

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，故並未載有可能對閣下而言屬重要的所有資料。此外，任何[編纂]均附帶風險。[編纂]於[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」一節。閣下決定[編纂]於[編纂]前，務請細閱整份文件。

關於我們

SKG致力用科技的力量，讓每個人更年輕健康。自2016年，我們一直深耕智能可穿戴健康設備領域，現已成為中國乃至全球智能舒緩穿戴設備的行業引領者。將醫院專業醫療科技融入日常便攜消費電子產品，我們讓健康管理變得輕鬆便捷，重新定義健康體驗的方式。

秉承以客戶需求為導向的創新理念，我們打造多元化的產品矩陣，涵蓋智能舒緩穿戴設備、運動後恢復及塑形設備、智能健康手錶及健康家居產品，致力提升客戶的日常健康及生活品質。我們多款產品開創行業先河，創新應用中頻脈衝、經皮神經電刺激(TENS)等廣泛應用於醫療領域的專業科技。

根據弗若斯特沙利文的資料，按GMV計算，我們在中國智能舒緩穿戴設備行業位列國內企業之首，於2024年佔中國國內市場份額達21.5%。作為行業領導者，我們積極參與工業和信息化部組織的行業標準制定工作，牽頭起草《家用和類似用途低頻按摩儀》國家標準，為中國智能舒緩穿戴設備行業的規範化發展奠定堅實基礎。

我們的產品

我們已構建全面的智能可穿戴健康設備組合，獲得消費者的認可及青睞。我們的產品專為多元日常場景設計，涵蓋居家、辦公、運動及差旅等，能提供即時舒緩，支持長期健康管理，有效滿足緩解身體不適、追蹤重要健康指標、加速運動後恢復及提升家庭健康水平等需求。

概 要

秉承以用戶為導向的理念，我們將人體工學設計與先進功能、智能控制系統相結合，打造出舒適、易用及具卓越功效的產品，為用戶提供高品質體驗。通過將廣泛應用於醫療領域的科技應用於電子消費品，我們引領產品創新，進而收窄專業醫療標準與個人健康工具之間的鴻溝。這一路徑使產品既可靠又便捷，讓每個人都能輕鬆管理自身健康。截至2025年9月30日，我們在全球範圍內擁有1,501項註冊專利，包括261項獲授權發明專利，並已提交逾480項有待批准的專利申請，包括365項發明專利申請。我們對創新及優秀設計的追求屢獲國際認可，包括德國紅點設計獎及漢諾威工業設計獎等殊榮，充分彰顯我們在塑造智能可穿戴健康設備未來領域的領導地位。

下圖展示我們主要產品類別下的部分產品：



智能舒緩穿戴

運動後恢復及塑形

智能健康手錶

健康家居

智能舒緩穿戴設備。作為頸部及腰部智能舒緩可穿戴解決方案的先行者，我們現已推出覆蓋肩頸部、腰部、眼部及膝部等關鍵部位的全面智能舒緩產品線。通過融合脈衝理療、機械揉捏、熱灸理療及紅外技術，我們的產品能為日常不適提供有效、無創的舒緩方案。用戶可通過直觀的移動端應用程序輕鬆調節按摩手法及強度，在線升級最新按摩模式，實現個性化放鬆體驗。我們通過輕量化、便攜式設計，使TENS等廣泛應用於醫療領域的科技更易觸達，將健康管理與便捷體驗完美結合。

概 要

運動後恢復及塑形設備。我們的健腹儀及筋膜槍專為高效肌肉放鬆、運動後恢復及塑形設計。健腹儀運用EMS脈衝技術，觸發肌肉律動收縮，助力腰部塑形。其脈衝振動及熱敷療法可促進血液循環，緩解疲勞，並為女性生理期帶來舒適體驗。筋膜槍採用高性能無刷電機，實現高頻深層組織擊打，有效實現肌肉放鬆，同時保持卓越的靜音表現。

智能健康手錶。我們的智能健康手錶提供24小時不間斷生命體徵監測，當檢測到血壓、心率或血氧濃度異常時，可通過短信及應用程序推送自動告警。該設備採用與專業血壓計相同的示波法技術，搭載微型氣泵，實現±3 mmHg的測量精度。手錶具備毫秒級心率監測及心電圖表記錄功能。設備還配備一鍵血壓檢測、睡眠質量分析，並支持多種運動模式下的數據追蹤，同時提供用藥等健康個性化提醒功能，將健康管理升級為更智能、便捷的體驗。

健康家居產品。我們的健康家居產品系列主要包含智能按摩沙發椅及睡眠枕。智能按摩沙發椅具備多向滾揉、前後推壓等立體柔感按摩功能，高度還原人手按摩，深度舒緩酸脹僵硬的肌肉群。產品可為身體不同部位精編按摩程序，有效緩解運動或日常勞累後的肌肉疲勞，滿足全家人的使用需求。睡眠枕將TENS與EMS雙脈衝技術同舒緩熱灸技術相結合，在提供人體工學支撐的同時實現高效疼痛緩解，特別適用於長期受頸部不適或不良睡姿困擾的人群。

