

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此乃概要，故並未包含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，務請細閱整份文件。

任何投資均存在相關風險。[編纂][編纂]的若干特定風險載於「風險因素」。閣下在決定[編纂][編纂]前，務請細閱該章節。

概覽

我們是中國一家中式麵館經營者。我們在中國內地和香港特別行政區經營遇見小麵品牌。截至最後實際可行日期，我們的餐廳網絡包括中國內地22個城市的440家餐廳及香港特別行政區的11家餐廳。憑藉我們強勁的增長勢頭，截至最後實際可行日期，我們有101家新餐廳處於開業前籌備中。我們的餐廳多位於中國東部及南部，其中超過一半餐廳位於廣東省。根據弗若斯特沙利文的資料，就2024年總商品交易額而言，我們為中國第四大中式麵館經營者，市場份額為0.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，中式麵館市場為中國整體中式快餐餐廳市場的一個主要板塊，2024年的市場份額約為29.8%。快餐餐廳通常為消費者提供方便即食的餐點，以滿足快速用餐的需求。快餐餐廳市場包括通過標準化運營、高效及可擴展模式脫穎而出的企業及機構，憑藉數字化整合及實惠的價格，提供具有大眾吸引力的穩定、快速及方便的用餐體驗，滿足以快速服務及即食菜餚為優先的消費者。中式快餐餐廳市場佔2024年中國整體餐飲服務市場約17.6%。中國的中式快餐餐廳市場由於有大量不同類型的市場參與者而高度分散，其中前五名參與者於2024年合共佔約3.0%市場份額(按總商品交易額計)。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年總商品交易額計，我們於整體中式快餐餐廳市場排名第十三，市場份額為0.14%。

我們的起源

2014年，我們在廣州體育東橫街開設了第一家麵館，創始團隊宋先生、蘇先生及羅女士以此開啟創業之路。我們的創始團隊宋先生、蘇先生及羅女士均畢業於華南理工大學(為廣州的一所高等理工院校)。宋先生及羅女士亦獲得香港科技大學碩士學位。在創始團隊，尤其是於國際連鎖快餐企業擁有工作經驗的創始人宋先生的領導下，我們開發了一套高度標準化、體系化及數字化的業務模式，作為我們成功的基石，將中式麵館的傳統魅力與數據驅動管理方法融合。

概 要

特色菜品

我們的根基建立在重慶小麵之上。重慶小麵是一系列麻辣風味的主食，起源於山城重慶，在全國各地享有盛名。作為以重慶小麵系列為主打的中式餐飲連鎖品牌，我們的產品已擴展到各種辣與不辣的菜品，涵蓋麵條、米飯、小吃和飲料。

市場機遇

麵條長期以來一直為中國人日常主食之一。在中式麵館領域，我們的餐廳以麵食的持久魅力滿足消費者對快速、便捷用餐體驗的強烈需求。根據弗若斯特沙利文的資料，城市化進程的加速、可支配收入的提升以及數字化點餐和外賣平台的普及，進一步推動了中式麵館的繁榮。隨著消費者偏好的不斷變化，中式麵館預期將通過菜單創新和提升運營效率以實現持續增長。

根據弗若斯特沙利文的資料，基於中國城市化進程的推進、可支配收入的增長及外出就餐消費者比例的增加，中國中式麵館市場預期將進一步加速增長，到2029年，總商品交易額將達至人民幣5,100億元，2025年至2029年的年複合增長率為10.9%。在中式麵館市場中，中國以川渝風味為主的中式麵館市場的總商品交易額預期2029年將達至人民幣1,357億元，2025年至2029年的年複合增長率為13.2%，在中國不同地域風味的中式麵館市場中年複合增長率最高。

該等有利趨勢為我們提供了發展良機。

我們的餐廳網絡及表現

我們的餐廳採用直營或特許經營模式經營。於往績記錄期間，我們的餐廳數量持續攀升，財務業績亦取得快速增長。自往績記錄期間期初至最後實際可行日期，我們的餐廳數量已由133家增長239.1%至451家。

概 要

下表載列我們於所示期間的餐廳數量變動。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	自2025年6月30日至最後實際可行日期
	2022年	2023年	2024年		
期初	133	170	252	360	417
期內新開業	43	92	120	63	40
期內關閉	(6) ⁽¹⁾	(10) ⁽¹⁾	(12)	(6)	(6)
期末	170	252	360	417	451

附註：

- (1) 截至2022年及2023年1月1日，我們授權一名獨立第三方分別經營12家及9家餐廳。於2022年及2023年，該等餐廳中分別有3家及9家關閉。有關我們授權經營模式下的餐廳的背景詳情，請參閱「—我們的特許經營商」。

下表載列我們在中國的直營及特許經營遇見小麵餐廳⁽¹⁾於所示期間按區域劃分的若干主要業績指標。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
總商品交易額⁽²⁾ (人民幣千元)					
直營餐廳					
一線及新一線城市	340,086	668,021	944,708	433,913	544,954
二線及以下城市	29,866	45,095	67,946	29,389	42,621
香港特別行政區	—	—	15,723 ⁽³⁾	3,674	42,272
整體	369,952	713,116	1,028,378	466,976	629,847

概 要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
特許經營餐廳					
一線及新一線城市	68,110	129,871	152,693	74,394	72,981
二線及以下城市	73,146	117,081	167,351	76,353	96,122
整體	141,257	246,952	320,044	150,747	169,104
單店日均銷售額⁽⁴⁾ (人民幣元)					
直營餐廳					
一線及新一線城市	12,059	14,143	12,405	12,714	11,355
二線及以下城市	10,169	12,132	10,605	11,360	9,773
香港特別行政區	–	–	51,215	51,021	42,357
整體	11,881	13,997	12,410	12,693	11,805
特許經營餐廳					
一線及新一線城市	11,802	14,234	12,688	12,904	11,880
二線及以下城市	11,554	12,872	12,104	12,181	11,215
整體	11,672	13,554	12,376	12,528	11,493
訂單總數⁽⁵⁾ (以千計)					
直營餐廳					
一線及新一線城市	9,416	19,498	29,581	13,385	17,666
二線及以下城市	817	1,349	2,176	924	1,428
香港特別行政區	–	–	260	57	699
整體	10,233	20,847	32,018	14,365	19,794

概 要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
特許經營餐廳					
一線及新一線城市	1,922	3,913	4,864	2,359	2,404
二線及以下城市	2,004	3,459	5,212	2,336	3,061
整體	3,927	7,372	10,076	4,695	5,465
訂單平均消費額⁽⁶⁾ (人民幣元)					
直營餐廳					
一線及新一線城市	36.1	34.3	31.9	32.4	30.8
二線及以下城市	36.5	33.4	31.2	31.8	29.8
香港特別行政區	–	–	60.4	64.7	60.4
整體	36.2	34.2	32.1	32.5	31.8
特許經營餐廳					
一線及新一線城市	35.4	33.2	31.4	31.5	30.4
二線及以下城市	36.5	33.8	32.1	32.7	31.4
整體	36.0	33.5	31.8	32.1	30.9
單店日均訂單⁽⁷⁾					
直營餐廳					
一線及新一線城市	334	413	388	392	368
二線及以下城市	278	363	340	357	327
香港特別行政區	–	–	848	788	701
整體	329	409	386	390	371
特許經營餐廳					
一線及新一線城市	333	429	404	409	391
二線及以下城市	317	380	377	373	357
整體	324	405	390	390	371

