
業 務

概覽

我們是誰

我們是領先的消費級3D打印產品及服務提供商。我們的產品及服務主要包括：3D打印機、3D打印耗材、3D掃描儀、激光雕刻機、配件及其他，以及通過創想雲(我們專注於3D打印內容的全球線上社區)提供的各類服務。此外，我們於2025年8月推出Nexbie，一個專注於3D創意成品的海外電商平台。

上述全方位的產品及服務使我們在競爭對手中脫穎而出。我們的產品矩陣貫通從數據輸入、成品輸出到交易的3D打印全流程，從而為用戶創作全程提供端到端支持。根據灼識諮詢的資料，我們是全球3D創意產業主要參與者中唯一一家同時提供消費級3D打印、消費級3D掃描、消費級激光雕刻產品及服務的公司。

此外，我們的產品兼具多樣化與差異化，覆蓋從入門級到專業級全系列產品，並按不同級別進一步細分為基礎款、進階款與旗艦款，以契合用戶多樣化需求與不同打印要求。截至2025年12月31日，除3D打印機外，我們亦分別提供超過400個增值配件SKU、超過1,400個3D打印耗材SKU以及超過10個3D掃描儀及激光雕刻機SKU。根據灼識諮詢的資料，我們亦提供最全面的產品類別，以滿足各類用戶場景需求。

我們的全場景3D打印產品與服務矩陣相互賦能。在創意過程中，客戶經常將3D打印與3D掃描及激光雕刻相結合，以獲得更全面的解決方案。我們通過提供一站式購買服務，並促進產品與服務間的持續流量轉化，有效鼓勵用戶複購並增強用戶對我們產品與服務的黏性。此外，客戶購買我們的產品後，將被引導至我們的創想雲及Nexbie平台，此舉不僅能促進用戶參與度，亦能助力產品發現。

2020年被廣泛認為是消費級3D打印行業的「破圈元年」，應用場景從個人創作大幅擴展至家居使用，且市場能見度的顯著提高有效增強了用戶認知度。近年來，3D打印與AI技術的進步進一步推動行業發展，既提升3D打印成品質量，又降低3D建模門檻。2025年至2029年，消費級3D打印機、消費級3D掃描儀及消費級激光雕刻機的市場規模預期將分別增長至88億美元、2億美元及24億美元。

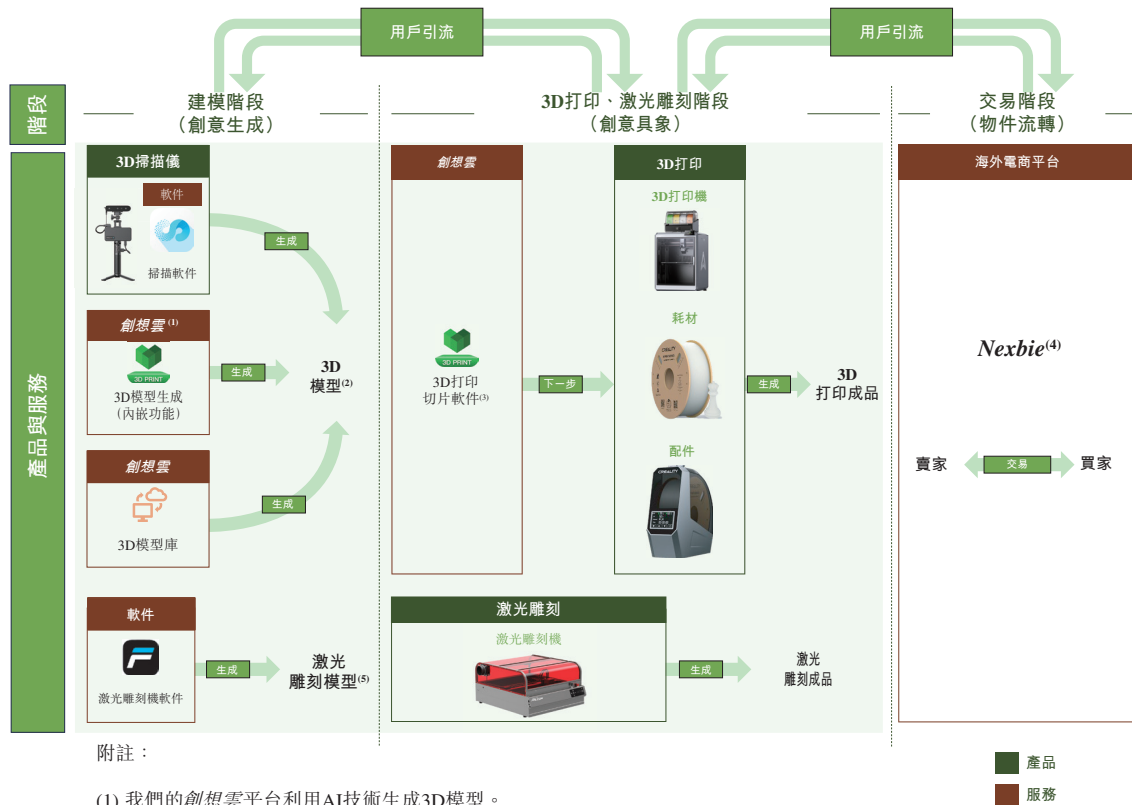
憑藉該市場趨勢，我們累積了龐大的用戶群體。根據灼識諮詢的資料，於2024年，按GMV計，我們的消費級3D打印機及消費級3D掃描儀市場佔有率分別位居全球第二及第一。根據灼識諮詢的資料，於2024年，按GMV計，我們的消費級激光雕刻機市場佔有率位居全球第三。

業 務

我們的商業模式

我們向客戶提供一站式3D打印解決方案，包括(i)3D打印機，(ii)3D打印耗材，(iii)3D掃描儀，(iv)激光雕刻機，(v)配件及其他以及(vi)主要在我們的平台創想雲及Nexbie提供的3D打印產品及服務，涵蓋整個3D打印流程。

下圖顯示整個3D創意階段、我們對應的產品及服務以及參與者：



- (1) 我們的創想雲平台利用AI技術生成3D模型。
- (2) 用戶亦可使用第三方建模軟件生成3D模型。
- (3) 我們的專有3D打印切片軟件可從我們的創想雲平台下載，或通過平台的雲功能直接獲取。
- (4) 我們於2025年8月推出了Nexbie，其目前仍處於早期開發階段。截至最後實際可行日期，Nexbie上的3D打印成品及激光雕刻成品皆由我們銷售。該平台的功能與價值正在不斷發展與拓展中。
- (5) 用戶亦可使用第三方生成式AI或模型庫生成或獲取激光雕刻模型。

為吸引個人及家庭用戶，我們提供從入門級到專業級的多樣化產品和服務。我們的產品及服務赋能生活用品、鞋履、工業零部件、醫療、藝術設計、教育等多領域企業用戶。此外，我們的平台不僅鼓勵用戶出售其3D創意成品，更促進創意與創新的交流，從而加強3D創意價值鏈中所有參與者之間的合作。

業 務

我們通過*Nexbie*及我們的銷售團隊銷售及經銷3D打印成品。我們通過行業展會及客戶拜訪建立合作關係，取得銷售訂單，並完成後續交付。

階段	產品類別	我們的產品及服務
掃描	3D掃描儀	我們提供3D掃描儀以及3D掃描軟件，使得用戶能夠通過掃描三維實體實時採集三維數據，以及獲得「所得即所見」的體驗。在購買我們的產品後，我們提供一個二維碼供客戶掃描，以免費下載掃描軟件。
建模	不適用	我們的 <i>創想雲</i> 利用AI技術生成3D模型。
切片	不適用	我們的專有切片軟件對3D模型進行分析並將其分解為2D切片數據，相關數據可於我們的官方網站免費下載或通過 <i>創想雲</i> 獲取。
打印	3D打印機、3D打印耗材及配件以及其他	我們的3D打印機包括FFF打印機和光固化打印機。我們提供我們的3D打印機對應的製造耗材，包括熱塑性材料及光敏樹脂材料。我們還提供基礎及增值配件，可實現耗材乾燥、耗材送料、耗材回收生成及空氣淨化。
激光雕刻	激光雕刻機	我們提供激光雕刻設備、對應的配件產品，以及激光雕刻軟件服務，方便用戶進行精細切割及細節雕刻。
交易	3D打印產品及服務	我們提供 <i>Nexbie</i> ，一個專注於3D創意成品的海外電商平台。

我們開發了兩個線上平台：*創想雲*和*Nexbie*：

- *創想雲*作為專注3D打印內容的全球線上社區，促進用戶交流與賦能用戶打印，提升3D打印的普及率。

根據灼識諮詢的資料，截至2024年12月31日：按註冊用戶數目及資深設計師（即我們的認證設計師）數目計，我們於*創想雲*上運營著全球最大的3D打印線上社區。與行業同行平台上的模型庫相比，我們存儲於*創想雲*的3D模型庫在數量上亦名列前茅。

- *Nexbie*目前專注於銷售3D打印成品，定位為連接3D創意成品創作者與買家的海外電商平台。我們於2025年8月推出*Nexbie*，該平台仍處於早期開發階段。

業 務

核心產品規格的比較

我們提供全面的產品線，涵蓋入門級機型、面向資深用戶的先進系統，以及專為小型作坊設計的專用解決方案，並配備集群控制功能以實現高效批量生產。此外，我們的大容量機器可滿足雕刻行業的需求，構建尺寸可達一米以上。我們核心3D打印機產品的主要優勢包括：(i)穩定的打印速度，最高可達700 mm/s，加速度可達30,000 mm/s²，(ii)卓越的多功能性及對各種打印材料的兼容性，(iii)AI支持的平台障礙物檢測和實時質量優化。

我們的3D掃描儀利用QuantumX平台，該平台結合多核異構3D重建芯片技術，可顯著提升掃描性能。我們的核心3D掃描儀產品採用主動式多光譜耦合PhotonNexus光引擎，運用先進的散斑圖案投射技術及精準的藍色多線激光投射技術，並實施端到端智能TurboScan3D數據處理算法及自適應3D校準技術。

我們的激光雕刻機採用創新功能設計，將安全性、易用性和性能放在首位。我們核心激光雕刻機產品的主要優勢包括：(i)內置可調節功率光斑及傾斜、火焰與氣體檢測等多重安全警報系統，確保在各類環境中安全運行，(ii)支持輕鬆更換模塊及遠程操作，並提供無與倫比的靈活性及過程控制力，及(iii)配備先進的智能系統，可實現自動對焦及熱漂移控制，在提升雕刻精度及可靠性的同時降低維護需求。

下表載列我們與2024年行業領先參與者在核心產品主要產品技術規格方面的比較。

產品	主要產品技術規格	我們的最高規格	行業領先參與者的範圍
3D打印機	最高打印速度	700 mm/s	300 mm/s-600 mm/s
	打印尺寸	400x400x400 mm	220x220x220 mm至 800x800x1000 mm
	支持的顏色數	16色	單色至16色
	多故障AI檢測	可用	一般不可用
3D掃描儀	最高掃描速度	60 fps	10 fps-60 fps
	最小掃描體積	5x5x5 mm	10x10x10 mm至 15x15x15 mm
	工作距離	160-1000 mm	150-400 mm
激光雕刻機	無線掃描	可用	一般不可用
	激光功率	60W	5.5W至55W
	雕刻面積	400x415 mm	100x100 mm至 500x300 mm
	最大切割能力	亞克力：30 mm 木材：20 mm	亞克力：4.5 mm至20 mm 木材：10 mm至15 mm

業 務

AI賦能

根據灼識諮詢的資料，我們是業內首個將專有AI技術全面融入3D創意過程中的建模、打印及激光雕刻各階段的公司，從而實現智能製造及精細加工，並構建起行業競爭壁壘。例如，我們的AI系統通過使用創想雲上提供的3D模型進行訓練，能夠重建更精確的3D表面，並根據模型特徵和打印機狀態自動調整打印參數。我們還將AI賦能的機器視覺技術集成到設備中，用於監控物料流動，並在打印過程中實現自動實時校準。此外，我們的激光雕刻機配備攝像頭和AI算法，可對雕刻過程進行實時監控、調整和控制。

我們的優勢

全球領先的消費級3D打印產品及服務提供商

我們是全球領先的消費級3D打印產品及服務提供商，致力於為用戶提供高效、智能及用戶友好的消費級3D打印產品與服務，以為其創意製造流程提供支持。憑藉如此廣泛的用戶基礎，我們專注於3D創意產業的可持續發展，按開放協作的業務模式運營。我們的3D打印機、3D掃描儀及激光雕刻機與第三方耗材、配件及軟件兼容，且我們的切片軟件及雕刻軟件可用於第三方3D打印機及激光雕刻機。然而，我們的掃描軟件與第三方掃描儀並不兼容。此外，我們絕大部分3D打印機均配備開源固件。用戶可修改固件以微調打印機效能、新增功能或使其適應特定需求。

我們的領先地位已獲得業界廣泛認可。我們曾獲得國家專精特新「小巨人」、國家知識產權優勢企業、廣東省製造業單項冠軍企業、廣東省科技進步獎、深圳市瞪羚企業、深圳市獨角獸企業等榮譽稱號，並且我們的研發及設計中心已獲得省級工業設計中心，及工程技術研究中心的認證。作為消費級3D打印行業的領導者，我們還參與制定了增材製造的術語、工藝分類和編碼、ABS線材的國家標準。

我們以用戶需求為導向，構建起全面技術體系

得益於3D打印行業的迅速發展及下游需求日益旺盛，我們持續進行研發投入，圍繞FFF和光固化兩大技術路線，我們利用數字化工具收集並分析用戶反饋，在研發過程中以用戶需求為導向，並已開發出覆蓋基礎層和應用層的技术體系，從而構築技

業 務

術壁壘。在FFF技術路線上實現高速高精度打印、多色打印、智能與自動化打印等領域的技術突破；在光固化技術路線上在光源設計與控制等領域方面有所拓展，實現創新的高性能材料應用和AI賦能的自動化與全流程優化。

經過多年投入和積累，我們已成功打造一支技術團隊，研發團隊成員擁有光熱風、機械、控制、電子電氣、軟件、材料、力學等多種行業專業經驗。在「創新研究院、研發部、產品部」的研發體系並以產品項目制為核心的矩陣式管理模式下，我們既能夠把握前沿技術發展動向，為技術發展路徑進行科學規劃，又能準確響應市場需求，實現快速的產品落地。截至2025年12月31日，我們的研發團隊由743名僱員組成，佔員工總人數的比例約為23.7%。此外，我們還與香港城市大學、華南理工大學等知名高校進行「產、學、研」合作，將行業經驗與前沿理論知識相結合，突破關鍵的技術難點，提升我們的技術攻堅能力，實現產品的持續創新。

我們的產品矩陣覆蓋3D創意行業全場景，廣受用戶歡迎

為充分滿足各類型、各領域用戶的個性化、多樣化需求，我們通過多元化的產品矩陣，覆蓋了用戶在3D創意行業全場景內全鏈條的需求，構築了自身業績的多重增長曲線。因此，我們有效增強了用戶黏性，釋放了高增長潛力，並為長期業務擴張奠定了堅實基礎。

經過產品系列的不斷更新迭代，我們的最新產品在最大打印速度、打印尺寸及可支持色彩數量方面處於行業領先地位，亦具備打印平台免調平、耗材管理、多噴頭擠出及校準、AI監測、切片及設備控制系統等智能化功能及軟件，能夠較好滿足使用者的製造需求。根據灼識諮詢的資料，我們的旗艦產品在最大打印速度、打印尺寸及可支持色彩數量方面在同行業保持領先地位。

截至最後實際可行日期，我們的產品在亞馬遜平台美國站點前50款3D打印機品類最暢銷產品(Best Seller)中包攬13款，多款產品也被業內知名媒體CNET、Space、Tom's Hardware、All 3DP、Toms Guide、TechRadar、PCMag等評選為優秀產品。

業 務

我們的銷售網絡遍佈全球，有效觸達廣泛客戶

我們始終堅持全球化的戰略，通過融合網店、經銷商及銷售團隊，構建了全球銷售渠道。

截至2025年12月31日，我們已在全球範圍內建立經銷網絡，擁有2,422家經銷商，覆蓋約140個國家及地區。根據灼識諮詢的資料，按銷售國家及地區計，我們是銷售區域最廣的全球消費級3D打印產品及服務提供商之一。我們的優質渠道合作夥伴具備本地化快速服務客戶的優勢，能夠極大地助力我們深入開拓全球市場，擴大客戶覆蓋面，加快產品的商業化進度並降低銷售與管理成本。此外，我們已建立覆蓋線上及線下渠道的直銷網絡。通過線上自營電商渠道，我們能夠與用戶直接交互，可更及時、準確洞察客戶需求、增加用戶黏性及調整經營戰略；線下大客戶直銷渠道模式下，我們可及時了解企業需求和行業應用發展趨勢。此外，我們已在香港、美國及德國設立海外子公司，以推進本地化運營，同時參加主要國家和地區的頂級行業展會，提升品牌影響力。得益於多元化的銷售渠道及本地化的海外運營策略，我們成功擴大銷售覆蓋範圍，並提升整體運營效率。

我們擁有強大的供應鏈及製造能力，為全球客戶帶來優質產品

我們依託自有的生產基地以及「中國製造」的供應鏈優勢，保證產品的質量及交付速度。我們在武漢、惠州及深圳均設有生產基地，總面積超過26.5萬平方米，實行戰略性物資外包，並採用「以銷定產+安全庫存」的生產模式。我們依靠自有生產設備、技術和工人組織生產，並制定安全生產目標、指標管理制度、安全生產責任制管理制度等管理框架，通過實施全面質量管理體系，建立包含SOP標準操作規程、多個關鍵質量控制點的質量檢驗矩陣，並堅持100%出廠全檢的執行標準，嚴格把控生產質量，保證高效穩定且及時交付，提升產品良品率。

我們已制定供應商管理制度和產品交付質量標準，通過嚴格落實供應商選擇、供應商審核、供應商定期考核及動態管理、供應商分級認證以及戰略供應商深度合作等機制，保證供應商的產品質量及交付速度。我們所在的大灣區擁有豐富的機械加工供應商資源，我們通過詢價、議價、談判，結合供應商的報價、生產規模、交付能力、服務質量等因素最終確定外協供應商，實現「優中選優」的效果。我們採用標準化的供應商入駐與監管流程，以確保供應鏈的高效運行。

業 務

兼具行業專長、技術洞見與商業執行能力的管理團隊

我們的創始團隊兼具卓越的戰略眼光、技術洞見及商業執行能力。我們四位聯合創始人均為3D打印愛好者，深耕3D打印行業十餘年，因對3D打印的共同熱愛而攜手同行。懷著對行業的熱愛與信念，我們的創始團隊攜手合作，為全球個人及企業用戶提供消費級3D打印產品及服務。憑藉技術實力和行業經驗，我們已成為消費級3D打印行業的佼佼者。

我們的業務表現同樣離不開一支穩定且敬業的管理團隊。我們的核心管理團隊擁有多元化背景和全球化視野，在財務、銷售、市場、運營等方面積累豐富經驗，平均工作年限超15年，其中多位管理者擁有全球知名企業的海外市場經驗，該等一道成為我們業務運營和長期成功的重要基石。

我們的戰略

持續加強研發投入，專注提升技術壁壘及研發效率

我們將持續加大對新技術的研發投入，通過研發創新進一步提升核心競爭力。同時，我們通過深化與國內頂尖院校的「產、學、研」合作，致力加速技術突破，提升研發效率，並鞏固我們在全球消費級3D打印行業的領先地位。我們將加強AI相關核心技術的研發投入，例如通用固件、高效切片算法、文生圖以及圖生3D的人工智能模型設計等，以實現視覺技術檢測模型質量、集群打印、全彩打印等新功能。我們將進一步強化研發基礎設施，圍繞多色全彩等消費級3D打印的新技術、新功能進行預研，並持續優化和升級算法以滿足用戶訴求。

