

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅為概要，故並無載列所有可能對閣下重要的資料。閣下於決定投資[編纂]前，應閱讀整份文件。

對[編纂]作出的任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下於決定投資[編纂]前，應細閱該節。

概覽

我們是誰

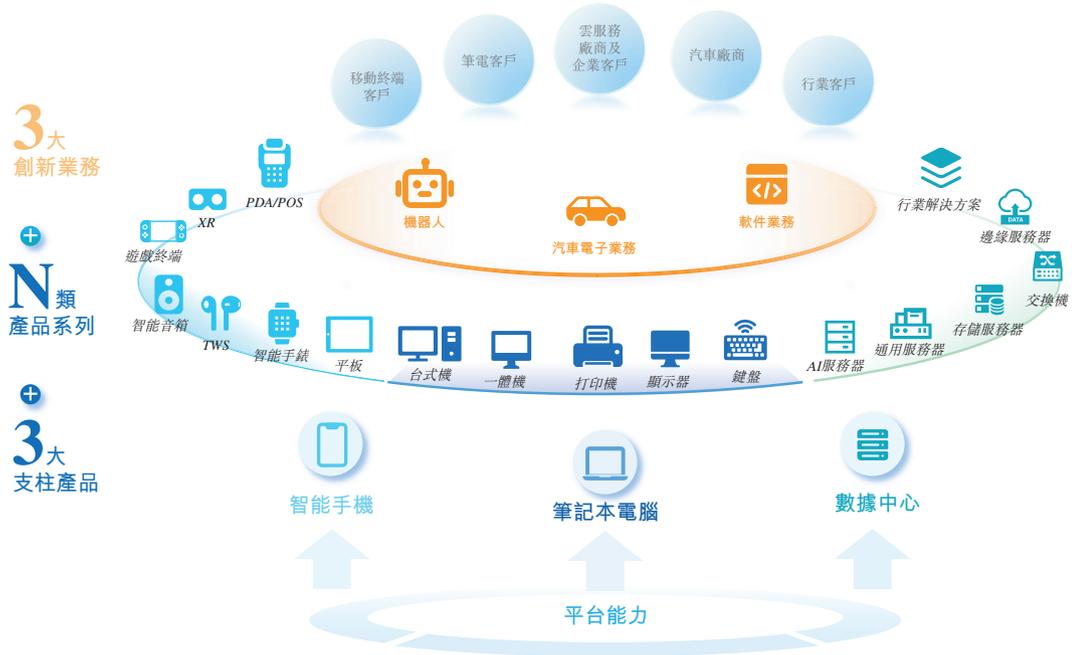
我們是深耕智能產品領域20餘年的智能產品平台型公司，智能產品集人工智能、物聯網、大數據及通信技術等核心技術為一體且融合多項智能功能。憑藉發展歷程中汲取的經驗，我們推動移動通訊、互聯網、雲計算和人工智能時代下產品和技術的開發和應用，為全球科技公司提供涵蓋移動終端、計算及數據中心業務、AIoT和創新業務領域的智能產品。我們在主要產品領域確立了穩固的領先地位，根據灼識諮詢的資料，我們是全棧智能產品ODM平台，在多個智能產品品類實現了全球第一。此外，根據灼識諮詢的資料，按全球消費電子產品ODM出貨量計，我們為2024年全球最大的消費電子ODM廠商，市場份額為22.5%。按全球智能手機ODM出貨量計，我們亦為2024年全球第二大的智能手機ODM廠商，市場份額為25.9%；按全球平板電腦ODM出貨量計，我們為2024年全球最大的平板電腦ODM廠商，市場份額為37.9%；按全球智能穿戴ODM出貨量計，我們為2024年全球最大的智能穿戴ODM廠商，市場份額為18.7%。此外，按2024年全球筆記本電腦ODM出貨量計，我們為全球第四大及中國最大的筆記本電腦ODM廠商，市場份額為9.6%。按2024年中國數據基礎設施業務收入計，我們在中國所有數據基礎設施廠商中排名第六，市場份額為5.0%。

我們構建了多品類發展的智能產品平台，為客戶提供端到端解決方案。我們深刻洞察和理解全球品牌客戶多樣化、多場景的產品需求，我們戰略性佈局了「3+N+3」產品矩陣，定義我們的產品開發重心，引領我們拓展至新領域。

- 3：我們的業務植根於三大支柱型產品：智能手機、筆記本電腦、服務器。該等產品為我們產品組合的根基，代表我們主要擅長的領域。
- N：立足於三大支柱型產品，我們已開發N類相關產品，延伸至邊緣業務，包括移動終端及AIoT、計算業務及數據中心產品。
- 3：我們持續探索汽車電子、軟件及機器人等創新領域的新機遇，進一步滿足新興客戶需求，推動我們產品組合的多元化。

根據灼識諮詢的資料，我們是全球覆蓋品類最豐富的智能產品ODM平台之一，同時我們也是全球唯一同時在智能手機、平板、智能穿戴、筆記本電腦和數據基礎設施產品領域建立領先市場地位的ODM廠商。

