

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，應與本文件全文一併閱讀。由於此僅為概要，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][編纂]前，務請閱覽本文件全文。任何[編纂]均涉及風險。投資[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下在決定[編纂][編纂]前務請細閱該節。本節所用各項詞彙於本文件「釋義」及「技術詞彙表」界定或解釋。

概覽

我們是誰

我們是一家全球科技消費電子品牌企業，產品組合多元化，涵蓋充電產品及配件、辦公產品、影音產品和存儲產品四個產品類別。我們的產品以「UGREEN綠聯」品牌營銷，透過主要由自營網店、線上零售商、獨立站及線下經銷商組成的全面網絡，向中國內地及海外消費者銷售。我們的產品全方位覆蓋家庭、出行、辦公、娛樂等各類日常應用場景。

自2012年成立以來，我們以「UGREEN綠聯」知名品牌深耕全球市場。我們的業務根植於中國內地市場，截至2026年6月30日覆蓋全球180多個國家和地區。於往績記錄期間，我們在中國內地和海外均取得快速發展，展現出強勁的成長能力。截至2026年6月30日止六個月，我們自中國內地市場和海外市場產生的收入分別佔總收入的33.1%及66.9%。

憑藉強大的研究及開發（「研發」）能力、強健的供應鏈和全球化經銷網絡，我們已確立在全球科技消費電子市場的領導地位。根據弗若斯特沙利文的資料，於2025年，我們按出貨量計在泛拓展類科技消費電子產品市場位居中國內地及全球第一¹。於2025年，按收入計，我們在泛拓展類科技消費電子產品市場位居中國內地第一及全球第二，市場份額分別為2.6%及1.5%。我們亦於存儲領域取得顯著進展，推出消費級網絡附加存儲（「NAS」）產品。通過大幅提升產品功能和使用體驗，我們成功將專業級存儲設備轉化為大眾消費品。

我們的產品組合

依託於底層研發能力，結合我們的自主生產能力與協同的供應鏈體系，我們多年來致力於持續打磨與升級涵蓋充電產品及配件、辦公產品、影音產品及存儲產品的產品類別。

1 科技消費電子市場依據產品形式，可劃分為泛拓展類科技消費電子產品及終端類產品。泛拓展類科技消費電子產品作為科技消費電子市場的重要組成部分，是指為終端類科技消費電子產品提供功能拓展與延伸的產品。根據弗若斯特沙利文的資料，於2025年，泛拓展類科技消費電子產品分別佔中國內地及全球科技消費電子市場的7.4%及5.9%，終端類科技消費電子產品分別佔中國內地及全球科技消費電子市場的92.6%及94.1%。我們的充電產品及配件、辦公類產品和影音類產品主要屬於泛拓展類科技消費電子產品，我們的NAS產品則屬於終端類科技消費電子產品。有關詳情，請見「行業概覽」。

概 要

我們當前的產品組合包含以下四個產品類別：



充電產品及配件

充電產品及配件主要包括充電器和移動電源，該品類規模和增速表現突出，是我們產品組合中的基石。截至2026年6月30日止六個月，充電產品及配件實現收入人民幣2,666.7百萬元，較截至2025年6月30日止六個月增長50.0%，為我們的總收入增長作出重大貢獻。

辦公產品

我們提供綜合辦公產品組合，包括擴展塢、多屏顯示及專業鍵鼠外設產品，專為滿足用戶於工作及居家環境下的需求而設計。我們的擴展塢與集線器系列產品銷售表現長期穩居亞馬遜、天貓等主流電商平台銷量榜首，是廣大用戶的首選辦公夥伴。

影音產品

我們提供一系列高清音視頻採集、連接和傳輸設備以及耳機類聲學產品。我們的視訊產品支持HDMI 2.1及DP 2.1等協議，可實現8K及16K內容的無損傳輸。我們亦積極探索AI在聲學領域的應用，將AI算法融合於TWS耳機等音頻產品中。

概 要

存儲產品

存儲品類主要為NAS產品線。自切入NAS私有雲領域以來，我們持續加大系統級研發投入，存儲產品收入保持較快增長，成為往績記錄期間增速最快的產品線之一。截至2026年6月30日止六個月，來自NAS產品的收入為人民幣640.0百萬元，較截至2025年6月30日止六個月增長115.9%。

我們的NAS產品依託自研的UGOS Pro操作系統，使用戶實現多平台及設備訪問及管理文件。我們內置高性能圖形處理單元及神經處理單元，使NAS產品具備裝置端AI推理能力。NAS產品對第三方應用的支持和基於用戶本地數據的本地存算能力帶來了全新功能和使用體驗。此外，NAS賦予AI agent在多個平台上執行自主任務編排的能力，將NAS的功能定位從被動存儲設備提升為智能數據管理及自動化平台。因此，預期我們的NAS產品與更多綠聯產品進一步聯接，帶來更加豐富的功能和用戶體驗。

