

財務資料

閣下閱讀以下討論與分析時，應與本文件附錄一所載會計師報告中載列的合併財務資料（包括其附註）一併閱讀。我們的合併財務資料根據國際財務報告準則編製，可能會在重大方面有別於其他司法權區的公認會計原則。

以下討論與分析載有若干前瞻性陳述，反映我們目前對涉及風險及不確定性的未來事件和財務表現的看法。該等陳述是基於我們鑒於我們的經驗和對過往事項、現時狀況及預期未來發展的理解以及我們認為在該等情況下屬適當的其他因素所作的假設和分析而作出。然而，實際結果和發展是否將達到我們的預期及預測取決於若干風險和不確定因素，而其中許多風險和不確定因素非我們所能控制或預測。閣下評估我們的業務時，務請仔細考慮本文件（包括「風險因素」及「業務」）提供的所有資料。

就本節而言，除文義另有所指外，對2022年、2023年及2024年的提述指我們截至該等年度12月31日止的財政年度。除文義另有所指外，本節所述財務資料是按合併基準予以載述。

概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，按於往績記錄期間家用電動汽車充電樁的銷量及銷售額計，我們在中國排名第一。於往績記錄期間，按家用電動汽車充電樁銷量計，我們的中國市場份額達13.6%。於2024年，全球及中國的家用電動汽車充電樁市場的銷售總額分別為人民幣72億元及人民幣35億元。按於往績記錄期間家用電動汽車充電樁的銷量計，中國企業佔據主導市場份額，乃提供電動汽車家庭充電解決方案的領軍企業。有關全球及中國前五大電動汽車家庭充電解決方案供應商所佔市場份額的詳情，請參閱「行業概覽－電動汽車家庭充電解決方案－全球電動汽車家庭充電解決方案的競爭格局」。

我們以向汽車製造商及用戶提供智慧家用電動汽車充電樁為切入點，開發了由產品、服務及強大數字化平台構成的「三位一體」電動汽車家庭充電解決方案。

我們是中國備受領先汽車製造商信賴的合作夥伴。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於往績記錄期間向按2024年電動汽車銷量計中國十大汽車製造商中的七家汽車製造商提供智慧家用電動汽車充電樁及配件及／或服務。通過與知名汽車製造商的合作，我們建立了品牌聲譽，成為具備競爭優勢的電動汽車家庭充電解決方案提供商，

財務資料

同時與該等主要汽車製造商一同進軍海外市場。如今，我們的產品及服務已覆蓋22個國家。根據弗若斯特沙利文的資料，在泰國和巴西這兩個中國以外增長迅速的電動汽車市場，我們是率先建立地位且備受認可的智慧家用電動汽車充電樁和服務提供商之一。

憑藉我們與領先汽車製造商合作所積澱的品牌影響力及服務能力，我們於2020年推出了自有零售品牌「摯達」。自推出以來，我們高效、迅速地積累了龐大的用戶群，這為我們直接觸達並深入了解零售用戶的需求奠定了堅實基礎。我們通過國內外多渠道覆蓋零售用戶。我們在亞馬遜、天貓、抖音及有贊等平台以及泰國的電商平台上運營網店，並計劃在國際電商平台上擴展我們的足跡。根據弗若斯特沙利文的資料，按2022年、2023年及2024年電商平台上家用電動汽車充電樁的零售額計，我們是前三大品牌之一。此外，截至2025年3月31日，我們亦與中國137個城市的分銷商合作，進一步擴大了我們產品的客戶群。

於往績記錄期間，我們的收入亦來自通過我們的數字化平台連接及管理的第三方服務供應商向用戶提供服務（主要包括電動汽車充電樁安裝及售後服務）。根據弗若斯特沙利文的資料，我們建立了中國最大的電動汽車充電樁服務網絡，提供上門安裝及售後服務，截至2025年3月31日，已覆蓋全國超過360個城市。我們亦開發各種其他服務，為用戶進一步實現家庭能源管理數字化。

於2022年、2023年及2024年，我們分別錄得收益人民幣697.1百萬元、人民幣670.7百萬元及人民幣593.4百萬元，其中毛利分別達人民幣142.1百萬元、人民幣137.5百萬元及人民幣88.6百萬元。同年，我們分別錄得年度虧損人民幣25.1百萬元、人民幣58.1百萬元及人民幣235.9百萬元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們分別錄得收益人民幣155.7百萬元及人民幣217.1百萬元，其中毛利分別達人民幣35.3百萬元及人民幣35.8百萬元。同期，我們分別錄得期間虧損人民幣31.5百萬元及人民幣17.1百萬元。

編製基準

我們的歷史財務資料乃根據國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則（「國際財務報告準則會計準則」）編製。歷史財務資料乃按歷史成本基準編製，惟若干按公允價值計入其他全面收益的金融資產及按公允價值計入損益的金融資產除外，該等金融資產乃按公允價值列賬。歷史財務資料乃按持續經營基準編製。

財務資料

我們已於整個往績記錄期間一致採納截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年3月31日止三個月生效的所有新訂準則、準則修訂本及詮釋。我們尚未提早採納尚未採納的新訂準則及詮釋，以及已發佈但未於往績記錄期間生效的新訂及經修訂準則、修訂本及詮釋。我們已開始評估該等新訂及經修訂準則的影響，並初步得出結論，預期該等新訂及經修訂準則生效後不會對我們的財務表現及狀況產生重大影響。

有關詳情，請參閱附錄一會計師報告附註2。

COVID-19概無重大不利影響

於2020年初至2023年初，COVID-19的爆發對中國乃至世界各地造成影響。為了遏制病毒傳播，受疫情影響的地區採取了預防及控制措施。因此，由於在該期間的運輸限制和出行減少，我們及我們若干業務合作夥伴的運營受到間接影響，COVID-19疫情對我們在中國及海外市場的產品及服務供應構成挑戰。儘管存在該等影響，我們的公司運營、產品開發、生產及銷售並未暫停，且我們的收入仍能由2021年的人民幣357.6百萬元增加94.9%至2022年的人民幣697.1百萬元。只有我們的上海總部於2022年遵照政府的封控規定實施約兩個月的遠程辦公。我們位於安徽省的工廠繼續正常運作，未有停產，且我們並無發生供應鏈短缺的情況。於往績記錄期間，我們並未遇到因COVID-19疫情而對我們的業務運營造成任何重大不利影響，而我們預計我們的業務長遠而言不會受到干擾。在2022年12月後，自2023年1月起，全國範圍內的經濟活動已開始復甦並恢復正常。基於上文所述，董事認為，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，COVID-19疫情並未或預期不會對我們的業務及經營業績造成任何重大不利影響。

影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績和財務狀況一直並將繼續受影響我們行業的若干因素影響，這些因素包括宏觀經濟趨勢、行業動態、技術創新、競爭格局以及政府法規和政策。該等條件的任何負面變動均可能對我們的行業和經營業績產生不利影響。除上述一般因素外，我們的業務和經營業績也受到我們特有的因素影響。

財務資料

擴大產品和服務組合，推動變現多樣化

我們推出新產品和新服務的能力將是我們未來增長的重要促成因素。我們現有的產品組合主要包括智慧家用電動汽車充電樁及配件，可滿足不同的用戶需求，服務汽車製造商和零售客戶。我們亦於2023年及2024年推出毛利潤較高及收入潛力強勁的先進產品，例如電動汽車充電機器人及EMS解決方案。我們計劃在未來提供智能充電硬件設備等新產品，我們相信有關產品將使我們能夠滿足多樣化場景下消費者對電動汽車家庭充電的需求，並在更廣泛的範圍下成為家庭能源管理的硬件門戶。此外，作為綜合電動汽車家庭充電解決方案的一部分，我們提供與我們的產品高度互補的服務，包括通過我們的數字化平台連接的第三方服務提供商提供的電動汽車充電樁安裝和售後服務，以及家庭能源管理服務。為進一步擴展服務並提高其變現程度，我們將集中精力不斷研發技術，以提高電動汽車家庭充電效率，使電動汽車家庭充電成為用戶整體家庭能源管理的門戶。

客戶對我們的產品和服務，尤其是我們的新產品和服務的接受程度，還取決於我們保持有競爭力的定價以及優化我們的產品和服務組合的能力。我們的目標是通過為用戶提供電動汽車家庭充電和數字能源管理解決方案，為用戶提供極具吸引力的價值主張，我們相信這將使我們的現有產品和服務以及新產品和服務的變現渠道多樣化，促進多種產品和服務的交叉銷售。作為變現策略的一部分，我們還將繼續致力於增強產品功能和服務能力。

銷售和分銷渠道多樣化，以覆蓋更廣泛的客戶群

我們收入的持續增長取決於我們通過多樣化銷售和分銷渠道迅速擴大客戶群的能力。目前，我們向領先的汽車製造商和零售客戶銷售我們的產品，並向他們提供我們的服務。我們將繼續利用已建立的品牌聲譽，為多樣化的優質汽車製造商群體提供服務，尤其是那些在海外電動汽車市場份額日益增加的汽車製造商。此外，我們擬在中國和海外全面提高零售滲透率。自2020年我們在天貓上開設首家網店以來，我們向零售客戶銷售的產品已大幅增加。目前，我們通過自營網店電商平台和分銷商向零售客戶銷售我們的產品和服務。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們向零售客戶銷售產品的收入分別為人民幣53.7百萬元、人民幣52.9百萬元、人民幣75.2百萬元、人民幣13.5百萬元及人民幣36.4百萬元。我們預計未來向零售客戶的銷售將繼續增長。

財務資料

我們未來零售的增長將取決於我們通過更廣泛的銷售和分銷渠道推廣我們產品和服務的能力，包括線上和線下渠道，以及通過直接電商銷售和第三方分銷商。除這些努力外，還有其他因素會影響我們成功推動收入增長，包括但不限於我們的供應鏈能力、營銷策略和消費者行為的轉變。我們始終對這些風險保持警惕，並準備以迅速且具有成本效益的方式調整我們的策略。

在海外市場迅速擴張

通過增加對汽車製造商的銷售和擴大零售網絡覆蓋，我們的業務目前已擴展至全球多個海外國家。於往績記錄期間，我們的海外收入在總收入中所佔的比例日益增大，自2022年的1.9%增至2024年的12.1%，以及自截至2024年3月31日止三個月的16.3%增至2025年同期的14.8%，主要由於中國汽車製造商擴大對海外市場的電動汽車銷售使銷售增加，以及我們努力進入海外零售市場。

為抓住海外市場的巨大商機（尤其是電動汽車銷量不斷增長和在定價能力方面有吸引人的人口統計數據的市場），我們致力於通過多方面的戰略舉措擴大我們的全球影響力。在這一方針下，我們的目標是使我們的產品符合全球標準並適應全球汽車製造商的電動汽車，通過我們的數字化平台擴大我們的本地服務網絡，建立本地化的海外製造能力，並建立品牌知名度，以支持我們的全球擴張。

審慎管理成本，提高運營效率

隨着產品和服務組合的日益多樣化，我們的盈利能力取決於我們在管理成本和提高運營效率方面的能力。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的銷售成本佔收入的百分比分別為79.6%、79.5%、85.1%、77.3%及83.5%。我們一直致力於優化成本效率，通過與優質供應商合作以及提高生產設施的生產效率有效管理採購和供應鏈效率。

我們的經營開支包括研發、一般及行政和銷售及營銷開支。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的經營開支佔收入的百分比分別為22.3%、30.6%、46.2%、41.8%及23.1%。有關增長主要由於我們加大對銷售及營銷的投資以擴大我們的零售網絡，並持續投資研發以推動新技術及產品創新。該等

財務資料

開支（以佔收入的百分比為基準）一直保持在戰略閾值範圍內，以確保增長投資與成本控制之間的理想平衡。展望未來，我們將繼續專注於提高規模經濟、優化薪酬結構並提高經營開支的成本效益。

重大會計政策、判斷及估計

我們已確定我們認為對我們的歷史財務報表編製屬重大的若干會計政策。部分重大會計政策涉及主觀假設及估計，以及管理層對會計項目的複雜判斷。我們的重大會計政策詳載於本文件附錄一所載會計師報告附註4。

該等判斷、估計和相關假設按我們的過往經驗和我們認為在有關情況下屬合理的多項其他相關因素作出，其結果構成對無法自其他資料來源得出的資產和負債的賬面值作出判斷的基準。在審閱我們的財務業績時，閣下務請考慮：(i)我們對重大會計政策的選擇；(ii)影響該等政策應用的判斷和其他確定性；及(iii)呈報結果對有關條件和假設變化的敏感度。釐定該等項目需要管理層根據未來幾年可能發生變動的資料和財務數據作出判斷，因而實際結果可能與該等估計有別。

下文載列我們認為在編製合併財務報表中使用的涉及最重大估計和判斷的會計政策。

收入確認

當商品或服務的控制權轉移給客戶時，即確認收入。客戶是與我們簽訂合同購買商品或服務的一方，這些商品或服務是我們日常活動的產出，以換取對價。

與客戶訂立的合約可能包括多項履約責任。就該等安排而言，我們根據其相對獨立售價將收入分配至每項履約責任。我們一般根據向客戶收取的價格釐定獨立售價。倘獨立售價並非直接可觀察所得，則視乎可觀察資料的可得性採用預期成本加利潤率或經調整市場評估法進行估計。於估計各項不同履約責任的相對售價時已作出假設及估計，而對該等假設及估計的判斷的變動可能會影響收入確認。

當合同的任何一方已履約時，我們會根據該實體的履約與客戶付款之間的關係，在合併財務狀況表中將合同列報為合同資產或合同負債。

財務資料

在我們向客戶轉讓商品或服務之前，如果客戶支付對價，或者我們有權獲得一筆無條件的對價，則我們在作出付款或記錄應收款項時（以較早者為準）列報合同負債。合同負債是我們因已向客戶收取對價（或已到期對價金額），而須向客戶轉讓商品或服務的責任。

收入按合同項下議定的交易價格計量。披露為收入的金額扣除退貨、貿易補貼和代表第三方收取的金額。

我們主要收入來源的會計政策包括以下內容：

產品銷售

我們在市場上生產和銷售電動汽車充電樁及相關零件並通過銷售電動汽車充電樁、配件、電纜及其他相關產品獲得收入。上述產品的銷售收入在產品的控制權轉移給客戶時確認。具體而言，當產品按銷售合同運至指定地點，且客戶已驗收產品時，即確認銷售收入。我們提供的標準保修服務，包括針對硬件質量等問題的免費協助服務，在我們將產品的控制權轉移給客戶時入賬列作準備，而估計成本記作負債。

提供服務

服務主要包括於中國從事電動汽車充電樁安裝服務、售後服務及其他。由於服務通常在短時間內完成，來自上述服務的收入於該等服務完成後確認。

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備按歷史成本減累計折舊列賬。歷史成本包括收購該等項目直接應佔的支出。

後續成本僅在與該項目相關的未來經濟利益很可能將流入我們且該項目的成本能夠可靠計量時方會計入資產的賬面值或確認為獨立資產（如適用）。作為獨立資產入賬的任何組成部分的賬面值於被替換時終止確認。所有其他維修及保養均於其產生的財政期間內於損益扣除。

財務資料

我們在各報告期末會檢討資產的剩餘價值及可使用年期，並在適當時作出調整。倘一項資產的賬面值高於其估計可收回金額，則該項資產的賬面值會即時調減至其可收回金額。

出售收益及虧損乃透過比較所得款項與賬面值釐定，並於合併損益表的「其他收益－淨額」內確認。

在建工程指未完成的工程及在建或待安裝的設備，並按成本減減值虧損列賬。成本包括建造的直接成本（包括建造期間建造應佔的借款成本）。在建工程在相關資產竣工並達到擬定用途之前不會計提折舊。

遞延所得稅

遞延所得稅採用負債法就資產及負債的稅基與其於歷史財務資料的賬面值之間產生的暫時性差額悉數撥備。然而，倘遞延稅項負債因商譽的初步確認而產生則不會確認。倘遞延所得稅乃於業務合併以外的交易中初步確認資產或負債而產生而於交易時並不影響會計或應課稅損益，則遞延所得稅亦不會入賬。遞延所得稅乃使用於報告期末已頒佈或實質上已頒佈並預期將於變現相關遞延稅項資產或結算遞延所得稅負債時應用的稅率及法律釐定。

遞延所得稅資產僅於很可能有未來應課稅金額可用於動用該等暫時性差額及虧損時予以確認。

倘我們能夠控制暫時性差額撥回的時間且該差額很可能不會於可預見的未來撥回，則遞延所得稅負債及資產不會就海外業務投資的賬面值與稅基之間的暫時性差額而確認。

倘存在可合法執行的權利以抵銷流動所得稅資產及負債且遞延所得稅結餘與同一稅務機關有關，則可抵銷遞延所得稅資產及負債。倘我們有法定可強制執行權利以抵銷並擬按淨額基準結算或同時變現資產及結算負債，則即期稅項資產及稅項負債可予抵銷。

流動及遞延所得稅於損益確認，惟與於其他全面收益或直接於股權確認的項目有關者除外。在此情況下稅項亦將分別於其他全面收益或直接於股權中確認。

財務資料

存貨

原材料、在製品及製成品按成本與可變現淨值兩者中的較低者列賬。成本包括直接材料、直接人工及適當比例的可變及固定間接開支（後者按正常營運能力分配）。成本按加權平均成本分配至個別存貨項目。採購存貨的成本在扣除返利及折扣後釐定。可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減完成的估計成本及進行銷售所需的估計成本。

製成品主要包括在生產工廠準備銷售或在運輸途中以滿足客戶訂單的產品。原材料及在製品主要包括主要用於電動汽車充電樁生產的材料及用於測試產品的材料。存貨撥備按存貨賬面價值超過可收回淨值的金額確認，並計入合併損益表的銷售成本。

