

風險因素

[編纂]於我們的H股涉及重大風險。閣下在[編纂]我們的H股前，應審慎考慮本文件內的所有資料，包括下述風險及不確定因素。下文描述我們認為對我們而言屬重大的風險。任何下述風險均可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。我們H股的[編纂]可能因任何該等風險而大幅下跌，而閣下可能會損失全部或部分[編纂]。

該等因素為或然因素，未必會發生，且我們現時無法就任何有關或然因素發生的可能性發表意見。除非另有指明，否則所提供的資料均為截至最後實際可行日期的資料，於本文件日期後不會作出更新，並受限於本文件「前瞻性陳述」中的警示聲明。

與我們的業務及行業有關的風險

我們可能無法持續推出符合不斷變化的消費者偏好及市場需求的產品及IP，這可能會對我們的業務及增長前景產生不利影響。

我們於文創工藝產品市場經營業務。我們保持設計精巧與定價規範之間的平衡需要持續進行產品迭代、成本結構優化以及對消費者預期的快速響應。這一優勢出現任何減弱可能會損害消費者信任並削弱我們的市場地位。

為緊跟消費者偏好與審美感知的持續變化，我們定期推出新SKU及產品系列。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們分別新推出583款、514款、707款、429款及404款SKU。我們的產品開發流程依託文化洞察、趨勢研究以及創作團隊、營銷團隊與業務團隊之間的跨部門合作。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的產品－我們的產品開發」一節。我們深入挖掘中國傳統文化元素並進行現代表達，以培育原創IP，同時開展國際IP合作，擴大品牌吸引力，觸及全球受眾。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們為獲得IP合作而產生的成本分別為人民幣1.7百萬元、人民幣4.9百萬元、人民幣2.9百萬元、人民幣2.0百萬元及人民幣4.5百萬元。該雙軌並行策略使我們能夠滿足不同人口特徵、地域和文化背景的多樣化消費者群體的需求。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的IP矩陣」一節。

開發文創產品需要大量時間投入於雕刻、打樣以及表面處理環節。精準實現生產計劃與銷售需求的匹配是我們當前面臨的挑戰之一。近年來，我們多次遭遇消費者反響熱度超出預期，進而導致預訂週期延長、交付時效降低的情況。

此外，若未能把握在禮品消費旺季推出契合的主題產品或及時發佈新產品，可能致使我們錯失收入增長機會及消費者互動度下降。我們產品所蘊含的象徵意義特性，使得對產品上市時效的適切把控成為關鍵營運考量因素。

若我們無法持續開發、發佈及交付契合消費者偏好變化並符合其對象徵意義期待的產品及IP，我們可能會面臨品牌關聯度降低、無法吸引新客戶或現有消費者忠誠度衰減。這可能對我們的業務表現、品牌聲譽及長期增長前景產生重大不利影響。

任何對我們主要品牌或子品牌的聲譽、獨特性或完整性的損害均可能對我們的業務表現、消費者信任度及增長前景產生重大不利影響。

我們的主要品牌「銅師傅」是我們企業標識及消費者參與不可或缺的一部分。銅師傅融合中國傳統工藝，以現代雕塑設計為表現手段，融入能引起客戶強烈共鳴的符號價值。倘偏離此定位（不論是源自設計不一致、產品缺陷或負面的消費者體驗），可能引致能夠通過社交媒體、

風險因素

直播平台及電商渠道迅速傳播的負面口碑及網絡評價。在以文化因素及消費者行為為重的細分類別中，即使是暫時性的消費者信任度喪失也可能嚴重損害我們的品牌聲譽及銷售。

除銅師傅外，我們還經營戰略性開發的子品牌矩陣，以迎合不同材料、消費者人群及主題表達的需求。「歡喜小將」針對關注潮流的年輕消費者，提供融合文化元素與潮玩設計的塑膠人偶。「閱銀」主打銀質文創產品，專注於茶具及裝飾品等功能性、象徵性物件。「璽檀」提供通過傳統雕刻技法表達精神主題的木質文創產品，但這條業務線已於近期縮減規模。「璽匠金鋪」代表我們的黃金文創產品，包括使用失蠟鑄銅法及鏡面打磨等傳統方法以純金打造的限量版工藝品。該等子品牌旨在強化市場細分、材料多樣性及文化表達。然而，該等子品牌在產品開發、設計語言及消費者體驗方面需要清晰的品牌定位和一致性執行。未能堅守美學表現、符號關聯性或工藝的預期標準可能迷惑或疏遠目標受眾，從而有損品牌利益並降低消費者忠誠度。

隨著我們的產品生態擴大，我們面臨越來越多的外部威脅，例如知識產權侵權、假冒產品及未經授權使用我們的品牌標識。我們產品所蘊含的獨特視覺元素、象徵意義設計以及原創敘述，日益成為造假者和仿冒品牌的目標，且在網絡環境下更為嚴重。例如，我們曾遭受未經授權方直接盜用我們的官方產品圖片推銷與之毫無關聯的商品，使消費者對產品的真實來源和質量有所誤導。其他情況下，一些相似品牌以極具迷惑性的類似名稱推出了類似的產品，可能會造成品牌混淆並侵蝕我們的市場形象。

此外，我們的自主設計和原創角色均遭受未經授權改編或複製，其中包括未經許可使用我們標誌性的銅葫蘆公仔、對大聖系列進行細微改動後製成的仿製品，以及與我們的瑞獸或書法主題產品相似的衍生作品。仿冒產品質量往往低劣，但卻利用我們已建立的聲譽，而消費者可能會將其購買這些仿冒產品的任何負面體驗錯誤地歸咎於我們。

我們積極監測市場並執行自身商標權益，打擊侵權行為。截至2025年9月30日，我們已於中國內地註冊577項商標，涵蓋核心品牌名稱及子品牌。截至最後實際可行日期，我們於美國、英國及歐盟等司法權區擁有13項註冊商標。此外，我們目前正於香港及加拿大等司法權區申請十項商標。然而，無法保證我們的所有商標申請均能獲批，亦不能保證我們現有的權益在新興銷售渠道中不會面臨挑戰、遭受稀釋或被規避。線上平台以及短視頻電商平台的持續發展，亦為我們執行自身權益帶來持續挑戰。

若我們的產品開發能力下降，我們的競爭力及市場份額可能會受到不利影響。

在中國，銅質文創工藝產品市場高度集中。根據弗若斯特沙利文報告，中國銅質文創工藝產品市場高度集中，截至2024年12月31日止年度前三大市場參與者合共佔市場總收入的70%以上。其中，我們在總收入及線上收入方面均位居首位，市場份額分別約為35.0%及44.1%。儘管新進入者因產品開發的複雜性、品牌積淀以及工藝要求而面臨較高的進入壁壘，但頭部企業之間競爭依然白熱化。有關更多詳情，請參閱本文件「行業概覽－競爭格局」一節。該環境下，我們保持並拓展創作及產品開發優勢的能力對維護我們的市場領導地位至關重要。

截至最後實際可行日期，我們的產品開發團隊擁有155名員工。該團隊在我們的創始人及專門的研發中心統籌的集中管理機制下運作，指導產品路線圖、專題策劃以及迭代流程。

我們的研發支出主要投向原創設計、樣品開發以及工藝改進，而非傳統的工程研發。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們為研發活動分別投入約人民幣18.8百萬元、人民幣28.6百萬元、人民幣28.2百萬元、人民幣20.7

風 險 因 素

百萬元及人民幣24.7百萬元，分別佔各期間總收入的約3.7%、5.7%、5.0%、5.2%及5.5%。這體現了我們著重文化創作與手工製作超過技術提升的業務模式特性。每件產品均需投入大量人力、時間以及材料。尤其對銅質產品而言，其創作週期涵蓋諸多耗時的工序，如手工雕刻、模具調整、失蠟鑄銅、拋光以及表面處理。若創作與生產部門合作不暢，可能引發延誤、成本攀升或產品質量參差不齊。

