

概 要

本概要旨在為閣下提供載於本文件資料的概覽。由於本節僅屬概要，故未能盡錄對閣下而言可能屬重要的全部資料。閣下應細閱包括我們的財務報表及隨附附註的整份文件後，方決定是否[編纂][編纂]。任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]時的若干特定風險載於本文件「風險因素」章節。閣下應細閱該節後方決定[編纂][編纂]。

概覽

我們為中國領先的住宿業數字化服務商。於往績記錄期，我們主要提供住宿業數字化解決方案、數字營銷服務和其他數字增值服務。住宿業數字化行業的核心模塊為PMS(酒店物業管理系統)。根據灼識諮詢，按銷售額及覆蓋客房數計，我們於2024年為中國住宿業數字化行業中最大的PMS供應商，市場份額分別為16.8%及16.3%。此外，在中國前五大住宿業數字化服務商中，我們為過去五年(2020年–2024年)內唯一持續每年實現盈利且同期累計淨利潤最高的公司。

截至最後實際可行日期，我們已向中國37,000多家酒店提供PMS。我們的客戶包括中國飯店協會2024年排名前50的酒店集團以及中國旅遊飯店業協會排名前60的酒店集團中超過半數的酒店(例如錦江集團、雷迪森、君亭等)，以及《Hotels》雜誌全球酒店集團50強中超過三分之一的酒店(包括萬豪、洲際、雅高、溫德姆等)。除酒店外，我們的解決方案及服務亦已廣泛應用於文旅領域，如松贊集團、阿那亞、地中海鄰境與地中海白日方舟等。根據灼識諮詢，按累計簽約中高端酒店數量計，我們於2024年位居中國住宿業數字化行業第一。

我們的行業領導地位體現在以下關鍵成就中：



概 要

附註：

- (1) 根據灼識諮詢，該排名乃基於中國住宿業PMS行業2024年數據；
- (2) 2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月的客戶留存率。給定年／期的客戶留存率計算方法為：給定年／期末的客戶總數減去給定年／期的新客戶總數，除以給定年／期初的客戶數，以百分比呈列；
- (3) 根據截至最後實際可行日期對中國住宿業PMS行業酒店總數進行排名。就本統計而言，同一酒店集團旗下運營的酒店均分別計算為獨立酒店；
- (4) 根據灼識諮詢中國住宿業PMS行業之數據；
- (5) 於往績記錄期的交叉銷售率。交叉銷售率是指在給定年／期內，選擇兩種或以上產品或服務的客戶數佔同年／期總客戶數的百分比；
- (6) 淨利潤現金比率計算方法為：給定年／期經營活動所得現金淨額除以同年／期利潤淨額；及
- (7) 年度經常性收入主要指來自住宿業數字化解決方案（維護費及固定年度訂閱費）、數字營銷服務（部分按佣金或年度基準計費）及其他增值服務（部分按佣金基準計費），且具經常性質之收入。

