

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於其為概要，故並無載列可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂][編纂]之前，務請閱讀整份文件。

任何投資均涉及風險。有關[編纂][編纂]的若干特定風險載於「風險因素」。在閣下決定[編纂][編纂]前，務請細閱該節。

概 覽

我們是中國領先的內容資產運營商。內容資產指經系統化創作及管理的數字內容（如文本、圖片及視頻）集合，用於實現特定業務目標，包括品牌建設、銷售轉化及用戶增長。我們向企業客戶提供AI驅動的內容營銷解決方案及內容管理服務，提供涵蓋內容資產創作、積累、分析、傳播及優化的綜合服務週期。

我們的內容營銷解決方案助力企業客戶構建及傳播內容資產、建立品牌影響力並與終端客戶建立聯繫，而我們的內容管理服務則驅動該等內容資產的系統化積累、分析及長效複用。我們的內容管理服務主要包括一個由AI驅動的企業內容管理應用矩陣，包括矩陣通、聲量通、海匯及智匯，該等應用共同使企業客戶能夠管理多個平台媒體賬號、進行多維度內容分析、監測公眾輿情並以數據驅動的方式優化內容策略。我們的兩大業務線共同以互補及自我強化的方式運作，形成一個整合框架，提升內容資產運營的價值及效率。

根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年內容營銷解決方案產生的收入計，我們是中國第二大綜合內容營銷解決方案供應商，且於2023年至2025年期間在五大供應商中增長最快。按2025年的收入計，我們亦是中國最大的內容管理服務供應商。

我們與內容創作者及社交媒體平台合作，以為企業客戶的內容資產運營提供支持。於往績記錄期間，我們的企業客戶主要來自美容與個護以及快速消費品等行業，而我們亦已擴展至電動汽車及消費電子等領域。於往績記錄期間，我們為71家名列《財富》世界500強或《財富》中國500強的企業客戶提供服務。

自我們於2012年成立以來，我們一直致力於推動內容資產行業的發展，並透過內容資產為各行各業賦能。於2014年，我們推出新媒體排行榜及新榜大會，首創內容資產量化評估體系。根據弗若斯特沙利文的資料，新榜大會已成為內容資產領域規模最大且最具影響力的行業交流平台之一。順應近年在流量機制多變、內容形式多元化趨勢，我們率先推出內容管理應用，迅速滿足企業客戶的運營需求。

第二 中國綜合內容營銷解決方案 供應商 ¹	550萬 截至2025年12月31日內容創作者 網絡，平均關注者數量達9.4萬人	1.5萬億 2025年AI詞元消耗量	人民幣19億元 2025年總收入
第一 中國內容管理服務供應商 ²	3.8萬 2025年合作內容創作者數量	19.0萬 業績記錄期間總內容投放數量	100萬+ 截至2025年12月31日 內容管理企業媒體賬戶 (由企業客戶管理)

附註：

- 根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年來自內容營銷解決方案的收入計算。
- 根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年內容管理服務的收入計算。

概 要

我們的關鍵里程碑

下表載列本集團歷史上的主要業務里程碑：

年份	事件
2012年	本公司於中國成立
2014年	我們正式開始業務營運並發佈首期「徐達內排行榜」，其後更名為「新媒體排行榜」 本公司主辦首屆新榜大會
2017年	我們完成B1輪及B2輪融資，引入包括華人文化在內的知名投資者，並進一步擴大了我們的業務營運及市場影響力
2022年	我們推出內容管理服務及AI驅動的企業應用矩陣通，截至2025年12月31日，該應用程式已累計服務超過300家企業客戶，其中包括領先的快消品品牌及零售連鎖店
2024年	我們進一步開發內容管理服務並相繼推出AI驅動的應用程序聲量通及海匯，提供全面的跨平台社交媒體運營及管理服務
2026年	我們推出生成式AI引擎解決方案智匯，使企業客戶能夠在領先的大型語言模型及聊天機器人平台上管理品牌知名度

我們的業務及收入模式

我們主要向企業客戶提供AI驅動的內容營銷解決方案及內容管理服務。我們的業務模式將內容創作、傳播及數據驅動優化整合至一個閉環系統，其中內容營銷解決方案產生內容資產，而內容管理服務則實現其系統化的積累、分析及複用，從而提升後續營銷活動的成效。

