

## 概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故並未包含可能對閣下而言屬重要的所有資料，並應與本文件全文一併閱讀，以確保其完整性。閣下在決定[編纂][編纂]前，應閱讀整份文件。

任何[編纂]均涉及風險。投資於[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」。閣下在決定[編纂][編纂]前，應細閱該節。

## 概覽

### 關於我們

我們是專注於為消費者提供抗衰解決方案的中國領先美妝企業。我們以合成生物學技術驅動，深耕抗衰護膚品行業二十餘年，不斷通過專注於研發及以重組膠原蛋白為代表的核心技術突破，將前沿科技創新應用到具有抗皺、緊致和修護等功效的護膚產品中。基於弗若斯特沙利文報告，以2024年零售額計，我們是重組膠原蛋白護膚品細分領域的中國第三大美妝企業。

我們已成功研發重組雙膠原蛋白，此為一種工程化重組膠原蛋白，能將I型（輪廓）膠原蛋白與III型（充盈）膠原蛋白融合為單一統一分子。我們的重組雙膠原蛋白運用翻譯暫停與C-PRO扣環技術。於2023年，中華人民共和國工業和信息化部（「工信部」）批准我們為行業標準《重組可溶性膠原》的主要起草單位。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2025年9月30日，我們是中國首個也是唯一一個獲批為全國重組功能蛋白技術研究中心的企業。

往績記錄期間，我們主要經營丸美及戀火兩大品牌。源自抗衰護膚品行業的眼部護理產品的研究，丸美專注於具有抗皺和緊緻功效的眼部及面部護理解決方案。戀火是一個聚焦底妝產品的高質價比彩妝品牌。基於弗若斯特沙利文報告：

- 以零售額計，丸美自2021年至2024年連續四年位列中國國內眼部護理品牌第一。
- 按2024年零售額計，戀火在中國國貨底妝品牌中排名第三，在中國底妝品牌中排名第五。自2022年至2024年，戀火零售額年複合增長率為77.5%，在中國前五大底妝品牌中屬最高。

## 概 要

以下是我們的排名及業務亮點：



附註：

- 1 以零售額計，丸美自2021年至2024年連續位列中國國內眼部護理品牌第一；
- 2 基於2024年零售額；
- 3 截至2025年9月30日。

## 我們的品牌與產品

於往績記錄期間，我們提供丸美及戀火旗下的以下產品：

- **丸美**：我們於丸美旗下主要提供以下護膚品類：(i)眼部類產品，如眼霜、眼精華、眼膜及其他眼部護理產品，及(ii)面部類產品，如精華、精華液、面霜、面膜及其他護膚產品；及
- **戀火**：我們提供戀火品牌精選彩妝產品組合主要包括：(i)底妝類產品，如粉底、粉霜、氣墊及定妝產品；及(ii)其他彩妝產品，如全能面部彩妝盤、妝前乳及遮瑕膏。

## 概 要

下表載列我們於所示期間按(i)品牌及(ii)產品類別劃分的收入情況：

	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		(未經審核)	
	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	%		
丸美	1,397,921	80.7	1,560,472	70.1	2,054,917	69.2	1,324,258	67.9	1,773,566	72.4		
戀火	285,813	16.5	643,475	28.9	905,493	30.5	621,267	31.8	672,301	27.4		
其他	47,982	2.8	21,647	1.0	9,361	0.3	6,809	0.3	4,514	0.2		
<b>總計</b>	<b>1,731,716</b>	<b>100.0</b>	<b>2,225,594</b>	<b>100.0</b>	<b>2,969,771</b>	<b>100.0</b>	<b>1,952,334</b>	<b>100.0</b>	<b>2,450,381</b>	<b>100.0</b>		

  

