

摘要

本概要旨在向您提供本文件所載資料的概述，且其全文應與本文件他處更詳細的資料及財務資料結合閱讀。由於此僅為概要，其並不包含可能對您而言重要的所有資料，且我們敦促您在做出[編纂]決定前仔細閱讀整份文件。任何[編纂]均伴隨風險。投資[編纂]的一些特定風險已在本文件中標題為「風險因素」的章節中列出。在您決定投資[編纂]之前，您應仔細閱讀該章節。

概述

我們是中國領先的地板產品提供商，更是全球市場的領導者。自成立以來，秉承關注客戶需求的理念，我們持續致力於產品創新與技術升級。憑藉能夠快速適應不斷演變的市場偏好的柔性智造能力，以及廣泛的全球銷售及營銷網絡，我們向全球消費者提供具備可持續性、安全與健康價值，以及科技與美學價值的地板產品。

我們提供廣泛的PVC及木地板產品組合，用於廣泛的終端應用場景，包括住宅、商業、綜合或專業化應用。在業績記錄期內，我們的產品銷往包括美國、加拿大、澳大利亞、歐洲各國等全球128個國家及地區。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年北美PVC地板產品銷量計，我們在中國PVC地板提供商中排名第一，且按2025年亞洲對北美及歐洲的出口量計，我們在中國SPC地板提供商中排名第一。按2025年出口量計，我們在中國強化地板提供商中亦排名第一。

下圖展示了我們的主要成就：



1. 根據弗若斯特沙利文資料，按2025年中國PVC地板供應商於北美的銷售量計。
2. 根據弗若斯特沙利文資料，按2025年中國SPC地板供應商對北美和歐洲的亞洲出口量計。
3. 根據弗若斯特沙利文資料，按2025年中國強化地板供應商出口量計。
4. 截至2025年12月31日。

摘 要

我們相信，我們已做好充分準備，以捕捉地板行業的未來增長機遇，特別是我們的主要產品類別PVC地板產品的全球市場的預期擴張。根據弗若斯特沙利文的資料，按製造商收入計，全球PVC地板市場預計將從2025年的352億美元增加至2030年的489億美元，期間複合年增長率約為6.8%。此外，據觀察，全球消費者越來越偏好在美學價值、性能、技術標準及設計吸引力方面能滿足高度多樣化需求的地板產品。我們智能及靈活的製造能力以及對消費者需求的敏捷響應提供定製產品方面的成功往績記錄，以及高效的全球交付能力，使我們從同行中脫穎而出，從而受惠於不斷演變的行業動態。

在業績記錄期內，我們的財務業績實現了穩步增長。我們的收入從2023年的人民幣2,297.6百萬元增加到2024年的人民幣2,356.3百萬元，並進一步增加到2025年的人民幣2,530.5百萬元，在同一時期的複合年增長率為4.9%。在2025年，我們的毛利率和淨利率分別為25.4%和9.5%，且我們的淨資產回報率達到了26.8%。

我們的競爭優勢

我們相信我們擁有以下競爭優勢：

- 全球的客戶基礎和持續的市場擴張能力；
- 由我們的市場洞察和研發系統所驅動的定制化開發和持續創新能力；
- 我們建立了一個由全面質量認證體系支持的多元化產品矩陣；
- 透過全球智造柔性化佈局實現高效交付及有效的成本控制；以及
- 核心管理團隊經驗豐富，並由務實且注重執行力的企業文化所驅動。

請參閱本文件中「業務－我們的優勢」章節。

我們的業務戰略

我們計劃實施以下戰略：

- 深化我們的全球佈局並鞏固我們的市場領導地位；
- 擴大我們的產品組合並增強我們的製造和運營能力；
- 持續加強產品創新；
- 加強品牌建設以提升我們的全球品牌影響力；以及
- 加強人才培養以支持高質量的可持續發展

