

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料之概覽。由於僅屬概要，故並無載列對閣下可能屬重要的所有資料。閣下於決定[編纂][編纂]前，應細閱整份文件，包括財務報表及隨附附註。任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定投資[編纂]前，須細閱該節內容。

概覽

我們主要從事母嬰童業務，包括銷售母嬰童產品以及提供兒童發展及育兒服務。根據弗若斯特沙利文的資料，按GMV計，中國母嬰童產品及服務市場的規模於2024年達人民幣39,950億元，2020年至2024年的複合年增長率為3.4%，預期於2029年達人民幣48,650億元，2025年至2029年的複合年增長率為4.1%。於2024年按GMV計，我們在該市場排名第一，市場份額為0.3%。

為了將我們的產品擴展到母嬰童業務之外，我們於2025年7月收購了絲域集團，以擴展到頭皮及頭髮護理市場。根據弗若斯特沙利文的資料，按GMV計，中國頭皮及頭髮護理市場的規模於2024年達人民幣611億元，2020年至2024年的複合年增長率為9.1%，預期於2029年達人民幣1,030億元，2025年至2029年的複合年增長率為11.0%。絲域集團於2024年按GMV計在該市場排名第一，市場份額為3.3%。

更廣泛地說，我們是一家中國親子家庭新消費市場領先的全渠道綜合服務提供商，與傳統母嬰童產品零售相比，該市場在三個方面呈現出以下特徵：(i)消費從兒童延伸至整個家庭，涵蓋產後恢復及美容護理等額外服務領域，(ii)其增長由會員及消費者的頻繁參與推動，而非獲客或價格競爭，及(iii)銷售已從單純的產品轉向產品及服務的組合。根據弗若斯特沙利文的資料，按GMV計，中國親子家庭的新消費市場規模由2020年的人民幣46,118億元增至2024年的人民幣52,308億元，複合年增長率為3.2%，預計到2029年將達人民幣65,722億元。我們於2024年以GMV人民幣138億元在該市場排名第一，市場份額為0.3%。

概 要

下圖說明我們的業務亮點：



附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料，以我們於2024年母嬰童業務的GMV計，我們於2024年在中國母嬰童產品及服務市場排名第一。根據同一來源，我們於2025年7月收購的絲域集團，以2024年的GMV計算，於中國頭皮及頭髮護理市場排名第一。
- (2) 截至2025年9月30日。
- (3) 截至2025年9月30日，我們母嬰童業務有1,143家門店，頭皮及頭髮護理業務有2,567家門店，均計入了我們的自營及加盟門店。
- (4) 根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國母嬰童行業唯一一家門店網絡覆蓋中國內地所有省級行政區域的公司。
- (5) 根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年累計數字化投入及數字化團隊規模計，我們於中國親子家庭新消費市場排名第一。

我們業務模式的以下特點使我們有別於競爭對手：

- **基於會員體系的單客經濟模式。**單客經濟模式是一種商業方法，它單獨分析每個消費者，為營銷、銷售和服務策略提供信息。我們的單客經濟模式以會員體系為基礎，截至2025年9月30日，註冊會員超過97百萬。與會員的頻繁接觸，尤其是超過5,000名認證育兒顧問提供的服務，使我們能夠了解消費者偏好、建立信任並指導營銷工作。

概 要

- **精選產品及多元化自有品牌。**我們向消費者提供來自第三方供應商的產品及自有品牌的產品。我們的全球採購策略使我們能夠建立廣泛的產品組合，提供差異化的產品以滿足消費者不斷變化的需求。我們的自有品牌組合包括超過15個母嬰童產品品牌，而我們的頭皮及頭髮護理業務則以「絲域」品牌下運營。
- **全渠道銷售和服務網絡。**全渠道是指整合多個銷售和服務渠道，為消費者提供線上線下平台一致體驗的商業策略。截至2025年9月30日，我們的線下網絡包括我們母嬰童業務的1,143家門店及頭皮及頭髮護理業務的2,567家門店，覆蓋中國內地所有省級行政區。我們的線上網絡包括自營孩子王App及微信小程序以及第三方平台。
- **強大的數字能力和全面的數字基礎設施。**我們的數字化能力增強了我們吸引消費者的方式、僱員提供服務的方式以及我們管理運營的方式。我們的數字基礎設施包括我們與消費者互動的前端系統、集中數據和標準化運營的中台平台系統、簡化內部運營和管理的後端系統，涵蓋我們業務運營的各個方面。