概 要



- 自2005年進入手機行業，我們把握智能手機行業智能化轉型帶來的市場戰略性機遇，多年來已成為全球智能手機ODM市場中的成熟參與者。未來移動終端產品會重塑人們的生活交互體驗，我們持續拓展平板電腦、智能穿戴及AIoT等產品領域，滿足全球消費者在不同場景對於智能產品的日常需求。根據灼識諮詢的資料，以2024年全球ODM出貨量計，我們已經成為全球第一大的平板電腦ODM廠商和智能穿戴ODM廠商。
- 我們也將智能手機ODM積累的成熟經驗和高效的運營能力快速遷移至筆記本電腦領域，並實現快速放量。隨著AI計算技術成為未來智能辦公環境的核心方向，我們正持續拓展AI PC、台式機、一體機、打印機等產品。
- 得益於敏銳的商業嗅覺，我們於2017年進入了數據中心領域，形成了AI服務器、通用服務器、交換機等全棧式數據基礎設施產品組合。通過把握算力基礎設施投資熱潮，我們已經成為國內頭部互聯網公司及雲服務廠商的核心供應商，並積極佈局企業級客戶市場。
- 我們也積極把握汽車電子、軟件業務、機器人等領域帶來的創新智能產品機會。通過積極與客戶合作以共同開發尖端技術應用，我們發揮於廣泛智能產品領域的豐富經驗，在新產品開發中為客戶提供支持，促使客戶把握不斷湧現的機遇，同時為我們的長期業務擴張開拓新的增長曲線。

我們的平台和產品能力已經獲得了全球市場的普遍認可。截至2025年12月31日，我們的客戶已經覆蓋了全球主要行業參與者的移動終端品牌、個人電腦品牌、雲

概 要

服務廠商及汽車廠商等。客戶的成功帶動了我們業務規模的持續增長，並最終反哺我們產品和平台能力的不斷增強。我們提高全球製造及交付能力，將全球業務佈局戰略性拓展至越南、墨西哥及印度。

我們的平台化能力

深耕智能產品領域20餘年，我們積累並打造了獨一無二的華勤平台能力，在運營、研發、製造和結構件等方面具備領先優勢。憑藉靈活響應、協同增效和平台延展等多重優勢，我們能夠快速滿足客戶多元化需求，加快產品創新迭代，並快速拓展產品組合，迅速抓住市場戰略性增長機遇，持續為客戶創造價值。請參閱「業務－概覽－我們的平台化能力」。

我們豐富多元的產品組合和巨大的市場機會

移動終端產品

移動終端產品是我們戰略佈局的起點，也是我們業績穩健增長的支柱之一。我們形成了豐富的移動終端產品矩陣，包括智能手機、平板電腦及智能穿戴。

未來隨著人工智能應用的普及，移動終端產品已經進入了新的迭代週期，產品品類不斷豐富，將極大提升人們的智能交互體驗。根據灼識諮詢的資料，全球智能手機、平板電腦及智能穿戴產品的合計出貨量預計將由2025年的1,975.0百萬台增至2030年的2,321.4百萬台，增幅達346.3百萬台。同時，平台型ODM廠商正不斷提升創新與運營能力，進一步推動ODM滲透率提升。值得注意的是，智能手機ODM滲透率預計將由2025年的44.8%增至2030年的55.0%，這意味著ODM出貨量將新增225.6百萬台。作為行業領先者，我們致力於為全球移動終端品牌長期創造價值，並期望藉助產品出貨量增長及ODM滲透率提升的機遇，擴大自身市場份額。

計算及數據中心產品

在滿足全球移動設備需求的同時，我們始終致力於拓展業務規模並豐富用戶的工作場所及數字生產力工具。

個人電腦產品

AI正重塑人們的辦公生產力工具。憑藉在移動終端領域的多年深耕，我們儲備了包括工業設計、智能化軟硬件交互開發、高算力適配、跨設備協同以及多屏互聯等筆記本電腦領域所需的核心技術，不斷深化對多平台系統架構的理解。結合成熟的量產能力，我們致力於持續把握產品升級帶來的市場增長機遇。

根據灼識諮詢的資料，全球筆記本電腦的ODM出貨量預計由2025年的167.1百萬台提升至2030年的193.0百萬台，其中2024年中國筆記本電腦ODM出貨量佔全球筆記本電腦ODM總出貨量的比例約為11%，該比例預計2030年將提升至近25%；根據灼識諮詢的資料，在全球前五大筆記本電腦ODM廠商中，我們在2022年至2024年期間的筆記本電腦ODM出貨量複合年增長率最高。作為2024年中國內地第一大筆記本電腦ODM廠商，憑藉出色的整機開發、軟硬件、智能製造以及高效的運營協同能力等綜合競爭優勢，我們致力於繼續提升在全球筆記本電腦ODM領域的市場份額。

概 要

數據基礎設施產品

圍繞以「AI Data Center」為代表的通用人工智能時代算力基礎設施升級需求，我們成為國內少有的兼具服務器與交換機技術能力的提供商。

我們的服務器產品具備領先的技術架構，兼容主流的GPU和CPU平台，具備高速率、高帶寬、低時延、高可靠性的智算能力，融合網絡、液冷、高效電源以及軟硬件系統集成等核心技術，全面支撐高性能計算場景；交換機產品提供覆蓋100G-800G的高速連接，憑藉模塊化架構與統一控制平台，實現靈活擴展與極低時延，高效滿足大規模組網需求。

人工智能應用發展推動著算力基礎設施投入的持續增加。依託於我們強大的技術能力和全球供應鏈生態，我們能快速響應客戶對高性能和定制化等各類需求。我們通過高效運營、跨平台研發及集群適配能力為客戶提供端到端解決方案，充分把握AI時代下數據基礎設施產品的快速增長機遇。

AIoT產品

在萬物互聯趨勢下，AI與物聯網技術深度融合，驅動AIoT硬件快速發展。為持續滿足消費者多樣化的產品需求，我們截至目前構建了涵蓋遊戲硬件、智能家居及XR產品，為全球億萬消費者帶來全場景智能化的生活體驗。

前沿技術的進步正為AIoT產品帶來更具沉浸感的交互體驗及更出色的內容展示，推動了全球市場需求的快速釋放。以XR和智能家居產品為例，根據灼識諮詢的資料，2025年至2030年，全球XR產品行業市場規模的複合年增長率為27.7%，全球智能家居產品行業市場規模的複合年增長率為10.3%。我們在AIoT領域的深耕佈局和多年經驗積累將幫助我們抓住市場快速增長的機會。

