

業 務

我們的願景

成為全球最值得信賴的跨境電商物流合作夥伴。

我們的使命

以科技驅動跨境物流效率提升，以全球化服務支持多元電商場景，助力全球製造，貨達全球。

概覽

我們是誰

我們是中國領先的第三方B2C跨境電商物流服務提供商。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年跨境電商快遞服務所得收入計，我們在中國第三方B2C跨境電商物流服務提供商中排名第二，市場份額為1.8%。按2025年運往美國的包裹量計，我們在中國第三方B2C跨境電商物流服務提供商中亦排名第二，市場份額為1.4%。

於往績記錄期間，我們提供跨境電商快遞服務和本土最後一公里派送服務。經過二十餘年的深耕積累，我們已建立貫穿頭程攬收、分揀、跨境運輸、清關及尾程派送的一體化物流服務體系。憑藉持續可靠的服務、自營的物流網絡及不斷開展的數字化工作，我們為我們的客戶及其全球終端消費者提供高效、可視且值得信賴的全程物流解決方案。

下圖概述我們的營運及財務成果：



附註：

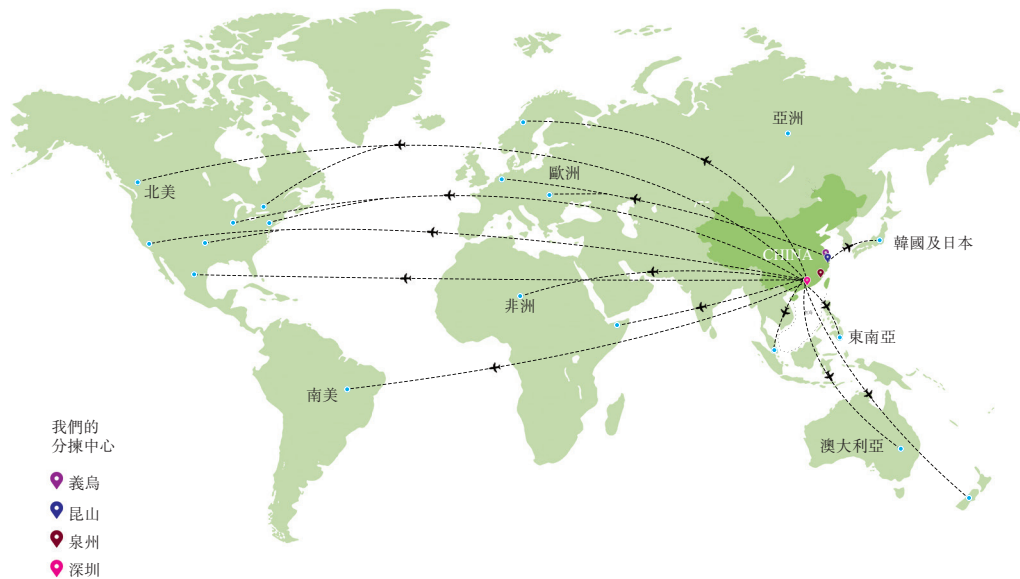
- (1) 截至最後實際可行日期
- (2) 截至2025年12月31日
- (3) 於往績記錄期間各年

業 務

- **我們廣泛的自營全球網絡**

我們的跨境電商快遞服務觸達全球逾200個國家和地區，使我們成為少數具備廣泛全球服務覆蓋能力的中國物流企業之一。同時，我們已在中國建立全國性國內攬收網絡。自營網絡所帶來的高度掌控力，有助提升關鍵物流節點的協調能力、改善服務穩定性及成本利用效率，從而更好地滿足跨境商家對交付時效性、運營可靠性及監管合規性的核心要求。

下圖載列我們截至2025年12月31日的跨境電商快遞服務的地理覆蓋範圍：



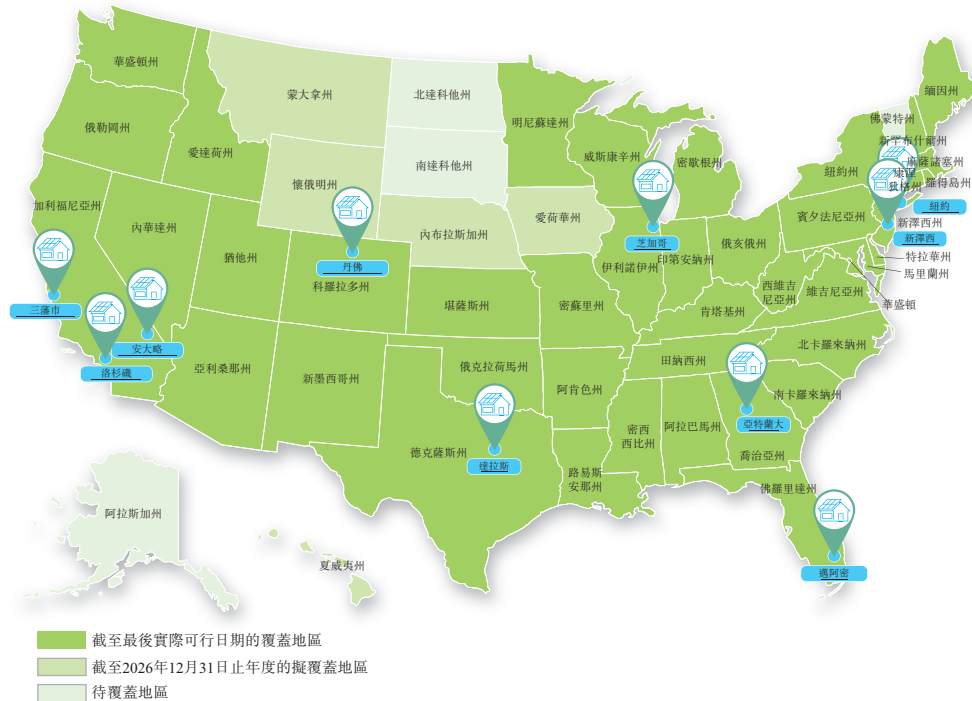
- **我們高速發展的美國本土最後一公里派送服務**

美國作為全球最大電商市場之一，其本地派送服務長期面臨結構性挑戰。商業快遞運營成本高昂，主流電商平台的自營物流網絡相對封閉、難以接入，而區域服務商不僅覆蓋分散，在傳統旺季更面臨運力彈性不足、派送質量難以保障的問題。這些因素共同推動市場對高性價比、廣域覆蓋的本地快遞解決方案的需求持續增長。為應對此等市場動向，我們於2024年3月戰略性推出美國本土最後一公里派送服務，標誌着公司全球化佈局的重要里程碑。我們以自營分揀基礎設施為核心，結合靈活的眾包運力，構建了一套兼顧成本效率、服務質量與高度可擴展性的交付模式，能夠同時滿足客戶在跨境電商直發物流與美國本地電商物流兩大場景下的需求。

在兩年的時間內，我們已迅速構建覆蓋美國主要大都會地區的可擴展本地快遞網絡。截至最後實際可行日期，我們在洛杉磯、安大略、三藩市、達拉斯、芝加哥、亞特蘭大、紐約、新澤西、邁阿密及丹佛設立10個區域分揀中心，服務範圍廣泛遍及41個州，覆蓋約70.0%的美國人口。隨著網絡密度持續提升，我們在美國的包裹派送量持續攀升。我們的美國服務從承接自身跨境包裹擴展到支持美國本地中小電商賣家及海外倉，為我們的業務發展奠定廣泛的客戶群。於2025年第四季度，單日包裹派送峰值超逾377.4千件，包括跨境電商快遞服務項下的跨境包裹、美國電商商家及海外倉庫發出的本地包裹。

業 務

以下載列截至最後實際可行日期我們在美國的服務覆蓋範圍：



- **我們自研的全鏈路物流信息管理平台**

我們以科技驅動的運營模式使我們有別於其他物流服務提供商。作為國內的先行者，我們構建專為滿足跨境電商物流運營特徵而設的自研全鏈路物流信息管理平台。我們秉承長期以來對「科技驅動效率提升」的聚焦，已建立支持訂單履約、全程可視化追蹤、成本優化及合規管理的關鍵功能的數字基礎設施。

截至最後實際可行日期，我們已累計獲得對我們的業務營運屬重大的六項註冊專利及28項註冊著作權。我們的自研技術已深入賦能關鍵運營節點，藉此提高全物流鏈的協調效率，改善服務穩定性及支持一貫的客戶體驗。

- **我們廣泛的客戶群體**

依託我們的運輸網絡覆蓋範圍、穩定的服務表現及運營能力，我們已建立多元化的客戶群體，客戶包括第三方電商平台、跨境商家及中國品牌出海企業。於往績記錄期間，我們於各年為超過30,000家客戶提供服務。我們亦已與全球主要電商平台建立長期合作夥伴關係，藉此加強雙方在系統整合、流程優化及履約管理等領域的深度協同。

- **我們與貨運承運商的長期關係**

在供應鏈端，我們已與包括航空公司、貨運代理、清關機構及海外派送服務商等關鍵服務提供商建立長期穩定的合作夥伴關係。憑藉結合包機運力、包板協議及價格鎖定安排的多元運力採購框架，我們得以提升空運成本的可預測性並減緩市

業 務

場波動的影響。同時，我們的區域特定供應商篩選及管理方法使我們能夠將物流資源與當地市場狀況匹配，從而增強海外物流網絡的韌性、靈活性及可靠性。於往績記錄期間，我們已與超過1,000名供應商建立合作關係，該等供應商分佈於不同地區及業務線。

• 我們的財務亮點

依託我們的客戶群體、全球物流網絡、持續的技術提升以及成熟的商業化模式，我們於往績記錄期間一直維持盈利。儘管主要由於部分大型電商平台物流採購模式的轉變，我們的收入由2023年的人民幣9,482.9百萬元減少至2024年的人民幣5,827.0百萬元，但透過持續優化客戶組合及提高毛利率，我們仍維持正面的盈利能力。我們於2023年及2024年的淨利潤保持相對穩定，分別為人民幣58.1百萬元及人民幣49.7百萬元。我們的業務於2025年回升，收入增加至人民幣6,687.1百萬元，且淨利潤大幅增加至人民幣106.3百萬元。

我們的發展歷程與戰略進程

在發展早期，我們以國際空運服務為起點，逐步建立起與全球物流網絡的連接能力，並在中國構建覆蓋全國的核心運營體系，從而為其後的業務發展奠定基礎。隨著中國B2C跨境電商領域的擴展，我們自傳統國際快遞服務演化為跨境電商快遞解決方案，確立了作為服務中國跨境電商賣家的全球遞送合作夥伴的核心定位。伴隨跨境物流鏈路掌控能力的提升以及自研數字化體系的不斷強化，我們進一步將我們的服務能力從跨境運輸延伸至海外本地化快遞網絡建設。我們是率先在美國構建整合跨境運輸及本土最後一公里派送服務模式的中國物流服務提供商之一。藉此經驗，我們計劃將此模式進一步複製至歐洲等成熟電商市場，以進一步擴大業務版圖。

我們的市場機遇

全球跨境電商的持續增長為跨境物流行業帶來龐大及可持續的機遇。根據弗若斯特沙利文的資料，中國B2C跨境電商行業於2021年2025年期間經歷快速增長，並預期將於2030年之前繼續穩步擴張。中國B2C跨境電商物流服務行業的市場規模由2021年的人民幣4,051億元增加至2025年的人民幣6,344億元，2021年至2025年的複合年增長率為11.9%，預計於2030年達到人民幣10,861億元，2025年至2030年複合年增長率為11.4%。請參閱「行業概覽 — 中國B2C跨境電商行業」及「行業概覽 — 中國B2C跨境電商物流服務行業」。直發模式支持小批量及多頻次訂單以及符合消費者對快遞速度日益提高的期望，預期維持相對高的增長率。

從區域來看，預期美國對中國跨境電商物流服務而言仍為一個具備韌性且結構性強勁的需求來源。根據弗若斯特沙利文的資料，按由運往美國的包裹所產生的收入計，中國B2C跨境電商物流服務行業的市場規模由2021年的人民幣1,730億元增長至2025年的人民幣2,810億元，2021年至2025年的複合年增長率為12.9%。該市場預計將於2030年達到人民幣4,533億元，2025年至2030年的複合年增長率為11.0%。美國市場的需求受到其龐大的消費者群體、較高的網上購物滲透率及相對穩定的物流基礎設施

業 務

支持。與此同時，美國本地快遞市場長期存在的結構性制約因素，包括相對較高的快遞成本、分散的區域運力以及封閉的平台生態系統，繼續為具備本地化運營能力的第三方物流服務提供商創造市場機遇。

自2024年進軍美國本地交付市場以來，我們已逐步建立一套整合式跨境運輸與本土最後一公里派送的服務模式，該模式由自營分揀網絡、眾包運力及專有路由算法所支援。該等能力使我們能夠同時服務跨境電商包裹及美國本地電商交付需求，有力支持我們本土最後一公里派送業務的擴張。歐洲、日本及加拿大市場繼續保持穩定需求，而東南亞及拉丁美洲等新興市場亦因電商滲透率持續提升及消費模式不斷演變而錄得穩健增長。憑藉全球服務網絡，我們已做好充分準備，抓緊成熟市場的穩定需求及新興市場的增量增長機遇。

我們的競爭優勢

我們認為以下競爭優勢能夠幫助我們實現可持續增長。

中國領先的第三方B2C跨境電商物流服務提供商

我們是中國領先的第三方B2C跨境電商物流服務提供商之一。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年跨境電商快遞服務所得收入計，我們在中國第三方B2C跨境電商物流服務提供商中排名第二，市場份額為1.8%。按2025年運往美國的包裹量計，我們在中國B2C跨境電商物流服務提供商中亦排名第二，市場份額為1.4%。我們在業界的領導地位，源於強大的履約服務能力以及在跨境電商物流領域的穩固根基。

我們的領先地位源於對中國B2C跨境電商物流行業的長期深耕及持續投入。自1998年創立以來，我們始終努力把握市場發展各階段的結構性機遇。在中國B2C跨境電商產業的發展初期，我們從提供傳統國際快遞服務，轉型為提供跨境電商快遞服務。憑藉多年營運累積的跨境供應鏈洞察與運營經驗積累，我們逐步建立全程服務能力。在行業快速擴張的過程中，我們持續擴大營運規模、豐富產品類型及強化網絡佈局，形成了今天的綜合競爭力。

經過多年的運營積累，我們已建立強大的品牌認知度、穩固的服務聲譽、韌性十足的網絡覆蓋能力以及長期穩固的客戶關係。這些優勢奠定了我們在快速變化市場中的強大競爭力，鞏固了我們在中國B2C跨境電商物流服務行業中的核心地位。於往績記錄期間，我們於2023年、2024年及2025年的淨利潤分別為人民幣58.1百萬元、人民幣49.7百萬元及人民幣106.3百萬元，由此可見我們維持盈利能力。此等財務表現印證了我們業務模式的可擴展性及韌性，並為我們保持行業領先奠定了堅實基礎。

戰略性佈局美國本土自營配送網絡，打造清晰增長引擎

我們進軍美國電商物流服務市場的戰略佈局，已建立起差異化的競爭優勢，成為推動業務規模擴張與全球營運能力的重要引擎。作為全球最大的電商物流市場之一，

業 務

美國長期面臨本地派送的結構性挑戰，包括運力供給緊張、營運成本高企與服務標準參差不齊等問題。這些市場特點為具備強大資源調度能力與數字化運營體系的物流服務企業創造了機會。在這一背景下，基於對行業趨勢和結構性缺口的前瞻判斷，我們於2024年3月在美國啟動本土最後一公里派送服務。成為首批在美國整合跨境物流運營與自營本土配送網絡的中國物流服務提供商之一。