另外，若我們無法持續吸引並留聘關鍵的設計人員、概念藝術家以及雕塑家，或若我們與外部創作者、機構或IP授權方之間的合作因創作理念不匹配或執行環節遭遇瓶頸而中斷，我們的新產品管線可能受到影響。一旦質量、數量或產品發佈時效性出現任何惡化，均可能削弱品牌互動，導致市場份額受侵蝕。

任何無法獲取、維持及執行我們的IP權利可能會對我們的產品吸引力、競爭地位及財務表現產生重大不利影響。

我們已採取專注拓展自身IP體系，打造品牌價值及增強消費者認可的長期戰略。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，基於自研IP的SKU的收入為人民幣473.5百萬元、人民幣447.2百萬元、人民幣535.4百萬元、人民幣372.7百萬元及人民幣395.3百萬元，分別約佔我們總收入的94.1%、88.3%、93.7%、92.6%及88.3%。這些數字突顯我們在戰略上專注於建立一個提升品牌形象、消費者參與及毛利率的專有IP體系。我們的IP資產對我們提供差異化產品和維持品牌關聯度的能力至關重要。雖然我們通過與文化機構、博物館和娛樂公司開展合作，持有少量授權IP，但我們的產品組合主要依託自研IP和自主設計。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，基於授權IP的SKU分別貢獻收入人民幣29.7百萬元、人民幣59.1百萬元、人民幣35.8百萬元、人民幣29.7百萬元及人民幣52.4百萬元，分別佔總收入約5.9%、11.7%、6.3%、7.4%及11.7%。這些成果涵蓋由我們的內部創作團隊獨立創作的原創雕塑形象、人物系列、紀念主題以及傳統文化元素重構演繹的作品。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的IP矩陣」一節。

然而，我們產品的商業成功取決於我們知識產權的持續優勢及保護。若我們無法獲得專利或版權註冊、維持自身權利的法律效力或保護這些權利免遭侵權或濫用，我們商業化新產品概念或保持品牌獨特性的能力可能會受到損害。此外，在文創工藝產品市場，未經授權盜用或仿冒我們自主IP的現象依然屢禁不止。

此外，儘管授權IP在我們的產品組合中所佔比例相對較小，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月分別約佔我們總收入的5.9%、11.7%、6.3%、7.4%及11.7%，但我們無法向閣下保證所有相關授權均能以商業有利的條款重續或延期。一旦任何授權安排因爭議或授權方變更的原因而終止、到期或無法獲取，我們可能會喪失對相關產品進行商業化的權利。再者，概不保證基於授權IP開發的產品能夠取得預期的商業表現。

大宗商品價格（尤其是銅價）的波動可能會對我們的業務、經營業績或財務狀況產生重大不利影響。

銅作為我們製造工藝所用的主要原材料，其價格波動是影響我們採購成本的關鍵因素。於往績記錄期，直接材料（主要包括我們的銅質文創產品所用的銅）分別佔截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月總營業成本的約51.9%、47.1%、47.1%、46.9%及47.6%。有關更多詳情，請參閱本文件「財務資料－節選損益表項目的說明－營業成本」。於往績記錄期，中國銅價整體呈上升但波動趨勢。根據弗若斯特沙利文報告，

風險因素

銅的年均價格由2019年的每噸人民幣47,621.8元上漲至2024年的每噸人民幣74,958.3元，並於2024年5月達到每噸人民幣88,600.0元的歷史峰值。截至2025年9月30日，銅價已達致每噸人民幣83,110.0元。此期間銅價上漲的主要驅動因素包括持續的基礎設施投資、工業擴張、商品市場投機活動以及區域供需動態。此外，近期市場發展動態表明，鑒於全球供應收緊以及基礎設施、電動汽車和可再生能源領域對銅的需求增加，銅價可能呈上升趨勢。特別是全球貿易緊張局勢的加劇以及對全球供應鏈安全的擔憂再度浮現，進一步加劇了銅價的波動。

我們一直面臨產品所用原材料（包括銅以及（較少的）黃金及銀）的大宗商品價格波動風險。有關原材料價格的任何急劇或持續上漲均可能顯著推高我們的生產成本，而我們可能無法將有關成本上漲完全轉嫁至客戶，因為我們通常不與客戶訂立會自動轉嫁原材料成本上漲的合約安排，我們亦不會僅由於銅或其他原材料成本上漲而提高已經在出售的產品的價格。儘管如此，我們通過產品迭代及新品上市等替代措施盡力抵銷對我們整體盈利能力的有關潛在負面影響。有關我們管理銅及其他原材料價格波動的影響之措施的更多詳情，請參閱「業務－我們的生產－我們的採購流程」。此外，我們的內部生產模式屬於銅密集型生產，且集中於杭州單一設施。此加劇我們對原材料供應鏈中斷與延誤的敏感性（尤其在季節性需求高峰期間）。倘我們無法及時獲取具成本效益的銅材供應，我們的生產安排、存貨周轉及訂單交付均可能遭受不利影響。我們無法保證我們將能完全抵銷未來大宗商品價格波動的影響。銅價或相關供應成本的任何不利變動，均可能對我們的毛利率、經營業績及整體財務狀況造成重大影響。

我們可能會遭遇生產延誤或中斷，這可能會對我們的客戶體驗、品牌聲譽及經營業績產生不利影響。

我們目前所有的內部生產活動均於浙江省杭州市的單一生產設施開展。該地域集中性使我們在發生區域性中斷（如自然災害、公共衛生緊急事件、公用事業停電、工業事故或政府施加的限制）的情況下面臨營運風險。由於我們並無備用的生產場地，杭州設施出現任何重大中斷，可能會嚴重擾亂我們的生產活動、延遲訂單履行，並對我們的財務狀況及聲譽產生不利影響。

我們的生產過程本身涉及多個複雜且相互依存的環節，如蠟模成型、鑄造、打磨、表面處理、著色、組裝以及檢驗，其中許多屬於勞動密集型作業，需要技術熟練的工匠。我們的核心產品線採用手工製作工藝，使我們的營運極易受到勞動力供應、部門間協調以及車間調度因素的影響。勞動力短缺、員工缺勤、設備故障或上游工序不穩定均可能導致生產延誤。表面處理、著色等手工操作步驟特別容易受到時間銜接不當、環境條件以及員工專業技能水平所影響。為保證工藝水平和視覺質量，我們亦實施嚴格的內部標準，中間產出若未能達到預期，可能導致返工、拒收或生產速度減慢。進一步詳情請參閱本文件「業務－我們的生產」一節。此外，部分SKU（尤其是涉及全新視覺或結構元素者）可能需要較長的生產週期或迭代優化，增加了生產計劃的複雜性。若未能有效應對這些風險，可能導致交付延誤、客戶滿意度下降及負面品牌認知，特別是在旺季、文化節日或促銷活動期間。

我們的過往增長率未必反映未來表現，且我們的成功取決於執行業務戰略的能力。

於往績記錄期，我們在有利的宏觀經濟狀況、消費者對文創產品越來越感興趣以及我們的銅質產品組合持續取得成功的推動下，實現了強勁的收入增長。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的收入分別為約人民幣503.2百萬元、人民幣506.4百萬元、人民幣571.2百萬元、人民幣402.4百萬元及人民幣447.7百萬元。

我們過往的增長得益於中國更廣泛的結構性趨勢，其中包括可支配收入持續增加、文化自信提升、「國潮」美學蓬勃興起以及多渠道零售基礎設施的發展。然而，我們過往的表現乃於特定的歷史和市場條件下實現，不能保證這些趨勢未來將會持續，亦不能保證我們未來能夠以同樣的程度充分利用這些趨勢。

風 險 因 素

有關更多詳情，請參閱本文件「業務－戰略」一節。實施上述戰略需要進行合理的資源分配、內部協調並靈活應對不斷變化的市場發展動態。為實現可持續增長，我們必須在長期品牌建設與短期業績壓力之間尋求平衡，同時緊跟消費者偏好、競爭態勢及零售環境的變化。

