

本概要旨在為閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於本節屬概要，並不包含對閣下而言可能屬重要的所有資料，故應當與整份招股章程一併閱覽，以保證其完整性。閣下決定投資發售股份前，應細閱整份招股章程。

投資涉及風險。投資發售股份所涉及的部分特定風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下決定投資發售股份前，應細閱該節。

全部發售股份由售股股東將於全球發售中出售的銷售股份組成。其中一名售股股東收購該售股股東的銷售股份的歷史平均成本或會高於公開發售價。

由於我們不會收到任何全球發售所得款項淨額，全球發售將不會為我們提供額外現金流量，亦不會改善我們的流動資金狀況。請參閱「風險因素－與本集團業務及行業相關的風險－我們過去已錄得淨虧損及負經營現金流量，且未來可能繼續錄得淨虧損及負經營現金流量」。

概覽

知乎是一個領先的在線內容社區，人們來到這裡尋找解決方案、作出決定、尋求靈感並獲得樂趣。根據灼識諮詢的資料，以2019年、2020年及2021年的平均移動端月活躍用戶和收入計，知乎是中國前五大的綜合在線內容社區之一，更是全國最大的在線問答社區。

用戶可在知乎上探索和欣賞能夠開闊眼界，提供方案，引發共鳴的內容，我們稱之為「有獲得感的內容」，範圍之廣可以從日常的生活選擇，如挑選電視或手機、令人心曠神怡的度假勝地、益智圖書或綜藝節目等，到深奧的知識內容或獨特體驗，如了解天宮太空站或到訪2022年冬季奧運會場地等，甚至是更重大的抉擇，如選定學府、優質的備考課程、職業選擇、維繫關係或孕期待產等。我們全方位的綜合內容吸引了越來越多用戶群和內容創作者到知乎來分享知識、經驗和見解。

知乎為領先的在線內容社區。2021年第四季度，知乎的平均移動端月活躍用戶達99.6百萬人，平均每月瀏覽人次達5億，平均每月用戶互動達3.9億次。截至2021年12月31日，知乎的累計內容創作者達55百萬人，累計貢獻4.2億條問答內容，涵蓋超過1,000種垂直領域。我們的收入由2019年的人民幣670.5百萬元增加至2020年的人民幣14億元，並進一步增至2021年的人民幣30億元（464.4百萬美元），自2019年以來的複合年增長率為110.1%。

自2010年知乎上線以來，我們一直致力於擴展我們提供的內容和服務，來滿足用戶、內容創作者和商業合作夥伴們的多樣化需求。我們在發展過程中確立了以內容為中心的業務模式，並將其不斷發展演化。我們已從一個問答社區發展成為中國最大的綜合在線內容社區之一。根據灼識諮詢的資料，我們是首批推出付費會員模式，並為商家及品牌推出內容商業化解決方案的行業參與者之一。我們會繼續依託以內容為中心的業務模式，推出新的盈利模式，如職業培訓和電子商務等相關的服務。然而，我們認為本集團目前仍處於盈利的早期階段，對於拓展盈利渠道方面仍有顯著的增長空間。

知乎的內核旨在建立一個創作者內容創作和用戶的內容消費之間的平衡，從而形成一個圍繞內容的正向循環。我們一直強化知乎的技術基礎，力求達到最佳盈利模式，從而為股東及其他利益相關者締造價值。

我們的用戶與內容創作者積極互動，分享知識、經驗和見解，繼而形成一個涵蓋廣泛內容且主題內容形式多樣化的內容生態。我們的深度內容和用戶洞察力在提升用戶體驗及維持穩健的社區治理中扮演重要角色，這可鞏固加強我們「認真、專業、友善」的社區文化。我們的社區文化及強大的品牌可進一步強化我們的內容生態，從而為社區吸引並留存更多用戶和內容創作者。我們卓越的技術基礎設施在各個方面為我們的業務提供支持，從理解用戶和內容質量、促進實現內容和用戶參與、培育社區，到增強我們的內容和服務以及打造強大的品牌。隨著我們不斷提升用戶體驗，並持續為用戶、內容創作者及商業合作夥伴提供服務，我們已設立多樣化且不斷擴張的以內容為中心的變現渠道。該循環過程伴隨本集團的發展而不斷加強，並鞏固我們在行業內的領導地位。

- **內容**。藉由對內容創作者充分地了解及對知乎平台上內容更透徹的理解，我們努力不懈地提升知乎的內容的深度、廣度和相關性。憑藉知乎多年來積累的內容，我們將可開闊眼界，提供方案，引發共鳴的內容視為「有獲得感的內容」。我們不斷通過進化發展的技術能力來理解這些內容能令人

有獲得感的原因，從而使我們能夠維持並進一步提高知乎平台上內容的獲得感。我們的創新體現於激勵創造有獲得感的內容。我們相信這種有助我們透徹了解內容的「有獲得感」方式，結合TopicRank這樣通過了解內容創作者來進一步幫助我們更好理解內容的算法，能夠加深我們對內容營運的管理實力。截至2021年12月31日，社區已積累4.9億則內容，包括累計4.2億條問答內容，涵蓋超過1,000個垂直領域及180萬個細分話題。我們不時發起和舉辦各式各樣的創新活動、專題活動，以進一步提升知乎內容的深度、廣度和相關性。舉例而言，我們致力於成為受歡迎的時效性內容平台，邀請用戶就熱門事件進行深入探討，從而進一步鼓勵踴躍的內容貢獻及提升用戶參與度。

- **用戶**。我們已匯聚一群快速增長、多元化及參與度高的用戶。2021年第四季度，知乎平均移動端月活躍用戶為99.6百萬人，相較去年同比增加38.1%。我們的內容使我們得以通過較低成本快速擴張用戶群，與此同時保持高用戶參與度及忠誠度。2021年第四季度，每日活躍用戶平均每日開啟知乎應用程序約6次，平均每月有3.9億次的參與。於2020年，我們鹽選會員用戶的12個月的留存率為73%。
- **內容創作者**。知乎品牌激勵我們的用戶成為內容創作者參與創作。我們提供多款工具和實用功能，可供內容創作者為社區作出貢獻，而內容創作者亦可通過其創作作品獲得滿足感。創作者們不但可得到社區與外界的認可，更可通過多種渠道取得經濟獎勵。截至2021年12月31日，我們的內容創作者累計達55百萬人。2021年第四季度，知乎有270萬平均月活躍內容創作者，平均每月創作1,300萬則內容。用戶和內容創作者積極互動，通過分享彼此的智慧創造了一個答案集市。
- **社區**。經過多年的內容營運，我們已成功培養出「認真、專業、友善」的社區文化。我們建立並不斷完善一套由我們經驗豐富的社區管理團隊監督和實施的社區治理體系。我們的社區管理團隊配備了專有的技能知識和人工智能技術的內容評估算法，能夠及時有效地識別不適當的內容並做出反映，從而提升用戶體驗及保持社區文化。此外，我們的內容品質改進流程及爭議審查流程維護了用戶開放和包容的社區環境。通過最大化提升用戶體驗，我們的社區為生機勃勃的內容創作營造一個健康的環境，進而加強我們的社區文化。

