

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載之資料概覽。由於屬概要性質，因此並未包含所有可能對閣下屬重要的資料。在決定投資本次[編纂]之前，閣下應細閱本文件全文。任何投資均涉及風險。投資本次[編纂]的若干特定風險已載於本文件「風險因素」一節。在決定投資本次[編纂]前，閣下應細閱該章節全文。

概覽

我們是誰

我們是中國領先的品牌服裝零售集團之一，憑藉多元化的品牌組合、廣泛的供應鏈網絡以及強大的渠道整合能力而獨樹一幟。根據弗若斯特沙利文，於2025年，我們於中國服裝集團營收排名第五。我們是中國領先的男裝品牌運營商之一。截至2025年12月31日，我們已建立涵蓋5,625間門店的全球海瀾之家銷售網絡。除男裝外，我們的自有品牌包括輕奢女裝品牌OVV及高端嬰童裝品牌英氏，滿足客戶多元化喜好及個性化表達。

除我們的自有品牌外，我們還與全球知名運動品牌建立戰略合作夥伴關係。我們是阿迪達斯Future City Concept（「FCC」）業務在中國內地的經銷商，並持有於中國大陸、香港、澳門及中國台灣經營海德品牌服裝的授權。同時，我們是中國企業服裝定制領域長期市場領導者，擁有逾二十年發展歷程，根據弗若斯特沙利文，按收入計已成為中國最大的企業服裝定制製造商。

目前我們的門店網絡覆蓋馬來西亞、菲律賓、越南、新加坡、泰國、印度尼西亞、老撾、柬埔寨、馬爾代夫、肯尼亞，澳大利亞及阿聯酋。截至2025年12月31日，我們在海外擁有142家直營門店，不斷拓展國際業務版圖。

我們的優勢

我們認為，我們業務的成功及市場領先地位基於以下關鍵優勢：(i)中國男裝行業的絕對領導地位，規模優勢構築競爭壁壘；(ii)多品牌組合全面覆蓋不同消費群體和生活方式，建立強大品牌護城河，(iii)全渠道銷售網絡全面覆蓋，打造零售新生態系統，(iv)國際化戰略加速推進，全球化佈局初具規模，打造新的增長極，(v)以科技創新驅動運營效率提升，鞏固整個價值鏈的競爭優勢，(vi)海瀾之家的「平台+品牌」模式，驅動高效運營、風險控制及供應鏈協同效應及(vii)核心管理團隊具備豐富行業經驗，亦堅定履行社會責任。見「業務－我們的優勢」。

我們的戰略

我們計劃實施以下戰略，以鞏固並提升我們在業界的領先地位：(i)持續推進品牌建設，拓展產品組合，提升客戶參與度，(ii)加碼技術研發和數字化投入，推動公司向「科技、時尚、綠色」提升轉型，(iii)科技為核，賽事為媒，走出運動品牌的破圈之路，(iv)以精細化運營及新業態為引擎，驅動渠道優化，(v)深化國際化戰略及擴大全球業務佈局，提升品牌影響力，打造新增長曲線，(vi)推進戰略投資和收購，完善品

概 要

牌、產品、渠道佈局及(vii)持續吸引、培養並留存人才，賦能公司長期發展。見「業務－我們的戰略」。

我們的業務

我們的品牌運營體系涵蓋品牌管理、供應鏈整合及廣泛的銷售網絡。通過該體系，我們構建了高效可擴展的銷售系統，將產品設計、採購生產、智能數字化管理、物流及銷售整合形成標準化框架，確保產品質量、品牌體驗與運營效率的高度統一。

依託該品牌共享運營體系，我們不僅經營自有品牌、持續強化幾乎所有自有品牌之企業服裝定制業務、開展國際運動品牌合作，還積極推出城市奧萊。通過價值鏈整合，各業務板塊能夠共享設計資源、供應鏈資源、智能數字化管理能力及銷售網絡與執行體系，從而實現業務協同並提升運營效率。同時，價值鏈整合賦予了結構靈活性，既能支撐現有業務板塊發展，又可持續孵化新品牌與新業務舉措，為我們的長期增長戰略注入持久動力。