我們開展的委託生產有限，如有關各方未能滿足我們的質量或交付要求，可能會對我們的品牌形象和業務營運產生不利影響。

為補充我們的內部產能，我們在兩個特定領域開展有限委託生產：(i)「歡喜小將」品牌塑膠玩具系列的大部分生產；及(ii)依賴專業工業設備的若干獨立機械加工流程委託。

截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，委託生產分別佔我們營業成本的約3.7%、4.1%、4.8%、5.2%及5.1%。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的生產－我們的委託生產」一節。外部製造商帶來了部分並非完全處於我們營運控制範圍內的風險。

我們無法保證第三方製造商始終符合我們的質量、交付或合規標準。任何偏離規定規格（無論是因營運效率低下、人員問題、流程失誤還是監督不足所致）均可能導致產品缺陷、延誤或不一致，從而影響製成品的質量。這些風險在季節性促銷活動、推廣發佈或是限量版產品發行時期，可能會被放大。

我們可能無法有效協調及控制第三方電商平台及經銷商等多渠道銷售網絡，從而可能導致渠道衝突、不一致定價及品牌稀釋，並可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

我們採用涵蓋線上及線下直銷、經銷及代銷的多渠道網絡銷售產品。儘管此結構可讓我們接觸到不同的消費族群及零售場景，但亦增加了協調不同渠道的定價規範、品牌定位及客戶體驗的複雜性。我們無法保證我們的經銷商、代銷商或其他第三方會遵守我們的統一零售定價政策或維持一致的下游定價及推廣實務。任何偏離我們的定價指導或品牌定位的情況均可能導致渠道間出現定價差異、消費者混淆及稀釋產品感知價值。倘我們未能有效協調及管理銷售渠道、在實踐中維持定價規範，或未能及時監察、管理或更換表現欠佳的經銷商並應對與平台相關的不確定性，我們的銷售表現、消費者忠誠度、市場聲譽及長期品牌價值可能會受到重大不利影響。

我們於中國的大部分收入來自通過一系列集中的第三方電商平台進行的線上銷售。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的線上直銷額佔總收入的約69.3%至70.9%，線上經銷貢獻總收入的另外5.8%至10.3%，體現我們對數字平台的持續依賴。於往績記錄期，天貓佔我們線上直銷收入的約40.0%至48.0%，抖音佔約33.0%至39.0%，同時京東佔約14.0%至16.0%，其他平台佔其餘部分收入。鑒於我們的大部分線上直銷額通過天貓及抖音產生，我們對該等平台存在一定程度的依賴，故我們與其中任一平台的關係出現任何變動、轉差或中斷（包括減少獲得關鍵促銷資源或平台支持），均可能對我們的線上銷售業績及品牌知名度產生重大不利影響。此外，我們受限於電商平台的商業慣例、技術環境及商業政策，而我們對此控制有限，故平台規則、算法、佣金結構、流量分配機制或促銷要求的任何重大變動，均可能對我們的產品知名度、客流量、轉化率、銷售業績及利潤率產生不利影響。例如，倘平台在搜索排名中下調我們的店鋪或產品等級、限制參與重大促銷活動或直播活動、就指稱的不合規施加處罰或暫停營業，或提高佣金率或廣告費用，我們的線上銷售額及盈利能力可能會受到重大不利影響。

風 險 因 素

我們在若干市場的產品銷售亦部分依賴於經銷商，而我們監督經銷商日常行為及表現的能力有限。此外，我們通常不監控經銷商下游渠道的庫存水平。此方式旨在為其提供必要的經營靈活性，惟其須遵守我們既定的渠道及平台限制。有關更多詳情，請參閱「業務－銷售及營銷－渠道管理及風險控制－管理渠道填塞風險的措施」。截至2025年9月30日，我們有六家授權線上經銷商運營六家獨立線上店舖，及53家授權線下經銷商經營總共63家門店。我們的經銷協議列出定價要求及退貨機制等主要條款。然而，我們無法保證經銷商會全面遵守該等條款，且我們可能無法有效監察或強制執行合規情況，特別是在下游零售或平台層面。經銷商可能從事未經授權且與我們的定價及品牌定位不一致的低價銷售、促銷或捆綁銷售，亦可能在推廣方面表現欠佳、攜帶競爭產品或延遲付款，這可能會對我們的銷售、現金流量及品牌價值造成不利影響。例如，於2023年，我們發現四家經銷商在二級市場平台從事未經授權的低價銷售，就此，我們已暫停供應一個季度或沒收介於人民幣30,000元至人民幣50,000元的保證金。於2024年，有三家經銷商的業績遠未達到其年度銷售目標，這在特定情況下導致終止合作並退還其保證金。同時，經銷商可能在臨近促銷期或年底前大量訂購產品，導致存貨積壓或渠道填塞，並可能扭曲進貨數據及未來訂貨模式。

我們面臨與線下直營店相關的營運、管理及拓展風險。

除核心線上銷售渠道外，我們在中國部分城市運營線下直營店。截至2025年9月30日，我們在新一線及二線城市的高流量商業區戰略性地運營18家直營店。上述實體店主要位於購物中心或文化零售區，以提升品牌知名度、提供沉浸式產品體驗，並作為支持活動發佈及饋贈的場地。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－銷售及營銷－直銷－線下直銷」一節。

隨著我們持續加強線下佈局（作為更廣泛多渠道拓展戰略的一部分），我們於合適門店選址、磋商有利租賃條款、管理租金波動以及吸引穩定客流量方面，可能會面臨挑戰。店內營運亦可能受季節性消費者行為、區域需求變化以及前線員工提供品牌一致體驗的能力所影響。由於我們擴大門店網絡，我們在維持零售效率與標準化方面亦可能會面臨更為複雜的局面，尤其是於存貨規劃、視覺陳列以及服務質量方面。若我們的店內產品與當地市場偏好不符，或若未能有效執行營運流程，可能導致業績欠佳、成本效益低下或消費者滿意度下降。

我們依賴熟練技工以確保手工生產的質量及一致性，任何人員短缺或成本上升可能會對我們的營運及品牌形象產生不利影響。

文創工藝產品行業本質屬勞動密集型產業，許多生產流程要求極高的手工技藝、藝術判斷力和文化解讀能力。儘管機械化和工業管理有所進步，但手工製品的價值與獨特性依託於無法通過自動化技術輕易取代或複製的技藝。因此，文創工藝產品行業依賴熟練技工來完成諸如手工雕刻、打磨、氧化燒色和細節描繪等複雜的多步驟工藝。這些工藝需要手工靈巧性、美學判斷力和文化解讀能力，這些特質難以通過自動化技術複製。於往績記錄期，我們截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年9月30日分別僱用了約271名、379名、421名及479名熟練技工，分別佔各年度／期間生產總勞動力約29.6%、38.7%、50.8%及54.2%。我們的營運可能會受到合適工人短缺、無法根據需求擴大培訓規模，或因市況導致勞工成本上升的影響。熟練技工的供給、表現或留任率下降均可能影響我們的生產質量、交付時間表和運營穩定性。有關進一步詳情，請參閱「業務－我們的生產－我們的生產設施－產能」。

然而，由於人口結構變化以及就業偏好演變，年輕一代可能不太願意從事傳統手工藝或工廠職位。中國的勞動力成本持續上升，尤其是如我們主要生產設施所在的杭州等城市製造中

風險因素

心。任何合資格工匠短缺、員工突然離職、內部工藝標準下降或與人力相關的擾亂因素，均可能會影響我們的生產計劃、質量控制或產品一致性，從而可能損害消費者對我們品牌的信任，並對我們的商業表現及聲譽產生不利影響。

我們拓展海外市場時可能會面臨戰略、營運及文化方面的挑戰，這可能會對我們的增長前景產生不利影響。

作為我們長期戰略的一部分，我們計劃拓展特定海外市場，以擴充客戶群、提升品牌知名度並把握新增長機遇。於往績記錄期，我們已通過線下經銷商進入台灣及美國市場，並開始制定拓展東南亞地區的戰略規劃。我們的國際拓展戰略預計將主要聚焦於線下經銷、文化零售佈局及區域協同合作。有關我們擴張計劃的進一步詳情，請參閱本文件「業務－戰略」一節。

