年	10.1%	與本集團高級管理層相識逾十年並於二零一八年重新建立業務關係
客戶C	香港	向不同國家銷售時尚珠寶產品	11年	8.0%	與本集團高級管理層相識逾十年並於二零一八年重新建立業務關係
客戶E	香港	向美國、中東及非洲銷售時尚配飾產品	一年	4.9%	透過本集團營銷活動建立業務關係
總計：				<u>46.5%</u>	

董 事 會 函 件

截至二零一九年三月三十一日止年度

名稱	業務基地	主要業務活動	截至 二零一九年 三月三十一日 與本集團的 業務關係歷史	交易額佔 本集團 總收益 的百分比	備註
客戶E	香港	向美國、中東及非洲銷售 時尚配飾產品	一年	8.7%	透過本集團營銷活動建立 業務關係
客戶D	香港	珠寶產品貿易	一年	8.4%	透過本集團營銷活動建立 業務關係
客戶C	香港	向不同國家銷售時尚 珠寶產品	11年	6.4%	與本集團高級管理層相識逾 十年並自二零一八年起重 新建立業務關係
客戶B	香港	向不同國家銷售時尚 配飾產品	13年	4.3%	與本集團高級管理層相識逾 十年並於二零一八年重新 建立業務關係
客戶F	香港	批發及零售時尚配飾產品	一年	3.3%	與本集團的高級管理層相識 多年並於二零一七年建立 業務關係
總計：				31.1%	

如上表所述，截至二零一九年三月三十一日止兩個年度的五大客戶中的兩位與本集團擁有十年或以上的業務關係，其中部分客戶是在本集團復興時尚配飾業務後與本集團重新建立業務關係的本集團現有客戶。董事將彼等視為將於未來繼續向本集團下達訂單的忠實穩定客戶。

此外，透過本集團的營銷工作，本集團繼續豐富其收入來源及減少對主要客戶的依賴。網上批發平台的活躍客戶數量由二零一七年十一月的206個增至二零一八年四月的336個及進一步增至二零一九年五月的3,762個。每月交易的數目由二零一七年十一月的125項增至二零一八年四月的147項及進一步增至二零一九年五月的1,267項。截至二零一九年三月三十一日止兩個年度，五大客戶貢獻的收益分別佔約46.5%及31.1%，而董事認為該等數字並不反常。因此，董事認為，本集團能夠主要自多元化的客源產生收益，而非依賴部分主要客戶。

據董事作出一切合理查詢後所盡知，綜合時尚配飾平台業務的五大客戶均為獨立第三方。通過搜索引擎優化、搜索引擎營銷、主要意見領袖營銷及社交媒體營銷等數字營銷，結合參加實體展覽及投放廣告等傳統營銷手段，本集團能夠獲得新客戶。

批發客戶

於二零一八年三月三十一日及二零一九年五月三十一日，網上批發平台分別擁有逾110,000名及150,000名註冊客戶。於自收購起直至二零一九年五月三十一日期間，本集團平均每月自網上批發平台的註冊客戶接獲809項訂單及平均每項訂單金額為約20,000港元。

經營CDM銷售業務以及零售及分銷業務多年，本集團已於時尚配飾行業建立廣大忠實客源。部分該等客戶與本集團高級管理層成員相識已久，已開始自網上批發平台採購，亦不時向本集團下達大宗線下訂單。該等客戶成為綜合時尚配飾平台業務的主要客戶。

為加強與主要客戶的業務關係，本集團向其提供(i)30日的信貸期；及(ii)網上批發平台上可得的最佳折扣。本集團已與部分主要客戶訂立總採購協議，當中(其中包括)客戶承諾向網上批發平台作出採購金額。有關詳情，請參閱本節「(1)網上批發平台—客戶」一段。

同時，長遠而言，為豐富收入來源，本集團已開展工作(包括改善網上批發平台)以吸引新客戶及拓寬網上批發平台的客源。因此，網上批發平台正接獲來自更廣泛客戶的訂單，而主要客戶的大宗訂單則按比例減少。具體而言，網上批發平台的活躍客戶數量由二零一八年四月的336個增至二零一九年五月的3,762個。於網上批發平台下達的訂單數量由二零一八年四月的147項大幅增至二零一九年五月的1,267項，而同期每項訂單的平均交易金額由約95,000港元降至約18,000港元。由於上文，於二零一八年四月至二零一九年五月期間訂單數量大幅增加8.6倍後，每項訂單的平均交易金額減少81.1%。

零售客戶

第三方零售網上平台以及零售及分銷渠道主要專注於具不同品位及喜好的零售客戶。本集團主要通過豐富並及時更新其產品設計以及數字營銷等多種促銷手段及參加實體展覽及投放廣告等傳統營銷吸引零售客戶。

於二零一八年七月至二零一九年五月，本集團平均每月自平台A店鋪接獲約29,000項訂單。

供應商

於二零一九年五月三十一日，綜合時尚配飾平台業務有35名供應商。

經營CDM銷售業務以及零售及分銷業務多年，本集團已於時尚配飾行業贏得認可及穩定的聲譽。因此，緊隨綜合時尚配飾平台業務開始後不久，本集團能夠與時尚配飾業務的行業參與者(包括供應商)建立牢固可靠的業務關係。董事預期該等主要供應商將繼續與本集團開展業務。

自於二零一七年十一月及直至二零一八年三月三十一日完成收購起及於二零一八年四月一日至二零一九年三月三十一日期間，向綜合時尚配飾平台業務五大供應商的採購額分別佔綜合時尚配飾平台業務總採購額約98.4%及76.0%。為加強與供應商的業務關係及取得穩定的貨品供應，本集團已與其主要供應商訂立長期框架協議，當中(其中包括)供應商將承諾向本集團提供最低貨品數量。詳情，請參閱本節「(1)網上批發平台—供應商」一段。

董事會函件

下表概述本集團截至二零一九年三月三十一日止兩個年度的五大供應商詳情(有關資料乃本公司作出一切合理查詢後獲得)：

截至二零一八年三月三十一日止年度

名稱	業務基地	主要業務活動	截至 二零一九年 三月三十一日 與本集團的 業務關係歷史	交易額佔 本集團 總採購額的 百分比
供應商A	香港	時尚產品貿易	一年	62.1%
供應商B	香港	時尚配飾產品貿易	一年	31.4%
供應商C	中國	生產配飾	六年	3.3%
供應商D	中國	生產配飾	六年	1.3%
供應商E	中國	生產配飾	六年	0.3%
合計：				<u>98.4%</u>

截至二零一九年三月三十一日止年度

名稱	業務基地	主要業務活動	截至 二零一九年 三月三十一日 與本集團的 業務關係歷史	交易額佔 本集團 總採購額的 百分比
供應商B	香港	時尚配飾產品貿易	一年	30.9%
供應商A	香港	時尚產品貿易	一年	27.0%
供應商F	中國	生產配飾	一年	10.8%
供應商H	中國	生產配飾及金屬產品	一年	3.7%
供應商G	中國	生產配飾	一年	3.6%
合計：				<u>76.0%</u>

據董事作出一切合理查詢後所盡知，綜合時尚配飾平台業務的五大供應商均為獨立第三方。

客戶及供應商實體

截至二零一九年三月三十一日止兩個年度，本集團五大供應商之一供應商A由獨立第三方全資擁有，據董事作出一切合理查詢後所盡知，其控制一間實體（「**關連客戶**」），該實體為本集團客戶之一。

如本節「客戶及供應商—供應商」一段所示，截至二零一九年三月三十一日止兩個年度，自供應商A的採購額分別佔本集團採購總額約62.1%及27.0%。同期，對關連客戶的銷售額分別為零及約人民幣431,000元，佔本集團收益總額0.0%及約0.19%，董事認為並不重大。

據董事作出一切合理查詢後所盡知，截至二零一九年三月三十一日止兩個年度，客戶B為本集團五大客戶之一，並控制供應商G及另一實體（「**關連供應商**」），該等實體亦為本集團供應商。

如本節「客戶及供應商—客戶」一段所示，截至二零一九年三月三十一日止兩個年度，客戶B的銷售額分別佔本集團收益總額約10.1%及4.3%。同期，自關連供應商的採購總額分別為零及約人民幣6,820,000元，佔本集團採購總額0.0%及約3.59%。如本節「客戶及供應商—供應商」一段所示，截至二零一九年三月三十一日止年度，供應商G是本集團第五大供應商。然而，考慮到截至二零一九年三月三十一日止年度本集團的採購總額僅有3.59%來自相關供應商，董事認為該等採購並不重大。

據董事作出一切合理查詢後所盡知，該等實體及彼等各自的最終實益擁有人均為獨立第三方。

我們向該等實體的銷售及採購按逐項條款進行協商，而銷售及採購彼此之間並非互相關連或互為條件。董事確認，截至二零一九年三月三十一日止兩個年度及直至最後實際可行日期，本集團自該等實體及／或彼等關連公司採購之產品與本集團過往銷售予該等實體及／或彼等關連公司之產品並不相同。董事確認，與該等實體之交易條款與本集團同其他客戶以及供應商訂立之交易相若。

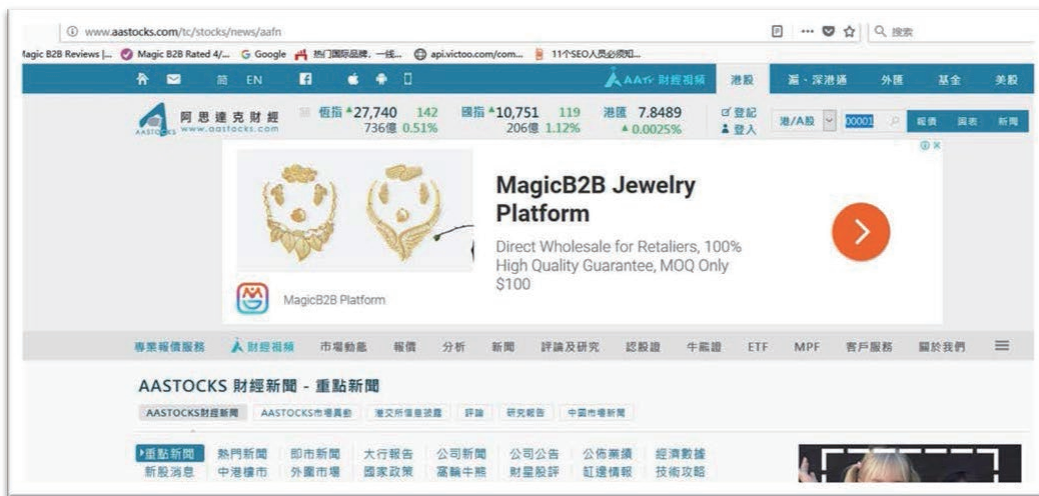
銷售及營銷

除高級管理層建立的現有人脈外，本集團主要通過搜索引擎優化、搜索引擎營銷、主要意見領袖營銷及社交媒體營銷等數字營銷，結合不時參加實體展覽及投放廣告等傳統營銷手段獲得新客戶。

網上批發平台

本集團通過口碑推廣網上批發平台，而口碑乃基於本集團在時尚配飾行業的長期業務聲譽。本集團亦通過搜索引擎優化、搜索引擎營銷及橫幅廣告以及網站及社交媒體網絡的再營銷技術等數字營銷(包括委聘第三方營銷代理)獲得新客戶。

通過再營銷技術，目標用戶將於其瀏覽的網站或手機應用程序上看到本集團嵌插的橫幅廣告，從而大幅增強本集團營銷工作的效用。下文載列展示本集團為推廣網上批發平台而於熱門網站顯示的廣告圖片：





下文為透過再營銷方式展示本集團廣告的非全面清單：*lihkg.com*、*hong-kong-hotels.ws*、*discuss.com.hk*、*aastocks.com*、*howstuffworks.com*、*orientaldaily.com.my*、*hk-info.com*、*appledaily.com*、*sina.com.hk*、*dailypost.ng*、*dailymail.co.uk*、*aboutlifethings.com*、*dailypost.ng*、*billionairebook.net*、*tettybetty.com*等。

本集團亦不時參加展覽，以推廣網上批發平台及接觸潛在業務客戶。於二零一八年九月，本集團參加在亞洲國際博覽館舉行的亞洲時尚首飾及配飾展。

以下為於上述展覽期間拍攝的照片，展示本集團主辦的促銷展位：



通過展覽，本集團(i)與同行及供應商交流，了解市場趨勢，(ii)接觸潛在批發客戶及推廣網上批發平台，及(iii)收到批發客戶的反饋。

「ARTINI」

本公司認為該品牌多年來積聚龐大的內涵價值及為本集團的寶貴資產。因此，本集團正重塑「ARTINI」品牌及通過網上及線下渠道進行營銷及促銷活動。

於二零一八年九月，本集團分別委聘當地及中國公關代理在香港及中國舉辦多項宣傳活動，以於認同輕奢品趨勢的多媒體上推廣專營「ARTINI」品牌，並將向中高端零售客戶群體描繪專營品牌「ARTINI」。

於香港，當地公關代理會安排主要意見領袖在其Instagram帳戶上發佈「ARTINI」品牌的宣傳文章、照片等，而中國公關代理會在微信平台上發佈帖子、文章及照片，並在此平台上與「粉絲」互動，以推廣「ARTINI」品牌。

董事會函件

於二零一八年八月三十一日至二零一八年九月三十日，本公司安排供應商於出租車上設置印刷廣告。本公司相信，營銷及推廣活動將提升品牌知名度及市場份額，並以穩健的方式促進零售及分銷渠道的發展。下文載列上述出租車上印刷廣告的圖例：



本集團與代理商訂立產品陳列及銷售協議，而代理商將促使海南航空於二零一九年二月至二零一九年五月及於二零一九年七月至二零一九年十月期間在其機上商品目錄陳列「ARTINI」品牌的時尚配飾產品。有關詳情，請參閱本節「(2)零售及分銷—其他零售渠道」一段。

董事相信，上述推廣計劃將提升品牌知名度，從而促進綜合時裝配飾平台業務(尤其是零售及分銷渠道)的發展。

長遠而言，本公司相信，重新打造品牌「ARTINI」將使本集團能計劃重新確立其在時尚配飾行業的領先地位。

數據分析

客戶數據保障

本集團認識到客戶的隱私是一個重要問題，並致力於尊重客戶隱私，通過恪守網上批發平台所示的互聯網隱私政策保障可識別的個人資料。該政策訂明網上批發平台上收集客戶個人資料的目的，將予收集的客戶個人資料的類型，與本集團可能分享有關資料的第三方，以及客戶可訪問或更改其已於

網上批發平台上所提供個人資料的方式。董事認為，本集團在處理客戶個人資料時嚴格遵守相關個人資料私隱法律及法規。

自綜合時尚配飾平台業務開始起及直至最後實際可行日期，並無有關違反客戶個人資料私隱或客戶數據丟失的投訴。

信息技術安全

由於信息技術系統為網上批發平台運作的重要組成部分，其可靠性及完整性極為重要及本集團已採取措施保護及保障信息技術系統。本集團設有一支專責團隊，負責監控信息科技系統，並確保其就所需業務正常運行。

本集團通過網上批發平台處理伺服器及數據存儲設施上的所有數據，同時於備份伺服器器備份有關數據。主要伺服器及數據存儲設施均由防火牆、防病毒軟件及垃圾郵件過濾應用程序提供保護。

本集團已對信息技術系統實施訪問限制控制，而僱員在該系統中僅可獲得供其履行職務及職責所需的信息。

自綜合時尚配飾平台業務開始起及直至最後實際可行日期，網上批發平台未曾因發生火災、硬件及軟件故障或電信故障等事件而經歷任何重大意外中斷。

存貨控制

本集團的倉庫員工每月在本集團的廣州倉庫盤點。本集團管理層定期檢討本集團的存貨狀況，並就所識別不再適合使用或出售的過時及滯銷存貨項目計提撥備。管理層主要根據最新銷售發票價格及現時市況估計該等存貨的可變現淨值。隨後，本集團管理層將在報告期末重新評估該估計。

截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團的廣州倉庫的平均存貨週轉日數少於40日。

商標

「ARTINI」

「ARTINI」或「ARTINI雅天妮」(「雅天妮商標」)的商標為本集團時尚配飾業務(包括早前的零售及分銷業務)的重要品牌。截至最後實際可行日期，雅天妮商標已在多個司法權區(包括香港、中國、澳門、台灣及新加坡)註冊多個類別，包括第14類(貴金屬及其合金；珠寶、寶石和半寶石；鐘錶和計時器具)。

隨著過去數年「ARTINI」品牌的流行，本公司認為利用雅天妮商標作為其戰略發展綜合時尚配飾業務的一部分對本集團有利。

「ASBENY」

本集團自獨立第三方收購商標「ASBENY雅仕玻麗」(「雅仕玻麗商標」)。據董事作出一切合理查詢後所盡知，「ASBENY」是意大利一個擁有逾50年經營歷史的皮革產品品牌。

於中國轉讓第18類(皮革和人造皮革；這些材料製作且不屬於其他類別的貨品；動物毛皮；行李箱和背包；雨傘和陽傘；手杖；鞭、馬具和鞍具)及第25類(服裝、鞋、帽)商標登記已於二零一七年十二月獲批。

此外，本集團已於香港就第14類(貴金屬及其合金；珠寶、寶石和半寶石；鐘錶和計時器具)及第18類(皮革和人造皮革；動物毛皮；行李箱和背包；雨傘和陽傘；手杖；鞭、馬具和鞍具；項圈；皮帶及寵物服裝)註冊雅仕玻麗商標，以及在中國註冊第14類商標(戒指(配飾)；首飾盒；手鏈(配飾)；項鏈(配飾)；胸針(配飾)；貴金屬藝術品及其合金；人造珠寶；耳環；手錶)。

本集團先前並無預計在其業務經營中使用雅仕玻麗商標。然而，進一步考慮雅仕玻麗商標的價值及其對於綜合時尚配飾平台業務的潛在裨益後，董事認為使用雅仕玻麗商標更有利於其時尚配飾業務的發展。

於二零一八年八月前後，本集團開始在網上批發平台以專門欄目銷售「ASBENY」品牌時尚配飾產品。本集團預期「ASBENY」品牌時尚配飾產品亦將於第三方零售網上平台等其他渠道出售。

本公司相信「ARTINI」的品牌重塑以及引入「ASBENY」品牌，對活化本集團銷售第三方時尚配飾產品以及自有品牌及自主設計時尚配飾產品的綜合時尚配飾平台業務而言至關重要。

管理層對本集團暫停買賣前後財務表現的討論及分析

本集團暫停買賣前的業務

本集團於二零零八年上市，過去專注於CDM銷售業務以及零售及分銷業務。零售及分銷業務包括製造及主要通過實體店在中國銷售其專利品牌「ARTINI」的時尚配飾、禮品及高端產品。CDM銷售業務為按客戶選擇參與設計過程的程度，買賣及銷售其配飾產品，與客戶同時參與產品設計產品，及根據客戶需要的最終設計協調製造流程。

由於零售的業務環境及客戶的購買習慣變化，本集團的財務表現受顯著影響。本集團逐步改變業務策略，並於二零一四年底關停其生產設施，及分別於二零一四年初及二零一六年中關閉香港及中國的所有實體店，以降低其CDM銷售業務的虧損並應對零售及分銷業務的激烈競爭。

由於CDM銷售業務以及零售及分銷業務消退，本集團於二零一六年及二零一七年開始探索其他業務契機，旨在豐富其收益來源，並主要關注與開發及銷售軟件相關應用程式有關的軟件業務。CDM銷售業務、零售及分銷業務以及軟件業務(統稱「原有業務模式」)並未如原先預計般發展，而股份已於二零一七年七月三日暫停買賣。

本集團暫停買賣後的業務

儘管軟件業務並未如董事會預期般成功，董事及本集團管理層已從軟件業務獲得管理電商平台方面的經驗及技術，令本集團獲得管理網上批發平台營運的必要能力。於二零一七年十一月，本集團收購分別收購Viennois Hong Kong及廣州唯亞的全部股權並分別出售其股份，並調動部分資源以改善網上批發平台的運營，從而之後所產生的收益顯著飆升。收購事項拉開重振時尚配飾業務的序幕。於二零一八年第三季度，本集團通過多個零售及分銷渠道重新引入零售業務，例如平台A及平台B，以及第三方零售商的分銷或寄售。除銷售第三方產品外，其亦透過其銷售渠道重振其自有品牌「ARTINI」。透過合併網上及線下銷售渠道，本集團開發綜合時尚配飾平台業務的新業務模式，包括透過(i)網上批發平台；(ii)線下批發渠道；(iii)第三方網上零售平台及(iv)零售商銷售時尚配飾產品(「現有業務模式」)。

於暫停買賣前現有業務模式與原有業務模式的財務分析比較

(A) 財務業績分析

下表載列本集團截至二零零八年三月三十一日止年度至截至二零一九年三月三十一日止年度的財務業績概要：

(全部金額以千港元計)

	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零一零年		二零零一一年		二零零一二年		二零零一三年		二零零一四年		二零零一五年		二零零一六年		二零零一七年		二零零一八年		二零零一九年		二零零二零年				
	二零零八年 四月一日 至二零零九年 三月三十一日	二零零七年 四月一日 至二零零八年 三月三十一日	二零零九年 四月一日 至二零零一零年 三月三十一日	二零零八年 四月一日 至二零零九年 三月三十一日	二零零一零年 四月一日 至二零零一一年 三月三十一日	二零零一一年 四月一日 至二零零一二年 三月三十一日	二零零一二年 四月一日 至二零零一三年 三月三十一日	二零零一三年 四月一日 至二零零一四年 三月三十一日	二零零一四年 四月一日 至二零零一五年 三月三十一日	二零零一五年 四月一日 至二零零一六年 三月三十一日	二零零一六年 四月一日 至二零零一七年 三月三十一日	二零零一七年 四月一日 至二零零一八年 三月三十一日	二零零一八年 四月一日 至二零零一九年 三月三十一日	二零零一九年 四月一日 至二零零二零年 三月三十一日	二零零二零年 四月一日 至二零零二一年 三月三十一日	二零零二一年 四月一日 至二零零二二年 三月三十一日	二零零二二年 四月一日 至二零零二三年 三月三十一日	二零零二三年 四月一日 至二零零二四年 三月三十一日	二零零二四年 四月一日 至二零零二五年 三月三十一日	二零零二五年 四月一日 至二零零二六年 三月三十一日	二零零二六年 四月一日 至二零零二七年 三月三十一日	二零零二七年 四月一日 至二零零二八年 三月三十一日	二零零二八年 四月一日 至二零零二九年 三月三十一日	二零零二九年 四月一日 至二零零三零年 三月三十一日	二零零三零年 四月一日 至二零零三一年 三月三十一日	二零零三一年 四月一日 至二零零三二年 三月三十一日	二零零三二年 四月一日 至二零零三三年 三月三十一日				
附註		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式		現有業務模式			
收益	(a)	271,287	51,014	8,705	14,847	46,907	77,707	173,236	191,218	323,311	362,921	366,119	564,101	596,739	(248)	(9,016)	(45,335)	(96,395)	(155,021)	(147,388)	(249,622)	(217,865)	(190,342)	(326,493)	(220,313)	(376,426)	(249,985)	(173,946)	(99,827)	(138,663)	126,441
銷售成本	(b)	(185,321)	(38,398)	(5,241)	(9,526)	(101,591)	(72,284)	(123,793)	(142,729)	(222,119)	(319,002)	(275,604)	(376,271)	(249,985)	(5,241)	(18,526)	(101,591)	(72,284)	(123,793)	(142,729)	(222,119)	(319,002)	(275,604)	(376,271)	(249,985)	(173,946)	(99,827)	(138,663)	126,441		
毛利／(毛損)	(c)	85,966	12,616	3,464	5,321	15,318	105,423	49,443	48,489	101,192	151,919	164,513	217,129	246,754	3,464	5,321	15,318	105,423	49,443	48,489	101,192	151,919	164,513	217,129	246,754	246,754	246,754	246,754	246,754	246,754	
行政及其他開支	(d)	(45,253)	(158,983)	(5,241)	(18,526)	(101,591)	(72,284)	(123,793)	(142,729)	(222,119)	(319,002)	(275,604)	(376,271)	(249,985)	(5,241)	(18,526)	(101,591)	(72,284)	(123,793)	(142,729)	(222,119)	(319,002)	(275,604)	(376,271)	(249,985)	(173,946)	(99,827)	(138,663)	126,441		
除所得稅前溢利／(虧損)		40,713	(146,367)	3,216	(12,695)	(100,019)	(90,972)	(105,578)	(98,899)	(148,430)	(173,946)	(99,827)	(138,663)	126,441	3,216	(12,695)	(100,019)	(90,972)	(105,578)	(98,899)	(148,430)	(173,946)	(99,827)	(138,663)	126,441	246,754	246,754	246,754	246,754	246,754	
所得稅(開支)／抵免		(9,670)	(1,851)	(37)	(1,695)	(11)	(18)	(2,742)	(10,129)	4,139	(2,771)	(622)	(1,866)	(16,417)	(37)	(1,695)	(11)	(18)	(2,742)	(10,129)	4,139	(2,771)	(622)	(1,866)	(16,417)	246,754	246,754	246,754	246,754	246,754	
年／期內溢利／(虧損)	(e)	31,043	(148,218)	3,179	(14,390)	(100,030)	(90,990)	(108,320)	(109,028)	(144,291)	(176,717)	(100,449)	(140,529)	110,024	3,179	(14,390)	(100,030)	(90,990)	(108,320)	(109,028)	(144,291)	(176,717)	(100,449)	(140,529)	110,024	246,754	246,754	246,754	246,754	246,754	

暫停買賣前的財務業績

收益由截至二零零八年三月三十一日止年度約596.7百萬港元減少至截至二零一七年九月三十日止六個月約8.7百萬港元，乃主要由於上述傳統時尚配飾業務的競爭激烈以及零售的商業環境及客戶的購物習慣發生變化且軟件業務未能按最初預期發展。詳細分析請參閱下文「(a)收益」一節。

銷售成本由截至二零零八年三月三十一日止年度約220.3百萬港元減少至截至二零一七年九月三十日止六個月約0.2百萬港元，乃主要由於傳統的CDM銷售業務及零售及分銷業務不斷衰減。詳細分析請參閱下文「(b)銷售成本」一節。

毛利由截至二零零八年三月三十一日止年度約376.4百萬港元減少至截至二零一七年九月三十日止六個月約8.5百萬港元，乃主要由於銷售表現不佳以及(i)員工成本上漲，(ii)生產成本上漲及(iii)存貨減值虧損的綜合影響。詳細分析請參閱下文「(c)毛利」一節。

行政及其他開支由截至二零零八年三月三十一日止年度約250.0百萬港元減少至截至二零一七年九月三十日止六個月約5.2百萬港元，乃主要由於傳統的CDM銷售業務及零售及分銷業務不斷衰減。詳細分析請參閱下文「(d)行政及其他開支」一節。

截至二零一七年三月三十一日止九個年度，本集團的原有業務模式錄得重大虧損淨額，乃主要由於上述因素的綜合影響。

截至二零一七年九月三十日止六個月，本集團錄得純利約3.2百萬港元，乃主要由軟件業務所貢獻。然後，本集團逐步將其軟件業務的資源轉向綜合時尚配飾平台業務，且此後軟件業務並無錄得收益。

於暫停買賣後的財務表現

由於自二零一七年十一月起時尚配飾業務復興，本集團的收益、毛利及除稅後溢利各自較暫停買賣前相應年度錄得大幅增長。

收益由截至二零一七年九月三十日止六個月約8.7百萬港元增加至截至二零一八年三月三十一日止六個月約51.0百萬港元，並進一步增加至截至二零一九年三月三十一日止年度約271.3百萬港元。詳細分析請參閱下文「(a) 收益」一節。

銷售成本由截至二零一七年九月三十日止六個月約0.2百萬港元增加至截至二零一八年三月三十一日止六個月約38.4百萬港元，並進一步增加至截至二零一九年三月三十一日止年度約185.3百萬港元，與收益增長相符。詳細分析請參閱下文「(b) 銷售成本」一節。

毛利由截至二零一七年九月三十日止六個月約8.5百萬港元增加至截至二零一八年三月三十一日止六個月約12.6百萬港元，並進一步增加至截至二零一九年三月三十一日止年度約86.0百萬港元，與收益增長相符。詳細分析請參閱下文「(c) 毛利」一節。

然而，由於截至二零一八年三月三十一日止六個月確認電子商務業務的商譽減值虧損約141.0百萬港元，本集團於截至二零一八年三月三十一日止六個月錄得虧損淨額約148.2百萬港元。不計及電子商務業務的商譽減值虧損連同其他非經營開支(如匯兌虧損及復牌的專業費用)，經調整純利為約1.4百萬港元，而截至二零一七年三月三十一日止九個年度則錄得重大虧損淨額。截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團進一步錄得純利約31.0百萬港元。

(a) 收益

下表載列截至二零零八年三月三十一日止年度收益明細：

(全部金額以千港元計)												
截至三月三十一日止年度												
	二 零 一 八 年 四 月 一 日 至 二 零 一 九 年 三 月 三 十 一 日	二 零 一 七 年 四 月 一 日 至 二 零 一 七 年 九 月 三 十 日	二 零 一 六 年 一 月 一 日 至 二 零 一 六 年 三 月 三 十 一 日	二 零 一 五 年 一 月 一 日 至 二 零 一 五 年 三 月 三 十 一 日	二 零 一 四 年 一 月 一 日 至 二 零 一 四 年 三 月 三 十 一 日	二 零 一 三 年 一 月 一 日 至 二 零 一 三 年 三 月 三 十 一 日	二 零 一 二 年 一 月 一 日 至 二 零 一 二 年 三 月 三 十 一 日	二 零 一 一 年 一 月 一 日 至 二 零 一 一 年 三 月 三 十 一 日	二 零 一 零 年 一 月 一 日 至 二 零 一 零 年 三 月 三 十 一 日	二 零 零 九 年 一 月 一 日 至 二 零 零 九 年 三 月 三 十 一 日	二 零 零 八 年 一 月 一 日 至 二 零 零 八 年 三 月 三 十 一 日	
附註												
CDM銷售業務／ 網上批發平台／ 線下批發渠道 零售及分銷業務／ 第三方零售網上 平台／零售商	256,678	51,320	-	45,958	69,595	124,187	146,736	232,603	241,090	213,916	290,919	299,276
(i)	14,609	-	8,730	949	8,112	49,049	44,482	90,708	121,831	152,203	273,182	297,463
(ii)	271,287	51,320	8,730	46,907	77,707	173,236	191,218	323,311	362,921	366,119	564,101	596,739
時尚配飾業務 的收益	-	(306)	6,117	-	-	-	-	-	-	-	-	-
軟件業務	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
總收益	271,287	51,014	14,847	46,907	77,707	173,236	191,218	323,311	362,921	366,119	564,101	596,739

暫停買賣前的財務業績

由於零售的業務環境及客戶的購買習慣變化，本集團的財務表現受顯著影響。本集團逐步改變業務策略，並於二零一四年底關停其生產設施，及分別於二零一四年初及二零一六年中關閉香港及中國的所有實體店，以降低其CDM銷售業務的虧損並應對零售及分銷業務的激烈競爭。

於二零一四年停止生產設施後，CDM銷售業務的收益由截至二零零八年三月三十一日止年度約299.3百萬港元減少至截至二零一五年三月三十一日止年度約69.6百萬港元。自此以後，本集團僅委聘外部供應商以生產由客戶提供設計的時尚配飾，從而增加滿足客戶要求的難度，因而CDM銷售業務的收益由截至二零一六年三月三十一日止年度約46.0百萬港元進一步劇減至截至二零一七年三月三十一日止年度及截至二零一七年九月三十日止六個月的零。

於二零一六年關閉幾乎所有零售店後，零售及分銷業務的收益由截至二零零八年三月三十一日止年度約297.5百萬港元減少至截至二零一六年三月三十一日止年度約0.9百萬港元。截至二零一七年三月三十一日止年度，零售及分銷業務的收益約8.7百萬港元主要指向批發商一次性出售餘下過時存貨。

截至二零一七年九月三十日止六個月錄得的收益約8.7百萬港元主要來自軟件業務的貢獻。然而，由於軟件團隊的若干管理層離職，截至二零一八年三月三十一日止六個月，軟件業務並無產生重大收益。

暫停買賣後的財務業績

由於時尚配飾業務自二零一七年十一月起重新煥發活力，與暫停買賣前相比，收益顯著改善。截至二零一八年三月三十一日止六個月，本集團錄得總收益約51.3百萬港元，並進一步增至截至二零一九年三月三十一日止年度約271.3百萬港元，主要來自網上批發平台的貢獻。批發分部的收益明細表載列如下：

批發分部

		(全部金額以千港元計)									
		截至三月三十一日止年度									
附註		二零一八年四月一日至二零一九年三月三十一日	二零一七年四月一日至二零一七年九月三十日	二零一五年一月一日起至二零一五年十二月三十一日	二零一四年一月一日起至二零一四年十二月三十一日	二零一三年一月一日起至二零一三年十二月三十一日	二零一二年一月一日起至二零一二年十二月三十一日	二零一一年一月一日起至二零一一年十二月三十一日	二零一零年一月一日起至二零一零年十二月三十一日	二零零九年一月一日起至二零零九年十二月三十一日	二零零八年一月一日起至二零零八年十二月三十一日
		現有業務模式	現有業務模式	原有業務模式							
		二零一八年四月一日至二零一九年三月三十一日	二零一七年四月一日至二零一七年九月三十日	二零一五年一月一日起至二零一五年十二月三十一日	二零一四年一月一日起至二零一四年十二月三十一日	二零一三年一月一日起至二零一三年十二月三十一日	二零一二年一月一日起至二零一二年十二月三十一日	二零一一年一月一日起至二零一一年十二月三十一日	二零一零年一月一日起至二零一零年十二月三十一日	二零零九年一月一日起至二零零九年十二月三十一日	二零零八年一月一日起至二零零八年十二月三十一日
	網上批發平台	229,985	49,465	-	-	-	-	-	-	-	-
	線下批發渠道	26,693	1,855	-	-	-	-	-	-	-	-
	CDM銷售業務	-	-	-	124,187	146,736	232,603	241,090	213,916	290,919	299,276
		256,678	51,320	-	124,187	146,736	232,603	241,090	213,916	290,919	299,276

(i) 網上批發平台

截至二零一八年三月三十一日止六個月，網上批發平台的收益約49.5百萬港元，增至截至二零一九年三月三十一日止年度約230.0百萬港元，主要由於客戶數目增加及確保本集團取得部分收益的總採購協議的綜合影響。下文載列(i)網上批發平台的收益分析及(ii)自收購起活躍客戶數目及每月交易數量。

表1：網上批發平台的收益分析

	(全部金額以千港元計)			
	二零一八年 四月一日至 二零一九年 三月三十一日	二零一七年 十月一日至 二零一八年 三月三十一日	二零一七年 四月一日至 二零一七年 九月三十日	截至 二零一七年 三月三十一日 止年度
	現有業務模式		原有業務模式	
網上批發平台：				
合約客戶的收益	144,497	-	-	-
其他客戶的收益	85,488	49,465 (附註)	-	-
小計	229,985	49,465	-	-

附註：21名客戶就截至二零一九年三月三十一日止年度的承諾銷售簽立合約總金額135.8百萬港元的總採購協議。截至二零一八年三月三十一日止六個月，該等客戶貢獻收益約44.5百萬港元。

董 事 會 函 件

自收購起，本集團調動資源以改善網上批發平台的特徵，以吸引客戶，本集團於二零一八年上半年訂立九項總採購協議及於二零一八年下半年進一步訂立12項總採購協議以獲得截至二零一九年三月三十一日止年度的收益。根據灼識諮詢，時尚配飾平台與買家訂立總採購協議為行業常規，乃平台與買家進行商業談判的結果，以取得供應價，所採購產品數量及產品交付時間。

表2：自收購以來的活躍客戶數目、每月交易數量及平均每月交易額

	於 二零一七年 十一月收購時	增長	於 二零一九年 三月
活躍客戶數目	269	1,127.5%	3,302
每月交易數量	125	853.6%	1,192
每月交易額(千港元)	5,162	371.9%	24,358

自收購起，本集團調動資源以改善網上批發平台的特徵及進行宣傳以吸引客戶，更多詳情請參閱本通函「銷售及營銷」一節。於二零一七年十一月至二零一九年三月，期內活躍客戶的數目由269名增至3,302名。

(ii) 線下批發渠道

本集團從事與中國客戶買賣時尚配飾產品，截至二零一八年三月三十一日止六個月及截至二零一九年三月三十一日止年度為本集團分別貢獻收益約1.9百萬港元及26.7百萬港元。

零售分部

– 89 –

(i) 第三方網上零售平台

截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團自第三方網上零售平台錄得收益約12.2百萬港元，乃來自年內約290,000項交易。如本通函所述，本集團計劃在流行網上零售平台開設銷售時尚配飾產品的網店以取得更多市場份額，並通過網上零售客戶豐富其收入來源。於二零一八年七月及九月，本集團開設平台A店舖及平台B店舖，以透過該等中國網上零售平台向零售客戶銷售其時尚配飾產品。

(ii) 透過零售商零售及分銷

截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團透過零售商錄得零售及分銷的收益約2.5百萬港元，乃由中國的一家分銷商及香港的兩家寄售商根據分銷及寄售協議所貢獻。

本集團計劃重新開發其自有品牌「ARTINI」，通過分銷及寄售，瞄準中高端零售客戶的輕奢市場。於二零一八年第三季度，本集團與中國一名分銷商訂立分銷協議。根據協議，分銷商將開始在不少於10個零售點分銷「ARTINI」品牌產品，直至二零一八年八月三十一日，並將自二零一八年九月起每月增加零售點不少於八個。