我們的美國運營模式以自營倉網絡為基礎並以科技派送能力為後盾，為服務質量升級與成本結構優化提供了可持續的基礎。截至2025年12月31日，我們在洛杉磯、安大略、三藩市、達拉斯、芝加哥、亞特蘭大、紐約、新澤西、邁阿密及丹佛設立10個區域分揀中心，涵蓋美國主要都會區及高密度人口區。我們已逐步引入自動化設備及標準化操作流程，在提高處理效率的同時盡量減少人力成本波動的影響。在尾程派送環節，我們構建了以技術為核心支撐的運營框架，深度整合運力資源、自研派送應用程序與智能路徑規劃算法三大關鍵模塊。透過數據分析及實時動態路況，該框架不僅能提升運力調度的精準度與效率，還能为派送網絡的持續迭代優化提供數據驅動的決策支持。

隨著網絡覆蓋範圍及服務能力逐步擴大，我們美國服務網絡的日均包裹量（包括跨境電商快遞服務項下的跨境包裹、美國電商商家及海外倉庫發出的本地包裹）由2024年的約28.0千件增加至2025年的105.4千件。特別是，有關日均包裹量由2024年12月的約72.1千件增加至2025年12月的219.3千件。

先進的數字化與智能化能力持續提升運營及技術實力

自成立以來，我們始終堅持以技術創新為業務發展的核心引擎。我們通過持續的研發投入，已構建了數字化運營基礎設施，並開發了數智化能力，以支持我們業務的穩健運營。依託技術架構、業務流程、數據資產的整合，我們搭建起擁有差異化競爭優勢的數字化運營系統。

我們自研的全鏈路數字化平台旨在促進跨境物流生態系統的高效協作。該平台已鏈接超十萬家客戶與供應商，打造集訂單下發、運價查詢、財務結算及配送追蹤於一體的一站式操作入口。通過將多項功能整合到一個系統中，可減少信息碎片化並提高經營效益。為應對多樣化的業務需求，我們可提供攬收、分揀、幹線及配送的模塊化解決方案，支持客戶按需靈活配置，讓業務流程精準匹配特定運營需求。

憑藉多年來的運營經驗，我們已積累了大量結構化物流數據，覆蓋訂單流、運輸流、清關鏈路、倉網調度、尾程派送等關鍵業務場景。這些數據資產既能支撐持續優化內部運營及服務績效，也能為客戶、供應商及生態合作夥伴持續創造價值。長期的數據積累與技術迭代，讓我們的系統能夠隨著業務規模的增長產生更大的複利效應，進而不斷擴大我們在行業內的領先優勢。

業 務

我們的數智化能力提升內部運營效率及成本管控水平，同時確保為客戶提供穩定且透明的服務體驗。此等能力構建起技術優勢，為我們的跨境電商快遞服務與本土最後一公里派送服務的協同發展奠定重要基礎。

多元化客戶基礎與全球化供應商網絡構築穩健增長格局

長期深耕跨境電商領域的積累，我們已構建出多元的客戶基礎。我們的客戶涵蓋跨境電商第三方平台、跨境商家及中國品牌出海企業，覆蓋不同業務規模、不同品類及不同運營模式。於往績記錄期間，我們於各年為超過30,000家客戶提供服務。

隨著我們的業務持續演進，我們進一步擴大與跨境商家及中國品牌出海企業的合作，使我們能夠建立更廣泛及更多元化的客戶基礎，同時支持我們整體盈利能力狀況的改善。我們的客戶結構兼具平台客戶所帶來的規模優勢，以及商家與品牌擁有人相對穩定且多元化的需求，使我們能夠在支持業務增長的同時，降低因行業季節性所產生的波動。

我們持續提升服務產品及營運流程，以應對處於不同發展階段客戶的差異化需求。透過長期合作及持續優化服務，我們已建立穩定的客戶關係，並形成相互促進、共同成長的業務生態系統。

在供應商方面，我們與全球第三方物流合作夥伴構建了長期、穩定而緊密的合作關係，形成了覆蓋主要電商目的地國家和地區的跨境物流服務網絡。我們的合作夥伴包括航空幹線運輸提供商、清關行以及海外派送服務提供商等，覆蓋了跨境物流鏈路的各關鍵節點。

憑藉成熟的供應商管理體系及強大的資源整合能力，我們能夠高效地跨地區、跨服務階段協調運力。我們的多年行業經驗積累，使我們能夠駕馭不同轉運地及目的地市場在監管規定、關務及服務標準方面的差異化。依託適配的供應商資源，我們精準匹配目的國及地區的合規標準、派送時效要求及包裹屬性特徵，在服務可靠性、成本利用效率與派送履約表現之間實現最優平衡。

體系化運營能力驅動效率提升並支撐大規模業務擴張

我們已開發體系化、全鏈路的運營模式，可實現跨境物流價值鏈主要環節的深度整合，並通過全鏈路協同執行+精細化運營管理+自營核心節點三位一體的運營體系，持續提升運營效率、成本效能及服務可控性，為業務規模化發展構築堅實的底層支撐。我們的運營體系覆蓋頭程攬收、分揀、跨境運輸、清關及尾程派送等，形成高協同、高銜接的作業鏈路。

在選定的跨境電商物流服務關鍵環節採用自營模式，是我們構建標準化、可拓展運營能力的關鍵舉措。通過佈局國內自營攬收網絡、自動化分揀中心以及我們的美國倉網，我們在攬收響應、倉內分揀及尾程派送等直接影響整體服務時效與質量的核心

業 務

節點實現了全流程把控能力。與此同時，我們亦適度採用外部合作模式，既保持運營體系的靈活性，亦能控制資本支出。最終形成「自營+合作」的輕資產運營模式，實現服務質量與成本利用效率的最優平衡。

我們的業務戰略

我們擬憑藉現有優勢，計劃通過實施以下戰略把握不斷增長的市場機遇，進一步鞏固我們的市場地位並實現我們的使命：

以深化雙業務協同驅動長期增長

以「服務國內外跨境電商賣家」為根本定位，我們不僅夯實跨境電商快遞服務的優勢，亦將本土最後一公里派送服務打造為新的增長引擎，形成「跨境+海外本地」並行發展的雙業務格局，為我們的長期競爭力奠定堅實的結構基礎。

就我們的跨境電商快遞服務板塊，我們正採取雙軌並行策略，一方面精進國內營運，另一方面擴展全球網絡。國內方面，我們計劃進一步強化上門攬收網絡的覆蓋密度及運營效率，重點提升在華南、華東、華北等核心跨境電商產業帶的服務深度，確保前端攬收的響應速度與覆蓋密度。國際方面，我們將通過持續拓展與優質物流提供商的合作夥伴關係、優化國際幹線及清關流程，持續完善全球服務網絡，提升服務效率。同時，我們將通過逐步發展本地化服務能力及配套基礎設施，繼續在跨境電商滲透率不斷提高的新興地區探索增長機會。

就我們的本土最後一公里派送服務板塊，我們將繼續完善「核心分揀中心自營+尾程派送眾包」的運營模式。此方法旨在平衡營運控制與成本利用效率，以助力我們的美團業務擴張。其中，在尾程派送環節依託平台化模型聚合配送運力，並通過自研移動應用程序管理訂單分配、路線追蹤及配送狀態確認。智能路徑規劃算法動態規劃路線，有助提升配送效率與服務一致性。在核心分揀環節，我們堅守自營模式，並輔之以自動化分揀設備及標準化的作業流程，為業務規模化增長提供了堅實的運營保障。

以數字化與自動化為驅動力，提升效率與競爭力

數字化與自動化是我們提高全鏈路經營效益、強化精細化成本管控及構建全球化協同運營的核心支柱。我們計劃逐步擴大自動化技術在核心營運場景的應用範圍。我們亦計劃在國內攬收與海外本地快遞環節導入自動化應用（例如自動化分揀設備及具身AI機器人），目標是逐步構建自動化營運基礎。這些措施預期將提升處理量、降低對人工的依賴，並減少營運錯誤率。

同時，我們將繼續加強全球業務的數字化，提升鏈路的效率、成本控制及網絡彈性。我們計劃通過整合實時路況、天氣數據及倉庫容量信息，進一步迭代我們的動態路徑規劃算法，實現更有效的智能路徑優化、幹線運輸及尾程派送的動態運力分配。在中國，這些舉措預期將進一步加強自營短途運力與外包長途資源的協同效率。在海

業 務

外，我們計劃利用眾包平台和智能匹配系統，更好地應對訂單波動和網絡擴張。同時，我們擬深化與全球航空公司及承運代理人的數字化連接，以支持運價實時獲取和運力鎖定，從而減輕市場波動的影響。

從全球角度出發，我們計劃運用先進系統來促進多語種溝通、多幣種結算，並符合不同稅制規範，從而整合海外倉、清關行及本地配送資源。在尾程派送方面，我們計劃進一步增強自研移動應用程序中智能路徑規劃、智能調度等能力。預期這些努力將持續支持提升派送效率、服務質量及成本管理。

深化客戶價值經營，拓展跨境物流綜合服務能力

我們堅持以客戶需求為導向，通過拓寬合作廣度，延伸服務深度，深化與客戶的互動。

就我們的核心客戶群（包括第三方電商平台、跨境商家及中國品牌出海企業），我們計劃通過模塊化及可定制的解決方案進一步增強服務差異化，其中包括量身定制的全鏈路可視化工具和場景化履約解決方案，旨在與客戶的運營特徵和增長階段保持一致。通過允許客戶靈活組合頭程攬收至尾程派送的服務模塊，我們旨在更好地滿足其多樣化的運營需求及不斷變化的業務需求。利用我們在美國自營網絡的持續擴張，我們亦計劃通過將整合配送及本地派送服務覆蓋至美國國內商家及海外倉運營商，從而擴大我們的客戶覆蓋及支持我們雙業務模式的可擴展性。

分階段推進全球化佈局，聚焦高潛力目的地市場

全球化佈局為我們長期發展戰略的核心支柱。遵循以電商消費者密度為主導的選址邏輯，秉持「優先高需求、低風險市場」的擴張原則，我們擬借助在美國市場中積累的運營經驗，通過分階段、有序的推進路徑，拓展我們的國際足跡。此結構化方法旨在支持在全球主要電商消費市場逐步建立跨境物流及本地履約網絡，從而為可持續增長奠定堅實基礎。

美國預計仍將是我們近期海外擴張的主要重點。我們擬通過擴大覆蓋範圍及提升服務質量，繼續加強我們的本地配送網絡。隨著我們的美國運營模式日趨成熟並展現出可擴展性，我們計劃逐步將此模式複製到歐洲等部分已開發市場。

在此基礎上，我們亦將有選擇性地評估新興市場（如拉美）的擴張機會。這些市場的電商滲透率及消費需求均顯示出持續增長勢頭。透過審慎有序的資源部署，我們的目標是擴大我們的全球服務覆蓋範圍，同時維持高水平的營運效率。這分階段擴張策略預期將提升我們的國際影響力，並支持我們跨境物流業務的長期發展。

業 務

強化成本競爭力與盈利能力管理，支持規模與可持續的盈利增長

審慎的成本管理及結構化的盈利能力監督，對於維持健康增長和加強長期盈利質量至關重要。通過不斷優化全鏈路價值鏈、適應性強的產品策略及更系統的供應商管理方法，我們務求在支持業務有序擴張的同時提升盈利能力。

我們計劃根據客戶概況及運送特點調整所提供的服務，從而進一步完善我們的產品組合及定價框架。通過在面向廣泛需求的標準化產品與面向高價值服務的定製解決方案之間取得平衡，我們的目標是支持穩定的盈利並改善整體收入質量。

從運營角度來看，我們計劃通過智能路徑規劃和排程提高攬收效率，維持結構性的運力採購策略，維持「包機+包板協議+價格鎖定」的安排，以減少幹線運輸成本的波動，並動態篩選海外本地快遞合作夥伴，從而平衡成本利用效率與服務可靠性。

我們的業務模式

我們向客戶提供B2C全程跨境電商物流服務。依託我們廣泛的運營網絡及成熟的供應商生態系統，我們的一體化服務覆蓋跨境履約全週期。

我們的業務模式圍繞兩條主要業務線開展，結合跨境物流與海外本地配送。此等核心產品輔以其他跨境服務，以提高服務靈活性並擴闊客戶覆蓋範圍。我們的主要業務線包括：

- **跨境電商快遞服務：**該業務線為客戶提供覆蓋境內頭程攬收、分揀、跨境運輸、清關及尾程派送的全流程跨境物流解決方案。我們按件向客戶收費，定價根據包裹重量、目的地、運輸路線及所需派送時效等因素釐定。作為我們所提供的核心服務及於往績記錄期間的主要收入來源，該業務線支持客戶穩定及高效地完成跨境電商訂單；及
- **本土最後一公里派送服務：**我們提供集海外分揀及美國本地派送的一體化解決方案，以提供尾程履約支持。收入源自對所派送包裹按件計費，費用取決於派送地區、包裹特點及履約複雜度。該業務線強化我們在主要目的地市場的全程履約能力，加深我們與客戶的服務互動，並支持我們跨境物流服務的可擴展性。

此外，我們亦提供補充性的其他跨境服務，主要包括由其他供應商提供的尾程派送服務、清關服務、為指定跨境電商平台商家提供的頭程物流服務及國際空運貨運代理服務。該等服務使我們得以滿足更多樣化的運輸需求，就特定客戶需求提供量身定制的物流安排，從而進一步提高客戶獲取率及收入穩定性。

業 務

於往績記錄期間，我們的收入源自提供以下各項：(i)跨境電商快遞服務；(ii)本土最後一公里派送服務；及(iii)其他跨境物流服務。下表載列於所示年度我們按業務線劃分的收入情況：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	佔收入 百分比(%)	人民幣千元	佔收入 百分比(%)	人民幣千元	佔收入 百分比(%)
跨境電商快遞服務	7,663,633	80.8	4,675,188	80.2	5,737,135	85.8
本土最後一公里派送服務	–	–	91,201	1.6	385,322	5.8
其他跨境物流服務 ⁽¹⁾	1,819,309	19.2	1,060,565	18.2	564,593	8.4
總計	9,482,942	100.0	5,826,954	100.0	6,687,050	100.0

附註：

- (1) 其他跨境服務主要包括其他供應商提供的尾程派送服務、清關服務、為指定跨境電商平台商家提供的頭程物流服務及國際空運貨運代理服務。

我們的B2C跨境電商物流服務

我們的B2C跨境電商物流服務主要包括跨境電商快遞服務及本土最後一公里派送服務，旨在支持中國跨境電商賣家的全球化擴張進程。我們主要服務三大客戶群體，包括跨境電商第三方平台、跨境商戶及中國品牌出海企業。

本公司將從頭程攬收到尾程派送的各個關鍵環節整合至統一的履約鏈中，為客戶提供全週期物流解決方案，實現從原產地直達海外消費者的直接派送。該整合服務模式提升了多類產品及多個目的市場的派送效率、透明度及合規性，支持可規模化的訂單履約，並改善商家及終端消費者的整體物流體驗。

憑藉具備全球覆蓋範圍的跨境電商快遞服務，以及在美國等主要消費市場不斷擴大的海外本地運營足跡，我們在連接中國出口導向型商家群體與全球終端消費者方面發揮重要作用，鞏固了我們在中國B2C跨境電商物流服務行業的地位。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年跨境電商快遞服務所得收入計，我們在中國第三方B2C跨境電商物流服務提供商中排名第二，市場份額為1.8%；按2025年運往美國的包裹量計，我們在中國跨境電商出口物流服務提供商中亦排名第二，市場份額達1.4%。

跨境電商快遞服務

我們的跨境電商快遞服務構建標準化、可視化及受控的跨境直發系統。該服務覆蓋頭程攬收、分揀、跨境運輸、清關及尾程派送的履約鏈路所有重要階段。該業務線展現我們以一致且協調的方式在不同地區及營運節點執行跨境物流的能力，並形成我們的B2C跨境電商物流能力的核心基礎。

業 務

我們的全球服務網絡涵蓋主要跨境電商目的地市場，例如美國、加拿大、英國、法國、德國、意大利、西班牙，澳大利亞、日本及拉美等重點國家和市場。如此廣泛的地理覆蓋範圍使我們能夠支持跨境電商第三方平台、跨境商戶及中國品牌出海企業建立並擴大國際履約業務。於往績記錄期間，通過跨境電商快遞服務，我們完成派送共計約364.2百萬件國際包裹，反映出我們服務的規模及營運可靠性。

