

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，故並未載有對閣下可能重要的所有資料，並應與本文件全文一併閱讀，以保證其完整性。閣下決定投資於[編纂]前，應閱讀整份文件。

任何投資均存在相關風險。與投資[編纂]相關的部分特定風險載於「風險因素」一節。閣下於決定投資[編纂]前，應細閱該節。

概覽

我們是一家全球化高品質的度假生活方式集團。以Club Med品牌為核心，我們經營高端一價全包度假村及輕資產度假場景服務輸出，為我們的全球客戶打造高品質度假體驗。

Club Med創立於1950年，是高端一價全包度假行業的開創者及領導者，亦是少數實現全球化佈局的高端一價全包度假品牌之一。依託逾75年的品牌積澱與全球化運營經驗，通過遍佈全球六大洲40多個國家和地區的銷售網絡，我們打造並運營涵蓋山野滑雪以及陽光海濱等多元的高端度假村產品。截至最後實際可行日期，我們在全球經營69家高端度假村。秉持以客戶為中心的價值核心，我們通過產品創新、運營升級及數字化持續提升客戶體驗和經營效率，並通過優化全球資源實現可持續增長。

根據灼識諮詢的資料，Club Med：

- 按2025年營業額計，為全球最大的度假村品牌；
- 按2025年營業額計，是歐非中東、亞太地區最大的度假村品牌，美洲地區前五大的度假村品牌；
- 按2025年度假村數量及營業額計，為全球最大的一價全包度假村品牌；及
- 按2025年度假村數量計，為全球最大的山野滑雪度假村品牌、全球最大的一價全包山野滑雪度假村品牌。

全球化	 69家 度假村 ¹	 六大洲 全球銷售佈局 橫跨40+個國家和地區 ¹	 全球最大 度假村品牌 ²
高品質	 100% 高端 度假村	 261歐元 1H2026平均每日床位價格	 4,000+歐元 平均訂單金額 ³
生活方式	 ~5天 人均入住時長 ³	 四大主要滑雪 目的地全覆蓋 ⁴	 多元化度假場景 超級度假村、超級度假區、 超級文旅游目的地

附註：

- (1) 截至最後實際可行日期。
- (2) 按2025年營業額計。
- (3) 往績記錄期間各期間。
- (4) 阿爾卑斯山（歐洲）、北海道（日本）、北美及中國東北。

概 要

於2026年，Club Med入選《時代雜誌》「TIME100 Most Influential Companies (全球100大最具影響力企業)」榜單，並成為當年唯一上榜的酒店及度假品牌。這一殊榮彰顯了Club Med在開創一價全包模式方面的先鋒作用，引領了行業高端化演進，並將該模式拓展至更多元的度假場景之中。

我們的價值主張

秉持以客戶為中心的理念，我們經營一體化的綜合度假生活方式業務，其中我們的全球高端一價全包度假村網絡、我們獨特的G.O.文化及忠誠的會員基礎相互強化：我們的G.O.在賓客住宿期間主持活動並與他們互動，將每次度假轉化為沉浸式且具情感連結的體驗，從而提升滿意度、忠誠度及口碑。基於度假村運營專業知識，我們進一步將品牌及運營能力延伸至輕資產度假場景服務，創造更高頻的觸點，以擴大我們的觸及範圍，從而為核心度假業務拓展新客群。



我們的競爭優勢

我們相信，以下的競爭優勢使我們從競爭對手中脫穎而出，並為我們的成功作出貢獻：(i)全球最大的度假村品牌，以全球度假網絡連結賓客；(ii)高端一價全包模式、獨特的G.O.文化及以家庭為導向的體驗；(iii)增大的品牌資產與全球客源；(iv)端對端AI能力重塑客戶體驗、運營與組織效率；及(v)具備全球背景的資深管理團隊。

概 要

我們的發展策略

我們擬推行以下策略以進一步拓展業務：(i)擴展我們的全球度假村網絡；(ii)持續強化產品力及提供差異化客戶體驗；(iii)增強客戶互動並擴大我們的全球會員基礎；(iv)通過我們的綜合營運能力，開創創新度假場景；(v)數智賦能，推動業務增長、提升營運效率及優化客戶體驗；及(vi)持續推廣G.O.文化並培養全球人才。

