

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。作為概要，並未載有閣下可能認為重要的所有資料。閣下決定投資[編纂]前，務請細閱本文件全文。任何投資均附帶風險。

有關投資[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下決定投資[編纂]前，務請細閱該節。本節所用各種詞彙於「釋義」及「技術詞彙表」中界定。

### 概覽

我們是一家面向中國汽車後市場行業參與者的車載硬件以及SaaS營銷及管理服務提供商，專注於向行業價值鏈上的行業參與者(i)銷售車載硬件產品；及(ii)提供SaaS營銷及管理服務，涵蓋SaaS訂閱服務及SaaS增值服務。汽車後市場行業高度分散，由眾多子行業組成。按收益計，2023年汽車後市場行業的車載硬件銷售以及SaaS營銷及管理服務的市場規模分別佔汽車後市場行業較大規模的約0.5%及0.4%。根據灼識諮詢報告，按2023年收益計，我們在中國汽車後市場行業SaaS營銷及管理服務提供商中排名第一，市場份額為6.1%，而按2023年收益計，我們在中國汽車後市場行業車載硬件提供商中排名第三，市場份額為3.4%。

自2012年於深圳成立並設立總部以來，我們致力於支持汽車後市場行業的客戶，通過我們的銷售車載硬件產品以及SaaS營銷及管理服務，更好地與客戶建立聯繫，並旨在增強其營銷管理能力，拓寬客戶在汽車後市場行業的收入來源。憑藉十多年的運營經驗，加上我們的行業洞察力，以及善於利用技術的能力，我們為汽車後市場行業價值鏈的行業參與者（如4S店）開發了一套行業特定產品及服務，以提高其營銷及運營效率。

---

## 概 要

---

### 我們的業務模式

我們提供(i)車載硬件產品；及(ii)SaaS營銷及管理服務（涵蓋SaaS訂閱服務及SaaS增值服務）。

- **銷售車載硬件產品**：我們提供車載硬件產品，包括(a)車載娛樂系統產品及車載安全系統產品及(b)智能核心板。

我們的車載娛樂系統產品及車載安全系統產品涵蓋包含硬件、雲產品及服務和APP的整體產品及服務套餐，擁有車載硬件及允許硬件無線連接到互聯網的SIM卡等組件，藉此我們的產品能夠提供車載影音內容及服務交付的聚合。通過後市場安裝我們的車載娛樂系統產品及車載安全系統產品，傳統汽車得以升級，實現網聯化，而車用戶可以通過其與提供後市場服務的4S店之間在維修、保養等方面更密切的互動升級用車體驗。

此外，我們設計及提供智能核心板。該等核心板嵌入SDK軟件，亦可連接數據流量，幫助車載設備OBM客戶高效地將自有產品開發成網聯化的產品。

我們向4S店客戶銷售的車載硬件主要是汽車配件，乃為車輛提供增強功能的升級或添置，應視為新車中標準工廠配備的硬件的添置或改裝（例如，更先進的電子設備及功能）。4S店一般有自己的部門專門負責汽車配件採購及改裝管理，因為這些配件的銷售乃其收益來源之一。

商務部令2017年第1號《汽車銷售管理辦法》（「**汽車銷售管理辦法**」）第14條規定，任何供應商（即汽車製造商）不得限定汽車配件、用品、金融、保險、救援等產品的提供商，但家用汽車產品「三包」服務、召回等由供應商承擔費用時使用的配件和服務除外，且汽車經銷商自行競標產品亦為行業慣例，原因如下：(i)汽車經銷商集中採購可確保較低的採購價格；(ii)產品的安裝、訓練及售後服務更有保障；(iii)汽車經銷商能更好地處理產品的保理及售後問題；及(iv)中國的汽車經銷商集團通常可能經營多個品牌，而非僅限於銷售單一品牌。

## 概 要

下表載列往績記錄期間按車載硬件產品類別劃分的平均售價及銷量明細：

	2021財年		2022財年		2023財年	
	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量
	人民幣元	千套	人民幣元	千套	人民幣元	千套
車載娛樂系統	885	90	863	112	763	166
車載安全系統	227	74	224	60	383	65
智能核心板	144	551	142	440	130	574

於往績記錄期間，我們車載娛樂系統產品的平均售價呈下降趨勢，主要由於已推出SaaS增值服務項下的團購活動服務導致單價較低的通用導航系統及智能車盒的銷售增加。於2023財年，我們車載安全系統產品的平均售價有所上升，是由於我們其中一款有更大屏幕及實時視頻功能的後視鏡產品的銷量增加，與我們上一代後視鏡產品相比，該產品的單價較高，且因我們的團購活動推廣而獲受市場歡迎。

此外，於2022財年，COVID-19限制導致對汽車後市場服務及車輛新硬件的需求減少，主要是由於車輛使用量減少及經濟不確定性。因此，客戶對我們產品的需求下降，導致車載安全系統及智能核心板產品的銷量於2021財年至2022財年呈下降趨勢。為促進銷售，我們於2022財年下半年開始推出（其中包括）SaaS增值服務下的團購活動服務等措施，也因此，於2023財年，我們的車載硬件產品銷量有所反彈。

---

## 概 要

---

### 市場需求

於往績記錄期間，我們的車載硬件產品主要安裝於ICEV，儘管中國ICEV銷量呈下降趨勢，惟我們預期產生自銷售ICEV車載硬件產品的收益將繼續保持可觀。根據灼識諮詢的資料，2023年ICEV佔乘用車保有量的90%以上，預計到2028年此比例將達到約80%。因此，ICEV乘用車預計將繼續佔汽車後市場的一大部分。然而，根據灼識諮詢報告，車載硬件產品市場高度分散，汽車後市場行業車載硬件產品銷售總收入預計僅由2023年的人民幣67億元增至2028年的人民幣74億元，複合年增長率為2.2%。進一步詳情請參閱本文件內的「風險因素－未能有效地把握及利用ICEV及NEV行業趨勢可能會對我們的財務表現及前景造成負面影響」。