不斷豐富產品矩陣、積極優化產品佈局，打造海外電商平台

我們將持續升級改造產品，優化產品矩陣。我們將專注於提升打印速度與精度，豐富產品矩陣，更好滿足不同應用領域用戶的需求。此外，我們將發力UV打印技術領域，並不斷追求無限軸等下一智能階段3D打印技術的開發，搶佔市場先機。同時，我

業 務

們計劃開發Nexbie以連接用戶、創作者及生產者，以柔性供應鏈實現創意落地，並以分潤機制激活全民參與。通過將生成式AI技術整合至我們的產品與平台，我們旨在重塑用戶對3D打印的認知，並不斷擴展我們的用戶群體。

深化全球業務佈局，發力本土化運營

為深化全球業務佈局，除開拓銷售渠道外，我們還計劃進一步加強品牌營銷及推廣，並擴張及升級我們的海外倉儲網絡。這能夠幫助我們提升全球品牌知名度，同時擴張及升級後的倉儲網絡有助於我們應對複雜多變的國際經濟貿易局勢。

我們已經在中國香港、德國、美國等發達國家或地區建立子公司。我們計劃在該等國家或地區持續擴充本土化團隊，進一步加大在技術研發、市場拓展及服務體系建設等方面的投入。近年來，以南美、墨西哥及非洲為代表的新興市場創意製造迅速崛起，大量用戶願意使用3D打印。我們還將聚焦於該等新興市場，進一步完善我們的全球化佈局。

持續吸引和培養全球頂尖人才

我們計劃通過內部培養和外部招聘相結合的方式全方位儲備人才，以維持我們在行業內領先的技術地位。我們將不斷改善人才選拔流程和薪酬機制，確保人才成長路徑暢通無阻，並通過定期培訓、崗位輪換以及職業規劃指導等方式培養和儲備來自各專業領域的頂尖人才。具體而言，我們計劃持續補強我們的研發團隊。未來我們計劃與更多海內外頂尖高校合作，通過產教融合的方式培養3D打印領域的技術人才。

通過投資併購驅動技術升級

我們將積極尋求投資或進行符合我們核心競爭力及戰略目標的戰略併購。我們將對3D創意行業進行徹底分析，以物色可補充或加強我們研發工作的潛在目標。

我們的評選標準將優先考慮在AI技術、打印技術及打印材料等領域具有技術優勢的公司和團隊。於該等領域的投資或收購將進一步(i)提高我們在AI賦能的3D打印方面的能力，及(ii)強化我們的產品線，同時擴大工業應用。目標公司應擁有良好的往績創新記錄以及與我們現有3D打印產品及服務協同整合的潛力。此外，我們尋求有前景的3D創意平台，以提高用戶參與度及推動我們設備、配件及耗材的銷售。截至最後實際可行日期，我們尚未發現任何潛在目標。

業 務

我們的產品及服務

概覽

我們提供(i)3D打印機，(ii)3D打印耗材，(iii)3D掃描儀，(iv)激光雕刻機，(v)配件及其他，及(vi)3D打印成品及服務。

下表載列我們於往績記錄期間按業務線劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(以千元計，百分比除外)					
3D打印機	1,403,796	74.6	1,416,124	61.9	1,784,952	57.1
3D打印耗材	136,203	7.2	261,534	11.4	418,408	13.4
3D掃描儀	41,530	2.2	207,585	9.1	365,701	11.7
激光雕刻機	111,232	5.9	163,423	7.1	225,434	7.2
配件及其他 ⁽¹⁾	188,341	10.0	236,330	10.3	326,261	10.4
3D打印成品及服務 ⁽²⁾	1,760	0.1	3,332	0.2	6,284	0.2
總計	1,882,862	100.0	2,288,328	100.0	3,127,040	100.0

附註：

- (1) 其他主要包括我們於往績記錄期間的生產廢料、報廢的半成品和成品以及廢棄的包裝材料等廢料。
- (2) 包括(a)創想雲的會員訂閱費，(b)通過創想雲進行的3D模型交易所得款項及佣金，及(c)3D打印成品銷售所得款項。

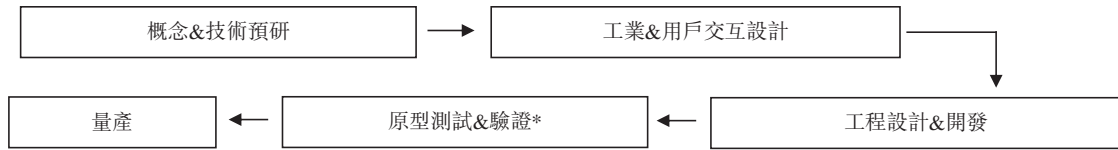
於往績記錄期間，我們所有業務線均實現不同幅度的增長，該等增長主要歸因於優質產品的持續推出、用戶需求不斷增加以及銷售渠道的拓展。於往績記錄期間，我們的絕大部分收入來自3D打印機銷售，相關銷售額穩步增長，這主要歸因於(i)推出新產品，如零售價更高的高端K2系列，(ii)加大現有銷售渠道的促銷力度，及(iii)持續拓展銷售渠道。儘管3D打印機的絕對銷售額仍處於較高水平，但隨著其他分部的擴張，其佔總收入的百分比有所下降，這主要反映出我們致力實現產品組合多樣化。

概不保證我們將能夠持續維持往績記錄期間的同等增速，甚至無法持續增長。有關我們未來表現及產品策略風險的更多詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－若我們未能有效管理增長與擴張，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響」及「－若我們無法滿足不斷變化的市場需求，我們的業務、財務狀況及經營業績將受到重大不利影響」。

業 務

3D打印機

我們的3D打印機均由公司內部獨立設計及開發，其可分為：(i)FFF打印機及(ii)光固化打印機。下圖展示我們3D打印機的設計與開發流程（除原型中使用的若干標準零件由第三方製造商外包生產外，該流程均由我們內部團隊執行）。



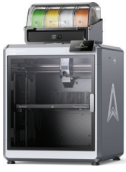
附註：

* 原型圖紙及設計規格由我們獨立開發，而原型中使用的標準零件則由第三方製造商外包生產。

FFF打印機

FFF打印機通過加熱熔化並擠出熱塑性線材，逐層堆疊製造3D物件，其工藝包括線材裝載、擠出成型、逐層構造以及冷卻固化。具體而言，熱塑性線材被送入FFF打印機的擠出機，並經由噴嘴擠出至打印平台上。噴嘴根據切片軟件生成的G代碼移動，按照精確的圖案沉積材料。FFF打印機在先前擠出的一層材料上方擠出下一層材料，直至整個物件構建完成。每一層材料沉積後會迅速冷卻固化，並與其下一層材料粘合，從而構建出複雜的幾何形狀和結構。在標準使用條件下，我們FFF打印機的設計壽命一般為三至五年。

下表載列我們的代表性FFF打印機。

產品展示	規格 ⁽¹⁾	特點
<p>整機系列 – 旗艦系列</p>  <p>價格區間⁽²⁾：499美元至 1,499美元.....</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 最大打印速度：600毫米／秒 • 最大加速度：30,000毫米／秒² • 最大成型體積：350毫米 ×350毫米×350毫米 • 噴嘴流量：32立方毫米／秒 	<ul style="list-style-type: none"> • 大成型尺寸與高效生產，專為大型模型和複雜結構設計 • 打印速度快，機械結構堅固，運行噪音低 • 集成智能自動化功能，包括打印平台免調平、AI輔助校準、振動模式優化、皮帶張緊以及基於AI的碰撞規避 • 兼容多種熱塑性打印線材

附註：


- (1) 規格對應該系列旗艦機型。
- (2) 價格區間為面向用戶的建議售價，僅供一般說明用途。每個產品系列提供兩至三款規格不同的版本，因此產品定價存在差異。

業 務

光固化打印機

光固化打印機採用一種名為光固化的工藝來製造3D物件，該工藝涉及固化裝載光敏樹脂的樹脂床，該樹脂在紫外線照射下會固化。光固化打印機採用紫外線激光或投影儀，將紫外線照射到樹脂表面，使模型各層固化。構建平台會在每層固化後移動，讓新樹脂流入覆蓋，直至整個物件成型完成。之後將固化樹脂從打印平台中取出，通常需進行清洗以去除未固化樹脂，並置於紫外線照射下固化以確保完全硬化等後處理工序。在標準使用條件下，我們光固化打印機的設計壽命一般為三年。

下表載列我們的代表性光固化打印機。

產品展示	規格 ⁽¹⁾	特點
<p>消費級系列 – 消費級中端系列 (專為休閒應用及原型驗證而優化)</p> 	<ul style="list-style-type: none">• 最大打印速度：170毫米／小時• 最大成型體積：212毫米×118毫米×200毫米• 屏幕分辨率：15,120×6,230像素 (16K)	<ul style="list-style-type: none">• 高分辨率單色屏幕及精確運動系統• 用戶友好的特性，具有快速釋放構建板及輕鬆進料的特點• 支持材料加熱、RFID參數識別、料位檢測及智能曝光控制等自動化功能• 支持92個光區智能曝光，提升能源效率及核心部件耐用性

價格區間⁽²⁾：489美元至
629美元

附註：

- (1) 規格對應該系列旗艦機型。
- (2) 價格區間為面向用戶的建議售價，僅供一般說明用途。每個產品系列提供兩至三款規格不同的版本，因此產品定價存在差異。

3D打印耗材

我們3D打印耗材包含應用於FFF打印機的熱塑性打印線材和用於光固化打印機的光敏樹脂耗材。

FFF打印機的熱塑性線材

根據性能和應用場景，我們用於FFF打印機的熱塑性線材分為三個主要產品線：經濟適用系列、超高速系列及功能工程系列。截至2025年12月31日，我們應用於FFF打印機的熱塑性線材SKU數量超過1,100個。

用於光固化打印機的光敏樹脂

針對應用於光固化打印機的光敏樹脂耗材，根據不同使用場景，我們提供(i) Creality系列，面向消費級市場；及(ii) PioNext系列，面向行業及專業用戶。截至2025年12月31日，我們應用於光固化打印機的光敏樹脂SKU數量超過200個。

業 務


3D掃描儀

我們提供用於打印前物體掃描與建模的3D掃描儀以及3D掃描軟件。掃描及建模完成後，用戶可將生成的3D模型導入切片軟件，生成機器可讀指令，隨後將其發送至兼容的3D打印機。客戶購買我們的3D掃描儀後，可免費下載我們的3D掃描軟件。我們的3D掃描軟件專為我們自有的3D掃描儀而設計，供內部操作系統使用，不兼容第三方3D掃描儀，且不作為獨立產品出售。3D掃描儀是集成精密光學及傳感組件的光學儀器，其所採用的底層技術與3D打印機開發所採用技術存在差異。因此，我們向專業供應商採購3D掃描儀，該等供應商依據我們基於市場趨勢與客戶需求所制定的非技術性設計規格及功能要求，對該等產品進行研發與製造。

除應用於3D打印外，3D掃描儀的應用範圍十分廣泛，例如製造、娛樂、建築和文化遺產等。例如，3D掃描儀可用於（其中包括）：(i)在製造過程中檢查零件和組件是否有缺陷，(ii)為遊戲和訓練中的沉浸式體驗創建3D模型，(iii)在產品開發過程中開發現有組件的數字模型，(iv)捕捉歷史文物或物品的形狀和細節，供博物館和研究之用。

我們提供一系列3D掃描儀，涵蓋消費級到專業級，包括*Ferret*、*Otter*及*Raptor*三大系列。我們的3D掃描儀可與50多個軟件兼容（包括我們的自有軟件），幫助用戶將採集到的3D數據生成高精度模型。我們亦於2025年7月推出「*Sermoon*」系列新產品，針對工業製造應用，為深腔掃描而設計。在標準使用條件下，我們3D掃描儀的設計壽命通常為兩至三年。

下表載列我們的代表性3D掃描儀。

產品展示	規格	特點
<p>消費級： Otter系列</p>  <p>價格區間⁽¹⁾：599美元至1,000美元.....</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 分辨率：0.05毫米-2毫米 • 幀頻：30幀／秒 • 掃描尺寸：20毫米-2,000毫米 	<ul style="list-style-type: none"> • 定位服務創客、手工黨，搭載紅外NIR掃描技術，從精密小件到大型結構件，一體化解決方案 • <i>AI立體匹配算法</i>：採用結構光立體匹配算法和先進光學設計，還原紋理 • <i>高精準</i>：8個紅外LED補光燈，標誌點跟蹤更穩 • <i>雙鏡雙攝</i>：兩組雙鏡頭相機

業 務

附註：


- (1) 價格區間為面向用戶的建議售價，僅供一般說明用途。每個產品系列提供兩至三款規格不同的版本，因此產品定價存在差異。

激光雕刻機

我們的激光雕刻機可添加表面細節、執行精確切割與修整以及添加標誌或二維碼等功能性標識。我們提供的激光雕刻機可用於1,500多種材料上，例如木材、金屬、石材、亞克力及3D打印材料。在標準使用條件下，我們激光雕刻機的設計壽命通常為兩至三年。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們從事激光雕刻機銷售業務，但不提供激光雕刻服務。

我們提供圍繞女性用戶、家庭、創客及愛好者的四級產品矩陣，覆蓋商業、家用、移動及極客應用場景。

下表載列我們的代表性激光雕刻機。

產品展示	規格	特點
<p>工作辦公系列： Falcon2 Pro系列</p>  <p>價格區間⁽¹⁾：1,299美元至2,699美元……</p>	<ul style="list-style-type: none">• 功率：藍光 20W/40W/60W• 工作幅面： 400mm × 415mm• 加工速度：416mm/s	<p>我們的Falcon2 Pro系列可實現雕刻速度高達25,000毫米／分鐘全彩雕刻，且能單次穿透30mm的亞克力材料</p> <ul style="list-style-type: none">• 智安雙護：防火金屬殼+急停+空氣輔助系統• 即插即雕：高清攝像頭自動定位

附註：

- (1) 價格區間為面向用戶的建議售價，僅供一般說明用途。每個產品系列提供兩至三款規格不同的版本，因此產品定價存在差異。

配件

我們為3D打印機提供的配套配件主要包括：(i)增值配件，旨在增強我們標準產品的功能及性能，通過定制及升級以滿足特定的應用需求，及(ii)替換配件，用於更換或維護定期磨損的配件。

我們的增值配件業務涵蓋整個3D打印流程。我們不斷推出新款配件，以滿足快速變化的市場需求，提升用戶體驗。截至2025年12月31日，我們提供超過400個增值配件SKU。我們的增值配件通常包括耗材乾燥盒，幫助用戶正確存放和維護線材；以及擠出機，確保線材持續穩定輸送，並兼容不同耗材。我們還計劃推出線材回收機產品，可將多色廢料和廢棄打印件即時轉化為高品質、可重複使用的線材。

業 務

3D打印成品及服務

我們擁有兩個線上平台，即**創想雲**，一個全球線上社區，主要致力於增強用戶3D打印能力；以及**Nexbie**，一個主要滿足不具備3D打印能力的用戶的海外電商平台。我們於2025年8月推出**Nexbie**，該平台目前仍處於早期開發階段。

創想雲

創想雲於2020年3月推出，可通過網頁(www.crealitycloud.com)及移動應用程序訪問，為用戶提供全球統一的服務及內容。**創想雲**目前支持14種主要語言。我們將**創想雲**定位為全球線上社區，不僅因為其用戶遍佈全球不同國家及地區，更因為其已形成一個以服務本土化、內容全球共創及多元地域文化深度融合為特徵的線上社區。

我們的**創想雲**提供以下主要功能：

- **3D模型庫**
 - **模型庫數量**：我們的**創想雲**是3D模型發佈、共享及交易的中心樞紐，可直接用於3D打印。除用戶生成的3D模型外，我們亦向平台上傳自主設計的3D模型庫並精心打造專門的主題模型板塊，以滿足不同用戶群體的多樣化偏好。截至2025年12月31日，我們存儲於**創想雲**的3D模型庫已超過2.7百萬個。
 - **認證建模師**：3D模型創作者可在我們的**創想雲**上申請成為認證建模師，認證後，可推出個人創作者頁面，發佈3D模型、分享打印設置並與粉絲互動。截至2025年12月31日，我們的**創想雲**擁有約84,295名模型創作者，其中1,755名為認證建模師。
 - **3D模型交易**：上傳者（包括我們及第三方創作者）可選擇發佈免費或付費模型，並設置相應價格。對於第三方創作者所上傳的模型，我們的專門團隊會在模型發佈前審核其原創性及定價合理性；熱門或優質設計作品亦有機會入選官方推廣活動。
- **工作台**：
 - **雲切片**：在3D模型進入打印前，必須通過切片處理將其轉換為打印機可讀的指令。切片軟件將數字3D模型分解為單個打印層，並生成3D打印機可解析及執行的路徑軌跡。我們在我們的**創想雲**上直接提供雲切片服務，以供用戶將模型直接免費上傳至雲切片模塊。我們不會單獨銷售我們的切片軟件。我們目前支持多種自主研发的切片軟件，其可將模型轉換為打印機兼容格式，並提供多種導出選項。
 - **遠程打印控制**：**創想雲**可讓用戶遠程監控和管理整個過程，以及跟蹤關鍵指標，如任務狀態、已用時間、噴嘴及打印平台溫度、打印速度以及預估耗材量。

業 務

- **社區互動**

- **功能**：創想雲構建了一個鼓勵用戶交流互動的虛擬社區，用戶可交流設計思路、展示打印成品、分享切片參數設置，以及探討打印技術。我們亦組織主題活動、挑戰賽和模型競賽，進一步提高用戶的參與度。
- **用戶數**：與2024年相比，我們於2025年平均每月新增註冊用戶超過112,500名。截至最後實際可行日期，我們的創想雲在全球吸引了超過5.7百萬名註冊用戶。

除付費3D模型交易外，可免費使用創想雲的大部分核心功能。對於有更高級功能或服務需求的用戶，我們提供可選的會員訂閱服務，支持按月度、季度或年度付費，會員可享受20多項專屬權益，如免費獲取3D模型、更快的模型下載速度、內置切片軟件下載權限、多模型批量切片、優先切片、打印AI檢測、多打印機同步控制、延時攝影等。於2023年、2024年及2025年，我們購買會員計劃的付費訂閱用戶數分別為8.7千名、19.0千名及24.0千名。於2023年、2024年及2025年，我們的會員訂閱收入分別為人民幣1.1百萬元、人民幣2.8百萬元及人民幣4.6百萬元。未訂閱會員但需要額外雲存儲空間的用戶亦可購買獨立的存儲擴容服務。

此外，我們亦將AI技術整合至我們的創想雲平台。例如，我們利用大型語言模型(LLM)從用戶查詢中提取語義特徵向量，使我們的系統能夠根據語義而非關鍵字重疊來匹配檢索結果。我們亦利用能夠同時分析文本及圖像的多模態大型模型為封面圖片提供優化建議，自動識別合適的分類及標籤，並為模型生成推薦描述。我們的AI內容審核工具可以檢測並過濾除有害或不當內容。此外，AI系統會評估模型標題與封面圖片之間的關聯性，判斷圖片是否為現實生活中的照片，並根據分辨率、清晰度及一致性進行質量評分。

於往績記錄期間，創想雲主要通過以下方式為我們貢獻收入：(i)3D模型交易所得款項或佣金；及(ii)會員訂閱費。我們來自創想雲的收入歸至3D打印成品及服務項下。

Nexbie (www.nexbie.com)

我們於2025年8月推出Nexbie，主要為滿足不具備3D打印能力的用戶。Nexbie的定位為一個海外電商平台，可以構建共生共榮的3D創意生態閉環。Nexbie的海外目標市場包括歐洲、北美、南美及亞洲，優先考慮發達國家，並逐步向發展中國家滲透。截至最後實際可行日期，Nexbie所提供的3D打印成品均由我們銷售，且Nexbie產

業 務

生的收入來自產品銷售。目前，我們的平台已在美國進入試運營階段，並將逐步拓展至國際市場]。截至2025年12月31日，Nexbie上提供124個SKU。由於Nexbie目前處於早期發展階段，我們現階段在平台上提供來自第三方供應商的若干標準化產品。隨著Nexbie的不斷發展，其將逐漸演變為一個由第三方用戶創建和交易產品的平台。

