

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故其並不包括可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下於決定[編纂][編纂]前，應閱讀本文件全文。任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的部分特定風險載於本文件風險因素。閣下於決定[編纂][編纂]前，應細閱該節。

概覽

我們是誰

我們是一家綠色家居綜合服務商，亦是「綠色健康人居空間」理念的先行倡導者與堅定踐行者。我們創始於1995年莫干山麓下，與自然的緊密相伴塑造了我們「讓家住進莫干山」的初心，即通過提供健康、高品質的綠色家居產品，將源自莫干山的宜居價值融入日常生活空間。歷經三十餘年的深耕與積澱，我們已將「莫干山」打造為在中國具有全國影響力的知名品牌，並憑藉始終如一的健康、安全與卓越品質，贏得了廣大消費者的高度認可與長期信賴。以人造板為起點，我們不斷拓展產品與服務邊界，逐步構建起覆蓋綠色家居核心需求的多元化產品體系，從而確立了我們作為一站式綠色家居綜合服務商的市場定位。

往績記錄期內，我們專注於提供綠色人造板及定制家居產品與服務。根據灼識諮詢的資料，按2024年收入計，我們是中國第三大的綠色人造板服務商，以及中國前十大綠色定制家居提供商。我們持續參與中國「十二五」規劃以來的多項國家級研發項目，重點研究促進產業升級及轉型的關鍵技術，並開展相關應用示範。此外，我們已獲得國家知識產權示範企業、國家林業重點龍頭企業、國家綠色工廠、國家綠色供應鏈示範企業、5G全連接工廠等國家級榮譽認證。

我們持續參與綠色家居產品行業標準的制定與升級。在綠色家居產品的打造過程中，我們主要採用來源於可持續經濟林的木材作為原材料，並依託規模化採購所形成的規模經濟，通過穩定的商業回報機制，反哺造林複植與土地的可持續利用，進而激勵林業資源的持續培育。同時，我們積極參與各類植樹項目，推動生態修復與綠色循

概 要

環。除了在上游開展這些工作外，我們亦投入研發，推動持續的技術創新，有效降低產品的甲醛釋放水平，目前我們所有產品已升級到HE_{NF}級甲醛釋放量標準。此外，我們參與起草包括GB 18580-2025在內的逾75項國家及行業標準，推動綠色家居產品標準的系統升級。

我們亦致力將可持續發展融入我們的日常運營中，以履行企業公民責任，推動社會價值共創。我們已於2023年發佈《雙碳戰略行動指南》，明確減碳路徑，並承諾提前實現國家的關鍵減碳目標，即於2028年實現碳排放達峰，並於2050年實現核心運營邊界內碳中和。我們亦嚴格踐行該指南，逐年發佈報告，並打造了零碳人造板產品。根據灼識諮詢的資料，我們是行業內首批提出雙碳戰略並打造了零碳人造板的企業。

我們已經取得以下成就：



附註：

- (1) 根據灼識諮詢的資料，按2024年收入計，我們是中國第三大的綠色人造板服務商，以及中國前十五綠色定制家居提供商；國家林業和草原局「國家林業重點龍頭企業」。

概 要

- (2) 我們的「莫干山」品牌榮膺「中國馳名商標」「中國名牌產品」「國家免檢產品」；央視《大國品牌》「國牌盛典」年度品牌。
- (3) 我們的產品被列入國家部委「政府綠色採購清單」，應用於北京大興國際機場、中國中央電視台總部、北京工人體育場、國家網球中心、北京故宮博物院修繕等在內的多項國家級重點工程。
- (4) 根據灼識諮詢的資料，我們率先發佈企業雙碳戰略行動指南；我們獲頒發「國家級綠色供應鏈管理示範企業」榮譽，完成「綠色產品」、「綠色工廠」及「綠色供應鏈」三項國家級認證。
- (5) 先後參編國家、行業標準超過75項；截至2025年9月30日，擁有註冊專利208件。
- (6) 搭建國家級博士後科研工作站、省級重點企業研究院、省級企業技術中心、CNAS國家認可實驗室和院士專家工作站五大研發體系；獲得由中國林學會頒發並獲國家科學技術部批准的中國林業最高科學技術獎「梁希林業科學技術獎」。
- (7) 截至2025年9月30日，經銷商數量875家，覆蓋中國所有省份及超過60個海外國家及地區。
- (8) 投建工業4.0標準定制家居智能工廠，樹立行業數字轉型示範標桿。

