

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，應與本文件全文一併閱讀。由於此乃概要，並不包含對閣下而言可能重要的所有資料。此外，任何[編纂]均存在相關風險。[編纂]於[編纂]的若干特定風險載於「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，應細閱整份文件。本節所用的各種詞彙於「釋義」一節中界定。

### 概覽

我們是一家行業領先、快速增長的中國現製飲品企業，致力於向消費者提供新鮮美味、出品一致、價格親民的高質量產品。根據灼識諮詢報告，按2023年的商品銷售額(GMV)及截至2023年12月31日的門店數量計，「古茗」均是中國最大的大眾現製茶飲店品牌，亦是全價格帶下中國第二大現製茶飲店品牌。2023年，我們的GMV達人民幣192億元，較2022年增加37.2%。截至2023年12月31日，我們的門店網絡共有9,001家門店，較2022年12月31日增加35.0%。按截至2023年12月31日的門店數量計，我們是全球前五大現製飲品品牌。

下圖展示我們業務的亮點：



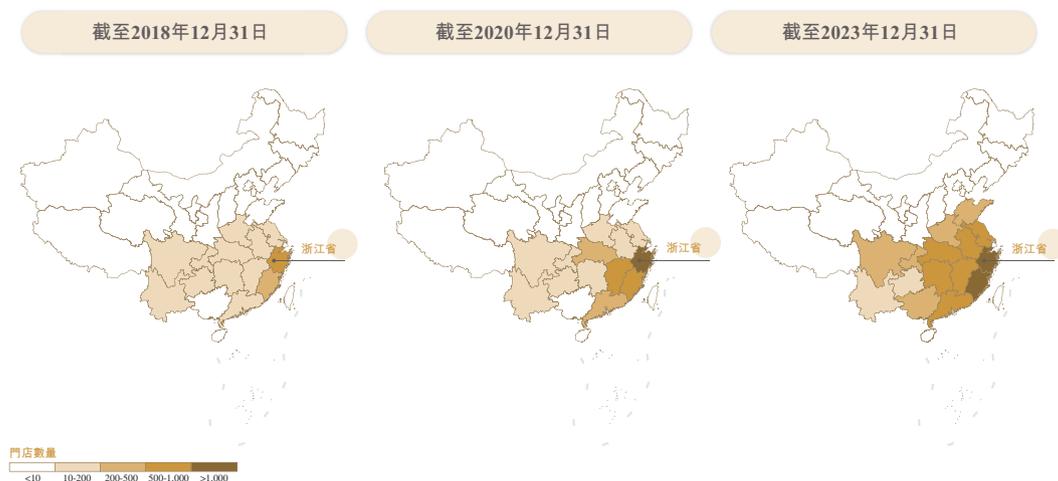
附註：

- (1) 截至2023年12月31日全年。
- (2) 截至2023年12月31日。
- (3) 截至2023年9月30日，在經營「古茗」門店超過兩年的加盟商中。
- (4) 根據灼識諮詢報告。
- (5) 截至2023年9月30日，我們運營的冷鏈倉儲及物流基礎設施在中國現製茶飲店品牌中規模最大。
- (6) 截至2023年9月30日，我們的信息技術團隊包括逾300名工程師，於中國現製茶飲行業規模最大。

## 概 要

十餘年前，我們的創始人王雲安先生在他的家鄉大溪鎮，開辦了第一家「古茗」門店。大溪鎮是位於浙江省的一個小鎮，是典型的下沉市場。由於供應鏈基礎設施尚處於發展階段，當時那裡採用新鮮水果及其他優質食材製作的現製茶飲產品有限。王先生堅信，消費者對新鮮食材的追求將推動現製飲品行業的相應變革，由此開啟了以高品質、短保質期食材製作現製茶飲的征途，並持續構建行業領先的冷鏈物流能力。一路走來，對於下沉市場的深耕，使我們擁有了對消費者和市場的深刻洞見。我們行業領先的運營效率，令我們能夠以親民的價格提供高品質產品，滿足消費者的日常飲用需求。

