

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概要。由於此為概要，故並不包括對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請閱讀整份文件。

任何[編纂]均涉及風險。有關[編纂][編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前務請細閱該節。

本節所用若干詞彙的定義載於本文件「釋義」及「技術詞彙表」章節。

關於我們

根據灼識諮詢的資料，以2024年的相關收入計，聚水潭是中國最大的電商SaaS ERP提供商，佔據24.4%的市場份額（超過其他五大參與者的總和）。根據灼識諮詢的資料，2024年中國電商SaaS ERP市場的規模（按商家支出計）為人民幣31億元。在中國電商運營SaaS市場中，按2024年SaaS總收入計，我們同樣排名第一，市場份額為8.7%。此外，根據灼識諮詢的資料，以2024年的相關收入計，我們是中國第二大電商SaaS提供商，佔據7.1%的市場份額。中國電商SaaS市場包括(i)電商運營SaaS；及(ii)建站管理SaaS。中國電商運營SaaS市場主要包括(i)ERP、(ii)CRM、(iii)銷售及營銷管理及(iv)其他，例如數據分析、人力資本管理及財務管理。有關詳情，請參閱「行業概覽－中國電商SaaS市場」。

憑藉我們在過去超過25年由創始人積累的行業洞察，我們已開發出雲端電商SaaS產品，能夠推動商家客戶與中國乃至全球逾400個電商平台相連，而根據灼識諮詢的資料，行業平均連接的電商平台數量少於200個。我們的產品為不同類型及規模的客戶提供一套統一且直觀的業務監控、運營及管理工具，並賦能其做出數據驅動的智能決策，使其能夠在快速發展的電商行業中脫穎而出。根據灼識諮詢的資料，於2024年，我們為88.4千名不同類別的SaaS客戶提供服務，而於2024年行業平均服務的客戶數不足20千名。於2024年，我們的淨客戶收入留存率為115%。

概 要

依託於強大的技術基礎設施，我們的產品得以在訪問量高峰情況下仍能保持穩定。例如，我們在2024年「雙11」期間成功處理了約16億份訂單，創造了行業領先的記錄，有力彰顯了我們技術基礎設施的穩定性。我們還為工程師建立一個具有可擴展架構和豐富開發工具包的開發平台，以促進我們的產品及時發佈與迭代。我們能夠擁抱最新行業趨勢，滿足用戶在不同場景下的多樣化需求，保持我們的領先地位。

我們已建立了覆蓋全國的客戶網絡（由我們的銷售人員、實施工程師及售後服務團隊組成）。我們相信我們的客戶成功網絡是得以高效獲取及維繫客戶的核心能力，從而可以建立長期的客戶關係並提高運營效率。通過我們銷售及營銷工作及客戶的口碑推薦，我們具備可持續擴張及有效獲取新客戶的得天獨厚優勢，這使得我們的LTV/CAC比率在業績記錄期實現市場領先水平，該比率在2022年、2023年及2024年分別為6.2倍、7.7倍及9.3倍。LTV/CAC比率衡量客戶生命週期價值與獲客成本之間的關係。它說明公司的單位經濟效益和獲客效率。根據灼識諮詢的資料，LTV/CAC比率是SaaS行業常用的衡量指標，而行業平均值約為3倍。同時，我們的客戶成功網絡使我們能夠向客戶交叉銷售其他產品和服務。於2022年、2023年及2024年，購買兩款或以上聚水潭產品的客戶貢獻了我們同期總SaaS收入的30.6%、33.0%及37.7%。

我們提供一站式的豐富SaaS產品和服務，幫助客戶無縫升級業務能力、提高業績表現並發展跨平台業務，同時極大降低部署和運營成本。

- 聚水潭ERP是我們的核心SaaS產品，服務商家客戶在主要電商平台上處理電商訂單相關的核心需求。我們的聚水潭ERP設計簡約且易操作。商家可通過聚水潭ERP輕鬆整合、同步及統籌協調其所有店鋪、訂單、產品、庫存及各平台的其他運營或財務數據，享受便捷的跨平台業務體驗。聚水潭ERP提供的主要功能包括(i)訂單管理系統（「OMS」），可實現跨電商平台上多個店鋪訂單的實時同步和集中管理；(ii)倉儲管理系統（「WMS」），可提供實時庫存和物流信息使得倉儲管理過程一目了然；(iii)採購管理系統（「PMS」），通過在一個系統連接工廠、供應商和商家，幫助商家優化其採購管理；及(iv)分銷管理系統（「DMS」），可集中管理來自不同渠道（直銷、線上分銷和線下分銷）的訂單。根據灼識諮詢報告，聚水潭ERP已成為最受中國商家歡迎的電商SaaS ERP品牌。

概 要

- 以ERP為核心，我們進一步擴大產品和服務範圍並延伸至其他電商運營SaaS產品，現已成為一站式電商SaaS提供商。我們豐富的SaaS工具可滿足電商參與者的各類需求，使其具備財務會計、管理報告及分析、工作流程管理及批發市場採購等能力。例如，我們的聚勝算為商家自動編製每日、每週、每月、季度和年度財務報表，覆蓋電商業務中各種成本和開支。使用我們的產品後，用戶可以更好地協同內部資源及與外部合作夥伴（包括供應商、分銷商、物流及倉儲服務供應商）合作。



概 要

得益於客戶的成功，我們的業務也取得了快速增長。2024年，我們的總收入和年度經常性收入分別達人民幣909.8百萬元和人民幣1,098.1百萬元，2022年至2024年的複合年增長率分別為31.9%和33.6%。我們的核心業務及財務表現如下圖所示：