多層次的產品組合

為了滿足對派送速度、目的地特性、產品屬性及成本敏感度的不同要求，我們將跨境電商快遞服務建構為以專線包裹服務為主、以經濟包裹服務為輔的多層次產品框架。該等產品的主要差異為時效、定價、地理覆蓋範圍及服務特徵，可供客戶選擇與他們於橫跨多市場及產品組合的營運需求一致的服務。

• 專線包裹服務

專線包裹服務是我們跨境電商快遞服務中的核心及具有競爭力的服務，該等服務旨在於主要跨境市場（包括北美、歐洲及亞太）的整個履約流程中提供高服務穩定性、更強的管控及更高的透明度。

於此類別，我們整合了傳統上與掛號關聯的服務特徵，包括全鏈路追蹤、里程碑可視化及經提升的配送保證。我們亦提供根據不同配送特徵（如普貨路線、特貨路線、大件路線及服裝專線）定制的以場景為主的服務。該等服務旨在服務對派送確定性、時效與運營可預測性有明確要求的客戶。

下表概述我們跨境電商快遞服務下專線包裹服務的主要特點：

專線包裹服務	
主要目的地覆蓋範圍...	覆蓋全球，戰略重點為北美洲、歐洲、亞太及拉丁美洲市場
派送時效.....	北美洲：約8至12天； 歐洲：約7至12天； 亞太：約5至8天； 拉丁美洲及非洲：約15至20天
服務特色.....	全鏈路可視化追蹤、經強化的交付保障及商業級清關；旨在實現更高的服務穩定性及鏈路控制
業務場景.....	聚焦高確定性、高可視化及高時效等核心需求的跨境直達物流場景

業 務

專線包裹服務

目標客戶類型 對派送時效、服務可靠性及客戶體驗要求較高的商家

典型包裹概況 重量不超過30千克的包裹

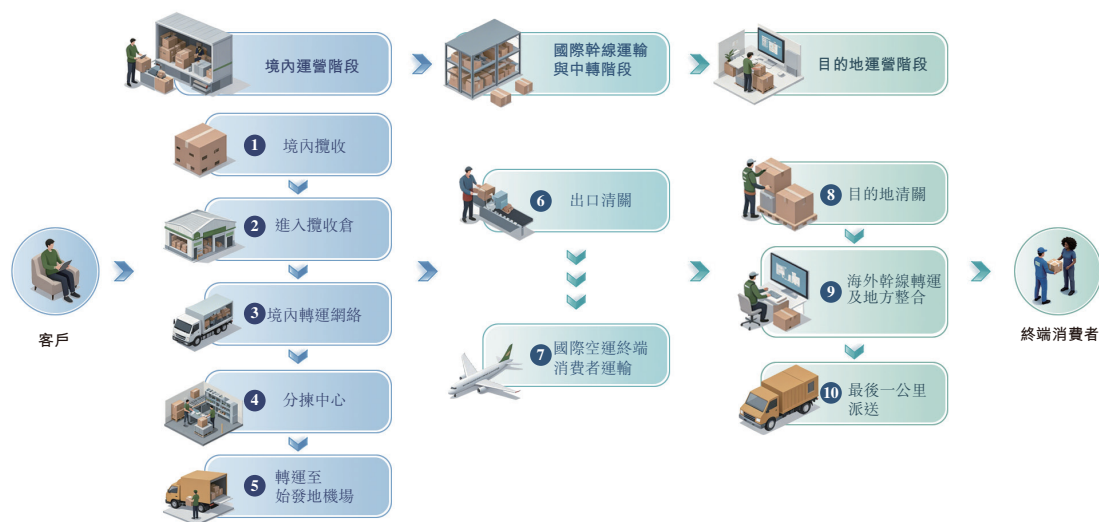
- 經濟包裹服務

經濟包裹服務專為對成本敏感的客戶而設，以具競爭力的價格提供廣泛的目的地覆蓋範圍。該等服務通常用於對派送時效要求不高的輕型包裹（通常不超過2千克），例如低價值或長尾SKU。經濟包裹服務目前僅佔我們跨境電商快遞服務的極小部分。

我們的跨境電商快遞服務乃根據行業標準定價原則進行定價。收費通常按單個包裹計算，包括處理費與運輸費（按實際重量與體積重量之間的較高者計算）。此定價框架貫徹應用於專線包裹服務及經濟包裹服務。請參閱「一定價」。

服務流程

我們已建立一套一體化、緊密協同的運營體系，履約鏈路各環節明確定義且無縫銜接。此架構可支持大規模跨境派送的穩定、有序與高效。下圖展示我們跨境電商快遞服務的服務流程：



- 境內運營階段

履約程序由我們的自營境內攬收網絡開始，該網絡覆蓋全國主要跨境電商產業群。我們的專業攬收團隊提供及時、合規的上門攬收，以確保包裹能順利進入我們的標準化作業系統。截至最後實際可行日期，我們目前在105個城市及周邊地區提供攬收服務，在我們自身的網絡尚未覆蓋的地區，利用我們的自營攬收網絡，輔以第三方運輸合作夥伴。攬收後，包裹會通過安檢、貼標、稱重、量體、

業 務

初步分揀等標準化配送前處理程序，從而於包裹進入後續轉運階段前提升數據準確及運作一致性。包裹隨後透過我們的自營境內轉運網絡集運至分揀中心，以進行二次分揀裝箱、二次安檢及預派送準備等流程。我們分揀中心依托高度標準化的運營體系與持續升級的自動化能力，即便面臨重大訂單波動，仍能穩定保持高效的處理效率與低水平的錯漏率，確保履約質量穩定可控。

- **國際幹線運輸與中轉階段**

於境內處理後，包裹根據目的地、服務類型及中轉要求分配至國際路線。我們通過結構化的路線規劃及運力管理安排協調航空運力。包裹被運送至機場貨運站，並在離境前完成出口清關、安檢及其他監管程序。該等流程均在既定的操作標準下進行管理，以確保合規性及時效可靠性。

- **目的地運營階段**

抵達目的國後，包裹即轉入當地清關及配送網絡。除自營物流能力外，我們亦與第三方報關行及尾程派送合作夥伴緊密合作，以便及時清關、高效交接及穩定尾程派送。此種協同的目的地階段執行能夠確保直至終端消費者的服務質量連續性。

服務表現

我們密切監察關鍵服務質量數據指標，包括派送表現、準時送達率及包裹破損和丟失率。於往績記錄期間，我們的完整派送率維持在約99.8%，展現我們對可靠性與客戶滿意度堅定不移的承諾。即使在購物旺季、促銷高峰期或目的地市場監管調整期間，我們亦能透過實時全鏈監控、可控的處理節點和有效的異常處理機制，維持穩定的履約表現。

於2023年、2024年及2025年，我們跨境電商快遞服務的客戶數量分別為32.3千名、32.7千名及35.9千名。儘管2024年由於部分大型電商平台物流採購模式發生轉變，我們跨境電商快遞服務的客戶數量於整個往績記錄期間仍然穩步增長，反映我們核心業務及客戶基礎持續展現韌性，以及我們對任何單一客戶或平台的依賴減少及業務日益多元化及穩定發展。

業 務

本土最後一公里派送服務

於2024年3月，我們於美國策略性地開展本土最後一公里派送業務。此標誌著我們全球物流網絡擴張的重要里程碑，並契合中國跨境電商行業日益國際化及中國品牌走向海外的趨勢。美國是全球最成熟的電商市場之一，其最後一公里派送領域持續面臨結構性挑戰，包括高營運成本、運力分散及服務質量不均。傳統物流模式往往難以滿足電商賣家對時效性、靈活性及運營透明度的要求。

基於我們在跨境物流方面的經驗，我們已將能力應用於美國本地配送市場的網絡規劃、數字化調度、標準化運營及基於場景的解決方案中。該等能力使我們能夠更有效處理大量包裹，複雜地址環境和多源包裹聚合。因此，我們已在美國本土最後一公里派送服務領域建立了差異化的經營地位。

我們的美國本土最後一公里派送服務作為我們於主要目的地市場的跨境電商快遞服務的核心延伸及其他跨境商戶尾程派送的獨立解決方案。我們滿足配送至美國的跨境商家以及美國中小型電商賣家的本地配送需求。通過我們涵蓋國內取件、跨境運輸及美國本地配送的一體化模式，我們提升尾程派送效率，降低營運不確定性，並為商戶進軍美國市場提供更強大的物流支持。同時，我們將於中國發展的營運能力及數字化管理能力引入美國物流市場，為其注入額外服務能力及差異化營運模式。

服務網絡及表現

自開展業務以來，我們穩步拓展美國業務。初期，我們專注於美國東岸、西岸和中部的的主要消費地區，建立核心營運節點並逐步將服務覆蓋範圍拓展至周邊各州。通過持續網絡優化及分揀和倉儲佈局的完善，我們的全程本地配送能力有所提升。在兩年營運時間內，我們取得明顯的業務進展。截至2025年12月31日，我們在洛杉磯、安大略、三藩市、達拉斯、芝加哥、亞特蘭大、紐約、新澤西、邁阿密及丹佛設立10個區域分揀中心，涵蓋美國主要都會區及高密度人口區。

我們的美國服務網絡同時處理：(i)涉及跨境電商快遞服務的跨境包裹；及(ii)來自美國中小型電商賣家的國內包裹，同時亦承接跨境電商賣家透過尾程派送訂單送往海外倉的包裹。自2024年3月開展業務起至2025年12月31日，透過美國服務網絡，我們累計處理約46.8百萬件包裹。我們美國服務網絡的日均包裹量（包括跨境電商快遞服務項下的跨境包裹以及美國電商商家及海外倉的本地包裹）由2024年的約28.0千件增加至2025年的105.4千件。此增長反映我們在美國本土最後一公里派送市場營運能力與執行力的持續擴展。

憑藉本地運營基礎設施、數字化系統及經驗豐富的運營團隊的支持，我們在美國市場維持穩定的服務表現。於往績記錄期間，我們的妥投率維持在約99.5%。

業 務

服務流程

我們運營由標準化作業程序和智能調度技術支持的全面整合本地化配送工作流程，實現橫跨各運營節點的高度協調性，並提供整個配送流程的全鏈路可視化。下圖闡述我們的本土最後一公里派送服務流程：



- **取件：**我們安排人員根據客戶指示收取包裹，並將其轉運至我們的本地作業中心。包裹來源多元化，包括來自我們跨境電商快遞服務的包裹、跨境電商賣家的尾程訂單及美國中小型電商賣家的國內配送訂單。此多源的取件模式能有效支持整合及靈活的下游處理。
- **內部分揀及集貨：**包裹到達我們的區域分揀中心後，將進行標準化程序，包括分揀、掃描及核實、測量及集貨。該等程序能確保數據準確性、操作一致性並符合幹線運輸要求，同時為包裹的高效後續轉運做好準備。
- **配送：**就幹線運輸而言，我們根據配送時效性和成本考量，靈活選擇陸運或空運方式，將整合後的包裹運送至距離收件人最近的目的地作業中心。到達後，包裹將被拆包、重新分類並準備進行尾程派送。我們的智能調度系統根據精確的位址級數據生成最佳配送路線。配送人員提取包裹並通過我們的專有配送系統完成逐件掃描，以確保全鏈路可追溯。所有包裹均按照系統生成的路線配送，以保持一致的效率及服務質量。

業 務

擴張計劃

展望未來，我們制定了分階段推進的美國市場擴張計劃，以「網絡節點建設奠定基礎，市場拓展能力驅動規模化增長」為核心邏輯，支持可擴展增長。到2026年底，我們預計我們的網絡將覆蓋美國超過13,000個郵政編碼區域。此網絡擴展旨在增強我們在美國的履約能力，提高配送效率，並支持更廣泛的客戶群。

與此同時，我們計劃持續升級運營基礎設施和主要區域分揀中心的自動化能力。到2028年底，我們目標實現日均分揀產能約2.0百萬單。建設此能力能夠為未來業務量增長提供充分的空間，同時提高服務質量及成本利用效率。

跨境電商快遞服務與本土最後一公里派送服務的協同

我們以自營跨境物流網絡為基礎，持續深化本土最後一公里派送能力建設，形成協同的業務模式。我們的跨境電商快遞服務與本土最後一公里派送服務在網絡資源、運營能力和服務場景方面相互補充。兩條業務線協同運行，共同構築一體化的履約鏈路，連接跨境運輸與目的地派送，提升整體服務競爭力。

在跨境運輸環節，跨境電商快遞服務依託標準化流程以及穩定的幹線資源，提供可靠的洲際運輸支撐，確保能夠以可控的配送時效抵達目的市場。在末端環節，本土最後一公里派送服務通過本地化的分揀及尾程派送能力延伸價值鏈，提升末端派送績效及客戶體驗。兩條業務線協同運行，共同形成「跨境運輸+本土派送」的一體化模式，支持兩項業務的可擴展增長。

協同優勢體現在幹線運輸銜接與全鏈路交貨時間優化兩大方面。跨境電商快遞服務的包裹在抵達美國後可無縫導流進入我們的自營本地配送網絡，減少依賴第三方承運商，從而簡化交接流程、改善整體效率。與此同時，我們能夠根據目的地分佈、訂單密度及配送緊急性動態調整導流及運力分配，確保跨境與本地運營的高效協同。

此一體化服務模型為跨境商戶創造了顯著價值，特別是於多平台運營、管理多元庫存策略者。通過於統一的運營框架下連接跨境運輸與目的國家派送，我們提供從頭程攬收到尾程派送的全程解決方案。此方法優化時效、成本控制與合規，提升商戶在北美市場的履約效率，並支持長期的客戶參與及業務擴張。

其他跨境服務

除兩條主要業務線外，我們亦提供分段式及按需的其他跨境物流服務，以滿足客戶在若干經營場景下的特定需要。此等服務主要是從我們跨境電商快遞服務的各個階段分拆而來，並根據客戶的實際需要作為獨立服務提供。因此，此類服務並非我們核心業務運營的構成部分，主要是應客戶需求提供。

業 務

其他跨境服務主要包括由其他供應商提供的尾程派送服務、清關服務、為指定跨境電商平台商家提供的頭程物流服務及國際空運貨運代理服務。於2023年、2024年及2025年，其他跨境物流服務產生的收入分別佔我們總收入的19.2%、18.2%及8.4%。鑒於其非核心性質及基於客戶要求，該等服務的收入於往績記錄期間呈下降趨勢。

頭程物流服務

我們向跨境電商平台及商家提供頭程物流服務，滿足其在海外倉補貨、半託管業務模式及前置庫存部署等場景下的綜合物流需求。我們的服務涉及將貨物從中國或其他來源地運輸至客戶指定的海外倉庫、平台倉庫或其他指定目的地。

根據客戶要求，裝運可通過國際快遞、空運、海運、鐵路或卡車運輸。我們的頭程物流服務主要包括出口報關、國際線路運輸、進口清關及倉庫入庫配套服務。

我們亦提供與倉庫入庫要求相關的各種增值服務，幫助客戶滿足不同海外倉庫及電商平台的入倉標準，從而提高倉庫入倉確定性及庫存補充效率。

我們的運營成果

下表載列我們經選定的服務表現指標：

	截至12月31日止年度／截至該日		
	2023年	2024年	2025年
客戶數量 ⁽¹⁾	33,048	33,647	36,813
包裹處理總量			
— 跨境電商快遞服務	137,448,436	106,503,565	120,260,772
— 本土最後一公里派送服務	—	5,246,027	25,231,646
總計	<u>137,448,436</u>	<u>111,749,592</u>	<u>145,492,418</u>
中國履約網絡			
— 倉庫數量	39	36	35
• 分揀中心數量	6	4	4
美國履約網絡			
— 倉庫數量	—	4	21
• 分揀中心數量	—	2	10
— 全美人口覆蓋(%)	—	約13.4	約70.0

