

財務資料

以下關於我們財務狀況及經營業績的討論與分析，應結合本文件附錄一會計師報告所載的合併財務報表及相關附註一併閱讀。我們的合併財務報表根據國際財務報告準則編製。

以下討論與分析包含涉及風險和不確定性的前瞻性陳述。這些陳述乃基於我們根據自身經驗、對歷史趨勢的判斷、當前狀況及預期未來發展的分析，以及我們認為在特定情況下適當的其他因素而作出。閣下不應過分依賴任何此類陳述。受多種因素影響，我們的實際未來業績及特定事件的發生時間可能與這些前瞻性陳述中的預期存在重大差異，相關因素包括但不限於本文件「風險因素」「前瞻性陳述」及其他章節中列明的內容。

就本節而言，除非上下文另有要求，提及2023年及2024年，分別指截至2023年及2024年12月31日止財政年度。

概覽

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。根據弗若斯特沙利文的資料，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，我們在中國內地的出貨量達到120萬套，位列第三，市場佔有率為5.8%。

影響我們經營業績的重要因素

我們認為有幾個重要因素已經影響且預計將繼續影響我們的經營業績：

終端市場需求

我們產品和解決方案的需求主要受家庭智能安防產品普及率及我們主要客戶群部署速度的驅動。我們的銷售覆蓋三大業務線：自有品牌的消費品、面向戰略商業合作夥伴的ODM項目以及雲丁品牌下的自有品牌商業解決方案。我們的經營業績表現與品類滲透率、合作夥伴產品發佈週期以及企業託管式租賃公寓、酒店和物業運營中的項目活動密切相關。中國市場的大型線上促銷活動會形成季節性銷售高峰，而海外市場則受到當地生態系統政策、平台要求和認證週期的影響。

根據弗若斯特沙利文的數據，隨著智能家居和數字化生活方式的快速普及，全球家庭安全管理解決方案市場快速增長，其市場規模從2020年的255億美元增長至2024

財務資料

年的378億美元，年複合增長率達10.4%。在這一過程中，依託智能感知、自主決策與多設備場景聯動的技術特點，AI家庭安全管家正憑藉其主動、精準、個性化的服務能力，成為實現家庭安全管理的最佳解決方案。

展望未來，隨著軟件定義硬件、算法驅動體驗的趨勢持續深化，AI將不僅是一種功能附加，而是重塑整個行業價值與生態的核心未來。在AI與物聯網技術加速融合以及用戶對居住安全與便捷性需求不斷增長的推動下，全球家庭安全管理解決方案市場規模預計於2029年達660億美元。

我們業務的持續增長將取決於能否在目標市場和客戶群中進一步滲透並擴大覆蓋面，以及在不同業務線中推進有效執行。在自有品牌消費品細分領域，這包括將產品發佈與關鍵銷售旺季相匹配、提升線上線下渠道轉化率，以及通過生態系統整合維持產品黏性和參與度；在ODM業務領域，增長將取決於合作夥伴項目的推進節奏、認證和驗證的及時完成，以及項目量產的供應準備情況；在自有品牌商業解決方案市場，業績將受物業招標中標率、客戶預算與改造計劃，以及我們實施多站點部署的能力影響。上述領域的表現情況將直接影響我們的收入、盈利能力及綜合經營業績。

此外，中國境內終端市場的需求或受國家補貼政策影響。此類政策能夠刺激原本無意購買公司產品的消費者完成採購，進而推動公司銷量與營收增長。針對現有消費者，鑒於補貼比例及補貼金額會隨地區、政策實施窗口期存在差異，公司或將針對特定庫存單位、區域或渠道，選擇性推出與當地補貼標準持平或相近的自主補貼激勵政策以維持市場競爭力。上述選擇性補貼激勵措施會影響公司產品的銷售定價，且疊加補貼政策在各地的實施細則、執行時間存在差異，可能會對公司特定期間的營收及毛利率造成影響。

產品組合與定價

我們通過多條產品線創收，包括鹿客品牌旗下的消費品、以合作夥伴品牌交付的ODM項目，以及雲丁品牌提供的商業解決方案。這些業務線具有不同的客戶需求、收入模式和產品規格，因此平均售價和毛利率結構各不相同。我們的盈利能力取決於能否實現目標利潤率定價能力以及任何特定時期內確認的產品和服務組合。

ODM項目。我們的ODM業務涵蓋從入門級到中高端市場的全產品線。定價通常參考雙方約定的技術規格、數量承諾及生態系統整合範圍綜合確定。與自有品牌消費品的消費級銷售和自有品牌商業解決方案相比，ODM項目通常具有不同的利潤結構，毛利率可能較低。這主要是由於：(i)我們無法從合作夥伴品牌計劃中的自有品牌溢價中獲益；(ii)定價通常是根據基於規模條款的合作夥伴框架制定的；及(iii)項目產能爬坡和生命週期轉換會暫時影響利用率和收益率，直到數量穩定下來。因此，ODM項目貢獻率的變化會對我們的毛利率產生重大影響。

自有品牌消費品。在我們的消費級產品組合中，我們通過基於系列的產品矩陣管理產品定位。例如，V系列定位高端家庭用戶，配備多模態生物識別、視頻相關功能、安全芯片防護等高規格功能，部分適用型號還搭載高級電源解決方案。相較於中

財務資料

端產品，這些型號通常售價更高，毛利率也更為優厚。S系列定位中高端用戶群體，其售價與利潤率普遍低於V系列。各系列內部的產品配置差異與季節性促銷活動的時機及強度均可能影響實際平均售價與利潤率結構，進而影響我們的整體經營業績。

自有品牌商業解決方案。我們的企業託管式物業解決方案的收入包括硬件和經常性軟件訂閱及服務。硬件的規格和定價通常是根據業主和物業運營商的規模化需求而設計的，更側重於標準化部署、運行可靠性和管理功能，這可能導致每套硬件的銷售價格低於消費級產品。同時，由於整體解決方案通常包含毛利率較高的軟件訂閱及服務，且標準化配置和規模化部署可帶來成本優勢，因此該業務線可能實現較高的毛利率。即使該產品線的平均銷售價格較低，解決方案組件的組合（包括軟件和服務）以及成本結構仍可能帶來較高的毛利率。

銷售及營銷工作

我們的業務及經營業績受到渠道和地域組合的影響。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)我們主要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。

我們的業務及經營業績直接受我們銷售及營銷活動的強度、時間及重點所影響。營銷活動節奏、特定渠道促銷及品牌投資會影響線上及線下渠道的流量、轉化率及單位經濟效益。此外，消費者、企業及ODM細分市場之間的資源分配會影響產品組合、平均售價及利潤率，而經銷商支持力度及主要客戶覆蓋範圍則會影響在項目型商機中的中標率。

我們各種銷售活動之間不同的推廣結構和銷售動態，以及有關海外市場的額外認證要求、本地化工作及物流安排，均可能會對我們特定期間的平均售價及利潤率造成影響。我們嚴格的定價體系、圍繞旺季活動的促銷規劃，以及渠道政策的執行力度，對於維護定價定位與整體利潤率至關重要。

自2024年起，國家補貼政策成為增量需求驅動因素。儘管政策刺激了消費者新購需求，但能否有效把握此機會取決於協調一致的營銷、渠道準備及本地化方案執行。於2024年7月，我們的銷售及營銷團隊經歷了一次領導層人事變動，影響了我們的商業執行，包括交接期內若干渠道及項目管線的拓展速度慢於原定計劃。受此影響，我們未能充分把握國家補貼政策帶來的收入增長機會。我們已實施臨時職務接替方案，並加強主要客戶管理，以減輕業務中斷的影響，但交接事宜仍對隨後數月的銷售業績造成壓力。

我們隨後已加強整體銷售及營銷團隊的建設。於2025年11月，胡躍先生加入本集團擔任副總經理兼首席營銷官，主要負責全球營銷與客戶服務。胡先生於國際化市場落地運營、渠道開發及客戶成功管理方面擁有豐富的經驗。自加入以來，彼帶領優

