香港聯合交易所有限公司與證券及期貨事務監察委員會對本申請版本的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本申請版本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。

Herb Standard Holdings Limited
正品控股有限公司

(「本公司」)

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

的申請版本

警告

本申請版本乃根據香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)與證券及期貨事務監察委員會(「**證監會**」)的要求而刊發，僅用作提供資訊予香港公眾人士。本申請版本為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出重大變動。　閣下閱覽本文件，即代表　閣下知悉、接納並向本公司、其保薦人、整體協調人、顧問或包銷銀團成員表示同意：

(a) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的；投資者不應根據本文件中的資料作出任何投資決定；

(b) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不引起本公司、其保薦人、整體協調人、顧問或包銷銀團成員在香港或任何其他司法權區必須進行發售活動的責任。本公司最終會否進行發售仍屬未知之數；

(c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容可能會亦可能不會在實際最終的上市文件內全部或部分轉載；

(d) 申請版本並非最終的上市文件，本公司可能不時根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》作出更新或修訂；

(e) 本文件並不構成向任何司法權區的公眾提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通函、小冊子或廣告，亦非邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約，且不旨在邀請公眾提出認購或購買任何證券的要約；

(f) 本文件不應被視為誘使認購或購買任何證券，亦無意構成該等勸誘；

(g) 本公司或其任何聯屬公司、顧問或包銷商概無於任何司法權區透過刊發本文件而發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；

(h) 本文件所述的證券非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不予接納；

(i) 本公司並無亦不會將本文件所指的證券按1933年美國證券法(經修訂)或美國任何州份證券法例註冊；

(j) 由於本文件的登載或本文件所載任何資料的發佈可能受到法律限制，　閣下同意了解並遵守任何該等適用於　閣下的限制；及

(k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘於適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，準投資者務請僅依據呈交香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定；招股章程的文本將於發售期內向公眾派發。

重要提示

倘　閣下對本文件的任何內容有任何疑問，應諮詢獨立專業意見。

Herb Standard Holdings Limited
正品控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

[編纂]

[編纂]的[編纂]數目	：	**[編纂]股份(視乎[編纂]行使與否而定)**
[編纂]數目	：	**[編纂]股份(可予重新分配)**
[編纂]數目	：	**[編纂]股份(可予重新分配及視乎[編纂]行使與否而定)**
最高[編纂]	：	**每[編纂][編纂]港元(須於申請時以港元繳足，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、 0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費，多繳股款可予退還)**
面值	：	**每股股份0.0001美元**
[編纂]	：	**[編纂]**

獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]

RAINBOW.
RAINBOW CAPITAL (HK) LIMITED
滙博資本有限公司

[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]
[logo]

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本文件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。本文件連同本文件附錄五「送呈公司註冊處處長文件及展示文件」所列的文件已遵照香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定送呈香港公司註冊處處長登記。證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

[編纂]預期將由**[編纂]**(為其本身及代表**[編纂]**)與本公司於**[編纂]**或**[編纂]**(為其本身及代表**[編纂]**)與本公司可能協定的較後日期，但無論如何不遲於**[編纂]**。**[編纂]**將不高於每**[編纂][編纂]**港元，而目前預期將不低於每**[編纂][編纂]**港元。**[編纂]**的申請人於申請時須支付(視乎申請渠道而定)每**[編纂][編纂]**港元的**[編纂]**，連同1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00565%聯交所交易費及0.00015%會財局交易徵費，倘**[編纂]**低於每**[編纂][編纂]**港元，則多繳股款可予退還。倘**[編纂]**(為其本身及代表**[編纂]**)與本公司基於任何理由而未能於**[編纂]**或之前協定**[編纂]**，則**[編纂]**(包括**[編纂]**)將不會進行並將告失效。

[編纂](為其本身及代表**[編纂]**)可在我們同意的情況下於遞交**[編纂]**申請截止日期上午或之前隨時調低根據**[編纂]**提呈發售的**[編纂]**數目及／或指示性**[編纂]**至低於本文件所述者。在該情況下，本公司將於實際可行情況下盡快，但無論如何不遲於遞交**[編纂]**申請截止日期當日上午在本公司網站**https://www.herbstandard.com.hk/**及聯交所網站**www.hkexnews.hk**刊發調低根據**[編纂]**提呈發售的**[編纂]**數目及／或指示性**[編纂]**的通知。我們其後將於實際可行情況下盡快公佈安排詳情。進一步資料請參閱本文件「**[編纂]**的架構」一節。

倘於**[編纂]**上午八時正前出現若干理由，則**[編纂]**(為其本身及代表**[編纂]**)可終止**[編纂]**於**[編纂]**項下的責任。該等情況的進一步詳情載於「**[編纂]**－**[編纂]**安排及開支－終止理由」。

[編纂]並無亦將不會根據美國證券法或美國任何州證券法登記，且不得於美國境內或向美籍人士(定義見S規例)或代表美籍人士或為美籍人士利益而**[編纂]**、出售、質押或轉讓，惟根據美國證券法及適用美國州證券法登記規定獲豁免登記或不受美國證券法及適用美國州證券法登記規定所規限的交易除外。**[編纂]**根據S規例於美國境外通過離岸交易向非美籍人士**[編纂]**及出售。

[編纂]

重要提示

[編纂]

重要提示

[編纂]

預期時間表

[編纂]

預期時間表

[編纂]

目　錄

*本文件由本公司僅就**[編纂]**及**[編纂]**而刊發，並不構成出售本文件根據**[編纂]****[編纂]**的**[編纂]**以外任何證券的**[編纂]**或要約購買上述任何證券的招攬。本文件不得用於營銷，亦不構成於任何其他司法權區或任何其他情況下的**[編纂]**或邀請。我們並無採取任何行動以准許在香港以外的任何司法權區**[編纂]****[編纂]**，亦無採取任何行動以准許在香港以外的任何司法權區派發本文件。在其他司法權區派發本文件及**[編纂]**和銷售**[編纂]**須受到限制，且未必會進行，除非已根據該等司法權區的適用證券法向相關證券監管機構登記或獲其授權或就此獲其豁免而獲准進行。*

*閣下應僅依賴本文件所載資料作出**[編纂]**決定。我們並無授權任何人士向　閣下提供與本文件所載不同的資料。　閣下不應將任何並非載於本文件的資料或聲明視作已獲我們、獨家保薦人、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、彼等各自的任何董事或參與**[編纂]**的任何其他人士或各方授權而加以依賴。*

頁次

預期時間表 i

目錄 iii

概要 1

釋義 14

技術詞彙表 23

前瞻性陳述 26

風險因素 27

有關本文件及[編纂]的資料 48

董事及參與[編纂]的各方 51

公司資料 55

行業概覽 57

監管概覽 74

歷史、重組及公司架構 85

業務 100

與控股股東的關係 194

董事及高級管理層 199

主要股東 207

股本 208

目　錄

頁次

財務資料 211

未來計劃及[編纂]用途 256

[編纂] 262

[編纂]的架構 271

如何申請[編纂] 279

附錄一 － 會計師報告 I-1

附錄二 － 未經審核[編纂]財務資料 II-1

附錄三 － 本公司章程及開曼群島公司法概要 III-1

附錄四 － 法定及一般資料 IV-1

附錄五 － 送呈公司註冊處處長文件及展示文件 V-1

概　要

*本概要旨在向　閣下提供本文件所載資料的概覽。本節內容僅為概要，並未包括所有對　閣下而言可能屬重要的資料。　閣下在決定**[編纂][編纂]**前務請閱讀本文件全文，包括財務報表及隨附附註。任何**[編纂]**均涉及風險。**[編纂][編纂]**的若干特定風險載於本文件「風險因素」。　閣下在決定**[編纂][編纂]**前務請細閱該章節。概要使用的各種表述在本文件「釋義」和「技術詞彙表」中界定。*

概覽

本集團主要在香港從事保健及美容補充品與產品的開發、銷售、營銷及分銷。我們將產品的生產外包給供應商(包括製造商)並主要透過萬寧在香港的零售門市以我們自有品牌及第三方品牌分銷我們的產品。根據弗若斯特沙利文的資料，按保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團於2024年在香港所有國際及本地保健及美容補充品與產品供應商中的市場佔有率約為1.6%。

在本地的保健及美容補充品與產品市場中，我們擁有多樣化的產品組合，照顧各年齡層的男性、女性及兒童的需求，並專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場。根據弗若斯特沙利文的資料，(i)本集團於2024年在香港鹿相關保健補充品及產品的零售值排名第一，市場份額約為29.4%；及(ii)我們自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品及產品之一。自本集團於2011年成立以來，我們一直積極發展產品組合，提供多種產品，涵蓋兒童、成人及長者的需求。於最後實際可行日期，我們經營(i)合共六個自有品牌，即(a)「正品」；(b)「炎痛消」；(c)「Organicpharm」；(d)「日藥堂」；(e)「維再生」；及(f)「Profix」；及(ii)合共六個第三方品牌，包括(其中包括)(a)「iPro+」及(b)「Boiron」。

我們的產品主要分為兩類：(i)保健補充品及產品；及(ii)美容補充品及產品。有關我們主要產品的更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的品牌及產品」。

從2023財政年度至2025財政年度，我們經歷了快速增長。我們的收益由2023財政年度約43.2百萬港元增加至2024財政年度約109.6百萬港元，並於2025財政年度進一步增加至約130.2百萬港元，2023財政年度至2025財政年度的複合年增長率約為73.6%。我們的收益整體上維持穩定，並於2025年六個月及2026年六個月分別錄得約53.0百萬港元及約52.4百萬港元。於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度、2025年六個月及2026年六個月，我們錄得較高毛利率，分別約為81.6%、78.6%、75.0%、75.0%及76.6%。我們的年度純利由2023財政年度約11.3百萬港元增加至2024財政年度約35.5百萬港元，並於2025財政年度進一步增加至約36.3百萬港元，2023財政年度至2025財政年度的複合年增長率約為79.0%。我們的期間純利由2025年六個月約12.0百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於**[編纂]**開支所致。

我們的業務模式

本集團主要在香港從事保健及美容補充品與產品的開發、銷售、營銷及分銷。我們將產品的生產外包給供應商(包括製造商)並主要透過萬寧在香港的零售門市以我們自有品牌及第三方品牌分銷我們的產品。

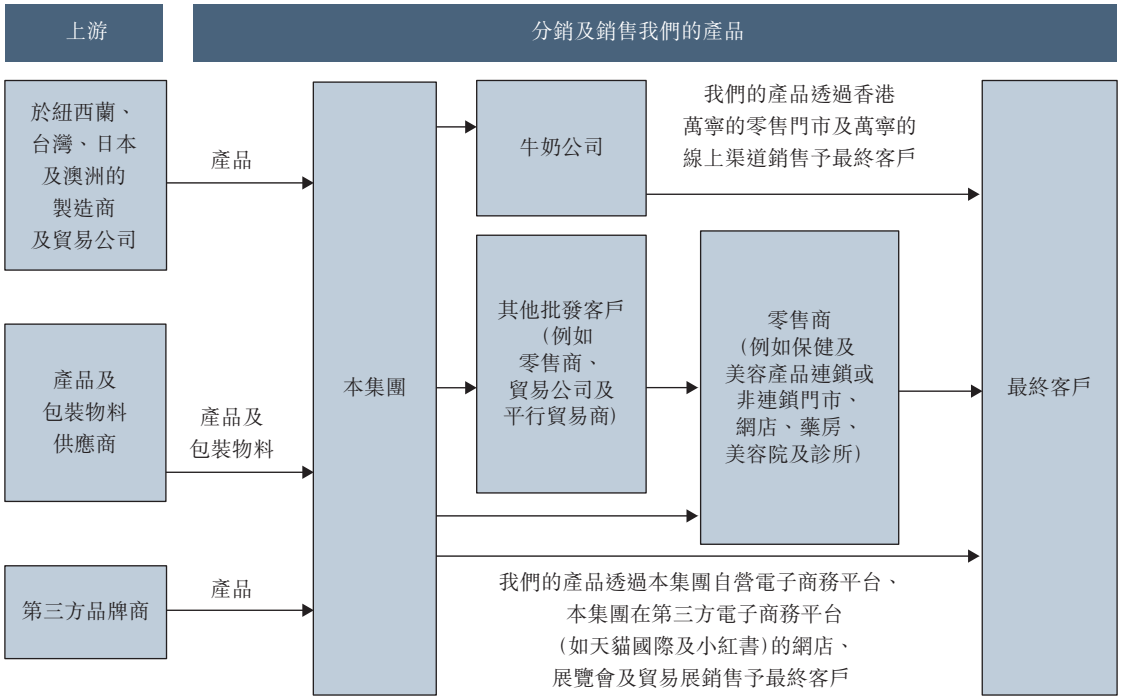
除自有品牌產品外，我們銷售及分銷來自供應商G及供應商K的第三方品牌產品，據此，本集團直接向品牌商購買相關產品，並透過銷售及分銷產品產生收益。董事認為，第三方品牌產品進一步豐富了我們的產品組合，使我們能夠更好地滿足最終客戶不斷變化的需求。

我們亦向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務，其中，我們協助品牌商透過我們的分銷渠道(包括萬寧)出售其產品，並根據所得採購額或後續銷售額或銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得銷售額收取佣金。於往績記錄期，我們就分銷來自供應商K、SST Healthy、客戶B、Boiron Asia及尚締的第三方品牌旗下產品提供銷售推廣服務。

於往績記錄期，本集團亦透過提供管理及包裝服務產生收益，據此，(i)我們按照客戶要求提供增值包裝解決方案服務，包括包裝、倉儲及存貨管理，並收取服務費；及(ii)我們為第三方品牌商提供主要客戶管理及營銷服務，協助其在我們分銷渠道中推出產品，以收取固定管理費。

本集團的收益來自(i)銷售我們自有品牌及第三方品牌的保健及美容補充品與產品；(ii)向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務；及(iii)提供管理及包裝服務。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，保健及美容補充品與產品的銷售額分別佔我們總收益約98.8%、98.8%、98.2%、97.8%及98.2%。

下圖顯示了我們的主要業務模式及銷售產品的主要營運流程：



於往績記錄期，大部分產品銷售予牛奶公司，再透過香港的萬寧零售門市以及萬寧的線上渠道將產品銷售及分銷予最終客戶。除牛奶公司外，本集團亦向其他批發及零售客戶分銷產品。本集團混合銷售網絡包括以下：

(i) ***批發業務：***我們主要將產品銷售予牛奶公司(香港最大的保健及美容產品連鎖零售商)以及其他批發客戶(包括零售商、貿易公司及平行貿易商)，該等客戶可能會進一步將我們的產品銷售予其他零售商，然後再銷售予最終客戶。該等零售商可能包括(其中包括)保健及美容產品連鎖或非連鎖門市、藥房、網店、美容院及診所；及

(ii) ***零售業務：***我們主要透過(a)本公司網站的自營電子商務平台；(b)於第三方線上平台(包括天貓國際及小紅書)上的網店；及(c)香港展覽會及貿易展，直接向最終客戶銷售產品。

下表載列我們於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月按銷售渠道劃分的總收益的明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
銷售保健及美容補充品與產品	42,669	98.8	108,318	98.8	127,942	98.2	51,836	97.8	51,502	98.2
－批發業務[1]	38,761	89.7	101,979	93.0	115,685	88.8	50,787	95.8	50,414	96.2
－零售業務	3,908	9.1	6,339	5.8	12,257	9.4	1,049	2.0	1,088	2.0
銷售推廣服務	324	0.7	820	0.8	1,283	1.0	684	1.3	445	0.9
管理及包裝服務	200	0.5	480	0.4	990	0.8	470	0.9	495	0.9
總計	**43,193**	**100.0**	**109,618**	**100.0**	**130,215**	**100.0**	**52,990**	**100.0**	**52,442**	**100.0**

附註：

(1) 包括向牛奶公司及其他批發客戶(界定為每筆訂單採購金額超過10,000港元的客戶)的銷售。

下表載列於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月按產品類別劃分的毛利及毛利率明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
保健補充品及產品	28,803	81.4	67,971	79.7	72,593	77.8	29,814	78.2	32,314	80.2
自有品牌	28,803	81.4	67,768	79.9	70,207	79.1	29,213	79.6	32,077	80.7
第三方品牌	–	–	203	44.0	2,386	52.4	601	43.6	237	45.8
美容補充品及產品	5,914	81.0	16,915	73.5	22,821	65.9	8,776	63.9	6,937	61.9
自有品牌	5,914	81.0	16,861	75.2	17,203	69.1	6,671	65.2	5,744	78.6
第三方品牌	–	–	54	9.1	5,618	57.5	2,105	60.0	1,193	30.5
小計	34,717	81.4	84,886	78.4	95,414	74.6	38,590	74.4	39,251	76.2
其他[1]	524	100.0	1,300	100.0	2,273	100.0	1,154	100.0	940	100.0
總計	35,241	81.6	86,186	78.6	97,687	75.0	39,744	75.0	40,191	76.6

附註：

(1) 銷售推廣服務及管理及包裝服務的毛利率均為100%，乃由於服務的相關成本(即銷售推廣人員的佣金及倉庫員工成本)被分別分類為銷售及分銷開支以及行政及其他經營開支。

下表載列於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
批發業務	31,489	81.2	79,828	78.3	86,197	74.5	37,754	74.3	38,375	76.1
－向牛奶公司銷售	31,267	81.2	66,551	79.2	73,860	76.1	37,366	75.2	37,997	78.9
－向其他批發客戶銷售	222	82.8	13,277	74.0	12,337	66.3	388	35.0	378	16.8
零售業務	3,228	82.6	5,058	79.8	9,217	75.2	836	79.7	876	80.5
－線下零售銷售	2,470	81.4	3,629	77.5	5,554	73.8	139	65.9	155	67.7
－線上零售銷售	758	86.8	1,429	86.3	3,663	77.4	697	83.2	721	83.9
其他	524	100.0	1,300	100.0	2,273	100.0	1,154	100.0	940	100.0
總計	35,241	81.6	86,186	78.6	97,687	75.0	39,744	75.0	40,191	76.6

我們的競爭優勢

我們相信，下列競爭優勢使我們從競爭對手中脫穎而出：

- 我們為一間在香港保健及美容補充品與產品市場擁有約14年歷史的品牌公司，擁有針對不同功能的多品牌產品組合；
- 我們是本地少數提供保健及美容補充品與產品的供應商之一，擁有多元化的產品組合，同時專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場；
- 我們與醫學專業人士及研究機構合作，以驗證我們產品的功效；
- 我們在萬寧的選定門市聘用並維持一支銷售推廣人員團隊，直接向大眾消費者推廣我們的產品；
- 我們採取並實施具成本效益的全面營銷及促銷策略；及
- 我們與牛奶公司建立了約12年的長期穩定業務關係，擴大了客戶基礎並提升了品牌形象。

有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的競爭優勢」。

我們的策略

我們的目標是鞏固和提升我們作為香港領先的保健及美容補充品與產品供應商的市場地位，並透過海外擴張進一步發展我們的業務。為實現此目標，我們計劃實施以下策略：

- 進一步擴展及優化產品組合，以滿足最終客戶不斷演變的需求；
- 拓展至台灣市場；
- 透過設立自營門市拓展、改善及優化我們的銷售網絡；
- 加強我們的營銷及促銷活動以持續強化自有品牌；及
- 進一步發展我們的電子商務業務。

有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的策略」。

主要供應商及客戶

主要供應商

我們通常委聘供應商(包括製造商)向我們提供自有品牌的產品，同時我們不時向品牌商採購第三方品牌產品。我們亦採購包裝物料，以於倉庫自主包裝我們的產品。

於往績記錄期，我們向五大供應商的總採購額分別約為6.2百萬港元、22.2百萬港元、22.3百萬港元及13.0百萬港元，分別佔我們的總採購額約86.3%、77.3%、80.3%及77.1%，而我們向最大供應商的採購額分別約為4.0百萬港元、9.9百萬港元、7.7百萬港元及4.8百萬港元，分別佔我們的總採購額約55.6%、34.5%、27.8%及28.0%。

主要客戶

由於業務性質，我們的客戶主要包括(i)批發客戶(包括牛奶公司及其他批發客戶，如零售商、貿易公司及平行貿易商)，我們向其批發產品以供轉售予公眾最終客戶或其他零售商；(ii)根據我們的零售業務直接向我們購買產品的一般公眾最終客戶；(iii)我們為其品牌提供銷售推廣服務的企業客戶；及(iv)我們為其提供管理及包裝服務的企業客戶。

於往績記錄期，我們來自五大客戶的收益分別約為39.1百萬港元、98.0百萬港元、108.6百萬港元及51.1百萬港元，分別佔我們的總收益約90.6%、89.4%、83.4%及97.5%。於往績記錄期來自最大客戶(即牛奶公司)的收益分別約為38.5百萬港元、84.0百萬港元、97.1百萬港元及48.2百萬港元，分別佔我們的總收益約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。

競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料，我們經營的保健及美容補充品與產品市場競爭激烈且分散。於2024年，香港的保健及美容補充品與產品市場競爭相對激烈，按零售值計算，十大保健及美容補充品與產品供應商的市場佔有率合共為55.3%。尤其，根據弗若斯特沙利文的資料，按保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團於2024年在香港所有國際及本地保健及美容補充品與產品供應商中的市場佔有率為1.6%。有關市場及行業競爭格局的更多資料，請參閱本文件「行業概覽」。

我們產品的競爭優勢使我們在市場上優於同類產品

我們是本地少數提供保健及美容補充品與產品的供應商之一，擁有多元化的產品組合，同時專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場。

根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年香港鹿相關保健補充品及產品零售值計算，本集團排名第一，市場佔有率為29.4%，使我們在這個利基市場擁有差異化的品牌識別。尤其是，「生長鈣」及「鹿筋骨痛丸」為我們的鹿相關產品，亦為2025財政年度按收益計的五大暢銷產品。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，我們自有品牌「正品」旗下鹿相關保健補充品所產生的收益分別佔總收益約41.6%，35.6%、34.5%及31.0%。在香港人口老化的背景下，消費者對用於補腎壯陽、強健筋骨、紓緩疲勞、增強活力及延年益壽的傳統中藥成分懷有深厚的文化信任、且興趣日濃，預計於2024年至2029年，鹿相關保健補充品及產品的零售值將以約8.7%的複合年增長率增長。因此，我們在該利基市場的領導地位及品牌形象，預計將成為業務增長的主要驅動力。

除鹿相關保健補充品外，我們亦專注於關節及痛症以及外用止痛產品，該等產品可口服或塗抹於完好皮膚以緩解肌肉、關節或神經疼痛，包括消炎止痛帶。根據弗若斯特沙利文的資料，我們自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品及產品之一。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，我們自有品牌「炎痛消」旗下關節及痛症以及外用止痛產品產生的收益分別佔收益約20.0%、13.9%、12.4%及12.5%。由於

人口老化，治療骨關節炎或行動不便的客戶基礎不斷擴大，以及使用相關補充品及產品作為預防性保養品的人群擴大，我們專注於該利基市場的優勢將使我們得以把握市場增長契機。

歷史財務資料概要

合併損益及其他全面收益表概要

	2023財政年度 *千港元*	2024財政年度 *千港元*	2025財政年度 *千港元*	2025年六個月 *千港元* *(未經審核)*	2026年六個月 *千港元*
收益	43,193	109,618	130,215	52,990	52,442
銷貨成本	(7,952)	(23,432)	(32,528)	(13,246)	(12,251)
毛利	35,241	86,186	97,687	39,744	40,191
其他收入	863	208	83	57	38
銷售及分銷開支	(14,912)	(30,630)	(36,435)	(17,901)	(18,859)
行政及其他經營開支	(6,859)	(10,201)	(15,389)	(6,435)	(7,708)
財務成本	(1,124)	(2,543)	(2,397)	(1,327)	(899)
[編纂]開支	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
除税前溢利	13,209	43,020	43,463	14,138	2,898
所得税開支	(1,896)	(7,537)	(7,206)	(2,188)	(1,954)
年／期內溢利及全面收益總額	11,313	35,483	36,257	11,950	944

以下為截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月我們銷貨成本的明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	金額 *千港元*	佔銷貨成本總額百分比 *%*	金額 *千港元*	佔銷貨成本總額百分比 *%*	金額 *千港元*	佔銷貨成本總額百分比 *%*	金額 *千港元* *(未經審核)*	佔銷貨成本總額百分比 *%*	金額 *千港元*	佔銷貨成本總額百分比 *%*
採購成本	6,931	87.2	20,738	88.5	29,462	90.6	11,897	89.8	10,961	89.4
包裝成本	828	10.4	2,090	8.9	2,451	7.5	1,040	7.9	902	7.4
付運成本	193	2.4	604	2.6	615	1.9	309	2.3	388	3.2
總計	7,952	100.0	23,432	100.0	32,528	100.0	13,246	100.0	12,251	100.0

銷貨成本包括採購成本、包裝成本及付運成本。銷貨成本由2023財政年度約8.0百萬港元增加至2024財政年度約23.4百萬港元，並於2025財政年度進一步增加至約32.5百萬港元，此增長趨勢大致與我們在該三年期間的收益增長相符。銷貨成本由2025年六個月約13.2百萬港元，下降至2026年六個月約12.3百萬港元，此變動整體上與期內收益減少趨勢相符。

非香港財務報告準則計量

為補充根據香港財務報告會計準則呈列的合併損益表，我們亦使用香港財務報告會計準則並無規定或並無根據香港財務報告會計準則呈列的經調整溢利(非香港財務報告準則計量)。我們相信，此非香港財務報告準則計量有助識別業務中的潛在趨勢，因此，透過撇除有關項目的潛在影響，為潛在**[編纂]**提供有用資料，以了解及評估我們的經營業績。我們亦相信，此非香港財務報告準則計量提供有關經營業績的有用資料，並增強對過往業績、未來前景以及我們的管理層在財務及營運決策中使用的關鍵指標的整體了解。

我們將經調整溢利(非香港財務報告準則計量)界定為以**[編纂]**相關**[編纂]**開支作出調整的年內溢利。使用經調整溢利(非香港財務報告準則計量)作為分析工具有若干限制。於評估經營及財務表現時，　閣下不應將經調整溢利(非香港財務報告準則計量)視為獨立於或可代替或優於根據香港財務報告會計準則所匯報的經營業績或財務狀況的分析。此外，非香港財務報告準則計量的定義可能與其他公司使用的類似詞彙不同，因此未必可與其他公司呈列的類似計量進行比較。下表載列本集團於往績記錄期的純利與於往績記錄期的經調整溢利(非香港財務報告準則計量)的對賬：

	2023財政年度	**2024財政年度**	**2025財政年度**	**2026年六個月**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
年／期內溢利	11,313	35,483	36,257	944
加回：**[編纂]**開支	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
減：一次性政府補助	(820)	(100)	–	–
經調整年／期內溢利(非香港財務報告準則計量)	10,493	35,383	36,343	10,809

我們的年度純利由2023財政年度約11.3百萬港元增加至2024財政年度約35.5百萬港元，整體上與收益增幅一致。該增加主要由於(i)我們的品牌產品「生長鈣」、「鱷肺補」、「炎痛消」及「日藥堂」品牌產品產生的收益增加約31.0百萬港元，乃因加強進行營銷及宣傳活動以及我們的自有品牌產品的市場接受度及認受性有所提高；(ii)我們自有品牌(包括「維再生」及「Profix」)旗下新推出產品貢獻收益約20.0百萬港元；及(iii)於2023年2月撤銷COVID-19限制後訪港旅客大幅增加。

我們的年度純利由2024財政年度約35.5百萬港元增加至2025財政年度約36.3百萬港元，整體上與收益增幅一致。該增加主要由於(i)第三方品牌(即供應商G的品牌B及品牌C)旗下產品所產生的收益增加約11.5百萬港元，原因為於2023年12月及2024年6月我們獲委任為該等兩個品牌在香港及澳門的獨家分銷商後，該等品牌產品的市場接受度及認受性均有所增加；(ii)由於我們持續有效的營銷工作，成功提升品牌知名度及認受性，使「生長鈣」的品牌知名度及受歡迎程度不斷提高，令該產品產生的收益增加約7.0百萬港元；及(iii)我們於2025財政年度新推出產品(例如「維再生」品牌旗下的血暢通及目再生)產生的收益。我們的期間純利由2025年六個月約12.0百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於**[編纂]**開支所致。

有關詳細分析，請參閱本文件「財務資料－經營業績的按期比較」。

合併財務狀況表的選定項目

	於3月31日			於2025年	於2026年
	2023年	**2024年**	**2025年**	**9月30日**	**1月31日**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
					(未經審核)
流動資產					
存貨	2,156	7,989	3,821	8,871	7,737
貿易及其他應收款項	19,753	44,940	47,389	53,099	87,752
銀行結餘及現金	108	668	810	13,750	1,862
流動資產總值	22,017	53,597	52,020	75,720	97,351
流動負債					
貿易及其他應付款項	19,903	11,440	9,516	15,486	17,337
計息借款	28,073	37,818	31,489	34,297	40,153
租賃負債	808	2,303	2,253	2,413	2,618
應付所得稅	691	5,766	13,024	1,553	–
流動負債總額	49,475	57,327	56,282	53,749	60,108
流動資產／(負債)淨額	(27,458)	(3,730)	(4,262)	21,971	37,243
非流動資產	30,613	34,577	32,198	32,143	32,057
非流動負債	4,912	7,289	5,036	4,870	4,293
資產／(負債)淨值	(1,757)	23,558	22,900	49,244	65,007

流動負債淨額由2023年3月31日約27.5百萬港元減少約86.4%至2024年3月31日約3.7百萬港元，主要由於(i)2024財政年度的收益增加導致存貨增加約5.8百萬港元及貿易及其他應收款項增加約25.2百萬港元；及(ii)由於結算應付最終控股方款項導致貿易及其他應付款項減少約8.5百萬港元，部分被(i)計息借款增加約9.7百萬港元，以補充我們的營運資金；及(ii)於2024財政年度除稅前溢利增加導致應付所得稅增加約5.1百萬港元所抵銷。

流動負債淨額由2024年3月31日約3.7百萬港元增加約14.3%至2025年3月31日約4.3百萬港元，主要由於(i)應付所得稅增加約7.3百萬港元；及(ii)存貨減少約4.2百萬港元，部分被(i)臨近年結日收益增加導致貿易及其他應收款項增加約2.4百萬港元；及(ii)計息借款減少約6.3百萬港元所抵銷，主要由於年內償還若干計息借款。

我們錄得扭虧為盈，由2025年3月31日的流動負債淨額約4.3百萬港元轉為2025年9月30日的流動資產淨值約22.0百萬港元，主要歸因於：(i)我們已收到**[編纂]**前投資的**[編纂]**令銀行結餘及現金增加；(ii)支付予供應商的按金及零售門市的租金及其他按金增加令貿易及其他應收款項增加；(iii)臨近期末日期作出的採購增加導致存貨增加；及(iv)結清應付所得稅令應付所得稅減少，部分被(i)採購及應付薪金增加導致貿易及其他應付款項增加；及(ii)銀行計息借款增加所抵銷。

於2023年、2024年及2025年3月31日，我們錄得流動負債淨額主要是由於(i)於往績記錄期，我們分別向張運裕先生宣派股息約14.4百萬港元、10.2百萬港元及37.1百萬港

元，以抵銷與最終控股方的往來賬；及(ii)我們的計息借款被分類為流動負債，因為相關借款協議包含條款，賦予貸款人可隨時自行酌情決定要求償還借款的無條件權利。

展望未來，董事將密切監控流動資產淨值狀況。特別是，我們已就股息的宣派及派付採納股息政策。董事會將綜合考量各項因素(特別是財務業績、流動資金狀況及現金流量情況)後，就未來股息派發提出推薦建議。

有關詳細分析，請參閱本文件「財務資料－合併財務狀況表的關鍵項目討論」。

合併現金流量表的選定項目

	2023財政年度 *千港元*	**2024財政年度** *千港元*	**2025財政年度** *千港元*	**2025年六個月** *千港元* *(未經審核)*	**2026年六個月** *千港元*
經營活動所得現金淨額	7,160	30,305	38,281	12,891	3,758
投資活動所用現金淨額	(2,804)	(272)	(149)	(150)	(53)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(5,090)	(29,473)	(37,990)	(13,108)	9,235
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(734)	560	142	(367)	12,940
年初的現金及現金等價物	842	108	668	668	810
年末的現金及現金等價物	108	668	810	301	13,750

主要財務比率

	截至3月31日止年度／於3月31日			**截至2025年9月30日止六個月／於2025年9月30日**
	2023年	**2024年**	**2025年**	
毛利率	81.6%	78.6%	75.0%	76.6%
純利率	26.2%	32.4%	27.8%	1.8%
權益回報	不適用	150.6%	158.3%	1.9%
總資產回報	21.5%	40.2%	43.1%	0.9%
流動比率	0.4	0.9	0.9	1.4
資產負債比率	不適用	160.5%	137.5%	69.6%

有關詳情，請參閱本文件「財務資料－主要財務比率」。

合規

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，董事確認，並經香港法律顧問告知，我們未曾牽涉任何導致罰款、執法行動或其他處罰的重大不合規事件，而該等事件可能單獨或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們涉及若干不重大不合規事宜，包括：(1)未註冊為食物進口商／分銷商；(2)衞生署發出警告函，警告我們的產品廣告可能違反不良廣告(醫藥)條例；(3)來自食物環境衞生署食物安全中心的信函，指稱可能未符合適用營養標籤規定；(4)海關就我們的產品說明不準確進行調查；(5)逾期報稅及納稅；及(6)僱主逾期報稅。

概　要

根據食物安全條例，正品香港及萬嘉寶須向食物環境衞生署署長登記為食物進口商／分銷商。正品香港與萬嘉寶分別於2023年11月21日及2025年8月29日之前未註冊為食物進口商／分銷商。根據食物安全條例，正品香港的最高刑罰為罰款50,000港元及監禁六個月，而萬嘉寶的最高刑罰為罰款50,000港元。然而，據我們香港法律顧問告知，正品香港及萬嘉寶就其過往未註冊的任何潛在起訴現已超過時效。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團收到衞生署5封警告信，內容涉及本集團若干產品廣告使用限制用語，可能違反不良廣告(醫藥)條例第3條及／或第3B條。根據不良廣告(醫藥)條例，本集團可能面臨最高刑罰，一經首次定罪，可處罰款50,000港元及監禁六個月，而在第二次或其後再被定罪，則可處罰款100,000港元及監禁一年。經香港法律顧問告知，就4封警告函規定的任何可能違反不良廣告(醫藥)條例的事宜對本集團進行起訴的時效期現已超過時效。儘管其中一封警告函的時效期限尚未屆滿，我們在收到警告函後已立即修訂該產品廣告的相關措辭。於最後實際可行日期，當局並未對我們採取任何後續執法行動。因此，香港法律顧問認為，衞生署就違反不良廣告(醫藥)條例對我們提出檢控的可能性甚微。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港收到食物環境衞生署食物安全中心函件，指稱正品香港未能遵守食物及藥物(成分組合及標籤)規例第4A條或第4B條的適用營養標籤規定。違反該條例可處第5級罰款(最高50,000港元)及監禁六個月。本集團隨即檢討包裝及更新標籤，以確保符合食物及藥物(成分組合及標籤)規例的規定。截至最後實際可行日期，當局並無對我們採取任何後續執法行動。因此，香港法律顧問認為，食物環境衞生署就違反食物及藥物(成分組合及標籤)規例對我們提出檢控的可能性甚微。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港收到香港海關就其其中一款產品發出調查結果函，指稱該產品未如產品包裝所示含有標明含量，違反商品説明條例第7條。任何人犯商品説明條例第7條，(i)經循公訴程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁五年；及(ii)經循簡易程序定罪，則可處第6級罰款(最高100,000港元)及監禁兩年。香港海關在調查結果函中決定向正品香港發出警告，而並非起訴。於最後實際可行日期，香港海關並無對正品香港採取進一步的後續執法行動。此外，據本集團香港法律顧問告知，就上述調查中本集團可能違反商品説明條例的行為提出檢控的時效期限現已屆滿。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港及萬嘉寶於2022／2023及2023／2024課稅年度存在逾期納稅，而三新藥業於2023／2024課稅年度存在逾期報稅。根據稅務條例第71(5)條，可就逾期未繳稅款加收不超過5%的附加費。稅務局已就逾期付款發出逾期付款附加費通知，本公司已在評稅通知或逾期付款附加費通知指定日期後的六個月內繳納所有應付稅項，包括附加費。根據稅務條例第80(2)條，逾期報稅可處罰款10,000港元，並可另處以少繳稅款三倍的額外罰款。根據稅務顧問的建議，鑒於三新藥業於2023／2024課稅年度未產生應課稅溢利，相關課稅年度不存在稅務責任，而三新藥業可能面臨的最高罰則為罰款10,000港元。截至最後實際可行日期，並無就逾期報稅對本集團採取進一步強制執行行動。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，竣輝及萬嘉寶分別於2022／2023及2023／2024課稅年度存在僱主逾期報稅。根據稅務條例第80(1)條，每宗逾期報稅可處以不超過10,000港元的罰款。截至最後實際可行日期，本公司並未受到任何後續執法行動。

有關上述不重大不合規事宜，請參閱本文件「業務－法律訴訟及合規－合規」。

股息

截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度，我們向張運裕先生宣派股息約14.4百萬港元、10.2百萬港元及37.1百萬港元，以抵銷與最終控股方的往來賬。

我們已採納宣派及派付股息的股息政策，惟並無預定股息派付率。派息建議由董事會酌情決定，而在**[編纂]**後，年度末期股息的任何宣派須獲得股東批准。未來股息的宣派及派付將取決於多項因素，包括但不限於我們的財務業績、流動資金狀況及現金流量狀況、業務狀況及策略、未來前景以及當前的經濟環境。任何股息的宣派及派付以及股息的金額將受我們的章程文件及所有適用法律及法規所規限。

[編纂]開支

[編纂]開支指專業費用、**[編纂]**佣金及就**[編纂]**產生的其他費用。我們估計**[編纂]**開支(包括**[編纂]**佣金)將約為**[編纂]**港元，佔**[編纂][編纂]**總額約**[編纂]**(假設**[編纂]**為每**[編纂][編纂]**港元，即本文件所述指示性**[編纂]**的中位數，且**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出任何獎勵)。於往績記錄期，我們分別產生**[編纂]**開支**[編纂]**、**[編纂]**、約**[編纂]**港元及**[編纂]**港元。**[編纂]**開支餘下結餘約**[編纂]**港元，預計(i)將於截至2026年及2027年3月31日止年度的合併損益及其他全面收益表中確認為開支**[編纂]**港元；及(ii)於**[編纂]**後直接確認為權益扣減**[編纂]**港元。**[編纂]**開支主要包括約**[編纂]**港元**[編纂]**相關開支及約**[編纂]**港元非**[編纂]**相關開支(包括法律顧問及申報會計師費用及開支約**[編纂]**港元以及其他費用及開支約**[編纂]**港元)。

[編纂]用途

假設**[編纂]**未獲行使且並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出任何獎勵並假設**[編纂]**為每**[編纂][編纂]**港元(即本文件中指示性**[編纂]**介乎**[編纂][編纂]**港元至**[編纂]**港元的中位數)，我們估計，經扣除我們就**[編纂]**已付及應付的**[編纂]**佣金及其他估計開支後，我們將自**[編纂]**收取的**[編纂]**淨額約為**[編纂]**港元。

我們擬將**[編纂][編纂]**淨額作以下用途，金額載列下文，可根據我們的業務需求演變及市況不斷變化作出調整：

- 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於拓展業務至台灣市場；
- 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於在香港進行策略性營銷及促銷活動，進一步提升品牌知名度及推廣自有品牌旗下的招牌產品，其中包括「鹿筋骨痛丸」、「鱷肺補」、「血暢通」及「目再生」；
- 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額約**[編纂]**)將透過分階段在香港開設自營門市以拓展我們的銷售網絡；
- 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將透過引進及開發我們現有及新產品線下的新保健及美容補充品與產品，擴展及豐富我們自有品牌的產品組合；及
- 預期餘款約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用作一般營運資金。

有關**[編纂]**用途的預期時間的詳情，請參閱程本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。

風險因素

我們相信，我們營運涉及若干風險。許多風險超出我們的控制範圍。有關風險載於本文件「風險因素」，包括(其中包括)：

- 本集團面臨依賴牛奶公司向最終客戶轉售產品的風險，而未能維持與牛奶公司的關係或以其他方式擴大我們的批發網絡或會對本集團的業務造成重大不利影響；
- 牛奶公司及其他批發客戶未能向本集團付款，或就付款問題出現糾紛或在收取款項上出現嚴重拖延，或會對本集團的現金流量及盈利能力造成重大不利影響；
- 未能開發及引入新產品或我們的新產品未能獲得市場接納或會令我們的業務受到負面影響；
- 我們的業務在很大程度上依賴，且本集團亦高度依賴我們的主要品牌「正品」帶來的收益，此情況或會持續下去。倘我們未能開發、維持及提升我們的品牌及聲譽及主要品牌銷售額下滑，則或會令產品的市場認受性及消費者對產品的信任受到重大不利影響；及
- 營銷及宣傳活動對我們的產品能否成功至關重要，倘本集團無法維持或發展我們的營銷能力，則我們的產品的市場份額、品牌認受性及聲譽或會受到重大不利影響。

控股股東

緊隨**[編纂]**完成後(並無計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)，Alway Success將有權行使本公司已發行股本總額約**[編纂]**的投票權。Alway Success由張運裕先生全資擁有。因此，張運裕先生及Alway Success將於**[編纂]**後成為本公司控股股東(定義見上市規則)。

[編纂]前投資

我們於2025年6月完成**[編纂]**前投資，**[編纂]**前投資者為燕茹女士、周女士、張杰承先生、勞祖亮先生、劉瀟先生、周修武先生、歐陽詠詩女士及交銀國際資產管理有限公司(以管理人身份行事及代表客戶(即肖曉女士))。緊接著**[編纂]**完成後(假設**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出任何獎勵)，**[編纂]**前投資者將持有約**[編纂]**的已發行股份。有關**[編纂]**前投資者的身份及背景以及**[編纂]**前投資的主要條款的更多詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構－**[編纂]**前投資」。

[編纂]統計數據

下表中的數字乃基於以下假設：(i)**[編纂]**已完成，且**[編纂]**中已發行及出售**[編纂]**股份，(ii)**[編纂]**未獲行使，(iii)並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出任何獎勵，及(iv)**[編纂]**完成後已發行及發行在外**[編纂]**股份。