下表載列截至二零零八年三月三十一日止年度至截至二零一九年三月三十一日止年度的銷售成本明細：

– 91 –

暫停買賣前的財務表現

銷售成本佔總收益由截至二零零八年三月三十一日止年度約36.9%增加至截至二零一五年三月三十一日止年度約124.0% (即毛損為18.7百萬港元)，乃主要由於員工成本上漲、製造成本上漲及存貨減值虧損的合併效應。詳細分析請參閱下文「(i)製造成本上漲」及「(ii)員工成本上漲」一節。

銷售成本佔總收益由截至二零一五年三月三十一日止年度約124.0%降低至截至二零一六年三月三十一日止年度約96.6%，乃主要由於本集團於二零一四年底關閉製造設施，以降低CDM銷售業務產生的虧損，而截至二零一六年三月三十一日止年度的銷售成本主要指向外部供應商採購成品商品的直接採購成本。

銷售成本佔總收益進一步由截至二零一六年三月三十一日止年度約96.6%降低至截至二零一七年九月三十日止六個月約2.8%，乃主要由於本集團嘗試轉向發展軟件業務，而基於其業務性質，故銷售成本較低。

暫停買賣後的財務表現

銷售成本佔總收益由截至二零一七年九月三十日止六個月約2.8%增加至截至二零一八年三月三十一日止六個月及截至二零一九年三月三十一日止年度分別約75.3%及68.3%，乃主要由於現有業務模式較軟件業務的銷售成本高。就目前業務模式，本集團直接向外部供應商採購成品商品。由於中國時尚配飾行業高度分散，有成千上萬的製造商及供應商，相比傳統CDM銷售業務以及零售及分銷業務，本集團可在現有業務模式下，以相對較低的採購成本購得成品商品。

附註1：製造成本及其他主要包包括(i)原材料成本；(ii)分包成本；(iii)其他間接成本；及(iv)營業稅。

附註2：採購成本及其他主要包括(i)轉結存貨銷售成本；(ii)採購成品商品成本；及(iii)營業稅。

暫停買賣前的財務表現

製造成本及其他佔時尚配飾業務收益比率由截至二零零八年三月三十一日止年度約28.3%增加至截至二零一五年三月三十一日止年度約110.6%，乃主要由於廣東省的銷售表現未如理想以及整體物價水平、原材料成本及製造成本持續上漲的合併效應，導致製造成本佔收益比率上升的趨勢。本集團於二零一四年底關閉其製造設施，自此以後，本集團不再負擔任何製造成本，僅從外部供應商採購成品商品。

暫停買賣後的財務表現

在現有業務模式下，本集團僅從外部供應商採購成品商品，且不再負擔任何製造成本，採購成本及其他佔時尚配飾業務收益比率由截至二零一五年三月三十一日止年度約110.6%降低至截至二零一八年三月三十一日止六個月及截至二零一九年三月三十一日止年度分別約74.7%及68.3%。

(ii) 員工成本上漲

		(全部金額以千港元計)									
		截至三月三十一日止年度									
員工成本及折舊 員工成本及 折舊佔總收益		二零零八年		二零零七年		二零零六年		二零零五年		二零零四年	
		一月一日至三月三十一日	現有業務模式	一月一日至三月三十一日	現有業務模式	一月一日至三月三十一日	現有業務模式	一月一日至三月三十一日	現有業務模式	一月一日至三月三十一日	現有業務模式
		二零零八年 四月一日至三月三十一日	二零零八年 三月三十一日	二零零七年 四月一日至三月三十一日	二零零七年 三月三十一日	二零零六年 四月一日至三月三十一日	二零零六年 三月三十一日	二零零五年 四月一日至三月三十一日	二零零五年 三月三十一日	二零零四年 四月一日至三月三十一日	二零零四年 三月三十一日
		不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
		-	-	-	-	-	-	6,850	27,969	39,530	47,249
		-	-	-	-	-	-	8,8%	16.1%	20.7%	14.6%
		-	-	-	-	-	-	13.4%	48,674	49,017	61,676
		-	-	-	-	-	-	10.9%	二零零九年	二零零一年	二零零八年
		-	-	-	-	-	-	8.6%	二零零九年	二零零一年	二零零八年

(c) 毛利／(損)

下表載列截至二零零八年三月三十一日止年度及截至二零零九年三月三十一日止年度的毛利及毛利率：

(全部金額以千港元計)													
截至三月三十一日止年度													
	二零一八年四月一日至二零一八年九月三十日 現有業務模式	二零一七年四月一日至二零一七年九月三十日	二零一六年一月一日至二零一六年十二月三十一日	二零一五年一月一日至二零一五年十二月三十一日	二零一四年一月一日至二零一四年十二月三十一日	二零一三年一月一日至二零一三年十二月三十一日	二零一二年一月一日至二零一二年十二月三十一日	二零一一年一月一日至二零一一年十二月三十一日	二零一零年一月一日至二零一零年十二月三十一日	二零零九年一月一日至二零零九年十二月三十一日	二零零八年一月一日至二零零八年十二月三十一日		
毛利(損)	85,966	12,616	8,457	5,831	1,572	(18,688)	18,215	43,830	73,689	145,056	175,777	237,608	376,426
毛利(損)率(%)	31.7%	24.7%	97.2%	39.3%	3.4%	-24.0%	10.5%	22.9%	22.8%	40.0%	48.0%	42.1%	63.1%
開支佔收益比率													
採購／製造成本	68.3%	75.3%	2.8%	60.7%	90.9%	110.6%	61.2%	46.6%	59.7%	47.7%	36.5%	46.1%	28.3%
員工成本及折舊	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	8.8%	16.1%	20.7%	14.6%	13.4%	13.4%	10.9%	8.6%
存貨減值虧損	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.7%	4.6%	12.2%	9.8%	2.9%	-1.1%	2.1%	0.9%	0.0%
總銷售成本佔總收益	68.3%	75.3%	2.8%	60.7%	96.6%	124.0%	89.5%	77.1%	77.2%	60.0%	52.0%	57.9%	36.9%

暫停買賣前的財務表現

毛利由截至二零零八年三月三十一日止年度約376.4百萬港元減少至截至二零一七年九月三十日止六個月約8.5百萬港元，乃主要由於(i)銷售表現未如理想；(ii)員工成本上漲；(iii)製造成本上漲；及(iv)存貨減值虧損的合併效應。自本集團於二零一四年底關閉其製造設施，本集團不再承擔與製造業務有關的任何製造成本或員工成本。

暫停買賣後的財務表現

在現有業務模式下，銷售成本主要包括自外部供應商採購成品商品的成本。截至二零一八年三月三十一日止六個月及截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團錄得毛利分別約12.6百萬港元及86.0百萬港元。

(d) 行政及其他開支

下表載列截至二零零八年三月三十一日止年度至截至二零一九年三月三十一日止年度行政及其他開支的明細：

[illegible]

附註：

1. 經營租賃開支主要包括最低租賃付款及支付零售店的營業額租金、用於廣告的廣告牌租金以及辦公室物業的租金。
2. 其他員工成本及折舊主要包括(i)員工薪酬、工資及提供予管理層、辦公人員及零售店員工的其他福利；及(ii)租賃改善、辦公室傢俬、固定設施、設備及其他固定資產的折舊。
3. 其他非經常性或非經營收入及開支主要包括(i)出售附屬公司收益或虧損；(ii)物業、廠房及設備撤銷、減值虧損以及出售物業、廠房及設備收益或虧損；(iii)貿易及其他應收款項或應付款項減值虧損或分別撥回減值虧損；(iv)以股份為付款基礎的顧問開支及其他。
4. 其他經營開支主要包括廣告及推廣開支以及展銷開支。其他經營開支中相當大一部分產生自截至二零零八年至二零一一年三月三十一日止年度，主要由於本集團通過紙媒、廣告牌以及聘請名人作為品牌大使等多項營銷及推廣活動以打造「Artini」品牌名聲。相關開支於截至二零一一年三月三十一日止年度直至二零一四年三月三十一日止年度出現下降趨勢，原因是本集團的經營規模縮小。截至二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度出現較大金額的其他經營開支，乃由於本集團的多項營銷及推廣活動，例如市場趨勢分析、外判若干營銷活動以推廣「ARTINI」品牌名聲，從而提高收益並在關閉製造設施及大部分實體店後尋求新的銷售渠道。

暫停買賣前的財務表現

如上表所示，大部分的營運成本包括(i)營運租賃開支；(ii)其他員工成本及折舊及(iii)其他營運開支，自截至二零零九年三月三十一日止年度直至截至二零一七年九月三十日止六個月呈下跌趨勢。相關下跌趨勢乃主要由於本集團逐步縮小其零售及分銷業務的規模。詳細分析請參閱下文「營運實體店的負擔」一節。

暫停買賣後的財務表現

在本集團現有業務模式下，本集團大部分收益來自網上銷售交易，因此節省了實體店的有關租賃開支及相關員工成本。

表3：截至二零零零年三月三十一日止年度、截至二零零一年三月三十一日止年度及截至二零零二年三月三十一日止年度的零售店經營租賃開支：

(全部金額以千港元計)

[illegible]

零售店經營租賃開支

估收益百分比分析:

零售點數目
每個零售點的平均
經營租賃開支

表 4: 截至二零零八年三月三十一日止年度至二零零九年三月三十一日止年度的其他員工成本及折舊:

(全部金額以千港元計)

截至三月三十一日止年度																										
二 零 一 八 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 一 七 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 一 六 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 一 五 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 一 四 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 一 三 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 一 二 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 一 一 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 一 零 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 零 九 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式		二 零 零 八 年 一 月 一 日 至 三 月 三 十 一 日 止 業 務 模 式						
8,537	3,130	1,153	6,384	16,971	33,840	45,043	78,856	76,274	88,873	124,044	80,799	13.2%	6.1%	3.2%	8.5%	12.0%	11.0%	13.6%	21.8%	19.5%	23.6%	24.4%	21.0%	24.3%	22.0%	13.5%

其他員工成本及折舊	其他員工成本及折舊	估總收益

表5：截至二零零八年三月三十一日止年度至截至二零一九年三月三十一日止年度的總員工成本：

(全部金額以千港元計)														
截至三月三十一日止年度														
	二零一八年四月一日至二零一九年三月三十一日	二零一七年四月一日至二零一七年九月三十日	二零一六年	二零一五年	二零一四年	二零一三年	二零一二年	二零一一年	二零一零年	二零零九年	二零零八年			
	現有業務模式	現有業務模式				原有業務模式								
員工成本及折舊 (銷售成本項下)	-	-	-	6,850	27,969	39,530	47,249	48,674	49,017	61,676	51,402			
員工成本及折舊 (行政及其他開支項下)	8,537	1,153	1,628	16,971	33,840	45,043	78,856	76,274	88,873	124,044	80,799			
本集團員工成本及折舊總額	8,537	1,153	1,628	23,821	61,809	84,573	126,105	124,948	137,890	185,720	132,201			
減：總折舊開支	(625)	(122)	(401)	(4,113)	(8,173)	(13,136)	(27,710)	(21,438)	(21,505)	(33,154)	(14,045)			
本集團總員工成本	7,912	1,031	1,227	19,708	53,636	71,437	98,395	103,510	116,385	152,566	118,156			
員工總數	57	29	14	15	560	1,000	1,690	1,900	2,290	3,775	3,435			
每名員工平均成本	139	36	88	344	96	71	58	54	51	40	34			

暫停買賣前的財務表現

零售店經營租賃開支

如表3所示，自二零零九年每個零售店的平均經營租賃開支呈上升趨勢而實體店數目呈下降趨勢。此乃主要由於經營成本增加，尤其是實體店員工成本及租賃開支增加，故本集團有意逐步縮小其零售及分銷業務的規模以降低各項開支，而香港及中國的所有零售店分別於二零一四年初及二零一六年年中關閉。於幾乎全部實體店關閉後，實體店租賃開支佔總收益比率自截至二零零九年三月三十一日止年度約19.4%下降至截至二零一六年三月三十一日止年度約1.8%。

其他員工成本及折舊

如表4所述，其他員工成本及折舊佔總收益比例呈上升趨勢，自截至二零零八年三月三十一日止年度約13.5%增加至截至二零一五年三月三十一日止年度約21.8%，主要由於本集團零售業務的銷售表現未如理想，且僱員成本持續上漲。如表5所示，本集團每名員工平均成本自截至二零零八年三月三十一日止年度34,000港元增加至截至二零一五年三月三十一日止年度328,000港元。本集團留任各零售店的銷售員工及店鋪管理人員的費用越來越高昂。有見及此，本集團逐步縮小其零售業務範圍，最後一間零售店亦於二零一六年年中關閉，令其後相關成本及開支稍微下降。

暫停買賣後的財務表現

在本集團現有業務模式下，本集團大部分收益來自網上銷售交易，因此節省了實體店的有關租賃開支及相關員工的整體成本。

(e) 年內溢利／(虧損)

下表載列於截至二零零八年三月三十一日止年度至截至二零一九年三月三十一日止年度的淨溢利或虧損以及主要成本結構：

	(全部金額以千港元計)									
	二零零八年三月三十一日止年度					截至三月三十一日止年度				
年內／(期內)	二零零八年四月一日至二零零八年三月三十一日	二零零七年十月一日至二零零七年九月三十日	二零零七年四月一日至二零零七年三月三十一日	二零零六年四月一日至二零零六年三月三十一日	二零零五年四月一日至二零零五年三月三十一日	二零零四年四月一日至二零零四年三月三十一日	二零零三年四月一日至二零零三年三月三十一日	二零零二年四月一日至二零零二年三月三十一日	二零零一年四月一日至二零零一年三月三十一日	二零零零年四月一日至二零零零年三月三十一日
溢利／(虧損)	31,043	(148,218)	3,179	(100,030)	(90,990)	(108,320)	(109,028)	(144,291)	(176,717)	(100,449)
淨利潤／(虧損)率	11.4%	-290.5%	36.5%	-213.3%	-117.1%	-62.5%	-57.0%	-44.6%	-48.7%	-27.4%
主要成本結構	現有業務模式									
銷售成本項下	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
-製造成本及其他	68.3%	75.2%	0.9%	90.9%	110.6%	61.2%	46.6%	59.7%	47.7%	36.5%
-採購成本及其他	0.0%	0.0%	0.0%	5.7%	4.6%	12.2%	9.8%	2.9%	-1.1%	2.1%
-存貨減值虧損	不適用	不適用	不適用	不適用	8.8%	16.1%	20.7%	14.6%	13.4%	13.4%
-員工成本及折舊	不適用	不適用	不適用	不適用	8.8%	16.1%	20.7%	14.6%	13.4%	13.4%
小計	68.3%	75.2%	0.9%	96.6%	124.0%	89.5%	77.1%	77.2%	60.0%	52.0%
其他成本結構	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用
行政及其他開支項下	3.2%	6.1%	13.2%	13.6%	21.8%	19.5%	23.6%	24.4%	21.0%	24.3%
-員工成本及折舊	不適用	不適用	不適用	1.8%	9.6%	8.0%	11.7%	14.1%	17.0%	22.0%
-零售店經營	3.2%	6.1%	13.2%	15.4%	31.4%	27.5%	35.3%	38.5%	38.0%	46.3%
租賃開支	不適用	不適用	不適用	不適用	155.4%	117.0%	112.4%	115.7%	98.0%	98.3%
小計	3.2%	6.1%	13.2%	11.0%	155.4%	117.0%	112.4%	115.7%	98.0%	98.3%
總百分比	71.5%	81.3%	14.1%	112.0%	155.4%	117.0%	112.4%	115.7%	98.0%	98.3%

暫停買賣前的財務表現

由於(i)銷售表現未如理想；(ii)製造成本及員工成本開支上漲；及(iii)存貨減值虧損，本集團就CDM銷售業務錄得虧損(「**製造成本上漲的負擔**」)。因此，(i)製造成本佔總收益比率；及(ii)員工成本及折舊(成本)佔總收益比率；及(iii)存貨減值虧損佔收益比率均自截至二零零八年三月三十一日止年度至截至二零一五年三月三十一日止年度呈上升趨勢。於二零一四年底，本集團改變其業務策略，並關閉其製造設施，因此，自截至二零一六年三月三十一日止年度起，銷售成本中不再產生與製造有關的任何製造成本及員工成本。

由於(i)銷售表現未如理想；(ii)平均每個零售店的經營租賃開支呈上升趨勢；及(iii)其他員工成本以及折舊開支上漲，本集團就零售及分銷業務錄得虧損(「**經營實體店的負擔**」)。因此，(i)實體店租賃開支佔總收益比率；及(ii)行政開支項下員工成本及折舊均自截至二零零八年三月三十一日止年度至截至二零一五年三月三十一日止年度呈上升趨勢。本集團改變其業務策略，並分別於二零一四年初及二零一六年年中關閉在香港及中國的所有零售店。因此，於同期，實體店租賃開支佔總收益比率及其他員工成本佔總收益比率呈下降趨勢。

在上述負擔的合併影響下，主要營運成本佔總收益比率自截至二零零八年三月三十一日止年度約64.4%增至截至二零一六年三月三十一日止年度約112.0%。分別於二零一四年至二零一六年關閉製造設施及實體店後，上述負擔已減輕。主要經營成本佔總收益比率於截至二零一七年三月三十一日止年度為約67.0%，原因是當時本集團專注於軟件業務。然而，本集團於截至二零一七年及二零一八年三月三十一日止年度錄得淨虧損約14.4百萬港元及145.0百萬港元，乃主要由於非經常性開支，例如截至二零一七年三月三十一日止年度商譽減值約8.6百萬港元以及以股份為付款基礎的開支6.6百萬港元，以及截至二零一八年三月三十一日止年度商譽減值約141.0百萬港元。

暫停買賣後的財務表現

由於自二零一七年十一月起重振時尚配飾業務，本集團自網上批發平台產生大部分收益。目前業務模式不會承擔任何製造相

董事會函件

關成本或依賴實體零售點分銷其產品，因此，本集團的租賃開支遠低於暫停買賣前的租賃開支。因此，截至二零一九年三月三十一日止年度，主要營運成本佔總收益的比率減少至約71.5%，整體低於暫停買賣前的比率。

(B) 主要財務比率分析

下表載列本集團於二零零八年至二零一九年的主要財務比率概要：

		(所有金額以千港元計)											
		截至三月三十一日止年度											
		二零 一九年	二零 一八年	二零 一七年	二零 一六年	二零 一五年	二零 一四年	二零 一三年	二零 一二年	二零 一一年	二零 一零年	二零 零九年	二零 零八年
存貨週轉日數 ⁽¹⁾	附註 (a)	39	9	10	16	31	57	125	108	128	121	63	70
貿易應收款項週轉日數 ⁽²⁾	(b)	8	89	779	150	65	47	52	42	40	37	33	30
貿易應付款項週轉日數 ⁽³⁾	(c)	22	18	781	169	19	15	26	16	14	14	8	13

附註：

- (1) 按相關年度內年初及年末存貨結餘平均數除以同年銷售成本再乘以365日計算。
- (2) 按相關年度內年初及年末貿易應收款項結餘平均數除以同年收益再乘以365日計算。
- (3) 按相關年度內年初及年末貿易應付款項結餘平均數除以同年銷售成本再乘以365日計算。

(a) 存貨週轉日數

暫停買賣前的財務表現

截至二零一三年三月三十一日止六個年度，由於銷售業績不如人意，造成若干存貨過時，從而導致存貨週轉日數由截至二零零八年三月三十一日止年度的70日增加至截至二零一三年三月三十一日止年度的125日。於關閉製造設施後，存貨週轉日數減少至截至二零一四年三月三十一日止年度的57日並進一步減少至截至二零一五年三月三十一日止年度的31日，且本集團不再保留任何原材料及成品，而僅自外部供應商採購成品。

暫停買賣後的財務表現

根據目前業務模式，存貨週轉日數一般少於40日，原因為本集團不再保留任何原材料，而僅自外部供應商採購成品，令本集團維持相對較低的存貨水平。

(b) 貿易應收款項週轉日數

暫停買賣前的財務表現

截至二零一五年三月三十一日止六個年度，本集團維持穩定的貿易應收款項週轉日數，介乎30至65日，與提供予不同客戶的信貸期(即30至60日)相符。

截至二零一六年及二零一七年三月三十一日止年度，貿易應收款項週轉日數由截至二零一六年三月三十一日止年度的150日大幅增加至截至二零一七年三月三十一日止年度的779日，主要由於本集團於該期間向最大交易客戶提供較長信貸期。本集團一直監督收回情況及有關款項已悉數結清。

暫停買賣後的財務表現

根據目前業務模式，本集團一般向客戶提供介乎30至60日的信貸期，因此，貿易應收款項週轉日數減少至截至二零一八年三月三十一日止年度的89日並進一步減少至截至二零一九年三月三十一日止年度的八日，原因為大部分銷售透過一般要求於商品交付前立即付款結算的網上銷售渠道產生。

(c) 貿易應付款項週轉日數

暫停買賣前的財務表現

截至二零一五年三月三十一日止八個年度，貿易應付款項主要指自中國供應商收購原材料及原有業務模式下，貿易應付款項週轉日數穩定，為30日內。

如上文所討論，截至二零一七年三月三十一日止兩個年度，本集團向最大交易客戶提供較長信貸期。有鑒於此，為維持本集團經營現金狀況的某一水平，本集團於同期延遲向其供應商付款。

暫停買賣後的財務表現

截至二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日止年度，貿易應付款項週轉日數分別約18日及22日，介乎目前業務模式下供應商的付款期限範圍(即信貸期介乎30日至90日)。

董 事 會 函 件

(c) 本集團目前業務模式與市場同行比較的財務分析

財務比率	本集團(截至 二零一九年 三月三十一日 止年度)	灼識諮詢 告知的 二零一八年 市場範圍
營業額增長	354.3%	30%-50%
毛利增長	307.9%	20%-30%
計入非營業項目前純利增長	2,224.5%	20%-30%
毛利率	31.7%	20%-30%
息稅前純利率	15.0%	10%-15%
純利率	11.4%	0%-10%
存貨週轉日數	39	15-30
應收賬款週轉日數	8	5-15
應付賬款週轉日數	22	20-30

財務比率分析

(a) 增長率：

如上表所示，以營業額增長(354.3%比30%-50%)、毛利增長(307.9%比20%-30%)及純利增長(2,224.5%比20%-30%)計，本集團的增長率遠高於市場。與本集團相比，市場的增長相對較低，主要由於計算本集團增長的基準年相對低於市場同行。有關本集團因重振時尚配飾業務而增長的詳細分析可參考上文「(a) 收益」一節。

(b) 利潤率：

如上表所示，毛利率及純利率均接近市場範圍，前者為31.7%比20%-30%，後者為11.4%比0%-10%。

(c) 週轉日數

根據灼識諮詢提供的數據，本集團的應收賬款週轉日數及應付賬款週轉日數介乎市場範圍。儘管存貨週轉日數高於市場範圍，主要由於本集團管理層考慮到自二零一八年第二季度起網上批發平台的季度收益呈上升趨勢，為滿足客戶需求不斷增長而於二零一九年初增加總體存貨水平。

資本開支及承擔

截至二零一九年三月三十一日止年度及截止該日，本集團概無任何重大資本開支及承擔。

或然負債

於二零一九年三月三十一日，本集團並無任何未入賬重大或然負債、擔保以及任何針對我們的訴訟。

資產負債表外承擔及安排

於二零一九年三月三十一日，本集團並無訂立任何資產負債表外交易。

員工及僱員

於二零一九年三月三十一日，本集團僱傭一支由64名成員組成的團隊，其中53名為綜合時尚配飾平台業務的運作人員。鑒於近期綜合時尚配飾平台業務的良好表現及新渠道(如零售及分銷渠道)的發展，本集團一直擴充員工規模，以支持增長。

董 事 會 函 件

以下載列本集團截至暫停買賣、二零一八年三月三十一日、二零一九年三月三十一日及二零一九年五月三十一日的員工分析：

部門	二零一八年			
	於暫停買賣	三月三十一日	三月三十一日	二零一九年 五月三十一日
採購及倉儲	-	2	6	7
市場推廣及營銷	-	2	5	5
線下銷售	-	-	7	10
設計	-	-	5	5
網上平台服務	-	9	13	14
信息技術	-	4	6	6
行政	1	2	5	5
會計	4	4	6	7
	<u>5</u>	<u>23</u>	<u>53</u>	<u>59</u>
營運層面	5	23	53	59
企業管理	11	13	11	12
	<u>16</u>	<u>36</u>	<u>64</u>	<u>71</u>
總計	<u>16</u>	<u>36</u>	<u>64</u>	<u>71</u>

董事及高級管理層

本集團董事及高級管理層的履歷詳情

以下載列本集團董事及高級管理層的履歷詳情：

執行董事

謝海州先生，52歲，於二零一二年十二月十日獲委任為董事會主席、執行董事兼本公司薪酬委員會及提名委員會成員，並於二零一三年六月二十一日進一步獲委任為本公司行政總裁。根據上市規則第3.05條，彼亦為本公司授權代表之一。彼於流行首飾珠寶批發行業擁有逾20年經驗。彼為廣東省汕尾市政協常委、廣東省廣州市荔灣區政協委員、中國珠寶玉石首飾行業協會副會長及廣東民營企業商會副會長。謝先生為執行董事余忠蓮女士的配偶及執行董事林少華先生的內兄弟。

董事會函件

林少華先生，59歲，於二零一三年六月二十八日獲委任為執行董事。彼於管理生產珠寶方面擁有豐富經驗。彼於二零零六年為海豐縣政協委員。林先生曾於二零零九年七月十七日至二零一一年十月三十一日擔任執行董事。林先生為謝海州先生之姐夫。

梁耀祖先生，39歲，於二零一三年十二月加入本公司並擔任首席財務官及自二零一五年十月起監察本公司的投資工作。彼自二零一六年十二月一日起獲委任為執行董事。彼擁有逾15年財務管理及企業融資經驗。梁先生於二零零一年十二月獲香港嶺南大學頒發工商管理學士學位及於二零零六年十二月獲香港理工大學頒發企業融資碩士學位。彼為特許公認會計師公會資深會員。梁先生現為聯交所GEM上市公司正力控股有限公司(股份代號：8283)及聯交所主板上市公司優庫資源有限公司(股份代號：2112)的獨立非執行董事。

余忠蓮女士，52歲，自二零一七年二月一日起獲委任為執行董事並負責本集團的市場運營及人力資源管理工作。余女士擁有逾10年零售及批發業務經驗。憑藉余女士的時尚珠寶貿易的經驗，董事會相信，在本集團新產品方向及市場策略方面，彼能提供寶貴意見。余女士為謝海州先生的配偶。

獨立非執行董事

劉斐先生，47歲，於二零零八年四月二十三日獲委任為獨立非執行董事。彼亦為本公司審核委員會及提名委員會主席，以及本公司薪酬委員會成員。劉先生於會計、企業融資及審計方面擁有豐富經驗。彼為香港執業會計師，且現為於聯交所主板上市的北京金隅集團股份有限公司(股份代號：2009)的公司秘書。於加入北京金隅集團股份有限公司前，彼為方正控股有限公司(股份代號：418)及北大資源(控股)有限公司(股份代號：618)的集團財務總監，該兩間公司均於聯交所主板上市。自一九九四年至一九九八年，劉先生曾於羅兵咸會計師事務所(現為羅兵咸永道會計師事務所)任職會計師。劉先生為香港會計師公會會員及英國特許公認會計師公會資深會員。劉先生畢業於香港大學，持工商管理學士學位，並已取得香港理工大學企業金融學碩士學位。劉先生亦自二零一四年一月、二零一四年三月、二零一六年三月、二零一八年十一月、二零一七年三月至二零一八年十二月及二零一九年四月

起分別出任未來世界金融控股有限公司(股份代號：572)之執行董事、泰山石化集團有限公司(股份代號：1192)之獨立非執行董事、中國港橋控股有限公司(股份代號：2323)之獨立非執行董事、天喔國際控股有限公司(股份代號：1219)之獨立非執行董事、華訊股份有限公司(股份代號：833)之非執行董事及惠陶集團(控股)有限公司(股份代號：8238)之獨立非執行董事，全部公司均於聯交所上市。

劉耀傑先生，59歲，於二零一零年十二月一日獲委任為獨立非執行董事。彼亦為本公司審核委員會、薪酬委員會及提名委員會成員。劉先生為執業會計師劉耀傑會計師事務所之獨資東主及創辦人。彼為香港會計師公會、特許公認會計師公會、英格蘭及威爾斯特許會計師公會及香港稅務學會之會員。劉先生於二零一五年三月二十三日獲委任為於聯交所主板上市的泰山石化集團有限公司之獨立非執行董事，並於二零一五年九月三十日辭任該職位。彼亦於二零一五年九月十六日獲委任為豐展控股有限公司(股份代號：1826) (於二零一七年七月由聯交所GEM轉往主板上市)之獨立非執行董事，並於二零一八年一月十二日辭任。

曾招輝先生，48歲，於二零一四年十月一日獲委任為獨立非執行董事。彼亦為本公司薪酬委員會主席、審核委員會及提名委員會成員。彼為中國執業律師，自一九九四年起執業逾20年。彼畢業於中山大學。彼於一九九四年開始從事執業律師工作。曾先生曾任汕尾市政協委員、廣東省律師協會房地產法律專業委員會副主任委員及第十六屆廣州亞運會火炬手。彼現任廣東仁言律師事務所律師。

高級管理層

李峻女士於二零一八年七月獲委聘為本公司顧問，提供有關策略規劃、銷售策略、尋求業務夥伴等寶貴意見，以發展專有品牌「ARTINI」。李女士負責綜合時尚配飾平台業務的零售及分銷渠道。李女士自二零零六年十月起至二零零九年二月出任本集團零售部總裁，負責管理及發展本集團的零售業務，尤其是監督「ARTINI」品牌的經營。李女士於中國零售業務擁有逾21年管理經驗。李女士目前為一間零售商公司的唯一擁有人兼總經理，該公司於中國擁有400多個線下零售實體銷售點及逾20間網上店舖。李女士持有中央廣播電視大學工商管理學位。

董事會函件

張小華先生已獲委任為本公司營運總監，於二零一七年十一月二十二日生效。張先生負責監督網上批發平台的業務發展。張先生於營運及管理時尚配飾零售行業的公司方面有逾22年經驗。彼已於二零一八年九月完成中國長江商學院的高級工商管理課程。彼亦於中國湖南農業大學取得工商管理學位。

CAI Li Hua女士於二零一八年七月獲委任為銷售經理並負責經營綜合時尚配飾平台業務的第三方零售網上平台。Cai女士畢業於華南理工大學，取得工商管理學士學位。Cai女士於管理網上平台營運方面擁有逾八年經驗。

LIU Yuan Yuan女士於二零一七年七月獲委任為業務經理並負責經營網上批發平台。Liu女士於網上銷售及客戶服務方面擁有約八年經驗。於加入本集團前，Liu女士曾於多間從事網上銷售的公司擔任主管。

LO Ka Man女士於二零一八年九月獲委任為零售經理並負責香港的零售渠道。Lo女士於零售方面擁有逾19年經驗。Lo女士自二零零五年十一月至二零一四年三月擔任本集團時尚配飾業務的區域銷售經理。

CAI Jia Lin女士於二零一八年九月獲委任為本公司顧問，以監督本集團的設計團隊。Cai女士於二零一零年畢業於倫敦藝術大學，獲得中央聖馬丁藝術與設計學院(Central Saint Martins College of Art & Design)的珠寶設計文學士學位。Cai女士於珠寶及時尚配飾方面擁有逾八年設計經驗。Cai女士為「Crawford Jewel Lounge: Fantasy of Bling」品牌的創始人，現為品牌「Jacky Tsai Limited」的合夥人及設計總監。

ZHANG Shi Jie先生於二零一七年七月獲委任為本集團信息技術部經理。Zhang先生負責監督信息技術部。Zhang先生於二零零四年畢業於華北水利水電學院，獲得計算機應用及維護專業學位。Zhang先生於信息技術方面擁有逾14年經驗。於加入本集團前，Zhang先生於多間信息技術公司擔任程序員及高級程序員。

董事會函件

何詠欣女士獲委任為本公司公司秘書及上市規則第3.05條項下之其中一名授權代表，自二零一七年十二月九日起生效。何女士於聯交所上市的公司擔任公司秘書及提供相關公司秘書服務方面擁有十年經驗。彼為香港特許秘書公會(「香港特許秘書公會」)及特許秘書及行政人員公會會員。彼亦持有香港特許秘書公會頒發的執業者認可證明。

董事及高級管理層有關綜合時尚配飾平台業務的管理及監督

董事會由擁有綜合時尚配飾平台業務相關經驗及專業知識的董事組成。本公司董事會主席、執行董事兼行政總裁謝海州先生於流行首飾珠寶批發行業擁有逾20年經驗。執行董事林少華先生擁有超過20年工廠管理及產品開發經驗且於管理生產珠寶方面擁有豐富經驗。執行董事余忠蓮女士擁有逾10年零售及批發業務經驗。此外，如下文所詳述，本集團亦就綜合時尚配飾平台業務的不同分銷渠道形成強大的管理團隊。

網上批發平台

網上批發平台由本公司營運總監張小華先生領導並由本公司業務經理Liu Yuan Yuan女士協助。張先生制定及實施業務發展策略並設定網上批發平台的全面業績目標，及不時評估業績。Liu女士專注於網上批發平台的整體運營，包括用戶體驗升級、國際市場定位、客戶行為管理及分析、市場分析及產品組織。

張先生已於二零一八年九月完成中國長江商學院的高級工商管理課程。彼於企業管理方面擁有逾13年經驗及於營運及管理時尚配飾零售行業的公司方面擁有逾22年經驗。彼亦於提供資訊平台及電子商務平台(如就企業培訓課程提供資料)管理業務方面富有經驗。

Liu女士於網上銷售及客戶服務方面擁有逾八年經驗。

董事認為張先生為時尚配飾行業經驗豐富的市場參與者。憑藉其經驗，彼已與多名行業參與者(包括商業客戶、供應商及製造商)建立重大關係。在於網上銷售及客戶服務方面擁有豐富經驗的Liu女士的協助下，網上批發平台的團隊將與其供應商建立穩定關係、確保與其商業客戶的長期關係及繼續實施策略以維持可持續發展。

零售及分銷

本公司顧問李峻女士負責綜合時尚配飾平台業務的零售及分銷渠道，包括第三方零售網上平台及分銷及寄售安排。李女士亦在策略規劃、銷售策略、尋求業務夥伴方面監督專有品牌「ARTINI」的發展。

李女士自二零零六年十月起至二零零九年二月出任本集團零售部總裁，負責管理及發展本集團的零售業務，尤其是監督「ARTINI」品牌的經營。彼於將「ARTINI」品牌發展成中國的全國性品牌方面發揮重要作用。通過李女士的引薦，本集團與分銷商(於中國擁有400多個線下零售實體銷售點(包括精品店、快閃電、店中店等)及逾20間網上店舖)訂立分銷協議，透過其於中國的線下及網上渠道分銷「ARTINI」品牌時尚配飾產品。李女士於中國零售業務擁有逾21年管理經驗。

董事認為，憑藉李女士於監督本集團前零售部的經驗及其隨後於中國零售市場的豐富經驗，彼將有能力領導本集團的重振零售業務發展至新時代及於時尚配飾行業重建本集團的「ARTINI」品牌。本公司認為，委聘李女士擔任顧問對重塑「ARTINI」品牌及經營零售及分銷渠道以及整個綜合時尚配飾平台業務的策略發展極為有利。

本集團銷售經理Cai Li Hua女士及本集團零售經理Lo Ka Man女士將協助李女士分別監督第三方零售網上平台的營運及分銷及寄售安排。Cai女士就第三方零售網上平台進行數據分析並就網上平台的業績制定改善計劃。Lo女士監督第三方零售點時尚配飾產品的銷售、評估分銷商／寄售商的表現及檢討產品的受歡迎程度。

本集團零售及分銷渠道的營運團隊亦與其設計團隊協作並向設計團隊提供反饋意見，以組織其自有品牌及／或自主設計時尚配飾產品的發展。本集團的設計團隊由本公司的顧問Cai Jia Lin女士領導，Cai女士畢業於倫敦藝術大學中央聖馬丁藝術與設計學院(Central Saint Martins College of Art & Design)的珠寶設計專業，並創辦了自有品牌「Crawford Jewel Lounge: Fantasy of Bling」。董事認為，Cai女士為珠寶行業的知名藝術家，憑藉其經驗及關係，本集團將能推出創新及流行設計以及探尋與業內具重大影響力的其他品牌合作的機會。

憑藉於業內擁有豐富經驗的強大的董事、高級管理層及顧問團隊，董事堅信，本集團將能就其綜合時尚配飾平台業務制定長期及可持續的業務發展計劃。

監管概覽

有關外商投資

外國投資者及外資企業(「外資方」)在中國開展的投資受於一九九五年六月二十八日頒佈及實施並分別於一九九七年十二月三十一日、二零零二年三月十一日、二零零四年十一月三十日、二零零七年十月三十一日、二零一一年十二月二十四日、二零一五年三月十日及二零一七年六月二十八日修訂的《外商投資產業指導目錄》(「《目錄》」)規管。目前有效的《目錄》版本由中國商務部及國家發展和改革委員會(「國家發改委」)於二零一七年六月二十八日聯合頒佈，自二零一七年七月二十八日生效。《目錄》將外商投資產業分為三類：鼓勵產業、限制產業及禁止產業(後兩項受於二零一八年七月二十八日生效的外商投資准入特別管理措施(負面清單)(2018年版)(「負面清單」)規限)。根據《目錄》，列入鼓勵類別的產業對外資方開放，並且外資方通常會進一步享有地方政府的支援性政策。外資方僅可在相關監管機構的審批範圍內或以中外合資或合作企業(通常要求中方投資者為佔多數股份的股東)的形式對限制產業進行投資。禁止產業不接受外商投資。未列入《目錄》的產業通常屬於允許類。我們並未就外商投資從事任何受限制或禁止產業。

