

財務資料

下列討論與分析應與本文件附錄一所載會計師報告中的合併財務資料連同相關附註一併閱讀。歷史財務資料及本集團合併財務報表已根據國際財務報告準則編製，有關準則在若干重大方面可能有別於其他司法管轄區的公認會計原則。閣下應細閱附錄一全文，而不應僅依賴本節所載資料。除非文義另有所指，否則本節的歷史財務資料乃按合併基準呈列。

本節所載討論與分析包括涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。這些陳述乃基於我們按經驗及對過往趨勢、現況及預期未來發展的見解以及我們認為於該等情況下屬合適的其他因素而作出的假設及分析。我們的實際結果可能與所預測者有重大差異。可能導致或產生差異的因素包括但不限於本文件「風險因素」和「業務」章節以及其他部分所討論者。本節任何表格或本文件其他章節所列總額與各數據總和之間的差異可能因約整所致。

概覽

我們是中國快消品戶外營銷市場的營銷服務提供商，專注於通過使用自動販賣機為快消品品牌方提供服務。根據灼識諮詢的資料，於2023年，快消品戶外營銷市場佔快消品營銷市場6.4%的市場份額。按2023年收入計，我們是中國第四大快消品戶外營銷服務提供商，市場份額約為1.2%，而最大的市場參與者的市場份額為14.3%。我們的營銷服務收入由2021年的人民幣376.7百萬元增長7.5%至2022年的人民幣404.8百萬元，並進一步增長99.6%至2023年的人民幣808.0百萬元。

於往績記錄期間，我們的收入來自以下業務分部，包括(i)營銷服務，又分為(a)標準化營銷服務及(b)增值營銷服務；(ii)商品銷售；及(iii)其他服務。我們的總收入由2021年的人民幣502.4百萬元增加10.2%至2022年的人民幣553.6百萬元，並進一步增加81.8%至2023年的人民幣1,006.7百萬元。剔除按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀、股份薪酬開支及[編纂]開支的影響後，我們於2021年、2022年及2023年的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)將分別為人民幣52.3百萬元、人民幣78.2百萬元及人民幣200.7百萬元。於2021年、2022年及2023年，我們的經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)將分別為人民幣107.2百萬元、人民幣154.6百萬元及人民幣280.2百萬元。詳情請參閱「—非國際財務報告準則計量」。

財務資料

影響我們經營業績的主要因素

我們的業務、經營業績及財務狀況受到一般因素的影響，包括：

- 中國的整體經濟增長以及政治及經濟環境；
- 分配用於推廣快消品品牌的營銷和銷售費用水平；
- 品牌客戶對於創新互動式營銷服務的需求；
- 快消品戶外營銷市場的競爭；及
- 影響快消品戶外營銷市場的技術進步。

特別是，我們的經營業績受到快消品戶外營銷市場增長情況的影響。由於快消品品牌的強大需求、技術的發展及對行業認知度的提高，快消品戶外營銷市場擁有頗為活躍的市場發展機遇及巨大的增長潛力。憑藉我們的市場地位，我們具備從這些快速增長機遇中獲益的有利條件。詳情請參閱本文件「行業概覽」。

此外，我們認為我們的經營業績更直接受到以下主要因素的影響。

我們拓寬客戶基礎和推動客戶參與的能力

我們的成功及可持續發展取決於我們吸引並留住優質品牌客戶的能力。於2021年、2022年及2023年，快消品營銷服務是我們收入的重要組成部分，分別佔相關各年我們收入的75.0%、73.1%及80.3%。我們的客戶群主要包括中國快消品行業的企業，業務遍及飲料、食品、日用品及化妝品等多個領域。

我們的服務類別以結合線下和線上渠道的綜合系統為特色，這是我們營銷服務的核心功能。該功能有助於消費者與品牌客戶推出或推廣的產品進行互動。於往績記錄期間，我們為525名品牌方提供營銷服務，為中國飲料、食品及日用品行業前100個新興品牌（根據灼識諮詢的資料，按2023年收入計）中的74個新興品牌的產品提供服務。

儘管於往績記錄期間COVID-19疫情對行業產生了重大影響，但我們的運營指標出現大客戶及非大客戶的總人數及平均收入持續穩定增長，說明公眾對我們服務及技術能力的認可不斷提高。大客戶為於往績記錄期間的相關年度為我們的總銷售額貢獻

財務資料

至少人民幣5.0百萬元的客戶。就我們的營銷服務而言，我們的大客戶數量呈上升趨勢，於2021年、2022年及2023年，分別為27名、28名及47名。此外，我們每名大客戶平均收入（按大客戶產生的總收入除以大客戶總數計算）由2021年的人民幣10.5百萬元增至2022年的人民幣11.4百萬元，並進一步增至2023年的人民幣13.8百萬元。儘管在COVID-19疫情的影響下，我們與非大客戶的關係並不牢固，且可能存在變數，但我們仍繼續努力維持相當數量的非大客戶群體。於2021年、2022年及2023年，非大客戶的數量分別為147名、102名及244名。此外，同年每名非大客戶的平均收入分別為人民幣0.6百萬元、人民幣0.8百萬元及人民幣0.6百萬元。

然而，我們維持及擴大客戶群的能力受多項我們無法控制的外部因素影響，例如整體經濟狀況變動、競爭及品牌客戶業務營運及策略轉變。我們的客戶（主要是快消品行業的品牌客戶）正在不斷探索高效及具成本效益的戰略，以吸引其目標消費者。尤其是，快消品行業對市況敏感，任何波動均可能影響彼等對我們服務的消費。有關更多詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務及行業有關的風險」。

此外，客戶及時付款對我們的營運資金及現金流量管理的有效性至關重要。不可預見的財務困境（包括由COVID-19疫情引發的財務困境）可能會阻礙及時付款，從而對我們的財務狀況及業績造成不利影響。為降低該等風險，我們已採取積極措施，包括加強客戶參與及嚴格的收款結算程序。我們亦根據貿易應收款項的可收回性，作出充分撥備及不定期對其進行調整。

收入及業務分部

於往績記錄期間，我們的收入來自以下業務分部，包括(i)營銷服務；(ii)商品銷售；及(iii)其他服務。

- **營銷服務**：我們的營銷服務包括兩條業務線，即標準化營銷服務及增值營銷服務。營銷服務收入由2021年的人民幣376.7百萬元增至2022年的人民幣404.8百萬元，並進一步增加至2023年的人民幣808.0百萬元。收入增加主要是由於我們擴大標準化營銷服務，即我們協助品牌客戶通過我們的自動販賣機向個人消費者派發快消品，利用我們的線上線下渠道及第三方媒體資源提供全面的營銷及推廣服務，並設計和實施有創意的線下營銷活動，推廣品牌和產品。

財務資料

我們的營銷服務主要採用與我們在相關期間運營的自動販賣機數目相關的固定成本結構，包括折舊及攤銷費用以及點位費等要素。因此，該分部的盈利能力與我們提供的營銷服務數量密切相關。在2022年，COVID-19疫情反覆導致我們提供的營銷服務減少。儘管出現該負面影響及收入增長隨之放緩，但我們仍繼續產生管理此業務分部的固定成本，導致我們的毛利率由2021年的79.7%下降至2022年的73.8%。於2022年至2023年，營銷服務的毛利由人民幣298.7百萬元增加至人民幣479.5百萬元，主要是由於該業務分部下的收入增長，而我們營銷服務的毛利率由73.8%下降至59.3%，主要由於我們自2023年初起向客戶推出更多短視頻平台流量獲取服務，與自動販賣機服務相比，該等服務的利潤率通常較低。展望未來，我們計劃擴大我們的服務組合，旨在推動收入增長及提高盈利能力。我們的策略涉及吸引更多品牌客戶及優化我們的成本結構，尤其是優化戰略佈局及滲透我們的自動販賣機網絡。藉此，我們旨在提高我們的財務表現及確保長期穩定。

- **商品銷售**：我們來自該業務分部的收入主要來自透過我們的自動販賣機及線上平台零售商品（包括飲料、零食及速食）。我們認為，該業務分部可通過吸引人流至我們的自動販賣機網絡，從而與我們的營銷服務相輔相成，實現營銷能力的持續擴張及滲透，同時提供寶貴資料，如我們的品牌客戶所推廣的消費品及快消品的可比銷售數據。於往績記錄期間，來自該業務分部的收入持續增加，於2021年、2022年及2023年分別為人民幣105.0百萬元、人民幣111.3百萬元及人民幣144.3百萬元。該分部的主要成本為已售存貨成本，即購買我們出售予消費者的商品產生的直接費用。於我們的日常營運中，我們持續監控該成本，以保持合理的存貨周轉率。我們旨在盡量縮短存貨未售出的持續時間，從而優化現金流。於往績記錄期間，商品銷售的毛利由2021年的人民幣37.8百萬元減少至2022年的人民幣18.3百萬元，之後增至2023年的人民幣29.7百萬元。2022年毛利下降主要是由於COVID-19疫情反覆以及確認存貨撇減。於往績記錄期間，該業務分部的毛利率出現部分變化，於2021年、2022年及2023年毛利率分別為36.0%、16.4%及20.6%。毛利率的波動主要是由於我們在管理該業務分部時選擇出售的商品變動所致。展望未來，我們旨在將毛利率維持在相對穩定的範圍內，以確保財務業績穩定。

財務資料

- 其他服務**：於往績記錄期間，由於認可我們的技術能力以及軟件開發及項目管理專長，許多客戶委聘我們開發IT系統以及定制軟件，涵蓋IoT技術應用、信息共享及分析以及IT平台開發。於管理該業務分部時，我們一般按項目基準就我們的服務向客戶收費，當中計及項目複雜程度及我們研發團隊產生的人力資源成本。該業務線的客戶為企業客戶，通常與營銷服務的品牌客戶不重疊。於往績記錄期間，我們來自其他服務的收入、毛利及毛利率出現波動，主要受客戶需求及承接的具體技術開發項目的性質影響。

我們拓展及優化自動販賣機網絡的能力

我們的營銷服務建立在我們廣泛的自動販賣機網絡上，這是連接我們品牌客戶與大量目標消費者的基礎。這個網絡充當新消費者的首觸點，使我們能夠建立有價值的連接。截至2023年12月31日，我們擁有由7,543台自動販賣機組成的網絡，覆蓋中國14個省級行政區的22個城市。截至2023年12月31日，我們98.4%的自動販賣機位於一線及新一線城市。中國的這些城市通常人口密度大、消費水平高、流動性強。這種在較高線城市的定位與快消品的派發和消費模式相一致。

下表載列截至所示日期我們按城市線級劃分的自動販賣機範圍明細：

	截至12月31日					
	2021年		2022年		2023年	
		%		%		%
按城市線級劃分的自動販賣機						
一線城市	2,999	35.2	2,707	36.6	3,398	45.0
新一線城市	5,113	60.0	4,494	60.7	4,026	53.4
二線城市	408	4.8	201	2.7	119	1.6
合計	8,520	100.0	7,402	100.0	7,543	100.0

財務資料

我們戰略性地將我們的自動販賣機放置在年輕人群集中的地區，包括辦公樓、長租公寓及商場。這些區域吸引更多傾向於探索和購買快消品的個人，使他們成為我們營銷服務的理想目標受眾。下表載列截至所示日期我們按點位類型劃分的自動販賣機的投放情況：

	截至12月31日					
	2021年		2022年		2023年	
		%		%		%
按點位類型劃分的自動販賣機						
辦公樓	4,674	54.9	3,771	50.7	3,376	44.8
長租公寓	3,307	38.8	2,925	39.7	2,957	39.2
商場	261	3.1	232	3.2	366	4.9
其他*	278	3.2	474	6.4	844	11.2
合計	8,520	100.0	7,402	100.0	7,543	100.0

附註：

* 其他主要包括學校、公園及酒店。

於2022年，我們減少了自動販賣機的總數量，主要是為了適應COVID-19疫情影響導致的相關地區情況的變化。於2023年，鑒於線下購物和消費活動回暖以及戶外社交與旅遊活動增加，我們從2023年初開始略微增加在商場、學校、公園及酒店的自動販賣機數量。相關因素在2023年還導致我們同年自動販賣機的利用率提高。下表載列於所示年度我們的自動販賣機的變動情況：

	截至12月31日／截至該日止年度		
	2021年	2022年	2023年
年初自動販賣機數目 ⁽¹⁾	4,178	8,520	7,402
年內新點位投入使用的 自動販賣機數目 ⁽¹⁾	5,185	2,801	3,877
年內從已終止點位移除的 自動販賣機數目 ⁽²⁾	843	3,919	3,736
年內點位上自動販賣機數目 淨增加／(減少)	4,342	(1,118)	141

財務資料

	截至12月31日／截至該日止年度		
	2021年	2022年	2023年
年末自動販賣機數目 ⁽¹⁾	8,520	7,402	7,543
自動販賣機每日平均數 ⁽³⁾	5,677	8,435	6,435
報廢的自動販賣機數目 ⁽⁴⁾	0	636	501

附註：

- (1) 點位上的自動販賣機計算已計及我們提供的所有服務模塊所使用的自動販賣機，其中亦包括各場次人工智能交互服務中所使用的自動販賣機。
- (2) 已終止點位包括其使用條款由於到期或提前終止而終止的自動販賣機點位。
- (3) 自動販賣機每日平均數是於特定年內自動販賣機的算術平均數。因此，某年度自動販賣機每日平均數可能高於或低於該年初／末自動販賣機數目，原因為後者僅表示截至某特定日期的自動販賣機數目。
- (4) 該等自動販賣機通常由於其使用年限到期而報廢。我們通常評估已使用五年的自動販賣機，並可能考慮處置低於我們標準的自動販賣機。2021年並無報廢的自動販賣機，主要原因為由於當年需要快速擴大自動販賣機網絡而推遲報廢若干機器。接近2021年年底時，我們採購了大批新的自動販賣機，準備更新自動販賣機。於2022年及2023年，我們評估了已使用五年的自動販賣機，並處置不符合我們標準的自動販賣機。

