

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故並未載有所有對閣下而言可能屬重要的資料。閣下在決定投資[編纂]之前，務必細閱整份文件。

任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]的若干特定風險載於「風險因素」一節。閣下在決定投資[編纂]之前，務必細閱該節內容。本節所用各種表述於本文件「釋義」及「技術詞彙表」章節中界定。

概覽

我們設計、開發及銷售新能源乘用車，包括純電動車（「**BEV**」）和增程式電動車（「**REEV**」），並且涵蓋產品定義與設計、智能汽車工程、系統集成、汽車銷售及售後支持。我們結合內部能力及戰略合作來開發汽車，合作夥伴包括長安汽車（我們的控股股東兼於往績記錄期間我們汽車的唯一製造商），連同寧德時代（在電池相關技術及供應方面）及華為（在智能汽車解決方案方面）。我們專注於產品定義及設計、智能汽車工程、系統集成、銷售及客戶互動，同時就關鍵組件、系統及製造相關服務與外部供應商及合作夥伴合作。我們通過直銷與經銷相結合的方式（包括我們的阿維塔APP、官方網站、自營門店及經銷商門店），交付我們的汽車及相關服務，並在整個車輛持有週期內提供持續的軟件升級、維護及客戶服務。通過協調設計、研發、供應鏈與銷售各環節，我們的目標是讓所有車型均保持始終如一的產品質量和用戶體驗，並在新能源乘用車市場打造獨具特色的品牌。

自2021年以來，我們與長安汽車、寧德時代及華為攜手，通過市場導向管理方式打造新豪華新能源乘用車品牌。我們的運營機制使我們能利用長安汽車的製造能力，同時保持更為靈活高效的運營、決策機制，使我們能夠迅速調整業務策略，以適應不斷變化的消費者偏好及市場需求。自推出阿維塔(AVATR)品牌後不到五年，我們構建了產品設計、定義、研發、品牌、車型矩陣、營銷、用戶體系全價值鏈的核心能力。我們推出了覆蓋高端豪華新能源乘用車市場的新能源乘用車車型，在汽車行業中確立地位。

我們採用輕資產運營模式，這使我們能夠專注於為客戶帶來更大價值的活動，如產品定義、產品設計、核心技術開發、品牌推廣、銷售及營銷以及生態系統運營。長安汽車作為公司大股東在智能製造、供應體系、研發及測試體系和渠道資源為阿維塔賦能。寧德時代作為公司重要股東，在新能源技術平台及聯合營銷方面全力支持阿維塔發展。我們亦與擁有智能汽車解決方案的供應商引望合作。我們在2025年2月以總對價人民幣115億元收購引望10%的股權。雙方將以聯合共創的模式共同打造阿維塔改款車型及下一代系列車型。雙方團隊深度融合，在整車聯合定義、聯合開發與測試、聯合營銷等方面開展工作，共同助力阿維塔打造產品競爭力、銷售上量和品牌向上。

受益於公司的輕資產業務模式，公司成功打造了一支重視效率的團隊，整體人員數量保持精簡。截至2024年及2025年12月31日，我們分別擁有合計3,492名及3,978名僱員，2024年及2025年對我們的總收入合計貢獻分別超過人民幣150億元及人民幣250

概 要

億元。於往績記錄期間，我們的銷售得到擴張、車型屢獲殊榮、收入增長加快及國際市場影響力不斷擴大，實現快速增長並展現經營勢頭。

2025年，按銷量計，在人民幣200,000元以上中國新豪華新能源乘用車市場中，阿維塔(AVATR)排名第八，總銷量為122,702輛。於2025年，阿維塔06在人民幣200,000元以上的中國新豪華新能源乘用車中型轎車中排名第四，阿維塔07在相同價格細分市場的中型SUV中排名第四，阿維塔12在人民幣300,000元以上的新豪華新能源乘用車大型轎車中排名第二，而阿維塔11在人民幣300,000元以上的新豪華新能源乘用車大型SUV中排名第13。