貿易應收款項及應收票據

貿易應收款項及應收票據是於日常業務過程中就所售商品或所提供服務而應收客戶的款項。該等款項一般應於一年內結算，故均分類為流動。貿易應收款項及應收票據初步按無條件對價金額確認，除非其包含重大融資部分，則按公允價值確認。我們持有貿易應收款項及應收票據的目的是收取合同現金流量，因此其後使用實際利率法按攤銷成本計量。有關我們對貿易應收款項及應收票據的會計處理的進一步資料，請參閱附錄一所載會計師報告附註21，而有關我們減值政策的描述，請參閱附錄一所載會計師報告附註3。我們應用國際財務報告準則第9號規定的簡化方法，其規定自資產初始確認起確認全期預期虧損。有關貿易應收款項及應收票據減值和我們面臨的信貸風險的資料，請參閱附錄一所載會計師報告附註3。我們貿易應收款項及應收票據的賬面值乃以人民幣列示且與資產負債表日的公允價值相若。

金融資產

分類

我們將金融資產分為以下計量類別：

- 後續按公允價值計量的金融資產（計入其他全面收益或損益）；及
- 按攤銷成本計量的金融資產。

財務資料

分類取決於我們管理金融資產的業務模式和現金流量的合同條款。對於按公允價值計量的資產，收益和虧損將記入損益或其他全面收益。對於並非持作買賣的權益工具投資，這將取決於我們在初始確認時是否已不可撤銷地選擇將權益投資按公允價值計入其他全面收益。只有當我們管理這些資產的業務模式發生變化時，我們才會對債務投資進行重新分類。

確認和取消確認

常規方式買賣金融資產於交易日確認，交易日即我們承諾買賣資產的日期。在收取來自金融資產的現金流量的權利屆滿或已轉讓，且我們已轉讓有關所有權的絕大部分風險及收益時，即取消確認有關金融資產。

計量

於初始確認時，若金融資產並非按公允價值計入損益計量，則我們按公允價值另加收購該金融資產直接所佔交易成本計量該金融資產。按公允價值計入損益的金融資產的交易成本於損益支銷。附有嵌入式衍生工具的金融資產於釐定其現金流量是否僅為本金及利息付款時會整體考慮。

債務工具

債務工具的後續計量取決於我們管理資產的業務模式及資產的現金流量特徵。我們將債務工具分為三個計量類別：

- 攤銷成本：為收取合同現金流量而持有而該等現金流量僅為本金及利息付款的資產按攤銷成本計量。該等金融資產的利息收入採用實際利率法計入財務收入。終止確認產生的任何收益或虧損直接於損益確認並於「其他收益－淨額」呈列。減值虧損於合併全面虧損表中作為單獨項目呈列。
- 按公允價值計入其他全面收益：為收取合同現金流量及出售金融資產而持有的資產（且該等資產的現金流量僅為本金及利息付款），按公允價值計入其他全面收益計量。賬面值變動計入其他全面收益，惟減值收益或虧損、利息收入及匯兌收益及虧損確認為損益者除外。當金融資產終止確認時，

財務資料

先前於其他全面收益確認的累計收益或虧損自權益重新分類至損益並於「其他收益－淨額」確認。該等金融資產的利息收入採用實際利率法計入財務收入。匯兌收益及虧損於「其他收益－淨額」呈列，而減值開支於合併全面虧損表中作為單獨項目呈列。

- 按公允價值計入損益：不符合攤銷成本或按公允價值計入其他全面收益標準的資產按公允價值計入損益計量。其後按公允價值計入損益計量的債務投資收益或虧損於產生期間在損益中確認並以淨額呈列於「其他收益－淨額」內。

權益工具

我們其後按公允價值計量所有權益投資。倘我們管理層已選擇於其他全面收益中呈列權益投資的公允價值收益及虧損，則於取消確認此類投資後，公允價值收益及虧損不再重新分類至損益。當我們收取付款的權利確立時，此類投資的股息繼續於損益中確認為其他收入。

按公允價值計入損益的金融資產的公允價值變動於損益確認，並於合併損益表（如適用）以「其他收益－淨額」呈列。按公允價值計入其他全面收益的權益投資的減值虧損（及減值虧損撥回）不會與公允價值的其他變動分開呈報。

減值

我們按前瞻基準評估與按攤銷成本列賬的債務工具有關的預期信貸虧損。所應用的減值方法取決於信貸風險是否大幅增加。

就現金及現金等價物、受限制現金及長期銀行定期存款而言，預期信貸虧損風險被視為並不重大。就貿易應收款項及應收票據而言，我們應用國際財務報告準則第9號批准的簡化方法，其規定自資產初始確認起確認預期全期虧損。撥備矩陣乃根據具有類似信貸風險特徵的貿易應收款項及應收票據於預期年期內的歷史觀察違約率釐定，並就前瞻性估計作出調整。於各報告日期，歷史觀察違約率會更新並分析前瞻性估計的變動。

其他應收款項減值按12個月預期信貸虧損或整個存續期的預期信貸虧損計量（視乎信貸風險自初始確認以來是否顯著增加而定）。倘自初始確認後應收款項的信貸風險顯著增加，則減值作為整個存續期的預期信貸虧損計量。

財務資料

抵銷金融工具

倘我們目前有合法可強制執行的權利抵銷已確認金額且有意按淨額基準結算或同時變現資產及結算負債，則金融資產與負債互相抵銷且淨額於合併財務狀況表內呈報。

貿易及其他應付款項

該等款項指於財政年度結束前向我們提供的未支付貨品及服務的負債。該等款項為無抵押。貿易及其他應付款項呈列為流動負債，除非付款並非於報告期後12個月內到期。貿易及其他應付款項初步按公允價值確認，其後採用實際利率法按攤銷成本計量。

借款

借款初步按公允價值扣除產生的交易成本確認。借款其後按攤銷成本計量。所得款項扣除交易成本與贖回金額之間的任何差額使用實際利率法於借款期間在損益中確認。就設立貸款融資所支付的費用於可能提取部分或全部融資的情況下確認為貸款的交易成本。在此情況下，費用將遞延至提取款項為止。倘並無證據顯示部分或全部融資可能會被提取，則費用將資本化為流動資金服務的預付款項，並於相關融資期間攤銷。

當合約中指定的責任獲解除、取消或屆滿時，借款自合併財務狀況表移除。已終止或已轉讓予另一方的金融負債的賬面值與已付代價（包括所轉讓的任何非現金資產或所承擔的負債）之間的差額於損益中確認為財務成本。

除非我們擁有無條件權利將負債的結算遞延至報告期後至少12個月，否則借款將分類為流動負債。

撥備

法律索償、保修及補償義務的撥備於我們因過往事件而產生現有法律或推定義務時確認，而為履行該義務可能需要資源流出且金額能夠可靠估計。我們不會就未來經營虧損確認撥備。

財務資料

倘存在多項類似責任，則須於清償時流出的可能性將透過考慮責任的整體類別釐定。即使同一責任類別中包含的任何一項項目出現流出的可能性極低，我們仍會確認撥備。

撥備乃按管理層對報告期末的現時責任所需開支的最佳估計的現值計量。釐定現值所用貼現率為反映當前市場對貨幣時間價值及負債特定風險的評估的稅前利率。因時間流逝而增加的撥備確認為利息開支。

保修就於各報告期間結束時已售且仍在保修期的產品若干年內的估計保修索償作出。該等索償預期將於未來年度結清。本集團就若干電動汽車充電樁產品提供保修，並承諾負責修理或更換表現未如理想的項目。產品保修撥備金額基於銷量和維修及退貨水平的行業經驗估計得出。本集團將持續檢討並適時修訂該估計。

合併全面虧損表概要

下表載列於所示期間我們的合併全面虧損表，摘錄自附錄一所載會計師報告：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
收入.....	697,060	670,733	593,408	155,702	217,102
銷售成本.....	(554,986)	(533,199)	(504,833)	(120,363)	(181,318)
毛利.....	142,074	137,534	88,575	35,339	35,784
銷售及營銷開支.....	(67,615)	(90,462)	(114,655)	(23,432)	(20,687)
一般及行政開支.....	(53,695)	(73,657)	(103,936)	(29,897)	(15,923)
研發開支.....	(34,099)	(41,102)	(55,577)	(11,775)	(13,594)
金融資產減值(虧損)/撥回淨額.....	(6,700)	205	(38,486)	1,888	(160)
其他收入.....	3,150	6,713	6,089	808	3,123
其他收益/(虧損)－淨額.....	757	(402)	(956)	172	(159)

財務資料

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
經營虧損	(16,128)	(61,171)	(218,946)	(26,897)	(11,616)
財務收入	1,416	2,049	1,051	306	69
財務成本	(14,338)	(10,104)	(14,021)	(3,095)	(3,869)
財務成本－淨額	(12,922)	(8,055)	(12,970)	(2,789)	(3,800)
除所得稅前虧損	(29,050)	(69,226)	(231,916)	(29,686)	(15,416)
所得稅抵免／(開支)	3,903	11,110	(3,981)	(1,814)	(1,662)
年／期內虧損	<u>(25,147)</u>	<u>(58,116)</u>	<u>(235,897)</u>	<u>(31,500)</u>	<u>(17,078)</u>
以下各方應佔：					
本公司擁有人	(26,306)	(58,538)	(238,842)	(31,440)	(17,050)
非控股權益	<u>1,159</u>	<u>422</u>	<u>2,945</u>	<u>(60)</u>	<u>(28)</u>
	<u>(25,147)</u>	<u>(58,116)</u>	<u>(235,897)</u>	<u>(31,500)</u>	<u>(17,078)</u>
本公司權益持有人應佔每股虧損(人民幣元)					
每股基本及攤薄虧損	<u>(0.53)</u>	<u>(1.11)</u>	<u>(4.54)</u>	<u>(0.60)</u>	<u>(0.32)</u>

非國際財務報告準則財務計量

為補充根據國際財務報告準則呈列的合併財務報表，我們使用經調整年／期內虧損（非國際財務報告準則財務計量）作為額外的財務計量（並非國際財務報告準則所規定或根據國際財務報告準則呈列）。我們認為，非國際財務報告準則計量剔除該等項目的潛在影響，有助於比較不同年度及不同公司的經營業績。我們認為，非國際財務報告準則計量為[編纂]提供有用資料，以了解及評估我們的合併經營業績，如同協助管理層般。使用非國際財務報告準則計量作分析工具具有局限性，[編纂]不應將其與我們根據國際財務報告準則所呈報的經營業績或財務狀況分開考慮，亦不應將其取代經營業績或財務狀況的分析。

我們將經調整年／期內虧損（非國際財務報告準則財務計量）界定為經加回以股份為基礎的付款、按攤銷成本計量附帶優先權金融工具利息開支及[編纂]開支調整的年／期內虧損。該非國際財務報告準則計量使投資者能夠考慮管理層在評估業績時所使用的指標。以股份為基礎的付款包括根據我們的股份激勵計劃授予的股份獎勵。

財務資料

按攤銷成本計量附帶優先權的金融工具的利息開支指與金融負債相關的利息成本，該等金融負債是由本公司有義務購回其股本工具以換取現金或其他金融資產的合同所產生。該等負債初始按贖回金額的現值計量，後續按攤銷成本計量，利息自財務成本中扣除。**[編纂]**開支與**[編纂]**及**[編纂]**有關。因此，該計量在計算經調整虧損（非國際財務報告準則財務計量）時剔除該等項目的影響，可以更好地反映我們的基本經營業績，亦更便利於比較不同年度的經營業績。

下表為根據國際財務報告準則呈列的經調整年度虧損（非國際財務報告準則財務計量）的對賬，即年／期內虧損：

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
年／期內虧損.....	(25,147)	(58,116)	(235,897)	(31,500)	(17,078)
調整：					
以股份為基礎的付款開支 ⁽¹⁾	114	411	420	105	105
[編纂] 開支 ⁽²⁾	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按攤銷成本計量附帶優先權金融工具					
利息開支.....	6,194	-	-	-	-
經調整年／期內虧損（非國際財務報告準則財務計量）.....	<u>(18,839)</u>	<u>(52,333)</u>	<u>(213,993)</u>	<u>(17,244)</u>	<u>(15,703)</u>

附註：

(1) 以股份為基礎的付款為向選定僱員授予股份獎勵所產生的非現金開支。以股份為基礎的付款預計不會導致未來現金付款。以股份為基礎的付款計入我們的銷售開支、一般及行政開支以及研發開支，而上表中的以股份為基礎的付款為計入該等各類開支的總和。

(2) **[編纂]**開支與**[編纂]**相關。

財務資料

合併全面收益表的主要組成部分說明

收入

我們的收入主要來自我們的電動汽車充電樁和配件的銷售及我們的服務（主要包括電動汽車充電樁安裝及售後服務）的提供。當商品或服務的控制權轉讓給客戶時，我們即確認收入，並以根據合同議定的交易價格計量。

按性質劃分的收入

下表載列於所示期間我們產品銷售、提供服務所產生的收入的明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
按性質劃分										
產品銷售.....	407,434	58.5	320,943	47.8	304,537	51.3	76,365	49.0	145,521	67.0
提供服務.....	289,626	41.5	349,790	52.2	288,871	48.7	79,337	51.0	71,581	33.0
總計	<u>697,060</u>	<u>100.0</u>	<u>670,733</u>	<u>100.0</u>	<u>593,408</u>	<u>100.0</u>	<u>155,702</u>	<u>100.0</u>	<u>217,102</u>	<u>100.0</u>

- **產品銷售。**我們通過向汽車製造商、分銷商和零售客戶銷售智慧家用電動汽車充電樁、便攜式充電設備等配件和電纜等產品獲得收入。於往績記錄期間，絕大部分的產品銷售收入來自智慧家用電動汽車充電樁的銷售。
- **提供服務。**我們還通過向用戶提供服務獲得收入，主要包括電動汽車充電樁安裝及售後服務。提供服務產生的絕大部分收入是由提供安裝及售後服務所得。於往績記錄期間，這些服務主要與我們銷售智慧家用電動汽車充電樁及配件有關。此外，隨着我們擴大安裝及售後服務網絡，我們開始取得由第三方提供的電動汽車充電樁安裝及售後服務的獨立訂單。

於往績記錄期間，我們交付130萬台電動汽車充電樁，並完成130萬次安裝及售後服務工作。下表載列於所示期間按產品組合類別劃分的智慧家用電動汽車充電樁銷售以及安裝及售後服務工作的平均售價及銷量明細。

財務資料

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月				於往續記錄 期間總計	
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年			
	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量
按產品組合類別劃分												
銷售產品	790.5	484,771	914.4	313,335	808.6	351,112	884.1	80,059	780.3	183,287	823.0	1,332,505
提供服務	1,084.8	257,600	836.5	404,396	598.3	463,018	823.4	92,978	510.2	135,525	764.7	1,260,539

附註：

- (1) 銷量及計算產品銷售及服務提供（不包括其他配件產品）平均售價。因此，平均售價乘以銷量得出之積並不對應所示期間產生的總收入。

下表載列本公司家用電動汽車充電樁與第三方製造商充電樁的安裝及售後服務工作的銷量及平均售價明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月		
	2022年		2023年		2024年		2025年		
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	
提供的服務									
第三方製造商充電樁	80,059	1,110	193,207	752	379,229	519	111,227	467	
本公司充電樁	177,541	1,074	269,811	488	83,789	959	24,298	710	

我們就提供服務成功中標，而提供服務獨立於產品銷售。中標後，我們將為第三方向多家汽車製造商供應的充電樁提供服務。由於產品銷售與服務提供之間並無捆綁關係，產品銷量與服務提供並非直接關聯。例如，我們的零售商及分銷商客戶有時選擇僅購買充電樁；同樣，汽車製造商客戶可能選擇僅購買充電樁。

• 產品銷售

我們的產品平均售價由2022年的人民幣790.5元上升至2023年的人民幣914.4元，主要是由於客戶B自2023年中起不再是家用電動汽車充電樁的客戶，因此，客戶B先前對我們施加的定價壓力已大幅減弱。其後，平均售價於2024年下降至人民幣808.6元，主要是由於該期間汽車製造商向供應鏈傳遞定價壓力，以及我們致

財務資料

力透過具競爭力的定價及增加銷量來提升價值。截至2024年及2025年3月31日止三個月，平均售價分別為人民幣884.1元及人民幣780.3元，反映來自主要客戶（尤其是汽車製造商）的定價壓力加劇。

我們的產品銷量由2022年的484.8千台減少至2023年的313.3千台，主要由於我們在客戶B的家用電動汽車充電樁及相關配件的銷售競標中未能中標。其後，我們的銷量於2024年增加至351.1千台，主要是由於零售增長所帶動。具體而言，我們其中一名主要客戶將電動汽車充電樁的採購目標價格調低至低於我們的預期，導致我們無法中標；然而，受我們聚焦研發以開發成本較低的可靠產品所支持，展現我們對不斷演變市場環境的適應性，我們其後於2024年7月與該客戶訂立新標書。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們產品銷量分別為80.1千台及183.3千台。增長是由於我們為抓緊更多市場需求而致力透過具競爭力的定價及增加銷量來提升價值、實施有效的廣告策略以及與主要客戶的持續夥伴關係所帶動，並期望通過產品多樣化及針對性拓展新市場推動持續增長。

- **提供服務**

我們的服務平均售價由2022年的人民幣1,084.8元下降至2023年的人民幣836.5元，並於2024年進一步下降至人民幣598.3元，主要是由於我們致力透過具競爭力的定價及增加銷量來提升價值所帶動。此外，我們亦因中國市場競爭加劇而面臨電動汽車製造商定價下行壓力。截至2024年及2025年3月31日止三個月，平均售價分別為人民幣823.4元及人民幣510.2元。下降主要由於中國市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。