於往績記錄期間，銷售成本的兩大組成部分為折舊及攤銷費用以及點位費。這些與自動販賣機（包括未投入使用的自動販賣機）的折舊和攤銷，以及與我們的自動販賣機投放的特定點位使用相關的費用有關。因此，自動販賣機點位選擇及管理慣例對我們的財務表現及經營業績有影響。我們自行或通過第三方顧問評估自動販賣機點位的合適性，並主要直接自場地運營方獲取自動販賣機點位。我們持續監控及評估自動販賣機的表現，並作出必要調整。對於需要優化的自動販賣機，我們會考慮改進或重新部署的必要性，並在綜合考慮各種因素的基礎上制定相應的優化計劃。該等因素包括但不限於當地情況導致的客流量變化、自動販賣機點位的可用性、特定點位的目標消費者及與場地運營方的關係。詳情請參閱本文件「業務－我們的自動販賣機網絡」。

由於我們致力推動收入增長及維持長期盈利能力，我們計劃擴大自動販賣機規模。有關更多詳細的計劃，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。

財務資料

我們提高運營效率的能力

我們提高運營效率及有效管理經營開支的能力對我們的盈利能力至關重要。於往績記錄期間，特定開支佔我們經營開支總額的大部分：

- **員工成本**：員工成本是我們管理費用、銷售及分銷費用以及研發開支的重要組成部分，於2021年、2022年及2023年，分別為人民幣34.0百萬元、人民幣39.5百萬元及人民幣38.3百萬元，分別佔我們總收入的6.8%、7.1%及3.8%。我們始終致力於更具成本效益的業務流程及運營優化，以在不產生不必要開支的情況下最大限度地提高團隊生產力。
- **外包服務費用**：作為研發成本的組成部分，於2021年、2022年及2023年，我們的外包服務費用分別為人民幣50.1百萬元、人民幣19.0百萬元及人民幣55.3百萬元，分別佔我們總收入的10.0%、3.4%及5.5%。自2021年至2022年外包服務費用減少乃由於我們內部研發能力的提升。儘管研發能力提升，但由於2023年營銷服務收入大幅增加，外包服務費用相應增加。隨著我們內部產能的增加，我們能夠在內部處理更多與技術相關的任務，從而提高成本效益。同時，外部資源繼續為我們日常營運不可或缺的部分。
- **營銷及推廣費用**：作為銷售及分銷費用的組成部分，於2021年、2022年及2023年，我們的營銷及推廣費用分別為人民幣87.3百萬元、人民幣69.7百萬元及人民幣148.5百萬元，分別佔我們總收入的17.4%、12.6%及14.8%。於2022年，我們注意到營銷及推廣費用以及整體銷售及分銷費用有所減少，主要由於COVID-19疫情相關限制措施導致線下宣傳活動和大型線下營銷活動減少，促使更加重視在線營銷。因此，儘管保持了整體品牌推廣，但2022年的推廣頻率較2021年有所下降。隨著我們的業務不斷擴張及發展，我們預期營銷及推廣費用將於可預見未來繼續作為我們最主要的成本之一。

隨著我們的發展，我們的目標是在我們的營運中實現規模效應，利用我們不斷增長的規模及範圍，提高成本效益。我們預計通過內部能力擴張、戰略營銷及推廣工作以及優化員工成本來實現這一目標。

財務資料

我們在技術和創新方面持續改進的能力

我們的經營業績很大程度上取決於我們的技術能力及持續創新。我們平台的不斷完善（尤其是我們營銷服務所用平台）使我們成為能夠融合線下及線上渠道的提供商。通過我們有效的業務模式，我們可以就新推向市場的產品或我們的品牌客戶擬推廣的產品為消費者提供有吸引力和全面的體驗。我們致力於在研發方面進行投資，以不斷改進我們的技術。我們的計劃是通過各種策略專注於培養及提升我們的研發能力，以支持我們的業務增長。有關我們未來計劃及[編纂]擬定用途的更多資料，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。

呈列基準

我們的歷史財務資料已根據國際會計準則理事會（「國際會計準則理事會」）頒佈的國際財務報告準則（「國際財務報告準則」）編製。歷史財務資料已按照歷史成本法編製（按公允價值計入損益計量的若干金融負債及按公允價值計入其他全面收益計量的若干金融資產除外）。在編製符合國際財務報告準則的歷史財務資料時，需要使用某些重要會計估計。這也要求管理層在應用我們的會計政策過程中進行判斷。涉及較高程度的判斷或複雜性的領域，或對歷史財務資料有重大假設和估計的領域，在本文件附錄一所載會計師報告附註3中披露。

重要會計政策、判斷和估計

我們已經確定某些對編製我們的綜合財務報表具有重要意義的會計政策。我們的一些會計政策涉及主觀的假設和估計，以及與會計項目有關的複雜判斷。我們在下文中列出了一些我們認為對我們至關重要的會計政策和估計，或涉及在編製我們的財務報表時使用最重要估計及判斷的會計政策和估計。對於理解我們的財務狀況及經營業績屬重要的重要會計政策、判斷和估計，在本文件附錄一的會計師報告附註2.4及附註3中有進一步詳細說明。

財務資料

重要會計政策

收入確認

客戶合約收入

客戶合約收入於商品或服務的控制權轉移至客戶時確認，金額反映我們預期就交換該等商品或服務有權獲得的代價。當合約中的代價包括可變金額時，估計的代價將是我們轉移貨品或服務至客戶時有權收取的金額。可變代價在合約開始時估計並受約束，直至與可變代價相關的不確定性其後消除時，累計已確認的收入金額很可能不會發生重大收入轉回。

營銷服務

我們通過為客戶的新產品提供長期延伸營銷服務，從我們的營銷服務中獲得收入。收入使用計量完全達成服務的進度的投入法於某一時段確認，因為客戶同時接受及消耗我們提供的利益。投入法按已消耗工時與完成服務預計總工時之比確認收入。

商品銷售

我們的收入主要來自通過我們經營的自動販賣機銷售快消品。收入於自動販賣機將貨物的控制權轉移至客戶時確認。對終端客戶的銷售無退貨權。客戶一般在貨物交付前通過線上支付平台即時支付貨款。

其他服務

其他服務收入來自使用自主研發能力開發定制化在線系統。我們於完成履約義務時（即於特定履約義務相關貨品的控制權轉移至客戶時）確認收入。

其他收入

我們按權責發生制以實際利率法確認利息收入，實際利率根據金融工具預期壽命或較短期限（如適用）內的估計未來現金收款精確貼現至金融資產賬面淨值的利率確定。

財務資料

物業、廠房及設備以及折舊

物業、廠房及設備（不包括在建工程）按成本減累計折舊及任何減值損失入賬。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價及任何使資產達至其運轉狀態及地點作擬定用途之直接應佔成本。

物業、廠房及設備投入運營後所產生之支出，如維修及維護等，一般於產生期間列入開支。然而，倘符合確認標準，主要檢查之支出會作為重置於資產賬面價值撥充資本。倘若物業、廠房及設備之主要部分須不時更換，我們會將有關部分確認為具有特定可使用年期之個別資產並相應折舊。

折舊使用直線法計算，以按各項物業、廠房及設備之估計可使用年期將其成本撇銷至其殘值。用於此用途之主要年度比率如下：

租賃物業裝修	50%
自動販賣機	19%
電子設備	32%

倘一項物業、廠房及設備之各個部分具有不同可使用年期，則該項目之成本依照合理基準分配予各個部分，而每個部分均分開計提折舊。殘值、可使用年期及折舊方法會至少於各財政年度末進行檢討及在必要時作出調整。

一項物業、廠房及設備（包括初始確認之任何重大部分）在出售時或預期不會從其使用或出售獲得未來經濟利益時終止確認。出售或報廢資產的任何盈虧於資產終止確認年度在損益確認，並按出售所得款項淨額與資產賬面值之間的差額計算。

在建工程指在建樓宇，按成本減任何減值損失入賬，且不作折舊。成本包括直接建設成本及建設期內相關借入資金的資本化借款成本。在建工程完工及可投入使用时，將其重新分類至適當的物業、廠房及設備類。

租賃

我們在合約訂立時評估合約是否屬於或包含租賃。合約賦予權利於一段特定時間控制已識別資產用途以換取代價，則合約屬於或包含租賃。

財務資料

作為承租人

我們就所有租賃應用單一的确認及計量方法，惟短期租賃及低價值資產租賃除外。我們確認為出租賃付款為租賃負債及代表使用相關資產的權利為使用權資產。

使用權資產

我們於租賃開始日期（即相關資產可供使用之日期）確認為使用權資產。該等資產按成本減任何累計折舊及減值損失計量，並就任何租賃負債變動作出調整。使用權資產成本包括已確認為租賃負債金額、已產生初始直接成本及於開始日期或之前作出之租賃付款，減去任何已收租賃獎勵。使用權資產於下述租期與其估計使用年期兩者之較短者內按直線法折舊：

自動販賣機	5年
樓宇	2至4年
倉庫	1.5至4.5年

倘租賃資產的所有權於租賃期結束時轉移至我們，或倘成本反映了行使購買選擇權，則根據資產的估計可使用年期計算折舊。

租賃負債

租賃負債於租賃開始日期按於租期內預期須予作出之租賃付款現值確認為。租賃付款包括固定付款（包括實質固定付款）減任何應收租賃獎勵、取決於指數或利率之可變租賃付款及預期根據剩餘價值保證須予支付之金額。此外，倘租賃條款反映行使終止選擇權，租賃付款亦包括合理確定將由我們行使之購買權之行使價及就終止租賃支付罰款。

並非取決於指數或利率之可變租賃付款於發生觸發付款之事件或情況期間內確認為開支。於計算租賃付款現值時，因未能即時釐定租賃隱含之利率，我們使用租賃開始日期之增量借貸利率。其後，租賃負債金額有所增加以反映累計利息，並就所作出租賃付款作出扣減。此外，倘存在修改、租期變動、租賃付款變動（如因指數或利率變動所產生之變動）或購買相關資產選擇權之評估變動，則會重新計量租賃負債之賬面值。

財務資料

短期租賃

我們對短期樓宇租賃應用短期租賃確認豁免。該等租賃的租期自開始日期起計為12個月或以下以及不含購買選擇權之租賃。短期租賃之租賃付款於租期內按直線法確認為開支。

以股份為基礎的付款

我們實施員工持股計劃，旨在向為我們的經營成功做出貢獻的合資格參與者作出激勵及獎勵。我們的僱員（包括董事）通過以股份為基礎的付款形式獲取報酬，彼等提供服務以換取股本工具（「**股權結算交易**」）。

與僱員進行的股權結算交易乃參考授出日期之公允價值計算成本。公允價值由外部估值師採用貼現現金流量模式評估。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註28。

股權結算交易之成本連同權益之相應增加會於履約及／或服務條件達成之期間內於僱員福利開支內確認。待歸屬日前於各相關期間末就股權結算交易確認之累計支出反映於歸屬期屆滿之數額以及我們對將最終歸屬之股本工具數目之最佳估計。期間內於損益扣除或計入之數額指於該期間始及結束時已確認累計支出之變動。

釐定獎勵於授出日期之公允價值時並不計及服務及非市場表現條件，但評估可能達成條件之程度，以作為我們對將最終歸屬股本工具數目之最佳估計一部分。市場表現條件乃於授出日期之公允價值內反映。獎勵所附帶並無相關服務要求之任何其他條件均被分類為非歸屬條件。非歸屬條件反映於獎勵之公允價值並致使即時產生獎勵開支，惟倘該等條件亦附帶服務及／或表現條件則另作別論。

就基於非市場表現及／或服務條件並無達成而最終未能歸屬之獎勵而言，一概不會確認支出。倘獎勵包括一項市場或非歸屬條件，有關交易視作歸屬處理而不論是否達成該市場或非歸屬條件，條件為其他所有表現及／或服務條件必須已達成。

財務資料

當股權結算獎勵條款修訂時，倘獎勵之原條款達成，則需按猶如條款並無進行修訂確認最少支出。此外，倘任何修訂導致於修訂日期所評估以股份為基礎的付款之總公允價值增加或以其他方式令僱員受惠，則會確認為支出。

當股權結算獎勵獲註銷時，其將視作已於註銷當日歸屬，而尚未就獎勵確認之任何支出將即時確認。此包括我們或僱員並未達致其可控制權內之非歸屬條件之任何獎勵。然而，倘已註銷獎勵有任何取代之新獎勵，並指定為授出當日之取代獎勵，則該項註銷及新獎勵會如上段所述被視為對原有獎勵之修訂處理。

金融負債

初始確認時我們將金融負債分類為按公允價值計入損益的金融負債、貸款及借款或應付款項(如適用)。我們以公允價值初始確認所有金融負債，倘為貸款及借款及應付款項，則扣除直接應佔交易成本。我們的金融負債包括應付款項、其他應付款項及應計費用、應付一名股東款項、計息銀行借款、可轉換可贖回優先股及可換股債券。

金融負債按以下分類進行後續計量：

按攤銷成本計量的金融負債(貸款及借款)

初始確認後，計息貸款及借款隨後採用實際利率法按攤銷成本計量，除非貼現的影響無關緊要，在這種情況下則按成本列示。終止確認負債及透過實際利率法攤銷過程中產生之盈虧於損益表中確認。

我們計算攤銷成本時會考慮收購所產生之任何折讓或溢價，以及作為實際利率整體部分之費用或成本。實際利率攤銷計入損益表的財務費用。

按公允價值計入損益的金融負債

按公允價值計入損益計量的金融負債包括可轉換可贖回優先股及可換股債券，我們在初始確認時將其指定為按公允價值計入損益。

財務資料

初始確認時指定為按公允價值計入損益的金融負債，僅在符合國際財務報告準則第9號的標準時，方於初始確認日期指定。指定按公允價值計入損益的負債收益或虧絀於損益確認，但因自身信用風險產生的收益或虧絀於其他全面收益列示，其後不重新分類至損益表。

我們的第三級金融工具主要指按公允價值計入損益的金融負債，包括(i)可轉換可贖回優先股及(ii)可換股債券。由於該等工具並無在活躍市場上進行交易，故其公允價值乃採用適用的估值技術釐定，這涉及重大管理層判斷及存在固有不確定性。

