

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於本節為概要，故其並未載列對閣下而言可能屬重要的全部資料，並應與本文件全文一併閱讀，以保證其完整性。閣下於決定[編纂][編纂]前，務請閱覽整份文件。

任何[編纂][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。閣下於決定[編纂][編纂]前，務請細閱該節。

## 概覽

我們是全球領先的智能手機ODM企業，提供囊括產品定義、研發、供應鏈管理、製造和售後服務的解決方案。於往績紀錄期間，我們的收入來自70多個國家或地區，涵蓋亞洲、美洲、歐洲、大洋洲和非洲。根據弗若斯特沙利文數據，於2024年，按出貨量計算，我們是全球第二大面向本土智能手機品牌的ODM解決方案提供商；於2025年第一季度，我們升至榜首。

憑藉從我們自有智能手機品牌運營中積累的豐富經驗，我們積累了涵蓋智能手機全價值鏈的豐富行業經驗，包括品牌管理及運營。我們於2009年推出自有品牌酷比並於2019年終止酷比的運營，以更集中資源為客戶提供ODM解決方案。多年來，我們成為一家全球領先的智能手機ODM公司，擁有獨立運營及管理智能手機品牌的豐富經驗，從而使我們從大多數主要以其他品牌製造商起步的市場參與者中脫穎而出。我們的智能硬件產品定義能力能夠根據對相關國家或地區的整體消費水平、面對客戶群體的主要功能偏好、當地文化及競爭格局等各類環境的深刻理解精準地定義產品。憑藉我們卓越的產品定義能力，我們提供可滿足特定客戶需求的定制化產品，同時保持成本優勢和優異的產品性能，以提供更佳的消費者體驗。於往績記錄期間，我們主要向客戶提供(i)智能設備，包括(a)消費類智能手機，(b)為工業終端用戶設計的具備防水、防塵、防震功能的三防手機，及(c)其他物聯網(IoT)設備，指收集、連接並與其他聯網設備交換數據的互聯網設備；(ii)作為獨立產品的印刷電路板組件(智能手機的核心組件)及互聯網服務，包括(a)消費類智能手機印刷電路板組件及互聯網服務，(b)三防手機印刷電路板組件，及(c)其他物聯網相關印刷電路板組件；及(iii)其他，主要包括材料採購以及研究與設計服務。

2006年，我們成功設計並開發出首款印刷電路板組件，以滿足市場對移動電話及其他產品日益增長的需求。我們根據客戶提供的規格以及客戶期望產品具備的各種功能，對印刷電路板組件進行設計與開發。此外，我們於2011年推出首款消費類

---

## 概 要

---

智能手機，2019年推出首款三防手機，這些均在我們的產品開發歷程中具有里程碑意義。為緊跟技術發展潮流，並預見到智能手機日益增長的普及趨勢，多年來，我們建立了消費類智能手機和三防手機核心技術體系。我們設計並提供具有廣泛技術規格的智能手機，以滿足全球不同地區客戶的需求。此外，預見到物聯網市場潛在的增長空間，我們也投入資源用於其他物聯網產品的研發，並於2022年推出了首款物聯網相關的印刷電路板及於2024年推出首款物聯網產品。截至2025年7月31日，我們已開發超過598款智能手機及印刷電路板組件型號，以及超過46種其他智能設備。此外，我們持續優化自主開發的dido OS，實現多次迭代，以滿足全球本土品牌和電信運營商的具體定制化需求及提升用戶體驗。

近年來，面對全球宏觀環境的不確定性，我們積極拓展客戶群並使其多元化，以涵蓋海外本土品牌及電信運營商。相較於全球主要品牌為滿足全球消費者的多元需求而設計，且通常不會針對特定國家或地區定制功能，本土品牌通常每次交易產品訂單量較小，且有較大的深度定制需求以有效迎合當地人口的特定偏好與需求，例如針對當地特定的射頻頻段（指配用於無線通訊的特定電磁頻段）優化產品設計以提升產品性能以及結合AI人像分析以符合特定地區的審美偏好。憑借我們在產品定義、設計和系統開發方面的專業知識，我們引導我們的客戶在本土市場有效與如全球品牌等競爭對手進行競爭，並於往績記錄期間增加其市場份額。我們設計完全符合本土需求的智能手機產品，令客戶得以推出一系列深受本土終端用戶歡迎的產品。截至2025年7月31日，我們的全球銷售網絡已覆蓋超過70個國家或地區，橫跨亞洲、美洲、歐洲、大洋洲和非洲。

於往績記錄期間，我們的收入實現穩健增長。我們的收入由2022年的人民幣1,713.5百萬元增長34.3%至2023年的人民幣2,301.9百萬元，並進一步增長18.0%至2024年的人民幣2,717.0百萬元，及由截至2024年7月31日止七個月的人民幣1,368.5百萬元增長15.7%至截至2025年7月31日止七個月的人民幣1,583.7百萬元。我們的毛利由2022年的人民幣328.4百萬元增長53.5%至2023年的人民幣504.1百萬元，並進一步增長20.2%至2024年的人民幣605.8百萬元，及由截至2024年7月31日止七個月的人民幣306.8百萬元增長14.8%至截至2025年7月31日止七個月的人民幣352.2百萬元。我們的淨利潤由2022年的人民幣110.1百萬元增長84.6%至2023年的人民幣203.2百萬元，並進一步增長至2024年的人民幣206.6百萬元，及我們的期間利潤由截至2024年7月31日止七個月的人民幣93.1百萬元增長10.9%至截至2025年7月31日止七個月的人民幣103.3百萬元。