競爭優勢

我們相信以下優勢有助我們取得成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出：(i)行業頂級戰略合作夥伴赋能，實現以效率領先為核心的最佳資源整合；(ii)輕資產模式運營，聚焦資源投入到為用戶創造更高生態價值領域；(iii)圍繞原創設計、汽車智能化及安全健康科技打造「新豪華」新能源乘用車品牌，定義情感智能的高端出行體驗；(iv)頂尖的技術融合和自研能力，持續構建前瞻技術護城河；(v)高效迭代的產品體系，主動應對激烈市場競爭；及(vi)具有多元化背景及豐富經驗的管理團隊，以及卓越精幹的員工隊伍，保證我們的可持續增長。有關詳情，請參閱「業務－競爭優勢」。

戰略

我們打算採取以下戰略以支持我們的持續增長：(i)加強戰略聯盟，構建領先卓越的智能新能源乘用車品牌新範式；(ii)堅持以用戶需求為導向，持續在核心市場投放新品，打造爆款大單品；(iii)加速推進全球化佈局，探索業績增長新引擎；(iv)保持技術領先地位，強化智能出行品牌；(v)樹立新豪華品牌形象，持續為消費者帶來高價值服務和出行體驗；及(vi)聯手產業鏈生態合作夥伴，共創未來出行生態圈。有關詳情，請參閱「業務－戰略」。

技術實力

我們以強大的自主技術實力與專有美學設計為基礎，持續投入大量資源在豪華智能新能源乘用車核心領域進行自研開發。我們重視建立高水平的研發團隊。截至2025年12月31日，研發人員佔我們員工總數的55.0%，反映了我們對創新和卓越技術的堅定戰略。我們高度重視研發技術積累。截至2025年12月31日，我們已建立強大的知識產權儲備體系，自推出阿維塔品牌後不到5年的時間就在全球範圍內積累了1,559項專利，其中包括多項與新能源汽車前沿領域相關的專利，體現了我們高效的專利佈局能力。我們為旗下全系車型搭載了一系列核心技術，包括模組化智能新能源乘用車平台、中央電子電氣架構、多傳感器輔助駕駛系統、基於HarmonyOS的智能座艙、智能底盤控制及綜合多層級安全框架，具體功能因車型而異。請參閱「業務－技術」。

概 要

我們的業務

我們是一個技術自主可控的新能源乘用車品牌，致力於打造「高顏值、高智能、高價值」的新豪華出行體驗。我們的智能新能源乘用車專為中國新能源乘用車市場的高端及豪華細分市場而設計，主要在著重精緻美學、先進技術及高端駕駛體驗的高收入人士中產生了強烈的共鳴。於往績記錄期間，我們的收入主要來自銷售新能源乘用車。其次，我們的收入亦來自銷售汽車零部件及增值產品以及與新能源乘用車相關的配套服務。下表載列於所示年度按業務分部劃分的收入明細：

	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	%
銷售新能源乘用車	5,542,018	98.2	14,417,324	94.9	23,902,035	93.3
銷售汽車零部件及其他 ⁽¹⁾	103,339	1.8	777,896	5.1	1,729,250	6.7
總計	5,645,357	100.0	15,195,220	100.0	25,631,285	100.0

附註：

- (1) 其他主要包括涵蓋售後維修及維護服務、高端配件及輕改裝服務、充電服務、金融保險產品轉介服務、平台技術服務及人員支持服務的各項服務。

自2024年起，我們向海外市場（包括東南亞、中東非、歐亞、中南美）銷售智能新能源乘用車。於2024年及2025年，來自海外市場銷售的收入分別佔我們總收入的1.5%及5.5%。

我們的汽車產品

截至最後實際可行日期，我們已推出四款主要量產車型，即阿維塔06系列、07、11及12，全部均提供BEV與REEV動力兩種選項，並涵蓋中國新能源乘用車市場的高端及豪華細分市場。就阿維塔11及12而言，我們亦推出了皇家劇院系列及限量版「0」系列，即阿維塔011及阿維塔012。截至最後實際可行日期，所有車型均提供純電與增程動力兩種選項，使我們成為全行業首個完成全部車型雙動力佈局的新興新能源乘用車品牌。我們的車輛售價介於人民幣200,000元至人民幣700,000元。有關我們主要車型的簡述（包括產品定位、推出時間、價格區間及主要規格），請參閱「業務－概覽」。