- **品牌**。知乎品牌造就充滿活力的在線社區。社區中用戶和內容創作者人數快速增長，他們樂於創作和互動的同時亦尊重多樣性及重視建設性，從而進一步提升用戶和內容創作者的體驗。我們亦認為，我們的品牌優勢有助我們通過品牌商品及知乎自有IP變現實現盈利，足以證明知乎品牌可進一步促進用戶增長、提升內容品質及增強盈利能力。
- **盈利能力**。不斷增長的知乎內容為我們提供了一條盈利途徑。多年來，我們以內容為中心的變現渠道不斷擴展，目前包括在線廣告、付費會員、內容商業化解決方案、職業培訓以及電子商務相關服務等其他服務。根據灼識諮詢的資料，我們是首家推出大規模一體化內容商業化解決方案的公司，而按2020年及2021年的一體化內容商業化解決方案產生的收入計，我們是最大的在線內容社區。此外，根據灼識諮詢的資料，截至本招股章程之日，我們是首家且依然為唯一推出訂閱式付費會員的在線問答社區，而按2020年及2021年的付費會員收入計，我們是排名第一的在線問答社區。由於我們仍處於商業化初期，我們於往績記錄期產生經營虧損及經營現金淨流出。我們計劃通過向合適用戶進行更準確推送及通過更廣泛的內容產品改善在線廣告的效益、擴大付費會員服務的專享內容庫以及向商家及品牌提供更佳以內容為中心的營銷解決方案及更高營銷效益，從而進一步提高現有盈利渠道的能力。我們亦計劃通過在內容領域尋找機遇並實施新舉措來實現多元化的收入來源，以滿足用戶需求，同時為內容創作者及商業合作夥伴創造商業價值。隨著我們持續拓寬知乎產品組合及提升內容品質以滿足不同用戶的需要，我們可增進盈利能力並將持續推出更多變現渠道，進而為股東及其他利益相關者創造及產生價值。
- **技術**。我們卓越的技術基礎設施有效支持我們的內容營運。根據灼識諮詢的資料，我們為中國唯一通過對用戶資質和社區互動情況的分析，採用主題排名算法來評估內容質量的在線問答社區。我們人工智能驅動的TopicRank算法通過知乎可獲得有關用戶的所有相關信息並在相關信息的範圍內評估用戶認證及互動情況，包括內容的相關性及受歡迎程度、自願及合法提供予知乎的用戶信息、用戶創建的內容、用戶在知乎社區中的互動、其他用戶與知乎社區用戶的互動情況，以及該用戶是否已被知乎認可為某一特定領域的知名專家。因此，所有用戶認證及互動情況將被持續評

估並不斷更新。我們相信，目前仍在提升的TopicRank算法及「有獲得感」方式可提升我們對內容營運的管理實力。我們持續完善帖文推薦及搜索系統，務求優先推送相關內容以提升用戶體驗，使我們能夠向合適的用戶推薦最理想的內容。我們的問題路由系統準確地將問題推送給相關用戶，以鼓勵內容創作。內容過濾系統和反垃圾信息系統有助保障內容的適當性及健康的社區環境。

於往績記錄期，我們實現顯著的業務增長，但產生了淨虧損及經營現金淨流出，主要歸因於協助我們建立豐富的內容庫的內容相關成本、推廣及廣告活動的銷售及營銷開支，以及加強技術基礎設施的研發開支。我們的收入由2019年的人民幣670.5百萬元增加至2020年的人民幣14億元，並進一步增加至2021年的人民幣30億元（464.4百萬元），自2019年起的複合年增長率為110.1%。我們的毛利由2019年的人民幣312.3百萬元增加至2020年的人民幣757.8百萬元，並進一步增加至2021年的人民幣16億元（243.8百萬元）。我們於2019年的淨虧損為人民幣10億元，2020年為人民幣517.6百萬元，2021年為人民幣13億元（203.8百萬元）。於2019年、2020年及2021年，我們的經營現金淨流出分別為人民幣715.5百萬元、人民幣244.4百萬元及人民幣440.2百萬元（69.1百萬元）。我們預期在不久的將來會繼續產生淨虧損及經營現金淨流出，因為我們將繼續戰略性地產生支出以建立和擴展我們的內容生態，進一步提高知乎的內容質量及內容組合，促進社區文化及用戶互動，並鞏固有機增長。

我們的創新

我們的內容創作者在內容運營的系統性支持下不斷豐富全面的內容，使我們能夠保持高水平用戶參與度和忠誠度，並進一步鞏固知乎作為領先的在線內容社區的聲譽。我們相信，我們現時的成就源於先發優勢及可持續的領先地位、可激勵有獲得感內容創作並鞏固社區價值及特色的深度創新技術、開創性的以內容為中心的變現商業模式，以及為我們的商業模式定制的新技術應用。

自成立以來，我們一直致力於建設值得信賴的在線內容社區，並以高價值、歷久彌新及有獲得感的內容，配合認真、專業、友善的社區文化，建立具強大進入壁壘的持續領導地位。我們平台上的用戶及內容創作者構成了自我強化的良性循環，讓我們能凝聚數以千萬計的用戶及內容創作者的智慧，形成「集體智慧」，提供充實的知乎體

驗。根據灼識諮詢的資料，我們亦是首批於在線內容社區中採用開創性變現模式（例如內容商業化解決方案及訂閱付費會員計劃）的行業參與者之一。此外，根據灼識諮詢的資料，我們是中國唯一一家採用主題排名算法，基於對用戶的信譽度及社區參與度分析來評估內容質量的在線問答社區。詳情請參閱「業務－我們的創新」。

我們的優勢

我們認為，以下優勢是本集團取得現時成就的關鍵並助我們從同業中脫穎而出。

- 領先的在線內容社區
- 持續增長的用戶原創內容
- 快速增長、多元化及高度活躍的用戶群
- 創新且可擴展的以內容為中心變現模式
- 卓越的技術實力和創新能力
- 遠見卓識的管理團隊和才華橫溢的員工

我們的策略

作為領先的在線內容社區，我們採取以下策略，致力鞏固獨特地位。

- 豐富內容供應及賦能內容創作者
- 吸引及留存用戶
- 培育我們的文化和品牌
- 加強和演進我們的變現能力
- 強化我們的科技能力
- 尋求策略投資及收購

同股不同權架構及控股股東

本公司設有同股不同權架構。對於提呈本公司股東大會的任何決議案，A類普通股持有人每股可投一票，而B類普通股持有人則每股可投十票，惟就少數保留事項有關的決議案投票除外，而在該情況下，每股股份均享有一票投票權。緊隨全球發售完成後，同股不同權受益人將為周先生，彼將實益擁有合共19,227,592股B類普通股以及17,626,986股A類普通股，(i)就保留事項以外事項的股東決議案而言，佔本公司投票權約42.86%；及(ii)就保留事項的股東決議案而言，佔本公司投票權約11.64%。於上市後，周先生及控股公司實體（彼通過該等實體持有本公司權益）均為本公司的控股股東。有關其他詳情，請參閱「股本－同股不同權架構」及「與控股股東的關係」。

