

概 要

本概要旨在向閣下概述本文件所載資料，並應與本文件全文一併閱讀。由於僅屬概要，故並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂]前，務請閱讀整本文件，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]的部分特定風險載於本文件「風險因素」。閣下在決定[編纂]前，應仔細閱讀該節。

概覽

我們是一家全球目的地管理服務提供商。我們在營運中利用數字化及AI技術，涵蓋系列化及定製化旅遊團組、體驗式旅遊服務及企業出海服務。根據弗若斯特沙利文的報告，我們是中國少數具備全球化佈局、全品類覆蓋及數字化驅動運營的目的地管理服務提供商之一。根據同一來源，按2025年收入計，我們在全球所有旅遊目的地管理服務提供商中排名第三及在服務亞洲客源市場的旅遊目的地管理服務提供商中排名第一。

過去十多年，我們已從一家中國出境旅遊供應鏈服務提供商發展成為一個全球目的地管理平台。我們的營運覆蓋歐洲、亞洲、北美洲、大洋洲、中東及非洲，並正積極拓展至拉丁美洲。我們的戰略重點是沿著亞非歐經濟走廊建立全球服務網絡。除為旅遊組織機構提供旅遊目的地管理服務外，我們亦提供企業出海服務，以支持中國企業進行國際擴張，涵蓋商務考察團出訪、活動策劃、展位搭建及國際推廣。我們的服務網絡覆蓋全球主要客源市場及目的地，使我們成為連接中國與世界、以及海外客源市場與全球目的地的核心服務樞紐。

與傳統目的地管理公司不同，我們已將自研的系統及AI技術整合至我們的整個業務鏈。憑藉我們的全球服務網絡、大規模採購量及高度靈活的供應鏈系統，我們已建立多重競爭壁壘，以支撐我們的運營效率、服務擴展能力，以及服務來自不同客源市場與目的地的客戶的能力。我們的企業出海服務與旅遊目的地管理服務緊密融合，藉助全球供應商網絡及當地執行團隊，為走向全球的中國企業提供服務。我們採用輕資產營運模式，並在客源市場與目的地市場均擁有多元化的業務佈局，這使我們能夠展現出面對外部干擾的強大韌性，並維持可持續的增長。

於往績記錄期間，我們取得了顯著的成長。我們的收入由2023年的人民幣787.5百萬元增至2024年的人民幣1,604.3百萬元，並於2025年進一步增至人民幣2,143.7百萬元，同期的毛利率分別為11.9%、13.3%及14.3%。我們於2023年、2024年及2025年的年內利潤分別為人民幣8.2百萬元、人民幣49.2百萬元及人民幣61.1百萬元，同期的淨利潤率分別為1.0%、3.1%及2.9%。

市場機遇

近年來，全球目的地管理服務市場出現可持續增長。根據弗若斯特沙利文的報告，市場規模由2021年的人民幣1,065億元增至2025年的人民幣2,362億元，複合年增長率為22.1%。預計到2030年，市場規模將達到人民幣4,169億元，2026年至2030年的複合年增長率為11.7%。在此市場中，旅遊目的地管理服務細分市場規模由2021年的人民幣887億元增至2025年的人民幣1,873億元，複合年增長率為20.6%。預計到2030年將達到人民幣3,164億元，2026年至2030年的複合年增長率為10.8%。

概 要

根據弗若斯特沙利文的報告，按2025年收入計，我們在全球所有旅遊目的地管理服務提供商中排名第三，市佔率為1.1%。根據同一來源，同年我們在服務亞洲客源市場的旅遊目的地管理服務提供商中排名第一，市佔率為4.0%。

我們的競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢促成了我們的成功，並使我們與競爭對手形成差異化：(1) 全球佈局，擁有多元化的目的地及客源市場，具備抵禦週期性風險的韌性；(2) 領先的規模化運營及高進入壁壘；(3) 數字化及AI技術驅動運營效率；(4) 多元化的服務組合及具適應性的供應鏈，滿足差異化的客戶需求；(5) 企業出海服務的先發優勢，助力中國企業全球化；及(6) 經驗豐富的管理團隊，為可持續增長奠定堅實基礎。