創新業務

我們持續關注智能產品的創新需求，在汽車電子、機器人、軟件業務、智能工業產品等領域保持投入，並取得了顯著的進展。在汽車電子領域，我們已成功構建了覆蓋硬件、軟件、人機交互及測試的車規級產品開發和製造體系，並在智能座艙、顯示屏及智能輔助駕駛領域均實現了出貨。在機器人領域，我們已經實現了從掃地機器人產品向通用機器人產品領域的拓展，同時我們各種自主生產場景也將為工業機器人產品的迭代提供豐富的場景數據，可以實現跨場景的有效協同。此外，根據灼識諮詢的資料，我們一直擁有豐富的跨平台、跨系統、跨產品的一體化軟件開發經驗，我們也將根據客戶的定制化需求向合作夥伴賦能，不斷開拓新的業務增長曲線，實現軟硬一體的生態共贏。於2023年、2024年及2025年，我們創新業務實現的收入同比增幅分別為32.9%、91.9%及121.0%，呈現快速增長趨勢。

概 要

我們的競爭優勢

我們相信，以下競爭優勢促使我們取得成功，並使我們在同行中脫穎而出。

- 技術驅動的智能產品平台型公司
- 極具競爭力的多元化產品矩陣
- 與全球大客戶共築繁榮的多元化商業生態
- 行業領先的全棧研發和產品創新能力
- 高質高效的智能製造及全球交付能力
- 全面且不斷深化的全球運營
- 經驗豐富且極具遠見的管理團隊，卓越的組織能力

我們的戰略

我們計劃採取以下策略。

- 深化「3+N+3」戰略，持續拓展延伸生態價值鏈佈局
- 持續提升為客戶創造價值的能力，並不斷鞏固和拓展優質客戶群體
- 持續加大研發投入，鞏固技術領先地位，拓展未來增長邊界
- 持續加強全球化運營及先進製造能力
- 加強垂直整合並進一步橫向拓展
- 持續完善人才與組織管理體系

研發

我們將技術研發能力視為持續增長的主要驅動力。我們在研發方面持續投入。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們的研發開支分別為人民幣4,547.5百萬元、人民幣5,155.8百萬元及人民幣6,363.5百萬元。我們計劃繼續在研發方面投入，為客戶提供優質產品和服務。截至2025年12月31日，我們擁有約3,500項國內註冊專利、逾50項國際註冊專利以及約2,100項註冊軟件著作權。

我們的技術

在高效研發管理與長期資源投入的雙重驅動下，我們成功積累了涵蓋研發設計、生產製造、質量控制、供應鏈管理的全鏈路核心技術。根據灼識諮詢的資料，我們是

概 要

行業內少數同時具備硬件、軟件、結構件開發能力的智能產品ODM廠商，且技術實力優於同業。以下載列我們在硬件、軟件及結構件開發方面的關鍵技術。請參閱「業務－我們的技術」。

製造

多年來，我們已在中國內地和海外市場建立全面的全球製造網絡。藉助中國東莞和南昌的地理優勢，我們在兩地建立了大型製造中心。此外，我們通過在越南、墨西哥和印度戰略性地設立生產設施，擴大全球業務版圖。請參閱「業務－製造」。

客戶與供應商

我們的客戶主要包括國內外的知名移動終端品牌、個人電腦品牌、雲服務廠商和汽車廠商等。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們的海外銷售收入分別為人民幣56,291.1百萬元、人民幣56,402.5百萬元及人民幣92,247.0百萬元，分別佔同期總收入的66.0%、51.3%及53.8%。截至2023年、2024年及2025年12月31日止各年度，向最大客戶的銷售額分別佔我們收入的25.9%、18.9%及14.9%，而同期向五大客戶的銷售額分別佔我們收入的64.6%、56.7%及54.1%。於往績記錄期間，我們通常授予客戶30至90天的信用期。

我們的供應商主要包括原材料、設備及生產耗材供應商，以及委外製造服務提供商和外部研發檢測合作夥伴。於往績記錄期間，我們供應商授予的信用期通常為30至120天。

歷史財務資料概要

下列表格列示了於往績記錄期間的摘要財務資料，摘自本文件附錄一所載的會計師報告。下述摘要財務資料應結合本文件所載的財務報表（包括相關附註）一併閱讀，並須以財務報表為準。本公司的綜合財務資料乃按照國際財務報告準則編製。

綜合損益表概要

下表概述我們於所示期間的綜合損益表概要。

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------|------------------|------------------|-------------------|
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| | | (人民幣千元) | |
| 收入 | 85,338,484 | 109,877,987 | 171,436,927 |
| 銷售成本 | (76,001,568) | (99,994,465) | (158,206,431) |
| 毛利 | 9,336,916 | 9,883,522 | 13,230,496 |
| 其他收入 | 758,390 | 995,154 | 945,434 |
| 其他收益及損失淨額 | 364,714 | 319,939 | 498,366 |
| 減值損失計提 | (342,849) | (117,719) | (209,375) |
| 銷售開支 | (199,203) | (217,277) | (338,784) |
| 一般及行政開支 | (2,198,241) | (2,323,331) | (3,031,079) |

概 要

| | 截至12月31日止年度 | | |
|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 研發開支..... | (4,547,527) | (5,155,807) | (6,363,453) |
| 融資成本..... | (270,331) | (244,092) | (308,359) |
| 應佔聯營公司業績..... | (66,652) | (103,325) | 52,687 |
| 稅前利潤..... | 2,835,217 | 3,037,064 | 4,475,933 |
| 所得稅開支..... | (178,207) | (120,713) | (344,358) |
| 年內利潤..... | 2,657,010 | 2,916,351 | 4,131,575 |