具體而言，車載娛樂系統產品主要安裝於合資OEM（跨國品牌與國內品牌（如一汽豐田、一汽本田及大眾汽車）設立的合作企業）製造的ICEV。車載安全系統產品主要適用於ICEV，於往績記錄期間，已經安裝於多個不同品牌及車型的汽車，包括跨國品牌與國內品牌設立的合資OEM、國內品牌OEM，以及佔比較小的國外豪華OEM。根據灼識諮詢報告，按新車銷量計，合資品牌及國內品牌合共佔2023年中國整體汽車市場份額的87.0%，並預期於2028年達到91.7%。此外，雖然大多數汽車製造商已預裝硬件產品，但大部分車型（尤其是中低端車型）均已安裝基本硬件產品，有別於汽車後市場銷售的更先進車載硬件產品（如我們提供的車載硬件產品）。在此基礎上，預期銷售車載硬件產品市場將在未來五年內持續增長。

此外，競爭亦來自直接銷售結合硬件的汽車的OEM，他們可能完全繞過後市場，向消費者出售成套配備。如此意味著OEM不僅出售獨立車載硬件產品，也會出售預裝先進硬件解決方案的汽車。這種策略使OEM能夠為消費者提供一體化體驗（包括汽車及其內置硬件），而不需要後市場安裝。因此，OEM的這種直接銷售方式，使我們作為後市場車載硬件提供商面對另一戰線的競爭，因為消費者可以直接向汽車製造商選用這些綜合解決方案。因此，銷售車載硬件的市場規模長遠而言可能減少。

---

## 概 要

---

有關銷售車載硬件的市場需求的詳情，請參閱本文件「風險因素－雖然預期ICEV將繼續佔有汽車後市場的較大比例，但我們的業務面臨市場增長放緩、OEM的競爭及倚賴個別OEM及品牌的風險，如此可能對產品的市場需求造成不利影響」一節。

- **SaaS營銷及管理服務**：我們提供(i) SaaS訂閱服務，包括(a)針對4S店客戶及渠道合作夥伴提供的嘀加SaaS，(b)針對汽車融資租賃公司提供的虎哥e盾SaaS；及(ii) SaaS增值服務。

我們的嘀加SaaS通過客戶直接接觸、自動數據標籤和用戶管理以及精準營銷等功能，使我們的4S店客戶更好地管理車用戶客戶。嘀加SaaS的該等功能為我們的4S店客戶賦能，讓其簡化和自動化工作流程，並幫助其實現客戶獲取並提高其銷售績效。

此外，我們的虎哥e盾SaaS使我們的汽車融資租賃公司客戶能夠在提供融資後監控融資車輛及車輛管理過程中提高其風險管理能力，從而幫助其降低壞賬率，提高車輛召回率，減少經濟損失。於往績記錄期間，我們的嘀加SaaS及虎哥e盾SaaS按實際註冊及已激活車用戶的數目收費。

另外，通過我們的嘀加SaaS，我們能面向車用戶（即我們4S店客戶的客戶）並向彼等提供我們的SaaS增值服務，主要包括汽車裝飾產品及服務，及使我們向我們的4S店客戶提供線上線下一體化營銷服務。

於往績記錄期間，我們的車載硬件產品主要安裝於ICEV。我們的SaaS訂閱服務收入並非重大依賴我們車載硬件產品的銷量，主要是因為我們的嘀加SaaS與我們的車載硬件產品（即用於定位找回功能的車載安全硬件）互動的情況有限。

## 概 要

下圖載列我們於往績記錄期間的業務模式概覽。



## 優勢

我們相信以下競爭優勢使我們從競爭對手中脫穎而出，鑄就我們的成功，各項優勢於「業務－我們的優勢」詳述：

- 對中國汽車後市場參與者而言完善的車載硬件以及SaaS營銷及管理服務提供商
- 行業特定多元化的產品及服務
- 支持我們增長的研發能力與行業洞察力
- 多元化的客戶群且與客戶關係穩健
- 經驗豐富的資深管理團隊

## 我們的戰略

我們計劃採取以下戰略，各項戰略於「業務－我們的戰略」詳述：

- 繼續提升我們的研發能力以加強競爭力。
- 為我們的SaaS營銷及管理服務開發創新功能。

---

## 概 要

---

- 持續增強算法建模的能力。
- 擴闊我們的客戶基礎及拓展我們產品及服務的服務範圍。
- 擴大豐富SaaS增值產品和服務種類，滿足汽車用戶整個用車週期的需求。
- 在行業上下游探尋戰略投資及合作機會。
- 吸引、培養及留住人才。

### 風險因素

投資[編纂]涉及若干風險，其中相對重大的風險如下：

- 我們的成功取決於中國汽車後市場在產品及服務方面的規模。
- 我們服務的需求主要取決於我們對汽車後市場行業快速變化的技術及市場趨勢進行創新、及時有效地適應和回應的能力。倘我們未能繼續創新及跟上技術發展的步伐或發展中的市場趨勢，我們的業務可能會受到重大不利影響。
- 我們在經營所在市場面臨激烈競爭。倘我們未能有效競爭，我們可能會失去市場份額，而我們的業務、前景及經營業績可能會受到不利影響。
- 無法保障客戶及用戶的敏感個人信息免受安全漏洞的影響可能會損害我們的聲譽及品牌，並嚴重損害我們的業務及經營業績。
- 我們存儲屬於我們的客戶及SaaS系統車用戶的個人信息，並聘請雲服務提供商存儲有關信息。倘我們的安全受到損害，或該等資料在未經授權的情況下被訪問，我們的聲譽可能受損，並可能會承擔潛在責任及重大業務損失。

---

## 概 要

---

### 我們的客戶及供應商

#### 主要客戶

於往績記錄期間，我們銷售車載硬件產品以及提供SaaS營銷及管理服務的客戶主要包括4S店、渠道合作夥伴、汽車融資租賃公司及車載設備OBM。於往績記錄期間，我們於往績記錄期間各年度的五大客戶分別佔我們總收益的約52.7%、38.6%及33.3%。於同期，於往績記錄期間各年度最大客戶分別佔我們總收益的約31.6%、21.8%及19.0%。