我們的增長戰略

我們擬採取以下戰略以進一步推動業務增長：(1) 透過全球網絡擴張，以深化及多元化市場，同時優化收入結構；(2) 以旅遊目的地管理為核心、企業出海服務為第二增長引擎的雙引擎成長策略；(3) 持續升級我們的服務產品並提高市場滲透；(4) 拓展我們在中國的入境目的地管理服務；(5) 持續投資於技術升級；及(6) 推動戰略收購並強化人才培育。

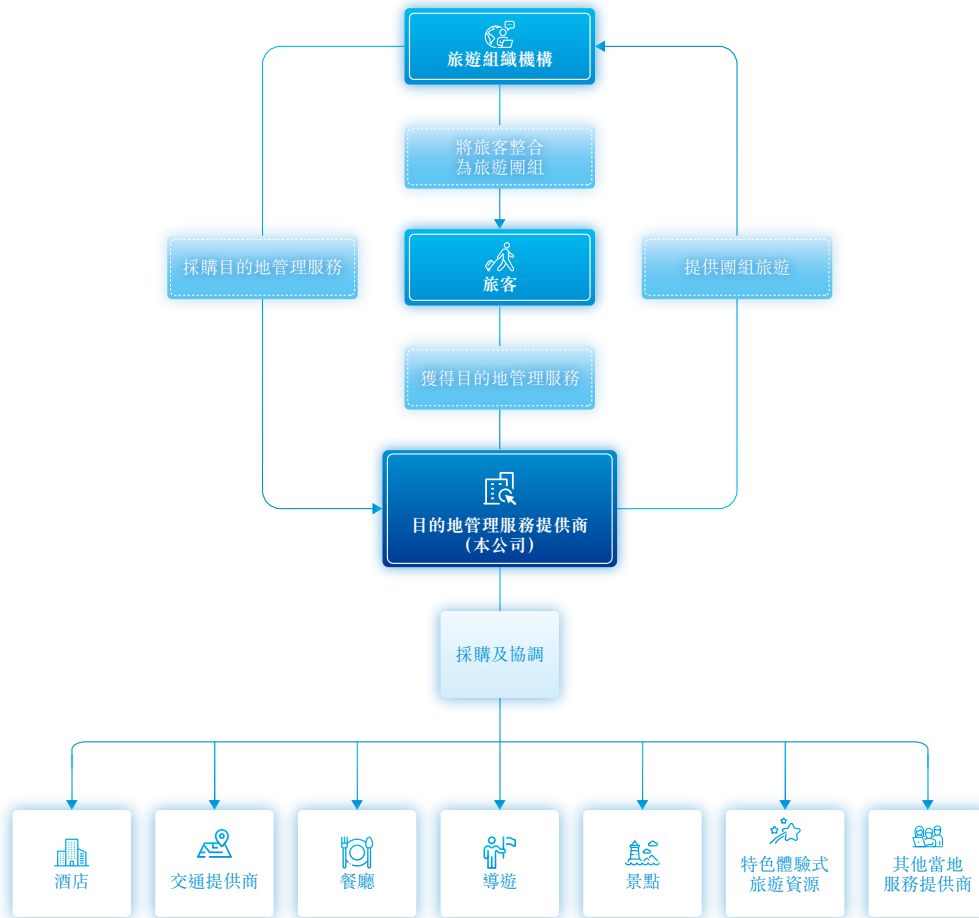
我們的業務模式

我們作為目的地管理服務提供商運營。我們主要將旅遊組織機構與廣泛的目的地服務供應商網絡連接起來，包括酒店、交通提供商、餐廳、導遊、景點、特色體驗式旅遊資源及其他本地服務提供商。我們的主要收入來源是為旅遊組織機構、企業及機構客戶以及散客提供目的地管理服務。