我們應用(i)基於本公司股份近期交易的倒推法或(ii)貼現現金流量法釐定相關權益價值，並採用股權配置模型中的期權定價法釐定上述第三級金融工具的價值。詮釋估值技術所用的市場數據需要作出大量判斷。使用不同的市場假設及／或估值方法可能會對估計公允價值金額產生重大影響。就我們在第三級公允價值計量內計量的金融負債的估值而言，董事採納以下程序：(i)委聘獨立外部估值師，提供必要的財務及非財務資料，以使估值師能夠執行估值程序並與估值師就相關假設進行討論；(ii)審慎考慮所有資料，尤其是需要管理層評估及估計的非市場相關資料輸入；及(iii)審閱估值師編製的估值結果，並查詢以了解估值方法是否符合國際評估準則理事會制定的估值標準。基於上述程序，董事認為我們的第三級金融負債的價值屬公平合理，且我們的財務報表已妥為編製。

有關金融工具公允價值計量的詳情，尤其是公允價值層級、估值技術及主要輸入數據(包括重大不可觀察輸入數據、不可觀察輸入數據與公允價值的關係)的詳情披露於本文件附錄一會計師報告附註3、附註25及附註34，而會計師報告由申報會計師根據香港會計師公會發佈的香港投資通函呈報聘用準則第200號「投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告」發出，以對本文件附錄一所載我們於整個往績記錄期間的歷史財務資料發表意見。申報會計師對我們於整個往績記錄期間的歷史財務資料的意見載於本文件附錄一第I-2頁。

財務資料

就需要在公允價值分類下進行第三級計量的金融負債的公允價值評估而言，獨家保薦人已進行相關盡職調查工作，包括但不限於：(i)取得及審閱第三級金融負債的相關協議條款；(ii)與我們的管理層進行討論以了解就有關估值進行的工作，以及就本集團第三級金融負債的估值所依賴的方法、假設及資料及我們對估值假設、依據及方法的公平性及合理性的看法；(iii)與(其中包括)申報會計師進行討論，以了解其就此進行的工作；及(iv)審閱本文件附錄一會計師報告的相關附註及申報會計師對往績記錄期間整體歷史財務資料的意見。根據獨家保薦人進行的上述盡職調查工作，以及就董事的意見而言，獨家保薦人並無注意到任何重大事項會導致獨家保薦人對需要在公允價值分類下進行第三級計量的金融負債的估值提出質疑。

重要會計判斷和估計

貿易應收款項預期信用損失撥備

我們使用撥備矩陣計算本集團貿易應收款項之預期信用損失(「**預期信用損失**」)。該矩陣的撥備率基於我們對客戶賬齡及其類似損失模式的分析。

撥備矩陣初始按本集團過往觀察到的違約率確定。然而，我們校準撥備矩陣，依據前瞻性資料對過往信用損失經驗進行調整。例如，如果預測經濟狀況(即國內生產總值)預計轉差，導致派發行業違約數量增加，則我們會相應調整歷史違約率。在各報告日期，我們會更新過往觀察到的違約率，並分析前瞻性估計的變化。

過往觀察到的違約率、預測經濟狀況及預期信用損失之間的相關性評估是一項重大估計。預期信用損失的金額對於情況和預測經濟狀況的變化非常敏感。敬請注意，我們的過往信用損失經驗及經濟狀況預測也可能無法準確代表客戶未來實際違約情況。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註19。

財務資料

非金融資產(商譽除外)減值

我們在各有關期間末評估所有非金融資產(包括使用權資產)是否存在任何減值跡象。當存在跡象表明賬面值可能無法收回時，對其他非金融資產進行減值測試。當資產或現金產生單位的賬面值超過其可收回金額(為公允價值減處置成本與其使用價值中較高者)時，即存在減值。

公允價值減去處置成本的計算是基於類似資產的綁定銷售交易的可用數據或可觀察市場價格，並考慮處置資產的增量成本。在計算使用價值時，管理層必須估計資產或現金產生單位的預期未來現金流量，並選擇合適的貼現率以計算相關現金流量的現值。

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們概無確認任何非金融資產減值。

存貨撇減

我們的存貨按成本與可變現淨值中較低者估值。我們考慮存貨的賬齡、狀況及市場狀況等因素，根據估計可變現淨值對存貨進行撇減。我們進行年度審核，以評估存貨撇減的必要性(如適用)。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註18。

物業、廠房及設備項目的可使用年期及殘值

於確定物業、廠房及設備的可使用年期及殘值時，我們計及各項因素，包括因生產和服務的變動或改進而導致的技術或商業過時、資產產品或服務輸出的市場需求、預計用途、預期物理磨損、維護以及對資產使用的任何法律或類似限制。我們根據我們以可比方式使用類似資產的經驗來評估資產的可使用年限。

倘物業、廠房及設備的估計可使用年期及／或殘值與以前的估計存在差異，我們會相應調整折舊。考慮到情況的變化，我們在每年年末審核可使用年期及殘值。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註13。

財務資料

遞延稅項資產

我們於有可能出現可用於抵扣虧絀之應課稅利潤時，就未動用稅項虧絀確認遞延稅項資產。釐定可予確認之遞延稅項資產金額時，管理層須根據日後應課稅利潤可能產生之時間及水平，配合未來稅項規劃策略作出重大判斷。

截至2021年、2022年及2023年12月31日，未確認稅項虧絀的金額分別為人民幣0.5百萬元、人民幣0.7百萬元及人民幣0.8百萬元。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註16。

以股份為基礎的付款的公允價值

我們使用二項式期權定價模型確定期權在授出當日的公允價值。管理層對假設（包括相關股權價值、貼現率、預期波動率和股息收益率）作出重大估計。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註28。

金融工具的公允價值

我們發行的可轉換可贖回優先股及可換股債券並無在活躍市場上進行交易，其各自的公允價值乃使用估值技術（包括Black-Scholes期權定價模型）釐定。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註25。

增量借款利率

我們無法輕易確定租賃的內含利率，因此，我們使用增量借款利率（「**增量借款利率**」）計量租賃負債。增量借款利率是我們在當前經濟狀況下為獲得與使用權資產價值接近的資產，在類似期間以類似抵押條件借入資金須支付的利率。增量借款利率反映假設借款成本，當無法取得可觀察利率時（例如對於並未訂立融資交易的附屬公司），或者當需要調整以反映租賃的條款及條件時（例如當租賃並非以附屬公司的功能性貨幣計值時），則需要進行估計。

我們使用可觀察輸入數據（例如市場利率）（如有）估計增量借款利率。此外，我們亦需要針對特定實體作出估計（例如評估附屬公司的獨立信用評級）以確定適當的增量借款利率。

財務資料

綜合損益及其他全面收益表節選部分說明

下表載列於所示年度綜合損益及其他全面收益表的概要。

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣 千元	佔收入 百分比	人民幣 千元	佔收入 百分比	人民幣 千元	佔收入 百分比
收入	502,368	100.0	553,617	100.0	1,006,697	100.0
銷售成本	(156,877)	(31.2)	(218,977)	(39.6)	(471,430)	(46.8)
毛利	345,491	68.8	334,640	60.4	535,267	53.2
其他收入及收益	6,729	1.3	6,126	1.1	6,260	0.6
銷售及分銷費用	(189,458)	(37.7)	(167,229)	(30.2)	(239,282)	(23.8)
管理費用	(28,474)	(5.7)	(26,780)	(4.8)	(54,538)	(5.4)
研發開支	(59,010)	(11.7)	(30,113)	(5.4)	(63,250)	(6.3)
按公允價值計入損益的金融負債的						
公允價值虧絀	(189,422)	(37.7)	(191,467)	(34.6)	(24,088)	(2.4)
其他費用及虧絀	(760)	(0.2)	(1,355)	(0.2)	(2,119)	(0.2)
預期信用損失模型下的減值						
損失(扣除撥回)	(16,177)	(3.2)	(25,704)	(4.6)	197	0.0
財務費用	(5,597)	(1.1)	(3,285)	(0.6)	(1,611)	(0.2)
稅前(虧絀)/利潤	(136,678)	(27.2)	(105,167)	(19.0)	156,836	15.6
所得稅開支	(2,800)	(0.6)	(10,890)	(2.0)	(20,134)	(2.0)
年內(虧絀)/利潤	(139,478)	(27.8)	(116,057)	(21.0)	136,702	13.6
以下各項應佔：						
母公司擁有人	(139,465)	(27.8)	(116,025)	(21.0)	130,942	13.0
非控股權益	(13)	(0.0)	(32)	(0.0)	5,760	0.6
	(139,478)	(27.8)	(116,057)	(21.0)	136,702	13.6

財務資料

非國際財務報告準則計量

為補充根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用經調整利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量），作為額外財務計量，該等計量並非國際財務報告準則要求的，亦並無根據國際財務報告準則呈列。我們認為，該等計量為投資者及其他人士提供有用資料，供彼等按其幫助管理層評估我們的經營表現及制定業務計劃的相同方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們的經調整利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）可能無法與其他公司所呈列的類似名稱的計量指標作比較。使用該等非國際財務報告準則計量作為分析工具具有局限性，閣下不應視其為獨立於或可代替我們根據國際財務報告準則報告的經營業績或財務狀況的分析。

經調整利潤（非國際財務報告準則計量）界定為經加回(i)按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀，(ii)股份激勵計劃開支及(iii)[編纂]開支的影響後的年內利潤或虧絀。按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀指與股本融資中發行的可轉換可贖回優先股相關的公允價值虧絀。可轉換可贖回優先股將於[編纂]完成後自動轉換為普通股，我們預計[編纂]後不會再錄得與該等工具估值變動相關的收益或虧絀。我們剔除了股份激勵計劃開支，因為該開支屬非現金性質且不會導致現金流出。我們亦剔除了與[編纂]有關的[編纂]開支。經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）界定為經加回所得稅開支、財務費用、銀行利息收入以及折舊及攤銷費用的影響後的年內經調整利潤（非國際財務報告準則計量）。下表載列所呈列年度經調整利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整EBITDA（非國際財務報告準則計量）的對賬。

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年內虧絀與經調整利潤 (非國際財務報告準則計量)及經調整 EBITDA(非國際財務報告準則計量)的對賬			
年內(虧絀)/利潤			
加：	(139,478)	(116,057)	136,702
按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀	189,422	191,467	24,088
股份激勵計劃開支	2,379	2,753	14,634
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]

財務資料

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經調整利潤(非國際財務報告準則計量)	52,323	78,163	200,708
加：			
所得稅開支	2,800	10,890	20,134
財務費用	5,597	3,285	1,611
銀行利息收入	(338)	(977)	(238)
折舊及攤銷費用	46,776	63,281	58,027
經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)	107,158	154,642	280,242

收入

按業務分部劃分的收入

我們的收入主要來自(i)營銷服務，又進一步分為(a)標準化營銷服務及(b)增值營銷服務；(ii)商品銷售；及(iii)其他服務。下表載列我們於所示年度按業務分部劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
營銷服務	376,653	75.0	404,809	73.1	807,971	80.3
– 標準化營銷服務	342,982	68.3	348,851	63.0	692,195	68.8
– 增值營銷服務	33,671	6.7	55,958	10.1	115,776	11.5
商品銷售	104,962	20.9	111,333	20.1	144,320	14.3
其他服務	20,753	4.1	37,475	6.8	54,406	5.4
總計	502,368	100.0	553,617	100.0	1,006,697	100.0

財務資料

營銷服務

我們的運營系統整合了線下和線上渠道，為品牌客戶提供全面的營銷服務。該業務分部包括標準化營銷服務和增值營銷服務。標準化營銷服務旨在幫助快消品行業的品牌方提高品牌知名度，並以比其他常見方法更高效、更具成本效益的趣味性方式觸達和獲取目標消費者。在管理該業務線時，我們根據項目的規模、工期和複雜程度、工作範圍、人工成本、場地和媒體資源、使用的自動販賣機數量以及品牌客戶的任何特殊要求，按項目向品牌客戶收取服務費。我們的增值營銷服務旨在滿足品牌客戶的多樣化需求，優化營銷策略及提高產品競爭力。在管理該業務線時，我們根據將處理的信息的數量和複雜性、工作範圍以及人力和技術資源的成本收取不同的服務費。下表載列於所示年度我們按業務線劃分的營銷服務收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣		人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%	千元	%
標準化營銷服務	342,982	91.1	348,851	86.2	692,195	85.7
增值營銷服務	33,671	8.9	55,958	13.8	115,776	14.3
總計	376,653	100.0	404,809	100.0	807,971	100.0

商品銷售

我們利用戰略性規劃的自動販賣機網絡和數據驅動的運營系統，在派發快消品的同時實現快消品零售的數字化及自動化。我們來自該業務分部的收入主要來自透過我們的自動販賣機及線上平台零售商品（包括飲料、食品、日用品及化妝品）。我們認為該業務分部與我們的營銷服務業務相輔相成，乃由於零售不僅增強了我們自動販賣機網絡對人流的吸引力，為我們營銷能力的持續擴張及滲透奠定了基礎，而且使我們能夠積累寶貴信息（尤其是我們的品牌客戶想要推廣的零售消費品與快消品的可比較銷售數據）。

財務資料

其他服務

於往績記錄期間，由於認可我們的技術能力以及軟件開發及項目管理專長，許多客戶委聘我們開發IT系統以及定制軟件，涵蓋IoT技術應用、信息共享及分析以及IT平台開發。於管理該業務分部時，我們一般按項目基準就我們的服務向客戶收費，當中計及項目複雜程度及我們研發團隊產生的人力資源成本。該業務線的客戶為企業客戶，通常與營銷服務的品牌客戶不重疊。於往績記錄期間，我們來自其他服務的收入、毛利及毛利率出現波動，主要受客戶需求及承接的具體技術開發項目的性質影響。

下表載列於所示年度按銷售渠道劃分的我們的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
線上平台 ⁽¹⁾	65,196	13.0	65,478	11.8	312,904	31.1
自動販賣機	416,418	82.9	450,664	81.4	639,387	63.5
其他 ⁽²⁾	20,753	4.1	37,475	6.8	54,406	5.4
總計	502,368	100.0	553,617	100.0	1,006,697	100.0

