

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於其為概要，故未必包含可能對閣下為重要的所有資料，其內容並不完整，且應與文件全文一併閱讀。閣下於決定投資[編纂]前，務請閱讀整份文件。任何投資均涉及風險，部分與投資[編纂]相關的特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下於決定投資[編纂]前，應細閱該章節。

概覽

我們是中國內地知名的休閒中式餐廳運營商。我們的價格親民，菜品融匯各家，配以中國風的裝飾，為顧客創造價值。懷此願景，我們於2008年在杭州美麗的西子湖畔開設了第一家綠茶餐廳，並建立了全國餐廳網絡。截至最後實際可行日期，我們的餐廳網絡包括489家餐廳，並覆蓋中國內地21個省份、四個直轄市及兩個自治區，以及香港特別行政區。根據灼識諮詢報告，於2024年，在中國內地休閒中式餐廳品牌中，我們按餐廳數目計排名第三，按收入計排名第四。根據灼識諮詢報告，休閒中式餐廳市場高度分散，市場參與者眾多，2024年我們佔據0.7%的市場份額。此外，根據灼識諮詢報告，休閒中式餐廳的人均消費介於人民幣50元至人民幣100元。

創辦綠茶餐廳的想法，源於我們的聯合創始人王勤松先生及路長梅女士於2004年開設綠茶青年旅舍的經歷。綠茶青年旅舍坐落在杭州西湖附近，被美麗的茶園環繞，吸引來自中國內地乃至世界各地的背包客入住。隨著聯合創始人與各式各樣顧客的相處，他們逐漸意識到融合菜最適合廣泛的顧客。因此，他們開始嘗試鑽研融合菜，並開發了廣受顧客青睞的幾款菜品（如烤雞及火焰蝦）。除菜品外，旅舍餐廳因美麗的自然風光而深受顧客的喜愛。由於主要接待年輕的背包客，餐廳的菜品價格親民。旅舍餐廳大受歡迎，也因此成為綠茶餐廳的雛形。

時至今日，我們建立了全國餐廳網絡，並始終不忘初心。受惠於中式融合菜靈活多變的特色，我們定期更新菜單為顧客提供新穎且不斷提升的用餐體驗。我們在餐廳的裝飾中融入中國傳統藝術的經典元素和自然景觀，其帶來的用餐體驗讓我們能夠在休閒餐廳中獨樹一幟。同時，我們堅信美食應該為大眾所享受，因此我們的菜品價格一直很親民。

概 要

融匯各家的菜品、餐廳裝飾、親民的價格，以及對食品安全的重視是我們成功經營的秘訣。我們矢志不渝地將這一秘訣應用於旗下每一家餐廳。

餐廳網絡

我們的餐廳網絡於往績記錄期經歷大幅增長。我們的餐廳總數由截至2022年12月31日的276家增至截至2024年12月31日的465家，複合年增長率為29.8%。截至最後實際可行日期，我們營業中的餐廳數目進一步增加至489家。我們的餐廳通常位於購物商場內。我們於2024年開設了120家新餐廳，並計劃於2025年、2026年及2027年分別開設150家、200家及213家新餐廳。截至最後實際可行日期，我們有27家餐廳已開始營業，並已就餘下21家將於2025年開業的餐廳簽訂租賃協議，而13家餐廳已開始裝修。截至最後實際可行日期，在我們已簽訂租賃協議的21家餐廳中，當中14家餐廳的租期已開始，七家餐廳的租期尚未開始。

下表載列於往績記錄期及直至最後實際可行日期我們餐廳總數目的變動：

	截至12月31日止年度			自2025年 1月1日 至最後實際 可行日期
	2022年	2023年	2024年	
期初餐廳數目	236	276	360	465
期內新開業餐廳數目	47	89	120	27
期內結業餐廳數目	(7)	(5)	(15)	(3)
期末餐廳數目	<u>276</u>	<u>360</u>	<u>465⁽¹⁾</u>	<u>489⁽¹⁾</u>

附註：

- (1) 包括以「望江樓」品牌開設的餐廳。有關「望江樓」品牌的更多詳情，請參閱「業務 - 我們的業務-餐廳網絡擴張」。

於2022年、2023年、2024年以及自2025年1月1日至最後實際可行日期期間，我們分別關閉合共七家、五家、15家及三家餐廳。該等餐廳結業大多按個別情況而定，主要由於(i)相關租賃協議屆滿而我們作出不再重續該等租賃協議的商業決定，(ii)餐廳表現及其他商業原因（包括COVID-19疫情的影響），或(iii)若干業主結束運營。

概 要

餐廳表現

關鍵績效指標

我們是中國內地知名的休閒中式餐廳運營商。於往績記錄期，我們的收入主要來自餐廳經營及外賣業務。

下表載列於所示期間我們收入的組成部分。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(千元，百分比除外)					
餐廳經營	1,976,519	83.2	3,059,989	85.3	3,099,173	80.8
外賣業務	397,114	16.7	517,153	14.4	723,057	18.8
其他 ⁽¹⁾	1,820	0.1	12,036	0.3	15,972	0.4
總收入	2,375,453	100.0	3,589,178	100.0	3,838,202	100.0

