

業 務

概覽

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。憑藉我們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。

業 務

我們圍繞全球客戶需求構建了以「客戶全球化、產品定制化、智造柔性化」為核心的一體化運營模式，在此基礎上形成了與全球市場需求變化高度協同的產品研發、設計、生產及交付能力。依託覆蓋全球主要市場的優質客戶資源，我們能夠持續把握不同國家和地區市場在設計審美、功能需求及應用場景等方面的變化趨勢，並熟悉各主要市場適用的行業標準及環保要求。我們高度重視技術研發、產品設計及量產的整合。這種一體化方法對於我們提供具成本效益的產品解決方案的能力至關重要，儘管我們在設計、技術標準、性能規格及審美偏好方面面臨跨多個產品類別的複雜及高度多樣化的要求。我們的產品設計專業人員與我們的製造人員及營銷團隊緊密合作，以基於準確的市場理解及有效的協調確保快速響應的客戶互動。這種合作亦使我們能夠利用全球整合的供應鏈資源，以具成本效益的方式進行原型驗證及隨後的量產。同時，在我們的跨職能協調框架內，來自客戶及終端市場的反饋可獲得及時分析，以支持高效決策。

因此，我們能夠不斷提升我們綜合業務模式的運營效率，而我們積累的成功先例進一步鞏固了我們的競爭優勢。

我們具備全球化銷售網絡、持續的產品創新及定制能力，以及我們的智造柔性化體系。此外，我們這些能力與全球地板行業（尤其是PVC地板行業）的發展趨勢及市場需求保持高度契合，並使我們能夠把握相關增長機遇。近年來，全球終端市場需求逐步向兼具空間設計美感、環保可持續性、功能性能及設計定制化特徵的產品方向發展，推動地板材料市場持續向多元化及應用場景細分化方向演進。該等市場趨勢亦使行業內供應商進一步分化，具備較強客戶響應能力、持續產品創新能力及高效全球交付能力的企業更有望受益於行業發展。根據弗若斯特沙利文報告，按零售銷售總額計，全球PVC地板材料市場規模預計將由2025年的352億美元增長至2030年的489億美元，年均複合增長率約為6.8%。在行業持續擴容及市場需求持續演進的背景下，我們有望進一步擴大市場份額並實現業務持續增長。

我們採用以原設計製造商（「ODM」）模式為主，原創品牌製造商（「OBM」）模式為輔的商業模式。我們的ODM業務主要面向海外客戶提供定制化產品。我們的主要客戶為全球知名裝飾材料品牌及零售商客戶，我們為其提供從需求理解、產品設計、研發打樣、生產製造到質量控制及全球交付的綜合解決方案。特別地，我們在與客戶的合作過程中，深度參與客戶新品開發與供應鏈協同，能夠根據不同客戶的品牌定位、所在的區域市場特點、終端使用場景、合規要求、交付時間要求等不同需求，定製產品開發、智造柔性化及交付解決方案。我們依託柔性產能、中國及越南生產佈局、高效交付、快速響應與嚴格質量管控能力，與全球客戶建立了長期穩固的合作關係。此外，針對我們的OBM業務模式，我們已通

業 務

過直銷和經銷，在中國內地超過20個城市建立了一個覆蓋自有品牌產品的綜合性銷售與服務網絡。同時，我們也通過批發商開展了自有品牌產品的海外銷售。於2023年、2024年、及2025年，我們的海外收入佔比分別達78.3%、86.7%及91.2%，其中，北美市場收入佔比分別達60.6%、61.4%及69.6%，歐洲市場佔比10.6%、14.1%及12.8%。

自我們成立以來，我們一直致力於持續的研發及產品設計，以推動我們的業務增長及競爭力提升。截至2025年12月31日，我們已建立了一支由98名員工組成的研發團隊，他們在開發先進複合材料、環保製造工藝及能很好地服務於不同產品設計、開發。我們將我們的研發及設計中心戰略性地佈局於中國常州、美國及越南，以有效利用各自區域在研究全球審美偏好及設計趨勢、先進製造技術及最新材料開發方面具有差異化優勢的人才庫。截至2025年12月31日，我們擁有147項專利、39項商標、41項版權及10個域名。

在業績記錄期內，我們實現了持續穩步增長。我們的收入由2023年的人民幣2,297.6百萬元增長至2024年的人民幣2,356.3百萬元，並進一步增長至2025年的人民幣2,530.5百萬元，實現年複合增長率4.9%。同時，依託我們高效的開發迭代效率、豐富的產品體系和全球化精益生產佈局，我們保持了強勁的利潤表現。2025年毛利率和淨利率分別實現25.4%和9.5%，並實現淨資產收益率26.8%。

我們的優勢

全球的客戶基礎及持續的市場拓展能力

在業績記錄期內，我們的產品已銷往全球128個國家和地區，包括美國、加拿大、澳大利亞以及多個歐洲國家。我們積累了高質量的全球客戶群。這得益於我們對不同區域市場的深刻理解。我們能夠將差異化客戶需求轉化為定制化產品開發，並依託智造柔性化體系、高效響應機制及穩定交付能力，實現對客戶需求的快速落地與滿足。

在海外市場，我們已與全球知名的地板材料及裝飾建材品牌商和零售商建立了長期穩定的合作關係，其中包括按2025年收入計的全球最大地板生產商、按2025年收入計的北美最大的地板及分銷商之一，以及遍佈多個國際市場的眾多成熟國際及區域地板及建材供應商。在中國市場，我們主要通過OBM模式運營，銷售自有品牌產品，同時持續優化國內分銷網絡，並進一步發展與優質客戶的合作。

我們的全球化客戶通常對供應商設置嚴格的准入標準，供應商需經過涵蓋產品質量、規模化生產能力、持續研發創新能力、定制化響應能力、國際認證體系及長期穩定交付能力等多維度的嚴格認證與驗證程序，方可進入其合格供應商體系。憑藉我們全球銷售網絡、持續的產品創新及定制能力，以及我們的智造柔性化系統，我們已在前期成功通過大量全球客戶嚴格且長期的供應商驗證，建立了廣泛的全球客戶基礎。由於相關認證週期較長、驗證門檻較高，而具備環保性能、產品品質及穩定規模化供應能力的優質地板材料供應商相對有限，在完成認證並形成穩定合作關係後，客戶通常不會輕易更換長期合作的合格供應商，除非發生重大違約或質量問題。因此，我們前期積累的全球客戶認證及合作基礎進

業 務

一步轉化為長期穩定的客戶資源優勢及較強的客戶黏性。因此，我們具備較強的客戶黏性及持續性業務來源。在業績記錄期，我們50大客戶在各年度均貢獻超過65%的收入，該等客戶的留存率*超過94%。

在拓展新客戶方面，我們基於完善的業務方法論及技術能力體系，構建了可標準化執行的運營機制，使業務模式能夠適配不同區域客戶及多元應用場景，實現執行方案的高效複製與快速落地，並在此基礎上持續提升我們在不同市場的適配能力與拓展效率，支持持續獲客。同時，我們通過品牌建設及多渠道市場營銷不斷拓展客戶基礎，並在不同地區開展市場調研與需求洞察，基於區域差異及客戶需求進行定向產品開發與營銷，從而持續提升客戶獲取效率與市場滲透能力。

市場洞察與以研發為基礎的客製化開發及持續創新架構

我們已建立了一個用於定製化產品開發及持續創新的系統化框架，該框架建立在整合以下關鍵能力的基礎之上。

市場認知：經過多年全球化業務積累，我們已逐步形成以深度市場認知、客戶需求理解及產品開發經驗為核心的系統化定制開發能力。我們長期服務於不同國家和地區的客戶，持續跟蹤全球地板材料市場在審美偏好、功能需求、環保法規、渠道結構、消費習慣及終端應用場景等方面的變化趨勢，並在長期產品開發及客戶協同過程中，積累了覆蓋產品設計、美學風格、規格體系、功能配置、材料方案及生產工藝等維度的系統性產品開發經驗與技術資料體系。

研發及設計能力：我們已建立完善的研發體系，為產品開發提供持續支撐。我們依託我們的位於常州總部的研發中心，圍繞配方優化、工藝升級、材料創新及功能提升等方向持續開展研發工作。同時，我們專注於花色、紋理及表面質感等外觀設計開發，通過持續收集不同國家及地區的審美偏好及流行趨勢，不斷推動系列化產品迭代與升級。我們已經形成了一系列自主研發的核心技術優勢，包括數碼打印技術、靜音SPC地板技術、PP材料技術、ABA發泡共擠技術、抗菌工藝、超耐磨表面處理、高效防水及防火處理等多項核心技術。基於持續的研發投入與技術積累，我們在生產工藝、功能性能、外觀設計以及材料與配方體系等方面持續推進技術創新與突破，從而不斷拓展產品應用邊界，並為客戶提供更豐富的產品實現路徑與落地可能性。

系統化產品開發及迭代創新：基於上述市場認知與研發體系的雙重支撐，我們建立了系統化的產品開發機制，覆蓋市場趨勢識別、客戶需求分析、產品概念設計、樣品開發、性能驗證及量產，從而能夠將差異化客戶需求高效轉化為定制化產品解決方案。針對北美、歐洲、亞洲及大洋洲等主要市場，我們已形成具有區域針對性的產品開發方向及產品素材儲備，並能夠進一步結合不同區域內更為細分的市場特點及客戶需求進行定向優化。透過

* 留存率指2023年50大客戶中於2024年及2025年仍為我們客戶的百分比。

業 務

我們與全球廣受認可的品牌商及零售商的長期合作，我們將自身的優勢與客戶的市場影響力及全球平台相結合。我們與該等客戶的密切合作亦加深了我們對全球市場趨勢、消費者偏好及行業標準的理解。

以客戶為中心的模塊化開發路徑：針對每一個客戶的定制化需求，我們可以調用長期積累的市場認知、產品模塊、設計元素、功能體系、材料配方及工藝經驗基礎，通過對知識經驗進行組合、優化及定向開發，實現快速匹配全球不同客戶在美學設計、規格配置、功能屬性、生產工藝、合規標準及成本控制等方面的需求。例如，不同國家和地區消費者在木紋色系、表面觸感、耐磨等級、防滑性能、安裝便利性及環保認證等方面存在差異化需求。針對該等需求，我們能夠通過客戶協同開發、快速打樣驗證及模塊化產品開發方式，將分散、多樣化的市場需求快速轉化為可規模化生產的產品方案，從而提升產品開發效率、客戶新品上市效率及終端市場競爭力。

全面認證體系支撐的多元化產品矩陣

我們已建立起以客戶需求及市場偏好為導向的完善產品體系。我們緊密貼近全球客戶，深入理解不同區域市場在地材審美、功能標準及環保法規等方面的偏好，並以此驅動產品研發與迭代。目前，我們的產品矩陣已覆蓋PVC地板材料（包括SPC地板、WPC地板、LVT地板）、強化複合地板、實木複合地板及牆板等多元品類。同時，我們持續進行工藝創新與功能升級，開發出豐富的花色圖案與擬真紋理，並集成防水、防滑、抗菌、耐污、耐刮擦、負離子等差異化增值功能。上述產品組合能夠有效滿足全球客戶在住宅、商業及各類綜合或專業應用場景中的多元化需求。

我們的產品在研發與生產過程中高度重視質量、環境可持續性以及終端用戶與供應鏈參與者的健康與福祉。產品設計旨在符合全球市場適用的各項質量及環保標準，並能夠滿足嚴苛應用環境的要求，這亦體現了我們在質量管控及產品性能方面的較強能力。同時，我們高度重視用戶使用體驗。在滿足定制化產品外觀與功能需求的同時，我們持續將安全性、環保性能及舒適性作為產品質量與終端用戶價值的核心考量。例如，我們的產品在設計過程中充分考慮用戶安全性、孕嬰友好、適老化、兒童友好及寵物友好等使用需求，從而在各類家庭及商業環境中提升產品的安全性、適用性與使用舒適度。

在國際市場，我們的產品已取得國際環保產品認證、美國Greenguard Gold、歐盟Indoor Air Comfort Gold、FloorScore、歐盟CE等多項國際權威認證，並持續通過國際知名品牌的質量及供應商體系審核。同時，我們已經形成由147項專利組成的全面專利組合，其中包括121項中國內地專利和26項海外專利。我們的產品安全環保，適用於醫院、康養機構等對環境要求嚴苛的場景。我們已通過ISO9001質量管理體系認證，建立覆蓋原料、研發、生產、倉儲物流至終端客戶的全流程質量管控體系，並具備自主先進檢測能力。在甲醛釋放量、吸水膨脹性能、表面耐磨性能及靜曲強度四項關鍵指標上，我們的檢測能力獲中國林業科

業 務

學研究院木材工業研究所「滿意」評價，並取得能力驗證滿意的實驗室證書。依託完善的管控體系與檢測實力，業績記錄期，我們每年向全球穩定供應超五千萬平方米高品質環保地板。