概 要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
翻座率⁽⁸⁾					
直營餐廳					
一線及新一線城市	3.2	4.0	3.8	3.8	3.4
二線及以下城市	2.5	3.1	3.1	3.2	2.6
香港特別行政區	–	–	6.8	6.9	6.0
整體	3.1	3.9	3.8	3.8	3.4
特許經營餐廳					
一線及新一線城市	3.2	4.1	3.9	3.9	3.5
二線及以下城市	2.8	3.2	3.3	3.2	2.9
整體	3.0	3.6	3.6	3.6	3.1

附註：

- (1) 上述我們的直營及特許經營遇見小麵餐廳的主要表現指標不包括2022年及2023年一名獨立第三方獲授權經營的餐廳。有關授權經營模式下的餐廳的背景詳情，請參閱「－我們的特許經營商」。於往績記錄期間，直營及特許經營餐廳的表現並無重大差異。
- (2) 指於扣除折讓或退款等任何費用或成本後，期內我們直營模式及特許經營模式下的餐廳堂食及外賣業務已售食品及飲料的總銷售額。
- (3) 於2024年，我們在香港特別行政區經營3家直營餐廳，分別於2024年4月、11月及12月開業。
- (4) 單店日均銷售額按期內(i)直營餐廳及特許經營餐廳的堂食及外賣業務產生的總商品交易額除以(ii)該等餐廳的營業總天數計算。該等餐廳的營業總天數為有關區域所有遇見小麵餐廳的營業天數總和。
- (5) 訂單總數包括期內有關區域的堂食顧客及外賣服務顧客的下單數。
- (6) 訂單平均消費額按期內有關區域(i)直營餐廳及特許經營餐廳的堂食及外賣業務的總商品交易額除以(ii)訂單總數(包括堂食顧客及外賣服務顧客的下單數)計算。
- (7) 單店日均訂單按期內該等餐廳的(i)訂單總數(包括堂食顧客及外賣服務顧客的下單數)除以(ii)營業總天數計算。營業總天數為有關區域所有遇見小麵餐廳的營業天數總和。
- (8) 翻座率按特定期間堂食顧客下達的訂單總數除以該期間可用座位總數(以營業天數乘以餐廳座位數釐定)計算。

概 要

我們直營及特許經營餐廳的訂單平均消費額由2022年的人民幣36.2元及人民幣36.0元降至2023年的人民幣34.2元及人民幣33.5元，並進一步降至2024年的人民幣32.1元及人民幣31.8元，及由截至2024年6月30日止六個月的人民幣32.5元及人民幣32.1元降至截至2025年6月30日止六個月的人民幣31.8元及人民幣30.9元，主要由於我們主動降低菜品價格及為顧客提供更實惠的用餐體驗，以吸引顧客及增加整體銷售額。

下表載列我們於所示期間直營餐廳餐廳層面的經營利潤／(虧損)率⁽¹⁾。

	截至6月30日			
	截至12月31日止年度		止六個月	
	2022年 (%)	2023年 (%)	2024年 (%)	2025年 (%)
直營餐廳				
一線及新一線城市	(8.4)	12.2	12.6	14.1
二線及以下城市	10.8	17.3	19.3	19.8
香港特別行政區	–	–	26.1	21.8
整體	(6.9)	12.5	13.3	15.1

附註：

- (1) 餐廳層面的經營利潤／(虧損)來源於本公司經營數據，按餐廳層面收入扣除食材成本、員工成本、租金與水電費、交易費、廣告及推廣開支、雜項費用以及折舊及攤銷成本計算，餐廳層面的經營利潤／(虧損)率按餐廳層面的經營利潤／(虧損)除以餐廳層面收入計算。

儘管於2022年由於COVID-19疫情的影響錄得餐廳層面的經營虧損，我們自2023年起已扭轉為餐廳層面的經營利潤，且我們餐廳層面的經營利潤率於2024年及2025年上半年增加，主要由於(i)透過批量購買食材及直營餐廳網絡拓展後的規模經濟效益，提升對採購成本的管理效率。具體而言，我們直營餐廳的原材料及耗材成本佔直營餐廳應佔收入的百分比由2023年的29.0%降至2024年的28.4%，並進一步降至截至2025年6月30日止六個月的26.9%，因為我們持續努力管理採購成本；(ii)通過數字化及標準化精進人員管理，提升經營效率；及(iii)餐廳從市中心現有位置向周邊區域逐步拓展，該等區域通常收入貢獻較低但受益於較低的租金成本及較高的利潤率。鑑於我們

概 要

於往績記錄期間因品牌知名度提升而增強的與物業業主議價能力以及市場租金水平的逐步下降的雙重影響，本公司直營餐廳之租金支出（包括本公司直營餐廳的使用權資產折舊、其他租金及相關開支以及租賃負債利息）佔直營餐廳應佔收入之百分比由2023年的23.8%降至2024年的23.3%，並進一步降至截至2025年6月30日止六個月的22.2%。

同店銷售額

下表載列我們於往績記錄期間中國的同店銷售額詳情。某一期間的同店銷售額指在此期間符合同店條件的所有餐廳的收入。我們將同店基準定義為2022年及2023年以及2023年及2024年營業至少300天且擁有相同座位數，以及截至2024年及2025年6月30日止六個月營業至少150天且擁有相同座位數的餐廳。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2023年	2024年	2024年
同店數量					
直營餐廳					
一線及新一線城市 ...	59		96		155
二線及以下城市	8		10		11
整體	67		106		166
特許經營餐廳					
一線及新一線城市 ...	13		20		23
二線及以下城市	16		19		25
整體	29		39		48
同店銷售額⁽¹⁾					
(人民幣千元)					
直營餐廳					
一線及新一線城市 ...	234,969	310,458	496,652	471,765	344,758
二線及以下城市	27,569	35,669	44,397	45,621	24,250
整體	262,538	346,127	541,049	517,386	369,008
					357,534

概 要

	截至12月31日止年度				截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2023年	2024年	2024年	2025年
特許經營餐廳						
一線及新一線城市 ...	52,775	65,004	106,281	100,353	55,494	53,199
二線及以下城市	66,488	80,146	93,048	91,297	55,312	54,355
整體	119,263	145,150	199,330	191,651	110,806	107,554
同店銷售額增幅(%)						
直營餐廳						
一線及新一線城市 ...	32.1		(5.0)		(3.3)	
二線及以下城市	29.4		2.8		(1.0)	
整體	31.8		(4.4)		(3.1)	
特許經營餐廳						
一線及新一線城市 ...	23.2		(5.6)		(4.1)	
二線及以下城市	20.5		(1.9)		(1.7)	
整體	21.7		(3.9)		(2.9)	
同店單店日均訂單⁽²⁾						
直營餐廳						
一線及新一線城市 ...	339	427	416	418	387	386
二線及以下城市	276	361	363	388	373	400
整體	331	419	411	415	386	387
特許經營餐廳						
一線及新一線城市 ...	333	417	434	441	420	433
二線及以下城市	318	403	392	412	369	377
整體	325	409	413	427	393	404

