

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，並應連同本文件全文一併閱讀。由於此為概要，其並不包含可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂][編纂]前應閱讀整份文件，包括我們的財務報表及隨附附註。任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的部分特定風險載列於「風險因素」。閣下在決定[編纂][編纂]前應仔細閱讀該節。

概覽

我們是誰

我們是一家致力於提供戶外休閒及電動出行解決方案的全球性企業，在電動低速車「**電動低速車**」領域處於領先地位。根據弗若斯特沙利文的資料，按收入計，我們於2025年在全球電動低速車行業中排名第一，市場份額約為10.9%。憑藉我們在電動低速車市場的領先地位及我們橫跨電動出行產品與動力運動產品的多元化產品組合，我們提供愉悅且實用的解決方案。我們的業務涵蓋兩大分部：(1)電動出行產品，包括(i)滿足社區及場內短途出行增長的電動低速車，及(ii)電動兩輪車，包括電動自行車、電動滑板車及電動平衡車；及(2)戶外特種車，亦稱為動力運動，包括全地形車（「**全地形車**」）與越野摩托車。該等產品廣泛應用於社區內短途出行、休閒運動、智能出行及特種作業場景。

我們的業務具有高度的國際化佈局。於2025年，我們超97%的收入源自海外市場，美國為我們的最大出口目的地。我們的發展遵循清晰戰略框架：拓展產品矩陣、深化渠道生態、通過創新提升品牌價值。在此策略的指引下，我們致力不斷完善我們現有的產品組合及挖掘未來發展的潛在業務機會。自2022年我們推出電動低速車產品以來，營銷網絡與多元化的品牌矩陣已助力這一新興業務線實現快速增長。自我們發布電動低速車以來的三年內，我們的電動低速車銷量便已躋身美國市場前列，展現出強大的市場滲透力。

自成立以來，我們一直圍繞美國構建全球運營網絡，業務覆蓋若干特定海外市場。依託管理層二十餘年的國際運營經驗，我們已在北美、東南亞及中國佈局業務，並在各區域建立本地化生產及銷售網絡。這一「中國+東南亞+北美」的一體化覆蓋，使我們能夠快速響應客戶需求、適應本地法規、開發貼合區域需求的產品，同時提供高品質服務。該等原則已深植於我們的企業文化，彰顯我們引領戶外出行潮流的進取精神。

我們的關鍵發展里程碑

本公司的業務起源可追溯至2004年，當時我們的主要發起人濤濤集團開始經營專注於全地形車及越野車的業務分部。憑藉我們的創始人兼董事長曹先生在美國市場的豐富運營經驗，該業務通過自主品牌及當地銷售渠道擴張（包括於2007年註冊成立的TAOTAO USA, Inc.成功在北美市場立足，為我們後續的自主發展奠定了堅實基礎。本公司於2015年9月24日成立，隨後於2016年從濤濤集團收購相關庫存及機器設備。

概 要

我們最初專注於全地形車及摩托車的研發、生產及銷售。2017年，我們策略性拓展產品組合，並啟動電動滑板車、電動平衡車及電動自行車的量產工作，以把握電動出行行業湧現的新機遇。2022年，我們進一步拓寬我們的電動出行產品，推出電動低速車，並迅速取得商業成功。

在我們的發展過程中，我們在拓展產品組合、搭建品牌矩陣及建立全球運營網絡方面，已達成一系列里程碑，詳情如下：



我們的品牌與產品

我們的品牌

我們針對不同用戶群體及渠道，構建了分層自主品牌矩陣，涵蓋DENAGO、GOTRAX、TEKO及TAO MOTOR四大品牌。該矩陣通過差異化定位與運營，實現核心客群精準覆蓋並形成品牌協同效應。

- **DENAGO — 高端、專業、高性能。**作為我們的旗艦品牌之一，DENAGO通過專屬經銷商網絡，聚焦電動出行及動力運動。該品牌秉持對臻質產品與設計的追求，滿足關鍵市場中消費者的需求。我們通過與NBA、達拉斯網球公開賽、MotoGP及PGA展會等全球頂級體育賽事及機構戰略合作，提升DENAGO的國際影響力，使DENAGO在競爭激烈的市場中實現增長，成功獲市場認可。品牌還攜手Jack Link's等知名消費品牌開展跨界聯合推廣，提升品牌認知與用戶忠誠度。
- **GOTRAX — 新潮、環保、活力。**作為我們的大眾市場品牌，GOTRAX主要通過大型綜合連鎖商超與線上渠道銷售。其圍繞現代、環保、活力出行的定位，已吸引超百萬電動出行愛好者群體。GOTRAX電動滑板車長期位列亞馬遜暢銷榜前十，多次獲得「亞馬遜暢銷品」及「亞馬遜之選」認證，並曾入選沃爾瑪年度玩具榜單首位，彰顯廣泛消費者吸引力。