關鍵經營數據

下表載列於往績記錄期間我們硬件產品的銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	銷售量 千件	平均售價 人民幣元	銷售量 千件	平均售價 人民幣元	銷售量 千件	平均售價 人民幣元
3D打印機	870.7	1,612.3	720.6	1,965.1	742.4	2,404.4
3D打印耗材	1,753.9	77.7	3,209.0	81.5	5,420.2	77.2
3D掃描儀	24.0	1,731.7	72.1	2,878.8	85.6	4,273.6
激光雕刻機.....	36.5	3,045.4	47.2	3,460.2	74.1	3,042.1

附註：

- (1) 配件及其他未包含於本表格，因為它們由多種不同的產品構成。
- (2) 3D打印成品及服務未包含於本表格，因為相關收入主要由往績記錄期間的以下各項構成：(i)會員訂閱費；(ii)3D模型交易所得款項及佣金；及(iii)3D打印成品銷售所得款項。

於往績記錄期間，我們的硬件產品銷量已實現整體增長，主要是由於優質產品持續推出、終端客戶的需求不斷增加以及銷售渠道拓展。有關更多詳情，請參閱「財務資料－經營業績－收入」。

我們的3D打印機銷量由2023年的870.7千台減少至2024年的720.6千台，主要是因為我們專注於推廣相對高端的產品系列，導致銷量更具針對性且平均售價更高。新手用戶數的日益增長凸顯出市場需求轉向更易於使用的高端產品系列。通過專攻該等產品，我們能夠滿足不斷擴大的用戶群體需求，確保我們的產品符合消費者偏好。

我們正實施下述策略以維持國內外競爭力：

- **加大研發投入：**為建立技術壁壘，我們持續投入研發、改善產品性能及推出緊跟最新技術的新產品，同時確保增強與創想雲的兼容性。例如，我們的K2系列3D打印機已加入人工智能檢測功能，有助於降低用戶的操作門

業 務

檻。此外，我們不斷升級操作軟件，以提升對不同3D打印機型號的兼容性，並逐步由同系列兼容升級為跨系列兼容。

- *可擴展生產及供應鏈本土化*：我們正在通過可擴展的製造技術及精益管理實踐優化我們的生產流程，從而在保持高質量標準的同時降低生產成本。例如，通過對特定製造階段採取差異化的生產策略，我們將每條生產線的平均生產小時數減少約15%。此外，通過與海外經銷商合作，我們可本土化並加強售後服務及運輸。
- *靈活的定價策略*：我們正在實施靈活的定價策略以提升我們的價值主張，利用低端產品吸引更廣泛的受眾，同時專注於高端產品以實現盈利。為滿足不同需求及預算的用戶，我們持續推出多個新產品系列，包括Halot、K1、K2、Hi等3D打印機系列，價格區間約為160美元至1,499美元，從而使我們能夠進一步將我們的產品組合擴展至更低及更高的價格區間。

於往績記錄期間，我們的3D打印機平均售價由2023年的人民幣1.6千元持續增加至2025年的人民幣2.4千元，主要(i)歸因於直銷產生的銷量較高，且其零售價格高於經銷商價格，及(ii)受持續推出售價更高的產品系列所推動。具體而言，我們於2023年推出首款高端旗艦K系列打印機K1 Max，製造商建議零售價為1,099美元，並於2024年進一步推出K2 Plus打印機，製造商建議零售價為1,299美元。

我們的3D打印耗材平均售價由2023年的人民幣77.7元增加至2024年的人民幣81.5元，主要是由於直銷產生的銷量較高，且其零售價格高於經銷商價格。我們的3D打印耗材平均售價由2024年的人民幣81.5元減少至2025年的人民幣77.2元，主要是由於推出售價相對較低的Soleyin新產品系列，以及進一步增加對現有產品組合的促銷活動。

我們的3D掃描儀平均售價由2023年的人民幣1.7千元增加至2024年的人民幣2.9千元，並進一步增加至2025年的人民幣4.3千元，歸因於我們拓展以零售價銷售無經銷折扣產品的自營網店，並提高我們直銷的市場覆蓋範圍及營運效率。這引致直銷產生的收入比例持續上升以及以零售價出售的產品比例相應提高。此外，我們推出製造商建議零售價超過人民幣10,000元的RaptorX及Raptor Pro系列等高端產品，以進一步提升我們3D掃描儀的平均售價。

業 務

我們激光雕刻機的平均售價由2023年的人民幣3.0千元增加至2024年的人民幣3.5千元，歸因於我們拓展以零售價銷售無經銷折扣產品的自營網店，並增加按該等較高零售價銷售的產品的整體比例。我們激光雕刻機的平均售價由2024年的人民幣3.5千元減少至2025年的人民幣3.0千元，主要由於我們應市場需求推出售價相對較低的新型低功耗入門級產品，並對舊產品系列開展促銷活動。

根據灼識諮詢的資料，我們產品的平均售價與市場同行一致。

研究與開發

我們在產品及技術的研發上投入大量資源。於2023年、2024年及2025年，我們的研發開支分別為人民幣96.3百萬元、人民幣148.7百萬元及人民幣221.9百萬元，分別佔我們各期總收入的5.1%、6.5%及7.1%。我們的研發團隊由具有行業專業知識的專業人才組成。截至2025年12月31日，我們的研發團隊由743名專業人才組成。

我們的核心技術

我們已經建立強大的內部研發能力，並擁有豐富的自研技術。我們的技術架構橫跨多個基礎領域，包括機械設計、電子及電氣系統、運動控制算法、切片軟件及固件。

AI動態流量校準技術。我們在噴嘴內部安裝高靈敏度感測器，即時監測噴嘴內的壓力變化，能在毫秒內偵測到材料流量的細微波動，並將此數據即時傳輸至AI算法層級。我們的AI算法隨即自動調整實現精確擠出流量所需的補償參數，並將調整數據傳送至控制系統，由控制系統相應地調整擠出流量。

AI賦能的高精度自動化平台調平技術。我們憑藉堅固的硬體設計、高速數據測量以及AI賦能的自動調節機制，確保平台保持完美水平。我們在打印頭內部安裝高精度壓力感測器，每秒可收集高達1,000次的平台高度數據。該等數據將由我們的AI算法進行處理與建構，以生成精確的平台3D表面圖，並自動計算針對任何不平整處所需的補償調整。控制系統隨即依據調整數據自動完成平台水平校正。

業 務

AI激光雕刻技術。我們將AI技術整合至激光雕刻產品的路徑規劃、參數設定、材料識別及批量處理中，無需重複人工調整，即可實現自動化且最佳化的雕刻流程。例如，用於金屬彩雕的目標圖像將由我們的AI深度學習模型自動分析，將所需色彩轉換為適當的激光參數設定。我們的AI模型亦能對相同規格的工件進行自動填充與雕刻規劃，支持連續且標準化的批量雕刻。此外，我們的內建視覺系統與AI識別演算法可自動識別正在處理的材料，以選取匹配的雕刻參數。

高速高精度打印技術。我們已開發出高速運動平台，其將自行設計的機械結構與先進的FOC伺服電機技術相結合，實現精確平穩的電機控制。因此，我們打印機的運行速度最高可比傳統FFF打印機快10倍。我們的集成閉環控制系統於打印過程中實時監控及校正運動，減少因共振導致的誤差，即使在高速運行時仍可維持±0.1毫米的穩定尺寸精度。該控制系統同時管理溫度、壓力、速度、位置及材料流動五大關鍵打印因素，以實現不同類型材料的穩定、高速打印。

智能耗材管理技術。我們的打印機採用CFS系統，可自動切換多達16種顏色，無需手動調整，且支持多種材料的打印。

高溫擠出和恆溫腔體技術。我們採用最高溫度可達350°C的噴嘴，使高熔點的高性能物料得以順利熔化流動，並減低堵塞風險。此外，我們的打印機配備最高可加熱至60°C的恆溫腔體，以保持穩定溫和的打印環境，提升打印層之間的結合力，最大限度地減少因溫度變化導致的翹曲變形。

研發流程

我們的研發流程包含六個關鍵環節，即：(i)概念、(ii)規劃、(iii)開發、(iv)驗證、(v)量產及(vi)生命週期管理。我們的研發流程由SOP、技術模板及內部指引提供支持。高級管理層及技術領導團隊會在關鍵節點，對交付成果進行監督、評審與審批。為確保研發與其他職能部門的高效協同，我們建立了跨部門協作機制，涵蓋產品、市場、生產、質量保障及供應鏈團隊。

業 務

原材料採購

於往績記錄期間，我們原材料主要包括：電子電氣元件、電機元件、屏幕、結構件、機械零件、光學器件、生物基可生物降解材料及其他相關材料，其中絕大部分均採購自中國。

我們通常委聘信譽良好的供應商，以確保產品質量，且在選擇相關供應商時會綜合考慮一系列因素，主要包括技術專業知識、產品質量、響應速度及交付速度。我們亦會對供應商進行定期審核，以評估其在交付質量、及時性、成本控制和服務領域的表現。此外，我們亦實施措施以持續監控最終產品的品質。詳情請參閱「質量控制」。

我們的採購團隊主要負責根據銷售及營銷團隊提供的預期銷售預測和主生產計劃制定採購計劃，採購人員據此與供應商協調下單。之後，交付的材料需經過我們的質量檢驗，方可驗收、加工和儲存。

我們通常與原材料供應商訂立框架協議，當中載列採購的一般條款及條件。

- **續約及終止。**我們通常與供應商簽訂期限為一至兩年的固定期限框架協議。該等框架協議通常在期滿後自動續期，除非在某些約定情形下終止。
- **產品規格。**我們通常在發送給供應商的採購訂單中列明數量、價格、規格、交付時間和其他詳細合約條款。
- **定價及付款。**我們通常根據採購訂單中訂明的雙方協定價格支付款項。我們一般獲授予30至120天的付款賬期，儘管部分供應商可能要求在產品交付前預付款項。
- **交付和物流。**我們的供應商通常負責將產品交付至我們在採購訂單中指定的地點。
- **驗收和退貨。**產品驗收應於交付後在指定期限內進行。我們有權退回未能符合約定質量標準的有缺陷材料，而供應商須提供補救措施，包括退貨及／或換貨。
- **風險轉移。**在我們驗收已收到的產品後，風險轉移至我們。

我們的原材料價格受多種因素影響而波動，包括供需波動、我們與供應商協商價格的能力及其他因素。我們通常與多個供應商合作，以降低產品供應相關的風險。於往績記錄期間，我們並未經歷任何原材料供應的重大短缺，而我們的供應商所提供的原材料亦無任何重大質量問題。

業 務

生產

於往績記錄期間，我們的3D打印機、激光雕刻機、配件，以及大部分3D打印耗材由自己生產。由於生產效率、勞動力和空間限制以及整體經濟可行性等因素，我們將部分結構或電子組件的加工外包給可信賴的供應商。我們向供應商提供原材料和技術設計，供應商據此完成所需加工。為確保穩定及安全生產，我們建立一系列內部管理制度，包括安全生產目標、目標管理制度及安全生產責任制。

我們的生產流程

我們的生產流程包括六個主要階段：物料準備與領料、部件組裝、總裝、測試與校準、質量檢驗與包裝以及倉儲。

在第一階段，將原材料及部件存儲於倉庫中，並通過數字庫存系統進行管理，該系統可監控庫存水平並支持實時調配。收到生產訂單後，將根據物料清單進行領料，並送至指定生產線。第二階段涉及在專用工作站進行機械框架、平台基座單元、沿X、Y、Z軸（分別控制前後、左右、上下方向）的運動系統以及電線束等核心模塊的組裝工作。子組件模塊隨後於第三階段整合為完整設備，該階段重點進行打印機系統的校準、緊固及線纜佈設，為設備的功能測試做準備。在第四階段，每台設備均需通過工廠模式檢查，以驗證系統啟動及界面響應情況。隨後進行性能校準與實際打印測試，以確認機械精度、擠出一致性及打印質量。成品設備在第五階段需進一步經過外觀檢查、安全檢查及功能復檢，合格產品將按照標準運輸規範，與配件及用戶手冊一同包裝。包裝完成後，成品在最後階段進行貼標並轉移至成品倉庫，根據訂單發貨安排等待配送。

於往績記錄期間，我們將若干非核心生產工序外包予承包商，以在我們的製造過程中實現最佳成本效益。外包生產工序主要包括PCBA電路板、佈線及型材等零部件加工。該等工序不屬於關鍵工序或關鍵技術。於往績記錄期間，我們於2023年、2024年及2025年向承包商支付的外包費用分別為人民幣37.1百萬元、人民幣38.6百萬元及人民幣49.4百萬元，分別佔我們同期總收入的2.0%、1.7%及1.6%。

業 務

生產設備

我們自國內知名供應商採購生產設備，以整合先進生產技術。截至最後實際可行日期，我們的主要設備包括軸承壓合機及惰輪支架組裝設備，該等設備在我們產品的不同生產環節中使用。

運營中的生產基地

截至最後實際可行日期，我們主要運營三個生產基地。下表載列我們生產基地的詳情：

生產基地	自有／租賃	位置	總建築面積	主要產品及功能
惠州生產基地 ⁽¹⁾ ...	自有	中國廣東省惠州市	180,000 m ²	主要負責3D打印機、激光雕刻機及配件的生產。
武漢生產基地...	自有	中國湖北省武漢市	87,000 m ²	主要負責3D打印機及3D打印耗材的生產。
深圳生產基地...	租賃	中國廣東省深圳市	7,200 m ²	主要負責3D打印機的生產 ⁽²⁾

附註：

- (1) 我們的惠州生產基地於2024年7月投產。
- (2) 在我們的惠州生產基地於2024年7月投產之前，我們在深圳生產基地製造激光雕刻機。

以下載列各生產基地於所示期間的產能、產量及利用率：

	截至12月31日止年度								
	2023年			2024年			2025年		
	產能 ⁽¹⁾	產量 ⁽²⁾	利用率 ⁽³⁾	產能 ⁽¹⁾	產量 ⁽²⁾	利用率 ⁽³⁾	產能 ⁽¹⁾	產量 ⁽²⁾	利用率 ⁽³⁾
(台)	(台)	(%)	(台)	(台)	(%)	(台)	(台)	(%)	
惠州生產基地 ⁽⁴⁾	-	-	-	257,400	174,706	67.9	526,500	467,515	88.8
武漢生產基地	660,000	600,600	91.0	412,500	305,400	74.0	450,000	403,946	89.8
深圳生產基地	468,000	427,646	91.4	234,000	222,078	94.9	141,000	121,915	86.5

附註：

- (1) 每個期間的產能乃根據以下假設計算：(i)每年300個運行日及(ii)每天10個運行小時。
- (2) 產量指相關期間內產品的實際產量。
- (3) 年內利用率乃透過產量除以同期產能計算。
- (4) 我們的惠州生產基地於2024年7月投產。

業 務

於2025年，深圳生產基地的產能及利用率大幅下降，主要是由於惠州生產基地於2024年7月投產後，產能逐漸轉移至惠州生產基地。展望未來，我們租賃的深圳生產基地將僅保留若干產能，以生產我們的光固化3D打印機以及生產用於研發及測試的樣品。

第三方製造商

於往績記錄期間，我們向第三方製造商採購3D掃描儀及若干3D打印耗材。在以我們的品牌銷售該等產品前，我們會進行質量檢驗。截至最後實際可行日期，我們與第三方製造商作為共同被告捲入一宗知識產權侵權訴訟，該訴訟與我們兩款由該製造商開發及製造的3D掃描儀有關。詳情請參閱「—法律訴訟及合規」。

我們通常與第三方製造商訂立框架協議，當中載列一般採購條款及條件。

- **續約及終止。**我們通常與第三方製造商訂立固定期限的框架協議，期限介乎一年至兩年。框架採購協議通常於協定期限屆滿時終止，亦可根據特定條件提前終止。
- **定價與付款。**框架協議通常會訂明指定產品型號的固定單價。我們每月與第三方製造商進行賬目核對。
- **交付與物流。**我們的第三方製造商通常負責將產品交付至我們指定的地點。
- **驗收與退貨。**產品驗收應於交付後在指定期限內進行。我們有權退回未能符合協定品質標準的有缺陷產品，而我們的第三方製造商應提供補救措施，包括退貨及／或換貨。
- **風險轉移。**在我們驗收已收到的產品後，風險轉移至我們。
- **保密。**我們通常在協議中加入保密條款，而保密義務可能在協議期滿後仍然有效。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇成品供應嚴重短缺，或任何其他實質性違反與成品供應商簽訂的協議的情況。

我們的供應商

於往績記錄期間，我們主要聘用提供原材料、若干3D打印耗材及設備以及若干外包服務（包括倉儲服務及物流服務）的供應商。我們對採購來源的選擇有嚴格的標準，以保障產品品質。於往績記錄期間各年度，我們向前五大供應商的採購額佔各年度總採購額的比例均低於30%。於往績記錄期間，我們未與供應商發生任何重大糾紛。

業 務

下表載列於往績記錄期間的各期間我們前五大供應商的詳情。

排名	供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔總 採購額的 百分比	提供的 產品／服務類型	信貸期	業務關係 開始年份
截至2023年12月31日止年度						
1	供應商A ⁽¹⁾	131,609	8.2%	第三方電商	14天	2022年
2	供應商B ⁽²⁾	63,201	3.9%	電機元件	60天	2019年之前
3	供應商C ⁽³⁾	44,413	2.8%	廣告	30天	2021年
4	供應商D ⁽⁴⁾	39,445	2.5%	電子元件及設備	30天	2020年
5	供應商E ⁽⁵⁾	39,237	2.4%	耗材	30天	2019年之前

附註：

- (1) 一家位於美國的跨國科技公司，主要從事電商、雲計算、在線廣告、數字流媒體及人工智能業務。
- (2) 一家位於中國的運動控制科技公司，主要從事電機、電機驅動系統及運動控制系統的研發、製造及銷售。
- (3) 一家位於中國的數字廣告公司，主要從事提供搜索、展示、視頻及購物服務。
- (4) 一家位於中國的電源科技公司，主要從事LED顯示屏、照明及工業控制應用領域開關電源的研發與製造。
- (5) 一家位於中國的塑料機械公司，主要從事塑料機械與3D打印設備的研發、生產及銷售。

排名	供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔總 採購額的 百分比	提供的 產品／服務類型	信貸期	業務關係 開始年份
截至2024年12月31日止年度						
1	供應商F ⁽¹⁾	163,604	9.0%	光學器件	15天	2023年
2	供應商A	151,637	8.3%	第三方電商	14天	2022年
3	供應商E	61,350	3.4%	耗材	30天	2019年之前
4	供應商C	58,640	3.2%	廣告	30天	2021年
5	供應商G ⁽²⁾	37,981	2.1%	光學器件	30天	2022年

附註：

- (1) 一家位於中國的科技公司，主要從事3D視覺感知產品的設計、研發、製造及銷售。
- (2) 一家位於中國的光子科技公司，主要從事激光模組、激光器及相關機電設備的研發及生產。

排名	供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔總 採購額的 百分比	提供的 產品／服務類型	信貸期	業務關係 開始年份
截至2025年12月31日止年度						
1	供應商F	304,860	11.4%	光學器件	30天	2023年
2	供應商A	234,497	8.8%	第三方電商	14天	2022年

業 務

排名	供應商	採購金額 (人民幣千元)	佔總 採購額的 百分比	提供的 產品／服務類型	信貸期	業務關係 開始年份
3	供應商E	115,693	4.3%	耗材	30天	2019年之前
4	供應商C	96,140	3.6%	廣告	30天	2021年
5	供應商H ⁽¹⁾	49,016	1.8%	結構零件	60天	2020年