附註：(1)於中國電商SaaS ERP領域及按收入計。

我們的市場機會

中國電商市場取得了顯著發展，且一直在迅速演進。根據灼識諮詢的資料，於2024年，中國電商商家數量已超過27百萬家，實體商品線上零售額達人民幣13.9萬億元，佔中國消費總額的28.4%。隨著電商平台不斷多樣化及創新商業模式的出現，超過一半中國電商商家已實現跨多個平台經營。

然而，缺乏一體化軟件產品的跨平台運營可能會混亂且低效。

- 商家和其他電商行業從業者為管理大量SKU和訂單可能需同時登錄多個獨立系統，造成不順暢且分散化的運營體驗。此外，商家往往缺乏可集中即時管理訂單、庫存信息及售後服務的工具。
- 中國的電商行業格局高度分散，每一領域都有大量參與者參與其中，例如電商供應商、商家及第三方物流及倉儲服務提供商。大多數參與者經常使用不同的管理軟件，使得他們之間難以互相連接和共享數據，因而極大降低了行業整體效率。

概 要

因此，雲端一體化解決方案在幫助電商商家簡化運營流程並形成跨平台業務全景視圖等方面至關重要。根據灼識諮詢的資料，截至2024年12月31日，聚水潭電商SaaS已對接中國及全球逾400個電商平台，是中國電商SaaS行業中覆蓋電商平台最廣的提供商之一。於使用我們的產品時，商家將各電商平台的網店與我們的ERP產品建立對接。因此，商家可於一個地方輕鬆整合、同步及統籌協調其所有店舖、訂單、產品、庫存及各個平台的其他運營或財務數據，享受便捷的跨平台商業管理體驗。

中國電商商家對於能幫助其商舖蓬勃發展和成功的數字化解決方案的付費意願不斷增強。根據灼識諮詢的資料，2024年，中國電商商家的IT支出總額達人民幣1,377億元，預計到2029年將進一步增長到人民幣2,529億元。根據灼識諮詢的資料，2024年電商SaaS ERP在中國活躍電商商家的滲透率處於1.6%的相對較低水平，預計未來將穩步增長。我們認為，我們有很大的機會提高我們的電商SaaS產品在多元化電商商家的滲透率，目前的客戶群僅佔我們目標客戶的一小部分。

我們對客戶的價值

我們致力於提供為客戶在激烈的挑戰中引領方向並幫助其實現業務擴張的電商SaaS產品。因此，聚水潭鞏固了其作為中國電商商家首選解決方案的行業地位。具體而言，我們為客戶帶來的核心價值包括：

- **首選跨平台電商增長解決方案：**我們的一體化電商SaaS產品包括核心電商運營功能、穩健且安全的基礎設施以及分析及預測工具。我們能夠一站式地協助客戶完成跨電商平台電商業務，幫助其迅速抓住直播電商等新興機會，賦能其業務開拓；
- **高效運營的靈活性及易用性：**我們的SaaS產品是完全基於雲端的易用產品，極大降低了前期或本地部署成本，並能夠為客戶自動升級日常運營功能。我們的產品提供實時庫存及物流信息，且可自動生成告知採購時間及數量的採購計劃。此外，我們提供跨電商平台上多個店舖訂單的實時同步和集中管理，以供商家更好管理其訂單。因此，我們可幫助客戶顯著降低缺貨風險，最大限度地減少庫存積壓，並提高訂單管理的準確性及效率；

概 要

- **賦能客戶長期成功：**我們已建立一個快速響應、可擴展性高的客戶成功網絡，由約2,200名經驗豐富的專業人士組成，包括銷售人員、工程師和售後服務團隊。我們的客戶成功網絡覆蓋全國，可幫助客戶找到最適合其需求的產品，為其提供實操產品培訓、針對複雜場景的系統調試和解決方案，並提供及時的售後服務；及
- **對接廣泛的行業合作夥伴：**我們將客戶與各種行業合作夥伴對接，形成一個緊密而有凝聚力的網絡。截至2024年12月31日，聚水潭電商SaaS已對接中國及全球逾400個電商平台以及逾800個全球物流倉儲服務提供商。通過為客戶搭建一個廣泛的行業合作夥伴關係，我們也帶動了整個行業自我強化的雙贏合作，極大地促進了客戶的可持續增長。

我們的產品

我們提供雲端部署SaaS產品，為客戶在快速發展的電商行業中提供廣泛、統一且直觀的業務監控、運營及管理工具。我們全面的產品主要包括：(i)電商SaaS ERP產品，及(ii)其他電商運營SaaS產品。於2022年、2023年及2024年，我們電商SaaS ERP產品產生的收入分別為人民幣457.1百萬元、人民幣600.3百萬元及人民幣765.0百萬元，分別佔同期我們總收入的87.4%、86.1%及84.0%。於2022年、2023年及2024年，我們其他電商運營產品產生的收入分別為人民幣40.8百萬元、人民幣69.6百萬元及人民幣112.5百萬元，分別佔同期我們總收入的7.8%、10.0%及12.4%。

概 要

下圖載列我們SaaS產品的核心產品矩陣：

產品	主要特性	收費模式
聚水潭ERP— 企業版	• 訂單管理系統（「OMS」） • 倉儲管理系統（「WMS」） • 採購管理系統（「PMS」） • 分銷管理系統（「DMS」） • 現場部署實施及其他增值服務以及線上支持	按(i)年度訂閱或(ii)通過產品處理的訂單數量進行收費
聚水潭ERP— 專業版	• 訂單管理系統（「OMS」） • 採購管理系統（「PMS」） • 分銷管理系統（「DMS」） • 初始現場部署實施以及線上支持	按年度訂閱收費
聚勝算	• 管理報告及分析	按年度訂閱收費
其他產品	• 財務會計 • 工作流程管理 • 批發採購管理	按年度訂閱收費

