

---

## 概 要

---

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅屬概要，故未包含對閣下而言可能屬重要的全部資料。此外，任何[編纂]均涉及風險。[編纂]的若干特定風險載於「風險因素」一節。閣下於決定[編纂]前，務請閱讀整份文件。

### 概覽

我們是一家AI營銷科技公司，專注於為全球商業增長提供效果導向的營銷解決方案。憑藉我們的鈦極多模態大模型（「MLLMs」），我們提供端到端營銷解決方案，幫助企業有效觸達、吸引並轉化全球消費者，取得可衡量的商業成果。作為關鍵的AI賦能者，我們正乘勢而上，全力助推中國品牌出海。

於往績記錄期間，我們的營銷解決方案主要通過一系列AI原生、效果驅動的產品來實現。這些產品對關鍵的營銷流程進行重構及自動化，包括市場洞察、內容生成、全球媒體渠道廣告投放與效果優化。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於2025年推出的Navos為全球首批營銷多智能體之一。Navos扮演AI協作助手的角色，協同跨市場及跨渠道的營銷工作流，並通過強大的從提示詞到內容生成的能力，將自然語言指令轉化為契合實際情境、具有高影響力的營銷資產。

鈦極是我們解決方案的技術底座，這是一套專為跨境營銷場景打造的多模態大模型系列。鈦極採用混合專家（「MoE」）模型架構，能夠在複雜的多市場營銷工作流程下實現高效推理和可擴展執行。我們在持續部署中積累的專業領域數據和營銷基準，與我們的模型架構和算法緊密結合，優化決策校準，加速產品迭代週期，並推動性能持續提升。自主開發數據集、算法和智能體工具，確保了我們的解決方案能夠緊跟市場趨勢與客戶要求而持續進化。

我們的業務規模成就了我們的智能優勢。於2025年，我們服務超過10萬家廣告主，截至最後實際可行日期，累計管理超過4億個廣告策略。我們與Meta、Google、TikTok、Snap等全球領先的媒體合作夥伴建立長期合作關係，並擁有覆蓋200多個國家和地區的廣泛媒體平台和達人網絡。這種廣泛的覆蓋持續產生跨媒體渠道、市場和創意形式的信號，直接反哺我們的模型訓練、投放決策邏輯及創意優化，進一步強化我們的AI技術體系並提升解決方案的表現。

## 概 要

下圖展示了我們於往績記錄期間直至最後實際可行日期所取得的成就。



附註：

1. 截至最後實際可行日期，我們已整合鏈接約700萬個全球媒體平台。
2. 截至2025年9月30日，我們已擁有覆蓋200多個國家和地區的廣泛媒體平台和達人網絡。
3. 根據弗若斯特沙利文的資料，2025年，我們推出了Navos，為全球首批營銷多智能體之一。
4. 2026年1月，在SuperCLUE-Mkt榜單中，鈦極問答推理模型 (Tec-Chi-Think-1.0) 綜合能力位列全球第一，並在市場洞察與文字創意生產方面取得SOTA表現。
5. 截至最後實際可行日期，我們累計管理超過4億個廣告策略。
6. 截至2025年9月30日止九個月，與2024年同期相比。
7. 截至2025年9月30日止九個月，我們的淨收入留存率為132.5%。詳情請參閱「業務 — Tec-Do生態系統參與者 — 我們的客戶 — 重要客戶與標準客戶」。

## 我們的解決方案

我們為具備全球擴張願景的企業賦能，提供端到端營銷解決方案，協助企業高效進軍海外市場、落地營銷執行並實現海外市場增長。我們的解決方案覆蓋國際營銷的完整流程，從早期的市場探索和渠道測試，到在多個市場和渠道中實現規模化、可複製的活動推出。

於往績記錄期間，我們的收入主要源自AI營銷解決方案，一小部分來自定制化達人營銷解決方案。

### • AI營銷解決方案

我們的AI營銷解決方案，專為開展高頻出海營銷，且對跨市場及跨渠道營銷一致性、可擴展性及效果有要求的廣告主打造。該解決方案通過一系列AI原生的效果驅動型產品組合交付，主要包括Tec-Ad、Tec-Creative及Navos。