附註：

(1) 客戶數量指有關年度內向我們貢獻收入的客戶。

業 務

2024年，我們跨境電商快遞服務的包裹處理量較2023年有所減少，該減少主要歸因於部分大型跨境電商第三方平台自2024年初貨運量開始減少。該等平台調整其物流採購策略，由集中式的單一供應商模式轉為分段運輸方式，並就物流鏈的不同階段聘請多家服務提供商。有關調整乃由加強關注物流成本控制、運營靈活性及分散風險所推動。因此，我們先前併入的部分包裹量被重新分配至多家物流提供商，導致我們的跨境電商快遞服務量暫時放緩。

我們的物流網絡

我們的倉庫

截至2025年12月31日，我們管理合共56間倉庫，包括35間位於中國的倉庫，GFA合共為51,680.81平方米，以及21間位於海外的倉庫。

境內倉庫根據主要運營功能劃分為(i)攬收倉；及(ii)分揀中心。攬收倉覆蓋多個電商賣家聚集、產業帶密集及商業區活躍的城市，作為承擔上門攬收與頭程集貨服務的運營基地。分揀中心則戰略性地位於深圳、義烏及昆山等核心口岸城市，負責跨區域貨物集中處理與幹線轉運。

海外倉庫由(i)分揀中心；及(ii)派送倉構成，我們的美國分揀中心主要佈局在核心國際機場及港口周邊。依託這些分揀中心作為樞紐節點，我們通過在周邊大都市區設立派送倉來擴展網絡，使快遞員能夠高效取件，並以快速可靠的方式完成尾程派送。

我們的倉庫佈局遵循「靠近客戶、靠近貨源、靠近樞紐」的原則，在服務覆蓋範圍、運營效率與成本考量之間取得平衡。國內業務中，攬收倉主要佈局於電商活動密集、產業集群發達且交通便利的區域，有效縮短取件半徑並加速包裹入網。分揀中心優先選址於毗鄰主要港口、機場或高速公路樞紐的城市，既保障幹線運輸效率，又兼顧未來包裹量增長、勞動力供給、租金水平及基礎設施質量。海外網絡佈局方面，尤其在美國市場，我們圍繞主要國際機場及港口設計分揀中心網絡，並在消費密集區及第三方海外倉集聚區域配套建設派送倉。這種佈局既保障了高效的跨州幹線運輸，又實現了城市級尾程派送能力，從而支撐穩定的覆蓋率與全程履約質量。

為提升處理效率、穩定性和履約能力，我們持續在境內外倉庫部署自動化與數字化技術。主要舉措包括：

- **自動化分揀設備：**我們已部署各類自動化設備，包括自動分揀設備、輸送系統、自動稱重及體積測量裝置。該等設施可實現包裹自動識別、測量、稱重及路線分揀，大幅提升處理效率及運營準確度。

業 務

- **智能倉儲管理系統**：我們運用自主研發的運輸管理系統(TMS)及倉儲管理系統(WMS)，實現倉儲作業的數字化、可視化與精細化管理。這些系統支持精準庫存量計算、實時包裹追蹤，並與海內外運輸網絡無縫銜接，提升整體運營效率。

這些自動化系統和數字化能力構成了我們跨境物流運營的關鍵支柱，使我們即使在高峰週期、大規模促銷活動或多場景處理條件下，也能保持倉庫的高效穩定運作。

我們的全球服務覆蓋範圍

憑藉我們覆蓋全球的路線規劃能力及多元化的合作夥伴網絡，我們的服務已覆蓋北美、歐洲、亞太、拉丁美洲及其他新興目的地的主要電商消費市場。下表載列於所示年度我們按目的地市場劃分的跨境電商快遞服務收入情況：

	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	%
北美	5,070,904	66.2	2,583,728	55.3	3,396,996	59.2
歐洲	1,860,806	24.3	1,505,635	32.2	1,754,846	30.6
其他國家和地區 ⁽¹⁾	731,923	9.5	585,825	12.5	585,293	10.2
總計	7,663,633	100.0	4,675,188	100.0	5,737,135	100.0

附註：

(1) 主要指亞太、拉丁美洲及其他新興目的地。

憑藉內部運力與合作第三方運力的支撐，我們成功搭建集國內攬收網絡、航空運力網絡及海外派送網絡於一體的多層級綜合運輸網絡，實現全程運營銜接，保障跨境物流服務的穩定執行。

境內攬收網絡

我們構建了以上海、深圳、義烏三大口岸樞紐為核心的全國性幹線運輸網絡。該網絡採用「自營運力為基礎、核心外包為主體、動態補充為輔助」的模式，以在穩定性、可擴展性與成本利用效率之間實現最優平衡。

截至2025年12月31日，憑藉自有運力與外包第三方運力，我們的國內攬收網絡覆蓋約106條運輸線路，其中22條為核心戰略路線，每條路線的月均貨運量均超過50噸。這些線路通過整車運輸、零擔運輸和航空幹線連接國內主要樞紐，滿足不同貨量與時效需求下的多元化跨區域轉運需求。

我們自營運力約佔國內幹線總運力的24%，部署於華東、華南等主要樞紐間的高頻幹線。其中包含自有車輛，這些車輛在旺季、節假日及大規模促銷活動期間，能增強關鍵路線的穩定性，並提供必要的履約可靠性。

為擴大服務覆蓋範圍，我們建立了由第三方運輸供應商組成的網絡，支持跨省運輸、偏遠地區攬收以及自營網絡之外的區域配送。我們與核心外包運輸供應商保持長期合作關係，並根據季節性波動調整補充運力，以確保服務韌性及高峰期的配送表現。

業 務

航空運力網絡

我們與多家國際航空公司及第三方貨運代理維持穩固合作關係，構建出穩定且具有成本競爭力的航空運力網絡。該網絡為我們跨境電商快遞服務國際運輸環節的骨幹支撐。

通過與主要國際航空公司的合作，我們在中國與關鍵跨境目的地之間運營的包機和包板航班，提供充足的航空運力、穩定的航空時間表及可靠的中轉時間。為保障服務質量，我們建立了合作夥伴評估體系，該體系評估運營歷史、航班可靠性、運力分配能力和服務表現。

截至2025年12月31日，我們的全球空運網絡由超過420條空運航線構成，為關鍵跨境市場提供服務。該網絡為跨境電商快遞服務的跨境運輸環節提供了堅實的基礎設施支撐。

海外派送網絡

我們在主要目的地市場，特別是美國市場建立了本地配送網絡，覆蓋核心大都市區及主要消費區域。鑒於美國地域廣闊、人口分散且訂單分佈廣泛，我們採用「自營體系+眾包司機」相結合的混合模式，構建了靈活高效、成本可控且時效可靠的尾程派送能力，為持續的網絡擴張提供有力支撐。

對於長途跨州運輸，我們主要委託經驗豐富的第三方承運商承擔跨州及城際運輸任務，確保具備足夠彈性以應對季節性與週期性貨量波動。針對短途、同城及高頻配送場景，我們依賴平台註冊眾包司機。

依託遍佈美國主要機場及核心消費區域的分揀中心及派送倉，結合數字化調度系統與實時路線優化工具，我們實現了精細化運營管控與穩定的服務表現。通過分析訂單密度熱力圖、優化路線算法並嚴密監控快遞員效率與派送表現，我們在美國市場保持著穩定的準時率、高妥投率及低異常率。這一能力構成我們海外履約體系的關鍵支柱，為跨境賣家拓展美國市場提供重要支撐。

我們的核心科技

我們構建了一套覆蓋訂單管理、派送執行及全程可視化的全服務鏈物流信息管理平台，構成了支撐跨境履約業務穩定性、時效性和可擴展性的核心支撐體系。該平台集成智能訂單履約系統、智能調度與路徑優化算法、全程可視化追蹤系統，共同構築了高性能數字化基石，能夠支撐高併發、多節點、多區域的物流運營。

智能訂單履約系統

我們的智能訂單履約系統是跨境履約鏈路的前端入口。該平台採用模塊化架構，能夠協同管理訂單處理、攬收、運輸及派送等關鍵功能，支持雙11及黑色星期五等購物高峰期的穩定運營。該系統整合來自客戶ERP系統、第三方電商平台及內部系統的

業 務

訂單信息，支持訂單全生命週期管理，涵蓋訂單創建、驗證、路徑規劃、標籤打印及狀態更新等環節。該系統實現訂單高效接入、數據標準化處理及風險篩查，在高峰期可支持日均超百萬訂單的處理量。

基於寄件人信息、產品詳情和收件人數據，系統自動觸發攬收任務、生成包裹路徑數據，並將該等數據用於在整個履行過程中監控所有物流節點的包裹。該系統作為我們與客戶之間的核心數據接口，是貫穿跨境物流鏈各環節、連接運營數據的核心基礎設施。

智能調度與路徑優化算法

在攬收及本地配送場景中，我們的智能調度與路徑優化算法通過協調「客戶－調度－司機」的協同模式，實現智能任務分配、動態路線規劃及實時可視化管理。

算法首先使用數字地圖及歷史訂單數據分析服務區域。根據郵政編碼、訂單集中度、路網特點等因素，將配送地區動態劃分為不同服務區。訂單會根據包裹特性、派送時間要求、顧客優次及車輛容量進行智能分組，讓算法決定合適的裝載及派送組合並提升資源利用效率。

在路線規劃方面，我們將國際認可的第三方地圖及導航引擎與我們的路線評估邏輯相結合。該等算法利用實時交通狀況、預計駕駛時間、距離、燃料成本及車輛負載等多項因素評估多個路線選項，並動態計算優化派送路徑，以平衡派送效率與經營成本。在執行過程中，我們的智能調度算法將派送任務與可用司機及車輛進行匹配，根據交通擁堵或訂單波動等變化情況動態調整時間表，並透過實時運營儀表板支持及時識別及處理運營異常。

此外，我們的地址修正模塊通過智能地址解析及驗證能力提升首次派送成功率。司機應用程序進一步支持標準化任務執行，包括掃描、派送確認及異常報告，同時保持運營靈活性。

我們的智能調度與路徑優化算法具備以下核心能力：(i)智能服務區域規劃，根據地理位置、訂單密度、路況動態界定配送區域，提高路線穩定性及覆蓋效率；(ii)智能訂單分組及車輛載量，考慮配送急迫性、包裹屬性、車輛載量，提高裝車效率，減少不必要行程；(iii)優化路線選擇，利用實時交通數據、距離及時間估計評估多種路線選擇，以提高派送效率並控制經營成本；(iv)動態調度及司機匹配，根據司機的位置、工作量及空閒情況分配任務，並根據實時情況調整分配；及(v)通過司機應用程序提供全程執行支持，實現標準化的任務執行、篩選、送達確認及異常情況報告，同時保持運營靈活性。

這些功能可進一步提高攬收及本地配送業務的派送效率，實現資源利用的優化，並保障服務質量的穩定。

業 務

全程可視化追蹤系統

我們的全程可視化追蹤系統整合來自多家承運商、多種語言及格式的物流節點數據，通過自動化解析、邏輯驗證及關鍵事件提取實現數據標準化。我們已於整個履約物流流程中設立超過200個數據採集點。該系統根據運輸階段動態調整數據抓取頻率，確保追蹤信息的完整性與連續性。關鍵功能包括：(i)多源軌跡採集：該系統自動從與我們合作的全球數百家物流承運商處獲取追蹤數據，並根據運輸狀態調整採集頻率，同時通過備援機制確保數據獲取不中斷；(ii)數據解析與標準化：多語言跟蹤描述被規範化整合至統一事件庫，其中錯誤或不合邏輯的條目將被自動過濾，關鍵信息則被提取用於內部警報和客戶支持；及(iii)可視化呈現與多渠道推送：針對不同用戶類型提供定制化視圖，包括簡化的消費者視圖和面向賣家的詳細運營時間線。自動化通知可通過短信、電子郵件或企業通訊工具發送，企業客戶可通過API接口將標準化追蹤數據集成至其內部系統。客戶可通過多個渠道獲取追蹤信息，包括API接口、網頁平台、小程序及電子郵件通知，使運營透明度及客戶體驗均得到提升。

定價

我們建立了科學靈活的定價機制，能夠適應多樣化的履約場景與服務需求。我們的定價主要基於目的地國家或地區而釐定，並根據包裹重量、包裹體積、包裹屬性及所要求的派送時效等因素而有所不同。我們的定價亦會因應上游運輸成本波動及競爭格局變化等變數而動態調整。

具體而言，影響我們定價的核心因素主要包括包裹重量及體積、派送時效及包裹屬性，這些因素分別通過以下方式影響定價：

- **包裹重量及體積**：包裹重量及體積的差異會嚴重影響分揀中心的處理效率、國際航空運輸成本及目的地國最後一公里派送成本。該等差異決定運輸路線的基本成本結構，並構成定價評估的核心組成部分。
- **派送時效**：交付速度與資源投入息息相關。更快的服務水平通常需要更高成本的資源，包括優先的分揀中心處理、優先的運力分配及更緊密的端到端運營協調及監控，從而在派送時效與定價之間形成明確的關係。
- **包裹屬性**：不同的包裹類別需要不同的運輸處理方法、合規程序及運營工作流程。例如，普通貨物及電池驅動產品各自具有因上游供應商收費而產生的不同成本結構，以及我們於保護性處理及合規審查方面的差異化投資，從而導致不同的定價結構。

業 務

我們一般根據應收費重量（實際重量及體積重量中的較高者）確定運費，核心定價模式包括適用的收費重量乘以相應的每公斤費率，再加上根據不同重量範圍計算的固定處理費。

銷售及營銷

截至2025年12月31日，我們擁有297名銷售與市場營銷專業人員，負責客戶獲取、客戶管理、品牌建設及市場拓展工作。

品牌定位及戰略

我們的品牌定位基於我們對跨境電商第三方平台、跨境商家及中國品牌海外擴張需求的深刻理解。在監管合規的框架內，我們致力於通過可靠的履行能力、持續優化的服務體驗、多樣化的產品及數字化運營能力，提供安全、高效且具有成本競爭力的綜合跨境物流服務。

我們的核心競爭力不僅在於我們的網絡覆蓋及運輸能力，同時取決於我們穩定的交付表現、風險管理能力、客戶響應能力以及與整個電商生態系統參與者的協作。我們通過提升服務質量、履約時效、產品適應性及客戶體驗來不斷加強我們的品牌認知度，從而提高客戶保留率及轉化率，並通過全生命週期客戶管理推動業務增長。

客戶獲取及關係維護

我們已建立起以品牌知名度、產品競爭力、客戶服務能力及行業資源為支撐的多元化獲客及客戶關係管理體系。我們的獲客渠道包括：品牌知名度帶來的主動詢問、合作平台推薦及現有客戶推薦、線上線下營銷及新媒體推廣、與跨境電商協會及行業展會的合作，以及公司內部銷售團隊的業務拓展。

我們根據客戶規模、業務類型、增長潛力及戰略價值，採用分級客戶管理方法。對於大型平台客戶及大客戶，我們通過定期業務溝通、運營回顧、專屬服務方案及跨部門協調等方式深化合作。對於成長期客戶，我們通過靈活的產品供應、路線優化及運營支持建立早期合作關係，並隨著彼等業務的成長擴大合作範圍。

我們非常重視客戶體驗及服務質素。通過持續監控客戶反饋、履行表現、異常處理效率及系統用戶體驗，我們不斷優化我們的產品、營運及客戶服務流程。我們不斷發展的服務機制有助於提高客戶黏性、減少客戶流失、促進交叉銷售及增加業務機會，從而支持我們業務的長期增長。

業 務

我們的客戶

我們服務跨境電商第三方平台、跨境商家及中國品牌出海企業。我們的客戶涵蓋廣泛的業務規模和產品類別，從平台賣家、獨立網站商家到瞄準全球市場的新興中國消費品牌企業。於2023年、2024年及2025年，為我們帶來收入的客戶數量分別為33.0千名、33.6千名及36.8千名。下表載列於所示年度我們按客戶類型劃分的收入。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	估收入 百分比(%)	人民幣千元	估收入 百分比(%)	人民幣千元	估收入 百分比(%)
跨境商家及中國品牌出海企業.....	3,484,543	36.7	4,141,699	71.1	5,824,172	87.1
跨境電商第三方平台	5,998,399	63.3	1,685,255	28.9	862,878	12.9
總計	9,482,942	100.0	5,826,954	100.0	6,687,050	100.0

