

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽，並應與本文件其他部分出現的更詳細資料及財務資料一併閱讀。由於此為概要，其並不包含對閣下而言可能屬重要的所有資料，我們強烈建議閣下在做出[編纂]決定之前細閱整份文件。本概要所用多項詞彙的釋義見本文件「釋義」及「技術詞彙表」一節。任何投資均涉及風險。部分與[編纂][編纂]有關的特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定[編纂][編纂]之前，應細閱該節。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請閱讀整份文件。

概覽

我們主要專注於中國東北地區新型發熱材料及產品的生產及銷售。我們的產品組合主要包括兩大類別：(i)石墨烯電熱網格布及(ii)石墨烯集成發熱產品，兩者均旨在為消費者及工業應用提供高效且均衡的加熱功能。

我們的銷售渠道針對我們的兩個業務板塊量身定製。就以「華晨」品牌銷售的石墨烯電熱網格布而言，我們採用直接銷售的方式，將產品售予工業終端用戶，包括將電熱網格布集成到其自身終端產品(如發熱地板、發熱墊及保暖設備)的工廠及建築公司。此板塊的銷售團隊注重石墨烯電熱網格布的工業應用，與客戶密切合作，使我們的材料能順利融入其生產流程。相反，我們以「梵晞」、「美世康」及「蝶戀清楓」品牌銷售的石墨烯集成發熱產品，則通過中國東北地區的銷售網絡進行分銷。該等產品的目標客戶包括面向休閒消費者的零售店，以及需要為戶外工作人員提供保暖保護的企業客戶。這種銷售策略使我們能夠有效滿足多元化的市場需求。

我們已建立製造能力。我們位於長春市的生產設施配備11條生產線，專門用於生產石墨烯電熱網格布(我們發熱產品的關鍵組件)。對於華晨品牌旗下的直銷分部而言，我們自行製造石墨烯電熱網格布。對於梵晞、美世康及蝶戀清楓品牌旗下的分銷分部而言，我們主要委聘專門進行消費品製造的分包商。該等分包商按照我們的特定設計將我們的石墨烯電熱網格布集成至可供消費者使用的產品中，例如電熱衝鋒衣、電熱睡袋及電熱座墊。所有製成品在分銷給客戶之前，均會在我們的工廠進行檢驗及質量控制。該方法讓我們能夠專注於核心競爭力，即石墨烯電熱網格布的生產，同時利用分包商在消費品組裝方面的專業知識，提高運營效率及可擴展性，而無需對非核心流程進行大量資本投資。

我們的產品

我們已培育品牌組合，每個品牌均可滿足特定的市場分部及消費者需求。我們的品牌包括：(i)華晨－我們的石墨烯電熱網格布，通過直銷渠道銷售予工業終端用戶；(ii)梵晞－智能保暖衣，包括電熱衝鋒衣、電熱衝鋒褲及電熱馬甲，通過分銷渠道銷售；(iii)美世康－個人舒壓產品，產品包括電熱座墊及便攜式發熱腰帶，通過分銷渠道銷售；及(iv)蝶戀清楓－旅行及戶外產品，產品包括電熱睡袋，通過分銷渠道銷售。

下表載列我們於所示年度按產品類型劃分的收益明細：

概 要

	2024財年				2025財年			
	收益 人民幣 千元	%	銷量 (千件)	平均售價 人民幣 元／件	收益 人民幣 千元	%	銷量 (千件)	平均售價 人民幣 元／件
石墨烯集成發熱產品								
智能保暖衣.....	47,768	48.8	93	514	39,092	32.8	89	439
個人舒壓產品.....	11,462	11.7	154	74	16,015	13.5	174	92
旅行及戶外產品.....	20,445	20.9	59	347	44,154	37.1	160	276
小計：.....	79,675	81.4			99,261	83.4		
石墨烯電熱網格布.....	18,207	18.6	396	46	19,799	16.6	209	95
總計.....	<u>97,882</u>	<u>100.0</u>			<u>119,060</u>	<u>100.0</u>		

