

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，因此並未列載可能對閣下而言屬重要的所有資料，並應與本文件全文一併閱讀方屬完整。閣下決定[編纂][編纂]前，應閱讀整份文件。任何[編纂]均涉及風險。[編纂]於[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下決定[編纂]於[編纂]之前，應細閱該節。

概覽

我們是誰

我們是中國領先的專業咖啡機企業，致力於引領咖啡美好生活。歷經十餘年發展，我們已建立一個綜合業務模式，涵蓋產品設計、研發、製造、銷售及售後服務，並實現了對咖啡機行業價值鏈的全面覆蓋。我們的產品分銷至全球逾60個國家及地區，累積銷量超過200萬件。我們已服務超過40萬名用戶，並已成為進軍國際市場、具代表性的中國咖啡機品牌。根據弗若斯特沙利文，就收入而言，我們位列中國咖啡機行業第二大咖啡機品牌，亦為國內第一大咖啡機品牌，2024年的市場份額約為7.5%。同年，就收入而言，我們位列中國半自動意式咖啡機行業第一大咖啡機品牌，市場份額約為16.0%，亦為分體式半自動意式咖啡機行業第一大品牌，市場份額約為27.9%。

我們的產品和品牌

我們已形成多系列、適配家庭、辦公室、餐廳及咖啡館等多元使用場景的意式咖啡機產品體系，擁有豐富的SKU，為不同用戶群體提供專業、可靠且具審美價值的咖啡製作設備。此外，我們已將產品線擴展至專業磨豆機、咖啡豆及其他咖啡機配件。我們的自有品牌「Gemilai 格米萊」，秉持「以專業之精，詮釋好咖啡核心；以設計之巧，臻善產品體驗；以創造之美，成就品質生活」的價值理念，以持續的技術研發夯實專業根基，用充滿美感的創造，將意式咖啡機從單純的功能設備升華為陪伴日常、提升生活質感的持久夥伴。

概 要

下表載列往績記錄期按產品類別劃分的銷量及平均售價明細：

	截至2023年12月31日		截至2024年12月31日		截至2025年9月30日	
	止年度		止年度		止九個月	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	千台	人民幣元	千台	人民幣元	千台	人民幣元
家用意式咖啡機	128	781	153	1,265	101	1,680
家商兩用意式咖啡機	32	3,078	48	3,303	38	3,588
商用意式咖啡機	5	8,049	10	7,133	10	7,426
磨豆機	48	515	58	818	61	773
其他	278	159	452	59	461	48
總計	<u>491</u>		<u>721</u>		<u>671</u>	

我們的市場機遇

根據弗若斯特沙利文，全球咖啡機市場規模從2019年的153億美元增長至2024年的306億美元，複合年增長率達14.9%；預計到2029年，該市場規模將進一步擴大至595億美元，2024年至2029年的複合年增長率為14.1%；相較而言，中國咖啡機市場的增長速度更為突出。2019年至2024年，中國市場複合年增長率高達21.5%，市場規模從20億人民幣增長至53億人民幣；預計到2029年，中國市場規模將達到125億人民幣，2024年至2029年的複合年增長率為18.7%。

中國龐大的人口基數與目前較低的人均咖啡消費量為市場持續增長提供了堅實基礎。2024年，中國咖啡人均年消費量僅為14.3杯，遠低於其他主要市場，包括歐洲地區的567.9杯、韓國的415.6杯、日本的280.8杯、北美地區的242.5杯和東南亞的137.5杯。中國咖啡市場正從基本消費向更多元化、由生活方式驅動的需求轉變，精品咖啡文化在消費者教育和產品預期方面發揮著關鍵作用。這一轉變正在推動家庭和專業細分市場的增長，尤其是高性能咖啡機。根據弗若斯特沙利文，2024年，中國半自動意式咖啡機市場規模已達人民幣25億元，預計2024年至2029複合年增長率將達23.2%。

