

業 務

概覽

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」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。

下圖載列我們的核心業務亮點。



業 務

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。

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

業 務

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。



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」。

業 務

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。



業 務

奧充——我們的遠距離無線充電系統

奧充是我們專有的遠距離無線光能傳輸技術，可在4米距離內實現非接觸式高效充電。該技術旨在解決智能鎖的充電難題，降低因電量耗盡導致的安全盲區，打造「無限續航」用戶體驗。此外，穩定可靠的供電是智能設備運行AI功能的先決條件。奧充旨在支持我們的AI功能持續在線，使智能鎖能夠作為可靠且不間斷的家居中樞運行。

多眸操作系統——我們的多傳感器操作系統

多眸操作系統是我們面向家居場景自主研發的新一代數字安防技術平台，融合了多模態生物識別、智能物聯感知、加密安全、遠程OTA升級等多項核心技術。多眸操作系統將分散的硬件設備整合為協同工作的「感知網絡」，是承載AI能力並實現統一管理的數字基座。

多眸操作系統的核心組成部分是我們的靜脈識別技術，該技術基於人體靜脈血管分佈形態進行身份認證，融合了光學成像、電子傳感、模式識別和生物識別算法等多學科技術，在安全性、場景適用性、隱私保護性上兼具優勢。相較於指紋和面部識別特徵，靜脈特徵位於皮膚之下，無法被複製或偽造，而且不受手指干濕、表皮磨損或污漬影響，使得全年齡段用戶在各類外部環境下都能無障礙認證。我們引領了靜脈識別在智能鎖行業的應用，並首創靜脈智能鎖，奠定了智能鎖的技術發展方向。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。

我們的靜脈識別技術能夠實現0.17秒極速識別與99.9%的準確率，並支持指靜脈、掌靜脈等多種深層次生物識別方式。我們的掌靜脈識別技術已通過公安部第一研究所權威檢測。

Lockin AI——我們的端雲協同「AI大腦」

Lockin AI通過(i)在端側部署高性能NPU，運行輕量化的Lockin AI模型，毫秒級完成人臉、人形、包裹、車輛等目標識別，所有敏感數據處理均在本地完成，確保響應速度與隱私保護；及(ii)雲端多模態大模型，通過視覺和聽覺理解能力，對複雜場景進行深度分析與推理。

我們計劃將這些技術廣泛應用於我們的全系列產品組合中。通過用戶體驗優化、場景數據積累及算法持續迭代的閉環，我們旨在打造自我強化的增長飛輪，最終成為具身智能管家領域的全球領導者。

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。

業 務

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2025年雙十一購物節期間，我們的旗艦產品銷量位居指靜脈智能鎖榜首。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。

市場趨勢：從「連接控制」到「智能守護」

根據弗若斯特沙利文的資料，全球家庭安全管理解決方案市場規模預計將於2029年達到660億美元，2025年至2029年的年複合增長率達11.4%。隨著大模型與智能體技術的成熟，家庭安全正從以「設備連接和遠程控制」為主的初級階段快速邁向以「主動感知、智能決策和自動化服務」為特徵的「AI家庭安全」時代。這一演進預計將需求從硬件單品轉向能夠提供持續、個性化服務的軟硬件一體化系統。

業 務

物理網關：智能鎖作為具身智能管家的潛在入口

在各類智能家居設備中，智能鎖是家庭場景中滲透率最高且不可或缺的物理入口，天然具備剛需、高頻互動、全天候在線及物理執行能力等屬性，極具潛力成為未來智能管家的物理網關和中樞。

根據弗若斯特沙利文的資料，全球智能鎖出貨量預期將持續穩健增長，到2029年達到8,990萬套。在市場中，代表新興主流技術的靜脈智能鎖，因其在安全性、可靠性和用戶體驗上的顯著優勢，預計實現35.6%的更快增速。根據弗若斯特沙利文的資料，我們作為全球靜脈智能鎖市場的領軍品牌，已建立起強大的先發優勢。

時代性剛需：應對老齡化的科技解決方案

全球範圍內，人口老齡化正在催生「原居安老」市場的增長，這為科技賦能家庭安全產品及服務帶來了持續的增長動力。許多老年人希望在熟悉的環境中安全、獨立地生活，由此產生了對非侵入式、高可靠性的安全與看護解決方案的巨大剛需。我們的技術方案契合該等需求：靜脈識別技術解決了老年用戶因指紋磨損而難以使用傳統生物識別方法的痛點；而Lockin AI具備的行為分析能力可對獨居老人的日常活動進行智能監測，在異常情況發生時及時預警。因此，我們的產品有望成為「科技養老」基礎設施，具有廣闊的市場空間。

在這些時代性利好的背景下，AI家庭安全正從硬件單品向AI賦能一體化系統體驗轉型。依託我們在智能門鎖（尤其是靜脈智能鎖）領域卓著的規模，我們在家庭安全核心切入點確立了先行和領導地位，為拓展至更廣泛的AI家庭安全平台奠定了堅實基礎。

我們的優勢

AI家庭安全管家市場中的先發優勢

我們是全球智能門鎖市場的領軍者，具備顯著的規模與市場份額。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，我們的全球智能鎖出貨量達130萬套，排名全球第四，市場佔有率達2.6%；在中國內地，我們的智能鎖出貨量達120萬套，排名第三，市場佔有率達5.8%。根據同一資料來源，我們的靜脈智能鎖出貨量位居行業第一，市場佔有率達10.5%，彰顯了我們在這一增長速度超越整體市場的品類中的領導地位。

(i)在核心家庭安防入口的品類領導地位，及(ii)在高增長、差異化技術細分領域保持領先地位共同增強了我們將硬件規模轉化為平套優勢的能力。不斷擴大的安裝基數與高頻的用戶觸達支持產品更快迭代、強化品牌心智，並實現從單一設備交易擴展至AI賦能的多場景家庭安全體驗——這與戰略發展方向高度一致。這一優勢使我們能夠充分把握AI家庭安全系統及設備領域的巨大市場機遇。

隨著AI及智能體在日常場景的快速普及，家庭安全正從「連接控制」向「智能守護」演進，支持全球市場持續擴張。根據弗若斯特沙利文的資料，全球家庭安全管理

業 務

解決方案市場規模預計將於2029年達到約660億美元，2025年至2029年的年複合增長率達11.4%。作為家庭安全最關鍵的切入點之一，智能門鎖出貨量預計將從2025年的5,400萬套提升至2029年的8,990萬套，年複合增長率為13.6%。值得關注的是，高增長技術路徑的靜脈智能鎖預計將從2025年的190萬套提升至2029年的630萬套，年複合增長率為35.6%。

掌握多項自主創新核心技術

我們的競爭力源於持續研發與平台優先戰略。我們並未將智能門鎖視為單一設備，而是構建涵蓋生物識別、智能感知、系統安全、邊緣到雲端AI及全生命週期運營的專有技術組合，使我們能夠提供「始終在線、始終可靠」的家庭安全體驗，並實現大規模快速迭代。奧充+多眸操作系統+Lockin AI共同構成了差異化的技術組合，可同時提升安全性、可靠性與用戶體驗，支持我們從單一設備業務向可擴展的AI賦能家庭安全平台轉型。

奧充是我們專有的遠距離無線光充電系統，旨在解決家庭安全領域最實際的痛點之一——供電問題。奧充可在4米距離內實現非接觸式高效充電，緩解終端設備的電量焦慮，並使智能鎖等關鍵設備能夠持續在線。這一技術增強了「AI家庭管家」場景的可靠性，而在該場景下不間斷的感知、身份驗證及警報功能至關重要。

多眸操作系統是我們的新一代數字安防技術平台，實屬智能設備的「中樞神經系統」。其融合了多模態生物識別、智能物聯感知、加密安全、遠程OTA升級等多項核心技術。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秒極速識別與99.9%的準確率。我們的掌靜脈識別技術已通過中華人民共和國公安部下轄權威機構檢測；相關產品亦獲德國TÜV萊茵認證，安全等級遠超傳統消費級解決方案。多眸操作系統亦將分散的設備整合為協同的「感知網絡」，實現可靠執行，例如當門鎖感知到異常撬動時，操作系統能瞬時調度攝像頭啟動錄製、觸發本地警報並向用戶端推送警報，實現跨設備閉環保護。此外，遠程OTA保障了全球設備群的同步升級，支持功能持續迭代與安全強化。

Lockin AI採用端雲協同架構，將設備端實時響應能力與雲端深度認知能力相結合，在智能層面奠定堅實基礎。通過在設備端部署高性能NPU並在本地運行輕量化Lockin AI模型，我們能夠實現人臉、人形、包裹、車輛等目標的毫秒級識別，並確保所有敏感數據在設備端處理，從而加強隱私保護及安全防護。這一技術直接支持遠程可信訪問（授權開門時瞬間完成本地驗證）和主動保護（如檢測到兒童獨自試圖開門時觸發保護動作）等應用場景。同時，雲端多模態大模型能夠在複雜場景下進行深度分析與推理，允許系統學習家庭模式並執行更高層級的安全邏輯，例如看護提醒（如當獨居老人作息異常時評估潛在風險）及自然語言AI視頻搜索（例如查詢「上週三誰在門前逗留」），讓安防數據變得更加可理解、可追溯且可操作。

業 務

卓越的設計、品質與服務

我們認為，智能鎖不應是「冰冷笨重的硬件」。憑藉卓越的設計能力，我們重新定義了智能鎖的美學與人體工學，將其視為家居裝飾的一部分及日常入戶儀式的重要環節——同時通過人性化細節解決用戶實際痛點。這一設計理念增強了用戶在家居最重要物理入口處應有的精緻感、安全感與信任感。

我們的產品創新多次為該品類樹立新標桿。於2017年，我們利用指紋識別技術開創「一握即開」設計，並實現同心圓指紋模塊的規模化量產，實現天然握感角度即可完成門鎖指紋識別與自動開鎖的無縫操作。該設計應用於經典智能鎖，成為該行業首款「爆款」之一。我們亦與包括哈特穆特·艾斯林格在內的國際知名工業設計大師合作，其親自操刀S系列旗艦產品S6 Max的外觀設計。特別是2023年推出的V5系列包攬了法國DNA巴黎設計獎、紅點獎、德國設計獎（金獎）及CES創新獎等六項國際設計大獎，根據弗若斯特沙利文的資料，這是唯一一款獲得六項全球工業設計大獎的智能鎖產品。2025年推出的AI智能鎖V6 Max在高端市場表現更為突出，助力我們的品牌於雙十一購物節期間在多個平台銷量榜取得卓越成績。

卓越的體驗必須以極致的品質為支撐。我們的重慶智能製造基地獲得蘋果MFi認證，其生產工藝與質控體系達到消費電子領域的頂尖水準。在中國質量檢驗協會2023年至2025年的「3•15」質量認證中，我們的全系智能安防產品連續三年實現質量檢驗100%合格，獲「全國質量檢驗穩定合格產品」稱號。

我們憑藉高效響應的服務體系與優質產品形成互補，提升用戶滿意度，減少從購買到日常使用中的不便。我們還建立了覆蓋全球的「Lockin Care」服務體系；在中國內地，該體系包括上門安裝及三年質保。此外，我們設有全國統一的全天候響應熱線，為深夜歸家或緊急出門等場景優先接入人工（平均接聽時間），並為老年用戶提供「一對一遠程指導」「上門教學」等標準服務流程，確保先進的安防技術對每一位家庭成員而言都觸手可及、令人安心。

協作型生態系統，可擴展的合作夥伴關係

我們制定了價值共創、協作的生態戰略，拓展產品互聯互通、提升用戶價值，並藉助合作夥伴的平台與渠道加速商業化。通過與領先硬件及智能家居生態企業緊密合作，我們的設備能夠無縫整合至更廣泛的「全屋智能」體驗，同時還能藉助合作夥伴的用戶基礎、流量及經銷資源實現業務增長。

在中國內地，我們的產品接入到小米、蘋果、小度、小天才等主流生態體系，實現智能鎖與這些生態體系內其他應用及設備的互聯互通。這一兼容性不僅提升了用戶體驗（例如跨設備自動化與統一控制），還藉助生態合作夥伴的安裝基礎與渠道網絡擴大了我們的有效覆蓋範圍。此外，我們是中國極少數已與中國電信開展技術合作的高端智能門鎖品牌。我們聯合發佈高端智能鎖V5 Ultra，使智能門鎖變成可以通話的智能設備，還可依靠中國電信的網絡與推廣能力支持產品普及。

業 務

在國際市場，我們持續提升網關接入能力，新增支持Matter（全行業智能家居互聯互通標準）、Zigbee（智能家居設備廣泛應用的低功耗無線網狀網絡協議）及藍牙低功耗(BLE)（短距離、高能效無線協議）。我們在提升符合Matter標準的新型智能鎖功能方面發揮領導作用，實現與主要智能家居平台（蘋果、谷歌、亞馬遜及三星）的深度整合，減少用戶跨平台操作的不便。這些合作夥伴關係有助於我們通過全球生態體系渠道擴大品牌知名度與銷量，同時強化我們作為智能鎖及AI家庭安全供應商的定位，使我們的產品能夠融入主流智能家居標準，而非局限於封閉的單一品牌環境。

雙品牌覆蓋，跨場景協同

我們採用「鹿客」與「雲丁」雙品牌模式開展業務，形成自我強化的增長引擎：兩大業務共享同一技術底座，並服務於不同客戶需求，實現運營槓桿效應、加速產品迭代，並將風險自然分散至各個需求週期。

「雲丁」及我們的SaaS平台產品「雲丁管家」主要面向由企業管理的住宅物業，截至2025年9月30日，其已管理超過350萬套公寓的智能鎖、水電表等物聯網終端。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，我們在中國公寓智能鎖細分市場保持最大的市佔率。這一大規模、高併發、全天候的複雜運行環境，持續驗證我們底層系統架構的穩定性、安全性與可擴展性，同時從實際部署中生成海量多維度的運營數據——這些數據可用於支持AI模型的持續迭代與優化。

鹿客主要面向家居場景，通過攜手全球知名工業設計師共創高端產品線，樹立高端科技品牌的形象。鹿客產品榮獲CES創新獎、德國紅點獎等國際獎項，強化了在高端市場的品牌可信度。我們進一步將經商業驗證的可靠性與AI和生物識別技術相融合，推動產品持續創新，為消費者帶來更優質的用戶體驗。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是業內唯一同時在家居和企業管理住宅物業場景中佔據領導地位的公司，從而於跨場景協同效應中受益。一方面，大量企業管理住宅物業所產生的規模效應與數據資源可加速AI演進，提升我們家居產品的智能化水平與用戶體驗；另一方面，鹿客的品牌聲譽與市場口碑可支持我們自有商業解決方案的拓展與增長。最終，同時把握兩側需求，有助於平抑地產週期波動引發的業績起伏，從而增強我們整體業務的韌性。

