

## 概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽，並應與本文件全文一併閱讀。由於本部分僅為概要，故未必包含對閣下屬重要的所有資料。閣下在決定投資[編纂]前，應閱讀整份文件。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。閣下在決定投資[編纂]前，應仔細閱讀該節。

### 概覽

我們是一家領先的全球糖果公司，從事旨在傳遞快樂與健康的糖果的設計、開發、製造及銷售。我們主要以兩大品牌（阿麥斯及貝歐寶）營銷我們的產品。

我們以做世界的甜蜜使者為使命而創立與定位，通過遍佈全球超過80個國家及地區的全渠道銷售網絡，創造及銷售高增長品類的糖果產品（包括創意及營養糖果）。作為「快樂與健康」糖果消費的創新者及推動者，我們更豐富地定義了糖果的消費方式，推動了中國糖果的發展方向，引領了中國糖果品牌出海及全球化發展。

我們的業務模式建立在成體系的全價值鏈之上，即基於深刻的消費者洞察及對市場發展趨勢的把握，創新研發產品、國際化標準生產及全球渠道建設與品牌營銷，建立了高質量並具有市場影響力的產品矩陣，並確保了敏捷的生產銷售運營效率，從而在全球範圍內實現快速的「從概念到貨架」產品轉化。

作為傳統糖果格局的創新者，我們聚焦於高增長的「快樂和健康」細分市場，正迅速擴大創意糖果品牌「阿麥斯」及營養糖果品牌「貝歐寶」的全球擴張規模。我們位列享有盛譽的2026年度全球Top 100糖果，印證行業領導地位。根據弗若斯特沙利文的資料：

- 按2025年的零售額計，我們為最大的中國糖果公司及全球第五大軟糖公司。
- 按2023年至2025年的零售額計，我們是全球前30大糖果公司中增長最快的公司，複合年增長率為61.9%，而同期行業平均為5.9%。
- 按2025年海外收入計，我們於所有中國糖果公司中擁有最大的海外市場份額。



## 概 要

附註：

- (1) 根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年中國糖果公司的全球糖果零售額計算。
- (2) 根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年全球糖果公司的全球軟糖零售額計算。
- (3) 根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年至2025年相應地區30大糖果公司的糖果零售額的複合年增長率計算。根據弗若斯特沙利文的資料，「30大糖果公司」的排名基於相應地區的糖果零售額計算。
- (4) 根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年中國市場糖果公司的益生菌軟糖零售額計算

### 我們的品牌

我們的創意糖果品牌阿麥斯透過專注於品類的產品創新，為傳統糖果格局注入了新活力。我們的品牌阿麥斯Amos代表著「甜蜜一刻」、「微笑一刻」、「分享一刻」與「真誠一刻」，其獲權威消費者數據分析機構Numerator評為2025年美國市場增長最快的矚目品牌，而我們是唯一入選的糖果品牌。憑藉全面的研發框架及高度可擴展的產品開發和渠道執行能力，我們率先將創意產品概念轉化為靈活且客製化的產品製造，或大單品、規模化的生產。這種以創新為驅動的「從概念到貨架」的方法造就了在零售渠道及消費群體中擁有可靠往績記錄的暢銷產品組合，包括：

- **皮樂士Peelerz軟糖**：我們以芒果造型為代表性、標誌性水果味剝皮軟糖以其獨特的口感及互動式的「剝皮」體驗重新定義了消費者體驗。
- **4D (「3D+Delicious」) 積木軟糖**：透過引入有趣的「可拼搭」的積木軟糖，水果、動物造型形式，我們成功開創了一個全新的軟糖品類。
- **節慶糖果**：多年來，我們為中國新年、情人節、復活節、萬聖節、聖誕節等而創設的節慶糖果產品在全球主要連鎖零售店及電商平台實現了穩定的銷售增長。
- **音芙傳聲棒棒糖**：包括音樂棒棒糖和其他文化內容棒棒糖，印證了我們將文化元素及科技融入糖果的能力，實現跨界創新。