自2022年12月開始交付車輛以來，我們的總交付量由2023年的20,021輛增加至2025年的122,702輛。往績記錄期間內部分車型的交付量出現波動，原因是為推出新車型而重新分配資源、客戶購買的時間及市場競爭。阿維塔11的交付量由2023年的18,024輛減少至2024年的9,310輛，主要是由於我們重新分配內部資源以支持阿維塔12推出市場。阿維塔12的交付量由2024年的30,785輛減少至2025年的20,963輛，主要是由於若干客戶預期四激光雷達車款計劃於2025年下半年推出而延遲購買。儘管個別車型的交付量出現波動，但隨著產品組合擴大，我們的整體汽車交付量持續增長。阿維塔06於2025年開始交付，並錄得2025年銷量36,528輛。阿維塔07的交付量由2024年的21,493輛增加至2025年的57,338輛。於2025年，我們的總交付量達到122,702輛，較

概 要

2024年增加約99.2%。隨著我們的產品組合持續多元化，我們逐步提升整體交付規模及營運彈性。有關按車型及地區市場劃分的汽車交付量明細，請參閱「業務—我們的業務—我們的汽車產品—主要運營數據」。

銷售及營銷

我們採用直接銷售及分銷相結合的方式為我們的智能新能源乘用車進行營銷。我們採用直銷模式以維持一致的用戶體驗及運營效率。用戶可透過阿維塔APP及官方網站，探索功能、訂製配置、預約試駕及下訂單。我們亦授權銷售代理商協助直銷，客戶直接向我們下訂單，而車輛所有權歸我們所有，直至車輛轉給客戶。銷售代理商收取固定佣金，而收入確認為直接銷售收入。我們已按照行業慣例採用分銷模式，以擴大我們在中國及海外的市場覆蓋範圍。經銷商向我們購買車輛，並經營品牌門店進行銷售及售後服務。為確保與我們的品牌價值及銷售策略保持一致，我們採用嚴格的經銷商篩選標準，主要集中於它們的財務實力、營運能力及行業經驗。我們的經銷商通常在車輛銷售、維修和保養服務方面擁有豐富的經驗。於2023年、2024年及2025年，來自分銷的收入分別為人民幣62.2百萬元、人民幣1,464.9百萬元及人民幣12,623.6百萬元，分別佔我們同年總收入的1.1%、9.6%及49.3%。截至2023年、2024年及2025年12月31日，我們分別擁有零家、259家及384家新能源乘用車經銷商。請參閱「業務—銷售及營銷—分銷」。

客戶

我們的客戶主要包括我們直銷模式下的個人汽車買家及分銷模式下的經銷商。於2023年、2024年及2025年，於往績記錄期間各年度來自五大客戶的收入分別為人民幣146.8百萬元、人民幣694.4百萬元及人民幣2,580.4百萬元，分別佔我們同年總收入的2.5%、4.6%及10.1%。於2023年、2024年及2025年，於往績記錄期間各年度來自我們最大客戶的收入分別為人民幣64.4百萬元、人民幣232.6百萬元及人民幣927.4百萬元，分別佔我們同年總收入的1.1%、1.5%及3.6%。

供應商

我們聘請第三方供應商為新能源乘用車提供關鍵零部件及材料，包括電池、傳統汽車零部件以及其他零部件及材料。我們亦向供應商採購智能汽車解決方案及營銷服務。我們的主要供應商是汽車零部件的供應商及汽車服務提供商。於2023年、2024年及2025年，於往績記錄期間各年度向五大供應商採購的採購額分別為人民幣6,862.5百萬元、人民幣9,249.1百萬元及人民幣12,718.6百萬元，分別佔我們同年總採購額的88.4%、65.3%及55.5%。於2023年、2024年及2025年，於往績記錄期間各年度向最大供應商採購的採購額分別為人民幣2,797.3百萬元、人民幣3,023.2百萬元及人民幣4,969.5百萬元，分別佔我們同年總採購額的36.0%、21.4%及21.7%。於往績記錄期間各年度，我們通常以銀行票據與五大供應商結算款項。

風險因素

我們的業務和[編纂]涉及某些風險。我們面臨的一些主要風險包括但不限於(i)我們在競爭激烈的中國新能源乘用車(NEPV)市場中運營，我們可能無法有效競爭；(ii)我們未來的增長取決於消費者對我們新能源乘用車的需求；(iii)我們的行業發展迅速，其他新能源乘用車的技術突破或會對我們汽車的需求造成不利影響；(iv)倘我們與長安汽車的合作終止或減少，或不再具互惠互利性，則我們的業務及經營業績可能會受到

