

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，並須與本文件其他章節所載的更詳細資料及財務資料一併閱讀，且以後者為準。由於此為概要，故此並無載有可能對閣下而言屬重要的所有資料及我們敦請閣下在作出[編纂]決定前，仔細閱讀整份文件。任何[編纂]均有風險。[編纂][編纂]的若干特別風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，應仔細閱讀該節。

概覽

我們的使命

成為能感知實體世界的個人助理。

我們的願景

為奮鬥者打造一個充滿活力、充實、公平且公正的平台，並確保其能長期可持續發展。

我們的價值觀

同見證，共分享。

關於我們

我們為一家總部位於中國的科技公司，專精於車載智慧影像設備，以及支援該等產品的硬件、軟件及算法技術。我們運用AIoT及視覺算法能力，開發可拓展傳統影像設備功能範疇的智慧影像解決方案。在持續研發投資的支援下，該等技術提升影像品質、安全相關功能及用戶體驗，並為我們更廣泛的「移動第三空間」生態系統奠定技術框架基礎。該等改進使我們的設備得以超越基本的錄影功能，並在各類汽車、出行及生活場景中持續提供功能升級。根據弗若斯特沙利文，於2025年，以出貨量計，我們於全球無屏車載智慧影像設備市場中排名第一，市場份額為7.0%，及以出貨量計，我們於全球車載智慧影像設備市場中排名第二，市場份額為4.9%，反映我們穩固的市場地位及全球營運規模。

我們的商業模式

我們主要從事適用於汽車及出行場景的車載智慧影像設備的研發、製造及銷售，其中，行車記錄儀作為我們核心類型的車載智慧影像設備，叮叮拍品牌涵蓋不同產品系列的多個型號，不僅是我們的主要產品類別，亦是我們於往績記錄期的主要收益來源。除行車記錄儀外，我們的產品組合亦包含配套車載產品，例如4G雲盒、車載智慧屏及車載周邊設備，該等產品可延伸或強化核心產品的利用功能。此外，我們主要向汽車製造商供應定制行車記錄儀、後視鏡、車載智慧屏，以及其印刷電路板組件（「PCBA」），該等產品以第三方品牌供應（「第三方品牌產品」）。

概 要

我們的行車記錄儀不僅能提升行車安全、記錄行車影像及旅途時刻，更支持智慧互聯功能，其應用範圍已超越傳統錄影功能，成為更廣泛的「移動第三空間」生態系統的一部分。作為該生態系統的組成部分，我們特定系列的行車記錄儀亦整合由AI驅動的增強功能，例如夜間影像優化及前向碰撞警示及鎖定機制，並讓用戶能透過我們的DDPAI App檢視、下載及管理影像，及透過雲端服務獲取編輯功能及共享記錄的內容。

我們根據用戶需求及市場趨勢界定產品規格，並透過內部研發團隊開發硬件、軟件及算法能力。我們與晶片、感測器及鏡頭等關鍵元件供應商保持長期合作關係，並在廣東省東莞市營運生產設施（「**東莞設施**」），負責進行IQC、SMT、鏡頭模組調焦、DIP、組裝、老化及測試階段以及包裝等主要製造工序。

我們採用多渠道銷售模式，包括(i)透過主要電子商務平台上的自營商店及直接向消費者（「**DTC**」）渠道進行網上直銷；(ii)線上及線下分銷商；及(iii)其他，主要涉及向汽車製造商進行的第三方品牌產品的B2B銷售。

我們的市場機遇

我們的業務增長得益於海外市場（主要於亞洲（不包括中國內地）及歐洲）的拓展、我們的研發及創新能力、東莞設施的製造能力，以及全球銷售網絡。根據弗若斯特沙利文，預期車載智慧影像設備行業將於我們的主要海外市場經歷顯著增長。具體而言，亞洲（不包括中國內地）的市場規模預計將由2025年人民幣61億元擴大至2030年人民幣153億元，複合年增長率為20.2%。同期，預期歐洲的市場規模將由2025年人民幣57億元增長至2030年人民幣89億元，複合年增長率為9.3%。為把握該等龐大的海外市場機遇，先進的東莞設施提供堅實的製造基礎。憑藉東莞設施完善的供應鏈生態系統，我們不僅具備可擴展的製造能力，亦透過嚴格的措施確保產品符合嚴苛的國際品質標準，使我們能夠迅速應對海外市場日益增長的訂單量。

為促使將生產優勢轉化為全球市場份額，我們已建立一個包含線上及線下渠道的全球銷售網絡，涵蓋廣泛海外市場。我們正透過發展分銷及配送框架以及與多個地區的分銷商及其他海外合作夥伴攜手，推動全球擴張策略。該全球銷售網絡支援我們服務不同國家及地區的用戶，並及時供應產品。

