

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，並應連同本文件全文一併閱讀。由於此為概要，其並不包含可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂][編纂]前應閱讀整份文件，包括我們的財務報表及隨附附註。任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的部分特定風險載列於「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前應仔細閱讀該節。

概覽

我們是誰

我們是一家致力於提供戶外休閒及電動出行解決方案的全球領先企業。根據弗若斯特沙利文的資料，按收入計，我們於2024年在全球電動低速車行業中排名第二，全球市場份額約為8.4%。我們通過行業領先的多元化產品組合，提供兼具娛樂性與實用性的創新解決方案。我們的業務涵蓋兩大分部：(1)電動出行產品（「**電動出行**」），包括(i)滿足社區及場內短途出行增長的電動低速車，及(ii)電動兩輪車，包括電動自行車、電動滑板車及電動平衡車；及(2)戶外特種車，亦稱為動力運動，包括全地形車（「**全地形車**」）與越野摩托車。該等產品廣泛應用於社區短途通勤、休閒運動、智能出行及特種作業場景。基於深厚的技術積澱，我們正積極拓展人形機器人等前沿領域，旨在開闢新的長期增長途徑。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國電動出行行業「出海」的領軍企業。於2024年，我們超99%的收入源自海外市場，美國為最大出口目的地。我們的發展遵循清晰戰略框架：拓展產品矩陣、深化渠道生態、通過創新驅動品牌價值躍升。在此戰略指引下，我們持續優化現有產品組合，同時積極培育可持續增長新引擎。自2022年我們推出電動低速車產品以來，精準的市場定位、廣泛的營銷網絡與多元化的品牌矩陣已助力這一新興業務線實現快速突破。自我們發布電動低速車以來的三年內，我們的電動低速車銷量便已躋身全球市場前列，展現出強大的市場滲透力。

自成立以來，我們便高度重視全球運營網絡建設。依託管理層二十餘年的國際運營經驗，我們已在北美、東南亞及中國佈局全球業務，並在各區域建立本地化生產及銷售網絡。這一「中國+東南亞+北美」的一體化佈局，使我們能夠快速響應客戶需求、適應本地法規、開發貼合區域需求的產品，同時提供高品質服務。該等原則已深植於我們的企業文化，彰顯我們引領戶外出行潮流的進取精神。

我們在各核心業務領域均取得顯著成就，具體如下。

概 要



附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文統計的2024年收益計
- (2) 基於中國汽車工業協會摩托車分會發佈的2025年6月《產銷快訊》中的銷售數據統計
- (3) 2022年至2024年
- (4) 截至2025年7月31日
- (5) 截至最後實際可行日期
- (6) 於往績記錄期間各期間

我們的關鍵發展里程碑

本公司成立於2015年，業務最早可追溯至2000年代初期，源自濤濤集團的全地形車及越野摩托車業務部門。憑藉我們的創始人兼董事長曹先生在美國市場的豐富運營經驗，該業務通過自主品牌成功在北美市場立足，為我們後續的自主發展奠定了堅實基礎。

我們最初專注於全地形車及摩托車的研發、生產及銷售。2017年，我們策略性拓展產品組合，並啟動電動滑板車、電動平衡車及電動自行車的量產工作，以把握電動出行行業湧現的新機遇。2022年，我們進一步拓寬我們的電動出行產品，推出電動低速車，並迅速取得商業成功。電動低速車的順利推出，標誌著我們第二增長引擎的啟動，憑藉先進的智能製造能力，我們得以進軍價值更高的市場領域。

自2025年起，我們在加強核心業務的同時，亦已拓展至人形機器人等前沿領域。我們的目標是打造一個跨產品技術平台，將該等領域的研發成果融入現有產品線中，從而提升產品智能化水平，並支持可持續增長。

概 要

在我們的發展過程中，我們在拓展產品組合、搭建品牌矩陣及建立全球運營網絡方面，已達成一系列里程碑，詳情如下：



我們的品牌與產品

我們的品牌

我們針對不同用戶群體及渠道，構建了分層自主品牌矩陣，涵蓋DENAGO、GOTRAX、TEKO及TAOMOTOR四大品牌。該矩陣通過差異化定位與運營，實現核心客群精準覆蓋並形成品牌協同效應。