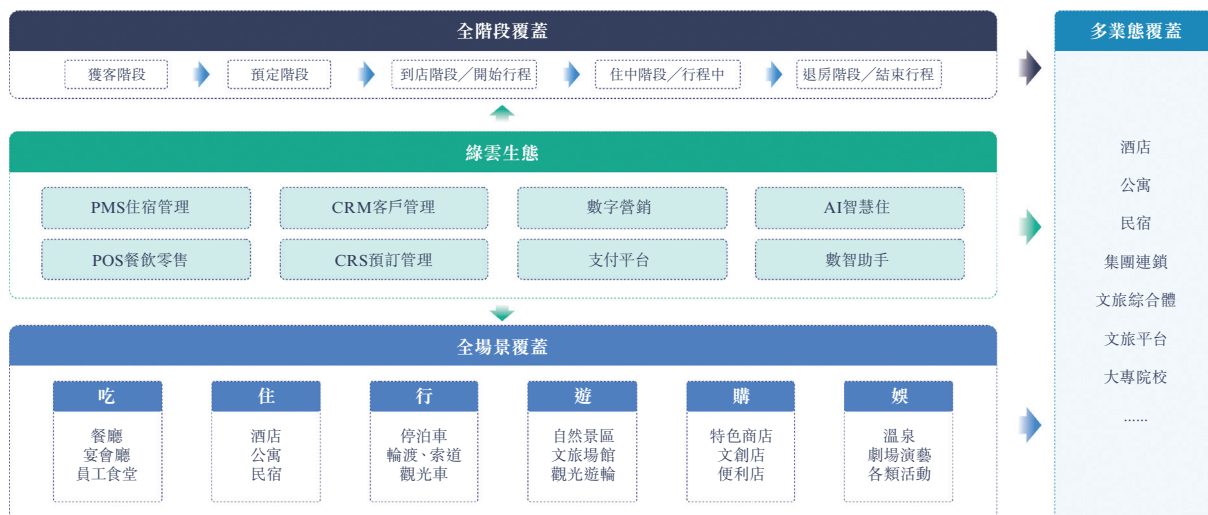
我們的服務產品

於往績記錄期，我們的收入主要來自(i)向國內外酒店、酒店管理集團、高端民宿運營商及文旅企業提供住宿業數字化解決方案；(ii)向國內外酒店、酒店管理集團、高端民宿運營商、文旅企業及OTA及TMC平台提供數字營銷服務，及(iii)向支付渠道提供其他數字增值服務。

我們已建立以PMS為核心的雲端產品生態體系，我們將其稱為綠雲雲鏈。其中「雲」字體現軟件模塊的雲端部署模式，而「鏈」字則指透過API實現各模塊間的無縫連接。此等系統協同工作，使酒店可一體化地管理跨渠道訂單、賓客數據與互動，以及收入與結算流程。通過連接前台與後台運營，並連接面向員工與面向賓客的應用，我們的解決方案為客戶提供了全面的數字基礎設施，從而提升整個住宿價值鏈的運營效率與賓客體驗。

概 要

下圖說明了綠雲雲鏈方案的主要功能：



住宿業數字化解決方案

於往績記錄期，我們主要向國內外酒店、酒店管理集團、高端民宿營運商以及文旅企業提供住宿業數字化解決方案。我們亦向服務式公寓、主題樂園、遊輪、大學及連鎖餐飲企業等提供住宿業數字化解決方案。我們的住宿業數字化解決方案旨在協助客戶於整個住宿週期內將其核心業務營運數字化並加以優化，涵蓋住前之客戶預訂、住之前台及後台營運，以及住後之客戶管理。我們的住宿業數字化解決方案涵蓋包括PMS、POS、CRS、CRM、智慧住數字運營平台及數智助手在內的多種軟件模塊以及相關配套硬件。我們的解決方案幫助連接我們的客戶、賓客及第三方服務供應商，實現所有系統模塊、參與方與場景之間的直接連通與交互操作，打破信息孤島，並顯著提升了運營效率與賓客體驗。近年來，隨著文旅行業不斷從以門票經濟為主的模式，向集門票、住宿、餐飲、娛樂於一體的多業態融合發展，我們也將住宿業數字化解決方案拓展到文旅企業。

數字營銷服務

我們提供數據驅動的數字營銷服務，幫助客戶更高效地獲取賓客。我們幫助客戶建立直銷平台，如社交媒體平台上的小程序、官方賬號和服務賬號，並構建會員制以積累會員。該等平台直接與我們的PMS、CRS和CRM系統相連，實現房態、價格與賓客偏好的實時同步，提供卓越的預訂和入住體驗，提升品牌忠誠度。我們亦幫助客戶管理該等小程序及/或