我們採用地域加密的布店策略穩步擴張門店網絡。我們認為，在單一省份的門店超過500家表示該地區具備了凸顯規模效應的基礎，並被我們稱之為關鍵規模。借助在已具有關鍵規模的省份所積累的經驗和優勢，我們策略性地進入鄰近省份。我們在浙江省率先達到關鍵規模，並持續增長至目前的逾2,000家門店。截至2023年12月31日，我們已在八個省份建立了超過關鍵規模的門店網絡。這八個省份合計貢獻我們2023年87%的GMV，並已讓我們成為中國最大的大眾現製茶飲店品牌。根據灼識諮詢報告，截至2023年9月30日止九個月，我們在上述八個省份實現了超過25%的大眾現製茶飲店市場份額。其中在最早達成關鍵規模的浙江、福建和江西，我們於同期在大眾現製茶飲店市場份額達到45%以上，在全價格帶現製茶飲店品牌中的市場份額亦為行業第一。截至2023年12月31日，我們在全國15個省份建立佈局並將持續增加門店網絡密度，同時，我們仍有19個省份尚未佈局，這共同為我們帶來了廣闊的增長空間。在保持龐大門店網絡持續增長的同時，我們在全國及上述具有密集門店網絡的八個省份，截至2023年12月31日止三個年度各年均保持了同店GMV增長。下圖闡述我們門店網絡的穩步擴張步伐以及我們未來的廣闊增長空間。



---

## 概 要

---

遵循地域加密策略，我們在目標省份策略性地調配資源，以在各線級城市均實現高密度的門店網絡。截至2023年12月31日，我們在二線及以下城市的門店數量佔總門店數量的79%，此外，我們有38%的門店位於遠離城市中心的鄉、鎮，根據灼識諮詢報告，上述兩個比例在按門店數量計的中國前五大大眾現製茶飲店品牌中均為最高。

我們從門店地域密集的規模經濟中受益。例如，密集的門店網絡大幅提高了我們倉儲及物流的效率，我們向97%以上的門店提供兩日一配的冷鏈配送服務。根據灼識諮詢報告，於截至2023年9月30日止九個月，在按GMV計的中國前十大現製茶飲店品牌中，我們是唯一一家能夠向低線城市門店頻繁配送短保質期鮮果和鮮奶的企業。於往績記錄期間，我們倉到店的平均配送成本僅佔GMV的約0.9%，根據灼識諮詢報告，遠低於行業2%的平均水平。我們所構建的業內最大規模的冷鏈倉儲和物流能力，令我們可以用短保質期的鮮果、茗茶、鮮奶，製作門店菜單中的絕大部分飲品。

我們相信與加盟商共贏對我們的業務至關重要。於2023年，我們的加盟商單店經營利潤達到人民幣37.6萬元，加盟商單店經營利潤率達20.2%，而根據灼識諮詢報告，同期中國大眾現製茶飲店市場的估計單店經營利潤率約10%-15%。我們門店的強勁業績表現令加盟商有強烈的意願開設更多的門店。截至2023年9月30日，在開設「古茗」門店超過兩年的加盟商中，平均每個加盟商經營3.1家門店，75%的加盟商經營兩家或以上加盟店。我們遵從長期主義理念，與加盟商建立密切而持久的關係。良好的加盟商關係也有助於實現高效的門店運營及穩定優質的產品及服務，並進一步提升消費者體驗、提高門店表現，從而吸引更多加盟商並鞏固加盟商關係，以此形成良性循環。

與我們的口號「每天一杯喝不膩」相一致，我們向消費者提供多種出品一致、富有創新、價格親民的高質量產品。我們擁有強大的產品研發能力，定期推出新品保持產品吸引力。在截至2023年9月30日止九個月，我們推出了107款新品。同時，在產品快速迭代出新的同時，我們有能力令萬家門店同步提供質量穩定、口味一致的產品。

## 概 要

「古茗」已成為備受廣大消費者喜愛的品牌。我們已積累忠實的會員基礎，並錄得行業領先的複購率。截至2023年12月31日，我們小程序的註冊會員人數已達到約9,400萬名。其中，2023年第四季度的季度活躍會員人數超過3,600萬名。2023年全年的平均季度複購率達到53%，根據灼識諮詢報告，遠超大眾現製茶飲店品牌平均低於30%的複購率。