在此模式下，我們與旅遊組織機構簽訂框架協議，並就預期的旅遊團組訂單與其保持持續溝通。旅遊組織機構將散客整合為旅遊團組後，旅遊組織機構會根據該等旅遊團組的服務需求，向我們下單採購當地的目的地管理服務。我們的主要收入來源是為旅遊組織機構、企業及機構客戶以及散客提供目的地管理服務。我們負責提供整體目的地管理服務，包括住宿、交通、餐食、導覽、門票及其他當地安排。透過運用我們的全球客源能力、當地市場專業知識及專有技術平台，我們為系列化旅遊團組或定製化旅遊團組將分散的目的地資源整合為協調一致的目的地管理服務安排，使旅遊組織機構能夠提供結構完善、可靠且具成本效益的團組旅遊，同時側重於營銷及客戶獲取。

下圖說明我們作為旅遊業價值鏈中目的地管理服務提供商的角色，在旅遊組織機構將散客整合成旅遊團組後，將其與當地服務提供商連接起來，為旅客提供當地目的地管理服務。其亦說明了旅遊組織機構如何將旅客整合成旅遊團組並向我們採購目的地管理服務，而我們如何透過該等安排來採購與協調當地的目的地資源，並向旅客交付目的地管理服務。

概 要



就體驗式旅遊而言，我們主要透過在線旅行社平台，直接向散客銷售。該等服務主要包括景點門票、一日遊、當地活動及交通服務，以專屬品牌進行營銷。散客可透過我們各大在線旅行社平台上的官方網店瀏覽並預訂該等服務。

除為旅遊目的地管理服務外，我們亦提供企業出海服務。憑藉我們在旅遊目的地管理服務中採用的各項旅遊元素，該等服務旨在支持中國企業及機構拓展其國際業務，包括商務考察團出訪、活動策劃、展位搭建及國際推廣等。

我們的服務項目

我們的主要業務為提供目的地管理服務，包括旅遊目的地管理服務及企業出海服務。我們向旅遊組織機構、企業及機構客戶以及散客提供目的地管理服務。根據該模式，我們與旅遊組織機構簽訂框架協議，並就預期的旅遊團組訂單與其保持持續溝通。旅遊組織機構將散客整合為旅遊團組後，旅遊組織機構會根據該等旅遊團組的服務需求，向我們下單採購當地的目的地管理服務。旅遊組織機構通常會向旅客收取其提供的團組旅

概 要

遊費用；而我們則是針對所提供的目的地管理服務，向旅遊組織機構收取並結算服務費。我們並非以分銷商模式向旅遊組織機構銷售目的地管理服務，旅遊組織機構在通常情況下亦非作為分銷商購買我們的服務以供進一步轉售。在提供該等服務中，我們將旅遊元素包括酒店、交通、餐飲、導遊服務、景點門票及其他本地服務捆綁組合，為旅遊團組提供系列化或定製化套餐。我們憑藉由逾45,000名合作夥伴組成的全球供應商網絡，確保服務質量及成本效益。

我們的旅遊目的地管理服務包括系列化旅遊團組、定製化旅遊團組及體驗式旅遊。就系列化旅遊團組而言，我們憑藉豐富的供應商資源及運營效率，提供具競爭力的固定價格。就定製化旅遊團組而言，我們按客戶需求及預算量身定製產品。就體驗式旅遊而言，我們為散客提供拆分的目的地資源，包括景點及娛樂設施門票、一日遊及遊船觀光體驗。在各情況下，我們的職責在於整合並交付目的地資源及當地執行服務，而非委派分銷商推銷或轉售我們的服務。

於往績記錄期間，我們服務了逾22,000個旅遊團組及約884,000名旅客。於往績記錄期間，我們於111個國家的2,150個城市提供目的地管理服務，覆蓋範圍主要為歐洲，以及亞太、中東及非洲地區。我們的全球服務網絡遍佈逾25個國家，由全球逾40個辦事處支持。