我們的文創產品靈感源自中國文化符號和紀念傳統。雖然在許多海外市場（尤其是亞洲市場），公眾對中國美學的興趣日益濃厚，但不同國家對這類產品的解讀和接受程度可能存在顯著差異。美學領域的文化細微差別、消費者反應以及送禮習俗，均可能增加消費者接受度的不確定性。在中國市場表現優異的產品，若未經進一步調整，可能無法契合海外消費者的期望或品味。不同價值體系、收藏文化尚欠成熟或對中國文化主題認知的局限性等挑戰，可能會影響產品與市場的適配性。

我們的海外業務模式著重與當地經銷商合作。該模式可進行本地化推廣及消費者互動，但同時限制我們對執行的直接控制。海外拓展亦可能使我們面臨不熟悉法律及監管框架的風險，其中包括進口規定、標籤標準、營銷限制以及消費者保護法規。在某些司法權區，地緣政治緊張局勢加劇或貿易政策變化可能進一步影響市場准入及商業執行。

全球經濟、政治或社會狀況的變化可能會對我們的營運產生不利影響。

我們的業務受中國及國際宏觀經濟形勢以及消費者情緒的影響。近期的全球動態，包括長期經濟不確定性、GDP增長放緩、國際貿易緊張局勢以及地緣政治不穩定，加劇了消費市場的波動性，同時擾亂全球供應鏈。特別是，貿易摩擦持續升級、保護主義政策、關稅調整和地區衝突可能削弱國際合作，限制市場准入，並影響商品、材料及資本的流動。這些動態亦可能影響全球消費者的信心，減少可支配支出，特別是對文創產品等非生活必需品的支出。

鑒於我們的業務表現與家庭消費水平以及送禮需求緊密相關，可支配收入下降或消費意願降低可能會對銷售、存貨周轉及盈利能力產生不利影響。儘管中國是我們的主要市場，但全球經濟和政治格局變化可能會影響我們的上游供應環境、下游經銷策略以及海外拓展前景。我們無法保證將能夠完全緩解或應對不斷演變的宏觀經濟和地緣政治風險。一旦更為廣泛的環境出現重大惡化，可能會對我們的財務狀況、營運穩定性及未來增長產生負面影響。

我們可能無法有效開展營銷活動。

我們在品牌知名度建設、文化內涵傳達及推動產品轉化方面的能力極為依賴我們營銷工作的成效。於往績記錄期，我們截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月的銷售及營銷開支分別約為人民幣62.7百萬元、人民幣72.4百萬元、人民幣71.6百萬元、人民幣53.5百萬元及人民幣59.6百萬元，分別約佔各年度／期間收入的12.4%、14.3%、12.5%、13.3%及13.3%。

我們的營銷策略主要涵蓋數字營銷活動、社交媒體內容、直播以及主題品牌活動，並輔以部分線下體驗和季節性零售展示。我們並不依賴大規模的網紅代言或大量流量獲取。該方式可能會限制我們的曝光度和覆蓋範圍，尤其是在重大促銷期間或競爭激烈的消費細分市場。有關進一步詳情，請參閱「業務－銷售及營銷」一節。

風險因素

我們營銷活動的成效取決於眾多內外部因素，其中包括平台算法變化、數字廣告成本波動、用戶的創意疲勞以及社交媒體渠道內容日趨飽和。此外，我們的產品通常需要更細緻的創作方向。若我們未能有效傳達預期的情感、象徵意義或使用場景，營銷活動可能無法引發消費者共鳴，導致參與度低或聲譽誤解。營銷表現的衡量和歸因亦仍是一大挑戰。我們可能難以單獨評估各項營銷活動對消費者行為或銷售轉化的影響。隨著我們品牌在各平台和地區擴展，追蹤投資回報率並優化線上及線下渠道的預算分配將變得愈發複雜。

不斷變化的線上營銷生態系統和消費者行為可能會對我們的數字銷售及營銷效率產生不利影響。

我們依賴電商平台、短視頻和直播平台以及社交媒體等線上平台推廣及銷售我們的產品。隨著數字內容消費習慣變化及平台生態系統日趨複雜，我們在保持曝光度、控制成本並實現持續消費者互動方面面臨愈發嚴峻的挑戰。特別是，直播、短視頻及用戶評價等新興營銷形式已成為產品發現和影響消費者的重要手段。這些形式由算法驅動且對市場趨勢敏感，其曝光規則、廣告政策以及內容監管可能會頻繁變動。若我們無法適應這些變化或不能提供與平台受眾產生共鳴的內容，我們的線上流量及轉化率可能會下降。數字領域的消費者行為高度變化且難以預測。文化美學及具有象徵意義的贈禮相關的偏好，可能會隨時間轉變。若主流趨勢與我們品牌的基調或產品風格不契合，或若市場對文化主題手工製品需求下降，我們的營銷效果及品牌關聯度可能會受到不利影響。

我們的營運依賴眾多第三方支持，而其業務中斷或不當行為可能對我們的業務、聲譽及客戶體驗產生不利影響。

我們營運的多個環節均依賴各類第三方服務供應商和合作商的支持，包括原材料採購、委託生產工序、物流倉儲以及銷售渠道執行。我們無法全面監督或控制該等第三方的日常營運。此外，我們可能因第三方的行為（如勞動糾紛、監管違規或網絡安全漏洞）而面臨聲譽或法律風險，即便本公司未直接涉及。

其中，物流服務供應商對線上及線下訂單履行至關重要。鑒於我們的銅質產品較重、易碎且通常具有紀念意義的特性，交付質量直接影響客戶的滿意度。運輸過程中的任何延誤、處理不當、丟失或包裝損壞，均可能導致消費者產生負面體驗、投訴或要求退款。在某些情況下，交付失敗或最後一公里服務不足亦可能導致不滿或損害我們的品牌認知。

第三方合作商的任何重大表現不佳、業務中斷或不當行為均可能會影響我們的產品交付，損害客戶信任，並對我們的品牌形象及業務營運產生不利影響。

我們的業務依賴創始人及關鍵人員的持續貢獻，任何人員流失或不穩定均可能會對我們的表現及增長產生不利影響。

我們的成功與創始人俞光先生（擔任我們的董事長兼總經理）的遠見、領導力及個人參與緊密相連。俞先生對塑造我們的品牌價值、產品方向及文化定位發揮基石作用。其持續參與設計戰略、創作開發以及企業領導工作，對我們的形象和長期發展方向至關重要。除俞先生外，我們依賴規模更龐大的高級管理層、創作領導團隊，以及產品設計、生產管理、品牌推廣和運營等部門的專業技術人員。文創產業本質屬人才驅動型產業，對具備傳統工藝、視覺敘事以及文化重構演繹經驗的人才需求極大。有關進一步詳情，請參閱「業務 — 優勢 — 經驗豐富的管理層和富有創意的團隊，助力長期業務增長」一節。

關鍵人員的突然離任、無法獲取或表現欠佳可能會對我們的創作連貫性、營運持續性或市場執行力造成破壞。鑒於行業競爭以及我們工作的專業性，我們亦可能難以招聘及留聘具備同等資質的替代人員。若我們無法挽留、吸引或激勵對我們的創作願景、管理效能或生產執行至關重要的人員，我們的業務表現、品牌凝聚力及未來增長前景可能會受到重大不利影響。

風 險 因 素

我們須遵守中國的環境保護及工作場所安全法律法規，包括有關廢棄物處置、排放及工作場所安全的法律法規。任何監管變動或加強執法均可能導致成本增加或罰款，並可能對我們的營運產生不利影響。

作為一家金屬類文創產品製造商，我們須遵守中國一系列環境保護及工作場所安全法律法規。這些法律法規涵蓋污染物排放、危險廢棄物處置、噪音及粉塵控制、化學品和氣體處理、防火、職業病預防、員工健康保護以及工作場所安全標準方面的要求。詳情請參閱本文件「業務－牌照、許可及批文」。