概 要

賬號。根據灼識諮詢，於2025年，通過我們管理的數字化直銷平台產生的GMV超過人民幣40億元，在中國住宿業數字化行業數字營銷服務商中排名第二。

此外，我們協助客戶將其PMS與主要國內外OTA及TMC平台對接。截至最後實際可行日期，我們已協助連接逾60個主要OTA及TMC平台。通過該直接連接，房態與房價信息可實現實時自動同步，從而實現自動化即時訂單處理，提高預訂成功率並以高效方式協助酒店客戶管理有關OTA及／或TMC平台的預訂。根據灼識諮詢，截至2025年9月30日止九個月，酒店客戶通過我們提供的OTA及／或TMC平台連接實現了約21.0百萬間夜數，於中國行業排名第一。

其他數字增值服務

於往績記錄期，我們亦向客戶提供其他數字增值服務。例如，協助接通客戶內部管理系統與外部支付渠道。

我們的競爭優勢

我們相信，以下競爭優勢有助於我們的成功並使我們持續發展：(i)住宿業數字化行業的先鋒與領導者；(ii)全鏈路、全場景產品組合；(iii)強大的技術與研發能力；及(iv)富有遠見的管理團隊與追求卓越的企業文化。詳情請參閱「業務 — 我們的競爭優勢」。

我們的戰略

我們擬採取如下戰略進一步開展我們的業務：(i)將AI深度融入我們的業務運營；(ii)持續完善與拓展產品矩陣及技術能力；(iii)持續拓展應用場景與客戶群體；(iv)拓展全球佈局；及(v)探索潛在的戰略投資機遇。詳情請參閱「業務 — 我們的戰略」。

我們的供應商

我們的供應商主要包括：(i)軟件及硬件供應商；(ii)雲服務供應商；及(iii)技術服務供應商。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月的往績記錄期的各期間，我們對前五大供應商的總採購額分別為人民幣120.8百萬元、人民幣111.2百萬元及人民幣77.3百萬元，佔同期採購總額的80.2%、81.5%及81.5%。詳情請參閱「業務 — 供應商」。

銷售與營銷

我們採用多渠道銷售方式，以觸及遍佈全國的廣大客戶群。於往績記錄期，我們主要通過直銷模式銷售我們的解決方案，少部分銷售通過經銷渠道進行。詳情請參閱「業務 — 銷售與營銷 — 我們的銷售網絡」。

概 要

我們的客戶

於往績記錄期，我們的主要客戶主要涵蓋：(i)酒店；(ii)文旅企業；(iii)OTA；及(iv)支付渠道。於2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們的前五大客戶產生的總銷售額分別為人民幣54.2百萬元、人民幣43.5百萬元及人民幣23.0百萬元，佔同期總銷售額的16.0%、13.3%及10.2%。詳情請參閱「業務 — 供應商」。

客戶與供應商重疊

於往績記錄期，本公司前五大客戶中的若干客戶於各往績記錄期各期間同時亦為本公司供應商，反之亦然，詳情請參閱「業務 — 客戶與供應商重疊」。

競爭格局

中國住宿業數字化市場規模由2019年約人民幣2,931.7百萬元增長至2024年約人民幣4,988.3百萬元，2019 — 2024複合年增長率為11.2%，預計將於2029年達到人民幣9,018.5百萬元，2024–2029複合年增長率為12.6%。其中酒店數字化是佔比最大的市場，2024年市場規模為人民幣4,318.5百萬元，2019 — 2024複合年增長率為10.8%，預計將以11.9%的複合年增長率增長，於2029年達到人民幣7,577.8百萬元。

我們是中國住宿業數字化解決方案的前兩大供應商，並於2024年成為按銷售額計中國最大的PMS供應商。在住宿業數字化市場中，我們於2024年以人民幣4.5億元的銷售額及9.1%的市佔率位居第二。在住宿業PMS市場中，我們於2024年以人民幣3.5億元的銷售額及16.8%的市佔率位居首位。