#### 主要供應商

我們的供應商主要包括OEM供應商、移動通信運營商、雲服務提供商、倉庫管理及安裝服務提供商。於往績記錄期間，我們於往績記錄期間各年度的五大供應商分別佔我們總採購金額的約64.2%、55.4%及54.9%。於同期，我們於往績記錄期間各年度的最大供應商分別佔我們總採購金額的約29.4%、21.1%及16.7%。

於往績記錄期間，我們與第三方OEM供應商訂立多項外包安排，以根據OEM安排生產車載硬件產品的若干組件直至製成車載硬件產品。我們的OEM供應商根據我們制定的規格及標準生產我們的產品。通過外包生產及／或組裝車載硬件產品的若干組件和車載硬件產品，我們認為，我們能夠免於直接面對運營自有生產設施相關的風險和開支。進一步詳情請參閱「業務－供應鏈管理－我們的供應商－外包生產安排」。

我們一般聘請服務提供商提供倉儲管理服務，包括管理日常採購訂單、接收及交付產品、管理庫存等。彼等亦可為我們提供特定區域4S店客戶的安裝服務。服務提供商應嚴格遵守我們規定的相關業務流程。進一步詳情請參閱「業務－供應鏈管理－我們的供應商－外包倉庫管理及安裝服務安排」。



---

## 概 要

---

### 定價政策

我們根據所提供的產品或服務內容以及客戶類型、產品成本、市場價格水平等多項因素，在保證合理溢利水平的基礎上制定我們產品或服務的銷售價格。

對於銷售車載硬件產品業務，我們主要基於我們的成本及市場價格，同時考慮產品規格／包裝、營銷成本及訂單數量等因素確定銷售價格。

對於SaaS訂閱服務，我們根據使用特定類型服務的實際車用戶數目，向4S店客戶及渠道合作夥伴收取增加SaaS的智能線索服務及／或會員權益服務費用。我們按虎哥e盾SaaS的註冊車用戶數目向汽車融資租賃公司客戶收取虎哥e盾SaaS的訂閱費。訂閱期通常為一年或三年，可選擇續期。訂閱費用主要取決於客戶訂閱的功能模塊類型、用戶人數，並考慮市場價格及我們合理的溢利水平等因素。

對於SaaS增值服務，我們透過向車用戶提供汽車裝飾產品及服務收取產品及服務費。我們亦就幫助客戶實現新業務交易而收取營銷服務費。我們的定價策略考慮運營成本（即線上線下的營銷運營人員成本）、車型及品牌（按國產、合資及豪華車型及品牌分類）、城市屬性（按一線、二線及三線城市分類）及客戶的毛利水平等因素。

### 競爭

我們在汽車後市場行業面對的競爭，主要來自汽車後市場行業的其他智能網聯服務提供商。舉例而言，國內及國際OEM（包括新能源汽車製造商）及其他汽車零件製造商按業務規模及可支配資源（包括但不限於資金及研發能力）計可能較為龐大。OEM採用先進技術的趨勢日益顯著，可能會導致車載硬件產品競爭加劇，特別是因為該等OEM可能提供與我們的產品類似但性能或價格更佳的产品。此外，汽車後市場領域的其他汽車零件製造商可能會提供在質量、技術及價格方面相近或優越的車載硬件產品，並與我們競爭。

---

## 概 要

---

此外，尚未就網聯產品及服務於汽車後市場行業提供產品及服務的硬件及軟件公司可能擴展業務，以技術提供自有車載硬件產品及SaaS營銷及管理服務，該等潛在競爭對手可能包括車載硬件產品製造商及軟件服務提供商。

儘管面臨來自OEM製造商及其他汽車零部件供應商的潛在競爭，我們的董事確認，我們的車載硬件業務仍具有競爭力，乃由於以下因素(i)我們專注於定制車載硬件，滿足中國汽車後市場對互聯服務不斷增長的需求，與傳統汽車零部件相比可帶來更多增長機會；(ii)我們專注於汽車後市場客戶（尤其是4S店）並已建立多元化客戶群，而其他供應商的業務通常涉及OEM的通用產品，這可能無法促成彼等與汽車後市場客戶的穩固關係；及(iii)我們在SaaS營銷及管理服務等特定領域擁有優勢，這增強了我們的產品品類並與我們的硬件銷售產生協同效應，提升了我們的銷售能力。

我們的車載硬件需求及市場份額預計將增長，主要原因為：(i)我們正擴展至4S店升級現有汽車設備的售後市場，且於往績記錄期間的收入趨勢同比保持穩定；(ii)我們正擴大我們的客戶群及市場份額。根據灼識諮詢報告，按2023年中國汽車後市場行業車載硬件產品銷售產生的收入計，我們排名第三，市場份額為3.4%；及(iii)汽車後市場硬件的市場規模穩步上升，且我們專注於通過推出滿足市場需求的產品來提升我們的份額。我們認為，我們的競爭優勢在於我們在SaaS營銷及管理服務領域的地位、我們在車載硬件產品的設計、改進及添加新功能方面擁有豐富經驗、我們久經考驗的研發能力以及我們多年來積累的客戶資源。我們相信，基於上述因素，我們具備良好條件有效迎戰競爭。有關我們行業競爭格局的進一步資料，請參閱本文件「行業概覽」一節及「風險因素－我們在經營所在市場面臨激烈競爭。倘我們未能有效競爭，我們可能會失去市場份額，而我們的業務、前景及經營業績可能會受到不利影響」一節。

---

## 概 要

---

### 合約安排

#### 背景

我們從事銷售車載硬件產品及提供SaaS營銷及管理服務業務，涵蓋SaaS訂閱服務及SaaS增值服務。根據中國法律及法規，(a)我們的SCRM系統（我們SaaS營銷及管理服務的組成部分）要求我們具備增值電信業務經營許可證，及(b)我們的車載硬件產品及使用定位用戶數據的SaaS營銷及管理服務中的SaaS訂閱服務要求我們具備與互聯網地圖服務相關的許可證。為遵守適用法律法規並符合在中國從事增值電信業務及與互聯網地圖服務有關業務（「**相關業務**」）的公司的慣例，我們通過廣聯數科、廣聯賽訊及登記股東於2023年3月24日訂立的一系列協議建立合約安排。因此，我們通過併表聯屬實體經營相關業務。我們並無在併表聯屬實體廣聯賽訊直接擁有任何股權，且於最後實際可行日期，廣聯賽訊亦持有瀚華興科技（其亦為本公司附屬公司，從事本集團需持有增值電信業務經營許可證的業務）的50%股權。有關廣聯賽訊及瀚華興科技的進一步資料，請參閱「歷史、重組及公司架構」。

