

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



**Dmall Inc.**

**多点数智有限公司**

(於英屬維爾京群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2586)

## **截至2025年12月31日止年度的年度業績公告 及變更先舊後新認購事項所得款項用途**

多点数智有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈根據國際財務報告準則會計準則編製的本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」或「集團」)截至2025年12月31日止年度(「報告年度」)的經審核年度業績，連同截至2024年12月31日止年度的比較數字。董事會審核委員會(「審核委員會」)已對該等年度業績進行審閱，並已與管理層進行討論。

## 財務摘要

截至12月31日止年度  
2025年          2024年          變動(%)  
(人民幣千元，百分比除外)

收益	<b>2,226,756</b>	1,859,002	19.8
營業成本	<b>(1,376,974)</b>	(1,112,626)	23.8
毛利	<b>849,782</b>	746,376	13.9
年內利潤／(虧損)	<b>127,106</b>	(2,220,276)	不適用
非國際財務報告準則計量： 年內持續經營業務經調整 利潤	<b>203,370</b>	29,795	582.6

### 一般附註

於本公告中：(i)「我們」及「我們的」指本公司，倘文義另有所指，則指本集團；(ii)本公告所載若干金額及百分比數字已作約整，或四捨五入至小數點後一位或兩位。本公告所列任何表格、圖表或其他地方的總計數與金額總和之間的任何不一致均因約整所致；(iii)除非另有所指，所用匯率均為人民幣(「人民幣」)1元兌1.11港元(「港元」)；及(iv)除另有說明外，「收益」及「客戶」分別指來自我們持續經營業務的收益及客戶，不包括已終止經營業務的收益及客戶。

## 綜合損益表

截至2025年12月31日止年度  
(以人民幣列示)

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
<b>持續經營業務</b>			
收益	3	2,226,756	1,859,002
營業成本		<u>(1,376,974)</u>	<u>(1,112,626)</u>
毛利		849,782	746,376
其他收益/(虧損)淨額		44,598	(102,555)
研發開支		(366,106)	(412,751)
銷售及營銷開支		(120,610)	(92,439)
一般及行政開支		(278,553)	(307,969)
已撥回/(已確認)的貿易應收款項、 合約資產及其他應收款項		1,940	(4,660)
商譽減值虧損	6	<u>(45,689)</u>	<u>-</u>
經營利潤/(虧損)		85,362	(173,998)
融資收益/(成本)淨額		3,456	(4,474)
分佔聯營公司利潤/(虧損)		45	(215)
可轉換可贖回優先股公允價值變動		<u>-</u>	<u>(2,275,701)</u>
持續經營業務的除稅前利潤/(虧損)		88,863	(2,454,388)
所得稅收益	4	<u>38,243</u>	<u>978</u>
持續經營業務的年內利潤/(虧損)		127,106	(2,453,410)
<b>已終止經營業務</b>			
來自已終止經營業務的年內利潤		<u>-</u>	<u>233,134</u>
年內利潤/(虧損)		<u>127,106</u>	<u>(2,220,276)</u>

## 綜合損益表

截至2025年12月31日止年度(續)

(以人民幣列示)

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
以下各項應佔：			
本公司權益股東		133,724	(2,195,277)
— 持續經營業務		133,724	(2,428,411)
— 已終止經營業務		—	233,134
非控股權益		(6,618)	(24,999)
— 持續經營業務		(6,618)	(24,999)
		<u>127,106</u>	<u>(2,220,276)</u>
年內利潤／(虧損)			
		<u>127,106</u>	<u>(2,220,276)</u>
每股盈利／(虧損)(以每股人民幣元列示)			
5			
基本		0.15	(3.97)
攤薄		0.15	(3.97)
		<u>0.15</u>	<u>(3.97)</u>
每股盈利／(虧損)－持續經營業務			
(以每股人民幣元列示)			
5			
基本		0.15	(4.39)
攤薄		0.15	(4.39)
		<u>0.15</u>	<u>(4.39)</u>

**綜合損益及其他全面收益表**  
 截至2025年12月31日止年度  
 (以人民幣列示)

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
年內利潤／(虧損)	127,106	(2,220,276)
年內其他全面收益(除稅後及重新分類調整)：		
將不會重新分類至損益的項目：		
本公司財務報表換算的匯兌差額	(11,098)	(124,499)
隨後可能重新分類至損益的項目：		
以人民幣以外功能貨幣列賬的附屬公司財務 報表換算的匯兌差額	(1,713)	(428)
年內其他全面收益	(12,811)	(124,927)
年內全面收益總額	<u>114,295</u>	<u>(2,345,203)</u>
以下各項應佔：		
本公司權益股東	120,913	(2,320,218)
— 持續經營業務	120,913	(2,553,352)
— 已終止經營業務	—	233,134
非控股權益	(6,618)	(24,985)
— 持續經營業務	(6,618)	(24,985)
年內全面收益總額	<u>114,295</u>	<u>(2,345,203)</u>

綜合財務狀況表  
於2025年12月31日  
(以人民幣列示)

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業及設備		72,064	69,811
無形資產		114,328	144,070
於聯營公司的權益		–	585
商譽	6	106,304	151,993
預付款項、按金及其他應收款項		5,429	4,933
遞延稅項資產		41,315	4,260
		<u>339,440</u>	<u>375,652</u>
<b>流動資產</b>			
其他金融資產		82,150	87,095
存貨及其他合約成本		18,821	4,657
合約資產		6,648	2,508
貿易應收款項	7	340,424	248,242
預付款項、按金及其他應收款項		86,720	83,388
受限制銀行存款		–	56,598
現金及現金等價物		860,026	801,046
		<u>1,394,789</u>	<u>1,283,534</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	8	110,927	98,533
應計費用及其他應付款項		150,281	261,975
銀行貸款及其他借款		312,628	445,296
合約負債		139,269	88,679
租賃負債		23,420	23,582
即期稅項		106	200
		<u>736,631</u>	<u>918,265</u>
<b>流動資產淨額</b>		<u>658,158</u>	<u>365,269</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>997,598</u>	<u>740,921</u>

綜合財務狀況表  
於2025年12月31日(續)  
(以人民幣列示)

	附註	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
非流動負債			
銀行貸款及其他借款		21,000	84,350
租賃負債		11,280	3,865
遞延稅項負債		9,139	10,821
其他非流動負債		607	856
		<u>42,026</u>	<u>99,892</u>
資產淨額		<u>955,572</u>	<u>641,029</u>
資本及儲備			
股本	10	619	592
儲備		<u>898,669</u>	<u>565,083</u>
本公司權益股東應佔權益總額		899,288	565,675
非控股權益		<u>56,284</u>	<u>75,354</u>
權益總額		<u>955,572</u>	<u>641,029</u>

# 綜合財務報表附註

(除另有註明外，均以人民幣列示)

## 1 一般資料

多点数智有限公司(「本公司」)於2015年2月5日根據英屬維爾京群島公司法於英屬維爾京群島(「英屬維爾京群島」)註冊成立為獲豁免有限責任公司。本公司股份自2024年12月6日起已於香港聯合交易所有限公司主板上市。

本公司為一家投資控股公司。本公司及其附屬公司(統稱為「本集團」)主要從事為本地零售業的零售商提供零售數字化解決方案。本集團的主要業務及地域市場位於中華人民共和國(「中國」)。

## 2 重大會計政策

### (a) 合規聲明

該等財務報表乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈的所有適用國際財務報告準則編製。該等財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露規定。本集團採用的重大會計政策披露如下。

國際會計準則理事會已頒佈若干國際財務報告準則會計準則修訂本，已於本集團當前會計期間首次生效或可供提早採納。附註2(c)提供初次應用該等變動所導致的任何會計政策變更資料，惟僅限於反映於此等財務報表的當前會計期間內與本集團相關者。

### (b) 財務報表的編製基準

截至2025年12月31日止年度的綜合財務報表包括本公司及其附屬公司以及本集團於聯營公司的權益。

本公司的功能貨幣為美元(「美元」)。由於本集團大部分業務由本公司在中國內地設立的附屬公司開展而其功能貨幣為人民幣，故綜合財務報表以人民幣呈列。

除以下資產及負債以公允價值列示外，編製財務報表的計量基準為歷史成本基準，如下文載列的會計政策所述：

- 其他金融資產；
- 衍生金融工具；及
- 可轉換可贖回優先股。



## 2 重大會計政策(續)

根據國際財務報告準則會計準則編製財務報表要求管理層須作出影響會計政策應用以及資產、負債、收益及開支的呈報金額的判斷、估計及假設。該等估計及相關假設乃基於過往經驗及在有關情況下視為合理的各項其他因素作出，其結果構成對未能通過其他來源確定的資產及負債的賬面值作出判斷的基礎。實際結果可能有別於估計數額。

該等估計及相關假設會持續予以審閱。倘會計估計的修訂僅對作出修訂的期間產生影響，則會計估計的修訂於該期間內確認，或倘有關修訂對現時及未來期間均產生影響，則會於作出該修訂期間及未來期間內確認。

### (c) 會計政策變更

本集團已將國際會計準則理事會(IASB)頒佈的《國際會計準則》第21號(修訂本)「匯率變動之影響—缺乏可兌換性」應用於當前會計期間的本財務報告。該等修訂本對本報告並無重大影響，乃由於本集團並無進行任何其外幣不可兌換至另一種貨幣的外幣交易。

本集團並無應用任何於當前會計期間尚未生效的新訂準則或詮釋。

## 3 收益及分部報告

### (a) 收益

本集團的主要活動乃向客戶提供AI零售核心解決方案及AI零售增值服務。

本集團將人工智能置於戰略優先級的核心位置。隨著技術持續迭代及業務不斷發展，本集團重組收入結構，劃分為兩大核心分部：AI零售核心解決方案(前稱操作系統)及AI零售增值服務(前稱AIoT解決方案及其他業務)。

### 3 收益及分部報告(續)

#### (i) 收益的劃分

本集團的收益均來自國際財務報告準則第15號範圍內客戶合約的收益。各重要收益類別的金額如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
來自國際財務報告準則第15號範圍內客戶 合約的收益		
—AI零售核心解決方案	1,063,220	873,910
—AI零售增值服務	<u>1,163,536</u>	<u>985,092</u>
	<u><u>2,226,756</u></u>	<u><u>1,859,002</u></u>

按收益確認時間劃分來自客戶合約的收益如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
按收益確認時間劃分		
—時間點	323,240	208,198
—隨時間推移	<u>1,903,516</u>	<u>1,650,804</u>
	<u><u>2,226,756</u></u>	<u><u>1,859,002</u></u>

於報告期內，本集團來自個別客戶的收益佔本集團收益總額逾10%者如下。

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
客戶A*	<u><u>1,508,493</u></u>	<u><u>1,335,816</u></u>

\* 客戶A被視為一組已知受共同控制的實體。

#### (ii) 於報告日期與現有客戶的合約所產生的預期於日後確認的收益

於2025年12月31日，分配予本集團現有合約項下剩餘履約責任的交易價總額為人民幣1,116,481,000元(2024年：人民幣1,245,444,000元)。該等金額指來自於報告日期與現有客戶合約預期於日後確認的收益。本集團日後將在當或於工作完成時確認預期收益，預計將於未來1年至5年內發生。

### 3 收益及分部報告(續)

#### (b) 地區資料

下表載列有關(i)本集團來自外部客戶的收益及(ii)本集團的物業及設備、無形資產、商譽、於聯營公司的投資、非流動預付款項、按金及其他應收款項(「指定非流動資產」)的地理位置相關資料。客戶的地理位置乃根據提供服務或交付貨品的位置而定。如屬物業及設備，指定非流動資產的地理位置乃按資產的實際位置而定；如屬無形資產及商譽，則按其獲分配的經營地點而定；如屬於聯營公司的投資，則按經營地點而定。