我們的業務

我們已在業務多個方面形成難以複製的優勢，覆蓋研發、供應鏈管理、製造、品牌與產品矩陣以及銷售及經銷網絡。

研發

我們堅持「昇華綠色空間、成就美好生活」為核心的發展理念，重視人類的福祉。多年來，我們已研發出無醛生物基膠黏劑技術、植物源抗菌、抗病毒技術、持續釋香技術、乾法阻燃技術、高色牢度技術等核心自主工藝，為構建產品在功能與品質上的差異化優勢奠定了堅實的基礎。

我們於2024年成立莫干山CMF研究中心，致力於推進色彩學、材料創新和表面裝飾處理領域的技術發展。通過緊跟當下飾面花色潮流與前瞻性趨勢，我們開發兼具美學價值與功能性的產品，以滿足消費者對高品質居住空間的需求。

概 要

供應鏈管理

我們深知原料是優質產品的基礎保障，始終堅持從可持續經營的經濟林中採購木材作為主要原材料。我們積極支持造林複植等負責任的土地利用，以平衡商業價值與長期環境可持續發展，推動雙碳減排目標的實現。

為進一步強化我們的供應鏈控制能力，我們已於2025年成立了供應鏈管理公司，重點加強對主要原材料的集中採購管理，提升質量管控、供應穩定性及成本結構。

製造

往績記錄期內，我們在浙江省及山東省運營三大生產製造基地。通過引進先進生產設備及信息科技，包括定制設計平台、MES及ERP系統，我們將生產基地升級為符合工業4.0標準的智慧化設施，實現涵蓋設計到交付的生產全流程數字化管理，提升透明度及可追溯性。

我們嚴格篩選全國範圍內的優質OEM供應商與OEM合作夥伴並與其緊密合作。於2025年9月30日，我們分別與285名OEM供應商及136名OEM合作夥伴合作。通過標準化流程及嚴格質量控制，我們確保我們品牌下所有產品的始終如一的可靠優質。

品牌與業務矩陣

於往績記錄期，我們的收入主要來自：

- (i) **產品供應**：我們通過廣泛的銷售和分銷網絡（主要包括經銷商，其次是直銷客戶）提供各類人造板及定制家居。
- (ii) **知識產權授權**：我們向合資格OEM合作夥伴授權使用我們的產品設計及相關知識產權、商標，以及生產程序知識，以生產若干印有我們商標的產品，彼等隨後將該等產品出售予與我們訂立分銷協議的經銷商。

概 要

下表載列我們於所示期間按業務分部劃分的收益，並以絕對金額及佔收益的百分比列示：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	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	%
	(未經審核)							
產品供應								
— 人造板	2,340,389	69.0	2,325,671	67.3	1,776,477	69.7	1,501,273	59.6
— 定制家居	642,936	18.9	703,030	20.3	474,769	18.6	644,201	25.6
小計	2,983,325	87.9	3,028,701	87.6	2,251,246	88.3	2,145,474	85.2
知識產權授權	347,370	10.2	356,427	10.3	247,495	9.7	306,371	12.2
其他 ⁽¹⁾	63,522	1.9	70,489	2.1	49,833	2.0	66,971	2.6
總計	3,394,217	100.0	3,455,617	100.0	2,548,574	100.0	2,518,816	100.0

附註：

- (1) 主要包括(i)就提供規劃及支持、生產技術支持、質量控制或升級生產線而向我們的OEM合作夥伴收取的服務費，(ii)自我們的經銷商就市場推廣及宣傳活動收取的服務費，及(iii)出租我們的物業及設備所產生的租金收入。

各業務板塊之間形成協同效應，不僅支持客戶規模的持續擴展，也有助於有效響應市場不斷演進的需求，在深化客戶合作關係的同時拓展新的市場機會。

我們在人造板業務上的深耕積累了深厚的品牌影響力、紮實的技術能力、完善的供應鏈體系及龐大的銷售及經銷網絡，這不僅鞏固人造板業務，亦使定制家居業務得以迅速擴大規模同時保持穩定。隨著定制家居業務增長，其亦擴展人造板的下游應用、擴大客戶基礎並提升需求預測的準確性，從而形成跨業務可持續增長的自我強化循環。

我們通過IP授權業務，進一步向OEM合作夥伴輸出品牌、技術及質量標準，使得帶有我們「莫干山」品牌的產品也正加速走進千家萬戶，能夠規模化滿足消費者對綠色、環保、健康產品日益增長的需求。

概 要

銷售及經銷網絡

我們已建立廣泛的銷售及經銷網絡。截至2025年9月30日，我們有875名經銷商，覆蓋中國所有省份及45個海外國家及地區。此外，我們為經銷商提供培訓、市場推廣資源及其他增值服務，助力打造長期穩定的合作關係。