概 要

	截至12月31日止年度				截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2023年	2024年	2024年	2025年
同店訂單平均消費額⁽³⁾						
一線及新一線城市 ...	35.5	34.0	34.3	32.7	32.3	31.2
二線及以下城市	36.0	33.9	33.5	32.2	32.5	30.3
整體	35.5	33.9	34.2	32.6	32.3	31.2
特許經營餐廳						
一線及新一線城市 ...	35.5	33.1	33.8	31.5	32.0	30.2
二線及以下城市	36.5	34.1	34.3	32.2	33.1	31.9
整體	36.1	33.7	34.0	31.8	32.5	31.0
同店翻座率⁽⁴⁾						
直營餐廳						
一線及新一線城市 ...	3.2	4.0	4.0	4.2	3.8	3.6
二線及以下城市	2.5	3.1	3.1	3.4	3.3	3.1
整體	3.1	3.9	3.9	4.1	3.7	3.6
特許經營餐廳						
一線及新一線城市 ...	3.3	4.0	4.2	4.5	4.1	4.0
二線及以下城市	2.8	3.3	3.2	3.6	3.2	3.0
整體	3.0	3.6	3.7	4.0	3.6	3.5

附註：

- (1) 同店銷售額指我們同店產生的總商品交易額，包括堂食及外賣訂單產生的總商品交易額。
- (2) 同店單店日均訂單按期內(i)訂單總數(包括該等同店餐廳堂食顧客及外賣服務顧客下達的訂單)除以(ii)各同店餐廳的營業天數總和計算。

概 要

- (3) 同店訂單平均消費額按期內有關區域(i)同店餐廳堂食及外賣業務產生的總商品交易額除以(ii)同店訂單總數(包括堂食顧客及外賣服務顧客下達的訂單)計算。
- (4) 同店翻座率按特定期間堂食顧客下達的訂單總數除以該期間可用座位總數(以營業天數乘以餐廳座位數釐定)計算。

我們的同店單店日均訂單於2022年及2023年、2023年及2024年以及截至2024年及2025年6月30日止六個月增加，主要由於我們主動降低菜品價格及為顧客提供更實惠的用餐體驗，以吸引更多顧客及增加整體銷售額。受益於我們的價格降低舉措，我們於2022年及2023年以及2023年及2024年均錄得同店翻座率增加，主要體現在我們的堂食服務表現。我們的同店翻座率於截至2024年及2025年6月30日止六個月降低，主要由於2025年上半年外賣平台上的推廣活動持續加強，使若干顧客從堂食改為在外賣平台上下單。

我們的同店銷售額於2022年及2023年增加，主要由於2023年COVID-19疫情逐漸消退後的消費反彈。我們的同店銷售額於2023年及2024年減少，主要是由於(i)基數效應，隨著COVID-19疫情逐步消退，中國內地餐飲市場於2023年前幾個月的顧客消費額激增，根據弗若斯特沙利文的資料，這與其他消費領域的消費模式一致，及(ii)我們主動降低菜品的價格，以吸引更多顧客及增加我們的整體銷售額(如上所述)。我們的同店銷售額於截至2024年及2025年6月30日止六個月輕微減少，主要由於我們繼續主動降低菜品價格及為顧客提供更實惠的用餐體驗及增加整體銷售額，這在我們同期同店單店日均訂單的增加中體現。

與二線及以下城市的直營餐廳相比，截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們在一線及新一線城市的直營餐廳的同店銷售額，佔2024年全年同店銷售額的比例相對更高，主要是由於隨著我們餐廳網絡在同期擴張，同店直營餐廳數量由2023年及2024年的106家大幅增加至截至2024年及2025年6月30日止六個月的166家。

我們的特許經營商

憑藉直營模式的成功及良好的品牌知名度，我們於2019年通過集中化管理涉足特許經營模式。自採用特許經營模式以來，我們的特許經營餐廳數量於往績記錄期間穩步增長。截至2025年6月30日，我們有86家特許經營餐廳。我們的特許經營餐廳遵循

概 要

我們為直營餐廳制定的相同標準。我們對特許經營餐廳進行嚴格監管，確保餐廳經營的各個方面都得到妥善管理及優化，從而取得成功。作為特許方，我們根據特許經營協議為特許經營商提供特許經營管理服務並向彼等出售食材及餐廳用品。我們的特許經營管理服務收入主要包括銷售食材及餐廳用品以及特許權使用費及特許經營收入。有關特許經營模式的詳情，請參閱「業務－我們的特許經營商」。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2024年及2025年6月30日止六個月，特許經營餐廳的餐廳層面毛利率來自本公司運營數據並按餐廳層面毛利(即扣除所用原材料及耗材的餐廳層面收入)除以餐廳層面收入計算，分別為67.0%、66.0%、66.2%、65.8%及66.8%。

客戶及供應商

作為一家餐廳經營者，我們擁有龐大且分散的客戶群。於特許經營模式下，我們亦將特許經營商視為客戶。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，我們各年度／期間的前五大客戶均為特許經營商。於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月，各年度／期間源自我們前五大客戶的收入佔我們各期間總收入的8.5%、6.8%、4.9%及4.2%。於往績記錄期間各年度／期間來自最大客戶的收入分別佔我們於2022年、2023年、2024年及截至2025年6月30日止六個月總收入的約3.7%、3.5%、2.8%及2.2%。於往績記錄期間，我們並無面臨任何重大客戶集中風險。據我們所知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們於往績記錄期間各年度／期間的所有前五大客戶均為獨立第三方。據我們的董事所知，董事、彼等各自的聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的任何股東概無在我們於往績記錄期間各年度／期間的任何前五大客戶中擁有任何權益。

截至最後實際可行日期，我們與約460家供應商合作。來自我們於往績記錄期間各年度／期間的前五大供應商的採購金額分別佔我們於各年度／期間採購總額的28.7%、30.1%、30.5%及33.1%。來自我們於往績記錄期間各年度／期間的最大供應商的採購金額分別佔我們於各年度／期間採購總額的7.2%、10.1%、11.6%及13.3%。據我們所知，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們於往績記錄期間各年度／期間的所有前五大供應商均為獨立第三方。據我們的董事所知，董事、彼等各自的聯繫人或擁有我們已發行股本5%以上的任何股東概無在我們於往績記錄期間各年度／期間的任何前五大供應商中擁有任何權益。

概 要

目前，我們主要通過位於北京的物流及供應鏈服務公司及受其控制的一組公司（統稱「供應鏈服務集團」）自第三方供應商採購食材，彼等均為在中國內地向我們提供供應鏈服務的獨立第三方。詳情請參閱「業務－採購－與供應鏈服務集團的採購安排」。

