

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概要。由於此為概要，故其並未載有可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下在決定投資[編纂]前，務請細閱本文件全文。任何投資均附帶風險。投資[編纂]的若干特有風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資[編纂]前，務請審慎細閱該節全文。

## 概覽

我們是中國最大的社區連鎖生鮮企業，擁有家喻戶曉的品牌「錢大媽」。「社區型」乃指策略性地選址於住宅社區內的門店位置，以滿足當地居民的日常需求。根據灼識諮詢的資料，於2025年，社區生鮮連鎖店佔中國生鮮零售市場總額的10.2%。

我們致力於為消費者提供新鮮、具性價比的產品及便捷的購物體驗，專注於滿足「一日三餐」的需求。我們主要以加盟模式營運，而於往績記錄期間，我們的大部分收入乃產生自向加盟商銷售產品。我們的多元化產品組合主要包括初級新鮮動物蛋白(即(i)豬肉產品、(ii)肉類、家禽及蛋類(豬肉產品除外)及(iii)水產)、新鮮農產品(即蔬菜及水果)以及冷藏加工食品。我們秉持「不賣隔夜肉」的承諾，該承諾現已延伸至所有產品品類，我們推出了「折扣日清」銷售模式(「折扣日清模式」)，贏得了消費者對「新鮮」的廣泛認可，並為我們的加盟商實現有效的產品搭配和庫存管理。我們已在中國建立廣泛的門店網絡，並由高效的供應鏈提供支持。截至最後實際可行日期，我們在中國運營16個綜合倉，作為分揀、加工及配送的樞紐。根據灼識諮詢的資料，我們絕大部分的產品於綜合倉的周轉時間不超過12小時，並於門店當天銷售，優於行業平均兩至四天。

於2025年，我們的總GMV達到人民幣143億元。根據灼識諮詢的資料，按生鮮產品GMV計，我們連續六年在中國社區生鮮連鎖店中排名第一。同時，於中國廣泛的生鮮零售市場，我們於2025年按生鮮產品GMV計在生鮮連鎖運營商中排名第七，市場份額為0.9%，且為七大市場參與者中唯一的社區生鮮連鎖品牌。

## 我們的優勢

我們相信，我們的業務成就及市場地位有賴下列主要優勢：(i)在中國社區生鮮產業鏈行業中佔據強勢市場地位，享受賽道發展的巨大紅利；(ii)社區小店業態，擁有高消費頻次的穩定消費者群體，帶來高坪效；(iii)有效的加盟模式及與加盟商的長期合作夥伴關係；(iv)持續優化產品組合、發展線上渠道及擴張門店網絡；(v)經十逾年經驗完善的有效生鮮產品供應鏈，確保新鮮及成本效益；(vi)數字化的系統推動效率提升；及(vii)專業、進取、著眼於長期發展的管理團隊。請參閱「業務－競爭優勢」。

## 我們的戰略

我們計劃實施以下戰略，以鞏固及加強我們於行業的市場地位：(i)加強門店網絡覆蓋，服務更加廣泛的消費者群體；(ii)發揮我們的質價比優勢，以擴大品類及深化場景化選品，從而提升單店銷售額；(iii)拓展線上渠道，築造全渠道高效零售網絡；(iv)持續加強供應鏈能力，驅動毛利率提升；及(v)繼續加強我們的數字化、智能化運營體系的建設，提高運營效率，降低成本。請參閱「業務－發展戰略」。

## 概 要

### 我們的產品供應

我們提供優質、價格具競爭力的產品，涵蓋初級新鮮動物蛋白(即(i)豬肉產品、(ii)肉禽蛋(豬肉產品除外)及(iii)水產)、蔬果(即蔬菜及水果)以及冷藏加工食品。截至2026年6月30日止六個月，我們合共提供766個SPU。憑藉我們對每日新鮮的承諾及供應鏈能力，我們已建立錢大媽「鮮」系列的產品組合，進一步加強品牌認知度。下表載列於所示期間我們按產品類型及產品類別劃分的產品銷售收入明細(絕對金額)及佔我們產品銷售總收入的百分比：