附註：

(1) 一家位於中國的製造公司，主要從事塑料產品的製造及銷售。

銷售與營銷

我們的銷售網絡

我們的銷售模式融合了直銷與經銷。通過直銷，我們可直接與用戶建立聯繫，打造個性化體驗。另一方面，我們與經銷商合作，經銷商將我們的產品轉售予用戶。截至2025年12月31日，我們已構建起覆蓋線上線下渠道的全面銷售網絡，觸達全球約140個國家和地區。下表載列於所示期間我們按客戶的地理位置劃分的收入明細（按絕對金額及佔總收入百分比列示）。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(以千元計，百分比除外)					
北美	560,606	29.8	615,113	26.9	1,007,239	32.2
歐洲	439,986	23.4	552,995	24.2	784,617	25.1
中國(包括香港、澳門 及台灣) ⁽¹⁾	580,474	30.8	666,517	29.1	808,470	25.9
亞洲(不包括中國)..	106,553	5.7	167,780	7.3	196,906	6.3
南美	125,664	6.7	159,917	7.0	201,912	6.5
大洋洲	50,529	2.7	90,031	3.9	81,424	2.6
非洲	19,050	0.9	35,975	1.6	46,472	1.5
總計	<u>1,882,862</u>	100.0	<u>2,288,328</u>	100.0	<u>3,127,040</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 於往績記錄期間，我們自中國(包括香港、澳門及台灣)產生的收入絕大部分來自跨境電子商務貿易商，彼等向海外客戶出售我們的產品。

業 務

下表載列於所示期間我們按銷售渠道劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
			<i>(以千元計，百分比除外)</i>			
線上銷售.....	671,456	35.7	936,553	40.9	1,517,870	48.5
線下銷售.....	1,211,406	64.3	1,351,775	59.1	1,609,170	51.5
總計	1,882,862	100.0	2,288,328	100.0	3,127,040	100.0

於往績記錄期間，基於以下考慮因素，我們已拓展線上銷售：(i)線上渠道可豐富我們的銷售渠道，以支持可持續增長，(ii)會員體系及品牌社區可增強客戶忠誠度及品牌認知度，使我們能夠將一次性買家轉化為長期品牌用戶，及(iii)線上直銷使我們能夠更好把握客戶需求，並有助於產品優化及戰略調整。

我們的線上銷售

於往績記錄期間，我們線上銷售的絕大部分收入來自通過自營網店（包括在天貓及京東等電商平台上經營的國內網店，以及在不同國家直接面向客戶的海外網店（「DTC網店」）或在亞馬遜及eBay等電商平台上經營的海外網店）面向個人用戶和企業用戶的直銷。我們通過eBay等若干平台在同一國家內經營多個店鋪，且我們已遵守所有相關平台特定條款及條件。

下表載列於所示期間按DTC網店及電商平台自營網店劃分的收入明細（以絕對金額及佔線上渠道所得總收入的百分比列示）。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
			<i>(以千元計，百分比除外)</i>			
DTC網店	370,499	55.2	459,650	49.1	630,049	41.5
電商平台自營網店	300,957	44.8	476,903	50.9	887,821	58.5
亞馬遜.....	241,938	36.0	345,422	36.9	583,845	38.5
eBay	3,801	0.6	52,636	5.6	114,351	7.5
天貓	30,958	4.6	35,339	3.8	58,318	3.8
其他 ⁽¹⁾	24,260	3.6	43,506	4.6	131,307	8.7
總計	671,456	100.0	936,553	100.0	1,517,870	100.0

附註：

(1) 其他主要包括京東、Temu、TikTok、拼多多及抖音。

業 務

於往績記錄期間，我們DTC網店及電商平台自營網店的收入整體呈上升趨勢，與我們的業務擴張及整體收入增長一致。我們通過把握主要海外市場的客戶需求，持續拓展線上銷售網絡、優化門店選址及產品組合，從而拓寬銷售觸點，穩步提升市場滲透率。

於往績記錄期間，我們來自海外網店的收入均呈明顯上升趨勢，主要歸因於我們為拓展海外市場所付出的巨大努力。我們網店的數量自截至2023年12月31日的50家增加至截至2025年12月31日的81家，該增加歸功於我們積極開設DTC網店且與更多電商平台合作，以及在不同國家的該等平台上新開更多商店。因此，於往績記錄期間，我們國內網店的收入佔比有所下降，但絕對收入仍有所增加，我們國內網店的數量由截至2023年12月31日的14家微幅增加至截至2025年12月31日的17家。

下表載列於往績記錄期間我們的網店數量。

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
國內	14	16	17
電商平台自營網店 ⁽¹⁾	14	16	17
海外	36	57	64
DTC網店	8	16	19
電商平台自營網店 ⁽²⁾	28	41	45
總計	<u>50</u>	<u>73</u>	<u>81</u>

附註：

- (1) 主要包括天貓及京東。
(2) 主要包括亞馬遜及eBay。

我們向第三方線上平台支付佣金以經營我們的網店（佣金通常因產品類別而異）。以下概述支付予主要電商平台的佣金及相應的佣金費率。

- DTC網店：由於我們使用第三方後端系統進行DTC銷售，我們產生(i)每月固定訂閱費及(ii)基於銷售額計算的佣金費用，費率為0.2%。
- 亞馬遜：亞馬遜平台上銷售的每件商品的佣金費率一般介乎12%至15%。
- eBay：eBay的佣金費率基於交易金額釐定，介乎7%至11%。
- 其他：我們的其他主要電商平台一般根據訂單價值收取佣金，佣金費率介乎2%至11%。

業 務

我們於亞馬遜的銷售

於往績記錄期間，我們最大的第三方電商平台亞馬遜於2023年、2024年及2025年產生的服務費分別為人民幣131.6百萬元、人民幣151.6百萬元及人民幣234.5百萬元。下表載列於所示期間我們支付予亞馬遜的服務費明細（按服務類型劃分，並以絕對金額及佔支付予亞馬遜總服務費的百分比列示）。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
佣金	34,826	26.5	42,364	27.9	73,521	31.4
推廣費用.....	53,231	40.4	49,102	32.4	67,218	28.6
運輸及倉儲費用....	43,497	33.1	60,165	39.7	93,748	40.0
其他	55	0.0	6	0.0	10	0.0
總計	131,609	100.0	151,637	100.0	234,497	100.0

亞馬遜提供的主要服務及其相應的收費標準詳情如下：

- **推廣費用及佣金**：主要包括(i)廣告費用及(ii)在其平台每售出一件商品所支付的佣金。
- **運輸及倉儲費用**：主要包括(i)按件支付的運費（視乎商品類別、尺寸及重量而異），及(ii)按庫存空間支付的每月庫存倉儲費。倘商品存儲超過181天，我們亦需支付基於存儲天數的陳舊庫存附加費，或根據商品尺寸及重量支付亞馬遜物流（「亞馬遜物流」）移除費。
- **其他**：主要包括我們就批量商品上架、程式化數據訪問、自動定價、高級業務報告、定制化運費以及商品詳情頁頂部展示資格支付的單一固定每月訂閱費。

於往績記錄期間，我們與亞馬遜訂立的標準合作協議中的主要條款載列如下：

- **訂約方**：我們與亞馬遜的不同實體簽訂合約，以在不同司法權區進行銷售；
- **終止**：亞馬遜可(i)以任何理由提前30天通知我們終止或暫停協議或任何服務；或(ii)在我們未能於七日內糾正重大違約行為的情況下，立即終止或暫停協議或任何服務。我們可隨時按協議中規定的任何方式以任何理由終止或暫停協議或任何服務；
- **期限及續期**：協議持續有效，直至終止為止；
- **物流安排**：我們可選擇使用第三方服務供應商或我們內部的解決方案；

業 務

- **風險轉移**：我們保留產品的所有權，並通常在產品交付予客戶之前承擔損壞或丟失的風險，除非產品通過亞馬遜物流交付，在此情況下，若因亞馬遜在其倉儲設施或交付予客戶的運輸過程中處理不當而導致產品丟失或損壞，亞馬遜將承擔責任；
- **信貸期**：第三方電商平台一般每14天與我們結算未付餘額；
- **佣金**：我們支付的佣金乃按總銷售額的百分比計算，主要用於獲取在該市場平台上開展銷售活動的權利；
- **退貨政策**：根據第三方電商平台的政策，我們的客戶通常可選擇退貨；
- **銷售方式**：我們在第三方電商平台上發佈產品，並由該平台負責產品推銷。第三方電商平台會向我們提供客戶的每筆訂單信息，我們將據此備貨並直接向客戶發貨。

我們的線下銷售

於往績記錄期間，我們的線下銷售主要包括對經銷商的銷售，且我們線下銷售渠道產生的絕大部分收入來自此類銷售。於往績記錄期間各年度，我們線下銷售渠道產生的收入中不足5%來自向汽車、鞋類、教育機構及醫療診所等各行業的製造企業客戶直接銷售3D打印機及3D打印產品。

我們已構建起經銷網絡，該網絡覆蓋專門銷售消費電子產品的零售商、家居用品零售商、小型電子產品商店及電商貿易商。根據灼識諮詢的資料，我們委聘經銷商的舉措符合行業規範。我們選擇具備相關行業經驗、成熟銷售能力及良好財務狀況的實力雄厚的本地企業作為經銷合作夥伴。

我們按不同管控措施將經銷商分為A類及B類。具體而言，我們與A類經銷商簽訂經銷協議，並載列相關機制，包括每月／每年最低採購承諾、本地市場及競爭對手資料季度更新、每月進銷存（「PSI」）報告提交、我們提供的定價激勵及促銷活動支持。相較之下，我們僅與B類經銷商簽訂附帶每月／每年最低採購承諾的銷售合同。

鑒於B類經銷商數量眾多且彼等對整體收入的貢獻相對較小，我們對彼等的管理控制程度較低且提供的支持有限。於往績記錄期間各年度，我們來自A類經銷商的收入佔經銷渠道整體收入的80%以上。

業 務

經銷商與我們之間的關係為買賣關係，經銷商採購我們的產品，然後通過其自有的線上或線下渠道將產品轉售予用戶。根據適用的國際貿易術語及運輸安排，我們的收入確認時點有所不同。經銷商產生的歷史銷售額通常具有持續性，除非我們終止與某些經銷商的業務關係，主要由於(i)我們因經銷商未能達到我們的評估標準（評估標準計及彼等的銷售業績、聲譽和與我們的一般合作關係）或違反我們的合約安排而終止與該等經銷商的合作，及(ii)因個人原因導致其業務範圍或重點發生變化而不再符合我們的戰略目標。更多詳情請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們經銷商的銷售額出現下降，或我們失去任何經銷商，均會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響」。我們的經銷商僅在獲得我們的批准後方可委聘次級經銷商。一般而言，我們不會與該等次級經銷商訂立合約，因此無法控制該等次級經銷商的銷售活動。於往績記錄期間，我們並無任何次級經銷商。

除本節就我們以其中一家經銷商的前控股股東的身份另行披露外，據我們所深知，我們的各經銷商及／或其各自的聯繫人（一方面）與我們及我們的子公司、股東、董事或高級管理層或我們各自的任何聯繫人（另一方面）之間不存在任何其他過往或現時關係或交易（包括但不限於僱傭、親屬、信託、融資、股權或其他）。

A類經銷商

下表載列所示期間A類經銷商數量的變化情況。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
年初A類經銷商	187	236	358
新增A類經銷商	49	124	114
終止的現有A類經銷商	—	2	13
年末A類經銷商	<u>236</u>	<u>358</u>	<u>459</u>

於往績記錄期間，我們的A類經銷商數量穩步增加，該增加乃主要由於我們業務規模、地域覆蓋範圍及品牌影響力擴大。2024年新增A類經銷商數量顯著增長，主要由於我們加強了經銷網絡的拓展力度，並憑藉2024年推出的首款旗艦級多色打印機系列的吸引力。

我們於2024年及2025年分別主動終止與2家及13家A類經銷商的業務關係，主要是因為該等A類經銷商的計劃與本公司的策略目標不相符，例如其業務轉型、內部戰略調整或其管理及運營重點的變化。倘經銷商的銷售渠道擴展到我們有意限制我們的產品供應以防止蠶食的地區，我們與有關經銷商的合作亦可能終止。於往績記錄期

業 務

間，我們與A類經銷商並無遇到任何該等情況，我們亦無以此為由終止與任何A類經銷商的合作。此外，經銷商亦可能因未能達到最低銷售承諾或其整體資格不再符合我們的合作標準而被終止合作。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與該等已終止合作的A類經銷商概無重大未解決的糾紛或訴訟。對於已終止合作的A類經銷商，根據經銷協議約定，我們將不會接受其剩餘庫存的退貨(除質量問題外)。

與A類經銷商的主要合約條款

我們通常與A類經銷商訂立標準經銷協議，主要條款載列如下：

- **期限**。經銷協議的期限通常為一年。
- **指定範圍**。我們通常會指定A類經銷商獲授權銷售我們產品的地理區域和產品線。
- **每月／每年最低採購承諾**。我們一般要求A類經銷商達到每月或每年的最低採購目標。倘A類經銷商未能達到相關目標，我們有權要求A類經銷商提交提升銷售業績的方案、意見及建議。我們亦保留發出30天書面通知後終止A類經銷協議的權利。
- **定價**。我們向A類經銷商提供經銷商定價，該定價可能根據市場狀況和競爭動態不時調整。我們亦制定區域定價指引，當中載列我們產品在不同地域市場的建議零售價。
- **產品保修及退貨**。我們保證向A類經銷商提供的產品符合相關產品規格中訂明的品質標準，且不低於適用的國家標準。我們通常不允許A類經銷商向我們退回產品，除非存在由我們造成的產品質量問題。
- **付款、驗收及物流**。我們可按個別情況向A類經銷商授予賬期，並會考慮合作歷史及信譽評估等因素。A類經銷商須於收貨後三個營業日內完成貨物驗收。
- **終止**。我們有權終止與違反經銷協議的A類經銷商訂立的合約。我們於經銷協議中列出幾種可能導致違約的情形，例如A類經銷商未能按照協議達成績效目標。
- **遵守**。A類經銷商承諾，彼等及其相關聯屬人士及人員須遵守所有適用法律及法規以及我們的反貪污和道德標準，包括與出口管制及經濟制裁相關的法律及法規，且不得以任何形式將我們的任何產品用於與恐怖主義或其他非法活動相關的用途，亦不得為該等用途經銷我們的任何產品。倘違反任何該等承諾，我們有權即時終止經銷協議並尋求適當補救。

業 務

穩健的A類經銷商管理

我們主要根據資質及牌照、聲譽、市場覆蓋範圍、行業經驗、財務狀況、倉儲能力、人員配備及管理能力的選擇潛在的A類經銷商。達成合作後，A類經銷商需進行月度庫存盤點，並每月向我們提交PSI報告，報告內容包括庫存水平、庫存變化以及潛在庫存過剩或缺貨預警。經銷商預期將保持適當的庫存水平，通常相當於約三個月的預測需求量，並進一步建議經銷商根據產品生命週期採用差異化的庫存管理策略。

B類經銷商

下表載列所示期間B類經銷商數量的變化情況。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
年初B類經銷商	1,057	1,462	1,733
新增B類經銷商	530	295	235
終止的現有B類經銷商	125	24	5
年末B類經銷商	1,462	1,733	1,963

於往績記錄期間，我們的B類經銷商數量穩步增加，該增加主要由於我們業務規模、地域覆蓋範圍及品牌影響力擴大。

我們於2023年、2024年及2025年分別主動終止與125家、24家及5家B類經銷商的業務關係，主要由於(i)若干經銷商未能達到我們的評估標準（評估標準計及彼等的銷售業績、聲譽和與我們的一般合作關係）或違反我們的合約安排，例如未經授權在指定地理範圍以外進行銷售，從而違反區域銷售限制；及(ii)因個人原因導致其業務範圍或重點發生變化而不再符合我們的戰略目標。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與該等已終止合作的B類經銷商概無重大未解決的糾紛或訴訟。對於已終止合作的B類經銷商，根據經銷協議約定，我們將不會接受其剩餘庫存的退貨（除質量問題外）。

與B類經銷商的主要合約條款

我們通常與B類經銷商訂立銷售合約，主要條款載列如下：

- **期限**。銷售合約的期限通常為一年。
- **指定範圍**。我們通常會指定B類經銷商獲授權銷售我們產品的地理區域和產品線。

業 務

- **每月／每年最低採購承諾。**我們一般要求B類經銷商達到每年的最低採購目標。倘B類經銷商未能達到相關目標，我們有權要求B類經銷商提交提升銷售業績的方案、意見及建議。我們亦保留發出30天書面通知後終止B類經銷協議的權利。
- **定價。**我們向B類經銷商提供經銷商定價，該定價可能根據市場狀況和競爭動態不時調整。我們亦制定區域定價指引，當中載列我們產品在不同地域市場的建議零售價。
- **付款及物流。**B類經銷商可提交採購訂單，向我們採購產品。訂單一經接受，我們將在該訂單指定的交付日期向B類經銷商提供產品。我們可按個別情況向B類經銷商授予賬期，並會考慮合作歷史及信譽評估等因素。
- **遵守。**B類經銷商承諾，彼等及其相關聯屬人士及人員須遵守所有適用法律及法規以及我們的反貪污和道德行為標準，包括與出口管制及經濟制裁相關的法律及法規，且不得以任何形式將我們的任何產品用於與恐怖主義或其他非法活動相關的用途，亦不得為該等用途經銷我們的任何產品。倘違反任何該等承諾，我們有權即時終止經銷協議並尋求適當補救措施。
- **產品保修及退貨。**我們保證向B類經銷商提供的產品符合相關產品規格中訂明的品質標準，且不低於適用的國家標準。我們通常不允許B類經銷商向我們退回產品，除非存在由我們造成的產品質量問題。
- **終止。**經我們與B類經銷商雙方協定，合約可予以終止。雙方均有權向對方發出書面通知終止合約。此外，我們有權終止與違反銷售合約的B類經銷商訂立的合約。我們於經銷協議中列出幾種可能導致違約的情形，例如B類經銷商未能按照協議達成績效目標。

銷售渠道協調

我們旨在最大限度地減少經銷商和銷售渠道之間的惡意競爭（包括經銷商在其指定地理區域以外進行的銷售，以及未經我們事先授權而跨不同銷售渠道進行的銷售）。具體而言，我們通常會為經銷商指定經銷區域及產品類型，並禁止經銷商在各自指定的地理區域以外銷售產品。我們亦要求銷售團隊及經銷商報告其所發現的惡意競爭行為，並設有專責團隊負責監督和監控經銷商的潛在違規行為。

業 務

我們亦為不同銷售渠道和地區的產品提供定價指引，詳細說明各平台相應市場的建議零售價。此外，我們定期審查及優化各市場的定價以符合我們的戰略目標。為確保定價一致性及品牌價值，我們亦已對不符合規定的經銷商採取限制措施及執行機制，包括正式的零售價投訴機制。任何不符合我們標準的定價行為，均可通過我們的指定渠道進行舉報，我們將對此展開調查並妥善處理，以確保我們定價系統的透明度及公平性。

於往績記錄期間，我們並未發現任何跨區域或跨渠道銷售的重大事件。

定價

我們參考多種因素確定產品定價，包括產品定位、產品技術性能、產品材料品質、市場競爭、供應鏈考慮因素及我們的目標盈利能力。例如，在對高端產品定價時，我們強調技術價值及品牌溢價，以凸顯其獨特優勢，而中低端產品因對市場競爭高度敏感，仍注重價格競爭力。根據產品類型及市況，我們可以採用基於成本或面向市場的定價策略。此外，由於各地區人工成本、運費、倉儲費等主要相關成本、消費水平、購買力及銷售渠道的差異，我們採取因地制宜的差異化定價策略。

營銷

我們致力於建立以用戶為中心、創新驅動、情感共鳴、值得信賴的全球品牌。具體而言，我們力求打造全球溝通網絡，培養本地化參與渠道，鼓勵用戶主導的共同創造，讓我們的產品及品牌滲透到各種應用場景。例如，我們提供多語言客戶支持，建立全面的知識庫，並舉辦標誌性用戶活動，如創客節和設計挑戰賽。我們亦與創客、設計師、工程師、教育工作者及其他用戶群體合作，並通過主打產品推廣活動及強大的KOL網絡（截至最後實際可行日期，覆蓋全球超過2,300名KOL），進一步提高我們的品牌知名度。於2023年、2024年及2025年，我們的銷售與營銷費用分別為人民幣301.6百萬元、人民幣383.0百萬元及人民幣570.1百萬元，分別佔同期總收入的16.0%、16.7%及18.2%。