競爭

中式麵館市場高度分散，按2024年總商品交易額計，前五名參與者佔市場份額的3.0%。該分散格局代表著市場整合的重大機遇。在當前的格局下，戰略性的併購和有機鏈擴張提供了足夠的機會，成熟參與者可以利用規模經濟、簡化運營，並提高供應鏈效率。根據弗若斯特沙利文的資料，中國中式麵館市場的總商品交易額由2020年的人民幣1,833億元增長至2024年的人民幣2,962億元，年複合增長率為12.7%。我們於該快速增長的市場運營，其主要准入壁壘包括品牌影響力及認可度、供應鏈管理能力、標準化及規模運營管理、產品開發專業知識及數字化運營系統。我們認為憑藉我們於該等領域的優勢，我們具備條件可進行有效競爭。有關我們的行業競爭格局的更多資料請參閱「行業概覽」。

我們的優勢

下列主要競爭優勢有助我們取得成功，更使我們獨樹一幟：

- 作為現代中式麵館經營者，處於有利地位，能夠把握未來的市場機遇；
- 憑藉多元化經營模式，我們提供豐富的菜品及更實惠的用餐體驗以滿足顧客需求；
- 高度標準化及可複製的運營模式；
- 直營及特許經營餐廳體系化管理；
- 數字化支持餐廳和運營管理；及
- 具備創業精神的管理團隊以及強大的股東支持。

概 要

我們的戰略

我們將繼續採取以下戰略，以進一步拓展我們的業務：

- 戰略性地拓展我們的直營及特許經營餐廳網絡，以實現可持續增長；
- 繼續在技術和數字化上進行投入；
- 持續在品牌建設上進行投入，提高客戶忠誠度；及
- 通過尋求戰略投資提高運營效率。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，包括(i)與我們的業務和行業有關的風險；(ii)與在我們經營所在司法權區經營業務有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。我們面臨的部分主要風險包括但不限於以下各項：

- 我們的業務在很大程度上取決於遇見小麵品牌的市場認可度，如果我們無法維持或提升遇見小麵品牌的形象認可度，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。
- 近年來，公司業務擴張速度加快，可能導致風險和不確定性不斷增加，而我們不斷發展的運營系統可能無法有效解決這些風險和不確定性。
- 我們可能無法維持和增加現有餐廳的銷售和盈利能力，我們未來的增長也取決於我們在現有和新的地理市場中開設和經營新餐廳獲利的能力。
- 我們餐廳使用的食材成本上漲可能導致我們的利潤率和經營業績下降。
- 如果我們無法獲得理想的餐廳位置或無法以商業上合理的條款重續現有租約，或者我們目前的餐廳位置受到其他超出我們控制的不利因素影響，我們的業務、經營業績和實施增長戰略的能力可能會受到重大不利影響。
- 中國餐飲業的激烈競爭可能阻礙我們增加或維持收入及盈利能力。

概 要

物業

截至最後實際可行日期，我們於中國租賃400處總建築面積約65,745.4平方米的物業，主要用作我們的餐廳、倉儲及辦公室。

下表載列截至最後實際可行日期按剩餘租期劃分的租賃數目明細：

剩餘租期	租賃數目
少於1年	62
1至2年	60
2至5年	209
超過5年	69

下表載列截至最後實際可行日期按地區及月平均租金範圍劃分的租賃數目明細：

一線及新一線城市	347
人民幣50,000元以下	208
人民幣50,000元至人民幣100,000元	103
人民幣100,000元以上	36
二線及以下城市	37
人民幣50,000元以下	35
人民幣50,000元至人民幣100,000元	2
香港特別行政區	16
人民幣50,000元至人民幣100,000元	3
人民幣100,000元以上	13
總計	400

截至最後實際可行日期，於終止於一線及新一線城市、二線及以下城市以及香港特別行政區的租賃後每平方米的估計修復成本分別約為人民幣210元至人民幣270元、人民幣180元至人民幣210元及1,000港元至2,200港元。

歷史財務資料概要

綜合財務資料概要應與本文件附錄一會計師報告所載歷史財務資料，包括隨附的附註及「財務資料」所載的資料一併閱讀。

概 要

綜合損益表概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
收入	418,096	800,514	1,154,434	525,657	703,185
所用原材料及耗材	(160,138)	(290,270)	(395,701)	(187,250)	(220,932)
員工成本	(109,264)	(175,194)	(265,062)	(121,771)	(158,797)
使用權資產折舊	(94,620)	(125,429)	(188,845)	(86,309)	(109,726)
物業、廠房及設備以及無形資產的					
折舊及攤銷	(21,828)	(24,213)	(37,649)	(17,332)	(26,028)
水電費	(14,119)	(27,487)	(44,543)	(19,715)	(28,102)
其他租金及相關開支	(4,523)	(18,365)	(21,632)	(10,645)	(16,505)
[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
廣告及推廣開支	(6,150)	(5,044)	(13,339)	(4,660)	(9,525)
差旅及相關開支	(1,929)	(3,742)	(5,672)	(2,508)	(2,577)
其他開支	(34,595)	(59,790)	(88,721)	(40,402)	(53,698)
其他收益	7,504	14,143	8,967	4,879	4,500
其他(虧損)／收益淨額	(177)	286	3,116	53	(1,867)
財務成本	(16,962)	(19,333)	(27,771)	(12,697)	(14,512)
物業、廠房及設備減值虧損	<u>(9,440)</u>	<u>(8,938)</u>	<u>(1,589)</u>	<u>(846)</u>	<u>(1,956)</u>
除稅前利潤／(虧損)	(48,145)	57,138	74,881	26,454	52,296
所得稅	<u>12,172</u>	<u>(11,224)</u>	<u>(14,181)</u>	<u>(5,085)</u>	<u>(10,462)</u>
年／期內利潤／(虧損)	<u>(35,973)</u>	<u>45,914</u>	<u>60,700</u>	<u>21,369</u>	<u>41,834</u>

概 要

非國際財務報告準則計量指標

為補充我們根據國際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／(虧損) (非國際財務報告準則計量指標) 及經調整淨利潤／(虧損)率 (非國際財務報告準則計量指標) 作為額外財務計量指標，其並非國際財務報告準則所規定，亦並非根據國際財務報告準則呈列。我們認為，通過消除若干項目的潛在影響，該非國際財務報告準則計量指標有利於對各期間的經營表現進行比較。我們認為，該計量指標為 [編纂] 及其他人士提供有用的資料，以與協助管理層相同的方式了解及評估我們的綜合經營業績。然而，我們呈列的經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量指標) 及經調整淨利潤／(虧損)率 (非國際財務報告準則計量指標) 未必可與其他公司所呈列的類似名稱的計量指標作比較。採用該非國際財務報告準則計量指標作為分析工具存在局限性，閣下不應視其為獨立於或可替代我們根據國際財務報告準則報告的經營業績或財務狀況的分析。