合約安排相關現有協議包括：(i)獨家業務合作協議；(ii)獨家購買權協議；(iii)股權質押協議；(iv)股東表決權委託協議；及(v)配偶承諾。根據合約安排，併表聯屬實體的所有重大商業決策將由本集團通過廣聯數科進行指導及監督，併表聯屬實體業務產生的所有風險亦由本集團實際承擔，因有關併表聯屬實體被視為我們的全資附屬公司。因此，董事認為，廣聯數科通過合約安排享有併表聯屬實體所經營業務產生的所有經濟利益整體屬公平合理。

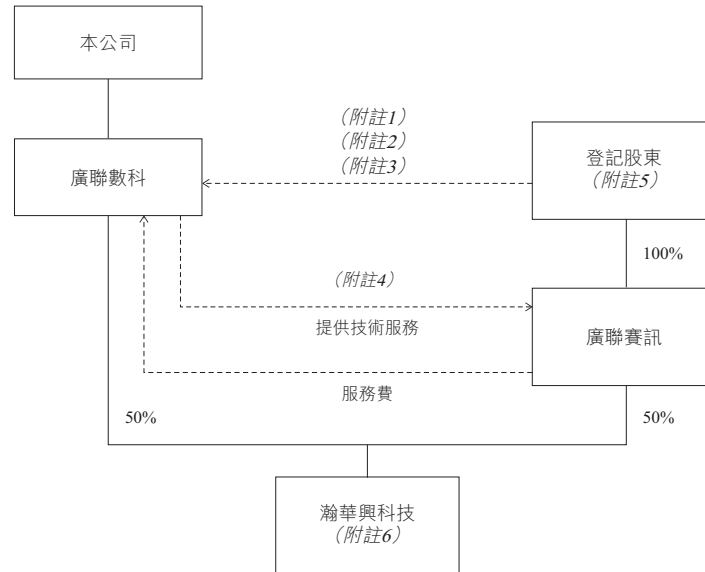
以下簡圖說明在合約安排下自併表聯屬實體流向本集團的經濟利益：

- (1) 不可撤銷委任為行使廣聯賽訊所有股東權利的實際代理人（附註1）

## 概 要

(2) 獨家購買廣聯賽訊全部或部分股權及／或資產的選擇權 (附註2)

(3) 廣聯賽訊全部股權的優先擔保權益 (附註3)



「—」 表示對股權的直接合法及實益所有權

「-->」 表示合約關係

附註：

- (1) 詳情請參閱「合約安排的重要條款概要－股東表決權委託協議」。
- (2) 詳情請參閱「合約安排的重要條款概要－獨家購買權協議」。
- (3) 詳情請參閱「合約安排的重要條款概要－股權質押協議」。
- (4) 詳情請參閱「合約安排的重要條款概要－獨家業務合作協議」。
- (5) 截至最後實際可行日期，登記股東為正和富通、新疆融盈、上海相濡及趙先生，其分別持有廣聯賽訊的41.47%、39.68%、16.34%及2.51%權益。
- (6) 瀚華興科技持有信息服務的增值電信業務經營許可證並為本公司的附屬公司。

有關外商投資的更多法規，請參閱本文件「監管概覽」及「合約安排」章節。

## 概 要

### 歷史財務資料概要

下表呈列我們於所示期間或截至所示期間的歷史財務資料概要。本概要摘錄自附錄一所載會計師報告中的歷史財務資料。下文所載歷史財務數據概要應與附錄一所載會計師報告中的歷史財務資料，連同隨附附註及「財務資料」所載資料一併閱讀，以確保其完整性。歷史財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

### 綜合損益及其他全面收益表概要

	<u>2021財年</u>	<u>2022財年</u>	<u>2023財年</u>
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益 .....	326,774	413,860	560,569
銷售成本.....	<u>(232,093)</u>	<u>(240,671)</u>	<u>(308,791)</u>
毛利 .....	94,681	173,189	251,778
其他收入.....	15,000	9,675	9,737
其他收入及虧損 .....	260	8,164	9,714
預期信貸虧損（「預期信貸虧損」 模式項下的已確認減值虧損，扣除撥備	(74)	(521)	(1,554)
分銷及銷售開支.....	(31,807)	(91,280)	(159,126)
行政開支.....	(17,348)	(18,367)	(21,203)
研發開支.....	(16,803)	(16,999)	(18,074)
分佔聯營公司的業績 .....	(57)	-	174
[編纂] .....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
融資成本.....	<u>(1,930)</u>	<u>(1,637)</u>	<u>(2,283)</u>
除稅前溢利.....	40,364	53,023	58,968
所得稅開支.....	<u>(5,291)</u>	<u>(5,606)</u>	<u>(7,426)</u>
年度溢利.....	<u><b>35,073</b></u>	<u><b>47,417</b></u>	<u><b>51,542</b></u>
以下各方應佔年度溢利：			
本公司擁有人.....	31,831	44,145	51,129
非控股權益.....	<u>3,242</u>	<u>3,272</u>	<u>413</u>
	<u><b>35,073</b></u>	<u><b>47,417</b></u>	<u><b>51,542</b></u>

## 概 要

### 非國際財務報告準則計量

為補充我們按照國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦將經調整溢利（非國際財務報告準則計量）及經調整純利率（非國際財務報告準則計量）作為非國際財務報告準則財務計量呈列，此等計量並非國際財務報告準則的規定或按照國際財務報告準則呈列。我們認為，非國際財務報告準則財務計量與相應的國際財務報告準則財務計量一併呈列為潛在投資者及管理層提供有用資料，以了解及評估我們各期間的經營表現。我們認為，該等計量按協助管理層相同的方式協助投資者及其他人士了解及評估我們的綜合經營業績。