同時，我們不斷加深與直銷客戶的合作，從最初的品牌認知、到試用，再到最終成為我們的品牌擁護者，形成持續的客戶關係。比如說，我們與貝殼聖都、聚通裝飾、中博美家及銘品裝飾等領先家居裝飾裝修公司展開深入合作，利用其龐大的消費者基礎，擴大了我們的市場覆蓋並加深滲透。

為進一步把握新興海外市場的機會，我們正在積極實施聚焦品牌全球化的國際擴張策略，旨在向更廣大的全球消費者群推廣「莫干山」品牌。通過該等努力，我們旨在持續提升我們在行業全球價值鏈內的地位，最終成為有全球足跡的綠色家居綜合服務商。

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括經銷商及（在較小程度上）直銷客戶。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，來自我們五大客戶的收入分別佔我們同期收入的12.0%、12.8%及19.7%。此外，於往績記錄期各期間來自最大客戶的收入分別佔我們收入的2.8%、3.4%及5.9%。詳情請參閱「業務－銷售及分銷網絡－主要客戶」。

我們的供應商主要包括原材料供應商及OEM供應商。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們向五大供應商的採購額分別佔我們同期的總採購額的21.2%、18.8%及23.5%。此外，於往績記錄期各期間，來自最大供應商的採購額分別佔我們總採購額的4.9%、4.7%及7.7%。更多詳情請參閱「業務－原材料及供應鏈管理－供應商－主要供應商」。

競爭

我們身處競爭激烈且快速變化的市場環境，面臨著日益增多的人造板和定制家居製造商的競爭。能否保持並擴大市場份額，取決於我們與這些行業參與者有效競爭的能力。

競爭格局由多種因素共同塑造，包括品牌資產、產品與服務質量、技術能力、消費趨勢、定價策略、消費者認知、分銷網絡以及整體經濟環境。儘管存在特定的准入

概 要

壁壘，但新市場參與者可能憑藉創新或具有吸引力的產品湧現，從而加劇競爭。若我們未能緊跟行業發展步伐，或無法通過質量、創新或成本效益實現產品差異化，則可能導致市場份額受到負面影響。

我們相信，多元化的產品組合、廣泛的銷售和分銷網絡、研發投入以及技術創新賦予我們競爭優勢，使我們能夠服務於廣泛的客戶群體，在競爭中脫穎而出，並實現長期增長。

請參閱「行業概覽」。

我們的優勢

下列主要競爭優勢有助我們取得成功，更使我們獨樹一幟：

- 綠色家居綜合服務商的先行者；
- 享譽全國的「莫干山」品牌；
- 引領行業的研發實力與持續的技術創新；
- 覆蓋「從一張板到一個家」的廣泛產品矩陣；
- 龐大的銷售及經銷網絡；
- 智能製造與綠色供應鏈；及
- 經驗豐富且具遠見的管理團隊，輔以務實協作的企業文化。

請參閱「業務－我們的優勢」。

我們的策略

我們將繼續採取以下策略，以進一步拓展我們的業務：

- 強化生產能力及效率；
- 強化研發，擴大產品矩陣；
- 提高品牌知名度及聲譽；及
- 拓展銷售及經銷網絡。

請參閱「業務－我們的策略」。

概 要

風險因素

我們的業務涉及若干風險及不確定因素，其中部分超出我們的控制範圍。我們已將該等風險及不確定因素分類為：(i)與我們業務及行業相關的風險；(ii)與我們的財務表現相關的風險；(iii)與在我們經營所在國家經營業務有關的風險；及(iv)與[編纂]有關的風險，而我們敦請閣下在[編纂]我們股份前細閱全部風險。

- 我們的業務與未來成長前景取決於市場對產品的需求，而此需求會受到客戶品味、偏好及消費習慣變化的影響。
- 倘我們的產品設計與開發能力未能滿足市場需求，我們的競爭力與市場佔有率可能受到不利影響。
- 我們的成功取決於市場對我們品牌的認可。任何涉及我們品牌或聲譽的負面宣傳，即使沒有根據或無關輕重，都可能對我們的業務和財務表現造成不利影響。
- 任何與我們產品相關的品質問題，可能導致客戶流失，並可能使我們面臨產品責任索賠及聲譽風險。
- 我們可能無法在我們經營的行業內成功競爭。
- 我們可能無法有效管理我們的分銷網絡及其他銷售管道。
- 任何與原材料及包裝材料相關的價格波動、品質變化、短缺或其他風險，皆可能對我們的業務及財務表現造成不利影響。
- 我們的過往財務表現及經營業績未必能反映未來表現。
- 倘未能維持有效的定價策略，或我們產品價格出現任何下調變動，可能對我們業務造成重大不利影響。
- 我們可能無法有效地進行營銷活動。

