
概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的總覽。由於此乃概要，並不包含閣下可能認為重要的所有資料。此外，投資存在風險。部分與投資於發售股份相關的特定風險載於「風險因素」。閣下在決定投資於發售股份前，應仔細閱讀整份文件。

概覽

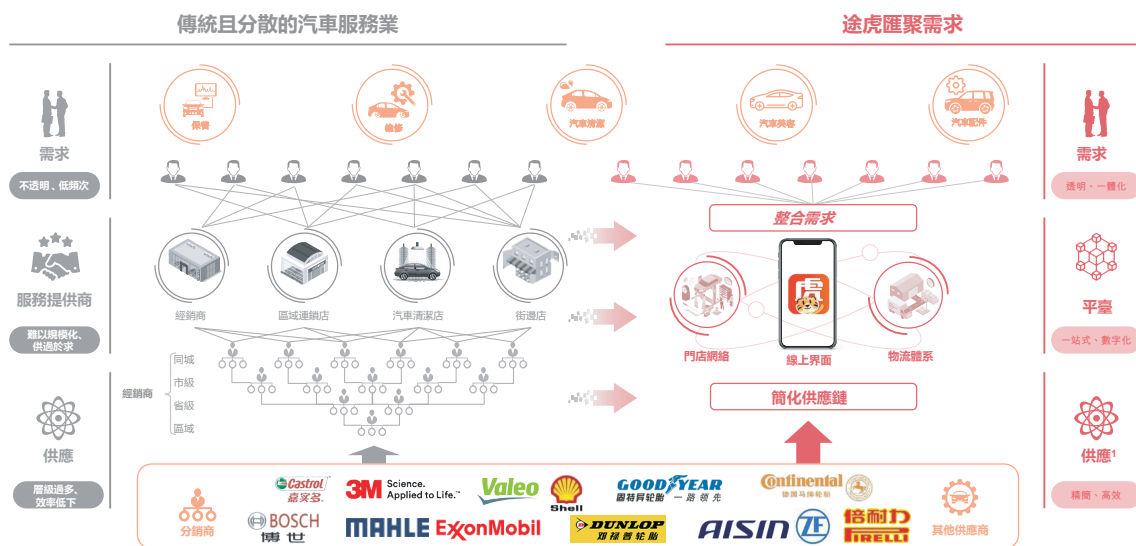
關於我們

我們是中國領先的線上線下一體化汽車服務平臺之一。截至2023年3月31日，我們的旗艦應用程序「途虎養車」和線上界面擁有100.2百萬名註冊用戶。截至2023年3月31日止最近十二個月，我們擁有17.1百萬名交易用戶，較截至2022年3月31日止同期的15.5百萬名增加9.9%。根據灼識諮詢報告，截至2023年3月31日止三個月，我們的平均月活躍用戶達到10.2百萬名，我們的平臺成為中國汽車服務供應商聚集的最大車主社區。我們的服務網絡不斷擴張，在全國擁有超過4,700家途虎工場店和超過19,000家合作門店，覆蓋大部分地級市。

我們有三種不同類型的門店，包括我們的自營途虎工場店、加盟途虎工場店和第三方合作門店。加盟途虎工場店採用與自營途虎工場店相同的標準及我們的專有技術系統運營。我們在中國各地亦有大量的合作門店，其主要向通過我們的線上界面下達訂單的客戶提供安裝服務，作為途虎工場店的補充。根據灼識諮詢報告，就所運營汽車服務門店數目及品牌認知度而言，途虎為中國領先的獨立汽車服務品牌。

我們的平臺服務在中國銷售的大多數乘用車車型，滿足從輪胎和底盤零部件更換到汽車保養、維修、汽車美容等汽車服務需求。

概 要



附註：

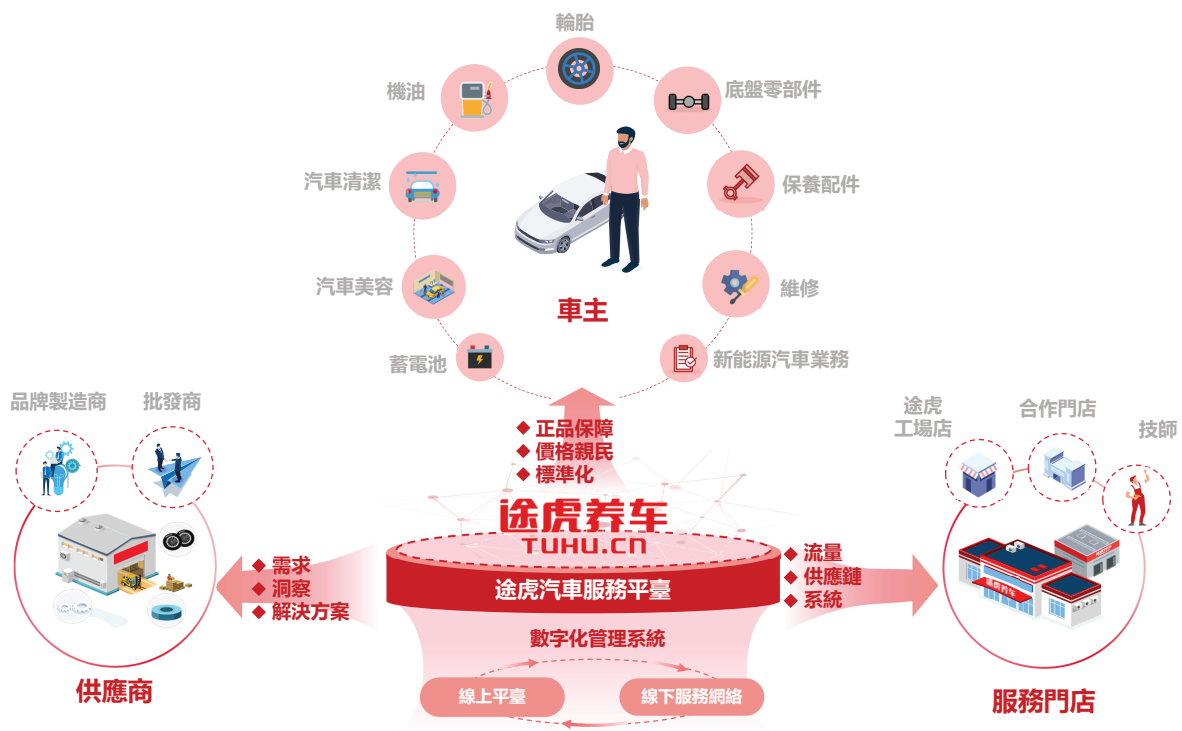
- (1) 公司商標為已與途虎訂立合約關係的第三方汽車零配件供應商。途虎平臺上的汽車零配件供應商包括各類汽車零配件及設備的品牌製造商及批發商。請參閱「業務 — 我們的供應鏈能力 — 我們的供應商」。

我們的目標是在我們的平臺上向客戶提供正品汽車產品、優質的服務及有吸引力的價格。從商品採購、庫存管理、履約管理到服務供應，我們專門打造的數字化行業解決方案可優化整個供應和服務鏈的每一個關鍵環節，使客戶對我們平臺產生高忠誠度。於2022年3月，我們的復購率為62.3%。

概 要

我們的汽車服務平臺

自成立以來，我們一直致力於解決中國汽車服務業面臨的關鍵痛點，包括差強人意的客戶體驗、複雜的供應鏈及低效的履約流程。我們最初是一個純粹的線上零售平臺，為客戶提供多種價格透明的正品汽車產品，隨著時間的推移，我們逐步建立了一個由管理良好的門店和技師組成的線下網絡，以提供高品質和標準化的店內服務。同時我們還直接與汽車零配件供應商合作，通過我們強大的供應鏈和覆蓋全國的物流體系，高效提供價格實惠的正品產品。我們已打造出一個包括車主、供應商、服務門店和其他參與者在內的汽車服務平臺：



- **車主**：我們服務於數量龐大且快速增長的車主群體的多樣化和不斷變化的需求，他們可通過線上界面或線下服務網絡找到我們。
- **供應商**：我們平臺上的汽車零配件供應商包括各種汽車零配件和設備的品牌製造商和批發商。我們盡可能直接向品牌製造商採購商品，並與其他多樣化的供應渠道合作，以確保我們供應鏈的全面性和可靠性。截至2023年3月31日，我們與合共逾3,000家供應商合作。
- **服務門店**：服務門店是我們終端客戶的線下觸達點，處於用戶交互度的第一線。我們在中國全國範圍內建立了廣泛的服務門店網絡，並遵循雙贏的理念管理我們

概 要

的門店網絡。我們努力通過提供各種解決方案來滿足門店的需求，提高其表現和效率。

- **途虎工場店：**截至2023年3月31日，我們的途虎工場店網絡包括160家自營門店和4,610家加盟途虎工場店（由2,298名加盟商管理）。所有的途虎工場店均經過策略性選址並冠以我們的途虎品牌，作為我們服務門店網絡的核心，代表了我們優質的服務。加盟途虎工場店是我們的戰略重點，使我們能夠通過輕資產模式高效地擴張。我們的大部分產品及服務收入均通過途虎工場店產生。
- **合作門店：**我們還有大量的合作門店為我們平臺上銷售的產品提供安裝和保養服務。合作門店作為我們工場店的補充，能夠擴大我們的地域覆蓋面，同時積累客戶洞察，進一步提高我們整個供應鏈的效率。截至2023年3月31日，我們在中國各地擁有19,624家合作門店。
- **其他參與者：**我們的平臺連接許多對我們的行業至關重要的其他參與者。例如，技師在我們努力為客戶提供高品質的汽車服務的過程中發揮了關鍵作用。利用我們的技師支持和管理系統，我們可通過藍虎系統提供線上培訓及實時線上指導，提高技師的作業效率。我們亦通過我們為連接第三方汽車零配件供應商與汽車服務供應商（包括我們門店網絡內和門店網絡外的門店）而建立的汽車零配件交易平臺——汽配龍提供汽車零配件交易服務及補充庫存。我們的平臺具有高度可擴展性，且隨著規模的擴大，我們積極關注最新的行業和技術趨勢，吸引更多的參與者加入我們的平臺。舉例而言，我們預見到新能源汽車可持續發展且日益普及的趨勢，正積極探索與新能源汽車品牌在汽車服務領域的合作機會。