---

## 概 要

---

### 競爭優勢

我們相信，以下核心優勢是支撐我們業務成功及市場領先地位的關鍵。

- 我們是為全球本土品牌提供一站式服務的科技企業
- 我們擁有獨到的智能硬件定義能力
- 我們在智能硬件領域擁有全棧式的研發設計能力
- 綜合客戶服務能力
- 我們掌握穩定、高效、靈活的供應鏈管理能力
- 我們擁有質量管理體系及綜合品質管控能力
- 我們擁有具備覆蓋消費電子全產業鏈能力的管理團隊及專業人才

### 發展戰略

本公司擬實施以下策略：

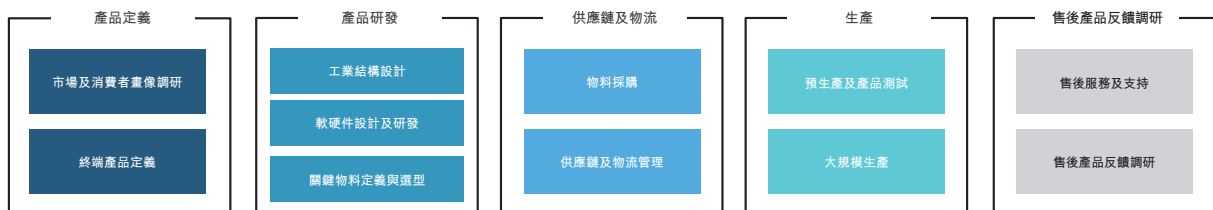
- 進一步發展聚焦AI功能的研發能力，加強平台化和模塊化建設
- 不斷提升產品規劃能力
- 不斷加強供應管理和產能
- 加速布局全球各地銷售渠道，持續開拓全球市場份額
- 持續優化團隊的專業人才結構

### 我們的業務模式

我們提供囊括產品定義、研發、供應鏈管理、製造和售後服務的ODM解決方案。憑借中國強大的供應鏈基礎設施和我們多年來積累的核心競爭力，我們已支持全球各地的本土品牌在智能手機行業建立影響力，同時為美國的一級海外電信運營商提供高性價比合約智能手機產品，覆蓋2024年用戶規模排名前五的電信運營商中的三家。根據弗若斯特沙利文的數據，於2024年，按出貨量計算，我們是全球第二大面向本土智能手機品牌的ODM解決方案提供商；於2025年第一季度，我們升至榜首。

## 概 要

下圖展示我們以客戶為中心的業務模式



## 我們的產品和服務

於往績記錄期間，我們主要向客戶提供以下產品及軟件服務：(i)智能設備，包括(a)消費類智能手機、(b)為工業用戶提供防水、防塵及防震設計的三防手機，及(c)其他物聯網產品；(ii)作為獨立產品的印刷電路板組件(智能手機核心組件)及互聯網服務，包括(a)消費類智能手機印刷電路板組件及互聯網服務、(b)三防手機印刷電路板組件，及(c)其他物聯網相關印刷電路板組件；及(iii)其他，主要包括研究與設計服務以及材料採購。

下表載列按產品類別劃分的產品圖像示例：

產品	圖片
----	----

### 智能設備

#### 消費類智能手機



## 概 要

### 產品

### 圖片

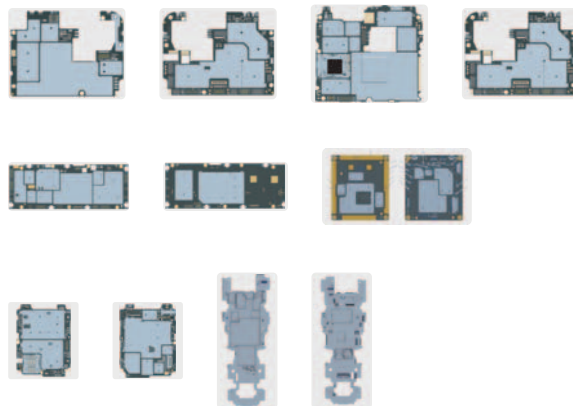
#### 三防手機



#### 其他物聯網產品



#### 印刷電路板組件



更多詳情，請參見「業務—我們的產品和服務」。

## 研發與設計

多年來，我們具備射頻、天線、光學、音頻、工業設計、電路設計、美學設計、製造工藝及測試等多種專業技術能力和成熟工藝。我們還通過持續技術研發積累了豐富的經驗，能夠滿足本地品牌和海外電信運營商的需求。憑借全棧研發設計能力，我們能夠滿足廣泛的定制產品需求，加強與客戶的關係。