附註：

- (1) 主要包括(i)從若干手機充電服務提供商收取的佣金、(ii)銷售食用油、調料及禮盒等產品及(iii)泊車服務費。

下表載列往績記錄期我們按位置劃分的餐廳的若干關鍵績效指標。根據灼識諮詢的資料，下列所有關鍵績效指標的計算方式均符合行業慣例。在適用情況下，表內收入指餐廳經營及外賣業務的收入。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
收入(以人民幣千元計) ⁽¹⁾			
華東 ⁽²⁾	710,137	1,107,548	1,265,491
廣東省	621,811	814,699	762,035
華北 ⁽³⁾	517,146	708,494	626,798
其他地區 ⁽⁴⁾	524,539	946,401	1,167,906
總計	2,373,633	3,577,142	3,822,230

概 要

	截至12月31日止年度			
	2022年	2023年	2023年	2024年
收入增長(%)：				
華東 ⁽²⁾	56.0		14.3	
廣東省	31.0		(6.5)	
華北 ⁽³⁾	37.0		(11.5)	
其他地區 ⁽⁴⁾	80.4		23.4	
整體	50.7		6.9	

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
接待總人數(千人) ⁽⁵⁾			
華東 ⁽²⁾	11,363	17,594	22,016
廣東省	9,804	13,184	14,355
華北 ⁽³⁾	8,261	11,469	10,937
其他地區 ⁽⁴⁾	8,358	15,675	20,763
整體	37,786	57,922	68,071

人均消費(人民幣元) ⁽⁶⁾			
華東 ⁽²⁾	62.6	63.0	57.5
廣東省	63.5	61.8	53.1
華北 ⁽³⁾	62.7	61.8	57.3
其他地區 ⁽⁴⁾	62.8	60.4	56.2
整體	62.9	61.8	56.2

翻枱率(次／日) ⁽⁷⁾			
華東 ⁽²⁾	2.71	3.11	2.82
廣東省	3.06	3.37	2.93
華北 ⁽³⁾	2.78	3.52	3.38
其他地區 ⁽⁴⁾	2.72	3.28	3.04
整體	2.81	3.30	3.00

概 要

附註：

- (1) 指餐廳經營及外賣業務產生的收入。
- (2) 包括浙江、上海、安徽、江蘇、江西及福建。
- (3) 包括北京、河北及天津。
- (4) 包括雲南、內蒙古、四川、山東、山西、廣西、河南、湖北、甘肅、西藏、貴州、重慶、陝西、黑龍江、遼寧、吉林、湖南、海南及香港特別行政區。
- (5) 包括同一地區期內堂食顧客及訂購外賣的顧客。我們按一份外賣訂單為一名顧客計算。
- (6) 按期內餐廳經營及外賣業務產生的收入除以同一地區期內接待總人數（包括堂食顧客及訂購外賣的顧客）計算。有關我們如何計算接待總人數的進一步詳情，請參閱附註(5)。
- (7) 按期內接待的堂食訂單總數除以同一地區期內各餐廳經營的總天數與期內該餐廳枱數之積計算。

COVID-19疫情及中國政府為應對疫情而實施的限制措施一直是影響我們2022年的經營業績的主要因素。

中國政府於2022年12月逐步取消「清零」政策後，由於COVID-19疫情後消費者支出於2023年上半年大幅增加，我們的經營業績於2023年出現強勁復甦。根據灼識諮詢的資料，餐飲業於2023年上半年表現強勁主要由於消費支出大幅增加。於2023年，我們的餐廳並無因COVID-19疫情而暫停營業，且我們的客流量有所回升。因此，於2023年，我們的翻枱率恢復至3.30次，與COVID-19疫情前2019年的3.34次的翻枱率的水平相近。於2023年，由於我們所接待總人數及翻枱率較2022年有所增加，我們來自餐廳經營及外賣業務的收入由2022年的人民幣2,373.6百萬元增加50.7%至2023年的人民幣3,577.1百萬元。

於2024年，與2023年相比，我們的餐廳表現整體有所倒退，主要由於在當前經濟環境下消費者行為普遍改變，以減少外出用餐的支出及次數。根據灼識諮詢的資料，行業整體亦呈現相同趨勢。因此，我們的整體人均消費由2023年的人民幣61.8元減少至2024年的人民幣56.2元；而我們的整體翻枱率亦由2023年的3.30次下降至2024年的3.00次。另一方面，我們的整體接待總人數由2023年的57.9百萬人增加至2024年的68.1百萬人，主要歸因於我們營業中的餐廳數量增加。與此同時，我們的外賣訂單由2023年至2024年增加乃由於我們於2024年策略性地提高專注於外賣服務。由於上述原因，我們來自餐廳經營及外賣業務的收入由2023年的人民幣3,577.1百萬元增加6.9%至2024年的人民幣3,822.2百萬元。

