

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，應與本文件全文一併閱覽。本節內容僅為概要，並未包括可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下在決定投資[編纂]前，務請閱讀本文件全文。任何[編纂]均涉及風險。投資[編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下在決定投資[編纂]前，務請細閱該節。本節所用多個詞彙已於本文件「釋義」及「技術詞彙表」中界定或闡釋。

概覽

我們是於澳洲和新西蘭擁有廣泛業務網絡的房車公司，設計、開發、製造及銷售定製拖掛式房車。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年的收入及銷量計，我們在澳洲和新西蘭房車行業的市場份額中均位居第二。憑藉我們的產品研發、製造、銷售及經銷能力，我們從構思到所有權設計房車車主用戶體驗的每一個方面。在設計及製造房車時，我們注重於舒適性、安全性及功能性，為房車車主創造一個可滿足其身心休憩需求的移動住宅。我們的能力橫跨整個房車行業價值鏈，包括遠見卓識的設計、精細化的製造、本地化銷售及經銷以及具輔助性的售後服務。我們以致力定製化服務為使命，從外觀美學到室內佈局及功能等各方面為車主提供按單定製服務，個性化定製房車。這使我們能夠打造出反映不同房車車主個性化需求的房車，並提供從概念化、設計挑選、定製、交付到各種售後服務的卓越、端到端車主體驗。

根據弗若斯特沙利文的資料，澳洲和新西蘭房車市場呈現出相對集中的結構。根據2023年銷量數據，澳洲和新西蘭房車市場的前五大參與者合計佔據約55.4%的市場份額，其中本集團佔據約6.8%的市場份額。此外，按2023年的收入計，澳洲和新西蘭房車市場的前五大參與者合計佔據約52.0%的市場份額，其中本集團佔據約7.8%的市場份額。

我們擁有橫跨整個房車行業價值鏈的專業知識，這為我們的增長軌跡奠定了基礎：

- **品牌管理和房車系列更新。**自2014年收購擁有30多年悠久歷史的著名澳洲房車品牌Regent以來，我們已成為澳洲和新西蘭房車行業的知名公司，經營著三個獨特的品牌，即中端最暢銷品牌Snowy River、豪華品牌Regent及半越野品牌NEWGEN。考慮到我們的房車車主希望在房車上生活、度假或旅行，我們提供拖

概 要

掛式房車，包括適合家庭娛樂的家用車型、適合冒險家的緊湊車型、適合渴望增加房車空間人群的可伸縮車型，以及用於終極半越野冒險的多地形車型。從重視價值的新手，到渴望高檔豪華及個性化房車的資深房車愛好者，我們能夠滿足各類房車車主的需求。

- **產品研發。**我們一直在不斷更新及擴充房車系列，以滿足客戶的需求並促進銷售。我們定期推出新車型，並不斷升級我們現有的房車系列，以吸引不同需求的新客戶，促成現有客戶的回購，並擴大我們的產品系列。於往績記錄期間，我們開發並推出Regent旗下九款新車型，Snowy River旗下六款新車型，升級Snowy River旗下21款車型，並開發及推出NEWGEN旗下五款新車型。此外，我們矢志為我們的車主打造一條可持續發展及環保的房車電氣化之路，目前正開發拖掛式電動房車（電動房車）的開拓性車型。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是首批將電動房車方案商業化的房車專家之一。
- **製造。**我們通過戰略合理化及不斷升級生產流程來優化製造工作流程。我們於中國浙江的生產工廠佔地面積約為47,567平方米，由焊接、噴漆、層壓、裁剪及傢俬五個專門車間及兩條先進的組裝線組成。此外，我們在澳洲的兩條總裝線通過承接我們房車的最終組裝以補充我們於中國的主要製造能力。其靠近當地市場的終端客戶，亦使我們能夠迅速滿足彼等對最後加工及定製要求的需求。從整合來自美國及澳洲的最新機器到開發全面的技術系統以執行及協調房車的高度定製化，我們生產流程中的各個環節都經過精心設計，以堅持嚴格的質量標準並滿足客戶期望。通過將專有知識與各方面的精湛生產技術相結合，我們卓越的製造能力使我們能夠在製造房車時具備強大的靈活性、先進的自動化及卓越的營運效率。
- **銷售及經銷。**我們透過橫跨澳洲和新西蘭的充滿活力、多方位的銷售及經銷網絡以及各種營銷活動，銷售我們的房車並與客戶互動。截至2024年6月30日，我們已建立穩固的銷售及經銷網絡，其中包括13家第三方經銷店、兩家自營店及在線官方網站，以及四家與澳洲和新西蘭合營企業合作夥伴的合營店。我們的地理足跡遍佈澳洲和新西蘭的主要城市，包括墨爾本、悉尼、布里斯班、阿德萊德、珀斯、

概 要

堪培拉、奧克蘭及基督城，於各個地方均戰略性地設有一到三家經銷店、合營店及／或自營店。值得注意的是，根據弗若斯特沙利文的資料，就2023年銷量而言，我們在昆士蘭充滿活力的房車市場的市場份額超過了我們在更廣泛的澳洲房車市場的表現。此外，我們通過在線促銷及線下活動，積極開展有針對性的營銷活動，以進一步提高我們的品牌知名度及獲取客戶。

由於我們具備從房車概念化到製造、最終銷售及經銷的端到端管理能力，我們已成為房車領頭人，按2023年的銷量計，在澳洲和新西蘭的標準房車中位居第二。憑藉我們在房車產業價值鏈所展現出的精通能力，以及我們於澳洲和新西蘭穩固且不斷增長的客戶基礎，我們於往績記錄期間實現了強勁的銷售增長。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別向客戶交付合共1,330輛、2,127輛、2,694輛及1,427輛房車，從2021年到2022年及從2022年到2023年分別增長59.9%及26.7%。

於往績記錄期間，我們的收入持續激增。於2021年、2022年及2023年，我們的收入分別為人民幣299.7百萬元、人民幣498.8百萬元及人民幣720.3百萬元，該等年度相應毛利率為16.7%、16.5%及25.1%。截至2024年6月30日止六個月，我們的收入為人民幣422.0百萬元，同期相應毛利率為32.0%。我們的淨利潤自2021年的人民幣25.1百萬元大幅增長至2022年的人民幣33.0百萬元，於2023年進一步增加至人民幣78.8百萬元。截至2024年6月30日止六個月，我們的淨利潤為人民幣40.4百萬元。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們的經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）分別為人民幣25.1百萬元、人民幣33.0百萬元、人民幣78.8百萬元及人民幣55.7百萬元。

我們的業務模式

我們所提供的產品按三個獨特的品牌展示，即中端最暢銷品牌Snowy River、豪華品牌Regent及半越野品牌NEWGEN。考慮到我們的房車車主希望在房車上生活、度假或旅行，我們提供拖掛式房車，包括適合家庭娛樂的家用車型、適合冒險家的緊湊車型、適合渴望增加房車空間人群的可伸縮車型，以及用於終極半越野冒險的多地形車型。我們矢志提升客戶滿意度，提供高度定製化的各類房車車型。請參閱「業務 — 我們的產品及品牌」。在設計及製造房車時，我們注重於舒適性、安全性及功能性。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年的銷量計，我們在澳洲和新西蘭房車行業的市場份額中位居第二。此外，截至最後實際可行日期，我們引領房車行業的發展，且正處於開發新型拖掛式電動房車車型的最後階段，該車型重量較輕，兼具汽車設計及結構特徵，我們是首批將拖掛式電動房車方案商業化的房車專家之一。請參閱「業務 — 產品開發與創新 — 我們籌備中的拖掛式電動房車車型」。此外，我們預計將於2024年底於澳洲和新西蘭首次推出混合動力越野拖掛式房車及自行式房車，並最終在歐洲及加拿大市場推出我們的房車系列。經弗若斯特沙利文確認，截至最後實際可行日期，原產地為中國的房車出口至歐洲或加拿大不適用進口稅。有關我們在歐洲及加拿大

