

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，並不包含可能對閣下而言屬重要的所有資料，並整體上受本文件全文所規限，且應與之一併閱讀。閣下在決定[編纂]前應閱讀整份文件。

任何[編纂]均涉及風險。與[編纂]相關的若干特定風險載於「風險因素」。閣下在決定[編纂]前應仔細閱讀該章節。

概覽

我們是誰

我們是一家數字營銷服務提供商，致力於助力「中國企業出海」，實現全球業務增長。截至最後實際可行日期，我們已助力客戶實現超過13億次商業轉化，例如應用程序安裝、用戶註冊或產品銷售。根據灼識諮詢的資料及參考2024年的總流水，我們在全球市場的中國獨立第三方移動廣告平台及中國出海數字營銷服務提供商中分別排名第三及第四。我們的業務已展現可觀增長。於往績記錄期間，我們的收入由2023年的人民幣2,143.3百萬元增加至2025年的人民幣3,830.1百萬元，複合年增長率為33.7%。

我們透過我們的專有系統（即Cyberclick、Yeahmobi及zMaticoo）提供數字營銷服務，實現傳統廣告代理業務的AI輔助演進。我們積極參與並深入鑽研客戶的品牌定位、產品、目標受眾、目標地區及KPI要求。憑藉以數據驅動的營銷策劃，我們亦能識別不同媒體及地區的消費者行為路徑及轉化率。

就商業模式而言，全球廣告服務市場可分為兩類：自有流量平台及獨立第三方平台。自有流量平台是主要從其自身用戶群及自營內容產生廣告收入的數字生態系統，我們稱之為「主要媒體平台」。自有流量平台會將廣告主的需求與其自有媒體流量進行直接匹配。相比之下，獨立第三方平台並不擁有大量媒體流量，而是提供廣告技術服務，通過流量採購、活動執行及績效優化，將廣告主需求與媒體供應連接起來。

我們通過兩條業務線提供服務，使客戶能夠與自有流量平台及獨立第三方平台建立聯繫：

- (i) 整合營銷服務 — 透過Cyberclick，我們在主要媒體（如Google及Meta）上開展廣告活動。透過對每場廣告活動中收集的數據進行實時處理所作的營銷後分析，亦有助於更準確地預測轉化率及更有效地觸達目標受眾的推薦做法。於最後實際可行日期，我們已幫助客戶在超過30家主要媒體平台投放廣告；
- (ii) 廣告平台業務 — 透過Yeahmobi及zMaticoo，我們的技術使我們能夠通過API集成或我們建立的全球廣告交易平台zMaticoo ADX與媒體連接。Yeahmobi可實現目標受眾匹配及廣告預算分配，從而在合適的媒體上投放客戶的廣告。zMaticoo允許客戶透過我們的獨立平台zMaticoo ADX實時競價廣告庫存並在媒體上投放廣告。於最後實際可行日期，我們已將我們的廣告平台與超過600,000家媒體連接。

概 要

我們的專有系統以數據為驅動、以AI賦能，實現自動化，並提供分析與效果優化。有關我們專有系統技術能力的進一步詳情，請參閱「業務 — 我們的技術 — 專有系統」一節。

我們的市場機遇

根據灼識諮詢的資料，全球移動廣告服務市場規模從2019年的2,412億美元增至2024年的5,039億美元，複合年增長率為15.9%，預計到2029年將達到8,549億美元，2024年至2029年的複合年增長率為11.2%，此乃受數字化滲透率不斷提高以及預算持續從線下渠道轉移至線上渠道所帶動。有關進一步詳情，請參閱「業務 — 概覽 — 我們的市場機遇」。

我們的業務

我們透過提供整合營銷服務及廣告平台業務經營業務。有關我們各業務線的詳情，請參閱「業務 — 我們的業務模式」。

我們的優勢

我們認為，以下優勢促成我們取得成功：(i)覆蓋數字營銷全週期的紮實技術能力；(ii)覆蓋廣泛行業與地域的多元媒體資源；(iii)穩固的客戶基礎及廣泛的營銷見解；及(iv)遠見卓識且經驗豐富的管理團隊。