遠見卓識的領導團隊，堅實的股東支持

我們的持續創新與市場領導地位由一支具備深厚的行業經驗、前瞻的戰略眼光及強大的執行能力的管理層團隊引領。我們打造了一個旨在長期積累優勢的企業，在研發、製造、商業化及資本市場領域融合技術深度、產品驅動思維以及嚴謹的規模化能力。

我們的創始人兼首席執行官陳彬先生奠定了公司堅實的技術根基，並樹立了注重美學與用戶體驗的產品哲學。陳先生畢業於清華大學，擁有電子工程系碩士學位，在智能硬件與AI領域深耕多年。自2014年創立本公司以來，他主導了我們的多項核心技術研發，包括指靜脈及掌靜脈識別技術的自主突破，推動公司從單一硬件廠商向全場

業 務

景解決方案服務商升級。在其領導下，我們始終處於智能鎖行業技術與設計創新的領先地位，公司亦榮獲工信部專精特新「小巨人」企業、國家高新技術企業等稱號。

我們還組建了一支高質素的核心管理團隊，覆蓋研發、智能製造、市場營銷、資本市場等互補專業背景，實現高效的跨職能協作。我們設立了AI算法實驗室、生物識別實驗室等專門研究機構，截至最後實際可行日期累計擁有超500項授權專利，包括全自動鎖體相關的九大專利。我們的研發團隊還與清華大學開展了聯合研究，研究內容涵蓋全屋智能領域的異構互聯與融合交互關鍵技術與應用，以及低功耗邊緣智能設備上的多模態識別產業化。憑藉上述成果，我們於2022年及2023年榮獲北京市科學技術進步獎。

我們的股東基礎可進一步增強我們的執行與規模化能力。小米集團（作為我們其中一名[編纂]前投資者的母公司）曾參與多輪投資並提供堅實資金後盾，包括支持我們建成重慶智能製造基地。百度亦在我們的發展早期給予大力資金支持。我們亦於早期入駐小米有品等小米系核心電商平台，從而受益於初期流量與用戶信任。

最後，我們將我們的企業使命與「客戶第一、簡單開放、勇於擔當、追求極致」的價值觀融合，塑造了以信任和創新為核心的企業文化。在此文化影響下，我們的研發團隊從未盲從短期市場趨勢，而是專注研發指靜脈、掌靜脈、多模態識別等自研核心技術，構建我們的技術壁壘。我們還通過全面的薪酬、福利、人才建設體系實現員工留任。我們的領導力、企業管治及企業文化為我們的長期高質量的增長提供了堅實基礎。

我們的戰略

我們致力於通過科技創新，基於「技術信仰、敢於冒險、成長思維」的核心基因，最終目標成為AI家庭安全管家的全球領導品牌。為實現這一願景，我們制定了清晰的四大核心戰略。

構建AI賦能的家庭安全技術生態

我們致力於通過構建平台級家庭安全技術組合擴大並深化我們的技術壁壘。該技術組合融入安全理念，部署具備可擴展性，並可通過軟件持續優化。我們正在強化從通信層、芯片層到生物識別層、電子層、結構層的全技術鏈的「縱深防禦」，使安全不再是單一功能，而是覆蓋數據傳輸、硬件級保護、隱私保護、抵禦外部攻擊及物理入侵防範的端到端能力。在此基礎上，我們將不斷更新迭代多眸操作系統（作為系統層），整合多模態生物識別、智能物聯感知、加密安全及OTA全生命週期運營，在保障大規模可靠性的同時實現快速迭代。近期的主要關注點是真實場景中的穩定性：提升老年人、兒童等特殊用戶群體的識別準確率，在外貌變化或複雜條件（沾水、油污、破皮）下維持性能，並發展3D活體檢測能力，有效防範照片、視頻、指紋模等偽造手段的攻擊。

業 務

同時，我們圍繞Lockin AI構建分佈式智能架構，實現從「被動報警」到「主動守護」的轉型。我們的方案將快速、隱私保護邊緣智能與雲端多模態推理相結合，使設備與平台能夠協同運作，理解上下文、推斷風險，並「門外」與「門內」場景協調行動。長期來看，其將支持更高層級的功能，如家人看護、安全預警以及基於視覺信號、語音、文本、時空背景及傳感器數據多模態理解的自然直觀交互，將門鎖從終端的單品升級為前端的AI家庭安全管家。

最後，我們將「無限續航」的可靠性視為核心產品要求，這也是我們投入打破限制持續防護的能源瓶頸的原因。在智能鎖遠距離無線充電技術的開創性成果基礎上，我們將通過新一代電池、能量收集及更高的弱光轉換效率持續優化電源解決方案，並逐步將這些能力拓展至更廣泛的全屋設備，而這些場景對持續運行和實時感知有著至關重要的需求。同時，我們將保持開放的生態架構，支持Matter、Zigbee、BLE等主流協議，確保我們的產品在全球領先智能家居平台中提供一流體驗，並通過廣泛兼容性實現規模化，而非局限於封閉整合。除採用Matter外，我們亦在提升符合Matter標準的新型智能鎖功能方面發揮領導作用，實現更深度、更無縫的整合。

拓展全球佈局，挖掘多元增長點

我們致力於通過更清晰聚焦全球市場與更多元的渠道組合實現規模化，避免依賴單一地區、細分市場或商業模式。我們將消費業務集中於中國內地、美國、英國、德國、韓國及日本六大核心市場，並針對每個市場打造整合契合的產品組合、渠道網絡與運營策略的「本地制勝法則」。在這些市場中，我們將以「高端價值引領」與「主流規模突破」雙輪驅動，實現收入、盈利水平及高端市場份額的同步高質量增長。在中國內地及美國市場，我們將分別鞏固高端領導地位與實現生態化規模突破；在日、韓、英、德等成熟市場，我們將以經過驗證的高端產品與精準的渠道合作切入，快速建立品牌聲譽並複製成功模式。通過系統性的產品定制、生態融入、渠道共建及供應鏈本地化，我們將在提升運營效率的同時持續強化全球品牌影響力。

在商用市場，我們致力於從中國領先邁向全球領先，重點拓展全球關鍵客戶合作與渠道網絡，持續鞏固在租住智能化領域的領先地位。我們將在全球範圍聚焦頂級公寓集團、跨國地產商及政府住房項目，通過直銷與戰略渠道合作雙輪驅動，樹立行業標桿。與此同時，我們將推動商業模式從硬件銷售向「智能硬件+SaaS平台+數據服務」的綜合解決方案轉型，將盈利點擴展至安裝、運維、軟件訂閱及數據洞察等增值領域，以提升客戶全生命週期價值。我們將消費端前沿技術應用於全球商用場景，並通過供應鏈的全球化佈局實現持續成本優化，旨在構建難以複製的「技術領先+成本效率」雙重優勢，確保在全球市場的可持續競爭力與盈利能力。

我們ODM業務以小米智能鎖ODM合作為基本盤，致力於打造具備極高成本與效率優勢的全球研發製造平台。通過構建高度標準化與模塊化的產品開發體系，我們將核心能力從智能鎖複製拓展至更廣泛的智能家居產品，以最大化供應鏈規模效應。我們持續降低全鏈條成本，保障並提升整體利潤水平。我們對戰略客戶實施深度協同與

業 務

資源前置，共同定義產品。同時，我們持續拓展海外品牌大客戶，通過複製靈活的商業與交付模式建立合作，推動客戶結構與收入來源的全球化與多元化。

構建敏捷、高效與可靠的全球供應鏈

我們致力於將運營轉化為結構性優勢，從而實現全球範圍內的快速、優質、可靠擴張。我們將繼續發揮重慶智能製造基地（即我們業務版圖中最大的產業基地）的規模效應，通過自動化和數字化生產管理提升響應速度。通過部署自動化生產線和MES操作系統，我們正在構建柔性生產能力，以快速響應產品組合及市場需求的變化。隨著海外業務的持續拓展，我們將加速國際製造佈局，在東南亞等戰略區域建立核心代工廠，形成「中國總部+海外區域製造」的供應鏈網絡。該架構旨在縮短海外市場的交付週期，降低地緣政治及貿易風險，並通過充分利用區域資源優勢，實現全球產能的優化配置。

同時，我們將深化供應鏈協作，強化以服務為導向的運營體系。依託產業園內聚集的壓鑄、注塑等核心工序供應商，我們將進一步提高關鍵結構件的本地化採購比例，提升柔性供應能力，持續優化成本結構，鞏固核心成本競爭力。我們還將不斷提高質量控制標準，持續將「可靠」打造為鹿客產品的核心標籤。此外，我們將升級以「銷售即服務」的全鏈條體驗，致力於將「Lockin Care」服務標準打造為行業標桿。在中國內地已驗證的服務模式（上門安裝、三年質保及兩小時緊急上門服務）基礎上，我們計劃逐步將類似服務標準推廣至海外核心市場，將卓越的服務體驗轉化為長期的品牌護城河。針對B端客戶，我們將通過「雲丁管家」等平台進一步賦能其數字化轉型，為客戶帶來可量化的運營效率提升和管理成本降低，從而深化客戶黏性並提升客戶全生命週期價值。

構建引領行業的人才高地

我們致力於打造一套能夠支撐長期創新與全球業務落地的人才體系。我們將建立具備全球競爭力的人才吸引體系，依託富有競爭力的薪酬體系與可規模化的全球招聘網絡，持續吸納硬件工程、AI、軟件開發及國際化運營領域的頂尖專業人才。藉助我們在家庭安全領域的技術領先地位與品牌影響力，我們正深化與頂尖高校的合作，共建聯合實驗室，系統性引進高端研發人才。針對核心技術人才，我們將為其提供創新自主權與長期發展空間，包括設立專項創新基金，支持前沿技術探索與產品創新。

與此同時，我們正在構建可持續的人才培養與保留機制，將關鍵能力隨時間不斷增強。通過員工持股計劃等長期激勵方式，我們將核心人才與公司的長期成長及價值創造深度綁定。我們將持續營造開放包容、協作創新的技術氛圍，為各類人才提供清晰的職業發展路徑。同時，我們將持續構建系統化的人才培養體系與接班人計劃，重點培養兼具技術洞察與商業視野的複合型管理人才，為公司的持續創新和全球擴張儲備領導力。

業 務

我們的發展歷程

我們以智能鎖作為家庭安全管理解決方案的核⼼，並逐步拓展至更廣泛的硬件設備組合及AI家庭安全管家。透過打破設備孤島及實現跨類別互聯互通，我們圍繞專用硬件的軟件與算法集成這一核⼼競爭力，構建了軟硬件結合的綜合生態系統。立足於智能安防場景，我們持續拓展我們的應用並開發先進技術，深度融合人工智能、IoT及大數據。這一發展歷程正推動我們從單一產品供應向全屋智能和智慧生活領域邁進，矢志成為智能家居生態系統的全球領導者。

此外，我們是AI技術的先行者，我們致力於緊跟AI最新發展趨勢，將主流AI技術融入產品中，如從2021年的掌靜脈及指靜脈識別到2024年的大語言模型及視覺語言模型，再到2026年的AI智能體。我們計劃繼續積極擁抱AI，最終成為具身的智能管家。

我們的產品及解決方案

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」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。憑藉專有的生物識別算法、先進的功耗系統設計、前沿的AI及大語言模型以及垂直整合的製造和服務能力，我們提供全面的產品及解決方案組合，以滿足中國和海外市場的高端、大眾及經濟型細分市場的需求。

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。下表載列我們按業務線劃分的收入明細。

	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，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	<u>1,014,914</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,086,096</u>	<u>100.0%</u>	<u>694,103</u>	<u>100.0%</u>	<u>773,580</u>	<u>100.0%</u>

業 務

我們將自有品牌消費品組合分為以下系列，分別針對不同的客戶需求、價格區間和渠道策略。

V系列



我們的V系列是面向城市高端家庭設計的一體化視頻智能鎖產品家族，集優異的安防性能、精湛工業設計與便捷日常使用體驗於一體。在全系產品中，我們將入戶門視為家庭智能中樞，突破門禁控制的單一功能，賦能三大核心能力：物聯網協同、人工智能識別及情感連接。在實際應用中，V系列可實現全屋設備與場景的智能聯動，依託隱私保護型人工智能技術精準識別人員身份與行為意圖，並通過存在感知交互及記憶功能，打造更加溫馨和個性化的入戶體驗。

2026年1月上市的V7 Max作為V系列旗艦產品，提供不間斷的智能家庭安全保障。該產品融合三大核心優勢：遠距離無線光充電技術徹底消除電池續航焦慮、場景感知人工智能實現全天候待命以及適用於高端改裝場景的工業設計。該產品為注重設計感的家庭打造，這類家庭既看重安全可靠、易於維護的使用方案，也追求雅致的美學格調。

除旗艦機型之外，代表型號如V5 Max同樣傳承V系列的設計語言與核心功能——搭載多模態生物識別系統（3D結構光人臉識別與掌靜脈識別，可選配指紋模塊），集成貓眼視角高清視頻與紅外夜視功能，支持Wi-Fi／藍牙雙模連接，配備安全芯片防護機制，並採用便於改裝的機械結構。配套型號的電力系統搭載針對長續航優化的高效電池架構，在主流門體上的安裝調試通常可在三十分鐘內完成。

核心價值主張

我們將V系列定位為家庭的家居智能中樞，由三大支柱構成：

- **物聯網協同**。我們與主流智能家居生態系統實現互聯互通，圍繞入戶場景統籌聯動各類常見家用設備，涵蓋照明系統、暖通空調(HVAC)、空氣淨化器、安防攝像頭、門鈴及音箱等。用戶只需一種觸發方式——無論是解鎖

業 務

門鎖或執行預設指令，均可一鍵激活全屋適配場景，例如開啟玄關及走廊燈光、調節溫度、布防或撤防警報、啟動入戶攝像頭錄製功能；或是觸發「晚安」模式，自動完成門鎖落鎖、燈光調暗及窗簾關閉等一系列操作。憑藉基於標準協議的互聯互通功能以及合作夥伴整合優勢，屋主只需一次場景自動化配置後，即可全天候享有穩定可靠、低延遲的場景執行效果。

- **全天候AI家庭安全管家。**我們融合多模態設備端信息生物識別技術與雲端輔助的場景感知及全天候真人工智能技術，可精準識別門前人員身份、實時判斷現場狀況，並觸發通知提醒。除身份核驗外，我們的人工智能模型更針對老人與兒童的居家安全需求進行專項優化——例如，自動識別放學歸家的孩童、檢測入戶門長時間開啟異常事件、捕捉門口區域深夜異常活動，以及當老年住戶未在設定時間內返家時，向指定照護人推送提醒信息。
- **情感連接。**我們融合存在感知與音視頻交互功能，將入戶場景打造為兼具貼心關懷與個性化體驗的空間。經用戶配置後，我們的智能門鎖可自動拍攝到達和離開時的照片或短視頻片段，生成帶時間戳的家庭記憶相冊，並通過門鈴提示音或語音播報提供個性化問候。用戶還可為家庭成員留存語音留言，為生日、節日等特殊時刻設置慶祝場景，同時開啟適老或兒童友好模式——該模式可簡化交互流程，並推送溫和的語音提醒。上述功能均為可選配置，且注重隱私保護，在強化入戶歸屬感的同時，允許家庭成員自主管控錄製內容、留存時長及訪問權限。

