

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公告之內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致之任何損失承擔任何責任。

本公告乃遵照香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）GEM證券上市規則及聯交所證券上市規則的規定提供有關本公司的資料。董事願共同及個別對此負全責。董事經作出一切合理查詢後確認，就彼等所深知及確信，本公告所載資料在各重大方面均屬準確及完整，且並無誤導或欺詐成分，亦無遺漏任何其他事實，致使本公告所載任何聲明或本公告產生誤導。

HYPEBEAST

Hypebeast Limited

（於開曼群島註冊成立之有限公司）

（主板股份代號：00150）

（GEM股份代號：08359）

由香港聯合交易所有限公司
GEM轉往主板上市

保薦人



股份由GEM轉往主板上市

本公司已申請批准(i) 2,000,000,000股已發行股份；及(ii)因行使根據購股權計劃授出之尚未行使購股權而可能發行之58,762,500股股份，透過由GEM轉往主板上市之方式於主板上市及買賣。股份於主板上市及自GEM除牌已於二零一九年二月二十八日獲聯交所原則上批准。

於二零一八年七月三十日，本公司已向聯交所遞交轉板上市申請。於二零一九年一月三十一日，本公司已就轉板上市提交更新申請。

股份於GEM(股份代號：08359)之最後交易日將為二零一九年三月七日。股份將於二零一九年三月八日上午九時正開始於主板(股份代號：00150)進行買賣。轉板上市將不會對股份之現有股票構成任何影響，有關股票將繼續為法定所有權之良好憑證，並有效作買賣、交收及登記用途，且不會涉及現有股票之任何轉讓或換領。

於轉板上市後，本公司之英文股份簡稱、股份之現有股票、每手買賣單位、股份交易貨幣以及本公司之股份過戶登記處將不會有所變動。本公司自GEM上市以來並無採用中文股份簡稱。

股價波幅

自本公司以配售形式於二零一六年四月十一日在GEM上市以來，股份價格一直波動。每股股份配售價為0.13港元。自二零一六年四月十一日直至最後可行日期，於GEM買賣的股份最高價及最低價分別為1.13港元(即於二零一六年四月十二日)及0.151港元(即於二零一七年四月二十六日)。於上述期間，每股股份價格最多上升約769.2%(比較配售價及最高價)並跌至最低約16.2%(比較配售價及最低價)。股價一直波動及可能於主版上市後持續波動。

本公司股東及有意投資者於買賣本公司股份時務請審慎行事。

謹此提述本公司分別於二零一八年七月三十日及二零一九年一月三十一日刊發之公告，內容有關根據GEM上市規則及主板上市規則之有關條文向聯交所提交轉板上市之正式申請（「申請」）及更新申請。

股份由GEM轉往主板上市

於二零一八年七月三十日，本公司已向聯交所遞交轉板上市申請。於二零一九年一月三十一日，本公司已就轉板上市提交更新申請。

本公司已申請批准(i) 2,000,000,000股已發行股份；及(ii)因行使根據購股權計劃授出之尚未行使購股權而可能發行之58,762,500股股份，透過由GEM轉往主板上市之方式於主板上市及買賣。股份於主板上市及自GEM除牌已於二零一九年二月二十八日獲聯交所原則上批准。

董事會確認，截至本公告日期，本公司及股份有關之所有轉板上市的適用先決條件（只要適用）均已達成。

股價波幅

自本公司以配售形式於二零一六年四月十一日在GEM上市以來，股份價格一直波動。每股股份配售價為0.13港元。自二零一六年四月十一日直至最後可行日期，於GEM買賣的股份最高價及最低價分別為1.13港元（即於二零一六年四月十二日）及0.151港元（即於二零一七年四月二十六日）。於上述期間，每股股份價格最多上升約769.2%（比較配售價及最高價）並跌至最低約16.2%（比較配售價及最低價）。股價可能於主版上市後持續波動。

本公司股東及有意投資者於買賣本公司股份時務請審慎行事。

轉板上市之理由

本公司自二零一六年四月十一日起在GEM上市及買賣。本集團為一間數碼媒體公司，主要從事(i)在其數碼媒體平台上向品牌擁有人及廣告代理提供廣告服務；及(ii)在其電子商務平台上銷售第三方品牌服裝、鞋具及配飾。

GEM定位及被視為較於主板上市的公司帶有更高投資風險及更大市場波動的公司提供上市的市場。基於本集團的持續增長及發展，董事相信轉板上市將提升本集團形象及股份對機構及散戶投資者的吸引力。

由於主板的上市要求一般較於GEM為高，董事認為，主板被投資者認為具有更高地位，故此可擴大投資者基礎及股份的交投量。此外，董事認為，GEM上市令本公司獲得公眾認可及知名度提升，且GEM上市使本公司實現業務、收入及盈利能力增長。由於在主版上市的公司通常擁有穩健的往績及須遵守更嚴格的上市要求，董事認為轉板上市有助增強本集團的客戶、供應商、分包商及其他利益相關者對本公司的財務實力、管治及可靠度的信心，因而將進一步向公眾投資者及普羅大眾推廣本公司的企業形象及認知度，繼而令更多人關注本集團的社交媒體及電子商務平台，從而促進本集團的業務表現。本集團亦將有挽留和持續吸納專業員工的優勢。因此，董事會認為股份在主板上市將會鞏固本集團的市場地位，有利其日後增長、融資靈活度及業務發展。

於本公告日期，董事會並無即時計劃於轉板上市後更改本集團之業務性質。除上文所披露者外，轉板上市將不涉及本公司任何新股份之發行。

股份於主板買賣

股份已獲香港結算接納為合資格證券，由GEM上市日期(股份於GEM首次上市日期)起於中央結算系統內寄存、結算及交收。在持續遵守香港結算之證券收納規定之情況下，股份將繼續獲香港結算接納為合資格證券，以於股份開始在主板買賣時起，於中央結算系統內寄存、結算及交收，而所有於中央結算系統之活動均須根據不時生效之中央結算系統一般規則及中央結算系統運作程序規則進行。

股份於GEM(股份代號：08359)之最後交易日將為二零一九年三月七日。股份將於二零一九年三月八日上午九時正開始於主板(股份代號：00150)進行買賣。轉板上市將不會對股份之現有股票構成任何影響，有關股票將繼續為法定所有權之良好憑證，並有效作買賣、交收及登記用途，且不會涉及現有股票之任何轉讓或換領。目前，股份乃以每手20,000股股份之買賣單位以港元進行買賣。本公司於開曼群島之股份過戶登記總處為Tricor Services (Cayman Islands) Limited，而本公司之香港股份過戶登記分處則為卓佳證券登記有限公司。於轉板上市後，本公司之英文股份簡稱、股份之現有股票、每手買賣單位、股份交易貨幣以及上述本公司之股份過戶登記處將不會有所變動。本公司自GEM上市以來並無採用中文股份簡稱。

股權分佈

本公司僅以配售方式在GEM上市，並無涉及任何公開發售。根據本公司日期為二零一六年四月八日的公告，合共500,000,000股股份(相當於本公司當時25%已發行股本)已有條件向合共129名承配人分配。配售股份的分佈載列如下：

	由承配人持有的 股份總數	佔已分配 股份總數的 股權概約百分比	佔本公司已發行 股本的股權 概約百分比
最大承配人	38,000,000	7.6%	1.9%
五大承配人	158,000,000	31.6%	7.9%
十大承配人	290,500,000	58.1%	14.5%
二十五大承配人	468,500,000	93.7%	23.4%

本公司其後已透過一名獨立第三方就其股權作出查詢。根據於二零一九年二月二十五日自獨立第三方接獲的資料及經董事作出所有合理查詢後所深知及深信，於二零一九年二月一日(即釐清本公司股權的最後可行日期)，(i)控股股東持有合共1,489,160,000股股份，佔本公司全部已發行股本約74.5%；及(ii)可識別股東(控股股東除外)持有合共

428,703,050股股份，佔本公司全部已發行股本約21.4%。獨立第三方所作之查詢識別出共不少於1,200名股東。下表載列於二零一九年二月一日可識別股東數目及股東分佈狀況（控股股東所持股份除外）：

	由可識別 股東持有的 股份總數 (附註1)	佔本公司已發行 股本的股權 概約百分比
最大可識別股東 (附註2)	48,380,000	2.4%
五大可識別股東 (附註3)	129,760,000	6.5%
十大可識別股東 (附註4)	173,820,000	8.7%
二十五大可識別股東 (附註5)	239,580,000	12.0%

附註：

1. 二零一九年二月一日進行的股權查詢無法識別持有合共82,136,950股股份的股東，相當於本公司全部已發行股本（「無法識別股份」）約4.1%。
2. 由於根據聯交所網站的權益披露系統，除控股股東及李苑彤女士（根據證券及期貨條例，彼被視為於其配偶馬柏榮先生所持股份中擁有權益）外，並無股東持有本公司全部已發行股本之5%或超過5%，最大可識別股東僅有可能持有部份（如有）無法識別股份。因此，最大可識別股東持有的股份總數最多不超過100,000,000股股份，相當於本公司全部已發行股本之不超過5%。
3. 假設無法識別股份全部由五大可識別股東持有，則其持有的股份總數將為211,896,950股股份，相當於本公司全部已發行股本約10.6%。
4. 假設無法識別股份全部由十大可識別股東持有，則其持有的股份總數將為255,956,950股股份，相當於本公司全部已發行股本約12.8%。
5. 假設無法識別股份全部由二十五大可識別股東持有，則其持有的股份總數將為321,716,950股股份，相當於本公司全部已發行股本約16.1%。

公眾持股量

儘管無法識別股份對股權分佈可能帶來影響，惟董事確認(i)於本公告日期，本公司全部已發行股本最少25%由公眾人士(定義見主板上市規則)持有；(ii)本公司股東不少於300名；及(iii)不超過50%的公眾持有股份由三大公眾股東持有。因此，公眾持股量規定得以保持，符合主板上市規則第8.08條的規定。

財務獨立性

本集團設有獨立的財務系統，並按其自有業務需求作出財務決定。自GEM上市日期以來及直至本公告日期，控股股東及彼等各自聯繫人並無向本集團提供任何財務資助、擔保及／或質押。董事相信，本公司有能力向第三方取得融資而毋須依賴控股股東。

購股權計劃

於二零一六年三月十八日，本公司已有條件地批准及採納首次公開發售前購股權計劃及首次公開發售後購股權計劃，合資格參與者可獲授購股權，賦予彼等權利認購股份。購股權計劃的目的是讓本公司能夠向經選定參與人授出購股權，作為彼等貢獻本公司的獎勵或回報。首次公開發售前購股權計劃於GEM上市日期屆滿。

根據首次公開發售後購股權計劃，於首次公開發售後購股權計劃的餘下期間內，本公司可授出合共159,737,500股股份的購股權。於本公告日期，本公司在首次公開發售後購股權計劃下授出40,262,500股股份，根據購股權計劃尚未行使購股權的股份為58,762,500股。

首次公開發售後購股權計劃在轉往主板上市後將保持有效及生效，並會完全遵從主板上市規則第17章的規定執行。根據首次公開發售後購股權計劃可能將予發行的股份亦會按照主板上市規則第9A.10條轉往主板上市。

於本公告日期，除根據首次公開發售前購股權計劃已經授出的購股權和首次公開發售後購股權計劃已經授出和可能授出的購股權外，本公司並無任何其他購股權，認股權證或相似權利或已發行可換股股本證券將會轉往主板上市。

發行及購回股份的一般授權

根據主板上市規則第9A.12條，股東在本公司於二零一八年八月八日舉行的股東週年大會上授予董事以配發及發行新股份及購回股份的一般授權將繼續有效及維持生效。該等一般授權將生效至以下時間(以最早者為準)止：

- (a) 本公司下屆股東週年大會結束時；
- (b) 股東於股東大會上通過普通決議案撤銷或更改據批准一般授權之決議案給予之授權；及
- (c) 本公司之組織章程細則或任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會期限屆滿之時。

刊發截至二零一八年三月三十一日止年度的年度業績和年度報告及截至二零一八年十二月三十一日止九個月的第三季度業績和第三季度報告

本公司截至二零一八年三月三十一日止年度的年度業績已經刊發。詳情請參閱本公司分別於二零一八年六月二十日及二零一八年六月二十八日刊發的截至二零一八年三月三十一日止年度的年度業績公告及年報。

本公司截至二零一八年十二月三十一日止九個月的第三季度業績已經刊發。詳情請參閱本公司分別於二零一九年二月十二日及二零一九年二月十四日刊發的截至二零一八年十二月三十一日止九個月的第三季度業績公告及第三季度報告。