- DENAGO — 高端、專業、高性能。**作為我們的旗艦品牌之一，DENAGO通過專屬經銷商網絡，聚焦電動出行及動力運動的高端市場。該品牌秉持對臻質與創新的追求，滿足全球消費者對個性化高性能產品的需求。我們通過與NBA、達拉斯網球公開賽、MotoGP及PGA展會等全球頂級體育賽事及機構戰略合作，提升DENAGO的國際影響力。這種高端場景綁定策略使DENAGO在競爭激烈的市場中實現差異化增長，成功滲透精英消費圈層並獲知名公眾人物認可。品牌還攜手Jack Link's等知名消費品牌開展跨界聯合推廣，構建提升品牌認知與用戶忠誠度的價值生態。

概 要

- **GOTRAX — 新潮、環保、活力。**作為我們的大眾市場品牌，GOTRAX主要通過大型綜合連鎖商超與線上渠道銷售。其圍繞現代、環保、活力出行的定位，已吸引超百萬電動出行愛好者群體。GOTRAX電動滑板車長期位列亞馬遜暢銷榜前十，多次獲得「亞馬遜暢銷品」及「亞馬遜之選」認證，並曾入選沃爾瑪年度玩具榜單首位，彰顯廣泛消費者吸引力。
- **TEKO — 智能、科技、時尚。**於2025年9月推出的TEKO是我們最年輕的品牌，戰略定位為補充現有產品組合、深化北美市場滲透。TEKO通過專屬旗艦店模式服務全國連鎖經銷商，產品主打智能功能、先進技術與時尚設計，進一步完善我們在北美的電動低速車營銷網絡。
- **TAO MOTOR — 實用、趣味、動感。**作為溯源至創始階段的元老品牌，TAO MOTOR圍繞實用、趣味、動感定位，為全球大眾消費市場提供涵蓋日常通勤與戶外休閒的動力運動產品。TAO MOTOR是我們最早實施全球市場擴張的先行者，至今仍是追求多功能可靠出行解決方案的消費者的實力之選。

我們的產品

我們圍繞深耕現有業務與探索前沿技術兩大戰略維度，搭建了結構化及動態化的產品矩陣。

我們目前經營兩大主要業務板塊(1)電動出行產品，包括(i)電動低速車，滿足社區及場內短途出行增長，並現已成為我們的核心近期增長引擎，(ii)電動兩輪車，包括電動自行車、電動滑板車及電動平衡車；及(2)動力運動，植根於我們在全地形車及越野摩托車領域的傳統領導地位。

我們在前沿領域的戰略重點是與我們現有業務具協同效應的技術。具體而言，我們正在投資人形機器人與，旨在搭建通用技術平台，我們計劃將其整合至我們的戶外休閒與電動出行解決方案中，從而提升其長期競爭力與價值。

概 要

我們的核心產品矩陣載列如下：



我們的全球佈局



概 要

我們自成立之初便推進國際化佈局，將全球視野融入企業發展。在此基礎上，我們正構建以區域化生產及本土化供應為特徵的全球製造體系。

我們在北美、東南亞及中國的三大核心生產基地定位不同，功能互補，使我們能夠把握不同市場的增長機遇，並為全球客戶提供高效服務。

- 我們得克薩斯州工廠，是我們踐行美國本土化生產的重要體現，支持「美國製造」認證，實現關鍵零部件的本土化供應，並加強了我們在北美市場的品牌形象。
- 在東南亞，我們的越南工廠已掌握車架成型、表面處理及動力總成裝配等核心工序，目前正積極提升產能，為海外市場供應電動低速車及全地形車，而我們正在建設的泰國工廠預期將與越南工廠形成雙樞紐，進一步提升對北美出口業務的供應韌性與靈活性。
- 我們的中國工廠作為我們的全球技術與支持中心，通過流程精簡、智能集群調試及靈活團隊架構，已開發了可複製的生產模式。除了滿足全球訂單外，我們的中國基地還向海外業務輸出成熟技術與管理專業知識，確保全球各地業務運營的一致性與效率。