Tec-Ad與Tec-Creative均為廣告主的雲端營銷工具，可將核心營銷任務從人工協調轉移到系統導向流程。Tec-Ad管理廣告投放與全生命週期的優化，涵蓋廣告活動測試、集中化資產與賬戶管理、批量創意部署、跨平台投放控制、表現追蹤、效果分析及迭代優化。相比之下，Tec-Creative則專注於創意製作。它幫助廣告

## 概 要

主生成、適配本地化並迭代圖片和視頻素材，建立與效果反饋聯動的創意循環，不斷根據實時投放表現優化和複用創意。借助模塊與可配置的控制功能，廣告主能夠以高度的透明度和操作可控性來規劃、執行和管理營銷活動。根據客戶需求及運營偏好，Tec-Ad和Tec-Creative既可獨立使用，也可相互結合應用。

Navos是一體化營銷多智能體，涵蓋市場洞察、內容創作、廣告投放與效果優化。廣告主通過單一智能體界面與Navos互動，而非在儀表盤及不相連的工具之間切換。Navos可解讀以自然語言表達的營銷目標，將複雜的任務分解為可執行的步驟，協調跨市場和渠道的投放，並基於效果反饋持續優化與動態調整策略。

### • 定制化達人營銷解決方案

我們亦為標準化的自助式產品無法全覆蓋的營銷活動提供定制化達人營銷解決方案。我們的方案根據客戶目標及活動要求的不同，可覆蓋廣告活動策劃、內容製作、達人資源協調、直播運營、媒體投放及投放後效果複盤等環節。

根據業務目標、目標市場及渠道組合的不同，客戶可單獨挑選一項或多項解決方案，而無需採用固定的服務套餐。有關我們定價及收入模型的進一步詳情請參閱「業務－我們的定價及收入模式」。

下表載列於所示年度／期間我們按業務分部劃分的收入明細。

	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	
	金額	%	金額	%	金額	%	金額	%
	(千美元，百分比除外)				(未經審計)			
AI營銷解決方案.....	66,309	91.1	92,355	90.3	68,812	92.6	115,960	89.5
定制化達人營銷 解決方案.....	6,512	8.9	9,951	9.7	5,464	7.4	13,675	10.5
合計.....	<u>72,821</u>	<u>100.0</u>	<u>102,306</u>	<u>100.0</u>	<u>74,276</u>	<u>100.0</u>	<u>129,635</u>	<u>100.0</u>

詳情請參閱「業務－我們的解決方案」。

## Tec-Do Business

我們提供端到端營銷解決方案，旨在為客戶提供全場景、多發展階段、面向國際市場的增長方案。融合前沿智能技術與全域商業數據，我們賦能企業的營銷能力，覆蓋市場洞察、內容生成、投放執行與效果優化等全流程，滿足不同發展階段企業在全球擴展進程中的多元化需求。

我們圍繞四個相互依存的要素構建商業增長體系：場景定義商業內容，數據提供實證基礎，模型將信號轉化為決策，產品協調統籌營銷活動執行。隨著活動推進，效果數據回流至數據編織，不斷優化模型判斷並提升後續決策。隨著時間推移，我們的實踐積累強化每個要素，形成自我增強的增長飛輪，以更優質的數據優化決策、更精準的決策提升成效、更卓越的成效反哺底層智能。