詳情請參閱「業務 — 我們的業務模式」。

我們的產品和服務

於往績記錄期間，我們主要從事(i)母嬰童業務，(ii)頭皮及頭髮護理業務，及(iii)向客戶提供增值服務。

母嬰童業務

我們的母嬰童業務包括(i)銷售母嬰童產品，涵蓋食品、鞋履及服裝、消耗品及耐用品，及(ii)向親子家庭提供兒童發展及育兒服務，主要包括互動活動、會員服務、育兒服務及童樂園服務。我們通過第三方採購和自有品牌開發相結合的方式銷售廣泛的產品。截至2025年9月30日，我們提供來自600多個第三方品牌的產品，我們的自有品牌組合包括15多個品牌。

概 要

在大多數情況下，我們向第三方供應商採購母嬰童產品，並通過我們的線下及線上銷售渠道向消費者銷售，我們在銷售過程中擔任委託人，銷售金額按總額確認為收入。此外，我們向第三方商家提供線下門店內的專櫃或展示架，以供其銷售母嬰童產品，並根據彼等的交易額向彼等收取費用，我們代理銷售並按淨額基準將費用確認為收入。

頭皮及頭髮護理業務

我們的頭皮及頭髮護理業務包括(i)銷售頭皮及頭髮護理產品，及(ii)提供頭皮及頭髮護理服務。我們於2025年7月收購絲域集團後進軍該領域。

我們的頭皮及頭髮護理產品可按消費場景分為專業沙龍用產品和家庭用產品，涵蓋頭皮及頭髮護理、定型護理系列和雙孢肽黑髮系列。我們以「絲域」品牌於連鎖店提供專業頭皮及頭髮護理服務。主要服務流程包括(i)檢查和評估，(ii)個性化護理和設計，(iii)針對性護理和儀器應用，(iv)放鬆和感官體驗，以及(v)結果跟蹤和家庭護理指導。

提供增值服務

我們提供的增值服務包括(i)向供應商提供的服務，包括會員獲取及參與計劃、活動贊助、跨線上及線下渠道的產品營銷及促銷活動，以及提供數字工具以提高供應商的營銷效果，及(ii)平台服務，包括協助在線商店運營、產品展示及推廣以及其他基於平台的運營支持。

詳情請參閱「業務 — 我們的產品及服務」。

我們的優勢

我們相信，以下八個方面的競爭優勢推動了我們過去的快速發展，也將持續推動我們在全球親子家庭新消費領域實現持續增長。

- 品牌優勢：中國領先的親子家庭新消費領域綜合性的全渠道服務商；
- 會員優勢：首創以經營業戶關係為核心的「單客經濟」模式；
- 全渠道優勢：精準觸達用戶需求的全渠道及全場景佈局；

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

- 供應鏈優勢：全球優選差異化供應鏈重塑價值分配體系；
- 服務優勢：專業與情感鏈接的服務體系；
- 數智化優勢：全面賦能業務發展的智能化數字化能力；
- 倉網優勢：行業唯一覆蓋全國的智慧倉儲物流佈局；及
- 人才優勢：卓越的管理團隊，高效、年輕、專業的組織隊伍。

詳情請參閱「業務 — 我們的戰略」。

我們的戰略

我們將繼續沿著親子家庭服務的主脈絡，持續推進「擴品類、擴賽道、擴業態」的「三擴戰略」。

- 持續升級和擴張門店網絡，構建「千城萬店」市場佈局；
- 持續深化自有品牌戰略，打造研產供銷服一體的鏈主企業；
- 大力推進同城業務發展，創建同城親子家庭服務首選入口；
- 全面推進人工智能化應用，構築全業務鏈增長新引擎；及
- 加快海外發展佈局，塑造全球親子家庭消費新格局。