我們將[編纂]加回按照國際財務報告準則呈列的年度溢利，以界定年度經調整溢利（非國際財務報告準則計量）。[編纂]主要為與[編纂]有關的開支，並主要因[編纂]目的而產生而加回。我們將年度經調整純利除以年度收益再將結果乘以100%，以呈列經調整純利率（非國際財務報告準則計量）。

下表載列於下列年度的經調整溢利（非國際財務報告準則計量）及經調整純利率（非國際財務報告準則計量）：

	2021財年 人民幣千元	2022財年 人民幣千元	2023財年 人民幣千元
年度溢利.....	<u>35,073</u>	<u>47,417</u>	<u>51,542</u>
就[編纂]作出調整.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
年度經調整溢利 （非國際財務報告準則計量）.....	<u>36,631</u>	<u>56,618</u>	<u>61,737</u>
年度經調整純利率 （非國際財務報告準則計量）.....	<u>11.2%</u>	<u>13.7%</u>	<u>11.0%</u>

於往績記錄期間，我們的年度溢利分別為人民幣35.1百萬元、人民幣47.4百萬元及人民幣51.5百萬元。於2021財年至2022財年，我們的溢利由人民幣35.1百萬元增加至人民幣47.4百萬元，主要歸因於收益增加，部分被分銷及銷售開支及[編纂]增加所抵銷。我們的期間溢利由2022財年的人民幣47.4百萬元增加至2023財年的人民幣51.5百萬元，增幅約人民幣4.1百萬元或8.7%，主要歸因於收益增加，部分被分銷及銷售開支、行政開支及[編纂]增加所抵銷。

## 概 要

下表載列我們於往績記錄期間按業務線劃分的收益明細：

	2021財年		2022財年		2023財年	
	收益	收益百分比	收益	收益百分比	收益	收益百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
<b>銷售車載硬件產品</b>						
車載娛樂系統 .....	79,667	24.4	96,643	23.4	126,710	22.6
車載安全系統 .....	16,817	5.1	13,433	3.2	24,875	4.4
智能核心板 .....	79,463	24.3	62,596	15.1	74,513	13.3
小計 .....	175,947	53.8	172,672	41.7	226,098	40.3
<b>SaaS營銷及管理服務</b>						
SaaS訂閱服務 .....	141,513	43.3	130,270	31.5	134,525	24.0
SaaS增值服務 .....	9,314	2.9	110,918	26.8	199,946	35.7
— 汽車裝飾產品及服務 .....	9,314	100.0	101,840	91.8	176,827	88.4
— 線上線下一體化營銷服務 .....	—	0.0	9,078	8.2	23,119	11.6
小計 .....	150,827	46.2	241,188	58.3	334,471	59.7
<b>總計 .....</b>	<b>326,774</b>	<b>100.0</b>	<b>413,860</b>	<b>100.0</b>	<b>560,569</b>	<b>100.0</b>

於往績記錄期間，我們的總收益分別為2021財年的人民幣326.8百萬元、2022財年的人民幣413.9百萬元及2023財年的人民幣560.8百萬元。整體增長趨勢主要是由於(i)由於我們於2022財年及2023財年不斷致力推廣及開發SaaS增值服務令SaaS增值服務的收益增加，及(ii)2023財年銷售的車載硬件產品收益增加。

於往績記錄期間，我們的車載硬件產品銷售收益分別為人民幣175.9百萬元、人民幣172.7百萬元及人民幣226.1百萬元。於2022財年至2023財年，我們的車載硬件產品銷售額由約人民幣172.7百萬元增加至人民幣226.1百萬元，主要受以下因素所推動：(i)放寬COVID-19出行限制令市場反彈，及(ii)中國於2023財年推出的利好政策，包括刺激汽車消費的補貼及激勵措施。收益大幅增長亦主要由於我們實施團購策略，導致車載娛樂系統及車載安全系統的收入貢獻增加。

於往績記錄期間，我們來自SaaS營銷及管理服務的收益分別為人民幣150.8百萬元、人民幣241.2百萬元及人民幣334.5百萬元。我們的SaaS營銷及管理服務的收益及收益貢獻的整體增長趨勢是由我們推廣SaaS增值服務的銷售努力所推動。於往績記錄期間，我們來自SaaS增值服務的收益分別為人民幣9.3百萬元、人民幣110.9百萬元及人民幣199.9百萬元。

## 概 要

此增長是由於(i)市場需求持續增加。根據灼識諮詢報告，中國SaaS增值服務的市場規模自2019年至2023年以200.4%複合年增長率增加，於2023年達至人民幣13億元。該市場需求增長導致訂單數量由2021財年的8,813筆增加至2022財年的50,510筆，並進一步增至2023財年的88,821筆。這得益於我們增加SaaS系統的功能性及實力，於往績記錄期間，該系統在推動我們汽車裝飾業務增長、提升客戶參與度及擴大我們的市場範圍方面發揮了關鍵作用；(ii)我們的服務產品範圍擴大以全面符合客戶需求；(iii)我們將戰略重心瞄準4S店客戶，加大銷售力度以推廣我們的汽車裝飾產品及服務。這使汽車裝飾產品及服務的活躍4S店客戶數量由截至2022年12月31日止年度的322家增加至截至2023年12月31日止年度的631家；及(iv)我們擴張中國各地4S店的地理覆蓋範圍，尤其是四川省、重慶市以及山東省，活躍4S店客戶由2022財年的56家、46家及45家增加至2023財年的84家、56家及89家，使我們的直銷隊伍能支持區域銷售並擴大我們的銷售網絡及客戶群。有關進一步詳情請參閱本文件中的「財務資料」一節。

下表載列我們於所示年度按業務線劃分的毛利及毛利率。

	2021財年		2022財年		2023財年	
	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	%
<b>銷售車載硬件產品</b>						
車載娛樂系統.....	9,676	12.1	22,112	22.9	24,338	19.2
車載安全系統.....	4,694	27.9	4,197	31.2	5,407	21.7
智能核心板.....	12,158	15.3	7,701	12.3	10,645	14.3
小計.....	26,528	15.1	34,010	19.7	40,390	17.9
<b>SaaS營銷及管理服務</b>						
SaaS訂閱服務.....	61,475	43.4	52,025	39.9	51,594	38.4
SaaS增值服務.....	6,678	71.7	87,154	78.6	159,794	79.9
— 汽車裝飾產品及服務.....	6,678	71.7	78,396	77.0	138,785	78.5
— 線上線下一體化營銷服務.....	0.0	0.0	8,758	96.5	21,009	90.9
小計.....	68,153	45.2	139,179	57.7	211,388	63.2
<b>總計.....</b>	<b>94,681</b>	<b>29.0</b>	<b>173,189</b>	<b>41.8</b>	<b>251,778</b>	<b>44.9</b>



