

概 要

本概要為閣下提供本文件所載資料的總覽。作為概要，其並不包含可能對閣下屬重要的所有信息亦並非完整，請結合整份文件一起閱讀。閣下決定[編纂][編纂]前，應仔細閱讀整份文件。

任何[編纂]均存在風險，部分與[編纂][編纂]相關的特定風險載於本文件「風險因素」。閣下在決定[編纂][編纂]前，應仔細閱讀該章節。

概覽

我們所經營的奈雪的茶茶飲店是中國領先的高端現製茶飲連鎖品牌，專注於提供採用優質食材現製的優質茶飲。六年前，我們的創始人受到中國茶文化及全球咖啡連鎖店概念啟發，在中國深圳開設了第一間奈雪的茶茶飲店，期望為追求更新鮮、更好喝及更便捷茶飲的人士重塑茶飲體驗。如今，我們的旗艦品牌奈雪的茶已實現了我們的創始人創立該品牌的初心。我們相信奈雪的茶已成為中國年輕的茶飲人群中的潮流標誌，他們將我們視為好喝、有趣的優質現製茶飲的代表。

我們通過自營的高端現製茶飲店，以精心的設計，為客戶及社區打造出一個適合聚會和享受優質茶飲體驗的舒適、高端的社交場所。為適應日益加快的日常生活節奏，我們的茶飲也可隨時隨地方便享用。我們的奈雪的茶茶飲店網絡擴張迅速，奈雪的茶茶飲店數量由截至2017年12月31日的44間增加至截至2020年9月30日的422間，包括覆蓋中國大陸61個城市的420間奈雪的茶茶飲店及分別位於香港特區及日本的各一間奈雪的茶茶飲店。根據灼識諮詢的資料，截至2020年9月30日，按覆蓋的城市數目計，奈雪的茶擁有覆蓋中國最廣泛的高端現製茶飲店網絡。於2020年11月，我們推出了全新茶飲店型奈雪PRO，以拉近奈雪的茶與客戶日常生活的距離。隨著奈雪PRO的推出，我們成功將奈雪的茶茶飲店網絡覆蓋至高客流量區域，如高檔購物中心、寫字樓及居民區中心的核心位置，從而令我們的奈雪的茶產品及體驗更易在休閒或日常通勤中觸達客戶。

概 要

我們致力於保證最優質的產品質量和開展產品創新。根據灼識諮詢的資料，我們首先在中國使用新鮮水果製備現製茶飲並首先在中國創新提出現製茶飲搭配烘焙產品的概念。在我們的聯合創始人及總經理的領導下，我們的產品研發團隊不斷以創新產品完善我們的菜單。截至最後實際可行日期，我們的奈雪的茶核心菜單有超過25種經典茶飲及超過25種經典烘焙產品。為了保持產品的新鮮度，我們亦圍繞核心菜單不斷創新，平均每週推出大約一種新飲品，自2018年以來推出了約60種季節性產品。我們的茶飲包括鮮果茶、鮮奶茶及純茶 — 均使用自優質供應商採購的上乘茶葉及優質原料現場製作。我們的多數創新烘焙產品每天在我們的茶飲店現場製作，用於搭配我們的茶飲。此外，我們提供多種零售產品，如茶禮盒、零食及即飲茶飲料，以滿足客戶的差異化需求及偏好。

為提升奈雪的茶對客戶的便利性及個性化體驗，我們推出奈雪的茶會員體系及奈雪的茶應用程序，並實現與我們奈雪的茶茶飲店網絡的全面整合。截至最後實際可行日期，我們的奈雪的茶會員體系的註冊會員約29.2百萬名。在截至2020年9月30日止九個月，我們的奈雪的茶訂單總數中約49.4%來自奈雪的茶會員。通過微信及支付寶小程序以及奈雪的茶應用程序，我們的客戶能夠輕鬆加入我們的會員體系，找到最近的奈雪的茶茶飲店，並輕鬆下達外賣及自取訂單。於2018年及2019年以及截至2019年及2020年9月30日止九個月，奈雪的茶訂單中分別約有4.4%、12.5%、11.5%及23.9%為客戶通過我們的微信及支付寶小程序、奈雪的茶應用程序以及其他第三方線上點單平台下達的外賣訂單。

於往績記錄期間，我們的奈雪的茶茶飲店網絡的運營及財務表現強勁。我們的奈雪的茶茶飲店數量由截至2017年12月31日的44間迅速增長至截至2020年9月30日的422間，並於截至最後實際可行日期進一步增至507間。我們的奈雪的茶茶飲店所產生的收益由2018年的人民幣909.5百萬元增至2019年的人民幣2,291.5百萬元，並由截至2019年9月30日止九個月的人民幣1,591.6百萬元增至2020年同期的人民幣1,985.5百萬元。2018年至2019年，我們在集團層面的盈利能力有所提升，非國際財務報告準則經調整淨虧損由2018年的人民幣56.6百萬元大幅減少至2019年的人民幣11.7百萬元。此外，奈雪的茶同店利潤率於2018年及2019年維持穩定，分別為24.9%及25.3%。