請參閱本文件中「業務－我們的戰略」章節

我們的業務模式

我們主要採用原始設計製造（「ODM」）模式同時輔以原品牌製造（「OBM」）模式運營，使我們能夠利用多樣化的市場機遇。在管理我們的ODM業務時，我們根據客戶特定要求，獨立設計開發，以此製造和銷售定製產品。在管理我們的OBM產品，主要包括「BBL／**BBL**」、「貝爾地板／**贝尔地板**」、「IBF／**IBF**」及「IBF全品／**IBF全品**」。我們受惠於這種雙管齊下的業務運營，能夠有效識別及把握來自具有多樣化定價及／或產品偏好的不同地域

摘 要

市場或消費者的業務機遇，同時使我們的產品設計、技術研發及製造工藝與具有強大全球影響力的海外客戶的嚴格要求持續保持一致。下表載列我們於所示年度按ODM及OBM模式劃分的總收入明細：

	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	%
ODM	1,765,829	76.9	1,963,396	83.3	2,223,398	87.9
OBM	531,800	23.1	392,872	16.7	307,150	12.1
總計	2,297,629	100.0	2,356,268	100.0	2,530,548	100.0

請參閱「業務－我們的業務模式」章節。

我們的產品

在業績記錄期內，我們的收入主要來自製造及銷售(i)PVC地板產品，主要為SPC、WPC及LVT地板產品，以及(ii)木地板產品，主要為強化及實木複合地板產品。該等產品廣泛應用於住宅、商業及辦公環境，具有環保、耐用及美觀等特點。我們多元化的產品組合旨在滿足廣泛的應用場景及消費者需求，涵蓋大眾市場、高端及超高端產品類別的不同細分市場及消費群體。下表載列我們於所示年度按主要產品劃分的總收入明細：

	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	%
PVC地板產品	1,476,569	64.3	1,692,999	71.9	1,985,521	78.4
－SPC地板產品	1,303,960	56.8	1,494,314	63.4	1,719,458	67.9
－WPC地板產品	100,204	4.4	95,485	4.1	150,339	5.9
－LVT地板產品	72,405	3.1	103,200	4.4	115,724	4.6
木地板產品	718,963	31.3	585,967	24.8	477,123	18.9
－強化地板產品	377,414	16.4	387,455	16.4	335,681	13.3
－實木複合地板產品	341,549	14.9	198,512	8.4	141,442	5.6
其他*	102,097	4.4	77,302	3.3	67,904	2.7
總計	2,297,629	100.0	2,356,268	100.0	2,530,548	100.0

附註：*其他主要包括配件、牆板及其他地板產品。

我們的產品可廣泛應用於各種應用場景：

摘要



住宅



高端住宅物業



公寓



酒店



老年護理中心



藝術中心



學校



醫療診所



體育館

下表載列我們於所示年度按主要產品劃分的銷量及平均售價明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	百萬平方米	人民幣／ 平方米	百萬平方米	人民幣／ 平方米	百萬平方米	人民幣／ 平方米
PVC地板產品						
SPC地板產品	22.4	58.2	25.6	58.4	31.0	55.4
WPC地板產品	1.2	81.6	1.1	89.7	1.6	94.1
LVT地板產品	1.9	37.2	2.7	38.6	3.0	38.0
木地板產品						
強化地板產品	7.5	50.2	7.8	49.4	6.8	49.6
實木複合地板產品	3.4	100.2	2.1	95.2	1.3	106.2

請參閱本文件「業務－我們的產品」。

摘 要

研發及設計

我們相信，我們對研發及設計的投入是增長與戰略的基石，也是我們競爭優勢的關鍵驅動力。於2023年、2024年及2025年，我們產生的研發開支分別為人民幣51.7百萬元、人民幣50.8百萬元及人民幣53.0百萬元，分別佔我們同年總收入的2.3%、2.2%及2.1%。有關我們的研發開支明細，請參閱本文件「財務資料－若干綜合損益及其他全面收益表說明－研發開支」。