	按[編纂]每[編纂][編纂]計算	按[編纂]每[編纂][編纂]計算
[編纂]完成後的市值[2]	**[編纂]**	**[編纂]**
本公司擁有人應佔未經審核**[編纂]**經調整合併每**[編纂]**有形資產淨值[3]	**[編纂]**	**[編纂]**

附註：

(1) 本表內所有統計數據乃基於假設**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出任何獎勵而呈列。

(2) 市值乃基於**[編纂]**完成後預期已發行及發行在外**[編纂]**股份計算。

(3) 未經審核**[編纂]**經調整綜合每**[編纂]**有形資產淨值乃經作出本文件附錄二「未經審核**[編纂]**財務資料」所述調整後，並基於已發行合共**[編纂]**股份(假設**[編纂]**已於2025年9月30日完成，但並未

計及因(i)行使**[編纂]**可能發行的任何股份，(ii)根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出任何獎勵，或(iii)本公司可能發行或購回的任何股份)計算得出。

近期發展及無重大不利變動

於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們的業務模式、收益結構及成本結構整體保持不變。於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們繼續專注於主要業務，主要在香港從事保健及美容補充品與產品的研發、銷售、營銷及分銷。董事認為，我們的業務營運將保持相對穩定，主要由於(i)我們與主要客戶的關係相對穩定；(ii)我們於往績記錄期持續實現增長；及(iii)我們將不時推出新產品，以迎合當前市場趨勢及最終客戶的需求。

於往績記錄期後，我們已推出兩款新產品，涵蓋關節及痛症。

於2026年1月，我們已獲得及提取一筆7.3百萬港元的新融資。該貸款按香港銀行同業拆息加2%的利率計息，為期一年，該貸款以控股股東提供的個人擔保及主要管理層保險合約作抵押。董事確認，控股股東提供的個人擔保將於**[編纂]**前全數解除及於**[編纂]**後將以本集團提供的公司擔保取代。

於2025年10月，我們於香港粉嶺的首家自營門市投入營運。該門市的運營表現令人滿意，並於2025年11月實現盈虧平衡。本集團將以分階段方式於香港設立自營門市。此外，於最後實際可行日期，本集團於台灣正在成立一間間接全資附屬公司，以拓展業務至台灣市場。

2025年12月，我們於中國成立爵玥品牌管理，由三新藥業全資擁有，並擬為本集團開展營銷活動。於最後實際可行日期，爵玥品牌管理尚未開展任何業務營運。於2026年2月，我們與周女士成立百樂正品環球，本公司間接持有百樂正品環球全部已發行股本的30%。百樂正品環球入賬列作本集團聯營公司。百樂正品環球擬從事保健及美容補充品與產品的開發及銷售業務。於最後實際可行日期，該公司尚未開展任何業務營運。

董事確認，經進行董事認為屬適合的盡職審查後，自2025年9月30日起及直至本文件日期，(i)本集團的經營或財務狀況或前景並無出現重大不利變動；及(ii)概無發生將以對本文件附錄一所載會計師報告內資料造成重大不利影響的事件。董事預期，截至2026年3月31日止年度的純利較2025財政年度有所減少，主要由於**[編纂]**開支將於合併損益及其他全面收益表中確認。

釋　義

於本文件內，除非文義另有所指，否則下列詞彙具有以下涵義。若干技術詞彙的解釋載於本文件「技術詞彙表」一節。

「會計師報告」	指	截至2023年、2024年及2025年3月31日止三個年度及截至2025年9月30日止六個月的會計師報告，其全文載於本文件附錄一
「聯屬人士」	指	就任何指定人士而言，直接或間接控制或受控於或與該指定人士直接或間接受共同控制的任何其他人士
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局
「竣輝」	指	竣輝有限公司，一間於2021年6月8日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「亞方生命」	指	亞方生命有限公司，一間於2020年9月25日在香港註冊成立的有限公司，為獨立第三方
「Alway Success」	指	Alway Success Investment Holding Limited，一間於2025年2月10日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，由張運裕先生直接全資擁有
「細則」或「章程細則」	指	本公司於[•]年[•]月[•]日有條件採納並於**[編纂]**起生效的經修訂及重列組織章程細則，其概要載於本文件附錄三(經不時修訂)
「聯繫人」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「審核委員會」	指	董事會審核委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「Boiron Asia」	指	Boiron Asia Limited，一間於2020年3月19日在香港註冊成立的有限公司，為獨立第三方
「營業日」	指	香港銀行一般開門經營正常銀行業務的任何日子(星期六、星期日或香港公眾假期除外)
「英屬處女群島」	指	英屬處女群島
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
「中國」	指	中華人民共和國，僅就本文件而言，除文義另有所指外，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣
「緊密聯繫人」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義

釋　義

「公司法」	指	開曼群島公司法(經修訂)
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「公司條例」	指	香港法例第622章公司條例(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「本公司」	指	正品控股有限公司，一間於2025年2月18日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「關連交易」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「控股股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義，及就本公司而言，指張運裕先生及Alway Success或其中任何一方
「核心關連人士」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「牛奶公司」	指	牛奶有限公司，一間於1896年8月在香港註冊成立的有限公司，為獨立第三方
「彌償契據」	指	控股股東就(其中包括)若干彌償事項以本公司(為其本身及作為其各附屬公司的受託人)為受益人於[•]訂立的彌償契據，其進一步詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料－E.其他資料－9.彌償契據」
「不競爭契據」	指	控股股東於[•]以本公司為受益人作出的不競爭契據，更多詳情請參閱本文件「與控股股東的關係－不競爭契據」
「衞生署」	指	香港衞生署
「董事」	指	本公司董事
「歐元」	指	歐盟成員國法定貨幣
「極端情況」	指	香港政府公佈超強颱風所引致的極端情況
[編纂]		**[編纂]**
「食物及藥物規例」	指	香港法例第132W章食物及藥物(成分組合及標籤)規例(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「食物安全條例」	指	香港法例第612章食物安全條例(經不時修訂、補充或以其他方式修改)

釋　義

「弗若斯特沙利文」	指	弗若斯特沙利文有限公司(Frost & Sullivan Limited)，一間獨立全球市場研究及諮詢公司
「弗若斯特沙利文報告」	指	我們委託弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告
「2023財政年度」	指	截至2023年3月31日止財政年度
「2024財政年度」	指	截至2024年3月31日止財政年度
「2025財政年度」	指	截至2025年3月31日止財政年度
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
「本集團」或「我們」	指	本公司及其不時的附屬公司，或(如文義所指)就本公司成為其現有附屬公司的控股公司前的期間而言，則指有關附屬公司，猶如其於有關時間為本公司的附屬公司
「正品英屬處女群島」	指	正品國際有限公司，一間於2025年2月20日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，為本公司的直接全資附屬公司
「正品香港」	指	正品藥業有限公司，一間於2011年4月26日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「香港會計準則」	指	香港會計準則
「香港財務報告會計準則」	指	香港會計師公會頒佈的香港財務報告會計準則(包括所有適用的個別香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋)
「香港財務報告準則」	指	香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則、修訂本及詮釋
「香港會計師公會」	指	香港會計師公會
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**

[編纂]		[編纂]
「香港」	指	中華人民共和國香港特別行政區
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港法律顧問」	指	香港大律師伍頴珊女士
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
「獨立第三方」	指	並非本公司關連人士的任何實體或人士，具有上市規則所賦予的涵義
「稅務條例」	指	香港法例第112章稅務條例(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
[編纂]		[編纂]

[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
「爵玥品牌管理」	指	爵玥品牌管理(深圳)有限公司，於2025年12月24日根據中國法律註冊成立的有限公司並為本公司間接全資附屬公司
「最後實際可行日期」	指	2026年2月27日，即在刊發本文件前確定本文件所載若干資料的最後實際可行日期
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
[編纂]		[編纂]
「上市規則」	指	香港聯合交易所有限公司證券上市規則(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「主板」	指	由聯交所經營獨立於聯交所GEM且與之並行運作的證券交易所(不包括期權市場)
「萬寧」	指	牛奶公司的成員公司及香港保健及美容產品連鎖零售商
「萬嘉寶」	指	萬嘉寶有限公司，一間於2022年2月18日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
[編纂]		[編纂]
「大綱」或「章程大綱」	指	本公司於2025年2月18日採納的組織章程大綱，有關概要載於本文件附錄三(經不時修訂)

釋　義

「張運裕先生」	指	張運裕先生，我們的控股股東、執行董事、董事會主席兼首席執行官
「劉先生」	指	劉卓濤先生，正品香港的創始成員
「周女士」	指	周藹寧女士，我們的一位**[編纂]**前投資者
「提名委員會」	指	董事會提名委員會
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
「**[編纂]**後股份獎勵計劃」	指	本公司於[•]有條件批准及採納的股份獎勵計劃，其主要條款概要載於本文件附錄四「法定及一般資料－D.**[編纂]**後股份獎勵計劃」
「中國法律顧問」	指	漢坤律師事務所，本公司中國法律顧問
「**[編纂]**前投資」	指	由各**[編纂]**前投資者所作的投資，有關詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構」一節
「**[編纂]**前投資者」	指	本公司的**[編纂]**前投資者，即燕茹女士、周女士、張杰承先生、勞祖亮先生、劉瀟先生、周修武先生、歐陽詠詩女士及交銀國際資產管理有限公司(以管理人身份行事及代表其客戶(即肖曉女士))

釋　義

[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
「百樂正品環球」	指	百樂正品環球有限公司，一間於2026年2月13日在香港註冊成立的有限公司，為本公司之聯營公司，本公司間接持有其全部已發行股本之30%
「S規例」	指	美國證券法S規例
「薪酬委員會」	指	董事會薪酬委員會
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣
「重組」	指	本集團為籌備**[編纂]**而進行的公司重組，有關詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構－重組」
「申報會計師」	指	富睿瑪澤會計師事務所有限公司
「尚締」	指	尚締健康國際有限公司，一間於2013年12月5日在香港註冊成立的有限公司，為獨立第三方
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章證券及期貨條例(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.0001美元的普通股
「股東」	指	股份持有人
「獨家保薦人」	指	淙博資本有限公司，根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團，為**[編纂]**的獨家保薦人
「SST Healthy」	指	Sau San Tong Healthy Care Product Limited，一間於2022年10月13日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的聯繫人，本公司間接持有其全部已發行股本的40%
「修身堂控股有限公司」	指	修身堂控股有限公司，一間於聯交所GEM上市的公司(股份代號：8200)，其間接持有SST Healthy全部已發行股本的60%

釋　義

[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	具有公司條例第15條賦予該詞的涵義
「認購事項」	指	交銀國際資產管理有限公司(為及代表其客戶並以其管理人身份行事)(「**交銀**」)根據於2025年5月與本公司訂立的一項認購協議認購3,450,000股股份。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構－**[編纂]**前投資」一節
「主要股東」	指	具有上市規則賦予該詞的涵義
「收購守則」	指	證監會頒佈的公司收購、合併及股份回購守則(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
「稅務顧問」	指	鄭鄭稅務有限公司，我們委聘的獨立稅務顧問
「往績記錄期」	指	截至2025年3月31日止三個年度及截至2025年9月30日止六個月
「新台幣」	指	台灣法定貨幣
「不良廣告(醫藥)條例」	指	香港法例第231章不良廣告(醫藥)條例(經不時修訂、補充或以其他方式修改)
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
「美國」	指	美利堅合眾國、其領土、其屬地及受其管轄的所有地區
「美元」	指	美國法定貨幣美元
「美國證券法」	指	1933年美國證券法(經修訂)及據此頒佈的規則及規例
[編纂]		**[編纂]**
[編纂]		**[編纂]**
「三新藥業」	指	三新藥業有限公司，一間於2023年3月14日在香港註冊成立的有限公司，為本公司的間接全資附屬公司
「2025年六個月」	指	截至2024年9月30日止六個月

釋　義

「2026年六個月」	指	截至2025年9月30日止六個月
「%」	指	百分比

除非另有指明或文義另有所指，否則：

1. *本文件所載陳述均假設**[編纂]**未獲行使；*
2. *所有時間均指香港時間；*
3. *本文件內對年、月及日的提述分別指曆年、曆月及曆日；及*
4. *本文件內所有數據均截至本文件日期。*

除非另有指明，否則本文件所載若干數額及百分比數字均已約整。因此，若干列表中顯示為總數的數字未必為其前列數字的算術總和。任何列表或圖表所示總數與所列數額總和之間的任何差異乃約整所致。

技術詞彙表

本詞彙表載有本文件所用有關本公司及其業務的若干詞彙的釋義。部分釋義或會與業內標準定義不一致。

「乙醯肉鹼」	指	人體自然生成的一種乙醯化左旋肉鹼，可用作膳食補充品
「Actibody RB」	指	發酵米糠萃取物
「每筆訂單金額」	指	表示每名客戶交易的平均購買數量或總值
「美容補充品及產品」	指	用於改善體型及提升膚質的服用或塗抹式非處方美容產品
「塑形製劑」	指	針對脂肪代謝、減少水分滯留(浮腫)及改善皮膚緊緻度口服配方，以達到塑身效果
「品牌」	指	以特定名稱生產的產品類型
「品牌商」	指	就自有品牌以外的每款產品而言，在相關司法權區生產、分銷及／或銷售該產品的品牌及／或商標的所有人及／或註冊擁有人
「複合年增長率」	指	複合年增長率，是評定一項數值在一段時間內的平均增長的方法
「神經醯胺」	指	脂質分子，有助於皮膚屏障的形成
「潔淨標籤」	指	成分透明、簡單且天然，能吸引注重健康的消費者的產品
「膠原蛋白胜肽」	指	從膠原蛋白中提取的小分子蛋白質，用於皮膚及關節健康
「蟲草」	指	一種用於中藥的真菌，亦稱為冬蟲夏草
「COVID-19」	指	由嚴重急性呼吸系統症候徵冠狀病毒2型引起的病毒性呼吸道疾病，已於2020年3月11日被世界衛生組織宣佈其為大流行病
「跨境數碼商城」	指	促進國際貿易的線上平台
「Cs-4」	指	蟲草菌絲體培養萃取物
「鹿相關保健補充品」	指	保健補充品，包括鹿筋、鹿鞭、鹿尾羶、鹿初乳及鹿胎

技術詞彙表

「DHA」	指	二十二碳六烯酸，是腦組織的主要結構成份，在幫助腦細胞之間傳遞訊息方面發揮至關重要的作用
「客流量」	指	實體零售門市到訪人數的計量方式
「人參」	指	中藥中用於補充能量及活力的一種植物根系
「葡萄糖胺」	指	一種天然存在於軟骨中的化合物，用於關節健康
「GMP」	指	生產質量管理規範(Good Manufacturing Practice)，為全球藥品生產行業使用的質量保證方法，以確保產品根據適當質量標準貫徹生產及監控
「保健補充品及產品」	指	含有可透過飲食補充額外營養素的產品，旨在增強整體身體健康或特定的身體功能
「IgF生長因子」	指	胰島素樣生長因子(IgF)，一種於生長發育，尤其是於骨骼及組織生長中起關鍵作用的激素
「日本美容」	指	日本的美容產品及實踐
「韓國美容」	指	韓國的美容產品及實踐
「KOL」	指	關鍵意見領袖
「腎陽」	指	中藥中指腎臟溫煦及賦活的能量
「L－半胱氨酸鹽酸鹽」	指	一種衍生自氨基酸L－半胱氨酸的化合物，常用於細胞培養、食品加工及膳食補充品等多種應用領域
「靈芝」	指	一種用於中藥的藥用菌菇(靈芝)
「MSM」	指	甲基硫醚基甲烷，一種關節健康補充品
「ODM」	指	原始設計製造商
「OEM」	指	原始設備製造商，亦指公司根據品牌商或客戶提供的規格及要求生產商品或產品(即原始設備製造商)，而該等商品或產品由品牌商或客戶營銷及銷售的業務安排
「平行貿易商」	指	個人或實體從其他市場進口及銷售產品，藉此利用價格差異牟利

技術詞彙表

「益生菌」	指	有益於消化健康的活有益菌
「中成藥」	指	僅由中藥材配製而成的成品劑型產品
「研發」	指	研究及開發
「售罄率數據」	指	有關產品從零售商到消費者的流通速度的資料
「保質期」	指	產品製造至產品標籤上到期日的期間
「銀髮市場」	指	目標年長消費者，特別是50歲以上族群，提供量身定制的保健及美容產品
「銀髮族」	指	年長消費者市場(通常為60歲以上)
「美肌營養素」	指	提供膠原蛋白胜肽、神經醯胺、抗氧化劑等有益皮膚的口服劑
「供應鏈」	指	參與生產及交付產品的網絡組織
「中藥」	指	傳統中藥
「TGA」	指	澳洲藥品管理局
「補益」	指	在中藥中指增強或補充身體功能
「滋陰養顏」	指	中藥養陰以達到美容養顏的理念

前瞻性陳述

本文件中若干陳述為前瞻性陳述，而因其性質使然，涉及重大風險與不確定因素。任何表示或涉及有關預期、信念、計劃、目標、假設或未來事件或表現(往往但並非總是通過使用「將會」、「預期」、「預計」、「估計」、「相信」、「展望未來」、「應當」、「或會」、「尋求」、「應該」、「有意」、「計劃」、「預測」、「預料」、「可能」、「願景」、「目標」、「目的」、「追求」、「時間表」、「推測」、「推算」、「旨在」、「打算」、「認為」、「會」、「繼續」及「展望」等字眼或片語)的討論的陳述並非歷史事實，而是具有前瞻性，且或會涉及估計及假設，並受風險(包括本文件所詳述的風險因素)、不確定因素及其他因素影響，其中部分因素不受我們控制且難以推測。因此，該等因素可能導致實際業績或結果與前瞻性陳述所表達者大相逕庭。

前瞻性陳述乃基於有關未來事件且或被證實屬不準確的的假設及因素。該等假設及因素乃基於我們現時可得關於我們所經營業務的資料得出。可能影響實際業績的風險、不確定因素及其他因素(其中多項並非我們所能控制)包括但不限於：

- 整體政治、市場及經濟狀況；
- 有關我們業務各方面的香港及其他相關司法權區政府法律、規則及法規以及有關政府部門規則、法規及政策的任何變化；
- 我們的規劃項目與目標；
- 我們能否控制或降低成本；
- 我們能否控制風險；
- 我們能否與業務合作夥伴維持良好關係；
- 我們的業務前景及擴展計劃；
- 我們能否成功實行業務計劃及策略；
- 我們的財務狀況及表現、債務水平及資金需求；
- 我們的股息政策；
- 我們的資本開支計劃；
- 我們或會尋求的各類商機；
- 我們競爭對手的行動及發展；
- 利率、匯率、股價或其他費率或價格的變動或波動，包括與香港及我們經營所在行業及市場有關的變動或波動；及
- 本文件「風險因素」一節所述的所有其他風險及不確定因素。

由於實際業績或結果可能與任何前瞻性陳述所表達者大相逕庭，故我們強烈建議**[編纂]**不應過分依賴任何該等前瞻性陳述。任何前瞻性陳述僅截至作出該陳述當日為止，而除上市規則所規定者外，我們並無責任更新任何一項或以上前瞻性陳述，以反映作出該陳述當日後的事件或情況或反映發生意料之外的事件。有關我們或任何董事的意向的陳述或提述乃截至本文件日期作出。任何該等意向或會因未來事態發展而出現變動。

本文件內的所有前瞻性陳述均明確受本警示性陳述制約。

風險因素

*潛在**[編纂]**於作出有關**[編纂]**的任何**[編纂]**決定前，應審慎考慮本文件所載全部資料，尤其應考慮以下與**[編纂]**於本公司有關的風險及特別考量。倘任何下述潛在事件發生，我們的業務、財務狀況及前景可能會受到重大不利影響，而股份**[編纂]**價可能因任何該等風險而下跌，　閣下或會損失全部或部分**[編纂]**。*

本文件載有有關我們的計劃、目標、期望及意向的若干前瞻性陳述，當中涉及風險及不確定因素。我們的實際業績可能與本文件所討論者有重大差異。可造成該等差異的因素載列於下文及本文件其他部分。

我們相信，我們營運涉及若干風險。許多風險超出我們的控制範圍。有關風險可分類為：(i)與我們業務營運有關的風險；(ii)與行業有關的風險；(iii)與知識產權有關的風險；及(iv)與**[編纂]**有關的風險。　閣下應參照我們所面臨的挑戰(包括於本節所討論者)，審慎考慮我們的業務及前景。

與我們業務營運有關的風險

本集團面臨依賴牛奶公司向最終客戶轉售產品的風險，而未能維持與牛奶公司的關係或以其他方式擴大我們的批發網絡或會對本集團的業務造成重大不利影響

我們依賴牛奶公司(於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月我們最大的客戶)銷售及分銷我們的產品。於往績記錄期，來自牛奶公司的收益分別為約38.5百萬港元、84.0百萬港元、97.1百萬港元及48.2百萬港元，分別佔總收益約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。本集團自2013年起開始與牛奶公司建立關係。正品香港及萬嘉寶各自與牛奶公司分別於2018年及2022年訂立貿易條款協議。自簽立貿易條款協議以來，我們的產品一直透過香港萬寧的零售門市及萬寧的線上渠道陳列及出售。貿易條款協議將繼續有效，直至本集團與牛奶公司簽訂任何書面協議終止、取代或修訂貿易條款協議為止。於最後實際可行日期，貿易條款協議仍然有效。

依賴牛奶公司帶有下列風險：

- 倘我們與牛奶公司的關係基於任何理由而受到不利影響，導致牛奶公司限制我們的產品於其門市內銷售，或全面終止出售我們的產品，本集團將需另覓渠道向大眾消費者出售我們的產品，而該等渠道未必如牛奶公司般具有龐大網絡。

- 我們的產品主要透過牛奶公司出售。本集團無權控制牛奶公司的業務計劃或策略，包括其擴展或縮減計劃、其門市覆蓋及其客戶維繫計劃。倘牛奶公司不繼續擴展其門市，則我們的銷售擴展或會受到影響。此外，倘牛奶公司因買賣情況轉壞而削減其門市數目或縮減其營銷及宣傳計劃，則我們的產品銷售額或會受到不利影響。在最壞情況下，倘牛奶公司業務失利，本集團將失去大部分銷售渠道，並將需要物色其他渠道以向大眾消費者出售產品。

- 根據本集團與牛奶公司訂立的貿易條款協議，概無任何最低採購額或合約購買保證。因此，牛奶公司或會於協議存續期間隨時因任何理由而減少或停止向本集團下達任何訂單。在此情況下，我們將失去大部分銷售渠道，並將需要尋找其他渠道向大眾消費者出售產品。

- 由於本集團與牛奶公司的經營規模有所差距，對於在萬寧的門市銷售產品，我們並無議價能力，而在控制牛奶公司的定價及業務策略上亦權力有限。

倘出現任何上述風險，則我們的業務、財務狀況及經營業績將會受到不利影響。概不保證本集團將能夠物色其他類似或優於我們與牛奶公司的現有安排的批發渠道，甚至根本無法物色批發渠道，而我們的業務成本將因此受到重大影響。

有關我們與牛奶公司關係的進一步詳情，請參閱本文件「業務—我們的業務模式—批發業務」。

牛奶公司及其他批發客戶未能向本集團付款，或就付款問題出現糾紛或在收取款項上出現嚴重拖延，或會對本集團的現金流量及盈利能力造成重大不利影響

牛奶公司及其他批發客戶或會在其所獲授信貸期後始向本集團付款。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，我們的貿易應收款項分別約為14.4百萬港元、31.6百萬港元、42.5百萬港元及29.3百萬港元，其中約0.1百萬港元、0.3百萬港元、0.4百萬港元及0.7百萬港元已分別逾期。牛奶公司及其他批發客戶經營所在行業的違約風險亦對信貸風險有所影響。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，由於本集團貿易應收款項總額中分別約98.9%、99.4%、95.5%及99.5%為應收牛奶公司及其他批發客戶款項，因此具有信貸集中風險。

倘向大眾消費者出售我們產品的牛奶公司及／或其他批發客戶無力償債或嚴重拖欠付款或因其他原因未能或無意依時償還未付應收款項，甚至根本無法還款，我們的流動資金可能受到重大不利影響，而本集團將須撇銷應收款項或就應收款項增加撥備，因而可能對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

未能引入新產品或我們的新產品未能獲得市場接納或會令我們的業務受到負面影響

我們產品成功與否在很大程度上取決於我們推出市場的產品是否深受市場歡迎。我們致力於持續擴大及提升產品組合，以提供既迎合新興健康潮流及消費者喜好，亦滿足未被滿足的市場需求，且適應客戶需求不斷變化的產品。我們擬將**[編纂]**[**編纂**]淨額約**[編纂]**用於引進我們現有及新產品線下的新保健及美容補充品與產品，例如兒童眼部護理產品、腸胃相關產品、用於腦部健康的產品及新美容補充品，以擴展及豐富我們自有品牌的產品組合。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。

新產品能否成功取決於多項因素，包括能否準確識別市場需求及消費者喜好、新產品的功效、品質和價格以及營銷及宣傳活動是否有效。特別是，推出新產品需要投入資本資源及產品研發力度。由於香港的保健及美容補充品與產品市場瞬息萬變，故本集團未必能成功預計市場趨勢及適時引入因應市場趨勢的新產品。儘管過去本集團曾成功引入及推廣新產品且獲得市場歡迎，但概不保證我們日後仍可不斷引入將吸引足夠需求及／或有利可圖的新產品。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的產品概無受監管規定限制或質素出現重大問題。倘我們的任何新產品基於上述任何原因而不獲市場青睞，或我們的新產品受監管規定限制或質素出現重大問題，或因任何其他理由，則我們可能無法收回我們於研發及引入該等新產品時所作出的投資。因此，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到不利影響。

我們的業務在很大程度上倚賴我們品牌的實力及聲譽，且本集團亦高度依賴我們的主要品牌「正品」帶來的收益，此情況或會持續下去。倘我們未能開發、維持及提升我們的品牌及聲譽及主要品牌銷售額下滑，則或會令產品的市場認受性及消費者對產品的信任受到重大不利影響

本集團相信，維持及改良自有品牌(如「正品」)的聲譽對我們業務成功與否至關重要。目前，本集團的收益大部分依賴我們的主要品牌「正品」的銷售額。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，銷售「正品」旗下產品產生的收益分別為約25.9百萬港元、58.1百萬港元、66.7百萬港元及24.8百萬港元，分別佔總收益約60.1%、53.0%、51.2%及47.3%。本集團預計大部分總收益仍會來自「正品」品牌，故我們仍受該品牌旗下產品的需求及盈利能力變化所影響。

改良及維持我們的品牌認受性及聲譽，主要取決於我們產品在大眾心目中的功效及品質，加上我們的營銷及宣傳工作是否成功。本集團近年來投放大量資源於品牌宣傳，包括透過電視、印刷出版物及數碼渠道進行推廣、於萬寧零售門市設立貨架端展示(「貨架端展示」)、向萬寧零售門市委派駐場銷售推廣人員、委聘藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士，以及與一名大學教授合作及參加展銷會及展覽會。

如本集團未能成功推銷或宣傳品牌、品牌受損、未來市場對「正品」品牌產品的需求因競爭對手推出價格或條件更優惠的替代品而下降，或倘我們未能維持該品牌的受歡迎程度，或本集團面臨銷售或相關廣告活動的新規管限制，則對本集團現有及未來產品的需求，以及我們的業務、財務狀況及經營業績可能產生重大不利影響。

營銷及宣傳活動對我們的產品能否成功至關重要，倘本集團無法維持或發展我們的營銷能力，則我們的產品的市場份額、品牌認受性及聲譽或會受到重大不利影響

我們的產品成功與否在很大程度上取決於營銷及宣傳活動是否有效。本集團不時參加萬寧的宣傳活動，於萬寧的零售門市設立貨架端展示，並委派駐場銷售推廣人員於萬寧零售門市銷售及宣傳產品。於最後實際可行日期，我們分別已參與3、4、6及2次由牛奶公司舉行的今日出位價促銷活動。於最後實際可行日期，我們有49名銷售推廣人員，彼等為我們的員工，駐守於香港萬寧48間零售門市。為使彼等能更好地服務前往萬寧零售門市的最終客戶，我們不時向彼等提供培訓(尤其是在推出新產品時)，從而使銷售推廣人員對關於健康問題、營養及我們產品方面的知識瞭如指掌，提升溝通技巧，並隨時掌握最新的市場趨勢和消費者偏好。此外，我們時常透過結合採用不同媒體如電視、印刷出版物及數碼渠道，確保我們的廣告已廣泛覆蓋及滲入市場。於往績記錄期，我們不斷在社交媒體平台及網站(包括YouTube、Facebook、Instagram及小紅書)刊登廣告，藉以宣傳產品。社交媒體平台使我們可直接與最終客戶接觸，令彼等知曉我們的品牌及產品，同時收集即時反饋。各種營銷活動對產品取得成功至關重要。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，廣告及促銷開支分別約為6.8百萬港元、11.2百萬港元、13.5百萬港元、7.6百萬港元及6.6百萬港元，分別佔我們總收益約15.7%、10.2%、10.4%及12.6%。

然而，我們能否保持或發展我們的營銷能力可能受到各種因素的不利影響，如我們能否準確掌握消費者喜好並有效管理媒體資源以及政府對廣告的規管。任何對我們營銷及宣傳能力規模及效益構成不利影響的因素或會對我們產品的市場份額、品牌認受性及聲譽造成不利影響。此外，廣告開支出現任何大幅增加的情況(不論由於市場因素或其他原因所致)或會對盈利能力造成不利影響。

本集團最終依賴大眾消費者

我們的大部分產品透過萬寧的零售門市進行銷售及分銷，以供其轉售予最終客戶。基於本集團與牛奶公司的相互理解，牛奶公司有權在以下情況下向我們退還產品：(i)在協定銷售期內損壞、過期及／或未售出的庫存或在收貨時發現質量問題；(ii)屬停產產品(即我們因推出新產品等理由而停止銷售的產品)；或(iii)促銷活動後的過剩產品。因此，即使產品透過牛奶公司進行分銷，本集團仍需承擔該等產品銷售失敗帶來的風險。

我們產品的最終客戶通常為前往萬寧零售門市購買產品的大眾消費者，不論屬購物時順道購買或特意購買產品。

因此，在本集團最終依賴品牌是否成功、客戶忠誠度及產品質量的同時，本集團亦依賴大眾消費者對我們產品的需求。倘本集團無法吸引大眾消費者購買我們的產品或維持大眾消費者的需求，則業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。

本集團產品在香港的營銷及廣告宣傳須遵守若干法律及法規，任何違反相關法律及法規的行為，可能對本集團的聲譽、財務狀況或經營業績造成不利影響

我們的產品營銷及推廣活動主要受香港多項法例規管，例如不良廣告(醫藥)條例、商品說明條例(香港法例第362章)及貨品售賣條例(香港法例第26章)。我們亦須遵守上述條例下的相關附屬法例及規例。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團收到5封由衞生署發出的警告函，內容有關我們的產品廣告可能因使用受限制用詞而違反不良廣告(醫藥)條例第3條及／或第3B條。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－法律訴訟及合規－合規－產品廣告」及「監管概覽－香港－貿易－不良廣告(醫藥)條例」。

倘有關當局採取任何執法行動，本集團或董事可能須支付罰款，而董事亦可能須就有關不合規行為承擔法律責任。此外，概無保證我們的業務及財務狀況及前景，包括但不限於我們的聲譽及與客戶的關係，不會受到有關過往不合規事件的不利影響。再者，倘日後出現針對本集團的類似投訴或申索，即使沒有理據或不成功，仍可能迫使我們從業務中分散管理及其他資源，並導致客戶對我們的產品失去信心，從而可能對我們的現金流量、盈利能力、財務狀況及業務前景造成重大不利影響。

本集團面對激烈競爭，而倘本集團未能有效地與同業競爭，則我們可能失去市場份額，且我們的經營業績或會受到不利影響

董事認為，香港的保健及美容補充品與產品市場競爭非常激烈且高度分散，共有數百間國際、國內和本地的公司提供各式各樣的產品和品牌。頻頻推出新產品、價格具敏感度及消費者對質素及功效的期望，均為此等市場的特色。本集團面對來自我們

的現有競爭對手及新加入者的競爭，包括具有類似功效或作用並可用作取代我們產品的保健及美容補充品的跨國公司以及本地分銷商。

我們的競爭力取決於多項因素，包括我們的品牌的市場知名度、營銷活動的效益、產品質量、批發及零售網絡的廣度和深度。我們若干現有及潛在競爭對手在商業資源、財務資源、開發及推銷保健及美容補充品與產品的經驗及其他資源上或會較本集團優勝。此外，該等競爭對手或具有更強的品牌認受性、更完善的批發及零售網絡或對我們的目標消費者及目標市場認識更深。概不保證我們現有或潛在競爭對手不會推出質素與本集團不相伯仲甚或較本集團更勝一籌的產品，或在面對不斷演變的行業趨勢或變化不定的市場喜好及要求或消費者的消費習慣上比本集團更快作出反應。此外，競爭形勢或會令競爭對手大幅增加推廣開支及宣傳活動，或採取非理性或掠奪性定價行為。

競爭對手之間亦有可能進行合併或互相結盟，而此等合併或結盟關係可迅速取得巨大的市場份額。我們亦無法保證任何第三方將不會積極設法進行各種合法或非法活動以損害我們的品牌或影響消費者對我們產品的信心。

倘我們無法維持我們的競爭地位或以其他方式有效地應付競爭壓力，我們的銷售額及市場份額或會下降，並對我們的經營業績造成不利影響。激烈競爭亦或會對我們產品定價造成壓力，並可能對我們的營業額及盈利能力造成不利影響。

我們產品供應的任何中斷或暫停或產品及包裝物料成本的任何上漲，均或會對我們的生產、營業額及盈利能力造成不利影響

本集團日後或會面對若干產品或包裝物料供應短缺，這可能使我們的產品及經營業績受到重大不利影響。保健及美容補充品與產品的生產有賴製造商及供應商供應的產品及包裝物料。於往績記錄期，本集團的採購總額分別約為7.2百萬港元、28.7百萬港元、27.7百萬港元及16.9百萬港元，而我們向五大供應商進行採購的金額分別佔我們的採購總額約86.3%、77.3%、80.3%及77.1%，而我們向最大供應商進行採購的金額分別佔我們的採購總額約55.6%、34.5%、27.8%及28.2%。我們的業務、財務狀況及經營業績取決於主要製造商及供應商會否持續供應產品及包裝物料及我們能否與彼等保持持續的供應商與客戶關係。

我們一般按逐項訂單基準向製造商及供應商發出訂單。於往績記錄期，除供應商E、供應商G及供應商H外，我們並無與主要製造商及供應商訂立任何長期協議或最低採購協議。若干供應商或會毋須通知或遭受罰款而隨時終止與本集團的業務關係。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，概無供應商終止與本集團的關係。倘任何供應商未能或不願按所需數量及可接受的價格向本集團供應產品或包裝物料，則概不保證本集團將可及時按令人滿意的條款找到替代的供應來源，甚或根本無法找到其他供應來源。倘本集團未能另覓或開發其他供應來源，則或會導致我們的生產、銷售額或利潤率落後或減少。即使我們或能夠以其他供應商替代主要供應商，惟我們無法保證與其他供應商訂立的合約條款將與我們與現有主要供應商訂立的合約條款相若或較之更有利。有關我們與主要供應商的關係的進一步詳情，請參閱本文件「業務—我們的供應商—五大供應商」。

此外，本集團易受產品及包裝材料價格上漲的影響。於往績記錄期，我們材料的總採購成本分別約為6.9百萬港元、20.7百萬港元、29.5百萬港元及11.0百萬港元，分別佔銷貨成本總額約87.2%、88.5%、90.6%及89.4%。於往績記錄期，我們包裝成本分別約為0.8百萬港元、2.1百萬港元、2.5百萬港元及0.9百萬港元，分別佔銷貨成本總額約10.4%、8.9%、7.5%及7.4%。因此，我們的銷貨成本主要包括我們材料及包裝材料的採購成本，其價格主要基於市場力量而釐定，且日後或會波動或受到通脹所影響。例如，產品及包裝物料的供應情況及成本可能受到天氣狀況及其他季節性因素所影響。任何原材料及包裝材料採購成本的顯著變動都可能對我們的銷售成本產生重大影響，進而影響我們的利潤率。有關保健及美容補充品與產品的原材料價格趨勢詳情，請參閱本文件「行業概覽－成本分析」。我們無法向**[編纂]**保證我們將能透過提高產品價格以抵銷所有價格升幅，倘我們大幅提高產品價格，亦可能因此失去競爭優勢。倘日後產品及包裝物料成本上漲而我們未能將升幅轉嫁予批發客戶及／或大眾消費者，則我們未必可維持現時的毛利率，而我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

集中於多家主要供應商可能會影響我們的營運。我們主要供應商的營運、財務表現或財務狀況的任何重大不利變動均可能對其與我們的業務關係造成重大不利影響

我們委聘製造商及供應商，包括鹿相關產品、藥品、化妝品及包裝物料的貿易公司，為我們提供自有品牌旗下的產品。於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月，我們主要從有限數量的關鍵策略供應商進行採購。具體而言，於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月，我們向五大供應商的採購額分別為約6.2百萬港元、22.2百萬港元、22.3百萬港元及13.0百萬港元，分別佔我們總採購額約86.3%、77.3%、80.3%及77.1%。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的供應商－五大供應商」。

我們對該等主要供應商的依賴使我們面臨該等供應商的集中度風險及交易對手風險。我們無法向　閣下保證未來能與主要供應商維持良好的合作關係。任何來自一個或多個主要供應商的採購量減少或失去一個或多個主要供應商均將對我們的經營業績及財務狀況產生負面影響。此外，我們無法保證主要供應商的業務範圍或業務模式不會發生變化，或將繼續維持其市場地位及聲譽。我們主要供應商的營運、財務表現或財務狀況發生任何重大不利變動均可能對其與我們的業務關係造成重大不利影響。例如，倘主要供應商停止銷售其產品，或供應中斷或延遲，我們無法保證能夠在合理的時間內按類似商業條款找到具備類似供應能力的新供應商，甚至根本無法找到新供應商。一旦發生上述情況，我們的業務、財務狀況、經營業績及盈利能力可能會受到不利影響。

我們的產品可能對消費者造成出乎意料或未如理想的副作用或損傷，且或導致成本高昂的產品召回或退回、產品責任索償、訴訟、客戶投訴、質量控制問題及／或負面報導，而令聲譽嚴重受損、蒙受金錢損失或面臨訴訟

由於我們的產品乃為供人類食用及使用而設，故倘任何人士指稱因使用我們的產品而產生副作用或傷害，本集團可能面對多種不良後果，包括產品責任索償或產品召回、當局撤回有關產品之批文及面對訴訟等。

我們的產品包含多種成分，當中若干成份或其混合物或會導致消費者產生本集團並不知悉的不良副作用或傷害。同樣地，我們製造商使用的若干原材料或會導致出現本集團不知道的不良副作用或傷害。此外，原材料或產品受污染或變質、含有微生

物或出現源自採購、生產、運輸及儲存過程等各個階段的其他問題，均或導致產品變得不宜食用。一如其他保健及美容補充品業務，我們的業務容易受食源性疾病影響。我們無法向　閣下保證我們的質量控制措施能夠有效預防我們的產品引致的所有疾病或防止產品受到污染。此外，我們依賴製造商意味著食源性疾病事故有可能因我們控制範圍以外的製造商而起。日後或出現新型疾病，或發生潛伏期較長的疾病，因而可能招致追溯申索或指控。傳媒對我們的產品或其任何主要成分涉及食源性疾病或健康威脅事例作出的報導可能會對我們的銷售額造成重大不利影響，並會對我們的品牌形象、聲譽及經營業績造成嚴重負面影響。即使日後確定有關疾病或健康威脅實際並非由我們的產品所引發，有關風險仍然存在。

倘我們的產品導致任何嚴重副作用或傷害，或倘我們的產品被認為會導致有關副作用或傷害，則我們的產品或須從市場召回，並可能導致嚴聲譽重受損、蒙受金錢損失或面臨訴訟。此等情況亦可能導致負面報導，因而進一步損害我們的品牌及產品聲譽。即使情況不至於需要進行產品召回，惟我們無法向　閣下保證我們不會因而面對產品責任索償或其他法律糾紛。於往績記錄期，本集團並無經歷任何對業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的產品召回或退貨。然而，概不保證我們的產品日後將不會對消費者造成不良副作用。一旦發現競爭對手所製造或出售的產品出現嚴重副作用，亦或會對我們含有類似成分的產品銷售額造成不利影響。倘消費者對我們的品牌及／或產品失去信心，則我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。負面新聞、客戶投訴及針對我們的索償所涉金額亦可能很高，並或使管理層分散投放於業務營運的注意力。

我們的業務受季節性風險的影響

我們的經營業績以往隨季節變化而波動，並很可能繼續因應季節性影響而有所波動。若干產品的銷量受季節性影響。我們的銷售額通常於每年第一季度及第四季度(即春季及冬季期間)達到峰值。董事相信，該季節模式主要由於(i)春季及冬季的天氣可能引發更多過敏及其他症狀，故對呼吸系統相關保健補充品及產品的需求上升；及(ii)展覽會及貿易展的舉辦時機，如香港國際工業出品展銷會通常於冬季舉辦。故此，比較單一年度內不同季度的銷售額及經營業績因季節性波動而變得意義不大，亦不應依賴作為我們全年業績的指標。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－銷售及營銷－季節性」。

倘本集團面對退貨的情況顯著增加，我們的成本或會大幅增加，而我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大影響

於往績記錄期，本集團於以下情況下接受牛奶公司退回的產品：(i)於正常情況下退回產品，包括過期或包裝損壞或產品瑕疵；(ii)促銷活動後未售出的產品；及(iii)於特別情況下退回產品，包括：(a)產品召回；(b)產品停產並升級為新產品；及(c)更換產品包裝。本集團亦容許大眾消費者退回損壞產品或其他有質量問題產品。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－質量控制－產品責任及退貨」。於往績記錄期，我們客戶退回產品的總銷售價值分別約為1.8百萬港元、1.2百萬港元、5.0百萬港元及2.6百萬港元，主要來自牛奶公司，有關詳情載於本文件「業務－我們的業務模式－批發業務－向牛奶公司銷售產品－牛奶公司退貨及撥備政策」。倘本集團面對退貨的情況顯著增加，則我們或會因潛在退貨而須累計更大額的開支，並將導致銷貨成本大幅上漲。因此，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大影響。