概 要

基於我們在創意糖果細分市場的成功，並見證轉向追求健康消費的架構，我們推出了「貝歐寶」，這是專注於未來高增長營養、better-for-you糖果細分市場的品牌。作為中國活性益生菌軟糖行業的先驅，貝歐寶透過以科學為基礎的配方，彌合了快樂與健康之間的差距。貝歐寶的商業可行性及研發能力，得益於其穩定的業績及享負盛名的行業認可。根據弗若斯特沙利文資料，以零售價計，其益生菌軟糖於2025年在中國同類最暢銷產品中排名第一。在該等跨品類殊榮及全球健康趨勢的推動下，貝歐寶憑藉其健康優勢吸引了快速增長的成熟消費群體，被定位為我們的第二增長引擎。



除我們自有品牌產品外，於往績記錄期間，我們亦根據ODM業務模式生產第三方品牌產品，據此我們主要向領先零售商及知名消費品牌提供產品開發和製造以及相關服務。ODM業務模式使我們能夠及時獲取目標市場不斷變化的消費者偏好、品類趨勢及推廣戰略的市場反饋，從而提升我們預判需求、優化產品組合及高效應對競爭環境變化的能力。

關鍵運營指標

下表載列所示年度的銷售量及平均售價。

|            | 截至12月31日止年度 |               |       |               |       |               |
|------------|-------------|---------------|-------|---------------|-------|---------------|
|            | 2023年       |               | 2024年 |               | 2025年 |               |
|            | 銷售量         | 平均售價          | 銷售量   | 平均售價          | 銷售量   | 平均售價          |
|            | (千噸)        | (每噸<br>人民幣千元) | (千噸)  | (每噸<br>人民幣千元) | (千噸)  | (每噸<br>人民幣千元) |
| 自有品牌產品     |             |               |       |               |       |               |
| 阿麥斯.....   | 9.1         | 55.5          | 14.2  | 58.2          | 32.0  | 61.5          |
| 貝歐寶.....   | 1.9         | 88.8          | 1.8   | 88.3          | 2.2   | 89.0          |
| 第三方品牌..... | 15.0        | 26.6          | 21.7  | 26.7          | 20.2  | 30.5          |

## 概 要

阿麥斯的平均售價由2023年的每噸人民幣55.5千元增至2024年的每噸人民幣58.2千元，並進一步增至2025年的每噸人民幣61.5千元，主要由於我們引入更高價位的產品，加上在北美市場的議價能力提升。阿麥斯的銷量由2023年的9.1千噸大幅增加至2024年的1.42萬噸，並進一步增加至2025年的3.20萬噸，主要由於皮樂士Peelerz及4D軟糖等暢銷產品在多個地區及多個銷售渠道的需求增加。貝歐寶的平均售價於2023年、2024年及2025年保持相對穩定，分別為每噸人民幣88.8千元、每噸人民幣88.3千元及每噸人民幣89.0千元。第三方品牌的平均售價由2024年的每噸人民幣26.7千元增至2025年的每噸人民幣30.5千元，主要由於我們深化與現有客戶的合作及更有利的定價安排。

## 市場機遇

全球糖果市場龐大且高度分散，具備穩定的消費基礎與廣泛的跨市場吸引力。根據弗若斯特沙利文的資料，2025年全球糖果市場規模約為人民幣5,381億元，並預期於2030年達到約人民幣7,033億元。市場增長預期由消費代際更迭、健康意識提升及具有情緒價值的產品需求上升、以及成熟市場產品結構升級所推動。在整體糖果市場下，創意化、營養化與健康化產品正在成為分部增長的重推動力。年輕消費者更加追求新奇、互動的產品體驗以及具社交分享吸引力的產品，推動創意糖果產品的需求。同時，健康消費趨勢持續在全球擴張，而營養軟糖仍處於發展的較早期階段。此外，領先的全球零售渠道持續要求創新產品及可靠供應。具備產品開發能力、規模製造能力及跨市場監管合規的公司，更有機會從該等行業趨勢獲益。我們相信，憑藉產品開發能力及全球營運平台，我們已準備好把握該機遇，以促使未來成長。