財務資料

化全球品牌定位、建立區域主要客戶項目體系及將售後服務指標納入商業激勵機制。除胡先生的委任外，我們亦通過在市場進入策略、線下銷售、市場營銷、公共關係及銷售管理等領域聘用了新的領導層，強化了我們的商業組織架構，從而提升了銷售與營銷團隊的整體能力及專業深度。我們預期該等舉措日後將強化執行紀律，並提高渠道生產力。

維護並深化客戶關係

我們的經營業績過去以及預計未來都將持續取決於我們能否維持及拓展各業務線的客戶關係。市場對我們產品和解決方案的需求受宏觀經濟環境以及產品品質、可靠性和性價比的綜合影響。若消費者信心或消費支出、房屋交易與裝修活動，或項目資金投入出現不利變化，均可能削弱終端市場需求，進而減少客戶訂單量。為保持競爭力，客戶還期望我們持續推進技術創新與製造工藝升級，同時有效管控成本；我們能否實現產品創新迭代與生產效率提升，將直接影響客戶需求及我們的利潤率水平。

我們不同的銷售模式對收入確認時間點、利潤率結構和營運資金有著不同的影響。在我們的消費者業務中，線上平台和線下經銷商呈現出不同促銷強度與履約成本；兩類渠道銷售佔比的變化可能會影響平均銷售價格、毛利率以及旺季前後的訂單接收節奏。

我們於收到經銷商確認貨物交付時確認收入。我們的產品一般售予經銷商且並無退貨權（有缺陷的產品除外）。儘管此收入確認政策提高了透明度，但其要求價格保持一致，以保障銷售表現及維持品牌誠信度。

在我們的ODM項目中，出貨量取決於商業合作夥伴的產品的發佈計劃、預測準確性和生態系統認證；項目產能爬坡和生命週期轉換可能導致各期間利用率及庫存水平波動，且定價通常根據合作夥伴的產品路線圖和銷量設定，從而形成與我們自有品牌銷售差異化的利潤率結構。

在以雲丁品牌開展的自有品牌商業解決方案業務中，我們的收入與企業託管式物業運營商的項目招標和改造計劃緊密關聯。該業務具有以項目為基礎的特點，授標時間、客戶現場準備情況、安裝進度和驗收程序可能會影響交付和收入確認的時間，進而影響營運資本和近期經營槓桿。於往績記錄期間，儘管該業務線的收入貢獻總體上相對穩定，但由於單個項目之間的時間差異，仍可能導致收入在不同期間內出現波動。

在這些模式中，客戶滿意度、服務質量和生態系統整合對於客戶留存和業務拓展至關重要。我們能否滿足客戶對性能、交付和售後服務的期望；能否與合作夥伴生態系統和標準保持協調；以及能否有效管理渠道政策和定價體系，都將影響重複訂單、追加銷售機會和整體盈利能力。

財務資料

收入成本及經營開支管控能力

我們的收入成本主要包括原材料和零部件、直接人工以及製造費用。我們控制這些成本的能力對於維持目標毛利率至關重要。我們在重慶智能製造基地採用一體化生產模式，在標準化作業指導和自動化終端測試體系下，將自主組裝校準工序與合格合作夥伴的SMT／模塊製造相結合，以保障良品率、一致性與可靠性。

我們通過以下途徑尋求降低單位成本並提高效率：跨SKU平台複用、關鍵零部件本土化、供應商認證與雙源採購體系，以及優化產線平衡、生產量與設備利用率的精益生產措施。我們的毛利率可能會受到產量和產能利用率變化的影響。這是因為某些製造成本在短期內相對固定。當產能利用率較低時，單位成本的吸收效率可能會降低；同時，良品率、返工率和廢品率也會影響單位成本，進而影響毛利率。

與此同時，若原材料或人工成本上漲、物流費用增加或不利的匯率波動未能通過定價調整、產品組合優化或效率提升抵銷，則可能對利潤率構成壓力。在某些情況下，合同、客戶談判或認證週期可能會延遲成本傳導，導致階段性毛利率承壓。我們在供應鏈保障、良品率提升、產能利用率及生產效率方面的持續進展，將直接影響我們的收入成本與盈利能力。

運營開支亦於我們業務表現及財務業績方面發揮重大作用。銷售及營銷開支可能隨渠道擴展、活動強度及海外市場拓展而發生波動；研發開支反映我們對核心技術（包括生物識別算法和多眸操作系統）的持續投資；而一般及行政開支則包括人員、合規、信息系統及其他企業成本。運營開支因戰略性僱傭、品牌建設、地域擴張及產品路線圖投資而發生的變動，可能會影響經營利潤率和現金流量，於進入新市場或發佈主要產品期間尤為如此。

技術和研發的變化

隨著新的生物識別、視頻感知、連接標準及安全框架的出現，我們的市場演進迅速。我們的成功取決於我們能否通過推進核心技術、升級現有型號並按時推出新產品來跟上這些發展步伐。

我們在深圳和重慶設有研發中心，採用貫穿算法、模塊、嵌入式系統、機電一體化以及雲／SaaS方面的集成研發模式。重點佈局領域包括多模態生物識別、視頻鎖邊緣人工智能、超低功耗和無線充電技術路線、Matter/Thread互操作性，以及全自動鎖體。這些項目需要持續投入，其成果可能會影響我們的產品路線圖、認證時間表和發佈節奏。我們的經營業績將取決於三大能力：將研發成果轉化為可靠且可大規模量產的產品、實現預期成本與性能目標，以及持續符合不斷更新的標準與生態系統要求。

呈列基準

我們的歷史財務資料乃根據國際財務報告準則編製。在編製整個業績記錄期內的歷史財務資料時，我們已提前採用了自2023年1月1日起生效的所有國際財務報告準則及其相關過渡性規定。除某些按公允價值計量的金融工具外，歷史財務資料均採用歷史成本法編製。

財務資料

重大會計政策及估計

本文件「附錄一—會計師報告」附註4載列若干重大會計政策資料，該等資料對理解我們的財務狀況及經營業績至關重要。

部分會計政策要求我們在核算相關項目時運用估計、假設及複雜判斷。我們在應用會計政策時使用的估計、假設和作出的判斷對我們的財務狀況和經營業績有重大影響。管理層根據過往經驗及其他因素（包括行業慣例以及在當時情況下對未來事件的合理預期）持續評估該等估計、假設和判斷。於往績記錄期間，管理層所作估計或假設與實際結果不存在重大偏差，且我們未對這些估計或假設作出重大變更。我們預期在可預見的未來，這些估計和假設不會出現任何重大變化。請參閱「附錄一—會計師報告」附註4。

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%

經營業績主要組成部分

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

財務資料

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。我們亦通過零件銷售、延長保修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%

下表載列我們產品於所示年度／期間的銷量和平均售價。

	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	
	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價
	千套 ⁽¹⁾	人民幣元／套	千套 ⁽¹⁾	人民幣元／套	千套 ⁽¹⁾	人民幣元／套	千套 ⁽¹⁾	人民幣元／套
自有品牌消費品	279	1,143.3	260	1,158.1	171	1,126.6	172	919.8
ODM項目	753	682.5	914	634.3	475	735.4	1,081	440.3
自有品牌商業解決方案	554	296.6	598	303.2	442	294.2	380	318.6

下表載列我們於所示年度／期間按地理位置劃分的收入。

	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)			
中國	976,151	96.2%	1,032,837	95.1%	663,290	95.6%	743,471	96.1%
海外 ⁽¹⁾	38,763	3.8%	53,259	4.9%	30,813	4.4%	30,109	3.9%
總計	1,014,914	100.0%	1,086,096	100.0%	694,103	100.0%	773,580	100.0%

附註：

- (1) 主要包括美國、加拿大、新加坡及馬來西亞。

我們來自客戶的收入信息根據客戶交貨地列報。

財務資料

收入成本

我們的收入成本包括：(i) 原材料成本；(ii) 人工成本；(iii) 製造費用；及(iv) 其他（主要包括售後服務費用以及存貨減值虧損的計提與轉回）。

	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)							
原材料	575,425	82.3%	574,132	81.6%	360,361	80.1%	433,592	81.4%
人工	26,294	3.8%	25,606	3.6%	17,790	4.0%	21,020	3.9%
製造費用	62,765	9.0%	67,809	9.6%	42,915	9.5%	36,055	6.8%
其他	34,718	4.9%	35,878	5.2%	28,827	6.4%	41,877	7.9%
總計	699,202	100.0%	703,425	100.0%	449,893	100.0%	532,544	100.0%