務請潛在投資者留意投資同股不同權架構公司的潛在風險，具體而言，同股不同權受益人的利益不一定始終與股東的整體利益一致，故同股不同權受益人將對本公司事務及股東決議案的結果產生重大影響。由於我們作為具有同股不同權架構的發行人而尋求雙重主要上市，因此我們須遵守上市規則項下規定的若干股東保障措施及管治保障。目前，我們的細則不符合上述若干上市規則的規定，我們承諾在擬於上市後六個月內召開的股東特別大會上提呈修訂我們的細則的決議案，以使其遵守該等規定。除此以外，我們承諾於正式修訂細則前全面遵守上述規定，致使我們於緊隨上市後將會且全面遵守該等規定，猶如有關規定於上市時已納入我們現有的細則內。有關其他詳情，請參閱「豁免及例外情況－本公司組織章程細則的有關規定」。

風險因素

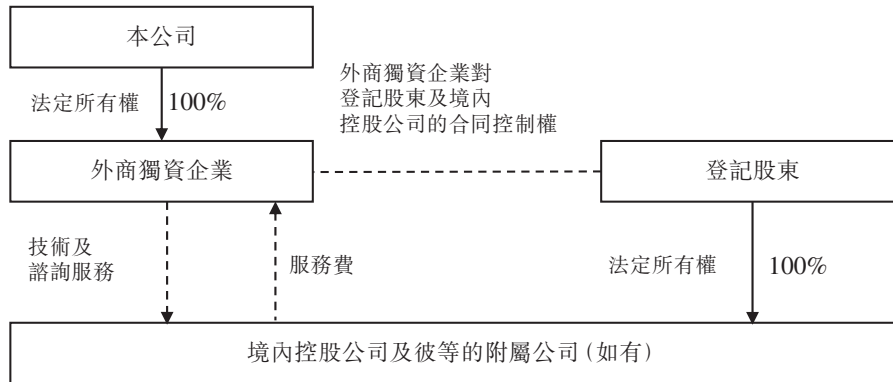
我們的營運及全球發售涉及若干風險和不確定因素，其中部分更超出我們的控制範圍，並可能對閣下投資本集團的決定或閣下的投資價值構成影響。舉例而言，我們面臨與用戶和內容創作者增長、留存狀況及參與度以及內容組合持續擴張相關的風險；與加強變現能力以及分散及開發新收入來源相關的風險；與維護我們社區文化和品牌相關的風險；與管理我們增長、盈利能力及流動資金狀況相關的風險；與遵守快速演進和發展的監管規定相關的風險；與本集團的公司架構（即採取若干合約安排）相

關的風險；及與海外監管要求的影響（包括遵守適用證券法律法規等）相關的風險。有關本集團風險因素的詳情，請參閱「風險因素」，且我們強烈建議閣下於投資本集團股份前先細閱整個章節。

合約安排

本公司當前經營於或可能經營於若干受現行中國法律法規限制的行業。為遵守該等法律，並同時利用國際資本市場及維持對我們所有業務的有效控制，我們通過若干合約安排控制綜合聯屬實體。因此，我們並無直接擁有綜合聯屬實體的任何控股權益。根據合約安排，我們擁有對綜合聯屬實體財務及營運政策的有效控制，並有權獲得綜合聯屬實體經營業務所得的一切經濟利益。有關進一步詳情，請參閱「合約安排」。

以下簡圖說明在合約安排下從我們的綜合聯屬實體至本公司的經濟利益流向：



有關其他詳情，請參閱「風險因素－與本集團的公司架構相關的風險」及「合約安排－有關外商投資的中國法規的發展」。

歷史財務資料概要

下表載列往績記錄期及截至適用期間屆滿當日的合併財務資料概要。下文載列的合併財務資料概要，應當與附錄一所載會計師報告內的合併財務報表（包括相關附註），以及「財務資料」章節一併閱覽，以保證其完整性。本集團的合併財務資料乃按照美國公認會計準則編製。

概 要

合併營運報表概要

下表載列我們於所示期間的合併營運報表概要。

	截至12月31日止年度						
	2019年		2020年		2021年		
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	美元	%
	(以千元計，百分比除外)						
收入	670,511	100.0	1,352,196	100.0	2,959,324	464,382	100.0
收入成本	(358,241)	(53.4)	(594,399)	(44.0)	(1,405,423)	(220,542)	(47.5)
毛利	312,270	46.6	757,797	56.0	1,553,901	243,840	52.5
銷售及營銷開支	(766,465)	(114.3)	(734,753)	(54.3)	(1,634,733)	(256,525)	(55.2)
研發開支	(351,012)	(52.3)	(329,763)	(24.4)	(619,585)	(97,226)	(20.9)
一般及行政開支	(253,268)	(37.8)	(296,162)	(21.9)	(690,292)	(108,322)	(23.4)
總營運開支	<u>(1,370,745)</u>	<u>(204.4)</u>	<u>(1,360,678)</u>	<u>(100.6)</u>	<u>(2,944,610)</u>	<u>(462,073)</u>	<u>(99.5)</u>
經營虧損	<u>(1,058,475)</u>	<u>(157.8)</u>	<u>(602,881)</u>	<u>(44.6)</u>	<u>(1,390,709)</u>	<u>(218,233)</u>	<u>(47.0)</u>
投資收入	25,035	3.7	56,087	4.2	59,177	9,286	2.0
利息收入	28,669	4.3	24,751	1.8	31,305	4,912	1.1
金融工具公允價值變動	7,132	1.1	(68,818)	(5.1)	27,846	4,370	0.9
匯兌(虧損)/收入	(9,216)	(1.4)	62,663	4.6	(16,665)	(2,615)	(0.6)
其他，淨額	2,675	0.4	11,728	0.9	(4,391)	(689)	(0.1)
除所得稅前虧損	<u>(1,004,180)</u>	<u>(149.7)</u>	<u>(516,470)</u>	<u>(38.2)</u>	<u>(1,293,437)</u>	<u>(202,969)</u>	<u>(43.7)</u>
所得稅開支	(40)	(0.0)	(1,080)	(0.1)	(5,443)	(854)	(0.2)
淨虧損	<u><u>(1,004,220)</u></u>	<u><u>(149.7)</u></u>	<u><u>(517,550)</u></u>	<u><u>(38.3)</u></u>	<u><u>(1,298,880)</u></u>	<u><u>(203,823)</u></u>	<u><u>(43.9)</u></u>