收入

於往績記錄期間，我們的收入來自以下產品：(i) 移動終端，主要包括智能手機、平板電腦及智能穿戴產品，(ii) 計算及數據中心業務，主要包括個人電腦及數據基礎設施產品。我們將兩款產品歸為一類，原因為我們的數據中心業務發展受益於計算業務技術的複用及遷移。兩條產品線的若干技術路線及研發方法相同。在我們的發展初期，我們對產品線實行緊密協調的資源分配管理，(iii) AIoT產品，如智能家居設備、XR產品及遊戲硬件，(iv) 創新業務，主要包括汽車電子及工業產品、機器人產品以及軟件，及(v) 其他，主要包括材料和廢料銷售。

按業務板塊劃分的收入

下表載列我們於所示期間按業務板塊劃分的收入明細。

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|-------------------------|-------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|
| | 2023年 | | 2024年 | | 2025年 | |
| | 金額 | % | 金額 | % | 金額 | % |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 移動終端..... | 48,039,458 | 56.3 | 51,035,492 | 46.4 | 80,209,938 | 46.8 |
| 計算及數據中心業務.... | 33,691,401 | 39.5 | 49,677,701 | 45.2 | 75,475,018 | 44.0 |
| AIoT..... | 1,633,586 | 1.9 | 4,672,515 | 4.3 | 7,884,923 | 4.6 |
| 創新業務..... | 821,269 | 1.0 | 1,576,356 | 1.4 | 3,483,787 | 2.0 |
| 其他 ⁽¹⁾ | 1,152,770 | 1.3 | 2,915,923 | 2.7 | 4,383,261 | 2.6 |
| 總計..... | 85,338,484 | 100.0 | 109,877,987 | 100.0 | 171,436,927 | 100.0 |

附註：

(1) 其他主要包括材料及廢料銷售。

於2023年、2024年及2025年，我們的收入分別為人民幣85,338.5百萬元、人民幣109,878.0百萬元及人民幣171,436.9百萬元。移動終端產生的收入出現波動主要由於原材料價格波動，進而影響我們向客戶提供的銷售價格；我們致力於深化與現有客戶的合作以及客戶群擴大。具體而言，於2023年至2024年，我們移動終端產生的收入有所增長，主要由於我們智能手機及智能穿戴產品的ODM出貨量增加，而這主要由於(i)全

概 要

球消費電子行業復甦及增長，及(ii)我們致力於深化客戶合作，豐富產品品類，從而提升了市場份額及增強了客戶黏性。於2024年至2025年，我們移動終端產生的收入大幅增長，主要由於(i)隨著我們通過豐富產品品類深化與眾多行業領先客戶的合作，我們智能手機及平板電腦的銷量有所增長；及(ii)通過收購一家子公司擴大我們智能穿戴產品的客戶群。

於往績記錄期間，我們計算及數據中心業務、AIoT產品及創新業務產生的收入持續增長。我們計算及數據中心業務產生的收入增長主要由於AI行業持續擴張，對計算能力的需求不斷增加。我們AIoT產品產生的收入增加主要由於我們的產品組合於往績記錄期間不斷拓展。此外，創新業務產生的收入增加主要由於我們的客戶群及產品組合不斷擴大。

銷量及平均售價

下表載列我們於所示期間按業務線劃分的已售產品銷量及平均售價。

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|--------------|-------------|--------|---------|--------|---------|--------|
| | 2023年 | | 2024年 | | 2025年 | |
| | 銷量 | 平均售價 | 銷量 | 平均售價 | 銷量 | 平均售價 |
| | (以千為單位) | (人民幣元) | (以千為單位) | (人民幣元) | (以千為單位) | (人民幣元) |
| 移動終端..... | 189,077 | 254 | 206,217 | 247 | 282,461 | 284 |
| 計算及數據中心業務... | 16,095 | 2,093 | 22,700 | 2,188 | 18,864 | 4,001 |
| AIoT..... | 5,837 | 280 | 12,367 | 378 | 18,025 | 437 |
| 創新業務..... | 1,492 | 550 | 3,732 | 422 | 5,469 | 637 |
| 總計..... | 212,501 | 402 | 245,016 | 448 | 324,818 | 528 |

我們的銷量由2023年的212.5百萬增加15.3%至2024年的245.0百萬，主要由於我們持續致力於產品多元化及客戶拓展。我們的銷量由2024年的245.0百萬增加32.6%至2025年的324.8百萬，主要由於我們持續拓展並升級產品組合。

於往績記錄期間，我們的平均售價主要受我們的產品組合影響。我們廣泛的產品線具有不同的售價。即使在同一產品類別內，我們亦提供價格各異的豐富產品線。具體而言，我們AI服務器的單位售價(普遍介於人民幣數十萬元)高於其他計算及數據中心產品的單位售價(普遍低於人民幣10,000元)。因此，服務器產品的銷量波動對我們計算及數據中心業務的平均售價造成嚴重影響。我們的平均售價於2024年維持相對穩定在人民幣448元，而2023年為人民幣402元。我們的平均售價由2024年的人民幣448元上漲至2025年的人民幣528元，主要由於我們單位售價更高的人工智能服務器銷量增長。