概 要

下表載列我們的收入及毛利率按產品類別劃分的明細：

	截至12月31日止年度								
	2022年			2023年			2024年		
	佔總收入 的百分比		毛利率	佔總收入 的百分比		毛利率	佔總收入 的百分比		毛利率
	收入	(%)	(%)	收入	(%)	(%)	收入	(%)	(%)
(以人民幣千元計，百分比除外)									
SaaS	497,935	95.2	53.3	669,874	96.1	63.4	877,530	96.4	69.9
出售配套									
設備	17,697	3.4	25.8	17,813	2.6	27.5	18,002	2.0	33.6
營銷服務費	6,998	1.3	46.6	8,746	1.3	52.5	13,596	1.5	71.3
其他	448	0.1	65.8	758	0.1	59.9	622	0.1	62.8
合計	523,078	100.0	52.3	697,191	100.0	62.3	909,750	100.0	68.5

下表載列我們的SaaS收入按收費模式劃分的明細：

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
	(以千元計，百分比除外)					
按年度訂閱	256,393	51.5	376,683	56.2	544,896	62.1
按處理的訂單數量	235,408	47.3	285,073	42.6	323,222	36.8
其他*	6,134	1.2	8,118	1.2	9,412	1.1
合計	497,935	100.0	669,874	100.0	877,530	100.0

* 主要指我們根據我們的標準SaaS產品向SaaS客戶提供的符合他們特定需求的定制服務所產生的少量SaaS收入。有關收入隨著時間的推移予以確認。

有關詳情，請參閱「業務－我們的產品」。

概 要

我們的客戶及供應商

我們的SaaS產品專注於電商行業，我們的客戶主要是各大電商平台的電商商家。我們已積累廣泛而堅實的客戶群（自公司成立以來已快速擴大）。我們SaaS客戶的總數於整個業績記錄期有所增加，截至2022年、2023年及2024年12月31日分別為45.7千名、62.2千名及88.4千名。於業績記錄期，我們並無嚴重依賴任何單一客戶。於2022年、2023年及2024年各年，我們的五大客戶合共僅佔相關年度總收入的1.2%、1.2%及1.0%。於2022年、2023年及2024年各年，我們的最大客戶佔相關年度總收入的0.3%、0.5%及0.5%。有關詳情，請參閱「業務－客戶及客戶支持－我們的客戶」。

於業績記錄期，我們的供應商主要包括雲服務提供商、銷售代理及硬件供應商。於2022年、2023年及2024年，我們的五大供應商於業績記錄期各年度合共分別佔我們採購總額的72.6%、66.3%及85.0%。於2022年、2023年及2024年，我們的最大供應商於業績記錄期各年度分別約佔我們採購總額的39.4%、36.3%及50.3%。有關詳情，請參閱「業務－供應商及採購」。

我們的優勢

我們相信，以下優勢可讓我們從競爭對手中脫穎而出：

- 中國電商SaaS行業的引領者和先驅；
- 強大的技術及研發能力；
- 完善的客戶成功網絡成就我們龐大而忠誠的客戶群；及
- 專注於創造長期價值的管理團隊。

有關詳情，請參閱「業務－我們的優勢」。

我們的戰略

為完成我們通過協作助力企業充分發揮其潛能的使命，我們擬實施以下戰略：

- 繼續強化和擴大我們的產品矩陣；
- 繼續加強與現有客戶的關係，並擴大我們的客戶群；

概 要

- 加強我們的變現能力；
- 抓住國際市場機遇；及
- 探索戰略投資機會。

有關詳情，請參閱「業務 — 我們的戰略」。

競爭

我們面臨來自中國其他電商SaaS ERP提供商的競爭。電商SaaS ERP提供商以多種方式爭奪市場份額，如獲得並留存更多客戶、提高訂單處理速度、加強對接更多電商平台的能力及維持良好的產品質量。我們所在行業的主要競爭因素包括電商和ERP行業認知、先進易用的產品組合、功能及解決方案的可擴展性、技術能力、銷售及營銷能力、實施及客戶服務以及產業協同等。基於上述因素，我們認為我們在行業競爭中處於有利地位。

根據灼識諮詢的資料，按2024年的相關收入計，我們是中國最大的電商SaaS ERP提供商，佔據24.4%的市場份額（超過其他五大參與者的總和）。整個電商SaaS市場中，電商SaaS ERP快速增長，2024年佔據24.3%的市場份額，預計於2029年將佔據28.6%的市場份額。按2024年相關收入計，我們也是中國第二大電商SaaS提供商，佔據7.1%的市場份額。然而，我們的部分現有或未來競爭對手可能擁有更長的運營歷史、更大的客戶群、更高的知名度及更廣闊的全球佈局、以及更雄厚的財務、技術及其他資源。此外，隨著我們業務的增長，我們亦可能與其他電商運營SaaS提供商競爭。請參閱「風險因素 — 與我們的業務及行業有關的風險 — 我們在競爭激烈的市場中營運，可能無法與我們現有和未來的競爭對手成功競爭」。有關行業競爭格局的更多資料，請參閱「行業概覽」。

概 要

風險因素

[編纂][編纂]涉及若干風險。這些風險可分類為(i)與我們的業務及行業有關的風險；(ii)與於我們經營所在地區開展業務有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。我們相信，我們面臨的最大風險包括以下各項：

- 若我們未能改善和提升我們SaaS產品的功能、表現、可靠性、設計、安全性及可擴展性以迎合客戶不斷變化的需求，我們或會流失客戶；
- 倘我們未能繼續進行創新及緊跟我們經營所在行業的技術發展及市場動態，我們的業務可能會受到重大不利影響；
- 我們對研發投入大量資金，而該等投資在短期可能會對我們的盈利能力產生負面影響，並可能不會產生我們預期實現的結果；
- 倘若我們無法維持和增大客戶群，無法通過我們的產品和解決方案吸引客戶，並擴展我們的業務，則我們的業務增長可能無法持續；
- 我們在競爭激烈的市場中營運，可能無法與我們現有和未來的競爭對手成功競爭；
- 我們可能無法實現或隨後維持盈利能力；
- 我們於業績記錄期錄得淨流動負債及權益虧絀；
- 我們的歷史增長率可能無法作為我們未來增長的指標，倘我們無法有效管理我們的增長或執行我們的戰略，我們的業務及前景可能受到重大不利影響；及
- 倘我們未能維持與電商平台的關係或適應新興電商平台，或倘電商平台以其他方式削弱或妨礙我們將產品整合至彼等平台或經營我們產品的能力，則我們的業務及前景可能受到重大不利影響。