以下敏感性分析說明了假設原材料平均成本波動對所示年度／期間所得稅前利潤的影響，前提是影響我們盈利能力的其他所有因素均保持不變。

	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)			
原材料平均成本變動				
5%		28,771	28,707	18,018
10%		57,543	57,413	36,036

毛利和毛利率

	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，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%

財務資料

	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	
	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，百分比除外)				(未經審計)			
ODM項目.....	103,762	20.2%	129,340	22.3%	78,028	22.4%	95,568	20.1%
經銷商.....	28,320	23.4%	27,232	33.2%	22,248	33.5%	11,828	25.9%
直接銷售 (不包括ODM項目).....	183,630	48.3%	226,099	53.2%	143,934	51.7%	133,640	53.1%
總計／合計.....	<u>315,712</u>	<u>31.1%</u>	<u>382,671</u>	<u>35.2%</u>	<u>244,210</u>	<u>35.2%</u>	<u>241,036</u>	<u>31.2%</u>

其他收入

我們的其他收入包含：(i)政府補助，主要用於研發活動和產業發展／支持項目；(ii)增值稅退稅，主要與我們的自有品牌商業解決方案中的自主研發軟件產品的銷售有關；及(iii)增值稅額外抵扣，指根據中國增值稅政策向符合條件的納稅人提供的增值稅進項稅額額外扣除（即根據符合條件的增值稅進項稅額計算的額外可扣除金額）。

	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，百分比除外)				(未經審計)			
政府補助.....	3,088	28.7%	3,439	33.6%	2,629	30.6%	2,290	52.0%
增值稅額外抵扣.....	296	2.8%	5,469	53.3%	4,626	53.8%	713	16.1%
增值稅退稅.....	7,368	68.5%	1,340	13.1%	1,340	15.6%	1,405	31.9%
總計.....	<u>10,752</u>	<u>100.0%</u>	<u>10,248</u>	<u>100.0%</u>	<u>8,595</u>	<u>100.0%</u>	<u>4,408</u>	<u>100.0%</u>
佔總收入的百分比.....		1.1		0.9		1.2		0.6

其他收益／(虧損)淨額

我們的其他收益／(虧損)淨額包括：(i)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產的公允價值變動，主要與銀行理財產品相關；(ii)匯兌淨差額；及(iii)其他，主要包括罰款、存貨損失及存貨損失回收。

	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，百分比除外)				(未經審計)			
匯兌淨差額.....	28	2.5%	752	(19.3)%	438	32.1%	401	11.1%
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的金融資產 的公允價值變動.....	1,282	115.7%	549	(14.1)%	526	38.5%	222	6.2%
其他.....	(202)	(18.2)%	(5,196)	133.4%	402	29.4%	2,974	82.7%
總計.....	<u>1,108</u>	<u>100.0%</u>	<u>(3,895)</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,366</u>	<u>100.0%</u>	<u>3,597</u>	<u>100.0%</u>
佔總收入的百分比.....		0.1		(0.4)		0.2		0.5

財務資料

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支包括：(i)廣告及營銷開支；(ii)員工成本，包括薪金、獎金、福利、培訓開支、社會保險及住房公積金；(iii)業務拓展及差旅開支；及(iv)其他，主要包括股份支付、租金開支、一般辦公室及運輸開支、服務費、折舊及攤銷。

	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)			
廣告及營銷開支	75,479	48.6%	84,223	51.3%	60,225	50.9%	60,288	59.5%
員工成本	68,831	44.3%	69,765	42.5%	50,122	42.4%	36,395	35.9%
業務拓展及差旅開支	4,324	2.8%	4,109	2.5%	3,043	2.6%	2,377	2.3%
其他	6,701	4.3%	6,028	3.7%	4,915	4.1%	2,264	2.3%
總計	155,335	100.0%	164,125	100.0%	118,305	100.0%	101,324	100.0%
佔總收入的百分比	15.3		15.1		17.0		13.1	

一般及行政開支

我們的行政開支包括：(i)員工成本，包括薪金、獎金、福利、培訓開支、社會保險及住房公積金；(ii)專業服務費和其他諮詢費；(iii)稅款和附加費用；(iv)股份報酬開支；(v)折舊和攤銷開支，(vi)辦公開支；(vii)租金和物業管理費；(viii)招待費；(ix)會議和差旅費；及(x)其他，主要包括一般辦公和交通開支以及服務費。

	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)			
員工成本	45,817	50.7%	48,387	52.0%	34,179	48.1%	40,028	58.2%
專業服務費和其他諮詢費	12,776	14.1%	8,849	9.5%	6,652	9.4%	9,639	14.0%
辦公開支	4,228	4.7%	4,464	4.8%	3,657	5.1%	5,097	7.4%
稅款和附加費用	7,505	8.3%	6,609	7.1%	4,214	5.9%	4,840	7.0%
折舊和攤銷開支	6,079	6.7%	5,492	5.9%	4,271	6.0%	3,896	5.7%
會議和差旅費	2,131	2.4%	2,032	2.2%	1,460	2.1%	2,035	3.0%
租金和物業管理費	1,567	1.7%	1,483	1.6%	1,704	2.4%	1,607	2.3%
招待費	1,551	1.7%	501	0.5%	435	0.6%	314	0.5%
股份報酬開支	6,978	7.7%	13,226	14.2%	13,165	18.5%	267	0.4%
其他	1,804	2.0%	1,979	2.2%	1,362	1.9%	1,078	1.5%
總計	90,436	100.0%	93,022	100.0%	71,099	100.0%	68,801	100.0%
佔總收入的百分比	8.9		8.6		10.2		8.9	

財務資料

研發開支

我們的研發開支包括(i)員工成本(包括薪金、獎金、福利、培訓開支、社會保險和住房公積金)，(ii)材料成本，(iii)外部服務費(包括檢測費、技術服務費和勞務費)，及(iv)其他，股份支付、差旅費、租賃開支、折舊及攤銷以及一般辦公費。

	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)			
員工成本.....	58,151	78.5%	60,035	77.0%	42,191	74.8%	35,674	75.6%
材料成本.....	7,318	9.9%	6,332	8.1%	5,167	9.2%	5,759	12.2%
外部服務費.....	5,004	6.8%	6,517	8.4%	5,595	9.9%	3,524	7.5%
其他.....	3,650	4.8%	5,108	6.5%	3,476	6.1%	2,202	4.7%
總計.....	74,123	100.0%	77,992	100.0%	56,429	100.0%	47,159	100.0%
佔總收入的百分比.....		7.3		7.2		8.1		6.1

金融資產減值虧損撥回／(計提)淨額

我們的金融資產減值虧損撥回／(計提)淨額包括貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項減值虧損撥回／(計提)。2023年，我們錄得金融資產減值虧損撥回淨額人民幣1.0百萬元。於2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的金融資產減值虧損計提淨額分別為人民幣2.0百萬元及人民幣2.6百萬元。

財務成本淨額

我們的財務成本淨額主要包括用於現金管理目的持有的金融資產所產生的利息收入，以及租賃負債和借款所產生的利息支出。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的財務成本淨額分別為人民幣1.4百萬元、人民幣2.0百萬元及人民幣2.8百萬元。

遞延所得稅收益

我們於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月分別錄得人民幣6.8百萬元、人民幣3.2百萬元及人民幣5.8百萬元之遞延所得稅收益。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已履行所有稅務義務，且沒有任何未解決的稅務爭議。有關適用於本公司及其附屬公司的法定稅率及優惠所得稅率，請參閱本文件「附錄——會計師報告」附註12。

財務資料

經營業績期間比較

截至2025年9月30日止九個月與截至2024年9月30日止九個月的比較

收入

	截至9月30日止九個月		百分比變動
	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	192,944	158,549	(17.8)%
ODM項目	349,093	476,208	36.4%
自有品牌商業解決方案	130,144	121,177	(6.9)%
其他	21,922	17,646	(19.5)%
總計	694,103	773,580	11.5%