詳情請參閱「業務 — 我們的戰略」。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

我們的銷售及服務網絡

我們的全渠道網絡包括線下及線上銷售渠道。下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的產品銷售收入明細：

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	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	%
線下銷售										
自營店	3,709,302	50.0	4,129,186	54.5	4,180,158	51.2	3,041,862	51.2	3,219,657	50.4
加盟店	—	—	—	—	17,052	0.2	6,358	0.1	273,757	4.3
分銷商	—	—	149,610	2.0	216,393	2.7	157,450	2.7	238,520	3.7
小計	3,709,302	50.0	4,278,795	56.5	4,413,603	54.1	3,205,668	54.0	3,731,934	58.4
線上銷售										
同城即時零售	3,068,040	41.4	2,501,171	33.0	2,873,865	35.2	2,097,035	35.3	2,042,405	32.0
其他	638,928	8.6	795,825	10.5	870,655	10.7	639,680	10.8	616,051	9.6
小計	3,706,968	50.0	3,296,995	43.5	3,744,520	45.9	2,736,715	46.1	2,658,456	41.6
總計	7,416,270	100	7,575,791	100	8,158,122	100	5,942,384	100	6,390,390	100

線下銷售

我們母嬰童業務的線下銷售及服務網絡主要由自營店組成，而頭皮及頭髮護理業務的門店網絡則優先發展加盟模式。截至2025年9月30日，我們在中國所有省級行政區擁有3,710家線下門店，包括(i)母嬰童業務下的1,033家自營店及頭皮及頭髮護理業務下的174家自營店，及(ii)母嬰童業務下的110家加盟店及頭皮及頭髮護理業務下的2,393家加盟店。截至2025年9月30日，我們還與120家分銷商合作，以進一步擴大我們的消費者覆蓋範圍。

線上銷售

我們的線上銷售渠道主要包括(i)自營線上平台，即我們建立並直接向消費者銷售產品的線上平台，即我們的孩子王App及微信小程序，及(ii)我們開設線上商店並向消費者銷售產品的第三方電商平台，包括天貓、京東、抖音等。大部分線上銷售收入來自我們的同城即時零售業務，其憑藉我們的倉儲及物流網絡、廣泛的門店網絡及先進的數字化能力，為有緊急需求的消費者提供即時服務。

詳情請參閱「業務 — 我們的銷售及服務網絡」。

概 要

製造

我們主要在內部生產頭皮及頭髮護理產品。此外，我們亦委聘OEM供應商生產我們自有品牌的母嬰童產品以及若干頭皮及頭髮護理產品。結合OEM生產與自主生產使我們能優化產能、快速響應市場需求，並在保持產品質量與創新的同時維持成本競爭力。詳情請參閱「業務 — 製造」。

我們的供應商

我們的供應商主要包括(i)母嬰童產品以及頭皮及頭髮護理產品供應商、(ii)雲服務提供商及(iii)物流及倉儲提供商。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們向五大供應商的採購總額分別為人民幣2,170.9百萬元、人民幣2,152.9百萬元、人民幣2,132.5百萬元及人民幣1,498.7百萬元，分別佔我們同期採購總額的27.7%、26.8%、26.3%及24.4%。請參閱「業務 — 我們的供應商」。

我們的客戶

我們的客戶主要包括個體消費者、加盟商及各類增值服務的企業客戶。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們五大供應商產生的總收入分別為人民幣157.9百萬元、人民幣251.9百萬元、人民幣331.0百萬元及人民幣280.9百萬元，分別佔我們同期總收入的2.0%、2.8%、3.5%及3.9%。請參閱「業務 — 我們的客戶」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，包括(i)與我們的業務及行業有關的風險，(ii)與我們經營所在司法權區開展業務有關的風險，及(iii)與[編纂]有關的風險。我們面臨的若干主要風險包括但不限於：