概 要

同店銷售額

下表載列我們於往績記錄期按餐廳位置劃分的同店銷售額的詳情。根據灼識諮詢的資料，下列所有同店銷售額數據的計算方式符合行業慣例。

	截至12月31日止年度			
	2022年	2023年	2023年	2024年
同店數目 ⁽¹⁾				
華東 ⁽²⁾	45		61	
廣東省	44		43	
華北 ⁽³⁾	46		45	
其他地區 ⁽⁴⁾	40		48	
整體	175		197	
同店銷售額				
(以人民幣千元計) ⁽⁵⁾				
華東 ⁽²⁾	446,473	563,046	676,972	601,465
廣東省	447,320	524,034	516,138	451,301
華北 ⁽³⁾	455,595	599,169	571,576	532,779
其他地區 ⁽⁴⁾	361,778	473,505	504,633	449,498
整體	1,711,166	2,159,754	2,269,319	2,035,043
同店銷售額增長率(%)				
華東 ⁽²⁾	26.1%		(11.2%)	
廣東省	17.1%		(12.6%)	
華北 ⁽³⁾	31.5%		(6.8%)	
其他地區 ⁽⁴⁾	30.9%		(10.9%)	
整體	26.2%		(10.3%)	

概 要

	截至12月31日止年度			
	2022年	2023年	2023年	2024年
每家餐廳平均同店銷售額				
(以人民幣千元計)				
華東 ⁽²⁾	9,922	12,512	11,098	9,860
廣東省	10,166	11,910	12,003	10,495
華北 ⁽³⁾	9,904	13,025	12,702	11,840
其他地區 ⁽⁴⁾	9,044	11,838	10,513	9,365
整體	9,778	12,341	11,519	10,330

附註：

- (1) 包括於比較年度內開業超過300天及於比較年度內擁有相同餐枱數目的餐廳。
- (2) 包括浙江、上海、安徽、江蘇、江西及福建。
- (3) 包括北京、河北及天津。
- (4) 包括雲南、內蒙古、四川、山東、山西、廣西、河南、湖北、甘肅、西藏、貴州、重慶、陝西、黑龍江、遼寧、吉林、湖南、海南及香港特別行政區。
- (5) 指所示期間同店餐廳經營及外賣業務產生的總收入。

同店銷售額變動原因分析

相較2022年，於2023年，我們於所有三個主要地區的同店銷售額有所增長，此乃由於2022年12月政府放寬COVID-19相關限制後，消費者支出於2023年上半年大幅增加令客流量強勁復甦。根據灼識諮詢的資料，餐飲業於2023年上半年表現強勁主要由於消費支出大幅增加。

於2024年，我們所有地區的同店銷售額均錄得減少。有關減少主要由於在當前經濟環境下消費者行為普遍改變，以減少外出用餐的支出及次數。舉例而言，消費者一般傾向(i)點更實惠的菜餚，(ii)外出用餐時減少點菜量及(iii)除非必要，否則不願外出用餐。消費者行為的這些轉變令我們在所有地區的翻枱率及人均消費均有所下降。根據灼識諮詢的資料，就2024年的同店銷售額增長而言，我們的表現優於大多數同業。

概 要

美國貿易政策的變化

美國政府近期表示有意改變其對國際貿易政策的態度，在部分情況下將重新談判或可能終止與外國的若干現有雙邊或多邊貿易協定和條約，並已提出相關建議且已採取相關行動。美國政府已對包括中國在內的若干外國商品（如鋼鐵和鋁等）加徵關稅，且未來有可能進一步提高關稅，而特朗普政府已對包括加拿大和墨西哥在內的部分進口美國的商品徵收關稅，並表示打算徵收額外關稅。包括中國在內的部分外國政府已經對某些美國商品加徵報復性關稅，並表示願意對美國產品徵收額外關稅。

我們的業務營運不涉及向或從美國銷售及購買貨物。因此，我們的業務營運不會受到此類貿易政策變化的直接負面影響。然而，倘美國貿易政策的該等變化導致中國經濟惡化，繼而可能導致消費者行為出現不利變化，則我們的業務及經營業績可能會受到負面影響。請參閱「風險因素－與我們行業有關的風險－宏觀經濟因素已經並可能繼續對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」。

COVID-19爆發的影響

於2022年，中國政府為控制COVID-19疫情，嚴格限制中國內地境內的出行，實施強制隔離，並關閉部分企業、工作場所及設施，而中國內地以外的政府則禁止或大幅縮減往來中國內地的人員、貨物和服務的流動。

由於在2022年中國內地不同地區出現COVID-19區域性爆發，我們於2022年將中國內地各地合共208家餐廳暫停營業一至145天。截至最後實際可行日期，所有該等餐廳均已重新開業。此外，由於COVID-19疫情，我們亦得到若干業主給予租金減免。於2022年、2023年及2024年，我們分別確認COVID-19租金減免收入人民幣10.2百萬元、零及零。由於COVID-19的影響已經消退，我們預期COVID-19疫情不會在未來對我們的運營產生進一步影響。有關進一步詳情，請參閱「財務資料－COVID-19的影響」。