全球智造柔性化佈局實現高效交付與有效成本控制

我們依託中國及越南的產能佈局以及對採購、生產、物流及運營管理各環節實施精細化成本管控，持續構築成本優勢，並以此作為提升經營效益與盈利能力的核心驅動力。我們的智能化生產基地與模塊化生產線設計，能夠實現從「大規模標準化生產」向「大規模定制化生產」的轉型。我們的智造柔性化系統支持小批量、多品種的快速切換，可在同一生產線上生產不同規格、不同表面工藝、不同資質等級的產品，有效匹配全球客戶差異化、多品類、多批次交付的訂單需求。

我們的生產基地已整合先進的自動化設備及資訊系統，例如製造執行系統(MES)、程式化邏輯控制器(PLC)、系統應用與產品(SAP)、倉庫管理系統(WMS)及供應商關係管理(SRM)，以實現訂單、生產、質量控制、物流及財務的端到端數位化管理。通過實時監控生產狀態、動態優化排產，大幅提升生產與物料利用率，有效縮短交付週期、降低差錯率。憑藉國內外生產基地的快速投產與高效運行，我們不僅有效降低地緣政治的不確定性對公司生產經營的負面影響，更擁有本土創新、全球交付的敏捷性，形成了各類型產品全球本地化、端到端的製造交付能力，大幅提升供應鏈的韌性。此外，得益於國內外工廠的跨區域協同帶來的規模採購、自動化生產、靈活排產與高效交付，我們實現對整體成本的高效管控，維持較高的毛利率水平。

務實且重視執行的企業文化，擁有經驗豐富的核心管理團隊

我們的管理團隊由長期深耕行業，具有全球化視野的資深運營人士構成，具備平均超15年豐富產業實操經驗與極強的落地執行能力，經營風格穩健務實、注重實效。

我們採用全球化的團隊佈局，截至2025年12月31日，我們有約40%的員工佈局在海外。我們的全球化團隊基於對全球地板材料行業發展規律、市場競爭格局客戶供應鏈變化及消費者需求趨勢變化的持續跟蹤，制定貼合公司實際的發展戰略，並搭建起規範高效的運營管理體系與嚴密的內部控制制度，保障各項經營舉措落地。

我們的戰略

深化全球化佈局，鞏固市場領先地位

我們以全球化發展戰略為核心，穩步推進境外產能佈局與業務延伸。未來將持續進行產能升級改造並進一步擴大越南等海外生產基地產能，提升全球訂單交付效率與履約能

業 務

力，以此拓展優質客戶群體、增厚盈利水平，鞏固並提升公司在全球地板領域的領先地位。

我們將持續優化全球化運營管理體系，在美國、歐洲、其他國家及地區等核心市場推行本土化運營策略，組建更大規模的本地化專業團隊，構建高效敏捷的市場響應機制。依託成熟的全球化運營平台，我們將進一步強化全球各業務節點的協同聯動，全面提升產品開發、訂單響應、質量管控及客戶交付等全鏈條服務能力，高效滿足客戶一站式、全球化的綜合服務需求。

我們將繼續秉持匠心品質與持續創新理念，致力於為全球消費者提供健康、環保、多樣化的地板材料。我們不僅追求產品卓越的性能表現與美學價值，更將圍繞「客戶全球化、產品定制化、智造柔性化」的核心能力，持續提升面向全球客戶的產品創新、柔性製造及全球交付水平，通過智造柔性化與數字化轉型升級，引領行業高質量可持續發展。

持續拓展產品品類，提升生產管理能力

我們計劃進一步豐富產品組合，以滿足不同地區及多樣化應用場景下客戶的差異化需求。在材料創新及家居應用趨勢不斷演進的驅動下，我們將持續拓展涵蓋地板及鄰近品類的產品矩陣，如牆面、桌面、家具表面材料等，以滿足客戶一站式採購需求。同時，我們計劃通過引入先進自動化設備、智能化控制系統及高精度檢測設備，持續升級生產管理體系，並進一步加強數字化管理系統在各運營環節的整合與應用。通過上述舉措，我們旨在提升大規模標準化生產能力，降低人工成本，確保產品質量穩定性並提高生產效率，同時保持對定制化及小批量訂單的靈活響應能力，從而實現更高效、可控的規模化運營，並增強整體運營可擴展性。

持續加強產品創新

全球地板材料的產品和技術隨終端消費者偏好變化呈現出不斷發展的特點，這要求行業內企業具備不斷研發創新的能力，在包括但不限於抗菌、防滑、降噪、除甲醛、負離子、抗污等方面進行技術突破，從而創造出更具有市場競爭力的產品。長期以來，我們始終圍繞客戶需求和市場趨勢進行產品研發、設計和生產，積累了豐富的產品設計經驗和客戶維護經驗，具備快速響應能力，形成了長期、穩定的客戶資源。

未來，我們將繼續立足優質客戶資源，強化對不同區域市場趨勢和終端消費者偏好的洞察，持續優化研發創新能力和快速開發能力，通過優質客戶向全球消費者提供更具創新性、適配性和商業價值的產品。

業 務

加強自有品牌建設，增強全球品牌影響力

為進一步強化我們在全球地板材料行業的競爭優勢，我們將依託在全球市場已建立的口碑與品質信譽，穩步推進自有品牌全球化建設，推動從「中國製造」向「中國智造+中國品牌」升級，我們將在保持ODM業務優勢的基礎上，將長期服務全球客戶所形成的產品趨勢洞察、定制化開發能力及質量管理經驗延伸至自有品牌建設，持續提升全球範圍的品牌影響力，鞏固複合材料地板出口優勢，搶佔行業高端競爭賽道。

注重人才梯隊建設，推動公司高質量可持續發展

我們持續優化團隊人員梯隊結構，推進國際化佈局，重點引進和培養具有國際競爭力的營銷、產品創新、技術研發、智造柔性化和全球供應鏈管理人才，通過股權激勵等方式持續吸引並留存頂尖人才，充分發揮優勝劣汰機制的調控作用，提高團隊人員履職能力和工作成果，推動公司高質量可持續發展。

我們的業務模式

在業績記錄期，我們專注於研發、設計、製造及銷售PVC地板產品，包括SPC、WPC及LVT地板產品、木地板產品，包括強化地板及實木複合地板產品，以及其他產品。

我們主要採用原設計製造模式（「ODM」），輔以原品牌製造供應商模式（「OBM」）運營，充分利用多元化的市場機會。在管理我們的ODM業務時，我們基於根據客戶特定要求獨立開發的設計製造及銷售定製產品。在管理我們的OBM業務時，我們設計、製造及銷售我們的產品，主要包括「BBL／**BBL**」、「貝爾地板／**貝爾地板**」、「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，使我們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市場或消費者的業務機遇，同時不斷使我們的產品設計、技術研發及製造技術與具有強大全球影響力的海外客戶的嚴格要求保持一致。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

業 務

我們的產品

於業績記錄期，我們主要透過製造及銷售以下產品產生收益：(i)PVC地板產品，主要為SPC、WPC及LVT地板產品；(ii)木地板產品，主要為強化地板及實木複合地板產品；及(iii)其他產品。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。我們的多元化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者群體。下表載列於指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	<u>2,297,629</u>	<u>100.0</u>	<u>2,356,268</u>	<u>100.0</u>	<u>2,530,548</u>	<u>100.0</u>

附註：*其他主要包括配件、牆板和其他地板產品。

我們的產品可廣泛應用於各種應用場景：

業 務



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

下表列示了我們的主要產品在所示年度的銷售量及平均銷售單價的明細：

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	銷售量	平均銷售單價	銷售量	平均銷售單價	銷售量	平均銷售單價
	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

PVC地板產品

PVC地板產品是一種以聚氯乙 烯(PVC)樹脂為主要原材料，通過壓延及擠出等工藝製成的地板材料。我們的PVC地板材料採用優質PVC樹脂及環保助劑生產而成。在業績記錄期，PVC地板材料為我們的主要產品類別，主要包括SPC地板、LVT地板及WPC地板。

業 務

我們的PVC地板材料兼具環保性、穩定性、安全性、美觀性、耐用性、安裝及維護便利性以及廣泛的場景適用性，並已取得多項國際認證。

- **環境可持續性**：我們的產品採用零甲醛配方，原材料及生產全過程均嚴格控制有害物質釋放，符合母嬰級環保標準，保障生產、供應鏈及終端使用各環節相關人員的健康與安全。同時，產品生產無需消耗木材等天然資源，並具備可回收利用特性，有助於降低對自然資源的依賴，實現可持續發展。
- **產品性能**：我們的PVC地板材料具備多項性能優勢，包括防水防潮、耐磨抗衝擊、防火阻燃及易於維護等。產品在潮濕環境下不易發生變形及黴變，表面經特殊工藝處理後進一步提升耐用性及抗衝擊性能。此外，我們的PVC地板材料符合B1級防火標準，並在生產過程中嚴格控制有害物質釋放，使其適用於對環保及安全要求較高的應用場景。
- **產品設計及應用**：我們的PVC地板材料能夠高度還原木材、石材等天然材料的外觀及紋理效果，並提供豐富的花色圖案及表面處理選擇，以滿足不同室內設計風格及空間應用需求。此外，產品採用鎖扣或免膠安裝系統，安裝便捷，並可兼容地暖系統，廣泛應用於住宅、商業及其他多元化應用場景。

下圖展示了我們具有代表性的PVC產品花色效果圖。



業 務

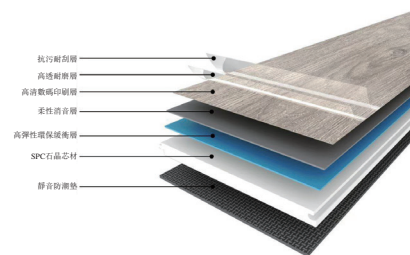
SPC地板產品

我們的SPC地板產品是我們PVC地板品類項下的核心產品。我們的SPC地板採用新一代硬質乙烯基複合材料製成，體現了我們的關鍵技術優勢，並通過先進的壓延及擠出工藝，實現卓越的穩定性、耐用性及環保性能。我們的SPC地板通過高密度及更優尺寸穩定性進行工程設計，厚度範圍為3.4毫米至8.0毫米，從而實現優異的抗衝擊性能、抗菌及衛生性能，以及長期穩定一致的產品質量，並具備媲美天然石材的自然外觀。

環境責任是我們SPC地板產品設計及生產過程中的基礎性考量。我們的SPC地板以PVC樹脂粉及天然碳酸鈣為原材料，通過高溫熱壓工藝製成，不使用膠水或含甲醛材料，從而減少揮發性有機化合物(VOC)排放，並實現超孕嬰級環保性能，有助於營造更安全的室內環境。所使用材料可回收利用，並符合相關環保標準，體現了我們對可持續及環保製造實踐的承諾。此外，我們的SPC地板具備通體防水性能，可廣泛應用於廚房、衛生間、陽臺等潮濕環境。

在用戶體驗方面，我們的SPC地板還融入了以舒適性為導向的產品特點。其在提供優異抗衝擊性能及防水性能的同時，亦能夠帶來柔軟舒適的腳感。其細膩的紋理、優良的韌性表現及美觀性，使其適用於住宅、商業及公共空間等同時注重耐用性與設計感的應用場景。憑藉材料創新、環保優勢及廣泛的應用前景，我們的SPC地板產品定位於地板市場中高端類別，並已成為近年來主流且暢銷的PVC複合地板材料之一。

下圖展示了我們的SPC地板應用場景實例，以及結構圖。



除傳統SPC地板產品外，我們亦持續開發一系列創新型SPC延伸產品，以滿足多元化應用場景及不斷變化的客戶需求。該等產品主要包括靜音SPC地板，其通過複合靜音墊層材料與SPC剛性芯層結構，以提升產品的吸音降噪性能及腳感舒適性；輕質石塑複合地板(LSPC)，其通過發泡工藝在保持SPC地板原有物理及化學性能的基礎上，實現產品減重及

業 務

彈性提升；以及擠出聚合物複合地板 (EPC)，其通過在線三層貼合結構及擠出複合工藝提升厚板產品的結構穩定性及使用體驗。通過持續的產品迭代及工藝創新，我們得以進一步拓展SPC地板產品於住宅、酒店、教育設施及其他室內應用場景中的功能性及應用範圍。

WPC地板產品

WPC地板是一種新型PVC複合材料地板，主要由漆面層、耐磨層、彩膜層、PVC中料層和WPC基材層構成。WPC地板通過在基材層添加一定份額的發泡劑，使其材質更輕盈且更便於運輸安裝；部分WPC地板通過加設背層，增強吸音降噪的性能。我們的高性能WPC地板產品是我們的高端產品系列，基於先進木塑複合材料技術開發，並結合高性能聚合物材料，兼具美觀外觀及優異功能性能。憑藉該複合結構，我們厚度範圍為5.0毫米至12.0毫米的WPC地板產品旨在提供增強的耐用性、舒適性及設計靈活性，適用於廣泛的應用場景。