	截至9月30日止九個月			
	2024年		2025年	
	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價
	千套	人民幣元／套	千套	人民幣元／套
自有品牌消費品	171	1,126.6	172	919.8
ODM項目	475	735.4	1,081	440.3
自有品牌商業解決方案	442	294.2	380	318.6

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。

自有品牌消費品

我們自有品牌消費品的收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣192.9百萬元降至截至2025年9月30日止九個月的人民幣158.5百萬元，降幅為17.8%。這主要是由於平均銷售價格從每套人民幣1,126.6元降至每套人民幣919.8元。平均銷售價格的下降主要是由於國家補貼政策出台後，我們主動開展自主策劃的推廣及營銷活動。此外，我們專注於推廣現有產品，而產品結構調整亦導致收入下降。

銷量保持穩定，分別為171千套及172千套。此外，2024年7月發生的銷售及營銷團隊領導層換屆，導致後續數月內若干渠道的業務執行力度減弱。更具體而言，領導層換屆削弱我們利用國家補貼計劃暫未滿足的需求的能力。另請參閱「影響我們經營業績的重要因素－銷售及營銷工作」。

財務資料

ODM項目

我們ODM項目的收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣349.1百萬元增長至截至2025年9月30日止九個月的人民幣476.2百萬元，增幅為36.4%，這主要是由於認可我們合作夥伴品牌效應的市場需求走強，以及與ODM合作夥伴深化合作，拓展我們承接的門鎖產品型號並擴大訂單量，從而使銷售量從0.5百萬套增加到1.1百萬套。

這部分被平均銷售價格從每套人民幣735.4元降至每套人民幣440.3元所抵銷，主要反映出產品組合向高銷量的入門級和中級產品轉移。

自有品牌商業解決方案

我們自有品牌商業解決方案的收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣130.1百萬元減少到截至2025年9月30日止九個月的人民幣121.2百萬元，減幅為6.9%。這一減少主要歸因於銷量從442千套減少至380千套，反映了期內企業託管式物業運營商在項目時間、推出計劃及驗收程序方面的差異。

這部分被平均售價從每套人民幣294.2元增加至每套人民幣318.6元所抵銷，反映出產品組合向功能更豐富的配置轉變，以及項目結構得到改善，以應對受監管租賃住房更嚴格的資格審核及租後監督要求。

其他

我們其他業務的收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣21.9百萬元下降到截至2025年9月30日止九個月的人民幣17.6百萬元，降幅為19.5%，主要是由於這些業務的供需發生變化。

收入成本

	截至9月30日止九個月		百分比變動
	2024年	2025年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
	(未經審計)		
原材料	360,361	433,592	20.3
人工	17,790	21,020	18.2
製造費用.....	42,915	36,055	(16.0)
其他	28,827	41,877	45.3
總計	449,893	532,544	18.4
估總收入的百分比	64.8	68.8	

我們的收入成本從截至2024年9月30日止九個月的人民幣449.9百萬元增加到截至2025年9月30日止九個月的人民幣532.5百萬元，增幅為18.4%，這與我們產量的增長基本一致。

財務資料

毛利和毛利率

	截至9月30日止九個月			
	2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣千元，百分比除外) (未經審計)			
自有品牌消費品	92,348	47.9%	74,416	46.9%
ODM項目	78,028	22.4%	95,568	20.1%
自有品牌商業解決方案	66,073	50.8%	65,035	53.7%
其他	7,761	35.4%	6,017	34.1%
總計 / 合計	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。我們的毛利率從截至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。

自有品牌消費品

我們自有品牌消費品的毛利從截至2024年9月30日止九個月的人民幣92.3百萬元降至截至2025年9月30日止九個月的人民幣74.4百萬元，降幅為19.4%，主要由於收入減少，其次是由於毛利率下降。

毛利率從截至2024年9月30日止九個月的47.9%減至截至2025年9月30日止九個月的46.9%，主要由於產品組合的變化。

ODM項目

我們ODM項目的毛利從截至2024年9月30日止九個月的人民幣78.0百萬元增長至截至2025年9月30日止九個月的人民幣95.6百萬元，增幅為22.5%，這主要得益於收入的增長。

毛利率從截至2024年9月30日止九個月的22.4%下降至截至2025年9月30日止九個月的20.1%，主要由於(i)平均售價的下降，及(ii)產品和客戶項目組合轉向高銷量、入門級和中級項目，定價更加嚴格。上述下降部分被規模經濟效益不斷提升所抵銷。

自有品牌商業解決方案

我們自有品牌商業解決方案的毛利從截至2024年9月30日止九個月的人民幣66.1百萬元降至截至2025年9月30日止九個月的人民幣65.0百萬元，降幅為1.6%，主要是由於儘管毛利率上升，但收入減少。

毛利率從截至2024年9月30日止九個月的50.8%增至截至2025年9月30日止九個月的53.7%，主要由於功能更豐富的配置和項目結構得到改善，以及軟件訂閱和服務的貢獻有所增加。

財務資料

其他

其他的毛利從截至2024年9月30日止九個月的人民幣7.8百萬元降至截至2025年9月30日止九個月的人民幣6.0百萬元，降幅為22.5%，主要原因是收入減少。毛利率從截至2024年9月30日止九個月的35.4%下降至截至2025年9月30日止九個月的34.1%，主要是由於供需動態變化。

其他收入

我們的其他收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣8.6百萬元下降至截至2025年9月30日止九個月的人民幣4.4百萬元，降幅為48.7%，主要原因是(i)增值稅額外抵扣從截至2024年9月30日止九個月的人民幣4.6百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣0.7百萬元，反映出本期符合條件的抵扣基數降低以及抵扣申請和審批的時間影響；及(ii)政府補助由截至2024年9月30日止九個月的人民幣2.6百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣2.3百萬元，主要由於本期確認的項目專項補貼和產業扶持獎勵減少。

其他收益／(虧損)淨額

我們的其他收益／(虧損)淨額從截至2024年9月30日止九個月的人民幣1.4百萬元增長至截至2025年9月30日止九個月的人民幣3.6百萬元，增幅為163.3%，主要原因是其他業務從截至2024年9月30日止九個月的人民幣0.4百萬元增長至截至2025年9月30日止九個月的人民幣3.0百萬元，反映出責任方對我們庫存短缺的補足情況。

銷售及營銷費用

	截至9月30日止九個月		百分比變動
	2024年	2025年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
	(未經審計)		
銷售及營銷費用	118,305	101,324	(14.4)
佔總收入的百分比	17.0	13.1	

我們的銷售及營銷費用從截至2024年9月30日止九個月的人民幣118.3百萬元下降至截至2025年9月30日止九個月的人民幣101.3百萬元，降幅為14.4%，主要原因是(i)員工成本由截至2024年9月30日止九個月的人民幣50.1百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣36.4百萬元，反映出銷售人員的優化調整；及(ii)業務開發和差旅支出由截至2024年9月30日止九個月的人民幣3.0百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣2.4百萬元，原因是對主要渠道和企業客戶的覆蓋更加集中，在經銷商培訓中更多地使用虛擬演示和遠程啟用工具，從而減少了單獨出差以及相關的住宿和物流成本。銷售及營銷費用佔收入的百分比從17.0%下降至13.1%，這得益於收入增長帶來的經營槓桿效應，以及在線流量和經銷的轉化效率提升。

財務資料

一般及行政開支

	截至9月30日止九個月		百分比變動
	2024年	2025年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
	(未經審計)		
一般及行政開支	71,099	68,801	(3.2)
佔總收入的百分比	10.2	8.9	

我們的一般及行政開支保持穩定，於截至2024年9月30日止九個月為人民幣71.1百萬元，於截至2025年9月30日止九個月為人民幣68.8百萬元。

研發開支

	截至9月30日止九個月		百分比變動
	2024年	2025年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
	(未經審計)		
研發開支	56,429	47,159	(16.4)
佔總收入的百分比	8.1	6.1	