概 要

的擴張計劃所面臨的潛在關稅風險，請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們可能會於經營所在或計劃擴展業務的國家被徵收關稅」。

憑藉垂直整合的業務模式，我們將在中國的自主產品設計及製造專業知識與我們在澳洲和新西蘭的本地銷售能力相結合，為房車車主提供從概念化、設計選擇、定製、交付到各種售後服務的卓越、端到端車主體驗。我們於中國的製造團隊與我們位於澳洲和新西蘭的營銷及經銷團隊密切合作，為我們的客戶提供端到端服務。受益於我們在中國的整合製造能力以及我們在澳洲和新西蘭房車行業數十年的本地佈局、廣泛的銷售及經銷網絡及豐富的營銷經驗，我們利用最新的真空壓機技術及先進的工藝在中國生產我們的車架及底盤，然後將其運送至我們位於墨爾本的組裝線，以按照澳洲聯邦標準進行組裝，並在澳洲及新西蘭進行銷售。

我們的房車可在澳洲及新西蘭出售及交付，除稅前底價介乎50,900澳元（相當於人民幣230,093元）至84,990澳元（相當於人民幣384,197元），視乎品牌及車型而定。截至2024年6月30日，我們通過結合三個不同的渠道建立充滿活力、多方位的銷售及經銷網絡：(i)由澳洲和新西蘭13家第三方經銷店組成的穩健而廣泛的網絡，提高我們的銷售覆蓋範圍及市場滲透率；(ii)澳洲兩家自營店及在線官方網站，確保直接在當地開展業務、促進與客戶的聯繫並獲得寶貴的一手市場洞見；及(iii)與我們合營企業合作夥伴的四家合營店，令我們能夠擴大銷售及經銷網絡，同時減少重大間接費用。我們的地理足跡遍佈澳洲和新西蘭的主要城市，包括墨爾本、悉尼、布里斯班、阿德萊德、珀斯、堪培拉、奧克蘭及基督城，於各個地方均戰略性地設有一到三家經銷店、合營店及／或自營店。請參閱「業務 — 銷售及經銷」。

我們亦提供配套服務支撐我們的核心業務並與之產生協同作用。截至2024年6月30日，我們擁有54家推薦房車維修車間（包括我們的自營店及合營店）網絡，提供各種售後服務（包括房車保養、維修及各類房車零部件及配件的銷售及升級），確保客戶可獲得保持車輛平穩高效運行所需的一切服務。通過將該等額外服務融入我們的業務模式，我們致力於與房車車主建立持久的關係而非僅限於交易，確保滿意度、長期客戶忠誠度及卓越的車主體驗。此外，自2023年起，我們為客戶提供以其合資格的二手房車購買我們在所有自營店及合營店提供的新房車的選擇，並通常在同一門店轉售該等二手房車。

概 要

下表載列我們於所示期間按產品劃分的收入明細，當中包括絕對金額及百分比。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
							(未經審核)			
(人民幣千元，百分比除外)										
房車銷售	298,586	99.6%	498,116	99.9%	710,747	98.7%	309,526	100.0%	396,894	94.1%
— Snowy River	233,273	77.8%	402,690	80.7%	550,175	76.4%	235,517	76.1%	335,096	79.4%
— Regent	35,098	11.7%	49,347	9.9%	84,338	11.7%	35,514	11.5%	26,514	6.3%
— NEWGEN	30,215	10.1%	46,079	9.2%	76,234	10.6%	38,495	12.4%	35,284	8.4%
銷售二手房車	—	—	—	—	8,691	1.2%	—	—	23,396	5.5%
其他 ⁽¹⁾	1,086	0.4%	664	0.1%	865	0.1%	—	—	1,683	0.4%
總計	299,672	100.0%	498,780	100.0%	720,303	100.0%	309,526	100.0%	421,973	100.0%

附註：

- (1) 其他包括我們在提供售後服務期間銷售房車零部件產生的收入，該等服務乃是我們房車銷售核心業務的輔助業務。

下表載列我們於所示期間按產品劃分的毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣千元，百分比除外)									
房車銷售	49,755	16.7%	82,172	16.5%	179,521	25.3%	71,381	23.1%	127,662	32.2%
— Snowy River	39,455	16.9%	63,590	15.8%	140,804	25.6%	55,844	23.7%	105,169	31.4%
— Regent	6,938	19.8%	7,535	15.3%	15,572	18.5%	6,517	18.4%	8,207	31.0%
— NEWGEN	3,362	11.1%	11,047	24.0%	23,145	30.4%	9,020	23.4%	14,286	40.5%
銷售二手房車	—	—	—	—	1,415	16.3%	—	—	6,777	29.0%
其他	348	32.1%	72	10.9%	115	13.3%	—	—	464	27.6%
總計	50,103	16.7%	82,244	16.5%	181,051	25.1%	71,381	23.1%	134,903	32.0%

整體而言，房車銷售的毛利率波動主要受以下因素影響：(i)房車車主定製化程度高，通常會帶來較高的毛利率，(ii)通過自營店及合營店零售房車所佔比例，此乃由於零售價相對高於經銷商的批發價，及(iii)運輸及裝卸開支的波動。

概 要

具體而言，Snowy River房車的毛利率由2021年的16.9%下降至2022年的15.8%，主要由於COVID-19期間運輸及裝卸開支的增加。於2023年，Snowy River房車的毛利率增至25.6%，主要由於(i)更高程度的定製，(ii)零售佔比較高，及(iii)2022年COVID-19期間運輸及裝卸開支增加。Snowy River房車的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的23.7%增加至截至2024年6月30日止六個月的31.4%，乃主要由於我們通過自營店及合營店零售房車的佔比高於以批發價(通常低於零售價)向經銷商銷售的佔比。

於往績記錄期間，Regent房車的毛利率主要受運輸及裝卸開支波動的影響。毛利率由2021年的19.8%下降至2022年的15.3%，繼而增至2023年的18.5%，主要由於(i)因COVID-19導致全球供應鏈中斷而致使運輸價格上漲，從而導致每輛車的運輸及裝卸開支增加，及(ii)2021年毛利率較高的房車車型貢獻相對較多收入。Regent房車的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的18.4%增加至截至2024年6月30日止六個月的31.0%，乃主要由於我們通過自營店及合營店零售房車的佔比高於以批發價(通常低於零售價)向經銷商銷售的佔比。

NEWGEN房車的毛利率由2021年的11.1%增至2022年的24.0%，主要由於(i)更高程度的定製，及(ii)我們就NEWGEN車型的若干零部件與更具成本效益的供應商合作，從而降低採購成本。於2023年，NEWGEN房車的毛利率增至30.4%，主要由於(i)2022年COVID-19期間運輸及裝卸開支增加，及(ii)零售佔比較高。NEWGEN房車的毛利率由截至2023年6月30日止六個月的23.4%增加至截至2024年6月30日止六個月的40.5%，乃主要由於我們通過自營店及合營店零售房車的佔比高於以批發價(通常低於零售價)向經銷商銷售的佔比。

下表載列我們於所示期間按經銷渠道劃分的房車銷售收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
							(未經審核)			
(人民幣千元，百分比除外)										
向經銷商銷售	298,586	100.0%	472,834	94.9%	581,632	81.8%	268,175	86.6%	252,513	63.6%
直銷										
— 通過自營店	—	—	25,282	5.1%	100,769	14.2%	41,351	13.4%	76,302	19.2%
— 通過合營店 ⁽¹⁾	—	—	—	—	28,346	4.0%	—	—	68,079	17.2%
總計	298,586	100.0%	498,116	100.0%	710,747	100.0%	309,526	100.0%	396,893	100.0%