概 要

按地域劃分的收入

於往績記錄期間，我們向眾多全球客戶銷售產品。下表載列我們於所示期間基於我們客戶合同實體的註冊成立地點按地域劃分的收入明細。

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|--|---------------|-------|-------------|-------|-------------|-------|
| | 2023年 | | 2024年 | | 2025年 | |
| | 金額 | % | 金額 | % | 金額 | % |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 中國內地..... | 29,047,388 | 34.0 | 53,475,524 | 48.7 | 79,189,892 | 46.2 |
| 境外..... | 56,291,096 | 66.0 | 56,402,463 | 51.3 | 92,247,035 | 53.8 |
| －香港特別行政區..... | 13,259,737 | 15.5 | 14,975,139 | 13.6 | 14,037,908 | 8.2 |
| －亞洲(中國內地及 香港特別 行政區除外) ⁽¹⁾ | 37,714,933 | 44.2 | 31,410,899 | 28.6 | 51,945,430 | 30.3 |
| －美國..... | 4,053,828 | 4.8 | 8,403,353 | 7.6 | 17,258,081 | 10.1 |
| －其他地區 ⁽²⁾ | 1,262,598 | 1.5 | 1,613,072 | 1.5 | 9,005,616 | 5.2 |
| 總計..... | 85,338,484 | 100.0 | 109,877,987 | 100.0 | 171,436,927 | 100.0 |

附註：

- (1) 亞洲(中國內地及香港特別行政區除外)主要包括韓國、印度、中國台灣、日本及新加坡。
- (2) 其他地區主要包括巴西、德國、芬蘭、愛爾蘭及埃及。

於往績記錄期間，我們來自中國內地的收入的絕對金額及佔總收入的百分比持續增長，主要由於為迎合AI行業的發展，我們於往績記錄期間鞏固與大量中國內地數據產品客戶的合作。於往績記錄期間，我們來自亞洲(中國內地及香港特別行政區除外)的收入主要集中於消費電子行業的客戶。於2024年，我們來自亞洲(中國內地及香港特別行政區除外)的收入有所減少，主要由於亞洲客戶的供應商競爭加劇。於2025年，我們來自亞洲(中國內地及香港特別行政區除外)的收入有所增加，主要由於亞洲的智能手機產品銷量增長。自2024年起，我們來自美國的收入持續增長。有關增長主要由於(i) XR產品等新興領域的客戶群擴大；及(ii)收購一家客戶主要位於美國的子公司。

毛利及毛利率

下表載列我們於所示期間按業務板塊劃分的毛利及毛利率。

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|-----------|----------------------------|------|-----------|-----|-----------|-----|
| | 2023年 | | 2024年 | | 2025年 | |
| | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 | 毛利 | 毛利率 |
| | (金額) (%) (金額) (%) (金額) (%) | | | | | |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 移動終端..... | 6,909,392 | 14.4 | 4,960,330 | 9.7 | 7,205,111 | 9.0 |

概 要

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|---------------------|------------------|-------------|------------------|------------|-------------------|------------|
| | 2023年 | | 2024年 | | 2025年 | |
| | 毛利 (金額) | 毛利率 (%) | 毛利 (金額) | 毛利率 (%) | 毛利 (金額) | 毛利率 (%) |
| | (人民幣千元，百分比除外) | | | | | |
| 計算及數據中心業務 | 1,846,599 | 5.5 | 3,738,812 | 7.5 | 4,528,898 | 6.0 |
| AIoT產品 | 341,483 | 20.9 | 790,383 | 16.9 | 857,742 | 10.9 |
| 創新業務 | 148,511 | 18.1 | 302,014 | 19.2 | 480,571 | 13.8 |
| 其他 | 90,931 | 7.9 | 91,983 | 3.2 | 158,174 | 3.6 |
| 總計 | 9,336,916 | 10.9 | 9,883,522 | 9.0 | 13,230,496 | 7.7 |

於2023年、2024年及2025年，我們的整體毛利率分別為10.9%、9.0%及7.7%。我們的毛利率深受我們產品組合變動的影響。我們廣泛的產品線的利潤率各不相同。即使在同一產品類別內，我們亦提供利潤率各異的豐富產品線。具體而言，於2024年，我們移動終端毛利率有所下降，主要由於2023年上游市場價格波動導致2023年原材料平均採購成本相對較低。於2025年，我們移動終端的毛利率較2024年有所下降，主要由於毛利率較低的智能手機的收入貢獻有所增加。於往績記錄期間，我們AIoT產品的毛利率持續下降，主要由於我們產品組合拓展以及毛利率較低的音箱及XR產品的收入貢獻增長。此外，於2025年，我們創新業務的毛利率有所下降，主要由於毛利率較低的汽車電子的收入貢獻增加。

下表載列我們於所示期間按地域劃分的毛利及毛利率。

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|---|------------------|-------------|------------------|------------|-------------------|------------|
| | 2023年 | | 2024年 | | 2025年 | |
| | 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) | | | | | |
| 中國內地 | 3,465,875 | 11.9 | 4,473,890 | 8.4 | 6,012,398 | 7.6 |
| 境外 | 5,871,041 | 10.4 | 5,409,632 | 9.6 | 7,218,098 | 7.8 |
| — 香港特別行政區 | 597,420 | 4.5 | 1,341,384 | 9.0 | 1,013,332 | 7.2 |
| — 亞洲(中國內地 及香港 特別行政區除外) ⁽¹⁾ | 4,483,626 | 11.9 | 2,780,930 | 8.9 | 3,565,187 | 6.9 |
| — 美國 | 559,250 | 13.8 | 1,091,982 | 13.0 | 1,966,829 | 11.4 |
| — 其他地區 ⁽²⁾ | 230,745 | 18.3 | 195,336 | 12.1 | 672,750 | 7.5 |
| 總計 | 9,336,916 | 10.9 | 9,883,522 | 9.0 | 13,230,496 | 7.7 |

附註：

- (1) 亞洲(中國內地及香港特別行政區除外) 主要包括韓國、印度、中國台灣、日本及新加坡。
- (2) 其他地區主要包括巴西、德國、芬蘭、愛爾蘭及埃及。

概 要

於往績記錄期間，我們不同地區的毛利率主要受我們產品組合的差異及變動的影響，主要因為我們產品組合拓展及我們客戶不同類型產品的出貨安排變更。具體而言，於往績記錄期間，中國內地的毛利率受我們數據基礎設施產品及智能手機在中國內地的收入貢獻增長的影響，而該等產品由於關鍵原材料的採購成本較高而擁有較低的毛利率。2024年，我們在香港特別行政區的毛利率有所上升，主要由於產品競爭力提升以及我們個人電腦產品的成本管理優化、運營效率提高，該等產品貢獻我們在香港特別行政區的大部分銷售額。