截至2025年7月31日，我們的研發團隊共有740名成員。我們研發團隊的核心成員，即我們研發部門的領導團隊，平均擁有超過九年智能手機行業經驗。該團隊由

---

## 概 要

---

研發中心總經理王東先生領導，截至2025年7月31日，他在智能手機行業擁有超過18年的相關經驗。更多詳情，請參見「業務—研發與設計」。

### 生產

於往績記錄期間，我們經營位於宜賓的生產基地。我們的生產基地於2018年投產，專注於印刷電路板組件及智能設備的製造及組裝。於2025年7月31日，我們的生產基地配備六條表面貼裝技術(SMT)生產線(一種將電子元件直接安裝於印刷電路板雙面的製程技術)及八條智能設備組裝線。於2024年及截至2025年7月31日止七個月，我們的SMT生產線設計產能分別為6.3百萬件及3.7百萬件，而我們的智能設備組裝線設計產能分別為4.7百萬件及2.7百萬件。更多詳情，請參見「業務—生產」。

根據我們的產能及客戶要求的交付時間表，我們策略性地將部分印刷電路板組件組裝工序外包予精選的專門從事SMT生產的電子製造服務供應商。當我們公司的產能緊張時，我們會依賴這些外部電子製造服務供應商為限量的印刷電路板組件進行表面貼裝工序。

### 客戶及供應商

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括當地品牌和電信運營商。於2022年、2023年及2024年各年以及截至2025年7月31日止七個月，本公司五大客戶合計為我們產生的總收入分別為人民幣658.0百萬元、人民幣1,015.0百萬元、人民幣1,164.2百萬元及人民幣781.7百萬元，分別佔總收入的38.4%、44.1%、42.8%及49.4%。於2022年、2023年及2024年各年以及截至2025年7月31日止七個月，最大客戶產生之收入分別為人民幣190.3百萬元、人民幣399.7百萬元、人民幣285.2百萬元及人民幣235.5百萬元，分別佔總收入之11.1%、17.4%、10.5%及14.9%。更多詳情，請參見「業務—我們的客戶」。

我們就製造產品所購買的主要原材料及部件包括晶片、內存條、顯示器、功能性積體電路(指內含多個電子元件、並在電子系統中執行特定功能的半導體裝置)、相機、外殼、電池及印刷電路板組件。於2022年、2023年及2024年各年以及截至2025年7月31日止七個月，本公司向五大供應商之採購金額分別為人民幣626.2百萬元、人民幣651.9百萬元、人民幣700.4百萬元及人民幣422.2百萬元，分別佔總採購額之48.8%、37.6%、33.2%及34.5%。此外，向最大供應商之採購金額分別為人民幣280.9百萬元、人民幣263.7百萬元、人民幣284.2百萬元及人民幣112.7百萬元，於2022年、2023年及2024年各年以及截至2025年7月31日止七個月分別佔總採購額之21.9%、15.2%、13.5%及9.2%。詳情請參閱「業務—原材料及供應商」。

---

## 概 要

---

### 競爭

根據弗若斯特沙利文數據，全球智能手機ODM解決方案提供商市場競爭激烈且全球智能手機ODM解決方案提供商主要集中於中國。從2020年至2024年，ODM解決方案提供商的智能手機出貨量從472.4百萬台增長至508.6百萬台，預計將從2025年的531.2百萬台增長至2029年的598.1百萬台。

根據弗若斯特沙利文數據，於2024年，按出貨量計算，我們是全球第二大面向本土智能手機品牌的端到端解決方案提供商；於2025年第一季度，我們升至榜首。詳情請見「行業概覽」。憑藉行業領先地位、深厚的行業經驗、強大的研發設計能力、多元化的產品組合以及龐大穩定的客戶群，我們相信我們在行業競爭中具有顯著優勢。

於往績記錄期間，我們的客戶主要為本土品牌及電信運營商。全球品牌與本土品牌在市場中展開激烈競爭。全球品牌通常憑藉先進技術、更廣泛的品牌認知度及更雄厚的資源佔據優勢，尤其在成熟市場中獲得壓倒性的市場份額。這些優勢使全球品牌能夠建立代表優質與創新的強大聲譽。相比之下，本土品牌則能根據當地消費者的特定偏好，提供更貼合市場需求的定制化產品，例如使硬件規格符合當地網絡標準，並融入反映文化偏好的功能設計。本土品牌通常還能提供具競爭力的定價，並能更敏捷地適應其特定市場需求的快速演變。此競爭格局形成跨國品牌的效率及規模與本土品牌的適應性及市場貼近度相互角逐之態勢。

## 概 要

### 歷史財務資料概要

本合併財務資料概要須與本文件附錄一所載會計師報告中的合併財務資料(包括相關附註)及本文件「財務資料」一節所載資料一併閱讀。

### 合併損益表概要

下表載列我們於所示年度之合併損益表概要：

	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				
	(未經審核)				
收入 . . . . .	1,713,468	2,301,876	2,717,039	1,368,528	1,583,660
銷售成本 . . . . .	<u>(1,385,079)</u>	<u>(1,797,747)</u>	<u>(2,111,207)</u>	<u>(1,061,724)</u>	<u>(1,231,423)</u>
毛利 . . . . .	328,389	504,129	605,832	306,804	352,237
其他收入淨額 . . . . .	72,167	44,918	26,446	13,505	21,684
銷售及分銷開支 . . . . .	(60,601)	(73,675)	(86,274)	(45,897)	(49,036)
行政及其他經營開支 . . . . .	(67,106)	(83,822)	(96,756)	(54,387)	(65,686)
研發開支 . . . . .	<u>(147,997)</u>	<u>(159,340)</u>	<u>(225,934)</u>	<u>(120,765)</u>	<u>(150,849)</u>
經營利潤 . . . . .	124,852	232,210	223,314	99,260	108,350
財務成本 . . . . .	<u>(10,005)</u>	<u>(9,977)</u>	<u>(8,281)</u>	<u>(4,957)</u>	<u>(4,072)</u>
除稅前利潤 . . . . .	114,847	222,233	215,033	94,303	104,278
所得稅開支 . . . . .	<u>(4,787)</u>	<u>(19,045)</u>	<u>(8,438)</u>	<u>(1,183)</u>	<u>(1,015)</u>
年度/期間利潤 . . . . .	<u>110,060</u>	<u>203,188</u>	<u>206,595</u>	<u>93,120</u>	<u>103,263</u>
每股盈利					
基本及攤薄(人民幣) . . . . .	<u>不適用</u>	<u>不適用</u>	<u>不適用</u>	<u>不適用</u>	<u>不適用</u>