## 製造

於往績記錄期間，我們通過內部生產或與第三方外包製造商合作生產我們的糖果產品。截至2025年12月31日，我們於中國擁有三個生產基地。於往績記錄期間，我們亦委聘第三方外包製造商以補充我們的內部產能，並提升生產安排的靈活性。詳情請參閱「業務－製造」。

## 我們的客戶及供應商

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括大客戶、經銷商及個人消費者。於2023年、2024年及2025年，來自我們前五大客戶的收入分別為人民幣339.1百萬元、人民幣439.3百萬元及人民幣724.0百萬元，分別佔我們同年總收入的31.7%、28.0%及26.0%。於2023年、2024年及2025年，來自我們最大客戶的收入分別為人民幣116.3百萬元、人民幣153.6百萬元及人民幣196.9百萬元，分別佔我們同年總收入的10.9%、9.8%及7.1%。詳情請參閱「業務－我們的客戶」。

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括第三方外包製造商和中國及世界各地的主要原材料供應商，以及物流服務的供應商。於2023年、2024年及2025年，我們前五大供應商的採購總額分別為人民幣141.4百萬元、人民幣264.3百萬元及人民幣628.4百萬元，分別佔我們同年總採購額的24.7%、30.6%及45.0%。於2023年、2024年及2025年，我們向最大供應商的採購金額分別為人民幣30.5百萬元、人民幣81.4百萬元及人民幣243.1百萬元，分別佔我們同年總採購額的5.3%、9.4%及17.4%。詳情請參閱「業務－我們的供應商」。於往績記錄期間，據我們董事所深知，我們的其中一名前五大供應商亦為我們的客戶。請參閱「業務－客戶與供應商的重疊」。

## 概 要

### 產品銷售、營銷及分銷

我們主要通過KA客戶、經銷商及線上直銷渠道銷售產品。我們已與中國及海外市場的跨國及區域領先零售商及ODM客戶建立穩固關係。此外，我們擁有覆蓋全球的分銷網絡，並深度滲透中國市場及海外市場。於2023年、2024年及2025年，經銷商貢獻我們的收入分別29.5%、19.8%及30.0%。我們亦通過線上直銷模式銷售產品。在我們的線上直銷模式下，我們通過自營電商商店或通過我們於天貓、亞馬遜等第三方平台的自營電商門店直接向消費者銷售產品。

### 研發及產品設計

截至2025年12月31日，我們擁有210名從事產品開發的人員，包括103名研發人員，以及107名主要從事產品設計、模具成型及測試的人員。我們的研發人員具備食品科學及相關學科的專業資格，包括食品科學與營養、食品質量與安全及發酵工程。彼等於糖果研發及生產方面具備豐富的實務經驗，並具備營養食品開發以及食品安全檢測方面的專業知識。詳情請參閱「業務－研發及產品設計」。

### 競爭優勢

我們的競爭優勢包括：(i)具有全球品牌影響力的世界級中國糖果企業；(ii)以「快樂與健康」的產品組合，重塑全球糖果格局；(iii)擁有全球規模化複製能力的全渠道銷售網絡；(iv)全球供應鏈體系支持柔性化生產及業務規模化擴張；(v)體驗與數字化驅動的品牌營銷體系，持續提升全球品牌勢能；及(vi)富有全球化視野及本地化市場專業知識且經驗豐富的領導團隊。詳情請參閱「業務－我們的優勢」。

