

## 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，故並未包含可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下決定投資[編纂]前，應閱讀整份文件。

任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]之若干特殊風險均載於「風險因素」。閣下在決定投資[編纂]前，應細閱該章節。

### 概覽

我們是浙江和甘肅兩省領先的區域性眼鏡零售連鎖運營商。我們提供全面專業的驗光及視力保健服務，並專注於處方眼鏡及服務。根據歐睿報告，按包含自營店及加盟店的線下零售銷售額計，**毛源昌**於2024年在浙江省線下眼鏡零售行業排名第一，市場份額約為8.8%；而按我們自營店的線下零售銷售額計，我們的**蘭科達**(前稱科達，於2026年3月更名)於2024年在甘肅省排名第一，市場份額約為10.2%。

### 我們的起源

我們的旗艦品牌「毛源昌眼鏡」(「**毛源昌**」)的起源可追溯至1862年，是中國眼鏡行業擁有逾160年歷史的百年傳承品牌。**毛源昌**於2006年被商務部正式認定為「中華老字號」，並於2015年被原中華人民共和國工商行政管理總局(現改組為國家市場監管總局)認定為「中國馳名商標」。我們亦在蘭州運營以「**蘭科達**眼鏡」(「**蘭科達**」)為品牌的自營店。**毛源昌**亦獲指定為2022年杭州第19屆亞運會及第4屆亞殘運會的官方眼鏡產品及光學服務供應商。這些殊榮得到國家級、省級和市級榮譽的進一步佐證，反映了政府機構及消費者的雙重認可。根據歐睿報告，中國的眼鏡零售市場高度分散，以眾多小型運營商為特徵，而這些運營商的品牌歷史和市場知名度較為有限。在此市場環境下，**毛源昌**悠久的經營歷史有助於我們在消費者中建立品牌認知度。

### 市場機遇

浙江省和甘肅省的線下眼鏡零售市場預計將持續擴張，這得益於視力矯正與眼部健康管理需求的穩定、功能性產品滲透率的提升、消費者對專業驗光及合規配鏡的重視日益增加，以及行業整體服務的不斷升級。根據歐睿報告，浙江省線下眼鏡零售市場規模預計將由2024年的人民幣5,492.3百萬元增加至2029年(預測)的人民幣6,843.0百萬元；同期，甘肅省線下眼鏡零售市場預計將由人民幣795.5百萬元增加至人民幣1,068.0百萬元。與此同時，隨著青少年近視防控工作的持續推進、人口老齡化趨勢以及行業標準化的發展，預計將進一步推動對功能性鏡片、漸進多焦點鏡片及更專業服務的需求，促使市場向品牌化、標準化及服務導向型的零售商轉型，從而為本集團創造持續的增長機遇。

## 概 要

### 我們的優勢

我們認為，我們的競爭優勢是我們成功的基石，亦是我們未來增長的基礎，這些優勢包括以下各項：

- 擁有超過160年歷史的知名傳承品牌；
- 專業的驗光服務能力；
- 浙江省與甘肅省領先且多元化的零售網絡；
- 涵蓋自有品牌及第三方品牌的豐富產品組合；及
- 經驗豐富且穩定的管理團隊，擁有深厚的行業專業知識。