期內利潤

於2023年、2024年及2025年，本公司的利潤分別為人民幣2,657.0百萬元、人民幣2,916.4百萬元及人民幣4,131.6百萬元。

綜合財務狀況表概要

下表載列我們截至所示日期的綜合財務狀況表概要。

| | 截至12月31日 | | |
|-----------|------------|------------|------------|
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| | | (人民幣千元) | |
| 非流動資產總額 | 15,375,824 | 20,075,267 | 25,458,636 |
| 流動資產總額 | 36,133,812 | 56,221,556 | 70,746,992 |
| 資產總額 | 51,509,636 | 76,296,823 | 96,205,628 |
| 流動負債總額 | 28,425,753 | 49,668,933 | 63,700,621 |
| 流動資產淨額 | 7,708,059 | 6,552,623 | 7,046,371 |
| 資產總額減流動負債 | 23,083,883 | 26,627,890 | 32,505,007 |
| 資產淨額 | 20,843,047 | 22,924,060 | 26,345,328 |

流動資產淨額

我們的流動資產淨額由截至2024年12月31日的人民幣6,552.6百萬元增加7.5%至截至2025年12月31日的人民幣7,046.4百萬元，主要是由於(i)貿易應收款項及應收票據增加人民幣8,861.7百萬元，與我們的收入增長基本一致；(ii)存貨增加人民幣3,147.8百萬元，與我們的業務擴張基本一致；及(iii)受限制銀行存款增加人民幣1,503.8百萬元，部分被銷量增加令原材料採購相關貿易應付款項及應付票據增加人民幣7,925.5百萬元所抵銷。

我們的流動資產淨額由截至2023年12月31日的人民幣7,708.1百萬元下降15.0%至截至2024年12月31日的人民幣6,552.6百萬元，主要由於(i)隨著業務擴張，與銷量增長有關的貿易應收款項及應收票據增加人民幣11,089.4百萬元及(ii)借款增加人民幣4,335.6百萬元，以支持業務擴張。

概 要

資產淨額

我們的資產淨額由截至2024年12月31日的人民幣22,924.1百萬元增加14.9%至截至2025年12月31日的人民幣26,345.3百萬元，主要由於(i)我們的年內利潤人民幣4,131.6百萬元；及(ii)非控股權益注資人民幣157.5百萬元，部分被已付股息人民幣907.0百萬元所抵銷。我們的資產淨額由截至2023年12月31日的人民幣20,843.0百萬元增加10.0%至截至2024年12月31日的人民幣22,924.1百萬元，主要由於(i)我們的年內利潤人民幣2,916.4百萬元；及(ii)收購一家子公司導致非控股權益增加人民幣375.8百萬元。

綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示期間的綜合現金流量表概要。

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-----------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 經營活動所得／(所用) | | | |
| 現金淨額..... | 3,849,780 | 1,375,754 | (223,312) |
| 投資活動所用現金淨額..... | (3,324,808) | (3,619,454) | (7,383,631) |
| 融資活動所得現金淨額..... | 5,437,305 | 3,348,043 | 6,691,630 |
| 現金及現金等價物 | | | |
| 增加／(減少)淨額..... | 5,962,277 | 1,104,343 | (915,313) |
| 期初現金及現金等價物..... | 4,502,971 | 10,230,638 | 11,425,180 |
| 匯率變動的影響..... | (234,610) | 90,199 | (239,619) |
| 期末現金及現金等價物..... | 10,230,638 | 11,425,180 | 10,270,248 |

於2025年，我們錄得經營活動所用現金淨額人民幣223.3百萬元，主要歸因於我們的營運資金需求密集及存貨水平高，以應對期內業務快速增長。我們將持續密切監控經營所得現金流量，並通過多種方式改善經營現金流出淨額狀況，包括(i)通過改善整體營運資金周轉情況(包括存貨周轉、應收賬款及應付款項周轉)；及(ii)通過優化成本架構及產品組合來提升盈利能力。

關鍵財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示期間的關鍵財務比率。

| | 截至12月31日／截至該日止年度 | | |
|-----------------------------|------------------|-------|-------|
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 收入增長率 ⁽¹⁾ | (7.9%) | 28.8% | 56.0% |
| 毛利率 ⁽²⁾ | 10.9% | 9.0% | 7.7% |
| 淨利潤增長率 ⁽³⁾ | 5.7% | 9.8% | 41.7% |
| 股本回報率 ⁽⁴⁾ | 16.3% | 13.5% | 16.9% |
| 流動比率 ⁽⁵⁾ | 1.3 | 1.1 | 1.1 |
| 速動比率 ⁽⁶⁾ | 1.1 | 0.9 | 0.9 |

概 要

附註：

- (1) 收入增長率按當年收入較上一年度的增幅除以上一年度收入，再乘以100%計算。
- (2) 毛利率按年內毛利除以相應年度收入，再乘以100%計算。
- (3) 淨利潤增長率按當年淨利潤較上一年度的增幅除以上一年度淨利潤，再乘以100%計算。
- (4) 股本回報率按本公司擁有人應佔年內利潤除以本公司擁有人應佔平均權益結餘，再乘以100%計算。
- (5) 流動比率按年末流動資產總額除以相應年度末流動負債總額計算。
- (6) 速動比率按年末流動資產總額減存貨，再除以相應年度末流動負債總額計算。