非公認會計準則財務計量

在評估本集團的業務時，我們考慮並使用非公認會計準則財務計量經調整淨虧損，以補充對本集團經營表現的檢討及評估。本集團將經調整淨虧損(非公認會計準則財務計量)定義為就根據非公認會計準則調整的股權激勵費用影響(為非現金開支)作出調整後的淨虧損。股權激勵費用是我們薪酬結構中的重要元素，以挽留和激勵具有才能及高績效的僱員。本集團認為，非公認會計準則財務計量通過調整項目的潛在影響，可就各期間及各公司間的經營表現進行比較。本集團認為，經調整淨虧損(非公認會計準則財務計量)為投資者及其他人士提供實用資料，有助其與本集團管理層以相同方式理解及評估我們的合併經營業績。本集團呈列的經調整淨虧損(非公認會計準則財務計量)未必可與其他公司所呈列同類計量作比較。使用非公認會計準則財務計量作為分析工具有其限制，閣下不應將其獨立於根據美國公認會計準則呈報的經營業績作考慮，亦不應以其替代根據美國公認會計準則所呈報經營業績進行分析。

概 要

下表載列於所示期間的經調整淨虧損（非公認會計準則財務計量）與淨虧損（按照美國公認會計準則編製的最接近計量）的對賬。請參閱「財務資料－非公認會計準則財務計量」。

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	美元
	(以千元計)			
淨虧損	(1,004,220)	(517,550)	(1,298,880)	(203,823)
加：				
股權激勵費用 ⁽¹⁾	179,690	180,090	548,465	86,066
非公認會計準則財務計量：				
經調整淨虧損	(824,530)	(337,460)	(750,415)	(117,757)

附註：

(1) 有關我們股權激勵費用的更多詳情，請參閱「財務資料－關鍵會計政策及估計－股權激勵費用」。

於往績記錄期，本集團的收入顯著增長，反映各業務線的變現能力不斷增強。下表載列所示期間按類型劃分的收入金額及佔我們收入百分比的明細。

	截至12月31日止年度						
	2019年		2020年		2021年		
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	美元	%
	(以千元計，百分比除外)						
收入							
廣告	577,424	86.1	843,284	62.4	1,160,886	182,168	39.2
付費會藉	87,997	13.1	320,471	23.7	668,507	104,903	22.6
內容商業化解決方案	641	0.1	135,813	10.0	973,986	152,840	32.9
其他	4,449	0.7	52,628	3.9	155,945	24,471	5.3
合計	670,511	100.0	1,352,196	100.0	2,959,324	464,382	100.0

概 要

於往績記錄期，我們錄得經營虧損、淨虧損及經營現金淨流出，主要歸因於我們為建設豐富的內容庫而產生內容相關成本、促銷及廣告活動的銷售及營銷費用，以及加強科技基礎設施建設相關的研發開支。我們認為，長遠而言，該等資本投資對於鞏固有機增長至關重要。於往績記錄期，我們的毛利及毛利率整體有所上升。隨著我們逐步從初期發展階段，到實現最佳的營運效率，我們於往績記錄期的淨虧損率整體有所改善。詳情請參閱「財務資料－經營業績同比比較－營運開支」。與本集團日後持續虧損相關的風險，請參閱「風險因素－與本集團業務及行業相關的風險－我們過去已錄得淨虧損及負經營現金流量，且未來可能繼續錄得淨虧損及負經營現金流量」。

合併資產負債表概要

下表載列我們截至所示日期的合併資產負債表數據概要。

	截至12月31日			
	2019年	2020年	2021年	
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	美元
	(以千元計)			
現金及現金等價物	900,350	957,820	2,157,161	338,506
定期存款	1,151,073	1,092,921	2,815,509	441,815
短期投資	1,492,180	1,046,000	2,239,596	351,441
流動資產總值	3,901,952	3,720,166	8,334,165	1,307,813
定期存款	—	—	159,393	25,012
無形資產淨值	34,935	23,478	68,308	10,719
非流動資產總值	82,354	41,275	471,000	73,909
資產總值	3,984,306	3,761,441	8,805,165	1,381,722
應付賬款及應計負債	287,041	501,848	1,026,534	161,086
應付薪金及福利	206,840	231,847	313,676	49,223
合同負債	107,128	159,995	239,757	37,623
流動負債總額	763,040	1,014,568	1,897,714	297,793
流動資產淨值	3,138,912	2,705,598	6,436,451	1,010,020
非流動負債總額	2,893	—	169,302	26,567
負債總額	765,933	1,014,568	2,067,016	324,360
資產淨值	3,218,373	2,746,873	6,738,149	1,057,362
夾層股權總額	7,210,614	7,891,348	—	—
股東(虧絀)／權益總額	(3,992,241)	(5,144,475)	6,738,149	1,057,362
負債、夾層股權及 股東權益總額	3,984,306	3,761,441	8,805,165	1,381,722

概 要

流動資產淨值由截至2020年12月31日的人民幣27億元增至截至2021年12月31日的人民幣64億元(10億美元)，主要由於定期存款、短期投資以及現金及現金等價物增加，部分被應付賬款及應計負債增加所抵銷。流動資產淨值由截至2019年12月31日的人民幣31億元減至截至2020年12月31日的人民幣27億元，主要由於短期投資及定期存款減少。我們截至2021年12月31日的股東權益總額為人民幣67億元(11億美元)，而截至2020年12月31日則為股東虧絀總額人民幣51億元，主要是由於首次公開發售後我們的可轉換可贖回優先股轉換為A類普通股及發行A類普通股，部分被我們的淨虧損所抵銷。我們的股東虧絀總額由截至2019年12月31日的人民幣40億元增至截至2020年12月31日的人民幣51億元，主要是由於可轉換可贖回優先股贖回價值的增加及淨虧損增加。有關本集團主要資產負債表項目以及流動資產淨值及多個營運資金項目重大變動的詳盡討論，請參閱「財務資料－若干主要資產負債表項目的討論」及「財務資料－流動性及資本資源」。

合併現金流量表概要

下表載列我們於所示期間的合併現金流量概要。

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	美元
	(以千元計)			
經營活動所用現金淨額 ⁽¹⁾	(715,522)	(244,421)	(440,234)	(69,084)
投資活動(所用)／所得				
現金淨額	(2,102,488)	430,113	(3,136,503)	(492,185)
融資活動所得現金淨額	2,997,575	9,286	4,876,247	765,190
匯率變動對現金及				
現金等價物的影響	7,491	(137,508)	(100,169)	(15,718)
現金及現金等價物增加淨額	187,056	57,470	1,199,341	188,203
年初現金及現金等價物	713,294	900,350	957,820	150,303
年末現金及現金等價物	900,350	957,820	2,157,161	338,506

概 要

附註：

(1) 下表載列所示期間經營活動所用現金淨額的對賬：

	截至12月31日止年度			
	2019年	2020年	2021年	
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	美元
	(以千元計)			
經營資產及負債變動前的				
經營活動所用現金流量淨額	(800,939)	(234,362)	(731,638)	(114,811)
經營資產及負債變動	85,417	(10,059)	291,404	45,727
經營活動所用現金淨額	(715,522)	(244,421)	(440,234)	(69,084)