銷售及分銷

本集團活躍於中國發熱材料及產品行業價值鏈的中游及下游環節。在中游環節，本集團專注於石墨烯電熱網格布的研發及自主生產。此專業能力體現於「華晨」品牌，該品牌向工廠及建築公司等工業客戶供應高性能柔性電熱網格布。該等網格布隨後被集成至地暖系統及汽車零部件等終端產品中。

在下游環節，本集團利用分包安排生產多種石墨烯集成終端產品（如智能保暖衣、睡袋及座墊）。該等產品以「梵晞」、「美世康」及「蝶戀清楓」品牌透過分銷銷售面向消費市場。根據所引述的行業價值鏈圖，本集團的核心活動集中於石墨烯電熱網格布的生產（佔新材料分部的主要組成部分）以及智能可穿戴設備、戶外裝備、健康護理產品及汽車零部件等下游消費應用領域。

下表載列於往績記錄期間我們直銷分部及分銷分部的收入貢獻：

	2024財年			2025財年		
	(人民幣 千元)	%	銷量 (千件)	(人民幣 千元)	%	銷量 (千件)
分銷.....	79,675	81.4	306	99,261	83.4	423
直銷.....	18,207	18.6	396	19,799	16.6	209
總計.....	<u>97,882</u>	<u>100.0</u>	<u>702</u>	<u>119,060</u>	<u>100.0</u>	<u>632</u>

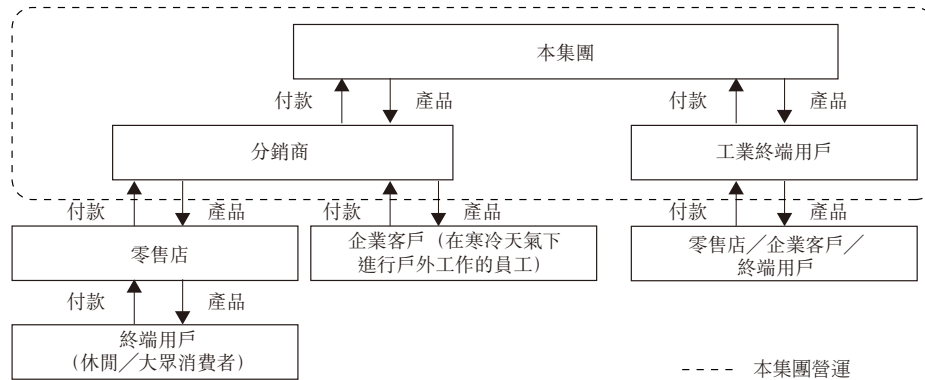
直銷及分銷

我們直銷的銷售團隊專注於網格布的工業應用，與客戶保持緊密合作，確保我們的材料能融入其製造流程。相比之下，我們的分銷分部通過東北地區的分銷網絡開展運營。於本文件日期，我們有15名直銷客戶及29名分銷商。於往績記錄期間，我們的大部分收益來自透過中國分銷商銷售石墨烯集成發熱產品，於最後實際可行日期，該等分銷商均為獨立第三方。我們與分銷商維持買方／賣方關係，我們的分銷商為我們的客戶。