### 我們的增長戰略

我們計劃實施以下策略以實現我們的長期目標：(i)貫徹大單品策略，兼顧滿足多元化需求，實施跨品類產品創新；(ii)持續滲透主要市場，並加速拓展新興潛力區域；(iii)全面升級品牌建設，提升品牌溢價與消費者忠誠度；(iv)優化全球供應鏈佈局，推進數字化與智能化轉型；(v)吸引和培養全球頂尖人才，打造全球化組織能力；及(vi)尋求戰略合作與投資機會。詳情請參閱「業務－我們的增長戰略」。

### 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)我們經營業務所在司法權區；及(iii)[編纂]有關的風險。我們面臨的部分主要風險包括(但不限於)以下各項：(i)我們的業務和未來增長倚賴我們的產品的消費者需求。倘消費者需求有變，或未進行產品創新，可能對我們的業務和經營業績造成重大不利影響；(ii)我們的業務取決於旗下品牌的市場知名度。倘品牌、商標或聲譽受損，或不能有效推廣品牌，可能對我們的業務和經營業績造成重大不利影響；(iii)全球經營使我們面臨固有風險，此會隨著我們繼續擴展國際版圖而持續存在。全球經濟格局轉變，以及不斷轉變的外交、貿易關係，可能打擊我們的經營業績，並導致我們的產品需求波動；(iv)國際貿易政策、地緣政治和貿易保護措施，以及關稅、出口管制和經濟或貿易制裁，可能對我們的業務、財務狀況和經營業績造成影響；及(v)我們在競爭激烈的行業中經營業務。倘不能有力競爭，可能對我們的市場份額、增長和利潤造成不利影響。

## 概 要

### 競爭格局

我們在競爭激烈的全球糖巧（包括糖果和巧克力）市場中運營，該市場呈現穩健的增長態勢。以零售額計，糖巧市場從2021年約人民幣12,288億元增至2025年約人民幣15,330億元，並預計於2030年達到人民幣19,666億元。糖果和巧克力板塊於2025年分別達到人民幣5,381億元和人民幣9,949億元，其中，全球軟糖市場（糖果市場的子板塊）零售額達人民幣2,421億元。在全球領先企業不斷強化品牌組合、產品創新能力及分銷網絡的背景下，市場競爭依然激烈。軟糖板塊相對集中，2025年前五大公司合計佔全球市場份額的58.8%。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年的全球零售額計，我們為最大的中國糖果公司及全球第五大軟糖公司。此外，按2023年至2025年的零售額計，我們是全球前30大糖果公司中增長最快的公司，複合年增長率為61.9%，而同期行業平均為5.9%。隨著消費者偏好不斷演變，以及市場參與者通過產品創新、品牌建設及渠道拓展使競爭加劇，我們必須持續優化產品組合以及加強市場執行力，使我們的戰略與不斷變化的消費需求趨勢及行業發展保持一致。

### 歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的綜合財務資料的財務數據概要，該等數據摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。下文載列的財務數據概要應與本文件所載綜合財務報表（包括相關附註）一併閱讀，並受其全部內容所規限。我們的綜合財務資料乃根據國際財務報告會計準則編製。

|                  | 截至12月31日止年度    |                |                  |
|------------------|----------------|----------------|------------------|
|                  | 2023年          | 2024年          | 2025年            |
|                  | (人民幣千元)        |                |                  |
| 收入 .....         | 1,070,381      | 1,571,251      | 2,782,069        |
| 銷售成本 .....       | (619,605)      | (912,573)      | (1,402,289)      |
| 毛利 .....         | <b>450,776</b> | <b>658,678</b> | <b>1,379,780</b> |
| 其他收入及收益 .....    | 15,542         | 18,056         | 18,785           |
| 銷售及分銷開支 .....    | (198,924)      | (266,656)      | (429,503)        |
| 行政開支 .....       | (73,826)       | (107,416)      | (135,225)        |
| 研發開支 .....       | (7,292)        | (15,279)       | (18,258)         |
| 金融工具減值虧損淨額 ..... | (360)          | (6,250)        | (3,520)          |
| 其他開支 .....       | (2,136)        | (2,358)        | (3,045)          |
| 融資成本 .....       | (1,337)        | (14,173)       | (11,985)         |
| 除稅前利潤 .....      | <b>182,443</b> | <b>264,602</b> | <b>797,029</b>   |
| 所得稅開支 .....      | (45,400)       | (66,271)       | (197,008)        |
| 年內利潤 .....       | <b>137,043</b> | <b>198,331</b> | <b>600,021</b>   |