我們的企業出海服務為第二增長引擎。憑藉全球目的地資源及當地執行能力，我們為中資企業及機構全球擴張提供支持，包括商務考察團出訪、活動策劃、展位搭建及國際推廣等。

下表載列我們於所示期間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	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(人民幣千元，百分比除外)						
團組旅遊	688,068	87.3	1,471,766	91.7	1,975,732	92.2
—系列化旅遊團組	429,442	54.5	919,698	57.3	1,181,686	55.2
—定製化旅遊團組	258,626	32.8	552,068	34.4	794,046	37.0
體驗式旅遊服務	30,834	3.9	48,781	3.0	71,981	3.4
企業出海服務	64,195	8.2	83,352	5.2	95,293	4.4
其他 ⁽¹⁾	4,405	0.6	352	0.1	660	0.0
總計	<u>787,502</u>	<u>100.0</u>	<u>1,604,251</u>	<u>100.0</u>	<u>2,143,666</u>	<u>100.0</u>

(1) 其他主要包括酒店運營服務。

概 要

團組旅遊

我們將各類旅遊要素整合為兩大類目的地管理服務：系列化旅遊團組及定製化旅遊團組。

系列化旅遊團組

我們以具競爭力的價格提供系列化旅遊團組。系列化旅遊團組指旅遊組織機構預先安排好行程，並反覆向市場推出的團組旅遊。每個系列化旅遊團組皆遵循其自有的固定行程，而不同系列化旅遊團組的行程可能因目的地、路線、行程天數、服務標準及目標旅客群體而有所差異。針對該等系列化旅遊團組，我們會根據相關旅遊團組的服務需求提供目的地管理服務安排。我們依賴營運成效及規模經濟來控制成本，同時維持服務質量。

我們遵循一套嚴謹的營運流程，涵蓋行程規劃、資源採購、意向訂單溝通、訂單確認、現場服務提供及行程後評估。我們的系列化旅遊團組主要服務團組旅遊(包括來自中國及東南亞的境外旅客)，熱門目的地位於歐洲、中東及非洲。我們持續監察市場需求，並調整服務項目以符合旅客偏好。我們通常會預先協調酒店及交通等關鍵資源的意向訂單，以提升採購效率並支持資源供應。我們在所有旅遊中均維持一致的服務標準，包括受過培訓的導遊、經過品質檢驗的酒店及可靠的交通服務提供商。我們亦提供24小時客戶支持，以處理旅遊中可能出現的任何問題。

我們的銷售團隊直接與旅遊組織機構合作。我們在系列化旅遊團組中的角色是整合目的地管理資源，並為旅遊組織機構所組織的旅遊團組提供當地目的地管理服務，而非將旅遊行程銷售給旅遊組織機構以供其轉售。因此，我們的系列化旅遊團組並非透過分銷模式銷售，且旅遊組織機構在日常過程中不會以分銷商身份購買我們的服務以供轉售。

定製化旅遊團組

我們為需要靈活行程、更高服務標準或獨特體驗的客戶開發定製化旅遊團組。其中包括家庭遊、親子遊、藝術主題遊、研學遊、高端私人訂製遊以及其他特定主題行程。與系列化旅遊團組不同，我們根據客戶的預算、團隊規模、旅行季節及具體興趣，量身定製每一條旅遊線路。我們以了解客戶期望為首要任務，並提供符合其目標或旅行目標的服務。我們從初始構思階段即與客戶溝通，進行需求分析，並根據其期望量身定製行程方案。我們透過全球供應商網絡調配旅遊要素，並相應調整服務水平。就不同類型的定製化旅遊團組而言，我們會根據行程的主題與目的，整合相關的目的地資源與本地化服務。如為親子遊篩選適合家庭的景點與活動；為藝術主題遊安排博物館、藝廊、音樂會、演出及文化場館；為研學遊配置教育資源。我們與相關當地合作夥伴及服務供應商協調配合，提供結合行程規劃、當地執行與文化探索的專屬旅遊體驗。我們的當地團隊實時監控每項定製化旅遊團組的執行情況，並在出現意外情況時及時作出調整安排。

體驗式旅遊服務

我們提供體驗式旅遊服務，專為偏好靈活、自主規劃行程的散客及小型團組設立。該等服務著重於精選的目的地資源及個別旅遊環節，包括景點及遊樂設施門票、一日遊、遊船觀光體驗、高端餐廳預訂、當地活動、交通安排及其他目的地相關服務。我們以專屬品牌營銷該等服務，尤其是針對散客提供碎片化旅遊服務。