|                          | 截至12月31日止年度       |              |                   |              |                   |              | 截至6月30日止六個月      |              |                  |              |
|--------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
|                          | 2023年             |              | 2024年             |              | 2025年             |              | 2025年            |              | 2026年            |              |
|                          | 金額                | %            | 金額                | %            | 金額                | %            | 金額               | %            | 金額               | %            |
| (人民幣千元，百分比除外)            |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| (未經審計)                   |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| 初級新鮮動物蛋白                 |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| 豬肉產品 .....               | 2,688,003         | 23.4         | 2,739,981         | 23.8         | 2,529,573         | 22.9         | 1,208,945        | 23.9         | 1,056,701        | 21.3         |
| 肉禽蛋 <sup>(1)</sup> ..... | 1,899,403         | 16.6         | 1,853,358         | 16.1         | 1,767,851         | 16.0         | 775,446          | 15.3         | 836,498          | 16.9         |
| 水產 .....                 | 913,902           | 8.0          | 856,613           | 7.5          | 818,995           | 7.5          | 372,767          | 7.4          | 364,984          | 7.4          |
| 小計 .....                 | <u>5,501,308</u>  | <u>48.0</u>  | <u>5,449,952</u>  | <u>47.4</u>  | <u>5,116,419</u>  | <u>46.4</u>  | <u>2,357,158</u> | <u>46.5</u>  | <u>2,258,183</u> | <u>45.6</u>  |
| 蔬果                       |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| 蔬菜 .....                 | 2,944,536         | 25.6         | 2,974,220         | 25.9         | 2,957,713         | 26.8         | 1,295,721        | 25.6         | 1,320,801        | 26.7         |
| 水果 .....                 | 1,394,216         | 12.2         | 1,411,899         | 12.3         | 1,358,879         | 12.3         | 650,074          | 12.8         | 640,821          | 12.9         |
| 小計 .....                 | <u>4,338,752</u>  | <u>37.8</u>  | <u>4,386,119</u>  | <u>38.2</u>  | <u>4,316,592</u>  | <u>39.1</u>  | <u>1,945,795</u> | <u>38.4</u>  | <u>1,961,622</u> | <u>39.6</u>  |
| 冷藏加工食品 .....             | 1,475,018         | 12.9         | 1,524,945         | 13.3         | 1,513,246         | 13.7         | 712,456          | 14.1         | 695,782          | 14.1         |
| 其他 <sup>(2)</sup> .....  | 144,974           | 1.3          | 129,641           | 1.1          | 92,403            | 0.8          | 49,757           | 1.0          | 35,885           | 0.7          |
| 總計 .....                 | <u>11,460,052</u> | <u>100.0</u> | <u>11,490,657</u> | <u>100.0</u> | <u>11,038,660</u> | <u>100.0</u> | <u>5,065,166</u> | <u>100.0</u> | <u>4,951,472</u> | <u>100.0</u> |

附註：

- (1) 肉禽蛋產品類別不包括豬肉產品。
- (2) 其他主要包括(i)透過線上銷售渠道銷售日雜百貨，(ii)向加盟商銷售的用於其門店運營的包裝材料及消耗品，及(iii)銷售折扣抵銷。

請參閱「業務—我們的產品供應」。

### 我們的銷售網絡

我們運營著一個整合了線下及線上渠道的綜合銷售網絡。我們的線下銷售渠道由加盟店及自營門店組成，而線上渠道主要包括我們專有的錢大媽小程序及第三方外賣配送平台。自2014年成立以來，我們已建立了一個廣泛的門店網絡，遍佈中國內地、中國香港及中國澳門，包括加盟店及自營門店。我們的門店建築面積通常約為40至80平方米，設有店內產品陳列，讓消費者在享受熱情周到的服務的同時，親自瀏覽和挑選高頻產品。截至2026年6月30日，我們擁有3,014家門店，包括2,946家加盟店及68家自營門店。另一方面，我們的線上銷售渠道提供更高的便利性及產品多樣性，使消費者能夠隨時隨地瀏覽及購買更廣泛的選擇。消費者可能會在店內發現產品但為方便或價格優惠而在線上購買，或在線上找到產品但為確保新鮮及質量而在店內購買。此類線上銷售入賬為處理及配送訂單的門店的銷售收入。請參閱「業務—我們的銷售網絡」。

## 概 要

### 我們的供應鏈基礎設施

於往績記錄期間，我們主要透過包括從種植基地採購、供應商採購及訂單農業在內的動態採購方式在中國內地採購產品。我們已建立綜合倉及物流運營網絡，旨在維持生鮮產品從供應商到我們門店的高效流動。截至最後實際可行日期，我們在中國運營16個綜合倉，主要作為分揀、加工及配送樞紐。產品隨後通過我們高效的冷鏈物流網絡交付至門店。我們已實現從我們的綜合倉到門店的100%冷鏈覆蓋，且截至2026年6月30日，我們與超過80家物流合作夥伴合作，每日平均安排超過600輛冷鏈車輛為我們的門店配送產品。請參閱「業務－供應鏈基礎設施」。

### 客戶及供應商

我們的產品主要銷往中國內地、中國香港及中國澳門的加盟商及消費者。於往績記錄期間，我們的客戶主要包括(i)加盟商及(ii)直接在我們自營門店購買產品的消費者。於往績記錄期間各年度／期間，我們五大客戶產生的收入分別為人民幣303.6百萬元、人民幣352.1百萬元、人民幣315.3百萬元及人民幣154.9百萬元，佔我們同年／期總收入的2.7%、3.1%、2.9%及3.0%。於往績記錄期間各年度／期間，我們最大客戶產生的收入分別為人民幣115.0百萬元、人民幣106.4百萬元、人民幣82.9百萬元及人民幣41.4百萬元，佔我們同年／期總收入的1.0%、0.9%、0.7%及0.8%。請參閱「業務－我們的客戶」。