概 要

不利影響；(v)我們正面臨或可能面臨與戰略聯盟或收購有關的風險；(vi)延遲開發及推出我們管線中的新車型可能會對我們的業務造成重大不利影響；(vii)我們依賴供應商提供對我們汽車至關重要的原材料、零部件、軟件及服務，而這可能會對我們的業務營運產生不利影響；(viii)我們的業務及前景取決於我們建立、維護及加強「阿維塔(AVATR)」品牌的能力，否則可能會對我們的聲譽及業務造成不利影響；(ix)我們的經營歷史有限，因此難以評估我們的業務及未來前景；及(x)利好新能源乘用車或國產汽車的政府政策變動可能會對我們的業務造成不利影響。

競爭

中國新能源乘用車市場競爭激烈。由於我們在戰略上專注於提供新豪華新能源乘用車，因此直接與中國新豪華新能源乘用車市場的主要參與者競爭，包括純粹的新能源乘用車公司以及同時生產新能源乘用車的傳統OEM。中國仍為全球最大的新能源乘用車市場，於2025年的滲透率為54.0%，而全球平均水平為28.4%。2025年，中國新能源乘用車銷量達到13.0百萬輛，佔全球新能源乘用車市場的59.5%。預計到2030年，中國新能源乘用車銷量將達到19.1百萬輛，2025至2030年間複合年增長率為8.0%，佔全球市場份額的45.1%。

根據弗若斯特沙利文的資料，新豪華新能源乘用車指售價超過人民幣200,000元的高端及豪華新能源乘用車，而高端及豪華新能源乘用車市場呈現爆發性增長，由2021年的1.2百萬輛增至2025年的4.9百萬輛，複合年增長率為43.4%。售價超過人民幣200,000元的新能源乘用車銷量佔中國新能源乘用車總銷量的37.8%。受居民收入增長及消費升級驅動，該市場預計將保持穩定增長至2030年可達8.2百萬輛。於2025年至2030年，市場預計將以10.7%的複合年增長率擴張。中國新豪華新能源乘用車市場的競爭格局正急速升溫。多家品牌展現強勁增長勢頭，彰顯出市場潛力與品牌吸引力。有關行業競爭格局的更多資料，請參閱「行業概覽」。

主要財務資料概要

下表概述我們於往績記錄期間的合併財務資料，並應與本文件「財務資料」以及本文件附錄一會計師報告及相關附註一併閱讀。我們的合併財務資料乃根據國際財務報告準則會計標準編製。

合併損益及其他綜合收益表概要

下表載列於所示年度的合併損益及其他綜合收益表概要：

	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	5,645,357	15,195,220	25,631,285
銷售成本	(5,814,813)	(14,233,927)	(23,214,675)
毛(損)/利	(169,456)	961,293	2,416,610
其他收入及收益	122,450	120,693	192,392
銷售及營銷開支	(2,304,287)	(3,036,301)	(3,281,131)

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
行政開支.....	(579,628)	(705,935)	(765,777)
研發開支.....	(660,121)	(1,214,069)	(2,085,654)
金融資產減值虧損淨額	—	(1,248)	(4,342)
其他開支.....	(16,315)	(37,524)	(32,081)
融資成本.....	(85,148)	(104,894)	(109,603)
分佔聯營公司利潤	—	—	182,485
除稅前虧損.....	(3,692,505)	(4,017,985)	(3,487,101)
所得稅開支.....	—	—	(1,790)
年內虧損.....	(3,692,505)	(4,017,985)	(3,488,891)

於往績記錄期間，我們於2023年、2024年及2025年分別錄得淨虧損人民幣3,692.5百萬元、人民幣4,018.0百萬元及人民幣3,488.9百萬元，主要反映我們業務早期商業化及增長階段。