- 我們的投資及收購未必能達致預期收益，並可能使我們面臨各種運營、財務和監管風險；
- 我們的銷售及盈利能力直接取決於我們維持我們產品或服務的受歡迎程度及適應不斷變化的消費者品味的能力。在任何該等方面的失敗均可能對我們的業務產生重大不利影響；

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

- 拓展產品及服務組合或使我們面臨新挑戰及更多風險；
- 我們面臨激烈的行業競爭。未能與其他市場參與者競爭以及人口結構及宏觀經濟狀況的轉變可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響；及
- 我們的成功取決於市場對我們品牌的認可。對我們品牌或聲譽的任何損害均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們於往績記錄期間的主要收購事項

於往績記錄期間，我們於2023年、2025年及2025年分別收購樂友國際、幸研生物及絲域生物。根據香港上市規則第4.05A條，於我們申請[編纂]日期，樂友國際及絲域生物的各项收購事項將被分類為香港上市規則第十四章項下的主要交易。請參閱「歷史、發展及公司架構 — 主要收購、出售及合併」以及本文件附錄一所載會計師報告附註三及四。

法律程序及合規

我們可能不時面臨日常業務過程中產生的法律訴訟、糾紛及索賠，主要包括合約糾紛及僱傭事宜。截至最後實際可行日期，我們並非任何正在進行的重大訴訟、仲裁或行政程序的一方，且我們並不知悉政府當局或第三方擬進行且可能會對我們的業務造成重大不利影響的申索或訴訟。董事概無涉及實際或可能提出的重大申索或訴訟。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭受任何重大行政處罰。我們並無發生任何重大或系統性不合規事件，整體而言，該等事件可能會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

主要財務資料概要

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列於所示期間的綜合損益及其他全面收益表的關鍵項目：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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)	(未經審計)
收入	8,520,163	8,752,590	9,336,994	6,798,010	7,348,643
銷售成本	<u>(5,990,845)</u>	<u>(6,195,443)</u>	<u>(6,577,115)</u>	<u>(4,808,104)</u>	<u>(5,262,953)</u>
毛利	2,529,318	2,557,147	2,759,879	1,989,906	2,085,690
其他收入及收益	139,058	158,798	150,947	105,334	101,620
銷售及分銷開支	(1,814,894)	(1,811,793)	(1,886,819)	(1,374,618)	(1,400,686)
行政開支	(493,936)	(556,821)	(570,963)	(385,110)	(387,055)
研發開支	(88,314)	(51,265)	(39,831)	(27,342)	(28,208)
金融資產減值虧損淨額	(59)	(480)	(2,396)	(2,731)	5,974
其他開支	(25,708)	(28,772)	(24,475)	(16,464)	(21,243)
財務成本	(104,413)	(120,252)	(131,534)	(105,966)	(82,464)
分佔合營企業利潤／ (虧損)	—	(425)	(133)	(31)	73
除稅前利潤	141,052	146,137	254,675	182,978	273,701
所得稅開支	<u>(20,679)</u>	<u>(25,567)</u>	<u>(49,681)</u>	<u>(28,393)</u>	<u>(44,812)</u>
年／期內利潤及其他					
全面收益	120,373	120,570	204,994	154,585	228,889
以下人士應佔利潤及					
其他全面收益：					
母公司擁有人	122,107	105,115	181,259	131,289	208,775
非控股權益	<u>(1,734)</u>	<u>15,455</u>	<u>23,735</u>	<u>23,296</u>	<u>20,114</u>
	120,373	120,570	204,994	154,585	228,889

於整個往績記錄期間，我們的年內利潤及全面收入總額均有所增加，主要受我們的收入增長所推動及我們控制的經營開支所支持。於往績記錄期間，收入的增加主要是由於母嬰童產品的銷售增加，這是由於(i)樂友集團的成功整合，我們於2023年8月收購該集團，並顯著擴大了我們在中國北方的業務版圖，(ii)推出分銷模式及特許經營模式，擴大了我們的客戶覆蓋範圍，及(iii)我們豐富的產品組合，為消費者提供更廣泛的選擇，滿足其不斷變化的需求。詳情請參閱「財務資料 — 綜合損益及其他全面收益表關鍵項目說明」。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

