

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，應與本文件全文一併閱讀。由於此僅為概要，故並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請閱覽本文件全文。任何[編纂][編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下在決定[編纂][編纂]前務請細閱該節。本節所用各項詞彙於本文件「釋義」及「技術詞彙表」界定或解釋。

概覽

我們的使命

為用戶創造價值，提升員工幸福感，為社會發展做貢獻。

我們的願景

成為一個有價值、有溫度的全球性品牌。

我們是誰

我們是一家全球領先的科技消費電子品牌企業，依託充電創意產品、智能辦公產品、智能影音產品和智能存儲產品四大產品類別，全方位覆蓋家庭、出行、辦公、娛樂等各類日常應用場景，構建起人、設備與數據之間的高效連接紐帶，賦予全球用戶從容駕馭的數字生活體驗。

自2012年成立以來，我們始終秉承「以用戶為中心、真誠、敬業」的價值觀，以綠聯知名品牌深耕全球市場。我們的業務根植於中國市場，截至2025年9月30日覆蓋全球180多個國家和地區。於往績記錄期間，我們在中國市場和海外市場均取得快速發展，展現出強勁的成長能力，截至2025年9月30日止九個月，我們來自中國和海外市場的收入分別佔總收入的40.4%和59.6%。

憑藉卓越的底層技術研究、產品開發能力、強健的供應鏈和完善全球化渠道布局，我們已確立在全球科技消費電子市場的領導地位。根據弗若斯特沙利文的資料，於2025年，我們按出貨量計在泛拓展類科技消費電子產品市場位居全球第一¹。具體而言，按2025年零售額計，我們於全球充電產品市場中位居第二。同時，我們在智能存儲領域取得重大突破。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年出貨量及零售額計，我們為全球最大的消費級網絡附加存儲（「NAS」）品牌，市場份額分別為20.6%及17.5%。通過大幅提升產品功能和使用體驗，我們成功將專業級存儲設備轉化為大眾消費品。

1 科技消費電子市場依據產品形式，可劃分為泛拓展類科技消費電子產品及終端類產品。泛拓展類科技消費電子產品作為科技消費電子市場的重要組成部分，是指為終端類科技消費電子產品提供功能拓展與延伸的產品。我們的充電創意類產品、智能辦公類產品和智能影音類產品主要屬於泛拓展類科技消費電子產品，我們的NAS產品則屬於終端類科技消費電子產品。有關詳情，請見「行業概覽」。

概 要

下圖載列我們的主要營運及財務亮點：



附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料。
- (2) 於2025年。
- (3) 截至2025年9月30日。
- (4) CES，即消費類電子產品展覽會，為全球最大、最具影響力的科技消費電子商展之一。

我們的產品組合

依託於深厚的底層研究及開發（「研發」）能力，結合我們卓越的自主生產能力與高效協同的供應鏈體系，我們多年來致力於持續打磨與升級涵蓋充電創意產品、智能辦公產品、智能影音產品及智能存儲產品的產品類別。我們的產品創新始終精準聚焦於全球消費者在連接與傳輸、存儲與應用維度的核心需求，無縫覆蓋家庭、出行、辦公、娛樂等全場景應用。

概 要

我們基於對未來數字生活的深刻洞察，當前的產品組合包含以下四大產品類別：



充電創意產品

充電創意品類主要產品為充電器和移動電源，該品類規模和增速表現突出，是我們產品生態中的基石。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年零售額計，我們在全球充電產品市場排名第二。截至2025年9月30日止九個月，充電創意產品實現收入人民幣2,954.0百萬元，同比增長44.7%，為我們的總收入增長作出重大貢獻。