我們的主要業務

我們主要從事營運Club Med品牌的高端一價全包度假村及提供輕資產度假場景服務。各業務分部進一步詳述如下：

- **Club Med度假村業務。**我們主要於全球營運高端一價全包度假村，提供住宿、精緻美食、優質飲品、運動及豐富活動、兒童照護服務及當地文化體驗活動，以及適用情況下配套交通服務。截至最後實際可行日期，我們於六大洲逾40個國家及地區設有銷售及市場推廣團隊，經營69家度假村，包括山野滑雪度假村以及陽光海濱度假村，遍佈歐非中東、美洲及亞太地區。我們以三種營運模式經營度假村：自持、租賃、管理合約。我們根據其具體情況採用適當的營運模式，使我們能夠以資本高效的方式拓展全球度假村網絡。
- **度假場景服務。**我們亦向業主及開發商及其他業務合作夥伴提供多元化整合輕資產服務。我們利用自身的品牌、經營專業知識及客戶參與能力，為度假及生活風格目的地提供營運、管理、品牌、銷售與營銷、設計及配套支持服務。

關鍵營運指標

下表列出與度假村業務有關的部分關鍵資料：

	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	2026年
賓客人數(以千計)	1,518	1,532	1,590	830
度假村床位容量(以千計) ⁽¹⁾	12,046	12,609	12,571	6,465
按床位計的入住率 ⁽²⁾	62.8%	61.4%	62.5%	62.5%
平均每日床位價格(歐元) ⁽³⁾	220	232	235	261
平均每日床位收入(歐元) ⁽⁴⁾	173	175	179	195

附註：

(1) 截至2026年6月30日止六個月，我們度假村以房間計的容量為2.7百萬間夜。

(2) 截至2026年6月30日止六個月，我們按房間計的入住率為68.5%。

(3) 截至2026年6月30日止六個月，我們平均每日客房價格為576歐元。

(4) 平均每日床位收入／平均每日客房收入指總營業額除以度假村按床位／客房計的容量。截至2026年6月30日止六個月，平均每日客房收入為466歐元。

銷售及營銷

我們制定銷售及營銷策略旨在建立直接客戶關係，加強品牌認知及支持我們全球客源市場的客戶互動。我們透過全通路銷售平台與賓客互動。我們的直銷渠道於往績記錄期間貢獻超過70%的營業額，並輔以旅行社合作夥伴、線上旅行社及企業或團體銷售網絡作為補充。我們的會員體系及CRM能力能為賓客溝通、營銷活動、會員管理及客戶互動提供支持。

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括(i)度假村客戶，包括個人客戶、團體客戶及我們管理的度假村物業業主；(ii)我們度假場景服務的客戶，主要為文旅目的地及我們管理的度假設施的擁有

概 要

人、授權使用我們品牌的物業開發商及我們度假村場景附加服務的個人客戶。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度以及截至2026年6月30日止六個月，來自我們五大客戶的收入分別約佔總收入的3.1%、3.8%、3.7%及3.7%。

我們的供應商主要包括支持我們度假村及其他旅遊及度假項目營運及發展的供應商及服務提供商。彼等包括(i)我們向其租賃度假村的物業業主、(ii)交通服務提供商、(iii)食品及飲料供應商、(iv)滑雪纜車及滑雪場營運商、(v)科技及資訊科技供應商，及(vi)度假村營運物資、公用事業及支持服務的其他供應商。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度以及截至2026年6月30日止六個月，我們向五大供應商的採購額分別約佔我們總採購額的7.8%、7.9%、7.3%及9.2%。

競爭格局

我們在規模龐大但高度分散的全球度假村行業中營運，就營業額而言，2025年五大度假村品牌合共僅佔市場份額的4.0%。根據灼識諮詢的資料，以2025年的營業額計算，Club Med是全球最大的度假村品牌，同時亦是全球最大的全包式度假村品牌，市場份額分別為1.1%及5.3%。以2025年營業額計算，Club Med亦為歐非中東及亞太地區最大的度假村品牌，並為美洲地區前五大度假村品牌。我們透過全球佈局及涵蓋山野滑雪度假村與陽光海濱度假村的多元化目的地組合實現差異化。尤其是，2025年，Club Med按度假村數量計為全球最大的山野滑雪度假村品牌，是唯一一個業務遍及世界四大滑雪勝地的全包式度假村品牌。有關進一步詳情，請參閱「行業概覽」。