### 我們的戰略

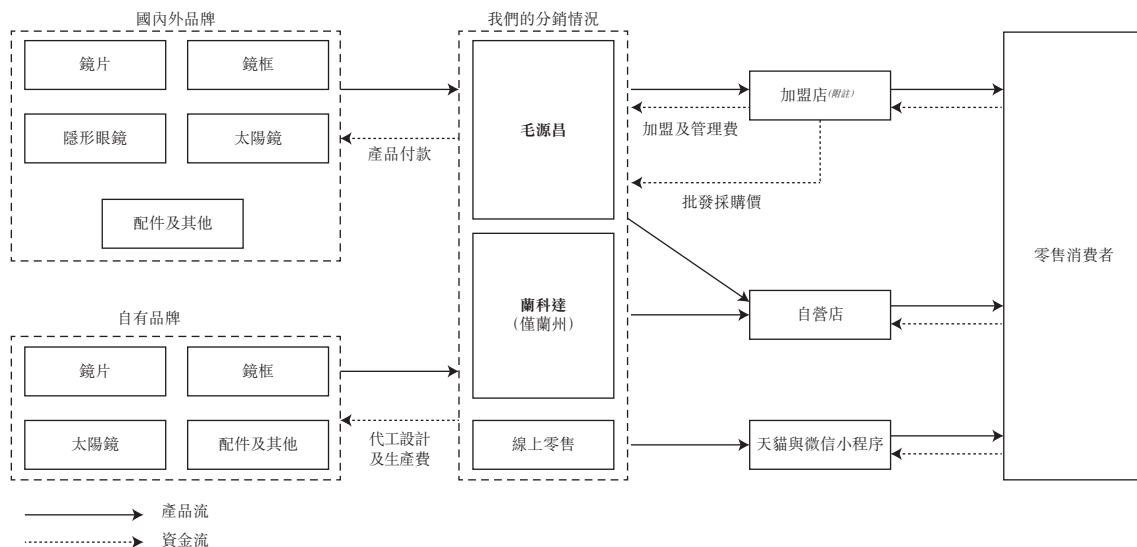
董事會制定了一套全面且相互關聯的戰略，以利用中國眼鏡市場蘊藏的巨大機遇。以下詳細計劃旨在發揮我們的核心優勢，應對不斷變化的消費趨勢，實現可持續的盈利增長，從而提升股東的長期價值。

- 戰略舉措：光學運營中心及先進處理中心；
- 戰略網絡擴張：通過自然增長及加盟合作實現網絡擴張；及
- 深化客戶細分：品牌建設和精準營銷。

### 我們的業務模式

我們提供專業的驗光及視力保健服務，所售產品大部分為近視、遠視及老花處方眼鏡，以及青少年近視防控產品和漸進多焦點鏡片。我們同時銷售自有品牌及第三方品牌產品。我們的門店以毛源昌及蘭科達品牌運營。我們的網絡包括毛源昌及蘭科達自營店，以及毛源昌加盟店。於最後實際可行日期，我們還通過一家天貓網店及微信小程序銷售眼鏡產品。

下圖列示我們的綜合業務模式及收入來源：



附註：於往績記錄期間，我們的所有加盟店均以毛源昌運營。有關詳情，請參閱本節「加盟模式」。

## 概 要

### 我們的門店網絡

我們主要通過自營店推動毛源昌網絡的擴張，並以加盟店填補尚未覆蓋的區域。加盟店通過擴大地理覆蓋範圍對該擴張形成補充，尤其是在低線城市和地區，我們的加盟網絡得益於加盟店的運營經驗。為優化擴張戰略，我們將持續吸納新加盟店，將品牌覆蓋拓展區域。於最後實際可行日期，我們的零售網絡由遍佈中國18個城市的78家自營店及194家加盟店組成，其中大部分位於浙江省及甘肅省。於最後實際可行日期，我們還通過一家天貓網店及微信小程序銷售眼鏡產品。下表載列於往績記錄期間我們按運營模式和地區劃分的收入資料：

	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	%
<b>自營店</b>	<b>206,905</b>	<b>76.0</b>	<b>185,031</b>	<b>73.9</b>	<b>196,431</b>	<b>74.0</b>
東部 - 毛源昌	107,475	39.5	98,393	39.3	108,904	41.0
西北部 - 蘭科達	87,578	32.1	75,450	30.1	76,123	28.7
西北部 - 毛源昌	11,852	4.4	11,188	4.5	11,404	4.3
<b>加盟店</b>	<b>59,408</b>	<b>21.9</b>	<b>60,459</b>	<b>24.1</b>	<b>65,840</b>	<b>24.8</b>
向加盟店批發	52,181	19.2	52,671	21.0	50,189	19.0
加盟費	4,876	1.8	5,430	2.2	5,436	2.0
加盟管理費	2,351	0.9	2,358	0.9	10,215	3.8
線上零售	4,102	1.5	3,230	1.3	1,745	0.7
其他 <sup>(附註)</sup>	1,678	0.6	1,643	0.7	1,342	0.5
<b>總計</b>	<b>272,093</b>	<b>100.0</b>	<b>250,363</b>	<b>100.0</b>	<b>265,358</b>	<b>100.0</b>