請參閱「風險因素」。

歷史財務資料概要

綜合財務資料概要應與本文件附錄一會計師報告所載綜合財務資料（包括隨附的附註）及本文件「財務資料」所載的資料一併閱讀。

概 要

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列我們於所示期間的經營業績概要，並以絕對金額及佔總收益的百分比列示：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	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	%
收益	3,394,217	100.0	3,455,617	100.0	2,548,574	100.0	2,518,816	100.0
銷售成本	(2,640,167)	(77.8)	(2,680,589)	(77.7)	(1,990,518)	(78.2)	(1,872,334)	(74.3)
毛利	754,050	22.2	775,028	22.4	558,056	21.9	646,482	25.7
其他收入	42,863	1.3	46,253	1.3	37,776	1.5	32,644	1.3
銷售及分銷開支	(200,118)	(5.9)	(217,189)	(6.3)	(155,105)	(6.1)	(176,465)	(7.0)
行政開支	(139,636)	(4.1)	(135,472)	(3.9)	(91,993)	(3.6)	(111,398)	(4.4)
研發成本	(42,023)	(1.2)	(46,214)	(1.3)	(31,019)	(1.2)	(34,766)	(1.4)
貿易應收款項及其他 應收款項及合約資產 的減值撥備	(6,631)	(0.2)	(6,233)	(0.2)	(4,915)	(0.2)	(4,549)	(0.2)
其他淨(虧損)/收益	(91)	(0.0)	7,577	0.2	7,442	0.3	11,888	0.5
經營溢利	408,414	12.0	423,750	12.2	320,242	12.5	363,836	14.3
財務成本	(1,225)	(0.0)	(4,101)	(0.1)	(2,791)	(0.1)	(3,135)	(0.1)
應佔聯營公司 (虧損)/溢利	-	-	(550)	(0.0)	(180)	(0.0)	4,494	0.2
除稅前溢利	407,189	12.0	419,099	12.1	317,271	12.4	365,195	14.4
所得稅	(87,164)	(2.6)	(98,330)	(2.8)	(72,994)	(2.8)	(85,476)	(3.4)
年/期內溢利	320,025	9.4	320,769	9.2	244,277	9.5	279,719	11.0
年/期內其他 全面收入， 扣除所得稅	-	-	-	-	-	-	-	-
年/期內全面收入 總額	320,025	9.4	320,769	9.2	244,277	9.5	279,719	11.0

請參閱「財務資料－過往經營業績回顧」。

概 要

財務狀況表選定項目概要

下表載列截至所示日期合併財務狀況表的選定資料：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	(未經審核)
流動資產總值	1,475,242	1,355,252	1,253,831
非流動資產總值	590,861	1,122,168	1,146,361
流動負債總值	920,031	1,016,700	1,466,013
非流動負債總值	5,944	10,958	12,630
流動資產淨值／負債淨額	555,211	338,552	(212,182)

合併現金流量表概要

下表載列所示期間現金流量選定資料：

	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
			(未經審核)	
經營活動所得現金淨額	558,086	416,590	324,384	448,378
投資活動所得／(所用)				
現金淨額	135,415	(1,096,615)	(1,215,747)	84,338
融資活動(所用)／所得				
現金淨額	(1,787)	56,144	286,244	(619,648)
現金及現金等價物增加／				
(減少)淨額	691,714	(623,881)	(605,119)	(86,932)
年／期初現金及現金				
等價物	298,803	990,673	990,673	367,104
外匯匯率變動的影響	156	312	198	129
年／期末現金及現金				
等價物	990,673	367,104	385,752	280,301

概 要

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
	2023年	2024年	2025年
毛利率	22.2%	22.4%	25.7%
淨溢利率	9.4%	9.3%	11.1%
權益回報率 ⁽¹⁾	32.7%	24.8%	23.6%
總資產回報率 ⁽²⁾	17.8%	14.1%	11.5%
流動比率 ⁽³⁾	1.6	1.3	0.9

(未經審核)

附註：

- (1) 權益回報率乃根據年／期內溢利除以年初及年末權益總額的算術平均值，再乘以100%計算得出。
- (2) 總資產回報率乃根據年／期內溢利除以年初及年末總資產的算術平均值，再乘以100%計算得出。
- (3) 流動比率乃將截至所示日期的流動資產除以流動負債計算得出。