我們的商業模式

我們的商業模式將產品創新、品牌建設、渠道銷售及生產製造融為一體，形成驅動可持續增長及提升市場競爭力的協同體系。

- **以用戶為導向的產品創新。**我們始終將用戶需求置於產品創新的核心位置。通過建立覆蓋售前、售中、售後全流程的用戶之聲(Voice of Customer)體系，我們持續收集用戶反饋，確保產品精準契合用戶需求並充分體現其洞察。
- **動態品牌建設。**我們以高品質的產品贏得消費者信任，將卓越產品力鑄就為品牌形象的基石。同時，我們通過廣告投放提升品牌認知度，並且開設旗艦店，以「產品口碑築基，線上線下營銷擴聲」的雙輪驅動策略，持續擴大品牌影響力，深化用戶忠誠度。

概 要

- **依託可信夥伴的可擴展銷售。**我們的銷售策略建立在本集團與經銷商穩固、互惠互利的合作伙伴關係基礎上，通過體系化的管理制度，構建穩定高效的經銷網絡，充分借助經銷商的成熟渠道及本地市場洞察，持續實現我們與合作夥伴的共贏增長。此外，我們利用線上平台結合線下銷售渠道的銷售模式，以此擴大觸及範圍及實現全面市場覆蓋，確保消費者在所有接觸點都能獲得流暢及一致的體驗。
- **用戶參與度。**我們不僅止於銷售產品。在事先徵得客戶同意的情況下，我們收集有價值的用戶反饋，以了解彼等的健康狀況及需要，並持續升級我們的產品及服務。我們設備的連接性，加上硬體與人工智能能力的無縫整合，使我們能夠提供更佳的用戶體驗。具體而言，我們憑藉人工智能技術收集用戶對產品使用體驗的回饋，隨後透過短訊回覆用戶，提供持續的支援及服務。
- **全方位製造能力。**生產方面，我們以自主生產為優先，並充分利用供應鏈資源，確保產品品質穩定、交付及時及成本優勢。在成熟市場開拓新產品類別時，我們會採取戰略性外協生產，借助供應商製造能力快速驗證新品市場反響。

我們相信，這一商業模式使我們能夠持續引領技術潮流，敏捷響應多元客戶需求，實現全球資源的協同增效，持續提升產品競爭力及客戶服務能力，終將不斷鞏固我們的綜合實力，為未來增長提供堅實支撐。

我們的財務成就

在往績記錄期間，我們實現了可持續的業務增長及盈利能力提升。收入從2022年的人民幣904.2百萬元增長至2023年的人民幣1,045.8百萬元，2024年輕微減少至人民幣1,044.8百萬元。截至2025年9月30日止九個月，收入達到人民幣878.2百萬元，較2024年同期的人民幣755.6百萬元增長16.2%。淨利潤由2022年的人民幣119.3百萬元增至2023年的人民幣126.5百萬元，2024年進一步增長至人民幣135.5百萬元。截至2025年9月30日止九個月，淨利潤達人民幣106.4百萬元，較2024年同期的人民幣85.2百萬元增長24.9%。我們的股本回報率在2022年、2023年及2024年分別達到22.0%、20.1%及18.4%。

概 要

我們的市場機遇

隨著公眾健康管理意識的提升，消費者對廣泛應用於醫療領域的科技及個性化健康解決方案的需求正快速增長。這一趨勢正有力推動市場擴容，使智能可穿戴健康設備成為大健康科技領域的關鍵增長引擎。

2024年全球智能可穿戴健康設備市場規模已達到417億美元，預計到2029年將增長至795億美元，期間複合年增長率達13.8%。中國市場方面，2024年規模達人民幣615億元，預計將以15.9%的複合年增長率持續擴張，到2029年有望達到人民幣1,283億元。我們憑借創新技術、用戶導向設計及數字健康平台融合的獨特優勢，充分把握這一增長機遇，並將通過持續引領行業標準，推動智能可穿戴健康設備的下一輪普及浪潮。

我們的優勢

我們的優勢包括：

- 全球智能舒緩類可穿戴設備行業的領導者；
- 用戶導向的強大創新產品矩陣；
- 創新引領，技術驅動；
- 高效經銷模式拓展市場覆蓋；
- 智能製造與供應鏈協同優勢；及
- 簡單、開放、創新的組織文化，高瞻遠矚的管理團隊。