我們的服務銷量由2022年的257.6千台增加至2023年的404.4千台，並於2024年進一步增加至463.0千台。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的服務銷量分別為93.0千台及135.5千台。我們安裝服務的增長是由汽車製造商電動汽車銷量的增長所推動。

我們正與安裝服務供應商進行磋商以降低成本，有助抵銷市場定價壓力帶來的不利影響，情況於2025年後段呈現穩定跡象。此外，銷量穩步增長為維持領先市場份額奠下穩固基礎，我們相信將能令我們處於有利位置，長遠更好地從產品及服務獲利。因此，董事認為，受成本改善及強勁需求所支持，服務收入將維持其可持續性。

財務資料

我們的銷量增長主要來自：(i) 電動汽車滲透率持續上升，大幅提高充電需求；(ii) 擴大與汽車製造商的合作，多家OEM在交付汽車時推薦或捆綁使用我們的充電樁；及(iii) 更廣泛的銷售渠道覆蓋及更強大的安裝能力，支持更多的已完成安裝任務。

按地理區域劃分的收入

我們通過銷售在中國和海外使用的產品和服務產生收入。於往績記錄期間，我們的海外收入主要包括就中國汽車製造商向海外市場銷售電動汽車為其生產符合海外產品規格的智慧家用電動汽車充電樁的銷售。下表載列於所示期間我們按地理區域劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
按地理區域劃分										
中國	684,150	98.1	609,446	90.9	521,511	87.9	130,309	83.7	184,970	85.2
海外	12,910	1.9	61,287	9.1	71,897	12.1	25,393	16.3	32,132	14.8
總計	697,060	100.0	670,733	100.0	593,408	100.0	155,702	100.0	217,102	100.0

下表載列於所示期間按地理區域劃分的智慧家用電動汽車充電樁銷售以及安裝及售後服務工作的平均售價及銷量明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月				於往績記錄 期間總計	
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年			
	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量
按地理區域劃分												
中國												
銷售產品	776.2	477,274	972.8	232,472	788.7	294,066	869.2	56,265	723.7	154,909	811.8	1,158,721
提供服務	1,084.8	257,600	836.5	404,396	570.8	452,618	795.9	91,902	509.5	135,449	756.0	1,250,063
海外												
銷售產品	1,701.1	7,497	746.7	80,863	911.3	57,046	919.1	23,794	1,089.3	28,378	897.8	173,784
提供服務	-	-	-	-	1,796.7	10,400	3,172.9	1,076	1,826.3	76	1,796.9	10,476

財務資料

附註：

- (1) 銷量及計算產品銷售及服務提供（不包括其他配件產品）平均售價。因此，平均售價乘以銷量得出之積並不對應所示期間產生的總收入。

中國

- 產品銷售

我們在中國的產品銷售平均售價由2022年的人民幣776.2元上升至2023年的人民幣972.8元，主要是由於該期間成功與若干主要客戶磋商較高價格。其後，平均售價於2024年下降至人民幣788.7元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，中國的平均售價分別為人民幣869.2元及人民幣723.7元，反映下跌主要由於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。

與此同時，我們在中國的銷量由2022年的477.3千台減少至2023年的232.5千台，此乃由於汽車製造商客戶基於價格壓力及策略考量調整採購目標。具體而言，我們其中一名主要客戶將電動汽車充電樁的採購目標價格調低至低於我們的預期，導致我們無法中標。我們在中國的銷量於2024年增加至294.1千台，因為受我們聚焦研發以開發成本較低的可靠產品所支持，展現我們對不斷演變市場環境的適應性，我們其後於2024年7月與該客戶訂立新合約。截至2024年及2025年3月31日止三個月，銷量由56.3千台增加至154.9千台，是由於我們為抓緊更多市場需求而致力透過具競爭力的定價及增加銷量來提升價值，以及與中國主要客戶的持續夥伴關係所帶動。我們預期此趨勢將持續，未來銷量可望穩定。

- 提供服務

我們在中國提供服務的平均售價由2022年的人民幣1,084.8元下降至2023年的人民幣836.5元，並於2024年進一步下降至人民幣570.8元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們在中國的服務平均售價分別為人民幣795.9元及人民幣509.5元。在中國提供服務的平均售價下跌亦主要由於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。

與此同時，我們在中國的服務銷量由2022年的257.6千台大幅增加至2023年的404.4千台，並於2024年進一步增加至452.6千台。截至2024年及2025年3月31日止三個月，銷量分別為91.9千台及135.4千台。增長主要由於同期內所售產品數量增加，導致我們的安裝服務使用率有所提升。

財務資料

海外

- 產品銷售

我們在海外的產品銷售平均售價由2022年的人民幣1,701.1元下降至2023年的人民幣746.7元，而2023年我們在海外銷售的家用電動汽車充電樁的平均售價低於國內售價，主要由於我們致力透過向正在開拓國際市場的中國汽車製造商提供具競爭力定價以提升價值，從而提升銷量以搶佔更多國際市場份額。我們正積極令銷售渠道更加多元化，擴大我們通過零售渠道及分銷渠道觸及更多客戶，平均售價通常較高。舉例而言，根據弗若斯特沙利文的資料，在泰國及巴西（中國以外兩大增長速度最快的電動汽車市場），我們是已建立作為知名智慧家用電動汽車充電樁及服務提供者地位的先驅者之一。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們在海外的產品銷售平均售價分別為人民幣919.1元及人民幣1,089.3元，反映該期間部分主要客戶的需求調整導致定價出現波動。

與此同時，我們的海外銷量由2022年的7.5千台大幅增加至2023年的80.9千台，並於2024年減少至57.0千台，主要由於我們成功進行市場拓展所致。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們產品的海外銷量分別為23.8千台及28.4千台，主要由於海外客戶需求增加。

- 提供服務

於2024年以及截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們於海外提供服務的平均售價分別為人民幣1,796.7元、人民幣3,172.9元及人民幣1,826.3元，反映海外市場的定價較國內市場為高。截至2024年3月31日止三個月，我們處於推出海外安裝服務的初期階段，與分銷商磋商的售價相對較高。後來，隨著海外業務量增加，售價下調。儘管如此，我們亦面臨國際市場競爭加劇。於該期間，海外服務銷量達10.5千台，反映我們成功進入全球市場。

財務資料

按銷售渠道劃分的收入

我們的銷售及分銷渠道包括直銷及通過分銷商銷售。我們的服務均為直接向用戶提供。我們的產品銷售包括直銷及通過分銷商銷售。直銷渠道包括(i)向汽車製造商銷售，主要包括汽車製造商及由汽車製造商指定或推薦並與汽車製造商享有同等價格條款的相關客戶，及(ii)主要通過我們於主要電商平台上運營的網店向零售客戶銷售。除直銷渠道外，我們還將我們的產品銷售給第三方分銷商，他們購買並將我們的產品轉售給終端用戶。我們銷售的產品及服務的單價取決於多種因素，包括但不限於我們的品牌知名度、購買量、銷售成本及競爭。就向汽車製造商銷售而言，由於其採購量巨大且佔據行業主導地位，其議價能力相對較強。再加上面向汽車製造商的售價一般通過招標程序確定，令我們為汽車製造商提供的定價更容易受到競爭影響。

下表載列我們於所示期間按銷售渠道劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
按銷售渠道劃分										
產品銷售	407,434	58.5	320,943	47.8	304,537	51.3	76,365	49.0	145,521	67.0
直銷.....	362,280	52.0	262,866	39.2	252,903	42.6	65,928	42.3	97,970	45.1
向汽車製造商銷售.....	308,630	44.3	210,015	31.3	177,679	29.9	52,451	33.7	61,579	28.4
零售.....	53,650	7.7	52,851	7.9	75,224	12.7	13,477	8.6	36,391	16.7
通過分銷商銷售.....	45,154	6.5	58,077	8.6	51,634	8.7	10,437	6.7	47,551	21.9
提供服務.....	289,626	41.5	349,790	52.2	288,871	48.7	79,337	51.0	71,581	33.0
直銷.....	282,129	40.4	341,443	50.9	286,505	48.3	78,973	50.8	71,335	32.9
向汽車製造商銷售.....	261,124	37.4	316,597	47.2	257,988	43.5	71,707	46.1	62,475	28.8
零售.....	21,005	3.0	24,846	3.7	28,517	4.8	7,266	4.7	8,860	4.1
通過分銷商銷售.....	7,497	1.1	8,347	1.3	2,366	0.4	364	0.2	246	0.1
總計.....	697,060	100.0	670,733	100.0	593,408	100.0	155,702	100.0	217,102	100.0

財務資料

下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的智慧家用電動汽車充電樁銷售以及安裝及售後服務工作的平均售價及銷量明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月				於往績記錄	
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年		期間總計	
	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量
按銷售渠道劃分												
銷售產品	790.5	484,771	914.4	313,335	808.6	351,112	884.1	80,069	780.3	183,287	823.0	1,332,505
直銷.....	756.4	456,270	901.0	266,192	801.9	294,679	903.4	68,126	780.8	125,135	804.5	1,142,276
向汽車製造商												
銷售	711.6	430,808	839.1	243,910	697.9	248,691	845.2	60,660	721.9	84,930	739.9	1,008,339
零售	1,514.5	25,462	1,579.1	22,282	1,364.3	45,988	1,376.7	7,466	905.1	40,205	1,290.8	133,937
通過分銷商銷售 .	1,337.4	28,501	990.3	47,143	843.7	56,433	773.3	11,933	779.3	58,152	934.3	190,229
提供服務	1,084.8	257,600	836.5	404,396	598.3	463,018	823.4	92,978	510.2	135,525	764.7	1,260,539
直銷.....	1,092.4	248,966	839.6	392,984	599.7	458,084	829.0	91,934	510.8	134,889	765.6	1,234,923
向汽車製造商												
銷售	1,092.0	237,621	832.0	379,846	586.9	435,276	819.5	87,079	476.6	130,897	754.7	1,183,640
零售	1,101.0	11,345	1,060.8	13,138	842.9	22,808	999.8	4,855	1,633.3	3,992	1,017.4	51,283
通過分銷商銷售 .	867.8	8,634	729.2	11,412	475.3	4,934	328.7	1,044	382.7	636	718.4	25,616

附註：

- (1) 銷量及計算產品銷售及服務提供（不包括其他配件產品）平均售價。因此，平均售價乘以銷量得出之積並不對應所示期間產生的總收入。

直接向汽車製造商銷售

• 產品銷售

我們通過直銷向汽車製造商銷售產品的平均售價由2022年的人民幣711.6元上升至2023年的人民幣839.1元，主要由於該期間成功與若干主要客戶磋商較高價格。於2023年年中，中國電動汽車製造商之間的價格競爭加劇，我們未能於客戶B的招標中中標，導致銷量下滑。然而，於2023年，我們並未面臨來自客戶B同等程度的定價壓力，因此電動汽車充電樁的平均售價年內上升。其後，於2024年下降至人民幣697.9元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，通過直銷向汽

財務資料

車製造商銷售產品的平均售價由人民幣845.2元下降至人民幣721.9元，乃歸因於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。

通過直銷向汽車製造商銷售產品的銷量由2022年的430.8千台減少至2023年的243.9千台，此乃由於汽車製造商客戶基於價格壓力及策略考量調整採購目標。其後，於2024年增加至248.7千台。具體而言，我們其中一名主要客戶將電動汽車充電樁的採購目標價格調低至低於我們預期，導致我們無法中標；然而，受我們聚焦研發以開發成本較低的可靠產品所支持，展現我們對不斷演變市場環境的適應性，我們其後於2024年7月與該客戶訂立新標書。截至2024年及2025年3月31日止三個月，銷量分別為60.7千台及84.9千台。增長是由於我們為抓緊更多市場需求而致力透過具競爭力的定價及增加銷量來提升價值以及與主要客戶的持續夥伴關係所帶動。

- **提供服務**

我們通過直銷向汽車製造商提供服務的平均售價由2022年的人民幣1,092.0元下降至2023年的人民幣832.0元，並進一步下降至2024年的人民幣586.9元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，通過直銷提供服務的平均售價由人民幣819.5元下降至人民幣476.6元。下降主要由於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。

通過直銷向汽車製造商提供服務的銷量由2022年的237.6千台大幅增加至2023年的379.8千台，並於2024年進一步增加至435.3千台。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們服務銷量分別為87.1千台及130.9千台。持續增長主要由於同期內所售產品數量增加，導致我們的安裝服務使用率有所提升。

零售

- **產品銷售**

我們通過零售銷售產品的平均售價由2022年的人民幣1,514.5元上升至2023年的人民幣1,579.1元，主要由於我們能夠佔領新興電商市場，而該市場的初期競爭較為緩和，因此我們能夠在市場發展的早期階段實現相對較高的定價。平均售價於2024年下降至人民幣1,364.3元，主要由於電商平台競爭激烈。截至2024年及2025年3月31日止三個月，通過零售銷售產品的平均售價由人民幣1,376.7元大幅下降至人民幣905.1元，主要由於電商平台競爭激烈，需要調整價格以增加銷量並通過促銷活動擴大市場份額。

財務資料

通過零售銷售產品的銷量由2022年的25.5千台減少至2023年的22.3千台，乃由於安裝服務供應商的安裝及維護服務配件的線下零售波動，而有關波動受該等供應商的特定需求及存貨水平所帶動，且在很大程度上非我們所能控制，惟該期間透過電商市場的線上零售持續增長。銷量於2024年增加至46.0千台，乃由於我們的零售業務持續增長。截至2024年及2025年3月31日止三個月，銷量分別為7.5千台及40.2千台，主要由於受我們為擴大零售而實施的有效營銷策略所帶動。

- **提供服務**

我們通過零售提供服務的平均售價由2022年的人民幣1,101.0元下降至2023年的人民幣1,060.8元，並於2024年進一步下降至人民幣842.9元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，通過零售提供服務的平均售價由人民幣999.8元上升至人民幣1,633.3元。該增幅主要是由於零售業務持續增長所致。

通過零售提供服務的銷量由2022年的11.3千台增加至2023年的13.1千台，並於2024年進一步增加至22.8千台。截至2024年及2025年3月31日止三個月，銷量分別為4.9千台及4.0千台，主要由於零售業務持續增長，而我們亦面臨電商平台的激烈競爭所致。

通過分銷商銷售

- **產品銷售**

我們通過分銷商銷售產品的平均售價由2022年的人民幣1,337.4元下降至2023年的人民幣990.3元，並於2024年進一步下降至人民幣843.7元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，通過分銷商銷售產品的平均售價由人民幣773.3元增加至人民幣779.3元。通過分銷商銷售產品的平均售價波動與市場壓力導致整體降價一致，而我們接受降價壓力以維持競爭地位，但我們的分銷渠道所承受的定價壓力較低。

通過分銷商銷售產品的銷量由2022年的28.5千台大幅增加至2023年的47.1千台，並於2024年進一步增加至56.4千台。截至2024年及2025年3月31日止三個月，銷量分別為11.9千台及58.2千台。增長主要由於我們不斷擴大分銷商網絡及通過分銷商銷售業務持續增長所致。

財務資料

• 提供服務

我們通過分銷商提供服務的平均售價由2022年的人民幣867.8元下降至2023年的人民幣729.2元，並於2024年進一步下降至人民幣475.3元。通過分銷商銷售產品的平均售價下降與市場壓力導致整體降價一致，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。截至2024年及2025年3月31日止三個月，通過分銷商提供服務的平均售價由人民幣328.7元上升至人民幣382.7元。

通過分銷商提供服務的銷量由2022年的8.6千台增加至2023年的11.4千台，主要由於我們不斷擴大分銷商網絡及通過分銷商銷售業務持續增長所致。銷量於2024年減少至4.9千台。截至2024年及2025年3月31日止三個月，銷量分別為1.0千台及636台。下降主要由於市場競爭加劇，導致市場增長放緩，分銷商銷售表現業績下滑所致。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括外包安裝成本、原材料、保修開支、運費、直接人工、折舊及攤銷開支和其他。於2022年、2023年及2024年，我們的銷售成本分別為人民幣555.0百萬元、人民幣533.2百萬元及人民幣504.8百萬元，分別佔我們同期收入的79.6%、79.5%及85.1%。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的銷售成本分別為人民幣120.4百萬元及人民幣181.3百萬元，分別佔我們同期收入的77.3%及83.5%。

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的銷售成本明細，以絕對金額和百分比列示。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
銷售成本										
產品銷售.....	322,552	58.1	256,036	48.0	243,745	48.3	57,919	48.1	114,138	62.9
提供服務.....	232,434	41.9	277,163	52.0	261,088	51.7	62,444	51.9	67,180	37.1
總計	<u>554,986</u>	<u>100.0</u>	<u>533,199</u>	<u>100.0</u>	<u>504,833</u>	<u>100.0</u>	<u>120,363</u>	<u>100.0</u>	<u>181,318</u>	<u>100.0</u>

財務資料

下表載列於所示期間我們按性質劃分的銷售成本明細，以絕對金額和百分比列示。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
銷售成本										
外包安裝成本.....	220,853	39.8	268,858	50.4	247,857	49.1	61,306	50.9	63,536	35.0
原材料.....	265,464	47.8	203,995	38.3	207,813	41.1	43,024	35.8	103,865	57.2
保修開支.....	25,994	4.7	17,948	3.4	18,637	3.7	3,916	3.3	6,483	3.6
運費.....	13,026	2.3	10,544	2.0	6,632	1.3	2,192	1.8	2,872	1.6
直接人工.....	9,772	1.8	8,662	1.6	8,002	1.6	2,096	1.7	1,915	1.1
折舊及攤銷開支.....	5,310	1.0	5,497	1.0	8,469	1.7	2,410	2.0	2,489	1.4
其他.....	14,567	2.6	17,695	3.3	7,423	1.5	5,419	4.5	158	0.1
總計.....	554,986	100.0	533,199	100.0	504,833	100.0	120,363	100.0	181,318	100.0