主要特點

我們設計的V系列通過整合長效供電策略、實用人工智能輔助系統及適配現代家裝的設計，解決智能門鎖領域長期存在的三大痛點：電力續航維護、日常安全保障與美學融合難題。

- **電力永續。**我們提供可持續且不受環境限制的供電策略，包括在適用型號上搭載的奧充遠距離無線光充電平台，確保智能門鎖在典型住宅佈局中實現全天候持續供電，切實減少維護成本和服務中斷情況。
- **全天候AI家庭安全管家：**我們融合設備端生物識別技術與先進AI大語言模型及視覺語言模型驅動的雲端情景感知服務，實現對入戶場景的持續感知，同時通過提供及時、可操作的警報與更智能的篩選，全面提升日常生活的安全性與便捷性。
- **提升入戶美學的新穎設計：**由設計大師打造的極致纖薄現代工業設計，融合藝術格調與現代功能，完美適配現代家居環境，支持高端改裝場景，僅需極簡安裝工序即可實現。

奧充遠距離無線光充電平台

我們依託奧充遠距離無線光充電系統推出先進的供電平台。根據弗若斯特沙利文的資料，奧充為全球首款為AI智能門鎖打造的無線供電系統，可提供全天候供電，確保門鎖無需用戶干預即可全天候不間斷工作。通過採用多束光充電技術與智能最大功率點跟蹤技術，我們針對典型住宅戶型佈局，實現能源的匯聚和提供，從而支撐數米

業 務

傳輸距離，並達成穩定、不間斷的涓流充電。我們設計的這一平台能夠滿足嚴苛的安全及可靠性要求，包括嬰幼兒級安全標準、獨立第三方評估（例如德國萊茵TÜV認證與SGS認證）以及集成式微熱管理系統（該系統可保障設備在正常家居溫度與天氣條件下，實現長期全天候不間斷運行）。

端雲AI

我們將設備端認證與雲端輔助場景融合，打造可實時感知入戶門實景環境的AI家庭安全管家。邊緣端搭載高可靠性生物識別方案，涵蓋3D面部識別及掌靜脈、指靜脈等靜脈識別技術，生物信息模板默認本地存儲，並針對不同光照條件及手指／皮膚狀態進行優化適配。

在雲端，我們的系統利用AI大語言模型和視覺語言模型的能力支持一系列預置智能場景，涵蓋主動式出入感知、訪客識別與記錄、智能提醒、視頻檢索，以及適老化簡易操作模式，所有數據均通過端到端AES級加密技術保障安全。通過這種AI賦能的方式，我們致力於實現持續的環境感知以及及時的情景化關聯通知推送，在降低誤報率的同時，提供可選記憶及交互功能，讓入戶空間成為家庭更加智能、個性化且實用的場域。

安全、隱私及互聯

我們通過專用安全芯片及雙向認證加密通信技術對身份憑證與數據進行安全防護，確保僅允許受信任的設備與服務可對門鎖進行操作。針對海外地區的配置，用戶數據將存儲於本地雲端基礎設施，全程採用傳輸加密技術；生物識別模板默認存儲於設備端並由用戶控制。我們的平台同時具備與主流智能家居生態系統的互操作性，可在保障用戶隱私與系統安全的前提下，實現遠程控制、自動化運行及事件驅動功能。

動力、續航及環境就緒

我們致力於在典型住宅環境下實現「安裝即忘」的供電表現，通過持續光充電技術最大限度減少用戶維護。我們的硬件與散熱設計支持在正常家用溫度範圍及環境條件下持續運行，而電源管理則包含安全持續的涓流充電保護機制，以維持電池健康與產品正常運行。憑藉這套綜合解決方案，我們力求在無需用戶頻繁干預的情況下，實現跨季節的穩定可靠性能。

業 務

S系列



S系列專為追求前沿技術、需要強化視頻覆蓋和智能感應的用戶而設計，價格屬於中高檔。代表型號S6 Ultra結合雙鏡頭與24 GHz毫米波雷達，提供俯視和地面視角（覆蓋包裹、兒童及寵物區域）以及專為複雜家庭環境中日常可靠性而設計的強大多模態生物信息技術。

技術特點

- **生物信息及人工智能。**S系列將3D人臉識別與掌脈識別相結合，提供快速可靠的解鎖功能，並為難以採集指紋的家庭提供指靜脈識別選項，因此大多數用戶僅需「一看、一伸」，即可享受順暢的一秒入內體驗。
- **設計要點。**S系列採用簡潔、現代的外觀設計，完美融入日常家居環境而不顯突兀，其纖薄的正面輪廓與簡潔線條可與常見門型完美契合。
- **感知與視頻。**S系列配備兩個協調運作的攝像頭，提供從貓眼高度到地板的連續視野。
- **互聯與安防。**S系列通常可連接Wi-Fi和藍牙，並與主流智能家居應用程序整合，實現遠程控制和簡便自動化。內置安全芯片通過端到端加密和雙向認證保護數字密鑰和數據，確保僅允許受信任的設備與門鎖通信。

業 務

- **動力和續航。**雙電池設計確保四季皆可長時間運行，而可調節的貓眼模式讓用戶無需更換硬件或改變日常習慣，即可在最大視野與最長續航之間自由切換。
- **力學與可靠性。**S系列通常專為日常耐用性而設計，具備防塵防濺特性，並在典型溫度範圍通過驗證，其設計基於通用門體規格，以最大限度地減少安裝過程中的鑽孔和定制工作。
- **安裝及兼容性。**S系列通常方便改裝，配備清晰的分步指南，大部分家庭可在半小時內完成安裝；該系列兼容主流門鎖規格，無需特殊零部件即可適配絕大多數住宅。

其他主要產品系列

P系列

P系列通過線上及下沉市場渠道服務大眾市場，注重可靠性、快速部署及生態系統整合。代表型號P9集成了高精度人臉解鎖和單攝像頭視頻模組，為主流家庭用戶提供均衡的性能體驗，並依託成熟的電子設備實現快速推廣。

ODM項目

我們向小米等品牌企業提供ODM項目，設計和製造智能門禁產品，該等產品通過合作夥伴的平台和渠道以其品牌進行銷售。我們共同定義規格，與合作夥伴生態系統（應用程序、網關、安全模組、雲）整合，並在成本、質量和進度方面實現規模交付。合作方則負責規範工業設計、生態系統接入接口搭建及市場推廣。這種模式使得合作品牌能夠依託成熟的技術和可靠的供應快速擴展智能家居產品組合，我們亦因此而能夠在不同的SKU和層級之間高效地重複使用共享平台。

在ODM類別中，我們的產品組合覆蓋入門級、高性價比級、中高端級。E系列以極具吸引力的價格提供智能門禁的核心功能，注重易於安裝、堅固耐用，並透過多模式解鎖和設備端AI指紋實現緊密的生態系統整合。Digit系列升級至面部解鎖及視頻，實現「全功能高價值」，搭載靜音自動上鎖和可靠識別功能，可輕鬆透過合作夥伴雲和應用程序查看事件，並以Wi-Fi和藍牙作為標準配置。M系列針對中高端用戶，配備分辨率更高的3D人臉識別解鎖、廣視野視頻、可選設備端顯示器、全面解鎖模式以及更深入的智能家居聯動。

我們在各個產品層級均已實現標準化安全和隱私功能：生物識別信息默認保存在設備端；通訊採用端到端加密並附帶生態系統認證。機械平台支持主流鎖體和鎖芯標準，以實現廣泛的門兼容性，而共享的電氣／固件架構則縮短了開發時間並保持BOM的效率。

自有品牌商業解決方案

在雲丁品牌下，我們為企業管理的物業提供軟硬件服務一體化解決方案，結合智能鎖、智能水電表及AI賦能管理平台，以提高運營效率、降低成本並減少安全風險。我們方便改裝的智能家庭安全硬件支持透過藍牙／Zigbee/Cat.1/Wi-Fi的多模態訪問憑證，而聯網儀表則可實現遠程讀數、異常檢測和自動計費。

業 務

在軟件方面，物業門禁SaaS將完整的租賃流程數碼化，涵蓋從申請、電子簽約到遷入／遷出、開票、對賬及欠費管理的全流程；還為多點運營提供基於角色的訪問控制、批量發放有時限的憑證和訪客通行證、帶電池續航預測的設備群健康監控、批量策略更新和空中（「OTA+B」）協調能力，以及將API/webhook與PMS/ERP對接。雲端分類器可提升事件檢測能力（如人物／包裹分區、徘徊和逗留時間警報），而可選高級套餐更提供豐富的語義識別服務。

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信息、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的大眾化產品和平台能力。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。

我們已成功打造覆蓋核心技術的高端科技品牌形象，包括：遠距離無線光充電與高性能電源系統、搭載功耗優化算法的低功耗芯片、生物信息識別（掌／指靜脈、面部及支持活體檢測的多模態識別）、人工智能基礎模型與圖像／視頻分析、智能傳感器融合系統以及跨生態系統互操作性等。

我們的研發佈局主要在深圳和北京，並透過公司實驗室和認證供應商擴展工程和測試能力。我們的中心專注於下一代生物信息（掌／指靜脈和多模態融合）、混合邊緣雲、超低功耗架構和電源管理、RF共存技術和Matter/Thread互聯互通技術，以及全自動鎖體／機電一體化系統，以提高安全性、耐用性和用戶體驗。

我們的研究與產品開發中心

我們構建了一個涵蓋算法、模組、完整設備、雲／SaaS和驗證的一體化、平台化研發系統，以深圳、北京雙中心佈局，並設有統籌國內外消費類、ODM和商業線的產品發展中心，負責整個IPD流程，將用戶需求轉化為規格、設計和可製造性方案，以實現高效的從概念到量產閉環。各中心的具體職責以及密切的跨職能協作如下所述：

研發中心

- **重點：**實現前瞻性技術突破，構築長期技術壁壘。
- **職責：**開展核心技術的基礎研究與創新，通過產學研合作與戰略性專利佈局，持續鞏固我們在智能門鎖領域的技術引領地位，為下一代產品迭代提供底層技術支撐。

產品開發中心（跨職能）

- **重點：**專注於產品商業化與用戶價值實現。

業 務

- **職責：**以市場需求和用戶痛點為導向，將研發中心的技術成果轉化為市場化應用；開展智能鎖產品全生命週期的開發工作，包括需求定義、軟硬件一體化設計、法規認證、量產優化與迭代升級，確保核心技術高效轉化為具備市場競爭力的智能門鎖產品，實現技術創新與商業價值的協同。

知識產權及專有技術

我們依賴專利、商標以及商業機密保護知識產權。我們的所有核心技術均為自主研發，我們擁有對我們業務營運至關重要的所有重大知識產權。運用AI、大語言模型及視覺語言模型分析技術的最新進展，我們持續提升產品生態中的智能場景理解、用戶行為建模與自適應決策能力。

截至2025年9月30日，我們已在全球獲得580項註冊專利，包括175項發明專利。截至同日，我們亦持有47項軟件版權及471項註冊商標。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2025年12月31日，我們在中國智能鎖行業的獲授發明專利數量排名第一。

除註冊知識產權外，我們還擁有豐富的流程及整合專業知識：跨設備、應用程序和網絡的註冊和跨模態身份配置；緊湊型鎖體的DFM；射頻共存調優（Thread/BLE/Wi-Fi）；經過現場驗證的可靠性方案。這些資產助力我們快速將研發成果轉化為多SKU產品系列和商業部署的能力。

我們已實施多方面策略以保護我們的知識產權。我們的框架包括：(i)全面的內部政策和程序，涵蓋專利、商標及版權；(ii)在僱傭合約中載有保密及知識產權所有權條文等合約保障措施，並已與核心人員簽訂競業禁止協議；及(iii)技術措施保護我們的專有資料，例如網絡隔離、核心源代碼的分級訪問控制、檔案加密系統及端點數據外洩防護軟件。透過採用這些全面舉措，我們有效管理知識產權，並在公司內部形成創新環境。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據我們所知，我們並不知悉任何會妨礙我們以對我們的業務造成重大不利影響的方式利用我們的知識產權的任何法律訴訟，亦不知悉有任何因侵犯知識產權而對我們提起的法律訴訟會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

研發投入及團隊

我們將繼續進行研發投入，以支持我們的產品規劃和新技术孵化。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的研發開支分別為人民幣74.1百萬元、人民幣78.0百萬元及人民幣47.2百萬元，分別佔我們同期收入的7.3%、7.2%及6.1%。

截至2025年9月30日，我們擁有149名研發人員，佔我們員工總數的19.8%。我們的團隊由經驗豐富的工程師組成，涵蓋機械、電氣、軟件、工藝和系統等學科。整體結構已向更高比例的資深工程師傾斜，為產品從概念設計到中試再到批量生產的快速迭代提供有力支撐。

業 務

我們的關鍵技術

我們的核心技術涵蓋多模態生物信息、視頻感知、混合端雲AI、低功耗架構、互聯互通性和機電鎖體，將該等技術融合到安全可靠的產品中。我們的專有掌／指靜脈和3D人臉融合技術，為快速、保護隱私的門禁提供基礎；全景成像、夜視優化和毫米波雷達實現門禁場景的精準感知；超低功耗設計和無線供電規劃延長了續航時間；Matter/Thread、Wi-Fi/BLE和SE加持的加密技術保障安全互聯互通；全自動鎖體則提供安靜、耐用的機械性能。該技術棧已在消費類ODM及商用產品線中平台化，以加速全球範圍內的產品化進程與認證落地。