於2019年、2020年及2021年，我們的經營現金淨流出分別為人民幣715.5百萬元、人民幣244.4百萬元及人民幣440.2百萬元(69.1百萬美元)，主要是由於我們於往績記錄期的淨虧損。於往績記錄期，除2021年我們戰略性地產生成本及開支以建立及擴展我們的內容生態系統外，我們的經營現金流量狀況整體已有所改善。我們預期將通過受益於更佳的經營效率來繼續改善我們的經營現金流量狀況，而我們認為這將導致經營成本及開支佔總收入的百分比減少。我們致力改善淨虧損狀況亦將使我們的經營現金流量狀況得以改善。由於我們仍處於變現的早期階段，我們繼續投放必要的成本及開支，以維持健康的用戶群、社區及內容組合，以維持內容貢獻與變現之間的平衡。我們已策略性地投放開支，以建立及擴展我們的內容生態系統，以進一步提升知乎的內容質量及內容組合，促進社區文化及用戶參與度，並鞏固有機增長。通過我們的努力，我們的月活躍用戶由2019年的48.0百萬人增加至2020年的68.5百萬人，並進一步增加至2021年的95.9百萬人，2019年至2021年的複合年增長率為41.4%。此外，我們將繼續以非侵擾性的方式逐步引入新的變現渠道。我們將繼續追求有效的用戶獲取策略來鞏固我們的成就及步入下一階段的發展。因此，考慮到中國線上內容社區的歷史及預計增長、我們的過往及預計月活躍用戶增加、多元化的變現策略，以及改善經營效率及達至盈利所採取的措施，我們預計收入會逐漸超出成本及開支，最終令我們產生淨利潤及經營現金淨流入。有關詳情，請參閱「財務資料－流動性及資本資源」。

概 要

儘管有上文所述，我們可能於可見未來（包括截至2022年12月31日止年度）繼續產生淨虧損及經營現金淨流出，此乃由於我們繼續在內容上進行投入及產生經營開支以鞏固未來增長基礎。此外，由於快速演化的宏觀經濟狀況、監管環境及業內競爭動態，我們無法預測我們何時能夠開始產生淨利潤或經營現金淨流入。

下表列示我們在所示期間的若干經營數據。

	截至12月31日止年度			2019年至 2021年的 複合年增長率
	2019年	2020年	2021年	
平均月活躍用戶(百萬人)	48.0	68.5	95.9	41.4%
每名月活躍用戶廣告收入(人民幣元)	12.0	12.3	12.1	0.4%
平均每月訂閱會員(千人)	574.2	2,362.6	5,076.0	197.3%
每名月活躍用戶內容商業化解決方案收入 (人民幣元)	—	2.0	10.2	—

美國公認會計準則與國際財務報告準則之間的對賬

本集團的合併財務報表乃根據美國公認會計準則編製，若干方面與國際財務報告準則有所不同。根據美國公認會計準則及國際財務報告準則編製的知乎股東應佔淨虧損及股東(虧絀)/權益總額的重大差異的影響，主要與優先股的分類和計量及相關發行成本有關。有關於往績記錄期美國公認會計準則與國際財務報告準則之間的對賬詳情，請參閱「財務資料－美國公認會計準則與國際財務報告準則之間的對賬」。

業務可持續性

於往績記錄期，我們產生經營虧損及經營現金淨流出。

通過我們在業務運營各方面的持續努力，包括內容積累和多元化、品牌形象、用戶獲取和研發以打造知乎社區，我們在增加收入及改善成本和經營支出結構方面具有更大靈活性，以提高長期盈利能力。以往，我們的經營虧損率及淨虧損率分別由2019年的157.8%及149.7%下降至2020年的44.6%及38.3%，其後於2021年增加至47.0%及43.9%。我們的經調整淨虧損率(非公認會計準則財務計量)由2019年的123.0%減少至2020年的25.0%，其後增加至2021年的25.4%。

概 要

我們的毛利率由2020年的56.0%減少至2021年的52.5%，主要是由於我們的內容貢獻及我們不斷為所有用戶增加和增強內容供應的努力。毛利率減少以及經營虧損率及淨虧損率增加主要是由於我們持續建立及擴展內容生態系統以及相關的內容相關成本和銷售及營銷開支所致。這可能需要額外支出，如廣告執行成本及內容相關成本，導致毛利率於不久的將來下降。例如，作為我們推廣「有獲得感的內容」及提升內容基礎設施的一部分，我們繼續對內容及內容創作者進行投入，激勵內容創作者參與內容商業化解決方案及付費會員的內容創作。此外，用戶流量及內容組合迅速增長已導致並可能於可見未來將繼續導致雲服務及帶寬成本上升。鑒於知乎的成就和發展階段，這些成本已經並於可預見的未來都會專門產生，以進一步提升知乎的內容質量及內容組合，促進社區文化及用戶參與及鞏固有機增長。

月活躍用戶是我們業務增長及財務表現的主要驅動力。我們戰略性地計劃通過不斷增長及多元化的用戶原創內容、強大的品牌、卓越的用戶體驗及具成本效益的用戶獲取策略來培養用戶的有機增長及健康的用戶群。因此，我們的平均月活躍用戶由2019年的48.0百萬人增加至2020年的68.5百萬人，並進一步增加至2021年的95.9百萬人，為往績記錄期的盈利變現能力及業務增長奠定基礎。我們的收入由2019年的人民幣670.5百萬元大幅增加至2020年的人民幣14億元，並進一步增加至2021年的人民幣30億元（464.4百萬美元），毛利由2019年的人民幣312.3百萬元增加至2020年的人民幣757.8百萬元，並進一步增加至2021年的人民幣16億元（243.8百萬美元）。

下表載列我們於所示期間的未經審計季度收入、季度平均月活躍用戶及平均每名月活躍用戶的季度收入。每名月活躍用戶的季度收入按我們摘自管理賬目的節選未經審計季度收入計算，且未經審計。我們的過往業績未必代表任何未來期間的預期業績。以下資料應與附錄一會計師報告載列的合併財務報表（包括相關附註）以及「財務資料」一節一併閱讀。

	19年 第1季	19年 第2季	19年 第3季	19年 第4季	20年 第1季	20年 第2季	20年 第3季	20年 第4季	21年 第1季	21年 第2季	21年 第3季	21年 第4季
季度收入(人民幣百萬元)	118.0	154.6	173.9	224.0	188.2	261.4	382.8	519.8	478.3	638.4	823.5	1,019.2
季度平均月活躍用戶(百萬人)	39.2	44.3	51.7	56.9	61.8	64.5	72.2	75.7	85.0	94.3	101.2	103.3
季度平均月活躍用戶的 環比增長	—	13.2%	16.5%	10.1%	8.5%	4.4%	12.0%	4.8%	12.3%	10.9%	7.3%	2.1%
季度平均月活躍用戶的 同比增長	—	—	—	—	57.8%	45.4%	39.8%	33.0%	37.7%	46.2%	40.1%	36.4%