概 要

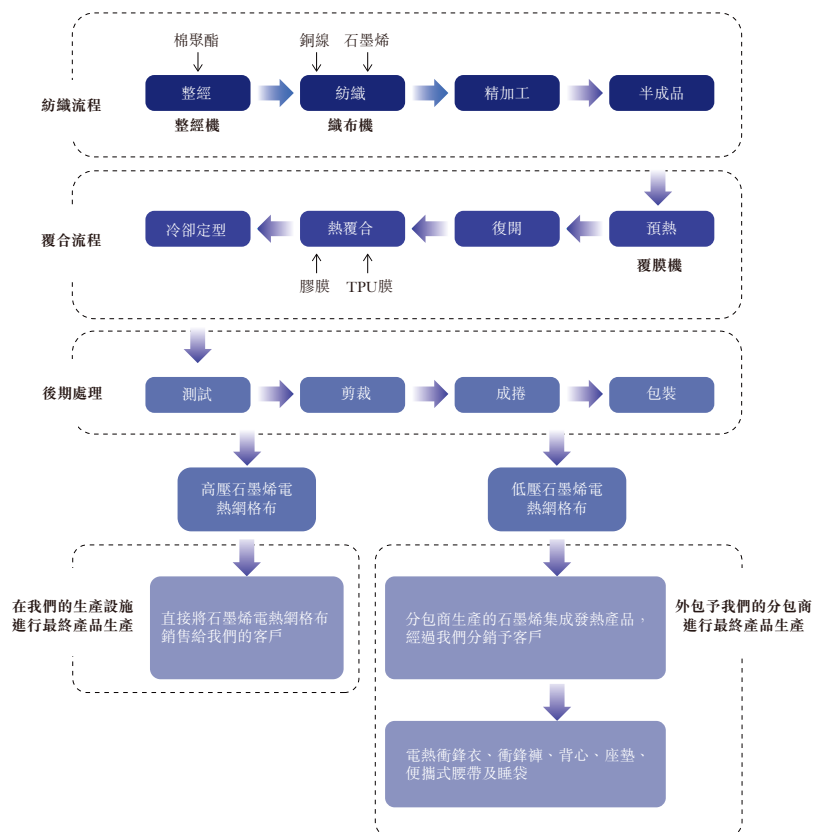
銷售及分銷機制

為管理分銷網絡，我們的營銷人員與分銷商緊密合作。具體而言，我們的營銷人員(i)協助分銷商達成銷售目標；(ii)監控其表現及存貨水平；及(iii)確保我們的產品有效滲透到目標地區。以下我們用示意圖來說明本集團、分銷商及其下游客戶(如零售店及企業客戶)之間的付款流程及產品交付流程。



生產

我們在位於長春市二道區英泰大路以南，英俊西街以西的長春國際物流經濟開發區的先進製造產業園區的生產設施生產石墨烯電熱網格布。以下流程圖概述生產我們石墨烯電熱網格布及石墨烯集成發熱產品的關鍵步驟：



概 要

於最終產品生產階段，對於華晨品牌旗下的直銷分部而言，經加工的石墨烯電熱網格布在此階段已完成其生產過程。這些網格布會作為最終產品進行包裝，並直接銷售給生產商或建築公司，隨後他們會將我們的網格布集成到他們自己的產品中，諸如房屋加熱系統和汽車零部件等。對於以梵晞、美世康及蝶戀清楓品牌經營的分銷分部而言，生產過程則透過我們的外包商持續進行。由於本公司專注於石墨烯電熱網格布的生產，因此我們通常會與擁有專門用於消費品製造設施的外包商合作。一旦製造完成，所有製成品都會送回我們的工廠，以便在透過我們的零售網絡進行分銷之前，進行檢驗及質量控制。

競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢使本集團於新型發熱材料行業具備競爭力，並為我們的成功作出重要貢獻：(i) 新型發熱材料及相關產品的業務發展；(ii) 多品牌戰略和多技術運用造就產品組合多樣化；(iii) 注重產品質量控制的生產能力；(iv) 研發能力與持續創新；及(v) 經驗豐富的管理層。

業務策略

我們的業務目標是開發石墨烯材料及產品，為包括消費者及工業用途的不同應用場景提供高效且均勻的加熱解決方案。我們希望透過下列策略達成此目標：(i) 擴大產能以滿足日益增長的市場需求；及(ii) 加強技術創新及產品開發。

主要客戶及供應商

我們的客戶

於2024財年及2025財年，本集團於各年度五大客戶的銷售總額分別佔我們各年度總收益約53.8%及46.4%，而向我們單一最大客戶作出的銷售額佔我們各年度總收益約13.1%及10.1%。我們確認，於最後實際可行日期，我們於往績記錄期間各年度的五大客戶均為獨立第三方，而據董事所知，概無董事或其緊密聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的現有股東於往績記錄期間各年度於任何五大客戶中擁有任何權益。於2025年，該年度五大客戶中有四名客戶為我們石墨烯集成發熱產品的分銷商，而第三大客戶則為我們石墨烯電熱網格布的客戶。

