

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店，專注於提供現製茶飲。根據灼識諮詢的資料，按2020年零售消費總值計，奈雪的茶在中國高端現製茶飲店市場中為第二大茶飲店品牌，市場份額為18.9%。按2020年零售消費總值計，奈雪的茶在中國整體現製茶飲店行業中為第七大茶飲店品牌，市場份額為3.9%。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成為中國年輕顧客認可的品牌。

近年來出現的高端現製茶飲店，專注提供平均售價不低於人民幣20元的現製茶飲及愉悅的茶飲體驗，通常佈置讓顧客能夠社交的現代空間，從傳統茶飲店及其他現製茶飲店(如茶檔)中脫穎而出。我們通過自營的高端現製茶飲店，為客戶及社區打造出一個適合聚會和享受的舒適、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12月31日的491間，包括覆蓋中國大陸66個城市的489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12月31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。按截至2020年12月31日的門店數目計，奈雪的茶亦為中國第二大高端茶飲店品牌。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以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，我們亦持續完善我們的核心菜單，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原料。我們的多數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，以滿足客戶的多樣化需求及偏好。

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有註冊會員約34.7百萬名。於2020年，我們的奈雪的茶訂單總數中約49.0%來自奈雪的茶會員。通過我們的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提訂單。於2018年、2019年及2020年，奈雪的茶訂單中分別約有4.4%、12.5%及22.9%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外賣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12月31日的491間，並於截至最後實際可行日期進一步增至556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，並進一步增至2020年的人民幣2,870.9百萬元。於整個往績記錄期間，我們的盈利能力不斷提升，經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）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，並進一步扭轉為2020年的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）人民幣16.6百萬元。此外，就2018年及2019年的同店而言，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%。由於COVID-19爆發的影響，就2019年及2020年的同店而言，奈雪的茶同店利潤率於2020年為13.5%，而2019年為21.0%。

概 要

我們的茶飲店品牌

我們主要運營兩個茶飲店品牌－旗艦品牌奈雪的茶及子品牌台蓋。過往而言，受將中國純茶與現切水果搭配啟發，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的運營，並關閉餘下兩間梨山茶飲店。

我們通過提供多樣化的產品和針對不同的客戶群，使奈雪的茶及台蓋脫穎而出。對於奈雪的茶，我們專注於提供各種現製茶飲及烘焙產品，而對於台蓋，我們主要提供一系列經典奶茶及檸檬茶飲料，致力將茶原本的味道與芬芳帶給中國年輕客戶。與主要吸引年齡段跨度更大且日益增多的富裕城市人群的奈雪的茶不同，台蓋主要專注於年輕一代的顧客，包括對價格更為敏感的學生及年輕上班族。因此，我們有目的地以比奈雪的茶更低的價格範圍對台蓋產品進行定價。截至最後實際可行日期，台蓋產品的平均標價為約人民幣16元，而奈雪的茶提供的現製茶飲的平均標價為人民幣27元。

與台蓋相比，我們為奈雪的茶部署了更廣泛的茶飲店網絡。截至2020年12月31日，我們在中國大陸66個城市擁有489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。相比之下，截至2020年12月31日，我們在中國大陸九個城市擁有64間台蓋茶飲店。

於往績記錄期間，我們錄得奈雪的茶平均單店日銷售額比台蓋高。於2018年、2019年及2020年，我們錄得奈雪的茶平均單店日銷售額分別為人民幣30.7千元、人民幣27.7千元及人民幣20.2千元。有關於往績記錄期間奈雪的茶茶飲店的表現詳細分析，請參閱「業務－茶飲店網絡管理－我們的奈雪的茶茶飲店表現－關鍵績效指標」。台蓋的平均單店日銷售額由2018年的人民幣7,537元減少至2019年的人民幣6,387元，主要是由於我們戰略性決定於短期內不將資源用於推進台蓋增長，使得客戶需求發生波動。台蓋的平均單店日銷售額進一步減少至2020年的人民幣6,140元，主要由於COVID-19爆發的影響。詳情請參閱「業務－我們的子品牌茶飲店－台蓋」。

於往績記錄期間，我們的奈雪的茶旗艦茶飲店貢獻了我們奈雪的茶茶飲店的絕大部分收益，且我們預計奈雪的茶茶飲店將在不久的將來繼續佔據我們的絕大部分業務。下表載列於所示年度我們的收益明細。

概 要

	截至12月31日止年度					
	2018年		2019年		2020年	
	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	2,870,888	93.9
台蓋	155,741	14.3	185,207	7.4	152,981	5.0
其他 ⁽¹⁾	21,546	2.0	24,844	1.0	33,312	1.1
總計	<u>1,086,826</u>	<u>100.0</u>	<u>2,501,510</u>	<u>100.0</u>	<u>3,057,181</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 包括梨山、我們總部產生的收益及其他。我們總部產生的收益主要包括茶禮盒、節日類限定禮盒及其他伴手禮及零售產品銷售額。

下表載列我們於所示期間按茶飲店品牌劃分的門店經營利潤，包括絕對金額和佔收益百分比或經營利潤率。我們將門店經營利潤定義為各茶飲店品牌的門店層面收益扣除產生的營業成本，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、水電開支以及配送開支。我們認為，門店經營利潤有助於[編纂]了解我們兩個不同茶飲店品牌的不同業務表現及盈利能力。