風險因素

我們的業務及[編纂]面臨各種風險及不確定因素，包括：(i)我們的業務及經營業績取決於我們吸引客戶的能力，而有關能力可能受到全球經濟狀況及全球度假村行業普遍面臨的若干風險所影響；(ii)消費者品味及偏好的變化可能會影響對我們度假村、高端一價全包度假產品及度假場景服務的需求；(iii)與度假村租賃相關之終止、不續約或糾紛；(iv)我們面臨與管理合約經營模式相關的風險，且我們經營的度假村的業主可能會終止我們的管理協議或不履行彼等的義務；(v)我們的經營業績可能因季節性及其他因素而波動；(vi)我們的財務及經營表現可能會因流行病、惡劣天氣狀況、自然災害及其他災難而受不利影響；(vii)地緣政治緊張局勢、簽證及航空限制、旅遊警示及其他因素導致國際旅行受阻；(viii)我們的「Club Med」品牌或其他品牌聲譽或價值受損；(ix)涉及我們、業務合作夥伴或控股股東之不利事件或報導，可能損害我們的品牌或聲譽；及(x)我們的負債淨額及流動負債淨額所產生之流動資金及營運資金風險。進一步詳情請參閱「風險因素」。

歷史財務資料概要

憑藉我們的全球度假村網絡、高端化策略及持續的營運效率，我們於往績記錄期間提升了我們的財務表現。我們的收入由2023年的1,862.1百萬歐元增加2024年的1,923.5百萬歐

概 要

元及進一步增加至至2025年的1,948.5百萬歐元，並於截至2026年6月30日止六個月達到1,083.4百萬歐元。我們的毛利率於2023年、2024年及2025年分別為28.9%、29.2%及30.3%，而截至2026年6月30日止六個月則為34.7%。我們的經調整EBITDA利潤率於2023年、2024年及2025年分別為19.5%、20.4%及20.2%，而截至2026年6月30日止六個月則為24.5%。此正面趨勢主要反映出我們定價能力的增強及營運效率的提升。我們亦維持穩健的現金流產生，為可持續長期增長提供堅實基礎。

合併損益表概要

下表載列我們於所示期間的合併損益表概要：

	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
	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元 (未經審核)	千歐元
收益	1,862,113	1,923,486	1,948,546	1,081,179	1,083,443
— Club Med度假村運營	1,848,991	1,908,922	1,938,826	1,077,047	1,076,676
— 度假場景服務	13,122	14,564	9,720	4,132	6,767
收益成本	(1,323,121)	(1,362,644)	(1,358,539)	(723,894)	(706,991)
毛利	538,992	560,842	590,007	357,285	376,452
其他收入及收益／(開支)淨額	49,416	29,821	13,056	26,648	(4,289)
銷售及營銷開支	(280,856)	(296,831)	(302,277)	(161,775)	(164,016)
一般及行政開支	(126,571)	(130,639)	(140,658)	(68,428)	(64,504)
經營收入	180,981	163,193	160,128	153,730	143,643
融資成本	(110,580)	(116,390)	(102,960)	(52,064)	(49,113)
分佔聯營公司(虧損)／溢利 ..	(1,391)	(1,685)	2,136	2,033	332
除所得稅前溢利	69,010	45,118	59,304	103,699	94,862
所得稅開支	(242)	(15,514)	(48,387)	(38,582)	(37,737)
年／期內溢利	68,768	29,604	10,917	65,117	57,125
非《國際財務報告準則》計量					
(未經審核)					
經調整EBITDA	363,710	391,732	393,882	273,895	265,869
經調整EBITDA (國際財務 報告準則第16號前)	168,665	180,069	172,560	162,560	156,212

我們於往績記錄期間的經調整EBITDA維持穩健，而我們的盈利能力主要受以下因素影響：(i) 其他收入及收益／(開支)淨額的變動，主要與補償及彌償、撥備及處置收益的若干非經常性變動有關；及(ii) 所得稅開支的變動，主要反映2023年及2024年較高比例地動用及確認過往年度稅項虧損及暫時性差異，以及2025年若干實體產生較高的應課稅利潤。