## 概 要

### 收入

於往績記錄期間，我們主要向客戶提供以下產品及服務：(i)智能設備，包括(a)消費類智能手機、(b)適用於工業終端用戶的防水、防塵及防震設計的三防手機，及(c)其他物聯網產品；(ii)印刷電路板組件及互聯網服務，包括(a)消費類智能手機印刷電路板組件及互聯網服務，(b)三防手機印刷電路板組件，及(c)其他物聯網相關印刷電路板組件；及(iii)其他，主要包括材料採購，利用我們的供應鏈資源為客戶採購原材料，以及研究與設計服務，例如產品定義、硬體結構設計、材料選擇及為客戶提供智能手機或印刷電路板組件的軟件開發。

### 按產品類別劃分的收入

於往績記錄期間，我們的大部分收入來自智能設備銷售、印刷電路板組件銷售、互聯網服務及其他。

下表載列所示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7月31日止七個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	佔總額%	人民幣千元	佔總額%	人民幣千元	佔總額%	人民幣千元	佔總額%	人民幣千元	佔總額%
<b>智能設備</b>										
消費類智能手機 . . . . .	1,122,029	65.5	1,585,453	68.8	1,918,855	70.7	963,886	70.4	1,108,179	70.0
三防手機 . . . . .	26,497	1.5	61,317	2.7	74,103	2.7	16,148	1.2	45,201	2.9
其他物聯網產品 . . . . .	—	—	—	—	3,459	0.1	154	0	3,854	0.2
<b>小計 . . . . .</b>	<b>1,148,526</b>	<b>67.0</b>	<b>1,646,770</b>	<b>71.5</b>	<b>1,996,417</b>	<b>73.5</b>	<b>980,188</b>	<b>71.6</b>	<b>1,157,234</b>	<b>73.1</b>
<b>印刷電路板組件</b>										
消費類智能手機印刷										
電路板組件 . . . . .	235,189	13.7	290,579	12.7	194,867	7.3	103,524	7.6	143,117	9.0
三防手機印刷										
電路板組件 . . . . .	160,637	9.4	161,580	7.0	188,509	6.9	98,065	7.2	111,624	7.0
其他物聯網相關印刷										
電路板組件 . . . . .	40,875	2.4	69,729	3.0	58,287	2.1	29,123	2.1	32,466	2.1
互聯網服務 . . . . .	66,121	3.9	90,018	3.9	130,912	4.8	79,689	5.8	73,994	4.7
<b>小計 . . . . .</b>	<b>502,822</b>	<b>29.3</b>	<b>611,906</b>	<b>26.6</b>	<b>572,575</b>	<b>21.1</b>	<b>310,401</b>	<b>22.7</b>	<b>361,201</b>	<b>22.8</b>
其他 . . . . .	62,120	3.7	43,200	1.9	148,047	5.4	77,939	5.7	65,225	4.1
<b>總額 . . . . .</b>	<b>1,713,468</b>	<b>100.0</b>	<b>2,301,876</b>	<b>100.0</b>	<b>2,717,039</b>	<b>100.0</b>	<b>1,368,528</b>	<b>100.0</b>	<b>1,583,660</b>	<b>100.0</b>

## 概 要

### 銷售量及平均售價

下表載列所示期間按產品類別銷售的每件產品的銷售量及平均售價。

	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	
	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價
	千件	人民幣元	千件	人民幣元	千件	人民幣元	千件	人民幣元	千件	人民幣元
<b>智能設備</b>										
消費類智能手機 . . . . .	1,961	572	3,111	510	3,841	500	1,993	484	2,560	433
三防手機 . . . . .	21	1,246	60	1,023	70	1,054	17	968	47	958
其他物聯網產品 . . . . .	—	—	—	—	3	1,012	—	1,124	7 <sup>(2)</sup>	545
<b>印刷電路板組件及互聯網服務</b>										
消費類智能手機印刷電路板組件 及互聯網服務 <sup>(1)</sup> . . . . .	1,838	不適用	2,489	不適用	1,585	不適用	936	不適用	935	不適用
三防手機印刷電路板組件 . . . . .	491	327	544	297	509	370	257	382	266	419
其他物聯網相關印刷 電路板組件 . . . . .	69	592	145	482	147	398	72	403	80	408