我們的主要供應商包括食品及物流服務的供應商。於往績記錄期間各年度／期間，我們向五大供應商的採購額分別為人民幣1,043.8百萬元、人民幣1,139.4百萬元、人民幣1,217.8百萬元及人民幣500.3百萬元，佔我們同年／期總採購額的14.4%、11.1%、12.2%及11.5%。在我們的五大供應商中，我們向朝朝新鮮食品採購豬肉產品。參見「關連交易－非豁免持續關連交易－3.採購豬肉產品」。此外，於往績記錄期間各年度／期間，我們向最大供應商的採購額分別為人民幣256.9百萬元、人民幣303.6百萬元、人民幣311.1百萬元及人民幣133.6百萬元，佔我們同年／期總採購額的3.5%、3.0%、3.1%及3.1%。請參閱「業務－我們的供應商」。

### 我們的數字化

自2015年建立信息技術職能以來，我們已開發了涵蓋整個業務鏈的內部數字能力，從消費者參與到供應鏈管理及門店運營，提升了我們的運營效率、數據可視性及決策精準度。截至2026年6月30日，我們的IT團隊由205名專職人員組成。於2023年、2024年、2025年以及截至2025年及2026年6月30日止六個月，我們的研發開支分別為人民幣19.5百萬元、人民幣16.4百萬元、人民幣11.3百萬元、人民幣6.3百萬元及人民幣5.3百萬元。請參閱「業務－我們的數字化」。

### 競爭

我們在中國社區生鮮連鎖店行業中競爭，根據灼識諮詢的資料，該行業於2025年佔中國生鮮零售市場總額的10.2%。根據灼識諮詢的資料，我們經營的市場相對分散且競爭激烈，按生鮮產品GMV計算，前五大市場參與者佔市場份額的6.5%。根據同一數據來源，按2020年至2025年的生鮮產品GMV計，我們連續六年為中國最大的社區生鮮連鎖品牌。於2025年，我們在中國的生鮮產品GMV達到人民幣130億元，佔社區生鮮連鎖行業市場份額的1.9%。同時，於中國廣泛的生鮮

## 概 要

零售市場，我們於2025年按生鮮產品GMV計在生鮮連鎖運營商中排名第七，市場份額為0.9%，且為七大市場參與者中唯一的社區生鮮連鎖品牌。此外，於2025年我們的坪效在中國前五大社區生鮮連鎖品牌中排名最高，並超過同年行業平均水平。請參閱「行業概覽」。

### 歷史財務資料概要

下表呈列我們於往績記錄期間的綜合財務業績，並應與本文件「財務資料」、載於本文件附錄一的會計師報告連同其各自的隨附附註一併閱讀。

#### 綜合全面收益表

下表載列於所示期間我們的綜合全面收益表概要：

|                                       | 截至12月31日止年度      |                  |                  | 截至6月30日止六個月    |                |
|---------------------------------------|------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|
|                                       | 2023年            | 2024年            | 2025年            | 2025年          | 2026年          |
|                                       |                  |                  | (人民幣千元)          |                |                |
|                                       |                  |                  |                  | (未經審計)         |                |
| 收入 .....                              | 11,744,089       | 11,787,796       | 11,343,644       | 5,202,302      | 5,095,356      |
| 銷售成本 .....                            | (10,595,626)     | (10,585,926)     | (10,075,578)     | (4,622,207)    | (4,511,333)    |
| 毛利 .....                              | <b>1,148,463</b> | <b>1,201,870</b> | <b>1,268,066</b> | <b>580,095</b> | <b>584,023</b> |
| 銷售及營銷開支 .....                         | (605,742)        | (607,348)        | (569,275)        | (276,754)      | (286,838)      |
| 行政開支 .....                            | (414,092)        | (432,738)        | (371,051)        | (176,269)      | (193,350)      |
| 可換股可贖回優先股(「可換股可贖回優先股」)公允價值收益/(虧損).... | 73,418           | 163,847          | 419,052          | 84,972         | (1,985)        |
| 修改可換股可贖回優先股的股份支付開支 .....              | -                | -                | (954,563)        | -              | -              |
| 年度/期間溢利/(虧損) .....                    | <b>168,563</b>   | <b>288,389</b>   | <b>(278,637)</b> | <b>176,050</b> | <b>68,051</b>  |

#### 非香港財務報告準則財務計量

我們將經調整純利(非香港財務報告準則計量)定義為年度/期間溢利/(虧損)就(i)可換股可贖回優先股公允價值收益/(虧損)、(ii)修改可換股可贖回優先股的股份支付開支、(iii)向僱員作出的股份支付，及(iv)[編纂]作出調整。下表呈列於所示期間我們的非香港財務報告準則計量：