我們面臨的競爭主要來自具備多元化能力的其他競爭者，其中部分可能擁有比我們更長的經營歷史、更龐大的業務規模、更雄厚的資源。我們認為，強大的研發能力、解決方案及服務的廣度及質量、與客戶的良好業務關係、營銷及銷售渠道、具有競爭力的定價、品牌知名度及售後支持服務等因素對我們在該市場的競爭力至關重要。詳情請參閱「行業概覽」。

風險因素

我們的業務及[編纂]包含若干風險，包括(i)我們的業務及行業有關的風險；(ii)與我們的財務狀況及對額外資本需求有關的風險；(iii)與我們的知識產權有關的風險；(iv)與在我們經營所在的司法管轄區開展業務有關的風險；及(v)與[編纂]有關的風險。我們面臨的主要風險包括但不限於：(i)倘我們未能改進及提升解決方案及服務的功能、性能、可靠性、設計、安全性及可擴展性，以適應我們客戶不斷變化的需求，我們可能會失去我們的客戶；(ii)若未能維持與我們現有客戶的關係或吸引新客戶，可能對我們的業務及前景造成重大不利影響；(iii)宏觀經濟的不利變化以及住宿業數字化行業的動態發展，可能對住宿業數字化市場及對我們的解決方案及服務的需求產生負面影響；(iv)我們在競爭激烈的市場中營運，未必能夠成功與我們現有的及未來的競爭對手競爭；及(v)與我們技術基礎設施相關的中斷、性能問題或安全問題可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

概 要

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，本公司由楊先生、高先生及新余夏菊分別直接持有約27.19%、26.75%及4.87%的權益。楊先生及高先生為一致行動人士，新余夏菊由楊先生作為其普通合夥人控制。因此截至最後實際可行日期，楊先生（個人及通過新余夏菊）與高先生共同有權行使本公司已發行股本總額合共58.81%附帶的投票權。

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），楊先生（個人及通過新余夏菊）及高先生將共同有權行使本公司經擴大已發行股本總額約[編纂]%所附帶的投票權。因此，就上市規則而言，楊先生、高先生及新余夏菊於[編纂]後將為一組控股股東。

我們與控股股東的一名聯繫人簽訂了若干租賃協議，就上市規則而言，該等協議本質上屬於一次性交易。進一步詳情，請參閱「與控股股東的關係 — [編纂]前訂立的一次性交易」。

[編纂]投資

自成立以來，我們已完成五輪[編纂]投資，用於支持我們主營業務的發展與運營，以及本集團的一般營運資金。我們的主要[編纂]投資者包括首業資本、上海科慧及澄泓投資。詳情請參閱「歷史、發展與公司架構 — [編纂]投資」。

[編纂]員工持股計劃

本公司於2016年至2021年間授予股份獎勵，旨在激勵傑出人才並使其利益與我們的長期發展一致。我們已於2023年8月2日正式採納[編纂]員工持股計劃，該計劃適用於本公司授予的所有股份獎勵。截至最後實際可行日期，根據[編纂]員工持股計劃授予的所有股份獎勵獲悉數歸屬及行使，且[編纂]員工持股計劃的實施已告完成。[編纂]員工持股計劃不受上市規則第17章的規定約束，因為其不涉及本公司於[編纂]後授予任何新的獎勵。詳情請參閱「附錄四 — 法定及一般資料 — D.[編纂]員工持股計劃」。

關鍵財務資料概要

下表載列往績記錄期我們財務資料的概要，應與本文件附錄一會計師報告綜合財務報表及附錄一A所載未經審核中期簡明綜合財務資料一併閱讀，包括隨附之附註及載列於「財務資料」之信息。我們的綜合財務資料依據香港財務報告準則會計準則編製。