下表載列我們於所示年度按業務線劃分的收入明細：

	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)						
自有品牌						
海瀾之家.....	16,198,729	78.0	15,091,049	74.8	14,784,471	70.2
企業服裝定制業務 ..	2,280,705	11.0	2,223,548	11.0	2,711,288	12.9
英氏	811,398	3.9	895,609	4.4	1,048,675	5.0
其他品牌 ⁽¹⁾	1,406,995	6.8	819,594	4.2	583,129	2.7
小計	20,697,827	99.7	19,029,800	94.4	19,127,563	90.8
非自有品牌						
國際運動品牌合作 ..	20,557	0.1	1,070,154	5.3	1,617,682	7.7
城市奧萊.....	—	—	6,394	0.0	255,711	1.2
其他 ⁽²⁾	35,978	0.2	55,754	0.3	60,727	0.3
小計	56,535	0.3	1,132,302	5.6	1,934,120	9.2
總計	20,754,362	100.0	20,162,102	100.0	21,061,683	100.0

附註：

- (1) 其他品牌主要包括OVV及海瀾優選。
- (2) 其他主要包括我們作為經銷商的女裝品牌愛居兔。

我們的銷售網絡

我們採取全渠道策略，將廣泛的線下業務覆蓋與不斷增長的線上業務相結合，提升銷售表現及品牌影響力。線下渠道由直營店、加盟合夥人及經銷商運營門店組成，是我們零售策略及品牌發展的基石。作為該廣泛線下網絡的補充，我們亦透過向終端客戶直銷及向零售商銷售兩種模式，於主要電商平台佈局線上渠道我們的線下及線上

概 要

網絡共同構成全面的銷售協同體系，可鞏固品牌影響力、提升消費者參與感並支持可持續增長。下表載列我們於所示年度按銷售渠道劃分的收入明細：

	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)						
線下渠道						
向加盟合夥人銷售 ..	9,436,690	45.5	7,628,054	37.9	6,824,759	32.5
直營店	5,401,835	26.0	5,594,842	27.7	6,534,012	31.0
向經銷商銷售	122,873	0.6	139,399	0.7	155,831	0.7
小計	14,961,398	72.1	13,362,295	66.3	13,514,602	64.2
線上渠道						
線上直銷	2,470,697	11.9	2,876,916	14.3	2,746,065	13.0
向線上零售商銷售 ..	787,433	3.8	1,542,228	7.6	1,688,603	8.0
小計	3,258,130	15.7	4,419,144	21.9	4,434,668	21.0
企業服裝定制渠道 ..	2,280,705	11.0	2,223,548	11.0	2,711,288	12.9
其他 ⁽¹⁾	254,129	1.2	157,115	0.8	401,125	1.9
總計	20,754,362	100.0	20,162,102	100.0	21,061,683	100.0

附註：

(1) 主要包括通過批發零星銷售少量產品。

我們的線下渠道

我們已建立龐大的線下銷售網絡，包括(i)直營店、(ii)加盟合夥門店及(iii)經銷商運營門店，該網絡是我們運營戰略及品牌發展的基石。依託此網絡，我們能夠提升品牌認知度，並向消費者提供一致的購物體驗。截至2025年12月31日，我們在全球共有7,330家門店。下表載列截至2025年12月31日按品牌劃分的門店明細。

品牌門店	直營店	加盟 合夥門店	經銷商 運營門店	總計
海瀾之家系列	1,859	3,761	5	5,625
OVV	149	—	—	149
英氏	444	17	222	683
阿迪達斯FCC	381	342	—	723
海德	36	1	—	37
城市奧萊	60	—	—	60
其他品牌 ⁽¹⁾	52	1	—	53
總計	2,981	4,122	227	7,330