我們的關鍵技術組合包括：

- **遠距離無線光充電(奧充)**。由我們自主研發的專有遠距離無線光充電技術，基於光能傳輸實現非接觸式供電，目前已應用於我們的智能鎖系列，帶來創新的「隔空充電」體驗。該技術無需拆卸電池或外接線路即可解決充電難題，消除了因AI功能日益豐富而帶來的頻繁充電負擔。其優勢包括超長使用壽命、高安全性設計、高效能量採集、自適應功率調節以及小型化模塊設計。
- **靜脈識別與多模態生物識別(多眸操作系統)**。靜脈識別技術通過人體皮下靜脈分佈的唯一形態特徵進行身份認證。該技術利用近紅外光(通常為700-1100納米波段)照射特定身體部位(常見為手掌、手指或手背)，藉助血紅蛋白對近紅外光的吸收特性，採集皮下獨特靜脈圖像，並將加密靜脈模板存儲於本地芯片進行設備端匹配，從而實現自動化身份驗證與門禁控制。靜脈識別技術的優勢體現在：(i)安全性突出——具備天然活體檢測特性(需血液流動)、難以竊取／仿制(皮下特徵)及穩定高區分度的模板特徵；(ii)應用場景廣泛——環境適應性強、包容性高(適用於指紋磨損、皮膚老化或特定殘障用戶)，且具備與其他生物特徵融合的多模態潛力；及(iii)隱私合規更優——在指紋／人臉使用受限制的場景中可作為高安全性替代方案，用戶主動交互模式也降低了「被動監控」的隱憂。此外，我們還採用3D人臉識別技術，通過設備端算法融合實現高精度快速解鎖。
- **大語言模型及視覺語言模型與音視頻理解(Lockin AI)**。我們將大語言模型及視覺語言模型集成到產品中，構建了「設備端輕量化邊緣模型+雲端大語言模型／視覺語言模型」的協同架構。通過包含輕量化模型、大語言模型／視覺語言模型、智能體框架、工程平台與應用層的五層技術棧，實現了人工智能能力的分層部署與協同調度。該技術支持全場景智能，涵蓋包裹檢測、境外人員／車輛／寵物識別等功能，並搭載本地存儲的自適應學習系統，在持續提升準確度的同時降低對雲端服務的依賴。
- **視頻感知及全景成像(LockinCam)**。雙攝像頭和魚眼管道實現對包裹、兒童及寵物自上而下及地面級可視化。我們自主研發了畸變校正技術、區域曝光控制以減輕邊緣的紅外線過度曝光以及夜視優化以提升遠距離場景亮度。本地AI默認開啟隱私保護模式，支持人員／包裹／車輛／寵物的精準檢測。

業 務

- **毫米波雷達感知與邊緣融合。**60 GHz雷達存在分段式探測區域與自適應靈敏度調節功能，可有效抑制誤觸發並降低功耗。結合角度／距離濾波的運動追蹤功能可抑制小目標（如植物／旗幟）的擺動，同時保留人體／包裹的相關性。雷達與影片及被動紅外／超聲波（如適用）融合，以提高在不同場景下的精準度。

技術突破

- 根據弗若斯特沙利文的資料，我們於2026年率先在全球實現**AI智能門鎖遠距離無線光充電技術的商業化**，支持4米半徑範圍內的隔空快充。該方案徹底解決拆卸電池及頻繁充電等難題，為用戶帶來切實的「無憂續航」體驗。該技術的光電轉換效率、安全性及使用壽命，均顯著優於當前行業普遍水平。
- 根據弗若斯特沙利文的資料，我們於2021年推出業內**首款量產指靜脈智能鎖**，推動指靜脈品類正式興起。此後，我們於2023年推出業內**首款量產的掌靜脈智能鎖**，並且，我們的自研掌靜脈算法及模組順利通過公安部第一研究所認證。2025年，我們發佈Veno系列產品，其識別準確率高達**99.9%**，匹配速度僅需約**0.17秒**，持續鞏固我們在皮下生物識別認證領域的領先地位。
- 根據弗若斯特沙利文的資料，我們於2017年首創「**一握即開**」指紋識別架構，採用同心環式傳感器佈局，在業內率先實現量產。該設計支持自然握持角度下的生物信息採集與全自動解鎖，助力我們的鹿客Classic成為風靡行業的爆款產品。
- 根據弗若斯特沙利文的資料，我們於2023年推出業內**首款16毫米超薄前面板**，可與門扇表面齊平貼合，打造極簡美學設計。該前面板採用車規級沖壓工藝及一體化無縫結構，可承受約**200公斤**抗壓載荷而不發生形變，樹立了高端家居美學與量產工藝深度融合的行業標桿。

生產製造

生產基地

截至最後實際可行日期，我們在重慶市的鹿客智能安防設備產業園開展生產活動。該園區於2021年10月開始營運，擁有約34,000平方米的自有智能鎖生產設施，包括裝配車間、倉庫和售後維修中心。我們的生產線並不涉及交付週期較長的高價值設備。因此，我們能夠因應市場需求靈活擴充產能。此外，我們與第三方製造商合作生產若干入門級產品，以維持生產效率。

我們的生產基地採用靈活的平台式組裝與檢測生產線架構，可依託共享設備、工裝夾具及作業單元，並行運行多系列產品。核心工藝通過作業指導書與軟件參數配方實現標準化管控，搭配鎖型專屬的夾具、模具及程序下載功能，能夠完成快速換線切換。製造執行系統可對產線平衡、物料配套及工位節拍時間進行動態調整，適配多型號周度主生產計劃。

在這種混線生產模式下，額定產能與實際產量均按產線／工藝中心層級進行規劃與利用，而非長期固定用於任一單一產品系列。因此，產能可根據相應的模具及配

業 務

方參數，在不同產品系列間靈活調配，並且基於市場需求、產品良率及零部件供應情況，進行常態化調整。基於此，我們在並無按產品層面細分裝機量及利用率的情況下，監測工廠的總生產量、總裝機量及整體產能利用率，此乃因相同的生產資源可在不同產品系列間交叉共用，且在短期規劃週期內進行重新分配。

下表載列我們於所示年度／期間的產量、產能及利用率：

	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		
	產量	產能 ⁽¹⁾	利用率 ⁽²⁾	產量	產能 ⁽¹⁾	利用率 ⁽²⁾	產量	產能 ⁽¹⁾	利用率 ⁽²⁾
	千套	千套	%	千套	千套	%	千套	千套	%
總計	1,437.1	1,872.0	76.8	1,557.5	1,872.0	83.2	1,579.7	1,755.0	90.0

附註：

- (1) 產能乃根據各種機器每年312天、九個月期間234天且每天16小時運轉的最佳小時生產率計算得出。
- (2) 利用率按產量除以同年／期的產能計算。

製造程序

我們實施精益化、符合集成產品開發(IPD)標準的製造控制，從進貨到發貨全程把控。

- 我們依據接收質量限抽樣標準實施來料質量檢驗。針對關鍵零部件，我們會酌情執行生產件批准程序及首件檢驗；針對電子元器件，則嚴格落實靜電放電防護管控及濕度敏感等級管控要求。
- 我們規劃部署自動光學檢測與在線電路測試全覆蓋方案，始終保持元器件級別的可追溯性。
- 我們依據SOP及標準檢驗程序開展產品組裝與校準工作，全程執行扭矩管控，並採用工裝夾具輔助組裝。我們在工位端完成生物識別、視頻及雷達功能的校準調試，同時完成各項參數的下載配置。
- 我們基於內部可靠性標準制定抽樣方案，並參考鎖具產品相關的中國公共安全行業標準GA 374，對產品實施可靠性篩查，包括針對特定型號的高溫老化試驗及溫濕度循環測試。
- 我們執行自動化產線末端功能測試及射頻測試，測試範圍覆蓋生物識別、電機／機電一體化、門鎖狀態感應、Wi-Fi、BLE、線程通信協議以及攝像頭／紅外子系統。
- 我們依據既定的紙箱及托盤包裝標準，開展產品包裝及出廠質量檢驗工作。我們採用符合鋰電池運輸規範的包裝方案，滿足聯合國《UN3480包裝說明第965號第二部分》(UN3480/II)的性能要求。產品需通過質量檢驗放行關口方可出庫，並同步上傳發貨通知單及產品追溯數據。

業 務

我們的主要生產設備及機械的估計平均使用年期為五年，並按平均年折舊率20%折舊。折舊乃於其估計可使用年期內按直線法計算。截至2025年9月30日，我們的主要設備及機器的剩餘可使用年期為30至51個月。我們定期對我們的生產設備及機械進行檢修維護，並根據其磨損情況更換易損零部件。

IT系統及智能控制

我們的IT部門已設計並實施企業數字化製造系統，這是一個一體化智能控制平台，可支持生產計劃與調度、車間執行及績效可視化。企業數字化製造系統自動化生產訂單發佈、物料分配及生產線平衡，以提高產量及準時交付；為管理人員提供即時在製品、設備狀態及瓶頸儀表盤，以促進透明和高效的決策；在工位層面區分並記錄直接工時與間接工時，以實現精準成本歸屬、效率分析及績效管理；與我們的ERP系統和設備控制器連接，支持生產追溯、SPC/FDC分析及預防性維護。

供應鏈整合

我們營運一個彈性強、數據驅動的供應鏈，整合預測、採購、園區內即時物流及雙重採購，確保在需求高峰期準時交付，同時控制成本和質量。

- **規劃模式**。我們實施周度預測驅動的滾動補貨機制，以使庫存與銷售保持一致。對於半導體等策略性核心零部件，我們採用經濟訂購量規劃，以平衡持有成本與供應保證。
- **主要政策**。我們採用每週「預測加確認訂單」的預購方式，而我們的主生產計劃通常涵蓋約兩個月的組裝材料和約三個月的電子產品，並以基於風險的分類法驅動按需拉動和園區內準時交付。當出現差異時，我們通過每週供應商確認、滾動式4-12週風險掃描以及供應商諮詢委員會升級來控制交貨時間。對於旺季，我們啟動應急措施，包括雙重採購、前置期物料套期保值以及關鍵組件的停產風險緩解。我們透過對裝配物料應用基於風險的分類法，根據消耗模式設定到貨窗口期及最小訂貨量，從而穩定進貨節奏。
- **二級供應商導入**。我們透過生產零件批准程序及樣品驗證，對替代供應商進行資質審核，執行受控試產，並設定明確的產能爬坡標準，以在不影響質量的前提下增加彈性。我們亦會統一模具、測試夾具及固件基準，確保二級供應商可快速切換，僅需少量重新驗證，且產品良率可預測。

生產規劃及交付

我們實施嚴謹、與預測掛鈎的規劃系統，將需求信號轉化為可行的MPS及MRP，並設有明確的凍結期及產能核查機制，這有助於保持白班生產的穩定運行，同時在旺季期間實現快速產能爬坡。針對國內外訂單制定的標準交貨期手冊，結合清晰的優先級和加急規則，使我們能夠在不犧牲質量或成本控制的前提下實現按時發貨。

業 務

- **規劃流程**。我們遵循有文件記錄的MRP/MPS程序，該等程序整合滾動需求預測、穩定短期執行的凍結期、關鍵工作中心的產能驗證以及生產線級排程以平衡產出與換線效率。
- **標準交貨期**。就國內需求而言，端到端交貨時間約為60天，包括採購約45天、生產約5天、國內物流約5天，以及(如需要)安裝約5天。
- **峰谷期策略**。我們採用「削峰填谷」方法，利用彈性勞動力池和多技能培訓來快速提升或降低產能，在淡季安排預防性維護以保護設備運行時間，為暢銷品維持安全庫存以緩衝波動，並執行優先規則，以便在不影響整體穩定性的情況下加快緊急訂單。

倉儲與物流

我們的倉庫遵循規範化的標準操作流程，涵蓋進貨驗收、存儲、FIFO輪轉、週期盤點等環節，並實施溫濕度管控及可追溯序列化，實現每件貨物從入庫到出庫全程可追溯。通過標準化包裝方法、明確的承運商績效指標以及符合聯合國標準的電池出口規範，這些管控措施共同降低運輸風險，保障可靠的國內及國際配送服務。

- **SOP**。我們制定書面流程涵蓋進貨檢驗、倉儲定位、FIFO執行、溫濕度控制、庫齡管理及定期週期盤點，並對任何偏差進行分析，採取與績效激勵和懲罰掛鈎的整改措施。
- **出庫與運輸**。我們採用明確的包裝防護標準、基於可量化KPI的正式承運商篩選機制及清晰的貨損及異常情況責任劃分，並通過聯合國認證包裝、適用的UN3480標識以及受管制電池組的聯合國認證測試證書，確保電池運輸合規。

EHS管理

通過明確的安全責任矩陣、常規危險檢查、特殊設備許可及應急演練，我們將EHS融入日常運營。排放物、噪音、廢水及有害廢棄物等環境管控均符合許可證及申報規定，最近的檢查已結束且整改措施有據可查。

- EHS體系涵蓋安全責任矩陣、危險識別與整改、特種設備／人員資質管理及應急演練。
- 環境管控涵蓋廢氣、噪、廢水及固體廢棄物，包括電子組裝環節的有害廢棄物處置，並持有有效的環境影響登記及排污許可證。

質量控制

我們的質量控制部門

截至2025年9月30日，我們共有17名僱員負責質量管理工作。我們的質量控制部門負責監督我們的運營管理；質量反饋評估及質量問題的追溯處理；測試中心及計量系統與流程的管理；產品全流程質量控制；供應商質量管控；及產品資質與證書的

業 務

管理。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未收到任何與產品質量相關的重大投訴或產品責任索賠或客戶的任何重大產品退貨。同期，我們並未發生因產品缺陷導致的召回。我們的質量控制部門與客服團隊緊密協作，提供及時的支持與售後服務。通過雙方的共同努力，我們能夠在售前確認並評估客戶需求，在銷售過程中監控並保障履約流程，並於售後收集客戶反饋。這種整合策略使我們能夠保持客戶滿意度與產品品質的雙高標準。

我們的質量控制體系

我們致力於提供卓越品質與可靠性的產品，持續提升客戶滿意度。對持續改進的承諾強化了我們的核心競爭力。我們已建立符合相關國家及國際標準的全面質量控制體系，涵蓋供應商質量管理、進料質量管理、製造過程質量管理、出貨質量管理及售後質量管理，以確保優質產品質量的一貫性。

我們依據一系列自主制定的供應商管理內部控制體系及標準對供應商及採購流程進行管控。有關詳情，請參閱「— 供應鏈 — 採購安排」。我們已建立產品安全與質量管理體系，對從設計到量產再到用戶消費全過程的新產品項目實施安全審查、精準監控及期預警。

依託ERP、MES及OA系統等IT工具，我們構建了數據驅動的質量管控平台。通過對銷售、生產、採購及質量控制數據的智能處理及運用分析挖掘技術，MES系統實現高效決策與管理。在生產過程中，ERP系統與設備實時數據交互，將製造過程數據錄入數據庫，實現從生產計劃到發貨的全流程數據追溯，並嚴格管控產品質量。OA系統通過精簡工作流程，協助規範質量控制流程，管理不合格產品、新產品開發、質量審查及檢測工作。通過整合質量控制規程與信息技術，我們實現了工廠質量管理的實時監控、科學分析與決策優化。為完善精密設計的質量控制體系，我們已安裝並運行先進的生產與檢測設備，確保產品品質達到高標準。

質量認證資質

自成立以來，我們憑藉在質量控制領域的持續努力，獲得了多項權威的國際及國內認證，包括：我們的重慶製造實體以及公司總部通過了ISO 9001質量管理體系認證，以及企業層面的ISO 14001環境管理體系認證和ISO 45001職業健康與安全管理體系認證。