財務表現

得益於我們在產品組合方面的持續開拓創新以及全球銷售及經銷網絡的多元化布局，我們實現了跨商業周期的卓越財務業績。我們於2023年、2024年及2025年錄得收入人民幣4,801.4百萬元、人民幣6,166.3百萬元及人民幣9,485.6百萬元，於2023年至2025年的複合年增長率為40.6%。收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣3,854.8百萬元上升50.8%至2026年同期的人民幣5,813.9百萬元。這一增速遠超行業平均水平，顯示出我們具備強勁的內生增長動力。

我們於2023年、2024年及2025年分別錄得淨利潤人民幣393.7百萬元、人民幣460.5百萬元及人民幣703.5百萬元，於2023年至2025年的複合年增長率為33.7%。淨利潤由截至2025年6月30日止六個月的人民幣273.6百萬元上升58.0%至2026年同期的人民幣432.2百萬元。於2023年、2024年、2025年，我們的毛利率整體維持穩定，分別為36.9%、36.8%、36.5%。我們的毛利率由截至2025年6月30日止六個月的36.1%上升至2026年同期的38.4%。這突顯我們在追求高速擴張時依然能夠維持卓越的營運效率與高盈利質量，並為股東創造長期可持續的價值。

我們的競爭優勢

我們相信以下核心優勢使我們得以確立市場競爭力，並將驅動未來增長：(i)強大的科技消費電子產品組合構建能力；(ii)全球銷售及經銷網絡；(iii)製造能力及供應鏈管理深度整合；及(iv)有凝聚力的組織以及經驗豐富、具備深刻洞見的管理團隊。

我們的戰略

我們擬透過以下策略進一步鞏固自身領先市場地位：(i)拓展科技消費電子產品組合，更好滿足用戶需求；(ii)深化一體化布局，擴大全球影響力；(iii)加強人才隊伍建設，打造具有競爭力的環球組織；及(iv)探尋戰略性投資合作機會，提升發展能力。

概 要

我們的全球影響力

於往績記錄期間，我們於中國內地及海外市場均實現快速發展，展現出強勁的增長能力。我們的收入在地域上呈均衡分布：於2023年、2024年、2025年及截至2026年6月30日止六個月，海外市場分別貢獻收入的50.4%、57.5%、61.4%及66.9%。

我們積極布局線下銷售渠道，國內經銷網絡覆蓋全國主要省級行政區。截至2026年6月30日，我們的國內線下銷售網絡已涵蓋所有省、自治區及直轄市的180多個重點城市，品牌線下影響力不斷提升。我們亦積極拓展線上渠道，產品已上架天貓及京東等國內主流電商平台，進一步擴大接觸消費者的範圍。得益於產品廣受歡迎，我們已獲得「阿里巴巴王者店舖」及「京東年度好店」等榮譽稱號。

同時，我們致力於將綠聯品牌推向全球市場，採用線上線下渠道相結合的模式，在全球多個國家及地區實現銷售。截至2026年6月30日，我們的產品在180多個國家及地區以及亞馬遜及Shopee等國際主流電商平台出售。本公司主要產品在亞馬遜持續獲選為「亞馬遜之選」。為深耕國際市場，我們已於香港、美國、德國、日本、韓國、新加坡、越南、馬來西亞及阿聯酋等重點市場設立本地化服務子公司，構建「全球總部+區域中心」的多維服務矩陣，精準把握本地化消費特徵。

生產

於往績記錄期間，我們採用自主生產與第三方製造合作夥伴相結合的靈活混合生產模式。我們的自主生產主要通過子公司進行，該等子公司是我們的新產品導入、工藝驗證及部件製造中心。截至最後可行日期，我們的自營生產基地位於廣東省深圳市及惠州市以及江西省吉安市，總建築面積約為41,547平方米。我們亦與第三方製造合作夥伴合作以拓展及增強我們的整體製造能力。

主要客戶及供應商

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括購買我們產品的線上零售商、線下經銷商及最終用戶。於往績記錄期間各年度／期間，五大客戶產生的總收入為人民幣1,006.2百萬元、人民幣1,098.4百萬元、人民幣1,587.8百萬元及人民幣790.6百萬元，佔相應年度／期間總收入的21.0%、17.8%、16.7%及13.6%。

我們的主要供應商主要包括第三方製造合作夥伴及電子元器件經銷商。於往績記錄期間各年度／期間，來自五大供應商的總採購額分別為人民幣652.3百萬元、人民幣772.9百萬元、人民幣1,451.4百萬元及人民幣876.7百萬元，佔相應年度／期間總採購額的24.2%、23.0%、26.4%及26.3%。