綜合財務狀況表關鍵項目概要

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，該等資料乃摘錄自本文件附錄一所載經審計綜合財務報表：

	截至12月31日			截至9月30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
非流動資產總額	3,716,071	4,351,997	4,328,453	5,568,744
流動資產總額	4,140,890	5,255,403	4,895,429	5,307,319
流動負債總額	<u>2,637,217</u>	<u>2,855,318</u>	<u>3,211,764</u>	<u>3,819,709</u>
流動資產淨值	<u>1,503,673</u>	<u>2,400,085</u>	<u>1,683,665</u>	<u>1,487,610</u>
總資產減流動負債	5,219,744	6,752,082	6,012,118	7,056,354
非流動負債總額	<u>2,257,090</u>	<u>3,455,915</u>	<u>2,029,643</u>	<u>3,172,085</u>
資產淨值	<u>2,962,654</u>	<u>3,296,167</u>	<u>3,982,475</u>	<u>3,884,269</u>

我們的資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣3,982.5百萬元減少至截至2025年9月30日的人民幣3,884.2百萬元，主要歸因於我們收購附屬公司及門店，部分被(i)非控股股東注資人民幣236.5百萬元(指江蘇星絲域少數股東注資)及(ii)確認期內利潤及全面收益總額人民幣228.9百萬元所抵銷。

我們的資產淨值從截至2023年12月31日的人民幣3,296.2百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣3,982.5百萬元，主要歸因於(i)轉換可換股債券後發行股份人民幣1,025.4百萬元與我們的2023年可換股債券有關，及(ii)確認年內利潤及全面收益總額人民幣205.0百萬元，部分被(i)收購與收購樂友國際少數股權有關的非控股權益人民幣560.0百萬元，及(ii)宣派的2023年末期股息及中期股息人民幣77.4百萬元所抵銷。

我們的資產淨值從截至2022年12月31日的人民幣2,962.7百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣3,296.2百萬元，主要是由於收購一家附屬公司的附屬公司(與我們收購樂友國際的附屬公司有關)人民幣139.1百萬元，確認本年度利潤及綜合收益總額人民幣120.6百萬元，以及與2022年限制性股票激勵計劃相關的以權益結算以股份為基礎的支付人民幣94.9百萬元，部分被購回普通股人民幣57.0百萬元所抵銷，因為我們出於僱員激勵目的購回了若干A股。

詳情請參閱「財務資料 — 綜合財務狀況表若干關鍵項目的討論」。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間我們綜合現金流量表的若干經選定資料：

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月	
	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)
經營活動所得現金流量淨額	618,993	803,873	1,179,335	908,700	1,094,438
投資活動所得／(所用)現金流量淨額	130,575	(1,199,022)	(1,530,796)	(1,820,432)	(1,970,881)
融資活動(所用)／所得現金流量淨額	(331,933)	1,060,243	(1,080,507)	(549,239)	1,045,960
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	417,635	665,094	(1,431,968)	(1,460,971)	169,517
年／期初現金及現金等價物	1,201,489	1,623,733	2,290,005	2,290,005	859,530
年／期末現金及現金等價物	<u>1,623,733</u>	<u>2,290,005</u>	<u>859,530</u>	<u>831,327</u>	<u>1,026,488</u>

詳情請參閱「財務資料 — 流動資金及資本資源 — 現金流量」。

主要財務比率

下表載列截至所示日期或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
	2022年	2023年	2024年	止九個月 2025年
盈利能力比率				
毛利率 ⁽¹⁾	29.7	29.2	29.6	28.4
淨利潤率 ⁽²⁾	1.4	1.4	2.2	3.1
股本回報率 ⁽³⁾	4.1	3.9	5.6	5.8
流動資金比率				
流動比率 ⁽⁴⁾	1.6x	1.8x	1.5x	1.4x
速動比率 ⁽⁵⁾	1.2x	1.4x	1.2x	1.1x
資本充足率				
資產負債比率 ⁽⁶⁾	62.3	65.7	56.8	64.3