	來自外部客戶的收益	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中國內地	2,034,985	1,701,376
海外	191,771	157,626
	<u>2,226,756</u>	<u>1,859,002</u>

  

	指定非流動資產	
	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
中國內地	296,707	368,433
海外	1,418	2,959
	<u>298,125</u>	<u>371,392</u>

#### (c) 分部報告

隨著技術迭代及業務發展，本集團於2025年重組收入結構，並將其可報告分部更改為以下兩個核心分部。本集團概無將任何經營分部合併以構成以下可報告分部。

- AI零售核心解決方案
- AI零售增值服務

該等可報告分部乃根據業務性質而釐定。該變動不影響財務報表數據及呈列，僅影響分部報告的呈列。過往年度的分部披露資料已重列，以符合本年度的呈列方式。

### 3 收益及分部報告(續)

#### (i) 分部業績

就評估分部表現及分部間的資源分配而言，本集團高級行政管理層監督各可報告分部應佔收益及毛利。其他損益項目並未分配至可報告分部。

收益及成本乃經參考該等分部產生的銷售額及該等分部產生的成本分配至可報告分部。

報告分部利潤乃以毛利作為計量方式。報告期內並無發生分部間銷售。本集團的其他收益／(虧損)淨額及開支項目(如其他收益／(虧損)淨額、銷售及營銷開支、一般及行政開支、研發開支、資產及負債)並非以個別分部計量。因此，概無呈列分部資產及負債的資料或有關資本開支、經營開支、利息收益及利息開支的資料。

於報告期就資源分配及評估分部表現而提供予本集團高級行政管理層的本集團可報告分部相關資料載列如下。

	2025年		
	AI零售 核心解決方案 人民幣千元	AI零售 增值服務 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收益	1,063,220	1,163,536	2,226,756
分部毛利	<u>713,803</u>	<u>135,979</u>	<u>849,782</u>
	2024年		
	AI零售 核心解決方案 人民幣千元	AI零售 增值服務 人民幣千元	總計 人民幣千元
分部收益	873,910	985,092	1,859,002
分部毛利	<u>667,280</u>	<u>79,096</u>	<u>746,376</u>

#### 4 綜合損益表的所得稅

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
<b>即期稅項</b>		
年內撥備	494	704
<b>遞延稅項</b>		
暫時差額的產生及撥回	<u>(38,737)</u>	<u>(1,682)</u>
	<b><u>(38,243)</u></b>	<b><u>(978)</u></b>

#### 5 每股盈利／(虧損)

##### (a) 每股基本盈利／(虧損)

下表載列所示年度每股基本盈利／(虧損)計算方法、相關分子，以及該等計算所採用的分子及分母：

	2025年	2024年
本公司權益股東應佔利潤／(虧損)		
淨額(人民幣千元)		
— 持續經營業務	133,724	(2,428,411)
— 已終止經營業務	<u>—</u>	<u>233,134</u>
	133,724	(2,195,277)
普通股加權平均數	907,240,054	552,380,621
每股基本盈利／(虧損)(人民幣元)		
— 持續經營業務	0.15	(4.39)
— 已終止經營業務	<u>—</u>	<u>0.42</u>
	<b><u>0.15</u></b>	<b><u>(3.97)</u></b>

每股基本盈利／(虧損)乃將本公司權益股東應佔利潤／(虧損)淨額除以年內已發行普通股加權平均數計算。

## 5 每股盈利／(虧損)(續)

### (b) 加權平均股數

發行在外普通股加權平均數：

	2025年	2024年
於1月1日的普通股	899,257,733	525,150,000
轉換可轉換可贖回優先股	–	24,769,632
首次公開發售時發行普通股	–	1,830,940
就配售及認購事項發行普通股	15,517,808	–
購股權行使及受限制股份單位 (「受限制股份單位」)歸屬的影響	1,487,553	892,781
購回普通股	(9,023,040)	(262,732)
	<u>907,240,054</u>	<u>552,380,621</u>
發行在外普通股加權平均數	<u>907,240,054</u>	<u>552,380,621</u>

### (c) 每股攤薄盈利／(虧損)

本公司於報告期間擁有兩類潛在普通股：購股權及受限制股份單位(2024年：優先股、受限制股份單位、購股權及可轉換債券)。每股攤薄盈利／(虧損)乃經調整發行在外普通股的加權平均數(分母)計算，假設本公司已授出的購股權及受限制股份單位所產生的所有潛在攤薄普通股已兌換為普通股。

## 5 每股盈利／(虧損)(續)

下列表格載列於所示年度每股攤薄盈利／(虧損)計算方法以及分子及分母：

	2025年	2024年
本公司權益股東應佔利潤／(虧損)淨額(人民幣千元)		
—持續經營業務	133,724	(2,428,411)
—已終止經營業務	—	233,134
	<u>133,724</u>	<u>(2,195,277)</u>
普通股加權平均數	907,240,054	552,380,621
購股權及股份獎勵計劃調整	7,609,037	—
	<u>914,849,091</u>	<u>552,380,621</u>
用於作為分母計算每股攤薄盈利／(虧損)的 普通股加權平均數	914,849,091	552,380,621
每股攤薄盈利／(虧損)(人民幣元)		
—持續經營業務	0.15	(4.39)
—已終止經營業務	—	0.42
	<u>0.15</u>	<u>(3.97)</u>

## 6 商譽

人民幣千元

於2024年1月1日、2024年12月31日及2025年1月1日的結餘	<u>151,993</u>
減值	<u>(45,689)</u>
於2025年12月31日的結餘	<u>106,304</u>

### 包含深圳市昂捷信息技術股份有限公司(「深圳昂捷」)商譽的現金產生單位的減值測試

於2021年業務合併中獲得的商譽人民幣151,887,000元分配予深圳昂捷的現金產生單位(「現金產生單位」)。

深圳昂捷的可收回金額乃根據使用價值計算釐定。本集團已委聘一名獨立專業估值師協助進行相關計算。本公司董事預測於2025年的未來五年間平均年收益增長率為13.5%(2024年：17.2%)，而超過五年期的現金流乃採用估計年增長率2%(2024年：2%)推算。現金流乃使用13.6%的貼現率(2024年：12.8%)折現。使用稅後貼現率，反映時間價值的市場評估及與現金產生單位有關的特定風險。

## 6 商譽(續)

基於商譽減值測試的結果，截至2025年12月31日，深圳昂捷的估計可收回金額約為人民幣133,559,000元，低於賬面值人民幣45,689,000元。因此，減值虧損人民幣45,689,000元已於截至2025年12月31日止年度的損益賬中確認。減值虧損全數分配至商譽。

倘計算可收回金額所用的假設出現任何不利變動，則會導致進一步的減值虧損。

## 7 貿易應收款項

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
貿易應收款項	343,409	255,089
減：虧損撥備	<u>(2,985)</u>	<u>(6,847)</u>
	<u><b>340,424</b></u>	<u><b>248,242</b></u>

### 賬齡分析

截至報告年度末，貿易應收款項根據發票日期及扣除虧損撥備後的賬齡分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
3個月以內	275,891	171,477
3至6個月	36,465	5,224
7至12個月	25,330	73,430
1年以上但於3年以內	4,439	3,643
3年以上	1,284	1,315
減：虧損撥備	<u>(2,985)</u>	<u>(6,847)</u>
	<u><b>340,424</b></u>	<u><b>248,242</b></u>



## 8 貿易應付款項

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
應付智能產品及服務費	107,329	88,659
與操作系統及其他項目相關之應付採購成本	3,598	9,874
	<u>110,927</u>	<u>98,533</u>

貿易應付款項根據發票日期的賬齡分析如下：

	2025年 人民幣千元	2024年 人民幣千元
3個月內	104,863	91,472
3至6個月	7	2
7至12個月	46	120
1年以上	6,011	6,939
	<u>110,927</u>	<u>98,533</u>

所有貿易應付款項預計將於一年內結清或按要求償還。

## 9 股息

截至2025年及2024年12月31日止年度各年，本公司並無派付或宣派股息。於報告期結束後並無建議派付末期股息。

## 10 股本

### 法定股本

本公司於2015年在英屬維爾京群島註冊成立，法定股本為250,000美元，分為2,500,000,000股每股面值0.0001美元的普通股。

### 已發行股本

	附註	股份數目	股本 人民幣千元
<b>已發行並繳足股款的普通股：</b>			
於2024年1月1日		525,150,000	323
轉換可轉換可贖回優先股		335,766,124	241
首次公開發售時發行普通股	(i)	25,774,000	19
發行普通股以結算已歸屬受限制股份單位		12,567,609	9
於2024年12月31日及2025年1月1日		<u>899,257,733</u>	<u>592</u>
行使購股權及歸屬受限制股份單位		2,743,253	2
就配售及認購股份發行普通股	(ii)	35,400,000	25
於2025年12月31日		<u>937,400,986</u>	<u>619</u>

### 附註：

#### (i) 首次公開發售時發行普通股

於2024年12月6日，本公司通過首次公開發售按價格每股30.21港元發行25,774,000股每股面值為0.0001美元的股份。發行所得款項淨額為人民幣691,187,000元，其中2,577美元(相當於人民幣19,000元)及人民幣691,168,000元分別計入股本及股份溢價。

#### (ii) 就配售及認購股份發行普通股

於2025年7月16日，本公司、賣方(Odor Nice Limited，本公司股東)及經辦人(中國國際金融香港證券有限公司及國泰君安證券(香港)有限公司)訂立配售及認購協議，據此：(i)賣方同意出售，而經辦人同意擔任賣方的代理，促使賣方以每股配售股份11.1港元購買35,400,000股配售股份；(ii)賣方同意認購，而本公司同意配發及發行35,400,000股新股份(「認購股份」)予賣方，價格相當於每股配售股份的配售價11.1港元。於2025年7月21日，根據配售及認購協議的條款及條件，經辦人按每股配售股份11.1港元的價格成功配售合共35,400,000股配售股份。於2025年7月25日，本公司根據配售及認購協議的條款及條件，按每股認購股份11.1港元向賣方配發及發行35,400,000股認購股份。認購事項所得款項淨額約為388百萬港元(相當於人民幣354百萬元)。股本及股份溢價分別錄入3,540美元(相當於人民幣25,000元)及人民幣353百萬元。

## 管理層討論與分析

### 1. 業務回顧

#### **2025年全年業績摘要**

數字經濟與消費轉型深度融合背景下，人工智能(「AI」)已成為激活消費增長、重構零售行業競爭格局的核心驅動力，其發展既精準契合國家政策導向，更以全場景賦能的能力滲透零售全產業鏈，成為提振內需、推動行業高質量發展的關鍵抓手，持續重塑零售「人、貨、場」底層邏輯，催生業態革新與效率革命，為行業注入長期增長動能，引領零售行業向精細化、智能化、生態化方向升級。

2025年，本集團以AI技術為核心驅動力實現高質量增長。於報告年度內，本集團經營業績表現亮眼：總收入同比增長19.8%至人民幣2,226.8百萬元，淨利潤人民幣127.1百萬元。在保持收入持續穩健增長的同時，本集團持續優化運營效率，財務基本面顯著改善，為未來長期可持續發展奠定了堅實根基。本集團以AI技術為核心引擎，全面推進產品升級創新與商業化落地。於報告年度內，本集團AI業務收入錄得人民幣64.4百萬元，成為集團增長引擎之一，亦表明本集團始終堅守用科技推動零售行業進步，讓零售商決策智能化、增長自動化的發展理念。自2025年初啟動的以AI優品為核心的AI新質零售轉型業務，成功助力多家零售商完成轉型，助力零售企業實現決策範式轉型：由個人經驗主導，升級為數據科學賦能、AI智能驅動的科學決策體系，從粗放式規模擴張，轉向可持續的高質量發展，同時亦為本集團積累了更多的行業實踐經驗，為大力發展AI奠定堅實基礎。依託多年服務標杆零售商沉澱的深度業務洞察與行業信任，本集團已具備為零售商提供從底層Dmall系統到上層AI應用的一體化全棧生態解決方案的綜合能力。