有關詳情，請參閱「業務－優勢」。

我們的戰略

我們的戰略包括：

- 推動產品體系向專業解決方案升級；
- 加大研發投入；

概 要

- 強化市場地位，提升品牌形象；
- 拓展全球佈局，升級全渠道銷售網絡；及
- 推進戰略合作，拓展市場版圖。

有關詳情，請參閱「業務－戰略」。

風險因素

我們的運營及[編纂]涉及若干風險及不確定因素，詳情載於本文件「風險因素」一節。在決定[編纂]我們的股份前，閣下應仔細閱讀該節全文。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們可能無法預測及響應智能可穿戴健康設備市場的消費者偏好及需求的快速變化。倘市場採用我們的產品無法按照預期繼續成長，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。
- 倘無法有效維護或提升我們的品牌價值，可能會對我們未來的成功產生重大不利影響。
- 我們的業務及前景取決於我們打造品牌及聲譽的能力，而有關我們、董事、員工、品牌或產品的負面宣傳可能會損害我們的品牌及聲譽。任何負面宣傳無論是否有理據，均可能對我們的業務產生不利影響。
- 倘我們無法設計、開發或及時推出適應市場需求變化的新產品，將會對我們未來的業務、財務狀況、經營業績及競爭地位產生重大不利影響。
- 我們營運所在的行業競爭激烈。倘我們未能成功與現有或潛在競爭對手競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。
- 倘我們未能擴大或留住客戶群，或客戶滿意度下滑，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響。
- 我們的收入很大一部分乃透過經銷網絡產生。我們經銷商的任何銷售下降或經銷商的流失均會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

概 要

- 我們對經銷商的營運控制有限。我們的業務可能因與經銷商的行為及其可能違反經銷協議或適用法律法規相關的風險而受到不利影響。
- 來自客戶的持續定價壓力可能導致收入及利潤率低於預期，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的技術

在SKG，我們運用科技的力量，讓每個人更年輕健康。通過堅定不移地投入研發，我們已構建堅實的技術基礎。通過對創新的持續投入及追求卓越的企業文化培育，我們已形成顯著的行業技術優勢，構建起獨特的競爭壁壘。這種深度的技術積累不僅提升了產品競爭力，更強化了我們踐行技術領先戰略的決心。正因如此，我們成功拓寬了競爭護城河，在競爭激烈的行業中保持持續差異化優勢。

有關詳情，請參閱「業務－我們的技術」。

我們的銷售網絡

我們通過廣泛多元的全渠道銷售網絡觸達廣大客戶群體，實現線上線下渠道深度融合。我們的線下渠道包括(i)向經銷商銷售；及(ii)通過線下門店直接面向終端客戶銷售。我們在線上銷售渠道亦取得顯著成效，已與天貓、京東、抖音、亞馬遜、TikTok等主流電商及社交平台建立網店銷售合作關係。

我們的銷售模式以經銷商為主導，輔以特定渠道的直銷模式。於往績記錄期間，2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，經銷模式收入分別約佔我們銷售產品總收入的95.2%、90.8%、88.1%及82.7%。

概 要

下表載列於所示年度／期間按銷售渠道劃分的銷售產品收入分析(以絕對金額及佔總收入百分比列示)。

	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	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審計)			
銷售產品收入										
經銷銷售										
線上經銷.....	541,476	60.2	578,450	55.6	585,926	56.4	430,945	57.4	428,442	49.3
線下經銷.....	314,588	35.0	366,577	35.2	329,820	31.7	228,901	30.5	290,568	33.4
小計.....	856,064	95.2	945,027	90.8	915,746	88.1	659,846	87.9	719,010	82.7
直銷 ⁽¹⁾	27,473	3.1	84,663	8.1	116,365	11.2	87,044	11.6	140,154	16.1
其他 ⁽²⁾	16,515	1.7	10,664	1.1	6,777	0.7	4,383	0.5	10,394	1.2
總計.....	900,052	100.0	1,040,354	100.0	1,038,888	100.0	751,273	100.0	869,558	100.0

附註：

- (1) 直銷收入主要產生自我們的自營線上店鋪。我們亦於2024年底開始透過線下渠道進行直銷。
- (2) 其他指ODM銷售及寄售銷售產生的收入。

有關詳情，請參閱「業務－我們的銷售網絡與定價」。

生產與供應鏈管理

我們已建立完善的生產體系，能夠獨立完成主要產品的研發設計、產品組裝與燒錄、性能測試及包裝等關鍵工序。採用以自主生產為主、外協生產為輔的製造策略，根據下游訂單需求與生產計劃靈活調整。基於產品策略、生產成本、交付週期等多重因素，我們已逐步增加直接從供應商採購非核心產品成品。此舉有助於在保障產品質量與提升運營效率的同時，實現供應鏈資源的最優配置。

有關詳情，請參閱「業務－生產與供應鏈管理」。

概 要

我們的客戶及供應商

我們的客戶

於往績記錄期間，我們的客戶群涵蓋經銷商、電商平台及直銷客戶，其中包括企業客戶及個人客戶。於2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，前五大客戶分別佔各期間總收入的49.2%、52.0%、44.4%及36.5%。本公司最大客戶分別佔截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月總收入的比例約為13.4%、16.4%、14.0%及11.6%。

有關詳情，請參閱「業務－客戶」。

我們的供應商

我們根據各類產品的預測生產計劃，向頂級第三方供應商採購原材料及零部件。為降低生產成本，我們亦將部分成品零部件外包製造，包括電子零件、矽膠零件、塑膠零件及包裝零件。採購部門負責原料及零部件的採購事宜，所有供應商均為國內供應商。2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，原料與零部件成本分別佔銷售成本的62.5%、59.1%、45.9%及43.7%。供應商所提供的所有原料與零部件，均須符合本文件「業務－質量管控」一節所詳述的質量控制規定。