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

附註：

- (1) 毛利率等於期內毛利除以總收入。
- (2) 淨利率等於年／期內利潤及全面收益總額除以年／期內總收入。
- (3) 股本回報率乃根據年內利潤除以年初與年末權益總額結餘的算術平均數，再乘以100%計算。
- (4) 流動比率按流動資產總值除以流動負債總額計算。
- (5) 速動比率乃按相關期間末的流動資產總值減存貨除以流動負債總額計算。
- (6) 資產負債比率乃按總負債除以總資產再乘以100%計算。

我們的單一最大股東集團

我們的單一最大股東集團包括汪先生及江蘇博思達。截至最後實際可行日期，我們的單一最大股東集團能夠行使本公司約27.14%的投票權，包括(i)汪先生全資擁有的公司江蘇博思達直接持有的277,563,504股A股，佔本公司已發行股本總額約22.01%；及(ii)根據一致行動安排，南京千秒諾直接持有的64,730,808股A股，佔本公司已發行股本總額的5.13%。

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，單一最大股東集團將有權行使本公司約[編纂]的投票權。因此，就上市規則而言，汪先生及江蘇博思達仍為單一最大股東集團。更多詳情，請參閱「與單一最大股東集團的關係」。

於深圳證券交易所上市

自2021年10月起，本公司於深圳證券交易所創業板上市。截至最後實際可行日期，董事確認，我們並無在任何重大方面發生重大違反深圳證券交易所規則及其他適用中國證券法律法規的情況，且據董事經作出一切合理查詢後所深知，就我們在深圳證券交易所的合規記錄而言，並無任何重大事項需提請投資者注意。據我們中國法律顧問意見，根據深圳證券交易所網站公示的備案文件及公開可獲得的資料，直至最後實際可行日期，本公司(包括附屬公司)或董事(就其擔任本公司(包括附屬公司)董事

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

職務而履行職責時)在我們於深圳證券交易所上市期間，均未受到深圳證券交易所、中國證監會或其他相關證券監管機構的行政處罰、行政監管措施或自律監管措施。根據獨家保薦人進行的獨立盡職調查，獨家保薦人並未注意到任何導致其不同意董事有關本公司在深圳證券交易所合規記錄的確認的事宜。

申請於聯交所[編纂]

我們已向聯交所申請批准根據[編纂]將予發行的H股[編纂]及[編纂]，基準為(其中包括)我們符合上市規則第8.05(3)條項下的市值／收入測試，並參考：(i)我們截至2024年12月31日止財政年度的收入為人民幣9,337.0百萬元，超過500百萬港元，及(ii)我們於[編纂]時的預期市值，根據[編纂]每股[編纂][編纂]港元(即本文件所述指示性[編纂]的中位數)計算，超過40億港元。

關連交易

本公司已訂立若干交易，該等交易將於[編纂]後構成上市規則第14A章項下的持續關連交易。詳情請參閱本文件「關連交易」一節。

[編纂]統計數據

下表的統計數據乃基於以下假設：(i)[編纂]已完成且[編纂]中新發行[編纂]股H股及(ii)[編纂]的[編纂]未獲行使：

	基於每股 [編纂]的 [編纂][編纂] 港元計算	基於每股 [編纂]的 [編纂][編纂] 港元計算
市值 ⁽¹⁾ (以百萬計)	[編纂]港元	[編纂]港元
— A股市值 ⁽²⁾ (以百萬計)	[編纂]港元	[編纂]港元
— H股[編纂] ⁽³⁾ (以百萬計)	[編纂]港元	[編纂]港元
本公司權益股東應佔每股未經審計[編纂]經調整 綜合有形資產淨值 ⁽⁴⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值乃根據緊隨[編纂]完成後已發行股份總數[編纂]股計算，並無計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

