
概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅屬概要，故並未載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下決定[編纂][編纂]前，應細閱本文件全文。任何[編纂]均涉及風險。有關[編纂][編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定[編纂][編纂]前務請細閱該節。

概覽

我們的使命

分享快樂，傳遞正能量。

我們的願景

成為真正打動用戶、陪伴用戶的全球領先泛娛樂產品集團。

我們是誰

我們是中國泛娛樂產品行業的開拓者和領導者。我們致力於提供高質量、富有趣味和互動性的產品，為廣大消費者群體帶來快樂和正能量。根據灼識諮詢的資料，按2022年商品交易總額計，我們在中國的行業排名如下：

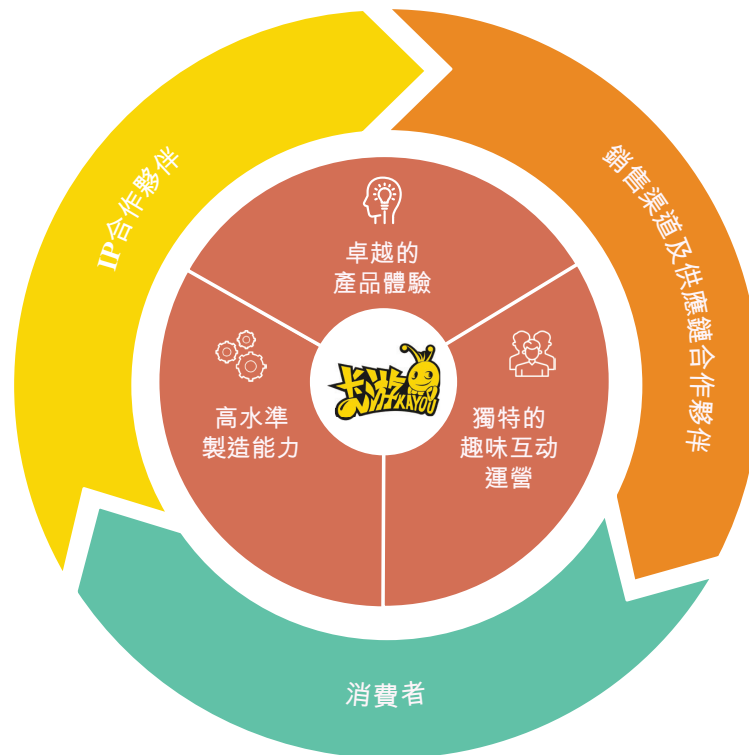
- 我們在泛娛樂產品行業及泛娛樂玩具行業中排名第二；
- 我們在快速增長的泛娛樂玩具行業集換式卡牌領域中排名第一；及
- 我們在泛娛樂文具行業中排名第七。

作為中國集換式卡牌領域的開拓者，我們受益於以卓越的產品體驗、獨特的趣味互動運營和先進的生產能力為基石的獨特一體化商業模式。這種業務模式覆蓋全產業價值鏈核心環節，並使我們能在推廣泛娛樂文化和提升行業標準方面起到至關重要的作用。我們在鞏固集換式卡牌領域領導者地位的同時，亦着力於豐富我們的玩具產品組合，引入人偶、集換式卡牌收藏冊、徽章、貼紙和亞克力立牌等其他產品類別。我們還擴展業務至文具產品，推出筆和本冊等產品。我們有策略地建立這種多元產品組合，以滿足廣泛的消費者需求。為持續設計及推出新產品奠定堅實的基礎，截至2023

概 要

年9月30日，我們已構建由44個IP組成的強大IP矩陣。我們亦通過獨特的趣味互動運營，擴大在認知發展、趣味及活動方面的產品價值。我們的產品設計及創新得益於優質的IP內容及工藝，通過高水準生產技術和強大的供應效率，我們能夠不斷推出兼具極佳收藏性、娛樂性和功能性的產品，與消費者產生情感共鳴。我們長期陪伴消費者，是他們值得信賴的夥伴，並建立了龐大且持續增長的消費者群體。