有關詳情，請參閱「風險因素」。

概 要

歷史財務資料概要

合併全面損益表概要

	截至12月31日止年度					
	2022年		2023年		2024年	
	人民幣	%	人民幣	%	人民幣	%
(以千元計，百分比除外)						
收入	523,078	100.0	697,191	100.0	909,750	100.0
銷售成本	(249,565)	(47.7)	(262,585)	(37.7)	(286,899)	(31.5)
毛利	273,513	52.3	434,606	62.3	622,851	68.5
銷售及營銷開支	(314,310)	(60.1)	(343,999)	(49.3)	(369,921)	(40.7)
一般及行政開支	(98,079)	(18.8)	(131,430)	(18.9)	(90,489)	(9.9)
研發開支	(234,327)	(44.8)	(233,913)	(33.6)	(239,798)	(26.4)
金融資產減值虧損撥備	(25)	(0.0)	(137)	(0.0)	(150)	(0.0)
其他收入	22,055	4.2	32,896	4.7	15,096	1.7
其他收益／(虧損)淨額	(18,522)	(3.5)	2,565	0.4	318	0.0
經營虧損	(369,695)	(70.7)	(239,412)	(34.3)	(62,093)	(6.8)
財務收入	1,485	0.3	6,726	1.0	6,495	0.7
財務成本	(103,717)	(19.8)	(13,650)	(2.0)	(1,079)	(0.1)
財務(成本)／收入淨額	(102,232)	(19.5)	(6,924)	(1.0)	5,416	0.6
可轉換可贖回優先股的 公允價值變動	–	–	(225,435)	(32.3)	(18,526)	(2.0)
應佔使用權益法入賬的 投資虧損	(35,152)	(6.7)	(18,252)	(2.6)	(4,438)	(0.5)
除所得稅前虧損	(507,079)	(96.9)	(490,023)	(70.3)	(79,641)	(8.8)
所得稅抵免	–	–	–	–	90,224	9.9
年內(虧損)／利潤	(507,079)	(96.9)	(490,023)	(70.3)	10,583	1.2
以下人士應佔(虧損)／利潤：						
本公司權益擁有人	(505,335)	(96.6)	(486,555)	(69.8)	12,152	1.4
非控股權益	(1,744)	(0.3)	(3,468)	(0.5)	(1,569)	(0.2)
	(507,079)	(96.9)	(490,023)	(70.3)	10,583	1.2

概 要

非國際財務報告準則財務計量

為補充我們根據國際財務報告準則呈列的合併財務報表，我們使用並非國際財務報告準則所規定或按國際財務報告準則呈列的經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）作為額外的財務計量。我們認為，該非國際財務報告準則計量可消除項目的潛在影響，從而有助於比較各個年度以及公司之間的經營業績。我們認為，該計量為[編纂]了解及評估我們的合併經營業績提供有用的信息，其方式與幫助我們的管理層相同。然而，經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）的呈列可能無法與其他公司呈列的類似計量相比較。將該非國際財務報告準則計量用作分析工具存在局限性，[編纂]不應將其獨立於我們根據國際財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況進行考慮，亦不應將其視為可替代有關我們根據國際財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況的分析。

我們將經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）定義為經加回以下各項的年內（虧損）／利潤(i)向僱員作出的以股份為基礎的付款（為非現金項目）；(ii)對投資者的金融負債的利息開支（為非現金性質）；(iii)可轉換可贖回優先股的公允價值變動（為非現金性質）。可轉換可贖回優先股將於[編纂]時轉換為股權；及(iv)與[編纂]有關的[編纂]。下表將我們按照國際財務報告準則呈列的經調整淨（虧損）／利潤（非國際財務報告準則計量）（即年內（虧損）／利潤）進行對賬。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	(以人民幣千元計)		
年內（虧損）／利潤	<u>(507,079)</u>	<u>(490,023)</u>	<u>10,583</u>
向僱員作出的以股份為基礎的付款	24,561	21,272	10,728
對投資者的金融負債的利息開支	103,146	12,362	—
可轉換可贖回優先股的公允價值變動	—	225,435	18,526
[編纂]	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>	<u>[編纂]</u>
經調整淨（虧損）／利潤			
（非國際財務報告準則計量）	<u>(379,372)</u>	<u>(205,681)</u>	<u>48,988</u>

概 要

我們的經調整虧損（非國際財務報告準則計量）從2022年的人民幣379.4百萬元減少至2023年的人民幣205.7百萬元，主要歸因於毛利從人民幣273.5百萬元增加至人民幣434.6百萬元（由於隨著收入的增幅超過銷售成本的增幅帶來的規模經濟）及我們的複購客戶（所需的實施成本通常較新客戶少）所佔的比例不斷提高。由於相似原因，我們由2023年的經調整虧損（非國際財務報告準則計量）轉為2024年的經調整利潤（非國際財務報告準則計量）人民幣49.0百萬元，部分由於毛利從人民幣434.6百萬元增加至人民幣622.9百萬元所致。