我們將經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量指標) 定義為通過消除 (i) 我們以權益結算的股份支付開支、(ii) [編纂] 及 (iii) 上述非國際財務報告準則調整的稅務影響獲得的年／期內利潤／(虧損)。我們的管理層認為：(1) 以權益結算的股份支付開支屬非現金性質，不會導致現金流出；及 (2) [編纂] 為與 [編纂] 相關的費用。我們將經調整淨利潤／(虧損)率 (非國際財務報告準則計量指標) 定義為年／期內經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告準則計量指標) 佔該年度／期間收入的百分比。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年／期內利潤／(虧損).....	(35,973)	45,914	60,700	21,369	41,834
以權益結算的股份支付開支.....	1,337	1,419	3,139	1,551	2,624
[編纂].....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
非國際財務報告準則調整的稅務影響.....	(334)	(355)	(1,063)	(388)	(3,447)
經調整淨利潤／(虧損) (非國際財務報告					
準則計量指標).....	<u>(34,970)</u>	<u>46,978</u>	<u>63,888</u>	<u>22,532</u>	<u>52,175</u>
經調整淨利潤／(虧損)率(%) (非國際財務報告					
準則計量指標).....	<u>(8.4)</u>	<u>5.9</u>	<u>5.5</u>	<u>4.3</u>	<u>7.4</u>

概 要

收入

於往績記錄期間，我們的收入主要來自直營餐廳經營及特許經營管理。直營餐廳經營收入主要包括直營餐廳內的堂食服務及外賣業務收入。特許經營管理收入包括特許權使用費及特許經營收入以及向特許經營商銷售食材及餐廳用品等貨品及向特許經營商銷售設備的收入。我們的收入由2022年的人民幣418.1百萬元增加至2023年的人民幣800.5百萬元，並於2024年進一步增加至人民幣1,154.4百萬元，年複合增長率為66.2%。我們的收入由截至2024年6月30日止六個月的人民幣525.7百萬元進一步增加33.8%至截至2025年6月30日止六個月的人民幣703.2百萬元。我們逾90%的收入產生於中國內地。

下表載列所示期間按業務線劃分的收入明細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			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直營餐廳經營										
－堂食服務	270,998	64.8	547,353	68.4	820,301	71.1	370,612	70.5	497,176	70.7
－外賣業務	65,738	15.7	124,587	15.5	180,709	15.6	82,128	15.6	128,898	18.3
小計	336,736	80.5	671,940	83.9	1,001,010	86.7	452,740	86.1	626,074	89.0
特許經營管理										
－食材及餐廳用品銷售	67,964	16.3	104,965	13.2	125,488	10.9	59,736	11.4	62,787	8.9
－特許權使用費及特許經營收入以及提供服務收入...	12,547	3.0	22,729	2.8	27,042	2.3	12,736	2.4	13,875	2.0
小計	80,511	19.3	127,694	16.0	152,530	13.2	72,472	13.8	76,662	10.9
其他 ⁽¹⁾	849	0.2	880	0.1	894	0.1	445	0.1	449	0.1
總計	418,096	100.0	800,514	100.0	1,154,434	100.0	525,657	100.0	703,185	100.0

附註：

(1) 此乃在電子商務平台上銷售我們的遇見小麵品牌下的零售產品所產生的收入。

概 要

主要成本組成

我們的成本組成主要包括原材料及耗材、員工成本、使用權資產折舊以及其他租金及相關開支。

於2022年、2023年、2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的原材料及耗材成本分別佔我們總收入的38.3%、36.3%、34.3%、35.6%及31.4%。我們的原材料及耗材成本佔總收入的比例於往績記錄期間下降，主要由於(a)隨著直營餐廳數量佔比增加，我們的成本結構發生變化，相較特許經營餐廳而言，直營餐廳的原材料及耗材成本佔相應收入的比例較低，及(b)我們持續努力優化採購價格。

於2022年、2023年、2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的員工成本分別佔我們總收入的26.1%、21.9%、23.0%、23.2%及22.6%。2023年下降主要是由於該年初COVID-19疫情緩解後我們的收入強勁反彈。2024年增加主要是由於我們持續完善各職能部門的人才梯隊建設並招聘餐廳層面員工以支持餐廳拓展計劃。2025年上半年下降主要歸因於我們總部既有的部門架構。該架構使餐廳拓展得以實現，同時避免了職能員工的等比例增加，導致勞工成本增長速度低於餐廳拓展速度。我們的外包員工成本於往績記錄期間增加，原因為我們通過外包採納更靈活的勞動策略，以更好地支持業務拓展。

於2022年、2023年、2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的使用權資產折舊分別佔我們總收入的22.6%、15.7%、16.4%、16.4%及15.6%。2023年下降主要是由於COVID-19疫情緩解後我們的收入強勁反彈。2024年增加主要是由於我們直營餐廳網絡的加速拓展。2025年上半年下降主要是由於(i)我們的品牌認可度提升及市場租金水平下降，我們新開設直營餐廳的租金有所下降，及(ii)通過於續租時協商優惠租金及關閉租金相對較高的餐廳，完成現有直營餐廳的租金優化。

於2022年、2023年、2024年及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的其他租金及相關開支佔我們總收入的比例相對穩定，分別為1.1%、2.3%、1.9%、2.0%及2.3%。

詳情請參閱「財務資料－各期間經營業績比較」。

概 要

淨利潤

儘管由於COVID-19疫情的影響，於2022年錄得淨虧損人民幣36.0百萬元，我們於2023年扭轉為淨利潤人民幣45.9百萬元，主要由於(i)我們的直營餐廳網絡拓展，令直營餐廳經營所得收入大幅增加，(ii)於COVID-19疫情緩解後，我們各業務線的表現強勁反彈，及(iii)由於隨著直營餐廳數量佔比增加，我們的成本結構發生變化，相較特許經營餐廳而言，直營餐廳的原材料及耗材成本佔相應收入的比例較低。因此，我們實現自2022年的淨虧損率8.6%到2023年的淨利潤率5.7%的扭轉。

我們的淨利潤由2023年的人民幣45.9百萬元增加32.2%至2024年的人民幣60.7百萬元，主要由於(i)我們的直營餐廳網絡拓展，令直營餐廳經營所得收入大幅增加，(ii)由於我們特許經營餐廳數量增加，我們的特許權使用費及特許經營收入及提供服務以及銷售食材及餐廳用品的收入增長，及(iii)由於(a)隨著直營餐廳數量佔比增加，我們的成本結構發生變化，相較特許經營餐廳而言，直營餐廳的原材料及耗材成本佔相應收入的比例較低，及(b)我們持續努力優化採購價格等因素，原材料及耗材成本佔我們收入比例較低。我們的淨利潤率於2023年及2024年保持相對穩定為5.7%及5.3%。我們的淨利潤由截至2024年6月30日止六個月的人民幣21.4百萬元增加95.8%至2025年同期的人民幣41.8百萬元，原因為(i)我們的採購及租金成本控制工作使我們在餐廳層面的營運效率有所提高，因為直營餐廳網絡拓展後品牌知名度及規模經濟效益均有所提升使得我們從中獲益；(ii)香港餐廳的利潤率較高，本期利潤貢獻佔比隨門店數增加而提升；及(iii)我們的總部成本進一步攤薄。