#### 附註

- (1) 我們消費類智能手機印刷電路板組件銷售所產生的收入包括互聯網服務(具體為應用程序安裝及內容推廣服務)所產生的收入。應用程序安裝服務產生的收入一般於交付後六至九個月待終端用戶激活時確認。同樣，終端用戶激活後的12至18個月，我們可能會產生內容推廣服務收入。因此，僅這些消費類智能手機印刷電路板組件的平均售價並非有意義的指標。
- (2) 我們於2024年推出並開始出貨個人數碼助理，並於2025年推出並開始出貨工業級平板電腦及隨身攝影機。

### 按地理區域劃分的收入

於往績記錄期間，我們的產品銷往全球各大地區品牌和客戶，戰略側重於亞、美、歐等人口眾多的國家及地區。我們的全球業務足跡及跨不同地理區域的多元化收入分佈，使我們能夠管理限於一個或有限數量地區的風險，同時於往績記錄期間保持整體增長。憑借我們智能手機產品定義能力，能夠針對不同國家和地區定義並開發適配的產品，從而使我們能夠推動長期業務增長。

## 概 要

下表載列所示期間我們按大洲劃分的收入明細。

	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	佔總額%	人民幣千元	佔總額%	人民幣千元	佔總額%	人民幣千元	佔總額%	人民幣千元	佔總額%
亞洲										
大中華 <sup>(1)</sup>	669,702	39.1	765,216	33.2	950,795	35.0	493,456	36.1	615,939	38.9
南亞 <sup>(2)</sup>	287,614	16.8	525,596	22.8	473,774	17.4	237,241	17.3	250,640	15.8
中東 <sup>(3)</sup>	155,791	9.1	296,106	12.9	376,347	13.9	280,085	20.5	204,891	12.9
其他 <sup>(4)</sup>	17,169	1.0	6,264	0.3	21,138	0.8	10,780	0.8	12,393	0.8
小計	<b>1,130,276</b>	<b>66.0</b>	<b>1,593,182</b>	<b>69.2</b>	<b>1,822,054</b>	<b>67.1</b>	<b>1,021,562</b>	<b>74.6</b>	<b>1,083,863</b>	<b>68.4</b>
美洲 <sup>(5)</sup>	399,245	23.3	537,358	23.3	765,593	28.2	283,228	20.7	424,466	26.8
歐洲 <sup>(6)</sup>	148,881	8.7	145,760	6.3	108,966	4.0	53,815	3.9	58,407	3.7
其他 <sup>(7)</sup>	35,066	2.0	25,576	1.2	20,426	0.7	9,923	0.7	16,924	1.1
總計	<b>1,713,468</b>	<b>100.0</b>	<b>2,301,876</b>	<b>100.0</b>	<b>2,717,039</b>	<b>100.0</b>	<b>1,368,528</b>	<b>100.0</b>	<b>1,583,660</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 大中華包括中國大陸，香港、澳門及台灣。
- (2) 南亞包括印度、孟加拉國及巴基斯坦。
- (3) 中東包括阿拉伯聯合酋長國、土耳其、也門及以色列。
- (4) 其他主要包括菲律賓、韓國、烏茲別克斯坦、新加坡、越南及日本。
- (5) 美洲包括美國、墨西哥及巴拿馬。
- (6) 歐洲包括英國、波蘭、德國、奧地利、愛爾蘭、羅馬尼亞、保加利亞及西班牙。
- (7) 其他主要包括大洋洲及非洲。

## 概 要

### 毛利及毛利率

下表載列所示期間按產品類別劃分的毛利及毛利率。

	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
	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>智能設備</b>										
消費類智能手機 . . . . .	197,763	17.6	341,397	21.5	354,822	18.5	170,250	17.7	191,763	17.3
三防手機 . . . . .	9,052	34.2	21,991	35.9	25,025	33.8	4,714	29.2	15,666	34.7
其他物聯網產品 . . . . .	—	—	—	—	1,017	29.4	64	42.2	1,651	42.8
<b>印刷電路板組件</b>										
消費類智能手機印刷電路 板組件 <sup>(1)</sup> . . . . .	15,810	6.7	(6,777)	(2.3)	3,177	1.6	5,066	4.9	23,983	16.8
三防手機印刷電路板組件 . . . . .	32,127	20.0	39,726	24.6	48,087	25.5	25,288	25.8	29,032	26.0
其他物聯網相關印刷電路 板組件 . . . . .	10,534	25.8	24,432	35.0	19,829	34.0	10,957	37.6	11,192	34.5
互聯網服務 . . . . .	55,032	83.2	80,254	89.2	119,166	91.0	72,759	91.3	67,412	91.1
其他 . . . . .	8,071	13.0	3,106	7.2	34,709	23.4	17,706	22.7	11,538	17.7
<b>總額 . . . . .</b>	<b>328,389</b>	<b>19.2</b>	<b>504,129</b>	<b>21.9</b>	<b>605,832</b>	<b>22.3</b>	<b>306,804</b>	<b>22.4</b>	<b>352,237</b>	<b>22.2</b>

附註：

- (1) 我們於往績記錄期內錄得智能手機印刷電路板組件的毛利率相對偏低，主要因為我們通常會將印刷電路板組件的定價與向互聯網科技公司提供互聯網服務一併考慮進行談判。向客戶銷售印刷電路板組件時，印刷電路板組件客戶會決定是否在消費類智能手機印刷電路板組件上預安裝我們的dido OS。透過安裝dido OS，我們預期終端用戶後續透過dido OS使用我們的互聯網服務，其將驅動我們從互聯網科技公司獲得收入。因此，我們主動以較低的硬件單價向客戶提供印刷電路板組件，這反映了對後續互聯網服務收入的預期。