我們的茶飲店品牌

我們的旗艦品牌為奈雪的茶，一個擁有龐大的奈雪的茶標準茶飲店網絡以及不斷擴大的奈雪PRO茶飲店網絡的領先高端現製茶飲店品牌。我們亦運營子品牌台蓋。於往績記錄期間，我們的奈雪的茶茶飲旗艦店貢獻了我們大多數收益，我們預計在不久將來，奈雪的茶茶飲店將仍會佔我們業務營運的絕大部分。

概 要

下表載列所示期間我們的收益明細。

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2018年		2019年		2019年		2020年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)							
奈雪的茶	909,539	83.7	2,291,459	91.6	1,591,596	91.0	1,985,498	93.9
台蓋	155,741	14.3	185,207	7.4	139,455	8.0	111,217	5.3
其他 ⁽¹⁾	21,546	2.0	24,844	1.0	18,676	1.0	17,816	0.8
總計	<u>1,086,826</u>	<u>100.0</u>	<u>2,501,510</u>	<u>100.0</u>	<u>1,749,727</u>	<u>100.0</u>	<u>2,114,531</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 包括梨山產生的收益、我們總部的產品銷售及其他。

截至最後實際可行日期，我們在中國八個城市擁有63間台蓋茶飲店。通過台蓋，我們主要提供一系列經典、美味的奶茶及檸檬茶飲料，致力將茶原本的味道與芬芳帶給中國年輕客戶。在台蓋業務運營的各主要方面，從供應鏈管理到食品安全，從員工培訓到質量控制，我們基本遵循與奈雪的茶相同的政策及程序。有關我們子品牌台蓋的其他資料，見「業務－我們的子品牌茶飲店－台蓋」。

以前，我們也曾經營另一個非重要子品牌梨山，其所產生收益很少。截至最後實際可行日期，我們已決定停止梨山品牌的運營，並關閉餘下兩間梨山茶飲店。

我們的旗艦高端現製茶飲店品牌－奈雪的茶

我們的奈雪的茶產品

在推廣飲茶文化並將其傳播至更多客戶的理念的推動下，奈雪的茶菜單注重優質、健康、現製茶飲及手工烘焙產品，且均選用優質的原材料製作而成。我們精心打造的菜單涵蓋各類經典及季節性茶飲以及能夠與飲品完美搭配的手工烘焙產品。我們精心研製了一系列經典及季節性茶飲，包括鮮果茶、鮮奶茶和純茶三大類產品。我們的每一杯奈雪的茶茶飲均由店員現場製作，以確保定制化的體驗，滿足客戶從定制的糖及冰含量、芝士配料的選擇及其他有趣美味配料的添加等不同偏好。

我們多數產品（包括烘焙產品）均在奈雪的茶茶飲店內現場製作。我們制定了完全標準化的食品製作流程，確保食品安全以及製作及上餐程序的效率。此外，我們提供多種其他產品，如茶禮盒、零食及即飲茶飲，以進一步豐富我們的菜單並滿足客戶的多樣化需求及偏好。有關進一步詳情，見「業務－我們的奈雪的茶產品」。

概 要

我們的奈雪的茶茶飲店網絡

我們於2015年11月在深圳開設了我們首間奈雪的茶高端現製茶飲店，並自此迅速在中國各主要城市擴張我們的網絡。根據灼識諮詢的資料，截至2020年9月30日，按覆蓋的城市數目計，我們擁有覆蓋中國最廣泛的高端現製茶飲店網絡。截至2020年9月30日，我們在中國大陸61個城市擁有420間奈雪的茶茶飲店，並已將業務拓展至香港特區及日本，兩地各有一間奈雪的茶茶飲店。下表載列截至所示日期按地理位置劃分的我們奈雪的茶茶飲店數目明細。

	截至12月31日		截至9月30日
	2018年	2019年	2020年
奈雪的茶茶飲店數目			
一線城市	87	138	155
新一線城市	58	119	148
二線城市	10	62	98
其他城市 ⁽¹⁾	—	8	21
總計	<u>155</u>	<u>327</u>	<u>422</u>

附註：

(1) 包括境外城市。

我們的奈雪的茶茶飲店目前有兩種店型，即(i)奈雪的茶標準茶飲店(包括具有多元化奈雪的茶概念店，如奈雪夢工廠、奈雪的茶禮物店及奈雪Bla Bla Bar)；及(ii)奈雪PRO茶飲店。我們於2020年11月推出奈雪PRO茶飲店以觸達更廣泛的客戶群體、提升經營效率並滿足更加多元化的消費場景及客戶偏好，目標是將奈雪的茶融入客戶日常生活的方方面面。有關奈雪PRO茶飲店的詳情，見「業務－我們的新奈雪的茶茶飲店型－奈雪PRO」。