非《國際財務報告準則》計量

我們採用若干非《國際財務報告準則》會計計量(包括EBITDA、經調整EBITDA及經調整EBITDA(《國際財務報告準則》第16號前))，補充我們所呈列的歷史財務資料。該等非《國際財務報告準則》財務計量由我們的管理層用於評估我們的財務表現，以消除若干非現金項目及一次性事件的影響，並有助投資者理解及評估我們的相關業務於各會計期間的經營業績。

概 要

下表載列所示期間除稅前溢利與EBITDA、經調整EBITDA及經調整EBITDA（《國際財務報告準則》第16號前）之對賬。詳情請參閱「財務資料—非《國際財務報告準則》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
	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元 (未經審核)	千歐元
除稅前溢利.....	69,010	45,118	59,304	103,699	94,862
經下列各項調整：					
融資成本.....	110,580	116,390	102,960	52,064	49,113
折舊及攤銷.....	219,638	228,976	235,404	116,051	119,460
EBITDA	399,228	390,484	397,668	271,814	263,435
經下列各項調整：					
以股份為基礎的付款	4,700	3,153	3,016	2,081	786
出售物業、廠房及設備及 一間附屬公司的收益	(40,218)	(1,905)	(6,802)	—	(9)
[編纂]開支.....	—	—	—	—	1,657
經調整EBITDA	363,710	391,732	393,882	273,895	265,869
經下列各項調整：					
租賃開支（《國際財務報告 準則》第16號前）	(195,045)	(211,663)	(221,322)	(111,335)	(109,657)
經調整EBITDA（《國際財務 報告準則第16號前》）	168,665	180,069	172,560	162,560	156,212

綜合財務狀況表概要

下表載列我們於所示日期的合併財務狀況表選定資料，該等資料摘錄自本文件附錄一所載的會計師報告。

	截至12月31日			截至 6月30日
	2023年	2024年	2025年	2026年
	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元
非流動資產總值	2,593,076	2,611,677	2,513,217	2,469,226
流動資產總值	663,596	622,707	677,682	604,581
資產總值	3,256,672	3,234,384	3,190,899	3,073,807
非流動負債總額	1,691,691	1,726,987	1,619,225	1,967,224
流動負債總額	1,752,501	1,679,108	1,718,632	1,278,529
負債總額	3,444,192	3,406,095	3,337,857	3,245,753
流動資產／（負債）淨額	(1,088,905)	(1,056,401)	(1,040,950)	(673,948)
權益總額	(187,520)	(171,711)	(146,958)	(171,946)

我們的流動負債淨額由截至2023年12月31日的1,088.9百萬歐元減少至截至2025年12月31日的1,041.0百萬歐元，並進一步減少至截至2026年6月30日的673.9百萬歐元。該減少於往績記錄期間主要反映若干借款的償還、與重組有關的若干關聯方結餘的結算及資本化，以及營運資金結餘的一般業務過程變動。尤其是，截至2026年6月30日的減少主要歸因於應付關聯公司款項減少346.8百萬歐元及應計負債及其他應付款項減少81.7百萬歐元，主要反映了向客戶交付服務的時間差，部分被應收關聯公司款項減少62.1百萬歐元所抵銷。

概 要

儘管我們於往績記錄期間錄得流動負債淨額，惟經計及我們可動用之財務資源，包括我們手頭現金及現金等價物、內部產生資金、可用銀行信貸，我們董事認為，我們擁有足夠的營運資金以應付我們目前所需及自本文件日期起計未來12個月之所需。