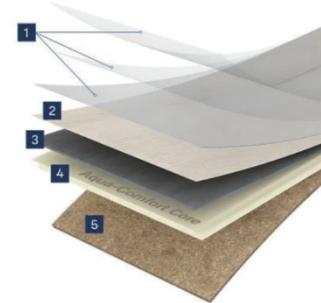
隨着行業對環保性能、結構穩定性及產品輕量化要求的不斷提升，我們持續深化在WPC地板配方設計與生產工藝方面的技術積累，並不斷優化產品結構及材料體系。目前，我們的WPC地板產品採用不含木粉的發泡聚合物芯層，在兼顧環保、無甲醛及輕量化特性的同時，可實現媲美傳統木地板的自然外觀與紋理表現，並具備更優異的尺寸穩定性、腳感舒適度及抗變形能力。

作為高端地板解決方案，我們的WPC地板產品主要面向同時追求設計感與耐用性的消費群體。憑藉其自然外觀、環保材料特性及以舒適性為導向的產品表現，我們的WPC地板產品已成為高端地板解決方案中的優選產品之一。

下圖展示了我們的WPC地板應用場景實例，以及結構圖。



1. 高品質耐磨層: 高性能耐磨層提供同級最佳的耐磨性能。
2. 裝飾薄膜: 與真正的木材或石頭無法區分。
3. 舒適層: 腳下溫暖且安靜。
4. 防水舒適芯層: 具有極佳降噪效果的芯層。
5. 自帶軟木襯墊: 最永續的解決方案。



LVT地板產品

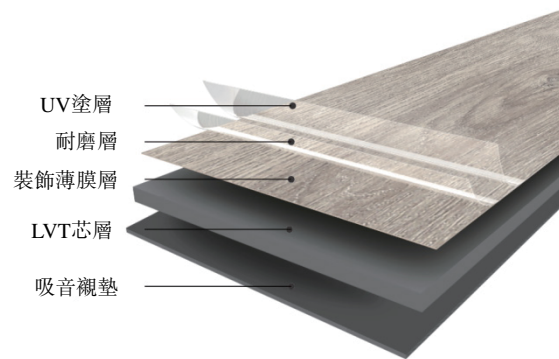
LVT地板產品是PVC地板行業中最成熟的產品類別之一，自20世紀70年代及80年代推出以來，已展現數十年經市場驗證的可靠性能。憑藉我們長期積累的生產經驗及持續的工藝改進，我們不斷優化產品配方並強化質量控制體系，以確保產品具備穩定的性能、優異的耐用性及持續一致的產品輸出。

業 務

我們的LVT地板產品旨在平衡功能性、安裝效率及用戶舒適度。在功能性及安裝效率方面，厚度為2.0毫米至3.0毫米的地板產品主要採用主流削邊設計，並通過膠水進行固定安裝；厚度超過3.0毫米的地板產品則逐步採用鎖扣結構，無需使用膠水即可完成安裝，從而顯著提升安裝效率。在用戶體驗方面，我們的LVT地板兼具環保性、防滑性能、防水性能及可靠的易維護性能。憑藉優異的彈性及回彈性能，我們的LVT地板能夠提供舒適的腳感支撐及良好的日常使用體驗。此外，我們精簡且成熟的製造工藝使我們能夠以具有競爭力的價格交付質量穩定的產品。

作為一種兼具成本效益與性能優勢的地板產品，我們的LVT地板產品依託成熟的生產工藝、穩定可靠的產品表現以及在廣泛住宅及商業應用場景中的良好適配性，在國內外市場持續保持穩定需求與廣泛認可。在SPC及WPC地板產品市場滲透率不斷提升的背景下，我們成熟且具備優異性價比優勢的LVT地板產品仍在細分市場中保持穩健競爭力，並進一步豐富和完善我們的多元化產品體系。

下圖展示了我們的LVT地板應用場景實例，以及結構圖。



木地板產品

強化地板產品

我們的強化地板產品是公司較早佈局的產品品類之一，並為我們在地板設計與製造領域積累長期經驗奠定了堅實基礎。儘管近年來我們的重心逐步向PVC地板產品延伸，但強化地板產品憑藉其穩定的產品質量與成熟的性能表現，仍在我們的多元化產品體系中發揮重要的戰略補充作用。

我們的強化地板產品通過技術工藝升級，將天然木材的視覺效果與更優異的功能性能相結合。產品採用高清表面印刷技術，可呈現接近實木地板的真實紋理與自然色彩層次；同時，應用高耐磨表面塗層及抗變形處理工藝，有效提升表面耐久性與清晰度。產品內置彈性靜音墊層，可增強隔音效果並提升腳感舒適度。此外，我們採用高密度基材與優質耐

業 務

磨層結構，使產品在結構穩定性、耐刮擦性、耐磨性以及抗潮濕變形能力方面均表現出良好性能。我們亦開發了具備增強防潮性能與密封技術的防水強化地板產品，以進一步提升產品穩定性與使用壽命。

下圖展示了我們的強化地板應用場景實例，以及結構圖。

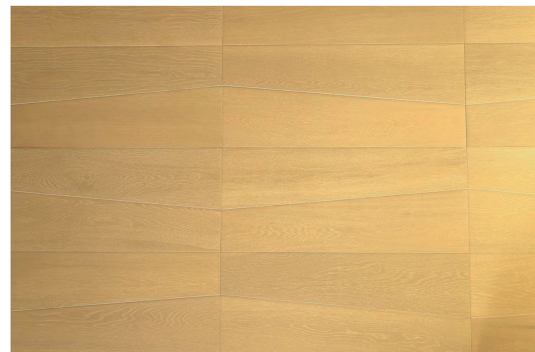


實木複合地板產品

我們的實木多層地板產品旨在結合天然實木的美觀質感與增強的結構穩定性及耐用性。該等產品採用縱橫交錯的多層實木壓制結構，有效減少內應力並提升抗變形能力，可適配包括地暖環境在內的多種室內應用場景。產品表層選用優質天然實木皮，保留清晰自然的木紋紋理及溫潤腳感，在呈現實木視覺效果的同時兼顧日常使用性能。

我們的實木多層地板產品採用UV塗層工藝及六面封漆處理，以增強產品的防潮性能、耐磨性能及日常易維護性。產品採用環保膠黏劑製造，甲醛釋放量較低，並符合E0級環保標準。此外，部分產品配備地熱鎖扣系統，可實現便捷安裝及緊密拼接，適用於住宅、酒店及商業空間等多元化應用場景。

下圖展示了我們的實木多層地板應用場景實例，以及產品圖。



業 務

其他產品

在我們的發展過程中，我們亦通過引入牆板產品，將產品應用場景由地板進一步拓展至牆面領域。

我們的SPC牆板產品是為適用於住宅、酒店、辦公及商業空間等室內場景的一體化牆面裝飾材料。該等產品主要採用碳酸鈣與高分子樹脂經高溫壓制而成，從源頭減少甲醛及其他有害物質釋放，並符合較高環保標準。產品採用多層複合結構設計，以提升整體穩定性及耐用性，同時表層具備耐刮擦、防污及抗黃變性能，便於日常清潔及維護。此外，我們的SPC牆板採用高清裝飾紋理技術，可還原木紋、石紋及其他表面紋理效果，以滿足不同室內設計風格需求，並通過鎖扣系統進行安裝，以提升安裝效率及拼接穩定性，適用於多元化整體室內裝飾應用場景。

下圖展示了我們的牆板實例，以及結構圖。



此外，我們的靜音牆板產品兼具裝飾美觀性與吸音降噪性能。該等產品通常採用具備吸音功能的材料及結構設計，以減少聲音反射並改善室內聲學環境，適用於住宅、辦公、酒店、教育設施及其他對聲學環境要求較高的室內應用場景。此外，我們的靜音牆板採用可還原木紋及其他紋理效果的裝飾表面處理，以滿足不同室內設計風格需求。產品亦採用便於安裝及具備穩定連接性能的結構設計，可高效應用於多元化整體室內裝飾場景。

順應全球環保趨勢與歐洲市場升級需求，我們推出環保PP聚丙烯非PVC地板。該產品採用食品級原料，具備綠色低碳、易回收再利用的優勢，同時保持了優異的結構穩定性與實用性能，精準契合海外市場對可持續建材的迫切需求。

業 務

研究、開發和設計

我們認為對研發的投入是我們增長和戰略的基石，也是我們競爭力的關鍵驅動力。2023年、2024年及2025年，我們分別發生研發費用人民幣51.7百萬元、人民幣50.8百萬元及人民幣53.0百萬元，分別佔同期總收入的2.3%、2.2%及2.1%。有關我們研發開支的明細，請參閱本文件「財務資料－若干綜合損益及其他全面收益表項目說明－研發開支」。

我們的研發能力與承諾

我們認為保持一支專注且穩定的研發人才團隊對於提升我們的技術和產品供應至關重要。我們已建立一支結構完善、職責明確的研發團隊，與我們的運營戰略緊密結合，以確保我們能夠及時響應不斷變化的市場需求。

截至2025年12月31日，我們的研發團隊共有98名成員，包括在地板行業擁有多年研發、設計及／或製造經驗的高級專家和工程師。他們的專業知識使我們能夠提升現有產品性能，拓展和多樣化產品供應，並強化我們在地板行業的創新驅動競爭力。

我們的研發和設計中心

我們在總部所在地常州設有研發中心以支持我們在地板材料、製造工藝和產品應用方面的持續產品創新和技術進步。

我們還在美國及越南設有研發中心，專注於產品外觀設計，包括顏色、紋理和表面處理。通過持續收集不同國家和地區的審美偏好和設計趨勢，我們定期推動產品系列的迭代升級。

我們的關鍵技術亮點

以下列出我們的主要技術亮點：

數碼打印技術。我們利用高端掃描設備實現天然物料紋理的高保真還原。該等紋理隨後透過專業設計轉化為結合美感與當前設計趨勢的工業圖案。利用環保且高效的UV數碼打印技術，我們能夠實現小批量、零揮發性有機化合物及高度定製化的生產。此綜合解決方案為客戶提供逼真、綠色及快速的裝飾解決方案。

靜音SPC地板技術。該技術旨在提供雙重降噪性能。其有效減少步行產生的空氣傳播撞擊噪音，並顯著降低樓層間的垂直聲音傳播，使其適用於高層住宅應用。該技術採用多層複合結構，包括中層的整合隔音墊及底部的附加緩衝層，並結合高彈性表層。該等疊層的協同效應實現卓越的隔音性能及更寧靜的居住環境。

業 務

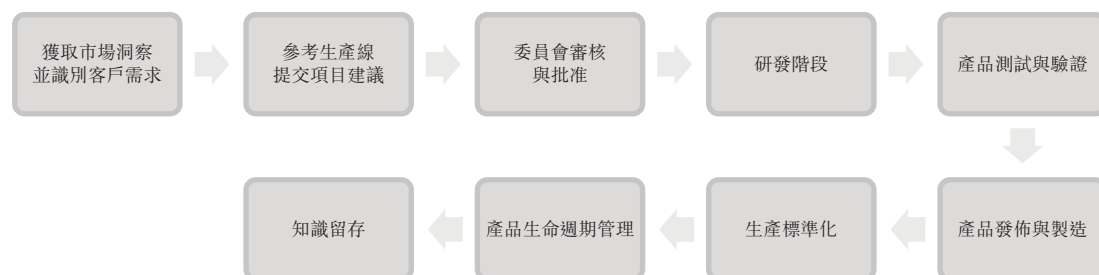
PVC地板ABA發泡共擠技術：該技術通過對PVC複合材料地板的結構設計，採用「上下為PVC層，中間為發泡層」的ABA三層結構，並通過工藝調整基材配方、共擠設備、冷卻定型輥控制，實現不同密度不同厚度的ABA結構PVC地板產品的生產。通過該等技術生產的PVC地板相對於傳統產品可實現更低的地板密度（約為常規產品的70%）、更好靜音效果、更好的高溫尺寸穩定性、更好的耐刮耐磨性能、可實現更豐富的產品功能，可附加抗污、抗菌防黴、負離子等功能。

先進功能性複合地板技術：該技術平台綜合應用抗菌、超耐刮耐磨、防水及防火等工藝技術，通過對材料配方、塗層工藝、基材結構及複合製造工藝進行創新，提升複合地板產品的整體性能及應用範圍。該等技術可有效改善產品的抗菌性能、表面硬度、耐磨性、防水性能、結構穩定性及防火性能，同時減少甲醛等有害物質釋放。相較傳統地板產品，通過該等技術生產的複合地板產品通常具備更優異的耐用性、環保性能、隔熱性能、漆膜附着力及產品使用壽命，並有效解決傳統地板產品抗刮性能不足、防水性差、易變形以及防火抑煙性能有限等問題。