---

## 概 要

---

於往績記錄期間，我們的毛利分別為人民幣94.7百萬元、人民幣173.2百萬元及人民幣251.8百萬元。我們的毛利由2021財年的人民幣94.7百萬元增加至2022財年的人民幣173.2百萬元，增加約人民幣78.5百萬元或82.9%。於2021財年，我們所錄得的整體毛利及毛利率較往績記錄期間的其他年度相對較低，主要是受以下因素的負面影響，(i)產品組合，因為我們銷售更多成本較低且價格較低的車載硬件產品，例如智能核心板，導致2021財年的毛利率較低，及(ii)與車載硬件製造相關的成本，例如硬件成本增加，導致我們的車載娛樂系統及智能核心板的利潤率下降，導致2021財年車載硬件產品銷售毛利率為15.1%。然而，對我們整體毛利率的該影響部分被(iii)我們SaaS營銷及管理服務收益貢獻的增加所抵銷，與我們銷售車載硬件產品相比，其毛利率更高，因為SaaS營銷及管理服務不需要高硬件製造或高安裝成本。

於2022財年及2023財年，隨著SaaS營銷及管理服務收益貢獻的增加，我們的毛利及毛利率呈現上升趨勢。於2022財年，我們的毛利及毛利率分別為人民幣173.2百萬元及41.8%，而於2023財年，我們的毛利及毛利率分別為人民幣251.8百萬元及44.9%。

於往績記錄期間，我們戰略性地將重點放在擴展SaaS增值服務上，透過我們努力增加我們的服務及營銷力度，其於我們的業務線中擁有最高的毛利。隨著我們客戶群於往績記錄期間的發展，我們的SaaS增值服務收益呈現顯著增長趨勢，分別為人民幣9.3百萬元、人民幣110.9百萬元及人民幣199.9百萬元，主要是由於(i)汽車裝飾產品及服務的收益貢獻增加，由2022財年的人民幣101.8百萬元增加至2023財年的人民幣176.8百萬元；及(ii)我們活躍的4S店客戶數量增加，由截至2022年12月31日止年度的667家店增加至截至2023年12月31日止年度的1,429家店。

## 概 要

### 綜合財務狀況表節選項目

下表載列截至所示日期我們的綜合財務狀況表的節選資料，該等資料摘錄自附錄一所載本集團的經審核綜合財務報表。

	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
非流動資產.....	196,252	79,687	64,085
流動資產.....	322,265	482,290	501,766
流動負債.....	206,059	225,346	175,531
流動資產淨值.....	116,206	256,944	326,235
非流動負債.....	35,543	25,219	25,006
淨資產.....	276,915	311,412	365,314
非控股權益.....	3,745	4,680	(98)

於2021年、2022年及2023年12月31日，我們的資產淨值分別為人民幣276.9百萬元、人民幣311.4百萬元及人民幣365.3百萬元。於2021年及2022年12月31日，我們的資產淨值由人民幣276.9百萬元增加至人民幣311.4百萬元，主要受惠於年內溢利及一家附屬公司的非控股權益注資，惟部分被收購一家附屬公司的非控股權益所抵銷。於2022年及2023年12月31日，我們的資產淨值由人民幣311.4百萬元增加至人民幣365.3百萬元，主要受惠於年內溢利及根據集團重組發行本公司股份，惟部分被根據集團重組的削減資本所抵銷。

於2021年、2022年及2023年12月31日，我們的流動資產淨值分別為人民幣116.2百萬元、人民幣256.9百萬元及人民幣326.2百萬元。於2021年及2022年12月31日，我們的流動資產淨值由人民幣116.2百萬元增加至人民幣256.9百萬元，主要因為貿易及其他應收款項、按公允價值計入損益的金融資產及現金及現金等價物均有所增加，惟部分被貿易及其他應付款項增加所抵銷。於2022年及2023年12月31日，我們的流動資產淨值由人民幣256.9百萬元增加至人民幣326.2百萬元，主要因為貿易及其他應收款項以及按公允價值計入損益的金融資產增加，主要代表本集團對投資基金產品的投資。

## 概 要

### 綜合現金流量表節選項目

	2021財年	2022財年	2023財年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得現金淨額 .....	57,591	30,279	26,118
投資活動(所用)／所得現金淨額 .....	(36,729)	80,994	(11,802)
融資活動所得／(所用)現金淨額 .....	6,276	(18,196)	4,681
<b>現金及現金等價物(減少)／</b>			
增加淨額 .....	27,138	93,077	18,997
年初現金及現金等價物 .....	18,026	45,164	138,241
匯率變動的影響 .....	-	-	(15)
<b>年末現金及現金等價物 .....</b>	<b>45,164</b>	<b>138,241</b>	<b>157,223</b>

有關我們現金流量分析的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－現金流量」一節。

### 主要財務比率

下表載列於所示年度／日期的主要財務比率：

	截至12月31日止年度		
	2021年	2022年	2023年
<b>盈利比率</b>			
毛利率 <sup>(1)</sup> .....	29.0%	41.8%	44.9%
純利率 <sup>(2)</sup> .....	10.7%	11.5%	9.2%
股本回報率 <sup>(3)</sup> .....	13.2%	16.1%	15.2%
總資產收益率 <sup>(4)</sup> .....	6.8%	8.8%	9.1%
	於12月31日		
	2021年	2022年	2023年
<b>流動性比率</b>			
流動比率 <sup>(5)</sup> .....	1.6倍	2.1倍	2.9倍
速動比率 <sup>(6)</sup> .....	1.5倍	2.1倍	2.8倍