我們擁有科技驅動、快速迭代的平台能力，包括數字化和自動化運營能力、基於食品科學的研發能力、及穩健的供應鏈管理能力。特別是，根據灼識諮詢報告，以截至2023年9月30日的規模計，我們建立了中國現製茶飲行業最大的信息技術團隊。這些平台能力賦能我們同時實現龐大門店網絡的穩步擴張、加盟商的持續盈利、以及持續創新、出品一致的產品。此外，我們強大的平台能力、持久的加盟商關係及卓越的消費者滿意度形成正反饋循環，三者相輔相成，如下圖所示。



我們的收入主要來自向加盟商銷售貨品及設備以及提供服務。於往績記錄期間，我們實現了強勁增長。我們的收入由2021年的人民幣4,383.9百萬元增加26.8%至2022年的人民幣5,559.2百萬元，並由截至2022年9月30日止九個月的人民幣4,161.7百萬元增加33.9%至2023年同期的人民幣5,570.9百萬元。2021年及2022年，我們的年度／期內利潤分別為人民幣24.0百萬元及人民幣372.0百萬元，截至2022年及2023年9月30日止九個月則分別為人民幣275.5百萬元及人民幣1,002.0百萬元。我們的經調整利潤（非國際財務報告準則計量）由2021年的人民幣769.6百萬元增加至2022年的人民幣788.1百萬元，並由截至2022年9月30日止九個月的人民幣603.2百萬元增加至2023年同期的人民幣1,044.5百萬元。有關更多詳情，請參閱「財務資料－經營業績的主要組成部分說明－非國際財務報告準則計量」。

---

## 概 要

---

### 我們的競爭優勢

我們相信，以下優勢讓我們在抓住中國現製茶飲店市場機遇方面處於有利位置：

- 中國最大大眾現製茶飲店品牌，市場快速增長
- 地域加密策略下門店網絡的高質量擴張
- 健康可持續的加盟商盈利水平及持久的加盟商關係
- 豐富、穩定、高品質的產品廣受消費者歡迎
- 技術驅動、快速迭代的平台能力
- 持續精進的多元化管理團隊，包容開放的企業文化

### 我們的發展戰略

我們將繼續踐行下列策略，以推動進一步增長：

- 擴張門店網絡，鞏固行業領導地位
- 加強我們的技術以提高運營效率
- 持續投資於產品研發，優化並拓展產品矩陣
- 加強品牌建設和用戶運營
- 加強我們的供應鏈能力

### 我們的門店網絡及門店業績

我們的門店主要通過加盟模式運營。截至2021年、2022年及2023年12月31日止年度，我們的加盟店貢獻約99.9%的GMV。在較小程度上，我們直接管理數家直營門店。截至2023年12月31日，我們直接管理六家直營門店。

我們穩步擴大門店網絡。我們的門店數量由截至2021年12月31日的5,694家增加17.1%至截至2022年12月31日的6,669家，並進一步增加35.0%至截至2023年12月31日

## 概 要

的9,001家。我們不斷加密各省份的門店網絡，雖處於宏觀經濟波動的背景，我們過去連續三年能夠一直在加密門店網絡的省份及全國保持同店GMV增長。下表載列所示期間我們的門店數量及同店GMV增長。

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
<b>浙江<sup>(1)</sup></b>			
期末門店數量 . . . . .	1,725	1,868	2,054
同店GMV增長(%) . . . . .	15.2	3.3	5.1
<b>福建及江西<sup>(1)</sup></b>			
期末門店數量 . . . . .	1,590	1,641	1,914
同店GMV增長(%) . . . . .	7.4	3.2	12.0
<b>其餘五個已達關鍵規模的省份<sup>(1)</sup></b>			
期末門店數量 . . . . .	1,689	2,349	3,317
同店GMV增長(%) . . . . .	14.9	4.1	11.6
<b>全國</b>			
期末門店數量 . . . . .	5,694	6,669	9,001
同店GMV增長(%) . . . . .	12.0	2.8	9.4