概 要

- **TEKO — 智能、科技、時尚。**於2025年9月推出的TEKO是我們最年輕的品牌，戰略定位為補充現有產品組合、深化北美市場滲透。TEKO通過專屬旗艦店模式服務全國連鎖經銷商，產品主打智能功能與時尚設計，進一步完善我們在北美的電動低速車營銷網絡。
- **TAO MOTOR — 實用、趣味、動感。**作為溯源至創始階段的元老品牌，TAO MOTOR圍繞實用、趣味、動感定位，為大眾消費市場提供涵蓋日常通勤與戶外休閒的動力運動產品。TAO MOTOR是我們最早實施全球市場擴張的先行者，至今仍是追求多功能可靠出行解決方案的消費者的實力之選。

我們的產品

我們圍繞深耕現有業務與探索新興技術兩大戰略維度，搭建了結構化及動態化的產品矩陣。我們目前經營兩大主要業務板塊：(1)電動出行產品，包括(i)電動低速車，滿足社區及場內短途出行增長，(ii)電動兩輪車，包括電動自行車、電動滑板車及電動平衡車；及(2)動力運動，利用我們在全地形車及越野摩托車領域的豐富經驗。我們在新興領域的戰略重點是與我們現有業務具協同效應的技術。

我們的全球佈局



我們自成立之初便推進國際化佈局，將全球視野融入企業發展。在此基礎上，我們正構建以區域化生產及本土化供應為特徵的多區域製造體系。

我們在北美、東南亞及中國的三大核心生產基地定位不同，功能互補，使我們能夠把握不同市場的增長機遇，並為全球客戶提供高效服務。

- 我們得克薩斯州工廠，是我們踐行美國本土化生產的重要體現，反映了我們成為美國境內生產商的戰略目標，實現關鍵零部件的本土化供應，並加強了我們在北美市場的品牌形象。

概 要

- 在東南亞，我們的越南工廠已掌握車架成型、表面處理及動力總成裝配等核心工序，目前正積極提升產能，為海外市場供應電動低速車及全地形車，而我們正在建設的泰國工廠預期將與越南工廠形成雙樞紐，進一步提升對北美出口業務的供應韌性與靈活性。
- 我們的中國工廠作為我們的全球技術與支持中心，通過流程精簡、集成系統測試及靈活團隊架構，已開發了可複製的生產模式。除了滿足我們的關鍵海外市場的訂單外，我們的中國基地還向海外業務輸出成熟技術與管理專業知識，確保全球各地業務運營的一致性與效率。

市場機遇

我們產品組合的市場機遇，依託全球宏觀趨勢與多元化應用場景。在消費者生活方式改變、環保意識和技術創新的支持下，個人出行和商業應用的需求都在上升。

電動出行

電動出行產品日益被視為一種理想的交通工具，具有低碳排放、擁有成本較低及停放便利等優勢。在電動出行產品的細分品類當中，電動低速車市場(尤其在美國)正呈現強勁且多元化的增長態勢。

電動低速車是專為短途社區出行、商業營運及公共服務等特定場景設計的「微出行」交通工具。該類車輛最高時速通常不超過25英里，符合美國相關低速車輛法規要求，並獲准於特定公共道路合法行駛。

以美國為代表的電動低速車市場展現強勁且多元的增長潛力。市場需求由兩大核心因素驅動：

- 政策支持：利好監管環境為電動低速車普及奠定製度基礎，允許其在高爾夫球場、封閉社區及特定公共道路合法使用。
- 消費趨勢轉變：面對傳統汽車高昂的購置與使用成本，疊加短途出行需求增長，經濟型替代交通工具市場持續擴容。

電動低速車具有購置維護成本相對較低、操作簡便及環保等特點，此類產品特性高度契合現代消費趨勢，吸引包括美國新中產階級及老年社區居民在內的多元用戶群體，廣泛應用於家庭通勤、購物、休閒、接送學童及社區出遊等日常場景，使其成為家庭輕型出行產品的理想選擇。此外，電動低速車在旅遊景區、大型校園、高爾夫球場及安防巡邏等商業與公共服務領域亦具廣泛應用價值，可滿足多樣化營運需求。

動力運動

根據弗若斯特沙利文的資料，全球動力運動市場由2021年的229億美元增長至2025年的293億美元，複合年增長率為6.4%，且預計到2030年將達到382億美元，2025年至2030年期間的複合年增長率為5.4%。這一強勁增長態勢，主要由雙重需求驅動因素支撐。在娛樂方面，消費者對戶外休閒、越野運動及自然探險的需求日益提升。在功能方面，動力運動如全地形車可廣泛用於農業、畜牧業、應急救援及其他特種作業場景。娛樂和公用事業的結合為