於報告年度內，本集團聚焦零售商核心關切的商品管理及門店管理，落地十大AI應用，實現精準賦能，包括AI優品、AI鮮算、AI定價、AI調度、AI防損、AI值守、AI慧眸、AI補貨、AI客服、AI問數。上述應用精準破解選品決策、加工量預估、物流調度、現場管控等全鏈條行業痛點，助力合作零售商實現庫存周轉優化、收入與盈利雙增、運營效率躍升等多維度價值提升，全面推動零售全場景向精細化、智能化方向升級。同時，本集團堅持「功能為體、智能為翼、安全為甲」的產品發展理念，完成透明採購、數字品控、全域運營、輕鬆財務、敏捷物流在內的五大功能升級。

技術合作方面，本集團與微軟、字節、阿里等國內外頭部大模型廠商建立深度合作關係，並與豆包、通義千問等產品積極探索應用層AI產品聯合開發。火山引擎聯手本集團成立了零售大模型生態聯盟，該聯盟由火山引擎發起、本集團提供技術支援，通過融合先進的大模型、AI能力以及大消費應用場景，共同推動零售行業的智能化升級。於報告年度內，本集團依託零售場景的AI技術創新實踐，斬獲多項重磅榮譽，包括世界經濟論壇發起的MINDS 2025獎項、《哈佛商業評論》授予的評委會大獎，並成功入選《2025年度中國零售數字化及新技術應用創新案例》。

市場拓展方面，本集團堅定踐行「中國+海外」和「老客戶+新客戶」雙輪驅動戰略，通過與國內外零售龍頭建立深度合作、樹立標杆項目後深耕區域市場的模式，持續獲取大型優質客戶。2025年本集團服務客戶達593家，標杆客戶拓展成效顯著：海外市場再添重磅突破，本集團已具備系統性國際化發展能力，成功簽約新加坡百年零售標杆Cold Storage Singapore (1983) Pte Ltd(「**Cold Storage**」)；國內市場持續擴容，新納入上海市糖業煙酒(集團)有限公司(「**上海糖酒集團**」)、新疆匯嘉時代(股票代碼：603101.SH)(「**新疆匯嘉**」)等多家優質客戶。老客戶合作持續深化，與DFI Retail Group Holdings Limited及其附屬公司(「**DFI Retail Group**」)、SM Investments Corporation及其附屬公司(「**SM集團**」)、柒一拾壹(中國)投資有限公司(「**711中國**」)、廣東賽壹便利店有限公司(「**廣東711**」)等老客戶持續擴大合作廣度與深度。2025年本集團客戶淨收入留存率108%，連續多週期維持超100%的良性水平，客戶粘性與合作價值穩步提升。

## **2025全年業務進展**

### **一. 產品迭代提速 AI硬核賦能業務增長**

於報告年度內，本集團持續推進AI技術在零售場景的落地應用，助力零售客戶重構業務流程、提升決策效能、優化人員配置效率。AI技術已全面滲透本集團現有系統及功能模塊，成為產品迭代升級與效能優化的核心支撐。於報告年度內，本集團全面推廣AI輔助研發，研發人員100%使用AI輔助開發工具，產品迭代速度顯著提高，項目交付週期明顯縮短。

於報告年度內，本集團已成功落地十大AI應用場景，依託先進的AI技術，有效破解零售商在選品策略、動態定價、加工量預測、智能補貨、物流配送等核心業務環節的痛點問題。

## 1. AI優品：用AI驅動產品品類優化

零售商的品類管理精準度直接關乎企業盈利與競爭力，但行業長期受困於「綜合毛利導向」選品模式，存在選品邏輯不準確、數據割裂、總部及門店需求脫節、新品試錯成本高、決策效率低等結構性痛點，零售商亟需「消費者需求導向」的智能選品方案。為此，本集團深耕零售行業痛點，整合商品分析經驗，融合AI算法與多維度消費者數據，打造AI優品，通過消費者數據深度整合、可視化需求洞察、靈活定製化配置、動態商品健康分四大差異化優勢，構建以消費者需求為核心的全流程選品閉環，更顛覆傳統選品邏輯，助力行業實現從「供應商推什麼」到「消費者要什麼」的跨越式轉型。

AI優品上線後，為客戶帶來顯著的商業價值，整體合作商家品類健康分平均上漲5%，通過系統的消費者需求洞察，精準識別並汰換「消費者不買單」的冗餘商品，新品存活率從35%提升至68%，選品決策週期從14天縮短至2天，因商品更契合消費者需求，複購率增長12%，門店用戶滿意度顯著提升。

## 2. AI鮮算：3R<sup>附註</sup>商品小時級加工量預估

隨著消費者對新鮮、即食、高品質現制商品需求持續增長，麵包、果切、熟食、主食等現製品類，已成為零售門店最重要的引流與增收核心部類之一。這類產品強依賴現場加工、對時間和新鮮度高度敏感、廢棄量龐大，AI鮮算正是在這一背景下，面向現制商品場景，打造的新一代智能生產與備貨決策系統。融合天氣、節假日、小分類、箱規、產能、陳列等多維特徵，利用時序模型+多變量預測，與行業專家共建規則與策略，將經驗沉澱為模型能力，精準指導整體備貨和實時加工節奏，同時支援語音反饋門店活動與異常，從「被動看數據」升級為「主動提醒+自然溝通」。

經內部測算，AI鮮算已取得顯著效果：到品預測準確率超過90%，商品整體損耗降低約30%，不僅有效減少商品浪費、保障暢銷品供應，更助力門店優化毛利結構、提升人員效能。

## 3. AI定價：動態變價，平衡銷售與毛利

在生鮮及短保產品零售業務中，「及時售罄」是核心經營目標，一旦未在保質期內售完即產生直接損耗。因此，變價出清成為門店提升收入、控制損耗的關鍵手段。傳統變價出清模式高度依賴人工或變價策略過於簡單規律，定價難以精準化，線上與線下割裂，系統配置成本高，在此背景下，AI動態定價場景產品應運而生，通過大模型能力，加上最佳業務實踐經驗，實現更智能、更實時、更可規模化的商品動態定價決策。AI定價可針對零售複雜業務邏輯進行模型理解優化，解決超市一人管理大量商品，容易產生的疏忽問題，運營人員經驗能力不同造成的經營水平參差不齊的問題，

附註：即食、即烹、即熱(Ready-to-eat, Ready-to-cook, Ready-to-heat)。

以及變價規律過於簡單造成的損失毛利問題，基於門店歷史銷量，剩餘庫存率、實時銷售速率、節假日、促銷活動、天氣因素等等，由大模型動態生成出清折扣，實現全渠道覆蓋。

經內部測算，選取60家門店的20款產品試點後，推動商品正價銷售率提升10%，鮮品日常促銷成本降低15%，實現營收、利潤雙增長與營銷費用优化的多重突破。

#### 4. AI調度：運輸調度的中樞神經

傳統人工排線及裝載安排效率與穩定性是制約零售商物流效率與成本优化的關鍵瓶頸。本集團創新性的將AI智能裝載排線能力與交通運輸管理系統(「TMS」)深度融合，以數據驅動替代經驗驅動，通過算法實現運輸需求和運力資源的自動匹配，融合商品、車輛、路網、時效等多維度數據，基於深度學習算法，在海量線路組合中實時計算全域最優解，從而構建可量化的智能裝載排線模型進行運力調度，實現從「人工調度」向「智能決策」的躍遷。

AI調度已經在多家國內外零售客戶上線，助力零售商顯著提升運輸效率，排線效率提升80%，運輸趟次減少15%，交付準時率提升10%，得到客戶高度認可。



## 5. AI防損：自助購防損

AI自助購防損方案，針對自助收銀漏掃、假掃商品導致的高損耗痛點，通過AI與自動化技術實現實時彈窗提醒和攔截，降低損耗並減輕現場員工處理壓力。本集團AI自助購防損功能於報告年度內進一步優化，採用高算力新硬件架構，支持多算法並行及場景化在線擴展升級；迭代實時漏／假掃、補掃未成功、掃碼槍掃商品提醒等算法，同步強化自助收銀設備檯面識別能力以排除在檯面上放置的非商品的干擾；搭建商品貴品庫並依託自學習模式積累識別能力，針對商品「掃A拿B」行為單獨預警；在原有稱重防損基礎上融合視覺防損技術，進一步優化員工處理流程。AI自助購防損方案已成功落地新疆愛家超市集團（「新疆愛家」）等，實現防損效率與效果的雙重顯著提升。

## 6. AI值守：輕鬆實現7\*24小時營業

依託本集團AI值守系統，助力便利店客戶實現夜間無人運營。於報告年度內，本集團對該系統進行迭代優化，精準平衡消費者體驗與客戶運營成本。針對夜間無人值守場景下未成年人購買煙酒的合規痛點，自主研發智能煙櫃軟硬件一體化解決方案，並配套小程序年齡識別提示功能，構建合規管控防線。在遠程客服模塊，通過迭代語音轉文字識別模型，將語音辨識準確率提升至98%以上，顯著優化客服響應質量與交互體驗。在損耗管控層面，公司升級風險管控系統，強化貴品損耗防控能力；通過「抓圖採集+大模型分析」技術架構，實現進店尾隨、離店尾隨及無購物訂單攜帶商品離店等風險場景的精準識別與實時告警，有效降低夜間運營損耗。

AI值守系統已成功落地多家便利店客戶，包括廣東711、四川宏遠上鉞超市有限公司(「四川宏遠」)、成都老鄰居等連鎖品牌旗下多家門店，系統運行成效顯著，客服人效實現質的優化。

## 7. AI慧眸：讓每個攝像頭成為一雙慧眼

本集團完成原陸吾智能巡檢系統的迭代升級，依託AI大小模型協同技術及多模態視覺語言模型(VLM)能力，充分利舊商超安防攝像頭，打通與操作系統的數據及任務聯動，構建覆蓋顧客洞察、貨架稽核、員工管理、損耗管控的線下零售全場景智能化管理體系。針對商超行業攝像頭數據利用不足、跨攝像頭識別難度大、專屬算法準確率低、人員與損耗管理效率欠佳、合規與隱私管控難度高痛點，本次升級聯合英特爾等廠商打造邊緣側算力調度中心，實現近10萬路攝像頭數據的靈活處理；聯動自助購防損系統與全域安防攝像頭，形成無死角防護；搭建分場景視圖計算中台，支持合作商家即插即用；通過大小模型協同配置模式，大幅降低開發成本，加速識別場景上線，有效強化門店運營管控能力，提升管理效率，實現合規與成本的平衡。

經內部測算，憑藉智能巡店功能替代60%的人工巡檢工作，保障門店運營標準的統一落地與嚴格執行。系統依託客流數據分析優化貨架陳列佈局，有效驅動門店人效與坪效雙提升；同時可自動識別風險人員，助力門店盜損率下降80%，年挽回經濟損失超人民幣百萬元。

除此之外，集團亦推出AI補貨、AI客服、AI問數三大AI產品，精準直擊零售行業核心痛點：通過AI補貨實現庫存需求精準預測，藉助AI客服達成線上諮詢智能、及時、精準回覆及客服質量標準化檢核，依託AI問數支持全量報表實時抓取與靈活調用。以AI技術深度賦能零售全場景運營，大幅提升業務流轉效率，推動業務流程實現精細化、智能化優化。