我們的供應商

於2024財年及2025財年，我們於五大供應商各年度的採購額分別佔我們相應年度採購總額約87.6%及87.9%。於2024財年及2025財年，我們於該年度的兩大供應商均為提供分包服務的企業，其餘三大供應商則為我們採購原材料(包括石墨烯及TPU膜)的企業。我們單一最大供應商的採購額分別佔我們各年採購總額約42.8%及43.9%。我們確認，於最後實際可行日期，於各年度的全部五大供應商均為獨立第三方，且據董事所悉，概無董事或彼等緊密聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的現有股東均於往績記錄期間各年度於任何五大供應商中擁有任何權益。

概 要

我們的市場地位

中國新型發熱材料及產品市場高度分散，2025年記錄從業者超過50,000名。在材料領域，前五名從業者合計佔總收益約0.7%，而在產品領域，前五名則佔市場份額的約1.7%。在此背景下，本集團於2025年中國新型發熱材料市場排名第二，收益約為人民幣23百萬元，相當於市場份額的約0.2%。該行業主要由中小型企业組成，最大公司的市場份額僅為市場份額的0.2%。在產品市場，本集團全國排名第一，收益為人民幣96百萬元，市場份額為0.6%。

主要競爭對手包括專注於消費品石墨烯加熱技術、以產品收益人民幣35百萬元及材料收益人民幣17百萬元之公司C。其他重要從業者包括以電地暖及清潔供暖解決方案聞名的公司B，以及以涵蓋石墨烯網格布、電子產品，化學產品等在內的多元化產品組合而聞名的公司E。

本集團的差異化優勢在於結合自主生產石墨烯電熱網格布與外包組裝消費品的生產模式，從而提升成本效益及擴展能力。我們的研發實力獲四項實用新型專利、一項發明專利(另有一項申請中)及截至2024年11月獲認證為「高新技術企業」所支持。與重點大學的合作進一步推動產品創新。本集團通過多元化品牌組合針對不同細分市場，分銷網絡包括22名分銷商及專責營銷團隊，於東北地區覆蓋力強。所有產品在分銷前均經過全面的內部檢查，以確保嚴格的質量控制。

本集團業務持續增長，收益由2024財年約人民幣97.9百萬元上升至2025財年人民幣119.1百萬元，同比增長21.6%，反映市場對本集團的接受度日益提高，以及其業務策略行之有效。

歷史財務資料概要

下表載列所示年度財務資料概要，該等資料摘自本文件附錄一所載會計師報告。

	2024財年	2025財年
	人民幣千元	人民幣千元
收益.....	97,882	119,060
銷售成本.....	(59,082)	(69,123)
毛利.....	38,800	49,937
銷售及分銷開支.....	(1,643)	(3,484)
行政及其他營運開支.....	(7,872)	(9,146)
融資成本.....	(108)	(338)
[編纂].....	[編纂]	[編纂]
稅前溢利.....	[編纂]	[編纂]
所得稅抵免／(開支).....	(6,475)	(4,926)
年內利潤.....	17,110	21,200
年內其他全面(虧損)／收益.....	(1)	262
年內全面收益總額.....	[編纂]	[編纂]

概 要

於2024財年，本集團錄得總收益約為人民幣97.9百萬元，於2025財年增加至人民幣119.1百萬元，增加約21.6%。該增加乃主要由於分銷增加所致，分銷銷售額由2024財年的約人民幣79.7百萬元(佔總收益的81.4%)增加至2025財年的人民幣99.3百萬元(佔總收益的83.4%)。同時，我們直銷錄得由2024財年的約人民幣18.2百萬元(佔總收益的18.6%)增加至2025財年的人民幣19.8百萬元(佔總收益的16.6%)。分銷銷售所帶來的收益增長，顯示出我們石墨烯集成發熱產品的需求日益增加。與2024財年相比，該等產品於2025財年的總收益中仍佔有相當大的比重。

下表載列所示年度的銷售成本明細：

	2024財年		2025財年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
分包費用	45,338	76.7	55,525	80.3
直接原材料成本	9,354	15.8	7,141	10.3
直接勞工成本	2,056	3.5	2,003	2.9
生產間接費用	2,334	4.0	4,454	6.5
總計	<u>59,082</u>	<u>100.0</u>	<u>69,123</u>	<u>100.0</u>

合併財務狀況表節選項目

	於2024年 12月31日	於2025年 12月31日
	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產	9,218	9,578
流動資產	44,875	80,595
非流動負債	2,453	1,890
流動負債	22,982	38,163
流動資產淨值	21,893	42,432
資產淨值	28,658	50,120