我們的研發開支從截至2024年9月30日止九個月的人民幣56.4百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣47.2百萬元，降幅為16.4%，主要原因是(i)員工成本從截至2024年9月30日止九個月的人民幣42.2百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣35.7百萬元；及(ii)外部服務費從截至2024年9月30日止九個月的人民幣5.6百萬元減少至截至2025年9月30日止九個月的人民幣3.5百萬元。研發開支佔收入的百分比從8.1%下降至6.1%，原因是項目成本控制更趨嚴格，平台複用率提高，從而減少了增量開發支出。

金融資產減值虧損撥回／(計提)淨額

我們的金融資產減值虧損計提淨額從截至2024年9月30日止九個月的人民幣2.3百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣2.6百萬元，主要原因是客戶風險狀況和賬齡的變化導致貿易應收款項和合同資產的預期信用損失準備金增加，以及ECL模型中更新的前瞻性經濟假設。

財務成本淨額

我們的財務成本淨額從截至2024年9月30日止九個月的人民幣1.0百萬元增加至截至2025年9月30日止九個月的人民幣2.8百萬元，增幅為173.0%，這主要是由於截至2024年9月30日止九個月與固定資產投資有關的借款利息開支予以資本化處理，導致該期間的財務成本淨額水平降低。

遞延所得稅收益

我們的遞延所得稅收益從截至2024年9月30日止九個月的人民幣1.8百萬元增加到截至2025年9月30日止九個月的人民幣5.8百萬元，這主要是由於遞延所得稅收益從截至2024年9月30日止九個月的人民幣1.8百萬元變動為截至2025年9月30日止九個月的人民幣5.8百萬元。

財務資料

期內利潤

綜上所述，我們的期內利潤從截至2024年9月30日止九個月的人民幣6.8百萬元增長至截至2025年9月30日止九個月的人民幣32.0百萬元，增幅為368.2%，同時我們的淨利潤率從1.0%增長到4.1%。

截至2023年12月31日止年度與截至2024年12月31日止年度比較

收入

	截至12月31日止年度		百分比變動
	2023年	2024年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
自有品牌消費品	319,467	301,347	(5.7)%
ODM項目	513,891	579,468	12.8%
自有品牌商業解決方案	165,357	181,240	9.6%
其他	16,199	24,041	48.4%
總計	1,014,914	1,086,096	7.0%

	截至12月31日止年度			
	2023年		2024年	
	銷售量	平均售價	銷售量	平均售價
	千套 ⁽¹⁾	人民幣元/套	千套 ⁽¹⁾	人民幣元/套
自有品牌消費品	279	1,143.3	260	1,158.1
ODM項目	753	682.5	914	634.3
自有品牌商業解決方案	554	296.6	598	303.2

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%，主要由於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。

自有品牌消費品

我們的自有品牌消費品收入從2023年的人民幣319.5百萬元減少5.7%至2024年的人民幣301.3百萬元，主要由於客戶對我們早期產品的需求下滑，導致銷量從279千套下降至260千套，部分被2024年新推出產品的收入確認所抵銷。此外，2024年7月我們銷售及營銷團隊領導層換屆，導致後續數月內若干渠道的業務執行力度減弱。更具體而言，領導層換屆削弱我們利用國家補貼計劃暫未滿足的需求的能力。另請參閱「影響我們經營業績的重要因素－銷售及營銷工作」。

平均售價保持相對穩定，從每套人民幣1,143.3元增至每套人民幣1,158.1元，原因是年內產品組合和促銷力度的變化對混合定價的淨影響總體有限。

ODM項目

我們ODM項目的收入從2023年的人民幣513.9百萬元增長至2024年的人民幣579.5百萬元，增幅為12.8%，主要由於銷售量從0.8百萬套增加到0.9百萬套。銷量的

財務資料

增長反映了在國家補貼政策環境下終端市場需求的增長，以及我們與ODM夥伴合作的深化，從而擴大了我們ODM項目所涵蓋的智能鎖及其他家庭安全產品型號和訂單數量。

平均銷售價格從每套人民幣682.5元小幅下降至每套人民幣634.3元，主要反映了項目和產品組合向高銷量SKU的轉變。

自有品牌商業解決方案

我們的自有品牌商業解決方案收入從2023年的人民幣165.4百萬元增長至2024年的人民幣181.2百萬元，增幅為9.6%，這一增長歸因於銷量和平均銷售價格有所增長。銷量從554千套增至598千套，平均售價從每套人民幣296.6元增至每套人民幣303.2元。

這些增長主要由於搭載活體檢測功能的生物識別門禁在規範化租賃住房及多網點物業運營中得到更加廣泛的應用，而該等場景對身份核驗及租後監管要求的日趨嚴格利好我們的手指靜脈識別方案，以及物業招標中標率的提高和在主要運營商中部署範圍的擴大。

其他

我們的其他收入從2023年的人民幣16.2百萬元增長至2024年的人民幣24.0百萬元，增幅為48.4%，主要原因是其他業務線的供需方式變化。

收入成本

	截至12月31日止年度		百分比變動
	2023年	2024年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
原材料	575,425	574,132	(0.2)
人工	26,294	25,606	(2.6)
製造費用	62,765	67,809	8.0
其他 ⁽¹⁾	34,718	35,878	3.3
總計	699,202	703,425	0.6
佔總收入的百分比	68.9	64.8	

我們的收入成本從2023年的人民幣699.2百萬元小幅增長至2024年的人民幣703.4百萬元，增幅為0.6%，這與我們年內的業務增長情況大致相符。

毛利和毛利率

	截至12月31日止年度			
	2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣千元，百分比除外)			
自有品牌消費品	137,310	43.0%	149,313	49.6%
ODM項目	103,762	20.2%	129,339	22.3%
自有品牌商業解決方案	75,664	45.8%	98,350	54.3%
其他	(1,024)	(6.3)%	5,669	23.6%
總計 / 合計	315,712	31.1%	382,671	35.2%

財務資料

由於我們各業務線的毛利的增加，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%。

自有品牌消費品

我們自有品牌消費品的毛利從2023年的人民幣137.3百萬元增至2024年的人民幣149.3百萬元，毛利率從43.0%增至49.6%。

這一增長主要得益於有利的產品組合，其中包括於2024年推出的毛利率較高的新產品。此外，2023年3月推出的高毛利率產品V5 Max持續貢獻收益，相較於2023年，該產品於2024年實現更為完整的期內收益貢獻。

ODM項目

我們ODM項目的毛利從2023年的人民幣103.8百萬元增至2024年的人民幣129.3百萬元，主要歸因於收入的增加。毛利率從20.2%增至22.3%。

毛利率增加主要反映(i)更有利的產品組合及(ii)單位成本改善，包括降低物料清單成本及優化製造成本措施。雖然我們的平均售價於年內小幅下降，但對利潤率的影響被單位成本的下降所抵銷，而該下降受到元件採購優化／本地化、設計及平台重用以及與良率相關的改進等措施的支持。

自有品牌商業解決方案

我們自有品牌商業解決方案的毛利從2023年的人民幣75.7百萬元增長至2024年的人民幣98.4百萬元，毛利率從45.8%增長至54.3%。

毛利率增長的主要原因是：(i)功能豐富的配置和解決方案捆綁比例增加（支撐定價和單位經濟效益），以及(ii)通過持續的成本優化和交付執行改進，降低了單位成本。這些因素共同推動了本年度毛利增長。

其他

我們其他業務的毛利從2023年的毛損人民幣1.0百萬元增加至2024年的毛利人民幣5.7百萬元，同時毛利率從(6.3)%增長至23.6%，這主要是由於其他服務項目的定價和組合有所改善，以及固定成本在收入增加的情況下得到了更好的吸收。

其他收入

我們的其他收入於2023年及2024年分別穩定保持在人民幣10.8百萬元及人民幣10.2百萬元。

其他收益／(虧損)淨額

我們的其他收益／(虧損)淨額從2023年的其他收益淨額人民幣1.1百萬元變為2024年的其他虧損淨額人民幣3.9百萬元，這主要是由於其他業務從2023年的虧損人民幣0.2百萬元增至2024年的虧損人民幣5.2百萬元，反映出我們於該期間存在存貨盤虧的情況。