我們主要從以下各項產生收入：(i)內容營銷解決方案(包括達人營銷及內容推廣)；及(ii)內容管理服務。

概 要

就我們的內容營銷解決方案而言，我們主要提供端到端活動服務，包括內容策劃、內容創作者甄選、投放執行及效果優化。我們主要透過收取服務費產生收入。就達人營銷而言，服務費通常基於成本加成模式釐定，當中計及所採購的媒體資源成本，以及按該等成本的一定百分比計算的服務費。就內容推廣而言，我們按以下任一模式收取服務費：(i)按效果付費模式，即根據實際廣告投放量乘以預先協定的單位價格計算費用；或(ii)成本加成模式。

就我們的內容管理服務而言，我們透過模塊化應用矩陣提供AI驅動的企業應用。我們主要透過訂閱費產生收入，該等費用通常為固定或分級年費，並根據管理賬戶數量或數據處理量等使用指標計算。我們亦從其他相關服務(包括數據諮詢服務)產生收入。

主要營運數據

下表載列截至或於所示期間的主要業績指標：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
合作內容創作者數量	21,544	26,852	38,147
企業客戶數量 ⁽¹⁾	362	385	519
內容營銷解決方案	156	162	126
內容管理服務	225	235	408
內容投放數量(千次)	47.3	58.3	84.2
每次投放平均價格(人民幣千元) ⁽²⁾⁽⁴⁾	27.4	25.0	21.4
每次投放平均成本(人民幣千元) ⁽³⁾⁽⁴⁾	25.3	23.6	19.6
AI詞元使用量(萬億)	不適用	0.6	1.5

附註：

1. 企業客戶數量指期內不重複客戶的數目。同時委聘我們內容營銷解決方案及內容管理服務的客戶僅計算一次。
2. 按內容營銷解決方案下達人營銷產生的收益除以期內內容投放總數計算。
3. 按內容營銷解決方案下歸屬於達人營銷的成本除以期內內容投放總數計算。
4. 內容推廣被排除在外，因為其通常以預算為導向，客戶預付流量獲取款項並隨時間消耗，相關收益及成本與個別內容投放並無直接關聯或歸屬，因此未能為按投放分析提供有意義的基礎。

於往績記錄期間，我們的主要營運指標錄得增長，包括企業客戶群、合作內容創作者及內容投放總量的擴張。

於往績記錄期間，每次投放的平均價格有所下降，主要歸因於服務組合轉向中長尾內容創作者。相應地，每次投放的平均成本亦有所下降，反映出受惠於我們的經強化AI驅動協調及匹配能力，採購效率有所提升，以及投放量增加帶來的規模經濟效益。

我們的AI能力進一步提升了我們的營運效率及可擴展性，此乃反映於2025年龐大的AI詞元使用量的增加，為大規模內容創作者管理及更多數量的營銷活動執行提供了支持。

請參閱「業務—主要營運數據」。

概 要

我們AI驅動的技術體系

我們構建由數據跨域整合、AI解析推理及商業價值轉化組成的三層技術架構，形成從數據到洞察再到行動的無縫流程。我們的數據跨域整合層建立覆蓋主流新媒體平台及AI應用的統一的公域數據基建，在用戶授權基礎上，實現跨域數據精準對接，完成從公域互動到私域轉化的全鏈路穿透。我們的AI解析推理層融合多模態大模型與垂直領域知識引擎，將原始數據轉化為可執行的策略洞察。我們的商業價值轉化層把推理洞察轉為自動化、可量化、可落地的商業行動，直接賦能內容營銷解決方案與內容管理服務，如達人智能匹配、品牌聲量分析、投放策略優化等。

此外，我們已建立產品化的研發中台，集數據治理、模型調度及AI原生平台即服務能力於一體，從而提升我們技術部署的可擴展性、穩定性及效率，並為我們產品組合的持續演進提供支持。我們亦已開發新榜*Copilot Bot*，一款嵌入我們應用中的AI驅動智能代理商，能夠實現自動化分析、內容生成及意見推送，並進一步提升我們服務產品的智能化程度及響應能力。