智能辦公產品

我們提供綜合智能辦公產品組合，涵蓋擴展塢、多屏顯示及專業鍵鼠外設解決方案，專為滿足現代商務辦公及居家辦公的多元化需求而設計。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年零售額計，我們在中國擴展塢市場排名第一。我們致力於解決用戶在數字時代高效辦公的效率需求，為全球用戶打造化繁為簡的生產力解決方案。作為我們在全球市場確立領導地位的基石產品，我們的擴展塢與集線器系列產品銷售表現長期穩居亞馬遜、天貓等主流電商平台銷量榜首，是廣大用戶的首選辦公夥伴。

概 要

智能影音產品

我們致力於為用戶提供豐富便捷的視聽解決方案，產品涵蓋各類高清音視頻採集、連接和傳輸設備以及耳機類聲學產品。憑藉在信號傳輸及相關領域的深厚積澱，我們的視訊產品支持HDMI 2.1及DP 2.1等前沿協議，可實現8K及16K內容的無損傳輸與極致視覺還原。我們積極探索AI在聲學領域的應用，將AI算法融合於TWS耳機等音頻產品中，推動音頻設備從被動播放進化為能感知環境、理解用戶的智能聽覺伴侶。無論是構建家庭私人影院，還是享受個人音樂時光，我們的智能影音產品始終致力於讓用戶舒適隨心地享受高品質的數字內容。

智能存儲產品

智能存儲品類主要為NAS產品線，這是我們的新增長引擎。自切入NAS私有雲領域以來，我們持續加大系統級研發投入，智能存儲產品收入保持較快增長，成為往績記錄期間增速最快的產品線之一。截至2025年9月30日止九個月，來自NAS產品的收入為人民幣545.0百萬元，同比增長315.0%。

我們的NAS產品依託自研的UGOS Pro操作系統，實現了跨平台的無縫互聯。我們內置高性能圖形處理單元及神經處理單元，使NAS產品具備裝置端AI推理能力。NAS產品對第三方應用的支持和基於用戶本地數據的本地存算能力帶來了全新功能和使用體驗。此外，NAS賦予AI agent在多個平台上執行自主任務編排的能力，將NAS的功能定位從被動存儲容器提升為具有自主認知能力的主動智能管家。因此，預期我們的NAS產品與更多綠聯產品進一步聯接，帶來更加豐富的功能和突破性的使用體驗。

財務表現

得益於我們在產品組合方面的持續開拓創新以及全球銷售及經銷網絡的多元化布局，我們實現了跨商業周期的卓越財務業績，驗證了我們商業生態的成功。我們於2023年及2024年分別錄得收入人民幣4,801.4百萬元及人民幣6,166.3百萬元，同比分別增長25.3%及28.4%。截至2025年9月30日止九個月，我們的收入達人民幣6,361.1百萬元，同比大幅增長47.8%。這一增速遠超行業平均水平，顯示出我們具備強勁的內生增長動力。

我們於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月錄得淨利潤人民幣393.7百萬元、人民幣460.5百萬元及人民幣466.8百萬元，同比分別增長19.3%、17.0%及45.8%。強大的品牌、體系化的產品生態以及多元化的全球及全渠道業務布局，使我們的財務表現呈現出穩定的持續盈利能力。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的整體毛利率維持穩定，分別為36.9%、36.8%及36.5%，突顯我們在高速擴張中依然能夠維持卓越的營運效率與盈利質量，並為股東創造長期可持續的價值。

概 要

我們的競爭優勢

我們相信以下核心優勢使我們得以確立市場領導地位，並將驅動未來增長：

- 全球領先的科技消費電子品牌
- 強大的科技消費電子產品生態構建能力
- 多元立體化的全球銷售及經銷網絡
- 製造能力及供應鏈管理深度整合
- 有凝聚力的組織以及經驗豐富、具備深刻洞見的管理團隊

我們的戰略

我們擬透過以下策略以達成願景並進一步鞏固自身領先市場地位：

- 拓展科技消費電子生態體系，更好滿足用戶需求
- 持續踐行成為一個有價值、有溫度的全球性品牌的願景
- 精耕立體化全域渠道，擴大全球影響力
- 加強人才隊伍建設，打造具有競爭力的環球組織
- 探尋戰略性投資合作機會，提升發展能力