綜合財務狀況表選定項目概要

	截至12月31日		截至6月30日	
	2022年 人民幣千元	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元
流動資產總值.....	102,525	156,519	247,636	244,877
非流動資產總值.....	510,879	685,978	913,497	964,029
流動負債總額.....	251,090	343,275	489,861	499,837
非流動負債總額.....	336,342	445,429	553,495	561,979
流動負債淨額.....	(148,565)	(186,756)	(242,225)	(254,960)
資產淨值.....	25,972	53,793	117,777	147,090

概 要

淨資產

我們的淨資產由截至2022年12月31日的人民幣26.0百萬元增加至截至2023年12月31日的人民幣53.8百萬元，主要由於年內利潤人民幣45.9百萬元及以權益結算的股份支付交易人民幣1.4百萬元，部分被2023年的已宣派股息人民幣19.5百萬元所抵銷。

我們的淨資產由截至2023年12月31日的人民幣53.8百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣117.8百萬元，主要由於2024年的年內利潤人民幣60.7百萬元及以權益結算的股份支付交易人民幣3.1百萬元。

我們的淨資產由截至2024年12月31日的人民幣117.8百萬元進一步增加至截至2025年6月30日的人民幣147.1百萬元，主要歸因於期內利潤人民幣41.8百萬元及以權益結算的股份支付交易人民幣2.6百萬元，部分被已宣派股息人民幣14.7百萬元所抵銷。

流動負債淨額

於往績記錄期間，我們錄得流動負債淨額。截至2022年、2023年及2024年12月31日、2025年6月30日以及2025年9月30日，我們的流動負債淨額分別為人民幣148.6百萬元、人民幣186.8百萬元、人民幣242.2百萬元、人民幣255.0百萬元及人民幣258.8百萬元。我們的流動負債淨額狀況增加主要是由於(i)我們動用流動資產(尤其是現金及現金等價物)為直營餐廳網絡的拓展提供資金，用於非流動項目(如裝修餐廳及購買設備所涉及的物業、廠房及設備)，(ii)根據國際財務報告準則第16號，我們的部分租賃負債已入賬列作流動負債，而相關使用權資產結餘已入賬列作非流動資產，及(iii)一項贖回負債將於[編纂]時由流動負債重新分類至權益。

我們的流動負債淨額由截至2023年12月31日的人民幣186.8百萬元增加29.7%至截至2024年12月31日的人民幣242.2百萬元，主要是由於(i)流動租賃負債增加人民幣53.1百萬元，主要由於就直營餐廳網絡拓展，我們租賃的物業增加，(ii)短期借款增加人民幣50.0百萬元，及(iii)合約負債(主要包括自我們的特許經營商收取特許經營收入的預付款、儲值會員賬戶及已發出的代金券的餘額及顧客忠誠計劃的合約負債)隨著我們的業務擴張增加人民幣22.5百萬元，部分被以下兩項所抵銷：(iv)按公允價值計入損益計量的金融資產(即我們於結構性存款的投資)增加人民幣45.2百萬元及(v)貿易及其他應收款項隨著我們的業務擴張增加人民幣25.6百萬元。

概 要

我們的流動負債淨額由截至2022年12月31日的人民幣148.6百萬元增加25.7%至截至2023年12月31日的人民幣186.8百萬元，主要是由於(i)貿易及其他應付款項增加人民幣42.3百萬元，主要由於向供應商的採購增加；(ii)流動租賃負債增加人民幣32.8百萬元，主要由於就直營餐廳網絡拓展租賃的物業增加；及(iii)合約負債隨著我們的業務擴張增加人民幣23.5百萬元，部分被以下兩項所抵銷：(iv)貿易及其他應收款項隨著我們的業務擴張增加人民幣24.7百萬元及(v)按公允價值計入損益計量的金融資產增加人民幣18.1百萬元。

我們的流動負債淨額於截至2024年12月31日、2025年6月30日及2025年9月30日維持相對穩定，分別為人民幣242.2百萬元、人民幣255.0百萬元及人民幣258.8百萬元。

我們日後將繼續拓展我們的餐廳網絡，而這可能會進一步增加我們的現有租賃負債。另一方面，一旦新開設餐廳開始盈利，我們預期於業務擴張後我們的經營現金流入將會增加。**[編纂]****[編纂]**亦將增強我們的營運資金。此外，隨著特許經營餐廳佔我們餐廳總數的比例增加，我們開設餐廳所需的支出將會減少，預計這將改善我們的流動負債淨額狀況。我們亦將通過定期審查現金流量密切監察我們的流動資金狀況，以確保我們的流動資金狀況與我們的業務運營及拓展需求一致。為進一步加強我們的現金管理制度，我們已建立每週審查機制。這種定期評估有助於作出關於現金分配、資本結構優化和解決即時及未來營運資金需求基於充分信息的決策。我們將保持與銀行及其他金融機構的良好關係，以獲得支持我們業務運營所需的財務融資。

累計虧損

於往績記錄期間開始時，本集團錄得累計虧損，主要由於我們業務的早期階段總部拓展投資及快速的門店網絡增長。儘管如此，根據本集團的未經審計管理賬目（並未計及採納國際財務報告準則第16號的影響），我們於往績記錄期間前三個年度保持盈利，直至2022年COVID-19疫情對我們的財務業績造成不利影響。

我們於2022年12月31日錄得累計虧損人民幣75.2百萬元，主要由於我們的業務運營受到COVID-19疫情的不利影響導致的淨虧損人民幣36.0百萬元。

概 要

我們於2023年12月31日的累計虧損減至人民幣26.1百萬元，主要由於COVID-19疫情緩解後我們業績的強勁反彈產生的淨利潤人民幣45.9百萬元，部分被已宣派股息人民幣19.5百萬元所抵銷。

截至2024年12月31日及2025年6月30日，我們已轉為保留利潤，這歸因於我們於2024年及2025年上半年各業務線的強勁表現。

營運資金充足性

經慮及我們可用的財務資源（包括我們的手頭現金及現金等價物及按公允價值計入損益計量的金融資產、可獲得的銀行貸款及融資以及[編纂]估計[編纂]），我們的董事認為，我們有充足的營運資金可滿足我們現時及自本文件日期起未來十二個月的需求。

我們的流動資產包括現金及現金等價物、受限制銀行存款以及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6月30日，我們的現金及現金等價物、受限制銀行存款及按公允價值計入損益的金融資產合計分別為人民幣55.6百萬元、人民幣73.0百萬元、人民幣143.8百萬元及人民幣119.5百萬元。截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣36.5百萬元、人民幣26.8百萬元、人民幣42.2百萬元及人民幣50.0百萬元，及截至2022年、2023年及2024年12月31日以及2025年6月30日，我們按公允價值計入損益的金融資產分別為人民幣7.0百萬元、人民幣25.1百萬元、人民幣70.3百萬元及人民幣25.0百萬元。我們按公允價值計入損益的金融資產指對於三個月內到期的理財產品的投資，所有理財產品均為中國信譽良好的商業銀行發行的具有流動性的結構性存款，具有本金保證和與若干相關金融資產表現掛鈎的可變回報。該等結構性存款並無固定或確定回報。