我們的產品和服務品類

我們為車主提供的產品和服務包括輪胎和底盤零部件、汽車保養、汽車維修、汽車美容、汽車配件以及其他相關的安裝服務。我們還為平臺中的所有參與者提供廣告、加盟及其他服務，包括廣告服務和針對不同業務的SaaS解決方案。

為車主提供的產品和服務

我們為客戶提供多樣化且不斷擴展的產品和服務，包括輪胎和底盤零部件、汽車保養、汽車維修、汽車美容和汽車配件。截至2023年3月31日，通過我們的平臺，我們的客戶可於

概 要

286個汽車品牌中選擇逾66,000款車型的汽車產品，包括我們的自有品牌和專供品牌。截至2023年3月31日，我們推出了51個自有品牌並於過去十二月個月通過我們的平臺交易了7,429個SKU，以及推出了54個專供品牌並於過去十二個月通過我們的平臺交易了2,239個SKU，涵蓋輪胎和底盤零部件、汽車保養產品等。

汽配龍

我們打造汽配龍以更好地服務客戶多樣、長尾汽車產品需求，尤其是直接到店客戶產生的需求。截至2023年3月31日，汽配龍主要利用我們廣泛分佈於57個城市的FDC及現有供應商，同時接觸逾2,200家汽車零配件供應商(分銷通常與維修相關的低頻汽車產品)。與致力於直接服務個人客戶的線上界面不同，汽配龍是我們為滿足我們門店網絡內外汽車服務門店之採購需求而建立的一個汽車零配件交易平臺。我們通過汽配龍提供兩類服務，即即時採購服務及撮合服務。

為平臺參與者提供的廣告、加盟及其他服務

憑藉我們建立的平臺和對汽車服務業的深入理解，我們推出了一系列廣告、加盟及其他服務，旨在滿足平臺參與者的綜合需求。

為了吸引新客戶並增強客戶黏性，我們正在積極探索新的機會，以滿足車主不斷變化的需求。例如，我們為客戶提供二手車交易服務。此外，我們還與中石油、中石化等多家加油站運營商合作，為客戶提供加油代金券。

有關我們產品和服務品類的詳情，請參閱「業務 — 我們的產品和服務品類」。

我們在新能源汽車相關方面所作的努力

新興的新能源汽車市場代表著汽車服務需求的變化，對我們來說是一個巨大的潛在市場。我們一直在積極探索新能源汽車相關的商業機會。除我們目前為燃油汽車提供的汽車服務外，我們正探索更適合新能源汽車的產品和服務，包括新能源汽車銷售及售後服務、電池及充電樁維修保養服務。利用我們在全國廣泛的服務網絡，我們正在探索與新能源汽車品牌合作，幫助他們進行車輛銷售和售後服務。例如，我們已與領先的新能源汽車品牌

概 要

(如零跑汽車及北汽極狐)建立業務合作，為新能源汽車車主提供汽車服務，並將持續探索進一步合作機會。我們亦與幾家主流新能源汽車電池製造商和電池解決方案提供商建立合作關係，其委託我們為其客戶提供電池相關服務，如電池容量測試和檢修、電池回收以及電氣系統更換。於2022年，我們已完成約20,000筆電池及充電樁維修保養服務訂單。有關新能源汽車創新業務的詳情，請參閱「業務 — 我們的產品和服務品類 — 新能源汽車創新業務」。

我們的技術能力

我們認為數據洞察和技術能力是我們的關鍵優勢。我們致力於通過技術創新、高效的運營管理體系和數據洞察，革新汽車服務的規劃、管理和提供方式。我們的團隊目前擁有超過800名研發人員，由各自領域的專家領導，包括數據分析、行業數字化解決方案和智能門店管理等領域。憑藉強大的內部研發能力和行業洞察力，我們為中國汽車服務業開發出一整套量身定制的專有技術。

我們已圍繞汽車服務產業鏈，開發出一套汽車服務技術支持系統，涵蓋零部件匹配大數據平臺、倉儲管理系統、運輸管理系統、訂單管理系統、門店管理系統、技師支持和系統等。根據灼識諮詢報告，截至2023年3月31日，我們擁有中國最大且最準確的汽車零配件數據庫，涵蓋286個品牌，超過66,000款車型，匹配準確度高達99.99%。根據灼識諮詢報告，以日活躍用戶數計，我們專有的門店和技師管理系統 — 藍虎在中國排名第一。

在面向客戶方面，我們自主開發的商業智能系統利用我們的行業知識，通過我們的線上界面提供豐富的汽車零配件SKU選擇以及數據驅動型服務和門店推薦。在線下服務過程中，我們的移動應用程序可提供互動式、便捷的體驗，讓客戶能夠在檢查後查看即時分析報告，並可對服務過程進行實時視頻監控。

我們的履約基礎設施

靈活且完善的履約基礎設施是我們平臺成功的關鍵。我們已構建一個自營基礎設施和第三方服務提供商相結合的全國性倉儲物流體系。截至2023年3月31日，我們共運營39個區域配送中心(即RDC)和267個前端配送中心(即FDC)。截至2023年3月31日，我們的物流解決方案覆蓋中國300多個城市，截至2023年3月31日止三個月，我們的RDC平均每月分別支持接收及運送2.7百萬條輪胎及13.1百萬件其他汽車零配件。

概 要

客戶和供應商

於往績記錄期間，我們的客戶主要包括高度分散的個人車主客戶群。於往績記錄期間各年度的前五大客戶分別佔我們截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止各年度以及截至2023年3月31日止三個月總收入的2.7%、2.8%、1.9%、1.3%及1.5%，而我們的最大客戶分別佔我們截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止各年度以及截至2023年3月31日止三個月總收入的1.8%、1.9%、1.0%、0.6%及0.6%。

我們平臺的汽車零配件供應商包括各種汽車零配件和設備的品牌製造商及批發商。我們的前五大供應商均為獨立第三方。我們於往績記錄期間各年度向我們前五大供應商作出的採購額分別佔我們截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止各年度以及截至2023年3月31日止三個月採購總額的31.6%、37.0%、36.8%、36.6%及38.0%，而我們向我們最大供應商作出的採購額分別佔我們截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日止各年度以及截至2023年3月31日止三個月採購總額的12.6%、14.1%、14.2%、13.8%及11.9%。

市場機會及競爭格局

根據灼識諮詢報告，於2022年，中國汽車服務市場(包含汽車維修及保養、汽車清潔及汽車美容以及需安裝配件)規模已達人民幣1.2萬億元，預期自2023年至2027年將以9.0%的複合年增長率增長，於2027年達到人民幣1.9萬億元。中國汽車服務市場的穩步增長和抗週期能力得益於多個因素，包括中國汽車保有量持續增長、行駛里程不斷增加和車齡日漸增長。

中國的車主高度依賴各類汽車服務門店提供的DIFM服務。DIY市場僅佔中國汽車服務市場不到5%的份額。中國的汽車服務由獲授權經銷商或IAM提供。獲授權經銷商是獲得汽車整車廠(即OEM)授權的門店。IAM門店獨立於獲授權經銷系統。根據灼識諮詢報告，於2022年，獲授權經銷商門店約佔整個汽車服務市場的53.6%(按GMV計)。然而，隨著車齡日漸增長以及越來越多乘用車的保修期到期或即將到期，客戶逐漸開始轉向IAM門店。因此，IAM門店的增長預計將超過獲授權經銷商，到2027年將佔汽車服務市場的58.1%。

中國汽車服務市場高度分散。於2022年，全國獲授權經銷商門店約為34,000家，IAM門店約為862,000家。中國汽車服務市場一直面臨的關鍵痛點包括差強人意的客戶體驗、複雜的供應鏈及低效的履約流程。

概 要

作為中國領先的線上線下一體化汽車服務平臺，我們創新地將技術解決方案和線上線下一體化模式融入其中。憑藉廣受認可的品牌、龐大的客戶群、豐富且正品保障的產品供應、標準化的服務和強大的數字化能力，我們已經取得了初步的成功，並相信我們在中國汽車服務市場中佔據有利地位，能夠把握巨大的潛在市場和增長機會。截至2023年3月31日，我們的門店數量在中國所有汽車服務供應商中排名第一。我們2022年的汽車服務年收入在中國IAM門店和中國所有汽車服務供應商中亦分別排名第一和第三。

與獲授權經銷商和其他IAM門店相比，我們的競爭優勢主要包括：(i)我們為客戶及平臺參與者提供的廣泛的產品和服務；(ii)我們創新的線上線下一體化商業模式，擁有強大的供應鏈、全國性的履約基礎設施和對門店運營強而有力的控制；及(iii)我們的技術能力可以改善客戶體驗並將整個運營過程的每個步驟數字化。有關詳情請參閱「業務 — 我們的競爭優勢」。

我們的競爭優勢

我們認為，以下優勢有助於我們取得成功，使我們能夠從眾多競爭對手當中脫穎而出。

- 中國最大的獨立汽車服務平臺，服務範圍廣泛
- 值得信賴的品牌，擁有極高的客戶忠誠度
- 數字化行業解決方案，可實現卓越的運營效率
- 品牌和供應商合作的不二之選
- 高效及可擴展的門店網絡，確保標準化服務和快速擴張
- 我們創新的汽車服務平臺帶來顯著的飛輪效應和高競爭壁壘
- 富有遠見且擁有深厚技術背景的管理團隊