我們對原材料維持多個供應來源，以將對業務運營的潛在干擾降至最低，並避免過度依賴任何單一供應商。由於原材料價格受整體供需週期影響，我們密切關注該等情況，並因應預期的短缺或價格變化對採購計劃作出相應調整。我們與供應商維持緊密關係，將此視為維持競爭性定價結構及確保供應穩定的關鍵競爭優勢。於往績記錄期間，我們在尋找原材料供應商方面並無遇到任何困難，亦並無因供應短缺而出現任何重大生產中斷。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們於各期間向五大供應商的採購額分別佔同年／期總採購額的23.0%、26.1%、14.3%及28.3%。我們於各期間向最大供應商的採購額分別佔同年／期總採購額的8.4%、14.9%、4.2%及10.2%。

有關詳情，請參閱「業務－供應商」。

概 要

競爭

智能可穿戴健康設備市場正在快速增長。根據弗若斯特沙利文的資料，中國智能可穿戴健康設備市場規模已由2019年的人民幣309億元增長至2024年的人民幣615億元，2019年至2024年的複合年增長率達14.7%，預計於2024年至2029年間，中國智能可穿戴健康設備市場將按15.9%的複合年增長率持續發展，規模將達到人民幣1,283億元。

我們在中國及全球智能舒緩穿戴設備行業中運營。根據弗若斯特沙利文的資料，全球智能舒緩穿戴設備市場的競爭模式相對分散，行業集中度不高，且競爭相當激烈，而中國智能舒緩穿戴設備市場的集中度略高於全球市場，仍需進一步深化渠道滲透與產品優化。根據弗若斯特沙利文的資料，按GMV計算，2024年我們以4.1%的市場份額位居全球智能舒緩穿戴設備市場首位。同時，根據弗若斯特沙利文的資料，按GMV計算，我們以21.5%的市場份額位居中國智能舒緩穿戴設備市場首位。

我們主要與多家從事中國智能可穿戴健康設備行業的國內外品牌競爭。我們的競爭對手可能擁有較高的品牌知名度或更雄厚的財務資源，且在應對新興市場趨勢方面比我們更迅速。我們亦可能面臨新進入者的競爭，該等新進入者可能提供更實惠及／或更先進的產品，因而令未來的競爭加劇。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們營運所在的行業競爭激烈。倘我們未能成功與現有或潛在競爭對手競爭，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。」我們相信，憑藉戰略定位與強勁的研發實力，我們在行業中具備優勢，能夠把握快速增長的市場機遇，吸引並留住消費者，從而擴大市場份額。

歷史財務資料概要

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

概 要

綜合損益表概要

下表載列於所示年度／期間我們的綜合損益表概要。

	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	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)									
	(未經審計)									
收入	904,227	100.0	1,045,822	100.0	1,044,792	100.0	755,622	100.0	878,190	100.0
銷售成本	(448,695)	(49.6)	(532,086)	(50.9)	(534,393)	(51.1)	(386,447)	(51.1)	(437,543)	(49.8)
毛利	455,532	50.4	513,736	49.1	510,399	48.9	369,175	48.9	440,647	50.2
其他收入及收益	52,680	5.8	49,265	4.7	51,720	5.0	37,510	5.0	43,516	5.0
銷售及營銷開支	(164,474)	(18.2)	(215,957)	(20.6)	(225,614)	(21.6)	(173,287)	(22.9)	(198,110)	(22.6)
行政開支	(122,710)	(13.6)	(112,695)	(10.8)	(101,507)	(9.7)	(73,559)	(9.7)	(100,820)	(11.5)
研發開支	(82,162)	(9.1)	(95,505)	(9.1)	(79,178)	(7.6)	(63,642)	(8.4)	(58,122)	(6.6)
金融資產(減值 虧損)/減值虧損 撥回淨額	518	0.1	(723)	(0.1)	(648)	(0.1)	(264)	(0.0)	(2,998)	(0.3)
其他開支	(3,828)	(0.4)	(1,259)	(0.1)	(3,225)	(0.3)	(2,328)	(0.3)	(3,551)	(0.4)
財務成本	(1,394)	(0.2)	(913)	(0.1)	(2,293)	(0.2)	(1,815)	(0.2)	(2,328)	(0.3)
除稅前利潤	134,162	14.8	135,949	13.0	149,654	14.4	91,790	12.1	118,234	13.5
所得稅開支	(14,870)	(1.6)	(9,422)	(0.9)	(14,195)	(1.4)	(6,597)	(0.9)	(11,808)	(1.3)
本年度/期間利潤	<u>119,292</u>	<u>13.2</u>	<u>126,527</u>	<u>12.1</u>	<u>135,459</u>	<u>13.0</u>	<u>85,193</u>	<u>11.3</u>	<u>106,426</u>	<u>12.1</u>