我們致力於透過持續拓展業務及提升銷量，增強經營現金流量，從而改善我們的流動負債淨額狀況。於往績記錄期間，於2023年、2024年、2025年以及截至2025年及2026年6月30日止六個月，我們分別產生經營活動所得現金流量淨額389.4百萬歐元、373.8百萬歐元、411.9百萬歐元、174.0百萬歐元及179.2百萬歐元。我們將持續密切監控我們的現金流量，並計劃持續致力改善我們的財務狀況，包括(i)採取多項策略及措施，以持續維持及提升我們的收益增長；(ii)加強成本控制及提高經營效率；(iii)與銀行及其他金融機構維持牢固關係，以按業務營運所需獲取條款優惠的金融融資；及(iv)通過償還短期銀行貸款優化我們的融資架構。有關詳情，請參閱「風險因素 — 與我們業務及行業有關的風險 — 我們於往績記錄期間錄得負債淨額及流動負債淨額，使我們面臨流動資金風險，並可能影響我們的營運資金充足性。」

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間我們的現金流量概要。

	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
	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元	千歐元
經營活動所得現金淨額	389,446	373,812	411,865	174,017	179,217
投資活動(所用)／					
所得現金淨額	(70,118)	(30,979)	(142,717)	(104,356)	9,718
融資活動所用現金淨額	(299,655)	(351,744)	(249,730)	(47,282)	(188,397)
現金及現金等價物增加／					
(減少)淨額	19,673	(8,911)	19,418	22,379	538
年／期初現金及現金等價物..	98,428	117,811	108,525	108,525	124,431
匯率變動差額淨額	(290)	(375)	(3,512)	(2,439)	834
年／期末現金及現金等價物..	<u>117,811</u>	<u>108,525</u>	<u>124,431</u>	<u>128,465</u>	<u>125,803</u>

關鍵財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示期間的關鍵財務比率。

	截至12月31日／截至該日止年度			截至6月30日／ 截至該日止六個月	
	2023年	2024年	2025年	2025年	2026年
槓桿比率 ⁽¹⁾	54.0%	53.7%	51.1%	不適用	64.1%
毛利率 ⁽²⁾	28.9%	29.2%	30.3%	33.0%	34.7%
經調整EBITDA利潤率 ⁽³⁾	19.5%	20.4%	20.2%	25.3%	24.5%

附註：

- (1) 按各年度／期間末債務淨額除以資產總額再乘以100%計算。債務淨額按付息銀行及其他借款及租賃負債之總和減去現金及銀行結餘計算。
- (2) 按各年度／期間毛利除以收益再乘以100%計算。
- (3) 按經調整EBITDA除以各年度／期間收益再乘以100%計算。

概 要

[編纂]

分拆及[編纂]

[編纂]構成復星國際根據《上市規則》第15項應用指引（「第15項應用指引」）分拆本公司。復星國際根據第15項應用指引向聯交所提交有關分拆的議案以供批准，而聯交所已確認復星國際可按建議進行分拆。本公司將遵守第15項應用指引的規定及《上市規則》有關分拆的適用規定。

復星國際認為分拆及我們股份獨立[編纂]對復星國際、本公司及股東整體將具有商業利益。有關詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構 — 分拆及獨立[編纂]的理由」。

合資格復星國際股東將有權按[編纂]優先基準僅透過[編纂]方式參與[編纂]。進一步詳情請參閱「歷史、重組及公司架構 — 分拆及獨立[編纂]的理由」及「[編纂]架構 — [編纂]」。

我們控股股東

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使且並無根據[編纂]前股份計劃發行額外股份，且並無計及我們的控股股東根據[編纂]認購[編纂]），郭廣昌先生、復星國際控股、復星控股及復星國際，將通過ClubMed BVI，有權行使本公司股東大會[編纂]%的表決權。因此，根據《上市規則》，郭廣昌先生、復星國際控股、復星控股及復星國際及ClubMed BVI將構成我們的一組控股股東集團。有關我們控股股東的進一步詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

我們已與控股股東及／或其聯繫人訂立若干交易，該等交易將於[編纂]後構成我們的持續關連交易。詳情請參閱「關連交易」。

[編纂]數據

下表所列數據全部基於以下假設：(i)[編纂]已完成，並已根據[編纂]發行[編纂]股股份；(ii)[編纂]未獲行使；(iii)並無根據[編纂]前股份計劃發行額外股份；及(iv)於[編纂]完成後，已發行及發行在外之股份數目為[編纂]股。

