

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故並未包括可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下決定投資[編纂]前，應閱讀本文件全文。

任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」內。閣下決定投資[編纂]前，應細閱該節。

我們的使命

讓居住更安全、更美好。

我們的願景

通過科技創新，連接和守護家庭的每一位成員，成為全球每個家庭最信賴的夥伴。

我們是誰

我們是全球AI家庭安全管家（一個由AI賦能的系統，可為家庭提供安全防護及特定居家看護功能）的開創者。憑藉「硬件+軟件+AI」最佳創新的一體化技術能力，我們提供以智能鎖為核心的家庭及社區安全防護、智能管理與家庭看護的綜合解決方案，從而為每一個家庭和社區提供安全、便捷、高效的家居體驗。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是全球首家率先實現靜脈智能鎖規模化量產的公司，其代表著智能鎖未來的發展方向，亦是家庭安全的核心基礎。於2024年，我們的靜脈智能鎖出貨量位居全球第一，市場佔有率為10.5%。根據同一資料來源，我們的智能鎖出貨量位列全球第四，市場佔有率為2.6%。於2024年，我們在中國內地的智能鎖出貨量達到120萬套，位列第三，市場佔有率為5.8%。

於2026年初，我們在消費電子展(CES)上發佈全球首款具備遠距離無線光充電功能的AI智能鎖V7 Max。我們的產品入選CNN評選的「2026年CES最佳產品」榜單，並成為「最佳智能家居技術」類別的唯一入選產品。於官方舉辦的2026年CES創新大獎頒獎典禮上，V7 Max榮獲「最佳創新產品」獎。

概 要

下圖載列我們的核心業務亮點。



附註：

- (1) 根據2024年弗若斯特沙利文的資料
- (2) 截至2025年9月30日
- (3) 截至2025年12月31日
- (4) 按2023年至2024年的收入計

我們的創新歷程

研發與創新是我們發展的核心驅動力。我們的產品已從智能鎖演進為AI家庭安全管家（一個由AI賦能的系統，可為家庭提供安全防護及特定居家看護功能），並正朝著具身智能管家持續演進。對用戶需求的深刻洞察與持續的顛覆式創新是構建我們的長期競爭優勢的關鍵。從成立至今，我們已引領四次行業重大技術變革，不斷推動家庭及社區管理的智能化進程：

2015年——開創面向企業管理的出租公寓物聯網智能鎖。

我們於業內率先發佈「雲丁」一體化公寓智能鎖及管理系統，將門鎖接入互聯網，使門鎖成為實時在線設備，充當智能家居管理的樞紐。該系統與公寓管理軟件即服務（「SaaS」）及智能水電表等物聯網（「IoT」）設備互聯，引領了中國公寓智能化管理浪潮。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於2024年在中國公寓智能鎖細分市場保持最大的市場佔有率。

概 要

2017年——推出鹿客品牌，首創一握即開的指紋識別設計。

我們正式推出「鹿客」品牌，首創搭載半導體技術「一握即開」指紋識別架構，採用同心環式傳感器佈局，實現自然握持角度下的生物信息採集與全自動解鎖。該設計達成業內同類產品首批量產，助力我們的鹿客Classic成為風靡市場的暢銷產品。

2021年及2023年——通過靜脈識別技術重新定義智能鎖生物識別標準。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們於2021年推出業內首款量產的指靜脈智能鎖，從而推動指靜脈細分領域的興起。根據同一資料來源，我們隨後於2023年推出業內首款量產的掌靜脈智能鎖。依託我們的自研AI圖像算法，該等產品將智能鎖生物識別認證從指紋和面部識別推進至更安全、更精準的靜脈識別。與傳統指紋與人臉識別解決方案相比，靜脈識別在錯誤接受率與錯誤拒絕率等核心指標上的安防性能顯著提升。我們在靜脈智能鎖領域的領先創新使我們成為全球領先品牌。