概 要

我們的體驗式旅遊服務主要包括(1)景點及遊樂設施門票；(2)一日遊；及(3)遊船觀光體驗，於往績記錄期間，上述服務合共構成我們體驗式旅遊服務收入的最大部分。就景點及遊樂設施門票而言，我們為散客及小型團組提供熱門景點、遊樂場、博物館、表演、活動及其他目的地相關門票資源。就一日遊而言，我們安排精選的當地行程，該等行程通常於一天內完成，並可能包括導遊安排、入場門票、當地交通、餐飲安排及其他與行程相關的服務。就遊船觀光體驗而言，我們提供精選的遊船旅遊服務，該等服務通常於同日內完成，並可能包括遊船門票及(如適用)船上餐飲或其他遊船相關服務。

此外，我們提供旅客難以自行取得的精選目的地資源。該等資源包括米其林星級餐廳及其他當地熱門餐廳的預訂，以及其他稀缺或需把握時機的當地資源。我們亦提供各項旅遊支持服務，包括當地觀光活動、租車服務、機場接送及當地交通等。我們透過多種渠道出售體驗式旅遊服務。我們主要於OTA運營店鋪，讓散客能夠瀏覽並預訂精選目的地資源。我們亦透過社交媒體渠道直接接觸散客，開展內容營銷並加強客戶互動。

我們將體驗式旅遊服務視為具戰略意義的增長領域。旅客的偏好已由被動觀光轉向靈活、個人化且以體驗為導向的旅遊安排，進而催生便捷獲取景點及遊樂設施門票、一日遊、遊船觀光體驗及其他差異化目的地資源的需求。我們於2023年開始試行體驗式旅遊服務，並持續拓展服務組合及銷售渠道，以把握日益增長的市場機遇。

企業出海服務

我們提供企業出海服務，依託全球目的地資源及當地執行能力，助力中國企業及機構進行國際擴張。我們的服務主要包括(1) MICE服務，包括會議、獎勵旅遊、大會及企業活動，我們將行程規劃、地面交通、住宿、餐飲、當地旅行團安排及現場協調等目的地管理能力整合進業務活動及獎勵計劃；及(2)展覽相關活動，主要涵蓋展位設計及搭建，以及(如有需要)大型貿易交易會及展會的現場管理及場館支持。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已完成多個企業出海項目，服務客戶遍及汽車、科技、金融科技及可再生能源等行業。

我們於業務線之間共享全球供應商網絡，該網絡由逾45,000家提供商組成，包括酒店、交通提供商、餐廳及場地。此有助於我們通過結合MICE服務與目的地管理安排提供一體化解決方案，同時單獨就貿易交易會及展會項目提供展位搭建及相關現場支持服務。我們於全球逾40個辦事處設立本地運營團隊，負責為落地執行提供支持，以確保及時交付。我們的代表性項目包括海外產品發行、峰會論壇，展位搭建項目及其他企業活動。就該等項目而言，我們通常提供行程規劃、活動策劃、活動協調、地面交通、接待安排、展位搭建及現場運營支持等相結合的定製化服務。此外，我們擔任於2025年11月在倫敦世界旅遊交易會舉辦的「中國之夜」活動的聯合協辦方，並在該活動中提供活動管理、國際推廣及現場運營支持。

我們的客戶

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括(1)旅遊組織機構；(2)企業及機構客戶；及(3)散客。於2023年、2024年及2025年，於往績記錄期間各期間來自五大客戶的收入分別佔有關期間總收入的24.6%、28.2%及28.8%，而於往績記錄期間各期間來自最大客戶的收入分別佔同期總收入的11.7%、14.3%及12.3%。我們通常透過銀行轉賬與五大客戶結算付款。