新型聚丙烯地板技術：我們通過掌握聚丙烯地板改性技術、聚丙烯地板抗衝擊技術、聚丙烯地板抗菌環保技術、聚丙烯地板特殊製備技術，可實現以低密度的改性聚丙烯材料替代傳統的PVC複合材料作為地板基材，通過特殊工藝將基材和裝飾層、耐磨層、耐刮層緊密貼附，使聚丙烯地板不僅具有多樣式的外觀，同時具有優異的貼合度、尺寸穩定性、機械強度，耐收縮翹曲性等優點，滿足人們和市場的需求；將複合材料地板產品生產週期縮短，同時工序操作簡單，用工量較傳統生產方式減少，加熱翹曲小，製品不產生二次變形，廢品率低。

我們的產品開發流程

我們的研發以市場為導向，深度融合客戶需求。憑藉多年地板行業經驗，我們形成了結構化且靈活的研發機制。我們的研發流程一般步驟如下：



業 務

我們的協同研發

除了內部的研發工作外，我們還與學術機構緊密合作，聘請材料科學與工程領域之知名專家提供技術培訓，同時向其分享本公司的行業知識與實踐經驗。我們亦將所開發的潛在新材料提交上述學術專家進行實驗室測試，測試結果由雙方共同評審與討論。此外，我們已與學術機構訂立技術開發協議，為我們的地板產品開發創新材料。透過該等合作，我們提升了研發能力，加速了新解決方案的商業化，並持續改善我們產品的性能、耐用性及可持續性。

我們正在進行的研發項目

我們根據市場和生產需求戰略性地啟動研發項目，以支持業務增長。截至2025年12月31日，我們的主要在研項目如下：

編號	項目名稱	目標	當前進展
1	環保型PET 地板	致力於開發無鹵、環保、低碳、輕量化且可回收之PET地板，以滿足住宅及商業等多領域對地板材料之需求。並通過PET廢料回收等技術顯著降低原材料成本，同時確保優異產品性能，從而提升市場競爭力。	正進行中試
2	環保型PET 地板	通過採用新型粘合劑並優化防水工藝，從源頭消除甲醛釋放，同時賦予地板卓越的防潮防水性能，開發兼顧健康與耐用之高端創新產品。	中試已完成並具備量產條件

生產

我們的生產基地

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。

我們位於中國常州的生產基地設立於2019年，廠房建築面積約為91,000平方米。此外，為捕捉全球經濟及相關政策的有利發展所帶來的業務機遇，包括中國「一帶一路」倡議及鼓勵製造業「走出去」之政策，我們戰略性在越南廣寧省設立生產基地並於2023年度開始商業運營，該廠房建築面積約為70,000平方米。我們的越南工廠享有便利的物流條件以向海外客戶銷售，包括美國及歐洲。我們在越南工廠的製造能力的快速部署及產量的快速擴張，

業 務

展示了我們在跨地域複製成功運營方面的強大競爭力，以及高標準及智能的製造能力。這種全球化的生產佈局使我們能夠透過靈活分配生產資源，有效降低與在一地運營相關的風險，進一步增強我們供應鏈的韌性及市場競爭力。

我們的產能

下表列示我們於所示年度各生產設施的產能、產量及產能利用率的詳細情況：

	截至12月31日止年度								
	2023年			2024年			2025年		
	產量	產能 ⁽¹⁾	產能利用率 ⁽²⁾	產量	產能 ⁽¹⁾	產能利用率 ⁽²⁾	產量	產能 ⁽¹⁾	產能利用率 ⁽²⁾
	(千平方米)	(千平方米)	%	(千平方米)	(千平方米)	%	(千平方米)	(千平方米)	%
常州生產基地									
PVC地板產品.....	21,050	31,240	67.4	19,550	27,720	70.5	15,730	22,440	70.1
木地板產品.....	7,430	9,610	77.3	6,610	9,610	68.8	5,920	7,690	77.1
小計.....	28,480	40,850	69.7	26,150	37,330	70.1	21,660	30,120	71.9
越南生產基地									
PVC地板產品.....	1,060	4,580	23.1	7,130	13,210	54.0	15,620	19,780	79.0
木地板產品.....	-	-	-	-	-	-	260	210	12.4
小計.....	1,060	4,580	23.1	7,130	13,210	54.0	15,880	21,870	72.6

附註：

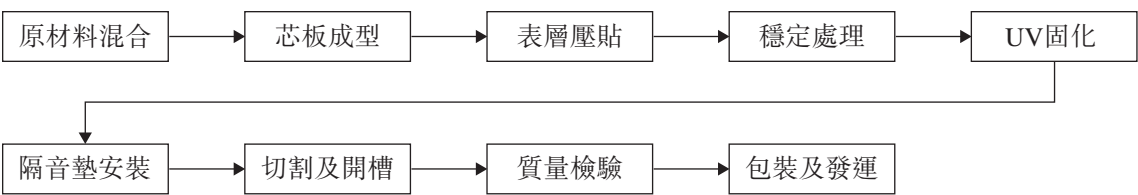
- (1) 某產品類別的產能=各生產線產能之和
單條生產線的產能=平均每小時產能×每日工作小時數×每月工作天數×月數
- (2) 產能利用率=產量／產能

我們的生產設備

我們用於製造的設備和機械均為自有，主要包括擠出機、紫外線塗層設備、開槽設備、破碎設備、熱壓設備、浸漬設備、鋸板設備及加固開槽設備。我們的機器和設備按使用壽命計提折舊，折舊年限為3至10年。有關我們設備和機械折舊的詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告的附註14。

我們的生產流程

我們PVC地板產品的一般生產流程主要步驟如下：



- **原材料混合。**根據預定配方準確稱量樹脂粉、碳酸鈣及穩定劑等主要材料，並將其投入混合設備中進行高速混配，以形成待用的預塑化混合物。
- **芯板成型。**將預塑化混合物投入擠出機及模具中，以形成厚度和密度穩定的芯板。

業 務

- **表層壓貼。**透過高溫高壓層壓將耐磨層及裝飾層熱壓至芯板上，隨後進行表面飾面處理。
- **穩定處理。**將熱壓板堆疊、調節及回火，以釋放內應力並確保尺寸穩定性。
- **UV固化。**將UV固化塗層滾塗至經過穩定處理的板材表面。
- **隔音墊安裝。**於板材下方安裝隔音墊，以減少撞擊聲及空氣傳聲。
- **切割及開槽。**將板材切割成所需規格的地板條，並在四周所有四個邊緣銑削鎖扣槽，以實現無縫連鎖安裝。
- **質量檢驗。**每塊成品地板條均須接受表面及組裝配合檢查，以確保符合出廠標準。
- **包裝及發運。**將產品裝箱、托盤化並準備入庫或發運。

我們產品的整體生產週期一般為四至七周。為確保各環節可控且可檢，我們在生產流程的所有步驟中均遵循適用之GMP要求，並已在製造過程中實施質量管理體系。請參閱本節「質量控制標準」一項。

替代生產安排

當我們的內部產能達到設計上限或為滿足客戶需求需要額外靈活性時，我們可能與第三方製造商簽訂替代的委外生產安排以補充產能。在業績記錄期，該等安排之生產量僅佔我們總產量的極小部分。在此類安排下，我方保留對產品設計、規格及關鍵技術參數之控制，第三方製造商則依我方要求及約定標準與進度生產成品。我方通常按約定計價方式向該等製造商支付酬金，計價可按單價或成本加成方式確定，並考慮人工、製造費用及約定利潤率。

我們遴選替代生產合作夥伴的標準包括生產能力、質量控制水平、合規記錄、成本競爭力及交付可靠性，並對其進行盡職調查及定期績效評估。由該等合作夥伴製造之產品須遵循我們的質量控制程序，包括抽樣檢測、現場檢查及發貨前驗收。我們與該等製造商簽訂之協議通常載明知識產權保護、保密及不披露條款，所有產品設計、技術專有知識及商標均屬我方所有。該等安排亦明確產品質量、交付延誤、缺陷及賠償之責任分配，惟若該等產品未能符合適用標準，我方仍可能面臨客戶索賠。

質量控制標準

我們高度重視各環節的質量控制，已建立完善的內部質量控制標準及構建了覆蓋採購、研發、生產和銷售流程的質量管理與產品可追溯體系。截至2025年12月31日，我們已獲得ISO 9001(質量管理體系)、ISO 45001(職業健康安全管理体系)及ISO 14001(環境管理

業 務

體系)認證。我們嚴格遵守相關標準及文件，從研發至售後服務全流程，以有效管理潛在質量風險。

我們與零缺陷和丹納赫合作，以提升我們的質量控制能力。此外，我們的地板產品已獲得一系列國際認可的認證，包括歐盟的歐洲合格認證(CE)、澳大利亞及新西蘭的RCM認證，以及特定市場或客戶要求的供應鏈／可持續性／特定標準認證(SSC)，表明我們的產品符合適用於地板材料的基本健康、安全及環境保護要求，並具備在多個地區銷售的資格。我們每年接受這些認證的審計，截至最後實際可行日期，所有認證均有效。

我們設立了專門的質量檢測部門，負責監督和管理整個生產過程的質量控制體系，包括原材料、半成品及成品的檢驗與質量控制流程，以及實驗室內成品的檢測與測試流程。該部門的主要職能包括質量規劃、原材料檢驗、過程質量控制、成品檢驗、數據分析、客戶投訴處理及持續質量改進。所有檢測報告均由具備超過10年以上行業經驗的合格實驗室檢驗員編製，並由質量檢測部門經理審核批准，該經理直接向總經理匯報。我們亦為檢驗設備建立了定期校準及驗證程序，以確保我們產品檢驗數據的準確性。

倉儲與物流

就我們在中國及海外的ODM及OBM製成品儲存而言，我們在中國及越南營運自有及租賃倉庫的組合，以及在美國的租賃倉庫。

我們主要依賴第三方服務提供商將產品交付給海外客戶，海運運輸是我們產品運輸的主要方式。我們與領先的航運公司保持定期合作，並為穩定運費成本及增強供應鏈韌性，已與主要海運服務提供商建立了直接合作關係。

我們針對海外發貨採用三種主要交付模式，即船上交貨(FOB)模式、完稅後交貨(DDP)及送貨單服務(DOS)模式，具體取決於客戶需求：(i)在FOB模式下，我們負責安排國內運輸並承擔相關費用，直至貨物在指定裝運港裝上船隻，此時風險轉移給客戶；(ii)在DDP模式下，我們提供端到端交付服務，並承擔所有物流成本及風險，直至貨物交付至客戶指定地點；(iii)在DOS模式下，我們根據客戶指示安排將產品交付至相關海外市場中客戶指定的工廠或場所。

庫存管理

我們的庫存主要包括原材料、成品及半成品。為高效管理庫存，我們實施了先進的系統應用及產品(「SAP」)系統，透過定期實時系統過帳記錄進出物料及供應品。該系統使我們能夠實時監控庫存，生成庫存動態及績效報告，並確保庫存與財務數據同步，最終協助我

業 務

們維持最佳庫存水平以滿足客戶需求，減少庫存浪費，並避免持有陳舊庫存。即使訂單取消，大部分材料可互換並重新利用，降低庫存過剩的可能性。此外，若產品開發發生變更，採購團隊確保現有庫存充分利用後再過渡至新材料或組件。

截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們的庫存分別約為人民幣368.2百萬元、人民幣343.6百萬元及人民幣353.9百萬元。我們按訂單導向生產成品，有效的庫存管理能力對我們的盈利能力、經營業績及財務狀況具有重大影響。通過持續優化庫存管理，我們在業績記錄期保持了高效的存貨周轉率。於2023年、2024年及2025年，我們的存貨周轉天數分別為63天、73天及67天，低於弗若斯特沙利文所述行業平均水平。

銷售與市場推廣

ODM銷售與市場推廣安排

在業績記錄期，我們的ODM銷售主要面向海外市場。我們的主要ODM客戶包括知名國際及區域品牌商及零售商。在尋求新的ODM客戶時，我們採取戰略性方法，謹慎選擇業務模式及增長計劃與我們相符的潛在合作夥伴。這使我們能夠高效分配資源，確保新合作具有協同效應，支持雙方的長期目標。通過保持這一聚焦策略，我們持續鞏固市場地位，同時提供符合客戶需求的高質量產品。

在ODM過程中，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。收到客戶的採購訂單後，我們的國際營銷部會同生產計劃部審查產品型號及交付時間表。我們根據採購訂單中列明的特定參數、產品型號等信息獨立完成產品開發及設計，並在樣品製備並經客戶確認後開始量產。完成製造流程後，我們將製成品交付海關申報，並將其運送至客戶指定的海外港口。我們與ODM客戶緊密合作，深入了解他們對最終產品的願景及要求，使我們能夠將他們的見解轉化為實際的產品設計。此外，我們會定期到訪並與ODM客戶討論，以確定並不時調整本公司的市場及銷售策略。於釐定預期銷售及定價時，我們會考慮多項因素，包括預期之市場競爭及發展趨勢、相關客戶以往之採購及銷售表現，及本公司的長期策略，並使之配合整體流動性管理政策、研發與生產排程及可持續發展規劃。