請參閱本文件「業務－研發及設計」。

生產

於業績記錄期，我們於中國常州（與我們總部位於同一地址）及越南廣寧的生產基地生產我們的產品。截至2025年12月31日，我們於中國常州及越南廣寧的生產設施建築面積分別約為91,000平方米及70,000平方米，並配備行業領先的生產設備。

我們在地板行業較早建立海外生產基地，使我們能夠在跨區域產能佈局方面積累豐富經驗，靈活配置生產資源，並增強我們供應鏈的韌性及市場競爭力。

請參閱本文件「業務－生產」。

銷售及營銷

我們主要按ODM業務模式經營，並以我們的OBM業務為輔。在業績記錄期內，我們的ODM銷售主要面向海外市場。我們的主要ODM客戶包括知名的國際及區域品牌商及零售商。在ODM業務中，我們主要採用直銷模式，並與地板品牌商建立了長期穩定的合作關係。我們已通過直銷及經銷商建立了一個覆蓋中國內地20多個城市的OBM產品綜合銷售及服務網絡。此外，我們通過批發商實現我們OBM產品的銷售。

截至2025年12月31日，我們的銷售和市場團隊由189名成員組成，具有區域總監、經理、主管及專員的層級結構。我們主要招聘具有相關背景和工作經驗的銷售和市場人員。我們為新招聘的銷售和市場人員提供定期培訓，以提升其產品知識、行業知識和銷售技能。我們還組建了一支精通外貿的專業銷售和市場團隊，駐紮在美國、歐洲和加拿大，負責監管理我們的產品海外銷售，並實施區域管理策略以進一步推動海外分銷。

我們的客戶

我們的主要客戶主要包括地板品牌商和零售商。於2023年、2024年及2025年，我們在業績記錄期內各期間的五大客戶分別佔我們同年總收入的46.6 %、39.0%及38.9%。此外，我們在業績記錄期內各年度的最大單一客戶分別佔我們同年總收入的31.9%、28.6%及29.2%。據我們的董事了解，在業績記錄期內，我們的所有五大客戶均為獨立第三方。我們的任何董事、彼等各自的聯繫人或據我們的董事所知截至最後實際可行日期擁有我們已發行股本5%以上的任何股東，概無在業績記錄期內對我們的任何五大客戶擁有任何權益。

摘 要

我們的供應商

我們的主要供應商主要包括原材料及輔料供應商、收取專利權費的公司、報關公司及物流公司。於2023年、2024年及2025年，我們在業績記錄期內各年度的五大供應商分別佔我們同期總採購額的24.1%、25.4%、26.6%。此外，我們在業績記錄期內各年度的最大單一供應商分別佔我們同年總採購額的5.8%、6.4%及6.8%。據我們的董事所深知，在業績記錄期內，我們的所有五大供應商均為獨立第三方。我們的任何董事、彼等各自的聯繫人或據我們的董事所知截至最後實際可行日期擁有我們已發行股本5%以上的任何股東，概無在業績記錄期內對我們的任何五大供應商擁有任何權益。

歷史財務信息

下表載列我們自業績記錄期綜合財務信息中提取的財務數據摘要，該等信息摘自本文件附錄一所載的會計師報告。下文載列的財務數據摘要應與本文件中的財務報表（包括相關附註）一併閱讀，並受其全文規限。

綜合損益及其他全面收益表摘要

	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.....	2,297,629	2,356,268	2,530,548
銷售成本.....	(1,738,224)	(1,773,456)	(1,888,090)
毛利.....	559,405	582,812	642,458
其他收入及收益.....	34,541	49,413	31,602
銷售及分銷開支.....	(196,316)	(214,752)	(272,505)
行政開支.....	(70,858)	(75,297)	(74,596)
研發開支.....	(51,719)	(50,837)	(53,012)
金融資產及合同資產（減值損失）／ 減值損失撥回淨額.....	(27,167)	(36,598)	6,553
其他開支.....	(15,194)	(2,039)	(19,110)
財務成本.....	(2,656)	(1,964)	(2,660)
稅前利潤.....	230,036	250,738	258,730
所得稅開支.....	(32,766)	(27,081)	(19,398)
年內利潤.....	197,270	223,657	239,332