	截至12月31日止年度					
	2018年		2019年		2020年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)					
門店經營利潤						
奈雪的茶 ⁽¹⁾	172,082	18.9	373,929	16.3	351,233	12.2
台蓋 ⁽²⁾	19,673	12.6	28,966	15.6	23,633	15.4

附註：

- (1) 雖然在計算門店經營利潤時未將其他收入（2020年一次性免徵銷項增值稅收入錄入其中）考慮在內，但2020年奈雪的茶門店經營利潤考慮了不可抵扣的進項增值稅人民幣155.0百萬元（確認為及分配至不同性質的成本及開支）。
- (2) 雖然在計算門店經營利潤時未將其他收入（2020年一次性免徵銷項增值稅收入錄入其中）考慮在內，但2020年台蓋門店經營利潤考慮了不可抵扣的進項增值稅人民幣7.3百萬元（確認為及分配至不同性質的成本及開支）。

概 要

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，奈雪的茶菜單注重現製茶飲及烘焙產品，所有產品均以上乘原料製作。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烘焙產品。我們研製了一系列經典及季節性茶飲，包括鮮果茶、鮮奶茶及純茶三大類產品。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、芝士配料的選擇到其他配料的添加等不同偏好。

我們多數產品（包括烘焙產品）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」。

我們的產品銷售高峰通常在每年5月至8月天氣溫暖及暑假期間。在中國國慶節等公眾假期，我們的購買訂單亦會不時增加。

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12月31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12月31日，我們在中國大陸66個城市擁有489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		截至最後	
	2018年	2019年	2020年	實際可行日期
奈雪的茶茶飲店數目				
一線城市	87	138	170	192
新一線城市	58	119	170	193
二線城市	10	62	122	135
其他城市 ⁽¹⁾	—	8	29	36
總計	<u>155</u>	<u>327</u>	<u>491</u>	<u>556</u>

附註：

(1) 包括(i)中國大陸其他線城市及(ii)中國大陸境外城市（包括香港特區及日本大阪）。

概 要

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			2021年1月1日 起直至最後 實際可行日期 期間
	2018年	2019年	2020年	
期初奈雪的茶茶飲店數目	44	155	327	491
期內新開奈雪的茶茶飲店數目	111	173	172	67
期內關停的奈雪的茶 茶飲店數目	(0)	(1)	(8)	(2)
期末奈雪的茶茶飲店數目	155	327	491	556

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，具體取決於市場狀況。

我們並不擁有任何物業，而是主要向中國的主要物業開發商租賃用於開設我們茶飲店的場所。我們茶飲店的租賃協議一般期限為三至五年。下表載列截至所示日期我們茶飲店的租賃協議的到期情況。

	截至12月31日								
	2018年			2019年			2020年		
	建築面積	未償還 租賃負債	租賃 協議數目	建築面積	未償還 租賃負債	租賃 協議數目	建築面積	未償還 租賃負債	租賃 協議數目
一年內到期	4,148	167,409	28	5,591	291,700	56	9,678	364,733	80
一年後但兩年內到期	5,099	170,154	52	9,078	294,341	73	9,325	357,207	65
兩年後但五年內到期	35,412	390,161	195	67,440	630,600	306	85,350	604,320	373
五年後到期	9,284	35,332	36	11,711	36,974	44	14,474	30,466	66
總計	<u>53,943</u>	<u>763,056</u>	<u>311</u>	<u>93,820</u>	<u>1,253,615</u>	<u>479</u>	<u>118,827</u>	<u>1,356,726</u>	<u>584</u>

概 要

基於以下理由，我們認為我們在重續現有到期的租賃協議方面並無重大困難：(i) 我們一般對我們現有的所有租賃協議享有約定及／或法定的優先續約權，(ii) 除我們因搬遷以及其他戰略及商業考量而決定不重續現有租賃協議及其後關停相關茶飲店的情況外，於往績記錄期間，我們的所有到期的租賃協議均已及時重續，及(iii) 我們認為我們不斷提升的品牌聲譽及廣泛的區域覆蓋令我們成為受已與我們建立全國範圍長期穩定關係的中國主要物業開發商青睞的承租人及業務夥伴。然而，我們未必總能夠及時按有利的條款重續相關租賃協議或根本無法重續。有關詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－租約意外中止、未能重續現有物業租約或未能以可接納條款重續有關租約可能對我們的業務產生重大不利影響」。

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					
	2018年		2019年		2020年	
	(人民幣 百萬元)	%	(人民幣 百萬元)	%	(人民幣 百萬元)	%
收益						
一線城市	578.3	63.6	1,028.1	44.9	1,157.0	40.3
新一線城市	284.7	31.3	859.2	37.5	960.6	33.5
二線城市	46.5	5.1	379.2	16.5	617.0	21.5
其他城市 ⁽¹⁾	—	—	25.0	1.1	136.3	4.7
總計	909.5	100.0	2,291.5	100.0	2,870.9	100.0
店內收銀 ⁽²⁾	841.7	92.5	1,584.7	69.2	871.3	30.4
微信及支付寶小程序以及 奈雪的茶應用程序 ⁽³⁾	—	—	310.2	13.5	1,183.2	41.2
第三方外賣平台 ⁽⁴⁾	67.8	7.5	396.6	17.3	816.4	28.4
總計	909.5	100.0	2,291.5	100.0	2,870.9	100.0
外賣訂單	67.8	7.5	396.8	17.3	916.1	31.9
非外賣訂單	841.7	92.5	1,894.7	82.7	1,954.8	68.1
總計	909.5	100.0	2,291.5	100.0	2,870.9	100.0