我們與ODM客戶簽訂的銷售協議通常包含以下主要條款：

- **產品規格及質量。**協議詳細列明產品規格，包括產品類型、尺寸、耐磨層、芯層組成、表面處理及包裝。最終生產通常需客戶確認樣品或批准的技術圖紙。
- **交付。**我們通常負責將貨物交付至客戶指定地點。

業 務

- **價格。**部分銷售協議明確價格，另一些則在主銷售協議為框架協議的情況下，於各採購訂單中明確產品價格。
- **付款條款。**客戶通常在訂單確認時支付定金，餘額於發貨前或在約定的信用期內結清。
- **知識產權。**客戶擁有的商標、品牌及專有設計歸客戶所有，而我們保留先前擁有的製造技術和工藝的所有權。
- **保密條款。**我們通常與客戶約定保密條款，該條款在協議撤銷或終止後仍持續有效。

案例研究

於2023年，我們的一名客戶（一家加拿大知名地板公司）通過其對終端用戶應用場景的了解，發現傳統WPC地板產品的熱穩定性相對較弱，限制了市場的進一步擴張。通過與該客戶的討論，我們了解到其尋求開發一種具有卓越熱穩定性及高安裝容忍度的新型地板產品。該產品旨在更好地迎合加拿大及更廣泛的北美市場的消費者偏好，該等市場經常出現極端溫度波動及複雜的地板輔裝條件。

在充分了解該客戶的技術規格及商業化目標後，我們的營銷及研發團隊與該客戶緊密合作，開展具針對性的產品開發。憑藉我們先進的ABA三層在線共擠技術平台，我們對產品結構、材料配方及物理性能進行了全面的定製化提升。該等提升主要包括：(i)通過創新的ABA三層複合結構顯著提高熱穩定性及結構強度，有效緩解傳統WPC產品因熱脹冷縮而引起的變形問題；(ii)提高地板板材的柔韌性，使其對地板輔裝條件具有高容忍度，並大幅降低鎖扣分離等安裝風險；及(iii)透過配方優化在保持產品防水防潮特性的同時實現較輕量的結構，從而降低運輸成本並提高安裝便利性。這款新型ABA地板產品獲得了該客戶下游分銷商及終端消費者高度正面的反饋。該產品的成功商業化進一步加強了我們與該客戶的長期戰略合作。

OBM銷售及營銷安排

我們通過直銷及經銷商為我們的OBM產品建立了覆蓋中國內地20多個城市的綜合銷售及服務網絡。此外，我們通過批發商及電子商務渠道進行OBM產品的海外銷售。下表載列我們於業績記錄期來自不同OBM銷售安排的收益明細。

下表載列我們於業績記錄期自不同OBM銷售安排產生的收益明細。

	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	%
直銷.....	449,033	84.4	290,168	73.9	204,698	66.6
銷售給批發商.....	51,432	9.7	74,270	18.9	83,303	27.1
透過經銷商銷售.....	31,335	5.9	28,434	7.2	19,149	6.3
OBM銷售總額	531,800	100.0	392,872	100.0	307,150	100.0

業 務

我們的經銷商通常以買斷式銷售模式向我們採購產品，並將其轉售給下游客戶。他們一般負責各自區域內的本地市場推廣、客戶關係管理、倉儲、物流及售後服務。我們在向經銷商銷售時確認相關收入。

下表列示了業績記錄期我們經銷商的變動情況。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
年初活躍經銷商數量 ¹	294	305	282
新增活躍經銷商數量	87	119	49
不活躍經銷商數量 ²	76	142	148
年末活躍經銷商數量	305	282	183

¹ 於年初的活躍分銷商數目相等於上一年末的活躍分銷商數目。

² 非活躍分銷商指於有關年度並無與我們進行任何交易且並無產生任何收益的分銷商；然而，該等分銷商可能於其後期間恢復與我們合作，並被重新分類為活躍分銷商。

於業績記錄期各年末，我們的活躍經銷商數量由2023年的305家減少至2024年的282家，並進一步減少至2025年的183家，主要由於若干經銷商在相關年度內未產生任何實際交易，因此未被計入活躍經銷商。與該等經銷商的合作關係仍然有效，且該等經銷商可能在隨後期間恢復與我們的合作並被重新分類為活躍經銷商。

我們根據經銷商在地板行業的資歷、能力及經驗等一系列標準進行選擇。我們還會審核經銷商的資格，確保其在指定區域內持有必要的營業執照和許可。我們的經銷協議通常為期一年，期滿後根據經銷商的業績表現決定是否續約。此外，我們的經銷協議通常包含提前終止權，若經銷商存在協議中載明的重大違約行為，我們有權提前終止經銷關係。

我們的銷售及市場人員會監督、管理並支持經銷商的相關活動，以確保其遵守我們的指導方針、政策及程序。我們會定期根據經銷商的財務表現、業務表現及合規情況進行評估。財務表現主要通過信用記錄評估，業務表現主要通過銷售業績評估，尤其是是否達到目標訂單金額及終端客戶反饋。我們還會審查其是否遵守適用的法律法規。根據評估結果，我們可能終止合作或根據經銷協議重新協商商業條款。

為更好地管理經銷商網絡，我們採取了以下措施和政策：(i)要求經銷商在下訂單時全額付款；(ii)通常不要求經銷商達到最低採購金額；(iii)經銷協議一般不規定退貨政策；(iv)要求經銷商遵守所有相關的反腐敗及反賄賂法律法規，若違反相關法律法規，我們有權依據提前終止權單方面終止相關經銷協議。

業 務

我們經銷協議的標準條款如下：

- **銷售目標及期限。**為固定期限設定年度採購／銷售目標（附每月明細）；若未能達到目標，我們有權終止協議。
- **單一品牌義務。**經銷商僅限於在授權區域內銷售我們的地板產品。
- **風險轉移及物流。**風險於交付或移交承運人時轉移；經銷商承擔運費、保險及相關物流成本。
- **返利及激勵結構。**與採購量／價值掛鉤的階梯式年度返利系統，設有資格限制，返利在達到目標後記入。
- **營運及報告義務。**經銷商負責門店開發、統一品牌塑造、遵守銷售／安裝流程，並提供銷售預測及市場數據。
- **終止。**我們可因違規、未能達到增長預期或營運缺陷而終止協議。
- **知識產權。**授予經銷商有限的非獨家權利，嚴格在協議範圍內使用我們的商標及品牌，且須經事先批准，禁止任何未經授權的使用、模仿或侵權；所有權利在期滿或終止時自動終止，並附帶持續保密義務。
- **保密義務。**經銷商需遵守保密義務，在協議期限內及期滿後保護商業及技術機密信息。

據我們所知，我們所有的經銷商均為獨立第三方，且與我們概無任何其他關係。

銷售及市場團隊

我們的銷售和市場團隊主要負責塑造品牌形象和擴大品牌知名度。憑藉我們已建立的銷售和市場團隊以及管理綜合分銷網絡的經驗，我們相信自己具備良好條件來擴大管道產品的銷售。

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，負責監督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。

市場推廣工作

我們的市場推廣工作包括：

- **行業活動及展會。**我們積極參與並主辦國內外行業活動及展會，以展示我們的產品，連接潛在客戶和業務合作夥伴，並鞏固我們的行業領導地位。參與這些活動是我們主要的客戶獲取渠道。
- **數字及內容營銷。**我們通過公司網站、展覽以及多種國際和國內社交媒體平台保持強大的線上存在，分享產品信息、獎項及認證，以提升市場認知度並吸引新的潛在客戶和業務合作夥伴。

業 務

定價

我們採用以市場為導向的定價策略，密切關注我們運營市場的變化。我們的定價策略旨在通過考慮一系列因素，包括當地客戶需求和偏好、成本因素、利潤考慮、業務發展目標、市場成熟度、經濟發展水平、競爭對手定價及匯率，向客戶提供具有競爭力的價格。

售後服務

就我們的原設計製造模式ODM銷售而言，我們按個別情況提供量身定制的售後服務，以滿足每名客戶的具體需求，從而加強客戶關係並提高我們的原設計製造模式客戶的重複購買率。對於原品牌製造模式OBM銷售，售後服務通常按照當地市場慣例透過經銷商提供。對於需要持續跟進的特定產品或客戶安排，我們可能會直接監督或協調售後支持，以確保產品性能及客戶滿意度。

保修及產品退貨政策

我們的產品退換貨安排通常按具體情況釐定，並考慮每份訂單的具體情況及產品性質。相關條款（包括退貨條件、程序及各方責任）通常在與客戶的基礎銷售協議中訂明。於業績記錄期，本公司產品未發生重大召回或退貨事件，亦未出現重大產品質量投訴。

第三方支付安排

我們一般直接收取客戶的付款。在特定情況下，可能由第三方代我們的客戶付款，包括由海外客戶的指定付款人付款，以及由個人客戶的親屬或該等客戶控制的企業付款（「**第三方支付安排**」）。採納該等安排主要是為了結算安排目的或為便利及靈活性，以確保高效貿易運作。

於業績記錄期，第三方支付分別約佔我們總收入的2.6%、0.9%及0.6%。根據弗若斯特沙利文，該等第三方支付安排符合行業慣例，於業績記錄期間，概無個別第三方支付客戶對我們的收入作出重大貢獻。

我們的董事確認，於業績記錄期間及截至最後實際可行日期：(i)我們並無主動發起任何該等付款安排；(ii)我們並無向任何該等客戶提供任何折扣、佣金、回扣或其他利益，以促使或激勵該等付款安排；及(iii)我們訂立有關該安排的協議的定價及付款條款與並無涉及第三方支付安排的客戶訂立的協議一致。

業 務

經我們的中國法律顧問建議，(i)本集團在第三方付款安排下被裁定有義務向相關客戶或其指定第三方付款人退還款項的風險較低(ii)業績記錄期間的第三方付款安排並無違反《中華人民共和國民法典》或其他相關現行適用中國法律及法規的強制性規定；(iii)我們因被視為違反與上述第三方付款安排有關的稅務逃避相關中國法律及法規而可能被施加行政處罰的可能性較小；及(iv)第三方付款安排被視為構成《中華人民共和國刑法》第191條所列的清洗黑錢罪，以掩飾或隱瞞所得或收益的來源及性質的風險較低。

為管理與第三方付款相關的風險，我們已採取內部控制措施，包括：(i)要求提供證明付款人與相關客戶之間關係或該等付款安排授權的支持性文件；(ii)通過我們的內部審查程序核實第三方付款人的身份；及(iii)監控結算紀錄並保存支持性文件以供檢查及審計之用。我們的董事認為，該等內部控制措施足以有效監控與第三方付款相關的風險。

我們已實施措施終止第三方付款安排，且我們擬於[編纂]前基本上停止接受第三方付款。展望未來，我們將繼續加強及規範我們的結算管理程序，並按照適用的法律、法規及我們的內部政策進行收款。

轉移定價安排

於業績記錄期，我們通過本公司以及位於中國內地、香港、澳門及越南、新加坡、美國等若干海外司法管轄區的子公司開展業務運營。我們的集團內部交易主要包括：(i)產品購銷交易；(ii)提供技術授權及技術支持服務。

經濟合作與發展組織（「經合組織」）是一個國際性合作組織，發佈了《跨國企業與稅務機關轉讓定價指南》（「《經合組織轉讓定價指南》」）。涉及集團內部交易的相關稅務司法管轄區通常普遍遵守該指南。根據《經合組織轉讓定價指南》，集團內部交易應遵循獨立交易原則。

此外，我們已聘請獨立轉讓定價顧問，以協助我們根據經合組織的轉讓定價指南，就我們在業績記錄期內的集團內部安排是否按照獨立交易原則進行開展轉讓定價審查。我們應用了多種方法，主要包括：(i)交易淨利潤法，即通過將受測對象的利潤率與可比獨立企業的利潤率進行比較；及(ii)可比非受控價格法，其將交易安排的定價與相同或類似非受控交易的可用市場價格進行比較。

我們得出結論，在業績記錄期內，本集團內部的轉讓定價安排在所有重大方面均符合《經合組織轉讓定價指南》所規定的獨立交易原則。主要子公司在業績記錄期內實現的利潤水平總體上與其對集團價值鏈的貢獻相匹配，且集團內部交易總體上符合適用的轉讓定價法規。我們的董事認為，在業績記錄期內：(i)本集團的內部交易在重大方面均已遵循《經

業 務

合組織轉讓定價指南》以及相關司法管轄區適用的當地轉讓定價法律法規所規定的獨立交易原則；及(ii)本集團面臨重大轉讓定價調整及由此產生的額外稅務責任的風險可被視為低。