我們於規模效益全面顯現前產生了大量前期投資。尤其是，由於我們僅於2022年12月底開始車輛交付，我們在產品開發、渠道拓展及組織架構建設方面產生了大量開支，以支持我們的業務增長。我們亦產生了大量銷售及營銷開支，以建立品牌知名度及支持我們的汽車系列推出市場，包括廣告及推廣活動、發佈活動及其他品牌建設活動，這些活動對於建立市場影響力而言屬必要，但於早期商業化階段並不會隨車輛交付而按比例增加。此外，我們在整車開發、工程驗證、平台級技術提升、智能系統集成及動力總成組合配置方面產生了大量研發開支，反映了建立具競爭力的產品組合及確立核心技術能力所需的前期投資。此外，於往績記錄期間，我們的成本結構尚未充分受惠於規模經濟。具體而言，相對較小的採購量限制了我們與零部件供應商的議價能力，而製造相關成本在增長階段分攤至相對較低的交付量，這對我們的毛利率及整體盈利能力造成不利影響。隨著我們繼續投資於業務擴張、銷售及營銷活動以及研發，我們的盈利能力在短期內可能依然面臨壓力，且我們可能於截至2026年12月31日止年度繼續錄得淨虧損。有關詳情，請參閱「財務資料－經營業績主要組成部分說明」。

合併財務狀況表概要

下表載列截至所示日期我們合併財務狀況表的節選資料。

	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	2,249,478	6,194,055	16,444,937
流動資產總值	10,394,569	22,959,978	12,919,555
資產總值.....	12,644,047	29,154,033	29,364,492
非流動負債總額	789,993	2,316,151	2,364,085
流動負債總額	9,760,275	18,247,752	21,204,147

概 要

	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)
負債總額.....	10,550,268	20,563,903	23,568,232
流動資產淨值／(負債淨額).....	634,294	4,712,226	(8,284,592)
資產淨值.....	2,093,779	8,590,130	5,796,260
母公司擁有人應佔權益			
股本.....	1,994,965	3,006,328	3,065,147
儲備.....	98,814	5,583,802	2,731,113
權益總額.....	<u>2,093,779</u>	<u>8,590,130</u>	<u>5,796,260</u>

我們的流動負債淨額由截至2025年12月31日的人民幣8,284.6百萬元減少至截至2026年4月30日的人民幣5,179.8百萬元，主要是由於流動負債減少，包括(i)貿易應付款項及應付票據減少人民幣2,545.0百萬元；(ii)計息銀行及其他借款減少人民幣1,155.0百萬元；及(iii)其他應付款項及應計費用減少人民幣873.5百萬元。有關減少部分被現金及現金等價物減少人民幣3,438.3百萬元所抵銷，主要原因是持續投資於研發及營銷，以及在付款期統一為60天內之後向供應商付款。

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣4,712.2百萬元轉為截至2025年12月31日的流動負債淨額人民幣8,284.6百萬元。這主要是由於(i)現金及現金等價物大幅減少人民幣9,635.9百萬元，主要與支付我們對引望進行戰略投資的代價有關；(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產減少人民幣213.8百萬元，主要由於在2024年支付有關我們對引望進行戰略投資的第一期代價於2025年由流動資產重新分類並確認為非流動資產；(iii)應付賬款增加人民幣3,400.6百萬元，乃產生自我們對營運的持續投資及支持更高生產及交付量的需求；及(iv)其他應付款項及應計費用增加人民幣891.7百萬元，主要歸因於我們持續投資於研發及營銷計劃。有關我們於引望的投資的詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－收購、合併及出售」。

我們的資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣2,093.8百萬元大幅增加至截至2024年12月31日的人民幣8,590.1百萬元，主要是由於在2024年的股東出資人民幣10,490.5百萬元，部分被年內錄得淨虧損人民幣4,018.0百萬元所抵銷。我們的資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣8,590.1百萬元減少32.5%至截止2025年12月31日的人民幣5,796.3百萬元，主要由於年內錄得淨虧損人民幣3,488.9百萬元，部分被2025年股東出資人民幣610.1百萬元及權益結算的股份支付開支人民幣77.9百萬元所抵銷。