概 要

	截至12月31日及 截至該日止年度		
	2018年	2019年	2020年
平均單店日銷售額(人民幣千元)⁽⁵⁾			
一線城市	29.0	25.8	20.8
新一線城市	33.0	27.4	19.3
二線城市	46.3	34.3	19.5
其他城市 ⁽¹⁾	—	37.3	26.4
總計	<u>30.7</u>	<u>27.7</u>	<u>20.2</u>
每間茶飲店平均每日訂單量(#)⁽⁶⁾			
一線城市	694	608	471
新一線城市	739	642	455
二線城市	949	754	470
其他城市 ⁽¹⁾	—	785	604
總計	<u>716</u>	<u>642</u>	<u>470</u>
每筆訂單平均銷售價值(人民幣元)⁽⁷⁾			
一線城市	41.7	42.5	44.2
新一線城市	44.6	42.7	42.5
二線城市	48.7	45.5	41.5
其他城市 ⁽¹⁾	—	47.5	43.7
總計	<u>42.9</u>	<u>43.1</u>	<u>43.0</u>

附註：

- (1) 包括(i)中國大陸其他線城市及(ii)中國大陸境外城市(包括香港特區及日本大阪)。
- (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所產生的收益(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) 指通過第三方外賣平台下達的外賣訂單所產生的收益。
- (5) 按某一期間相關奈雪的茶茶飲店產生的收益除以同期該間奈雪的茶茶飲店的營業總天數計算。
- (6) 按某一期間客戶向相關奈雪的茶茶飲店下達的訂單總數除以同期該間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向該間奈雪的茶茶飲店下達的訂單總數計算。

概 要

下表載列於往績記錄期間按開業年份劃分的奈雪的茶茶飲店平均單店日銷售額。

	截至12月31日止年度		
	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)		
平均單店日銷售額⁽¹⁾			
於2018年前開業的奈雪的茶茶飲店	33.4	31.7	25.8
於2018年開業的奈雪的茶茶飲店	27.6	27.0	22.2
於2019年開業的奈雪的茶茶飲店	–	26.3	18.8
於2020年開業的奈雪的茶茶飲店	–	–	17.3
總計	30.7	27.7	20.2

附註：

- (1) 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。

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2018年及2019年或2019年及2020年開業時間均不少於300天的奈雪的茶茶飲店。

	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度	
	2018年	2019年	2019年	2020年
同店數量(#)				
一線城市	40		90	
新一線城市	9		56	
二線城市	– ⁽⁵⁾		13	
其他城市 ⁽¹⁾	– ⁽⁵⁾		– ⁽⁵⁾	
總計	49		159	
同店銷售額⁽²⁾				
(人民幣百萬元)				
一線城市	454.5	438.8	886.8	742.7
新一線城市	128.5	120.7	590.6	446.5
二線城市	– ⁽⁵⁾	– ⁽⁵⁾	188.9	119.3
其他城市 ⁽¹⁾	– ⁽⁵⁾	– ⁽⁵⁾	– ⁽⁵⁾	– ⁽⁵⁾
總計	583.0	559.5	1,666.3	1,308.5

概 要

	截至12月31日止年度		截至12月31日止年度	
	2018年	2019年	2019年	2020年
同店利潤⁽³⁾				
(人民幣百萬元)				
一線城市	110.0	110.0	167.3	93.0
新一線城市	35.3	31.4	127.0	61.1
二線城市	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	55.4	22.7
其他城市 ⁽¹⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾
總計	<u>145.3</u>	<u>141.4</u>	<u>349.7</u>	<u>176.8</u>
同店利潤率⁽⁴⁾(%)				
一線城市	24.2%	25.1%	18.9%	12.5%
新一線城市	27.5%	26.0%	21.5%	13.7%
二線城市	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	29.3%	19.0%
其他城市 ⁽¹⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾	⁽⁵⁾
總計	<u>24.9%</u>	<u>25.3%</u>	<u>21.0%</u>	<u>13.5%</u>

附註：

- (1) 包括(i)中國大陸其他線城市及(ii)中國大陸境外城市(包括香港特區及日本大阪)。
- (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。
- (5) 鑒於營業天數有限，相關期間並無合資格同店，故相關期間並無同店銷售額、同店利潤或同店利潤率統計數據。

