
業 務

概覽

我們的使命

錨定知識專注型生產力工具行業，在信息過載時代，通過提供全品類生產力工具和技術，幫助全球知識工作者實現知識價值。

我們的願景

讓知識有價，邀智者同行。

我們是誰

我們是知識專注型生產力工具行業的全球領導者，致力於通過軟硬協同的工具組合，賦能全球知識工作者從文字信息中高效率獲取深度洞察。我們面向「聽、記、讀、寫」產生的文字信息處理需求，提供符合科技美學定位的消費級護眼讀寫智能終端、深度融合AI及雲服務的自研開放式操作系統BOOX OS以及專注讀寫的垂類應用軟件，為用戶提供最極致的讀寫體驗。我們提供最廣泛、豐富的消費級護眼讀寫產品組合，在開放系統、彩顯、快刷等性能領域銷售額全球領先。根據弗若斯特沙利文的資料，以2024年零售收入計，我們是全球第二大、中國第一大知識專注型生產力工具品牌。

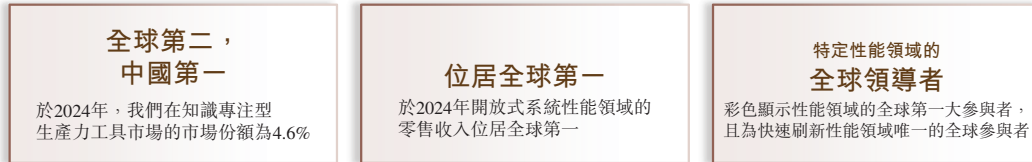
經過近二十年的發展，文石BOOX已經成為享譽全球的科技品牌，並憑藉技術創新、獨一無二的用戶體驗、獨特設計師品牌調性，持續為全球用戶創造價值，形成了龐大繁榮的全球用戶生態系統。因此，我們吸引了兼具深度讀寫習慣與高雅審美品味的用戶，他們關注產品的質量、可靠性能與創新突破，習慣於遠見卓識的決策並因此展現出品牌忠誠。

截至2025年9月30日，我們服務100多個國家及地區的客戶，BOOX OS擁有近百萬月活躍用戶。我們對用戶隱私與數據安全的高度重視使得廣泛的用戶群體樂於在文石BOOX生態內沉澱可複用的個人知識資產，與極致的用戶體驗共同形成強大的用戶黏性。在註冊設備並將設備綁定至其賬戶的早期BOOX OS種子用戶中，約38.5%在近九年後仍保持活躍。

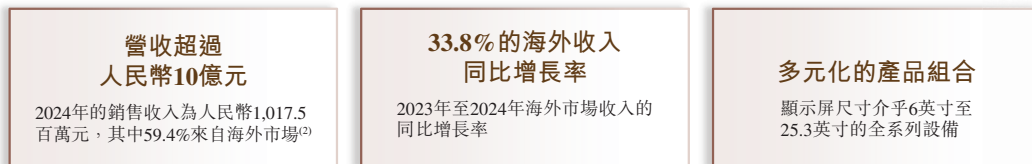
業 務

得益於我們繁榮的全球用戶生態以及強大的工具組合，我們於往績記錄期間實現顯著的業務增長及盈利能力。於2024年，我們的收入達人民幣1,017.5百萬元，同比增長26.6%，其中海外銷售的增長率達33.8%。我們於期內的經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）達人民幣131.2百萬元，較去年同期的人民幣124.1百萬元增長5.8%。下圖載列我們核心業務亮點及經營業績的概覽。

市場領先地位⁽¹⁾



強勁的運營實力



廣泛的用戶覆蓋



附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料。
- (2) 除中國（包括香港、澳門及台灣）外。
- (3) 於截至2025年9月30日止三個月。
- (4) 截至2025年9月30日。

我們的巨大市場機遇

數字時代極大提高了信息創建及分發效率。生成式AI的廣泛採用進一步加速信息量的增長，導致信息過載及碎片化加劇。全球知識工作者在學習及工作環境中需處理日益增長的長篇文本及專業材料。然而，頻繁的中斷及較高的任務切換成本使其難以保持專注。

相較於筆記本及平板等傳統通用生產力工具，傳統閱讀專注型高速閱讀器等系統封閉的傳統閱讀聚焦工具，用戶對於兼具兩類工具優勢的產品需求市場不斷提升。因此，具備開放式系統或外部輸入功能的知識專注型生產力工具在知識專注型智能工具市場中正獲得增長動力。根據弗若斯特沙利文的資料，知識專注型生產力工具的滲透

業 務

率於2024年達到51.2%，預計到2030年將增至71.0%。隨著AI及雲服務的增長，知識專注型生產力工具市場預計將大幅擴張。根據同一資料來源，市場規模預計將由2024年的人民幣291億元增至2030年的人民幣821億元，2025年至2030年的複合年增長率為15.6%。然而，全球用戶在處理文本信息時仍面臨以下挑戰。

傳統智能設備往往無法滿足用戶對視覺舒適度及專注力的需求

傳統的自發光顯示屏可能導致視覺疲勞及注意力分散，而在此類設備進行多任務處理亦可能削弱專注力，造成生理瓶頸，對用戶體驗產生負面影響。因此，專為護眼及盡量減少干擾而設計的設備已成為知識工作者應對信息過載及保持競爭優勢的必需品。

知識驅動場景下的生產力需求持續上升

根據弗若斯特沙利文的資料，知識工作者對深度讀寫的日益增長需求的趨勢，受教育、法律及醫療等多個垂直行業的數字化轉型所推動。該等知識驅動場景中的更高生產力需求持續上升。

用戶期望個人數據及內容受到安全保護

知識工作者通常對生產力工具的穩定性及長期價值有更高期望，尤為重視存儲於設備及配套應用程序中的筆記、註釋、文檔結構以及與AI輔助功能相關的個人數據的安全性。

全球知識工作者選擇我們的原因

我們的知識專注型生產力工具產品組合包括消費級護眼讀寫智能設備、深度融合AI及雲服務的自主研發操作系統，以及專注於讀寫的垂直應用程序。該等工具有效解決用戶處理文本信息時面臨的痛點。我們對用戶的核心價值主張包括三點。

我們知識專注型生產力工具的獨特價值

與筆記本及平板等傳統通用生產力工具及傳統閱讀專注型高速閱讀器等系統封閉的傳統閱讀聚焦工具不同，我們的核心產品類別均採用開放式系統並優先考慮護眼舒適度，盡量減少干擾並支持長時間使用，有效滿足聽、記、讀、寫核心文本處理需求。

在知識密集型環境中，我們的產品有助減少干擾、提升讀寫效率、支持深度認知參與，並實現有效的知識綜合。這賦能用戶實現持續高質量產出。

業 務

跨越廣泛場景的可擴展能力

我們已建立持續的產品規劃及研發能力，併發展出以「創造專注環境－賦能深度處理－支持結構化輸出－促進知識資產積累」為核心的全棧能力。這使我們能夠構建垂直整合的技術及產品優勢。我們的可擴展能力能夠支持多個高價值垂直場景。

設備層

根據弗若斯特沙利文的資料，我們率先推出BSR快刷等關鍵技術。我們亦為業內唯一克服顯示屏動態刷新瓶頸的公司，且將此技術應用於我們的Tab系列。此外，我們將由高性能處理器驅動的移動計算平台整合至我們首款生產力平板產品，為增強專注力及處理能力奠定基礎。

系統層

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是全球首家在電子閱讀設備上採用開放操作系統(即BOOX OS)的中國公司。我們將大模型能力融入操作流程，實現摘要、要點提取、語言潤色及翻譯，以提升文本處理及結構化內容生成。

軟件層

我們基於BOOX OS推出了StarNote，一款支持結構化知識創作及個人知識資產積累的獨立跨平台讀寫應用程序，是我們體系化能力的關鍵組成部分。

系統化用戶隱私保護

我們在數據管治中堅持知情同意、最小必要及匿名化原則。透過系統化用戶隱私保護流程及技術保障，讓用戶能夠以清晰可控的方式管理其數據訪問權限，能夠決定將個人知識資產存儲於設備或雲端。我們重視用戶隱私保護及良好使用體驗，使得我們的知識專注型生產力工具與用戶個人知識資產深度交融，從而形成了較高的用戶黏性，支撐用戶群的長期留存與品牌忠誠度。

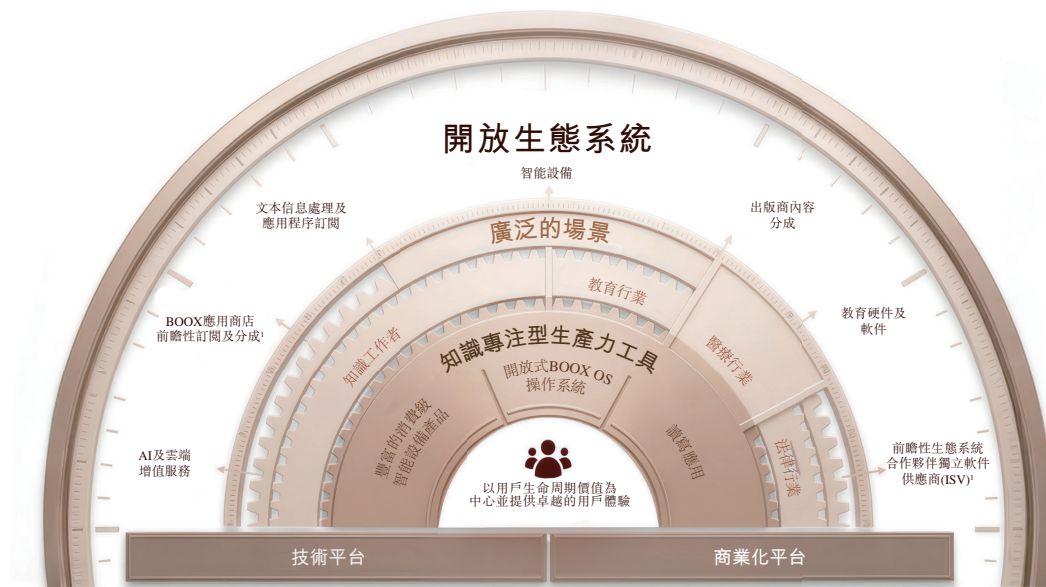
業 務

我們的業務模式

我們的主要目標是最大化用戶生命周期價值，同時持續服務不斷擴大的用戶社群。憑藉自主研發的技術平台及高效的商業化平台，我們為全球用戶提供涵蓋軟硬件的知識專注型生產力工具協同產品組合，提供卓越的讀寫體驗。

結合強大的用戶黏性，我們在知識專注型生產力工具行業建立的體系化能力使我們能夠觸達廣泛受眾並建立龐大的全球生態系統。該等優勢持續支持我們業務的穩步增長。

下圖展示了我們以用戶價值為導向不斷擴展的生態系統。在此基礎之上，我們依托自身軟硬件能力打造知識專注型生產力工具矩陣，進而向教育、醫療、法律服務等垂直專業領域及更廣泛的知識工作者群體延伸。隨著生態系統的擴展，可支撐當前與未來多元化的收入模式，從而創造長期價值。最終構建起以技術平台與商業化平台相互反哺的開放生態，驅動可持續的商業擴張。



¹ 該業務目前仍處於培育發展階段。

業 務

技術及商業化基礎設施

我們的技術平台

我們已開發行業領先的專有技術平台，顯著增強我們對知識專注型生產力的理解。該平台作為持續改進產品及服務的基礎，支持涵蓋閱讀、筆記記錄、顯示、軟件生態系統及硬件開發的整個過程的用戶體驗，使我們能夠提供靈活全面的工具組合，包括：

- **全面的消費級智能設備系列**

我們提供顯示屏尺寸介乎6英寸至25.3英寸的全系列設備，涵蓋高速閱讀器及生產力平板等主要類別。截至2025年9月30日，我們推出了十個專有產品系列，採用技術美學設計，以滿足不同場景下多樣化的數字讀寫需求。此外，我們開發了六大類配件，包括電磁共振手寫筆、主動式手寫筆、磁吸保護皮套、磁吸鍵盤保護套、藍牙遙控器及屏幕保護膜，所有該等配件均增強了個性化並強化了我們設備的生活方式吸引力。

- **開放式操作系統 — BOOX OS**

我們安裝於所有智能設備的BOOX OS實現無縫設備互聯，並提供高質量的讀寫體驗。BOOX OS由內部開發，經優化以提升電子墨水顯示屏的清晰度、色彩表現及刷新響應度，且其選定型號結合了BSR快速刷新技術等關鍵技術。該系統整合AI及雲服務能力，克服跨各種文件格式及設備類型的數字閱讀傳統限制，同時確保高兼容性、可靠性及可擴展性。

- **蓬勃發展的讀寫應用軟件生態系統**

憑藉我們在讀寫垂直領域的豐富經驗，我們開發了StarNote，讓用戶能夠跨不同智能設備同步、保留及訪問筆記及註釋。該應用程序支持可搜索及可組織的個人知識資產積累，拓寬我們的服務產品及訂閱潛力。

業 務

我們的商業化平台

我們亦建立了由用戶洞察驅動的高效商業化平台，極大地指導我們的技術及解決方案創新，持續增強BOOX的全球品牌影響力，確保我們有效捕捉用戶需求。特別是，該平台允許我們透過各種能力滿足該等需求，包括：

- **用戶洞察及參與**

我們將用戶視為價值主張的核心，並積極將其反饋納入產品優化及創新。透過跨部門合作，我們整合來自BOOX OS、私域社區互動、銷售渠道及社交媒體評論的反饋，形成多觸點用戶溝通體系。這使我們的產品經理能夠直接與用戶互動，並將經核實的信息傳遞予研發團隊。

- **全球經銷網絡及彈性供應體系**

隨著全球化深深植根於我們的品牌基因，並憑藉近二十年的全球運營經驗，我們已建立全面的國內及國際線上及線下銷售渠道。為減輕價值鏈上的風險，我們維持彈性的供應體系，並對各種原材料採取差異化的庫存策略，以確保關鍵組件的穩定供應。

- **數字化賦能及高效運營**

我們利用模塊化數字管理系統，實現涵蓋產品開發、供應鏈管理、市場營銷、倉儲及物流的端到端數字化。我們的數字化及智能化決策能力提升了我們全球的運營效率。特別是，得益於能實現敏捷市場反應的數字基礎設施及彈性供應鏈，我們的產品更新周期已經簡化，最快可在四周內發布新版本。

應用場景及擴大生態系統覆蓋

我們聚焦知識專注型生產力，為知識工作者提供軟硬協同的工具組合。此外，透過賦能行業用戶，我們正利用我們的可擴展及系統化能力產生的協同效應，擴展至教育、法律及醫療等高價值垂直領域。結合BOOX OS的開放平台特性，我們能夠將軟硬件功能深度整合至行業工作流程，增強我們在組織層面的存在感及用戶黏性。

業 務

根據弗若斯特沙利文的資料，受無紙化辦公實踐的日益普及所推動，專業垂直解決方案市場正在擴大。我們積極尋求及捕捉高價值垂直市場的機遇，並繼續探索教育、法律及醫療行業的解決方案。我們持續利用對顯示優化及操作系統架構的深刻理解，為在線教育行業的企業用戶提供定制化整合軟硬件解決方案，標誌著我們可擴展能力商業化的重要一步。

此外，我們創新、高質量、兼具工程師嚴謹洞察與設計師美學理念、軟硬協同的工具組合成為我們向用戶提供生態服務的入口，使我們能夠在產生收入的同時吸引用戶。我們龐大且忠誠的全球知識工作者及行業用戶群，為持續解鎖用戶生命周期價值奠定堅實基礎。

我們的開放生態系統鼓勵可持續及低成本的網絡效應，其驅動力來自：

- **廣泛的工具組合推動用戶規模**

於2023年及2024年，我們分別推出了14款及13款新產品，分別貢獻我們總收入的約36.9%及26.3%。於2025年9月30日，我們推出了9款新產品¹，進一步推進產品創新。於2024年第三季度，我們推出StarNote並逐步擴大其在國內及海外的部署。StarNote以先進的筆記記錄功能賦能全球用戶跨越廣泛的設備，代表我們深厚的技術專長超越傳統硬件限制的創新延伸。自其推出以來，StarNote實現超過一百萬次下載，顯著拓寬我們的服務範圍及用戶規模。

- **釋放用戶生命周期價值**

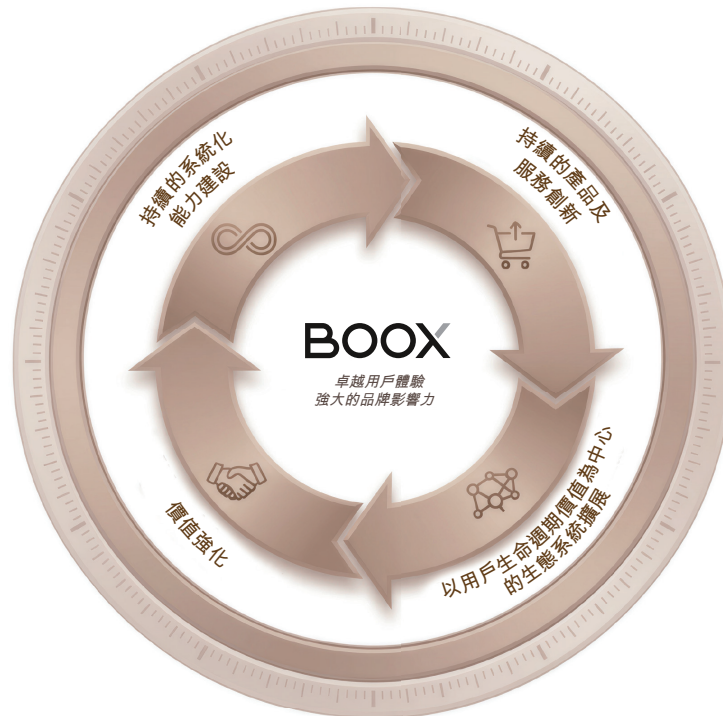
我們創新的軟硬件協同產品組合，連同卓越的用戶體驗，造就龐大、活躍且忠誠的用戶群。截至2025年9月30日，我們的BOOX OS擁有近百萬名月活躍用戶，使我們能夠透過操作系統訂閱、服務產品及增值互聯網服務進行有效商業化。於整個往績記錄期間，此不斷增長的用戶群亦吸引了生態系統合作夥伴，促進與閱讀內容提供商深度合作，使我們的生態系統多元化。