下表載列於往績記錄期間及直至最後實際可行日期我們奈雪的茶茶飲店數目的變動情況。

	截至12月31日止年度		截至9月30日	2020年
	2018年	2019年	止九個月	10月1日起
				直至最後
				實際可行
				日期期間
期初奈雪的茶茶飲店數目	44	155	327	422
期內新開奈雪的茶茶飲店數目	111	173	102	87
期內結業的奈雪的茶				
茶飲店數目	0	1	7	2
期末奈雪的茶茶飲店數目	155	327	422	507

概 要

我們計劃於2021年及2022年主要在一線城市及新一線城市分別開設約300間及350間奈雪的茶茶飲店，其中約70%將規劃為奈雪PRO茶飲店。我們預期在2023年新開設的奈雪的茶茶飲店的數量至少與我們計劃於2022年新開設的奈雪的茶茶飲店的數量相同，這具體取決於市場狀況。

有關進一步詳情，見「業務－奈雪的茶高端現製茶飲店」。

我們的奈雪的茶茶飲店表現

下表載列於往績記錄期間我們按地理位置劃分的奈雪的茶茶飲店的若干關鍵績效指標。

	截至12月31日及 截至該日止年度		截至9月30日及 截至該日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年
收益(人民幣百萬元)				
一線城市	578.3	1,028.1	736.8	819.2
新一線城市	284.7	859.2	600.8	662.4
二線城市	46.5	379.2	243.7	419.3
其他城市 ⁽¹⁾	–	25.0	10.3	84.6
總計	909.5	2,291.5	1,591.6	1,985.5
店內收銀⁽²⁾				
微信及支付寶小程序以及 奈雪的茶應用程式 ⁽³⁾	–	310.2	110.6	816.3
第三方線上點單平台 ⁽⁴⁾	67.8	396.6	260.6	580.6
總計	909.5	2,291.5	1,591.6	1,985.5
茶飲店數目(#)				
一線城市	87	138	121	155
新一線城市	58	119	104	148
二線城市	10	62	46	98
其他城市 ⁽¹⁾	–	8	4	21
總計	155	327	275	422

概 要

	截至12月31日及 截至該日止年度		截至9月30日及 截至該日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年
每間茶飲店平均每日 銷售額 (人民幣千元)⁽⁵⁾				
一線城市	29.0	25.8	26.5	20.2
新一線城市	33.0	27.4	28.7	19.5
二線城市	46.3	34.3	39.9	19.7
其他城市 ⁽¹⁾	—	37.3	50.1	30.7
整體	30.7	27.7	28.9	20.1
每間茶飲店平均每日 訂單量(#)⁽⁶⁾				
一線城市	694	608	621	458
新一線城市	739	642	662	455
二線城市	949	754	840	469
其他城市 ⁽¹⁾	—	785	961	660
整體	716	642	662	465
每筆訂單平均 銷售價值(人民幣元)⁽⁷⁾				
一線城市	41.7	42.5	42.7	44.1
新一線城市	44.6	42.7	43.4	42.8
二線城市	48.7	45.5	47.4	42.0
其他城市 ⁽¹⁾	—	47.5	52.2	46.5
整體	42.9	43.1	43.7	43.3

附註：

- (1) 包括境外城市。
- (2) 指在我們的奈雪的茶茶飲店現場下達的客戶訂單(不包括通過我們的微信及支付寶小程序以及奈雪的茶應用程序所下訂單)所產生的收益。
- (3) 指通過我們的微信及支付寶小程序以及奈雪的茶應用程序下達的客戶訂單產生的收益(不論相關訂單為遠程下達或在奈雪的茶茶飲店現場下達)。
- (4) 指通過第三方線上點單平台下達的外送訂單產生的收益。
- (5) 按某一期間相關奈雪的茶茶飲店產生的收益除以同期相關奈雪的茶茶飲店的營業總天數計算。

概 要

- (6) 按某一期間客戶在相關奈雪的茶茶飲店下達的訂單總數除以同期相關奈雪的茶茶飲店的營業總天數計算。
- (7) 按某一期間相關奈雪的茶茶飲店產生的收益除以同期客戶在相關奈雪的茶茶飲店下達的訂單總數計算。

下表列載於往績記錄期間我們奈雪的茶茶飲店的同店銷售額及同店利潤（管理層於評估茶飲店網絡表現時關注的兩項重要指標）詳情。我們將同店界定為符合以下條件的奈雪的茶茶飲店：(i)2018年及2019年開業時間均不少於300天，或(ii)截至2019年及2020年9月30日止九個月開業時間不少於225天（視情況而定）。