於往績記錄期間，我們奈雪的茶平均單店日銷售額及同店銷售額於期間內有所下降，主要是由於：(a)在奈雪的茶入駐新市場／城市時最初受益於品牌及新店效應，其後向正常化增長軌跡發展，及(b)茶飲店網絡持續擴張導致客戶來店及訂單較分散。因此，當新的奈雪的茶茶飲店在新市場中開始營業時，通常會吸引其當地社區或居民區內外的客戶流量。隨著特定市場中茶飲店的數量持續增長，該奈雪的茶茶飲店的訪客量及銷量恢復到正常水平，該水平通常與該特定奈雪的茶茶飲店最初預期服務的地區的人口密度相匹配。

概 要

然而，奈雪的茶的同店利潤率於往績記錄期間仍舊出色。就於2018年及2019年的相同門店而言，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，就於2019年及2020年的相同門店而言，我們的奈雪的茶同店利潤率暫時由2019年的21.0%下降至2020年的13.5%。儘管如此，於2020年下半年，該等奈雪的茶同店利潤率恢復至17.3%，代表疫後的穩定復甦。

此外，與我們仍在迅速擴展業務的其他城市相比，我們在中國的一線城市擁有更長的運營歷史及更成熟的業務。由於我們在中國一線城市以外的其他城市的奈雪的茶茶飲店較少，因上述相同理由此類茶飲店收到的客戶訂單通常相對集中。由於我們在不同城市的密度存在差異（取決於我們進入特定城市的時間及我們在該城市的增長策略等因素），我們總體的茶飲店平均單店日銷售額表現最終取決於茶飲店網絡內的城市組合。

有關我們奈雪的茶茶飲店的經營表現的詳細分析，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」。

競爭格局

中國高端現製茶飲店行業相對集中在少數幾家具備較強品牌知名度的領先行業參與者，於2021年，按所有產品的零售消費總額計算，前五大行業參與者共佔約58%的市場份額。中國高端現製茶飲店行業最大的參與者擁有約27.7%的市場份額，我們的旗艦品牌奈雪的茶處於第二位，擁有約18.9%的市場份額。前五大參與者中的其餘各家各佔有約4.0%的市場份額。

隨著領先參與者持續提升自身市場份額，我們在業務的各個層面（包括產品創新、產品質量、客戶體驗以及客戶獲取及留存）與其他領先參與者的競爭會日趨激烈。由於最大參與者目前擁有比我們更加穩固的市場地位，我們可能無法與其有效競爭或可能在與其競爭中落敗。有關更多資料，請參閱「行業概覽」及「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們在競爭激烈且發展迅速的中國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仿製我們的產品配方」。

概 要

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2020年，我們與逾250家知名原材料供應商建立了合作夥伴關係，當中我們與十大供應商的合作關係平均超過兩年。截至2018年、2019年及2020年12月31日止年度，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23.8%。

有關詳情，見「業務－供應鏈管理」。

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；
- 技術能力令運營效率不斷提高；及
- 創始人及高級管理人員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

為實現我們的使命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範圍；
- 通過強化技術能力進一步提升整體運營；

概 要

- 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」。

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：

- 我們過去曾產生淨虧損，日後我們可能會繼續產生重大淨虧損。
- 我們的業務高度依賴於客戶對現製茶飲的接納程度，我們未必能順應市場趨勢及迎合客戶喜好。
- 我們業務的增長將在一定程度上取決於品牌的知名度，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。
- 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。
- 我們未必能成功高效地運營我們的茶飲店。
- 我們可能不時開發新產品、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。
- 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。
- 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仿製我們的產品配方。

概 要

- 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。
- 租約意外中止、未能重續現有物業租約或未能以可接納條款重續有關租約可能對我們的業務產生重大不利影響。

控股股東

趙先生、彭女士、Linxin Group、Linxin International、林心控股、Forth Wisdom Limited及Crystal Tide Profits Limited均為本公司的控股股東。緊隨[編纂]完成後，假設[編纂]未獲行使，趙先生及彭女士將可通過(i) Linxin Group（一家投資控股公司，由Linxin International全資擁有，而Linxin International由Linxin Trust全資擁有，Linxin Trust為於2020年12月30日在根西島設立的不可撤銷全權信託，其受益人為林心控股，而林心控股為一家控股公司，由彭女士及趙先生分別最終擁有50%及50%）；(ii) Forth Wisdom Limited（本公司股權激勵計劃的境外僱員激勵平台，其所持投票權由趙先生及彭女士共同行使）；(iii) Crystal Tide Profits Limited（為就董事會認為適當的僱員、顧問及諮詢人的未來權益持有股份的平台，其所持投票權由彭女士行使）行使本公司合共約[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的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