1 我們於2023年推出的新產品包括Tab Ultra C、Tab Mini C、Tab 8C、Tab 10C Pro、Tab Ultra C Pro、Tab10 Color、Poke 5、Poke 5S、Page、Leaf 3、Note Air3、Note Air3 C、Note X3及Palma。我們於2024年推出的新產品包括Leaf 3C、Note X3 Plus、Note X3S、Note X3 Pro、Note Max、Note Air4 C、Go 6、Go Color 7、Go 10.3、A6、T10 C、P6及Palma 2。

業 務

我們的增長飛輪

我們在產品創新方面的強大能力，結合開放生態系統的擴展，增強了我們的品牌知名度並改善了財務表現。這反過來使我們能夠將價值再投資於研發及生態系統發展。此良性循環—「系統化能力建設」、「產品及服務創新」、「生態系統擴展」及「價值強化」—創造了我們的增長飛輪，支持我們長期、健康及可持續的增長。



我們的增長飛輪的組成部分包括：

- **持續的體系化能力建設**

我們的增長飛輪始於體系化能力的持續增強。在近二十年間，我們已在技術研發、敏捷產品開發、用戶洞察、銷售及採購渠道管理以及數字化賦能運營方面發展出一整套能力。該等能力使我們能夠持續自我更新，並構成我們增長飛輪的基礎。

- **持續的產品及服務創新**

我們的重點是以BSR快刷技術及基於安卓的開放操作系統為中心的持續創新。我們持續優化顯示及交互路徑，以提升產品及服務的用戶體驗。透過我們自主研發的技術平台，我們設計、開發及製造在顯示性能、刷新速度

業 務

及功能整合方面脫穎而出的護眼讀寫智能設備。這使我們能夠擴展及重新定義主要應用場景，如專業閱讀、移動生產力及教育。此外，我們已推出我們的專有應用程序StarNote，支持閱讀、寫作、跨設備協作及知識結構化，進一步擴展我們的應用場景及用戶覆蓋。

- **以用戶生命週期價值為中心的生態系統擴展**

隨著我們的應用場景及服務覆蓋範圍擴大以及品牌聲譽提升，我們已建立龐大的全球用戶網絡。該網絡吸引上下游行業參與者以及第三方開發者，共同構建強大的開放商業生態系統，增強我們的品牌活力。我們亦與內容提供商、教育機構及企業軟件供應商等開發者建立強大合作，創造強大的網絡效應。以用戶生命周期價值為中心，我們開放生態系統的擴展促進了透過基於訂閱的雲存儲、先進OCR服務、AI助手及其他增值產品進行的商業化，釋放生態系統中的多元化商機。

- **價值強化**

我們優先考慮用戶體驗，並根據用戶行為及反饋持續改進功能。這種對價值強化的堅持使我們能夠增強由硬件規格延伸至算法能力的技術能力。因此，我們正在推動下一個產品周期及生態系統擴展。我們將產品產生的利潤再投資於業務發展，特別是研發。

我們強勁的運營表現極大促進了我們穩健的財務表現。於往績記錄期間，我們的收入及盈利能力均實現顯著增長。於該期間，我們增強了知識專注型生產力工具產品組合並實現穩健的盈利能力。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的毛利分別為人民幣269.0百萬元、人民幣375.6百萬元及人民幣313.3百萬元。我們於該等期間的經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）分別為人民幣124.1百萬元、人民幣131.2百萬元及人民幣121.8百萬元。

我們的競爭優勢

近二十年來，我們專注於知識專注型生產力工具行業，併發展出支持以用戶生命週期價值為中心的業務模式及增長策略的體系化能力。該等優勢使我們能夠創造獨特的競爭優勢並取得領先的市場地位。我們相信，我們的成功及從競爭對手中脫穎而出的能力受以下因素推動。

業 務

知識專注型生產力工具的全球領導者，擁有在開放式系統、彩色顯示屏及快速刷新方面市場領先的消費級護眼讀寫產品組合。

根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年零售收入計，我們是全球第二，中國第一知識專注型生產力工具品牌。我們提供全面的消費級護眼讀寫智能設備產品組合，並在多個關鍵性能類別取得全球領先的市場地位。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，我們在具備開放式系統及卓越彩色顯示性能的設備銷量方面排名全球第一。此外，根據同一資料來源，我們是全球首批提供具備高速顯示刷新性能產品的公司之一。我們在知識專注型生產力工具方面近二十年的深厚專業知識，使我們不僅能為用戶提供最佳的護眼讀寫體驗，而且能支持我們業務的持續增長。

隨著數字讀寫持續獲得廣泛普及，我們相信我們在知識專注型生產力行業的領先地位將使我們能夠在BOOX品牌下創造更大價值。憑藉我們在數字閱讀方面的強大技術基礎，我們正積極擴展軟件生態系統，以連接更廣泛的用戶群體及應用場景。我們旨在成為全球用戶最值得信賴的合作夥伴，提供全面、智能及高效的知識專注型生產力工具套件。

強大的品牌影響力支持高留存率的優質全球客戶群

我們自有品牌文石BOOX已建立卓越的全球聲譽，擁有高品牌知名度及客戶忠誠度。我們的產品系列（包括Leaf、Palma、P6、Poke、Page、Note、Tab及Go）已榮獲著名的國際工業設計獎項，如「紅點獎」、「iF設計獎」及「Yanko Design獎」。特別是，我們的Palma系列更獲《時代》雜誌評選為「2024年度最佳發明」之一。我們的品牌與消費者產生強烈共鳴，在京東及天貓等全球主要電子商務平台的同類產品中銷售一直名列前茅。此外，我們已與中國領先的閱讀內容應用程序建立深度合作夥伴關係。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是首批與彼等共同開發產品的國內品牌之一。

我們強大的品牌知名度實現高效的用戶獲取，並有助建立具有高留存率的龐大全球用戶群。憑藉文石BOOX獨特的品牌吸引力，我們已建立一個充滿活力的全球生態系統，包括白領工作者、學生、教師、科技愛好者及DIY創新者。該等用戶以年輕、追求品質及高度熱衷科技為主，反映對知識專注型生產力工具的強烈需求。該等因素共同塑造了強大的用戶生態系統。我們用戶生態系統的關鍵屬性包括：

業 務

- **龐大且多元化的用戶群**

我們的產品及服務覆蓋100多個國家及地區的消費者。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是知識專注型生產力工具市場中用戶覆蓋範圍最廣的品牌之一。我們由整合AI及雲服務驅動的BOOX OS解決知識工作者面臨的關鍵痛點。於2023年及2024年，基於賬號創建日期，BOOX OS分別錄得約270,000名及370,000名新增註冊用戶，反映強勁增長。我們相信，我們贏得的用戶信任有助發展多元化且不斷擴大的全球用戶群生態系統。

- **近百萬月活躍用戶**

我們的用戶對BOOX OS產品表現出極大熱情。截至2025年9月30日，我們的BOOX OS在全球擁有近百萬月活躍用戶，彼等已將我們的解決方案深度融入其讀寫工作流程。在註冊設備並將設備綁定至其賬戶的早期BOOX OS種子用戶中，約38.5%在近九年後仍保持活躍。

支持持續迭代及滿足多樣化用戶需求的強大全棧技術能力

我們自主研發的技術平台賦予我們在產品開發及商業化方面的全棧能力。這實現了支持產品及服務持續迭代的閉環創新流程。我們的全棧技術優勢包括：

- **高性能軟件顯示引擎**

我們已開發一系列電子墨水屏顯示技術，包括消除殘影及提供超薄均勻前光的解決方案。該等進步透過在算法層面最大化顯示性能，克服了電子墨水顯示屏的固有局限。因此，即使用戶進行快速翻頁、網頁瀏覽或密集手寫輸入，其視覺疲勞體驗亦大大減少。

- **垂直整合的自主研發硬件顯示引擎**

我們內部的硬件開發能力增強了設備智能化並支持我們的BSR快刷技術。我們自主研發了BSR快刷芯片，提供芯片級加速並實現直接硬件驅動的顯示刷新，並與專有算法協同工作，共同實現了行業領先的刷新速度及響應度。

業 務

- **多功能且強大的文檔處理引擎**

我們已建立業內支持廣泛格式最全面的系統之一。我們的引擎可自動識別並適應多種版面、樣式及字體。此外，我們已開發專為電子墨水顯示屏量身定制的版面校正及圖像識別算法，確保複雜版面文檔的高兼容性及其最佳閱讀體驗。

- **先進的數字筆記引擎**

我們的筆記引擎整合多模態輸入（包括手寫、文本、語音及圖像），以及AI驅動的識別技術。可實時或離線準確將手寫筆記轉換為可編輯文本，並支持跨手寫內容的全文搜索。該引擎以高效的數字化管理促進紙質書寫的自由。

- **開放式系統引擎**

我們開發了BOOX OS，一款基於安卓的開放操作系統，並輔以數百款自適應應用程序，極大擴展了其功能能力。透過整合AI及雲服務特性，BOOX OS支持開放生態系統並提供智能輔助功能。

該等引擎由我們強大的內部研發能力賦能。截至2025年9月30日，我們擁有一支由148名專業技術人員組成的研發團隊，而我們打算繼續投資於人才及技術以推動未來創新。

我們廣泛的全球銷售網絡使我們成為全球用戶的首選品牌

經過近二十年的發展，我們已建立整合線上及線下渠道的全面銷售網絡。我們的線上零售包括自營網站及全球主要電子商務平台。在線下零售方面，我們利用廣泛的經銷商網絡。截至2025年9月30日，我們的客戶群擴展至北美、歐洲及亞太地區100多個國家及地區。

我們的全球化策略深植於品牌基因，我們針對國內及國際市場採取特定市場策略。在中國，我們以數字驅動的營銷策略協助我們在競爭格局中脫穎而出。在國際上，根據弗若斯特沙利文的資料，我們是業內首批拓展海外市場並採取本地化驅動市場策略的中國公司之一。在全球範圍內，除在全球主要電子商務平台的業務外，我們與當地經銷商緊密合作，進行本地化營銷、履約及服務運營，使我們能夠有效適應不同的語言及文化偏好。

業 務

憑藉我們的全球銷售網絡及國際運營策略，我們的品牌可與全球用戶實時互動，確保廣泛的市場覆蓋。根據弗若斯特沙利文的資料，我們已成為知識專注型生產力工具行業用戶的首選品牌。我們的年度新增用戶由2023年的約270,000名增加至2024年的約370,000名，表明我們持續致力於為全球用戶群創造價值。

滿足全球用戶不斷變化需求的多尺寸、全品類及可擴展產品矩陣

數字閱讀的日益普及及AI的快速進步，促使用戶需求日益多樣化及智能化。我們密切觀察不同地區及文化用戶的不同偏好，並持續擴展我們全系列的知識專注型生產力工具。憑藉我們在讀寫方面的深厚技術專長，我們為用戶提供各種高度可擴展的工具。

- **多樣化的產品供應**

在我們先進技術平台的支持下，我們保持強大的產品開發及設計能力。於2023年及2024年，我們分別推出了14款及13款新產品，分別貢獻我們總收入的約36.9%及26.3%。截至最後實際可行日期，我們的護眼讀寫智能設備產品組合由十個產品系列組成，提供顯示屏尺寸從6英寸到25.3英寸的全系列設備，並輔以無線鍵盤及手寫筆等六類外部配件。此不斷擴展的產品矩陣使我們能夠提供一站式解決方案，滿足廣泛的讀寫需求。

- **可擴展工具**

利用我們的消費級護眼讀寫智能設備及BOOX OS開放生態系統，我們開發了StarNote。StarNote創新地將我們的技術能力延伸至傳統設備形式之外，拓寬我們的工具範圍。截至2025年9月30日，其於註冊後次月維持約50.0%的用戶留存率。作為首款基於BOOX OS讀寫技術平台構建的商業化產品，StarNote提供卓越的性能並促進深度用戶參與。截至最後實際可行日期，註冊用戶付費轉化率約為30.0%，表明高用戶參與度及留存率。

我們富有遠見的管理團隊以及具備創業精神且睿智的企業文化

我們管理團隊的願景、領導力及豐富的行業經驗對我們的成功至關重要。我們的創始人淡玉婷女士擔任董事長兼總經理，在消費電子行業擁有近二十年經驗，具備敏

業 務

銳的市場洞察力及前瞻性的戰略視野。淡女士對品牌定位及產品美學有深刻而獨到的理解。在彼及更廣泛管理團隊的領導下，我們在發展初期已建立全球影響力，為我們的全球化策略奠定堅實基礎。

我們的管理團隊秉持統一的管理理念及戰略方向，並獲跨產品開發、技術及全球運營方面的豐富專業知識所支持。連同淡女士，核心管理團隊成員(包括朱增先生、翟永泰先生、王敬博先生及歐陽蘇頻女士)在塑造文石BOOX品牌方面發揮了重要作用。每位成員在軟硬件工程、營銷與銷售或設計方面均擁有超過十年的經驗，並曾任職於微軟、IBM及iRex Technologies(一家從飛利浦拆分出來的電子紙技術公司)等全球領先科技公司。我們的創始人及管理團隊將繼續全情投入及致力於推動本公司的長期發展。

此外，在管理團隊的指導下，我們提倡睿智及長遠考慮的文化。我們培育結合創業精神與嚴謹執行力的企業文化，吸引傑出的軟硬件工程師以及工業及視覺設計師。我們的僱員強烈認同我們的價值觀，並體現工匠精神、熱情及持續自我更新，創造了開放、學習型、積極主動及創新驅動的團隊環境。

我們亦擁有一支充滿活力、創新及具備全球視野的核心團隊，平均擁有十年專業經驗。此多元化人才庫將繼續增強我們的組織能力，支持我們策略的高效穩定執行，並為用戶創造更大價值。

我們的發展策略

我們致力於知識專注型生產力工具行業，透過創建跨越智能設備、操作系統及垂直特定軟件的整合生態系統，服務全球知識工作者，實現更高效、無縫及可持續的學習及知識工作。我們的策略專注於四個關鍵領域。

推動技術創新以捕捉AI浪潮的機遇

AI應用的快速普及提高了用戶對消費電子產品智能化及用戶導向體驗的期望。作為知識專注型生產力工具行業的領先品牌之一，我們專注於開發隱私安全技術，處理用戶數據的整個生命周期，包括設備端及離線處理、數據脫敏及匿名化、加密及安全

業 務

傳輸，以建立強大的數據保護框架。此外，我們將緊跟AI時代下市場趨勢，加速現有產品迭代升級和新產品的研發推進。我們計劃推出智能閱讀總結、智能筆記整理、個性化內容推薦、智能目標設定及追蹤、線上社群閱讀討論等功能。

我們計劃繼續投資研發。憑藉我們已建立的技術平台，我們旨在服務學習、工作及會議場景中的生產力驅動型用戶，同時進一步增強多設備整合體驗。我們將繼續完善涵蓋硬件、操作系統及應用軟件的全面研發體系。我們亦將加強用戶隱私保護技術，並改善基於雲的賬戶同步能力。此外，我們將確保跨所有設備無縫同步閱讀進度、註釋及AI生成的見解，降低切換成本並提升知識專注型生產力。我們亦將利用對用戶需求的深刻理解，在擴大全球市場份額及品牌影響力的同時創造卓越產品。

擴展產品及服務邊界以構建多維增長

憑藉我們對全球用戶體驗的深刻洞察及在讀寫技術方面的豐富專業知識，我們旨在擴展產品及服務的邊界，以滿足聽、記、讀、寫的核心需求。我們計劃持續突破知識專注型生產力工具行業在設備系統方面的限制。這不僅是為了增強文石BOOX品牌，而且是為了推動由「硬件主導」模式向包含「硬件+訂閱+生態系統」的更多元化結構轉變。

專注於解鎖用戶生命周期價值，我們將繼續延伸知識專注型生產力的功能及價值邊界，透過以下方式構建多維增長：

- **以StarNote為代表的訂閱制應用產品線**

基於BOOX OS，我們旨在拓寬訂閱軟件產品，並為知識工作者提供量身定制的跨平台深度處理服務。我們的目標是將StarNote從簡單的筆記工具發展為全面的知識樞紐。基於知識管理、顯示技術適配與多模式互動，我們希望StarNote能運用知識圖譜等AI技術，提供精準搜索、智能問答、動態更新及安全管理服務。通過全面的知識整合與情境適應，我們致力將知識資產轉化為生產力，深化學生、研究人員及專業人士對產品的參與度。