我們已針對北美、歐洲、日韓及東南亞等主要海外市場建立本地化營銷團隊。全球品牌戰略中，我們重點佈局多平台矩陣（包括YouTube、Reddit、Facebook等主流平台），與海外KOL合作，並參與全球行業展會及文化活動。

業 務

我們的客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括個人用戶、經銷商及企業用戶。我們的企業用戶遍佈多個行業，主要包括鞋服企業、牙科及醫療服務提供商、珠寶設計師及製造商、教育機構及其他製造企業。彼等通常將我們的產品應用於(i)專業或機構服務場景，向其自身的客戶或學生提供3D打印產品（例如製作牙科模型或用於教學項目），或(ii)其內部工作流程的特定階段，如研發原型製作及輔助生產。於2023年、2024年及2025年，我們的前五大客戶（均為我們的A類經銷商）共分別產生人民幣374.4百萬元、人民幣351.6百萬元及人民幣345.2百萬元的收入，分別佔我們總收入的19.9%、15.4%及11.0%。此外，於2023年、2024年及2025年，來自我們最大客戶的收入分別佔我們總收入的5.7%、5.8%及4.0%。於往績記錄期間各年度，我們所有前五大客戶均為獨立第三方。於往績記錄期間，我們前五大客戶的下游客戶主要為我們位於美國或歐洲的產品個人終端用戶，彼等透過我們前五大客戶的線上或線下渠道購買產品。

下表載列於往績記錄期間各期間我們前五大客戶的詳情。

排名	客戶	銷售額	佔總收入的百分比	採購的產品／服務類型	信貸期	業務關係開始年份
(人民幣千元)						
截至2023年12月31日止年度						
1	客戶A ⁽¹⁾	106,888	5.7%	3D打印機及相關產品	15天	2019年
2	客戶B ⁽²⁾	80,924	4.3%	3D打印機及相關產品	60天	2018年
3	客戶C ⁽³⁾	72,041	3.8%	3D打印機及相關產品	90天	2020年
4	客戶D ⁽⁴⁾	61,970	3.3%	3D打印機及相關產品	60天	2018年
5	客戶E ⁽⁵⁾	52,608	2.8%	3D打印機及相關產品	75天	2017年

附註：

- (1) 一家位於美國特拉華州的線下零售公司，註冊資本為1.2百萬美元，主要從事計算機產品的銷售。
- (2) 一家位於中國廣東的跨境電商公司，註冊資本為人民幣0.5百萬元，主要從事通過第三方電商平台向客戶進行3D打印機的線上銷售。
- (3) 一家位於中國廣東的跨境電商公司，註冊資本為人民幣10.0百萬元，主要從事通過第三方電商平台向客戶進行的線上銷售。
- (4) 一家位於中國廣東的跨境電商公司，註冊資本為人民幣3.0百萬元，主要從事通過第三方電商平台向客戶進行第三方3D打印機的線上經銷。
- (5) 一家位於瑞典馬爾默的電商公司，註冊資本為50,000瑞典克朗，主要從事計算機、計算機周邊設備及軟件的批發業務。

業 務

排名	客戶	銷售額	佔總收入的百分比	採購的產品／服務類型	信貸期	業務關係開始年份
(人民幣千元)						
截至2024年12月31日止年度						
1	客戶C	131,881	5.8%	3D打印機及相關產品	90天	2020年
2	客戶D	80,712	3.5%	3D打印機及相關產品	60天	2018年
3	客戶E	56,164	2.5%	3D打印機及相關產品	75天	2017年
4	客戶F ^{(1)、(2)}	45,318	2.0%	3D打印機及相關產品	60天	2018年
5	客戶G ⁽³⁾	37,511	1.6%	3D打印機及相關產品	45天	2022年

附註：

- (1) 一家位於中國廣東的跨境電商公司，註冊資本為人民幣0.5百萬元，主要從事通過第三方電商平台向客戶進行第三方3D打印機的線上經銷。
- (2) 客戶F與客戶B於2023年10月前受控於同一實際控制人，該共同控制關係於2023年10月終止。目前，客戶B與客戶F之間不存在任何合併或關聯關係。因此，於往績記錄期間，該兩名客戶的收入貢獻未予合併計算。
- (3) 一家位於土耳其伊斯坦布爾的公司，註冊資本為2.0百萬土耳其里拉，主要從事3D打印機的線下銷售。

排名	客戶	銷售額	佔總收入的百分比	採購的產品／服務類型	信貸期	業務關係開始年份
(人民幣千元)						
截至2025年12月31日止年度						
1	客戶C	126,340	4.0%	3D打印機及相關產品	90天	2020年
2	客戶E	75,283	2.4%	3D打印機及相關產品	75天	2017年
3	客戶H ⁽¹⁾	53,248	1.7%	3D打印機及相關產品	30天	2022年
4	客戶A	45,689	1.5%	3D打印機及相關產品	15天	2019年
5	客戶D	44,666	1.4%	3D打印機及相關產品	60天	2018年

附註：

- (1) 一家位於中國廣東的跨境電商公司，註冊資本為人民幣2.0百萬元，主要從事通過第三方電商平台向客戶進行的線上銷售。

於往績記錄期間，我們對客戶D的銷售額整體呈下降趨勢，由2023年的人民幣62.0百萬元下降至2025年的人民幣44.7百萬元，主要由於(i)我們積極優化銷售渠道結構，將更多資源投放至自營網店，導致對跨境經銷商(包括客戶D)的銷售額有所下降；及(ii)客戶D對其業務策略作出調整，擴大並多元化其產品組合以納入更多第三方品牌。儘管如此，我們對客戶D的銷售額由2023年的人民幣62.0百萬元輕微增加至2024年的人民幣80.7百萬元，主要由於客戶D對其經營策略及採購週期作出調整，以及市場需求出現變化。

業 務

我們乘著2018年以來跨境電商快速增長的勢頭，自2018年起與客戶D開展業務合作，從而藉助其管理團隊在跨境電商行業的豐富經驗。我們向客戶D出售產品，客戶D隨後通過其電商平台網店及DTC向海外終端消費者出售將該等產品。得益於此次成功合作，且為進一步擴展我們的線上自營渠道，我們計劃投資客戶D，以深化雙方合作，並於2019年6月收購客戶D的60%股權，使其成為子公司。到2019年年底，我們於2019年12月決定暫停跨境電商業務運營，並出售我們所持客戶D的股權。因此，於2019年，我們持有客戶D股權約六個月。然而，由於2020年初COVID-19疫情等因素，工商變更登記手續最終於2020年6月方獲辦結。

此外，我們若干主要客戶於3D打印及跨境電商行業存在業務交集，且客戶D、客戶B及客戶F之間過往或現時存在股權、管理人員及監事重疊的情況，這主要由於行業內共同創業及人員流動所致。具體而言，於2023年10月之前，客戶B及客戶F的實際控制人相同。然而，於2023年10月後，客戶F的實際控制人發生變更，目前，客戶B與客戶F之間並無任何合併或關聯關係。此外，(i)客戶D的現任監事持有客戶D 37.2%的股權，並透過其全資擁有的公司持有客戶B 18%的股權及擔任該公司的監事。其先前亦持有客戶F 18%的股權；(ii)客戶F的現任法定代表人、董事及唯一股東透過一間其持有1%股權的公司間接持有客戶B 0.6%的股權。其先前持有客戶D 24%的股權；及(iii)客戶B的現任法定代表人、董事及實際控制人透過一間其持有99%股權的公司間接持有客戶B 59.4%的股權。其先前持有客戶F 100%的股權。據我們所深知，上述三名人士均對3D打印行業及跨境電商行業的前景充滿信心。然而，彼等對該行業持有不同的觀點，未來戰略方向各異，管理方式亦截然不同。因此，客戶D、客戶F及客戶B在業務發展過程中，均出現了董事、監事、高級管理層人員及股權結構的變動。

儘管如此，客戶D、客戶F及客戶B在資產、業務、人員、財務及組織架構方面均保持獨立，且均獨立運作，並無任何從屬或統一管理關係。此外，與本公司合作期間，該等客戶已建立不同的業務模式，客戶D及客戶F主要專注於第三方3D打印機的經銷，而客戶B同時從事其自有品牌3D打印機的研發及製造。

業 務

除上文所述者外，據本公司所深知，前五大客戶及／或其各自的聯繫人（一方面）與我們及我們的子公司、股東、董事或高級管理層或我們各自的任何聯繫人（另一方面）之間，過往或現時概無其他關係（無論業務、僱傭、信託、親屬、融資或其他性質）。

據我們所深知，截至最後實際可行日期，我們並未獲悉任何可能導致我們與任何主要客戶終止關係的信息或安排。於往績記錄期間，我們的董事及其各自聯繫人，或持有已發行股份總數5%或以上的股東，概無於我們的任何前五大客戶中擁有任何權益。

知識產權

我們的專利、版權、商標、域名、技術知識、專有技術、商業秘密及其他知識產權對我們的業務運營至關重要。截至最後實際可行日期，我們已在中國及海外獲授944項專利，包括135項發明專利及1,245項專利申請。截至同日，我們在中國及海外擁有58項版權、792項註冊商標及135個域名。有關截至最後實際可行日期我們的重大知識產權組合，請參閱「附錄七－法定及一般資料－B. 有關我們業務的進一步資料－2. 我們的知識產權」。

我們主要依賴專利、版權、商標、商業秘密及不公平競爭法以及合約權利（如保密協議）來保護我們的知識產權。在我們訂立的所有僱傭協議及商業協議中，我們明確規定與知識產權所有權及保護相關的所有權利及義務。此外，我們亦尋求通過維護我們營業場所的實物安全以及我們信息技術系統的物理及電子安全來維護我們數據及商業秘密的完整性及機密性。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何涉及侵犯知識產權從而可能對我們的業務造成重大不利影響的威脅或未決糾紛。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們可能無法為我們的產品及服務獲得或維持充足知識產權保護，或有關知識產權保護的範圍可能不夠廣泛」。

質量控制

我們已實施全面的質量保證體系，確保產品在所有運營階段的一致性與可靠性，包括(i)早期研發驗證、(ii)系統性批量原材料檢驗、(iii)過程質量控制（通過遵循過程質量控制（「IPQC」）規程進行實時檢測實施，並由製造執行系統（「MES」）及自動化測試

業 務

設備提供支持)及(iv)成品測試(包括性能測試及外觀驗證)。我們亦於大規模生產期間實施可靠性抽樣檢查，以持續進行質量控制及監控。

我們的質量控制實踐由結構化的SOP框架管理，由關鍵的內部法規支持，包括我們的質量手冊及內部審計協議。我們亦通過可追溯性控制程序及客戶投訴處理流程維護產品可追溯性及客戶反饋閉環機制。我們的質量管理體系通過ISO9001認證，覆蓋3D打印機的設計及製造。

我們擁有由逾100名僱員組成的專門的質量管理部門。我們定期進行內部質量審核，並應用持續改進流程來處理客戶反饋及產品性能數據。

客戶服務及產品保修

我們的售後服務隨著產品組合的增長而發展及優化，以確保用戶獲得及時、有效及面向當地市場的支持。

全球客戶服務及技術支持網絡

截至最後實際可行日期，我們已建立一支技術精湛且精通多語言的客戶服務團隊，包括位於五個國家及地區的客戶服務人員，以中文、英語、日語、德語及葡萄牙語提供專業支持。在中國，我們位於深圳及武漢的內部客戶服務團隊由50多名專業人員組成。在菲律賓及巴基斯坦，我們委聘服務提供商，每個提供商有20多名團隊成員，為全球講英語的客戶提供服務。在巴西及德國，我們派駐客戶服務代表來提供及時與本地化的支持。

客戶可以通過官方渠道聯繫我們的客戶服務團隊解決任何售後問題。對於退貨或換貨請求，我們的客戶服務團隊將根據客戶的採購證明及適用的平台政策來驗證資格，針對符合條件的退貨或換貨，將引導客戶完成相關流程，而針對不符合條件的請求，則指導客戶進行故障診斷及維修安排。對於維修請求，我們的服務團隊將遠程評估問題，並寄送可供更換的部件或安排工廠維修。若產品被認為不可維修或不值得維修，我們可能會提供更換服務或折扣升級方案。

業 務

我們目前在五個國家設有售後服務中心，為客戶提供專業的備件及維修服務：

- 在中國，我們的惠州售後中心既是全球部件供應中心，亦是國內維修中心，我們亦提供中國境內的現場維修服務。
- 在全球，我們在美國、波蘭、巴西及智利設有售後中心。我們在美國的自營中心為北美客戶提供部件供應及批量維修／翻新服務。在波蘭，我們有第三方服務中心，為歐洲客戶提供備件供應及翻新支持。在巴西及智利，我們運營當地的維修中心，為當地客戶提供備件及維護服務。

產品退貨及保修

產品退換貨

對於我們的直銷，我們通常為客戶提供七天無理由退貨期。對於有缺陷的產品，我們一般提供15天的退貨期及30天的換貨期。適用的退貨及換貨期限可能會因當地相關法律法規以及相應電子商務平台的政策而異。

針對向經銷商的銷售，我們根據與各經銷商的具體約定，採用不同的售後服務模式：

- *買斷式售後模式*：產品售出後，經銷商全權負責售後服務，我們不處理退貨或維修事宜。
- *品牌支持式售後模式*：即便產品已由經銷商售出，我們仍為瑕疵產品提供售後服務，包括維護、更換零件或技術支持，但我們並不處理退貨。
- *全包式售後模式*：此模式僅限特定行業或具備特定業務模式的經銷商（主要是大型零售渠道），基於行業慣例及營運模式，我們將為其提供更全面的售後服務，包括更換缺陷產品、維修服務，以及在極少數情況下處理退貨事宜，無論產品是否存在瑕疵。

平均而言，客戶退貨的產品價值佔我們往績記錄期間各期間總收入的5%以下。

產品保修

在直銷方面，我們為非人為因素導致的產品故障提供保修服務，具體條款因產品類型及市場而異，以符合適用的當地法律、法規及行業標準。我們通常為我們的成套設備及核心部件提供一年的保修。易耗品的保修期為三個月或六個月，具體取決於其易損程度。在經銷方面，我們可能會提供定制的售後安排，包括延長保修服務及其他定制的支持。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未收到任何來自客戶的重大產品退貨、換貨、投訴或產品責任索賠。我們並無收到任何對我們業務造成重大影響的產品質量及缺陷相關客戶投訴或換貨要求。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已經就產品保修費用計提撥備。

倉儲、物流及庫存管理

我們的國內倉庫位於惠州和武漢生產基地內，並利用德國和美國的海外倉儲服務提供商來滿足我們的倉儲需求。此外，我們主要委託第三方物流服務提供商進行交付。

我們為倉儲、物流及庫存管理建立全面的系統及程序，以規範從材料接收、庫存入庫、生產材料退回到成品交付的整個流程，每個環節均經過嚴格核驗。我們亦定期審查及更新相關程序，並提供僱員培訓，以確保嚴格遵守程序，包括檢查、處理及報告異常情況。

在庫存管理方面，我們採用企業資源規劃（「ERP」）軟件追蹤庫存水平及管控庫存的流轉與存儲，從而實現更準確的採購計劃。我們亦定期進行週期盤點及年度庫存清查，以維持準確透明的庫存管理，並定期分析滯銷庫存，從而及時制定管理方案。

信息安全及數據隱私

我們的業務運營涉及個人信息的收集、使用、存儲、傳輸及其他處理，主要包括聯繫信息、送貨地址及採購記錄（包括我們用於完成用戶交易及向彼等提供會員忠誠度優惠的付款信息）。我們的用戶主要通過電子郵件及我們*創想雲*的線上功能與我們聯繫。此外，我們亦收集經銷商及其指定聯繫人的基本信息，以便於店舖管理。在業務經營過程中，我們在獲得用戶同意的情況下，出於營銷及推廣目的向彼等提供的手機號碼／電子郵件發送短信。我們不會將用戶的個人信息提供給Nexbie，亦不會將國內用戶的個人信息提供給任何海外第三方電商平台。

我們嚴格遵守適用法律法規，並增強我們的數據合規管理實踐。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未遇到任何重大數據洩漏或數據丟失的情況，亦未遇到任何重大的未經授權使用用戶個人信息的情況。截至最後實際可行日期，我們尚未從任何主管監管機構收到任何與網絡安全、數據安全或個人信息保護相關的問詢。得益於我們的內控與合規措施（包括制定有關個人信息的公司政策），並依據我們的法律顧問就主要司法權區（包括中國內地、美國、德國及香港）數據隱私事宜所提供的意見，我們相信，我們的業務營運在所有重大方面均符合我們經營所在市場適用的跨境數據共享法律法規。

業 務

我們在運營中實施一套全面的數據安全保護措施，包括：

- **數據處理及變更管理**：我們已制定涵蓋本集團整體數據及個人信息安全管理的內部措施，包括信息保護的分類分級管理及客戶個人信息的全生命週期保護要求，涵蓋收集、傳輸、存儲、使用、備份及銷毀等環節。所有對IT系統變更或數據處理的請求均須經過我們的內部審批流程。數據庫級別的更改必須經過強制性的基於腳本的審查及執行批准，以確保可審計性及控制。
- **數據存儲及傳輸安全**：我們對用戶相關的個人信息進行加密存儲，並通過TLS/SSL等安全通信協議加密數據傳輸通道，以防止網絡傳輸過程中未經授權的訪問、攔截或篡改。此外，本集團在中國內地日常業務運營中收集及處理的所有個人數據均存儲於中國內地境內。
- **訪問控制**：我們按特權最小化及職責分離原則採用嚴格訪問控制策略。此外，我們已實施數據訪問權限的內部管理，並建立相應的權限申請工作流程。
- **網絡安全保護措施**：我們在服務器及辦公終端上部署防病毒軟件及端點保護系統，定期更新病毒庫，全面掃描及實時監控，抵禦惡意代碼。我們亦部署網絡防火牆及web應用程序防火牆來阻止攻擊。
- **個人資訊的收集和使用**：我們已建立規範個人資料收集、使用及管理之內部程序，並於收集或使用個人資料前，依適用法律法規履行告知義務並取得個人的事先同意。

我們的審計部門負責定期審核信息安全的內部政策、流程及實施情況。此外，我們已委任專業數據專家以改善我們的內部政策及程序，使其符合現行行業標準，並確保持續遵守適用的數據保護及私隱法例。我們並未發現有關我們的數據保護及網絡安全訓練的任何重大缺陷或不足，亦未發現任何事項足以導致我們認為我們的業務營運在任何重大方面不符合現行適用的數據安全法律及法規。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於所有重大方面均遵守適用的數據隱私、網絡安全、跨境數據及人工智能法律法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未接獲任何相關政府機關的任何通知或警告，亦未受到該等機關就網絡安全、資料私隱及安全問題進行的任何調查、制裁或處罰。

業 務

競爭

在人工智能、硬件性能及數字製造技術持續發展的推動下，全球3D創意行業正處於快速發展階段。該行業相對集中，尤其在3D打印及激光雕刻領域，前五大企業合共佔據全球出貨量的絕大部分。領先企業在打印速度與精度、材料兼容性、易用性、生態系統完整性及軟件集成度等多個維度展開競爭。隨著產品功能及用戶期望的不斷演進，具備強大研發能力、穩固供應鏈及全球社區參與的企業將更有能力保持競爭優勢。

詳情請參閱「行業概覽」。

有關美國關稅的近期發展

儘管受到2025年發生的美國關稅政策變動的影響，我們在美國的業務仍保持增長態勢，歸因於我們採取的應對措施以及我們所在行業的若干特性。於往績記錄期間，我們於2023年、2024年及2025年產生自對美國的銷售收入分別為人民幣492.7百萬元、人民幣524.8百萬元及人民幣887.6百萬元，分別佔同期總收入的26.2%、22.9%及28.4%。因此，我們預期美國關稅政策的相關變動不會對我們的業務及財務狀況造成重大不利影響。