	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		(未經審核)	
	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	%		
<b>護膚類</b>												
眼部類	435,185	25.1	428,728	19.3	689,292	23.2	362,223	18.5	568,783	23.2		
面部類	1,001,125	57.8	1,146,437	51.5	1,365,643	46.0	961,740	49.3	1,202,330	49.1		
	<b>1,436,310</b>	<b>82.9</b>	<b>1,575,165</b>	<b>70.8</b>	<b>2,054,935</b>	<b>69.2</b>	<b>1,323,963</b>	<b>67.8</b>	<b>1,771,113</b>	<b>72.3</b>		
彩妝類及其他	295,406	17.1	650,429	29.2	914,836	30.8	628,371	32.2	679,268	27.7		
<b>總計</b>	<b>1,731,716</b>	<b>100.0</b>	<b>2,225,594</b>	<b>100.0</b>	<b>2,969,771</b>	<b>100.0</b>	<b>1,952,334</b>	<b>100.0</b>	<b>2,450,381</b>	<b>100.0</b>		

有關進一步詳情，請參閱「業務 — 我們的品牌與產品」。

## 我們的優勢

我們相信，以下優勢有助我們取得成功：

- 消費者抗衰解決方案領軍者，引領重組膠原蛋白技術發展；
- 一體化研發平台，以自研核心成分與技術打造差異化產品；
- 在多個產品類別中成功推出大單品的卓越業績，鞏固品牌知名度；
- 全渠道銷售及營銷網絡，滲透廣泛的消費群體；

---

## 概 要

---

- 由數字化基礎設施支撐的高效且協同的生產與供應鏈；及
- 遠見卓識的創始人及經驗豐富的管理團隊，持續踐行企業社會責任。

有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的優勢」。

### 我們的戰略

我們計劃實施以下戰略：

- 強化技術內核，構建差異化研發與成分開發能力；
- 強化核心品牌引領，拓展品牌組合；
- 強化全渠道運營與消費者體驗；
- 強化技術驅動的管理與運營效率；及
- 強化供應鏈能力，支持可持續發展。

有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的戰略」。

### 產品設計與開發

自企業創立以來，我們堅持產品的成分及功效研究，已建立一個一體化研發平台。通過涵蓋合成生物學、蛋白工程、綠色化學、天然植提及生物發酵的系統研發，我們持續推出支持業務增長的新成分與產品。針對核心原料，我們已建立覆蓋從基礎研究到應用的閉環價值鏈。截至2025年9月30日，我們已開發出重組雙膠原蛋白、SPG  $\beta$ -葡聚糖、超分子木棉花提取物、超分子彈性蛋白等80餘款自有成分，其中30餘款實現規模化生產。我們自有的生產基地能夠開展用於重組膠原生產的高密度發酵與純化工藝，有效銜接基礎研究與產業化生產。

---

## 概 要

---

通過對核心成分的系統研發及自主生產能力，我們持續推出支持業務增長的新成分及產品：

- 2002年，我們作為中國專注眼部護理及抗衰解決方案的美妝企業而創立。
- 2007年，我們推出了第一代丸美小彈簧眼霜；2011年，我們將日夜分時眼部護理理念融入含彈性蛋白護膚基質的丸美小彈簧眼霜中。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是首批引入日夜分時護眼理念的企業之一。
- 2020年，我們推出眼霜與按摩頭相結合的丸美小紅筆眼霜。
- 2022年，我們成為全球首個使用「翻譯暫停」技術生產重組雙膠原蛋白的公司。該技術應用於丸美重組膠原「小金針」次拋精華等產品，在2024年實現銷量突破59百萬支。

截至2025年9月30日，我們已在全球申請專利651項，獲得授權專利375項，其中發明專利265項。根據弗若斯特沙利文的報告，按獲授權的發明專利累計數量計，我們位列中國美妝企業第一。我們亦保持全球創新合作，截至2025年9月30日，我們已與全球約30所知名高校、科研機構及科技企業建立合作關係。

我們憑藉雄厚的研發能力獲得了多項認可，其中包括國家高新技術企業、國家知識產權示範企業、全國重組功能蛋白技術研究中心、重組功能蛋白廣東省工程研究中心等稱號，並獲批廣東省博士後創新實踐基地。