毛利及毛利率

於2022年、2023年及2024年，我們的毛利分別為人民幣142.1百萬元、人民幣137.5百萬元及人民幣88.6百萬元。我們的同期毛利率分別達20.4%、20.5%及14.9%。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的毛利分別為人民幣35.3百萬元及人民幣35.8百萬元，而我們的同期毛利率分別達22.7%及16.5%。

我們按產品類別劃分的毛利及毛利率主要受我們為產品及服務設定的單價、售出的產品及服務數目以及產生的相關銷售成本所影響。下表載列於所示期間我們按銷售類別劃分的毛利和毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025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
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
(以千計，百分比除外)						(未經審核)				
產品銷售.....	84,882	20.8	64,907	20.2	60,792	20.0	18,446	24.2	31,384	21.6
提供服務.....	57,192	19.7	72,627	20.8	27,783	9.6	16,893	21.3	4,400	6.1
總計.....	142,074	20.4	137,534	20.5	88,575	14.9	35,339	22.7	35,784	16.5

財務資料

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支包括(i)員工福利開支、(ii)營銷及廣告開支、(iii)與安裝及售後服務有關的客戶支援開支、(iv)辦公及租金開支、(v)差旅開支、(vi)與銷售及營銷活動有關的業務發展開支及(vii)其他。於2022年、2023年及2024年，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣67.6百萬元、人民幣90.5百萬元及人民幣114.7百萬元，分別佔我們同期收入的9.7%、13.5%及19.3%。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的銷售及營銷開支分別為人民幣23.4百萬元及人民幣20.7百萬元，分別佔我們同期收入的15.0%及9.5%。下表載列於所示期間我們按性質劃分的銷售及營銷開支明細，以絕對金額和百分比列示。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
銷售及營銷開支										
員工福利開支.....	35,159	52.0	42,124	46.6	44,393	38.7	11,000	46.9	9,773	47.2
營銷及廣告開支.....	14,298	21.1	24,580	27.2	27,194	23.7	4,887	20.9	2,972	14.4
客戶支援開支.....	11,337	16.8	13,040	14.4	23,595	20.6	3,321	14.2	5,582	27.0
辦公及租金開支.....	2,347	3.5	3,636	4.0	2,177	1.9	739	3.2	178	0.9
差旅開支.....	1,138	1.7	2,271	2.5	2,191	1.9	261	1.1	217	1.0
業務發展開支.....	1,383	2.0	1,914	2.1	6,890	6.0	1,619	6.9	739	3.6
其他	1,953	2.9	2,897	3.2	8,215	7.2	1,605	6.8	1,226	5.9
總計	67,615	100.0	90,462	100.0	114,655	100.0	23,432	100.0	20,687	100.0

一般及行政開支

我們的一般及行政開支包括(i)員工福利開支、(ii)折舊及攤銷開支、(iii)與法律、財務、人力資源及諮詢服務等各種經營需要相關的專業服務費、(iv)辦公及租金開支、(v)與我們的一般及行政活動有關的業務發展開支、(vi)差旅開支；及(vii)其他。於2022年、2023年及2024年，我們的一般及行政開支分別為人民幣53.7百萬元、人民幣73.7百萬元及人民幣103.9百萬元，分別佔我們同期收入的7.7%、11.0%及17.5%。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的一般及行政開支分別為人民幣29.9百萬元及人民幣15.9百萬元，分別佔我們同期收入的19.2%及7.3%。下表載列於所示期間我們按性質劃分的一般及行政開支明細，以絕對金額和百分比列示。

財務資料

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
一般及行政開支										
員工福利開支.....	28,967	53.9%	36,432	49.5	38,637	37.2	8,612	28.8	8,759	55.0
折舊及攤銷開支.....	6,811	12.7%	9,932	13.5	10,794	10.4	3,625	12.1	2,478	15.6
專業服務費.....	8,514	15.9%	8,175	11.1	3,452	3.3	1,501	5.0	1,456	9.1
辦公及租金開支.....	5,133	9.6%	5,377	7.3	7,113	6.8	114	0.4	1,323	8.3
業務發展開支.....	2,082	3.9%	3,378	4.6	6,705	6.5	—	—	—	—
差旅開支.....	510	0.9%	2,348	3.2	4,018	3.9	806	2.7	411	2.6
[編纂]開支.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他.....	1,678	3.1%	2,643	3.5	11,733	11.3	1,088	3.6	226	1.4
總計.....	53,695	100.0	73,657	100.0	103,936	100.0	29,897	100.0	15,923	100.0

研發開支

研發開支指(i)員工福利開支、(ii)產品測試開支及(iii)其他。於2022年、2023年及2024年，我們的研發開支分別為人民幣34.1百萬元、人民幣41.1百萬元及人民幣55.6百萬元，分別佔我們同期收入的4.9%、6.1%及9.4%。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的研發開支分別為人民幣11.8百萬元及人民幣13.6百萬元，分別佔我們同期收入的7.6%及6.3%。下表載列於所示期間我們按性質劃分的研發開支明細，以絕對金額和百分比列示。

	截至12月31日止年度						截至3月31日止三個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%	人民幣元	%
	(以千計，百分比除外)						(未經審核)			
研發開支										
員工福利開支.....	25,983	76.2	32,015	77.9	43,307	77.9	9,567	81.3	11,887	87.4
產品測試開支.....	6,815	20.0	7,957	19.4	10,151	18.3	1,708	14.5	1,207	8.9
其他	1,301	3.8	1,130	2.7	2,119	3.8	500	4.2	500	3.7
總計	34,099	100.0	41,102	100.0	55,577	100.0	11,775	100.0	13,594	100.0

財務資料

金融資產減值(虧損)／撥回淨額

金融資產減值(虧損)／撥回淨額包括(i)貿易應收款項及應收票據及(ii)其他應收款項及其他非流動資產的已確認減值虧損，扣除撥回。我們於2022年錄得金融資產減值虧損淨額人民幣6.7百萬元，於2023年錄得金融資產減值撥回淨額人民幣0.2百萬元，以及於2024年錄得金融資產減值虧損淨額人民幣38.5百萬元。截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們分別錄得金融資產減值撥回淨額人民幣1.9百萬元及金融資產減值虧損淨額人民幣0.2百萬元。

財務成本

財務成本包括(i)租賃負債的利息開支、(ii)按攤銷成本計量附帶優先權金融工具的利息開支及(iii)借款的利息開支。於2022年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的財務成本分別為人民幣14.3百萬元、人民幣10.1百萬元、人民幣14.0百萬元、人民幣3.1百萬元及人民幣3.9百萬元。

稅項

中國

根據相關中國所得稅法，我們及我們在中國成立的附屬公司一般須按25%的稅率繳納法定所得稅，但某些合資格企業可享受稅收優惠待遇。我們及我們其中一間附屬公司被認可為「高新技術企業」，因此在往績記錄期間內享受15%的優惠所得稅稅率。我們在中國的若干附屬公司已獲中國稅務機關授予若干小型企業稅項減免，據此，在相關地區經營的附屬公司可享有稅項減免。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》及其實施細則，在中國境外成立且在中國境內設有「實際管理機構」的企業被視為居民企業，須就其全球所得按25%的稅率繳納企業所得稅。於2009年4月，國家稅務總局發佈名為82號文的通知，其中規定若干具體標準，用於確定在境外註冊成立的中國控制企業的「實際管理機構」是否位於中國。儘管該通知僅適用於由中國企業或中國企業集團控制的境外企業，而不適用於由中國個人或像我們這樣的外籍人士控制的企業，但通知中規定的標準可能反映了國家稅務總局在確定所有境外企業的稅收居民身份時應如何應用「實際管理機構」測試的總體立場。根據82號文，中國企業或中國企業集團控制的境外註冊成立企業將依據其「實際管理機構」位於中國而被視為中國稅收居民並須就其全球所得繳納中國企業所得稅，惟須

財務資料

符合以下所有條件：(i)日常經營管理場所主要位於中國境內；(ii)企業的財務決策和人事決策由位於中國境內的機構或人員決定，或需要得到位於中國境內的機構或人員批准；(iii)企業的主要財產、會計賬簿、公司印章、董事會和股東會議紀要檔案等位於或存放於中國境內；及(iv)至少50%投票權的董事或高層管理人員經常居住於中國境內。

我們認為，就中國稅項而言，我們在中國境外的實體均非中國居民企業。然而，如果中國稅務機關認定我們在中國境外的任何附屬公司就中國企業所得稅而言屬中國居民企業，有關附屬公司可能須要就該附屬公司的全球所得按25%的稅率繳納中國稅項。此外，該等附屬公司還將須履行中國企業所得稅申報義務。有關詳情，請參閱「風險因素－與在我們主要經營所在國家開展業務有關的風險－我們的經營受中國稅收法律法規規限，並且可能受該等法律法規影響」。

新加坡

我們在新加坡的附屬公司須繳納新加坡企業所得稅，於往績記錄期間內根據新加坡稅務法律法規按附屬公司應課稅溢利17%的適用稅率計算。

泰國

我們在泰國的附屬公司須繳納泰國企業所得稅，於往績記錄期間內根據泰國稅務法律法規按附屬公司應課稅溢利20%的適用稅率計算。

經營業績討論

截至2025年3月31日止三個月與截至2024年3月31日止三個月比較

收入

我們的收入由截至2024年3月31日止三個月的人民幣155.7百萬元增長至2025年同期的人民幣217.1百萬元，受產品銷售增加和提供增值服務推動。

- **產品銷售。**我們產品銷售所產生的收入由截至2024年3月31日止三個月的人民幣76.4百萬元增長90.6%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣145.5百萬元，主要受同期零售業務持續增長及擴大分銷商網絡以及通過分銷商銷售業務持續增長推動。同期，我們的產品平均售價由人民幣884.1元減少11.7%至人民幣780.3元，反映下跌主要由於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。在我們的各個地域市場，我們在中國的產

財務資料

品平均售價由截至2024年3月31日止三個月的人民幣869.2元減少16.7%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣723.7元。另一方面，我們在海外市場的產品平均售價由截至2024年3月31日止三個月的人民幣919.1元增長18.5%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣1,089.3元，反映海外市場的盈利潛力。受我們的定價策略及與主要客戶的持續夥伴關係推動，截至2024年及2025年3月31日止三個月，我們的產品銷量分別為80.1千台及183.3千台，增幅為128.9%。

- **提供服務。**我們提供服務所產生的收入由截至2024年3月31日止三個月的人民幣79.3百萬元減少9.8%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣71.6百萬元，主要受安裝及售後服務的平均售價減少所影響，主要由於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。截至2025年3月31日止三個月，我們進行135.5千次安裝及售後服務工作，較截至2024年3月31日止三個月的93.0千次增長45.8%。

我們的增值服務均為直接向用戶提供。就產品銷售而言，截至2025年3月31日止三個月，我們通過分銷商產生的收入為人民幣47.6百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的32.7%，而截至2024年3月31日止三個月為人民幣10.4百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的13.7%。我們產品直銷所產生的收入於截至2025年3月31日止三個月為人民幣98.0百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的67.3%，而截至2024年3月31日止三個月為人民幣65.9百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的86.3%。通過分銷商銷售產品所產生的收入比例較通過直銷所產生的收入比例有所增長，這主要是因為我們努力引入創新商業模式，豐富向汽車製造商銷售以外的銷售渠道，同時支持分銷商的業務增長，使我們得以在零售市場實現迅速擴張，並提升潛力，改善我們的整體毛利率狀況及產品銷售，截至2025年3月31日止三個月我們的零售收入達到人民幣36.4百萬元，佔同期產品銷售總收入的25.0%，而截至2024年3月31日止三個月的收入為人民幣13.5百萬元，佔我們同期產品銷售總收入的17.6%。與向汽車製造商銷售的收入相比，零售產生的收入比例有所增長，主要是由於我們成功建立了品牌，有效開展促銷活動，實現銷售渠道多元化，並擴大了用戶基礎，為未來提高毛利率創造了潛力。

財務資料

截至2025年3月31日止三個月，我們產生自海外市場的收入達到人民幣32.1百萬元，佔我們同期總收入的14.8%，而於截至2024年3月31日止三個月，我們產生自海外市場的收入為人民幣25.4百萬元，佔我們同期總收入的16.3%。截至2025年3月31日止三個月，我們產生自中國的收入達到人民幣185.0百萬元，佔我們同期總收入的85.2%，而於截至2024年3月31日止三個月，我們產生自中國的收入為人民幣130.3百萬元，佔我們同期總收入的83.7%。與中國收入相比，海外收入比例增長主要是由於我們在拓展國際市場方面進行投資，實施針對性措施加強全球品牌影響力，以及該等海外市場的毛利率相對較高。於往績記錄期間，我們的海外收入主要來自就汽車製造商向海外市場銷售電動汽車向彼等銷售，這有助於我們打入海外市場並建立我們的品牌知名度。展望未來，我們計劃憑藉我們的本地化製造能力及通過與當地汽車分銷商合作不斷拓展的銷售渠道，在海外市場多元化我們的收入來源，我們相信，與在中國的銷售相比，海外市場有潛力產生更高的利潤率。

銷售成本

我們的銷售成本由截至2024年3月31日止三個月的人民幣120.4百萬元增長50.6%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣181.3百萬元。

- **產品銷售。**分配至產品銷售的銷售成本由截至2024年3月31日止三個月的人民幣57.9百萬元增長至截至2025年3月31日止三個月的人民幣114.1百萬元。為了應對市場驅動的降價壓力，我們開發了成本較低的產品。然而，由於開發和銷售之間存在滯後，我們仍在出售成本較高的舊存貨，延遲了成本降低對銷售數據的影響。我們預計產品銷售成本將隨著時間而下降。此外，我們的原材料價格上漲，而銷量呈現上升趨勢。
- **提供服務。**分配至提供服務的銷售成本由截至2024年3月31日止三個月的人民幣62.4百萬元增長7.6%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣67.2百萬元，主要由於需求增加，而我們面臨降價壓力。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2024年3月31日止三個月的人民幣35.3百萬元增長1.3%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣35.8百萬元。我們的毛利率由截至2024年3月31日止三個月的22.7%減至截至2025年3月31日止三個月的16.5%。

財務資料

- **產品銷售。**產品銷售的毛利由截至2024年3月31日止三個月的人民幣18.4百萬元增至截至2025年3月31日止三個月的人民幣31.4百萬元。產品銷售的毛利率由截至2024年3月31日止三個月的24.2%減至截至2025年3月31日止三個月的21.6%。有關減幅主要是由於市場持續的降價壓力以及相關成本較高的舊存貨的銷售，抵銷了近期成本節約措施及低成本產品推出帶來的好處。
- **提供服務。**提供服務的毛利由截至2024年3月31日止三個月的人民幣16.9百萬元減至截至2025年3月31日止三個月的人民幣4.4百萬元。提供服務的毛利率由截至2024年3月31日止三個月的21.3%減至截至2025年3月31日止三個月的6.1%。有關減幅主要是由於我們需要為客戶降價，而儘管安裝服務供應商已實施若干降價措施，仍無法將我們的成本降低至足以抵銷我們的收入降幅。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由截至2024年3月31日止三個月的人民幣23.4百萬元減少11.7%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣20.7百萬元，主要是由於(i)營銷及廣告開支減少人民幣1.9百萬元，主要因實施成本優化措施；(ii)員工福利開支減少人民幣1.2百萬元，主要因減少銷售人員並降低差旅標準；及(iii)業務發展開支減少人民幣0.9百萬元，主要因我們實施成本削減措施。我們的客戶支援開支增加人民幣2.3百萬元，乃由於我們持續投資於客戶支援工作，以提高客戶忠誠度。

一般及行政開支

我們的行政開支由截至2024年3月31日止三個月的人民幣29.9百萬元減少46.7%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣15.9百萬元，主要是由於(i)[編纂]開支減少人民幣12.9百萬元；及(ii)折舊及攤銷開支減少人民幣1.1百萬元，主要因我們的固定資產減少。我們的辦公及租金開支增加人民幣1.2百萬元，乃由於我們擴大租賃物業。

財務資料

研發開支

我們的研發開支由截至2024年3月31日止三個月的人民幣11.8百萬元增長15.4%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣13.6百萬元，主要是由於員工福利開支增加人民幣2.3百萬元，由產品測試開支減少人民幣0.5百萬元部分抵銷，主要因我們在吸引及留住研發人才方面的投資。

金融資產減值(虧損)/撥回淨額

我們於截至2024年3月31日止三個月錄得金融資產減值撥回淨額人民幣1.9百萬元及於截至2025年3月31日止三個月錄得減值虧損淨額人民幣0.2百萬元，主要是由於收款有所改善。

其他收入

我們的其他收入由截至2024年3月31日止三個月的人民幣0.8百萬元增長286.5%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣3.1百萬元。其他收入增加主要是由於政府補助增加。

其他收益/(虧損)－淨額

我們的其他收益淨額由截至2024年3月31日止三個月的人民幣0.2百萬元減少至截至2025年3月31日止三個月的其他虧損淨額人民幣0.2百萬元，主要是由於匯兌虧損。

經營虧損

由於前文所述，我們的經營虧損由截至2024年3月31日止三個月的人民幣26.9百萬元減少至截至2025年3月31日止三個月的人民幣11.6百萬元。

財務成本－淨額

我們的財務成本淨額由截至2024年3月31日止三個月的人民幣2.8百萬元增長36.2%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣3.8百萬元，主要是由於借款利息開支因利率上漲而增加人民幣0.8百萬元。我們的財務收入由截至2024年3月31日止三個月的人民幣0.3百萬元減少77.5%至截至2025年3月31日止三個月的人民幣0.1百萬元，主要是由於淘汰舊設備所產生的成本。