我們的技術能力由我們的內部研發團隊及對技術開發的持續投資所支持。我們採用敏捷開發方法，以實現快速迭代及用戶反饋驅動的優化，促進AI驅動的功能及應用的及時部署。

請參閱「業務—研究與開發」。

我們與內容資產運營中各利益相關者的合作

我們與內容資產運營的利益相關者建立長期戰略合作夥伴關係，透過多方協作促進互利共贏。

企業客戶。我們已與各行各業的領先企業客戶建立長期合作夥伴關係，並累積了深厚洞察。同時，透過與社交媒體平台及內容創作者的持續聯動，我們建立了豐富的媒介資源網絡與AI技術平台。整合該等資源、數據及技術能力，使我們能夠精準識別目標受眾及其內容偏好。這使我們能夠為企業客戶提供可定製、跨平台、高效且具價格競爭力的內容營銷解決方案，以及全面且數據驅動的內容管理服務。

內容創作者。我們已建立廣泛的媒體資源網絡，涵蓋美容與個護、快速消費品、消費電子及電動汽車等垂直行業的多層次內容創作者及MCN。內容創作者為我們提供多元化的內容資產、賬號資源及精準用戶觸達渠道。我們為內容創作者提供穩定優質的企業客戶商業化合作機會、內容策劃支持及數據運營賦能，幫助創作者提升變現效率、擴大影響力並實現可持續的內容商業價值。於2025年，我們曾與超過3.8萬名內容創作者合作。截至2025年12月31日，我們可觸達超過550萬名內容創作者。

概 要

社交媒體平台。我們與主流社交媒體平台建立了長期合作關係。我們為平台持續輸送商業化內容與品牌預算，助其豐富內容生態、提升變現效率與用戶活躍度。此外，透過我們的內容創作者網絡及營銷舉措，我們支持該等平台吸引及入駐新內容創作者，從而豐富其內容供應並增強平台活躍度。作為回報，平台則向我們開放數據接口與生態合作權限，供我們用於核心服務，令我們能為客戶提供更精準有效的內容資產營銷服務。

我們的市場機遇

中國內容營銷市場正呈現結構性增長機遇。根據弗若斯特沙利文的資料，2026年中國內容運營市場規模將達到約人民幣1,768.0億元，預計至2030年將擴大至人民幣2,161.0億元，複合年增長率為5.1%。雖然整體內容運營市場趨於成熟，但隨著內容形態的持續演進、用戶社交媒體使用時長的不斷增長，以及企業客戶對綜合內容資產營銷解決方案需求的增加，中國綜合內容營銷服務市場預計將快速增長。於2026年，中國綜合解決方案供應商所提供的內容營銷解決方案市場規模為人民幣226.0億元，預計至2030年將擴大至人民幣411.0億元，複合年增長率為16.1%。此外，受企業新媒體運營主體數量的擴大及對內容資產深度挖掘的需求推動，中國內容管理服務市場將顯著擴張。於2026年，中國內容管理服務市場規模達人民幣27.0億元，預計於2030年將擴大至人民幣107.0億元，複合年增長率為41.1%。自成立以來，我們持續順應內容資產行業演變，以滿足客戶的需求。展望未來，我們將整合企業客戶群、社交媒體資源、創作者網絡、內容資產及AI能力，以順應行業演進方向並把握結構性機遇。

我們的優勢

我們認為，以下優勢一直為我們強勁的表現及持續增長奠定基礎，並使我們有別於競爭對手：

- 中國領先的內容資產運營商；
- AI驅動的技術平台及產品矩陣；
- 廣泛的內容創作者網絡及多方面的社交媒體平台合作夥伴關係；
- 專為內容營銷量身定製的靈活、多平台卓越營運；
- 與行業領袖深度合作，並持續擴大行業版圖；及
- 富有遠見及經驗豐富的管理團隊。

我們的策略

我們認為，以下優勢為我們取得成功作出貢獻，並使我們有別於其他競爭對手：

- 投資於AI應用擴展及AI代理開發；
- 吸引AI人才及升級我們的技術架構；
- 深化核心客戶合作並擴展至高增長垂直領域；
- 建立服務海外市場的能力；及
- 選擇性地尋求戰略合作夥伴關係、投資及收購機會。

概 要

我們的客戶以及供應商

我們的銷售網絡及客戶

我們通過直銷推廣、行業交流及內容驅動型營銷等多種方式，推廣我們的解決方案及服務。我們的營銷活動利用行業數據分析及基於內容的輸出，包括多平台排名、行業報告及案例研究，以展示我們的數據能力並支持客戶獲取。我們透過自有的新榜論壇，以及涉及企業客戶、平台代表及內容創作者的研討會及交流活動，進一步加強行業參與，此舉有助促進生態系統互動並支持客戶獲取。