附註：

(1) 主要包括海瀾優選。

概 要

我們與加盟合夥人保持委託代銷的合夥關係，當產品銷售予終端客戶時，我們向加盟合夥人的銷售收入將予以確認。我們與經銷商為買賣雙方關係，並於經銷商收貨時確認向經銷商銷售的收入。見「業務－我們的銷售網絡－我們的線下渠道－加盟合夥人及經銷商運營門店的比較。」

線上渠道

憑藉電商的強勁增長，我們建立線上渠道（包括通過各大電商平台的店鋪向終端客戶直接銷售及向線上零售商銷售）。我們的線上渠道是我們線下網絡的重要補充，使我們能夠接觸到更廣泛的客戶基礎，尤其是年輕的數字原生消費者。透過精心策劃的產品組合、一致的品牌展示及數據驅動的運營，我們的線上零售渠道可提升品牌知名度、支持庫存效率及提供有價值的消費者見解，從而為產品設計及營銷策略提供參考。

企業服裝定制渠道

我們的企業服裝定制渠道為企業和機構客戶提供大規模服裝解決方案，主要涵蓋職業裝、工裝和校服。我們的客戶群廣泛分佈於金融服務、電信、交通、能源、公共服務及教育等行業。

產品設計及開發

我們將設計及開發置於優先地位，以此驅動產品創新，提升技術特性並拓展產品組合。我們已設立專注於紡織材料創新的專業子公司及平台，以此持續推動產品組合的升級迭代。我們的產品開發主要由商品中心企劃與研發部門主導，該部門負責統籌從概念構思到產品上市的全流程管理。此外，我們高度重視與供應商的協同創新，助力其成為研發體系的核心環節。我們還與多所知名高校及科研機構合作，共同建立研發中心與創新平台。通過產學研深度融合，我們將學術研究成果與產業經驗相結合，確保我們的研發實力始終走在與智能製造領域以及服裝行業技術進步的前沿。見「業務－產品設計及開發」。

我們的主要客戶及供應商

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括零售商、經銷商、企業服裝定制業務客戶及個人客戶。於往績記錄期間各年度，我們來自五大客戶的收入分別為人民幣865.2百萬元、人民幣1,511.3百萬元及人民幣1,674.7百萬元，分別佔各相應年度或期間總收入的4.2%、7.5%及8.0%。於往績記錄期間各年度，我們來自最大客戶的收入分別為人民幣362.8百萬元、人民幣728.0百萬元及人民幣751.3百萬元，分別佔各相應年度總收入的1.7%、3.6%及3.6%。

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括服裝OEM製造商及原材料供應商。於往績記錄期間各年度，我們向五大供應商的採購額分別為人民幣1,385.5百萬元、人民幣2,963.9百萬元及人民幣2,065.1百萬元，分別佔各相應年度採購總額的13.7%、22.2%及19.9%。於往績記錄期間各年度，我們向最大供應商的採購額分別為人民幣354.3百萬元、人民幣1,484.7百萬元及人民幣955.9百萬元，分別佔各相應年度採購總額的3.5%、11.1%及9.2%。

概 要

競爭

中國服裝行業競爭激烈且市場分散，2025年前五大參與者佔按收入計的總市場份額的11.8%。行業領先企業在多個細分市場與銷售渠道中展開競爭，重點關注產品品質、審慎定價、供應鏈效率及品牌聲譽。隨著消費者偏好逐漸轉向舒適性、功能性及性價比，具備強大產品研發能力、標準化營運流程及數據與實體供應鏈整合能力的品牌，更有優勢把握市場機遇並推動重複購買。目前市場亦正經歷結構性變化，直營門店的比重不斷上升，並逐步向核心商業區聚集。同時，線上渠道的重要性持續增強，主要受內容行銷及會員制度推動，進一步提升轉化率及留存率。我們的競爭對手包括國內外品牌，其中部分企業擁有更豐富的資源與更高的市場知名度。然而，憑藉審慎的價格策略、強大的產品設計能力及靈活的銷售網絡，我們能夠有效吸引並留住消費者，並進一步擴大市場份額。見「行業概覽」。