概 要

該行業創造了廣泛而持續的增長軌跡。此外，電氣化趨勢正在為這兩個領域注入新的活力。對於休閒用戶而言，電動全地形車的零排放和低噪音特性可以使戶外體驗更加愉悅愜意。對於功能性應用，電機的瞬時扭矩與智能控制提供了效率和精準性。

財務摘要

於往績記錄期間，我們的收入及盈利能力均實現持續增長。我們的收入由2023年的人民幣2,144.2百萬元增至2025年的人民幣3,941.4百萬元，複合年增長率為35.6%。於2023年、2024年及2025年，我們的淨利潤分別為人民幣280.5百萬元、人民幣431.3百萬元及人民幣816.3百萬元，複合年增長率為70.6%。於相同年度，我們的淨利潤率維持在10%以上。這一業績記錄表明我們有能力擴大規模，同時保持健康的利潤率並實現可持續的盈利增長。

競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢有助於我們的成功並使我們有別於競爭對手。

- 一家致力於提供戶外休閒及電動出行解決方案的全球企業
- 支持全球市場滲透的廣泛網絡
- 綜合協同效應造就結構性成本優勢
- 全球化生產足跡助力核心市場深化運營
- 精準市場洞察推動產品持續升級
- 前瞻性技術創新驅動價值創造
- 具備全球視野的資深管理團隊

增長策略

我們擬採取以下策略進一步發展我們的業務：

- 擴大及升級我們的產品組合
- 深化我們的渠道生態
- 提升品牌價值
- 強化生產佈局並深化供應鏈本地化建設
- 推動前瞻性技術創新

我們的銷售網絡

我們已為我們的產品建立起廣泛的銷售網絡，包括(i)我們的經銷網絡，其中包括主要客戶、經銷商及批發客戶，以及(ii)通過我們自營的直接面向消費者(「DTC」)網站及我們的原創設計製造(「ODM」)業務進行的直銷。我們的銷售網絡特點在於我們專注於按庫存生產(「BTS」)模式及採取多渠道營銷策略。

概 要

下表載列我們於所示有關期間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	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
經銷網絡：						
主要客戶 ⁽¹⁾	748,004	34.9	837,075	28.1	652,030	16.5
經銷商 ⁽²⁾	262,482	12.2	711,528	23.9	1,847,925	46.9
批發客戶 ⁽³⁾	29,897	1.4	75,373	2.6	114,720	2.9
直銷：						
ODM	782,106	36.5	1,104,605	37.1	1,032,963	26.2
DTC網站 ⁽⁴⁾	321,757	15.0	248,048	8.3	293,792	7.5
總計	2,144,246	100.0	2,976,629	100.0	3,941,430	100.0

附註：

- (1) 我們的主要客戶主要包括(i)GMS及(ii)第三方電商平台。
- (2) 我們的經銷商主要包括與我們已訂立經銷協議的經銷商。
- (3) 我們的批發客戶主要包括向我們一次性下達批量採購訂單的客戶，我們未與他們訂立任何經銷協議。
- (4) DTC網站指我們自營網店。

生產

我們堅持作為一家具有多區域佈局的製造商的戰略定位，憑藉在中國、東南亞及北美的協同產能佈局，積極融入全球供應鏈體系。我們將全產業鏈與模塊化製造體系無縫整合，建立起包含(i)自主研發設計、(ii)核心零部件自產、及(iii)全球供應鏈管理的三維框架，從而實現全產業鏈垂直整合。

研發

於2023年、2024年及2025年，我們的研發開支分別為人民幣87.7百萬元、人民幣125.5百萬元及人民幣123.4百萬元。我們的研發理念是創造先進技術來推動我們產品的發展，提供更好的駕駛體驗。我們的產品開發策略包括研發基於客戶需求及技術發展的電動出行產品及動力運動。我們的內部研發團隊採取措施擴展我們產品的可用功能及應用場景。

我們的客戶

多年來，我們建立了廣泛且地域多元化的全球客戶群體，遍佈超過75個國家及地區。於往績記錄期間的2023年、2024年及2025年，我們各年從五大客戶獲得的收入總額分別為人民幣1,065.4百萬元、人民幣1,454.9百萬元及人民幣1,370.4百萬元，分別佔我們總收入的49.7%、48.9%及34.8%。同年，我們各年從單一最大客戶獲得的收入分別為人民幣327.3百萬元、人民幣489.6百萬元及人民幣520.9百萬元，分別佔我們總收入的15.3%、16.5%及13.2%。