財務資料

所得稅抵免／(開支)

截至2025年3月31日止三個月，我們的所得稅開支為人民幣1.7百萬元，而截至2024年3月31日止三個月為稅項開支人民幣1.8百萬元。

年／期內虧損

由於前文所述，我們於截至2025年3月31日止三個月錄得淨虧損人民幣17.1百萬元，而截至2024年3月31日止三個月為人民幣31.5百萬元。

截至2024年12月31日止年度與截至2023年12月31日止年度比較

收入

我們的收入由2023年的人民幣670.7百萬元減少11.5%至2024年的人民幣593.4百萬元，受產品銷售和提供增值服務減少影響。

- **產品銷售。**我們產品銷售所產生的收入由2023年的人民幣320.9百萬元減少5.1%至2024年的人民幣304.5百萬元，主要受同期智慧家用電動汽車充電樁平均售價下跌所影響，產品銷量增加抵銷了部分影響。於2024年，我們的產品平均售價由人民幣914.4元下跌11.6%至人民幣808.6元，反映下跌主要由於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。在我們的各個地域市場，我們在中國的產品平均售價由2023年的人民幣972.8元減少18.9%至2024年的人民幣788.7元。另一方面，我們在海外市場的產品平均售價由2023年的人民幣746.7元增長22.1%至2024年的人民幣911.3元，反映海外市場的盈利潛力。受我們的定價策略、拓展零售市場及海外市場及與主要客戶的持續夥伴關係推動，於2023年及2024年，我們的產品銷量分別為313.3千台及351.1千台，增幅為12.1%。
- **提供服務。**我們提供服務所產生的收入由2023年的人民幣349.8百萬元減少17.4%至2024年的人民幣288.9百萬元，主要受安裝及售後服務的平均售價減少所影響，主要由於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。於2024年，我們進行463.0千次安裝及售後服務工作，較2023年的404.4千次增長14.5%。

財務資料

我們絕大部分的增值服務為直接向用戶提供。就產品銷售而言，於2024年，我們通過分銷商產生的收入為人民幣51.6百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的17.0%，而2023年為人民幣58.1百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的18.1%。我們產品直銷所產生的收入於2024年為人民幣252.9百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的83.0%，而2023年為人民幣262.9百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的81.9%。我們繼續豐富向汽車製造商銷售以外的銷售渠道，同時支持分銷商的業務增長，使我們得以在零售市場實現迅速擴張，並提升潛力，改善我們的整體毛利率狀況。截至2023年及2024年12月31日，我們分別與117家及185家分銷商合作。尤其是，在產品直銷中，2024年我們的零售收入達到人民幣75.2百萬元，佔同期產品銷售總收入的24.7%，而2023年的收入為人民幣52.9百萬元，佔我們同期產品銷售總收入的16.5%。與向汽車製造商銷售的收入相比，零售產生的收入比例有所增長，主要是由於我們成功建立了品牌，實現銷售渠道多元化，並擴大了用戶基礎，為未來提高毛利率創造了潛力。

於2024年，我們產生自海外市場的收入達到人民幣71.9百萬元，佔我們同期總收入的12.1%，而於2023年，我們產生自海外市場的收入為人民幣61.3百萬元，佔我們同期總收入的9.1%。於2024年，我們產生自中國的收入達到人民幣521.5百萬元，佔我們同期總收入的87.9%，而於2023年，我們產生自中國的收入為人民幣609.4百萬元，佔我們同期總收入的90.9%。與中國收入相比，海外收入比例增長主要是由於我們在拓展國際市場方面進行投資，與當地合作夥伴尋求合作，實施針對性措施加強全球品牌影響力，以及該等海外市場的毛利率相對較高。於往績記錄期間，我們的海外收入主要來自就汽車製造商向海外市場銷售電動汽車向彼等銷售，這有助於我們打入海外市場並建立我們的品牌知名度。展望未來，我們計劃憑藉我們的本地化製造能力及不斷拓展的銷售渠道，在海外市場多元化我們的收入來源，我們相信，與在中國的銷售相比，海外市場有潛力產生更高的利潤率。

銷售成本

我們的銷售成本由2023年的人民幣533.2百萬元減少5.3%至2024年的人民幣504.8百萬元。

- **產品銷售。**分配至產品銷售的銷售成本維持相對穩定，2024年為人民幣243.7百萬元，而2023年為人民幣256.0百萬元。為了應對市場驅動的降價

財務資料

壓力，我們開發了成本較低的產品。然而，由於開發和銷售之間存在滯後，我們仍在出售成本較高的舊存貨，延遲了成本降低對銷售數據的影響。我們預計產品銷售成本將隨著時間而下降。

- **提供服務。**分配至提供服務的銷售成本由2023年的人民幣277.2百萬元減少5.8%至2024年的人民幣261.1百萬元，我們在提供服務方面受到降價壓力。

此外，從按性質劃分的角度來看，我們的銷售成本減少主要歸因於外包安裝成本減少人民幣21.0百萬元，其他減少人民幣10.3百萬元，主要由於所提供的安裝及售後服務量減少。

毛利及毛利率

由於前文所述，我們的毛利由2023年的人民幣137.5百萬元減少35.6%至2024年的人民幣88.6百萬元。我們的毛利率由2023年的20.5%減至2024年的14.9%。

- **產品銷售。**產品銷售的毛利由2023年的人民幣64.9百萬元減至2024年的人民幣60.8百萬元。產品銷售的毛利率由2023年的20.2%減至2024年的20.0%。有關減幅主要是由於市場持續的降價壓力以及相關成本較高的舊存貨的銷售，抵銷了近期成本節約措施及低成本產品推出帶來的好處。
- **提供服務。**提供服務的毛利由2023年的人民幣72.6百萬元減至2024年的人民幣27.8百萬元。提供服務的毛利率由2023年的20.8%減至2024年的9.6%。有關減幅主要是由於我們需要為客戶降價，而儘管安裝服務供應商已實施若干降價措施，仍無法將我們的成本降低至足以抵銷我們的收入降幅。

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2023年的人民幣90.5百萬元增長26.7%至2024年的人民幣114.7百萬元，主要是由於(i)客戶支援開支大幅增加人民幣10.6百萬元，因我們持續投資以提升客戶支援，以培養客戶忠誠度；(ii)營銷及廣告開支增加人民幣2.6百萬元，主要因我們拓展及豐富銷售渠道；及(iii)業務發展開支增加人民幣5.0百萬元，主要因我們招聘及培訓海外銷售員工的開支增加。

財務資料

一般及行政開支

我們的行政開支由2023年的人民幣73.7百萬元增長41.1%至2024年的人民幣103.9百萬元，主要是由於(i)[編纂]開支增加人民幣16.1百萬元；(ii)業務發展開支增加人民幣3.3百萬元，主要因執行業務拓展策略；及(iii)員工福利開支增加人民幣2.2百萬元；被專業服務費減少人民幣4.7百萬元部分抵銷，因與海外業務拓展相關的顧問服務費減少。

研發開支

我們的研發開支由2023年的人民幣41.1百萬元增長35.2%至2024年的人民幣55.6百萬元，主要是由於(i)員工福利開支增加人民幣11.3百萬元，主要因薪酬開支增加以吸引及留住研發人才；及(ii)產品測試開支增加人民幣2.2百萬元，主要因開發新產品的相關成本上升。

金融資產減值(虧損)／撥回淨額

我們於2023年錄得金融資產減值撥回淨額人民幣0.2百萬元及於2024年錄得減值虧損淨額人民幣38.5百萬元，主要是由於單一客戶違約導致出現不可收回應收賬款。

其他收入

我們的其他收入由2023年的人民幣6.7百萬元減少9.3%至2024年的人民幣6.1百萬元。其他收入減少主要是由於政府補助金額波動。

其他收益／(虧損)－淨額

我們的其他虧損淨額由2023年的人民幣0.4百萬元增長至2024年的其他虧損淨額人民幣1.0百萬元，主要是由於按公允價值計入損益的金融資產的公允價值收益淨額減少人民幣0.3百萬元。

經營虧損

由於前文所述，我們的經營虧損由2023年的人民幣61.2百萬元增加至2024年的人人民幣218.9百萬元。

財務資料

財務成本－淨額

我們的財務成本淨額由2023年的人民幣8.1百萬元增長61.0%至2024年的人民幣13.0百萬元，主要是由於借款利息開支因利率上漲而增加人民幣4.0百萬元。我們的財務收入由2023年的人民幣2.0百萬元減少48.7%至2024年的人民幣1.1百萬元，主要是由於2024年現金及現金等價物淨減少人民幣53.7百萬元。

所得稅抵免／(開支)

於2024年，我們的所得稅開支為人民幣4.0百萬元，而2023年為稅項抵免人民幣11.1百萬元。

年／期內虧損

由於前文所述，我們於2024年錄得淨虧損人民幣235.9百萬元，而2023年為人民幣58.1百萬元。

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

我們的收入由2022年的人民幣697.1百萬元減少3.8%至2023年的人民幣670.7百萬元，受產品銷售減少影響和受提供服務的增長所抵銷。

- **產品銷售。**我們產品銷售所產生的收入由2022年的人民幣407.4百萬元減少21.2%至2023年的人民幣320.9百萬元，主要受我們向中國汽車製造商銷售智慧家用電動汽車充電樁的銷量減少推動。於2023年，我們在中國銷售232.5千台智慧家用電動汽車充電樁，較2022年在中國銷售的477.3千台智慧家用電動汽車充電樁減少51.3%。有關減少主要受對汽車製造商的銷量下降推動，主要由於彼等的戰略調整及定價考量，間接影響我們的定價及訂單量。具體而言，我們其中一名主要客戶將其電動汽車充電樁的目標採購價降至低於我們的預期，導致我們當時無法中標。然而，受我們聚焦研發以開發成本較低的可靠產品所支持，展現我們對不斷演變市場環境的適應性，我們於2024年7月與該客戶訂立新合約。此外，我們繼續在中國豐富對零售客戶及分銷商的銷售渠道，以抵銷部分負面影響。另一方面，我們進軍海外市場初見成效，證明為我們的智慧家用電動汽車充電樁銷量增加。於2023年，我們在海外市場銷售了80.9千台智慧家用電動汽車充電樁，較2022年在海外市場銷售的7.5千台智慧家用電動汽車充電樁增加978.6%。

財務資料

- **提供服務。**我們提供服務所產生的收入由2022年的人民幣289.6百萬元增長20.8%至2023年的人民幣349.8百萬元，主要受安裝及售後服務的銷量增加推動，有關增加是隨着我們對大部分客戶的智慧家用電動汽車充電樁的銷售增加以及電動汽車的接受和應用程度提高而增加。於2023年，我們進行404.4千次安裝及售後服務工作，較2022年的257.6千次增長57.0%。

我們的服務均為直接向用戶提供。就產品銷售而言，於2023年，我們通過分銷商產生的收入為人民幣58.1百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的18.1%，而2022年為人民幣45.2百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的11.1%。我們產品直銷所產生的收入於2023年為人民幣262.9百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的81.9%，而2022年為人民幣362.3百萬元，佔同期我們產品銷售總收入的88.9%。通過分銷商銷售產品所產生的收入比例較通過直銷所產生的收入比例有所增長，這主要是因為我們努力豐富向汽車製造商銷售以外的銷售渠道，使我們得以在零售市場實現迅速擴張，並提升潛力，改善我們的整體毛利率狀況。截至2022年及2023年12月31日，我們分別與51家及117家分銷商合作。尤其是，在產品直銷中，2023年我們的零售收入達到人民幣52.9百萬元，佔同期產品銷售總收入的16.5%，而2022年的收入為人民幣53.6百萬元，佔我們同期產品銷售總收入的13.2%。與向汽車製造商銷售的收入相比，零售產生的收入比例有所增加，主要是由於我們成功建立了品牌，實現銷售渠道多元化，並擴大了用戶基礎，為未來提高毛利率創造了潛力。

於2023年，我們產生自海外市場的收入達到人民幣61.3百萬元，佔我們同期總收入的9.1%，而於2022年，我們產生自海外市場的收入為人民幣12.9百萬元，佔我們同期總收入的1.9%。於2023年，我們產生自中國的收入達到人民幣609.4百萬元，佔我們同期總收入的90.9%，而於2022年，我們產生自中國的收入為人民幣684.1百萬元，佔我們同期總收入的98.1%。與中國收入相比，海外收入比例增長主要是由於我們在產品開發方面的成功投資，以滿足智慧家用電動汽車充電樁的內部標準。於往績記錄期間，我們的海外收入主要來自就汽車製造商向海外市場銷售電動汽車向彼等銷售，這有助於我們打入海外市場並建立我們的品牌知名度。展望未來，我們計劃憑藉我們的本地化製造能力及不斷拓展的銷售渠道，在海外市場多元化我們的收入來源，我們相信，與在中國的銷售相比，海外市場有潛力產生更高的利潤率。

財務資料

銷售成本

我們的銷售成本由2022年的人民幣555.0百萬元減少3.9%至2023年的人民幣533.2百萬元，主要受產品銷售的銷量減少影響。

- **產品銷售。**分配至產品銷售的銷售成本由2022年的人民幣322.6百萬元減少20.6%至2023年的人民幣256.0百萬元，主要受我們電動汽車充電樁的銷量減少影響，銷量減少乃主要由於我們主要客戶之一出於自身的戰略考量，於2023年減少對我們的供應需求。
- **服務銷售。**分配至服務銷售的銷售成本由2022年的人民幣232.4百萬元增長19.2%至2023年的人民幣277.2百萬元，主要受安裝及售後服務的銷量增長推動，與我們的業務增長一致。

此外，從按性質劃分的角度來看，我們的銷售成本減少主要歸因於：(i)原材料成本減少人民幣61.5百萬元，主要是電動汽車充電樁銷量減少所致；及(ii)保修開支減少人民幣8.0百萬元，主要受電動汽車充電樁銷量減少影響，被安裝及售後服務銷量增加，導致外包安裝成本增加人民幣48.0百萬元所部分抵銷。

毛利及毛利率

由於前文所述，我們的毛利由2022年的人民幣142.1百萬元減少3.2%至2023年的人民幣137.5百萬元。於2022年及2023年，我們的毛利率分別相對穩定維持於20.4%及20.5%。

- **產品銷售。**產品銷售的毛利由2022年的人民幣84.9百萬元減至2023年的人人民幣64.9百萬元，主要是由於電動汽車充電樁的銷量減少，銷量減少乃主要由於我們主要客戶之一出於自身的戰略考量，於2023年減少對我們的供應需求。於2022年及2023年，產品銷售毛利率分別相對穩定維持於20.8%及20.2%。
- **提供服務。**提供服務的毛利由2022年的人民幣57.2百萬元增至2023年的人人民幣72.6百萬元，主要是由於安裝及售後服務的銷量因我們的業務增長而增加。提供服務的毛利率由2022年的19.7%增至2023年的20.8%，主要受益於規模經濟。

財務資料

銷售及營銷開支

我們的銷售及營銷開支由2022年的人民幣67.6百萬元增長33.8%至2023年的人民幣90.5百萬元，主要是由於(i)營銷及廣告開支增加人民幣10.3百萬元，主要因我們在營銷及廣告活動方面的努力，特別是通過電商平台進行線上銷售；(ii)員工福利開支增加人民幣7.0百萬元，主要因我們增加團隊規模以支持我們的持續增長，特別是增加團隊以支持海外市場的擴張；及(iii)與安裝及售後服務有關的客戶支援開支增加人民幣1.7百萬元，主要是由於通過電商平台進行線上銷售對服務的需求不斷增長。

一般及行政開支

我們的行政開支由2022年的人民幣53.7百萬元增長37.2%至2023年的人民幣73.7百萬元，主要是由於(i)員工福利開支增加人民幣7.5百萬元，主要因我們增加團隊規模以支持我們的持續增長；及(ii)2023年與[編纂]有關的[編纂]開支人民幣5.4百萬元。

研發開支

我們的研發開支由2022年的人民幣34.1百萬元增長20.5%至2023年的人民幣41.1百萬元，主要是由於員工福利開支增加人民幣6.0百萬元，主要因我們增加團隊規模以支持我們的持續增長。

金融資產減值(虧損)/撥回淨額

我們於2022年錄得金融資產減值虧損淨額人民幣6.7百萬元及於2023年錄得減值撥回淨額人民幣0.2百萬元，主要是由於收回的貿易應收款項超過相關期間錄得的減值。

其他收入

我們的其他收入由2022年的人民幣3.2百萬元增長113.1%至2023年的人民幣6.7百萬元。其他收入增加主要是由於我們在相關期間因適用政策而獲得的政府補貼出現波動。

財務資料

其他收益－淨額

與2022年的其他收益淨額人民幣0.8百萬元比較，我們錄得其他虧損淨額人民幣0.4百萬元，主要是由於我們的輕微違規而向汽車製造商支付的罰款或賠償金。

經營虧損

由於前文所述，我們的經營虧損由2022年的人民幣16.1百萬元增加279.3%至2023年的人民幣61.2百萬元。

財務成本淨額

我們的財務成本淨額由2022年的人民幣12.9百萬元減少37.7%至2023年的人民幣8.1百萬元，主要是由於按攤銷成本計量附帶優先權金融工具的利息開支因取消該等金融工具而減少人民幣6.2百萬元。我們的財務成本由財務收入部分抵銷，財務收入由2022年的人民幣1.4百萬元增長44.7%至2023年的人民幣2.0百萬元，主要是由於銀行存款結餘增加。