歷史財務資料概要

下表載列本公司於往績記錄期間的綜合財務資料概要，其摘錄自附錄一所載的會計師報告。下文所載綜合財務數據概要應與本文件中的綜合財務報表（包括相關附註）一併閱覽，且因通過引用該等綜合財務報表（包括相關附註）而整體受到限制。本公司的綜合財務資料根據香港財務報告準則會計準則編製。

經營業績的主要組成部分說明

下表載列本公司於所示年度的經營業績概要：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
收入	20,754,362	20,162,102	21,061,683
銷售成本	(11,379,500)	(10,984,826)	(11,527,962)
毛利	9,374,862	9,177,276	9,533,721
其他收益及虧損淨額	(11,559)	(153,611)	(232,885)
分銷及銷售開支	(4,353,303)	(4,841,332)	(5,158,527)
行政開支	(996,364)	(1,057,354)	(1,062,294)
研發開支	(200,337)	(288,132)	(212,006)
應佔聯營公司業績	34,022	13,134	—
財務費用	(223,416)	(62,715)	(61,638)
稅前利潤	3,623,905	2,787,266	2,806,371
所得稅開支	(705,470)	(598,253)	(674,373)
年內利潤	2,918,435	2,189,013	2,131,998

收入

於2023年、2024年及2025年，我們的總收入分別為人民幣20,754.4百萬元、人民幣20,162.1百萬元及人民幣21,061.7百萬元。見「一 我們的業務」及「一 我們的銷售網絡」以了解按業務線、地域及銷售渠道劃分的收入明細。

概 要

毛利及毛利率

按業務線劃分的毛利及毛利率

因業務模式、消費者群體、市場動態、成本結構及競爭定位的差異，各業務線的毛利率有所不同。下表載列於所示年度，各業務線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)						
自有品牌						
海瀾之家.....	7,187,782	44.4	6,922,138	45.9	7,057,918	47.7
企業服裝定制業務...	1,051,903	46.1	884,231	39.8	1,022,298	37.7
英氏.....	430,378	53.0	486,120	54.3	553,163	52.7
其他品牌 ⁽¹⁾	672,749	47.8	480,138	58.6	254,084	43.6
小計	9,342,812	45.1	8,772,627	46.1	8,887,463	46.5
非自有品牌						
國際運動品牌合作...	6,114	29.7	359,899	33.6	484,948	30.0
城市奧萊.....	—	—	5,709	89.3 ⁽²⁾	120,761	47.2
其他.....	25,936	72.1	39,041	70.0	40,549	66.8
小計	32,050	56.7	404,649	35.7	646,258	33.4
總計	9,374,862	45.2	9,177,276	45.5	9,533,721	45.3

附註：

- (1) 其他主要包括OVV及海瀾優選。
- (2) 我們的城市奧萊於2024年的毛利率相對較高，主要由於我們主要採取委託代銷模式並以代理人身份行事。根據該模式，我們就安排其他方提供指定商品或服務將預期有權收取的售價與採購價之間的差額確認為收入。

按地域劃分的毛利及毛利率

下表載列於所示年度，按地域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)						
中國內地.....	9,189,663	44.9	8,937,306	45.1	9,236,743	44.8
海外 ⁽¹⁾	185,199	68.2	239,970	67.6	296,978	65.5
總計	9,374,862	45.2	9,177,276	45.5	9,533,721	45.3

附註：

- (1) 海外主要包括馬來西亞、菲律賓、越南、新加坡、泰國及印度尼西亞我們直營店產生的毛利。於往績記錄期間，我們的海外店鋪毛利率高於中國內地店鋪。此乃主要由於我們絕大多數海外店鋪採用直營模式，而該模式通常較其他店鋪模式能產生較高的毛利率，此乃由於來自該等門店的收入按基於終端客戶全額零售銷售的總額基準確認，而非扣除應付予店鋪合作夥伴或線上零售商的收入分成後的淨額基準。