同時，本集團在零售企業生鮮業務數字化轉型、即時零售與團購業務以及會員運營方面的業務系統也進行了迭代升級。針對零售企業生鮮採購業務痛點與試點實踐，創新推出Dmall生鮮採購系統。該系統涵蓋分級供應商管理、智能化運營管理、移動化採購工作、精細化成本控制、全鏈路損耗監控五大核心功能模塊，經試點驗證，可幫助合作夥伴平均降低生鮮採購成本15%，運營效率提升40%，為零售企業生鮮業務數字化轉型提供一站式成熟解決方案。渠道能力方面，集團順應行業發展趨勢完成公域渠道系統功能全面升級，在既有商超即時零售與團購業務基礎上，拓展餐飲、本地生活及全國企業對消費者(B2C)業務場景：新增美團餐飲即時零售支持能力，與抖音聯合打造「抖音隨心團」實現團購全鏈路閉環，新增快手、美團團購券核銷履約支持；新增京東旗艦店模式支持，助力零售商拓展全國銷售範圍，新渠道成為交易規模增長的重要貢獻點。會員運營方面，集團對會員系統進行深度升級，將分散的會員運營工具整合為覆蓋體驗、權益、營銷與增長的一體化會員經營體系，助力客戶實現從「流量獲取」到「用戶留存與長效增長」的戰略轉型。搭建可追蹤、可閉環、可量化的會員溝通服務體系；營銷層面支撐用戶全生命週期運營，擺脫對單次營銷活動的依賴；同時實現

與美團、抖音、快手等主流公域平台全面打通，打造「公域獲客—私域沉澱—全域轉化」標準化增長路徑，助力零售商規模化拓展新會員，釋放用戶長期商業價值。

## 二. 標杆客戶加速拓展 合作深度持續深化

### 1. AI零售核心解決方案

於報告年度內，本集團憑藉前瞻性的行業趨勢洞察與領先的技術優勢，實現新客戶持續拓展與存量客戶合作深度不斷深化，推動業務邁向更高質量、更大規模發展階段。

國內市場，存量客戶合作持續升級。本集團與胖東來的合作在歲月沉澱中持續深化升級。自攜手以來，雙方從微信小程序和會員體系數字化模塊起步，延伸至涵蓋店務、TMS等模塊的AI零售核心解決方案，如今進一步打造前端服務APP入口，實現科技與人文深度融合，逐步搭建全流程數字化基礎設施，成為零售行業合作共贏典範，與711中國自2024年底開啟合作後，一年內完成會員體系數字化的升級，2025年合作覆蓋門店規模達到近千家；與青島可好便利店有限公司、四川宏遠、武商集團股份有限公司、西安賽格商業運營管理有限公司、廣州市廣百股份有限公司、信譽樓百貨集團有限公司、銀座集團股份有限公司等合作夥伴深化戰略合作，通過新增簽約系統模塊，持續助力其提升運營效率與數字化管理水平。同時，集團與多家存量客戶達成多輪增購合作，充分印證客戶對集團綜合實力的高度認可。

於報告年度內，本集團的新客戶拓展斬獲亮眼成效，先後與多家區域龍頭及行業標杆企業達成戰略合作，打造區域數智化燈塔案例。

與「中國食品行業的龍頭企業」上海糖酒集團達成戰略合作：上海糖酒集團是上海市國資委通過光明食品集團全資控股的綜合性食品產業集團，集團以糖業、酒業、商業、學生餐為核心，業務涵蓋大宗商品貿易、零售連鎖、品牌代理、物流配送、食品加工、電子商務等多個板塊，旗下擁有「玉棠」、「石庫門」、「金楓」等知名品牌。此次合作為上海糖酒集團下屬商業板塊的全面數智化變革提供全方位支持，助力光明商業進一步提升效率、提升科學管理，打造「華東零售行業標杆企業」數智化燈塔案例。

與「新疆零售標杆企業」新疆匯嘉達成戰略合作：新疆匯嘉以「百貨+超市」雙核驅動，覆蓋全疆10餘個地州市，以「高性價比商品+舒適環境+優質服務」為核心競爭力。本集團以「陪伴式」服務持續助力其高品質發展，雙方攜手打造「西域沃疆」數智化燈塔案例，引領零售行業高質量發展，讓商業更美好。

與「湖南本土百貨零售領軍企業」株洲百貨股份有限公司(股票代碼：834898)（「**株洲百貨**」）達成戰略合作：作為株洲市零售商業龍頭企業，株洲百貨已構建起覆蓋株洲的17家門店，總營業面積近15萬平方米，形成「百貨+超市+家電+物流」的全場景生態佈局。雙方共築株洲零售行業高品質發展新標杆，為區域商業繁榮注入強勁動力。

與「國家級農業產業化龍頭企業」寧夏小任果業發展有限公司(「**寧夏小任果業**」)達成戰略合作：寧夏小任果業自2005年創立以來，深耕果蔬全產業鏈，現已成為國家級農業產業化龍頭企業。截至2025年，寧夏小任果業運營32家連鎖超市、3家批發店及2家倉儲會員店，銷售超過500種精品果蔬。連續多年榮膺「寧夏民營企業100強」及「全國果品百強經銷商」，旗下「小任果業」及「小任果蔬」品牌穩居寧夏果蔬行業龍頭地位。此次合作將助力寧夏小任果業的全面數智化轉型。

與四川金忠食品股份有限公司(「**金忠食品**」)達成戰略合作：金忠食品始創於1994年，是一家專注生豬全產業鏈發展的國家級重點龍頭企業。截至2025年，公司已建成國際先進水平的生豬屠宰生產線2條及肉製品加工生產線6條，終端門店及專櫃數量100餘家，旗下「金忠」牌冷鮮肉、川味熟食暢銷全國，企業連續多年入選「成都市民營企業百強」「中國肉類食品先進企業」。本集團助力金忠食品實現終端零售的全鏈路數智化升級。雙方以科技賦能產業，以創新驅動發展，共築西南肉類零售行業高質量發展新範本，為民生食品保障注入全新活力。

與「豫北地區便利店行業的領軍者」鶴壁家園便利(「**鶴壁家園便利**」)達成戰略合作：鶴壁家園便利以鶴壁為中心，輻射全省，憑藉「本土化運營+特色加盟模式+持續創新」，迅速崛起為2024年中國便利店TOP100，擁有260餘家門店，成為豫北消費者日常生活的「社區好鄰居」。此次合作將為鶴壁家園便利注入數字化新動能，共同探索「零售+科技+生態」的新模式，為豫北消費者帶來更優質的商品與服務。

國際市場，本集團國際化發展能力持續迭代升級，於報告年度內同步實現海外重磅突破與存量合作深度深化的雙重成效。於報告年度內，本集團與新加坡百年零售標杆、當地最受推崇的超市品牌之一Cold Storage達成里程碑式合作，攜手共建亞太地區領先的數字化零售項目。雙方聚焦零售運營價值鏈的關鍵環節，緊密協作、共創解決方案。本集團憑藉其一體化全渠道零售技術平台，結合Cold Storage深厚的本地零售經驗，實現全鏈條數據互通與高效協同。本項目旨在強化核心運營能力，同時構建一個連接總部、門店、供應鏈運營及消費者互動的數據驅動型零售生態系統。本項目將分兩階段推進：第一階段重點部署OS操作系統及門店運營系統，並與現有POS基礎設施完成集成。本階段旨在提升運營效率、優化決策能力，助力門店更高效地響應不斷變化的消費場景。第二階段將進一步引入由AI驅動的數字化解決方案，加快自動化進程，實現更先進的數據驅動型零售管理。整個項目預計於2027年第二季度完成。項目完成後，將打造新加坡首個覆蓋「總部—OS操作系統—門店—AI決策」全鏈條的端到端數字化零售標杆。項目可實現從後端供應鏈運營至前端消費體驗的無縫銜接，為整個亞太地區的零售數字化轉型提供可複製的標杆方案。

本集團繼續深化與國際頂尖零售集團客戶DFI Retail Group和SM集團的合作。於報告年度內，本集團與DFI Retail Group深化合作，POS及店務系統於2025年順利完成香港、澳門、新加坡地區部分品牌的上線切換工作。同時聯合打造倉儲管理系統（「WMS」）及TMS海外標杆項目。其中，WMS系統已成功完成東南亞地區多個品牌的部署與上線；尤為值得一提的是，印尼萬甯電商倉項目充分借鑒國內頭部零售企業電商倉儲管理的成熟經驗，從零到一構建起適配東南亞市場的電商倉儲一體化解決方案。在TMS系統領域，本集團依託AI技術賦

能，順利實現香港地區多個品牌的系統上線與落地，為香港地區運輸全流程智能化管理支撐，有效提升其運營效率。該項目亦是本集團TMS系統在海外市場的首次實踐，為後續全球化佈局奠定堅實基礎。

2025年，本集團與SM集團的合作關係實現深度進階，成功推動POS系統在SM Markets旗下SM Supermarket、SM Hypermarket兩大核心業態的逾百家大型門店全面落地。雙方團隊始終保持高效協同聯動，通過系統版本的持續迭代優化，精準匹配並滿足兩大業態的多元化運營需求。雙方規劃的二期合作項目，將整合主數據管理、供應鏈協同、WMS、基礎財務核算及供應商全生命週期管理等核心模塊，全面替換原有系統，構建支撐SM Markets業務生態高效運轉的數字化中樞。該項目已於2025年11月完成整體藍圖簽約，目前已正式進入開發實施階段。此外，雙方於2025年9月攜手啟動SM Retail Partners' POS銷售端升級項目，覆蓋SM集團旗下十餘個品牌、600餘家門店。在團隊的緊密協同下，項目於年內順利完成藍圖簽約並啟動開發工作。上述合作成果的相繼落地，標誌著本集團與SM集團的互信共贏合作正式邁入全新發展階段，進一步深耕菲律賓以及東南亞地區。

## 2. AI零售增值服務

AI零售增值服務聚焦零售門店場景，為零售商提供靈活適配、創新驅動的場景化解決方案，精準匹配不同業態門店的差異化運營需求，產品矩陣涵蓋智能防損、無人夜收、遠程值守、智能揀貨、智能理貨、智能收銀、智能配送、智能保潔等多元品類。目前，本集團新簽約多家境內外零售客戶，攜手打造貼合實際運營需求的智慧門店解決方案。



國內方面，2025年上半年本集團與新疆地區排名前三的連鎖超市新疆愛家在AI零售增值服務業務方面達成全方位的合作，提供智能防損、智能巡檢、智能收銀系統等服務，並提供涵蓋諮詢、系統、服務、運營及培訓的綜合解決方案。從已上線門店的運營數據來看，單店收銀及客服崗位人效提升幅度達18%，該成效贏得合作客戶的認可。遠程值守項目持續擴大與廣東711的合作版圖，合作始於2024年，並於2025年拓展到五期的簽約，落地覆蓋超200家門店。截至2025年底，與多家零售商簽約近千家門店，憑藉成熟的遠程運營方案，幫助零售商挖掘夜間營收增量，大幅降低人力投入成本，實現降本增效雙重收益。

國際業務層面，AI零售增值服務實現海外市場落地，其中電子價簽項目與DFI Retail Group達成合作，成功簽約其旗下零售品牌惠康。該項目依託現有Dmall OS操作系統，可實現快速上線部署，系統具備天然互通優勢，支援庫存數據與電子價簽實時聯動、促銷策略一鍵下發，為補貨、揀貨環節提供智能指引，顯著優化門店整體運營流程。

### 3. 未來展望

展望未來，本集團將始終堅守AI核心戰略與國際化發展方向，將AI技術深度融入研發全鏈路，全力推進零售AI智能體的研發與落地，穩步推進從「零售數字化解決方案提供商」向「零售AI智能體提供商」的戰略躍遷，助力零售企業贏在AI時代。產品層面，助力零售商由數智化升級邁向全面AI化；業務層面，由聚焦運營環節降本增效，邁向驅動零售銷售收入與經營效益雙增長；商業模式層面，由傳統收取軟件服務費，轉向價值共創、收益共享的長效合作機制。本集團致力