有關詳情，請參閱「財務資料－若干主要資產負債表項目的討論」。

概 要

合併現金流量表概要

下表載列我們於所示年度的現金流量概要：

	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
經營活動所得／(所用) 現金淨額 ...	(800,922)	1,755,141	2,315,453
投資活動所用現金淨額	(1,147,631)	(3,799,690)	(10,689,131)
融資活動所得／(所用) 現金淨額 ...	5,871,308	14,228,920	(1,263,030)
現金及現金等價物增加／ (減少) 淨額.....	3,922,755	12,184,371	(9,636,708)
年初現金及現金等價物	3,217,445	7,139,058	19,323,334
外匯匯率變動的影響，淨額.....	(1,142)	(95)	806
年末現金及現金等價物	7,139,058	19,323,334	9,687,432

於2025年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣2,315.5百萬元，反映出我們的除所得稅前虧損人民幣3,487.1百萬元，經非現金及非經營性項目及營運資金變動作出調整。我們的營運資金變動主要反映(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣3,416.6百萬元；(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣508.4百萬元；(iii)預付款項、其他應收款項及其他資產減少人民幣388.7百萬元，及(iv)存貨減少人民幣253.5百萬元，但部分被貿易應收款項及應收票據增加人民幣111.3百萬元所抵銷。

於2024年，我們的經營活動所得現金淨額為人民幣1,755.1百萬元。這項轉變主要歸功於我們嚴謹的現金流量管理方法。2022年至2024年間，在成功完成多輪股權融資的支持下，我們維持了相對充裕的現金儲備，並於結算應付供應商款項時遵守既定付款條款。隨著我們的產品組合擴大及銷量增加，加上品牌知名度不斷增加，經營所得現金逐漸追上並隨後超越維持穩定付款節奏所需的水平，使我們的經營活動所得現金流量淨額由淨流出轉為淨流入。我們經營活動所得現金淨額的計算方式是以非現金及其他項目調整我們的除所得稅前虧損人民幣4,018.0百萬元，從而得出營運資金變動前經營虧損人民幣3,216.8百萬元。我們的營運資金變動主要反映(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣4,355.9百萬元；(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣743.1百萬元；及(iii)撥備增加人民幣244.4百萬元，但部分被以下各項所抵銷：(i)合約負債減少人民幣143.5百萬元；(ii)貿易應收款項及應收票據增加人民幣98.4百萬元；及(iii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣72.2百萬元。

於2023年，我們的經營活動所用現金淨額為人民幣800.9百萬元。我們經營活動所用現金淨額的計算方式是以非現金及其他項目調整我們的除所得稅前虧損人民幣3,692.5百萬元，從而得出營運資金變動前經營虧損人民幣3,029.3百萬元。我們的營運資金變動主要反映(i)貿易應付款項及應付票據增加人民幣3,644.5百萬元；(ii)其他應付款項及應計費用增加人民幣581.0百萬元；及(iii)合約負債增加人民幣463.8百萬元，但部分被以下各項所抵銷：(i)存貨增加人民幣2,225.6百萬元；及(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣305.4百萬元。

概 要

有關詳情，請參閱「財務資料－現金流量」。

主要財務數據

下表載列我們於所示年度的若干主要財務比率：

	截至12月31日止年度／截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
毛利／(損)率(%) ⁽¹⁾	(3.0)	6.3	9.4
流動比率 ⁽²⁾	1.1	1.3	0.6
速動比率 ⁽³⁾	0.8	1.1	0.5
資產負債比率(%) ⁽⁴⁾	83.4	70.5	80.3

附註：

- (1) 毛利／(損)率按所示年度的毛利／(損)除以收入乘以100%計算。
- (2) 流動比率按截至所示日期的總流動資產除以總流動負債計算。
- (3) 速動比率按截至所示日期的總流動資產扣減存貨除以總流動負債計算。
- (4) 資產負債比率按截至相關年末的總負債除以總資產乘以100%計算。

我們的流動資金狀況由2024年12月31日至2025年12月31日收緊，流動比率從1.3下降至0.6，而速動比率於同一期間由1.1下降至0.5。這主要歸因於(i)我們對引望的戰略投資使高流動性流動資產減少，原因是我們大部分現金及現金等價物用於支付有關投資的代價，而這些投資其後確認為非流動資產項下的長期權益投資；及(ii)與業務持續擴張相關的營運資金需求增加，包括為支持我們不斷增長的產品組合及不斷擴大的銷售及服務網絡，採購、研發以及銷售及營銷活動方面的開支有所增加。因此，截至2025年12月31日，我們的流動資金狀況收緊，反映在業務增長階段的重大投資現金流出與營運資金需求上升的綜合影響。