基於海外市場的增長、先進的研發及創新能力、東莞設施的產能，以及全球銷售網絡的地理覆蓋範圍，我們預期將持續擴大於海外市場的業務版圖。

生產

我們製造或組裝行車記錄儀、車載智慧屏及第三方品牌產品的智能影像主機，以及配套鏡頭模組及周邊設備。截至最後實際可行日期，我們經營東莞設施，建築面積約為9,174.4平方米，該設施於2017年開始商業投產。於2025年12月31日，生產團隊共有215名成員。

概 要

下表概述於所示期間就我們製造或組裝的智能影像主機及配套鏡頭模組及周邊設備的設計產能、實際產量及生產設施利用率：

	截至12月31日止年度								
	2023年			2024年			2025年		
	設計 產能 ⁽²⁾	實際 產量	利用率	設計 產能 ⁽²⁾	實際 產量	利用率	設計 產能 ⁽²⁾	實際 產量	利用率
	台	台	%	台	台	%	台	台	%
智慧影像主機 ⁽¹⁾	1,600,000	1,484,790	92.8	1,675,000 ⁽³⁾	1,397,858	83.5	1,675,000 ⁽³⁾	1,655,886	98.9
配套鏡頭模組 及周邊設備 ⁽¹⁾	420,000	395,182	94.1	450,000 ⁽³⁾	417,788	92.8	700,000 ⁽⁴⁾	676,757	96.7

附註：

- (1) 基於營運重點的不同，我們在營銷及生產上採用不同的產品分類方式。營銷產品分類(即行車記錄儀及其他)以產品功能及消費者利用習慣為核心，旨在優化銷售策略；而生產產品分類(即智慧影像主機，以及配套鏡頭模組及周邊設備)則根據組裝線的複雜程度。生產產品分類列示實際產能及利用率有意義的計算。
- (2) 設計產能依據生產流程與設備按每個星期運作六天、每月三十天每個工作日每班次10小時，以及我們根據年度銷售預估所配置的生產勞動力計算。
- (3) 與2023年相比，2024年及／或2025年的設計產能有所增加，主要歸因於年度銷售估計上升造成我們配置的生產勞動力增加所致。
- (4) 與2024年相比，2025年的設計產能的進一步增加主要由於海外市場對具備多通道配置行車記錄儀N系列型號及Z系列型號的強勁需求。由於該等產品線需要較大量的配套鏡頭模組，我們擴大該等配套模組的產能，以更好地支持對有關產品日益增長的需求。

我們的優勢及策略

我們相信，以下競爭優勢有助於我們取得成功，並使我們能夠持續增長：(i)憑藉對行業及技術演進的洞察以及全球用戶反饋，我們透過深度產品創新，在車載智慧影像設備行業中保持領先地位；(ii)深入鑽研片上系統影像處理管線及軟件系統的底層技術，以透過系統性的平台創新來支持場景化的產品需求；(iii)打造「端雲一體」系統架構，以支持全球用戶及設備連接服務；(iv)全球化品牌推動價值增長及全渠道營銷構建競爭壁壘；及(v)有遠見且務實的核心管理團隊以及強大的驅動創新的人才引擎。

我們計劃透過實施以下業務策略，進一步鞏固我們的領先地位：(i)持續滲透車輛為中心的「移動第三空間」出行市場，構建全球品牌及增長飛輪，並加速全球市場擴張；(ii)引領AI出行相機，定義出行智能助手；(iii)建構硬件生態及數字服務整合的增長閉環；及(iv)構建全球客戶服務及管理系統。

概 要

研究及開發

我們已建立由產業專家與技術專才組成的人才團隊架構，營造出創新且具協作精神的研發環境。我們以長期成長為導向配置研發資源，並專注於增長潛力巨大的技術與應用場景。我們的研發部門由四個主要單位組成：兩個產品開發團隊、一個平台開發團隊，以及一個項目管理部門。

截至2025年12月31日，研發部由102名僱員組成，其中超過80%持有學士或以上學位。我們已投入且將持續投入大量研發資金以支持長期發展。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，研發開支分別為人民幣31.6百萬元、人民幣26.9百萬元及人民幣32.1百萬元，佔各自年度總收益的8.0%、7.6%及6.8%。