所得稅抵免

於2023年，我們的所得稅抵免為人民幣11.1百萬元，而2022年為人民幣3.9百萬元。

年／期內虧損

由於前文所述，我們於2023年錄得淨虧損人民幣58.1百萬元，而2022年為人民幣25.1百萬元。

財務資料

合併財務狀況表節選項目討論

下表載列截至所示日期我們合併財務狀況表的節選資料，有關資料摘錄自附錄一所載會計師報告：

	截至12月31日			截至3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
非流動資產.....	79,794	120,081	148,517	152,565
流動資產.....	909,403	797,582	687,921	796,660
總資產	989,197	917,663	836,438	949,225
非流動負債.....	14,046	10,648	13,012	18,900
流動負債.....	651,882	641,772	774,274	878,200
總負債	665,928	652,420	787,286	897,100
淨流動資產／(負債).....	257,521	155,810	(86,353)	(81,540)
淨資產	323,269	265,243	49,152	52,125
本公司擁有人應佔權益	309,911	251,463	45,860	48,861
非控股權益.....	13,358	13,780	3,292	3,264
總權益及負債.....	989,197	917,663	836,438	949,225

流動資產及流動負債

下表載列截至所示日期我們的流動資產及流動負債：

	截至12月31日			截至3月31日	截至7月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年	2025年
	(人民幣千元)				(未經審核)
流動資產					
存貨.....	138,023	153,154	165,711	179,173	160,672
貿易應收款項及應收票據.....	516,440	424,912	306,369	393,877	419,843
其他流動資產	17,762	22,945	61,765	58,273	65,595
按公允價值計入損益的金融資產 ..	31,983	1,506	—	—	—
按公允價值計入其他全面收益的金融					
資產.....	—	—	12,126	18,579	23,428
受限制現金	—	—	591	591	491
現金及現金等價物.....	205,195	195,065	141,359	146,167	76,188
總流動資產	909,403	797,582	687,921	796,660	746,217

財務資料

	截至12月31日			截至3月31日	截至7月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年	2025年
			(人民幣千元)		(未經審核)
流動負債					
貿易應付款項	351,735	296,529	324,921	367,837	367,634
其他應付款項及應計費用	17,101	35,134	28,379	25,500	19,300
借款	253,282	274,311	390,321	450,583	430,209
租賃負債	7,286	7,186	7,420	10,054	9,930
合同負債	5,375	10,526	12,829	10,225	9,171
撥備	13,061	13,912	10,213	12,098	13,484
即期所得稅負債	4,042	4,174	191	1,903	1,158
總流動負債	651,882	641,772	774,274	878,200	850,886
淨流動資產／(負債)	257,521	155,810	(86,353)	(81,540)	(104,669)

我們截至2025年7月31日錄得淨流動負債人民幣104.7百萬元，而截至2025年3月31日錄得淨流動負債人民幣81.5百萬元，主要由於(i)現金及現金等價物由截至2025年3月31日的人民幣146.2百萬元減少至截至2025年7月31日的人民幣76.2百萬元，主要因償還貸款，且隨著收入增加，應收賬款的收款滯後於應付賬款的結算；及(ii)撥備由截至2025年3月31日的人民幣12.1百萬元增加至人民幣13.5百萬元，主要因產品銷售增加導致就保修開支的撥備較高，由以下各項部分抵銷：(i)貿易應收款項及應收票據由截至2025年3月31日的人民幣393.9百萬元增加至截至2025年7月31日的人民幣419.8百萬元，主要因應收賬款收款的速度滯後收入增長速度及(ii)按公允價值計入其他全面收益的金融資產由截至2025年3月31日的人民幣18.6百萬元增加至截至2025年7月31日的人民幣23.4百萬元，主要因隨著收入增長應收賬款收款的速度有所滯後。

我們截至2025年3月31日錄得淨流動負債人民幣81.5百萬元，而截至2024年12月31日錄得淨流動負債人民幣86.4百萬元，主要由於(i)存貨由截至2024年12月31日的人民幣165.7百萬元增加至截至2025年3月31日的人民幣179.2百萬元，因正常業務過程中的波動；(ii)貿易應收款項及應收票據由截至2024年12月31日的人民幣306.4百萬元增加至截至2025年3月31日的人民幣393.9百萬元，主要因銷量增加；(iii)按公允價值計入其他全面收益的金融資產由截至2024年12月31日的人民幣12.1百萬元增加至截至2025年3月31日的人民幣18.6百萬元，主要因收入增加；(iv)現金及現金等價物由截至2024年12月31日的人民幣141.4百萬元增加至截至2025年3月31日的人民幣146.2百萬元，由銷售推動，由以下各項部分抵銷：(i)貿易應付款項由截至2024年12月31日的人民幣324.9百萬元增加至截至2025年3月31日的人民幣367.8百萬元，因正常業務過程中的波動；及(ii)借款由截至2024年12月31日的人民幣390.3百萬元增加至截至2025年3月31日的人民幣450.6百萬元，主要因基於運營需要的調整。

財務資料

我們截至2024年12月31日錄得淨流動負債人民幣86.4百萬元，而截至2023年12月31日錄得淨流動資產人民幣155.8百萬元，主要由於(i)借款由截至2023年12月31日的人民幣274.3百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣390.3百萬元，原因是基於運營需要的調整；(ii)貿易應付款項由截至2023年12月31日的人民幣296.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣324.9百萬元，主要由於預計出現更大的銷售額而作好準備；(iii)合同負債由截至2023年12月31日的人民幣10.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣12.8百萬元，主要由於未發貨的海外預售的預付款；及(iv)現金及現金等價物由截至2023年12月31日的人民幣195.1百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣141.4百萬元，主要由於海外拓展及向供應商付款周轉加快而影響現金儲備；由以下各項部分抵銷：(i)其他流動資產由截至2023年12月31日的人民幣22.9百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣61.8百萬元，主要由於按金增加；(ii)存貨由截至2023年12月31日的人民幣153.2百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣165.7百萬元，主要由於預計出現更大的銷售額而作好準備；及(iii)貿易應收款項及應收票據由截至2023年12月31日的人民幣424.9百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣306.4百萬元，主要由於銷售減少。

我們的淨流動資產由截至2022年12月31日的人民幣257.5百萬元減至截至2023年12月31日的人民幣155.8百萬元，主要由於(i)貿易應收款項及應收票據由截至2022年12月31日的人民幣516.4百萬元減至截至2023年12月31日的人民幣424.9百萬元，主要由於我們向相關客戶結清未償還餘額；(ii)按公允價值計入損益的金融資產由截至2022年12月31日的人民幣32.0百萬元減至截至2023年12月31日的人民幣1.5百萬元，主要由於理財產品到期；由以下各項部分抵銷：(i)貿易應付款項由截至2022年12月31日的人民幣351.7百萬元減至截至2023年12月31日的人民幣296.5百萬元，主要由於我們向相關供應商結清未償還餘額；(ii)借款由截至2022年12月31日的人民幣253.3百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣274.3百萬元，主要由於我們根據業務需要作出調整；及(iii)其他應付款項及應計費用由截至2022年12月31日的人民幣17.1百萬元增至截至2023年12月31日的人民幣35.1百萬元，主要由於我們的業務增長及員工人數增加，以及與一次性收購相關的長期資產應付款項。

為改善流動負債淨額狀況，我們優先採取能夠直接增加流動資產並推動收入增長及盈利能力的措施。我們其中一項關鍵舉措是投資於毛利率較高的先進產品，如電動汽車充電機器人。以我們的電動汽車充電機器人為例，按2025年已取得的訂單計，毛利率有望突破40%，而電動汽車充電樁的毛利率則約為20%。隨著該等產品獲得市場認可，預計其將為我們的收入及整體盈利水平帶來重大改善，從而進一步強化我們的流動資產淨值狀況。

財務資料

此外，我們亦致力嚴加監控催收到期的未結貿易應收款項。通過強化收款流程及與汽車製造商保持合作關係，我們可加快現金流入並降低應收款項預期風險。於往績記錄期間，我們合作的汽車製造商數目維持穩定，由2022年的16家略增至截至2025年3月31日止三個月的23家，體現了我們在業內的雄厚實力，及其帶來的穩定客戶群。儘管面臨部分電動汽車製造商對定價的下行壓力，我們仍在近期受益於兩大中國汽車製造商，彼等於2025年對我們電動汽車充電樁的報價較2024年的報價上調約10%，顯出積極的行業趨勢，有助於改善我們的毛利率及現金流入。

此外，我們正在擴展於零售及海外市場的業務。我們通過亞馬遜、天貓、美團、大眾點評、抖音及有贊等多個電商平台直接向客戶提供電動汽車充電樁，並計劃進一步開拓國際市場。於2025年，我們亦引入新的品牌大使，進一步提高我們在零售客戶中的品牌知名度。根據弗若斯特沙利文的資料，按2022年、2023年及2024年電商平台上家用電動汽車充電樁的零售額計，我們是前三大品牌之一。按往績記錄期間零售已售產品總數計算的平均價格為人民幣1,290.8元，較向汽車製造商銷售的平均價格人民幣739.9元高出約74.5%。此外，作為擴張策略的一部分，在中國汽車製造商進行海外擴張的同時，我們預期將增加對該等製造商的銷售，並進一步擴大我們的直銷渠道以觸及海外市場（尤其是東南亞市場）的零售客戶。例如，我們已與兩家領先汽車製造商建立合作關係，在泰國供應電動汽車充電樁，並與香港一家大型本地汽車分銷商達成合作，服務香港市場。

資產

存貨

我們的存貨主要包括(i)製成品、(ii)原材料及(iii)在製品。下表載列截至所示日期我們的存貨明細。

	截至12月31日			截至3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
存貨				
製成品	72,069	101,338	103,516	98,436
原材料	51,605	48,117	61,066	76,724
在製品	18,967	11,055	10,234	10,714
減：存貨減值撥備	(4,618)	(7,356)	(9,105)	(6,701)
總計	138,023	153,154	165,711	179,173

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的存貨分別為人民幣138.0百萬元、人民幣153.2百萬元、人民幣165.7百萬元及人民幣179.2百萬元。由2022年12月31日至2023年12月31日有所增加及由2023年12月31日至2024年12月有所增加，主要由於預計我們的業務增長會帶來更大的銷售額而作好準備。存貨於2024年12月31日至2025年3月31日有所增加，因正常業務過程中的波動所致。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們分別計提存貨減值準備人民幣4.6百萬元、人民幣7.4百萬元、人民幣9.1百萬元及人民幣6.7百萬元。存貨按成本與可變現淨值的較低者列賬。可變現淨值指在正常業務過程中的估計售價減去估計完工成本及進行銷售所需的估計成本。我們在往績記錄期間不時評估存貨減值，如果存貨過期或損壞，或其價格下跌，其可變現價值大幅降低，我們可能會計提撥備，將存貨撇減至可變現淨值。我們認為，我們已就存貨減值計提充足撥備。

下表載列於所示年度我們的存貨周轉天數。一個期間的存貨周轉天數等於期初及期末存貨結餘的平均值除以相關期間的存貨成本，再乘以相關期間的天數。

	截至12月31日止年度			截至3月31日 止三個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(天)			
平均存貨周轉天數 ⁽¹⁾	80	104	121	90

附註：

- (1) 一個期間的平均存貨周轉天數為相關期間的期初與期末存貨結餘的算術平均數除以相關期間的銷售成本再乘以365天（如屬全年期間）及90天（如屬三個月期間）。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年3月31日止三個月，我們的平均存貨周轉天數分別為80天、104天、121天及90天。存貨周轉天數由2022年的80天增加至2023年的104天，主要是由於存貨水平增加，以應對2024年上半年從汽車製造商客戶取得的訂單所帶來的預期銷量增長。存貨周轉天數由2023年的104天增加至2024年的121天，主要是由於存貨水平較銷售成本有所增加，因預計我們的海外業務增長會帶來更大的銷售額，而泰國工廠正處於初期生產階段。存貨周轉天數由2024年的121天下降至截至2025年3月31日的90天，主要是由於截至2025年3月31日止三個月銷量大幅增長，導致存貨周轉天數減少。

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，存貨的賬齡分析如下：

	截至12月31日			截至 3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
1年內	137,895	129,507	133,468	164,359
1至2年	3,934	30,391	27,895	11,633
超過2年	812	612	13,453	9,882
總計	142,641	160,510	174,816	185,874

於往績記錄期間，我們的存貨並無任何可回收性問題。

截至2025年7月31日，我們截至2025年3月31日尚未售出的存貨中的人民幣99.0百萬元或53.3%其後已動用。

貿易應收款項及應收票據

我們的貿易應收款項及應收票據主要指於日常業務過程中就所售商品或所提供服務而應收客戶的款項。下表載列截至所示日期我們的貿易應收款項及應收票據和減值撥備：

	截至12月31日			截至 3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
貿易應收款項及應收票據				
應收票據.....	23,020	32,022	8,817	—
貿易應收款項.....	507,101	405,159	345,329	441,752
減：減值撥備.....	(13,681)	(12,269)	(47,777)	(47,875)
總計	516,440	424,912	306,369	393,877

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的貿易應收款項及應收票據分別為人民幣516.4百萬元、人民幣424.9百萬元、人民幣306.4百萬元及人民幣393.9百萬元。截至同日，我們錄得減值撥備分別為人民幣13.7百萬元、人民幣12.3百萬元、人民幣47.8百萬元及人民幣47.9百萬元，乃由於我們基於賬齡分析及實踐經驗等因素評估預期可收回的虧損。減值撥備由2022年12月31日至2023年12月31日有所減少，主要是由於我們向相關客戶結清未償還餘額。減值撥備由2023年12月31日

財務資料

至2024年12月31日有所增加，主要是由於單一客戶違約導致出現不可收回應收賬款。減值撥備由2024年12月31日至2025年3月31日有所增加，主要是由於銷量增加。

下表載列於所示期間貿易應收款項周轉天數。一個期間的貿易應收款項周轉天數等於期初及期末貿易應收款項結餘的平均值除以相關期間的銷售成本，再乘以相關期間的天數。

	截至12月31日止年度			截至3月31日 止三個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(天)			
平均貿易應收款項周轉天數.....	194	248	231	163

附註：

- (1) 一個期間的貿易應收款項平均周轉天數等於相關期間貿易應收款項的期初與期末結餘的算術平均數除以該期間的收入再乘以365天（如屬全年期間）及90天（如屬三個月期間）。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年3月31日止三個月，我們的平均貿易應收款項周轉天數分別為194天、248天、231天及163天。截至2025年3月31日止三個月，我們的平均貿易應收款項周轉天數改善至163天，因為我們加強應收賬款管理並加大收款力度，導致此期間的收款情況有所改善。於往績記錄期間，我們的汽車製造商客戶為我們貢獻大部分收入，因此他們的付款方式嚴重影響我們的貿易應收款項周轉。根據弗若斯特沙利文的資料，按照行業慣例，汽車製造商通常會將賬目核對程序推遲至收到其終端客戶的付款之後，過程自終端客戶向汽車製造商下達電動汽車購買訂單起，可能需時長達五個月，包括(i)由下達電動汽車訂單至開始生產，需時長達四個月，主要由於汽車製造商的生產排期不同；(ii)由電動汽車開始生產至生產完成，需時長達一星期；(iii)由電動汽車生產完成至將其交付至指定地點，需時長達四星期；及(iv)由交付電動汽車至收到終端客戶付款，需時長達一星期。視乎汽車製造商不同的生產及銷售安排，彼等可能會在任何有關期間向我們下達訂單。接獲汽車製造商的訂單後，我們通常能在一至兩天內直接向汽車製造商交付產品或按汽車製造商的要求向終端客戶交付產品。交付後，在汽車製造商確認交付及通知我們已準備開立發票後，我們將向汽車製造商開立發票及結清付款。然而，實際上，由於汽車製造商具有強大談判能力，彼等通常能夠將付款程序延遲，直至汽車製造商向其終端客戶交付汽車及收到該終端客戶的付款為止，這並非由於我們的產品銷售及服務緩慢所致。根據弗若斯特沙利文的資料，且據本公司所知，延遲通常不是因汽車製造商銷售電動汽車緩慢所致，此乃電動汽車銷售過程的正常過程。由於汽車製造商具有強大談判能力，且支付

財務資料

處理時間較長，我們通常於交付後30至360天內向他們開立發票，而開立發票後的信用期為15至90個營業日不等。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，大部分貿易應收款項及應收票據的賬齡為270天內，金額分別為人民幣494.4百萬元、人民幣397.5百萬元、人民幣326.1百萬元及人民幣404.8百萬元，分別佔貿易應收款項及應收票據總額的93.3%、90.9%、92.1%及91.6%。賬齡超過270天的貿易應收款項及應收票據比例較低，截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日分別為人民幣35.7百萬元、人民幣39.7百萬元、人民幣28.0百萬元及人民幣37.0百萬元，分別佔貿易應收款項及應收票據總額的6.7%、9.1%、7.9%及8.4%。截至最後實際可行日期，賬齡在270天內並超過270天的貿易應收款項及應收票據分別為人民幣437.7百萬元及人民幣55.1百萬元，分別佔貿易應收款項及應收票據總額的88.8%及11.2%。貿易應收款項及應收票據賬齡超過270天的原因主要是其中一名主要客戶更換聯絡人及發票審批流程較長。具體而言，截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，賬齡超過270天的貿易應收款項及應收票據中，分別有人民幣7.4百萬元、人民幣25.6百萬元、人民幣9.2百萬元及人民幣12.4百萬元主要為應收一家汽車製造商（「該汽車製造商」）款項。根本原因是該汽車製造商的聯絡人離職，而替代人員花費很長時間重新處理發票流程。截至最後實際可行日期，截至2025年3月31日應收該汽車製造商的長期貿易應收款項及應收票據共計人民幣1.1百萬元已於其後開立發票及結清。由於我們的政策是在交貨後立即確認貿易應收款項，因此我們的貿易應收款項周轉天數相對較長。於往績記錄期間，貿易應收款項周轉天數的增加主要由於領先汽車製造商因其採購金額大和行業影響力大而慣常能在談判中爭取在我們向彼等發出發票前更長的結算期及更長的信用期。董事認為貿易應收款項周轉天數增加不會對我們的流動資金及整體業務造成重大不利影響。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，根據收入確認日期的貿易應收款項及應收票據賬齡分析如下：