我們堅持「分享快樂，傳遞正能量」的使命。我們的品牌和產品在中國擁有廣泛受眾。我們致力於在運營中通過產品設計、TCG活動、公益活動等方面傳遞正面價值觀，獲得年輕消費者、其父母及更廣泛的消費群體的認可，建立值得信賴的品牌形象。例如，我們與知名國畫家戴敦邦先生合作推出四大名著集換式卡牌。該系列運用流行形式，尤其是受年輕消費者喜愛的風格，來展示經典人物和場景，提高他們對中國傳統文化的認識。此外，我們一直捐助慈善和其他公益活動，特別是支持貧困或孤獨症兒童等弱勢群體。



概 要

我們的價值主張

我們在中國的行業領先地位、豐富的經驗和核心競爭力為我們商業模式的各核心利益相關方提供了極具吸引力的價值主張：

消費者：

- 我們提供高質量、富有趣味和互動性的產品；
- 我們通過將消費者連結在一起，創造增進人際感情的體驗，滿足他們多層次的娛樂和社交需求；及
- 我們在消費者的成長過程中提供長期陪伴。

IP合作夥伴：

- 我們提高IP熱度；及
- 我們為IP合作夥伴提供更多商業化機會，擴大其受眾群體，推動藝術普惠。

銷售渠道及供應鏈合作夥伴：

- 我們持續創造業務機會，與合作夥伴共同成長；及
- 我們通過深度合作，助力我們的銷售渠道及供應鏈合作夥伴業務升級。

我們的優勢

我們認為，以下優勢促成我們的成功：

- 中國泛娛樂產品行業的開拓者和領導者；
- 強大的產品設計和創新能力，構建多元並持續升級的產品組合；
- 獨特的趣味互動運營實現全方位的消費者參與及強大的品牌認知度；
- 多元化、高質量的IP矩陣及經證明的強大的IP運營能力；
- 先進的生產製造能力和供應鏈管理，支持高效運營；
- 覆蓋全國的銷售網絡，廣泛觸達消費者；及
- 富有遠見、經驗豐富的創始人和管理團隊。

請參閱「業務－我們的優勢」。

概 要

我們的戰略

我們擬採取以下戰略進一步發展我們的業務：

- 拓展產品類別及豐富產品組合；
- 多元化我們的IP矩陣並加強IP及趣味互動運營；
- 提升產品工藝及提高生產能力；
- 加強我們的多渠道銷售網絡；
- 吸引、培養及保留人才；及
- 積極尋求海外擴張。

請參閱「業務－我們的戰略」。

我們的品牌及產品

卡游已成為中國最廣受認可的泛娛樂產品品牌之一。憑藉我們獨特而強大的卡游品牌，我們向消費者清晰準確地傳達自身使命和願景。我們已建立並持續豐富多元化產品組合及廣泛的IP矩陣。我們強大的品牌力深化我們產品之間的協同效應，並確保我們的可持續增長。

玩具，特別是集換式卡牌，是我們的核心產品。根據灼識諮詢的資料，我們引領中國集換式卡牌業務。在鞏固我們集換式卡牌的領導地位之餘，我們亦着力於以其他玩具類別豐富我們的玩具產品組合。我們亦擴展業務至文具產品。下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

| | 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 百萬元) | (%) | (人民幣 百萬元) | (%) | (人民幣 百萬元) | (%) | (人民幣 百萬元) | (%) |
| 玩具 | 2,298.3 | 100.0 | 4,110.2 | 99.5 | 3,644.0 | 99.8 | 1,817.7 | 93.1 |
| －集換式卡牌 | 2,169.5 | 94.4 | 3,930.2 | 95.1 | 3,479.7 | 95.3 | 1,675.0 | 85.8 |
| －人偶 | – | – | – | – | – | – | 80.1 | 4.1 |
| －其他玩具 ⁽¹⁾ | 128.8 | 5.6 | 180.0 | 4.4 | 164.3 | 4.5 | 62.6 | 3.2 |
| 文具 | – | – | 20.9 | 0.5 | 8.1 | 0.2 | 133.8 | 6.9 |
| 總計 | <u>2,298.3</u> | <u>100.0</u> | <u>4,131.1</u> | <u>100.0</u> | <u>3,652.1</u> | <u>100.0</u> | <u>1,951.5</u> | <u>100.0</u> |