## 概 要

### 非國際財務報告準則計量

下表載列於所示年度我們淨利潤與經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）的對賬。有關詳情，請參閱「財務資料－綜合損益表－非國際財務報告準則計量」。

|                       | 截至12月31日止年度 |         |         |
|-----------------------|-------------|---------|---------|
|                       | 2023年       | 2024年   | 2025年   |
|                       | (人民幣千元)     |         |         |
| 年內利潤.....             | 137,043     | 198,331 | 600,021 |
| 加：                    |             |         |         |
| 以股份為基礎的薪酬開支.....      | 4,598       | 4,167   | 3,238   |
| [編纂]開支.....           | [編纂]        | [編纂]    | [編纂]    |
| 經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）.. | [編纂]        | [編纂]    | [編纂]    |

### 綜合資產負債表

下表載列我們於所示日期的綜合資產負債表的選定資料，該等資料摘錄自本文件附錄一所載的會計師報告。

|              | 截至12月31日  |           |           |
|--------------|-----------|-----------|-----------|
|              | 2023年     | 2024年     | 2025年     |
|              | (人民幣千元)   |           |           |
| 非流動資產總值..... | 571,080   | 646,015   | 713,744   |
| 流動資產總值.....  | 546,153   | 850,937   | 1,550,765 |
| 資產總值.....    | 1,117,233 | 1,496,952 | 2,264,509 |
| 非流動負債總額..... | 280,557   | 301,527   | 322,279   |
| 流動負債總額.....  | 289,423   | 486,772   | 1,093,355 |
| 負債總額.....    | 569,980   | 788,299   | 1,415,634 |
| 流動資產淨值.....  | 256,730   | 364,165   | 457,410   |
| 資產淨值.....    | 547,253   | 708,653   | 848,875   |

下表載列截至所示日期我們的流動資產及流動負債：

|                           | 截至12月31日 |         |           | 截至2月28日   |
|---------------------------|----------|---------|-----------|-----------|
|                           | 2023年    | 2024年   | 2025年     | 2026年     |
|                           | (人民幣千元)  |         |           | (未經審計)    |
| 流動資產                      |          |         |           |           |
| 存貨.....                   | 103,388  | 205,653 | 321,796   | 284,877   |
| 貿易應收款項.....               | 99,414   | 278,736 | 365,880   | 424,093   |
| 預付款項、其他應收款項及<br>其他資產..... | 75,808   | 76,158  | 98,718    | 150,262   |
| 預付所得稅.....                | 1,324    | 3,040   | 1,799     | 340       |
| 按公允價值計入損益的金融資產.....       | 80,325   | 59,487  | 442,767   | 199,687   |
| 受限制現金.....                | 3,620    | 1,018   | 1,816     | 275       |
| 定期存款.....                 | 2,374    | 21,910  | —         | —         |
| 現金及現金等價物.....             | 179,900  | 204,935 | 317,989   | 262,841   |
| 流動資產總值.....               | 546,153  | 850,937 | 1,550,765 | 1,322,375 |