我們的策略

為了實現我們的願景，我們將著眼於以下主要增長策略：

- 擴大平臺規模

概 要

- 進一步改善履約能力
- 繼續投資技術
- 進一步擴大我們的汽車服務範圍，以滿足多樣化的客戶需求
- 與更多的汽車零配件供應商合作，進一步打造自控品牌
- 與新能源汽車品牌合作，為新能源汽車市場提供專門服務

不同投票權架構及不同投票權受益人

本公司計劃緊接全球發售完成前採納不同投票權架構。根據該架構，本公司股本將由A類股份及B類股份組成。於本公司股東大會提呈的任何決議案(有關保留事宜的決議案(每股股份具一票投票權)除外)，A類股份持有人享有每股一票投票權，而B類股份持有人享有每股十票投票權。

自成立以來，我們一直致力於解決中國汽車服務市場面臨的關鍵痛點。我們通過創新的線上線下一體化商業模式、全數字化的客戶服務體驗和行業解決方案、領先的運營規模以及專有運營汽車服務技術支持系統的開發和應用，從中脫穎而出。根據灼識諮詢報告，我們是中國最知名的獨立汽車服務品牌。

通過我們的線上界面及全國線下服務網絡，我們服務於中國銷售的大多數乘用車車型，滿足從輪胎和底盤零部件更換到汽車保養、維修、汽車美容等汽車服務需求。與高度依賴本地化服務需求的傳統線下汽車服務模式相比，通過將汽車服務需求引入一個平臺上，用戶交互度顯著提高。

我們的創新業務模式得益於我們快速擴大的門店網絡。根據灼識諮詢報告，截至2022年12月31日，按經營門店數量計，我們已建成中國最大的汽車服務門店網絡。我們的服務網絡不斷擴張，在全國擁有超過4,700家途虎工場店和超過19,000家合作門店，覆蓋大部分地級市。有關我們的產品和服務品類以及全國門店網絡的詳情，請參閱「業務」。

我們採用加盟業務模式，使我們能夠在保持服務質量和一致性的同時，迅速擴大規模。我們利用加盟商建立和運營加盟途虎工場店及通過為他們提供門店管理及信息系統、線上導流及全面供應鏈支持的方式為其賦能。所有途虎工場店均採用我們的專有ERP系統及數字

概 要

化工具包，以實現運營標準化及財務和交易管理。此外，我們專注於控制供應鏈、存貨、門店財務、運營及門店技師，以確保一致的服務質量及產品的正品保障。加盟途虎工場店的整個供應鏈已通過我們的專有履約基礎設施及汽配龍得以實現並可完全追蹤。基於我們的「同建共享」理念，我們已建立對加盟商友好的業務模式，實施一系列措施支持加盟商發展業務。根據灼識諮詢報告，我們為首家以該方式建立加盟模式的公司，且仍為獨立汽車服務平臺中唯一廣泛採取該方式的公司。

此外，我們利用技術的力量對汽車服務業進行改革，並在開發及採用全套專有汽車服務技術支持系統以改善運營成果方面，我們一直為先行者。我們自主開發的技術支持系統（包括我們的WMS、TMS、OMS及SMS）及實時預測算法驅動的供應鏈，支持我們供應鏈管理的數字化。根據灼識諮詢報告，我們擁有中國最大且最準確的汽車零配件數據庫，涵蓋286個品牌，超過66,000款車型，匹配準確度高達99.99%。我們亦開發藍虎技師支持及管理系統（以日活躍用戶數計，為中國最大的自主研發的門店及技師管理系統），以簡化門店管理流程及為技師提供培訓及遠程支持，確保服務質量。我們的數字化端對端行業解決方案涵蓋汽車服務價值鏈的所有方面，不僅提升我們自身的經營效率，也優化了汽車服務業的整體效率。

我們對平臺採取合理設計，以確保其從數以百萬計的交易以及與客戶、門店、技師和供應鏈合作夥伴的互動中學習，與時俱進。我們基於數據的模式打造一個良性循環，使我們的產品和服務品類更有競爭力，我們的平臺就會吸引更多客戶，這導致我們的平臺參與者有意願加入我們的平臺。實際上，這種創新的業務模式創造了一個通過我們的平臺產生價值推動我們取得成功的閉環，而我們當前於汽車服務業的領先地位使我們在同行中獲得了顯著優勢。有關我們的創新業務模式的更多詳情，請參閱「業務」。

根據灼識諮詢報告，按2022年的收入及截至2022年12月31日所運營汽車服務門店的數目計，我們為中國領先的線上線下一體化汽車服務平臺及中國最大的獨立汽車服務平臺之一。我們於2022年產生總收入人民幣115億元，佔市場份額的0.9%，且超過第二至第五大參與者累計汽車服務收入的總和。有關2022年所有汽車服務供應商按門店數目劃分的排名及按汽車服務收入劃分的IAM門店排名，請參閱「行業概覽 — 中國汽車服務市場的競爭格局」。

概 要

緊隨全球發售完成後，不同投票權受益人將為陳敏先生。陳敏先生將於12,284,487股A類股份(假設超額配股權及發售量調整權未獲行使以及並無根據股權激勵計劃發行股份，而倘發售量調整權獲悉數行使，則將有關A類股份數目調整至12,961,431股)及68,949,580股B類股份中擁有權益及控制權，就與保留事項以外事項有關的股東決議案而言，約佔我們已發行股份的投票權的48.98%(或倘發售量調整權獲悉數行使，則為48.79%)。有關進一步詳情，請參閱「股本 — 不同投票權架構」。

陳敏先生為我們的聯合創始人、董事會主席、首席執行官兼執行董事。陳敏先生對於本公司的成功是不可或缺的人物，對本公司業務的創立和發展肩負重大責任。他主要負責本集團的整體戰略規劃、業務方向和管理，並領導本公司制定我們的文化價值觀。陳敏先生自本公司成立以來一直領導本公司，並建立和發展了本公司的願景、使命和文化。陳敏先生作出本公司的所有關鍵管理決策，是本公司所有關鍵戰略發展和轉變背後的領導者。有關陳敏先生的履歷，請參閱「董事及高級管理層 — 董事 — 執行董事」。

本公司採納不同投票權架構，以使不同投票權受益人對本公司行使投票控制權，然而，不同投票權受益人並不持有本公司股本中的多數經濟利益。這將使本公司受益於不同投票權受益人的持續遠見及領導能力，並在其領導下實現長遠前景及戰略。

有意投資者務請留意投資不同投票權架構公司的潛在風險，尤其是不同投票權受益人的利益未必總與我們股東的整體利益一致，而不論其他股東如何投票，不同投票權受益人將對本公司事務及股東決議案的結果施加重大影響。有意投資者應經過審慎周詳的考慮後方作出投資本公司的決定。有關本公司所採納不同投票權架構相關風險的進一步資料，請參閱本招股章程「風險因素 — 與不同投票權架構有關的風險 — B類股份持有人或會對我們施加重大影響，未必會以我們獨立股東的最佳利益行事」一節。

概 要

風險因素

我們的運營和全球發售涉及若干風險和不確定性，其乃載於「風險因素」一節。閣下決定投資於我們的A類股份之前，應細閱該章節的全部內容。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們的業務及增長受中國汽車服務的客戶需求及支出變動的影響；
- 我們主要通過途虎工場店及合作門店向客戶提供汽車服務，且我們可能無法吸引或留住加盟商或合作門店運營商；
- 我們過往曾錄得虧損及經營活動負現金流量，日後或會繼續出現該情況；
- 我們的業務可能受到汽車技術(如新能源汽車、自動駕駛及共享出行等)進步的影響；
- 對我們品牌或聲譽的任何損害均可能對我們的業務、市場份額及經營業績造成重大不利影響；

控股股東

緊隨全球發售完成後，陳敏先生將通過Nholresi Investment Limited及Ilnewgnay Investment Limited於(i)12,284,487股A類股份；及(ii)68,949,580股B類股份中擁有權益及控制權，且陳敏先生將於我們已發行股份約10.00%中擁有權益，並將有權於股東大會上行使我們已發行股份約48.98%的投票權(但與保留事項有關的決議案除外，就此而言，每股股份享有一票投票權)。因此，陳敏先生、Ilnewgnay Investment Limited及Nholresi Investment Limited於上市後將共同構成本公司的一組控股股東。進一步詳情請參閱「與我們控股股東的關係」一節。

首次公開發售前投資者

我們自首次公開發售前投資者獲得多輪股權融資，以支持我們不斷擴大的業務運營。我們多樣化的首次公開發售前投資者包括(其中包括)騰訊實體、愉悅資本實體、紅杉中國、FountainVest實體，截至最後實際可行日期，彼等分別持有我們已發行及發行在外股份總數

概 要

的約19.68%、9.11%、7.67%及5.53%。截至最後實際可行日期，已動用首次公開發售前投資所得款項的約67%。請參閱本招股章程「歷史、重組及公司架構 — 首次公開發售前投資 — 有關首次公開發售前投資者的資料」一節。

歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的綜合財務資料的財務數據概要，其摘錄自附錄一所載會計師報告。下文載列的綜合財務數據概要應與本文件中的綜合財務報表(包括相關附註)一併閱讀。我們的綜合財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