市場機遇

我們產品組合的市場機遇，依託全球宏觀趨勢與多元化應用場景。在消費者生活方式改變、環保意識和技術創新的支持下，個人出行和商業應用的需求都在上升。

電動出行

電動出行產品日益被視為一種理想的交通工具，具有低碳排放、擁有成本較低及停放便利等顯著優勢。在電動出行產品的細分品類當中，電動低速車市場（尤其在美國）正呈現強勁且多元化的增長態勢。

電動低速車是專為短途社區出行、商業營運及公共服務等特定場景設計的「微出行」交通工具。該類車輛最高時速通常不超過25英里，符合美國相關低速車輛法規要求，並獲准於特定公共道路合法行駛。

以美國為代表的電動低速車市場展現強勁且多元的增長潛力。市場需求由兩大核心因素驅動：

- 政策支持：利好監管環境為電動低速車普及奠定製度基礎，允許其在高爾夫球場、封閉社區及特定公共道路合法使用。
- 消費趨勢轉變：面對傳統汽車高昂的購置與使用成本，疊加短途出行需求增長，經濟型替代交通工具市場持續擴容。

概 要

電動低速車具有購置維護成本低、操作簡便及環保節能等顯著優勢，此類產品特性高度契合現代消費趨勢，吸引包括美國新中產階級及老年社區居民在內的多元用戶群體，廣泛應用於家庭通勤、購物休閒、接送學童及社區出遊等日常場景，成為家庭「第二輛車」的理想選擇。此外，電動低速車在旅遊景區、大型校園、高爾夫球場及安防巡邏等商業與公共服務領域亦具廣泛應用價值，可滿足多樣化營運需求。

動力運動

全球動力運動市場由2020年的188億美元增長至2024年的276億美元，複合年增長率為10.1%，且預計到2029年將達到353億美元，2024年至2029年期間的複合年增長率為5.0%。這一強勁增長態勢，主要由雙重需求驅動因素支撐。在娛樂方面，消費者對戶外休閒、越野運動及自然探險的需求日益提升。在功能方面，動力運動如全地形車可廣泛用於農業、畜牧業、應急救援及其他特種作業場景。娛樂和公用事業的結合為該行業創造了廣泛而持續的增長軌跡。此外，電氣化趨勢正在為這兩個領域注入新的活力。對於休閒用戶而言，電動全地形車的零排放和低噪音特性可以使戶外體驗更加愉悅愜意。對於功能性應用，電機的瞬時扭矩與智能控制提供了前所未有的效率和精準性。

其他新興市場

由於人工智能、先進材料及自動化技術推動的新市場，預計將在未來幾年實現大幅規模擴張。人形機器人具備模擬人類動作以執行複雜任務的能力，在工業生產與家庭服務中提供潛在的應用。我們正主動在這些前沿領域佈局，旨在將技術創新轉化為長期價值與可持續增長動力。

財務摘要

於往績記錄期間，我們的收入及盈利能力均實現持續增長。我們的收入由2022年的人民幣1,765.7百萬元增加21.4%至2023年的人民幣2,144.2百萬元，並進一步增長38.8%至2024年的人民幣2,976.6百萬元。截至2025年7月31日止七個月，我們的收入為人民幣2,068.4百萬元，與2024年同期相比增加了23.3%。於2022年、2023年及2024年，我們的淨利潤分別為人民幣206.1百萬元、人民幣280.5百萬元及人民幣431.3百萬元，且截至2025年7月31日止七個月為人民幣433.4百萬元。同期，我們的淨利潤率維持在10%以上。這一業績記錄表明我們有能力擴大規模，同時保持健康的利潤率並實現可持續的盈利增長。