業 務

銷售及營銷

我們的銷售網絡

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。我們亦於往績記錄期間通過投標程序向若干客戶銷售產品。

面向零售消費者的直銷

我們在中國面向零售消費者的銷售業務通過由線上電商與線下經銷網絡組成的雙渠道策略直接面向終端消費者。線上銷售通過天貓及抖音等主流電商平台進行。我們實施平台差異化策略，例如藉助天貓品牌旗艦店及營銷工具，通過直播與短視頻在抖音開展基於興趣的電商活動。

下表概述與電商平台的主要安排：

期限	通常為一年，經雙方同意可予以續簽。
服務範圍	電商平台須提供與在線信息服務、軟件技術服務、營銷推廣資源、交易管理、交易履約及其他相關服務配套的軟件服務。
服務費	電商平台通常按固定金額及按銷售額的一定比例向我們收取服務費。
交貨	我們通過自有庫存及物流完成客戶訂單的履約。
退貨及客戶服務	我們通常負責客戶支持工作，包括根據平台政策處理退貨、退款及訂單取消事宜。所有退回的產品將由我們自行處理。
行為準則	我們需遵守電商平台的行為準則，並遵循關於經營範圍、反賄賂與反不正當競爭、保密義務、消費者保護及數據保護要求的標準行為規範。

業 務

協議終止 協議經雙方協商一致可提前終止。若我們在收到平台通知後未能對違約行為進行糾正，平台有權終止協議。

面向企業客戶的直銷

我們的企業客戶主要包括長租公寓運營商以及需要系統整合的項目型客戶。於往績記錄期間，我們直接向企業客戶提供自有品牌消費品以及自有品牌商業解決方案。

下表概述我們與ToB客戶銷售協議的主要條款：

期限 協議期限通常為一年，經雙方同意可予以續簽。

產品規格 協議明確規定產品型號、技術規格及服務範圍。

定價與付款 定價通常在協議中協商確定。我們通常在收款前交付產品與服務，並為商業客戶提供30天至60天不等的信用期限。對於項目制客戶，我們通常要求其根據我們的協議，支付預付款及按里程碑節點支付款項。

交貨 我們通常負責將產品交付至客戶指定的地點。

保修與客戶服務 我們的產品保修期通常為兩年，且我們根據客戶的需求提供安裝及維修服務。

協議終止 經雙方同意可終止協議。

ODM合作

我們與ODM客戶的合作乃基於原始設計製造模式進行。我們負責開發、製造並供應指定的智能門鎖產品，這些產品整合至客戶的智能家居生態系統，並以客戶品牌進行銷售。

下文概述與該類ODM客戶簽訂之安排的主要條款。

期限 期限通常為兩年，可續簽。

產品規格 供貨產品的具體詳情（包括規格、包裝、數量及單價），將在每份採購訂單中予以明確。

業 務

付款與信用期 信用期通常介乎30天至60天之間。

排他性 我們有義務獨家向ODM客戶供應定制產品。

ODM客戶享有在所有銷售渠道的全球獨家銷售與經銷權。

知識產權 工業設計及其所體現或相關的全部知識產權（包括但不限於外觀設計專利）、為ODM客戶定制開發的所有軟件及相關技術成果與知識產權，以及因使用ODM客戶硬件、軟件能力或解決方案所產生的任何技術成果與知識產權，均將由該ODM客戶獨家所有。

上述未涵蓋的其他所有技術成果與知識產權，將由本公司以及該ODM客戶共有。

協議終止 若我們發生重大違約，則ODM客戶有權終止協議。

面向經銷商的銷售

經銷模式開展的銷售業務助力我們拓展市場、提升市場滲透率，從而觸達遍佈各區域的海量終端客戶。我們通過經銷商網絡及其線下零售網點開展線下銷售，並作為線上銷售業務的補充。與經銷商的合作模式亦符合行業慣例。

下表載列我們於所示年度／期間的收入明細：

	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，百分比除外)							
	(未經審計)							
ODM項目	513,891	50.6%	579,468	53.4%	349,093	50.3%	476,208	61.6%
經銷商	120,780	11.9%	82,009	7.6%	66,451	9.6%	45,678	5.9%
直接銷售(不包括 ODM項目)	380,243	37.5%	424,619	39.0%	278,559	40.1%	251,694	32.5%
總計	<u>1,014,914</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,086,096</u>	<u>100.0%</u>	<u>694,103</u>	<u>100.0%</u>	<u>773,580</u>	<u>100.0%</u>

經銷商網絡

我們已建立標準化、系統化的經銷商甄選及管理框架。遴選流程基於綜合評估標準，包括：(i)與我們品牌及企業文化的契合度；(ii)財務穩定性及滿足初始庫存與門店設置最低投資要求的意願；(iii)在家庭安全管理解決方案及相關行業的從業經驗；(iv)

業 務

能否組建專職銷售、技術及售後服務團隊；及(v)是否具備在核心商業區運營實體零售店的實力。我們定期依據銷售業績、市場拓展、服務質量及政策合規性等關鍵績效指標評估經銷商。我們維持動態管理系統，並保留權利修改或終止與持續未能符合我們表現標準的經銷商之間的協議。

下表載列我們於所示期間的經銷商總數及其變動情況。

	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
年／期初經銷商數量 ⁽¹⁾	158	236	210
年／期內新增經銷商數量 ⁽²⁾	123	54	34
年／期內終止經銷商數量 ⁽³⁾	(45)	(80)	(96)
年／期末經銷商數量	236	210	148

附註：

- (1) 指年／期初與我們存在有效協議的經銷商數量。
- (2) 指於所示年度／期間確認收入但未於緊接該期間前的財務期間確認收入的經銷商。
- (3) 指於所示年度／期間未確認收入，但於緊接該年度／期間前的年度／期間已確認收入的經銷商。

於往績記錄期間，我們優化了經銷網絡。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月期間，我們合作的經銷商數量分別為236家、210家及148家。於往績記錄期間，由於若干經銷商未能達到我們的評估標準，故我們終止與彼等的合作。我們根據業務拓展所需，新增經銷商以擴大業務覆蓋範圍，從而提升服務響應速度與市場滲透力。

我們與經銷商是買賣關係。因此，我們於經銷商收到產品後確認來自經銷商的銷售收入。除產品存在缺陷外，我們的協議通常不授予經銷商退回未售出產品的權利。標準採購訂單通常明確規定產品種類、數量及單價，且我們要求經銷商遵守我們公佈的保修條款。我們並無對經銷商設定最低採購要求。

經銷商管理

我們將通過產品退貨政策等內部控制管理政策及措施緩解渠道囤貨風險。除產品缺陷情況外，我們的經銷協議通常不會授予未售出產品的退貨權，這有效抑制了經銷商過度採購行為。

為管控渠道蠶食，我們通過合約明確界定經銷商的授權銷售區域及渠道。一般情況下，禁止經銷商進行未經授權的活動，例如未經我們事先授權在線上平台進行跨區域供應或銷售。針對國內網絡，此禁令明確包括平台銷售行為。針對海外網絡，我們

業 務

主要通過DTC電商進行直銷，以避免渠道衝突。為維持價格穩定並盡量減少線上直銷渠道與線下經銷網絡之間的競爭，我們亦要求線上線下渠道對中高端產品實行統一的定價與促銷策略。

我們通常與經銷商簽訂經銷協議，其中包含以下主要條款：

期限 經銷協議通常為期一年，並可根據績效評估續期。

定價 價格可經雙方同意及根據市場情況調整。

付款與信用期限 我們通常要求發貨前付清貨款。

委任次級經銷商 未經我們事先書面同意，我們原則上不允許經銷商發展任何次級經銷商，且我們對該等次級經銷商無任何管控權。

保修 我們提供產品保修服務，核心組件(如鎖體、面板)通常享有三年免費維修期，鋰電池保修期為一年。

退貨 我們通常不允許退貨。對於瑕疵品，換貨費用由我們承擔。根據弗若斯特沙利文的資料，我們針對經銷商的換貨政策與行業慣例一致。

協議終止 對於持續未能達到績效評估標準的經銷商，我們有權終止該協議。

於往績記錄期間，我們並未依賴任何單一經銷商。於往績記錄期間，我們認為與經銷商保持了良好的業務關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與經銷商未發生任何重大爭議。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的所有經銷商均為獨立第三方，且我們亦未向經銷商提供任何重大預付款項或財務援助。

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%。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們的前五大客戶的若干資料。

截至2023年12月31日止年度

	客戶	交易金額 (人民幣千元)	收入佔比 %	業務關係 開始時間	主要銷售產品/ 解決方案	背景
1....	客戶A/供應商F	493,425	48.6	2019年	ODM項目	一家在開曼群島成立的香港聯交所上市公司，主要從事智能手機、智能硬件的研發、製造及銷售，並提供物聯網平台服務。
2....	客戶B	17,549	1.7	2020年	自有品牌消費品	一家在美國成立的私營公司，主要從事智能家居產品的研發及銷售。
3....	客戶C	16,411	1.6	2016年	自有品牌商業 解決方案	一家在香港成立的私營公司，主要從事長租公寓租賃服務、物業管理及配套服務。
4....	客戶D	9,555	0.9	2018年	自有品牌消費品	一家在遼寧成立的有限責任公司，主要從事建築工程及電子產品的銷售。
5....	客戶E	7,271	0.8	2020年	自有品牌消費品	一家在安徽成立的有限責任公司，主要從事提供信息技術諮詢及軟件售後服務，以及電子產品的銷售。
	總計	544,211	53.6			

業 務

截至2024年12月31日止年度

	客戶	交易金額 (人民幣千元)	收入佔比 %	業務關係 開始時間	主要銷售產品/ 解決方案	背景
1....	客戶A/供應商F	561,393	51.7	2019年	ODM項目	一家在開曼群島成立的香港聯交所上市公司，主要從事智能手機、智能硬件的研發、製造及銷售，並提供物聯網平台服務。
2....	客戶C	19,758	1.8	2016年	自有品牌商業解決方案	一家在香港成立的私營公司，主要從事長租公寓租賃服務、物業管理及配套服務。
3....	客戶B	16,416	1.5	2020年	自有品牌消費品	一家在美國成立的私營公司，主要從事智能家居產品的研發及銷售。
4....	客戶F	11,999	1.1	2024年	自有品牌商業解決方案	一家在河北成立的國有獨資企業，主要從事住宅內部裝修及翻新。
5....	客戶G	7,235	0.7	2022年	自有品牌消費品	一家在新加坡成立的私營公司，主要從事安防及消防設備(如智能鎖)的銷售。
	總計	616,801	56.8			

截至2025年9月30日止九個月

	客戶	交易金額 (人民幣千元)	收入佔比 %	業務關係 開始時間	主要銷售產品/ 解決方案	背景
1....	客戶A/供應商F	468,714	60.6	2019年	ODM項目	一家在開曼群島成立的香港聯交所上市公司，主要從事智能手機、智能硬件的研發、製造及銷售，並提供物聯網平台服務。

業 務

客戶	交易金額 (人民幣千元)	收入佔比 %	業務關係 開始時間	主要銷售產品/ 解決方案	背景
2.... 客戶C	12,048	1.6	2016年	自有品牌商業 解決方案	一家在香港成立的私營公司，主要從事長租公寓租賃服務、物業管理及配套服務。
3.... 客戶H	11,559	1.5	2023年	自有品牌商業 解決方案	一家在河北成立的有限責任公司，主要從事提供網絡技術、雲計算設備技術及計算機系統服務。
4.... 客戶I	6,157	0.8	2025年	自有品牌消費品	一家在廣東成立的有限責任公司，主要從事智能家居消費類設備的製造及銷售。
5.... 客戶J	5,751	0.7	2025年	自有品牌消費品	一家在重慶成立的有限責任公司，主要從事電子產品的銷售以及人工智能硬件與技術的開發。
總計	<u>504,229</u>	<u>65.2</u>			

於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，客戶D、客戶E、客戶G、客戶I及客戶J為我們的經銷商。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。

客戶集中度

我們存在客戶集中度較高的情況，主要集中於前五大客戶。其中，客戶A貢獻的收入分別約為人民幣493.4百萬元、人民幣561.4百萬元及人民幣468.7百萬元，分別佔同期總收入的約48.6%、51.7%及60.6%。

業 務

客戶A為中國領先的消費科技企業，業務遍及全球，主要從事智能手機、智能硬件的研發、製造及銷售，並提供物聯網平台服務。該公司運營著軟硬件與互聯網一體化的生態系統，按出貨量計，其為中國規模最大的智能手機及智能家居品牌之一。客戶A在其整個供應鏈中執行嚴格的供應商資質審核、產品質量及合規標準。

我們自2019年起為客戶A供應產品，主要採用ODM模式生產智能門鎖及其他家庭安全產品。合作範疇涵蓋聯合產品定義、可靠性測試、認證及批量生產。商業條款受框架供應協議與採購訂單規管，其中明確規定產品規格、預測機制、質量指標(含良率／缺陷率目標)、交付及物流安排、價格調整機制、保修責任、ODM交付成果的知識產權所有權／使用權、保密義務，以及適用標準的合規要求。

我們認為與客戶A的關係發生重大不利變動或終止的風險較低，且若發生此類變動，我們亦已制定相應措施以降低相關風險，具體依據如下：

- **嵌入能力及往績記錄。**我們在生物識別演算法(包括靜脈識別)及產品質量，對客戶A的智能鎖產品路線圖至關重要。自2019年起，我們已陸續交付多個項目，滿足質量與交付要求，並通過定期供應商重新評估。
- **互相依賴及更換成本。**對於客戶A而言，在項目週期中途更換關鍵ODM合作夥伴將需要重新進行資格認證、模具轉移或複製、軟件／固件重新整合，以及重新認證等程序，這可能影響成本、時程安排及產品一致性。我們累積的工藝專業知識與針對特定SKU的專用夾具／治具，進一步增加了更換成本。此外，客戶A的母公司亦為我們[編纂]前投資者之一天津金米的母公司。
- **合約框架及持續推進的項目管線。**我們在已訂明質量、知識產權及保密保護條款的框架協議下開展合作，並持續推進現有與規劃中SKU／新產品引入項目，表明雙方將在未來週期內持續開展合作。
- **表現及合規。**我們將供應商考核表現維持在可接受的範圍內，且於往績記錄期間未曾發生與客戶A之間的重大合約違約或爭議。
- **經營韌性及產能。**我們擁有專用生產線、關鍵零組件的合格雙重供應來源，並在重慶建成配備自動化設備與標準化作業指導的智能製造基地，可確保對客戶A的穩定供應，並降低供應鏈中斷風險。

風險緩解措施與多元化佈局：

- **客戶與市場多元化。**我們通過自有品牌消費品與自有品牌商業解決方案，以及新增的ODM客戶，持續擴大在中國境內與海外的客戶群，並針對海外市場的渠道開發與認證進行精準投資。
- **產品廣度。**我們正逐步拓寬產品組合，突破單一客戶項目範疇，包括推出利潤率更高的品牌產品，以逐步降低客戶集中風險。