我們的供應商

我們的供應商主要為我們的電動出行產品及動力運動產品生產所需的原材料、硬件及配件的提供商。於2023年、2024年及2025年，我們向五大供應商的採購額分別為人民幣172.9

概 要

百萬元、人民幣785.5百萬元及人民幣514.1百萬元，分別佔同年我們總採購額的13.5%、27.1%及20.9%。於2023年、2024年及2025年，我們向最大供應商的採購額分別為人民幣44.7百萬元、人民幣389.6百萬元及人民幣171.9百萬元，分別佔同年我們總採購額的3.5%、13.4%及7.0%。

歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的財務資料的財務數據概要，摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。

損益及其他全面收益表概要

	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	%
收入.....	2,144,246	100.0	2,976,629	100.0	3,941,430	100.0
銷售成本.....	(1,344,740)	(62.7)	(1,944,650)	(65.3)	(2,315,223)	(58.7)
毛利.....	799,506	37.3	1,031,979	34.7	1,626,207	41.3
一般及行政開支.....	(109,041)	(5.1)	(152,873)	(5.1)	(179,804)	(4.6)
銷售及營銷開支.....	(314,924)	(14.6)	(313,398)	(10.6)	(351,981)	(8.9)
研發開支.....	(87,654)	(4.1)	(125,467)	(4.2)	(123,371)	(3.1)
金融資產減值虧損淨額.....	(16,786)	(0.8)	(4,766)	(0.2)	(24,952)	(0.6)
其他收益.....	19,026	0.9	23,888	0.8	26,971	0.7
其他收益淨額.....	13,626	0.6	32,786	1.1	(39,361)	(1.0)
經營利潤.....	303,753	14.2	492,149	16.5	933,709	23.7
財務收益.....	42,959	2.0	44,147	1.5	40,893	1.0
財務成本.....	(12,263)	(0.6)	(23,070)	(0.8)	(27,347)	(0.7)
財務(成本)/收益淨額.....	30,696	1.4	21,077	0.7	13,546	0.3
除所得稅前利潤.....	334,449	15.6	513,226	17.2	947,255	24.0
所得稅開支.....	(53,971)	(2.5)	(81,964)	(2.7)	(130,932)	(3.3)
年內利潤.....	280,478	13.1	431,262	14.5	816,323	20.7
以下應佔：						
— 本公司擁有人.....	280,478	13.1	431,263	14.5	816,323	20.7
— 非控股權益.....	—	—	(1)	(0.0)	—	—
其他綜合收益/(開支)						
其後期間可重新分類至損益的項目(扣除稅項)：						
海外業務的貨幣換算						
差額.....	(386)	(0.0)	10,836	0.4	(26,178)	(0.7)
年內綜合收益總額.....	280,092	13.1	442,098	14.9	790,145	20.0

收入

於往績記錄期間，我們產生的收入來自(i)電動出行產品、(ii)動力運動及(iii)其他。於2023年、2024年及2025年，我們的收入分別為人民幣2,144.2百萬元、人民幣2,976.6百萬元及人民幣3,941.4百萬元。

概 要

按產品劃分的收入

下表載列我們於所示年度按產品劃分的收入：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
電動出行產品：						
電動低速車	78,500	3.7	812,304	27.3	1,957,465	49.8
電動自行車	164,833	7.7	231,052	7.8	123,875	3.1
電動滑板車	718,092	33.4	600,884	20.1	474,318	12.0
電動平衡車	295,658	13.8	199,012	6.7	178,416	4.5
其他電動出行產品 ⁽¹⁾	21,519	1.0	44,571	1.5	53,185	1.3
小計	1,278,602	59.6	1,887,823	63.4	2,787,259	70.7
動力運動產品：						
全地形車	620,427	29.0	737,818	24.8	754,722	19.1
越野摩托車	122,560	5.7	186,796	6.3	187,881	4.8
小計	742,987	34.7	924,614	31.1	942,603	23.9
其他 ⁽²⁾	122,657	5.7	164,192	5.5	211,568	5.4
總計	2,144,246	100.0	2,976,629	100.0	3,941,430	100.0

附註：

- (1) 其他電動出行產品主要包括電動全地形車及電動越野摩托車，例如GOTRAX K2 ELECTRIC DIRT BIKE及GOTRAX EVEREST ELECTRIC DIRT BIKE
- (2) 其他主要包括配件、頭盔及廢料銷售及租賃收入