風險因素

本公司的經營及[編纂]涉及若干風險及不確定性，包括(i)與本公司業務及行業有關的風險，(ii)與本公司經營所在地區有關的風險，及(iii)與[編纂]有關的風險，相關內容載於本文件「風險因素」一節。在決定是否投資[編纂]前，閣下應仔細閱讀該節的全部內容。本公司面臨的若干主要風險包括但不限於：

- 我們業務的擴張及盈利能力取決於消費者對智能產品的需求及支出水平，這可能會受到我們無法控制的因素的影響。
- 行業標準及與我們產品和市場相關的技術要求的變化，可能會對我們的經營業績和業務前景產生不利影響。
- 我們經營所在市場競爭激烈。如我們無法有效競爭，我們的市場份額及盈利能力可能會受到不利影響。
- 我們的研發工作可能無法取得我們預期的結果。
- 我們的業務受到在不同司法權區經營業務所涉及的法律、監管、政治、經濟、商業和其他風險的影響。
- 倘我們的議價能力下降或市場狀況變化，我們可能無法有效控制產品的定價。
- 我們可能無法成功實施增長戰略，亦無法應對新興及發展演變業務領域中的相關挑戰。
- 於往績記錄期間，我們從若干主要客戶獲得大部分收入，而失去該等客戶的收入或來自該等客戶的收入大幅減少可能會對我們的經營業績產生重大不利影響。
- 我們的成功有賴於穩定且充足的原材料供應，而原材料面臨價格波動及其他風險。

近期發展及無重大不利變動

董事確認，截至最後實際可行日期，自2025年12月31日（即本文件附錄一所載會計師報告中報告的年度的結束日期）以來，我們的業務、財務狀況及經營業績並無重大不利變化，自2025年12月31日以來並無出現將對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。

概 要

根據《中國人民銀行國家外匯管理局關於境內企業境外上市資金管理有關問題的通知（徵求意見稿）》，境內企業境外上市募集資金，原則上應及時調回境內。如留存境外開展境外直接投資、境外證券投資、境外放款等業務，應在境外上市發行結束或超額配售完成之日前獲得業務主管部門批覆或備案文件，並應符合相關跨境資金管理規定。儘管我們擬將[編纂]用於境外投資，截至最後實際可行日期，我們並未落實任何特定投資項目。請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。根據適用中國法規，我們可能需要取得國家外匯管理局或授權銀行的事先批准或向其登記後，方可將[編纂]分配用於任何海外投資。

請參閱「風險因素－外匯法規可能限制我們的外匯交易，包括我們支付股息、調配[編纂][編纂]及其他債務的能力，並可能影響閣下的投資價值」。

於2025年7月，本集團訂立協議以收購合肥晶合集成電路股份有限公司（一家於上海證券交易所上市的公司（證券代碼：688249）及專門從事集成電路生產的半導體代工廠）的6%股權。交易對價約為人民幣2,393百萬元。交易已於2025年8月完成。

我們於2026年3月宣派截至2025年12月31日止年度總額為人民幣1,215.8百萬元的股息，將於2026年6月結清。請參閱「財務資料－股息」。

我們過往的上市嘗試

本公司已向上海證券交易所申請於科創板（「科創板市場」）上市（「過往上市嘗試」），過往上市嘗試已於2021年6月獲受理。於2022年4月，考慮到在上海證券交易所主板上市將更有利於其未來的資本管理及可持續發展，本公司自願撤回申請。於自願撤回過往上市嘗試之前，我們已收到上海證券交易所關於過往上市嘗試的問詢，且該等問詢已得到充分回復。

董事確認，據彼等所知、所悉及所信，其並不知悉將會對本公司在聯交所上市的適宜性造成影響的有關過往上市嘗試的任何重要事宜，亦不知悉需要提請聯交所及潛在投資者垂注與過往上市嘗試有關的任何其他事項。

經本公司作出合理審慎查詢、審核過往上市嘗試申請及終止記錄以及收到參與過往上市嘗試的專業人士關於彼等與本公司並無意見分歧的確認後，聯席保薦人認為，過往上市嘗試並未產生須提請聯交所垂註的事宜。

概 要

我們於上海證券交易所主板上市

本公司A股股票自2023年8月起在上海證券交易所主板上市。董事已確認，自其上海證券交易所上市以來及直至最後實際可行日期，我們概無發生嚴重違反上海證券交易所規則及中國其他適用證券法律法規的情形，且就董事經作出一切合理查詢後所深知，我們並無與在上海證券交易所的合規記錄有關的任何重大事項須提請投資者垂注。我們的中國法律顧問告知我們，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無受到中國證券監管機構實施的任何重大行政處罰或監管措施限制，且我們在所有重大方面均已遵守適用於我們的A股上市相關法律法規。根據聯席保薦人進行的獨立盡職調查及中國法律顧問的意見，聯席保薦人並未注意到任何事項將合理導致其在任何重大方面不同意董事就本公司於上海證券交易所的合規記錄作出的確認。

我們的控股股東集團

截至最後實際可行日期，邱文生先生為本公司48,746,040股股份的直接實益擁有人，通過上海奧勤控制本公司321,300,000股股份，並通過上海海賢控制本公司56,700,000股股份。上海奧勤及上海海賢均由邱文生先生最終控制。此外，邱文生先生的兄弟邱文輝先生為本公司18,060股股份的直接實益擁有人，並通過福建悅翔控制本公司13,750,943股股份，而福建悅翔則由邱文輝先生作為福建悅翔的有限合夥人擁有90%及由福建悅翔的普通合夥人林敏女士（邱文輝先生的配偶）擁有10%。林敏女士僅根據邱文輝先生與林敏女士訂立的婚內財產安排擔任福建悅翔的普通合夥人角色。根據適用中國法律，上海奧勤、上海海賢、邱文輝先生及福建悅翔為邱文生先生的一致行動人士。此外，據我們的中國法律顧問告知，林敏女士為福建悅翔的普通合夥人，根據適用中國法律及福建悅翔的合夥協議，福建悅翔被視為由林敏女士控制。因此，根據適用中國法律法規及上市規則第19A.14條，截至最後實際可行日期，邱文生先生、上海奧勤、上海海賢、邱文輝先生、林敏女士及福建悅翔合計可行使附屬於440,515,043股股份及約佔本公司已發行股份43.37%的表決權，並組成我們的控股股東集團。

緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，邱文生先生、上海奧勤、上海海賢、邱文輝先生、林敏女士及福建悅翔將合計可行使本公司已發行股份約[編纂]所附帶的表決權。假設[編纂]獲悉數行使，邱文生先生、上海奧勤、上海海賢、邱文輝先生及福建悅翔將合計可行使本公司已發行股份約[編纂]所附帶的表決權。因此，邱文生先生、上海奧勤、上海海賢、邱文輝先生、林敏女士及福建悅翔將於上市後仍為本公司的控股股東集團。

[編纂]

下表所載之統計資料基於以下假設：(i)[編纂]已完成且有[編纂]股H股在[編纂]中新發行；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)[編纂]完成後，已發行及流通在外的股份為[編纂]股。

概 要

| | 按[編纂]每股股份 [編纂]計算 | 按[編纂]每股股份 [編纂]計算 |
|--|---------------------|---------------------|
| 本公司股份的市值 ⁽¹⁾ | [編纂] | [編纂] |
| 本公司H股的市值 ⁽²⁾ | [編纂] | [編纂] |
| 本公司擁有人應佔未經審計[編纂]經調整 每股綜合有形資產淨額 ⁽³⁾ | [編纂] | [編纂] |

附註：

- (1) 股份市值的計算乃基於以下假設：(i)[編纂]股H股於緊隨[編纂]完成後按[編纂]將予發行（假設[編纂]未獲行使）；及(ii)已發行1,013,204,817股A股（不包括截至最後實際可行日期本公司根據董事會批准的購回授權所購回及於本公司股票回購賬戶持作庫存股份的2,527,527股A股），並按本公司於及緊接最後實際可行日期前五個交易日的平均收市價每股A股人民幣[88.33]元（或約[100.12]港元）計算。
- (2) 我們H股的市值按緊隨[編纂]完成後預計將發行[編纂]股H股（假設[編纂]未獲行使）計算。
- (3) 截至2025年12月31日本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整每股綜合有形資產淨額乃基於合共[編纂]股股份（相當於截至2025年12月31日已發行[編纂]股股份，不包括2,527,527股庫存股份及屬或有可退還的4,308,899股受限制股份，再加上[編纂]項下的[編纂]）計算，假設[編纂]已於2025年12月31日完成，但不計及因[編纂]獲行使及根據受限制股份計劃不時已授予或可能授予的受限制股份於歸屬時而可能發行的任何股份。

[編纂]

經扣除我們就[編纂]應付的估計[編纂]佣金及其他費用及開支，並假設[編纂]未獲行使且[編纂]為每股[編纂][編纂]，我們估計將自[編纂]收取[編纂]約[編纂]百萬[編纂]。

本公司目前擬將[編纂][編纂]用於以下用途：

- 約[編纂]（即[編纂]百萬[編纂]）將用於以產品為核心的研發投入，以增強本公司的技術實力；
- 約[編纂]（即[編纂]百萬[編纂]）將用於擴大及優化我們的製造網絡；
- 約[編纂]（即[編纂]百萬[編纂]）將用於戰略投資與垂直整合；及
- 約[編纂]（即[編纂]百萬[編纂]）將用於營運資金及一般公司用途。

概 要

股息

根據中國法律規定，股息僅可從我們可供分配利潤中支付。可供分配利潤指我們的稅後利潤扣除法定及其他應計提儲備後的餘額。我們並無正式的股息政策及預先釐定的分派比率。我們優先採用現金方式分派股息，亦可採用股票方式或現金與股票相結合的方式分派股息。我們的分紅政策規定：在本公司錄得年內淨利潤且累計未分配利潤為正，且利潤分配不會損害本公司持續經營能力及長期發展的前提下，若無重大資本開支計劃，本公司將優先採用現金方式進行利潤分配，其中現金分紅金額不低於當年實現可供分配利潤的10%。

於往績記錄期間，我們向股東宣派的現金股息如下：

| | 截至12月31日止年度 | | |
|-------------------|-------------|---------|-----------|
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| | (人民幣千元) | | |
| 報告期末後擬定的末期股息..... | 869,032 | 911,630 | 1,215,846 |

於2023年及2024年宣派的全部股息均從我們的留存利潤中派付，且截至最後實際可行日期已悉數結清。我們於2026年3月宣派截至2025年12月31日止年度總額為人民幣1,215.8百萬元股息，將於2026年6月結清。

COVID-19

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的經營、原材料採購或交付計劃並無出現任何嚴重中斷，亦無因COVID-19疫情導致售價或銷量出現任何重大波動。因此，COVID-19疫情並無對我們的業務運營及財務業績造成任何重大影響。

[編纂]

[編纂]指與[編纂]相關的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。假設[編纂]未獲行使且基於[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即[編纂]的中位數)，我們將承擔的[編纂]估計約為人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)，包括：(i)[編纂]費用人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)；及(ii)[編纂]相關開支人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)，其可進一步分為：(a)法律顧問及會計師費用及開支人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)；及(b)其他費用及開支人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)，其中約人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)預計將計入綜合損益表，約人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)預計將於[編纂]完成後自權益扣除。假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]的中位數)且[編纂]未獲行使，[編纂]預計佔[編纂][編纂]總額的約[編纂]%。上述[編纂]為最後實際可行的估計，僅供參考，實際金額可能與估計有所不同。