業 務

- **商業保障措施。**我們對主要客戶實施標準信用管控與應收賬款監控，以管理交易對手風險。

儘管於往績記錄期間客戶A對我們的營收貢獻顯著，但基於上述因素，我們認為：(i)雙方關係穩定，在日常營運過程中發生重大不利變動或終止的可能性較低；及(ii)我們已採取切實可行的措施來降低潛在風險，包括持續推進業務多元化及落實營運保障機制。

經弗若斯特沙利文確認，此類客戶集中度在智能鎖行業並不罕見，主要源於下游消費電子領域市場參與者高度集中的特性。該行業結構常促使我們這類製造商與少數關鍵行業領軍企業建立深度協作關係。

我們的業務並未過度依賴任何單一客戶，且此類集中度預期不會對業務的可持續增長造成重大不利影響。該觀點基於以下因素（其中包括）：(i)自2018年以來與其他主要客戶建立的穩固長期合作關係；(ii)我們成熟的研發與製造能力對主要客戶的產品開發及供應鏈至關重要；及(iii)我們持續推進客戶群多元化及拓展新地域市場。我們認為我們與主要客戶的關係十分穩定。

營銷

我們的營銷策略以核心品牌定位為中心，通過四大支柱打造線上線下綜合影響力：(i)藉助小紅書、抖音等平台的KOL與KOC開展內容營銷，建立用戶信任並推動購買決策；(ii)藉助權威媒體及行業活動開展公關行動，提升品牌權威性與公信力；(iii)與渠道合作夥伴及其他品牌聯合營銷，擴大我們的影響力並降低獲客成本；及(iv)線下活動包括參與重要行業展會及在高流量場所精準投放廣告，以強化品牌形象。

針對自有品牌商業解決方案，我們透過聚焦企業的渠道進行推廣，包括參與物業及租賃住房展會。同時，我們運作業務開發計劃，定期拜訪運營商及物業集團，以加速產品採納與多項目點部署。

為推廣我們的品牌及產品，我們積極參與國內外重要行業展會。這些活動為展示最新技術、接觸潛在合作夥伴及連接核心用戶提供了平台。我們還開展精準線上營銷活動以支持產品發佈和推動銷售。

售前與售後服務

售前服務

我們提供全面的售前與售後服務以確保客戶滿意度。流程包括與潛在客戶溝通以理解其技術要求並設計合適的解決方案。技術支持與銷售團隊協作，深入挖掘客戶需求。對於自有品牌消費品，我們於主要電商平台提供包含在線聊天及熱線顧問的售前支持服務，提供實時問答、型號選擇指導、虛擬安裝現場檢查以及預約預登記，以簡化購買決策流程。

業 務

售後服務

我們深知優質售後服務在提升客戶滿意度和忠誠度方面的重要意義。截至2025年9月30日，我們已在全國建立覆蓋大多數區縣的廣泛服務網絡，主要由我們的經銷商提供支持。在海外市場，我們的服務能力主要依託本地經銷商及合作夥伴網絡提供。

我們在中國的標準保修通常包含未安裝產品7天無理由退貨及三年維修服務。海外保修政策根據當地法規調整，例如北美地區實行30天退貨標準。

我們的售後服務涵蓋投訴受理、分類、調查、補救及根源預防等環節。投訴可通過熱線、應用程序內服務、電商平台及經銷商渠道接收，並依據嚴重程度進行分級處理，同時設定服務水準目標。處理流程包含遠程診斷、必要時提供現場服務、確認瑕疵後的換貨，以及僅限於合約保修範圍內或經核實直接損失的補償。於往績紀錄期間內，我們並無收到任何重大客戶投訴。

定價策略

我們採用靈活多元的定價策略，針對不同銷售渠道和客戶群體進行定制化調整。我們的產品售價乃根據多項因素組合釐定，包括我們的生產成本、研發投入、產品功能配置及定位、現行市場競爭及客戶關係戰略價值。就消費類產品而言，我們設定建議零售價。就企業業務而言，定價通常通過磋商釐定，綜合考慮訂單規模、定制化需求及長期合作潛力。就ODM業務而言，面向終端消費者的最終售價由ODM客戶釐定。我們的定價政策使我們能在不同細分市場保持市場競爭力同時，實現盈利目標與市場份額的平衡。

季節性

我們的業務存在季節性波動。我們的銷售額通常在主要線上購物節和促銷期間較高，例如「618」購物節和「雙11」購物節。為應對銷售旺季，我們亦可能在前期數月增加產量以建立庫存。

供應鏈

材料、零件及部件

我們的產品由第三方供應商提供的多種原材料和組件組裝而成。主要包括(i)電子組件，如生物信息模塊(如指紋、面部、掌靜脈識別)、核心控制單元芯片、安全芯片及通信模塊；(ii)機電組件，如電子鎖體、電機及高安全鎖芯；及(iii)結構及其他組件，包括壓鑄合金外殼、高強度玻璃面板及電池。我們從符合我們嚴苛質量標準的優質供應商處，審慎甄選並採購各類原材料及部件。於往績記錄期間，我們的原材料及部件的採購渠道以中國境內為主。

業 務

供應商管理

我們已建立一套具有韌性及數據驅動的供應鏈管理體系，旨在確保採購、製造和物流、交貨運營方面的質量、成本管理及降低風險。我們的戰略以多級供應商分類體系為核心，通過長期框架協議實施嚴格採購安排，並採用動態庫存管理模式，在運營效率與供應保障間實現平衡。

我們的供應鏈管理始於一套系統化的供應商篩選、分類、績效評估及全生命週期管理體系。該框架的核心是基於風險的分類體系。我們根據材料對產品功能、安全及穩定性的關鍵性，將其劃分為四類：(i) S級材料：標準化平台組件，如核心控制模塊和芯片；(ii) A級材料：直接影響核心功能與安全性的關鍵組件，如生物信息識別模塊及核心機電系統；(iii) B級材料：影響性能但非即時關鍵的重要組件，如結構件與顯示面板；(iv) C級材料：通用組件，如標準緊固件與包裝材料。相應地，我們將供應商劃分為三個等級。供應商等級的選擇取決於材料分類及終端產品的具體性能要求，從而使我們實現整個產品組合中成本與質量的有效平衡。

新供應商准入需經由研發、質量與供應鏈部門組成的跨職能委員會嚴格評估，從技術能力和質量保證方面評估供應商的綜合能力。質量保障評估包含兩部分全面的質量體系審核，評估供應商整體管理框架及對ISO 9001等國際標準的遵循情況以及針對性的質量流程審核，審查其向我們供應組件的具體製造流程。供應商需達到最低評分標準（該標準根據材料類別和目標產品層級而有所不同），方可進入我們的核准供應商名單。對於現有供應商，我們定期開展績效評估和現場審核，以確保其持續符合我們的標準。

此外，為保障供應鏈的持續完整性與表現，我們已實施正式的供應商退出管理體系。該體系涵蓋各種情況，包括自願退出、未能通過績效或質量評估以及發生重大負面事件。此外，若供應商被發現違反我們的商業道德政策（如行賄受賄、侵犯知識產權或提供虛假發票），將被強制終止合作，永久禁止未來合作。

採購安排

我們主要透過主框架協議與核准供應商名單中的供應商開展合作，並輔以個別採購訂單。這些協議構成了我們與關鍵供應商戰略合作的基礎，既保障了原材料的穩定供應，又實現了成本的有效管控。我們通常不與供應商簽訂獨家供應協議。

我們與主要供應商簽訂的框架協議的主要條款通常包含以下內容：

期限 協議通常具有三年固定期限，若未續簽則自動適用於任何持續業務。

業 務

- 採購訂單**..... 我們通過採購訂單明確所需物料的類型、規格、單價、數量及交貨日程。
- 定價與付款**..... 價格經雙方協商確定，並可根據現有市場行情調整。若市場環境發生重大變化或我們的訂單量增加，我們有權要求提供成本明細進行評估並重新協商價格。供應商通常授予我們30天至90天的信用期。
- 質量與責任**..... 供應商須對產品品質承擔全部責任。若出現缺陷，我們有權要求供應商承擔費用進行維修、更換或退貨。供應商須賠償因產品質量問題導致的所有損失，包括產品召回成本、生產線停工損失及任何第三方人身傷害或財產損失索賠。
- 知識產權**..... 對於我們開發的任何定制產品，所有相關知識產權均歸我們所有。供應商須保證其產品不侵犯任何第三方知識產權，並須就任何侵權索賠導致的損失及費用向我們作出賠償。
- 供貨連續性**..... 供應商承諾自我們最終批次訂單之日起至少五年內持續供貨。若需停產某產品，供應商須提前至少六個月書面通知我們，並配合完成最終採購訂單。
- 保密性** 供應商須嚴格遵守商業秘密及技術信息的保密義務。
- 終止** 若供應商發生重大違約行為，包括嚴重質量問題、未經批准的交貨延遲或破產，我們有權終止協議。

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。

業 務

下表載列於往績記錄期間我們前五大供應商的若干資料。

截至2023年12月31日止年度

	供應商	交易金額 (人民幣千元)	採購額佔比 %	業務關係 開始時間	主要採購 產品/解決方案	背景
1...	供應商A	64,495	8.3	2022年	結構及其他組件	一家在重慶成立的有限責任公司，主要從事汽車配件的研發。
2...	供應商B	30,671	4.0	2019年	機電組件	一家在廣東成立的有限責任公司，主要從事硬件產品的研發、製造及銷售。
3...	供應商C	27,153	3.5	2019年	結構及其他部件	一家在重慶成立的有限責任公司，主要從事智設備與智能家居技術的研發能、生產及銷售。
4...	供應商D	26,720	3.4	2020年	保險箱	一家在廣東成立的有限責任公司，主要從事保險箱及安防存儲產品的設計、製造與服務。
5...	供應商E	23,364	3.0	2019年	結構及其他組件	一家在廣東成立的有限責任公司，主要從事鋰離子電池的研發、生產及銷售。
	總計	<u>172,403</u>	<u>22.2</u>			

截至2024年12月31日止年度

	供應商	交易金額 (人民幣千元)	採購額佔比 %	業務關係 開始時間	主要採購 產品/解決方案	背景
1...	供應商A	62,252	7.7	2022年	結構及其他組件	一家在重慶成立的有限責任公司，主要從事汽車配件的研發。

業 務

	供應商	交易金額 (人民幣千元)	採購額佔比 %	業務關係 開始時間	主要採購 產品／解決方案	背景
2	供應商D	29,017	3.6	2020年	保險箱	一家在廣東成立的有限責任公司，主要從事保險箱及安防存儲產品的設計、製造與服務。
3	供應商C	27,403	3.4	2019年	結構及其他組件	一家在重慶成立的有限責任公司，主要從事智能設備與智能家居技術的研發、生產及銷售。
4	供應商B	23,150	2.9	2019年	機電組件	一家在廣東成立的有限責任公司，主要從事硬件產品的研發、生產及銷售。
5	供應商E	21,929	2.8	2022年	結構及其他組件	一家在廣東成立的有限責任公司，主要從事鋰離子電池的研發、生產及銷售。
	總計	163,751	20.4			

截至2025年9月30日止九個月

	供應商	交易金額 (人民幣千元)	採購額佔比 %	業務關係 開始時間	主要採購 產品／解決方案	背景
1	供應商A	56,912	9.0	2022年	結構及其他組件	一家在重慶成立的有限責任公司，主要從事汽車配件的研發。
2	供應商F／客戶A	53,146	8.4	2019年	電子組件	一家在開曼群島成立的香港聯交所上市公司，主要從事智能手機、智能硬件的研發、製造及銷售，並提供物聯網平台服務。
3	供應商C	29,034	4.6	2019年	結構及其他組件	一家在重慶成立的有限責任公司，主要從事智能設備與智能家居技術的研發、生產及銷售。

業 務

供應商	交易金額 (人民幣千元)	採購額佔比 %	業務關係 開始時間	主要採購 產品／解決方案	背景
4 供應商G	17,327	2.7	2022年	機電組件	一家在浙江成立的有限責任公司，主要從事智能家居消費設備製造。
5 供應商H	15,430	2.5	2022年	電子組件	一家在廣東成立的有限責任公司，主要從事批發及零售業務。
總計	<u>171,849</u>	<u>27.2</u>			

業 務

供應商與客戶重疊情況

於往績記錄期間，我們的若干前五大客戶亦為我們的供應商，而我們的若干前五大供應商同時亦為我們的客戶，其詳情於下表載列。

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月				主要採購 產品/服務					
	2023年		2024年		2025年		解決方案							
	估總採購 金額的 百分比	估總採購 金額的 百分比	估總採購 金額的 百分比	估總採購 金額的 百分比	估總採購 金額的 百分比	估總採購 金額的 百分比	估總採購 金額的 百分比	估總採購 金額的 百分比						
客戶A/供應商F.....	493,425	48.6%	13,017	1.7%	561,393	51.7%	20,549	2.6%	468,714	60.6%	53,146	8.4%	ODM項目	電子組件， 結構及其他組件
客戶C.....	16,411	1.6%	67	0.0%	19,758	1.8%	57	0.0%	不適用	不適用	不適用	不適用	自有品牌商業 解決方案	租賃服務
客戶D.....	9,555	0.9%	551	0.1%	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	自有品牌消費品	售後服務
客戶E.....	7,271	0.8%	470	0.1%	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	自有品牌消費品	售後服務
客戶G.....	不適用	不適用	不適用	不適用	7,235	0.7%	77	0.0%	6,157	0.8%	94	0.0%	自有品牌消費品	推廣服務
客戶I.....	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	自有品牌消費品	售後服務

(人民幣千元，百分比除外)

業 務

	截至12月31日止年度			截至9月30日止九個月			主要銷售產品/ 解決方案	主要採購 產品/服務				
	2023年			2024年					2025年			
	收入	佔總收入的百分比	採購金額	收入	佔總收入的百分比	採購金額			收入	佔總收入的百分比	採購金額	
供應商A			不適用	1,878	0.2%	62,252	1,787	0.2%	56,912	9.0%	租賃服務	結構及其他組件
供應商B	460	0.0%	30,671	285	0.0%	23,150	285	不適用	不適用	不適用	導板	機電組件
供應商C	967	0.1%	27,153	919	0.1%	27,403	492	0.1%	29,034	4.6%	租賃服務	結構及其他組件
供應商D	5,445	0.5%	26,720	5,103	0.5%	29,017	5,103	不適用	不適用	不適用	備件	保險箱
供應商E	32	0.0%	23,364	32	不適用	不適用	32	不適用	不適用	不適用	電子組件	結構及其他組件

(人民幣千元，百分比除外)

業 務

除上文所披露內容外，我們於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月的前五大供應商中，均無任何一家同時為本集團同一年度／期間的客戶；而我們於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月的前五大客戶中，亦無任何一家同時為我們同一年度／期間的供應商。