我們將進一步提高我們的營運資金管理效率並持續密切定期監察我們的現金流量及財務狀況，確保我們的現金流量以及現金及現金等價物餘額維持在穩健水平並於適當時候管理債務。具體而言，我們將通過定期年度及月度預算來提高營運資金效率，包括首席財務官批准的現金流量預測，同時密切監督流動資金及於需要時調整債務。我們的首席財務官將定期監督流動資金審查並向董事會報告主要最新情況。我們將維持最佳現金儲備以滿足運營及拓展需求，同時於必要時利用可用的財務資源（如未動用的信用額度），確保為計劃及意料外的情況做好準備。我們預期將[編纂][編纂]總額的10%用於補充營運資金，以減少短期貸款需求。

概 要

綜合現金流量表選定項目概要

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
經營活動所得現金淨額	104,773	245,126	313,546	145,699	202,051
投資活動所用現金淨額	(36,001)	(78,007)	(143,093)	(18,848)	(7,601)
融資活動所用現金淨額	(75,761)	(176,874)	(155,059)	(98,094)	(186,549)
現金及現金等價物增加／ (減少)淨額.....	(6,989)	(9,755)	15,394	28,757	7,901
年／期初現金及現金等價物	43,508	36,519	26,764	26,764	42,190
外匯匯率變動的影響	-	-	32	-	(59)
年／期末現金及現金等價物	36,519	26,764	42,190	55,521	50,032

主要財務比率

	截至6月30日 止年度／ 截至12月31日止年度／截至該日			
	2022年	2023年	2024年	2025年
	不適用	91.5	44.2	33.8
收入增長率(%).....	不適用	91.5	44.2	33.8
流動比率 ⁽¹⁾	0.4	0.5	0.5	0.5
計息負債比率 ⁽²⁾ (%)	1.6	-	4.3	-

附註：

(1) 按截至各日期的流動資產除以流動負債計算。

(2) 按總計息借款除以資產總值再乘以100%計算。

概 要

COVID-19疫情的影響

於2022年，我們的業務及經營業績在一定程度上受到COVID-19疫情的影響。值得注意的是，2022年我們的餐廳遭遇客流量減少、臨時關店、營業時間減少等情況。於2022年，分別新開設32家直營餐廳及11家特許經營餐廳。由於2022年COVID-19疫情於中國內地多地區性爆發，我們於2022年暫停運營於中國內地的合共134家餐廳，包括100家直營餐廳及34家特許經營餐廳，時間為兩天至192天。所有該等餐廳於其後已重新開業。鑑於COVID-19疫情反覆，我們在2022年的餐廳網絡拓展速度也有所放緩，開設了43家新餐廳。因此，2022年我們錄得淨虧損人民幣36.0百萬元。

我們已採取綜合措施減輕COVID-19疫情的負面影響，包括(i)對水電費、耗材及其他運營開支實施更嚴格的成本控制，(ii)與業主磋商以獲得更優條款，如延長免租期及降低可變租賃付款，(iii)通過設計、更新及多樣化我們的外賣菜單，積極發展外賣業務，提高服務能力，以滿足消費者對外賣服務日益增長的需求，及(iv)對疫情管控措施保持警覺，通過根據餐廳客流量採取靈活的工作時間及靈活的值班系統恢復餐廳營運，使我們在減少開支的同時挽留員工。

隨著2023年初COVID-19疫情的緩解，我們的客流量及經營天數回漲以及財務表現顯著改善，2023年收入同比增長91.5%，淨利潤為人民幣45.9百萬元。值得注意的是，直營餐廳經營收入同年同比顯著大幅增長99.5%。於2023年，我們錄得特許經營餐廳經營所產生的總商品交易額同比增長74.8%。我們重啟我們的餐廳拓展計劃並於2023年及2024年分別開設92家及120家新餐廳。儘管2022年COVID-19疫情帶來了挑戰，我們仍認為COVID-19疫情並不會繼續對我們的業務經營或財務表現產生任何重大不利影響。有關相關風險的詳情，請參閱「風險因素－我們面臨與食源性疾病、傳染病及其他突發疾病有關的風險」。

我們的控股股東

淮安創韜作為持股平台由宋先生及蘇先生於2016年4月成立。截至最後實際可行日期，淮安創韜持有本公司已發行股份總數約49.04%。宋先生（作為普通合夥人）及蘇先生（作為有限合夥人）分別持有淮安創韜66.67%及33.33%的合夥權益。

概 要

截至最後實際可行日期，宋先生憑藉擔任本公司僱員激勵平台淮安遇見好人的普通合夥人，有權行使本公司已發行股份總數約4.24%所附帶的投票權。

緊隨[編纂]完成後，淮安創韜將有權行使本公司已發行股份總數(未計及因[編纂]獲行使而可能[編纂]的任何股份)[編纂]所附帶的投票權。此外，根據宋先生及蘇先生於淮安創韜(彼等之間的持股平台)的權益，根據聯交所發佈的新上市申請人指南第1.1C章，彼等將被視為一組控股股東。此外，宋先生(通過淮安遇見好人)將有權行使本公司已發行股份總數(未計及因[編纂]獲行使而可能[編纂]的任何股份)[編纂]所附帶的投票權。

基於上述，宋先生、蘇先生、淮安創韜及淮安遇見好人於[編纂]後將共同成為我們的一組控股股東。詳情請參閱「與控股股東的關係」。

[編纂]投資者

我們已與[編纂]投資者進行[編纂]投資。有關[編纂]投資者的身份及背景以及[編纂]投資的主要條款的進一步詳情，請參閱「歷史、發展及公司架構－[編纂]投資」。

法律訴訟及合規

我們在日常業務過程中可能會不時捲入各類法律訴訟、仲裁或行政訴訟。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無捲入任何會單獨或共同對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響的法律訴訟、仲裁或行政訴訟，且就我們所知，亦無任何針對我們或董事的待決或產生威脅的法律訴訟、仲裁或行政訴訟的風險。據我們的中國法律顧問告知，截至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守所有相關中國法律，且已從相關部門獲得了對我們在中國內地的運營至關重要的所有必要執照、批文及許可證，且該等執照、批文和許可證屬有效及已生效。

更多資料請參閱「業務－法律訴訟」及「業務－合規、執照及許可證」。有關我們須遵守的法律及法規的更多資料，請參閱「監管概覽」。

概 要

[編纂]

下表載列的統計數據基於以下假設：(i)[編纂]已完成且通過[編纂]新[編纂][編纂]股H股；(ii)[編纂]的[編纂]未獲行使；及(iii)[編纂]完成後[編纂]股股份已發行及流通在外：

	按[編纂]每股股份 [編纂]計算	按[編纂]每股股份 [編纂]計算
股份市值 ⁽¹⁾	[編纂]	[編纂]
未經審計[編纂]經調整綜合每股	[編纂]	[編纂]
有形資產淨值 ⁽²⁾⁽³⁾		