概 要

採購

整體而言，於2020年至2024年，以2014年為基礎的食品類消費價格指數（「**CPI**」）（2014年CPI=100）維持相對穩定。不同食品價格指數當中，豬肉的食品價格指數由2020年至2024年錄得明顯下跌，主要由於隨著從COVID-19疫情的影響中復甦，豬肉供應增加。展望未來，根據灼識諮詢的資料，中國內地的食品價格指數預計將在經濟增長及消費環境的影響下穩健上升。詳情請參閱「行業概覽－原材料、勞工及商業租賃成本」。

我們主要採購(i)食材，例如蔬菜、水果、提前處理食材及烘焙產品，以及(ii)餐廳使用的裝飾材料、設備及其他供應品。我們已於總部成立採購團隊，以就所有採購訂單實施集中採購制度。截至2024年12月31日，我們有395家認可供應商。於2022年、2023年及2024年各年，向我們五大供應商作出的總購買額合共分別佔我們購買總額的18.6%、18.4%及18.2%，而向我們最大供應商作出的購買額則分別佔我們購買總額的5.0%、5.2%及4.5%。進一步詳情請參閱「業務－採購」一節。

優勢

我們將我們的成功及與眾不同之處歸功於以下關鍵競爭優勢：

- 中國內地知名、快速增長的休閒中式餐廳運營商；
- 融合菜式及物有所值的用餐體驗，吸引廣泛的顧客；
- 中國風用餐環境，樹立我們的標誌性品牌及帶來強勁的客流量；
- 靈活的供應鏈安排支持高度標準化及可拓展的業務模式；
- 全面及嚴格的食品及營運安全控制體系；
- 餐廳及營運管理數字化；及
- 經驗豐富、精益求精的專業管理團隊。

概 要

策略

我們擬採取以下增長策略：

- 戰略性擴展餐廳網絡以促進可持續增長；
- 繼續提供優質及物有所值的美食帶動銷售及客流量；
- 通過優化供應鏈提升運營效率；及
- 持續投資技術及數字營銷。

競爭格局

根據灼識諮詢的資料，中國內地中式餐廳市場的總收入於2024年達人民幣30,715億元，休閒中式餐廳市場的總收入達人民幣5,347億元。隨著眾多餐廳品牌加入市場，休閒中式餐廳市場亦高度分散。於2024年，前五大品牌約佔休閒中式餐廳市場總收入的3.9%。於2024年，我們的綠茶品牌餐廳實現人民幣38億元的總收入，在中國內地休閒中式餐廳市場的市場份額為0.7%，排名第四。於2024年底，我們合計擁有465家餐廳，在中國內地休閒中式餐廳品牌中按餐廳數目計亦排名第三。更多詳情請參閱「行業概覽」一節。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，其中許多風險我們無法控制。所有涉及的風險因素的詳細討論載於「風險因素」，閣下於決定投資於[編纂]前應仔細閱讀整節。我們面臨的若干主要風險包括：

- 我們日後的增長取決於在現有市場及新地區市場開發及經營獲利的能力。
- 我們可能無法維持及提升現有餐廳的銷售額及盈利能力。
- 倘我們不能物色到理想的餐廳地點或以商業合理條款為現有租約續期，我們的業務、經營業績及實行增長策略的能力可能會受到重大不利影響。
- 倘我們的用餐體驗品質下降，我們的餐廳未必能繼續取得成功。

概 要

- 我們的業務主要依賴市場對我們綠茶品牌的認知度，倘我們無法保持或提升品牌知名度，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到重大不利影響。
- 我們當前的餐廳地點或會失去吸引力，因而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

財務資料概要

下文所載財務資料歷史數據概要來源於本文件附錄一會計師報告所載經審核綜合財務報表（包括隨附附註）以及本文件「財務資料」所載資料，並應與之一併閱讀。我們的財務資料乃根據國際財務報告準則編製。

綜合損益表概要

下表載列於所示期間的綜合損益表數據概要。其中每一項均以絕對金額及佔收入百分比列示。

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(千元，百分比除外)					
收入	2,375,453	100.0	3,589,178	100.0	3,838,202	100.0
其他收入	31,081	1.3	39,195	1.1	31,957	0.8
所用原材料及耗材	(862,316)	(36.3)	(1,205,219)	(33.6)	(1,192,902)	(31.1)
員工成本	(626,397)	(26.4)	(911,028)	(25.4)	(989,008)	(25.8)
使用權資產折舊	(161,048)	(6.8)	(177,036)	(4.9)	(202,868)	(5.3)
其他租金及相關開支	(56,611)	(2.4)	(80,294)	(2.2)	(76,064)	(2.0)
其他資產折舊及攤銷	(163,641)	(6.9)	(192,947)	(5.4)	(217,875)	(5.7)
水電煤氣費	(90,049)	(3.8)	(123,562)	(3.5)	(141,251)	(3.7)
外賣業務開支	(61,187)	(2.6)	(82,788)	(2.3)	(120,972)	(3.1)
其他開支	(308,980)	(13.0)	(420,950)	(11.7)	(467,408)	(12.1)
其他收入／(虧損)淨額	8,413	0.4	(3,919)	(0.1)	2,153	0.1