有關我們的產品或其他公司銷售的類似產品的負面報導或會對我們的業務造成重大不利影響

我們的產品銷售額在很大程度上依賴消費者對產品的質量、功效及安全性的認知，而科學研究或發現、在印刷媒體及透過數碼媒體平台在互聯網上發表或登載的公開評論或文章等因素可能嚴重影響消費者認知。

被視為不利或質疑我們的產品或類似產品質量、功效或安全性的研究報告或報導，可能對我們產品需求以及業務及經營業績造成重大不利影響。即使產品欠缺功效或具不良作用是由於消費者未能適當或按指示使用產品所致，惟此類不利報導仍可能出現。負面報導(即使並無事實根據)將會對我們的業務造成不利影響，且或會損害我們的品牌及聲譽，並導致監管機構或政府當局仔細審查我們的產品，及可能採取監管行動限制我們推廣或銷售產品的能力。

任何涉及本集團委聘以推銷我們的產品或品牌的KOL、藝人及醫學專業人士的負面報導均可能對我們的銷售額及聲譽造成重大不利影響

我們已不斷增加與KOL、藝人及醫學專業人士在品牌建設及營銷活動方面的合作。鑒於社交媒體平台及KOL廣受歡迎，我們將繼續採取此營銷策略，並計劃將**[編纂][編纂]**淨額的一部分用於策略性推廣活動，以進一步提高品牌知名度及推廣自有品牌下的招牌產品。有關詳情，請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。

雖然KOL、藝人及醫學專業人士的代言有助於提升我們的品牌知名度及宣傳我們的產品，但我們無法向　閣下保證我們將能夠繼續與KOL、藝人及醫學專業人士保持合作關係。KOL、藝人及醫學專業人士或會不再與我們合作。即使彼等繼續與我們合作，但我們無法向　閣下保證該等KOL、藝人及醫學專業人士的代言將始終與我們的品牌及產品旨在傳達或代表的信息保持一致。此外，我們無法保證任何該等KOL、藝人及醫學專業人士將保持人氣或其公眾形象將保持正面。與我們合作的KOL、藝人及醫學專業人士的聲譽對我們的品牌形象至關重要，乃由於我們的客戶可能將該等KOL、藝人及醫學專業人士的表現聯想到我們的品牌。任何有關該等KOL、藝人及醫學專業人士的負面報導，包括但不限於失言、不道德行為、違反相關法律及法規或被禁止進行營銷活動(此類事件發生與否超出我們的控制範圍)或會對我們的聲譽及品牌形象造成不利影響，進而影響我們能否吸引新客戶及挽留現有客戶。

我們無法向　閣下保證，倘發生上述任何事件，我們的業務、財務狀況及經營業績將不會受到影響。倘我們需要委聘替代KOL、藝人或醫學專業人士，我們未必能及時找到適當人選，從而或會擾亂我們的營銷活動，或我們或會需要產生額外成本，乃由於我們或會需要更多時間物色新KOL、藝人及醫學專業人士支持我們的營銷活動。我們亦可能對該等KOL、藝人及醫學專業人士提起申索、爭議或法律訴訟以尋求賠償，且或會分散管理層的注意力並消耗大量財務資源。倘發生該等情況，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

本集團或未能有效管理我們的增長速度，這或會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響

本集團預期我們將會透過自然增長而繼續增長。對我們的業務增長的管理已經及將會繼續導致對我們在管理以及行政、營運及財務各方面的基礎設施需求大增。我們能否管理未來增長將取決於能否及時有效推行及提升管理、營運及財務資訊系統，以

及擴充、培訓、激勵及管理我們的員工。本集團當前及計劃中的營運、人員、系統、內部程序及監控未必足夠支持其未來增長。倘本集團無法有效管理增長，我們未必能夠利用市場機遇，執行我們的商業策略或應付競爭壓力，亦可能導致成本增加、銷售額下跌及盈利能力下降，進而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

本集團未必能按時或在預算之內推行我們的商業策略，甚至根本無法推行商業策略

我們能否成功推行商業策略受到多項不確定因素及或有事件所影響，例如香港保健及美容補充品與產品市場的持續增長、資金供應、競爭及政府政策。產品延誤交付、勞資糾紛、遵守法律及法規、在取得必要政府批文上有所延誤、經濟下滑或市況變化，或會延誤或阻礙我們推行商業策略。倘我們延遲或無法成功推行商業策略，則可能導致銷售損失或延遲、成本上升及未能符合溢利和盈利預測，而任何有關情況均可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們批發及零售網絡的擴張未必能如本集團預期般成功

作為我們業務策略之一部分，本集團計劃擴大市場至台灣及香港的零售網絡以擴充業務。然而，我們的擴充計劃能否成功推行取決於多項因素，包括：

- 是否具備充足管理及財務資源；
- 是否具備零售門市；及
- 我們能否聘請、培訓及挽留資深人員管理我們在台灣的新業務及香港的零售網絡。

此外，我們未必可預計及應付經擴大後批發及零售網絡所面對有別於現有市場的競爭狀況，因此，我們未必能達到擴張目標或有效將新零售門市整合至現有網絡。倘我們在擴大批發及零售網絡方面遇到困難，則我們的發展前景或會受到影響，從而對業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的高利潤率未必能一直維持，甚或受到利潤率萎縮所影響。倘本集團無法成功以利潤率較高的產品取代利潤率較低的產品，則我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到影響

於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們的毛利率分別約為81.6%、78.6%、75.0%、75.0%及76.6%，而純利率則分別約為26.2%、32.4%、27.8%、22.6%及1.8%。剔除**[編纂]**開支，2026年六個月我們的純利率為20.6%。2024財政年度及2025財政年度毛利率下降，主要由於(i)就自有品牌產品(尤其是「生長鈣」及「維再生NMN」)提高向客戶提供的促銷折扣以爭取更多市場份額及提升銷量；及(ii)來自第三方品牌旗下產品的收益增長，而我們就該等產品保持較自有品牌產品相對較低的毛利率。於我們的高利潤率乃主要由於產品組合中的大部分產品為高利潤率產品。本集團能否持續成功取決於多種因素，包括營銷及宣傳活動的效益、來自其他類似產品的競爭、市場需求及最終而言大眾消費者喜好的改變、以及市場對產品的認知及報導。

此外，隨著市況改變及本集團就推銷及擴充本集團業務投入龐大開支，我們的利潤率或會受到不利影響。例如，產品及包裝物料成本上漲、本集團批發及零售網絡擴

大導致銷售及分銷成本增加、及廣告開支以及本集團競爭對手採取的策略，均或會令我們於未來財政年度的盈利能力受到負面影響。有關我們的產品及包裝物料的風險，請參閱本節「我們產品供應的任何中斷或暫停或產品及包裝物料成本的任何上漲，均或會對我們的生產、營業額及盈利能力造成不利影響」。有關保健及美容補充品與產品的原材料市場價格趨勢詳情，請參閱本文件「行業概覽－成本分析」。此外，由於我們繼續於市場推出新產品，故我們未必可維持相同水平的毛利率。因此，本集團無法向**[編纂]**保證可維持我們的高利潤率。

生產我們若干保健及美容補充品與產品有賴於優質天然原材料的供應情況

我們的若干保健及美容補充品與產品最終有賴於原材料供應情況，該等原材料源自天然成份，其品質與其生長的地區及氣候狀況有關。該等天然材料的品質、供應量及價格視乎天氣狀況及其他或會影響有關天然成份每年收成的季節性因素，並受該等因素密切影響。原材料的供應、價格及品質或會因應市況而有所波動，或製造商使用的原材料品質下降或會對出售貨品成本及我們的產品質量造成影響。

此外，儘管本集團對產品及包裝物料的採購有一套嚴格的質量控制制度，惟我們無法向**[編纂]**保證製造商及供應商將不會因無心之失而污染該等產品及包裝物料，或向我們提供未達標準的產品及包裝物料，因而對我們的產品質量造成不利影響。倘我們遭遇任何有關產品的品質或安全性的問題，則我們的聲譽及業務或會受到影響。

本集團面臨存貨過時的風險，這或會對我們的財務表現造成不利影響

我們面臨存貨過時的風險。我們的業務受到並非我們能夠控制的客戶喜好及行為所影響。如客戶對我們產品的需求顯著下降，則銷售額或會因而下跌及存貨消耗或會因而放緩，從而將令存貨週轉水平下降。我們的存貨包括可出售予客戶的保健及美容補充品與產品。於2023年、2024年及2025年3月31日以及於2025年9月30日，我們的存貨分別約為2.2百萬港元、8.0百萬港元、3.8百萬港元及8.9百萬港元。於往績記錄期，我們錄得的平均存貨週轉天數分別約為113天、79天、66天及94天。

儘管本集團設有存貨管理系統以追蹤及管理存貨水平，我們概不能向　閣下保證客戶的偏好及經濟活動情況保持不變。對我們產品需求的意外變化可能會導致存貨過剩，從而導致存貨價值下降。客戶經濟狀況或經濟活動程度的任何意外變化均可能導致我們的存貨過時。過時存貨或會直接影響我們的銷售和定價，原因在於我們可能需要調低產品售價以降低存貨水平，而此舉可導致利潤率下降。所有此等因素均可能影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

倘本集團無法準確預計市場對其產品的需求，本集團或會面對供不應求或供過於求的問題，這將對我們的財務狀況及經營業績以及聲譽及品牌構成重大不利影響

我們通常與牛奶公司保持傳統的買方與賣方關係，以履行有關產品的個別採購訂單。本集團根據來自牛奶公司的每月銷售報告及本集團存貨水平來預測對我們產品的需求。

倘我們高估需求，我們或會購入超出所需的產品。倘我們低估需求，則製造商及供應商或會購入不足以應付需求的原材料，且或會導致銷售失利。我們或未能準確預

測需求及協調採購以及時滿足需求。我們無法準確預測市場需求並及時滿足相關需求可能對我們的財務狀況及經營業績以及聲譽造成重大不利影響。

本集團面臨無形資產及商譽之減值虧損風險

於各往績記錄期末，我們分別擁有2.4百萬港元、2.4百萬港元、2.4百萬港元及2.4百萬港元的商譽，並亦分別擁有23.5百萬港元、23.5百萬港元、23.5百萬港元及23.5百萬港元的無形資產。我們的無形資產及商譽源於竣輝於2021年11月19日向劉先生收購正品香港，該交易涉及一個從事保健及美容補充品與產品開發及銷售的現金產生單位(「**現金產生單位**」)。我們的商譽為竣輝支付的代價超出正品香港於2021年11月19日淨資產的公平值差額。本集團的無形資產指正品香港與牛奶公司之間的分銷網絡，該網絡使本集團擁有穩定產品分銷渠道，並為業務增長與發展奠定堅實基礎。

本集團無形資產按成本減任何減值虧損列賬。管理層認為，由於與牛奶公司之合作期並無可預見期限，且預期該資產將為本集團持續產生現金流量，故該無形資產具有無限可使用年期。我們的無形資產及商譽被分配至個別現金產生單位進行年度減值測試。於年度減值測試中，現金產生單位的可收回金額乃參照使用本集團管理層批准的財務預測所作現金流量預測進行的使用價值計算釐定。管理層根據過往表現及市場發展預期，釐定增長率及毛利率預算。所採用的貼現率為除稅前，並反映與現金產生單位相關的特定風險。倘該等假設發生任何變化導致現金產生單位的賬面值總值超過其可收回金額總額，則我們的無形資產及商譽可能發生減值。商譽及無形資產的重大減值虧損可能對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利影響，並可能進而限制我們未來獲得融資的能力。

有關我們無形資產及商譽減值測試的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註15及16。

我們的成功及業務營運在很大程度上有賴我們的高級管理團隊及其他關鍵人員的不斷努力，任何有關人員離職或會嚴重損害我們的業務

本集團相信，我們的成功有賴我們的高級管理層及其他關鍵人員的持續貢獻。董事及高級管理層具備有關行業、營運及業務且無可取代的專業知識及經驗。我們無法向**[編纂]**保證該等人員將繼續留任或我們將可另覓具備類似知識或經驗的管理人員取代該等人員。倘一名或多名關鍵人員未能或不欲繼續為本集團服務，或倘我們無法繼續吸引及留聘其他具備合適經驗及資歷之人員，則我們的業務或會受到干擾，而我們的財務狀況及經營業績或會受到不利影響。

於台灣市場擴展業務或會令本集團須面臨若干風險

於往績記錄期，我們的收益幾乎全部來自香港，並在香港保健及美容補充品與產品市場建立了穩固的市場地位及品牌形象。本集團計劃在台灣擴展其業務，應用**[編纂]****[編纂]**淨額約**[編纂]**用於海外擴張。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。在海外推銷及銷售我們的產品或會令本集團面臨若干風險，例如貨幣波動的風險、在多個地區進行營銷及銷售活動而令成本增加的風險、有可能實施貿易或外匯限制或提高關稅的風險及境外法規改變或會限制能否在海外市場出售若干產品的風險。

倘本集團未能有效管理上述風險，則會影響我們經營或擴充境外業務的能力，因而或會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

開設新自營門市可能導致財務表現有所波動

為多元化及優化我們的線下銷售網絡，於2025年10月，我們就於香港粉嶺設立我們的首家自營門市。本集團計劃分階段在香港進一步拓展自營門市。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。我們未來的經營業績或會受到我們在香港的自營門市開業時間及業績的重大影響，而這可能受到我們無法控制的因素所影響，包括營運成本、租金開支、折舊及員工成本。新自營門市在開業前亦需要大量的現金流出，例如租賃按金、初始營運成本及裝修開支。因此，開設新自營門市的數目及時間或會影響我們的盈利能力。因此，經營業績或會在不同期間大幅波動，而對不同期間進行比較或意義不大。我們在某個財政期間的業績未必可作為任何其他財政期間預期業績的指標。

本公司為一間控股公司，依賴我們的附屬公司派付股息

本公司為一間控股公司，透過我們的經營附屬公司從事我們絕大部分業務。因此，我們能否派付股息取決於我們自該等附屬公司收取的股息及其他分派。倘本公司附屬公司招致債務或虧損，或會損害其向本公司派付股息或作出其他分派的能力，且或會對本公司向我們的股東派付股息的能力造成不利影響。此外，銀行信貸融資、債權證、合營協議或本集團日後可能訂立的其他安排內的限制性契諾，亦或會限制附屬公司向本公司派付股息或作出分派的能力。該等限制或會削減本公司自我們的附屬公司收取的股息或其他分派金額，繼而會限制本公司向我們的股東派付股息的能力。

本集團的保險承保範圍有限，任何索償金額如超出我們的承保範圍，或會導致本集團產生巨額成本及令資源分散

我們的辦公室及倉庫或產品的原材料來源所在地發生颱風、地震、水災、疾病、瘟疫、旱災、火災、恐怖活動或其他天災或類似事件時，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。倘發生意外，則或會導致嚴重的財產損毀及人身傷害。此外，就戰爭、恐怖活動、地震、颱風、水災及其他天災所造成的若干類別損失，我們無法以合理的成本投保，甚或根本無法投保。於最後實際可行日期，我們持有九份保單，以管理我們的營運風險及遵守適用法律及法規。我們持有的保單涵蓋(其中包括)(i)法定僱員補償保險；(ii)僱員醫療保險；(iii)商業保險，其中包括財產損失、室內財物及存貨；及(iv)財產保險，其中包括水損、盜竊及存貨。有關詳情，請參閱本文件「業務－保險」。

假如出現未經受保損失或損失超過承保限額，則我們或會遭受財務損失，聲譽受損，以及失去於該等物業進行商業活動所得的預期未來收益。任何重大的未經受保損失或會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

倘本集團未能維持有效的內部監控系統，則本集團或無法準確呈報我們的財務業績或防止出現欺詐，而我們的業務、財務狀況、經營業績及聲譽或會受到重大不利影響

當本集團於**[編纂]**後成為一間上市公司時，其內部監控對我們的業務及財務業績是否穩健至關重要，且預期我們公開申報的責任日後將增加我們的管理、營運及財務資源的負擔。倘我們在維持及完善其內部監控系統方面遇到任何困難，則本集團的管理

層或需投入大量時間，且我們或會產生額外成本。有效的內部監控對本集團編製可靠的財務報告及防止欺詐屬必要。故此，倘我們未能維持有效的內部監控，或會令**[編纂]**對財務報表的可靠性失去信心，繼而或會對我們的業務、財務狀況、經營業績及聲譽造成重大不利影響。

本集團或會需要額外資金，且倘本集團無法按有利條款籌集額外資金(甚至根本無法籌集額外資金)，則我們發展業務的能力或會受到限制

我們相信，我們現時的現金及現金等價物、經營活動所得額外現金流量及**[編纂]**淨額足以應付本集團於可見將來的預期資金需求。然而，倘我們的開支超出現時預期，則我們或須出售額外股本或取得債務證券或信貸融資。出售額外股本證券可能導致攤薄股東所持有股份。產生債務或會導致償債責任增加，我們或須因此同意將令我們營運受到限制的經營及融資契諾。我們或未能按我們可接受的金額或條款取得融資，甚至根本無法取得融資。倘我們未能按有利的條款籌集額外資金甚或根本法籌集額外資金，則我們的業務增長及開發產品種類的能力將受到限制。

倘我們產品的過往包裝、標籤及／或附頁聲稱具「醫藥功效」，本集團將受香港各種有關藥劑製品及藥物的法例監管

倘衞生署認為我們的產品聲稱具「醫藥功效」，有關產品將分類為藥劑製品，須向衞生署註冊，並受香港藥劑製品及藥物相關法例監管。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的產品概無(i)被分類為藥物、藥劑製品或中藥；或(ii)須根據中醫藥條例(香港法例第549章)或藥劑業及毒藥條例(香港法例第138章)註冊。在該等情況下，倘衞生署將我們的產品分類為藥劑製品，本集團或會因進口及出口未經註冊藥劑製品而違反藥劑業及毒藥條例(「**藥劑業及毒藥條例**」)第28A條，及因未有辦理註冊而違反香港法例第138A章藥劑業及毒藥規例(「**藥劑業及毒藥規例**」)第36條。可能違反藥劑業及毒藥條例以及藥劑業及毒藥規例或會對我們的聲譽及形象造成不利影響，並因此影響我們的業務、財務狀況及經營業績。

倘我們與多個第三方線上平台的關係中斷或終止，則我們的業務及經營業績或會受到重大不利影響

我們與多個第三方線上平台合作，包括社交媒體平台及移動支付平台。該等線上平台使我們能夠接觸、獲取消費者並與消費者互動，並進行線上營銷及品牌建立活動。我們於該等線上平台的賬戶不時發佈具吸引力且引人入勝的內容以宣傳我們的產品及會員活動。我們與Instagram及Facebook等社交商務平台的藝人及KOL合作，並採用新穎的營銷方式，如以我們的品牌及產品為特色的短視頻，以接觸更廣泛的潛在消費者群、與目標消費者互動及提高品牌認受性。倘我們未能於更多渠道建立地位，或倘我們未能及時按合理商業條款與現有線上渠道重續合作關係，甚或根本無法重續合作關係，則我們以相對較低成本透過線上渠道獲取消費者的競爭力或會受到影響，而我們的銷售額及品牌知名度或會受到不利影響。倘我們與線上渠道的合作遭到終止，則我們的業務策略或會受挫，從而或會對我們的長遠發展計劃造成重大不利影響。

我們於2023年3月31日錄得負債淨額及於2023年、2024年及2025年3月31日錄得流動負債淨額，我們無法向　閣下保證我們不會繼續錄得負債淨額及流動負債淨額

我們於2023年3月31日錄得負債淨額及於2023年、2024年及2025年3月31日錄得流動負債淨額，我們無法向　閣下保證我們不會繼續錄得負債淨額及流動負債淨額。於2023年3月31日，我們錄得負債淨額1.76百萬港元及於2023年、2024年及2025年3月31日，我們分別錄得流動負債淨額27.5百萬港元、3.7百萬港元及4.3百萬港元。錄得流動負債淨額可能限制我們的營運靈活性，並可能對我們擴展業務的能力造成不利影響。倘我們無法從營運中產生足夠現金流入以滿足現時及未來的財務需求，我們可能需要繼續使用及依賴外部財務資源。倘不能以商業上可接受的條款及時取得足夠外部財務資源或根本無法取得財務資源，我們可能面臨流動資金問題且我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到不利影響。

本集團依賴獨立第三方物流服務供應商交付我們的產品

於往績記錄期，我們依賴獨立第三方物流服務供應商處理產品的運輸及交付。我們相信準時及可靠地交付產品是滿足客戶需求及維持本集團良好聲譽的關鍵。倘物流服務供應商未能按照協定運輸安排準時運送或交付產品甚至根本未能運送或交付產品，則可能導致客戶不滿或取消訂單。倘現有物流服務供應商未能履行其交付責任，則我們或須就客戶蒙受的任何損失承擔責任，包括與時間延誤、產品損壞或錯失商機有關的成本。該等責任或會造成重大財務影響，影響我們的盈利能力及整體財務表現。物色符合所需標準的新物流服務供應商及與彼等建立關係或需投放時間，造成產品交付進一步延誤，從而或會對整體業務營運造成干擾及負面影響。

任何營運中斷、天災或其他影響倉庫的事件均或會擾亂我們的業務

我們的兩間倉庫位於香港同一座樓宇的相同樓層，該情況或會面臨因意外而造成營運中斷的風險。一旦發生火災、水災及／或任何其他天災或我們無法控制的其他事件而限制我們營運倉庫的能力，則我們或會需要產生巨大額外開支以撤出現有物業及搬遷至其他地點。因操作故障、突如其來或災難性事件或其他理由而導致我們任何一個倉庫的任何營運環節出現任何中斷或長時間暫停運作或遭到任何損壞或破壞，均或會窒礙我們向客戶供應產品，從而或會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

此外，我們存放在倉庫的產品亦面臨例如盜竊等的風險，並可能嚴重擾亂我們的營運。雖然我們已為物業投購保險，惟我們無法向　閣下保證有關保險將足以補償我們因倉庫損壞或營運中斷而產生的任何損失。任何有關損失均可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

我們的業務收集並處理大量客戶資料，而任何不當使用或披露有關資料或未經授權查閱資料，或會損害我們的業務及聲譽，並或會引致面臨訴訟、行政處罰及相關法律責任等威脅

我們的業務依賴電腦系統及網絡基礎設施，收集準確的最新財務及經營數據，以便進行商業分析。電腦系統或網絡基礎設施遭到任何損壞或出現故障而導致營運中斷可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。因此，董事認為，我們或會在處理和保護有關大量數據時面臨種種風險及挑戰，包括：

- 保護系統內及系統上託管的數據，包括防止外部攻擊我們的系統或我們僱員作出欺詐行為；

- 解決與個人數據隱私及共享數據、安全性、保安和其他因素有關的疑慮；

- 遵守與個人信息的收集、使用、披露或保安有關的適用法律、規則及法規，包括監管及政府機關就該等資料提出的任何要求；及

- 確保第三方服務供應商遵守與我們簽訂之協議中所載的資料保障相關條款。

除可能使我們承擔法律責任外，任何導致用戶資料洩露的保安漏洞均可能損害我們的聲譽及品牌，進而損害我們的業務及經營業績。我們無法向　閣下保證我們的現有措施將足以防止所有第三方入侵、網絡攻擊、信息或資料被盜用或因服務供應商行為不當造成的資料洩漏或其他類似活動。

我們需要多項批准、牌照及許可證方可經營業務，失去或未能取得或重續任何或所有該等批准、牌照及許可證均可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響

根據香港或我們經營業務所在任何其他相關司法權區的法律及法規，我們須持有多項批准、牌照及許可證方可在香港經營我們的業務。我們或會不時須就遵守有關必要批准、牌照及許可證的法律法規付出額外精力。該等批准、牌照及許可證在妥善遵守(其中包括)有關食物安全、衞生、環境保護及消防安全的適用法律及法規後即可獲授。各項文件亦須接受有關當局的檢查或核查，且僅於固定期限內有效，並須續期及認證。

遵守政府法規可能需要大量開支，而任何不合規情況或會使我們須承擔法律責任。倘出現任何不合規情況，我們或須產生大額開支及抽出大量管理層的時間及資源用作解決任何不足之處。我們亦或因該等不足之處而遭到負面報導，從而或對我們的業務及財務表現造成重大不利影響。

由於無心之失，正品香港及萬嘉寶分別於2023年11月21日及2025年8月29日前並無註冊為食物進口商／分銷商，其構成違反食物安全條例第4(1)條及第5(1)條。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－牌照、批准及許可證」及「業務－法律訴訟及合規－合規－食物進口商／分銷商註冊」。

我們無法向　閣下保證我們於任何時候均將能夠持有在香港或相關司法權區經營業務所需的各項批准、牌照及許可證。尤其是，我們在取得新門市所需的批准、牌照及許可證時可能遭遇困難、延誤或失敗。此外，無法保證我們將能夠及時取得或重續現有業務營運所需的所有批准、牌照及許可證，或根本無法取得或重續。倘上述任何有關情況發生，則我們正在進行的業務可能會中斷，而我們的擴張計劃或會延遲。

本集團面臨與租賃物業有關的風險

我們的倉儲設施及辦公室空間均位於租賃物業。因此，我們在日常業務過程中面臨多項與租賃物業有關的風險，包括但不限於以下各項：

- 由於租賃協議的租期一般較短，故能夠按合理商業條款重續現有租賃協議對持續經營及盈利能力至關重要。於各租期結束時，我們或會無法與業主磋商延長租約，因此或會被迫遷出租賃物業並遷往較為不利的地點；及

- 我們亦或會應出租人的要求或出於我們無法控制的其他原因而面臨意外提前終止租約的風險，倘我們無法及時按可接受的條款物色合適的物業進行搬遷，則相關辦公室及倉庫須暫時關閉。

由於上述原因，故我們或需及時按商業上有利的條款尋找商業魅力與原本地點相等或類似的替代地點，否則將對我們的營運及經營業績造成不利影響。

如未遵守我們債務中的任何限制性契諾，可能會對我們的現金流量及流動資金造成不利影響

於往績記錄期，正品香港違反有關銀行借款的契諾(「**違規事項**」)，賬面值分別約為10.2百萬港元、21.8百萬港元、22.7百萬港元及27.5百萬港元，以維持附屬公司的最低有形資產淨值及在未獲得有關銀行(「**銀行**」)事先書面同意(「**契諾**」)的情況下向其股東宣派股息。有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－債務－計息借款」。

倘本集團違反銀行貸款協議項下的任何契諾，在該等情況下，相關銀行要求在貸款到期前立即償還相關貸款，則在未來我們可能並無足夠現金及時償還借款及該等償還可能擾亂我們的現金流量及流動資金計劃。因此，我們的業務、財務狀況及經營業績可能受到重大不利影響。

本集團面臨與平行貿易商可能出售我們的產品相關的風險

於往績記錄期，我們向多名批發客戶(包括平行貿易商)出售產品。由於平行貿易商的營運及推廣成本較低以及其業務策略，彼等可能以較我們的建議零售價更低的價格轉售產品。由於我們無法識別門市批發客戶的身份及背景，據董事所知，於往績記錄期我們將產品出售予不少於三家平行貿易商，該等平行貿易商銷售所產生的收益為零、約6.6百萬港元、零及零，分別佔總收益零、約6.0%、零及零。

據香港法律顧問告知，董事注意到平行貿易商於香港轉售貨品並不違法，前提是該等貨品的實物外觀及質量與其獲授權的相同產品並無任何差別，或該等產品並無變質或損壞而其原來的狀況並無任何改變或受損，或有關產品的包裝或任何印刷物料不會侵犯該等產品的品牌商版權。如發生以上情況，本集團作為品牌商，須根據商標條例(香港法例第559章)、版權條例(香港法例第528章)的條文及普通法對平行貿易商採取法律行動，因而將耗用大量費用及時間。

與行業有關的風險

保健及美容補充品與產品行業發展放緩以及消費者喜好及需求出現任何變動或會對我們的業務前景及經營業績造成重大不利影響

我們的產品受保健及美容補充品與產品行業的增長水平及消費者喜好、需求及消費習慣改變所影響。我們的業績表現取決於或會影響消費者整體消費水平及模式的種種因素，特別是取決於保健及美容補充品與產品方面的因素。有關產品的消費者喜好及需求或會因多種理由而改變，包括但不限於：

- 消費者對此類產品能否實現其所宣稱功效的信任度有所改變；

- 消費者因負面報導而對此類產品失去信心及觀感轉壞；及

- 相對於其他聲稱具備類似功效的產品(如中藥)，消費者對保健及美容補充品與產品的喜好整體減退。

此外，倘於任何時候保健及美容補充品與產品行業發展放緩，或行業趨勢、消費者喜好及消費習慣發生任何變化，消費者對我們產品的整體購買量或會下降，而日後成功與否部分將取決於我們預測此等轉變及對其作出應變的能力。倘我們未能及時預測有關轉變或作出應變，或未能開發能夠成功迎合不斷轉變的市場潮流及需求的產品，均或會削弱我們的競爭力及銷售額。任何此等事件均可能對我們的競爭優勢及市場份額造成不利影響，以致對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

各種我們無法控制的地緣政治、經濟及業務相關風險或會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響

地緣政治風險、政治動盪、國際貿易爭端、武裝衝突、恐怖主義及其他混亂情況均可能損害全球商業活動與經濟穩定，從而對本集團、我們的客戶、供應商、合作夥伴、聯屬公司及聯營企業造成負面影響。值得注意的是，中美貿易衝突持續令全球市場存在重大不確定性，導致金融市場波動、營商信心受挫，以及投資與貿易活動放緩。美國政府已對多家中國實體實施出口管制、經濟制裁、關稅措施及加強監管審查等措施。此等行動加上實施進一步限制的威脅，加劇了地緣政治不確定性，可能抑制中國以至全球經濟增長，繼而可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大影響。

我們的業務與香港經濟狀況、全球經濟及市場狀況息息相關。經濟增長放緩或衰退可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響，並影響我們的擴張策略。任何經濟衰落、消費者可支配收入減少或公眾預期或會出現經濟增長放緩或衰退，均或會影響消費者喜好及消費額，進而令我們的產品需求下降，因而令我們銷售額及盈利能力受到不利影響。例如，於經濟增長放緩或衰退期間，消費者將傾向收緊預算，並更審慎盤算用於購買非必需品的開支。由於我們的產品最終售予零售市場的大眾消費者，故消費者購買力下跌或會導致我們產品的採購金額下跌。

全球經濟持續面臨地緣政治因素所帶來的不確定性，包括美國新政府及其對中美貿易關係及其他層面的政策、歐洲、中東、南亞及亞太地區其他區域的政治動盪與衝突。客戶與供應商所在國家或地區(包括香港、台灣及日本)面對此類地緣政治風險，可能對我們關鍵市場的經濟造成重大不利影響，導致增長放緩及購買力下降。該等發展亦可能產生潛在通脹效應，影響全球供應鏈，導致我們主要市場及客戶及供應商所在地區的製造與出口能力下降及就業機會流失，並可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

該等狀況會否長期維持實在難以估計。該等事態發展或會在較長期間持續對業務構成風險，包括可能令向批發客戶所作銷售放緩。倘此經濟衰退持續，則我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到不利影響。

與在香港經營業務有關的政治及經濟風險

我們絕大部分業務營運於香港進行，而絕大部分收益來自香港的銷售額。因此，我們的業務、財務狀況、經營業績及前景受到香港經濟、政治及法制發展影響。香港是中國的特別行政區，中國對香港採取的基本政策得以透過香港憲制文件基本法反映，賦予香港在「一國兩制」原則下實行高度自治以及行政管理權、立法權、獨立司法

權，包括終審權。然而，概不保證日後香港經濟、政治及法制環境不會出現任何變動。倘香港經濟、政治及法制環境的穩定和發展出現任何嚴重不利變動，則我們的業務及營運或會受到影響。

香港及中國的電子商務市場競爭非常激烈，而本集團或會面臨劇烈競爭

我們在零售業務中透過多個線上平台銷售產品。除本公司網站的自營線上平台外，我們亦直接於第三方線上平台(包括天貓國際及小紅書)上開設的網店向最終客戶銷售產品。董事認為，香港及中國的電子商務市場競爭非常激烈，當中有大量銷售保健及美容補充品與產品的網店。競爭對手經營的網店或擁有更大知名度及更高網絡流量，可搶佔更廣的客戶基礎。我們無法向　閣下保證我們將能以有效或具成本效益的方式與現時及未來的競爭對手互相競爭。競爭加劇或會導致價格下跌及喪失市場份額，兩者均可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

任何傳染病爆發或出現任何類似對大眾健康不利的事態發展或會嚴重干擾本集團的業務及營運

任何傳染病爆發或出現任何對大眾健康不利的事態發展均可能對香港及海外的整體營商環境造成重大不利影響，進而或會對消費者喜好及消費習慣造成重大不利影響，導致對我們產品需求減少。於2009年6月，世界衞生組織宣佈H1N1流感已演變成大流行。於2013年4月，香港多個地區爆發由H7N9病毒引起的高度致病性禽流感。於2019年12月，COVID-19收到首宗呈報病例，隨後於2020年3月由世界衞生組織宣佈為大流行。香港業務受到COVID-19爆發的嚴重影響，並導致多家門市於2020年初至2022年期間暫時關閉。我們的經營業績亦受到COVID-19疫情及政府於2022年實行的相關限制措施的嚴重影響。此外，倘我們的僱員或任何供應商受到任何傳染病爆發所影響，則產品的供應可能出現短缺或延誤。於過往出現的流行病或大流行(視乎其出現規模而定)已對中國全國及地方經濟及香港經濟造成不同程度的損害。近年來，甲型流感病毒亦在全球範圍內出現季節性爆發，尤以冬季為甚。上述任何情況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。

與知識產權有關的風險

我們的品牌及產品或會被偽冒或仿製，而這或會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響

偽冒產品通常以遠低於正貨的價格出售，而且外觀與正貨產品十分相似，能夠輕易使大眾消費者難以分辨。我們的產品遭偽冒或仿製或會對我們的聲譽及品牌名稱造成不利影響，令消費者對我們品牌失去信心，因而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。例如，倘消費者購買與我們正貨產品直接競爭的偽冒產品，則我們或會蒙受受影響產品的銷售額損失。倘偽冒產品以我們的品牌名稱非法出售而對大眾消費者帶來任何副作用或傷害，則我們或會因此受到有關事故負面報導的牽連。此外，任何有關偽冒或仿製我們產品的法律訴訟或會費用高昂，並將令管理層分神兼顧，同時分散原應用於我們業務的其他資源。

本集團的產品過往未曾遭偽冒及仿製。然而，我們無法向**[編纂]**保證我們的產品日後不會遭到偽冒或仿製，而我們可能無法有效發現或解決有關問題。

第三方或會堅稱或聲稱本集團侵犯其知識產權，這或會損害我們的信譽、干擾我們的業務及╱或令本集團承擔沉重的法律費用

商標等知識產權因可保障品牌形象及其他寶貴權利而對本集團至關重要。我們的競爭對手或其他第三方的知識產權及權益可能與我們的知識產權及權益產生潛在衝突。此外，我們未必知悉有關我們產品或業務營運的知識產權申請或登記，這可能導致我們面臨潛在的侵權申索。有關知識產權申索的訴訟費用昂貴且冗長耗時，可能使管理層對業務的專注力被分散。請參閱本文件「業務－知識產權」。

倘針對本集團提出的任何商標或其他知識產權申索得直，則我們或須支付巨額損害賠償、中止製造、分銷或銷售被裁定侵犯第三方知識產權的產品，或耗費大量資源重新設計不會侵犯第三方知識產權的產品，或須取得相關牌照以免進一步侵權。因此，我們的業務及營運可能受到嚴重干擾，而我們亦可能動用大量財務資源在訴訟中抗辯。不論本集團最終勝訴或敗訴，知識產權申索或訴訟均可能損害我們的聲譽，並對我們的業務、財務狀況及經營業績構成重大不利影響。

與[編纂]有關的風險

[編纂]可予終止

[編纂]的有意**[編纂]**務請留意，倘於**[編纂]**日期上午八時正前任何時間發生本文件「**[編纂]**－**[編纂]**安排及開支－終止理由」所述的任何事件，則**[編纂]**有權在**[編纂]**(為其本身及代表**[編纂]**)向本公司發出書面通知後，終止彼等在**[編纂]**項下的責任。此等事件包括但不限於任何天災、戰爭、暴亂、擾亂公共秩序、內亂、火災、水災、爆炸、流行病、大流行、恐怖襲擊、地震、罷工或停工。

股份先前並無公開市場，而股份的流通性、市價及成交量或會有所波動

於**[編纂]**完成前，股份並無於任何證券交易所或公開市場**[編纂]**或報價。將在聯交所買賣的股份市價或會與**[編纂]**有所不同。因此，**[編纂]**不應視**[編纂]**為股份將在聯交所買賣的市價指標。

此外，**[編纂]**後，股份市價和成交量或會受到多種因素影響或牽動，包括但不限於我們的經營業績、收入、溢利及現金流量方面的變動、影響本集團、我們的批發客戶或競爭對手的香港監管條例發展、策略聯盟或收購項目、我們的產品或我們的製造商使用的原材料的市價波動、訴訟、高級管理層的變動、股份的市場深度及流通性以及整體經濟狀況。概不保證該等因素會否發生，且難以估量本集團及股份成交量及市價所受到的影響。

概不保證股份將形成活躍的交易市場

於進行**[編纂]**前，股份並無公開市場。概不保證股份會於聯交所形成活躍的交易市場，或即使確實形成活躍的交易市場，亦不保證該市場會於**[編纂]**完成後得以持續，或保證股份市價不會跌至低於**[編纂]**。

風險因素

控股股東的利益未必總是與本公司及其他股東一致

緊隨**[編纂]**完成後，本公司預期控股股東將合共間接擁有股份中約**[編纂]**權益。因此，控股股東將有權控制須獲股東批准的事宜，並藉此對本集團的營運及商業策略發揮重大影響力，且或有能力在毋須考慮其他股東的意願下，要求本集團進行企業交易，包括但不限於批准潛在合併或收購、資產銷售、選任董事、作出投資決定以及派付股息及其他分派。控股股東的利益未必總是與本集團或我們其他股東的最佳利益一致，而控股股東亦無責任考慮本集團的利益或其他股東的利益。倘控股股東與本集團或其他股東出現利益衝突，或倘控股股東選擇促使尋求以與本集團或其他股東之間出現利益衝突的策略目標經營業務，則或會對本集團或其他股東不利。

本文件所載的若干統計數據及事實摘錄自公開可得官方資料來源，未經獨立核證，且不應加以過分依賴

本文件所載若干統計數據及事實乃摘錄自不同政府官方資料來源及刊物。我們相信，該等統計數據及事實的資料來源就有關統計數據及事實而言乃屬適當，並已於摘錄及轉載該等統計數據及事實時採取合理審慎措施。我們並無理由相信該等統計數據及事實為虛假或含有誤導成分，或相信有任何事實被遺漏以致該等統計數據及事實為虛假或含有誤導成分。然而，我們無法保證該等資料的質素或可靠性。此外，雖然我們在轉載本文件所載統計數據及事實時已採取合理審慎措施，惟該等統計數據及事實並未經本集團、獨家保薦人、**[編纂]**、彼等各自的任何董事、顧問、高級人員、僱員、代理或代表或參與**[編纂]**的任何其他各方獨立核證，因此，本集團並不就該等統計數據及事實的準確性發表聲明。

現有股東於[編纂]後在公開市場上出售或預期出售大量股份或會對股份的現行市價造成重大不利影響

本公司無法向**[編纂]**保證我們的控股股東或其他股東將不會於**[編纂]**後出售其所持有的股份。我們無法預測任何控股股東或其他股東日後出售任何股份或會對股份市價造成的影響(如有)。我們的任何控股股東或其他股東大量出售股份或本公司大量發行新股份，或市場認為有關出售或發行或會發生，均或會對股份當前市價造成重大不利影響。

過往派發的股息未必可作為日後派付股息金額或我們未來股息政策的指標

於往績記錄期分別宣派約14.4百萬港元、10.2百萬港元、37.1百萬港元及零的股息總額。然而，我們能否向股東派付股息或作出其他分派取決於日後的營運及盈利、資本需求及盈餘、現金流量狀況及董事或會認為相關的任何其他因素。我們未必因上述因素而能夠向股東分派股息。因此，我們過往的股息分派不應被用作股息政策的參考資料或釐定日後所宣派和派付股息水平的基準。概不保證日後將派付相若金額的股息或按相若比率派付股息或將會派付股息。我們未必能錄得溢利或在應付我們的資金需求、其他責任和業務計劃後備有充足資金於**[編纂]**後向股東宣派股息。

根據[編纂]後股份獎勵計劃授出獎勵或會影響我們的經營業績，以及攤薄股東的所有權百分比

本公司日後可根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出獎勵。獎勵於授出日期的公平值或會對我們的經營業績造成不利影響。發行股份以履行根據**[編纂]**後股份獎勵計劃作出的任何獎勵，亦會使相關發行後的已發行股份數目增加，從而或會令股東的所有權百分比及每股資產淨值被攤薄。有關**[編纂]**後股份獎勵計劃的條款概要，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－D.**[編纂]**後股份獎勵計劃」。

本文件所載的前瞻性陳述受種種風險及不確定性所影響

本文件載有若干前瞻性陳述及資料，並使用「相信」、「預期」、「估計」、「預測」、「旨在」、「有意」、「將」、「或會」、「計劃」、「認為」、「預計」、「尋求」、「應該」、「可能」、「將會」、「繼續」等前瞻性詞彙及其他類似表述。敬請　閣下留意，依賴任何前瞻性陳述涉及種種風險及不確定性，任何或所有該等假設均可能被證實不準確，因此，以該等假設為根據的前瞻性陳述亦可能不正確。鑒於該等及其他風險及不確定性，於本文件載入的前瞻性陳述不應視為我們聲明或保證我們的計劃及目標將獲達成，而　閣下應參照各項重要因素(包括本節所載者)考慮該等前瞻性陳述。在不抵觸上市規則規定的情況下，我們無意因應新資料、未來事件或其他理由而公開更新或以其他方式修訂本文件中的前瞻性陳述。因此，　閣下不應過分依賴本文件所載任何前瞻性資料。本警告聲明適用於本文件內所有前瞻性陳述。