節選綜合收益表項目

下表載列我們於所示年／期內的綜合損益表，包括各項目的絕對金額及所佔我們收入的百分比：

	截至12月31日止年度								截至3月31日止三個月			
	2019年		2020年		2021年		2022年		2022年		2023年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千元計，百分比數據除外)								(未經審計)			
收入	7,040,361	100.0	8,753,316	100.0	11,724,263	100.0	11,546,851	100.0	2,969,165	100.0	3,264,621	100.0
銷售成本	(6,516,954)	(92.6)	(7,673,294)	(87.7)	(9,853,961)	(84.0)	(9,276,669)	(80.3)	(2,436,293)	(82.1)	(2,474,837)	(75.8)
毛利	523,407	7.4	1,080,022	12.3	1,870,302	16.0	2,270,182	19.7	532,872	17.9	789,784	24.2
經營虧損	(1,135,130)	(16.1)	(912,866)	(10.4)	(1,313,879)	(11.2)	(763,920)	(6.6)	(260,676)	(8.8)	(2,510)	(0.1)
可轉換可贖回優先股公允價值變動	(1,933,597)	(27.4)	(2,992,664)	(34.2)	(4,441,164)	(37.9)	(1,339,273)	(11.7)	(342,022)	(11.6)	(297,954)	(9.1)
除稅前虧損	(3,417,976)	(48.5)	(3,903,615)	(44.6)	(5,809,979)	(49.6)	(2,107,649)	(18.3)	(604,487)	(20.4)	(277,062)	(8.5)
年／期內虧損	(3,428,278)	(48.7)	(3,928,209)	(44.9)	(5,844,801)	(49.9)	(2,138,315)	(18.5)	(609,724)	(20.5)	(278,532)	(8.5)
下列各方應佔：												
母公司擁有人	(3,428,278)	(48.7)	(3,928,209)	(44.9)	(5,840,577)	(49.8)	(2,136,173)	(18.5)	(608,888)	(20.5)	(278,151)	(8.5)
非控股權益	—	—	—	—	(4,224)	(0.1)	(2,142)	(0.0)	(836)	(0.0)	(381)	(0.0)

非國際財務報告準則計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用並非國際財務報告準則規定或非根據國際財務報告準則呈列的經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)及經調整淨利潤／虧損(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量指標。經調整EBITDA

概 要

(非國際財務報告準則計量)為不包括以下項目的年／期內虧損：所得稅開支、財務收入、融資成本、折舊及攤銷、股份支付開支以及可轉換可贖回優先股公允價值變動、購回可轉換可贖回優先股產生的虧損及上市開支。經調整淨利潤／虧損(非國際財務報告準則計量)為不包括以下項目的年／期內虧損：股份支付開支、可轉換可贖回優先股公允價值變動、購回可轉換可贖回優先股產生的虧損及上市開支。

於往績記錄期間，我們已作出以下調整：

- 股份支付開支主要指就2019年股權激勵計劃產生的非現金僱員福利開支。於任何特定期間的有關開支預期不會產生未來現金付款。
- 可轉換可贖回優先股公允價值變動主要指我們發行的可轉換可贖回優先股公允價值變動，並與我們的估值變動有關。我們預計在上市後不會錄得任何進一步的可轉換可贖回優先股公允價值變動，此乃由於該等優先股於上市後將自動轉換為普通股，故優先股負債將由負債重新指定並重新分類為權益。
- 購回可轉換可贖回優先股產生的虧損指由於若干投資者於2019年撤資而購回我們的可轉換可贖回優先股。該等開支預期不會產生未來現金付款。

概 要

下表載列所示年／期內經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）與根據國際財務報告準則計算及呈列的最直接可比財務計量的對賬（即年／期內虧損）：

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2019年	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元
	(以千元計)				(未經審計)	
年／期內虧損.....	(3,428,278)	(3,928,209)	(5,844,801)	(2,138,315)	(609,724)	(278,532)
經調整：						
所得稅開支.....	10,302	24,594	34,822	30,666	5,237	1,470
財務收入.....	(41,707)	(63,236)	(63,504)	(56,934)	(11,008)	(25,414)
融資成本.....	26,397	50,530	65,696	27,875	9,286	4,901
折舊及攤銷.....	199,316	238,966	304,517	363,776	87,283	88,311
股份支付開支.....	95,121	41,533	118,512	219,339	52,912	66,459
可轉換可贖回優先股 公允價值變動.....	1,933,597	2,992,664	4,441,164	1,339,273	342,022	297,954
購回可轉換可贖回優先股產生的 虧損.....	363,868	—	—	—	—	—
上市開支.....	—	—	21,170	27,774	8,190	4,968
經調整EBITDA（非國際財務 報告準則計量）.....	<u>(841,384)</u>	<u>(643,158)</u>	<u>(922,424)</u>	<u>(186,546)</u>	<u>(115,802)</u>	<u>160,117</u>

我們將股份支付開支、可轉換可贖回優先股公允價值變動、購回可轉換可贖回優先股產生的虧損及上市開支調整為淨虧損，以得出經調整淨利潤／虧損。基於上述相同原因，我們已對股份支付開支、可轉換可贖回優先股公允價值變動及購回可轉換可贖回優先股產生的虧損作出調整。

概 要

下表載列所示年／期內經調整淨利潤／虧損(非國際財務報告準則計量)與根據國際財務報告準則計算及呈列的最直接可比財務計量的對賬(即年／期內虧損)：

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2019年	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元
	(以千元計)				(未經審計)	
年／期內虧損.....	(3,428,278)	(3,928,209)	(5,844,801)	(2,138,315)	(609,724)	(278,532)
經調整：						
股份支付開支.....	95,121	41,533	118,512	219,339	52,912	66,459
可轉換可贖回優先股公允價值變動.....	1,933,597	2,992,664	4,441,164	1,339,273	342,022	297,954
購回可轉換可贖回優先股產生的虧損.....	363,868	—	—	—	—	—
上市開支.....	—	—	21,170	27,774	8,190	4,968
經調整淨(虧損)／利潤(非國際財務報告準則計量).....	<u>(1,035,692)</u>	<u>(894,012)</u>	<u>(1,263,955)</u>	<u>(551,929)</u>	<u>(206,600)</u>	<u>90,849</u>

我們呈列非國際財務報告準則財務計量數據，乃由於管理層使用該等數據評估我們的經營業績及制定業務計劃。經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)幫助管理層於消除以下各項影響的情況下評估我們的經營業績：所得稅開支、財務收入、融資成本、折舊及攤銷、股份支付開支、可轉換可贖回優先股公允價值變動、購回可轉換可贖回優先股產生的虧損及上市開支。經調整淨利潤／虧損(非國際財務報告準則計量)幫助管理層於消除以下各項影響的情況下評估我們的經營業績：股份支付開支、可轉換可贖回優先股公允價值變動、購回可轉換可贖回優先股產生的虧損及上市開支。

經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)及經調整淨利潤／虧損(非國際財務報告準則計量)不應孤立考慮，亦不應理解為年／期內虧損或任何其他業績計量的替代指標。我們鼓勵投資者同時用最直接可比較的國際財務報告準則計量檢討我們的過往非國際財務報告準則財務計量。此處呈列的經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)及經調整淨利潤／虧損(非國際財務報告準則計量)可能無法與其他公司呈列的類似名稱指標相比較。其他公司可能會以不同的方式計算類似名稱的指標，使該等指標在與我們的數據進行比較時的作用有限。我們鼓勵投資者及其他人士全面審閱我們的財務資料，而不是依賴單一的財務指標。

於2019年、2020年、2021年、2022年及截至2023年3月31日止三個月，我們確認可轉換可贖回優先股的公允價值虧損分別為人民幣19億元、人民幣30億元、人民幣44億元、人民幣

概 要

13億元及人民幣298.0百萬元，此乃由於我們的可轉換可贖回優先股的公允價值負債增加，該增加主要因我們的估值增加所致。此可轉換可贖回優先股的公允價值虧損導致我們於往績記錄期間的虧損增加。由於上市後我們的可轉換可贖回優先股將自動轉換為普通股，所以該等優先股將並由負債重新指定並重新分類為權益。於往績記錄期間，可轉換可贖回優先股公允價值變動嚴重影響了我們的業績，並且於我們的估值持續增加時，該等變動可能會繼續對我們的經營業績產生不利影響，直至我們將可轉換可贖回優先股轉換為普通股為止，我們預計此後不會再確認可轉換可贖回優先股公允價值變動的任意虧損或收益，繼而重新錄得資產淨值。我們於2019年、2020年、2021年、2022年及截至2023年3月31日止三個月分別錄得淨虧損人民幣34億元、人民幣39億元、人民幣58億元、人民幣21億元及人民幣278.5百萬元。

概 要

按門店類型劃分的明細

下表載列於往績記錄期間按門店類型及直銷客戶劃分的收入、銷售成本、毛利及毛利率。下表中的數字僅代表門店對我們的財務貢獻，並不完全反映門店自身的財務狀況及經營業績。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月															
	2019年		2020年		2021年		2022年		2022年		2023年											
	收入 人民幣元	毛利潤 人民幣元	收入 人民幣元	毛利潤 人民幣元	收入 人民幣元	毛利潤 人民幣元	收入 人民幣元	毛利潤 人民幣元	收入 人民幣元	毛利潤 人民幣元	收入 人民幣元	毛利潤 人民幣元										
加盟途虎工場 ⁽¹⁾	3,938,470	433,104	5,485,465	4,614,483	870,982	15.9	8,119,365	6,612,256	1,507,109	18.6	8,757,970	6,793,804	1,964,166	22.4	2,190,952	1,735,368	455,584	20.8	2,634,971	1,949,943	685,028	26.0
自營途虎工場	503,440	(45,465)	525,423	520,831	4,592	0.9	591,376	613,799	(22,423)	(3.8)	563,321	582,139	(18,818)	(3.3)	137,065	149,188	(12,123)	(8.8)	168,054	158,728	9,326	5.5
合作門店 ⁽²⁾	1,265,064	23,543	1,182,971	1,121,880	61,091	5.2	1,240,969	1,152,064	88,905	7.2	673,712	609,903	63,809	9.5	222,659	202,766	19,893	8.9	133,227	114,987	18,240	13.7
直銷客戶 ⁽⁴⁾	833,789	774,795	777,705	716,795	60,910	7.8	795,355	677,042	118,313	14.9	776,372	651,025	125,347	16.1	191,751	159,820	31,931	16.7	190,936	151,513	39,423	20.6