刊發業績

於轉板上市後，本公司將停止按季度報告財務業績的慣例，而將遵守主板上市規則的相關規定，包括於相關期間或財政年度結束起兩個月及三個月內分別刊發中期業績及年度業績。

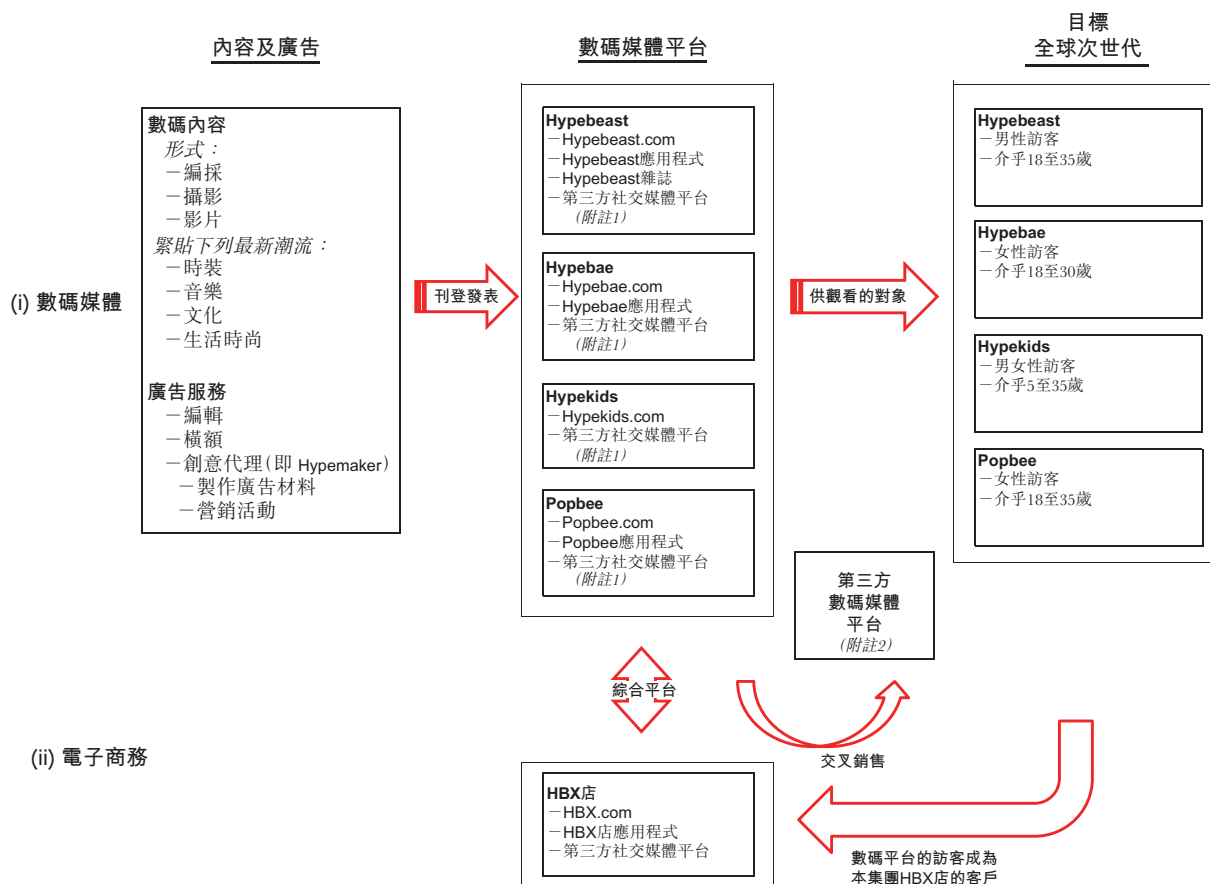
遵守GEM上市規則

據董事全悉，自GEM上市日期起及截至本公告日期，本集團並無任何嚴重或潛在嚴重違反或重大不遵守GEM上市規則的事件。

業務更新資訊

本公司自GEM上市日期起在GEM上市及買賣。本集團為數碼媒體公司，主要從事(i)在其數碼媒體平台上向品牌擁有人及廣告代理提供廣告服務；及(ii)在其電子商務平台銷售第三方品牌服裝、鞋具及配飾。自GEM上市日期起及直至本公告日期，本集團的主要業務及控股股東概無變動。

下圖列載本集團的服務範疇：



附註：

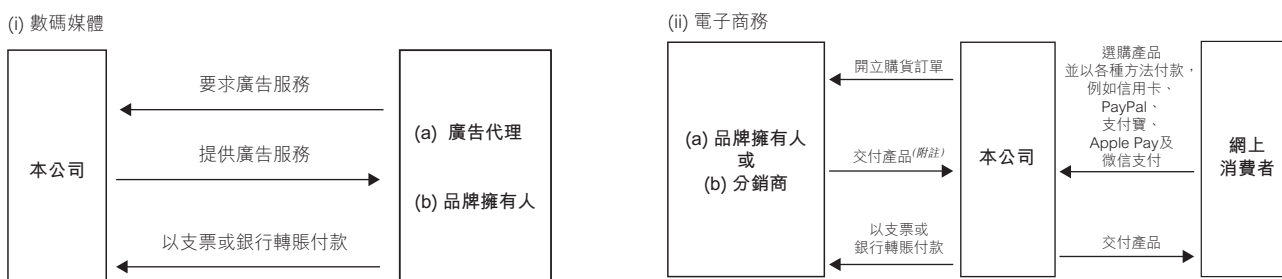
1. 本集團利用的第三方社交媒體平台包括Instagram、Facebook、微博、推特(Twitter)及YouTube。
2. 第三方數碼媒體平台指投放在線上平台的廣告，而非本集團的數碼媒體平台。

以下為載列本集團不同業務分部的變現策略、客戶及收益來源的明細：

變現策略	客戶	收益來源
數碼媒體	(i) 品牌擁有人 (ii) 廣告代理	提供廣告服務，主要包括提供廣告空間，以及創意代理服務。
電子商務 ^(附註)	網上消費者	銷售第三方品牌產品 (通常作為主事人) ^(附註) ， 例如服裝、鞋具及配飾。

附註：除寄售外，本集團就銷售第三方品牌產品擔當主事人的角色，並承受存貨風險。本集團將負責送貨予本集團海外顧客的運費，前提為有關訂單(折價、特價、檔案及印刷產品除外)高於既定的最低金額。本集團就香港及澳門以外地區的顧客設定的最低金額介乎100美元至300美元不等。本集團位於香港及澳門的顧客只要購買一件正價貨品，即享免費送貨。

以下簡化圖說明本集團提供數碼廣告服務及進行電子商務業務的一般程序：



附註：貨物採購藉批發方式或寄售進行。

數碼媒體業務分部

在數碼媒體業務分部下，本集團在其數碼媒體平台及熱門第三方社交媒體平台免費向追隨者及訪客提供數碼內容，與此同時本集團透過向客戶提供數碼廣告服務(包括提供廣告空間及服務及創意代理服務)產生收益。

本集團的平台

在本集團的數碼媒體業務分部下，本集團製作並分發以次世代為對象的數碼內容，為訪客及追隨者報導有關時裝、生活時尚、文化及音樂的最新趨勢。數碼內容透過本集團的數碼媒體平台(包括Hypebeast、Hypebae、Popbee及Hypekids網站及Hypebeast、Popbee及Hypebae手機應用程式)以及熱門第三方社交媒體平台(包括Instagram、Facebook、微博、Twitter及Youtube)發送。

本集團數碼媒體策略的核心為提升數碼媒體平台的內容，以在人口組成及地理區域兩方面觸及更廣大的用戶及追隨者群體。自GEM上市日期起，本集團已成立及推廣新平台，包含有關文化、時裝及生活時尚潮流的文章以迎合多元化用戶組別，例如以女性觀眾為主打的數碼媒體平台Hypebae和以注重時尚潮流的父母及年幼子女為主打的數碼媒體平台Hypekids。Hypebeast、Hypebae、Hypekids及Popbee平台的每月獨立訪客總人數由二零一六年三月的約6.0百萬人增長約111.7%至二零一八年十二月的約12.7百萬人。本集團亦在其旗艦平台Hypebeast的網站、應用程式及各大社交媒體平台推出多國語言版本，現時提供英語、繁體中文、簡體中文、日文、韓文及法文內容。董事相信，擴張目標用戶覆蓋範圍以及豐富和增強數碼媒體內容，有助本集團平台訪客及追隨者人數發展壯大，從而推進本集團數碼媒體服務接觸和吸引全球各地品牌及廣告夥伴。到訪本集團特定語言平台(即非英語平台，目前以簡體中文、日文、韓文、繁體中文及法文傳遞本地化內容)的每月獨立訪客人數由二零一六年三月約2.4百萬人增加至二零一八年十二月約3.2百萬人，增幅約33.3%。

本集團的數碼廣告服務

本集團根據廣告服務協議向客戶(如品牌擁有人及廣告代理)提供一系列服務，包括提供於其數碼媒體平台及雜誌的廣告空間及服務及創意代理服務。於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團錄得與其客戶的廣告服務協議數目及總合約價值有所增加。於截至二零一七年及二零一八年三月三十一日止兩個年度，曾於過往財政年度委聘本集團的數碼媒體客戶數量分別為約110名及150名。

提供廣告服務及廣告空間

本集團提供一系列廣告服務，範圍涵蓋製作以圖像及照片格式的廣告材料至出租自家網站平台或印刷雜誌的廣告空間。本集團利用其自家網站平台的廣告空間宣傳數碼媒體客戶的產品。

提供廣告服務及廣告空間產生的收入為本集團數碼媒體業務的主要收入來源。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，提供廣告空間及服務產生的收益分別佔本集團數碼媒體業務的收益約91.1%、83.9%、72.8%及68.4%。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，來自出版雜誌的收益分別佔本集團數碼媒體業務收益的約0.8%、1.1%、0.7%及0.5%。

創意代理服務

作為數碼媒體分部的一環，本集團亦向品牌提供量身定制的創意代理服務，包括但不限於開發及創造數碼媒體相關內容方面的創意構思、技術製作及活動執行。結合行業及文化知識、非凡創意及技術才華和獨特美學觸覺，有助向品牌及廣告商推廣本集團的創意代理服務，從而讓本集團將多類創意服務發展為系列式專案服務產品推向市場。本集團於二零一七年初開始推廣其「Hypemaker」創意代理服務，藉此以單一品名匯總各類創意服務組合。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，來自提供創意代理服務的收益分別佔本集團數碼媒體業務收益的約8.1%、15.0%、26.5%及31.1%。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團數碼媒體分部的收益分別達到約95.3百萬港元、150.4百萬港元、259.9百萬港元及306.8百萬港元。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團數碼媒體分部的收益較上一年度／期間增長分別約99.8%、57.8%、72.8%及48.4%。

電子商務業務分部

本集團以HBX電子商務平台從事網上服裝、鞋具及配飾零售。HBX電子商務平台於二零一二年開始營運，專注為顧客提供最新的服裝、鞋具及配飾，努力搜尋一些創造潮流的服飾及系列，以加入其商品組合。董事相信，憑藉其對於街頭時尚和年輕時尚的獨特見解，本集團能夠提供最受本集團目標人群青睞的產品，而其電子商務平台網上消費者人數增加就是明證。本集團致力促進客戶的網上購物體驗，務求從提高網站功能、下單流程、物流及付運各方面著手。

HBX為本集團多個國家客戶的主要網上街頭服飾及年輕時尚購物平台之一。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團HBX電子商務平台的顧客訂單數目分別增加約9.4%、6.0%、91.8%及55.5%。於二零一六年三月三十一日、二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日以及二零一八年十二月三十一日，本集團電子商務平台提供的品牌數目分別為422個、391個、348個及282個。於二零一六年三月三十一日、二零一七年三月三十一日及二零一八年三月三十一日以及二零一八年十二月三十一日，本集團電子商務平台提供的產品數目分別為約8,700個、5,300個、6,300個及8,600個。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月內，於本集團電子商務平台出售的品牌及產品數目整體減少反映本集團為其顧客提供更完善的購物體驗及緊貼潮流的產品組合的策略。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團電子商務業務的收益分別達到約56.5百萬港元、67.2百萬港元、125.2百萬港元及180.6百萬港元。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團電子商務平台的收益較上一年度／期間增長分別約10.1%、18.9%、86.3%及114.2%。

主要客戶

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，來自本集團五大客戶的收益分別佔收益總額約15.0%、12.5%、16.8%及10.3%。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團最大客戶應佔收益分別佔本集團收益總額約4.8%、5.0%、6.1%及3.5%。董事認為本集團並無過分依賴任何單一客戶。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月的五大客戶成為本集團客戶的年期介乎約一至五年不等。五大客戶包括媒體及營銷公司、飲料公司及鞋履及運動服裝公司。本集團通常根據不同因素(如個別客戶的信譽及交易記錄)，向五大客戶授出30至60天的信貸期。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月的五大客戶均為獨立第三方，而據董事所深知及確信，於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月直至本公告日期，概無董事、彼等的緊密聯繫人或任何股東(據董事所知實益擁有逾5%股份)擁有本集團五大客戶的任何權益。於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，除本公告本節「客戶與供應商重疊」一段披露者外，概無客戶亦同時為本集團的五大供應商。

受制裁國家

美國、歐盟、聯合國、加拿大及澳洲等若干國家或組織針對受制裁國家和涉及受制裁人士的活動進行全面或其他廣泛的經濟制裁。

據董事所深知及全悉，本公司於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月並無向受制裁國家的任何人士提供任何服務或銷售任何產品。

主要供應商

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，向本集團五大供應商作出的採購分別佔總採購額約15.4%、30.7%、19.0%及25.8%。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，向本集團最大供應商作出的採購分別佔本集團總採購額約6.9%、7.7%、4.5%及11.0%。董事認為本集團並無過分依賴任何單一供應商。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度各年及截至二零一八年十二月三十一日止九個月的五大供應商已成為本集團供應商介乎約一至五年。五大供應商包括時尚品牌擁有人及服裝、鞋具及配飾分銷商。本集團通常獲其五大供應商給予的信貸期為發票日期起計30至60天，或付運前須悉數付款。本集團一般以電匯結付向供應商付款。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月的五大供應商均為獨立第三方，且據董事所深知及確信，概無董事或其各自的聯繫人或任何股東（據董事所知其實益擁有5%以上股份）於本集團在截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月及直至本公告日期的任何五大供應商中擁有任何權益。於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，除本公告本節「客戶與供應商重疊」一段所披露者外，概無供應商亦同時為本集團五大客戶。

客戶與供應商重疊

誠如招股章程所披露，本集團部分數碼媒體分部客戶（如品牌擁有人）同時向本集團供應貨品以在HBX電子商務平台銷售，而部分品牌產品供應商會使用本集團的廣告服務。

董事確認，向此等客戶／供應商銷售及採購的條款乃按個別交易逐項磋商，而供應予及採購自此等客戶／供應商的服務及貨品均非互相關連，亦非互為條件。與該等客戶／供應商的交易的重大條款與本集團其他客戶及供應商的交易相若，而董事認為其屬一般商業條款。董事確認，於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團向此等供應商採購的貨品其後概無售予相同供應商，反之亦然。董事確認，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東（據董事所知擁有本集團逾5%已發行股本）於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月於任何此等客戶／供應商擁有任何權益。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團提供服務予若干名客戶（「主體客戶」），而彼等亦為本集團的供應商或與本集團的供應商同屬一集團（「主體供應商」）。本集團就電子商務業務向主體供應商採購產品，同時本集團就數碼媒體業務向主體客戶提供服務。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團一名、一名、兩名及兩名客戶分別為本集團的五大供應商，而本集團一名、一名、一名及一名供應商分別為本集團就相應年度／期間的五大客戶。除上文所披露者外，於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，概無本集團客戶為本集團的五大供應商，亦概無本集團供應商為本集團的五大客戶。截至二零一八年三月三十一日止三個年度各年及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，向主體客戶的銷售為總收益貢獻分別約3.3%、2.0%、5.6%及6.6%。截至二零一八年三月三十一日止三個年度各年及截至二

零一八年十二月三十一日止九個月，向主體供應商的採購額為總採購貢獻分別約2.4%、7.7%、8.9%及15.7%。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團向主體客戶提供廣告服務所得毛利分別約為3.8百萬港元、2.5百萬港元、8.2百萬港元及15.6百萬港元。