毛利及毛利率

於2023年、2024年及2025年，我們的毛利分別為人民幣799.5百萬元、人民幣1,032.0百萬元及人民幣1,626.2百萬元，而我們的毛利率分別為37.3%、34.7%及41.3%。下表載列我們於所示年度按產品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	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
電動出行產品 ⁽¹⁾	503,454	39.4	676,015	35.8	1,278,418	45.9
動力運動 ⁽²⁾	253,626	34.1	303,815	32.9	300,567	31.9
其他 ⁽³⁾	42,426	34.6	52,149	31.8	47,222	22.3
總計	799,506	37.3	1,031,979	34.7	1,626,207	41.3

附註：

- (1) 我們的電動出行產品主要包括電動低速車、電動滑板車、電動平衡車及電動自行車，於往績記錄期間，其毛利率分別介乎約30%至50%、30%至40%、25%至35%及35%至45%。
- (2) 我們的動力運動產品主要包括全地形車及越野摩托車，於往績記錄期間，其毛利率分別介乎約30%至35%及35%至40%。
- (3) 其他主要包括配件、頭盔及廢料銷售及租賃收入

年內利潤

於2023年、2024年及2025年，我們的利潤分別為人民幣280.5百萬元、人民幣431.3百萬元及人民幣816.3百萬元。

概 要

財務狀況表概要

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產總值.....	605,195	1,381,423	2,013,031
流動資產總值.....	3,182,289	3,157,166	3,893,206
非流動負債總額.....	64,424	58,726	145,311
流動負債總額.....	781,228	1,353,353	2,140,348
流動資產淨值.....	2,401,061	1,803,813	1,752,858
資產淨值.....	2,941,832	3,126,510	3,620,578

流動資產淨值

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣2,401.1百萬元減少24.9%至截至2024年12月31日的人民幣1,803.8百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物減少人民幣808.3百萬元，及(ii)貿易應付款項及應付票據增加人民幣271.4百萬元；部分被(i)存貨增加人民幣491.3百萬元，及(ii)流動借款增加人民幣204.9百萬元所抵銷。截至2024年及2025年12月31日以及2026年3月31日，我們的流動資產淨值分別為人民幣1,803.8百萬元、人民幣1,752.9百萬元及人民幣1,891.0百萬元，保持相對穩定。

資產淨值

我們的資產淨值由截至2023年1月1日的人民幣953.7百萬元大幅增加至2023年12月31日的人民幣2,941.8百萬元，主要由於(i)年內利潤人民幣280.5百萬元，(ii)發行普通股所得款項人民幣1,865.2百萬元，及(iii)於其他儲備確認的以股份為基礎的薪酬開支人民幣6.8百萬元；部分被股息人民幣164.0百萬元所抵銷。我們的資產淨值由2024年1月1日的人民幣2,941.8百萬元增加6.3%至2024年12月31日的人民幣3,126.5百萬元，主要由於(i)年內利潤人民幣431.3百萬元及其他全面收益人民幣10.8百萬元，及(ii)以股份為基礎的薪酬開支人民幣14.1百萬元及行使股份期權所得款項人民幣9.9百萬元；部分被(i)根據股份計劃回購股份人民幣63.8百萬元，及(ii)股息人民幣217.7百萬元所抵銷。我們的資產淨值由截至2025年1月1日的人民幣3,126.5百萬元增加15.8%至截至2025年12月31日的人民幣3,620.6百萬元，主要由於(i)年內利潤人民幣816.3百萬元及(ii)於其他儲備確認的以股份為基礎的薪酬開支人民幣7.5百萬元，部分被(i)其他綜合開支人民幣26.2百萬元及(ii)股息人民幣326.5百萬元所抵銷。

概 要

現金流量表概要

下表載列於所示期間合併現金流量表的選定現金流量表資料：

	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
經營活動所得現金淨額	173,694	206,907	750,822
投資活動所用現金淨額	(219,369)	(768,817)	(174,079)
融資活動所得／(所用)現金淨額	1,543,629	(264,492)	(454,612)
現金及現金等價物淨增加／(減少)	1,497,954	(826,402)	122,131
年初現金及現金等價物	142,706	1,649,015	840,755
現金及現金等價物匯率變動的 影響	8,355	18,142	(680)
年末現金及現金等價物	1,649,015	840,755	962,206