此外，從業務角度而言，本集團與重疊客戶及供應商所開展的交易，均基於公平且相互獨立原則，遵循正常商業條款進行。與重疊客戶及供應商磋商銷售及採購條款時，均由本集團及重疊客戶及供應商的不同部門及主體逐筆進行，且該等銷售與採購交易彼此易既非相互關聯亦非相互制約。原材料採購的時機、定價及採購數量等相關決策，均根據市場狀況、生產計劃及原材料需求單獨制定。此外，客戶A／供應商F為重疊客戶及供應商，部分原因是就若干ODM項目而言，我們向客戶A／供應商F採購必須符合其指定要求的組件，並將該等組件組裝成產品，進而根據有關項目生產及供應該等產品。

存貨管理與物流

我們的存貨管理系統旨在高效管理我們的原材料及組件、在製品和成品。有關於往績記錄期間的存貨餘額、平均周轉天數及撥備政策詳情，請參閱本文件「財務資料－選定資產負債表項目－存貨」。

我們實施多層庫存管控系統。對關鍵物料維持動態安全庫存，數量不超過月均用量。為應對價格上漲、保障稀缺組件供應或管理停產零部件等戰略需求，我們設立專項戰略儲備庫存。該儲備的資本配置會根據旺季與淡季的需求波動動態調整。為進一步增強供應鏈韌性，我們針對各類中斷情景制定應急預案，包括激活替代供應商應對突發短缺、轉移至非敏感地區規避地緣政治風險、採用多模式聯運克服物流中斷。

物流

我們依託第三方服務商的多元化網絡構建穩定的物流管理體系。這些服務商包括同時提供專業包裝與運輸服務的企業以及專注於包裝或物流的專項服務商。我們主要利用重慶生產基地的自有倉儲設施進行存儲。我們與服務商預先約定風險分擔及運費條款，確保條款明確並最大限度減少潛在糾紛。為保障設備運輸安全，我們要求所有貨物均投購意外損失或損壞險。在實踐中，運輸途中發生的任何損壞事件（包括承運方操作失誤導致的情況）均通過保險機制處理和管理。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何重大延誤或不當貨物處理事件，亦未對業務運營造成重大不利影響。

業 務

第三方付款

於往績記錄期間，部分客戶（各稱或統稱「**第三方付款客戶**」）通過非對應協議下合約對手方的賬戶與我們結算款項（「**第三方付款安排**」）。此類付款主要在商業合理環境下進行。

第三方付款安排原因

第三方付款安排主要源於兩種情形。第一，部分企業客戶隸屬大型集團，傾向集中資金管理。在此類情況下，向附屬公司供應產品的款項由集團母公司或負責財務職能的指定關聯方結算。第二，就特定工程或綜合項目而言，根據整體項目管理及結算安排，由項目總承包商代表終端用戶實體付款。所有此類第三方付款安排均應客戶要求作出，以方便其營運。

於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，與第三方付款相關的收入分別為人民幣7.4百萬元、人民幣4.4百萬元及人民幣1.5百萬元，佔同期總收入比例不大。我們的董事確認，此類安排未對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

截至2025年9月30日，我們已終止所有第三方付款安排。

第三方付款安排的內部控制措施

我們已加強內部控制措施以管理及降低第三方付款相關風險，包括：

- **核驗與預先批准**。在簽訂涉及第三方付款人的協議前，我們的銷售及財務部門須核實客戶與擬定第三方付款人的關係。通常要求客戶提供授權函或集團或合同關係證明等支持文件以佐證該安排。
- **合約**。經確認可接受的第三方付款安排，其付款方身份及具體支付條款均需在銷售合同中明確載明。此舉確保安排獲正式記錄，並納入標準合約審核批准流程。
- **付款核對與監控**。財務部門負責監控收款情況。收到款項後，團隊將核對付款方信息與客戶賬戶及銷售合約條款是否一致。任何來自未經批准的第三方款項均會被標記以進行調查，在問題澄清並獲得正式授權前，該款項不會被確認為客戶應收賬款的結算。
- **定期審查與優化**。管理層將定期評估內部控制措施的有效性並適時優化。為籌備[編纂]，我們已聘請內部控制顧問審查我們的內部控制政策及程序，包括第三方付款相關的政策及程序。

業 務

信息技術

我們運用一套綜合信息技術系統管理跨業務環節的關鍵流程，涵蓋財務、供應鏈、製造及研發領域。我們的IT團隊負責維護並持續開發這些系統以支持業務需求。主要信息技術系統說明如下。

我們的核心ERP系統作為財務與供應鏈管理的中央平台，整合了關鍵模組：財務模塊涵蓋應收賬款、應付賬款、資金管理及資產管理；供應鏈模塊則包含採購、庫存、生產與銷售。為確保數據流暢傳輸及業務與財務的協同運作，我們的ERP系統與主要運營平台實現無縫對接。這些平台面向直接面向消費者銷售的訂單管理系統、面向經銷網絡的經銷商管理系統以及面向商業客戶的客戶關係管理系統。這種整合架構促進了客戶代碼、物料代碼等主數據的標準化，並實現了業務交易向財務記錄的自動化轉換，從而提升數據準確性與運營效率。

我們通過IPD流程管理產品生命週期，該流程由一系列專業IT工具支持。這種結構化流程框架與專用IT工具的結合，實現了從產品構思到量產的全流程系統化數據管理、版本溯源及研發團隊高效協作。我們採用集成式數字協作平台來支持研發數據管理及IPD流程實施，這為全生命週期產品信息提供一個集中化管理平台，從而實現研發流程標準化並促進跨職能協作。通過整合數據、流程與團隊，集成式數字協作平台有助於提升產品開發效率、增強可追溯性並強化整體創新管理。

我們的製造運營依託於提升生產效率與質量控制的系統及舉措。我們實施了專注於減少浪費和提高效率的精益生產計劃。這些舉措包括優化自動化測試設備流程、應用消除、合併、重組、簡化原則改善生產線平衡，以及運用價值流圖識別並減少流程浪費。通過這些計劃，我們計劃以人均每小時產量增長為衡量標準，將整體生產效率提升約20%，同時降低單位處理成本。我們正逐步引入半自動化解決方案，如自動螺絲機和包裝碼垛機，以進一步提升生產力。

我們的OA系統主要用於日常辦公管理。該系統通過提供集文檔管理、日程安排及內部協作於一體的集中化平台，實現常規行政事務的流程簡化，強化溝通，並提升整體組織效率。

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」。

僱員

截至2025年9月30日，我們擁有754名全職僱員，所有僱員均位於中國。下表載列截至2025年9月30日我們按職能劃分的全職僱員明細。

業 務

職能	截至2025年9月30日	
	人數	%
銷售及營銷(包括售後服務團隊).....	317	42.0
生產	218	28.9
研發	149	19.8
一般及行政.....	70	9.3
總計	754	100.0

我們的員工隊伍由在家庭安全管理解決方案行業擁有豐富知識與經驗的專業人士組成。我們採用多元化招聘方式，具體包括校園招聘、網絡招聘、其他外部招聘渠道以及內部推薦。我們與全體僱員簽訂包含保密條款的標準僱傭合同，並與核心僱員簽訂不競爭協議。

我們重視員工，致力於通過具有競爭力的薪酬福利吸引並留住人才。薪酬體系包含基本工資、績效獎勵及獎金。我們還為員工提供年度體檢、商業補充醫療保險等福利保障。此外，我們已建立完善的培訓體系，通過多樣化的培訓方式及個性化的學習計劃，提升員工的能力。

我們於2020年成立了工會組織，該工會組織作為代表機構，致力於促進員工與管理層之間的溝通，維護員工權益，並組織員工福利活動。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何干擾運營的重大勞資糾紛或騷亂，且我們認為公司維持著良好的勞資關係。

物業

截至2025年9月30日，我們通過在中國14個地點的自有及租賃物業開展業務。主要物業為位於重慶市的自有鹿客智能安防設備產業園，主要用作生產基地、倉庫及辦公場所。

截至2025年9月30日，本公司無單項物業賬面價值佔總資產15%或以上，據此依據上市規則第5.01A條規定，本文件無需載列任何估值報告。根據《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)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，該條文涉及《公司(清盤及雜項條文)條例》附表三第34(2)段，該段要求就本公司所有土地或建築物權益提供估值報告。

自有物業

截至2025年9月30日，我們在中國的九個地點持有物業，總建築面積為69,628.6平方米。該等物業主要用作我們的生產中心、倉庫及辦公場所。

租賃物業

截至2025年9月30日，我們在中國的五個地點租賃物業，總建築面積約為3,550.0平方米，主要用作我們的辦公場所。

業 務

保險

我們已按中國法律法規規定及所在行業商業慣例投購強制性保險。我們投購的僱員相關保險包括法定社會保險，其中包括養老保險、生育保險、失業保險、工傷保險及醫療保險。我們亦為僱員提供補充性商業醫療保險。此外，我們亦投購產品責任險及財產保險。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未就業務提出任何重大保險索賠。請參閱「風險因素－我們的業務及行業相關風險－我們的保險範圍可能不足以涵蓋所有潛在損失」。

牌照、許可證及批文

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已從相關政府機構取得業務運營所需的所有必要牌照、許可證、批文及證書。我們持續監控合規狀況，以確保持有開展業務所需的全部批准、牌照及許可。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未在續期重要牌照、許可證及批文方面遇到重大困難，且預計到期續期時亦不會存在重大困難。

監管合規與法律訴訟

監管合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾牽涉任何重大不合規事件。我們的董事認為，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已遵守中國所有相關法律法規。

法律訴訟

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們過往及現時均未涉及任何重大法律、仲裁或行政訴訟；且我們並不知悉任何針對我們或我們董事的待決或潛在法律、仲裁或行政訴訟，亦無任何此類訴訟單獨或合計可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。參閱「風險因素－我們的業務及行業相關風險－我們可能會不定期面臨索賠、糾紛、訴訟以及其他法律及行政程序」。

環境、社會責任及管治

作為中國家庭安全管理解決方案行業的領先企業，我們深知自身對社會所肩負的責任與義務，在業務發展過程中，始終恪守法律法規要求，切實履行企業社會責任。我們秉持「用戶價值至上、坦誠開放、突破自我、共創共贏」的核心價值觀，將用戶需求貫穿產品研發與經營運營全環節，通過持續提升內部管理能力和加強外部協作，不斷優化產品質量與服務標準，推動業務的可持續發展。我們堅守「勇於擔當、追求極致」為企業精神，致力於成為負責任的企業公民，逐步將增進社會福祉的理念融入戰

業 務

略規劃、風險管理和日常運營。同時，我們以「通過科技創新，成為每一個家信賴的夥伴」為企業願景，積極探索提升居住安全與生活便利性的技術應用，以穩健經營為基礎履行社會責任。

我們通過持續開展環境保護、紮實推進各項社會責任工作並不斷完善公司治理體系，持續提升公司治理水平與可持續發展能力，彰顯了我們作為企業公民的價值與長期承諾。

公司治理

治理架構

我們秉持高標準的公司治理與道德準則，深知透明度、問責制及科學決策在建立並維繫利益相關方信任中的重大意義。我們已建立完善的治理架構，其中股東大會為最高權力機構、董事會為決策機構、經營管理層為執行機構。董事會由七名董事組成，包括三名獨立非執行董事。董事會下設審計委員會，依據《中華人民共和國公司法》規定行使監事會職權，因此無需單獨設立監事會。我們設總經理、副總經理、財務總監及董事會秘書各一名，上述人員均由董事會任免。

ESG重要性評估

我們認為開展重要性評估是實現企業長遠發展的關鍵舉措。該評估能夠幫助我們系統分析各類ESG議題的優先級，推動更有效的資源配置與管理應對，從而在提升整體業務韌性與財務穩健性的同時，支持實現長期可持續發展。

為確保評估過程的全面性與專業性，我們聘請了獨立專業的ESG顧問協助開展本次重要性評估。在評估過程中，我們將結合行業實踐與自身經營特點，依照上市規則要求，系統篩選並分析可能對我們產生重大影響的議題；同時通過向董事、股東、投資者、高級管理人員、員工、供應商、商業合作夥伴及政府主管部門等內部人員與外部利益相關方發放調查問卷，收集其對潛在ESG議題的關注程度與意見建議。此外，我們也結合內部數據與外部研究資料，對各議題的潛在影響進行定量與定性分析。

在整合評估結果後，我們將根據各議題對公司財務層面的潛在影響，以及對公司經營活動可能產生的經濟、社會、環境效應，對所有議題進行優先級排序，並將結果提交管理層及董事會審議。經董事會確定的重要議題，將納入我們後續ESG管理規劃與信息披露框架，成為制定中長期ESG戰略與目標的重要依據。

環境

環境管理政策

在日常經營過程中，我們持續關注環境保護與資源利用方面的合規要求，依照質量、環境及安全相關法律法規開展生產經營活動，相關法規包括但不限於《中華人民共

業 務

和國環境保護法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國水污染防治法》《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》及《中華人民共和國節約能源法》。

在此基礎上，我們將環境管理要求融入整體經營管理體系，持續優化內部管理流程與操作標準，逐步建立並完善內部環境管理框架。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已完成所有必要的環保登記，未因違反環境相關法律法規受到任何行政處罰。

環境風險識別

為系統識別、評估並管理我們在ESG議題上面臨的風險，同時把握可持續發展機遇，以持續提升整體風險抵禦能力，ESG顧問協助我們識別、評估並管理與經營發展密切相關且具有重要影響的氣候相關議題。在評估過程中，我們主要參照氣候相關財務信息披露工作組(TCFD)推薦的框架，系統梳理了與我們業務相關的氣候風險與機遇，並分析了其對家庭安全管理解決方案行業以及我們運營、戰略與財務表現的潛在影響。具體如下。

風險類型	評估的環境與氣候 相關風險事件	風險等級	時間範圍	對運營、戰略及財務 的潛在影響	緩解措施
物理風險.....	極端高溫與乾旱	中等	短期，長期	重慶夏季高溫天氣頻發，可能增加生產車間製冷負荷並推高用電成本；乾旱或影響當地供水穩定性，制約生產計劃推進。	<ul style="list-style-type: none"> 對車間實施節能製冷改造升級，提升空調系統運行效率。
	暴雨與洪澇	中等	短期	夏季汛期強降雨可能引發城市內澇，影響作業場所安全、設備正常運行及員工通勤。	<ul style="list-style-type: none"> 定期檢查並升級辦公場所防汛設施。 將工廠建於地勢較高處以降低洪澇風險。 制定遠程辦公應急預案，保障業務連續性。