概 要

競爭

全球科技消費電子行業正步入以「智能化」與「全場景化」為特徵的全新發展周期，整體市場規模持續擴容。根據弗若斯特沙利文的資料，全球科技消費電子市場規模於2025年達10,753億美元，並預期穩定增長。科技消費電子市場高度分散，在中國內地及全球分別有超過2,500家及10,000家行業參與者。我們相信，我們的競爭優勢在於我們成熟的市場競爭力，以及透過強勁內生增長持續超越同業的能力，並以跨越多種科技消費電子場景的用戶為本多元化產品組合為基礎。具體而言，(i)我們在持續將研發投資轉化為商業上成功和屢獲殊榮的產品方面，展現出強勁的往績記錄；(ii)我們的全球一體化、多渠道銷售及經銷網絡，連同本地化的海外業務，使我們能夠有效滲透不同市場，並應對不斷變化的客戶需求；(iii)我們的協同供應鏈將內部製造與優質第三方合作夥伴結合，增強我們的靈活性、成本效益及營運韌性；及(iv)加上我們經驗豐富的管理團隊及富有凝聚力的組織架構，我們能夠迅速捕捉市場機遇，維持高質量增長，並在全球泛拓展類科技消費電子產品市場保持領先地位。

根據弗若斯特沙利文的資料，於2025年，我們按出貨量計在泛拓展類科技消費電子產品市場位居中國內地及全球第一。於2025年，按收入計，我們在泛拓展類科技消費電子產品市場位居中國內地第一及全球第二。於2025年，泛拓展類科技消費電子產品分別佔中國內地及全球科技消費電子市場7.4%及5.9%。有關更多詳情，請見「行業概覽」。

過往財務資料概要

下表呈列於往績記錄期間的合併財務資料概要(摘錄自本文件附錄一會計師報告)。合併財務資料根據國際財務報告準則會計準則編製。下文所載財務數據概要應與我們的合併財務報表及相關附註以及「財務資料」一節一併閱讀，且完全依據該等報表及附註以及「財務資料」一節。

概 要

合併綜合收益表概要

下表載列我們的合併綜合收益表，當中呈列所示年度／期間個別項目的絕對金額及所佔收入百分比。

	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	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
<i>(未經審計)</i>										
收入	4,801,410	100.0	6,166,334	100.0	9,485,595	100.0	3,854,814	100.0	5,813,890	100.0
銷售成本	3,031,297	(63.1)	(3,899,738)	(63.2)	(6,019,549)	(63.5)	(2,464,711)	(63.9)	(3,580,864)	(61.6)
毛利	1,770,113	36.9	2,266,596	36.8	3,466,046	36.5	1,390,103	36.1	2,233,026	38.4
其他收入	28,605	0.6	26,060	0.4	29,038	0.3	13,574	0.3	13,178	0.2
其他收益/(虧損)										
淨額	16,150	0.3	26,937	0.4	27,598	0.3	29,958	0.8	(35,186)	(0.6)
研發開支	(215,891)	(4.5)	(304,116)	(4.9)	(437,808)	(4.6)	(173,515)	(4.5)	(349,130)	(6.0)
一般及行政開支	(230,825)	(4.8)	(281,394)	(4.6)	(347,920)	(3.6)	(154,135)	(4.0)	(223,038)	(3.8)
銷售開支	(911,823)	(19.0)	(1,204,832)	(19.5)	(1,894,923)	(20.0)	(790,839)	(20.5)	(1,151,785)	(19.8)
就金融資產(確認)/ 撥回減值虧損										
淨額	(3,829)	(0.1)	1,641	0.0	(16,644)	(0.2)	(5,623)	(0.2)	(9,497)	(0.2)
財務成本	(6,915)	(0.1)	(5,909)	(0.1)	(6,359)	(0.1)	(3,136)	(0.1)	(3,258)	(0.1)
除所得稅前利潤	445,585	9.3	524,983	8.5	819,028	8.6	306,387	7.9	474,310	8.1
所得稅開支	(51,901)	(1.1)	(64,499)	(1.0)	(115,572)	(1.2)	(32,827)	(0.8)	(42,106)	(0.7)
年/期內利潤	393,684	8.2	460,484	7.5	703,456	7.4	273,560	7.1	432,204	7.4
以下各方應佔：										
本公司擁有人	387,518	8.1	462,280	7.5	704,594	7.4	274,678	7.1	430,981	7.4
非控股權益	6,166	0.1	(1,796)	(0.0)	(1,138)	(0.0)	(1,118)	(0.0)	1,223	0.0