概 要

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(千元，百分比除外)					
財務成本	(41,541)	(1.7)	(42,657)	(1.2)	(45,309)	(1.2)
除稅前利潤	43,177	1.8	387,973	10.8	418,655	10.9
所得稅	(26,598)	(1.1)	(92,430)	(2.6)	(68,488)	(1.8)
年內利潤	113,856	0.7	295,543	8.2	350,167	9.1
以下各方應佔：						
本公司的權益股東	16,579	0.7	295,543	8.2	350,167	9.1
非控股權益	—	—	—	—	0.0	0.0
年內利潤	<u>16,579</u>	<u>0.7</u>	<u>295,543</u>	<u>8.2</u>	<u>350,167</u>	<u>9.1</u>

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損益表，我們亦使用經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）作為額外的財務計量方法。呈列經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）便於通過消除下述若干項目的潛在影響，以比較各期間的經營表現。以權益結算的股份支付開支是受限制股份單位計劃產生的非現金開支。**[編纂]**與**[編纂]**有關。使用非國際財務報告準則計量作為分析工具存在限制，故閣下不應將其視為獨立於或可替代我們根據國際財務報告準則所呈報經營業績或財務狀況的分析。進一步詳情，請參閱「財務資料 — 主要損益表項目 — 非國際財務報告準則計量」。

概 要

經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）

我們對經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）定義為透過剔除(i)以權益結算的股份支付開支、(ii)[編纂]及(iii)與上述(i)至(ii)項相關的稅項影響而作出調整的年內利潤。下表說明於所示期間經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）與利潤：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
年內利潤	16,579	295,543	350,167
以權益結算的股份支付開支	(779)	844	5,447
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
稅項影響	(1,794)	(1,637)	(1,060)
經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）	<u>25,216</u>	<u>303,297</u>	<u>360,866</u>

下表載列於所示期間的經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
經調整淨利潤率(%) (非國際財務報告準則計量)	<u>1.1</u>	<u>8.5</u>	<u>9.4</u>

- (1) 經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）按年內經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）除以收入計算。

由於2022年COVID-19疫情反彈及相關政府部門實施的相關限制措施，我們於2022年的年內利潤減至人民幣16.6百萬元。於2023年，我們的年內利潤增加至人民幣295.5百萬元，主要歸因於(i)我們餐廳的表現強勁反彈及(ii)於2023年，我們所用原材料及耗材佔我們收入的百分比減少，而這主要是由於(x)我們努力增加直接向供應商採購原材料以獲得更優惠的採購價格及(y)若干食材（如豬肉）的市價下跌。於2024年，我們的年內利潤增加至人民幣350.2百萬元，主要由於(i)我們的收入主要因我們的餐廳擴張而有所增加及(ii)於2024年，我們所用原材料及耗材佔我們收入的百分比減少，而這主要是由於(x)隨著我們繼續精簡菜品，我們與供應商的議價能力不斷提高，以更優惠

概 要

的價格獲得原材料及(y)我們不斷努力尋找以較低成本提供優質食材的供應商。此外，於2022年、2023年及2024年，我們分別確認有關COVID-19的政府補助人民幣10.2百萬元、零及零。

財務狀況概要

下表載列我們截至2022年、2023年及2024年12月31日的綜合財務狀況表數據概要。

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
非流動資產	1,339,759	1,543,955	1,791,283
流動資產	473,922	877,049	673,062
流動負債	(562,180)	(1,177,690)	(738,004)
流動負債淨額	(88,258)	(300,641)	(64,942)
非流動負債	(783,460)	(828,803)	(955,208)
資產淨值	468,041	414,511	771,133

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們錄得流動負債淨額，主要是因為我們動用經營所得現金的重大部分擴充我們的餐廳網絡及派付股息。因此，我們(i)根據國際財務報告準則第16號錄得大量租賃負債及(ii)就裝修成本、購買食材以及招聘及僱員開支錄得大量貿易及其他應付款項。特別是，截至2022年、2023年及2024年12月31日，租賃負債的即期部分分別為人民幣181.9百萬元、人民幣214.3百萬元及人民幣256.7百萬元。

我們相信，我們的流動負債淨額狀況將因新開業餐廳開始盈利後經營活動產生的淨現金流入及[編纂][編纂]而改善。此外，我們亦將繼續改善我們的流動負債淨額狀況，透過我們的直接採購中心進行集中採購以控制成本，以及隨著我們餐廳網絡的持續增長而改善規模經濟。我們亦預期利用我們強大的品牌知名度，於未來繼續與業主磋商更優惠的低線城市租賃條款，以控制我們的成本。截至2025年3月31日，我們錄得流動資產淨值人民幣21.1百萬元。

此外，我們將繼續密切監察我們的流動資金狀況，以確保符合我們的業務運營及擴展的資金需求。我們亦將會管理現金及流動資產水平，以確保有足夠現金流量來應付業務運營中的任何已規劃或意料之外的現金需求。我們將繼續評估能否取得資源持續為我們的業務需求提供資金。

概 要

經考慮我們目前可獲得的財務資源，包括手頭現金及銀行現金、可用的銀行融資、預計經營所得現金及估計[編纂][編纂]。董事認為，自本文件日期起的至少12個月內，我們有足夠的營運資金滿足我們目前的營運資金需求。因此，我們認為我們的業務經營及財務狀況將不會因歷史流動負債淨額狀況而受到重大不利影響。