附註：

(1) 主要包括集換式卡牌收藏冊、徽章及貼紙。

請參閱「業務－我們的品牌及產品」。

概 要

我們的趣味互動運營

我們在產品中注入獨特的趣味互動元素，以增強產品的可收藏性和娛樂性。例如，我們設計具備完整故事情節的IP主題產品系列，並在該系列下每個產品以濃縮版本描繪故事。我們亦將產品分為不同稀有類別，並擁有完善的稀有度系統。該等方法使我們的收藏體系保持新鮮感及吸引力。此外，我們為產品精心設計玩法規則，包括集換式卡牌及人偶，使我們的產品成為家人、朋友及其他玩家的娛樂和社交互動的首選之一。我們在玩法設計方面不斷創新，持續為消費者帶來刺激、新奇和有趣的體驗，以維持我們產品的市場歡迎度。特別是，我們自2020年開始運營英雄對決活動。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在中國逾100個城市成功舉辦逾3,000場活動。我們相信，我們的趣味互動運營擴大了我們的消費者基礎，並提高了我們的品牌知名度。

請參閱「業務－我們的趣味互動運營」。

我們的IP矩陣及運營

截至2023年9月30日，我們構建了一個由44個IP組成的多元化IP矩陣，以滿足廣泛消費者。我們通過來自IP合作夥伴的外部授權IP和開發自有IP不斷擴充IP矩陣。我們強大的IP矩陣為持續設計、開發及推出新的泛娛樂產品奠定了堅實的基礎。我們寶貴的行業洞察力和強大的IP運營能力涵蓋挖掘、打造和商業化IP，使我們能夠提升IP熱度、延長IP生命周期以及最大化IP的商業價值。這種令人信服的價值反過來能吸引更多的IP資源，從而形成共同發展的良性循環。

請參閱「業務－IP矩陣及運營」。

我們的工藝及生產

我們始終走在生產技術及材料使用的最前沿，以確保我們產品的工藝和質量。憑藉先進技術及生產設備，我們能夠不斷改善產品的質感及外觀，提高生產效率。

截至最後實際可行日期，我們有三個在營生產基地及兩個在建生產基地。我們的生產基地位於浙江省及廣東省的戰略位置，擁有豐富的消費品供應鏈資源，可有效支持我們在全國的銷售網絡。我們於浙江省開化縣的生產基地於2020年8月開始運營，主

概 要

要生產集換式卡牌。我們位於浙江省義烏市的生產基地於2023年3月開始運營，主要生產文具。我們於廣東省東莞市的生產基地於2023年4月開始運營，主要負責包裝人偶。此外，截至最後實際可行日期，我們在浙江省義烏市擁有兩個在建生產基地。

請參閱「業務－生產及採購－生產」。

我們的銷售網絡及營銷

通過戰略擴張我們在多個渠道的線上線下業務，我們已打造一張覆蓋全國的銷售網絡，包括(i)經銷商渠道；(ii)直營渠道；及(iii)零售渠道。我們通常處於銷售渠道演變的最前沿，並戰略性地將自己定位於消費者選擇購物渠道的突出位置。截至2023年9月30日，我們通過和覆蓋31個省份的200餘個經銷商合作，致力於建立強大的全國經銷商網絡。我們還在持續探索線上及線下自營門店、零售KA渠道及自動販賣機等其他銷售渠道，以適應多樣化的消費場景，擴大消費者群體並提供差異化的購買體驗。

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的收入：

| | 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 百萬元) | (%) | (人民幣 百萬元) | (%) | (人民幣 百萬元) | (%) | (人民幣 百萬元) | (%) |
| 經銷商渠道 | 2,225.0 | 96.8 | 3,826.9 | 92.7 | 3,405.2 | 93.3 | 1,585.0 | 81.2 |
| 直營渠道 | 17.6 | 0.8 | 215.8 | 5.2 | 180.1 | 4.9 | 191.4 | 9.8 |
| 零售渠道 | 55.7 | 2.4 | 88.4 | 2.1 | 66.8 | 1.8 | 175.1 | 9.0 |
| 總計 | <u>2,298.3</u> | <u>100.0</u> | <u>4,131.1</u> | <u>100.0</u> | <u>3,652.1</u> | <u>100.0</u> | <u>1,951.5</u> | <u>100.0</u> |

請參閱「業務－銷售網絡及營銷」。

我們的客戶及供應商

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括經銷商、零售KA合作夥伴和個人買家。於2021年、2022年及截至2023年9月30日止九個月各年度及期間，來自我們五大客戶的收入分別為人民幣481.1百萬元、人民幣795.5百萬元及人民幣400.6百萬元，佔我們各個同期總收入的21.0%、19.2%及20.6%。我們於往績記錄期間的所有五大客戶均為我們的經銷商。請參閱「業務－我們的客戶」。