|                                         | 截至12月31日止年度    |                |                | 截至6月30日止六個月    |                |
|-----------------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
|                                         | 2023年          | 2024年          | 2025年          | 2025年          | 2026年          |
|                                         |                |                | (人民幣千元)        |                |                |
|                                         |                |                |                | (未經審計)         |                |
| 年度/期間溢利/(虧損) .....                      | 168,563        | 288,389        | (278,637)      | 176,050        | 68,051         |
| 經扣除以下各項調整：                              |                |                |                |                |                |
| 可換股可贖回優先股公允價值                           |                |                |                |                |                |
| 收益/(虧損) <sup>(1)</sup> .....            | 73,418         | 163,847        | 419,052        | 84,972         | (1,985)        |
| 修改可換股可贖回優先股的股份支付開支 <sup>(1)</sup> ..... | -              | -              | (954,563)      | -              | -              |
| 向僱員作出的股份支付 <sup>(2)</sup> .....         | (18,147)       | (51,735)       | (23,221)       | (8,993)        | (25,929)       |
| [編纂] <sup>(3)</sup> .....               | [編纂]           | [編纂]           | [編纂]           | [編纂]           | [編纂]           |
| 經調整純利(非香港財務報告準則計量) .....                | <b>116,378</b> | <b>193,206</b> | <b>295,767</b> | <b>100,071</b> | <b>103,742</b> |

附註：

- (1) 我們發行予[編纂]前投資者的可換股可贖回優先股將於[編纂]時因自動轉換為普通股而自負債重新分類為權益。我們對可換股可贖回優先股公平值收益/(虧損)及修改可換股可贖回優先股的股份支付開支作出調整，原因為其本質上為非現金。

## 概 要

- (2) 向僱員作出的股份支付主要指與為表現卓越的管理層及僱員設計的股權激勵計劃相關的開支。我們對向僱員作出的股權結算股份支付作出調整，原因為其本質上為非現金。
- (3) [編纂]指與[編纂]有關的專業費用、[編纂]及其他費用。我們對[編纂]作出調整，原因為其與本次[編纂]有關。

於往績記錄期間前及截至2023年1月1日，我們有累計虧損人民幣2,964.2百萬元，主要源於過往年度產生的虧損淨額。該等虧損主要歸因於：(i)我們於過往年度業務快速擴張，導致經營開支增加，並為支持新開門店獲取市場份額而提供更高折扣及優惠券，從而暫時限制毛利率；及(ii)隨著我們的估值增加，可換股可贖回優先股的公允價值虧損所產生的虧損增加。受惠於其後年度的純利，我們的累計虧損於截至2023年12月31日持續收窄至人民幣2,796.8百萬元，並於截至2024年12月31日進一步收窄至人民幣2,509.2百萬元。其後，我們的累計虧損增加至截至2025年12月31日的人民幣2,789.4百萬元，主要由於我們於2025年錄得虧損淨額人民幣278.6百萬元。我們的累計虧損其後於截至2026年6月30日減少至人民幣2,719.1百萬元，主要由於期間溢利人民幣68.1百萬元。

我們的純利由2023年的人民幣168.6百萬元增加至2024年的人民幣288.4百萬元，主要由於(i)可換股可贖回優先股的公允價值收益淨額增加，反映我們估值的波動，及(ii)毛利增加。於2025年，我們錄得虧損淨額人民幣278.6百萬元，主要由於我們根據日期為2025年9月8日的經補充股東協議向我們的股東(包括我們的[編纂]前投資者)發行新普通股產生影響，導致於2025年錄得修改可換股可贖回優先股的股份支付開支人民幣954.6百萬元，惟部分被毛利增加所抵銷。我們的純利由截至2025年6月30日止六個月的人民幣176.1百萬元減少至截至2026年6月30日止六個月的人民幣68.1百萬元，主要由於可換股可贖回優先股公允價值虧損，反映我們估值的波動。經撇除(i)可換股可贖回優先股公允價值收益/(虧損)、(ii)修改可換股可贖回優先股的股份支付開支、(iii)向僱員作出的股份支付，及(iv)[編纂]等項目的影響後，我們於2023年、2024年、2025年以及截至2025年及2026年6月30日止六個月錄得經調整純利(非香港財務報告準則計量)分別為人民幣[編纂]元、人民幣[編纂]元、人民幣[編纂]元、人民幣[編纂]元及人民幣[編纂]元。