信息技術

我們認為信息技術對於維持我們的競爭地位至關重要。我們利用多種信息技術系統管理運營的各個方面，包括但不限於銷售管理、物料採購、生產、質量控制、庫存管理、財務報告及人力資源。在我們的集成信息系統中，包含多個系統，包括但不限於ERP系統和OA系統，貫穿我們的業務運營。我們的系統在協調各部門及質量控制方面具有重要作用。

我們信息技術基礎設施的功能性和穩定性對業務運營至關重要。信息技術部門進行系統檢查、數據備份、系統維護等活動，以確保關鍵IT系統和設施的持續運行。於業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們的IT系統未發生任何重大故障或完全癱瘓，未對整體業務運營產生重大不利影響。

數據隱私與保護

我們認為客戶數據及相關信息的存儲和保護對我們至關重要。我們已實施全面的數據安全與保護體系，涵蓋運營、技術及管理層面。我們持續從多個維度發展和保護我們的信息安全基礎設施，包括以下方面：

- **數據安全。**我們建立了一套數據安全協議，包括雲存儲、冗餘政策及備份政策，以防止意外數據丟失。我們在解決方案中利用加密技術和數字簽名以確保數據的真實性、完整性和可追溯性。
- **基礎設施物理安全。**我們的信息基礎設施部署於專業的公共雲平台，如華為雲和阿里雲這些均為中國先進的數據中心，配備了專業的物理安全、硬件安全、軟件及網絡安全防護能力。
- **網絡安全。**我們在關鍵位置建立了檢測和防禦設備以監控和防禦網絡攻擊。我們安排人員定期進行網絡檢查、升級網絡結構並執行病毒及漏洞掃描。
- **隱私保護。**我們實施了客戶信息和數據的分級保護，並應用包括訪問授權、加密存儲、加密傳輸及去標識化在內的隱私政策，以防止個人隱私信息的丟失或洩露。同時，我們建立了完善的隱私管理機制，在軟件開發、系統使用、日常檢查及應急響應等不同環節提供全方位的個人隱私信息保護。
- **審查與合規。**我們的數據隱私與保護團隊全面審查事件，評估平台安全的整體狀況及安全管理中採取的措施和流程。我們根據適用的法律法規的更新，及時更新安全管理中採取的措施和流程。

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何重大數據洩漏或遺失、侵犯數據或個人信息，或資訊安全事件。於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無

業 務

涉及與數據保護及個人信息保護有關的任何重大訴訟或糾紛，亦無就此受到或涉及相關主管監管機構的任何重大調查或處罰。

季節性

雖然我們的主要產品受季節性影響較小，但在中國及國際市場均存在一定的季節性規律，部分原因是受主要節假日和購物活動的影響。在中國及國際市場，我們通常觀察到第四季度銷售額的增長，這主要歸因於感恩節、聖誕節以及黑色星期五等節日和購物活動。我們預計這些趨勢在可預見的未來將持續存在。

我們的客戶

我們的主要客戶主要包括地板材料品牌商和零售商。在2023年、2024年及2025年，在業績記錄期內，我們的五大客戶各年分別佔我們同年度總收入的46.6%、39.0%及38.9%。此外，在業績記錄期內，我們的單一最大客戶各年度分別佔我們同年度總收入的31.9%、28.6%及29.2%。

下表列示了業績記錄期我們的五大客戶的詳細情況。

截至2023年12月31日止年度

客戶	主要業務	所購產品	業務關係 (作為客戶) 始於	收入金額	佔總收入的 百分比	信用條款	付款方式
				(人民幣千元)			
客戶A	一家總部位於美國奧蘭治(Orange)的集團，主要從事PVC地板及強化地板業務	PVC地板、強化地板	2020年	732,146	31.9%	自發票日期起計60天	電匯
客戶B	一家總部位於中國的房地產開發商，業務範圍涵蓋住宅物業開發、文化旅遊以及醫療康養	商品住宅物業	2021年	158,507	6.9%	交貨前付款	電匯
客戶C	總部位於加拿大尚布利(Chambly)的公司，主要從事PVC地板、強化地板、實木複合地板及衛浴產品業務	PVC地板、強化地板	2020年	107,714	4.7%	自發票日期起計75天	電匯
客戶D	總部位於加拿大特雷邦(Terrebonne)公司，主要從事地板及建材業務	PVC地板、強化地板	2020年	41,007	1.8%	自發票日期起計90天	電匯
客戶E	一家總部設於加拿大本伯納比(Burnaby)的公司，主要從事地板、建築材料及配件業務。	PVC地板、強化地板	2020年	31,643	1.4%	自發票日期起計90天	電匯
總計				<u>1,071,017</u>	<u>46.6%</u>		

業 務

截至2024年12月31日止年度

客戶	主要業務	所購產品	業務關係 (作為客戶) 始於	收入金額	佔總收入的 百分比	信用條款	付款方式
				(人民幣千元)			
客戶A	總部位於美國奧蘭治(Orange)的集團， 主要從事PVC地板及強化地板業務	PVC地板、強化地板	2020年	673,402	28.6%	發票日後60天	電匯
客戶C	總部位於加拿大尚布利(Chambly)的 公司，主要從事PVC地板、強化地 板、實木複合地板及衛浴產品業務	PVC地板、強化地板	2020年	104,451	4.4%	發票日後75天	電匯
客戶F	總部位於澳大利亞墨爾本(Melbourne)的 公司，主要從事地板、工具及五金產 品業務	PVC地板、強化地板	2020年	59,709	2.5%	發票日後60天	電匯
客戶E	總部位於加拿大伯納比(Burnaby)的 公司，主要從事地板、建築材料及 配件業務	PVC地板、強化地板	2020年	41,815	1.8%	發票日後90天	電匯
客戶D	總部位於加拿大特雷邦(Terrebonne) 公司，主要從事地板及建材業務	PVC地板、強化地板	2020年	40,171	1.7%	發票日後90天	電匯
總計				919,548	39.0%		

截至2025年12月31日止年度

客戶	主要業務	所購產品	業務關係 (作為客戶) 始於	收入金額	佔總收入的 百分比	信用條款	付款方式
				(人民幣千元)			
客戶A	總部位於美國奧蘭治(Orange)的集團， 主要從事PVC地板及強化地板業務	PVC地板、強化地板	2020年	739,871	29.2%	發票日後60天	電匯
客戶G	總部位於美國勞雷爾(Laurel)的公司， 主要從事地板業務	SPC地板	2024年	72,612	2.9%	發票日後120天	電匯
客戶C	總部位於加拿大尚布利(Chambly)的 公司，主要從事PVC地板、強化地 板、實木複合地板及衛浴產品業務	PVC地板、強化地板	2020年	59,166	2.3%	發票日後75天	電匯
客戶F	一家總部設於澳洲墨爾本的公司， 主要從事地板、工具及五金產品業務。	PVC地板、強化地板	2020年	56,740	2.2%	發票日後60天	電匯
客戶E	總部位於加拿大伯納比(Burnaby)的 公司，主要從事地板、建築材料及 工具及配件業務	PVC地板、強化地板	2020年	56,173	2.2%	發票日後90天	電匯
總計				984,562	38.9%		

截至最後實際可行日期，本公司董事、其密切關連人士或據本公司董事所知持有本公司已發行股本超過5%的任何股東，均未於業績記錄期各年度對本公司五大客戶擁有任何權益。據本公司董事所知，業績記錄期內各年度本公司五大客戶均為獨立第三方。

我們的供應商

我們的主要供應商主要包括原輔材料供應商、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，我們在業績記錄期各年度的五大供應商分別佔我們同期間總採購額的24.1%、25.4%及26.6%。此外，我們在業績記錄期各年度的單一最大供應商分別佔我們同年度總採購額的5.8%、6.4%及6.8%。

業 務

下表列示了業績記錄期我們的五大供應商的詳細情況。

截止2023年12月31日止年度

供應商	主要業務	採購產品／服務	業務關係 (作為供應商)		佔採購總額的		信用條款	付款方式
			始於	採購金額	百分比			
					(人民幣千元)			
供應商A	一家位於中國常州的製造商，主要從事地板製造、地板銷售及家具製造。	製造服務	2022年	104,441	5.8%	於發票開立後第二個月付款	電匯	
供應商B	一家位於中國杭州的中型投資公司，主要專注於與製造技術相關的進出口業務。	樹脂粉末	2022年	98,444	5.4%	交貨前付款	銀行承兌／電匯	
供應商C	一家位於比利時的製造商，主要致力於開發創新地板技術及生產解決方案。	鎖定技術專利費	2020年	79,286	4.4%	即時付款	電匯	
供應商D	一家位於美國的經紀公司，主要提供供應鏈及物流服務。	報關服務	2023年	77,658	4.3%	於發票開立後第一個月付款	電匯	
供應商E	一家位於長沙的公司，集環保化學新材料的研發、生產、銷售與服務於一體。	油漆／膠水	2022年	76,717	4.2%	於發票開立後第一個月付款	銀行承兌	
總計				436,546	24.1%			

截至2024年12月31日止年度

供應商	主要業務	採購產品／服務	業務關係 (作為供應商)		佔總採購的		信用條款	付款方式
			始於	採購金額	百分比			
					(人民幣千元)			
供應商D	一家總部設於美國的經紀公司，主要提供供應鏈及物流服務。	報關服務	2023年	104,882	6.4%	於發票開立後 第一個月付款	電匯	
供應商E	一家總部設於長沙，集環保化學新材料研發、生產、銷售及服務於一體的公司。	油漆／膠水	2022年	90,359	5.5%	於發票開立後 第一個月付款	銀行承兌匯票	
供應商C	一家總部設於比利時的製造商，主要專注於開發創新的地板產品技術及生產解決方案。	鎖扣技術專利費用	2020年	86,546	5.3%	即時付款	電匯	
供應商F	一家位於中國江蘇省的製造商，主要提供面板及強化地板。	製造服務	2021年	68,711	4.2%	於開具發票當月內付款	信用證／銀行 承兌匯票	
供應商G	一家位於中國上海，主要從事化學產品分銷業務的貿易公司。	樹脂粉	2020年	64,424	4.0%	即時付款	銀行承兌匯票	
總計				414,921	25.4%			

業 務

截至2025年12月31日止年度

供應商	主要業務	採購產品／服務	業務關係 (作為供應商)		佔總採購的 百分比	信用條款	付款方式
			始於	採購金額			
					(人民幣千元)		
供應商H	一家總部設於新加坡的貿易公司，主要從事化學產品分銷業務。	樹脂粉	2023年	132,562	6.8%	180天信用證	信用證
供應商C	一家總部設於比利時的製造商，主要專注於開發創新的地板產品技術及生產解決方案。	鎖扣技術專利費用	2020年	114,646	5.8%	即時付款	電匯
供應商D	一家總部設於美國的經紀公司，主要提供供應鏈及物流服務。	清關服務	2023年	110,114	5.6%	於發票開立後 第一個月付款	電匯
供應商E	一家總部設於長沙，集環保化學新材料研發、生產、銷售及服務於一體的公 司。	油漆／膠水	2022年	89,059	4.5%	於發票開立後 第一個月付款	銀行承兌匯票
供應商F	一家位於中國江蘇省的製造商，主要提供面板及強化地板。	製造服務	2021年	76,273	3.9%	於開具發票當月內付款	信用證／銀行 承兌匯票
總計				522,654	26.6%		

截至最後實際可行日期，據我們董事所知，我們的任何董事、其密切關連人士或任何持有本公司已發行股本超過5%的股東，在業績記錄期各年均未持有我們五大供應商的任何權益。據我們董事所知，業績記錄期各年的五大供應商均為獨立第三方。

重疊的供應商及客戶

於業績記錄期間，我們的五大供應商之一亦為我們的客戶。我們主要使用供應商C的鎖扣技術以生產若干產品，並向供應商C支付專利費。於2023年、2024年及2025年，我們向供應商C的採購額分別佔我們同期總採購額的4.4%、5.3%及5.8%。供應商C亦採購我們的地板產品。供應商C所產生的收入分別佔我們同期總收入的1.3%、1.6%及1.3%。該重疊主要是由於供應商C為一家專注於開發創新地板技術及生產解決方案的集團公司。其擁有被全球地板製造商採用的鎖扣技術專利，該等製造商於銷售包含相關鎖扣技術的地板產品時，須向供應商C支付專利費。同時，其附屬公司亦透過銷售地板產品在地板行業營運，並可能向其他製造商（包括我們）採購地板產品。

我們的董事確認，與該供應商C及其相聯公司的銷售及採購交易乃按一般商業條款進行，經公平磋商，並由我們各自的銷售及採購部門獨立釐定。於業績記錄期，我們與該等重疊客戶及供應商之間並無抵銷安排、易貨交易或其他非商業安排。我們的董事認為，該等重疊關係並未對我們的採購或銷售決定產生重大影響，亦無損害我們交易的公平性或我們獨立選擇供應商及客戶的能力。

環境、社會及管治（「ESG」）

我們致力於踐行可持續發展理念，並將於[編纂]後根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》附錄C2《環境、社會及管治報告守則》之適用規定，履行年度ESG報告刊發義務。