我們的生產流程包括金屬熔煉、鑄造、打磨、拋光、表面處理及著色等環節，涉及使用加熱設備、高溫作業及可能釋放煙霧、顆粒物或揮發性物質的金屬化合物。若管理不當，這些操作可能引致燒傷、吸入暴露、粉塵相關呼吸危害或化學接觸傷害等安全風險。我們須取得並持續持有排污許可證及工作場所安全許可證，同時須實施消防安全、氣體檢測、防護用品使用及員工健康監測方面的內部規程。安全意識、設備維護、防護材料使用或應急響應機制的任何不足，均可能增加事故或職業病風險。

環境保護亦日益成為監管執法的重點關注領域。粉塵、煙霧或拋光廢料的排放須符合相關標準，地方當局可能會進行突擊檢查或要求整改。我們無法向閣下保證日後的檢查或監管變化不會加重我們的合規負擔，或不會導致須就設施升級、防護設備或監測系統產生額外的資本支出。

未能維持最佳存貨水平、確保存貨的安全性或管理存貨的減值風險可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們儲備原材料、在製品、製成品及在途貨品存貨以支持生產及銷售活動。於往績記錄期，我們的存貨水平及周轉天數保持相對穩定，乃主要得益於穩定的客戶需求。截至2022年、2023年、2024年12月31日及2025年9月30日，我們的存貨分別為人民幣115.7百萬元、人民幣107.2百萬元、人民幣132.3百萬元及人民幣153.3百萬元，平均存貨周轉天數分別為107天、119天、119天及133天。然而，我們無法向閣下保證有關存貨水平始終適當。

鑒於我們許多產品為手工製作，且部分SKU具備季節性或紀念性特質，需求波動、銷售預測不準確或消費者偏好變化均可能會導致存貨過剩或滯銷。此外，部分產品需要小心處理，並可能隨時間推移而出現損壞，尤其是帶有外露金屬飾面或結構複雜的產品。

如果我們未能完全遵守適用的中國勞動法，包括在社會保險及住房公積金供款方面，我們可能會受到處罰或其他監管行動。

根據適用的中國勞動法律及法規，我們須與僱員訂立書面僱傭合約，並根據當地法規向多項法定計劃（包括養老保險、醫療保險、失業保險、工傷保險、生育保險及住房公積金）供款及扣繳僱員供款。

過往，由於行政複雜性、當地慣例差異及內部管理限制等原因，我們的若干附屬公司可能未能在所有方面完全遵守該等責任。例如，在某些情況下，供款可能沒有根據僱員的實際工資或在規定的時間範圍內進行。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年9月30日止九個月，社會保險基金的欠繳總額分別約為人民幣13.5百萬元、人民幣13.8百萬元、人民幣17.1百萬元及人民幣13.4百萬元。另一方面，截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度及截至2025年9月30日止九個月，住房公積金的欠繳總額則分別約為人民幣3.5百萬元、人民幣3.5百萬元、人民幣4.4百萬元及人民幣3.5百萬元。截至最後實際可行日期，我們並未收到中國相關部門就該等事項發出的任何行政處罰或整改通知。

風險因素

根據我們的中國法律顧問，基於目前的監管環境及我們的合規記錄，本公司受到處罰或被要求補足往績記錄期欠繳的社會保險及住房公積金供款的可能性被認為極低。然而，我們無法向閣下保證有關部門日後不會採取更嚴格的立場、進行追溯性檢查或施加追溯性供款、附加費或行政處罰。任何該等行動均可能增加我們的合規成本、產生勞資糾紛或聲譽風險，並對我們的財務狀況、業務營運及前景造成不利影響。有關進一步詳情，請參閱本文件「監管概覽－有關勞動合同、社會保險及住房公積金的法規」及「業務－不合規事件」。

我們的保單可能無法完全保障我們應對所有營運風險。

我們根據行業慣例投保，以涵蓋我們營運的若干方面。有關我們保單的詳情，請參閱本文件「業務－保險」一節。然而，我們現有的保險可能無法完全涵蓋所有類型的損失或責任，並且可能會受到免賠額、除外責任或承保範圍限制的約束。

此外，任何保險理賠的結果及時間均可能存在不確定性，而且我們無法向閣下保證未來的保險費仍具有商業可行性。任何未得到保險充分承保的重大損失均可能對我們的財務狀況及業務營運產生不利影響。

我們面臨與第三方付款安排相關的風險。

自2022年1月1日至2023年2月14日，我們收到第三方通過不屬於相關買賣協議合同當事人的賬戶代表數量有限的經銷商支付的款項。截至2022年及2023年12月31日止年度，我們分別從四家及兩家經銷商處收到此類款項，總額約為人民幣11.3百萬元及人民幣6,000元，分別佔我們於各年總收入約2.3%及0.001%。截至2024年12月31日止年度或直至最後實際可行日期，我們並無收到任何第三方付款。有關更多資料，請參閱「業務－客戶－第三方付款安排」。我們可能面臨與此類歷史第三方付款安排相關的風險，包括（其中包括）第三方付款人或其清算人提出的潛在索賠、對資金來源或擬定用途不知情，或可能針對我們提起與此類付款相關的法律訴訟。如發生任何該等風險，我們可能需要分配額外的財務及管理資源來處理相關事宜，這可能對我們的業務及財務表現產生重大不利影響。

使用社交媒體可能會對我們的聲譽造成重大不利影響。

我們利用社交媒體平台來推廣我們的品牌、吸引消費者並支持數字銷售。然而，這些平台上用戶生成內容的快速性及不可控性使我們面臨著可能難以控制的聲譽風險。負面帖子、誤導性的重新解讀或惡意活動可能會被廣泛傳播，並通過算法功能放大。即使此類內容不準確或出於商業動機，其可能會迅速傳播，並在採取糾正措施之前扭曲公眾對我們品牌的認知。

此外，經過戲劇化處理或選擇性編輯的內容，尤其是短視頻或直播形式的內容，可能會被煽情或斷章取義，從而引發強烈的負面反應。平台針對此類內容的限制或暫停可能會進一步影響我們有效應對的能力。我們亦面臨因員工或高級管理層在公共平台上的不當行為或言論而引發的聲譽風險。任何被認為不敏感、有爭議的言論或與我們品牌價值不符的行為都可能引起消費者的負面反應，並損害我們的公眾形象。

有關我們、我們的股東及聯屬人士、我們的品牌及我們管理層的負面宣傳可能會對我們的業務、聲譽及我們股份的[編纂]造成重大不利影響。

我們的品牌及業務對公眾看法高度敏感，任何形式的負面宣傳均可能對我們的聲譽、消費者信任及投資者信心造成不利影響。此類宣傳可能來源廣泛，話題多樣，包括涉及本公司、管理層、董事、股東、聯屬人士、產品或業務實踐的爭議。潛在的觸發因素包括媒體報道、分析師評論、舉報人申索、監管調查、供應商或員工糾紛，或與企業管治、道德行為或股東背景相關的指控。

風 險 因 素

即使有關問題與我們的核心業務無關，或是由我們無法控制的情況引起，公眾對負面報道的聯想也可能會削弱對我們文化、價值觀或品牌形象的信心。倘我們的任何關鍵人員或股東受到審查、爭議或歷史聲譽問題的影響，由此引發的關注可能會對公眾及市場的看法造成過大的影響。

鑒於我們產品的文化及價值定位，負面宣傳可能會比純功能性產品更快地削弱消費者的忠誠度。倘此類事件發生在我們[編纂]前夕或關鍵品牌活動期間，也可能會影響[編纂]情緒及我們H股的[編纂]表現。