於往績記錄期間，我們的客戶主要來自美容及個護、快速消費品、消費電子及電動汽車行業。我們大部分的收入來自五大客戶。於2023年、2024年及2025年，各期間來自我們五大客戶的收入合計分別佔我們收入總額的68.2%、57.6%及57.3%。於同期，來自我們最大客戶的收入分別佔我們收入總額的34.8%、22.2%及16.9%。請參閱「業務—我們的客戶」。

我們的供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括中國領先社交媒體平台的營運商。我們與該等供應商緊密合作，以確保媒體及流量資源的及時供應及交付。於2023年、2024年及2025年，各期間內我們的五大供應商分別佔我們採購總額的71.0%、76.5%及79.7%，而各期間內我們的最大供應商則分別佔我們採購總額的34.7%、39.8%及38.4%。雖然我們的合約及付款流程通常透過該等社交媒體平台構建，但我們採購的底層價值在於在該等生態系統內運作的內容創作者及MCN的創意產出及受眾覆蓋範圍。請參閱「業務—我們的供應商」。

法律程序

截至最後實際可行日期，我們涉及一宗與供應商B之間有關涉嫌不正當競爭及數據使用的待決法律訴訟（「**競爭案件**」）。截至同日，該案件尚未獲主管法院正式受理立案，仍處於初步程序階段。原告尋求（其中包括）人民幣10.0百萬元的損害賠償。於2025年，我們已作出全額撥備人民幣10.0百萬元。我們正就此案件積極維護自身立場。針對該等指控，我們已在該事項解決前主動暫停若干數據相關服務，並一直與供應商B就潛在的爭議解決方案進行溝通。

根據目前可得信息，董事認為，競爭案件預期不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。請參閱「業務—法律程序及合規—法律程序」及「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們曾涉及，且我們、我們的股東、聯屬公司、董事、高級管理層及僱員日後可能不時因我們的業務營運而捲入法律、行政程序及其他糾紛及索償」。

概 要

競爭

我們在中國內容營運市場中運營，該市場競爭激烈且不斷演變。其特點為服務供應商眾多，業務能力覆蓋範圍及商業化成熟度各不相同。

我們主要與其他提供類似或更全面的內容營銷解決方案及內容管理服務的服務供應商競爭。我們亦與營運專有營銷工具並將平台內的內容創作者資源直接提供給企業客戶的社交媒體平台競爭。競爭乃基於多項因素，包括性能、服務產品的廣度及整合度、技術能力、品牌知名度、客戶關係、定價及商業化能力。請參閱「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們在內容營運行業面臨激烈競爭，且未必能有效競爭」。

詳情請參閱「行業概覽」。

主要風險因素

我們的營運及[編纂]涉及若干風險及不確定因素，載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂]我們的股份前，應仔細閱讀整節內容。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們在內容營運行業面臨激烈競爭，且未必能有效競爭。
- 我們依賴為數有限的社交媒體平台，為企業客戶提供解決方案及服務。
- 倘我們未能保留現有客戶或吸引新客戶，或企業客戶的業務表現出現任何顯著波動或營銷策略調整，我們的業務營運及增長前景可能受到不利影響。
- 依賴主要客戶可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。
- 倘我們無法維持、加深或擴大與內容創作者及MCN的關係，我們的業務營運及增長前景可能受到不利影響。

過往財務資料概要

下表載列摘錄自本文件附錄一所載會計師報告中，我們於往績記錄期間的財務資料摘要。下文所載的財務數據摘要應與本文件（包括相關附註）所載的財務報表一併閱讀，並以其全文為準。我們的財務資料乃按照國際財務報告準則編製。

概 要

綜合損益表概要

下表載列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	
	金額	%	金額	%	金額	%
(人民幣千元，百分比除外)						
收入	1,425,231	100.0	1,563,966	100.0	1,949,630	100.0
銷售成本	(1,250,878)	(87.8)	(1,408,803)	(90.1)	(1,690,755)	(86.7)
毛利	174,353	12.2	155,163	9.9	258,875	13.3
其他收入及收益	11,779	0.8	21,166	1.4	4,746	0.2
銷售及營銷開支	(34,462)	(2.4)	(39,723)	(2.5)	(51,647)	(2.6)
行政開支	(45,237)	(3.2)	(49,676)	(3.2)	(53,458)	(2.7)
研發開支	(60,097)	(4.1)	(52,941)	(3.5)	(67,596)	(3.6)
金融資產減值淨額	(798)	(0.1)	(11,041)	(0.7)	1,314	0.1
其他開支	(303)	(0.0)	(182)	(0.0)	(11,860)	(0.6)
融資成本	(13,864)	(1.0)	(12,952)	(0.8)	(16,137)	(0.8)
分擔聯營公司的虧損	(865)	(0.1)	—	—	—	—
除稅前溢利	30,506	2.1	9,814	0.6	64,237	3.3
所得稅抵免／(開支)	2,421	0.2	2,110	0.2	(1,431)	(0.1)
年內溢利	32,927	2.3	11,924	0.8	62,806	3.2