2026年——推出遠距離無線光充電技術，推動智能鎖向具身智能管家升級。

我們推出專有的遠距離無線光充電技術奧充，並發佈AI智能鎖V7 Max，該產品無需常規更換電池即可實現長續航。V7 Max配備前後觸摸屏與三顆攝像頭，並集成雲端AI模型，能感知及理解語音、圖像與視頻數據，支持功能持續升級與「管家」技能拓展。這標誌著產品從智能硬件單品向多模態交互家庭控制中心邁出重要一步，形成具身智能管家的雛形，標誌著從智能設備到智能管家的關鍵進化。

我們的產品

我們提供全面的產品及服務組合，可滿足國內外高端、大眾及經濟型細分市場的需求。下圖展示我們的產品組合。



概 要

於往績記錄期間，我們主要通過以下方式產生收入：(i)銷售自有品牌消費品，即鹿客消費級智能鎖及AI家庭安全管家；(ii)為品牌公司提供ODM服務，包括以其品牌進行設計、生產智能鎖及其他家庭安全產品，並通過其平台及渠道進行銷售；及(iii)提供雲丁品牌下的商業解決方案，為企業管理的住宅物業提供軟硬件服務一體化解決方案，整合智能鎖、智能水電表及AI賦能的安全管理平台，從而提升營運效率、降低成本並減少安全風險。

我們的未來產品路線圖

展望未來，我們的目標是持續深化我們產品作為「家庭安全管家」的角色定位，在提供安全感、便利管理及情感陪伴的同時，進一步優化多場景下的功能與用戶體驗。我們亦預期藉助智能鎖的具身化在全球推廣和落地這些功能，實現向各類家庭和社區場景的廣泛滲透，將我們的平台打造為全屋智能設備和各類具身智能家居機器人的中樞。我們的智能鎖和周邊產品設備（包括遠距離無線充電發射端、各類固定傳感器及可移動機器人）有望成為AI管家的具身設備，使其不再是冰冷的機器，而是一個真正關心和理解用戶、提供恰到好處溫暖的「家庭成員」。

我們的核心技術

AI並非單一技術，而是由能源層、芯片與系統層、基礎設施層、AI模型層及應用層構成的五層技術棧。基於這一「五層技術棧」，我們的系統已由精準感知延伸至智能決策及可靠執行，為將旗下產品打造成AI家庭安全管家並最終向具身智能管家演進奠定基礎。

在能源層，奧充可實現遠距離無線光充電，支持最遠4米非接觸式充電，從而實現持續不斷的邊緣端感知功能，並確保設備無需定期更換電池即可擁有長久使用壽命。在芯片與系統層（即多眸操作系統所在層級），我們整合了專用生物特徵感知芯片、安全元件及整合AI算力單元的高效MCU/SoC，可在設備端本地執行實時感知、安全驗證、決策及數據隱私保護。多眸操作系統中的靜脈識別技術Venokey基於多光譜融合，實現0.17秒極速識別，同時準確率高達99.9%。在基礎設施層，我們的邊緣設備提供實時數據處理及離線運行功能，確保設備能夠在離線或低延遲場景下穩定運行；而設備雲則提供設備群組管理、安全連接、策略編排及OTA升級功能，可協調大規模設備群組，同時保障服務的高可用性。在AI模型層（即Lockin AI所在層級），我們運行輕量化邊緣模型，實現人臉、人形、包裹和車輛等目標的毫秒級識別，敏感數據均在本地處理以兼顧響應速度與隱私保護；同時依託雲端多模態基礎模型，通過視聽理解能力，在複雜場景下進行深度分析與推理。最後在應用層，我們的產品以AI家庭安全管家為定位，提供家庭安全監控、智能家庭管理與家人看護服務，並助力持續優化該等使用場景下的功能與體驗。

下圖展示我們應用於全球首款具備遠距離無線光充電功能的AI智能鎖V7 Max的核心技術在人工智能五層技術棧中的定位。

概 要



我們的商業模式

我們已建立端到端的研發、生產、銷售及服務能力。我們以智能鎖為核心產品實現用戶觸達，進而提供涵蓋多品類設備的AI家居解決方案。我們面向自住和租／住兩大類用戶場景，並針對其不同需求，通過不同的品牌策略、經銷模式和服務模式，實現全面且精準的覆蓋。