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們錄得資產淨值。我們的資產淨值由截至2022年12月31日的人民幣468.0百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣414.5百萬元，主要由於我們於2023年5月向當時股東宣派的股息於2024年6月結清。我們的資產淨值由截至2023年12月31日的人民幣414.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣771.1百萬元，主要由於我們在2024年確認的年內利潤人民幣350.2百萬元。

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間我們的綜合現金流量表數據概要。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
經營活動所得現金淨額	347,612	793,239	733,964
投資活動所用現金淨額	(215,843)	(380,434)	(247,787)
融資活動所用現金淨額	(127,866)	(190,797)	(595,484)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	3,903	222,008	(109,307)
匯率變動的影響	(711)	(129)	170
年初現金及現金等價物	131,218	134,410	356,289
年末現金及現金等價物	<u>134,410</u>	<u>356,289</u>	<u>247,152</u>

我們計劃動用[編纂][編纂]以改善我們的現金流量，從而為我們的發展策略提供支援，包括我們擴展餐廳網絡的計劃。我們亦預期，隨著新開業餐廳達致收支平衡期，該等餐廳將產生經營現金流入，並為我們帶來現金結餘。此外，截至最後實際可行日期，我們的未動用銀行融資為人民幣500.0百萬元，我們可能會在提取有關融資對改善我們的流動資金屬必要的情況下，方會採取有關措施。

概 要

主要財務比率

下表載列截至所示日期的主要財務比率：

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
流動比率	0.84	0.74	0.91
速動比率	0.74	0.69	0.82
槓桿比率	6.6%	12.1%	—

詳情請參閱「財務資料 — 主要財務比率」。

租賃情況

下表載列截至最後實際可行日期我們餐廳網絡內正在運營的餐廳的租賃情況：

				於往績記錄期 開設且截至 最後實際可行 日期運營中的 餐廳的平均 收支平衡期 ⁽⁴⁾ (月)
租賃年期	餐廳數目 (#)	總建築 面積 (平方米)	平均建築 面積 (平方米)	
華東 ⁽¹⁾				
一年或以下	2	802	401	1.6
兩年	—	—	—	
三至五年	3	980	327	
六至10年	114	42,328	371	
11至15年	42	18,704	445	
16至20年	6	4,226	704	
21至31年	2	968	484	
廣東省				
一年或以下	—	—	—	1.7
兩年	2	762	381	
三至五年	5	2,310	462	
六至10年	57	26,394	463	
11至15年	20	12,184	609	
16至20年	—	—	—	
21至31年	—	—	—	
華北 ⁽²⁾				
一年或以下	1	542	542	1.8
兩年	3	2,298	766	
三至五年	6	2,725	454	
六至10年	37	16,539	447	
11至15年	13	7,018	540	
16至20年	1	498	498	
21至31年	—	—	—	

概 要

	租賃年期	餐廳數目 (#)	總建築 面積 (平方米)	平均建築 面積 (平方米)	於往績記錄期 開設且截至 最後實際可行 日期運營中的 餐廳的平均 收支平衡期 ⁽⁴⁾ (月)
其他地區 ⁽³⁾	一年或以下	—	—	—	1.6
	兩年	—	—	—	
	三至五年	8	2,251	281	
	六至10年	142	53,863	379	
	11至15年	24	11,198	467	
	16至20年	1	800	800	
	21至31年	—	—	—	
整體		489	207,392	424	1.6

附註：

- (1) 包括浙江、上海、安徽、江蘇、江西及福建。
- (2) 包括北京、河北及天津。
- (3) 包括雲南、內蒙古、四川、山東、山西、廣西、河南、湖北、甘肅、西藏、貴州、重慶、陝西、黑龍江、遼寧、吉林、湖南、海南及香港特別行政區。
- (4) 在分析平均收支平衡期時，我們並無計及我們的餐廳網絡中唯一一家人均消費一般較高（超過人民幣500元）的高端餐廳。

我們的控股股東

緊隨[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使），王先生及其全資控股公司Yielding Sky、路女士及其全資控股公司Contemporary Global Investments及Time Sonic（由王先生及路女士控制，因其由(i)Absolute Smart Ventures擁有99.9%權益，而Absolute Smart Ventures又由East Superstar全資擁有，兩者均為Vistra Trust（王先生及路女士作為委託人，以彼等各自的全資控股公司Yielding Sky及Contemporary Global Investments作為受益人成立的全權信託綠茶家族信託的受託人）使用的控股公司；(ii)王先生全資擁有的Yielding Sky擁有0.049%的權益；及(iii)路女士全資擁有的Contemporary Global Investments擁有0.051%的權益）將有權行使佔本公司已發行股本約[編纂]%的投票權。因此，[編纂]後，王先生、Yielding Sky、路女士、Contemporary Global Investments、Time Sonic、Absolute Smart Ventures、East Superstar及Vistra Trust為一組控股股東。進一步詳情請參閱「與控股股東的關係」一節。