## 概 要



- 場景。** 場景不斷拓展，我們解決方案所處理的營銷活動在規模、複雜度與頻率上實現全面提升。隨著各類行為數據在不同行業、市場與媒體渠道間不斷累積，每新增一次營銷活動、一種投放形式、一個布局地域，都會貢獻增量數據，進而深化效果基準評估體系、提升廣告執行精準度。我們對廣泛場景的覆蓋，得益於與包括Meta、Google、TikTok及Snap在內的全球領先媒體合作夥伴的長期合作，以及遍佈全球超過200個國家和地區、約700萬家媒體平台與超過1.5億個達人的資源網絡。
- 數據。** 數據是AI營銷科技架構的基石。我們捕捉廣泛的商業訊號，包括廣告執行數據、創意屬性與廣告轉化路徑。截至最後實際可行日期，我們已累計為客戶管理超過4億個廣告策略與超過1,400萬個SPU，構建了龐大且多元的營銷數據基礎。
- 模型。** 鈦極構成我們解決方案的智能引擎。鈦極專為跨境營銷打造，深度融合全球市場動態研究、跨境增長策略與創意智能。其以模塊化架構和人機交互體驗（「HCI」）為設計核心，能夠靈活適配多語言、多模態、多場景的業務需求，精準連接「人群－媒體－創意－預算」，從而提升跨區域、跨渠道的投放效率、商業轉化率與穩定表現。2026年1月，鈦極問答推理模型（Tec-Chi-Think-1.0）在SuperCLUE-Mkt廣告營銷專業大模型測評基準榜單中綜合能力位列全球第一，在市場洞察和文字創意生產等核心維度達到業界最先進（「SOTA」）水平。

---

## 概 要

---

- **產品。**我們的AI營銷解決方案專為拓展海外市場、面臨跨境營銷操作難題的廣告主設計。我們以AI原生、以效果驅動的產品，利用完整的運營框架取代零散的人工工作流程，重組營銷活動的規劃與管理。市場洞察、內容創作、廣告投放與效果優化等關鍵任務活動，均通過我們的產品協調執行，使廣告主在全球媒體環境中獲得更清晰的洞察、更強的決策控制力，並提升營銷支出的回報率。Navos是我們AI營銷解決方案的最新成果。根據弗若斯特沙利文的資料，Navos為全球首批營銷多智能體之一。Navos依托於我們的行業專業知識並由鈦極多模態大模型驅動，其運作方式是使多個專業AI智能體在一個共享的商業情境中協同工作。每個智能體專注於特定功能，例如市場洞察、創意生成或廣告活動優化，共同推動協調一致、以效果為導向的營銷運營。詳情請參閱「業務 – Tec-Do Business」。

### 我們的優勢

我們的優勢包括：(i)領先的AI營銷科技公司，助力全球商業增長；(ii)鈦極模型 – 業界頂尖的以效果及增長為導向的自適應模型；(iii)可歸因商業數據驅動模型持續優化；(iv) Navos – 重塑全球擴張格局的營銷多智能體；(v)可量化可優化的營銷效果閉環，驅動客戶增長與業績複利；(vi)廣泛的全球媒體鏈接與多元化客戶覆蓋；及(vii)擁有深厚AI技術沉澱與全球戰略視野的領導團隊。詳情請參閱「業務 – 我們的優勢」。

### 我們的戰略

我們的戰略包括：(i)持續升級鈦極多模態大模型體系，塑造行業領先的AI技術引擎；(ii)打造高兼容性Navos產品體系，構築全球可持續增長基礎設施；(iii)構建全球客戶結構和媒體網絡；及(iv)構建多元化高成長人才體系。詳情請參閱「業務 – 我們的戰略」。

### 我們生態系統的參與者

#### 我們的客戶

我們服務於多元化的客戶群體，包括電商、遊戲、文娛、本地生活及其他面向全球的行業。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，我們來自五大客戶的合計收入分別為28.9百萬美元、37.5百萬美元及34.2百萬美元，分別佔我們總收入的39.8%、36.7%及26.3%。於往績記錄期間的同年／期間，我們的單一最大客戶產生的收入分別為11.6百萬美元、19.6百萬美元及13.7百萬美元，分別佔我們總收入的16.0%、19.1%及10.6%。

#### 我們的媒體合作夥伴

我們運營一個廣泛的媒體網絡，為我們的解決方案提供媒體資源（如廣告流量）。該媒體網絡涵蓋領先媒體平台、營銷渠道及長尾平台，使我們能獲取跨多個地理區域的豐富的廣告形式、精準定位及流量支持。我們與眾多全球領先的媒體合作夥伴保持著直接的商業合作關係，例如Meta、Google、TikTok及Snap。