業 務

ESG管治

我們搭建了包含ESG領導小組和ESG工作小組在內的ESG管治架構，自上而下推動ESG理念融入運營過程。我們擬於[編纂]後逐步完善ESG管治架構。董事會將對ESG事宜承擔最終監督責任，包括識別及監控ESG風險、審閱ESG目標及進展、審閱並批准ESG報告。同時，我們將與持份者保持溝通，統籌配置ESG管理資源，推進可持續發展相關工作。

層級

ESG領導小組

負責事項

- 領導和監督公司ESG工作，審批公司ESG相關規劃。
- 審議年度ESG報告。

ESG工作小組

- 推動、監測ESG相關事宜的開展，協調收集與審核年度ESG報告內容及績效數據的準確性。
- 推進ESG相關舉措的實施和落地。
- 定期向管理層匯報ESG工作進展。

環境事宜

排放物管理

我們持續規範自身運營活動，致力於遵守運營地適用的環境保護法律法規，降低環境污染及生態破壞相關風險。我們實施《環境合規管理辦法》，構建環境合規管理體系，並已取得ISO 14001:2015環境管理體系認證。

我們定期開展環境合規風險評估，在新項目啟動、工藝變更或法律法規重大更新等關鍵節點，識別經營環節、生產活動、設備運行或管理制度中的合規隱患，並及時制定及落實防控舉措。為推動責任落實，我們將環境合規表現納入績效考核體系，通過激勵與約束機制，推動環境管理目標的實現。

在廢氣管理方面，我們配置廢氣末端治理設施，廢氣經水噴淋及二級活性炭過濾處理後達標排放。在廢水管理方面，我們落實雨污分流與清污分流，對生產廢水及生活污水進行收集管理，經污水處理站處理達標後予以排放或循環回用。我們定期對排放口水質進行監測並存檔，禁止未經處理排放、漏排或稀釋排放等不規範情形，並制定及演練突發水污染事件應急預案。

在固廢管理方面，我們建立生產廢料及廢舊地板的分類回收體系，推進廢棄物資源化利用。其中，一般固體廢棄物交由具備相應資質的單位進行焚燒處置。此外，我們落實《危

業 務

險廢物污染環境防治責任制》，強化危險廢物日常監管，規範危險廢物產生、收集、貯存、運輸、利用和處置等全過程管理，促進危險廢物依法合規處置。

能源管理

我們致力於遵守運營地能源使用相關法律法規，制定並實施《能源使用政策》，推進能源利用效率提升及企業用能結構優化。在治理機制上，我們設立「首席能源官」崗位，統籌推進能源管理工作，並開展常態化能源考核。

在生產運營中，我們通過應用冷凝水回收技術，將回收冷凝水用於軟水預熱，以降低鍋爐能耗。同時，我們針對水浴烘箱實施技術改造，採用天然氣直接加熱空氣循環模式替代原有模式，以提升能源利用效率。我們持續推進能源技術研發，開展智能微電網技術及工業餘熱梯級利用技術相關研究，推動能源管理數字化與智能化。

在節能文化培育方面，我們開展節能行動，引導員工主動參與節能優化改善工作，並推廣電子審批、共享辦公設備等低碳辦公舉措，推進綠色低碳運營。

我們於業績記錄期能源消耗數據如下：

		截至12月31日止年度		
	單位	2023年	2024年	2025年
直接能源消耗 ¹	噸標煤	3,505.91	3,593.57	3,510.52
間接能源消耗 ²	噸標煤	9,223.07	10,689.70	13,628.20
綜合能源消耗	噸標煤	12,728.98	14,283.27	17,138.72
綜合能源消耗密度 . . .	噸標煤／億元 人民幣收入	554.40	605.22	680.11

1 直接能源消耗主要包含天然氣、柴油等燃料消耗。
2 間接能源消耗主要為外購電力消耗。

業 務

水資源管理

我們遵循《中華人民共和國水法》等適用法律法規，落實《水資源管理制度》相關規定，並應用節水工藝技術及生產運行管理措施。在節水技術應用方面，我們推行無水、少水生產工藝，並持續優化生產用水流程。我們提升循環冷卻水濃縮倍數，配套應用高效冷卻塔及智能控制系統。我們搭建污水處理與中水回用體系，將處理後的再生水用於廠區綠化、設備冷卻補水等場景。同時，我們建立常態化設備巡查機制，及時排查並整改管道及設施跑冒滴漏問題，持續推進水資源集約利用。

我們於業績記錄期的水資源消耗數據如下：

		截至12月31日止年度		
	單位	2023年	2024年	2025年
總耗水量	立方米	56,814.30	68,223.14	70,777.78
總耗水密度	立方米／億元 人民幣收入	2,474.49	2,890.81	2,808.64

包材管理

我們實施《倉儲-包材管理制度》，規範包裝材料的庫存、領用及使用管理。我們執行庫存管理標準，保障「賬、卡、物」的一致性，確保庫存數據的真實、準確、完整。同時，我們優化倉儲作業流程，保障生產所需包裝材料的有序供應。

我們於業績記錄期包材使用數據如下：

		截至12月31日止年度		
	單位	2023年	2024年	2025年
包裝材料使用總量 ...	噸	3,910.45	4,868.47	4,960.11
包裝材料使用密度 ...	噸／億元 人民幣收入	170.32	206.29	196.83

應對氣候變化

我們關注氣候變化相關風險，制定溫室氣體排放管理策略，並從源頭管控能源消耗水平。我們通過推進節能技術升級與運營精細化管理，管理生產及運營過程中的溫室氣體排放強度。同時，我們識別並監測潛在氣候相關風險，涵蓋高溫、颱風等極端天氣可能引發的實體風險，以及環保法規、行業政策變化帶來的轉型風險。

業 務

我們於業績記錄期溫室氣體排放數據如下：

		截至12月31日止年度		
	單位	2023年	2024年	2025年
溫室氣體排放總量 (範圍一+二)	噸二氧化碳 當量	46,780.77	53,283.48	65,738.30
溫室氣體排放密度 (範圍一+二)	噸二氧化碳 當量／億元 人民幣收入	2,037.49	2,257.77	2,608.66
範圍一排放	噸二氧化碳 當量	6,961.73	7,132.52	6,900.83
範圍二排放	噸二氧化碳 當量	39,819.04	46,150.96	58,837.47
範圍三排放 ¹	噸二氧化碳 當量	5,743.06	6,466.64	8,287.23

1 就範圍三溫室氣體排放而言，我們已收集並計算第三類（燃料及能源相關活動）、第六類（商務旅行）對應的排放數據。未來，我們將逐步完善範圍三溫室氣體排放其他類別的數據收集及計算。

綠色產品

在產品創新與綠色設計領域，我們推出了新型可降解模壓WPC地板，通過以PLA材料²替代傳統PVC，使產品具備可降解屬性，有助於降低對生態環境的影響。同時，我們通過產品輕量化設計，推動減低運輸環節資源及能源消耗。在綠色製造領域，我們獲評「常州市綠色工廠」「江蘇省綠色工廠」及「國家級綠色工廠」。

我們持續研發環境友好型產品及解決方案，聚焦產品健康屬性與室內空氣質量管控，已取得GREENGUARD金級認證(GG-G-UL)，產品的揮發性有機化合物(VOCs)排放指標符合相關標準。同時，我們關注生命週期相關環境影響，優先選用取得FSC、PEFC等可持續森林管理認證的木基原料，以及具備可再生、可回收屬性的非木基原料，推動經濟效益與生態環境保護協同發展。

社會事宜

勞工管理

在勞工管理實踐中，我們遵守《中華人民共和國勞動法》《中華人民共和國勞動合同法》等適用法律法規，實施《招聘管理制度》等內部制度規範，堅持規範僱用的原則，反對並禁止在招聘、晉升、薪酬及解僱等方面基於性別、年齡、種族、宗教、殘疾或其他因素的不合理歧視，並禁止童工及強迫勞動。在招聘程序中，我們實施身份驗證，並在適用法律法規允許及崗位需要的範圍內開展入職前健康檢查，以核驗員工達到法定就業年齡並自願建立勞動關係。

² PLA材料指以乳酸或丙交酯為主要原料製成的生物基聚合物材料。

業 務

我們尊重並保障員工合法權益，落實《公司福利管理制度》相關要求。我們持續完善員工福利體系，提供貨幣性及非貨幣性福利，涵蓋法定福利、企業補充福利、人才引進福利及專項福利，以加強員工福利保障。

健康與安全

我們高度重視員工職業健康與安全，遵守《中華人民共和國安全生產法》等相關法律法規，建立並完善職業健康安全管理體系，制定並實施《安全生產目標管理制度》《安全生產責任制》《設備設施安全管理制度》等制度。高級管理層牽頭統籌制定安全目標與責任制，覆蓋隱患排查治理、員工教育培訓及事故傷害控制等指標，並定期進行績效評估，落實安全責任。

我們規範生產設備及特種設備流程管理，建立設備管理台賬與安全操作規程，推動機器操作、停機及檢維護符合安全管控標準。同時，我們持續開展職業健康安全培訓，內容涵蓋法律法規宣貫、事故案例復盤、內部制度解讀、安全警示教育及應急處置管理等，持續提升員工安全作業意識與風險防控能力。

發展與培訓

我們持續推進人才梯隊建設，制定《員工晉升管理制度》，明確晉升標準與流程，規範人才選拔流程。我們推行「管理＋專業」雙通道職業發展體系，將崗位劃分為生產、專業、銷售及管理四大序列，為員工搭建多元化的職業成長路徑。

我們依據《員工培訓管理制度》等制度，對不同職業發展方向實施差異化培養策略。針對管理序列員工，培育團隊管理、統籌協調及戰略執行能力；針對技術序列員工，聚焦專業技能深化與行業前沿技術，強化複雜問題處置能力。我們採用「內部專家＋外部顧問」相結合的教學模式，融合內部實戰業務經驗與外部前沿行業知識，採用線上靈活學習與線下实操演練相結合的培訓形式，保障培訓內容貼合業務實際及行業發展趨勢。同時，我們依託角色認知培訓、導師制帶教等崗位適配輔導機制，助力員工快速適應崗位要求、完成角色平穩過渡，夯實人才供給能力。

供應鏈管理

我們實施《供應商開發制度》《供應商凍結和退出管理規定》《供應商績效考核管理制度》等制度，對供應商開展全生命週期規範化管理。

在供應商准入階段，我們優先選擇商業道德、環境表現及社會表現良好的供應商。我們開展供應商現場評審及產品質量核驗，夯實供貨質量管控基礎。我們將誠信廉潔作為供

業 務

應商准入評價指標，審慎評估存在不良記錄的主體，並在合作協議中明確禁止賄賂等不正當行為。同時，我們根據採購內容及適用法律法規要求開展供應商資質審核，涵蓋危化品經營許可、安全生產許可證、非藥品類易制毒化學品備案證明、特種設備製造許可證等相關資質。

我們推行供應商分級管理機制，對於績效未達要求的供應商，組織復盤評估並持續跟進整改提升情況，對整改不達標的供應商適時啟動退出程序，維護供應鏈穩定完整與安全可靠。同時，我們與供應商建立協作關係，參與新供應商培育開發，並通過技術支持與常態化溝通協作，推動供應鏈可持續發展。

產品責任

我們高度重視產品質量與客戶使用安全，遵守運營地適用法律法規。針對出口產品，我們遵循《1986年安全飲用水和有毒物質強制執行法案》（CA Prop 65）、《化學品註冊、評估、許可和限制法規》（歐盟REACH法規）等相關要求。

在質量管理體系建設方面，我們制定並實施《客戶財產保護控制程序》《不合格控制程序》《產品召回控制程序》等制度，建立產品召回管理體系，覆蓋信息反饋、問題分析、召回執行及糾正改進全流程環節，以保障出現質量問題時能夠及時響應。同時，我們制定《客戶投訴處理流程》及《售後處理流程》，規範售後投訴處理步驟與關鍵風險控制點，推動客戶訴求得到及時、規範處理。

我們推進質量提升改善工作，通過編制《8D問題改善報告》，落實問題糾正與預防措施。我們亦加強《制程異常處理流程》的執行，明確各部門職責，及時管控生產過程中的異常情況，切實保障客戶合法權益。

我們遵守《中華人民共和國網絡安全法》《中華人民共和國個人信息保護法》等法律法規，實施《數據安全管理辦法》《數據安全事件應急響應管理制度》等內部政策。

我們切實保護客戶隱私及數據安全，實施數據分類分級管理，涵蓋重要數據管理及數據全生命週期。我們亦加強合作方數據安全管理，促進供應鏈數據合規。同時，我們建立數據安全評估和審計機制，並制定數據安全事件應急響應計劃。