財務資料

銷售及營銷費用

	截至12月31日止年度		百分比變動
	2023年	2024年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
銷售及營銷費用	155,335	164,125	5.7
佔總收入的百分比	15.3	15.1	

我們的銷售及營銷費用從2023年的人民幣155.3百萬元增長至2024年的人民幣164.1百萬元，增幅為5.7%，主要由於我們於2024年開展更多的廣告活動，導致廣告及營銷費用從人民幣75.5百萬元增加至人民幣84.2百萬元。

一般及行政開支

	截至12月31日止年度		百分比變動
	2023年	2024年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
一般及行政開支	90,436	93,022	2.9
佔總收入的百分比	8.9	8.6	

我們的行政開支於2023年及2024年分別穩定保持在人民幣90.4百萬元及人民幣93.0百萬元。

研發開支

	截至12月31日止年度		百分比變動
	2023年	2024年	
	(人民幣千元，百分比除外)		
研發開支	74,123	77,992	5.2
佔總收入的百分比	7.3	7.2	

我們的研發開支於2023年及2024年分別穩定保持在人民幣74.1百萬元及人民幣78.0百萬元。

金融資產減值虧損撥回／(計提)淨額

我們的金融資產減值虧損撥回／(計提)淨額從2023年的資產減值虧損撥回淨額人民幣1.0百萬元變為2024年的減值虧損計提人民幣2.0百萬元，主要是由於貿易應收款項和合同資產的預期信用損失準備金增加，原因是客戶風險狀況及賬齡發生變化。

財務成本淨額

我們的財務成本淨額從2023年的人民幣1.4百萬元增加38.9%至2024年的人民幣2.0百萬元，主要原因是借款本金增加。

遞延所得稅收益

我們的遞延所得稅收益從2023年的人民幣6.8百萬元下降至2024年的人民幣3.2百萬元，這主要是由於遞延所得稅收益從人民幣6.8百萬元變動為人民幣3.2百萬元。

財務資料

年內利潤

綜上所述，我們的年內利潤從2023年的人民幣14.0百萬元增長至2024年的人民幣53.1百萬元，增幅為278.7%，同時我們的淨利潤率從1.4%增至4.9%。

流動資金及資本資源

於往績記錄期間，我們主要通過限制性銀行存款和質押存款產生的現金為運營提供資金。截至2025年9月30日，我們擁有現金及現金等價物人民幣66.7百萬元。展望未來，我們相信運營產生的現金與[編纂][編纂]淨額的組合將足以滿足流動性需求。

考慮到[編纂]的[編纂]淨額以及公司可用的經營活動產生的現金，我們的董事認為，自本文件發佈之日起，公司擁有充足的營運資金，足以滿足未來至少12個月的當前及未來的現金需求。

淨流動資產／負債

下表載列截至所示日期的流動資產和負債。

	截至12月31日		截至9月30日	截至1月15日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	(人民幣千元)			
	(未經審計)			
流動資產：				
存貨	120,544	149,309	201,888	150,539
預付款項及其他應收款項...	39,637	39,887	75,049	95,542
貿易應收款項及應收票據...	195,788	295,717	283,081	362,334
以公允價值計量且其變動計入當期損益的				
金融資產	15,904	35,178	16	98,025
現金及現金等價物	165,884	156,466	66,733	87,701
受限制現金	12,815	35,354	67,346	59,327
其他流動資產	22,809	32,008	23,140	23,022
流動資產總值	573,381	743,919	717,253	876,490
流動負債：				
借款	11,506	24,109	36,023	34,495
貿易應付款項及應付票據...	327,569	428,554	364,264	329,127
合同負債	47,579	47,852	76,757	63,495
租賃負債	3,714	4,639	4,345	3,879
應計費用及其他應付款項...	110,469	125,548	113,224	970,144
撥備	1,300	359	2,362	2,362
其他流動負債	5,878	5,521	8,578	9,700
流動負債總額	508,015	636,582	605,553	1,413,202
淨流動資產／(負債)	65,366	107,337	111,700	(536,712)

財務資料

2026年1月15日與2025年9月30日的比較

我們的淨流動資產由截至2025年9月30日的人民幣111.7百萬元變為截至2026年1月15日的淨流動負債人民幣536.7百萬元，主要歸因於(i)應計費用及其他應付款項由人民幣113.2百萬元增至人民幣970.1百萬元，及(ii)存貨由人民幣201.9百萬元降至人民幣150.5百萬元，部分被(i)貿易應收款項及應收票據由人民幣283.1百萬元增至人民幣362.3百萬元，(ii)以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產由人民幣16,000元增至人民幣98.0百萬元，及(iii)貿易應付款項及應付票據由人民幣364.3百萬元降至人民幣329.1百萬元所抵銷。

2025年9月30日與2024年12月31日的比較

我們的淨流動資產由截至2024年12月31日的人民幣107.3百萬元增至截至2025年9月30日的人民幣111.7百萬元，主要歸因於(i)貿易應付款項及應付票據由人民幣428.6百萬元降至人民幣364.3百萬元，(ii)應計費用及其他應付款項由人民幣125.5百萬元降至人民幣113.2百萬元，(iii)存貨由人民幣149.3百萬元增至人民幣201.9百萬元，及(iv)受限制現金由人民幣35.4百萬元增至人民幣67.3百萬元，部分被(i)合同負債由人民幣47.9百萬元增至人民幣76.8百萬元，及(ii)現金及現金等價物由人民幣156.5百萬元降至人民幣66.7百萬元所抵銷。

2024年12月31日與2023年12月31日的比較

我們的淨流動資產由截至2023年12月31日人民幣65.4百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣107.3百萬元，主要歸因於(i)貿易應收款項及應收票據由人民幣195.8百萬元增至人民幣295.7百萬元，(ii)存貨由人民幣120.5百萬元增至人民幣149.3百萬元，及(iii)受限制現金由人民幣12.8百萬元增至人民幣35.4百萬元，部分被(i)貿易應付款項及應付票據由人民幣327.6百萬元增至人民幣428.6百萬元，及(ii)借款由人民幣11.5百萬元增至人民幣24.1百萬元所抵銷。

淨資產

2025年9月30日與2024年12月31日的比較

我們的淨資產由截至2024年12月31日的人民幣322.2百萬元增至截至2025年9月30日的人民幣356.5百萬元，主要歸因於(i)累計虧損由人民幣106.4百萬元降至人民幣74.3百萬元，及(ii)其他儲備由人民幣377.5百萬元增至人民幣378.2百萬元。

2024年12月31日與2023年12月31日的比較

我們的淨資產由截至2023年12月31日的人民幣254.9百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣322.2百萬元，主要歸因於(i)累計虧損由人民幣159.5百萬元降至人民幣106.4百萬元，及(ii)其他儲備由人民幣363.3百萬元增至人民幣377.5百萬元。

選定資產負債表項目

存貨

我們的存貨包括原材料、消耗品、產成品以及在製品。下表載列我們截至所示日期的存貨明細。

財務資料

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年 (人民幣千元)	2025年 (未經審計)
產成品	24,256	3,955	126,070
在製品	1,755	3,680	526
原材料	29,208	46,763	53,002
在途商品	18,445	17,820	5,489
加工中物料	3,635	9,401	15,427
半成品	55,815	82,177	15,640
減：減值撥備	(12,570)	(14,487)	(14,266)
總計	120,544	149,309	201,888

我們的存貨從截至2023年12月31日的人民幣120.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣149.3百萬元，增幅為23.9%，主要由於我們為支持海外市場擴張戰略而提前增加了庫存水平。截至2025年9月30日，我們的存貨進一步增加35.2%至人民幣201.9百萬元，主要由於我們的業務會受到季節性波動的影響。在大型線上購物節及促銷活動期間（例如雙十一購物節），我們的銷量往往會攀升。為應對銷售旺季，我們會提前數月增加產量以儲備庫存。

賬齡分析

下表載列截至所示日期我們存貨的賬齡分析。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年 (人民幣千元)	2025年 (未經審計)
一年以內	111,687	128,419	176,612
一到兩年	7,926	17,577	19,081
超過兩年	13,501	17,800	20,461
總計	133,114	163,796	216,154