收入

我們的收入源自銷售科技消費電子產品，包括(i)充電產品及配件；(ii)辦公產品；(iii)影音產品；及(iv)存儲產品。

概 要

按產品類型劃分的收入

下表載列我們於呈列年度／期間按產品類型劃分的收入絕對金額及所佔總收入百分比的明細。

	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	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
充電產品及配件....	2,076,044	43.3	2,957,626	48.0	4,355,886	45.9	1,777,633	46.1	2,666,726	45.9
辦公產品.....	1,446,986	30.1	1,756,799	28.5	2,431,563	25.7	1,032,210	26.8	1,500,369	25.8
影音產品.....	950,255	19.8	1,060,493	17.2	1,472,320	15.5	630,187	16.3	877,236	15.1
存儲產品.....	328,125	6.8	391,416	6.3	1,225,826	12.9	414,784	10.8	769,559	13.2
合計.....	<u>4,801,410</u>	<u>100.0</u>	<u>6,166,334</u>	<u>100.0</u>	<u>9,485,595</u>	<u>100.0</u>	<u>3,854,814</u>	<u>100.0</u>	<u>5,813,890</u>	<u>100.0</u>

按地理市場劃分的收入

下表載列我們於呈列年度／期間按地理市場劃分的收入絕對金額及所佔總收入百分比的明細。

	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	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
中國內地.....	2,381,861	49.6	2,622,656	42.5	3,664,224	38.6	1,560,179	40.5	1,926,243	33.1
亞洲(不包括 中國內地).....	849,664	17.7	1,275,129	20.6	2,049,236	21.6	916,344	23.8	1,281,081	22.0
歐洲.....	810,289	16.9	1,181,429	19.2	2,075,340	21.9	740,962	19.2	1,402,422	24.1
—德國.....	224,208	4.7	313,933	5.1	616,167	6.5	217,616	5.6	403,976	6.9
美洲.....	692,092	14.4	968,361	15.7	1,502,142	15.8	559,364	14.5	1,068,349	18.4
—美國.....	362,507	7.6	480,726	7.8	838,446	8.8	305,669	7.9	607,794	10.5
大洋洲.....	48,056	1.0	96,804	1.6	152,266	1.6	63,322	1.6	108,230	1.9
其他國家／地區.....	19,448	0.4	21,955	0.4	42,387	0.5	14,643	0.4	27,565	0.5
合計.....	<u>4,801,410</u>	<u>100.0</u>	<u>6,166,334</u>	<u>100.0</u>	<u>9,485,595</u>	<u>100.0</u>	<u>3,854,814</u>	<u>100.0</u>	<u>5,813,890</u>	<u>100.0</u>

附註：

其他國家／地區主要包括非洲國家(如南非及埃及)市場。

收入由2023年的人民幣4,801.4百萬元上升28.4%至2024年的人民幣6,166.3百萬元，主要歸因於(i)充電產品及配件銷售額穩步增長人民幣881.6百萬元，同比增長42.5%；及(ii)我們積極拓展海外市場，實現收入增長人民幣1,124.1百萬元，同比增長46.5%。

概 要

收入由2024年的人民幣6,166.3百萬元上升53.8%至2025年的人民幣9,485.6百萬元，主要由於(i)充電產品及配件銷售額穩步增長人民幣1,398.3百萬元，同比增長47.3%；(ii)存儲產品銷售強勁增長人民幣834.4百萬元，同比增長213.2%，主要歸因於NAS產品增長人民幣779.4百萬元，同比增長419.9%；及(iii)我們積極拓展海外市場，實現收入增長人民幣2,277.7百萬元，同比增長64.3%。

收入由截至2025年6月30日止六個月的人民幣3,854.8百萬元上升50.8%至2026年同期的人民幣5,813.9百萬元，主要受以下因素所推動：(i)我們自海外市場產生的收入強勁增長，得益於線下經銷渠道拓展及綠聯品牌認知度的提升；(ii)充電產品及配件的銷售穩定增長；及(iii)得益於家庭及中小企業的本地數據存儲需求不斷湧現，對NAS產品的需求日益增長。

見「財務資料—合併綜合收益表主要組成部分—收入」。

銷售成本

銷售成本包括(i)所購商品成本，反映我們向第三方製造合作夥伴採購製成品的成本；(ii)物流費；(iii)生產所耗用原材料，與內部生產有關；(iv)僱員福利開支；(v)製成品及在製品變動；(vi)製造加工費；及(vii)其他。