### 按業務分部劃分的收入

於往績記錄期間，我們的收入來自產品銷售、特許權使用及加盟服務及其他。下表載列於所示期間按業務分部劃分的收入明細：

|                                | 截至12月31日止年度       |              |                   |              |                   |              | 截至6月30日止六個月      |              |                  |              |
|--------------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
|                                | 2023年             |              | 2024年             |              | 2025年             |              | 2025年            |              | 2026年            |              |
|                                | 金額                | %            | 金額                | %            | 金額                | %            | 金額               | %            | 金額               | %            |
| (人民幣千元，百分比除外)                  |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| (未經審計)                         |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| <b>產品銷售</b>                    |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| 向加盟商銷售 .....                   | 10,883,144        | 92.7         | 10,946,021        | 92.9         | 10,636,742        | 93.8         | 4,858,823        | 93.4         | 4,759,382        | 93.4         |
| 透過自營門店直銷 .....                 | 496,336           | 4.2          | 505,289           | 4.3          | 381,704           | 3.4          | 194,677          | 3.7          | 183,840          | 3.6          |
| 向非加盟商客戶銷售 <sup>(1)</sup> ..... | 80,572            | 0.7          | 39,347            | 0.3          | 20,214            | 0.2          | 11,666           | 0.2          | 8,250            | 0.2          |
| <b>小計 .....</b>                | <b>11,460,052</b> | <b>97.6</b>  | <b>11,490,657</b> | <b>97.5</b>  | <b>11,038,660</b> | <b>97.3</b>  | <b>5,065,166</b> | <b>97.4</b>  | <b>4,951,472</b> | <b>97.2</b>  |
| <b>特許權使用及加盟服務</b>              |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| 基於銷售額的特許權                      |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| 使用費 .....                      | 158,098           | 1.3          | 154,594           | 1.3          | 149,198           | 1.3          | 68,487           | 1.3          | 69,301           | 1.3          |
| 加盟服務 .....                     | 17,952            | 0.2          | 14,795            | 0.1          | 9,871             | 0.1          | 5,715            | 0.1          | 4,194            | 0.1          |
| <b>小計 .....</b>                | <b>176,050</b>    | <b>1.5</b>   | <b>169,389</b>    | <b>1.4</b>   | <b>159,069</b>    | <b>1.4</b>   | <b>74,202</b>    | <b>1.4</b>   | <b>73,495</b>    | <b>1.4</b>   |
| 其他 <sup>(2)</sup> .....        | 107,987           | 0.9          | 127,750           | 1.1          | 145,915           | 1.3          | 62,934           | 1.2          | 70,389           | 1.4          |
| <b>總計 .....</b>                | <b>11,744,089</b> | <b>100.0</b> | <b>11,787,796</b> | <b>100.0</b> | <b>11,343,644</b> | <b>100.0</b> | <b>5,202,302</b> | <b>100.0</b> | <b>5,095,356</b> | <b>100.0</b> |

附註：

- (1) 非加盟商客戶包括食品批發商、超市、餐廳及其他企業客戶。
- (2) 其他主要包括(i)就透過錢大媽小程序、App及其他第三方外賣配送平台營運的及時達服務所產生的增值服務費及配送費；及(ii)為確保門店運營一致而向加盟商提供營運支持(包括向加盟商提供設計及裝修服務以及銷售門店設備)所得的服務費。

## 概 要

於往績記錄期間，產品銷售收入每個期間一直佔我們總收入的95.0%以上。我們的產品銷售收入於2023年及2024年維持相對穩定，並於2025年錄得輕微減少，主要由於豬肉產品以及肉、禽及蛋的銷售額減少，此乃主要歸因於我們的豬肉及蛋類產品的價格跟隨整體市場價格趨勢下跌。我們的產品銷售收入由截至2025年6月30日止六個月至2026年同期錄得減少，主要由於豬肉產品的銷售額減少，此乃主要歸因於我們的豬肉產品的價格跟隨整體市場價格趨勢下跌。

### 按銷售渠道劃分的收入

下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細(以絕對金額及佔我們總收入的百分比呈列)：

|                             | 截至12月31日止年度       |              |                   |              |                   |              | 截至6月30日止六個月      |              |                  |              |
|-----------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|--------------|
|                             | 2023年             |              | 2024年             |              | 2025年             |              | 2025年            |              | 2026年            |              |
|                             | 金額                | %            | 金額                | %            | 金額                | %            | 金額               | %            | 金額               | %            |
| (人民幣千元，百分比除外)               |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| (未經審計)                      |                   |              |                   |              |                   |              |                  |              |                  |              |
| 向加盟商銷售 <sup>(1)</sup> ..... | 11,091,579        | 94.5         | 11,140,421        | 94.5         | 10,812,560        | 95.3         | 4,940,036        | 95.0         | 4,840,342        | 95.0         |
| 透過自營門店直銷 .....              | 496,336           | 4.2          | 505,289           | 4.3          | 381,704           | 3.4          | 194,677          | 3.7          | 183,840          | 3.6          |
| 其他 <sup>(2)</sup> .....     | 156,174           | 1.3          | 142,086           | 1.2          | 149,380           | 1.3          | 67,589           | 1.3          | 71,174           | 1.4          |
| 總計 .....                    | <u>11,744,089</u> | <u>100.0</u> | <u>11,787,796</u> | <u>100.0</u> | <u>11,343,644</u> | <u>100.0</u> | <u>5,202,302</u> | <u>100.0</u> | <u>5,095,356</u> | <u>100.0</u> |

附註：

- (1) 向加盟商的銷售主要包括(i)向加盟店的產品銷售；(ii)特許權使用費及加盟服務費，及(iii)為確保門店營運一致而向加盟商提供營運支持所得的服務費，包括向加盟商提供設計及裝修服務以及向加盟商銷售門店設備。
- (2) 其他主要包括(i)就透過錢大媽小程序、App及其他第三方外賣配送平台營運的及時達服務所產生的增值服務費及配送費，及(ii)向若干非加盟商客戶的銷售，包括食品批發商、超市、餐廳及其他企業客戶。