此外，自2025年2月起，中國已針對美國關稅政策採取一系列反制措施。由於我們並無自美國採購原材料，故該等關稅政策並無對我們造成重大不利影響。

適用美國關稅稅率

我們自中國出口至美國的產品須繳納美國關稅。於2025年2月1日前，根據HTSUS第301條關稅，適用關稅稅率介乎25.0%至30.8%，視乎相關產品的類別而定。於2025年年初，美國政府開始實施一系列主要針對中國的升級關稅政策。下表載列截至所示日期按業務線劃分的適用關稅稅率。

	截至2025年 1月31日的適 用關稅稅率	截至2025年 12月31日的 適用關稅稅率	截至最後實際 可行日期的 適用關稅稅率
3D打印機	28.1%	48.1%	38.1%
3D打印耗材	30.8%	50.8%	40.8%
3D掃描儀	25.0%	45.0%	35.0%
激光雕刻機	27.4%	47.4%	37.4%
主要配件	25.0%	45.0%	35.0%

業 務

以下載列美國就中國進口商品所頒佈的政策變動（包括關稅類型及實施日期）：

國際緊急經濟權力法（「IEEPA」）關稅

於2025年2月1日，美國政府對所有中國進口商品徵收10%關稅，自2025年2月4日起生效。於2025年3月3日，美國政府對所有中國進口商品加徵10%關稅，稅率總計提高至20%，自2025年3月4日起生效。於2025年11月4日，美國政府宣佈將對中國進口商品徵收的關稅由20%降低至10%，自2025年11月10日起生效。於2026年2月20日，美國政府宣佈將終止對中國進口商品徵收的10%關稅，自2026年2月24日起生效。

對等關稅

於2025年4月2日，美國政府對中國進口商品徵收對等關稅，基準稅率為34%，自2025年4月9日起生效。美國政府已終止對來自中國內地及香港的低價值進口商品（價值800美元及以下）的免稅待遇，自2025年5月2日起生效；同時對郵政包裹徵收新關稅，初期對該等進口包裹徵收30%關稅，或由每件包裹徵收25美元上調至每件包裹徵收50美元，自2025年6月1日起生效。於2025年4月2日至4月9日，美國將對來自中國內地及香港的低價值進口商品徵收的關稅由30%提高至120%。於2025年4月8日，美國政府將來自中國內地及香港的進口商品對等關稅由34%提高至84%，並於2025年4月9日進一步提高至125%，自2025年4月10日起生效。

於2025年5月12日，美國與中國同意實施90天的關稅減免期。美國將來自中國內地及香港的進口商品對等關稅由125%降至10%，自2025年5月14日起生效，暫停24%的對等關稅90天，並於2025年8月11日進一步同意再延長90天，直至2025年11月10日。美國政府亦將來自中國內地及香港的低價值進口商品的「最低」關稅稅率由120%降至54%，同時維持固定手續費。於2025年11月4日，美國政府宣佈將於暫停期間維持現行的10%對等關稅，該暫停期將持續至2026年11月10日。

美國貿易政策的調整仍存在重大不確定性因素。詳情請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－國際貿易政策、地緣政治及貿易保護措施、出口管制以及經濟或貿易制裁的變化可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響」。

我們的應對措施

為應對額外美國關稅帶來的影響，我們已採取以下措施以提升在美國的銷售額，經灼識諮詢確認，該等措施符合行業慣例：

- **價格調整** — 我們通過調整建議零售價將關稅上調帶來的影響轉嫁予客戶。考慮到預期市場接受度、競爭對手營銷策略及客戶對該等調整的承受意願等因素，我們針對不同銷售渠道及產品線實施差異化價格調整。

業 務

- **存貨水平調整** — 自2025年2月1日相關政策剛出現升級以來，我們一直關注關稅動態，調整我們美國倉庫的存貨水平，同時監控我們美國經銷商持有的存貨，以維持供應鏈的靈活性。於2025年7月8日之前，我們延續該等策略，並協調銷售渠道合作夥伴之間的存貨，以保障銷售供應。於2025年7月9日至2025年11月10日對等關稅暫停期間，我們提高美國倉庫的存貨水平並強化我們的物流能力。
- **生產來源多元化** — 我們一直在越南等美國關稅稅率相對較低的國家及地區尋求與製造工廠建立合作關係，以實現生產來源的多元化。

下表載列美國關稅政策變動之前及之後我們的硬件產品在美國的收入、銷量及售價。

	2025年第一季度			2025年第四季度		
	收入	銷量	平均售價	收入	銷量	平均售價
	人民幣千元	千件	人民幣元	人民幣千元	千件	人民幣元
3D打印機	128,148	31	4,107	183,549	60	3,064
3D打印耗材	31,573	202	156	56,025	409	137
3D掃描儀	23,616	6	3,736	27,083	8	3,559
激光雕刻機	12,873	4	3,003	30,222	10	2,945

我們亦於2025年第一季度及第四季度在美國分別錄得配件及其他銷售收入人民幣11.1百萬元及人民幣25.4百萬元；及於同期在美國分別錄得3D打印成品及服務銷售收入零及人民幣47,000元。2025年第四季度，我們所有業務線的收入及硬件產品的銷量較2025年第一季度均有所增長，反映出美國關稅政策變動後，市場對我們產品的需求依然強勁。儘管若干硬件產品的平均售價於2025年第四季度有所下降，但該下降主要歸因於美國主要假日購物活動期間進行的季節性促銷活動，而非應對關稅變動而作出的調整所致。

我們所在行業的若干特性

根據灼識諮詢的資料，美國市場的主流3D打印產品及服務主要來自中國，在美國銷售的消費級3D打印機中，超過80%由中國企業製造。因此，中國3D打印機製造商同樣會受到美國關稅政策變動的影響，作為應對措施，該等企業已上調建議零售價。同時，3D創意行業的客戶通常擁有較強的購買力，且對價格敏感度較低。

業 務

保險

我們為日常運營投保，主要包括產品責任保險及短期出口信用保險，並定期審查該等保單，以確保符合中國的法定法律法規。我們相信，我們現有的保險範圍足以滿足我們的業務運營，並且符合我們運營所在國家的行業標準。

於往績記錄期間，我們未受到任何重大的保險索賠。然而，我們可能面臨超出我們保險範圍的索賠及責任。有關更多詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－我們的投保範圍可能不足以涵蓋所有損失或客戶提出的潛在申索，從而影響我們的業務、財務狀況及經營業績」。

僱員

截至2025年12月31日，我們共有3,129名全職僱員。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們大部分僱員均位於中國。下表載列截至2025年12月31日按職能劃分的僱員構成。

職能	人數	佔總人數的百分比
供應鏈運營.....	1,475	47.1%
研發.....	743	23.7%
銷售及營銷.....	633	20.2%
行政及支持.....	278	9.0%
總計.....	3,129	100.0%

我們與僱員訂立標準僱傭協議，涵蓋有關保密、知識產權、僱傭、商業道德及競業禁止的事宜。特別是，競業禁止條款及保密條款在僱員受僱期間及之後均有效。

我們已在招聘及培訓僱員方面投入大量的人力物力。除通過招聘公司及其他第三方的常規招聘計劃外，我們亦實施內部推薦政策。我們亦定期提供內部培訓計劃，以提升僱員的專業技能並鞏固其行業知識與專長。

我們相信我們與我們的僱員保持良好的工作關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們均未因我們的經營發生任何重大勞動糾紛、罷工、抗議，或在招聘員工方面遭遇任何困難。

業 務

社會保險及住房公積金

根據適用法律法規，我們參與政府法定僱員福利計劃，包括社會保險計劃，即養老、醫療、失業、工傷及生育保險計劃以及住房公積金。

於往績記錄期間，我們並未根據相關中國法律法規為僱員悉數繳納社會保險及住房公積金，亦無為所有僱員繳納該等供款，主要是由於我們的僱員不願悉數繳納該等供款。於2023年、2024年及2025年，我們的社會保險供款及住房公積金欠繳金額分別為人民幣15.1百萬元、人民幣16.5百萬元及人民幣25.4百萬元。鑒於我們將應相關主管部門的要求，及時支付自有賬戶下的未繳金額及逾期費用，故潛在的最高罰款僅限於上述社會保險及住房公積金供款欠繳金額。有關更多詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業相關的風險－未能遵守《中華人民共和國勞動合同法》、《中華人民共和國社會保險法》、《住房公積金管理條例》或其他中國勞動相關法規及規則，可能令我們遭受罰款及其他法律或行政制裁」。

誠如我們的中國法律顧問所告知，根據適用中國法律法規，倘僱主未能全額繳納社會保險，有關當局可命令僱主於規定時限內繳納未繳金額，並加收每日0.05%的滯納金；倘僱主未能於該時限內繳納逾期供款，則可處以未繳金額一至三倍的罰款。此外，根據適用中國法律法規，倘用人單位逾期不繳存或少繳住房公積金，有關機關可責令其在規定期限內繳存，逾期仍不繳存的，可以向中國法院申請強制執行。

截至最後實際可行日期，考慮到：(i)我們並無收到任何來自相關部門要求我們補繳社會保險及住房公積金差額的通知；(ii)我們將盡快按相關部門的要求及時支付自有賬戶項下的未付款項及逾期費用；(iii)(a)根據相關部門的確認，於往績記錄期間，我們並未因未足額繳納社會保險或住房公積金而受到社會保險部門或住房公積金部門施加的任何行政處罰及(b)我們在訪問我們大多數員工所在地方的相關部門時了解到，在實踐中，該等部門通常不會主動要求其轄區內的企業補繳社會保險（根據適用規則還包括滯納金）或住房公積金差額，且一般不會主動對企業進行行政處罰，除非員工投訴；

業 務

及(iv)根據人力資源和社會保障部於2018年9月21日發佈的關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知，行政執法部門被禁止組織開展企業歷史社會保險欠款集中催收工作。我們的中國法律顧問認為，在現行中國政策法規或地方政府執法及監管要求並無重大變動，且並無僱員投訴的前提下，我們因未能全額繳納社會保險及住房公積金而受到行政處罰的可能性較小。因此，我們於往績記錄期間並無就社會保險及住房公積金供款差額計提撥備。

為進一步遵守相關規定，我們計劃實施以下強化內部控制措施：(i)為我們的員工（尤其是未配合繳納的員工）提供更多有關社會保險及住房公積金的內部教育培訓，提高其合規意識，並促使其配合繳納相關款項；(ii)完善我們在此方面的人力資源管理政策；(iii)指定由法務合規部門及其他部門成員組成的團隊，持續監控我們對相關法規的遵守情況並實施必要的整改措施；(iv)定期與相關中國主管部門溝通，確保繳費計算與繳納方式完全符合所有相關法規要求；(v)持續追蹤相關法律法規的變動；(vi)定期諮詢中國法律顧問，評估是否存在相關合規風險。

物業

自有物業

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有13棟建築物或單元，總建築面積約為265.0千平方米，主要用作我們的生產場所。

截至最後實際可行日期，我們正在為當前用作門房及天棚的三項物業取得房屋所有權證。根據中國適用法律法規，未能取得所有權證或將導致停止施工、責令整改、拆除、沒收違法所得或罰款。就上述樓宇而言，並無產生額外建築成本；因此，法律規定按建築成本10%計算的最高罰款不適用。據中國法律顧問告知，經考慮以下各項，缺少該等所有權證不會對我們的營運造成重大不利影響：(i)受影響物業為非計劃用於核心業務的輔助建築物；(ii)根據受影響物業所屬相關子公司獲得的合規證書，我們並無受到任何行政處罰或失信懲戒；及(iii)董事確認，我們將在指定時限內遵守相關政府機構設定的任何拆除規定。

業 務

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃九項物業，總建築面積約為23.0千平方米，用作我們的研發、生產、倉庫及辦公場所，並在美國租賃一項物業，總建築面積約為21.5千平方英尺，主要用作我們的倉庫。我們的租賃期限通常約為兩年至五年。我們通常有權在事先通知的情況下終止租賃協議，但通常需放棄押金及／或支付終止費。

根據適用的中國法律法規，物業租賃協議應向中國住房和城鄉建設部相關地方分支機構登記。截至最後實際可行日期，我們尚未就與中國四名出租人（共九名出租人）訂立的租賃協議項下用作辦公、研發、倉庫及生產用途的物業完成租賃登記。根據中國適用的法律法規，租賃物業的租賃協議須向中國相關房地產管理部門登記。誠如我們的中國法律顧問所告知，就每份未登記的租賃協議可能被處以人民幣1,000元至10,000元的罰款。因此，因未登記租賃協議而面臨的最高罰款金額為人民幣40,000元。租賃協議未有登記主要由於登記需要雙方的合作，而出租人通常由於罰款風險低而不願意完成該等程序。誠如我們的中國法律顧問所告知，未辦理登記將不會影響租賃協議的有效性，亦不會對我們的營運造成重大不利影響。

此外，截至最後實際可行日期，我們兩項物業的現時用途與相關證書所載規劃用途或用途限制不一致。再者，我們租賃物業的一位業主並無向我們提供物業所有權證。據我們的中國法律顧問告知，須依法取得相關物業所有權證者為不動產所有人，而非承租人。因此，上述產權缺陷不會使我們面臨任何懲罰。然而，根據中國適用法律法規，該等缺陷可能導致我們須搬離該等租賃物業。據中國法律顧問告知，經考慮以下各項，該等租賃物業的缺陷不會對我們的營運造成重大不利影響：(i)有關租賃物業主要用作辦公樓，而非市場上常見且便於搬遷的生產設施，及(ii)有關租賃物業的總建築面積相對較小。

物業估值

有關我們截至2026年1月31日選定物業權益的詳情，載列於本文件附錄三所載由獨立物業估值師亞太評估諮詢有限公司（「亞太諮詢」）出具的物業估值報告。截至2026年1月31日，亞太諮詢對該等物業權益的估值為人民幣592.5百萬元。除亞太諮詢的物

業 務

業估值報告所載物業權益外，概無其他物業權益用於上市規則第5.01條所界定的物業活動。截至2025年12月31日，概無構成我們非物業活動一部分的單一物業權益的賬面值佔我們總資產的15%或以上。

環境、社會及管治

我們致力於成為負責任的企業公民，遵守適用法律、法規及公認的市場慣例，同時積極增進社會福祉。作為3D創意行業的領先企業，我們高度重視環境、社會及管治（「ESG」）事宜。

我們的ESG管治架構

董事會定期審議我們的ESG管理框架，定期接收ESG表現的階段性報告，並就關鍵ESG事宜提供戰略指引。我們的ESG評估系統涵蓋產品環境影響、負責任採購、工作場所安全以及遵守適用法律及標準等核心維度。於[編纂]後，我們將根據上市規則附錄27所載的ESG報告指引，並參考標普企業可持續發展評估等領先的ESG評估框架，發佈年度ESG報告。

我們成立了一個專門的ESG工作組，由產品開發、運營、採購、人力資源和投資者關係等相關部門的成員組成。根據ESG指引第4.3章，該工作小組將通過追蹤ESG指標、監察合規發展、建立內部政策和工作流程，以及加強我們的披露實踐為董事會提供支持。工作組的定期報告將確保ESG表現及風險有效地融入我們更廣泛的企業戰略中。

環境保護

環保實踐

我們於所有重大方面均遵守適用的中國環境法律法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》及《中華人民共和國節約能源法》。此外，我們已制定有關環境影響評估和緩解措施的內部政策，明確規定了生產及產品使用階段的環保程序和目標。我們認識到，3D打印線材的銷售和使用可能會對環境造成一定影響，主要與原材料的採購、製造過程中的能源消耗、包裝材料以及使用或丟棄的線材和包裝產生的廢物有關。為評估及監測相關的環境和ESG影響，我們

業 務

對線材產品組合進行內部審查，重點是材料成分、與環保替代品的兼容性以及包裝方式。我們亦監控可持續材料的發展及監管預期，並在切實可行的情況下將環境因素納入產品設計及採購決策。基於以上環保考慮，我們亦積極倡導使用不破壞生態平衡的耗材，並增強我們產品線中對PLA和其他環保耗材的兼容性，同時採用環保的產品包裝設計，力求在不削弱耐用性和保護性的前提下減少包裝材料。

廢棄物管理

我們已委聘持牌第三方服務提供商根據相關監管標準收集、運輸及處理生產廢棄物和辦公室廢棄物。PLA/ABS耗材邊角料、打印機組件包裝及紙質廢料等可回收材料經收集及分類以供回收或再利用。不可回收廢棄物通過合資格處置渠道處置，避免二次污染。

除外部合規措施外，我們亦針對3D打印行業的特點制定內部廢棄物管理實踐。具體而言，我們將廢棄打印件和加工邊角料(PLA/PETG/ABS)進行回收，通過再加工製成特殊用途的線材進行轉售。此外，我們採用模塊化產品設計延長設備的使用壽命並減少電子廢棄物，因為噴嘴和傳送帶等部件可單獨更換而無需整機報廢。

資源消耗管理

我們致力於以負責任的方式使用自然資源，並努力提高整個運營過程中的能源及用水效率。電力是我們業務活動(尤其是與設備運行、生產線自動化、環境控制系統及辦公設施有關的業務活動)中能源消耗的主要來源。為提高能源效率，我們已實施旨在監控及減少電力消耗的營運控制程序，包括(i)於我們的辦公室及生產區域採用LED節能照明；(ii)安裝具備省電功能的設備，包括自動待機模式、溫控冷卻系統和優化的打印算法；及(iii)定期追蹤車間和辦公室的用電情況，實現數據驅動的能源優化。

在我們的廠區中，水主要用於衛生保潔及日常清潔。儘管我們的運營無需大量用水，但我們已採取以下節水措施：(i)鼓勵員工養成節水習慣；(ii)安裝節水裝置；及(iii)對供水系統進行定期檢查和及時維護。通過不斷尋找新的節水機會並致力於最大限度地減少用水量，我們的目標是在2026年實現人均用水量較2025年減少5%。

業 務

ESG管理目標

為有效評估及管理ESG相關風險，我們已參考國際可持續發展框架（包括聯合國可持續發展目標、EFRAG歐洲可持續發展報告標準及溫室氣體議定書）採納結構化的重要性評估程序。我們定期進行利益相關者調查及專家諮詢，以找出與我們的營運及長期可持續發展戰略高度相關的事宜。

我們亦已制定可衡量的ESG目標，包括：(i)在2029年前實現運營層面的碳達峰，並在2050年前實現碳中和；(ii)逐步提高可再生電力在採購能源結構中的佔比，包括通過參與綠色電力交易機制和購買可再生能源證書等方式，並以2050年之前實現100%可再生電力使用為長期目標；(iii)持續提升廢棄材料的回收率，包括缺陷打印部件、包裝及耗材，同時推廣採用PLA等可生物降解的環保型線材；(iv)通過先進的硬件設計和軟件算法優化3D打印機的能效，力爭實現單位打印產出能耗逐年降低；及(v)通過模塊化設計和翻新計劃延長產品生命週期。

ESG相關指標

我們致力於環境可持續性發展，並在整個業務運營過程中積極監控、評估及管理我們的資源消耗及污染物排放。我們消耗的主要資源為能源（包括汽油、柴油及電力）以及水。表A顯示2023年至2025年該等資源的整體使用情況，而表B則顯示同期的資源消耗密度。於2025年，電力、水、汽油及柴油的消耗密度較2024年有所增加，主要是由於年內生產規模擴大，以及物流及物料搬運活動增加。儘管出現該增加，我們將繼續實施效率提升措施，並將進一步優化設備利用率、運輸規劃及能源管理，以提高長期資源效率。

表A：2023年至2025年的資源使用情況

資源使用	關鍵績效指標	能源類型	單位	截至12月31日止年度		
				2023年	2024年	2025年
能源	汽油	直接	升	16,712.9	14,602.6	21,680.0
	柴油	直接	升	3,538.7	13,547.0	13,940.5
	電力	間接	千瓦時	4,979,661.8	7,790,764.7	13,480,619.2
水資源 . . .	用水量		噸	74,010.7	98,955.0	141,190.4