概 要

附註：

- (1) 自2020年於澳洲昆士蘭州開設第一家由Leisure Lion經營的合營店起，我們一直通過合營店開展房車銷售。截至2024年6月30日，我們合共有四家合營店：其中三家由Leisure Lion經營，包括一家於2020年開業及兩家於2023年開業；及其中一家於2023年開業，由United RV經營。有關更多詳情，請參閱「業務 — 銷售及經銷 — 自營店及合營店」。Leisure Lion最初為一家均等擁有的合營企業，隨後於2023年9月成為我們擁有51%股權的附屬公司。United RV自其註冊成立起一直為我們的附屬公司。因此，就Leisure Lion經營的合營店而言，倘Leisure Lion仍為我們的均等擁有合營企業，我們將房車銷售收入確認為2021年、2022年及2023年期間向經銷商銷售產生的收入。Leisure Lion於2023年9月成為我們的附屬公司後，收入列為通過合營店直銷產生的收入。因此，儘管我們的第一家合營店於2020年5月成立，2021年及2022年概無透過合營店直銷錄得收入。就United RV所經營並於2023年開業的合營店而言，收入列為通過合營店直銷產生的收入。

我們的經銷商銷售收入自2021年的人民幣298.6百萬元增至2022年的人民幣472.8百萬元，並於2023年進一步增至人民幣581.6百萬元，主要由於我們經銷店數量的擴大及房車銷量的增加。我們的經銷商銷售收入自截至2023年6月30日止六個月的人民幣268.2百萬元減少至截至2024年6月30日止六個月的人民幣252.5百萬元，主要由於Leisure Lion自2023年9月成為我們的附屬公司後，自Leisure Lion經營的合營店產生的收入被列為透過合營店直銷產生的收入。

我們通過自營店直銷產生的收入自2022年的人民幣25.3百萬元增至2023年的人民幣100.8百萬元，主要由於2023年新增一家自營店及房車銷量的增加。我們通過自營店直銷產生的收入自截至2023年6月30日止六個月的人民幣41.4百萬元增至截至2024年6月30日止六個月的人民幣76.3百萬元，主要由於房車銷量的增加。

下表載列我們於所示期間按經銷渠道劃分的房車銷售毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(未經審核)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
向經銷商銷售	49,755	16.7%	73,235	15.5%	127,451	21.9%	55,133	20.6%	63,659	25.2%
直銷										
— 通過自營店	—	—	8,937	35.3%	40,820	40.5%	16,248	39.3%	34,196	44.8%
— 通過合營店	—	—	—	—	11,250	39.7%	—	—	29,807	43.8%
總計	49,755	16.7%	82,172	16.5%	179,521	25.3%	71,381	23.1%	127,662	32.2%

概 要

我們通過各經銷渠道銷售房車的毛利率趨勢與同期我們銷售房車的整體毛利率趨勢基本一致。該趨勢主要受以下因素的影響，而該等因素亦推動我們的整體毛利率：(i)更高程度的定製，這通常會產生更高的毛利率；(ii)因房車車型內飾及外觀更新迭代而導致房車標價上漲；及(iii)COVID-19疫情導致2022年運輸及裝卸開支增加的影響。

此外，我們通過自營店及合營店進行房車零售，而零售價相對高於經銷商的批發價格，因為作為經銷商經營的自然慣例，面向經銷商的批發價格包括了零售價的折扣，允許經銷商銷售房車以獲取溢利。因此，與向經銷商銷售相比，通過自營店及合營店直銷均達致更高的毛利率。

概 要

我們的產品及品牌

我們設計、開發、製造及銷售各種定製拖掛式房車，提供全方位的功能及更廣範圍的配套服務，滿足尊貴的房車車主的個性化品味及要求。截至2024年6月30日，我們已成功量產49款房車，均為標準房車，涵蓋Snowy River、Regent及NEWGEN三個特色品牌下的八個不同系列，產品陣容強大，詳情如下：



SRC系列(13款車型)



SRT系列(6款車型)



SRP系列(4款車型)



RDC系列(5款車型)



RCC系列(4款車型)



NG系列(17款車型)

即將推出



電動房車

敬請期待

概 要

我們的產品

我們設計、生產及銷售廣泛的拖掛式房車。我們設計及生產的每輛房車均注重於舒適性、安全性及功能性。我們的房車擁有創新的設計及一套先進技術，使其不同於我們競爭對手的產品。我們的房車展示以下共同特徵。

- **外觀。**我們採用夾芯板建造房車地面、牆體及車頂，確保其堅固、輕便及防水。地面下方是有機富鋅銀色金屬底盤，並配置50毫米球形聯軸器及扭力懸架，提高安全性並提供更平穩的駕駛體驗。此外，我們的防搖擺控制系統增強車輛穩定性，進一步提高駕駛安全性及舒適性。
- **內飾。**我們精心設計及製造房車內部的室內配件及定製傢具，以致力滿足房車車主的高度高端定製需求，提高我們產品的市場競爭力。為緊跟市場趨勢，我們亦與第三方內部設計顧問合作，通過重要的市場調查及對焦點小組的研究來選擇室內主題及顏色。我們房車內的每一個元素均由我們熟練的專業團隊精心策劃，確保卓越質量及定製化服務，從而滿足我們車主的不同品味及偏好。

我們以致力定製化服務為使命。我們利用我們卓越的製造能力和熟練的工藝提供按單定製服務並促進高度個性化，確保每輛房車都能反映其車主的獨特偏好和需求。從外觀美學到室內佈局和功能以及無論是融入獨特的設計元素、添加特殊設施，或微調每個細節，我們的團隊都致力於打造反映不同房車車主個性化需求的房車。

我們為所有房車車型提供高度定製化服務，包括室內佈局、電器、外觀設計到傢具和配件，幾乎完全切合客戶要求，同時保持與我們生產週期相關的成本優勢。為了讓車主想像其夢想中的房車，我們提供在線虛擬選擇界面並提供不同選項的預估定價。

概 要

我們的品牌

我們的定製房車系列以三個特色品牌進行策劃，即Snowy River、Regent及NEWGEN，我們將其視為品質、工藝、創新及性能的象徵。我們的每個品牌在風格和技術性能上均具有鮮明特徵及精確識別度：

- Snowy River是我們最暢銷的品牌，完美結合當代及現代設計元素，注重細節和功能，面向中端客戶。
- Regent是我們的豪華高端品牌，擁有三十多年的歷史，以豪華座艙、寬敞而優雅的內部佈局為特徵。
- NEWGEN為半越野品牌，旨在吸引年輕一代客戶。

我們的生產流程及工廠

我們的生產原理以產品質量、持續改進、靈活性、高度自動化及高運作效率為中心。我們擁有生產房車（從車架及底盤生產到最終組裝及測試）的專有知識。此外，我們不斷優化我們的生產技術。我們將專有知識與各方面的生產技術相結合，支持我們於整個生產過程中對房車的組件及質量進行控制。

我們各房車品牌的生產週期在我們位於中國浙江省的生產工廠開始，並在我們位於澳洲墨爾本的總裝線結束。整個生產流程歷時約12周，不包括將接近完工的拖掛式房車運送至澳洲總裝線的交付時間。

我們完全自主建造我們的房車。我們於中國浙江的生產工廠佔地面積約為47,567平方米，由焊接、噴漆、層壓、裁剪及傢俬五個專門車間及兩條先進的組裝線組成。此外，我們於澳洲的兩條總裝線在房車的最終組裝環節中發揮著至關重要的作用。該流程包括切割、焊接及組裝鋼金屬以形成我們房車的「骨架」或車架及底盤。這一工作在獨立的車間進行，然後將所有材料均運送至噴漆車間進行噴漆。

同時，員工負責在我們的傢俬車間建造室內地面、天花板、牆體及木製固定裝置，並在裁剪車間生產內飾。員工亦負責生產將焊接至車架的夾芯板，以形成我們房車的外觀。我們完成外部建造後，熟練的工匠便會安裝所有傢俬及裝飾品，然後將其運送至澳洲工廠進行最終組裝。