### 銷售成本

於往績記錄期間，我們的成本結構保持相對穩定。已售或已耗用存貨的成本佔我們銷售成本的最大部分，於2023年、2024年、2025年及截至2025年及2026年6月30日止六個月分別佔我們總銷售成本的96.7%、96.9%、97.3%、96.9%及97.3%，主要包括初級新鮮動物蛋白及蔬果。尤其是，產品銷售成本於相應期間分別佔我們總銷售成本的96.3%、96.5%、96.9%、96.6%及97.0%，反映產品銷售構成我們收入的絕大部分。餘下部分主要包括勞工成本、折舊及攤銷以及其他。

### 按業務分部劃分的毛利及毛利率

下表載列於所示期間按業務分部劃分的毛利及毛利率：

|                                 | 截至12月31日止年度      |            |                  |             |                  |             | 截至6月30日止六個月    |             |                |             |
|---------------------------------|------------------|------------|------------------|-------------|------------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|
|                                 | 2023年            |            | 2024年            |             | 2025年            |             | 2025年          |             | 2026年          |             |
|                                 | 金額               | %          | 金額               | %           | 金額               | %           | 金額             | %           | 金額             | %           |
| (人民幣千元，百分比除外)                   |                  |            |                  |             |                  |             |                |             |                |             |
| (未經審計)                          |                  |            |                  |             |                  |             |                |             |                |             |
| 產品銷售 .....                      | 896,399          | 7.8        | 935,992          | 8.1         | 984,862          | 8.9         | 451,799        | 8.9         | 450,617        | 9.1         |
| 特許權使用及加盟服務 <sup>(1)</sup> ..... | 176,050          | 100.0      | 169,389          | 100.0       | 159,069          | 100.0       | 74,202         | 100.0       | 73,495         | 100.0       |
| 其他 .....                        | 76,014           | 70.4       | 96,489           | 75.5        | 124,135          | 85.1        | 54,094         | 86.0        | 59,911         | 85.1        |
| 總計 .....                        | <u>1,148,463</u> | <u>9.8</u> | <u>1,201,870</u> | <u>10.2</u> | <u>1,268,066</u> | <u>11.2</u> | <u>580,095</u> | <u>11.2</u> | <u>584,023</u> | <u>11.5</u> |

附註：

- (1) 毛利率為100%，主要由於我們並無就特許權使用費及加盟服務的加盟管理及支援職能產生重大直接成本。相關間接成本(例如培訓、營銷協助、營運支援及合約管理)屬微不足道，並入賬列作銷售及營銷開支。

## 概 要

我們在競爭激烈的社區生鮮零售行業中運營，該行業普遍具有利潤率相對較低的特點。因此，我們的盈利能力對採購成本、物流開支、勞工成本及其他運營開支的變動敏感。我們的毛利率於整個往績記錄期間持續增加，主要由於產品銷售毛利率改善，受惠於規模經濟效益、產品組合變動及成本節約措施。

### 綜合財務狀況表

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表內的選定資料：

|                    | 截至12月31日           |                    |                    | 截至<br>6月30日        |
|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
|                    | 2023年              | 2024年              | 2025年              | 2026年              |
|                    | (人民幣千元)            |                    |                    |                    |
| 流動資產總值.....        | 1,282,622          | 1,284,917          | 1,608,259          | 1,613,782          |
| 非流動資產總值.....       | 363,153            | 267,983            | 308,898            | 322,923            |
| <b>資產總值.....</b>   | <b>1,645,775</b>   | <b>1,552,900</b>   | <b>1,917,157</b>   | <b>1,936,705</b>   |
| 流動負債總額.....        | 4,093,627          | 3,838,327          | 3,349,050          | 2,943,875          |
| 非流動負債總額.....       | 237,891            | 165,818            | 324,146            | 630,099            |
| <b>負債總額.....</b>   | <b>4,331,518</b>   | <b>4,004,145</b>   | <b>3,673,196</b>   | <b>3,573,974</b>   |
| <b>流動負債淨額.....</b> | <b>(2,811,005)</b> | <b>(2,553,410)</b> | <b>(1,740,791)</b> | <b>(1,330,093)</b> |
| <b>負債淨額.....</b>   | <b>(2,685,743)</b> | <b>(2,451,245)</b> | <b>(1,756,039)</b> | <b>(1,637,269)</b> |

我們於整個往績記錄期間錄得流動負債淨額及淨負債狀況，主要由於(i)在往績記錄期間之前的年度產生累計虧損，其主要由於我們於過往年度的業務快速擴張，及(ii)發行予[編纂]前投資者的可換股可贖回優先股(將於[編纂]時重新分類為權益)。

我們的流動負債淨額由截至2023年12月31日的人民幣2,811.0百萬元減少9.2%至截至2024年12月31日的人民幣2,553.4百萬元，主要由於可換股可贖回優先股減少人民幣197.8百萬元，反映我們估值的波動。我們的流動負債淨額由截至2024年12月31日的人民幣2,553.4百萬元減少31.8%至截至2025年12月31日的人民幣1,740.8百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物增加人民幣477.9百萬元，及(ii)可換股可贖回優先股減少人民幣428.2百萬元。我們的流動負債淨額由截至2025年12月31日的人民幣1,740.8百萬元減少至截至2026年6月30日的人民幣1,330.1百萬元，主要由於銀行借款減少人民幣299.0百萬元。