(未經審計)

(以人民幣千元計，百分比數額除外)

附註：

- 難以按各門店類型精確分配銷售成本。當前呈列及用於計算毛利及毛利率的數字乃基於我們在若干假設下作出的最佳估計。
- 來自加盟途虎工場的收入包括(i)來自線上海上及直接到店個人客戶訂單及計入向個人終端客戶提供汽車產品和服務的收入；(ii)通過汽配龍向加盟途虎工場店銷售汽車產品的收入；及(iii)向加盟途虎工場店提供加盟服務相關收入。
- 來自合作門店的收入包括(i)由合作門店履行的線上個人客戶訂單所產生的收入；及(ii)通過汽配龍向合作門店銷售汽車產品的收入。
- 直銷客戶的收入指來自個人客戶線上訂單的收入，該等訂單須將汽車產品直接配送至客戶家中或其他指定地點。

概 要

有關詳情，請參閱「業務—我們的全國門店網絡」。

節選綜合資產負債表數據

下表載列截至所示日期我們的綜合資產負債表的節選資料。

	截至12月31日				截至3月31日
	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元
			<i>(以千元計)</i>		
非流動資產總額	660,675	1,456,463	2,085,863	2,108,270	2,323,852
流動資產總額	5,503,750	7,577,854	7,746,291	6,905,846	6,813,386
流動負債總額	2,722,444	6,337,249	5,742,993	5,572,199	5,616,949
非流動負債總額	9,937,264	12,602,611	19,453,535	22,398,481	22,391,722
流動資產淨值	2,781,306	1,240,605	2,003,298	1,333,647	1,196,437
負債淨額	(6,495,283)	(9,905,543)	(15,364,374)	(18,956,564)	(18,871,433)
非控股權益	—	3,861	2,337	195	(186)

截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日以及2023年3月31日，我們分別錄得負債淨額人民幣65億元、人民幣99億元、人民幣154億元、人民幣190億元及人民幣189億元，主要是由於我們於往績記錄期間產生的淨虧損。我們於2019年、2020年、2021年及2022年以及截至2023年3月31日止三個月的淨虧損分別為人民幣34億元、人民幣39億元、人民幣58億元、人民幣21億元及人民幣278.5百萬元。我們於2019年、2020年、2021年及2022年以及截至2023年3月31日止三個月確認可轉換可贖回優先股的公允價值虧損分別為人民幣19億元、人民幣30億元、人民幣44億元、人民幣13億元及人民幣298.0百萬元，此乃由於可轉換可贖回優先股的公允價值負債增加，該增加主要因我們的估值增加所致。該等可轉換可贖回優先股的公允價值虧損導致我們於往績記錄期間錄得淨虧損。由於上市後自動轉換為普通股，我們的可轉換可贖回優先股將從負債重新指定為權益，在此之後，我們預計不會確認可轉換可贖回優先股公允價值變動的任何進一步虧損或收益，並將從負債淨額恢復到資產淨值。此外，我們於往績記錄期間換算海外業務的匯兌差額及作出的股份支付亦部分導致負債淨額波動。我們於2019年、2020年及2021年以及截至2023年3月31日止三個月分別錄得換算海外業務的匯兌差額收益人民幣77.1百萬元、人民幣472.6百萬元、人民幣264.8百萬元及人民幣259.7百萬元，並於2022年錄得換算海外業務的匯兌差額虧損人民幣16億元。我們於2019年、2020年、2021年、2022年以及截至2023年3月31日止三個月的股份支付分別為人民幣95.1百萬元、人民幣41.5百萬元、人民幣118.5百萬元、人民幣219.3百萬元及人民幣66.5百萬元。

概 要

截至2023年7月31日，我們的流動資產淨值為人民幣14億元，而截至2023年3月31日的流動資產淨值為人民幣12億元。該變動主要是由於(i)因我們將更多的資金分配予短期理財產品，以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產增加人民幣481.4百萬元；及(ii)現金及現金等價物增加人民幣193.8百萬元，部分被(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣119.2百萬元；(ii)存貨減少人民幣108.1百萬元，乃因汽車零配件等存貨週轉加快所致，與COVID-19疫情後業務復甦一致；(iii)預付款項、其他應收款項及其他資產減少人民幣79.3百萬元；及(iv)合約負債增加人民幣78.4百萬元所抵銷。現金及現金等價物增加乃主要由於我們持續努力改善毛利率、成本控制及現金管理，導致經營活動現金流入增加。其他應付款項及應計費用增加主要是由於(i)訂立加盟協議前潛在加盟商的可退還按金增加(與我們的門店網絡擴張一致)；及(ii)與新自動化倉庫的建設有關的應付款項增加所致。預付款項、其他應收款項及其他資產減少主要是由於(i)我們自若干委託貸款借款人收取還款，因而應收貸款有所減少；及(ii)2023年6月618購物節期間使用了此前的預付廣告費。合約負債增加主要是由於我們推出更多活動以促進用戶交互度及留存(如折扣券促銷活動)導致客戶墊款增加。

截至2023年3月31日，我們錄得流動資產淨值人民幣12億元，而截至2022年12月31日則錄得流動資產淨值人民幣13億元。有關變動主要是由於(i)受限制現金及定期存款減少人民幣281.3百萬元；及(ii)貿易應付款項及應付票據增加人民幣112.0百萬元，部分被現金及現金等價物增加人民幣129.2百萬元所抵銷。受限制現金及定期存款減少及現金及現金等價物增加，主要是由於到期後釋放若干保證金並取出若干定期存款。貿易應付款項及應付票據增加主要是由於COVID-19疫情後業務恢復而導致商品採購增加。

截至2022年12月31日，我們錄得流動資產淨值人民幣13億元，相較之下，截至2021年12月31日的流動資產淨值為人民幣20億元。有關變動主要是由於(i)受限制現金及定期存款減少人民幣15億元；(ii)贖回若干理財產品導致以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產減少人民幣294.4百萬元；及(iii)存貨減少人民幣171.0百萬元，部分被(i)現金及現金等價物增加人民幣12億元；(ii)計息借款減少人民幣264.0百萬元(由於我們於2022年償還若干短期銀行借款)；及(iii)貿易應付款項及應付票據減少人民幣121.0百萬元所抵銷。受限制現金及定期存款減少以及現金及現金等價物增加乃主要由於解除若干保證金及若干定期存款到期所致，其中多數已兌換為現金及現金等價物。存貨以及貿易應付款項及應付票據減少均由於我們於2022年因中國COVID-19疫情復發而調整商品採購節奏。

概 要

截至2021年12月31日，我們錄得流動資產淨值人民幣20億元，相較之下，截至2020年12月31日的流動資產淨值為人民幣12億元。有關變動主要是由於(i)計息借款減少人民幣18億元(原因是我們已於2021年償還若干短期銀行借款)，(ii)現金及現金等價物增加人民幣307.3百萬元，及(iii)存貨增加人民幣230.0百萬元，部分被(i)其他應付款項及應計費用增加人民幣501.5百萬元；(ii)貿易應付款項及應付票據增加人民幣431.9百萬元；及(iii)以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產減少人民幣372.0百萬元所抵銷。

截至2020年12月31日，我們的流動資產淨值為人民幣12億元，相較之下，截至2019年12月31日的流動資產淨值為人民幣28億元。該變動乃主要由於計息銀行借款增加人民幣20億元、貿易應付款項及應付票據增加人民幣11億元(我們的業務增長所致)，以及以公允價值計量且其變動計入損益的金融資產減少人民幣11億元，部分被受限制現金及定期存款增加人民幣26億元所抵銷。有關詳情，請參閱「財務資料－流動資金及資本資源－流動資產淨值」。

節選綜合現金流量數據

下表載列我們於所示年／期內的節選現金流量數據：

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2019年	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元
	(以千元計)				(未經審計)	
節選綜合現金流量數據：						
經營活動(所用)／所得現金流量淨額...	(251,539)	331,280	(98,750)	(312,711)	(564,309)	183,874
投資活動(所用)／所得現金流量淨額...	(1,077,746)	570,808	(917,972)	481,347	626,563	(79,065)
融資活動所得／(所用)現金流量淨額...	1,905,441	(1,041,096)	1,407,937	935,977	(466,697)	47,611
現金及現金等價物增加／(減少)淨額...	576,156	(139,008)	391,215	1,104,613	(404,443)	152,420
年／期初現金及現金等價物.....	895,706	1,474,876	1,164,958	1,472,293	1,472,293	2,686,353
外匯匯率變動的影響淨額.....	3,014	(170,910)	(83,880)	109,447	(3,609)	(23,193)
年／期末現金及現金等價物 ⁽¹⁾	<u>1,474,876</u>	<u>1,164,958</u>	<u>1,472,293</u>	<u>2,686,353</u>	<u>1,064,241</u>	<u>2,815,580</u>

附註：

(1) 下表載列所示年／期內現金及現金等價物餘額分析。

概 要

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2019年	2020年	2021年	2022年	2022年	2023年
	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元	人民幣元
	(以千元計)				(未經審計)	
現金及銀行餘額	2,321,033	4,865,846	5,449,954	4,707,793	4,834,298	4,670,285
受限制現金及定期存款	(846,157)	(3,700,888)	(3,977,661)	(2,021,440)	(3,770,057)	(1,854,705)
載列於綜合現金流量表的現金及 現金等價物	<u>1,474,876</u>	<u>1,164,958</u>	<u>1,472,293</u>	<u>2,686,353</u>	<u>1,064,241</u>	<u>2,815,580</u>