概 要

我們的供應商

於往績記錄期間，我們的供應商主要包括(1)酒店；(2)交通服務提供商；(3)餐廳；(4)導遊；(5)票務服務提供商；及(6)其他當地服務提供商。於2023年、2024年及2025年，我們於往績記錄期間各期間向五大供應商的採購額分別佔有關期間採購總額的11.1%、9.5%及6.6%，而於往績記錄期間各期間向最大供應商的採購額分別佔同期採購總額的4.2%、2.9%及2.6%。我們通常透過銀行轉賬與前五大供應商結算付款。

主要運營數據

下表載列於所示期間我們客戶的若干主要指標。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
供應商數量 ⁽¹⁾	35,248	36,672	45,995
客房晚數	386,426	892,767	1,076,469
客戶數量	984	1,562	1,938
新客戶數量	756	961	1,001
累計服務客戶	1,439	2,400	3,401
平均客戶價值 ⁽²⁾ (人民幣千元)	800.3	1,027.0	1,106.1
服務團組旅遊數量 ⁽³⁾	3,454	7,683	11,543
接待遊客人數 (以千人計) ⁽⁴⁾	128.3	325.5	430.5
每個團組旅遊的平均遊客人數 ⁽⁵⁾	32.7	28.4	24.1
平均團組旅遊價值 ⁽⁶⁾ (人民幣千元)	199.2	191.6	171.2
團組旅遊項下每名遊客平均收入 ⁽⁷⁾ (人民幣元)	6,083.9	6,750.6	7,091.4

(1) 指於各自年度與我們有業務往來的供應商數量。

(2) 按特定年度的總收入除以相同年度購買我們服務的客戶數目計算。

(3) 指我們團組旅遊所服務的旅遊團組數量。

(4) 指我們團組旅遊及體驗式旅遊服務所服務的遊客人數。

(5) 按我們團組旅遊所服務的旅客人數除以同年團組旅遊所服務的旅遊團組數量計算。

(6) 按我們團組旅遊產生的收入除以同年團組旅遊所服務的旅遊團組數量計算。

(7) 按我們團組旅遊產生的收入除以同年團組旅遊所服務的旅客人數計算。

2023年至2025年每個旅遊團組的平均遊客人數及平均旅遊團組價值下降，主要反映我們的策略性調整，以更小規模的團組提升旅客體驗。我們發現旅客偏好出現變化，愈趨傾向選擇小型團組及更具個人化的行程安排。就此，我們相應調整服務項目，專注提供以高質量及體驗導向為主的旅遊產品，在減少每團組旅客人數的同時，亦令平均團組規模及每團組平均價值相應下降。

概 要

財務資料概要

綜合損益表及其他全面收益選定項目

下表載列於所示期間我們的綜合損益及其他全面收益表選定項目。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(人民幣千元，百分比除外)					
收入	787,502	100.0	1,604,251	100.0	2,143,666	100.0
收入成本	(694,029)	(88.1)	(1,390,180)	(86.7)	(1,838,004)	(85.7)
毛利	93,473	11.9	214,071	13.3	305,662	14.3
除稅前利潤	9,457	1.2	39,844	2.5	71,614	3.3
所得稅	(1,271)	(0.2)	9,357	0.6	(10,482)	(0.5)
年內利潤	8,186	1.0	49,201	3.1	61,132	2.9

詳情請參閱「財務資料—主要資產負債表項目的討論」。

綜合財務狀況表選定項目

下表載列截至所示日期我們的綜合財務狀況表選定項目。

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
非流動資產總額	17,423	39,218	41,974
流動資產總額	197,053	297,365	486,422
流動負債總額	386,302	227,106	340,200
流動(負債)/資產淨額	(189,249)	70,259	146,222
總資產減流動負債	(171,826)	109,477	188,196
非流動負債總額	12,581	27,014	49,545
(負債)/資產淨額	(184,407)	82,463	138,651