有關網上平台銷售

適用於網上批發平台及第三方網上零售平台的主要中國法律及法規為有關貨品進出口的法律法規。

根據全國人大常委會於一九八七年一月二十二日頒佈，隨後於二零零零年七月八日、二零一三年六月二十九日、二零一三年十二月二十八日、二零一六年十一月七日及二零一七年十一月四日修訂的《中華人民共和國海關法》，申報進出口貨物可由收貨人及發貨人自行完成，且有關手續亦可由其已於中國海關登記的獲委託中國報關企業完成。進出口貨物的收貨人及發貨人以及報關企業須自行向中國海關為申報活動進行登記。未向海關登記的任何人員不得進行申報活動。

根據於二零一四年三月十三日頒佈及生效，隨後於二零一七年十二月二十日及二零一八年五月二十九日修訂的《中華人民共和國海關報關單位註冊登記管理規定》，進出口貨物的發貨人或收貨人須根據適用規定於當地海關登記。進出口貨物收發貨人在海關辦理註冊登記後可以在中國關境內任何海關口岸或者海關監管業務集中的地點辦理本企業的報關業務。進出口貨物收發貨人的《中華人民共和國海關報關單位註冊登記證書》的有效期為兩年。

就向網上批發平台註冊客戶運送產品，本集團已委任例如DHL、UPS、FedEx、Aramex及EMS等運輸代理擔任本集團的報關企業並進行報關。就董事作出合理查詢後深知，本集團已投過運輸代理向中國海關進行適當報關，並無接到中國海關就違規運輸產品的任何通知。

有關商業零售領域

中國從九十年代初開始逐步對外資開放零售行業。一九九二年，國務院通過頒佈《關於商業零售領域利用外資問題的批覆》，開始對外商投資商業零售企業的合格條件作出規定。國家發改委、中國商務部、公安部、國家工商行政管理總局（「**國家工商總局**」）及國家稅務總局（「**國家稅務總局**」）五部門於二零零六年十月十三日聯合頒佈，於二零零六年十一月十五日生效的《零售商供應商公平交易管理辦法》規定了有關零售商與供應商在交易中的商業行為、收取費用、購貨付款、返利政策及罰則的規範。零售商與供應商的交易活動應當遵循合法、自願、公平、誠實信用的原則，不得妨礙公平競爭的市場交易秩序，不得侵害交易對方的合法權益。

於二零零六年九月十二日由中國商務部、國家發改委、公安部、國家稅務總局和國家工商總局共同頒佈並於二零零六年十月十五日開始生效的《零售商促銷行為管理辦法》，制定了有關零售商促銷和進行廣告宣傳的標準及規範。其規定零售商開展促銷活動應當遵循合法、公平、誠實信用的原則，遵守商業道德，不得開展違反社會公德的促銷活動，不得擾亂市場競爭秩序和社會公共秩序，不得侵害消費者和其他經營者的合法權益。

有關稅務

企業所得稅

根據於二零零八年一月一日生效並於二零一七年二月二十四日及二零一八年十二月二十九日修訂的《中華人民共和國企業所得稅法》(「**企業所得稅法**」)及其實施條例《中華人民共和國企業所得稅法實施條例》(於二零零七年十二月六日頒佈並於二零零八年一月一日生效)，納稅人分為居民企業及非居民企業。居民企業是指在中國境內成立，或者依照外國(地區)法律成立但實際管理機構在中國境內的企業。居民企業應當就其來源於中國境內、境外的收入按25%的稅率繳納企業所得稅。非居民企業是指依照外國(地區)法律成立且實際管理機構不在中國境內，但在中國境內設立機構、場所的；或者在中國境內未設立機構、場所，但有來源於中國境內所得的企業。非居民企業在中國境內設立機構、場所的，應當就其來源於中國境內的所得，以及發生在中國境外但與其所設機構、場所有實際聯繫的所得，按25%的稅率繳納企業所得稅。非居民企業在中國境內未設立機構、場所的，或者雖在中國境內設立機構、場所但取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，應當就其來源於中國境內的所得按10%的稅率繳納企業所得稅。

增值稅

根據《中華人民共和國增值稅暫行條例》(上次修訂於二零一七年十一月十九日並於同日生效)及其實施條例《中華人民共和國增值稅暫行條例實施細則》(上次修訂於二零一一年十月二十八日並於二零一一年十一月一日生效)，於中國從事貨物銷售、提供加工、維修或維護勞工服務，或銷售服務、中國的無形資產或不動產或進口貨物到中國的所有單位或個人須繳納增值稅(「**增值稅**」)。

董事會函件

財政部及國家稅務總局於二零一八年四月四日發佈《財政部、稅務總局關於調整增值稅稅率的通知》，宣佈納稅人發生增值稅應稅銷售行為或者進口貨物，原適用17%和11%稅率的，稅率分別調整為16%、10%。該通知自二零一八年五月一日起執行。

根據財政部、國家稅務總局及海關總署於二零一九年四月一日聯合頒佈並於同日生效的《關於深化增值稅改革有關政策的公告[2019]第39號》，先前的適用稅率16%及10%將分別進一步調整至13%及9%。

非居民企業間接轉讓財產所得稅

根據於二零一五年二月三日頒佈及生效的《國家稅務總局關於非居民企業間接轉讓財產企業所得稅若干問題的公告》(「**第7號公告**」)，倘非居民企業通過實施任何不具有合理商業目的的安排，間接轉讓中國居民企業股權等財產，規避企業所得稅納稅義務的，應按照企業所得稅法第47條的規定，重新定性該間接轉讓交易，確認為直接轉讓中國居民企業股權等財產。第7號公告第八條第二款其後由於二零一七年十月十七日頒佈及於二零一七年十二月一日生效的《國家稅務總局關於非居民企業所得稅源泉扣繳有關問題的公告》(「**第37號公告**」)廢止。第7號公告第十三條亦由國家稅務總局於二零一七年十二月二十九日廢止。

股息預扣稅

根據於二零零六年八月二十一日生效的《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》，在獲得有關稅局的批准後，居於香港的外國投資者從中國企業(該外國投資者直接擁有至少25%股權)獲得的溢利須按5%的稅率納稅。

根據國家稅務總局頒佈並於二零零九年二月二十日生效的《國家稅務總局關於執行稅收協定股息條款有關問題的通知》，中國居民公司向稅收協定締約對方稅收居民支付股息時，該對方稅收居民可按稅收協定規定稅率徵稅，惟應同時符合以下條件：(i)取得股息的該對方稅收居民根據稅收協定規定應限於公司；(ii)在該中國居民公司的全部所有者權益和有表決權股份中，該對方稅收居民直接擁有的比例均符合規定比例；及(iii)該對方稅收居民直接擁有該中國居民公司的資本比例，在取得股息前連續12個月以內任何時候均符合稅收協定規定的比例。

根據於二零一五年八月二十七日頒佈、於二零一五年十一月一日生效及隨後於二零一八年六月十五日修訂的《非居民納稅人享受稅收協定待遇管理辦法》(「**管理辦法**」)，非居民納稅人符合享受協定待遇條件的，可在納稅申報時，或通過扣繳義務人在扣繳申報時，自行享受協定待遇。根據管理辦法，於非居民納稅人或其扣繳義務人向有關稅務機關作出申報時，其應向稅務機關遞交有關報告表及資料。非居民納稅人及其扣繳義務人須接受稅務機關的後續管理。

有關消費者保護及產品責任

根據於一九九三年十月三十一日頒佈並於二零一三年十月二十五日最後修訂的《中華人民共和國消費者權益保護法》以及於二零零九年十二月二十六日頒佈並於二零一零年七月一日實施的《中華人民共和國侵權責任法》，經營者須對其提供的產品質量負責。對於因缺陷產品造成的損害，受害人可向生產商或銷售商要求賠償。若產品缺陷由生產商造成的，銷售商賠償後有權向生產商追償；如產品缺陷由銷售商造成的，生產商賠償後有權向銷售商追償。

有關外匯

外匯

監管中國外匯的主要法規為於一九九六年一月二十九日頒佈並於一九九七年一月十四日及二零零八年八月一日修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》(「**外匯管理條例**」)。根據外匯管理條例，人民幣一般可就支付經常項目(如與貿易及服務有關的外匯交易及股息付款)自由兌換，惟不可就資本賬項目(如資本轉移、直接投資、證券投資、衍生產品或貸款)自由兌換，除非事先取得國家外匯管理局(「**國家外匯管理局**」)或其分支機構的批准。

於二零一五年三月三十日，國家外匯管理局頒佈《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》，以改革有關外商投資企業外匯資本結算的管理方法。該通知實行意願結匯，據此外商投資企業資本賬中經地方外匯局確認貨幣出資的權益(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而在銀行辦理結匯。

於二零一六年六月九日，國家外匯管理局進一步頒佈《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》(「**第16號通知**」)。第16號通知允許包括外商投資企業在內的所有企業在不提供各種支持性文件的情況下自行決定將其資本賬中的外匯資本的100厘(視乎國家外匯管理局未來調整而定)轉換為人民幣。然而，企業仍須於每次提款時提供證明文件並經過銀行審查，方可使用已兌換的人民幣。關於透過上述結算程序使用資本及人民幣的負面清單載列於第16號通知內。

有關勞動及社會保險

勞工及僱傭

根據於一九九四年七月五日頒佈及於二零零九年八月二十七日及二零一八年十二月二十九日修訂的《中華人民共和國勞動法》及於二零零七年六月二十九日頒佈及於二零一二年十二月二十八日修訂的《中華人民共和國勞動合同法》，建立勞動關係，須訂立書面勞動合同。僱主向僱員支付的薪資須不低於僱主所在地的最低工資。在若干情況下，如僱主終止與僱員的僱傭關係，須向僱員支付經濟賠償。僱主須向僱員提供有關教育及培訓。僱主亦須提供符合有關國家條例及標準的健康安全的工作條件及對從事有害工作的僱員提供定期健康檢查。

社會保險

根據於二零零四年一月一日實施、二零一零年十二月二十日修訂及於二零一一年一月一日生效的《工傷保險條例》、於一九九五年一月一日實施的《企業職工生育保險試行辦法》、於一九九七年七月十六日頒佈的《國務院關於建立統一的企業職工基本養老保險制度的決定》、於一九九八年十二月十四日頒佈的《國務院關於建立城鎮職工基本醫療保險制度的決定》、於一九九九年一月二十二日頒佈的《失業保險條例》及於二零一一年七月一日實施並於二零一八年十二月二十九日修訂的《中華人民共和國社會保險法》、於一九九九年一月二十二日發佈並生效及於二零一九年三月二十四日修訂的《社會保險費徵繳暫行條例》、於一九九九年三月十九日發佈並生效的《社會保險登記管理暫行辦法》所規定，企業須向其中國僱員提供涵蓋養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險及醫療保險的福利計劃。企業須向當地社會保險機構申請社會保險登記，並為其員工支付保險金。倘企業未有及時支付或悉數支付規定保險金，負責機構將要求該企業在指定時間內償付逾期金額，並繳付0.05%逾期罰款。倘未能在指定時間內償付逾期金額，則該企業將被罰相當於三至五倍過期金額的額外罰款。

住房公積金

根據國務院於一九九九年四月三日頒佈及同日生效並分別於二零零二年三月二十四日及二零一九年三月二十四日修訂的《住房公積金管理條例》，企業須向主管管理中心登記住房公積金，並在該等住房公積金主管管理中心考察後，就僱員住房公積金存款在相關銀行完成辦理開立賬戶的手續。僱主須代表其員工就住房公積金出資。須向當地行政機構支付有關款項。倘僱主未能出資，則其可被罰款，且被責令在指定時間內償付欠款。

有關知識產權

商標

全國人大常委會於一九八二年頒佈及分別於一九九三年二月二十二日、二零一一年十月二十七日、二零一三年八月三十日及二零一九年四月二十三日修訂並將於二零一九年十一月一日生效的《中華人民共和國商標法》及國務院於二零零二年八月三日頒佈、於二零一四年四月二十九日修訂並於二零一四年五月一日生效的《中華人民共和國商標法實施條例》均為註冊商標持有人提供保障。在中國，註冊商標包括商品商標、服務商標及證明商標。註冊商標的有效期為十年，有效期滿後如需繼續使用註冊商標，須在期滿前十二個月內遞交註冊續展申請，每次續展註冊的有效期為十年。

專利

中國已根據一九八四年頒佈並分別於一九九二年、二零零零年及二零零八年修訂的《中華人民共和國專利法》，開始審核專利申請及授出專利。根據中國專利法，發明專利權的期限為二十年，外觀設計專利權和實用新型專利權的期限為十年，均自申請日起計算。個人或企業未經專利權人同意使用專利、假冒專利產品或者實施侵犯專利權的行為，須對專利權人承擔賠償責任，或須罰款，甚至遭到刑事處罰。

著作權

根據於一九九零年九月七日頒佈、於一九九一年六月一日生效及分別於二零零一年十月二十七日及二零一零年二月二十六日修訂的《中華人民共和國著作權法》，著作權保護範圍延伸至互聯網活動及通過互聯網散播的產品。

董事會函件

根據國務院於一九九一年六月四日頒佈並於二零零一年十二月二十日、二零一一年一月八日及二零一三年一月三十日修訂的《計算機軟件保護條例》、國家版權局頒佈並於二零零二年二月二十日生效的《計算機軟件著作權登記辦法》，任何未取得計算機軟件著作權持有人事先批准而出版、修訂或翻譯計算機軟件的人士須因損害著作權而對著作權持有人負上民事責任。

域名

互聯網域名註冊及相關事宜主要由中華人民共和國工業和信息化部於二零一七年八月二十四日公佈並於二零一七年十一月一日生效的《互聯網域名管理辦法》、中國互聯網絡信息中心(「互聯網絡信息中心」)公佈並於二零一二年五月二十九日生效的《域名註冊實施細則》以及互聯網絡信息中心公佈並於二零一四年九月一日生效的《中國互聯網絡信息中心域名爭議解決辦法》監管。域名登記通過根據相關法規成立的域名服務代理辦理，申請人於成功登記後成為域名持有人。域名爭議應提交互聯網絡信息中心授權的機構解決爭議。

有關於香港的寄售安排

除適用於所有於香港進行業務的實體法團的規定(如根據香港法例第310章商業登記條例取得有效商業登記證明)外，並無特別法定規定要求本集團就寄售商於香港經營的零售點寄售時尚配飾產品取得任何牌照。

風險因素

下文載列董事認為與綜合時尚配飾平台業務有關的主要風險：

倘本集團與其主要客戶的關係惡化或終止，本集團的業務及營運業績將受不利影響

截至二零一九年三月三十一日止兩個年度，五大客戶貢獻收益分別約佔46.5%及31.1%。

董事會函件

倘本集團與主要客戶的業務關係惡化，或該等主要客戶大幅減少其向本集團的採購或完全終止其與本集團的業務關係，本集團的業務、經營業績及財務狀況將受到不利影響。

為加強與主要客戶的業務關係，本集團正與若干主要客戶協商，以訂立總採購協議，當中(其中包括)客戶將承諾自網上批發平台下達訂單。有關總採購協議的詳情，請參閱本節「(1)網上批發平台—客戶」一段。

供應商與客戶間的直接接觸可能令網上批發平台過時及無法持續發展

本集團為客戶提供優質實惠的時尚配飾產品，而收益來自供應商的單價與客戶單價間的差額。

除本集團的自有品牌產品外，本集團並無於網上批發平台提供時尚配飾產品之品牌名稱或供應商資料，避免供應商與客戶直接互動。然而，本集團概不保證客戶將不能識別於網上批發平台訂購之產品之供應商及／或製造商，繼而在不使用網上批發平台的情況下直接自供應商及／或製造商訂購產品。

倘客戶不使用網上批發平台，直接自供應商及／或製造商訂購所需時尚配飾產品，則本集團的綜合時尚配飾平台業務可能過時，且無法持續發展，本集團的業務、經營業績及財務狀況可能受到不利影響。

本集團繼續致力提升網上批發平台提供之服務，並提升客戶之購物體驗，以吸引及挽留客戶。

董事會函件

本集團的企業形象及業務可能受到供應商的業績或供應商延遲供應或該等供應商未能遵守產品質量標準的不利影響

一旦接獲客戶於網上批發平台下達的訂單，本集團通常向供應商訂購產品(或倘為受歡迎項目，則不時向供應商下達訂單及於廣州的倉庫保留庫存)。儘管本集團於向客戶轉售及交付產品前獨立檢查向供應商訂購之產品質素，本集團無法保證產品質素符合客戶標準，亦無法保證客戶對產品質素的預期與本集團預期相符。

此外，客戶下達訂單時無法確定向客戶交付產品的交貨時間(本集團保留庫存的受歡迎項目除外)，原因為其很大程度上取決於供應商的交付時間。因此，本集團無法保證供應商將及時向彼等交付產品或供應商不會因營運暫停或中斷而導致本集團供應中斷。

此外，由於本集團對供應商之經營控制有限，彼等無法保證供應商將一直遵守本集團的質量控制政策。

本集團綜合時尚配飾平台業務的大部分客戶居於海外，而本集團的倉庫位於廣州。本集團依賴交貨代理安排有效交付及出口／清關程序。本集團對交貨代理之控制有限且無法保證交付及出口／清關程序不會出現延誤或問題。

倘供應商所供應的產品延遲交付及存在任何缺陷或未能遵守有關質量標準，本集團可能須承擔責任或令聲譽受損，並減少對本集團出售之產品之需求。

此外，本集團無法保證供應商將全面遵守適用法律及法規(如勞動及環境法)。倘出現任何有關不合規情況的負面報道，本集團的品牌形象可能會受損。

董事會函件

本集團的現金流量及流動資金狀況可能受到過時及滯銷存貨的不利影響

通過利用網上批發平台的客戶數據，本集團能篩選流行時尚配飾產品及於廣州倉庫就該等項目維持合適的存貨水平。

然而，倘本集團於其廣州倉庫存儲的時尚配飾產品未能迎合不斷變化的市場趨勢及客戶品味或本集團未能有效實施存貨控制政策，本集團可能面臨存貨滯銷。截至二零一九年三月三十一日止三個年度，本集團的存貨週轉日數分別約10日、9日及39日。

存貨水平提高可能對本集團的營運資金、流動資金狀況及現金流量造成不利影響。

網上批發平台的任何故障可能對綜合時尚配飾平台業務的經營造成重大不利影響

綜合時尚配飾平台業務依賴本集團信息技術系統的正常運作。該信息技術系統支持網上批發平台的經營及讓本集團實時及有效收集及分析營運數據及資料，包括採購、銷售、訂單履行、物流、客戶及會員數據。

因此，信息技術系統的正常運作對綜合時尚配飾平台業務(其中包括)進行市場推廣及銷售以及監控銷售水平至關重要。本集團須不斷升級及改善其信息技術系統，以緊貼營運及業務的持續發展。然而，信息技術系統未必可無間斷運作，可能會短暫失靈或過時。信息技術系統的任何故障可能對本集團持續順暢經營網上批發平台造成不利影響，繼而對我們的業務營運造成不利影響。

持續檢查現有信息技術系統、識別新業務需求、提供信息技術解決方案及升級系統對本集團而言亦至關重要。本集團未必總能應業務發展需要成功開發、安裝、運行及適應新軟件或系統。即使成功，本集團可能須耗費大量資本開支，且本集團未必能夠即時自該等投資中獲益，或根本不能獲益。該等因素均可能對本集團的營運及盈利能力造成重大不利影響。

可能須承擔高昂抗辯費用且可能導致嚴重責任的知識產權侵權索賠

本集團並無就其設計與供應商訂立任何知識產權協議。在未有訂立有關協議的情況下，本集團可能面對擁有有關或涉及於網上批發平台出售的產品知識產權的第三方提出索賠的法律程序。

此外，本集團無法確定綜合時尚配飾平台業務營運的任何其他方面並無或不曾侵犯或以其他方式違反第三方持有的專利權、版權或其他知識產權。本集團可能遭受有關他人知識產權的法律訴訟及索賠。此外，由於本集團於網上批發平台出售其供應商供應的自有品牌及非品牌產品，於網上批發平台出售的非品牌產品可能侵犯其他第三方知識產權。於網上批發平台出售的產品亦可能不慎侵犯本集團並不知悉的現有知識產權。

隨著本集團持續擴展產品供應，面臨知識產權侵權索賠的風險將會增加。本集團無法確定知識產權持有人(倘有關持有人存在)不會於中國、香港或任何其他司法權區尋求對本集團強制執行該等知識產權。倘本集團被發現侵犯他人知識產權，本集團可能須就侵權行為承擔責任。此外，本集團可能會產生大額開支，且管理層的時間及其他資源可能被迫從業務及營運分散至為該等第三方侵權索賠辯護(不論是否理據充分)。倘若對本集團提出的侵權或許可索償勝訴，可能會產生重大負債，從而可能對本集團的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

董事會函件

倘若本集團的主要行政人員及關鍵人員離任，而本集團無法及時招聘合適的替代人選，綜合時尚配飾平台業務的業務及營運可能受不利影響

綜合時尚配飾平台業務的成功很大程度上有賴於董事及高級管理層成員的相關豐富經驗。尤其是，董事會主席及執行董事謝海州先生在時尚配飾及珠寶批發行業擁有逾20年經驗；執行董事林少華先生在珠寶製造管理方面擁有廣泛經驗；執行董事余忠蓮女士在零售及批發業務方面擁有逾10年經驗；及首席運營官張小華先生在時尚配飾零售行業內公司運營及管理方面有逾22年經驗；就自有品牌「ARTINI」的發展提供寶貴建議的顧問李峻女士，曾是本集團零售分部的前總裁，負責本集團零售業務的管理及發展，在二十一世紀初監督「ARTINI」的運營。

倘任何該等主要行政人員不再任職本集團而本集團無法及時招聘合適的替代人選，綜合時尚配飾平台業務的業務及營運可能受不利影響。

倘本集團未能保護其自有數據及客戶資料，其名譽及業務可能受不利影響

本集團編製及分析銷售數據及客戶數據的能力對綜合時尚配飾平台業務而言至關重要。本集團收集客戶數據，例如收件地址、付款相關資料及交易歷史，並建立其自有客戶數據庫。本集團對個人信息收集、儲存、使用或披露或其他隱私相關事宜的任何不當處理可能損害其聲譽及經營業績。此外，任何實際或聲稱的洩露或未經授權使用已收集的客戶數據，均可能導致網上客流量或網上終端客戶人數下降，任何一種情況均可能對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

此外，技術進步、黑客手段純熟、加密領域的新突破或其他事件或發展，可能會導致本集團用來保護保密信息的技術遭損壞或破解。本集團可能無法防止第三方(尤其是黑客或其他從事類似行為的個人或實體)非法取得及盜用其自有數據及客戶信息。此外，本集團對部分終端客戶可能選用進行網購的第三方網上支付服務供應商(例如PayPal)所採用的保安政策或措施的控制或影響有限。再者，第三方物流服務供應商或快遞公司亦可能會非法披露或使用本集團客戶的信息。概不保證日後不會發生本集團無法控制的類似事件，而該等事件可能對其聲譽造成負面影響。

此外，中國監管個人信息使用的法律及法規仍在發展階段，目前並未對本集團內部使用該等信息施加任何強制限制。監管該等個人信息使用的法規的任何變動可能對本集團使用該等信息的能力造成不利影響或不鼓勵終端客戶到訪網上批發平台，任一情況均可能對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

互聯網基建的任何疏漏均可能損害本集團通過網上批發平台出售產品的能力，並可能導致本集團流失終端客戶，使本集團經營業績受損

綜合時尚配飾平台業務依賴透過網上批發平台銷售時尚配飾產品。相關的銷售乃基於互聯網基建的表現及可靠性。網上批發平台可用與否，取決於電信運營商以及提供通信及存儲容量服務(包括寬帶及服務器存儲等)的其他第三方供應商。倘本集團未能按可接受的條款與該等供應商訂立及更新協議，或與該等供應商的任何現有協議終止，本集團通過網上批發平台向客戶銷售產品的能力可能會受到不利影響。

互聯網基建服務的中斷會阻礙客戶進入網上批發平台及下達訂單，而頻繁的中斷則可能令客戶感到厭煩並打消訂購念頭，從而可能導致本集團流失客戶並有損本集團經營業績。

中國法律制度的不確定因素可能對綜合時尚配飾平台業務的業務及運營造成重大不利影響

綜合時尚配飾平台業務的業務及運營部分在中國展開，須遵守適用的中國法律、規則及法規。中國法律制度以成文法和最高人民法院的司法解釋為基礎。過往法院判決可引用作為參考，但其作為先例的效力有限。自一九七零年代末以來，中國政府顯著地完善了中國的立法及監管，以保障在中國的各種形式的外商投資。然而，中國尚未形成一套完整的法律制度，且最近頒佈的法律、規則及法規未必足以涵蓋中國經濟活動的各個領域。由於多項該等法律、規則及法規相對較新，加上已公開判決數目有限，該等法律、規則及法規的解釋與執行涉及不確定因素，未必能如其他司法權區般一致及可以預測。此外，中國法律制度部分基於可能具追溯效力的政府政策及行政規則。因此，本集團可能在違反該等政策及規則後一段時間才意識到已經違規。再者，該等法律、規則及法規對本集團法律保障可能有限。在中國進行任何訴訟或監管執法行動可能曠日持久，可能招致巨額費用並分散資源及管理層注意力，進而可能對本集團的財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

實施計劃及前景

實施計劃

綜合時尚配飾平台業務依然將是本集團發展計劃的重心，而本集團將繼續評估其業務策略並開拓合適商機，包括但不限於其他網上及線下分銷渠道，以創造及孕育新的盈利增長點，從而實現本集團的可持續穩定發展，保障股東利益。

下表載列自最後實際可行日期直至二零二零年三月三十一日期間綜合時尚配飾平台業務的業務計劃：

業務目標	截至二零一九年九月三十日	截至二零一九年十二月三十一日	截至二零二零年三月三十一日
網上批發平台	- 實現月銷售額22,768,000港元 - 實現平均每日活躍用戶28,000人次 - 實現平均每日瀏覽量112,000人次	- 實現月銷售額23,757,000港元 - 實現平均每日活躍用戶29,000人次 - 實現平均每日瀏覽量115,000人次	- 實現月銷售額22,617,000港元 - 實現平均每日活躍用戶27,000人次 - 實現平均每日瀏覽量107,000人次
第三方網上零售平台	- 實現月銷售額796,000港元 - 實現獨立訪客數442,000人 - 實現每月客戶數10,000人次	- 實現月銷售額1,042,000港元 - 實現獨立訪客數473,000人 - 實現每月客戶數11,000人次	- 實現月銷售額1,073,000港元 - 實現獨立訪客數475,000人 - 實現每月客戶數11,000人次
零售及分銷	- 於98個零售點分銷或寄售時尚配飾產品 - 分銷或寄售的自有品牌時尚配飾產品的SKU數目350個	- 於105個零售點分銷或寄售時尚配飾產品 - 分銷或寄售的自有品牌時尚配飾產品的SKU數目400個	- 於110個零售點分銷或寄售時尚配飾產品 - 分銷或寄售的自有品牌時尚配飾產品的SKU數目450個

附註：就線下批發，本集團將就對於網上批發平台的投訴逐一處理，並鼓勵潛在客戶透過提供為客戶更全面購物體驗的網上批發平台採購。

本公司計劃動用內部資源實施上述計劃。

本公司認為，綜合時尚配飾平台業務將為本集團產生穩定及可持續收入及本公司將重新奪回其作為行業領先者的地位並為其股東創造長期價值。

溢利預測

為證實本集團業務的可持續性，本公司已編製本集團截至二零二零年三月三十一日止年度的溢利預測(「溢利預測」)，該溢利預測乃根據本通函附錄三詳述的基準及假設編製。

截至二零二零年三月三十一日止年度的預測綜合除稅後純利為約17.2百萬港元。而截至二零二零年三月三十一日止年度的預測綜合經營溢利(不包括若干一次性事件，如與復牌建議有關的專業費用)為約24.0百萬港元。

本公司的申報核數師立信德豪已審閱溢利預測(按在所有重大方面與本集團通常所採納的會計政策一致的基準呈列)計算的算術準確性。同人融資作為本公司有關復牌的財務顧問已根據上市規則第14.62(3)條之規定審閱溢利預測。立信德豪及同人融資的函件分別隨附於本通函附錄四A及附錄四B。

未來前景及可持續性

基於本通函「管理層對本集團暫停買賣前後財務表現的討論及分析」一節載列的分析，董事認為，本集團的業務可行及可靠。此外，董事相信綜合時尚配飾業務的未來前景並認為其業務模式屬可持續發展。

(i) 網上批發平台

儘管網上批發平台的過往業績記錄相對有限，鑒於(i)客戶喜好的整體轉換及依賴網上購物；(ii)客戶群不斷擴大；(iii)網上批發平台的營運效率持續提高；及(iv)如上文所展示，網上批發平台提供的產品的競爭力不斷提升，董事相信網上批發平台的客戶將經常下單及平台將能持續吸引更多新客戶，故由此產生的收益將可持續。

董事會函件

就增加產品種類而言，本集團將透過其內部設計師及外部設計師不時推出更多新產品(將由本集團的供應商製造)。於二零一九年五月，網上批發平台向其顧客批發超過20,000個SKU，且向本集團供應超過270個獨家SKU，而該等SKU並無向其他類似網上平台供應。

除數碼營銷及其他廣告外，本集團亦將於即將到來的節日期間於網上批發平台推出促銷活動。促銷將與引入新SKU相結合，以增加網上批發平台的收益及提高其市場知名度。

本集團擬專注於尋求新客戶及挽留現有客戶，以在不久將來實現網上批發平台銷售額的穩定增長。本集團將繼續增加產品種類、提高市場知名度及服務質素。

(ii) 第三方零售網上平台

於二零一八年七月，本集團進駐平台A店舖，本集團於平台A店舖向中國零售客戶銷售時尚配飾產品。於二零一八年七月至二零一九年三月，平台A店舖每月收到約32,000個訂單及錄得月銷售額約1.0百萬港元，佔截至二零一九年三月三十一日止年度綜合時尚配飾平台業務總銷售額約3.4%。

近期，本集團已於其他熱門零售網上平台開設銷售時尚配飾產品的若干新網上店舖，以獲得更多市場份額及豐富網上零售客戶的收入來源，並計劃根據以下時間表開設其他網上店舖：

店舖開設日期	第三方零售網上平台
二零一八年十月至十二月	(i) 南方都市報官網微店
二零一九年一月至三月	(i) 小紅書 (ii) 京東
二零一九年四月至六月	(i) 蘇寧易購 (ii) 達令家
二零一九年七月至九月(預期)	(i) 寺庫網
二零一九年十月至十二月(預期)	(i) 好衣庫

如上文所示，本集團將繼續擴充其零售網上網絡，亦將繼續增加其來自第三方供應商及其設計團隊的SKU。因此，董事預期，本集團將能維持其自第三方零售網上平台的銷售。

(iii) 零售及分銷渠道

本集團開始透過與策略夥伴的分銷及寄售安排向網上及線下零售客戶銷售「ARTINI」品牌時尚配飾產品。

於二零一九年五月三十一日，本集團已與一名零售商訂立分銷協議及與於香港購物商場經營精品店的兩名零售商（「寄售商」）訂立寄售協議，以於其精品店寄售「ARTINI」品牌時尚配飾產品。於二零一九年五月三十一日，本集團的「ARTINI」品牌產品已(i)於位於中國北京、上海、杭州、成都、深圳等的82間線下實體銷售點及中國分銷商經營的一間網上店舖出售；及(ii)於兩名寄售商經營的香港熱門購物商場（包括將軍澳的新都城、九龍灣的淘大商場、尖沙咀的K11及美麗華廣場、銅鑼灣希慎廣場及銅鑼灣世貿中心）的六個零售點寄售。

董事認為，根據與上述分銷商及寄售商訂立的分銷及寄售協議的條款，「ARTINI」品牌將在中國及香港零售市場獲得認可及進入相關市場，將強有力地促進零售及分銷渠道的可持續發展。

如本節「(2)零售及分銷—其他零售渠道」一段所述，本集團與一名代理訂立安排，據此，代理將促使海南航空於其機上商品目錄陳列「ARTINI」品牌時尚配飾產品。本集團亦認為，增加「ARTINI」品牌產品於其他交通運輸工具的曝光將有利於零售市場重塑「ARTINI」品牌。於二零一八年十月，本集團與本地旅遊巴士運營商訂立協議，據此，運營商同意於其巴士車身上展示「ARTINI」產品手冊。根據運營商，其為首家於香港經營雙層巴士的運營商，將旅遊與美食體驗相結合，遊客能在感受香港街景的同時享受地道的美食。董事相信，零售客戶可隨時使用航空及巴士等公共交通及於飛機及旅遊巴士上呈列「ARTINI」產品的上述安排將有效提高「ARTINI」的零售市場影響力。

董事會函件

為進一步推廣時尚配飾平台業務的零售渠道，本集團的顧問李峻女士已制定及策劃有關品牌「ARTINI」直至二零一九年十二月的一系列業務發展及營銷活動，詳情如下：

日期	描述
二零一八年十月	— 開始向博客、主要意見領袖等提供20至40個SKU「ARTINI」品牌產品，鼓勵彼等每月推銷本集團的產品 — 參加「JAT Showroom」舉辦的為期三天的時裝展上海時裝展。「JAT Showroom」為中國設計師及品牌的代理 — 「ARTINI」x「EJJ」交叉發佈會。本集團開始與榮獲多項創業獎勵的Elaine Shiu Yin Ning女士創辦的新興流行品牌合作
二零一八年十一月	— 本公司發佈有關「ARTINI」x「EJJ」交叉發佈會的新聞稿
二零一八年十二月	— 於香港增設兩間實體銷售點 — 向媒體及主要意見領袖提供聖誕禮品盒進行推廣
二零一九年一月	— 產品開始於香港旅遊巴士上呈列 — 大V公眾號進行營銷及銷售活動 — 參加香港秋季／冬季時裝周

董事會函件

日期	描述
二零一九年二月	— 推出「情人節」系列產品 — 參加紐約時裝周 — 開始於海南航空的機上雜誌呈列產品
二零一九年三月	— 參加東京時裝周 — 參加深圳時裝周 — 於香港贊助「Jessica Run」慈善活動
二零一九年四月	— 參加上海時裝周 — 開展「Jessica」雜誌贈送及雜誌推廣活動
二零一九年五月	— 「Jessica」及「Marie Claire」雜誌於Facebook及Instagram進行營銷及銷售活動
二零一九年七月至十二月(預期)	— 通過香港時尚雜誌以及透過Facebook及Instagram等社交媒體的廣告繼續發展「Artini」的品牌知名度

同時，本集團將繼續推出其自主設計產品以及透過與其他品牌合作，以增加其SKU及緊貼潮流及維持其品牌知名度。本集團將繼續就此擴展其設計團隊。

於二零一九年五月三十一日，本集團推出逾300個SKU自主設計時尚配飾產品。根據本集團的業務發展計劃，預期其將於來年每月推出約20至30個SKU自主設計時尚配飾產品。

基於上述措施及業務發展計劃，董事認為，本集團將迅速擴充其零售及分銷網絡及零售來源(包括第三方網上平台及透過分銷、寄售及代理經營的實體銷售點)收入將於可預見未來大幅增加。

營運資金及資金需求

根據綜合時尚配飾平台業務的業務模式，時尚配飾產品由第三方製造商／供應商製造／供應且主要於本集團策略夥伴經營的多個網上平台及零售點分銷。本公司認為，由於該業務模式要求的資本承擔較少、日常開支較少並可提高流動性狀況，該業務模式對本集團最有利。鑒於業務模式的輕資產性質，本集團目前毋須於可預見未來於日常營運或其發展計劃中投入大量資本投資，且能通過綜合時尚配飾平台業務產生的現金流量滿足其營運資金需求。

為確保本集團綜合時尚配飾平台業務的業務計劃擁有充足資金，謝海州先生已與本公司訂立融資協議，據此，謝海州先生應向本公司提供循環貸款融資，用作本集團的一般營運資金。詳情請參閱本節「控股股東作出之禁售承諾、溢利保證及財務資助」一段。

董事認為，經計及本集團的內部資源及本集團可獲得的財務資源及在並無不可預見的情況下，根據上市規則第13.24條，本集團擁有充足營運資金滿足其自本通函日期起至少12個月的需求並擁有充足資產。

重大訴訟

於最後實際可行日期，本公司及其任何附屬公司概無涉及任何重大訴訟或仲裁，且就董事所知，本公司或其任何附屬公司亦概無牽涉任何未了結或構成威脅的重大訴訟或申索。

控股股東作出之禁售承諾、溢利保證及財務資助

禁售承諾

於最後實際可行日期，歷華投資有限公司（「**歷華**」）為持有3,525,627,988股股份的實益擁有人，佔本公司全部已發行股本約63.87%。執行董事兼董事會主席謝海州先生（「**謝先生**」）為歷華的唯一實益擁有人及被視為於歷華持有的3,525,627,988股股份中擁有權益，歷華及謝先生各為本公司的控股股東（定義見上市規則）。

為展示彼對本集團及綜合時尚配飾平台業務前景的信心，謝先生及歷華已訂立自願禁售承諾，（其中包括）倘緊隨該出售事項後，彼等將不再擁有本公司全部已發行股本50%或以上的權益，除非得到聯交所事先批准，否則彼或其不得於復牌日期起計36個月內任何時間出售本公司任何股份或證券。

溢利保證

董事會主席兼本集團控股股東(定義見上市規則)謝先生認為綜合時尚配飾平台業務振興本集團經營數十年的時尚配飾業務。由於對本集團的財務業績充滿信心，謝先生於二零一八年十月以個人身份提供以本公司為受益人的溢利保證(「溢利保證」)，據此，謝先生以本公司為受益人，擔保本集團於截至二零一九年三月三十一日及二零二零年三月三十一日止年度的經審核綜合除稅後純利(不包括非經常性及特殊項目以及非現金收入及少數股東權益)(「純利」)將分別不少於23.0百萬港元及24.0百萬港元。倘本集團純利未達到溢利保證，則謝先生將以現金方式按等額基準向本公司支付差額。