	2018年		截至12月31日止年度 2019年		2020年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
			(以千計，百分比除外)			
收益	1,086,826	100.0	2,501,510	100.0	3,057,181	100.0
其他收入	2,526	0.2	5,604	0.2	205,951	6.7
材料成本	(383,950)	(35.3)	(915,653)	(36.6)	(1,159,322)	(37.9)
員工成本	(340,205)	(31.3)	(750,724)	(30.0)	(919,096)	(30.1)
使用權資產折舊	(120,353)	(11.1)	(261,417)	(10.5)	(352,912)	(11.5)
其他租金及相關開支	(73,216)	(6.7)	(127,379)	(5.1)	(100,568)	(3.3)
其他資產的折舊及攤銷	(39,847)	(3.7)	(92,534)	(3.7)	(154,117)	(5.0)
廣告及推廣開支	(39,384)	(3.6)	(67,484)	(2.7)	(82,172)	(2.7)
配送服務費	(10,796)	(1.0)	(64,435)	(2.6)	(167,369)	(5.5)
水電開支	(23,632)	(2.2)	(51,659)	(2.1)	(66,909)	(2.2)
物流及倉儲費	(12,039)	(1.1)	(39,891)	(1.6)	(56,710)	(1.9)
其他開支	(44,544)	(4.1)	(80,267)	(3.2)	(123,655)	(4.0)
其他虧損淨額	(2,617)	(0.2)	(2,176)	(0.1)	(7,382)	(0.2)
融資成本	(46,160)	(4.2)	(96,185)	(3.8)	(130,258)	(4.3)
以公允價值計量且其變動 計入當期損益的金融負 債的公允價值變動	-	-	-	-	(132,757)	(4.3)
除稅前虧損	(47,391)	(4.4)	(42,690)	(1.7)	(190,095)	(6.2)
所得稅	(22,338)	(2.1)	3,010	0.1	(13,207)	(0.4)
年內虧損	<u>(69,729)</u>	<u>(6.4)</u>	<u>(39,680)</u>	<u>(1.6)</u>	<u>(203,302)</u>	<u>(6.6)</u>
以下各項應佔：						
本公司權益股東	(66,003)	(6.1)	(38,550)	(1.5)	(201,872)	(6.6)
非控制性權益	(3,726)	(0.3)	(1,130)	(0.1)	(1,430)	0.0
年內虧損	<u>(69,729)</u>	<u>(6.4)</u>	<u>(39,680)</u>	<u>(1.6)</u>	<u>(203,302)</u>	<u>(6.6)</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經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）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，我們所呈列的經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）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。

經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）

我們將經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）界定為通過加回以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債的公允價值變動、[編纂]開支、以權益結算以股份為基礎的付款開支、可贖回注資額的利息、免徵銷項增值稅所得收入及不可抵扣的進項增值稅而調整的期內淨虧損。下表為我們於呈列期間的經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）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	2020年
	(人民幣千元)		
淨虧損與經調整淨（虧損）／利潤 （非國際財務報告準則計量）之對賬			
年內淨虧損	(69,729)	(39,680)	(203,302)
加：			
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融負債的公允價值 變動 ⁽¹⁾	—	—	132,757
[編纂]開支 ⁽²⁾	—	—	11,410
以權益結算以股份為基礎的 付款開支 ⁽³⁾	—	—	45,458
可贖回注資額的利息 ⁽⁴⁾	13,149	27,945	38,249
免徵銷項增值稅所得收入 ⁽⁵⁾	—	—	(180,342)
不可抵扣的進項增值稅 ⁽⁶⁾	—	—	172,413
經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務 報告準則計量）	<u>(56,580)</u>	<u>(11,735)</u>	<u>16,643</u>
經調整淨（虧損）／利潤率（非國際 財務報告準則計量） ⁽⁷⁾	(5.2)%	(0.5)%	0.5%

概 要

附註：

1. 以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債的公允價值變動指與B-2輪投資有關的認股權證、境內貸款及附有換股權之可換股票據的公允價值變動產生的收益或虧損。有關變動屬一次性及非現金性質，與我們的經營活動並無直接關連。
2. [編纂]開支與本公司的[編纂]有關，屬一次性性質，與我們的經營活動並無直接關連。
3. 以權益結算以股份為基礎的付款開支包括(i)於2020年根據2020年股份激勵計劃授出的購股權及受限制股份單位及(ii)本公司將控股股東所持普通股重新指定為優先股產生的普通股與優先股公允價值的差額。對於(i)項，由於該等項目屬非現金及非經營性質，故進行調整；對於(ii)項，由於有關交易對業務經營而言不常見，故進行調整。此外，(i)及(ii)項與我們於給定年度的業務表現均無直接關連。
4. 可贖回注資額的利息指我們的A輪、A+輪及B-1輪投資的利息。儘管我們於整個往績記錄期間各年度產生可贖回注資額的利息，然而相關[編纂]投資為非經常性質。完成[編纂]後，與有關[編纂]投資相關的可贖回注資額將轉為本公司的股權，其後不會產生利息。此外，可贖回注資額的利息為非現金及非經營項目，與我們於給定年度的業務表現並非直接相關。
5. 免徵銷項增值稅所得收入指地方政府所授以減輕COVID-19疫情影響的一次性免徵銷項增值稅所得收入。截至最後實際可行日期，該免徵銷項增值稅政策已到期，日後我們不再受益於該稅項豁免。
6. 不可抵扣的進項增值稅指因2020年的一次性免徵銷項增值稅而不可抵扣的相關進項增值稅的金額。截至最後實際可行日期，該免徵銷項增值稅政策已到期，日後我們不再受益於該稅項豁免。
7. 採用經調整淨(虧損)/利潤(非國際財務報告準則計量)除以給定期間的收益計算。