周轉天數

下表載列所示年度／期間我們存貨的周轉天數。

	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)
存貨周轉天數 ⁽¹⁾	58	70	89

附註：

- (1) 各年度的存貨周轉天數等於該年度／期間期初和期末存貨餘額的平均值除以該年度／期間的收入成本，再乘以365天（適用於2023年及2024年），或乘以270天（適用於截至2025年9月30日止九個月期間）。

財務資料

我們的存貨周轉天數從2023年的58天增加到2024年的70天，並於截至2025年9月30日止九個月進一步增加至89天，這主要由於我們的海外擴張策略。隨著我們進入新的國際市場及第四季度銷售旺季臨近，我們建立了安全庫存和本地化品類，以滿足更長的補貨周轉時間、跨境物流週期和通關要求，並支持與海外渠道合作夥伴錯開的產品面市計劃。

期後利用

截至2026年1月15日，我們截至2025年9月30日總存貨的80.8% (即人民幣163.2百萬元) 已被利用或售出。

貿易應收款項及應收票據

我們的貿易應收款項及應收票據主要產生自賒銷產品及服務。下表列明於所示日期的貿易應收款項及應收票據明細。

	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)
貿易應收款項.....	197,947	298,754	289,218
應收票據.....	—	664	147
減：信用損失撥備.....	(2,159)	(3,701)	(6,284)
總計	195,788	295,717	283,081

我們的貿易應收款項及應收票據從截至2023年12月31日的人民幣195.8百萬元增加到截至2024年12月31日的人民幣295.7百萬元，這主要是由於一些大型項目建設週期和收款週期較長。截至2024年12月31日及截至2025年9月30日，我們的貿易應收款項及應收票據保持相對穩定，分別為人民幣295.7百萬元及人民幣283.1百萬元。

賬齡分析

下表載列截至所示日期我們貿易應收款項的賬齡分析。

	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)
未逾期.....	185,856	273,742	240,714
逾期1年以內.....	10,224	19,714	32,438
逾期1至2年.....	1,367	3,946	13,663
逾期2至3年.....	62	881	2,101
逾期3年以上.....	438	471	302
總計	197,947	298,754	289,218

財務資料

周轉天數

下表載列截至所示日期的貿易應收款項及應收票據的周轉天數。

	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)
貿易應收款項及應收 票據周轉天數 ⁽¹⁾	70	83	101

附註：

- (1) 各年度的應收貿易票據及應收賬款周轉天數等於該年度／期間的應收賬款期初和期末餘額的平均值除以該年度／期間的收入，再乘以365天（適用於2023年及2024年），或乘以270天（適用於截至2025年9月30日止九個月期間）。

我們的貿易應收款項及應收票據周轉天數從2023年的70天增加至2024年的83天，並進一步增加至截至2025年9月30日止九個月的101天，主要由於：(i)與時間節點掛鈎的賬單和較長驗收程序的項目型銷售組合較多；及(ii)因較大訂單量和持續合作框架而向若干ODM客戶／合作夥伴提供的信用期限和／或結算週期延長。

期後結算

截至2026年1月15日，我們截至2025年9月30日的貿易應收款項及應收票據總額的94.0%（即人民幣265.9百萬元）已結算。

預付款項及其他應收款項

我們的預付款項及其他應收款項主要包括材料和運營支出預付款項、按金和質保金，以及待報銷應收款項。下表載列我們截至所示日期的預付款項、其他應收款項及其他資產明細。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年 (人民幣千元)	2025年 (未經審計)
預付款項：			
材料預付款項.....	19,316	14,997	33,999
運營開支預付款項.....	4,346	3,312	9,681
	23,662	18,309	43,680
其他應收款項：			
應收按金.....	15,586	19,528	21,161
應收公用事業預付款.....	—	1,315	5,409
應收增值稅退稅補貼.....	—	—	1,405
其他.....	389	735	3,394
	15,975	21,578	31,369
	39,637	39,887	75,049
減：減值撥備.....	—	—	—
	39,637	39,887	75,049

財務資料

我們的預付款項及其他應收款項從截至2023年12月31日的人民幣39.6百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣39.9百萬元，並進一步增加至截至2025年9月30日的人民幣75.0百萬元，這主要與我們的業務增長有關，同時也反映出我們為滿足生產需求而增加的材料預採購。

以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產

我們以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產主要包括理財產品。更多詳情請參閱「附錄一—會計師報告」附註3.6。

我們將盈餘現金投資於中國境內及國際持牌金融機構提供的低至中等風險理財產品和結構性存款，旨在保全本金、提高收益並保持流動性。我們的投資政策規定了交易對手資格（例如，具有明確信用評級或同等內部評估的持牌機構）、產品範圍（本金保障或風險可控、底層資產透明且不含類股權槓桿的產品）、期限限制（一般不超過12個月，並優先選擇可提前贖回的產品）、按交易對手和產品類型劃分的集中度上限，以及為保障運營所需的最低流動性緩衝。財務部門對產品條款、底層資產組合、風險披露、提前贖回機制、預期收益率與最低收益率以及壓力情景進行盡職調查，並持續監控公允價值、到期日和交易對手風險敞口。我們分離前台認購、中颱風險控制及後台會計／結算職能，並維持雙重控制的支付審批、交易後對賬及定期內部審計審查。我們的財務人員在現金管理及固定收益產品方面擁有相關經驗，並持續接受合規及產品風險培訓。

董事會通過每年審批的投資授權書監督資金及投資活動，該授權書規定了風險承受範圍、產品准入範圍、規模限制及審批權限。在授權範圍內，管理層可在預設限額內進行投資；任何超出授權範圍或超過指定限額的投資均需要事先獲得董事會（或董事會委員會）批准。我們會定期向董事會提交關於頭寸、業績、限制合規性及任何風險事件的報告，並及時上報重大事項。

[編纂]後，對理財產品及結構性存款的投資將依據上市規則第十四章的相關規定執行（如適用），並將嚴格履行產品分類、規模測試、審批流程、信息披露等合規要求，必要時將按程序提交股東大會審議批准。

貿易應付款項及應付票據

我們的貿易應付款項及應付票據主要指應付供應商的已採購商品款項。我們的供應商通常會給予我們自發票日期起三至六個月的信用期。

下表載列截至所示日期的貿易應付款項及應付票據明細。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年 (人民幣千元)	2025年 (未經審計)
貿易應付款項.....	218,607	291,725	177,389
應付票據.....	108,962	136,829	186,875
總計	327,569	428,554	364,264

財務資料

我們的貿易應付款項及應付票據從截至2023年12月31日的人民幣327.6百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣428.6百萬元，主要由於我們採購量的增加。我們的貿易應付款項及應付票據從截至2024年12月31日的人民幣428.6百萬元減少至人民幣364.3百萬元，主要由於我們加快向供應商進行現金結算。

賬齡分析

下表載列截至所示日期的貿易應付款項賬齡分析。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年 (人民幣千元)	2025年 (未經審計)
1年以內	199,930	270,381	146,295
1至2年	6,131	4,211	13,899
2至3年	5,617	5,459	3,603
3年以上	6,929	11,674	13,592
總計	218,607	291,725	177,389

周轉天數

下表載列所示年度／期間貿易應付款項及應付票據的周轉天數。

	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)
貿易應付款項及應付票據 周轉天數 ⁽¹⁾	129	196	201

附註：

- (1) 每年的貿易應付款項及應付票據周轉天數等於該年度／期間貿易應付款項及應付票據期初和期末餘額的平均值除以該年度／期間的收入成本，再乘以365天（適用於2023年和2024年）；或乘以270天（適用於截至2025年9月30日止九個月）。

我們的貿易應付款項及應付票據周轉天數從2023年的129天增加到2024年的196天，並進一步增加到截至2025年9月30日止九個月的201天，主要是因為我們為供應商爭取到了更長的信用期，並增加了應付票據的使用。此外，關鍵項目下的分階段交付和基於時間節點的驗收將付款轉移到後期，導致應付款項天數增加。