擴展策略更新資訊

展望前路，本集團志在通過繼續引領潮流，成為時尚追隨者心儀的領先網站。本集團擬加強數碼媒體製作實力，從而提高內部編輯及銷售活動內容的品質及數量，預計將透過本集團綜合數碼平台及創意代理的服務銷售帶來更多收益。本集團擬通過採購引領潮流的產品及改善網站及移動應用程式用戶體驗雙管齊下，於其電子商務平台為愛好時尚及文化的顧客帶來領先行業的網上零售體驗。本集團將遵循招股章程所載之多套業務策略，促進發展，有關策略包括以下各項：

1. 就數碼媒體分部，本集團透過多個方法增強其廣告製作實力，包括招聘額外內容製作執行人員及創意人才，以創造優質製作活動及編輯報道，滿足品牌擁有人、廣告代理及本集團平台訪客和追隨者的需求及預期。

本集團將採取內容豐富及平台開發等策略，繼續尋求機會增加與其目標用戶的接觸深度及廣度。

2. 就電子商務分部，本集團將通過改善客戶服務質素、存貨系統性能以及提高網站及應用程式電子商務平台的功能，繼續為客戶提供優質的網上購物體驗。本集團亦擬與新興及知名時尚品牌密切合作，以為顧客帶來引領潮流的服裝及系列。本集團的電子商務平台HBX繼續精心篩選迎合潮流的商品組合，同時，本集團於截至二零一八年三月三十一日止年度引入多個新品牌至其商品組合，並致力推動與現有品牌的合作。此外，於二零一七年下半年，本集團於香港中環置地廣場開設首間實體零售店，於商場內推出一系列國際知名品牌、藝術家專櫃及展覽。本集團以提供迎合潮流的內容著稱，而零售專櫃體驗不僅是將該等內容從數碼世界帶到現實世界的另一渠道，同時亦能在此建立品牌知名度及展示本集團的產品及理念。

為了更妥善管理其現有業務及擴大美國、亞洲及英國之市場份額，本集團的策略其中一環為本集團自GEM上市日期起直至本公告日期成立多間附屬公司。

美國

於GEM上市後，本集團於美國註冊成立多間全資附屬公司，包括Hypebeast, Inc.、HBX New York, Inc.及HBX 41 Division LLC。本集團之美國業務主要涉及支援本集團與其客戶的關係及本集團美國數碼媒體業務的製作服務。本集團亦有意透過在美國紐約市設立零售店，以鞏固其零售佔有率，預期於二零二零年初投入營運。成立零售店舖的資本成本包括裝修開支約12.4百萬港元和初步購置存貨約2.6百萬港元。相關資本成本將由本集團內部資源撥付。下表列舉紐約零售店舖於首十二個月營運的預計營運成本的明細：

項目	預計成本 千港元
租賃開支	550
員工成本	2,495
公共、保險及行政開支	1,823
總計	4,868

本集團亦於注資後註冊成立The Berrics(為本公司之間接非全資附屬公司)，由本集團擁有51%及合營夥伴擁有49%。有關合營公司的更多詳情，請參閱本公告「成立合營公司」一段。

亞洲

於二零一七年四月，本集團在香港註冊成立本公司的間接全資附屬公司102 Media Lab Limited，主要從事提供創意代理服務，於二零一七年五月開始營運。此外，本集團正籌備為中國電子商務／零售的擴充計劃於中國設立公司，預期於二零一九年推出。

英國

於二零一七年五月，本集團在英國註冊成立本公司的間接全資附屬公司Hypebeast UK Limited，並於二零一七年十月開展英國營運。本集團的英國營運主要從事支援本集團於英國及歐盟數碼媒體業務的客戶關係及生產服務。

成立合營公司

誠如本公司日期為二零一八年二月九日之公告所披露，於二零一八年二月八日，Hypebeast, Inc.與合營夥伴(以美國洛杉磯為基地之線上滑板網頁平台)訂立有關於美國成立The Berrics之合營協議。同日，Hypebeast Inc.亦與(其中包括)合營夥伴及The Berrics訂立注資協議，內容有關The Berrics之注資。根據注資協議，本公司注資現金750,000美元並由本集團的內部資源撥付。設立The Berrics旨在從事營運滑板媒體業務及其他相關活動，例如提供滑板相關的數碼內容及廣告以及舉辦線下活動的服務。透過成立The Berrics，本公司與合營伙伴互補不足、共享資源，從而為兩間公司締造協同效應，預期The Berrics將接觸到滑板社區中更廣泛的瀏覽者及客戶群組，並在本公司自身網絡以外地方引進新業務機遇及其他聯繫。再者，董事認為合營公司會因數碼傳媒分部下來自品牌持有人的潛在額外業務機遇而提升本集團的財務表現、拓闊瀏覽者與客戶的覆蓋範疇，以及增加本集團在電子商貿平台的滑板相關服飾、鞋履及配飾銷售。

下表載列The Berrics於下列期間／日期之主要財務資料：

	截至 二零一八年 十二月三十一日止 九個月 千港元
收益	8,440
期內虧損及全面開支總額	(4,320)
本公司權益持有人應佔期內虧損	(2,203)
	於二零一八年 十二月三十一日 千港元
資產總值	16,629
流動資產	4,200
資產淨值	5,657

The Berrics於截至二零一八年十二月三十一日止九個月產生收益約8.4百萬港元。同期錄得經營虧損約4.3百萬港元。

比較業務目標及實際業務進展及所得款項用途

比較招股章程所載業務目標與本集團的實際業務進展的分析連同GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日期間GEM上市所得款項淨額的動用情況列載如下：

目標	實施計劃	截至二零一八年十二月三十一日的實際業務進展	所得款項用途
改良本集團數碼媒體平台的內容	<ul style="list-style-type: none"> 藉增聘編輯加入本集團的編採部門豐富本集團的原創數碼媒體內容，其負責擴大內容的多元性及在本集團的數碼媒體平台上持續提供關於時裝、生活時尚、文化及音樂的最新資訊，並制定本集團的數碼媒體平台，切合各種語言的喜好； 藉增聘數碼內容及影片製作人員增強本集團的製作能力及優質廣告服務，負責影片剪接及製作管理；及 	<p>為支持(i)本集團原創數碼媒體內容創作的持續發展以於本集團的網站及社交媒體平台發佈；(ii)自GEM上市日期起發展及經營本集團的Hypebae及Hypekids平台；及(iii) Hypebeast數碼媒體平台的多語言內容，本集團為香港及美國的現有編輯部門增聘25名編輯及編輯人員以擴充規模，並於英國、日本、中國、法國、台灣及南韓增聘31名特約編輯。</p> <p>自GEM上市日期起，本集團已於香港及美國增聘34名數碼內容及影片製作人員。</p> <p>鑒於本集團的策展及定制編採內容的質量有所提高，本集團的平台Hypebeast、Hypebae、Hypekids及Popbee的獨立訪客人數由二零一六年三月的約6.0百萬名每月獨立訪客增加至二零一八年十二月的約12.7百萬名每月獨立訪客，增幅約為111.7%。到訪本集團的特定語言平台(以繁體中文、簡體中文、日文、韓文及法文傳遞本地化內容)的獨立訪客人數由二零一六年三月約2.4百萬名每月獨立訪客增加至二零一八年十二月約3.2百萬名每月獨立訪客，增幅約33.3%。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 招股章程所述所得款項用途：8.7百萬港元 自GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日之所得款項淨額實際用途：8.7百萬港元

目標	實施計劃	截至二零一八年十二月三十一日的實際業務進展	所得款項用途
增加本集團的銷售及營銷措施	<ul style="list-style-type: none"> 藉增聘數據分析員加強本集團的數據分析能力，以研究及分析本集團追隨者及訪客的喜好及需求 	<p>於GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日，本集團增聘七名數據分析師加入本集團的數據部門，負責分析本集團平台的追隨者及訪客的喜好及需要。新增資源強化本集團追查及分析關鍵統計數據及量數(例如本集團所有網站及社交媒體平台的獨立訪客人數、瀏覽本集團網站的時間、每次到訪的瀏覽頁數及平均瀏覽次數)的實力及處理量。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 招股章程所述所得款項用途：10.3百萬港元 自GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日之所得款項淨額實際用途：10.3百萬港元
	<ul style="list-style-type: none"> 籌劃營銷活動(包括社交媒體營銷、投放廣告及使用搜尋引擎營銷等)，以提升本集團綜合數碼平台的知名度；及 	<p>由於本集團(i)傳遞及編製具備特定平台特色及定制的內容；及(ii)透過有策略及集中的廣告支出，提高本集團數碼平台知名度的策略，本集團於Facebook、Instagram、Twitter、微博、微信及其他社交媒體平台專頁的追隨者人數由二零一六年三月的約5.8百萬名每月獨立訪客增加至二零一八年十二月的約21.0百萬名每月獨立訪客，增幅約為262.1%。</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> 增聘人員，在提供本集團的廣告服務過程中提供銷售支援予本集團的媒體客戶(包括品牌擁有人及廣告代理商)及支援本集團於社交媒體平台的數碼營銷活動，例如分析於本集團的綜合媒體平台的追隨者、訪客及網上購物客的喜好，以向本集團的編輯部門及採購部門提供回饋意見 	<p>本集團於香港及美國增聘六名銷售執行人員，及於英國、日本、南韓、台灣及中國增聘八名顧問，擴大本集團的營銷部門。董事認為經強化的銷售及營銷部門讓本集團能夠實現其社交媒體平台網頁及本集團平台的發展，促進利潤增幅。</p>	

目標	實施計劃	截至二零一八年十二月三十一日的實際業務進展	所得款項用途
改善本集團的工作環境	<ul style="list-style-type: none"> 藉相關租賃及租賃物業裝修擴大本集團的辦事處及倉庫及購置新電腦、拍攝及影片製作設備，以應付本集團增聘的僱員 	<p>本集團已租用額外的辦公室空間以設立總部。此次擴充，為本集團在香港營運的辦公室及倉庫提供更多空間。本集團倉庫的建築面積由GEM上市日期的約7,000平方呎增加至本公告日期的約10,000平方呎，大大增加本集團的倉庫容量，迎合本集團不斷拓展的電子商務業務。與GEM上市日期的約5,000平方呎相比，本集團於本公告日期的總部建築面積為約10,000平方呎。</p> <p>本集團堅持為員工提供最先進的科技及設備，務求提升其生產力及能力，及改善產品的質量。於GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日期間，本集團在擴充辦公室、電腦軟件、電腦硬件及影片及拍攝製作設備方面投資約3.2百萬港元。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 招股章程所述所得款項用途：5.5百萬港元 自GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日之所得款項淨額實際用途：5.5百萬港元
改良本集團的電子商務平台	<ul style="list-style-type: none"> 藉招攬一位數據分析師以改善本集團的數據分析能力，分析本集團的客戶喜好從而了解彼等的需求，藉此計劃來季的採購，及藉招攬一名客戶服務主任，為不同時區的本集團海外客戶服務，以加強本集團的客戶服務；及 	<p>本集團的高級數據及數碼推廣經理負責帶領主要客戶、讀者相關及流量相關數據的分析，從而增加用戶及客戶對本集團平台的投入度。在本集團的數據部門中，本集團委聘數據分析員專門負責跟進本集團的HBX電子商務平台，強化本集團對客戶的使用情況、行為、消費模式及其他關鍵電子商務相關數據的分析能力及處理量。管理層其他成員與數據部門緊密合作，及時地提供數據分析及詮釋，支持策略性的商業決策。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 招股章程所述所得款項用途：2.1百萬港元 自GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日之所得款項淨額實際用途：2.1百萬港元

目標	實施計劃	截至二零一八年十二月三十一日的實際業務進展	所得款項用途
		本集團亦投資於本集團的客戶服務實力，透過增聘一名駐於美國的客戶支援助理經理，協助與本集團的電子商務客戶接洽。本集團的客戶服務部門以英語、普通話及廣東話於辦公時間(香港時間)提供全面支援，且客戶亦能夠通過不同方法包括電郵、即時通訊及語音通話與本集團聯絡。	
	<ul style="list-style-type: none"> 增設自動化功能以改善本集團的存貨系統 	本集團的資訊科技部門繼續為本集團的內部定制存貨系統提供專門支援及升級。本集團為本集團的電子商務系統添加幾個關鍵功能，包括Apple Pay支援、微信支付、自動調整大小及推薦性能等，讓本集團在擴展電子商務業務及擴闊產品供應的同時，能夠維持一流的客戶體驗。	
員工發展	<ul style="list-style-type: none"> 提供外部及內部培訓計劃，以協助挽留員工及支持本集團的業務發展 	本集團的人力資源部門現正評估本集團各個職能組別的僱員的需求，以制定及發掘適合他們的發展目標及技術要求的培訓計劃。於二零一七年十二月，本集團人力資源部門已就業務政策及程序，向新員工提供培訓。	<ul style="list-style-type: none"> 招股章程所述所得款項用途：0.4百萬港元 自GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日之所得款項淨額實際用途：0.4百萬港元
營運資金和一般企業用途	<ul style="list-style-type: none"> 用作營運資金及根據本集團的業務計劃為其他一般企業用途提供資金 	本集團繼續專注於維持及投資於本集團的營運資金，以冀為本集團的業務擴張提供資金，同時加強本集團的經營流動資金以促進本集團的業務增長。	<ul style="list-style-type: none"> 招股章程所述所得款項用途：2.7百萬港元 自GEM上市日期至二零一八年十二月三十一日之所得款項淨額實際用途：2.7百萬港元

招股章程所述之配售新股份之所得款項淨額約為29.7百萬港元，截至二零一八年十二月三十一日，該款項已全部動用。

本集團的財務表現概要

下表列載本集團於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月的選定財務資料：

	截至三月三十一日止年度			截至十二月三十一日止九個月	
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元	二零一七年 千港元 (未經審核)	二零一八年 千港元 (未經審核)
收益	151,863	217,620	385,079	291,028	487,381
收益成本	<u>(60,733)</u>	<u>(95,305)</u>	<u>(181,194)</u>	<u>(134,623)</u>	<u>(240,177)</u>
毛利	91,130	122,315	203,885	156,405	247,204
其他收益及虧損	(1,402)	(756)	1,780	1,093	(1,841)
銷售及營銷開支	(31,422)	(48,616)	(83,643)	(64,651)	(109,649)
行政及經營開支	(33,665)	(44,559)	(65,887)	(41,702)	(65,487)
上市開支	(15,561)	-	-	-	-
有關建議轉板上市的專業費用	-	-	-	-	(5,361)
融資成本	(293)	(323)	(288)	(232)	(401)
分佔一間合營企業業績	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>(653)</u>	<u>-</u>	<u>(2,230)</u>
除稅前溢利	8,787	28,061	55,194	50,913	62,235
所得稅開支	<u>(4,571)</u>	<u>(4,756)</u>	<u>(10,023)</u>	<u>(8,805)</u>	<u>(12,298)</u>
年／期內溢利	<u>4,216</u>	<u>23,305</u>	<u>45,171</u>	<u>42,108</u>	<u>49,937</u>