截至二零一九年三月三十一日止年度本集團純利約為32.9百萬港元。因此，有關截至二零一九年三月三十一日止年度純利的溢利保證已達成。

財務資助

此外，為確保本集團的綜合時尚配飾平台業務的營運資金充足，謝先生與本公司亦於二零一八年十月訂立融資協議，據此，謝先生須按年利率5.25%向本公司提供由融資協議日期起計為期24個月的無抵押循環貸款融資，金額最高為100,000,000港元，以作為本集團的一般營運資金。如董事所確認，該利率不遜於本集團可能獲得的潛在銀行融資利率。

達成第一項復牌條件

鑒於業務之更新資料及業務計劃，董事認為，(i)本集團的資產足以滿足上市規則第13.24條項下的規定；(ii)本集團資產的營運可令本集團大幅提高其營運及財務資源；及(iii)本公司證明，其擁有足夠價值的資產以保證其股份繼續上市及解決聯交所日期為二零一七年十月二十七日的第一封函件及日期為二零一八年五月四日的第二封函件所提及的問題。

D. 達成第二項復牌條件—處理審核保留意見

背景

下文載列摘錄自二零一七年年報的不發表意見全文，當中載列審核保留意見的背景及相關原因：

「不發表意見

吾等獲委聘以審核載於第46至118頁的領視控股有限公司(前稱「雅天妮中國有限公司」)(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)的綜合財務報表，包括於二零一七年三月三十一日之綜合財務狀況報表及截至該日止年度之綜合損益表、綜合損益及其他全面收入表、綜合權益變動表及綜合現金流量表，以及綜合財務報表之附註，包括主要會計政策概要。

吾等並不就 貴集團之綜合財務報表發表意見。由於吾等於報告內不發表意見的基礎一節所述之事宜的重要性，吾等未能取得充足及適當審核憑證，為該等綜合財務報表以及綜合財務報表是否遵照香港公司條例之披露規定妥善編製提供審計意見基礎。

(a) 審核範圍限制—電子商務業務收入及開支(「保留意見A」)

截至二零一七年三月三十一日止年度，貴集團收購領視科技有限公司(「領視科技」)全部股本權益。領視科技主要業務為開發及銷售軟件相關應用程式，企業可購買有關程式促進其產品及服務電子商務(「電子商務業務」)。

截至二零一七年三月三十一日止年度，電子商務業務所產生的收入約6,117,000港元(「電子商務業務收入」)。於審核過程中，吾等獲領視科技管理層告知，由於領視科技員工與客戶之間的大部分溝通為口頭溝通，故管理層並無保留支持文件，尤其是有關用戶界面最終形式的支持文件。因此，貴公司董事無法向吾等提供截至二零一七年三月三十一日止年度電子商務業務收入的有關支持文件。

由於欠缺電子商務業務收入的支持文件，吾等無法取得有關計入 貴集團損益的電子商務業務收入的充足及適當審核憑證。具體而言，吾等無法進行足以信納的審核程序，以取得有關 貴集團確認為收入的電子商務業務收入存在的合理核證。就上文可能發現須作出任何調整將對 貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度的財務表現及構成二零一七年三月三十一日的綜合財務狀況報表的相關組成部分構成重大影響。

此外，於截至二零一七年三月三十一日止年度， 貴集團曾已確認約21,426,000港元的若干廣告開支，其後撥回相同金額。由於與管理層就上述廣告開支所作出的陳述不一致，吾等無法信納有關廣告開支的存在及完整性。就上文可能發現須作出的任何調整將對 貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度的財務表現及因此對 貴集團於二零一七年三月三十一日的財務狀況及於綜合財務報表的相關披露構成重大影響。

(b) 審核範圍限制—對商譽及附屬公司權益的估值及可收回性以及相關或然負債(「保留意見B」)

誠如上文所述，於截至二零一七年三月三十一日止年度， 貴集團已收購電子商務業務。有關收購領視科技的詳情載於綜合財務報表附註30。收購領視科技所得商譽約149,647,000港元已分配至電子商務業務現金產生單位(「電子商務業務現金產生單位」)。

根據香港會計準則第36號資產減值，於報告日期，管理層已就 貴集團商譽及 貴公司於附屬公司的權益進行減值評估。減值評估乃通過比較電子商務業務現金產生單位的賬面值及可收回金額進行。電子商務業務現金產生單位的可收回金額乃參考獨立專業合資格估值師行所作專業估值，並以使用價值計算法為基準釐定。有關計算使用基於管理層批准的財務預算的現金流量預測(「現金流量預測」)、過往數據及管理層經驗。由於進行減值評估， 貴集團確認減值虧損以撇減商譽至其可收回金額141,000,000港元。詳情載於綜合財務報表附註17。

然而，由於i)電子商務業務僅於二零一四年開始；ii)管理層按預算實施業務計劃以達到目標表現時仍有若干困難；及iii)就 貴集團確認為收入的電子商務業務收入存在提供充足及適當審核憑證的支持資料及文件有限，故吾等無法信納管理層所作假設的合理性及現金流量預測所採用業務計劃的可行性。

此外，如綜合財務報表附註30所示，於收購價分配過程中並無識別任何可識別無形資產、其他資產或負債，惟領視科技於收購日期前已確認為資產及負債者除外。由於上述支持資料有限，於釐定收購領視科技產生的商譽時，吾等無法信納 貴集團管理層於收購價分配過程中作出的假設的合理性。

因此，吾等無法信納 貴集團商譽賬面值約141,000,000港元及 貴公司於附屬公司權益的賬面值(包括於二零一七年三月三十一日於領視科技的投資成本約160,000,000港元)以及於 貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度的損益確認的商譽減值8,647,000港元是否不存在重大錯誤陳述。此外，由於收購價分配過程中並無確認領視科技的可識別資產及負債，故吾等無法信納 貴集團的其他資產及負債的賬面值是否不存在重大錯誤陳述。就上文可能發現須作出的任何調整將對 貴集團及 貴公司於二零一七年三月三十一日的財務狀況，及因此對 貴集團截至該日止年度的財務表現，以及於綜合財務報表的相關披露構成重大影響。

此外，如綜合財務報表附註35所披露，領視科技尚未於中華人民共和國地方機關為其電子商務業務辦理登記(「中國經營登記違規」)。就此， 貴集團已披露中國經營登記違規作為或然負債。然而， 貴集團管理層無法向吾等提供有關或然負債是否已妥為評估及入賬的適當憑證。

吾等無法進行適當審核程序以讓吾等信納或然負債是否已於 貴集團於收購日期及於二零一七年三月三十一日的綜合財務報表計提撥備。就上文可能發現須作出的任何調整將對 貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度的財務表現、構成二零一七年三月三十一日的綜合財務狀況報表的相關組成部分以及綜合財務報表的相關披露構成重大影響。

(c) 審核範圍限制—代理費收入(「保留意見C」)

截至二零一七年三月三十一日止年度，貴集團出售部分時尚配飾且認為實質上貴集團作為此等銷售交易的代理(「代理費收入」)。由於貴公司董事認為貴集團作為代理履行其聯繫客戶及供應商的責任，故管理層並無就交付及收妥貨品保留任何相關支持文件。因此，董事無法提供有關截至二零一七年三月三十一日止年度代理費收入的支持文件。為編製截至二零一七年三月三十一日止年度的綜合財務報表，代理費收入約764,000港元於損益列作其他收入的一部分。

由於欠缺上文所述的支持文件，吾等無法取得有關計入貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度損益的上述代理費收入，以及於二零一七年三月三十一日的相關應收款項淨額約11,251,000港元(「代理費應收款項淨額」)的充足及適當審核憑證及解釋。具體而言，吾等無法進行足以信納的審核程序，以取得有關貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度的代理費收入的完整性、準確性、存在、估值、所有權、分類、披露及呈列的合理憑證。就上文可能發現須作出的任何調整將對貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度的財務表現及構成二零一七年三月三十一日的綜合財務狀況報表的相關組成部分構成重大影響。

此外，就時尚配飾之CDM業務分部，吾等亦未能信納截至二零一六年三月三十一日止年度之收益及銷售成本相應數字分別約45,958,000港元及44,910,000港元，以及於二零一六年三月三十一日之應收貿易賬款及應付貿易賬款相應數字分別約35,248,000港元及35,156,000港元之分類及呈列。

(d) 審核範圍限制—收購商標的已付按金(「保留意見D」)

於二零一七年三月三十一日，非流動按金包括已付按金約31,000,000港元(二零一六年三月三十一日：31,000,000港元)(「按金」)，乃就零售及分銷業務收購於中華人民共和國(「中國」)註冊的商標(「商標」)而支付。根據貴集團與賣方(「賣方」)日期為二零一五年八月二十七日的協議及日期為二零一六年六月二十四日及二零一六年八月一日的補充協議，倘商標所有權並無轉讓予貴集團，賣方須悉數退還按金予貴集團。於二零一七年三月三十一日及直至批准貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度綜合財務報表之日，商標所有權仍未轉讓予貴集團。

由於概無充足文件憑證可讓吾等信納按金的可收回性，吾等無法取得有關管理層所作按金減值評估的充足及適當審核憑證。就上文可能發現須作出的任何調整將對 貴集團於二零一七年三月三十一日或二零一六年三月三十一日的財務狀況及 貴集團截至該日止年度的財務表現，以及綜合財務報表的相關披露構成重大影響。

(e) 審核範圍限制－若干未知其他應收款項及應付貿易賬款及其他應付款項(「保留意見E」)

於二零一六年三月三十一日的其他應收款項及應付貿易賬款及其他應付款項包括若干未知其他應收款項約2,698,000港元、未知應付貿易賬款2,604,000港元及未知其他應付款項約5,266,000港元(統稱為「未知應收款項及應付款項」)。截至二零一七年三月三十一日止年度，管理層認為未知應收款項及應付款項分別為無法收回及毋須支付。因此，未知應收款項及應付款項中，未知其他應收款項及未知應付貿易賬款及其他應付款項分別已悉數撤銷為開支及撥回為收入，並於截至二零一七年三月三十一日止年度的損益中列作其他收益及虧損淨額的一部分(「撤銷及撥回」)。然而，管理層無法提供有關未知應收款項及應付款項的任何相關支持文件及解釋。由於吾等無法進行足以信納的審核程序，以就撤銷及撥回的準確性及存在取得合理保證，故吾等無法就撤銷及撥回取得充足及適當的審核憑證。就上文可能發現須作出的任何調整將對 貴集團於二零一七年三月三十一日或二零一六年三月三十一日的財務狀況及 貴集團截至二零一七年三月三十一日止年度的財務表現構成重大影響。

由於上文所確定審核範圍限制，吾等無法確定可否依賴吾等所接獲並於審核程序其他方面作審核測試用途而加以依賴的管理層聲明以及審核憑證整體的可靠性。」

該等保留意見及補救行為的相關原因

保留意見A

鑒於上述該等審核保留意見的相關原因，本公司已委聘禮恒企業審閱本集團的程序、系統及控制以改善本集團的內部控制系統及財務申報程序。本公司採納上述禮恒企業於二零一八年提供的建議，且禮恒企業並無發現任何跡象顯示本集團的財務申報程序及內部控制系統存在任何重大違規或錯誤情況。

此外，董事相信，有關電子商務業務收益的問題將不再發生，原因為截至二零一八年三月三十一日止年度並無產生該等相關收入。關於有關電子商務業務開支的問題，截至二零一七年三月三十一日止年度，我們已向廣告主

支付擴展電子商務業務的開支。然而，廣告主並未交付令人滿意的表現，因此，服務合約於截至二零一七年三月三十一日止年度之前終止。

立信德豪進行審核程序，包括但不限於以下程序以解決問題：

- 審查於二零一六年一月一日至二零一七年三月三十一日期間訂立的八份原銷售合約及與客戶結算軟件銷售及本集團提供的維護服務有關的協議；
- 審查廣告協議及撤銷協議；
- 審查於二零一六年十二月二十九日至二零一七年七月二十九日止期間領視科技任何異常收入及付款的銀行報表；
- 以抽樣方式通報債務人及債權人確認書；
- 審查總分類賬以記錄任何異常交易；及
- 審查放棄電子商務業務的董事會會議記錄。

儘管如此，由於任何可能被認為對保留意見A屬必要的調整將對本集團截至二零一七年三月三十一日止年度的財務表現及構成二零一七年三月三十一日的綜合財務狀況的組成部分構成重大影響，立信德豪認為，該保留意見於彼等就截至二零一八年三月三十一日止年度的綜合財務報表進行審核時仍未解決。立信德豪亦修訂就截至二零一八年三月三十一日止年度的綜合財務報表發表的意見，原因為該等事宜可能影響本年度數據與相應數據的可比性。立信德豪已於彼等有關截至二零一九年三月三十一日止年度的綜合財務報表的意見中移除有關保留意見A的保留意見。

保留意見B

本集團管理層觀察到以下事實：(i)前任核數師無法信納管理層就(a)現金流量預測；及(b)在產生商譽時的購買價格分配程序所作假設的合理性；及(ii)現金流量預測中所採納業務計劃的可行性。因此，本集團委任獨立專業估值師對電子商務業務進行估值並就此發表意見，以重新確認商譽的價值以及其他可識別資產及負債(如有)。對於未向中國地方當局註冊其電子商務業務而導致的不合規事項，根據本集團之前聘請的中國法律顧問的意見，本集團管理層認為處罰的可能性極低。本集團獲得進一步中國法律意見以解決該問題及相關處罰。

立信德豪進行審核程序，包括但不限於以下程序以解決問題：

- 獲得並審核獨立專業估值師出具的現金流量預測及估值報告；
- 考慮並評估於收購日期對商譽及其他可識別資產及負債(如有)的確認；
- 經參考獨立專業估值師的意見考慮及評估相關潛在減值；及
- 經參考中國法律意見考慮處罰的可能性。

鑒於電子商務業務的發展及現況，本集團預期應於本通函日期對電子商務業務作出全面減值。然而，經計及保留意見B後，立信德豪認為，與電子商務業務有關的商譽及附屬公司權益之估值及可收回性的保留意見於彼等就截至二零一八年三月三十一日止年度的綜合財務報表進行審核時仍未解決。任何對二零一七年三月三十一日電子商務業務商譽之賬面值作出之調整將對截至二零一八年三月三十一日止年度於綜合損益中確認之撇銷金額構成影響。因此，立信德豪無法信納本集團截至二零一八年三月三十一日止年度之損益中確認之電子商務業務商譽減值虧損141,000,000港元是否不存在重大錯誤陳述及於二零一八年三月三十一日及二零一七年三月三十一日電子商務業務商譽之賬面值或未能加以比較。立信德豪相應修訂就截至二零一八年三月三十一日止年度的綜合財務報表發表的意見。立信德豪已於彼等有關截至二零一九年三月三十一日止年度的綜合財務報表的意見中移除有關保留意見B的保留意見。

保留意見C

鑒於上述該等審核保留意見的相關原因，本公司已委聘禮恒企業審閱本集團的程序、系統及控制以改善本集團的內部控制系統及財務申報程序。本公司採納上述禮恒企業於二零一八年提供的建議，且禮恒企業並無發現任何跡象顯示本集團的財務申報程序及內部控制系統存在任何重大違規或錯誤情況。

此外，本集團已使本集團於截至二零一七年三月三十一日止年度產生代理費收入的附屬公司Artini Macao Commercial Offshore Limited (「AOL」)已停止營業。此外，本集團確認，代理費收入為一次性交易，且於本年度並未再次發生。因此，本集團管理層相信，有關代理費收入的問題將不會再次發生及導致任何保留意見。

立信德豪進行審核程序，包括但不限於以下程序以解決問題：

- 審查AOL的可用賬簿及記錄，以確保附屬公司業務已停止；
- 審查AOL任何異常收入及付款的銀行報表；
- 審查任何異常交易的總分類賬；及
- 以抽樣方式分發債務人確認書。

儘管如此，由於任何可能被認為對保留意見C屬必要的調整將對本集團截至二零一七年三月三十一日止年度的財務表現及於二零一七年三月三十一日的綜合財務狀況造成重大影響。立信德豪認為，該保留意見於彼等就截至二零一八年三月三十一日止年度的綜合財務報表進行審核仍未解決。立信德豪亦修訂就截至二零一八年三月三十一日止年度的綜合財務報表發表的意見，原因為該等事宜可能影響本年度數據與相應數據的可比性。立信德豪已於彼等有關截至二零一九年三月三十一日止年度的綜合財務報表的意見中移除有關保留意見C的保留意見。

保留意見D

於二零一七年三月三十一日的按金結餘31百萬港元與購買商標所支付的按金有關。收購於二零一七年十二月六日完成，商標的合法所有權已轉讓予本集團。因此，由於本集團已取得合法所有權，因此結餘於資產負債表重新分類為無形資產。

立信德豪進行審核程序，包括但不限於以下程序以解決問題：

- 審查商標買賣協議；
- 檢查商標證書並檢查於中國國家工商行政管理總局商標局註冊商標均以集團公司名義進行；及
- 經參考獨立專業估值師的意見考慮及評估相關潛在減值。

如上文所述，本集團截至二零一八年三月三十一日止年度的年報移除保留意見D。

保留意見E

鑒於上述該等審核保留意見的相關原因，本公司已委聘禮恒企業審閱本集團的程序、系統及控制以改善本集團的內部控制系統及財務申報程序。本公司採納上述禮恒企業於二零一八年提供的建議，且禮恒企業並無發現任何跡象顯示本集團的財務申報程序及內部控制系統存在任何重大違規或錯誤情況。

此外，本集團確認，未知應收款項及應付款項與先前由附屬公司、AOL及Artini International Company Limited經營的本集團CDM銷售業務及零售及分銷業務(已於截至二零一六年三月三十一日止年度停止經營)有關。本集團所有零售店自二零一六年九月起關閉。由於未知應收款項及應付款項轉自過往年度，並於數年後結轉，本集團決定悉數撤銷及撥回截至二零一七年三月三十一日止年度的未知應收款項及應付款項。本集團取得獨立法律意見，並確認本集團於二零一七年三月三十一日已解除收取及清償未知應收款項及應付款項之負債的權利，原因為結餘已超過兩年未償還及相關債務人及／或債權人採取法律行動的權利已過期。

立信德豪進行審核程序，包括但不限於以下程序以解決問題：

- 更新本集團的未知應收款項及應付款項結餘的狀況；
- 審查於資產負債表日後任何異常收入及付款的銀行報表；
- 對任何潛在的付款索償進行訴訟搜索；及
- 就本集團收取及清償未知應收款項及應付款項之負債的權利取得法律意見及考慮相關影響。

如上文所述，本集團截至二零一八年三月三十一日止年度的年報移除保留意見E。

董事會意見及評估

電子商務業務收益

於電子商務業務分部終止後，截至二零一八年三月三十一日止年度概無產生相似收益及開支，以及電子商業業務產生的所有貿易應收款項隨後由本集團收取。本集團截至二零一九年三月三十一日止年度的綜合財務報表已移除有關保留意見，並將不會對本集團日後的財務報表產生影響。

對與電子商務業務有關的商譽及附屬公司權益之估值及可收回性

於領視科技管理層離職後，電子商務業務並不活躍。本集團隨後重新評估其業務策略，並決定結束電子商務業務，以及分配其可用資源用作發展新綜合時尚配飾平台業務。本集團進行商譽減值評估，並悉數撇銷餘下商譽，且於二零一八年三月三十一日，有關商譽賬面值跌至零。本集團截至二零一九年三月三十一日止年度的綜合財務報表已移除有關保留意見，並將不會對本集團日後的財務報表產生影響。

代理費收入

截至二零一八年三月三十一日止年度概無產生類似代理費收入，及所有相關應收款項淨額於隨後結清。本集團截至二零一九年三月三十一日止年度的綜合財務報表已移除有關保留意見，並將不會對本集團日後的財務報表產生影響。

達成第二項復牌條件

基於上文所述及二零一八年度業績、二零一八年年報及二零一九年度業績所披露的事項，本公司認為已完全解決不發表意見並達成第二項復牌條件。

E. 達成第三項復牌條件—足夠的財務申報程序及內部監控系統

委聘內部控制專家

背景

本公司已委聘香港禮恒企業對本集團的程序、制度及控制進行審核。禮恒企業為一間獨立專業公司，專注於企業管治、內部審核及內部控制審閱服務。自二零一五年起，該公司為上市申請提供首次公開發售前內部控制審閱服務及向上市公司提供年度內部控制審閱服務。

內部控制專家的工作範圍

禮恒企業對本集團進行獨立內部控制審閱（「**內部控制審閱**」），以評估本公司是否實施足夠的財務申報程序及內部控制系統以符合於上市規則項下本公司的責任。

內部控制審閱包括在以下各方面的發現、推薦意見及管理層行動計劃：(1) COSO 框架下的內部控制系統評估；(2) 企業管治守則的合規情況；及(3) 按業務週期對內部控制系統進行的審閱。

內部控制審閱結果

根據禮恒企業於二零一八年四月的初步建議，本公司已執行措施提升本集團的內部控制系統及財務申報程序。禮恒企業已跟進檢討，並於二零一八年七月得出結論，本公司已採納上述建議，且其並無發現本集團的財務申報程序及內部監控系統存在任何重大違規或錯誤情況，符合上市規則項下的一般原則及責任。

基於上文所述，本公司認為，其已執行足夠的財務申報程序及內部控制系統以履行其於上市規則項下的責任。

董事培訓

為進一步加強本公司管理層的內部控制，董事於二零一九年六月初參加為期15個小時的培訓，內容涵蓋董事職責及企業管治事宜、財務報告及披露控制以及有關風險評估及管理的內部控制。

委任合規顧問

本公司已委任同人融資為其合規顧問，其將於復牌開始日期起至復牌日期一週年止當日作為與聯交所溝通的額外途徑。同人融資將就有關遵守上市規則及香港上市公司其他責任的事項提供專業意見。

達成第三項復牌條件

基於上文所述，本公司認為其已達成第三項復牌條件。

F. 達成第四項復牌條件一向市場公佈所有重要資料

自暫停買賣後的公告

自暫停買賣後，本公司已發佈多個公告使其股東及潛在投資者知悉本公司的情況及進展：

二零一七年七月十七日 本公司刊發二零一七年度業績

二零一七年八月十六日 本公司刊發二零一七年年報

二零一七年九月十三日 本公司刊發有關暫停買賣之更新公告

董事會函件

二零一七年十月十八日	本公司刊發有關收購網上零售平台業務之須予披露及關連交易之公告
二零一七年十月二十七日	本公司刊發有關第一份函件及除牌程序第一階段的公告
二零一七年十一月一日	本公司刊發有關除牌程序第一階段及恢復買賣條件之補充公告
二零一七年十一月七日	本公司刊發有關上市地位之更新公告
二零一七年十一月三十日	本公司刊發其二零一七／一八中期報告
二零一八年二月十五日	本公司刊發有關達成恢復買賣條件進展之更新資料
二零一八年三月十五日	本公司刊發有關達成恢復買賣條件進展之更新資料
二零一八年三月二十九日	本公司刊發有關委聘立信德豪為核數師之公告
二零一八年四月十三日	本公司刊發有關達成恢復買賣條件進展及業務之更新資料之更新公告
二零一八年五月七日	本公司刊發有關第二份函件及除牌程序第二階段之公告
二零一八年六月十五日	本公司刊發有關達成恢復買賣條件進展及業務之更新資料之更新公告
二零一八年六月十九日	本公司刊發有關就批准二零一八年度業績舉行之董事會會議日期之公告
二零一八年六月二十五日	本公司刊發有關盈利警告之公告
二零一八年六月二十九日	本公司刊發二零一八年度業績
二零一八年七月二十七日	本公司刊發二零一八年年報

董事會函件

二零一八年七月三十一日	本公司刊發有關一項須予披露交易之公告
二零一八年八月一日	本公司刊發有關復牌計劃及業務之更新資料之公告
二零一八年九月十日	本公司刊發有關完成一項須予披露交易之公告
二零一八年九月二十四日	本公司刊發有關提交第二份復牌建議之公告
二零一八年十一月五日	本公司刊發有關復牌計劃及業務之更新資料之公告
二零一八年十一月十五日	本公司刊發有關正面盈利警告之公告
二零一八年十一月二十七日	本公司刊發截至二零一八年九月三十日止六個月之中期業績
二零一八年十二月七日	本公司刊發截至二零一八年九月三十日止六個月之中期報告
二零一九年二月四日	本公司刊發有關復牌計劃及業務之更新資料之公告
二零一九年五月三日	本公司刊發有關復牌計劃及業務之更新資料之公告
二零一九年六月四日	本公司刊發有關正面盈利預告之公告
二零一九年六月十七日	本公司刊發二零一九年度業績
二零一九年七月四日	本公司刊發並向其股東寄發本通函，當中載列復牌建議的進一步詳情

除上文所述外，於最後實際可行日期，董事會並不知悉本集團任何其他重要資料應予以披露，以使其股東及潛在投資者知悉本公司情況及進展。

董事會函件

達成第四項復牌條件

基於上文所述，本公司認為其已達成第四項復牌條件。

繼續暫停股份買賣

股份自二零一七年七月三日上午九時正暫停買賣，並將繼續暫停買賣，直至另行通知為止。刊發本通函並不表示股份將恢復買賣。因此，本公司股東及潛在投資者於買賣股份時務請審慎行事。本公司將適時另行刊發公告。

責任聲明

本通函乃遵照上市規則而刊載，旨在提供有關本集團的資料。董事就本通函共同及個別承擔全部責任。董事在作出一切合理查詢後，確認就其所知及所信，本通函所載資料在各重大方面均屬準確及完整，並無誤導或欺詐成分；本通函並無遺漏任何其他事項，致使當中任何陳述或本通函產生誤導。

同人融資為本公司有關復牌的財務顧問，已根據上市規則第21項應用指引就復牌展開相關盡職調查步驟，其涵蓋期間自交易暫停日期起直至本通函的最後實際可行日期止。

代表董事會
領視控股有限公司
主席
謝海州

二零一九年七月四日

資料來源

我們委託灼識諮詢(一家市場研究及諮詢公司及獨立第三方)對中國二零一四年至二零二三年止期間廣告業進行分析及報告。灼識諮詢報告由灼識諮詢獨立編製，不受我們的影響。灼識諮詢是一家在香港成立的諮詢公司，提供多個行業的專業行業諮詢服務，其服務包括行業諮詢服務、商業盡職調查及戰略諮詢。

我們的董事認為，本節所載資料可靠且不含誤導成份，乃因資料摘錄自灼識諮詢報告，而灼識諮詢是一家具有豐富業內經驗的獨立市場研究公司。灼識諮詢所收集的資料及數據已使用灼識諮詢的內部分析模型及技術進行分析、評估及驗證。主要研究通過與重要業內專家及領先行業參與者開展訪談而進行。次要研究涉及對從若干公開可得資料來源(例如調研國家的政府刊物、公司報告、獨立研究報告及灼識諮詢內部數據庫)獲得的市場數據進行分析。灼識諮詢使用的方法乃基於從多層面收集的資料，使有關資料可予互相考證核實，確保其屬準確。基於上述，我們認為資料及統計數據可靠。

假設

灼識諮詢報告載有各種基於以下主要假設而作出的市場預測：(i)於預測期間，調查涵蓋的區域內的整體社會、經濟及政治環境預期維持穩定；(ii)於整段預測期間，相關主要行業驅動因素極可能推動中國線下時尚配飾行業(如海外市場的需求，店舖時尚零售商的受歡迎程度，是否擁有豐富的原委託生產及原設計生產經驗及市場觸覺及快消時尚及輕奢品行業的快速增長等)及線上時尚配飾市場(如城市人口的中產人士基礎擴大，線上買家的數目上升及成熟的物流及線上支付系統等)持續增長；及(iii)並無可能對市場造成顯著或重大影響的極端不可抗力事件或不可預見行業法規。

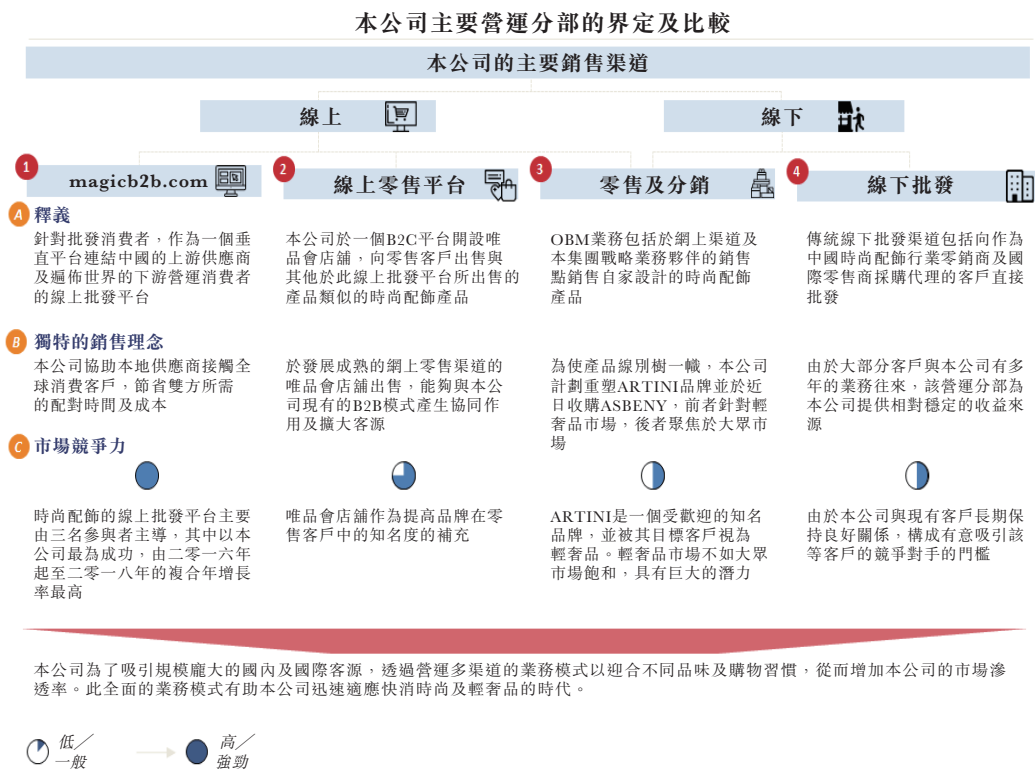
灼識諮詢報告主要專注於中國的時尚配飾行業。董事確認，經作出合理審慎處理後，自灼識諮詢報告刊發日期以來市場資料並無可能修改、抵觸或影響本節所載資料的不利變動。

除另有注明外，本節所載全部數據及預測乃來自灼識諮詢報告。灼識諮詢報告所用參數包括：

- (i) 快消時尚及輕奢品行業的市場規模(按銷售渠道計)；
- (ii) 時尚配飾批發市場的市場規模(按銷售值計)；
- (iii) 時尚配飾線上批發市場的市場規模(按銷售值計)；
- (iv) 透過B2B電子商貿平台發售的時尚配飾出口值的市場規模(按銷售值計)；
- (v) 國內時尚配飾零售市場的市場規模(按銷售值計)。

綜合時尚配飾平台業務的行業概覽

本公司為了吸引規模龐大的國內及國際用戶群體，透過營運多渠道的業務模式以迎合不同品味及購物習慣，從而增加本公司的市場滲透率。此全面的業務模式有助本公司迅速適應快消時尚及輕奢品的時代。



時尚配飾的定義

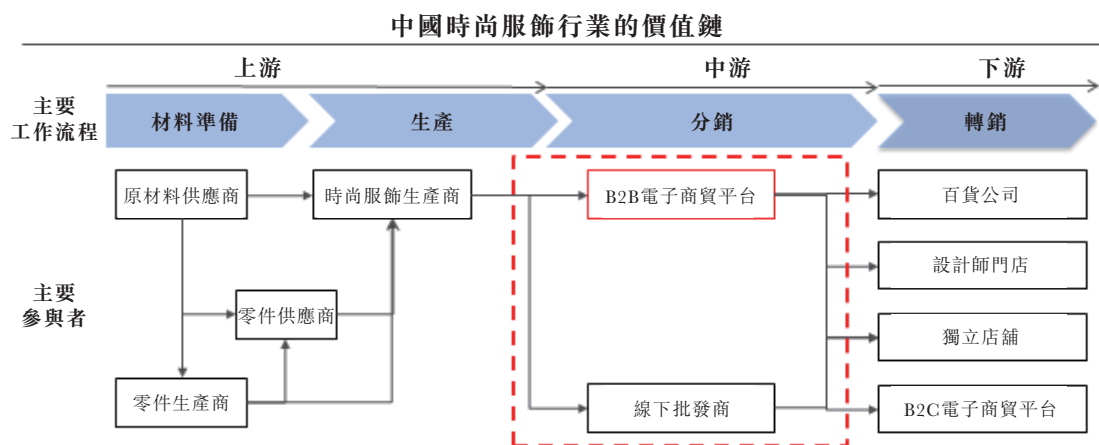
時尚配飾用以突顯一個人的性格、風格及整體服裝打扮，可度身訂製或大量生產。時尚配飾讓消費者於預算內跟隨潮流且深受時尚趨勢影響。視乎金屬、寶石及產品種類(如耳環、項鍊、指環、手鍊、鎖匙扣等)，價格範圍各不相同。

中國時尚配飾行業的價值鏈分析

中國時尚配飾行業的上游主要包括原材料供應商及生產商。然而，整個過程的各個環節可外判予擅長定型、拋光或金屬電鍍的零件生產商。由於入行門檻低，上游頗為分散。

時尚配飾生產商很少向個人客戶直接銷售。下游商人透過B2B電子商貿平台或以更傳統的方式(由批發商作為中間人)連接上游生產商。

下游商人包括百貨公司、設計師門店、獨立店舖及B2C電子商貿平台。



來源：灼識諮詢

中國快時尚及輕奢品行業概覽

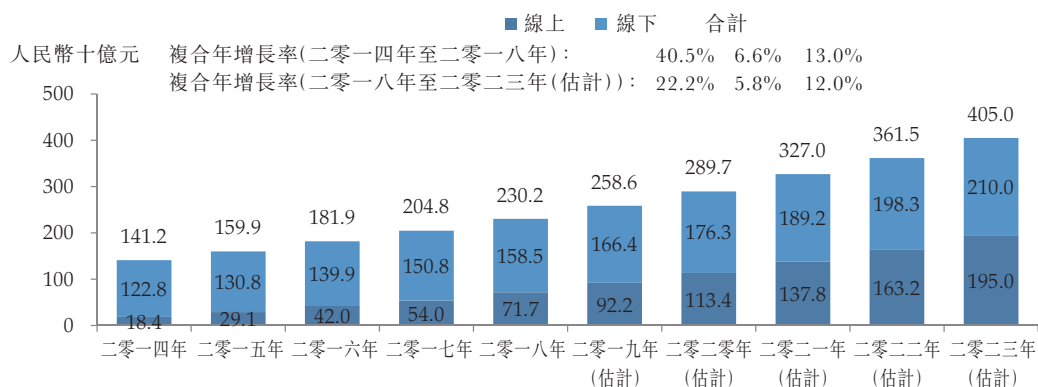
快消時尚及輕奢品基於最新時尚趨勢及快速複製而發展。快消時尚產品普遍廉價提供予年輕買家；輕奢品則通常來自優質品牌，針對預算較高的中產年輕買家。中產階級的擴大，對時尚個人化產品的需求增加及新設計師的創新推動並將持續推動輕奢品市場的發展。

近年，中國的時尚及休閒服裝設計趨勢催生客戶對不同風格服裝的需求，以配合不同社交場合。隨著中國消費者的時尚意識增強，彼等擬購買多套衣服。快消時尚及輕奢品日益受歡迎，消費者為配合其整體打扮而採購服飾，帶動時尚配飾的需求。因此，消費者更頻密地購買該等產品。現有的時尚配飾通常被認為代表潮流的新時尚配飾取代。

時尚配飾的實惠及快速棄置性質適合網上銷售渠道。消費者對網上購買時尚配飾感覺更為便利。另外，網上時尚配飾零售商的供應鏈一般較短，使零售商快速迎合時尚趨勢。與傳統的實體商店服飾零售商相比，網上零售商因此更具競爭優勢。

另外，隨著中國電子商務業務的發展，快消時尚及輕奢品行業亦見證銷售渠道由綫下向線上轉移。具體而言，快消時尚及輕奢產品的線上銷售於二零一四年至二零一八年期間按複合年增長率40.5%增長，綫下渠道銷售於同期的複合年增長率則為6.6%。快消時尚及輕奢產品的線上銷售預期進一步增長，於二零二三年佔中國總快消時尚銷售的48.1%。

二零一四年至二零二三年(估計)中國快消時尚及輕奢品行業的
零售額(以銷售渠道計)



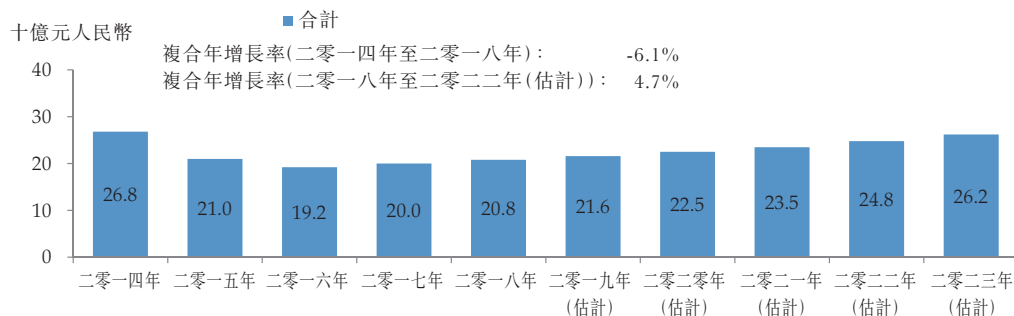
來源：灼識諮詢

時尚配飾批發市場的市場規模

從生產角度而言並按批發值計，中國時尚配飾於二零一八年的市場規模總值人民幣208億元，於二零一四年至二零一八年期間錄得負複合年增長率6.1%。中國仍是全球最大的時尚配飾出口國，於二零一八年生產的約43%的時尚配飾出口。由於中國消費者的消費模式向網上購物轉變，愈來愈多時尚配飾公司(如本集團)發展網上業務並關閉線下零售店以改善整體表現。此外，此等公司亦通常向供應商外判生產工序並僅專注於時尚配飾的銷售，此亦有助省卻高昂生產成本同時僅於銷售上獲取更佳表現。