概 要

在手訂單

在手訂單指截至特定日期仍未竣工工程的估計合約價值。合約價值指我們預期於按照合約條款履行合約後，可根據合約條款收取的金額。在手訂單並非公認會計政策所界定的計量項目。

下表載列截至所示日期我們按品牌劃分的在手訂單項目未完成合約價值：

	截至12月31日												截至6月30日												截至最後實際可行日期			
	2021年				2022年				2023年				2024年															
	相當於				相當於				相當於				相當於				相當於											
	輛	千澳元	千元	%	輛	千澳元	千元	%	輛	千澳元	千元	%	輛	千澳元	千元	%	輛	千澳元	千元	%								
Snowy River	955	48,028	217,111	76.3	1,337	73,004	330,015	80.7	1,240	68,457	309,460	83.9	1,236	66,806	301,997	82.8	1,267	70,629	319,278	92.3								
Regent	144	8,692	39,292	13.8	173	11,354	51,326	12.6	72	4,631	20,934	5.7	77	4,924	22,259	6.1	13	868	3,926	1.1								
NEWGEN	116	6,194	28,000	9.8	94	6,023	27,227	6.7	144	8,465	38,266	10.4	158	8,973	40,562	11.1	90	5,053	22,841	6.6								
總計	1,255	62,914	284,403	100.0	1,604	90,381	408,567	100.0	1,456	81,553	368,660	100.0	1,471	80,703	364,818	100.0	1,370	76,550	346,045	100.0								

更多詳情，請參閱「業務 — 在手訂單」。

我們的優勢

我們認為以下競爭優勢是我們目前所獲成功的關鍵並對我們的未來增長至關重要：

- 廣受認可的品牌及充滿活力的房車系列；
- 強大的產品開發能力；
- 卓越的製造能力並具備精確度及成本效益；
- 有效及多元化的經銷渠道；
- 完善的供應鏈管理和及時交付；及
- 擁有廣泛跨學科專業知識且具有遠見卓識的管理層團隊。

我們的策略

為實現我們的願景並進一步加強我們的市場領導地位，我們擬實施下列策略：

- 加強於澳洲和新西蘭的領導地位，並擴展至歐洲及加拿大市場；
- 維持及提升我們於拖掛式房車市場的品牌形象；
- 持續更新及擴大我們的房車系列；及
- 升級及自動化我們的生產工廠。

概 要

最大客戶及供應商

最大客戶

我們的客戶主要包括經銷商，我們透過其向終端客戶銷售房車。於往績記錄期間各年度／期間，向我們五大客戶的銷售總額分別佔我們總收入的80.5%、74.4%、55.2%及46.2%。於往績記錄期間各年度／期間，向最大客戶的銷售額分別佔我們總收入的26.2%、27.3%、25.1%及23.8%。於往績記錄期間各年度／期間，五大客戶均非我們的供應商。

Green RV持有我們附屬公司Leisure Lion 49%的股權，截至2024年6月30日亦為經營我們兩家經銷店的經銷商。Green RV為我們於往績記錄期間各年度／期間的最大客戶。有關更多詳情，請參閱「關連交易 — 部分豁免持續關連交易 — Green RV經銷商協議」。

Leisure Lion最初是Regent公司與Green RV於2019年7月於澳洲建立的合營企業，Green RV及我們分別持有50%的股權。隨後，於2023年9月，Leisure Lion於Regent公司於其持有的股權增加至51%時成為我們的附屬公司之一。Leisure Lion分別是我們於2021年、2022年及2023年的五大客戶之一。

就我們所深知，我們所有五大客戶(除我們的合營企業合作夥伴Green RV及我們的合營經銷商Leisure Lion外)於往績記錄期間各年度／期間均為獨立第三方，且概無董事、彼等各自的聯繫人或任何就董事所知擁有我們已發行股本5%以上的股東於往績記錄期間各年度／期間，在我們任何五大客戶中擁有任何權益。詳情請參閱「業務 — 最大客戶及供應商 — 最大客戶」。

最大供應商

我們的供應商主要包括生產投入的供應商。於往績記錄期間各年度／期間，自五大供應商的採購總額分別佔我們採購總額的38.7%、30.1%、22.8%及22.9%。於往績記錄期間各年度／期間，自最大供應商的採購額分別佔我們採購總額的約20.6%、11.1%、8.8%及7.8%。於往績記錄期間各年度／期間，五大供應商均非我們的客戶。

就我們所深知，除戴德隆翠房車科技及商丘吉順(彼等各自均為我們的控股股東之一繆先生控制之公司)外，我們所有五大供應商於往績記錄期間各年度／期間均為獨立第三方，且概無董事、彼等各自的聯繫人或任何就董事所知擁有我們已發行股本5%以上的股東於往績記錄期間各年度／期間，在我們任何五大供應商中擁有任何權益。戴德隆翠房車科技，於2021年及2022年均為我們的五大供應商之一，為戴德隆翠之聯屬人士，主要從事貿易業

概 要

務。戴德隆翠房車科技是一家於2010年根據中國法律成立的有限公司，由我們控股股東之一的繆先生控制。商丘吉順，截至2024年6月30日止六個月為我們的五大供應商之一，為戴德隆翠的間接附屬公司及本公司關連人士，主要從事房車零部件製造業務。商丘吉順是一家於2021年根據中國法律成立的有限公司，由我們控股股東之一的繆先生控制。詳情請參閱「業務 — 最大客戶及供應商 — 最大供應商」，有關與商丘吉順交易的詳情，請參閱「關連交易 — 部分豁免持續關連交易 — 房車零部件採購框架協議」。

我們的行業及競爭格局

我們的行業

得益於人們對戶外活動的興趣提高、可支配收入的增加以及對健康和福祉的更多關注，近期全球露營市場大幅增長。根據弗若斯特沙利文的資料，於2023年，全球露營人數達到約2.793億人，預計到2028年將進一步增長至4.390億人，2024年至2028年的複合年增長率為8.5%。在北美、歐洲、澳洲和新西蘭等地區，露營已成為休閒旅遊的主要項目。露營者可以靈活地在國家公園、專業露營地或較小的地點露營，使露營成為一個具有吸引力的旅遊選擇。彼等可以選擇不同類型的住宿，包括房車、帳篷或小屋，以便在不同的環境中進行轉移。其中，房車作為露營的住宿選擇之一擁有其獨特的優勢，其將出行的便利與家的舒適融為一體，成為旅行者尋求冒險與舒適的理想選擇。房車設計有設備齊全的生活空間，包括睡眠區、廚房、浴室。此外，房車亦配備了電力和供水系統、空調及存儲空間等基礎設施，同時適合短途旅行和長途旅行。這些車載生活設施確保露營者在房車旅途中享有高度的自給自足能力及靈活性，提高了整體的旅行體驗。

我們的競爭格局

澳洲和新西蘭房車市場呈現出相對集中的結構，主要以中端拖掛式房車為主。根據2023年銷售數據，前五大參與者合計佔據約55.4%的市場份額。同年，本集團成為澳洲和新西蘭第二大房車公司，銷售了2.7千輛房車，佔據約6.8%的市場份額。

此外，以收入計量，2023年澳洲和新西蘭房車市場達人民幣92億元，自2019年以來複合年增長率為9.9%。根據弗若斯特沙利文的資料，按2023年的收入計，本集團成為澳洲和新西蘭第二大房車公司，佔據約7.8%的市場份額。

概 要

我們是澳洲和新西蘭知名的標準房車參與者。根據弗若斯特沙利文的資料，按照2023年的銷量計算，我們是澳洲和新西蘭第二大標準房車參與者，佔據9.7%的市場份額。有關我們產品的相關市場競爭格局的更多詳情，請參閱「行業概覽」。

歷史財務資料概要

下表呈列截至2023年12月31日及截至該日期止三個年度以及截至2023年及2024年6月30日止六個月的綜合財務資料概要。本概要源自本文件附錄一會計師報告所載歷史財務資料。下文所列財務數據摘要應與我們的綜合財務報表及相關附註以及「財務資料」一節一併閱讀。