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年
同店數量^(#)				
一線城市	40		88	
新一線城市	9		52	
二線城市	–		13	
其他城市 ⁽¹⁾	–		–	
總計	49		153	
同店銷售額⁽²⁾ （人民幣百萬元）				
一線城市	454.5	438.8	658.3	533.6
新一線城市	128.5	120.7	415.8	300.7
二線城市	–	–	149.1	87.4
其他城市 ⁽¹⁾	–	–	–	–
總計	583.0	559.5	1,223.2	921.7
同店利潤⁽³⁾ （人民幣百萬元）	145.3	141.4	267.1	116.5
同店利潤率⁽⁴⁾(%)	24.9%	25.3%	21.8%	12.6%

附註：

- (1) 包括境外城市。
- (2) 指相關年度／期間符合同店標準的所有奈雪的茶茶飲店的收益。
- (3) 指同店銷售額減於有關同店層面產生的經營成本，包括材料成本、員工成本、使用權資產折舊、其他租金及相關開支、其他資產折舊及攤銷、水電開支及配送開支。
- (4) 按同店利潤除以同店銷售額計算。

概 要

門店表現趨勢及盈利途徑

於往績記錄期間，我們每間奈雪的茶茶飲店的平均每日銷售額及同店銷售額於期間內有所下降，主要是由於我們繼續在整個網絡中開設新的奈雪的茶茶飲店，令現有奈雪的茶茶飲店的訪客量及訂單分佈更均衡。然而，奈雪的茶的同店利潤率於往績記錄期間仍舊出色。我們的奈雪的茶同店利潤率於2018年及2019年維持穩定，分別為24.9%及25.3%。因COVID-19疫情的影響，我們的奈雪的茶同店利潤率暫時由截至2019年9月30日止九個月的21.8%下降至截至2020年9月30日止九個月的12.6%。儘管如此，於截至2020年9月30日止三個月內，該等奈雪的茶同店利潤率恢復至18.1%，代表疫情後的穩定復甦。

我們通過提升規模經濟效益及提高門店經營精簡化及數字化程度提升門店經營效率，我們認為此對我們的長期盈利及可持續增長至關重要。

日後，在通過審慎擴張持續提升新開及現有奈雪的茶茶飲店銷售額的同時，我們將通過更加專注於提升門店經營效率尋求實現網絡擴張與盈利能力的最佳平衡。為實現此目標，我們近期推出全新茶飲店型奈雪PRO。由於其簡化的茶飲店佈局及更精簡的運營，我們認為其具備令門店取得豐厚盈利的潛力。此外，我們擬進一步開展數字化運營以進一步優化奈雪的茶茶飲店的人員配置、成本及經營效率。

有關我們奈雪的茶茶飲店的經營業績的詳細分析，見「業務－奈雪的茶高端現製茶飲店－我們的奈雪的茶茶飲店表現」。

供應鏈管理

我們認為能否保持產品的高質量很大程度上取決於我們能否自可靠供應商取得最優質的原料及其他必要供應品。我們主要採購(i)我們的茶飲及烘焙產品所使用的原料（如茶葉、新鮮乳製品、新鮮水果及鮮榨果汁），及(ii)包裝材料及消耗品（如茶杯及紙袋）。

我們存有一份我們的產品製作所需的茶葉、新鮮乳製品、新鮮水果及其他原料及材料的合資格供應商名單。於截至2020年9月30日止九個月，我們與超過300名知名原材料供應商開展合作，並與其中十大供應商有平均超過兩年的合作關係。截至2018年及2019年12月31日止年度以及截至2020年9月30日止九個月，我們向五大供應商作出的採購額分別佔於該等期間總採購額的28.0%、23.8%及24.2%。

有關詳情，見「業務－供應鏈管理」。

概 要

我們的競爭優勢

我們認為以下競爭優勢促進了我們的成功並將幫助推動我們未來的增長：

- 重塑茶飲體驗的領先高端現製茶飲店品牌；
- 具有強勁業績的過往擴展記錄；
- 嚴格的質量控制、深刻的顧客見解及有效的供應鏈管理為我們提供受歡迎產品提供保障；
- 強大的技術能力令運營效率不斷提高；及
- 創始人具備遠見卓識，高級管理人員具有經驗豐富及擁有深厚的人才庫。

有關進一步詳情，見「業務 — 我們的競爭優勢」。

我們的增長策略

為實現我們的宗旨並進一步鞏固我們的領先地位，我們計劃實施以下增長策略：

- 鞏固在現有市場的領導地位及擴大在新市場的業務規模；
- 進一步數字化整體運營以提高效率；
- 加強供應鏈能力；
- 提高顧客參與度以建立持久的聯繫；及
- 新推出具創新性的熱門產品、擴展產品種類及銷售渠道以釋放奈雪的茶的品牌潛力。

有關進一步詳情，見「業務 — 我們的增長策略」。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所載的若干風險。閣下在決定[編纂]我們的股份前，應仔細閱讀該節全文。我們面臨的部分主要風險包括以下各項：