- **高價值垂直行業解決方案**

專注於教育、法律及醫療等垂直領域，我們計劃提供將我們的能力深度嵌入行業用戶工作流程的整合軟硬件解決方案。

業 務

- **推出SDK/API以構建開放生態系統**

我們打算逐步開放操作系統接口以吸引開發者及生態系統合作夥伴，鼓勵開發專為護眼閱讀及專注寫作環境設計的應用程序。透過增強應用商店及生態系統平台，我們旨在吸引內容提供商及軟件供應商，鞏固我們作為開放平台運營商的地位。

增強全球品牌影響力並提升全球高效可靠的服務響應

我們旨在增強全球品牌影響力，並致力為用戶提供高效、及時及可靠的服務響應，包括滿足用戶對實時支持、全球同步產品發佈、國際運輸及高效交付的期望。我們的目標是持續改善用戶體驗並增強用戶黏性。為建立可持續的長期競爭優勢，我們將專注於增強核心品牌及深化用戶參與。透過結合線上及線下渠道的整合營銷體系，我們旨在擴大品牌知名度並提升客戶忠誠度。

圍繞「科技、護眼與專注」這一核心理念，我們計劃通過IP合作、環保舉措、品牌公益項目以及對各類文化活動和項目的贊助，在全球範圍內進一步強化BOOX的品牌形象。我們將積極拓展線下體驗店，並通過參加國際展會、高層專訪、專業論壇及行業會議，搶抓海外市場機遇。

我們計劃進一步增強全球供應鏈網絡並加強與海外供應商的合作，以支持及補充國內供應鏈。我們將高度重視供應鏈的穩定性及彈性，並維持結構化的替代供應商儲備，以建立多層次及多元化的供應體系。此方法使我們能夠迅速應對產能限制或貿易政策變動，確保穩定的產品供應，從而有助保障我們全球服務的連續性。

投資於人才獲取及團隊發展以推動未來創新及增長

我們相信，吸引全球頂尖人才對促進創新及確保長期發展至關重要。展望未來，我們將專注於人才獲取及人才發展，以建立持續支持我們增長的穩健及可擴展的人才儲備。

我們將鎖定研發、市場拓展、管理及運營等關鍵領域的行業領先專業人士，積極擴大我們的人才庫。我們預期該等高素質人才將推動我們的技術突破，並協助我們捕捉市場增長機遇。此外，我們將透過設計符合我們企業文化的內部培訓計劃，優化僱員發展體系。該等培訓計劃將賦能僱員的領導力、團隊合作及專業技能。

業 務

我們將基於公平、透明及任人唯賢的原則，增強晉升及選拔機制。此外，我們將建立結構化的激勵體系，包括以股權為基礎的獎勵及績效薪酬，以激發創造力及動力，為我們的組織發展注入長期動力。

我們的產品

我們以全球知名的「BOOX」品牌設計、開發及營銷多元化的知識專注型生產力工具組合。憑藉我們在電子墨水顯示技術及先進軟件優化方面的專長，我們的產品旨在打造卓越的閱讀、書寫及生產力體驗。此體驗的核心在於我們專有的BOOX OS，一款驅動我們產品組合所有設備的定制操作系統。BOOX OS建立在我們自主研發且經近十年改良的軟件引擎基礎之上，是我們競爭優勢的核心支柱。作為基於深度整合AI及雲服務的安卓平台的定制系統，其主要區別特徵為：開放的生態系統讓用戶能夠自由安裝各類第三方應用程序，與眾多競爭對手的封閉系統設備相比提供了靈活性。這種優化硬件與開放軟件的獨特結合應用於我們的產品矩陣，該矩陣經戰略性設計，以滿足從便攜式閱讀到專業級生產力的廣泛用戶需求及場景。截至2025年9月30日，我們已服務100多個國家及地區的客戶，我們的BOOX OS月活躍用戶近一百萬，使我們能夠通過操作系統訂閱、服務產品及互聯網增值服務實現有效商業化。於整個往績記錄期間，持續增長的用戶群體亦吸引了生態系統內的合作夥伴，促成與閱讀內容提供商深入合作，進一步推動我們生態系統的多元化。

我們已建立全面的產品組合，包括三大類別：(i)高速閱讀器；(ii)生產力平板；及(iii)其他產品及服務，主要包括我們知識專注型生產力工具的配件、外接電子墨水顯示器、StarNote應用程序以及與出版商的內容收益分成。下表載列於所示年度／期間按產品類別劃分的收益明細。

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	佔總額百分比	人民幣千元	佔總額百分比	人民幣千元	佔總額百分比	人民幣千元	佔總額百分比
高速閱讀器.....	214,966	26.8	409,481	40.2	292,101	40.3	293,032	36.7
生產力平板.....	544,175	67.7	558,689	54.9	399,605	55.1	471,500	59.0
其他.....	44,439	5.5	49,349	4.9	33,035	4.6	34,949	4.3
總計.....	<u>803,580</u>	<u>100.0</u>	<u>1,017,519</u>	<u>100.0</u>	<u>724,741</u>	<u>100.0</u>	<u>799,481</u>	<u>100.0</u>

(未經審核)

業 務

於往績記錄期間，我們的產品在全球100多個國家及地區銷售。下表載列於所示年度／期間按地理位置劃分的收益明細。

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	佔總額百分比	人民幣千元	佔總額百分比	人民幣千元	佔總額百分比	人民幣千元	佔總額百分比
中國 ⁽¹⁾	351,795	43.8	413,070	40.6	287,248	39.6	323,445	40.5
歐洲	193,094	24.0	196,945	19.4	133,006	18.4	170,143	21.3
美國	146,987	18.3	195,316	19.2	138,388	19.1	149,481	18.7
亞洲 (不包括								
中國 ⁽¹⁾	80,753	10.0	165,551	16.3	134,288	18.5	116,583	14.6
其他國家／								
地區 ⁽²⁾	30,951	3.9	46,637	4.5	31,811	4.4	39,829	4.9
總計	803,580	100.0	1,017,519	100.0	724,741	100.0	799,481	100.0

(未經審核)

附註：

(1) 就本表格而言，中國包括香港、澳門及台灣。

(2) 其他國家及地區主要包括加拿大、澳大利亞及中東。

高速閱讀器

我們的高速閱讀器專為重視便攜性及沉浸式閱讀體驗的閱讀愛好者而設計。透過六條主要產品線，我們的高速閱讀器滿足不同用戶的多樣化需求。該等設備主要配備6至7英寸屏幕，設計緊湊輕便，適合隨身攜帶使用且支持語音輸入。顯示屏旨在提供清晰舒適的體驗，呈現類紙視覺效果。所有型號均搭載BOOX OS運行，讓用戶能夠自由安裝各類閱讀應用程序，突破傳統高速閱讀器的內容限制。

於往績記錄期間，我們的高速閱讀器銷量於2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月分別為254,577台、383,968台、279,143台及267,688台，而平均售價分別為人民幣844元／台、人民幣1,066元／台、人民幣1,046元／台及人民幣1,095元／台。2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月，來自高速閱讀器的收益分別為人民幣215.0百萬元、人民幣409.5百萬元、人民幣292.1百萬元及人民幣293.0百萬元。

業 務

我們的高速閱讀器主要包括Go系列（包括Go 6及Go Color 7）、Leaf系列（包括Leaf、Leaf 2、Leaf 3、Leaf 3C及Leaf 5）、Palma系列、P6、Poke系列及Page。

Go 系列



Go Color 7



Go 6

Leaf 系列



Leaf 5

Palma 系列



Palma 2



Palma

P6



P6

Poke 系列



Poke 6



Poke 6s

Page



Page

Go系列 (Go 6及Go Color 7)

Go 6及Go Color 7針對入門級至中端市場的年輕用戶，設計簡約時尚，輕巧便攜，帶來舒適護眼的閱讀體驗。憑藉其強大的功能及靈活性，該系列可輕鬆適應戶外使用、通勤及日常學習等多種使用場景。

業 務

兩種型號均搭載BOOX OS運行，用戶可靈活安裝多種第三方應用程序以供閱讀、聽書和瀏覽。其配備可調節的雙色調前燈，確保用戶在任何光線環境下（無論白天或夜晚）都能舒適閱讀。為兼容海量資源庫，這兩款設備均配備一個microSD卡槽以支持存儲擴展，並為包括文檔、圖像和音頻文件在內的各種數字格式提供原生支持。

Go Color 7



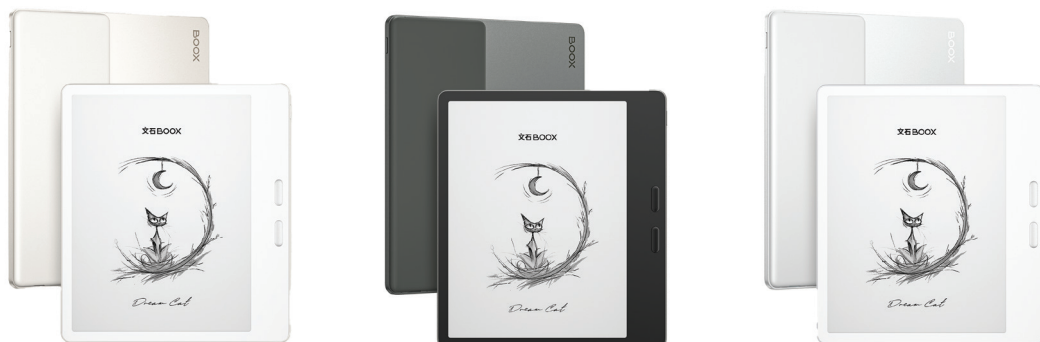
Go 6



Leaf系列 (Leaf、Leaf 2、Leaf 3、Leaf 3C及Leaf 5)

*Leaf*系列已成為我們在國內市場的暢銷產品線之一。具體而言，*Leaf 3*在電子商務平台類似知識專注型生產力工具的銷量排行榜上名列前茅。*Leaf*系列定位為一款時尚、護眼的高速閱讀設備，專為閱讀愛好者而設，提供清晰顯示、強大性能及BOOX OS的多功能性。其目標受眾為城市地區的閱讀愛好者，彼等注重護眼、流暢的用戶體驗及優質閱讀感受，同時需要靈活使用各類應用程序。*Leaf*系列在擴大我們的用戶群至納入更多女性客戶方面尤為成功。該系列深受用戶喜愛，其功能直接滿足目標受眾的核心需求，包括極其清晰的顯示效果、新穎時尚的人體工學設計、具備流暢刷新體驗的強大性能，以及我們經十年研發的全開放BOOX OS的強大功能。

Leaf 5



業 務

*Palma*系列

*Palma*系列是我們海外市場最受歡迎的便攜式高速閱讀器產品線之一。憑藉其強大的軟硬件性能，其開創並引領了獨特的智能手機式高速閱讀器的潮流。該系列秉承極簡設計理念，旨在協助用戶在科技與日常生活之間取得平衡。其類紙護眼屏幕提供舒適的視覺體驗。緊湊的機身內蘊含BOOX OS、強勁的八核CPU，以及我們專有的BSR快速刷新技術，致力於讓用戶盡享科技帶來的便利。第一代Palma獲《時代》雜誌評選為2024年度最佳發明之一。

Palma 2



Palma



P6

*P6*是我們於國內市場的首款智能手機式高速閱讀器。憑藉其時尚設計、極致便攜、強大性能及我們專有的BOOX OS，該系列廣受年輕白領專才（尤其是女性用戶）歡迎。*P6*被用戶親切地暱稱為「文石小白馬」，其為電子商務平台上同樣定位的產品中最为暢銷的產品之一。*P6*為首批引領了具美感的智能手機式高速閱讀器潮流的型號之一，引發競爭對手仿效。

*P6*具備Wi-Fi，實現實時連接以擴展用戶場景。利用強大的高通硬件平台結合BOOX自主研發的BSR快速刷新技術，*P6*在緊湊的手機尺寸設備中，提供媲美智能手機的流暢、護眼電子紙體驗。憑藉BOOX OS，我們將*P6*的使用場景由純閱讀擴展至移動應用程序的護眼瀏覽，從居家閱讀轉變為涵蓋通勤、「city walks」及各種生活方式時刻的多場景應用。

業 務

P6



*Poke*系列

*Poke*系列為我們超便攜及高性價比的袖珍高速閱讀器系列，是用戶進入BOOX生態系統的便捷入門選擇。該設備採用6英寸緊湊設計，機身纖薄輕巧，體積小巧，可輕鬆放入口袋隨身攜帶使用。300 PPI電子墨水屏幕確保顯示效果既清晰又護眼。該系列以其實惠價格、便攜設計及簡單易用的界面，針對廣泛受眾，如學生、通勤人士及首次使用電子墨水屏幕產品的用戶。

Poke 6



Poke 6S



Page

*Page*定位為兼顧便攜性與性能的專用閱讀設備，旨在滿足尋求純粹閱讀體驗的用戶。*Page*配備7英寸高清電子墨水屏幕及實體翻頁按鈕，擁有纖薄輕巧的機身及人體工學設計，確保長時間握持的舒適感。憑藉強大的性能、可擴展的存儲空間以及支持各種閱讀應用程序及第三方雲存儲服務的BOOX OS，其為用戶提供豐富多樣的閱讀體驗。

業 務

Page



生產力平板

我們的生產力平板專為高效文本信息處理而設計，並支持多種外部輸入法，包括手寫、鍵盤及語音輸入。我們的生產力平板結合性能與專業護眼特色，涵蓋*Note*系列及*Tab*系列兩大產品線，以及*Go*系列及*Leaf*系列的精選型號，為專業工作、學習及生產力提供全面的數碼紙解決方案。該系列包括7英寸至13.3英寸型號，配備單色或彩色電子墨水屏幕，提供清晰顯示及流暢操作，有效減輕眼睛疲勞。由文件批注及整理筆記以至便攜辦公，我們生產力平板的卓越靈活性及開放系統兼容性使其成為傳統背光平板及紙質筆記本的理想替代品。

配備強大處理器、先進電子墨水屏幕及我們專有的BSR快速刷新技術，我們的生產力平板提供流暢靈敏的體驗，適合複雜工作流程及多任務處理。搭配手寫筆以獲得自然書寫手感，並兼容磁吸式鍵盤保護套等配件，該等設備可轉變為隨身攜帶的二合一工作站。總括而言，生產力平板系列提供全面的解決方案，融合高性能與護眼顯示屏無與倫比的舒適感，實現全天候生產力。

於往績記錄期間，我們的生產力平板銷量於2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月分別為224,173台、215,950台、154,060台及209,266台，而平均售價分別為人民幣2,427元／台、人民幣2,587元／台、人民幣2,594元／台及人民幣2,253元／台。2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月，來自我們生產力平板的收益分別為人民幣544.2百萬元、人民幣558.7百萬元、人民幣399.6百萬元及人民幣471.5百萬元。

我們的生產力平板主要包括*Note*系列、*Tab*系列(分為海外版本及國內版本)、*Go*系列(包括*Go 10.3*、*Go 7*、*Go Color 7*(第二代))及*Leaf 5C*。

業 務

Note 系列



Note Air4 C



Note Max



Note X5 Mini



Note X5S



Note X5

Tab 系列

海外版本



Tab Mini C



Tab Ultra C Pro



Tab XC

國內版本



Tab 10C



Tab 10C Pro



T13C

Go 系列



Go Color 7 (II)



GO 7



GO 10.3



Leaf 5C

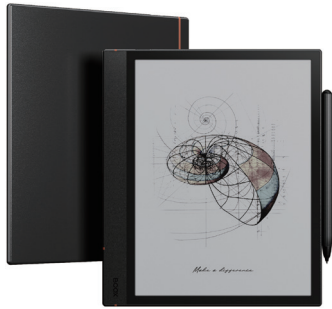
Leaf 5C

Note 系列

我們的Note系列定位為中高端多功能生產力平板，為我們產品組合中的核心系列。其主要優勢在於護眼顯示屏及多功能、類紙書寫體驗。透過整合強大的筆記工具、支持多種文件格式及BOOX OS，Note系列結合高速閱讀器及數碼筆記本的功能，滿足不同用戶需求，並作為傳統背光平板的護眼替代品。其提供10.3英寸及13.3英寸尺寸以及單色和彩色電子墨水屏幕選擇，配備高性能處理器及我們自主研發的BSR快速刷新技術，以確保流暢的用戶體驗。其主要目標受眾為大學生、研究人員、作家及其他經常處理專業文檔或進行大量手寫筆記的專業人士。

業 務

Note Air4 C



Note Max



Note X5 Mini



Note X5S



Note X5



Tab系列

*Tab*系列為我們的高性能生產力平板旗艦系列，旨在為高端用戶提供集高效生產力與護眼功能於一體的解決方案。*Tab*系列提供7.8英寸、10.3英寸及13.3英寸三種尺寸，以及單色和彩色屏幕兩種選擇。

海外版本

所有海外型號均配備我們最強大的硬件及專有的BSR快速刷新技術。此舉確保視覺舒適度與操作流暢度之間的完美平衡。通過無縫整合磁吸鍵盤保護套及低延遲手寫筆，*Tab*系列支持書寫及打字的高效雙重輸入方式。我們的BOOX OS讓用戶可自由安裝各類生產力應用程序，結合分屏模式等功能，進一步擴展其使用場景及效率。其作為專業人士過渡至無紙化工作環境的護眼生產力工具。