綜合損益表

下表載列我們於所示期間的綜合損益表概要，其中包括各細列項目的實際金額以及佔總收入的百分比。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2021年		2022年		2023年		2023年		2024年	
							(未經審核)			
	(人民幣千元，百分比除外)									
收入	299,672	100.0%	498,780	100.0%	720,303	100.0%	309,526	100.0%	421,973	100.0%
銷售成本	(249,568)	(83.3%)	(416,536)	(83.5%)	(539,252)	(74.9%)	(238,145)	(76.9%)	(287,070)	(68.0%)
毛利	50,104	16.7%	82,244	16.5%	181,051	25.1%	71,381	23.1%	134,903	32.0%
其他收入／(虧損)	8,107	2.7%	9,115	1.8%	14,517	2.0%	7,667	2.5%	(2,667)	(0.6%)
銷售及經銷開支	(6,479)	(2.2%)	(19,316)	(3.9%)	(41,547)	(5.8%)	(17,255)	(5.6%)	(32,184)	(7.6%)
行政開支	(12,385)	(4.1%)	(21,155)	(4.2%)	(36,209)	(5.0%)	(14,078)	(4.5%)	(35,605)	(8.4%)
研發開支	(2,835)	(0.9%)	(5,112)	(1.0%)	(7,968)	(1.1%)	(4,010)	(1.3%)	(5,625)	(1.3%)
貿易應收款項減值虧損(撥備)／撥回	(9)	(0.0%)	(65)	(0.0%)	34	0.0%	7	0.0%	(21)	(0.0%)
分佔一家合營企業利潤／(虧損)	912	0.3%	1,083	0.2%	113	0.0%	(283)	(0.1%)	—	—
經營利潤	37,415	12.5%	46,794	9.4%	109,991	15.3%	43,429	14.0%	58,801	13.9%
財務成本	(3,090)	(1.0%)	(2,533)	(0.5%)	(2,315)	(0.3%)	(1,079)	(0.3%)	(4,796)	(1.1%)
除稅前利潤	34,325	11.5%	44,261	8.9%	107,676	14.9%	42,350	13.7%	54,005	12.8%
所得稅	(9,245)	(3.1%)	(11,305)	(2.3%)	(28,908)	(4.0%)	(10,702)	(3.5%)	(13,575)	(3.2%)
年／期內利潤	25,080	8.4%	32,956	6.6%	78,768	10.9%	31,648	10.2%	40,430	9.6%
以下各方應佔：										
本公司權益股東	25,080	8.4%	32,956	6.6%	79,973	11.1%	31,648	10.2%	39,532	9.4%
非控股權益	—	—	—	—	(1,205)	(0.2%)	—	—	898	0.2%
年／期內利潤	25,080	8.4%	32,956	6.6%	78,768	10.9%	31,648	10.2%	40,430	9.6%

概 要

非香港財務報告準則計量

為補充我們根據香港財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）作為附加財務計量，其並非香港財務報告準則所規定或根據其呈列者。我們相信，該等非香港財務報告準則計量通過消除若干項目的潛在影響，有助於比較不同期間以及不同公司間的經營表現。

我們相信，經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）為投資者及其他人士提供有用的資料，以助彼等以與我們管理層相同的方式理解及評估我們的綜合損益及其他全面收益表。然而，經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）的呈列未必可與其他公司所呈列類似項目計量作比較。使用經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）作為分析工具有其限制，閣下不應將其獨立於根據香港財務報告準則呈報的綜合損益及其他全面收益表或財務表現作考慮，或以其代替根據香港財務報告準則呈報的綜合損益及其他全面收益表或財務表現。

我們將年／期內經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）定義為經加上[編纂]開支調整後的年／期內利潤。

下表將我們的年／期內經調整淨利潤（非香港財務報告準則計量）及於所示期間根據香港財務報告準則呈列的年／期內利潤進行對賬：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年	2024年
				(未經審核)	
				(人民幣千元)	
年／期內利潤	25,080	32,956	78,768	31,648	40,430
加：					
[編纂]開支 ⁽¹⁾	—	—	—	—	15,305
年／期內經調整淨利潤					
(非香港財務報告準則計量)	25,080	32,956	78,768	31,648	55,735

附註：

(1) [編纂]開支與本公司的本次[編纂]有關。

我們的總收入由2021年的人民幣299.7百萬元增加人民幣199.1百萬元或66.4%至2022年的人民幣498.8百萬元，並於2023年進一步增加人民幣221.5百萬元或44.4%至人民幣720.3百萬元，乃主要由於銷售房車產生的收入。銷售房車產生的收入由2021年的人民幣298.6百

概 要

萬元增加人民幣199.5百萬元或66.8%至2022年的人民幣498.1百萬元，乃主要由於我們因持續擴大銷售及經銷網絡，更新及拓寬房車產品系列，使得對我們產品的需求增加，導致房車銷售額增加。銷售房車產生的收入由2022年的人民幣498.1百萬元增加人民幣212.6百萬元或42.7%至2023年的人民幣710.7百萬元，乃主要由於隨著我們的業務增長，房車的銷量由2022年的2,127輛增加至2023年的2,694輛。

我們的總收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣309.5百萬元增加人民幣112.5百萬元或36.3%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣422.0百萬元，乃主要由於銷售房車產生的收入。銷售房車產生的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣309.5百萬元增加人民幣87.4百萬元或28.2%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣396.9百萬元。該增長得益於我們房車的強勁銷售及平均售價的上漲。有關按品牌劃分的銷量及平均售價明細，請參閱「業務 — 我們的產品及品牌 — 我們的品牌」。其中，於截至2024年6月30日止六個月，我們通過自營店及合營店直銷的已售出房車銷量大幅增加，導致於同期實現相應的收入增加。房車直銷銷量由截至2023年6月30日止六個月的127輛增加至截至2024年6月30日止六個月的438輛。因此，通過自營店及合營店直銷的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣41.4百萬元增加至截至2024年6月30日止六個月的人民幣144.4百萬元。與此同時，通過向經銷商銷售房車的銷量由截至2023年6月30日止六個月的1,063輛下降至截至2024年6月30日止六個月的989輛。因此，我們的經銷商銷售收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣268.2百萬元減少至截至2024年6月30日止六個月的人民幣252.5百萬元。

此外，我們截至2024年6月30日止六個月的二手房車銷售收入為人民幣23.4百萬元，有關更多以舊換新選擇的詳情，請參閱「業務 — 銷售及經銷 — 自營店及合營店」。

我們的毛利由2021年的人民幣50.1百萬元增加人民幣32.1百萬元或64.1%至2022年的人民幣82.2百萬元。我們的毛利率從2021年的16.7%下降至2022年的16.5%，主要由於COVID-19期間運輸及裝卸開支增加，導致銷售成本的增長速度快於收入。我們的毛利由2022年的人民幣82.2百萬元增加人民幣98.8百萬元至2023年的人民幣181.1百萬元。我們的毛利率由2022年的16.5%增加至2023年的25.1%，乃主要由於(i)COVID-19疫情使2022年的運輸及裝卸開支增加，及(ii)採用加強的定製選擇且毛利率相對較高的房車車型的收入貢獻增加。我們的毛利由截至2023年6月30日止六個月的人民幣71.4百萬元增加人民幣63.5百萬元或88.9%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣134.9百萬元。我們的毛利率從截至2023年6月30日止六個月的23.1%增加至截至2024年6月30日止六個月的32.0%，主要由於同期通過自營店及合營店零售房車佔比較高，此乃由於零售價相對高於經銷商的批發價。