我們於往績記錄期間產生虧損淨額，主要因為我們不斷迅速擴大業務規模及擴展茶飲店網絡。於2018年、2019年及2020年，我們產生的虧損淨額分別為人民幣69.7百萬元、人民幣39.7百萬元及人民幣203.3百萬元。虧損淨額由2019年至2020年增加亦歸因於確認以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融負債公允價值變動人民幣132.8百萬元，指與B-2輪投資有關的認股權證、境內貸款及附有換股權之可換股票據公允價值變動產生的虧損。

為減輕COVID-19疫情的影響，中國財政部及國家稅務總局於2020年2月聯合發佈《關於支持新型冠狀病毒感染的肺炎疫情防控有關稅收政策的公告》，據此，為日常生活提供服務和支持的企業(如我們)自2020年1月1日起可免徵銷項增值稅。根據財政

概 要

部發佈的《增值稅會計處理規定》(財會[2016]22號)，企業記錄收入時應扣除銷售收取的銷項增值稅額。因此，倘相關政府部門在報告期內直接減免銷項增值稅，則預扣金額貸記損益類相關科目。根據同一規定，倘購進貨物(含進項增值稅)用於免徵增值稅項目，且其產生的進項增值稅不得從銷項增值稅中抵扣，進項增值稅應借記相關成本費用或資產科目。

因此我們受益於該等稅收優惠政策並於2020年自地方政府授出的免徵銷項增值稅錄得非經常性收入人民幣180.3百萬元。然而，我們同時亦錄得(i)材料成本人民幣145.3百萬元；及(ii)分配至不同性質開支的經營開支約人民幣27.1百萬元，是由於我們於免徵銷項增值稅後已支付的相關進項增值稅不可抵扣。因此，於2020年，我們僅自一次性免徵銷項增值稅獲益淨額為人民幣7.9百萬元。倘我們未獲得免徵銷項增值稅優待，我們不會錄得相關不可抵扣進項增值稅產生的有關成本或開支。截至最後實際可行日期，該免徵銷項增值稅政策已到期，我們自2021年1月1日起不再受益於該稅項豁免。

於2018年及2019年，我們產生重大經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)，主要由於我們於過往進行大額初始投資以推動茶飲店網絡的快速發展、提高品牌知名度及於總部打下堅實基礎以支持我們的未來擴張，我們認為此對樹立有利競爭優勢及把握具吸引力市場機遇以實現長期利潤增長而言必不可少。於2018年及2019年，我們的經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)分別為人民幣56.6百萬元及人民幣11.7百萬元。但是，我們盈利能力有所提升，經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)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年成功實現經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)人民幣16.6百萬元。我們整體盈利能力提升反映我們在總部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」。

概 要

收益明細

下表載列於所示年度我們按產品類別劃分的收益明細（以絕對金額及佔總收益的百分比計）：

	截至12月31日止年度					
	2018年		2019年		2020年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)					
現製茶飲	790,944	72.8	1,824,177	72.9	2,322,849	76.0
烘焙產品	266,295	24.5	632,808	25.3	667,384	21.8
其他產品 ⁽¹⁾	29,587	2.7	44,525	1.8	66,948	2.2
總計	1,086,826	100.0	2,501,510	100.0	3,057,181	100.0

附註：

(1) 主要包括伴手禮及零售產品，如茶禮盒、零食及節日類限定禮盒。

合併財務狀況表概要

	截至12月31日		
	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)		
非流動資產總值	1,058,585	1,756,052	1,984,191
流動資產總值	284,708	295,096	1,329,918
資產總值	1,343,293	2,051,148	3,314,109
非流動負債總額	(603,405)	(974,180)	(1,010,335)
流動負債總額	(849,671)	(1,226,434)	(2,728,191)
負債總額	(1,453,076)	(2,200,614)	(3,738,526)
流動負債淨額	(564,963)	(931,338)	(1,398,273)
負債淨額	(109,783)	(149,466)	(424,417)
股本	100	100	422
儲備	(107,356)	(146,258)	(424,839)
非控制性權益	(2,527)	(3,308)	—
虧損總額	(109,783)	(149,466)	(424,417)

我們於往績記錄期間錄得負債淨額，截至2018年、2019年及2020年12月31日分別為人民幣109.8百萬元、人民幣149.5百萬元及人民幣424.4百萬元。我們截至各該等日期的負債淨額狀況主要是由於我們與A輪、A+輪、B-1輪、B-2輪及C輪投資有關的

概 要

可贖回注資、認股權證、境內貸款、可換股票據以及可轉換可贖回優先股的非經營性影響。一旦有關可贖回注資、認股權證、境內貸款及可換股票據以及可轉換可贖回優先股於[編纂]後轉換為股權，本集團將轉為資產淨值狀況。

截至2018年、2019年及2020年12月31日以及2021年4月30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1,398.3百萬元及人民幣2,499.9百萬元。除上文所述對我們可贖回注資、認股權證、境內貸款、可換股票據及可轉換可贖回優先股的非經營性影響外，我們截至各該等日期的流動負債淨額狀況亦歸因於(i)我們選擇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12月31日以及2021年4月30日的流動租賃負債有重大結餘；及(ii)我們絕大多數非流動資產(包括使用權資產以及物業及設備)乃於往績記錄期間使用流動負債購買。有關採用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12月31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不斷增加的現金、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、B-2輪及C輪投資的可贖回注資、認股權證、境內貸款、可換股票據及可轉換可贖回優先股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。