附註：

(1) 線上平台主要包括透過我們的線上平台及其他第三方媒體平台及渠道提供營銷服務產生的收入。

(2) 其他主要包括自其他服務產生的收入。

我們的線上平台收入由2022年的人民幣65.5百萬元增加至2023年的人民幣312.9百萬元，主要是由於我們戰略性增強利用社交媒體平台交付標準化營銷服務的能力，吸引及留住了更多優質客戶。

財務資料

銷售成本

我們的銷售成本主要包括：(i)已售存貨成本，指通過我們的自動販賣機銷售的食品、飲料、化妝品及日用品等快消品的採購成本。於往績記錄期間，我們已售存貨成本來自我們提供商品銷售；(ii)折舊及攤銷費用，主要包括自動販賣機(包括未投入使用的自動販賣機)的折舊及攤銷；(iii)信息技術服務費，包括與我們提供技術開發服務有關的成本、SMS數據包及社交媒體平台資源的成本；及(iv)點位費，指使用特定場地或場所安置我們的自動販賣機所產生的費用。我們一般會評估自動販賣機點位的合適性，並直接向場地運營方採購自動販賣機點位。確定自動販賣機位置後，我們將與場地運營方訂立合作協議，在其場所投放我們的自動販賣機。該等協議允許我們在場地運營方指定的特定區域部署自動販賣機，除公用事業費用外，還需支付年度佔用費。詳情請參閱「業務－我們的自動販賣機網絡」。下表載列於所示年度按性質劃分的銷售成本明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
已售存貨成本	74,398	47.4	87,711	40.1	118,789	25.2
折舊及攤銷費用	42,327	27.0	58,644	26.8	55,515	11.8
信息技術服務費	18,225	11.6	32,051	14.6	263,300	55.9
點位費	21,927	14.0	31,771	14.5	27,535	5.8
存貨撇減	-	-	8,800	4.0	6,291	1.3
總計	156,877	100.0	218,977	100.0	471,430	100.0

於往績記錄期間，我們的銷售成本隨著業務增長而持續上升。尤其是，我們認為我們的自動販賣機是吸引新消費者的重要接觸點。因此，與自動販賣機(包括未投入使用的自動販賣機)相關的成本於2021年至2022年也相應上升。該等成本主要包括折舊及攤銷費用以及點位費。於2022年，由於多項因素，包括COVID-19疫情對運營的影響、客流量減少、存貨採購計劃變動及若干快消品價格下跌，我們提供商品銷售產生了存貨撇減。為了適應市場趨勢，我們定期評估我們的存貨及採購流程，並定期對存

財務資料

貨撇減進行調整，以反映不斷變化的市況。於2023年，儘管我們優化了自動販賣機網絡，令與自動販賣機相關的成本有所下降，但採購社交媒體平台資源所產生的信息技術服務費有所增加及已售存貨成本增加。請參閱「－經營業績－截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度比較」。

毛利及毛利率

毛利指收入減去銷售成本。於2021年、2022年及2023年，毛利分別為人民幣345.5百萬元、人民幣334.6百萬元及人民幣535.3百萬元。毛利率指毛利佔收入的百分比。於2021年、2022年及2023年，毛利率分別為68.8%、60.4%及53.2%。下表載列於所示年度按業務分部劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
營銷服務	300,278	79.7	298,651	73.8	479,505	59.4
－標準化營銷服務	271,895	79.3	254,519	73.0	380,650	55.0
－增值營銷服務	28,383	84.3	44,132	78.9	98,855	85.3
商品銷售	37,795	36.0	18,294	16.4	29,738	20.6
其他服務	7,418	35.7	17,695	47.2	26,024	47.8
毛利總額／整體毛利率	345,491	68.8	334,640	60.4	535,267	53.2

於往績記錄期間，受業務擴張等內部因素及COVID-19疫情的負面影響等外部因素影響，我們的整體毛利及毛利率出現波動。例如，2021年至2022年，COVID-19疫情反覆對我們的業務構成挑戰。2022年，部分城市實施封鎖措施，導致業務活動及客流量減少，令我們來自營銷服務及商品銷售的整體毛利下降。此外，我們的許多線下

財務資料

推廣活動因當時的情況而不得不推遲或取消。儘管業務活動減少，但我們繼續產生折舊費用等固定成本。該等固定成本，加上收入減少，對我們2022年的整體毛利率構成下行壓力。於2022年至2023年，我們的毛利大幅增長，主要因為業務擴張導致收入增長，我們的毛利率下跌主要是由於我們自2023年初以來向客戶推出了更多短視頻平台流量獲取服務，其利潤率通常低於自動販賣機服務，原因是短視頻平台流量獲取服務需要採購第三方媒體資源來交付。然而，我們認為這種業務創新及服務擴展能夠服務我們的長期業務戰略，並在我們的服務之間形成強大的協同效應，這從於2023年我們的收入的大幅增長、大客戶數量增加及每名大客戶的平均採購額增加得到印證。

其他收入及收益

其他收入及收益主要包括(i)政府補助，即從地方政府收取的與業務發展有關的短期補貼以及財政及就業貢獻獎勵；(ii)若干優惠稅收政策允許生產性服務業納稅人按照可抵扣進項稅額加計10% (2021年及2022年) 及5% (2023年) 抵減應納稅額而產生增值稅進項稅額加計抵減；(iii)匯兌收益，反映美元兌人民幣增值對我們以美元計值的資金的影響；及(iv)銀行存款利息收入。下表載列於所示年度的其他收入及收益明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
政府補助	3,239	1,342	1,785
增值稅進項稅額加計抵減	3,135	2,236	4,135
匯兌收益	–	1,570	84
利息收入	338	977	238
其他	17	1	18
總計	6,729	6,126	6,260

財務資料

銷售及分銷費用

銷售及分銷費用主要包括(i)營銷及推廣費用，主要指為推廣我們的品牌及服務而向第三方營銷服務提供商支付的服務費；(ii)與選擇及獲取合適的自動販賣機點位及場所(包括點位尋找、評估、協商及獲得理想的出租場地等活動)有關的點位擴容費；(iii)設置自動販賣機、補充整個網絡中的商品以及維護及搬運自動販賣機所產生的物流及運輸開支；(iv)派遣人員的工資；及(v)員工成本，主要指我們的銷售及營銷人員的薪金、工資、獎金、社會保險費及住房公積金。下表載列於所示年度的銷售及分銷費用明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
營銷及推廣費用	87,268	46.1	69,654	41.7	148,514	62.1
點位擴容費	34,679	18.3	33,642	20.1	19,631	8.2
物流及運輸開支	33,294	17.6	23,286	13.9	26,786	11.2
派遣人員的工資	17,340	9.2	19,750	11.8	14,602	6.1
員工成本	15,758	8.3	19,701	11.8	20,575	8.6
折舊及攤銷費用	980	0.5	1,193	0.7	531	0.2
其他	139	0.0	3	0.0	–	0
以股份為基礎的 付款	–	0	–	0	8,643	3.6
總計	189,458	100.0	167,229	100.0	239,282	100.0

於2022年，我們注意到銷售及分銷費用減少。該減少主要由於營銷及推廣費用減少以及物流及運輸相關開支減少所致。受COVID-19疫情影響，線下推廣活動和大型線下營銷活動減少，促使人們轉向更加重視線上營銷。在保持整體品牌推廣的同時，2022年的推廣頻率較2021年有輕微下降。因此，我們的銷售及分銷費用於相應年度略有減少。於2023年，我們的銷售及分銷費用較2022年增加，主要是由於COVID-19疫情相關限制解除後，為推廣我們的品牌而開展的營銷活動增加，導致營銷及推廣費用增加，相關增加部分被優化自動販賣機網絡導致點位擴容費減少所抵銷。

財務資料

管理費用

管理費用主要包括(i)與[編纂]有關的[編纂]開支；(ii)員工成本，主要指一般及行政人員的薪金、工資、獎金、社會保險費及住房公積金；(iii)經營相關開支，主要包括公用事業費、維修費及辦公室相關開支；(iv)就審計服務、法律服務及融資服務產生的專業及諮詢服務費；(v)有關我們租賃物業及辦公設備的攤銷及折舊費用；(vi)以股份為基礎的付款；(vii)行政人員的差旅費；及(viii)稅金及附加。下表載列於所示年度的管理費用明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣		人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%	千元	%
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
員工成本	9,383	33.0	9,409	35.1	9,837	18.0
經營相關開支	4,902	17.2	1,890	7.1	3,389	6.2
專業及諮詢服務費	6,460	22.7	7,567	28.3	4,851	8.9
攤銷及折舊費用	3,469	12.2	3,444	12.9	2,025	3.7
以股份為基礎的						
付款	2,379	8.4	2,753	10.3	5,991	11.0
差旅費	980	3.4	948	3.5	1,507	2.8
稅金及附加	246	0.9	330	1.2	878	1.6
其他	655	2.2	439	1.6	776	1.4
總計	28,474	100.0	26,780	100.0	54,538	100.0

於往績記錄期間，我們的管理費用與業務擴張同步增長。具體而言，我們管理費用中的員工成本持續增加。這主要是由於需要聘請額外的專業管理人員來支持和適應我們不斷擴張的業務。

財務資料

研發開支

研發開支主要包括(i)委聘外部服務供應商協助軟件及技術開發所產生的外包服務費，包括2021年至2022年的計劃、需求收集和基本設計以及於2023年的技術應用；及(ii)員工成本，主要指研發人員的薪金、工資、獎金、社會保險費及住房公積金。下表載列於所示年度的研發開支明細：

	截至12月31日止年度					
	2021年		2022年		2023年	
	人民幣		人民幣		人民幣	
	千元	%	千元	%	千元	%
外包服務費	50,057	84.8	18,998	63.1	55,332	87.5
員工成本	8,857	15.0	10,425	34.6	7,868	12.4
其他	96	0.2	690	2.3	50	0.1
總計	59,010	100.0	30,113	100.0	63,250	100.0

按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀

按公允價值計入損益的金融負債的其他公允價值虧絀指可轉換可贖回優先股及可換股債券的公允價值變動。詳情請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註25。

其他費用及虧絀

我們的其他費用及虧絀主要包括處置辦公用品及自動販賣機的虧絀。

預期信用損失模型下的減值損失(扣除撥回)

於往績記錄期間，根據預期信用損失模型，減值損失(扣除撥回)確認為應收賬款及其他應收款項撥備。撥備金額根據年末結餘釐定。減值損失(扣除撥回)於往績記錄期間隨應收賬款增加而增加，反映了預期信用損失增加。

財務資料

財務費用

財務費用主要包括(i)銀行借款利息；及(ii)租賃負債利息。下表載列於所示年度的財務費用明細：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
銀行借款利息	5,047	3,113	1,543
租賃負債利息	550	172	68
總計	5,597	3,285	1,611

所得稅開支

我們的主要適用稅項及稅率載列如下：

中國

我們的所得稅開支包括我們的附屬公司在中國應付的當期和遞延所得稅。我們在中國營業的所得稅撥備根據現有的法律、有關的解釋和慣例，對該年度的估計應課稅利潤按適用稅率計算。此外，於往績記錄期間，我們的一家中國附屬公司合資格享受優惠稅務待遇（如高新技術附屬公司減按15%的稅率納稅）。除合資格附屬公司外，我們的其他中國運營實體須按25%的標準所得稅稅率納稅。

於往績記錄期間，我們於2021年、2022年及2023年，產生所得稅開支分別為人民幣2.8百萬元、人民幣10.9百萬元及人民幣20.1百萬元。

2021年至2022年，我們的所得稅開支增加，主要是由於我們的經調整利潤（非國際財務報告準則計量）增加。2022年至2023年，我們的所得稅開支增加，主要是由於我們的收入增長導致應納稅所得額增加。

香港

香港利得稅須按香港利得稅兩級制計提撥備，其中首2百萬港元應課稅利潤以8.25%的稅率徵稅及超過2百萬港元的任何應課稅利潤以16.5%的稅率徵稅。

開曼群島

根據開曼群島現行法律，我們毋須繳納所得稅或資本利得稅。

財務資料

經營業績

截至2023年12月31日止年度與截至2022年12月31日止年度比較

收入

我們的總收入由2022年的人民幣553.6百萬元大幅增加至2023年的人民幣1,006.7百萬元，主要是由於三大業務分部持續快速增長。

營銷服務

我們的營銷服務收入由2022年的人民幣404.8百萬元大幅增加至2023年的人民幣808.0百萬元。該增長主要是由於標準化營銷服務以及增值營銷服務均實現業務增長（尤其是在COVID-19相關限制於2022年末解除後）。

標準化營銷服務

我們的標準化營銷服務收入由2022年的人民幣348.9百萬元增加至2023年的人民幣692.2百萬元。通過持續的服務能力創新和營銷服務組合拓展，以應對不斷變化的市場需求和行業趨勢，我們的客戶群實現了強勁增長。例如，採購標準化營銷服務的大客戶數量從2022年的26名增加至2023年的47名，同年採購標準化營銷服務的每名大客戶的平均收入從人民幣11.2百萬元增加至人民幣11.8百萬元。具體而言，標準化營銷服務收入於2023年增長歸因於（其中包括）我們利用社交媒體平台提供標準化營銷服務的能力增強，我們因此成功吸引並留住了更多優質客戶。

增值營銷服務

我們的增值營銷服務收入由2022年的人民幣56.0百萬元增加至2023年的人民幣115.8百萬元。該增長主要由於向大客戶的增值營銷服務銷售增加，客戶數量與每名客戶平均收入均實現增長。具體而言，採購增值營銷服務的大客戶的數量由2022年的21名增加至2023年的29名，同年採購增值營銷服務的每名大客戶的平均收入由人民幣1.4百萬元增加至人民幣3.3百萬元。增值營銷服務收入增長主要得益於我們持續投入開發、升級和利用技術（如自動販賣機人工智能交互模塊）以滿足尋求多樣化營銷服務的品牌客戶不斷變化的市場需求。