概 要

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列所示期間我們的綜合損益及其他全面收益表概要：

	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	
	金額	佔收益 百分比	金額	佔收益 百分比	金額	佔收益 百分比	金額	佔收益 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)							
	(未經審核)							
收益	337,241	100.0	327,053	100.0	219,026	100.0	225,070	100.0
銷售成本	(121,149)	(35.9)	(104,585)	(32.0)	(74,091)	(33.8)	(75,283)	(33.4)
毛利	216,092	64.1	222,468	68.0	144,935	66.2	149,787	66.6
其他收入	11,478	3.4	16,652	5.1	12,517	5.7	4,410	2.0
銷售及經銷開支	(73,819)	(21.9)	(74,300)	(22.7)	(55,014)	(25.1)	(53,337)	(23.7)
行政開支	(31,624)	(9.4)	(35,741)	(10.9)	(27,844)	(12.7)	(25,165)	(11.2)
研發成本	(38,893)	(11.5)	(44,728)	(13.7)	(33,322)	(15.2)	(33,192)	(14.7)
金融資產及合約資產減值虧損淨額	(5,407)	(1.6)	(3,640)	(1.1)	(3,198)	(1.5)	(3,369)	(1.5)
其他開支	(169)	(0.1)	(6,909)	(2.1)	(6,799)	(3.1)	(244)	(0.1)
財務成本	(79)	(0.0)	(96)	(0.0)	(74)	(0.0)	(457)	(0.2)
分佔一間聯營公司溢利及虧損	325	0.1	(278)	(0.1)	(160)	(0.1)	(76)	(0.0)
除稅前利潤	77,904	23.1	73,428	22.5	31,041	14.2	38,357	17.0
所得稅(開支)/抵免	(4,053)	(1.2)	(4,460)	(1.4)	1,290	0.6	(3,786)	(1.7)
年/期內溢利	73,851	21.9	68,968	21.1	32,331	14.8	34,571	15.4
年內/期內全面收入總額	73,851	21.9	68,968	21.1	32,331	14.8	34,570	15.4

收益

於往績記錄期，我們的收益來自提供住宿業數字化解決方案、數字營銷服務及數字化增值服務。下表載列所示期間我們按業務類別劃分的絕對金額及佔我們總收益百分比的收益明細。

	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	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)							
	(未經審核)							
住宿業數字化解決方案	270,243	80.1	264,181	80.8	177,322	81.0	180,391	80.1
數字營銷服務	35,648	10.6	42,078	12.9	28,776	13.1	28,987	12.9

概 要

	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	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(人民幣千元，百分比除外)							
	(未經審核)							
其他數字增值服務	31,350	9.3	20,794	6.4	12,928	5.9	15,692	7.0
總計	337,241	100.0	327,053	100.0	219,026	100.0	225,070	100.0

毛利及毛利率

下表載列截至所示日期我們按業務類別劃分的毛利及毛利率。

	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)							
	(未經審核)							
住宿業數字化解決方案	173,248	64.1	184,627	69.9	119,846	67.6	122,374	67.8
數字營銷服務	16,386	46.0	19,873	47.2	14,377	50.0	14,934	51.5
其他數字增值服務	26,458	84.4	17,968	86.4	10,712	82.9	12,479	79.5
總計	216,092	64.1	222,468	68.0	144,935	66.2	149,787	66.6

綜合財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們的綜合財務狀況表概要。

	截至12月31日止年度		截至2025年
	2023年	2024年	9月30日
	(人民幣千元)		
	(未經審核)		
非流動資產總額	45,965	20,491	19,770
流動資產總額	479,101	591,008	284,903
流動負債總額	239,987	641,301	299,626
流動資產淨值	239,114	(50,293)	(14,723)
總資產減流動負債	285,079	(29,802)	5,047
非流動負債總額	1,257	774	880
淨資產	283,822	(30,576)	4,167