風險因素

我們的經營及[編纂]涉及若干風險及不確定因素，包括(i)與我們的業務相關的風險；(ii)與在我們經營所處司法權區開展業務相關的風險；及(iii)與[編纂]相關的風險，均載列於「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請細閱整個章節。我們面臨的部分主要風險，包括但不限於：(i)我們的成功取決於持續創新能力及新產品成功推出，且我們或無法及時預見並應對消費者偏好變化；(ii)我們或會在電動出行產品及動力運動行業面臨激烈競爭；(iii)我們面臨與國際運營、投資及擴展相關的風險及不確定性；(iv)我們的業務或會受全球貿易緊張局勢、反傾銷(「反傾銷」)及反補貼稅(「反補貼稅」)調查的實施以及貿易關稅提高的不利影響；(v)我們面臨外匯風險；(vi)我們可能無法維持快速增長、有效管理擴張或實施業務策略，此或會對我們的經營表現、財務狀況及經營業績產生不利影響；及(vii)我們高度依賴第三方經銷商進行產品銷售及經銷，這對我們的整體成功至關重要。

於深圳證券交易所創業板上市

自2023年3月起，本公司A股於深圳證券交易所創業板上市。截至最後實際可行日期，本公司董事確認，我們在任何重大方面均未有違反深圳證券交易所創業板規則及其他適用中國證券法律及法規的情況，且經董事經作出一切合理查詢後所知，並無就我們於深圳證券交易所創業板的合規記錄須提請[編纂]關注的重大事宜。本公司董事確認及我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未受到中國證券監管部門施加的任何重大行政處罰或監管措施，且我們在所有重大方面均遵守了對我們適用的A股上市的相關法律及法規。基於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對本公司董事有關我們於深圳證券交易所創業板合規記錄的確認存有疑問。

概 要

主要財務比率

下表載列我們於期內或截至所示日期的主要財務比率：

	截至12月31日止年度／截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
回報率			
資產回報率	10.2%	10.4%	15.6%
股本回報率	14.4%	14.2%	24.2%
流動性比率			
流動比率	4.07	2.33	1.82
速動比率	3.16	1.44	1.02
資產負債比率	10.2%	16.0%	28.6%

控股股東

截至最後實際可行日期，曹先生擁有我們已發行股本總額約67.41%的權益，包括(i)其全資擁有的中濤投資所持有的約41.27%及(ii)其直接持有的我們已發行股本總額約26.14%。曹先生的胞妹曹女士擁有我們已發行股本總額約5.6%的權益，包括(i)曹女士作為我們員工持股平台眾久投資的唯一普通合夥人所控制的我們已發行股本總額約3.53%，(ii)其直接持有的我們已發行股本總額約1.38%及(iii)曹女士作為我們員工持股平台眾邦投資的唯一普通合夥人所控制的我們已發行股本總額約0.69%。據此，曹先生、中濤投資、曹女士、眾久投資及眾邦投資構成[編纂]前的控股股東集團。有關本公司控股股東集團之間關係及其於本公司持股的詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構」及「主要股東」章節。

緊隨[編纂]完成後(假設(i)[編纂]未獲行使，(ii)根據2023年受限制股份激勵計劃並無發行新股份及(iii)自最後實際可行日期至[編纂]期間，本公司已發行股本並無其他變動)，曹先生及曹女士將繼續直接及間接(透過中濤投資、眾久投資及眾邦投資)控制本公司經擴大已發行股本約[編纂]的投票權的行使。因此，曹先生、中濤投資、曹女士、眾久投資及眾邦投資將於[編纂]後繼續作為本公司的控股股東集團。

[編纂]

概 要

[編纂]

[編纂]用途

假設[編纂]為每股H股[編纂]（即指示性[編纂]範圍每股H股[編纂]至[編纂]的中位數），在[編纂]未獲行使的情況下，經扣除我們就[編纂]應付的估計[編纂]以及其他費用及開支後，我們估計[編纂][編纂]淨額將約為[編纂]。

我們目前擬將[編纂][編纂]淨額按下文所載金額作以下用途：

- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]，將用於擴大產能，並提升生產基礎設施的智能化水平、效率及全球覆蓋範圍；
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]，將用於豐富及擴充產品與服務組合，並將產品相關智能技術應用於產品；
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]，將用於擴大我們的全球銷售及服務網絡，重點在於提升品牌影響力、客戶忠誠度及區域渠道能力；
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]，將用於償還部分銀行借款；及
- [編纂]淨額的約[編纂]或[編纂]，將用作營運資金及其他一般企業用途。

請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

法律程序

截至最後實際可行日期，除下文所披露者外，我們並無涉及任何針對本公司或任何董事而提起的待決或威脅作出的訴訟、仲裁或行政程序，而此類程序可能對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。詳情請參閱「業務—法律程序及合規—法律程序」。

- **與反傾銷／反補貼稅保證金要求有關的糾紛。**在美國對若干中國原產低速個人交通工具徵收反傾銷／反補貼稅令後，美國海關及邊境保衛局要求就Tao Motor, Inc.