業 務

Tab Mini C



Tab Ultra C Pro



Tab XC



國內版本

針對中國市場的所有國內型號均配備行業領先的硬件平台以及自研的BSR快速刷新芯片與BSR算法技術，此舉為用戶提供媲美背光平板的流暢刷新體驗的同時具備高色彩對比度和殘影自清除能力。搭配專屬磁吸鍵盤保護套及低延遲手寫筆以及開放的生態系統和一體化AI能力的結合，*Tab*系列在用戶日常工作、學習、生活中可以部分替代電腦進行輕生產力活動。其護眼、專注、高效的產品特性，更適合嚴肅的無紙化辦公、學術研究。

Tab 10C



Tab 10C Pro



T13C



*Go*系列 (*Go 10.3*、*Go 7*及*Go Color 7*(第二代))

Go 10.3、*Go 7*及*Go Color 7*(第二代)針對入門級至中端市場的年輕用戶，設計簡約時尚，輕巧便攜。該等型號提供7英寸至10.3英寸的多種屏幕尺寸選擇，設有單色與彩色電子墨水屏幕版本，帶來舒適護眼的讀寫體驗。該等型號支持手寫筆輸入，滿足隨時記錄靈感的需求。憑藉其強大的功能及靈活性，該系列可輕鬆適應戶外使用、通勤及日常學習等多種場景。

業 務

Go Color 7 (第二代)



Go 7



Go 10.3



Leaf 5C

*Leaf 5C*已成為我們在國內市場上最暢銷的產品之一。該產品定位為時尚、護眼且響應迅速的讀寫設備，具備清晰的顯示效果、良好的性能及BOOX OS的多功能性。*Leaf 5C*配備7英寸Kaleido 3彩色屏幕，提供充滿活力且舒適的讀寫體驗。該設備原創時尚的人體工學設計、強大的性能以及流暢的刷新體驗，在擴大用戶群、吸引更多女性客戶方面取得了特別成功。其主要面向重視護眼、流暢的用戶體驗和優質的讀寫感受的城市用戶。手寫筆支持筆記和註釋直接滿足了對多功能生產力工具的需求。我們BOOX OS的強大功能，經過十年的開發，讓用戶能夠靈活地安裝各種應用程序，使*Leaf 5C*成為一款滿足目標受眾核心需求的深受喜愛的設備。

Leaf 5C



其他產品及服務

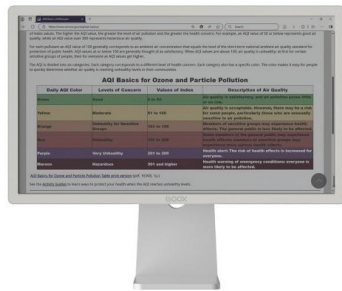
於往績記錄期間，2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月，來自我們其他產品及服務的收益分別為人民幣44.4百萬元、人民幣49.3百萬元、人民幣33.0百萬元及人民幣34.9百萬元。

業 務

*Mira*系列

*Mira*系列代表我們核心電子墨水技術的戰略性擴展，將護眼顯示體驗從便攜式設備延伸至專業桌面環境。該系列專為長時間使用傳統顯示器引致眼部疲勞的電腦重度使用專業人士（如程序設計員、作家及編輯）設計。該設備提供25.3英寸單色及彩色電子墨水版本，整合我們專有的BSR快速刷新技術，突破電子墨水顯示屏在流暢度及響應速度方面的傳統局限。優質鋁合金機身配備可調節支架及多種接口，支持靈活視角及兼容各種設備。此外，雙色溫前光系統確保在任何光線條件下均能呈現清晰舒適的顯示效果，為辦公專業人士提供全天候護眼解決方案。

Mira Pro C



Mira Pro



配件

我們致力於構建一個以我們的知識專注型生產力工具為中心的全面生態系統。為支持此願景，我們精心開發了一系列專業配件。每款配件均經過精心設計，以與BOOX設備無縫整合，協同工作為用戶提供更完整及高效的數碼閱讀及創作體驗。我們的主要配件類別包括：

- **電磁筆。**我們的電磁筆採用Wacom EMR技術，可實現流暢書寫及精準擦除，且無需充電。該手寫筆具備高精度壓力感應，可準確捕捉書寫壓力的變化，以緊密複製真實的紙上書寫體驗。我們亦提供替換筆尖，確保用戶能持續享受最佳書寫體驗。
- **主動式手寫筆。**於2025年，我們推出了三款新型主動式電容手寫筆，每款在壓力感應、傾斜識別及響應速度方面各具特色。該等手寫筆在所有BOOX設備上提供流暢的書寫體驗，進一步擴展了電子墨水屏幕上手寫輸入的可能性。

業 務

- **磁吸保護皮套。**我們為每款設備型號設計及提供定制磁吸保護皮套。該等保護套採用優質PU皮革及柔軟內襯等耐用材料製成，以防止刮擦及輕微撞擊。大多數保護套支援智能喚醒／休眠功能，並提供多種可調節視角，兼具實用性與便利性。
- **磁吸鍵盤保護套。**就指定知識專注型生產力工具而言，我們提供專門設計的磁吸鍵盤保護套。其透過Pogo pin無縫連接，無需單獨充電或藍牙配對。此舉可即時將知識專注型生產力工具轉變為多功能二合一工作站，使其成為便捷辦公的理想配件。
- **藍牙遙控器。**藍牙遙控器使控制我們的設備變得輕鬆簡單。透過藍牙連接，用戶無須觸控屏幕即可執行各種功能，從而提升閱讀及一般使用的便利性。其可輕鬆進行翻頁、屏幕刷新、屏幕亮度調節、介面滾動等操作。
- **屏幕保護膜。**我們提供兩種類型的屏幕保護膜。標準高清膜確保屏幕清晰度並提供基本保護。我們亦提供類紙手寫膜，其具有特殊紋理表面，可增加手寫筆筆尖的摩擦力，以模擬紙上書寫的逼真觸感。兩種類型的保護膜均在保持全觸控靈敏度的同時保護屏幕。

StarNote應用程序

StarNote自2024年9月正式推出以來，已發展成一款多功能的專有筆記軟件，並成為BOOX生態系統的關鍵組成部分。StarNote專注於知識管理及學習場景，不僅服務於BOOX支持手寫筆設備的用戶，亦以獨立應用程序形式在公開市場推出。此方針直接滿足大學生及知識工作者的需求。

StarNote在產品層面結合了先進的管理邏輯。其專注於內容捕捉、組織、鏈接及檢索等關鍵流程。主要功能包括靈活的手寫筆記、多層級註釋、圖層管理、手寫轉文本、錄音嵌入及多樣化模版庫。其致力於成為用戶個人知識系統的中樞。通過在公開市場競爭，我們相信，我們的系統讓StarNote能夠持續收集用戶反饋，以改善我們現有的筆記框架。此舉將進一步優化產品體驗及增強功能，以更好地服務高價值用戶群。

將StarNote作為獨立應用程序推出，標誌著我們創建「軟件先行」生態系統戰略的關鍵一步。此舉不僅將增強更廣泛用戶群體的品牌知名度及忠誠度，亦為我們的硬件設備獲客提供高效渠道。隨著StarNote在公開市場的用戶積累及口碑增長，我們旨在

業 務

進一步提升我們的品牌在數碼筆記及電子紙技術領域的影響力。此方針亦符合我們「軟硬一體」的長期戰略目標，確保軟件推動硬件發展。自推出以來，StarNote的下載量達至超過一百萬次，大大拓寬了我們的服務範圍及用戶規模。

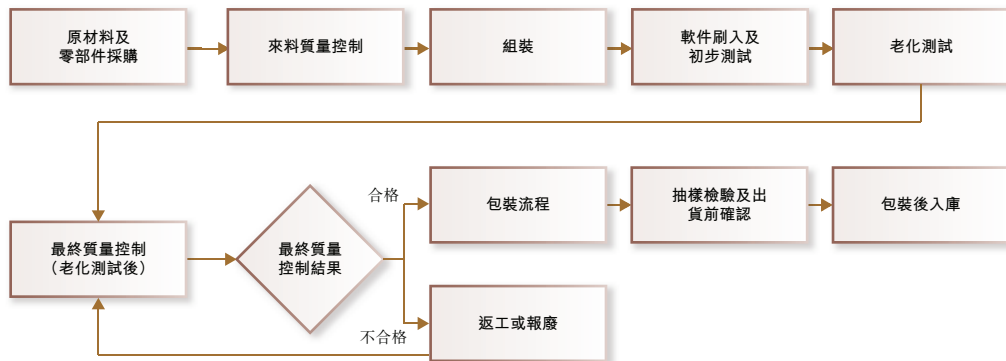
生產及組裝

我們已建立靈活、具彈性且輕資產的生產系統以支持我們的業務運營。我們的製造過程採納混合模式，旨在保持對關鍵過程的內部控制，同時利用專業合作夥伴的規模及專長。

我們以製造的高增值階段為核心內部能力：最終組裝、全面測試及質量控制，均於我們位於廣東省廣州市的生產及組裝設施進行。我們按戰略將資本密集型及標準化流程（如PCBA的SMT組裝）外包予合資格第三方製造合作夥伴。此方針使我們能夠因應市場需求有效擴展生產，而無需對重型機械產生大量資本開支，同時保持對最終產品質量及用戶體驗的直接監管。

我們的生產流程

普遍適用於我們知識專注型生產力工具生產的主要步驟包括來料質量控制、組裝、軟件刷入及初步測試、老化測試、最終質量控制及包裝。下圖說明我們生產流程的主要步驟。主要步驟所需的生產時間通常為兩到四周。



業 務

我們的生產及組裝設施

於往績記錄期間，我們營運一座位於廣東省廣州市南沙區的生產及組裝設施，總樓面面積約5,401.6平方米。我們的南沙設施於2021年投入運作，目前擁有四條生產及組裝線及一條包裝線。我們產品的生產通常可互換，且生產及組裝線的配置相對快捷，這使我們能夠高效靈活地規劃及調整生產及組裝活動以應對市場需求，同時將固定成本減至最低。

我們已實施一套內部生產及營運政策，包括嚴格遵守ISO 9001 (質量管理體系) 及ISO 14001 (環境管理體系)。該框架確保我們遵守適用的國家及國際行業標準。我們定期對生產及組裝設施進行檢查及維護，以確保良好的運作狀況，並將隨著更先進技術的出現而不時更換或升級該等機器及設備。視乎檢查及維護的規模，我們的檢查及維護按日、按月及按年安排。於往績記錄期間，我們概無因生產流程或設備的意外故障而經歷任何重大生產中斷。

產能、產量及利用率

我們的產能按數量計量，以台數表示。該產能按標準工作時間及日數計算，在計入機器設置及重新配置、法定休息時間及培訓等計劃扣減後，就有效運作時間進行調整。我們管理生產線以維持健康的利用率，從而實現規模經濟。此外，我們的製造機器及設備可進行高效重新配置，以便我們能夠迅速切換不同產品的生產及組裝。

下表載列於所示年度／期間我們南沙設施的產能、產量及利用率數據。

業 務

年度／期間	產能 ⁽¹⁾	實際產量	利用率 ⁽²⁾
	(台)	(台)	(%)
2023年	565,500	498,735	88.2
2024年	715,500	671,419	93.8
截至2025年9月30日止九個月	519,750	470,551	90.5

附註：

- (1) 年產能乃根據生產人員的實際每小時作業能力乘以每天八小時工作時間及每年250個工作日釐定。截至2025年9月30日止九個月，我們假設產能為年度產能的75%。
- (2) 利用率按實際產量除以該年的設計產能計算。

外包及分包安排

我們將PCBA的SMT組裝外包予第三方合約製造商。此方式提供滿足市場需求所需的可擴展性及靈活性，而無建立內部SMT生產線所需的大量資本投資。我們基於嚴格標準選擇製造合作夥伴，包括其質量認證、產能、技術專長、行業聲譽及合規記錄。我們的主要製造合作夥伴擁有服務全球主要消費電子品牌的豐富經驗。我們的所有製造合作夥伴主要為位於中國內地的獨立第三方。

以下載列於往績記錄期間我們與第三方製造合作夥伴協議的主要條款概要。

- **服務範圍**。我們委聘製造合作夥伴根據我們的設計規格及質量標準生產零部件。
- **期限**。與我們的製造合作夥伴簽訂的協議通常為期一至兩年，並可於雙方同意後續期。
- **費用及付款**。付款及結算條款受根據框架協議發出的生產訂單所規管。
- **交貨和質量控制**。須按時交貨。製造合作夥伴必須保有質量體系並遵守既定的質量指標。我們保留拒收、退貨或要求返工不合格零部件的權利。

業 務

- **保密。**製造合作夥伴須對所有非公開業務及技術資料保密，且不得將該等資料透露予任何第三方。
- **終止。**倘製造合作夥伴違反協議所載條款及條件，我們有權終止協議。協議亦可經雙方協定後終止。

於2025年初，我們開始在越南建立新供應鏈。此戰略舉措將我們的外包模式擴展至包括PCBA製造及最終產品組裝。我們已選擇越南製造合作夥伴並已簽訂初步試產訂單。試產階段已完成。所有製造流程以及端到端銷售及物流鏈已成功試行及驗證。本次擴張至越南亦有助於減輕與國際關稅變動相關的風險。

原材料及組件

我們產品的主要原材料及組件包括屏幕、PCBA、Wi-Fi／藍牙模組、鋰電池、定制結構組件(如機殼及框架)以及手寫筆組件。於該等組件中，屏幕、Wi-Fi／藍牙模組及鋰電池由我們直接採購。PCBA由我們的製造合作夥伴生產，彼等根據我們的設計規格採購所需組件。我們的供應商主要位於中國內地，這有效縮短供應鏈、從而降低物流成本並確保我們交付時間表的穩定性。

我們積極管理供應鏈，以保持對市場波動的抵禦能力。我們已與主要供應商建立直接及長期關係。以下載列於往績記錄期間我們與我們的主要供應商之間協議的主要條款概述。

- **期限。**與供應商的協議一般為期一至三年，並可於雙方同意後續期。
- **規格。**根據協議發出的每份採購訂單均列明產品名稱、型號、數量、價格、交貨日期及其他相關詳情。
- **付款及交貨。**產品定價及結算條款受各自的採購訂單規管。供應商須將產品交付至我們的指定地點。

業 務

- **質量控制。** 供應商必須確保所有產品符合協議中指明的技術標準和質量要求。協議列明標準保修期，最終驗收日期起計。
- **產品退貨。** 我們有權因質量問題或與規格不符而退回或要求更換產品。供應商必須迅速回應並承擔一切相關費用。
- **終止。** 倘供應商違反協議所載條款及條件，我們有權終止協議。協議亦可經雙方協定後終止。
- **保密。** 未經我們事先書面同意，供應商不得向第三方披露任何保密信息。

為減輕全行業短缺及價格波動風險，我們採用戰略庫存規劃。我們對大部分關鍵組件維持大量的戰略儲備。我們亦使用ERP系統實時監察庫存動態。此外，我們持續尋求其他原材料及組件的供應商基礎多元化，為相關組件保留替代供應商。我們的原材料成本受現行市價、採購量及匯率波動影響。然而，我們的採購策略(如集中採購及與供應商談判)旨在以具競爭力的成本確保穩定供應。

銷售及經銷

我們已建立全面的多渠道銷售及經銷網絡，結合直銷及透過經銷商銷售，以觸及全球客戶群。下表載列於所示年度／期間按銷售渠道劃分的收益貢獻。

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	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	%
直銷	429,395	53.4	491,496	48.3	345,847	47.7	406,471	50.8
向經銷商銷售	374,185	46.6	526,023	51.7	378,894	52.3	393,010	49.2
總計	803,580	100.0	1,017,519	100.0	724,741	100.0	799,481	100.0

(未經審核)

業 務

直接銷售

我們的直銷渠道旨在把握不斷增長的電子商務市場機遇，為客戶提供便捷、直接的購物體驗。該等渠道包括我們的官方品牌店面及我們於主要第三方電子商務平台的業務。在中國內地，我們透過我們的官方網店zh.boox.com以及在天貓、拼多多及抖音等平台直接向消費者銷售產品。在國際上，我們的主要渠道是官方網店www.shop.boox.com。該網店直接向全球用戶提供我們全系列產品，作為我們品牌的中心樞紐，並使我們能夠控制端到端客戶體驗。此外，我們在領先第三方平台（如亞馬遜）經營自身的官方品牌店，以接觸廣泛受眾。

我們與第三方電子商務平台訂立合作協議以推廣及銷售我們的產品，該等協議通常採用該等平台所提供的標準形式。根據該等協議及受限於平台不時發佈的政策，我們向彼等支付基於交易的處理費。各平台的結算方式受其自身特定的結算政策規管。該等平台部署經其認證的在線支付系統，並向在線用戶收取款項。於往績記錄期間，我們概無接獲針對產品質量及安全的重大索賠。

於往績記錄期間，我們亦向部分企業客戶進行直接銷售。於2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們向企業客戶直接銷售產生的收益分別為人民幣156.1百萬元、人民幣84.6百萬元、人民幣61.8百萬元及人民幣89.4百萬元。