詳情請參閱「財務資料—綜合損益表的主要組成部分」。

概 要

非國際財務報告準則衡量指標

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用經調整淨利潤(非國際財務報告準則衡量指標)及經調整淨利潤率(非國際財務報告準則衡量指標)作為額外財務指標，該等指標並非國際財務報告準則所要求或根據其呈列。我們認為，相關非國際財務報告準則衡量指標可消除特定項目潛在影響，有助於比較不同期間及不同公司之間的營運表現。該等指標不僅可為我們的管理層提供幫助，亦可向[編纂]及其他人提供有用的信息，幫助彼等理解和評估我們的綜合經營業績。然而，我們所呈列之經調整淨利潤(非國際財務報告準則衡量指標)及經調整淨利潤率(非國際財務報告準則衡量指標)可能無法與其他公司所呈列之類似名稱的指標直接比較。將該等非國際財務報告準則衡量指標用作分析工具存在局限性，閣下不應將其與我們根據國際財務報告準則報告的經營業績或財務狀況的分析分開考慮或替代該等分析。

我們將經調整淨利潤(非國際財務報告準則衡量指標)定義為年／期內利潤經以下項目調整：(i)以權益結算以股份為基礎的付款開支，即向合資格人士授予購股權及限制性股份產生的非現金開支；(ii)A股上市費用，即我們先前申請股份於深圳證券交易所創業板上市及於新三板掛牌產生的一次性開支；及(iii)按公允值計入損益的金融資產的公允值收益淨額，即受市場波動影響金融產品投資的未實現收益。我們剔除該等項目，因其屬非現金、一次性或非經常性質，有利於期間比較。

概 要

下表載列我們年／期內利潤與於所示年度／期間經調整淨利潤（非國際財務報告準則衡量指標）的對賬。

	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)		
				(未經審計)	
年／期內利潤	119,292	126,527	135,459	85,193	106,426
加回：.....					
以權益結算以股份為基礎的					
付款開支	18,633	(8,385)	(9,491)	(10,998)	4,167
A股上市開支	–	4,799	–	–	7,049
減：.....					
按公允值計入損益的金融					
資產的公允值收益淨額 ..	(1,052)	(346)	(253)	(135)	(49)
非國際財務報告準則衡量					
 指標：.....					
年度／期間經調整淨利潤 ..	<u>136,873</u>	<u>122,595</u>	<u>125,715</u>	<u>74,060</u>	<u>117,593</u>
經調整淨利潤率(%)	15.1	11.7	12.0	9.8	13.4

經調整淨利潤（非國際財務報告準則衡量指標）由2022年的人民幣136.9百萬元下降至2023年的人民幣122.6百萬元，主要由於銷售及營銷開支增加，而其增幅因我們加大對宣傳及廣告活動的投資以支持海外擴張而超越了收入增長。經調整淨利潤（非國際財務報告準則衡量指標）由2023年的人民幣122.6百萬元增加至2024年的人民幣125.7百萬元，主要歸因於人員結構優化及營運效率提升所導致的行政開支及研發成本下降，儘管同期收入維持相對穩定。經調整淨利潤（非國際財務報告準則衡量指標）由截至2024年9月30日止九個月的人民幣74.1百萬元增加至2025年同期的人民幣117.6百萬元，主要歸因於收入增長帶動毛利提升，尤其健身恢復與塑形設備的銷售強勁增長貢獻顯著。

概 要

淨利潤由2022年的人民幣119.3百萬元增加至2023年的人民幣126.5百萬元。此增長與同期經調整淨利潤(非國際財務報告準則衡量指標)的下降形成對比，主要歸因於以股份為基礎的付款開支的波動，於2023年我們錄得以股份為基礎的付款開支撥回，而2022年則產生以股份為基礎的付款開支，其大幅降低我們的行政開支。淨利潤由2023年的人民幣126.5百萬元增加至2024年的人民幣135.5百萬元，主要歸因於上文所述的行政開支及研發成本下降。淨利潤由截至2024年9月30日止九個月的人民幣85.2百萬元增加至2025年同期的人民幣106.4百萬元，主要歸因於收入及毛利增長，部分被行政開支增加所抵銷。

收入

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，我們的總收入分別為人民幣904.2百萬元、人民幣1,045.8百萬元、人民幣1,044.8百萬元、人民幣755.6百萬元及人民幣878.2百萬元。

按來源劃分收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自產品銷售。一小部分收入亦來自其他來源，主要包括來自提供產品翻新服務及銷售產品配件及材料的收入。下表載列於所示年度／期間按來源劃分的收入明細。

	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		
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	
	(以千計，百分比除外)						(未經審計)				
收入											
銷售產品	900,052	99.5	1,040,354	99.5	1,038,888	99.4	751,273	99.4	869,558	99.0	
其他	4,175	0.5	5,468	0.5	5,904	0.6	4,349	0.6	8,632	1.0	
總計	<u>904,227</u>	<u>100.0</u>	<u>1,045,822</u>	<u>100.0</u>	<u>1,044,792</u>	<u>100.0</u>	<u>755,622</u>	<u>100.0</u>	<u>878,190</u>	<u>100.0</u>	