收入

在業績記錄期內，我們的收入主要來自銷售PVC地板產品及木地板產品。下表載列我們在所示年度按主要產品劃分的收入明細（以絕對金額及佔我們總收入的百分比呈列）：

摘 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	%
PVC地板產品	1,476,569	64.3	1,692,999	71.9	1,985,521	78.4
SPC地板產品	1,303,960	56.8	1,494,314	63.4	1,719,458	67.9
WPC地板產品	100,204	4.4	95,485	4.1	150,339	5.9
LVT地板產品	72,405	3.1	103,200	4.4	115,724	4.6
木地板產品	718,963	31.3	585,967	24.8	477,123	18.9
強化地板產品	377,414	16.4	387,455	16.4	335,681	13.3
實木複合地板產品 ..	341,549	14.9	198,512	8.4	141,442	5.6
其他	102,097	4.4	77,302	3.3	67,904	2.7
總計	2,297,629	100.0	2,356,268	100.0	2,530,548	100.0

在業績記錄期內，我們的收入來自北美、歐洲、中國內地以及其他地區。其中，我們的大部分收入來自北美，於2023年、2024年及2025年，該地區產生的收入分別佔我們總收入的60.6%、61.4%及69.6%。

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559.4百萬元、人民幣582.8百萬元及人民幣642.5百萬元，同年的毛利率分別為24.3%、24.7%及25.4%。下表載列我們於所示年度按產品類型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	%
PVC地板產品	424,331	28.7	462,383	27.3	553,931	27.9
木地板產品	116,611	16.2	105,681	18.0	72,870	15.3
其他	18,463	18.1	14,748	19.1	15,657	23.1
總計	559,405	24.3	582,812	24.7	642,458	25.4

綜合財務狀況表摘要

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表的選定信息，該等信息摘自本文件附錄一所載的會計師報告：

摘 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
非流動資產總額	418,405	536,919	686,953
流動資產總額	1,545,266	1,580,551	1,535,218
資產總額	1,963,671	2,117,470	2,222,171
流動負債總額	1,340,078	1,302,035	1,211,288
非流動負債總額	17,883	18,376	24,090
負債總額	1,357,961	1,320,411	1,235,378
流動資產淨值	205,188	278,516	323,930
資產總額減流動負債	623,593	815,435	1,010,883
資產淨值	605,710	797,059	986,793

請參閱「財務資料－綜合財務狀況表若干選定項目討論」。

綜合現金流量表摘要

下表載列我們於所示年度的現金流量：

	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
經營活動產生的現金淨額	202,606	254,744	145,457
投資活動使用的現金淨額	(120,068)	(117,165)	(87,531)
融資活動產生／（使用）的			
現金淨額	(57,953)	11,144	(84,627)
現金及現金等價物			
增加／（減少）淨額	24,585	148,723	(26,701)
外匯匯率變動的影響淨額	1,835	1,627	(3,968)
年初現金及現金等價物	158,275	184,695	335,045
年末現金及現金等價物	184,695	335,045	304,376

進一步詳情請參閱「財務資料－現金流量」。

關鍵財務比率

下表載列我們於所示期間或截至所示日期的關鍵財務比率：

摘 要

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
流動比率 ⁽¹⁾	1.15	1.21	1.27
速動比率 ⁽²⁾	0.88	0.95	0.98
淨利潤率 ⁽³⁾	8.6%	9.5%	9.5%
經調整利潤率 ⁽⁴⁾	8.6%	9.5%	9.5%
總資產回報率 ⁽⁵⁾	11.6%	11.0%	11.0%
淨資產回報率 ⁽⁶⁾	38.9%	31.9%	26.8%