概 要

見「財務資料－經營業績的主要組成部分說明」。

綜合財務狀況表選定項目

下表載列截至所示日期綜合財務狀況表之選定資料：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
流動資產總值.....	23,079,070	22,364,477	20,709,520
非流動資產總值.....	10,633,773	11,066,544	13,341,487
資產總值.....	33,712,843	33,431,021	34,051,007
流動負債總額.....	16,768,292	15,256,002	14,629,157
非流動負債總額.....	906,877	888,101	859,242
負債總額.....	17,675,169	16,144,103	15,488,399
流動資產淨值.....	6,310,778	7,108,475	6,080,363
淨資產.....	16,037,674	17,286,918	18,562,608

我們的流動資產淨值由截至2025年12月31日的人民幣6,080.4百萬元增加至截至2026年3月31日的人民幣8,196.2百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加，原因為銷售所得款項；(ii)主要因部分定期存款的剩餘期限截至2026年3月31日已縮短至12個月以內，因此將其從非流動資產重新分類至流動資產，導致定期存款增加；及(iii)因在正常業務過程中向供應商清償未償還結餘而導致貿易應付款項及應付票據減少，惟部分被庫存減少所抵銷。我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣7,108.5百萬元減少14.5%至截至2025年12月31日的人民幣6,080.4百萬元，主要由於(i)定期存款於到期時減少，及(ii)庫存減少，原因為我們根據2024年的銷售表現及對未來市場環境的評估，於2025年策略性調整以減少庫存採購；惟部分被現金及現金等價物增加所抵銷。我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣6,310.8百萬元增加12.6%至截至2024年12月31日的人民幣7,108.5百萬元，主要由於(i)因收購斯博茲後合併入賬導致庫存增加；及(ii)因我們未償還的2018年可換股債券獲轉換導致可換股債券減少，惟部分被現金及現金等價物減少所抵銷。

我們的資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣17,286.9百萬元增加7.4%至截至2025年12月31日的人民幣18,562.6百萬元，主要由於年內溢利人民幣2,132.0百萬元，惟部分被派付股息人民幣864.5百萬元所抵銷。我們的資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣16,037.7百萬元增加7.8%至截至2024年12月31日的人民幣17,286.9百萬元，主要由於(i)轉換可換股債券人民幣2,578.9百萬元及(ii)2024年年度溢利人民幣2,189.0百萬元，惟部分被派付股息人民幣3,794.2百萬元所抵銷。

綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示年度的現金流量概況：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
經營活動所得現金淨額.....	5,100,481	1,812,854	4,183,165
投資活動所得／(所用) 現金淨額.....	(764,164)	(67,415)	(140,498)
籌資活動所用現金淨額.....	(3,230,632)	(4,862,107)	(2,023,959)

概 要

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
現金及現金等價物增加／(減少)淨額.....	1,105,685	(3,116,668)	2,018,708
年初現金及現金等價物	6,787,598	7,887,301	4,774,054
匯率變動的影響	(5,982)	3,421	(3,847)
年末現金及現金等價物	7,887,301	4,774,054	6,788,915

見「財務資料－流動性與資本資源－現金流量」。

選定財務比率

下表載列我們於所示年度的關鍵財務比率：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
毛利率(%).	45.2	45.5	45.3
淨利率(%).	14.1	10.9	10.1
股本回報率(%).	19.1	13.1	11.9
流動比率.	1.4	1.5	1.4
速動比率.	0.8	0.7	0.7