自住場景。我們重點以中高端定位的自有品牌「鹿客」開展面向消費者的業務。我們通過主要電商平台、合作夥伴網絡以及線下門店和經銷商等線下渠道銷售我們的自有品牌智能鎖和AI家庭安全管家。此外，我們通過ODM模式與小米等家居硬件品牌開展合作，為其提供智能鎖產品，從而覆蓋更加廣泛的大眾市場。我們已覆蓋全球50多個國家和地區的消費者，2025年出貨量高達130萬套。

租／住場景。我們主要以「雲丁」品牌服務於商用物業場景，並與各類市場化租賃住房場景下的公寓運營商開展合作。通過整合智能鎖、智能電表、智能水表及AI智能安全技術平台，我們助力公寓、酒店運營商以及社區物業管理者提升管理效率、降低運營成本及安全風險。我們的客戶覆蓋自如等頭部物業運營商。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，按出貨量計，我們的公寓智能鎖出貨量位居中國第一，市場佔有率達20.2%。

憑藉我們在中國市場積累的經驗，我們已將業務拓展至海外。我們主要通過亞馬遜以及海外經銷商網絡銷售我們的「鹿客」產品，同時拓展面向海外租賃場景的商用產品以及ODM業務。

我們持續在線上線下各大零售渠道深耕，以觸達廣泛的目標用戶。線上方面，我們在天貓、京東、亞馬遜等主要平台表現突出，而在抖音等內容電商平台亦實現快速增長。在2024年及2025年雙十一購物節期間，我們的旗艦產品出貨量位居指靜脈智能

概 要

鎖榜首。線下方面，我們採用「線下門店+經銷商+合作夥伴」模式進行經營，截至2025年9月30日已建立覆蓋中國內地300多個城市的門店網絡。我們在核心城市運營線下門店，提供「產品體驗+場景展示+售後服務」一體化服務。此外，我們與保利等頭部地產商合作，為精裝房項目提供智能鎖解決方案，還與自如等租賃公寓運營商建立長期牢固的合作關係。

我們的市場機遇

全球智能家居行業正經歷從「互聯」到「智能」並最終向具身智能演進的根本性範式轉變。在此進程中，以智能鎖為核心的AI家庭安全管家，憑藉智能鎖作為家庭主要物理入口的剛需屬性、高使用頻次及固定鋪設特徵，有望成為部署家庭AI智能體乃至最終的具身智能管家的理想選擇。同時，全球人口老齡化浪潮催生了對「科技養老」解決方案的龐大剛需。憑藉獨特的技術體系與先發優勢，我們處於有利位置，能夠從這些市場的增長中獲益。

研發

家庭安全管理解決方案行業具有技術週期快、安全和隱私要求嚴格以及將生物識別、視頻感知、連接和雲服務等領域用戶體驗日益融合等特點。我們的競爭力取決於持續的內部研發，將核心技術轉化為可靠、可大規模推廣、大眾化的產品和平台能力。我們採用涵蓋算法、模塊、嵌入式系統、雲/SaaS、結構設計/機械和合規性的綜合研發模式，並具備嚴謹的從概念到量產IP開發流程以及深度防禦安全框架。

銷售及營銷

我們已建立覆蓋中國及海外市場的廣泛而綜合的銷售網絡。銷售與營銷工作由總部統籌協調，並通過專門的區域團隊執行。截至2025年9月30日，我們的銷售與營銷團隊共有283名員工。

我們的市場進入策略基於多渠道、多細分市場銷售模式。我們結合直銷和經銷模式，將客戶群體劃分為中國內地和海外市場這兩大板塊。我們服務三大客戶群體：(i)我們通過電商平台及線下門店觸及的零售消費者；(ii)我們通過直接洽談獲取的住宅物業運營商等企業客戶；及(iii)我們為其開發及生產定制產品的ODM客戶。該多元化策略使我們能夠根據各細分市場的具體需求，量身定制產品組合、定價策略及服務模式。