銷售及營銷

我們已建立一個整合品牌營銷、產品營銷、銷售營銷及用戶管理功能的營銷架構。我們已建立進行多渠道銷售及分銷的全球網絡，包括(i)網上直銷(包括主要電子商務平台上的自營店及直接面向客戶(「DTC」)渠道)；(ii)線上及線下分銷商；及(iii)其他，主要涉及向汽車製造商進行的第三方品牌產品的B2B銷售。截至2025年12月31日，銷售及營銷團隊共有163名成員，包括網上直銷營運人員、客戶經理、營銷專員、數碼內容寫手及關鍵意見領袖合作經理人。有關進一步詳情，請參閱「業務－銷售及營銷」。

客戶及供應商

客戶主要包括(i)在國內及海外主要電子商務平台的自營店及DTC渠道購買產品的終端用戶，(ii)透過其銷售網絡或直接向終端客戶轉售我們產品的線上及線下分銷商，及(iii)我們按B2B基準向其供應第三方品牌產品的汽車製造商。於往績記錄期各年度，來自本公司五大客戶的收益分別佔截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度總收益的38.3%、34.9%及34.5%。於往績記錄期各年度，向最大客戶進行銷售分別佔截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度總收益的13.7%、11.9%及9.2%。

供應商主要包括提供主要原材料(例如片上系統(「SoC」)、CMOS影像感測器(「CIS」)、鏡頭、記憶體晶片、Wi-Fi/4G模組、外殼、線材、包裝材料，以及其他配套電子與結構性元件)的一組多元化國內及國際供應商。於往績記錄期各年度，我們向最大供應商的採購額分別佔截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度總採購額的8.2%、10.4%及10.5%，而向五大供應商的採購額合共分別佔截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度總採購額的22.5%、28.6%及33.0%。

概 要

競爭

出行專用智慧影像設備行業競爭非常激烈且市場分散，眾多全球及國內市場參與者在產品性能、軟件功能、品牌實力及銷售渠道覆蓋等方面展開競爭。我們在中國已躋身領先企業之列，並正在拓展海外業務版圖。我們的競爭優勢包括從研發到製造及銷售的全鏈整合，專注於AI驅動的功能強大的專利組合以及自2020年以來迅速的全球擴張。隨著業內日益重視智慧功能與設備的互聯性，該等優勢增強我們脫穎而出的能力。

歷史財務資料概要

下表載列摘錄自本文件附錄一所載會計師報告中我們於往績記錄期的財務資料的財務數據概要。下文所載財務數據概要應與本文件中的財務報表(包括相關附註)一併閱讀，並全部以該等財務報表為準。我們的財務資料乃根據國際財務報告準則會計準則編製。

綜合全面收益表概要

下表載列所示期間的綜合全面收益表：

	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
收益	394,463	352,393	475,604
銷售成本	(251,040)	(218,628)	(294,025)
毛利	143,423	133,765	181,579
其他收入	4,895	3,978	4,825
其他虧損淨額	(5,958)	(4,137)	(905)
就金融資產(已確認)／已撥回減值虧損淨額	(491)	174	146
研究及開發開支	(31,582)	(26,907)	(32,125)
一般及行政開支	(31,696)	(27,790)	(35,015)
銷售開支	(55,997)	(53,030)	(77,410)
財務成本	(4,362)	(3,306)	(1,868)
所得稅前溢利	18,232	22,747	39,227
所得稅抵免／(開支)	397	252	(2,616)
年內溢利	18,629	22,999	36,611

概 要

收益

於往績記錄期，我們主要透過提供行車記錄儀(我們車輛智慧影像設備的核心類型及主要產品類別)產生收益，其餘收益則來自能延伸或強化核心產品應用功能的互補性車載產品，例如4G雲盒、車載智慧屏及車載周邊設備以及第三方品牌產品。下表列示於所示期間按產品類別劃分的收益明細：

	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	%
行車記錄儀	273,300	69.3	260,085	73.8	376,547	79.2
其他	121,163	30.7	92,308	26.2	99,057	20.8
總計	394,463	100.0	352,393	100.0	475,604	100.0

毛利及毛利率

截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，毛利分別為人民幣143.4百萬元、人民133.8百萬元及人民幣181.6百萬元，及毛利率分別為36.4%、38.0%及38.2%。下表列示於所示期間按產品類別劃分的毛利及其相應毛利率：

	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	%
行車記錄儀	104,309	38.2	104,155	40.0	148,697	39.5
其他	39,114	32.3	29,610	32.1	32,882	33.2
總計	143,423	36.4	133,765	38.0	181,579	38.2