受我們的客戶群擴大及我們成功客戶留存所帶動，我們的收入從2022年的人民幣523.1百萬元增加33.3%至2023年的人民幣697.2百萬元，及我們的收入從2023年的人民幣697.2百萬元增加30.5%至2024年的人民幣909.8百萬元。我們在授權客戶使用我們的SaaS產品之前，通常要求客戶提前付款，及我們通常向客戶收取(i)年費，以提供不限單量或最大單量，或(ii)基於單量的費用。提供SaaS服務的收入於提供服務的期間確認。根據基於單量模式，客戶首先購買一定單量，並在使用我們的產品時消耗單量。相關收入於消耗時予以確認。

我們的毛利從2022年的人民幣273.5百萬元增加58.9%至2023年的人民幣434.6百萬元，毛利率從52.3%提高至2023年的62.3%。我們的毛利從2023年的人民幣434.6百萬元增加43.3%至2024年的人民幣622.9百萬元，毛利率從2023年的62.3%提高至2024年的68.5%。毛利率提高主要由於規模經濟（因收入增長超過銷售成本增長）及復購客戶（與新客戶相比通常所需的實施成本較少）佔比不斷提高。

我們的年內虧損從2022年的人民幣507.1百萬元下降3.4%至2023年的人民幣490.0百萬元，淨虧損率從2022年的96.9%收窄至2023年的70.3%，乃主要由於我們的經營虧損率從2022年的70.7%收窄至2023年的34.3%。我們從2023年的年內虧損人民幣490.0百萬元轉為2024年的淨利潤人民幣10.6百萬元，從2023年的淨虧損率70.3%轉為2024年的淨利潤率1.2%，乃主要由於我們的經營虧損率從2023年的34.3%收窄至2024年的6.8%，且我們的所得稅抵免從2023年的零增加至2024年的人民幣90.2百萬元。

概 要

有關詳情，請參閱「財務資料－主要全面損益表項目的說明」。

合併資產負債表概要

	截至12月31日		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
資產			
非流動資產總值	672,720	594,038	635,493
流動資產總值	785,792	1,149,074	1,579,832
負債			
非流動負債總額	1,958,789	996,970	1,166,756
流動負債總額	1,012,790	4,419,363	4,698,065
非控股權益	(3,171)	(6,639)	(8,208)
負債淨額	(1,513,067)	(3,673,221)	(3,649,496)
流動負債淨額	(226,998)	(3,270,289)	(3,118,233)

我們的流動負債淨額保持相對穩定，截至2023年12月31日及截至2024年12月31日分別為人民幣3,270.3百萬元及人民幣3,118.2百萬元。

我們的流動負債淨額從截至2022年12月31日的人民幣227.0百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣3,270.3百萬元，乃主要由於(i)可轉換可贖回優先股從零增加至人民幣3,127.9百萬元（根據於2024年1月1日或之後開始的報告期間生效的國際會計準則第1號「將負債分類為流動或非流動負債」，所有可轉換可贖回優先股已於截至2023年12月31日及2024年12月31日分類為流動負債）；(ii)按公允價值計入其他全面收益的金融資產（流動部分）從截至2022年12月31日的人民幣150.0百萬元減少至截至2023年12月31日的零（指我們出售定期存單）；(iii)貿易及其他應付款項從截至2022年12月31日的人民幣474.6百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣654.7百萬元，乃主要由於我們的業務規模擴大導致待退還的授權費增加；及(iv)合同負債從截至2022年12月31日的人民幣530.4百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣625.0百萬元（主要由於我們的業務發展推動待履行合同增加）所抵銷。該變動部分被現金及現金等價物從截至2022年12月31日的人民幣426.7百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣897.3百萬元（主要歸因於我們的經營現金流入增加）所抵銷。

概 要

有關詳情，請參閱「財務資料－經選定合併資產負債表項目的討論－流動資產及負債」。

截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們錄得負債淨額人民幣1,513.1百萬元、人民幣3,673.2百萬元及人民幣3,649.5百萬元，主要是由於(i)截至2022年12月31日確認對投資者的金融負債人民幣1,200.7百萬元（指若干投資者持有的附帶優先權的實繳資本），(ii)截至2023年及2024年12月31日的可轉換可贖回優先股分別為人民幣3,127.9百萬元及人民幣3,143.9百萬元（將於[編纂]後終止），及(iii)截至2022年、2023年及2024年12月31日分別錄得重大合同負債人民幣1,286.1百萬元、人民幣1,604.5百萬元及人民幣1,955.0百萬元，由於我們通常要求客戶在獲授權訪問SaaS產品前預付款項。考慮到[編纂][編纂]淨額，我們有望在[編纂]完成後實現正資產狀況，此後可轉換可贖回優先股將從金融負債重新指定為權益。

我們的負債淨額從截至2022年12月31日的人民幣1,513.1百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣3,673.2百萬元，主要由(i)2023年就重組發行人民幣3,127.9百萬元可轉換可贖回優先股，及(ii)我們2023年的淨虧損人民幣490.0百萬元所推動。我們的負債淨額保持相對穩定，截至2023年12月31日及截至2024年12月31日分別為人民幣3,673.2百萬及人民幣3,649.5百萬元。

概 要

合併現金流量表概要

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
經營活動所得現金淨額	78,711	210,381	279,170
投資活動所得／(所用) 現金淨額	(174,415)	280,984	(77,252)
融資活動所用現金淨額	(12,852)	(20,665)	(13,175)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(108,556)	470,700	188,743
匯率變動影響	622	(32)	(794)
年初現金及現金等價物	534,593	426,659	897,327
年末現金及現金等價物	426,659	897,327	1,085,276

我們的經營現金流入淨額從2022年的人民幣78.7百萬元增加至2023年的人民幣210.4百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣279.2百萬元，表明我們的盈利能力及運營效率提高。