主要客戶

我們的客戶主要包括終端消費者、企業客戶、ODM合作夥伴及經銷商。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們向前五大客戶的銷售總額分別為人民幣544.2百萬元、人民幣616.8百萬元及人民幣504.2百萬元，分別佔各相應年度/期間總收入的約53.6%、56.8%及65.2%。於各相同年度/期間，向最大客戶的銷售額分別為人民幣493.4百萬元、人民幣561.4百萬元及人民幣468.7百萬元，分別佔各相應年度/期間總收入的約48.6%、51.7%及60.6%。

概 要

據董事所知，於往績記錄期間各年度／期間，我們的前五大客戶均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，我們的執行董事、董事會秘書、首席財務官兼聯席公司秘書黃堃女士亦為客戶I的董事。此外，截至最後實際可行日期，本公司間接持有客戶I 20.0%的股權。除上文所披露者外，截至最後實際可行日期，董事、彼等的緊密聯繫人或據董事所知持有我們已發行股本5%以上的任何股東，概無於往績記錄期間各年度／期間的任何前五大客戶中擁有任何權益。

主要供應商

於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們向前五大供應商的採購額分別為人民幣172.4百萬元、人民幣163.8百萬元及人民幣171.8百萬元，分別佔各期間總採購額的22.2%、20.4%及27.2%。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，向最大供應商的採購額分別為人民幣64.5百萬元、人民幣62.3百萬元及人民幣56.9百萬元，分別佔各期間總採購額的8.3%、7.7%及9.0%。

據董事所知，於往績記錄期間各年度／期間，我們的前五大供應商均為獨立第三方。截至最後實際可行日期，董事、彼等的緊密聯繫人或據董事所知持有我們已發行股本5%以上的任何股東，概無於往績記錄期間各年度／期間的任何前五大供應商中擁有任何權益。

我們的優勢

我們相信，以下優勢將使我們能夠很好地把握未來行業機遇並實現持續增長：

- AI家庭安全管家市場中的先發優勢
- 掌握多項自主創新核心技術
- 卓越的設計、品質與服務
- 協作型生態系統，可擴展的合作夥伴關係
- 雙品牌覆蓋，跨場景協同
- 遠見卓識的領導團隊，堅實的股東支持

我們的戰略

我們將實行以下策略來進一步推動增長：

- 構建AI賦能的家庭安全技術生態
- 拓展全球佈局，挖掘多元增長點
- 構建敏捷、高效與可靠的全球供應鏈
- 構建引領行業的人才高地

概 要

競爭

若我們無法跟上有關技術進步，或未能在產品質量或成本方面實現差異化，則可能面臨市場份額被競爭對手蠶食的風險。有關競爭格局的詳情，請參閱「行業概覽」。

歷史財務資料概要

本集團財務資料概要

下表載列有關我們於往績記錄期間的綜合財務資料財務數據概要。下文所載財務數據概要應與本文件附錄一會計師報告所載合併財務報表（包括相關附註）一併閱讀，以保證其完整性。我們的綜合財務資料乃根據國際財務報告準則會計準則擬備。