業 務

表B：2023年至2025年的資源消耗密度

資源使用	關鍵績效指標	單位	截至12月31日止年度		
			2023年	2024年	2025年
能源	汽油	升／萬平方米	1,388.3	500.4	729.9
	柴油	升／萬平方米	294.0	464.2	469.4
	電力	千瓦時／萬平方米	413,649.9	266,955.8	453,874.7
水資源 . . .	用水量	噸／萬平方米	6,147.9	3,390.8	4,753.7

排放：廢氣排放主要來自車輛及外購電力。我們於2023年至2025年產生的總排放量列於表C。儘管溫室氣體排放總量因業務增長及生產活動增加而有所上升，但2025年的廢氣排放總量及廢氣排放密度均有所下降，凸顯了本公司經營效率的提升及可持續發展舉措的成效。

表C：2023年至2025年間廢氣排放總量及密度

排放物類型	關鍵績效指標	單位	截至12月31日止年度		
			2023年	2024年	2025年
廢氣排放	氮氧化物(NO _x)	千克	276.5	303.1	288.6
	硫氧化物(SO _x)	千克	0.3	0.4	0.5
	顆粒物(PM)	千克	26.6	29.3	27.7
	廢氣排放總量	千克	303.5	332.7	316.8
	廢氣排放密度	千克／萬平方米	25.2	11.4	10.7
溫室氣體 排放	直接溫室氣體排放 (範圍1)	噸二氧化碳當量	54.6	76.1	96.9
	間接溫室氣體排放 (範圍2)	噸二氧化碳當量	3,485.8	5,453.5	9,488.6
	其他間接溫室氣體排放 (範圍3)	噸二氧化碳當量	28.0	38.3	52.2
	溫室氣體排放總量	噸二氧化碳當量	3,568.4	5,568.0	9,585.2
	溫室氣體排放密度	噸二氧化碳當量／ 萬平方米	296.4	190.8	322.7

廢棄物處置：我們倡導減少廢棄物，我們的廢棄物主要為無害辦公材料。2023年至2025年，我們的無害廢棄物主要包括包裝材料及辦公用紙(如表D所示)。廢棄包裝材料產生量分別為2.5噸、4.0噸及3.8噸，辦公用紙總量則分別為0.8噸、1.2噸及1.2

業 務

噸。此外，有害固體廢棄物僅佔我們廢棄物總量的極小部分，主要包括日常設備維護期間產生的廢礦物油，於2023年、2024年及2025年合共分別約為0.3噸、0.5噸及0.5噸。儘管該等廢棄物屬於有害廢棄物，但僅佔我們廢棄物總量的極小部分。所有此類材料均嚴格遵照相關環保法規進行管理及處置，以確保安全性及可持續性。

表D：2023年至2025年間本集團產生的廢棄物

廢棄物類型	關鍵績效指標	單位	截至12月31日止年度		
			2023年	2024年	2025年
固體 廢棄物...	無害固體廢棄物	噸	3.3	5.2	5.5
	有害固體廢棄物	噸	0.3	0.5	0.5
	固體廢棄物總量	噸	3.6	5.7	5.0
	固體廢棄物密度	噸／萬平方米	0.3	0.2	0.2

產業特定ESG政策

我們已制定貼合3D打印行業特點的ESG政策：(i) **材料與耗材回收**：在製造過程中產生的廢棄打印件、加工邊角料及其他生產殘餘物(PLA/PETG/ABS)，均通過系統化收集並按材質分類，隨後經由內部或合格的第三方回收工序重新加工為大直徑線材用於再銷售或內部使用，從而在增材製造的生產環節內形成閉環回收機制。(ii) **模塊化產品設計**：我們的3D打印機採用模塊化結構，可更換耗材部件，並通過擴展套件升級舊款機型，從而延長產品生命週期並減少電子廢棄物；及(iii) **綠色物流與碳減排**：我們積極推動多式聯運，99%以上的海外訂單通過海運和鐵路運輸完成。在國內，在我們物流合作夥伴運營的幹線運輸車輛中，90%採用新能源或液化天然氣動力。我們通過建立區域倉庫並應用運輸管理系統進行智能路線規劃來進一步優化供應鏈，從而降低能耗和碳排放。

通過該等政策，我們針對增材製造特有的環境風險採取應對措施，確保我們的運營有助於提高材料利用效率、延長產品壽命並減少碳排放。

社會責任

員工權益與福利：我們於所有重大方面均遵守中國適用的勞動法律法規，包括《中國勞動法》及《中國勞動合約法》。我們已制定規管招聘、解僱、薪酬、工時、休假權、晉升及績效評估的內部政策，以保護員工的合法權益。

業 務

工作場所安全：我們致力為全體員工維持一個安全、有序且健康的工作環境。儘管我們的生產過程並不涉及高風險的工業操作，但我們已於所有重大方面根據中國的相關法律法規制定並實施職業健康與安全協議，包括消防、電氣安全及應急準備。

截至最後實際可行日期，我們的若干生產設施（包括武漢生產基地的3D打印耗材生產線項目、惠州生產基地的3D打印設備研發製造項目及深圳生產基地的新建項目）未符合相關行政機關規定的「三同時」法定要求，致使我們面臨被安全生產監督管理部門責令整改及可能被其處以最高人民幣90,000元罰款的風險。誠如我們的中國法律顧問所告知，截至最後實際可行日期，我們尚未因未完全遵守該等法律要求而受到任何行政處罰或被責令整改，且未完全遵守該等法律要求並未對我們的業務經營或財務狀況造成重大不利影響。

教育和社區貢獻：我們認為教育是社會長期發展的重要支柱，並將其作為社會責任工作的核心。多年來，我們捐贈了大量的3D打印機、打印材料及教學資源，以支持西藏、新疆、甘肅和湖北等地區資源不足的學校和教育機構。通過與地方當局及非政府組織合作，我們推出「3D打印科技課堂」項目，以提升科學技術教育的公平性，特別是在農村和欠發達的社區。

獎項及表彰

下表載列截至最後實際可行日期我們獲得的主要獎項及認可。

獎項／表彰	獲頒年份	頒發機構／政府部門
深圳市瞪羚企業	2025年	深圳市瞪羚獨角獸企業 評價委員會
深圳市獨角獸企業	2025年	深圳市瞪羚獨角獸企業 評價委員會
廣東省省級製造業單項冠軍企業	2024年	廣東省工業和信息化廳

業 務

獎項／表彰	獲頒年份	頒發機構／政府部門
中央中小企業發展專項資金 重點「小巨人」企業獎.....	2024年	深圳市中小企業服務局
國家專精特新「小巨人」企業.....	2023年	中華人民共和國工業和 信息化部
廣東省科技進步獎.....	2023年	廣東省人民政府
廣東省激光與增材製造產業鏈 「鏈主」企業.....	2023年	廣東省科學技術廳

轉讓定價分析

於往績記錄期間，本集團位於中國、香港、德國及美國的子公司從事以下三種類型的公司間交易。該等公司間交易於本分節中就轉讓定價分析統稱為「受關注交易」。於往績記錄期間，我們的中國子公司主要從事研發、原材料採購、製造及銷售，而我們位於香港、德國及美國的海外子公司則主要從事海外銷售活動。

具體而言，受關注交易可分類如下：

產品買賣交易

1. 深圳市創想三維科技股份有限公司從我們的中國子公司（即創想湖北、創想惠州及創想三帝）採購成品；
2. 深圳市創想三維科技股份有限公司主要向我們的中國子公司（即創想北京、創想生態及創想電商）銷售成品、半成品及原材料；
3. 深圳市創想三維科技股份有限公司主要向創想香港及創想香港投資銷售成品，以供其進一步銷售至我們位於德國及美國的海外子公司。

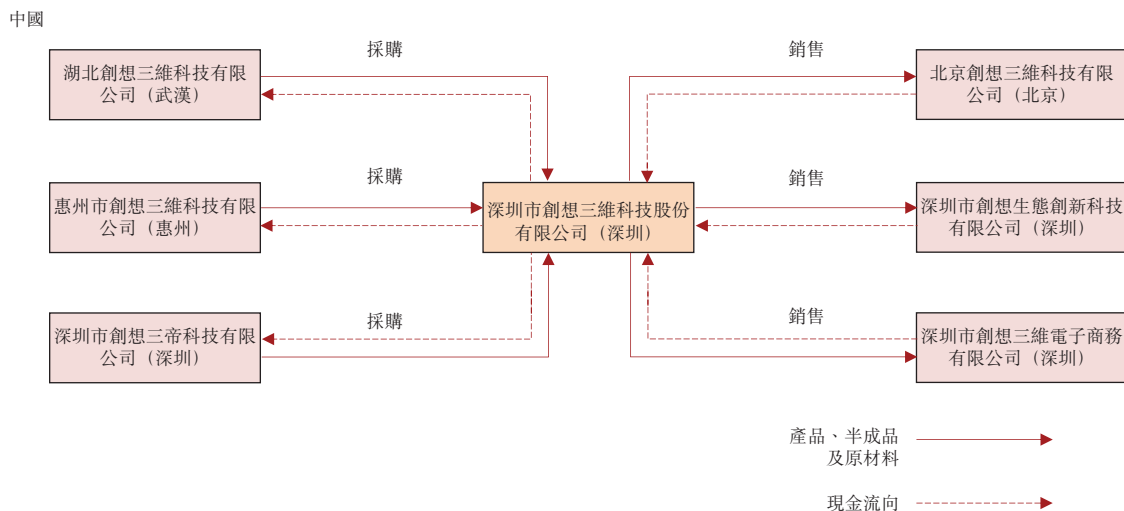
業 務

服務交易

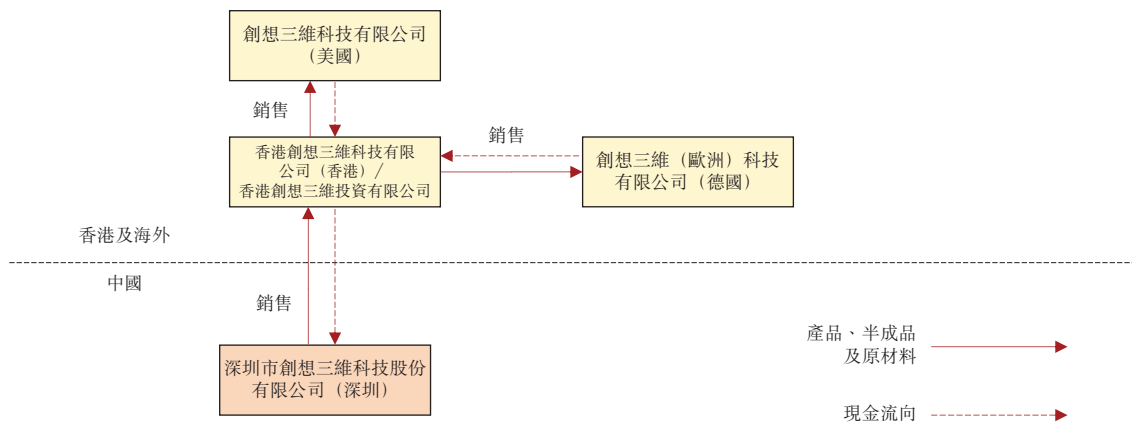
1. 創想上海及創想北京為深圳市創想三維科技股份有限公司提供銷售支援服務；
2. 創想香港、創想美國及創想德國向深圳市創想三維科技股份有限公司提供銷售支援服務。同時，根據業務需要，創想香港、創想美國及創想德國亦從深圳市創想三維科技股份有限公司獲得銷售支援服務；
3. 創想香港為創想美國及創想德國提供售後服務及技術服務；
4. 創想美國及創想德國為創想香港提供銷售支援服務。

於往績記錄期間，本集團內實體之間的受關注交易、服務及資金流動情況載列如下。

圖表1：中國境內的買賣交易：成品、半成品及原材料

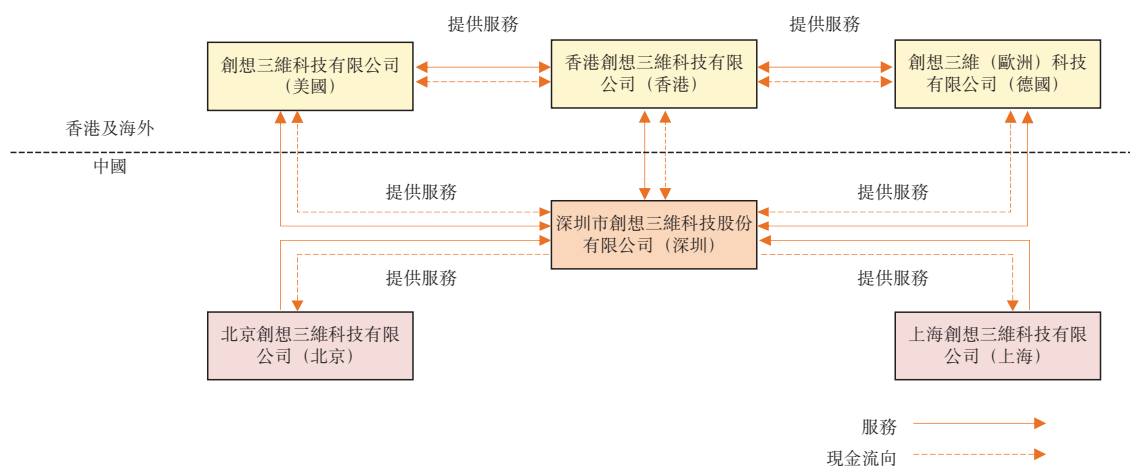


圖表2：跨境買賣交易：成品



業 務

圖表3：服務交易



經濟合作與發展組織頒佈《經合組織轉讓定價指引》，包括中國、香港、德國及美國在內的本集團內交易所涉及的相關稅務司法權區普遍遵循該指引。根據《經合組織轉讓定價指引》，本集團內交易應按公平基準進行，以避免在不同司法權區出現扭曲的應課稅收入。

於往績記錄期間，我們已委聘獨立轉讓定價稅務顧問深圳前海普華永道商務諮詢服務有限公司（「轉讓定價稅務顧問」）對受關注交易進行轉讓定價審查及基準研究。

轉讓定價方法及結論依據

從轉讓定價的角度來看，本公司是本集團的核心運營實體，且亦擁有商標、專利技術及客戶名單等核心或有價值的非常規無形資產。因此，在關聯方就其于受關注交易中的角色及責任按公平原則獲得回報後，本集團業務的剩餘利潤（或虧損，如有）應由本公司留存（或吸收）。由於本公司於本集團價值鏈中所承擔的功能性風險相對於本集團內其他實體而言相對複雜，因此未直接評估轉讓定價視角下本公司留存利潤水平的合理性，而是對本集團製造商（包括創想湖北、創想惠州）、經銷商（包括創想生態、創想電商、創想香港、創想香港投資、創想美國及創想德國）及銷售支援服務提供商（包括創想北京及創想上海）留存利潤水平的合理性進行評估，以分析於往績記錄期間本集團內部是否存在轉讓定價風險。

我們的轉讓定價稅務顧問選定交易淨利潤率法（「交易淨利潤法」）為評估受關注交易最合適的方法。該方法分析淨利潤指標，受交易性差異或會計實務差異影響較小。

業 務

根據功能分析，本集團內擔任製造商、經銷商或銷售支援服務提供商的各實體獲選為在審查中的受關注交易的受測試方。

根據交易淨利潤法，對亞太地區、美國及歐洲的第三方製造商、經銷商及銷售支援服務提供商進行基準分析，以釐定各受測試方的公平交易回報。應用適用的搜查和篩選標準後，可識別出與受測試方所執行的功能及所承擔的風險具可比性的獨立公司。為計算作為公平交易回報的四分位距，現將其於往績記錄期間可獲取的財務業績進行匯總。

經審核利潤水平指標（「**PLI**」）後，完全成本加成¹（「**FCMU**」）率被選定為用於評估製造商或銷售支援服務提供商就正在接受評估的關聯方交易所達成的業績是否符合公平交易原則的最可靠指標。銷售回報²（「**ROS**」）率則被選定為用於評估經銷商就正在接受評估的關聯方交易所達成的業績是否符合公平交易原則的最可靠指標。各受測試方的基準分析詳情如下³：

受測試方	經濟角色	轉讓定價方法	PLI	加權平均公平交易範圍	加權平均財務業績
創想湖北.....	亞太地區具備特定研發功能的常規生產商	交易淨利潤法	FCMU	3.19%-12.07%， 中位數為4.73%	7.58%
創想惠州.....					4.49%
創想生態.....	亞太地區有限風險經銷商	交易淨利潤法	ROS	0.62%-2.91%， 中位數為0.98%	1.66%
創想電商.....					1.60%
創想香港.....					0.66%
創想香港投資....					1.80%
創想美國.....	美國有限風險經銷商	交易淨利潤法	ROS	1.38%-4.87%， 中位數為3.18%	2.08%
創想德國.....	歐洲有限風險經銷商	交易淨利潤法	ROS	1.29%-3.70%， 中位數為2.45%	1.34%

1 完全成本加成率乃按營業利潤（即銷售收入減銷售成本及營業費用）除以總成本（銷售成本及營業費用之和，其中營業費用包括經銷、銷售、管理及研發費用）計算。

2 銷售回報等於營業利潤除以銷售收入。

3 於往績記錄期間，創想三帝作為3D打印機耗材業務線的運營實體，其定價政策與其關聯方的市場價格相符。因此，於此期間，創想三帝作為獨立實體運作，其利潤水平有效反映市場力量的影響。因此，無需進行進一步的轉讓定價分析。

業 務

受測試方	經濟角色	轉讓定價方法	PLI	加權平均公平 交易範圍	加權平均 財務業績
創想北京.....	亞太地區銷售支援	交易淨利潤法	盈虧平衡至	5%	43.15%
創想上海.....	服務提供商		5% FCMU ⁴		6.65%

於往績記錄期間，本集團內參與轉讓定價安排的實體進行了加權平均利潤水平評估。我們將可比公司加權平均利潤率四分位區間的中位數（適用於中國境內實體），或公平交易區間（適用於香港及海外實體）確立為目標利潤水平，以評估相應實體於此期間內轉讓定價安排的合理性。根據基準分析結果，本集團內參與受關注交易的實體的財務業績處於公平交易區間（適用於香港及海外實體）或高於（或符合）四分位區間的中位數（適用於中國境內實體）。

經對本集團內涉及受關注交易的實體進行財務分析後，本集團各實體之間的轉讓定價安排被認為不會導致其應課稅收入錄得不合理減少，以及產生任何重大轉讓定價所得稅調整的風險甚微。

基於轉讓定價稅務顧問進行的轉讓定價審查，以及我們按照轉讓定價稅務顧問建議進行的轉讓定價調整，轉讓定價稅務顧問確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團已遵守相關司法權區的適用轉讓定價法規。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的轉讓定價安排並未受到任何相關稅務機關的任何質疑或調查。

法律訴訟及合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及我們認為會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽及合規性造成重大不利影響的任何實際或待決的法律、仲裁或行政訴訟（包括任何破產或接管程序）。

4 應用簡化法無需進行基準分析。根據《經濟合作與發展組織轉讓定價指南》第七章，低附加值集團內服務的公平交易價格應對所有該等服務採用相同加成，而不論服務類別。該加成設定為相關成本的5%，簡化法無需通過基準研究進行驗證。

業 務

然而，我們涉及一宗訴訟，該訴訟由一家總部在歐洲的3D掃描儀製造商（「原告」，乃獨立第三方）於2022年在美國紐約州法院向我們提起。該案件涉及針對我們其中一家供應商及我們提出的知識產權侵權指控，原告聲稱相關產品侵犯了原告的著作權及專利權，包括美國專利第7,768,656號（「'656專利」）、第8,488,129號（「'129專利」）及第10,962,357號（「'357專利」）。受影響產品為供應商設計、製造並向我們出售的兩個3D掃描儀系列（即CR-Scan 01及CR-Scan Lizard），該供應商同意介入此案並就著作權及專利侵權指控進行抗辯。於2023年、2024年及2025年，該兩個3D掃描儀系列的收入貢獻分別為人民幣12.5百萬元、人民幣1.3百萬元及人民幣51,693元，佔相應年度總收入的0.7%、0.1%及零。原告的訴訟主張主要包括：(i)要求就受影響產品系列相關專利侵權獲得損害賠償，金額由陪審團釐定；(ii)獲得著作權侵權損害賠償，包括實際損害賠償及／或利潤歸還，具體金額亦由陪審團釐定；(iii)發佈永久禁制令，禁止我們未經授權複製或經銷侵犯相關專利或著作權的產品系列；及(iv)任何其他適當救濟措施。於2024年5月21日，法院駁回原告針對我們及供應商提出的且對我們不利的版權申索。由於該等申索已以對我們有利的結果完全解決，因此訴訟中並不存在版權申索。對於各項涉案專利，我們已以未構成侵權為由提交簡易判決動議，即對於各項產品，我們主張未侵犯相關專利的每項權利要求。此外，我們主張，'656專利及'129專利的權利要求指向美國法典第35編第101條(35 U.S.C. § 101)項下不具專利適格性的抽象概念。倘我們的動議獲得准許，該案件將獲有效結案。截至最後實際可行日期，該案仍待判決。截至目前，上述訴訟所產生的法律費用及開支均由供應商承擔。