競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢有助於我們的成功並使我們有別於競爭對手。

- 戶外休閒及電動出行領域的領軍企業
- 支持全球市場滲透的廣泛網絡
- 多層級自有品牌矩陣精準對接細分市場
- 綜合協同效應造就結構性成本優勢

概 要

- 全球化生產足跡助力核心市場深化運營
- 精準市場洞察推動產品持續升級
- 前瞻性技術創新驅動價值創造
- 具備全球視野的資深管理團隊

增長策略

- 我們擬採取以下策略進一步發展我們的業務
- 擴大及升級我們的產品組合
- 深化我們的渠道生態
- 提升品牌價值
- 強化全球生產佈局與供應鏈本地化建設
- 深化供應鏈本地化建設
- 推動前瞻性技術創新

我們的銷售網絡

我們已為我們的產品建立起廣泛的銷售網絡，包括(i)我們的分銷網絡，其中包括主要客戶、經銷商及批發客戶，以及(ii)通過我們自營的直接面向消費者(「DTC」)網站及我們的原創設計製造(「原創設計製造」)業務進行的直銷。我們的銷售網絡特點在於我們專注於按庫存生產(「按庫存生產」)模式及採取多渠道營銷策略。

下表載列我們於所示有關期間按銷售網絡渠道劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月	
	2022年		2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
分銷網絡：								
主要客戶 ⁽¹⁾	404,349	22.9	748,004	34.9	837,075	28.1	316,276	15.3
經銷商 ⁽²⁾	172,282	9.8	262,482	12.2	711,528	23.9	907,673	43.9
批發客戶 ⁽³⁾	56,343	3.1	29,897	1.4	75,373	2.6	31,514	1.5
直銷：								
ODM	690,142	39.1	782,106	36.5	1,104,605	37.1	653,576	31.6
DTC網站 ⁽⁴⁾	442,558	25.1	321,757	15.0	248,048	8.3	159,377	7.7
總計	1,765,674	100.0	2,144,246	100.0	2,976,629	100.0	2,068,416	100.0

附註：

- (1) 我們的主要客戶主要包括(i)GMS及(ii)第三方電商平台。
- (2) 我們的經銷商主要包括與我們已訂立分銷協議的經銷商。
- (3) 我們的批發客戶主要包括向我們一次性下達批量採購訂單的客戶，我們未與他們訂立任何分銷協議。
- (4) DTC網站指我們自營的在線銷售平台。

概 要

生產

我們堅持「世界工廠」的戰略定位，憑藉在中國、東南亞及北美的協同產能佈局，積極融入全球供應鏈體系。我們將全產業鏈與模塊化製造體系無縫整合，建立起包含(i)自主研發設計、(ii)核心零部件自產、及(iii)全球供應鏈管理的三維框架，從而實現全產業鏈垂直整合。

研發

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年7月31日止七個月，我們的研發開支分別為人民幣64.4百萬元、人民幣87.7百萬元、人民幣125.5百萬元、人民幣62.8百萬元及人民幣57.2百萬元。我們的研發理念是創造先進技術來推動我們產品的發展，提供更好的駕駛體驗。我們的產品開發策略包括研發基於客戶需求及技術發展的電動出行產品及動力運動。我們的內部研發團隊採取措施擴展我們產品的可用功能及應用場景。經過一段時間的專注運營及嚴格研發，我們開發了一系列應用於我們核心產品線的核心技術。這些技術支撐著我們的產品創新與迭代，並支持我們的可持續運營。

歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的財務資料的財務數據概要，摘錄自本文件附錄一 所載會計師報告及附錄一A。