財務資料

商品銷售

我們的商品銷售收入由2022年的人民幣111.3百萬元增加至2023年的人民幣144.3百萬元。該增長主要由於COVID-19相關限制措施解除後，得益於我們根據對市場趨勢的洞察積極調整產品組合，每筆購買訂單平均價格上漲。

其他服務

其他服務收入由2022年的人民幣37.5百萬元增加至2023年的人民幣54.4百萬元，主要受相應年度客戶需求及承接的具體技術開發項目的性質影響。

銷售成本

我們的銷售成本由2022年的人民幣219.0百萬元增加至2023年的人民幣471.4百萬元，主要由於(i)信息技術服務費由2022年的人民幣32.1百萬元增加至2023年的人民幣263.3百萬元，主要由於我們自2023年起向客戶提供更多短視頻平台流量獲取服務，以服務我們的長期業務策略並在我們的服務之間形成強大的協同效應；及(ii)已售存貨成本由2022年的人民幣87.7百萬元增加至2023年的人民幣118.8百萬元，與我們商品銷售業務增長一致。

毛利及毛利率

我們的整體毛利由2022年的人民幣334.6百萬元增加至2023年的人民幣535.3百萬元，整體與因我們所有業務分部的業務擴張帶來的收入增加一致。我們的整體毛利率由2022年的60.4%下跌至2023年的53.2%。整體毛利率下跌主要歸因於我們為提供標準化營銷服務增加第三方媒體資源的採購，原因為根據我們的服務創新和擴張戰略，我們自2023年初開始投資通過利用短視頻平台提供相關營銷服務，該增加部分被優化我們的自動販賣機網絡覆蓋範圍和滲透率導致成本效益提升所抵銷。

營銷服務

我們的營銷服務的毛利由2022年的人民幣298.7百萬元增加至2023年的人民幣479.5百萬元。該增加主要歸因於該業務分部下的收入增長。此外，我們的營銷服務的毛利率由2022年的73.8%下跌至2023年的59.4%。

財務資料

標準化營銷服務

我們的標準化營銷服務的毛利由2022年的人民幣254.5百萬元增加至2023年的人民幣380.6百萬元，主要由於COVID-19相關限制措施解除後，2023年營銷服務的客戶需求增加導致收入大幅增加，該增幅超過了銷售成本因我們努力提升營運效率及優化自動販賣機網絡以減少固定成本而相應增加的增幅。標準化營銷服務毛利率由2022年的73.0%下跌至2023年的55.0%，主要由於我們自2023年初開始向客戶推出了更多短視頻平台流量獲取服務，其利潤率通常低於自動販賣機服務。然而，我們認為這種業務創新及服務擴展能夠服務我們的長期業務戰略，並在我們的服務之間形成強大的協同效應，這從於2023年我們的收入大幅增長、大客戶數量增加及每名大客戶的平均採購額增加得到印證。

增值營銷服務

我們的增值營銷服務的毛利由2022年的人民幣44.1百萬元增加至2023年的人民幣98.8百萬元，我們的增值營銷服務的毛利率由2022年的78.9%上升至2023年的85.3%，毛利及毛利率2023年增加及上升主要由於我們優化自動販賣機網絡，藉此提升網絡的有效覆蓋與滲透率，提升了成本效益，導致固定成本（尤其是折舊及攤銷費用以及點位費）減少。該增加還由於我們持續努力改進自動販賣機的人工智能交互模塊，提升了運營效率及客戶參與度。

商品銷售

商品銷售的毛利由2022年的人民幣18.3百萬元增加至2023年的人民幣29.7百萬元，主要受到我們的商品銷售收入增加所推動。商品銷售的毛利率由2022年的16.4%上升至2023年的20.6%，主要由於我們根據對市場趨勢的洞察，積極調整產品組合，導致每筆購買訂單平均價格增加。

其他服務

其他服務的毛利由2022年的人民幣17.7百萬元增加至2023年的人民幣26.0百萬元。其他服務的毛利率在2022年及2023年維持穩定，分別為47.2%及47.8%。毛利增加主要受相應年度客戶需求及承接的具體技術開發項目的性質影響。

財務資料

其他收入及收益

其他收入及收益由2022年的人民幣6.1百萬元增加至2023年的人民幣6.3百萬元，主要由於我們的收入增加導致增值稅進項稅額加計抵減增加以及政府補助增加（屬於偶然性事件且各年度之間存在差異），並部分被匯兌收益減少所抵銷。

銷售及分銷費用

銷售及分銷費用由2022年的人民幣167.2百萬元增加至2023年的人民幣239.3百萬元，主要由於(i)COVID-19相關限制措施在2022年末解除後，為推廣我們的品牌而開展的營銷活動增加，導致營銷及推廣費用增加，(ii)以股份為基礎的付款增加，及(iii)物流及運輸開支增加，這與商品銷售收入增加一致，部分被優化自動販賣機網絡導致點位擴容費用減少所抵銷。

管理費用

管理費用由2022年的人民幣26.8百萬元增加至2023年的人民幣54.5百萬元，主要由於(i)與[編纂]相關的[編纂]開支，(ii)以股份為基礎的付款增加及(iii)COVID-19相關限制措施解除後，相關需求恢復導致辦公用品及辦公活動開支增加。

研發開支

研發開支由2022年的人民幣30.1百萬元增加至2023年的人民幣63.3百萬元，主要由於為升級自動販賣機，使其配備用戶與自動販賣機互動以及可視化相關的技術而產生的外包技術開發服務費用增加，這與我們持續變化的營銷服務帶來的需求相一致。

按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀

我們按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀由2022年的人民幣191.5百萬元減少至2023年的人民幣24.1百萬元，主要由於優先股的公允價值變動。

財務費用

財務費用由2022年的人民幣3.3百萬元減少至2023年的人民幣1.6百萬元，主要是由於2023年銀行借款的利息費用因償還到期貸款而減少及2023年銀行貸款加權平均利率降低所致。

財務資料

所得稅開支

所得稅開支由2022年的人民幣10.9百萬元增加至2023年的人民幣20.1百萬元，反映了經調整利潤（非國際財務報告準則計量）增加。

年內利潤／（虧絀）

由於上述原因，我們於2023年產生淨利潤人民幣136.7百萬元，而於2022年產生淨虧絀人民幣116.1百萬元。

截至2022年12月31日止年度與截至2021年12月31日止年度比較

收入

我們的總收入由2021年的人民幣502.4百萬元增加10.2%至2022年的人民幣553.6百萬元，主要是由於所有三個業務分部持續快速增長。

營銷服務

我們的營銷服務收入由2021年的人民幣376.7百萬元增加至2022年的人民幣404.8百萬元。該增加主要是由於我們的業務規模擴張，反映了標準化營銷服務及增值營銷服務的業務增長。

標準化營銷服務

我們的標準化營銷服務收入由2021年的人民幣343.0百萬元增加至2022年的人民幣348.9百萬元。儘管2022年COVID-19疫情反覆，我們仍成功維持穩定的品牌客戶基礎及高效滿足其不斷變化的需求。具體而言，採購標準化營銷服務的每名大客戶的平均收入由2021年的人民幣9.8百萬元增加至2022年的人民幣11.2百萬元。尤其是，每名大客戶平均收入的大幅增長主要由於因2022年COVID-19疫情反覆期間營銷受限而開展精準營銷，培養複購客戶。

增值營銷服務

我們的增值營銷服務收入由2021年的人民幣33.7百萬元增加至2022年的人民幣56.0百萬元。具體而言，採購增值營銷服務的每名大客戶的平均收入由2021年的人民幣1.3百萬元增加至2022年的人民幣1.4百萬元，而購買我們增值營銷服務的每名非大客戶的平均收入由2021年的人民幣0.1百萬元增加至2022年的人民幣0.6百萬元。由於我們持續增強在自動販賣機上的人工智能交互模塊及客戶尋求日益多元化的推廣形式，我們的增值營銷服務收入相應增加。

財務資料

商品銷售

我們的商品銷售收入由2021年的人民幣105.0百萬元增加至2022年的人民幣111.3百萬元。儘管疫情帶來了挑戰，但該增長主要是由於我們可擴展的自動販賣機網絡。具體而言，自動販賣機的每日平均數由2021年的5,677台增至2022年的8,435台，該增加部分被每台自動販賣機的平均收入由2021年的人民幣18,500元減至2022年的人民幣13,200元所抵銷。

其他服務

其他服務收入由2021年的人民幣20.7百萬元增加至2022年的人民幣37.5百萬元，主要是受相應期間客戶需求及承接的具體技術開發項目的性質影響。

銷售成本

銷售成本由2021年的人民幣156.9百萬元增加至2022年的人民幣219.0百萬元，主要是由於(i)已售存貨成本增加，這與我們為滿足消費者日益增長的需求而進行的業務擴張一致。我們的業務規模擴張，加上大量已部署的自動販賣機，在推動商品銷售業務整體增加方面發揮了關鍵作用，導致已售存貨成本相應增加；(ii)點位費增加。儘管截至2022年底，自動販賣機數目有所減少，但我們於2021年末與場地運營方訂立協議，從而使我們能夠在新地點部署自動販賣機。與這些部署相關的成本已於相關期間確認，導致2022年我們的點位費整體增加；(iii)由於我們投資於收購自動販賣機及其部署在不同地點，折舊及攤銷費用增加；及(iv)由於我們於2022年COVID-19疫情反覆期間增加了SMS包的使用，以保持與消費者的聯繫，令信息技術服務費增加。此外，我們錄得存貨撇減人民幣8.8百萬元。

毛利及毛利率

我們的整體毛利由2021年的人民幣345.5百萬元減少至2022年的人民幣334.6百萬元。我們的整體毛利率由2021年的68.8%下降至2022年的60.4%。我們的整體毛利減少及毛利率下降乃主要由於2022年COVID-19疫情反覆造成了負面影響。若干城市實施封鎖措施令業務活動及客流量減少，導致營銷服務及商品銷售的整體毛利下降。此外，我們的許多線下推廣活動於該期間被推遲或取消。儘管業務活動減少，但我們繼續產生折舊費用等固定成本，其對整體毛利率構成下行壓力。

財務資料

營銷服務

我們營銷服務的毛利由2021年的人民幣300.3百萬元減少至2022年的人民幣298.7百萬元。這一減少主要是由於COVID-19疫情反覆導致業務活動減少，使業務活動轉向主要集中在線上活動上。此外，我們的相關折舊及攤銷費用增加乃由於2021年下半年大量採購自動販賣機，導致銷售成本增加及毛利隨之減少。此外，我們營銷服務的毛利率由2021年的79.7%下降至2022年的73.8%。該下降主要是由於固定成本的持續產生。儘管COVID-19疫情反覆期間業務活動整體減少，但折舊及攤銷費用等固定成本仍繼續產生，對毛利率構成下行壓力。

標準化營銷服務

我們標準化營銷服務的毛利由2021年的人民幣271.9百萬元減少至2022年的人民幣254.5百萬元，主要由於與信息技術服務費有關的成本增加，尤其是與SMS包的使用有關的開支。該增加部分由於COVID-19疫情擾亂我們所提供的常規服務，導致我們使用SMS包維持與消費者的聯繫。因此，該等增加或新增的成本極大影響了我們的毛利及毛利率。尤其是，標準化營銷服務的毛利率由2021年的79.3%下降至2022年的73.0%。毛利率下降亦主要歸因於儘管業務活動減少，但持續的固定成本（尤其是自動販賣機（包括未投入使用的自動販賣機）的折舊開支）仍繼續產生。

增值營銷服務

我們增值營銷服務的毛利由2021年的人民幣28.4百萬元增加至2022年的人民幣44.1百萬元，主要由於該等營銷服務的使用日益增多及我們的業務營運擴張。我們增值營銷服務的毛利率由2021年的84.3%下降至2022年的78.9%，主要由於固定成本（尤其是自動販賣機（包括未投入使用的自動販賣機）的折舊及攤銷費用）增加。

商品銷售

商品銷售的毛利由2021年的人民幣37.8百萬元減少至2022年的人民幣18.3百萬元。商品銷售的毛利率由2021年的36.0%下降至2022年的16.4%。毛利減少及毛利率下降主要由於若干快消品的價格下降並錄得存貨撇減。

財務資料

其他服務

其他服務的毛利由2021年的人民幣7.4百萬元增長至2022年的人民幣17.7百萬元。其他服務的毛利率由2021年的35.7%增長至2022年的47.2%。毛利增加及毛利率上升主要受相應期間客戶需求及承接的具體技術開發項目的性質影響。

其他收入及收益

其他收入及收益由2021年的人民幣6.7百萬元小幅減少至2022年的人民幣6.1百萬元，主要是由於(i)政府補助減少，該等補助為偶發事件，在不同時期會有所不同；及(ii)增值稅進項稅額加計抵減減少。該減少部分被2022年的匯兌收益人民幣1.6百萬元所抵銷，而於2021年並無確認匯兌收益。

銷售及分銷費用

銷售及分銷費用由2021年的人民幣189.5百萬元減少至2022年的人民幣167.2百萬元，主要是由於(i) COVID-19疫情反覆導致線下宣傳活動和大型線下營銷活動減少，令營銷及推廣費用減少；(ii)物流及運輸開支減少，這與同樣原因導致營銷活動減少一致；及(iii)因在COVID-19疫情的影響下，我們在確定自動販賣機網絡擴張方案時更為謹慎，導致點位擴容費減少。該減少部分被為支持業務增長而擴大銷售及營銷人員隊伍導致員工成本增加所抵銷。

管理費用

管理費用由2021年的人民幣28.5百萬元減少至2022年的人民幣26.8百萬元，主要是由於因2022年COVID-19疫情反覆，僱員居家辦公導致經營相關開支減少。該減少部分被(i)融資相關活動的專業及諮詢服務費增加；(ii)為支持業務增長而擴大行政人員隊伍導致員工成本增加；及(iii)以股份為基礎的付款增加所抵銷。

研發開支

研發開支由2021年的人民幣59.0百萬元減少至2022年的人民幣30.1百萬元，主要是由於產生的外包費用減少。該減少乃由於我們改進了系統模塊的功能及我們增強了內部能力。因此，我們於2022年能夠利用以前開發的大部分模塊代碼，以及將我們的重心轉移至使用我們的內部技術人員進行維護及進一步的開發。