概 要

(「**Tao Motor**」)在相關「緊急情況」追溯期內的若干進口支付合共約9.0百萬美元的估計反傾銷/反補貼稅保證金，其後就相同金額發出預定損害賠償金索償。**Tao Motor**已申請減免，並在美國國際貿易委員會(「**美國國際貿易委員會**」)提起訴訟，質疑美國國際貿易委員會的肯定性損害及緊急情況裁定，而我們相信我們並無立即支付所要求保證金的義務。

- **關稅分類爭議**。Golabs就美國海關及邊境保衛局將若干懸浮滑板從「玩具」重新分類為「其他機動車輛」提出質疑，該重新分類導致產生約1.73百萬美元的評定關稅及第301條關稅。此事宜已根據於2026年3月9日登錄的協議判決正式完結，此後美國海關及邊境保衛局重新清算相關進口報關，此事宜對本集團並無進一步的尚未解決、持續或或有的影響。
- **專利侵權申索**。於2025年1月，Razor USA LLC根據第337條向美國國際貿易委員會提交針對多名應訴人(包括Golabs)的投訴，指控若干GOTRAX品牌電動自平衡車侵犯若干美國實用及設計專利。該美國國際貿易委員會程序並不尋求金錢賠償，而是尋求貿易救濟；Golabs正在為該程序抗辯，設計專利指控已於2025年12月撤回，而截至最後實際可行日期，和解會議尚未召開，且該案件仍處於委員會的審查中。

股息

根據中國法律法規(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(2025年修訂)》)及組織章程細則，在任何三個連續年度內，我們以現金形式累計分配的利潤應不少於該三年實現的年均可分配利潤的30%。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無預設股息派付比率。具體分紅比例由董事會根據相關規定及我們的經營情況擬定，並經股東大會審議決定。本公司董事會須考慮整體行業狀況、發展階段、商業模式、盈利能力以及我們是否有任何重大資本開支安排。根據我們的組織章程細則，在分派現金股息的情況下，倘我們處於成熟發展階段且無重大資本開支安排，相關利潤分配中的現金股息比例一般不得低於80%；倘我們處於成熟發展階段且有重大資本開支安排，則不得低於40%；倘我們處於成長階段且有重大資本開支安排，則不得低於20%。於2023年、2024年及2025年，我們向股東宣派的股息分別為人民幣164.0百萬元、人民幣217.7百萬元及人民幣326.5百萬元。於2026年4月，我們宣派股息人民幣163.6百萬元，該款項已於2026年5月悉數支付。

未來的利潤分配可以採用現金股息、股票股息或現金股息與股票股息相結合的形式進行。任何擬定股息分配均須由董事會酌情決定及經股東大會批准。董事會可於考慮我們的經營業績、財務狀況、營運需求、資本需求、股東利益以及董事會可能認為相關的任何其他條件後，建議未來進行股息分配。據我們的中國法律顧問所告知，根據適用的中國法律及我們的組織章程細則，任何未來淨利潤須首先用於彌補累計虧損(如有)，其後我們須將稅後利潤的10%撥至法定儲備基金，直至該基金達到我們註冊資本的50%或以上。因此，我們僅可在累計虧損(如有)獲彌補及法定儲備基金獲按要要求撥備後，方可宣派股息。概不保證在任何年度將宣派或分派任何金額的股息。

概 要

[編纂]開支

[編纂]開支指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]及其他費用。假設[編纂]未獲行使且基於[編纂]為每[編纂][編纂][編纂]（即指示性[編纂]的中位數），我們應承擔的[編纂]開支估計約為[編纂]（[編纂]），包括：(i)[編纂]費用[編纂]（[編纂]）；及(ii)[編纂]開支[編纂]（[編纂]），該等開支進一步分類為：(a)法律顧問及會計師的費用及開支[編纂]（[編纂]）；及(b)其他費用及開支[編纂]（[編纂]），其中約[編纂]（[編纂]）已計入或預期將計入我們的合併損益表，及約[編纂]（[編纂]）預期將於[編纂]完成後自權益中扣除。於往績記錄期間，我們產生的[編纂]開支為[編纂]（[編纂]），其中[編纂]（[編纂]）於我們的合併損益表中確認，而[編纂]（[編纂]）則歸屬於[編纂][編纂]，並將於[編纂]後自權益中扣除。[編纂]開支估計約佔[編纂][編纂]總額的[編纂]，假設[編纂]為每[編纂][編纂][編纂]（即指示性[編纂]的中位數）且[編纂]未獲行使。以上[編纂]開支為最後實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與此估計有所不同。