股息政策

我們目前並無任何固定的股息政策，亦無預先釐定的股息支付率。本公司於往績記錄期間並無派付或宣派股息。任何股息宣派及派付以及股息金額均須遵守我們的組織章程細則及相關中國法律的規定。我們僅可自合法用作分派的利潤及儲備宣派或派付股息。經我們的中國法律顧問確認，根據相關中國法律，我們必須首先運用未來賺取的任何淨利潤補足我們過往的累計虧損，其後，我們須提取淨利潤的10%列入法定公積金，直至法定公積金累計額為我們註冊資本的50%以上為止。因此，我們在作出以下各項後，方可宣派股息：(i)我們所有過往累計虧損已獲補足；及(ii)我們已如上所述將足夠淨利潤列入我們的法定公積金。

未來計劃及[編纂]用途

我們預計，假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），並假設[編纂]未獲行使，經扣除[編纂]費用及[編纂]以及我們就[編纂]應付的估計開支，我們將自[編纂]獲得[編纂]淨額約[編纂]港元。我們計劃將[編

概 要

纂][編纂]淨額用於以下用途：(i)[編纂]淨額中約[編纂]% (或[編纂]港元) 將用於產品開發及平台和技術開發，以持續強化市場競爭力；(ii)[編纂]淨額中約[編纂]% (或[編纂]港元) 預期將用於品牌建設及銷售服務網路拓展；及(iii)[編纂]淨額中約[編纂]% (或[編纂]港元) 預期將用於營運資金及一般公司用途。

我們的控股股東

截至最後實際可行日期，長安汽車直接及通過常安創新間接持有我們已發行股本總額約41.57%。中國長安汽車集團是長安汽車的控股公司，並直接及通過其全資附屬公司辰致汽車及中匯富通間接持有其股權。緊隨[編纂]完成後，長安汽車將持有我們已發行股本總額約[編纂]%。因此，根據上市規則，中國長安汽車集團、辰致汽車、中匯富通、長安汽車及常安創新將於[編纂]後構成本公司的一組控股股東。

長安汽車是中國一家大型的國有汽車製造商，於汽車研發、製造及銷售方面擁有近40年經驗，產品組合涵蓋燃油車及新能源汽車，後者包括新能源乘用車及新能源商用車。燃油車和新能源汽車之間以及新能源乘用車及新能源商用車之間概無重大競爭。董事認為，本集團（高端及豪華新能源乘用車）與長安汽車的業務運營之間有明確區分，在品牌建設、市場定位及技術特性方面有明顯差異。根據聯席保薦人所進行的獨立盡職審查工作，聯席保薦人並無發現任何事項可能合理導致他們於任何重大方面對董事的上述觀點產生疑問。

我們已經並將繼續與長安汽車及其附屬公司進行若干涉及購買及銷售產品和服務的關連交易。於往績記錄期間，我們向長安汽車及其附屬公司的採購穩定下降，於2023年、2024年及2025年分別佔我們總採購的36.0%、21.4%及13.3%。此外，在各相同期間，來自長安汽車及其附屬公司的收入分別佔我們總收入不足10%。考慮到(i)我們已建立互惠互利的長期關係，以及我們於[編纂]後繼續為長安汽車的緊密聯繫人；(ii)交易根據公平合理條款按非獨家、公平原則進行；(iii)獨立第三方的相同產品和服務的普遍可用性；及(iv)長安汽車能否以穩定、優質的供應高效滿足我們的需求，符合本公司及股東的整體最佳利益。此外，董事認為，儘管長安汽車為我們於往績記錄期間的唯一整車製造商，但市場上仍存在可輕易取得的替代方案。本公司可轉向這些提供可比條款的供應商。董事認為，儘管關連交易持續進行，我們將能夠獨立於長安汽車營運。因此，本集團並無對長安汽車產生重大依賴。根據聯席保薦人所進行的獨立盡職審查工作，聯席保薦人並無發現任何事項可能合理導致他們於任何重大方面對董事的上述觀點產生疑問。有關我們與長安汽車的關係（其中包括我們的業務劃分及獨立於長安汽車）的詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