我們的策略

我們正實施以下策略：(i)深化AI技術與廣告技術融合；(ii)提升我們廣告平台的技術能力並擴大媒體網絡效應；(iii)擴展客戶群及全球版圖；及(iv)吸引技術人才及探索選擇性收購。

我們的客戶及供應商

於2023年、2024年及2025年，於往績記錄期間各年來自五大客戶的收入分別為人民幣460.6百萬元、人民幣681.5百萬元及人民幣1,144.5百萬元，佔相關總收入的21.5%、26.8%及29.9%。於2023年、2024年及2025年，來自我們最大客戶的收入分別佔同年我們總收入的5.2%、8.6%及12.4%。截至最後實際可行日期，概無董事、其緊密聯繫人或任何股東（擁有或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上者）於往績記錄期間的任何五大客戶中擁有任何權益。我們於往績記錄期間的所有五大客戶均為獨立第三方。進一步詳情請參閱「業務 — 我們的客戶及供應商 — 我們的客戶」。

於往績記錄期間各年度2023年、2024年及2025年，我們向五大供應商的採購額分別為人民幣5,594.1百萬元、人民幣8,185.4百萬元及人民幣10,954.9百萬元，分別佔我們各年度流量採購總額的79.7%、83.7%及82.3%。其中，於2023年、2024年及2025年，我們向最大供應商的採購額分別佔我們各年度流量採購總額的38.8%、46.7%及30.7%。截至最後實際可行日期，概無董事、其緊密聯繫人或任何股東（擁有或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上者）於往績記錄期間的任何五大供應商中擁有任何權益。我們於往績記錄期間的所有五大供應商均為獨立第三方。進一步詳情請參閱「業務 — 我們的客戶及供應商 — 我們的供應商」。

概 要

於往績記錄期間，我們的五大客戶中的若干客戶亦是我們的供應商，而五大供應商中的若干供應商亦是我們的客戶。彼等主要向我們供應媒體流量，同時購買我們的數字營銷服務。此類重疊主要由於該等客戶及供應商均為科技公司或營銷服務提供商。根據灼識諮詢的資料，此類安排在全球數字營銷服務行業中較為常見，即媒體於有營銷需求推廣其產品或服務時，或會成為營銷服務提供商的客戶。有關詳情，請參閱「業務 — 我們的客戶及供應商 — 重疊客戶及供應商」。

競爭格局

我們於中國出海數字營銷服務市場競爭，同時也與全球移動廣告服務市場中的中國獨立第三方平台進行競爭，該兩個市場均競爭激烈。受科技快速發展及客戶多樣化需求驅動，該兩個市場近年持續發展，並預期未來將繼續增長。

基於我們穩固的技術實力、廣泛的媒體覆蓋、成熟的客戶基礎及經驗豐富的管理團隊，我們相信自身具備有利條件，能夠在我們所經營的行業中維持競爭地位，並把握未來發展機遇。

有關進一步詳情，請參閱「行業概覽」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及「風險因素」一節所列明的若干風險。在決定[編纂]我們的股份之前，閣下應仔細閱讀該節的全部內容。我們面臨的部分主要風險包括：(i)我們經營所在行業不斷變化。倘我們的技術、業務模式、服務及解決方案未能持續滿足客戶不斷變化的需求或適應市場需求，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響；(ii)於往績記錄期間，我們的毛利率有所下降；(iii)我們面臨依賴有限數量主要媒體的風險；(iv)倘我們未能留住現有客戶並擴大客戶群，我們的財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響；(v)我們面臨與業務有關的激烈競爭；(vi)倘我們的研發成果未能增強我們的技術能力或跟上快速的技術迭代，我們可能無法為廣告主的廣告實現更好的表現，或為發佈商的流量帶來更高的變現效率，這可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響；(vii)我們面臨應收賬款及與媒體代理服務相關的其他應收賬款的收回風險。廣告主就該等應收賬款及與媒體代理服務相關的其他應收賬款的收回出現任何重大違約或延遲付款，均可能導致我們壞賬增加，並對我們的現金流量造成壓力。