於2019年、2021年及2022年，我們的經營活動所用現金流量淨額分別為人民幣251.5百萬元、人民幣98.8百萬元及人民幣312.7百萬元，主要是由於我們尚未實現規模經濟，成本及開支的增長速度高於毛利，導致我們產生淨虧損。我們於2020年將經營現金流出狀況轉為經營現金流入狀況，主要由於(i)我們於2020年更頻繁地使用商業票據(其付款期一般較長)與若干供應商結算；及(ii)由於我們自銀行取得更有利的條款以配合我們的業務增長，故就發行商業票據而於指定銀行賬戶持有的保證金減少。於往績記錄期間，我們持續改善毛利率、提升現金管理能力及優化現金轉換週期。由於該等持續努力以及一系列降本增效措施，我們於截至2023年3月31日止三個月產生經營活動正現金流量淨額人民幣183.9百萬元。有關現金流量數據、非現金項目調整及營運資金變動以及變動相關原因的討論，請參閱「財務資料—流動資金及資本資源」。

主要營運數據

下表載列於所示年度／期間我們的交易用戶。

	截至12月31日止年度				截至
	2019年	2020年	2021年	2022年	3月31日
	(以百萬計)				止十二個月
交易用戶	8.6	11.0	14.8	16.5	2023年 17.1

概 要

下表載列截至所示日期我們的門店數量。

	截至12月31日				截至3月31日
	2019年	2020年	2021年	2022年	2023年
途虎工場店數量	1,423	2,488	3,853	4,653	4,770
合作門店數量	18,743	23,285	31,623	20,870	19,624

下表載列我們實現盈利的自營途虎工場店及已分別於2019年12月、2020年12月、2021年12月、2022年12月及2023年3月向我們支付基於利潤的分成費的加盟途虎工場店的數目。

	截至12月31日止月份								截至3月31日止月份	
	2019年		2020年		2021年		2022年		2023年	
	門店數目 ⁽¹⁾	% ⁽¹⁾	門店數目 ⁽¹⁾	% ⁽¹⁾	門店數目 ⁽¹⁾	% ⁽¹⁾	門店數目 ⁽¹⁾	% ⁽¹⁾	門店數目 ⁽¹⁾	% ⁽¹⁾
自營途虎工場店 ⁽²⁾	61	52.1	92	77.3	102	57.3	106	76.3	117	76.0
加盟途虎工場店 ⁽³⁾	838	90.4	1,504	88.7	2,428	87.1	3,320	81.2	3,771	89.4

附註：

- (1) 用於計算的途虎工場店數目為我們已入賬的截至各期間期末已運營至少六個月的途虎工場店的數目。
- (2) 指截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日以及截至2023年3月31日止月份分別實現盈利的自營途虎工場店數目。
- (3) 指截至2019年、2020年、2021年及2022年12月31日以及截至2023年3月31日止月份分別向我們支付基於利潤的分成費的加盟途虎工場店數目。

下表載列截至2023年3月31日按運營年份劃分的途虎工場店的收入、毛利及毛利率。下表中的數字僅代表途虎工場店對我們的財務貢獻，並不完全反映途虎工場店自身的財務狀況及經營業績。

	一年以內	一至兩年	兩至三年	三年以上 (含三年)	總計
途虎工場店數目	805	1,465	1,109	1,391	4,770
收入 ⁽¹⁾ (以人民幣千元計)	260,639	746,892	715,591	1,078,577	2,801,699
毛利 ⁽¹⁾ (以人民幣千元計)	56,670	178,222	182,059	277,009	693,960
平均收入 ⁽¹⁾ (以人民幣千元計) ..	324	510	645	775	587
平均毛利 ⁽¹⁾ (以人民幣千元計) ..	70	122	164	199	145
平均毛利率 ⁽¹⁾ (%)	21.6	23.9	25.4	25.7	24.7

附註：

- (1) 指截至2023年3月31日止三個月的收入、毛利及平均收入、毛利及毛利率。

概 要

有關詳情，請參閱「業務 — 我們的全國門店網絡 — 我們的加盟模式」。

業務可持續性

為抓住行業機遇，我們一直在努力解決中國汽車服務市場的關鍵痛點，並通過為客戶提供數字化及按需服務的體驗，提供簡單、便捷的創新型汽車服務。為了給我們的長期發展和增長打下堅實基礎，我們一直專注於執行增長戰略，而非尋求即時的財務回報或盈利能力。為此，我們投入相當多的資源來擴大我們的用戶群、拓寬我們的服務和產品供應、擴大我們的地域覆蓋範圍、建立我們的履約基礎設施並投資於技術，這導致我們於2019年1月1日錄得累計虧損並於往績記錄期間錄得淨虧損。

我們具有韌性的歷史增長

於往績記錄期間，我們的業務經營和財務業績實現具有韌性的增長。我們的收入由2019年的人民幣70億元增加至2022年的人民幣115億元。我們的收入由截至2022年3月31日止三個月的人民幣30億元增加10.0%至截至2023年同期的人民幣33億元，主要由於汽車產品和服務的收入增加。我們的毛利率由2019年的7.4%增加至2022年的19.7%，並進一步至截至2023年3月31日止三個月的24.2%。此外，隨著我們經營效率的提升，我們的經營虧損佔收入的百分比隨著時間的推移而縮小。我們的經營虧損佔收入的百分比由2019年的16.1%變至2022年的6.6%，並進一步至截至2023年3月31日止三個月的0.1%。截至2023年6月30日止六個月，我們實現淨利潤人民幣59.5百萬元及正經營現金流量人民幣714.8百萬元，顯示我們業務模式的可持續性。

- **服務和產品供應的擴展：**自2011年成立以來，我們一直在不斷增加服務和產品供應，同時也在探索具有巨大增長潛力的新業務舉措。例如，我們分別於2011年、2013年、2015年、2015年及2021年推出輪胎、機油、底盤零部件、蓄電池及新能源汽車電池維保業務，以滿足對該服務類別日益增長的需求。
- **地域覆蓋範圍的擴大：**我們一直在不斷擴大我們的地域覆蓋範圍，以服務更廣泛地區的客戶，並讓客戶能夠享受我們更為便捷的服務。途虎工場店的數目由截至2019年12月31日分佈於141個城市的1,423家增至截至2023年3月31日分佈於303個城市的4,770家。根據灼識諮詢報告，截至2023年3月31日，按經營門店數量計算，我們是中國最大的汽車服務供應商。

概 要

- **履約基礎設施：**我們已建立了一個全國性的倉儲和物流體系，以確保產品的及時交付和對物流的準確監控。截至2023年3月31日，我們在全國範圍內運營39個區域配送中心（即RDC）及267個前端配送中心（即FDC）。截至2023年3月31日，我們的物流解決方案覆蓋了中國300多個城市；截至2023年3月31日止三個月，我們的RDC平均每月支持接收及運送2.7百萬條輪胎及13.1百萬件其他汽車零配件。
- **技術創新：**截至2023年3月31日，我們已建立一個包含超過800名研發人員的研發團隊，並已開發一整套適合中國汽車服務業的專有技術。該技術創新不僅包括面向客戶的數字化應用，還包括汽車服務產業鏈上的汽車服務技術支持系統。我們利用技術來實現產業鏈的數字化，提升客戶體驗。
- **用戶群和用戶活躍度：**壯大用戶群和提高用戶活躍度對我們的增長和創造更多收入至關重要。我們一直在持續改善用戶體驗。我們的工作有助增強客戶群的優勢及提升客戶群忠誠度，我們亦持續吸引新客戶加入我們包括移動端、網站及其他數字界面在內的平臺。我們的註冊用戶由截至2019年12月31日的44.2百萬名增至截至2023年3月31日的100.2百萬名。我們的交易用戶由2019年的8.6百萬名增至截至2023年3月31日止最近十二個月的17.1百萬名。我們的平均月活躍用戶由2019年的5.5百萬名增至截至2023年3月31日止三個月的10.2百萬名。

展望未來，我們計劃主要通過以下方式進一步提升盈利：(i)在更大的用戶群、更多的產品和服務品類以及更廣泛的地域覆蓋的驅動下，繼續實現收入增長；(ii)在更佳的产品組合和來自供應商的更有利的定價條款的驅動下，提高我們的成本效率；及(iii)在我們的規模經濟和經優化的供應鏈效率的驅動下，提高我們的經營槓桿。

- 繼續實現收入增長。我們的門店擴張計劃包括滲透二線及以下市縣，以及優化現有城市門店的位置和密度。此外，為滿足客戶的多樣化需求，我們將繼續探索可與我們現有服務品類無縫整合的新服務品類。此外，我們一直在與更多的新能源汽車品牌或新能源汽車品牌的主要供應商擴大合作，提供針對不斷擴大的新能源汽車市場的專門服務。
- 提高我們的成本效率。我們將繼續提供更多利潤率普遍較高的汽車保養產品和服務。我們還與多個主要供應商和品牌製造商建立獨家合作關係，推出更多毛利率更高的專供產品和自有品牌。此外，隨著我們的平臺不斷擴充，我們的規模日益

概 要

擴大，我們可以利用規模優勢提高商品採購話語權，並從供應商處獲得更優惠的條款。

- 增加我們的經營槓桿。我們將繼續通過技術創新優化運營效率，並從規模經濟中獲益。具體而言，我們將繼續(i)評估和監控我們銷售和營銷開支的效益和效率，並從戰略上專注於針對不同目標客戶群體定制的營銷工作；(ii)有效地投資於我們的研發能力，從而提高我們的技術能力，進而提升我們的門店管理系統、履行效率及用戶體驗。