概 要

	19年 第1季	19年 第2季	19年 第3季	19年 第4季	20年 第1季	20年 第2季	20年 第3季	20年 第4季	21年 第1季	21年 第2季	21年 第3季	21年 第4季
每名月活躍用戶的季度收入 (人民幣元)	3.0	3.5	3.4	3.9	3.0	4.1	5.3	6.9	5.6	6.8	8.1	9.9

於往績記錄期，我們的季度平均月活躍用戶通常同比增加。儘管我們預期我們的用戶群在不久的將來會繼續經歷增長趨勢，但我們的季度平均月活躍用戶可能會按季度出現波動，尤其是在一年的第四及第一季度。例如，按同比基準，我們於2022年第一季度的季度平均月活躍用戶將繼續經歷增長，但按環比基準，與上一季度的季度平均月活躍用戶相比，其可能保持相對平穩或甚至下降，主要歸因於季節性以及外部環境及市場狀況的影響。我們將繼續加強我們的變現模式，以確保我們的整體業務增長，且我們認為2022年第一季度的季度平均月活躍用戶數的環比波動將不會影響我們的盈利途徑。同時，我們將繼續提高每名月活躍用戶的變現效果及效率。根據灼識諮詢的資料，用戶群呈增長趨勢的公司在每月或每季度錄得平均月活躍用戶波動實屬常見，而該等公司的月活躍用戶的整體趨勢並未受到該等個別季度波動的的重大影響。進一步詳情請參閱「業務－變現模式」。

於往績記錄期，我們一直在各收入渠道中加強以內容為中心變現。例如，我們的內容商業化解決方案於2020年初正式推出。根據灼識諮詢的資料，儘管運營歷史相對較短，但我們的內容商業化解決方案已被證明是一種對商戶及品牌而言非常有效的營銷方式，其整體點擊率是市場上傳統廣告的數倍。此外，我們的內容商業化解決方案收入於2021年同比增長約五倍。根據灼識諮詢調查，我們的大多數客戶認為內容商業化解決方案是有效的營銷解決方案，因此，商戶及品牌願意在內容商業化解決方案上花費更多，以建立品牌的累計內容庫。我們將繼續發展我們的內容商業化解決方案，並加強其他的以內容為中心變現。

隨著我們繼續發展變現渠道，我們的每名月活躍用戶收入由2019年的人民幣14.0元增加至2021年的人民幣30.9元，複合年增長率為48.6%或增幅達人民幣16.9元。我們將繼續以具成本效益的方式培育我們的內容生態系統並擴大我們的用戶群，以吸引更多的用戶、內容創作者、商戶及品牌加入我們的社區，並進一步提升我們的以內容為中心變現，以進一步增加我們的每名月活躍用戶收入。

我們已採取多種方式培育我們的內容生態系統，例如對內容作持續投資、激勵內容創作，以及戰略性地開展銷售和營銷活動以擴大我們的用戶群。內容成本（我們為獲取專享內容及激勵內容創作而產生）以及銷售及營銷開支（我們為提升品牌形象及擴大用戶群而產生）的增加反映了我們培養全面內容生態系統及充滿活力的用戶群、提升知乎社區內的內容創作合作以及支持內容商業解決方案等新變現渠道發展的戰略性決策。於2019年、2020年及2021年，我們每名月活躍用戶的內容成本分別為人民幣1.6元、人民幣3.0元及人民幣7.8元，而每名月活躍用戶的銷售及營銷開支分別為人民幣16.0元、人民幣10.7元及人民幣17.0元。於往績記錄期，我們按每名月活躍用戶基準計的內容成本以及銷售及營銷開支有增加趨勢，尤其反映了行業多變的競爭格局，且按每名月活躍用戶基準計，我們已實現收入增長，而且按每名月活躍用戶基準計的收入增長率高於按每名月活躍用戶基準計的內容成本以及銷售及營銷開支，這對我們的財務表現產生了波動的邊際利潤貢獻。此外，我們通過多種方式積極管理內容成本，包括動態監控及調整商業內容創作者的激勵機制以及獲取內容的預算分配。

我們的經調整淨虧損率（非公認會計準則財務計量）由2020年的25.0%增加至2021年的25.4%，主要由於毛利率下降以及銷售及營銷開支上升，以通過全渠道營銷活動、情境導向的促銷活動及營銷人員參與進一步鞏固我們的品牌形象，部分被加強對其他營運開支的控制所抵銷。開支對我們擴建基礎設施以籌備下階段的強勁增長乃屬必要。我們按每名月活躍用戶計的內容成本以及銷售及營銷開支可能在不久的將來繼續增加，並相信我們的整體盈利能力可通過我們在按每名月活躍用戶的基礎上取得較高收入增長的投入（與按每名月活躍用戶基準計的成本及開支相比）實現。我們將繼續管理激勵內容創作的內容成本與業務增長保持一致，追求有效的用戶獲取策略以受益於知乎上的用戶原創內容及專業用戶原創內容，並監測品牌的銷售及營銷開支，以鞏固我們的成就並步入下一個發展階段。隨著我們繼續對我們的算法、內容和營銷進行投入以留住用戶，我們可能會繼續產生虧損，以及我們的盈利途徑可能不會實現。

總而言之，我們戰略性地產生經營成本及開支使得我們的品牌形象及業務規模得到進一步提升。知乎為領先的在線內容社區。董事認為我們的變現策略及向內容創作者提供的獎勵，以及針對商戶和品牌需求量身定制的內容商業化解決方案中的內容將不大可能對知乎內容的質量或真實性造成任何重大不利影響。截至2021年12月31日，知乎社區已積累4.9億則內容，涵蓋超過1,000個垂直領域及180萬個細分話題，以及我們的內容創作者累計達55百萬人。2021年第四季度，知乎的平均移動端月活躍用戶達99.6百萬人，平均每月瀏覽人次為5億，及平均月度互動達3.9億次。我們的收入由2019年的人民幣670.5百萬元增加至2020年的人民幣14億元，並進一步增加至2021年的人民幣30億元（464.4百萬元），自2019年以來的複合年增長率為110.1%。基於上

文所述，董事認為(i)本公司追求盈利(包括擴大業務規模、增強變現能力及提升財務表現)的戰略是有效的，(ii)倘本公司的月活躍用戶數目增加，則其廣告收入可能會增加，及(iii)倘本公司的訂閱會員數目增加，則其付費會員收入將會增加，且聯席保薦人並無注意到任何合理原因導致其不同意董事觀點的事項。

無重大不利變動

董事經進行其認為適當的充分盡職調查及審慎周詳考慮後確認，自2021年12月31日(即本招股章程附錄一所載會計師報告所呈報期間的截止日期)起直至本招股章程之日，本集團的財務或貿易狀況或前景並無出現任何重大不利變動。