有關進一步詳情，請參閱「業務－產品設計與開發」。

## 概 要

### 銷售與經銷網絡

我們通過線上線下渠道銷售產品。我們的線上渠道主要包括：(i)通過抖音、天貓、京東等電商平台進行的直接銷售及(ii)向線上經銷商銷售。我們的線下渠道包括向線下經銷商銷售，再由其主要轉售至(i)日化化妝品專營店、(ii)百貨商場專櫃及(iii)美容院。

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月			
	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	%
	(未經審核)									
<b>線上渠道</b>										
線上直銷	802,504	46.4	1,495,538	67.2	2,108,190	71.0	1,341,136	68.7	1,833,326	74.8
向線上經銷商銷售	441,739	25.5	375,747	16.9	432,388	14.5	299,934	15.4	313,394	12.8
<b>小計</b>	<b>1,244,243</b>	<b>71.9</b>	<b>1,871,285</b>	<b>84.1</b>	<b>2,540,578</b>	<b>85.5</b>	<b>1,641,070</b>	<b>84.1</b>	<b>2,146,720</b>	<b>87.6</b>
<b>線下渠道</b>										
線下渠道	487,473	28.1	354,309	15.9	429,193	14.5	311,264	15.9	303,661	12.4
<b>總計</b>	<b>1,731,716</b>	<b>100.0</b>	<b>2,225,594</b>	<b>100.0</b>	<b>2,969,771</b>	<b>100.0</b>	<b>1,952,334</b>	<b>100.0</b>	<b>2,450,381</b>	<b>100.0</b>

有關進一步詳情，請參閱「業務－銷售及經銷」。

### 我們的生產

於往績記錄期間，我們擁有兩個生產基地正在生產中，分別為廣州丸美5C中心生產基地及廣州拜斯特生產基地，兩個基地均位於中國廣州。有關進一步詳情，請參閱「業務－生產」。

---

## 概 要

---

### 客戶與供應商

於2022年、2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，來自五大客戶的收入分別為人民幣470.4百萬元、人民幣326.2百萬元、人民幣394.2百萬元及人民幣264.5百萬元，分別佔同期總收入的27.1%、14.6%、13.3%及10.8%。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，來自最大客戶的收入分別佔同期總收入的19.4%、10.1%、8.8%及7.0%。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的客戶」。

我們的供應商主要包括原材料供應商、推廣服務供應商、物流供應商及外包供應商。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額分別為人民幣340.4百萬元、人民幣486.9百萬元、人民幣598.1百萬元及人民幣532.0百萬元，分別佔我們同期採購總額的26.3%、27.1%、25.5%及26.6%。於2022年、2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們向最大供應商的採購額分別佔同期採購總額的7.9%、7.2%、7.1%及6.6%。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的供應商」。

### 競爭格局

我們所處的行業競爭激烈，消費者對美妝產品的需求日益增長，包括具備先進成分、卓越功效及顯著使用效果的護膚品與彩妝產品。我們主要與從事護膚品與彩妝產品研發的國內外品牌競爭，尤其是專注於眼部護膚產品的品牌。抗衰護膚品細分領域的市場規模及其在中國護膚品行業的滲透率持續增長。與其他功效需求相比，隨著客戶年齡增長，其對抗衰護膚品的需求不斷增加，且由於近年來年輕消費者越來越關注抗衰，抗衰需求不再局限於年長消費者。基於弗若斯特沙利文報告，抗衰護膚品細分領域是中國護膚品行業中增速最快的細分領域。2024年中國抗衰護膚品市場規模為人民幣1,541億元，預計將以12.4%的年複合增長率增長至2029年的人民幣2,769億元。我們致力於通過發揮我們的研發能力以及持續投資於成分及產品創新，把握該等市場機遇。通過這些努力，我們相信我們已做好充分準備，能夠把握該等機遇並引領行業增長。

有關進一步詳情，請參閱「行業概覽」。

---

## 概 要

---

### 風險因素

我們認為，我們的運營涉及若干風險及不確定因素，其中部分風險及不確定因素並非我們所能控制。我們將該等風險及不確定因素分為：(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的業務有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。該等風險包括但不限於以下各項：