附註：

(1) 市值根據緊隨[編纂]完成後預計將發行的[編纂]股股份計算。

(2) 本公司權益股東應佔未經審計[編纂]經調整綜合每股有形資產淨值乃經附錄二所述調整後得出，其基於緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份（根據於2025年6月30日[編纂][編纂]股股份計算，並就根據[編纂]新[編纂]的[編纂]股股份進行調整，但不包括我們的僱員激勵平台淮安遇見好人就[編纂]僱員激勵計劃持有的[編纂]股未歸屬股份）計算得出，假設[編纂]已於2025年6月30日完成，且不計及因[編纂]獲行使或根據[編纂]僱員激勵計劃而可能[編纂]的股份。

概無對未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值作出調整以反映本集團於2025年6月30日後的任何交易結果或訂立的其他交易，包括但不限於於2025年10月宣派的股息人民幣34,365,000元。倘有關股息於2025年6月30日宣派，[編纂]經調整綜合有形資產淨值將減少約人民幣34,365,000元及本公司權益股東應佔每股[編纂]經調整綜合有形資產淨值將減少約[編纂]（相當於[編纂]）。

有關股東應佔未經審計[編纂]經調整每股有形資產淨值的計算，請參閱附錄二「未經審核[編纂]財務資料」一節。

概 要

未來計劃及[編纂]

我們估計，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]費用、佣金及其他估計開支後，假設[編纂]為每股H股[編纂]（即[編纂]範圍每股H股[編纂]至[編纂]的[編纂]）及[編纂]未獲行使，我們將收到[編纂][編纂]約[編纂]。根據我們的戰略，我們計劃將[編纂][編纂]按下述金額用於下列用途：

- [編纂]的約[編纂]或約[編纂]，用於拓展餐廳網絡、擴大地理覆蓋範圍及加深市場滲透；
- [編纂]的約[編纂]或約[編纂]，用於通過升級整個餐廳網絡的技術及數字系統提升我們的信息技術能力；
- [編纂]的約[編纂]或約[編纂]，用於品牌建設及提高客戶忠誠度；
- [編纂]的約[編纂]或約[編纂]，用於對上游食品加工行業潛在公司的戰略投資；及
- [編纂]的約[編纂]或約[編纂]，用於一般公司用途及營運資金。

股息

於2023年及截至2025年6月30日止六個月，我們宣派本公司權益股東應佔股息分別為人民幣19.5百萬元及人民幣14.7百萬元並於其後悉數派付。於往績記錄期間，本公司或本集團旗下其他實體並無宣派或派付其他股息。於2025年10月27日，本公司通過一項董事會決議及股東決議，基於本公司截至2025年6月30日的保留盈利向於2025年10月27日名列本公司股東名冊的現有股東宣派股息人民幣34,365,000元（「股息」）。截至2025年9月30日，本公司現金及現金等價物總額為人民幣41.1百萬元。我們將於[編纂]前結算股息，且不會動用任何[編纂][編纂]來結算股息。詳情請參閱「財務資料－股息」。

概 要

我們目前並無正式股息政策或任何預定的派息比率。中國法律要求只可從我們的可供分配利潤中支付股息。可供分配利潤為我們的稅後利潤，減去我們必須撥付的法定及其他儲備金撥款。任何未來股息的宣派及派付將由我們的董事全權酌情決定，並將取決於我們的實際及預期經營業績、現金流量和財務狀況、整體業務狀況及業務戰略、預期營運資金需求和未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制以及董事認為當時相關的其他因素。我們可能主要以現金或我們認為合適的股票宣派及派付股息。我們未來分派股息的能力亦取決於我們能否從我們的子公司獲得股息。任何宣派及派付以及股息金額將受我們的章程文件、適用的中國法律及我們股東的批准所限。

根據中國公司法，中國成立公司彌補以前年度累計虧損(如有)後，應當提取稅後利潤的10%列入法定公積金。公司法定公積金累計額達到公司註冊資本的50%的，可以不再提取。本公司按上文所述彌補累計虧損及提取法定公積金後，可從稅後利潤中支付股息。

[編纂]

根據[編纂]每股H股[編纂] (即指示性[編纂]範圍的[編纂])，並假設[編纂]未獲行使，我們將承擔的[編纂]估計約為[編纂]或[編纂][編纂]的[編纂]，包括(i)[編纂]約[編纂]，及(ii)[編纂]相關開支約[編纂]，包括(a)法律顧問及申報會計師費用及開支約[編纂]；及(b)其他費用及開支約[編纂]。於往績記錄期間，我們產生累計[編纂][編纂] (於綜合損益及其他全面收益表確認)。於往績記錄期間後，我們預計於[編纂]完成前後將進一步產生[編纂][編纂]，其中(i) [編纂]預計將在我們的綜合損益及其他全面收益表內確認為開支；及(ii) [編纂]預計將於[編纂]後列賬為自權益扣減。

申請於聯交所[編纂]

我們已向聯交所申請批准已發行及根據[編纂]將予[編纂]的H股 (包括因[編纂]獲行使而可能[編纂]的任何股份) [編纂]及[編纂]及未上市股份[編纂]為H股。我們滿足上市規則第8.05(2)條項下的市值／收入／現金流測試，其中參考(i)我們截至2024年12

概 要

月31日止年度的收入超過500百萬港元；(ii)根據[編纂]每股[編纂][編纂] (即指示性[編纂]範圍的[編纂]) 計算，我們的預期[編纂]時市值超過20億港元；及(iii)根據上市規則第8.05(2)條規定，截至2024年12月31日止三個年度，我們的經營活動所得正現金流量合計超過1億港元。

近期發展及無重大不利變動

自2025年6月30日至最後實際可行日期，我們開設了40家新餐廳，其中32家為直營餐廳、八家為特許經營餐廳；28家位於一線及新一線城市、八家位於二線城市及四家位於香港特別行政區。截至最後實際可行日期，我們有101家新餐廳處於開業前籌備中。

基於我們的管理賬目，我們(i)於截至2024年8月31日止八個月及2025年同期錄得直營餐廳及特許經營餐廳產生的總商品交易額同比分別增加36.8%及14.8%，及(ii)於截至2024年8月31日止八個月及2025年同期錄得直營餐廳及特許經營餐廳服務訂單總數同比分別增加42.0%及20.9%，主要由於截至2025年8月31日止八個月直營餐廳及特許經營餐廳數量增加。

於2025年10月，本公司通過一項董事會決議及股東決議，基於本公司截至2025年6月30日的保留盈利向於2025年10月[●]日名列本公司股東名冊的現有股東宣派股息人民幣34,365,000元（「股息」）。我們將於[編纂]前結算股息，且不會動用任何[編纂][編纂]來結算股息。詳情請參閱「股息」。

我們的董事已確認，截至本文件日期，自2025年6月30日（即附錄一所載會計師報告列示的往績記錄期間末）以來，我們的財務或交易狀況或前景並無重大不利變動，且自2025年6月30日以來，並無發生對附錄一所載會計師報告列示的資料產生重大影響的事件。