[編纂]應細閱本文件全文，且不應在未經審慎考慮本文件所載的風險及其他資料的情況下，考慮本文件或已發表媒體報導中的任何個別陳述

於本文件刊發前，媒體可能對我們及**[編纂]**作出報導，當中可能載有(其中包括)與我們及**[編纂]**有關的若干財務資料、預測、估值及其他前瞻性資料。我們並無授權於報章或媒體披露任何該等資料，亦不會對該等媒體報導或前瞻性陳述的準確性或完整性承擔任何責任。我們不會就媒體散播的任何資料之恰當性、準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。倘有任何媒體資料與本文件所載資料有所不符或互相抵觸，我們概不就該等資料承擔任何責任。故此，有意**[編纂]**敬請僅根據本文件所載資料作出**[編纂]**決定，且不應依賴任何其他資料。

閣下可能難以根據開曼群島法律保障自身利益

我們的公司事務受(其中包括)章程大綱、章程細則、公司法及開曼群島普通法規管。在開曼群島法律下，股東對董事展開法律行動的權利、少數股東展開的法律行動及董事對我們的受信責任，均在很大程度上受開曼群島普通法規管。開曼群島普通法部分來源於相對有限的開曼群島司法判例，部分來源於英國普通法，而英國普通法是開曼群島法庭的建議性法源，但不是其約束性法源。在保障少數股東權益方面，開曼群島法律在若干層面有別於其他司法權區的相關法律。在該等差別下，少數股東可以採取的救濟措施，可能有別於彼等根據其他司法權區法律可以採取的措施。

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

有關本文件及[編纂]的資料

[編纂]

董事及參與[編纂]的各方

董事

姓名	地址	國籍
執行董事		
張運裕先生	香港 北角 天后廟道138號 摩天大廈 20樓D室	中國(香港)
宋婷兒女士	香港 新界 元朗 新潭路93號 翠巒 25號屋	中國(香港)
獨立非執行董事		
余德慧女士	香港 九龍 慈雲山 慈愛苑 愛仁閣 3409室	中國(香港)
鄧敏儀女士	香港 渣甸山 香港政府非部門高級公務員宿舍 畢拉山道111號 C座20樓C室	中國(香港)
宋曉輝先生	香港 沙田 富豪花園 愛都閣 21樓D室	中國(香港)

有關董事的進一步資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

參與[編纂]的各方

獨家保薦人	**浤博資本有限公司** 香港中環 德輔道中71號 永安集團大廈 7樓710號辦公室
[編纂]	**[編纂]**
[編纂]	**[編纂]**
[編纂]	**[編纂]**

董事及參與[編纂]的各方

[編纂]	**[編纂]**
[編纂]	**[編纂]**
本公司法律顧問	*有關香港法律：* **漢坤律師事務所有限法律責任合夥** 香港 皇后大道中15號 置地廣場 告羅士打大廈43樓 4301-10室 **伍頴珊女士** *大律師* 香港 金鐘 金鐘道95號 統一中心 33樓D室 *有關中國法律：* **漢坤律師事務所** 中國 廣東省深圳市 福田區 中心四路1-1號 嘉里建設廣場第三座20層

	有關開曼群島法律： **康德明律師事務所** 香港 中環 康樂廣場8號 交易廣場一期29樓
獨家保薦人及[編纂]的法律顧問	*有關香港法律：* **君合律師事務所** 香港 干諾道中1號 友邦金融中心7樓
核數師及申報會計師	**富睿瑪澤會計師事務所有限公司** *香港執業會計師* *註冊公眾利益實體核數師* 香港灣仔 港灣道18號 中環廣場42樓
行業顧問	**弗若斯特沙利文有限公司(Frost & Sullivan Limited)** 香港中環 康樂廣場8號 交易廣場二期 3006室
稅務顧問	**鄭鄭稅務有限公司** 香港九龍 九龍灣宏照路38號 企業廣場五期1座 35及36樓
[編纂]	**[編纂]**

公司資料

開曼群島註冊辦事處	Cricket Square Hutchins Drive P.O. Box 2681 Grand Cayman, KY1-1111 Cayman Islands
香港總部及主要營業地點	香港 九龍灣 常悅道1號 恩浩國際中心 18樓E室
公司網站	https://www.herbstandard.com.hk/ *(該網站所載資料並不構成本文件的一部分)*
公司秘書	黃觀齡女士 *ACG, HKACG* 香港 九龍 尖沙咀 科學館道14號 新文華中心B座 5樓520A室
授權代表	張運裕先生 香港 北角 天后廟道138號 摩天大廈 20樓D室 黃觀齡女士 香港 九龍 尖沙咀 科學館道14號 新文華中心B座 5樓520A室
審核委員會	余德慧女士*(主席)* 鄧敏儀女士 宋曉輝先生
薪酬委員會	宋曉輝先生*(主席)* 余德慧女士 鄧敏儀女士
提名委員會	鄧敏儀女士*(主席)* 余德慧女士 宋曉輝先生
[編纂]	**[編纂]**

公司資料

[編纂]	**[編纂]**
合規顧問	浤博資本有限公司 香港中環 德輔道中71號 永安集團大廈 7樓710號辦公室
主要往來銀行	恒生銀行有限公司 香港 中環 德輔道中83號

行業概覽

*除另有指明外，本節所載資料及統計數據乃摘自一般被認為可靠的官方政府刊物，以及我們委託弗若斯特沙利文編製的市場研究報告。我們相信有關資料的來源均為適當來源，並已在摘錄及複製有關資料時採取合理審慎措施。我們並無理由相信有關資料在任何重大方面屬虛假或具誤導性，或任何事實遭遺漏致使有關資料在任何重大方面屬虛假或具誤導性。本公司、獨家保薦人、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**及**[編纂]**或本公司或彼等各自的任何董事、高級職員或代表或任何其他參與**[編纂]**的人士，均未獨立核實有關資料，亦不就準確性作出任何聲明。*

資料來源

我們已委託獨立市場研究及顧問公司弗若斯特沙利文就香港的保健補充品及產品以及美容補充品及產品市場進行分析及編製報告。弗若斯特沙利文為我們編製的報告在本文件中稱為行業報告。我們同意向弗若斯特沙利文支付300,000港元的費用，而我們相信此費用反映此類報告的市場價格。

弗若斯特沙利文創立於1961年，在全球設有40個辦事處，並擁有超過2,000名行業顧問、市場研究分析師、技術分析師及經濟學家。弗若斯特沙利文的服務包括技術研究、獨立市場研究、經濟研究、企業最佳實踐諮詢、培訓、客戶研究、競爭情報及企業策略。

我們已於本文件內載入來自行業報告的若干資料，原因為我們相信該等資料有助有意**[編纂]**了解香港的保健補充品及產品以及美容補充品及產品市場。行業報告包括有關香港保健補充品及產品以及美容補充品及產品市場的資料，以及本文件已引述的其他經濟數據。弗若斯特沙利文的獨立研究包括從不同資料來源取得有關香港保健補充品及產品以及美容補充品及產品市場的初級及次級研究。初級研究包括與行內領先的參與者及行業專家進行深入訪談。次級研究包括審閱公司報告、獨立研究報告以及以弗若斯特沙利文本身的研究資料庫為基礎的數據。預測數據則根據歷史數據分析，並參照宏觀經濟數據及特定行業因素進行推算。除另有註明者外，本節所載的所有數據及預測均摘自行業報告、多份官方政府刊物及其他刊物。

在編撰及編製有關研究時，弗若斯特沙利文假設在相關市場中的社會、經濟及政治環境於預測期間有可能保持穩定，並確保香港的保健補充品及產品以及美容補充品及產品市場得以平穩發展。

價值鏈分析

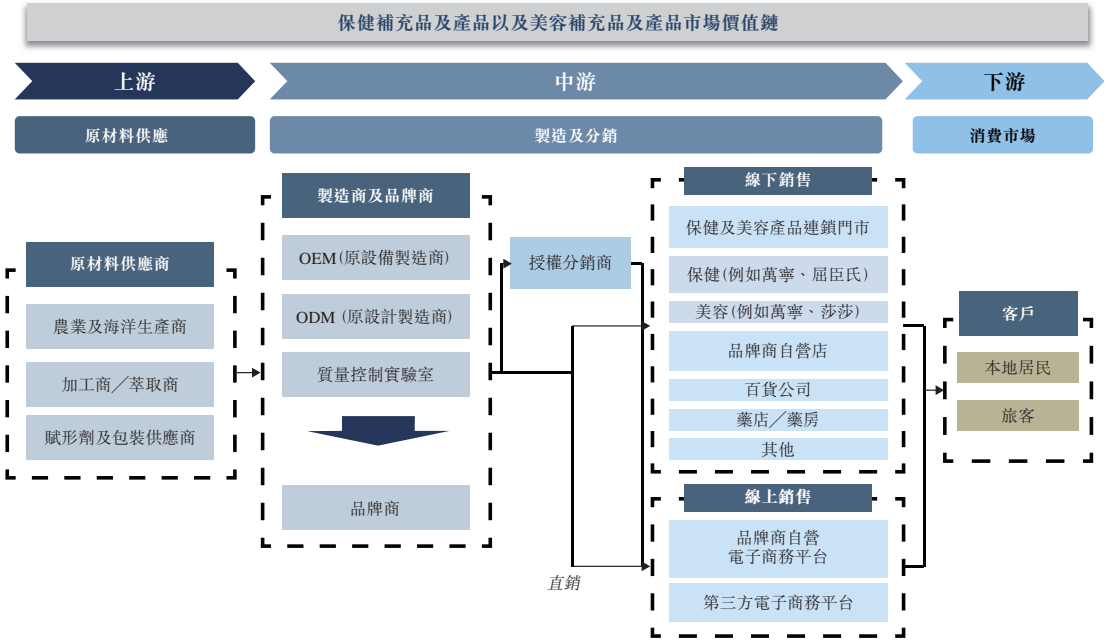
在保健及美容補充品與產品市場中，價值鏈可明確區分為三個層級，並將物料及資訊依次向下游傳送。

產業價值鏈始於上游農業及海洋生產商，該等生產商栽種或收穫植物、動物及藻類原料，以及礦物質及合成藥妝前體，例如膠原蛋白胜肽、神經醯胺、煙醯胺單核苷酸(「**NMN**」)及托瑪琳粉末。初級加工商及萃取商將該等原料濃縮成標準化的活性成分。其產出借助功能性賦形劑(膠囊、甜味劑、穩定劑)及由專業化工及包裝公司提供的初級／次級包裝加以融合。

位處中游的製造與品牌管理領域包括原設備製造商(「OEM」)，為供應自有配方的品牌商提供來料加工；原設計製造商(「ODM」)則提供交鑰匙式工廠設計的配方。獨立的質量控制實驗室會驗證是否符合生產質量管理規範(「GMP」)、微生物及重金屬標準，而品牌商則會指示配方策略、營銷及知識產權管理。製成品在出廠後，有兩種可能的商業途徑。部分品牌或會委聘授權分銷商，負責管理物流、監管文件、倉儲、貿易營銷，以及向線上及線下渠道轉售。而部分具有內在實力的品牌則直接與主要零售商洽談，同時經營本身的電子商務店面。

製成品其後流向雙軌零售架構。線下渠道包括保健及美容產品連鎖門市、品牌商自營門市、百貨公司、藥店／藥房及其他等，而貨品的上架率視乎商品銷售費用及門市內促銷情況而定。與此並行運作的線上渠道包括品牌商自有的電子商務網站及主要第三方市場，兩者均提供即時的售罄率數據，作為對品牌商及製造合作夥伴的回饋，以便進行需求規劃。

最終購買者為本地居民及入境旅客，其消費往往集中在旗艦零售地區。本地及外國客戶的喜好日益受社交媒體倡導、功效數據及潔淨標籤定位的影響，推動上游進行配方改良計劃，並主導線上及線下門店的產品組合及定價策略。



資料來源：弗若斯特沙利文

香港保健補充品及產品市場概覽

定義及分類

保健補充品及產品是指非處方的保健品，透過口服或外用方式，維持或增強正常的身體機能，並紓緩日常不適。保健補充品及產品分類為：

1. 營養及草藥補充品：為口服製劑，例如藥丸、膠囊、片劑、粉末、顆粒、液體或半固體，其配方旨在補充飲食所需並有助體內健康。常見功效包括免疫防禦、認知表現、骨密度、眼睛保護、心血管及肝臟機能、血管彈性及整體代謝平衡。

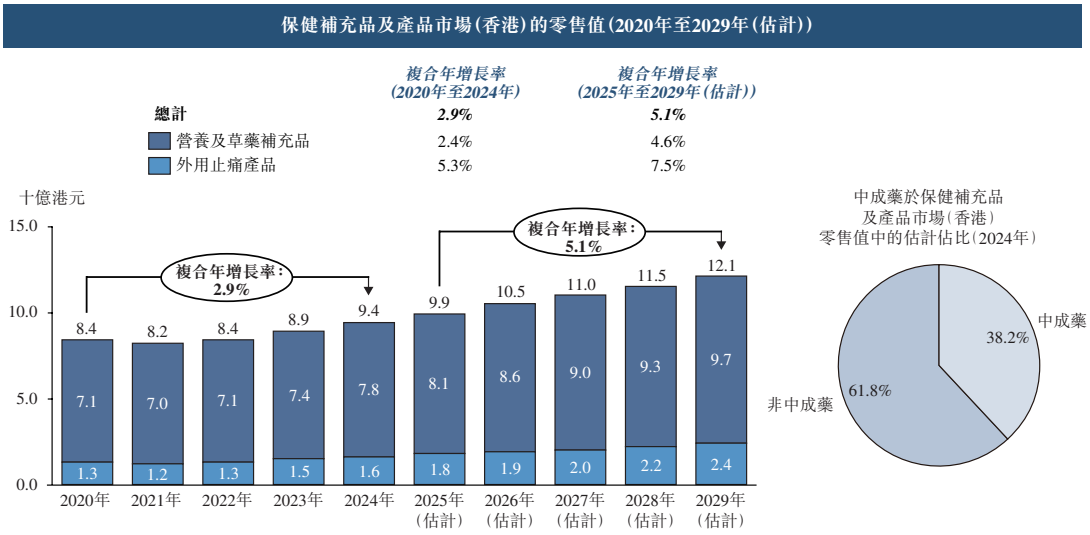
2. 外用止痛產品：外用製劑，例如可塗抹於完整皮膚上的水凝膠貼片、乳霜、凝膠、噴劑，以及物理輔助產品，例如產生熱量或壓力的托瑪琳或磁性繃帶、支撐帶及腰帶，以減輕肌肉、關節或神經性疼痛。有關產品透過抗刺激、抗發炎、發熱、冷卻或麻痺神經的機制局部發揮功效，乃為供短期自行使用而設。其劑型可以為半固體、液體及噴劑、固體基質和新型載體。

資料來源：弗若斯特沙利文

按產品類別劃分的市場規模

在香港保健補充品及產品市場中，儘管COVID-19疫情的爆發導致零售人流中斷，惟營養及草藥補充品分部於2020年仍帶來71億港元的收入，並於2024年增至78億港元，複合年增長率約為2.4%。韌性如此強大乃由於多個因素。首先，隨著COVID-19爆發，市民的健康意識提高，使日常補充營養成為常態，並擴大消費群(尤其是傳統銀髮市場分部以外的消費群)。其次，人口老化正提高有關預防性營養品(尤其是針對有助關節、心血管及認知能力)的人均消費。此外，跨境電子商務平台的快速擴張提高商品種類及價格的透明度，既維持平均售價，同時帶動銷量增長。最後，入境旅遊持續復甦重振免稅店及市中心零售區的銷售額，補充於2021年至2022年期間基本上欠奉的需求增長來源。綜合上述驅動因素，預計行業收益於2029年之前將達97億港元，意味於2025年至2029年的複合年增長率將加快至約4.6%。此外，估計中成藥(包括但不限於蟲草、人參、靈芝等成份)佔香港保健補充品及產品市場零售值約38.2%，而非中成藥產品如NMN、益生菌、維他命、蛋白粉等則佔61.8%的市場規模。

就外用止痛分部而言，市場規模由2020年的13億港元增至2024年的16億港元，複合年增長率為5.3%。COVID-19疫情最初令銷售額受壓，原因為體育賽事取消、邊境封關及旅客流量疏落以及膏藥及鎮痛劑的採購量減少，但因長時間使用電子屏幕導致的頸背疼痛令對居家常用的走珠瓶裝劑及噴劑產品需求保持穩定。隨著出行限制於2023年取消，健身房、登山步道及入境旅遊重開令購買量得以提振。人口老化亦一直擴大毋需處方藥物處理慢性關節不適的核心用戶群。在此基礎上，預計有關類別的銷售額於2029年之前將達24億港元，於2025年至2029年的複合年增長率為7.5%。藥房連鎖門市持續進行促銷，以及香港註冊藥膏作為旅客手信的受歡迎程度預期將令該分部在未來十年始終保持高於通脹的穩健增長。

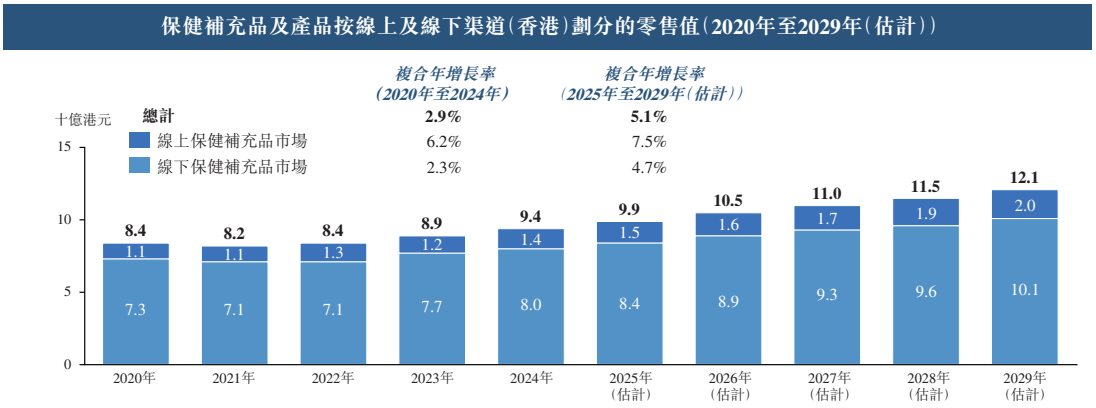


資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

按線上及線下渠道劃分的市場規模

香港的保健補充品及產品市場在數碼及實體渠道均穩步擴張。線上零售額由2020年的11億港元增至2024年的14億港元，複合年增長率為6.2%，預期於2029年之前將達20億港元，意味2025年至2029年的複合年增長率為7.5%。線下銷售額於2020年至2024年期間由73億港元增至80億港元，複合年增長率為2.3%，且預測將於2029年攀升至101億港元，於預測區間的複合年增長率相等於4.7%。

保健補充品的線上零售額的增長受疫情期間實施的限制所形成使用電子商務的習性、改善最後一公里物流及採用流動支付，以及社交商務及網紅推廣模式日益盛行，均加速產品於線上曝光。同時，就線下零售銷售而言，邊境重開及旅客到訪人次回升重振保健及美容產品零售商以及藥店與藥房，提升線下渠道的客流量及每筆訂單金額。



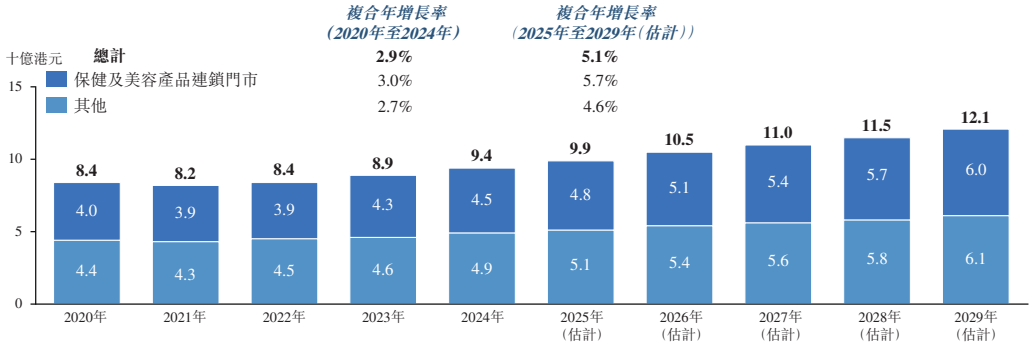
資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

按銷售渠道劃分的市場規模

在香港，保健及美容產品連鎖門市(如屈臣氏及萬寧)仍然是保健補充品及產品的主要銷售渠道。透過此模式的銷售額由2020年的40億港元攀升至2024年的45億港元，複合年增長率為3.0%。在零售連鎖門市透過門市重塑計劃，有系統地提升現有分店的外觀、佈局及科技，引入及改進忠誠客戶應用程式交叉銷售，以及旅客客流量回升等因素的支持下，預測連鎖專門店的零售值將於2029年之前加速增長至60億港元，相當於2025年至2029年預測期內5.7%的複合年增長率。

其他銷售渠道如超級市場、百貨公司、獨立藥房、便利店、直銷商及純電子商務平台勉強錄得較為溫和的收益，按2.7%的複合年增長率由2020年的44億港元上升至2024年的49億港元。預期在2025年至2029年期間，不同的門店組合將錄得4.6%的複合年增長率，帶動零售額於期末或之前將達約61億港元。

保健補充品及產品按銷售渠道(香港)劃分的零售值(2020年至2029年(估計))

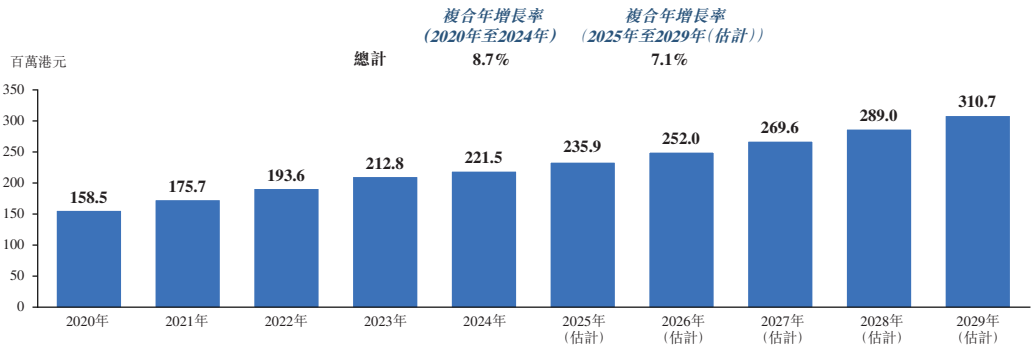


資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

鹿相關產品的市場規模

香港鹿相關保健補充品及產品市場包括但不限於鹿筋、鹿鞭、鹿尾羶、鹿初乳及鹿胎等，於2020年錄得158.5百萬港元的銷售額，並於2024年增至221.5百萬港元，於此期間實現8.7%的強勁複合年增長率。該勢頭反映若干結構性的有利因素，例如，該等特定的鹿部位長期以來一直用於中藥，鹿筋有助保養關節、鹿鞭及鹿尾羶有助補腎及增強男性活力，鹿初乳有助增強免疫力，而鹿胎有助護膚及產後護理。人們日漸熱衷於採用該等傳承療法使基礎需求保持穩定。此外，鹿相關補充品的劑型現已涵蓋凍乾粉、軟凝膠膠囊及即飲補充品，使該等產品更容易被喜歡便利及標準化劑量的年輕專業人士及海外華人接受。節日期間的送禮文化仍為強大的銷量驅動因素，鹿相關補充品被認為是餽贈長輩或商業夥伴的體面禮物。總體而言，預計於2029年之前，該等驅動因素將推動該類產品的銷售額達310.7百萬港元，預示在2025年至2029年的預測範圍內，鹿相關補充品的複合年增長率將達7.1%，令鹿相關補充品在層面更廣的香港保健產品市場中肯定是備受推崇的上佳之選。

鹿相關保健補充品及產品(香港)的零售值(2020年至2029年(估計))



資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

關節及痛症產品的市場規模

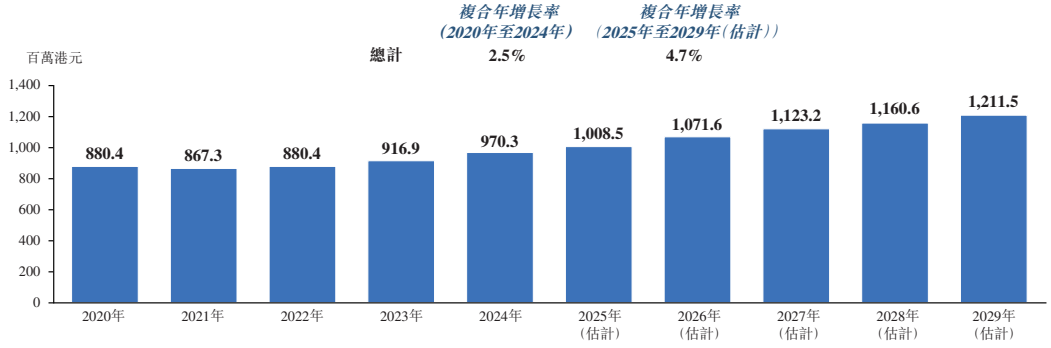
香港關節及痛症保健補充品及產品分部(包括口服產品，但不包括外用止痛產品)於2020年錄得880.4百萬港元的零售值，並於2024年增至970.3百萬港元，在疫情期間診所停開及門市人流下降的情況下，複合年增長率仍有2.5%。隨著人口老化，香港現時

年齡在60歲或以上的市民佔32%，有待治療骨關節炎或行動不便的消費群不斷擴大。此外，越來越多年齡介乎30至40歲的跑步愛好者、遠足人士及健身人士正服用葡萄糖胺、MSM及II型膠原蛋白混合物作為預防性保養品，在滲透率上超越傳統銀髮族。此外，品牌商亦更新其產品，在軟糖、水溶片及液體注射劑中加入薑黃／薑黃素、非變性膠原蛋白及乳香配方，令產品變得豐富多樣，為消費者提供更多選擇。最後，跨境電子商務渠道出現及入境旅客的逐步重臨令於2021年至2022年受限制的分銷渠道得以重啟，使連鎖門市及其他零售渠道的銷量及知名度有所提升。在該等驅動因素支持下，類別銷售額預計於2029年之前將達1,211.5百萬港元，意味著該期間的複合年增長率為4.7%。

另一方面，香港外用止痛產品(包括消炎止痛帶)的零售值由2020年約13億港元增至2024年約16億港元，複合年增長率約為5.3%，預期將於2029年進一步增至約24億港元，於2025年至2029年的複合年增長率約為7.5%。這主要由於香港人口老化，當中長者經常需要紓緩關節炎、關節痛及肌肉痛等慢性痛症，加上香港節奏急速及高度緊張的都市生活方式，導致緊張性頭痛、肌肉痛及背痛。

本集團自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中五種最暢銷關節及痛症補充品及產品之一。

關節及痛症保健補充品及產品的零售值(香港)(2020年至2029年(估計))



資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

市場驅動因素

1. 健康意識不斷提高

消費者對健康及保健的高度關注突顯大眾積極保養健康及預防疾病，令保健補充品及產品的需求增加，助益全民養生。COVID-19疫情進一步帶動此注重健康的潮流，在年輕族群中尤為明顯。這種及早預防的積極取態促使各年齡層對保健補充品及產品以及強化免疫產品的需求激增，並轉化為保健補充品及產品公司的成長時機，以擴大其市場覆蓋範圍至保健為本的產品。隨著大力強調長遠健康及防護，並在資訊發達且注重健康的現今世代推動下，預期香港保健補充品及產品市場將持續增長。

2. 人口老化

香港65歲或以上人口由2018年的約1.3百萬人持續攀升至2024年的約1.6百萬人。該年齡組別所佔人口由2018年的17.0%激增至2024年的約21.8%。老齡人口不斷增加帶動對為滿足特定年齡健康需要而設的保健補充品及產品需求，特別是骨骼健康、關節及痛症以及認知功能。老齡人口重視預防保健，並使用補充品提升免疫力及控制慢性疾

病。由於減少攝取或飲食改變造成的營養缺口進一步增加補充品的使用。隨著可支配收入不斷上升加及針對性的營銷，年紀漸長的成年人更傾向於投資保健產品，從而推動香港保健補充品及產品市場的增長。

3. 個人化及天然產品需求激增

香港對個人化及天然保健補充品的需求日益增加。尤其是香港消費者傾向選擇根據年齡、性別或生活方式等不同因素量身定制的營養方案，並愈趨優先考慮天然及有機選項，例如以藻類為基礎的omega-3。科技進步促使客制化補充品配方的發展，而電子商務的成長亦令消費者更容易接觸更多產品。此外，傳統中藥與現代健康潮流的融合反映有利市場發展的文化轉變。整體而言，以上趨勢顯示隨著消費者愈加重視健康與保健，個人化及天然保健補充品及產品市場前景向好。

市場趨勢

1. 產品持續擴展

香港保健補充品及產品行業正透過產品擴展而有所增長，並將產品組合多元化以滿足特定消費者的健康需求。植物製造、有機及個人化補充品與產品的推出擴大市場覆蓋範圍，吸引多元化的客戶基礎。此方針促進競爭、推動創新，並緊跟不斷變化的健康潮流。展望未來，市場正從通用補充品及產品轉為量身定制解決方案，如運動專用或年齡專用的營養保健品，反映對個人化健康的關注。該趨勢使香港的保健補充品及產品市場在提供創新及客制化保健解決方案方面處於領先地位。

2. 日益注重膳食及增強免疫力補充品

在COVID-19疫情期間，由於消費者優先考慮預防保健措施，使香港對維他命C、維他命D、鋅及益生菌等強化免疫的補充品的需求顯著上升。人們日益重視膳食及強化免疫的補充品與產品，推動香港保健補充品的市場發展。在整個疫情期間，所有年齡層的人士均面臨各種健康難關，並認識到保健的重要性，而病毒更令效應愈加明顯。因此，香港對膳食及強化免疫的補充品與產品的需求不斷上升。

市場挑戰

1. 預期規管愈趨嚴格

由於人們對產品質量感到憂慮令部分海外保健補充品及產品品牌受到影響，故預期香港會對保健補充品及產品實施更嚴格的規定及管控。遵守嚴格的監管標準往往需投入大量資源於研發技術、測試及文件管理。該等監管要求導致的複雜性可能會延緩產品發佈，限制市場擴張，並增加營運費用。此舉可能對推出創新或專門補充品構成重大挑戰。

2. 消費者喜好不斷演變

香港保健補充品及產品市場瞬息萬變且競爭激烈，消費者的喜好亦不斷迅速演變。轉向個人化、植物製造及天然補充品的趨勢需要不斷創新以跟上潮流步伐。為配合市場需求，參與者必須投資於持續進行的產品開發、銷售及營銷，從而對其財務構成壓力。

香港美容補充品及產品市場概覽

定義及分類

美容補充品及產品是非處方的美容產品，在服用或使用後可改善體型及提升外觀肌膚狀態。美容補充品及產品可分為：

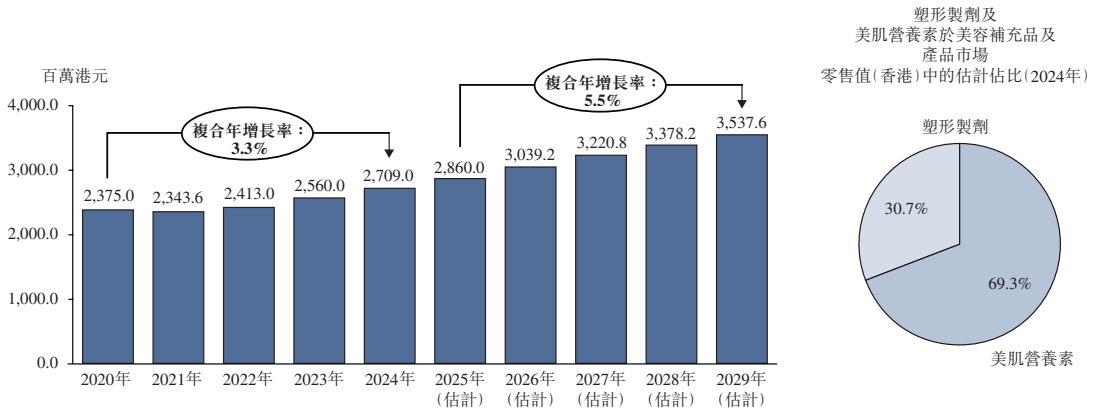
1. 塑形製劑主要為可攝取配方，如纖維或酶粉、益生菌及植物膠囊、代謝加速片劑及類似產品，專為有助脂肪代謝，減少腹脹及緊緻身體輪廓而設。補充形式可能包括塑形乳霜、按摩油、凝膠。

2. 美肌營養素以粉末、顆粒、液體、即飲劑、片劑、膠囊或軟糖形式口服，提供膠原蛋白胜肽、神經醯胺、抗氧化劑、輔酶、類胡蘿蔔素、維他命、礦物質或NMN等成分。其聲稱功效包括美白亮膚、抗氧化、減少皺紋、提升彈性、保濕及全面抗衰老。此類可攝取產品或會與護膚油或精華素等外用產品搭配使用，以即時提升肌膚光澤。

整體市場規模

香港美容補充品及產品市場於2020年錄得2,375.0百萬港元的銷售額，並於2024年增加至2,709.0百萬港元，複合年增長率約為3.3%。此韌性有賴於多項結構性因素。首先，社交媒體在視頻通話及自拍平台方面的蓬勃發展令人們對外表多加留意，除傳統35歲以上女性族群外亦促使千禧世代更為普遍服用膠原蛋白飲品、神經醯胺膠囊及益生菌酵素粉。其次，直播商務及跨境數碼商城能於數周內將日本、韓國及內地的營養美容新品引入香港市場，豐富產品種類，並維持較高的平均售價。此外，COVID-19爆發後旅客重臨正重振線下美容連鎖門市及旅遊零售門市的購買力，帶動零售值增長，於2023年及2024年尤甚。展望未來，預計於2029年之前該類別銷售額將達3,537.6百萬港元，意味著2025年至2029年期間的複合年增長率為5.5%。主要推動因素包括男士美容及體態塑形潮流興起，擴大脂肪代謝藥片及增肌酵素混合劑的適用客戶群；持續的網紅宣傳令用戶由外用護膚轉變為外用與口服並行的方案；以及肽類即飲劑、NMN混合劑及無糖軟糖等創新產品有助豐富產品種類。在美容補充品及產品市場中，就2024年零售值而言塑形製劑及美肌營養素的估計佔比分別約為30.7%及69.3%。

美容補充品及產品市場的零售值(香港)(2020年至2029年(估計))



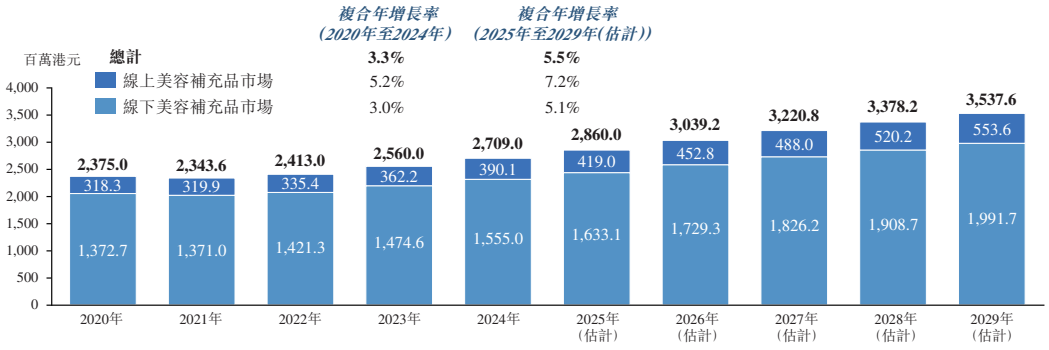
資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

按線上及線下渠道劃分的市場規模

香港美容補充品及產品市場於數碼及實體渠道均呈現強勁增長。線上零售額由2020年的318.3百萬港元增至2024年的390.1百萬港元，複合年增長率為5.2%，預期於2029年之前銷售額將達553.6百萬港元，意味著2025年至2029年的複合年增長率為7.2%。線下銷售額於2020年至2024年間由2,056.8百萬港元增至2,318.9百萬港元，複合年增長率為3.0%，且預計將於2029年攀升至2,984.0百萬港元，於預測區間的複合年增長率相等於5.1%。

美容補充品的線上零售銷售增長動力來自個人化美容營養諮詢服務激增、訂閱制美容補充品計劃興起以及美容保健KOL於社交媒體平台上展示其日常使用的補充品及使用前後效果的影響力。此外，電子商務平台加強產品教育內容(包括成分深度解析及功效研究)有助建立消費者對線上購買可食用美容產品的信心。就線下零售銷售而言，尋求高端日本膠原蛋白及美容補充品的中國內地旅客重臨、藥房及美妝店內美容營養專區擴張以及消費者重視與受過專業訓練的美容營養師面對面諮詢以獲取個人化補充品建議，均為持續有助實體零售渠道的因素。

美容補充品及產品按線上及線下渠道劃分的零售值(香港)(2020年至2029年(估計))



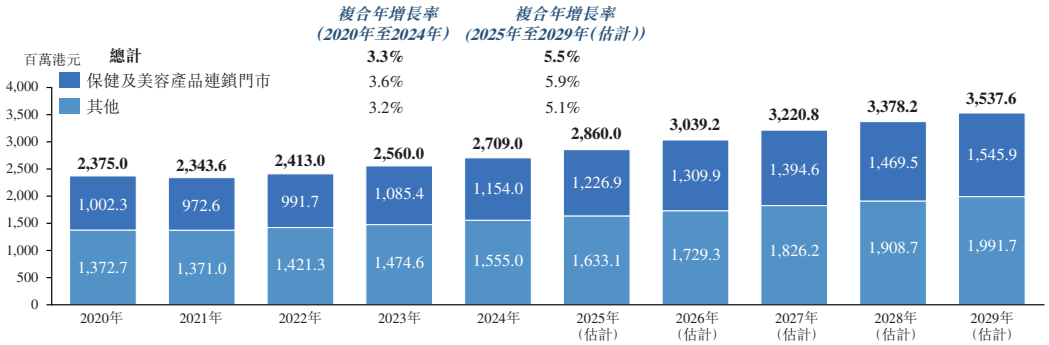
資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

按銷售渠道劃分的市場規模

香港美容補充品的零售銷售仍由保健及美容產品連鎖門市(如萬寧及莎莎)主導。該等連鎖門市的零售值由2020年的1,002.3百萬港元增至2024年的1,154.0百萬港元，複合年增長率為3.6%。在韓國美容及日本美容產品線擴展、透過有組織的會員應用程式推出組合優惠、加強美容顧問培訓計劃以及尋求高端美容產品的中國內地旅客回歸的驅動下，預測連鎖專門店的零售值將於2029年之前加速增長至1,545.9百萬港元，於2025年至2029年預測期內的複合年增長率相當於5.9%。

其他銷售渠道如百貨公司、美容專櫃及線上美容平台亦錄得顯著增長，按3.2%的複合年增長率由2020年的1,372.7百萬港元上升至2024年的1,555.0百萬港元。受益於直播銷售、網紅合作以及消費者對小眾和獨立美妝品牌的日益青睞，這一多元化門店組合於2025年至2029年期間錄得5.1%的複合年增長率，而於期末前，零售額將達約1,991.7百萬港元。

美容補充品及產品按銷售渠道劃分的零售值(香港)(2020年至2029年(估計))



資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

市場驅動因素

1. 數碼媒體提升對外觀關注度

近年來在香港，社交網絡上照片及影片的持續傳播，使肌膚透亮度、面部膚色及體態線條成為個人形象的重要指標。許多香港消費者認為，於屏幕上有良好儀容有助增強職場自信及社交互動，從而使口服美容解決方案全年保持穩定的關注度。含膠原蛋白胜肽、神經醯胺或植物酵素的產品被認為能作用於皮膚深層，與外用面霜相輔相成。由於個人形象與線上互動息息相關，該等美容補充品正從偶爾購買逐步轉變為日常自我護理項目。

2. 參與人口擴闊

該類別的核心女性受眾正獲注重健身的男士及年輕消費者所補充，彼等將體態塑形及凍齡視為生活基礎要素。運動會所及男士儀容的網紅積極討論抗氧化粉及肽類即飲劑對肌肉修復及肌膚緊緻的功效，鞏固男性顧客使用補充品的認同。由於社會對男性形象與自我護理的觀念不斷改變，男士美容市場於美容補充品及產品領域正顯著增長。越來越多男士將美容補充品及產品視為生活必需品，積極選購護膚及健康產品，例如抗衰老面霜及護髮解決方案。與此同時，大學生及職場新人亦會購買纖維、益生菌及酵素產品，以便於不規律生活下管理體重及應對消化不良情況。消費者群體愈加多元化使購買力分散至不同年齡層、性別及生活方式群體，為市場增長奠定更廣闊的基礎。

3. 跨境電子商務縮短產品上市週期

區域性直播平台及高效的跨境物流使海外美容營養品牌於日本、韓國或中國內地上市後數周內即可衡量香港市場的需求。本地有能力的分銷商迅速取得分銷權，並將存貨轉交至主要保健及美容產品連鎖門市。因此，顧客得以率先體驗低分子膠原蛋白果凍條、益生菌酵素混合物等產品，保持新穎的產品種類且緊貼潮流。門市貨架上新產品的快速週轉鼓勵消費者不斷嘗試不同價格層級的不同選擇，從而創造一種向上消費的模式，使市場保持活力及不斷增長。

市場趨勢

1. 轉向潔淨及可持續美容

於香港，尤其是年輕消費者中，受可持續發展及成分透明溯源的文化風向轉變所驅動，對潔淨、天然及有機美容產品(包括補充品及護膚品)的偏好與日俱增。注重環保包裝、不經動物測試及無化學成分配方的品牌於香港越來越受歡迎。消費者尋求具