概 要

	基於[編纂] [編纂]港元	基於[編纂] [編纂]港元
股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核備考經調整每股合併有形負債 淨額 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 股份市值計算乃基於根據[編纂]區間，緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使，且並無根據[編纂]前股份計劃發行額外股份）將發行[編纂]股股份的假設。
- (2) 本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整每股合併有形負債淨額，乃經作出本文件附錄二所述之調整，並按已發行[編纂]股股份之基準計算，已計及緊接[編纂]前完成股份合併之影響，以及根據[編纂]將予發行之[編纂]股股份（並假設[編纂]已於2026年6月30日完成，且並未計及因[編纂]獲行使或根據[編纂]前股份計劃而可能發行及配發之任何股份）。

[編纂]開支

基於指示性[編纂]每股[編纂][編纂]港元（即文件所載指示性[編纂]範圍的中位數），則估計我們應付的佣金及費用總額，連同聯交所[編纂]費、會財局交易徵費、證監會交易徵費及聯交所交易費、法律及其他專業費用、印刷及[編纂]相關的其他開支合共約為[編纂]歐元（[編纂]港元），佔[編纂]所得款項總額的[編纂]%（假設[編纂]未獲行使）。按性質劃分，[編纂]開支包括(i)[編纂]佣金約[編纂]歐元（[編纂]港元）；及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]歐元（[編纂]港元），當中包括法律顧問及申報會計師的費用及開支約[編纂]歐元（[編纂]港元）以及其他費用及開支。截至2026年6月30日，我們產生[編纂]開支[編纂]歐元（[編纂]港元），其中[編纂]歐元（[編纂]港元）已於合併損益表中扣除，及[編纂]歐元（[編纂]港元）預計將於成功[編纂]後確認為權益扣減。我們預計將產生額外[編纂]開支約[編纂]歐元（[編纂]港元），其中約[編纂]歐元（[編纂]港元）預計將於合併損益表中扣除及約[編纂]歐元（[編纂]港元）預計在[編纂]後直接確認為權益扣減。

未來計劃及[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數），經扣除本集團就[編纂]應付的[編纂]佣金及其他估計開支，且假設[編纂]未獲行使，我們估計將自[編纂]收取的所得款項淨額約為[編纂]港元（相當於約[編纂]歐元）。按照我們的策略，本集團擬將[編纂]所得款項淨額用於下列用途及金額：

概 要

- 約[編纂]% (約[編纂]港元／相當於約[編纂]歐元)將用於我們的業務發展，計劃於2030年前擴張至約85家度假村；
- 約[編纂]% (約[編纂]港元／相當於約[編纂]歐元)將用於優化我們的資本結構；
- 約[編纂]% (約[編纂]港元／相當於約[編纂]歐元)將用作我們的一般營運資金及一般企業用途，以支持我們的日常業務營運及發展。

有關我們未來計劃及[編纂][編纂]的進一步資料，請參閱「未來計劃及[編纂]」。

股息

於往績記錄期間，本公司概無宣派或派付股息。根據我們的組織章程細則及適用法律法規，日後任何股息宣派及派付將由董事會酌情釐定，並取決於(其中包括)我們的未來運營及盈利、資本需求及支出計劃、整體財務狀況、現金流量、業務狀況及策略、合約限制及董事會認為相關的其他因素。我們並無固定支付比率。誠如我們的開曼群島法律顧問所告知，一間於開曼群島註冊成立的公司可自溢利或股份溢價賬中撥資宣派及派付股息。即使本公司處於累計虧損的財務狀況，亦不會禁止我們向股東宣派及派付股息，原因是儘管我們未必實現盈利，本公司仍可自我們的股份溢價賬宣派及派付股息，惟前提是有關派付不會導致本公司無法償還日常業務過程中到期的債項。

近期發展

2026年7月，Club Med南非海濱與Safari度假村正式營運，標誌著我們進軍南非市場，並透過將海濱度假及safari體驗整合進一步拓展我們的度假場景。2026年8月，我們位於泰國Koh Samui的新度假村動工興建，反映出我們全球度假村網絡的擴展，以及我們致力於鞏固在主要度假目的地的市場地位。

此外，2026年7月，我們與一家領先的AI技術解決方案公司訂立戰略合作協議，推進落實我們的「快樂數字化」AI策略，重點透過AI提升客戶體驗、強化雲端及原生AI能力，並支持我們的全球業務增長。