- 我們有限的經營歷史未必能作為我們未來增長或財務業績的指標，且我們未必能維持歷史增長率。
- 倘我們未能成功實現快速增長，我們的業務及前景可能會受到重大不利影響。
- 我們在競爭激烈且發展迅速的中國現製茶飲店市場中經營業務並面臨激烈的競爭。我們的產品並非專有產品，且我們無法阻止競爭對手複製我們的產品配方。
- 我們未必能成功擴大我們的茶飲店網絡。
- 我們未必能成功有效地運營我們的茶飲店。
- 我們面臨原材料及預製產品的成本、供應及質量波動風險，這可能對我們的經營業績產生不利影響。
- 我們業務的增長將在一定程度上取決於奈雪的茶品牌的知名度，而未能維持、保護及增強我們品牌（包括任何負面報道）將限制我們擴大或留住客戶群的能力，這將對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。
- 我們可能不時開發新品牌及店型、評估及可能探索新商機，並進行戰略性投資或收購，其未必會成功，並可能對我們的經營及財務業績產生不利影響。
- 倘我們未能以具有成本效益的方式獲取新客戶或留住現有客戶，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。
- 我們可能無法迅速擴大產品類別、開發創新產品以及適應客戶不斷變化的喜好及口味。
- 我們過去曾產生淨虧損，日後我們可能會繼續產生重大淨虧損。

概 要

- 我們的營運資金需求巨大，過去曾面臨營運資金赤字。倘我們將來繼續面臨營運資金赤字，我們的業務、流動性、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。
- 我們需要大量資金來為我們的運營提供資金並應對商機。倘我們無法以可接受條款獲得足夠的資金，我們的業務、財務狀況及前景可能會受到重大不利影響。
- 我們的業務營運已受到COVID-19疫情的不利影響，並可能在未來繼續受到COVID-19疫情的影響。

控股股東

緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，趙先生及彭女士將能夠行使本公司約[編纂]的投票權。有關進一步詳情，見「與控股股東的關係」。

我們的[編纂]投資者

自本公司成立以來，我們已取得天圖實體、SCGC實體、HLC、永樂高國際及PAGAC Nebula的[編纂]融資。有關[編纂]投資者的身份及背景的進一步詳情以及[編纂]投資的主要條款，見「歷史、重組及企業架構－[編纂]投資」。

歷史財務資料概要

下表列載我們於往績記錄期間的合併財務資料的概要，乃摘自附錄一所載的會計師報告。以下所載的合併財務數據概要完整資料應參考本文件的合併財務報表（包括相關附註）並與之一併閱讀。我們的合併財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

概 要

合併損益表概要

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2018年		2019年		2019年		2020年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)							
	(未經審核)							
收益	1,086,826	100.0	2,501,510	100.0	1,749,727	100.0	2,114,531	100.0
其他收入	2,526	0.2	5,604	0.2	4,172	0.2	139,101	6.6
材料成本	(383,950)	(35.3)	(915,653)	(36.6)	(625,607)	(35.8)	(811,170)	(38.4)
員工成本	(340,205)	(31.3)	(750,724)	(30.0)	(507,186)	(29.0)	(604,369)	(28.6)
使用權資產折舊	(120,353)	(11.1)	(261,417)	(10.5)	(180,775)	(10.3)	(256,236)	(12.1)
其他租金及 相關開支	(73,216)	(6.7)	(127,379)	(5.1)	(92,261)	(5.3)	(66,556)	(3.1)
其他資產的 折舊及攤銷	(39,847)	(3.7)	(92,534)	(3.7)	(60,266)	(3.4)	(110,250)	(5.2)
廣告及推廣開支	(39,384)	(3.6)	(67,484)	(2.7)	(48,741)	(2.8)	(49,515)	(2.3)
配送服務費	(10,796)	(1.0)	(64,435)	(2.6)	(39,376)	(2.3)	(117,063)	(5.5)
水電開支	(23,632)	(2.2)	(51,659)	(2.1)	(36,486)	(2.1)	(47,989)	(2.3)
物流及倉儲費	(12,039)	(1.1)	(39,891)	(1.6)	(27,670)	(1.6)	(39,625)	(1.9)
融資成本	(46,160)	(4.2)	(96,185)	(3.8)	(67,534)	(3.9)	(91,214)	(4.3)
其他開支	(44,544)	(4.1)	(80,267)	(3.2)	(47,006)	(2.7)	(73,820)	(3.5)
其他(虧損)/ 收入淨額	(2,617)	(0.2)	(2,176)	(0.1)	(2,690)	(0.2)	(6,554)	(0.3)
除稅前(虧損)/溢利	(47,391)	(4.4)	(42,690)	(1.7)	18,301	1.0	(20,729)	(1.0)
所得稅	(22,338)	(2.1)	3,010	0.1	(22,172)	(1.3)	(6,784)	(0.3)
年/期內虧損	<u>(69,729)</u>	<u>(6.4)</u>	<u>(39,680)</u>	<u>(1.6)</u>	<u>(3,871)</u>	<u>(0.2)</u>	<u>(27,513)</u>	<u>(1.3)</u>