附註：其他包括向我們聯營店批發產生的收入，以及向加盟店銷售非眼鏡相關耗材收入。

## 概 要

下表載列於往績記錄期間我們按產品及服務劃分的收入明細及其佔收入百分比：

	2023年		截至12月31日止年度 2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
處方眼鏡	216,853	79.7	200,579	80.1	211,338	79.6
自有品牌	80,799	29.7	66,701	26.6	70,624	26.6
第三方品牌	136,054	50.0	133,878	53.5	140,714	53.0
處方服務	276	0.1	473	0.2	629	0.2
成品眼鏡	19,188	7.1	17,518	7.0	16,928	6.5
自有品牌	4,511	1.7	4,378	1.8	3,660	1.5
第三方品牌	14,677	5.4	13,140	5.2	13,268	5.0
隱形眼鏡和視力保健						
產品 <sup>(附註1)</sup>	24,438	9.0	20,104	8.0	17,518	6.6
輔助產品 <sup>(附註1)</sup>	2,433	0.8	2,257	0.9	1,952	0.8
加盟費	4,876	1.8	5,430	2.2	5,436	2.0
加盟管理費	2,351	0.9	2,358	0.9	10,215	3.8
其他 <sup>(附註2)</sup>	1,678	0.6	1,643	0.7	1,342	0.5
<b>總計</b>	<b>272,093</b>	<b>100.0</b>	<b>250,363</b>	<b>100.0</b>	<b>265,358</b>	<b>100.0</b>

附註：

1. 所有產品均為第三方品牌。
2. 其他包括向我們聯營店批發產生的收入，以及向加盟店銷售非眼鏡相關耗材收入。

### TRP同店表現

來自我們自營店的收入為我們的主要收入貢獻，及於截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，貢獻了我們收入的60%以上。為區別及評估我們成熟自營店的相關健康及營運表現，我們依賴「同店銷售增長」作為我們自營店的關鍵績效指標。此指標衡量一批於整個往績記錄期間內運營的自營店所產生收入的同比變動。透過剔除於往績記錄期間內的新開門店及關閉門店的貢獻，可清晰反映我們現有網絡的有機增長、客戶留存率及運營效率。

於往績記錄期間，我們共有58家自營店（「TRP同店」）持續經營，分別佔我們截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度來自自營店收入的90.2%、87.3%及84.5%。

## 概 要

下表載列往績記錄期間我們TRP同店的表現詳情。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
TRP同店銷售總額 (人民幣千元)	186,725	161,617	166,060
平均TRP同店銷售額(人民幣千元)	3,219	2,787	2,863

### 我們的自營店網絡

下表載列於所示年度自營店按門店類型劃分的數量的變動情況：

	截至12月31日止年度／於12月31日								
	2023年			2024年			2025年		
	毛源昌	蘭科達	總計	毛源昌	蘭科達	總計	毛源昌	蘭科達	總計
<b>自營店</b>									
於期初	44	22	66	54	22	76	57	23	80
a. 旗艦店	1	1	2	1	1	2	1	1	2
b. 商場店	13	2	15	20	3	23	24	4	28
c. 標準店	22	11	33	25	10	35	24	10	34
d. 社區店	8	8	16	8	8	16	8	8	16
<b>期內新開業</b>	11	1	12	6	1	7	2	-	2
a. 旗艦店	-	-	-	-	-	-	-	-	-
b. 商場店	8	1	9	6	1	7	2	-	2
c. 標準店	3	-	3	-	-	-	-	-	-
d. 社區店	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>期內關閉</b>	(1)	(1)	(2)	(3)	-	(3)	(5)	-	(5)
a. 旗艦店	-	-	-	-	-	-	-	-	-
b. 商場店	(1)	-	(1)	(2)	-	(2)	(3)	-	(3)
c. 標準店	-	(1)	(1)	(1)	-	(1)	(2)	-	(2)
d. 社區店	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>於期末</b>	54	22	76	57	23	80	54	23	77
a. 旗艦店	1	1	2	1	1	2	1	1	2
b. 商場店	20	3	23	24	4	28	23	4	27
c. 標準店	25	10	35	24	10	34	22	10	32
d. 社區店	8	8	16	8	8	16	8	8	16