下表載列我們於所示年度／期間按性質劃分的銷售成本絕對金額及所佔總銷售成本百分比的明細。

	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	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)									
所購商品成本.....	2,090,412	69.0	2,608,713	66.9	4,425,935	73.5	1,774,838	72.0	2,504,747	70.0
物流費.....	511,602	16.9	680,070	17.4	1,036,090	17.2	413,187	16.8	642,537	17.9
生產所耗用原材料....	461,583	15.2	563,617	14.5	760,831	12.6	337,145	13.7	452,813	12.6
僱員福利開支.....	66,301	2.2	75,109	1.9	123,535	2.1	54,127	2.2	68,812	1.9
製成品及在製品										
變動.....	(244,793)	(8.1)	(216,411)	(5.5)	(627,156)	(10.4)	(246,239)	(10.0)	(227,661)	(6.4)
製造加工費.....	60,860	2.0	81,829	2.1	115,840	1.9	51,839	2.1	61,202	1.7
其他.....	85,332	2.8	106,811	2.7	184,474	3.1	79,814	3.2	78,414	2.3
	<u>3,031,297</u>	<u>100.0</u>	<u>3,899,738</u>	<u>100.0</u>	<u>6,019,549</u>	<u>100.0</u>	<u>2,464,711</u>	<u>100.0</u>	<u>3,580,864</u>	<u>100.0</u>

見「財務資料—合併綜合收益表主要組成部分—銷售成本」。

概 要

毛利及毛利率

於2023年、2024年及2025年以及截至2025年及2026年6月30日止六個月，我們的毛利分別為人民幣1,770.1百萬元、人民幣2,266.6百萬元、人民幣3,466.0百萬元、人民幣1,390.1百萬元及人民幣2,233.0百萬元，同年／期毛利率則分別為36.9%、36.8%、36.5%、36.1%及38.4%。

下表載列我們於所示年度／期間按產品類型劃分的毛利及毛利率明細。

	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	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	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	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
充電產品及配件.....	730,908	35.2	1,045,696	35.4	1,551,455	35.6	620,604	34.9	1,003,619	37.6
辦公產品.....	564,903	39.0	694,921	39.6	970,467	39.9	406,371	39.4	627,581	41.8
影音產品.....	387,412	40.8	437,222	41.2	594,677	40.4	252,585	40.1	366,584	41.8
存儲產品.....	86,890	26.5	88,757	22.7	349,447	28.5	110,543	26.7	235,242	30.6
合計.....	<u>1,770,113</u>	<u>36.9</u>	<u>2,266,596</u>	<u>36.8</u>	<u>3,466,046</u>	<u>36.5</u>	<u>1,390,103</u>	<u>36.1</u>	<u>2,233,026</u>	<u>38.4</u>

下表載列我們於所示年度／期間按地理市場劃分的毛利及毛利率明細。

	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	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	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	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
中國內地.....	664,748	27.9	717,952	27.4	977,605	26.7	402,594	25.8	544,125	28.2
亞洲(不包括中國內地) ..	368,868	43.4	557,021	43.7	905,581	44.2	398,574	43.5	556,499	43.4
歐洲.....	395,789	48.8	521,158	44.1	915,226	44.1	326,644	44.1	606,526	43.2
美洲.....	310,968	44.9	418,236	43.2	586,510	39.0	231,113	41.3	466,806	43.7
大洋洲.....	23,657	49.2	44,039	45.5	65,710	43.2	25,871	40.9	49,632	45.9
其他國家／地區.....	6,083	31.3	8,190	37.3	15,414	36.4	5,307	36.2	9,438	34.2
合計.....	<u>1,770,113</u>	<u>36.9</u>	<u>2,266,596</u>	<u>36.8</u>	<u>3,466,046</u>	<u>36.5</u>	<u>1,390,103</u>	<u>36.1</u>	<u>2,233,026</u>	<u>38.4</u>

概 要

毛利率由2023年的36.9%輕微下降至2024年的36.8%，主要歸因於(i)中國內地市場的產品組合轉變，利潤率相對較低的高銷量產品銷售貢獻增加，例如移動電源，其於中國內地產生的收入由2023年的人民幣55.9百萬元增加至2024年的人民幣203.8百萬元，佔相應年度中國內地總收入的2.4%及7.8%；及(ii)我們於2024年在海外客戶中進行試點市場測試行動，使NAS產品的收入貢獻增加。作為該行動的一部分，我們採用更具競爭力的定價策略以吸引早期用戶及鼓勵客戶參與。

毛利率由2024年的36.8%輕微下降至2025年的36.5%，主要由於2025年正式向海外市場推出NAS產品及其對收入的貢獻不斷增加所致。在市場進入初期，該等產品的定價更具競爭力，以搶佔市場份額，同時帶動NAS產品收入大幅增長，令整體毛利率略為攤薄。

毛利率由截至2025年6月30日止六個月的36.1%上升至2026年同期的38.4%，主要由於我們穩定的盈利能力，其進一步提升乃由於(i) 2026年收到美國關稅退款人民幣63.9百萬元(扣減銷售成本)；及(ii)我們產品的銷售價格上漲。