就此案諮詢辯護律師並考慮其意見後，董事認為，該糾紛對本集團業務運營或財務狀況並無重大負面影響，理由如下：(i)涉案產品並非我們的主要產品，其銷售額及收入貢獻相對較小，分別佔我們2023年、2024年及2025年總收入的0.7%、0.1%及零，(ii)涉案知識產權涉及3D掃描儀作為光學儀器的技術設計，該技術無法應用於3D打印機的開發，且未應用於我們的任何其他產品，因此並非我們核心知識產權的一部分，(iii)我們已停止銷售受影響產品並終止我們與相關供應商的合作，及(iv)上述供應商已承諾，倘因履行採購合同致使我們遭受任何第三方索賠，且最終判定屬供應商過錯，則該供應商應當承擔相關損失，並就該等索賠所產生或與之相關的一切費用和損失向我們作出賠償。於往績記錄期間，概無其他與知識產權侵權相關的重大未決申索或糾紛。

業 務

為避免日後發生知識產權侵權，我們已透過以下方式加強我們的內部控制措施：(i)向我們的僱員提供定期知識產權合規培訓，(ii)在開發新產品或技術前進行專利檢索，(iii)要求供應商證明其擁有有關關鍵材料或技術的合法知識產權，(iv)建立應急程序以應對潛在的侵權行為，及(v)進行年度審查以識別潛在風險及審查過往事件。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，誠如我們的中國法律顧問所告知，我們並無涉及任何可能導致罰款、執法行動或其他處罰的重大違規事件，而該等事件單獨或累計可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

第三方付款安排

背景與原因

於往績記錄期間，我們接受代表若干客戶（「**相關客戶**」）通過非相關客戶的聯屬公司但由相關客戶指定的第三方付款人賬戶作出的付款（「**第三方付款安排**」）。於往績記錄期間，第三方付款安排主要包括指定或授權代表相關客戶付款的第三方付款人的付款，以方便相關客戶靈活處理。根據灼識諮詢的資料，在中國，客戶因各種個人原因通過第三方付款人結算款項乃屬一般商業慣例。

於2023年、2024年及2025年，相關客戶的數量分別為129名、151名及84名。於2023年、2024年及2025年，彼等根據第三方付款安排結算的總金額分別為人民幣45.8百萬元、人民幣85.3百萬元及人民幣68.0百萬元，分別佔同期我們總收入的2.4%、3.7%及2.2%。於往績記錄期間，概無個別相關客戶對我們的收入作出重大貢獻。據我們所深知，相關客戶指定的第三方付款人均非我們的關連人士，且所有指定的第三方付款人均獨立於我們的各董事、高級管理層及控股股東。

第三方付款安排的影響

於往績記錄期間，董事確認：(i)我們並無主動發起任何第三方付款安排，亦無以其他形式參與任何該等安排；(ii)我們並無向任何相關客戶提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益，以促進或鼓勵第三方付款安排；(iii)我們與相關客戶訂立的協議的定價及付款條款在類似情況下與並無涉及第三方付款安排的客戶大致相同；及(iv)我們的會計賬簿及記錄已在所有重大方面完整及準確地記載第三方付款安排。

業 務

於往績記錄期間，我們已採取以下措施監察及管理第三方付款安排：

- *真實的相關交易*。為確保第三方付款安排獲真實交易支持，就自指定第三方付款人收取的付款而言，我們要求相關客戶於完成訂單及付款後向我們提供相關資料，包括但不限於付款人賬戶、付款資料以及相關客戶與付款人之間的相關付款協議。我們的財務人員獲準確認相關客戶指定第三方付款人的付款，而我們的業務人員獲准在相關客戶提交的資料與訂單一致的條件下，向相關客戶發出我們的產品。
- *防止欺詐或洗錢*。我們亦設有了解客戶程序，以全面了解我們的客戶。此外，我們亦定期與企業客戶舉行業務會議，以了解其營運性質及業務模式。我們亦通過線上及線下渠道與客戶保持積極溝通。基於以上所述，我們並無理由相信相關客戶涉及欺詐或洗錢活動，亦無理由懷疑第三方付款安排涉及該等活動的所得款項或收益。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據我們所深知，(i)所有結算均基於真實的相關交易及有效的合約關係，(ii)結算金額與相關交易產生的金額一致，(iii)我們並不知悉任何與第三方付款安排有關的商業賄賂、洗錢、逃稅或與本集團存在現有或潛在糾紛的情況，(iv)相關客戶並無就任何通過第三方付款安排向我們支付或收取的交易款項申索任何權益；及(v)我們並無遇到任何因第三方付款安排引起的退款要求、實際或未決爭議或分歧，或任何針對我們提起的與第三方付款安排有關的重大申索。

誠如我們的中國法律顧問所告知，鑒於上文所述，(i)第三方付款安排在重大方面並無違反中國現行適用法律法規的強制性規定，(ii)根據《中華人民共和國刑法》，該等安排被認定構成掩蓋或隱瞞所得或收益來源及性質的洗錢罪的風險較低。

第三方付款安排的整改及其影響

為防範與第三方付款安排相關的風險以保障我們的利益，自2025年8月起，我們已大力加強並落實多項內部控制措施（統稱「**整改措施**」），以對第三方付款安排進行整改。我們對第三方付款安排的整改工作包括（其中包括）以下方面：

- (i) 我們要求客戶使用自己的合法銀行賬戶付款。嚴禁從與簽約方不符的第三方賬戶付款。倘出現任何此類差異，收到的款項將被退回，合同對手方將被要求通過自己的賬戶再次付款。

業 務

- (ii) 為防範欺詐或洗錢活動，並確保我們的會計賬簿與記錄的準確性及完整性，我們始終保有了解你的客戶程序，以全面了解我們客戶的情況，並將付款詳情與我們的記錄進行核對，確認付款均基於有關協議及／或承諾函作出。倘發現任何異常情況，我們將立即聯絡相關客戶進行核實並予以糾正。

截至最後實際可行日期，我們已全面實施整改措施，並已終止所有第三方付款安排。於2023年、2024年及2025年，分別有129名、151名及84名相關客戶使用第三方付款安排，其中分別有32名、42名及56名客戶於該等安排終止後仍繼續向我們下單。未下單的客戶主要表示目前缺乏購買意向。此外，使用第三方付款的客戶大多為下單頻率較低的小型客戶。基於上述原因，董事認為終止第三方付款安排對我們的經營或財務業績並無任何重大不利影響，且相關內部控制措施屬有效及充分。

內部控制及風險管理

我們已建立風險管理及內部控制體系。我們採用並持續完善內部控制機制，該機制包括針對我們業務運營量身制定的政策及程序，以始終保障業務運營及資產安全。董事會集體負責建立及實施該等風險管理機制，並監督整體風險管理工作。

*財務報告風險管理。*為有效管理財務報告風險，我們已採用覆蓋財務管理、預算管理及財務報表編製的全面會計政策。該等政策受到既定程序的支持，我們的財務部根據該等程序定期審查管理賬目。我們亦已成立審計委員會，以審查及監督我們的財務報告流程及內部控制系統。

*合規風險管理。*我們已建立完善的合規風險管理程序（包括由我們的法律團隊全面審查合約），以有效識別及管理合規風險，並確保我們的運營符合現行法律法規。此外，我們持續監控相關法律法規以及監管環境的變化。

*人力資源風險管理。*我們已建立全面的人力資源內部控制及風險管理政策，覆蓋招聘、培訓、職業道德及法律合規。我們定期進行績效評估，並將他們的薪酬與績效

業 務

掛鈎。此外，我們監控該等政策的實施，旨在及時發現及解決任何潛在的違反行為準則、道德標準或內部政策的行為。

反腐敗風險管理。我們通過全面的政策維護商業道德及誠信，包括反賄賂行為準則。我們設立匿名舉報機制，由內部審計部門監督。我們將以嚴格保密的方式對所有舉報進行調查，記錄調查結果並提交給相關管理層。此外，作為商業合作流程的一部分，我們要求我們的業務合作夥伴簽署若干誠信協議。截至最後實際可行日期，我們未曾涉及與腐敗、賄賂或欺詐相關的法律訴訟。

與受國際制裁地區及實體有關的業務活動

於往績記錄期間，我們在全球範圍內向客戶銷售3D打印機。根據我們對客戶地理位置的審查，我們已識別出位於若干受國際制裁地區（「**相關地區**」）的客戶。於2023年、2024年及2025年，該等銷售產生的收入分別約為人民幣66.7百萬元、人民幣103.2百萬元及人民幣149.5百萬元，分別佔我們總收入的約3.5%、4.5%及4.8%。據我們的國際制裁法律顧問（已執行其認為屬必要的程序）告知，鑒於所有該等銷售均以人民幣及美元計值，亦不涉及受EAR管制的任何物品、技術或材料，並且相關地區均不屬於全面受制裁的國家／地區，且在相關交易發生時，我們位於相關地區的客戶均未被列入OFAC存置的特別指定國民及被封鎖人士名單，故該等銷售並無違反國際制裁的規定。

我們亦已確定，我們於整個往績記錄期間曾向已被BIS列入實體清單、未經核實清單或軍事最終用戶清單的五個中國境內實體（「**相關實體**」）銷售3D打印機。於2023年、2024年及2025年，該等銷售產生的收入分別約為零、人民幣9,558元及人民幣242,299元，分別約佔我們總收入的0.05%以下。未經BIS許可，禁止向上述相關實體提供受EAR管制的物品。據我們的國際制裁法律顧問（已執行其認為屬必要的程序）告知，鑒於涉及上述相關實體的銷售未涉及或包含10%或以上受EAR管制的技術或物品，故該等銷售並不違反適用於該等實體的美國出口管制的規定。

我們已委聘我們的國際制裁法律顧問霍金路偉律師行執行相關程序，以評估我們對國際制裁法律法規的合規情況，並評估我們面臨的風險及根據國際制裁法律法規可能受到的處罰。

業 務

一級制裁

根據我們對客戶地理位置的審查，我們已識別出位於相關地區的客戶。據我們的國際制裁法律顧問告知，儘管相關地區於往績記錄期間受到各種制裁，但均不屬於全面受制裁的國家／地區。根據相關司法權區的制裁相關法律或法規，全面受制裁的國家／地區須遵守全面的區域性進出口、投融資禁令規定（例如，通常禁止與位於全面受制裁的國家／地區的實體以美元及歐元進行交易）；另一方面，相關地區受到的制裁範圍更為有限，制裁對象為相關地區內的若干指定實體、產品或行業。我們亦已識別出對相關實體的銷售情況。據我們的國際制裁法律顧問告知，鑒於以下情況，我們於往績記錄期間涉及相關地區和相關實體的銷售並未違反適用的制裁規定，亦未構成聯交所發佈的新上市申請人指南第4.4章所載指引中的「一級受制裁活動」：

- (i) 在相關交易發生時，我們位於相關地區的客戶均未被列入OFAC存置的特別指定國民及被封鎖人士名單，亦未被列入歐盟、澳大利亞及聯合國存置的相關受限方名單；及
- (ii) 就適用於相關實體的出口管制限制而言，除非獲得許可，否則受EAR管制的產品通常禁止出口至實體清單或軍事最終用戶清單所列的任何實體。向相關實體銷售的所有產品均為非美國原產的3D打印機，且不論依據免稅低值規則或外國直接產品規則，均不受EAR管制。因此，我們向該等客戶的銷售既無需許可，亦不違反適用於該等客戶的出口管制限制。

二級制裁

美國亦針對於相關地區從事若干特定活動、若干行業，或為該等活動及行業提供實質性支持的非美國人士實施二級制裁。從事該等特定活動、行業，或為該等活動及行業提供實質性支持的業務活動，均可視為從事二級制裁活動。在相關地區中，俄羅斯經濟體的「製造」業（連同俄羅斯經濟體的其他四個行業，即建築、工程、建造和運輸）於2023年5月19日根據第14024號行政命令被指定為制裁對象，授權OFAC對任何被發現在該等指定行業「開展業務」的人士實施制裁。

除對俄羅斯的銷售外，本集團於相關地區的交易並不涉及相關司法權區制裁法律或法規的域外條款（即二級制裁）所針對的其他業務活動。美國制裁並非自動適用於俄羅斯該等指定行業的所有公司，而須由OFAC行使酌情權確定於該等指定行業「開展業務」的特定人士或實體以對其實施美國制裁。評估某實體是否從事可能令其面臨二級制

業 務

裁風險的重大交易時，OFAC會考慮包括交易規模在內的多項因素。於2023年、2024年及2025年，我們向俄羅斯（不包括克里米亞、LPR、DPR、赫爾松及扎波羅熱）的銷售收入分別約為人民幣26.1百萬元、人民幣37.8百萬元及人民幣38.6百萬元，分別約佔總收入的1.4%、1.7%及1.2%。我們向相關地區（包括俄羅斯）銷售的產品均為中國原產的3D打印機。我們正在逐步減少對俄羅斯的銷售，並計劃管理銷量，加強對制裁風險的評估，嚴格禁止向受國際制裁規限的任何實體或受制裁目標進行銷售。

鑒於我們業務活動的性質，據我們的國際制裁法律顧問告知，OFAC因本集團與俄羅斯開展業務活動（即僅向俄羅斯銷售本集團產品）而將本集團視為在俄羅斯製造業「開展業務」，或實質性協助、贊助第14024號行政命令項下俄羅斯經濟體的其他目標行業，或為該等行業提供財務、物資或技術支持或商品或服務，或支援該等行業的風險相當低；同時，我們因僅向俄羅斯銷售本集團產品（而非在俄羅斯本土生產其產品）而被OFAC指定為特別指定國民的風險亦相當低。此外，鑒於我們與相關地區的交易未涉及相關司法權區制裁法律或法規的域外條款所針對的其他業務活動，且我們並未與任何位於俄羅斯或根據第14024號行政命令另行指定的受制裁實體進行交易，故我們的業務活動導致OFAC利用其於第14024號行政命令項下的二級制裁機構及其他二級制裁機構對相關人士實施制裁的風險相當低。截至最後實際可行日期，我們未被第14024號行政命令項下的二級制裁機構指定為制裁對象或被OFAC發現於俄羅斯若干指定行業「開展業務」。

內部控制

此外，我們將採取加強內部控制及風險管理的措施，我們認為該等措施可幫助我們監控及評估業務，以應對經濟制裁風險，具體如下：

- 為進一步強化現有內部風險管理職能，法務部負責監控我們面臨的制裁風險及相關內部控制程序的執行情況。法務部將至少每六個月召開一次會議，以監控我們面臨的制裁風險並審查我們實施的制裁篩查程序；
- 於決定是否在受國際制裁的國家／地區或制裁目標開展任何業務之前，我們將評估制裁風險。根據我們的內部控制程序，法務部須審查及批准所有來自受國際制裁的國家／地區或制裁目標的客戶或潛在客戶的相關業務交易文件。具體而言，我們將實施篩查程序，以識別本集團的潛在交易對手是否為美國、歐盟、聯合國、英國、英國海外領土或澳大利亞存置的各類

業 務

受限方及國家／地區名單上的人士或實體，包括但不限於屬任何OFAC管理的公開制裁名單上制裁對象的任何政府、個人或實體。未通過內部審查的交易將不會進行。同時，法務部應定期審查現有客戶及供應商名單，確保本集團不會與制裁名單上的國家、地區、實體或個人進行交易。倘識別出任何潛在制裁風險或可疑交易，我們或會向於國際制裁事宜方面具備必要專業知識及經驗的知名外部法律顧問徵求意見；

- 董事將持續監控[編纂][編纂]及透過聯交所籌集的任何其他資金的用途，以確保該等資金不會直接或間接用於資助或促進與全面受制裁的國家／地區或受制裁人士進行的活動或業務，或為全面受制裁的國家／地區或受制裁人士的利益而進行的活動或業務，以免違反國際制裁；
- 法務部將定期審查我們有關制裁事宜的內部控制政策及程序。若法務部認為屬必要，我們將委聘於制裁事宜方面具備必要專業知識及經驗的外部法律顧問，以徵求其建議及意見；及
- 如有必要，我們將委聘外部法律顧問，為董事、高級管理層及其他相關人員提供國際制裁相關合規培訓，以協助彼等評估我們日常運營中的潛在制裁風險，特別是對本集團業務的交易對手執行篩查程序，以確保其中概無任何受制裁人士。我們的外部法律顧問將向董事、高級管理層及其他相關人員提供最新的全面受制裁的國家／地區名單，隨後由彼等於內部傳達該等信息。

董事認為，我們的措施已構成一個合理充分且有效的內部控制框架，可協助我們識別及監控與制裁法律相關的任何重大風險，從而保障股東與我們的利益。

承諾

我們已向聯交所承諾，我們不會將[編纂][編纂]及透過聯交所籌集的任何其他資金，直接或間接用於資助或促進與任何全面受制裁的國家／地區或受美國、歐盟、聯合國、英國、英國海外領土或澳大利亞制裁的任何其他政府、個人或實體（包括但不限於明確列入OFAC存置的特別指定國民名單或美國、歐盟、聯合國、英國、英國海外領土或澳大利亞存置的其他受限方名單的任何政府、個人或實體）開展的活動或業務，或為其利益而開展的活動或業務，以免違反國際制裁。此外，我們已承諾不會將[編纂][編纂]用於支付因終止或轉讓任何違反國際制裁的合約而產生的損害賠償。此外，

業 務

我們亦承諾未來不會開展任何可能導致我們、聯交所、[編纂]、[編纂]或我們的股東及[編纂]違反美國、歐盟、聯合國、英國、英國海外領土或澳大利亞國際制裁法律或成為該等國際制裁法律制裁對象的業務。若我們認為本集團於受國際制裁的國家／地區內或與受制裁目標訂立的交易可能使本集團或股東及[編纂]面臨被制裁風險，我們亦會於聯交所網站及本集團網站以及於年報或中報中披露：(i)於受國際制裁的國家／地區內或與受制裁目標開展的任何新業務活動詳情；(ii)我們就監控業務面臨的制裁風險所做的工作；及(iii)於受國際制裁的國家／地區內及與受制裁目標開展的任何新業務活動的現狀及預期計劃。倘我們違反對聯交所的該等承諾，我們將面臨股份可能於聯交所[編纂]的風險。

執照、批准及許可

截至最後實際可行日期，我們已從相關政府部門獲得對中國及海外業務營運而言屬重大的所有必要執照、批准和許可。我們需要不時更新該等證書、許可及執照，並持續監督相關法律法規的遵守情況。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在更新執照、批准及許可方面並未遇到任何重大困難，且目前我們預期在更新方面不會遇到任何重大困難。

下表載列我們的重要證書和資質：

證書／資質／備案	持有人	授出機構	授出／備案日期	屆滿日期
醫療器械生產備案憑證	深圳創想三帝	深圳市市場監督管理局	2025年6月13日	不適用
醫療器械生產備案憑證	深圳創想三帝	深圳市市場監督管理局	2021年3月31日	不適用
醫療器械經營備案憑證	深圳創想三帝	深圳市市場監督管理局	2025年6月4日	不適用
醫療器械經營備案憑證	深圳創想三帝	深圳市市場監督管理局	2025年3月18日	不適用