我們的全球影響力

於往績記錄期間，我們於中國市場及海外市場均實現快速發展，展現出強勁的增長能力。我們的收入在地域上呈均衡分布：於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，海外市場分別貢獻收入的50.4%、57.5%及59.6%。

我們積極布局線下銷售渠道，國內經銷網絡覆蓋全國主要省級行政區。截至2025年9月30日，我們的國內線下銷售網絡已涵蓋所有省、自治區及直轄市的120多個重點城市，品牌線下影響力不斷提升。我們亦積極拓展線上渠道，產品已上架天貓及京東等國內主流電商平台，進一步擴大接觸消費者的範圍。得益於產品廣受歡迎，我們已獲得「阿里巴巴王者店舖」及「京東年度好店」等榮譽稱號。

概 要

同時，我們致力於將綠聯品牌推向全球市場，採用線上線下渠道相結合的模式，在全球多個國家及地區實現銷售。截至2025年9月30日，我們的產品在180多個主要國家及地區以及亞馬遜、速賣通、Shopee及來贊達等國際主流電商平台出售。本公司主要產品在亞馬遜持續獲選為「亞馬遜之選」，品牌全球影響力不斷攀升。為深耕國際市場，我們已於香港、美國、德國、日本、韓國、新加坡、越南、馬來西亞及阿聯酋等重點市場設立本地化服務子公司，構建「全球總部+區域中心」的多維服務矩陣，精準把握本地化消費特徵。

主要客戶及供應商

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括購買我們產品的線上零售商、線下經銷商及最終用戶。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，五大客戶於該年度／期間產生的總收入為人民幣1,006.2百萬元、人民幣1,098.4百萬元及人民幣1,121.1百萬元，分別佔我們總收入的21.0%、17.8%及17.6%。

我們的主要供應商主要包括第三方製造合作夥伴及電子元器件經銷商。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，來自各年度／期間的五大供應商的總採購額分別為人民幣652.3百萬元、人民幣772.9百萬元及人民幣986.9百萬元，分別佔各年度／期間總採購額的24.2%、23.0%及26.0%。

競爭

全球科技消費電子行業正步入以「智能化」與「全場景化」為特徵的全新發展周期，整體市場規模持續擴容。根據弗若斯特沙利文的資料，全球科技消費電子市場規模於2024年達10,460億美元，並預期穩定增長。作為在技術研發、供應鏈管理、產品創新、品牌塑造及全渠道營銷等方面具備全方位競爭優勢的行業領軍者，我們堅信我們在不斷演變的全球市場格局中仍擁有巨大的滲透空間。根據弗若斯特沙利文的資料，於2025年，我們在泛拓展類科技消費電子產品的出貨量方面位居全球第一。有關更多詳情，請見「行業概覽」。

過往財務資料概要

下表呈列於往績記錄期間的合併財務資料概要(摘錄自本文件附錄一會計師報告)。合併財務資料根據國際財務報告準則會計準則編製。下文所載財務數據概要應與我們的合併財務報表及相關附註以及「財務資料」一節一併閱讀，且完全依據該等報表及附註以及「財務資料」一節。