見「財務資料—合併綜合收益表主要組成部分—毛利及毛利率」。

合併財務狀況表概要

下表載列截至所示日期合併財務狀況表的選定資料。

	截至12月31日			截至6月30日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	(人民幣千元)			
非流動資產總值.....	202,062	541,331	284,998	445,101
流動資產總值.....	2,251,097	3,353,611	4,643,918	4,667,212
資產總值.....	2,453,159	3,894,942	4,928,916	5,112,313
非流動負債總額.....	104,562	108,157	131,492	147,548
流動負債總額.....	572,281	861,949	1,389,716	1,369,234
負債總額.....	676,843	970,106	1,521,208	1,516,782
流動資產淨值.....	1,678,816	2,491,662	3,254,202	3,297,978
資產淨值.....	1,776,316	2,924,836	3,407,708	3,595,531

流動資產淨值

流動資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣1,678.8百萬元上升48.4%至截至2024年12月31日的人民幣2,491.7百萬元，主要由於以公允價值計量且其變動計入當期損益(「以公允價值計量且其變動計入當期損益」)的金融資產增加人民幣741.5百萬元及存貨增加人民幣238.8百萬元所致，部分被貿易應付款項增加人民幣198.3百萬元所抵銷。

概 要

流動資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣2,491.7百萬元上升30.6%至截至2025年12月31日的人民幣3,254.2百萬元，主要由於存貨增加人民幣765.9百萬元以及預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣336.7百萬元所致，部分被以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產減少人民幣310.2百萬元所抵銷。

流動資產淨值由截至2025年12月31日的人民幣3,254.2百萬元上升1.3%至截至2026年6月30日的人民幣3,298.0百萬元，主要由於存貨增加人民幣457.2百萬元以及貿易應收款項及應收票據增加人民幣136.5百萬元，部分被以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產減少人民幣321.2百萬元以及現金及現金等價物減少人民幣212.8百萬元所抵銷。

資產淨值

資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣1,776.3百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣2,924.8百萬元，主要歸因於(i)年內利潤人民幣460.5百萬元；及(ii)發行股份所得款項淨額人民幣772.2百萬元，部分被向本公司股東宣派的股息人民幣124.5百萬元所抵銷。

資產淨值由截至2024年12月31日的人民幣2,924.8百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣3,407.7百萬元，主要由於年內利潤人民幣703.5百萬元，部分被向本公司股東宣派的股息人民幣248.9百萬元所抵銷。

資產淨值由截至2025年12月31日的人民幣3,407.7百萬元增加至截至2026年6月30日的人民幣3,595.5百萬元，主要由於期內利潤人民幣432.2百萬元，部分被向本公司股東宣派的股息人民幣248.9百萬元所抵銷。

見「財務資料—有關合併財務狀況表若干主要項目的討論」及「附錄一—合併權益變動表」。

合併現金流量表概要

下表載列我們於所示年度／期間的現金流量。

	截至12月31日止年度			截至6月30日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	(人民幣千元)			
經營活動所得／(所用)現金流量淨額....	173,401	623,882	(35,329)	(70,009)
投資活動(所用)／所得現金流量淨額....	(16,464)	(1,090,916)	571,884	184,598
融資活動(所用)／所得現金流量淨額....	(45,052)	605,766	(299,191)	(291,577)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額....	111,885	138,732	237,364	(176,988)
年／期初現金及現金等價物.....	876,177	992,314	1,142,738	1,386,529
匯率變動影響淨額.....	4,252	11,692	6,427	(35,803)
年／期末現金及現金等價物.....	<u>992,314</u>	<u>1,142,738</u>	<u>1,386,529</u>	<u>1,173,738</u>

概 要

於2025年，我們錄得經營現金流出人民幣35.3百萬元，主要歸因於：(i)我們的業務擴張及銷售增長，故積極儲備存貨以支持新產品上市及主要品類的銷售額激增，使存貨及貿易應收款項增加；(ii)我們的策略由要求預付款項轉為向選定海外線下經銷商授予信用期，以搶佔市場份額及吸引長期合作，使貿易應收款項增加，反映在2024年至2025年海外線下經銷收入上升79.4%；及(iii)於2026年1月收取一家主要電商平台客戶的若干貿易應收款項(屬正常收款時間範圍內，並不表示任何信用或收款風險增加)及出口退稅人民幣263.4百萬元。

截至2026年6月30日止六個月，我們錄得經營現金流出人民幣70.0百萬元，主要歸因於(i)我們因應業務擴張及銷售增長而積極儲備存貨，導致存貨及貿易應收款項增加；(ii)來自海外線下經銷商的應收款項增加，原因為如截至2025年6月30日止六個月至截至2026年6月30日止六個月海外線下經銷收入增長68.6%所反映，受信用期的影響，其銷售持續增長；及(iii)來自亞馬遜的貿易應收款項增加，原因為我們2026年的大部分主要推廣活動於6月舉行，而2025年則為7月。