## 概 要

|                     | 截至12月31日       |                |                  | 截至2月28日        |
|---------------------|----------------|----------------|------------------|----------------|
|                     | 2023年          | 2024年          | 2025年            | 2026年          |
|                     |                |                |                  | (未經審計)         |
|                     | (人民幣千元)        |                |                  |                |
| <b>流動負債</b>         |                |                |                  |                |
| 貿易應付款項.....         | 114,983        | 221,914        | 233,384          | 268,225        |
| 其他應付款項及應計費用.....    | 110,297        | 136,523        | 554,183          | 191,409        |
| 合約負債.....           | 28,780         | 29,697         | 60,490           | 31,747         |
| 計息銀行及其他借款.....      | 13,583         | 51,800         | 114,008          | 115,436        |
| 租賃負債.....           | 11,470         | 10,415         | 16,398           | 16,484         |
| 應付稅項.....           | 10,310         | 36,423         | 114,892          | 97,058         |
| <b>流動負債總額</b> ..... | <b>289,423</b> | <b>486,772</b> | <b>1,093,355</b> | <b>720,359</b> |
| <b>流動資產淨額</b> ..... | <b>256,730</b> | <b>364,165</b> | <b>457,410</b>   | <b>602,016</b> |

有關我們於往績記錄期間的流動資產及流動負債的詳細討論，請參閱「財務資料－綜合財務狀況表中若干主要項目的討論」。

## 按產品線劃分的收入

下表載列於所示年度按產品線劃分的收入明細，以絕對金額及佔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              | %            |
|                 | (以千元列示，百分比除外)    |              |                  |              |                  |              |
| 自有品牌產品          |                  |              |                  |              |                  |              |
| 阿麥斯.....        | 505,717          | 47.2         | 828,450          | 52.7         | 1,968,282        | 70.7         |
| 貝歐寶.....        | 166,583          | 15.6         | 163,131          | 10.4         | 199,524          | 7.2          |
| <b>小計</b> ..... | <b>672,300</b>   | <b>62.8</b>  | <b>991,581</b>   | <b>63.1</b>  | <b>2,167,806</b> | <b>77.9</b>  |
| 第三方品牌.....      | 398,081          | 37.2         | 579,670          | 36.9         | 614,263          | 22.1         |
| <b>總計</b> ..... | <b>1,070,381</b> | <b>100.0</b> | <b>1,571,251</b> | <b>100.0</b> | <b>2,782,069</b> | <b>100.0</b> |

2023年至2025年的收入增加主要是由於皮樂士Peelerz及4D軟糖等暢銷產品在多個地區及銷售管道的需求增加。隨著貝歐寶將進軍更多市場，我們預期貝歐寶對收入的貢獻將逐漸增加。

## 綜合現金流量表概要

下表載列所示年度我們的現金流。

|                           | 截至12月31日止年度    |                |                |
|---------------------------|----------------|----------------|----------------|
|                           | 2023年          | 2024年          | 2025年          |
|                           |                | (人民幣千元)        |                |
| 經營活動所得現金流淨額.....          | 126,199        | 112,813        | 588,532        |
| 投資活動(所用)現金流淨額.....        | (306,128)      | (67,536)       | (478,282)      |
| 融資活動(所用)現金流淨額.....        | 188,634        | (28,567)       | (4,424)        |
| <b>現金及現金等價物增加淨額</b> ..... | <b>8,705</b>   | <b>16,710</b>  | <b>105,826</b> |
| 年初現金及現金等價物.....           | 167,486        | 179,900        | 204,935        |
| 外匯差額影響淨額.....             | 3,709          | 8,325          | 7,228          |
| <b>年末現金及現金等價物</b> .....   | <b>179,900</b> | <b>204,935</b> | <b>317,989</b> |

詳情請參閱「財務資料－流動資金及資本資源」。

## 概 要

### 股息

於往績記錄期間，我們就截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度分別宣派股息人民幣32.3百萬元、人民幣42.1百萬元及人民幣455.9百萬元。於往績記錄期間後及截至本文件日期，我們並無向股東宣派任何股息。