## 概 要

### 我們的加盟店網絡

下表載列於所示年度按門店類型劃分的加盟店數量變動：

	截至12月31日止年度／於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
<b>加盟店</b>			
<b>期初</b>	<b>196</b>	<b>205</b>	<b>202</b>
a. 旗艦店	—	—	—
b. 商場店	43	47	50
c. 標準店	110	111	103
d. 社區店	43	47	49
<b>期內新開業</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>10</b>
a. 旗艦店	—	—	—
b. 商場店	4	7	7
c. 標準店	8	4	2
d. 社區店	4	4	1
<b>期內關閉</b>	<b>(7)</b>	<b>(18)</b>	<b>(18)</b>
a. 旗艦店	—	—	—
b. 商場店	—	(4)	(4)
c. 標準店	(7)	(12)	(11)
d. 社區店	—	(2)	(3)
<b>期末</b>	<b>205</b>	<b>202</b>	<b>194</b>
a. 旗艦店	—	—	—
b. 商場店	47	50	53
c. 標準店	111	103	94
d. 社區店	47	49	47

來自加盟模式的收入產生於：(i)向加盟店批發銷售眼鏡產品；及(ii)經常性加盟費及加盟管理費。有關詳情，請參閱「業務－我們的銷售網絡－加盟模式－加盟費及加盟管理費的定價」。

## 概 要

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，來自加盟店的收入總額分別為人民幣59.4百萬元、人民幣60.5百萬元及人民幣65.8百萬元。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，此分部分別佔我們收入的21.8%、24.1%及24.8%。該分部增長得益於我們持續優化加盟店網絡。

### 供應商

我們的供應商主要包括光學鏡片、鏡框、太陽鏡供應商及OEM供應商。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，我們向五大供應商的採購額分別為人民幣56.0百萬元、人民幣53.2百萬元及人民幣50.7百萬元，分別佔我們同年總採購額43.9%、46.0%及45.5%，而同年度最大單一供應商分別佔12.5%、14.2%及13.7%。有關我們主要供應商相關的風險，請參閱「風險因素 – 與我們業務及行業有關的風險 – 我們依賴供應商及外包合作夥伴提供關鍵材料及服務，供應鏈中斷可能對我們的業務經營及財務表現產生不利影響」。

### 競爭

浙江省與甘肅省的線下眼鏡零售市場均呈現分散態勢，尚無單一品牌佔據主導地位。根據歐睿報告，2024年，浙江省與甘肅省的線下眼鏡零售市場中，前三大品牌市場份額分別僅為23.1%及19.1%，顯示市場份額仍廣泛分散於區域連鎖業者及眾多獨立店鋪之間，且仍有進一步整合的空間。在此背景下，競爭預計將日益集中於專業服務能力、合規及標準化營運、供應鏈效率及門店網絡覆蓋率。根據歐睿報告，按2024年線下零售銷售價值計，毛源昌是浙江省最大的眼鏡零售品牌，市場份額約為8.8%；按2024年線下零售銷售價值計，蘭科達（前稱科達，於2026年3月更名）是甘肅省最大的眼鏡零售品牌，市場份額約為10.2%。

### 風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，包括與(i)我們的業務和行業、(ii)在我們經營所在司法管轄區經營業務，及(iii)[編纂]相關的風險。我們面臨的部分主要風險包括但不限於以下各項：

- 中國眼鏡零售業高度分散，市場上存在眾多全國性連鎖品牌、區域性零售商及地方獨立店鋪。我們面臨來自國際品牌、全國性連鎖品牌以及線上零售平台快速成長等多方面的競爭壓力。若我們無法透過定價策略或服務差異化等方式有效應對這類競爭，我們的收入、市場份額及盈利能力可能會受到重大不利影響。