概 要

非國際財務報告準則計量

為補充按照國際財務報告準則呈列的合併財務報表，我們亦使用並非國際財務報告準則規定或按其呈列的非國際財務報告準則經調整淨（虧損）／利潤作為附加財務計量指標。我們認為此非國際財務報告準則計量有助於消除管理層認為對營運表現並無指示性意義的項目的潛在影響，從而可以就不同期間及不同公司的營運表現進行對比。我們認為，此計量指標為投資者及其他人士提供有用信息，使其以與我們管理層所採用者相同的方式了解並評估我們的合併經營業績。然而，我們所呈列的非國際財務報告準則經調整淨（虧損）／利潤未必可與其他公司所呈列類似名義的計量指標相比。此非國際財務報告準則計量指標用作分析工具存在局限性，並不應將其視為獨立於或可替代我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。

概 要

非國際財務報告準則經調整淨（虧損）／利潤

我們將非國際財務報告準則經調整淨（虧損）／利潤界定為通過加回[編纂]費用、以權益結算以股份為基礎的付款開支以及可贖回注資額利息而調整的期內淨虧損。下表為我們於呈列期間的非國際財務報告準則經調整淨（虧損）／利潤與根據國際財務報告準則計算和呈列的最直接可比財務計量（即期內淨虧損）的對賬。

	截至12月31日止年度 2018年	2019年	截至9月30日止九個月 2019年	2020年
	(人民幣千元)			
淨虧損與非國際財務報告準則				
經調整淨（虧損）／利潤				
之對賬				
期內淨虧損	(69,729)	(39,680)	(3,871)	(27,513)
加：				
[編纂]費用 ⁽¹⁾	—	—	—	3,259
以權益結算以股份為基礎 的付款開支 ⁽²⁾	—	—	—	6,453
可贖回注資額利息 ⁽³⁾	13,149	27,945	20,726	22,285
	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>
非國際財務報告準則經調整				
淨（虧損）／利潤	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>
非國際財務報告準則經調整				
淨（虧損）／利潤率⁽⁴⁾	(5.2)%	(0.5)%	1.0%	0.2%

附註：

1. [編纂]費用與本公司的[編纂]有關，屬一次性性質，與我們的經營活動並無直接關係。
2. 以權益結算以股份為基礎的付款開支與我們向員工提供的股份獎勵有關，此乃於往績記錄期間僅於2020年產生的非現金開支。
3. 可贖回注資額利息指我們的A系列、A+系列及B-1系列投資的利息。此類利息屬一次性性質，與我們的經營活動並無直接關係。
4. 採用非國際財務報告準則經調整淨利潤除以給定期間的收益計算。

概 要

盈利能力提高

儘管我們於往績記錄期間處於虧損狀態，但我們盈利能力有所提升，非國際財務報告準則經調整淨虧損由2018年的人民幣56.6百萬元改善至2019年的人民幣11.7百萬元。此外，儘管我們的業務運營受COVID-19疫情影響，我們於截至2020年9月30日止九個月成功實現非國際財務報告準則經調整淨利潤人民幣4.5百萬元。我們整體盈利能力提升反映我們在集團層面的運營效率提升，主要是由於我們於往績記錄期間繼續快速擴張業務取得可觀的規模經濟效益。有關詳情，請參閱「財務資料－非國際財務報告準則計量」。

合併財務狀況表概要

	截至12月31日		截至9月30日
	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)		(未經審核)
非流動資產總值	1,058,585	1,756,052	1,902,377
流動資產總值	284,708	295,096	703,893
資產總值	1,343,293	2,051,148	2,606,270
非流動負債總額	(603,405)	(974,180)	(988,469)
流動負債總額	(849,671)	(1,226,434)	(1,789,536)
負債總額	(1,453,076)	(2,200,614)	(2,778,005)
負債淨額	(109,783)	(149,466)	(171,735)
股本	100	100	100
儲備	(107,356)	(146,258)	(171,835)
非控制性權益	(2,527)	(3,308)	-
虧損總額	(109,783)	(149,466)	(171,735)

截至2018年及2019年12月31日、2020年9月30日以及2021年1月31日，我們的流動負債淨額分別為人民幣565.0百萬元、人民幣931.3百萬元、人民幣1,085.6百萬元及人民幣1,051.7百萬元。截至上述各日期的流動負債淨額狀況主要歸因於(i)我們與A輪、A+輪、B-1輪及B-2輪投資有關的可贖回注資及認股權證、境內貸款及可換股票據；及(ii)於整個往績記錄期間追溯採用國際財務報告準則第16號，導致截至2018年及2019年12月31日、2020年9月30日以及2021年1月31日的流動租賃負債有重大結餘。有關採納國際財務報告準則第16號對本集團於截至2018年及2019年12月31日以及2020年9月30日的合併財務狀況表主要項目及對本集團於往績記錄期間的合併損益表及合併現金流量表主要項目之影響的詳情，請參閱「財務資料－呈列基準」。