近期發展

美國關稅動態

於2026年2月20日，美國最高法院在Learning Resources, Inc.訴特朗普案中裁定，《國際緊急經濟權力法》（簡稱「IEEPA」）並未授權特朗普政府徵收廣泛性關稅，包括該訴訟中質疑的對等關稅及若干與毒品販運相關的關稅。於該裁決後，2026年3月4日，美國國際貿易法院在Atmus Filtration, Inc.訴美國案中，命令美國海關及邊境保衛局（簡稱「CBP」）在不徵收基於《國際緊急經濟權力法》的關稅的情況下清算相關進口報關，並退還先前已徵收的關稅；於2026年3月6日，該法院修訂該命令，取消立即遵行的要求，待美國海關及邊境保衛局制定退款程序。因此，我們可能申請退還於2025年支付的相關基於《國際緊急經濟權力法》的關稅，惟須遵守適用程序及相關退款程序的最終實施情況。

截至2026年3月31日止三個月的未經審計財務資料概要

我們是在深圳證券交易所上市的公眾公司，已根據相關中國證券法律法規披露截至2026年3月31日止三個月及該期間的未經審計財務資料。我們的未經審計中期簡明合併財務資料已由我們的申報會計師審閱，請參閱「附錄一A—未經審計中期簡明合併財務資料」。

收入

我們的收入由截至2025年3月31日止三個月的人民幣639.3百萬元增加65.7%至截至2026年3月31日止三個月的人民幣1,059.0百萬元，主要由於來自美國的收入增加人民幣273.0百萬元，這主要是受我們的電動出行（特別是電動低速車）產品業務持續擴張所帶動，原因是我們透過推出TEKO品牌，進一步擴大了現有DENAGO品牌的品牌覆蓋範圍，並透過推出新車型擴充了我們的產品組合，例如於2026年1月推出的TEKO Triumph及於2026年3月推出的TEKO Turbo Lite。

概 要

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2025年3月31日止三個月的人民幣235.6百萬元增加82.9%至截至2026年3月31日止三個月的人民幣430.9百萬元。於相同期間，我們的毛利率由36.9%增至40.7%，主要由於(i)我們毛利率較高的電動低速車產品持續擴張導致產品組合發生變化，及(ii)我們持續致力透過推進我們在越南及美國的製造基地來優化我們的生產能力。

淨利潤

我們的淨利潤由截至2025年3月31日止三個月的人民幣86.2百萬元增加104.5%至截至2026年3月31日止三個月的人民幣176.3百萬元。

總資產及總負債

我們的總資產於2025年12月31日及2026年3月31日分別保持相對穩定，為人民幣5,906.2百萬元及人民幣6,018.7百萬元。我們的總負債於2025年12月31日及2026年3月31日分別保持相對穩定，為人民幣2,285.7百萬元及人民幣2,239.9百萬元。

經營活動所得現金流量淨額

截至2026年3月31日止三個月，我們錄得經營活動所得現金淨額人民幣250.8百萬元，主要指除所得稅前利潤人民幣211.8百萬元，並經以下各項調整(i)非現金及非經營項目，主要包括(a)折舊及攤銷人民幣43.2百萬元；(b)匯兌虧損淨額人民幣28.9百萬元；(c)財務成本人民幣20.5百萬元；部分被利息收入人民幣4.7百萬元及處置衍生金融工具的收益淨額人民幣1.2百萬元所抵銷；及(ii)營運資金變動，主要包括應收款項減少人民幣82.4百萬元，部分被存貨增加人民幣128.3百萬元所抵銷。

無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，自2025年12月31日以來，我們的財務或經營狀況並無重大不利變動，且自2025年12月31日以來並無發生任何會對本文件附錄一會計師報告中的財務報表所示資料產生重大影響的事件。

在受國際制裁地區的業務活動

我們的海外業務營運受包括相關司法權區在內的各個主管部門實施的國際制裁管轄。即便如此，根據我們的國際制裁法律顧問的意見，於往績記錄期間，我們並未進行任何主要受制裁活動或次級可制裁活動，且我們及我們的任何子公司均未被指定為受制裁目標或被視為受制裁交易方。

於往績記錄期間，我們錄得對位於俄羅斯的若干客戶的銷售。所有該等客戶均經過篩查並確認未列於任何適用的制裁名單，亦非由受制裁目標擁有或控制。於往績記錄期間，我們對位於俄羅斯客戶的銷售額於2023年、2024年及2025年分別約為人民幣112.9百萬元、人民幣100.3百萬元及人民幣46.6百萬元，分別佔我們相應年度總收入的約5.3%、3.4%及1.2%。我們於往績記錄期間向位於俄羅斯的10名、10名及11名客戶銷售產品。該等銷售並未構成我們收入的重大部分，且該等銷售幾乎全屬基於訂單的交易，而非經常性或長期合約安排。