概 要

關連交易

於[編纂]前，本集團於一般及日常業務過程中與於[編纂]後將成為本公司關連人士的各方訂立若干交易。於[編纂]後，我們將繼續進行這類持續關連交易。我們已根據上市規則第14A.105條申請且聯交所[已批准]豁免我們嚴格遵守上市規則項下的公告規定。詳情請參閱「關連交易」。

[編纂]投資

我們已與[編纂]投資者（如寧德時代新能源科技股份有限公司（「寧德時代」）、重慶安渝私募股權投資基金合夥企業（有限合夥）（「重慶安渝」）及南方工業資產管理有限公司（「南方工業資產管理」））進行[編纂]投資。有關[編纂]投資者的身份與背景及[編纂]投資的主要條款的詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構—[編纂]投資」。

申請在聯交所[編纂]

基於我們符合上市規則第8.05(3)條下的市值／收益測試，當中參考：(i)我們於截至2025年12月31日止財政年度，收入為人民幣25,631.3百萬元，超過500百萬港元；及(ii)我們於[編纂]時的預計[編纂]（按指示性[編纂]範圍的最低位計算）超過40億港元，我們已向香港聯交所申請批准根據[編纂]將由非上市內資股轉換及將予發行的H股[編纂]及買賣。

[編纂]

	基於每股[編纂] [編纂]港元的[編纂]	基於每股[編纂] [編纂]港元的[編纂]
我們的股份的[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審計[編纂]經調整		
合併每股有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]的計算乃基於[編纂]完成後預期將予發行的[編纂]股股份計算，並以[編纂]為參考日期。有關詳情，請參閱本文件「歷史、發展及公司架構—[編纂]」。
- (2) 本公司權益股東應佔未經審計[編纂]經調整合併每股有形資產淨值乃經調整後並以[編纂]完成後預期將發行[編纂]股股份為基礎計算得出，並假設[編纂]已於2025年12月31日完成，惟未計及因[編纂]獲行使而可能發行的H股。
- (3) 概無就本集團截至2025年12月31日的未經審計[編纂]經調整合併有形資產淨值作出調整，以反映本集團於2025年12月31日後進行的任何交易結果或其他交易。

概 要

[編纂]

[編纂]指因[編纂]產生的專業費用、[編纂]及其他費用。我們估計[編纂]約為[編纂]港元（假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）且並無行使[編纂]），佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%。我們估計[編纂]包括[編纂]費用約[編纂]港元及[編纂]費用約[編纂]港元（其中包括法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]港元以及其他費用及開支約[編纂]港元）。[編纂]總額中的約[編纂]港元將直接因發行股份產生，有關開支將於[編纂]完成時自權益扣除，而其餘約[編纂]港元將於合併全面虧損表支銷。我們於往績記錄期間產生了[編纂][編纂]港元，而其餘[編纂][編纂]港元將於往績記錄期間後產生。

近期發展

自2025年12月31日以來，我們的業務持續發展。2026年1月至5月，我們的汽車總銷量達20,160輛，包括於海外市場售出的2,949輛。我們同期的海外汽車銷量較2025年相應期間增加33.4%。於2026年3月，我們推出太行智控2.0技術。於2026年4月，我們推出2026款阿維塔12及阿維塔06T，兩款車型均搭載此技術、華為乾崑ADS 4、圖像級896線激光雷達系統以及鴻蒙座艙HarmonySpace 5智能座艙。我們亦繼續擴張銷售渠道。我們建設旗艦店及升級現有網點，提升銷售網絡的整體質量及品牌形象。截至2026年5月31日，我們已在海外擴展至43個國家及地區，擁有95個分銷點。於2026年4月，我們與華為慧通訂立戰略合作協議，以共同開發高端智能汽車服務生態系統。隨著我們繼續投資於業務擴張、銷售及營銷以及研發，我們的盈利能力在短期內可能依然面臨壓力，且我們可能於截至2026年12月31日止年度繼續錄得淨虧損。

無重大不利變動

經進行董事認為適當的充分盡職審查工作及經作出審慎周詳考慮後，董事確認，直至本文件日期，我們的財務或經營狀況或前景自2025年12月31日以來概無重大不利變動，且自2025年12月31日以來並無任何事件對本文件附錄一會計師報告所載資料造成重大影響。