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，毛利分別為人民幣328.4百萬元、人民幣504.1百萬元、人民幣605.8百萬元、人民幣306.8百萬元及人民幣352.2百萬元。該等增長主要源於消費類智能手機銷售收入的增加。

## 概 要

### 合併財務狀況表概要

下表載列我們於所示年度之合併財務狀況表概要。

	於12月31日			於7月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
非流動資產總值 . . . . .	340,151	319,747	324,727	319,439
流動資產總值 . . . . .	<u>634,733</u>	<u>980,639</u>	<u>1,083,482</u>	<u>1,177,296</u>
<b>資產總值 . . . . .</b>	<u>974,884</u>	<u>1,300,386</u>	<u>1,408,209</u>	<u>1,496,735</u>
非流動負債總額 . . . . .	283,215	272,377	223,122	358,904
流動負債總額 . . . . .	<u>555,394</u>	<u>685,382</u>	<u>771,974</u>	<u>909,015</u>
<b>負債總額 . . . . .</b>	<u>838,609</u>	<u>957,759</u>	<u>995,096</u>	<u>1,267,919</u>
<b>流動資產淨值 . . . . .</b>	<u>79,339</u>	<u>295,257</u>	<u>311,508</u>	<u>268,281</u>
<b>資產淨值 . . . . .</b>	<u>136,275</u>	<u>342,627</u>	<u>413,113</u>	<u>228,816</u>

本公司資產淨值由2022年12月31日的人民幣136.3百萬元增加至2023年12月31日的人民幣342.6百萬元，主要是由於年度利潤增加。本公司資產淨值於2024年12月31日進一步增加至人民幣413.1百萬元，主要是由於年度利潤增加，部分被向股東宣派的股息人民幣138.0百萬元抵銷。本公司資產淨值由2024年12月31日的人民幣413.1百萬元減少至2025年7月31日的人民幣228.8百萬元，主要是由於重組產生的向控股股東作出的視為分派人民幣296.2百萬元。

於2025年11月30日，我們錄得流動資產淨值人民幣355.9百萬元，而於2025年7月31日錄得流動資產淨值人民幣268.3百萬元，主要由於存貨增加人民幣265.3百萬元(主要由於我們為應對預期價格上漲而作出儲備手機屏幕、手機芯片及記憶卡的戰略性決策所致)，部分被現金及現金等價物減少人民幣207.7百萬元(主要由於存儲所需的預付款項增加)所抵銷。

於2025年7月31日，我們錄得流動資產淨額人民幣268.3百萬元，而2024年12月31日錄得流動資產淨額人民幣311.5百萬元，主要由於(i)合約負債增加人民幣95.7百萬元(主要原因為合約義務增加，其與期內收入增加一致)；(ii)預付款項、按金及其他應收款項減少人民幣60.0百萬元(詳情請參閱本節「一選定財務狀況表項目的討論—預付款項、按金及其他應收款項」)；(iii)貿易應付款項及應付票據增加人民幣43.1百萬元(主要由於我們的採購量因收入增加而增加)；及(iv)銀行貸款及其他借款增加人民幣39.6百萬元(主要由於應收一名單一客戶賬款的保理)。此外，一項先前

---

## 概 要

---

分類為長期借款的人民幣79.5百萬元的貸款重新分類為短期借款，其部分被(i)存貨增加人民幣106.0百萬元(詳情請參閱本節「選定財務狀況表項目的討論—存貨」)，及(ii)現金及現金等價物增加人民幣45.1百萬元(主要原因為於2025年7月獲取一筆金額為人民幣100百萬元的新增銀行貸款。)

於2024年12月31日，我們錄得流動資產淨額人民幣311.5百萬元，而2023年12月31日錄得流動資產淨額人民幣295.3百萬元，主要由於(i)存貨增加人民幣101.4百萬元，詳情請參閱「財務資料—選定財務狀況表項目的討論—存貨」一節；及(ii)貿易應收款項及應收票據增加人民幣43.4百萬元，主要原因是來自第三方的貿易應收款項增加，這與我們這些年收入的增長基本一致。該等流動資產的增加部分被(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣94.4百萬元，主要由於我們的採購量因收入增加而增加；及(ii)預付款項、按金及其他應收款項減少人民幣63.8百萬元抵銷，主要原因是預付購貨款項和開支減少，有關款項和開支在2023年因我們戰略性地決定囤積手機屏幕以應對預期價格上漲而處於較高水平。

於2023年12月31日，我們錄得流動資產淨額人民幣295.3百萬元，而2022年12月31日錄得流動資產淨額人民幣79.3百萬元，主要由於(i)預付款項、按金及其他應收款項增加人民幣209.7百萬元，詳情請參閱「財務資料—選定財務狀況表項目的討論—預付款項、按金及其他應收款項」，(ii)銀行貸款及其他借款減少人民幣86.0百萬元，主要因現金流量改善減少了我們對銀行貸款及其他借款的需求，(iii)存貨增加人民幣83.0百萬元，主要是原材料結餘增加所致，而這是由於2023年出於對供應鏈的擔憂，我們戰略性地決定囤積移動芯片，與行業趨勢一致，及(iv)貿易應收款項及應收票據增加人民幣44.3百萬元，主要因來自第三方的貿易應收款項增加，這與我們這些年收入的增長基本一致。有關流動資產的增加及流動負債的減少部分被以下各項所抵銷：(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣103.5百萬元，主要由於我們的採購量因收入增加而增加，及(ii)合約負債增加人民幣62.2百萬元，主要因在報告日期前未交付貨物，客戶的預付款項無法抵銷。