概 要

按產品類型劃分銷售產品收入

我們的產品大致分為四大類別：(i)智能舒緩穿戴設備、(ii)健身恢復與塑形設備、(iii)智能健康手錶；及(iv)健康家居產品。智能舒緩穿戴設備—我們的核心產品線及歷史收入增長的主要驅動力—主要包括專為肩頸、腰部、眼部設計的設備，以及主要為腿膝等其他身體部位而設的其他設備。健身恢復與塑形設備主要包括筋膜槍及健腹儀，以及其他與健身恢復與塑形相關的產品。

下表載列於所示年度／期間我們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			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計算，百分比除外)						(未經審計)			
銷售產品收入										
智能舒緩穿戴設備										
肩頸舒緩穿戴										
設備	453,227	50.4	509,167	48.9	522,158	50.3	392,072	52.2	384,830	44.3
腰部舒緩穿戴										
設備	189,878	21.1	252,089	24.2	205,684	19.8	148,068	19.7	152,994	17.6
眼部舒緩穿戴										
設備	95,410	10.6	82,498	7.9	92,274	8.9	67,908	9.0	62,864	7.2
其他智能舒緩										
穿戴設備 ⁽¹⁾	20,359	2.3	44,582	4.3	35,408	3.4	21,130	2.8	29,757	3.4
小計	758,874	84.4	888,336	85.3	855,524	82.4	629,178	83.7	630,445	72.5
健身恢復與										
塑形設備	122,318	13.5	97,213	9.4	138,248	13.2	89,569	12.0	199,564	23.0
智能健康手錶	17,440	1.9	47,997	4.6	23,608	2.3	18,211	2.4	5,531	0.6
健康家居產品 ⁽²⁾	1,420	0.2	6,808	0.7	21,508	2.1	14,315	1.9	34,018	3.9
總計	900,052	100.0	1,040,354	100.0	1,038,888	100.0	751,273	100.0	869,558	100.0

附註：

- (1) 其他智能舒緩穿戴設備主要包括腿膝舒緩穿戴設備。
- (2) 健康家居產品主要包括智能按摩沙發椅及睡眠枕。

概 要

毛利及毛利率

於2022年、2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的毛利為分別為人民幣455.5百萬元、人民幣513.7百萬元、人民幣510.4百萬元、人民幣369.2百萬元及人民幣440.6百萬元，毛利率分別為50.4%、49.1%、48.9%、48.9%及50.2%。

我們的毛利由2022年的人民幣455.5百萬元增加至2023年的人民幣513.7百萬元，主要歸因於COVID-19後市場復蘇之後，我們的肩頸部及腰部舒緩穿戴設備銷售表現強勁，帶動智能舒緩穿戴設備的毛利增加。我們的毛利保持相對穩定，於2023年為人民幣513.7百萬元，於2024年為人民幣510.4百萬元。如此穩定主要歸因於新產品的推出，帶動健身恢復與塑形設備的毛利大幅增加，部分被我們戰略性地重新分配資源而導致智能舒緩穿戴設備毛利下降所抵銷。我們的毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣369.2百萬元增加至2025年同期的人民幣440.6百萬元，主要歸因健身恢復與塑形設備的毛利大幅增長，以及智能舒緩穿戴設備的穩定表現。

於2022年、2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的毛利率分別為50.4%、49.1%、48.9%、48.9%及50.2%。毛利率由2022年的50.4%下降至2023年的49.1%，主要歸因於智能舒緩穿戴設備的毛利率下滑，此乃因新生產車間物料消耗增加帶動製造成本上升所致。我們的毛利率保持相對穩定，於2023年為49.1%，於2024年為48.9%。毛利率略微下降主要由於健身恢復與塑形設備的收入貢獻上升，而其毛利率相對於智能舒緩穿戴設備較低，儘管該兩個產品類別的毛利率各自有所提高。我們的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的48.9%增加至2025年同期為50.2%，主要由於智能舒緩穿戴設備受部分產品類別的平均售價上升及高端產品銷售比例增加所帶動而毛利率上升。

概 要

銷售產品毛利

下表載列於所示年度／期間按產品類型劃分的產品銷售毛利及對應毛利率。

	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	
	(人民幣元)	(%)	(人民幣元)	(%)	(人民幣元)	(%)	(人民幣元)	(%)	(人民幣元)	(%)
	(以千計算，百分比除外)						(未經審計)			
銷售產品.....										
智能舒緩穿戴設備 ..	394,866	52.0	446,167	50.2	435,146	50.9	319,569	50.8	338,759	53.7
健身恢復與塑形設備	50,919	41.6	39,941	41.1	59,316	42.9	40,538	45.3	85,395	42.8
智能健康手錶.....	9,404	53.9	27,994	58.3	13,441	56.9	9,586	52.6	2,709	49.0
健康家居產品.....	761	53.6	2,939	43.2	7,695	35.8	4,098	28.6	14,925	43.9
總計	<u>455,950</u>	<u>50.7</u>	<u>517,041</u>	<u>49.7</u>	<u>515,598</u>	<u>49.6</u>	<u>373,791</u>	<u>49.8</u>	<u>441,788</u>	<u>50.8</u>