考慮到經營活動產生的現金、銀行融資取得的擔保融資、[編纂]投資者的投資和我們預計從本次[編纂]中獲得的估計[編纂]淨額，亦考慮到上述有關A輪、A+輪、B-1輪及B-2輪投資的可贖回注資、認股權證、境內貸款及可換股票據的贖回及換股權將於[編纂]後轉化為股權，儘管有如上所述，董事認為，我們將有足夠的營運資金來滿足目前需求和自本文件日期起未來至少12個月的需求。

概 要

合併現金流量表概要

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2018年	2019年	2019年	2020年
	(人民幣千元)			
	(未經審核)			
經營活動所得現金淨額	200,789	415,854	302,364	398,576
投資活動所用現金淨額	(209,305)	(291,085)	(203,075)	(182,479)
融資活動所得／(所用) 現金淨額	<u>180,952</u>	<u>(228,916)</u>	<u>(167,820)</u>	<u>79,953</u>
現金及現金等價物增加／(減少) 淨額	172,436	(104,147)	(68,531)	296,050
年／期初的現金及現金等價物	13,352	185,788	185,788	81,296
匯率變動對所持現金的影響	<u>—</u>	<u>(345)</u>	<u>(39)</u>	<u>(372)</u>
年／期末的現金及現金等價物	<u><u>185,788</u></u>	<u><u>81,296</u></u>	<u><u>117,218</u></u>	<u><u>376,974</u></u>

主要財務比率

下表載列本集團於所示期間或截至所示日期的若干主要財務比率：

	截至12月31日止年度／		截至9月30日止九個月／	
	截至該日		截至該日	
	2018年	2019年	2019年	2020年
收益增長率	不適用	130.2%	不適用	20.8%
非國際財務報告準則				
經調整淨(虧損)／利潤率 ⁽¹⁾	(5.2)%	(0.5)%	1.0%	0.2%
流動比率 ⁽²⁾	0.34	0.24	不適用	0.39
速動比率 ⁽³⁾	0.29	0.18	不適用	0.32

附註：

- (1) 採用非國際財務報告準則經調整淨(虧損)／利潤除以給定期間的收益計算。
- (2) 採用年／期末的流動資產除以流動負債計算。
- (3) 採用年／期末的流動資產減存貨再除以流動負債計算。

概 要

不合規事件

於往績記錄期間，我們有若干有關(i)消防安全及(ii)社會保險及住房公積金的不合規事件。有關詳情，請參閱「業務－牌照、監管批文及合規」。據中國法律顧問告知，董事確認，除本節及本文件其他章節所披露者外，我們於往績記錄期間及截至最後實際可行日期已在所有重大方面遵守有關中國法律及法規，並已從中國相關部門取得所有必要牌照、批文及許可證（不會對我們的運營造成重大不利影響的牌照、批文及許可證除外）。

近期發展

COVID-19疫情及對我們業務的影響

自2019年12月底以來，名為COVID-19的新型冠狀病毒爆發已對全球經濟造成重大不利影響。為應對疫情，包括中國在內，全世界各國及地區進行大範圍封城、關閉營業場所並限制人口流動及旅行，以控制病毒的傳播。截至最後實際可行日期，絕大部分中國城市已放寬或解除國內出行限制，恢復正常的社會活動、商業、工作及生產。

由於COVID-19疫情於2020年1月下旬至4月上旬在中國最為嚴重，中國各地強制停業及限制營業令開始生效，我們的銷售水平較2019年同期出現即時大幅下降。COVID-19疫情於2020年2月在中國最為嚴重時，我們在中國大約有61%的奈雪的茶茶飲店暫時關閉七天或以上。具體而言，由於全市封鎖，位於中國武漢的19間奈雪的茶茶飲店自2020年1月底至2020年4月初暫停營業。就中國其他地區仍開業的奈雪的茶茶飲店而言，每間茶飲店的平均日銷售額及同店銷售額因營業時間縮短及客流減少而大幅降低，且該等茶飲店大部分臨時轉為「僅供外賣／自提」經營模式並僅為客戶提供外賣及自提服務。因此，奈雪的茶茶飲店網絡的每間茶飲店平均日銷售額由截至2019年9月30日止九個月的人民幣28.9千元下降至截至2020年9月30日止九個月的人民幣20.1千元。奈雪的茶茶飲店的同店銷售額由截至2019年9月30日止九個月的人民幣1,223.2百萬元減少至截至2020年9月30日止九個月的人民幣921.7百萬元。由於強制檢疫要求、保持社交距離、交通及旅行限制以及我們積極迅速應對COVID-19疫情等多種因素，截至2020年9月30日止九個月，我們的外賣服務出現大幅增長，這亦歸因於我們成功提升線上服務能力。茶飲店網絡擴張、供應鏈管理及產品研發亦在不同程度上受到COVID-19疫情的影響。