---

## 概 要

---

### 我們的供應商

我們的供應商主要包括雲服務提供商、人力資源外包服務商及諮詢服務商。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，我們向五大供應商的合計採購額分別為3.0百萬美元、5.5百萬美元及11.9百萬美元，分別佔我們採購總額的29.8%、29.4%及36.0%。於往績記錄期間的同年／期間，我們向單一最大供應商的採購額分別為1.0百萬美元、2.6百萬美元及5.6百萬美元，分別佔我們採購總額的9.5%、13.9%及16.8%。

詳情請參閱「業務－TEC-DO生態系統參與者」。

### 我們的競爭格局

隨著AI從用於孤立的自動化任務，轉向深度嵌入核心業務營運，AI軟件解決方案市場正快速擴張。在更廣泛的AI軟件解決方案市場中，AI營銷科技已成為可擴展性最強且商業化最成熟的應用領域之一。隨著AI嵌入企業核心工作流程，企業日益依賴AI工具進行內容創作、媒體資源配置與投資回報率分析，以提升生產力並支持可持續增長。根據弗若斯特沙利文的資料，全球AI營銷科技市場規模從2020年的約122億美元，增至2024年約259億美元，2020年至2024年的年複合增長率為20.7%，並預計將於2029年達到約1,182億美元，2024年至2029年的年複合增長率為35.5%。該增長反映了全球企業不斷上升的營銷需求，預計全球營銷總支出將於2029年達到約2.0萬億美元。

根據弗若斯特沙利文的資料，作為AI營銷科技市場的關鍵細分市場，2024年中國出海AI營銷科技市場規模約為11億美元，佔同年中國AI營銷科技市場規模的22.0%。預計到2029年，中國出海AI營銷科技市場規模將達到約64億美元，2024年至2029年的複合年增長率為42.2%。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年收入計算，我們在中國本土出海AI營銷科技提供商中位居榜首。詳情請參閱「行業概覽」。

### 歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的財務資料的財務數據概要，摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。下列所載財務數據概要應與本文件財務報表（包括相關附註）一併閱讀，以保證其完整性。財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

## 概 要

### 綜合損益表概要

下表載列我們於所示年度／期間的綜合損益表概要。

	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	
	美元	%	美元	%	美元	%	美元	%
	(以千計，百分比除外)				(未經審計)			
收入 .....	72,821	100.0	102,306	100.0	74,276	100.0	129,635	100.0
銷售成本 .....	(11,234)	(15.4)	(18,043)	(17.6)	(10,838)	(14.6)	(23,120)	(17.8)
<b>毛利 .....</b>	<b>61,587</b>	<b>84.6</b>	<b>84,263</b>	<b>82.4</b>	<b>63,438</b>	<b>85.4</b>	<b>106,515</b>	<b>82.2</b>
其他收益淨額 .....	3,750	5.1	15,277	14.9	11,180	15.1	8,877	6.8
銷售及營銷開支 .....	(7,001)	(9.6)	(10,518)	(10.3)	(7,927)	(10.7)	(12,899)	(10.0)
行政及其他經營開支 .....	(13,224)	(18.2)	(17,333)	(16.9)	(12,932)	(17.4)	(19,691)	(15.2)
研發開支 .....	(6,882)	(9.5)	(10,795)	(10.6)	(7,002)	(9.4)	(16,650)	(12.8)
貿易及其他應收款項的 減值虧損 .....	(1,340)	(1.8)	(1,235)	(1.2)	(1,314)	(1.8)	(1,250)	(1.0)
<b>經營利潤 .....</b>	<b>36,890</b>	<b>50.6</b>	<b>59,659</b>	<b>58.3</b>	<b>45,443</b>	<b>61.2</b>	<b>64,902</b>	<b>50.1</b>
融資成本 .....	(618)	(0.8)	(2,747)	(2.7)	(2,119)	(2.9)	(1,565)	(1.2)
<b>稅前利潤 .....</b>	<b>36,272</b>	<b>49.8</b>	<b>56,912</b>	<b>55.6</b>	<b>43,324</b>	<b>58.3</b>	<b>63,337</b>	<b>48.9</b>
所得稅開支 .....	(1,927)	(2.6)	(5,913)	(5.8)	(4,030)	(5.4)	(7,658)	(5.9)
<b>年內／期內利潤 .....</b>	<b>34,345</b>	<b>47.2</b>	<b>50,999</b>	<b>49.8</b>	<b>39,294</b>	<b>52.9</b>	<b>55,679</b>	<b>43.0</b>