備科學實證及符合道德標準的產品，人參、綠茶等植物萃取物、植物性成分及具有中藥特色成分廣受追捧。用於驗證成分真偽的驗證工具(如二維碼)亦日漸普及。

2. 美容補充品及產品的個人化解決方案

在科技革新、消費者意識提升及注重精準高效成果文化的推動下，香港市場對基於個人肌膚、頭髮及健康需求的個人化美容解決方案的需求不斷上升。消費者傾向尋求針對性的美容補充品及護膚品，以解決暗瘡、色素沉澱、保濕、抗衰老或護髮等特定問題。例如，20至35歲的年輕消費者優先選擇控油去暗瘡的解決方案，而35至44歲及以上的年齡層則追求抗衰老及肌膚彈性提升，帶動對膠原蛋白補充品及抗皺精華素的需求。基於可支配收入上升及接觸全球美容趨勢，香港消費者多元且要求嚴格，期望產品能配合其獨特膚質、生活方式及環境挑戰(如城市污染及濕悶氣候)。此趨勢促使消費者喜好由通用型產品轉向功效顯著及可量化的個人化解決方案。

市場挑戰

1. 競爭加劇

競爭加劇為香港的美容補充品及產品帶來挑戰。隨著更多品牌進入市場，為消費者提供更多選擇，使企業如何能脫穎而出變得尤其重要。競爭激烈可能導致價格戰，壓縮利潤空間。尤其是，品牌必須於營銷及創新方面作出更多投資，以吸引消費者的注意力及忠誠度。此外，香港不同的人口結構需要量身定制的營銷策略，以吸引不同的分部市場。公司亦需要滿足監管要求並確保產品質量，在競爭激烈的市場中尤具挑戰性。

2. 消費者喜好不斷變化

受文化轉變、社交媒體趨勢及新興健康意識等多種因素的影響，香港美容補充品及產品市場的消費者偏好不斷演變，突顯出消費者行為的動態特性。為保持競爭力，品牌必須通過持續監控市場趨勢、消費者反饋及新興技術展現靈活性及應變能力。企業需要實時準備創新產品，調整營銷策略，並即時提高客戶參與度。未能迅速應對消費者喜好變動的品牌可能會面臨市場份額流失予能更快地配合不斷變化的消費者喜好的競爭對手。

成本分析

香港保健及美容補充品市場在多個經營層面面臨不斷變化的成本壓力。勞工成本是主要組成部分，批發、零售、進出口行業的平均每月工資由2020年的19,353.5港元上升至2024年的21,471.0港元，複合年增長率為2.6%。受香港勞工市場緊張以及對具備批發及物流相關技能的人員的競爭推動，預計2025年至2029年的複合年增長率將達2.5%，預計有關上升趨勢將持續。

另一方面，私人辦公室租金於2020年至2024年的複合年增長率為-2.3%，該下降趨勢預計2025年至2029年將持續，預計複合年增長率為-0.4%，反映工作場所安排的結構性轉變，許多公司於疫情後採用混合工作模式並縮減辦公室空間。此外，非核心地區的辦公室供應增加，以及企業遷往租金更實惠的地區，對租金造成下行壓力。相對而言，倉庫租金成本展現更大的彈性，2020年至2024年的複合年增長率為1.9%，預計到2029年將按1.5%繼續增長，反映由電子商務履約要求及存貨管理需求驅動下對物流設施的持續需求。

保健補充品及相關產品的原料成本持續攀升，對利潤率構成穩定壓力。以2020年=100的價格指數為基準，到2024年保健補充品及產品的原材料成本將達141.1，反映2020年至2024年的複合年增長率達9.0%，主要歸因於全球供應鏈中斷、海洋油與植物

萃取物價格上漲。展望未來，隨著供應鏈逐步恢復正常，但對優質原材料的需求仍保持堅挺，預計2025年至2029年期間的成本將以6.1%的複合年增長率攀升。預測前景顯示投入成本通脹將持續，這意味著需要採取風險管理等措施，以支持保健補充品及產品供應商的業務增長。

從事批發、零售及進出口的勞工平均每月工資(香港)(2020年至2029年(估計))

港元	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年(估計)	2029年(估計)	複合年增長率(2020年-2024年)	複合年增長率(2025年(估計)-2029年(估計))
從事批發、零售、進出口的勞工	19,353.5	19,707.0	20,196.5	20,686.5	21,471.0	22,222.5	24,529.5	2.6%	2.5%

私人辦公室及倉庫的租金價格指數(香港)(2020年至2029年(估計))

(2020年 = 100)	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年(估計)	2029年(估計)	複合年增長率(2020年-2024年)	複合年增長率(2025年(估計)-2029年(估計))
私人辦公室	100.0	96.6	95.2	94.2	91.0	90.5	89.2	-2.3%	-0.4%
倉庫	100.0	104.1	105.7	109.0	107.6	108.9	115.6	1.9%	1.5%

資料來源：香港政府統計處、弗若斯特沙利文

保健補充品及產品原材料的價格指數(香港)(2020年至2029年(估計))

2020年 = 100	2020年	2021年	2022年	2023年	2024年	2025年(估計)	2029年(估計)	複合年增長率(2020年-2024年)	複合年增長率(2025年(估計)-2029年(估計))
保健補充品及產品原材料的價格指數	100.0	118.4	116.8	139.3	141.1	150.9	191.2	9.0%	6.1%

附註： 價格指數乃基於保健補充品及產品具代表性原材料進口價格的綜合計算。

資料來源：香港政府統計處、Trade Map、弗若斯特沙利文

競爭格局

於2024年，香港的保健及美容補充品與產品市場競爭非常激烈且高度分散，共有數百間國際、國內和本地的公司提供各式各樣的產品和品牌。整體而言，來自美國、加拿大、紐西蘭等地的國際品牌已建立穩固的市場地位，主要是由於該等品牌供應鏈成熟、產品組合多元化、具備全球性的研發能力及強勁品牌知名度。

深植香港的本地保健及美容補充品與產品供應商正逐步通過向海外拓展擴大其業務範圍。本地領先的公司已通過多年來的發展獲得強大的先發優勢且深入了解本地市場，能夠定制更能迎合本地消費者特定健康需要和喜好的產品。此外，該等公司已在當地建立強大的供應鏈及分銷網絡。另外，受惠於傳統中藥的深厚背景，本地及中國內地公司在中式保健補充品領域擁有強大的研發能力及更廣泛的產品種類，使其能在此利基市場中脫穎而出。

於2024年，香港的保健及美容補充品與產品市場競爭相對激烈，按零售值計算，十大保健及美容補充品與產品供應商的市場佔有率合共為55.3%。按香港保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團的市場佔有率為1.6%。

按零售值計算，2024年十大國際及本地保健及美容補充品與產品供應商的排名及市場佔有率(香港)

排名	公司	保健及美容補充品的零售總值(百萬港元)	市場佔有率(%)
1	公司A	914.4	7.6%
2	公司B	900.9	7.4%
3	公司C	728.4	6.0%
4	公司D	667.8	5.5%
5	公司E	662.5	5.5%
6	公司F	631.1	5.2%
7	公司G	619.2	5.1%
8	公司H	596.0	4.9%
9	公司I	582.3	4.8%
10	公司J	392.8	3.2%
	十大供應商小計	*6,695.4*	*55.3%*
	其他	*5,413.6*	*44.7%*
	市場規模總額	*12,109.0*	*100.0%*

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

國際保健及美容補充品供應商指總部位於海外的保健及美容補充品供應商。

本地保健及美容補充品供應商指總部位於香港的保健及美容補充品供應商。

公司A成立於1879年，為一間總部設於新加坡的中藥材及中成藥私人跨國製造商及零售商。

公司B成立於1935年，為一間總部設於美國的企業，主要從事保健及營養相關產品的生產及分銷，包括維他命、補充品、礦物質、草藥、運動營養、瘦身及能量產品等。

公司C總部設於美國，成立於1980年，為一間在美國上市的全球營養及體重管理公司，提供營養補充品、體重管理及運動營養產品。

公司D成立於1984年，為一間在美國上市的美容與健康公司，總部設於美國，主要從事多種美容與健康產品的研發及分銷，業務遍及全球50多個市場。公司D提供逾200款個人護理及營養補充品類別的產品。

公司E成立於1897年，為一間總部設於香港並於香港上市的公司，專注於中藥及保健補充品，包括草本療法、營養補充品及健康飲品等。

公司F成立於1969年，為一間總部設於香港並於香港上市公司的附屬公司，主要提供多元化的維他命及補充品，包括液體、素食膠囊、益生菌及護膚品等，業務涵蓋香港、中國內地、紐西蘭、新加坡、韓國、美國等市場。

公司G成立於1993年，為一間總部設於香港，逾10個專利品牌及250款保健補充品的私人製造商及零售商，銷售網絡遍及香港、中國內地及東南亞等。

公司H成立於2011年，為一間總部設於香港的私人保健產品品牌，主要提供保健及美容補充品。同時，公司H亦提供保健產品及健康食品的OEM／ODM生產服務。

公司I成立於1988年，為一間總部設於香港的私人公司，專注於銷售融合中醫理念與現代科學方法的保健補充品及健康產品，包括護膚品、膳食補充品及美容產品。

公司J成立於1999年，為一間在香港上市的保健公司，從事保健、美容及護膚，以及寵物保健產品的開發及分銷，主要業務集中於香港市場。

於2024年，按零售值計算，十大本地保健及美容補充品與產品供應商的市場佔有率合共為31.1%。在本地市場參與者之中，按香港保健及美容補充品與產品零售值計算，本集團排名第七，市場佔有率為1.6%。

本集團的大部分產品乃透過萬寧的零售門市銷售及分銷，其為香港最大保健及美容產品連鎖零售商，於2026年2月，在香港及澳門分別擁有306間及20間門市，按2024年香港保健及美容補充品與產品零售總值計算，市場佔有率約為34.4%。

按零售值計算，2024年十大本地保健及美容補充品與產品供應商的排名及市場佔有率(香港)

排名	本地公司	保健及美容補充品的零售總值(百萬港元)	市場佔有率(%)
1	公司E	662.5	5.5%
2	公司G	619.2	5.1%
3	公司H	596.0	4.9%
4	公司I	582.3	4.8%
5	公司J	392.8	3.2%
6	公司K	327.6	2.7%
7	**本集團**	**192.0**	**1.6%**
8	公司L	169.5	1.4%
9	公司M	119.5	1.0%
10	公司N	105.4	0.9%
	十大供應商小計	*3,766.7*	*31.1%*
	其他	*8,342.3*	*68.9%*
	市場規模總額	*12,109.0*	*100.0%*

附註：本地保健及美容補充品供應商指總部設於香港的保健及美容補充品供應商。

資料來源：弗若斯特沙利文

附註：

公司K成立於2002年，為一間在香港上市的醫藥公司，主要提供中成藥、保健產品及於香港及中國內地營運中醫診所。

公司L成立於2001年，為一間在香港上市的公司，主要從事保健及個人護理產品的零售及批發。

公司M成立於1822年，為一間總部設於香港的中成藥、天然健康食品及中式保健補充品的私人製造商及分銷商。

公司N成立於2002年，為一間總部設於香港的私人醫藥公司，提供適合各年齡層的保健產品。

於2024年，按零售值計算，三大鹿相關保健補充品及產品供應商的市場佔有率合共為63.6%。在市場參與者之中，按香港鹿相關保健補充品及產品零售值計算，本集團排名第一，市場佔有率為29.4%。

按零售值計算，2024年三大鹿相關保健補充品及產品供應商的排名及市場佔有率(香港)

排名	公司	鹿相關保健補充品及產品的零售值(百萬港元)	市場佔有率(%)
1	**本集團**	**65.1**	**29.4%**
2	公司E	49.7	22.4%
3	公司O	26.0	11.8%
	三大供應商小計	140.8	63.6%
	市場規模總額	**221.5**	**100.0%**

資料來源：弗若斯特沙利文

*附註：*公司O為總部設於紐西蘭的私人品牌，專注於製造紐西蘭天然保健產品，其鹿類相關保健產品於香港由屈臣氏獨家銷售。

按零售值計算，2024年三大關節及痛症保健補充品及產品供應商的排名及市場佔有率（香港）

排名	公司	關節及痛症保健補充品及產品的零售值(百萬港元)	市場佔有率(%)
1	公司P	101.1	10.4%
2	公司G	92.9	9.6%
3	公司F	63.1	6.5%
	三大供應商小計	257.1	26.5%
	市場規模總額	**970.3**	**100.0%**

*附註：*公司P為一間由美國上市保健品公司經營的總部位於英國的鈣補充品品牌。

香港的關節及痛症保健補充品及產品市場競爭相對激烈且分散，多數主要參與者與香港整體保健及美容補充品與產品市場的參與者重疊，因為該領域通常被視為常見的保健補充品類別，市場上多數領先企業皆涵蓋此領域。

按2024年香港零售值計算，三大關節及痛症保健補充品及產品供應商合計佔據26.5%的市場份額，而本集團未躋身前十名，市場份額為2.1%。

按零售值計算，2024年三大外用止痛產品供應商的排名及市場佔有率(香港)

排名	公司	外用止痛產品的零售值(百萬港元)	市場佔有率(%)
1	公司Q	172.0	10.8%
2	公司R	116.2	7.3%
3	公司S	85.9	5.4%
	三大供應商小計	374.1	23.4%
	市場規模總額	**1,600.0**	**100.0%**

註： 公司Q為一間總部位於香港的藥油製造商，專門從事止痛。

公司R為一間日本上市製藥公司經營的非處方(OTC)局部止痛產品品牌。

公司S為一間新加坡上市公司經營的止痛及日常護理產品品牌。

香港外用止痛產品市場競爭激烈且高度分散，眾多本地、中國及跨國企業(包括日本及新加坡品牌)參與其中。領先企業憑藉數十年建立的品牌聲譽、在藥房及連鎖藥店的全通路貨架主導地位，以及持續的庫存量單位更新策略，同時加大電子商務投資以鞏固消費者黏著度。中小企業則以激進定價、草本定位，或鎖定運動與高齡族群的利基市場作為反制策略，從而維持多元且充滿活力的競爭格局。

按2024年香港零售值計算，三大外用止痛產品供應商合計佔據23.4%的市場份額，而本集團未躋身前十名，市場份額為0.3%。

進入門檻

1. 分銷網絡

在香港的保健及美容補充品市場中，建立強大的分銷網絡至關重要。市場領先者受惠於與關鍵渠道(例如專業零售商、藥房、品牌門市等)及線上平台的固有合作關係。由於大型連鎖零售商一般對供應商設有嚴格的甄選標準，故此新加入者或難以接觸並成為大型連鎖零售商的供應商之一。此舉實際上在新加入者與大型連鎖零售商建立長期業務關係上設立門檻，並進一步限制其發展。

2. 營銷及品牌建立

有效的營銷及穩健的品牌形象對於吸引及挽留香港保健及美容補充品市場的客戶至關重要。已確立的品牌憑藉其廣受認可的品質及強大的客戶忠誠度主導市場。為有效競爭，新加入者必須提供獨特或更優秀的產品，並需具備經驗豐富且往績彪炳的營銷團隊，制定強大的營銷及選取策略。同時，新加入者要在市場上取得成功，在短時間內迅速建立信任及強大的品牌形象至關重要。

3. 研究及開發(「研發」)能力及質量控制

在香港保健及美容補充品市場，消費者對品質及功效的要求日益提高，凸顯強大研發能力的重要性。然而，行業的新加入者往往缺乏經過驗證的研發能力及成功往績。因此，為確保產品安全、質量及科學驗證，新加入者必須在研發技術及專業知識

作出龐大投資。同時，新加入者可能在確保可靠的貨源方面遇到困難，因為新加入者通常尚未建立穩定的供應商關係。總言之，上述因素共同構成新企業進入市場的重大障礙。

4. 供應鏈管理

供應鏈管理為香港保健及美容補充品市場新加入者面臨的一項重大挑戰。供應鏈的每個環節，即原材料採購、製造過程、物流及產品交付，均會直接影響產品的質量及安全，因此必須嚴格控制。新加入者往往缺乏成熟的供應鏈基礎設施，使其難以在短時間內建立可靠而有效的供應網絡。

5. 資本要求

在香港保健及美容補充品市場，財務障礙是新加入者面臨的主要挑戰之一。香港保健及美容補充品市場對產品質量、研發及合規性有極高要求，企業須在原材料採購、生產設施建設及品質檢測設備方面進行大量前期投資。此外，有效的品牌建立及營銷策略需要龐大財務投資以提升品牌認受性及市場佔有率。同時，供應鏈的建設及優化，特別是與優質供應商的合作，亦需財務資源以確保原材料的可靠供應及嚴格的質量控制。對於市場的新加入者而言，此等資本要求可能難以負擔，因而成為加入市場的重大障礙。

台灣保健及美容補充品與產品市場概覽

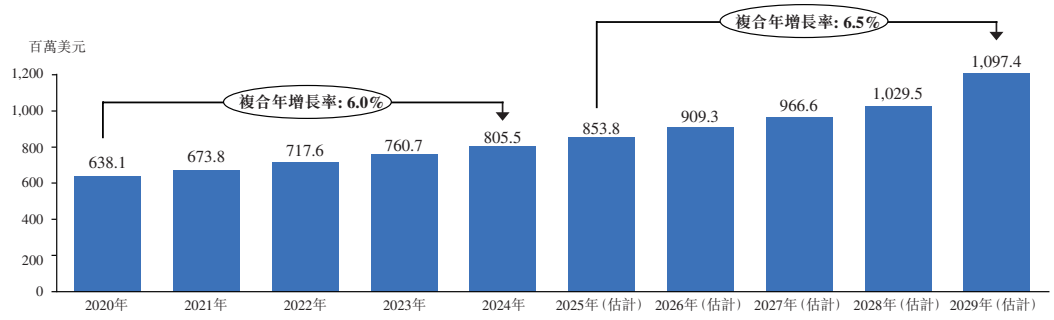
整體市場規模

台灣保健補充品及產品市場的零售值由2020年的638.1百萬美元增至2024年的805.5百萬美元，2020年至2024年的複合年增長率為6.0%。有關增長乃由於人口老化導致對預防性醫療保健的關注度增加以及對保健補充品的需求不斷增加。市場預期將於2029年達到1,097.4百萬美元，2025年至2029年的複合年增長率為6.5%。

就台灣的美容補充品及產品市場而言，零售值由2020年約186.8百萬美元增長至2024年約231.4百萬美元，複合年增長率約為5.5%，預計到2029年將進一步增至約312.3百萬美元，即2025年至2029年的複合年增長率約為6.3%。這主要是由於人們對個人健康、保健及自我護理的興趣日益濃厚，以及社交媒體及美容網紅的影響力日益增強。

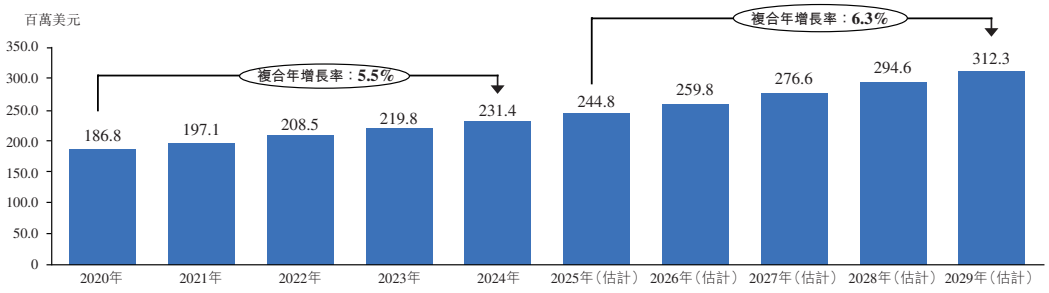
台灣主要保健及美容零售商包括：屈臣氏台灣(屈臣氏集團的附屬公司)，為台灣領先的保健及美容零售商，於2026年2月經營587間門市。康是美，由統一超商股份有限公司的附屬公司統一生活事業股份有限公司經營，為台灣領先的連鎖藥店。於2026年2月，康是美在台灣共擁有585間門店。

保健補充品及產品市場的零售值(台灣)(2020年至2029年(估計))



行業概覽

美容補充品及產品市場的零售值(台灣)(2020年至2029年(估計))



監管概覽

概覽

本集團的業務營運主要位於香港，故須遵守香港境內相關法律及規例。下文載列與本集團在香港的業務及營運有關的重大法律及規例概要。

香港

健康與安全

公眾衞生及市政條例

香港食物安全監控法律框架載於香港法例第132章公眾衞生及市政條例(「**公眾衞生條例**」)第V部及其項下相關附屬法例。由於我們是多種保健及美容補充品與產品的供應商，故我們須遵守公眾衞生條例及其項下相關附屬法例。

公眾衞生條例規定，食物或藥物製造商及銷售者須確保他們的產品適合供人食用，並符合食物安全、食物標準及標籤的規定。

公眾衞生條例第50條禁止在香港製造、宣傳及銷售損害健康的食物或藥物。任何人沒有遵守此條即屬犯罪，可處第3級罰款(現為10,000港元)及監禁三個月。

公眾衞生條例第52條規定，除該條例第53條列明的可供採用法定抗辯理由外，任何人如售賣食物或藥物，而其性質、物質或品質與購買人所要求的食物或藥物所具有者不符，以致對購買人不利，即屬犯罪，可處第3級罰款(現為10,000港元)及監禁三個月。

公眾衞生條例第54條規定，任何人如售賣或要約出售食物或藥物，而該食物是擬供人食用但卻是不宜供人食用的，或該藥物是擬供人使用但卻是不宜作該用途的，即屬犯罪。違反第54條的最高刑罰為第5級罰款(現為50,000港元)及監禁六個月。

公眾衞生條例第61條規定，任何人如與其出售的食物或藥物一併給予，或在其為出售而展出的食物或藥物上一併展示對食物或藥物作出虛假說明的標籤，或預計會在食物或藥物的性質、物質或品質方面誤導他人的標籤，即屬犯罪，除非彼證明並不知情，且即使作出合理努力仍不能確定有關標籤具有上述特徵，則作別論。此外，任何人如發佈或參與發佈宣傳品，而該宣傳品對食物或藥物作出虛假的說明，或相當可能在食物或藥物的性質、物質或品質方面誤導他人，即屬犯罪，除非彼證明並不知情，且即使作出合理努力仍不能確定有關宣傳品具有該款所述的性質，或證明其本人的業務是發佈或安排發佈宣傳品，而該宣傳品是其本人在通常業務運作中收受的，則作別論。違反第61條的最高刑罰為第5級罰款(現為50,000港元)。

食物及藥物(成分組合及標籤)規例

食物及藥物規例為公眾衞生條例的附屬法例，載有食物宣傳及標籤的條文。鑑於我們在香港從事保健及美容補充品與產品的進口、分銷及銷售，遵守食物及藥物規例與我們的業務營運息息相關。我們必須確保在香港分銷或銷售的所有產品均須符合該等法定標籤及說明規定，以避免違反法規、消費者投訴或執法行動。

食物及藥物規例第3條規定，食物及藥物規例附表1所指明的食物及藥物的成分組合標準，須符合該附表所指明的標準。於該附表指明的個別標準的適用性取決於所涉及的個別產品是否屬公眾衞生條例範圍內的藥物。

食物及藥物規例第5條規定，任何人如為出售而宣傳、售賣或為供出售而製造任何食物或藥物，而該食物或藥物的成分組合不符合食物及藥物規例附表1所訂明的有關規定，即屬犯罪，可處第5級罰款(現為50,000港元)及監禁六個月。

食物及藥物規例第4A條規定，所有預先包裝食物(食物及藥物規例附表4所列的獲豁免項目除外)須依照食物及藥物規例附表3所訂明的方式加上標記及標籤。一經定罪，違反該等規定可處第5級罰款(現為50,000港元)及監禁六個月。

食物及藥物規例第4B條規定，預先包裝食物應按附表5第1部訂明的方式，加上標明其能量值及營養素含量的標記或標籤，而在產品標籤上或任何產品宣傳品中作出的營養聲稱(如有)應符合附表5第2部的規定。一經定罪，違反該等規定可處第5級罰款(現為50,000港元)及監禁六個月。

食物安全條例

食物安全條例設立了一套監管框架，包括為食物進口商及食物分銷商設立強制登記制度，以及為促進食物溯源而設立的備存紀錄規定。根據食物安全條例，所有食物貿易商必須妥善保存其食物來源及分銷的文件，以便有關部門追踪食物在整個供應鏈中的流動情況。

由於我們從事保健及美容補充品與產品的進口及分銷，我們必須遵守食物安全條例，登記成為食物進口商或分銷商，並保存所需的記錄，否則可能導致監管制裁、阻礙食物召回並損害我們的聲譽及在香港監管框架內的營運能力。

登記為食物進口商及分銷商

食物安全條例第4及5條規定，任何人經營食物進口業務或食物分銷業務，須向食物環境衞生署登記為食物進口商或食物分銷商。任何人無合理辯解而在未有登記的情況下經營食物進口或分銷業務，即屬犯罪，可處第5級罰款(現為50,000港元)及監禁六個月。

備存食物進出紀錄的規定

食物安全條例第24條規定，任何人如在業務運作中以批發方式在香港供應食物，須在該項供應作出後的72小時內就該項供應記錄以下資料：(a)供應有關食物的日期；(b)獲供應有關食物的人的姓名或名稱及聯絡詳情；(c)有關食物的總數量；及(d)有關食物的描述。任何人無合理辯解而未能遵守備存紀錄的規定即屬犯罪，可處第3級罰款(現為10,000港元)及監禁三個月。

消費品安全條例

香港法例第456章消費品安全條例規定某些消費品的製造商、進口商及供應商須負責確保他們所供應的消費品是安全的，並就附帶之目的，訂定條文。本集團出售的產品受消費品安全條例及香港法例第456A章消費品安全規例監管。

消費品安全條例第4(1)條規定，消費品須合乎合理的安全程度，當中須考慮到所有情況，包括：(a)介紹、推廣或推銷該產品所採用的形式，及作介紹、推廣或推銷該產品的用途；(b)就該產品所採用的任何標記，及就該消費品的存放或使用所給予的指示及警告；(c)由標準檢定機構或其他類似機構所公佈的合理安全標準；及(d)是否有合理的方法使到該產品更為安全。供應、製造或進口任何消費品至香港的任何人如無正當辯解而不遵守消費品安全條例第22條所訂明的一般安全規定或特定消費品的認可標準，即屬犯罪，一經首次定罪，可處第6級罰款(現為100,000港元)及監禁一年，其後再被定罪，可處罰款500,000港元及監禁兩年。

消費品安全規例第2(1)條規定，凡消費品或其包裝標記有關於其安全存放、使用、耗用或處置的警告或警誡，或如任何加於消費品或其包裝上的標籤或任何附於其包裝內的文件載有關於消費品的安全存放、使用、耗用或處置的警告或警誡，則該等警告或警誡須以中文及英文表達。按消費品安全規例第2(2)條所規定，該等警告或警誡必須清楚可讀，並須放置於以下各項的顯眼處：(a)該等消費品；(b)該等消費品的任何包裝；(c)穩固地加於包裝上的標籤；或(d)任何附於包裝內的文件。任何人供應不符合警告或警誡規定的消費品，即屬犯罪，一經首次定罪，可處第6級罰款(現為100,000港元)及監禁一年，其後再被定罪，可處罰款500,000港元及監禁兩年。

職業安全及健康條例

香港法例第509章職業安全及健康條例訂明僱員的工作場所安全及健康的保障。其適用範圍包括工業工作場所及非工業工作場所。

根據職業安全及健康條例，每名僱主均須在合理地切實可行範圍內，按以下方式確保所有在工作中的僱員的安全及健康：(a)提供及維持安全和不會危害健康的作業裝置及工作系統；(b)作出有關的安排，以確保在使用、處理、貯存或運載作業裝置或物質方面是安全和不會危害健康的；(c)提供所需的資料、指導、訓練及監督，以確保在工作中的僱員的安全及健康；(d)對於任何在僱主控制範圍的工作地點：(i)維持該工作地點處於屬安全和不會危害健康的情況；及(ii)提供或維持在安全和不會危害健康的情況下進出工作地點的途徑；及(e)為僱員提供及維持屬安全和不會危害健康的工作環境。僱主沒有遵守上述條文即屬犯罪，一經定罪，可處罰款200,000港元。此外，僱主如蓄意地沒有遵守此等條文或明知而沒有遵守此等條文或罔顧後果地沒有遵守此等條文，即屬犯罪，一經定罪，可處罰款200,000港元及監禁六個月。

勞工處處長可向僱主或工作場所佔用人就違反職業安全及健康條例或香港法例第59章工廠及工業經營條例送達敦促改善通知書，或因工作場所內之活動或工作場所的狀況或使用而有造成死亡或嚴重身體傷害的迫切危險而送達暫時停工通知書。僱主或佔用人如無合理辯解而沒有遵守該等通知書即屬犯罪，一經定罪，分別可處罰款200,000港元及500,000港元，並監禁最多12個月。

佔用人法律責任條例

香港法例第314章佔用人法律責任條例就由於任何土地上或其他物業上的物業狀況所產生的危險或由於在該處作出或遺漏作出的事所產生的危險，以致對合法在該土地上或該其他物業上的人或物品造成傷害或損害，而使佔用人及其他人對該等傷害或損害負上的法律責任，以及為與該等事項相關的目的訂定條文。在不改變關於何人被如此施加責任或須向何人負上責任的普通法規則的情況下，佔用人法律責任條例對由於某人佔用或控制處所和由於他邀請或准許(或被視為邀請或准許)他人進入或使用該處所而由法律所施加的責任的性質加以規管。

貿易

貨品售賣條例

香港法例第26章貨品售賣條例將與貨品售賣有關的法律編纂為成文法則。一般而言，賣方在業務運作中售貨，有一項隱含的條件，即根據售賣合約供應的貨品具可商售品質，及在合理程度上適合有關購買該貨品的特定用途。

貨品售賣條例第15條規定，憑貨品說明售貨的合約，均有貨品必須與貨品說明相符的隱含條件。貨品售賣條例第17條規定，如售賣合約是憑樣本售貨的合約，則有以下各項隱含條件：(a)整批貨品須在品質上與樣本相符；(b)買方須有合理機會，將整批貨品與樣本作比較；及(c)貨品並無任何令其不可商售且不會在對樣本進行合理檢驗時顯現的缺點。如既憑樣本及憑貨品說明售貨，則即使整批貨品與樣本相符，貨品仍需與貨品說明相符。

商品說明條例

香港法例第362章商品說明條例禁止在營商過程中提供貨品的虛假商品說明、虛假、具誤導性或不完整的資料及虛假陳述等。我們在香港銷售的所有產品均須符合商品說明條例的相關規定。

商品說明條例第2條規定(其中包括)，就貨品而言，「商品說明」指以任何方式就任何貨品或貨品任何部分在若干事項上(其中包括數量、製造方法、成分、對用途的適用性、是否有該等貨品可供應、符合任何人指明或承認的標準、價格、該等貨品與向某人供應的貨品屬同一種類、製造、生產、加工或修復的價格、地點或日期、製造、生產、加工或修復的人等)作出的直接或間接的顯示；就服務而言，「商品說明」指以任何方式在若干事項上(其中包括性質、範圍、數量、對用途的適用性、方法及程序、是否有該服務可提供、提供該服務的人、售後支援服務、價格等)作出的直接或間接的顯示。

商品說明條例第7條規定，任何人士不得在營商過程或業務運作中將虛假商品說明應用於任何貨品或出售或要約出售任何已應用虛假商品說明的貨品。商品說明條例第7A條規定，任何商戶如將虛假商品說明應用於向消費者提供或要約向消費者提供的服務，或向消費者提供或要約向消費者提供已應用虛假商品說明的服務，即屬犯法。第13E、13F、13G、13H及13I條規定，任何商戶如就任何消費者作出(a)屬誤導性遺漏；或(b)具威嚇性；(c)構成餌誘式廣告宣傳；(d)構成先誘後轉銷售行為；或(e)構成不當地就產品接受付款的營業行為，即屬犯罪。

根據商品說明條例第18條，任何人士觸犯第7、7A、13E、13F、13G、13H或13I條所訂罪行，一經循公訴程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁五年，而一經循簡易程序定罪，則可處罰款100,000港元及監禁兩年。

不良廣告(醫藥)條例

不良廣告(醫藥)條例旨在限制某些與醫藥及健康事宜有關的廣告。不良廣告(醫藥)條例適用於如本集團般保健及美容補充品與產品公司，通過禁止或限制發佈可能誘導公眾對若干健康狀況尋求不當管理的藥物、手術器械或治療的廣告來保護公眾健康。

根據不良廣告(醫藥)條例第3條，除非由有關當局進行或獲有關當局適當授權，否則不得發佈或安排發佈任何相當可能導致他人為以下目的而使用任何藥物、外科用具或療法的廣告：(a)治療患上或預防染上不良廣告(醫藥)條例附表1第1欄內所指明的疾病或病理情況，但如作該附表第2欄內所指明的用途，則屬例外；及(b)就不良廣告(醫

藥)條例附表2內列明的任何目的治療人類。不良廣告(醫藥)條例第2條定義「藥物」為屬於包括任何種類的藥劑或其他治療性或預防性物質，不論是專賣藥物、專利藥物、中藥材、中成藥或看來是天然藥品的物質。不良廣告(醫藥)條例第2條進一步規定，出售藥物而該等藥物是載於附有標籤的容器或包裹內的，即構成廣告的發佈。不良廣告(醫藥)條例第3B條規定，任何人不得為口服產品發佈或安排為口服產品發佈為該產品作出不良廣告(醫藥)條例附表4第1欄所指明的聲稱或任何類似的聲稱的廣告，但根據該附表4第2欄的條文屬被容許者，則屬例外。

不良廣告(醫藥)條例附表1列明的若干疾病及病理情況包括寄生疾病、心臟或心血管系統疾病、胃腸病、神經系統疾病、血液或淋巴系統疾病、肌與骨骼系統疾病、皮膚、頭髮或頭皮疾病以及病毒、細菌、真菌或其他傳染性疾病。不良廣告(醫藥)條例附表2載有為以下目的的人類療法：(a)通經、舒緩經閉、遲經或任何其他婦產科疾病；(b)增強性能力、性慾或生殖能力，或恢復失去的青春；及(c)矯正畸形或外科整容手術。

任何人士違反不良廣告(醫藥)條例第3、3B或4條，即屬犯罪，一經首次定罪，可處罰款50,000港元及監禁六個月，而在第二次或其後再被定罪，則可處罰款100,000港元及監禁一年。

競爭條例

香港法例第619章競爭條例(a)禁止妨礙、限制或扭曲在香港的競爭的行為；(b)禁止大幅減弱在香港的競爭的合併；(c)設立競爭事務委員會及競爭事務審裁處；及(d)就附帶和相關的事宜訂定條文。

競爭條例包括(其中包括)以下各項：

(a) 第一行為守則：該守則旨在禁止各方之間反競爭的協議、經協調做法及決定。根據第一行為守則，如某協議、經協調做法或業務實體組織的決定的目的或效果，是妨礙、限制或扭曲在香港的競爭，則任何業務實體：(i)不得訂立或執行該協議；(ii)不得從事該經協調做法；或(iii)不得作為該組織的成員，作出或執行該決定；

(b) 第二行為守則：該守則旨在禁止具有相當程度市場權勢的一方進行反競爭的行為。第二行為守則禁止在市場中具有相當程度的市場權勢的業務實體藉從事目的或效果是妨礙、限制或扭曲在香港的競爭的行為，而濫用該權勢。對競爭對手的攻擊性表現或以損害消費者的方式，限制生產、市場或技術發展等行為可構成上述濫用。在斷定某業務實體是否具有相當程度的市場權勢時，業務實體的市場佔有率、其作出包括定價在內的決定的能力及競爭者的准入門檻等事項均屬相關事項。

對於違反競爭守則者，競爭事務審裁處可施加多種處罰，包括罰款、禁止令、取消資格令、訟費命令、判給損害賠償及其他命令。倘被施加罰款，則就構成單一項違反的行為而言，所施加罰款的最高金額為有關的業務實體在該項違反發生的每一年度的營業額的10%(該項違反發生的年度最多為三年)。

進出口條例

香港法例第60章進出口條例就在香港輸入和輸出物品的規管及控制，對已經輸入香港或可能輸出香港的物品在香港境內的處理及運載，以及對任何附帶引起或與前述

事項相關的事宜訂定條文。鑑於我們與供應商從事產品的跨境貿易，我們必須遵守進出口條例及進出口(登記)規例(香港法例第60E章)項下的相關法定規定，包括提交進口／出口報關單。

進出口條例第6C及6D條規定，除非獲得根據進出口條例第3條發出的相關許可證，否則不得輸入及輸出若干物品。根據進出口條例第6C條，任何人除非根據並按照工業貿易署署長根據進出口條例第3條發出的進口許可證的規定，否則不得輸入香港法例第60A章進出口(一般)規例附表1所指明的任何物品。進出口條例第6D條規定，任何人除非根據並按照工業貿易署署長根據進出口條例第3條發出的出口許可證的規定，否則不得將進出口(一般)規例附表2第2欄所指明的任何物品，向附表內與第2欄相對的第3欄所指明的地方輸出。任何人違反進出口條例第6C或6D條的規定即屬犯罪，一經循簡易程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁兩年；或一經循公訴程序定罪，可處罰款2,000,000港元及監禁七年。

進出口(登記)規例

香港法例第60E章進出口(登記)規例(「**進出口規例**」)第4及5條訂明須提交進出口報關單的情況，惟進出口規例第3條訂明的豁免除外。

根據進出口規例第4條，輸入任何並非豁免物品的物品的人(包括公司)須按照海關關長指明的規定，使用指明團體提供的服務，就該物品向海關關長呈交準確而完整的進口報關單。須予呈交的每份報關，須不遲於該報關單所關乎的物品進口當日後14日內呈交。

進出口規例第5條規定，輸出或轉口並非豁免物品的物品的人須按照海關關長指明的規定，使用指明團體提供的服務，就該物品向海關關長呈交準確而完整的出口報關單。須予呈交的每份報關單，須不遲於該報關單所關乎的物品出口當日後14日內呈交。

任何人如須呈交報關單，卻無合理辯解而未有在或忽略在有關物品進出口(視情況而定)後14日內根據進出口規例第4及5條所規定辦理，即屬犯罪，(a)一經循簡易程序定罪，可處罰款1,000港元；及(b)由定罪日期起，如該人仍然未有或仍然忽略以該方式呈交報關單，則在該罪行持續期間，每日罰款100港元。此外，任何人明知或罔顧後果而向海關關長呈交任何在要項上並不準確的報關單，即屬犯罪，一經循簡易程序定罪，可處罰款10,000港元。

知識產權

版權條例

香港法例第528章版權條例就版權及版權作品的相關存續權利訂定條文。凡是以間接侵犯版權方式侵犯某作品的版權，該人士可能會招致民事責任。

版權條例第30條規定，倘任何人士未獲版權擁有人特許而為任何貿易或業務的目的或在任何貿易或業務的過程中輸入、輸出、管有侵犯版權複製品、進行侵犯版權複製品交易或提供製造侵犯版權複製品的途徑，而他知道或有理由相信該複製品是作品的侵犯版權複製品，即屬侵犯作品的版權。此外，版權條例第31條規定，任何人未獲作品的版權擁有人的特許，就作品的複製品作出以下作為：(a)為任何貿易或業務的目

的或在任何貿易或業務的過程中，管有該複製品；(b)將該複製品出售、出租、要約出售或要約出租，或為出售或出租而展示該複製品；(c)為任何貿易或業務的目的或在任何貿易或業務的過程中，公開陳列或分發該複製品；或(d)並非為任何貿易或業務的目的，亦並非在任何貿易或業務的過程中，分發該複製品並達到損害版權擁有人的程度，而他知道或有理由相信該複製品是作品的侵犯版權複製品，即屬侵犯作品的版權。

然而，只有在該人作出有關行為時，已知道或有理由相信他正在處理侵犯版權的複製品，他才須承擔法律責任。倘不能證明該人有此認知或有犯罪意圖，該人將毋須就間接侵犯版權而承擔法律責任。版權擁有人可就該版權遭侵犯而進行訴訟，而侵犯版權的人士可能須就各種補救方式(包括損害賠償、禁制令、利益、交付或處置侵犯版權複製品)面對民事責任。

此外，版權條例第118條列出了侵犯版權的刑事罪行。根據版權條例第118(1)條，任何人(其中包括)未獲版權作品的版權擁有人的特許：(a)製作該作品的侵犯版權複製品以作出售或出租之用；(b)將該作品的侵犯版權複製品輸入或輸出香港但並非供他私人和家居使用；(c)為任何貿易或業務的目的或在任何貿易或業務的過程中，出售、出租，或要約出售或要約出租或為出售或出租而展示該作品的侵犯版權複製品；(d)為任何包含經銷版權作品的侵犯版權複製品的貿易或業務的目的或在任何該等貿易或業務的過程中，公開陳列或分發該作品的侵犯版權複製品；(e)管有該作品的侵犯版權複製品，以期可為任何貿易或業務的目的或在任何貿易或業務的過程中，出售或出租或陳列該作品的侵犯版權複製品；或(f)分發該作品的侵犯版權複製品，達到損害版權擁有人權利的程度，即屬犯罪。任何人犯版權條例第118(1)條所訂罪行，一經循公訴程序定罪，可處第5級罰款(現為50,000港元)及監禁四年。

版權條例第118(4)條亦規定，如任何人製作任何物品、將任何物品輸入香港、將任何物品輸出香港、管有任何物品、出售或出租任何物品，而該物品是經特定設計或改裝以供製作某版權作品的複製品，並且是用作或擬用作製作侵犯版權複製品以供出售或出租，或以供為任何貿易或業務的目的或在任何貿易或業務的過程中使用，該人屬犯罪。根據版權條例第118(8)條，任何人如管有任何物品，而他知道或有理由相信該物品是用作或擬用作製作侵犯版權複製品以供出售或出租，或以供為任何貿易或業務的目的或在任何貿易或業務的過程中使用，該人亦屬犯罪。任何人犯第118(4)或118(8)條所訂罪行，一經循公訴程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁八年。

對於構成侵犯版權複製品的內容，版權條例第35(2)條訂明，如某作品的複製品的製作構成侵犯有關作品的版權，則該複製品即屬侵犯版權複製品。此外，第35(3)條規定，除版權條例第35A或35B條另有規定外，在下列情況下，某作品的複製品(附屬作品的複製品除外)亦屬侵犯版權複製品：(a)已輸入或擬輸入香港；及(b)假使是在香港製作即會構成侵犯有關作品的版權，或違反關乎該作品的專用特許協議。