於推動零售數字化從「工具輔助時代」邁向「智能體決策時代」，通過AI技術直接賦能並提升零售企業核心的「商品力」與「現場力」，助力客戶實現可量化、可持續的業績增長。

### 一. AI原生研發推進研發體系升級

2026年，本集團堅定推進研發體系升級，秉持AI原生研發理念，將AI技術深度融入研發全鏈路，完成從「AI輔助研發」到「AI主導研發」的範式轉變，實現研發綜合效率在上年基礎上進一步提升。本集團將聚焦AI編程能力升級，明確量化目標，通過一系列關鍵舉措推動AI研發轉型落地：

- 一 是構建AI Skills體系，推進存量系統代碼向量化，夯實AI自主編程基礎，讓AI精準理解代碼結構、邏輯與業務意圖，降低生成幻覺，提升代碼規範一致性與複雜業務邏輯準確性；
- 二 是依託多智能體分工協作，重構傳統研發流程，明確各智能體專屬職責，打造從需求分析、產品設計、編碼實現、自動測試、部署發佈到運維監控的端到端全自動研發閉環，推動AI深度主導需求全流程開發，全面提升研發效率、質量與自動化水平；
- 三 是重塑研發組織架構，在AI編程新範式下，打破產品、開發、測試三大部門串行協作、分段交付的壁壘，重構角色職責，將傳統研發流水線升級為人機協同、一體化運行的高效研發單元。強化全員AI研發能力認證，培育兼具業務理解、架構設計與AI工具運用的複合型人才，建立適配人機協同新模式的激勵與考核機制，為AI主導研發提供持續人才保障與文化支撐；

四 是建立AI研發質量與效能度量體系，統一AI代碼產出、需求交付、質量合規、業務準確性等量化指標，完善AI生成內容的審核、追溯、評估與迭代機制，以數據驅動持續優化AI研發範式，保障AI主導研發高效、穩定、可信運行。

## 二. 全力推進零售AI智能體的研發與落地

本集團正全力推進零售AI智能體的研發，深度滲透零售全鏈路運營場景，最終實現自主決策、閉環管理、持續進化，構建覆蓋零售全環節的智能運營體系。在商業模式方面，本集團將採用價值共創、按效果付費的合作模式，將傳統軟件採購合作升級為風險共擔、收益共享、價值共贏的深度夥伴關係。

商品與門店是決定零售企業長期發展的兩大核心要素。短期內，本集團將聚焦零售經營核心。通過「**AI商品智能體**」與「**AI門店智能體**」的協同部署，在零售企業內部形成「商品—現場」的敏捷優化閉環，為零售企業客戶帶來業績增量，奠定信任基礎。通過打造AI商品智能體實現商品運營全流程自動化決策，並通過實時效果監控與動態迭代優化，逐步替代傳統人工決策與執行環節。為零售企業提供全維度商品管理能力，覆蓋產品組合優化及汰換、全渠道商品尋源、品控管理、動態定價、補貨預測、上架陳列、AI視覺巡店、消費者心理洞察等核心場景。通過與行業標杆客戶深度共創，本集團持續沉澱行業最佳實踐、海量經營數據及資深買手專業經驗，形成可自主完成從市場洞察、智能選品到定價執行的全流程決策能力，助力每一家門店實現專家級商品運營。門店端，通過搭建覆蓋全場景的視覺感知中樞與智能調度體系，打造具備實時感知、智能分析、主動管理能力的「**AI門店智能體**」，深度覆蓋門店日常運營核心場景，精準解決員工在崗管理、顧客服務需求智能識別、貨架陳列稽核、缺貨實時監控、客流熱力動態分析等關鍵運營痛點，全面提升門店現場運營效率與服務質量。

中期來看，本集團將零售AI智能體能力延伸至供應鏈&物流、總部管理等更多環節，實現零售運營全鏈路的智能化覆蓋，構建完整的「**覆蓋全鏈路的零售AI智能體矩陣**」。

長期而言，基於已驗證的消費洞察與數據積累，構建「**AI+數據**」驅動的**供應鏈及商品開發平台**，將零售端的確定性需求高效傳導至製造端，從效率賦能者升級為生態共建者。

### 三. 加大境外市場拓展力度

市場佈局層面，本集團將持續聚焦在中國境內市場的深耕，並將加大境外市場的拓展力度，加速全球業務體系化升級，夯實區域佈局、拓展全球版圖。在中國境內市場，本集團將持續深耕存量客戶，同時挖掘潛在的全新客戶、優化服務能力，不斷提升客戶滿意度與粘性，以先進的AI技術、優質的產品交付、高效的運營支撐與全週期服務能力，鞏固核心競爭力，為全球化拓展奠定堅實基礎。在境外市場，本集團將持續強化出海戰略，深化標杆案例、補充空白市場，利用先進的AI產品迎合亞太及中東零售企業系統換代、數智化和AI化轉型的歷史機遇，搶佔系統替換先機。在香港、新加坡、菲律賓、印度尼西亞、柬埔寨、馬來西亞等地持續賦能合作夥伴，利用強大的標杆案例快速複製，逐步深耕區域，拓寬產品覆蓋，做深業務價值；同時在中東等空白市場力爭實現零的突破，樹立區域標杆。

## 2. 財務回顧

### 按業務分部劃分的收益

我們將AI置於戰略優先事項的核心位置。透過持續的技術進步與創新，我們正深入探索AI在各零售場景中的應用潛力，推動該技術與整個零售價值鏈的深度融合。這使我們能夠協助零售商構建高效的管

理體系及精準的決策機制。因應技術迭代與業務演進，我們已將收入結構重組為兩大核心分部：AI零售核心解決方案(前稱操作系統)，以及AI零售增值服務(前稱AIoT解決方案及其他業務)。

於報告年度內，本集團的收益由截至2024年12月31日止年度的人民幣1,859.0百萬元增加19.8%至報告年度的人民幣2,226.8百萬元。收益增加乃主要由於我們的AI零售核心解決方案及AI零售增值服務業務持續擴張，如下所示。

下表呈列所示年度我們按業務分部劃分的收益明細，以絕對金額及佔當年收益的百分比列示：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
AI零售核心解決方案	1,063,220	47.7	873,910	47.0
AI零售增值服務	<u>1,163,536</u>	<u>52.3</u>	<u>985,092</u>	<u>53.0</u>
<b>收益</b>	<b><u>2,226,756</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>1,859,002</u></b>	<b><u>100.0</u></b>

#### AI零售核心解決方案

於報告年度內，在AI零售核心解決方案業務分部項下，我們主要提供先進的AI賦能的多點OS系統。我們提供兩種收費模式供客戶選擇：按我們系統處理的客戶商品交易總額(指特定期間內銷售的商品總值，不論商品是否已結算或退回)〔**商品交易總額**〕收取一定百分比的費用，或按客戶的個別需要或財務狀況收取訂閱費。此外，對於需要定製、實施、軟件開發及維護服務的客戶，我們提供度身訂造的解決方案。本集團來自AI零售核心解決方案的收益由截至2024年12月31日止年度的人民幣873.9百萬元增加21.7%至報告年度的人民幣1,063.2百萬元，主要由於服務範圍擴展至更廣泛的客群而產生額外收益。

下表載列我們於所示年度按定價模式劃分的AI零售核心解決方案收益(按絕對金額及佔我們AI零售核心解決方案收益的百分比列示)：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
–抽佣率 <sup>(1)</sup>	188,313	17.7	397,480	45.5
關聯實體	23,976	2.3	271,110	31.0
獨立客戶	164,337	15.4	126,370	14.5
–訂閱 <sup>(1)</sup>	467,987	44.0	260,051	29.8
關聯實體	422,671	39.7	204,218	23.4
獨立客戶	45,316	4.3	55,833	6.4
–定製、實施、軟件開發及維護 以及其他 <sup>(2)</sup>	406,920	38.3	216,379	24.7
關聯實體	76,488	7.2	35,185	4.0
獨立客戶	330,432	31.1	181,194	20.7
<b>AI零售核心解決方案總收益</b>	<b>1,063,220</b>	<b>100.0</b>	<b>873,910</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 於報告年度內，較截至2024年12月31日止年度的抽佣率收益減少及訂閱費增加乃主要由於收費模式已由抽佣率轉為向相關客戶收取訂閱費。
- (2) 我們的定製、實施、軟件開發及維護以及其他收益由截至2024年12月31日止年度的人民幣216.4百萬元增加至報告年度內的人民幣406.9百萬元，主要歸因於服務範圍擴展至更廣泛客群所產生的額外收益。

### AI零售增值服務

我們的AI零售增值服務主要提供智能化解決方案，產品矩陣涵蓋智能防損、無人夜收、遠程值守、智能揀貨、智能理貨、智能收銀、智能配送、智能保潔等多元品類。此外，我們亦根據零售商的要求提供線下營銷服務及產品。我們持續優化產品、擴展現有客戶的服務範圍，並拓展新客戶。

於報告年度內，本集團來自AI零售增值服務的收益為人民幣1,163.5百萬元，較截至2024年12月31日止年度的人民幣985.1百萬元增加18.1%，主要原因為來自智能收銀解決方案、智能包裹分揀解決方案、智能理貨解決方案、智能防損解決方案及智能保潔解決方案的收益增加。

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%
— 抽佣率	12	*	140	*
關聯實體	12	*	140	*
獨立客戶	—	—	—	—
— 訂閱 <sup>(1)</sup>	1,151,251	98.9	967,489	98.2
關聯實體	1,076,196	92.5	905,728	91.9
獨立客戶	75,055	6.4	61,761	6.3
— 產品銷售	12,273	1.1	17,463	1.8
關聯實體	10,415	0.9	15,985	1.6
獨立客戶	1,858	0.2	1,478	0.2
<b>AI零售增值服務的總收入</b>	<b>1,163,536</b>	<b>100.0</b>	<b>985,092</b>	<b>100.0</b>

附註：

\* 少於0.1%

(1) 於報告年度內，我們的AI零售增值服務項下的訂閱費較截至2024年12月31日止年度的增加乃主要歸因於來自智能收銀解決方案、智能包裹分揀解決方案、智能理貨解決方案、智能防損解決方案及智能保潔解決方案的收益增加。

## 按地理位置劃分的收益

除中國內地外，本集團已成功拓展業務至中國內地以外的市場，即香港、柬埔寨、新加坡、馬來西亞、波蘭、澳門、印度尼西亞、菲律賓、文萊及澳大利亞。

下表載列於所示年度我們按地理位置劃分的收益明細(以絕對金額及佔我們收益的百分比列示)：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
中國內地	2,034,985	91.4	1,701,376	91.5
海外	191,771	8.6	157,626	8.5
總計	<u>2,226,756</u>	<u>100.0</u>	<u>1,859,002</u>	<u>100.0</u>

### 中國內地

於2024年及2025年，來自中國內地的收益分別為人民幣1,701.4百萬元及人民幣2,035.0百萬元，分別佔同年收益的91.5%及91.4%。2024年至2025年我們於中國內地的收益增長乃主要由於客戶因我們擴大了AI零售增值服務(包括智能清潔解決方案、智能收銀解決方案、智能包裹分揀解決方案、智能理貨解決方案及智能防損)而增加採用相關解決方案。此外，隨著新客戶的拓展及Dmall OS系統下服務範圍的拓展，其收益持續增長。