有關上述財務比率的計算方式，請參閱「財務資料－關鍵財務比率」。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，詳情載於本文件「風險因素」一節。在決定[編纂]我們的股份前，閣下應仔細閱讀該節全文。我們面臨的主要風險包括：(i)倘若我們未能準確掌握市場需求，或未能迅速開發新產品以迎合消費者偏好，我們可能無法有效滿足客戶需求，進而可能影響我們的業務表現；(ii)維護我們的品牌形象對我們的成功至關重要，任何未能維護品牌的情況都可能嚴重損害我們的聲譽與品牌，進而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；(iii)倘若我們的產品出現質量問題，可能會導致客戶流失及銷售額下降，並使我們面臨產品責任索賠或監管處罰，這可能會對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響；(iv)倘若我們的加盟合夥人或經銷商未能遵守營運標準或有效管理其門店，可能影響服務質量與品牌形象，進而對我們的業務及經營業績造成不利影響；及(v)我們可能難以覓得合適的店址。見「風險因素」。

我們的控股股東集團

截至最後實際可行日期，周建平先生、周立宸先生、周晏齊女士、海瀾投資、海瀾集團及榮基國際共同控制我們總股本的約60.13%，因此構成本公司的控股股東集團。緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使，且本公司於最後實際可行日期至[編纂]

概 要

期間的已發行股本並無其他變動)，周建平先生、周立宸先生、周晏齊女士、海瀾投資、海瀾集團及榮基國際預期將直接及間接控制我們經擴大股本約[編纂]%。據此，周建平先生、周立宸先生、周晏齊女士、海瀾投資、海瀾集團及榮基國際於[編纂]後將繼續作為我們的控股股東集團。見「與我們控股股東集團的關係」。

關連交易

我們已與控股股東集團成員及／或彼等的聯繫人訂立若干交易，且預期於[編纂]後將持續進行該等交易，該等交易將構成上市規則第14A章項下的部分非豁免持續關連交易。見「關連交易」。

[編纂]用途

假設[編纂]未獲行使，經扣除[編纂]及我們就[編纂]應付的其他估計[編纂]後且假設[編纂]為每股[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），我們估計將收取[編纂][編纂]淨額約[編纂]港元。我們擬將[編纂][編纂]用作以下用途，金額如下：

- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元，將用於優化及擴展我們在中國內地的銷售渠道，並於未來三年強化我們在各銷售渠道的業務佈局。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元，將用於品牌塑造活動。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元，將用於深化與國際品牌的合作，並提升我們的國際品牌形象及整體競爭力。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元，將用於潛在投資及併購機遇，主要旨在收購優質強勁的運動品牌或其他運動型及國際化品牌，以進一步擴展國際運動品牌組合，把握運動服飾領域的增長勢頭。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元，將用於未來三年強化各業務板塊的數字化及信息科技能力。
- [編纂]淨額約[編纂]%或[編纂]港元，將用於支持未來三年的研發活動及推動新產品創新。
- [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。

見「未來計劃及[編纂]用途」。

概 要

近期發展與無重大不利變動

自2025年12月31日起，我們的財務狀況維持相對穩定。自2025年12月31日以來，我們持續擴展銷售網絡。截至2026年3月31日，我們的門店數量已達7,383家。此外，我們宣佈及已就截至2025年12月31日止年度每10股向全體股東分派現金股息人民幣4.1元（含稅），並已於2026年5月合計支付現金股息約人民幣1,969.1百萬元。本公司董事確認，截至本文件日期，自2025年12月31日（即往績記錄期間結束之日）以來，本公司財務狀況、營運狀況或前景並無重大不利變動，且自2025年12月31日以來亦無任何事件可能對本文件附錄一所載會計師報告所示資料構成重大影響。

A股於上海證券交易所上市

本公司自2000年12月28日起於上海證券交易所上市。董事確認，截至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大違反上海證券交易所規則及中國其他適用證券法律法規的情況，且經董事經作出一切合理查詢後所知，就我們於上海證券交易所的合規記錄而言，並無任何重大事項需提請投資者注意。據中國法律顧問告知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未曾受到中國證券監管機構施加的任何重大行政處罰或監管措施，且在所有重大方面均遵守適用於我們的A股上市相關法律法規。根據獨家保薦人進行的獨立盡職審查，獨家保薦人並未發現任何事宜，會導致其就本公司於上海證券交易所的合規記錄與董事及中國法律顧問的意見產生分歧。見「歷史、發展及公司架構」。