概 要

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括IP合作夥伴及原材料供應商。於2021年、2022年及截至2023年9月30日止九個月各年度及期間，對我們五大供應商的採購額分別為人民幣566.9百萬元、人民幣624.2百萬元及人民幣260.1百萬元，佔我們各個同期總採購額的56.6%、47.4%及40.2%。我們於往績記錄期間有相同的最大供應商，於2021年、2022年及截至2023年9月30日止九個月各年度及期間，我們向最大供應商的採購額分別佔我們各期間總採購額的19.0%、21.9%及22.0%。請參閱「業務－我們的供應商」。

競爭格局

我們在中國泛娛樂產品行業中競爭。根據灼識諮詢的資料，按商品交易總額計，中國正在快速增長的泛娛樂產品行業的規模在2022年達到人民幣1,297億元，2017年至2022年的複合年增長率為17.3%，市場規模預期在2027年達到人民幣2,304億元，2022年至2027年的複合年增長率為12.2%。根據灼識諮詢的資料，按2022年的商品交易總額計，中國泛娛樂產品行業的五大公司佔總市場份額的25.9%。根據灼識諮詢的資料，我們按2022年商品交易總額計在中國的行業排名如下：(i)我們在泛娛樂產品行業及泛娛樂玩具行業排名第二；(ii)我們在快速增長的泛娛樂玩具行業集換式卡牌領域排名第一；及(iii)我們在泛娛樂文具行業中排名第七。內容引起共鳴和工藝精湛的優質產品可提供愉快的消費者體驗，在吸引消費者方面亦有更好的機會。作為中國泛娛樂產品行業的領先品牌，我們擁有強大的產品設計和開發能力、卓越的IP及趣味互動運營、領先的生產能力及橫跨全國的銷售網絡，使我們處於有利位置，可把握行業利好帶來的發展機遇。

請參閱「行業概覽」。

歷史財務資料概要

下表呈列我們於所示期間或截至所示日期的歷史財務資料概要。本概要乃摘錄自本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料。下文所載的歷史財務資料概要應與本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料（包括隨附附註）及「財務資料」所載資料一併閱讀，以確保其完整性。我們的歷史財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

概 要

綜合損益表主要項目

下表載列我們於所示期間的經營業績概要：

| | 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 |
| | (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) | | | |
| | (未經審計) | | | |
| 收入 | 2,298.3 | 4,131.1 | 3,652.1 | 1,951.5 |
| 銷售成本 | (963.3) | (1,288.8) | (1,101.3) | (637.2) |
| 毛利 | 1,335.0 | 2,842.3 | 2,550.8 | 1,314.3 |
| 銷售及分銷費用 | (181.2) | (375.0) | (283.5) | (296.2) |
| 行政費用 | (218.5) | (666.6) | (448.8) | (583.2) |
| 其他收入及收益 | 6.4 | 44.9 | 33.6 | 55.6 |
| 其他費用 | (20.3) | (2.3) | (1.2) | (5.7) |
| 金融資產減值虧損撥回／ (減值虧損) 淨額 | 10.8 | (40.3) | (38.6) | (2.5) |
| 經營利潤 | 932.2 | 1,803.0 | 1,812.3 | 482.3 |
| 財務費用 | (1.8) | (5.3) | (3.9) | (5.3) |
| 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 | (909.2) | (1,716.1) | (1,548.2) | (111.6) |
| 除稅前利潤 | 21.2 | 81.6 | 260.2 | 365.4 |
| 所得稅費用 | (174.4) | (377.6) | (375.4) | (105.2) |
| 年／期內利潤／(虧損) | <u>(153.2)</u> | <u>(296.0)</u> | <u>(115.2)</u> | <u>260.2</u> |
| 歸屬於： | | | | |
| 母公司擁有人 | <u>(153.2)</u> | <u>(296.0)</u> | <u>(115.2)</u> | <u>260.2</u> |

概 要

非國際財務報告準則計量

我們亦採用國際財務報告準則並無規定或並非按照國際財務報告準則呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）評估經營業績，作為額外財務計量，以補充按照國際財務報告準則呈列的綜合財務報表。我們相信，非國際財務報告準則計量為[編纂]提供有用資料，以通過協助管理層以相同的方式了解並評估綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司所呈列的類似計量指標相比。使用該等非國際財務報告準則計量作為分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替對我們根據國際財務報告準則所呈報的經營業績或財務狀況所作的分析。