### 海外

於2024年及2025年，來自海外市場的收入分別為人民幣157.6百萬元及人民幣191.8百萬元，佔同年我們來自持續經營業務收益的8.5%及8.6%。我們海外市場收入的增長主要由於我們的AI零售核心解決方案於新加坡、菲律賓、馬來西亞、印度尼西亞、澳門及文萊等的採用增加。由於我們與領先的海外企業零售商訂立長期合作協議，Dmall OS系統的更多模塊正逐步上線，且通過我們的操作系統處理來自海外零售商客戶的商品交易總額增加，該增加歸因於已上線運營的店鋪數量不斷增加。



## 營業成本

於報告年度內，我們營業成本的三大組成部分為外包及其他勞工成本、已售存貨成本及僱員福利開支。

下表呈列於所示年度我們按性質劃分的營業成本(以絕對金額及佔我們收益的百分比列示)：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
外包及其他勞工成本	979,541	44.0	856,477	46.1
僱員福利開支	79,945	3.6	95,978	5.2
短信成本	22,370	1.0	41,409	2.2
雲服務、寬帶及服務器託管 費	20,745	0.9	29,455	1.6
已售存貨成本	197,117	8.9	24,389	1.3
支付處理成本	—	—	12,322	0.7
客戶服務費	—	—	13	*
其他	77,256	3.4	52,583	2.8
<b>總計</b>	<b>1,376,974</b>	<b>61.8</b>	<b>1,112,626</b>	<b>59.9</b>

附註：

\* 少於0.1%。

本集團的營業成本由截至2024年12月31日止年度的人民幣1,112.6百萬元增加23.8%至報告年度的人民幣1,377.0百萬元。營業成本的增加主要由於(i)已售存貨成本由截至2024年12月31日止年度的人民幣24.4百萬元，增加至報告年度的人民幣197.1百萬元，乃主要由本集團向有需要的客戶交付一體化解決方案所產生的相關產品採購成本所致；及(ii)外包及其他勞工成本由截至2024年12月31日止年度的人民幣856.5百萬元增加至報告年度的人民幣979.5百萬元，乃主要由我們擴展AI零售增值服務所致。上述增幅部分被短信成本及僱員福利開支的減少所抵銷。

## 毛利及毛利率

由於上述原因，本集團的毛利由截至2024年12月31日止年度的人民幣746.4百萬元增加13.9%至報告年度的人民幣849.8百萬元，毛利率由截至2024年12月31日止年度的40.1%減少至報告年度的38.2%。

下表載列於所示年度我們的毛利，以絕對金額及佔相關分部收益的百分比或毛利率列示：

	截至12月31日止年度			
	2025年		2024年	
	毛利 人民幣 千元	毛利率 %	毛利 人民幣 千元	毛利率 %
AI零售核心解決方案	713,803	67.1	667,280	76.4
AI零售增值服務	135,979	11.7	79,096	8.0
<b>總計</b>	<b>849,782</b>	<b>38.2</b>	<b>746,376</b>	<b>40.1</b>

截至2024年12月31日止年度及報告年度，AI零售核心解決方案分部的毛利率分別為76.4%及67.1%。該分部毛利率的下降主要因為由於在初期毛利率相對較低的情況下加快推行Dmall OS項目及進行交付，加上若干新客戶因需求選擇特定產品及服務範圍而令收益增加，而該範圍的毛利率相對較低。而AI零售增值服務於報告年度內的毛利率較截至2024年12月31日止年度有所上升，主要由於本公司業務營運持續改善。我們的AI零售增值服務初期因外包及勞動力需求而產生較高成本，導致毛利率相對較低。隨著該等解決方案日趨成熟，外包需求減少，成本亦隨之逐步下降，直至在較低水平穩定下來。

## 其他收益／(虧損)淨額

本集團的其他收益／(虧損)淨額主要包括(i)政府補助及稅項優惠，(ii)理財產品的投資收益及出售一項股權投資的收益，(iii)按公允價值計入損益(「按公允價值計入損益」)的金融資產的公允價值變動，(iv)股息收入，(v)出售無形資產的虧損，及(vi)其他。於報告年度內，並無有關所記錄的政府補助收益的未履行條件或或然事項。本集團於截至

2024年12月31日止年度錄得其他虧損淨額人民幣102.6百萬元，而於報告年度錄得其他收益淨額人民幣44.6百萬元。該增加主要由於(i)按公允價值計入損益的金融資產的公允價值變動增加，原因為於2025年內出售鍋圈食品(上海)有限公司(股份代號：2517.HK)（「鍋圈」）；及(ii)政府補助增加。

## **銷售及營銷開支**

本集團的銷售及營銷開支主要包括(i)我們銷售及營銷人員的僱員福利開支，(ii)專業服務費(主要指向第三方支付其提供專業服務的費用)；(iii)推廣及營銷開支(主要包括為提升品牌知名度而提供的營銷激勵、品牌及業務推廣活動)；及(iv)其他(主要包括差旅及招待開支，以及折舊及攤銷)。本集團的銷售及營銷開支由截至2024年12月31日止年度的人民幣92.4百萬元增加30.5%至報告年度的人民幣120.6百萬元。該增加主要由於專業服務費增加，這歸因於海外市場的業務拓展。

## **一般及行政開支**

本集團的一般及行政開支主要包括(i)我們行政人員的僱員福利開支；(ii)外包及其他勞工成本；(iii)折舊及攤銷；(iv)專業服務費，(主要指向第三方支付其提供專業服務的費用)；(v)短期租賃及低價值資產租賃相關開支，主要產生自租期不超過十二個月的辦公室租賃、物業管理服務費，以及低價值資產租賃(主要指租賃作一般辦公用途的打印機租賃)；及(vi)其他(主要包括差旅及招待開支，以及一般辦公開支)。本集團一般及行政開支由截至2024年12月31日止年度的人民幣308.0百萬元減少9.6%至報告年度的人民幣278.6百萬元。該減少主要由於(i)首次公開發售後專業服務費減少；及(ii)隨著架構優化進展的推進，我們得以加強跨職能協同效應，僱員福利開支相應減少。此等減幅部分被外包及其他勞工成本增加所抵銷，有關增加乃由於增聘外包人員以管理智能包裹分揀、智能收銀及智能清潔解決方案所致。

## 研發開支

本集團的研發開支主要包括(i)我們研發人員的僱員福利開支；(ii)雲服務、寬帶及服務器託管費，其為內部分配成本，當我們購買雲及寬帶服務並從第三方服務商租用服務以提高及維持我們研發工作的足夠技術能力時產生；(iii)折舊及攤銷；(iv)與短期租賃及低價值資產租賃相關的開支，主要為租期不超過12個月的辦公室租賃、物業管理服務費以及低價值資產租賃(指研發部門租賃作一般辦公用途的打印機)，其中，低價值資產租賃佔短期租賃及低價值資產租賃總額的4%以下；(v)外包及其他勞工成本；及(vi)其他開支，其包括研發活動的差旅開支。本集團的研發開支由截至2024年12月31日止年度的人民幣412.8百萬元減少11.3%至報告年度的人民幣366.1百萬元。該減少主要由於僱員福利開支減少，主要由於我們實施成本控制措施、運用AI工具提升僱員工效率及降低勞工成本，加上技術能力積累，使我們能夠在無需重大額外投資的情況下複製及升級產品組合。

## 融資收益／(成本)淨額

本集團的融資收益及成本主要包括(i)銀行存款利息收益；(ii)銀行貸款及其他借款利息；(iii)外幣匯兌收益淨額；(iv)租賃負債利息；(v)可轉換債券的應計財務費用；(vi)可轉換債券衍生部分的公允價值變動及(vii)終止確認可轉換債券的收益。於截至2024年12月31日止年度，本集團錄得融資成本淨額人民幣4.5百萬元，而於報告年度內則錄得融資收益淨額人民幣3.5百萬元。有關增加主要歸因於(i)銀行存款的利息收入增加；(ii)於2024年12月悉數還款後，可轉換債券的衍生工具部分不再有公允價值變動、可轉換債券的應計財務費用及終止確認可轉換債券的收益。

## 可轉換可贖回優先股的公允價值變動

本集團可轉換可贖回優先股的公允價值變動指我們發行的優先股公允價值變動。本集團指定優先股為按公允價值計入損益的金融負債。其初始按公允價值確認。任何直接應佔交易成本確認為一般及行政開支。初始確認後，優先股按公允價值計量，公允價值變動通過損益確認。於報告年度，本集團並無錄得可轉換可贖回優先股的公允價值變動，而截至2024年12月31日止年度則為負人民幣2,275.7百萬

元，乃由於本公司估值的變動所致。於首次公開發售完成後，所有該等可贖回可轉換優先股已自動轉換為本公司的普通股，且我們將不再確認公允價值負債變動。

### 來自持續經營業務的年內利潤／(虧損)

因上述原因，本集團於報告年度自持續經營業務錄得年內利潤人民幣127.1百萬元，而截至2024年12月31日止年度自持續經營業務錄得年內虧損人民幣2,453.4百萬元。

### 來自己終止經營業務的年內利潤

於2024年4月，我們進行了一系列重組交易，剝離我們前併表關聯實體多點新鮮(北京)的全部股權，以最大程度地降低潛在法律及監管風險。重組導致線上廣告服務的剝離以及Dmall APP及小程序的終止運營。重組時，Dmall APP主要涉及提供我們過往運營的營銷及廣告服務雲下的線上廣告服務及零售核心解決方案下的支付處理服務。詳情請參閱本公司日期為2024年11月28日的招股章程(「招股章程」)「近期發展—產品優化及重組」一節。截至2024年12月31日止年度及報告年度，該等支付處理服務的收益分別為人民幣14.7百萬元及零百萬元。截至2024年12月31日止年度及報告年度，該等支付處理服務的毛利分別為負人民幣2.9百萬元及零。我們的線上廣告服務的財務業績在歷史財務資料中被分類為已終止經營業務。另請參閱下表，其已載列已終止經營業務的業績。

	截至12月31日止年度	
	2025年	2024年
	人民幣千元	人民幣千元
收益	-	41,781
營業成本	-	(2,510)
毛利	-	39,271
來自己終止經營業務的年內利潤	-	233,134

## 所得稅收益

本集團的所得稅收益主要包括海外收益相關的預扣所得稅產生的遞延稅項收益及即期稅項開支。我們於截至2024年12月31日止年度及報告年度分別錄得稅項收益人民幣1.0百萬元及人民幣38.2百萬元。於截至2024年12月31日止年度及報告年度，我們的稅項收益主要源自就未使用稅項虧損所確認的遞延稅項資產(預期未來可能產生應課稅利潤)，以及因收購深圳市昂捷信息技術股份有限公司確認的客戶關係及技術知識的攤銷而產生的遞延所得稅負債的轉回。

## 年內利潤／(虧損)

由於上述原因，本集團於報告年度內錄得年內利潤人民幣127.1百萬元，而截至2024年12月31日止年度則錄得年內虧損人民幣2,220.3百萬元。

## 非國際財務報告準則計量

為補充我們按照國際財務報告準則會計準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用來自持續經營業務的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)及來自持續經營業務的經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量，此並非國際財務報告準則會計準則的要求，亦非按照國際財務報告準則會計準則呈列。

本集團相信，來自持續經營業務的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)及來自持續經營業務的經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)為投資者及其他人士了解及評估我們的綜合經營業績提供了有用的資料，對我們管理層有同樣幫助。然而，我們呈列的來自持續經營業務的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)可能無法與其他公司提出的類似計量方法比較。使用來自持續經營業務的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)作為一種分析工具有局限性，閣下不應將其與國際財務報告準則會計準則所報告的經營業績或財務狀況的分析單獨考慮，或將其作為分析的替代。

通過加回以權益結算的以股份為基礎的付款開支、可轉換可贖回優先股的公允價值變動、股權投資公允價值變動、出售權益投資所得收益、商譽減值虧損及上市開支的調整，本集團將來自持續經營業務的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)定義為來自持續經營業務