附註：

- (1) 毛利率乃按毛利除以有關年度收益計算。
- (2) 純利率乃按純利除以有關年度收益計算。

## 概 要

- (3) 股本回報率乃按有關年度的年化純利除以年初及年末總權益結餘算術平均數再乘以100%計算。
- (4) 總資產收益率乃按有關年度的年化純利除以年初及年末總資產結餘算術平均數再乘以100%計算。
- (5) 流動比率乃按流動資產總值除以流動負債總額計算。
- (6) 速動比率乃按流動資產總值減存貨再除以流動負債總額計算。

### [編纂]

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍每股股份[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），經扣除[編纂]費用及我們就[編纂]應付的估計開支後，我們估計將自[編纂]收取約[編纂]百萬港元的[編纂]。

我們擬將[編纂][編纂]用作下列用途：

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作提升我們的研發能力，特別是將[編纂]用於以下研發計劃：(1)為我們的SaaS營銷及管理服務開發創新功能；(2)增強我們算法建模的能力；(3)升級現有車載硬件產品；(4)增強我們產品及服務的雲原生技術；及(5)加強對雲基礎設施的投資；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作將我們的服務範圍擴大至汽車行業產業鏈上的其他參與者，特別是將[編纂]用於以下用途：(1)提高我們的產品及服務對4S店的滲透率；(2)擴展我們對保險公司的服務；(3)將我們的服務擴展至汽車製造商；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作尋求潛在戰略投資及合作機會；具體而言，我們預期收購行業上下游的少數股權或與上下游合作，例如收購先進汽車硬件製造商的少數股權，或尋求與4S店集團或汽車製造商的合作機會；
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作營運資金及一般企業用途。

---

## 概 要

---

### [編纂]投資

自2016年4月起，本公司通過認購本公司增加的註冊資本及轉讓本公司股權的方式，獲得[編纂]投資者的多輪投資。於最後實際可行日期，我們的[編纂]投資者包括高先生、興民智通、領譽投資、懷昕投資、暉珩投資、利通及高發投資。有關我們[編纂]投資的詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構－[編纂]投資－[編纂]投資的主要條款」。

### 我們的控股股東集團

於最後實際可行日期，朱雷先生及朱暉先生有權行使本公司約51.33%已發行股本總額所附帶的投票權，其中(i)朱雷先生及朱暉先生各自分別於我們的約10.89%及26.13%已發行股本總額中擁有權益，且彼等根據一致行動確認書合計於我們約37.02%已發行股本總額中擁有權益及(ii)彼等獲（其中包括）J-Visionary、ZZ-Intelligent及Rongying BVI委託，根據表決權委託協議行使約14.31%附帶的投票權，以進一步提高本公司股東大會的決策效率，並確保本集團戰略於股東層面有效實施。

緊隨[編纂]完成後（不計及因根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使而將予發行的任何股份），朱雷先生及朱暉先生將通過J-Visionary、ZZ-Intelligent及Rongying BVI委託，直接及間接有權行使本公司約[編纂]的投票權。進一步詳情請參閱本文件「與控股股東集團的關係－我們的控股股東集團－一致行動確認書」一節。

### 關連交易

我們已經與於[編纂]後將成為我們的關連人士（定義見上市規則第十四A章）的各方訂立若干協議，而有關協議項下擬進行的交易將構成上市規則項下的持續關連交易。由於中國的外商投資禁止及限制及許可證規定，我們透過在中國的併表聯屬實體廣聯賽訊開展相當部分業務。我們並無在廣聯賽訊直接擁有任何股權。為使本集團獲得對廣聯賽訊的控制權，我們訂立了一系列協議，僅用於使本集團獲得對廣聯賽訊的控制權，並在（其中包括）中國法律法規允許的時間及範圍內授予本集團收購廣聯賽訊

## 概 要

股權的權利。根據合約安排，我們通過廣聯賽訊在中國經營若干須遵守外商投資限制或禁止及許可證規定的業務，並從廣聯賽訊取得經濟利益。我們已向聯交所申請[，且聯交所已批准]我們就合約安排項下擬進行的交易豁免嚴格遵守上市規則第十四A章的若干規定。請參閱「關連交易」。

### 股息

於2021財年已向非控股股東宣派股息人民幣2.7百萬元，並已於2022財年派付。除上述者外，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期並，概無無宣派股息。

我們並無任何固定股息政策或預定派息率。股息的宣派由董事會酌情決定。本公司宣派任何末期股息亦須於股東大會獲股東批准。董事於考慮我們的營運及盈利、資本需求及盈餘、整體財務狀況、合約限制、資本開支及未來發展需求、股東利益以及其於當時可能視為相關的其他因素後，可於日後建議派付股息。任何股息的宣派及派付以及股息金額將受組織章程文件、任何適用法律及法規（包括開曼公司法）規限。過往股息分派並不反映未來股息分派。

於任何特定年度未獲分派的任何可分派溢利將會保留及可用於其後年度的分派。倘溢利撥作股息分派，則該部分溢利將不能用於再投資我們的業務營運。

### [編纂]統計數據

下表的統計數據乃基於以下假設：(i)[編纂]已完成且於[編纂][編纂][編纂]股股份；及(ii)[編纂]完成後，有[編纂]股[編纂]及發行在外股份。

	基於[編纂] 每股[編纂]港元	基於[編纂] 每股[編纂]港元
[編纂]完成後股份的市值	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
本公司擁有人應佔本公司每股 未經審核[編纂]經調整綜合有形 資產淨值（附註）	人民幣[編纂]元 [編纂]港元	人民幣[編纂]元 [編纂]港元

## 概 要

附註：用於計算本公司擁有人應佔本集團每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值的股份數目根據緊隨[編纂]（於文件附錄一附註40作為結算期後事項披露）及[編纂]完成後發行在外的[編纂]股股份。

其並無計及(i)根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能[編纂]的任何股份或(ii)本公司根據本文件「股本」一節的「配發及發行股份的一般授權」或「購回股份的一般授權」（視乎情況而定）可能[編纂]或購回的任何股份。本公司擁有人應佔本公司每股未經審核[編纂]經調整合併有形資產淨值乃經作出「附錄二－未經審核[編纂]財務資料」所述調整後計算。