經營業績

	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，百分比除外)				(未經審計)			
收入	1,014,914	100.0%	1,086,096	100.0%	694,103	100.0%	773,580	100.0%
收入成本	(699,202)	(68.9)%	(703,425)	(64.8)%	(449,893)	(64.8)%	(532,544)	(68.8)%
毛利	315,712	31.1%	382,671	35.2%	244,210	35.2%	241,036	31.2%
一般及行政開支	(90,436)	(8.9)%	(93,022)	(8.6)%	(71,099)	(10.2)%	(68,801)	(8.9)%
銷售及營銷開支	(155,335)	(15.3)%	(164,125)	(15.1)%	(118,305)	(17.0)%	(101,324)	(13.1)%
研發開支	(74,123)	(7.3)%	(77,992)	(7.2)%	(56,429)	(8.1)%	(47,159)	(6.1)%
金融資產減值虧損淨額	1,004	0.1%	(2,047)	(0.2)%	(2,322)	(0.3)%	(2,588)	(0.3)%
其他收入	10,752	1.1%	10,248	1.0%	8,595	1.2%	4,408	0.6%
其他收益／(虧損)淨額	1,108	0.1%	(3,895)	(0.3)%	1,366	0.1%	3,597	0.4%
財務成本淨額	(1,407)	(0.2)%	(1,954)	(0.2)%	(1,020)	(0.2)%	(2,785)	(0.4)%
按權益法核算的投資								
損益份額	-	-	27	0.0%	7	0.0%	(252)	(0.0)%
所得稅前利潤	7,275	0.7%	49,911	4.6%	5,003	0.7%	26,132	3.4%
遞延所得稅收益	6,751	0.7%	3,202	0.3%	1,827	0.3%	5,849	0.7%
年度／期間利潤	14,026	1.4%	53,113	4.9%	6,830	1.0%	31,981	4.1%

收入

於往績記錄期間，我們主要通過以下方式產生收入：(i)銷售自有品牌消費品，即鹿客消費級智能鎖及AI家庭安全管家；(ii)為品牌公司提供ODM服務，包括以其品牌進行設計、生產智能鎖及其他家庭安全產品，並通過其平台及渠道進行銷售；及(iii)提供雲丁品牌下的商業解決方案，為企業管理的住宅物業提供軟硬件服務一體化解決方案，

概 要

整合智能鎖、智能水電表及AI賦能的安全管理平台，從而提升營運效率、降低成本並減少安全風險。我們亦通過銷售零件、提供延保服務及租賃服務等其他業務產生收入。

	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，百分比除外)				(未經審計)			
自有品牌消費品	319,467	31.5%	301,347	27.7%	192,944	27.8%	158,549	20.5%
ODM項目	513,891	50.6%	579,468	53.4%	349,093	50.3%	476,208	61.6%
自有品牌商業解決方案	165,357	16.3%	181,240	16.7%	130,144	18.7%	121,177	15.7%
其他	16,199	1.6%	24,041	2.2%	21,922	3.2%	17,646	2.2%
總計	1,014,914	100.0%	1,086,096	100.0%	694,103	100.0%	773,580	100.0%

我們的收入從2023年的人民幣1,014.9百萬元增長至2024年的人民幣1,086.1百萬元，增幅為7.0%，主要得益於ODM項目及自有品牌商業解決方案收入的增加，部分被自有品牌消費品收入的減少所抵銷。

我們的收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣694.1百萬元增長至截至2025年9月30日止九個月的人民幣773.6百萬元，增幅為11.5%，主要得益於ODM項目銷售收入的增長，部分被自有品牌消費品的收入減少所抵銷。

	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，百分比除外)				(未經審計)			
自有品牌消費品	137,310	43.0%	149,313	49.6%	92,348	47.9%	74,416	46.9%
ODM項目	103,762	20.2%	129,339	22.3%	78,028	22.4%	95,568	20.1%
自有品牌商業解決方案	75,664	45.8%	98,350	54.3%	66,073	50.8%	65,035	53.7%
其他	(1,024)	(6.3)%	5,669	23.6%	7,761	35.4%	6,017	34.1%
總計/合計	315,712	31.1%	382,671	35.2%	244,210	35.2%	241,036	31.2%

我們的毛利保持穩定，於截至2024年9月30日止九個月為人民幣244.2百萬元，於截至2025年9月30日止九個月為人民幣241.0百萬元。我們的毛利率由截至2024年9月30日止九個月的35.2%下降至截至2025年9月30日止九個月的31.2%，主要由於毛利率較低的ODM項目的收入貢獻有所增加。

由於我們各業務線的自有品牌商業解決方案毛利的增加，我們的毛利從2023年的人民幣315.7百萬元增至2024年的人民幣382.7百萬元，增幅為21.2%。我們的毛利率從2023年的31.1%增至2024年的35.2%。