我們無法保證所有聲譽風險都能被預測、預防或減輕。任何重大負面宣傳事件均可能對我們的品牌、業務營運及[編纂]表現產生不利影響。

我們的部分物業缺乏所有權證書，可能會引致搬遷風險。

截至最後實際可行日期，我們在中國租賃了多處物業作為線下直營店。其中，部分租賃場所並無有效的房產證。此外，部分租賃未按照適用法規的規定在中國相關房屋管理部門進行登記。我們亦佔用兩個自有場所，總建築面積約為480平方米，且尚未獲得正式所有權證書，目前用於塗料存儲及清潔車間。更多資料請參閱本文件「業務－物業－自有物業」。

根據中國法律，未辦理租賃登記一般不會影響租賃協議的有效性，但出租人或承租人可能會受到行政警告或罰款。租賃不具有產權證書的物業可能會面臨較高的法律風險。倘出租人沒有合法產權，或倘第三方主張所有權或政府強制改變土地用途，我們可能會被要求騰空或搬遷受影響的門店。目前，我們未獲悉有關該等物業的任何糾紛、監管處罰或搬遷通知。根據當前評估，被強制搬遷的可能性較低。然而，未來的情況發展可能會影響我們繼續佔用該等場所的能力。如果需要搬遷，我們認為按照可接受的條款找到替代場所在商業上具有可行性。儘管如此，搬遷可能會導致暫時的運營中斷、額外的租賃投資或者對受影響門店的客戶體驗造成影響。

諸如COVID-19之類的突發公共衛生事件可能會擾亂我們的營運，並對我們的財務業績產生不利影響。

於COVID-19疫情期間，由於生產暫停、物流延誤以及線下消費者流量的波動，我們的業務受到影響。雖然整體影響已經消退，業務狀況也已基本恢復正常，但對於未來潛在的突發公共衛生事件仍存在不確定性。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－COVID-19疫情的影響」一節。COVID-19疫情的任何反覆或類似傳染病的爆發以及相關公共衛生措施均可能再次擾亂我們的供應鏈、線下零售活動或物流運營，並可能對我們的財務狀況及經營業績產生不利影響。

我們的銷售或會受季節性影響。

我們的銷售呈現季節性特徵，「雙十一」、「雙十二」及「618」年中大促等主要線上促銷活動期間通常錄得更高的線上訂單金額。例如，在2024年，6月、11月及12月每個月的線上訂單金額都超過了該年度的月度平均訂單金額約12%至45%。有關我們季節性的更多詳情，請參閱本文件「財務資料－季節性」一節。

這些季節性高峰可能會導致我們的銷售額出現波動，給生產及物流規劃帶來壓力，並影響收入確認的時間。倘我們在需求旺盛時期未能準確預測需求或做出有效應對，我們的銷售表現及營運效率可能會受到不利影響。

我們可能無法繼續享有稅務優惠或獲得政府補助。

目前，我們享受中國高新技術企業（「**高新技術企業**」）的優惠稅率，使我們的企業所得稅稅率降低至15%。我們的高新技術企業證書有效期至2027年12月，之後需要續期以保持這一稅收優惠待遇。雖然這種身份在我們行業的上市公司中很常見，但無法絕對保證我們能成功續

風險因素

期。倘無法續期我們的高新技術企業身份，將導致我們失去相關的稅收優惠，使我們必須按照標準企業所得稅率納稅，並可能增加我們的稅收支出。這可能會對我們的盈利能力及財務表現產生不利影響。此外，倘高新技術企業資格要求發生變化或稅務機關的執法更加嚴格，我們達到續期標準的能力可能會受到影響，從而進一步影響我們的稅務責任。

我們過往曾獲得政府補助，並享受稅收優惠，以支持研發、人才招聘及文化發展等領域。這些形式的支持構成了我們的其他收入，並有助於抵銷若干營運成本。截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們確認的政府補助分別約為人民幣2.4百萬元、人民幣3.0百萬元、人民幣2.6百萬元、人民幣2.2百萬元及人民幣0.8百萬元。這些補助及政策優惠構成了我們的其他收入。然而，大多數政府補助均為非經常性的，受政府財政預算、政策轉變或行政裁量權的影響。同樣，我們獲得稅收優惠的資格也取決於是否符合不斷變化的法規及基於績效的重新評估。我們無法保證今後會繼續獲得此類支持。該等優惠的任何減少、延遲或中止均可能增加我們的營運成本，並對我們的財務狀況及盈利能力產生不利影響。

近期美國關稅增加及全球貿易緊張局勢的加劇可能會對我們的國際拓展及業務表現產生不利影響。

隨著拓展國際市場及多元化收入基礎的戰略推進，我們日益受全球貿易政策演變影響（尤以中美政策為甚）。當前我們的產品主銷中國市場。然而，隨著我們進軍海外市場，我們可能面臨國際貿易摩擦升級的風險。有關進一步資料，請參閱本文件「業務－戰略－國際拓展策略及區域市場發展」。

全球貿易環境持續迅速演變。自2025年起，美國已對原產於中國的物品調整從價附加稅，包括暫緩執行24個百分點的從價附加稅率，初步為期90天，而其餘則保留10%的從價稅率，同時中國宣佈相應的關稅調整。美國亦已宣佈對若干家居及木質衍生產品徵收特定產品關稅，類似措施或會擴展至其他消費品類別。2026年2月，美國最高法院認為《國際緊急經濟權力法》並未授權美國總統徵收關稅，這可能會影響先前根據該法令所徵收關稅的法律依據，並可能導致根據其他法律權威作出進一步政策調整。另外，針對國際收支措施，美國總統徵收臨時10%從價進口附加稅，為期150天，自2026年2月24日起生效，這可能會增加將消費品進口至美國的成本。這些發展動態凸顯出美國貿易政策及更廣泛貿易環境持續的波動性及不可預測性。

我們無法預測該等地緣政治因素將如何演變，但持續的關稅、貿易限制或對等措施可能削弱我們的競爭力，影響定價戰略，並干擾我們的物流及市場進入工作。隨著我們拓展進入新市場，該等貿易挑戰可能影響我們的戰略計劃，包括可能改變消費者需求或與外國經銷商的關係。此外，持續貿易衝突可能抑制部分司法權區的消費意願或可自由支配開支（尤其對文創工藝產品等非必需或消費者偏好驅動類別）。該等發展動態亦可能削弱外國經銷商或授權合作夥伴與中國生產商的合作意願，或導致我們重新評估國際拓展計劃。若不利進口條件、高關稅或廣泛貿易限制實施、延伸或重啟，我們進軍新市場、建立海外品牌知名度或獲取全球合作夥伴關係方面的舉措或將遭受重大不利影響。

我們或會受到自然災害、戰爭或恐怖主義行為等我們無法控制的不可抗力事件影響。

我們的營運可能會受到我們無法控制的事件的干擾，包括自然災害（如地震、洪水或颱風）、大流行病、戰爭、恐怖主義或社會動亂。該等事件可能會損壞設施、中斷供應鏈及物流、影響用工或暫停生產及零售業務。

我們還依賴第三方平台及數字基礎設施進行線上銷售，而這可能會受到停電、網絡事件或地區不穩定的影響。此外，地緣政治的發展可能會影響我們的國際夥伴關係或IP授權安排。

風 險 因 素

匯率波動可能會影響我們的財務表現。

我們的財務報表以人民幣為單位，人民幣亦為本公司的功能貨幣。儘管我們目前的業務主要在中國開展，且我們絕大部分的收入、成本及開支以人民幣計值，但隨著我們逐步拓展至國際市場，我們仍可能面臨外匯風險。

於往績記錄期，我們於截至2022年、2023年、2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月錄得外匯收益淨額分別為人民幣394,000元、人民幣26,000元、人民幣157,000元及人民幣66,000元以及虧損人民幣19,000元。這些波動乃主要由於以外幣結算若干交易，包括跨境採購、物流或國際服務費。

隨著我們尋求進一步的國際拓展，以美元或其他外幣結算等外幣交易風險可能會增加。在這種情況下，外幣兌人民幣升值可能會增加我們的已售貨物成本或營運開支，而貶值則可能會降低海外收入的折算價值。我們於往績記錄期未採取任何對沖政策來管理外匯風險。未來匯率的任何波動均可能導致我們報告的財務業績或資產淨值的波動，並可能對我們的盈利能力及財務狀況產生不利影響。