我們將經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）界定為期內虧損或利潤加按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、股份支付開支及[編纂]開支。下表載列我們於呈列期間的經調整淨利潤（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較財務計量（即期內淨利潤或虧損）的調節：

| | 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 |
| | (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) | | | |
| | (未經審計) | | | |
| 淨利潤／(虧損)與經調整淨利潤（ <u>非國際財務報告準則計量</u> ）的調節 | | | | |
| 年／期內淨利潤／(虧損) | (153.2) | (296.0) | (115.2) | 260.2 |
| 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 ⁽¹⁾ | 909.2 | 1,716.1 | 1,548.2 | 111.6 |
| —股份支付開支 ⁽²⁾ | 39.4 | 199.6 | 134.6 | 203.3 |
| —[編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] | [編纂] |
| 經調整淨利潤（ <u>非國際財務報告準則計量</u> ） | 795.4 | 1,619.7 | 1,567.6 | 578.1 |

概 要

附註：

- (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主要指與我們A輪優先股及與發行A輪優先股有關的承諾衍生工具有關的公允價值變動，受本公司估值變動的影響。我們預期於[編纂]後將不會進一步錄得任何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，原因是於[編纂]後A輪優先股轉換為普通股使得以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債由負債重新分類為權益。請參閱本文件「財務資料－債項－以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債」及附錄一附註2.4及附註27。
- (2) 股份支付開支指與本集團授予合資格顧問的股份獎勵有關的非現金開支。請參閱本文件附錄一附註31。
- (3) [編纂]

請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分的描述」。

綜合財務狀況表選定項目

下表載列我們截至所示日期的綜合財務狀況表的選定資料。

| | 截至12月31日 | | 截至9月30日 |
|--------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 2021年 | 2022年 | 2023年 |
| | (人民幣百萬元) | | (人民幣百萬元) |
| | | | (未經審計) |
| 非流動資產總額 | 924.5 | 3,016.7 | 3,271.9 |
| 流動資產總額 | 1,592.8 | 1,225.0 | 1,628.0 |
| 總資產 | 2,517.3 | 4,241.7 | 4,899.9 |
| 流動負債總額 | 2,457.2 | 4,142.5 | 4,371.5 |
| 非流動負債總額 | 115.7 | 252.1 | 217.6 |
| 總負債 | 2,572.9 | 4,394.6 | 4,589.1 |
| 淨資產／(負債) | (55.6) | (152.9) | 310.8 |
| 股本 | - | - | - |
| 儲備 | (55.6) | (152.9) | 310.8 |
| 權益／(資產虧絀)總額 | (55.6) | (152.9) | 310.8 |

請參閱「財務資料－綜合財務狀況表選定項目討論」。

概 要

綜合現金流量表概要

下表載列所示期間的現金流量：

| | 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 |
| | (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) (人民幣百萬元) | | | |
| | (未經審計) | | | |
| 經營活動產生的現金流量淨額 | 915.4 | 1,731.9 | 1,714.9 | 773.0 |
| 投資活動使用的現金流量淨額 | (676.7) | (2,102.1) | (1,867.7) | (334.4) |
| 融資活動產生／(使用)的 現金流量淨額 | 846.6 | (127.2) | (161.6) | (52.6) |
| 現金及現金等價物增加／ (減少)淨額 | 1,085.3 | (497.4) | (314.4) | 386.0 |
| 年／期初現金及現金等價物 | 0.8 | 1,091.1 | 1,091.1 | 594.2 |
| 外匯匯率變動影響淨額 | 5.0 | 0.5 | (3.3) | 0.1 |
| 年／期末現金及現金等價物 | 1,091.1 | 594.2 | 773.4 | 980.3 |

請參閱「財務資料－流動資金及資本資源」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及「風險因素」所載的若干風險。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們的成功部分取決於我們高效地設計、開發和生產迎合消費者需求的高質量產品的能力。如果不能適應不斷變化的消費者需求，我們的競爭力可能會受到重大不利影響。
- 我們所處行業的發展情況可能會和我們預期不符，我們也有可能無法與現有或新進入的競爭對手有效競爭。