我們的經銷網絡

我們一般與經銷商訂立經銷協議或採購訂單，當中載列訂約雙方的權利及義務。我們對任何經銷商並無所有權或管理控制權，彼等獨立於本集團運營。我們將經銷商視為直接客戶，主要原因為：(i)彼等一般按採購訂單購買我們的產品，故我們與彼等之間的合同條款體現了「買家－賣家」關係；及(ii)我們的產品交付至經銷商指定地點及通過彼等驗收後，該等產品的所有權及損壞風險一般會轉移至經銷商，而我們亦會根據相關會計準則於此時將有關銷售所得收入確認為收入。有關我們收入確認政策的進一步詳情，請參閱「財務資料－主要會計政策、判斷及估計－主要會計政策－收入確認」及本文件附錄一所載會計師報告附註2.3。根據弗若斯特沙利文的資料，我們的經銷模式符合行業規範。

業 務

於2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的經銷商貢獻的收入分別為人民幣374.2百萬元、人民幣526.0百萬元、人民幣378.9百萬元及人民幣393.0百萬元，分別佔有關年度／期間總收入的約46.6%、51.7%、52.3%及49.2%。

線上經銷商

我們與第三方線上經銷商開展合作，包括領先的電商公司及消費電子產品主要經銷商。我們依據其廣泛的客戶群、強大的品牌知名度及先進的物流能力選擇線上經銷商。在該模式下，我們的線上經銷商直接採購我們的產品，並通過其平台管理後續向終端用戶的銷售及經銷。該等合作關係使我們能夠借助其成熟的客戶群及品牌知名度，高效觸達廣泛受眾。

下文概述於往績記錄期間我們與線上經銷商的主要安排。

- **期限。**我們的經銷協議通常為期一年，經雙方同意後可續期。
- **區域、平台及獨家性。**我們向經銷商授予特定地理區域及／或平台內的經銷權。
- **次級經銷商。**不適用，因為線上經銷商一般直接向終端客戶銷售。
- **付款及信用條款。**付款通常在對賬後7天內到期。
- **最低採購要求。**我們通常不會對線上經銷商施加最低採購要求。
- **物流。**線上經銷商在接收我們的產品後，負責所有物流及相關成本。
- **產品退換。**對於存在缺陷等滯銷品產品，我們的線上經銷商可要求退貨、更換或折扣處理。
- **定價政策。**我們提供建議零售價作為參考。
- **終止。**若經銷商違反協議所載條款及條件，我們有權終止協議。經雙方同意，協議亦可終止。

業 務

線下經銷商

聘請有能力的線下經銷商是我們業務增長策略的基礎。我們基於多項標準選擇經銷商，包括其零售經驗、財務穩定性、本地市場知識、運營及市場營銷能力，以及與我們品牌價值觀的一致性。我們為經銷商提供市場營銷支持及產品培訓，以確保BOOX品牌在全球範圍內呈現一致且優質的形象。截至2025年9月30日，我們已建立覆蓋超過70個國家及地區的穩健的線下經銷商網絡。

我們通常與線下經銷商簽訂經銷協議或採購訂單。下文概述於往績記錄期間我們與線下經銷商的主要經銷協議條款。

- **期限。**我們的標準經銷協議通常為期一年，經雙方同意後可續期。
- **區域、平台及獨家性。**我們授予經銷商在特定地理區域及／或平台內的經銷權。
- **次級經銷商。**我們通常允許經銷商聘請次級經銷商，但經銷商須按照主要經銷協議的條款對其進行管理。我們與次級經銷商並無直接合同關係。
- **付款及信用條款。**標準安排為發貨前預付款。我們可根據逐筆訂單向經銷商授予信貸期。
- **最低採購要求。**我們或會為經銷商設定年度銷售目標。對於達成年度銷售目標的經銷商，我們會提供銷售返利，該返利通常用作抵扣未來訂單。
- **物流。**線下經銷商在收到產品或於產品送達指定地點後，負責其後所有物流及相關成本。
- **產品退換。**我們通常只接受線下經銷商因確認存在質量缺陷而退回的產品，這符合行業慣例。
- **定價政策。**我們設定建議零售價作為指引。
- **終止。**若經銷商違反協議所載條款及條件，我們有權終止協議。我們的標準經銷協議經雙方同意亦可終止。

業 務

下表載列於所示期間我們經銷商數量的變動。

	截至12月31日止年度		截至9月30日 止九個月
	2023年	2024年	2025年
截至期初.....	57	60	72
新增經銷商.....	5	17	13
期內已終止經銷商的數量.....	2	5	7
經銷商淨增加.....	3	12	6
截至期末.....	<u>60</u>	<u>72</u>	<u>78</u>

於往績記錄期間，我們截至2023年及2024年12月31日以及截至2025年9月30日合作的經銷商數量分別為60家、72家及78家。我們與經銷商保持良好的業務關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無與彼等發生任何重大爭議，包括已與我們終止經銷協議的經銷商。於往績記錄期間，我們通過委任新的海外經銷商戰略性地擴大了經銷網絡，以提升國際覆蓋範圍及市場滲透率。同時，鑒於國內消費者通過線上平台直接採購的偏好日益增長，我們精簡了國內經銷網絡，以提升經銷網絡的整體質量及效率。

管理蠶食及渠道壓貨的措施

我們積極管理經銷商網絡，以保障我們的品牌完整性、維持定價紀律，並確保銷售渠道的穩健運營。這包括實施差異化策略，以應對銷售蠶食及渠道壓貨的風險。

我們已實施多項關鍵措施，旨在最大限度地減少經銷商之間直接競爭，並確保彼等在約定範圍內運營。

- **指定銷售區域及渠道獨家性。**我們的主要策略是篩選及指定經銷商，且該類經銷商需專注於特定、明確劃定的地理區域或銷售渠道。這種劃分是防止合作夥伴之間直接競爭的基礎。據我們所知，於往績記錄期間並未發生經銷商在指定區域或平台以外銷售產品且對我們的業務造成重大影響的事件。

業 務

- *統一定價政策*。我們向所有線下經銷商提供建議零售價。該政策可阻止經銷商之間出現價格戰，並維護我們品牌的高端定位。
- *業績監控*。通過監控地區銷售數據，我們能識別可能顯示經銷商在指定區域以外進行銷售的異常銷售模式。
- *靈活安排*。由於我們一般不會與經銷商訂立長期協議，因此我們保留靈活性，可與表現不佳的經銷商或因我們業務需求變動而不再需要的經銷商終止關係。

我們採用下列措施，以確保向經銷商的銷售準確反映真實的終端客戶需求，從而降低渠道壓貨的風險。

- *基於銷售業績的管理*。我們的渠道管理策略側重於支持經銷商的實際銷售業績。儘管我們的經銷商於合同上並無義務向我們提供其存貨數據，但我們與經銷商保持持續溝通，積極支持其銷售工作。我們與彼等緊密合作，了解其市場情況、解決銷售難題及處理產品相關問題。
- *基於激勵的銷售目標*。我們一般不會施加強制性最低採購要求，以免迫使經銷商持有過量庫存。相反，我們採用與返利掛鈎的年度銷售目標，鼓勵經銷商根據實時市場狀況進行銷售。
- *預付款及有限信用條款*。我們的預付款及有限信用條款政策激勵經銷商維持高效的庫存周轉，以有效管理其營運資金。因此，來自經銷商的採購訂單與真實的短期銷售預測緊密掛鈎，從而最大限度降低銷售渠道內過量存貨積壓的可能性。

業 務

- *嚴格的產品退貨政策。*我們通常只接受線下經銷商因確認存在質量缺陷而退回的產品。這確保經銷商承擔存貨風險，促使彼等作出審慎且貼合實際的採購預測。

反腐敗及反賄賂措施

我們的政策要求經銷商必須遵守我們的反貪腐及反賄賂政策。根據該政策，經銷商必須(i)遵守相關司法管轄區的所有適用法律法規，包括反貪腐及反賄賂的法律法規；(ii)若我們的任何員工索取不當利益，須立即通知我們及(iii)不得以提供任何形式的不當利益作為交換，以謀求商業優勢。我們設有內部控制機制，例如需要管理層批准經銷商激勵措施，且我們的銷售人員均受誠信協議的約束。

經銷商的獨立性

據董事所深知，截至最後實際可行日期，概無我們的經銷商由本集團前任或現任僱員擁有或控制，且所有經銷商均為獨立第三方。誠如弗若斯特沙利文所告知，採用第三方經銷模式銷售產品是中國消費電子產品製造商的常見模式。於往績記錄期間，概無經銷商收到我們的任何重大墊款或財務資助。

研究與開發

知識專注型生產力工具行業的特點是技術快速進步及用戶期望不斷演變。我們能否成功競爭，取決於我們持續創新並向市場推出新產品及技術的能力。我們致力於開發尖端技術，主要透過我們的內部研究與開發能力，同時在較少程度上透過第三方知識產權的許可，持續升級及改進技術基礎設施的功能及特性，以提升現有產品及服務並擴大產品及服務範圍。我們對人才的重度投資突顯了這項承諾，截至2025年9月30日，我們的研究與開發人員佔總員工數的約35.6%。

於往績記錄期間，我們於2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月的研究與開發開支分別為人民幣37.7百萬元、人民幣55.7百萬元、人民幣40.2百萬元及人民幣53.4百萬元，分別佔有關年度／期間總收入的4.7%、5.5%、5.6%及6.7%。

業 務

我們並未許可引入任何重大知識產權，亦未將任何研究與開發流程外包予第三方。此外，我們一般不會與第三方合作開展任何研究與開發項目。

於往績記錄期間，我們並未遭受任何可能對我們產品的研究與開發構成重大不利影響的法律申索或訴訟。

我們的研究與開發團隊及核心成員

截至2025年9月30日，我們的研究與開發團隊合計有148名僱員，包括電子工程師、機械工程師、計算機科學家及軟件工程師。我們的研究與開發團隊分為硬件及軟件部門。硬件部門負責工業設計、結構工程、原理圖設計以及硬件組件的挑選與測試。軟件部門負責我們基於安卓(Android)的BOOX OS、核心軟件引擎、專有應用程序及雲端服務的開發與優化。

我們的研發文化建基於穩定性及深厚的制度知識。我們重視內部晉升，核心研發人員在本公司的平均任職年限為5至10年。下表載列我們核心研究與開發成員的詳情。

核心研究與開發成員	簡歷
淡玉婷女士.....	<p>淡女士是我們的聯合創始人、董事會主席、執行董事兼總經理。彼持有西安交通大學電子和離子束器件與技術學士學位和電子材料與元器件專業碩士學位。</p> <p>憑藉其工程領域背景，淡女士對產品設計及新興技術具有敏銳洞察力。彼秉持產品卓越性及用戶體驗至上的理念，該理念一直引領BOOX品牌榮獲多項享譽業界的殊榮，包括中國創新設計紅星獎、德國紅點獎、德國iF產品設計獎。在其領導下，我們於2024年被認定為「廣東省省級工業設計中心」。</p>

業 務

核心研究與開發成員

簡歷

朱增先生..... 朱先生是我們的聯合創始人、執行董事、副總經理、首席運營官兼首席技術官。彼持有武漢大學計算機科學與技術學士學位和計算機軟件與理論碩士學位。

自我們於2008年成立以來，朱先生一直擔任我們的副總經理，負責監督知識專注型生產力工具的所有技術開發工作。彼主持新產品開發工作，並主導關鍵技術項目，成功推出涵蓋多個產品系列超50款不同的知識專注型生產力工具型號。其領導力促成了彩色顯示優化、灰度渲染、手寫延遲降低、殘影消除、超低能耗、流式文檔優化處理等方面的重大技術突破。截至2025年9月30日，朱先生以署名發明人身份持有90項有效發明專利，並擁有40項註冊軟件的著作權。

翟永泰先生..... 翟先生是本集團執行董事兼副總經理，負責硬件開發及生產管理。彼持有深圳大學應用物理學學士學位及香港科技大學集成電路設計工程理學碩士學位。

業 務

核心研究與開發成員

簡歷

自2012年加入我們以來，翟先生一直負責將我們的產品設計融入生活，監督從硬件工程及生產管理到售後服務的整個流程。彼通過規劃技術路線、培養生態系統合作夥伴關係及推動成本優化，主導了近百款高速閱讀器及生產力平板型號的實施及交付。在此期間，他為定義定制化芯片解決方案作出貢獻，並攻克了低功耗、多協議兼容性、5G通信及AI算力等領域的關鍵技術挑戰。

我們利用具競爭力的薪酬組合及福利待遇挽留關鍵管理及技術人員，並投資進行培訓以提升其技能。此外，我們透過網絡平台、內部推薦及僱傭機構持續招聘，以維持合格候選人儲備庫。我們與關鍵研發人員訂立的僱傭協議主要條款載列如下。

- *無衝突*。於僱傭期間，僱員不得從事任何其他工作，不論全職或兼職。
- *知識產權所有權*。我們擁有僱員創作的所有工作成果的知識產權。工作成果指僱員在受僱期間履行工作職責或利用公司資源所開發的任何知識產權成果。
- *專有資料安排*。僱員在受僱期間及僱傭終止後，須對所有專有、業務、技術及財務資料保密，不得披露或使用，惟在職責範圍內則除外。
- *不競爭*。合同規定不競爭期限通常最長為終止僱傭後兩年。
- *不招攬*。僱員在受僱期間和其後不得招攬或試圖招攬我們的僱員、客戶或供應商。

業 務

我們的研究與開發流程

我們的研究與開發流程是一套系統化的框架，始於識別用戶需求及市場機遇，最終達致創新型產品的量產。每個項目均通過明確的階段進行管理，以確保可行性、質量，並符合我們的策略目標。下圖載列我們一般在研究與開發流程中遵循的主要步驟。



我們的研究與開發流程一般包括以下步驟。

- **項目啟動階段。**我們通過研究目標市場、用戶痛點、競爭對手以及市場規模和趨勢，進行全面的市場分析。基於這些分析，我們定義了產品的核心功能、詳細的技術規格、目標成本和所需的用戶體驗。一旦確定了產品定義，我們會從技術、資源和財務角度評估項目的可行性。在確認可行性後，我們制定詳細的項目計劃。方案審核通過後，產品開發項目正式啟動。
- **產品設計和開發階段。**這是我們的硬件和軟件部門並行工作的核心執行階段。硬件團隊專注於工業設計、結構工程、原理圖佈局和組件選擇。同時，軟件團隊開發和優化操作系統、核心算法和專有應用程序。此階段的目標是開發符合產品定義的功能原型。
- **工程驗證測試階段。**在此階段，我們使用與量產非常相似的生產線和工藝製造小批量工程原型。這些原型經過全面的功能、性能和可靠性測試。根據測試結果，我們識別和糾正設計缺陷，並實施必要的設計變更。

業 務

- *設計驗證測試階段*。使用所有最終確定的組件和設計，我們在量產環境中製造一批原型以進行最終驗證。這包括全面的設計驗證和認證測試。此階段的目標是確認設計已凍結，所有設計問題均已解決，產品符合所有設計要求和標準，可進行量產準備。
- *生產驗證測試階段*。這個階段亦稱為試生產運行，旨在驗證製造過程的穩定性和效率，而非產品設計本身。在此階段，在最終的量產線上以量產速度和節奏生產一定數量的產品。這模擬了真實的生產環境，以驗證製造流程、測試供應鏈並更大規模地執行最終質量檢查。
- *量產階段*。產品正式進入規模化生產和商業化市場發佈階段。目標是穩定、高效、高質量地連續生產產品，以滿足市場需求。

我們的核心技術

我們的核心技術能力建基於一套專有且整合的自主開發軟件引擎，歷經近十年的打磨完善，其已成為我們競爭優勢的核心支柱。該等引擎為所有搭載我們專有BOOX OS (一款基於安卓的定制操作系統) 的知識專注型生產力工具的用戶體驗提供支持。這套開放式安卓系統允許用戶安裝第三方應用程序，帶來無與倫比的靈活性。我們的創新成果由一套完善的知識產權組合提供保護，該組合包含超160項專利，其中93項為已授權發明專利。該等核心技術包括以下引擎：

- *高性能軟件顯示引擎*。我們的軟件顯示引擎採用專有技術驅動電子墨水屏，具備殘影自清除、BSR快速刷新技術及防閃爍功能等特性。通過專有算法與自研芯片的深度協同，該引擎成功突破了電子墨水屏的物理限制，帶來流暢且響應迅速的視覺體驗，顛覆用戶對於電子墨水屏遲緩的傳統印象。我們的知識專注型生產力工具 (尤其是彩色型號) 能夠流暢呈現快速翻頁、動畫乃至視頻內容。這項技術已成為我們高端產品線的標誌性功能，為用戶體驗樹立了核心競爭優勢。
- *全棧自研的硬件顯示引擎*。我們構建了從底層硬件到硬件控制算法的全棧研發體系。硬件顯示引擎為終端智能化與革命性的BSR快速刷新技術提供了堅實的基礎。我們專有的BSR快速刷新芯片直接驅動屏幕，實現像素級