	截至12月31日			截至 3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
1年內	508,403	405,079	328,031	415,662
1-2年.....	15,675	23,218	12,221	11,668
超過2年	6,043	8,884	13,894	14,422
總計	530,121	437,181	354,146	441,752

財務資料

於整個往績記錄期間內，我們並未就貿易應收款項及應收票據遭遇重大回收問題。未來，我們計劃通過以下措施更積極地管理收取貿易應收款項及相關流動資金狀況：(i)定期檢查應收款項的賬齡時間表，以及時發現及處理逾期賬款；(ii)考慮使用保理服務或發票融資來改善現金流；(iii)根據應收款項的周轉情況激勵我們的財務及業務團隊；及(iv)與供應商商議更好的付款條款，以更有效地管理現金流，為管理應收款項提供更大靈活性。

截至2025年7月31日，我們截至2025年3月31日尚未收回的貿易應收款項及應收票據中的人民幣214.8百萬元或48.6%其後已收回。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的整體現金轉換週期分別為96天、130天、127天及81天。我們大部分存貨為通用品，專用材料極少，不存在重大減值風險。除一名客戶出現財困，截至2024年12月31日個別撥備人民幣34.8百萬元及截至2025年3月31日撥備人民幣34.1百萬元外，其餘應收款項並無重大減值風險。存貨撥備乃就存貨賬面值高出可收回淨額的金額予以確認，並於綜合損益表入賬為銷售成本。截至2025年3月31日止三個月，我們的存貨及貿易應收款項的周轉天數及整體現金轉換週期已大幅改善。我們將努力監控未償還的貿易應收款項，並於到期時收回。

其他流動資產

我們的其他流動資產包括(i)其他應收款項，包括按金、向關聯方貸款和其他；(ii)預付款項，包括預付開支和材料預付款項；及(iii)將扣減的進項增值稅。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的其他流動資產分別為人民幣17.8百萬元、人民幣22.9百萬元、人民幣61.8百萬元及人民幣58.3百萬元。下表載列截至所示日期我們的其他流動資產明細：

	截至12月31日			截至3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
其他流動資產				
其他應收款項				
— 按金	5,796	6,579	7,767	8,785
— 向關聯方貸款	2,203	—	—	—
— 其他	1,975	1,545	337	1,570
減：信貸虧損撥備	(198)	(242)	(177)	(239)
	9,776	7,882	7,927	10,116

財務資料

	截至12月31日			截至3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
預付款項				
— 預付開支.....	2,662	5,070	26,323	28,487
— 材料預付款項.....	268	147	5,435	5,923
— 遞延[編纂]開支	—	1,791	8,951	9,375
	2,930	7,008	40,709	43,785
將扣減的進項增值稅	5,056	8,055	13,129	4,372
總計	17,762	22,945	61,765	58,273

按公允價值計入損益的金融資產

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們按公允價值計入損益的金融資產分別為人民幣32.0百萬元、人民幣1.5百萬元、零及零。我們將部分流動資金分配至短期低風險銀行理財產品，該等產品能帶來較一般銀行存款為高的回報。2022年至2023年有所減少，主要是由於金融產品到期。這些產品屆滿後到期，截至2024年12月31日到期後減少至零。由於我們計劃於[編纂]後不再投資理財產品，因此我們並無將資金重新投資於理財產品。我們按公允價值計入損益的金融資產指我們對理財產品的投資，這些理財產品存放在國有或信譽良好的全國性商業銀行或由其管理，這些銀行均為並無重大信貸風險的高信用等級金融機構。理財產品不保證本金和收益，因此其合同現金流量不符合單獨支付本金和利息的條件。因此，銀行發行的理財產品按公允價值計入損益。有關詳情，請參閱附錄一所載會計師報告附註23。

我們堅持審慎投資法，聚焦待合我們風險承受能力及戰略目標的理財產品。我們的資產分配決策會考慮風險偏好、投資期限及市場狀況等因素。我們採取謹慎態度，優先選擇風險相對較低的理財產品。具體而言，我們重點投資於低風險及高流動性的R1級銀行理財產品，通常能夠保本並帶來穩定回報。進行任何投資前，我們會進行嚴格的盡職調查，我們的風險管理框架包括壓力測試、情景分析及持續監控投資組合的表現。

財務資料

我們的財務部門掌控投資決策，通過定期檢查、合規檢查及風險評估確保有關決策遵守我們的投資政策。我們的理財團隊由經驗豐富及涉獵不同專業領域的專業人士組成。他們對投資產品、市場趨勢及風險管理策略有深入的了解。投資理財產品無需董事會批准。

[編纂]後，我們將不再投資理財產品。

現金及現金等價物

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣205.2百萬元、人民幣195.1百萬元、人民幣141.4百萬元及人民幣146.2百萬元。由2022年12月31日至2023年12月31日有所減少，主要是由於經營活動所用的現金增加及融資活動產生的現金減少，被投資活動產生的現金增加所部分抵銷。由2023年12月31日至2024年12月31日有所減少，主要是由於海外拓展及向供應商付款周轉加快而影響現金儲備。由2024年12月31日至2025年3月31日有所增加，主要是由於銷售增加。

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括(i)機器及模具、(ii)車輛、(iii)電子設備及其他、(iv)租賃物業裝修及(v)在建工程。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的物業、廠房及設備分別為人民幣31.0百萬元、人民幣40.3百萬元、人民幣44.5百萬元及人民幣42.8百萬元。該增加主要是由於在往績記錄期間興建新生產設施及生產線。

無形資產

我們的無形資產主要包括(i)軟件及(ii)非專利技術及其他。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的無形資產分別為人民幣6.3百萬元、人民幣16.3百萬元、人民幣16.5百萬元及人民幣17.2百萬元。該增加主要是由於我們的知識產權於往績記錄期間有所增加。

遞延所得稅資產

遞延所得稅資產是按照負債法使用預期在撥回暫時差額時採用的稅率就暫時差額全數計算。遞延所得稅資產金額受我們的盈利能力影響。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的遞延所得稅資產分別為人民幣24.0百萬元、人民幣44.3百萬元、人民幣48.3百萬元及人民幣48.8百萬元。

財務資料

負債

貿易應付款項

我們的貿易應付款項指於日常業務過程中就獲得供應商提供商品或服務作出付款的責任。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的貿易應付款項分別為人民幣351.7百萬元、人民幣296.5百萬元、人民幣324.9百萬元及人民幣367.8百萬元。由2022年12月31日至2023年12月31日有所減少，主要是由於我們致力加快結清與相關供應商的未償還結餘，使我們能從彼等獲得更有利的價格及降低我們的成本。由2023年至2024年有所增加並直至2025年3月31日進一步增加，主要是由於我們預計出現更大的銷售額而作好準備。授予我們的信用期一般在我們從供應商接獲發票後介乎30至120天。

下表載列於所示年度我們的貿易應付款項周轉天數。一個期間的貿易應付款項周轉天數等於期初及期末貿易應付款項結餘的平均值除以相關期間的銷售成本，再乘以相關期間的天數。

	截至12月31日止年度			截至3月31日
	2022年	2023年	2024年	止三個月 2025年
	(天)			
平均貿易應付款項周轉天數 ⁽¹⁾	178	222	225	172

附註：

- (1) 一個期間的貿易應付款項平均周轉天數等於相關期間貿易應付款項的期初與期末結餘的算術平均數除以該期間的銷售成本再乘以365天（如屬全年期間）及90天（如屬三個月期間）。

於2022年、2023年、2024年及截至2025年3月31日止三個月，我們平均貿易應付款項周轉天數分別為178天、222天、225天及172天。貿易應付款項周轉天數由2022年至2023年有所增加，主要是由於我們與供應商逐漸建立起信任關係，因此我們獲授予的信用期延長。由2024年至2025年3月31日的貿易應付款項周轉天數有所減少，主要是由於向客戶收款的情況有所改善，我們向供應商付款的情況亦因而有所改善。

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，根據購買日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	截至12月31日			截至3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
1年內	346,131	290,279	315,539	338,757
1-2年	2,384	2,875	3,759	21,166
超過2年	3,220	3,375	5,623	7,914
總計	<u>351,735</u>	<u>296,529</u>	<u>324,921</u>	<u>367,837</u>

截至2025年7月31日，我們截至2025年3月31日尚未償付的貿易應付款項中的人民幣192.8百萬元或50.3%其後已償付。

其他應付款項及應計費用

我們的其他應付款項及應計費用包括(i)應付薪金及福利、(ii)應計開支、(iii)應付稅項、(iv)按金及保證金、(v)與長期資產有關的應付款項及(vi)其他。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的其他應付款項及應計費用分別為人民幣17.1百萬元、人民幣35.1百萬元、人民幣28.4百萬元及人民幣25.5百萬元。由2022年12月31日至2023年12月31日有所增加，主要歸因於我們的業務增長及員工數目增加。具體而言，截至2023年12月31日，我們錄得與長期資產有關的應付款項人民幣9.9百萬元，主要指為提升我們的技術進行無形資產收購相關的未償還應付款項。由2023年12月31日至2024年12月31日有所減少，乃由於我們擁有尚未收回的按金，且按金金額有所減少。由2024年12月31日至2025年3月31日有所減少，主要是由於日常業務過程中退還按金。

財務資料

下表載列截至所示日期我們應計費用及其他應付款項的明細：

	截至12月31日			截至 3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
應計費用及其他應付款項				
應付薪金及福利	8,603	13,163	12,769	10,398
應計開支	2,498	2,868	6,237	3,947
應付增值稅及其他稅項	4,556	2,456	1,530	2,726
按金及保證金	976	1,356	2,102	1,863
與長期資產有關的應付款項	—	9,935	1,519	1,020
應付[編纂]開支	—	5,336	4,052	5,381
其他	468	20	170	165
總計	17,101	35,134	28,379	25,500

合同負債

我們的合同負債指我們的客戶和分銷商預先作出的對價。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的合同負債分別為人民幣5.4百萬元、人民幣10.5百萬元、人民幣12.8百萬元及人民幣10.2百萬元。由2022年至2024年有所增加，主要是由於我們的業務增長，尤其是線上銷售增加，在根據相關電商平台規則七天無條件退貨期屆滿之前，我們的有關收入將按合同負債入賬。由2024年12月31日至2025年3月31日有所減少，主要是由於有關尚未發貨產品的已收預付款項。截至2025年7月31日的人民幣6.8百萬元或我們截至2025年3月31日合同負債的66.1%已於其後確認為收入。

借款

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的借款分別為人民幣253.3百萬元、人民幣274.3百萬元、人民幣390.3百萬元及人民幣450.6百萬元。我們借款的金額是根據我們的經營需要作出調整。有關詳情，請參閱「一 債項 — 借款」。

財務資料

流動資金和資本來源

下表載列於所示年度我們的合併現金流量數據。

	截至12月31日止年度			截至3月31日止三個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			(未經審核)	
經營活動所用的現金淨額	(133,215)	(27,071)	(115,574)	(52,300)	(67,924)
投資活動(所用)/產生的					
現金淨額	(59,520)	14,802	(41,908)	(11,064)	(2,380)
融資活動產生的現金淨額	283,003	1,975	102,510	97,051	74,253
現金及現金等價物增加/(減少)淨額	90,268	(10,294)	(54,972)	33,687	3,949
年/期初現金及現金等價物	114,940	205,195	195,065	195,065	141,359
外匯匯率變動對現金及					
現金等價物的影響	(13)	164	1,266	(1,014)	859
年/期末現金及					
現金等價物	205,195	195,065	141,359	227,738	146,167

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的主要流動資金來源為經營活動及融資活動產生的現金。

經營活動所用的現金淨額

截至2025年3月31日止三個月，經營活動所用的現金淨額為人民幣67.9百萬元。我們期內虧損人民幣17.1百萬元與經營活動所用現金淨額之間的差額主要是由於營運資金變動，包括(i)貿易應收款項及應收票據增加人民幣105.5百萬元及(ii)存貨增加人民幣11.1百萬元，由(i)貿易應付款項增加人民幣56.4百萬元及(ii)應計款項及其他應付款項增加人民幣4.1百萬元部分抵銷。該金額由非現金項目進一步調整，主要包括(i)財務成本人民幣3.8百萬元及(ii)物業、廠房及設備折舊人民幣3.0百萬元。

財務資料

於2024年，經營活動所用的現金淨額為人民幣115.6百萬元。我們期內虧損人民幣235.9百萬元與經營活動所用現金淨額之間的差額主要是由於營運資金變動，包括(i)存貨增加人民幣14.3百萬元及(ii)預付款項、其他應收款項及其他資產增加人民幣40.3百萬元，由(i)貿易應收款項及應收票據減少人民幣70.4百萬元及(ii)貿易應付款項增加人民幣36.8百萬元部分抵銷。該金額由非現金項目進一步調整，主要包括(i)金融資產減值虧損人民幣38.5百萬元，(ii)財務成本人民幣13.0百萬元及(iii)物業、廠房及設備折舊人民幣11.2百萬元。

於2023年，經營活動所用的現金淨額為人民幣27.1百萬元。我們年內虧損人民幣58.1百萬元與經營活動產生的現金淨額之間的差額主要是由於營運資金變動，包括貿易應收款項及應收票據減少人民幣92.3百萬元，主要因我們向相關客戶結清未償還餘額，由貿易應付款項減少人民幣55.2百萬元部分抵銷，主要因我們向相關供應商結清未償還餘額。該金額由非現金項目進一步調整，主要包括物業、廠房及設備折舊人民幣8.4百萬元，由所得稅抵免人民幣11.1百萬元部分抵銷。

於2022年，經營活動所用現金淨額為人民幣133.2百萬元。我們年內虧損人民幣25.1百萬元與經營活動所用現金淨額之間的差額主要是由於營運資金變動，包括(i)貿易應收款項及應收票據增加人民幣278.6百萬元，(ii)存貨增加人民幣43.5百萬元，由(i)貿易應付款項增加人民幣161.2百萬元及(ii)應計費用及其他應付款項增加人民幣14.1百萬元部分抵銷，均主要因我們的業務增長和2022年第四季度的大量銷售訂單。該金額由非現金項目進一步抵銷，主要包括(i)財務成本人民幣12.9百萬元，及(ii)物業、廠房及設備折舊人民幣7.8百萬元。

投資活動(所用)／產生的現金淨額

截至2025年3月31日止三個月，投資活動所用現金淨額為人民幣2.4百萬元，主要是由於購買物業、廠房及設備人民幣2.8百萬元，由出售物業、廠房及設備所得款項人民幣0.9百萬元部分抵銷。

於2024年，投資活動所用現金淨額為人民幣41.9百萬元，主要是由於(i)購買按公允價值計入損益的金融資產人民幣42.0百萬元，(ii)支付按公允價值計入其他全面收益的金融資產人民幣15.6百萬元，(iii)購買物業、廠房及設備人民幣18.2百萬元及(iv)購買無形資產人民幣9.8百萬元，由出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項人民幣43.6百萬元部分抵銷。

財務資料

於2023年，投資活動產生的現金淨額為人民幣14.8百萬元，主要是由於(i)出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項人民幣147.1百萬元，由(i)購買按公允價值計入損益的金融資產人民幣116.2百萬元；(ii)購買物業、廠房及設備人民幣14.8百萬元及(iii)購買無形資產人民幣5.2百萬元部分抵銷。

於2022年，投資活動所用現金淨額為人民幣59.5百萬元，主要是由於(i)購買按公允價值計入損益的金融資產人民幣257.1百萬元；及(ii)購買物業、廠房及設備人民幣26.9百萬元，由出售按公允價值計入損益的金融資產所得款項人民幣227.3百萬元部分抵銷。

融資活動(所用)／產生的現金淨額

截至2025年3月31日止三個月，融資活動產生的現金淨額為人民幣74.3百萬元，主要是由於(i)借款所得款項人民幣195.9百萬元及(ii)股權／股份持有人出資所得款項人民幣20.0百萬元，由(i)償還借款人民幣135.9百萬元，(ii)已付借款利息人民幣3.4百萬元及(iii)就租賃負債已付本金付款人民幣2.0百萬元部分抵銷。

於2024年，融資活動產生的現金淨額為人民幣102.5百萬元，主要是由於(i)借款所得款項人民幣419.9百萬元及(ii)股權／股份持有人出資所得款項人民幣50.8百萬元，由(i)償還借款人民幣304.0百萬元，(ii)已付借款利息人民幣13.4百萬元，(iii)租賃負債本金付款人民幣9.0百萬元，(iv)收購附屬公司非控股權益人民幣33.8百萬元及(v)已付[編纂]開支人民幣7.5百萬元部分抵銷。

於2023年，融資活動產生的現金淨額為人民幣2.0百萬元，主要是由於借款所得款項人民幣284.0百萬元，由(i)償還借款人民幣263.0百萬元；及(ii)已付利息人民幣9.6百萬元部分抵銷。

於2022年，融資活動產生的現金淨額為人民幣283.0百萬元，主要是由於(i)借款所得款項人民幣263.1百萬元；及(ii)權益／股份持有人出資所得款項人民幣159.5百萬元；由(i)償還借款人民幣123.9百萬元；及(ii)已付利息人民幣7.5百萬元部分抵銷。

營運資金

截至2025年3月31日，我們的現金及現金等價物為人民幣146.2百萬元。我們計劃通過以下方式提高營運資金充足率：(i)有效吸引和留住我們的客戶和用戶，以推動我們的收入增長和盈利能力，(ii)繼續為客戶和用戶創造價值，探索額外的變現機會，幫助我們擴大收入並實現盈利，及(iii)通過提高運營效率來有效管理我們的成本和開支。