損益及其他全面收益表概要

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
收入.....	1,765,674	100.0	2,144,246	100.0	2,976,629	100.0	1,677,458	100.0	2,068,416	100.0
銷售成本.....	(1,144,248)	(64.8)	(1,344,740)	(62.7)	(1,944,650)	(65.3)	(1,102,106)	(65.7)	(1,237,847)	(59.8)
毛利.....	621,426	35.2	799,506	37.3	1,031,979	34.7	575,352	34.3	830,569	40.2
一般及行政開支.....	(81,309)	(4.6)	(109,041)	(5.1)	(152,873)	(5.1)	(82,114)	(5.0)	(100,139)	(4.8)
銷售及營銷開支.....	(253,997)	(14.5)	(314,924)	(14.6)	(313,398)	(10.6)	(188,540)	(11.3)	(185,552)	(9.0)
研發開支.....	(64,356)	(3.6)	(87,654)	(4.1)	(125,467)	(4.2)	(62,849)	(3.7)	(57,172)	(2.8)
金融資產減值虧損淨額...	(4,743)	(0.3)	(16,786)	(0.8)	(4,766)	(0.2)	(4,081)	(0.2)	(7,633)	(0.4)
其他收益.....	15,104	0.9	19,026	0.9	23,888	0.8	9,627	0.6	9,806	0.5
其他收益淨額.....	16,834	1.0	13,626	0.6	32,786	1.1	13,030	0.8	843	0.0
經營利潤.....	248,959	14.1	303,753	14.2	492,149	16.5	260,425	15.5	490,722	23.7
財務收益.....	612	0.0	42,959	2.0	44,147	1.5	31,190	1.9	24,464	1.2
財務成本.....	(12,389)	(0.7)	(12,263)	(0.6)	(23,070)	(0.8)	(12,033)	(0.7)	(10,605)	(0.5)
財務(成本)/收益淨額...	(11,777)	(0.7)	30,696	1.4	21,077	0.7	19,157	1.2	13,859	0.7
除所得稅前利潤.....	237,182	13.4	334,449	15.6	513,226	17.2	279,582	16.7	504,581	24.4
所得稅開支.....	(31,083)	(1.7)	(53,971)	(2.5)	(81,964)	(2.7)	(64,068)	(3.8)	(71,133)	(3.4)
年/期內利潤.....	206,099	11.7	280,478	13.1	431,262	14.5	215,514	12.9	433,448	21.0

概 要

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
以下應佔：										
—本公司擁有人.....	206,099	11.7	280,478	13.1	431,263	14.5	215,514	12.9	433,444	21.0
—非控制性權益.....	—	—	—	—	(1)	(0.0)	—	—	4	0.0
其他綜合收益/(開支)										
其後期間可重新分類至損益的項目(扣除稅項)：										
海外業務的貨幣換算										
差額.....	6,383	0.3	(386)	(0.0)	10,836	0.4	600	0.0	(7,357)	(0.4)
年內綜合收益總額.....	<u>212,482</u>	<u>12.0</u>	<u>280,092</u>	<u>13.1</u>	<u>442,098</u>	<u>14.9</u>	<u>216,114</u>	<u>12.9</u>	<u>426,091</u>	<u>20.6</u>

收入

於往績記錄期間，我們產生的收入來自(i)電動出行產品(主要包括(a)電動低速車及(b)電動兩輪車的收入)、(ii)動力運動及(iii)其他。我們截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年7月31日止七個月的收入分別為人民幣1,765.7百萬元、人民幣2,144.2百萬元、人民幣2,976.6百萬元、人民幣1,677.5百萬元及人民幣2,068.4百萬元。

按產品劃分的收入

下表載列我們於所示期間按產品劃分的收入：

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
電動出行產品 ⁽¹⁾	1,065,324	60.3	1,278,602	59.6	1,887,823	63.4	1,056,581	63.0	1,424,924	68.9
動力運動.....	542,271	30.7	742,987	34.7	924,614	31.1	552,594	32.9	548,725	26.5
其他 ⁽²⁾	158,079	9.0	122,657	5.7	164,192	5.5	68,283	4.1	94,767	4.6
總計.....	<u>1,765,674</u>	<u>100.0</u>	<u>2,144,246</u>	<u>100.0</u>	<u>2,976,629</u>	<u>100.0</u>	<u>1,677,458</u>	<u>100.0</u>	<u>2,068,416</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 電動出行主要包括(i)電動低速車，及(ii)電動兩輪車(主要包括電動自行車、電動滑板車及電動平衡車)。
- (2) 其他主要包括配件、頭盔及廢料銷售及租金收入