附註：

(1) 浙江的門店網絡最早達到關鍵規模。福建及江西的門店網絡於2019年至2020年達到關鍵規模，其他五個省份的門店網絡於2021年至2023年達到關鍵規模。

我們的單店GMV於2021年為約人民幣220萬元，於2022年增長至約人民幣230萬元，並於2023年進一步增長至約人民幣250萬元。尤其是，於2023年，我們在四線及以下城市的單店GMV為約人民幣230萬元，在鄉鎮的單店GMV為約人民幣240萬元。

於2023年，我們的加盟商單店經營利潤達到人民幣37.6萬元，加盟商單店經營利潤率達到20.2%，而根據灼識諮詢報告，同期中國大眾現製茶飲店市場的估計單店經營利潤率約為10%-15%。特別是，在四線及以下城市，於2023年，加盟商單店經營利潤為人民幣38.6萬元，為該等地區2022年年度人均可支配收入的逾10倍，為加盟商的家庭帶來可觀收入。

---

## 概 要

---

### 產品種類

我們的「古茗」門店專注於大眾現製茶飲市場，主打三類飲品：(i)果茶飲品、(ii)奶茶飲品及(iii)咖啡飲品及其他。我們的果茶飲品由茶及各種新鮮水果製成，其中包括各類短保質期的水果，口味新鮮。我們的奶茶飲品具有柔滑的奶香，可選配珍珠及／或一系列其他小料。我們亦在門店提供咖啡飲品，包括傳統咖啡飲品、將咖啡與茶或新鮮水果結合的創新飲品，以及其他產品，如酸奶奶昔、純茶、烘焙產品及品牌衍生產品。於往績記錄期間，我們的產品價格保持相對穩定，通常在人民幣10元至人民幣18元之間。

### 我們的客戶及供應商

我們的客戶主要為經營我們加盟店的加盟商，亦包括購買我們加工工廠生產的產品(如茶葉拼配)的企業客戶。於往績記錄期間，我們的收入主要包括向加盟商銷售商品及設備的所得款項，以及與我們向加盟商提供的加盟管理服務相關的費用。截至2021年及2022年12月31日止年度以及截至2023年9月30日止九個月，我們的五大客戶分別佔我們總收入的3.2%、3.1%及3.2%。於往績記錄期間，我們並無面臨任何重大客戶集中風險。

我們採購各種商品和設備，包括新鮮水果、果汁、茶葉、乳製品及糖製品等原料、包裝材料以及泡茶機、製冰機和冷凍櫃等設備。截至2021年及2022年12月31日止年度以及截至2023年9月30日止九個月，我們向五大供應商的採購額分別佔我們採購總額的18.1%、20.9%及16.3%。截至2021年及2022年12月31日止年度以及截至2023年9月30日止九個月，我們的最大供應商分別佔我們採購總額的7.6%、7.4%及5.0%。

### 歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的綜合財務資料的財務數據概要，摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。下文所載財務數據概要應與本文件綜合財務報表(包括相關附註)一併閱讀，以保證其完整性。綜合財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