詳情請參閱「財務資料 — 合併財務狀況表節選項目的簡述及分析」。

合併現金流量表節選項目

	2024財年	2025財年
	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金淨額	19,121	2,104
投資活動所用現金淨額	(6,432)	(2,218)
融資活動所得現金淨額	8,396	6,375
現金及現金等價物增加淨額	21,085	6,261
年初現金及現金等價物	2,016	23,100
匯兌差額的影響	(1)	—
年末現金及現金等價物	23,100	29,361

詳情請參閱「財務資料 — 流動資金及資金來源」。

概 要

主要財務比率

以下載列我們各年度及於所示日期的主要財務比率。

	於2024年 12月31日／ 2024財年	於2025年 12月31日／ 2025財年
盈利能力		
毛利率.....	39.6%	41.9%
純利率.....	17.5%	18.0%
權益回報率.....	59.7%	42.8%
總資產回報率.....	31.6%	23.8%
流動資金		
流動比率.....	2.0倍	2.1倍
速動比率.....	1.8倍	2.0倍
資本充足性		
資產負債比率.....	13.8%	15.8%
淨負債權益比率.....	不適用	不適用 ⁽¹⁰⁾
利息覆蓋比率.....	159.4	63.7

下表載列於所示年度按銷售渠道及產品類別劃分的毛利及毛利率。

	2024財年		2025財年	
	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)	毛利 (人民幣 千元)	毛利率 (%)
按銷售渠道				
分銷銷售.....	31,258	39.2	40,052	40.4
直銷.....	7,542	41.4	9,885	49.9
小計.....	38,800	39.6	49,937	41.9
按產品類別				
石墨烯集成發熱產品				
智能保暖衣.....	19,107	40.0	16,059	41.1
個人舒壓產品.....	4,273	37.3	6,002	37.5
旅行及戶外產品.....	7,878	38.5	17,991	40.7
石墨烯集成發熱產品小計.....	31,258	39.2	40,052	40.4
石墨烯電熱網格布.....	7,542	41.4	9,885	49.9
總計.....	38,800	39.6	49,937	41.9

我們的控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使且並無計及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份)，李女士全資擁有的Hengfu Technology將持有本公司已發行股本約[編纂]%。因此，根據GEM上市規則，李女士及Hengfu Technology被視為一組控股股東。進一步詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

概 要

[編纂]前投資

根據李女士、香港鼎泰(田中香蘭女士當時間接全資擁有的投資控股公司)及吉林華晨訂立的日期為2024年5月28日的增資協議，香港鼎泰向吉林華晨出資人民幣300,000元，作為認購吉林華晨1%股權的代價。為反映香港鼎泰於本公司層面的投資，並作為重組的一部分，根據日期為2024年12月10日的買賣協議，田中香蘭女士透過Hengtai Invest(田中香蘭女士直接全資擁有的投資控股公司)將1股Hengyi BVI股份(即Hengyi BVI的全部已發行股本)轉讓予本公司，代價為向Hengtai Invest配發及發行1股本公司股份。上述轉讓於2024年12月10日完成後，田中香蘭女士透過Hengtai Invest持有本公司已發行股本的1%，而Hengyi BVI及香港鼎泰各自成為本公司的全資附屬公司。有關[編纂]前投資的進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構—[編纂]前投資」分節。

近期發展

於往績記錄期間後，我們的業務模式、收益結構及成本結構大致維持不變。根據我們的未經審核財務資料，於2026年前三個月(即2026年1月至3月)，本集團錄得銷售額約人民幣23.7百萬元以上，較2025年同期增加16.6%，我們各產品分部的收入貢獻如下：(i)旅行及戶外產品，不低於人民幣4.9百萬元；(ii)智能保暖衣，不低於人民幣9.2百萬元；(iii)石墨烯電熱網格布，不低於人民幣4.9百萬元；及(iv)個人舒壓產品，不低於人民幣5.2百萬元。