的年內利潤。本集團排除以權益結算的以股份為基礎的付款開支，因其本質上屬非現金，且不會導致現金流出。可轉換可贖回優先股的公允價值變動指本集團發行的可轉換可贖回優先股的公允價值變動，且與本集團的估值變動有關。股權投資公允價值變動及出售股權投資產生的收益是指本集團對鍋圈投資的公允價值變動及出售產生的收益。商譽減值代表收購深圳市昂捷信息技術股份有限公司確認的商譽於本期產生的減值損失。

下表載列根據國際財務報告準則會計準則呈列的年內來自持續經營業務的經調整利潤(非國際財務報告準則計量)(即來自持續經營業務的年內利潤/(虧損))的對賬：

	<b>截至12月31日止年度</b>	
	<b>2025年</b>	<b>2024年</b>
	<b>人民幣千元</b>	<b>人民幣千元</b>
<b>年內持續經營業務溢利/(虧損)</b>	<b><u>127,106</u></b>	<b><u>(2,453,410)</u></b>
加：		
以權益結算的股份付款開支	<b>31,457</b>	19,257
可轉換可贖回優先股的公允價值變動	-	2,275,701
權益投資的公允價值變動	<b>2,433</b>	143,915
出售權益投資所得收益	<b>(3,315)</b>	-
商譽減值虧損	<b>45,689</b>	-
上市開支	-	44,332
<b>年內持續經營業務經調整溢利 (非國際財務報告準則計量)</b>	<b><u>203,370</u></b>	<b><u>29,795</u></b>

### **主要風險及不確定因素**

本集團截至報告年度末的主要風險及不確定因素的詳情將載於本集團於報告年度的年度報告中「董事會報告」。

## 外匯風險

本公司的功能貨幣為美元(「美元」)。由於本集團大部分業務由本公司於中國的附屬公司開展而其功能貨幣為人民幣，故綜合財務報表以人民幣呈列。本集團經營業務的其他貨幣之間的匯率波動可能影響本集團的財務狀況及經營業績，而本集團的外幣風險主要因美元與人民幣之間的匯率波動而產生。於本公告日期，本集團並無為減低我們面對的外幣匯兌風險而進行任何對沖交易。然而，本集團管理層將通過定期檢討管理外幣匯兌風險，並考慮在未來進行對沖交易。

## 資本架構

本集團管理資本的主要目標是保障本集團持續經營的能力，從而通過與風險水平相對應的產品及服務定價及以合理成本取得融資的方式，繼續為本公司股東(「股東」)創造回報及為其他持份者創造利益。

本集團積極定期審視及管理資本架構，以在較高股東回報情況下可能伴隨的較高借貸水平與維持穩健資金狀況帶來的優勢及保障兩者間取得平衡，並根據經濟狀況的變動對資本架構作出調整。2025年及2024年的資本管理目標、政策或程序並無重大變動。

本集團按經調整負債與資產比率的基準監察其資本架構。就此而言，經調整負債乃定義為負債總額減可轉換可贖回優先股及可轉換債券。截至2025年12月31日，本集團的經調整負債與資產比率約為44.9% (截至2024年12月31日：約為61.4%)。

## 流動資金及財務資源

於報告年度，本集團保持良好的財務狀況及充足的流動資金。截至2025年12月31日，本集團的流動資產為人民幣1,394.8百萬元(截至2024年12月31日：人民幣1,283.5百萬元)，較上一年度增加約8.7%，主要由於(i)貿易應收款項增加人民幣92.2百萬元及(ii)存貨及其他合約成本增加人民幣14.2百萬元。截至2025年12月31日，本集團現金及現金等價物為人民幣860.0百萬元(截至2024年12月31日：人民幣801.0百萬元)，增加約7.4%，主要由經營活動所得現金及與配售及認購事項有關的普通股發行所得款項所致。上述增幅部分被償還銀行貸款、收購非控股權益及回購普通股所抵銷。現金及現金等價物以美元、港元、新加坡元、人民幣、匈牙利福林、歐元和菲律賓比索計價。截至2025年12



月31日，本集團的資產負債率為44.9%(截至2024年12月31日：61.4%)。資產負債率等於負債總額減可轉換可贖回優先股及可轉換債券，再除以資產總額。

### **資本支出**

本集團於報告年度的資本支出主要因購買物業及設備以及無形資產而產生。於報告年度，本集團的資本支出為人民幣45.9百萬元(截至2024年12月31日止年度：人民幣8.8百萬元)，包括購買物業及設備的付款人民幣4.5百萬元(截至2024年12月31日止年度：人民幣8.3百萬元)及購買無形資產的付款人民幣41.4百萬元(截至2024年12月31日止年度：人民幣0.5百萬元)。

本集團擬以現有現金結餘、經營活動所得現金及全球發售所得款項撥付未來資本支出。本集團可能將根據持續的業務需要將待動用的資金重新分配至資本支出及長期投資。

### **銀行貸款及其他借款**

本集團的未償還銀行貸款及其他借款總額由2024年12月31日的人民幣529.6百萬元減少至2025年12月31日的人民幣333.6百萬元，主要由於根據貸款協議按期償還本金及利息，以及報告年度內新增借款有所減少。

截至2025年12月31日，本集團的計息借款為人民幣333.6百萬元，實際年利率介乎2.5%至3.65%。人民幣312.6百萬元的銀行貸款及其他借款須於1年內或按要求償還；人民幣21.0百萬元的銀行貸款及其他借款須於1年後但於2年內償還；本集團蓋無任何須於2年至5年內償還或5年後償還的銀行貸款及其他借款。本集團的銀行借款協議包含商業銀行貸款慣常的標準條款、條件及契諾。

### **或然負債及擔保**

截至2025年12月31日，本集團並無重大或然負債或擔保。

截至2025年12月31日，本集團並無任何重大按揭、抵押、債權證、借貸資本、債務證券、貸款、銀行透支或其他類似債項、融資租賃或租購承擔、承兌負債(一般貿易票據除外)、承兌信貸(無論是否有擔保、無擔保、有抵押或無抵押)或擔保。

### **資產抵押**

截至2025年12月31日，本集團並無任何資產已質押。

### **資本承擔**

截至2025年12月31日，本集團並無任何重大資本承擔。

### **重大投資**

截至2025年12月31日，本集團並無持有任何重大投資。

### **重大投資或資本資產的未來計劃**

於2025年12月31日，本集團並無其他重大投資或資本資產計劃。

### **附屬公司、聯營公司及合資公司的重大收購及出售事項**

於2025年3月28日，本公司間接全資附屬公司多點(深圳)數字科技有限公司(「**多點(深圳)數字**」)與北京物美超市有限公司(「**北京物美**」)訂立股權轉讓協議，據此，多點(深圳)數字有條件同意收購，而北京物美有條件同意轉讓多點智聯(北京)科技有限公司20%的股權，現金代價為人民幣47,000,000元。詳情請參閱本公司日期為2025年3月28日及2025年5月23日的公告，以及本公司日期為2025年4月30日的通函。

除上文所披露者外，於報告年度，本集團並無任何重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合資公司的事項。

## **物業及設備**

本集團於報告年度的物業及設備主要包括(i)樓宇；(ii)電子設備；(iii)與自用租賃物業相關的使用權資產；(iv)辦公設備及傢俬；及(v)租賃物業裝修。本集團的物業及設備由截至2024年12月31日的人民幣69.8百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣72.1百萬元，主要由於辦公場所及設備租賃的續租與新增，部分被物業及設備計提的折舊費用所抵銷。

## **存貨及其他合約成本**

於報告年度，本集團的存貨及其他合約成本主要包括製成品、原材料、在途貨品及其他合約成本。倘成本及開支與現有合約或特定可識別預期合約直接有關，且預期將予以回收，則其他合約成本與履行合約產生的成本及開支有關。其他合約成本在確認相關銷售收益期間確認為營業成本或研發開支。本集團的存貨及其他合約成本由截至2024年12月31日的人民幣4.7百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣18.8百萬元，主要由於Dmall OS項目所產生的新增履約成本所致。

## **貿易應收款項**

本集團於報告年度內的貿易應收款項主要指與我們的AI零售核心解決方案有關的未付產品費用及服務費、與AI零售增值服務有關的服務費。本集團就按攤銷成本計量的貿易應收款項的預期信貸虧損確認虧損撥備。本集團的貿易應收款項由截至2024年12月31日的人民幣248.2百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣340.4百萬元，主要由於(i)智能補貨及智能防損業務擴張及(ii)現有Dmall OS客戶的業務量增加。

## **預付款項、按金及其他應收款項**

本集團於報告年度內的預付款項、按金及其他應收款項主要包括應收供應商款項、轉讓軟件版權應收款項、可抵扣進項增值稅、應收第三方支付平台款項、應收零售商及廣告主款項、租賃及抵押保證金及其他。本集團的預付款項、按金及其他應收款項部分被虧損撥備所抵銷。本集團的預付款項、按金及其他應收款項由截至2024年12月31日的人民幣88.3百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣92.1百萬元，變動甚微。

## 貿易應付款項

本集團於報告年度內的貿易應付款項主要包括智能產品及服務費、與操作系統及其他項目相關之應付採購成本。本集團的貿易應付款項由截至2024年12月31日的人民幣98.5百萬元增加至截至2025年12月31日的人民幣110.9百萬元，主要由於智能補貨與智能防損業務產生額外成本。

## 僱員

截至2025年12月31日，本集團共有1,290名僱員，其中大部分位於中國。下表載列本集團截至2025年12月31日按職能劃分的僱員人數：

	僱員人數	%
<b>職能</b>		
銷售及營銷	85	6.6
研發	664	51.5
運營	356	27.6
一般及行政	185	14.3
<b>總計</b>	<b>1,290</b>	<b>100.0</b>

本集團的員工成本由截至2024年12月31日止年度的人民幣729.6百萬元減少至報告年度的人民幣608.1百萬元。我們僱員的薪酬待遇主要包括薪金、津貼、退休計劃供款及以股份為基礎的付款開支，金額一般根據其資歷、行業經驗、職位及表現釐定。本集團相信，本集團為僱員提供具競爭力的薪酬待遇及鼓勵自我發展及發揮創意的環境。本集團為其僱員提供培訓計劃，以提高彼等的專業及技術技能並加強對行業的了解。本集團針對不同崗位及不同部門僱員的不同需求，設計並提供不同的培訓計劃。因此，本集團通常能夠吸引及留住合格人才。僱員目前並無任何工會代表。本集團相信其與僱員保持著良好的工作關係，且本集團過去從未經歷過任何因勞資糾紛而導致的停工。

根據中國法規規定，本集團參加了由有關省市政府為本集團於中國的僱員而組織的各項僱員社會保險計劃，包括養老保險、失業保險、生育保險、工傷保險、醫療保險及住房保險。根據中國法律，本集團須不時按其中國僱員的工資、獎金及若干津貼的特定百分比為該等僱員的僱員福利計劃繳款，最高數額由中國地方政府規定。獎金通常酌情釐定，部分基於僱員表現，部分基於我們業務的整體表現。本集團已授出並計劃於未來繼續授出基於股份的激勵獎勵予其僱員，以激勵彼等為本集團的增長及發展做出的貢獻。此外，本集團亦遵照海外司法權區的當地法定要求，為其國際員工提供保險保障。

## 購買、出售或贖回本公司上市證券

於報告年度內，本公司於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）購回合共10,884,700股本公司普通股（「已購回股份」），總代價約為73,951,894港元。進行購回股份乃旨在提升本公司股份（「股份」）價值，並為本公司及股東整體帶來利益。已購回股份的詳情載列如下：

購回月份	已購回 股份數目	每股最高 購回價 (港元)	每股最低 購回價 (港元)	總代價 <sup>(1)</sup> (港元)
11月	590,000	7.48	7.04	4,315,677
12月	10,294,700	7.33	6.11	69,636,217
<b>總計</b>	<b>10,884,700</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>73,951,894</b>