業務可持續性和卓有成效的盈利路徑

行業背景

SaaS產品一般需要對(i)產品開發及(ii)客戶獲取及留存進行大量初始投資，以提升市場接受度。具體而言，SaaS服務提供商需對產品開發進行大量前期投資，後期持續優化及升級產品以滿足客戶不斷變化的需求。同時，SaaS服務提供商也需通過獲取及留存龐大及忠誠的客戶群(SaaS服務提供商可持續自該群體賺取經常性收入)提升市場對這些產品的認知。

由於這些原因，SaaS服務提供商實現收支平衡需要較長時間。根據灼識諮詢的資料，全球(包括美國及中國)的SaaS公司於盈利之前通常會保持約15年的虧損狀態。

概 要

在商家日常經營管理需求日益複雜多變的推動下，中國電商SaaS市場近年來經歷顯著增長。有關中國電商SaaS ERP演變的詳情，請參閱「行業概覽－中國電商SaaS ERP市場－中國電商SaaS ERP的演變」。由於我們看到不斷演變的行業格局及市場機遇，我們認為，電商SaaS行業仍有大幅增長空間，不論是按採用電商SaaS ERP產品的商家數量計，還是按有關產品的用途計。

我們的過往業績

我們於業績記錄期實現顯著增長，這有助於鞏固我們長期可持續的市場領先地位。我們的總收入從2022年的人民幣523.1百萬元增長33.3%至2023年的人民幣697.2百萬元，並進一步增長30.5%至2024年的人民幣909.8百萬元。同時，我們通常要求客戶在我們授權他們使用我們的SaaS產品之前全額支付預付款，及提供SaaS服務的收入會在提供服務的期間確認（無論是於合同期內就根據不限單量或最大單量訂閱模式產生的收入還是於消耗時就根據基於單量模式產生的收入）。因此，我們錄得穩健的流水及強勁的經營現金流，這表明我們的可持續經營能力。於2022年、2023年及2024年，我們的SaaS流水總額分別為人民幣740.7百萬元、人民幣1,047.5百萬元及人民幣1,301.7百萬元。於2022年、2023年及2024年，我們的SaaS收入轉化率分別為27%、29%及30%。這提供了可持續的未來收入來源。我們經營活動所得現金淨額從2022年的人民幣78.7百萬元增加至2023年的人民幣210.4百萬元，並進一步增加至2024年的人民幣279.2百萬元，表明我們的盈利能力及運營效率提高。

我們的收入於業績記錄期有所增長乃主要歸功於我們不斷努力擴大及留住客戶。我們SaaS客戶的總數於整個業績記錄期有所增加，截至2022年、2023年及2024年12月31日分別為45.7千名、62.2千名及88.4千名。我們亦一直不斷創新和改進我們的產品，以確保我們的所有客戶可使用最新技術和功能，鞏固我們強大的品牌聲譽以及市場領導地位。

此外，我們收入成本的絕大部分由主要與新客戶相關的實施服務成本組成。因此，在我們努力留住客戶並增加該支出的推動下，來自現有客戶的已確認收入預期將佔我們收入的更大比例，從而提高我們的盈利能力。於2022年、2023年及2024年，我們來自現有客戶的收入分別佔我們總SaaS收入的81.9%、83.0%及84.0%。於2022年、2023年及2024年，新客戶的毛利率分別為24.2%、38.0%及49.0%，而現有客戶的毛利

概 要

率分別為59.7%、68.6%及73.9%。我們亦旨在提高實施服務的效率，特別是通過遠程提供客戶協助及促進內部知識共享來提高實施效率。因此，我們於業績記錄期錄得的毛利率有所提高，即2022年、2023年及2024年分別為52.3%、62.3%及68.5%。

於2022年及2023年，我們分別錄得淨虧損人民幣507.1百萬元及人民幣490.0百萬元，而同期我們的經調整淨虧損（非國際財務報告準則計量）分別為人民幣379.4百萬元及人民幣205.7百萬元。於2024年，我們錄得淨利潤人民幣10.6百萬元，及經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）為人民幣49.0百萬元。我們的虧損於2023年收窄，及我們於2024年實現淨利潤及經調整淨利潤。此外，儘管我們的收入快速增長，我們於業績記錄期間錄得的經營虧損收窄，於2022年、2023年及2024年分別為人民幣369.7百萬元、人民幣239.4百萬元及人民幣62.1百萬元，表明我們的盈利能力有所提升。

於2023年，我們實現33.3%的大幅收入增長（與2022年相比），主要由我們的客戶群擴大及我們成功客戶留存所帶動。此外，由於(i)從我們的複購客戶（與新客戶相比通常需要較少的實施成本）獲得的收入增加，(ii)我們銷售及營銷效率提升，及(iii)我們於研發方面所作出的前期努力（使得我們實現收入增長，而不會產生大幅其他研發投資），我們的盈利能力於2023年大幅提升。具體而言，2022年至2023年，我們的毛利率從52.3%提高至62.3%，我們的經營虧損率從70.7%收窄至34.3%，我們的淨虧損率從96.9%收窄至70.3%，且我們的經調整淨虧損率（非國際財務報告準則計量）從72.5%收窄至29.5%。

於2024年，我們保持強勁的增長勢頭，且我們的收入較2023年增長30.5%，主要歸功於我們的SaaS收入增長31.0%（由我們的客戶群擴大及我們成功留存客戶所帶動）。此外，由於(i)從我們的複購客戶（與新客戶相比通常需要較少的實施成本）獲得的收入增加，及(ii)我們的運營效率提高（可由銷售及營銷開支、一般及行政開支以及研發開支佔收入的比例下降得以驗證），我們於2024年實現淨利潤及經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量）。尤其是，於2023年及2024年，我們的毛利率從62.3%提高至68.5%，及我們的經營虧損率從34.3%收窄至6.8%。此外，2023年，我們的淨虧損率及經調整淨虧損率（非國際財務報告準則計量）分別為70.3%及29.5%，而2024年我們的淨利潤率及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）分別為1.2%及5.4%。