財務資料

按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀

我們按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀由2021年的人民幣189.4百萬元增加至2022年的人民幣191.5百萬元，主要由於優先股的公允價值變動。

財務費用

財務費用由2021年的人民幣5.6百萬元減少至2022年的人民幣3.3百萬元，主要是由於償還以前的貸款及新增借款減少令銀行借款利息開支減少。

所得稅開支

所得稅開支由2021年的人民幣2.8百萬元增加至2022年的人民幣10.9百萬元，反映了經調整利潤（非國際財務報告準則計量）增加。

年內虧絀

由於上述原因，我們的淨虧絀由2021年的人民幣139.5百萬元減少至2022年的人人民幣116.1百萬元。

對綜合財務狀況表若干節選項目的討論

下表載列截至所示日期綜合財務狀況表的節選資料：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產			
非流動資產			
物業、廠房及設備	233,408	174,623	117,652
使用權資產	5,121	2,094	2,361
遞延稅項資產	3,764	8,447	11,014
預付款項、按金及其他應收款項	1,950	91	34,750
按公允價值計入其他全面收益的 股本工具	—	—	4,000
非流動資產總值	244,243	185,255	169,777

財務資料

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動資產			
存貨	20,426	32,690	27,785
貿易應收款項	243,181	461,903	493,999
預付款項、按金及其他應收款項	55,167	55,213	76,788
應收股東款項	1,188	1,188	7
現金及銀行結餘	191,752	87,342	299,018
流動資產總值	511,714	638,336	897,597
資產總值	755,957	823,591	1,067,374
負債			
非流動負債			
計息銀行借款	32,202	15,000	13,500
租賃負債	1,729	215	528
遞延收入	1,040	720	400
可轉換可贖回優先股	936,133	1,310,947	1,253,988
非流動負債總額	971,104	1,326,882	1,268,416
流動負債			
貿易應付款項	50,874	20,792	11,451
其他應付款項及應計費用	9,441	7,184	9,404
合約負債	711	182	2,762
應付所得稅	–	13,892	21,365
租賃負債	3,489	1,752	1,659
計息銀行借款	59,800	26,247	119,940
應付一名股東款項	80,000	–	–
可換股債券	40,574	–	–
遞延收入	320	320	320
流動負債總額	245,209	70,369	166,901
負債總額	1,216,313	1,397,251	1,435,317
負債淨額	460,356	573,660	367,943

財務資料

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
權益			
股本	7	7	7
儲備	(460,550)	(573,822)	(387,832)
非控股權益	187	155	19,882
權益虧絀	(460,356)	(573,660)	(367,943)

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括(i)自動販賣機；(ii)租賃物業裝修；及(iii)其他電子設備。我們的物業、廠房及設備由截至2021年12月31日的人民幣233.4百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣174.6百萬元。該減少主要是由於2022年自動販賣機網絡優化及若干自動販賣機(包括未投入使用的自動販賣機)折舊。我們的物業、廠房及設備由截至2022年12月31日的人民幣174.6百萬元進一步減少至截至2023年12月31日的人民幣117.7百萬元，主要是由於2023年的折舊。

使用權資產

我們的使用權資產主要指自動販賣機、辦公室物業及倉庫租賃。租賃開始日後，我們確認使用權資產及相應的租賃負債，但租賃期為12個月或以下的短期租賃除外。我們的使用權資產由截至2021年12月31日的人民幣5.1百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣2.1百萬元。該減少主要由於折舊，部分被就辦公室物業及倉庫訂立的新租賃協議所抵銷。我們的使用權資產由截至2022年12月31日的人民幣2.1百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣2.4百萬元，主要是由於就辦公室物業和倉庫簽訂的新租賃協議，部分被年內計提的折舊所抵銷。

存貨

我們的存貨主要包括我們商品銷售業務的飲料和食物等快消品。我們的存貨由截至2021年12月31日的人民幣20.4百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣32.7百萬元，主要是由於我們的業務擴張。此外，我們的零售業務受到COVID-19疫情反覆的影響，我們在此期間的存貨消耗速度慢於預期。我們的存貨由截至2022年12月31日的人民幣32.7百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣27.8百萬元，主要是由於我們優化了存貨管理和供應鏈效率。

財務資料

下表載列於所示年度的存貨周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
存貨周轉天數*	69.4	128.8	117.2

附註：

- * 存貨周轉天數是根據相關年度的年初和年末存貨餘額(扣除減值前)的平均值，除以同一年度的已售存貨成本，再乘以365天(就2021年、2022年及2023年而言)計算。

我們的存貨周轉天數由2021年的69.4天增加至2022年的128.8天，與我們的業務擴張一致。尤其是，我們的存貨周轉天數於2022年大幅增加，主要是由於COVID-19疫情反覆期間存貨消耗速度慢於預期。由於我們優化了存貨管理和供應鏈效率，我們的存貨周轉天數於2023年減少至117.2天。

於整個往績記錄期間，除根據我們的會計政策於2022年及2023年初撇減存貨外(經慮及我們認為屬非經常性的各項因素，包括COVID-19疫情對營運的影響、客流量減少、我們的存貨採購計劃變動及若干快消品價格下降)，我們並無經歷任何存貨消耗的重大不利影響，且我們認為已作出充分撥備。我們的管理層亦定期檢討存貨的可回收性，以確保就不可收回金額作出足夠的減值損失撥備，我們亦會評估採購程序並定期作出調整，以反映不斷變化的市況。未來，我們將繼續密切監控存貨水平及消耗狀況，並不斷提高庫存靈活性以降低庫存風險。有鑒於此，我們預計在可預見未來存貨的可回收性不會出現任何重大問題。

下表載列截至所示日期我們存貨的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
180天內	19,956	33,716	24,735
180天至365天	449	6,406	6,808
超過365天	21	1,368	3,272
存貨撥備	—	8,800	7,030
總計	20,426	32,690	27,785

財務資料

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的存貨中約有人民幣21.2百萬元或60.8%已使用。

貿易應收款項

我們的貿易應收款項指我們主要就提供營銷服務而應收客戶的欠款。下表載列截至所示日期的貿易應收款項詳情：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	265,915	510,274	541,331
預期信用損失撥備	(22,734)	(48,371)	(47,332)
小計	243,181	461,903	493,999

我們的貿易應收款項由截至2021年12月31日的人民幣243.2百萬元增加至截至2022年12月31日的人民幣461.9百萬元。該增加主要是由於我們的業務規模擴大導致貿易應收款項增加，以及若干客戶的結算進度放緩等綜合因素。我們決定暫時延長該等客戶的信用期，以減輕他們在2022年COVID-19疫情反覆期間的財務負擔。在確定這一安排的合資格客戶時，我們考慮了其之前與我們的業務往來記錄、發展潛力及信用記錄等因素。我們的貿易應收款項保持相對穩定，截至2022年12月31日為人民幣461.9百萬元，而截至2023年12月31日為人民幣494.0百萬元。

下表載列於所示年度的貿易應收款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
貿易應收款項周轉天數*	182.2	320.3	222.5

附註：

- * 貿易應收款項周轉天數是根據相關年度的年初和年末貿易應收款項餘額（扣除虧絀撥備前）的平均值，除以同一年度營銷服務及其他服務的收入，再乘以365天（就2021年、2022年及2023年而言）計算。

財務資料

我們的貿易應收款項周轉天數由2021年的182.2天增加至2022年的320.3天，主要是由於暫時延長了部分客戶的信用期，以幫助他們應對因COVID-19疫情而實施的封鎖。此外，受季節性因素影響並因2022年中國COVID-19疫情反覆而加劇，我們截至2022年12月31日的貿易應收款項較2021年12月31日有所增加，主要是由於2022年第三及第四季度的收入增加，而截至2022年12月31日相關貿易應收款項仍在信用期內。有關我們貿易應收款項的風險，請參閱「風險因素－與我們的財務狀況及額外資金需求有關的風險－我們面臨品牌客戶的信用風險，我們可能會在收取我們的貿易及其他應收款項時遇到延遲或違約，及我們的經營業績、財務狀況及流動資金可能受到重大不利影響」。

我們已於2023年加大收款力度，將貿易應收款項周轉天數減少至222.5天。貿易應收款項周轉天數減少得益於我們採取的一系列措施。相關措施包括(i)設立信用控制部門，以盡量降低我們的信用風險及維持對未償還應收款項的控制；(ii)建立並每年更新客戶檔案的重要和財務信息，並開展年度評估，根據交易歷史以及付款時間將客戶分類為三個信用等級，用於指導未來合作；(iii)根據每名客戶的基本資質(包括營業執照以及公開信用信息、歷史交易及支付數據以及行業排名)對客戶信用進行全面評估；(iv)根據所提供的文件以及上年度的總合作金額評估客戶的信用情況，在銷售合同中設立信用條款，要求在實施之前進行財務和法務審查，落實嚴格遵守約定條款，以及授權對客戶要求調整任何信用條款開展正式重新評估程序；及(v)嚴格落實信用限額，包括在授出新限額之前先取得超出信用限額部分的付款，我們僅在收到客戶正式請求並經過我們三個部門的經理批准後才會授出豁免。雖然該等措施可使我們收取大部分長期貿易應收款項，減少了我們於2023年的貿易應收款項周轉天數，但部分剩餘長期貿易應收款項來自我們於2022年受到COVID的嚴重影響且於2023年仍處於恢復階段的長期客戶。鑒於我們與彼等之間穩定、良好及持續的過往合作關係，我們給予彼等寬限期，以確保長期互利的增長。除作出必要的撥備外，我們亦持續密切監察其表現，以確保能收回餘下的應收款項。我們還會定期追蹤還款時間，告知銷售經理逾期款項以進行跟進，並持續監察信用合規情況以降低信用違約的潛在損失。我們的管理層還會定期審查信用期相對較長的客戶的結算情況。

財務資料

下表載列截至所示日期按發票日期呈列的貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
6個月內	165,829	274,598	284,315
6個月至12個月	52,100	75,708	169,995
1至2年	24,412	104,671	33,132
超過2年	840	6,926	6,557
總計	243,181	461,903	493,999

下表載列後續結算的截至2023年12月31日的貿易應收款項的賬齡分析：

	截至2023年	截至2024年	佔截至2023年
	12月31日	3月31日	12月31日
	人民幣千元	已結算金額*	已結算貿易
			應收款項
			百分比
			%
			(未經審計)
6個月內	284,315	88,268	31.0
6個月至12個月	169,995	47,539	28.0
1至2年	33,132	15,891	48.0
超過2年	6,557	4,270	65.1
總計	493,999	155,968	31.6

附註：

- * 僅包括截至2023年12月31日我們的扣除減值撥備後貿易應收款項中已實際結算的部分，即未計及2023年12月31日至2024年3月31日所產生的新貿易應收款項的結算。

於整個往績記錄期間，我們並無遇到貿易應收款項的重大可收回性問題，且我們認為已充分計提撥備。我們的貿易應收款項主要來自信用狀況良好並與我們建立長期業務關係的大客戶。我們向我們基於過往的業務記錄認為具備良好信譽的客戶提供更為靈活的付款期。我們賬齡超過一年的貿易應收款項主要包括應收品牌客戶（尤其是快消品行業客戶）營銷服務的款項。由於快消品行業的品牌客戶受到COVID-19疫情的不

財務資料

利影響，且仍在逐步恢復，我們於2023年逐步加強收款工作，同時與他們保持友好的業務關係。通過我們的持續努力，截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日賬齡超過一年的扣除減值撥備後貿易應收款項的50.8%已結清。此外，我們認為我們已充分計提貿易應收款項減值撥備，以按照國際財務報告準則對任何未來負債、撇銷或或然事項入賬。鑒於此，我們預期於可預見未來不會遇到貿易應收款項的重大可收回性問題。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的扣除減值撥備後貿易應收款項中約有人民幣156.0百萬元或31.6%已經結清。根據我們於往績記錄期間的評估，我們已就貿易應收款項充分計提撥備以應對潛在的不確定性。

預付款項、按金及其他應收款項

預付款項、按金及其他應收款項主要包括(i)可收回增值稅，主要指增值稅進項稅額超過增值稅銷項稅額的部分，可於未來抵扣或收回；(ii)就購買商品、採購服務預付供應商的款項，特別是與點位費相關的遞延費用；(iii)按金及其他應收款項，主要指租賃按金及應收雜項；(iv)物業、廠房及設備的預付款項乃根據合約條款就購買自動販賣機預先作出；及(v)與[編纂]有關的遞延[編纂]開支。下表載列截至所示日期的預付款項、按金及其他應收款項詳情：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
即期：			
可收回增值稅	31,999	29,061	3,355
預付款項	19,693	22,552	67,756
按金及其他應收款項	4,013	4,221	3,809
可收回所得稅	16	–	–
遞延[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
	55,721	55,834	78,251
預期信用損失撥備	(554)	(621)	(1,463)
小計	55,167	55,213	76,788

財務資料

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非即期：			
物業、廠房及設備預付款項	1,950	91	34,750
總計	57,117	55,304	111,538

預付款項、按金及其他應收款項由截至2021年12月31日的人民幣57.1百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣55.3百萬元，主要是由於可收回增值稅減少。該減少乃歸因於我們於2022年略微放慢擴張步伐，令可抵扣進項稅金額減少。我們的預付款項、按金及其他應收款項由截至2022年12月31日的人民幣55.3百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣111.5百萬元，主要是由於(i)為確保供應穩定和及時就採購若干第三方媒體資源向外部供應商支付的預付款項增加；(ii)與自動販賣機有關的物業、廠房及設備的預付款項增加；及(iii)與[編纂]有關的遞延[編纂]開支。

下表載列截至所示日期按性質劃分的我們的即期預付款項明細：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
點位費	14,514	11,568	8,273
存貨採購	1,984	4,811	1,570
服務採購	2,975	6,095	57,510
其他	220	78	404
總計	19,693	22,552	67,756