請參閱「財務資料－經營業績期間比較」。

概 要

合併財務狀況表概要

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
非流動資產	269,277	318,875	327,656
流動資產	573,381	743,919	717,253
流動負債	508,015	636,582	605,553
流動資產淨值	65,366	107,337	111,700
非流動負債	79,717	104,030	82,866
資產淨值	254,926	322,182	356,490

請參閱「財務資料－選定資產負債表項目」。

現金流量

下表載列我們於所示年度／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	2025年
	(人民幣千元)		(未經審計)
經營活動所得／(所用) 現金淨額	89,485	1,247	(38,307)
投資活動所得／(所用) 現金淨額	36,578	(53,794)	4,478
融資活動(所用)／所得現金淨額	(18,786)	42,469	(56,360)
現金及現金等價物			
(減少)／增加淨額	107,277	(10,078)	(90,189)
年／期初現金及現金等價物	61,121	165,884	156,466
匯率變動對現金及			
現金等價物的影響	(2,514)	660	456
年／期末現金及現金等價物	165,884	156,466	66,733

請參閱「財務資料－現金流量」。

概 要

主要財務比率

下表載列我們所示年度／期間的主要財務比率。

	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 (未經審計)
毛利率 ⁽¹⁾	31.1%	35.2%	31.2%
淨利率 ⁽²⁾	1.4%	4.9%	4.1%
股本回報率 ⁽³⁾	5.5%	16.5%	9.0%
資本負債比率 ⁽⁴⁾	33.3%	38.1%	31.8%

附註：

- (1) 毛利率的計算方式為：年內／期內毛利除以相應年度／期間的收入，再乘以100%。
- (2) 淨利率的計算方式為：年內／期內利潤除以相應年度／期間的收入，再乘以100%。
- (3) 股本回報率的計算方式為：相關年內／期內利潤除以股本總額期末餘額，再乘以100%。
- (4) 資本負債率的計算方式為：借款和租賃負債除以股本總額期末餘額，再乘以100%。

[編纂]開支

[編纂]開支指因[編纂]及[編纂]產生的專業費用、[編纂]及其他相關費用。我們的[編纂]開支估計約為[編纂]港元（包括[編纂]佣金），佔[編纂][編纂]總額的[編纂]%（假設[編纂]為每股[編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的中位數））。在我們的[編纂]開支中，約[編纂]港元直接歸因於股份發行，並將在[編纂]完成後計入權益；約[編纂]港元已或將計入我們的合併綜合收益表。我們於往績記錄期間已產生以及預計產生的[編纂]開支將包括約[編纂]港元的[編纂]相關開支及費用（包括[編纂]佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費）、約[編纂]港元的非[編纂]相關開支及費用（包括獨家保薦人、法律顧問以及申報會計師的費用）和約[編纂]港元的其他非[編纂]相關費用及開支。於往績記錄期間，我們產生的[編纂]開支為零。

上述[編纂]開支為最新可行估計，僅供參考，實際金額可能與此估計不同。

概 要

風險因素

我們面臨的風險包括「風險因素」一節所載的風險。由於不同投資者在判斷風險的重要性時可能會有不同的理解及標準，故在決定投資我們的H股前，閣下應閱讀「風險因素」一節全文。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們產品的安全性及可靠性是我們業務的基石，任何實際發生或疑似存在的安全故障均可能對我們的聲譽及經營業績產生重大不利影響。
- 我們的大規模持續研發投入可能無法產生預期回報，並可能對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響。
- 我們可能無法在競爭中取得成功。
- 我們可能無法維持、延續或擴大與主要ODM合作夥伴的合作。
- 我們可能無法維繫現有客戶、吸引新客戶或提升客戶消費水平。

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的中位數），我們估計將自[編纂]收取[編纂]淨額（經扣除與[編纂]有關的[編纂]佣金及其他估計開支）約[編纂]港元（假設[編纂]未獲行使）。我們擬按以下所述的用途及金額動用[編纂]。