商業道德

我們遵守《中華人民共和國反不正當競爭法》等相關法律法規，制定《關於公司廉政管理的規定》《採購相關人員誠信廉潔管理制度》，以規範員工的職業行為。我們接受各方監督與反饋，制定《貝爾意見平台管理規定》，並通過意見及監督舉報公示牌，建立舉報處

業 務

理及溝通渠道。我們配套建立舉報人保密管理機制，並完善舉報獎懲管理體系，保障監督渠道有序運行。

我們面向員工開展商業道德合規宣導，並針對高風險崗位人員實施專項培訓，持續強化全體人員的廉潔合規意識。同時，我們將合規要求延伸至供應鏈，開展供應商廉潔調研與廉潔宣導工作，推動合作夥伴提升商業道德與合規意識。

社區投資

我們通過多元公益實踐回饋社會。在公益慈善方面，我們設立「愛在路上」專項基金會，常態化組織員工開展志願服務；在教育支持方面，我們設立「貝爾獎學金」，幫扶優秀學子，並發起「暖冬行動」為貧困山區家庭與學校捐贈物資。

知識產權

我們視知識產權為業務運營的關鍵，投入大量時間和資源進行開發和保護。截至2025年12月31日，我們擁有147項專利、39個商標、41項版權及10個域名。請參閱本文件「附錄五—法定及一般資料—有關本公司業務之進一步資料—知識產權」。

除申請商標及專利註冊外，我們還實施一套全面措施保護知識產權，主要措施包括：(i)指派專人指導、管理、監督及監控知識產權相關日常工作；(ii)及時啟動知識產權的註冊、備案及申請程序；(iii)積極跟蹤知識產權狀態，若發現潛在侵權及時採取行動；及(iv)在所有雇佣合同及商業合同中明確知識產權保護的相關權利與義務。

截至最後實際可行日期，我們未曾因侵犯第三方商標、許可及其他知識產權而遭受任何重大爭議或索賠。

獎項與認可

我們的領先市場地位和品牌認可度體現在我們所獲得的眾多獎項中。下表列示了我們近年來獲得的部分重要獎項和認證：

年份	獎項／榮譽	頒獎機構
2026.....	中國綠色產品認證	北京綠林認證有限公司
2026.....	全國產品和服務質量誠信承諾企業	中國質量檢驗協會
2026.....	2026福布斯中國行業發展領軍企業	弗若斯特沙利文&福布斯中國

業 務

年份	獎項／榮譽	頒獎機構
2026.....	房建供應鏈綜合實力TOP500首選 供應商－地板類	中房優採（中國房地產業協會採購 平台）
2025.....	2025地板優選品牌	UPIN
2025.....	兒童安全認證	中國國檢測試控股集團股份有限公司
2025.....	2025央國資房地產開發企業優選 供應商（民族品牌）－地板類	中房優採（中國房地產業協會採購 平台）
2025.....	常州市工業五星企業	常州市企業發展大會
2024.....	國家級綠色工廠	中華人民共和國工業和信息化部

競爭

我們主要參與全球PVC地板市場。我們在不同產品類別及細分市場中與國際地板製造商、出口導向型中國製造商及區域市場參與者進行競爭。行業內的競爭主要受產品質量、製造規模、定價、產品組合廣度、產品開發及設計能力、生產靈活性、交付可靠性以及全球供應鏈管理能力等因素驅動。此外，下游客戶（尤其是海外零售商、分銷商及品牌擁有人）一般對產品質量一致性、供應穩定性、合規標準及交付能力保持嚴格要求。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%。

我們主要基於我們的多元化產品組合、智造柔性化能力、產品設計及工藝創新能力、全球化供應鏈安排、質量控制標準以及客戶服務響應能力進行競爭。我們相信，我們成熟的生產基地、綜合的製造能力以及提供涵蓋多元化應用場景及不同細分市場（包括大眾市場、高端及超高端產品類別）的產品的能力，為我們的競爭力提供了支持。

請參閱本文件「行業概況」一節。

業 務

員工

截至2025年12月31日，我們在中國及海外分別有904名及583名全職員工。下表列示了我們員工按業務職能的分類情況：

職責	員工人數	百分比
行政及管理.....	104	7.0%
銷售與市場推廣.....	189	12.7%
研發.....	98	6.6%
製造.....	1,096	73.7%
合計.....	1,487	100.0%

我們的成功依賴於吸引、激勵、培訓及留住合格人才的能力。我們通過多種渠道招聘員工，包括在線職位發佈和員工推薦。我們的員工薪酬由基本工資及基於績效和項目的獎金組成。我們相信，我們為員工提供具有競爭力的薪酬方案和鼓勵發展的環境，因此通常能夠吸引並留住合格人才。

我們相信與員工保持良好的勞動關係。截至最後實際可行日期，我們已在中國成立工會以保護員工權益。在業績記錄期及截至最後實際可行日期，我們未曾發生任何重大勞動爭議，也未在招聘運營人員方面遇到任何困難。

根據適用的法律法規要求，我們參加了各種政府法定的員工福利計劃，包括社會保險計劃，即養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險和生育保險計劃，以及住房公積金。我們與大多數高管、管理人員及員工簽訂了關於保密、知識產權、僱傭、商業道德政策及競業禁止的標準合同和協議。

於業績記錄期，我們並未按照相關中國法律法規的要求為我們的員工足額繳納社會保險及住房公積金。根據我們的中國法律顧問的意見，依據適用的中國法律法規，若僱主未足額繳納社會保險，相關主管部門可責令僱主在規定期限內補繳欠繳金額，並按日萬分之五的比例加收滯納金；若僱主未在規定期限內補繳，可能被處以欠繳金額一倍至三倍的罰款。此外，依據適用的中國法律法規，若僱主逾期繳納或少繳住房公積金，相關主管部門可責令其在規定期限內補繳，逾期未繳的，相關部門可向中國法院申請強制執行。根據人力資源和社會保障部於2018年9月21日發佈的《關於貫徹落實國務院常務會議精神切實做好穩定社保費徵收工作的緊急通知》，人力資源和社會保障部門被禁止組織和開展企業歷史社保欠繳的集中清繳工作。

根據我們的中國法律顧問的意見，考慮相關監管政策、基於監管確認及與負責社會保險和住房公積金的主管部門的訪談，我們因業績記錄期社會保險和住房公積金繳納問題而

業 務

受到重大行政處罰的可能性較低。同時，補繳社會保險或住房公積金的風險亦較低。

我們董事認為，上述事件不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響，考慮到在業績記錄期及截至最後實際可行日期期間，(i)根據我們的中國法律顧問的意見，我們未收到相關主管部門要求我們補繳社會保險和住房公積金差額的通知，亦未收到任何重大員工投訴或與員工就社會保險和住房公積金繳納產生重大爭議；(ii)在業績記錄期及截至最後實際可行日期，未對我們就社會保險和住房公積金繳納事項處以重大行政處罰；以及(iii)若我們收到相關主管部門要求在指定期限內整改、補繳社會保險和住房公積金的通知，我們將及時遵照該通知的要求執行。

根據中國勞動法律法規，我們與員工簽訂個人勞動合同，涵蓋工資、獎金、員工福利、工作安全及解除勞動合同的理由等事項。此外，我們與關鍵員工簽訂標準的保密及競業禁止協議。

保險

我們認為我們的保險覆蓋充足，已投保所有中國法律法規要求的強制性保險，並符合一般市場慣例。我們的員工相關保險包括養老保險、生育保險、失業保險、工傷保險、醫療保險及住房公積金，均符合中國法律法規要求。我們還投保了信用保險、全險財產保險、僱主責任保險和物流保險。

在業績記錄期，我們未就業務發生任何重大保險理賠。詳見本文件「風險因素—我們的保險覆蓋可能無法完全保障我們免受所有潛在業務風險的影響」。

物業

在中國大陸擁有的土地及物業

我們在中國的自有物業主要位於江蘇省常州市及主要用於生產、倉儲、辦公及運營用途。截至2025年12月31日，我們在中華人民共和國（中國）擁有了17處物業及四塊土地，總建築面積合計約92,000平方米，且合計約123,000平方米。我們的主要生產設施位於常州橫林。此外，本集團若干中國附屬公司根據相關中國法律法規租賃了集體經營建設用地，並已就該等物業取得相關的產權證或土地使用權證。

截至2025年12月31日，本集團在橫林廠區內有若干臨時鋼結構建築，建築面積合計約37,766平方米，尚未取得相關施工審批或產權證。此外，本集團若干附屬公司佔用若干零散集體土地，尚未取得相關自然資源主管部門的批准，該等物業可能面臨被拆除或收回土地的潛在風險。根據我們的中國法律顧問，當地政府相關部門一直積極協調土地供應安排，並在業績記錄期及截至最新可行日期未就該等事項對本集團實施任何行政處罰。此外，江

業 務

蘇貝爾控股、張女士、張國紅先生已承諾就該等物業引致的損失向本公司作出賠償。基於上述情況，我們的中國法律顧問認為，相關物業不規範情形不會對本集團整體運營構成重大不利影響。

在中國大陸租賃的物業

截至2025年12月31日，本公司在中國大陸租用了19處物業，合計建築面積約為20,000平方米。該等物業主要位於江蘇省常州市，主要用於辦公、生產、員工宿舍及附屬用途。根據我們的中國法律顧問意見，截至2025年12月31日，仍有15處租賃物業未完成必需的租賃登記備案。根據適用的中國法律法規，未完成租賃登記備案的承租人可能被責令在規定期限內整改，逾期未整改的，每處租賃物業可能面臨人民幣1,000元至10,000元的罰款。然而，依據《中華人民共和國民法典》，未完成租賃登記備案並不影響相關租賃合同的效力。截至最新可行日期，本公司尚未因該等事項收到相關主管部門的整改命令或行政處罰。基於上述情況，我們的中國法律顧問認為，未完成租賃登記備案不會對本公司在中國大陸的經營構成重大不利影響。

越南

我們的越南業務在越南廣寧省一塊租賃的工業土地上開展，該土地總建築面積約為70,000平方米。土地使用權以相關土地使用權證為憑，使用期限延至2058年5月。截至最新可行日期，我們已在該土地上建設了生產車間、辦公樓及附屬設施，主要用於越南的生產和運營。我們認為，該租賃土地及相關設施足以支持我們在越南現有及擬議的產能擴張。

其他地區

在中國大陸及越南以外的其他司法管轄區，我們亦租賃了若干處物業，合計建築面積約7,000平方米，主要用於辦公、設計中心、倉儲及員工宿舍用途。

截至最後實際可行日期，我們並無賬面值達15%或以上的單一物業，且構成物業活動一部分的單一物業權益賬面值概無達1%，且該等物業權益的賬面總值不超過我們總資產的10%，因此，根據上市規則第5章及依賴香港法例第32L章《公司（豁免公司及招股章程遵從條文）公告》第6(2)條提供的豁免，我們毋須就我們的物業權益編製估值報告。

法律訴訟及合規情況

法律訴訟

我們可能會在日常業務過程中不時涉及法律訴訟。在業績記錄期及截至最後實際可行日期期間，針對我們或任何董事的訴訟、仲裁程序或行政程序均未存在或威脅存在，且單獨或合計不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

業 務

合規情況

在業績記錄期及截至最後實際可行日期期間，我們未發生任何導致罰款、執法行動或其他處罰的重大違規事件，該等事件單獨或合計不會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。根據我們的中國法律顧問確認，在業績記錄期及截至最後實際可行日期期間，我們在所有重大方面均遵守了所有適用的法律法規。

證書、許可及執照

於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們已就於中國內地及我們經營所在的其他司法權區的業務營運，在所有重大方面獲得相關政府機關所需的一切牌照、批准、許可及證書，而該等牌照、許可、批准及證書仍全面生效。

編號	實體	許可證、批准或許可名稱	到期日期
1.	Jiangsu Happy Home Decors Co., Ltd.	中華人民共和國常州海關	—
2.	常州市貝美家居科技有限公司	排污許可證	2027年6月23日

風險管理與內部控制

我們已建立並持續維護風險管理與內部控制體系，該體系由我們認為適合業務運營的政策和程序組成。我們致力於不斷完善該體系。我們已在信息技術、財務報告及內部控制等業務和運營的各個方面採用並實施了全面的風險管理政策。董事會負責內部控制體系的建立和更新，高級管理層則監督我們各附屬公司及職能部門內部控制程序和措施的日常執行。

為於[編纂]後監察我們風險管理政策及企業管治措施的持續實施，我們已採取或將繼續採取（其中包括）以下風險管理措施：

- 成立審核委員會，以審閱及監督我們的財務報告程序及內部控制系統。請參閱本文件「董事及高級管理層」；
- 為我們的高級管理層及僱員提供有關專業操守要求及道德標準的定期培訓，以加強彼等對適用法律及法規的了解及遵守，並將有關不合規情況的相關政策納入我們的僱員紀律措施及監督指引；及
- 為我們的董事及高級管理層舉辦有關《上市規則》相關要求及於香港[編纂]的公司董事職責的培訓課程。