財務資料

此外，為了更有效地管理我們的存貨周轉天數、貿易應收款項及應收票據以及一般流動資金，我們打算(i)實施更嚴格的信貸控制措施，(ii)加強我們的收款工作，以及(iii)定期審查我們的信貸政策，以確保其符合我們的業務和市場狀況。我們亦可能透過發行股本或債務相關證券或透過從政府或金融機構獲得信貸來籌集額外資金。我們將繼續密切監控運營現金流。

我們擬主要自經營活動預期將產生的現金和融資活動籌集的資金（包括我們將從[編纂]中獲得的[編纂]淨額）為我們未來的營運資金需求和資本支出提供資金。我們可能無法以對我們有利的條款獲得額外融資，甚至根本無法獲得額外融資。如果我們無法在需要時獲得充足的融資或以令我們滿意的條款獲得融資，我們繼續支持業務增長、開發產品升級和應對業務挑戰的能力可能會受到重大損害，而我們的業務、經營業績及財務狀況可能會受到不利影響。請參閱「風險因素－與我們的業務及行業有關的風險－我們可能需要籌集更多資金，而我們可能無法在需要時以有利的條款獲得此等資金，甚至根本無法獲得資金」。

營運資金充足性聲明

經考慮[編纂]的估計[編纂]淨額、手頭現金及現金等價物、可用銀行融資及經營活動產生的現金流量，董事相信本集團擁有足夠的營運資金滿足目前以及本文件日期起計未來12個月的需求。

資本支出

我們產生的資本支出主要與購買物業、廠房及設備以及無形資產（例如軟件及專利）有關。下表載列於所示年度我們的資本支出。

	截至12月31日止年度			截至3月31日 止三個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
添置：				
物業、廠房及設備.....	21,777	19,456	15,287	2,098
無形資產.....	4,097	11,181	2,466	1,257
總計.....	<u>25,874</u>	<u>30,637</u>	<u>17,753</u>	<u>3,355</u>

財務資料

於2022年、2023年、2024年及截至2025年3月31日止三個月，我們的資本支出分別為人民幣25.9百萬元、人民幣30.6百萬元、人民幣17.8百萬元及人民幣3.4百萬元。我們擬使用現有現金結餘和[編纂][編纂]為我們的未來資本支出提供資金。我們將繼續進行資本支出，以滿足我們業務的預期增長。請參閱「未來計劃及[編纂]用途—[編纂]用途」。

債項

下表載列截至所示日期我們財務債項的明細：

	截至12月31日			截至3月31日	截至7月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年	2025年
	(人民幣千元)				
					(未經審核)
非即期：					
租賃負債，非即期	5,119	4,839	5,825	8,669	4,269
即期：					
租賃負債，即期	7,286	7,186	7,420	10,054	9,930
借款	253,282	274,311	390,321	450,583	430,209
總計	<u>265,687</u>	<u>286,336</u>	<u>403,566</u>	<u>469,306</u>	<u>444,408</u>

租賃負債

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的租賃負債（包括即期及非即期）分別為人民幣12.4百萬元、人民幣12.0百萬元、人民幣13.2百萬元及人民幣18.7百萬元。由2022年12月31日至2023年12月31日有所減少，主要是由於我們就相關租賃協議作出付款。由2023年12月31日至2024年12月31日有所增加及由2024年12月31日至2025年3月31日有所增加，主要是由於租賃物業擴張。

借款

我們的借款主要來自金融機構。我們的所有借款均以人民幣計值。我們的借款金額會根據我們的經營需要進行調整。所有借款均分類為流動負債並已全面承諾，截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日分別為人民幣253.3百萬元、人民幣274.3百萬元、人民幣390.3百萬元及人民幣450.6百萬元，而加權實際利率分別為4.00%、3.77%、3.58%及3.23%。截至2025年7月31日，我們的借款為人民幣430.2百萬元。截至2025年7月31日，我們的資產負債比率為852.6%。借款利率介乎2.55%至3.60%不等。此外，截至2025年7月31日，我們的已承諾但未動用銀行融資合共為人民幣170百萬元。

財務資料

我們的借款包括由關聯方提供擔保的借款以及無抵押或無擔保的借款。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，無抵押及有擔保借款分別為人民幣203.2百萬元、人民幣274.3百萬元、人民幣390.3百萬元及人民幣450.6百萬元；我們的無抵押及無擔保借款分別為人民幣30.0百萬元、零、零及零；而我們的有抵押及有擔保借款分別為人民幣20.0百萬元、零、零及零。有關詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註33。預期關聯方提供的所有擔保將於[編纂]時解除。

截至2025年7月31日，我們已動用銀行融資人民幣60百萬元，並承諾餘下銀行融資人民幣170百萬元可供使用且尚未動用。

具體而言，我們已訂立的銀行貸款協議載有對本公司、我們附屬公司及／或擔保人施加若干限制或維護要求的契諾，包括（其中包括）：

- 擔保人及／或借款人（如適用）不得改變其業務的一般性質；及
- 未經貸款人批准，擔保人及／或借款人（如適用）不得向第三方額外借款或對其財產或資產建立任何留置權。

銀行貸款協議載有標準違約事件，如控制權變更、破產和具有重大不利影響的事件。

若違反該等主要條款或該等主要條款有不利變動，可能導致我們的還款義務提前到期或失去融資渠道，可能對我們的流動資金、財務狀況及整體財務可行性造成重大不利影響。

董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們概無嚴重拖欠銀行及其他借款，也概無違反任何契諾（未獲豁免）。董事進一步確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在獲取信貸融資、提取融資或要求提早還款方面並未遭遇任何重大困難。

財務資料

除另有披露者外，截至2025年7月31日（即我們債項聲明的最後實際可行日期），我們並無任何未償還貸款、已發行或同意將予發行的資本、債務證券、按揭、押記、債權證、銀行透支、貸款或其他類似債項、承兌負債或承兌信貸、租購承擔或其他或然負債。董事確認，截至最後實際可行日期，我們的債項自2025年7月31日以來概無重大變動。截至最後實際可行日期，我們的債項中並無可能會大幅限制我們取得未來融資能力的重大限制性契諾，我們於往績記錄期間及直至最後實際可行日期也無任何重大債項違約或違反契諾。

合同義務

資本承擔

下表載列截至所示日期我們的資本承擔。於往績記錄期間，我們的資本承擔主要指我們簽訂有關購買物業、廠房及設備的合同的資本支出。

	截至12月31日			截至3月31日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)			
資本承擔				
物業、廠房及設備	4,245	411	—	—

資產負債表外安排

截至最後實際可行日期，我們並無任何重大資產負債表外承諾或安排。

關聯方交易

我們不時與關聯方進行交易。董事認為，附錄一所載會計師報告附註40所載的各項關聯方交易均由相關訂約方於日常業務過程中，按公平原則及正常商業條款進行。董事亦認為，往績記錄期間的關聯方交易不會扭曲我們的往績記錄業績或導致我們的歷史業績無法反映我們未來的業績。

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們與貿易性質的關聯方的未償還結餘包括(i)貿易應收款項及應收票據分別為零、零、零及零；(ii)貿易應付款項分別為人民幣1.3百萬元、人民幣1.5百萬元、零及零；及(iii)合同負債分別為人民幣0.2百萬元、人民幣1.0百萬元、零及零。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們與非貿易性質的關聯方的未償還結餘包括(i)其他應收款項分別為人民幣2.2百萬元、零、零及零；及(ii)借款分別為零、零、零及零。有關按貿易性和非貿易性分類的關聯方的結餘詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註41。與關聯方的未償還結餘預期將於[編纂]後悉數結清。

主要財務比率

下表載列所示年度我們的若干主要財務比率。

	截至12月31日／截至該日止年度			截至3月31日／ 截至該日止 三個月
	2022年	2023年	2024年	2025年
毛利率 ⁽¹⁾	20.4%	20.5%	14.9%	16.5%
流動比率 ⁽²⁾	139.5%	124.3%	88.8%	90.7%
資產負債比率 ⁽³⁾	82.2%	108.0%	821.1%	900.3%

附註：

- (1) 毛利率等於年內毛利除以收入。
- (2) 流動比率等於截至期末的流動資產除以流動負債。
- (3) 資產負債比率等於截至期末的總債務除以總權益。總債務包括租賃負債及借款。詳情請參閱附錄一所載會計師報告第I-11至I-16頁的合併權益變動表。

於2022年、2023年及2024年以及2025年3月31日，我們的毛利率分別達20.4%、20.5%、14.9%及16.5%。毛利於2022年及2023年維持相對穩定，分別為20.4%及20.5%。由2023年的20.5%下降至截至2024年12月31日的14.9%主要由於市場降價壓力，而我們接受降價壓力以維持競爭地位。

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的流動比率分別達139.5%、124.3%、88.8%及90.7%。於往績記錄期間該下降主要受根據我們的經營需要調整的借款增加所推動。

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，我們的資產負債比率分別達82.2%、108.0%、821.1%及900.3%。上升主要是由於總權益減少及根據我們的經營需要調整的借款增加所致。

有關影響我們於往績記錄期間的主要財務比率的因素的更全面討論，請參閱「財務資料－經營業績討論」。

市場風險的定量及定性披露

我們的活動使我們面臨各種財務風險，主要是市場風險（包括外匯風險、現金流量及公允價值利率風險及價格風險）、信貸風險及流動資金風險。我們的整體風險管理計劃側重於金融市場的不可預測性，並力求最大限度地減少對我們財務業績的潛在不利影響。

市場風險

外匯風險

外匯風險來自以相關集團實體功能貨幣以外的貨幣計值的未來商業交易及已確認資產及負債。我們及我們的主要附屬公司均於中國內地註冊成立，並將人民幣視為我們的功能貨幣。

我們主要面臨人民幣兌美元匯率變動的風險。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，倘美元兌人民幣升值／貶值10%，且所有其他變量維持不變，則截至該日止年度的除所得稅前虧損將約為減少／增加人民幣2.0千元、人民幣334千元、人民幣1.2百萬元及人民幣1.4百萬元，乃由於換算以美元計值的現金及現金等價物的匯兌收益／虧損所致。

現金流量及公允價值利率風險

除現金及現金等價物、受限制現金以及按公允價值計入損益的金融資產外，我們並無重大計息資產。我們的收入及經營現金流量在很大程度上獨立於市場利率的變動。

我們的利率風險主要來自借款。按浮動利率取得的借款使我們面臨現金流量利率風險。按固定利率取得的借款使我們面臨公允價值利率風險。有關償還借款的利率及條款的詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註33。於往績記錄期間，我們並無使用任何利率掉期合約或其他金融工具對沖其利率風險。

財務資料

截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年3月31日，倘我們按浮動利率取得的借款利率上調／下調0.5%，則截至該年度或期間的除所得稅前虧損將分別增加／減少零、人民幣0.1百萬元、零及零。

價格風險

我們並無面臨股本證券價格風險。

信貸風險

信貸風險來自現金及現金等價物、受限制現金、貿易應收款項及應收票據以及其他應收款項。上述各類金融資產的賬面值指我們所面臨的與相應類別金融資產有關的最大信貸風險。

風險管理

為管理此風險，現金及現金等價物以及受限制現金主要存放於中國內地國有或信譽良好的金融機構，該等機構均為高信貸質素的金融機構。

為管理貿易應收款項及應收票據產生的風險，我們已制定政策以確保向具有適當信貸記錄的對手方提供信用期，且我們的管理層會持續對對手方進行信貸評估。貿易應收款項及應收票據已根據共同信貸風險特徵及賬齡分組以計量預期信貸虧損。貿易應收款項及應收票據於無法合理預期可收回時撇銷。貿易應收款項及應收票據的減值虧損於經營溢利內呈列為減值虧損淨額。其後收回先前撇銷的金額計入同一項目。

就其他應收款項而言，管理層根據過往結算記錄及過往經驗對其他應收款項的可收回性進行定期集體評估及個別評估。

金融資產減值

我們三種類型的金融資產須遵守預期信貸虧損模型：

- 現金及現金等價物、受限制現金；
- 貿易應收款項及應收票據；
- 其他應收款項。

財務資料

銀行及手頭現金

為管理現金及現金等價物以及受限制現金所產生的風險，我們僅與中國內地的國有或信譽良好的金融機構進行交易。該等金融機構近期並無違約記錄。該等工具被視為具有低信貸風險，原因是該等工具的違約風險低且對手方有能力在短期內履行其合同現金流量責任。現金及現金等價物以及受限制現金亦須遵守國際財務報告準則第9號的減值規定，而已識別減值虧損並不重大。

貿易應收款項及應收票據

我們應用國際財務報告準則第9號簡化方法計量預期信貸虧損，該方法對所有貿易應收款項及應收票據使用全期預期虧損撥備。為計量預期信貸虧損，貿易應收款項及應收票據已根據共同信貸風險特徵及賬齡分組。

預期虧損率乃基於各報告期間內對手方的信貸評級及銷售的付款情況以及對手方於報告期間持續違約的可能性釐定。歷史虧損率已經調整以反映影響客戶結算應收款項能力的宏觀經濟因素的當前及前瞻性資料。我們已確定國內生產總值（「國內生產總值」）為最相關的因素，並根據該等因素的預期變化相應調整歷史虧損率。

其他應收款項

其他應收款項主要包括關聯方款項、按金及其他。我們所有按攤銷成本計量的金融資產均按12個月預期信貸虧損或整個存續期預期信貸虧損計量，視乎自初始確認以來信貸風險是否顯著增加而定（詳見本文件附錄一會計師報告附註22）。

其他應收款項於無法合理預期可收回時撇銷。

其他應收款項的減值虧損呈列為經營虧損內的減值撥回／（虧損）淨額。其後收回先前撇銷的金額會計入同一項目。

流動資金風險

審慎的流動資金風險管理意味着維持充足的現金及現金等價物。由於相關業務的動態性質，我們的政策是定期監測我們的流動資金風險並維持足夠的現金及現金等價物以符合我們的流動資金要求。

財務資料

股息

自我們註冊成立後，我們或我們的任何附屬公司並無支付或宣派股息。於往績記錄期間後及直至本文件日期，我們並無向股東宣派任何股息。

我們並無制定正式股息政策，亦無固定股息派付率，且我們可通過現金或其他董事會認為合適的方式分派股息。任何擬分派股息須經董事會酌情決定並經股東批准。根據組織章程細則，董事會可在慮及我們的經營業績、財務狀況、運營要求、資本要求、股東利益及董事會可能認為相關的任何其他條件後在未來建議分派股息。我們無法向閣下保證我們將能夠在任何年度分派上述金額或任何金額的股息，或根本無法分派股息。宣派及支付股息亦可能會受到法律限制及受到貸款或本公司與我們的附屬公司訂立或日後可能訂立的其他協議的限制。根據中國法律，僅可使用可分配利潤派付股息，可分配利潤是根據中國公認會計原則或國際財務報告準則（以較低者為準）計算的利潤，扣除任何可收回累計虧損及我們按規定轉撥至法定及其他準備金的款項。我們未必能擁有充足的或可分配的利潤，使我們能夠向股東派付股息（包括在我們賺取盈利的年度）。據中國法律顧問告知，我們擁有累計虧損時不得派付股息。詳情請參閱「風險因素－與在我們主要經營所在國家開展業務有關的風險－股息的派付受中國法律限制。」。此外，我們日後分派股息的能力亦取決於我們能否從附屬公司收取股息。

可分派儲備金

截至2025年3月31日，我們並無任何可分派儲備金。

[編纂]開支

根據[編纂]中位數[編纂]港元（即每股[編纂][編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元的中位數），假設[編纂]未獲行使，本公司應付[編纂]開支總額（包括[編纂]）估計約為[編纂]港元（相當於約人民幣[編纂]萬元），佔[編纂][編纂]總額的[編纂]%。該等[編纂]開支主要包括就[編纂]及[編纂]提供的服務而已付及應付予專業方的專業費用以及應付予[編纂]的[編纂]。下表載列根據[編纂]中位數[編纂]港元的[編纂][編纂]開支明細。

財務資料

[編纂]開支	按[編纂][編纂]元 (千港元)
[編纂]相關開支	[編纂]
[編纂]相關開支	[編纂]
法律及審計開支	[編纂]
其他開支	[編纂]
總計	[編纂]

截至2025年3月31日，我們就[編纂]產生[編纂]開支人民幣[編纂]元（相當於約[編纂]港元），其中人民幣[編纂]元（相當於約[編纂]港元）已於往績記錄期間在我們的合併全面（虧損）／收益表中確認，而人民幣[編纂]元（相當於約[編纂]港元）已確認為發行股份直接應佔的[編纂]開支，並將於[編纂]後自權益中扣除。我們估計將進一步產生的人民幣[編纂]元的額外[編纂]開支（包括[編纂]人民幣[編纂]元（相當於約[編纂]港元），假設[編纂]未獲行使及基於每股[編纂][編纂][編纂]港元），佔我們[編纂]總額的[編纂]%，其中人民幣[編纂]元（相當於約[編纂]港元）預計將於[編纂]後計入我們的合併全面（虧損）／收益表及人民幣[編纂]元（相當於約[編纂]港元）預計將於[編纂]後計入權益。

財 務 資 料

[編 纂]

財 務 資 料

[編纂]

無重大不利變動

董事確認，直至本文件日期，自2025年3月31日（即附錄一所載會計師報告的報告期末）起我們的財務、營運或貿易狀況、債項、抵押、或然負債、擔保或前景並無重大不利變動；及自2025年3月31日起並無對本文件附錄一所載會計師報告中的資料產生重大影響的事件。

上市規則規定的披露

我們確認截至最後實際可行日期，並無根據上市規則第13.13至第13.19條規定作出披露的情況。