概 要

按地理區域劃分的收入

下表載列我們於所示期間按地理市場劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
美國.....	1,082,387	61.3	1,529,253	71.2	2,291,890	76.9	1,246,228	74.2	1,648,522	79.6
歐洲 ⁽¹⁾	367,422	20.8	267,739	12.5	227,761	7.7	134,342	8.0	98,431	4.8
加拿大.....	140,449	8.0	108,641	5.1	94,747	3.2	71,332	4.3	56,943	2.8
美洲(不包括美國及 加拿大) ⁽¹⁾	103,904	5.9	153,705	7.2	259,525	8.7	161,265	9.6	93,704	4.5
亞洲(不包括中國) ⁽²⁾	46,029	2.6	53,077	2.5	67,331	2.3	37,785	2.3	100,204	4.8
中國.....	17,944	1.0	24,307	1.1	29,074	4	23,373	1.4	65,348	3.2
其他.....	7,539	0.4	7,524	0.4	6,301	0.2	3,133	0.2	5,264	0.3
總計.....	<u>1,765,674</u>	<u>100</u>	<u>2,144,246</u>	<u>100</u>	<u>2,976,629</u>	<u>100</u>	<u>1,677,458</u>	<u>100</u>	<u>2,068,416</u>	<u>100</u>

附註：

- (1) 美洲(不包括美國及加拿大)主要包括墨西哥及若干南美國家。
- (2) 亞洲國家主要包括泰國及馬來西亞。

毛利及毛利率

我們截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年7月31日止七個月的毛利分別為人民幣621.4百萬元、人民幣799.5百萬元、人民幣1,032.0百萬元、人民幣575.4百萬元及人民幣830.6百萬元，而我們的毛利率分別為35.2%、37.3%、34.7%、34.3%及40.2%。下表載列我們於所示期間按產品劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度						截至7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025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
電動出行產品 ⁽¹⁾	419,259	39.4	508,297	39.8	684,273	36.2	404,045	38.2	644,979	45.3
動力運動.....	183,681	33.9	255,238	34.4	304,208	32.9	170,099	30.8	167,226	30.5
其他 ⁽²⁾	28,289	17.9	42,717	34.8	52,839	32.2	14,735	21.6	24,465	25.8
存貨減值虧損.....	(9,803)	不適用	(6,746)	不適用	(9,341)	不適用	(13,527)	不適用	(6,101)	不適用
總計.....	<u>621,426</u>	<u>35.2</u>	<u>799,506</u>	<u>37.3</u>	<u>1,031,979</u>	<u>34.7</u>	<u>575,352</u>	<u>34.3</u>	<u>830,569</u>	<u>40.2</u>

附註：

- (1) 電動出行主要包括(i)電動低速車，及(ii)電動兩輪車(主要包括電動自行車、電動滑板車及電動平衡車)
- (2) 其他主要包括配件、頭盔及廢料銷售及租金收入

概 要

年／期內利潤

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年7月31日止七個月，我們的利潤分別為人民幣206.1百萬元、人民幣280.5百萬元、人民幣431.3百萬元、人民幣215.5百萬元及人民幣433.4百萬元。

財務狀況表概要

	截至12月31日			截至7月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產總值.....	417,845	605,195	1,381,423	1,446,500
流動資產總值.....	1,272,773	3,182,289	3,157,166	3,447,252
非流動負債總額.....	58,476	64,424	58,726	114,726
流動負債總額.....	678,470	781,228	1,353,353	1,365,527
流動資產淨值.....	594,303	2,401,061	1,803,813	2,081,725
資產淨值.....	953,672	2,941,832	3,126,510	3,413,499

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣594.3百萬元大幅增加至截至2023年12月31日的人民幣2,401.1百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣1,506.3百萬元；及(ii)貿易應收款項增加人民幣300.1百萬元；部分被貿易應付款項及應付票據增加人民幣114.7百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣2,401.1百萬元減少24.9%至截至2024年12月31日的人民幣1,803.8百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物減少人民幣808.3百萬元；及(ii)貿易應付款項及應付票據增加人民幣271.4百萬元；部分被存貨增加人民幣491.3百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣1,803.8百萬元增加15.4%至截至2025年7月31日的人民幣2,081.7百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣500.7百萬元；及(ii)貿易應付款項及應付票據減少人民幣77.7百萬元；部分被當期借款增加人民幣84.3百萬元所抵銷。