根據中國適用法律及我們的公司章程，股息僅可自可分配利潤中支付，且我們須在彌補虧損並提取法定公積金後，方可分配稅後利潤。未來是否派付股息以及其金額將由董事會酌情制訂，並須經股東批准程序。董事會在作出決定時，可能基於多項因素，包括但不限於我們未來的經營及盈利、資本需求及盈餘、現金流及整體財務狀況、合同限制、稅項，以及董事會不時視為相關的其他因素，並將須遵守我們的公司章程及章程文件，以及適用法律法規。任何未來股息的宣派及派付未必反映過往股息宣派及派付。目前，我們並無股息政策或預先釐定的股息率。

### 未來計劃及[編纂]用途

我們估計，我們將收取[編纂][編纂]淨額總額（經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]費用及估計開支，並假設[編纂]未獲行使及[編纂]為每股股份[編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]的中位數））約[編纂]港元。

我們擬將[編纂]淨額作以下用途：(i)[編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將分配至優化及擴大我們的全球生產佈局，進一步加強我們於重要市場的產能；(ii)[編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用於擴大我們業務的國際化佈局及深化全球銷售渠道網絡；(iii)[編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用於持續推進全球品牌建設及本地化營銷，以提升我們品牌的全球影響力；(iv)[編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用於加強我們的研發投資，以實現全球產品研發拓展及產品組合擴充；(v)[編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用於企業全面的數字化及智能化轉型升級；(vi)[編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將分配至潛在的投資及收購機會；(vii)[編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元將用作營運資金及一般企業用途。詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

### [編纂]開支

我們的[編纂]開支主要包括(i)[編纂]相關開支，如[編纂]費用及[編纂]，及(ii)非[編纂]相關開支，包括就[編纂]及[編纂]所提供服務向我們的法律顧問及申報會計師支付的專業服務費以及其他費用及開支。假設全額支付酌情激勵費用，[編纂]的估計[編纂]開支總額（基於[編纂]範圍的中位數且假設[[編纂]未獲行使]）約為人民幣[編纂]元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%。在該等估計[編纂]開支總額中，我們預計將支付人民幣[編纂]元的[編纂]相關開支、人民幣[編纂]元的法律顧問及申報會計師專業服務費，以及人民幣[編纂]元的其他費用及開支。預計我們的[編纂]開支總額約為人民幣[編纂]元，約佔我們[編纂]總額的[編纂]%，預計將通過損益表進行支銷，而預計人民幣[編纂]元的金額將在[編纂]時直接確認為權益扣減。我們於2023年及2024年並無確認任何[編纂]開支。我們於2025年在綜合損益及其他全面收益表中確認人民幣[編纂]元的[編纂]開支。

---

## 概 要

---

[編纂]

### 控股股東

緊隨[編纂]完成後，控股股東組（包括馬先生及僱員持股平台，馬先生為兩者各自的普通合夥人）合計將有權控制行使約[編纂]%投票權（假設[編纂]並無獲行使）或約[編纂]%投票權（假設[編纂]獲悉數行使），因此仍為一組控股股東。

### [編纂]前投資

我們收到[編纂]前投資者（即星甜投資、珠海鑫熠、武漢鑫盟、南海成長、同創財金及印紀光大）的投資。緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），[編纂]前投資者將持有約[編纂]%的已發行股份。有關[編纂]前投資者的身份及背景以及[編纂]前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]前投資」。

### 法律訴訟及合規

經諮詢我們的中國法律顧問意見，董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均已遵守相關中國法律及法規。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概無面臨任何會對我們整體財務狀況或經營業績造成重大不利影響的申索、損害賠償或損失。

### 近期發展及無重大不利變動

董事確認，自2025年12月31日（即本文件附錄一所載會計師報告涵蓋期間的結算日）起至本文件日期，我們的財務或營業狀況、債務、按揭、或然負債、擔保或前景概無任何重大不利變動；及自2025年12月31日起，概無發生任何會對本文件附錄一所載會計師報告中呈列的資料造成重大影響的事件。