收益

下表列載截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月按分部劃分的收益明細：

	截至三月三十一日止年度			截至十二月三十一日止九個月	
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元	二零一七年 千港元 (未經審核)	二零一八年 千港元 (未經審核)
數碼媒體	95,347	150,393	259,863	206,728	306,779
電子商務	56,516	67,227	125,216	84,300	180,602
	<u>151,863</u>	<u>217,620</u>	<u>385,079</u>	<u>291,028</u>	<u>487,381</u>

下表載列所示期間按地理位置劃分的收益明細：

	截至三月三十一日止年度						截至十二月三十一日止九個月			
	二零一六年		二零一七年		二零一八年		二零一七年		二零一八年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
							(未經審核)		(未經審核)	
美國	82,588	54.4	112,783	51.8	157,086	40.8	126,410	43.4	186,843	38.3
香港	23,247	15.3	37,353	17.2	53,351	13.9	42,005	14.4	64,911	13.3
中國	12,486	8.2	21,940	10.1	47,219	12.3	39,200	13.5	58,299	12.0
英國	17,462	11.5	16,979	7.8	33,169	8.6	23,903	8.2	37,122	7.6
南韓	1,170	0.8	1,875	0.9	5,330	1.4	4,285	1.5	21,037	4.3
日本	798	0.5	2,030	0.9	6,148	1.6	4,417	1.5	17,844	3.7
加拿大	2,770	1.8	3,671	1.7	6,342	1.6	4,638	1.6	8,228	1.7
新加坡	3,171	2.1	2,541	1.2	5,079	1.3	3,271	1.1	10,391	2.1
澳洲	2,568	1.7	3,717	1.7	5,449	1.4	4,185	1.5	6,711	1.4
其他(附註)	5,603	3.7	14,731	6.7	65,906	17.1	38,714	13.3	75,995	15.6
總計	<u>151,863</u>	<u>100.0</u>	<u>217,620</u>	<u>100.0</u>	<u>385,079</u>	<u>100.0</u>	<u>291,028</u>	<u>100.0</u>	<u>487,381</u>	<u>100.0</u>

附註：其他包括對其他國家的銷售，該等國家各自於各相關財政年度或期間為本集團總收益貢獻少於3%。

本集團的收益由截至二零一六年三月三十一日止年度的約151.9百萬港元增加至截至二零一七年三月三十一日止年度的約217.6百萬港元，增長約43.3%。增加主要由於在本集團的數碼媒體平台向品牌擁有人及廣告代理提供廣告服務的收益增加。截至二零一七年三月三十一日止年度，本集團與其客戶訂立的合約數量較二零一六年同期有所增加。此外，該等服務合約的平均合約價值分別於截至二零一六年及二零一七年三月三十一日止年度保持相對穩定。

本集團的收益由截至二零一七年三月三十一日止年度的約217.6百萬港元增加至截至二零一八年三月三十一日止年度的約385.1百萬港元，增長約77.0%。增加主要由於(i)在本集團的數碼媒體平台向品牌擁有人及廣告代理提供廣告服務之收益增加；(ii)合約的平均合約價值及與本集團客戶訂立的合約數目增加；及(iii)第三方品牌服裝於本集團的電子商務平台的銷售量上升，此乃由於本集團的客戶的銷售訂單增加。

本集團的收益由截至二零一七年十二月三十一日止九個月的約291.0百萬港元增加至截至二零一八年十二月三十一日止九個月的約487.4百萬港元，增長約67.5%。增加主要由於在本集團的數碼媒體平台向品牌擁有人及廣告代理提供廣告及創意代理服務之範圍及數量增加，以及第三方品牌服裝於其電子商務平台的銷售量上升。

數碼媒體分部的收益

數碼媒體分部主要指廣告服務，包括提供廣告空間及創意代理服務。廣告服務所得收益於發佈期內按直線法確認。

下表載列所示期間按服務類型劃分的數碼媒體分部收益明細：

	截至三月三十一日止年度			截至十二月三十一日止九個月	
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元	二零一七年 千港元 (未經審核)	二零一八年 千港元 (未經審核)
提供廣告空間	86,895	126,108	189,009	149,512	209,952
創意代理服務	7,691	22,571	68,943	56,017	95,325
雜誌出版	761	1,714	1,911	1,199	1,418
其他	-	-	-	-	84
總計	95,347	150,393	259,863	206,728	306,779

下表載列所示期間按平台類型劃分的數碼媒體分部收益明細：

	截至三月三十一日止年度			截至十二月三十一日止九個月	
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元	二零一七年 千港元 (未經審核)	二零一八年 千港元 (未經審核)
Hypebeast	85,591	138,509	238,871	190,684	285,115
Hypebae	5,558	3,945	7,440	4,543	10,906
Hypekids	-	-	2,219	2,173	711
Popbee	4,198	7,939	11,333	9,328	10,047
	<u>95,347</u>	<u>150,393</u>	<u>259,863</u>	<u>206,728</u>	<u>306,779</u>

下表載列所示期間數碼媒體分部的選定營運數據：

	截至三月三十一日止年度			截至十二月三十一日止九個月	
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一七年 (未經審核)	二零一八年 (未經審核)
收益 (千港元)	95,347	150,393	259,863	206,728	306,779
合約數目	465	697	889	635	921
平均合約價值 (千港元)	205	216	292	326	333

本集團數碼媒體服務的收益於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月連續增加，合約數目亦連續增加。本集團亦於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月錄得平均合約價值增加，貢獻數碼媒體分部的收益增長。Hypebeast、Hypebae、Hypekids及Popbee平台的每月獨立訪客總數由二零一六年三月的約6.0百萬人次增至二零一八年十二月的約12.7百萬人次，有助提高本集團平台上登載廣告達成的顯示次數，並吸引更多廣告商及市場推廣者使用其數碼媒體服務。截至二零一八年三月三十一日止年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，提供創意代理服務的收益飆升，主要是由於本集團在二零一七年年初開始以統一品牌「Hypemaker」整合各類創意服務組合，以與各品牌合作提供定制廣告及創意代理服務，包括但不限於開發及創作數碼媒體相關內容方面的創意構思、技術製作及活動執行，而有關內容是根據本集團客戶的喜好設計及創作。自推出有關服務以來，本集團已確立其作為優質定制服務供應商的地位，且本集團能持續向其客戶取得規模較大和合約價值較高的合約。由於訪客及訂閱人數有所上升，董事認為Hypemaker創意服務代理於委聘全新和現有廣告商的範疇及規模上，都邁出一大步。

電子商務分部收益

電子商務分部收益於貨品運離本集團倉庫後、貨品交付及所有權轉移時確認。下表載列電子商務分部於所示期間的收益、出售貨品數目及平均售價明細：

	截至三月三十一日止年度			截至十二月三十一日止九個月	
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一七年 (未經審核)	二零一八年 (未經審核)
電子商務					
收益(千港元)	56,516	67,227	125,216	84,300	180,602
出售貨品數目	138,052	150,308	214,852	152,190	233,139
平均售價(港元/件)	409	447	583	561	775
每張訂單平均價值(港元/訂單)	1,054	1,183	1,149	1,155	1,413
每張訂單平均貨品數量(件/訂單)	2.6	2.6	2.0	2.0	1.8

本集團來自電子商務之收益於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月持續上升，而於該等期間銷售量及平均售價均錄得上升。每張訂單平均價值及每張訂單平均貨品數量於相應期間內保持相對平穩。

截至二零一八年三月三十一日止年度，本集團的電子商務分部錄得較二零一七年同期收益大幅增長，達86.3%。該增幅主要由於(i)截至二零一八年三月三十一日止年度，本集團已於其電子商務平台引入多個新第三方品牌的服裝銷售，其中一個於二零一七年引進的新品牌於截至二零一八年三月三十一日止年度成為最暢銷品牌；(ii)於其電子商務平台出售的貨品數量有所增加，由截至二零一七年三月三十一日止年度約150,000件增至二零一八年同期約215,000件；及(iii)每張訂單的平均售價亦由二零一七年同期的每件447港元增加至截至二零一八年三月三十一日止年度的每件583港元。

來自電子商務分部的收益由去年同期84.3百萬港元大幅增加至截至二零一八年十二月三十一日止九個月180.6百萬港元，主要因為(i)電子商務平台的出售貨品數目由截至二零一七年十二月三十一日止九個月約152,000件增加至二零一八年同期約233,000件；及(ii)每張訂單平均售價由截至二零一七年十二月三十一日止九個月每件561港元增加至二零一八年同期每件775港元。

董事認為，本集團截至二零一八年三月三十一日止年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月電子商務分部的收益顯著增加亦由於(i)網站購物體驗得以改善；(ii)執行清晰市場營銷策略；(iii)增加流動式裝置用戶的互動及參與；及(vi)提供聲譽較佳及廣泛的品牌。

本集團藉多種方法改善網站購物體驗，包括但不限於翻新HBX網站，改善設計、佈置、表達方式及使用方式、開拓更多付款方法，如WeChat Pay和Apple Pay，引進Archives分部以及擴大女裝及童裝分部，提供更豐富的產品選擇。此外，本集團更為留意目標流量，包括根據存貨量及地理位置(例如因應個別國家的特定活動和假期，如中國的光棍節及美國的感恩節)推行市場推廣活動。

除網站用戶外，本集團亦聚焦於接觸流動裝置用戶，在客戶人口分佈中迎合以流動裝置進行網上購物的趨勢。本集團已開發本地流動應用程式功能，如額外付款解決方案、提升導覽及搜尋功能、改善用戶在若干社交媒體平台的互動功能。另外，本集團已推行專屬流動裝置的市場推廣策略，例如與科技夥伴合作跨平台推廣，藉此提升旗下流動應用程式在流動應用程式平台商店的亮相機會，並在流動應用程式提供獨家矚目的產品，促使與使用流動裝置的用戶交流。

本集團相信，改善網站的可用性是其營銷及推廣策略中更為專注的做法，與促進與流動用戶的交流和提高品牌供應，均為截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月HBX電子商務平台的訂單數量及出售產品增加的主要原因。

收益成本

本集團的收益成本由截至二零一六年三月三十一日止年度的約60.7百萬港元增加至截至二零一七年三月三十一日止年度的約95.3百萬港元。收益成本增加乃主要由於(i)為客戶提供優質及度身訂造的廣告服務的製作成本增加；及(ii)直接員工成本增加，以助目前及未來擴充及發展。

本集團的收益成本由截至二零一七年三月三十一日止年度的約95.3百萬港元增加至截至二零一八年三月三十一日止年度的約181.2百萬港元。收益成本增加乃主要由於(i)為客戶提供優質及度身訂造的創意代理服務的製作成本增加；及(ii)直接員工成本增加，以助目前及未來擴充及發展。

本集團的收益成本由截至二零一七年十二月三十一日止九個月的約134.6百萬港元增加約78.5%至截至二零一八年十二月三十一日止九個月的約240.2百萬港元。收益成本增加主要由於期內(i)產品及存貨相關成本增加，以支持本集團的電子商務業務的增長；(ii)活動製作成本增加，以為創意代理提供優質及量身定制之內容；及(iii)直接員工成本增加，以支持於本集團合約範圍內擴大合約的規模以及提升生產水平。

毛利及毛利率

下表列載截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月按分部劃分的毛利及毛利率明細：

	截至三月三十一日止年度						截至十二月三十一日止九個月			
	二零一六年		二零一七年		二零一八年		二零一七年		二零一八年	
	毛利 千港元	毛利率 %	毛利 千港元	毛利率 %	毛利 千港元	毛利率 %	毛利 千港元 (未經審核)	毛利率 %	毛利 千港元 (未經審核)	毛利率 %
數碼媒體	64,001	67.1	91,326	60.7	145,585	56.0	115,862	56.0	163,437	53.3
– Hypebeast	56,929	66.5	84,346	60.9	132,680	55.5	106,174	55.7	150,136	52.7
– Hypebae	4,715	84.8	2,648	67.1	5,380	72.3	3,055	67.2	7,678	70.4
– Hypekids	-	-	-	-	1,864	84.0	1,834	84.4	557	78.3
– Popbee	2,357	56.1	4,332	54.6	5,661	50.0	4,799	51.4	5,066	50.4
電子商務	27,129	48.0	30,989	46.1	58,300	46.6	40,543	48.1	83,767	46.4
總計	91,130	60.0	122,315	56.2	203,885	52.9	156,405	53.7	247,204	50.7

下表載列所示期間按主要服務類型劃分的來自數碼媒體分部的毛利及毛利率：

	截至三月三十一日止年度						截至十二月三十一日止九個月			
	二零一六年		二零一七年		二零一八年		二零一七年		二零一八年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
							(未經審核)	(未經審核)		
提供廣告空間	59,617	68.0	81,862	64.0	121,627	63.7	83,205	55.7	116,310	55.4
創意代理服務	4,384	57.0	9,464	41.9	23,958	34.8	32,657	58.3	47,127	49.4
總計	64,001	67.1	91,326	60.7	145,585	56.0	115,862	56.0	163,437	53.3

創意代理服務的毛利率相對較低，主要由於本集團就提供創意代理服務產生額外製作成本以及考慮到包括前製和後製影片拍攝和剪輯及照片修飾的媒體項目的服務範圍廣泛及定制性質，有關工作涉及專業人員及設備所致。

於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，提供創意代理服務的毛利率降低，主要由於自二零一七年初開始，本集團將各類創意服務整合在統一品牌「Hypemaker」旗下。隨著提供創意代理服務的範圍及規模增加，且由於「Hypemaker」品牌的定制性質，本集團於其設立初期，產生了更多的製作成本，包括專業員工招聘成本以及製作材料、設備及差旅及通訊開支增加。

於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，提供廣告空間的毛利率下跌，主要由於員工成本佔提供廣告空間收益的百分比增加，乃由於為配合本集團目標觀眾範圍的拓寬以及其數碼媒體內容於本集團經擴張綜合數碼媒體平台的豐富及增加，增聘編輯團隊人數，以管理往績期間本集團多個數碼媒體平台的新增編輯內容。

本集團的毛利由截至二零一六年三月三十一日止年度的約91.1百萬港元增加約34.2%至截至二零一七年三月三十一日止年度的約122.3百萬港元。整體毛利率由截至二零一六年三月三十一日止年度的約60.0%輕微下降至截至二零一七年三月三十一日止年度的約56.2%，此乃主要由於數碼媒體分部的毛利率下降，因為(i)本集團提供更多量身定制的創意代理服務，該等服務由於製作成本較高，所帶來的毛利率相對較低；及(ii)本集團致力透過聘請更多製作人員(由截至二零一六年三月三十一日止年度的41人增至截至二零一七年三月三十一日止年度的53人)，提升其數碼媒體產能。