概 要

我們的年內利潤由2021年的人民幣25.1百萬元增加人民幣7.9百萬元或31.4%至2022年的人民幣33.0百萬元，並進一步增加人民幣45.8百萬元或138.8%至2023年的人民幣78.8百萬元，主要由於收入及毛利的增加，部分被銷售及經銷開支、行政開支及所得稅增加所抵銷。我們的期內利潤從截至2023年6月30日止六個月的人民幣31.6百萬元增加人民幣8.8百萬元或27.8%至截至2024年6月30日止六個月的人民幣40.4百萬元，主要由於收入及毛利的增加，部分被銷售及經銷開支、行政開支及所得稅增加所抵銷。

綜合財務狀況表

下表載列我們截至所示日期的財務狀況：

	截至12月31日			截至 6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
資產				
非流動資產				
廠房及設備	13,029	15,134	19,189	19,690
使用權資產	53,666	42,559	50,848	82,531
無形資產	21	—	—	107
於一家合營企業的投資	724	900	—	—
遞延稅項資產	10,646	11,811	14,541	19,289
非流動資產總值	78,086	70,404	84,578	121,617
流動資產				
存貨	112,443	155,636	242,827	272,374
貿易及其他應收款項	19,710	45,275	46,138	60,939
預付款項	2,934	2,689	6,021	11,554
受限制現金	2,350	4,753	4,889	14,738
現金及現金等價物	8,797	21,466	14,345	43,882
流動資產總值	146,234	229,819	314,220	403,487

概 要

	截至12月31日			截至 6月30日
	2021年	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)			
負債				
流動負債				
貿易及其他應付款項	101,589	161,656	240,666	274,399
合約負債	4,843	7,596	12,803	7,103
貸款及借款	26,686	9,117	31,208	104,588
租賃負債	14,469	23,726	29,016	10,646
即期稅項	—	1,251	7,418	10,037
撥備	914	1,896	2,970	3,079
流動負債總額	148,501	205,242	324,081	409,852
流動(負債)淨額／資產淨值	(2,267)	24,577	(9,861)	(6,365)
總資產減流動負債	75,819	94,981	74,717	115,252
非流動負債				
貸款及借款	—	—	408	345
租賃負債	46,862	34,995	43,362	75,826
撥備	1,987	3,032	3,761	3,798
非流動負債總額	48,849	38,027	47,531	79,969
資產淨值	26,970	56,954	27,186	35,283
資本及儲備				
股本	—	—	—	—
儲備	26,970	56,954	25,282	32,500
本公司權益股東應佔權益總額	26,970	56,954	25,282	32,500
非控股權益	—	—	1,904	2,783
權益總額	26,970	56,954	27,186	35,283

截至2024年6月30日，我們的流動負債淨額為人民幣6.4百萬元，乃主要由於(i)貿易及其他應付款項人民幣274.4百萬元，較截至2023年12月31日的人民幣240.7百萬元增加人民幣33.7百萬元，及(ii)貸款及借款人民幣104.6百萬元，較截至2023年12月31日的人民幣31.2百萬元增加人民幣73.4百萬元；部分被(iii)存貨人民幣272.4百萬元，較截至2023年12月31日的

概 要

人民幣242.8百萬元增加人民幣29.6百萬元，(iv)貿易及其他應收款項人民幣60.9百萬元，較截至2023年12月31日的人民幣46.1百萬元增加人民幣14.8百萬元，及(v)現金及現金等價物人民幣43.9百萬元，較截至2023年12月31日的人民幣14.3百萬元增加人民幣29.6百萬元所抵銷。

截至2023年12月31日，我們的流動負債淨額為人民幣9.9百萬元，乃主要由於(i)貿易及其他應付款項人民幣240.7百萬元，較截至2022年12月31日的人民幣161.7百萬元增加人民幣79.0百萬元；(ii)貸款及借款人民幣31.2百萬元，較截至2022年12月31日的人民幣9.1百萬元增加人民幣22.1百萬元；及(iii)租賃負債人民幣29.0百萬元，較截至2022年12月31日的人民幣23.7百萬元增加人民幣5.3百萬元；部分被(iv)存貨人民幣242.8百萬元，較截至2022年12月31日的人民幣155.6百萬元增加人民幣87.2百萬元及(v)貿易及其他應收款項人民幣46.1百萬元，較截至2022年12月31日的人民幣45.3百萬元增加人民幣0.8百萬元所抵銷。

截至2022年12月31日，我們的流動資產淨值為人民幣24.6百萬元，乃主要由於(i)存貨人民幣155.6百萬元，較截至2021年12月31日的人民幣112.4百萬元增加人民幣43.2百萬元，(ii)貿易及其他應收款項人民幣45.3百萬元，較截至2021年12月31日的人民幣19.7百萬元增加人民幣25.6百萬元，及(iii)現金及現金等價物人民幣21.5百萬元，較截至2021年12月31日的人民幣8.8百萬元增加人民幣12.7百萬元；部分被(iv)貿易及其他應付款項人民幣161.7百萬元，較截至2021年12月31日的人民幣101.6百萬元增加人民幣60.1百萬元，及(v)租賃負債人民幣23.7百萬元，較截至2021年12月31日的人民幣14.5百萬元增加人民幣9.2百萬元所抵銷。

截至2021年12月31日，我們的流動負債淨額為人民幣2.3百萬元，乃主要由於(i)貿易及其他應付款項人民幣101.6百萬元，(ii)貸款及借款人民幣26.7百萬元及(iii)租賃負債人民幣14.5百萬元；部分被(iv)存貨人民幣112.4百萬元及(v)貿易及其他應收款項人民幣19.7百萬元所抵銷。

我們的資產淨值從截至2021年12月31日的人民幣27.0百萬元增至截至2022年12月31日的人民幣57.0百萬元，主要由於年內利潤人民幣33.0百萬元及債務轉出資人民幣44.2百萬元，部分被視作分派人民幣46.4百萬元所抵銷。我們的資產淨值從截至2022年12月31日的人民幣57.0百萬元減少至截至2023年12月31日的人民幣27.2百萬元，主要由於視作分派人民幣112.8百萬元，部分被年內利潤人民幣78.8百萬元所抵銷。我們的資產淨值由截至2023年6月30日的人民幣27.2百萬元增加至截至2024年6月30日的人民幣35.3百萬元，主要由於期內利潤人民幣40.4百萬元及視作出資人民幣21.1百萬元，部分被重組產生的付款人民幣52.8百萬元所抵銷。

綜合現金流量表的選定項目

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們撥付現金需求的資金主要來自銷售房車所產生的現金。截至2021年、2022年及2023年12月31日以及2024年6月30日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣8.8百萬元、人民幣21.5百萬元、人民幣14.3百萬元及人民幣43.9百萬元。

概 要

下表載列我們於所示期間的現金流量概要：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年 (未經審核)	2024年
	(人民幣千元)				
經營活動所得現金淨額	19,409	57,784	119,770	108,160	35,554
投資活動所用現金淨額	(4,499)	(5,409)	(2,703)	(1,974)	(3,141)
融資活動所用現金淨額	(8,970)	(39,881)	(124,801)	(114,550)	(2,545)
現金及現金等價物增加／ (減少)淨額	5,940	12,494	(7,734)	(8,364)	29,868
截至1月1日的現金及現金等 價物	3,101	8,797	21,466	21,466	14,345
外匯匯率變動的影響	(244)	175	613	325	(331)
於年／期末的現金及現金等 價物	8,797	21,466	14,345	13,427	43,882

主要財務比率

下表載列我們截至所示日期或於所示期間的主要財務比率：

	截至12月31日／截至12月31日止年度			截至6月30日／ 截至6月30日止六個月	
	2021年	2022年	2023年	2023年 (未經審核)	2024年
毛利率 ⁽¹⁾	16.7%	16.5%	25.1%	23.1%	32.0%
純利率 ⁽²⁾	8.4%	6.6%	10.9%	10.2%	9.6%
權益回報率 ⁽³⁾	93.0%	78.5%	187.2%	不適用	258.9%
總資產回報率 ⁽⁴⁾	11.2%	12.6%	22.5%	不適用	17.5%
經調整純利率(非香港財務 報告準則計量) ⁽⁵⁾	8.4%	6.6%	10.9%	10.2%	13.2%
流動比率 ⁽⁶⁾	1.0	1.1	1.0	不適用	1.0
速動比率 ⁽⁷⁾	0.2	0.4	0.2	不適用	0.3
債務權益比率 ⁽⁸⁾	1.0	0.2	1.2	不適用	3.0