概 要

綜合財務狀況表概要

下表載列截至所示日期綜合財務狀況表節選資料：

	截至12月31日		
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
流動資產總值	196,020	183,734	256,227
非流動資產總值	41,595	41,841	35,634
資產總值	237,615	225,575	291,861
流動負債總額	163,342	156,432	207,145
非流動負債總額	39,754	21,654	7,035
負債總額	203,096	178,086	214,180
流動資產淨值	32,678	27,302	49,082
資產淨值	34,519	47,489	77,681
股本	20,610	20,610	20,610
其他儲備	22,162	14,395	10,187
(累計虧損)／保留盈利	(8,253)	12,484	46,884
權益總額	34,519	47,489	77,681

概 要

流動資產淨值由截至2023年12月31日人民幣32.7百萬元減少16.5%至截至2024年12月31日人民幣27.3百萬元。該減少主要歸因於(i)存貨減少人民幣20.1百萬元，主要由於銷量下降；及(ii)貿易應收款項減少人民幣15.5百萬元，反映國內市場的第三方品牌產品銷售減少。流動資產淨值由截至2024年12月31日人民幣27.3百萬元增加79.8%至截至2025年12月31日人民幣49.1百萬元。該增加主要由於(i)存貨增加人民幣35.5百萬元及(ii)現金及現金等價物增加人民幣25.8百萬元，兩者均反映年內銷售規模及收益的擴張。該增加部分被因採購金額隨銷量增長而增加的貿易應付款項增加人民幣46.4百萬元所抵銷。

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們均處於資產淨值狀況。資產淨值由2023年12月31日人民幣34.5百萬元增加至2024年12月31日人民幣47.5百萬元，主要由於我們截至2024年12月31日止年度的全面收益總額人民幣23.0百萬元所致。資產淨值由2024年12月31日人民幣47.5百萬元進一步增加至2025年12月31日人民幣77.7百萬元，主要由於我們截至2025年12月31日止年度的全面收益總額人民幣36.6百萬元，部分被年內購回股份人民幣6.4百萬元抵銷所致。有關進一步詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告中「綜合權益變動表」。

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間綜合現金流量表節選現金流量資料：

	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
經營活動所得現金流量淨額	50,068	51,228	46,946
投資活動(所用)／所得現金			
流量淨額	(9,984)	(12,084)	6,777
融資活動所用現金流量淨額	(39,442)	(18,744)	(27,239)
現金及現金等價物增加淨額	642	20,400	26,484
年初現金及現金等價物	26,114	27,400	46,869
外匯匯率變動的影響	644	(931)	(700)
年末現金及現金等價物	27,400	46,869	72,653

概 要

主要財務比率

下表載列截至所示日期或期間的主要財務比率：

	截至12月31日／截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
毛利率 ⁽¹⁾ (%)	36.4	38.0	38.2
淨利率 ⁽²⁾ (%)	4.7	6.5	7.7
速動比率 ⁽³⁾ (倍)	0.6	0.6	0.7
負債比率 ⁽⁴⁾ (%)	202.4	144.6	64.5
流動比率 ⁽⁵⁾ (倍)	1.2	1.2	1.2

附註：

- (1) 毛利率等於年度毛利除以年度收益，再乘以100%。
- (2) 淨利率等於年度淨利潤除以年度收益，再乘以100%。
- (3) 速動比率乃根據流動資產總額減去存貨，再除以流動負債總額計算得出。
- (4) 負債比率乃根據負債總額(包括借款及租賃負債)除以總權益，再乘以100%計算得出。
- (5) 流動比率乃根據流動資產總值除以流動負債總額計算得出。

風險因素

我們的業務面臨多項風險，包括「風險因素」一節所載者。由於不同[編纂]在釐定風險的重要性時可能有不同的理解及準則，閣下在決定[編纂]H股之前，應將「風險因素」一節全文仔細閱讀。我們面臨的若干主要風險包括：(i)我們的業務受車載智慧影像設備行業狀況影響，尤其是供需動態的任何不利發展可能對我們產品的價格及市場需求造成重大不利影響；(ii)車載智慧影像設備行業競爭激烈且迅速演進。倘我們無法有效競爭，則我們的經營業績及財務狀況可能受到重大不利影響；(iii)維護盯盯拍產品作為值得信賴的品牌形象對我們的成功至關重要；如未能保持這一形象則可能嚴重損害我們的聲譽及品牌，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；(iv)我們依賴分銷商來拓展銷售渠道，如分銷商行為不當、違約或我們未能維持分銷商網絡，則可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；(v)我們可能無法從研發投資中獲益，有效且及時地緊跟並應對趨勢、技術變革及不斷演變的行業標準；(vi)我們依賴第三方支付服務供應商處理交易結算，而有關支付渠道的任何中斷、行為不當或監管不合規可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；及(vii)我們可能無法充分保護或執行我們的知識產權，亦無法阻止第三方複製或對我們的產品進行逆向工程，而我們為保護有關知識產權所採取的措施可能成本高昂。