收入

於往績記錄期間，我們主要從(i)內容營銷解決方案(包括(a)達人營銷及(b)內容推廣)；及(ii)內容管理服務產生收入。

下表載列於所示期間按服務類型劃分的收入明細，各項以絕對金額及佔收入總額的百分比形式呈列。

	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)						
內容營銷解決方案	1,325,698	93.0	1,485,280	95.0	1,836,612	94.2
達人營銷	1,293,121	90.7	1,459,249	93.3	1,800,025	92.3
內容推廣	32,577	2.3	26,031	1.7	36,587	1.9
內容管理服務	99,533	7.0	78,686	5.0	113,018	5.8
合計	1,425,231	100.0	1,563,966	100.0	1,949,630	100.0

概 要

毛利及毛利率

下表載列我們於所示期間按業務劃分的毛利及毛利率明細。

	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)					
內容營銷解決方案	120,432	9.1	100,446	6.8	175,959	9.6
達人營銷	95,487	7.4	81,919	5.6	148,049	8.2
內容推廣	24,945	76.6	18,527	71.2	27,910	76.3
內容管理服務	53,921	54.2	54,717	69.5	82,916	73.4
總計	174,353	12.2	155,163	9.9	258,875	13.3

我們於往績記錄期間的財務表現主要受以下因素驅動：(i)內容營銷解決方案業務的擴張，(ii)內容管理服務的逐步商業化，及(iii)客戶組合及定價策略的變動。

我們的收入總額由2023年的人民幣1,425.2百萬元增加至2024年的人民幣1,564.0百萬元，並進一步增加至2025年的人民幣1,949.6百萬元。2024年的增加主要歸因於內容營銷解決方案(尤其是達人營銷)的增長，此乃受惠於我們擴張至新的行業垂直領域(包括消費電子及電動汽車)，以及與企業客戶的更深入合作。2025年的增加主要歸因於企業客戶的支出增加、內容投放量上升以及內容管理服務獲得更廣泛採用。

儘管2024年的收入有所增加，但我們的毛利由2023年的人民幣174.4百萬元減少至2024年的人民幣155.2百萬元，且我們的毛利率由12.2%下降至9.9%，主要由於(i)與我們擴張至新行業垂直領域相關而採取的更具競爭力的定價策略，(ii)服務組合轉向平均每次投放定價較低的中長尾內容創作者，及(iii)若干行業(包括美容及個護)的營銷預算波動。

於2025年，我們的毛利增加至人民幣258.9百萬元，而我們的毛利率增加至13.3%，主要歸因於(i)客戶組合優化，預算能力較強的企業客戶作出的貢獻增加；及(ii)內容投放規模化執行帶來的營運效率提升；及(iii)受惠於客戶群增長及相對穩定的成本結構，我們的AI驅動內容管理服務的變現能力有所提升。

我們的內容管理服務於2024年的收入經歷了暫時性下降，主要歸因於我們於2024年向AI驅動的企業應用進行的戰略轉型。我們於2024年推出了額外的AI驅動企業內容管理應用(包括聲量通及海匯)，與我們於2022年推出的現有矩陣通產品相輔相成，此舉擴大了我們的服務能力，但需要一段提升期以實現變現。於2025年，隨著客戶採納程度加深，以及我們擴大的產品矩陣進一步獲得市場認可，來自該等服務的收入有所增加，並促進了我們整體盈利能力的提升。

詳情請參閱「財務資料」。

概 要

綜合財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們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)		
非流動資產總值	26,672	50,660	43,196
流動資產總額	759,804	794,196	1,154,855
資產總額	786,476	844,856	1,198,051
非流動負債總額	11,439	30,519	26,457
流動負債總額	395,263	426,200	760,485
總負債	406,702	456,719	786,942
流動資產淨額	364,541	367,996	394,370
權益總額	379,774	388,137	411,109