附註：

(1) 毛利率按毛利除以收入，再乘以100%計算。

(2) 純利率按年／期內利潤除以收入，再乘以100%計算。

概 要

- (3) 權益回報率按年內利潤佔權益總額於年初及年末平均結餘的百分比乘以100%計算。截至2024年6月30日止六個月的年化比率按期內利潤除以期內天數，再乘以365，其後除以期初及期末權益總額的平均結餘計算，結果以百分比表示。年化比率僅供與往年比較，可能並不代表實際結果。
- (4) 總資產回報率按年內利潤佔總資產於年初及年末平均結餘的百分比乘以100%計算。截至2024年6月30日止六個月的年化比率按期內利潤除以期內天數，再乘以365，其後除以期初及期末總資產的平均結餘計算，結果以百分比表示。年化比率僅供與往年比較，可能並不代表實際結果。
- (5) 經調整純利率（非香港財務報告準則計量）按年／期內經調整利潤（非香港財務報告準則計量）除以收入再乘以100%計算。有關年／期內經調整利潤（非香港財務報告準則計量）的詳情，請參閱「財務資料 — 非香港財務報告準則計量」。
- (6) 流動比率按流動資產總值除以流動負債總額計算。
- (7) 速動比率按流動資產總值減存貨再除以流動負債總額計算。
- (8) 債務權益比率按債務總額（即貸款及借款的賬面結餘）除以權益總額計算。

我們於2022年的權益回報率為78.5%，而2021年為93.0%，主要由於權益總額平均結餘的淨增加。於2022年，所有餘下的無抵押關聯方貸款均轉換為Regent公司的資本，導致我們的權益總額大幅增加。於2023年，我們的權益回報率增加至187.2%，乃主要由於年內利潤大幅增加以及由於視作分派金額增加而導致權益總額平均結餘淨減少所致。我們的年化權益回報率增加至截至2024年6月30日止六個月的258.9%，主要由於我們的年化利潤與權益總額相比增幅更大。

我們的總資產回報率相對穩定，於2021年及2022年分別為11.2%及12.6%。於2023年，我們的總資產回報率增加至22.5%，乃主要由於年內利潤大幅增加所致。我們的年化總資產回報率減少至截至2024年6月30日止六個月的17.5%，主要由於我們的總資產與利潤相比增幅更大。

我們的債務權益比率由截至2021年12月31日的1.0減少至截至2022年12月31日的0.2，主要由於所有餘下的無抵押關聯方貸款均已於2022年轉換為Regent公司的資本。我們的債務權益比率由截至2022年12月31日的0.2增加至截至2023年12月31日的1.2，主要由於(i)有

概 要

抵押短期貸款及借款增加，導致債務總額增加，及(ii)視作分派導致權益總額減少。我們的債務權益比率增加至截至2024年6月30日的3.0，主要由於無抵押短期關聯方貸款增加，通過將期內利潤除以同期的天數再乘以365，及有抵押短期貸款及借款增加導致債務總額增加，部分被權益總額增加所抵銷。

[編纂]統計數據

下表數字乃基於以下假設得出：(i)[編纂]已完成且於[編纂]中發行並出售[編纂]股股份，(ii)[編纂]及根據[編纂]前購股權計劃授出之購股權未獲行使，及(iii)[編纂]完成後有[編纂]股股份已發行。

	按[編纂] 每股[編纂]港元 計算	按[編纂] 每股[編纂]港元 計算
[編纂]完成後的[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
未經審核[編纂]經調整每股股份有形資產 淨值 ⁽²⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]乃根據[編纂]完成後預計已發行的[編纂]股股份計算得出。
- (2) 本公司權益股東應佔未經審核[編纂]經調整每股股份有形資產淨值基於假設[編纂]已於2024年6月30日完成，且[編纂]及根據[編纂]前購股權計劃授出之購股權未獲行使，緊隨[編纂]及[編纂]後已發行的[編纂]股股份(不包括[編纂]前購股權計劃的僱員持股平台持有的[編纂]股股份，即經[編纂]調整後的826,500股股份)計算得出。

我們的一組控股股東

本集團由本集團執行董事、董事會主席兼首席執行官繆先生創辦。於最後實際可行日期，以繆先生為首的一組控股股東包括繆先生本人、王女士(繆先生之配偶)、繆女士(繆先生及王女士之女)、Snowy Limited、M.X.Z Holdings、Miao Wanyi Holdings、Miao Wanyi Trust、WDH Holdings及MWY Holdings。我們的一組控股股東通過Snowy Limited(作為本公司直接股東)持有本公司已發行股本總額的約99.17%。Snowy Limited (i)由M.X.Z. Holdings(一家由繆先生全資擁有的公司)擁有1%的權益；及(ii)由Miao Wanyi Holdings(一家由Miao Wanyi Trust全資擁有的公司)擁有99%的權益，該信託由繆先生作為信託委託人設立，WDH Holdings(一家由王女士全資擁有的公司)及MWY Holdings(一家由繆女士全資擁有的公司)作為信託受益人。

概 要

[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，我們的一組控股股東將合共繼續控制我們約[編纂]的投票權，因此於[編纂]後仍作為我們的控股股東。

有關我們控股股東的進一步詳情，請參閱「與控股股東的關係 — 我們的一組控股股東」。

我們的控股股東已確認，截至最後實際可行日期，除本公司業務外，概無控股股東於任何直接或間接與我們的業務構成競爭或可能構成競爭的業務中擁有權益，故無須遵守上市規則第8.10條項下須予披露的規定。

關連交易

我們已訂立一次性關連交易並預期將繼續訂立若干交易，該等交易根據上市規則於[編纂]後構成本文件「關連交易」一節所述的本公司部分豁免持續關連交易。董事認為，嚴格遵守上市規則的適用規定將不切實際，並可能給本公司帶來不必要的行政成本。因此，我們已就部分豁免持續關連交易向聯交所申請，且聯交所已批准我們股份於聯交所[編纂]後隨即豁免嚴格遵守上市規則第14A章項下的適用規定。有關進一步詳情，請參閱「關連交易」。

股息

於往績記錄期間，本公司並無派付或宣派任何股息。

本公司目前並無任何股息政策。董事會日後可能會在考慮我們的經營業績、財務狀況、現金需求及可動用性以及其當時認為相關的其他因素後宣派股息。宣派及派付的任何股息均將受我們的章程文件及適用法律所規限。股東須於股東大會上批准任何股息宣派，且股息不得超過董事會建議的金額。此外，董事可不時派付董事會根據我們的利潤及整體財務需求而認為合理的中期股息，或按其認為適當的金額及日期派付特別股息。我們僅可從合法可供分派的利潤及儲備中宣派或派付股息。我們未來的股息宣派可能或未必反映我們過往的股息宣派，且將由董事會全權決定。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，詳見本文件「風險因素」一節。在決定投資[編纂]之前，閣下應閱讀該節全文。我們面臨的若干主要風險包括：