我們的負債淨額由截至2023年12月31日的人民幣2,685.7百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣2,451.2百萬元，主要由於年度溢利人民幣288.4百萬元，惟部分被回購普通股人民幣110.0百萬元所抵銷。我們的負債淨額由截至2024年12月31日的人民幣2,451.2百萬元進一步減少至截至2025年12月31日的人民幣1,756.0百萬元，主要由於發行股份人民幣954.6百萬元，惟部分被虧損淨額人民幣278.6百萬元所抵銷。我們的負債淨額由截至2025年12月31日的人民幣1,756.0百萬元減少至截至2026年6月30日的人民幣1,637.3百萬元，主要由於(i)期間溢利人民幣68.1百萬元，及(ii)因自身信貸風險所致的可換股可贖回優先股公允價值收益人民幣27.3百萬元。是次股份發行指我們根據日期為2025年9月8日的補充股東協議，向我們的股東(包括[編纂]前投資者)所發行的新普通股。我們發行予[編纂]前投資者的可換股可贖回優先股將於[編纂]時因自動轉換為普通股而自負債重新分類為權益。我們的淨負債狀況將於[編纂]後轉為淨資產。

## 概 要

### 綜合現金流量表

下表載列於所示期間我們的綜合現金流量表概要：

|                    | 截至12月31日止年度    |                |                  | 截至6月30日止六個月      |                  |
|--------------------|----------------|----------------|------------------|------------------|------------------|
|                    | 2023年          | 2024年          | 2025年            | 2025年            | 2026年            |
|                    | (人民幣千元)        |                |                  | (未經審計)           |                  |
| 經營活動所得現金流入淨額.....  | 115,199        | 133,146        | 437,352          | 163,500          | 83,791           |
| 投資活動(流出)/流入        |                |                |                  |                  |                  |
| 現金淨額 .....         | (5,989)        | 73,195         | 7,360            | 933              | (134,757)        |
| 融資活動(流出)/流入        |                |                |                  |                  |                  |
| 現金淨額 .....         | (187,777)      | (145,944)      | 34,863           | 113,649          | 59,351           |
| 現金及現金等價物           |                |                |                  |                  |                  |
| (減少)/增加淨額 .....    | (78,567)       | 60,397         | 479,575          | 278,082          | 8,385            |
| 年/期初現金及現金等價物 ..... | 791,507        | 714,243        | 775,358          | 775,358          | 1,253,296        |
| 貨幣換算差額的影響 .....    | 1,303          | 718            | (1,637)          | (750)            | (3,502)          |
| 年/期末現金及現金等價物 ..... | <b>714,243</b> | <b>775,358</b> | <b>1,253,296</b> | <b>1,052,690</b> | <b>1,258,179</b> |

### 主要財務比率

下表載列於所示期間我們的主要財務比率：

|                                   | 截至12月31日止年度/於12月31日 |       |       | 截至6月30日止六個月/<br>於6月30日 |       |
|-----------------------------------|---------------------|-------|-------|------------------------|-------|
|                                   | 2023年               | 2024年 | 2025年 | 2025年                  | 2026年 |
|                                   |                     |       |       | (未經審計)                 |       |
| 毛利率(%) .....                      | 9.8                 | 10.2  | 11.2  | 11.2                   | 11.5  |
| 淨利潤率(%) .....                     | 1.4                 | 2.4   | (2.5) | 3.4                    | 1.3   |
| 經調整淨利潤率(非香港財務報告<br>準則計量)(%) ..... | 1.0                 | 1.6   | 2.6   | 1.9                    | 2.0   |
| 負債資產比率(%) .....                   | 263.2               | 257.8 | 191.6 | 不適用                    | 184.5 |

### 風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，該等風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資我們的股份前，務請審慎細閱該節全文。我們面臨的部分主要風險包括：(i)我們於經營所在市場面臨激烈競爭。未能有效競爭可能對我們的客戶基礎、市場份額及盈利能力造成重大不利影響；(ii)我們業務的增長取決於我們的品牌，而任何未能維持、保護及提升我們的品牌，均可能對我們的業務前景及經營業績造成重大不利影響；(iii)我們業務的增長取決於我們吸引及挽留龐大消費者群體的能力，而任何未能滿足消費者不斷變化的需求及偏好或維持優質消費體驗，均可能對我們的品牌聲譽、業務前景及經營業績造成重大不利影響；(iv)我們、我們的加盟商或供應商未能維持我們產品有效品控系統的失誤，或任何全行業的食品安全问题，均可能對我們的品牌聲譽、業務及經營業績造成重大不利影響；及(v)我們的未來增長取決於我們持續擴張門店網絡及管理該網絡經營表現的能力。請參閱「風險因素」。

[編纂]

## 概 要

### [編纂]

#### 我們的控股股東

截至最後實際可行日期，馮女士透過FWH Holding Ltd.、Feng WH、WH Feng Ltd.及Qdama Talent，有權控制本公司已發行股份51.26%投票權的行使。緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，馮女士透過FWH Holding Ltd.、Feng WH、WH Feng Ltd.及Qdama Talent，將有權控制本公司已發行股份[編纂]%投票權的行使，因此將構成我們的一組控股股東。請參閱「與我們控股股東的關係」。