與此同時，因應全球快消時尚及輕奢品趨勢及國內消費升級，預期中國對時尚配飾的需求亦會增加。因此，未來五年時尚配飾的批發值預期按複合年增長率4.7%增長，並於二零二三年達至人民幣262億元。

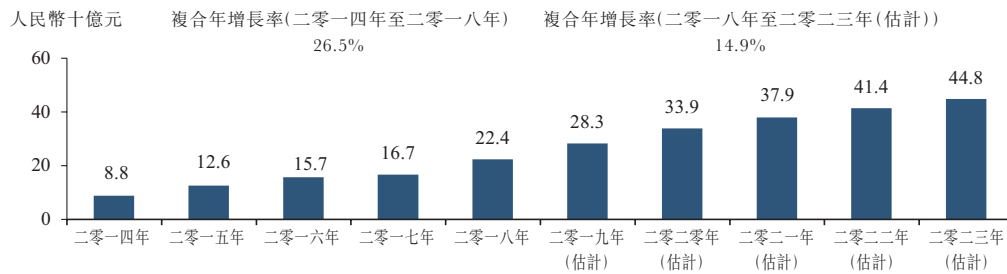
二零一四年至二零二三年(估計)中國時尚配飾的批發值



來源：灼識諮詢

互聯網及智能電話在中國的高度滲透，網上購物便利及中國商人及消費者對科技的強烈意識推動互聯網批發的發展。二零一四年至二零一八年期間，透過B2B網上平台銷售的時尚配飾產品的市場規模(以商品交易總額計)由人民幣88億元增加至人民幣224億元，複合年增長率為26.5%。除國內需求及消費外，國外營運買家亦帶來龐大需求。由於中國擁有生產勞動成本低廉之優勢，大量時尚配飾出口至歐洲國家及美國。透過B2B網上平台銷售的時尚配飾產品的市場規模(以商品交易總額計)預期在二零二三年達至人民幣448億元，複合年增長率為14.9%。

二零一四年至二零二三年(估計)中國透過B2B網上平台銷售的時尚配飾產品的市場規模 (以商品交易總額計)

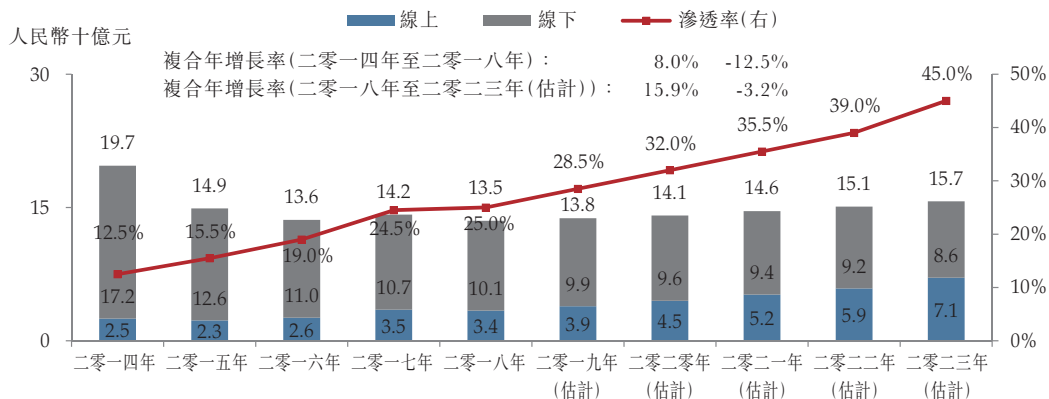


來源：灼識諮詢

具體而言，中國透過B2B電子商務平台出售的時尚配飾出口值由二零一四年的人民幣25億元增加至二零一八年的人民幣34億元，滲透率則由二零一四年的12.5%增加至二零一八年的25.0%，複合年增長率為8.0%。

B2B電子商務平台向時尚配飾出口業務提供一個更具效率及透明的環境，亦將生產商的分銷渠道擴大至向全球各地所有潛在買家銷售。在電子商務日益滲透出口業務的大環境中，中國整體網上出口值預期維持雙位數增長。由於時尚配飾之商品性質使其易於進行電子商務化及被電子商務化吸引，中國之時尚配飾線上出口值預計由二零一八年至二零二三年期間以高於平均複合年增長率15.9%的速度增長，於二零二三年達至人民幣71億元，滲透率為45.0%。

二零一四年至二零二三年(估計)中國透過B2B電子商務平台出售的時尚配飾出口值及滲透率



來源：灼識諮詢

時尚配飾批發市場的市場驅動因素

海外市場的需求：中國時尚配飾行業已佔據全球大部份市場。中國及香港特別行政區佔全球時尚配飾行業總出口值逾50%。海外市場的需求持續上升，將相應帶動中國時尚配飾行業。

豐富的原委託生產／原設計生產經驗及市場觸覺：受惠於成熟的供應鏈管理及國際貿易程序，中國多年保持全球最大時尚配飾生產國的地位。豐富的原委託生產／原設計生產行業經驗及市場觸覺預期通過維持低廉的生產及營運成本並迅速回應不斷轉變的時尚趨勢的優勢，從而推動時尚配飾市場發展。

發展完善的物流及線上支付系統：中國的電子商務市場發展與線上業務購物客戶的增加及線上支付的便利密切相關。電子商務成交量亦迅速增長，由二零一四年的人民幣16.4兆元至二零一八年的人民幣31.6兆元。除中國成交量增加外，覆蓋中國大部份地區的物流系統亦發展迅速。於二零一四年，中國快遞的平均付運時間為56.4小時。該數字於二零一八年輕微上升至56.8小時，二零一四年至二零一八年期間的複合年增長率為0.2%。於二零一八年，快遞付運的需求增長(特別發展未成熟的西部地區的需求增長35.5%)導致平均付運時間延長。根據中國國家郵政局就快遞付運服務進行的調查，滿意度得分由二零一四年的78.4分穩步上升至二零一八年的81.7分，反映物流系統的發展完善亦有助中國線上批發購物益發方便及順暢。

時尚配飾批發市場的未來趨勢

三線及四線城市的擴張：中國的低線城市近年發展迅速。至二零一八年，三線及以下城市的居民佔全國消費總支出近60%，並預計不久後會有更多的消費。因此，一般自批發供應商大量採購產品的低線城市的時尚配飾分銷商面對龐大的增長機遇。

B2B電子商務日益盛行：電子商務帶領行業，特別是節省成本、獲取戰略性銷售重點、拓展新的零售客源及提升客戶體驗及滿意度等方面。具體而言，流動設備在B2B電子商務中扮演重要角色及智能電話用戶數量將增長，因此對行業帶來極大的正面影響。此外，B2B電子商務開始觸及數以百萬計潛在國際買家，為行業提供巨大的全球市場潛力。

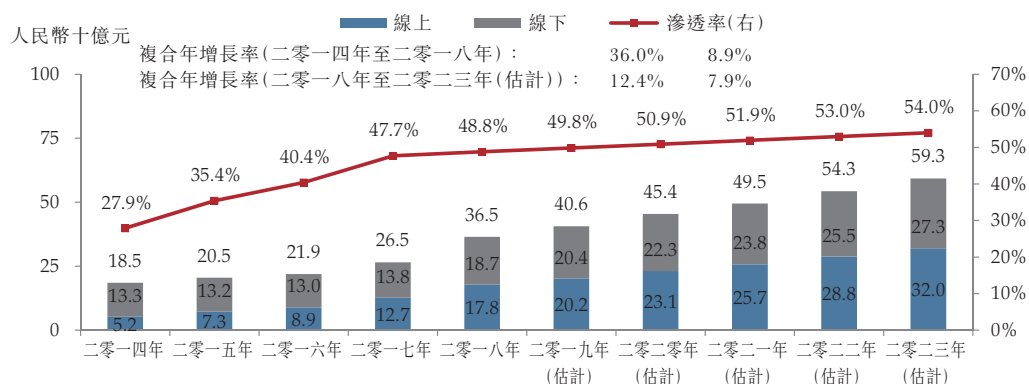
時尚配飾國內零售銷售市場的市場規模

隨著線上渠道逐漸取替傳統的線下商店成為主要的零售銷售渠道，國內時尚配飾零售銷售市場較批發市場發展穩定。

過去五年，透過電子商務平台銷售的國內時尚配飾零售銷售值由二零一四年的人民幣52億元增加至二零一八年的人民幣178億元，複合年增長率為36.0%。相比之下，透過線下渠道銷售的國內時尚配飾零售銷售值由二零一四年的人民幣133億元增加至二零一八年的人民幣187億元，複合年增長率為8.9%。

由於新一代消費者更願意購買時尚配飾，整體國內時尚配飾的零售銷售值預期於未來五年進一步增加。隨著電子商務市場日趨成熟，滲透率預計將以更穩定可持續的速度增長，並於二零二三年達到54.0%。因此，國內時尚配飾的線上零售銷售值預期持續增加至二零二三年的人民幣320億元，二零一八年至二零二三年期間的複合年增長率為12.4%。

二零一四年至二零二三年(估計)中國時尚配飾
國內零售銷售值(以銷售渠道計)



來源：灼識諮詢

時尚配飾國內零售銷售市場的市場驅動因素

中國城市中產階級人口的基礎擴大：城市中產階級家庭人口(家庭年收入介於人民幣90,000元至人民幣350,000元)由二零一四年的519.6百萬人增加至二零一七年的588.6百萬人，並於二零一八年進一步增加至613.6百萬人，預計至二零二三年繼續增長至714.9百萬人。中產階級家庭人口預計將帶動中國的整體消費能力。隨著更多年輕人口成為中國富裕消費者的主要群體，國內時尚配飾零售銷售市場的目標客戶基礎預計將擴大。此外，於二零一八年人均服裝及配飾支出達至人民幣1,321元，預計服裝及配飾支出將增加。

精品時尚配飾零售商的受歡迎程度：隨著消費升級及消費者消費模式轉變，品牌認知度、設計及質量日益受重視，對價格的敏感度則下降。提供優質產品及良好購物體驗同時採取更高級的品牌和設計溢價以產生更大的零售銷售值的精品時尚配飾零售商因而贏得消費者的青睞，預計將推動中國整體線下時尚配飾市場。

龐大線上購物用戶基礎及相對較低的線上購物滲透率：線上購買商品及服務已成為全球普遍的常用購物方法。鑑於中國龐大的人口基礎和持續增長的購買力，中國擁有最龐大的線上購物人口，於二零一八年達至610.1百萬人。鑑於中國龐大的線上購物人口，中國的線上零售市場具有強大的持續擴充潛力。中國為最大的線上市場(其次為美國)，於二零一八年擁有220.6百萬線上購物用戶。日本、德國、英國及韓國的線上購物用戶人數分別達80.3百萬人、51.4百萬人、44.0百萬人及30.9百萬人。儘管如此，中國的線上零售滲透率(尤其與其他發達國家相比)仍然相對較低。在此情況下以及在消費者購買力增長及持續線上滲透帶動下，中國線上購物市場仍然存在巨大的進一步增長機會。

時尚配飾國內零售銷售市場的未來趨勢

對定製及優質時尚配飾的需求日益增加：隨著中國新興的中產階級崛起，中國時尚配飾市場已不再由國內及低端品牌主導。中國消費者正尋求高品質及設計獨特的時尚產品以展示其財力及品味。與線下購物相比，線上購物每次提供消費者更多的選擇。此外，消費者更容易了解產品評論，購買度身定製的時尚配飾，並透過互聯網隨時隨地下單。基於此等數據，供應商及線上購物平台透過大數據分析能力及時獲取並分析客戶反響並提供反饋，從而為產品設計及供應鏈管理提供指導。

越來越多客戶透過流動平台及其他線上渠道線上購買時尚配飾：中國的流動互聯網滲透率處於高水平並有望進一步增加。於二零一八年，中國的流動互聯網用戶有817.0百萬人，遠高於PC互聯網用戶的數量，其僅為11.5百萬人。中國流動互聯網滲透率由二零一四年的85.8%上升至二零一八年的98.6%。預計二零二三年，99.8%的互聯網用戶將以流動設備作為其互聯網連接的主要終端。隨著越來越多人選擇流動手機作為其互聯網連接的主要終端，此趨勢有望延伸到線上時尚配飾行業。中國電子商務市場多元化過程將帶動線上購物平台數量的增長。目前，新的線上購物渠道(如共享短視頻的平台及針對社區的電子商務)備受關注，在消費者欣賞視頻或與鄰里憩談的同時，吸引客戶下達訂單。此外，中國千禧世代非常注重時尚，並習慣於社交媒體上瀏覽時尚資訊，社交媒體平台(如微博及微信)因此成為在中國打造品牌形象和推廣產品的必需品。線上購物平台崛起而供終端

客戶使用，客戶益發習慣線上下達訂單，使品牌可透過多渠道策略令其更易於接觸目標消費者及更迅速地推廣產品。

中國時尚配飾行業B2B電子商務平台的競爭格局

鑒於二零一八年有大量市場參與者，全國有合共超過5,000名生產商及分銷商，中國的時尚配飾線上批發市場非常分散。五大時尚配飾B2B電子商務平台約佔截至二零一八年十二月三十一日時尚配飾線上批發市場總額約6.3%。作為第三大時尚配飾線上批發市場(按二零一八年商品交易總額計)，本集團的商品交易總額約為人民幣157.0百萬元，按商品交易總額計在時尚配飾線上批發市場中約佔0.7%市場份額。

截至二零一八年，大量無自營線上銷售平台的小型時尚配飾生產商及分銷商選擇透過第三方綜合電子商務平台(如阿里巴巴(1688.com))出售產品。以下公司有其提供各式各樣時尚配飾(如不同生產商生產的項鍊、耳環及指環等)的自營綜合線上批發平台。線上批發平台充當連接中國上游供應商及全球下游業務客戶的垂直平台。透過在綜合垂直平台上下達訂單，供應商及客戶雙方均因節省配對供應商與目標客戶的需求所需的時間及成本而受惠。

二零一八年中國時尚配飾產品B2B線上平台市場參與者的排名(按商品交易總額計)

排名	公司名稱	成立年份	總部位置	業務模式	品牌定位	線下 銷售渠道	二零一八年 的商品 交易總額	二零一八年 的市場份額
							(人民幣 十億元)	
1	公司A	二零零三年	深圳	批發，零售	中低端	N	762.5	3.4%
2	公司B	二零一四年	義烏	批發，零售	中端	Y	240.0	1.1%
3	本集團	二零一零年	香港	批發	中高端	Y	157.0	0.7%
4	公司C	二零零五年	深圳	批發	低端	N	127.6	0.6%
5	公司D	二零零零年	廣州	批發，零售	中低端	N	103.8	0.5%
	小計						1,390.9	6.3%
	其他						20,984.2	93.7%
總計							22,375.1	100.0%

來源：灼識諮詢

領先時尚配飾產品B2B線上平台的主要成功因素包括：

與領先供應商的深厚行業淵源：本集團在中國的時尚配飾行業累積八年的經驗，在廣州擁有39家領先供應商，該等供應商均有良好行業聲譽並提供優質可靠的產品。

實時庫存：實時庫存確保交易效率並有助客戶及製造商緊貼最新趨勢。在三個中國時尚配飾垂直B2B電子商務平台中，本集團為唯一擁有其所有供應商的實時庫存數據庫的平台。

活躍的海外買家：活躍的海外買家帶來可持續性需求。本集團致力於時尚配飾之出口業務並獲得一批忠誠的海外客戶。

SKU數量：大量SKU意味客戶擁有多種選擇，這對處於快消時尚及輕奢品市場內，相對材料本身，更依靠設計及時尚趨勢的時尚配飾行業非常重要。按SKU數量計，本集團排名三個垂直B2B電子商務平台之首，其次為Lekani及Neoglory。

附加服務：平台提供的附加服務為另一關鍵成功因素。服務包括預購／預售、銷售代理、設計師社區等。隨著市場競爭益發激烈，附加服務預期將跑贏競爭對手。

垂直B2B 電子商務平台	複合年 增長率	行業淵源	領先 供應商	Real-time inventory	活躍的 海外買家	SKU 數量	附加服務
magicB2B.com (本公司)	247%	●	●	●	●	●	●
Pfhoo.com (Lekani)	~50%	●	●	●	●	●	●
Shipindiy.com (Neoglory)	~25%	●	●	●	●	●	●

來源：灼識諮詢

中國時尚配飾行業的進入門檻

完善的銷售渠道：完善的銷售渠道結合線下商店及線上商店讓品牌充分接觸其潛在客戶。一方面，客戶愈加追求便利及日益普及的線上零售商店推動客戶通過線上渠道下達訂單。另一方面，客戶期待更多的互動式購物體驗讓其體驗產品並即時與朋友分享。完善的多渠道分銷平台讓公司滿足不同客戶的需求並及時交付產品。

獲取客戶：隨著中國電子商務市場的增長率下降及中國時尚配飾行業的激烈競爭，新市場入行者面臨客戶獲取成本(獲得一個新客戶的平均成本)急速上升的問題。客戶獲取成本的增長率上升及營銷成本不斷增加使新市場入行者的營運成本顯著上升，成為新市場入行者擴張的主要門檻之一。

廣泛的行業專門技術：時尚配飾零售商及批發商均需要了解時尚配飾行業的獨特特點(如季節性、不斷變化的時尚趨勢、供應鏈系統及客戶服務特點)以更好滿足客戶的需求。另外，有關庫存管理及品牌定位的行業知識亦於降低成本及擴大利潤方面發揮重要作用。因此，新市場入行者可能欠缺必要的行業專門技術以助其找出正確的業務營運方向。

與上游供應商之關係：缺乏生產能力的時尚配飾零售商及批發商需要與上游生產商保持良好關係以確保其獲得相對穩定的產品供應。憑藉良好的關係，時尚配飾零售商及批發商更可能預防任何潛在不可預見的損失(包括與季節性相關的損失)。時尚配飾生產商通常傾向與熟悉及過往曾簽訂業務合同的批發商及零售商合作，新入行者在這兩個方面均有所不足。

本集團的競爭優勢

專注於垂直電子商務：本集團是現有少數幾家專注於中國時尚配飾行業的垂直電子商務平台之一。相比綜合電子商務平台，垂直電子商務平台提供更專業可靠的平台，這對出口業務極為重要。此外，就性質而言時尚配飾行業高度分散，本集團的專業平台讓生產商及潛在買家結合在同一市場，使行業更有效地運作。

滲透效應：本集團提供全方位服務，包括研究及開發、生產、訂製銷售及營銷。藉助大數據，本集團預期在買方及賣方間傳遞信息。此外，本集團對時尚配飾的深入研究確保其具備專業眼光及敏銳觸覺捕捉市場趨勢，此為適應快速變化的時尚配飾市場的顯著優勢。

上游資源：本集團與中國時尚配飾行業的上游供應商建立廣泛的合作關係。此等供應商在業界享有盛譽，同時提供最優質的產品以滿足現今消費者不斷變化的口味。憑藉該等上游資源，本集團能夠提供定制的時尚配飾以滿足消費者需求，並最終為本集團帶來優於競爭對手的優勢並取得成功。

下游資源：多年在中國時尚配飾經營使本集團與國內外市場的下游客戶建立長期合作關係。因此，隨著本集團開設自家的B2B電子商務平台，此等下游客戶很容易轉移到先進的電子商務平台，讓其本身及本集團均受益。因此，本集團可輕鬆建立客戶基礎並在中國時尚配飾行業B2B電子商務平台上取得成功。

商業模式多樣化及為客戶帶來附加價值：本集團不僅於B2B電子商務平台上銷售時尚配飾，亦為其海外客戶提供很多其他增值服務。憑藉此等增值服務，本集團的客戶對本集團擁有更高忠誠度，並相對於本集團的競爭對手為本集團提供更多價值。因此，商業模式多樣化及為客戶提供附加價值讓本集團獲得超逾眾多競爭對手的競爭優勢。

區域擴張機會：本集團專注於向海外客戶銷售國內生產的時尚配飾。憑藉線上銷售渠道及本集團自家的電子商務平台，本集團成功擴展到更多潛力巨大的國家。實際上，因應全球時尚行業的增長，本集團在過往不曾涉獵的區域將有更多拓展機會。因此，該競爭優勢不僅讓本集團在該等地區搶佔先機，更推動整體銷售。

行業機會：在中產階級人口基礎擴大、物流及線上支付渠道發展及不斷演變的線上平台的推動下，中國時尚配飾行業預計未來穩定增長。此外，越來越多海外零售商在電子商務平台上尋找中國供應商。本集團把握該等行業機會，借助自家的海外業務電子商務平台，可獲取更多市場份額並獲得超逾競爭對手的競爭優勢。

以下為 貴公司核數師香港執業會計師香港立信德豪會計師事務所有限公司
編製的報告全文。



Tel : +852 2218 8288
Fax: +852 2815 2239
www.bdo.com.hk

25th Floor Wing On Centre
111 Connaught Road Central
Hong Kong

電話：+852 2218 8288
傳真：+852 2815 2239
www.bdo.com.hk

香港干諾道中111號
永安中心25樓

致領視控股有限公司

獨立核數師報告

(於百慕達註冊成立之有限公司)

意見

吾等已審核領視控股有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(統稱「貴集團」)載於第59至140頁之綜合財務報表，包括於二零一九年三月三十一日之綜合財務狀況報表及截至該日止年度之綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表，以及綜合財務報表之附註(包括主要會計政策概要)。

吾等認為，綜合財務報表乃根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)真實且公平地反映 貴集團於二零一九年三月三十一日之綜合財務狀況，以及其截至該日止年度之綜合財務表現及綜合現金流量，並已遵照香港公司條例之披露規定妥善編製。

意見之基礎

吾等已根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則(「香港審計準則」)進行審計。吾等在該等準則下承擔的責任已在本報告「核數師就審計綜合財務報表承擔的責任」一節中作進一步闡述。根據香港會計師公會頒佈之「專業會計師道德守則」(以下簡稱「守則」)，吾等獨立於 貴集團，且吾等已根據守則履行其他道德責任。吾等相信，吾等所獲得的審計憑證能充足及適當地為吾等的審計意見提供基礎。

關鍵審計事項

關鍵審計事項是根據吾等之專業判斷，認為對本期綜合財務報告之審計最為重要之事項。該等事項是在對綜合財務報告整體進行審計並形成意見的背景下進行處理且，且吾等不對該等事項提供獨立意見。

與綜合時尚配飾平台業務有關之商譽(「綜合時尚配飾平台業務商譽」)及無形資產的減值評估

請參閱綜合財務報表附註16及17

貴集團於二零一九年三月三十一日的綜合時尚配飾平台業務商譽及無形資產的賬面值分別約為2,534,000港元及31,058,000港元(二零一八年：2,534,000港元及31,094,000港元)。

就減值測試而言，綜合時尚配飾平台業務商譽及其他無形資產獲分配至現金產生單位(「現金產生單位」)。該等現金產生單位包括商譽最少每年進行減值測試。

管理層總結截至該日止年度並無綜合時尚配飾平台業務商譽及無形資產減值獲確認。該結論乃基於使用價值模型釐定，於作出假設及選取合適市場貼現率時，管理層須作出重大判斷。

吾等的回應：

吾等有關管理層之減值評估之程序包括：

- 評估估值師之才能、能力、獨立性及客觀性；
- 評估採用之估值方法以及採用之主要基準及假設是否適當，並與管理層及估值師討論該等基準及假設；
- 根據吾等之了解質疑主要假設之合理性；
- 就估值之重大判斷及估計及估值所採用之主要輸入數據取得支持憑證；
- 檢查估值之計算準確性；及
- 評估綜合財務報表所披露減值之足夠性。

年報之其他資料

董事須對其他資料負責。其他資料包括載於 貴公司年報內之資料，但不包括綜合財務報表及吾等之核數師報告。

吾等對綜合財務報表之意見並不涵蓋其他資料，吾等亦不對該等其他資料發表任何形式之鑒證結論。結合吾等對綜合財務報表之審核，吾等之責任是閱讀其他資料，並在此過程中，考慮其他資料是否與綜合財務報表或吾等在審核過程中所了解的情況存在重大抵觸或者似乎存在重大錯誤陳述的情況。基於吾等已執行之工作，倘吾等認為其他資料存在重大錯誤陳述，吾等需要報告該事實。就此而言，吾等並無任何報告。

董事就綜合財務報表須承擔之責任

董事負責遵照香港會計師公會所頒佈之香港財務報告準則及香港公司條例之披露規定，編製綜合財務報表以真實及公平地反映 貴集團之狀況，並實施董事認為必要之內部監控，以確保編製綜合財務報表並無存在重大錯誤陳述(不論是因欺詐或錯誤引起)。

於編製綜合財務報表時，董事須負責評估 貴集團持續經營的能力，並在適用情況下披露與持續經營有關的事項，以及使用持續經營為會計基礎，除非董事有意將 貴集團清盤或停止經營，或別無其他實際的替代方案。

董事亦須負責監督 貴集團之財務報告過程。 貴公司審核委員會(「審核委員會」)就此協助董事履行其責任。

核數師就審核綜合財務報表須承擔之責任

吾等之目標為就綜合財務報表整體是否不存在由於欺詐或錯誤而導致之重大錯誤陳述取得合理保證，並發出載有吾等意見之核數師報告。本報告乃根據一九八一年百慕達公司法第90條僅向整體股東作出，除此之外，並無其他用途。吾等不會就本報告內容向任何其他人士負上或承擔責任。

合理保證屬高水平之核證，但不能擔保根據香港審計準則進行之審核工作總能發現存在之重大錯誤陳述。錯誤陳述可由欺詐或錯誤引起，倘個別或整體於合理預期情況下可影響使用者根據該等綜合財務報表作出之經濟決定時，則被視為重大錯誤陳述。

根據香港審計準則進行審核時，吾等運用專業判斷，並於整個審核過程中抱持專業懷疑態度。吾等亦：

- 識別及評估綜合財務報表由於欺詐或錯誤而導致之重大錯誤陳述風險，因應該等風險設計及執行審核程序，獲得充足及適當審核憑證為吾等之意見提供基礎。由於欺詐涉及合謀串通、偽造、故意遺漏、誤導性陳述或凌駕內部控制，因此未能發現由此造成之重大錯誤陳述風險較未能發現由於錯誤而導致之重大錯誤陳述風險更高。
- 了解與審核有關之內部控制，以設計恰當之審核程序，但並非旨在對貴集團內部控制之有效程度發表意見。
- 評估所用會計政策是否恰當，以及董事所作會計估計及相關披露是否合理。
- 總結董事採用以持續經營為基礎之會計法是否適當，並根據已獲取之審核憑證，總結是否有對貴集團持續經營之能力可能構成重大疑問之事件或情況等重大不確定因素。倘吾等總結認為存在重大不確定因素，吾等須於吾等之核數師報告中提請注意綜合財務報表內之相關披露，或倘該等披露不足，則修訂吾等之意見。吾等之結論以截至吾等之核數師報告日期所獲得之審核憑證為基礎。然而，未來事件或情況可能導致貴集團不再具有持續經營之能力。
- 評估綜合財務報表(包括資料披露)之整體列報、架構及內容，以及綜合財務報表是否公平呈列相關交易及事項。
- 就貴集團內各實體或業務活動之財務資料獲得充足適當之審核憑證，以就綜合財務報表發表意見。吾等須負責指導、監督及執行集團之審核工作。吾等須為吾等之審核意見承擔全部責任。

吾等就(其中包括)審核工作之計劃範圍及時間安排及重大審核發現，包括吾等於審核期間識別出內部控制之任何重大缺陷與審核委員會溝通。

吾等亦向審核委員會提交聲明，說明吾等已遵守有關獨立性之相關道德要求，並就所有被合理認為可能影響吾等之獨立性之關係及其他事宜及相關防範措施(如適用)與負責管治之人員溝通。

從與董事溝通之事項中，吾等釐定對審核本期綜合財務報表而言最為重要之事項，因而構成關鍵審核事項。除非法律或法規不容許公開披露此事項，或於極罕見之情況下，吾等認為披露該等事項可合理預期之不良後果將超越公眾知悉此事項之利益而不應於報告中披露，否則吾等會於核數師報告中描述此事項。

香港立信德豪會計師事務所有限公司

執業會計師

陳永輝

執業證書號碼：P05443

香港，二零一九年六月十七日

綜合損益及其他全面收益表

截至二零一九年三月三十一日止年度

	附註	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
收益	6	271,287	59,719
銷售成本		<u>(185,321)</u>	<u>(38,646)</u>
毛利		85,966	21,073
其他收入	7	444	45
其他收益及虧損，淨額	8	(1,915)	(141,656)
出售附屬公司之淨收益	30	7,577	–
銷售及分銷開支		(22,032)	(3,681)
行政開支		(29,320)	(18,917)
融資成本	9	<u>(7)</u>	<u>(15)</u>
除所得稅前溢利／(虧損)	10	40,713	(143,151)
所得稅開支	13	<u>(9,670)</u>	<u>(1,888)</u>
年度溢利／(虧損)		<u>31,043</u>	<u>(145,039)</u>
其他全面(開支)／收入：			
其後可能重新分類至損益的項目：			
換算海外業務所產生的匯兌差額		<u>(4,723)</u>	<u>5,850</u>
年度其他全面(開支)／收入，扣除所得稅		<u>(4,723)</u>	<u>5,850</u>
年度全面收入／(開支)總額		<u>26,320</u>	<u>(139,189)</u>
每股盈利／(虧損)			
—基本及攤薄(港元)	14	<u>0.006</u>	<u>(0.026)</u>

綜合財務狀況報表

於二零一九年三月三十一日

	附註	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備	15	1,315	1,230
商譽	16	2,534	2,534
無形資產	17	31,058	31,094
		<u>34,907</u>	<u>34,858</u>
流動資產			
存貨	19	37,492	1,776
應收貿易賬款及其他應收款項	20	46,986	76,185
應收董事款項		273	—
現金及銀行結餘	21	88,328	45,033
		<u>173,079</u>	<u>122,994</u>
流動負債			
應付貿易賬款及其他應付款項	22	29,954	15,772
合約負債	23	503	—
應付所得稅		18,970	9,397
應付董事款項		—	258
融資租賃承擔—即期部分	24	45	177
		<u>49,472</u>	<u>25,604</u>
流動資產淨值		<u>123,607</u>	<u>97,390</u>
總資產減流動負債		<u>158,514</u>	<u>132,248</u>
非流動負債			
融資租賃承擔—非即期部分	24	—	45
遞延稅項負債	18	14	23
		<u>14</u>	<u>68</u>
資產淨值		<u>158,500</u>	<u>132,180</u>
資本及儲備			
股本	25	55,198	55,198
儲備		<u>103,302</u>	<u>76,982</u>
權益總額		<u>158,500</u>	<u>132,180</u>

綜合權益變動表

截至二零一九年三月三十一日止年度

	以股份為 中國法定 付款基礎的							
	股本 千港元	股份溢價 千港元	其他儲備 千港元 (附註(A))	匯兌儲備 千港元	儲備 千港元 (附註(B))	資本儲備 千港元	累計虧損 千港元	總計 千港元
於二零一七年四月一日	55,198	913,906	(19,518)	19,978	9,436	35,993	(743,624)	271,369
年內虧損	-	-	-	-	-	-	(145,039)	(145,039)
年內其他全面收入，扣除所得稅	-	-	-	5,850	-	-	-	5,850
年內全面收入／(開支)總額	-	-	-	5,850	-	-	(145,039)	(139,189)
於二零一八年三月三十一日及 二零一八年四月一日	55,198	913,906	(19,518)	25,828	9,436	35,993	(888,663)	132,180
年內溢利	-	-	-	-	-	-	31,043	31,043
年內其他全面開支，扣除所得稅	-	-	-	(4,723)	-	-	-	(4,723)
出售附屬公司	-	-	(97)	-	-	-	97	-
年內全面(開支)／收入總額	-	-	(97)	(4,723)	-	-	31,140	26,320
購股權失效	-	-	-	-	-	(13,736)	13,736	-
於二零一九年三月三十一日	55,198	913,906	(19,615)	21,105	9,436	22,257	(843,787)	158,500

附註：

A. 其他儲備

其他儲備包括下列各項：

i. 重組儲備

借方餘額約19,615,000港元(二零一八年：19,615,000港元)的重組儲備為本集團於二零零八年進行重組前，本公司已發行股本面值與本集團旗下附屬公司股本面值間的差額。

ii. 法定儲備

根據澳門商法典，本公司於澳門註冊成立的附屬公司須將純利約25%撥入法定儲備，直至該儲備結餘達到附屬公司註冊資本的50%。於報告期末，法定儲備約零港元(二零一八年：97,000港元)不可分派予本公司的股權持有人。

B. 中國法定儲備

該等金額指自保留盈利撥入中國法定儲備，乃根據中華人民共和國(「中國」)相關規則及法規以及本公司於中國成立的附屬公司的組織章程細則執行，並經相關董事會批准，包括下列各項：

i. 一般儲備金

中國附屬公司須根據中國會計規則及法規將純利的10%撥入一般儲備金，直至儲備結餘達到註冊資本的50%為止。向此基金撥款後方可向股權持有人分派股息。

一般儲備金可用於彌補過往年度的虧損(如有)，亦可轉為繳足資本，惟轉撥後的一般儲備金結餘不得少於附屬公司註冊資本的25%。

ii. 企業擴展基金

中國附屬公司須根據中國會計規則及法規將純利的若干百分比撥入企業擴展基金。劃撥百分比由附屬公司董事決定。

企業擴展基金可用於附屬公司業務發展及營運資金用途。此基金亦可用於增加相關附屬公司的資本(倘批准)。此基金在清盤時方可分派。向此基金撥款後方可向股權持有人分派股息。

綜合現金流量表

截至二零一九年三月三十一日止年度

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
經營活動		
除所得稅前溢利／(虧損)	40,713	(143,151)
就以下各項作出調整：		
物業、廠房及設備折舊	625	313
無形資產攤銷	36	15
於損益確認的融資成本	7	15
於損益確認的利息收入	(204)	(45)
出售附屬公司的淨收益	(7,577)	—
出售物業、廠房及設備的收益	(110)	—
就商譽確認之減值虧損	—	141,000
撇銷物業、廠房及設備	—	92
營運資金變動前的營運現金流量	33,490	(1,761)
已付按金減少	—	22,552
存貨增加	(35,716)	(1,688)
應收貿易賬款及其他應收款項減少／(增加)	26,376	(30,909)
應付貿易賬款及其他應付款項增加	26,443	9,695
合約負債增加	503	—
經營所得／(所用)現金	51,096	(2,111)
已付所得稅	—	(37)
經營活動所得／(所用)現金淨額	51,096	(2,148)
投資活動		
出售物業、廠房及設備所得款項淨額	110	—
向董事作出的墊款	(273)	—
購入物業、廠房及設備	(750)	(769)
已收利息	204	45
收購一間附屬公司，扣除所得現金(附註29)	—	(2,283)
出售附屬公司，扣除出售的現金(附註30)	(1,861)	—
投資活動所用現金淨額	(2,570)	(3,007)

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
融資活動(附註36)		
(償還董事款項)／董事預付款項	(258)	258
償還融資租賃承擔	(177)	(169)
就融資租賃承擔的已付利息	<u>(7)</u>	<u>(15)</u>
融資活動(所用)／所得現金淨額	<u>(442)</u>	<u>74</u>
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	48,084	(5,081)
年初的現金及現金等價物	45,033	44,152
匯率變動影響	<u>(4,789)</u>	<u>5,962</u>
年末的現金及現金等價物 指現金及銀行結餘	<u><u>88,328</u></u>	<u><u>45,033</u></u>

綜合財務報表附註

截至二零一九年三月三十一日止年度

1. 一般資料

領視控股有限公司(「本公司」)於二零零七年五月三十日在百慕達根據百慕達一九八一年公司法註冊成立為獲豁免有限公司，股份在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)上市。註冊辦事處地址為Clarendon House, 2 Church Street, Hamilton HM 11, Bermuda。主要營業地點為香港上環德輔道中288號易通商業大廈16樓D室。

本公司為投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)主要從事透過本集團自營網上平台銷售一系列時尚配飾產品(「綜合時尚配飾平台業務」)。

本公司董事(「董事」)認為，本公司的直接控股公司為歷華投資有限公司(一間於英屬處女群島註冊成立的公司)，而其最終控股方為謝海州先生(本公司執行董事、主席兼行政總裁)。

附屬公司的主要業務載列於附註35。

2. 應用香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)

(a) 應用新訂／經修訂香港財務報告準則—二零一八年四月一日生效

香港會計師公會(「香港會計師公會」)已頒佈多項新訂香港財務報告準則及經修訂香港財務報告準則，並於本集團本會計期間首次生效。其中，以下發展乃與本集團之財務報表相關：

香港財務報告準則第9號	金融工具
香港財務報告準則第15號	客戶合約收益
香港(國際財務報告詮釋委員會) —詮釋第22號	外幣交易及墊付代價
香港財務報告準則第15號之修訂	客戶合約收益(澄清香港財務報告準則第15號)
香港財務報告準則第2號之修訂	以股份為基礎的付款交易之分類及計量
香港財務報告準則二零一四年至 二零一六年週期之年度改進	香港財務報告準則第1號之修訂，首次採納香港財務報告準則

A. 香港財務報告準則第9號—金融工具

(i) 金融工具分類及計量

香港財務報告準則第9號於二零一八年四月一日或之後開始之年度期間取代香港會計準則第39號「金融工具：確認及計量」，合併金融工具會計處理之所有三個方面：(1)分類及計量；(2)減值；及(3)對沖會計處理。自二零一八年四月一日起採納香港財務報告準則第9號導致本集團會計政策及於綜合財務報表確認之金額變動。