就涉及刑事條文的版權條例第118至133條而言，版權條例第35(4)條訂明，「侵犯版權複製品」並不包括符合以下說明的某作品的複製品：(a)是在製作它的所在國家、地區或地方合法地製作的；(b)已於自該作品在香港或其他地方發表的首天起計15個月屆滿之後的任何時間輸入香港或擬於該15個月屆滿之後的任何時間輸入香港；及(c)假使是在香港製作即會構成侵犯有關作品的版權，或違反關乎該作品的專用特許協議。第35(5)條亦訂明，就關乎輸入侵犯版權物品的法律程序(即版權條例第VII分部而言)，「侵犯版權複製品」並不包括符合以下說明的某作品的複製品或某附屬作品的複製品：(a)是在製作它的所在國家、地區或地方合法地製作的；(b)已輸入或擬輸入香港；及

(c)假使是在香港製作即會構成侵犯有關作品的版權，或違反關乎該作品的專用特許協議。

第35(8)條訂明，就第35(3)、35(4)及35(5)條而言，附屬作品指以下作品：(a)附貼於某物品上或在某物品上展示的標籤所包含或構成的作品；(b)包裝或盛載某物品的包裝物或盛器所包含或構成的作品；(c)附貼於包裝或盛載某物品的包裝物或盛器上或在該等包裝物或盛器上展示的標籤所包含或構成的作品；(d)某物品所附帶並在售賣時與該物品一併提供的書面指示、保證書或其他資料所包含或構成的作品；或(e)某物品所附帶並在售賣時與該物品一併提供的具指示性質的聲音紀錄或影片所包含或構成的作品，而該物品(包括標籤、包裝物、盛器、指示、保證書、其他資料、聲音紀錄或影片，視屬何情況而定)的經濟價值並非主要歸因於該作品的經濟價值。

商標條例

香港法例第559章商標條例就商標註冊、使用註冊商標及相關事宜訂定條文。香港為商標提供地域性的保障。因此，於其他國家或地區註冊的商標並不會自動有權享有於香港的保障。為享有香港法例對商標的保障，商標必須根據商標條例及香港法例第559A章商標規則向知識產權署商標註冊處註冊。

根據商標條例第18條，任何人如作出以下行為，即屬侵犯註冊商標：(a)凡某商標已就某些貨品或服務而註冊，如該人在營商過程或業務運作中，就與該等貨品或服務相同或類似的其他貨品或服務而使用與該商標相同或類似的標誌；及(b)就該等其他貨品或服務而使用該標誌相當可能會令公眾產生混淆。除商標條例第19至21條的例外情況外，第三方在並無擁有人同意下使用任何商標，即屬侵犯商標。

註冊商標的擁有人可就該商標遭侵犯而進行訴訟，就侵犯性貨品、侵犯性物料或侵犯性物品向法院申請命令，例如交付、沒收、銷毀、處置命令或法院決定的其他命令。

商標條例第20條規定，儘管有商標條例第18條，如就某些已在世界上任何地方推出市場的貨品而使用某註冊商標，而該等貨品是由擁有人或經其同意(不論是明示或隱含的同意，亦不論是附有條件或不附條件的同意)而在該商標下推出市場的，則該項使用並不侵犯該註冊商標，除非貨品在推出市場後其狀況已有所改變或已受損，且就該等貨品而使用有關註冊商標會對該註冊商標的顯著特性或聲譽造成損害。

並無根據商標條例及商標規則註冊的商標仍可受普通法假冒訴訟的保障，惟須證明擁有人就未註冊商標享有聲譽及第三方使用商標將對擁有人造成損害。

關於假冒的法律

普通法承認假冒訴訟。假冒涉及商人為保護商業商譽而提起法律訴訟的權利，這不僅限於模仿商標或註冊商標。在假冒訴訟中，原告的客戶不一定受欺騙。假冒訴訟延伸至被告向零售交易商出售欺詐性貨品的情況，其明示目的為將貨品作為原告的貨品轉售予最終購買者。

當一名商人非法地向其他人作出虛假陳述(誤導)自己的貨品或服務，就是其他商人的貨品或服務，這便會構成假冒。商人的虛假陳述，一般是以下述方式作出(其中包括)：(a)模仿其他商人的商標或品牌；(b)模仿其他商人的貿易商號或個人名字；(c)模仿其他商人的貨品包裝、標籤或式樣；或(d)模仿其他商人創造的虛構故事角色。其他亦可引致假冒的法律訴訟的常見失實陳述形式包括：一名商人就一項涉及其他商人貨品的訂單，提供自己的貨品、一名商人假扮是另一名商人的代理人或經銷人、一名商

人虛假地表示，其貨品或服務已獲第三者(通常是出名的商人)批註；或一名商人虛假地表示另一名商人的貨品或服務，就是其本人的貨品或服務(通常稱為「**逆向假冒**」)。

要成功控告另一方假冒，原告必須確立聲譽、虛假陳述及損失。就聲譽而言，原告必須確立就自己的貨品或服務享有商譽或名譽(例如有關的貨品／服務已為公眾所認識)。就虛假陳述而言，原告必須確立被告已作出虛假陳述，引致或很可能引致公眾相信被告的貨品或服務，就是原告的貨品或服務。就損失而言，原告必須確立其已因此蒙受或很可能因此蒙受損失(通常是生意損失)。

假冒訴訟是民事訴訟。受害者可獲得的救濟(以各種法院命令的形式)包括損害賠償、禁制令、交出侵權貨品以及交出侵權者從侵權貨品中獲得的利潤。

進口並在本地市場銷售帶有品牌商標誌的貨品，且品牌商允許貨品在外國銷售，一般不構成假冒，因為當中並不涉及貨品原產地的虛假陳述。

儘管如此，對於進口商來說，進口及出售品牌商的一種品質貨品(並非由品牌商在香港營銷)，以作為品牌商在本地市場銷售的另一種品質貨品，可能相當於假冒。此外，當進口商將外國品質貨品的標籤改為品牌商就其在本地市場上銷售的品質貨品所使用的標籤時，可能會發生可被起訴的假冒。

其他相關法律及規例

個人資料(私隱)條例

香港法例第486章個人資料(私隱)條例在個人資料方面保障個人的私隱。資料使用者不得作出違反任何保障資料原則的作為或從事違反任何該等原則的行為，但如該作為或行為(視屬何情況而定)是根據個人資料(私隱)條例規定須作出或進行或准許作出或進行的，則屬例外。

個人資料(私隱)條例亦訂明，資料使用者在法律上有責任遵守該條例附表1所載的六項保障資料原則的規定：(a)第1原則－收集個人資料的目的及方式；(b)第2原則－個人資料的準確性及保留期間；(c)第3原則－個人資料的使用；(d)第4原則－個人資料的保安；(e)第5原則－資訊須在一般情況下可提供；及(f)第6原則－查閱個人資料。

在開展業務時，我們會收集零售客戶的個人資料，例如姓名、地址(用於送貨)、電郵地址、電話號碼、性別、出生月份、年齡等，以用於會員註冊。該等數據有助於識別特定客戶，並以此目的而收集。因此，我們應遵守個人資料(私隱)條例附表1所載保障資料原則1。

不遵守保障資料原則可能致使向個人資料私隱專員提出投訴。個人資料(私隱)條例第50條規定，如私隱專員在完成一項調查後，認為有關資料使用者正在或已經違反個人資料(私隱)條例之下的規定，專員可向該資料使用者送達書面通知，指示該資料使用者糾正該項違反，以及(如適當的話)防止該項違反再發生。

資料使用者違反執行通知，即屬犯罪：(a)一經首次定罪：(i)可處第5級罰款(現為50,000港元)及監禁兩年；及(ii)如罪行在定罪後持續，可處每日罰款1,000港元；及(b)一經再次定罪：(i)可處第6級罰款(現為100,000港元)及監禁兩年；及(ii)如罪行在定罪後持續，可處每日罰款2,000港元。

商業登記條例

香港法例第310章商業登記條例規定，凡於香港進行業務的實體，均須申請商業登記。我們於整個往績記錄期及截至最後實際可行日期均持有有效商業登記證。

僱傭條例

香港法例第57章僱傭條例就僱員工資的保障訂定條文，並對一般僱傭情況作出規管。根據僱傭條例第VIII部，違反僱傭條例條文的刑罰可為第3級罰款(現為10,000港元)至罰款350,000港元及監禁三年，須視乎干犯的特定條文而定。就未支付工資而言，根據僱傭條例第65條，僱主如犯了僱傭條例所訂罪行而被定罪，除支付所施加的任何罰款外，亦可能被頒令支付尚未清付的任何工資或其他款項。

僱員補償條例

香港法例第282章僱員補償條例就支付補償予受僱工作期間受傷的僱員訂定條文。此條例列明僱主及僱員就在受僱工作期間因工遭遇意外或所訂明職業病而致受傷或死亡的權利及責任。

根據僱員補償條例，倘僱員在受僱工作期間因工遭遇意外而致受傷或死亡，儘管該僱員於意外發生時可能出錯或疏忽，其僱主一般有責任支付補償。同樣地，如職業病引致僱員喪失工作能力或死亡，而該職業病的起因是由於在緊接該項喪失工作能力或死亡發生之前的訂明期間內任何時間僱員受僱從事的工作的性質所致，則僱員或其家庭成員(視屬何情況而定)有權獲得相同補償，猶如該項喪失工作能力或死亡是僱員在受僱工作期間因工遭遇意外所致。

根據僱員補償條例第40(1)條，除非有關僱員有一份由保險人所發出的有效保險單，而該保險單的款額不小於條例附表4所指明的適用款額，否則僱主不得僱用該僱員從事任何工作。僱主違反僱員補償條例第40(1)條的規定，即屬犯罪，而：(a)一經循公訴程序定罪，可處第6級罰款(現為100,000港元)及監禁兩年；及(b)一經循簡易程序定罪，可處第6級罰款(現為100,000港元)及監禁一年。

最低工資條例

香港法例第608章最低工資條例就每名按僱傭條例根據僱傭合約受聘的僱員於工資期內按所訂明時薪計算的最低工資訂定條文，惟最低工資條例第7條所規定的例外情況除外。根據最低工資條例第15條，僱傭合約的任何條文，如看來是終絕或減少條例賦予僱員的任何權利、利益或保障的，即屬無效。

倘僱主故意及無合理辯解未能按時支付法定最低工資，可按僱傭條例第23、24及／或63C條遭受檢控，一經定罪，可處罰款350,000港元及監禁3年。

強制性公積金計劃條例

香港法例第485章強制性公積金計劃條例就(其中包括)非政府強制性公積金計劃的設立、供款、註冊及規管以為退休利益提供資金而訂定條文。

除非另有豁免，根據強制性公積金計劃條例，每名僱用有關僱員的僱主必須採取所有切實可行的步驟，以確保該僱員在60日(非臨時僱員)及10日(臨時僱員)內成為註冊計劃的成員，及每名僱用有關僱員的僱主必須採取所有切實可行的步驟，以確保該僱員在他整個受僱於該僱主的期間持續是註冊計劃的成員。僱主及僱員均須按僱員每月相關收入的5%向強制性公積金計劃作出強制性供款，惟就供款而言相關收入設有下限及上限(目前分別為每月7,100港元及每月30,000港元)。僱主無合理辯解而沒有將其僱員登記加入強制性公積金計劃即屬犯罪，一經定罪，可處罰款350,000港元及監禁三年，而僱主無合理辯解而沒有遵守供款規定，可處罰款450,000港元及監禁四年。

稅務條例

稅務條例為就香港物業、盈利及溢利徵稅的條例。稅務條例規定(其中包括)，凡任何人士(包括法團、合夥業務、受託人及團體)在香港經營任何行業、專業或業務從而在該行業、專業或業務獲得於香港產生或源自香港的溢利(售賣資本資產所得的溢利除外)均須繳納稅項。稅務條例亦載有有關(其中包括)獲准扣稅的支出及開支、虧損抵銷及折舊免稅額的條文。

概覽

本集團的歷史可追溯至2011年，於2011年4月26日正品香港由陳景嫦女士及陳子毓先生註冊成立。於註冊成立後，正品香港由陳景嫦女士(彼以信託方式代劉先生持有)及陳子毓先生分別持有85%(即8,500股普通股)及15%(即1,500股普通股)的權益。劉先生、陳景嫦女士及陳子毓先生均為獨立第三方。於2012年6月28日，陳景嫦女士將其於正品香港所持有的全部權益(即其以信託方式代劉先生持有的8,500股普通股)轉回予劉先生。此外，劉先生其後於2017年6月13日向陳子毓先生收購正品香港餘下15%權益(即1,500股普通股)。

劉先生其後決定遷離香港，並擬出售正品香港。於認識劉先生後，張運裕先生獲悉該商機。鑒於對香港保健及美容補充品與產品市場的市場潛力充滿信心，張運裕先生於2021年11月19日決定透過竣輝(一間於2021年6月8日新成立的香港公司及其後由張運裕先生全資擁有)向劉先生收購正品香港。為進一步拓展本集團業務，萬嘉寶於2022年2月18日註冊成立，專注於開發及銷售保健及美容補充品與產品。

自2013年以來，本集團已連續約12年與萬寧建立長期而穩定的業務關係，根據弗若斯特沙利文的資料，於2026年2月，其為香港最大的保健及美容產品連鎖零售商，在香港擁有306間門市及在澳門擁有20間門市。此外，自本集團於2011年成立以來，我們一直積極發展產品組合，提供多種產品，涵蓋兒童、成人及長者的需求。截至最後實際可行日期，我們持有(i)合共六個自有品牌，即(a)「正品」；(b)「炎痛消」；(c)「Organicpharm」；(d)「日藥堂」；(e)「維再生」；及(f)「Profix」；及(ii)合共六個第三方品牌，包括(其中包括)(a)「iPro+」；及(b)「Boiron」。根據弗若斯特沙利文的資料，按保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團於2024年在香港所有國際及本地保健及美容補充品與產品供應商中的市場佔有率約為1.6%。

儘管張運裕先生於2021年收購正品香港之前，彼在保健及美容補充品與產品行業並無豐富的行業經驗，但在具備相關行業知識及經驗的其他管理人員支持與協助下，彼得以有效管理並發展本集團的業務。在其他經驗豐富的管理人員的支持以及張運裕先生的商業才能的指導下，本集團於往績記錄期實現顯著增長，根據弗若斯特沙利文的資料，收益由2023財政年度約43.2百萬港元增至2025財政年度約130.2百萬港元，複合年增長率約為73.6%，按香港保健補充品及產品零售值及香港美容補充品與產品零售值計，遠高於行業增幅，於2022年至2024年的複合年增長率分別約為5.8%及6.0%。我們的目標是鞏固和提升我們作為香港領先的保健及美容補充品與產品品牌供應商的市場地位，並透過海外擴張進一步發展我們的業務。

於2025年2月18日，本公司於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司因重組而成為本集團的控股公司，其主要業務主要透過正品香港及萬嘉寶進行。

主要里程碑

下表概述本集團的主要業務發展里程碑。

年份	里程碑事件
2011年	正品香港於香港註冊成立。

年份	里程碑事件
2013年	我們建立「Organicpharm」及「炎痛消」品牌。
2021年	竣輝於香港註冊成立。
	我們建立「日藥堂」品牌。
2022年	我們註冊「正品」品牌。
	萬嘉寶於香港註冊成立。
	我們開始向第三方品牌商(包括「Boiron」)提供銷售推廣服務。
	我們與香港本地一所大學的高錦明教授合作，對我們的產品「鹿筋骨痛丸」進行科學研究。
	我們推出自有品牌「Profix」旗下Profix益生菌系列。
2023年	我們獲香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會授予「2023年香港名牌」。
	我們與香港本地一所大學的高錦明教授合作，對我們的產品「鱷肺補」及「生長鈣」進行科學研究。
	我們獲指定為日本知名保健及美容產品製造商及批發商旗下品牌B(定義見本文件「業務」一節)在香港及澳門的獨家分銷商。
	我們建立「維再生」品牌。
2024年	我們的三款產品獲國際品質研究機構Monde Selection授予「世界品質獎項－銅獎」，即(i)「鱷肺補」；(ii)「鹿筋骨痛丸」；及(iii)「生長鈣」。
	我們獲指定為日本知名保健及美容產品製造商及批發商旗下品牌C(定義見本文件「業務」一節)在香港及澳門的獨家分銷商。
2025年	我們就於香港開設第一家零售店租賃一項物業。

年份	里程碑事件
	爵玥品牌管理於中國註冊成立。

附屬公司

下表載列於最後實際可行日期各附屬公司的若干資料。

序號	公司名稱	註冊成立日期及地點	主要業務	本公司所佔直接／間接所有權百分比
1.	正品英屬處女群島	2025年2月20日，英屬處女群島	投資控股	100%
2.	竣輝	2021年6月8日，香港	投資控股	100%
3.	正品香港	2011年4月26日，香港	開發及銷售保健及美容補充品與產品	100%
4.	萬嘉寶	2022年2月18日，香港	開發及銷售保健及美容補充品與產品	100%
5.	三新藥業	2023年3月14日，香港	保健品貿易	100%
6.	爵玥品牌管理	2025年12月24日，中國	營銷業務	100%

有關本公司及附屬公司股權變動的詳細資料，請參閱本節下文「本集團的公司發展」及「重組」。

本集團的公司發展

本公司

本公司於2025年2月18日根據開曼群島法律註冊成立為一間獲豁免有限公司，法定股本為50,000美元，分為500,000,000股每股面值0.0001美元的股份。於註冊成立日期，其全部已發行股本25,000美元(包括250,000,000股每股面值0.0001美元的股份)已悉數繳足並由Alway Success(一間當時由張運裕先生全資擁有的投資控股公司)持有。本公司為附屬公司的最終控股公司，其主要業務為投資控股。本公司已因重組而成為本集團的最終控股公司。有關進一步詳情，請參閱本節「重組」。

於2025年，本公司完成若干股權融資，據此，若干**[編纂]**前投資者投資我們的業務。有關進一步詳情，請參閱本節「**[編纂]**前投資」。

附屬公司

正品英屬處女群島

於2025年2月20日，正品英屬處女群島根據英屬處女群島法律註冊成立為有限公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.0美元的普通股。於註冊成立日期，已向本公司發行及配發100股正品英屬處女群島普通股，且入賬列為繳足。

於2025年2月27日，作為重組的一部分，作為張運裕先生將竣輝的全部已發行股本轉讓予正品英屬處女群島的代價，正品英屬處女群島向本公司發行及配發100股每股面值1.0美元的正品英屬處女群島普通股，且入賬列為繳足。於配發後，本公司持有200股正品英屬處女群島普通股，即正品英屬處女群島全部已發行股本。有關將竣輝已發行股本轉讓予正品英屬處女群島的進一步詳情，請參閱本節「重組－正品英屬處女群島收購竣輝」。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品英屬處女群島主要從事投資控股業務。

竣輝

於2021年6月8日，竣輝在香港註冊成立為有限公司。於註冊成立日期，已以代價1.0港元向獨立第三方Newform Limited發行及配發一股普通股。於2021年8月30日，張運裕先生以代價1.0港元向Newform Limited收購一股竣輝普通股。

作為**[編纂]**前投資的一部分，於2022年1月17日及2022年8月16日，燕茹女士(「**燕女士**」)及周女士分別向張運裕先生收購竣輝4%及1.8%實益權益，而張運裕先生不可撤銷地同意分別代表燕女士及周女士及為彼等的利益持有收購權益。緊隨上述收購事項之後，張運裕先生仍為一股竣輝普通股的唯一合法擁有人，且彼分別代表燕女士及周女士及為彼等的利益以信託形式持有竣輝4%及1.8%實益權益。由於燕女士及周女士為被動投資者且僅持有竣輝的實益權益，因此彼等並無參與竣輝的營運且無權出席任何董事或股東會議。有關收購事項的進一步資料，請參閱本節「**[編纂]**前投資－燕女士及周女士收購股份」。

於2025年2月27日，作為重組的一部分，張運裕先生及正品英屬處女群島訂立換股協議，據此，張運裕先生將一股竣輝普通股(即竣輝的全部已發行股本)轉讓予正品英屬處女群島，代價為正品英屬處女群島向本公司發行及配發100股每股面值1.0美元入賬列作繳足的正品英屬處女群島普通股。於完成上述換股後，竣輝成為正品英屬處女群島的全資附屬公司，而正品英屬處女群島為本公司的全資附屬公司。有關進一步資料，請參閱本節「重組－正品英屬處女群島收購竣輝」。

此外，作為重組的一部分，燕女士及周女士亦指示張運裕先生於2025年2月27日將彼等各自於竣輝的4%及1.8%實益權益轉讓予正品英屬處女群島，以換取彼等於本公司的相等權益。彼等於本公司的權益由Alway Success代表彼等及為彼等的利益以信託形式持有。有關進一步資料，請參閱本節「重組－正品英屬處女群島收購竣輝」。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，竣輝主要從事投資控股業務。

正品香港

於2011年4月26日，正品香港於香港註冊成立為有限責任公司。於註冊成立日期，分別向陳景嫦女士及陳子毓先生發行及配發每股面值1.0港元的8,500股普通股及1,500股普通股。

同日，根據信託聲明，陳景嫦女士聲明彼以信託形式代劉先生持有正品香港的8,500股普通股。於2012年6月28日，陳景嫦女士以零代價將正品香港的8,500股普通股轉讓予劉先生。於2017年6月13日，陳子毓先生以代價4,800,000港元將正品香港的1,500股普通股轉讓予劉先生。於轉讓完成後，正品香港由劉先生全資擁有。

於2021年11月19日，張運裕先生透過竣輝向劉先生以代價24,800,000港元收購10,000股正品香港的普通股(即正品香港的全部已發行股本)。有關代價乃基於正品香港當時的資產淨值及當時的財務表現及前景按公平基準釐定。代價的支付部分來自張運裕先生自身的內部資源，部分則來自其取得的借款。於收購事項完成後，正品香港成為竣輝的全資附屬公司。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港主要從事開發及銷售保健及美容補充品與產品業務。

萬嘉寶

於2022年2月18日，萬嘉寶於香港註冊成立為有限責任公司。於註冊成立日期，獨立第三方Newform Limited以代價1.0港元獲發行及配發一股普通股。於2022年3月15日，Newform Limited以代價1.0港元將一股萬嘉寶普通股轉讓予張運裕先生。於2022年8月16日，萬嘉寶發行及配發(i)六股普通股予張運裕先生，代價為6.0港元；及(ii)三股普通股予客戶C(由四名均為獨立第三方的個人股東持有)，代價為3.0港元。上述所有代價均參考萬嘉寶當時的股本釐定。於同日，客戶C不可撤銷地同意代表竣輝及為其利益持有三股萬嘉寶普通股。於2024財政年度，客戶C為我們五大客戶之一，其主要從事營銷及公關服務，例如網紅營銷、社交媒體管理、公關及活動管理及視頻製作。有關客戶C的進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的客戶－五大客戶」。鑒於客戶C為香港保健品行業的知名營銷公司，擁有行業資源及網絡，竣輝邀請客戶C成為萬嘉寶的代名股東，以提高萬嘉寶在行業中的市場佔有率及知名度。預期我們可利用客戶C的KOL網絡及營銷能力及資源，提升品牌知名度，而客戶C亦能透過向本集團推薦客戶，協助拓展客戶基礎，以提供銷售推廣服務。然而，客戶C未能如預期般成功引薦新客戶，且其營銷策略未能有效提升品牌知名度。

於2023年9月30日，張運裕先生以代價7.0港元將七股萬嘉寶普通股轉讓予竣輝。於同日，由於竣輝與客戶C的上述商業合作並未落實，客戶C以代價3.0港元將三股萬嘉寶普通股轉讓予竣輝。上述所有代價均參考萬嘉寶當時的股本釐定。於轉讓完成後，萬嘉寶成為竣輝的全資附屬公司。

除本文件「業務」一節所載(i)上述股權安排及(ii)業務安排(作為本集團客戶)外，客戶C與本集團或本集團任何控股股東、主要股東、董事、高級管理層，或其各自聯繫人之間，並無其他任何附帶安排或協議。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，萬嘉寶主要從事開發及銷售保健及美容補充品與產品。

三新藥業

於2023年3月14日，三新藥業於香港註冊成立為有限公司。於註冊成立日期，獨立第三方吳育偉先生以代價100.0港元獲發行及配發100股普通股。於2023年4月3日，吳育偉先生以總代價100.0港元將100股三新藥業普通股轉讓予竣輝，有關代價乃參考三新藥業當時的股本釐定。於轉讓完成後，三新藥業成為竣輝的全資附屬公司。

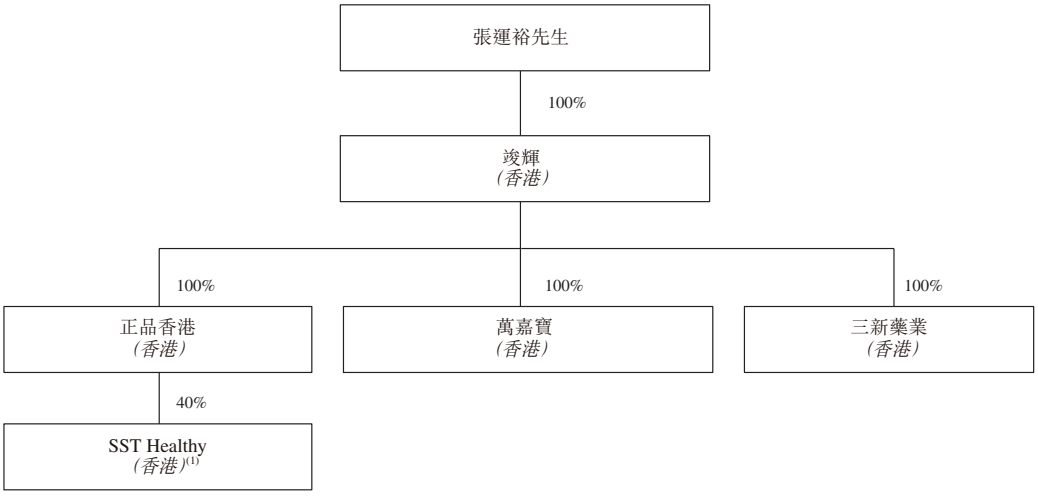
於往績記錄期及直至最後實際可行日期，三新藥業主要從事保健品貿易業務。

爵玥品牌管理

2025年12月24日，爵玥品牌管理為於中國成立的外商獨資有限公司，註冊資本為人民幣10,000元。爵玥品牌管理由三新藥業全資擁有，並擬為本集團開展營銷活動。於最後實際可行日期，爵玥品牌管理尚未開展任何業務營運。

重組

為籌備**[編纂]**，我們進行以下重組步驟。下圖載列緊接重組及**[編纂]**前投資前的簡化股權架構。



附註：

(1) SST Healthy由正品香港擁有40%及由獨立第三方Gold Lane International Holdings Limited擁有60%，該公司為修身堂控股有限公司的直接全資附屬公司。SST Healthy主要從事買賣一款NMN產品，即iPro+NMN 18800。董事張運裕先生乃透過其妻子的一名朋友結識修身堂控股有限公司行政總裁關菲英博士，與關菲英博士結識成為私人朋友逾五年。SST Healthy於2022年10月成立，為本集團與Gold Lane International Holdings Limited就iPro+NMN 18800商業化而進行的商業合作。

Alway Success註冊成立

於2025年2月10日，Alway Success根據英屬處女群島法律註冊成立為有限責任公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.0美元的普通股。於註冊成立日期，張運裕先生獲發行及配發100股Alway Success普通股，且入賬列作繳足。於配發後，Alway Success由張運裕先生全資擁有。

本公司註冊成立

本公司於2025年2月18日註冊成立，並於註冊成立日期成為Alway Success的全資附屬公司。有關進一步詳情，請參閱本節「本集團的公司發展－本公司」。

正品英屬處女群島註冊成立

正品英屬處女群島於2025年2月20日註冊成立，並於註冊成立日期成為本公司的全資附屬公司。有關進一步詳情，請參閱本節「本集團的公司發展－附屬公司－正品英屬處女群島」。

正品英屬處女群島收購竣輝

於2025年2月27日，張運裕先生及正品英屬處女群島訂立換股協議，據此，張運裕先生同意以總代價100.0美元將一股竣輝普通股(即竣輝的全部已發行股本)轉讓予正品英屬處女群島。該代價由正品英屬處女群島透過向本公司配發及發行100股每股面值1.0美元入賬列為繳足的正品英屬處女群島普通股全數支付。於完成上述換股後，竣輝成為正品英屬處女群島的全資附屬公司，而正品英屬處女群島為本公司的全資附屬公司。

此外，由於燕女士及周女士擁有由張運裕先生代表彼等及為彼等的利益以信託形式持有的竣輝4%及1.8%實益權益，故於2025年2月27日彼等指示張運裕先生將彼等各自於竣輝的4%及1.8%實益權益轉讓予正品英屬處女群島，以分別換取本公司的4%及1.8%實益權益。其後，Alway Success不可撤銷且無條件地宣佈並確認其代表燕女士及周女士及為彼等的利益分別持有4%及1.8%的本公司股份。於上述換股完成後，Alway Success仍為250,000,000股股份的唯一合法擁有人，而燕女士及周女士則透過Alway Success分別擁有10,000,000股股份及4,500,000股股份的實益權益。由於燕女士及周女士為被動投資者且僅持有本公司的實益權益，因此彼等並無參與本集團的營運且無權出席任何董事或股東會議。

應燕女士及周女士的指示，Alway Success分別以零代價將10,000,000股股份及4,500,000股股份轉讓予燕女士及周女士。於上述轉讓在2025年4月29日及2025年5月16日完成後，燕女士及周女士分別直接持有本公司10,000,000股股份及4,500,000股股份，且彼等不再透過Alway Success持有本公司的任何實益權益。

據董事確認，於最後實際可行日期，上述各項轉讓均已妥當而合法地完成及不可撤銷地結算。香港法律顧問認為，根據香港法律重組在所有重大方面屬有效及生效。

主要收購、出售及合併

於往績記錄期及於最後實際可行日期，除重組外，我們並無進行任何重大收購、出售或合併。

[編纂]前投資

燕女士及周女士收購股份

於2022年1月17日，燕女士以代價2,000,000港元向張運裕先生收購竣輝4%的實益權益，而張運裕先生不可撤銷地同意代表燕女士並為其利益持有所收購的權益。有關代價乃主要經參考正品香港當時的財務表現及前景後按公平基準釐定。於2022年8月16日，周女士以代價1,237,500港元向張運裕先生收購竣輝1.8%的實益權益，而張運裕先生不可撤銷地同意代表周女士及為其利益持有所收購的權益。有關代價乃主要經參考正品香港當時的財務表現及前景後按公平基準釐定。

於2025年2月27日，作為重組的一部分，燕女士及周女士指示張運裕先生將彼等各自於竣輝的實益權益轉讓予正品英屬處女群島，以換取彼等各自於本公司的4%及1.8%實益權益。彼等於本公司的權益由Alway Success代表彼等及為彼等的利益以信託形式持有。有關進一步詳情，請參閱本節「重組－正品英屬處女群島收購竣輝」。

於2025年4月29日及2025年5月16日，Alway Success將其於本公司的實益權益(即由Alway Success代表燕女士及周女士及為彼等利益持有的10,000,000股股份及4,500,000股股份)分別轉讓予燕女士及周女士。緊隨上述轉讓後，燕女士及周女士分別直接持有本公司10,000,000股股份及4,500,000股股份。有關轉讓的進一步詳情，請參閱本節「重組－正品英屬處女群島收購竣輝」及有關**[編纂]**前投資的主要條款之進一步詳情，請參閱本節「**[編纂]**前投資－**[編纂]**前投資的主要條款」。

[編纂]前投資者於2025年收購股份

張杰承先生(「**張先生**」)、勞祖亮先生(「**勞先生**」)、劉瀟先生(「**劉瀟先生**」)、周修武先生(「**周先生**」)及歐陽詠詩女士(「**歐陽女士**」)於2025年分別與Alway Success訂立股份買賣協議，據此，Alway Success同意出售，而各**[編纂]**前投資者同意分別購買8,000,000股股份、7,450,000股股份、6,300,000股股份、8,750,000股股份及5,000,000股股份。有關**[編纂]**前投資的主要條款之進一步詳情，請參閱本節「**[編纂]**前投資－**[編纂]**前投資的主要條款」。

交銀認購股份

於2025年5月15日，交銀國際資產管理有限公司(以管理人身份行事及代表其客戶(即肖曉女士))(「**交銀**」)與本公司訂立認購協議，據此，本公司同意發行及配發，而交銀同意認購3,450,000股股份。有關**[編纂]**前投資的主要條款之進一步詳情，請參閱本節「**[編纂]**前投資－**[編纂]**前投資的主要條款」。

[編纂]前投資的主要條款

下表概述**[編纂]**前投資者對本公司作出的**[編纂]**前投資詳情：

[編纂]前投資者姓名／名稱	**燕女士**	**周女士**	**張先生**	**勞先生**	**劉瀟先生**	**周先生**	**歐陽女士**	**交銀**
協議日期	不適用*(附註1)*	不適用*(附註2)*	2025年3月7日	2025年3月24日	2025年4月1日	2025年3月4日	2025年3月13日	2025年5月15日
無條件及不可撤銷支付代價的日期	2022年1月17日	2022年8月16日	2025年3月7日	2025年3月24日	2025年4月7日	2025年4月8日	2025年4月22日	2025年6月4日
完成日期*(附註3)*	2025年4月29日	2025年5月16日	2025年4月11日	2025年4月11日	2025年4月29日	2025年4月29日	2025年5月16日	2025年6月4日
代價	2,000,000港元	1,237,500港元	12,800,000港元	12,218,000港元	10,962,000港元	14,000,000港元	7,820,000港元	25,400,000港元
所收購／認購股份數目	10,000,000股	4,500,000股	8,000,000股	7,450,000股	6,300,000股	8,750,000股	5,000,000股	3,450,000股
各[編纂]前投資者於[編纂]時的持股比例	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
每股成本*(附註4)*	0.20港元	0.275港元	1.60港元	1.64港元	1.74港元	1.60港元	1.564港元	7.36港元
較[編纂]折讓／溢價*(附註5)*	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]***(附註6)*
代價基準	**[編纂]**前投資的代價乃由各方經參考(其中包括)投資時機、本集團的財務表現及增長潛力、行業前景及展望、**[編纂]**前投資者對本集團的潛在貢獻、首次**[編纂]**前投資者的相關行業知識，及／或**[編纂]**前投資者是否受**[編纂]**後禁售期限制而公平磋商釐定。							
交銀[編纂]前投資[編纂]用途	交銀**[編纂]**將用於本集團企業發展及一般營運資金需求。由於其他**[編纂]**前投資者自現有股東收購現有股份，我們並無自其他**[編纂]**前投資收到任何**[編纂]**。							
	於最後實際可行日期，交銀**[編纂]**前投資籌集的全部資金已動用。							
禁售	除燕女士、周女士及交銀外，各**[編纂]**前投資者將受到自**[編纂]**起計六個月的禁售期所規限。							
[編纂]前投資的策略裨益	**[編纂]**前投資者向本集團提供知識及專業知識及表明彼等對本集團營運的信心，並對本集團的表現、優勢及前景表示肯定。							

附註：

(1) 燕女士最初於2022年向張運裕先生收購彼於竣輝的權益。作為重組的一部分，彼於竣輝的權益於2025年被交換為於本公司的權益。有關進一步資料，請參閱本節「重組－正品英屬處女群島收購竣輝」及「**[編纂]**前投資－燕女士及周女士收購股份」。

(2) 周女士最初於2022年向張運裕先生收購彼於竣輝的權益。作為重組的一部分，彼於竣輝的權益於2025年被交換為於本公司的權益。有關進一步資料，請參閱本節「重組－正品英屬處女群島收購竣輝」及「**[編纂]**前投資－燕女士及周女士收購股份」。

(3) 完成日期指**[編纂]**前投資者的姓名／名稱作為本公司股東登記於本公司股東名冊的日期。

(4) 每股成本乃按該**[編纂]**前投資者的總投資金額除以該**[編纂]**前投資者持有的股份數目計算。

(5) 較**[編纂]**折讓／溢價乃根據假設**[編纂]**為每**[編纂]**[**編纂**]港元(即指示性**[編纂]**每**[編纂]**[**編纂**]港元至**[編纂]**港元的中位數)計算。

(6) 肖曉女士透過交銀以高於其他**[編纂]**前投資者的價格認購3,480,000股股份，主要由於：(i)彼已取得本集團截至2025年3月31日止三個年度的綜合財務報表，當中顯示本集團於往績記錄期的收益有所增長，此舉有助於彼評估對本公司的投資；及(ii)彼並不受任何禁售期限制。

有關[編纂]前投資者的資料

以下載列有關**[編纂]**前投資者的描述。

[編纂]前投資者	**背景**
燕女士	燕女士為一名個人投資者，目前擔任六間私營公司的董事，主要業務包括(其中包括)旅遊、教育及紡織。於過去40年，其曾在多間公司擔任多個管理職位，包括但不限於(i) Novel Dyeing & Printing Mill Limited、永日紡織貿易有限公司及Noveltex Trading Limited的副主席、(ii)摩登斯貿易有限公司的主席兼董事總經理及(iii)港龍航空有限公司(中國)商務服務部經理。燕女士於2002年5月獲得亞洲(澳門)國際公開大學工商管理碩士學位。 燕女士經執行董事張運裕先生引薦加入本集團。彼於2020年透過其兒子(萬寧的前僱員及客戶G的高級管理層)結識張運裕先生。於2025財政年度，其為我們五大客戶之一(即客戶G)的股東之一，並於2025年3月將其於客戶G的所有股份轉讓予其配偶。有關詳情，請參閱本文件「業務－我們的客戶－五大客戶」一節。 彼於2022年1月至2025年2月期間為竣輝的實益擁有人之一，並於重組完成後成為股東。其投資於本集團是因為其對本集團的業務前景及長期發展充滿信心。
周女士	周女士為一名個人投資者，在亞洲一家大型保健及美容產品連鎖零售商擁有超過15年的工作經驗。周女士投資於本集團，原因為其對本集團的業務前景及長期發展充滿信心。 周女士經執行董事張運裕先生引薦加入本集團。彼於2020年透過其從事保健行業的丈夫結識張運裕先生。彼於2022年8月至2025年2月期間為竣輝的實益擁有人之一，並於重組完成後成為股東。於2026年2月，彼透過其全資擁有的公司(友諾國際發展有限公司)與萬嘉寶成立百樂正品環球。百樂正品環球由萬嘉寶持有30%及友諾國際發展有限公司持有70%。

張先生	張先生擁有超過七年的銀行及金融行業經驗。張先生於2023年9月加入鑫承顧問有限公司，並自2025年2月起擔任行政總裁。張先生於2022年8月至2023年6月擔任未來世界控股有限公司(一間於聯交所主板上市的公司，股份代號：572)的執行董事，該公司主要從事(其中包括)物業投資、提供管理及代理服務以及融資服務。自2021年起，彼加入永聯創建有限公司(一間從事金融投資的公司)，擔任項目經理及董事。於2016年至2021年，張先生擔任興業銀行股份有限公司高級關係經理。張先生於2015年9月以優異成績獲得多倫多大學理學學士學位。 張先生於2025年經**[編纂]**(**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**及**[編纂]**以及**[編纂]**)引薦加入本集團，並於2025年成為**[編纂]**前投資者，乃由於彼對本集團的業務前景及長期發展充滿信心。
勞先生	勞先生擔任廣東順德博舍環保傢俱股份有限公司的董事，該公司於中國成立，主要從事環保傢俱及其他產品的生產及貿易。 勞先生於2025年經**[編纂]**(**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**及**[編纂]**以及**[編纂]**)引薦加入本集團，並於2025年成為**[編纂]**前投資者，乃由於彼對本集團的業務前景及長期發展充滿信心。
劉瀟先生	劉瀟先生自2020年起擔任Shelf Drilling (Southeast Asia) Limited的投資者關係總監，該公司為一間從事油氣行業的香港私人公司。劉瀟先生於2013年5月獲得紐約大學理學學士學位，並於2017年11月獲得香港大學工商管理碩士學位。 劉瀟先生於2025年經**[編纂]**(**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**及**[編纂]**以及**[編纂]**)引薦加入本集團，並於2025年成為**[編纂]**前投資者，乃由於彼對本集團的業務前景及長期發展充滿信心。
周先生	周先生為一名個人投資者，於金融行業擁有超過20年的工作經驗。周先生現任英皇金融服務集團市場部總裁，並自2021年9月起擔任英皇金融集團(香港)有限公司(一間根據證券及期貨條例從事第3類(槓桿式外匯交易活動)的持牌法團)的代表，並於2003年4月至2021年8月擔任其負責人員。

	周先生經執行董事張運裕先生引薦加入本集團，並於2025年成為我們的**[編纂]**前投資者，乃由於彼對本集團的業務前景及長期發展充滿信心。彼透過張運裕先生的妻子與張運裕先生結識並成為私人朋友逾20年。
歐陽女士	歐陽女士為一名個人投資者，在金融投資領域擁有約七年經驗。彼經執行董事張運裕先生引薦加入本集團，並於2025年成為本集團**[編纂]**前投資者，乃由於彼對本集團的業務前景及長期發展充滿信心。彼透過張運裕先生的妻子與張運裕先生結識並成為私人朋友逾10年。
交銀	交銀為於香港註冊成立的公司，為交銀國際控股有限公司(一間聯交所主板上市公司，股份代號：3329)的全資附屬公司，從事資產管理業務。交銀(以管理人身份行事)為及代表其客戶(即肖曉女士透過其全資擁有的公司Cosmic Edge Global Limited)認購我們的股份。肖曉女士擁有財務管理方面的工作經驗。彼於2020年畢業於中國西南財經大學會計專業。 交銀(以管理人身份行事及代表肖曉女士)於2025年經**[編纂]**(**[編纂]**、**[編纂]**、**[編纂]**及**[編纂]**以及**[編纂]**)引薦加入本集團，並於2025年成為**[編纂]**前投資者，乃由於其對本集團的業務前景及長遠發展充滿信心。