## 概 要

### 綜合損益及全面收益表概要

下表載列我們於所示年度／期間以絕對金額及佔收入的百分比列示的綜合損益及全面收益表概要。

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2021年		2022年		2022年		2023年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(未經審核)							
	(人民幣千元，百分比除外)							
收入 .....	4,383,901	100.0	5,559,222	100.0	4,161,679	100.0	5,570,882	100.0
銷售成本.....	(3,070,196)	(70.0)	(3,996,290)	(71.9)	(3,005,140)	(72.2)	(3,844,469)	(69.0)
毛利 .....	1,313,705	30.0	1,562,932	28.1	1,156,539	27.8	1,726,413	31.0
其他收入及收益.....	47,598	1.0	57,477	1.1	40,873	1.0	125,879	2.2
銷售及分銷開支.....	(186,193)	(4.2)	(268,143)	(4.8)	(197,097)	(4.7)	(239,291)	(4.3)
行政開支.....	(123,745)	(2.8)	(187,605)	(3.4)	(129,473)	(3.1)	(180,689)	(3.2)
研發開支.....	(65,030)	(1.5)	(118,288)	(2.1)	(77,952)	(1.9)	(129,055)	(2.3)
其他開支.....	(5,775)	(0.1)	(1,069)	(0.1)	(381)	(0.1)	(9,434)	(0.2)
經營利潤.....	980,560	22.4	1,045,304	18.8	792,509	19.0	1,293,823	23.2
財務費用.....	(5,079)	(0.1)	(5,424)	(0.1)	(4,156)	(0.1)	(4,299)	(0.1)
以公允價值計量且其變動計 入當期損益的金融負債的 公允價值變動.....	(728,388)	(16.7)	(389,523)	(7.0)	(310,322)	(7.4)	(21,669)	(0.3)
除稅前利潤.....	247,093	5.6	650,357	11.7	478,031	11.5	1,267,855	22.8
所得稅費用.....	(223,101)	(5.1)	(278,332)	(5.0)	(202,564)	(4.9)	(265,818)	(4.8)
年／期內利潤 .....	23,992	0.5	372,025	6.7	275,467	6.6	1,002,037	18.0
年／期內全面收益總額	23,992	0.5	392,307	7.1	290,915	7.0	1,002,229	18.0
以下各項應佔年／期內全面 收益總額：								
母公司擁有人.....	20,139	0.4	386,901	7.0	286,166	6.9	990,225	17.8
非控股權益.....	3,853	0.1	5,406	0.1	4,749	0.1	12,004	0.2

### 非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用國際財務報告準則並無要求或並非根據有關準則呈列的經調整利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）作為額外財務計量。

## 概 要

下表列示所示期間的經調整利潤（非國際財務報告準則計量）與根據國際財務報告準則計算及呈列的最直接可比財務計量（即年／期內利潤）的對賬。

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2021年	2022年	2022年	2023年
			(未經審核)	
			(人民幣千元，百分比除外)	
<b>年／期內利潤與經調整利潤</b>				
(非國際財務報告準則計量)的對賬：				
年／期內利潤 .....	23,992	372,025	275,467	1,002,037
加：				
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融負債的 公允價值變動 .....	728,388	389,523	310,322	21,669
以股份為基礎的付款開支.....	17,226	24,476	17,389	18,981
[編纂] .....	-	2,080	-	1,815
<b>經調整利潤</b>				
(非國際財務報告準則計量).....	769,606	788,104	603,178	1,044,502

我們將經調整利潤（非國際財務報告準則計量）定義為年／期內利潤，但不計及以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債的公允價值變動、以股份為基礎的付款開支及[編纂]。我們於往績記錄期間已持續進行以下調整：

- 以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債的公允價值變動主要指我們發行的可贖回普通股、認股權證及可換股可贖回優先股的公允價值變動，並與我們的估值變動有關。我們預期在[編纂]後不會錄得以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債的公允價值任何進一步變動，原因是優先股負債將於[編纂]後因自動轉換為普通股而被重新指定及由負債重新分類為權益。
- 以股份為基礎的付款開支指與我們向關鍵僱員授予的獎勵有關的非現金僱員福利開支。預期任何特定期間的有關開支不會導致未來的現金付款。
- [編纂]與本公司本次[編纂]有關，屬一次性性質，與我們的經營活動並無直接關係。

## 概 要

我們並無計及上述項目，是由於有關項目非經營性質亦非我們的核心經營業績及業務前景的指標。我們認為，剔除該等項目可為[編纂]及管理層提供更有意義的指標以了解我們業務經營的相關表現，有便於將我們的業績與其他期間的業績進行比較，亦有助於與我們行業內其他公司的業績進行比較。

下表列示所示期間的經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）與根據國際財務報告準則計算及呈列的最直接可比財務計量（即年／期內利潤）的對賬。