於2023年、2024年以及2025年，我們於往績記錄期間各年度來自五大客戶的收入分別為人民幣6,068.7百萬元、人民幣1,842.9百萬元及人民幣1,201.6百萬元，分別佔同年總收入的64.0%、31.6%及18.0%。於2023年、2024年以及2025年，我們於往績記錄期間各年度的最大客戶貢獻的收入分別為人民幣4,923.8百萬元、人民幣1,269.2百萬元及人民幣558.2百萬元，分別佔同年總收入的51.9%、21.8%及8.4%。五大客戶於往績記錄期間各年度採用的付款方法為電匯。

據我們所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於往績記錄期間各年度的五大客戶均為獨立第三方。據董事所深知，截至最後實際可行日期，董事或彼等各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的任何人士概無於我們各年度的任何五大客戶中擁有任何權益。

於往績記錄期間，我們與客戶並無發生任何重大爭議，亦未曾收到任何重大投訴。

下表載列往績記錄期間各年度我們五大客戶的詳情。

截至2023年12月31日止年度

客戶	服務性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)	業務關係 開始年份
客戶A ⁽¹⁾	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	4,923,750	51.9	2022年
客戶B ⁽²⁾	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	856,467	9.0	2016年

業 務

客戶	服務性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)	業務關係 開始年份
客戶C ⁽³⁾	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	120,892	1.3	2018年
客戶D ⁽⁴⁾	跨境電商快遞服務	85,658	0.9	2020年
客戶E ⁽⁵⁾	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	81,892	0.9	2021年
總計		6,068,659	64.0	

截至2024年12月31日止年度

客戶	服務性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)	業務關係 開始年份
客戶A ⁽¹⁾	跨境電商快遞服務； 本土最後一公里派送 服務； 其他跨境服務	1,269,221	21.8	2022年
客戶B ⁽²⁾	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	242,314	4.1	2016年
客戶F ⁽⁶⁾	跨境電商快遞服務	133,230	2.3	2019年
客戶G ⁽⁷⁾	跨境電商快遞服務	113,007	1.9	2018年
客戶E ⁽⁵⁾	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	85,132	1.5	2021年
總計		1,842,904	31.6	

截至2025年12月31日止年度

客戶	服務性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)	業務關係 開始年份
客戶A ⁽¹⁾	跨境電商快遞服務； 本土最後一公里派送 服務； 其他跨境服務	558,221	8.4	2022年
客戶B ⁽²⁾	跨境電商快遞服務	226,046	3.4	2016年

業 務				
客戶	服務性質	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比 (%)	業務關係 開始年份
客戶G ⁽⁷⁾	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	173,245	2.6	2018年
客戶F ⁽⁶⁾	跨境電商快遞服務	128,501	1.9	2019年
客戶H ⁽⁸⁾	跨境電商快遞服務	115,624	1.7	2025年
總計		1,201,637	18.0	

附註：

- (1) 客戶A為一家於2015年在上海註冊成立的公司，主要從事電商及跨境貿易，註冊資本為人民幣10.0百萬元。於2023年及2024年，我們向客戶A授予15天的信貸期，而於2025年，則授予15個營業日的信貸期。
- (2) 客戶B為一家於2016年在浙江省杭州註冊成立的公司，主要從事軟件開發、快遞服務及供應鏈管理，註冊資本為人民幣50.0百萬元。我們向客戶B授予10個營業日的信貸期。
- (3) 客戶C為一家於2017年在廣東省深圳註冊成立的公司，主要從事電商物流平台開發、供應鏈管理及國際貨運代理，註冊資本為4.0百萬美元。我們向客戶C授予10個營業日的信貸期。
- (4) 客戶D為一家於2014年在廣東省深圳註冊成立的公司，主要從事B2C跨境電商運營以及消費電子、服裝及家居用品的全球零售業務，註冊資本為人民幣50萬元。我們向客戶D授予7天的信貸期。
- (5) 客戶E為一家於2012年在北京註冊成立的公司，主要從事技術開發、電視及廣播節目製作、電商平台運營及跨境電商，註冊資本為人民幣2億元。我們向客戶E授予15個營業日的信貸期。
- (6) 客戶F包括兩家總部位於香港的公司，主要從事為中國企業提供綜合海外營銷服務。我們向客戶F授予15天的信貸期。
- (7) 客戶G為一家於2015年在河南省鄭州註冊成立的公司，主要從事企業管理諮詢、技術服務、展覽籌辦及專業商務支持服務，註冊資本為人民幣50萬元。我們向客戶G授予7天的信貸期。
- (8) 客戶H為一家於2025年在江蘇省無錫註冊成立的公司，主要從事供應鏈管理、網上銷售以及倉儲及物流服務，註冊資本為人民幣3.0百萬元。我們向客戶H授予7天的信貸期。

與客戶簽訂協議的主要條款

我們通常與客戶簽訂服務協議。與客戶簽訂的典型服務協議的主要條款載列如下：

期限	通常為一年或永久有效
服務範圍	跨境電商快遞服務：涵蓋包裹頭程攬收、分揀、跨境運輸、清關及尾程派送的標準快遞服務

業 務

本土最後一公里派送服務：涵蓋包裹攬收、分揀、運輸及派送的標準快遞服務

定價 參照相關服務的標準化定價或雙方另行約定的費率，並受雙方共同商定的費用調整條款約束

付款條款 通常在30天內結算

終止 在特定情況下，任一方或雙方均可提前通知終止協議

客戶支持

我們高度重視服務質量與客戶體驗，將其視為客戶忠誠度、品牌聲譽及可持續業務拓展的核心驅動力。為更好地滿足不同業務階段客戶的多樣化需求，我們建立了差異化的客戶服務模式：

- **專屬關鍵客戶服務。**對於運營需求複雜的大型品牌和商家，我們將指派專屬關鍵客戶經理，定期召開業務回顧會議，以了解不斷變化的客戶需求、評估履約表現並收集服務反饋。關鍵客戶經理還將發掘我們服務組合中的交叉銷售或銷售升級機會，從而提升客戶參與度並鞏固長期合作關係。
- **中小商家自助化服務支持。**對於中小型跨境商家，我們通過數字平台提供便捷的自助服務界面，支持客戶提交訂單、發起尾程服務請求、追蹤包裹及查閱常見問題解答。系統自動觸發服務工單生成分派，確保客服代表及時跟進，實現高效及時的問題解決。此外，我們不僅為營運需求複雜的大型品牌及商家提供服務，更為專屬WeCom群組的中小商家提供服務，藉由人工與自動化回覆雙軌並行，提供即時的線上支持。

此外，我們建立了系統化、透明的客戶投訴管理機制。客戶可通過客戶服務中心、在線客服、400電話、企業微信工作組及銷售團隊等多渠道提交投訴。內部遵循標準化升級流程，確保所有問題獲妥善解決。於往績記錄期間，我們未經歷任何重大客戶投訴。

質量管理與服務監控

我們已建立質量監控體系，確保履約表現保持穩定可控。跨境物流鏈路各環節持續監測關鍵質量指標，包括妥投率、履約時效、節點完整及時率，以及萬票投訴率。

為將質量控制融入日常運營，我們設立了專門的質量控制部門，並建立了跨部門協作機制，包括作業質量例會、產品運營例會及產銷協同例會。與此同時，我們的客

業 務

戶服務團隊整合並分析來自多個渠道的客戶反饋，包括客戶服務中心、在線客服、400電話、線下服務代表及銷售團隊，以識別根本原因、評估復發風險並推動持續優化。

我們的供應商

我們擁有一個由第三方運輸服務商、跨境航線營運商、報關行及尾程派送服務商所組成的廣泛網絡，以支援從起運地到最終交付目的地的無縫履約流程。

供應商選擇和管理

我們持續甄選信譽良好且經驗豐富的供應商，以確保服務品質與營運可靠性。供應商的選拔經由嚴格的多因素評估程序進行，評估項目包括運輸能力與網絡覆蓋範圍、資格條件、過往交付表現及成本競爭力等。我們透過實地查核、文件審查，以及基於既往合作經驗或初步測試期間的表現評估，來審視潛在供應商。符合標準者將納入合格供應商名單，由供應鏈與品質管理團隊存管。

合格供應商須接受持續的績效監控與定期評估，以確保其始終符合我們在服務、安全及營運方面的要求。一旦出現重大違規或嚴重服務品質問題，將啟動即時重新評估，可能導致發出警告、限制採購，或將其從合格供應商名單中移除。

我們的主要供應商

於2023年、2024年及2025年，我們於往績記錄期間各年度向五大供應商的採購額分別為人民幣2,560.0百萬元、人民幣1,378.1百萬元及人民幣1,706.5百萬元，分別佔我們同年總採購額的28.4%、25.8%及28.0%。於2023年、2024年及2025年，我們於往績記錄期間各年度向最大供應商的採購額分別為人民幣761.9百萬元、人民幣420.5百萬元及人民幣518.1百萬元，分別佔該等年度總採購額的8.5%、7.9%及8.5%。

據我們所知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們於往績記錄期間各年度的五大供應商均為獨立第三方。據董事所深知，截至最後實際可行日期，董事或彼等各自的緊密聯繫人或據董事所知擁有我們已發行股本5%以上的任何人士概無於我們各年度的任何五大供應商中擁有任何權益。

業 務

下表載列往績記錄期間各年度我們五大供應商的詳情：

截至2023年12月31日止年度

供應商	採購的產品／ 服務類型	支付方式	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比 (%)	業務關係 開始年份
供應商A ⁽¹⁾	國際運輸	電匯	761,894	8.5	2020年
供應商B ⁽²⁾	尾程派送	電匯	698,125	7.8	2022年
供應商C ⁽³⁾	尾程派送	電匯	378,217	4.2	2020年
PAL E-COMMERCE LOGISTICS LIMITED ⁽⁴⁾ ...	國際運輸； 出口清關	電匯	366,366	4.0	2020年
Winit (HK) Trading Limited ⁽⁵⁾	尾程派送	電匯	355,371	3.9	2018年
總計			2,559,973	28.4	

截至2024年12月31日止年度

供應商	採購的產品／ 服務類型	支付方式	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比 (%)	業務關係 開始年份
供應商D ⁽⁶⁾	清關	電匯	420,537	7.9	2021年
供應商E ⁽⁷⁾	進口清關、 尾程派送	電匯	286,394	5.4	2018年
供應商A ⁽¹⁾	國際運輸	電匯	256,824	4.8	2020年
ACI Logistix, LLC ⁽⁸⁾	尾程派送	電匯	245,047	4.6	2023年
供應商F ⁽⁹⁾	尾程派送	電匯	169,270	3.1	2023年
總計			1,378,072	25.8	

截至2025年12月31日止年度

供應商	採購的產品／ 服務類型	支付方式	採購額 (人民幣千元)	佔總採購額 百分比 (%)	業務關係 開始年份
供應商E ⁽⁷⁾	進口清關、 尾程派送	電匯	518,082	8.5	2018年
供應商D ⁽⁶⁾	進口清關	電匯	445,874	7.3	2021年
供應商F ⁽⁹⁾	尾程派送	電匯	279,754	4.6	2023年
AWESUNG Logistics Group ⁽¹⁰⁾	尾程派送	電匯	231,800	3.8	2024年
供應商A ⁽¹⁾	國際運輸	電匯	230,968	3.8	2020年
總計			1,706,478	28.0	

業 務

附註：

- (1) 供應商A為一家於1993年在香港註冊成立的公司，主要從事國際貨運代理、全球快遞物流及綜合船舶代理服務。
- (2) 供應商B為一家於1986年在美國註冊成立的公司，主要從事尾程電商包裹派送、即日及次日運送服務。
- (3) 供應商C為一家於1971年成立的美國行政部門的獨立政府機構，主要在美國及其領土內提供包括郵件及包裹派送在內的普遍郵政服務及物流服務。
- (4) PAL E-COMMERCE LOGISTICS LIMITED為一家於2010年在香港註冊成立的公司，主要從事於大中華提供科技賦能供應鏈管理、倉儲、配送及跨境電商履約服務。
- (5) Winit (HK) Trading Limited為一家於2013年在香港註冊成立的公司，主要從事跨境電商供應鏈服務、國際貿易及全球倉庫管理解決方案。
- (6) 供應商D為一家於2009年在美國註冊成立的公司，主要從事清關服務。
- (7) 供應商E為一家於2016年在浙江省杭州註冊成立的公司，主要從事軟件開發、快遞服務及供應鏈管理，註冊資本為人民幣50.0百萬元。
- (8) ACI Logistix, LLC為一家於2014年在美國註冊成立的公司，主要從事小包裹配送、電商物流及「尾程」派送解決方案。
- (9) 供應商F為一家於1991年在法國註冊成立的公司，主要從事郵政服務、包裹物流、銀行、保險及移動電訊。
- (10) AWESUNG Logistics Group為一家於2008年在美國註冊成立的公司，主要從事提供全球跨境電商物流、倉儲及供應鏈技術解決方案。

與供應商簽訂協議的主要條款

我們通常與供應商簽訂服務協議，規定服務範圍、定價、付款條款、服務期等。下表載列我們與供應商簽訂的典型協議的主要條款。

服務範圍..... 我們的供應商向我們提供的服務包括（視情況而定）海外及國內運輸、清關及跨境運輸。

定價 服務費視乎供應商與我們另行協定的費用報價而定，並基於包裹重量、目的地國家／地區及包裹體積等多項因素而釐定。

付款 我們一般須於開具或收到相關賬單／發票後30日內向我們的供應商付款。

付款須透過電匯方式。

彌償 我們的供應商有責任就彼等承擔的包裹運輸過程中的包裹遺失或損壞向我們作出彌償。

我們有責任確保該等物品符合政府部門的相關規定且不為政府部門禁止運輸的物品，否則我們須承擔所有法律責任及向我們的供應商彌償所有相關損失。

業 務

期限和續簽..... 該等協議的固定期限一般介乎一年至三年，經雙方同意，該等協議可重續。雙方有權在向另一方發出事先通知後終止有關協議。

重疊客戶和供應商

由於物流服務行業的性質及物流價值鏈沿線的功能劃分，若干交易對手在不同業務場景中可能同時作為服務提供商及服務接受者。於往績記錄期間，我們向亦為供應商的若干客戶提供物流服務。在多個交易階段，我們根據路線覆蓋、區域准入、可用運力及服務專業化等因素，向該等交易對手採購運力、清關服務或其他專業物流資源。

根據弗若斯特沙利文的資料，有關重疊主要反映物流行業的經營特點，當中的市場參與者可視乎具體交易情況擔任雙重角色。透過整合不同跨境物流服務提供商的獨特優勢，合作夥伴關係有助於更有效率且具成本利用效率地運用物流資源，從而提升整體服務品質。因此，物流企業之間同時作為供應商及客戶進行交易實屬常見。該等安排按正常商業條款進行，符合行業慣例，且不代表任何異常商業常規。

下表載列我們自重疊客戶及供應商（為我們於往績記錄期間的五大客戶或供應商）產生的收入及向其支付的採購金額明細。

交易性質			截至12月31日止年度										業 務	
			2023年					2024年					2025年	
			收入	佔總收入的百分比	採購額	佔總採購額百分比	收入	佔總收入的百分比	採購額	佔總採購額百分比	收入	佔總收入的百分比	採購額	佔總採購額百分比
實體	作為客戶	作為供應商	(人民幣千元，百分比除外)											
客戶B／供應商E	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	進口清關、 尾程派送	856,467	9.0	166,303	1.8	242,314	4.1	286,394	5.4	226,046	3.4	518,082	8.5
AWESUNG Logistics Group ..	本土最後一公里派送 服務	尾程派送	-	-	23,720	0.3	-	-	6,812	0.1	82	0.0	231,800	3.8
供應商A	其他跨境服務	國際運輸	3,273	0.0	761,894	8.5	1,118	0.0	256,824	4.8	-	-	230,968	3.8
ACI Logistix, LLC	本土最後一公里派送 服務	尾程派送	-	-	63,068	0.7	-	-	245,047	4.6	28,097	0.4	153,075	2.5
Winit (HK) Trading Limited ..	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	尾程派送	2,091	0.0	355,371	3.9	-	-	110,639	2.1	4,169	0.1	4,421	0.1
客戶C	跨境電商快遞服務； 其他跨境服務	國際運輸	120,829	1.3	-	-	25,541	0.4	-	-	5,076	0.1	136.7	0.0