截至2025年7月31日，我們的流動資產淨值為人民幣2,081.7百萬元，截至2025年8月31日為人民幣2,416.0百萬元，兩者保持相對穩定。

現金流量表概要

下表載列於所示期間綜合現金流量表的選定現金流量表資料：

	截至12月31日止年度			截至7月31日止七個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金淨額.....	38,974	173,694	206,907	268,510	538,644
投資活動所用現金淨額.....	(76,164)	(219,369)	(768,817)	(749,806)	(30,681)
融資活動所得／(所用)現金淨額.....	(36,547)	1,543,629	(264,492)	(103,668)	(9,365)
現金及現金等價物淨增加／(減少) ...	(73,737)	1,497,954	(826,402)	(584,964)	498,598

概 要

	截至12月31日止年度			截至7月31日止七個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
期初現金及現金等價物	213,172	142,706	840,755	1,649,015	840,755
現金及現金等價物匯率變動的 影響	3,271	8,355	18,142	6,352	2,134
期末現金及現金等價物	142,706	1,649,015	840,755	1,070,043	1,341,487

債務

於往績記錄期間，我們的債務包括銀行及其他借款以及租賃負債。下表載列我們截至所示日期的債務明細：

	截至12月31日			截至7月31日	截至8月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動					
借款	264,299	224,578	429,441	513,755	581,562
租賃負債	24,759	27,004	29,062	57,980	57,871
非流動					
借款	9,037	14,526	—	—	—
租賃負債	34,765	33,044	40,313	97,243	93,070

風險因素

我們的經營及[編纂]涉及若干風險及不確定因素，包括(i)與我們的業務相關的風險；(ii)與在我們經營所處司法權區開展業務相關的風險；及(iii)與[編纂]相關的風險，均載列於「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請細閱整個章節。我們面臨的部分主要風險，包括但不限於：

- (i) 我們的業務成功取決於持續創新能力及新產品成功推出，且我們或無法及時預見並應對消費者偏好變化；
- (ii) 我們或會在電動出行產品及動力運動行業面臨激烈競爭；
- (iii) 我們面臨與國際運營、投資及擴展相關的風險及不確定性；
- (iv) 我們的業務或會受全球貿易緊張局勢、反傾銷及反補貼稅調查的實施以及貿易關稅提高的不利影響；
- (v) 我們面臨外匯風險；
- (vi) 我們可能無法維持快速增長、有效管理擴張或實施業務策略，此或會對我們的經營業績、財務狀況及經營業績產生不利影響；及

概 要

(vii) 我們高度依賴第三方經銷商進行產品銷售及分銷，這對我們的整體成功至關重要。

於深圳證券交易所創業板上市

自2023年3月起，本公司A股於深圳證券交易所創業板上市。截至最後實際可行日期，本公司董事確認，我們在任何重大方面均未有違反深圳證券交易所創業板規則及其他適用中國證券法律及法規的情況，且經董事經作出一切合理查詢後所知，並無就我們於深圳證券交易所創業板的合規記錄須提請[編纂]關注的重大事宜。本公司董事確認及我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間直至最後實際可行日期，我們並未受到中國證券監管部門施加的任何重大行政處罰或監管措施，且我們在所有重大方面均遵守了對我們適用的A股上市的相關法律及法規。基於獨家保薦人進行的獨立盡職審查，獨家保薦人並未發現任何事宜會導致其對本公司董事有關我們於深圳證券交易所創業板合規記錄的確認存有疑問。

主要財務比率

下表載列我們於期內或截至所示日期的主要財務比率：

	截至12月31日止年度／截至12月31日			截至7月31日 止七個月／ 截至7月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
				(未經審計)
回報率				
資產回報率	13.1%	10.2%	10.4%	9.2%
股本回報率	25.0%	14.4%	14.2%	13.3%
流動性比率				
流動比率	1.88	4.07	2.33	2.52
速動比率	0.81	3.16	1.44	1.66
資產負債比率	34.9%	10.2%	16.0%	19.6%