概 要

- 我們IP矩陣中現有IP的認可度或受歡迎程度惡化，或任何我們未能成功挖掘、開發或商業化新IP的情況，都可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。
- 我們面臨與IP授權相關的風險。如果我們未能以有利條款取得、維持或重續IP授權安排，或我們的IP合作夥伴未能維持及保護其IP，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。
- 我們通過由經銷商、直營及零售渠道組成的多渠道銷售網絡銷售我們的產品。如果我們不能有效開發、管理、監督和協調該等渠道，我們的業務、財務狀況和經營業績可能會受到重大不利影響。
- 我們的生產技術可能無法一直滿足消費者對工藝的需求。未能跟上生產技術的進步可能會損害我們在行業中的競爭力。
- 我們日後的成功取決於我們能否以具成本效益的方式提高生產能力及擴大產能。

請參閱「風險因素」。

我們的控股股東

緊隨[編纂]完成後，李先生及齊女士將分別透過Liqibin Holdings Limited及Qiyang Holdings Limited於我們的股本總額中擁有約[編纂]%的權益（假設[編纂]未獲行使）或於我們的股本總額中擁有約[編纂]%的權益（假設[編纂]獲悉數行使）。因此，李先生、齊女士、Liqibin Holdings Limited及Qiyang Holdings Limited將於[編纂]後構成我們的控股股東。

我們(i)與齊女士訂立若干租賃協議，據此，本公司若干附屬公司同意租賃物業作為其辦公室及員工宿舍；及(ii)與李先生或齊女士有關的關連人士訂立若干框架協議，據此，我們向相關關連人士採購原材料或者向他們分銷我們的產品並與他們訂立特許經營安排。我們認為，該等交易於[編纂]後不會引致任何依賴情況。請參閱「關連交易」及「與控股股東的關係－獨立於我們的控股股東－營運獨立性」。

概 要

[編纂]前投資

於2022年，本公司獲得自紅杉中國及騰訊的[編纂]前投資。請參閱「歷史、重組及公司架構－[編纂]前投資」。

[編纂]用途

我們估計，我們自[編纂]收取的[編纂]淨額（經扣除[編纂]以及我們就[編纂]的已付及應付的其他估計開支，並假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所載[編纂]的中位數），並假設[編纂]並無獲行使）將約為[編纂]港元。我們擬將[編纂][編纂]淨額按下列方式使用：

- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元預計將用於我們對於生產設施的擴建和升級。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元預計將用於豐富IP矩陣，並增強IP運營能力。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元預計將用於產品設計及開發更多產品類別及系列，豐富我們的產品組合。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元預計將用於優化我們的倉儲及物流能力。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元預計將用於業務運營數字化。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元預計將用於我們的品牌推廣。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元預計將用於運營資金及一般公司用途。

請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

[編纂]

概 要

近期發展

董事確認，截至本文件日期，自2023年9月30日以來（即本文件附錄一所報告期間的結束當日），我們的財務或交易狀況或前景概無重大不利變動，且自2023年9月30日起亦無發生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。

於2024年1月，我們採納一項[編纂]前股權激勵計劃，並以每股股份0.0001美元的價格向合資格參與者發行1,307,189股股份。請參閱「附錄五－法定及一般資料－D. 股份激勵計劃」。

[編纂]

股息

於往績記錄期間，本公司並無派付或宣派股息。

我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。根據開曼群島法律，本公司可自利潤或股份溢價賬戶派付股息，惟倘派付股息會導致本公司無法償還正常業務過程中到期的債務，則在任何情況下均不得派付股息。誠如我們的開曼群島法律顧問告知，除上述情況外，開曼群島法律並無限制本公司在累計虧損的情況下宣派及派付股

概 要

息。根據開曼群島法律的若干規定，董事會可全權酌情決定是否分派股息。此外，股東可通過普通決議案宣派股息，惟股息不得超出董事會建議的金額。決定日後宣派或派付任何股息以及任何該等股息的金額將取決於多項因素，包括我們的經營業績、現金流量、財務狀況、附屬公司向我們支付的現金股息、業務前景、對我們宣派及派付股息的 legal、法規及合約限制以及董事會可能認為重要的其他因素。我們並無預定派息率。除可合法分派的利潤及儲備外，概不宣派或派付任何股息。概不保證將於任何年度宣派或分派任何金額的股息。

[編纂]