綜合財務狀況表關鍵項目

下表載列於截至所示日期的綜合資產負債表所選取的資料。

	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)			
非流動資產總值	<u>374,950</u>	<u>554,222</u>	<u>663,096</u>	<u>627,537</u>
流動資產總額	<u>710,873</u>	<u>666,334</u>	<u>638,722</u>	<u>889,173</u>
流動負債總額	<u>416,814</u>	<u>486,864</u>	<u>499,249</u>	<u>797,759</u>
流動資產淨值	<u>294,059</u>	<u>179,470</u>	<u>139,473</u>	<u>91,414</u>
總資產減流動負債	<u>669,009</u>	<u>733,692</u>	<u>802,569</u>	<u>718,951</u>
非流動負債總額	<u>82,571</u>	<u>59,112</u>	<u>1,869</u>	<u>6,865</u>
資產淨值.....	<u>586,438</u>	<u>674,580</u>	<u>800,700</u>	<u>712,086</u>

概 要

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣139.5百萬元減少至截至2025年9月30日的人民幣91.4百萬元，主要由於(i)存款證減少人民幣111.2百萬元；(ii)計息銀行借款增加人民幣110.0百萬元；及(iii)其他應付款項及應計費用增加人民幣95.5百萬元，部分被(i)現金及現金等價物增加人民幣110.9百萬元；(ii)定期存款增加人民幣101.1百萬元；及(iii)受限制銀行存款增加人民幣99.0百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣179.5百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣139.5百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物減少人民幣224.9百萬元；及(ii)計息銀行借款增加人民幣57.4百萬元，部分被(i)定期存款增加人民幣132.4百萬元，以及(ii)按公允值計入損益的金融資產增加人民幣100.3百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣294.1百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣179.5百萬元，主要由於(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣85.6百萬元；(ii)現金及現金等價物減少人民幣64.7百萬元，及(iii)受限銀行存款減少人民幣33.0百萬元，部分被按公允值計入損益的金融資產增加人民幣59.3百萬元所抵銷。

我們的資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣586.4百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣674.6百萬元，主要由於年內利潤人民幣126.5百萬元，部分被已宣派股息人民幣30.0百萬元所抵銷。截至2024年12月31日，我們資產淨值增加至人民幣800.7百萬元，主要由於年內利潤人民幣135.5百萬元。截至2025年9月30日，本公司資產淨值減少至人民幣712.1百萬元，主要由於宣派股息人民幣199.4百萬元，部分被期內利潤人民幣106.4百萬元所抵銷。

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」。

概 要

綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示年度／期間所選取的現金流量數據。

	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)		
				(未經審計)	
經營活動產生的淨現金流量...	21,404	235,503	129,902	47,388	90,130
投資活動(所用)／產生的淨現金流量.....	(262,974)	(258,184)	(339,987)	(253,083)	21,349
融資活動(所用)／產生的淨現金流量.....	(6,847)	(43,225)	(15,286)	78,741	(501)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額.....	(248,417)	(65,906)	(225,371)	(126,954)	110,978
年／期初現金及現金等價物...	623,994	378,103	313,433	313,433	88,521
外匯匯率變動的影響(淨額)...	2,526	1,236	459	52	(115)
年／期末現金及現金等價物...	378,103	313,433	88,521	186,531	199,384

詳情請參閱「財務資料－流動性及資本資源－現金流量」。

概 要

主要財務指標

下表載列我們於所示年度／期間及截至所示日期的財務指標。

	截至12月31日止年度／截至當日			截至 9月30日止 九個月／ 截至當日
	2022年	2023年	2024年	2025年
盈利指標				
毛利率(%) ⁽¹⁾	50.4	49.1	48.9	50.2
經調整淨利率(非國際財務				
報告準則衡量指標)(%) ⁽²⁾	15.1	11.7	12.0	13.4
股本回報率(%) ⁽³⁾	22.0	20.1	18.4	不適用
流動性指標				
流動比率(倍) ⁽⁴⁾	1.7	1.4	1.3	1.1
速動比率(倍) ⁽⁵⁾	1.5	1.2	1.2	1.0

附註：

- (1) 毛利率等於同年／期內毛利除以收入。
- (2) 經調整淨利率(非國際財務報告準則衡量指標)等於同年／期內經調整後淨利潤(非國際財務報告準則衡量指標除以同年／期收入。經調整淨利潤為非國際財務報告準則衡量指標指標，由年／期內利潤經若干項目調整得出。有關該指標的詳情及對賬表，請參閱「財務資料－非國際財務報告準則衡量指標」。
- (3) 股本回報率等於年／期內利潤除以該年／期初及年／期末權益結餘的平均值。
- (4) 流動比率等於截至各年／期間末的流動資產除以流動負債。
- (5) 速動比率等於截至各年／期間末的流動資產減存貨，再除以流動負債。