新型冠狀病毒疫情對營運及財務業績的影響

新型冠狀病毒疫情(連同Omicron等新型冠狀病毒新變種的任何爆發)已經，並可能會繼續對本集團的營運及財務業績構成不利影響。舉例而言，受新型冠狀病毒疫情影響，部分商家及品牌於2020年上半年減少廣告支出。不僅如此，新型冠狀病毒疫情爆發亦導致本集團推遲正式推出內容商業化解決方案。受新型冠狀病毒疫情影響，中國許多常規或預定於2020年舉辦的線下營銷活動被迫取消或延期，導致本集團的銷售及營銷開支有所減少。

新型冠狀病毒疫情將如何繼續影響本集團的營運及財務業績取決於極不明朗且無法預測的未來發展。請參閱「風險因素－與本集團業務及行業相關的風險－我們面臨有關天災、流行病及其他疫情爆發的風險，該等風險或會嚴重擾亂本集團業務」。

近期監管發展

近年來，已發佈或頒佈多項法律法規及草案辦法，以對(其中包括)互聯網及傳媒、教育、醫療保健及房地產行業進行規管。由於該等為新頒佈的法律法規，其執行情況及詮釋存在不確定性，而該等草案辦法則未有明確的立法時間表或頒佈程序。因此，該等與本集團業務及營運相關的近期監管發展，是否會及如何影響本集團的業務營運仍存在重大不確定性。請參閱「法規」。

有關網絡安全及數據隱私的監管發展

於2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室（「網信辦」）及若干其他中國政府部門聯合頒佈《網絡安全審查辦法》，並已於2022年2月15日起生效。於2021年11月14日，網信辦發佈《網絡數據安全管理條例（徵求意見稿）》（「數據安全條例草案」）徵求公眾意見。有關詳情，請參閱「法規－有關信息安全的法規」。

我們的董事及我們的中國法律顧問認為，《網絡安全審查辦法》及數據安全條例草案若以現行形式實施，將不會對我們的業務運營或建議上市產生任何重大不利影響，原因是(i)如「業務－用戶隱私及數據安全」一節所披露，我們已採取全面措施確保用戶隱私及數據安全，並遵守適用網絡安全及數據隱私法律及法規；(ii)截至最後實際可行日期，我們並無受到任何與網絡安全或數據隱私有關的重大調查、詢問或制裁，亦沒有受到網信辦、中國證監會或任何其他相關政府機構的任何網絡安全審查；(iii)在往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們沒有因不遵從網絡安全或數據隱私法律或法規而受到任何重大罰款或其他重大處罰；(iv)如我們的中國法律顧問所告知，根據《網絡安全審查辦法》第十條所列的因素，我們在往績記錄期及直至最後實際可行日期並無參與任何可能導致國家安全風險的活動；(v)據中國法顧問所告知並受限於《網絡安全審查辦法》的任何進一步官方指引及實施規定，《網絡安全審查辦法》第七條規定，掌握超過1百萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須進行網絡安全審查；以及(vi)我們將密切監控及評估有關網絡安全及數據隱私法律的其他監管發展，包括網絡安全審查的發展，並遵從最新的監管要求。雖然關鍵信息基礎設施運營者的範圍以及影響或可能影響國家安全的網絡產品或服務或數據處理活動的範圍仍不明確，須受有關政府部門的詮釋規限，且我們無法排除未來新規或新法對我們施加額外要求的可能性，我們一直密切關注適用法規的更新，根據《網絡安全審查辦法》第十條所載因素，我們及中國法律顧問的上述觀點認為我們並無參與任何可能導致國家安全風險的活動，觀點依據如下：於往績記錄期及截至最後實際可行日期，(i)我們已實施全面的數據收集、儲存及保護程序；(ii)我們並無發生任何數據外洩露，或違反數據保護及隱

私法律法規而對我們的業務經營造成重大不利影響的事件；(iii)我們並無遭受來自網信辦、中國證監會或任何其他相關政府部門與網絡安全或數據隱私或任何網絡安全審查有關的任何重大調查、問詢或制裁；(iv)我們並無獲任何部門告知被列為一名關鍵信息基礎設施運營者；及(v)建議上市完成後，我們將繼續受周先生控制，而非受任何外國政府控制。

有關境外上市的監管發展

於2021年12月24日，中國證監會發佈《國務院關於境內企業境外發行證券和上市的管理規定(草案徵求意見稿)》(「《境外上市規定草案》」)以及《境內企業境外發行證券和上市備案管理辦法(徵求意見稿)》(「《備案辦法草案》」)，徵求公眾意見至2022年1月23日止。詳情請參閱「法規一併購規定及海外上市」。由於《境外上市規定草案》及《備案辦法草案》於截至本招股章程日期尚未發佈，我們的中國法律顧問認為，本公司目前毋須向中國證監會辦理任何備案手續或獲其批准。董事及中國法律顧問認為，假設《境外上市規定草案》及《備案辦法草案》以其現時形式採納，只要我們一直遵守所有相關法律要求、採取一切必要措施及根據《境外上市規定草案》及《備案辦法草案》提交所有相關材料，就全球發售取得中國證監會批准及向其完成備案程序並無任何重大法律障礙。此意見乃基於儘管《境外上市規定草案》及《備案辦法草案》(以其現時形式採納)的實施將由中國證監會酌情決定及詮釋，但我們及我們的中國法律顧問並不知悉《境外上市規定草案》第7條規定禁止境內公司進行境外上市的任何情況適用於我們。此外，董事及中國法律顧問認為，我們將可遵守所有相關法律要求、採取一切必要措施及根據《境外上市規定草案》及《備案辦法草案》提交所有相關材料。

有關算法推薦的監管發展情況

中國政府已採取措施限制互聯網公司在使用算法時可能應用的方法及方式。例如，於2021年9月17日，網信辦聯同其他八個政府部門聯合頒佈了《關於加強互聯網信息服務算法綜合治理的指導意見》，規定由相關監管機構對算法的數據使用、應用場景及影響效果開展日常監測，相關監管機構應當對算法開展安全評估。此外，於2021年12月31日，網信辦、工信部、公安部、市場監管總局發佈《互聯網信息服務算法推

薦管理規定》，並已於2022年3月1日起生效，當中規定，算法推薦服務提供者應當以顯著方式告知用戶其提供算法推薦服務的情況，並以適當方式公示算法推薦服務的基本原理、目的意圖及主要運行機制。有關詳情，請參閱「法規－有關互聯網隱私的法規」。

於最後實際可行日期，我們的現有內容營運方式在所有重大方面符合算法推薦規定。我們將繼續採取必要措施符合《互聯網信息服務算法推薦管理規定》及其他相關規則所載的相關合規要求，且預計在此方面不會有任何重大障礙。我們將密切注視監管發展情況，並不時調整我們的業務營運，以遵守有關算法推薦的法規。鑒於上文所述，我們的董事及中國法律顧問認為，包括近期監管情況在內的算法推薦法規將不會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。基於上文所述，經與本公司管理層及中國法律顧問就上述近期監管發展情況進行討論，聯席保薦人並無注意到任何事宜而令彼等不贊同董事及中國法律顧問的意見。