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2021年	2022年	2022年	2023年
			(未經審核)	
			(人民幣千元，百分比除外)	
<b>年／期內利潤與經調整EBITDA</b>				
<b>(非國際財務報告準則計量) 的對賬：</b>				
年／期內利潤 .....	23,992	372,025	275,467	1,002,037
加：				
所得稅費用 .....	223,101	278,332	202,564	265,818
財務費用 .....	5,079	5,424	4,156	4,299
折舊及攤銷 .....	69,870	118,947	87,290	101,943
以公允價值計量且其變動				
計入當期損益的金融負債的				
公允價值變動 .....	728,388	389,523	310,322	21,669
以股份為基礎的付款開支 .....	17,226	24,476	17,389	18,981
[編纂] .....	-	2,080	-	1,815
減：財務收入 .....	(2,181)	(5,375)	(3,662)	(35,583)
<b>經調整EBITDA</b>				
(非國際財務報告準則計量) .....	1,065,475	1,185,432	893,526	1,380,979

我們將經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）定義為年／期內利潤，但不計及所得稅費用、財務費用、財務收入、折舊及攤銷、以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債的公允價值變動、以股份為基礎的付款開支及[編纂]。基於上述相同原因，我們對以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債的公允價值變動、以股份為基礎的付款開支及[編纂]作出調整。

## 概 要

我們認為，經調整利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）為[編纂]及其他人士提供有效資料，透過協助我們管理層的相同方式幫助彼等了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司採用類似名稱呈列的計量作比較。使用經調整利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）作為分析工具存在局限，閣下不應獨立考慮有關計量，或以此取代分析我們根據國際財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況。

### 綜合財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表的節選資料。

	截至12月31日		截至9月30日
	2021年	2022年	2023年
			(未經審核)
		(人民幣千元)	
非流動資產總值	675,961	867,109	980,395
流動資產總值	1,367,539	2,164,567	3,291,605
<b>資產總值</b>	<b>2,043,500</b>	<b>3,031,676</b>	<b>4,272,000</b>
非流動負債總額	169,091	182,628	216,907
流動負債總額	3,080,220	3,665,642	3,850,477
<b>負債總額</b>	<b>3,249,311</b>	<b>3,848,270</b>	<b>4,067,384</b>
<b>(負債)／資產淨額</b>	<b>(1,205,811)</b>	<b>(816,594)</b>	<b>204,616</b>
股本	112	112	112
儲備	(1,216,305)	(832,494)	176,712
母公司擁有人應佔權益	<b>(1,216,193)</b>	<b>(832,382)</b>	<b>176,824</b>
非控股權益	10,382	15,788	27,792
<b>(資產虧絀)／權益總額</b>	<b>(1,205,811)</b>	<b>(816,594)</b>	<b>204,616</b>

## 概 要

### 綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示年度／期間的現金流量。

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2021年	2022年	2022年	2023年
			(未經審核)	
			(人民幣千元)	
經營活動產生的現金流量淨額...	267,470	1,011,162	755,138	1,206,286
投資活動(所用)／產生的				
現金流量淨額.....	(237,595)	(57,341)	3,357	(466,655)
融資活動(所用)／產生的				
現金流量淨額.....	(42,860)	5,315	(48,503)	2,541
現金及現金等價物				
(減少)／增加淨額.....	(12,985)	959,136	709,992	742,172
外匯匯率變動的影響淨額.....	(1,325)	3,524	5,685	564
年／期初現金及現金等價物....	166,118	151,808	151,808	1,114,468
年／期末的現金及現金等價物..	<b>151,808</b>	<b>1,114,468</b>	<b>867,485</b>	<b>1,857,204</b>

### 主要財務比率

下表載列我們於所示年度／期間的若干主要財務比率。

	截至12月31日止年度		截至9月30日
	2021年	2022年	止九個月
經調整利潤率			
(非國際財務報告準則計量) <sup>(1)</sup> .....	17.6%	14.2%	18.7%
經調整EBITDA利潤率			
(非國際財務報告準則計量) <sup>(2)</sup> .....	24.3%	21.3%	24.8%
經調整流動比率 <sup>(3)</sup> .....	2.2	2.7	3.4
經調整速動比率 <sup>(4)</sup> .....	1.1	1.8	2.7