過往財務資料概要

下表載列自本文件附錄一所載會計師報告中摘錄的我們於往績記錄期間財務資料中的財務數據概要。下文所載財務數據概要應與本文件中的財務報表(包括其相關附註)一併閱讀，並完全以之為準。我們的財務資料乃根據國際財務報告準則會計準則編製而成。

概 要

綜合損益表概要

下表載列我們於所示年度的綜合損益表概要。

| | 截至12月31日止年度 | | | | | |
|-----------------|------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
| | 2023年 | | 2024年 | | 2025年 | |
| | 人民幣千元 | 佔收入% | 人民幣千元 | 佔收入% | 人民幣千元 | 佔收入% |
| 收入 | 2,143,320 | 100.0 | 2,546,810 | 100.0 | 3,830,067 | 100.0 |
| 銷售成本 | (1,621,290) | (75.6) | (2,073,612) | (81.4) | (3,281,037) | (85.7) |
| 毛利 | 522,030 | 24.4 | 473,198 | 18.6 | 549,030 | 14.3 |
| 銷售及營銷開支 | (40,621) | (1.9) | (43,875) | (1.7) | (65,200) | (1.7) |
| 行政開支 | (140,360) | (6.5) | (121,692) | (4.8) | (193,137) | (5.0) |
| 研發開支 | (86,708) | (4.0) | (91,387) | (3.6) | (159,270) | (4.2) |
| 應收賬款及其他應收款項減值虧損 | (124,912) | (5.8) | (82,326) | (3.2) | (87,924) | (2.3) |
| 其他收入淨額 | 99,546 | 4.6 | 97,637 | 3.8 | 143,273 | 3.7 |
| 經營利潤 | 228,975 | 10.7 | 231,555 | 9.1 | 186,772 | 4.9 |
| 融資成本 | (6,049) | (0.3) | (20,735) | (0.8) | (13,791) | (0.4) |
| 分佔合營企業的(虧損)/利潤 | (65) | (0.0) | 153 | 0.0 | (1,360) | (0.0) |
| 分佔聯營公司的利潤減虧損 | 3,162 | 0.1 | 9,159 | 0.4 | 7,865 | 0.2 |
| 稅前利潤 | 226,023 | 10.5 | 220,132 | 8.6 | 179,486 | 4.7 |
| 所得稅 | (12,079) | (0.6) | 9,682 | 0.4 | (24,555) | (0.6) |
| 年內利潤 | 213,944 | 10.0 | 229,814 | 9.0 | 154,931 | 4.0 |
| 以下人士應佔： | | | | | | |
| 本公司權益股東 | 217,041 | 10.1 | 231,825 | 9.1 | 158,105 | 4.1 |
| 非控股權益 | (3,097) | (0.1) | (2,011) | (0.1) | (3,174) | (0.1) |
| 每股盈利 | | | | | | |
| 基本(人民幣元) | 0.46 | — | 0.49 | — | 0.34 | — |
| 攤薄(人民幣元) | 0.46 | — | 0.49 | — | 0.33 | — |

我們的收入由2023年的人民幣2,143.3百萬元增加18.8%至2024年的人民幣2,546.8百萬元，主要受整合營銷服務收入增加所推動，而該增長主要歸因於我們良好的廣告效果以及加強的銷售與營銷力度。我們的收入由2024年的人民幣2,546.8百萬元增加50.4%至2025年的人民幣3,830.1百萬元，主要由於現有客戶的廣告支出金額增加及我們的客戶群擴大。

我們的毛利率由2023年的24.4%下降至2024年的18.6%，主要由於整合營銷服務的毛利率下降，而該下降主要歸因於我們的競爭性營銷策略。我們的毛利率由2024年的18.6%下降至2025年的14.3%，主要由於：(i)我們的競爭性營銷策略，(ii)銷售成本項下的員工成本增加，主要與運營人員數量增加及我們股份支付有關，及(iii)我們的媒體成本增加，原因為我們利用更廣泛的媒體資源來收集多元化的廣告表現數據，以優化我們的廣告算法及擴大廣告平台業務的客戶群。