## 概 要

### 合併現金流量表概要

	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				
	(未經審核)				
經營活動所得的現金淨額 . . . . .	43,157	61,716	264,005	91,158	175,935
投資活動所得／(所用)的 現金淨額 . . . . .	48,468	(8,953)	(19,769)	(157,480)	(6,110)
融資活動所用的現金淨額 . . . . .	(52,015)	(40,235)	(220,035)	(34,059)	(124,489)
現金及現金等價物增加／ (減少)淨額 . . . . .	39,610	12,528	24,201	(100,381)	45,336
匯率變動的影響 . . . . .	4,223	1,115	613	262	(267)
年／期初的現金及現金等 價物 . . . . .	126,085	169,918	183,561	183,561	208,375
年／期末的現金及現金等 價物 . . . . .	169,918	183,561	208,375	83,442	253,444

## 概 要

### 關鍵財務比率

下表載列於2022年、2023年及2024年12月31日以及截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度我們的主要財務比率。

	於12月31日／截至12月31日止年度			於7月31日／ 截至7月31日 止七個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
流動比率(倍) <sup>(1)</sup> . . . .	1.1	1.4	1.4	1.3
速動比率(倍) <sup>(2)</sup> . . . .	0.6	0.9	0.8	0.7
資本負債比率(%) <sup>(3)</sup> . . . .	615.4	279.5	240.9	554.1
利息覆蓋率(倍) <sup>(4)</sup> . . . .	12.5	23.3	27.0	26.6
資產回報率(%) <sup>(5)</sup> . . . .	11.3	15.6	14.7	6.9
權益回報率(%) <sup>(6)</sup> . . . .	80.8	59.3	50.0	45.1
淨利潤率(%) <sup>(7)</sup> . . . .	6.4	8.8	7.6	6.5

附註：

- (1) 流動比率按流動資產除以流動負債計算得出。
- (2) 速動比率按流動資產減去存貨再除以流動負債計算得出。
- (3) 資本負債比率按總負債除以總權益計算得出。
- (4) 利息覆蓋率按經營所得利潤除以財務成本計算得出。
- (5) 資產回報率按年度／期間利潤除以總資產期末結餘計算得出。
- (6) 權益回報率按年度／期間利潤除以總權益期末結餘計算得出。
- (7) 淨利潤率按年度／期間利潤除以收入計算得出。

### 資本負債比率

我們的資本負債比率由2022年12月31日的615.4%下降至2023年12月31日的279.5%，並於2024年12月31日進一步下降至240.9%。由於不斷償還銀行貸款、贖回投資者金融工具，以及保留利潤和權益增長，我們的資本負債比率下降。資本負債比率仍然相對較高，這與我們的擴張策略以及行業的資本密集性質一致。我們的資本負債比率由2024年12月31日的240.9%增加至2025年7月31日的554.1%，主要由於總負債增加及總權益減少。總負債增加是由於取得額外銀行貸款人民幣100百萬元導致計息借款增加。總權益減少主要是由於重組導致視為分派人民幣296.2百萬元。

---

## 概 要

---

### 風險因素

我們的經營及[編纂]涉及若干風險及不確定性，包括(i)與我們的業務及行業有關的風險，(ii)與我們經營所在地有關的風險，及(iii)與[編纂]有關的風險，該等風險因素詳載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，應仔細閱讀該節全部內容。本公司面臨之主要風險包括但不限於：

- 地緣政治緊張局勢和關稅可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響
- 我們與這些主要客戶關係的任何惡化都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響
- 我們經營所在的行業競爭激烈，我們可能無法與其他行業參與者有效競爭
- 我們或會無法以具成本及時間效益的方式回應智能硬件市場瞬息萬變的新趨勢及客戶偏好，而我們的競爭能力將會下降
- 我們業務的擴張及盈利能力取決於消費者的需求水平，這在很大程度上受全球經濟衰退及通貨膨脹等因素影響
- 出口管制和貿易限制可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響
- 我們面臨與第三方回款相關的各種風險
- 海外市場面臨的挑戰與不確定性可能會影響對我們產品的需求，進而對我們的銷售或增長產生不利影響
- 我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到客戶業務及我們與客戶的關係影響
- 如果我們無法有效管理業務增長或執行戰略，我們的業務、財務狀況、經營業績和前景可能會受到重大不利影響

### 申請於聯交所[編纂]

我們已向聯交所申請已發行股份及根據[編纂]由我們予以發行的股份(包括因行使[編纂]而可能配發及發行的股份)[編纂]及[編纂]。

---

## 概 要

---

### 控股股東

緊隨[編纂]完成後，倘[編纂]並無行使，陳先生（連同Coosea Holding Company Limited及BOQI Holding Company Limited）將有權行使已發行股份約[編纂]所附投票權。因此，在[編纂]完成後，就上市規則而言，陳先生（連同Coosea Holding Company Limited及BOQI Holding Company Limited）將被視為本公司控股股東。詳情請參閱「與控股股東的關係」。