- 我們的業務及未來增長前景依賴於行業發展及消費者對我們產品的需求。倘我們未能實現及進一步提升產品在市場上的廣泛接受度，或未能擴大或維繫客戶群或消費者基礎，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。
- 我們的業務及前景高度依賴品牌聲譽及市場認知。任何涉及本公司、管理層、品牌及產品或業務夥伴的負面報道均可能對我們的品牌形象、業務及經營業績造成重大不利影響。
- 倘我們未能成功與現有或潛在競爭對手競爭，我們的市場份額、前景、業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。
- 產品質量對我們的業務至關重要。與我們產品有關的任何質量問題或未能遵守監管規定可能導致客戶流失，並可能令我們面臨產品責任索賠及其他監管處罰。
- 我們在開發、推出及推廣新品牌及產品方面的嘗試未必會成功。
- 倘我們未能吸引、招聘及挽留研發人才，或研發工作未能產生預期成果，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。
- 未能執行有效的銷售及營銷策略或未能應市場變化調整此類策略，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。
- 我們可能無法充分保護知識產權，並可能面臨知識產權侵權申索，該等申索費用可能高昂，並可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

---

## 概 要

---

- 我們可能無法有效管理存貨及面臨與存貨過時及需求波動有關的風險。
- 我們面臨與客戶違約有關的信貸風險。我們的應收經銷商貿易應收款項及應收票據的結算出現任何重大延誤或違約，均可能對我們的流動資金、營運資金及經營業績造成不利影響。

有關進一步詳情，請參閱「風險因素」。

### 歷史及財務資料概要

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。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連同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」一節所載資料一併閱讀，以保證其完整性。我們的歷史財務資料乃根據國際財務報告準則會計準則編製。

## 概 要

### 綜合損益表概要

下表載列我們於所示期間的經營業績概要，以絕對金額及佔總收入的百分比列示：

	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	%
	(未經審核)									
收入	1,731,716	100.0	2,225,594	100.0	2,969,771	100.0	1,952,334	100.0	2,450,381	100.0
銷售成本	(557,040)	(32.2)	(665,273)	(29.9)	(793,262)	(26.7)	(501,205)	(25.7)	(616,422)	(25.2)
毛利	1,174,676	67.8	1,560,321	70.1	2,176,509	73.3	1,451,129	74.3	1,833,959	74.8
其他收入及收益以及										
其他開支	74,075	4.3	158,390	7.1	58,309	2.0	48,753	2.5	61,238	2.5
銷售及經銷開支	(846,157)	(48.8)	(1,198,605)	(53.9)	(1,634,677)	(55.1)	(1,070,924)	(54.8)	(1,414,567)	(57.7)
行政開支	(136,331)	(7.9)	(131,803)	(5.9)	(135,507)	(4.6)	(87,133)	(4.5)	(130,388)	(5.3)
研發開支	(52,926)	(3.1)	(62,288)	(2.8)	(73,545)	(2.5)	(54,437)	(2.8)	(62,789)	(2.6)
融資成本	(3,240)	(0.2)	(6,627)	(0.3)	(9,858)	(0.3)	(4,000)	(0.2)	(2,690)	(0.1)
金融資產(減值虧損)/										
減值虧損撥回	(2,135)	(0.1)	2,424	0.1	159	0.0	(341)	(0.0)	319	0.0
分估聯營公司(虧損)/										
收益	(1,381)	(0.1)	(4,725)	(0.2)	(733)	(0.0)	(888)	(0.0)	13,438	0.5
稅前利潤	206,581	11.9	317,087	14.2	380,657	12.8	282,159	14.5	298,520	12.1
所得稅開支	(39,150)	(2.2)	(39,497)	(1.7)	(38,293)	(1.3)	(42,372)	(2.2)	(51,872)	(2.1)
年度/期間利潤	167,431	9.7	277,590	12.5	342,364	11.5	239,787	12.3	246,648	10.0

我們的業務、財務狀況、經營業績及前景受到一系列影響我們所在行業的一般因素的影響，同時也受到一些公司特定因素的影響，包括：(i)品牌及產品組合，(ii)研發能力，(iii)銷售及經銷網絡，(iv)品牌建設及市場營銷，及(v)供應鏈管理。