本集團的毛利由截至二零一七年三月三十一日止年度的約122.3百萬港元增加約66.7%至截至二零一八年三月三十一日止年度的約203.9百萬港元。整體毛利率由截至二零一七年三月三十一日止年度的約56.2%輕微下降至截至二零一八年三月三十一日止年度的約52.9%，此乃主要由於數碼媒體分部的毛利率下降，原因是(i)創意代理服務供應增加，其毛利率較廣告空間供應為低，乃由於其定制性質所致；及(ii)製作人員由截至二零一七年三月三十一日止年度的53人增至截至二零一八年三月三十一日止年度的99人，以提升本集團數碼媒體平台的內容。

本集團的毛利由截至二零一七年十二月三十一日止九個月的約156.4百萬港元增加約58.1%至截至二零一八年十二月三十一日止九個月的約247.2百萬港元。整體毛利率由截至二零一七年十二月三十一日止九個月的約53.7%下跌至截至二零一八年十二月三十一日止九個月的約50.7%，主要原因是提供創意代理服務增加，由於其量身定制的性質，毛利率相對較提供廣告空間低；及來自利潤率相對較低的電子商務業務收益的百分比有所提高導致數碼媒體分部毛利率下跌。

本集團相信，其收益及業務擴張背後的關鍵因素是提供量身定制的廣告服務(包括提供廣告空間以及創意代理服務)的能力與實力。透過提供由「Hypebeast」品牌所支援的全套廣告服務，本集團一直能夠把握來自品牌擁有人及公司範圍更廣的業務機遇，造就截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月的合約數量及平均合約價值有所增長。

儘管與提供廣告空間相比，創意代理服務的毛利相對較低，董事認為，源自提供創意代理服務的收益基礎擴大，其已有助及將有助於本集團的營運規模增長及財務業績。董事認為，自二零一七年初引入「Hypemaker」品牌創意服務以來，本集團不斷擴大其與創意代理服務有關的服務範圍及規模，設立了更大的專業製作團隊，並建立了本集團的往績記錄。隨著本集團累積更多製作方面的經驗，並提升其效率與效能以組織規模更大的製作活動，並習慣考慮預期毛利率虧損以就本集團所提供服務準備進行報價，本集團數碼媒體分部的毛利及毛利率預期將會維持穩定，與截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月內所錄得的業績相比長遠來說也有所改善。

銷售及營銷開支

銷售及營銷開支主要包括廣告及社交媒體營銷開支和本集團銷售及營銷部門的員工成本。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，銷售及營銷開支為31.4百萬港元、48.6百萬港元、83.6百萬港元及109.6百萬港元，分別佔同期的總收益20.7%、22.3%、21.7%及22.5%。

本集團的銷售及營銷開支由截至二零一六年三月三十一日止年度的約31.4百萬港元增加約54.8%至截至二零一七年三月三十一日止年度的約48.6百萬港元。銷售及營銷開支增加乃由於截至二零一七年三月三十一日止年度有關廣告及推廣和第三方顧問服裝的使用率增加及所聘用僱員增加，以推動目前及未來業務擴張。

本集團的銷售及營銷開支由截至二零一七年三月三十一日止年度的約48.6百萬港元增加約72.0%至截至二零一八年三月三十一日止年度的約83.6百萬港元。增幅乃由於(i)於社交媒體營銷所產生的投資成本增加以支持平台發展，尤其是為Hypebae及Hypekids平台的宣傳；(ii)截至二零一八年三月三十一日止年度所聘用員工人數增加以推動目前及未來業務擴張，尤其是提供創意代理服務，其需要具製作創意內容及組織活動經驗的人員；及(iii)業務增長致使銷售佣金增加。

本集團的銷售及營銷開支由截至二零一七年十二月三十一日止九個月的約64.7百萬港元增加約69.4%至截至二零一八年十二月三十一日止九個月的約109.6百萬港元。銷售及營銷開支增加主要源自(i)於本集團社交媒體營銷及廣告的投資增加以支持數碼及電子商務平台發展及曝光；(ii)有關本集團的電子商務業務增長的分銷費用增加；(iii)期內於合約範圍內擴大合約的規模及提升生產水平而使所支付的佣金增加；及(iv)於本集團銷售及營銷團隊內的新員工的投資增加，以推動目前及未來業務發展及收益擴張。

行政及經營開支

行政及經營開支主要包括員工成本、專業費用、自由工作者成本及其他成本及開支。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，行政及經營開支為33.7百萬港元、44.6百萬港元、65.9百萬港元及65.5百萬港元，分別佔同期的總收益22.2%、20.5%、17.1%及13.4%。

本集團的行政及經營開支由截至二零一六年三月三十一日止年度的約33.7百萬港元增加約32.3%至截至二零一七年三月三十一日止年度的約44.6百萬港元。增加乃由於截至二零一七年三月三十一日止年度員工成本、員工人數、花紅付款及自由工作者成本增加，以推動目前及未來業務擴張。

本集團的行政及經營開支由截至二零一七年三月三十一日止年度的約44.6百萬港元增加約47.8%至截至二零一八年三月三十一日止年度的約65.9百萬港元。增加乃由於截至二零一八年三月三十一日止年度本集團總部的行政及營運員工人數由二零一七年三月三十一日的27名增至二零一八年三月三十一日的37名，以推動目前及未來業務擴張。

本集團的行政及經營開支由截至二零一七年十二月三十一日止九個月約41.7百萬港元增加約57.1%至截至二零一八年十二月三十一日止九個月約65.5百萬港元。增加乃主要源自(i)員工人數增加以支援本集團拓展；(ii)香港新總部及其他於美國及英國的地區辦公室租金及水電成本增加；(iii)差旅成本增加，以支援本集團的全球業務；及(iv)有關授予僱員的購股權的以股份為基礎的報酬增加。

有關建議轉板上市的專業費用

截至二零一八年十二月三十一日止九個月錄得約5.4百萬港元就轉板上市所付的一筆過法定及專業費用，而截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一七年十二月三十一日止九個月概無確認有關成本。

所得稅開支

本集團所得稅開支由截至二零一六年三月三十一日止年度的約4.6百萬港元增加至截至二零一七年三月三十一日止年度的約4.8百萬港元。輕微增加主要由於除稅前溢利增加，撇除上市開支及其他不可扣除收入項目等不可扣稅開支的影響。

本集團所得稅開支由截至二零一七年三月三十一日止年度的約4.8百萬港元增加至截至二零一八年三月三十一日止年度的約10.0百萬港元。增加乃主要由於截至二零一八年三月三十一日止年度除稅前溢利增加。

本集團所得稅開支由截至二零一七年十二月三十一日止九個月約8.8百萬港元增加至截至二零一八年十二月三十一日止九個月約12.3百萬港元。增加主要由於在相關期內除稅前溢利增加(尤其是稅率較高的其他司法權區)。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月之實際稅率分別約為52.0%、16.9%、18.2%及19.8%。實際稅率於截至二零一六年三月三十一日止年度極高主要源自上市開支引致之稅務影響(其為不可扣稅)。截至二零一八年三月三十一日止兩個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，香港的實際稅率高於法定稅率，主要由於本集團亦發展業務的美國及英國的稅率較高。

年／期內溢利

年內溢利由截至二零一六年三月三十一日止年度的約4.2百萬港元增加約454.8%至截至二零一七年三月三十一日止年度的約23.3百萬港元。增加主要由於(i)截至二零一六年三月三十一日止年度本集團就GEM上市產生上市開支；及(ii)截至二零一七年三月三十一日止年度收益及毛利增加的淨影響。撇除截至二零一六年三月三十一日止年度本集團

就GEM上市的一筆過開支約15.6百萬港元後，相關年度的溢利約為19.8百萬港元。撇除本集團GEM上市的一次性開支，截至二零一六年及二零一七年三月三十一日止年度的純利率分別為13.0%及10.7%。該減幅主要是由於上述的毛利率下跌所致。

年內溢利由截至二零一七年三月三十一日止年度的約23.3百萬港元增加約94.0%至截至二零一八年三月三十一日止年度的約45.2百萬港元。純利率由截至二零一七年三月三十一日止年度的10.7%增加至截至二零一八年三月三十一日止年度的11.7%。增加主要由於管理層的成本控制措施，惟被截至二零一八年三月三十一日止年度提供更多量身定制的創意代理服務(其毛利率較低)部分抵銷。本集團擬專注於擴展業務及整體收入的同時增加利潤。

期內溢利由截至二零一七年十二月三十一日止九個月約42.1百萬港元增加約18.6%至截至二零一八年十二月三十一日止九個月約49.9百萬港元。增加主要由於截至二零一八年十二月三十一日止九個月的收益及毛利增加以及採用有效的企業成本管理所致。然而，撇除本集團於截至二零一八年十二月三十一日止九個月產生的轉板上市一次性開支5.4百萬港元及就The Berrics進行業務整合的相關虧損2.2百萬港元，純利率由截至二零一七年十二月三十一日止九個月的14.5%減至截至二零一八年十二月三十一日止九個月的10.2%，主要由於上文所述的業務擴展產生的營運開支增加。

流動資金及財務資源

於二零一八年十二月三十一日，本集團的資產總值約為333.2百萬港元(二零一八年三月三十一日：199.9百萬港元)，乃由總負債及股東權益(包括股本及儲備)分別約140.0百萬港元(二零一八年三月三十一日：58.7百萬港元)及約193.2百萬港元(二零一八年三月三十一日：141.2百萬港元)組成。本集團於二零一八年十二月三十一日的計息貸款及計息銀行借貸總額約為27.8百萬港元(二零一八年三月三十一日：4.7百萬港元)，而於二零一八年十二月三十一日的流動比率則約為2.3倍(二零一八年三月三十一日：3.2倍)。

綜合財務狀況表

	於三月三十一日			於 二零一八年 十二月 三十一日
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元	千港元
非流動資產				
物業、廠房及設備	2,475	4,640	5,478	9,863
租賃按金	4,051	456	1,014	5,923
於一間合營企業的權益	—	—	5,234	3,005
	<u>6,526</u>	<u>5,096</u>	<u>11,726</u>	<u>18,791</u>
流動資產				
存貨	12,910	11,817	28,990	56,962
貿易及其他應收款項	40,333	57,013	98,631	186,042
一間合營企業結欠款項	3,060	—	133	5,330
已抵押銀行存款	—	5,001	1,881	6,405
銀行結餘及現金	9,179	67,931	58,581	59,870
	<u>65,482</u>	<u>141,762</u>	<u>188,216</u>	<u>314,609</u>
流動負債				
貿易及其他應付款項	32,421	45,663	47,104	96,036
結欠一名關連方的款項	122	—	—	—
融資租賃承擔				
— 一年內到期	—	—	272	—
銀行借貸				
— 一年內到期	11,292	5,013	4,663	27,775
應付稅項	2,325	1,631	6,223	16,200
	<u>46,160</u>	<u>52,307</u>	<u>58,262</u>	<u>140,011</u>
流動資產淨值	<u>19,322</u>	<u>89,455</u>	<u>129,954</u>	<u>174,598</u>
資產總值減流動負債	<u>25,848</u>	<u>94,551</u>	<u>141,680</u>	<u>193,389</u>

	於三月三十一日			於 二零一八年 十二月 三十一日
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元	千港元
非流動負債				
融資租賃承擔—				
一年內到期	—	—	261	—
遞延稅項負債	97	221	170	170
	<u>97</u>	<u>221</u>	<u>431</u>	<u>170</u>
資產淨值	25,751	94,330	141,249	193,219
資本及儲備				
股本	1	20,000	20,000	20,000
股份溢價	—	25,275	25,275	25,275
儲備	25,750	49,055	95,974	147,944
	<u>25,751</u>	<u>94,330</u>	<u>141,249</u>	<u>193,219</u>

本集團的流動資產淨值於各期間末持續增加，由二零一六年三月三十一日的19.3百萬港元增至二零一八年十二月三十一日的174.6百萬港元，增幅乃主要由於營運資金持續增加以支持業務增長。

存貨

本集團的存貨主要包括轉售予終端客戶的第三方服裝及鞋履。於二零一六年、二零一七年及二零一八年三月三十一日以及二零一八年十二月三十一日，本集團的存貨結餘分別為12.9百萬港元、11.8百萬港元、29.0百萬港元及57.0百萬港元。於二零一八年三月三十一日及二零一八年十二月三十一日的存貨大幅增加乃主要由於客戶需求增加，體現在銷量及本集團電子商務業務收益的顯著增加。

下表列載於所示期間的存貨周轉天數。

	截至三月三十一日止年度			截至
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一八年 十二月 三十一日止 九個月
平均存貨周轉天數 ^(附註)	162	135	123	122

附註： 平均存貨周轉天數的計算方法為相關年度／期間的年／期初及年／期末存貨結餘的算術平均數除以相關年度／期間的銷售貨品成本再乘以相關年度／期間內的365／275天。

截至二零一八年三月三十一日止三個年度，本集團的平均存貨周轉天數有所改善，主要因為有更多受歡迎品牌的產品提供予本集團的電子商務平台，符合其透過改善服務及向本集團客戶提供以潮流為重心的產品組合以強化電子商務平台的策略。本集團存貨的平均周轉天數由截至二零一八年三月三十一日止年度的123天微跌至截至二零一八年十二月三十一日止九個月的122天，反映截至二零一八年十二月三十一日止九個月整個期間的存貨管理穩定及有效。

除定價及宣傳策略外，本集團監察有關其存貨(如銷售、各產品的毛利率、產品表現、存貨周轉及存貨賬齡)的各種標準，以確保妥善及積極地管理有關銷售表現的存貨結餘，以及確保無重大未出售存貨。本集團並不預期就其存貨結餘錄得任何重大撇銷或估值調整。

於二零一九年一月三十一日，於二零一八年十二月三十一日達9.4百萬港元或18.0%的存貨已獲出售。

貿易及其他應收款項

下表列載於所示期間本集團的貿易及其他應收款項組成部分：

	於三月三十一日			於 二零一八年 十二月 三十一日
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元	千港元 (未經審核)
貿易應收款項	34,276	53,581	85,832	152,764
墊支予員工	141	99	604	1,331
租金及水電按金	588	465	3,969	5,922
預付款項及其他	1,227	2,868	8,226	10,932
活動預付款項	—	—	—	15,093
遞延上市開支	4,101	—	—	—
	<u>40,333</u>	<u>57,013</u>	<u>98,631</u>	<u>186,042</u>