香港財務報告準則第9號繼承香港會計準則第39號的金融負債確認、分類及計量規定，惟就指定為按公平值計入損益（「按公平值計入損益」）的金融負債而言，該負債的信貨風險變動所引致的公平值變動金額會在其他全面收益中確認，除非此舉會導致出現或擴大會計錯配。此外，香港財務報告準則第9號保留香港會計準則第39號有關終止確認金融資產及金融負債的規定。然而，其取消先前香港會計準則第39號有關持有至到期金融資產、貸款及應收款項及可供出售金融資產之金融資產類別。採納香港財務報告準則第9號並不會對本集團有關金融負債及衍生金融工具之會計政策造成重大影響。香港財務報告準則第9號對本集團金融資產分類及計量之影響載列如下。

根據香港財務報告準則第9號，除若干應收貿易賬款（根據香港財務報告準則第15號，應收貿易賬款並無包括重大之融資成分）外，實體於初步確認時，將按公平值計量金融資產，倘並非按公平值於損益賬處理之金融資產，則另加交易成本。金融資產分類為：(i)按攤銷成本計量之金融資產；(ii)按公平值計入其他全面收益（「按公平值計入其他全面收益」）之金融資產；或(iii)按公平值計入損益之金融資產。根據香港財務報告準則第9號之金融資產分類一般根據兩個準則：(i)管理金融資產之業務模式及(ii)其合約現金流特徵（「僅為支付本金及利息」準則，亦稱為「SPPI準則」）。根據香港財務報告準則第9號，內含衍生工具無須與主體金融資產分開列示。取而代之，混合式金融工具分類時須整體評估。

當金融資產同時符合以下條件，且並無指定按公平值於損益賬處理，則該金融資產按攤銷成本計量：

- 由一個旨在通過持有金融資產收取合約現金流量之業務模式所持有；及
- 該金融資產之合約條款於特定日期可提高現金流量，而該現金流量為就符合僅為支付本金及利息準則。

倘債務投資同時符合以下條件，且並非指定按公平值計入損益，則該債務投資按公平值計入其他全面收益：

- 其由一個旨在通過持有資產以收取合約現金流量及銷售金融資產之業務模式所持有；及
- 該金融資產之合約條款於特定日期可提高現金流量，而該現金流量為就符合僅為支付本金及利息準則。

於初次確認並非持作買賣用途之股本投資時，本集團可不可撤回地選擇於其他全面收益中呈列投資公平值後續變動。該選擇乃按投資逐項作出。所有上述非分類為按攤銷成本計量或按公平值計入其他全面收益之其他金融資產，均分類為按公平值計入損益。此包括所有衍生金融資產。於初次確認時，本集團可不可撤回地指定金融資產（於其他方面符合按攤銷成本計量或按公平值計入其他全面收益）為按公平值計入損益，前提是有關指定可消除或大幅減少會計錯配發生。

以下會計政策將適用於本集團之金融資產如下：

按公平值計入損益的 金融資產	按公平值計入損益的金融資產其後按公平值計量。公平值、股息及利息收入之變動均於損益中確認。
按攤銷成本列賬的 金融資產	按攤銷成本列賬之金融資產其後採用實際利率法計量。利息收入、匯兌損益及減值均於損益中確認。終止確認之任何收益均於損益中確認。
按公平值計入其他全面 收益的金融資產(債務 工具)	按公平值計入其他全面收益的債務投資其後按公平值計量。按實際利率法計算的利息收入、外匯損益及減值於損益中確認。其他收益及虧損淨額於其他全面收益確認。於終止確認時，其他綜合收益中累計的收益和虧損將重新分類至損益。
按公平值計入其他全面 收益的金融資產(權益 工具)	按公平值計入其他全面收益的權益工具按公平值計量。股息收益於損益確認，除非股息收入明確指投資成本部分收回。其他收益及虧損淨額於其他全面收益確認，並不重新分類至損益。

下表概述本集團於二零一八年四月一日各類金融資產根據香港會計準則第39號原有計量類別及根據香港財務報告準則第9號之新計量類別：

金融資產	根據香港會計 準則第39號 原有類別	根據香港財務 報告準則第9號 之新類別	根據香港會計 準則第39號 於二零一八年 四月一日之 賬面值 千港元	根據香港財務 報告準則第9號 於二零一八年 四月一日之 賬面值 千港元
應收貿易賬款及 其他應收款項	貸款及應收款項	按攤銷成本列賬的 金融資產	75,966	75,966
現金及現金等價物	貸款及應收款項	按攤銷成本列賬的 金融資產	45,033	45,033

(ii) 金融資產之減值

採納香港財務報告準則第9號更改本集團之減值模式，將由香港會計準則第39號「已產生虧損模式」更改為「預期信貸虧損（「預期信貸虧損」）模式」。香港財務報告準則第9號規定本集團以較香港會計準則第39號為先就應收貿易賬款、按攤銷成本列賬之金融資產、合約資產及按公平值計入其他全面收益之債務投資確認預期信貸虧損。現金及現金等值物須受預期信貸虧損模式所限，惟本年度減值並不重大。

根據香港財務報告準則第9號，虧損撥備按以下其中一項基準計量：
(1)12個月之預期信貸虧損：此乃於報告日期後12個月內發生之潛在違約事件導致之預期信貸虧損；及(2)年限內預期信貸虧損：此乃於金融工具預計年期內之所有潛在違約事件導致之預期信貸虧損。

預期信貸虧損之計量

預期信貸虧損乃基於根據合約應付之合約現金流量與本集團預期收取之所有現金流量之間之差額。該差額其後按資產原有實際利率相近之差額貼現。

本集團已選用香港財務報告準則第9號簡化法將應收貿易賬款之虧損撥備進行計量，並已根據年限內預期信貸虧損計算預期信貸虧損。本集團已設立根據本集團過往信貸虧損經驗計算之撥備矩陣，並按與債務人相關之前瞻性因素及經濟環境調整。

就其他債務金融資產而言，預期信貸虧損以12個月之預期信貸虧損計算。12個月之預期信貸虧損為年限內預期信貸虧損之一部份，其源自可能在報告日期後之12個月內發生之金融工具違約事件。然而，自發生以來信貸風險顯著增加時，撥備將以年限內預期信貸虧損為基準。當釐定金融資產之信貸風險是否自初步確認後大幅增加，並於估計預期信貸虧損時，本集團考慮到相關及毋須付出不必要成本或精力即可獲得之合理及具理據資料。此包括根據本集團之過往經驗及已知信貸評估得出定量及定性之資料及分析，並包括前瞻性資料。

本集團假設，倘逾期超過30日，金融資產之信貸風險會大幅增加。

本集團認為金融資產於下列情況下屬違約：(1)借款人不可能在本集團無追索權（例如：變現擔保）（如持有）下向本集團悉數支付其信貸責任；或(2)該金融資產逾期超過90日。

於估計預期信貸虧損時所考慮之最長期間為本集團面臨信貸風險之最長合約期間。

預期信貸虧損之呈列

按攤銷成本計量之金融資產之虧損撥備從資產之總賬面值中扣除。就按公平值計入其他全面收益之債務投資而言，虧損撥備於其他全面收益確認，而非從資產賬面值扣除。

(1) 應收貿易賬款之影響

本集團已選用香港財務報告準則第9號簡化方法將應收貿易賬款之虧損撥備進行計量，並已根據整個存續期預期信貸虧損計算預期信貸虧損。本集團已根據於報告日期毋須付出不必要成本或精力即可獲取之合理可靠資料，包括過往信貸虧損經驗、共同信貸風險特徵及逾期日數建立撥備矩陣，並根據債務人及經濟環境之具體前瞻因素作出調整。

採用香港財務報告準則第9號項下預期信貸虧損模式對本集團於二零一八年四月一日之應收貿易賬款之賬面值並無重大影響。

(2) 對按攤銷成本計量之剩餘金融資產之影響

本集團按攤銷成本計量之剩餘金融資產包括其他應收款項以及銀行結餘及現金。於二零一八年四月一日過渡至香港財務報告準則第9號後，虧損撥備並無變動。

(iii) 過渡

本集團已應用香港財務報告準則第9號之過渡條文，以使香港財務報告準則第9號獲一般採納而毋須重列比較資料。因此，新預期信貸虧損規則所引起之重新分類及調整並未於二零一八年三月三十一日之財務狀況表反映，惟已於二零一八年四月一日之財務狀況表確認，意指採納香港財務報告準則第9號所導致金融資產及金融負債賬面值之差額於二零一八年四月一日之保留盈利及儲備確認。因此，二零一八年呈列的資料並不反映香港財務報告準則第9號之規定，而反映香港會計準則第39號之規定。

以下評估乃根據香港財務報告準則第9號初次應用日期（「初次應用日期」）存在的事實及情況而作出：

- 釐定持有金融資產的業務模式；
- 指定及撤銷原來指定的若干金融資產及金融負債為按公平值計入損益計量；及
- 指定對按公平值計入其他全面收益且並非持作買賣的股本投資的若干投資。

倘於債務投資的投資中在初次應用日期具有較低的信貸風險，則本集團假設該資產的信貸風險自其初始確認起並無顯著增加。

B. 香港財務報告準則第15號－客戶合約收益

香港財務報告準則第15號取代香港會計準則第11號「建築合約」、香港會計準則第18號「收益」及相關詮釋。香港財務報告準則第15號建立一個五步模型，以將客戶合約收益列賬。根據香港財務報告準則第15號，收益按能反映實體預期為交換向客戶轉讓貨物或服務而有權獲得之代價金額確認。

董事認為，應用香港財務報告準則第15號對已確認之時間及收益金額並無重大影響。

本集團已採用累計影響法採納香港財務報告準則第15號(無可行權宜方法)。根據本集團之評估，初次應用香港財務報告準則第15號時並無對於二零一八年四月一日之期初權益結餘作出調整。誠如香港財務報告準則第15號所准許，本集團僅對未於二零一八年四月一日前完成的合約應用新規定。

下文列出新主要會計政策之詳情以及就本集團各項貨品及服務而言過往會計政策之變動性質：

附註	產品／服務	商品或服務的性質、 履行履約義務及付款條款	會計政策變動的性質及 對二零一八年四月一日的影響
(i)	銷售時尚配飾產品	來自銷售時尚配飾產品的收益於向客戶交付貨品及已被彼等接納的時間點獲確認。該等服務收入的票據於貨品交付時發出。	香港財務報告準則第15號並未對本集團的會計政策產生重大影響。 於二零一八年四月一日，先前計入應收貿易賬款及其他應收款項的已收墊款約3,624,000港元已重新分類為合約負債。

C. 其他

香港財務報告準則15號之修訂－客戶合約收益(澄清香港財務報告準則15號)

香港財務報告準則第15號之修訂包括澄清對履行責任之識別方式；應用委託人或代理人；知識產權許可；及過渡規定。

香港(國際財務報告詮釋委員會)詮釋第22號－外幣交易及預付代價

該詮釋就為釐定用於涉及以外幣支付或收取預付代價之交易之匯率而釐定交易日期，以及確認非貨幣資產或非貨幣負債提供指引。該詮釋訂明，釐定首次確認相關資產、開支或收益(或當中部分)所使用之匯率之交易日期為實體首次確認支付或收取預付代價產生的非貨幣資產或非貨幣負債之日期。

(b) 已頒佈但尚未生效之新訂／經修訂香港財務報告準則

本集團並無提早採納下列已頒佈但尚未生效而可能與本集團的財務報表有關的新訂／經修訂香港財務報告準則。本集團目前擬於該等變動生效當日應用該等變動。

香港財務報告準則第16號	租賃 ¹
香港(國際財務報告詮釋委員會)	所得稅處理的不確定性 ¹
—詮釋第23號	
香港會計準則第28號之修訂	於聯營公司及合營企業之長期權益 ¹
香港財務報告準則第3號之修訂	業務的定義 ²
香港財務報告準則二零一五年至二零一七年週期之年度改進	香港財務報告準則第3號之修訂，業務合併 ¹
香港財務報告準則二零一五年至二零一七年週期之年度改進	香港財務報告準則第11號之修訂，共同安排 ¹
香港財務報告準則二零一五年至二零一七年週期之年度改進	香港財務報告準則第12號之修訂，所得稅 ¹
香港財務報告準則二零一五年至二零一七年週期之年度改進	香港財務報告準則第23號之修訂，借貸成本 ¹
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號之修訂	投資者及其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注資 ³

¹ 於二零一九年一月一日或之後開始的年度期間生效

² 於二零二零年一月一日或之後開始的年度期間生效

³ 有關修訂原擬於二零一七年一月一日或之後開始的期間生效。生效日期現已被延後／撤銷。提早應用該等修訂仍獲准許。

香港財務報告準則第16號—租賃

香港財務報告準則第16號將於生效日期起取代香港會計準則第17號「租賃」及相關詮釋，引入單一承租人會計處理模式，並規定承租人就為期超過12個月的所有租賃確認資產及負債，除非相關資產為低價值資產。具體而言，根據香港財務報告準則第16號，承租人須確認使用權資產(相當於其有權使用的相關租賃資產)及租賃負債(相當於其有責任支付租賃款項)。因此，承租人應確認使用權資產折舊及租賃負債利息，並將租賃負債的現金還款分類為本金部分及利息部分，在現金流量表中呈列。此外，使用權資產及租賃負債初步按現值基準計量。計量包括不可撤銷租賃付款，亦包括在承租人合理肯定會行使選擇權延續租賃，或不行使選擇權而中止租賃的情況下，將於選擇權期間內作出的付款。此會計處理方法與承租人此前根據香港會計準則第17號就分類為經營租賃的租賃進行的會計處理方法存在明顯差異。

就出租人會計處理方法而言，香港財務報告準則第16號大致轉承了香港會計準則第17號的出租人會計處理方法的規定。因此，出租人繼續將其租賃分類為經營租賃或融資租賃，並且以不同方式將兩類租賃入賬。

於二零一九年三月三十一日，如於附註28披露，本公司的不可撤銷經營租賃承擔約為2,914,000港元。董事預期採納香港財務報告準則第16號與目前會計政策相比將不會對本集團的財務表現造成重大影響，但預期本集團須單獨確認租賃負債及使用權資產的折舊費用以及本集團經營租賃下未來最低租賃付款的若干部分將需要在本集團的綜合財務狀況表中確認為使用權資產和租賃負債。本集團亦須於發生若干事件(例如變更租賃期)後重新計量租賃負債，並確認重新計量租賃負債的金額作為對使用權資產的調整。此外，租賃負債主要部分的付款將在本集團綜合現金流量表中的融資活動中呈報。

香港(國際財務報告詮釋委員會)－詮釋第23號－所得稅處理的不確定性

該詮釋支持香港會計準則第12號所得稅之規定，就如何反映所得稅會計處理不確定因素之影響提供指引。

根據該詮釋，實體將根據何種方式能夠更佳地預測不確定因素之最終解決方案而釐定是否單獨或共同考慮各項不確定稅務處理。實體亦須假設稅務機關將檢查其有權檢查的款項及於檢查過程中完全知悉所有相關資料。倘實體認為稅務機關可能接受不確定的稅務處理方式，則實體應按其報稅文件計量即期及遞延稅項。倘實體認為稅務機關不可能接受，則釐定稅項的不確定因素使用「最可能金額」或「預期價值」法(以能夠最佳預測不確定因素的最終決議為準)反映。

香港財務報告準則二零一五年至二零一七年週期之年度改進－香港會計準則第12號之修訂，所得稅

根據年度改進過程頒佈之修訂對現時並不明確之多項準則作出微細且並不急切之變動。該等變動包括香港會計準則第12號之修訂，其闡明股息的所有所得稅後果與產生可分派溢利的交易採取一致的方式於損益、其他全面收益或直接於權益內確認。

除香港財務報告準則第16號外，本集團尚無法說明該等新訂及經修訂香港財務報告準則會否導致本集團之會計政策及財務報表出現任何重大變動。

3. 編製基準

(a) 合規聲明

綜合財務報表乃按照香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋以及香港公司條例之披露規定編製。此外，綜合財務報表包括聯交所證券上市規則(「上市規則」)規定之適用披露。

(b) 計量基準

綜合財務報表乃根據歷史成本法編製。

(c) 功能及呈列貨幣

綜合財務報表以港元(「港元」)呈列，與本公司的功能貨幣相同，且除另有指明者外，所有數值湊整至最接近千位。

4. 主要會計政策概要

(a) 業務合併及綜合基準

綜合財務報表包括本公司及其附屬公司之財務報表。集團內公司間交易及結餘連同未變現溢利於編製綜合財務報表時全數對銷。未變現虧損亦會對銷，除非有關交易顯示已轉讓資產出現減值，在此情況下，虧損於損益中確認。

於年內收購或出售之附屬公司之業績，乃由收購日期起或截至出售日期止(視適用情況而定)計入綜合全面收益表。如有必要，則調整附屬公司之財務報表以使其會計政策與本集團其他成員公司之會計政策一致。

收購附屬公司或業務採用收購法入賬。收購成本乃按所轉讓資產、所產生負債及本集團(作為收購方)發行之股本權益於收購當日之公平值總額計量。所收購可識別資產及所承擔負債主要按收購當日之公平值計量。本集團先前所持被收購方之股權以收購當日公平值重新計量，而所產生之收益或虧損則於損益中確認。本集團可按每宗交易選擇以公平值或應佔被收購方之可識別資產淨值比例計算非控股權益(即現時於附屬公司之擁有權權益)。除非香港財務報告準則規定使用其他計量基準，否則所有其他非控股權益均按公平值計量。所產生之收購相關成本均予以支銷，除非該等成本乃於發行權益工具時產生，在該情況下，有關成本乃自權益中扣除。

收購方將予轉讓之任何或然代價按收購當日之公平值確認。其後對代價之調整僅於調整源自於計量期(最長為收購日期起計十二個月)內所取得有關於收購當日之公平值之新資料時，方以商譽確認。所有其他分類為資產或負債之或然代價之其後調整均於損益中確認。

倘本集團失去附屬公司之控制權，出售損益乃按下列兩者之差額計算：(i)所收取代價之公平值與任何保留權益之公平值之總額；及(ii)該附屬公司之資產(包括商譽)及負債與任何非控股權益過往之賬面值。過往就該附屬公司於其他全面收益確認之款額按出售相關資產或負債時所規定之相同方式列賬。

於收購後，非控股權益(即現時於附屬公司之擁有權權益)之賬面值為該等權益於初步確認時之金額加非控股權益應佔權益其後變動之部分。即使會導致該等非控股權益出現虧絀結餘，全面收入總額仍歸屬於非控股權益。

(b) 附屬公司

附屬公司為本公司可行使控制權之投資對象。符合以下全部三項要素時則本公司對投資對象擁有控制權：(i)對投資對象有權力；(ii)對投資對象之可變回報承擔風險或享有權利；及(iii)可使用其權力影響該等可變回報。倘有事實及情況顯示任何該等控制權要素出現變動，則重新評估控制權。

於本公司財務狀況表內，於附屬公司之投資按成本減減值虧損(如有)列賬。附屬公司之業績由本公司按已收及應收股息基準計入。

(c) 商譽

倘可識別資產及負債之公平值高於所付代價之公平值、於被收購方之任何非控股權益之金額以及收購方先前於被收購方持有之股本權益之收購日期公平值的總額，則超出部份於重估後於收購日期在損益表確認。

商譽乃按成本減去減值虧損計量。就減值測試而言，收購產生之商譽分配予預期會受惠於收購協同效益之各相關現金產生單位（「現金產生單位」）。現金產生單位是其產生的現金流入基本上獨立於其他資產或資產組別的現金流入的最小可識別資產組合。獲分配商譽之現金產生單位會每年透過將其賬面值與其可收回金額（見附註4(n)）作比較而進行減值測試及於有跡象顯示該單位可能出現減值時進行減值測試。

就於財政年度內進行收購所產生之商譽而言，獲分配商譽之現金產生單位會於該財政年度結束前進行減值測試。當現金產生單位之可收回金額少於該單位賬面值時，減值虧損會首先分配至撇減該單位獲分配之任何商譽之賬面值，繼而基於該單位內各資產之賬面值按比例分配至該單位之其他資產。然而，分配至各項資產之虧損將不會令到獨立資產之賬面值減至低於其公平值減出售成本（如可計量）或其使用價值（如可釐定）（以較高者為準）。商譽之任何減值虧損於損益表確認，而不會於往後期間撥回。

(d)A 收益確認（自二零一八年四月一日起應用的會計政策）

客戶合約收入於貨品或服務控制權轉讓至客戶時確認，有關金額反映本集團預期就交換該等貨品或服務而可獲得之代價，惟不包括代表第三方收取的金額。收益不計及增值稅或其他銷售稅，且已扣除任何貿易折扣。

貨品或服務之控制權乃於一段時間內或某一時間點轉移，取決於合約的條款與適用於合約的法律規定。倘本集團符合下列條件，貨品或服務之控制權於一段時間內轉移：

- 提供全部利益，而客戶亦同步收到並消耗有關利益；
- 本集團履約時創建或優化由客戶控制的資產；或
- 並無產生本集團有替代用途的資產，且本集團有可執行權利就至今已完成的履約部分收取款項。

倘貨品或服務之控制權於一段時間內轉移，則收益於整個合約期間經參考完成履約責任的進度確認。否則，收益於客戶獲得貨品或服務控制權的時點確認。

倘合約中包含為客戶提供超過一年轉移貨品或服務的重大融資利益之融資成分，則收益按應收金額之現值計量，並使用訂立合約時本集團與客戶的單獨融資交易中反映之貼現率貼現。倘合約中包含為本集團提供重大融資利益之融資成分，則根據該合約確認的收益包括按實際利率法計算的合約負債所產生的利息開支。對於付款與承諾的貨品或服務轉移之間的期限為一年或以下的合約，交易價不會於採用香港財務報告準則第15號可行的權宜之計時因重大融資成分之影響而調整。

- (i) 來自銷售時尚配飾產品的收益於向客戶交付貨品及已被彼等接納的時間點獲確認。
- (ii) 利息收入按適用利率基於未償還本金按時間基準累計。

合約負債

合約負債指本集團因本集團已向客戶收取代價(或已到期收取代價金額)而須向客戶轉讓貨品的責任。

(d)B 收益確認(直至二零一八年三月三十一日前應用的會計政策)

收益按已收或應收代價的公平值計量。收益就估計客戶退貨、回扣及其他類似撥備作出扣減。

當交付貨品及移交所有權，並符合下列全部條件時，則會確認銷售貨品的收益：

- 本集團已將貨品擁有權的主要風險及回報轉移至買方；
- 本集團既不保留一般與擁有權相關的持續管理參與程度，亦不保留對已售貨品的實際控制權；
- 收益金額能可靠計量；
- 與交易相關的經濟利益很可能流入本集團；及
- 已經或將會就交易產生的成本能可靠計量。

電子商務業務的收益指就轉讓權利以使用軟件及相關服務而發出賬單的款項。當(i)軟件可由客戶使用；及(ii)提供相關服務時分別會確認此款項。

倘經濟利益很可能流入本集團且收入金額能可靠計量，則會確認利息收入。利息收入乃參考尚未償還本金及按適用實際利率按時間基準累計，有關利率乃於首次確認時將金融資產在預計年期內的估計未來所收現金貼現至該資產賬面淨值的同一利率。

代理費收入一般在貨品擁有權的風險及回報轉移至買方時確認，並基於授予買方的發票金額與賣方收取的發票金額之間的差額淨值計量。

(e) 租賃

凡租賃條款將擁有權的絕大部分風險及回報轉移至承租人的租賃會被歸類為融資租賃。所有其他租賃則會被歸類為經營租賃。

本集團作為承租人

以融資租賃持有的資產按其租賃開始時的公平值或(如屬較低者)按最低租賃款項的現值確認為本集團資產。結欠出租人的相應負債則於綜合財務狀況報表中列作融資租賃承擔。

租賃款項乃於融資開支與租賃承擔的扣減項目間分配，從而就負債餘額達致固定利率。融資開支即時於損益確認。或然租金於產生期間確認為開支。

經營租賃款項於有關租期以直線法確認為開支，除非有其他有系統的基準更能反映租賃資產所產生經濟利益被消耗的時間模式。根據經營租賃產生的或然租金於產生期間確認為開支。

倘就訂立經營租賃而取得租賃優惠，則該等優惠會確認為負債。優惠利益總額以直線法確認為租金開支的扣減項目，除非有其他有系統的基準更能反映租賃資產所產生經濟利益被消耗的時間模式。

(f) 外幣

於編製各獨立集團實體的財務報表時，以該實體的功能貨幣以外的貨幣(外幣)進行的交易按於交易當日的匯率確認。於報告期末，以外幣計值的貨幣項目按當日的匯率重新換算。以外幣計值並按公平值列賬的非貨幣項目按釐定公平值當日的匯率重新換算。根據以外幣為單位的歷史成本計量的非貨幣項目不會重新換算。

貨幣項目的匯兌差額在產生期間於損益中確認。

就呈列綜合財務報表而言，本集團海外業務的資產及負債乃使用報告期末當時的匯率換算為本集團的呈列貨幣(即港元)。收入及開支項目乃按年內的平均匯率換算。所產生的匯兌差額(如有)乃於其他全面收益內確認並於匯兌儲備下累算為權益。

出售海外業務(即出售本集團於海外業務的全部權益，或涉及失去對包含海外業務的附屬公司的控制權的出售，或出售於包含海外業務的共同安排或聯營公司的部分權益而保留權益成為金融資產)時，本公司擁有人應佔就該業務於權益累計的所有匯兌差額會重新分類為損益。

(g) 退休福利成本

界定供款退休福利計劃(包括國家管理的退休福利計劃及強制性公積金計劃(「強積金計劃」))的供款乃於僱員提供使彼等享有供款的服務時作為開支確認。

(h) 短期及其他長期僱員福利

負債乃就提供相關服務期間的工資及薪金、年假和病假按為換取有關服務而預期將支付之福利的未貼現金額對應計僱員的福利進行確認。就短期僱員福利確認的負債按為換取有關服務而預期將支付之福利的未貼現金額計量。就其他長期僱員福利所確認的負債按本集團所預期就僱員直至報告日期所提供服務相關的估計未來現金流出的現值計量。

(i) 以股份為付款基礎的安排

以權益結算及以股份為基礎付款的交易

授予僱員的購股權

向僱員及提供類似服務的其他各方給予以權益結算及以股份為基礎付款乃按於授出日期的權益工具公平值計量。有關釐定以權益結算及以股份為基礎的交易的公平值詳情載於附註27。

於購股權授出日期釐訂之公平值乃以本集團對最終將予歸屬之權益工具之估計為基準，於歸屬期內以直線法支銷，並對以股份為付款基礎的資本儲備作出相應增加。至於在授出日期即時歸屬之購股權，所授出購股權之公平值即時於損益支銷。於各報告期末，本集團修訂其對預期將予歸屬之權益工具數目之估計。修訂原來估計之影響(如有)於損益確認，致令累計開支反映經修訂估計，並對以股份為付款基礎的資本儲備作出相應調整。

當購股權獲行使時，先前於以股份為付款基礎的資本儲備確認的金額將轉撥至股份溢價。當購股權在歸屬日期後被沒收或於屆滿日期仍未行使，先前於以股份為付款基礎的資本儲備確認的金額將轉撥至累計虧損。

授予供應商／顧問的購股權

與僱員以外人士進行之以權益結算及以股份為基礎付款的交易乃按所收貨品或所接受服務之公平值計量，惟倘公平值未能可靠地計量，則按所授出權益工具於實體取得商品或對手方提供服務當日計量之公平值計量。除非貨品或服務符合資格確認為資產，否則當本集團取得貨品或當對手方提供服務時，所收取貨品或所接受服務的公平值會確認為開支，並相應增加權益(以股份為付款基礎的資本儲備)。

(j) 稅項

所得稅開支指即期應付稅項及遞延稅項的總和。

即期應付的稅項是根據年內的應課稅溢利計算。應課稅溢利與綜合損益表所呈報的「除所得稅前虧損」有所不同，是由於其他年度的應課稅或可扣減的收入或開支及永遠毋須課稅或扣減的項目。本集團即期稅項的負債乃採用於報告期末已實施或大致實施的稅率計算。

遞延稅項按在綜合財務報表內資產及負債的賬面值與計算應課稅溢利所使用的相應稅基兩者間的暫時性差額確認。遞延稅項負債一般就所有應課稅暫時性差額確認。遞延稅項資產則一般就所有可扣減暫時性差額確認，並以很可能有應課稅溢利可供用作抵銷該等可扣減暫時性差額為限。倘暫時性差額是因首次確認一項不會影響應課稅溢利或會計溢利的交易中的資產及負債(業務合併除外)而產生，則有關資產及負債不予確認。

遞延稅項負債會就與於附屬公司的投資相關的應課稅暫時性差額確認，惟倘本集團可控制暫時性差額的撥回，且暫時性差額在可見將來很可能不會撥回則除外。與有關投資及權益相關的可扣減暫時性差額所產生的遞延稅項資產，僅在很可能有足夠應課稅溢利可動用暫時性差額的利益，且預期暫時性差額會於可見將來撥回的情況下方會確認。

遞延稅項資產的賬面值會於各報告期末進行檢討，並在不再可能有足夠應課稅溢利以收回全部或部分資產的情況下將賬面值調低。

遞延稅項資產及負債按預期於負債清償或資產變現的期間適用的稅率計量，並按於報告期末已實施或大致實施的稅率(及稅法)為基準。

遞延稅項負債及資產的計量反映本集團於報告期末預期收回或清償其資產及負債賬面值的方式所致使的稅務後果。

即期及遞延稅項乃於損益中確認，惟當其與於其他全面收益或直接於權益內確認的項目有關時則除外，在此情況下，即期及遞延稅項亦分別於其他全面收益或直接於權益內確認。倘為業務合併首次入賬產生即期稅項或遞延稅項，則為業務合併入賬時會計入稅務影響。

(k) 物業、廠房及設備

物業、廠房及設備成本包括購買價及購買該等項目的直接應佔成本。其後成本僅在該項目相關之未來經濟利益可能流入本集團，且該項目之成本能可靠計量時，方計入資產之賬面值或確認為獨立資產(視適用情況而定)。重置部分的賬面值終止確認。所有其他維修及保養成本，於其產生之財務期間於損益確認為開支。

物業、廠房及設備之折舊，於其估計可使用年期以直線法計提，以撇銷其成本或估值扣除預期剩餘價值。於各報告期末，已審閱可使用年期、剩餘價值及折舊法並作出調整(如適用)。可使用年期如下：

租賃物業裝修	按租賃期限
辦公室設備	3至10年
傢俬及裝置	5年
汽車	5年

倘資產賬面值高於資產估計可收回金額，則資產即時撇減至其可收回金額。

根據融資租賃持有之資產於其預期可用年限或相關租期(如為較短期間)使用與自置資產相同之基準計算折舊。

出售物業、廠房及設備項目之收益或虧損為出售所得款項淨額與其賬面值之差額，並於出售時於損益確認。

(l) 無形資產(商譽除外)

(i) 所收購無形資產

單獨收購的無形資產初步按成本確認。於業務合併中收購的無形資產成本為於收購日期的公平值。此後，可使用年期有限的無形資產按成本減累計攤銷及累計減值虧損入賬。

攤銷於以下可使用年期內按直線法作出。可使用年期無限的無形資產按成本減任何累計減值虧損入賬。攤銷開支於損益確認，並計入行政開支。

非合約客戶名單及關係

3年

倘無形資產(包括商標)之可使用年期評定為無限期，則不會攤銷。倘評定無形資產之可使用年期並無限期，則會每年檢討以釐定有否任何事件及情況繼續證明該項資產具有無限的可使用年期。倘並無該等事件及情況，評定可使用年期由無限期轉為有限期時，則自變更日期起具前瞻性地根據上文所載攤銷有限期無形資產之政策列賬。

(ii) 減值

可使用年期有限的無形資產在有跡象表明資產可能已減值時進行減值測試。可使用年期無限的無形資產及尚不可使用的無形資產每年進行測試減值，不論是否有跡象表明資產可能已減值。無形資產透過將賬面值與可收回金額進行比較而進行測試減值(見附註4(n))。

如資產的可收回金額經估計低於其賬面值，該資產的賬面值會減少至其可收回金額。

減值虧損即時確認為開支，除非相關資產按重估金額計量，在此情況下，減值虧損作為重估減少處理，以重估盈餘為限。

(m)A 金融工具(自二零一八年四月一日起應用的會計政策)

(i) 金融資產

並非按公平值計入損益之金融資產(並無重大融資成分的應收貿易賬款除外)初步按公平值加上與其收購或發行直接相關的交易成本計量。並無重大融資成分之應收貿易賬款初步按交易價計量。

所有以常規方式買賣之金融資產於交易日(即本集團承諾購買或出售資產當日)確認。常規買賣指規定於一般由市場規則或慣例確立的期間內交付資產之金融資產買賣。

在確定嵌入式衍生工具金融資產之現金流量是否僅為支付本金及利息時，會整體考慮有關金融資產。

債務工具

債務工具之後續計量取決於本集團管理該項資產的業務模式及該項資產的現金流量特徵。

按攤銷成本：對於持有以收取合約現金流量的資產，倘合約現金流量僅代表本金與利息付款，則該資產按攤銷成本計算。按攤銷成本計量的金融資產其後採用實際利率法計量。利息收入、匯兌收益及虧損以及減值於損益確認。終止確認的任何收益於損益確認。

(ii) 金融資產的減值虧損

本集團就按攤銷成本計量的應收貿易賬款、合約資產及金融資產確認預期信貸虧損的虧損撥備。預期信貸虧損按下列基準其中之一計量：(1)12個月預期信貸虧損：其為於報告日期後12個月內發生之可能違約事件導致之預期信貸虧損；及(2)年限內預期信貸虧損：此乃於金融工具預計年期內所有可能違約事件產生之預期信貸虧損。於估計預期信貸虧損時考慮之最長期間為本集團面對信貸風險之最長合約期間。

預期信貸虧損為信貸虧損的概率加權估計。信貸虧損乃按本集團根據合約應付的所有合約現金流量與本集團預期收取的所有現金流量之間的差額計算得出。該差額其後按資產原有實際利率相近的差額貼現。

本集團已選擇採用香港財務報告準則第9號簡化法計量應收貿易賬款及合約資產之虧損撥備，並已根據全期預期信貸虧損計算預期信貸虧損。本集團已設立根據本集團過往信貸虧損經驗計算的撥備矩陣，並按債務人前瞻性因素及經濟環境作出調整。

就其他債務金融資產而言，預期信貸虧損根據12個月預期信貸虧損釐定。然而，倘開始以來信貸風險顯著增加，撥備將以全期預期信貸虧損為基準。

當釐定金融資產之信貸風險是否自初始確認後大幅增加，並於估計預期信貸虧損時，本集團考慮相關及毋須付出不必要成本或努力即可獲得的合理及可靠資料。此包括根據本集團的過往經驗及已知信貸評估得出定量及定性之資料及分析，並包括前瞻性資料。

本集團假設，倘金融資產逾期超過30日，則金融資產的信貸風險已大幅增加。

本集團認為金融資產於下列情況下為信貸減值：(1)借款人不大可能在本集團並無追索權(如變現擔保)(如持有)下向本集團悉數支付其信貸義務；或(2)該金融資產逾期超過90日。

信貸減值金融資產之利息收入乃根據金融資產之攤銷成本(即總賬面值減虧損撥備)計算。非信貸減值金融資產之利息收入乃根據總賬面值計算。

(iii) 金融負債

本集團按產生負債之目的將其金融負債分類。按公平值計入損益之金融負債初步按公平值計量，而按攤銷成本計量之金融負債初步按公平值減直接應佔所產生之成本計量。

按公平值計入損益的金融負債

按公平值計入損益的金融負債包括持作買賣的金融負債，以及於初步確認時指定為按公平值計入損益的金融負債。

倘為於近期出售而收購金融負債，則該等金融負債分類為持作買賣。衍生工具(包括獨立內含衍生工具)亦分類為持作買賣，惟該等衍生工具被指定為有效對沖工具則除外。持作買賣負債之收益或虧損於損益內確認。

倘一份合約包含一項或多項內含衍生工具，則整份混合式合約可能被指定為按公平值計入損益的金融負債，除非有關內含衍生工具不會對現金流量產生重大影響，或此內含衍生工具被明確禁止拆分。

符合以下條件之金融負債可於初步確認時指定為按公平值計入損益：
(i)有關指定能消除或大幅減低因按照不同基準計量有關負債或確認其收益或虧損而出現之不一致處理情況；(ii)根據列明之風險管理策略，該等負債為一組受管理且其表現乃按公平值基準估值之金融負債之其中一部分；或(iii)該金融負債包含需單獨入賬之內含衍生工具。

於初步確認後，按公平值計入損益的金融負債乃按公平值計量，而公平值變動於變動產生期間內於損益確認，惟本集團自身信貸風險所產生的收益及虧損除外，有關收益及虧損呈列於其他全面收益且其後不得重新分類至損益表。於損益表確認的公平值收益或虧損淨額並不包括任何就該等金融負債所收取的利息。

按攤銷成本計量的金融負債

按攤銷成本計量的金融負債包括應付貿易賬款及其他應付款項以及銀行借貸，其後使用實際利率法按攤銷成本計量。相關利息開支於損益中確認。

當負債終止確認時，以及在攤銷過程中，收益或虧損會在損益中確認。

(iv) 實際利率法

實際利率法為計算金融資產或金融負債攤銷成本及於有關期間內分配利息收入或利息開支的方法。實際利率為於金融資產或負債的預計年期或適用的較短期間內將估計未來現金收款或付款貼現的確實利率。

(v) 權益工具

由本公司發行之權益工具按已收取之所得款項扣除直接發行成本入賬。

香港法例第622章香港公司條例於二零一四年三月三日生效。根據該條例，本公司之股份並無面值。於二零一四年三月三日或之後發行股份之已收或應收代價乃計入股本。根據該條例第148及149條，佣金及開支獲准自股本扣減。