概 要

此外，於業績記錄期，我們產生大幅的(i)財務成本，主要包括對投資者的金融負債的利息開支，及(ii)可轉換可贖回優先股的公允價值變動，均將於[編纂]後終止。於2022年及2023年，我們分別產生財務成本淨額人民幣102.2百萬元及人民幣6.9百萬元。於2023年及2024年，我們產生的可轉換可贖回優先股的公允價值變動分別為人民幣225.4百萬元及人民幣18.5百萬元。

另外，截至2022年、2023年及2024年12月31日，我們分別錄得累計虧損人民幣1,586.0百萬元、人民幣2,072.6百萬元及人民幣2,060.4百萬元。我們截至這些日期的累計虧損主要歸因於我們過去產生的虧損。於2022年至2023年，我們累計虧損的增加乃由於我們仍處於虧損狀態。於2024年，由於我們轉為盈利模式，我們的累計虧損相應減少。由於累計虧損，以及在業績記錄期將對投資者的金融負債及可轉換可贖回優先股作為負債進行會計處理，我們在業績記錄期處於負權益狀況。鑒於我們擁有充足的營運資金和穩健的營運現金流量，自於2020年進行C輪融資以來，我們並未尋求新的股權融資。考慮到[編纂][編纂]淨額，我們有望在[編纂]完成後實現正權益狀況，此後可轉換可贖回優先股將從金融負債重新指定為權益。

我們卓有成效的盈利路徑

我們於2024年實現盈利。展望未來，我們計劃主要通過進一步(i)擴大客戶群（通過(a)加強銷售及營銷能力、(b)利用我們與同行的競爭優勢抓住市場增長及(c)進一步優化我們的產品），(ii)留存客戶並增加其支出（通過(a)專注於客戶的成功及滿意度及(b)加強交叉銷售及追加銷售的能力），及(iii)管理開支及提高營運效率（通過(a)增加現有客戶的支出及優化執行效率，提高毛利率、(b)促進交叉銷售及追加銷售機會，提高品牌及市場認知度，提高銷售及營銷效率及(c)通過規模經濟提高運營效率），提高長期盈利。隨著我們的業務增長和品牌認知度提高，我們有望實現規模經濟和網絡效應，這將使我們能夠以更具成本效益的方式獲得新客戶。具體而言，由於我們於留存客戶及增加他們支出方面的舉措，預期來自現有客戶的收入佔我們收入的比例更大，而與現有客戶相關的實施服務成本明顯低於新客戶，從而實現可持續盈利能力。於2022年、

概 要

2023年及2024年，我們就新客戶的毛利率分別為24.2%、38.0%及49.0%，及我們就現有客戶的毛利率分別為59.7%、68.6%及73.9%。我們亦將提高我們的經營效率並更高效管理我們的開支，這將進一步提升我們的盈利能力。由於上述措施，我們已實現盈利能力大幅提高，並於2024年產生盈利。我們的毛利率從2022年的52.3%提高至2023年的62.3%，並進一步提高至2024年的68.5%。此外，我們的經營虧損率、淨虧損率及經調整淨虧損率（非國際財務報告準則財務計量）分別從2022年的70.7%、96.9%及72.5%收窄至2023年的34.3%、70.3%及29.5%。於2024年，我們的經營虧損率收窄至6.8%，及我們實現淨利潤率及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）分別為1.2%及5.4%。有關詳情，請參閱「業務－業務可持續性和卓有成效的盈利路徑」。

經考慮(i)SaaS產品一般需要對產品開發及客戶獲取及留存進行大量初始投資以推動市場接受度，及此類成本及開支經常超過初期來自經常性收入來源的利潤，從而導致處於虧損狀況，(ii)我們經營所在的中國電商SaaS市場的前景，(iii)我們旨在實現上述長期增長的卓有成效的盈利路徑及歷史業務增長和擴張計劃，(iv)我們穩健的流水及強勁的現金流，以及客戶預付款項隨後於我們的收入中獲確認，及(v)如上所述，我們繼續提高財務表現的努力及計劃，董事認為，本集團具有一個可持續的業務。

有關詳情，請參閱「業務－業務可持續性和卓有成效的盈利路徑」。

概 要

關鍵運營指標及財務比率

下表載列我們於所示期間的若干關鍵運營指標。該等運營指標在我們行業中普遍採用，與該等運營指標有關的計算方法與行業規範一致。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
SaaS客戶總數(千名)	45.7	62.2	88.4
SaaS產品流水總額(人民幣千元)	740,713	1,047,516	1,301,692
包括：			
按處理的訂單量收費	331,195	447,525	479,263
按訂閱收費			
訂閱期少於2年	221,599	322,328	438,473
訂閱期為2年或更長	187,919	277,663	383,956
SaaS產品累計流水(人民幣千元)	1,825,998	2,333,652	2,906,177
包括：			
按訂閱收費的SaaS產品累計流水	673,780	979,687	1,401,285
SaaS收入轉化率	27%	29%	30%
淨客戶收入留存率 ⁽¹⁾	105%	114%	115%
年度留存率	86.5%	86.0%	83.6%
處理的訂單數量(以十億計)	16.6	23.8	33.0
每位客戶的SaaS月平均收入(人民幣千元)	0.9	0.9	0.8
LTV/CAC	6.2	7.7	9.3