與在中國開展業務有關的風險

根據中國政府機構頒佈的有關境外發售及上市的新法律法規，我們可能須遵守額外的監管規定。

於2021年7月6日，中國政府有關部門發佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》，強調要加強對證券違法活動的管理及對境內公司境外上市的監督。這些意見提出採取有效措施，如推進監管制度建設，以應對境內企業境外上市所面臨的風險及事件。

於2023年2月24日，中國證監會、財政部、中國國家保密局、中國國家檔案局聯合發佈了《關於加強境內企業境外發行證券和上市相關保密和檔案管理工作的規定》（「檔案規則」），自2023年3月31日起施行。檔案規則規定，境內企業境外直接或間接進行證券發行及上市活動中，境內企業以及提供相關證券服務的證券公司及證券服務機構，須嚴格遵守保密及檔案管理的要求，建立健全內部制度，並採取必要措施落實相關管理責任。

由於我們為一家尋求在香港[編纂]的中國公司，我們必須遵守上述監管框架下的監管制度。該等規則的解釋及實施仍在不斷演變，我們無法向閣下保證我們不會被要求進一步披露資料、調整內部政策或產生額外的合規成本。未能遵守上述規定可能會對我們的業務、經營業績或財務狀況造成重大不利影響。

我們未來[編纂]可能須遵守中國證監會或其他中國政府機構的批准、備案或其他規定。

於2021年7月6日，中國相關政府機關發佈《關於依法從嚴打擊證券違法活動的意見》。該意見加強對中國公司境外上市的管理及監督，並建議切實採取措施，如推進相關監管體系建設，以應對境外上市中國公司所面臨的風險及突發情況。

於2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》（「試行辦法」）以及於2023年3月31日生效的五項詮釋指引。試行辦法全面完善及改革原有中國境內企業證券境外上市監管制度，及通過採納以備案為基礎的監管制度對中國境內企業證券的直接及間接境外上市實行監管。根據試行辦法，我們作為一家尋求於海外市場[編纂]證券的中國境內公司，須於向海外監管機構遞交[編纂]後三個工作日內向中國證監會申請備案手續及呈報相關資料。

風 險 因 素

我們無法向閣下保證日後頒佈的任何新規則或法規將不會對我們或我們未來的融資活動施加其他規定或限制。我們可能無法及時遵守有關其他規定，甚至根本無法遵守。此外，我們可能會因本次[編纂]無法尋求中國證監會備案或其他政府授權而受到中國證監會或其他中國監管機構的處置，該等監管機構可能對我們實施罰款及處罰、影響我們在中國的經營活動、影響我們派付股息的能力、延遲或影響將[編纂][編纂]匯回中國或採取其他影響融資活動的行動，這可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的H股持有人可能須繳納中國所得稅。

根據中國現行稅收法律及法規，非中國居民個人及非中國居民企業須就我們向其派付的股息及因出售或以其他方式處置H股所變現的收益履行不同的稅務責任。

根據《中華人民共和國個人所得稅法》及其實施細則，非中國居民個人從中國境內取得的股息或股份轉讓收益須按20%稅率繳納中國個人所得稅。因此，除非中國與外國居民個人居住的司法權區間的適用稅務協議就相關稅務責任提供減免，否則我們須自股息付款中預扣該稅項。

根據於2006年8月21日簽署的《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》，中國政府可就中國公司向香港特別行政區居民（包括自然人及法人）派付的股息徵稅，但該稅項將不得超過中國公司應付股息總額的10%。倘一名香港特別行政區居民在一家中國公司直接持有25%或以上股權，則該稅項不得超過該中國公司應付股息總額的5%。國家稅務總局頒佈並於2019年12月6日生效的《〈內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排〉第五議定書》規定，以獲取上述稅收優惠為主要目的的安排或交易，不受上述規定的約束。

根據《中華人民共和國企業所得稅法》，對於未在中國設立機構、場所的非中國居民企業，以及雖在中國設立機構、場所，但其收入與所設機構或經營場所無關的該等企業，我們派付的股息及上述外國企業出售或以其他方式處置H股後實現的收益，一般須按20%的稅率繳納中國企業所得稅。根據國家稅務總局頒佈的《關於中國居民企業向境外H股非居民企業股東派發股息代扣代繳企業所得稅有關問題的通知》，該稅率已降低至10%，而依據中國與相關非中國居民企業所在司法權區之間的特別安排或適用協議，該稅率亦可進一步降低。

由於若干因素的影響，適用中國稅務法律法規在解釋及應用方面仍受限於屆時相關法律法規的規定。該等因素包括未來是否會廢除相關稅收優惠待遇，從而導致所有非中國居民個人持有人須按照20%的統一稅率繳納中國個人所得稅。此外，中國稅務當局對適用中國稅法及規則的解釋和應用仍在不斷演變中，包括非中國居民企業須繳納的資本利得稅、向我們H股的非中國居民個人持有人所派付的股息及出售或以其他方式處置H股後所變現的收益而徵收的個人所得稅。中國的稅法、規則和法規亦可能會變更。如適用的稅法及規則及其解釋或有關稅法及規則的應用出現任何變更，則閣下對我們H股[編纂]的價值可能會受到重大影響。

可能難以向我們、我們的董事及高級管理層送達法律程序文件、執行外國判決或提出原訴。

我們為一家根據中國法律註冊成立的公司，且我們的絕大部分資產均位於中國境內。此外，我們的大部分董事及高級管理層均居住在中國境內。因此，在中國境內送達法律程序文件、調查、收集證據、追認及執程序應遵循《中華人民共和國民事訴訟法》以及其他適用法律、法規及解釋的規定。於2006年7月14日，中國最高人民法院與香港簽訂《關於內地與香港特

風 險 因 素

別行政區法院相互認可和執行當事人協議管轄的民商事案件判決的安排》(「**2006年安排**」)，於2008年7月3日發佈並於2008年8月1日生效。根據2006年安排，內地人民法院和香港法院在具有書面管轄協議的民商事案件中作出的須支付款項的終審判決，當事人可以向內地人民法院或者香港法院申請認可和執行。但需要爭議各方同意根據2006年安排訂立書面管轄協議。

於2019年1月18日，中國最高人民法院與香港簽訂《關於內地與香港特別行政區法院相互認可和執行民商事案件判決的安排》(「**2019年安排**」)，2019年安排於2024年1月25日發佈，並於2024年1月29日生效。2019年安排已取代2006年安排，並使相互認可和執行民商事案件判決更清晰及明確。2019年安排生效前，當事人已簽署2006年安排所稱「書面管轄協議」的，仍適用該安排。然而，在中國確認及執行該等判決及仲裁裁決的任何特定申請的結果仍存在不確定因素。

外匯監管可能會限制我們的外匯交易，包括我們派付股息及履行其他義務的能力，並可能影響 閣下所持H股的價值。

中國的貨幣兌換法規可能會限制我們利用人民幣收入為中國境外業務活動提供資金或以外幣派付股息的能力。根據中國現行的外匯法規，包括利潤分配以及與貿易和服務相關的外匯交易在內的經常賬戶項目可在遵守特定程序要求的情況下以外幣支付，而無需事先獲得國家外匯管理局的批准。然而，將人民幣兌換成外幣以及將外幣匯出中國境外用於資本賬戶項目(如直接投資、貸款及證券投資)需要事先獲得國家外匯管理局或其地方分支機構的批准或登記。我們無法保證國家外匯管理局或其他相關中國政府機構不會對我們向股東匯出股息或其他款項施加任何限制。此外，亦無法保證將來不會頒佈新的法規或政策，進一步限制或取消我們以外幣支付股息或其他款項的能力。對向股東支付股息或其他類型款項的能力的任何限制均可能會對 閣下的投資價值產生重大不利影響。