業 務

於2023年、2024年及2025年，來自該等重疊客戶及供應商（為我們於往績記錄期間各年度的五大客戶或供應商）的收入分別為人民幣982.7百萬元、人民幣269.0百萬元及人民幣263.5百萬元，佔該等年度總收入的10.3%、4.6%及4.0%。我們向該等重疊客戶及供應商購買的金額分別為人民幣1,370.4百萬元、人民幣905.7百萬元及人民幣1,138.5百萬元，佔該等年度總採購額的15.4%、17.0%及18.7%。

有關我們向該等重疊客戶及供應商作出銷售及採購的條款乃按個別基準磋商，且銷售及採購既非相互關連亦非互為條件。董事確認，我們向該等重疊客戶及供應商作出的所有銷售及採購均於日常業務過程中按正常商業條款及公平原則進行。

集團內交易

本公司、我們的受控聯屬實體及我們的附屬公司遵循集團內交易必須按公平基準進行的基本原則進行集團內提供服務及其他關聯方交易。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們進行了以下主要集團內交易：

- **貨運代理服務（「交易一」）**。燕文香港向本公司及前海燕文提供貨運代理服務，以協調進出口運輸及相關服務，並收取服務費作為回報。於2024年及2025年，燕文香港與第三方客戶訂立合約，將中國境內代理服務分包予本公司，並就該等安排向本公司支付服務費。
- **運輸服務（「交易二」）**。本公司與客戶訂立服務合約，其後自燕文快遞美國於2024年1月成立以來，將美國本土最後一公里派送服務分包予燕文快遞美國。在此安排下，燕文快遞美國根據本公司的要求提供物流服務，例如本地運輸及派送，並收取服務費作為回報。
- **代理服務（「交易三」）**。燕文物流美國協助本公司於美國吸引及爭取物流服務客戶。此外，燕文物流美國支持本公司於美國市場物色合資格供應商。燕文物流美國促成該等客戶／供應商與其直接訂立合約，並向本公司收取代理佣金作為回報。

經濟合作與發展組織（「經合組織」）是進行國際合作的國際組織，頒佈了用於跨國企業及稅務機關的轉讓定價指引（「經合組織轉讓定價指引」），集團內交易涉及全球範圍內的相關稅務司法權區通常須遵從有關指引。根據經合組織轉讓定價指南，集團內交易應按公平原則進行，以避免在不同司法權區的應課稅收入出現失實情況。

我們已委聘一家專業會計師事務所作為我們的獨立轉讓定價顧問（「轉讓定價顧問」），以根據經合組織轉讓定價指引於往績記錄期間對集團內交易進行基準研究。我們的轉讓定價顧問認為(i)交易淨利潤法為評估有關交易一及交易二的轉讓定價安排是

業 務

不符合公平交易原則的最合適轉讓定價方法；及(ii)可比非受控價格法為評估有關交易三的轉讓定價安排是否符合公平交易原則的最可靠方法。交易淨利潤法及可比非受控價格法為經合組織轉讓定價指引普遍接受的方法，並在相關轉讓定價法規中有明確規定。根據轉讓定價檢討結果，於往績記錄期間，上述交易的費率及利潤水平指標均處於被視為公平交易的合適利潤範圍內。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未受到地方稅務機關就該集團內交易進行的任何罰款、調查、查詢或轉讓定價審核。

基於上述情況，並在諮詢我們的轉讓定價顧問後，董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，上述集團內交易符合公平原則而我們符合相關轉讓定價法律及法規。

為確保我們持續遵守適用的轉讓定價法律及法規，我們計劃採取以下措施：

- 聘請專業會計師事務所作為獨立稅務顧問，對我們的跨境集團內交易進行年度轉讓定價審查；
- 向負責集團內交易的僱員提供培訓，以維持彼等對全球轉讓定價法規的認知；及
- 繼續監察附屬公司及受控聯屬實體的盈利能力並適當調整定價安排。

第三方付款安排

有關第三方付款安排的背景及影響

於往績記錄期間，我們的若干客戶（單獨或合稱「**相關客戶**」）委聘第三方支付人（單獨或合稱「**第三方支付人**」）向我們結算付款（「**第三方支付安排**」）。於2023年、2024年及2025年，有關年度內有付款記錄的相關客戶數量為9,131名、9,666名及7,993名，分別佔該等年度有付款記錄的客戶總數的24.4%、25.2%及19.0%。彼等根據第三方支付安排結算的總金額（「**相關結算**」）分別為人民幣1,227.8百萬元、人民幣1,414.9百萬元及人民幣547.9百萬元，分別佔同年我們自所有客戶收取的付款總額的14.0%、22.7%及7.5%。

據我們所深知，於往績記錄期間的第三方支付人主要包括(i)相關客戶的聯屬人士或實體，如法定代表人、控股股東、實際控制人或由彼等、彼等的家屬及相關客戶僱員控制的實體；及(ii)較少數情況下，相關客戶實際控制人或法定代表人的業務合作夥伴。

相關客戶以銀行轉賬方式進行付款結算。幾乎所有相關結算均於中國進行，且絕大部分相關客戶及第三方支付人均位於中國。

業 務

進行第三方付款安排的理由

根據弗若斯特沙利文的資料，我們的客戶（尤其是中國的中小型跨境電商賣家）通過第三方付款人與物流服務提供商進行付款結算是一種常見的商業慣例。基於相關客戶的聲明及就董事所深知，相關客戶選擇透過第三方付款安排進行付款結算，乃主要出於彼等對付款便利、營運靈活性或短期現金流量使用需求等方面的考量。因此，相關客戶選擇要求第三方付款人代表其與物流服務提供商進行付款結算。根據弗若斯特沙利文的資料，相關客戶使用第三方付款安排的理由在中國B2C跨境電商物流服務行業中十分普遍。

基於相關客戶的聲明及就董事所深知，相關客戶使用第三方付款安排主要是因為：

- (i) 部分相關客戶出於商業便利或符合其內部財務管理慣例，使用其聯屬人士（如其法定代表人或實際控制人（及／或其親屬））的賬戶與供應商進行付款結算；
- (ii) 部分相關客戶利用同一集團內的指定實體代表該等相關客戶與供應商進行付款結算從而提高同一集團內的營運便利及效率。根據弗若斯特沙利文的資料，有關做法符合行業規範；
- (iii) 部分為獨資企業的相關客戶希望避免開設公司賬戶的複雜性或使用該等公司賬戶時的不便之處，以確保更大的操作靈活性；及
- (iv) 部分相關客戶既定的內部財務管理或營運慣例，透過其聯屬人士或實體（如其法定代表人或實際控制人（及／或其家屬））的賬戶與供應商進行付款結算，以提高交易效率。

於往績記錄期間，我們實施內部控制措施以監察及管理第三方付款安排。我們一般要求相關客戶向我們提供書面付款授權，包括相關第三方付款人的身份詳情、其賬戶資料及相應授權。根據《銷售管理制度》，我們亦已制定了解客戶程序，以用於客戶准入。此外，我們亦於必要時會見我們的客戶，以了解其業務性質、業務模式及所有權。此外，我們要求主要相關客戶向我們發出確認函，其中列明：(i) 第三方付款安排構成相關客戶與我們之間正常及真實商業交易的一部分，且在商業上屬合理。該等安排並非由我們發起；(ii) 指定第三方付款人經相關客戶授權，因而獲准代表相關客戶與我們進行付款結算；(iii) 來自指定付款方的付款將被視作根據我們與相關客戶的服務協議來自相關客戶的付款；及(iv) 相關客戶承諾第三方付款人無權且從未向本集團或我們的聯屬公司尋求追索或主張任何其他申索。相關客戶或第三方付款人（或其債權人）均不得要求我們退還已代表其支付的款項，不論相關客戶與第三方付款人之間可能存在的任何爭議。

基於上文所述，董事認為，就我們所深知，往績記錄期間的第三方付款安排在各重大方面均已於我們的會計賬簿及記錄中完整且準確地記錄。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無向任何相關客戶或指定第三方付款人提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益以促成或激勵第三方付款安排。於往績記錄期間，我們並無發起任何第三方付款安排，而第三方付款安排乃按相關客戶要求安排。據我們所深知，於往績記錄期間，所有第三方付款安排均以真誠的相關交易及有效合約關係為基礎。我們向相關客戶提供的定價及付款條款與我們並無參與第三方付款安排的其他客戶一致。據我們所深知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因參與第三方付款安排而受到任何調查、查詢、處罰或須支付附加費。此外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何退款要求、因第三方付款安排而產生的實際或未決糾紛或分歧，或就第三方付款安排向我們提出的任何重大申索。

據我們的中國法律顧問所告知，鑒於上述情況，(i)我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期的第三方付款安排並無違反或違背適用中國法律或法規的強制性規定；及(ii)就上述向我們發出確認函的相關客戶及其指定第三方付款人而言，本集團根據第三方付款安排有責任向相關客戶或其指定第三方付款人退還款項的風險甚微。

基於上文所述，董事確認，就彼等所深知並基於已實施的內部控制措施，(i)於往績記錄期間，第三方付款安排以真誠的相關交易及有效合約關係為基礎，及(ii)不存在商業賄賂、洗錢、逃稅，或就第三方付款安排與本集團存在現有或潛在糾紛的情況。

第三方付款安排分析

根據中國的法律法規，對採用第三方付款安排並無明確限制。只要不屬於《中華人民共和國民法典》規定的無效理由，包括（其中包括）違反公共秩序或惡意串通損害他人合法權益，則第三方付款安排即為有效。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無被要求退還任何已收取的第三方付款。就董事所深知，(i)我們並無涉及任何第三方付款安排所引起或導致的任何實際或存在威脅的糾紛或分歧，(ii)我們並無因參與第三方付款安排而受到任何調查、查詢、處罰或須支付附加費。

據我們的中國法律顧問所告知，根據《中華人民共和國刑法》第191條，僅在以下情況下方構成洗錢罪：我們(i)明知第三方付款的資金是毒品犯罪、犯罪組織犯罪、恐怖主義犯罪、走私、賄賂及腐敗、破壞社會金融秩序的犯罪以及金融欺詐的所得款項及／或收益；及(ii)為掩飾或隱瞞上述所得款項及／或收益的來源和性質，而作出《中華人民共和國刑法》第191條所指的若干行為。通過了解客戶程序並經向我們發出的確認函確認，我們並無理由相信(i)相關客戶涉及上述犯罪；或(ii)我們收到的第三方付款涉及上述犯罪所得款項及／或收益。此外，我們從未採取任何行為來掩蓋或隱瞞從該等犯罪中獲得的任何所得款項及／或收益的來源和性質。基於上述所述，並考慮到(i)

業 務

本集團於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並無因第三方付款安排而受到任何與洗錢相關的處罰、制裁或調查；及(ii)根據《中華人民共和國反洗錢法》，處理第三方付款安排項下結算的金融機構須對其所有客戶進行反洗錢檢查，從而顯著降低相關風險，我們的中國法律顧問認為，第三方付款安排被認定為構成《中華人民共和國刑法》第191條規定的洗錢罪，以掩蓋或隱瞞收益或所得來源及性質的風險甚低。

於往績記錄期間，就董事所深知並根據公開可得資料，已根據第三方付款安排進行付款結算的所有相關客戶及指定第三方付款人均為獨立第三方。

加強第三方付款安排內部控制措施

為保障我們的權益免受第三方付款安排相關的風險影響，我們已大幅加強及實施多項內部控制措施，以整改第三方付款安排。我們為整改第三方付款安排而作出的努力包括(其中包括)：

- 我們於2026年1月透過我們的客戶門戶管理系統(客戶經此接收公告及通知)以知會彼等自2026年2月起，我們將停止接受第三方付款(「**該通知**」)。就現有第三方付款安排而言，我們已終止相關合作安排或透過補充協議將相關第三方付款人納入我們的客戶管理框架內；
- 我們已開始實施第三方付款安排整改措施，並向我們的僱員告知加強的內部控制措施。我們亦向相關人員提供有關防止欺詐、反洗錢規例及付款合規慣例的定期培訓，並定期對付款記錄及相關風險進行內部審閱；
- 我們已透過採納經更新客戶管理政策及標準化客戶協議，加強客戶管理及內部監控程序。該等措施規範客戶開戶流程、客戶識別及驗證、合約簽署程序及內部監督要求。根據經修訂合約安排，所有相關合約方均須共同簽署協議，並承擔相應權利及義務；及
- 為防止欺詐和洗錢，同時確保我們會計記錄的準確性和完整性，我們已加強我們的了解客戶程序。該等措施包括全面了解客戶情況、將付款詳情與合約安排進行核對及透過客戶聯絡及內部審閱程序及時調查並糾正任何已識別的異常情況。

業 務

刊發該通知及落實強化整改措施後，第三方付款安排金額大幅減少。截至2026年第一季度末，第三方付款安排金額佔我們總收款金額的百分比已下降至1.0%以下。我們預期該等第三方付款金額將會持續減少。

我們要求所有客戶直接從該等客戶（為與我們訂立相關服務協議的訂約方）的賬戶結算付款。經計及：(i)透過第三方付款安排結算的金額僅佔往績記錄期間各年度我們總收入及收款的小部分，相關金額自該通知發出以來已大幅減少；(ii)自該通知及直至最後實際可行日期，我們的客戶群維持相對穩定，而我們的業務運營及財務表現持續維持穩定；(iii)過往涉及第三方付款安排的幾乎所有客戶已不再使用第三方付款安排或與指定付款人及我們訂立新協議或補充三方協議，據此，該等付款人承擔物流服務協議項下相關客戶權利及義務；(iv)我們已實施有關第三方付款安排的強化內部監控措施；及(v)第三方付款安排主要來自客戶與其指定付款人訂立的商業結算便利安排，而於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無發現有關安排引致的任何欺詐交易或重大糾紛，董事認為，停止第三方付款安排並無亦將不會對我們的業務、流動資金、經營或財務表現產生任何重大不利影響。

我們定期檢查有關第三方付款安排的內部控制措施的成效，並及時處理任何異常情況。根據對上述措施實施情況的檢討，董事認為，該等措施在識別相關客戶的資金來源、確保我們的會計賬簿及記錄的準確性及完整性以及防止與第三方付款安排有關的風險（包括洗錢風險、逃稅風險或其他與違反適用法律法規有關的風險）方面屬有效及充足。董事日後將監督該等措施的成效。內部控制顧問已審閱有關第三方付款安排的上述加強內部控制措施，並無發現重大缺陷。

研發

研發對我們維持市場領先地位及推動長期增長至關重要，使我們能夠迅速響應我們不斷變化的服務需求。我們專注於核心技術的內部研發，並輔之以有選擇地引入成熟的獲許可軟件，以提升我們的技術能力。

截至2025年12月31日，我們擁有一支由111名經驗豐富的技術專業人士組成的強大研發團隊，佔我們員工總數的7.1%。我們的研發人員多為專業信息科技工程師，在技術創新方面擁有深厚的專業知識。我們持續的研發投入已取得重大技術成果。截至2025年12月31日，我們已開發29項自有物流管理系統，涵蓋我們業務的核心運營流程。

知識產權

截至最後實際可行日期，我們在中國擁有六項註冊專利、28項註冊著作權、一項註冊商標及四個域名，這些均對我們的業務屬重大。截至同日，我們在香港及美國亦分別有一項及兩項對我們業務而言屬重大的商標正在申請中。請參閱「附錄四－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」。