優異的財務表現

收入持續大幅增長，我們的收入由2023年的人民幣307.7百萬元增至2024年的人民幣497.6百萬元，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣311.8百萬元增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣449.3百萬元。具體而言，我們的自有品牌收入由2023年的人民幣213.0百萬元增至2024年的人民幣410.1百萬元，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣256.3百萬元增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣374.1百萬元。

概 要

在收入強勁增長的同時，我們的盈利能力、運營效率以及現金流創造能力亦得到持續改善。我們的淨利潤由2023年的人民幣22.0百萬元大幅增至2024年的人民幣40.0百萬元，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣11.6百萬元增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣54.0百萬元。

我們的業務模式

業務模式

我們的業務模式包含自有品牌銷售及第三方品牌ODM合作。自有品牌業務作為核心收入來源，乃品牌價值創造的主要驅動力；同時，第三方品牌合作業務透過ODM安排，向境內外品牌客戶提供產品設計與製造服務。下表載列往績記錄期我們按業務模式劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	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	%
自有品牌	212,980	69.2	410,106	82.4	256,322	82.2	374,113	83.3
第三方品牌	94,696	30.8	87,444	17.6	55,474	17.8	75,209	16.7
總計	307,676	100.0	497,550	100.0	311,796	100.0	449,322	100.0

銷售網絡

我們採用融合線上及線下渠道的多渠道銷售模式。線上渠道通過天貓、京東、抖音、亞馬遜以及我們自己的網站等平台，聚焦於家庭和輕商用市場，實現了高效的消費者觸達、回饋收集及數字營銷。線下渠道則通過全國性分銷商網路，聚焦商業和專業客戶，提供產品銷售、技術支持及在地化服務。下表載列往績記錄期我們按銷售渠道劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	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	%
線上	127,407	41.4	270,790	54.4	153,073	49.1	261,741	58.3
線下	180,269	58.6	226,760	45.6	158,723	50.9	187,581	41.7
總計	307,676	100.0	497,550	100.0	311,796	100.0	449,322	100.0

(未經審核)

概 要

營運流程

我們進行行業研究和需求分析，以指導產品開發。在設計、原型製作和測試之前，團隊會對新想法進行評審。一旦確定，產品將進行試生產，然後根據銷售預測進入批量生產階段。產品上市計劃與定價、定位和營銷策略的制定同步進行。成品通過多種渠道進行存儲和交付。產品上市後，我們會收集客戶反饋，以支持持續改進。

我們的客戶及供應商

我們的自有品牌產品透過多元化且完善的銷售網絡進行分銷，涵蓋線下分銷商、海外分銷商、境內電商平台及海外電商平台。我們亦根據ODM安排向海外市場出口產品，為當地咖啡機品牌、家電分銷商和大型零售渠道運營商等客戶提供服務。截至2023年、2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們於往績記錄期各年度／期間五大客戶產生的收入分別為人民幣60.1百萬元、人民幣64.7百萬元及人民幣79.9百萬元，各佔總收入的19.6%、12.9%及17.8%。

我們的供應商主要包括原材料供應商和服務提供者。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，我們於往績記錄期各年度／期間自五大供應商之採購額分別為人民幣65.2百萬元、人民幣89.9百萬元及人民幣64.9百萬元，各佔總採購額的25.3%、25.1%及24.0%。

我們的優勢

我們認為，以下競爭優勢貢獻了我們的成功，並使我們有別於競爭對手：(i) 中國領先本土咖啡機品牌，具有巨大增長潛力；(ii) 咖啡生態圈的領航者，全場景覆蓋的產品矩陣推動持續增長；(iii) 憑藉廣泛多元的銷售渠道和創新的營銷策略把握全球市場增長機遇；及(iv) 具有國際視野和創新精神的管理團隊。

我們的發展戰略

我們擬提升競爭優勢，並透過下列策略拓展業務：(i) 繼續採取全球化與本土化協同策略，尋求市場擴張；(ii) 進一步加強咖啡生態化佈局，橫向擴展與縱向深化並舉；(iii) 持續提升品牌價值，深化與用戶的情感連接；(iv) 持續加強研發能力，打造智能咖啡生態；及(v) 堅持不懈吸引、培育和留住頂尖人才，推動組織進步。