按性質劃分，我們的預付款項可以分為以下幾類：(i)點位費預付款，指我們為使用特定場地或場所投放自動販賣機而支付的預付款。截至2021年、2022年及2023年12月31日，由於我們使用場地或場所需要滿足付款要求，我們的點位費預付款隨著我們自動販賣機網絡的規模而波動；(ii)存貨採購預付款，用於採購通過我們的自動販賣機銷售的快消品，如食品、飲料、化妝品及日用品。於往績記錄期間，我們的存貨採購

財務資料

預付款項因我們提供商品銷售服務而產生。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的存貨採購預付款項隨著我們的存貨變動而變動；(iii)服務採購預付款項，與我們的營銷活動及信息技術服務採購相關的預付款項對應。2021年12月31日至2022年12月31日，相關預付款項增加，主要是由於提供技術開發服務的預付款項增加。2022年12月31日至2023年12月31日，我們採購信息技術服務的預付款項增加，主要是由於我們戰略性地加強利用社交媒體平台提供標準化營銷服務的能力，這吸引並留住了更多的優質客戶，並同時增加了我們對第三方媒體資源的採購。按照行業慣例，相關採購通常要求預付款。

下表載列截至所示日期按支付日期呈列的我們即期預付款項的賬齡分析：

	於12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
180天內	19,507	21,864	65,090
180至365天	186	688	2,666
總計	19,693	22,552	67,756

下表載列截至所示日期後續使用預付款項的賬齡分析：

	截至2023年 12月31日	截至2024年 3月31日的 已使用金額*	佔截至2023年
			12月31日的
			已使用預付 款項百分比
	人民幣千元	人民幣千元	%
180天內	65,090	55,108	84.7
180至365天	2,666	219	8.2
總計	67,756	55,326	81.7

附註：

- * 僅包括截至2023年12月31日我們的預付款項中已使用的部分，即未計及2023年12月31日至2024年3月31日對新增預付款項的使用。

財務資料

於2021年、2022年及2023年，我們的服務採購預付款項周轉天數分別為29.8天、51.6天及44.1天。該等周轉天數按相關年度服務採購預付款項的年初和年末餘額的平均數除以同年的信息技術服務費，再乘以2021年、2022年及2023年的365天計算。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的預付款項、按金及其他應收款項中的人民幣55.8百萬元或72.7%已於其後結清。

現金及銀行結餘

我們的現金及銀行結餘包括(i)現金及現金等價物；及(ii)到期日超過三個月的定期存款。我們的銀行結餘及現金由截至2021年12月31日的人民幣191.8百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣87.3百萬元，主要是由於償還銀行貸款。此外，現金及銀行結餘減少亦歸因於COVID-19導致營運資金情況惡化。我們的現金及銀行結餘增加至截至2023年12月31日的人民幣299.0百萬元，主要是由於我們從客戶收回的貿易應收款項增加以及我們從若干銀行取得營運資金貸款。

貿易應付款項

貿易應付款項主要指應付營銷費、應付自動販賣機點位擴容成本、應付外包研發費用以及就自動販賣機及商品應付供應商款項。貿易應付款項由截至2021年12月31日的人民幣50.9百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣20.8百萬元，主要是由於(i)因我們專注於提升內部研發能力，故外包研發應付款項減少；及(ii)採購自動販賣機的應付款項減少。我們的貿易應付款項進一步減少至截至2023年12月31日的人民幣11.5百萬元，主要由於我們的供應商組成及我們的一名主要的標準化營銷服務供應商要求的付款條款有所變動。

我們的貿易應付款項一般為於30至60天的正常付款期內結算的無息負債。下表載列截至所示日期按發票日期呈列的貿易應付款項的賬齡分析：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
1年內	50,827	20,792	11,481
1至2年	6	—	—
超過2年	41	—	—
總計	50,874	20,792	11,451

財務資料

下表載列於所示年度的貿易應付款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
貿易應付款項周轉天數*	48.3	31.4	7.6

附註：

- * 貿易應付款項周轉天數是根據相關年度的年初和年末貿易應付款項餘額的平均值，除以同一年度銷售成本、銷售及分銷費用以及研發開支之和，再乘以365天(就2021年、2022年及2023年而言)計算。

我們的貿易應付款項周轉天數由2021年的48.3天減少至2022年的31.4天，主要由於我們的採購發生轉變。於2022年，我們從主要採購自動販賣機(先前構成我們2021年貿易應付款項的主要部分)轉變為採購信用期較短的其他服務及存貨。於2023年，隨著我們戰略性增強利用社交媒體平台提供標準化營銷服務的能力，我們加大了第三方媒體資源採購，根據行業慣例，這通常需要預付款項。因此，我們的貿易應付款項周轉天數於2023年進一步減少至7.6天。

截至2024年3月31日，我們截至2023年12月31日的貿易應付款項中約有人民幣7.9百萬元或69.2%已經結清。

其他應付款項及應計費用

其他應付款項及應計費用主要包括應付薪金(包括應付僱員的薪金及獎金)。下表載列截至所示日期的其他應付款項及應計費用詳情：

	截至12月31日		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
應付薪金	4,431	4,524	3,668
其他應付稅項	205	29	194
應付外包服務費	2,358	2,026	997
應付專業服務費	2,000	20	-
其他應付款項及應計費用	447	585	847
應計[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	9,441	7,184	9,404

財務資料

其他應付款項及應計費用由截至2021年12月31日的人民幣9.4百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣7.2百萬元，主要由於應付專業服務費減少所致。我們的其他應付款項及應計費用由截至2022年12月31日的人民幣7.2百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣9.4百萬元，主要是由於應計[編纂]開支。

合約負債

合約負債主要指每個財政年度末收到的零星合約預付款項。於往績記錄期間，該等負債於截至2021年、2022年及2023年12月31日維持相對較小數額，分別為人民幣0.7百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣2.8百萬元。我們的合約負債由2022年的人民幣0.2百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣2.8百萬元，主要是由於主要因我們的業務規模增長導致客戶預付款增加。

應付所得稅

應付所得稅指於各年末結欠稅務機關的稅項金額。於截至2021年12月31日、截至2022年12月31日及截至2023年12月31日，我們的應付所得稅分別為零、人民幣13.9百萬元及人民幣21.4百萬元，乃由於我們的收入增長導致應納稅所得額增加。

可轉換可贖回優先股及可換股債券

我們可轉換可贖回優先股及可換股債券的負債主要與我們的權益融資中發行的可轉換可贖回優先股及可換股債券有關，其將於[編纂]後獲重新指定為權益。截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們可轉換可贖回優先股及可換股債券的流動及非流動負債分別為人民幣976.7百萬元、人民幣1,310.9百萬元及人民幣1,254.0百萬元。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註25。

截至2021年1月1日，該等可轉換可贖回優先股也是導致我們累計虧絀人民幣309.6百萬元的主要因素之一，原因是我們前幾年的估值增加而造成截至2021年1月1日的可轉換可贖回優先股的公允價值虧絀，進而導致我們的儲備虧絀。基於同樣的原因，我們於2021年、2022年及2023年持續錄得可轉換可贖回優先股的公允價值虧絀。

財務資料

流動資金及資本資源

概覽

於往績記錄期間，我們的現金主要用作營運資金。我們的流動資金主要來自於融資活動及經營。截至2023年12月31日，我們的現金及銀行結餘為人民幣299.0百萬元。經計及我們的內部資金、[編纂]、可得的銀行借款融資等財務資源，董事認為且獨家保薦人認同，我們有足夠的營運資金來滿足我們目前及從本文件日期起未來12個月的需求。我們的信心基於以下因素：

- **經營所得現金流量**：儘管於往績記錄期間的現金流量為負數，這主要歸因於貿易應收款項增加。COVID-19的暫時影響導致現金流量減少，但我們預計隨著影響減弱，會轉負為正。我們對我們核心業務運營產生現金的能力有信心，尤其是我們還在繼續發展中。我們旨在實現經營活動產生穩定的現金流量，這將最終有利於我們的整體流動資金。
- **銀行借款**：截至2024年3月31日，我們未動用銀行借款融資為人民幣86.7百萬元，為我們提供了額外融資來源。過往而言，我們可在有需要時獲得銀行借款，且我們相信我們與銀行及金融機構的穩固關係日後將繼續支持我們的借款需求。我們致力於協商出優惠條款及利率的同時維持獲取額外借款的謹慎方針。管理債務並維持良好的財務狀況對我們至關重要。
- **[編纂]**：經扣除[編纂]佣金、費用及我們就[編纂]應付的估計開支後，我們預計自[編纂]收取[編纂]淨額約為[編纂]港元。該等[編纂]將進一步鞏固我們的財務狀況並為我們的業務發展活動提供支持。
- **嚴格的現金管理**：我們密切監督及管理我們的現金狀況及需求，以確保我們的營運有充足的營運資金。我們的財務部門負責管理我們的營運資金及收取應收款項結款。我們每週對現金狀況及需求進行檢討，以釐定我們營運現金的用途及分配情況，優化我們的資本架構及滿足營運資金需求。

財務資料

現金流量

下表載列於所示年度的綜合現金流量表：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
營運資金變動前經營產生的現金	123,128	190,178	262,772
營運資金變動	(182,898)	(298,420)	(56,070)
經營活動所得／(所用) 現金	(59,770)	(108,242)	206,702
已付所得稅	(9,455)	(1,665)	(15,228)
已收利息	338	977	238
經營活動(所用)／所得現金流量淨額	(68,887)	(108,930)	191,712
投資活動所用現金流量淨額	(96,689)	(416)	(39,261)
融資活動所得現金流量淨額	295,145	4,936	59,225
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	129,569	(104,410)	211,676
年初現金及現金等價物	62,183	191,752	87,342
年末現金及現金等價物	191,752	87,342	299,018

經營活動(所用)／所得現金淨額

於2023年，我們經營活動所得現金流量淨額為人民幣191.7百萬元。與按權責發生制計算的除所得稅前利潤人民幣156.8百萬元的差額主要是由於加回非現金項目，如物業、廠房及設備折舊人民幣55.5百萬元、按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀人民幣24.1百萬元。此外，主要由於(i)我們的貿易應收款項增加人民幣31.1百萬元；(ii)我們的預付款項及其他應收款項以及其他資產增加人民幣19.1百萬元；及(iii)我們的貿易應付款項減少人民幣9.3百萬元，故合計人民幣56.1百萬元的現金用作我們的營運資金。

財務資料

2022年，我們經營活動所用現金流量淨額為人民幣108.9百萬元。與按權責發生制計算的除所得稅前虧絀人民幣105.2百萬元的差額主要是由於加回非現金項目，如按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀人民幣191.5百萬元、物業、廠房及設備折舊人民幣59.7百萬元以及貿易應收款項減值撥備（扣除撥回）人民幣25.6百萬元。此外，由於(i)我們的貿易應收款項增加人民幣244.4百萬元，(ii)我們的貿易應付款項及應付票據減少人民幣30.1百萬元，及(iii)我們的存貨增加人民幣21.1百萬元，故合計人民幣298.4百萬元的現金用作我們的營運資金。

2021年，我們經營活動所用現金淨額為人民幣68.9百萬元。與按權責發生制計算的除所得稅前虧絀人民幣136.7百萬元的差額主要是由於加回非現金項目，如按公允價值計入損益的金融負債的公允價值虧絀人民幣189.4百萬元、物業、廠房及設備折舊人民幣42.1百萬元以及貿易應收款項減值撥備（扣除撥回）人民幣16.0百萬元。此外，由於(i)我們的貿易應收款項增加人民幣135.0百萬元；(ii)我們的預付款項、其他應收款項以及其他資產增加人民幣24.5百萬元；(iii)貿易應付款項減少人民幣15.6百萬元；及(iv)我們的存貨增加人民幣12.6百萬元，故合計人民幣182.9百萬元的現金用作我們的營運資金。

投資活動所用現金淨額

於2023年，我們投資活動所用現金淨額為人民幣39.3百萬元，主要是由於我們購買與自動販賣機有關的物業、廠房及設備，亦由於我們購買了於山東頌飯食品科技有限公司（「頌飯」）的股權投資（指定為購買按公允價值計入損益的金融資產）。

我們對頌飯（一家從事餐飲管理諮詢服務的公司）的投資是基於預期從中產生的協同效應。由於其主要利用數字化賦能的店舖網絡，為一線和新一線城市的年輕客戶群烹飪和配送速凍水餃，我們希望通過投資頌飯，進入速凍食品品類（這一品類的客戶需求不斷增長），從而拓寬我們在新服務項目開發方面的專業知識。此外，我們計劃利用其現有的客戶群，開發多維度的「用餐和體驗」營銷內容，可以進一步提高我們的競爭力。

於往績記錄期間，我們基於公平原則為頌飯提供營銷服務，我們的交易條款與其他與我們沒有任何關聯關係的客戶的類似交易基本相同。據我們所知，除了在2022年作為我們的客戶並且在同一年對我們貢獻3.0%的收入之外，頌飯與我們、我們的附屬公司、我們的股東、董事、高級管理層或任何各自的聯繫人沒有任何其他過往或現時的關係（包括但不限於家族、業務、融資、僱傭等方面的關係）。

財務資料

於2021年及2022年，我們投資活動所用現金淨額分別為人民幣96.7百萬元及人民幣0.4百萬元，主要用於購買物業、廠房及設備。

融資活動所得現金淨額

於2023年，融資活動所得現金淨額為人民幣59.2百萬元，主要由於(i)新增銀行貸款人民幣119.9百萬元；及(ii)發行優先股所得款項人民幣60百萬元，部分被(i)就收購上海趣致5.19%股權支付的代價人民幣80.0百萬元；(ii)償還銀行貸款人民幣27.7百萬元及(iii)員工持股平台的資本扣減人民幣6.7百萬元所抵銷。

2022年，我們融資活動所得現金淨額為人民幣4.9百萬元，主要是由於(i)發行優先股所得款項人民幣142.8百萬元；及(ii)新增銀行貸款人民幣132.9百萬元，部分被(i)償還銀行貸款人民幣183.7百萬元；(ii)應付一名股東款項減少人民幣80.0百萬元；及(iii)支付租賃負債人民幣3.8百萬元所抵銷。