概 要

合併綜合收益表概要

下表載列我們的合併綜合收益表，當中呈列所示期間個別項目的絕對金額及所佔收入百分比。

	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 (未經審計)	%	人民幣千元 (未經審計)	%
收入	4,801,410	100.0	6,166,334	100.0	4,302,632	100.0	6,361,125	100.0
銷售成本	(3,031,297)	(63.1)	(3,899,738)	(63.2)	(2,711,210)	(63.0)	(4,039,298)	(63.5)
毛利	1,770,113	36.9	2,266,596	36.8	1,591,422	37.0	2,321,827	36.5
其他收入	28,605	0.6	26,060	0.4	16,093	0.4	18,659	0.3
其他收益淨額	16,150	0.3	26,937	0.4	21,392	0.5	30,045	0.4
研發開支	(215,891)	(4.5)	(304,116)	(4.9)	(218,280)	(5.1)	(293,516)	(4.6)
一般及行政開支	(230,825)	(4.8)	(281,394)	(4.6)	(202,365)	(4.7)	(244,065)	(3.8)
銷售開支	(911,823)	(19.0)	(1,204,832)	(19.5)	(846,017)	(19.7)	(1,280,441)	(20.1)
就金融資產(確認)/撥回 減值虧損淨額	(3,829)	(0.1)	1,641	0.0	377	0.0	(7,844)	(0.1)
財務成本	(6,915)	(0.1)	(5,909)	(0.1)	(4,605)	(0.1)	(4,767)	(0.1)
除所得稅前利潤	445,585	9.3	524,983	8.5	358,017	8.3	539,898	8.5
所得稅開支	(51,901)	(1.1)	(64,499)	(1.0)	(37,846)	(0.9)	(73,078)	(1.2)
年/期內利潤	393,684	8.2	460,484	7.5	320,171	7.4	466,820	7.3
以下各方應佔：								
本公司擁有人	387,518	8.1	462,280	7.5	321,773	7.4	466,829	7.3
非控股權益	6,166	0.1	(1,796)	(0.0)	(1,602)	(0.0)	(9)	(0.0)

收入

我們的收入源自銷售科技消費電子產品，包括(i)充電創意產品；(ii)智能辦公產品；(iii)智能影音產品；及(iv)智能存儲產品。

按產品類型劃分的收入

下表載列我們於呈列期間按產品類型劃分的收入絕對金額及所佔總收入百分比的明細。

	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 (未經審計)	%	人民幣千元 (未經審計)	%
充電創意產品	2,076,044	43.2	2,957,626	48.0	2,041,444	47.4	2,953,967	46.4
智能辦公產品	1,446,986	30.1	1,756,799	28.5	1,237,090	28.8	1,666,055	26.2
智能影音產品	950,255	19.8	1,060,493	17.2	751,655	17.5	1,014,859	16.0
智能存儲產品	328,125	6.9	391,416	6.3	272,443	6.3	726,244	11.4
合計	4,801,410	100.0	6,166,334	100.0	4,302,632	100.0	6,361,125	100.0

概 要

按地理市場劃分的收入

下表載列我們於呈列期間按地理市場劃分的收入絕對金額及所佔總收入百分比的明細。

	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 (未經審計)	%	人民幣千元 (未經審計)	%
中國內地.....	2,381,861	49.6	2,622,656	42.5	1,878,194	43.7	2,572,611	40.4
亞洲(不包括中國內地).....	849,664	17.7	1,275,129	20.7	863,358	20.1	1,435,618	22.6
歐洲.....	810,289	16.9	1,181,429	19.2	808,113	18.8	1,265,256	19.9
美洲.....	692,092	14.4	968,361	15.7	676,388	15.7	957,936	15.1
其他國家/地區.....	67,504	1.4	118,759	1.9	76,579	1.7	129,704	2.0
合計.....	<u>4,801,410</u>	<u>100.0</u>	<u>6,166,334</u>	<u>100.0</u>	<u>4,302,632</u>	<u>100.0</u>	<u>6,361,125</u>	<u>100.0</u>