## 概 要

- 我們的業務在很大程度上取決於「毛源昌」這個擁有百年傳承的傳統品牌在市場上的認可度。任何損害我們聲譽的情況——無論是來自負面客戶評價、產品品質問題、賠償索賠，還是第三方對品牌的侵權行為——都可能削弱品牌價值並動搖消費者信心。維護及提升品牌形象對我們的競爭優勢至關重要，若未能做到這一點，將可能損害我們的業務及營運成果。
- 我們的未來成功，在很大程度上取決於由控股股東金先生及彭女士領導的高級管理團隊，以及合格驗光師和光學技術人員等其他關鍵人員的持續努力。眼鏡行業對經驗豐富人才的競爭十分激烈。若失去一名或多名關鍵人員，或無法吸引及留住合格員工，可能會擾亂本公司營運、削弱管理能力，並對我們業務造成不利影響。
- 我們的增長策略仰賴於擴展自營店與加盟店的網絡。這使我們面臨以下風險：(i) 新店選址失誤；(ii) 現有門店可能出現客源蚕食；(iii) 加盟店間品質管控不一及品牌稀釋；(iv) 依賴第三方加盟店進行款項結算(我們過往皆透過第三方付款方接受付款)；及(v) 租金與員工薪資等龐大固定成本，若銷售額下滑，有關成本恐難以迅速削減。若未能妥善管理這些營運風險，可能損害我們的盈利能力及增長。

## 物業

我們的業務營運主要依賴租賃物業，尤其是自營店網絡。於最後實際可行日期，我們在中國各地持有物業組合，其中包含自有及租賃資產。

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有六處物業，主要位於浙江省及甘肅省。這些物業的總建築面積約為2,400平方米，目前用作自營店及公司辦公室。

截至最後實際可行日期，我們在中國境內租賃了78處物業，總租賃面積約為12,700平方米。於最後實際可行日期，該等物業大部分用於經營自營店，廣泛分佈於浙江省及甘肅省等若干省份，租期通常為二至五年。

## 概 要

### 歷史財務資料概要

綜合財務資料概要應與本文件附錄一會計師報告所載的歷史財務資料(包括隨附附註)以及「財務資料」一節所載資料一併閱讀。

### 綜合損益表概要

下表載列我們於所示年度的綜合經營業績概要：

	截至12月31日止年度		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
收入	<b>272,093</b>	<b>250,363</b>	<b>265,358</b>
銷售成本	(113,583)	(107,459)	(103,246)
<b>毛利</b>	<b>158,510</b>	<b>142,904</b>	<b>162,112</b>
其他收入淨額	865	2,383	3,351
銷售開支	(97,506)	(105,207)	(100,561)
行政開支	(16,246)	(17,847)	(16,848)
物業、廠房及設備及使用權資產減 值虧損	(984)	(107)	(307)
貿易應收款項減值虧損撥回/ (撥備)	201	(168)	(2)
<b>經營利潤</b>	<b>44,840</b>	<b>21,958</b>	<b>47,745</b>
財務成本	(3,237)	(2,641)	(2,214)
應佔聯營公司利潤	338	304	377
<b>稅前利潤</b>	<b>41,941</b>	<b>19,621</b>	<b>45,908</b>
所得稅	(4,825)	(1,567)	(4,727)
<b>年內利潤</b>	<b>37,116</b>	<b>18,054</b>	<b>41,181</b>
<b>年內全面收益總額</b>	<b>37,116</b>	<b>18,054</b>	<b>41,181</b>
<b>每股盈利</b>			
每股基本及攤薄盈利(人民幣)	<b>2.84</b>	<b>0.79</b>	<b>1.56</b>