附註：

(1) 淨客戶收入留存率超過100%反映我們在有關期間從留存的相關客戶產生的收入有所增加。

概 要

在業務增長的推動下，於業績記錄期，我們的SaaS客戶總數、SaaS產品流水總額及SaaS產品累計流水均有所增加，表明我們從不斷增長的客戶群的預付款項中獲得了穩健的流水。每位客戶的SaaS產品平均流水從2023年的人民幣16.9千元略微減少至2024年的人民幣14.7千元，主要是由於擴大客戶群，尤其是購買較低價格SaaS ERP產品的客戶數量增加。於2022年、2023年及2024年，我們的淨客戶收入留存率分別為105%、114%及115%，表明我們在該期間自留存的相關客戶產生的收入有所增加。於2022年至2024年，我們的淨客戶收入留存率有所提高，乃主要由於消費者需求增加。SaaS產品累計流水指某一年度的流水總額與截至該期間初的合同負債之和。SaaS收入轉化率指每年確認的SaaS收入除以截至該年末的SaaS產品累計流水。於2022年、2023年及2024年，我們的SaaS收入轉化率分別為27%、29%及30%，提供可持續的未來收入來源。隨著我們客戶群的增長及流水的增加，客戶的預付款項隨後於合同期內或於消費時在我們的收入內確認。我們的LTV/CAC比率從2022年的6.2上升至2023年的7.7，及從2023年的7.7上升至2024年的9.3，乃主要由於我們的獲客成本因銷售及營銷效率提高而有所降低。

下表載列於業績記錄期我們SaaS產品流水總額的變動情況：

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
	(人民幣千元)		
截至1月1日未確認的流水	1,150,403	1,363,305	1,700,754
新增流水	740,713	1,047,516	1,301,692
確認為收入的合同負債	(497,935)	(669,874)	(877,530)
增值稅	(29,876)	(40,193)	(52,652)
截至年末未確認的流水	1,363,305	1,700,754	2,072,264

概 要

下表載列我們於所示年度的若干主要財務比率。

	截至12月31日止年度		
	2022年	2023年	2024年
總收入增長(%)	20.7	33.3	30.5
毛利率(%)	52.3	62.3	68.5
淨(虧損)／利潤率(%)	(96.9)	(70.3)	1.2
經調整淨(虧損)／利潤率 (非國際財務報告準則計量)(%)	(72.5)	(29.5)	5.4

股息

據我們的開曼群島法律顧問所告知，根據開曼群島法律，累計虧損及權益虧絀狀況未必會使本公司自我們的利潤或股份溢價賬向股東宣派及派付股息受到規限，惟該狀況不會導致本公司於日常業務過程中無法支付其到期債務。由於我們為一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，因此，日後是否派付任何股息及股息金額亦將取決於我們可否自附屬公司獲得股息而定。我們派付的任何股息將由董事會經考慮各種因素後全權酌情釐定，包括我們的實際及預期經營業績、現金流量及財務狀況、整體業務狀況及業務策略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合同限制以及董事會認為適當的其他因素。我們的股東可在股東大會上批准宣派任何股息，其不得超過董事會建議的金額。於整個業績記錄期，我們並無派付或宣派任何股息。目前，我們並無正式的股息政策或固定的股息分配比例。

法律程序

於業績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無牽涉任何我們認為會對我們的業務、經營業績、財務狀況或聲譽及合規造成重大不利影響的實際或待決法律、仲裁或行政程序(包括任何破產或接管程序)。

概 要

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述[編纂]的中位數）及[編纂]未獲行使，我們估計我們將從[編纂]收取的[編纂]淨額約為[編纂]百萬港元（已扣除[編纂]費用及[編纂]以及我們就[編纂]應付的其他估計開支）。根據我們的戰略，我們計劃將[編纂][編纂]按下文所載金額作以下用途：

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於強化我們的研發能力，以豐富我們於未來五年的產品矩陣。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於在未來五年加強我們的銷售及營銷能力。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將在未來五年用於戰略投資。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於一般公司用途。

有關詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

我們的控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後（基於所有優先股按一比一的基準轉換為股份且假設[編纂]未獲行使），董事會主席、執行董事兼首席行政官駱先生將控制本公司已發行股本總數約[編纂]%的投票權，包括：

- (i) HD Luo Limited（由駱先生全資擁有）全資擁有的公司Black Tea Limited所持有的股份投票權（佔本公司已發行股本總數約[編纂]%）；及
- (ii) 根據投票委託協議（概述於本文件「與控股股東的關係」），股份投票權（佔本公司已發行股本總額合共約[編纂]%，包括(a) Popogo Limited、(b) Taurus Lee Limited及(c) Nico and Winco Limited分別持有的[編纂]%、[編纂]%及[編纂]%）。

概 要

因此，駱先生、HD Luo Limited及Black Tea Limited為本公司控股股東。有關詳情，請參閱「與控股股東的關係」。

我們的[編纂]投資者

自本公司成立以來，我們已與[編纂]投資者訂立多輪融資協議。有關[編纂]投資者的身份及背景及[編纂]投資的主要條款的進一步詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構－[編纂]投資」。

[編纂]

概 要

[編纂]

基於[編纂]每股[編纂][編纂]港元，假設[編纂]未獲行使，本公司應付的[編纂]總額（包括[編纂]）預計約為[編纂]港元（相等於約人民幣[編纂]元）或我們[編纂]總額的[編纂]%。該等[編纂]包括(i)[編纂]開支（包括但不限於[編纂]及費用）[編纂]港元；及(ii)[編纂]開支[編纂]港元，包括法律顧問及會計師費用及開支[編纂]港元及其他費用及開支[編纂]港元。

截至2024年12月31日，我們就[編纂]產生[編纂]人民幣[編纂]元（相等於[編纂]港元）（於合併全面虧損表中扣除）。我們估計[編纂]總額（包括[編纂]，假設[編纂]未獲行使及基於[編纂]為每股[編纂][編纂]港元），[編纂]港元預計將於合併全面收益表中扣除，而[編纂]港元預計將於[編纂]後於權益扣除。

[編纂]

近期發展

近期業務發展及無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，自2024年12月31日（即本文件附錄一所載的會計師報告所呈報期間的結算日）起，我們的業務運營、財務或貿易狀況、債務、抵押、或有負債、擔保或前景並無重大不利變動。