## 概 要

附註：

- (1) 經調整利潤率（非國際財務報告準則計量）指經調整利潤（非國際財務報告準則計量）佔有關年度／期間收入的百分比。
- (2) 經調整EBITDA利潤率（非國際財務報告準則計量）指經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）佔有關年度／期間收入的百分比。
- (3) 經調整流動比率指流動資產除以年／期末流動負債與以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債的差額。以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債不計入分母，因為該等負債既不屬經營性質，也不代表我們的核心經營業績及業務展望。我們預期於[編纂]後將不會錄得該項目的任何進一步公允價值變動，因為優先股負債將因[編纂]後自動轉換為普通股而由負債重新分類為權益。
- (4) 經調整速動比率指流動資產與存貨之差額除以年／期末流動負債與以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債之差額。以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債不計入分母，因為該等負債既不屬經營性質，也不代表我們的核心經營業績及業務展望。我們預期於[編纂]後將不會錄得該項目的任何進一步公允價值變動，因為優先股負債將因[編纂]後自動轉換為普通股而由負債重新分類為權益。

## 風險因素

我們相信，我們的運營涉及若干風險及不確定因素，其中部分並非我們所能控制。我們已將該等風險及不確定因素分類如下：(i)與我們的業務及行業有關的風險；(ii)與在我們經營所在國家開展業務有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。該等風險包括（惟不限於）以下各項：

- 我們未來的增長取決於我們擴展和運營門店網絡的能力。我們可能無法成功進入新的地域市場或擴大我們在現有市場的影響力。
- 我們的業務高度依賴消費者對現製茶飲的口味、消費趨勢、喜好及認知，且我們可能無法始終準確預測和及時適應市場趨勢及消費者喜好。
- 我們可能無法維持或增加門店的銷售額及盈利能力。
- 我們在中國競爭激烈且迅速變化的市場運營。我們在中國現製飲品市場面臨激烈的競爭。未能有效應對競爭可能會對我們的市場份額及盈利能力產生負面影響。
- 任何我們、我們的加盟商、供應商或其他業務合作夥伴未能保持食品安全及質量的情況可能會對我們的品牌、業務及財務表現造成重大不利影響。

## 概 要

- 我們的業務在很大程度上取決於市場對我們「古茗」品牌的認可，而未能維持、保護及提升我們的品牌可能會對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。
- 我們廣泛的門店網絡主要由第三方經營的加盟店組成。我們面臨與採用特許經營業務模式相關的若干風險。
- 我們的經營歷史可能無法反映我們的未來增長或財務業績。倘我們未能管理我們的增長，我們的業務及前景可能會受到重大不利影響。

### 法律程序及合規

除一宗我們認為不曾且將來不會對我們的業務營運或財務業績造成重大不利影響的過往稅務不合規事件外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在營運各大方面遵守所有適用於我們的相關法律及法規。有關詳情，請參閱「業務－法律程序及合規」。

### [編纂]統計數據

下表載列的所有統計數據均基於以下假設：(i)[編纂]已完成且根據[編纂]已發行[編纂][編纂]；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)緊接[編纂]前，每股優先股按1:1基準轉為本公司普通股。

	按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算	按[編纂]每股股份 [編纂]港元計算
股份市值 <sup>(1)</sup> . . . . .	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
本公司擁有人應佔本集團每股未經審核 備考經調整綜合有形資產淨值 <sup>(2)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值按緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使）預計發行[編纂]股股份計算。
- (2) 截至2022年12月31日本公司擁有人應佔本集團每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值乃於作出附錄二所述的調整後，按緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使）預計發行[編纂]股股份計算。

---

## 概 要

---

### [編纂]

按[編纂]中位數[編纂]港元計算，有關[編纂]的估計[編纂]總額約為人民幣[編纂]元（假設並無根據[編纂]發行新股份）。於往績記錄期間，計入綜合損益及全面收益表的[編纂]為人民幣[編纂]元。我們估計將產生人民幣[編纂]元的[編纂]，其中人民幣[編纂]元將計入我們的綜合損益及全面收益表。結餘約人民幣[編纂]元（主要包括[編纂]）預期將於[編纂]完成後入賬列作權益扣減。