附註：

- (1) 流動比率指流動資產除以同日的流動負債。
- (2) 速動比率指流動資產減存貨，除以同日的流動負債總額。
- (3) 淨利潤率按給定期間的淨利潤除以收入計算。
- (4) 經調整利潤率按給定期間的經調整利潤（非國際財務報告準則計量指標）除以收入計算。
- (5) 總資產回報率等於年內淨利潤（2023年、2024年及2025年按實際基準）除以同年總資產的期初及期末餘額平均值並乘以100%。
- (6) 淨資產回報率等於年內淨利潤（2023年、2024年及2025年按實際基準）除以同年總權益的期初及期末餘額平均值並乘以100%。

競爭格局

我們主要參與全球PVC地板市場。中國PVC地板製造商的競爭格局相對分散，市場參與者既有具備綜合生產能力的大型出口導向型製造商，也有專注於特定產品類別的小型製造商。競爭主要受產品組合廣度、製造規模、產品開發能力、質量控制、成本效率、交付穩定性以及服務海外品牌商、建材零售商及經銷商的能力所影響。

全球PVC地板市場的市場規模由2021年的269億美元增加至2025年的約352億美元，複合年增長率約為7.0%，並預計於2030年將達到約489億美元，2025年至2030年的複合年增長率約為6.8%。於2025年，中國前五大PVC地板製造商的海外收入總額達到約人民幣126億元，佔全球PVC地板市場約5.2%。北美為全球最大且最成熟的PVC地板市場。按北美PVC地板產品的銷量計，我們於2025年以約26.3百萬平方米的銷量排名第一，市場份額約為1.7%。

請參閱本文件「行業概況」。

風險因素

[編纂]我們的股份涉及若干風險。關於風險因素的詳細討論載於「風險因素」一節。主要風險因素的摘要載列如下。下列任何事態發展均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響：

- 若我們未能及時引入新技術及推出新產品以應對行業趨勢、下游需求及技術進步，可能對我們的業務運營及財務表現產生不利影響。
- 下游行業對我們產品的市場需求波動，可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

摘 要

- 我們面臨競爭，並預計未來將繼續面臨競爭。如果我們未能有效競爭，我們的業務、前景、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。
- 我們的業務受制於海外市場運營中涉及的法律、監管、政治、經濟、商業及其他風險，包括因貿易緊張、關稅措施或其他貿易相關限制產生的風險。
- 我們的成功依賴於與客戶之間穩固且穩定的關係。如果我們未能實現客戶基礎多元化，或與該等客戶關係出現任何中斷，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。
- 我們已投入並計劃繼續投入研發，但這些努力可能無法產生預期成果。
- 我們產品質量或性能的任何問題均可能導致收入損失、潛在索賠、法律責任及聲譽損害。
- 我們的歷史業績可能不代表或保證未來取得類似結果，任何未能實現預期未來業績的情況均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。
- 我們面臨與全球化營運相關的風險，且隨著我們繼續擴大海外業務，我們將繼續面臨該等風險。
- 主要原材料價格波動或供應短缺，可能對我們的生產成本、毛利率及經營業績構成不利影響。

在決定投資[編纂]前，閣下應閱讀本文件「風險因素」的整節內容。

股息

在業績記錄期內，我們派付的股息分別為零、人民幣30.0百萬元及人民幣30.0百萬元。請參閱本文件附錄一會計師報告附註12。

根據我們的公司章程，我們的董事會未來在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可用性以及其屆時認為相關的其他因素後，可宣派股息。截至最新可行日期，我們並無正式的股息政策或固定的股息分配比率。任何股息的宣派及派付以及金額將受限於我們的組織章程文件、適用的中國法律以及我們股東的批准。我們可能向我們的股東派發董事會認為適當的中期或年度股息，這取決於我們的董事根據我們的公司章程以及中國和香港的適用法律及法規行使的酌情權。