為改善經營現金流出淨額狀況，我們持續實施流動資金管理措施，包括審慎的現金流量運作及預算編製以及積極跟進客戶付款。具體而言，鑒於我們的經營現金流出主要歸因於與存貨及貿易應收款項有關的營運資金需求，我們已採取針對性措施以改善現金轉換周期。就存貨而言，由於NAS及移動電源產品佔我們存貨絕大部分，我們已透過審慎的採購規劃及與銷售團隊緊密合作以按滾動方式監控存貨水平、客戶需求及銷售表現，從而加強存貨規劃及採購控制。此外，隨著我們持續升級產品並提升其競爭力，我們預期將推動銷售增長、加快存貨周轉及改善現金回收，從而促進更快的現金轉換及改善經營現金流量狀況。就貿易應收款項而言，由於相對較長的貿易應收款項週轉期主要歸因於若干海外線下客戶，我們已透過與該等客戶就付款時間表保持定期溝通，並積極跟進未結清餘額，以加強收款管理。

見「財務資料—流動資金及資本資源—現金流量」。

概 要

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示年度／期間的主要財務比率。

	截至12月31日／ 截至12月31日止年度			截至 6月30日／ 截至6月30日 止六個月
	2023年	2024年	2025年	2026年
毛利率 ⁽¹⁾	36.9%	36.8%	36.5%	38.4%
淨利潤率 ⁽²⁾	8.2%	7.5%	7.4%	7.4%
流動比率 ⁽³⁾	3.9	3.9	3.3	3.4
速動比率 ⁽⁴⁾	2.2	2.5	1.9	1.6
資產負債比率 ⁽⁵⁾	7.2%	4.0%	4.3%	4.3%

附註：

- (1) 毛利率指年／期內毛利佔2023年、2024年及2025年以及截至2026年6月30日止六個月總收入的百分比。
- (2) 淨利潤率指年／期內利潤佔2023年、2024年及2025年以及截至2026年6月30日止六個月總收入的百分比。
- (3) 流動比率按流動資產總值除以截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年6月30日的流動負債總額計算。
- (4) 速動比率按流動資產總值減存貨除以截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年6月30日的流動負債總額計算。
- (5) 資產負債比率按截至2023年、2024年及2025年12月31日以及2026年6月30日的債務總額除以權益總額再乘以100%計算。本集團債務總額的定義包括租賃負債。

淨利潤率

淨利潤率由2023年的8.2%下降至2024年的7.5%，主要歸因於銷售開支及研發開支增加，原因是(i)線上銷售渠道的收入增長使平台服務費增加；及(ii)為緊貼業務增長及技術快速發展的步伐，我們擴大銷售及研發團隊，導致相關人員的薪酬增加。

淨利潤率於2024年、2025年及截至2026年6月30日止六個月保持相對穩定，分別為7.5%、7.4%及7.4%。

概 要

[編 纂]

我們的控股股東

截至最後可行日期，張先生直接持有本公司已發行股本總額約45.27%，因此為我們的控股股東。張先生為我們僱員持股平台綠聯諮詢及綠聯和順的有限合夥人，分別持有綠聯諮詢及綠聯和順約10.08%及1.57%的合夥權益。張先生亦為和順五號、和順六號、和順七號及和順八號的普通合夥人，分別持有該等僱員持股平台約34.37%、44.58%、18.28%及20.85%的合夥權益。而和順五號、和順六號、和順七號及和順八號則分別持有綠聯諮詢約1.46%、1.69%、1.66%及1.17%的合夥權益。根據綠聯諮詢及綠聯和順的合夥協議，普通合夥人擁有代表合夥企業行使股東權利並參與被投資實體股東大會的獨家權利，包括代表合夥企業行使表決權。由於張先生、和順五號、和順六號、和順七號或和順八號均非或未曾為綠聯諮詢或綠聯和順的普通合夥人，或並無向綠聯諮詢或綠聯和順貢獻超過三分之一的注資，因此張先生既無權亦不被視為能夠控制綠聯諮詢或綠聯和順。因此，綠聯諮詢及綠聯和順不構成本公司的控股股東團體。

概 要

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，我們的控股股東將持有本公司已發行股本總額約[編纂]%，[編纂]後將繼續為我們的控股股東。

截至最後可行日期，控股股東及任何董事概無於與本集團業務直接或間接構成或可能構成競爭且根據上市規則第8.10條須予披露的任何業務中擁有權益或從事該等業務。

股息及股息政策

於2023年、2024年及2025年以及截至2026年6月30日止六個月，本公司分別向股東派付股息零、人民幣124.5百萬元、人民幣248.9百萬元及人民幣248.9百萬元。見本文件附錄一會計師報告附註12。