流動負債淨額由截至2023年12月31日的人民幣189.2百萬元變成截至2024年12月31日的流動資產淨額人民幣70.3百萬元，主要由於(1)我們的貿易及其他應收款項增加；及(2)向投資者發行的金融工具減少。截至2025年12月31日，流動資產淨額進一步增加至人民幣146.2百萬元，主要由於(1)現金及現金等價物增加；及(2)貿易及其他應收款項增加，部分被銀行貸款及透支、合約負債以及貿易及其他應付款項增加所抵銷。截至2026年5月31日，流動資產淨額進一步減至人民幣134.6百萬元，主要由於(1)現金及現金等價物的減少；及(2)貿易及其他應付款項以及合約負債增加，部分被貿易及其他應收款項增加所抵銷。詳情請參閱「財務資料—主要資產負債表項目的討論」。

概 要

現金流量表選定項目

下表載列我們於所示期間的綜合現金流量表選定項目。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
營運資金變動前的經營現金流量	3,742	64,379	99,854
營運資金變動	(20,067)	(12,727)	(28,664)
經營所得現金	(16,325)	51,652	71,190
已付所得稅	(180)	(1,372)	(2,058)
經營活動(所用)/所得現金淨額	(16,505)	50,280	69,132
投資活動(所用)/所得現金淨額	(1,254)	(14,504)	4,823
融資活動所得/(所用)現金淨額	35,154	(13,766)	40,546
期初現金及現金等價物	30,497	49,391	69,937
期末現金及現金等價物	49,391	69,937	191,130

我們於2023年錄得經營活動現金流出淨額，主要由於我們擴展銷售網絡及加強組織能力，致使我們於2023年的銷售及分銷開支和行政開支的投資分別達人民幣49.0百萬元及人民幣46.6百萬元。我們於2024年錄得經營活動現金流入淨額人民幣50.3百萬元，並於2025年進一步增至人民幣69.1百萬元。詳情請參閱「財務資料—流動資金及資本資源—現金流量」。

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示期間的主要財務比率。

	截至12月31日/截至該日止年度		
	2023年	2024年	2025年
毛利率	11.87%	13.34%	14.26%
流動比率(倍) ⁽¹⁾	0.51	1.31	1.43
ROA ⁽²⁾	5.44%	17.86%	14.13%
ROE ⁽³⁾	—	—	55.29%

(1) 流動比率按截至期末的流動資產除以流動負債計算。

(2) 資產回報率按年內淨利潤除以總資產平均結餘(即相關期間期初及期末總資產的平均值)計算。

(3) 股本回報率按年內淨利潤除以總權益平均結餘(即相關期間期初及期末總權益的平均值)計算。2023年及2024年的股本回報率不具參考意義，因為我們於該等期間錄得虧蝕。

詳情請參閱「財務資料—主要財務比率」。

控股股東

於往績記錄期間及直至本文件日期，王先生及個人一致行動人士彼此採取一致行動，共同控制本公司。截至本文件日期，王先生及個人一致行動人士共同控制我們約53.7048%的已發行股本總額，包括：(i)王先生直接持有約43.0033%；(ii)由遠航鑫心(我們的僱員持股平台，其普通合夥人為王先生)持有約4.6739%；(iii)由海傳心投資持有約3.9989%，而海

概 要

傳心投資由王先生全資擁有及控制；及(iv)根據若干一致行動協議，由個人一致行動人士直接合共持有約2.0287%。緊隨[編纂]及[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，我們的控股股東集團(即王先生、遠航鑫心、海傳心投資及個人一致行動人士)將共同控制本公司[編纂]已發行股本總額約[編纂]%。有關更多資料，請參閱「歷史、發展及公司架構—一致行動人士安排」及「與控股股東的關係」。

[編纂]前投資

為籌集戰略發展資金並擴大股東基礎，本公司自被王先生收購後已進行數輪[編纂]前投資。有關[編纂]前投資者的背景及[編纂]前投資的主要條款的進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構—[編纂]前投資」。

我們的風險及挑戰

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」。於決定[編纂]我們的股份前，閣下應仔細完整閱讀該節內容。我們認為，我們面臨的最重大風險包括但不限於以下幾項：(1)我們的業務易受宏觀經濟形勢的影響，我們開展業務的國家及地區的經濟與社會狀況可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響；(2)未來任何自然災害、傳染病爆發或其他不可抗力事件的發生，均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響；(3)我們潛在市場的規模以及對目的地管理服務的需求可能因各種因素無法按我們預期的速度增長，這將對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響；及(4)倘我們未能及時推出新服務以適應客戶需求和技術進步，我們的業務經營及財務表現可能受到不利影響。