有關我們為實現盈利而計劃採取的戰略和措施詳情，請參閱「業務 — 業務可持續性」。

營運資金充足性

考慮到我們可動用的財務資源(包括手頭現金及現金等價物及全球發售預計所得款項淨額)，董事認為，我們擁有充裕的營運資金應付現時需求及由本文件刊發日期起計未來十二個月所需。我們還根據一般經濟情況和我們的短期業務計劃主動審查和調整我們的現金管理政策和運營資金需求。此外，鑒於我們於2019年、2021年及2022年的經營活動現金流出淨額，我們計劃通過利用上述措施縮小我們的淨虧損及提高我們的盈利能力，以確保我們的營運資金充足性，從而將同時轉化為向好的經營現金流量淨額。此外，如我們過往的股權融資活動所證明，我們在能夠從知名投資者籌集資金以為我們的業務提供資金方面擁有良好的往績記錄。請參閱本招股章程「歷史、重組及公司架構 — 首次公開發售前投資」一節。我們相信，潛在外部融資來源(包括我們將於全球發售後獲得的融資來源)將為我們的業務營運及擴張提供額外資金。有關詳情請參閱「業務 — 業務可持續性 — 營運資金充足性」。

申請於聯交所上市

我們已向上市委員會申請批准已發行及根據全球發售將予發行的A類股份(包括因行使發售量調整權及超額配股權而可能發行的任何A類股份)、根據股權激勵計劃將予發行的A類股份，以及根據一換一基準轉換B類股份時可能發行的A類股份上市及買賣，該申請乃基於(其中包括)我們符合上市規則第8.05(3)條及第8A.06(2)條的市值／收入測試，並參考(i)截

概 要

至2022年12月31日止年度的收入人民幣115億元，超過10億港元；及(ii)上市時的預期市值(基於指示性發售價範圍下限)超出100億港元。

未來股息

我們為一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司。因此，將來任何股息的派付及金額亦視乎是否獲我們附屬公司派發股息而定。中國法律規定僅可從年度利潤(根據中國會計準則計算)中派付股息，而該等準則與其他司法權區的公認會計原則(包括國際財務報告準則)在諸多方面有所不同。中國法律亦規定，在中國註冊成立的公司至少留出其稅後利潤(如有)的10%，作為其法定儲備金，其不得作為現金股息分派。向股東作出的股息分派於我們股東或董事(如適用)批准股息的期間確認為負債。

於未來派付股息將由董事酌情決定，並可能會基於諸多因素，包括我們的未來營運及盈利、資本需求及盈餘、整體財務狀況、合約限制及董事可能視為相關的其他因素。誠如我們開曼群島法律顧問所告知，根據開曼群島法律，累計虧損及負債淨額狀況未必會使本公司自我們的利潤或股份溢價賬向股東宣派及派付股息受到規限，惟此舉不會導致本公司無法償還於日常業務過程中到期的債務。務請投資者不要在預期會收取現金股息的前提下購買我們的股份。於往績記錄期間，我們並無就我們的股份宣派或派付任何股息，且預計於可預見未來不會派付現金股息。

全球發售

本文件乃就香港公開發售(作為全球發售的一部分)而刊發。全球發售包括：

- (a) 如下文「全球發售的架構 — 香港公開發售」一節所述，在香港初步提呈發售4,061,800股發售股份(可予重新分配並視乎發售量調整權行使與否而定)的香港公開發售；及
- (b) 如下文「全球發售的架構 — 國際發售」一節所述，(i)於美國境內根據第144A條或另行獲豁免遵守美國證券法登記規定或於毋須遵守有關規定的交易中僅向合資格機構買家；及(ii)於美國境外(包括向香港境內專業及機構投資者)在依據S規例進行的離岸交易中，初步提呈發售36,555,300股發售股份(可予重新分配並視乎發售量調整權及超額配股權行使與否而定)的國際發售。

概 要

假設發售量調整權及超額配股權未獲行使以及並無根據股權激勵計劃發行股份，發售股份將約佔緊隨全球發售完成後已發行股份總數的5.0%。假設超額配股權獲悉數行使而發售量調整權未獲行使及並無根據股權激勵計劃發行股份，發售股份將約佔緊隨全球發售完成後已發行股份總數的5.7%。假設發售量調整權及超額配股權均獲悉數行使以及並無根據股權激勵計劃發行股份，發售股份將約佔緊隨全球發售完成後已發行股份總數的6.5%。

發售統計數據

	基於發售價28.00港元	基於發售價31.00港元
股份的市值 ⁽¹⁾	227億港元	252億港元
未經審計備考經調整每股有形資產淨值 ⁽²⁾ ...	5.08港元 (人民幣4.65元)	5.22港元 (人民幣4.78元)

附註：

- (1) 市值的計算基於以下假設：(i)全球發售已完成且根據全球發售發行40,617,100股新的A類股份；及(ii)於全球發售完成後發行及發行在外812,340,662股股份，未計及發售量調整權及超額配股權獲行使後配發及發行的任何A類股份。
- (2) 未經審計備考經調整每股有形資產淨值乃經參考附錄二B所述調整，並按已發行812,340,662股股份的基準計算(包括完成股份分拆)(假設優先股轉換為A類股份及全球發售已於2023年3月31日完成)。然而，惟未計及超額配股權或發售量調整權獲行使後可能配發及發行的任何股份。

有關計算股東應佔的未經審計備考經調整每股有形資產淨值，請參閱附錄二B「未經審計備考財務資料」一節。

上市開支

我們的上市開支主要包括包銷費用及佣金以及就全球發售提供的服務向法律、會計及其他顧問支付的專業費用。根據發售價中位數每股發售股份29.50港元計算且假設發售量調整權及超額配股權未獲行使，與全球發售相關的估計上市開支總額約為人民幣98.1百萬元，佔全球發售所得款項總額約1,198.2百萬港元的9.0%。約人民幣24.4百萬元直接歸屬於我們的發售股份的發售及上市，並將在上市後從權益中扣除。於往績記錄期間，我們產生上市開支人民幣63.3百萬元，其中(i)人民幣21.2百萬元、人民幣27.8百萬元及人民幣4.9百萬元已分

概 要

別於截至2021年及2022年止年度以及截至2023年3月31日止三個月的綜合損益表中扣除，及(ii)人民幣9.4百萬元直接歸屬於發售股份的發行及上市，並將於上市後自權益扣除。我們預期將產生額外上市開支人民幣34.8百萬元，其中人民幣19.8百萬元預期將予支銷，而人民幣15.0百萬元直接歸屬於發售股份的發售及上市並將於上市後直接確認為權益減項。

下表載列上述預計上市開支總額的明細(基於發售價中位數)。

	<u>人民幣百萬元</u>
包銷相關開支	20.7
非包銷開支	
法律顧問及會計師的費用及開支.....	49.6
其他費用及開支	27.8
小計	<u>77.4</u>
上市開支總額	<u><u>98.1</u></u>

所得款項用途

假設發售價為每股股份29.50港元(即發售價範圍每股股份28.00港元至31.00港元的中位數)，我們估計我們將自全球發售收取所得款項淨額1,091百萬港元(經扣除我們就全球發售已付及應付的包銷佣金及其他估計發售開支後，並假設發售量調整權及超額配股權未獲行使)，或1,466百萬港元(倘發售量調整權及超額配股權獲悉數行使)。按照我們的策略，我們擬將全球發售所得款項按下述金額用於下述用途：

- 所得款項淨額約35%(約382百萬港元)預期將於未來三年用於提升我們的供應鏈能力。
- 所得款項淨額約20%(約218百萬港元)預期將於未來三年用於研發，以提升我們的數據分析技術，從而進一步提高運營效率。我們將持續招聘及留住研發人才。

概 要

- 所得款項淨額約15% (約164百萬港元) 預期將於未來三年用於擴大我們的門店網絡和加盟商群體 (尤其是在二線及以下市縣)、擴大運營及支持團隊以及進一步加強我們與加盟商的關係。
- 所得款項淨額約20% (約218百萬港元) 預期將於未來三年用於為與新能源汽車車主汽車服務相關的投資以及與該等服務相關的工具及設備投資提供資金。
- 所得款項淨額約10% (約109百萬港元) 預期將用作營運資金及一般公司用途。

有關更多詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

近期發展

截至2023年6月30日止六個月的節選營運及財務資料

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的業務營運保持穩定。我們已成功實施我們的發展策略，使我們的業務穩定增長，並快速從COVID-19疫情中恢復。我們的途虎工場店網絡於2023年上半年繼續擴張。截至2023年6月30日，我們的門店網絡包括161家自營店、4,968家加盟途虎工場店及20,013家合作門店。下表載列截至2023年6月30日按地理位置劃分的途虎工場店的數量細分。

途虎工場店地理分佈	截至2023年 6月30日
一線城市.....	818
新一線城市.....	1,423
二線城市.....	1,076
其他市縣.....	1,812
合計.....	5,129

此外，截至2023年6月30日，我們的註冊用戶達104.8百萬人，而截至2023年6月30日止十二個月，交易用戶增加至18.0百萬人。於2023年上半年，我們的平均月活躍用戶為9.9百萬人。於2022年6月，我們的復購率為61.6%，截至2023年6月30日止十二個月，來自復購客戶的收入貢獻率為51%。

根據上市規則第13.48(1)條，由於我們將於2023年6月30日後三個月內進行上市，故我們已將截至2023年6月30日及截至該日期止六個月的未經審計中期財務資料載入本文件。截至

概 要

2023年6月30日止六個月，我們錄得總收入人民幣65億元及毛利人民幣16億元，分別同比增長19.3%及58.3%。同期，我們錄得經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)人民幣214.0百萬元，而2022年同期經調整淨虧損(非國際財務報告準則計量)為人民幣413.6百萬元。我們將股份支付開支人民幣118.0百萬元及人民幣95.4百萬元、可轉換可贖回優先股的公允價值變動人民幣406.2百萬元及人民幣47.2百萬元、購回可轉換可贖回優先股產生的虧損零及零，及上市開支人民幣14.0百萬元及人民幣12.0百萬元調整至淨利潤／虧損，以得出截至2022年及2023年6月30日止六個月經調整淨利潤／虧損。請參閱「— 非國際財務報告準則計量」。