概 要

[編纂]投資者

於2015年至2026年，本公司透過股權／股份轉讓及認購本公司註冊資本增資，獲得來自[編纂]投資者的投資，以支持本公司日益擴大的業務經營。有關詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－[編纂]投資」。

控股股東

截至最後實際可行日期，羅先生、為有共創、為有共贏、為有共興、為有共盛及為有共輝合計直接持有本公司已發行股本總額約43.72%。

羅先生是為有共創及為有共贏各自的唯一普通合夥人。深圳屹辰是為有共興、為有共盛及為有共輝的唯一普通合夥人。深圳屹辰由羅先生全資擁有。為有共創、為有共興及為有共盛各自為我們的僱員激勵平台以及為有共輝、為有共贏及深圳屹辰各自為羅先生控制的投資平台。

緊隨[編纂]完成後並假設並無根據[編纂]發行新股份且於最後實際可行日至[編纂]期間本公司已發行股本並無其他變動，羅先生、為有共創、為有共贏、為有共興、為有共盛、為有共輝及深圳屹辰將構成本公司一組控股股東，直接及間接合計持有本公司已發行股本總額約[編纂]%。有關詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

[編纂]

概 要

股息

於往績記錄期，本公司並無派付或宣派股息。我們目前並無正式股息政策或固定派息比率。未來是否宣派及派付任何股息將由董事會酌情決定，惟須遵守組織章程細則及中國公司法，並將取決於(其中包括)我們的盈利、財務狀況、資本需求、債務水平、適用於派付股息的法定及合約限制，以及董事會視為相關的其他考慮因素。此外，財政年度的任何末期股息將均須經股東批准。

據中國法律顧問確認，根據中國法律，未來我們所賺取的任何淨溢利將須首先用於彌補過往的累計虧損，此後，我們須將淨溢利的10%分配至法定公積金，直至該公積金達到註冊資本的50%以上。因此，我們僅可於(i)彌補所有過往累計虧損；及(ii)我們已如上所述將足夠的淨溢利分配至法定公積金後，方可宣派股息。

[編纂]開支

[編纂]開支指與[編纂]有關的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。我們預計將產生的[編纂]開支總額為[編纂]百萬港元(假設[編纂]未獲行使並基於[編纂]每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數))，佔[編纂][編纂]總額[編纂]%，此乃假設並無根據[編纂]發行H股。[編纂]開支總額包括(i) [編纂]百萬港元[編纂]相關開支(包括[編纂]佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費)；及(ii) [編纂]百萬港元非[編纂]相關開支(包括(a)法律顧問及申報會計師的費用及開支[編纂]百萬港元；及(b)其他費用及開支[編纂]百萬港元)。於往績記錄期，我們產生[編纂]開支[編纂]百萬港元，其中[編纂]百萬港元已自綜合全面收益表中扣除，而[編纂]百萬港元則歸因於[編纂]H股，並將於[編纂]時自權益中扣除。我們預期於往績記錄期後將產生額外[編纂]開支[編纂]百萬港元，其中[編纂]百萬港元預期將計入綜合全面收益表，而[編纂]百萬港元則歸因於[編纂]H股，並將於[編纂]時自權益中扣除。上述[編纂]開支為最新可行估計，僅供參考，實際金額可能有別於該估計。

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即本文件所示[編纂]指示性[編纂]範圍)，經扣除就[編纂]應付的[編纂]佣金、費用及其他估計開支後，我們估計我們將收取[編纂][編纂]約[編纂]百萬港元。我們擬將[編纂][編纂]用於以下用途及金額：(i)約[編纂]%(或約[編纂]百萬港元)預期分配至技術研發及產品創新；(ii)約[編纂]%(或約[編纂]百萬港元)預期分配至加強我們的海外品牌影響力及擴展全球銷售網絡；(iii)約[編纂]%(或[編纂]

概 要

百萬港元)預期將分配至我們的AI驅動企業數字化能力；及(iv)約[編纂]%(或[編纂]百萬港元)將用作營運資金及一般公司目的。

近期發展及無重大不利變動

於往績記錄期後，與2025年同期相比，我們的業務在銷售表現、盈利能力及海外市場拓展方面持續增長。

經審慎周詳考慮後，董事確認，截至本文件日期，自2025年12月31日以來，本公司的財務及經營狀況或前景並無重大不利變動，且自2025年12月31日以來並無發生對會計師報告(其全文載於本文件附錄一)所載資料造成重大影響的事件。