見「財務資料—合併綜合收益表主要組成部分—收入」。

毛利及毛利率

於2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的毛利分別為人民幣1,770.1百萬元、人民幣2,266.6百萬元、人民幣1,591.4百萬元及人民幣2,321.8百萬元，同期毛利率則分別為36.9%、36.8%、37.0%及36.5%。下表載列我們於所示期間按產品類型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
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元 (未經審計)	%	人民幣千元 (未經審計)	%
充電創意產品.....	730,907	35.2	1,045,695	35.4	728,727	35.7	1,047,569	35.5
智能辦公產品.....	564,903	39.0	694,921	39.6	492,362	39.8	662,243	39.7
智能影音產品.....	387,412	40.8	437,222	41.2	308,413	41.0	407,980	40.2
智能存儲產品.....	86,891	26.5	88,758	22.7	61,920	22.7	204,035	28.1
合計.....	<u>1,770,113</u>	<u>36.9</u>	<u>2,266,596</u>	<u>36.8</u>	<u>1,591,422</u>	<u>37.0</u>	<u>2,321,827</u>	<u>36.5</u>

見「財務資料—合併綜合收益表主要組成部分—毛利及毛利率」。

概 要

合併財務狀況表概要

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	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
非流動資產總值.....	202,062	541,331	375,479
流動資產總值.....	2,251,097	3,353,611	4,186,112
資產總值	2,453,159	3,894,942	4,561,591
非流動負債總額.....	104,562	108,157	133,335
流動負債總額.....	572,281	861,949	1,259,318
負債總額	676,843	970,106	1,392,653
流動資產淨值.....	1,678,816	2,491,662	2,926,794
資產淨值	1,776,316	2,924,836	3,168,938

見「財務資料—有關合併財務狀況表若干主要項目的討論」。

合併現金流量表概要

下表載列我們於所示期間的現金流量。

	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 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
經營活動所得現金流量淨額.....	173,401	623,882	450,439	5,878
投資活動(所用)/所得現金流量淨額....	(16,464)	(1,090,916)	(1,085,874)	254,891
融資活動(所用)/所得現金流量淨額....	(45,052)	605,766	617,263	(282,032)
現金及現金等價物增加/(減少)淨額....	111,885	138,732	(18,172)	(21,263)
年/期初現金及現金等價物.....	876,177	992,314	992,314	1,142,738
匯率變動影響淨額.....	4,252	11,692	10,142	12,193
年/期末現金及現金等價物	992,314	1,142,738	984,284	1,133,668

見「財務資料—流動資金及資本資源—現金流量」。

概 要

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示期間的主要財務比率。

	截至12月31日/ 截至12月31日止年度		截至 9月30日/ 截至 9月30日 止九個月
	2023年	2024年	2025年
毛利率 ⁽¹⁾	36.9%	36.8%	36.5%
淨利潤率 ⁽²⁾	8.2%	7.5%	7.3%
流動比率 ⁽³⁾	3.9	3.9	3.3
速動比率 ⁽⁴⁾	2.2	2.5	1.9

(未經審計)

附註：

- (1) 毛利率指年/期內毛利佔2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月總收入的百分比。
- (2) 淨利潤率指年/期內利潤佔2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月總收入的百分比。
- (3) 流動比率按流動資產總值除以截至2023年、2024年12月31日及2025年9月30日的流動負債總額計算。
- (4) 速動比率按流動資產總值減存貨除以截至2023年、2024年12月31日及2025年9月30日的流動負債總額計算。

[編纂]

概 要

[編纂]

我們的控股股東

截至最後可行日期，張先生直接持有本公司已發行股本總額約45.27%，因此為我們的控股股東。

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，我們的控股股東將持有本公司已發行股本總額約[編纂]%，[編纂]後將繼續為我們的控股股東。

截至最後可行日期，控股股東及任何董事概無於與本集團業務直接或間接構成或可能構成競爭且根據上市規則第8.10條須予披露的任何業務中擁有權益或從事該等業務。

股息及股息政策

於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，本公司分別向股東派付股息零、人民幣124.5百萬元及人民幣248.9百萬元。見本文件附錄一會計師報告附註12。