## 概 要

### 非國際財務報告準則計量指標

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)作為額外財務計量指標，其並非國際財務報告準則所規定，亦並非根據國際財務報告準則呈列。我們認為，通過消除若干項目的潛在影響，該非國際財務報告準則計量指標有利於對不同期間的經營表現進行比較。我們認為，該計量指標為投資者及其他人士提供有用的資料，以與協助管理層相同的方式幫助瞭解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)未必可與其他公司所呈列的類似名稱的計量指標作比較。採用該非國際財務報告準則計量指標作為分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可替代我們根據國際財務報告準則報告的經營業績或財務狀況的分析。

我們將經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)定義為通過消除我們以權益結算以股份為基礎的付款開支後的年內利潤。我們的管理層認為以權益結算以股份為基礎的付款開支屬非現金性質，不會導致現金流出。

下表為按照國際財務報告準則呈列的經調整淨利潤(一項非國際財務報告準則計量指標，即年內利潤)對賬：

	截至12月31日止年度		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
年度利潤	37,116	18,054	41,181
以權益結算以股份為基礎的付款	—	2,067	840
<b>經調整淨利潤(非國際財務報告 準則計量指標)</b>	<b>37,116</b>	<b>20,121</b>	<b>42,021</b>

### 收入

下表載列於往績記錄期間我們按運營模式劃分的收入資料：

	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	%
自營店	206,905	76.0	185,031	73.9	196,431	74.0
加盟店	59,408	21.9	60,459	24.1	65,840	24.8
向加盟店批發	52,181	19.2	52,671	21.0	50,189	19.0
加盟費	4,876	1.8	5,430	2.2	5,436	2.0
加盟管理費	2,351	0.9	2,358	0.9	10,215	3.8
線上零售	4,102	1.5	3,230	1.3	1,745	0.7
其他 <sup>(附註)</sup>	1,678	0.6	1,643	0.7	1,342	0.5
<b>總計</b>	<b>272,093</b>	<b>100.0</b>	<b>250,363</b>	<b>100.0</b>	<b>265,358</b>	<b>100.0</b>

附註：其他包括向我們聯營店批發產生的收入，以及向加盟店銷售非眼鏡相關耗材收入。

## 概 要

我們的收入由2023年的人民幣272.1百萬元減少至2024年的人民幣250.4百萬元，同比下降8.0%。有關減少主要是由於自營店的收入由人民幣206.9百萬元減少至人民幣185.0百萬元，主要歸因於：(i)新店開業及關店帶來的淨影響為增加人民幣3.2百萬元，此乃由於我們持續優化門店網絡；及(ii)TRP同店銷售中處方眼鏡的收入減少，主要由於我們策略性地縮減短視頻推廣及團購活動，而該等活動過往曾帶動低端產品的大量銷售(該等產品雖然毛利率較高，但單位利潤貢獻較低)及較低價值產品的銷售。

我們的收入由2024年的人民幣250.4百萬元增加至2025年的人民幣265.4百萬元，同比增長6.0%。有關增加主要歸因於(i)TRP同店銷量增長，以及新開門店及關閉門店所產生人民幣7.0百萬元淨增長影響；及(ii)由於支付該等費用的加盟店數量增加，導致加盟管理費增加。

我們的年度利潤由2023年人民幣37.1百萬元減少至2024年的人民幣18.1百萬元。有關減少主要由於上述收入減少及銷售開支增加所致，而銷售開支增加乃主要由於(i)平均薪酬上升導致員工成本增加；(ii)主要由於舉辦品牌升級發佈活動導致營銷及銷售開支增加。我們於2025年的年度利潤增加至人民幣41.2百萬元，主要由於毛利率增加及由於並無舉辦品牌升級發佈活動導致銷售開支減少所致。

### 綜合財務狀況表選定項目概要

	於12月31日		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
流動資產總額	150,820	263,965	279,274
非流動資產總額	129,104	147,600	135,229
流動負債總額	74,790	66,739	70,223
非流動負債總額	39,942	29,799	24,258
流動資產淨值	<b>76,030</b>	<b>197,226</b>	<b>209,051</b>