業 務

精準、快速的刷新，並與定制算法深度協同，從根源上突破了傳統電子墨水產品的延遲瓶頸，為流暢的閱讀、書寫及動態內容觀看提供了硬件基礎。

- *多功能且強大的文檔讀寫引擎*。我們專有的文檔讀寫引擎具備解析、渲染與編輯大量文件格式的全面能力，完全無需依賴第三方解決方案。該引擎支持高保真渲染PDF、CBZ、EPUB、RTF、HTML、DOCX、PPTX、TXT、BMP、JPEG及PNG等複雜文檔，並具備智能版面重排功能。該引擎的核心優勢在於能將這些多樣化的文檔類型無縫轉換為統一內部格式，確保跨設備觀看體驗的一致性。此外，我們備受推崇的全局手寫批注功能，允許用戶直接在任何文檔上書寫和繪圖，廣受學生與專業用戶好評，成為高效學習與工作的得力工具。
- *先進的數字筆記引擎*。我們的筆記引擎提供超低延遲、自然且富有表現力的書寫體驗，能精準模擬鋼筆、毛筆、鉛筆等多種書寫工具，並支持4,096級及以上壓感。依托軟硬件顯示引擎，手寫響應速度得到進一步提升，手寫延遲極低。該數字筆記引擎還深度融合手寫、語音、圖片等多模態數據與AI識別技術，全面滿足多樣化的筆記需求，顯著提升用戶黏性。
- *開放系統引擎*。作為構建開放安卓生態的核心技術支柱，該引擎針對電子墨水屏特性專項研發，聚焦安卓應用適配優化，通過動態調節對比度和飽和度，以及自適應切換刷新模式，確保第三方應用流暢清晰運行。這項技術打破了知識專注型生產力工具與移動應用生態之間兼容性壁壘，推動設備從單一閱讀工具升級為多功能生產力平台，顯著拓寬使用邊界。其開放性與兼容性構成核心競爭優勢；相較於封閉系統，我們的開放安卓系統可快速接入龐大的安卓生態、降低用戶遷移成本，形成正向循環，為市場拓展提供關鍵支撐。

業 務

市場營銷及品牌建設

我們高度重視品牌建設，致力於打造兼具創新、實用及技術先進屬性的獨特品牌。我們的市場營銷理念以產品驅動增長為核心，強調卓越產品質量、優異用戶體驗及開放式BOOX OS獨特功能的策略。此舉使我們能夠在全球範圍內建立龐大且忠誠的粉絲群體，用戶涵蓋具鑑賞力的專業人士、學術界人士及學生，進而帶來強大的自然口碑推薦。

截至2025年9月30日，我們的銷售及市場營銷團隊包括104名人員，負責執行我們的全球策略。我們的市場營銷策略以數據為驅動，並與用戶社群深度融合。我們透過多種渠道持續收集市場洞察，包括透過我們的設備提交的直接用戶反饋、對主要網絡論壇及社交媒體平台的主動監控。這種持續的反饋循環使我們能夠將產品表現與競爭對手進行對比分析，為產品升級及提升市場營銷成效提供堅實基礎。

我們的市場營銷工作採用多渠道且以數字化為核心的模式，側重真實性及精準觸達，而非廣泛無針對性的推廣活動。我們的主要品牌推廣方式是利用產品優勢獲取可信來源的真實背書。來自KOL、行業專家及知名科技媒體的獨立評價為我們的產品帶來了大量的自然媒體曝光率。我們的營銷活動透過多個數字渠道執行，例如抖音、小紅書及谷歌。

為確保我們的品牌完整性及市場營銷活動的合規性，我們已實施完善的內部控制。為保障準確性及監管合規，所有廣告素材須由市場營銷人員進行內部核實，並經我們的高級管理層最終批准後，方可公開發佈。我們追蹤主要網絡論壇及社交媒體平台上有關本公司、產品及服務的公眾情緒及反饋，從而能夠優化我們的服務。

定價

我們採用策略性及多維度的定價政策，綜合考慮多項因素，包括生產成本、高端品牌定位、產品線、競爭格局及目標利潤率。我們在既定市場內的所有銷售渠道均實施統一建議零售定價，以防止內部價格競爭、保護我們的品牌資產，並確保一致的客戶體驗。我們向經銷商提供製造商建議零售價，並設有監控其遵守情況的機制。我們亦設有價格調整機制，以應對重大成本波動（如原材料成本或關稅變動）。

業 務

數據隱私及信息安全

我們致力保障用戶數據的隱私與安全，此乃我們品牌作為專業人士及學習者值得信賴的工具的聲譽基礎。我們的數據治理框架旨在遵從主要的國際數據保護法規。

我們在數據治理方面堅持用戶同意、數據最小化及匿名性的原則。用戶可以使用我們的設備進行離線閱讀及筆記，無需進行任何註冊或提交任何資料。若用戶選擇註冊我們的服務，我們僅收集提供及改善服務所需的最少及非個人身份資料。通過系統的隱私保護流程及技術保障措施，我們使用戶能以清晰可控的方式管理自己的數據訪問權限。這使彼等能夠決定是將個人知識資產存儲於本地設備還是雲端。我們積極回應用戶有關其個人數據權利的要求，並建立賬戶和數據刪除簡化程序。我們會迅速處理有關刪除請求。此外，我們隱私策略的基石是確保用戶數據不會跨越地區界限。我們已精心設計雲端基礎設施，將數據存儲在收集數據的區域內。

我們已實施全面而嚴格的數據安全措施，以確保我們的系統及用戶數據的保密性及完整性。我們系統的一個關鍵特點是，所有用戶生成的內容，例如筆記和文件，無論在傳輸或靜止存放時都會加密。關鍵在於，我們的系統設計確保即使是我們自己的開發及運營人員，亦無法解密或訪問用戶數據的內容。我們的內部系統及數據庫受到嚴格的訪問控制和安全協議的保護，包括基於權限的訪問及通過白名單進行的服務器訪問控制。

我們建立了數據安全培訓管理機制，確保全體僱員充分了解數據安全及內部守則的重要性。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大黑客入侵事件、數據洩露或信息科技系統故障，亦未有就數據隱私及安全方面遭受任何重大申索或處罰。

知識產權

知識產權，包括專利、商標、著作權及商業秘密，是我們業務的基石，不僅奠定了我們的核心技術優勢，令我們的產品在市場上脫穎而出，更是我們競爭成功的關鍵。為此，我們透過註冊專利、商標和著作權等法律措施，配合嚴格的僱員保密及競業禁止協議，並輔以完善的內部安全系統，為有關核心資產提供全面保障。

業 務

截至2025年9月30日，我們的知識產權組合包含超160項獲授權專利，其中93項為獲授權發明專利，且主要在中國。我們的專利主要保護我們的核心技術，包括我們的專有顯示、文件處理及筆記引擎。我們以「BOOX」及「文石」為品牌名稱經營業務。截至2025年9月30日，我們在全球不同司法管轄區擁有372個註冊商標，以保護上述品牌。截至2025年9月30日，我們已在中國註冊40項計算機軟件著作權及11項其他作品著作權。我們還註冊了28個域名，包括我們的官方網站的域名。有關進一步詳情，請參閱本文件「附錄四－法定及一般資料－有關我們業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」。

我們已實施嚴格的內部協議及技術保障措施，旨在保護我們的專有技術及商業機密，特別是在我們的研發部門。

- *僱傭協議。*我們所有研發人員均須簽署全面的僱傭協議，當中包括保密、競業禁止責任及知識產權所有權的條款。有關協議訂明，在僱傭期間開發的所有知識產權均屬我們的專有財產。
- *系統與數據安全。*我們根據最小權限原則，對所有內部數據和源代碼實施嚴格的訪問控制。開發環境，包括代碼庫和項目管理系統，均部署於專用內部服務器上，並由硬件防火牆保護。研發人員的訪問權限受到嚴格控制，只選定的關鍵開發人員才能訪問核心軟件資產和關鍵代碼庫。

此外，我們會定期審查和分析競爭對手及其他相關公司的公開專利，主動監察業界的專利發展情況，而這使我們能夠評估競爭對手的技術路線圖，了解行業趨勢，並提供見解和風險預警，以支持我們的研發決策。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無面臨任何重大知識產權侵權訴訟，亦未有向任何第三方提出有關訴訟。

季節性

我們的業務及運營並無經歷傳統意義上的明顯季節性波動。我們的核心用戶群主要由成人專業人士、學者和終身學習者組成，他們的購買決定取決於個人需求、工作要求及我們的產品創新周期，而非與學術日程或學校開學季節掛鉤。

業 務

雖然傳統上並非季節性，但我們的收入在全年確實會出現可預測的波動。該等因素主要受兩個關鍵因素影響：(i)我們的銷量與我們主要市場的大型網上購物節有顯著關聯；及(ii)即使沒有有關促銷活動，新旗艦產品的推出亦能在任何特定季度大幅提升銷售額。

從過往來看，我們第一季度的收入一般處於中等水平。雖然農曆新年假期令生產和物流放緩，但強勁的國內電子商務銷售以及海外經銷商為迎接新年而大幅增加的備貨訂單，抵銷了有關的影響。我們的銷量通常在第二季度有所增長，成為我們業績強勁的時期之一。第二季度的增長主要由大型網上購物活動推動，例如中國的618購物節以及我們主要海外市場的亞馬遜Prime Day。第三季度通常是我們銷售最淡的時期，處於第二和第四季度兩個主要促銷高峰之間。得益於全球主要促銷活動的匯聚，第四季度向來是我們銷售業績最強勁的時期。其中包括中國的雙十一購物節，緊接是國際市場的黑色星期五、網絡星期一，以及聖誕假期購物季。我們預計，在主要商業活動和產品發佈時間表的推動下，有關模式將會持續。

客戶

我們的客戶群由兩個主要渠道組成：(i)第三方經銷商及(ii)客戶直銷。我們的經銷商對我們的全球市場滲透而言至關重要。他們向我們的目標終端用戶（主要為專業人士、學者、學生及熱心讀者）推廣及銷售我們的知識專注型生產力工具。我們亦擁有龐大且不斷增長的直銷業務，我們直銷產品給(i)終端用戶（透過官方網上商店及中國的主要電商平台（如天貓及抖音）以及主要海外市場的亞馬遜的官方店舖）及(ii)企業客戶。

於往績記錄期間，我們於2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月各期間來自五大客戶的收入分別為人民幣271.0百萬元、人民幣268.9百萬元及人民幣211.3百萬元，佔我們於各期間總收入的33.8%、26.3%及26.5%。同期自最大客戶的收入分別為人民幣101.3百萬元、人民幣126.7百萬元及人民幣98.9百萬元，分別佔我們於各期間總收入的12.6%、12.4%及12.4%。我們與主要經銷商建立了長期穩定的關係，而我們認為，這反映市場對我們產品競爭力及品牌價值的高度認可。我們許多主要經銷商已與我們合作超過10年，與本集團攜手成長。於往績記錄期間，我們所有五大客戶均為獨立第三方。

同樣地，於往績記錄期間各年度／期間，我們的五大客戶並非我們的供應商。據董事所知，於往績記錄期間，概無董事、彼等各自的聯繫人或任何於[編纂]後持有我們已發行股本5%以上的股東於任何五大客戶中持有任何權益。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與客戶之間並無任何重大糾紛。

業 務

下表載列於往績記錄期間各期間我們五大客戶的若干資料。

截至2023年12月31日止年度

客戶	銷售額 (人民幣千元)	佔總銷售額 百分比	供應產品	關係時間長度	付款及 信用條款
客戶A ⁽¹⁾	101,252	12.6	所有產品	自2015年起	對賬後7天內 付款
客戶B ⁽²⁾	77,663	9.7	所有產品	自2022年起	貨到前付款
客戶C ⁽³⁾	39,788	5.0	所有產品	自2018年起	貨到前付款
客戶D ⁽⁴⁾	27,993	3.5	所有產品	自2019年起	貨到前付款
客戶E ⁽⁵⁾	24,330	3.0	所有產品	自2012年起	貨到前付款

附註：

- (1) 一家領先的電子商務公司，主要在大中華地區作為自營電子商務平台運營，同時整合第三方平台、物流、技術等業務，成為綜合零售及供應鏈基礎設施的提供商。
- (2) 一家主要專注於大中華區線上教育產品開發的受共同控制的集團公司。
- (3) 一家主要在歐洲及亞洲從事電子產品銷售的公司。
- (4) 一個主要在亞洲從事電子墨水屏產品及相關配件銷售的集團。
- (5) 一家主要在大中華地區從事電子墨水屏幕產品及其他數碼產品分銷，以及提供相關技術服務的公司。

截至2024年12月31日止年度

客戶	銷售額 (人民幣千元)	佔總銷售額 百分比	供應產品	關係時間長度	付款及 信用條款
客戶A	126,656	12.4	所有產品	自2015年起	對賬後7天內 付款
客戶D	57,156	5.6	所有產品	自2019年起	貨到前付款
客戶F ⁽¹⁾	28,991	2.8	所有產品	自2021年起	貨到前付款
客戶G ⁽²⁾	28,770	2.8	所有產品	自2019年起	貨到前付款

業 務

客戶	銷售額 (人民幣千元)	佔總銷售額 百分比	供應產品	關係時間長度	付款及 信用條款
客戶H ⁽³⁾	27,362	2.7	所有產品	自2018年起	貨到前付款

附註：

- (1) 一家主要在大中華地區從事消費電子產品及網絡相關商品銷售，以及提供信息諮詢和技術服務的公司。
- (2) 一家主要在大中華地區從事電子墨水屏產品、相關配件及行李箱／包袋銷售的公司。
- (3) 一家主要在歐洲從事各類電子書閱讀器產品銷售以及提供相關諮詢及售後服務的公司。

截至2025年9月30日止九個月

客戶	銷售額 (人民幣千元)	佔總銷售額 百分比	供應產品	關係時間長度	付款及 信用條款
客戶A	98,902	12.4	所有產品	自2015年起	對賬後7天內 付款
客戶D	48,204	6.0	所有產品	自2019年起	貨到前付款
客戶I ⁽¹⁾	22,788	2.9	所有產品	自2024年起	大部分款項 貨到前支付； 餘額在60天 內支付
客戶H	21,017	2.6	所有產品	自2018年起	貨到前付款
客戶G	20,405	2.6	所有產品	自2019年起	貨到前付款

附註：

- (1) 一家主要在大中華地區從事供應鏈管理服務（包括倉儲物流、進出口代理服務和供應鏈金融）的公司。

業 務

客戶服務與支持

我們致力於提供響應迅速的高品質客戶服務體驗，以維護客戶滿意度和品牌忠誠度。我們為經銷商及直接客戶配備專屬客戶服務團隊。

我們的客戶服務代表已接受系統培訓，以確保彼等掌握全面的產品知識並具備有效處理各種問詢的能力。客戶可通過多種渠道與我們的服務團隊互動，包括通過我們的設備、在線服務門戶網站及客戶服務熱線直接提交反饋。我們根據關鍵績效指標（其中包括即時回應時間、專業態度及客戶滿意度）定期評估客戶服務團隊的表現，以確保符合我們的高標準服務要求。

我們已制定正式的客戶投訴處理政策，以確保及時、系統並有效地處理任何問題。客戶可通過我們既定的服務渠道提交投訴及反饋。我們的政策要求，客服人員接獲投訴後，通常須及時作出初步回應，並將有關問題內部上報至相關部門。我們會記錄、分類每項投訴，並將其分配至相應團隊進行調查及解決。我們實施全流程跟蹤，以確保問題及時得到滿意解決。我們將客戶反饋視為持續改進的關鍵驅動力。我們會系統分析從投訴中收集到的見解，並將其反饋給我們的產品開發、銷售及質量控制團隊，以改進產品並優化客戶體驗。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未接獲任何對我們的業務或聲譽造成重大不利影響的重大客戶投訴。

供應商

我們的供應商主要包括(i)為生產我們的產品提供原材料及零部件的提供商，及(ii)為生產我們的知識專注型生產力工具而合作的製造夥伴。我們選擇相關行業的領先供應商，以確保該等原材料、零部件及服務的供應及質量。我們定期檢討採購流程，以提高效率及控制成本，同時不影響交付品的質量。

原材料及零部件提供商

生產我們產品的關鍵原材料及零部件主要包括屏幕、印刷電路板、Wi-Fi／藍牙模塊、鋰電池、定制結構零部件（如外殼及框架）以及電磁筆零部件。有關詳情，請參閱「—生產及組裝—原材料及零部件」。截至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，我們的原材料成本分別為人民幣406.9百萬元、人民幣502.9百萬元及人民幣376.2百萬元，分別佔同期總銷售成本的76.1%、78.3%及77.4%。

業 務

製造合作夥伴

於往績記錄期間，我們亦委聘製造合作夥伴生產我們的知識專注型生產力工具。請參閱「－生產及組裝－外包及分包安排」。我們透過就項目相關事宜（尤其是工作進度及項目要求）進行頻繁及開放的溝通，與製造夥伴保持良好關係。於往績記錄期間，我們的製造合作夥伴在服務交付方面並無出現重大延誤。截至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，我們的外包生產成本分別為人民幣71.2百萬元、人民幣76.7百萬元及人民幣49.2百萬元，分別佔同期總銷售成本的13.3%、12.0%及10.1%。

主要供應商

於往績記錄期間，我們於2023年及2024年及截至2025年9月30日止九個月向五大供應商的採購額分別為人民幣305.8百萬元、人民幣367.5百萬元及人民幣336.5百萬元，佔我們於各期間總採購成本的48.3%、44.7%及47.5%。同期自最大供應商的採購額分別為人民幣183.7百萬元、人民幣230.7百萬元及人民幣194.3百萬元，分別佔我們於各期間總採購成本的29.1%、28.1%及27.4%。儘管元太科技工業於2024年透過其間接全資附屬公司川奇光電以4.9%股權成為我們的股東，但於往績記錄期間，我們的五大供應商均為獨立第三方。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們仰賴供應鏈的穩定性及有限數量的供應商。若供應商未能維持供應量或質量，或發生意外中斷、延誤或爭議（尤其是與海外供應商之間），可能對我們的生產造成不利影響、增加成本或影響產品質量」。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷供應商嚴重違約或任何原材料供應嚴重延誤或短缺而中斷我們的業務運營。