- 我們的業務面臨與我們經營所在司法權區的整體宏觀經濟、政治、社會及監管狀況變動相關的風險。
- 客戶需求及喜好的變化或會影響我們的財務業績。
- 我們房車的性能可能不符合客戶的期望，且可能存在缺陷。我們亦可能因涉及我們房車的任何事故而遭受損失及負面輿論。
- 我們的業務及增長策略受到多項不確定因素及風險的影響，包括涉及客戶接受度及我們策略的商業成功以及新產品及服務產品的重大資本支出及投資的不確定因素及風險，這可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生重大不利影響。
- 我們的業務取決於獨立第三方授權經銷商的表現。第三方經銷商流失或第三方經銷商合併及／或集中增加可能會對我們的業務產生重大不利影響。
- 倘我們的生產活動遭受嚴重中斷，以致我們無法通過提高其餘生產工廠的產能來彌補該等中斷，則我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。
- 我們面臨與供應鏈相關的風險。倘我們遭遇任何供應延遲或中斷，或倘供應品質量不符合要求的標準，則我們的業務、財務狀況、經營業績及前景可能會受到重大不利影響。
- 作為澳洲和新西蘭房車行業參與者，我們面臨激烈競爭。
- 我們受經營所在國家的重要法律、法規及指令所規限。合規風險上升及政府規例變動對我們的運營施加額外的要求及限制，這可能增加我們的運營成本，導致服務延遲及中斷，並對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景產生不利影響。

概 要

- 倘未能遵守關於職業健康及安全的相關法律、法規及規則，我們可能須接受調查及遭到行政處罰，從而可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。
- 我們的服務(包括透過第三方提供者)可能不會獲客戶普遍接受。倘我們無法向客戶提供或安排適當的服務，我們的業務及聲譽可能會受到重大不利影響。
- 我們可能無法成功保持及提高我們藉以推動需求及收入的品牌價值，以及維持與其他高端旅居替代品的競爭力。

[編纂]開支

[編纂]開支主要包括有關[編纂]產生的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。我們預計我們的[編纂]開支將約為[編纂]百萬港元，佔[編纂][編纂]總額約[編纂]% (假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中點))，其中包括(i)[編纂]相關開支(包括但不限於佣金及費用)約[編纂]百萬港元，及(ii)非[編纂]相關開支約[編纂]百萬港元，包括(a)法律顧問及會計師費用及開支約[編纂]百萬港元，及(b)其他費用及開支約[編纂]百萬港元。[編纂]開支約[編纂]百萬港元直接歸因於向[編纂]發行我們的股份，預計將於[編纂]後直接從權益中確認為扣減，於往績記錄期間已支出約[編纂]百萬港元，其餘約[編纂]百萬港元的[編纂]預計將在[編纂]前支出。

[編纂]用途

我們估計，經扣除[編纂]佣金、費用及我們承擔的與[編纂]有關的估計開支後，我們將收取[編纂][編纂]淨額約[編纂]百萬港元(假設[編纂]未獲行使且基於[編纂]為每股股份[編纂]港元(即[編纂]港元至[編纂]港元的指示性[編纂]範圍的中位數))。

我們目前擬將該等[編纂]淨額用於以下目的：

- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，將用於建立新生產基地及升級現有生產工廠；
- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，將用於擴大我們的業務營運，通過加強我們的銷售及經銷網絡以進一步擴大我們的客戶群及提升客戶粘性，並進一步擴大我們在澳洲和新西蘭房車行業的市場份額；

概 要

- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，將用於我們持續的產品研發工作；及
- 約[編纂]，或[編纂]百萬港元，將用於我們的營運資金及一般企業用途。

詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

COVID-19疫情的歷史影響

自2019年12月底以來，新型冠狀病毒(COVID-19)的爆發影響了全球經濟。為應對COVID-19疫情，包括自2021年底以來COVID-19的奧密克戎變異株在全球範圍內的再次出現，各國政府實施眾多措施以遏制病毒的傳播，包括強制隔離、關閉工作場所及設施、旅行禁令及限制以及居家令。

由於COVID-19的影響，我們遭遇多種挑戰。例如，於往績記錄期間，因疫情防控政策我們的若干僱員受限於特定地區實施的檢疫要求而無法於現場工作。此外，由於各國政府為應對疫情而對設施或運輸網絡實施特別或臨時限制或關閉，全球航運及物流系統均受到負面影響，導致運輸及裝卸開支增加。

儘管存在上述影響，但於往績記錄期間，我們的營運及財務表現均未受到COVID-19疫情的重大不利影響。此外，隨著疫情後全球經濟復甦，預計消費者將有更多的可支配收入用於休閒和旅游支出，並有動力購買優質產品和服務，提升旅行體驗，以換取更好的旅行體驗、更廣的空間以及額外的私隱及舒適性。根據弗若斯特沙利文的資料，澳洲房車市場在2021年至2023年期間實現了大幅增長，尤其是在2022年，受進口房車銷量增長9.2%的推動，增長尤為顯著。另外，我們的收入由2021年的人民幣299.7百萬元增加66.4%至2022年的人民幣498.8百萬元，並進一步增加44.4%至2023年的人民幣720.3百萬元，該等年度的相應毛利率分別為16.7%、16.5%及25.1%。我們的收入由截至2023年6月30日止六個月的人民幣309.5百萬元增至截至2024年6月30日止六個月的人民幣422.0百萬元，該等期間相應毛利率為23.1%及32.0%。於2021年、2022年及2023年以及截至2024年6月30日止六個月，我們分別向客戶交付合共1,330輛、2,127輛、2,694輛及1,427輛房車，從2021年到2022年及從2022年到2023年分別增長59.9%及26.7%。

概 要

近期發展以及無重大不利變動

截至2024年10月31日止十個月，我們向客戶合共交付2,508輛房車。

截至最後實際可行日期，我們在手訂單的合約價值總額約為76.6百萬澳元(相當於人民幣346.3百萬元)。下表載列截至最後實際可行日期我們按品牌劃分的在手訂單項目未完成合約價值。

	截至最後實際可行日期			
	輛房車	千澳元	相當於 人民幣千元	%
Snowy River	1,267	70,629	319,278	92.3
Regent	13	868	3,926	1.1
NEWGEN	90	5,053	22,841	6.6
總計	<u>1,370</u>	<u>76,550</u>	<u>346,045</u>	<u>100.0</u>

此外，我們估計Regent房車的銷售收入於2024年將大幅下降，主要由於我們計劃逐步減少銷售Regent旗下的Discoverer系列，且NEWGEN房車的銷售收入於2024年將減少，主要由於我們計劃降價以吸引更年輕、更重視成本的消費者。此外由於市場需求旺盛，尤其是由於SRC及SRT系列越來越受歡迎，及SRP系列新推出的車型帶來巨大收入貢獻，我們估計Snowy River房車的銷售收入於2024年將有所增加。

作為我們開發新拖掛式電動房車車型戰略的一部分，於2024年12月，我們已與天津國軒新能源科技有限公司(「國軒」)訂立戰略合作協議，該公司為深圳證券交易所上市公司國軒高科股份有限公司(股份代號：002074)的全資附屬公司，據此，國軒將為我們的新拖掛式電動房車車型提供定製化動力電池解決方案，預計將於2025年開始研發。通過有關戰略合作，我們將能夠利用國軒的專業知識及營銷資源，在未來推廣我們的新拖掛式電動房車車型。

我們預計於2024年的年內利潤將減少，主要由於與本公司[編纂]有關的[編纂]開支。

概 要

近期監管動態

於2023年2月17日，中國證券監督管理委員會(或中國證監會)發佈境內企業境外發行上市備案管理的多項制度規則，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**」)及五項配套指引(連同試行辦法統稱「**備案新規**」)，其於2023年3月31日起施行。根據備案新規，境內企業直接或者間接到境外發行證券或者將其證券在境外上市交易的，應當在境外提交發行上市申請文件後三個工作日內向中國證監會備案。我們已於2024年5月30日向中國證監會提交備案，備案已於2024年6月12日獲中國證監會接納。我們於2024年9月6日完成中國證監會的備案程序並獲得中國證監會批准。詳情請參閱「監管概覽 — 與境外證券發行及上市有關的法律法規」。

無重大不利變動

經進行董事認為適當的周詳盡職審查工作及經適當及審慎考慮後，董事確認，直至本文件日期，我們的財務或經營狀況或前景自2024年6月30日(即本文件附錄一所載會計師報告所呈報期間的結束日期)以來並未發生重大不利變動，且自2024年6月30日以來及直至本文件日期，並無任何事件會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響。