法律訴訟及不合規

我們在日常業務過程中可能會不時捲入各類法律訴訟、仲裁或行政訴訟。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無捲入任何法律訴訟、仲裁或行政訴訟，且就我們所知，亦無任何針對我們或董事單獨或共同對我們業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的待決或產生威脅的法律訴訟、仲裁或行政訴訟的風險。

請參閱「業務－法律訴訟及合規」。

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，本公司由Ascendia Emerald Limited持有53.87%。Ascendia Emerald Limited由(i) Ascendia Sapphire Limited (夏先生全資擁有的持股工具) 持有0.38%；(ii) Ascendia Ruby Limited (夏女士全資擁有的持股工具) 持有0.62%；及(iii) Ascendia Pearl Limited持有99.0%，Ascendia Pearl Limited由Ascendia Amber Limited全資擁有，而Ascendia Amber Limited則由夏先生家族信託全資擁有。夏先生

概 要

家族信託是由夏先生以唯一委託人及唯一保護人的身份在開曼群島成立的全權信託，該信託的受益人為Ascendia Ruby Limited。根據日期為2025年9月12日的表決權委託協議，Ascendia Ruby Limited不可撤回地委託Ascendia Sapphire Limited行使其在Ascendia Emerald Limited持有的所有股權相關／附帶的所有表決權，而Ascendia Ruby Limited則保留該等股份的經濟和出售權利。有關詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構－重組－第1部分：境外重組－步驟1.4：成立境外家族信託及表決權委託安排」及「與控股股東的關係」。

因此，截至最後實際可行日期，夏先生透過夏先生家族信託、夏女士、Ascendia Amber Limited、Ascendia Sapphire Limited、Ascendia Ruby Limited、Ascendia Pearl Limited及Ascendia Emerald Limited間接控制本公司已發行股份總數53.87%的附帶表決權，故構成[編纂]前本公司的一組控股股東。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），我們的控股股東將控制本公司[編纂]股份總數[編纂]%的附帶表決權，並將於[編纂]後繼續為本公司的一組控股股東。

[編纂]統計數據

	按[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元計算	按[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元計算
股份[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核[編纂]經調整每股[編纂] 有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]根據緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）預計將[編纂]的[編纂]股股份計算。
- (2) 未經審核[編纂]經調整每股[編纂]有形資產淨值根據本文件「附錄二－未經審核[編纂]財務資料」一節所指的調整後計算。

股息及股息政策

於本公司股東或董事（如適用）批准派發股息期間，向股東分派股息確認為負債。截至最後實際可行日期，我們並無正式的股息政策或預定的派息率。

概 要

[編纂]完成後，我們可以現金形式或組織章程細則允許的其他方式分派股息。任何建議股息分派均須由董事會制定，並須經股東批准。日後宣派或派付任何股息的決定以及任何股息的金額將取決於多項因素，包括我們的盈利及財務狀況、經營要求、資本要求、業務前景、對宣派及派付股息的法定、監管及合約限制，以及董事可能認為重要的任何其他因素。

於往績記錄期，我們分別就2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月宣派股息零、零及人民幣807.5百萬元。

請參閱「財務資料－股息」。

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]未獲行使及按[編纂]每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]範圍的中位數）計算，我們估計，經扣除與[編纂]有關的[編纂]佣金及其他估計開支後，我們將收取[編纂][編纂]淨額約[編纂]港元。根據我們的戰略，我們擬將[編纂][編纂]按下列用途及金額用作：

- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用於在浙江省德清建設自動化及智能化定制家居生產基地；
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用於加強研發及設計能力，以加速產品迭代和技術創新；
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用於加強我們的品牌「莫干山」及擴展國內及海外銷售網絡；及
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用作營運資金及一般企業用途。

請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

概 要

[編纂]開支

[編纂]開支指[編纂]產生的專業費用、[編纂]佣金及其他費用（例如酌情激勵費）。我們估計[編纂]開支將約為人民幣[編纂]元（或[編纂]港元，佔[編纂][編纂]總額[編纂]%）（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]範圍的中位數）且並無[編纂]獲行使），其中(i)約人民幣[編纂]元與[編纂][編纂]直接相關，其後將於建議[編纂]完成後自權益中扣除；(ii)人民幣[編纂]元已於截至2025年9月30日止九個月的合併損益表支銷；及(iii)約人民幣[編纂]元預期於2025年9月30日後的合併損益表支銷。

近期發展及無重大不利變動

董事確認，直至本文件刊發日期，自2025年9月30日（即最近期合併財務狀況表日期）以來，我們的財務、經營或前景並無重大不利變動，且自2025年9月30日以來，並無發生對本文件附錄一所載會計師報告列示的數據產生重大影響的事件。