非國際財務報告準則計量方法

為補充按照國際財務報告準則會計準則呈列的歷史財務資料，我們亦使用並非國際財務報告準則會計準則規定或按其呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量方法)作為附加財務計量方法。我們認為，該等非國際財務報告準則計量方法有助透過消除若干項目的潛在影響，對比不同年份及不同公司的經營表現。

概 要

我們認為，該等計量方法可為投資者及其他人士提供有用信息，使其採用與管理層相同的方式了解並評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的非國際財務報告準則計量方法可能無法與其他公司呈列的類似計量方法進行直接比較。使用該等非國際財務報告準則計量方法作為分析工具存在局限，閣下不應脫離我們根據國際財務報告準則會計準則呈報的經營業績或財務狀況或將其作為替代分析加以考慮。此外，非國際財務報告準則計量方法的界定或會與其他公司使用的類似術語有所差別。

我們將年內的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量方法)界定為加回股份支付開支而調整的年內利潤。下表為我們的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量方法)與2023年、2024年及2025年根據國際財務報告準則會計準則確認的年內利潤的對賬：

| | 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 |
| 淨利潤與經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量方法)的對賬： | | | |
| 年內利潤 | 213,944 | 229,814 | 154,931 |
| 加： | | | |
| 股份支付開支 ^(附註) | 6,011 | (6,011) | 81,988 |
| 股份支付開支的稅務影響 | (1,028) | 1,028 | (4,364) |
| 經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量方法) | 218,927 | 224,831 | 232,555 |

附註：

股份支付開支乃因向甄選董事及僱員授予限制性股票單位而產生的非現金開支。其主要指我們接受董事及僱員提供的服務以換取我們的權益工具的安排。預期股份支付開支不會導致未來現金付款。股份支付開支於我們的銷售成本、銷售及營銷開支、行政開支及研發開支中入賬；上表所示股份支付開支指於各類該等開支項下入賬的該等款項總和。

按主要業務線劃分的收入

於往績記錄期間，我們主要通過(i)整合營銷服務及(ii)廣告平台業務產生收入。下表載列於所示年度我們按主要業務線劃分的收入明細(按絕對金額及佔收入的百分比列示)：

按主要業務線劃分

下表載列我們截至所示年度按業務線劃分的收入：

| | 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) | | (人民幣千元) | (人民幣千元) | | |
| 整合營銷服務 | 862,708 | 40.3 | 1,308,071 | 51.4 | 1,953,614 | 51.0 |
| 廣告平台業務 | 1,274,184 | 59.4 | 1,234,271 | 48.5 | 1,838,115 | 48.0 |
| 其他 | 6,428 | 0.3 | 4,468 | 0.1 | 38,338 | 1.0 |
| 總計 | 2,143,320 | 100.0 | 2,546,810 | 100.0 | 3,830,067 | 100.0 |

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

綜合財務狀況表概要

下表載列我們於所示日期的流動資產及負債。

| | 於12月31日 | | |
|---------------|------------------|------------------|------------------|
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 流動資產總值 | 4,261,802 | 5,381,606 | 6,024,671 |
| 非流動資產總值 | 409,418 | 389,720 | 498,629 |
| 資產總值 | 4,671,220 | 5,771,326 | 6,523,300 |
| 流動負債總額 | 1,164,156 | 2,149,022 | 2,765,302 |
| 非流動負債總額 | 103,669 | 38,690 | 31,983 |
| 負債總額 | 1,267,825 | 2,187,712 | 2,797,285 |
| 流動資產淨值 | 3,097,646 | 3,232,584 | 3,259,369 |
| 權益總額 | 3,403,395 | 3,583,614 | 3,726,015 |