[編纂]數據

下表所列之統計數據係基於下列假設：(i)[編纂]已完成，且於[編纂]中新增[編纂][編纂]股H股；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)[編纂]完成後[編纂]及發行在外之股份為[編纂]股：

	基於[編纂]每股 [編纂][編纂]港元	基於[編纂]每股 [編纂][編纂]港元
H股市值 ^(附註1)	[編纂]港元	[編纂]港元
股份於[編纂]完成後的 市場資本化 ^(附註2)	[編纂]港元	[編纂]港元
本公司權益持有人應佔本集團每股 未經審計[編纂]經調整綜合有形資產 淨值 ^(附註3)	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

1. 我們H股的市值計算，乃基於預期於[編纂]完成後立即[編纂]的[編纂]股H股（假設[編纂]未獲行使）。詳情請參閱本文件中「股本—[編纂]完成後」一節。
2. 市值乃基於預期於[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）立即[編纂]之[編纂]股H股市值與截至最後實際可行日期之[4,802,770,296]股A股的總股本市值合併計算，該等A股於緊接最後實際可行日期前五個交易日之平均收市價為人民幣[編纂]元。截至最後實際可行日期，本公司並無庫存股份。

概 要

3. 假設[編纂]已於2025年12月31日完成，且未計及可能因行使[編纂]而配發及[編纂]或本公司可能進行的其他股份發行或回購之任何股份，則按每股[編纂][編纂]港元計算，本公司擁有人應佔本集團未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值每股將為人民幣[編纂]元（相當於[編纂]港元），而按每股[編纂][編纂]港元計算則為人民幣[編纂]元（相當於[編纂]港元）（此乃基於已發行[編纂]股股份（包括[4,802,770,296]股已發行A股及[編纂]股已發行H股）計算所得）。

股息及股息政策

依據中國法律及法規，包括《中華人民共和國公司法》及《上市公司監管指引第3號－上市公司現金分紅（2023年修訂）》，以及公司章程第155條至第158條的規定，我們須支付任意三個財政年度的累計現金股息，且該等股息總額不得低於該三個財政年度根據中國企業會計準則計算的可分派平均淨利潤的30%。此外，我們的公司章程亦訂明，年度現金股息派付比率不得低於該年度可供分派利潤的10%。未來的利潤分派可採用現金股息、股票股息或現金與股票股息相結合的形式進行。任何擬議的股息分派方案均須經本公司董事會裁量及股東會批准。本公司董事會在綜合考慮我們的經營業績、財務狀況、營運需求、資本要求、股東利益以及董事會認為相關的其他條件後，可建議進行股息分派。除上文所披露者外，我們並無任何其他正式股息政策或預定股息派付比率。有關我們於往績記錄期間已宣佈及支付的股息詳情，請參閱「財務資料－股息及股息政策」。

[編纂]開支

[編纂]開支指專業費用、[編纂]及與[編纂]及[編纂]有關的費用。假設[編纂]為每股H股[編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的中點）及[編纂]未獲行使，我們的[編纂]開支估計約為[編纂]港元（包括[編纂]），佔[編纂][編纂]總額的[編纂]%。在我們的[編纂]開支中，約[編纂]港元直接歸屬於[編纂]股份，並將於[編纂]完成後自權益扣除，及約[編纂]港元已於或將於我們的綜合損益及其他全面收益表扣除。預期產生的[編纂]開支將包括約[編纂]港元的[編纂]相關開支及費用、約[編纂]港元的[編纂]相關開支及費用（包括法律顧問及申報會計師費用）以及其他[編纂]相關費用及開支約[編纂]港元。