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣364.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣368.0百萬元，主要由於(i)應收款項增加人民幣64.6百萬元，此乃主要由於我們的內容營銷解決方案業務擴張，以及應收客戶款項相應增加；及(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣35.2百萬元，此乃主要由於應收媒體合夥人款項。我們流動資產淨值的增加被以下各項部分抵銷：(i)現金及現金等價物減少人民幣61.1百萬元；及(ii)按公允價值計入損益的金融資產減少人民幣30.0百萬元，主要由於我們的理財產品到期。

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣368.0百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣394.4百萬元，主要由於(i)應收款項增加人民幣336.7百萬元，主要由於我們內容營銷解決方案客戶群的擴大，尤其是我們於年底前後向消費電子及電動汽車行業的若干主要客戶提供的服務；及(ii)現金及現金等價物增加人民幣18.2百萬元。我們的流動資產淨值增加被以下各項部分抵銷：(i)計息銀行借款增加人民幣163.6百萬元；及(ii)貿易應付款項增加人民幣80.0百萬元，這與我們的業務擴張一致。

綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示期間的現金流量概要。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
經營活動所用現金流量淨額	(3,155)	(112,630)	(114,307)
投資活動所(使用)/產生之現金流量淨額	(27,088)	26,589	(10,121)
融資活動所得現金流量淨額	83,568	24,906	142,611
現金及現金等價物(減少)/增加淨額	53,325	(61,135)	18,183
年初現金及現金等價物	28,411	81,736	20,601
年末現金及現金等價物	81,736	20,601	38,784

詳情請參閱「財務資料」。

概 要

主要財務比率

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
毛利率	12.2 %	9.9 %	13.3 %
純利率	2.3 %	0.8 %	3.2 %
流動比率 ⁽¹⁾	1.9	1.9	1.5
資產負債率 ⁽²⁾	51.7 %	54.1 %	65.7 %

附註：

- (1) 按截至年末的流動資產除以流動負債計算。
- (2) 按截至年末的負債總額除以資產總額再乘以100%計算。

[編纂]統計數據

下表中的所有統計數據均基於以下假設：(i)[編纂]已完成，且已根據[編纂][編纂][編纂]股H股；(ii)除下文附註(2)另有說明外，於[編纂]完成後，已[編纂]及[編纂]在外的股份為[編纂]股；及(iii)[編纂]股非上市股份將於[編纂](假設[編纂]未獲行使)完成後[編纂]為H股。

	按[編纂]每股[編纂] [編纂]計算	按[編纂]每股[編纂] [編纂]計算
股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]	[編纂]
—本公司H股市值 ⁽²⁾	[編纂]	[編纂]
於2025年12月31日每股未經審核 [編纂]經調整綜合有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 市值乃基於預期將根據[編纂][編纂]的[編纂]股H股及緊隨[編纂]完成後已[編纂]的股份總數[編纂]股計算。
- (2) 本公司H股市值乃基於緊隨[編纂]完成後預期已[編纂]的[編纂]股H股，其中包括(i)預期根據[編纂](假設[編纂]未獲行使)將予[編纂]的[編纂]股H股及(ii)於[編纂](假設[編纂]未獲行使)完成後由非上市股份[編纂]的[編纂]股H股計算。
- (3) 於2025年12月31日，本公司擁有人應佔本集團每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃經作出本文件附錄二所述調整後，並基於已[編纂][編纂]股股份(假設[編纂]已於該日進行)計算。

[編纂]開支

我們承擔的[編纂]開支預計約為[編纂](假設[編纂]為每股[編纂]，即指示性[編纂]範圍每股[編纂]至[編纂]的中位數)，佔[編纂]預計[編纂]的約[編纂](假設概無根據[編纂]

概 要

纂][編纂]股份)。我們的[編纂]開支主要包括(1)[編纂]相關開支，如[編纂]費用及佣金；及(2)非[編纂]相關開支，包括(i)就法律顧問及申報會計師提供的[編纂]及[編纂]相關服務向其支付的費用及開支；及(ii)其他費用及開支。在該估計總[編纂]開支中，我們預期支付[編纂]相關開支[編纂]、法律顧問及申報會計師的費用及開支[編纂]及其他費用及開支[編纂]。於往績記錄期間，我們分別於2023年、2024年及2025年產生將計入綜合損益表的[編纂]開支約[編纂]、[編纂]及[編纂]。於往績記錄期間後，預期約[編纂]將計入我們的綜合損益表，而約[編纂]預期將於[編纂]後自權益中扣除。