### 非《國際財務報告準則》計量

我們的綜合財務資料乃根據《國際財務報告準則》編製。為補充我們根據《國際財務報告準則》編製及呈列的綜合業績，我們使用經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》計量）作為額外財務衡量指標，而其並非《國際財務報告準則》所規定者或根據《國際財務報告準則》所呈列者。我們相信，該計量有利於通過消除項目（如若干非現金項目）的潛在影響，比較不同期間及不同公司間的經營業績。使用非《國際財務報告準則》計量作為分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於我們根據《國際財務報告準則》所呈報的經營業績或財務狀況以替代或優於對此進行的分析。此外，非《國際財務報告準則》計量的定義可能與其他公司所使用的類似術語不同，亦可能無法與其他公司所使用的類似名稱的計量相比較。

我們將經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》計量）界定為經以權益結算的股份支付開支調整的年內／期內利潤。下表載列我們於截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月的經調整淨利潤（非《國際財務報告準則》計量）與根據《國際財務報告準則》編製的最相近計量指標的對賬。

	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
	(千美元)			
	(未經審計)			
年內／期內利潤 .....	<b>34,345</b>	<b>50,999</b>	<b>39,294</b>	<b>55,679</b>
以權益結算的股份支付開支 .....	3,331	1,600	1,030	889
<b>經調整淨利潤（非《國際 財務報告準則》計量） .....</b>	<b>37,676</b>	<b>52,599</b>	<b>40,324</b>	<b>56,568</b>

## 概 要

### 綜合財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表的節選資料。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
		(千美元)	(未經審計)
非流動資產總值 .....	4,488	15,512	27,495
流動資產總值 .....	505,094	809,396	1,051,037
流動負債總額 .....	421,785	677,852	875,966
<b>流動資產淨值 .....</b>	<b>83,309</b>	<b>131,544</b>	<b>175,071</b>
總資產減流動負債 .....	87,797	147,056	202,566
非流動負債總額 .....	—	8,189	11,064
<b>資產淨值 .....</b>	<b>87,797</b>	<b>138,867</b>	<b>191,502</b>

### 綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示年度／期間的節選現金流量數據。

	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
		(千美元)	(未經審計)	
經營活動所得現金淨額 .....	95,078	128,700	73,223	74,421
投資活動(所用)／所得現金淨額 .....	(30,365)	26,242	26,388	(23,811)
融資活動所得／(所用)現金淨額 .....	30,012	44,885	47,254	(5,585)
<b>現金及現金等價物增加淨額 .....</b>	<b>94,725</b>	<b>199,827</b>	<b>146,865</b>	<b>45,025</b>
匯率變動的影響 .....	(1,212)	(478)	1,879	150
年初／期初現金及現金等價物 .....	103,382	196,895	196,895	396,244
<b>年末／期末現金及現金等價物 .....</b>	<b>196,895</b>	<b>396,244</b>	<b>345,639</b>	<b>441,419</b>

### 主要財務指標

下表載列於所示年度／期間及截至所示日期我們的節選財務指標。

	截至12月31日／截至該日止年度		截至9月30日／
	2023年	2024年	截至該日 止九個月 2025年
			(未經審計)
收入增長 .....	不適用	40.5%	74.5%
毛利率 .....	84.6%	82.4%	82.2%
淨利率 .....	47.2%	49.8%	43.0%
流動比率 <sup>(1)</sup> .....	1.2	1.2	1.2

附註：

(1) 流動比率基於截至期末的流動資產除以流動負債計算。

## 概 要

### 關鍵營運指標

下表載列我們截至所示日期及於所示年度／期間的主要營運數據，我們認為該等數據有助於了解我們於所示年度／期間的業務表現、營運規模及增長趨勢。詳情請參閱「業務－Tec-Do生態系統參與者－我們的客戶－重要客戶與標準客戶」。