同樣地，於往績記錄期間各年度／期間，我們的五大供應商並非我們的客戶。據董事所知，於往績記錄期間，概無董事、彼等各自的聯繫人或任何於[編纂]後持有我們已發行股本5%以上的股東於任何五大供應商中持有任何權益。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與供應商之間並無任何重大糾紛。

下表載列於往績記錄期間我們五大供應商的若干資料。

業 務

截至2023年12月31日止年度

供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔採購總額 百分比	採購的產品/ 服務	關係時間長度	付款及 信用條款
元太科技工業及其聯屬公司 ⁽¹⁾	183,703	29.1	屏幕	自2016年起	貨到前付款
供應商A ⁽²⁾	43,296	6.8	電磁屏及 電磁筆	自2019年起	開具票單後 30天內付款
供應商B ⁽³⁾	31,186	4.9	屏幕貼合 服務	自2022年起	開具發票後 30天付款
供應商C ⁽⁴⁾	23,891	3.8	芯片	自2020年起	開具發票後 30天付款
供應商D ⁽⁵⁾	23,689	3.7	芯片	自2021年起	貨到後30天內 付款或貨到前 付款

附註：

- (1) 一家中國台灣集團，主要從事銷售用於高速閱讀器、電子紙筆記本及電子貨架標籤的電子墨水屏幕。
- (2) 一家主要在大中華地區從事新型薄膜材料、電子零部件及機電組裝設備的銷售的公司。
- (3) 一家主要在大中華地區從事光電器件、顯示器件、電力電子元器件以及計算機硬件及周邊設備製造的公司。
- (4) 一家主要在大中華地區從事銷售電子產品（包括電子零部件、半導體、數碼產品及通訊設備）的公司。
- (5) 一家主要在大中華地區從事電子零部件營銷及電子零部件與接口設備分銷的公司。

業 務

截至2024年12月31日止年度

供應商	採購金額	佔採購總額 百分比	採購的產品/ 服務	關係時間長度	付款及 信用條款
	(人民幣千元)				
元太科技工業及其聯屬公司	230,746	28.1	屏幕	自2016年起	貨到前付款
供應商E ⁽¹⁾	41,771	5.1	芯片	自2023年起	貨到前付款
供應商A	40,575	4.9	電磁屏及 電磁筆	自2019年起	開具發票後 30天內付款
供應商F ⁽²⁾	28,201	3.4	芯片	自2022年起	貨到付款
供應商B	26,218	3.2	屏幕貼合	自2022年起	開具發票後 30天付款

附註：

- (1) 一家主要在大中華地區從事提供智能物聯網產品及解決方案，提供由芯片、驅動、操作系統、算法至應用層的一站式解決方案的公司。
- (2) 一家主要在大中華地區從事銷售電子產品、通信產品、芯片和存儲設備的集團。

截至2025年9月30日止九個月

供應商	採購金額	佔採購總額 百分比	採購的產品/ 服務	關係時間長度	付款及 信用條款
	(人民幣千元)				
元太科技工業及其聯屬公司	194,256	27.4	屏幕	自2016年起	貨到前付款
供應商E	68,937	9.7	芯片	自2023年起	貨到前付款
供應商A	25,507	3.6	電磁屏及 電磁筆	自2019年起	開具發票後30 天內付款
供應商D	25,351	3.6	芯片	自2021年起	開具發票後30 天內付款或貨 到前付款
供應商B	22,449	3.2	屏幕貼合	自2022年起	開具發票後30 天內付款

業 務

物流及存貨管理

物流與倉庫

我們運營倉庫以存儲製成品、部分零部件及原材料，並委聘第三方物流服務提供商為製成品提供配送服務。經質量檢驗合格的成品會按照我們的規格及質量標準進行包裝，並運送至客戶（包括用戶及經銷商）指定的地點。

存貨管理

我們的存貨主要包括原材料、在製品和製成品。請參閱「財務資料－我們綜合財務狀況表若干重要項目的討論－存貨」。我們利用內部管理系統追蹤存貨水平，以便及時監控存貨狀況，從而盡量減少過時存貨。我們根據銷售及市場營銷團隊的銷售預測（滾動更新）採購原材料及規劃生產活動。我們的主要存貨管理目標是確保準時交付以滿足市場需求，同時保持最佳的存貨周轉率。於往績記錄期間，我們的存貨周轉日數普遍增加，原因為我們積極建立關鍵零部件戰略儲備，以有效緩解全球貿易摩擦和供應鏈潛在不確定性帶來的風險。

為防止日後再出現存貨大幅減值的情況，我們已實施以下存貨管理措施：

- 我們根據零部件的具體特性和供應鏈風險來區分我們的安全庫存水平。對於我們最關鍵的零部件，我們維持了充足的戰略儲備，以降低供應短缺的風險。對於其他原材料，我們通常會維持充足的安全庫存。
- 我們會考慮歷史銷售數據、銷售預測、行業變化、現有庫存水平及潛在供應風險等因素，制定詳細的採購計劃。

業 務

質量控制及產品保修

質量控制

我們致力於在整個運營過程中實施嚴格的產品安全及品質控制標準，由供應鏈管理、生產製造到存貨及物流，確保產品安全及優越品質。

我們的質量控制流程始於我們的供應商。在初步取樣階段，我們與供應商訂立清晰的控制及測量標準。交貨時，我們會對每批來貨原材料進行嚴格檢查。根據零部件的不同，通過抽樣或全面檢查的材料會被納入我們的存貨；任何有缺陷的材料則會被拒收。

在生產及裝配方面，我們的質量管理及生產流程已獲得ISO 9001（質量管理）及ISO 14001（環境管理）認證。我們的產品除了符合GB系列等國內標準外，還獲得了各自市場所需的認證，包括歐盟的CE認證及美國的FCC認證。我們一直順利通過相關政府監管機構的檢查。

由於我們嚴格的質量控制，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無因重大產品質量問題而(i)收到政府或監管機構的任何重大罰款、產品召回令或其他重大處罰，(ii)收到我們的客戶（包括經銷商）的任何重大產品退貨要求，或(iii)收到消費者就產品質量提出的任何重大投訴。

產品退貨及保修

我們的產品通常由購買日期起享有一年保修。我們亦提供收費的保修期外維修服務，尤其針對人為損壞，例如易碎的屏幕。對於從我們自營線上渠道購買的終端用戶，我們亦會根據各平台規則提供若干額外保修服務。為了在全球範圍內提供高效的售後支援，我們建立了維修中心網絡，涵蓋亞洲、歐洲及美國。

根據我們的內部記錄，我們的客戶於2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月退回的產品數量佔總銷量的不足1.0%。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何重大產品退貨或更換索償，亦無收到任何重大保修索償或進行任何產品召回。

業 務

獎項及認可

下表載列截至最後實際可行日期我們的部分主要獎項及認可。

獎項／認可	頒獎機構／權威機關	日期
《時尚先生Esquire》2025年度電子配件大獎：Boox Palma 2.....	《時尚先生Esquire》	2025年10月
Yanko Design評選的2025年IFA最佳產品：BOOX Note Max.....	Yanko Design	2025年9月
紅點設計大獎2025得主：BOOX Pen3..	紅點設計	2025年7月
2025年度德國iF設計獎：BOOX Note Air4 C.....	德國iF設計	2025年4月
2025年德國iF設計獎：BOOX Palma (系列).....	德國iF設計	2025年4月
2025年德國iF設計獎：BOOX Go 10.3..	德國iF設計	2025年4月
2025年德國iF設計獎：BOOX Note Max	德國iF設計	2025年4月
2024年最佳發明：BOOX Palma.....	《時代周刊》	2024年10月
《Wallpaper*》2024年度「智能空間大獎」獲獎名單：BOOX Palma.....	《Wallpaper*》	2024年7月
2023年度電子彩墨屏產品銷量冠軍....	E Ink Corporation	2024年1月
《時尚先生Esquire》2023年度電子配件大獎－最佳平板獎： BOOX Tab Ultra C.....	《時尚先生Esquire》	2023年10月
Yanko Design評選的2023年IFA最佳產品：BOOX Tab Mini C.....	Yanko Design	2023年9月
2023年德國iF設計獎：BOOX Tab Ultra	德國iF設計	2023年4月

牌照、批准及許可證

我們須持有各類牌照、批准及許可證以經營我們的業務。監察牌照及許可證的有效性以及及時提出續期申請的責任，由我們的供應鏈團隊負責管理。截至最後實際可行日期，我們已從相關監管機構取得對我們業務運營至關重要的所需牌照、批准及許可證。

我們不時重續牌照、許可證、批准及證書，以符合相關法律及法規。誠如我們的中國法律顧問告知，只要我們遵守中國法律法規所訂立的適用要求及條件，預期此類續期不會遇到任何重大困難。然而，我們無法向閣下保證我們將來能夠成功取得或重續該等牌照、許可證或證書。請參閱「風險因素－與在我們經營所在司法管轄區開

業 務

展業務有關的風險 — 倘我們未能取得及維持我們經營所在任何司法管轄區所需的必要牌照及批准，我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響。」有關我們須遵守的法律及法規的進一步資料，請參閱「監管概覽」。

僱員

截至2025年9月30日，我們共有416名全職僱員。我們的大部分僱員位於中國。

下表載列截至2025年9月30日我們按職能劃分的全職僱員。

部門／職能	僱員人數	%
行政	23	5.5
財務	14	3.4
銷售及營銷	104	25.0
研發	148	35.6
生產及組裝	83	20.0
供應鏈	19	4.6
質量控制	25	6.0
總計	416	100.0

我們與所有全職僱員簽訂僱傭合約及保密協議，當中包含訂明知識產權歸屬我們的條款。對於關鍵管理人員及核心研發人員，我們亦會簽訂載有不競爭條款及相關安排的獨立協議。

我們已制定完善的反賄賂及反貪污政策。全體僱員必須簽署廉潔自律承諾書。該政策闡明了潛在的腐敗行為，包括但不限於收受回扣及挪用公款。我們的政策亦訂明了調查程序及措施。我們設有內部舉報渠道，並鼓勵業務夥伴（如客戶及供應商）使用現有的舉報渠道，舉報任何可疑的不道德行為。如確認業務合作夥伴有重大違規行為，我們可能會終止業務關係。

我們相信，我們的成功取決於能否吸引、激勵及留住合資格僱員。我們主要通過內部推薦、直接招聘、主流招聘網站來招募僱員，並會聘請獵頭公司負責高端及專門職位。作為我們挽留人才策略的一部分，我們提供具競爭力的綜合薪酬結構，包括固

業 務

定薪酬、績效獎金及項目獎勵。我們分別於2024年及2025年實施僱員激勵計劃，合資格參與者包括本公司高級管理人員及其他技術、研發、管理或生產人員，且須為本公司全職僱員。我們亦提供各類培訓計劃，以提升僱員的專業技能。

根據中國法規要求，我們為內地全職僱員參與由省市級政府組織的各項僱員社會保障計劃，包括養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金。根據中國法律，我們須按中國全職僱員的薪金、花紅及若干津貼的指定百分比，向僱員福利計劃供款，供款金額上限由中國地方政府規定。

於往績記錄期間，我們未有按相關中國法律及法規的規定為若干員工足額繳納社會保險及住房公積金。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－倘我們未能遵守《中華人民共和國社會保險法》《住房公積金管理條例》或其他中國勞動相關法規，我們可能會遭受罰款及其他法律或行政制裁。」我們未有為相關員工足額繳納社會保險及住房公積金，主要是由於我們部分員工不願承擔社會保險及住房公積金的相關個人供款部分，其中部分員工因個人原因明確要求不為其代扣代繳住房公積金。

根據我們中國法律顧問的意見，(i)就社會保險而言，相關中國機關可責令我們在規定期限內繳納欠繳款項。我們亦可能被處以按欠繳金額每日0.05%計算的滯納金，自欠繳之日起計。倘我們未能在規定期限內按要求繳款，我們可能面臨欠繳金額一至三倍的進一步罰款；及(ii)就住房公積金而言，相關住房公積金管理中心可責令我們在規定期限內繳納欠繳金額。倘我們未能按時繳納，該管理中心屆時可向中國人民法院申請強制執行繳納令。

董事認為，上述事件不會對我們的業務及經營業績產生重大不利影響，乃考慮到(i)我們已取得相關主管部門出具的書面確認，確認於往績記錄期間並無因該等事項而對我們施加行政處罰；(ii)截至最後實際可行日期，我們並未收到相關中國監管機關要求我們繳納社會保險及住房公積金重大欠繳金額的任何通知；(iii)截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何未解決的員工投訴，亦無涉及與員工有關社會保險及住房公積金的任何重大勞動爭議；及(iv)我們承諾在主管政府機關要求時，於規定期限內足額繳

業 務

納或補繳欠繳金額。此外，根據人力資源和社會保障部於2018年9月21日頒佈的《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，嚴禁行政執法機關對企業歷史欠費進行集中清繳。此外，據我們的中國法律顧問告知，基於現行的政策法規，以及社會保險及住房公積金監管部門目前的監管情況和實操慣例，我們被有關部門要求集中清繳、全員補繳社會保險及住房公積金並因此遭受行政處罰的風險低。基於上述理由，我們並未就社會保險及住房公積金供款的差額計提撥備。

為加強及監控我們對社會保險及住房公積金繳納相關法律法規的遵守情況，我們已採取以下內部控制措施。

- 我們已指定人力資源部每月緊密審核及監控社會保險及住房公積金的申報及繳納情況，以確保持續合規。
- 自2025年12月起，我們已開始為先前未獲覆蓋的員工繳納住房公積金。
- 我們將加強與員工的溝通，確保彼等理解並配合遵守適用的社會保險及住房公積金繳納基數，這亦需要員工支付額外供款。
- 我們將繼續定期諮詢我們中國法律顧問，以掌握相關中國法律及法規的最新進展，並將向相關員工提供持續培訓。

我們與僱員保持良好關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大勞資糾紛、罷工或大規模裁員。

保險

我們持有一系列保險政策，這些政策就我們業務的規模和性質而言，我們認為是慣常且足夠的。我們的法律及財務部門負責監察我們的保單的有效性，並及時提交續保申請。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無提出任何對我們而言屬重大的保險索償，亦無成為該等索償的對象。

業 務

我們的保險範圍包括僱員相關保險、信貸風險保險，以及物流及存貨保險。除中國法律規定的強制性社會保障保險外，我們為僱員提供意外傷亡保險。為減低應收賬款帶來的風險，我們會為部分銷售額投保信用保險。此外，我們為供應鏈投保全面保險，包括貨物整個運輸過程的貨物運輸保險，以及為境內外第三方倉庫持有的存貨投保的倉儲保險。

我們認為我們的保險覆蓋範圍與中國同業公司的保險覆蓋範圍一致。我們會不時檢討我們的保單，以確保其承保範圍足夠。然而，與我們業務及運營相關的若干風險未必完全受保險保障。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們設有受保額限制的保單以涵蓋我們的潛在損失及索償，但任何超出我們的保險範圍的索償可能導致我們承擔巨額成本及資源轉移」。

競爭

全球知識專注型生產力工具市場是一個技術密集型且經驗驅動型的行業。市場份額正日益集中於擁有累積技術能力及強大品牌認可度的領先企業。根據弗若斯特沙利文的資料，全球知識專注型生產力工具市場規模由2020年的人民幣107億元增長至2024年的人民幣291億元，複合年增長率約為28.4%。其預計將進一步由2025年的人民幣397億元增長至2030年的人民幣821億元，複合年增長率約為15.6%。

根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年零售價值計，我們位列全球知識專注型生產力工具市場第二大品牌。此外，我們在知識專注型生產力工具市場的開放式系統分部及色彩分部均為全球領先品牌。我們亦為中國市場頭部知識專注型生產力工具品牌，以及為全球前五名市場參與者中排名最高的中國企業。

我們的競爭力源於多項關鍵因素，包括(i)我們在顯示驅動及算法、手寫輸入技術、色彩及光學設計以及功耗控制方面的系統級能力；(ii)從解決方案設計到量產一致性的閉環管理；(iii)對數據隱私及安全合規的堅定承諾；(iv)產品組合的廣度與質量；(v)強大的品牌認可度；以及(vi)高效且可擴展的分銷網絡。儘管部分競爭對手可能擁有更雄厚的財務資源或在產品創新方面具備更豐富的經驗，構成重大挑戰，但我們認為在質量及多樣性方面備受認可的品牌聲譽、強大的研發能力、深刻的用戶洞察、深厚的行業專業知識以及全球分銷網絡，使我們已構建堅固的行業進入壁壘，並與競爭對手形成差異化。

業 務

物業

我們的總部位於廣東省廣州市。

截至最後實際可行日期，我們並未擁有任何物業。我們在中國租賃了十項物業，總建築面積約為14,555.3平方米，主要用作辦公室、生產及組裝設施、倉庫及宿舍。此外，我們在香港租賃了若干物業，主要用作辦公室及維修中心。我們相信，現有的設施足以應付短期需求，而未來需要時亦可按商業上合理的條款獲取額外空間。