我們主要依靠專利、商標、商業秘密及不正當競爭法及合約權利（如保密協議）的組合保護我們的知識產權。我們已實施強有力的措施以保護我們的知識產權。我們的法律部門密切關注我們的知識產權，以確保其及時獲得申請、續展和備案，以及規避任何相關的第三方知識產權風險。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無涉及任何訴訟或仲裁，亦無接獲任何第三方指控侵犯其知識產權或銷售假冒產品的通知，以致可能對我們的業務造成重大不利影響。此外，就侵犯第三方知識產權或銷售假冒產品的調查或審核而言，我們並無遇到政府機關作出任何可能對我們的業務造成重大不利影響的不利調查結果。

儘管我們已注意保護我們的知識產權，我們仍可能會面臨若干與我們的知識產權有關的風險。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們未必能防止他人未經授權使用我們的知識產權，而這可能會損害我們的業務及競爭地位」。

競爭

中國B2C跨境電商物流服務行業規模龐大，行業競爭激烈，產業結構分散，並無單一服務提供商佔據市場主導地位。根據弗若斯特沙利文的資料，於2025年，中國前五大第三方跨境出口電商物流服務提供商的總收入達到約人民幣265億元，僅佔整體市場的一小部分。這反映出市場參與者眾多，服務產品、地理覆蓋範圍和客戶導向各不相同。該行業的競爭主要體現在網絡覆蓋、尾程控制能力、服務穩定性、成本利用效率、數字化能力及執行可靠性等方面。

按2025年跨境電商快遞服務所得收入計，我們在中國第三方B2C跨境電商物流服務提供商中排名第二，按2025年運往美國的包裹量計，我們亦排名第二。我們憑藉我們的自營跨境網絡、廣泛的服務覆蓋範圍、技術驅動的經營模式以及不斷擴展的海外本地配送能力參與競爭，這使我們能夠提供一體化全程物流解決方案，與主要依賴分散的第三方安排的服務提供商相比，我們具備更高的知名度和運營控制力。此定位使我們既能服務大型跨境電商第三方平台，又能滿足多元化商戶的不同物流需求，同時在競爭激烈的市場環境中保持可擴展且具有韌性的運營能力。

季節性

我們的服務及經營業績呈現一定的季節性，主要受全球電商購物週期、空運運力動態及更廣泛的宏觀環境因素驅動。通常，每年十月至次年一月為全球跨境電商旺季，包括美國的「黑色星期五」及「網絡星期一」等大型購物節、歐洲聖誕購物季，以及中國商家在春節前補貨。在高峰期，跨境交易量大幅增加，導致對空運運力的需求增加。由此產生的供需失衡通常會推高空運運費，並導致我們的履行成本暫時上升。

除需求驅動的季節性因素外，極端天氣狀況及地緣政治事件亦可能對跨境運輸造成短期干擾。暴風雪、大雨或濃霧等惡劣天氣可能導致航班延誤或取消，從而導致貨物積壓、運力收緊及貨運成本增加。同時，地緣政治的發展（包括國際貿易政策變化、關稅調整及地區衝突）可能進一步增加跨境業務的不確定性。新的貿易壁壘或暫停部分航線的措施可能會對可用的航空貨運能力造成負面影響並增加運輸成本。

業 務

我們通過提前保障運力、靈活調配網絡資源、優化運營調度等方式積極應對季節性及外部影響，以確保高峰期服務的穩定性並降低潛在的干擾。

數據私隱及保護

在我們的運營過程中，我們收集、存儲和處理業務和交易數據，以及某些個人數據。該等數據的機密性、完整性及可用性對我們的業務至關重要。為降低安全風險，我們採用全面的保護框架（結合高級加密、安全存儲協議及嚴格的傳輸控制）來保護敏感資料。在知情需要時嚴格控制對機密數據的訪問，並根據僱員的角色和職責授予權限。清晰的管理規程規範了公司資料的使用、存儲和共享，確保只有經過授權的人員才能出於合法業務目的進行處理。

我們亦維持穩健的備份及災難恢復系統。數據存儲在本地和遠程的多個安全位置，並通過定期恢復測試確保可靠性。我們的異地容災協議可確保在發生技術故障、自然災害或其他緊急情況時，仍能快速恢復數據並維持業務連續性。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大數據洩露或丟失，亦未因違反數據保護法被中國監管機構施加任何重大罰款或行政處罰。

請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－遵守不斷變化的網絡安全、信息安全、隱私和數據保護的法律及法規以及其他相關法律和規定可能成本高昂，並可能迫使我們對業務作出不利變動」。

獎項及表彰

我們獲得的獎項反映了我們的領軍市場地位及品牌知名度。下表載列我們於近年來獲得的主要獎項及表彰：

獲獎年份	獎項及表彰	頒發機關／機構
2025年	北京民營企業百強榜單	北京市工商業聯合會
2023年	跨境電子商務優質發展領先企業 (2022年至2023年)	廣東省跨境電子商務協會
2021年	國家級AAAA物流企業	中國物流與採購聯合會
2020年	2020年優秀物流服務商	中國電子商務協會聯盟跨境電子商務分會(Cross-Border E-Commerce Branch of China E-Commerce Association Alliance)
2018年	首屆「金電商獎」優秀跨境電子商務 物流企業(2014年至2017年)	上海跨境電子商務行業協會

業 務

僱員

截至2025年12月31日，我們合共擁有1,565名僱員。其中，1,500名僱員位於中國及65名僱員位於美國。下表載列截至2025年12月31日我們按職能劃分的僱員明細。

職能	僱員人數	佔總數百分比 (%)
營運及生產.....	980	62.6
銷售及營銷.....	297	19.0
一般及行政.....	177	11.3
研發	111	7.1
總計	1,565	100.0

我們於深圳的附屬公司已成立工會，以保障僱員權益。我們認為，我們已與僱員維持良好關係。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何對我們的業務產生或可能產生重大影響的罷工或與僱員的勞資糾紛。

勞務安排

除透過與僱員訂立僱傭合約聘用僱員外，我們亦委聘第三方人力資源公司，其根據我們的要求提供外包員工為我們工作（「勞務安排」）。我們並無與相關外包員工訂立任何僱傭合約。截至2025年12月31日，我們委聘人力資源公司為我們的倉儲業務提供外包員工，以主要支持輔助性及日常運營活動。特別是，外包員工主要被派往從事基本、勞動密集及流程驅動型任務，如在倉庫內處理出庫、發貨、包裹分組、數據輸入及分揀等。該等職位主要涉及標準化的實體作業，並不包括核心管理、系統控制或決策職能。

根據勞務安排，除其他事項外，我們一般須(i)向人力資源公司支付服務費及(ii)（如適用）向外包員工提供防護裝備。人力資源公司一般須(i)根據我們的要求提供外包員工為我們工作；(ii)確保外包員工妥善履行其職責；及(iii)根據中國相關法律法規，基於與員工簽訂的勞工合約，向指定外包員工支付薪金、社會保險費及住房公積金供款以及其他福利待遇。於2023年、2024年及2025年，本集團就勞務安排支付的服務費金額分別為人民幣164.2百萬元、人民幣25.9百萬元及人民幣22.0百萬元。

中國法律顧問告知，於往績記錄期間，我們概無發現嚴重違反勞務安排相關適用法律法規的情況。

招聘、培訓及留聘

我們的成功取決於我們吸引、留聘及激勵合資格人員的能力。我們運用線上招聘渠道來滿足多樣化的人才需求。我們的僱員通常與我們簽訂標準勞動合同。若干關鍵僱員亦已在受僱期間及之後長達一年的時間內簽署保密協議，並受競業禁止協議約束。

業 務

為維持並提高員工的知識及技能水平，我們為僱員提供內部培訓，包括面向新員工的入職培訓及面向現有員工的在職培訓、改進培訓及管理培訓。我們亦安排培訓後評估，以確保內部培訓課程的成效。僱員的薪酬福利主要包括基本薪金及表現相關花紅。我們會根據各職位的特定目標進行定期績效評估，以釐定薪金、花紅及晉升事宜。

社會保險及住房公積金

於往績記錄期間，我們未能按照適用的中國法律法規的規定，為部分僱員全額繳納社會保險及住房公積金。我們估計，於2023年、2024年及2025年，我們拖欠僱員社會保險及住房公積金供款分別為人民幣17.7百萬元、人民幣11.8百萬元及人民幣10.1百萬元。

關於未足額繳納社會保險及住房公積金供款的法律後果及潛在處罰，根據中國法律法規，有關主管機關可(i)責令我們在一定期限內繳納未繳的社會保險供款，並按日加收未繳金額0.05%的滯納金，逾期仍未繳納的，有關主管機關可進一步處以未繳金額一倍以上三倍以下的罰款；及(ii)責令我們在一定期限內繳納未繳住房公積金供款，逾期仍未繳納的，有關主管機關可以向人民法院申請強制執行。此外，根據於2025年9月1日生效的《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》(「新司法解釋」)，僱主與僱員約定或僱員承諾不繳納社會保險費的，人民法院應當認定該約定或承諾無效。若僱主未依適用法律繳納社會保險費，且僱員依據《中華人民共和國勞動合同法》要求解除勞動台約並向僱主索取經濟補償，人民法院應予以支持。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未因違反中國相關法律法規關於社會保險及住房公積金繳納的規定而受到任何行政處罰。基於(i)上文所述的適用中國法律法規；(ii)新司法解釋並未擴大處罰範圍，亦未廢除現行法律法規的相關規定；及(iii)截至最後實際可行日期，我們並未就有關未繳納社會保險供款事項與僱員作出任何有關承諾，我們的中國法律顧問認為，因我們未遵守社會保險及住房公積金供款規定而遭有關政府機關要求集中收取過往未繳供款或處以任何重大行政處罰的可能性較低。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未能遵守有關為僱員繳納社會保險及住房公積金供款的相關監管規定可能令我們受到處罰，並對我們的財務狀況及經營業績造成不利影響」。

牌照、許可證和批准

我們須維持各種牌照、批准及許可證方可經營我們的業務。我們持續監察我們對該等規定的遵守情況，以確保我們擁有經營業務所需的所有有關批准、牌照及許可證。

業 務

截至最後實際可行日期，中國法律顧問和相關海外司法權區營運方面的法律顧問告知，我們已獲得在中國和相關司法權區業務運營所需的所有重要牌照、批准及許可證，並且這些營業執照仍然完全有效。我們所有的美國附屬公司均信譽良好。於往續記錄期間，我們在續約重要牌照、許可證或批准方面沒有遇到任何重大困難，並且預計在這些牌照、許可證或批准到期時，續約也不會遇到任何重大困難。下表載列我們截至最後實際可行日期就業務運營已取得的重要牌照、許可證及批准概要：

牌照／許可證／批准	持有實體	頒發機關	頒發日期	到期日
快遞業務經營許可證	本公司	中華人民共和國 國家郵政局	2025年6月21日	2030年6月20日
海關報關及海關進出口 貨物收發貨人資質	本公司及多家 中國附屬公司	地方中國海關	2015年1月5日至 2024年3月5日 期間的多個不同 日期	2070年12月31日 至2099年12月31 日期間的多個日 期，另外一個長 期有效
國際貨運代理企業 備案	本公司及多家 中國附屬 公司	商務部國際貨物運 輸代理企業備案 機關及商務部國 際貨運代理企業 地方登記機關	2021年5月21日至 2024年4月1日 期間的多個不同 日期	不適用 ⁽¹⁾
道路運輸經營許可證	本公司	北京市交通委員會 朝陽運輸管理分 局	2024年9月3日	2028年9月2日

附註：

(1) 「不適用」指沒有到期日的牌照，除非被撤銷，否則將繼續有效。

業 務

保險

我們投購我們認為符合市場慣例且對我們的業務而言足夠的保單。我們投購多項保單以防範風險及意外事件，例如為分揀中心的設備投保及意外投保。我們已購買強制性機動車責任保險和商業保險，如汽車第三者責任保險、車輛損失保險及駕駛／乘客責任保險。於往績記錄期間，我們並無提交任何重大保險索賠，在續保我們的保單時亦無遇到任何重大困難。

董事認為，我們現有的投保範圍符合行業規範，足以滿足我們目前的經營需求。然而，與我們的業務及營運相關的風險未必已獲保險全數保障。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們的保險範圍有限，此可能會使我們面臨重大虧損及營運中斷」。

物業

租賃物業

截至最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業。截至最後實際可行日期，我們在中國擁有42項對我們的業務屬重大的租賃物業，其總建築面積為約58,861.39平方米。截至同日，我們亦於美國租賃21項物業。該等租賃物業主要用作我們的辦公室及倉儲設施，屬於上市規則第5.01(2)條所界定的非物業業務。

截至最後實際可行日期，就我們四項總建築面積約為4,525.81平方米的租賃物業（約佔上述42項中國租賃物業總建築面積的7.7%），我們尚未收到出租人提供可證明出租人有權將該等物業出租予我們的相關產權證明或相關授權文件，此主要是由於(i)部分出租人未能取得相關產權證明；及(ii)相關轉租人未能就我們向該等轉租人轉租的若干租賃物業取得業主或使用權持有人的同意。據我們的中國法律顧問所告知，在沒有產權證明或業主授權證明的情況下，我們對有瑕疵的租賃物業的使用可能受到第三方對租賃協議提出的索賠或質疑的影響。此外，若出租人不具備租賃物業的必要權利，相關租賃協議可能被視為無效，導致我們可能被要求騰出該存在瑕疵的租賃物業並搬遷。董事認為，使用該等物業將不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。即使我們被要求騰出該等物業，我們相信將能夠及時找到類似的替代物業以進行搬遷，且我們可能因搬遷而產生的成本及開支對我們而言並不重大。此外，該等物業位於不同的城市且由多個出租人承租，因此同時被要求搬遷的可能性相對較低。截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何所有權爭議或糾紛或第三方索賠，我們亦未被中國政府部門處以任何處罰。

截至最後實際可行日期，就我們四項在共同擁有土地上的租賃物業，出租人並未提供我們不少於三分之二村民大會成員或村民代表的同意書。該等租賃物業的總建築面積約為1,739.7平方米，約佔上述42項中國租賃物業總建築面積的3.0%。我們的中國法律顧問認為，相關中國政府部門有權命令出租人在規定期限內進行整改，沒收其非法所得，並對該等出租人處以罰款。因此，我們可能被要求騰出該等存在瑕疵的租賃

業 務

物業並搬遷。即使我們對該等租賃物業的使用受到質疑，且被要求騰出該等租賃物業並尋找替代物業，我們相信我們能夠及時找到類似的物業進行搬遷，而該等搬遷不會對我們的營運造成重大影響。

截至最後實際可行日期，我們有一項建於劃撥土地上的租賃物業，用作辦公場所，總建築面積約為143.1平方米（約佔上述42項中國租賃物業總建築面積的0.2%）。據我們的中國法律顧問所告知，相關出租人須依法負責取得相關地方政府部門的批准，並支付未繳清的土地使用權出讓金，或按照適用的中國法律法規的規定，以該物業產生的租金收入抵扣該費用。倘相關出租人在未取得適當批准的情況下出租劃撥土地使用權及相關建築物，則相關租賃協議可能被視為無效，因此我們可能被要求騰出該存在缺陷的租賃物業並搬遷。董事認為，使用該等物業將不會對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。即使我們被要求騰出該等物業，我們相信將能夠及時找到類似的替代物業以進行搬遷，且我們可能因搬遷而產生的成本及開支對我們而言並不重大。截至最後實際可行日期，該租賃協議並未受到質疑或引起任何糾紛或爭議，且我們並未因租賃受到政府主管部門的行政處罰，亦未收到相關政府部門的任何處罰或調查通知。