請參閱「財務資料－經營業績」。

## 概 要

### 綜合財務狀況表節選項目

	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
流動資產總值	2,237,237	2,529,957	2,954,402	2,594,083
非流動資產總值	1,853,987	1,923,790	2,108,161	2,252,543
流動負債總額	668,472	1,010,198	1,596,540	1,436,838
非流動負債總額	170,168	25,003	19,520	18,504
流動資產淨值	1,568,765	1,519,759	1,357,862	1,157,245
資產淨值	3,252,584	3,418,546	3,446,503	3,391,284

請參閱「財務資料－節選資產負債表項目」。

### 綜合現金流量表概要

下表載列所示期間的節選現金流量表資料。

	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
經營活動所得淨現金流	48,436	338,020	300,526	68,422	158,873
投資活動所得／(所用) 淨現金流	70,140	(215,160)	432,191	294,385	(166,947)
融資活動所得／(所用) 淨現金流	144,919	(145,310)	(193,148)	(87,868)	(382,797)
現金及現金等價物增加／ (減少)淨額	263,495	(22,450)	539,569	274,939	(390,871)
年初／期初現金及 現金等價物	798,516	1,061,981	1,039,539	1,039,539	1,579,060
匯兌差額的影響淨額	(30)	8	(48)	(35)	25
年末／期末現金及 現金等價物	<u>1,061,981</u>	<u>1,039,539</u>	<u>1,579,060</u>	<u>1,314,443</u>	<u>1,188,214</u>

## 概 要

請參閱「財務資料－流動性及資本資源－現金流量分析」。

### 主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或期間的主要財務比率。

	截至12月31日／截至該日止年度			截至9月30日／ 截至該日止 九個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
毛利率 <sup>(1)</sup> (%)	67.8	70.1	73.3	74.8
淨利潤率 <sup>(2)</sup> (%)	9.7	12.5	11.5	10.0
流動比率 <sup>(3)</sup>	3.3	2.5	1.9	1.8

附註：

- (1) 等於毛利除以收入再乘以100%。參閱「財務資料－經營業績－毛利及毛利率」。
- (2) 等於年度／期間利潤除以收入再乘以100%。
- (3) 流動比率等於相關日期的流動資產總額除以流動負債總額。

### 我們的控股股東

截至最後實際可行日期，孫博士及王女士合計持有324,000,000股股份，佔已發行股份總數約80.80%。孫博士與王女士為配偶關係。有關本集團的企業架構，請參閱「歷史及企業架構－企業架構」。

因此，緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），孫博士及王女士將有權行使本公司股東大會合計[編纂]%的表決權。於[編纂]後，孫博士及王女士將共同構成上市規則項下的控股股東集團。更多詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

---

## 概 要

---

### [編纂]用途

假設[編纂]未獲行使，於扣除[編纂]及我們應付的與[編纂]相關的其他估計[編纂]後，並假設每股[編纂]為[編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的[編纂]），我們估計將從[編纂]中獲得約[編纂]港元的[編纂]淨額。根據我們的戰略，我們打算將[編纂][編纂]按以下金額用於以下目的：

- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，將用於加強我們在線上和線下渠道直接面向消費者（「直面消費者」）的能力，旨在建立我們全面的全渠道銷售體系，深化消費者參與，提高營運效率，並推動可持續收入增長。
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，將用於通過實施各種線上及線下營銷活動、開發宣傳內容、在多個渠道與消費者互動以及強化我們的整體品牌形象，以提升品牌價值、擴張品牌組合及孵化新品牌。
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，將用於通過招聘專業人才來擴大研發團隊，升級研發設施，以及進行測試及驗證研究，從而加強研發能力。該等舉措將令我們能夠加快產品迭代及升級，增強創新能力，並開發出更符合消費者不斷變化需求的高品質護膚品及彩妝產品。
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，將用於提升產品及原料相關的供應鏈能力。
- [編纂]淨額的約[編纂]%，即[編纂]港元，將用於營運資金及一般企業用途。