綜合現金流量表概要

下表載列於所示年度我們的綜合現金流量表選定現金流量數據。

| | 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 |
| 經營活動所得現金淨額 | 148,025 | 472,624 | 161,324 |
| 投資活動(所用)／所得現金淨額 | (798,203) | (98,685) | 83,160 |
| 融資活動(所用)／所得現金淨額 | (6,839) | 292,488 | (10,338) |
| 現金及現金等價物(減少)／增加淨額 | (657,017) | 666,427 | 234,146 |
| 於1月1日的現金及現金等價物 | 1,836,545 | 1,194,303 | 1,875,872 |
| 於12月31日的現金及現金等價物 | 1,194,303 | 1,875,872 | 2,082,865 |

近期發展

董事已確認，自2025年12月31日(即本文件「附錄一 — 會計師報告」所載我們過往財務資料的結束日期)起直至本文件日期，我們的財務或[編纂]狀況或前景並無發生重大不利變動。

往績記錄期間後宣派股息

於2026年3月24日，本公司董事會決議建議(其中包括)一項利潤分派及資本儲備轉增股本計劃，據此，建議本公司將(i)動用截至2025年12月31日止年度的可供分派利潤，派發總金額為人民幣16.5百萬元現金股息，相當於本公司權益股東於截至2025年12月31日止年度應佔年內利潤的10.4%(「建議利潤分派」)；及(ii)將其資本儲備轉增股本，向A股股東按每持有十(10)股現有A股發行三(3)股新A股(「建議資本化發行」)。建議利潤分派及建議資本化發行均須待A股股東於股東週年大會上批准。建議資本化發行預期將於[編纂]前完成。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示年度的主要財務比率：

| | 截至12月31日／截至12月31日止年度 | | |
|------------------------------|----------------------|-------|-------|
| | 2023年 | 2024年 | 2025年 |
| 流動比率 ^(附註1) (倍) | 3.7 | 2.5 | 2.2 |
| 資產負債比率 ^(附註2) (%) | 27.1 | 37.9 | 42.9 |
| 毛利率 (%) | 24.4 | 18.6 | 14.3 |
| 收入增長率 (%) | 不適用 | 18.8 | 50.4 |
| 應收賬款周轉率 ^(附註3) (倍) | 2.2 | 2.7 | 4.0 |

附註：

1. 流動比率按相關年度末的流動資產總值除以流動負債總值計算。
2. 資產負債比率按截至相關年度末的總負債除以總資產再乘以100%計算。
3. 應收賬款周轉率乃按年內收入(不包括來自媒體代理服務的收入)除以同年應收賬款總額結餘的期初及期末平均值計算。

未來計劃及[編纂]用途

經扣除我們就[編纂]應付的估計[編纂]後，我們估計將收取的[編纂][編纂]約為人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)，假設(i)[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，及(ii)[編纂]未獲行使。我們目前擬將該等[編纂]用於以下載列的目的及金額：

- (1) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)，佔[編纂]的[編纂]%，將用於我們AI技術及AI基礎設施的研發；
- (2) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)，佔[編纂]的[編纂]%，將用於發展我們的廣告平台業務及增強我們的數據分析能力；
- (3) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)，佔[編纂]的[編纂]%，將用於銷售及營銷活動，以提升我們的服務能力及深化市場滲透；
- (4) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)，佔[編纂]的[編纂]%，將用於未來三年可能進行的收購及投資；及
- (5) 約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)，佔[編纂]的[編纂]%，將用於營運資金及一般企業用途。

倘[編纂]設定為指示性[編纂]範圍的中位數以下或以上，則分配至上述用途的[編纂]將按比例作出調整。

有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」。

概 要

股息及股息政策

於2023年、2024年及2025年，我們分別向當時的股東宣派股息人民幣51.9百萬元、人民幣66.4百萬元及人民幣16.5百萬元。於2026年3月24日，董事會建議(i)就截至2025年12月31日止年度派發現金股息人民幣16.5百萬元；及(ii)按十送三基準向現有股東進行資本化發行，以上建議均須待股東進一步批准後方可作實。