2021年，我們融資活動所得現金淨額為人民幣295.1百萬元，主要是由於(i)發行優先股所得款項人民幣185.8百萬元；(ii)新增銀行貸款人民幣173.9百萬元；及(iii)應付一名股東款項增加人民幣80.0百萬元，部分被(i)償還銀行貸款人民幣144.3百萬元；及(ii)控股股東減資人民幣27.7百萬元所抵銷。

流動資產淨值／流動負債淨額

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
流動資產				
存貨	20,426	32,690	27,785	19,059
貿易應收款項	243,181	461,903	493,999	478,953
預付款項、按金及其他應收款項	55,167	55,213	76,788	117,710
應收股東款項	1,188	1,188	7	–
現金及銀行結餘	191,752	87,342	299,018	386,781
流動資產總值	511,714	638,336	897,597	1,002,503

財務資料

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
流動負債				
貿易應付款項	50,874	20,792	11,451	16,498
其他應付款項及應計費用	9,441	7,184	9,404	14,682
合約負債	711	182	2,762	6,279
應付所得稅	–	13,892	21,365	23,647
租賃負債	3,489	1,752	1,659	1,082
計息銀行借款	59,800	26,247	119,940	199,840
應付一名股東款項	80,000	–	–	–
可換股債券	40,574	–	–	–
遞延收入	320	320	320	320
可轉換可贖回優先股	–	–	–	1,253,988
流動負債總額	245,209	70,369	166,901	1,516,335
流動資產淨值／流動負債淨額	266,505	567,967	730,696	(513,832)

債務

於往績記錄期間，我們的債務主要包括銀行借款、租賃負債及應付一名股東款項（非貿易性質）。除下表所披露外，截至2024年3月31日，我們並無任何重大抵押、借款或類似債務、押記、債權證、已發行及發行在外或同意將予發行的貸款資本、債務證券、銀行貸款及其他貸款、銀行透支或其他類似債務、融資租賃或租購承諾、承兌負債（正常貿易票據除外）、承兌信用（有擔保、無擔保、有抵押或無抵押）或擔保或其他或然負債。經審慎考慮後，董事確認，自最後實際可行日期起及直至本文件日期，我們的債務並無任何重大變動。董事已確認，截至最後實際可行日期，我們尚未償還的債務均無重大契諾，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，概無違反任何契諾的情況。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，據董事所深知，我們在獲取銀行貸款方面並無遇到任何困難。

財務資料

下表載列截至所示日期的債務明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
即期				
計息銀行借款	59,800	26,247	119,940	199,840
租賃負債	3,489	1,752	1,659	1,082
應付一名股東款項 (非貿易性質)	80,000	–	–	–
非即期				
計息銀行借款	32,202	15,000	13,500	13,500
租賃負債	1,729	215	528	369
總計	177,220	43,214	135,627	214,791

計息銀行借款

我們於往績記錄期間的計息銀行借款主要用於業務擴張。我們的計息銀行借款按3.20%至5.75%的年利率計息。有關該等抵押的更多詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註24。董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概無拖欠償還銀行貸款。

財務資料

租賃負債

下表載列截至所示日期的租賃負債：

	截至12月31日			截至3月31日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
即期	3,489	1,752	1,659	1,082
非即期	1,729	215	528	369
總計	5,218	1,967	2,187	1,451

我們的租賃負債由截至2021年12月31日的人民幣5.2百萬元減少至截至2022年12月31日的人民幣2.0百萬元，主要是由於部分租賃到期。我們的租賃負債增至截至2023年12月31日的人民幣2.2百萬元，主要是由於我們續期處於早期攤銷階段的辦公室空間租賃，並下降至截至2024年3月31日的人民幣1.5百萬元，主要是由於租賃責任的付款。

資本支出

我們定期產生資本支出，以擴大我們的業務及自動販賣機網絡。於往績記錄期間，我們的資本支出乃用於購置物業、廠房及設備。於2021年、2022年及2023年，我們的資本支出分別為人民幣107.6百萬元、人民幣0.4百萬元及人民幣35.5百萬元。

合約義務

資本承擔

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們的資本承擔分別為零、人民幣0.9百萬元及人民幣16.8百萬元，主要與自動販賣機有關的固定資產採購有關。

租賃承擔

截至2021年、2022年及2023年12月31日，與我們的倉庫物業相關的未履行租賃承擔分別為人民幣0.6百萬元、人民幣0.9百萬元及人民幣0.8百萬元。我們的租賃承擔於2021年至2022年有所增加，主要由於隨著業務擴張於隨後年度的倉庫租賃增加。於2023年，我們的未履行租賃承擔減少，是由於我們的若干租約於2023年到期。

財務資料

或然負債

截至2021年、2022年及2023年12月31日，我們並無任何重大或然負債。我們確認，截至最後實際可行日期，我們的或然負債並無任何重大變動或安排。

資產負債表外承擔及安排

截至最後實際可行日期，我們並未進行任何資產負債表外交易。

主要財務比率

下表載列於所示年度或截至所示日期的主要財務比率：

	截至12月31日／截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
流動比率 ⁽¹⁾	2.1	9.1 ⁽⁵⁾	5.4
毛利率 ⁽²⁾	68.8%	60.4%	53.2%
經調整利潤率 (非國際財務報告準則計量) ⁽³⁾	10.4%	14.1%	19.9%
經調整EBITDA利潤率 (非國際財務報告準則計量) ⁽⁴⁾	21.3%	27.9%	27.8%

附註：

- (1) 等於截至同日的流動資產除以流動負債。
- (2) 等於年內毛利除以年內收入，再乘以100%。
- (3) 等於年內經調整利潤(非國際財務報告準則計量)除以年內收入，再乘以100%。
- (4) 等於年內經調整EBITDA(非國際財務報告準則計量)除以年內收入，再乘以100%。
- (5) 我們的流動比率由截至2021年12月31日的2.1上升至截至2022年12月31日的9.1，主要由於截至各自日期流動負債總額由人民幣245.2百萬元大幅減少至人民幣70.4百萬元。該減少主要由於(i)截至各自日期應付一名股東款項由人民幣80.0百萬元減少至零，由於因南京斯悅(Banyan Pacific的聯屬公司)向上海趣致預付款項而應付南京斯悅的款項於2022年1月結清及(ii)截至各自日期可換股債券由人民幣40.6百萬元減少至零，由於2022年根據日期為2021年9月22日的E輪優先股購買協議該等可換股債券轉換為E輪優先股。流動比率其後下降至截至2023年12月31日的5.4，主要由於流動負債總額由截至2022年12月31日的人民幣70.4百萬元大幅增加至截至2023年12月31日的人民幣166.9百萬元。該增加主要由於截至各自日期計息銀行借款由人民幣26.2百萬元增至人民幣119.9百萬元。

財務資料

關聯方交易

截至2021年12月31日，我們有與應付一名股東款項有關的關聯方交易人民幣80.0百萬元，已於2022年1月悉數結清。截至2021年及2022年12月31日，我們與重組有關的應收股東款項的尚未償還結餘為人民幣1.2百萬元，其之後於2023年7月已償還該結餘款項。截至2023年12月31日，我們與重組有關的應收股東款項的尚未償還結餘為人民幣7,000元。與關聯方的結餘為非貿易性質及已於[編纂]前結算。詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註31。董事確認，於往績記錄期間的所有重大關聯方交易乃按公平基準進行，且不會損害我們於往績記錄期間的經營業績，亦不會致使我們於往績記錄期間的過往業績無法反映我們對未來表現的預期。

市場風險披露

我們面臨著各種金融風險及市場風險，包括市場風險、信用風險及流動性風險。我們的整體風險管理計劃側重於金融市場的不可預測性，並設法將對財務表現產生的潛在不利影響降至最低。更多詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註35。

利率風險

我們面臨與我們的浮動利率銀行借款有關的利率風險。

信用風險

我們只與經認可的、信譽良好的第三方進行交易，並且不要求提供抵押品。我們的政策是，所有希望以信用條款進行交易的客戶均須經過信用核查程序。此外，我們持續監控應收款項餘額，而我們的壞賬風險並不重大。我們根據客戶／交易對手及行業管理信用風險集中度。

流動性風險

我們通過評估流動比率以監控我們的流動性風險敞口，而流動比率是通過比較我們的流動資產與流動負債確定。我們的流動性主要取決於我們能否從經營活動中產生足夠的現金流入，以履行到期的債務義務。此外，我們考慮獲得外部融資的能力，以滿足我們所承擔的未來資本支出。更多詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註35。

財務資料

股息

於往績記錄期間，我們並無支付或宣派任何股息。目前，我們並無正式股息政策或固定派息率。經考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可動用現金以及董事會當時可能認為相關的其他因素後，董事會可能於未來宣派股息。任何宣派及派付以及股息金額均須符合我們的章程文件及開曼公司法。此外，董事可不時派付董事會認為就我們的利潤及整體財務需求而言屬合理的中期股息，或於其認為適當的日期派付適當金額的特別股息。根據開曼公司法，開曼群島公司可以其利潤或其股份溢價賬的進賬金額支付股息，前提是緊隨建議支付股息日期後，該公司仍將有能力支付日常業務過程中到期的債務。據我們的開曼群島法律顧問告知，累計虧絀狀況並不一定限制我們向股東宣派及支付股息，這是因為股息仍可以我們的股份溢價賬宣派及支付，前提是緊隨支付股息後，我們仍有能力支付日常業務過程中到期的債務。

可供分派儲備

截至2023年12月31日，我們的可供分派儲備為零。

[編纂]開支

按[編纂]每股股份[編纂]港元計算，我們將承擔的[編纂]開支估計約為人民幣[編纂]元（[編纂]港元），佔[編纂]總額約[編纂]港元的[編纂]%。我們估計[編纂]開支包括[編纂]費用約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）及非[編纂]費用人民幣[編纂]元（[編纂]港元）（其中包括法律顧問和我們申報會計師的費用和開支約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）及其他費用及開支約人民幣[編纂]元（[編纂]港元））。截至2023年12月31日，我們產生的[編纂]開支為人民幣[編纂]元（[編纂]港元），其中(i)人民幣[編纂]元（[編纂]港元）已於截至2023年12月31日止年度的綜合損益表扣除；及(ii)人民幣[編纂]元（[編纂]港元）直接歸屬於[編纂]的[編纂]及[編纂]，確認為遞延[編纂]開支，於[編纂]後將從權益中扣除。

財務資料

我們估計本公司將產生約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）的額外[編纂]開支（按[編纂]每股[編纂]港元計算），其中約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）預計將在我們的綜合損益表中扣除，而約人民幣[編纂]元（[編纂]港元）直接歸屬於[編纂]的[編纂]及[編纂]，預計將於[編纂]後直接確認為權益扣減。上述[編纂]開支是最新實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與此估計不同。

未經審計[編纂]經調整有形資產淨值報表

以下所載未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表為根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則第4.29段，並參考香港會計師公會頒佈的會計指引第7號「編製備考財務資料以載入投資通函內」而編製，僅供說明之用，旨在說明(i)[編纂]及(ii)[編纂]完成後將種子1輪、種子2輪、天使輪、A輪、B輪、C輪、D輪、E輪、E+輪及F輪優先股轉換為普通股對截至2023年12月31日本公司普通股股東應佔綜合有形資產淨值的影響，猶如[編纂]已於2023年12月31日進行。

編製未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表僅供說明用途，而由於其假設性質，其未必真實反映倘[編纂]於截至2023年12月31日或於任何未來日期已完成，本公司普通股股東應佔的綜合有形資產淨值。

財務資料

未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表乃根據本文件附錄一的會計師報告中所載的截至2023年12月31日本公司普通股股東應佔綜合有形資產淨值編製，並就下文所述影響予以調整。

截至2023年		於優先		截至2023年	
12月31日		股獲轉換		12月31日	
本公司		後對綜合		未經審計	
擁有人應佔		有形負債		[編纂]經調整	
本集團綜合		淨額的		綜合有形	
有形負債		估計影響		資產淨值	
淨額				資產淨值	
人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣元	港元
(附註1)	(附註2)	(附註3)		(附註4)	(附註5)
按每股股份[編纂]港元的					
[編纂]計算	(387,825)	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按每股股份[編纂]港元的					
[編纂]計算	(387,825)	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按每股股份[編纂]港元的					
[編纂]計算	(387,825)	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 截至2023年12月31日本公司權益持有人應佔本集團綜合有形負債淨額相等於本文件附錄一會計師報告中所載的截至2023年12月31日本公司擁有人應佔綜合負債淨額人民幣387,825,000元。
- (2) [編纂]的估計[編纂]淨額乃根據每股股份[編纂]港元、[編纂]港元及[編纂]港元的估計[編纂]下限、中位數及上限計算得出，並扣除本公司應付的[編纂]費及佣金以及其他相關開支（不包括於往績記錄期間已於損益賬扣除的[編纂]開支）。
- (3) 於[編纂]完成後，所有優先股將自動轉換為普通股。種子1輪、種子2輪、天使輪、A輪、B輪、C輪、D輪、E輪、E+輪及F輪優先股的轉換將使金額為人民幣[編纂]元的有關優先股由負債重新分類為權益，並相應地使本集團於2023年12月31日的未經審計[編纂]經調整綜合有形負債淨額增加人民幣[編纂]元。
- (4) 本公司擁有人應佔未經審計[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值乃以未經審計[編纂]經調整有形資產淨值除以[編纂]股股份（即假設[編纂]已於2023年12月31日完成情況下的已發行股份數目）計算得出。

財務資料

- (5) 就本未經審計[編纂]經調整有形資產淨值報表而言，以人民幣列示的結餘按匯率人民幣1.0000元兌1.1012港元換算為港元。
- (6) 並無對本集團的未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值作出其他調整以反映於2023年12月31日後的任何經營業績或進行的其他交易。

無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，除本文件「概要－近期發展」所披露的情況外，自2023年12月31日（即本文件附錄一會計師報告中所載綜合財務報表的最近資產負債表日期）以來，我們的財務、經營或前景未發生重大不利變動。

根據上市規則第13.13至13.19條進行的披露

董事已確認，截至最後實際可行日期，並無任何情況導致須根據上市規則第13.13至13.19條之規定須作出披露。