此外，我們尋求通過擴大茶飲店網絡增加經營現金流量以改善流動資金及流動負債淨額狀況，並確保日後我們的營運資金充足。於往績記錄期間，我們的經營活動所得現金淨額繼續由2018年的人民幣200.8百萬元增至2019年的人民幣415.9百萬元，並進一步增至2020年的人民幣574.3百萬元，主要是由於我們網絡內奈雪的茶茶飲店的數量不斷增長。由於(i)業務規模的迅速擴大及(ii)我們繼續致力於店面及總部層面提升整體盈利能力(我們認為將有助於改善流動資金及流動負債淨額狀況)，故我們預期經營現金流量將進一步增加。

概 要

合併現金流量表概要

	截至12月31日止年度		
	2018年	2019年	2020年
	(人民幣千元)		
經營活動所得現金淨額	200,789	415,854	574,345
投資活動所用現金淨額	(209,305)	(291,085)	(243,855)
融資活動所得／(所用) 現金淨額	180,952	(228,916)	91,923
現金及現金等價物增加／(減少) 淨額	172,436	(104,147)	422,413
年初現金及現金等價物	13,352	185,788	81,296
匯率變動的影響	—	(345)	(1,956)
年末現金及現金等價物	185,788	81,296	501,753

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／截至該日		
	2018年	2019年	2020年
收益增長率	不適用	130.2%	22.2%
經調整淨(虧損)／利潤率(非國際 財務報告準則計量) ⁽¹⁾	(5.2)%	(0.5)%	0.5%
流動比率 ⁽²⁾	0.34	0.24	0.49
速動比率 ⁽³⁾	0.29	0.18	0.45

附註：

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

概 要

通往盈利的道路

於往績記錄期間，儘管2020年上半年我們的業務運營受到COVID-19疫情的影響，但我們的整體盈利能力仍有所提升，經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）由2018年的人民幣56.6百萬元減少至2019年的人民幣11.7百萬元，並進一步扭轉為2020年的經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）人民幣16.6百萬元。此外，我們的經營活動所得現金淨額繼續由2018年的人民幣200.8百萬元增至2019年的人民幣415.9百萬元，並進一步增至2020年的人民幣574.3百萬元。截至2021年4月30日，我們的現金及現金等價物為人民幣685.6百萬元。

儘管如此，我們仍於2020年產生淨虧損。此外，我們的業務增長及長期盈利能力受多項我們可能無法控制的因素影響，包括中國現製茶飲持續流行度、行業內競爭不斷加劇及我們茶飲店的整體表現。具體而言，與行業內其他可比的領先高端茶飲店品牌相同，我們觀察到，奈雪的茶茶飲店在市場中通常顯著呈現正常化增長軌跡。於往績記錄期間，奈雪的茶茶飲店的若干關鍵績效指標（如平均單店日銷售額及同店銷售額）隨著時間的推移而下降，與該正常化增長軌跡一致。詳情請參閱「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」、「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們的業務高度依賴於客戶對現製茶飲的接納程度，我們未必能順應市場趨勢及迎合客戶喜好」及「風險因素—與我們的業務及行業有關的風險—我們在競爭激烈且發展迅速的中國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仿製我們的產品配方」。

我們預期將於不久將來通過持續收益增長及提高成本效率進一步改善財務表現及實現盈利。具體而言，我們尋求通過快速擴張茶飲店網絡推動整體收益持續增長，以實現長期大規模可持續盈利。然而，隨著我們持續增加我們茶飲店的數量，我們的門店經營利潤率可能會降低。

另一方面，我們認為隨著我們持續將業務規模化，我們將可通過(i)不斷降低門店產生的成本及開支佔收益的比重；及(ii)降低總部層面產生的按比例分配至各間茶飲店的成本及開支，從而降低盈虧平衡點以實現整體盈利，來提高規模經濟效益。隨著我們持續增加我們茶飲店的數量，每間奈雪的茶茶飲店的日盈虧平衡收益持續由2018年的人民幣35.3千元降低至2019年的人民幣28.2千元，並進一步降低至2020年的人民幣20.4千元。相似的，每間奈雪的茶茶飲店的日盈虧平衡經營利潤繼續由2018年的人民幣7.8千元降低至2019年的人民幣4.7千元，並進一步降低至2020年的人民幣3.6千元。

概 要

上述每間奈雪的茶茶飲店的盈虧平衡收益或經營利潤主要指每間奈雪的茶茶飲店(i)覆蓋其自身門店經營成本及開支，及(ii)分擔總部層面產生的按比例分配至各間奈雪的茶茶飲店的成本及開支，以實現本集團整體盈虧平衡的最低收益或利潤要求。有關通往盈利的道路的分析詳情，請參閱「財務資料－通往盈利的道路」。

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，除本文件本節所披露者外，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

截至2021年3月31日止三個月，我們錄得收益人民幣959.1百萬元，其中奈雪的茶茶飲店產生的收益合共為人民幣904.6百萬元，佔同期我們總收益的約94.3%。於同期，儘管第一季度通常並非我們一年中的旺季，我們取得經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)人民幣7.3百萬元。此外，截至2021年3月31日止三個月，我們的奈雪的茶實現門店經營利潤人民幣151.6百萬元，門店經營利潤率為16.8%。