我們未來的股息宣派可能與我們歷史的股息宣派不一致，並將須經我們的股東批准。請參閱「風險因素－與[編纂]相關的風險－我們不能保證未來會宣派及分派任何股息。」。

我們的控股股東

根據張女士與張國紅先生（「張先生」）（即一致行動人士）於2022年11月22日訂立的一致行動協議，一致行動人士同意就所有需要董事會及／或股東批准的事項達成共識，並在董事會及股東大會上就該等事項以相同方式投票。一致行動人士進一步同意，倘彼等無法就任何該等事項達成共識，張先生須尊重張女士的決定，並按張女士的意向投票。截至

摘 要

最新可行日期，一致行動人士（作為本公司的控股股東成員）有權共同行使本公司合共約91.40%的投票權。詳情請參閱本文件「歷史、發展及公司架構——一致行動協議」及「與控股股東的關係」。

[編纂]投資

截至最新可行日期，我們已完成[編纂]投資。[編纂]總額約為人民幣[編纂]。請參閱本文件「歷史、發展及公司架構——[編纂]」。

[編纂]統計數據

[編纂]

未來計劃及[編纂]

我們估計，假設[編纂]為每股H股[編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的[編纂]），經扣除我們與[編纂]有關的應付[編纂]、[編纂]及估計開支，並假設[編纂]未獲行使，[編纂][編纂]將約為[編纂][編纂]港元。

- 約[編纂]%（或[編纂]港元）將用於智造柔性化生產線解決方案的研發及我們現有國內生產線的柔性升級，旨在建立可複製的智能化生產線建設解決方案並提升我們的生產效率。通過實施更智能化及自動化的生產線，我們計劃提高我們的生產柔性及產品良品率。
- [編纂]中約[編纂]%（或[編纂]港元）將用於不斷加強我們在產品花紋、紋理及材料方面的研發與創新能力，豐富我們的產品組合，並攻克關鍵技術瓶頸，以順應行業向環保、功能化及智能化產品與解決方案發展的趨勢。
- 約[編纂]%（或[編纂]港元）將用於品牌推廣及全球營銷中心的建設，旨在提升我們品牌的全球影響力及認可度。
- 約[編纂]%（或[編纂]港元）將用於建立及加強我們的全球供應鏈體系，包括開發服務於全球客戶的供應鏈管理平台，旨在提升我們的全球品牌影響力並使我們能夠及時響應客戶需求。

摘 要

- [編纂]中約[編纂]%（或[編纂]港元）將用於對上下游供應鏈參與者進行戰略性收購及投資，或與之建立合資企業。
- [編纂]中約[編纂]%（或[編纂]港元）將用作一般企業用途及營運資金。

有關我們未來計劃及[編纂][編纂]的進一步信息，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」。

[編纂]

我們的[編纂]指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。假設[編纂]為每股H股[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的[編纂]），我們估計[編纂]的[編纂]總額約為[編纂]港元，佔[編纂][編纂]的約[編纂]%（假設概無根據[編纂]發行H股），其中約[編纂]港元預計將計入我們的綜合損益表，而約[編纂]港元預計將於[編纂]完成後列作權益扣減。

上述開支包括：(i)[編纂]相關開支（包括[編纂]佣金及其他開支）約[編纂]港元；及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]港元，包括(a)已付及應付法律顧問及申報會計師的費用約[編纂]港元，以及(b)其他費用及開支約[編纂]港元。上述[編纂]為最新實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與該估計有所出入。

於業績記錄期間，我們並未產生任何與[編纂]相關的[編纂]。

近期發展及無重大不利變動

自2025年12月31日以來，我們一直保持穩定的業務營運及發展。基於目前可得資料並受不斷變化的行業狀況影響，我們未來期間的財務表現可能會受到外匯波動及原材料成本上升的不利影響。

除上文所述者外，我們的董事確認，截至本文件日期，自2025年12月31日（即編製本公司最新經審計綜合財務信息的日期）以來，我們的財務或交易狀況並無重大不利變動，且自2025年12月31日以來亦無發生任何會重大影響本文件附錄一會計師報告所載我們綜合財務報表中所示信息的事件。