於二零一六年、二零一七年及二零一八年三月三十一日以及於二零一八年十二月三十一日，本集團的貿易及其他應收款項分別為約40.3百萬港元、57.0百萬港元、98.6百萬港元及186.0百萬港元。其由二零一六年三月三十一日的約40.3百萬港元增至二零一七年三月三十一日的約57.0百萬港元，乃主要由於截至二零一七年三月三十一日止年度銷售增加。本集團的貿易及其他應收款項由二零一七年三月三十一日的約57.0百萬港元增至二零一八年三月三十一日的約98.6百萬港元，主要由於截至二零一八年三月三十一日止年度銷售增加。本集團貿易及其他應收款項由二零一八年三月三十一日的98.6百萬港元增加至二零一八年十二月三十一日的186.0百萬港元，主要因為(i)期內貿易應收款項增加66.9百萬港元，反映本集團數碼媒體業務收入增加；(ii)美國新辦公室及零售物業裝修的預付款項及其他應收款項增加2.7百萬港元；及(iii)一筆過活動的預付款項15.1百萬港元，其有關本集團於紐約市舉辦的活動，吸引來自世界各地54個品牌零售商積極參與。

下表載列於所示日期根據發票日期呈列的貿易應收款項(扣除呆賬撥備)賬齡分析：

	於三月三十一日			於
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一八年
	千港元	千港元	千港元	十二月
				三十一日
				千港元
				(未經審核)
60天內	26,187	41,159	47,042	124,862
61至90天	2,044	5,974	25,128	7,426
91至180天	5,598	4,648	10,374	15,432
181至365天	447	1,712	1,842	4,762
超過365天	—	88	1,446	282
總計	<u>34,276</u>	<u>53,581</u>	<u>85,832</u>	<u>152,764</u>

於二零一六年、二零一七年及二零一八年三月三十一日及二零一八年十二月三十一日，貿易應收款項分別為19.3百萬港元、26.8百萬港元、58.7百萬港元及56.1百萬港元已逾期但未減值。董事確認該等貿易應收款項與並無重大財政困難的客戶有關，而根據本集團的經驗，董事認為毋須就該等逾期結餘作出減值撥備，因為結餘屬於可以悉數收回。

下表列載於所示日期本集團的貿易應收款項周轉天數：

	截至三月三十一日止年度			截至
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一八年
				十二月
				三十一日止
				九個月
平均貿易應收款項周轉 天數 ^(附註)	55	74	66	67

附註：平均貿易應收款項周轉天數的計算方法為相關年度／期間的平均貿易應收款項結餘除以收益再乘以相關年度／期間內的365／275天。平均貿易應收款項結餘乃相關年度／期間的年初及年末結餘的算術平均數。

本集團的平均貿易應收款項周轉天數於截至二零一八年三月三十一日止三個年度維持相對穩定於介乎55天至74天。於二零一九年一月三十一日，於二零一八年十二月三十一日的貿易應收款項約43.6百萬港元或28.5%已結付。本集團概無計提撥備。本集團貿易應收款項的平均周轉天數維持相對穩定，由二零一八年三月三十一日的66天，略為增加至二零一八年十二月三十一日的67天。

貿易及其他應付款項

下表列載於所示期間本集團的貿易及其他應付款項組成部分：

	於十二月三十一日			於
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元	二零一八年 十二月 三十一日 千港元 (未經審核)
貿易應付款項	3,937	5,757	7,245	11,593
遞延收益	44	5,187	360	—
應付佣金	3,363	3,001	4,044	12,102
應付上市開支	9,923	—	—	—
累計製作成本	7,113	19,050	18,189	34,033
累計員工花紅	2,598	5,299	2,023	12,406
其他應付款項及應計開支	5,443	7,369	15,243	25,902
	<u>32,421</u>	<u>45,663</u>	<u>47,104</u>	<u>96,036</u>

本集團的貿易及其他應付款項由二零一六年三月三十一日的約32.4百萬港元增至二零一七年三月三十一日的約45.7百萬港元，主要由於本集團的業務擴張。本集團的貿易及其他應付款項維持相對穩定，於二零一七年及二零一八年三月三十一日分別為約45.7百萬港元及47.1百萬港元。本集團於二零一八年三月三十一日的貿易及其他應付款項由47.1百萬港元增至二零一八年十二月三十一日的96.0百萬港元，主要由於截至二零一八年十二月三十一日止九個月，(i)貿易應付款項增加4.3百萬港元，主要原因在於與本集團的賣方重新磋商和再次調整付款條件及慣例，致使現金管理得以改善；(ii)期內應付佣金8.1百萬港元及累計製作成本15.8百萬港元，反映於本集團合約範圍內其合約規模擴大及生產水平有所提升；及(iii)就員工貢獻分派的累計員工花紅10.4百萬港元。

貿易應付款項主要與購入存貨有關。供應商一般授予本集團三十天的信用期。下表列載於所示日期本集團的貿易應付款項周轉天數：

	截至三月三十一日止年度			截至 二零一八年 十二月 三十一日止 九個月
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	
平均貿易應付款項周轉 天數 ^(附註)	61	53	39	27

附註：平均貿易應付款項周轉天數的計算方法為相關年度／期間的平均貿易應付款項結餘除以相關年度／期間的銷售貨品成本再乘以相關年度／期間內的365／275天。平均貿易應付款項結餘乃相關年度／期間的年初及年末結餘的算術平均數。

於二零一八年十二月三十一日，本集團平均貿易應付款項周轉天數減少，主要是由於準時結付應付款項以維持信用管理及鞏固與供應商的業務關係。於二零一九年一月三十一日，本集團於二零一八年十二月三十一日約9.0百萬港元或77.6%貿易應付款項已結付。

銀行借貸

本集團於二零一六年、二零一七年及二零一八年三月三十一日及二零一八年十二月三十一日的銀行借貸分別錄得約11.3百萬港元、5.0百萬港元、4.7百萬港元及27.8百萬港元，而有關銀行借貸於一年內到期。於二零一八年十二月三十一日的結餘乃透過存款抵押作擔保，並按年利率介乎2.30%至4.25%計息。除該已抵押銀行存款外，於二零一八年十二月三十一日，本集團賬面值約27.8百萬港元的銀行借貸由本公司的公司擔保作擔保。

資本負債比率

由於本集團於截至二零一八年十二月三十一日止九個月增加使用其銀行借貸於電子商務營運，故本集團於二零一八年十二月三十一日的資本負債比率約為14.4%（二零一八年三月三十一日：3.3%；二零一七年三月三十一日：5.3%；及二零一六年三月三十一日：43.9%），比率顯著增加。資本負債比率乃按各報告日期的總貸款及借款（計息銀行借貸及銀行透支）除以總權益計算。

承擔

本集團的合約承擔主要與租賃辦公室物業及董事宿舍有關，本集團於二零一八年十二月三十一日的經營租賃承擔約為101.0百萬港元(二零一八年三月三十一日：34.9百萬港元；二零一七年三月三十一日：3.4百萬港元；二零一六年三月三十一日：4.2百萬港元)。該增長主要涉及本集團於二零一八年六月二十一日就位於美國的一間辦公室及零售物業訂立的租約。

重大業務收購及出售

除有關The Berrics的「業務更新資訊－成立合營公司」一節所披露者外，本集團於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月及直至本公告日期並無其他重大收購或出售公司權益或業務。

僱員及薪酬政策

於二零一八年十二月三十一日，本集團僱用合共263名僱員(二零一七年十二月三十一日：246僱員)。截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團的員工成本(包括薪金、津貼、其他福利及定額供款退休計劃的供款)約為84.8百萬港元(截至二零一七年十二月三十一日止九個月：61.0百萬港元)。

本集團的員工薪酬方案通常包括工資及花紅。本集團的員工亦享有福利待遇，包括退休福利、工傷保險、醫療保險及其他雜項。本集團對本集團的員工的表現進行年度審核，以釐定本集團的員工花紅水平、薪酬調整及晉升。本集團亦對香港類似職位提供的薪酬方案進行研究，以令本集團的薪酬方案保持在具有競爭力的水平。本公司亦已採納GEM上市後生效的首次公開發售後購股權計劃。首次公開發售後購股權計劃旨在向本集團的員工提供獎勵及報酬。

所持重大投資

除附屬公司投資外，本集團於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月並無持有任何重大投資。

主要風險及不明朗因素

董事認為風險管理實踐乃屬重要並盡最大努力確保盡可能地有效及高效充分降低本集團的經營及財務狀況現存的風險。以下為本集團業務面臨的主要風險及不確定因素：

本集團的業務端賴其能否提供吸引訪客及網上消費者的數碼媒體內容及線上零售貨品

本集團的未來增長取決於本集團能否留住本集團網站和社交媒體平台的訪客，以及本集團能否繼續吸引新網上消費者及在電子商務平台把握機遇。由於時尚潮流和消費者喜好的不斷演變，已經並會繼續影響本集團的業務。為保持本集團的吸引力，本集團的網站和社交媒體平台需要經常更新，提供最新時裝、生活時尚、文化及音樂潮流資訊。若本集團未能定時更新本集團的網站及社交媒體平台，讀者對本集團的線上平台或會失卻興趣，並有可能不會再次瀏覽以搜羅新產品資訊。

況且，倘私隱或監管限制令本集團未能在業務過程中收集或使用以分析消費者喜好的數據，或假如本集團的數據分析模型有任何缺陷，則其對消費者行為的預測可能有偏差。有關本集團數據的準確程度，其倚賴登記用戶或線上消費者所提供的資訊以及從監察訪客的瀏覽行為所獲取的資訊。本集團並無核實所有數據的真確性。若本集團收集的資料有嚴重偏差或虛假，亦可能對本集團的市場趨勢預測以及業務實施及變現策略造成負面影響。倘本集團無法緊貼持續變化的消費者偏好，並預測能引起現有及潛在訪客和網上消費者興趣的產品趨勢，或無法識別及回應有關趨勢，可能導致訪客及網上消費者數量減少並降低本集團網站作為廣告商的市場推廣平台的吸引力，進而可能對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成嚴重不利影響。

本集團的業務營運倚重其網站的互聯網流量

本集團的Hypebeast、Hypebae、Popbee及Hypekids網站以及社交媒體平台憑藉迎合次時代的時裝、生活時尚、文化及音樂時尚潮流最新資訊，吸引了大批讀者，本集團各個網站以及其中的廣告經互聯網向本集團平台世界各地追隨者及訪客發放。董事認為本集團的數碼媒體客戶基於其能夠分發廣告資訊至彼等的目標瀏覽人士而選用本集團。據此，數碼媒體業務的營收端賴本集團能否吸引網絡流量流向旗下網站。此外，電子商務分部的銷售亦極度倚賴瀏覽電子商務平台的互聯網用戶數量。鑑於互聯網流量對本集團網站及電子商務平台甚為重要，一旦(i)本集團網站及電子商務平台的追隨者及訪客人數減少；(ii)本集團網站及電子商務平台在經營市場的受歡迎度減退；(iii)本集團或第三方未能適時改良、提升或優化本集團網站及電子商務平台；(iv)網絡故障或其他因素導致伺服器持續或長時間中斷；或(v)出現任何其他特別對本集團網站及電子商務平台不利的發展，則本集團的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

本集團依賴電子商務供應商供應貨物以供於電子商務平台銷售

本集團一般於每個時裝季度開始前約三至六個月為本集團電子商務平台計劃採購。一般而言，本集團不會與本集團電子商務平台的供應商訂立任何長期合約。有關安排使本集團可靈活決定下季採購的品牌及產品類別，當中涉及的考慮因素包括據本集團市場分析所得有關來季的市場潮流及品牌受歡迎程度。此外，鑑於本集團的品牌知名度及與供應商的關係，本集團獲得部分供應商提供優惠條款，例如寄售安排、折扣價及延長信貸期。

倘若受歡迎貨品很快售罄，本集團亦可能遇上延誤或未能補充該等貨品的情況，而且本集團的供應商可能對本集團的訂單設置最高訂貨額。本集團概不保證供應商將繼續向本集團供貨及供貨數量足以應付本集團電子商務客戶的需求。本集團與其供應商的協議通常不會限制供應商向其他買家或分銷商銷售貨品。本集團亦無法保證本集團供應商將繼

續以商業優惠條款向本集團提供產品。儘管本集團與供應商維持良好關係，彼等可能因經濟狀況、勞工行動、監管或法律決定、自然災害或其他原因而無法維持業務。倘本集團無法以優惠條款或任何方式採購產品，電子商務分部的收益及經營或會受到嚴重影響。

本集團一般不會與客戶訂立長期業務合約

鑒於本集團通常按獨立項目基準與本集團數碼媒體客戶訂立合約，本集團一般不會與數碼媒體客戶訂立長期業務合約。因此，本集團可能未能就未來收益來源作出準確估計，不能保證本集團將可維持或增加與現有或潛在客戶的業務水平。倘本集團數碼媒體客戶因市況或本集團未能提供吸引的數碼媒體內容及定價架構以吸納或挽留客戶或任何其他因素，而決定重新分配其預算及選用本集團競爭對手的服務，則其對本集團服務的需求可能不會增長，甚至會下降，而本集團的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。

本集團與電子商務客戶亦無訂立任何長期合約。倘本集團電子商務客戶改變彼等的購物行為或本集團未能提供能夠吸引客戶的貨品，供電子商務平台銷售，則本集團的經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。

本集團的業務端賴其能否維繫與品牌擁有人及廣告代理的現有關係，以及本集團能否吸引新的數碼媒體客戶向本集團投放廣告

本集團向一眾高檔國際品牌擁有人及其廣告代理提供廣告空間及服務。本集團的收益及溢利能否繼續增長，將很大程度視乎與現有數碼媒體客戶的業務能否擴展，及能否吸納新客戶。本集團倚重本集團在業內的聲譽以及網站瀏覽統計數字以吸引品牌擁有人及廣告代理向本集團投放廣告。本集團概不能擔保其數碼媒體平台會保持吸引力。另外，由於本集團若干數碼媒體客戶位於海外，工作時區有別於本集團香港辦事處，故本集團已委聘顧問每日處理海外數碼媒體客戶。倘本集團的顧問不再為本集團工作，或倘本集團

未能招聘具類似能力的新顧問，則本集團或難以維持與海外客戶的關係。況且，現有數碼媒體客戶數量未必會再增加，甚或會減少。本集團亦不能保證會爭取到新的數碼媒體客戶在其平台投放廣告。倘本集團無法吸引新訪客並維持或增加網站或各數碼媒體平台的消費者流量，本集團的潛在數碼媒體客戶及現有數碼媒體客戶可能不使用及不再繼續使用本集團的方案作為其宣傳活動的方案，繼而將導致本集團的銷售額減少及經營業績受到不利影響。