(vi) 終止確認

當就金融資產之未來現金流量的合約權利屆滿時，或金融資產已轉讓且該轉讓符合香港財務報告準則第9號之終止確認規定，本集團會終止確認該項金融資產。

當相關合約中訂明之責任獲解除、註銷或到期時，會終止確認金融負債。

倘由於重新磋商金融負債之條款，本集團向債權人發行其自身權益工具以支付全部或部分之金融負債，則已發行之權益工具為已付代價並於抵銷金融負債或其部分日期按彼等之公平值初步確認及計量，倘已發行權益工具之公平值不能可靠計量，則權益工具將計量以反映所抵銷金融負債之公平值。所抵銷金融負債或其部分之賬面值與已付代價之差額於期內損益中確認。

(m)B 金融工具(於二零一八年三月三十一日或之前應用的會計政策)

本集團已追溯應用香港財務報告準則第9號，但選擇不重列比較資料。因此，所提供的比較財務資料繼續按照本集團過往的會計政策入賬。

(i) 金融資產

本集團的金融資產可分為貸款及應收款項。分類乃視乎金融資產的性質及目的，並於首次確認時釐定。

貸款及應收款項

貸款及應收款項為附帶固定或可定付款且並無在活躍市場報價的非衍生金融資產。於首次確認後，貸款及應收款項(包括應收貿易賬款及其他應收款項以及現金及銀行結餘)採用實際利率法按攤銷成本減任何已識別減值虧損(見下文金融資產減值虧損的會計政策)列賬。

金融資產減值

評估金融資產於報告期末有否出現減值跡象。倘有客觀證據顯示，金融資產於首次確認後曾發生一項或多項事件，導致金融資產的估計未來現金流量受到影響，則金融資產即視為出現減值。

就所有金融資產而言，減值的客觀跡象可包括：

- 發行人或對手方出現重大財政困難；或
- 違反合約，如逾期或拖欠償還利息或本金；或
- 借款人可能將會破產或進行財務重組；或
- 因面對財政困難以致金融資產的活躍市場消失。

就應收貿易賬款及其他應收款項等若干金融資產類別而言，個別評估為並無減值的資產會再按集體基準作減值評估。應收款項組合減值的客觀證據可包括本集團過往收賬經驗、組合內超逾客戶平均信貸期的延遲還款次數增加，以及與應收款項逾期相關的國家或地方經濟狀況的可觀察轉變。

就按攤銷成本列賬的金融資產而言，所確認的減值虧損金額為資產賬面值與按金融資產原有實際利率貼現的估計未來現金流量現值兩者間的差額。

就按成本列賬的金融資產而言，減值虧損金額為其資產賬面值及按類似金融資產的現行市場回報率貼現之估計未來現金流之現值間之差額計量。該減值虧損將不會於往後期間撥回。

所有金融資產的賬面值會直接按減值虧損撇減，惟應收貿易賬款及其他應收款項則透過使用撥備賬撇減賬面值。撥備賬賬面值的變動會於損益內確認。當應收貿易賬款及其他應收款項視為不可收回時，則於撥備賬撇銷。其後收回以往撇銷的款項會記入損益。

倘於往後期間減值虧損金額有所減少，而減少可客觀地與確認減值虧損後發生的事件相關，則過往確認的減值虧損會透過損益撥回，惟撥回減值當日資產賬面值不得超逾假設並無確認減值的攤銷成本。

(ii) 金融負債及權益工具

集團實體發行的債務及權益工具乃根據合約安排的內容以及金融負債及權益工具的定義而分類為金融負債或權益。

權益工具

權益工具為證明實體資產經扣除所有負債後有剩餘權益的任何合約。本公司發行的權益工具按已收取所得款項(扣除直接發行成本)確認。

(iii) 實際利率法

實際利率法為計算金融資產或金融負債攤銷成本及於有關期間內分配利息收入或利息開支的方法。實際利率為於金融資產或負債的預計年期或適用的較短期間內將估計未來現金收款或付款貼現的確實利率。

(iv) 終止確認

本集團僅於收取資產現金流的合約權利屆滿或於轉移金融資產及資產擁有權的絕大部分風險及回報予另一實體時終止確認金融資產。倘本集團並無轉讓亦無保留擁有權的絕大部分風險及回報，並繼續控制已轉讓資產，則本集團會確認於資產的保留權益及其可能須支付的相關負債。倘本集團保留已轉讓金融資產擁有權的絕大部分風險及回報，則本集團將繼續確認金融資產，並就已收取的所得款項確認已抵押借款。

全面終止確認金融資產時，該項資產賬面值與已收及應收代價、已於其他全面收益確認及於權益累計的累計盈利或虧損的總和間的差額，乃於損益內確認。

本集團於及僅於本集團的責任獲解除、取消或屆滿時終止確認金融負債。終止確認的金融負債賬面值與已付及應付代價兩者間的差額，乃於損益內確認。

(n) 非金融資產(商譽除外)的減值

於報告期末，本集團檢討其具有固定可使用年期的有形及無形資產的賬面值，以確定該等資產有否出現減值虧損跡象。倘出現任何有關跡象，則會估計資產的可收回金額以釐定減值虧損(如有)的程度。當不能估計個別資產的可收回金額時，本集團會估計該資產所屬的現金產生單位的可收回金額。當識別出合理貫徹的分配基準後，公司資產亦會被分配至個別現金產生單位，或另行分配至可識別出合理貫徹的分配基準的最小現金產生單位組別。

無固定可使用年期的無形資產及尚未可供使用的無形資產至少每年一次及於有跡象顯示可能出現減值時進行減值測試。

可收回金額為公平值減出售成本與使用價值兩者的較高者。於評估使用價值時，估計未來現金流量乃採用稅前貼現率貼現至其現值，以反映貨幣時間值的現行市場評估及尚未就未來現金流量的估計作出調整的資產的特有風險。

倘資產(或現金產生單位)的可收回金額估計低於其賬面值，則該資產(或現金產生單位)的賬面值會調低至其可收回金額。減值虧損即時於損益內確認為開支。

倘減值虧損其後撥回，則資產(或現金產生單位)的賬面值會增至其可收回金額的經修訂估計，惟因此而增加的賬面值不可超過假如過往年度並無就該資產(或現金產生單位)確認減值虧損而原應釐定的賬面值。減值虧損撥回即時於損益內確認。

(o) 存貨

存貨乃按成本與可變現淨值兩者的較低者列賬。存貨成本乃按加權平均法釐定。可變現淨值指存貨的估計售價減估計完成成本及作出銷售所需的成本。

(p) 撥備

當本集團因過往事件而有現存責任(法定或推定)，而本集團很可能須履行該項責任，且該項責任的金額可作出可靠估計時，即會確認撥備。

確認為撥備的金額為於報告期末履行現存責任所需代價的最佳估計，並經考慮圍繞該項責任的風險及不確定因素。當撥備以估計履行現存責任的現金流量計量時，其賬面值為該等現金流量的現值(倘貨幣時間值的影響屬重大)。

當結算一項撥備所需的部分或全部經濟利益預期將自第三方收回時，倘幾乎肯定可收取償付款項而應收款項的金額能可靠計量，則應收款項會確認為一項資產。

(q) 現金及現金等價物

綜合財務狀況報表中的銀行結餘及現金包括存放於銀行及手頭的現金，以及到期日為三個月或以內的短期存款。

(r) 關聯方

- (a) 倘屬以下人士，即該人士或該人士之近親與本集團有關連：
- (i) 控制或共同控制本集團；
 - (ii) 對本集團有重大影響；或
 - (iii) 為本集團或本公司母公司之主要管理層成員。
- (b) 倘符合下列任何條件，即實體與本集團有關連：
- (i) 該實體與本集團屬同一集團之成員公司(即各母公司、附屬公司及同系附屬公司彼此間有關連)。
 - (ii) 實體為另一實體之聯營公司或合營企業(或另一實體為成員公司之集團旗下成員公司之聯營公司或合營企業)。
 - (iii) 兩間實體均為同一第三方之合營企業。
 - (iv) 實體為第三方實體之合營企業，而另一實體為該第三方實體之聯營公司。
 - (v) 實體為本集團或與本集團有關連之實體就僱員利益設立之離職福利計劃。
 - (vi) 實體受(a)所識別人士控制或共同控制。
 - (vii) 於(a)(i)所識別人士對實體有重大影響力或屬該實體(或該實體之母公司)主要管理層成員。
 - (viii) 該實體或其所屬集團之任何成員公司向本集團提供主要管理層服務。

該名人士之近親為可能預期被於與實體進行交易時影響該名人士或受該名人士影響之該等家族成員並包括：

- (i) 該名人士之子女及配偶或家庭伴侶；
- (ii) 該名人士之配偶或家庭伴侶之子女；及
- (iii) 該名人士或該名人士之配偶或家庭伴侶之受養人。

5. 重大會計判斷及估計不確定因素的主要來源

在應用附註4所述的本集團會計政策時，董事須就未能從其他來源輕易得出的資產及負債賬面值作出判斷、估計及假設。該等估計及有關假設乃根據過往經驗及視為相關的其他因素作出。實際結果或會有別於該等估計。

本集團持續檢討所作估計及相關假設。會計估計的變動如僅影響當期，則於估計變動當期確認，倘該項會計估計的變動影響當期及以後期間，則於變動當期及以後期間確認。

估計不確定因素的主要來源

以下為於報告期末所作出有關未來的主要假設及估計不確定因素的其他主要來源，並具有相當風險而可能導致須於下一個財政年度就資產及負債的賬面值作出重大調整。

(i) 應收貿易賬款及其他應收款項的減值

本集團根據過往信貸虧損經驗、前瞻性因素及經濟環境，透過評估預期信貸虧損估計應收貿易賬款及其他應收款項的減值撥備。此舉要求使用估計及判斷。倘事件或情況變動顯示結餘可能無法收回，則須就應收貿易賬款及其他應收款項計提撥備。倘預期數額與原先估計有所不同，有關差額將影響有關估計變動期間之應收貿易賬款及其他應收款項之賬面值以及減值虧損。本集團於各報告期末重新評估減值撥備。

(ii) 非金融資產的估計減值

於釐定非金融資產是否出現減值時需要估計已獲分配至該非金融資產內之現金產生單位的可收回金額。於計算可收回金額時需要本集團對現金產生單位產生的未來現金流量進行估計，連同適當的貼現率以計算現有價值。倘實際未來現金流量低於預期則可能構成重大減值虧損。並無於本年度確認商譽減值虧損(二零一八年：141,000,000港元)。有關進一步詳情載於附註16內。

(iii) 遞延稅項資產

於報告期末，本集團概無於綜合財務狀況報表中就未動用稅項虧損及若干可扣減暫時性差額確認遞延稅項資產。遞延稅項資產的確認主要視乎日後是否有足夠溢利或應課稅暫時性差額。倘產生的實際未來溢利與原有估計不同，則或會進行遞延稅項資產的重大確認，並於該估計變動期間於損益中確認。

(iv) 估計所得稅

本集團須在各司法權區繳納所得稅及其他稅項，而於釐定將予確認的稅項負債時須作出重大判斷。多項交易及計算均難以明確作出最終稅務釐定。本集團根據估計快將到期的稅項確認稅項撥備。本集團基於過往經驗及對稅法的詮釋等多項因素的評估，相信報告期內的稅項撥備充足。倘最終稅項結果與初步入賬的金額不同，則有關差額將會影響釐定期內的即期所得稅及遞延稅項撥備。

(v) 於附屬公司的投資減值

倘有跡象顯示本公司於附屬公司的權益，則本公司於附屬公司的權益或會被視為已減值，並根據香港會計準則第36號資產減值確認減值虧損。本公司於附屬公司的權益的賬面值會作定期檢討，以評估可收回金額有否跌至低於賬面值。資產會於出現事件或情況變動顯示記錄賬面值可能無法收回時進行減值測試。當出現有關下跌時，賬面值會被調低至可收回金額。可收回金額為公平值減出售成本與使用價值兩者間的較高者。由於無法取得於附屬公司的權益的市場報價，故難以準確估計出售價格。於釐定使用價值時，本公司於附屬公司的權益預期產生的現金流量會貼現至其現值，當中須就附屬公司的銷量水平及經營成本金額作出重大判斷。本公司會採用一切可得資料釐定可收回金額的合理概約金額，包括基於合理及有理據支持的假設以及附屬公司的銷量水平及經營成本金額預測作出的估計。

6. 收益及分部資料

a. 收益

收益指來自(i)截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度銷售時尚配飾產品及(ii)截至二零一八年三月三十一日止年度銷售軟件相關應用程式的已收及應收款項淨額。

b. 分部資料

本集團的經營分部乃基於向董事會(即主要經營決策者(「主要經營決策者」))就分配資源及評估分部表現而報告的資料作出。

具體而言，本集團截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度的可呈報及經營分部如下：

綜合時尚配飾平台業務	(i)	透過本集團自營網上平台批發一系列時尚配飾產品。
	(ii)	其他，包括透過於中華人民共和國(「中國」)零售客戶的第三方零售網上平台及於中國及香港獲授權分銷商及寄售商的第三方實體銷售點，全球批發客戶及中國批發客戶買賣時尚配飾產品的線下批發渠道，零售及分銷時尚配飾產品。
軟件銷售業務		開發及銷售標準軟件相關應用程式。截至二零一八年三月三十一日止年度，該業務已被放棄。
電子商務業務		開發及出售軟件相關應用程式及提供相關服務的銷售。截至二零一八年三月三十一日止年度，該業務已被放棄。
同步設計生產 (「同步設計生產」)業務		按客戶選擇參與設計過程的程度銷售，與客戶同時參與產品設計，並按客戶要求的最終設計銷售產品。截至二零一八年三月三十一日止年度，該業務已被放棄。

i. 分部收益及業績、資產及負債以及其他資料

以下為按可呈報及經營分部分析的本集團收益及業績、資產及負債以及其他資料：

	綜合時尚配飾平台業務			
	時尚配飾 網上批發 平台 千港元	其他 千港元	未分配 千港元	綜合 港千元
截至二零一九年三月三十一日止年度				
收益				
分部收益—外部銷售	229,985	41,302	—	271,287
業績				
分部業績	46,990	5,511	—	52,501
未分配收入				127
出售附屬公司的收益淨額				7,577
未分配開支				
—核數師酬金				(1,100)
—租金開支				(433)
—薪金及退休福利計劃				(3,803)
—其他專業費用				(9,724)
—未分配開支				(4,425)
—融資成本				(7)
除所得稅前溢利				<u>40,713</u>
資產				
分部資產	122,668	36,187		158,855
未分配資產				
—物業、廠房及設備				907
—無形資產				31,057
—其他應收款項、預付款項及按金				84
—現金及銀行結餘				17,083
資產總值				<u>207,986</u>
負債				
分部負債	(28,691)	(7,599)		(36,290)
未分配負債				
—其他應付款項及應計費用				(5,727)
—融資租賃承擔				(45)
—其他				(7,424)
負債總額				<u>(49,486)</u>
其他資料				
物業、廠房及設備折舊	—	(213)	(412)	(625)
攤銷無形資產	—	—	(36)	(36)
出售物業、廠房及設備的收益	—	—	110	110

以下為按可呈報及經營分部分析的本集團收益及業績、資產及負債以及其他資料：(續)

	電子商務 業務 千港元	同步設計 生產業務 千港元	綜合時尚 配飾平台 業務 千港元	軟件銷售 業務 千港元	未分配 千港元	綜合 千港元
截至二零一八年三月三十一日止年度						
收益						
分部收益-外部銷售	-	-	51,320	8,399	-	59,719
業績						
分部業績	(275)	(1,420)	9,100	6,136	-	13,541
未分配收入						45
商譽減值虧損						(141,000)
未分配開支						
-銷售開支						(399)
-核數師酬金						(1,100)
-租金開支						(748)
-薪金及退休福利計劃						(4,439)
-其他專業費用						(6,042)
-未分配開支						(2,994)
-融資成本						(15)
除所得稅前虧損						<u>(143,151)</u>
資產						
分部資產	368	29,717	30,358	53,500		113,943
未分配資產						
-物業、廠房及設備						428
-無形資產						31,094
-應收款項、預付款項及按金						236
-現金及銀行結餘						12,151
資產總值						<u>157,852</u>
負債						
分部負債	(11,053)	-	(11,383)	(367)		(22,803)
未分配負債						
-應計費用						(2,401)
-融資租賃						(222)
-遞延稅項負債						(23)
-其他						(223)
負債總額						<u>(25,672)</u>
其他資料						
物業、廠房及設備折舊	154	-	-	-	(159)	(313)
攤銷無形資產	-	-	-	-	(15)	(15)
商譽減值虧損	-	-	-	-	(141,000)	(141,000)
撇銷物業、廠房及設備	-	-	-	(92)	-	(92)

* 僅就同步設計生產銷售分部確認代理費收入。

以上可呈報及經營分部的會計政策與附註4所述本集團的會計政策相同。

以上所呈報的收益指來自外部客戶的收益。截至二零一九年及二零一八年三月三十一日止年度，本集團各附屬公司於不同分部之間並無分部間銷售交易。

分部業績指各分部所賺取的收益或產生的虧損，且未分配與有關分部並非直接相關的項目。此乃向主要經營決策者匯報以分配資源及評估分部表現的措施。

為監察分部表現及於各分部之間分配資源：

- 所有資產均分配至可呈報及經營分部，惟無形資產、若干物業、廠房及設備、若干其他應收款項以及若干現金及銀行結餘除外。
- 所有負債均分配至可呈報及經營分部，惟若干稅項負債、若干其他應付款項及融資租賃承擔除外。

ii. 地區資料

下表按交付貨品的地點分析本集團來自外部客戶的收益：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
香港及澳門	9,547	—
中國，香港及澳門除外	30,857	10,254
俄羅斯	63,715	24,928
美國	114,263	14,337
亞洲	10,873	2,235
非洲	2,557	1,569
歐洲	30,748	3,344
中東	2,466	2,057
澳洲	6,261	995
	<u>271,287</u>	<u>59,719</u>

下表按資產所在地理位置分析本集團的非流動資產：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
香港及澳門	907	591
中國，香港及澳門除外	<u>34,000</u>	<u>34,267</u>
	<u>34,907</u>	<u>34,858</u>

c. 主要客戶資料

截至二零一九年三月三十一日止年度，概無單一客戶佔本集團收益10%或收上(二零一八年：無)。

7. 其他收入

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
利息收入	204	45
其他	240	—
	<u>444</u>	<u>45</u>

8. 其他收益及虧損淨額

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
其他收益及(虧損)淨額包括：		
匯兌虧損淨額	(2,025)	(564)
商譽減值虧損	—	(141,000)
出售／撤銷物業、廠房及設備的收益／(虧損)淨額	110	(92)
	<u>(1,915)</u>	<u>(141,656)</u>

9. 融資成本

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
融資租賃承擔之利息	7	15

10. 除所得稅前溢利／(虧損)

除所得稅前溢利／(虧損)已扣除以下各項：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
員工成本(包括董事薪酬)		
薪金、工資及其他福利	8,943	6,705
界定供款退休計劃供款	699	273
	<u>9,642</u>	<u>6,978</u>
確認為開支之存貨成本	185,321	38,646
物業、廠房及設備折舊	625	313
攤銷無形資產	36	15
核數師酬金		
—核數服務	1,100	1,100
—非核數服務	—	700
有關辦公室物業的經營租賃開支	1,456	953

11. 董事及僱員酬金

a. 董事及高級行政人員酬金

根據適用上市規則及公司條例披露的董事及高級行政人員年度酬金如下：

	董事袍金 千港元	薪金、津貼 及實物利益 千港元	退休福利 計劃供款 千港元	總計 千港元
截至二零一九年三月三十一日止年度				
執行董事				
謝海州先生	-	120	6	126
林少華先生	-	120	-	120
梁耀祖先生	-	980	18	998
余忠蓮女士	-	120	6	126
獨立非執行董事				
劉斐先生	120	-	-	120
劉耀傑先生	120	-	-	120
曾招輝先生	120	-	-	120
	<u>360</u>	<u>1,340</u>	<u>30</u>	<u>1,730</u>
截至二零一八年三月三十一日止年度				
執行董事				
謝海州先生	-	1,360	14	1,374
林少華先生	-	210	-	210
梁耀祖先生	-	910	18	928
余忠蓮女士	-	130	6	136
獨立非執行董事				
劉斐先生	120	-	-	120
劉耀傑先生	120	-	-	120
曾招輝先生	120	-	-	120
	<u>360</u>	<u>2,610</u>	<u>38</u>	<u>3,008</u>

於截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度，除董事外，本集團並無將任何其他人士分類為高級行政人員。

於截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度，本集團概無向董事支付酬金，以作為吸引加入本集團或加入本集團時的獎勵或離職補償。

於截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度，概無董事已放棄或同意放棄任何酬金。

上述執行董事之酬金主要就彼等提供有關管理本公司及本集團事務之服務而支付。上述非執行董事之酬金乃主要就彼等出任本公司或其附屬公司之董事而支付。上述獨立非執行董事之酬金主要就彼等作為本公司董事而支付。

b. 僱員酬金

於截至二零一九年三月三十一日止年度，五名最高薪人士中有一名(二零一八年：四名)為董事，彼等的酬金詳情載於上文附註11(a)的披露事項內。

餘下四名人士(二零一八年：一名)的酬金如下：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
薪金、津貼及實物利益	1,605	340
退休福利計劃供款	81	12
	<u>1,686</u>	<u>352</u>

最高薪酬的四名人士(二零一八年：一名人士)的酬金範圍如下：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
零至1,000,000港元	<u>4</u>	<u>1</u>

於本年度及過往年度，本集團概無向五名最高薪人士支付酬金，以作為吸引加入本集團或加入本集團時的獎勵或離職補償。

12. 股息

於截至二零一九年三月三十一日止年度內，本公司概無派付或建議派付任何股息，亦無自報告期間結束起建議派付任何股息(二零一八年：無)。

13. 所得稅開支

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
香港利得稅		
—本年度	250	—
—過往年度撥備不足	<u>1</u>	<u>37</u>
	251	37
中國企業所得稅		
—本年度	9,428	1,855
遞延稅項		
—本年度(附註18)	<u>(9)</u>	<u>(4)</u>
所得稅開支	<u>9,670</u>	<u>1,888</u>

香港利得稅乃就截至二零一八年三月三十一日止年度的估計應課稅溢利按16.5%的稅率計算。根據於二零一八年三月二十八日在立法會三讀通過實質性立法的二零一七年稅務(修訂)條例草案，兩級制利得稅制度(「該制度」)於二零一八年／一九年的評估年度生效。企業應課稅溢利首2,000,000港元的利得稅稅率將調低至8.25%，過多的應課稅溢利則繼續按16.5%稅率繳納稅項。根據該制度，本公司繳納截至二零一九年三月三十一日止年度的香港利得稅。

根據中華人民共和國企業所得稅法(「企業所得稅法」)及企業所得稅法實施條例，本年度中國附屬公司的稅率為25%(二零一八年：25%)。

兩個年度所得稅開支可與除所得稅前溢利／(虧損)對賬如下：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
除所得稅前溢利／(虧損)	40,713	(143,151)
按適用於有關稅務司法權區的稅率計算的稅項	7,085	(21,662)
不可扣稅開支的稅務影響	223	23,326
毋須課稅收入的稅務影響	(127)	—
未確認可扣減暫時性差額的稅務影響	(10)	(36)
動用過往未確認的稅項虧損	—	(1,013)
未確認稅項虧損的稅務影響	2,498	1,236
過往年度撥備不足	1	37
所得稅開支	9,670	1,888

14. 每股盈利／(虧損)

每股基本盈利／(虧損)乃根據本年度溢利約31,043,000港元(二零一八年：虧損145,039,000港元)及本公司本年度已發行普通股的加權平均數約5,519,840,000股(二零一八年：5,519,840,000股)計算。

由於於截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度行使尚未行使購股權對每股盈利／(虧損)具反攤薄影響，故該兩個年度的每股基本及攤薄盈利／(虧損)相同。

15. 物業、廠房及設備

	租賃物業裝修 千港元	辦公室設備 千港元	傢俱及裝置 千港元	汽車 千港元	總計 千港元
成本					
於二零一七年四月一日	1,894	515	16	5,975	8,400
添置	716	24	29	–	769
匯兌調整	–	3	–	–	3
於業務合併所收購(附註29)	–	39	–	–	39
撇銷	(1,894)	(40)	(16)	(2,195)	(4,145)
於二零一八年三月三十一日及 二零一八年四月一日	716	541	29	3,780	5,066
添置	–	35	–	715	750
匯兌調整	(39)	(3)	–	–	(42)
其他出售	–	–	–	(3,180)	(3,180)
於二零一九年三月三十一日	<u>677</u>	<u>573</u>	<u>29</u>	<u>1,315</u>	<u>2,594</u>
累計折舊及減值					
於二零一七年四月一日	1,894	185	16	5,445	7,540
於業務合併所收購(附註29)	–	36	–	–	36
年內撥備	29	159	4	121	313
撇銷	(1,894)	(38)	(16)	(2,105)	(4,053)
於二零一八年三月三十一日及 二零一八年四月一日	29	342	4	3,461	3,836
匯兌調整	–	(2)	–	–	(2)
年內撥備	276	166	5	178	625
其他出售時對銷	–	–	–	(3,180)	(3,180)
於二零一九年三月三十一日	<u>305</u>	<u>506</u>	<u>9</u>	<u>459</u>	<u>1,279</u>
賬面值					
於二零一九年三月三十一日	<u>372</u>	<u>67</u>	<u>20</u>	<u>856</u>	<u>1,315</u>
於二零一八年三月三十一日	<u>687</u>	<u>199</u>	<u>25</u>	<u>319</u>	<u>1,230</u>

於二零一九年三月三十一日，汽車之賬面值包括根據融資租賃(附註24)持有之資產約201,000港元(二零一八年：319,000港元)。

16. 商譽

	千港元
成本	
於二零一七年四月一日(附註(a))	149,647
收購附屬公司(附註29)(附註(b))	2,534
於二零一八年三月三十一日、二零一八年四月一日 及二零一九年三月三十一日	152,181
減值	
於二零一七年四月一日	8,647
年度確認減值虧損(附註8)(附註(a))	141,000
於二零一八年三月三十一日、二零一八年四月一日及 二零一九年三月三十一日	149,647
賬面值	
於二零一九年三月三十一日	2,534
於二零一八年三月三十一日	2,534

附註：

- (a) 商譽乃自二零一六年十月三十一日收購領視科技有限公司(「領視科技」)產生。該商譽分配至電子商務業務的現金產生單位。

截至二零一八年三月三十一日止年度，管理層已就分配至電子商務業務現金產生單位的商譽釐定減值虧損141,000,000港元，原因為自領視科技管理層辭任以來，本年度該業務並不活躍，且有關現金產生單位的可收回金額較其賬面值低。管理層預期，於可見的將來，領視科技未能產生溢利。有關現金產生單位的預計可收回金額乃參考外聘獨立估值師以市場法進行的估值並以公平值減出售成本計算而釐定。估值師假設領視科技的流動資產及流動負債賬面值與其公平值幾乎相等，並認為整體電子商務業務現金產生單位的可收回金額約13,000,000港元，較其賬面值少141,000,000港元。除商譽外，電子商務業務之現金產生單位的主要資產為現金及銀行結餘、物業、廠房及設備，以及應收同系附屬公司款項，該等資產的可收回金額與其賬面值幾乎相等，故並無就其他資產確認減值虧損。

- (b) 於二零一七年十月三十一日收購碼吉科技及廣州碼吉產生商譽(附註29)。該商譽分配至綜合時尚配飾平台業務的現金產生單位。

現金產生單位的可收回金額已根據正式批准的五年期預算的現金流量預測按照使用價值的計算釐定。五年期後的現金流量乃使用預計加權平均增長率3%(二零一八年：3%)推算。

	二零一九年 碼吉科技	二零一八年 碼吉科技
貼現率	16.79%	15.8%
營業利潤率	27%	24.14-25.77%
五年期內增長率	3.00-15.00%	3.00-20.51%

所用貼現率為稅前貼現率，並反應相關現金產生單位有關的特定風險。營業利潤率及五年期內增長率乃根據過往經驗計算。

17. 無形資產

	商標 千港元 (附註(a))	特許權 千港元 (附註(b))	客戶名單 千港元 (附註(b))	總計 千港元
成本				
於二零一七年四月一日	1,840	14,048	–	15,888
添置	31,000	–	–	31,000
於業務合併所添置(附註29)	–	–	109	109
撇銷	–	(14,048)	–	(14,048)
於二零一八年三月三十一日、 二零一八年四月一日 及二零一九年三月三十一日	32,840	–	109	32,949
累計攤銷及減值				
於二零一七年四月一日	1,840	14,048	–	15,888
攤銷	–	–	15	15
撇銷	–	(14,048)	–	(14,048)
於二零一八年三月三十一日及 二零一八年四月一日	1,840	–	15	1,855
攤銷	–	–	36	36
於二零一九年三月三十一日	1,840	–	51	1,891
賬面值				
於二零一九年三月三十一日	31,000	–	58	31,058
於二零一八年三月三十一日	31,000	–	94	31,094

附註：

(a) 與本集團品牌名稱有關的商標被視為無確定可使用年期，已於過往年度悉數減值。

於二零一八年三月，本集團收購與意大利品牌(「雅仕玻麗」)有關的商標。雅仕玻麗的可收回金額已根據正式批准的五年期預算的現金流量預測按照使用價值的計算釐定。五年期後的現金流量乃使用預計加權平均增長率3%(二零一八年：3%)推算。

	二零一九年	二零一八年
貼現率	19.5%	18.40%
營業利潤率	25%	24.14-25.77%
五年期內增長率	3.00-22.74%	3.00-20.51%

所用貼現率為稅前貼現率，並反映雅仕玻璃有關的特定風險。營業利潤率及五年期內增長率乃根據過往經驗計算。

- (b) 本集團具有固定可使用年期的特許權及客戶名單乃以直線法於為期三年之期限內攤銷。

18. 遞延稅項

於本年度及過往年度所確認的遞延稅項負債及變動詳情：

	無形資產重估 千港元
於二零一七年四月一日	—
於業務合併所收購(附註29)	27
計入損益(附註13)	(4)
於二零一八年三月三十一日及二零一八年四月一日	23
計入損益(附註13)	(9)
於二零一九年三月三十一日	14

於二零一九年三月三十一日，本集團並無有關應收貿易賬款及其他應收款項減值的可扣減暫時性差額(二零一八年：248,000港元)。由於不確定會否有應課稅溢利可供使用可扣減暫時性差額，故並無就有關可扣減暫時性差額確認遞延稅項資產。

於二零一九年三月三十一日，本集團有未動用稅項虧損約75,369,000港元(二零一八年：60,027,000港元)可供抵銷未來溢利。由於本集團若干實體已連年虧損，且被視為不可能有應課稅溢利可供使用有關稅項虧損作抵銷，故並無確認遞延稅項資產。稅項虧損可無限期結轉，惟將於未來數年屆滿之該等稅項虧損63,687,000港元(二零一八年：48,345,000港元)除外。

19. 存貨

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
製成品	37,492	1,776

於截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度期間，並無就存貨的減值虧損作出撥備或撥回。

20. 應收貿易賬款及其他應收款項

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
應收貿易賬款	10,305	16,155
減：撥備	—	(15,257)
應收貿易賬款淨額	10,305	898
租賃按金	110	243
已付貿易按金	36,197	20,960
預付款項	26	219
其他應收款項，扣除撥備	348	53,865
	36,681	75,287
	46,986	76,185

於報告期末的應收貿易賬款包括銷售貨品的應收款項。應收貿易賬款並不計息。

於接受任何新客戶前，本集團會收集及評估潛在客戶的信貸資料，以考慮該客戶的質素及釐定該客戶的信貸限額。

於二零一九年三月三十一日，其他應收款項包括應收若干獨立第三方款項。所有該等結餘已隨後悉數清償。

於二零一八年三月三十一日，其他應收款項包括應收若干獨立第三方款項。所有該等結餘已於財務報告期間悉數清償。

本集團一般向其客戶授出的平均信貸期為30至60日(二零一八年：30至180日)。以下為於報告期末，本集團按發票日期呈列的應收貿易賬款(扣除撥備)的賬齡分析，其中發票日期與相關收益的確認日期相若：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
零至30日	9,187	882
31至60日	1,019	10
61至90日	13	6
91至180日	80	—
181日至365日	6	—
	10,305	898

於二零一八年三月三十一日，已逾期但並無減值的應收貿易賬款的賬齡分析如下：

	二零一八年 千港元
逾期少於30日	<u>6</u>

本集團於兩個年度就應收貿易賬款作出呆賬撥備的變動如下：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
年初	15,257	15,257
壞賬撇銷	<u>(15,257)</u>	<u>-</u>
年末	<u>-</u>	<u>15,257</u>

除上述呆賬撥備外，本集團並無就餘下的逾期應收款項作出任何撥備，原因為董事認為信貸質素並無重大變動，且根據過往經驗仍認為有關款項可被收回。本集團並無就此等結餘持有任何抵押品。

此外，董事認為，本集團既無逾期亦無減值的應收貿易賬款的信貸質素並無重大變動，且仍認為有關款項可被收回。

於應收貿易賬款包括下列並非以各個別集團實體功能貨幣計值之金額：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
人民幣(「人民幣」)	4,335	898
美元(「美元」)	5,500	-
歐元(「歐元」)	<u>392</u>	<u>-</u>
	<u>10,227</u>	<u>898</u>

21. 現金及銀行結餘

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
現金及銀行結餘	<u>88,328</u>	<u>45,033</u>

於二零一九年三月三十一日，本集團的銀行結餘按介乎0.001%至0.125% (二零一八年：0.001%至0.213%)的市場年利率計息。

本集團以人民幣計值的現金及銀行結餘不可於國際市場上自由兌換，而將人民幣匯出中國須遵守中國政府就相關集團公司施加的外匯限制，有關詳情如下：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
貨幣：		
人民幣	24,202	6,748

22. 應付貿易賬款及其他應付款項

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
應付貿易賬款	19,569	3,111
預收款項	—	3,624
其他應付稅項	3,277	3,334
工資及應付員工成本	692	315
其他應付款項及應計費用	6,416	5,388
	29,954	15,772

本集團的應付貿易賬款主要包括貿易採購的未付款項。應付供應商的款項主要按30至90日(二零一八年：30至90日)的信貸期支付。

以下為於報告期末，本集團按發票日期呈列的應付貿易賬款的賬齡分析：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
三個月內	14,028	1,489
多於三個月少於一年	5,275	—
超過一年	266	1,622
	19,569	3,111

23. 合約負債

本集團已確認以下與收益相關的合約負債：

	二零一九年 三月三十一日 千港元	二零一八年 四月一日 千港元	二零一八年 三月三十一日 千港元
來自下列項目的合約負債：			
銷售時尚配飾產品	503	3,624	—

附註：本集團已使用累計影響法初步應用香港財務報告準則第15號，並調整於二零一八年四月一日的期初結餘。於二零一九年三月三十一日，來自貨品銷售之未履約責任金額503,000港元預計於一年內確認為收入。

本集團就銷售時尚配飾產品收取之按金直至交付予客戶前仍為合約負債。

合約負債變動

	千港元
於二零一八年四月一日之結餘	3,624
確認本年度收益之合約負債減少	(229,985)
收取銷售時尚配飾產品墊款之合約負債增加	226,864
	<u>503</u>
於二零一九年三月三十一日之結餘	<u>503</u>

24. 融資租賃承擔

於報告期末，本集團之應償還融資租賃承擔如下：

	二零一九年		二零一八年	
	最低租賃 付款現值 千港元	最低租賃 付款總額 千港元	最低租賃 付款現值 千港元	最低租賃 付款總額 千港元
融資租賃項下的應付款項：				
— 一年內	45	45	177	183
— 一年以上但不超過兩年的期間	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>45</u>	<u>45</u>
	45	45	222	228
減：未來融資費用總額	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(6)</u>
	45	45	222	222
減：流動負債項下於一年內到期結付之金額	<u>(45)</u>		<u>(177)</u>	
於12個月後到期結付之金額	<u>—</u>		<u>45</u>	

誠如附註15所載，本集團的融資租賃承擔以租賃資產作抵押。

本集團的政策為根據融資租賃租用汽車。租期為四年，於相關合約日期的固定年利率為2%。本集團可選擇於租期完結時按面值購買汽車。概無就或然租金訂立任何安排。

25. 股本

	二零一九年		二零一八年	
	股份數目 千股	金額 千港元	股份數目 千股	金額 千港元
每股面值為0.01港元的普通股				
法定：				
年初及年末	30,000,000	300,000	30,000,000	300,000
已發行及繳足：				
年初	5,519,840	55,198	5,519,840	55,198
年末	5,519,840	55,198	5,519,840	55,198

截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度，本公司的法定及已發行股本概無變動。

26. 退休福利計劃

本集團於中國的僱員為由中國政府運作的政府管理退休福利計劃的成員。本集團須按其薪酬成本的特定百分比向退休福利計劃供款。本集團就退休福利計劃的唯一責任為根據該等計劃作出特定供款。

本集團參與一項界定供款計劃，該計劃於二零零零年十二月登記成為根據強制性公積金計劃條例成立的強積金計劃。該計劃的資產與本集團的資產分開持有，並存於受託人管理的基金。本集團為強積金計劃成員按相關薪酬成本的5%或最高1,500港元向計劃供款，而僱員亦作出等額供款。

於本年度及過往年度，本集團就退休福利計劃所作的供款金額於附註10披露。

27. 以權益結算及以股份為基礎的交易

本公司於二零零八年四月二十三日採納購股權計劃，授權董事酌情邀請本集團的董事(包括執行、非執行及獨立非執行董事)及僱員與本集團任何諮詢人、顧問、分銷商、承包商、供應商、代理、客戶、業務夥伴、合營企業業務夥伴、發起人或服務供應商以名義代價接納可認購本公司股份的購股權。