競爭

中國咖啡機市場競爭激烈，國際巨頭與本土品牌爭相爭取消費者關注，市場格局高度飽和。憑藉我們的競爭優勢，我們相信在競爭對手中佔據有利地位。

概 要

歷史財務資料概要

綜合損益及其他全面收入表

	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)			
收入	307,676	497,550	311,796	449,322
銷售成本	(178,698)	(295,854)	(188,159)	(251,368)
毛利	128,978	201,696	123,637	197,954
其他收入	3,059	5,735	3,145	10,825
金融資產減值虧損(包括 減值虧損撥回)	542	(201)	(164)	(152)
其他收益及虧損	276	1,000	808	168
銷售與營銷開支	(62,182)	(109,229)	(74,539)	(94,846)
行政開支	(25,697)	(32,862)	(23,554)	(26,193)
研發開支	(20,658)	(20,386)	(14,906)	(16,848)
[編纂]開支	—	—	—	(1,140)
財務成本	(407)	(1,483)	(1,153)	(979)
除稅前溢利	23,911	44,270	13,274	68,789
所得稅開支	(1,906)	(4,265)	(1,626)	(14,817)
年度／期間利潤及全面收 入總額	22,005	40,005	11,648	53,972
以下人士應佔年度／期間 利潤及全面收入總額：				
本公司擁有人	19,930	39,958	11,601	53,972
非控股權益	2,075	47	47	—

概 要

收入

下表載列於所示年度／期間我們按產品劃分的收入明細（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			
	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)							
半自動意式咖啡機 . . .	238,682	77.6	423,485	85.1	263,126	84.4	380,252	84.6
— 家用意式咖啡機	99,950	32.5	193,607	38.9	115,467	37.0	169,658	37.8
— 一家商兩用意式咖啡機	98,488	32.0	158,549	31.9	98,707	31.7	136,338	30.3
— 商用意式咖啡機	40,244	13.1	71,329	14.3	48,952	15.7	74,256	16.5
磨豆機	24,740	8.0	47,445	9.5	29,736	9.5	47,139	10.5
其他	44,254	14.4	26,620	5.4	18,934	6.1	21,931	4.9
總計	307,676	100.0	497,550	100.0	311,796	100.0	449,322	100.0

毛利及毛利率

下表載列於所示年度／期間我們按產品劃分的毛利及毛利率明細：

	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	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(未經審核)							
半自動意式咖啡機	103,279	43.3	166,482	39.3	100,456	38.2	168,523	44.3
— 家用意式咖啡機	38,744	38.8	69,552	35.9	40,300	34.9	73,378	43.3
— 一家商兩用意式咖啡機	44,811	45.5	71,251	44.9	42,545	43.1	67,501	49.5
— 商用意式咖啡機	19,724	49.0	25,679	36.0	17,611	36.0	27,644	37.2
磨豆機	10,995	44.4	26,803	56.5	16,997	57.2	22,229	47.2
其他	14,704	33.2	8,411	31.6	6,184	32.7	7,202	32.8
總計／總體	128,978	41.9	201,696	40.5	123,637	39.7	197,954	44.1

詳情請參閱「財務資料—經營業績主要組成部分說明」。

概 要

綜合財務狀況表的選定項目

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表之節選資料：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動資產總額	130,921	193,678	156,639
非流動資產總額	67,882	68,096	57,472
資產總額	198,803	261,774	214,111
非流動負債總額	33,396	27,041	26,141
流動負債總額	109,267	165,013	144,278
負債總額	142,663	192,054	170,419
流動資產淨值	21,654	28,665	12,361