於[編纂]完成後，股東將有權收取我們宣派的任何股息。我們可以通過股份或現金，或股份與現金相結合的方式分派股息。根據適用的中國法律及我們的公司章程，董事會經考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求和可用性以及其屆時可能認為相關的其他因素後，可在未來宣派股息。任何股息的宣派及派付以及股息的金額將受我們的章程文件、適用的中國法律及股東會批准所規限。

根據公司章程以及中國和香港的適用法律及法規，我們原則上將至少每年向股東分派一次現金股息。

我們未來宣派的股息未必與我們過往宣派的股息一致，並須經股東會批准。見本文件「風險因素—與[編纂]有關的風險—我們的過往股息不可作為未來股息政策的指標，且無法保證日後我們將會宣派及分派任何金額的股息」。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，其載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請閱覽該節全文。我們面臨的若干主要風險包括：

- 我們營運所在行業競爭激烈。倘我們未能與其他市場參與者競爭，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響。
- 未能識別或應對消費者偏好及市場需求的變化、設計符合不斷變化的消費者需求的新產品，或與競爭對手有效競爭，均可能對我們的業務營運及財務表現造成不利影響。
- 我們可能無法緊貼快速的技術變革以及不斷發展的行業標準及監管規定（包括產品認證標準），或我們對新技術的投資可能不會成功，這可能會對我們的市場地位產生不利影響，並導致我們的生產或研發中產品以及我們的生產基地缺乏競爭力或過時。
- 維護品牌形象對我們的成功至關重要，如未能維護品牌形象，可能嚴重損害我們的聲譽及品牌，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。
- 我們大部分線上銷售依賴若干電商平台，而該等合作夥伴關係的任何中斷、不利的政策修訂或不利的合同變更均可能對我們的營運及財務業績造成重大損害。
- 我們面臨與全球業務有關的風險，並將在我們拓展海外業務時繼續面臨該等風險，這可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。
- 我們的業務面臨與我們在海外市場營運有關的法律、監管、政治、經濟、商業及其他風險，包括施加貿易限制及制裁，而我們的聲譽、業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。
- 我們依賴第三方生產合作夥伴生產絕大部分產品。我們供應鏈的任何中斷、供應商未能滿足我們的要求或我們與供應商的關係轉差，均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。
- 我們生產基地的中斷可能會限制或停止我們的銷售，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。
- 我們供應鏈的中斷，特別是短缺、交貨延遲或關鍵電子組件價格的上漲，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

概 要

[編纂]

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即本文件所述指示性[編纂]範圍的[編纂])及[編纂]未獲行使，我們就[編纂]應付的[編纂]、[編纂]、連同聯交所[編纂]、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所交易費、法律與其他專業費用、印刷及其他開支，估計約為[編纂]港元，其中，預期[編纂]港元將自截至2026年12月31日止年度的合併綜合收益表中扣除，而預期[編纂]港元將於[編纂]後自權益中扣除。[編纂]包括[編纂][編纂]港元及非[編纂][編纂]百萬港元(包括法律顧問和申報會計師費用及開支[編纂]港元以及其他費用及開支[編纂]港元)，佔[編纂][編纂]約[編纂]%。上述[編纂]為最近期的可行估計，僅供參考，實際金額可能有所不同。

[編纂]

假設[編纂]未獲行使及[編纂]為每股H股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，我們估計我們將收取[編纂][編纂]約[編纂]港元。

為配合我們的策略，我們擬將[編纂][編纂]按下文所載金額作以下用途：

- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於加強研發投入及產品開發。
- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於品牌建設。
- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於深化銷售渠道建設，提升市場滲透。
- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於業務流程智能化升級。
- [編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於營運資金及其他一般公司用途。

近期發展及無重大不利變動

董事確認，自2025年9月30日(即本文件附錄一會計師報告呈報期間的結算日)起及直至本文件日期，我們的財務或經營狀況並無重大不利變動，亦無發生任何事件會對本文件附錄一會計師報告所載合併財務資料所示資料造成重大影響。