- (2) 我們的A股市值乃根據截至最後實際可行日期已發行A股總數1,251,662,716股（不包括9,539,900股庫存股份）計算。
- (3) 假設[編纂]未獲行使，我們的H股[編纂]乃根據[編纂]預期發行的[編纂]股H股總數計算。
- (4) 本公司擁有人應佔每股未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃根據緊隨[編纂]完成後已發行的[編纂]股股份計算，包括截至2025年9月30日已發行的1,261,359,906股股份，不包括本公司持有的9,539,900股庫存股份及可於截至2025年9月30日或然退回的5,296,920股限制性股票及[編纂]股將予發行的H股（假設[編纂]已於2025年9月30日完成）。其並無計及(i)因[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份，或(ii)本公司根據購股權獲行使或股份計劃項下限制性股票歸屬而可能發行的任何股份。

未來計劃及[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的中位數），並假設[編纂]未獲行使，我們估計，在扣除[編纂]及佣金以及我們就[編纂]應付的估計開支後，[編纂][編纂]將約為[編纂]百萬港元。

根據我們的業務策略，我們擬將[編纂][編纂]用作下列用途：(i)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於產品創新及豐富我們的專有產品組合，(ii)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於擴大我們的銷售及服務網絡及品牌推廣，約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於戰略收購及投資，(iii)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於提升我們的數字化及智能化能力，及(iv)約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於營運資金及一般公司用途。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]」。

[編纂]

我們的[編纂]主要包括[編纂]、就法律顧問、申報會計師及其他專業人士提供有關[編纂]及[編纂]的服務而支付的專業費用。[編纂]的估計[編纂]總額（假設[編纂]未獲行使且[編纂]為每股[編纂][編纂]港元）約為人民幣[編纂]百萬元（相當於[編纂]百萬元）（包括(i)所有[編纂]的[編纂]、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費約[編纂]百萬港元，及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元，包括(a)法律顧問及申報

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

會計師費用及開支約[編纂]百萬港元，及(b)保薦人費用及其他費用及開支約[編纂]港元)，佔[編纂][編纂](假設[編纂]未獲行使，[編纂]為每股股份[編纂]港元)的[編纂]%。

於往績記錄期間，我們產生[編纂]人民幣[編纂]百萬元(相當於[編纂]百萬港元)，所有開支均直接歸因於發行[編纂]，預期將於[編纂]後自權益扣除。我們預期將產生額外[編纂]約人民幣[編纂]百萬元(相當於[編纂]百萬港元)，其中約人民幣[編纂]百萬元(相當於[編纂]百萬港元)預期將於綜合損益及其他全面收益表確認為行政開支，而約人民幣[編纂]百萬元(相當於[編纂]百萬港元)預期將於[編纂]後直接作為權益扣減確認。

股息和股息政策

我們根據中國法律註冊成立。我們目前沒有正式的股息政策或預定派息比率。我們所派付的任何股息將由董事酌情釐定，並將取決於我們的未來營運及盈利、資本需求及盈餘、整體財務狀況、合約限制及董事認為相關的其他因素。股東於股東大會所批准的任何股息宣派不得超逾董事會建議的金額。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們已付股息分別為人民幣21.8百萬元、零、人民幣77.4百萬元、人民幣77.4百萬元及人民幣87.5百萬元。請參閱「財務資料 — 股息及股息政策」。

近期發展及無重大不利變動

2025年10月12日，我們入選2025年江蘇省工商業聯合會發佈的「2025江蘇民營企業200強」名單。2025年10月30日，我們入選江蘇省數據局及江蘇省發展和改革委員會聯合發佈的「2025年江蘇省數字消費創新場景和重點企業培育」。

經進行董事認為適當的充分盡職調查工作及經審慎周詳考慮後，董事確認，直至本文件日期，我們的業務模式以及我們經營所處的整體經濟及監管環境並無重大變動，自2025年9月30日(即本文件附錄一會計師報告所載我們最近期綜合財務報表的截止日期)以來，我們的財務或貿易狀況或前景並無重大不利變動。