經董事作出合理查詢後所深知，除本文件所披露者外，(i)各**[編纂]**前投資者及彼等各自的最終實益擁有人均為本集團的獨立第三方；及(ii)於往績記錄期及直至最後實際可行日期，各**[編纂]**前投資者過往或現時與本集團、股東、董事或高級管理層或彼等各自任何聯繫人之間並無任何關係、交易或安排。

[編纂]前投資者的特別權利

據董事確認，概無授予**[編纂]**前投資者的特別權利。

獨家保薦人的確認

經審閱**[編纂]**前投資的條款後，並基於(i)**[編纂]**前投資的代價已於我們首次向聯交所提交**[編纂]**申請之日前28個足日以上不可撤銷地結算；及(ii)**[編纂]**前投資者並無獲授特別權利，獨家保薦人確認，**[編纂]**前投資符合新上市申請人指南第4.2章的規定。

公眾持股量

上市規則第8.08條規定，申請**[編纂]**的證券須存在公開市場。這通常意味著，對於新**[編纂]**的類別證券，**[編纂]**時公眾必須持有該類證券規定的最低百分比。倘該類證券**[編纂]**時的預期市值低於6,000,000,000港元，則規定最低百分比為25%。

基於各**[編纂]**前投資者均為獨立第三方，根據上市規則第8.08條，**[編纂]**前投資者所持有的股份被視為公眾持股量的一部分。

於**[編纂]**完成後(假設**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出獎勵)，**[編纂]**後合共約**[編纂]**的已發行股份將計入公眾持股量。因此，根據上市規則第8.08(1)條，於**[編纂]**完成後，本公司全部已發行股份(不包括庫存股份)的至少25%將由公眾人士持有。

自由流通量

上市規則第8.08A條規定，新申請人尋求**[編纂]**的股份類別須有足夠的股份由公眾持有及可供**[編纂]**時買賣。這種情況通常指尋求**[編纂]**的股份類別中由公眾持有及不受任何出售限制(不論根據合約、上市規則、適用法律或其他方式)的該部分股份，於**[編纂]**時須(i)佔尋求**[編纂]**的股份類別的已發行股份總數(不包括庫存股份)最少10%，且於**[編纂]**時的預期市值不得少於50,000,000港元；或(ii)於**[編纂]**時的預期市值不得少於600,000,000港元。據本公司董事所知，本公司將於**[編纂]**時符合上市規則第8.08A條所訂的公眾持股量規定。

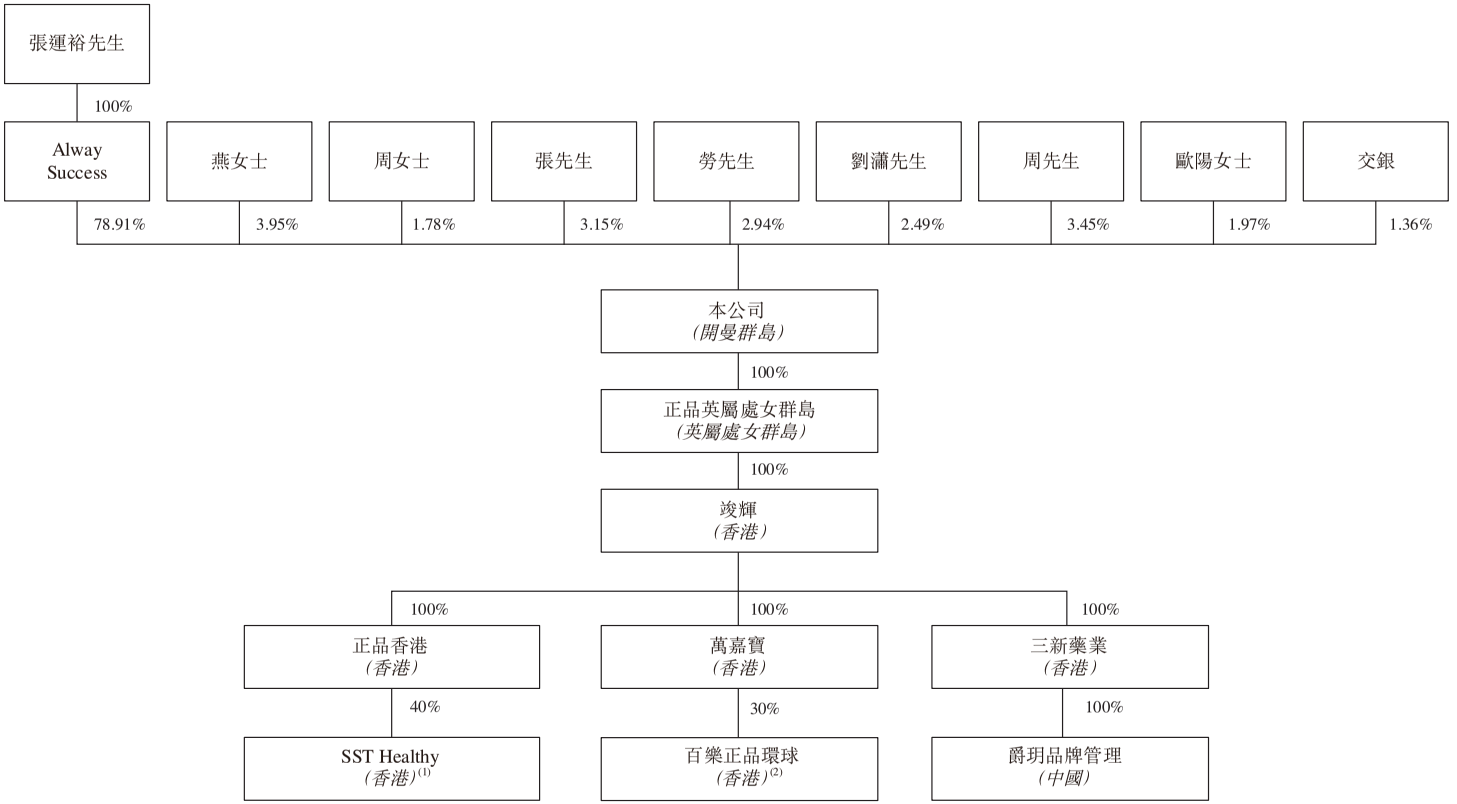
中國證監會備案

根據中國證券監督管理委員會(「**中國證監會**」)於2023年2月17日頒佈並於2023年3月31日生效的《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》及五項配套指引(「**境外上市試行辦法**」)，中國境內公司境外發行證券及上市的，無論以直接或間接方式，須履行中國證監會的備案程序，並報送相關資料。境內企業直接境外發行上市，是指在境內登記設立的股份有限公司境外發行上市。境內企業間接境外發行上市，是指主要經營活動在境內的企業，以在境外註冊的企業的名義，基於境內企業的股權、資產、收益或其他類似權益境外發行上市。

主要基於以下因素：(i)本公司並非在中國成立的公司，除於2025年12月24日在中國成立的爵玥品牌管理(於最後實際可行日期尚未開展任何業務運營)外，本集團任何成員公司均非在中國成立的公司，且我們並無控制任何在中國成立的公司；(ii)透過自有網站、天貓國際及小紅書在中國產生的收益及溢利佔2025年曆年總收益及溢利的比例不足1%；(iii)我們僅從中國一家供應商採購，且該採購金額佔2025年曆年採購總額的比例不足2%；及(iv)董事及高級管理層均非中國居民或常住中國境內，中國法律顧問認為，且董事及獨家保薦人同意，本公司的**[編纂]**無須遵守中國證監會備案的前述規定。

緊接[編纂]完成前的公司架構

下圖載列緊接**[編纂]**完成前本集團的公司架構：



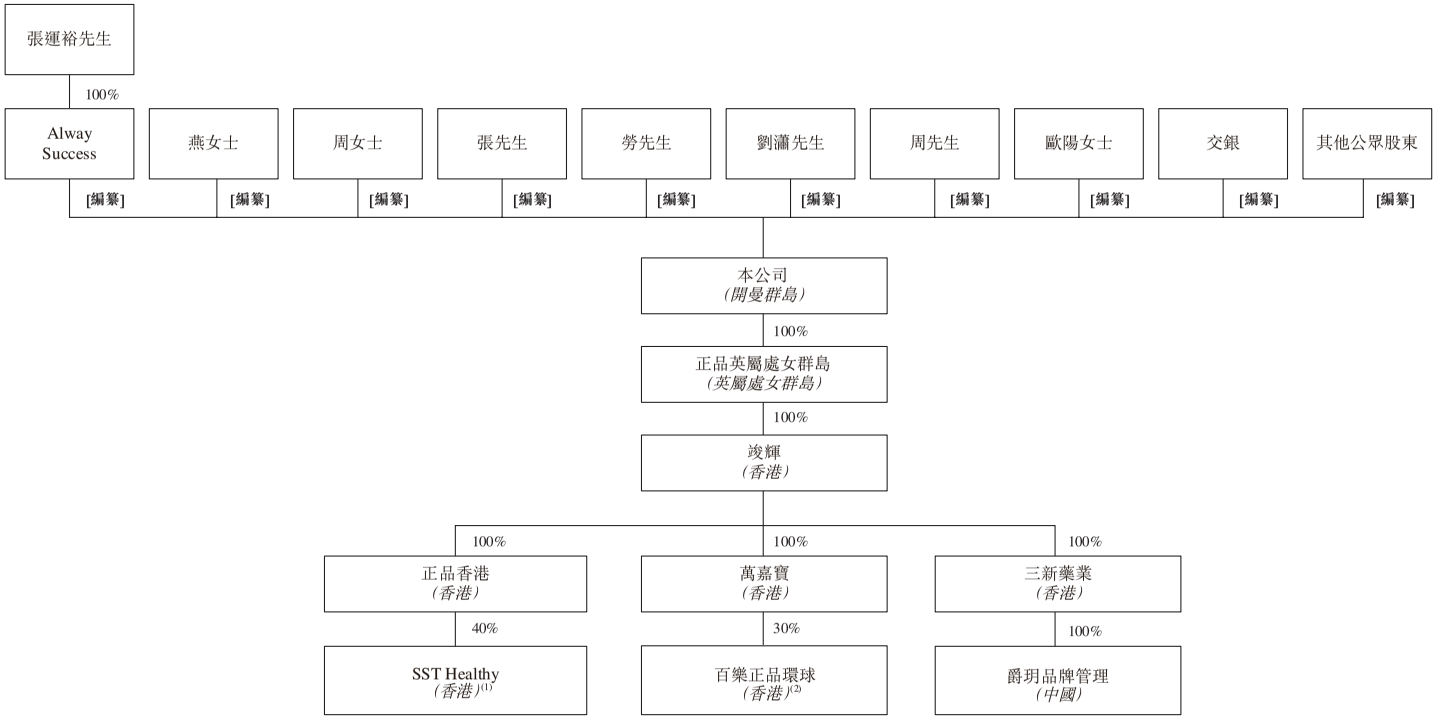
附註：

(1) SST Healthy由正品香港擁有40%及由獨立第三方Gold Lane International Holdings Limited擁有60%，該公司為修身堂控股有限公司的直接全資附屬公司。SST Healthy主要從事買賣一款NMN產品，即iPro+NMN 18800。董事張運裕先生乃透過其妻子的一名朋友結識修身堂控股有限公司行政總裁關菲英博士，與關菲英博士結識成為私人朋友逾五年。SST Healthy於2022年10月成立，為本集團與Gold Lane International Holdings Limited就iPro+NMN 18800商業化而進行的商業合作。

(2) 百樂正品環球由萬嘉寶持有30%權益，其餘70%由友諾國際發展有限公司持有，該公司由周女士(本公司**[編纂]**前投資者之一)全資擁有。百樂正品環球擬從事保健及美容補充品與產品的開發及銷售業務。於最後實際可行日期，該公司尚未開展任何業務營運。

緊隨[編纂]完成後的公司架構

下圖載列緊隨**[編纂]**完成後(假設**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出任何獎勵)本集團的公司架構：



附註：

(1) SST Healthy由正品香港擁有40%及由獨立第三方Gold Lane International Holdings Limited擁有60%，該公司為修身堂控股有限公司的直接全資附屬公司。SST Healthy主要從事買賣一款NMN產品，即iPro+NMN 18800。董事張運裕先生乃透過其妻子的一名朋友結識修身堂控股有限公司行政總裁關菲英博士，與關菲英博士結識成為私人朋友逾五年。SST Healthy於2022年10月成立，為本集團與Gold Lane International Holdings Limited就iPro+NMN 18800商業化而進行的商業合作。

(2) 百樂正品環球由萬嘉寶持有30%權益，其餘70%由友諾國際發展有限公司持有，該公司由周女士(本公司**[編纂]**前投資者之一)全資擁有。百樂正品環球擬從事保健及美容補充品與產品的開發及銷售業務。於最後實際可行日期，該公司尚未開展任何業務營運。

業　務

概覽

本集團主要在香港從事保健及美容補充品與產品的開發、銷售、營銷及分銷。我們將產品的生產外包給供應商(包括製造商)並主要透過萬寧在香港的零售門市以我們自有品牌及第三方品牌分銷我們的產品。根據弗若斯特沙利文的資料，按保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團於2024年在香港所有國際及本地保健及美容補充品與產品供應商中的市場佔有率約為1.6%。

在本地的保健及美容補充品與產品市場中，我們擁有多樣化的產品組合，照顧各年齡層的男性、女性及兒童的需求，並專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場。我們自有品牌「正品」旗下的鹿相關保健補充品一直為我們最暢銷的產品，於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月分別佔我們總收益約41.6%、35.6%、34.5%及31.0%。另一方面，於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，我們自有品牌「炎痛消」旗下關節及痛症以及外用止痛產品的銷售額分別佔我們總收益約20.0%、13.9%、12.4%及12.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，(i)本集團於2024年在香港鹿相關保健補充品及產品的零售值排名第一，市場份額約為29.4%；及(ii)我們自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品及產品之一。

自本集團於2011年成立以來，我們一直積極發展產品組合，提供多種產品，涵蓋兒童、成人及長者的需求。於最後實際可行日期，我們經營(i)合共六個自有品牌，即(a)「正品」；(b)「炎痛消」；(c)「Organicpharm」；(d)「日藥堂」；(e)「維再生」；及(f)「Profix」；及(ii)合共六個第三方品牌，包括(其中包括)(a)「iPro+」及(b)「Boiron」。

我們的產品主要分為兩類：(i)保健補充品及產品，包括(a)營養及草藥補充品，通常為藥丸、片劑或液體形式的口服產品，旨在補充日常飲食並提升內在健康／免疫系統，包括心臟、大腦、肝臟、骨骼、眼睛及改善睡眠質素等；及(b)用於緩解肌肉或關節疼痛的外用止痛產品；及(ii)美容補充品及產品，包括(a)旨在改善體型／外觀的製劑；及(b)旨在改善肌膚狀態的營養素，如膠原蛋白、抗氧化劑、輔酶，其主要功能包括美白、抗氧化、抗衰老及抗皺。於最後實際可行日期，我們的產品組合包括(i)我們自有品牌的44種保健補充品及產品以及8種美容補充品及產品；及(ii)第三方品牌旗下4種保健補充品及產品以及20種美容補充品及產品。保健補充品及產品一直是我們的主要及最暢銷的產品，於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，其收益分別佔我們總收益的約81.9%、77.8%、71.6%及76.8%。具體而言，本集團於2025財政年度最暢銷的五款產品為自有品牌「正品」旗下的「生長鈣」、「鹿筋骨痛丸」、「鱷肺補」及「肝酵素」以及自有品牌「維再生」旗下的「維再生NMN」。

本集團的收益來自(i)銷售我們自有品牌及第三方品牌的保健及美容補充品與產品；(ii)向第三方品牌商或品牌商集團提供促銷服務，我們協助品牌商通過我們的分銷渠道(包括牛奶公司)銷售其產品，並根據所得採購額或後續銷售額或銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得銷售額收取佣金；及(iii)提供管理及包裝服務，(a)根據客戶的要求提供增值包裝解決方案服務，包括包裝、儲存及存貨管理，並收取服務費；及(b)我們向第三方品牌商提供主要客戶管理及營銷服務，並收取固定管理費。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，保健及美容補充品與產品的銷售額分別佔我們總收益約98.8%、98.8%、98.2%、97.8%及98.2%。

於2023年及2024年，我們分別與供應商G(日本知名保健及美容產品(包括護膚品及護髮品)製造商和批發商)訂立戰略分銷協議，成為其兩個品牌(「**品牌B**」及「**品牌C**」)在香港及澳門的獨家經銷商，標誌著我們於拓展產品組合至涵蓋高端日本保健及美容補充品與產品方面的里程碑。根據弗若斯特沙利文的資料，品牌B產品主要在備受歡迎但由知名品牌主導的維他命C補充品領域競爭，其創新的膠囊技術吸引了關注潮流的消費者，而品牌C產品由於其創新的配方及在尋求飲食支持的消費者中備受歡迎，已開闢可識別的利基市場，尤其是在體重管理及益生菌領域。

我們的大部分產品均透過萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道銷售及分銷，再轉售給香港的大眾消費者。自2013年以來，本集團與牛奶公司已建立約12年的長期穩定業務關係。根據弗若斯特沙利文的資料，萬寧是香港最大的保健及美容產品連鎖零售商，於2026年2月，在香港有306間門市，在澳門有20間門市，按2024年香港保健及美容補充品與產品的零售總值計，市場份額約為34.4%。於最後實際可行日期，(i)我們有49名銷售推廣人員，彼等為我們的僱員，派駐在萬寧在香港的48間零售門市；及(ii)我們於萬寧在香港的選定門市設置16個貨架端展示，以銷售及推廣我們的產品。憑藉牛奶公司龐大的零售網絡，董事認為我們能夠有效地提高產品在香港的知名度，吸引不同消費群體以及希望向香港信譽良好的連鎖零售商購買保健及美容補充品與產品的中國及海外遊客。

除透過萬寧零售門市的貨架及貨架端展示的主要銷售渠道外，我們亦透過以下渠道分銷我們的產品：(i)其他批發客戶，如零售商、貿易公司及平行貿易商，該等客戶可能將我們的產品出售予其他零售商以轉售予最終客戶。該等零售商包括(其中包括)保健及美容產品連鎖或非連鎖門市、網店、藥房、美容院及診所；(ii)電子商務平台，包括我們於本公司網站自營的線上平台及我們於第三方線上平台(包括天貓國際及小紅書)的網店，直接向最終客戶銷售產品；及(iii)展覽會及貿易展，如香港國際工業出品展銷會及國際嬰兒、兒童用品博覽，直接向最終客戶銷售產品。

多年來，我們的自有品牌屢獲殊榮，包括就三款產品(即(a)「鱷肺補」；(b)「鹿筋骨痛丸」；及(c)「生長鈣」：(i)於2023年獲香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會頒發「2023年香港名牌」；及(ii)於2024年獲國際品質評鑑機構Monde Selection頒發「世界品質獎項－銅獎」。

從2023財政年度至2025財政年度，我們經歷了快速增長。我們的收益由2023財政年度約43.2百萬港元增加至2024財政年度約109.6百萬港元，並於2025財政年度進一步增加至約130.2百萬港元，2023財政年度至2025財政年度的複合年增長率約為73.6%。我們的收益整體上維持穩定，並於2025年六個月及2026年六個月分別錄得約53.0百萬港元及約52.4百萬港元。於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們錄得較高毛利率，分別約為81.6%、78.6%、75.0%、75.0%及76.6%。我們的年度純利由2023財政年度約11.3百萬港元增加至2024財政年度約35.5百萬港元，並於2025財政年度進一步增加至約36.3百萬港元，2023財政年度至2025財政年度的複合年增長率約為79.0%。我們的期間純利由2025年六個月約12.0百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於**[編纂]**開支。

我們的競爭優勢

我們相信，下列競爭優勢使我們從競爭對手中脫穎而出。

我們為一間在香港保健及美容補充品與產品市場擁有約14年歷史的品牌公司，擁有針對不同功能的多品牌產品組合

我們的歷史可追溯至2011年創立本公司主要營運附屬公司正品香港之時。我們相信，我們的成就主要歸功於我們的品牌形象。我們於香港從事保健及美容補充品與產品的研發、銷售、營銷及分銷業務方面擁有約14年的往績記錄，累積營運專業知識，並了解本地市場。我們相信，我們獲得本地市場的認可，並已於香港建立保健及美容補充品與產品的品牌形象。董事認為，本地保健及美容補充品與產品供應商已深植於香港市場，而本地領先公司已通過多年來的發展獲得強大的先發優勢且深入了解本地市場，能夠定制更能迎合本地消費者特定健康需要和喜好的產品。

根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團於香港所有本地保健及美容補充品與產品供應商中排名第七，市場佔有率約為1.6%。

董事認為，我們的品牌形象源自於我們持續的營銷努力以及產品組合的不斷增強和擴展。自成立以來，我們一直專注於品牌開發及產品研發，致力建立一個持續增長的品牌及產品組合，以滿足最終客戶的需求。於最後實際可行日期，我們的產品組合包括(i)六個自有品牌旗下的44款保健補充品及產品以及8款美容補充品及產品，即(a)「正品」；(b)「炎痛消」；(c)「Organicpharm」；(d)「日藥堂」；(e)「維再生」；及(f)「Profix」；及(ii)六個第三方品牌旗下的4款保健補充品及產品以及20款美容補充品及產品，包括(其中包括)(a)「iPro+」及(b)「Boiron」。我們的產品涵蓋多種功能，包括呼吸系統護理(護肺、止咳及抗敏)、關節及痛症、緩解疼痛、心血管及肝臟護理、抗敏、體重及腸道管理、眼部健康、腦部健康、失眠及緩解壓力、益生菌、滋陰、男士健康、女士健康及兒童健康。在我們的所有產品中，自有品牌「正品」旗下的鹿相關保健補充品為我們最暢銷的產品，於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月分別佔我們總收益約41.6%、35.6%、34.5%及31.0%。根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年香港鹿相關保健補充品及產品零售值計算，本集團排名第一，市場佔有率約為29.4%，使我們在這個利基市場擁有差異化的品牌識別。董事相信我們獨特的品牌識別可以提升我們的企業形象，提高品牌知名度及培養客戶忠誠度。

於2023年及2024年，我們分別與供應商G(日本知名保健及美容產品(包括護膚及護髮產品)製造商和批發商)訂立戰略分銷協議，據此，我們獲指定為其兩個品牌(品牌B及品牌C)在香港及澳門的獨家分銷商，標誌著我們於拓展產品組合至涵蓋日本保健及美容補充品與產品方面的重要里程碑。董事認為，獲授予該獨家分銷權代表我們在市場建立品牌的能力獲得肯定。

本集團一直在穩步增長的香港保健及美容補充品與產品市場經營業務。根據弗若斯特沙利文的資料，(i)香港保健補充品及產品市場的零售值由2020年的約84億港元增至2024年的約94億港元，複合年增長率約為2.9%，預期將於2029年進一步增至約121億港元，2025年至2029年的複合年增長率約為5.1%；及(ii)香港美容補充品及產品市場的零售值由2020年的約24億港元增至2024年的約27億港元，複合年增長率約為3.3%，預期將於2029年進一步增至約35億港元，2025年至2029年的複合年增長率約為5.5%。我們相信，我們品牌的認受性、營銷及推廣策略以及不斷擴充的產品組合，讓我們在

市場增長中佔據有利地位，並較競爭對手具備競爭優勢，擴大市場份額，因此使我們有能力在持續發展自有品牌形象的同時，維持業務增長並鞏固市場競爭力。

我們是本地少數提供保健及美容補充品與產品的供應商之一，擁有多元化的產品組合，同時專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場

我們是香港少數本地保健及美容補充品與產品供應商之一，產品種類繁多，並專營鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品等利基市場，這是我們的競爭優勢之一。

鹿相關保健補充品

在我們所有的產品中，自有品牌「正品」旗下的鹿相關保健補充品為我們最暢銷的產品，於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，分別佔我們總收益約41.6%、35.6%、34.5%及31.0%。我們提供鹿相關保健補充品，包括用於強壯關節的鹿筋、用於腎臟保養及男性活力的鹿鞭及鹿尾羶、用於增強免疫力的鹿初乳及用於皮膚和產後護理的鹿胎。根據弗若斯特沙利文的資料，本集團於2024年在香港鹿相關保健補充品及產品的零售值排名第一，市場份額約為29.4%。

根據弗若斯特沙利文的資料，鹿相關保健補充品及產品的零售值由2020年約158.5百萬港元增至2024年約221.5百萬港元，複合年增長率約為8.7%，預期將於2029年進一步增至約310.7百萬港元，2025年至2029年的複合年增長率約為7.1%。香港人口老化，加上充滿壓力的都市環境、對工作安排的高要求及緊張的生活方式，在此背景下，注重健康的消費者尋求自然療法來保持活力和作預防保健，這些消費者對用於補腎壯陽、強健筋骨、紓緩疲勞、增強活力及延年益壽的傳統中藥成分懷有深厚的文化信任、且興趣日濃，因而推動了上述增長趨勢。

關節及痛症以及外用止痛產品

除鹿相關保健補充品外，我們亦專注於關節及痛症以及外用止痛產品，該等產品可口服或塗抹於完好皮膚以緩解肌肉、關節或神經疼痛，包括消炎止痛帶。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，我們自有品牌「炎痛消」旗下關節及痛症以及外用止痛產品的銷售額分別佔我們總收益約20.0%、13.9%、12.4%及12.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，我們自有品牌「炎痛消」旗下關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品及產品之一。

根據弗若斯特沙利文的資料，香港關節及痛症保健補充品及產品的零售值由2020年約880.4百萬港元增至2024年約970.3百萬港元，複合年增長率約為2.5%，預期將於2029年進一步增至約1,211.5百萬港元，2025年至2029年的複合年增長率約為4.7%。這主要由於人口老化，治療骨關節炎或行動不便的客戶基礎不斷擴大，加上越來越多30至40歲的跑步者、遠足人士及健身人士使用相關補充品及產品作為預防性保養品，使滲透率超越傳統銀髮族分部。

另一方面，根據弗若斯特沙利文的資料，香港外用止痛產品(包括消炎止痛貼)的零售值由2020年約13億港元增至2024年約16億港元，複合年增長率約為5.3%，預期將於2029年進一步增至約24億港元，2025年至2029年的複合年增長率約為7.5%。這主要

由於香港人口老化，長者經常需要緩解關節炎、關節痛及肌肉痛等慢性疾病，加上香港節奏急快、充滿壓力的都市生活方式，導致緊張性頭痛、肌肉痛及背痛。

董事認為，我們在鹿相關保健補充品以及關節及痛症以及外用止痛產品方面的突出市場地位，使我們能夠抓住相關保健補充品及產品利基市場的市場增長。

我們與醫學專業人士及研究機構合作，以驗證我們產品的功效

董事認為，我們不時與醫療保健及營養方面的醫學專業人士及研究機構合作，以驗證我們產品的功效，將因此提升我們的品牌形象及產品信譽。

於2022年及2023年，我們與香港某本地大學的高錦明教授合作進行科研，證實我們自有品牌「正品」旗下的「鹿筋骨痛丸」、「鱷肺補」及「生長鈣」分別對(i)慢性炎症引起的肌肉或關節勞損有益；(ii)有效抑制人體氣道的過敏反應；及(iii)有效促進人體生長期的骨骼生長。於2023年及2024年，我們亦與台灣的皮膚科醫生及物理治療師合作，從其專業角度認證我們產品的功效，例如，自有品牌「正品」旗下的「鱷膚油」及「鱷敏治」均獲皮膚科醫生推薦，具抗濕疹及抗敏功效。我們自有品牌「炎痛消」旗下關節及痛症產品以及消炎止痛帶亦獲物理治療師推薦，具抗炎及止痛功效。董事認為，醫學專業人士及大學教授的認可，可進一步提升我們品牌的信譽及市場認受性。

我們在萬寧的選定門市聘用並維持一支銷售推廣人員團隊，直接向大眾消費者推廣我們的產品

於最後實際可行日期，(i)我們於萬寧在香港的48間零售門市派駐49名銷售推廣人員，彼等均為我們的僱員；及(ii)我們於萬寧在香港的選定門市設置16個貨架端展示，以出售及推廣我們的產品。我們的銷售推廣人員推廣我們的產品，直接與客戶互動，向其提供產品使用及選擇的意見及建議，以便其能夠即時了解我們的產品，並獲得其即時反饋。

為讓銷售推廣人員更好地服務惠顧萬寧零售門市的最終客戶，我們不時為彼等提供培訓，尤其在推出新產品時，讓銷售推廣人員在健康、營養及產品知識方面擁有深厚的認識，提升溝通技巧，並隨時掌握最新的市場趨勢和消費者偏好。

董事相信，我們的銷售推廣人員與最終客戶之間的直接面對面互動，將會提升最終客戶的購買體驗及我們的銷售額，而我們從大眾消費者收到的任何反饋，將會分享給本集團的產品研發團隊，用於市場研究。有關更多詳情，請參閱本節「銷售及營銷－門市內促銷」。

我們採取並實施具成本效益的全面營銷及促銷策略

本集團採取並實施多種營銷舉措，旨在建立所需的品牌知名度和形象並推動銷售。我們已成立專責的營銷團隊，負責市場研究、策略規劃及宣傳我們的品牌及產品。截至最後實際可行日期，我們的營銷團隊共有11名員工，擁有富創意的設計團隊，專責廣告、產品包裝的平面設計及製作宣傳視頻及影片。

本集團透過多種形式進行廣告宣傳，包括電視、印刷刊物及數碼渠道。於往績記錄期，我們在香港委聘與我們的品牌及產品形象相符的藝人(如演員及歌手)來推廣我們的產品。我們亦與醫學專業人士及高錦明教授合作，推廣及驗證我們產品的功效。

我們相信，我們讓藝人、醫學專業人士及大學教授參與我們的廣告宣傳，大大提高了我們的品牌及產品在香港的知名度和認受性，預期將促進我們當前產品組合及未來產品的銷售。

此外，近年來我們亦與多位香港的KOL合作宣傳我們的產品，他們透過社交媒體平台發佈文章、視頻及照片分享其使用體驗，對最終客戶消費行為產生了重大影響。我們於往績記錄期一直透過社交媒體平台(包括YouTube、Facebook、Instagram及小紅書)刊登廣告宣傳我們的產品。社交媒體平台使我們能直接與最終客戶互動，讓其隨時了解我們的品牌及產品，並收集即時反饋。這些寶貴意見有助我們調整營銷策略、促銷活動及產品組合，以配合現時消費者的喜好。此等精簡而高效的營銷活動最終客戶為對象，確保營銷開支達致最佳效益，使我們能以具成本效益的方式實施營銷策略。

董事認為，本集團所採取的多元化營銷及促銷活動在提升品牌曝光率及認受性的同時，仍能維持成本效益。該等舉措對推動我們的業務增長及提升財務表現起關鍵作用。

我們與牛奶公司建立了約12年的長期穩定業務關係，擴大了客戶基礎並提升品牌形象

我們的大部分產品均透過萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道銷售及分銷，再轉售予最終客戶。於往績記錄期，我們總收益的約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%分別來自我們對牛奶公司的銷售額。

自2013年以來，本集團與牛奶公司已建立約12年的長期穩定業務關係。根據弗若斯特沙利文的資料，萬寧為香港最大的保健及美容產品連鎖零售商，於2026年2月，在香港有306間門市，在澳門有20間門市，按2024年香港保健及美容補充品與產品的零售總值計，市場份額約為34.4%。憑藉牛奶公司遍佈香港的龐大零售網絡，董事認為本集團能接觸香港各區的不同消費群體。

根據弗若斯特沙利文的資料，按保健及美容補充品與產品零售值計算，本集團於2024年在香港所有本地保健及美容補充品與產品供應商中排名第七，市場份額約為1.6%。尤其是，(i)按鹿相關保健補充品及產品的零售值計算，本集團於2024年在香港排名第一，市場份額約為29.4%；及(ii)我們自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品及產品之一。憑藉我們的品牌聲譽和在香港的市場地位，我們多年來與牛奶公司建立了穩定而長期的合作關係。

此外，董事認為，透過維持與牛奶公司的長期合作關係，使我們能夠利用其龐大的零售網絡、客戶基礎，以及其於保健及美容補充品與產品的營銷及促銷經驗及專業知識，有效推廣及分銷我們的產品。此舉有助我們以具成本效益的方式擴充業務覆蓋面及市場佔有率，同時提升消費者信任度，增加產品在香港不同消費群體以及希望從香港信譽良好的連鎖零售商購買保健及美容補充品與產品的中國及海外遊客中的可及性及知名度。

根據弗若斯特沙利文的資料，由於萬寧對供應商設有嚴格的甄選標準，並期望供應商具備良好往績記錄，具備及時為其零售門市提供足夠數量的高質量產品以及在市場上推廣其產品的能力，故此新加入者或難以接觸萬寧並成為其供應商。此舉實際上

在新加入者與萬寧建立長期業務關係上設立准入門檻。尤其是，萬寧通常要求其供應商持續升級現有產品及不時推出新產品，以配合當前市場趨勢及最終客戶的需求。我們一直致力於開發、提升及供應保健及美容補充品與產品。例如，於往績記錄期，我們推出了涵蓋體重及腸道管理功能以及益生菌的新產品，當中大部分產品供應予牛奶公司並於萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道銷售。多年來，我們亦對牛奶公司的採購模式及產品質量要求累積了深入的了解，使我們具有競爭優勢爭取其訂單。

有關我們與牛奶公司的關係詳情，請參閱本節下文「我們的業務模式－批發業務－向牛奶公司銷售產品」及「我們的客戶－與牛奶公司的交易」。

我們的策略

我們致力於鞏固和提升我們作為香港領先的保健及美容補充品與產品供應商的市場地位，並透過海外擴張進一步發展我們的業務。為實現此目標，我們計劃實施以下策略：

進一步擴展及優化產品組合，以滿足最終客戶不斷演變的需求

董事認為，我們的業務成功有賴於引入符合新興健康趨勢及消費者喜好的新產品，應對尚未被充分滿足的市場需求，並配合不斷變化的客戶需求。為此，我們致力於持續擴展及優化我們的產品組合。

根據弗若斯特沙利文的資料，香港整體保健補充品及產品市場的主要推動因素為：(i) COVID-19疫情後，各年齡層的健康及保健意識不斷增強；(ii)老齡人口對保健補充品的需求日益增加，以解決特定年齡所面對如骨骼健康、關節及痛症以及認知功能的問題；及(iii)針對年齡、性別或生活方式等因素定制個人化及天然產品的需求激增，而香港整體美容補充品及產品市場主要受到以下因素的推動：(i)透過數字媒體令人們對外表更加在意；(ii)越來越多男性注重健身及年輕消費者將塑身和預防老化視為生活方式的基本要素；及(iii)跨境電子商務實現了較短的產品發佈週期。該等變化要求我們進一步擴大及多元化產品供應，以滿足各年齡層、性別及生活方式的消費者的特定健康需求。

展望未來，根據弗若斯特沙利文的資料，香港保健及美容補充品與產品市場的市場趨勢及機會將包括(其中包括)：(i)持續擴展產品範圍，為多元化的客戶基礎提供創新及定製化的解決方案；(ii) COVID-19疫情後，對維他命C、維他命D、鋅和益生菌等膳食及增強免疫力的補充品及產品的興趣日益濃厚；(iii)將保健補充品及產品與值得信賴可促進整體健康、預防疾病及管理慢性病的人參、蟲草、杞子和靈芝等傳統中藥相結合；(iv)對針對個人皮膚、頭髮和健康需要的美容補充品及產品的個性化解決方案的需求不斷增長；及(v)抗衰老面霜及護髮解決方案產品等男性護膚和保健產品市場持續擴大。

為順應上述市場趨勢及掌握機遇，我們計劃透過引進及開發現有及新產品線下的新保健及美容補充品與產品，擴大及多元化自有品牌產品組合。我們將繼續甄選、開發及營銷有潛力滿足最終客戶當前未滿足需求的保健及美容補充品與產品。尤其是，我們正探索與研究機構、大學或實驗室合作，開發新產品。透過將我們對最終客戶需求的深刻理解與該等機構的專業知識和資源相結合，我們的目標是拓展新的產品類別，例如兒童眼部護理產品、腸胃相關產品、用於腦部健康的產品及新美容補充品。

另一方面，我們亦將持續探索及尋找與國際知名保健及美容補充品與產品品牌合作或策略授權的機會，以進一步擴大我們的產品組合。

我們計劃將**[編纂]**[**編纂**]淨額中約**[編纂]**用於開發及推出自有品牌新產品。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。

拓展至台灣市場

於往績記錄期，我們幾乎所有的收益均來自香港，並在香港保健及美容補充品與產品市場建立了穩固的市場地位及品牌形象。董事相信，我們的產品已獲華人社區普遍接受，而拓展至新市場將有助於本集團增加銷售額，並提升我們品牌及產品在香港以外華人社區的知名度，從而發揮本集團在香港豐富的行業經驗。我們已透過市場調查分析了台灣的保健及美容補充品與產品市場，並認為台灣具有市場潛力。為支持並評估我們進軍台灣市場的擴張計劃可行性，我們委託弗若斯特沙利文進行市場分析，以確認我們的產品在台灣有充足市場需求。

根據弗若斯特沙利文的資料，台灣保健補充品及產品市場的零售值由2020年的約638.1百萬美元增至2024年的約805.5百萬美元，複合年增長率約為6.0%，且預期將於2029年進一步增至約1,097.4百萬美元，即2025年至2029年的複合年增長率約為6.5%。這主要由於人口老化導致對預防性醫療保健的關注度增加以及對保健補充品的需求不斷增加。

就台灣的美容補充品及產品市場而言，根據弗若斯特沙利文的資料，零售值由2020年約186.8百萬美元增長至2024年約231.4百萬美元，複合年增長率約為5.5%，預計將於2029年進一步增至約312.3百萬美元，即2025年至2029年的複合年增長率約為6.3%。這主要是由於人們對個人健康、保健及自我護理的興趣日益濃厚，以及社交媒體及美妝網紅的影響力日益增強。

根據弗若斯特沙利文的資料，台灣保健補充品及產品的零售值從2020年的638.1百萬美元增至2024年的805.5百萬美元，即2020年至2024年的複合年增長率達6.0%。該增長源於預防性醫療保健的重視程度提升，以及長者對保健補充品的需求不斷增長。預計於2029年，市場規模達到1,097.4百萬美元，2025至2029年的複合年增長率為6.5%。根據弗若斯特沙利文的資料，台灣美容補充品及產品市場的零售額從2020年的186.8百萬美元增長至2024年的231.4百萬美元，2020年至2024年的複合年增長率為5.5%。對個人健康、保健及自我護理日益增長的關注，正是推動市場發展的關鍵動力。隨著社交媒體與美妝網紅影響力的持續擴大，預計從2025年至2029年，美容補充品及產品的零售額將以6.3%的複合年增長率增長。

此外，根據台灣內政部戶政司資料，截至2025年12月31日，台灣總人口約23百萬，其中65歲及以上人口佔比約20.06%。因此，台灣已進入超高齡化社會(65歲及以上人口佔比超過20%)。經計及(i)台灣人口老齡化背景下預防保健關注度提升及保健品需求增長、台灣超老齡化的現狀及社交媒體與美妝網紅在台灣日益擴大的影響力；及(ii)本公司提供多元化產品組合，專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品，該等產品尤其受到老年人的青睞，因此董事認為我們的產品在台灣市場具有充足的需求。

此外，台灣保健及美容補充品與產品的分銷情況與香港大致相似，大型保健及美容產品連鎖店的零售門市是保健及美容補充品與產品的主要分銷渠道。利用我們與香港牛奶公司建立和維持長期穩定的業務關係的經驗，我們計劃通過與當地大型保健及

美容連鎖零售商合作，採用類似的商業模式來拓展台灣市場。通過與該等保健及美容連鎖零售商合作，董事相信我們可以利用其現有的零售網絡，迅速滲透至台灣市場，並以具效率的方式確立市場份額。根據弗若斯特沙利文的資料，台灣領先的保健及美容連鎖零售商包括(i)屈臣氏集團的附屬公司屈臣氏台灣，為台灣領先的保健及美容零售商，於2026年2月經營587間門市；及(ii)康是美，由統一超商股份有限公司的附屬公司統一生活事業股份有限公司經營，為台灣領先的連鎖藥店，於2026年2月在台灣共擁有585間門店。於最後實際可行日期，本集團透過台灣法律顧問正在台灣成立一間間接全資附屬公司。

本集團已接洽一家在處理台灣與香港線上及線下保健及美容產品零售商連鎖藥店方面經驗豐富的代理(於2025財政年度亦為本集團的客戶)。該代理在台灣亦擁有強大的分銷商網絡，能協助接觸當地最終客戶，並透過多元營銷活動釋放品牌的市場潛力。該代理為台灣市場其他保健及美容服務供應商的獨家分銷商。於最後實際可行日期，本集團尚未與該代理訂立任何協議，以提供任何擴展台灣市場的服務。預計該代理有助於本集團在台灣市場建立初步的業務基礎。為確保遵守當地法律法規，我們已諮詢台灣當地法律顧問，就於台灣成立公司事宜提供建議。本集團擬於台灣開展業務後，按需要諮詢法律顧問，以不時向我們提供建議，確保本集團持續遵守相關法規。

在分析本集團相對於台灣本地市場參與者的競爭力時，董事認為，本集團進軍台灣市場具備以下競爭優勢：

(i) *專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場：*根據弗若斯特沙利文的資料，作為香港少數兼具產品廣度與專業深度的保健及美容補充品與產品供應商，我們專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場。我們的鹿相關保健補充品多年來在香港積累良好品牌認受性及聲譽，並吸引了本地消費者及海外旅客。尤其是，我們的產品深受高齡人口及注重健康的消費者歡迎，彼等尋求自然療法以增強活力及預防保健，同時亦適合工作繁忙、生活節奏緊張且充滿壓力的都市環境；而我們的關節及痛症產品及外用止痛產品則深受高齡人口歡迎。鑒於台灣65歲及以上人口比例較高，且大型保健及美容連鎖門市對鹿相關保健補充品供應有限，而我們的產品多年來已建立品牌認受性及聲譽，董事認為我們的產品將在台灣獲得市場份額；

(ii) *分銷商關係：*根據弗若斯特沙利文的資料，台灣保健及美容補充品與產品的分銷模式與香港大致類似，大型保健及美容產品連鎖門市的零售店舖是保健及美容補充品與產品的主要分銷渠道。本集團可憑藉在香港與牛奶公司的業務合作，積累與大型保健及美容產品連鎖門市建立及維持長期穩定業務關係之經驗。因此，本集團擁有在台灣與當地大型保健及美容連鎖零售商發展業務關係之相關專業知識與經驗，並擬採用類似營運模式開展台灣業務；