概 要

戰略投資者

除於本公司的權益外，我們的戰略投資者Partners Gourmet（投資工具及獨立第三方）截至最後實際可行日期持有的股份佔我們已發行股本總額的約[編纂]%。於[編纂]完成後（假設[編纂]並無獲行使），Partners Gourmet將持有本公司已發行股本的約[編纂]%。進一步詳情請參閱「歷史、重組及公司架構－戰略投資」一節。

受限制股份單位計劃

我們已採納受限制股份單位計劃，透過向技術嫺熟且經驗豐富的人員提供擁有本公司股權的機會，以激勵及挽留彼等為本集團的未來發展及擴張而努力。於[編纂]完成後，受限制股份單位受託人將根據受限制股份單位計劃以信託方式為承授人及合資格參與者的利益而持有受限制股份單位計劃的[編纂]股股份，佔本公司已發行股本總額約[編纂]%。截至最後實際可行日期，根據受限制股份單位計劃向本集團[71]名僱員授出涉及合共[編纂]股股份之受限制股份單位，佔緊隨[編纂]完成後本公司已發行股本總額（未計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份）約[編纂]%。受限制股份單位計劃的主要條款於「附錄四－法定及一般資料－D. 股份獎勵計劃」一節概述。

申請於聯交所[編纂]

我們現正根據上市規則第8.05(1)條申請[編纂]，及經參考（其中包括）(i)截至2023年12月31日止兩個財政年度的權益股東應佔利潤合共約人民幣312.1百萬元，超過上市規則第8.05(1)條規定的45.0百萬港元；及(ii)截至2024年12月31日止財政年度我們的權益股東應佔利潤約為人民幣350.2百萬元，超過上市規則第8.05(1)條規定的35.0百萬港元，符合利潤測試。

概 要

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即[編纂]範圍的[編纂]）及假設[編纂]並無獲行使，[編纂]估計約為[編纂]港元（包括[編纂]及[編纂]的[編纂]費用及佣金），佔[編纂]估計[編纂]總額[編纂]港元的[編纂]%。估計[編纂]包括(i)[編纂]港元的[編纂]相關開支（包括但不限於[編纂]及[編纂]的[編纂]費用及佣金）、(ii)[編纂]港元的法律顧問及會計師費用及開支及(iii)[編纂]港元的其他費用及開支。直至2024年12月31日，我們產生的[編纂]為人民幣[編纂]元（相當於[編纂]港元），其中人民幣[編纂]元（相當於[編纂]港元）自我們的綜合損益表中扣除，人民幣[編纂]元（相當於[編纂]港元）已確認為預付款項（將於[編纂]後自權益中扣除）。於2024年12月31日之後，預計約[編纂]港元將自我們的綜合損益表扣除，而約[編纂]港元將於[編纂]後自權益中扣除。上述[編纂]為最新的實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與此估計有出入。

[編纂]統計數據

	基於指示性 [編纂]的最低價 每股[編纂]港元	基於指示性 [編纂]的最高價 每股[編纂]港元
於[編纂]完成後本公司的市值 ⁽¹⁾	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
未經審核備考經調整 綜合每股有形資產淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值乃按緊隨[編纂]完成後預期將予發行的[編纂]股股份計算（假設[編纂]並無獲行使）。
- (2) 未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值乃經作出附錄二「未經審核備考財務資料」一節所述的調整後及根據按各指示性[編纂]為[編纂]港元及[編纂]港元的已發行[編纂]股股份作出計量，當中假設根據[編纂]發行的股份已於2024年12月31日發行（假設[編纂]並無獲行使）。概無對本公司權益股東應佔未經審核備考經調整綜合有形資產淨值作出調整以反映於2024年12月31日後訂立的任何買賣結果或其他交易。

概 要

未來計劃及[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的[編纂]）且假設[編纂]未獲行使，經扣除我們應付與[編纂]相關的[編纂]費用及佣金以及估計開支後，估計我們獲得的[編纂][編纂]將約為[編纂]百萬港元。

我們擬按下列用途使用[編纂][編纂]：

金額 (百萬港元)	估估計 [編纂]總額的	
	概約百分比	擬定用途
[編纂]港元	[編纂]%	擴展我們的餐廳網絡
[編纂]港元	[編纂]%	設立我們的中央食材加工設施
[編纂]港元	[編纂]%	升級我們的信息技術系統及相關基礎設施
[編纂]港元	[編纂]%	撥作營運資金及其他一般企業用途

股息

我們並無任何預定派息率。實際分派給股東的股息數額將取決於我們的盈利和財務狀況、運營要求、資本要求以及董事認為相關的任何其他情況，並有待股東批准。董事會有絕對的酌情權對任何股息作出建議。於2022年，董事會並無向股東宣派任何股息，主要是由於就COVID-19疫情而保存現金以備潛在需求的顧慮。考慮到自2023年第一季度以來COVID-19疫情的緩解、我們經營業績的強勁反彈及我們的流動資產淨值結餘，董事會認為，向現有股東分派股息可取。因此，於2023年5月，董事會就我們中國附屬公司截至2022年12月31日的可供分配的留存利潤宣派股息人民幣350.0百萬元予我們當時的股東，即Time Sonic、Partners Gourmet及Longjing Memory Limited。我們已於2024年6月以手頭可用現金結清有關股息。過往宣派的股息並不代表我們未來的股息政策。請參閱「財務資料－股息」。