控股股東

於最後實際可行日期，曹先生擁有我們已發行股本總額約67.41%的權益，包括(i)其全資擁有的中濤投資所持有的約41.27%及(ii)其直接持有的我們已發行股本總額約26.14%。曹先生的胞妹曹女士擁有我們已發行股本總額約5.6%的權益，包括(i)曹女士作為我們員工持股平台眾久投資的唯一普通合夥人所控制的我們已發行股本總額約3.53%，(ii)其直接持有的我們已發行股本總額約1.38%及(iii)曹女士作為我們員工持股平台眾邦投資的唯一普通合夥人所控制的我們已發行股本總額約0.69%。據此，曹先生、中濤投

概 要

資、曹女士、眾久投資及眾邦投資構成[編纂]前的控股股東集團。有關本公司控股股東集團之間關係及其於本公司持股的詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構」及「主要股東」章節。

緊隨[編纂]完成後(假設(i)[編纂]未獲行使，(ii)根據2023年受限制股份激勵計劃並無發行新股份及(iii)自最後實際可行日期至[編纂]期間，本公司已發行股本並無其他變動)，曹先生及曹女士將繼續直接及間接(透過中濤投資、眾久投資及眾邦投資)控制本公司經擴大已發行股本約[編纂]的投票權的行使。因此，曹先生、中濤投資、曹女士、眾久投資及眾邦投資將於[編纂]後繼續作為本公司的控股股東集團。

有關我們控股股東的進一步詳情，請參閱「與控股股東的關係」一節。

[編纂]

概 要

[編纂]用途

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍每股股份[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，在[編纂]未獲行使的情況下，經扣除我們就[編纂]應付的估計[編纂]以及其他費用及開支後，我們估計[編纂][編纂]淨額將約為[編纂]港元。

- 我們目前擬將[編纂][編纂]淨額按下文所載金額作以下用途：
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]港元，將用於擴大產能，並提升生產基礎設施的智能化水平、效率及全球覆蓋範圍。
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]港元，將用於豐富及擴充產品與服務組合，並探索尖端技術於產品的應用；
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]港元，將用於擴大我們的全球銷售及服務網絡，重點在於提升品牌影響力、客戶忠誠度及區域渠道能力。
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]港元，將用於償還部分銀行借款；及
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]港元，將用作營運資金及其他一般企業用途。

請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

股息

截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年7月31日止七個月，我們向股東宣派的股息分別為零、人民幣164.0百萬元、人民幣217.7百萬元及人民幣163.0百萬元。

根據中國法律法規(包括《中華人民共和國公司法》及《上市公司監管指引第3號—上市公司現金分紅(2025年修訂)》)及組織章程細則，在任何三個連續年度內，我們以現金形式累計分配的利潤應不少於該三年實現的年均可分配利潤的30%。具體分紅比例由董事會根據相關規定及我們的經營情況擬定，並經股東大會審議決定。

未來的利潤分配可以採用現金股息、股票股息或現金股息與股票股息相結合的形式進行。任何擬定股息分配均須由董事會酌情決定及經股東大會批准。董事會可於考慮我們的經營業績、財務狀況、營運需求、資本需求、股東利益以及董事會可能認為相關的任何其他條件後，建議未來進行股息分配。

概 要

[編纂]

近期發展

自2025年7月31日以來，我們繼續透過產品擴張及國際化佈局推進我們的增長策略。我們於2025年9月在北美正式推出我們最年輕的品牌「TEKO」，標誌著我們的德克薩斯州生產設施開始生產本地化車輛。與此同時，我們已與上海開普勒機器人及杭州宇樹科技等公司達成戰略合作，在銷售拓展、場景探索、產品二次開發等方向推進協作。

無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，自2025年7月31日以來，我們的財務或經營狀況並無重大不利變動，且自2025年7月31日以來並無發生任何會對本文件附錄一會計師報告及附錄一A中的財務報表所示資料產生重大影響的事件。