本集團的業務遍佈全球，使本集團面對各種不同的地方法律、監管、稅務、支付及文化標準，而本集團可能無法一一符合

儘管本集團的實體所在主要集中於香港，但全球互聯網用戶均可瀏覽本集團的網站和社交媒體平台。就本集團的電子商務平台而言，本集團從不同國家搜購其發售的時裝貨品，包括美國、德國、法國和日本，而本集團的貨品售予全球的顧客。故此，因本集團的營運範圍覆蓋全球，使本集團面對幾種複雜問題，並增加業務的相關風險，包括但不限於：

- 需要為不同文化背景及時區在海外客戶提供服務，導致與彼等維持關係方面頗為困難；
- 需要有效調整本集團業務以聚焦當地市場，包括提供特定國家的外國語言網站(本集團Hypebeast網站備有繁體中文、簡體中文、日文、韓文、法文及英文版)；
- 地方法律及法規(包括有關消費者保障、數據私隱、勞工、知識產權、特許授權、稅務、貿易，以及關稅或其他貿易規限)各不相同；
- 於本集團的採購來源或本集團銷售對象國家，其法律、政治或經濟情況可能會發生始料不及的改變；
- 可能承受反貪污及反洗錢法律下的法律責任；及
- 外幣兌港元的匯率波動。

倘若本集團未能充分管理此等風險，或倘若此等風險其中一項或多項成為事實，則可能會對本集團的聲譽、業務、財務狀況及經營業績構成嚴重不利影響。

本集團未必能維持本集團以往錄得的收益及盈利增長

本集團於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月的收益及盈利能力大幅增長，並將實施計劃維持業務增長動力。然而，截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團整體毛利率下跌。本集團整體毛利率由截至二零一六年三月三十一日止年度的約60.0%下跌至截至二零一八年三月三十一日止年度的約52.9%。本集團整體毛利率於截至二零一八年十二月三十一日止九個月再度下滑至約50.7%。截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至二零一八年十二月三十一日止九個月，本集團的數碼媒體分部與電子商務分部的毛利率亦同告下跌。有關本集團毛利率下跌的詳細理由，請參閱本公告「本集團的財務表現概要－毛利及毛利率」一段。外在因素(包括但不限於美國、歐盟、亞洲及香港經濟狀況、行業整體趨勢、消費者的消費模式及政府政策)可能為本集團業務發展帶來影響並增添不確定性。本集團無法保證能以合理成本招聘所需技能人員以發展其業務。此外，本集團業務發展及擴張將須投入大量管理、財政及人力資源，可能導致本集團產生重大開支，且開支未必一定能收回，並會分散管理層對其他業務事宜的投入。概不保證本集團將成功實行策略，或本集團於策略實行後將實現目標。如本集團未能有效率地實施上述措施以維持收益及盈利能力增長，或本集團未能從媒體服務及電子商務客戶爭取到經常性業務，本集團的業務經營及財務狀況可能會受到不利影響。

競爭對手或第三方在任何未經授權的情況下使用本集團的品牌名稱或任何其他知識產權及就保障有關知識產權所招致的開支可能對本集團的業務及聲譽造成不利影響

本集團視品牌、商標、版權的數碼內容及其他知識產權為成功關鍵。本集團已將Hypebeast發展為數碼媒體及時裝行業的強勁知名的品牌。董事相信很多數碼媒體客戶就廣告服務接觸本集團是因為其聲譽及強勁的品牌形象。本集團亦相信其平台的追隨者及訪客受其數碼媒體平台吸引是因為本集團編採團隊創作的數碼內容優質。該等訪客及追隨者可透過Hypebeast網站上的連結進入本集團的HBX電子商務平台，成為本集團的電子商務客戶。因此，本集團的數碼媒體及電子商務分部持續成功及增長全賴本集團能否保護及宣傳品牌、商標、版權及其他知識產權。於本公告日期，本集團擁有若干有關數碼媒體內容及廣告材料的版權，包括藝術作品(如藝術品及照片)、電影(如影片)或文字作品(如文本)，以及於美國、香港、歐盟、澳洲、加拿大、中國及南韓的合共28個商標及22個域名。第三方未經授權使用本集團的知識產權可能會對本集團的業務及聲譽造成不利影響。例如，競爭對手及其他第三方可能會模仿本集團的品牌或使用相同品牌名稱或商標或創作或發明與本集團非常相似的品牌名稱或關鍵字眼，侵犯本集團的商標。第三方亦可能在未經授權的情況下取得及使用本集團的版權材料，例如於本集團數碼媒體平台登載的文章及網誌貼文。防止知識產權在未經授權的情況下使用本身並不容易。本集團一旦未能阻止有關未經授權使用，則競爭對手及其他第三方或會搶走本集團的訪客及追隨者，這可能會損害本集團的聲譽及對經營業績造成重大不利影響。

本集團一般依賴商標及版權法保障其知識產權。然而，於互聯網相關行業保障知識產權的效力、執行能力及保障範圍並不明確。尤其是部分其他國家的法律提供的知識產權保障未必與香港法律相同。日後一旦出現懷疑侵權事件，本集團可能需要提出訴訟，以執行本集團的知識產權，並保護其知識財產。未來倘出現訴訟或會招致大額成本及分散資源。於本公告日期，本集團已於香港、美國、中國、歐盟、日本、英國及加拿大申請13個商標的商標註冊。然而，無法保證該等商標註冊申請最終將獲批准或本集團可獲授獨家權利使用該等標記作為註冊商標。倘未能註冊商標或註冊程序延誤，該等商標可能被

侵犯，而可能對本集團的業務、前景、經營業績及財務狀況構成重大不利影響。此外，無法保證本集團於註冊程序完成前使用商標將不會侵犯任何其他第三方的知識產權或違反香港、美國、中國或其他司法權區法律。日後就本集團使用商標向本集團提出或威脅提出的任何申索，不論法律依據為何，均可導致訴訟，並可能對本集團的業務、經營業績及財務狀況構成重大不利影響。

時尚趨勢、消費者喜好及消費形態急速變化，可能影響本集團的電子商務業務並引致存貨過時或滯銷

本集團在電子商務平台上發售產品的銷售表現受時尚趨勢、消費者喜好及消費形態影響，而該等因素可能會迅速變化。本集團能否分析及精確預測時尚趨勢，及能否適時作出回應，將決定本集團的電子商務業務的成績及增長步伐。此外，在訂購存貨與出售存貨之間，產品的需求可能會大幅變化。因此，本集團顧客在電子商務平台上訂購銷售產品的數量未必如本集團預期。若本集團未能預測、識別或適時回應消費者喜好變化，本集團可能面臨產品需求減少、收益水平下降、存貨周轉期延長以及存貨陳舊。再者，倘若本集團未能有效管理其存貨，本集團可能面臨更高水平的存貨陳舊風險、存貨價值減少以及需要對存貨作大幅度撇減或撇銷。此外，本集團為了降低存貨水平可能需要削減發售價，因而可能導致毛利率下跌或虧損。存貨水平提高亦可能逼使本集團投入大量資本資源，使該等資本未能運用在其他重要用途。據此，本集團的經營業績、財務表現及業務可能受到重大不利影響。

近期發展

董事確認於二零一八年十二月三十一日後及截至本公告日期，並無不利趨勢或發展而可能對本集團業務及財務表現造成重大不利影響。

自GEM上市日期起，本集團的主要業務概無任何變動，即：(i)向品牌擁有人及廣告代理提供廣告服務；及(ii)在其電子商務平台銷售第三方品牌服裝、鞋具及配飾。據董事所知，媒體及電子商務行業的整體經濟及市場狀況並無發生將對本集團的業務經營或財務狀況造成重大不利影響的任何重大變動。

此外，為配合本集團的擴充步伐，本集團於二零一八年五月二日與一名獨立第三方訂立租賃協議，內容有關租用位於香港葵涌建築面積為約24,655平方呎的物業作為本集團新企業總部，由二零一八年十月十六日開始至二零二二年四月十五日為期42個月。新企業總部的年度租金開支約為7.0百萬港元。

遵守法律及法規

本集團於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至本公告日期已就進行其業務營運取得所有必需的牌照、許可、批文及證書。於截至二零一八年三月三十一日止三個年度及截至本公告日期，本集團已就其業務在所有重大方面遵守相關法律及法規，且概無嚴重違反或違背本集團適用的法律或法規而導致對其整體業務或財務狀況造成重大不利影響。

營運資金

經計及本集團的現金產生能力、內部資源及本集團目前可動用的融資後，董事認為而保薦人同意本集團擁有充足營運資金可應付其由本公告日期起計至少未來12個月的目前需求。

並無重大不利變動

董事確認，於截至二零一八年三月三十一日止三個年度後及截至本公告日期，本集團的財務或經營狀況或前景概無重大不利變動，且亦無出現可能對本集團業務營運或財務表現造成重大不利影響的趨勢或發展。

股權變動

由二零一七年七月三日至二零一七年十月六日期間，CORE Capital (為控股股東之一) 向一名獨立第三方出售合共15,000,000股股份 (為場外交易)，佔本公司已發行股本約0.75%。再者，馬柏榮先生 (為執行董事及控股股東之一) 已透過聯交所收購4,160,000股股份，佔本公司於本公告日期之已發行股本0.21%。

於上述有關股份之交易後，本集團於本公告日期之股權資料載於下表：

股東姓名／名稱	權益性質	普通股數目	佔全部已發行股份百分比 ^(附註1)
馬柏榮先生 ^(附註2)	於受控制法團的權益	1,485,000,000	74.25%
馬柏榮先生	實益擁有人	4,160,000	0.21%
李苑彤女士 ^(附註3)	配偶權益	1,489,160,000	74.46%
CORE Capital	實益擁有人	1,485,000,000	74.25%

附註：

1. 百分比指普通股數目除以本公司於本公告日期之已發行股份數目。
2. 該等股份由馬柏榮先生的控制法團CORE Capital持有。
3. 李苑彤女士被視為通過其配偶馬柏榮先生的權益於1,489,160,000股股份中擁有權益。

管理合約

於截至二零一八年三月三十一日止年度，概無訂立或存在涉及本集團全部或任何大部分業務之管理及行政合約。

競爭業務

於本公告日期，根據主板上市規則第8.10(1)及8.10(2)條，概無執行董事或控股股東或彼等各自的緊密聯繫人於直接或間接與本集團業務競爭或可能競爭的業務中擁有任何權益。

董事及高級管理層履歷資料

本公司披露各董事及高級管理層成員履歷資料如下：

董事

執行董事

馬柏榮先生，36歲，於二零零七年創辦本集團，自二零一五年九月二十五日起獲委任為本公司執行董事。彼亦出任行政總裁、董事會主席、董事會提名委員會主席及薪酬委員會成員。

馬先生為控股股東CORE Capital之董事。彼主要負責本集團的整體管理、業務方針及發展策略。馬先生於數碼媒體營銷、網站業務發展及社交媒體營銷行業擁有逾九年經驗。

馬先生在本集團提供數碼媒體服務，與多間國際品牌發展關係方面起極大作用，並負責於二零一二年成立本集團電子商務平台HBX，HBX已發展為本集團主要業務之一。馬先生於二零零五年五月取得加拿大英屬哥倫比亞大學(University of British Columbia)的文學士學位，主修經濟及心理學。馬先生於二零一三年至二零一七年獲認可為全球時尚界最具影響力的人Business of Fashion 500成員之一。馬先生為執行董事李苑彤女士的丈夫。

除上文所披露外，馬先生(i)在過去三年並無在任何其他公眾公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)擔任任何董事職務；(ii)並無出任本集團任何其他職位；及(iii)並無與任何本公司董事、高級管理層、主要股東或控股股東有任何關係。

於本公告日期，馬先生於股份擁有若干權益。有關更多詳情，請參閱本公告「股權變動」一節。

馬先生已與本公司訂立服務協議，自二零一六年三月十八日起計，並無固定董事服務年期，除非其中一方向另一方發出其他書面通知終止服務協議，惟須根據本公司組織章程細則於本公司股東週年大會上輪席告退並膺選連任。於截至二零一八年三月三十一日止年度，馬先生收取600,000港元的董事袍金及約2.6百萬港元及18,000港元的薪金、津貼及其他福利。其董事袍金由董事會釐定，年終薪金乃由董事會不時參考其貢獻的時間、努力及專業知識而釐定，並會每年檢討，而酌情花紅金額(如有)乃由董事會不時按本公司、其附屬公司及聯營公司的營運業績以及董事的工作表現而全權酌情釐定。

除上文所披露外，概無任何其他與馬先生有關並需要本公司證券持有人垂注的事宜，亦無任何資料須根據主板上市規則第13.51(2)條之規定作出披露。

李苑彤女士，36歲，於二零一六年三月十八日獲委任為執行董事及於二零一六年十一月九日獲委任為本公司合規主任。李女士於二零零八年二月十四日加入本集團擔任總編輯，並成立本集團的Popbee網站，Popbee網站的目標讀者為亞洲女性次世代。彼負責本集團Popbee網站的日常營運，包括領導編採團隊及營銷。李女士於數碼媒體行業擁有逾九年編輯及營銷經驗。彼於二零零四年六月在加拿大西門菲沙大學(Simon Fraser University)取得理學士學位，主修生物化學。李女士為執行董事馬柏榮先生的妻子。

除上文所披露外，李女士(i)在過去三年並無在任何其他公眾公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)擔任任何董事職務；(ii)並無出任本集團任何其他職位；及(iii)並無與任何本公司董事、高級管理層、主要股東或控股股東有任何關係。

於本公告日期，李女士被視為於若干股份擁有權益。有關更多詳情，請參閱本公告「股權變動」一節。

李女士已與本公司訂立服務協議，自二零一六年三月十八日起計，並無固定董事服務年期，除非其中一方向另一方發出其他書面通知終止服務協議，惟須根據本公司組織章程細則於本公司股東週年大會上輪席告退並膺選連任。於截至二零一八年三月三十一日止年度，李女士收取360,000港元的董事袍金及約1.2百萬港元及18,000港元的薪金、津貼及其他福利。其董事袍金由董事會釐定，年終薪金乃由董事會不時參考其貢獻的時間、努力及專業知識而釐定，並會每年檢討，而酌情花紅金額(如有)乃由董事會不時按本公司、其附屬公司及聯營公司的營運業績以及董事的工作表現而全權酌情釐定。