附註：

(1) 總代價不含開支

於2025年11月24日至2025年12月31日，已購回股份其後保留為庫存股份。

除上文所披露者外，於報告年度內，本公司及其任何附屬公司並無購買、出售或贖回本公司於聯交所上市的任何證券(包括任何出售庫存股份(定義見聯交所證券上市規則(「上市規則」)))。

## 所得款項用途

### 全球發售所得款項用途

股份於2024年12月6日於聯交所上市。扣除本集團就全球發售已付或應付的包銷費用及其他相關上市開支後，全球發售所得款項淨額約為630.4百萬港元（「所得款項淨額」）。

截至本公告日期，先前於招股章程「未來計劃及所得款項用途—所得款項用途」一節所披露的所得款項淨額的擬定用途並無變化。下表列示所得款項淨額的計劃用途及使用情況：

所得款項淨額的計劃用途	佔所得款項淨額總額的百分比	全球發售所得款項淨額	所得款項淨額(百萬港元)			
			截至2024年12月31日尚未動用的金額	報告年度已動用所得款項淨額的實際金額	截至2025年12月31日尚未動用的金額	悉數動用餘下所得款項淨額的預期時間表
1. 開發新應用程式及新服務模塊	42.1%	265.5	259.2	158.7	100.5	2026年12月31日
2. 與我們的業務擴張相關的人才招聘	30.0%	189.1	189.0	144.7	44.3	2026年12月31日
3. 有選擇性地尋求與我們的自然增長戰略互補的戰略合作、投資及收購，尤其是能夠補充我們的產品組合、增強我們的技術能力及鞏固我們的市場地位的戰略合作、投資及收購	10.0%	63.0	63.0	0	63.0	2026年12月31日
4. 擴大我們的銷售網絡並進一步加強我們的品牌聲譽	7.9%	49.8	49.8	49.8	0	-
5. 用於營運資金及一般企業用途	10.0%	63.0	45.0	45.0	0	-
<b>總計</b>	<b>100.0%</b>	<b>630.4</b>	<b>606.0</b>	<b>398.2</b>	<b>207.8</b>	

截至2025年12月31日，我們尚未動用所得款項淨額約207.8百萬港元。本公司預計於2026年12月底前動用餘下所得款項淨額。

### **先舊後新認購事項所得款項的用途及先舊後新認購事項所得款項的用途變更**

於2025年7月16日，本公司與Odor Nice Limited（「賣方」）及中國國際金融香港證券有限公司及國泰君安證券（香港）有限公司（統稱「經辦人」）訂立配售及認購協議（「配售及認購協議」），據此，(i)賣方已同意出售，而經辦人已各自同意擔任賣方的代理，以盡最大努力促使承配人以每股配售股份11.1港元的配售價購買配售股份；及(ii)賣方已有條件同意認購，而本公司已有條件同意根據一般授權配發及發行35,400,000股認購股份予賣方，價格相當於每股配售股份的配售價11.1港元（「先舊後新認購事項」）。

於2025年7月21日，配售事項已根據配售及認購協議的條款及條件完成，經辦人已盡最大努力成功配售合共35,400,000股配售股份予不少於六名承配人，配售價為每股配售股份11.1港元。

於2025年7月25日，完成先舊後新認購事項的所有條件均已達成，本公司根據配售及認購協議的條款及條件按每股認購股份11.1港元向賣方配發及發行35,400,000股認購股份。

先舊後新認購事項所得款項淨額（約為388.0百萬港元）的擬定用途及預期時間表已於本公司日期為2025年7月16日及2025年7月25日的公告（「先舊後新認購事項公告」）中披露。

截至2025年12月31日，我們已根據先舊後新認購事項公告所載擬定用途動用先舊後新認購事項所得款項淨額約134.6百萬港元，而我們尚未動用先舊後新認購事項所得款項淨額約為253.4百萬港元。本公司預計於2026年12月底前動用餘下先舊後新認購事項所得款項淨額。

經審慎考慮後，董事會已議決推動本集團全面推進AI研發的實施與商業化進程，旨在實現從「零售數字化解決方案提供商」向「零售AI智能體提供商」的戰略轉型。鑒於上述情況，本集團將進一步加大於AI領域的投資力度。因此，董事會已議決將尚未動用的先舊後新認購事項所得款項淨額的用途及尚未動用的先舊後新認購事項所得款項淨額的預期動用時間表變更如下：

先舊後新認購事項 所得款項淨額的計劃用途	先舊後新認購事項所得款項淨額(百萬港元)					
	估先舊後新 認購事項 所得款項 總淨額的 原定百分比	報告年度		截至2025年 12月31日 尚未動用 的金額	尚未動用的 先舊後新 認購事項 所得款項淨額 的經修訂分配	悉數動用 餘下先舊後新 認購事項 所得款項淨額 的預期時間表
		先舊後新 認購事項的 原定所得 款項淨額	先舊後新 認購事項 所得款項淨額 的實際金額			
1. 用於穩定幣及區塊鏈的研發投資、技術進步，即全部將用於支付本公司區塊鏈專家的員工成本，以開發及維護與新業務發展有關的相關系統及界面(包括交易、儲備金管理、結算、清算、合規及發行領域的各種系統)	50.0%	194.0	0.1	193.9	-	-
2. 用於償還貸款	25.0%	97.0	97.0	0	-	2026年 12月31日
3. 用於現有業務的進一步擴展及產品升級	20.0%	77.6	31.0	46.6	46.6	2026年 12月31日
4. 用於其他一般支出	5.0%	19.4	6.5	12.9	12.9	2026年 12月31日



先舊後新認購事項所得款項淨額(百萬港元)

先舊後新認購事項 所得款項淨額的計劃用途	估先舊後新 認購事項 所得款項 總淨額的 原定百分比	報告年度		截至2025年 12月31日 尚未動用 的金額	尚未動用的 先舊後新 認購事項 所得款項淨額 的經修訂分配	悉數動用 餘下先舊後新 認購事項 所得款項淨額 的預期時間表
		先舊後新 認購事項的 原定所得 款項淨額	先舊後新 認購事項 所得款項淨額 的實際金額			
5. 用於AI領域的投入，具體包括但不 限於：1) AI人才招聘與原生應用研 發：強化AI專業人才引入及AI研發 團隊建設，聚焦下一代AI原生產品 的研發—打造覆蓋商品管理、門店運 營等核心場景的AI零售智能體；2) 產品智能化與研發效能升級：推動 AI與現有業務深度融合，持續推進 OS產品的智能化升級，同步實施研 發交付流程的AI原生轉型，全面提 升研發與交付效能；3) AI算力與雲 基礎設施投入：AI算力資源和雲服 務資源及其相關的基礎架構運維的 投入	-	-	-	-	193.9	2026年 12月31日
<b>總計</b>	<b>100.0%</b>	<b>388.0</b>	<b>134.6</b>	<b>253.4</b>	<b>253.4</b>	

董事會確認，本集團於2025年4月23日所刊發截至2024年12月31日止年度的年報所載的本集團業務性質並無重大變動，並認為上述尚未動用的先舊後新認購事項所得款項淨額的用途變更符合本集團策略，不會對本集團的營運及業務造成任何負面影響，故此符合本公司及其股東的整體最佳利益。

有關尚未動用的先舊後新認購事項所得款項淨額的使用進度，本公司將透過其日後於中期報告及年報中的披露向股東提供最新資訊。本公司將根據上市規則及其他適用法律的規定適時作出進一步公告。

董事會將持續評估先舊後新認購事項所得款項淨額的計劃用途，並可能於必要時修訂或修改該計劃用途，以應對不斷變化的市況，並力求提升本集團的業務表現。

## 報告年度結束後的重大事項

於2026年1月至2026年2月期間，本集團回購了8,960,000股普通股，相當於截至2025年12月31日本集團已發行股份總數約0.96%。已支付總金額約為73.5百萬港元(相當於約人民幣65.8百萬元)。

除上文所披露者外，於2025年12月31日後及直至本公告日期，就董事所知，概無對本集團造成重大影響的重大事件。

## 約整

本公告所載若干金額及百分比數位已作約整。本公告內任何表格或圖表所列總額與數位總和有任何差異，均由於約整所致。

## 企業管治

本公司致力維持高水平的企業管治，以保障股東利益，提升企業價值及問責性。本公司已採納上市規則附錄C1第2部所載的企業管治守則(「**企業管治守則**」)條文，作為自身的企業管治守則。於報告年度內，本集團一直遵守企業管治守則的所有適用條文。

有關本集團企業管治常規的更多資料將載於本集團於報告年度年報內的企業管治報告。

本集團將繼續定期審閱及監察其企業管治常規，以確保遵守企業管治守則，並維持本集團高水平的企業管治常規。

## 證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)作為董事進行本公司證券交易的行為守則。我們已向全體董事作出具體查詢且彼等已確認於報告年度內一直遵守標準守則。

本公司亦為相關僱員(包括本公司的僱員或其附屬公司的董事或僱員，其因其職務或僱傭關係而可能持有與本公司或其證券有關的內幕消息)就其買賣本公司證券採納條款不會較標準守則寬鬆之書面指引。

## 成立ESG委員會

董事會已決議成立環境、社會及管治(「ESG」)委員會(「ESG委員會」)，目的為(其中包括)審閱及監督本公司的ESG政策及常規，以確保符合相關法律及監管要求，監督並應對新出現的ESG問題，並在適當的情況下向董事會提出建議，以提升本集團的ESG表現，自2025年3月18日起生效。

非執行董事兼董事會主席馮廣晟先生獲委任為ESG委員會成員兼主席；本公司執行董事兼總裁張峰先生及獨立非執行董事蔡琳女士獲委任為ESG委員會成員，自2025年3月18日起生效。

ESG委員會的職權範圍已登載於本公司網站(<https://ir-tc.dmall.com>)及聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))。

## 賬目審查

審核委員會已審閱本集團於報告年度的經審核綜合財務報表，並與本集團管理層及本集團核數師畢馬威會計師事務所(執業會計師)討論本集團採納的會計原則及慣例、風險管理及內部控制以及財務申報。

審核委員會認為本集團於報告年度的經審核財務報表符合適用的會計準則、法律及法規，而本公司亦已就此作出適當披露。

## 畢馬威會計師事務所之工作範圍

本集團的核數師，畢馬威會計師事務所(執業會計師)已同意本集團截至2025年12月31日止年度業績公告中披露的綜合財務狀況表、綜合損益表及綜合損益及其他全面收益表以及其他附註解釋的財務數據與本集團於報告年度的經審核綜合財務報表內的數字一致。畢馬威會計師事務所在這方面進行的工作並不構成鑒證工作，故畢馬威會計師事務所並無就業績公告發表任何意見或鑒證結論。

## 末期股息

董事會不建議派發報告年度的末期股息。

## 股東週年大會

本公司即將舉行的股東週年大會(「**2025年股東週年大會**」)的通告(當中載有2025年股東週年大會的日期、時間及地點，以及暫停辦理股東名冊及股份過戶登記期間的詳情)將適時刊登並寄發予要求收取印刷版之股東。

## 刊發年度業績及年度報告

本年度業績公告已登載於本公司網站([www.dmall.com](http://www.dmall.com))及聯交所網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))。本集團於報告年度之年度報告載有上市規則所規定的所有資料，將適時寄發予要求收取印刷版之股東，並於上述網站刊發。

承董事會命  
多點數智有限公司  
主席  
馮廣晟先生

香港，2026年3月18日

於本公告日期，董事會包括(i)執行董事張峰先生；(ii)非執行董事馮廣晟先生、陳志宇先生及王正浩先生；及(iii)獨立非執行董事侯陽博士、蔡琳女士、毛基業博士及李維先生。