與[編纂]有關的風險

股份過往並無[編纂]，及我們股份的流通量及[編纂]可能會發生波動。

我們的H股於[編纂]前並無[編纂]。H股的初步[編纂]由我們與獨家保薦人(為其自身及代表[編纂])磋商而定，而[編纂]可能與[編纂]後H股的[編纂]有很大差異。我們無法向 閣下保證H股將會形成[編纂]活躍的市場，也不能保證其在[編纂]後持續活躍，亦不保證H股的[編纂]將不會跌破[編纂]。我們H股的[編纂]可能會受到多種因素的影響而劇烈波動，其中一些因素非我們所能控制。

股份的[編纂]可能會發生波動，從而可能會給 閣下帶來重大損失。

我們H股的[編纂]可能會波動，並可能因我們無法控制的因素而大幅波動。這些因素包括但不限於：我們收入、盈利及現金流的變化、我們經營業績的變化、分析師估計的變化、對我們行業的看法及以中國及其他地方的監管發展。[編纂]不時出現與特定公司經營表現無關的[編纂]及成交量的大幅波動。該等[編纂]波動亦可能會對H股的[編纂]造成重大不利影響。

此外，根據中國法律，所有現有股東(包括[編纂]投資者)於[編纂]後的首12個月內不得出售其任何股份。該禁售期可能會影響我們H股於緊隨[編纂]後的流動性及[編纂]。這些因素與我們的實際業務表現無關，且可能會導致我們的H股出現大幅[編纂]，並給投資者帶來潛在損失。

風 險 因 素

於[編纂]中我們H股的[編纂]可能會面臨即時攤薄，若我們日後[編纂]更多股份，則可能會面臨進一步攤薄。

我們的H股於[編纂]中的[編纂]可能高於緊接[編纂]前每股H股的有形賬面淨值。因此，[編纂]中我們H股的[編纂]的有形賬面淨值可能面臨即時攤薄。此外，我們日後可能需要[編纂]更多資金，並可能[編纂]更多股份或可轉換為股份的證券。倘我們日後[編纂]更多股份或證券，我們H股的[編纂]的每股有形賬面淨值可能面臨進一步被攤薄。

未來[編纂]或預期[編纂]大量H股可能會對[編纂]造成不利影響及攤薄股東持股。

我們H股的[編纂]及我們以有利條款籌集資金的能力可能會受到未來在[編纂]大量[編纂]H股的負面影響，尤其是倘我們的董事、高管或最大股東[編纂]H股，或倘我們[編纂]新股或與股份掛鈎的證券。對此類[編纂]的看法也可能對我們的股價造成下行壓力。此外，倘我們日後[編纂]更多證券，我們現有股東的持股可能面臨攤薄。

我們可能會根據任何現有或未來的股權激勵計劃[編纂]新股，此舉進一步攤薄股東權益。該等新[編纂]的股份或與股份掛鈎的證券可能具有優先於H股的權利及特權。我們的最大股東持有的若干股份有[編纂]期，自我們的股份於香港聯交所開始[編纂]之日起計。我們無法保證其屆時或日後不會[編纂]股份。此類[編纂]或該等股份進入[編纂]的可能性可能會對我們H股的現行[編纂]產生負面影響。

此外，在[編纂]中[編纂]股份的[編纂]可能不受其H股的任何[編纂]，並且出於各種法律、監管、業務或市場原因，他們可能已有現有安排或協議，以便於緊隨[編纂]後[編纂]部分或全部H股。該等銷售，尤其是倘於緊隨[編纂]後發生，可能會對H股的[編纂]造成下行壓力，並導致我們的H股[編纂]大幅波動。

我們單一最大股東的利益可能與我們其他股東的最佳利益衝突。

緊隨[編纂]完成後，在不考慮根據[編纂][編纂]的任何股份的情況下，我們的單一最大股東將合共持有我們已發行股本總額的約[編纂]%，從而對我們的業務及公司決策擁有重大影響力。我們的單一最大股東能夠對需要股東批准的事宜施加重大影響，包括董事選舉、合併、業務合併、資產收購或處置、[編纂]更多股份或其他權益證券、股息派付以及整體公司戰略。

這種控制水平可能導致我們的單一最大股東做出符合其利益的決策，但不一定符合我們少數股東的利益。此外，有關所有權可能會阻礙、推遲或阻止本公司控制權的變更，否則股東就有機會溢價出售其股份。此種行為可能會對我們H股的[編纂]產生負面影響，並限制其他股東對本公司治理及未來發展方向的影響。

我們的歷史股息未必代表我們未來的股息政策，亦無法保證未來會派付股息。

我們的董事會可酌情決定是否派發股息。我們過去派付的股息金額並不代表我們日後的股息政策或股息金額。宣派及派付股息將由我們的董事會酌情決定，並取決於各種因素，包括我們的業務前景、財務表現、現金流量、資本需求及融資安排條款。我們無法保證將來會宣派及派付任何金額的股息。

本文件中自公開可得政府官方來源獲得的若干事實、預測及其他統計數據未經獨立核實及未必可靠。

本文件所載的若干事實、預測及其他統計數據均來自各種公開的政府官方來源。儘管我們的董事認為這些來源適當，並在獲取及複製這些資料時採取了合理的謹慎措施，我們無法保證相關來源材料的準確性、質量或可靠性。由於該數據未經我們或參與[編纂]的任何其他方獨立核實，我們對其準確性不作任何聲明。

風 險 因 素

此外，我們無法向投資者保證本資料乃按其他地方提供的類似數據的標準或按照相同的準確度編製。因此，[編纂]在評估本文件時務請仔細考慮自身對有關事實及統計數據的重視程度。

我們的前瞻性陳述受不確定因素影響，及未來業績可能與其中明示或暗示者存在重大差異。

本文件包含與我們業務有關的前瞻性陳述。前瞻性陳述根據管理層當前的想法、假設及使用當時可用資料作出。可通過「旨在」、「預期」、「相信」、「可能」、「預料」、「打算」、「或許」、「計劃」、「潛在」、「預測」、「預計」、「尋求」、「將」等詞彙以及類似表述識別前瞻性陳述。該等陳述反映了管理層對未來事件、營運、流動性及資金來源的看法；然而，其本質上存在風險、不確定性及假設。

若發生一項或以上此類風險或不確定性因素，或者如相關假設被證明為不正確，我們的實際結果可能與該等前瞻性陳述所預期者有重大差異。我們無法控制的因素以及未來的業務決策可能會影響結果，其中許多因素於本文件的「風險因素」一節內討論。

鑒於該等不確定性，前瞻性陳述不應被視為對特定計劃或目標的保證，謹請[編纂]不要過分依賴。本文件中的所有前瞻性陳述均受該等警示性陳述的限制。除上市規則或香港聯交所規定的持續[編纂]外，我們不打算因新資料、未來事件或其他因素而[編纂]更新或修訂前瞻性陳述。

有意[編纂]應僅基於本文件（而非媒體報道）作出[編纂]決定。

我們強烈勸告 閣下不應依賴新聞稿或其他媒體所載有關我們及[編纂]的任何資料。本文件刊發前，有報章及媒體對我們、我們的業務、我們所處行業及[編纂]作出報道。本文件刊發日期後但於[編纂]完成前，可能另有媒體對我們、我們的業務、我們所處行業及[編纂]作出報道。該等報章及媒體報道可能提及本文件未有載列的若干資料，包括若干經營及財務資料和預測、估值及其他資料。我們或參與[編纂]的任何其他人士均未曾授權在報章或媒體披露任何有關資料，且我們對任何該等報章或媒體報道或任何有關資料或刊物是否準確或完整概不負責。本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們及彼等各自的任何董事、高級職員、代表、僱員、顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方對任何該等資料或刊物是否適當、準確、完整或可靠亦不作出任何聲明。倘任何上述資料與本文件所載者不一致或有衝突，本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、我們及彼等各自的任何董事、高級職員、代表、僱員、顧問或參與[編纂]的任何其他人士或各方概不負責， 閣下不應依賴該等資料。