上文披露本集團截至2021年3月31日止三個月的財務數據乃來自本公司截至2021年3月31日止三個月的未經審核中期財務報表，有關中期財務報表乃根據國際會計準則第34號「中期財務報告」編製，並由我們的申報會計師根據國際審閱委聘準則第2410號「由實體獨立核數師審閱中期財務資料」進行審閱。

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。

概 要

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，平均單店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平均單店日銷售額由2019年第一季度的人民幣28.7千元下降至2020年第一季度的人民幣15.6千元，及由2019年的人民幣27.7千元下降至2020年的人民幣20.2千元。就2019年及2020年的同店而言，奈雪的茶茶飲店的同店銷售額於2019年第一季度至2020年第一季度減少45.9%，於2019年至2020年減少21.5%。此外，我們的收益由2019年第一季度的人民幣434.0百萬元減至2020年第一季度的人民幣425.6百萬元。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，於2020年，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。

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已於2020年7月底基本恢復。奈雪的茶茶飲店的平均單店日銷售額由2020年上半年的人民幣18.3千元增加18.5%至2020年下半年的人民幣21.7千元。就2019年及2020年的同店而言，奈雪的茶茶飲店的同店銷售額於2020年上半年至2020年下半年增加31.7%。特別是，位於一線城市的奈雪的茶茶飲店業績於疫後強勁回彈，2020年下半年的同店銷售額回到接近2019年同期的水平，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。

此外，與2019年同期相比，於2020年下半年，我們的奈雪的茶茶飲店的關鍵績效指標（包括平均單店日銷售額、同店銷售額及同店利潤）相對較低，主要因COVID-19疫情不同程度的持續性影響所致。於2020年下半年，我們錄得平均單店日銷售額人民幣21.7千元，而於2019年下半年錄得平均單店日銷售額人民幣26.1千元。

概 要

於2019年及2020年我們符合同店標準的奈雪的茶茶飲店的同店銷售額由2019年下半年的人民幣816.6百萬元減少至2020年下半年的人民幣743.8百萬元。因此，相關奈雪的茶茶飲店的同店利潤由2019年下半年的人民幣145.3百萬元減少至2020年下半年的人民幣128.3百萬元。然而，於2019年及2020年下半年，我們的同店利潤率維持相對穩定，分別為17.8%及17.3%。

於2021年第一季度，我們的奈雪的茶茶飲店的該等關鍵績效指標相比2020年同期大幅改善。平均單店日銷售額由2020年第一季度的人民幣15.6千元增至2021年同期的人民幣19.5千元。此外，於2019年及2020年我們符合同店標準的奈雪的茶茶飲店的同店銷售額由2020年第一季度的人民幣218.2百萬元增至2021年第一季度的人民幣339.1百萬元。我們於2021年第一季度錄得同店利潤人民幣64.9百萬元，而於2020年第一季度錄得同店虧損人民幣11.6百萬元。因此，我們於2021年第一季度錄得同店利潤率19.1%，而於2020年第一季度錄得同店虧損率5.3%。

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補救及僱員保護措施，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」。

在最壞的情況下，即我們的業務及運營受到COVID-19疫情的重大不利影響，考慮到截至2021年3月31日我們可用的財務資源及[編纂]估計[編纂]淨額的10%預期將用作營運資金及作一般企業用途，並假設：(i)自2021年3月31日以來未產生收益；(ii)日常業務過程中產生的成本及經營開支降至最低水平以維持基本的業務功能；(iii)我們將暫停有關茶飲店網絡、供應鏈能力及IT系統的業務擴展，因此，我們不會產生任何資本開支；及(iv)我們將結清所有未償還的貿易及其他應付款項以及貿易及其他應收款項，並償還我們的資本承擔及截至2021年3月31日的餘下計息借款，董事認為我們能夠在2022年6月30日之前保持財務可行性。

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12月31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。

概 要

申請於聯交所[編纂]

我們正根據上市規則第8.05(3)條申請[編纂]，並符合市值／收益測試，其中包括參考(i)我們截至2020年12月31日止年度的收益人民幣3,057.2百萬元，遠超上市規則第8.05(3)條規定的500百萬港元；及(ii)根據[編纂]的下限計算，我們於[編纂]時的預期市值超過上市規則第8.05(3)條規定的40億港元。

股息

據開曼群島法律顧問告知，根據開曼群島法律，累計虧損及負債淨額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，但前提是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可用。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、整體業務狀況和業務戰略、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。

[編纂]

概 要

[編纂]

概 要

[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（按[編纂]的中位數計算及假設[編纂]未獲行使）約為[編纂]港元，佔[編纂][編纂]總額（按[編纂]的中位數計算及假設[編纂]未獲行使）的約[編纂]%，其中(i)約[編纂]港元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]港元預期將於我們截至2021年12月31日止年度的合併損益表扣除，而餘下[編纂]港元則預期於[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。

[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通過強化技術能力，進一步提升我們的整體運營，以提升運營效率；

概 要

- 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」。