截至最後實際可行日期，四項租賃物業的實際用途並不符合相關業權證明文件所載的指定用途範圍。就該等租賃物業而言，誠如我們的中國法律顧問所告知，倘物業被出租作與規定用途不符之情況，業主或會面臨行政處罰，而我們對該等存在使用缺陷的租賃物業的使用權亦可能因此被中止。然而，作為租戶，我們在這方面不會受到任何處罰。該等租賃物業主要用作辦公室及員工宿舍，若我們需終止使用任何租賃物業，我們相信能夠及時找到合適的替代方案，而不會對我們的業務運營造成重大干擾。

此外，截至最後實際可行日期，我們有三份租賃協議尚未向中國相關機關登記，主要由於部分業主未能完成租賃登記手續。誠如我們的中國法律顧問所告知，已簽署的租賃協議若未進行登記，並不會影響其有效性。然而，倘相關中國政府機關要求我們作出整改而我們未能在規定期限內整改，我們可能會就每份未登記的租賃協議被處以不少於人民幣1,000元但不超過人民幣10,000元的罰款。我們估計，就上述未登記的租賃協議，我們可能面臨的最高罰款約為人民幣30,000元，而我們認為該金額並不重大。因此，我們認為，未能登記該等租賃協議將不會對我們的財務狀況或經營業績造成任何重大不利影響。如有可能，我們將積極與相關出租人聯繫，以完成所有該等租賃協議的登記。

截至2025年9月30日，我們並無任何單一物業的賬面價值佔總資產15%或以上。因此，根據上市規則第五章及公司條例（豁免公司及招股章程遵守條文）公告第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條的規定，無須將土地或樓宇的所有權益列入公司（清盤及雜項條文）條例附表三第34(2)段所述的估值報告內。

業 務

法律程序及合規

法律訴訟程序

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無亦無涉及任何重大法律、仲裁或行政訴訟，且我們並不知悉任何針對我們或我們的董事的待決或可能提出的法律、仲裁或行政訴訟，而該等訴訟可能單獨或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

合規情況

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何重大不合規事件而導致罰款、執法行動或其他處罰，該等事件可能個別或整體對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

受國際制裁地區的商業活動

於往績記錄期間，本集團向一名位於俄羅斯的客戶（為經銷商）出售我們的部分產品，即消費級電子閱讀設備、平板及相關配件。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們向該客戶銷售所得收入分別為人民幣39.8百萬元、人民幣8,000元及零，分別佔相應期間我們總收入約5.0%、可忽略不計的金額及零。為減低制裁風險，我們自2023年起自願減少對俄羅斯的銷售，並於2024年及直至最後實際可行日期停止對俄羅斯的銷售。

據我們的國際制裁法律顧問告知，於往績記錄期間，本集團對俄羅斯的銷售(i)並不構成一級被制裁活動或違反美國一級制裁，及(ii)本集團的整體美國二級制裁風險較低及不大。

美國關稅法規的影響

儘管美國關稅政策迅速變化，我們在美國的銷售仍然保持穩定。我們來自美國的收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣138.4百萬元增加8.0%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣149.5百萬元。這主要歸因於：(i)我們在關稅實施前積極管理存貨；(ii)通脹預期帶動消費者需求上升，以及客戶預期關稅變化可能導致產品價格上漲而進行囤貨；以及(iii)相關豁免顯著減輕了根據《國際緊急經濟權力法》徵收的關稅的影響。於2025年4月11日，美國海關邊境保護局發佈了通告(CSMS#64724565)，批准

業 務

若干指定產品排除適用經修訂的第14257號行政令規定的互惠關稅，包括根據美國《協調關稅表》歸入稅則號列8471項下的產品。由於我們的主要產品高速閱讀器、生產力平板及其若干相關配件歸入適用的美國《協調關稅表》稅則號列項下，被納入本豁免類別範圍。因此，前述產品僅需繳納20%的芬太尼相關關稅。

此外，於2025年11月7日，美國政府發佈聯邦公報公告，將第14195號行政命令規定的芬太尼相關關稅從20%下調至10%，自2025年11月10日起生效。因此，我們上述產品的適用關稅稅率進一步下調至10%，此稅率截至最後實際可行日期仍維持不變。

據我們的國際制裁法律顧問所告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，美國關稅法規變動對我們業務運營的影響有限。截至最後實際可行日期，董事認為，美國加徵關稅及全球貿易關係的最新發展，並未對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

中美之間未來貿易政策變動和政治緊張局勢仍存在重大不確定性。國際關稅政策正在迅速變化，可能會實施更多貿易政策措施，包括新增關稅及進出口限制。我們會密切關注相關發展。另請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－適用於我們產品的美國關稅上調將對我們造成負面影響，而經濟狀況的任何整體惡化（包括貿易緊張局勢升級）均可能對我們的業務產生不利影響。」

轉讓定價安排

本公司與附屬公司根據本集團的轉讓定價政策進行集團內部交易，其要求所有此類交易均須基於各自獨立利益進行。

於往績記錄期間，本公司與我們香港的附屬公司進行若干集團內部交易（「**集團內部交易**」），主要包括涉及原材料和製成品的買賣交易。

我們已委聘獨立轉讓定價顧問（「**轉讓定價顧問**」）根據經合組織《跨國企業與稅務機關轉讓定價指南》對往績記錄期間的集團內部交易進行基準研究。我們的轉讓定價顧問認為，交易淨利率法為最合適的轉讓定價測試方法，以通過測試本公司及附屬公司的整體利潤率來評估集團內部交易的轉讓定價安排是否符合公平交易原則。根據基準分析結果及我們的轉讓定價顧問所告知，於往績記錄期間的集團內部交易乃按公平交易原則進行。

業 務

我們已經且將會持續密切監測我們的轉讓定價安排，並定期審核我們集團內部交易定價政策的合理性。然而，與其他稅項相關事宜類似，我們無法確保我們的轉讓定價安排日後不會遭到相關稅務機關的審核及潛在質疑。儘管如此，我們認為我們擁有合理的理據就任何此類潛在質疑進行抗辯。有關進一步詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們的經營可能面臨轉讓定價調整風險」。

環境、社會及管治

我們深信，我們的持續發展有賴於將社會價值融入我們的業務之中，並致力成為負責任的企業公民。我們認為ESG對我們的持續發展至關重要。我們致力推動企業社會責任及可持續發展，並將其融入業務運營的各個主要範疇。我們亦致力遵守中國的監管規定，遵循環保法律法規，並確保僱員的健康與安全。

我們的ESG管治

環保及創造正面社會影響是我們業務和企業管治的核心。我們將ESG政策原則融入我們運營的各個範疇，為管理環境、社會及氣候相關事宜提供指引。我們認為，評估及管理重大ESG事宜需要全體董事共同努力，因此我們並無就ESG事宜成立任何小組委員會。相反，我們的董事在管理團隊的協助下，負責監察及管理重大ESG事宜。董事主要負責制定我們的整體ESG願景、方向及策略，並監察及檢討我們在ESG方面的表現，以及實現董事會對ESG的願景。董事亦已指派行政及人力資源部監督不同團隊的協調工作，以確保我們的運營及常規符合相關的ESG策略。

我們致力持續提升全體董事、高級管理層及僱員對ESG的認知。例如，我們計劃不時為僱員提供ESG相關的培訓，包括向他們更新我們最新的ESG政策及現行目標。此外，我們的董事密切關注及監察有關ESG披露及監管合規的最新規定。我們非常重視聯交所的ESG規定。為確保遵守上述規定，我們的董事及行政及人力資源部將監督ESG報告的編製工作，並審閱該內容，以確保[編纂]後ESG報告的質量。

業 務

就ESG事宜的管理而言，我們的董事已委派行政及人力資源部每年識別、監察及評估重大ESG事宜。我們的董事將審核評估結果，並就我們需要重點關注的事項作出結論。此外，我們的董事將制定ESG目標，包括制定政策、系統性措施，以及一年及五年期的預算，以平衡業務增長與環境保護，從而管理重要的ESG事宜，並實現可持續發展。我們會每年檢討相關目標，以確保其符合我們的需要。

環境保護

我們認識到環境保護及可持續發展的重要性，而我們在這方面的承諾亦獲得ISO14001環境管理體系認證的肯定。我們產品的數字化和護眼功能，加上我們提倡的綠色讀寫理念，直接有助減少森林資源的消耗，從而為碳中和作出積極貢獻。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守適用於我們運營的相關環境法律及法規，且並無因違反環境法律及法規而對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的重大索償或罰款。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們產生以下污染物，並已透過實施相應的環境措施進行處理。

固體廢物管理

我們在生產過程中產生固體廢棄物。其中一些具有潛在危險，包括廢棄電路板、電子元件、屏幕、電池、無鉛焊錫膏包裝及故障部件。所有有害廢物均由合資格的第三方承包商收集及處理。我們生產過程中產生的其他非有害廢棄物包括一般工業廢棄物及生活固體廢棄物，由城市環境衛生部門收集及處理。

業 務

污水管理

我們在生產過程中並沒有產生工業污水。產生的其他污水為生活污水，這些污水會在我們的生產及組裝設施內的污水處理設施進行處理，直至水質達到國家標準及當地污水處理廠所規定的相關標準為止。當地污水處理廠會對已處理的污水進行進一步處理及排放。我們租用的工業園區已配備所需的污水排放許可證。污水處理集中管理，並定期檢測水質，以確保符合相關標準。

廢氣管理

生產過程中產生了含有顆粒物的廢氣。我們採取措施以盡量減少廢氣的影響，包括改善生產廠房的通風系統及安裝廢氣處理設施。

於往績記錄期間，我們並無因廢物及污水排放而引致任何不合規事件，且我們在生產過程中所產生的各項主要污染物排放量均維持在規定的監管限額內。此外，我們的生產及組裝設施已就廢物及污水排放向相關部門取得所需許可證。我們相信，我們的業務運營並未對環境造成重大不利影響。

指標及目標

我們監察以下指標，以評估及管理我們因業務及製造運營而產生的環境及氣候相關風險。

用電情況

我們根據相關政府法規及政策評估我們的用電量，並積極響應政府倡議，致力節約能源。我們監測生產及組裝設施的用電量，並實施多項措施，包括採用節能技術升級設施、推廣使用自然光，以及在非工作時間減少使用空調和電子設備。為進一步提升僱員對節能重要性的意識，我們已實施內部指引以推動高效用電，並訂立年度節電目標。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的平均用電量分別約為20,253千瓦時、33,317千瓦時及52,753千瓦時。我們擬於未來三至五年內逐步控制及降低生產及組裝設施的年均用電量水平。

業 務

用水情況

我們根據相關政府法規及政策評估我們的用水量，並自願承擔我們的社會責任，實踐節約用水。我們制定年度節水目標，並監測生產及組裝設施的用水量，以減少用水量。我們擬舉辦更多活動及項目，以在本集團推廣節約用水文化。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的平均用水量分別約為109立方米、149立方米及168立方米。我們擬於未來三至五年內逐步控制及降低生產及組裝設施的年均用水量水平。

廢棄物管理

我們持續監測污水排放及有害固體廢棄物處理。污水處理由我們生產及組裝設施所在的工業園區集中管理，有關污水在排放前均經過妥善處理。於往績記錄期間，我們的有害固體廢棄物由第三方合資格承包商負責收集及處理。

環境及氣候相關風險管理

環境及氣候相關風險可分為兩大類：(i)與低碳經濟轉型相關的風險；及(ii)與氣候變化實際影響相關的風險。

轉型風險

邁向低碳經濟轉型，可能會出現廣泛的政策、法律、技術及市場變革，以應對與氣候變化相關的減緩及適應需求。與政策變動相關的轉型風險包括中國環境法律及法規可能不時修訂的任何風險，而該等法律及法規的變更可能導致我們因遵守更嚴格的規定而產生額外成本。任何未能遵守環境法規的行為均可能使我們面臨處罰、罰款、暫停或其他形式的行動。

業 務

實際風險

我們可能面臨與氣候相關的實際風險，並帶來財務影響，例如資產直接受損及供應鏈中斷所造成的間接影響。我們的財務表現可能會受到水資源供應、來源及質量的變化的影響，或被極端溫度變化對場所、運營、供應鏈、運輸需求及僱員安全的影響所左右。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在供水、採購及水質方面並無遇到任何困難，亦未有因任何極端溫度變化而對場所、運營、供應鏈、運輸需求及僱員安全造成影響，以致對我們的運營造成重大不利影響。我們意識到我們對氣候變化的社會責任，以及我們在評估和管理這些環境及氣候相關風險方面的角色。我們將持續評估及管理本集團未來可能面臨的環境及氣候相關風險。

社會

我們將企業社會責任深度融入發展策略。我們不僅致力為客戶創造卓越價值，同時亦致力推動僱員、社區及整個行業的發展。

僱傭

我們堅信，僱員多元化是我們最寶貴的資產之一，亦是我們的核心競爭優勢。我們制定了行為準則，致力於在決策過程中避免任何歧視，並為所有求職者和僱員提供平等的就業機會。我們尊重個人信仰、文化習俗及生活方式，致力營造開放包容的工作環境。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，並無發生任何違反有關童工或強制勞工的相關法律及法規的事件。

職業安全

我們已為生產及裝配工序實施嚴格的工作安全政策及程序，涵蓋消防安全、工傷、用電安全、化學品安全，以及緊急應變與疏散程序。我們為僱員提供職業安全教育及培訓，以提升他們的安全意識。我們亦會定期進行設備維護，以確保其運營順暢及安全。我們已在生產及組裝設施實施嚴格的廢物處理程序。

截至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守有關職業健康及工作安全的適用法律及法規。於往績記錄期間，我們並無錄得任何重大事故。截至最後實際可行日期，並無因意外事故而向我們提出重大索償。

業 務

僱員發展與培訓

我們透過全面的職業體系、多元化的發展途徑及具競爭力的福利，優先推動僱員發展。於往績記錄期間，我們舉辦了僱員發展培訓課程，促進個人及組織成長。

我們透過全面的入職培訓及專業發展計劃支持僱員成長，提升他們的核心競爭力。我們的福利制度包括績效獎金、房屋津貼、補貼及各種福利，以提升僱員滿意度及團隊凝聚力。

產品責任

產品責任是我們可持續發展的關鍵支柱。我們在整個產品生命週期中實施嚴格的質量管理體系，並取得ISO9001質量管理體系認證，確保了高標準的質量和安全。

我們已實施嚴謹的內部審核程序及全面的產品質量控制計劃，確保由原材料至成品的高標準。我們定期進行相關測試，提供安全、可靠且環保的產品及解決方案。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大產品召回、退貨或投訴，且我們並不知悉任何未決產品召回或相關機構或客戶可能導致產品召回的調查或行動。

展望未來，我們擬根據上市規則附錄C2《環境、社會及管治報告守則》的建議，積極識別及監察ESG相關風險對我們業務、策略及財務表現的實際及潛在影響，並將ESG事宜的考慮因素納入我們的業務、策略及財務規劃中。

風險管理及內部監控

我們已制定及實施風險管理政策，以識別及處理與我們業務運營相關的潛在風險，包括但不限於策略性風險、運營風險、財務風險、法律及合規風險，以及供應商風險。我們的風險管理政策列明識別、分析、分類、減輕及監控各類風險的程序。董事會負責監督整體風險管理，而管理層則負責執行相關工作。我們定期評估及更新我們的風險管理政策。我們的風險管理政策亦列明我們的運營中所識別風險的匯報層級。

業 務

我們亦制定並實施了一系列內部監控管理措施。我們的內部監控系統旨在為有效及高效的運營、可靠的財務匯報及遵守適用法律及法規提供充分保證。我們的內部監控系統涵蓋我們的運營的所有重要範疇，包括但不限於企業管治提升、合約審批程序、採購及付款流程、存貨追蹤與對賬機制、現金及投資管理、內部審計及財務匯報系統。我們已採取的具體內部監控措施包括要求僱員簽署《廉潔自律承諾書》，以及為我們的僱員及業務夥伴設立舉報渠道，以防止不當行為。在數據安全合規方面，我們確保用戶數據不會跨越地區界限。我們設計了雲基礎設施，將數據存儲在收集數據的區域內。我們定期進行內部評估及培訓，以確保僱員充分了解我們的內部監控措施及相關法律法規。

於2025年10月，我們聘請了一家獨立顧問公司擔任內部監控顧問，該公司進行了全面審查，並就我們內部監控的有效性提供了建議。我們已根據內部監控顧問的建議採納一套程序及措施，以進一步確保內部監控及企業管治常規的有效性。

除與我們運營各方面相關的內部監控及風險管理措施外，我們將繼續在集團層面實施以下內部監控措施。

- 為符合聯交所[編纂]公司的企業管治標準，我們已在董事會下設立審核委員會、薪酬委員會及提名委員會。其主要職責包括(但不限於)就我們的財務報告程序、內部監控及風險管理系統提供獨立意見、確保薪酬及補償水平適宜，以及向董事會推薦合適的合資格人士。
- 我們將遵守上市規則及適用法律法規項下的相關披露要求，包括但不限於有關內幕消息、須予披露交易、關聯交易等。
- 我們計劃為董事、管理層及僱員提供培訓，以持續提升他們對內部監控及法律合規重要性的意識；特別是，我們擬繼續為董事及管理層提供有關上市規則及聯交所[編纂]公司董事職責的培訓。

業 務

- 我們計劃聘請專業顧問公司及／或律師事務所，就持續遵守相關中國法律及法規提供培訓及建議；我們亦會根據我們的運營需要以及新法律法規的變動，持續更新我們的內部監控政策。

我們認為，我們的內部監控系統足以有效應對我們目前的運營需求。