有關反壟斷法的監管發展情況

於2021年10月23日，全國人大常委會發佈《反壟斷法（修正草案）》以公開徵求意見，直至2021年11月21日，其規定（其中包括）經營者不得濫用數據、算法、技術、資本優勢及平台規則以排除或限制競爭。該草案規定相關政府部門加強審查金融、媒體、科技等領域的經營者集中情況，並提高有關經營者集中違規情況的罰則。有關詳情，請參閱「法規－有關不正當競爭及反壟斷的法規」。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無在業務營運中採取任何壟斷行為，亦無訂立任何壟斷協議。此外，我們並無因反壟斷活動而被處以任何處罰、監管行動或調查。鑒於上文所述，我們的董事及中國法律顧問認為，包括近期監管情況在內的反壟斷法規將不會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。基於上文所述，經與本公司管理層及中國法律顧問就上述近期監管發展情況進行討論，聯席保薦人並無注意到任何事宜而令彼等不贊同董事及中國法律顧問的意見。

廣告監管合規

與廣告相關的法律法規要求(其中包括)廣告主在發佈與醫療、藥品、醫療器械、農藥、獸藥及保健食品等領域相關的廣告之前,須獲得負責廣告審查的部門的批准,並列明不得載於上述類別廣告的內容。對於我們平台上構成該等類別廣告的內容,我們已成立並維持一支審查團隊,並實施嚴格的政策以遵守監管要求,包括為每個相關行業制定詳細的審查程序、要求交易對手方提交正式取得的廣告審查部門批准,並承諾該批准的真實性、通過廣告審查部門的網站核實該批准的真實性,以及將廣告內容嚴格限制在所批准的範圍內。倘該等內容違反相關法律法規,我們會立即採取措施將其移除。於往績記錄期,我們一直遵守規管上述行業廣告內容的法律及法規,且我們平台上構成廣告的內容並不集中於上述行業。我們將持續密切監察及跟進我們日常營運中與廣告有關的監管發展。

未來股息

本公司為一間根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。因此,未來是否派付任何股息及其金額亦將取決於可否從本集團附屬公司獲派股息而定。中國法律規定僅可從根據中國會計準則計算得出的年度利潤中派付股息,而該等準則與其他司法管轄區的公認會計準則(包括美國公認會計準則)在許多方面有所不同。中國法律亦規定外商投資企業須至少提取稅後利潤的10%作為法定公積金,直至法定公積金累計金額達到該等企業註冊資本的50%或以上(如有),以為其法定公積金撥資,而該等公積金不可作為現金股息分派。

於往績記錄期,本集團並無派付或宣派任何股息。我們目前並無預設任何派息比率。根據開曼群島法律,開曼群島公司可能從利潤或股份溢價賬中派付股息,倘股息分派會導致公司無法在一般業務過程中償還到期債務,則在任何情況下均不得分派股息。

全球發售

本招股章程乃就作為全球發售一部分的香港公開發售而刊發。全球發售包含：

- (i) 香港公開發售，按「全球發售的架構－香港公開發售」所述在香港初步提呈的2,600,000股銷售股份（可予重新分配）；及
- (ii) 國際配售，根據向美國證監會提交並於2022年4月8日生效的F-3表格的儲架註冊登記聲明、日期為2022年4月8日的初步招股章程補充文件，以及將於2022年4月14日或前後向美國證監會提交的最終招股章程補充文件（包括以提述方式納入其中的文件），初步合共提呈的23,400,000股銷售股份（可予重新分配及視乎超額配股權行使與否而定）。

假設超額配股權未獲行使，以上發售股份將佔緊隨全球發售完成後本公司已發行股本約8.2%。倘若超額配股權獲悉數行使，且並無根據股份激勵計劃再發行任何股份，則緊隨全球發售完成後，發售股份將佔本公司已發行股本約9.4%。

發售統計數據

	按指示性發售價 <u>51.80港元計算</u>
股份市值 ⁽¹⁾	164.1億港元
未經審計備考經調整每股有形資產淨值 ⁽²⁾	26.77港元 (人民幣21.87元)

附註：

- (1) 市值計算乃按預計將於緊隨全球發售完成後已發行316,744,432股股份的假設而釐定。

經參考：(i)我們於截至2021年12月31日止年度的收入（即約人民幣2,959.3百萬元）超過10億港元；及(ii)我們預計上市當時的市值（按指示性公開發售價計算）超出上述所示的100億港元，我們信納根據上市規則第8A.06(2)條及第8.05(3)條項下的市值／收入測試。

- (2) 有關股東應佔未經審計備考經調整每股有形資產淨值的計算方式，請參閱附錄二「未經審計備考財務資料」。

上市規則第13.46(2)條

上市規則第13.46(2)條規定，海外發行人須於年度報告的財政年度結束後四個月內送交年度報告或財務摘要報告。由於(i)本公司已於本招股章程就截至2021年12月31日止年度的年報載入上市規則附錄十六所規定的財務資料；(ii)本公司不會違反組織章程文件或開曼群島法律法規或有關其發佈及分發年度報告及賬目的責任的其他監管規定；(iii)本公司已於本招股章程載入一項聲明，內容有關其是否遵守上市規則附錄十四企業管治守則的規定，倘並未遵守，則須說明偏離所考慮的理由及解釋如何以嚴格遵守企業管治守則守則條文以外的方式實現良好企業管治；就第13.46(2)條而言，本公司將不會單獨編製及寄送截至2021年12月31日止年度的年度報告予其股東。此外，本公司將於2022年4月30日前發出公告，表示就第13.46(2)條而言，其將不會單獨編製及寄送截至2021年12月31日止年度的年度報告予其股東，而相關財務資料已載於本招股章程。本公司仍將遵守上市規則第13.91(5)條。

上市開支

按指示性發售價51.8港元計算，就全球發售估計應付的上市相關開支總額約為人民幣87.2百萬元，包括法律顧問及申報會計師費用人民幣35.4百萬元、與包銷無關的其他費用人民幣18.7百萬元及就全球發售項下提呈發售發售股份應付包銷商的包銷佣金及交易費用(包括證監會交易徵費、財匯局交易徵費以及聯交所交易費用)人民幣33.1百萬元。就全球發售項下提呈發售的發售股份應付包銷商的包銷佣金及交易費用(包括證監會交易徵費、財匯局交易徵費以及聯交所交易費用)人民幣33.1百萬元及餘下25%上市相關開支人民幣13.5百萬元將會由售股股東承擔，而餘下75%上市相關開支人民幣40.6百萬元將會由本公司根據包銷協議項下的條款承擔。上市開支約人民幣2.0百萬元將會計入2021年12月31日前的合併經營狀況及全面虧損表，而我們預計上市開支約人民幣38.6百萬元將於全球發售完成後計入合併經營狀況及全面虧損表。

所得款項用途

我們不會從全球發售獲得任何所得款項淨額。售股股東將獲得全球發售的所有所得款項淨額。