我們的收入由截至2022年6月30日止六個月的人民幣55億元增加19.3%至2023年同期的人民幣65億元，主要是由於汽車產品及服務收入增加，而這又主要是受益於COVID-19後業務復甦，以及途虎工場店網絡擴張及客戶基礎擴大。我們的銷售成本由截至2022年6月30日止六個月的人民幣45億元增加10.6%至2023年同期的人民幣49億元，增速低於收入增速。有關增加主要歸因於輪胎及底盤零部件、相關安裝服務以及汽車保養產品和服務的銷售均有所增加，這與收入增長一致，部分被我們透過汽配龍銷售汽車零配件的銷售成本減少所抵銷。我們的毛利由截至2022年6月30日止六個月的人民幣997.0百萬元增加58.3%至2023年同期的人民幣16億元。同期，我們的整體毛利率由18.2%上升至24.2%，主要由於(i)產品及服務類別組合變動令毛利率改善；(ii)若干產品類別的採購成本較低，原因為我們自供應商取得的有利條款，與我們的業務增加相符，及(iii)專供及自有品牌的收入貢獻增加，其毛利率一般高於品牌產品。

上文所披露本集團截至2023年6月30日止六個月的財務資料乃摘錄自本公司截至2023年6月30日止六個月的未經審計中期財務報告，該等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香港審閱委聘準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」進行審閱。我們已於本文件「附錄二A」載入我們截至2023年6月30日及截至該日止六個月的未經審計中期財務報告。有關同期比較的詳細討論，請參閱「財務資料 — 無重大不利變動及近期發展 — 截至2023年6月30日止六個月與截至2022年6月30日止六個月比較」。

近期監管發展

中國的監管環境最近在各個領域出現諸多變化及改革。

有關數據隱私及保護的監管變化

中國政府機構最近發佈諸多法律法規以確保網絡安全、數據及個人信息保護，其中包括《個人信息保護法》及《數據安全法》，這表明，在相關監管不斷加強的同時，相關法律法規也在不斷完善。尤其是，於2021年12月28日，國家互聯網信息辦公室與其他十二個中國監管機構聯合修訂及頒佈《網絡安全審查辦法》，該辦法於2022年2月15日生效。此外，於2021年11月14日，國家互聯網信息辦公室發佈《網絡數據安全管理條例(徵求意見稿)》(或網絡數據安全管理條例草案)，以公開徵求意見。詳情請參閱「監管概覽 — 有關互聯網信息安全及隱私保護的法規」。

根據《網絡安全審查辦法》，持有超過一百萬名用戶個人信息的網絡平臺運營商應在赴國外上市前向網絡安全審查辦公室申請網絡安全審查。儘管我們的業務產生及處理超過一百萬名用戶的個人信息，誠如我們的中國法律顧問所告知，根據向中國網絡安全審查技術與認證中心(為受國家互聯網信息辦公室委託設立網絡安全審查諮詢熱線的主管機關)於2022年1月和2022年9月進行的諮詢，(i)《網絡安全審查辦法》項下「國外上市」一詞不適用於在香港上市，因此，尋求在外國上市的實體主動申請網絡安全審查的責任不適用於擬議上市；(ii)由於網絡數據安全管理條例草案尚未生效或正式實施，向國家互聯網信息辦公室申請網絡安全審查的強制責任不適用於擬議上市。然而，鑒於《網絡安全審查辦法》乃於近期頒佈，《網絡安全審查辦法》的詮釋、應用及實施存在重大不確定性。

如「業務 — 信息系統風險管理」的更多詳細討論，我們的中國法律顧問及董事認為，(i)我們在所有重大方面均遵守現行有關網絡安全、數據安全及個人數據保護的中國法律法規；及(ii)鑒於《網絡安全審查辦法》第十條所載的因素，我們的業務營運不大可能被視為影響國家安全的因素。此外，董事及中國法律顧問認為，倘網絡數據安全管理條例草案以目前形式實施，不會對我們的業務營運或擬議上市造成重大不利影響，亦預計我們在所有重大方面遵守網絡數據安全管理條例草案的規定不會有任何重大障礙。我們將於必要時積極與相關政府部門保持溝通，並及時調整及增強我們的數據保護措施。更多詳情，請參閱「業務 — 信息系統風險管理」。

概 要

有關上市的監管變化

於2023年2月17日，中國證監會發佈若干有關境內企業境外發行及上市的備案條例，包括《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「試行辦法」）連同五項配套指引（連同試行辦法，統稱「新備案規定」），自2023年3月31日起生效。根據新備案規定，中國境內企業的直接及間接境外發售及上市均適用備案監管制度。請參閱「監管概覽 — 有關併購及海外上市的法規」。

根據《關於境內企業境外發行上市備案管理安排的通知》，倘境內企業的間接海外發行和上市的申請在試行辦法生效前已獲境外監管機構或境外證券交易所批准（如於香港市場已通過聆訊），且有關境外發售及上市將於2023年9月30日前完成，則只要毋須重新聆訊，境內企業毋須就有關境外發售及上市即時向中國證監會備案。倘有關申請須重新聆訊或境內企業未能於2023年9月30日前完成發售及上市，境內企業將須遵守新備案規定項下的備案規定。基於上文所述及本招股章程「預期時間表」一節所披露的全球發售及上市的預期時間表，我們的中國法律顧問認為，截至本文件日期，我們毋須就全球發售及上市向中國證監會備案（假設我們毋須與聯交所進行重新聆訊）。倘時間表出現延誤，我們未能於2023年9月30日前完成全球發售及上市，我們將須向中國證監會備案，而我們將於適當時候進行有關備案。然而，由於新備案規定為新頒佈，其詮釋、實施及執行以及其將如何影響我們的營運及未來融資仍存在不確定性。更多詳情請參閱「風險因素 — 與在我們運營所在國家經營業務有關的風險 — 可能須就全球發售取得中國政府部門批准及／或遵守中國政府部門其他規定」。

COVID-19對營運的影響

為控制COVID-19疫情蔓延，中國採取了預防措施。該等措施對我們於往績記錄期間的運營及財務表現產生了不利影響。

限制或不建議旅行減少了行駛里程，因此更換輪胎、車輛保養及維修的需求亦相應減少。其他預防措施（如封鎖、保持社交距離、遠程辦公）以及對感染疾病的普遍擔心降低了我們的客戶到我們的門店尋求服務的意願，或推遲彼等對服務的需求。由於預防措施及勞

概 要

動力短缺，我們網絡中的部分門店暫時關閉。例如，於2020年2月整個月，200多家途虎工場店關閉。湖北省和河南省在2020年受到COVID-19疫情的嚴重影響。我們通過將(a)指定日期接獲五筆以上訂單的途虎工場店的月平均數目除以(b)該月途虎工場店的視作每日平均總數（為方便計算，該總數為月初及月末途虎工場店總數的平均數目）得出平均每月開工率。於2020年2月，我們途虎工場店的平均每月開工率約為28.4%。有關途虎工場店於2020年各月的平均每月開工率，請參閱「財務資料 — COVID-19對營運的影響」。

我們的網絡擴張及供應鏈穩定性亦受到影響。同時，由於COVID-19疫情的影響，我們已經並可能繼續受到若干供應商業務中斷所造成的影響。

自2022年3月下旬以來，由奧密克戎變體引起的COVID-19疫情復發對我們在中國若干城市的運營產生了不利影響。例如，於2022年4月及5月，上海的途虎工場店的平均每月開工率低於5%。於2022年5月，北京的途虎工場店的平均每月開工率約為65%。有關2022年途虎工場店各月的平均每月開工率，請參閱「財務資料 — COVID-19對營運的影響」。旅行限制、建議不要聚集及其他疫情控制措施亦導致到訪仍在營業的途虎工場店的客戶數目減少，導致客流低於其反彈前的水平。交易用戶的數目由2022年3月的1.8百萬名減至2022年4月的1.7百萬名。由COVID-19疫情復發導致的封鎖期延長及受影響地區眾多，亦對我們的擴張計劃（如新店選址進程、營銷活動及若干FDC的運營）產生了負面影響。

於2022年12月，中國開始放寬其COVID動態清零政策，並於2022年底取消大部分的旅行限制和隔離要求。於2022年12月及2023年1月，許多城市的病例激增導致我們的營運中斷。例如，我們的眾多員工先後感染及請病假。在我們倉庫工作的員工的平均每週出勤率降至63.8%的最低水平，對我們的物流效率產生負面影響。

在疫情形勢充滿挑戰的背景下，輪胎產品的銷量由2021年的13.1百萬件減少12.3%至2022年的11.5百萬件，導致輪胎及相關服務的銷售收入由人民幣47億元減少至人民幣43億元，這是導致我們的收入由2021年的人民幣117億元略微減少至2022年的人民幣115億元的關鍵因素。詳情請參閱「財務資料 — 不同期間的經營業績比較」。

概 要

病毒的未來影響仍存在不確定性。疫情對我們未來經營業績的影響程度將取決於高度不確定及不可預測的未來發展，包括COVID-19爆發的頻率、持續時間及程度、具有不同特徵的新變種病毒的出現、遏制或治療病例的努力的有效性，以及應對該等發展可能採取的未來行動。然而，我們無法向閣下保證COVID-19疫情不會進一步升級或對我們的經營業績、財務狀況或前景造成重大不利影響。更多詳情，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們的業務已經並可能繼續受到COVID-19疫情的不利影響」。

目前，我們預計我們的發展及擴張計劃不會因COVID-19疫情產生任何實質性偏離。我們認為，我們的流動性水平足以成功度過延長的不確定期。截至2023年3月31日，我們的現金及銀行結餘為人民幣47億元。

無重大不利變動

董事確認，自2023年3月31日（本文件附錄一所載會計師報告所述期間的截止日期）起直至本文件日期，我們的財務、運營或貿易狀況或前景並無重大不利的變動，且自2023年3月31日起，並無任何事件會對本文件附錄一會計師報告所載資料造成重大影響。