概 要

我們的股權結構

控股股東

我們的控股股東包括劉先生、徐女士、小鵝芭蕾及未來生命投資。截至最後實際可行日期，劉先生、徐女士、小鵝芭蕾及未來生命投資根據各方訂立的一致行動安排有權在本公司股東會上控制或行使約85.94%的投票權。緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使且購股權計劃下無額外發行H股)，截至最後實際可行日期，將有權在本公司股東會上控制或行使約[編纂]%的投票權。有關詳情，請參閱「與控股股東的關係」及「歷史、發展及公司架構—一致行動安排」。

[編纂]前投資者

本公司自[編纂]前投資者獲得投資。有關[編纂]前投資的主要條款以及[編纂]前投資者的身份及背景之詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構—[編纂]前投資」。

股份激勵計劃

截至最後實際可行日期，我們設有股權激勵計劃及購股權計劃，其條款不受上市規則第十七章的規定所規限。鑑於僱員激勵計劃項下的相關股份已根據僱員激勵計劃的條款轉讓予或已由本公司向相關僱員激勵平台發行，故不會對本公司的已發行股本產生任何攤薄影響。

根據購股權計劃，我們已有條件地向174名承授人(即我們的現有僱員)合共授出5,789,533份購股權(代表認購5,789,533股股份的權利)(「尚未行使的購股權」)，該等購股權將於[編纂]仍屬尚未行使。尚未行使的購股權所涉及的股份數目為5,789,533股，惟該等尚未行使的購股權已獲悉數歸屬及行使，方會由本公司於[編纂]後發行。因此，尚未行使的購股權將對我們的股東截至[編纂]所持股份產生潛在攤薄影響。緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，並假設購股權計劃下所有尚未行使購股權均已悉數歸屬並行使，我們的每股盈利將被攤薄約[編纂]。

有關進一步詳情，請參閱本文件附錄五「法定及一般資料—D.股份激勵計劃—2.購股權計劃」。

概 要

[編纂]開支

[編纂]開支指與[編纂]有關產生的專業開支、[編纂]及其他費用。[編纂]的預計[編纂]開支總額(基於[編纂]範圍的中位數並假設[編纂]未獲行使)約為[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬)，佔[編纂]約[編纂]%。該等開支包括：(i)[編纂]相關開支約[編纂]百萬元(約[編纂]百萬)；及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]百萬元(約[編纂]百萬)，其中包括法律顧問及申報會計師開支及開支約[編纂]百萬元(約[編纂]百萬)；以及其他開支及開支約[編纂]百萬元(約[編纂]百萬)。估計[編纂]開支中約[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬)直接歸因於向公眾發行新股份，並將在[編纂]完成時作為權益扣除入賬。預期約[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬)將在[編纂]完成前或完成時計入損益。此計算可根據實際已發生或將發生的金額進行調整。以上[編纂]開支為截至最後實際可行日期的最佳估計，僅供參考。實際金額可能與該估計值不同。

[編纂]

概 要

[編纂]

[編纂]用途

假設[編纂]為每股H股[編纂](即[編纂]每股H股[編纂]至[編纂]的中位數)，並假設[編纂]未獲行使，經扣除我們就[編纂]應付的估計[編纂]、費用及開支後，我們估計我們將獲得[編纂]約[編纂]百萬。

為配合我們的策略，我們計劃將[編纂]用於以下用途，惟須根據我們不斷發展的業務需求及不斷變化的市場條件而發生變動：

- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬，預期將用於增強我們在健康科技方面的基礎研發能力，並加速技術創新。
- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬，將用於進一步整合產業上下游資源及開拓策略夥伴關係。
- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬，將用於品牌建設和全渠道營銷，以進一步增強我們的品牌認知度。
- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬預期將分配作運營資金及一般企業用途。

有關我們未來計劃及[編纂]用途的進一步資料，包括倘[編纂]釐定為高於或低於[編纂]中位數的水平而對[編纂]分配作出的調整，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」。

概 要

股息

我們已將股息政策納入組織章程細則。2022年，我們向其權益股東宣派股息人民幣50.0百萬元，其中人民幣50.0百萬元已於當年支付。2023年，我們向其權益股東宣派股息人民幣30.0百萬元，其中人民幣30.0百萬元已於當年支付。2024年我們未向其權益股東宣派或支付股息。截至2025年9月30日止九個月，我們向其權益股東宣派股息人民幣199.4百萬元，並已於2025年9月及10月支付。

未來利潤分配可採用現金分紅、股票分紅或二者結合的形式進行。任何股息宣派及支付以及股息金額均須遵守我們的組織章程文件、中國適用法律及股東會批准。我們的中國法律顧問認為，我們可根據適用法律法規及組織章程細則，在股東會批准後實施分紅。

並無重大不利變動

董事已確認，自2025年9月30日(即本文件「附錄一一會計師報告」所載的最新綜合財務報表的截止日期)起直至本文件日期，我們的財務或交易狀況或前景並無發生重大不利變動。