更多詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

---

## 概 要

---

### 股息與股息政策

根據我們的組織章程細則，我們原則上每年進行一次年度利潤分配。在滿足現金分配條件的情況下，我們將優先採用現金股息進行利潤分配。現金分紅的金額佔年內實現可分配利潤的比例不得低於10%，且最近三年累計分紅不得低於年平均可分配利潤的30%。

我們可能會根據成長潛力或每股資產淨值攤薄等真實及合理的因素，以股票股息的方式進行利潤分配。年度利潤分配計劃應由董事會根據組織章程細則及本公司具體情況制訂，並提交股東會審議和決議。

2022年、2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們分別宣佈人民幣76.2百萬元、人民幣100.3百萬元、人民幣308.8百萬元及人民幣300.8百萬元的股息。請參閱本文件附錄一的會計師報告附註12。

### 法律訴訟及合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何我們認為會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽及合規情況產生重大不利影響的實際或待決法律、仲裁或行政訴訟（包括任何破產或接管程序）。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾涉及任何導致罰款、強制行動或其他處罰的不合規事件，而該等事件可能個別或共同對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守我們經營所在司法權區的所有相關法律及法規。

### 我們於上海證券交易所上市

自2019年7月起，我們的A股已於上海證券交易所上市。董事確認，且我們的中國法律顧問認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本公司未發生任何重大違反上海證券交易所適用規則及其他適用中國證券法律法規的情況。據董事在作出一切合理查詢後所深知，有關本公司在上海證券交易所的合規記錄，我們並無任何需提請聯交所或[編纂]潛在投資者垂注的重大事項。根據聯席保薦人進行的獨立盡職調查及我們中國法律顧問的意見，聯席保薦人未發現合理使其對我們董事關於本公司在上海證券交易所合規記錄的確認意見持有異議的任何事項。

---

## 概 要

---

### 近期發展

#### 無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，自2025年9月30日（即我們最近期財務報表的截止日）以來，我們的財務或貿易狀況、債務、按揭、或然負債、擔保或前景並無重大不利變動，且自2025年9月30日起並無發生會對本文件附錄一會計師報告所示資料造成重大影響的事件。

#### [編纂]

我們的[編纂]主要包括(i)[編纂]開支，如[編纂]費用及[編纂]，及(ii)[編纂]開支，包括就[編纂]及[編纂]向我們的法律顧問及申報會計師支付的專業服務費，以及其他費用及開支。假設全額支付酌情激勵費用，[編纂]的估計[編纂]開支總額（基於[編纂]區間的中位數，並假設未行使[編纂]）約為[編纂]港元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%。在該等估計的[編纂]開支總額中，我們預計將支付[編纂]港元的[編纂]開支、[編纂]港元的法律顧問及申報會計師的專業服務費，以及[編纂]港元的其他費用及開支。我們估計[編纂]港元的[編纂]開支，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%，預計將通過損益表進行支銷，剩餘的[編纂]港元預計將在[編纂]時直接確認為權益扣減。我們於往績記錄期間並無確認任何[編纂]開支。

## 概 要

### [編纂]統計數據

下表中的所有統計數據均基於以下假設：(i)[編纂]已完成及根據[編纂][編纂][編纂]股H股；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)於[編纂]完成後[編纂]A股已發行在外：

	基於[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元	基於[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元
H股[編纂] <sup>(1)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元
於[編纂]完成後的股份[編纂] <sup>(2)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核[編纂]經調整合併 每股有形資產淨值 <sup>(3)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) H股[編纂]乃基於緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）預期已[編纂][編纂]股H股計算。
- (2) 我們股份的[編纂]乃基於以下假設計算：(i)緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）將按[編纂]範圍[編纂][編纂]股H股；及(ii)於上海證券交易所上市之[401,000,000股]A股，按截至最後實際可行日期A股收市價每股A股人民幣[編纂]元計算。
- (3) 未經審核[編纂]經調整合併每股有形資產淨值乃於作出本文件「附錄二－未經審核[編纂]財務資料」一節所述的調整後計算。