於[編纂]完成後，股東將有權收取我們宣派的任何股息。我們可以通過股份或現金，或股份與現金相結合的方式分派股息。根據適用的中國法律、我們的公司章程及股東於2022年4月所批准本公司於2024年7月在深圳證券交易所上市後三年股東回報規劃(作為我們的正式股息政策)，董事會經考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求和可用性以及其屆時可能認為相關的其他因素後，可在未來宣派股息。根據公司章程以及中國及香港的適用法律及法規，我們原則上將至少每年向股東分派一次現金股息，惟未能滿足利潤分配條件則除外。我們於每連續三個年度期間派發的現金股息總額將不少於該期間平均每年可分配利潤的30%。此外，在滿足現金股息的具體條件的前提下，我們每年派發的現金股息將不少於相關財政年度所產生可分配利潤的10%。我們目前並無任何固定股息派付率。任何股息的宣派及派付以及股息的金額將受我們的章程文件、適用的中國法律及股東會批准所規限。概不保證將於任何財政年度宣派或派付任何特定金額的股息。

我們未來宣派的股息未必與我們過往宣派的股息一致，並須經股東會批准。見本文件「風險因素—與[編纂]有關的風險—我們的過往股息不可作為未來股息政策的指標，且無法保證日後我們將會宣派及分派任何金額的股息」。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，其載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請閱覽該節全文。我們面臨的若干主要風險包括：(i)我們營運所在行業競爭激烈。倘我們未能與其他市場參與者競爭，我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到重大不利影響；(ii)未能識別或應對消費者偏好及市場需求的變化、設計符合不斷變化的消費者需求的新產品，或與競爭對手有效競爭，均可能對我們的業務營運及財務表現造成不利影響；(iii)我們可能無法跟上快速的技術變革以及不斷發展的行業標準及監管規定，這可能會對我們的市場地位產生不利影響，並導致我們的生產或研發中產品以及我們的生產基地缺乏競爭力或過時；(iv)倘未能維護品牌形象，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；(v)我們大部分線上銷售依賴若干電商平台，而該等合作夥伴關係發生任何中斷、不利的政策修訂或不利的合同變更均可能對我們的營運及財務業績造成重大損害；(vi)我們依賴第三方製造合作夥伴生產絕大部分產品。我們供應鏈的任何中斷、供應商未能滿足我們的要求或我們與供應商的關係轉差，均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響；(vii)我們生產基地的中斷可能會限制或終止我們的銷售，並對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響；(viii)我們產品的任何缺陷或質量問題均可能引發產品責任或保修申索、導致產品召回、損害我們的聲譽及造成銷售額及市場份額下降；(ix)我們可能因質保責任產生重大成本，且我們現有的準備可能不足以支付未來潛在申索；及(x)線下與線上經銷渠道的任何惡化均可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響，且我們可能無法有效管理不同銷售渠道之間的重疊或潛在競爭。

[編纂]開支

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即本文件所述指示性[編纂]範圍的[編纂])及[編纂]未獲行使，我們就[編纂]應付的[編纂]，連同聯交所[編纂]費、證監會交易徵費、會財局交易徵費及聯交所[編纂]費、法律與其他專業費用、印刷及其他開支估計約為[編纂]百萬港元，其中，預期[編纂]百萬港元將自截至2026年12月31日止年度的合併綜合收益表扣除，而預期[編纂]百萬港元將於[編纂]後自權益扣除。[編纂]開支包括[編纂]相關費用[編纂]百萬港元及非[編纂]相關費用[編纂]百萬港元(包括法律顧問和申報會計師費用及開支[編纂]百萬港元以及其他費用及開支[編纂]百萬港元)，佔[編纂][編纂]約[編纂]%。上述[編纂]開支為最近期的可行估計，僅供參考，實際金額可能有所不同。

[編纂]

假設[編纂]未獲行使及[編纂]為每股H股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍每股H股[編纂]港元至[編纂]港元的[編纂])，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，我們估計我們將收取[編纂][編纂]約[編纂]百萬港元。

概 要

為配合我們的策略，我們擬將[編纂][編纂]按下文所載金額作以下用途：(i)[編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將分配至加強技術創新及產品開發投入；(ii)[編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將分配至品牌建設；(iii)[編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將分配至深化銷售渠道建設，提升市場滲透；(iv)[編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將分配至業務流程智能化升級；及(v)[編纂]約[編纂]%或[編纂]百萬港元將分配至營運資金及其他一般公司用途。

我們於深圳證券交易所上市

本公司自2024年7月26日起於深圳證券交易所上市。有關進一步詳情，見「歷史、發展及公司架構—我們於深圳證券交易所上市及於[編纂][編纂]的理由」。

近期發展及無重大不利變動

董事確認，自2026年6月30日(即本文件附錄一會計師報告呈報年度的結算日)起及直至本文件日期，我們的財務或經營狀況並無重大不利變動，亦無發生任何事件會對本文件附錄一會計師報告所載合併財務資料所示資料造成重大影響。