期後結算

截至2026年1月15日，我們截至2025年9月30日未結清的貿易應付款項及應付票據中有65.0%（即人民幣236.6百萬元）已結算。

應計費用及其他應付款項

我們的應計費用及其他應付款項主要包括薪金、工資及福利、社會保障，以及除所得稅應付款項以外的其他稅項。下表載列截至所示日期的應計費用及其他應付款項明細。

財務資料

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年 (人民幣千元)	2025年 (未經審計)
薪金、工資及福利	23,202	23,200	11,717
社會保障金	4,216	5,002	4,823
除所得稅應付款項以外 的稅項	63,288	75,943	70,826
其他應計費用	19,763	21,403	25,858
總計	110,469	125,548	113,224

我們的應計費用及其他應付款項從截至2023年12月31日的人民幣110.5百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣125.5百萬元，這一增長主要與我們的業務擴張相符。我們的應計費用及其他應付款項從人民幣125.5百萬元減少至人民幣113.2百萬元，這主要是由於我們對未結清的應付款項進行了全面審查和結算。

合同負債

合同負債指我們已收取對價、但尚未向客戶轉讓商品或服務的義務。更多詳情，請參閱「附錄一—會計師報告」附註6。

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 (人民幣千元)	2025年 (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

經營活動

截至2025年9月30日止九個月，我們的經營活動現金使用淨額為人民幣38.3百萬元，主要包括稅前利潤人民幣26.1百萬元，經調整項目主要包括(i)非現金及非經營性項目，主要包括(a)減值損失人民幣14.3百萬元，(b)非流動資產折舊及攤銷人民幣7.3百

財務資料

萬元和(c)利息開支人民幣3.2百萬元；以及(ii)營運資金變動，主要包括(a)為應對銷售旺季，存貨增加人民幣52.6百萬元，(b)應收款項增加人民幣22.5百萬元，及(c)應付款項減少人民幣13.1百萬元。

2024年，我們經營活動產生的現金流淨額為人民幣1.2百萬元，主要包括稅前利潤人民幣49.9百萬元，經調整項目主要包括(i)非現金及非經營性項目，主要包括(a)非流動資產折舊及攤銷人民幣9.4百萬元，(b)股份支付開支人民幣14.3百萬元及(c)計提存貨損失淨額人民幣5.9百萬元；及(ii)營運資金變動，主要包括(a)應收款項增加人民幣109.4百萬元及(b)存貨增加人民幣28.8百萬元，部分被應付款項增加人民幣54.8百萬元所抵銷。

2023年，我們經營活動產生的現金流淨額為人民幣89.5百萬元，主要包括除稅前利潤人民幣7.3百萬元，經調整項目主要包括(i)非現金及非經營性項目，主要包括(a)非流動資產折舊及攤銷人民幣8.7百萬元，(b)股份支付開支人民幣8.6百萬元及(c)利息開支人民幣1.6百萬元；以及(ii)營運資金變動，主要包括應收款項減少人民幣236.2百萬元，部分被(a)應付款項減少人民幣150.3百萬元及(b)存貨增加人民幣19.6百萬元所抵銷。

投資活動

截至2025年9月30日止九個月，我們投資活動產生的現金流淨額為人民幣4.5百萬元，主要包括贖回人民幣181.0百萬元的定期存款和理財產品，部分抵銷因素包括：(i)配置定期存款及理財產品人民幣171.5百萬元及(ii)購買物業、廠房、設備、無形資產及其他非流動資產的款項人民幣4.1百萬元。

2024年，我們投資活動使用的現金流淨額為人民幣53.8百萬元，主要包括(i)配置定期存款及理財產品人民幣199.0百萬元及(ii)購買物業、廠房、設備、無形資產及其他非流動資產的款項人民幣32.4百萬元，部分被贖回定期存款及理財產品人民幣180.0百萬元所抵銷。

2023年，我們投資活動產生的現金流淨額為人民幣36.6百萬元，主要包括贖回定期存款和理財產品人民幣174.0百萬元，部分抵銷因素包括：(i)存放定期存款和理財產品人民幣100.0百萬元和(ii)購買物業、廠房、設備、無形資產及其他非流動資產的款項人民幣37.7百萬元。

融資活動

截至2025年9月30日止九個月，我們融資活動使用的現金流淨額為人民幣56.4百萬元，主要包括(i)來自融資保理現金還款人民幣85.0百萬元及(ii)償還借款人民幣16.5百萬元，部分被(i)借款所得款項人民幣10.0百萬元及(ii)通過融資保理取得貸款人民幣40.0百萬元所抵銷。

2024年，我們融資活動產生的現金流淨額為人民幣42.5百萬元，主要包括(i)通過融資保理取得貸款人民幣69.0百萬元及(ii)借款所得款項人民幣40.0百萬元，部分被(i)償還借款人民幣31.5百萬元和(ii)來自融資保理的現金還款人民幣24.0百萬元所抵銷。

財務資料

2023年，我們融資活動使用的現金淨額為人民幣18.8百萬元，主要包括(i)償還借款人民幣116.2百萬元、(ii)來自融資保理現金還款人民幣79.0百萬元及(iii)租賃付款的主要組成部分人民幣6.9百萬元，部分被(i)借款所得款項人民幣109.8百萬元及(ii)通過融資保理取得貸款人民幣79.0百萬元所抵銷。

負債

下表載列截至所示日期的負債情況。另請參閱「附錄一—會計師報告」中的附註3。

	截至12月31日		截至9月30日	截至1月15日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	(人民幣千元)			
	(未經審計)			
流動				
借款	11,506	24,109	36,023	34,495
租賃負債	3,714	4,639	4,345	3,879
非流動				
借款	69,582	85,507	67,072	61,000
租賃負債	—	8,616	6,001	4,767
總計	84,802	122,871	113,441	104,141

截至2026年1月15日，我們未使用的銀行授信額度為人民幣110.2百萬元。

或有負債

截至2023年及2024年12月31日、2025年9月30日及2026年1月15日，我們無任何重大或有負債。我們的董事確認，自2025年10月31日起及直至最後實際可行日期，本公司的或有負債並無任何重大變動。

資本支出與承諾

資本支出

下表載列所示期間的資本支出情況。

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
	(未經審計)			
購買物業、廠房及設備、無形資產 及其他非流動資產的款項	37,703	32,425	27,047	4,056

於往績記錄期間，我們的資本支出主要用於購置生產設施的物業、廠房及設備以及無形資產。

財務資料

為支持我們的業務增長和擴張戰略，我們計劃繼續進行資本支出。詳見「未來計劃及[編纂]用途—[編纂]用途」章節。我們打算利用可用的財務資源（包括經營活動產生的現金、[編纂][編纂]淨額以及未來潛在的股權或債務融資）為這些支出提供資金。

資本承諾

有關我們的資本承諾詳情，另請參閱「附錄一—會計師報告」附註35。

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%。

關連方交易

於往績記錄期間，我們與關連方訂立了關連方交易。請參閱「附錄一—會計師報告」附註37。有關於截至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，本集團關連方交易披露的歷史金額（如附錄一會計師報告附註37所載）不構成需要在本文件中披露的持續關連交易。

該等關連方交易的條款乃經雙方經公平磋商後釐定。管理層認為應收關連方款項並無相關重大信貸風險。

財務風險披露

我們面臨多種財務風險，包括市場風險、信用風險和流動性風險。請參閱「附錄一—會計師報告」附註3。

財務資料

表外安排

於往績記錄期間，我們沒有訂立任何表外安排。

股息政策

於往績記錄期間，本公司概無派付或宣派任何股息。截至最後實際可行日期，我們概無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、現金需求及可用性及其他相關因素後，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。

可供分派儲備

截至2025年9月30日，我們概無合併留存利潤可供分配予股東。

根據香港上市規則第13.13條至第13.19條規定須予披露的事項

除本文件另有披露外，我們的董事確認，截至最後實際可行日期，彼等並不知悉任何根據香港上市規則第13.13條至第13.19條規定須予披露的事項。

未經審計的[編纂]財務資料

有關詳情，請參閱「附錄二 — 未經審計[編纂]財務資料」。

[編纂]開支

[編纂]開支指因[編纂]及[編纂]產生的專業費用、[編纂]佣金及其他相關費用。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。

財務資料

無重大不利變動及近期發展

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。