行使根據計劃授出的全部購股權而可發行的股份總數合共不得超過批准計劃當日已發行股份總數的10%，惟本公司取得其股東新批准則除外。然而，行使根據計劃已授出但未行使的全部尚未行使購股權而可發行的股份數目上限不得超過不時已發行股份總數的30%。倘未獲本公司股東事先批准，於任何12個月期間行使授予任何個別人士的購股權而已發行及將予發行的股份總數不得超過任何時間已發行股份總數的1%。倘截至及包括授出當日止12個月期間，授予任何為本公司主要股東或獨立非執行董事或任何彼等各自聯繫人的個人購股權，超過授出當日本公司股本0.1%及價值超過5,000,000港元，則該授出必須獲本公司股東事先批准。

附錄二

本集團截至二零一九年三月三十一日止
年度之經審核財務報表

根據購股權計劃授出的購股權須於授出日期起計28日內接納，且每次獲授購股權須支付1港元。購股權一般於購股權授出後期內可隨時行使，惟行使期自購股權授出日期起計十年內屆滿。股份認購價不得低於下列各項較高者：(i)購股權授出當日本公司股份的收市價；(ii)緊接購股權授出日期前5個營業日本公司股份的平均收市價；及(iii)本公司股份的面值。

於本年度及過往年度所授出購股權的變動如下：

參與者類別名稱	詳情	授出日期	行使價 港元	行使期	年初	年內失效	年內註銷	年末
截至二零一九年三月三十一日止年度								
董事								
謝海州先生	第十批 (附註(a))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	6,671,400	(6,671,400)	-	-
	第十一批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一五年七月九日至 二零二零年七月八日	10,000,000	-	-	10,000,000
	第十二批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一六年七月九日至 二零二零年七月八日	10,000,000	-	-	10,000,000
林少華先生	第十批 (附註(a))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	6,671,400	(6,671,400)	-	-
	第十一批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一五年七月九日至 二零二零年七月八日	10,000,000	-	-	10,000,000
	第十二批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一六年七月九日至 二零二零年七月八日	10,000,000	-	-	10,000,000
梁耀祖先生	第十批 (附註(a))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	6,000,000	(6,000,000)	-	-
	第十一批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一五年七月九日至 二零二零年七月八日	500,000	-	-	500,000
	第十二批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一六年七月九日至 二零二零年七月八日	500,000	-	-	500,000
	第十三批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一五年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	7,500,000	-	-	7,500,000
	第十四批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一六年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	7,500,000	-	-	7,500,000
其他								
一顧問	第十批 (附註(a))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	33,357,000	(33,357,000)	-	-
	第十一批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一五年七月九日至 二零二零年七月八日	10,100,000	-	-	10,100,000
	第十二批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一六年七月九日至 二零二零年七月八日	10,100,000	-	-	10,100,000
	第十三批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一五年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	112,100,000	-	-	112,100,000
	第十四批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一六年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	112,100,000	-	-	112,100,000
一其他	第十批(附註(b))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	6,671,400	(6,671,400)	-	-
					359,771,200	(59,371,200)	-	300,400,000
加權平均行使價					0.2017	-	-	0.1484

附錄二

本集團截至二零一九年三月三十一日止
年度之經審核財務報表

參與者類別名稱	詳情	授出日期	行使價 港元	行使期	年初	年內失效	年內註銷	年末
截至二零一八年三月三十一日止年度								
董事								
謝海州先生	第十批 (附註(a))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	6,671,400	-	-	6,671,400
	第十一批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一五年七月九日至 二零二零年七月八日	10,000,000	-	-	10,000,000
	第十二批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一六年七月九日至 二零二零年七月八日	10,000,000	-	-	10,000,000
林少華先生	第十批 (附註(a))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	6,671,400	-	-	6,671,400
	第十一批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一五年七月九日至 二零二零年七月八日	10,000,000	-	-	10,000,000
	第十二批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一六年七月九日至 二零二零年七月八日	10,000,000	-	-	10,000,000
梁耀祖先生	第十批 (附註(a))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	6,000,000	-	-	6,000,000
	第十一批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一五年七月九日至 二零二零年七月八日	500,000	-	-	500,000
	第十二批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一六年七月九日至 二零二零年七月八日	500,000	-	-	500,000
	第十三批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一五年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	7,500,000	-	-	7,500,000
	第十四批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一六年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	7,500,000	-	-	7,500,000
	第十三批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一六年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	1,000,000	(1,000,000)	-	-
	第十四批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一六年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	1,000,000	(1,000,000)	-	-
僱員								
其他								
一顧問	第十批 (附註(a))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	33,357,000	-	-	33,357,000
	第十一批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一五年七月九日至 二零二零年七月八日	10,100,000	-	-	10,100,000
	第十二批 (附註(b))	二零一五年 七月九日	0.147	二零一六年七月九日至 二零二零年七月八日	10,100,000	-	-	10,100,000
	第十三批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一五年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	112,100,000	-	-	112,100,000
	第十四批 (附註(c))	二零一五年 十一月二十七日	0.1488	二零一六年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日	112,100,000	-	-	112,100,000
一其他	第十批 (附註(b))	二零一四年 三月二十八日	0.4709	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日	6,671,400	-	-	6,671,400
					361,771,200	(2,000,000)	-	359,771,200
加權平均行使價					0.2014	-	-	0.2017

附註：

- a. 根據本公司於二零一四年三月二十八日的公告，本公司已根據其於二零零八年四月二十三日採納的購股權計劃，向若干合資格參與者(包括本公司董事及僱員以及顧問)授出合共108,000,000份購股權，可供認購本公司每股面值0.10港元的普通股。所授出購股權的詳情如下：

授出日期：	二零一四年三月二十八日
所授出購股權的行使價：	每股股份0.2618港元
所授出購股權的數目：	108,000,000份購股權
於授出日期的股份收市價：	0.231港元
行使期：	二零一四年三月二十八日至 二零一九年三月二十七日

每份購股權賦予購股權持有人權利，於行使該購股權時按行使價每股股份0.2618港元認購一股股份，相當於以下各項的較高者：(i)聯交所於二零一四年三月二十八日(即授出日期(「二零一四年授出日期」))發出的日報表所列示的收市價每股股份0.231港元；(ii)聯交所於緊接二零一四年授出日期前五個營業日發出的日報表所列示的平均收市價每股股份0.2618港元；及(iii)本公司股本中每股股份的面值0.10港元。

於二零一九年三月二十七日，於二零一四年三月二十八日授出之尚未行使的行使價為0.4709港元(經股份合併及公開發售調整後)(二零一八年：0.4709港元)的購股權已失效。

- b. 根據本公司於二零一五年七月九日的公告，本公司已根據其於二零零八年四月二十三日採納的購股權計劃，向若干合資格參與者(包括本公司董事及僱員以及顧問)授出合共61,800,000份購股權，可供認購本公司每股面值0.01港元的普通股。所授出購股權的詳情如下：

授出日期：	二零一五年七月九日
所授出購股權的行使價：	每股股份0.147港元
所授出購股權的數目：	61,800,000份購股權
於授出日期的股份收市價：	0.136港元
行使期：	
- 30,900,000份購股權	二零一五年七月九日至二零二零年七月八日
- 30,900,000份購股權	二零一六年七月九日至二零二零年七月八日

每份購股權賦予購股權持有人權利，於行使該購股權時按行使價每股股份0.147港元認購一股股份，相當於以下各項的較高者：(i)聯交所於二零一五年七月九日(即授出日期(「二零一五年授出日期(A)」))發出的日報表所列示的收市價每股股份0.136港元；(ii)聯交所於緊接二零一五年授出日期(A)前五個營業日發出的日報表所列示的平均收市價每股股份0.147港元；及(iii)本公司股本中每股股份的面值0.01港元。

授予合資格參與者之購股權總數最多50%可於二零一五年授出日期(A)後即時行使。授予合資格參與者之購股權總數餘下50%則可於二零一六年七月八日後行使。購股權公平值於歸屬期內以直線法支銷。

- c. 根據本公司於二零一五年十一月二十七日的公告，本公司已根據其於二零零八年四月二十三日採納的購股權計劃，向若干合資格參與者(包括本公司僱員及顧問)授出合共256,200,000份購股權，可供認購本公司每股面值0.01港元的普通股。所授出購股權的詳情如下：

授出日期：	二零一五年十一月二十七日
所授出購股權的行使價：	每股股份0.1488港元
所授出購股權的數目：	256,200,000份購股權
於授出日期的股份收市價：	0.147港元
行使期：	
- 128,100,000份購股權	二零一五年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日
- 128,100,000份購股權	二零一六年十一月二十七日至 二零二零年十一月二十六日

每份購股權賦予購股權持有人權利，於行使該購股權時按行使價每股股份0.1488港元認購一股股份，相當於以下各項的較高者：(i)聯交所於二零一五年十一月二十七日(即授出日期(「二零一五年授出日期(B)」))發出的日報表所列示的收市價每股股份0.147港元；(ii)聯交所於緊接二零一五年授出日期(B)前五個營業日發出的日報表所列示的平均收市價每股股份0.1488港元；及(iii)本公司股本中每股股份的面值0.01港元。

授予合資格參與者之購股權總數最多50%可於二零一五年授出日期(B)後即時行使。授予合資格參與者之購股權總數餘下50%，則可於二零一六年十一月二十六日後行使。購股權公平值於歸屬期內以直線法支銷。

於二零一九年三月三十一日，於二零一四年三月二十八日授出之尚未行使的行使價為0.4709港元(二零一八年：0.4709港元(經股份合併及公開發售調整後))的購股權已失效(二零一八年：加權平均餘下合約期為0.99年)。

於二零一九年三月三十一日，於二零一五年七月九日授出的尚未行使購股權的行使價為0.147港元，而加權平均餘下合約期為1.27年(二零一八年：2.27年)。

於二零一九年三月三十一日，於二零一五年十一月二十七日授出的尚未行使購股權的行使價為0.1488港元，而加權平均餘下合約期為1.66年(二零一八年：2.66年)。

於本年度及過往年度概無購股權獲行使。各購股權持有人均有權認購本公司一股普通股。

於截至二零一六年三月三十一日止年度所授出購股權的公平值由董事參考獨立專業合資格估值師行中和邦盟評估有限公司所進行的估值釐定。

概無就此等以權益結算及以股份為基礎付款的交易確認任何負債。

年內存在的已授出購股權公平值乃根據二項式購股權定價模式計量。該模式的輸入數據如下：

授出日期	二零一五年 七月九日	二零一五年 七月九日	二零一五年 十一月 二十七日	二零一五年 十一月 二十七日
批次	十一	十二	十三	十四
計量日每份購股權的公平值(港元)				
—董事	0.079港元	0.082港元	不適用	不適用
—僱員	0.072港元	0.076港元	0.071港元	0.075港元
—顧問	0.072港元	0.076港元	0.071港元	0.075港元
行使價(港元)	0.147港元	0.147港元	0.1488港元	0.1488港元
預期波幅(%)	88.18%	88.18%	88.81%	88.81%
預期購股權期間(年)	5年	4年	5年	4年
無風險利率				
(基於香港外匯基金票據)(%)	1.129%	1.129%	1.053%	1.053%
預期股息收益率(%)	0%	0%	0%	0%
公平值	2,368,000	2,462,000	9,105,000	9,627,000

預期波幅乃基於本公司及可資比較公司的股價過往波幅。該模式採用的預期有效期已基於管理層對不可轉讓、行使限制及行為因素的影響的最佳估計而調整。

購股權定價模式須採用股價波幅等高度主觀假設。主觀假設的參數變動可對公平值估計產生重大影響。

於二零一九年三月三十一日，本公司根據購股權計劃有300,400,000份(二零一八年：359,771,200份)購股權尚未行使。於本公司現有股本架構下，全面行使餘下的購股權將導致發行300,400,000股(二零一八年：359,771,200股)本公司額外普通股、額外股本約3,004,000港元(二零一八年：3,598,000港元)及股份溢價約41,585,000港元(二零一八年：68,949,000港元)(未計發行成本)。

28. 經營租賃承擔

a. 經營租賃

本集團作為承租人

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
年內根據經營租賃就辦公室物業及 董事宿舍支付的最低租賃款項	1,456	953

於報告期末，本集團根據不可撤銷經營租賃到期應付的未來最低租賃款項承擔如下：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
一年內	1,617	1,766
第二至第五年(包括首尾兩年)	1,297	2,383
	2,914	4,149

經營租賃款項指本集團就其辦公室物業及董事宿舍應付的租金。租賃期協定為由承租起計一至兩年(二零一八年：一至兩年)，並可選擇於到期日或本集團與業主共同協定的日期重續租約。

29. 業務合併

收購提供網上產品陳列及批發服務的公司的全部股權

於二零一七年十月三十一日，本公司全資附屬公司捷凱投資有限公司(「捷凱投資」)完成自本公司董事謝海州先生的聯繫人謝志豪先生收購廣州唯亞智能科技有限公司(「廣州唯亞」)及Viennois Online Limited(「Viennois Hong Kong」)，總代價為2,500,000港元(「收購事項」)。廣州唯亞及Viennois Hong Kong的主要業務為從事經營網上平台，向中國及其他地區的業務客戶(主要為時尚配飾製造商)提供時尚珠寶產品陳列服務(包括設計營銷作品、拍照)。完成收購事項後，廣州唯亞及Viennois Hong Kong分別改名為廣州市碼吉科技有限公司(「廣州碼吉」)及碼吉科技有限公司(「碼吉科技」)。

上述交易的進一步詳情載於本公司日期為二零一七年十月十八日的公告。

廣州碼吉及碼吉科技於收購事項日期的可識別資產及負債的公平值及緊接收購事項前的相應賬面值如下：

	廣州碼吉 賬面值 千港元	碼吉科技 賬面值 千港元	賬面值 總額 千港元	公平值 千港元
物業、廠房及設備	3	—	3	3
無形資產	—	—	—	109
遞延稅項負債	—	—	—	(27)
應收貿易賬款及其他應收款項	6	209	215	215
現金及現金等價物	11	206	217	217
應付貿易賬款及其他應付款項	(236)	(111)	(347)	(347)
應付所得稅	—	(204)	(204)	(204)
已收購可識別淨資產總額	(216)	100	(116)	(34)
商譽				2,534
收購代價				2,500
收購事項產生的現金流出淨額：				
現金代價				(2,500)
已收購現金及現金等價物				217
				(2,283)

於二零一七年十月十八日，廣州碼吉及碼吉科技收購事項旨在多元發展本集團業務，且管理層認為收購事項產生的商譽歸因於廣州碼吉及碼吉科技管理層對綜合時尚配飾平台業務發展及擴充的寶貴知識及經驗。

廣州碼吉及碼吉科技自收購事項日期起直至二零一八年三月三十一日產生的收益為51,320,000港元，並於該期間錄得經營溢利9,125,000港元。倘收購事項於年初進行，則本集團年度收益及本集團年度虧損將分別約為66,710,000港元及142,480,000港元。收購事項的成本並不重大。

30. 出售附屬公司

- (a) 於二零一八年六月，本集團完成出售其於Ho Easy Limited的100%股權(其持有另外兩間不活躍附屬公司的100%股權)予一名獨立人士，代價為1美元(相當於8港元)。出售附屬公司之虧損923,000港元已於損益確認。
- (b) 於二零一八年九月，本集團完成出售其於Huan Hai Limited(「HHL」，連同已出售附屬公司，統稱「HHL集團」)的100%股權予三名獨立第三方，代價為18,899,000港元，其中8,500,000港元為HHL的待售股份，而10,399,000港元為HHL欠付本集團的銷售貸款。HHL集團持有牌照可從事證券及期貨條例項下的若干受規管活動，惟尚未開展其金融服務業務。出售附屬公司之收益8,500,000港元已於損益確認。

已出售附屬公司於出售日期之資產淨值總額如下：

	千港元
現金及現金等價物	10,361
應收款項、按金及預付款項	2,823
應付款項及應計費用	(12,261)
已出售可識別淨資產總額	923
出售附屬公司之收益淨額	7,577
已收取代價總額	8,500

出售事項所產生之現金流量淨額

	千港元
已收取現金代價	8,500
已出售現金及銀行結餘	(10,361)
	(1,861)

31. 重大關連人士交易及結餘

a. 與關連人士的結餘

除此等綜合財務報表所披露者外，董事認為，於報告期末，本集團與關連人士並無任何其他重大結餘。

b. 主要管理人員酬金

於截至二零一九年三月三十一日及二零一八年三月三十一日止年度，本集團支付予本集團董事及其他主要管理層成員的酬金如下：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
短期僱員福利：		
薪金及其他福利	1,700	2,970
離職福利：		
退休福利計劃供款	30	38
	<u>1,730</u>	<u>3,008</u>

c. 應收／(付)董事款項

	於二零一八年 三月三十一日 之結餘 千港元	本年度最高 未償還金額 千港元	於二零一九年 三月三十一日 之結餘 千港元
應收董事款項			
謝海州先生	<u>-</u>	<u>273</u>	<u>273</u>

應收／(付)董事款項為無抵押、免息及須按要求時償還。

32. 本公司財務狀況報表

	附註	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
非流動資產			
於附屬公司的權益		<u>11,118</u>	<u>62,449</u>
流動資產			
現金及銀行結餘		<u>5,245</u>	<u>1,400</u>
流動負債			
其他應付款項		<u>1,986</u>	<u>2,401</u>
流動資產／(負債)淨值		<u>3,259</u>	<u>(1,001)</u>
資產淨值		<u>14,377</u>	<u>61,448</u>
資本及儲備			
股本		55,198	55,198
儲備	a	<u>(40,821)</u>	<u>6,250</u>
權益總額		<u>14,377</u>	<u>61,448</u>

於二零一九年六月十七日獲董事會批准及授權刊發。

謝海州
董事

林少華
董事

附註a：

本公司的儲備

	股份溢價 千港元	實繳盈餘 千港元	以股份為 付款基礎的 資本儲備 千港元	累計虧損 千港元	合計 千港元
於二零一七年四月一日	913,906	133,424	35,993	(1,068,341)	14,982
年內虧損及全面開支總額	—	—	—	(8,732)	(8,732)
於二零一八年三月三十一日及 二零一八年四月一日	913,906	133,424	35,993	(1,077,073)	6,250
年內虧損及全面開支總額	—	—	—	(47,071)	(47,071)
購股權失效	—	—	(13,736)	13,736	—
於二零一九年三月三十一日	<u>913,906</u>	<u>133,424</u>	<u>22,257</u>	<u>(1,110,408)</u>	<u>(40,821)</u>

附註： 本公司的實繳盈餘指於二零零八年本集團重組時本公司所收購附屬公司的相關有形資產淨值與本公司已發行股本面值的差額。

33. 資本風險管理

本集團管理其資本，以確保集團實體將能夠繼續按持續經營基準經營，同時透過優化債務及權益平衡為利益相關者帶來最高回報。本集團的整體策略與過往年度相同。

本集團的資本架構包括債務淨額，其中包括融資租賃承擔、現金及現金等價物淨額，以及本公司總權益(包括已發行股本及儲備)。

管理層定期檢討資本架構。本集團考慮資本成本及與各類資本相關的風險，並將透過發行新股以及籌集新借款平衡其整體資本架構。

34. 金融工具

a. 金融工具類別

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
按攤銷成本列賬的金融資產		
貸款及應收款項：		
—應收貿易賬款及其他應收款項	46,960	75,966
—現金及銀行結餘	88,328	45,033
	<u>135,288</u>	<u>120,999</u>
金融負債		
按攤銷成本列賬的金融負債：		
—應付貿易賬款及其他應付款項	29,954	12,148
—合約負債	503	—
—融資租賃承擔	45	222
	<u>30,502</u>	<u>12,370</u>

b. 金融風險管理目標及政策

本集團的主要金融工具包括應收貿易賬款及其他應收款項、現金及銀行結餘、應付貿易賬款及其他應付款項以及融資租賃承擔。此等金融工具的詳情於相關附註內披露。與此等金融工具有關的風險包括市場風險(利率風險及外幣風險)、信貸風險及流動資金風險。如何降低此等風險的政策於下文載列。管理層管理及監察此等風險，以確保及時有效實施適當措施。

c. 市場風險

本集團的業務主要令其面對市場風險(包括利率風險(附註34(c))及外幣風險(附註34(c)))。

• 利率風險管理

本集團就按固定利率訂立之融資租賃承擔面對公平值利率風險。本集團因利率變動對按當時市場利率計息之銀行結餘造成影響而承受現金流利率風險。本集團現時並無使用任何衍生工具合約以對沖其利率風險。然而，董事將於需要時考慮對沖重大利率風險。董事認為，本集團面對之利率風險並不重大。因此，毋須呈列利率敏感度分析。

• 外幣風險管理

外幣風險為持有貨幣資產及負債，以及訂立以外幣計值交易的風險，將因外幣匯率變動而影響本集團的財務狀況及表現。於財政年度末時，本集團因若干應收貿易賬款及其他應收款項、現金及銀行結餘以及應付貿易賬款及其他應付款項以外幣計值或與外幣掛鈎(詳情載於相關附註)而承擔外幣風險。

本集團於報告期末以外幣計值的貨幣資產及貨幣負債的賬面值如下：

	二零一九年 千港元	二零一八年 千港元
資產		
美元	48,770	1,541
人民幣	65,102	76,249
歐元(「歐元」)	1,022	—
	<u> </u>	<u> </u>
負債		
人民幣	24,545	6,002
	<u> </u>	<u> </u>
淨資產		
美元	48,770	1,541
人民幣	40,557	70,247
歐元	1,022	—
	<u> </u>	<u> </u>

由於港元與美元掛鈎，故本集團並無就有關貨幣面對重大匯率風險。因此，本集團主要面對人民幣及歐元貨幣風險。

下表顯示於報告期末，倘港元兌人民幣及歐元的匯率出現5%變動，而所有其他變數維持不變，以人民幣及歐元計值的重大未清償貨幣資產及貨幣負債賬面值(本集團除稅後虧損)的敏感度分析。5%為內部向主要管理人員報告外幣風險時所用的敏感度比率，並為管理層對匯率可能出現的合理變動的評估。

	人民幣匯率 上升／(下跌) %	除稅後 虧損增加 ／(減少) 千港元
截至二零一九年三月三十一日止年度		
倘港元兌人民幣貶值	5	(2,028)
倘港元兌人民幣升值	(5)	2,028
	<u> </u>	<u> </u>
截至二零一八年三月三十一日止年度		
倘港元兌人民幣貶值	5	(3,512)
倘港元兌人民幣升值	(5)	3,512
	<u> </u>	<u> </u>

	歐元匯率 上升／(下跌) %	除稅後 虧損增加 ／(減少) 千港元
截至二零一九年三月三十一日止年度		
倘港元兌歐元貶值	5	(51)
倘港元兌歐元升值	(5)	51
	<u> </u>	<u> </u>
截至二零一八年三月三十一日止年度		
倘港元兌歐元貶值	5	—
倘港元兌歐元升值	(5)	—
	<u> </u>	<u> </u>

董事認為，由於年末的風險未能反映截至二零一九年三月三十一日止年度所承受的風險，故敏感度分析未能反映固有外匯風險。分析在二零一八年以相同的基準進行。

d. 信貸風險管理

於二零一八年三月三十一日，本集團因對手方不履行責任而令本集團蒙受財務虧損的最高信貸風險乃綜合財務狀況報表所列相關已確認金融資產的賬面值。

為盡量降低信貸風險，本集團管理層已委派一支團隊負責釐定信貸限額、信貸批核及其他監察程序，以確保會採取跟進措施收回逾期債務。此外，本集團於報告期末審閱每筆個別債務的可收回金額，以確保就不可收回金額作出足夠減值虧損。就此而言，董事認為本集團的信貸風險已顯著減少。

於報告期末，本集團的若干信貸風險集中為17.70% (二零一八年：97.97%) 以及應收貿易賬款及其他應收款項總額56.35% (二零一八年：100%)，來自本集團最大債務人及分別於綜合時尚配飾業務分部之首五大債務人。為將信貸風險減至最低，管理層持續監察風險水平，確保可及時採取跟進行動及／或糾正行動以減低風險或甚至收回逾期債務。本集團餘下的應收貿易賬款並無重大信貸風險集中的情況，有關風險分散於多名對手方及客戶。

於綜合財務狀況報表呈列的金額已扣除應收款項預期信貸虧損撥備(如有)，此乃董事根據過往經驗及前瞻性因素調整作出的估計。就此而言，董事認為本集團的信貸風險已顯著減少。

流動資金的信貸風險有限，原因為對手方為國際信貸評級機構指定高信貸評級的銀行。除存放於多間具有高信貸評級的銀行的流動資金的信貸集中風險外，本集團並無任何其他重大信貸集中風險。

本集團使用撥備矩陣計算的全期預期信貸虧損金額計量應收貿易賬款的虧損撥備。由於本集團的過往信貸虧損經驗並無顯示不同客戶分部的虧損模式具有明顯差異，故並無進一步區分本集團不同客戶群按逾期狀況的虧損撥備。

預期虧損率基於實際虧損經驗計算。該等比率進行調整以反映歷史數據收集期間之經濟狀況、現況及本集團對應收款項預期年期內經濟狀況的觀點三者之間之差異。

e. 流動資金風險管理

於管理流動資金風險方面，本集團監察及維持現金及現金等價物於管理層視為充足的水平，以為本集團經營提供資金，並減少現金流波動的影響。管理層密切監察流動資金狀況，預期將有充足的資金來源以為本集團經營提供資金。

下表詳列本集團非衍生金融負債餘下合約到期日。該表乃基於本集團可能需要付款的最早日期，以金融負債的未貼現現金流量編製。該表包括利息及本金現金流量。

	加權 平均利率 %	按要求或 一年內償還 千港元	多於一年 但少於五年 千港元	未貼現現金 流量總額 千港元	賬面值 千港元
於二零一九年三月三十一日					
應付貿易賬款及其他應付款項	-	26,677	-	26,677	26,677
融資租賃承擔	2%	45	-	45	45
合約負債	-	503	-	503	503
其他應付稅項	-	3,277	-	3,277	3,277
		<u>30,502</u>	<u>-</u>	<u>30,502</u>	<u>30,502</u>
於二零一八年三月三十一日					
應付貿易賬款及其他應付款項	-	15,772	-	15,772	15,772
融資租賃承擔	2%	184	45	229	222
應付董事款項	-	258	-	258	258
	-	<u>16,214</u>	<u>45</u>	<u>16,259</u>	<u>16,252</u>

f. 金融工具公平值計量

董事認為綜合財務報表內按攤銷成本記錄的金融資產及金融負債賬面值與其公平值相若。

35. 附屬公司

下表載列本公司的附屬公司詳情，該等公司均為私人有限公司，除非另有指明，否則所持股份類別為普通股：

公司名稱	註冊成立／ 成立地點	經營地點	本公司 應佔權益百分比		本公司 所持投票權比例		已發行及繳足／ 註冊資本	主要業務
			二零一九年	二零一八年	二零一九年	二零一八年		
本公司直接持有								
Artist Star International Development Limited	英屬處女群島 (「英屬處女群島」)	香港	100	100	100	100	1,000股每股面值1美元的普通股	投資控股
本公司間接持有								
雅天妮國際有限公司	香港	香港	100	100	100	100	300,000港元	時尚配飾零售
Artini Macao Commercial Offshore Limited (附註a)	澳門	澳門	-	100	-	100	澳門幣200,000元	無經營業務
雅天妮營銷有限公司	香港	香港	100	100	100	100	10,000港元	投資控股
超群首飾製品廠有限公司	香港	香港	100	100	100	100	100港元	時尚配飾買賣
捷凱投資有限公司	香港	香港	100	100	100	100	1港元	投資控股
貿達企業有限公司	香港	香港	100	100	100	100	100港元	提供管理服務
振亨投資有限公司	香港	香港	100	100	100	100	10,000港元	無經營業務
銀星國際有限公司	英屬處女群島	香港	100	100	100	100	100股每股面值1美元的普通股	無經營業務
JCM Holding Limited	英屬處女群島	香港	100	100	100	100	500股每股面值1美元的普通股	投資控股
King Erich International Development Limited	英屬處女群島	香港	100	100	100	100	300股每股面值1美元的普通股	投資控股
建樂有限公司(附註a)	香港	香港	-	100	-	100	100港元	無經營業務
Riccardo International Trading Limited	英屬處女群島	香港	100	100	100	100	700股每股面值1美元的普通股	投資控股
深圳市領視信息科技有限公司(附註c)	中國	中國	100	100	100	100	200,000,000港元	時尚配飾零售

公司名稱	註冊成立/ 成立地點	經營地點	本公司 應佔權益百分比		本公司 所持投票權比例		已發行及繳足/ 註冊資本	主要業務
			二零一九年	二零一八年	二零一九年	二零一八年		
領視科技有限公司	香港	中國	100	100	100	100	170,000港元	無經營業務
浩悅財務有限公司	香港	香港	100	100	100	100	1,000港元	無經營業務
浩豐資產管理有限公司(附註a)	香港	香港	-	100	-	100	120,000港元	無經營業務
浩豐期貨有限公司(附註a)	香港	香港	-	100	-	100	5,000,000港元	無經營業務
浩豐證券有限公司(附註a)	香港	香港	-	100	-	100	10,000,000港元	無經營業務
Huan Hai Limited (附註a)	薩摩亞	香港	-	100	-	100	一股每股面值 1美元的普通股	投資控股
Best Sign Limited	薩摩亞	香港	100	100	100	100	一股每股面值 1美元的普通股	無經營業務
Ho Easy Limited(附註a)	英屬處女群島	香港	-	100	-	100	一股每股面值 1美元的普通股	投資控股
Richchain Limited	薩摩亞	香港	100	100	100	100	一股每股面值 1美元的普通股	投資控股
廣州市碼吉科技有限公司 (附註c)	中國	中國	100	100	100	100	人民幣1,000,000元	經營網上平台
碼吉科技有限公司	香港	香港	100	100	100	100	100,000港元	經營網上平台
Guangzhou Primeview Technology Limited (附註b)(附註c)	中國	中國	-	100	-	100	人民幣500,000元	無經營業務
Shenzhen Primeview Technology Limited (附註b)(附註c)	中國	中國	-	100	-	100	人民幣100,000元	無經營業務

附註：

- 截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團出售此等實體。
- 截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團註銷此等實體。
- 此等實體為於中國成立的外商獨資企業。公司名稱的英文譯名僅供參考。此等公司的正式名稱均以中文命名。

於年末或年內任何時間，概無附屬公司有任何發行在外的債務證券。

36. 現金流量表附註

融資活動所產生負債之對賬：

	應付 董事款項 千港元	融資租賃 (附註24) 千港元
於二零一七年四月一日	-	391
現金流量變動：		
已付融資租賃租金之資本部份	-	(169)
董事預付款項	258	-
融資現金流量之變動總額：	258	(169)
其他變動：		
融資租賃承擔之已付利息	-	(15)
其他變動總額	-	(15)
於二零一八年三月三十一日及二零一八年四月一日	258	222
現金流量變動：		
已付融資租賃租金之資本部份	-	(177)
向董事還款	(258)	-
融資現金流量變動總額：	(258)	(177)
其他變動：		
融資租賃承擔之已付利息	-	(7)
其他變動總額	-	(7)
於二零一九年三月三十一日	-	45

截至二零二零年三月三十一日止年度的綜合除稅後純利預測載列於本通函「溢利預測」一節。

基準及假設

截至二零二零年三月三十一日止年度的綜合除稅後純利預測乃由董事根據本集團截至二零一九年四月三十日止一個月的未經審核綜合業績及本集團截至二零二零年三月三十一日止十一個月的綜合業績預測編製(「溢利預測」)。本集團截至二零二零年三月三十一日止年度的實際業績受多項因素影響，並可能與所編製的溢利預測不同。溢利預測乃按在各重大方面均與本集團目前採納的會計政策(概述於本通函附錄二)一致的基準，並基於以下主要基準及假設而編製：

- 本集團營運所在市場或與本集團業務相關的其他市場的現有政府政策、法例、規則或規例、稅基或稅率、利率、匯率、通脹率或其他財政、市場或經濟狀況將不會出現任何重大改變；
- 本集團將不會受本通函「風險因素」一節所載的任何風險因素重大不利影響；
- 本集團的經營及業務將不會因任何不可抗力事件或不可預見的因素或董事無法控制的任何不可預見原因(包括但不限於天災、供應短缺、勞工糾紛、重大訴訟及仲裁)而受到重大影響或中斷；
- 溢利預測已計入財務預測，該財務預測是以綜合時尚配飾平台業務自二零一七年十一月起的過往財務表現及本集團管理層對其未來增長率的估計作參考得出的財務預測；
- 董事及本集團的現有主要高級管理層將繼續參與本集團的營運及業務發展。本集團於預測期間將能挽留其主要管理層及人員且本集團於聘用及挽留優秀員工時不會遇到任何重大困難；
- 於預測期間，本集團預期不會進行任何重大收購事項或處置資產或投資。

以下為香港立信德豪會計師事務所有限公司(香港執業會計師)所編製的函件全文，以供載入本通函。



Tel : +852 2218 8288
Fax: +852 2815 2239
www.bdo.com.hk

25th Floor Wing On Centre
111 Connaught Road Central
Hong Kong

電話 : +852 2218 8288
傳真 : +852 2815 2239
www.bdo.com.hk

香港干諾道中111號
永安中心25樓

敬啟者：

**領視控股有限公司(「貴公司」)
截至二零二零年三月三十一日止年度之溢利預測**

吾等提述貴公司日期為二零一九年七月四日的復牌建議(「復牌建議」)中溢利預測一節所載截至二零二零年三月三十一日止年度貴公司權益持有人應佔綜合溢利的預測(「溢利預測」)。

董事之責任

溢利預測已由貴公司董事根據貴公司及其附屬公司(統稱「貴集團」)截至二零一九年四月三十日止一個月的未經審核綜合業績以及貴集團截至二零二零年三月三十一日止十一個月的綜合業績預測而編製。

貴公司董事僅對溢利預測負責。

吾等之獨立性及質量控制

吾等已遵守香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈之「專業會計師道德規範」中對獨立性及其他道德之規定，有關規定乃基於誠信、客觀、專業勝任能力及應有審慎、保密及專業行為之基本原則而制定。

本會計師事務所應用香港會計師公會頒佈之香港質量控制準則第1號「會計師事務所對執行財務報表審計及審閱、其他核證和相關服務業務實施的質量控制」，因此維持全面的質量控制系統，包括將有關遵守道德要求、專業準則以及適用的法律及監管要求的政策和程序記錄為書面文件。

核數師之責任

吾等之責任為根據吾等之程序對會計政策及溢利預測之計算表達意見。

吾等已根據香港會計師公會頒佈之香港投資通函報告工作準則第500號「就溢利預測、充足營運資金聲明及債務聲明出具報告」，及參考香港核證工作準則第3000號(經修訂)「過往財務資料審核或審閱以外之核證工作」執行吾等之工作。此等準則規定吾等計劃及執行工作以合理確定就會計政策及計算而言，貴公司董事是否已根據董事採用之基準及假設妥為編製溢利預測，以及溢利預測是否按在各重大方面與貴集團通常採用之會計政策一致的基準而呈列。吾等之工作範圍遠小於根據香港會計師公會頒佈之香港核數準則進行之審核範圍。因此，吾等並無發表審核意見。

意見

吾等認為，就會計政策及相關計算而言，溢利預測已根據復牌建議附錄三所載董事採用之基準及假設妥為編製，且已按在各重大方面與貴公司截至二零一九年三月三十一日止年度的綜合財務報表所載貴集團通常採用之會計政策一致的基準而呈列，其全文載於復牌建議附錄二。

強調事項

吾等務請閣下垂注復牌建議第III-1頁附錄三的「基準及假設」，當中載明溢利預測乃根據截至二零一九年四月三十日止一個月的未經審核綜合業績及本集團對截至二零二零年三月三十一日止十一個月綜合業績的預計而編製。貴集團截至二零二零年三月三十一日止年度的實際表現將受諸多因素影響，並可能有別於所編製的溢利預測。吾等就此事項並無保留意見。

香港上環
德輔道中288號
易通商業大廈16樓D室
領視控股有限公司

董事會 台照

香港
德輔道中71號
永安集團大廈
同人融資有限公司

香港立信德豪會計師事務所有限公司
謹啟

二零一九年七月四日

以下為本公司財務顧問同人融資所編製的函件全文，以供載入本通函。



Alliance Capital Partners Limited
同人融資有限公司

香港
德輔道中71號
永安集團大廈
15樓1502-03A室

敬啟者：

財務顧問之責任

吾等提述領視控股有限公司（「貴公司」）日期為二零一九年七月四日之通函（「該通函」）所載截至二零二零年三月三十一日止年度貴公司及其附屬公司（統稱「貴集團」）權益持有人應佔綜合溢利的預測（「溢利預測」）及上市規則第14.62(3)條之規定。

保留意見之基準

如本通函第III-1頁附錄三「基準及假設」所載，溢利預測乃由董事基於貴集團截至二零一九年四月三十日止一個月的未經審核綜合業績及貴集團截至二零二零年三月三十一日止十一個月的綜合業績預測編製。鑒於綜合時尚配飾平台業務的性質，溢利預測並非完全由已簽訂的合約所支持，溢利預測中已計入的財務預測是以綜合時尚配飾平台業務自二零一七年十一月起的過往財務表現及貴集團管理層對未來增長率的估計作參考得出的財務預測（「預測」）。考慮到綜合時尚配飾平台業務的運營歷史有限，吾等未能取得充裕及恰當的證據，以就預測的基準及假設的恰當性作出評估或發表任何意見。

保留意見

吾等已與閣下討論作出溢利預測依據的基準及假設。吾等亦已考慮並依賴香港執業會計師立信德豪向閣下及吾等發出日期為二零一九年七月四日的函件，內容有關作出溢利預測所依據的會計政策及計算方法。除保留意見之基準一節所述事項外，吾等認為閣下作為董事全權負責之溢利預測乃經審慎周詳查詢後作出。

此 致

香港上環
德輔道中288號
易通商業大廈16樓D室
領視控股有限公司
董事會 台照

代表
同人融資有限公司
副總裁
陳家明

二零一九年七月四日