截至最後實際可行日期，我們租賃的31項物業的租賃協議尚未在中國相關政府部門辦理登記，此主要是由於相關出租人未能合作完成租賃登記或未能提供可證明彼等租賃相關物業的權利的相關產權證明。根據弗若斯特沙利文的資料，在B2C跨境電商物流服務行業中，中國物流服務提供商租賃物業的租賃協議未向有關部門登記的情況並不少見。據我們的中國法律顧問所告知，倘中國相關政府部門要求我們進行糾正，而我們未能在規定期限內糾正，則我們可能因每份未登記的租賃協議而被處以不少於人民幣1,000元但不超過人民幣10,000元的罰款。該未登記租賃協議的估計最高罰款將為人民幣310,000元，我們認為其並不重大。因此，我們認為未登記該租賃協議不會對我們的財務狀況或經營業績產生任何重大不利影響。我們將積極與出租人聯繫，在可行情況下完成該租賃協議的登記。請參閱「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－未能就我們的若干租賃物業遵守相關法律法規，可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在續約租賃協議或為我們的設施尋找新場所方面未遇到任何重大困難。我們預計在相關租賃協議到期續約時不會遇到任何重大挑戰或障礙。

環境、社會及管治

我們將可持續發展理念系統性地融入企業戰略及日常營運全流程，持續創造兼具經濟效益及社會價值的可持續成果。

業 務

ESG管治架構

我們致力於建立健全的ESG治理體系，並計劃形成由董事會、戰略委員會及ESG工作小組組成的三級自上而下管理架構。作為最高決策機構，董事會負責監督ESG發展戰略及資源配置。戰略委員會負責指導關鍵議題的研究工作、制定行動方案，並監督實施進度。ESG工作小組的職責在於推動計劃執行進程、促進跨部門協作，並持續評估風險及機遇以優化管理機制。

基於我們的可持續發展策略，我們將ESG原則融入日常管理及營運，並計劃建立全面的ESG管治框架，明確界定各部門於ESG相關工作中的職責分工，同時充分保障股東的合法權益。展望未來，我們將持續提升ESG管治標準，並透過穩健的管治架構，確保ESG管治策略得以長期有效地落實，從而推動產業的可持續發展。

環境指標及管理

我們極為重視在國際標準指導下的可持續發展。憑藉完善的質量管理系統及嚴謹的執行標準，我們已成功取得ISO 9001質量管理系統及ISO 14001環境管理系統認證。

廢棄物排放

我們的業務營運仰賴各類卡車進行物流及運輸作業；因此空氣排放源相對集中，主要由車輛行駛過程中產生的廢氣排放所構成。於廢棄物管理方面，我們產生的廢棄物主要來自員工日常活動所產生的生活垃圾，目前並未產生任何有害或危險廢棄物。廢水產生亦高度集中，主要源自倉儲作業，以及員工日常辦公及生活活動所產生的生活污水。下表載列我們於所示年度的空氣排放詳情：

		截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
氮氧化物.....	千克	14,220.0	15,361.8	15,512.4
懸浮粒子.....	千克	1,024.2	1,115.1	1,115.5

關於廢氣管理，我們積極推動自有車輛的綠色轉型。透過分階段且有序的替換流程，我們正逐步以新能源電動車取代傳統燃油車輛，持續提升電動車在車隊中的佔比。透過減少燃油消耗產生的廢氣排放，我們進一步實踐綠色營運理念，並為推動產業可持續物流發展貢獻心力。

資源消耗

我們的主要資源消耗集中於倉庫照明、空調及通風系統，以及員工日常用電及用水等領域。我們將節約能源及水資源視為核心環境責任，積極推廣資源效率理念，並提升員工的環保意識。員工下班後須關閉所有電器設備及照明燈具，以避免能源浪

業 務

費。此外，我們倡導無紙化運作，將環保理念融入日常工作實踐。下表載列我們於所示年度的資源消耗詳情：

		截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
電力	兆瓦時	11,283.2	5,047.1	4,172.3
水資源	公噸	27,050.3	21,480.0	22,617.3

於往績記錄期間，我們作為戰略調整的一部分，終止了國內首公里業務，藉此機會優化並整合物流及倉儲系統。透過對國內倉儲網絡的全面審閱及精簡，相關分揀中心及倉儲設施的數量及總面積均大幅減少。因此，我們的電力消耗大幅降低，物流環節的能源效率獲得顯著提升，為低碳營運提供強大支持，同時減少了對環境的影響。

碳排放

我們高度重視碳排放管理，並計劃持續加強數據治理及信息披露。我們的目標是建立一套涵蓋全流程的綜合碳排放監測、收集及管理系統，運用數字化工具提升數據精準度、實現可實時追蹤及可追溯性。下表載列我們於所示年度的碳排放詳情：

		截至12月31日止年度		
		2023年	2024年	2025年
範圍1	噸二氧化碳當量	4,682.4	3,758.5	2,909.6
範圍2	噸二氧化碳當量	6,053.5	2,707.9	2,238.0
範圍3	噸二氧化碳當量	19,366.3	5,041.6	6,227.0

社會及管治

我們積極履行社會責任，透過員工、客戶、合作夥伴及其他股東攜手合作，創造共享價值。透過關注員工健康及安全、支持職涯發展及技能培養、推動可持續供應鏈管理、保障消費者權益及恪守商業道德，我們持續提升社會影響力，引領業界對社會責任的認知，並推動產業可持續發展。

員工僱用

我們嚴格遵守適用的法律法規，全面保障員工的合法權益。我們積極倡導平等就業機會，並明確禁止在招聘過程中基於性別、身體能力、性取向、年齡、族裔、種族、宗教信仰或任何其他合法或合理類別的歧視行為。

我們已制定內部政策，例如《平等機會與多元化管理政策》及《工作時間與休息休假管理辦法》。針對跨境物流的前線崗位，我們採用全面的工作時間制度。我們保障員工享有帶薪年假、法定假日及其他休假權益的權利。我們積極推動多元及包容的文

業 務

化，鼓勵來自不同背景的員工加入。我們為殘疾員工提供合理便利措施，並有效保障女性員工的特定權益。同時，我們建立了多元化的薪酬福利體系，持續提升員工的歸屬感、凝聚力與幸福感。

我們秉持同工同酬的原則，將公平性、激勵性與績效導向融入薪酬管理體系。我們已建立員工績效評估管理制度，實施「目標設定－過程指導－定期評估－結果應用」的全流程管理模式。我們定期發放節日福利，以營造溫暖關懷的企業氛圍。我們高度重視員工身心健康，每年安排涵蓋基礎健康檢查與職業健康評估的體檢。透過定期溝通機制掌握員工心理狀態，特別針對高壓崗位人員實施職務輪調與休假制度，並提供按摩理療等福利，有效紓解工作壓力，建立關懷備至的員工支持系統。我們建立順暢、公平且多元的員工溝通及申訴機制，提供包括直屬主管、內部控制及核查部門、內部申訴信箱、匿名舉報平台及管理層接待日等多重渠道。明確禁止對提出申訴的員工實施任何形式的報復行為。此外，我們定期執行內部合規審查，涵蓋招聘、薪酬分配、晉升決策及投訴處理等關鍵流程，以促進人事管理的公平性及合規性。於往績記錄期間，我們未僱用任何未達法定最低就業年齡的未成年人，亦無強迫勞動案例。我們嚴格遵守相關法律法規及行業標準，杜絕童工與強迫勞動行為。

職業安全

我們採用《作業安全規範》來建立一套系統化的職業安全管理系統。同時，我們已成功通過ISO 45001職業健康安全管理体系認證，持續強化與國際標準的接軌，並大幅提升對員工安全與健康的保障措施。我們聚焦於倉儲、運輸及分揀等核心業務流程，於整個工作流中建立全面的職業健康及安全管控體系，構建完整的閉環管理模式，以全面預防營運風險。

風險預防

針對跨境物流中倉儲、運輸、分揀等核心場景的風險特性，我們實施涵蓋硬件配置、責任管控及日常監控的多維度防範措施，構建全場景安全防護系統：

- **硬件安全保證：**倉儲區域配備完善的通風、消防、防爆、防滑等安全設施，所有設施均定期進行維護保養。前線員工獲配發工作制服、防護手套及其他個人防護裝備，以實質降低作業風險。
- **分層責任控制：**我們建立了「倉儲經理、倉儲主管及員工」三級安全責任制，明確界定各層級與職位的安全職責。
- **員工安全參與機制：**我們在倉庫中委任員工安全代表，使員工能夠積極參與制定安全政策、識別危險源、調查事故及其他關鍵任務。

業 務

- 常規日常監控：我們已建立高頻率、廣覆蓋的安全檢查機制，實施全面的每日工作場所巡查與每週隨機核驗，強化高風險崗位及高頻工作場景的可追溯性與可控性。

基於跨境物流的特性，我們系統性地識別核心作業環節中的關鍵風險，包括倉儲作業中的尖銳物體傷害、機械傷害及火災風險；運輸過程中的交通事故及道路安全風險；以及分揀作業中的重複性動作傷害。同時，我們已建立多渠道危害通報機制，讓員工能透過現場警報、內部通訊群組或直接主管立即通報危害。接獲通報後，負責人員應立即組織疏散人員並啟動緊急應變程序，同時向上級部門報告。

針對工作相關事故，包括輕微傷害、嚴重傷害及財產損失，我們已建立標準化的調查與糾正措施流程。事故發生後24小時內，將成立聯合調查小組，透過現場勘查、訪談相關人員及檢視監控影像等方式，釐清事故原因、辨識潛在危險，並完成風險評估。調查小組須於7個工作日內提交報告，闡明責任歸屬、糾正措施及預防方案。人力資源部門將跟進糾正措施的實施情況，並將事故案例納入安全培訓內容，以實現「事故調查－糾正措施閉環－經驗再利用」的全鏈路管理。

健康與安全培訓

我們系統性地推動員工安全培訓及健康倡議。安全培訓涵蓋工作安全規範、緊急應變流程、消防安全知識、防護裝備正確使用等內容。此外，我們每年為員工安排職業健康檢查。往績記錄期間，並無發生因工傷事故導致的死亡案例。下表載列我們於所示年度的員工安全培訓實施情況：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
安全培訓參與人數	10,152	15,844	15,985

我們高度重視員工的職涯發展與專業能力的持續提升，已建立系統化、多層級的培訓體系及職涯發展機制。下表載列我們於所示年度的職涯發展與職業技能培訓規劃：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
培訓參與人數	9,285	2,194	2,375
線上及線下培訓次數	384	139	47

我們致力為員工提供清晰的職業生涯發展路徑與完善的支持體系。建構「管理+專業」雙軌發展模式，通過能力培訓、績效考核及專業認證實現晉升。為每位員工制定個人發展計劃，將其職業生涯目標與本公司戰略需求對接，明確培訓方向與晉升途

業 務

徑，並定期追蹤進度。針對調任新職位的員工，我們提供針對性培訓，涵蓋新職位所需的業務知識、操作流程及技能要求。此外，我們建立了核心人才庫，通過績效評估、能力測評及潛力評估，識別並培養關鍵員工與高潛力人才，將其納入核心人才庫。

為提升員工知識、技能及專業素養以支持企業戰略目標，我們制定了《員工培訓管理制度》，並建立四級培訓體系。該體系涵蓋新進員工入職培訓、在職技能提升培訓、管理能力發展培訓及核心人才專項培訓。同時我們組建由核心業務人員及管理層組成的內部講師團隊。針對中層主管，我們積極開展領導力、團隊管理及溝通技巧等管理能力發展培訓，旨在提升其綜合管理能力。通過該等系統化培訓措施，不僅提升員工的專業能力與整體素質，更為企業長期發展奠定堅實的人才基礎。

可持續供應鏈

我們始終將可持續發展理念融入供應鏈管理全流程，致力於構建負責任、綠色低碳、透明合規的可持續供應鏈管理體系。通過清晰的制度框架、科學的管控機制以及動態的合作監督，我們在環境保護、勞工權益、商業道德與合規等領域建立要求，推動供應商履行社會責任，與上下游合作夥伴攜手共創可持續、負責任的未來價值鏈。

供應商管理

我們高度重視供應鏈中的合規性與責任履行，將ESG原則貫穿於供應商全生命週期管理。針對涉及核心業務活動的供應商，如尾程派送、清關服務等，我們實施嚴格服務質量監控。在合同履約管理方面，若供應商未達到約定服務水平，如包裹延誤、清關效率低下或操作不合規等情況，我們將按約定進行索賠。此舉既促進供應商持續改進，也共同構建高效、可靠且負責任的供應鏈生態體系。

反腐敗

我們嚴格遵守國家反腐敗法律法規，恪守商業道德與誠信經營原則，並持續完善內部合規治理體系。我們已建立《內控監察管理制度》、《反商業賄賂協議書》及《禁止利益衝突關係行為準則》等制度，明確禁止商業賄賂及挪用財務資產等違規行為。

我們設有專門的反腐敗舉報機制。員工可通過電話、電子郵件或直接向內控監察部舉報疑慮。所有舉報及舉報人信息均嚴格保密。此外，廉潔要求已納入《員工手冊》、勞動合同及保密協議，全體員工須簽署《員工廉潔自律承諾書》。通過政策宣導、專題培訓及內部監控簡報，我們持續強化員工對反腐敗政策的認知與承諾，提升道德

業 務

行為意識。展望未來，我們將通過常態化監督、精細化管控及全體教育，持續完善反腐敗管理架構，強化道德營運保障機制，追求健康永續發展。

法律程序及合規

合規

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概無被中國政府機關施加任何重大行政處罰，我們亦無涉及任何系統性或對我們業務、財務狀況或經營業績有重大不利影響的不合規事件。

法律程序

我們可能不時會在日常業務過程中受到法律程序、糾紛及申索的影響。截至最後實際可行日期，我們並非任何進行中的重大訴訟、仲裁或行政程序的被告，且我們並不知悉政府機關或第三方擬進行的任何索賠或訴訟會對我們的業務造成重大不利影響。截至同日，我們的董事並無涉及任何實際或面臨重大申索或訴訟。

內部控制與風險管理

概覽

我們在運營中面臨各種風險，包括與我們的業務、行業及市場相關的風險。詳情請參閱「風險因素」。我們已實施內部指引、政策及程序，以監控及減輕與我們業務相關的風險的影響。

董事會及高級管理層負責識別及分析與我們經營相關的風險。為協助董事會對我們的財務報告程序、內部控制與風險管理系統提供獨立評估，我們已成立審計委員會。有關審計委員會成員的專業資格和經驗，請參閱「董事及高級管理層－董事委員會－審計委員會」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無進行任何重大對沖活動。

財務報告風險管理

我們已制定一套有關財務報告風險管理的會計政策，如財務報告管理政策、預算管理政策、庫務管理政策及財務報表編製政策。我們已訂定各種程序及信息科技系統以實施會計政策，而我們的財務部基於該等程序審閱管理賬目。我們亦向財務部僱員提供定期培訓，以確保彼等了解我們的財務管理及會計政策並將其應用於我們的日常營運中。

業 務

信息系統風險管理

我們的數據及相關資料的維護、儲存及保護對我們的成功至關重要。為確保我們數據的安全性及完整性，我們已實施旨在防止任何未經授權的訪問、洩漏或丟失的內部程序。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何重大資料洩露或數據丟失的情況。有關我們的信息安全程序及政策的更多信息，請參閱本節「數據私隱及保護」。

內部控制風險管理

我們已設計及採納嚴格的內部程序，以確保我們的業務運營符合相關規則及規例。我們的法律、財務及其他部門緊密合作，以：(i)進行風險評估及就風險管理策略提供意見，(ii)提高業務流程效率及監察內部控制的有效性；及(iii)提高本集團的風險意識。

企業管治措施

董事會[已設立]內部控制與風險管理部門，以不時檢討內部控制與風險管理措施的實施情況。我們已設立審計委員會，並制定符合上市規則規定的書面職權範圍。審計委員會由三名成員組成（即顧全先生、王棟先生及薛龍先生），並由具有適當會計及相關財務管理專業知識的獨立非執行董事顧全先生擔任主席。審計委員會亦已採納其職權範圍以載列其職責。請參閱「董事及高級管理層－董事委員會－審計委員會」。

監控風險管理政策實施情況的持續措施

我們的審計委員會、內部控制與風險管理部門及高級管理層共同持續監控風險管理政策的實施情況，以確保我們的政策及實施屬有效及充分。