#### [編纂]前投資

自我們成立以來，我們已吸引若干[編纂]前投資者，並於過去數年完成數輪股權融資，為我們的業務發展籌集資金。有關[編纂]前投資的主要條款以及我們主要[編纂]前投資者的身份及背景的進一步資料，請參閱「歷史、重組及公司架構—[編纂]前投資」。

#### [編纂]用途

假設[編纂]並無獲行使，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]及其他估計[編纂]開支後，並假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，我們估計將自[編纂]收取[編纂]淨額約[編纂]港元。我們擬將[編纂][編纂]作以下用途及按下列金額動用：(i)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於發展及管理我們的門店網絡；(ii)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於加強供應鏈能力；(iii)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於豐富我們的產品組合以及發展我們的品牌及營銷工作；(iv)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於升級我們用於管理加盟店及配送中心運營的數字化及AI輔助系統；(v)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於潛在投資、併購機會；及(vi)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用作營運資金及一般企業用途。

#### [編纂]

|                               | 按[編纂]<br>每股[編纂]<br>[編纂]港元 | 按[編纂]<br>每股[編纂]<br>[編纂]港元 |
|-------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 股份[編纂] <sup>(1)</sup> .....   | [編纂]港元                    | [編纂]港元                    |
| 未經審計[編纂]經調整綜合                 |                           |                           |
| 每股有形資產淨值 <sup>(2)</sup> ..... | [編纂]港元                    | [編纂]港元                    |

附註：

- (1) [編纂]乃按緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)已發行的[編纂]股股份總數計算。
- (2) 未經審計[編纂]經調整每股綜合有形資產淨值乃於作出上文各段所述調整後，並按已發行[編纂]股股份(相當於[編纂]股股份，當中不包括於[編纂]完成後已發行但尚未歸屬的81,624,648股股份

## 概 要

份)的基準得出，惟並未計及因行使[編纂]而可能發行的任何股份，或本公司根據「股本」一節所述授予董事配發及發行或購回股份的一般授權可能配發及發行或購回的任何股份。為編製此份未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表，以人民幣呈列的結餘乃按人民幣[0.8650]元兌1.00港元的匯率換算為港元。概不表示人民幣金額已經、可能已經或可以按該匯率換算為港元或反之亦然。

## 股息及股息政策

於往績記錄期間，我們並無宣派或分派任何股息。根據我們的組織章程細則以及適用法律及法規，是否派付股息的決定將由我們的董事酌情作出，並將取決於(其中包括)財務業績、現金流量、業務狀況及策略、未來營運及盈利、資本規定及開支計劃、任何派付股息的限制以及我們的董事可能認為相關的其他因素。誠如我們的開曼群島法律顧問所告知，根據開曼群島公司法，累計虧損狀況不一定限制我們向股東宣派及派付股息，因為股息可從我們的股份溢價賬中宣派及派付，前提是緊隨建議派付股息的日期後，我們將有能力在日常業務過程中償還到期債務。我們並無預設的派息率。我們將根據我們的財務狀況及現行經濟環境評估我們的股息政策。請參閱「財務資料—股息及股息政策」。

## [編纂]

[編纂]指與[編纂]有關的專業費用、[編纂]及其他費用。我們估計，我們的[編纂]將約為[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)且[編纂]並無獲行使)，佔[編纂]總額的[編纂]%(基於我們[編纂]的指示性[編纂]範圍的中位數，並假設[編纂]並無獲行使)。於往績記錄期間，我們產生[編纂]人民幣[編纂]元，其中人民幣[編纂]元作為行政開支自綜合全面收益表扣除，人民幣[編纂]元將自權益扣除。我們預期產生[編纂]約[編纂]港元，其中約[編纂]港元預期將於綜合全面收益表確認，而約[編纂]港元預期將於[編纂]後直接於權益中確認為扣減。董事預期該等開支不會對我們於2026年的經營業績造成重大影響。按性質劃分，我們的[編纂]包括(i)[編纂]約[編纂]港元及(ii)非[編纂]相關開支約[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。

## 近期發展及無重大不利變動

自2026年6月30日以來，本集團一直保持穩定的業務營運及發展。我們繼續擴展我們的門店網絡。截至2026年7月31日，我們擁有超過3,020家門店。同時，我們繼續豐富我們的自有品牌產品組合，並推出新的自有品牌SPU，涵蓋多個產品類別，例如點心、豆製品、魚漿製品及肉丸以及調理牛排。此外，我們的會員基礎持續增長。截至2026年7月31日，我們透過不同渠道累計的註冊會員人數達到逾3,100萬名。我們的董事已確認，截至本文件日期，自2026年6月30日(即本文件附錄一會計師報告所呈報期間的結束日期)以來，我們的財務或交易狀況或前景概無重大不利變動，且自2026年6月30日以來，概無發生會對本文件附錄一會計師報告所示資料造成重大影響的事件。