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣21.7百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣28.7百萬元，主要由於流動資產(包括存貨、貿易應收款項以及預付款項及其他應收款項)的增加，這與銷售增長及業務擴張保持一致；以及按公允價值計入損益的金融資產增加，反映出理財產品年終結餘增加，這超過了我們業務擴張過程中，貿易應付款項及應付票據以及其他應付款項及應計費用等流動負債的增長。

截至2025年9月30日，我們的流動資產淨值減少至人民幣12.4百萬元，主要源於第三季度末存貨、預付款項及其他應收款項的減少。此外，我們亦錄得短期借款增加，且按公允價值計入損益的金融資產減少。

詳情請參閱「財務資料—若干關鍵資產負債表項目討論」。

概 要

綜合現金流量表的選定項目

下表載列於所示年度／期間綜合現金流量表的選定現金流量項目：

	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 . . .	41,423	81,961	27,204	38,005
投資活動所得(所用)現金 淨額	(15,775)	(46,514)	(7,809)	26,486
融資活動所得所用現金 淨額	(25,561)	(30,729)	(28,766)	(67,582)
現金及現金等價物淨增加 (減少)	87	4,718	(9,371)	(3,091)
外匯匯率變動影響	278	782	688	67
年初／期初現金及現金等 價物	19,678	20,043	20,043	25,543
年末／期末現金及現金等 價物	<u>20,043</u>	<u>25,543</u>	<u>11,360</u>	<u>22,519</u>

關鍵財務比率

下表載列於所示年度／期間的選定關鍵財務比率：

	於／截至12月31日止年度		於／截至 9月30日止 九個月
	2023年	2024年	2025年
毛利率 ⁽¹⁾	41.9%	40.5%	44.1%
淨利率 ⁽²⁾	7.2%	8.0%	12.0%
流動比率 ⁽³⁾	1.2倍	1.2倍	1.1倍
速動比率 ⁽⁴⁾	0.5倍	0.6倍	0.5倍
股本回報率 ⁽⁵⁾	40.5%	64.5%	95.2%

概 要

附註：

- (1) 毛利率等於年度／期間毛利除以年度／期間總收入。
- (2) 淨利率等於年度／期間溢利除以年度／期間總收入。
- (3) 流動比率按各年度／期間期末流動資產除以流動負債計算。
- (4) 速動比率按各年度／期間期末流總動資產(扣除存貨)除以流動負債計算。
- (5) 股本回報率按歸屬於本公司擁有人的年度／期間溢利除以各年度／期間期末歸屬於本公司擁有人的權益再乘以100%計算。

我們的控股股東

截至本文件日期，謝女士(董事會主席兼執行董事)透過其投資控股實體，即GemCore International(由謝女士全資持有)及BrewBond Capital(由GemCore International全資持有)，持有本公司約47.24%的權益。緊隨[編纂]完成後(假設超額配股權未獲行使)，謝女士透過GemCore International及BrewBond Capital將持有本公司約[編纂]%的權益。因此，根據上市規則，謝女士、GemCore International及BrewBond Capital為本公司之控股股東。

[編纂]前投資

於2013年8月至2025年9月期間，廣東格米萊進行了多輪註冊資本轉讓及認購，此等轉讓及認購構成了其股東於重組前(「重組前股東」)進行的[編纂]前投資。有關詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構—[編纂]前投資」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」章節所述的特定風險。閣下於[編纂]我們的股份前應仔細閱讀該部分的全部內容。我們面臨的一些主要風險包括：(i)我們的業務及經營業績受消費者偏好、需求及消費模式變化影響；(ii)我們的品牌認知度影響業務增長。倘未能持續維護及推廣品牌，或出現任何負面輿情，均可能限制我們維持及拓展客戶群的能力；(iii)我們所處行業競爭激烈。倘未能有效且成功地競逐市場，我們的業務、經營業績及財務狀況或會受到重大不利影響；(iv)我們與大部分客戶並無長期採購承諾，這可能導致我們的業績存在不確定