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於中長期技術研發及支持「產品及技術驅動」戰略，該戰略旨在持續構建及強化我們的AI賦能家庭安全技術生態體系，深化全棧自研技術體系並推動產品由智能硬件向AI家庭安全管家發展，從而鞏固我們的技術領導地位。
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於自有品牌營銷及海外市場擴張，以配合我們的深化全球佈局並開啟多重增長引擎的戰略。我們計劃深化全球佈局，提升自主品牌「鹿客」的國際影響力，挖掘多元化市場增長動力並強化全球渠道網絡。
- 約[編纂]%或約[編纂]港元預期將用於償還我們的部分現有債務。具體而言，包括用於購買重慶生產基地設備的貸款項下未償還餘額人民幣83.0百萬元，該貸款到期日為2031年11月22日，利率為4.0%。
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於營運資金及其他一般企業用途，包括日常運營及一般企業開支。

請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

概 要

[編纂]統計數據

下表所列統計數據乃基於假設將根據[編纂]發行[編纂]股已發行的非上市股份及[編纂]股H股：

	基於每股H股 [編纂][編纂]港元	基於每股H股 [編纂][編纂]港元
股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
H股市值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審計[編纂]經調整 每股有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 股份市值乃按緊隨[編纂]完成後[編纂]股已發行的非上市股份及預期已發行的[編纂]股H股計算。
- (2) H股市值乃按根據[編纂]將予發行的[編纂]股H股計算。
- (3) 未經審計[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值乃於作出本文件「附錄二－未經審計[編纂]財務資料」一節所述調整後計算得出。

股息政策

在往績記錄期間，本公司沒有派付或宣派任何股息。截至最後實際可行日期，我們沒有正式的股息政策或固定的股息分配比率。根據中國法律規定，股息只能從我們的可分配利潤中支付。可分配利潤指稅後利潤扣除彌補累計虧損及按法定要求計提的法定及其他儲備金後的餘額。根據組織章程細則規定，董事會可在綜合考慮經營業績、財務狀況、現金需求及可用性以及其當時可能認為相關的其他因素後，在未來宣派股息。任何股息的宣派與支付及具體金額均須符合我們的公司章程、中國適用法律，並經股東批准。

有關我們於往績記錄期間宣派的股息，請參閱「附錄一－會計師報告」附註36。

單一最大股東集團

截至最後實際可行日期，本公司(i)由陳彬先生直接持有約15.33%權益，(ii)由雲丁管理諮詢持有約7.94%權益，(iii)由雲丁企業管理持有約5.54%權益，及(iv)由行將更遠持有約1.54%權益。雲丁管理諮詢、雲丁企業管理及行將更遠均由陳彬先生作為普通合夥人控制。

緊隨[編纂]完成（假設[編纂]未獲行使）後，陳彬先生通過雲丁管理諮詢、雲丁企業管理及行將更遠進行直接及間接持股，合計將控制本公司已發行總股本的約[編纂]％。[編纂]後，陳彬先生、雲丁管理諮詢、雲丁企業管理及行將更遠將共同構成單一最大股東集團。

有關詳情，請參閱「與單一最大股東集團的關係」。

概 要

[編纂]前投資

本公司已與[編纂]前投資者進行[編纂]前投資。有關[編纂]前投資者的身份及背景以及[編纂]前投資的主要條款的進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構」。

無重大不利變動及近期發展

於2026年初，我們在消費電子展(CES)上發佈了全球首款具備遠距離無線光充電功能的AI智能鎖V7 Max。我們的產品入選CNN評選的「2026年CES最佳產品」榜單，並成為「最佳智能家居技術」類別的唯一入選產品。於官方舉辦的2026年CES創新大獎頒獎典禮上，V7 Max榮獲「最佳創新產品」獎。

我們的董事確認，截至本文件日期，自2025年9月30日以來，我們的財務狀況沒有發生重大不利變化，且自2025年9月30日以來，沒有發生會嚴重影響本文件附錄一會計師報告所載資料的事件。