業 務

風險類型	評估的環境與氣候 相關風險事件	風險等級	時間範圍	對運營、戰略及財務 的潛在影響	緩解措施
	極端天氣導致 物流中斷 (全國供應鏈)	中等	短期，中期	極端天氣可能影響原材料 運輸及成品配送，造成 交付延遲、客戶滿意度 下降及物流成本上升。	<ul style="list-style-type: none"> • 建立多區域供應商 後備體系，降低供 應端風險。 • 確保運輸車輛得到 妥善的維護和檢查。
轉型風險.....	政策與法規收緊 (全國範圍)	中等	短期，長期	國家及地方環保法規政策 (如碳排放核算、產品 能效標準、廢棄物管理) 日益趨嚴，可能導致 合規成本上升及生產 工藝升級壓力。	<ul style="list-style-type: none"> • 監測政策動態，及時 獲取法規更新信息。 • 推進生產設備節能 改造和環保工藝 開發。 • 開展內部合規培訓與 審計。
	供應鏈內環保 責任要求提高	中等	中期	客戶和投資者對供應鏈 綠色化要求增加；若不 能滿足環境標準，可能 影響訂單獲取和企業 聲譽。	<ul style="list-style-type: none"> • 與供應商簽訂 《供應商社會與環境 責任承諾書》。 • 逐步提高可持續採購 佔比。
	碳定價機制實施 (如碳稅、 碳排放權交易)	低中等	中期，長期	未來若被納入碳市場或 徵收碳稅，將直接增加 能源使用成本，影響 利潤空間。	<ul style="list-style-type: none"> • 開展碳排放核算 工作，建立基準 數據。 • 探索綠電採購與 可再生能源應用。
	消費者日益傾向 低碳產品	低等	短期，中期	市場對節環保智能家居 產品的需求增長； 若未能及時響應， 可能導致市場份額 流失。	<ul style="list-style-type: none"> • 加大綠色產品(如 低功耗門鎖、環保 包裝設計)開發力度。 • 開展溫室氣體盤查 工作。 • 加強綠色品牌傳播。

業 務

在應對上述各類風險的同時，我們亦主動挖掘並把握以下環境領域的發展機遇：

評估的氣候相關機遇	時間範圍	對運營、戰略及財務的潛在影響	應對措施
佈局新市場.....	短期、中期	2022年4月，國家發展和改革委員會、國家能源局聯合印發《氫能產業發展中長期規劃（2021-2035年）》，明確將氫能列為未來國家能源體系的重要組成部分與發展重點。此外，AI作為驅動第四次工業革命的核心技術，正在深度影響經濟發展與社會進步。	積極開展新能源技術應用研究，探索其與現有及下一代產品融合的可行性。此舉契合國家「雙碳」目標，助力公司在綠色低碳轉型中構築市場優勢，推動企業實現高質量可持續發展。
提升資源利用效率	中期、長期	提升資源（包括能源、水資源及其他原材料）利用效率能夠減少資源消耗、保障運營穩定，直接降低生產成本、增強運營韌性並縮減環境足跡。在能源及資源成本波動加劇的情況下，效率提升將成為企業保持競爭力的關鍵因素。	積極推行綠色辦公和數字化運營，強化全員節水節電意識，系統落地節水、節電及節材舉措。進一步優化設備運行效率，逐步提升資源生產率，實現環境效益與經濟效益的雙重提升。

環境保護措施

為科學精準地管理溫室氣體排放，我們在ESG顧問的協助下，依據ISO 14064標準核算了範圍一和範圍二的溫室氣體排放量，並計劃逐步將核算範圍拓展至範圍三，以建立更全面的碳排放管理體系。

在排放管控方面，我們優先選擇運輸距離較近的供應商（超過50%的核心供應商位於300公里範圍內），以此降低運輸環節的碳足跡。在生產過程中，我們對廢水、廢氣、固廢及噪聲排放實施嚴格管控，通過污水處理、固廢外售、隔聲減振等舉措，最大限度地減少經營活動對環境和社會產生的不利影響，確保各類排放指標均符合國家現行標準要求。同時，我們在辦公場所積極推行數字化運營與電子化流程，倡導以視

業 務

頻會議、電話會議等形式替代紙質溝通，並在公共區域張貼節能減排標語，提升員工環保意識。未來，我們將每年發佈獨立的ESG報告，系統披露相關表現趨勢與改進計劃，並尋求第三方核驗，以提升數據的透明度與可信度。

環境績效

我們制定了可量化的環境績效目標，並通過可追溯的數據監測體系追蹤實施進展。於往績記錄期間，我們的電力、水資源及紙張消耗量均呈整體下降趨勢。下表載列我們於所示年度／期間的資源使用情況。

分類	單位	截至12月31日止年度		截至9月30日
		2023年	2024年	止九個月
				2025年
電力消耗量.....	千瓦時	1,416,472	1,625,088	1,173,826
水資源消耗量.....	噸	16,011	17,985	17,135
紙張消耗量.....	張	1,140,670	1,166,846	905,597
間接溫室氣體排放總量(範圍二)....	噸	846	927	669

附註：因部分期間歷史數據缺失，表格中相關數值已根據謹慎性原則，採用合理方法進行估算。

隨著公司業務持續快速擴張及新增產能投產，相關環境績效指標可能會出現短期波動。雖然部分運營指標隨規模擴大有所上升，但我們仍秉持「節能降耗」的方針，通過系統性管理與技術升級，推動能耗、水耗等關鍵環境指標逐步下降。為強化目標導向管理、踐行公開承諾，我們計劃在[編纂]後，在ESG顧問的協助下制定並公佈關於能效、水效的具體量化目標。我們將持續推進無紙化辦公，提高可再生能源使用比例。同時，我們計劃到2030年實現電力使用強度較2024年基準下降1%，並於2025年至2030年間實現紙張使用強度年均下降2%至5%。

社會責任

供應鏈管理

我們已建立嚴格的全流程供應鏈管理體系，恪守公平、公正、透明、合規的原則，按物料品類對供應商實施分類管理。在供應商甄選與評估環節，我們綜合考量研發能力、產品質量、供應能力等經營要素，同時納入誠信經營、環境保護、社會責任和商業道德等合規要求，重點審查供應商相關資質認證及合規經營情況，並據此對供應商實施分級管理。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未發生任何涉及供應商的重大不合規事項。我們力爭實現可持續供應商採購金額佔比超過90%的目標。

業 務

員工關懷與發展

我們致力於為全體員工創造公平公正、健康安全、和諧有序的工作環境。我們在僱傭實踐中堅持多元化、包容性與平等原則，尊重員工在性別、年齡、民族、宗教信仰等方面的個體差異。我們反對一切形式的歧視，著力營造開放、包容、相互尊重的工作氛圍。

下表列示所列年度／期間的員工統計數據。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
按性別劃分			
男性	376	383	390
女性	378	364	364
按年齡段劃分			
30歲及以下.....	234	239	251
30至50歲	518	506	501
50歲及以上.....	2	2	2

我們建立了全面的培訓與發展體系，配備公平透明的內部晉升機制，為員工提供廣闊的職業發展空間。於往績記錄期間，員工培訓覆蓋率達到100%。我們定期開展員工滿意度調查，並提供法定社會保險、住房公積金、帶薪年假及節日津貼等福利，以增強員工的歸屬感與穩定性。於往績記錄期間，員工流失率呈下降趨勢。

社會責任實踐

我們以客戶為中心，建立了較為完善的售後服務體系。我們通過公司官網、官方公眾號、產品說明書等多種用戶可及的渠道，醒目公示24小時售後服務熱線，確保用戶在使用過程中遇到問題時能獲得及時的支持與響應。針對潛在突發事件，我們制定了快速響應預案，並將相關要求融入內部管理體系，以提升問題解決效率、降低潛在風險，切實維護用戶的合法權益。

我們持續關注社會需求，通過技術創新提升產品的安全性與易用性，以滿足不同用戶群體的要求。例如，針對老年用戶群體，我們在產品功能設計與操作體驗方面進行了優化，提高產品的適老性與便捷性，更好地滿足實際使用需求。

我們積極參與校園招聘活動，為畢業生提供就業機會，助力青年人才發展。此外，我們投身社會公益項目。將來，我們計劃在現有基礎上逐步擴大公益項目的覆蓋範圍，同時探索與非政府組織等社會機構加強合作，持續履行企業社會責任。

業 務

反腐敗與合規管理

我們制定並實施了反賄賂與反腐敗、反洗錢及經濟制裁合規政策等多項內部政策，明確禁止任何形式的賄賂及其他違法違規行為。我們將相關合規要求納入員工手冊，並以醒目方式進行提示，以提醒並告知員工。同時，我們建立了包括熱線電話、電子郵件在內的多渠道匿名舉報機制，嚴格保護舉報人隱私，鼓勵員工舉報潛在違規行為。

我們保持動態風險評估機制，定期開展風險排查與合規自查，對發現的違規線索進行及時調查與處理。在員工招聘、晉升等關鍵流程中，我們依據適用法律法規開展必要的背景審查。此外，我們要求供應商及其他商業合作夥伴簽署反商業賄賂承諾書，以加強對第三方的合規管理。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何對業務經營與財務狀況造成重大不利影響的反腐敗或反賄賂違規事件，亦未涉及任何因腐敗或賄賂引發的訴訟或刑事訴訟。

職業健康與安全

我們建立並持續完善涵蓋操作規範、事件管理等內容的職業健康與安全管理體系，該管理框架已獲得ISO 45001、ISO 14001和ISO 9001等多項認證，為安全生產與規範運營提供制度保障。

在實踐中，我們為辦公場所和生產廠房配備了完善的消防設施及相關安全設備，並根據實際運營需求持續升級並維護安全硬件。同時，我們為員工提供入職及在職安全培訓，並定期組織應急演練，以提升員工對職業健康安全風險的認知與應對能力，強化全員安全意識。各業務部門依據職責分工，負責日常安全檢查、設備維護及相關記錄留存，確保安全管理措施有效落實。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無發生任何對生產運營產生重大影響的生產違規事件。

風險管理與內部控制

我們在運營過程中面臨諸多風險，並已建立風險管理體系及相關政策和程序，我們認為這些措施適合我們的業務運營。我們的框架設計符合中國《企業內部控制基本規範》及其相關指南，涵蓋所有重大業務流程和管理活動。我們已採取並將繼續完善以下措施，以監督風險管理政策和公司治理措施的實施。

公司治理架構包括董事會及高級管理層，職責分工明確。我們的風險管理採用「三道防線」模式。第一道防線由業務部門構成，負責日常風險識別與管理。第二道防

業 務

線由專職風險管理及合規部門組成，負責制定政策並實施監督。第三道防線為內部審計部門，提供獨立保證，並獨立評估第一道和第二道防線的效果。該部門直接向審計委員會匯報，並定期開展審計工作。

我們在關鍵業務領域實施了控制程序，確保授權規範、職責分離及資產安全。例如，財務控制與交易授權通過ERP系統實現集中管理。採購流程通過電子供應商關係管理系統管控，確保採購、會計與倉儲職能之間的透明度及職責妥善分離。我們的內部審計部門對核心信息系統開展定期獨立審計，以防範信息技術風險。為降低合規風險，我們已建立反欺詐與反腐敗機制，包括設立專項誠信團隊及匿名舉報渠道。內部控制體系每年接受全面自我評估。

我們聘請內部控制顧問，針對我們涵蓋所有主要風險領域的內部控制開展年度審查，發現缺陷與改進空間，提出建議並監督整改措施的落實情況。實施成效納入相關部門的績效考核範圍。為確保上述合規文化融入日常工作流程，並為全組織個人行為設定行為準則，我們將定期審閱風險管理政策與內部管理程序，推行嚴格的內部問責機制，並開展合規培訓。董事會會同審計委員會，定期審閱內部控制全面自評報告以及內部控制顧問核查結果摘要，並結合商業模式的變動、組織結構的調整或外部環境的變化，評估我們內部控制體系的適用性。董事會認為，我們加強的內部控制系統對我們目前的運營是充分有效的。

數據隱私與信息安全風險管理

我們致力於保障數據隱私與信息安全。所收集數據僅限於我們業務運營所需要的資料。在開展業務過程中，我們收集的隱私數據主要涉及客戶個人資料、僱員信息、客戶及供應商聯絡信息以及運營管理所需的其他數據。我們確保在收集和處理員工、客戶及供應商的私人信息時，均獲得充分授權與同意。

我們已建立多維度框架保護所收集數據。組織層面，我們設立專職安全運營和維護部門及跨部門信息安全與隱私合規小組監督數據安全實踐，並聘請外部法律顧問開展數據安全合規評估。技術層面，我們的基礎設施在知名雲平台上託管，且我們已實施多項強效保護措施，包括部署防火牆和Web應用防火牆、對敏感數據實施單向加密、部署數據防洩露系統。我們亦每年對應用程序進行滲透測試。基於這些措施，我們的數據安全框架已通過ISO 27001認證，核心業務系統亦獲得中國多層次保護方案三級認證。我們亦已獲得中國電器科學研究院股份有限公司頒發的CVC認證，認可我們在具備整合式攝影機功能的智能安全產品及類似設備領域的隱私保護能力。

我們應客戶要求通過在我們提供給客戶的智能產品上嵌入軟件收集營運數據，作為售後服務的一部分。我們存儲這些營運數據僅是為了通過進一步的數據分析，協助客戶進行生產線調整和升級。我們已制定信息安全管理辦法、文件資料保密及訪問管

業 務

控方案等相關制度。依據前述制度要求，我們對全部公司數據實施分級分類管理，數據訪問權限的授予均需履行審批流程，同時定期組織員工開展數據隱私及信息安全專項培訓。此外，我們定期審查並動態更新現有安全策略。

於2025年12月，國家計算機病毒應急處理中心（簡稱「**CVERC**」）發佈題為《國家計算機病毒應急處理中心檢測發現69款違法違規收集使用個人信息的移動應用》的報告。我們的「鹿客智能」移動應用因「隱私政策未逐一列出移動應用（包括委託的第三方或嵌入的第三方代碼、插件）收集使用個人信息的目的、方式、範圍等」而被該報告提及。隨後我們採取整改措施，移除不合規的軟件開發工具包及清除非必要權限，並向北京市公安局海淀分局網絡安全保衛大隊提交整改報告。我們亦已向CVERC申請複測，且CVERC已確認我們的整改措施屬有效。除此之外，於往績記錄期間，我們及我們的任何附屬公司均未：(i)收到來自網絡安全、數據保護或保密監管機構的違規或不合規通知；(ii)因數據不準確、丟失或未經授權操作而面臨數據保護法下的賠償索賠；(iii)遭受相關監管機構針對數據隱私或網絡安全的調查或制裁；(iv)收到任何涉及《中華人民共和國網絡安全法》警告或制裁的通知；(v)知悉任何關於網絡安全或數據保護的待決調查、訴訟或申索；及(vi)收到任何與網絡安全或數據保護相關的當局就處所搜查發出的搜查令。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何重大信息洩露或數據丟失事件，亦未因數據隱私或網絡安全問題遭受監管機構的重大索賠、調查或制裁。由於我們境內外運營數據分別存儲於各自司法權區的獨立本地服務器，故不涉及任何跨境數據傳輸。