概 要

自2020年3月下旬COVID-19疫情基本上得到控制以來，中國社會及市場狀況已大幅改善。因此，自2020年4月以來，我們的經營業績穩步復甦。截至2020年4月下旬，中國所有的奈雪的茶茶飲店均已開業，且該等茶飲店的銷售額及客流量於2020年7月底基本上恢復至正常水平。截至2020年9月30日止三個月，奈雪的茶茶飲店的每間茶飲店的平均日銷售額為人民幣22.7千元，約佔截至2019年9月30日止三個月的人民幣26.8千元的84.7%。截至2020年9月30日止三個月，我們奈雪的茶茶飲店的同店銷售額為人民幣512.4百萬元，佔2019年同期銷售額人民幣563.8百萬元的約90.9%。特別是，位於一線城市的奈雪的茶茶飲店業績於疫情之後強勁回彈，截至2020年9月30日止三個月的同店銷售額回到接近截至2019年9月30日止三個月水平，此乃主要由於該等一線城市已採取更加廣泛有效的防疫措施應對COVID-19疫情。

有關COVID-19疫情的詳情及其對我們業務的影響及我們的補救措施以及我們的恢復及僱員保護措施，請參閱「財務資料－COVID-19疫情對我們業務的影響－補救及僱員保護措施」。

並無重大不利變動

除本文件另有披露者外，董事確認，截至本文件日期，自2020年9月30日（本文件附錄一所載會計師報告的報告期末）以來，我們的財務或交易狀況、本集團的債務、按揭、或然負債、擔保或前景並無重大不利變動。

股息

據開曼群島法律顧問告知，根據開曼群島法律，累計虧損及淨負債的狀況不一定限制本公司從利潤或股份溢價賬中向股東宣派及派付股息，但這樣做不會導致本公司在日常業務過程中無法償還到期債務。由於我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，未來任何股息的派付及金額亦將取決於從我們附屬公司收取的股息是否充足。我們派付的任何股息將由董事會全權酌情決定，考慮的因素包括我們的實際和預期經營業績、現金流量和財務狀況、一般業務條件和業務戰略、預期營運資金需求和未來擴張計劃、法律、監管和其他合約限制以及董事會認為適用的其他因素。股東可以在股東大會上批准任何股息的宣派，但不得超過董事會建議的金額。

我們先前並未宣派或派付任何現金股息或實物股息，且我們並不打算於近期就股份宣派或派付任何股息。我們目前打算保留大部分（若並非全部）可用資金和任何未來的盈利來經營和擴大我們的業務。

概 要

[編纂]

概 要

[編纂]

[編纂]開支

我們的[編纂]開支主要包括[編纂]費用及佣金以及因就[編纂]及[編纂]獲得服務而支付予法律、會計及其他顧問的專業費用。假設全額支付酌情獎金，[編纂]的估計[編纂]開支總額（根據[編纂]的中位數及假設[編纂]未獲行使）約為[編纂]，其中(i)約[編纂]已於往績記錄期間在我們的合併損益表中扣除；及(ii)約[編纂]預期將於我們截至2021年12月31日止年度的合併損益表扣除，而餘下[編纂]則預期於[編纂]後直接確認為權益扣減。董事預計該等開支不會對我們截至2020年12月31日止年度的財務業績產生重大不利影響。

概 要

[編纂]用途

下表列載經扣除我們就[編纂]應支付的[編纂]費用及佣金以及估計開支後，我們將取得的[編纂]估計[編纂]淨額（假設[編纂]未獲行使）：

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元 （即本文件所述[編纂]的中位數）	[編纂]港元
假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元 （即本文件所述[編纂]的上限）	[編纂]港元
假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元 （即本文件所述[編纂]的下限）	[編纂]港元

我們計劃按以下方式使用[編纂]淨額（按本文件所述[編纂]的中位數計算）：

- 約[編纂]%或[編纂]港元將在未來三年用於擴張我們的茶飲店網絡並提高市場滲透率；
- 約[編纂]%或[編纂]港元將在未來三年用於進一步開展整體運營的數字化，以通過增強技術能力提升運營效率；
- 約[編纂]%或[編纂]港元將在未來三年用於提升我們的供應鏈能力，以支持我們的規模擴張；及
- 剩餘約[編纂]%或[編纂]港元將用作營運資金及作一般企業用途。

若確定的[編纂]高於或低於估計[編纂]的中位數，則[編纂]的上述分配將按比例進行調整。

若[編纂]獲悉數行使，本公司將就按每股[編纂][編纂]港元的[編纂]（即[編纂]的中位數）悉數行使[編纂]後將配發及發行的[編纂]股股份取得額外約[編纂]港元[編纂]淨額（經扣除本公司應支付的[編纂]費用及佣金）。籌集的額外款項將按比例用於上述[編纂]用途的範疇。

詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。