無重大不利變動

我們的董事確認，自2025年12月31日(即本集團最近合併財務資料日期)起直至本文件日期止，我們的業務模式、財務或貿易狀況及整體新型發熱材料行業的前景並無重大不利變動。我們亦確認，自2025年12月31日以來，並無發生會對會計師報告所示財務資料造成重大影響的事件，會計師報告全文載於本文件附錄一。

概 要

[編纂]

[編纂]包括(i)以[編纂]形式提呈發售[編纂]；及(ii)以[編纂]形式提呈發售[編纂]，均可按「[編纂]的架構及條件」所述基準[編纂]。下表載列若干[編纂]相關數據(假設[編纂]已完成)：

	基於指示性 [編纂]範圍的下限每股 [編纂][編纂]港元	基於指示性 [編纂]範圍的上限每股 [編纂][編纂]港元
	[編纂]港元	[編纂]港元
股份[編纂] ⁽²⁾	[編纂]	[編纂]
本公司擁有人應佔[編纂]經調整合併每股股份有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 本表格所有統計數字均基於假設[編纂]未獲行使且未因根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而發行股份。
- (2) [編纂]基於預期緊隨[編纂]完成後預期將發行[編纂]股股份計算。
- (3) 本公司擁有人應佔[編纂]經調整合併每股股份有形資產淨值乃按「附錄二 — [編纂]財務資料」所述作出調整後計算。

股利及股利政策

於往績記錄期間，並無向現時組成本集團的實體的當時權益擁有人派付或宣派股利。我們並無任何預定股利派付比率。董事會可全權酌情決定是否建議就任何財年末派發任何股利，以及股利金額及派付方式(如有)。有關酌情權須受適用法律及法規(包括公司法及細則)所規限，且須經股東批准。詳情請參閱「財務資料 — 股利」分節。

[編纂]

我們的估計[編纂]主要包括[編纂]費用及[編纂]，以及與[編纂]有關的法律及專業費用。假設[編纂]為每股[編纂]港元(即本文件所述[編纂]範圍的中位數)，本公司須承擔的[編纂]估計約為[編纂]百萬港元(佔[編纂][編纂]總額的約[編纂]%)，其中(i)約[編纂]百萬港元將入賬列作自權益扣減；(ii)約[編纂]百萬港元及約[編纂]百萬港元已分別於2024財年及2025財年的合併損益表及其他全面收益表中確認；及(iii)約[編纂]百萬港元預計將於2026財年的合併損益表及其他全面收益表中確認。上述有關[編纂]的估計[編纂]總額(基於本文件所述[編纂]範圍的中位數，且假設[編纂]未獲行使)包括(i)[編纂]開支(包括但不限於[編纂]費用及[編纂])約[編纂]百萬港元；及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元，可進一步分類為(a)法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]百萬港元；及(b)其他費用及開支約[編纂]百萬港元。

概 要

我們的董事謹此強調，[編纂]金額為現時估計，僅供參考，而於我們於2026財年的合併財務報表中確認的最終金額將視乎審核以及可變因數及假設其後的變動予以調整。

[編纂]用途

我們估計本公司從[編纂]收取的[編纂]總額（經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]費用及估計開支，且假設並無行使[編纂]及[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數）將約為[編纂]百萬港元。我們擬按下列用途使用該等[編纂]：(a)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於購置新的生產設備及機械以及租賃新廠房及倉庫以擴大我們的產能。[編纂]擬定用途明細如下：(i)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於購置生產設備；及(ii)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於租賃新廠房及倉庫；(b)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於新產品的研發及材料性能提升；(c)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於營運資金及其他一般企業用途。

詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。

重大風險因素概要

我們的業務涉及若干我們可能無法控制的風險，包括(i)依賴關鍵供應商可能會擾亂營運及財務狀況；(ii)嚴重依賴少數主要客戶會產生集中風險，並可能對收益及盈利能力造成重大影響；(iii)我們在競爭激烈且分散的行業中營運，倘我們未能與現有或潛在競爭者有效競爭，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響；(iv)產品缺陷及潛在產品責任索賠的風險可能導致重大成本、聲譽受損，並對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響；及(v)商標侵權風險及保護知識產權的潛在挑戰可能會降低我們的品牌價值、損害我們的競爭地位，並對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。詳情請參閱「風險因素」一節。