	截至12月31日／ 截至該日止年度		截至9月30日／ 截至該日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
客戶數量.....	2,532	2,908	2,576	5,022
重要客戶數量.....	97	148	130	252
標準客戶數量.....	2,435	2,760	2,446	4,770
每位客戶平均收入 <sup>(1)</sup> (美元).....	32,017	37,613	29,083	32,695
每位重要客戶平均收入 <sup>(1)</sup> (美元).....	605,952	651,380	515,846	529,190
每位標準客戶平均收入 <sup>(1)</sup> (美元).....	9,191	8,667	6,445	6,321
淨收入留存率 <sup>(2)</sup> .....	不適用	107.0%	不適用	132.5%
重要客戶淨收入留存率 <sup>(2)</sup> .....	不適用	101.4%	不適用	108.1%
標準客戶淨收入留存率 <sup>(2)</sup> .....	不適用	121.8%	不適用	223.0%

附註：

- (1) 每位客戶 (或每個客戶子集) 平均收入乃按相關年度／期間的收入除以(i)該年度／期間的客戶數量及(ii)上一年或上一年相應期間的客戶數量的平均值計算得出。
- (2) 淨收入留存率 (或特定客戶子集的淨收入留存率) 按照將已在前一年貢獻收入之客戶當年所產生的收入除以該等客戶前一年所產生的收入計算。

### 風險因素

我們的運營及[編纂]涉及若干風險和不確定因素，這些風險和不確定因素載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂]前，應仔細閱讀該節全部內容。我們面臨的一些主要風險包括：(i)倘我們未能持續開發及創新解決方案以滿足客戶在功能、性能、可靠性、設計及安全性方面不斷變化的需求，我們的業務、經營業績及前景可能受到不利影響；(ii)全球或地區經濟、政治及監管狀況的變化可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響；(iii)對我們解決方案的需求對我們客戶所服務的終端市場的狀況較為敏感，該等市場的不利發展可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大影響；(iv)倘我們未能挽留現有客戶、吸引新客戶或增加我們客戶的營銷預算，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響；(v)我們的業務受數據保護、網絡安全及隱私法律法規所規限，未能遵守該等要求可能對我們的營運及財務表現造成不利影響；(vi)倘我們無法維持與第三方媒體合作夥伴的牢固關係，我們的業務及經營業績可能會受損；(vii)我們可能無法成功執行我們的增長戰略或維持我們的歷史增長率，這可能對我們的業務及經營業績造成不利影響；(viii) AI營銷科技行業受快速技術變革的影響，未能適應新興技術或未能有效分配資源，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；(ix)我們面臨激烈的競爭，可能無法維持我們的市場份額；及(x)在我們的產品及解決方案中採用及使用人工智能的潛在問題可能導致聲譽損害或責任。

## 概 要

### 控股股東

截至最後實際可行日期，本公司直接由(i)李述昊先生持有約22.42%的股權；(ii)廣州愛肆倜悠(其唯一普通合夥人李述昊先生持有約40.14%的股權)持有約19.31%的股權；(iii)廣州欽好奇(其唯一普通合夥人李述昊先生持有約99.99%的股權)持有約2.00%的股權；(iv)廣州欽有趣(其唯一普通合夥人李述昊先生持有約99.99%的股權)持有約2.00%的股權；及(v)廣州欽美麗(其唯一普通合夥人李述昊先生持有約99.99%的股權)持有約1.00%的股權。因此，李述昊先生、廣州愛肆倜悠、廣州欽好奇、廣州欽有趣及廣州欽美麗共同構成本公司控股股東集團。緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，控股股東將有權行使本公司約[編纂]%的投票權，並於[編纂]後仍將為控股股東。有關控股股東的更多詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

### [編纂]前投資者

自成立以來，截至最後實際可行日期，我們已吸引若干[編纂]前投資者並完成四輪融資，以籌集資金用於業務發展。有關[編纂]前投資者身份及背景、籌集金額及[編纂]用途的更多詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構—[編纂]前投資」。