我們已制定正式的股息政策，我們並無固定股息分派比率。根據中國法律，股息僅可自我們的可供分派利潤派付，即可供分派利潤為稅後利潤減法定儲備所需撥款。根據我們的組織章程細則，我們可分派現金股息，前提為：(i)我們於年內的可供分派利潤(即彌補虧損及提取法定儲備後的稅後利潤)為正數，且我們有充足現金流量，使分派不會影響我們的可持續經營；(ii)核數師已就年度財務報告出具無保留審計意見；及(iii)我們的累計可供分派利潤為正數。當上述條件達成時，分派的現金股息原則上應不少於該年度可供分派利潤的10%。在釐定具體金額時，我們將充分考慮多項因素，包括其未來經營及投資的資金需求、我們的現金狀況、市場資金成本以及銀行信貸及債務融資環境，以確保該分派符合我們的整體發展及全體股東的利益。我們的股息政策由我們的董事會制定。董事會須經與獨立非執行董事及審計委員會充分討論，並考慮為全體股東提供持續及穩定回報的需要後，制定利潤分派方案，以提交股東會。任何股息的宣派、派付及金額均須遵守我們的章程文件、適用中國法律及獲股東批准。

於[編纂]後，我們可(倘我們認為適當)宣派及派付股息，主要以現金或股份方式。任何未來派付股息的決定及其金額將取決於多項因素，包括我們的盈利能力、經營及發展計劃、外部融資環境、資本成本、現金流量以及董事會視為相關的其他因素。我們派付股息的能力亦取決於能否自我們的附屬公司收取股息。

我們於深圳證券交易所創業板上市

自2022年8月19日起，我們的A股已於深圳證券交易所創業板上市(證券代碼：301171)。董事已確認，自我們於深圳證券交易所創業板上市以來及直至最後實際可行日期，我們並無嚴重違反深圳證券交易所規則及中國其他適用證券法律及法規的情況，且據董事作出一切合理查詢後所深知，概無有關我們於深圳證券交易所創業板的合規記錄的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，自我們於深圳證券交易所創業板上市以來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施加的任何重大行政處罰或重大監管措施，且我們已在所有重大方面遵守適用於我們的A股上市相關法律及法規。根據獨家保薦人進行的獨立盡職調查及考慮中國法律顧問的上述意見，獨家保薦人並無注意到任何重大事項，以致其不同意董事有關本公司於深圳證券交易所創業板的合規記錄的確認。

概 要

我們的單一最大股東集團

截至最後實際可行日期，鄒先生於本公司股東會持有約30.01%的投票權（不包括截至最後實際可行日期本公司持作庫存股份的735,400股A股），其中包括(a)由鄒先生全資持有的投票權約25.39%；及(ii)由鄒先生以其作為寧波眾點易的唯一執行事務合夥人及普通合夥人身份所控制的投票權約4.62%。

緊隨[編纂]完成後（計及(i)[編纂]未獲行使；(ii)本公司概無根據2025年限制性股票激勵計劃發行任何新股份；及(iii)於最後實際可行日期至上市期間，本公司已發行股本概無其他變動），我們的單一最大股東集團將於本公司股東會合共持有約27.00%的投票權。因此，於[編纂]完成後，本公司單一最大股東集團將不再被視為控股股東，但仍將為我們的單一最大股東集團。

請參閱「與單一最大股東集團的關係」。

[編纂]

[編纂]

上市開支

基於[編纂]每股[編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的中位數及假設[編纂]未獲行使），我們就[編纂]應付的[編纂]開支總額（包括法律及專業費用、[編纂]及其他相關開支）估計約為人民幣[編纂]百萬元。我們預期於往績記錄期間後在綜合損益表進一步確認[編纂]開支人民幣[編纂]百萬元，且約人民幣[編纂]百萬元直接歸因於發行股份，並將於[編纂]完成後予以扣除。

我們承擔的上市開支總額人民幣99.4百萬元包括(i)包銷相關開支，包括包銷佣金人民幣72.8百萬元；(ii)專業費用，包括法律顧問及申報會計師費用人民幣18.6百萬元；及(iii)其他費用及開支人民幣8.0百萬元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

[編纂]

[編纂]