除上文所披露外，概無任何其他與李女士有關並需要本公司證券持有人垂注的事宜，亦無任何資料須根據主板上市規則第13.51(2)條之規定作出披露。

獨立非執行董事

關倩鸞女士，51歲，於二零一六年三月十八日獲委任為獨立非執行董事。關女士為董事會審核委員會及提名委員會成員。關女士由二零零八年一月至二零一五年三月期間，於新傳媒集團控股有限公司(現稱恒大健康產業集團有限公司，原先為傳媒公司)(股份代號：0708)擔任獨立非執行董事；由二零一五年八月起，彼亦為娛樂公司英皇娛樂酒店有限公司(股份代號：0296)的獨立非執行董事。由二零一六年八月起，關女士為證券金融投資公司復星恆利證券有限公司的法律及合規部主管。關女士曾於二零一五年十月至二零一六年八月期間，在金融投資公司京華山一國際(香港)有限公司出任法律及合規部主管，並曾於二零一一年八月至二零一五年九月期間，在金融機構尚乘集團有限公司擔任法律合規部副總裁。在任職公司內部職位前，於一九九三年至二零一零年，關女士曾於多間香港律師行擔任執業律師。關女士於一九九零年八月至一九九一年十一月在倫敦任職實習律師，並在一九九二年一月至一九九三年一月在香港任職見習律師。關女士於一九八九年八月在英國倫敦大學倫敦政治經濟學院取得法律學士學位。關女士於一九九三年在香港取得律師資格，並於一九九四年於在英格蘭及威爾斯取得律師資格。

潘麗琼女士，55歲，於二零一六年三月十八日獲委任為獨立非執行董事。潘女士擔任董事會薪酬委員會主席及審核委員會及提名委員會成員。彼於出版及媒體行業擁有逾18年經驗。自二零零七年九月起，潘女士為快樂書房有限公司的股東及董事，該公司於香港出版中文書籍。其後，於二零一二年潘女士開始以Impact Communications Company的商業名稱經營公共關係及項目管理顧問業務。自二零一三年一月起直至二零一六年十二月，潘女士擔任香港藝術發展局的藝術顧問。於二零一八年一月至二零二零年六月，潘女士獲委任為香港藝術發展局的藝術評審員(藝術評論及舞蹈)。潘女士於二零零零年一月加入壹週刊出版有限公司任職編輯。其後，於二零零四年三月至二零零五年十二月及二零零五年十二月至二零零六年九月，潘女士先後於Sing Tao Management Services Limited新聞部的東週刊及壹週刊出版有限公司任職副總編輯。潘女士分別於一九八五年十一月及一九九一年十一月在香港大學(University of Hong Kong)取得文學士學位及文學碩士學位。

黃啟智先生，47歲，於二零一六年三月十八日獲委任為獨立非執行董事。黃先生亦為董事會審核委員會之主席兼薪酬委員會成員。自二零一七年十月起，黃先生擔任天大集團有限公司之首席營運官、人力資源及資訊科技總監。由二零一四年八月至二零一七年三月，黃先生在資訊科技數據服務公司彭博(Bloomberg L.P.)財務部任職，負責會計及財務事務。黃先生在財務及會計專業範疇擁有逾十五年經驗，彼於二零一五年三月成為澳洲會計師公會資深會員。加入本集團以前，彼於一九九八年八月至二零零四年六月為通用電氣國際公司(為General Electronic Company(「GEC」)的附屬公司，GEC為紐約證券交易所上市公司)旗下GE Consumer & Industrial的財務分析師，負責會計、編製預算及財務分析；由二零零四年九月至二零零七年四月為美國通用金融(香港)有限公司(為GEC的前單位)的副總裁(財務總監事務及會計)；及於二零零七年五月至二零零九年十二月在Key Equipment Finance Asia Limited(一間美國金融公司的組成部分)任亞太區財務及營運主管；及於二零零九年十二月至二零一三年十一月任富國銀行(Wells Fargo Bank, National Association)香港分行財務經理，負責亞太區一切會計及財務事務。富國銀行(Wells Fargo Bank, National Association)為紐約證券交易所上市公司Wells Fargo的附屬公司。黃先生於一九九六年七月在澳洲蒙納士大學(Monash University)取得商學士學位。其後彼於二零零五年八月透過遙距學習取得澳洲迪肯大學(Deakin University)工商管理碩士學位。

除上文所披露外，關倩鸞女士、潘麗琼女士及黃啟智先生各自(i)在過去三年並無在任何其他公眾公司(其證券於香港或海外任何證券市場上市)擔任任何董事職務；(ii)並無出任本集團任何其他職位；及(iii)並無與任何本公司董事、高級管理層、主要股東或控股股東有任何關係。

於本公告日期，關女士、潘女士及黃先生各自並無擁有及被視為擁有股份或相關股份(定義見證券及期貨條例第XV部)的任何權益。

關女士、潘女士及黃先生就其各自獲委任為獨立非執行董事(初步任期為三年)接獲本公司的委任函，須根據本公司組織章程細則於本公司股東週年大會上輪席告退並膺選連任。於截至二零一八年三月三十一日止財政年度，(i)關女士就擔任董事及董事會審核委員會及提名委員會各自之成員收取144,000港元的董事袍金；(ii)潘女士就擔任董事、董事會薪酬委員會主席及董事會審核委員會及提名委員會各自之成員收取144,000港元的董事袍金；及(iii)黃先生就擔任董事、董事會審核委員會主席及董事會薪酬委員會成員收取144,000港元的董事袍金。關女士、潘女士及黃先生各自的董事袍金由董事會釐定，彼等各自年終薪金乃由董事會不時參考其貢獻的時間、努力及專業知識而釐定，並會每年檢討，而酌情花紅金額(如有)乃由董事會不時按本公司、其附屬公司及聯營公司的營運業績以及相關董事的工作表現而全權酌情釐定。

除上文所披露外，概無任何其他與關女士、潘女士及黃先生有關並需要本公司證券持有人垂注的事宜，亦無任何資料須根據主板上市規則第13.51(2)條之規定作出披露。

高級管理層

張雅敏女士，38歲，自二零一四年五月十二日起加入本集團擔任財務經理，目前擔任本集團財務總監及公司秘書。張女士主要負責監察財務活動及會計應用、審閱法律文件、聯絡外部律師及提供財務策略規劃、預算及預測。張女士於審核及財務擁有逾十二年經驗。張女士於二零零四年十二月在澳洲墨爾本大學(University of Melbourne)取得商業學士學位，並於二零一零年二月成為香港會計師公會的註冊會計師及會員。

Huan Khoa Nguyen先生，41歲，自二零一四年六月一日起加入本集團。目前為本集團副總裁、北美品牌合夥業務主管。Nguyen先生於新媒體(從隨選視訊至數碼媒體)擁有豐富工作經驗。Nguyen先生管理一組業務企劃人士，負責向美國的品牌夥伴一同工作。Nguyen先生於二零零一年三月獲得洛杉磯加州大學心理學文學士學位。

王鴻遂先生，34歲，於二零一三年二月十一日加入本集團擔任營銷統籌，現為本集團零售部副總監。王先生主要負責管理本公司電子商務業務。王先生於二零一四年一月一日成為電子商務助理經理，並於二零一四年十月一日獲擢升為電子商務經理。王先生於二零零七年五月取得美國西方學院(Occidental College)的工商管理經濟文學士學位。

黃家恒先生，36歲，自二零一六年十月十八日加入本集團擔任財務主管及現為本集團副財務總監。黃先生主要負責本集團之財務管理，包括會計、業務支援、戰略規劃及分析、預算及預測、併購及投資者關係。黃先生於溫哥華羅兵咸永道展開其事業生涯，擁有超過十一年融資及管理經驗，曾任職於加拿大、英國及香港之頂尖國際企業。黃先生於二零零五年十月獲加拿大西門菲莎大學(Simon Fraser University)頒授工商管理學士學位，且分別於二零零九年十二月及二零一七年五月獲認可為英屬哥倫比亞特許專業會計師公會及英格蘭及威爾斯特許會計師公會之會員。

楊家儒先生，30歲，於二零一一年一月一日加入本集團任程式設計員，現為本集團工程部門主管。楊先生主要負責領導本集團工程部門及整體網頁發展。楊先生於網站設計方面擁有逾六年經驗。楊先生於二零零九年五月取得美國溫森斯大學(Vincennes University)應用科學副學士學位，主修電腦程式編寫。

本集團高級管理層成員概無於過去三年於任何公眾上市公司擔任任何董事職務。

公司秘書

張雅敏女士已於二零一六年三月九日獲委任為公司秘書。有關其履歷詳情，請參閱本公告上文「高級管理層」一段。

備查文件

以下文件分別可於本公司網站(hypebeast.xyz)及聯交所網站(www.hkexnews.hk)查閱：

- i. 本公司截至二零一八年三月三十一日止年度的董事會報告及年報；
- ii. 本公司截至二零一七年六月三十日止三個月的第一季度報告；
- iii. 本公司截至二零一七年九月三十日止六個月的中期報告；
- iv. 本公司截至二零一七年十二月三十一日止九個月的第三季度報告；
- v. 本公司截至二零一八年六月三十日止三個月的第一季度報告；
- vi. 本公司截至二零一八年九月三十日止六個月的中期報告；
- vii. 本公司截至二零一八年十二月三十一日止九個月的第三季度報告；
- viii. 本公司組織章程大綱及組織章程細則；
- ix. 本公司日期為二零一八年六月二十九日及二零一七年六月三十日內容有關購回及發行股份之一般授權、建議重選退任董事及股東週年大會通告的通函；及
- x. 本公司於本公告日期前按GEM上市規則及主板上市規則的規定刊發的公告及其他公司通信。

釋義

於本公告內，除非文義另有所指，否則下列詞彙具有下列涵義：

「應用程式」	指	可透過運算設備下載及執行的應用程式軟件，一般為手提電話及平板電腦等流動設備
「董事會」	指	本公司董事會
「中央結算系統」	指	由香港結算建立及管理的中央結算及交收系統
「中央結算系統運作程序規則」	指	香港結算不時生效的中央結算系統運作程序規則，包括有關中央結算系統運作及職能的實務、程序及管理規定
「本公司」	指	Hypebeast Limited，於開曼群島註冊成立之有限公司，其股份目前於聯交所GEM上市及買賣(股份代號：08359)
「注資協議」	指	The Berrics、合營夥伴、Hypebeast, Inc.及合營夥伴創辦人訂立日期為二零一八年二月八日(太平洋標準時間)的注資協議，內容有關成立The Berrics
「控股股東」	指	具有主板上市規則所賦予之涵義，且就本公告而言，指本公司控股股東，即馬柏榮先生及CORE Capital
「CORE Capital」	指	CORE Capital Group Limited，一間於二零一五年八月六日在英屬維爾京群島註冊成立的有限公司，由馬柏榮先生全資擁有。CORE Capital為控股股東之一

「數碼媒體」	指	可於電腦上創建、查看、修改及保存或於互聯網傳輸的數碼化內容，例如文字、圖像、音訊及影片。例子包括網站、應用程式、移動網站、社交媒體平台及搜索引擎
「董事」	指	本公司董事
「歐盟」	指	歐洲聯盟，由佔據歐洲主要部分的國家組成的政經聯盟
「歐元」	指	歐盟法定貨幣
「追隨者」	指	在社交媒體網站或應用程式，身為追蹤某些個人、群組、組織、公司或網頁等的訂閱者名單一份子的用戶
「GEM」	指	聯交所GEM
「GEM上市」	指	股份於GEM上市日期於GEM上市
「GEM上市日期」	指	二零一六年四月十一日，股份首次於GEM開始買賣當日
「GEM上市規則」	指	聯交所GEM證券上市規則
「中央結算系統一般規則」	指	規範中央結算系統應用的條款及條件，可不時經修訂或修改，在文義許可的情況下，包括中央結算系統運作程序規則
「本集團」	指	本公司及其附屬公司
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司，香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司
「港元」	指	香港法定貨幣港元

「香港」	指	中國香港特別行政區
「Hypebeast, Inc.」	指	Hypebeast, Inc.，一間為本公司於美國特拉華州註冊成立之附屬公司，為有限公司
「獨立第三方」	指	獨立於本集團及本公司關連人士的人士
「合營協議」	指	Hypebeast, Inc.與合營夥伴訂立日期為二零一八年二月八日(太平洋標準時間)的合營協議，內容有關成立The Berrics
「合營夥伴」	指	The Berrics, LLC，一間於美國加利福尼亞州註冊成立的有限公司
「主板」	指	由聯交所與GEM並行營運的證券市場(不包括期貨市場)。為免生疑問，主板不包括GEM
「主板上市規則」	指	聯交所證券上市規則
「次世代」	指	於二十一世紀開始時成年的人口世代。概無就世代開始及結束釐定清晰日期，惟定義次世代時通常使用介乎八十年代初至二千年初的出生年份
「每月獨立訪客」	指	每月獨立訪客，每月向網站要求載入網頁的人數。倘訪客以不同IP地址瀏覽網站，則有關人數可能重複
「外國資產控制辦公室」	指	美國財政部外國資產控制辦公室
「太平洋標準時間」	指	包括美國加利福尼亞州在內的地區的標準時間

「首次公開發售後購股權計劃」	指	本公司於二零一六年三月十八日有條件採納的首次公開發售後購股權計劃
「中國」	指	中華人民共和國
「首次公開發售前購股權計劃」	指	本公司於二零一六年三月十八日有條件採納的首次公開發售前購股權計劃
「招股章程」	指	本公司日期為二零一六年三月三十一日之招股章程
「受制裁國家」	指	受限於國際制裁的國家，包括俄羅斯、烏克蘭、白俄羅斯和巴爾幹半島
「受制裁人士」	指	名列外國資產控制辦公室《特定國民與禁止往來人員名單》或歐盟、聯合國、加拿大或澳洲存置的其他受限制人士名單的若干人士及實體
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.01港元的普通股
「購股權計劃」	指	首次公開發售前購股權計劃及首次公開發售後購股權計劃
「股東」	指	股份持有人
「南韓」	指	大韓民國
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「The Berrics」	指	The Berrics Company, LLC，於二零一七年十二月二十八日在美國特拉華州成立的有限責任合營公司
「轉板上市」	指	股份建議由GEM轉往主板上市
「獨立訪客」	指	於特定期間向網站要求瀏覽網頁最少一次的個人人數，不計瀏覽頻度

「美國」	指	美利堅合眾國
「美元」	指	美元，美國法定貨幣
「%」	指	百分比

承董事會命
Hypebeast Limited
主席
馬柏榮

香港，二零一九年二月二十八日

於本公告日期，執行董事為馬柏榮先生及李苑彤女士；及獨立非執行董事為關倩鸞女士、潘麗琼女士及黃啟智先生。

本公告在刊登之日起計將在GEM網站「www.hkgem.com」之「最新公司公告」網頁內最少保存七日，並登載於本公司網站「hypebeast.xyz」。

本公告之中英文本如有歧義，概以英文本為準。