詳情請參閱「財務資料 — 綜合財務狀況表若干關鍵項目的討論」。

概 要

綜合現金流量表概要

	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
			(未經審核)	
			(人民幣千元)	
經營活動所得現金淨額	91,505	86,721	32,620	32,964
投資活動所得／所用現金淨額	(49,738)	140,470	(117,768)	1,328
融資活動所得／所用現金淨額	23,424	(1,206)	(1,384)	(374,990)
現金及現金等價物增加／ (減少)淨額	65,191	225,985	(86,532)	(340,698)
期初現金及現金等價物	101,847	166,997	166,997	392,917
期末現金及現金等價物	166,997	392,917	80,414	52,179

詳情請參閱「財務資料 — 流動性及資本資源 — 現金流」。

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或年度／期間之主要財務比率：

	截至12月31日止年度／		截至2025年
	截至12月31日		9月30日
	2023年	2024年	止九個月／ 截至2025年 9月30日
毛利率	64.1%	68.0%	66.6%
淨利潤率	21.9%	21.1%	15.4%
股權回報率(ROE)	32.0%	54.5%	不適用
流動比率	2.00	0.92	0.95

詳情請參閱「財務資料 — 主要財務比率」。

無重大不利變動

董事經進行其認為適當的充分盡職調查及審慎周詳考慮後確認，直至本文件日期，自2025年9月30日(即本文件附錄一所載會計師報告及附錄一A所載未經審核中期簡明綜合財務資料所載之最新綜合財務報表之截止日期)起直至本文件日期，本集團的財務或貿易狀況或前景並無出現任何重大不利變動，且概無發生對本文件附錄一A所載資料有任何重大影響的事件。

概 要

[編纂]統計數據

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

	根據[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元	根據[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元
我們股份的[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]的計算乃基於假設緊隨[編纂]完成後已發行股份總數[編纂]股份，但不計及因[編纂]獲行使可能[編纂]的任何股份。
- (2) 有關所用假設及計算方法的進一步詳情請參閱本文件附錄二。

未來計劃及[編纂]用途

我們估計，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]、[編纂]及其他估計開支後，假設[編纂]未獲行使且假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數），我們將收到的[編纂][編纂]約為[編纂]港元。

根據我們的業務戰略，我們擬按以下用途使用[編纂][編纂]：(i)約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於在未來五年持續提升我們研發能力及產品開發；(ii)約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於在未來五年銷售團隊擴張、團隊建設及品牌推廣；(iii)約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於在未來五年的戰略收購及投資；(iv)約[編纂]%(或[編纂]港元)將用於營運資金及一般公司用途。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

股息

我們於2023年10月向股東宣派現金股息人民幣18.0百萬元。截至2023年12月31日，我們已悉數派付該等股息。截至最後實際可行日期，我們並無制定正式的股息政策或固定的股息分派比率。請參閱「財務資料 — 股息」。

概 要

[編纂]開支

[編纂]開支指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]和其他費用。我們將承擔的[編纂]開支估計為約人民幣[編纂]元([編纂]港元)，包括：(i)[編纂]費用人民幣[編纂]元([編纂]港元)；及(ii)非[編纂]相關開支人民幣[編纂]元([編纂]港元)，其進一步分類為：(a)法律顧問及會計師的費用及開支人民幣[編纂]元([編纂]港元)；及(b)其他費用及開支人民幣[編纂]元([編纂]港元)，假設[編纂]未獲行使及按[編纂]每股[編纂][編纂]港元(即[編纂]範圍的中位數)計算，其中約人民幣[編纂]元([編纂]港元)已經或預期將自我們的綜合損益表扣除，以及約人民幣[編纂]元([編纂]港元)預期將於[編纂]完成後從權益中扣除。於往績記錄期，我們產生了人民幣[編纂]元([編纂]港元)的[編纂]開支，所有金額均已自綜合損益表扣除。假設按[編纂]每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)計算及[編纂]未獲行使，[編纂]開支預期將佔[編纂][編纂]總額的約[編纂]%。上述[編纂]開支為最新的實際可行估計，僅供參考，且實際數額可能會與本估計不同。