未來計劃及[編纂]

我們估計，假設[編纂]未獲行使，並按[編纂]每股股份[編纂](即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數)計算，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]及[編纂]以及其他估計開支後，我們將自[編纂]收取的[編纂]約為[編纂]。

為配合我們的戰略，我們擬將於未來五年[編纂][編纂]按下文所載用途及金額使用：

- [編纂]約[編纂](或約[編纂])將分配用於增強我們的研發能力，以支持我們的技術基礎設施及服務產品的持續發展；
- [編纂]約[編纂](或約[編纂])將分配用於加強我們的營銷能力、擴大我們的市場覆蓋範圍、深化客戶關係，以及鞏固我們在行業內的領先地位；
- [編纂]約[編纂](或約[編纂])將分配用於支持我們的全球業務擴張，並加強我們在中國的全球營運能力；
- [編纂]約[編纂](或[編纂])將用於與本公司發展戰略一致的選定併購或戰略性投資，以完善本公司的行業佈局並獲取新的增長動力；及
- [編纂]約[編纂](或[編纂])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」。

我們的控股股東集團

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，徐先生將直接及透過寧波欣博(其為我們的員工持股平台)間接有權行使本公司[編纂]股份總數[編纂]附帶的投票權。因此，

概 要

根據上市規則及聯交所發佈的《新上市申請人指南》第1.1C章，徐先生及其受控法團寧波欣博於[編纂]後將共同構成我們的控股股東。詳情請參閱「與我們控股股東的關係」。

於新三板上市及除牌

本公司於2024年3月15日於新三板掛牌。考慮到我們的業務發展需求及於香港聯交所[編纂]的長期戰略規劃，本公司其時董事會經審慎考慮，議決自願將我們的股份從新三板除牌，該決議於2025年12月30日獲本公司當時的股東正式批准。該除牌已於2026年2月25日完成。有關詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構—本公司之成立及主要股權變動—12.先前於新三板掛牌」。

向聯交所申請[編纂]

我們已向聯交所申請批准以下股份[編纂]及[編纂]：已[編纂]及根據[編纂]將予[編纂]的H股（包括因行使[編纂]而可能發行的任何股份），以及將由非上市股份[編纂]的H股。我們的[編纂]申請乃基於（其中包括）我們符合上市規則第8.05(3)條項下的市值／收益測試，即參考：(i)基於我們截至2025年12月31日止年度的收入超過500百萬港元；及(ii)我們於[編纂]時的預期市值超過40億港元。

股息

我們根據中國法律註冊成立。我們派付的任何股息將按董事會的全權酌情權經考慮多項因素予以釐定，包括我們的實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制及董事會認為合適的其他因素。我們的股東可在股東會上批准任何股息的宣派，但股息不得超過我們董事會建議的數額。根據適用中國法律法規，於中國註冊成立的公司需於每年彌補過往年度的累計虧損（如有）後，劃撥最少10%的除稅後利潤，以向若干法定公積金出資，直至向該等基金的出資總額達到其註冊資本的50%。公司可如上文所述於彌補累計虧損並出資到法定公積金後從除稅後利潤中派付股息。

於往績記錄期間，我們於2023年、2024年及2025年分別宣派股息零、零及人民幣40.0百萬元。截至最後實際可行日期，於業績記錄期間宣派的所有股息已於2026年2月全數支付。目前，我們並無正式的股息政策或固定股息分派率。

股息僅可在相關法律允許的情況下自我們的可供分派溢利派付。若利潤以股息形式分派，則該部分利潤不得再投資於我們的業務。無法保證我們能按向我們董事會呈報的任何計劃所列的金額宣派或分派任何股息，亦可能完全不會宣派或分派。此外，倘我們或我們任何附屬公司於未來代表我們或其本身產生債務，則規管該債務的文據可能限制我們派付股息的能力。過往派息記錄不可用作釐定我們日後可能宣派或派付股息額的參考或基準。

概 要

近期發展及無重大不利變動

我們的董事確認，截至本文件日期，自2025年12月31日（即本集團最新經審核綜合財務資料的編製日期）起，我們的財務或貿易狀況並無重大不利變動，且自2025年12月31日以來，並無任何事件會對本文件附錄一所載會計師報告中所示的我們綜合財務報表資料產生重大影響。