概 要

過往不合規

我們存在若干不合規事件，涉及社會保險及住房公積金。請參閱「業務－合規、執照及許可」。

近期發展

以下為2024年12月31日（即往績記錄期結束）後，我們的業務及經營業績的若干重大發展：

- 我們於2025年1月1日至最後實際可行日期開設了27家餐廳，包括華東的15家餐廳、廣東省的三家餐廳、華北的三家餐廳及其他地區的六家餐廳（包括香港特別行政區的兩家餐廳）。
- 截至最後實際可行日期，於2024年錄得餐廳層面經營虧損的26家餐廳中，(i)14家餐廳已錄得其首個月度餐廳層面經營利潤；及(ii)12家餐廳並無錄得餐廳層面經營利潤，其中五家餐廳於期內經營時間有限及七家餐廳的經營表現欠佳。該七家餐廳的經營表現欠佳，主要是由於相關餐廳所在購物市場的客流量不足所致。

我們預計於2024年12月31日後將產生[編纂]人民幣[編纂]元（[編纂]港元）（假設[編纂]以[編纂]範圍的[編纂]進行並假設[編纂]未獲行使），其中人民幣[編纂]元（[編纂]港元）預計將於2025年於損益表內確認為[編纂]及人民幣[編纂]元（[編纂]港元）預計將直接確認為權益扣減。

經審慎周詳考慮後，董事確認，直至本文件日期，自2024年12月31日以來，我們的財務及貿易狀況或前景並無重大不利變動，且自2024年12月31日以來並無任何事件將對會計師報告（全文載於本文件附錄一）中顯示的資料產生重大影響。

近期監管發展

網絡安全審查辦法

《網絡安全審查辦法(2021)》（「網絡安全審查辦法」）由中華人民共和國國家互聯網信息辦公室（「國家網信辦」）於2021年12月28日頒佈並於2022年2月15日生效。詳情請參閱「監管概覽－《網絡安全法》」。

概 要

於2024年9月24日，國務院頒佈《網絡數據安全管理條例》（「**數據安全條例**」），自2025年1月1日起施行。詳情請參閱「監管概覽－《網絡安全法》」。

我們的中國法律顧問及聯席保薦人的中國法律顧問以記名方式向中國網絡安全審查認證和市場監管大數據中心（「**網數中心**」）（受國家網信辦委託設立網絡安全審查諮詢熱線的主管部門）進行了電話諮詢。網數中心確認《網絡安全審查辦法》（2021年）中所指的「國外上市」不適用於在香港上市，因此，擬在國外上市的實體主動申報網絡安全審查的責任不適用於建議[**編纂**]。

網絡安全審查辦法及數據安全條例的潛在影響

基於上文所述及據中國法律顧問告知，網絡安全審查辦法及數據安全條例不會對我們的業務或[**編纂**]造成重大不利影響。根據中國法律顧問的意見，截至最後實際可行日期，考慮到網絡安全審查辦法第十條所列各種情況，且我們並未被任何主管部門認定為關鍵信息基礎設施運營者，我們亦無須接受任何網絡安全審查，我們的運營及於香港特別行政區[**編纂**]根據網絡安全審查辦法第十條被認定為影響或可能影響國家安全的可能性不大。

考慮到上文所述，且鑒於聯席保薦人已(i)取得及審閱本公司及其中國法律顧問就本集團的隱私保護、網絡安全及數據處理活動提供的有關文件、內部政策及資料；(ii)與本公司討論（其中包括）網絡安全審查辦法及數據安全條例的發展及對本集團的影響；及(iii)與本公司的及聯席保薦人的中國法律顧問討論，以了解相關中國法律、規章及法規以及中國近期網絡安全監管環境對本集團的影響，聯席保薦人並無注意到任何事宜令其就上文所披露方面與本公司及其中國法律顧問產生相反觀點。

有關境外[編纂**]證券和[**編纂**]的法規**

於2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「**境外上市試行辦法**」），於2023年3月31日生效，規定境內公司直接或間接尋求境外發行或[**編纂**]證券應當履行備案程序並向中國證監會報告有關信息。於2025年3月28日，中國證監會已就本公司完成股份於聯交所[**編纂**]及[**編纂**]的中國備案程序發出通知。誠如我們的中國法律顧問所告知，本公司已於中國完成就[**編纂**]及[**編纂**]向中國證監會作出的所有必要備案。

概 要

未來若發生控制權變更、被境外證券監督管理機構或者其他主管部門採取調查或處罰、轉換上市地位或者上市板塊、或主動終止上市或者強制終止上市等任何重大事項，我們將據此向中國證監會作出後續報告。

財務資料的最新情況

董事確認，截至本文件日期，自2024年12月31日（本文件附錄一會計師報告呈報的期間末）以來，我們的財務或貿易狀況、債務、按揭、或然負債、擔保或前景並無重大不利變動。