### [編纂]用途

根據[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]的中位數），經扣除[編纂]及[編纂]以及我們就[編纂]已付及應付的其他估計[編纂]，我們估計將收到[編纂][編纂]淨額約[編纂]港元（假設[編纂]未獲行使）或[編纂]港元（如[編纂]獲悉數行使）。

與我們的戰略一致，我們計劃將[編纂][編纂]淨額按下文所載金額作以下用途：

- [編纂]淨額約[編纂]（或約[編纂]港元）將用於使我們的信息技術團隊更強大及繼續進行業務管理和門店運營的數字化；
- [編纂]淨額約[編纂]（或約[編纂]港元）將用於加強我們的供應鏈能力和提升供應鏈管理效率；
- [編纂]淨額約[編纂]（或約[編纂]港元）將用於加強品牌建設和消費者互動以及採取多元化方法建立品牌形象，深入消費者人心；
- [編纂]淨額約[編纂]（或約[編纂]港元）將用於增聘員工負責加盟商管理以繼續執行地域加密策略、加強對加盟商的支持及進一步建立密切的加盟商團體；
- [編纂]淨額約[編纂]（或約[編纂]港元）將用於聘用產品研發方面的專家及提升我們的產品研發能力；及

---

## 概 要

---

- [編纂]淨額約[編纂] (或約[編纂]港元) 預期將用作營運資金及其他一般企業用途。

進一步詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

### 控股股東

緊隨[編纂]完成後並假設[編纂]未獲行使，根據一致行動安排，王先生、戚先生、阮先生及潘女士將通過多家中間控股公司合共擁有並控制1,728,260,872股股份，佔我們已發行股份約[編纂]%。因此，王先生、戚先生、阮先生及潘女士將於[編纂]後成為我們的控股股東。有關詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

### [編纂]前投資者

我們從[編纂]前投資者獲得股權融資，以支持我們不斷擴展的業務營運。我們的[編纂]前投資者包括龍珠、紅杉、Abbeay Street及Coatue 34。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構—[編纂]前投資」。

### 申請於聯交所[編纂]

我們已向上市委員會申請批准已發行股份 (包括將轉換為我們股份的優先股) 以及根據[編纂] (包括因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份) 及[編纂]後股份計劃將予發行的股份[編纂]及買賣。

[編纂]

[編纂]

---

## 概 要

---

### [編纂]

#### 股息政策

於往績記錄期間，我們並無向股東宣派或分派股息。我們可能在可預見的未來就我們的普通股支付現金股息。

是否派付股息將由董事酌情決定，並將取決於（惟不限於）財務業績、現金流量、業務狀況及策略、未來營運及盈利、資本需求及開支計劃、派付股息的任何限制及董事可能認為相關的其他因素。我們並無預先釐定派息率。誠如我們的開曼群島法律顧問奧傑律師事務所告知，根據開曼群島法律，累計虧損並不一定限制我們向股東宣派及派付股息，因為不論我們的盈利能力，股息仍可自我們的股份溢價賬中宣派及派付，前提是這不會導致本公司無法償還日常業務過程中到期的債務。

我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。因此，任何未來股息的派付及金額亦將取決於能否自我們的附屬公司收取股息。中國法律規定，股息僅可從根據中國會計原則釐定的年度利潤中派付，而中國會計原則在許多方面與其他司法權區的公認會計原則（包括國際財務報告準則）不同。中國法律亦要求我們的附屬公司撥出至少10%的稅後利潤（如有）列入公司法定公積金，該等儲備不可作為現金股息分派。向股東作出的股息分派於股息獲股東或董事（如適用）批准期間確認為負債。

#### 無重大不利變動

董事已確認，截至本文件日期，自2023年9月30日（即本公司最新綜合財務報表的結算日）以來，我們的財務或交易狀況或前景並無重大不利變動，且自2023年9月30日以來，並無任何會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。