### [編纂]用途

假設[編纂]未獲行使（經扣除我們就[編纂]應支付的[編纂]及其他估計[編纂]），並假設每股[編纂]的[編纂]為[編纂]港元（即[編纂]港元及[編纂]港元的指示性[編纂]的中間數），我們估計將從[編纂]中獲得[編纂]淨額約[編纂]百萬港元（相當於人民幣[編纂]百萬元）。我們擬將[編纂][編纂]按以下金額用於下文所述用途：

- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，將分配用於擴大我們的生產能力；
- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，將用於提升我們的研發及AI能力；
- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，將用於戰略併購，重點收購在發達國家擁有當地銷售渠道資源的公司；
- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，將用於升級我們得IT系統及基礎設施，及
- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，用作營運資金及一般企業用途。

更多詳情，請參見「未來計劃及[編纂]用途—[編纂]用途」。

### [編纂]

下表所列統計數據基於以下假設(i)[編纂]已完成且按[編纂]發行[編纂]股股份；及(ii)[編纂]未獲行使。

## 概 要

	按每股股份 [編纂][編纂]港元 計算	按每股股份 [編纂][編纂]港元 計算
股份[編纂] <sup>(1)</sup> . . . . .	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
未經審核[編纂]調整後每股有形資產 淨值 <sup>(2)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 股份市值之計算乃基於[編纂]完成後預期發行在外的[編纂]股股份(假設[編纂]未獲行使)。
- (2) 於2025年7月31日每股未經審核[編纂]調整後有形資產淨值之計算，已參照本文件「附錄二—未經審核[編纂]財務資料」所述調整作出，並基於股份總數為[編纂]股(乃按緊隨[編纂]後已發行股份[編纂]股並剔除僱員激勵平台持有的[編纂]股未歸屬股份計算得出)，且未計及因行使本公司[編纂]可能發行之任何股份。詳情請參閱本文件「附錄二—未經審核[編纂]財務資料」一節。

## COVID-19

於往績記錄期間及截至最後可行日期，COVID-19疫情並未對本公司的業務運營或財務活動造成任何重大影響。芯片短缺與採購成本上升並非直接與COVID-19疫情有關，而是反映半導體產業根本性的供需變化。人工智能應用的快速增長帶動對高性能芯片的龐大需求，造成全行業供應緊張及價格上漲壓力。

## 近期發展及並無不利變動

美中之間持續的貿易戰創造了不確定的環境。為應對這些挑戰，我們已主動重新評估供應鏈與生產策略，透過與當地工廠合作，將部分國內生產業務外包至東南亞地區。截至最後可行日期，我們已在越南與當地工廠建立合作夥伴關係及越南工廠已開始向我們的客戶付運成品。詳情請參閱「業務—生產—對關稅上調的回應」

我們預期，截至2025年12月31日止年度的利潤與截至2024年12月31日止年度相比將保持穩定，該預測未計及[編纂]及以股份為基礎的付款開支。此外，我們預期截至2025年12月31日止年度的淨利潤與截至2024年12月31日止年度相比將保持穩定(並未計入[編纂])。

---

## 概 要

---

董事確認，截至本文件日期，我們的財務或經營狀況自2025年7月31日後並無出現重大不利變動，且自2025年7月31日後亦無出現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。

### 股息政策

於重組完成前，酷賽通信在2024年向其當時的股東宣派並派付股息人民幣138.0百萬元。自本公司成立以來，我們未曾向股東派付或宣派任何股息。我們並無股息政策，且目前無意採納關於未來派付股息的政策。股息的宣派及派付須經董事會建議及酌情決定。此外，財政年度的任何末期股息須經股東批准，但宣派的股息不得超過董事會建議的金額。未來宣派或派付股息的決定以及股息金額取決於多項因素，包括我們的經營業績、財務狀況、子公司向我們派付的現金股息，以及董事會可能認為相關的其他因素。任何股息的宣派及派付以及股息金額均須遵守組織章程文件及開曼群島公司法。無法保證本公司將能夠宣派或分派董事會任何計劃中所載金額的股息，亦無法保證將會宣派或分派股息。過往的股息分派記錄（如有）不應被用作確定本公司未來可能宣派或派付股息的參考依據。

### [編纂]

倘[編纂]未獲行使、[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]的中位數）及全數支付酌情獎勵費（如有），我們預期將產生約[編纂]百萬港元的[編纂]（包括有關[編纂]的[編纂]及費用總額、聯交所上市費、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費、法律及其他專業費用以及印刷及所有其他開支），包括(i)[編纂]相關開支（包括[編纂]及其他開支）約[編纂]百萬港元，及(ii)非[編纂]開支[編纂]百萬港元，包括(a)法律顧問及會計師的費用及開支約[編纂]百萬港元及(b)其他費用及開支[編纂]百萬港元），佔[編纂][編纂]總額約[編纂]。預期[編纂]中約[編纂]百萬港元已於或將於[編纂]後在合併損益表中扣除，而約[編纂]百萬港元將於[編纂]後自權益中扣除。發行股份直接應佔的[編纂]將從權益中扣除。上述[編纂]為最新實際可行的估計，僅供參考，實際金額可能與此估計不同。