概 要

性及收入出現週期性波動；(v)我們的歷史增長及盈利能力未必能反映未來財務表現，且我們未來可能無法維持收入增長率；及(vi)我們依賴分銷網絡推廣及銷售產品。

股息

本公司自註冊成立以來，並未宣派或派付任何股息。於往績記錄期間，本公司於中國的附屬公司分別於2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月向其股東宣派及派付現金股息人民幣25.0百萬元、人民幣25.0百萬元及人民幣80.0百萬元。我們擬根據業務營運及現金流量狀況，將股息派付比率定為不低於派息年度淨利潤的30%，並須經董事會及股東大會批准。除依法可供分配之收益及儲備外，本公司不會宣派或派付任何股息。本公司無法保證任何年度會宣派或派發任何金額之股息。有關詳情，請參閱「財務資料—股息」。

[編纂]用途

經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，及假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即本文件所列指示性[編纂]範圍的中位數），我們估計我們將自[編纂]收取約[編纂]百萬港元的[編纂]。我們擬按下文所載用途及金額動用[編纂][編纂]：

- [編纂][編纂]的[編纂]%，約[編纂]百萬港元（約人民幣[編纂]百萬元），將用於未來五年內我們生產設施的擴建及數字化；
- [編纂][編纂]的[編纂]%，約[編纂]百萬港元（約人民幣[編纂]百萬元），預計將在未來五年內用於品牌營銷及服務體系開發；
- [編纂][編纂]的[編纂]%，約[編纂]百萬港元（約人民幣[編纂]百萬元），預計將用於未來五年提升我們的研發能力；
- [編纂][編纂]的[編纂]%，約[編纂]百萬港元（約人民幣[編纂]百萬元），預計將在未來五年內分配用於綜合信息基礎設施開發；及
- [編纂][編纂]的[編纂]%，約[編纂]百萬港元（約人民幣[編纂]百萬元），預計將用於我們的營運資金和一般企業用途。

有關詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]」。

概 要

近期發展及無重大不利變動

我們的董事確認，自2025年9月30日（即本文件附錄一A所載簡明綜合財務報表審閱報告中簡明綜合財務報表的最新資產負債表日期）起，截至本文件日期，我們的財務、經營狀況或前景並無任何重大不利變動。

[編纂]開支

我們的[編纂]開支主要包括(i)與[編纂]相關的開支，例如[編纂]費用及佣金；及(ii)非[編纂]相關開支，包括就[編纂]及[編纂]向法律顧問及申報會計師提供的服務支付的專業費用，以及其他費用及開支。假設酌情激勵費全數支付，[編纂]的估計[編纂]開支總額（按[編纂]範圍中位數計算且假設[編纂]未獲行使）約為人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元），約佔我們[編纂]的[編纂]%。在該等估計[編纂]開支總額中，我們預計支付與[編纂]相關的開支人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）、非[編纂]相關的開支人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元），包括支付予法律顧問及申報會計師的專業費用人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元），以及其他費用及開支人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）。我們於2023年及2024年並無就[編纂]錄得任何[編纂]開支，而截至2025年9月30日止九個月，我們錄得[編纂]開支人民幣1.1百萬元。於往績記錄期後，估計金額人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）預計將於損益表內支銷，而估計金額人民幣[編纂]百萬元（[編纂]百萬港元）預計將於[編纂]時直接確認為權益扣減項。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。實際金額可能與此估計有所不同。

概 要

[編纂]統計數據

下表所載統計數據乃基於假設(i)[編纂]已完成及[編纂]中新發行[編纂]股股份；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)於[編纂]完成後已發行及發行在外[編纂]股股份：

	<u>根據最高[編纂] 每股股份[編纂]港元</u>
我們股份的[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]百萬港元
每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]的計算乃基於假設緊隨[編纂]完成後預期將發行[編纂]股股份。
- (2) 本公司權益持有人應佔本集團每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃根據緊隨[編纂]完成後已發行的[編纂]股股份，但不計及根據[編纂]而可能發行的任何股份或本公司可能[編纂]、發行或購回的任何股份計算。