於2023年12月31日後，發生以下重大事項：[於2024年6月18日，股東書面決議案已獲通過，以批准文件「附錄四－法定及一般資料－股東於2024年6月18日通過的書面決議案」所載事項。經議決（其中包括）待股份溢價賬有足夠結餘或因根據[編纂][編纂]及[編纂]股份而或以其他方式而出現進賬後，董事獲授權將本公司股份溢價賬的進賬金額[編纂]美元撥充資本，用以繳足按面值計算的[編纂]股股份，並向於[編纂]營業時間結束時名列本公司股東名冊或股東名冊總冊的股份持有人按其當時各自於本公司的持股比例[編纂]及[編纂]股份。]

除上文所披露者外，概無對於2023年12月31日本公司擁有人應佔本集團未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值作出調整，以反映本集團於2023年12月31日後的任何經營業績或訂立的其他交易。

### [編纂]

假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍每股股份[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），我們將承擔的[編纂]估計約為人民幣[編纂]百萬元或[編纂][編纂]的[編纂]%，當中包括(i)[編纂]相關開支（包括但不限於[編纂]及費用）約人民幣[編纂]百萬元及(ii)非[編纂]相關開支約人民幣[編纂]百萬元，包括(a)我們法律顧問及申報會計師的費用及開支約人民幣[編纂]百萬元；及(b)其他費用及開支約人民幣[編纂]百萬元。

於往績記錄期間，[編纂]分別為人民幣[編纂]百萬元、人民幣[編纂]百萬元及人民幣[編纂]百萬元。有關[編纂]的[編纂]總額（按本文件所述[編纂]範圍的中位數計算及假設[編纂]不會獲行使）主要包括已付或應付專業人士費用以及[編纂]費用及[編纂]，預期約為人民幣[編纂]百萬元，其中(i)約人民幣[編纂]百萬元預計將根據相關財務報告準則於[編纂]完成後自權益中扣除；及(ii)約人民幣[編纂]百萬元預計將於損益中確認為開支。就於損益中扣除或將扣除的總額而言，約人民幣[編纂]百萬元已於往績記錄期間自損益中扣除。上述[編纂]為於最後實際可行日期的最佳估計，並僅供參考，而實際金額可能與估計有所分別。

---

## 概 要

---

### 法律程序及合規

於最後實際可行日期，本集團成員公司或董事概無牽涉任何重大訴訟、索償或行政程序，且據董事所知，亦無針對本集團任何成員公司或董事的待決或面臨威脅的重大訴訟、索償或行政程序。於往績記錄期間，我們曾發生若干不合規事件，包括未能在中國全額繳納社會保險金及住房公積金供款，委聘第三方代理向社會保險及住房公積金供款，以及我們的車載硬件產品不符合相關國家標準的一宗事件。進一步詳情請參閱本文件「業務－法律程序及合規」及「業務－質量控制」等節。

### COVID-19爆發的影響

自2019年12月以來，COVID-19爆發對全球經濟造成重大影響。有見及此，中國政府實施多項嚴格的措施控制中國COVID-19疫情爆發。尤其是，中國政府實施封鎖、關閉工作場所及限制出行及交通以遏止病毒擴散。中國政府實施的上述各種疫情緩解措施對我們4S店客戶的業務運營造成負面影響。因此，我們於2021財年的整體收益較往績記錄期間內的其他年度為低。自初次爆發，中國多個城市再次出現COVID-19病例。有鑒於此，政府採取進一步的遏制措施，我們自身的業務運作以及我們的合作夥伴的業務均受到影響。儘管COVID-19遏制措施在一定程度上影響我們於往績記錄期間的業務，但於最後實際可行日期，我們的業務運營及財務狀況並無因已實施的遏制措施而受到重大影響。董事認為，長遠而言，預期COVID-19爆發將不會對本集團的營運及表現造成任何重大不利影響。

### 近期發展及並無重大不利變動

於往績記錄期間後及直至最後實際可行日期，我們繼續專注於(i)銷售車載硬件產品；及(ii)提供SaaS營銷及管理服務。於往績記錄期間後及直至最後實際可行日期，我們的業務營運保持穩定。直至最後實際可行日期，我們的整體業務模式並無變動，且經濟環境大致保持穩定。



---

## 概 要

---

根據截至2024年4月30日止四個月的未經審核管理賬目，我們的收益與2023年同期比較穩定增長。有關收益增加主要歸因於提供SaaS營銷及管理服務（尤其是我們的SaaS增值服務）的收益增加所致，與我們於2023財年的財務表現一致。

經審慎周詳考慮後，董事確認，於本文件日期，自2023年12月31日（即往績記錄期間結束），本集團的財務或貿易狀況、債務、按揭、或有負債、擔保或前景並無發生任何重大不利變動，且自2023年12月31日以來亦無發生會對附錄一所載會計師報告中所示資料產生重大影響的事件。

### 有關《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》的近期監管發展

於2023年2月17日，經國務院批准、中國證監會頒佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「《試行辦法》」）及五項配套指引並於2023年3月31日生效。根據《試行辦法》，(1)境內企業尋求直接或間接在境外發行證券或上市，應當履行備案手續，並向中國證監會報送相關資料；境內公司未履行備案程序或在備案文件中隱瞞重大事實、偽造主要內容的，可能被責令改正、警告、罰款等行政處罰，而其控股股東、實際控制人、直接負責的主管人員及其他直接責任人員亦受到警告、罰款等行政處罰；(2)倘發行人同時符合下列兩個條件，則境外發行上市應被認定為境內公司在境外間接發行上市：(i)境內公司最近一個會計年度的總資產、淨資產、收益或溢利任何一項佔發行人同期經審核綜合財務報表相關數據的比例超過50%；(ii)經營活動的主要環節在中國開展或主要營業場所位於中國，或發行人負責經營管理的高級管理人員多數為中國公民或經常居住地位於中國；及(3)境內公司尋求間接在境外市場發行證券或上市，發行人應指定一個主要的境內經營實體，負責向中國證監會辦理所有備案手續；發行人提出境外市場上市申請的，應在該申請提交後的三個工作日內向中國證監會提交備案材料。本公司已根據《試行辦法》的規定向中國證監會備案，且中國證監會已就其完成本公司備案於2024年4月2日發出通知。