[編纂]

於往績記錄期間，我們並無錄得[編纂]。我們預期將就[編纂]產生合共約人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬[編纂])的[編纂]，約佔[編纂]的[編纂]%(假設[編纂]為[編纂]港元，即指示性[編纂]港元至[編纂]港元的[編纂]，並假設[編纂]未獲行使)，包括(1)所有[編纂]的[編纂]佣金約人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)；及(2)[編纂]約人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)，其中包括(a)[編纂]及申報會計師的費用及[編纂]約人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)，及(b)其他費用及[編纂]約人民幣[編纂]百萬元([編纂]百萬港元)。我們預計約人民幣[編纂]百萬元[編纂]將於綜合損益表中扣除，而約人民幣[編纂]百萬元將於權益中扣除。上述[編纂]為截至最後實際可行日期的最佳估計，僅供參考。實際金額或會與該估計有所不同。

[編纂]統計數據

	基於每股 H股[編纂] 港元的[編纂]	基於每股 H股[編纂] 港元的[編纂]
[編纂] ⁽¹⁾ 每股未經審計[編纂]經調整有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]百萬港元 [編纂]港元	[編纂]百萬港元 [編纂]港元

概 要

- (1) [編纂]乃基於緊隨[編纂]完成後預期有[編纂]股已發行股份計算(假設[編纂]未獲行使)。
- (2) 未經審計[編纂]經調整每股股份有形資產淨值，乃基於假設[編纂]已於2025年12月31日完成，則緊隨[編纂]完成後將有[編纂]股股份(即於2025年12月31日已發行的[編纂]股股份並按一比十基準的股份拆細進行調整以及根據[編纂]將予發行的[編纂]股H股)已獲發行計算，且未計及因行使[編纂]而可能[編纂]的任何H股。

股息

我們是一家根據中國法律註冊成立的控股公司。我們目前並無正式的股息政策或預先釐定派息比率。於往績記錄期間，我們並無宣派任何股息。中國法律規定，股息僅可從可分配利潤中派付。可分配利潤指我們除稅後利潤，扣除我們須提取的法定儲備及其他儲備後的撥款。根據我們的組織章程細則，股東日後可在考慮我們的盈利能力、現金流量狀況、公司發展及資金需求後，以現金及/或股份形式宣派股息。任何股息的宣派、派付及金額均由股東酌情決定。股息的宣派、派付及金額均須符合組織章程細則、適用中國法律，並經股東批准。股東可於股東大會上批准任何股息宣派，惟其金額不得超過董事會所建議之數額。據中國法律顧問告知，除非我們有依法可供分派的利潤及儲備，否則不得宣派或派付任何股息。

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍每股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，且[編纂]未獲行使，我們估計[編纂]淨額(經扣除我們就[編纂]應付的估計[編纂]佣金以及其他費用及[編纂])將約為[編纂]百萬港元。

我們目前擬將[編纂]淨額用途及金額使用如下：(1)[編纂]淨額約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於擴大全球目的地管理服務網絡；(2)[編纂]淨額約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於升級我們的信息技術系統及數字化運營；(3)[編纂]淨額約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於透過戰略收購與投資來推動產業鏈整合，包括設立附屬公司與合資企業，以強化我們的客戶基礎、目的地覆蓋範圍及供應鏈能力；(4)[編纂]淨額約[編纂]%，或[編纂]百萬港元，將用於營運資金及其他一般企業用途。有關我們未來計劃及[編纂]用途的進一步資料，請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

近期發展及無重大不利變動

董事確認，直至最後實際可行日期，我們的業務、財務狀況及經營業績自2025年12月31日(即本文件附錄一所載會計師報告所報告的期間結束日期)以來並無重大不利變動，且自2025年12月31日以來並無任何事件會對本文件附錄一所載會計師報告的資料造成重大影響。