有關更多詳情，請參閱本文件「財務資料 – 綜合財務狀況表選定主要項目」。

### 綜合現金流量表選定項目概要

	截至12月31日止年度		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
經營活動所得現金淨額	90,898	61,783	95,406
投資活動(所用)／所得現金淨額	(31,919)	(137,504)	17,394
融資活動(所用)／所得現金淨額	(11,799)	89,153	(70,876)
現金及現金等價物增加淨額	47,180	13,432	41,924
年初現金及現金等價物	22,175	69,355	82,787
年末現金及現金等價物	69,355	82,787	124,711

有關更多詳情，請參閱本文件「財務資料 – 流動資金及資本資源」。

## 概 要

### 主要財務比率

	截至12月31日止年度／於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
收入增長率(附註1)	不適用	(8.0%)	6.0%
毛利率(附註2)	58.3%	57.1%	61.1%
淨利率(附註3)	13.6%	7.2%	15.5%
現金比率(附註4)	92.7%	124.0%	177.6%
流動比率(附註5)	201.7%	395.5%	397.7%
速動比率(附註6)	150.8%	338.7%	344.4%
債務權益比率(附註7)	69.5%	30.6%	29.5%
資產負債比率(附註8)	41.0%	23.5%	22.8%

附註：

- (1) 收入增長率按本期收入與上期收入之差除以上期收入，再乘以100%計算。
- (2) 毛利率按毛利除以收入，再乘以100%計算，其中毛利等於收入減銷售成本。
- (3) 淨利率按年內利潤除以收入再乘以100%計算。
- (4) 現金比率按現金及現金等價物除以流動負債計算。
- (5) 流動比率按於相關日期的流動資產除以流動負債計算。
- (6) 速動比率按速動資產除以流動負債計算。速動資產定義為流動資產(不包括存貨以及預付款項及其他流動資產)。
- (7) 債務權益比率按負債總額除以權益總額計算。
- (8) 資產負債比率按負債總額除以資產總額計算。

### 我們的控股股東

於最後實際可行日期，毛源昌控股持有本公司約46.27%的股權，而毛源昌控股由(i)杭州達盛昌持股65%，杭州達盛昌為金先生的全資擁有公司，及(ii)杭州雙州持股10%，杭州雙州為金先生作為普通合夥人控制的有限合夥企業，亦由金先生持有98%股權及彭女士持有2%股權。

於最後實際可行日期，彭女士及杭州毛四發分別直接持有本公司約24.52%及7.59%的權益。杭州毛四發為金先生作為普通合夥人控制的有限合夥企業，亦由金先生擁有約67.35%的股權。金先生與彭女士為配偶關係。有關金先生及彭女士的詳細資料，請參閱本文件「董事及高級管理層－董事會」。

據此，截至最後實際可行日期，毛源昌控股、杭州達盛昌、杭州雙州、金先生、彭女士及杭州毛四發合計有權控制本公司約78.38%的投票權，因此被視為本公司的一組控股股東。

### [編纂]投資者

我們已與[編纂]投資者進行[編纂]投資。有關[編纂]投資者的身份、背景以及[編纂]投資的主要條款的進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－[編纂]投資」一節。

---

## 概 要

---

### 法律訴訟與合規

我們可能不時成為日常業務過程產生的各種法律、仲裁或行政程序的涉事方。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾是且並非任何重大法律、仲裁或行政程序的涉事方，且我們並不知悉針對我們或董事的任何重大待決或即將提起的法律、仲裁或行政程序，而該等程序單獨或合計可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。根據我們的中國法律顧問所告知，於最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守了所有相關中國法律，並已從相關機關獲得對我們於中國內地運營而言屬重大的所有必要牌照、批准及許可證，且該等牌照、批准及許可證均屬有效。

有關進一步資料，請參閱「業務 – 法律訴訟及合規」及「業務 – 合規、牌照及許可證」。有關我們須遵守的法律及法規的進一步資料，請參閱「監管概覽」。

### [編纂]

### 未來計劃及[編纂]用途

我們估計，假設每股H股[編纂]為[編纂]港元(即[編纂]範圍每股H股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，並假設[編纂]未獲行使，我們將自[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]港元(扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]費用及佣金以及其他估計開支後)。