### 股息

於往績記錄期間，我們並無派發股息。未來可能以現金股息或股票股息或現金股息和股票股息相結合的形式進行利潤分配。任何股息宣派及派付以及股息金額將受限於我們的組織章程文件及適用的中國法律，並需於股東大會上獲得股東批准。我們的中國法律顧問認為，根據適用的法律、法規和組織章程細則，經股東於股東大會上批准後，我們可以派付股息。

### [編纂]

[編纂]指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]及其他費用。[編纂]的估計[編纂]總額(基於[編纂]範圍的中位數並假設[編纂]未獲行使)約為[編纂]美元(相當於約[編纂]港元)，約佔[編纂]總額的[編纂]%。估計[編纂]總額包括(i)[編纂]相關開支(包括但不限於佣金及手續費)約[編纂]美元(約[編纂]港元)；及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]美元(約[編纂]港元)，其中包括法律顧問及申報會計師費用及開支約[編纂]美元(約[編纂]港元)以及其他費用及開支約[編纂]美元(約[編纂]港元)。約[編纂]美元(相當於約[編纂]港元)的估計[編纂]直接歸屬於向公眾[編纂]新股，並將於[編纂]完成後作為權益扣減項目列賬。約[編纂]美元(相當於約[編纂]港元)預計將於[編纂]完成前後於損益中扣除。此項計算可根據實際產生或將產生的金額進行調整。上述[編纂]為截至最後實際可行日期的最佳估計，僅供參考。實際金額可能與該估計不同。

## 概 要

### [編纂]統計數據

下表所有統計數據均基於以下假設：(i)[編纂]已完成，且已根據[編纂]新[編纂]股H股；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)於[編纂]完成後，[編纂]的流通股份數目為[編纂]股。

	基於[編纂]每股 H股[編纂]港元 計算	基於[編纂]每股 H股[編纂]港元 計算
H股[編纂] <sup>(1)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元
股份[編纂] <sup>(2)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元
[編纂]經調整每股有形資產淨值 <sup>(3)</sup> . . . . .	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 我們的H股[編纂]乃基於緊隨[編纂]完成後（經計及股份拆細並假設[編纂]未獲行使）預期將[編纂]的[編纂]股H股計算得出。
- (2) 我們的股份[編纂]乃基於緊隨[編纂]完成後（經計及股份拆細並假設[編纂]未獲行使）預期將[編纂]的[編纂]股H股及[編纂]股非上市股份計算得出。
- (3) [編纂]經調整每股綜合[編纂]乃經「附錄二未經審計[編纂]財務資料」所述調整後，並基於[編纂]股股份（該數目乃經計及股份拆細及對[編纂]後將[編纂]的[編纂]股股份作出調整後，基於於2025年9月30日[編纂]的[編纂]股股份計算，但不包括為員工激勵計劃持有的11,461,560股股份）（假設[編纂]已於[編纂]完成）得出，但不計及(i)因行使[編纂]而可能出售及[編纂]的任何股份或(ii)本公司根據本公司的一般授權而可能[編纂]或購回的任何股份。

### 未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]每股[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍每股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數）及假設[編纂]未獲行使，我們估計將自[編纂]收取[編纂]約[編纂]港元（經扣除估計[編纂]及與[編纂]有關的費用及開支）。

我們目前擬將[編纂]用於以下用途：(i)[編纂]的約[編纂]%或[編纂]港元，將在未來5年內用於持續迭代與優化鈦極多模態大模型並深化核心技術能力；(ii)[編纂]的約[編纂]%或[編纂]港元，將在未來5年內用於持續迭代與優化Navos並拓展在不同行業及應用場景中的使用；(iii)[編纂]的約[編纂]%或[編纂]港元，用於尋求符合我們AI戰略的戰略聯盟、投資及併購機會；(iv)[編纂]的約[編纂]%或[編纂]港元，將在未來5年內用於營銷與品牌推廣活動；及(v)[編纂]的約[編纂]%或[編纂]港元，用作營運資金及一般企業用途。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

### 近期發展及無重大不利變動

董事已確認，自2025年9月30日（即本文件「附錄一會計師報告」所載最近期綜合財務報表截止日期）以來直至本文件日期，我們的財務或交易狀況或前景概無重大不利變動。