## 概 要

根據我們的戰略，我們擬將[編纂](假設[編纂]未獲行使)[編纂]淨額按下述金額用於下述用途：

用途	將動用的 [編纂] 淨額總額 千港元	分配 %
設立光學運營中心	[編纂]	[編纂]
設立自營店	[編纂]	[編纂]
品牌建設及精準營銷	[編纂]	[編纂]
一般企業用途及營運資金	[編纂]	[編纂]
總計	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>

## 股息

2021年，本集團收購蘭州科達100%股權，該收購構成同一控制下的企業合併。於收購前，蘭州科達根據其股東於2021年5月17日通過的決議案，向其當時股東金先生及彭女士宣派現金股息人民幣7.0百萬元。該股息人民幣7.0百萬元已於2023年結清。

根據本公司股東於2025年1月22日通過的決議案，本公司已向全體權益股東宣派及派付現金股息人民幣37.0百萬元。

根據2026年1月28日通過的股東決議案，本公司宣派現金股息人民幣32.2百萬元。該股息已向所有名列股東名冊的權益股東悉數派付。

我們目前並無正式股息政策或任何預定派息比率。中國法律要求只可從我們的可供分配利潤中支付股息。可供分配利潤為我們的稅後利潤，減去我們必須撥付的法定及其他儲備撥款。任何未來股息的宣派及派付將由我們的董事提出建議，並將取決於我們的實際及預期經營業績、現金流量和財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求和未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制以及董事認為當時相關的其他因素。任何有關宣派及派付須待股東根據適用中國法律及我們的章程文件批准後，方可作實。

## [編纂]開支

根據[編纂]每股H股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，並假設[編纂]未獲行使，我們將承擔的[編纂]開支估計約為[編纂]港元或[編纂][編纂]總額的[編纂]%，包括(i)[編纂]佣金約[編纂]港元，及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]港元，包括(a)財務及法律顧問及申報會計師費用及開支約[編纂]港元；及(b)其他費用及開支約[編纂]港元。於往績記錄期間，我們並無錄得任何[編纂]開支。於往績記錄期間後，我們預計於[編纂]完成前後將進一步產生[編纂]開支[編纂]港元，其中(i)[編纂]港元預計將在我們的綜合損益及其他全面收益表內確認為開支；及(ii)[編纂]港元預計將於[編纂]後列賬為自權益扣減。

---

## 概 要

---

上述[編纂]開支為最新可行估算，僅供參考，實際金額可能有別於此估算。

### 申請於聯交所[編纂]

我們已向聯交所申請批准根據[編纂]將予發行的H股(包括因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份)及由[編纂]股份轉換的H股[編纂]及[編纂]。

### 近期發展及並無重大不利變動

於2026年1月1日至最後實際可行日期期間，我們持續推進渠道擴張策略並優化自營店網絡。我們已就五家新的自營店簽署租賃協議，其中兩家位於杭州；兩家位於山東及一家位於蘭州。在該等門店中，一家已投入營運，其餘四家預計將於年內開業。選址涵蓋中高端購物商場及優質街邊零售鋪位。通過進駐高人流量及高消費能力的區域，我們進一步加強自營店網絡，擴大門店覆蓋範圍，並提升觸達目標客戶的能力，從而支持業務運營的規模化發展。

### 推動產業協同效應：攜手蔡司共建專業生態系統

於2026年3月上海國際眼鏡業展覽會期間，我們深化了與全球光學技術領導者卡爾•蔡司的戰略合作夥伴關係，並共同推出了一項專注於高端視力解決方案、配鏡標準及提升消費者體驗的專項計劃。透過此次合作，我們持續整合先進技術與服務理念，強化專業能力，並推動驗光配鏡及服務品質的不斷提升。

### 加強與高校合作，以擴大目標客群的覆蓋範圍

我們於2026年3月系統性推進與北京大學、上海交通大學及復旦大學等頂尖學府的合作，利用校園場景接觸具有影響力的學生、教職員工以及職場關鍵意見領袖(如MBA和EMBA學員)。這些舉措不僅擴大了我們的潛在客戶覆蓋範圍，亦有助於持續提升品牌形象。