(iii) *全面營銷及推廣活動：*我們已在香港以成本效益高的方式實施全面營銷及推廣策略，並組建專業營銷團隊，長期負責市場調研、戰略規劃及品牌產品推

廣等工作。尤其是，香港與台灣均使用類似社交媒體平台，包括YouTube、Facebook、Instagram及Threads。因此，本集團在台灣進行營銷時，可運用類似慣用營銷工具，以最大化提升品牌曝光度及認受性；

(iv) *在保健及美容補充品與產品市場的管理經驗及專業知識：*根據弗若斯特沙利文的資料，執行董事及高級管理層在該領域的管理技能、行業洞察力及積累的運營專長可輕易轉移，將助力我們拓展台灣市場；及

(v) *品牌認受性：*根據弗若斯特沙利文的資料，本集團於香港保健及美容補充品與產品市場有約十四年歷史，已建立品牌形象及品牌認受性，其產品對本地消費者及海外遊客均具吸引力。多年來，本集團開發針對不同功能之不同品牌產品組合，有助吸納新客戶同時維持現有客戶。憑藉我們的良好品牌形象及認受性，本集團處於有利位置於台灣建立業務據點。

整體而言，我們的長期策略規劃涵蓋國際市場擴展。透過執行上述舉措，我們有信心在台灣保健及美容補充品與產品市場中佔有一席之地。

我們計劃將**[編纂][編纂]**淨額約**[編纂]**用於拓展台灣市場。進一步詳情請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。

透過設立自營門市拓展、改善及優化我們的銷售網絡

於往績記錄期，我們依賴牛奶公司向最終客戶銷售和分銷我們的產品，我們總收益分別約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%來自牛奶公司。

為減少對牛奶公司的依賴，推廣我們的自有品牌，並有效地與競爭對手競爭，我們努力擴大和改善我們的線下銷售網絡，以吸引更廣泛的客戶基礎。為多元化及優化我們線下銷售網絡，於2025年10月，我們於香港粉嶺開設首家自營門市，該門市已於2025年11月錄得令人滿意的業績。本集團將分階段於香港設立自營門市。目前，我們計劃利用**[編纂][編纂]**淨額，於截至2029年3月31日止年度再開設九間自營門市。儘管我們的長期目標是建立更多自營門市，但隨後的擴張計劃將取決於我們的銷售業績及當時市場狀況。在物色合適地點以設立自營門市時，我們將審慎評估(其中包括)該地點的交通便利性以及本地居民及遊客的估計人流量。

於往績記錄期，批發業務為本集團的主要收益來源，分別產生收益約為38.8百萬港元、102.0百萬港元、115.7百萬港元及50.4百萬港元，分別佔總收益約89.7%、93.0%、88.8%及96.2%。我們的批發客戶包括(i)於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月的最大客戶牛奶公司，貢獻收益分別約為38.5百萬港元、84.0百萬港元、97.1百萬港元及48.2百萬港元，分別佔我們總收益約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%；及(ii)其他批發客戶，包括零售商、貿易公司及平行貿易商，該等客戶可能將我們的產品轉售予其他零售商，再由零售商轉售予最終客戶。儘管我們預期將持續拓展批發業務並維持與牛奶公司的合作關係，為降低對單一客戶的依賴及分散相關風險，董事認為本集團應透過開設自營門市把握增長機遇，並實現銷售渠道與客戶基礎的多元化發展。

此外，根據弗若斯特沙利文的資料，在保健及美容補充品與產品行業中，規模較大的市場參與者發展並維持多渠道銷售與分銷網絡，以保持競爭優勢並提升銷售覆蓋率，乃屬行業常規與普遍市場慣例。此策略包含開設自營門市，同時與領先的保健及美容連鎖零售商建立合作關係。

下表概述於聯交所上市的保健及美容補充品服務供應商於香港及澳門的主要業務及實體店數量。

股份代號	名稱	主要業務	香港及其他地區的零售門市數量
2593 HK Equity	草姬集團控股有限公司	該公司主要從事保健品的開發、銷售及營銷。	根據其截至2024年12月31日止年度的年報，截至2024年12月31日止年度，其於香港的自營零售店數量由上年的16間增至33間。
932 HK Equity	順騰國際(控股)有限公司	該公司主要於香港從事銷售、推銷及分銷保健及美容補充品與產品和物業投資。其保健及美容補充品與產品以該公司開發及管理的專有品牌，以及由港澳兩地知名的保健及美容產品連鎖零售店專門開發及擁有的自有品牌出售。	根據其公司網站，其於香港萬寧有89個銷售點或專櫃。
2031 HK Equity	澳至尊國際控股有限公司	該公司主要在香港從事健康及個人護理產品的開發、營銷、銷售及分銷。澳至尊國際通過「澳至尊」銷售及分銷網絡開發及管理其品牌產品。	根據截至2025年3月31日止年度年報，於2025年3月31日，該公司在香港及澳門共有19間專賣店及69間寄售專櫃。
897 HK Equity	位元堂藥業控股有限公司	其主要從事生產及銷售中藥及保健食品產品及相關服務、生產及銷售西藥及保健食品產品及物業投資。	根據其公司網站，其於香港及澳門擁有86間零售門市。
8473 HK Equity	彌明生活百貨控股有限公司	其為多品牌零售商，在香港以「MI MING MART」(「彌明生活百貨」)品牌經營九間零售門市。其出售種類多樣的美容及健康產品，主要可分類為(i)護膚品；(ii)化妝品；及(iii)食品及保健產品。	根據其公司網站，其於香港擁有9間零售門市，於澳門有4間寄售門市。

因此，保健及美容補充品與產品市場參與者普遍採用多渠道銷售及分銷策略，而董事相信此策略將有助本公司於競爭激烈且分散的香港保健及美容補充品與產品市場中維持競爭優勢。

儘管開設自營門市會產生租金成本、管理費及水電費、設計及裝修成本、安裝成本、員工成本及其他營運成本等成本，但經綜合考慮以下因素後，我們認為開設自營門市所帶來的效益將超越成本：

(i) 儘管我們會因開設及經營自營門市而產生額外成本，我們在自營門市能按產品建議零售價全數收取費用，而向其他批發客戶銷售產品時則須在建議零售價上提供貿易折扣。考慮到所增加的將要產生的成本將由毛利增長所抵銷，董事認為，自營門市的營運淨利潤率與現有銷售及分銷渠道相比，不會存在顯著差異，因此自營門市將會擴大我們的收益流，而不會影響我們的營運淨利潤率；

(ii) 透過開設自營門市，我們得以提供全系列自有品牌產品，同時能直接接觸最終客戶，藉此觀察並理解其需求，收集市場趨勢、消費者偏好及整體零售環境等數據資訊，並對最終客戶實施直接營銷。我們亦將能夠根據自營門市的反饋及表現，迅速地調整我們的營銷及推廣重點。因此，董事認為在香港開設自營門市屬有效的方法，可以(a)多元化及優化我們的線下銷售網絡；(b)向我們的最終客戶營銷及推廣我們自有品牌及產品；(c)提高我們在保健及美容補充品與產品行業的品牌知名度，並在其他市場競爭者中強化我們自己的品牌形象及聲譽；及(d)擴大我們的品牌覆蓋範圍及提高我們的銷售額；及

(iii) 完善的銷售網絡可讓我們的客戶(尤其是最終客戶)靈活地按偏好選擇購買渠道，從而豐富他們的整體購物體驗。

我們將不時物色合適的地點開設自營門市。我們的管理團隊在決定是否租用任何物業以設立自營門市之前，通常會考慮以下若干準則：

- *競爭：*我們評估擬議地點與競爭對手所經營店舖是否存在實際或潛在、直接或間接競爭；

- *地點人口統計：*我們考慮該地點的人口構成，例如擬議地點附近居民的收入水平或該地區是否為人流量較大的商業區；

- *租賃條款：*我們會考慮租約上所載明的租金成本、租期、續約條款、營業時間及使用限制；

- *地點的可達性和便利性：*我們鎖定人口密度高、鄰近公共交通系統、行人和車輛均可出入的地點，例如客流量高或距離港鐵站或購物中心範圍內的地點。我們相信，便利的自營門市位置有助於確保高人流量，並提高我們對潛在新客戶的能見度；及

- *投資回報：*我們考慮初始資本支出金額、每月經營開支、自營門市可帶來的收益金額以及預期的投資回本期(通常為9至21個月內)。

經參考上述選址準則，董事已初步選定位於屯門、西九龍、鰂魚涌、九龍灣、荃灣、大圍、尖沙咀、銅鑼灣及旺角的若干地點(「**九個地點**」)，理由載列如下：

(i) 在九個地點當中，西九龍、尖沙咀、銅鑼灣及旺角(「**商業區**」)位於香港的傳統商業區，本地居民及遊客的人流量均較高；

(ii) 九個地點鄰近港鐵站及購物中心，交通方便；及

(iii) 根據香港政府統計處的資料，除商業區，鰂魚涌、荃灣及大圍位於住宅區，而該等住宅區在2024年的家庭月收入均超過30,000港元，相當於香港家庭收入的中位數。屯門及九龍灣則位於擁有逾500,000個家庭的地區。

於最後實際可行日期，董事僅確定九個地點設立自營門市，但尚未選定具體物業。

由於合適的選址對自營門市的長期表現至關重要，本公司管理層通常會負責整個選址流程，包括評估、勘察及審批每個自營門市的選址。我們通常依據上述選址標準來選擇店址，以提高我們的市場佔有率，並從競爭對手中吸引新的客戶，同時避免其他自營門市之間的內耗。我們會定期密切監控及評估自營門市的表現，並及時採取適當措施，以提升我們的業務表現。

我們計劃將**[編纂][編纂]**淨額約**[編纂]**用於在香港設立我們的自營門市。有關開設新自營門市的估計開支、時間表及里程碑的進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。

根據市場競爭對手自營門市的表現，以及董事對香港經濟及租務市場的預期，董事預期我們自營門市的收支平衡期將約為一個月，而投資回本期約為9至21個月。

收支平衡期指自營門市的月收益至少等於其每月營運支出之後的期間。投資回本期指自營門市累積純利用以覆蓋該期間開設及營運門市的成本所需的平均時間，包括已發生的資本支出及持續性經營開支。就我們位於粉嶺的首間自營門市而言，我們已於一個月內實現盈虧平衡，但於最後實際可行日期尚未實現投資回報。

在釐定自營門市的收支平衡期及投資回本期時，董事已考慮以下因素：

(i) 我們的產品在萬寧零售門市的歷史每月銷售金額，尤其在九個地點附近的零售門市；

(ii) 我們預期在香港進行的策略性營銷及推廣活動，以進一步提升我們的品牌知名度及推廣我們自營門市的開設，包括但不限於(a)在Facebook、YouTube及小紅書等社交媒體平台投放廣告及加強宣傳；(b)邀請藝人及／或運動員擔任產品大使及KOL，以推廣我們的產品；(c)在主要電視頻道播放全面資訊節目及廣告；及(d)在港鐵站及巴士投放印刷廣告；

(iii) 我們預期將實施的可行且有效的銷售策略與銷售計劃，以促進自營門市的銷售業績；

(iv) 我們的產品在市場上具備需求與競爭力，乃由於我們是香港少數本地保健及美容補充品與產品供應商之一，不僅產品多元，更專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症及外用止痛產品等利基領域；

(v) 九個地點的預估人流量、人口密度，以及鄰近公共交通系統與購物中心的程度；

(vi) 自營門市的估計規模及將分配至各門市的員工人數；

(vii) 九個地點零售門市的市場租金；

(viii) 參考估計每月銷售金額的產品初始採購成本；

(ix) 經參考粉嶺首家自營門市實際成本及經營開支的初始啟動成本(如設計及裝修成本及安裝成本)、管理費及水電費、員工成本及其他經營開支；及

(x) 僅就投資回本期而言，參考首間位於粉嶺的自營門市所產生的成本，包括設計及裝修成本、安裝成本等初始啟動成本。

加強我們的營銷及促銷活動以持續強化自有品牌

我們已採取全面的營銷及宣傳策略，透過多種渠道推廣及宣傳我們的自有品牌及產品，包括數碼及印刷媒體廣告、聘用藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士，以及進行店內促銷。透過我們全面的營銷舉措，我們已在香港為我們的自有品牌建立品牌認受性與知名度。根據弗若斯特沙利文的資料，香港的保健及美容補充品與產品市場競爭非常激烈且分散，有數百間國際、國內和本地的公司提供多種產品及品牌。董事認為，為在瞬息萬變的市場中維持競爭優勢，積極的營銷及宣傳工作是我們持續取得成功的關鍵。因此，我們計劃於未來數年加大對品牌建設項目的策略投資，以提升我們自有品牌產品的品牌知名度及認受性。我們的主要營銷及宣傳策略概述如下：

於往績記錄期，我們進行多項廣告宣傳活動，以提升品牌的知名度。為進一步擴展我們的市場覆蓋範圍，我們擬繼續推行線下廣告宣傳活動，主要包括聘用藝人(如演員及歌手)及KOL拍攝商業廣告，在主流電視頻道投放、展示印刷廣告，以及參與行業相關展覽會及貿易展。

根據弗若斯特沙利文的資料，香港消費品線上零售額錄得顯著增長，由2020年約206億港元飆升至2024年約317億港元，複合年增長率約為11.4%，預計2029年將達到約476億港元，即2025年至2029年的複合年增長率約為9.6%，線上滲透率預計將從2020年約6.3%增加到2029年約10.4%。該增長主要由以下因素推動(其中包括)：(i)COVID-19疫情推動購物渠道向數字化方向的加速轉變，與傳統的門市內購物體驗相比，消費者日漸青睞方便而安全的線上購物；及(ii)零售商加強數字營銷力度，以吸引更廣泛的客戶基礎。因此，我們計劃增加線上廣告的營銷力度，以突顯我們的產品並製作具吸引力且針對不同社交媒體受眾的原創內容，包括贊助影片。除上述數碼營銷活動外，我們亦將透過加入互動元素及詳盡產品資訊，提升我們的企業網站及社交媒體平台的內容。有關升級有助提升我們的品牌形象，同時讓客戶掌握我們最新的企業發展及產品引進。

我們計劃將**[編纂][編纂]**淨額約**[編纂]**用於在香港進行策略性營銷及促銷活動。有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及**[編纂]**用途」。

進一步發展我們的電子商務業務

董事認為，互聯網是一個強大的渠道，有助我們拓展於香港、中國及海外的客戶覆蓋面。董事認為，由於線上及零售渠道愈趨普及，香港保健補充品及產品市場蓬勃發展。電子商務平台提高了產品的曝光率，並擴大客戶覆蓋範圍。同時，許多公司正透過連鎖零售門市擴展業務，以利用該等渠道的便利易用和廣受歡迎等優勢而帶動增長。

根據弗若斯特沙利文的資料，(i)香港保健補充品及產品線上零售額由2020年約11億港元增長至2024年約14億港元，複合年增長率約為6.2%，預計2029年將增至約20億港元，即2025年至2029年的複合年增長率約為7.5%，主要受疫情限制期間形成電子商務習慣的粘性、最後一英里物流改善及移動支付採用的推動，以及社交商務和網紅主導的營銷活動的普及，該等因素均加速了線上產品發現；及(ii)香港美容補充品及產品的線上零售額由2020年約318.3百萬港元增長至2024年約390.1百萬港元，複合年增長率約為5.2%，預計2029年將增至約553.6百萬港元，即2025年至2029年的複合年增長率約為7.2%，主要由於個性化美容營養諮詢的激增、訂閱式美容補充品項目的興起，以及美容和健康KOL在社交媒體平台上展示其補充品使用習慣及前後效果的影響力。

有鑑於此，我們計劃進一步發展及強化電子商務業務如下：

(i) 於本公司網站開發及優化自營電子商務平台，以提升其曝光率及網絡流量；及

(ii) 於中國多個主流電子商務平台(如抖音)設立更多面向中國最終客戶的網店，同時進一步發展及優化我們現有於天貓國際及小紅書的網店，方法包括在互聯網上進行更多營銷及促銷活動、於小紅書及抖音等主要中國數碼平台支付更有利的版面展示費，以及採取其他搜尋引擎優化措施，以提升我們網店在最終客戶中的曝光率及網絡流量，從而擴大客戶基礎。

我們的業務模式

本集團主要在香港從事保健及美容補充品與產品的開發、銷售、營銷及分銷。我們將產品的生產外包給供應商(包括製造商)並主要透過萬寧在香港的零售門市以我們自有品牌及第三方品牌分銷我們的產品。於最後實際可行日期，我們(i)共擁有六個自有品牌，分別為：(a)「正品」；(b)「炎痛消」；(c)「Organicpharm」；(d)「日藥堂」；(e)「維再生」及(f)「Profix」，及(ii)合共六個第三方品牌，包括(其中包括)(a)「iPro+」及(b)「Boiron」。

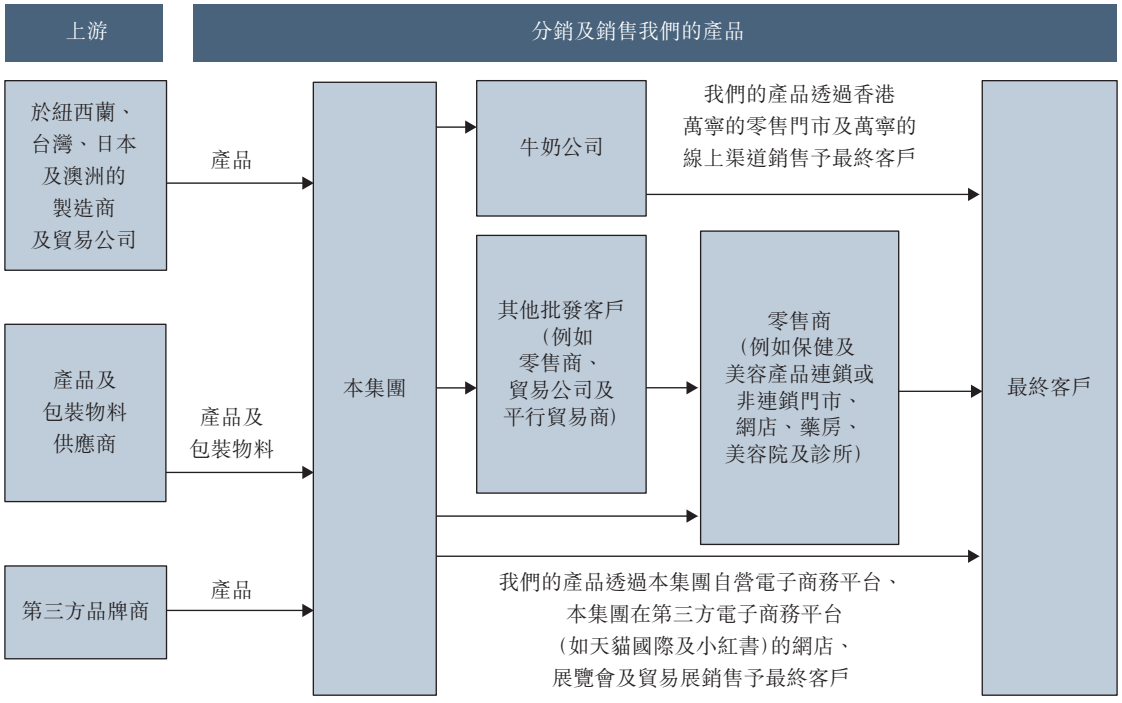
除自有品牌產品外，我們銷售及分銷來自供應商G及供應商K的第三方品牌產品，據此，本集團直接向品牌商購買相關產品，並透過銷售及分銷產品產生收益。董事認為，第三方品牌產品進一步豐富了我們的產品組合，使我們能夠更好地滿足最終客戶不斷變化的需求。

我們亦向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務，其中，我們協助品牌商透過我們的分銷渠道(包括牛奶公司)出售其產品，並根據所得採購額或後續銷售額或銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得銷售額收取佣金。於往績記錄期，我們就分銷來自供應商K、SST Healthy、客戶B、Boiron Asia及尚締的第三方品牌旗下產品提供銷售推廣服務。

於往績記錄期，本集團亦就提供管理及包裝服務產生收益，其中，(i)我們按客戶要求提供增值包裝解決方案服務，包括包裝、倉儲及存貨管理，以收取服務費；及(ii)我們第三方品牌商提供主要客戶管理及營銷服務，協助其在我們分銷渠道中推出產品，以收取固定管理費。

本集團的收益來自(i)銷售我們自有品牌及第三方品牌的保健及美容補充品與產品；(ii)向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務；及(iii)提供管理及包裝服務。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，保健及美容補充品與產品的銷售額分別佔我們總收益約98.8%、98.8%、98.2%及98.2%。

下圖顯示了我們的主要業務模式及銷售產品的主要營運流程：



於往績記錄期，大部分產品銷售予牛奶公司，再透過香港的萬寧零售門市以及萬寧的線上渠道將產品銷售及分銷予最終客戶。除牛奶公司外，本集團亦向其他批發及零售客戶分銷產品。本集團混合銷售網絡包括以下：

(i) ***批發業務：***我們主要將產品銷售予牛奶公司(香港最大的保健及美容產品連鎖零售商)以及其他批發客戶(包括零售商、貿易公司及平行貿易商)，該等客戶可能會進一步將我們的產品銷售予其他零售商，然後再銷售予最終客戶。該等零售商可能包括(其中包括)保健及美容產品連鎖或非連鎖門市、藥房、網店、美容院及診所；及

(ii) ***零售業務：***我們主要透過(a)本公司網站的自營電子商務平台；(b)於第三方線上平台(包括天貓國際及小紅書)上的網店；及(c)香港展覽會及貿易展，直接向最終客戶銷售產品。

下表載列我們於往績記錄期按銷售渠道劃分的總收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
銷售保健及美容補充品與產品	42,669	98.8	108,318	98.8	127,942	98.2	51,836	97.8	51,502	98.2
－批發業務(1)	38,761	89.7	101,979	93.0	115,685	88.8	50,787	95.8	50,414	96.2
－零售業務	3,908	9.1	6,339	5.8	12,257	9.4	1,049	2.0	1,088	2.0
銷售推廣服務	324	0.7	820	0.8	1,283	1.0	684	1.3	445	0.9
管理及包裝服務	200	0.5	480	0.4	990	0.8	470	0.9	495	0.9
總計	**43,193**	**100.0**	**109,618**	**100.0**	**130,215**	**100.0**	**52,990**	**100.0**	**52,442**	**100.0**

附註：

(1) 包括向牛奶公司及其他批發客戶(定義為每筆訂單採購金額超過10,000港元的客戶)的銷售額。

於往績記錄期，我們幾乎所有收益均來自於香港的銷售業務。與此同時，自2025財政年度起本集團透過電子商務平台在中國產生收益。透過天貓國際及小紅書自中國產生的收益約為151,000港元及329,000港元，分別佔2025財政年度及2026年六個月總收益約0.1%及0.6%。經中國法律顧問告知，本集團於往績記錄期及直至最後實際可行日期已在所有重大方面，遵守與我們透過本公司網站及中國電子商務平台進行銷售有關的所有重大適用中國進出口法律法規。

批發業務

批發業務構成本集團的主要收益來源。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，批發業務產生的收益約為38.8百萬港元、102.0百萬港元、115.7百萬港元、50.8百萬港元及50.4百萬港元，分別佔總收益約89.7%、93.0%、88.8%、95.8%及96.2%。於往績記錄期，我們主要透過以下渠道以自有及第三方品牌銷售保健及美容補充品與產品：(i)向牛奶公司(即香港最大的保健及美容產品連鎖零售商)銷售；及(ii)向其他批發客戶銷售，包括零售商、貿易公司及平行貿易商，該等客戶可能會將我們的產品進一步銷售予其他零售商，然後再銷售予最終客戶。該等零售商可能包括(其中包括)在本地及國際分銷我們產品的保健及美容產品連鎖或非連鎖門市、藥房、網店、美容院及診所。下表載列於往績記錄期我們批發業務的收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔批發業務總收益百分比	收益	佔批發業務總收益百分比	收益	佔批發業務總收益百分比	收益	佔批發業務總收益百分比	收益	佔批發業務總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
向牛奶公司銷售	38,493	99.3	84,044	82.4	97,071	83.9	49,680	97.8	48,170	95.5
向其他批發客戶銷售	268	0.7	17,935	17.6	18,614	16.1	1,107	2.2	2,244	4.5
總計	**38,761**	**100.0**	**101,979**	**100.0**	**115,685**	**100.0**	**50,787**	**100.0**	**50,414**	**100.0**

董事認為，與我們的批發客戶(包括牛奶公司)的合作使我們能夠透過利用其零售或銷售網絡以及其於保健及美容補充品與產品方面的行業專業知識及營銷能力，有效推廣及銷售我們的產品。根據弗若斯特沙利文的資料，保健及美容補充品與產品市場的零售額均由保健及美容產品連鎖零售商主導，尤其是香港最大的保健及美容產品連鎖零售商萬寧。萬寧的連鎖門市的廣泛存在有助於通過提升我們產品的可及性、曝光率及消費者信任來推動我們的銷售。

一般而言，我們與批發客戶保持傳統的買賣關係，履行彼等有關我們產品的個別採購訂單，然後通過線下及線上渠道分銷予其他零售商或最終客戶。

向牛奶公司銷售產品

在我們的批發業務中，我們產品的主要銷售渠道是透過萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道。正品香港及萬嘉寶各自分別於2018年及2022年與牛奶公司訂立貿易條款協議。於往績記錄期，按收益計牛奶公司為我們最大的批發客戶，分別佔我們總收益的約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。牛奶公司為香港最大的保健及美容產品連鎖零售商，於2026年2月在香港擁有306間門市及在澳門擁有20間門市，按2024年香港保健及美容補充品與產品的零售總值計，市場份額約為34.4%。自2013年以來，本集團與牛奶公司已建立約12年的長期穩定業務關係。我們的大部分產品均為透過萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道銷售及分銷，再轉售予香港的普通公眾消費者。有關牛奶公司的背景及我們與牛奶公司關係的詳情，請參考本節下文「我們的客戶－與牛奶公司的交易」。

於往績記錄期，我們的產品在香港萬寧的零售門市有售，分銷產品的門市數量及地點以及產品類型將由牛奶公司決定。自2025年5月起，我們的產品已在澳門萬寧的零售門市有售。於萬寧的零售門市中，我們的產品與其他品牌按照產品功能分組擺放在門市貨架上，或在貨架端展示中使用指定貨架擺放我們的產品。於最後實際可行日期，(i)我們有49名銷售推廣人員，其為我們的員工，派駐於萬寧在香港的48間零售門市；及(ii)我們在香港萬寧的選定門市設立16個貨架端展示以銷售及推廣我們的產品。

與牛奶公司的貿易安排

正品香港及萬嘉寶各自分別於2018年及2022年與牛奶公司訂立貿易條款協議(「**貿易條款協議**」)。貿易條款協議將繼續有效，直至經本集團與牛奶公司簽署的任何書面協議終止、取代或修訂為止。貿易條款協議中概無終止條款。於最後實際可行日期，貿易條款協議仍然有效。

根據牛奶公司下達的每份採購訂單的規定，我們必須遵守與牛奶公司不時達成的有關我們向其進行銷售的貿易條款協議的條款及條件(如一般信貸期、定價政策及退貨政策)。下表概述於往績記錄期與牛奶公司訂立的主要貿易條款：

信貸期	自發票月末起計30日或60日
定價政策	我們通常根據產品建議零售價的貿易折扣將我們的產品銷售予牛奶公司。

退貨政策

根據本集團與牛奶公司的相互理解，於以下情況下，牛奶公司有權將產品退回給我們：(i)損壞、過期及／或在商定的銷售期限內未售出或在收到時發現品質問題的庫存；(ii)已停產產品(即由於推出新產品等原因我們停產的產品)；或(iii)促銷活動後剩餘的產品。

根據貿易條款協議，並無對牛奶公司施加最低年度採購量，且本集團與牛奶公司並無訂立非競爭安排。貿易條款協議中並無關於二級分銷安排的特定條款、對次級分銷商／最終客戶的強制性售價、所提供有效折扣及回扣的定量資料、產品責任、收益確認、付款方式及交付安排。

除根據貿易條款協議規定的條款外，我們同意牛奶公司的促銷活動安排。除安排銷售推廣人員及貨架端展示進駐萬寧的零售門市外，我們會與牛奶公司磋商其他廣告安排及媒體支援，包括投放橫幅廣告及其他廣告材料，並就每項個別安排協定詳細條款。此外，我們已向牛奶公司表示同意，倘其年度採購金額達到協定的同比增長百分比，我們將向牛奶公司提供協定的年度採購金額回扣百分比。

牛奶公司通常根據產品的銷售情況，每星期兩次向本集團下達補貨訂單。當本集團根據補貨訂單交付產品至牛奶公司的倉庫時，將向牛奶公司開具發票。我們亦參與牛奶公司的促銷活動，即今日出位價促銷活動，其中精選產品將在為期一天的促銷活動中打折出售。有關今日出位價促銷活動的詳情，請參閱本節「銷售及營銷－門市內促銷」。在今日出位價促銷活動舉行之前，本集團通常會與牛奶公司討論銷售預測，並配合我們的廣告及營銷工作。

牛奶公司退貨及撥備政策

牛奶公司有權根據貿易條款協議將我們的產品退回予本集團。於往績記錄期，本集團於以下情況下接受牛奶公司退回的產品：(i)於正常情況下退回產品，包括過期或包裝損壞或產品瑕疵；(ii)促銷活動後未售出的產品；及(iii)於特別情況下退回產品，包括：(a)產品召回；(b)產品升級為新產品；及(c)更換產品包裝。

	2023財政年度		**2024財政年度**		**2025財政年度**		**2025年六個月**		**2026年六個月**	
	金額	**佔牛奶公司總退貨量的百分比**	**金額**	**佔牛奶公司總退貨量的百分比**	**金額**	**佔牛奶公司總退貨量的百分比**	**金額**	**佔牛奶公司總退貨量的百分比**	**金額**	**佔牛奶公司總退貨量的百分比**
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
於正常情況下退回的產品	232	12.9	226	18.5	351	7.0	159	4.7	229	8.9
促銷活動後未售出的產品	1,572	87.1	997	81.5	4,241	84.8	2,797	83.2	778	30.2
於特別情況下退回產品：										
－產品召回	–	–	–	–	408	8.2	408	12.1	–	–
－產品升級	–	–	–	–	–	–	–	–	843	32.7
－更換包裝	–	–	–	–	–	–	–	–	727	28.2
總計	1,804	100.0	1,223	100.0	5,000	100.0	3,364	100.0	2,577	100.0

牛奶公司每月向本集團提供一份退貨報告。退貨報告由本集團的銷售部門以及會計及財務部門共同審核，並由張運裕先生批准。

於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，牛奶公司向本公司退回分別約為1.8百萬港元、1.2百萬港元、5.0百萬港元及2.6百萬港元的產品，主要包括：(i)於正常情況下退回產品，包括因過期、包裝損壞或產品瑕疵；(ii)促銷活動後未出售的產品；及(ii)於特別情況下退回產品，包括(a)產品召回；(b)產品升級為新產品；及(c)更換產品包裝。

就情況(i)而言，對於向牛奶公司銷售的保健及美容補充品與產品，本集團於各報告期末採納以下方法估計牛奶公司退貨產生的退款負債。

牛奶公司退貨產生的退款負債乃根據以下基準估算：

估計退款負債=歷史平均退貨率×向牛奶公司銷售產品的平均退貨天數(平均退貨天數少於一個月，故使用一個月(即三月)作為計算期間)。

根據上述計算，於往績記錄期，我們用以計算正常情況下未出售產品的估計退款負債之歷史平均退貨率分別約為0.61%、0.29%、0.35%及0.43%。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，本集團的估計退款負債分別約為27,000港元、7,000港元、37,000港元及30,000港元。由於董事認為該等金額對本集團並不重大，故本集團並未於財務報表中確認該等估計退款負債。

作為參考，於往績記錄期內，每個財政年度／期間結束後一個月內(除情況(ii)外)，後續退貨的實際金額分別為13,000港元、427,000港元、25,000港元及41,000港元。2024年4月金額較高，乃由於我們於2024年4月自願召回約408,000港元的紅麴米產品，此舉旨在維護消費者信心及採取安全預防措施，即使該批產品與本公司產品品質問題無關，亦非因萬寧無法銷售所致。該等產品召回已計入第(iii)項特別情況下。若不計入召回部分，2024年4月的金額將為19,000港元，因此截至2025年3月31日止三個年度及截至2025年9月30日止六個月的全部金額與估計退款負債金額並無重大差異。

就情況(ii)而言，該等退回產品主要指於促銷活動(如今日出位價促銷活動)後未售出的產品。由於我們於2025財政年度及2025年六個月參與牛奶公司舉辦的促銷活動增加，我們於2025財政年度及2025年六個月錄得大量促銷活動後未售出的產品。於該等促銷活動中，萬寧門市及網店將推出精選產品折扣價。本集團與牛奶公司合作，以釐定活動精選產品及估計需求量。為避免出現缺貨情況並為本集團及牛奶公司創造最大收益，牛奶公司已策略性地為本集團產品追加採購訂單，且本集團同意供應。於促銷活動後，未出售的產品將於一個月內退回本集團(「**促銷產品退貨**」)，這亦與市場慣例一致。於編製財務報表時，本集團會根據促銷產品退貨的實際金額進行考量，並將收益直接調整為實際銷售金額，而非確認退款負債。因此，於往績記錄期，針對情況(ii)並未確認任何退款負債，因促銷產品退貨情況可於編製財務資料期間予以釐定及確認。

有關在特定情況下的產品退回，我們於往績記錄期曾遇到：(a)產品召回；(b)產品升級為新產品；及(c)更換產品包裝。

產品召回事件涉及一間日本製藥公司(「**日本製藥公司**」)於2024年3月22日發佈題為「要求停止使用紅麴米相關產品及自願召回通知」的新聞稿。據通報，部分消費者在服

用日本製藥公司銷售的膳食補充品後出現腎臟問題，乃由於部分紅麴米產品可能含有預計以外的成分。儘管我們未收到任何客戶的不良反應報告，仍於2024年4月主動召回含紅麴米成分的產品，總值約408,000港元，董事認為此舉對本公司業務營運並無重大影響。

產品升級乃因我們將「維再生NMN」升級為「「維再生NMN 40000+」。因應市場需求，我們已於2025年6月完成產品升級。牛奶公司於2025年6月將「維再生NMN」的餘下存貨退回予我們。

於2025年9月，我們收到食物環境衞生署函件，彼等收到投訴信，指稱我們的產品「生長鈣」的包裝標籤未符合食物的適用營養標籤及藥物(成分組合及標籤)規例的規定。針對該投訴信，我們已召回售予牛奶公司的產品以更換包裝。有關標籤事件的更多詳情，請參閱本文件「業務－法律訴訟及合規－合規－食品標籤」部分。

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團未因牛奶公司就我們的產品提出的任何投訴、索賠或法律訴訟而產生任何重大負債或承擔任何重大費用，或因我們的產品質量未如理想被拒收而遭受任何損失。

有關我們與牛奶公司的關係詳情，請參閱本節下文「我們的客戶－與牛奶公司的交易」。

向其他批發客戶銷售產品

除牛奶公司外，我們向其他批發客戶銷售產品。該等客戶主要包括零售商、貿易公司及平行貿易商，其可能會將我們的產品轉售予其他零售商，再轉售予最終客戶。該等零售商包括(其中包括)在本地及國際分銷我們產品的保健及美容產品連鎖或非連鎖門市、藥房、網店、美容院及診所。據董事經合理查詢後所深知，我們於往績記錄期的所有其他批發客戶均為獨立第三方。

截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，來自其他批發客戶的收益分別約為0.3百萬港元、17.9百萬港元、18.6百萬港元及2.2百萬港元，分別佔總收益約0.6%、16.3%、14.3%及4.3%。由於我們的其他批發客戶包括門市客戶，我們無法掌握其身份資料，因此部分收益屬非經常性質。然而，鑒於我們主要透過香港萬寧零售門市分銷產品，我們認為並未依賴其他批發客戶，且該等非經常性收益對本集團並無重大影響。

以下載列於往績記錄期批發客戶(包括牛奶公司)數目的變動情況：

	2023財政年度	**2024財政年度**	**2025政年度**	**2026年六個月**
期初可識別批發客戶數目	2	3	11	13
期內新增可識別批發客戶數目	1	9	9	1
於往績記錄期並無作出進一步採購的可識別批發客戶數目	0	(1)	(7)	(8)
期末可識別批發客戶數目	3	11	13	6
期內不可識別門市批發客戶數目	2	18	11	0

附註： 可識別批發客戶指每筆訂單採購金額超過10,000港元的客戶，且我們掌握相關客戶的身份資料。不可識別門市批發客戶指每筆訂單採購金額超過10,000港元的門市客戶，且我們並無該等相關客戶的身份資料。

與其他批發客戶的關係

我們通常與其他批發客戶建立買賣關係，而非委託代理關係。本集團不保留我們產品的所有權及控制權，並於我們的產品銷售或交付予我們的其他批發客戶且所有權轉移後，將與我們的產品相關的所有重大風險和回報轉移予彼等。批發客戶我們不參與的情況下透過其自身分銷渠道自行進行貿易、銷售或分銷業務，且於交易完成後我們既不施加任何要求，亦不對其業務營運施加任何控制。因此，我們無法控制產品後續銷售的相關事項，例如後續銷售或分銷的地點及渠道、其售價、銷售金額或存貨水平。

我們向其他批發客戶銷售的收益，於商品售出或交付予客戶且所有權轉移時確認。由於我們僅在產品存在瑕疵或質量問題時酌情接受退貨，故於往績記錄期並無錄得來自其他批發客戶的退貨。

與其他批發客戶的貿易安排

於往績記錄期，除客戶G外，我們並無與其他批發客戶訂立任何長期或框架協議，且我們通常根據彼等向我們下達的個別採購訂單銷售我們的產品。此外，我們並無與批發客戶訂立任何最低採購協議。根據弗若斯特沙利文的資料，保健及美容補充品與產品供應商一般不會與其批發客戶訂立長期協議或最低採購協議，以便(i)能迅速應對市場變化及調整銷售策略，原因在於保健及美容補充品與產品行業的消費者喜好變化迅速；及(ii)在協商更有利的佣金率及定價條款時提供更大靈活性。下表載列與客戶G訂立的協議之主要條款概要：

交付	我們將產品運送至該客戶指定地址。
付款期限	交付日期後120日
期限	自2024年1月1日起生效，任何一方均可提前30日以書面或電郵通知方式終止。

與客戶G訂立的協議中並無關於次級分銷安排的特定條款、對次級分銷商／最終客戶的強制性售價、折扣或回扣、產品責任及付款方式。

下表概述我們與其他批發客戶(不包括牛奶公司及客戶G)根據其不時向我們發出的採購訂單所訂立的貿易安排：

交付	產品由物流服務供應商進行包裝並在交付日期(一般為訂單日期後數日內)交付至其他批發客戶。我們的產品所有權於交付後轉移。
定價政策	請參閱本節下文「定價政策」。
退貨政策	其他批發客戶購買的產品在收貨時如發現有產品瑕疵或質量問題，經雙方協議後可向我們退貨。
付款方式	一般為銀行轉賬、支票或現金。

付款期限	(i)貨到付現；(ii)預付50%及交付時支付餘下50%；或(iii)自交付日期或發票月結日起給予180日信貸期，視乎個別客戶而定

根據我們與其他批發客戶的貿易安排，並無涉及最低採購金額或最低銷售目標、次級分銷安排、折扣或回扣、產品責任，或對次級分銷商／最終客戶強制規定售價等特定條款。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們與其他批發客戶的貿易安排，大致上與香港其他保健及美容補充品與產品供應商的安排一致。

鑒於上述情況，董事認為，本集團並未對批發客戶銷售採取任何自相蠶食策略，且本集團不存在與渠道壓貨或貿易應收款項可收回性問題相關的重大風險。

零售業務

於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們來自零售業務的收益分別約為3.9百萬港元、6.3百萬港元、12.3百萬港元、1.0百萬港元及1.1百萬港元，分別佔總收益約9.1%、5.8%、9.4%、2.0%及2.0%。我們的零售業務已建立線上及線下銷售渠道。零售業務的收益在商品交付予客戶且所有權轉移時確認。

下表載列我們的零售業務於往績記錄期按銷售渠道劃分的收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔零售業務總收益的百分比	收益	佔零售業務總收益的百分比	收益	佔零售業務總收益的百分比	收益	佔零售業務總收益的百分比	收益	佔零售業務總收益的百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
線下零售銷售	3,035	77.7	4,684	73.9	7,524	61.4	211	20.1	229	21.0
線上零售銷售	873	22.3	1,655	26.1	4,733	38.6	838	79.9	859	79.0
總計	**3,908**	**100.0**	**6,339**	**100.0**	**12,257**	**100.0**	**1,049**	**100.0**	**1,088**	**100.0**

線下零售銷售

於往績記錄期，我們的線下零售額主要來自展覽會及貿易展的銷售，其亦為本集團營銷活動的一部分，旨在提升品牌知名度及擴大客戶基礎。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們來自線下零售銷售的收益分別約為3.0百萬港元、4.7百萬港元、7.5百萬港元、0.2百萬港元及0.2百萬港元，分別佔零售業務產生的總收益約77.7%、73.9%、61.4%、20.1%及21.0%。我們於財政年度上半年錄得的線下銷售收益佔比一般較低，乃因我們的線下零售銷售主要來自通常於12月及1月舉行的香港工展會。

展覽會及貿易展亦為本集團於往績記錄期帶來收益的銷售渠道之一。我們曾參與多項於香港舉行的展覽會及貿易展，例如香港工展會及國際嬰兒、兒童用品博覽，銷售推廣人員會在我們的展覽攤位上推廣及銷售自有品牌和第三方品牌的產品。我們的銷售推廣人員會直接與最終客戶互動，向其提供產品使用及選購建議，使客戶能即時了解我們的產品。董事相信，我們的銷售推廣人員與最終客戶之間的直接面對面互動，可提升最終客戶的購買體驗及我們的銷售額，而我們會將從大眾消費者收到的任

何反饋轉達予本集團的產品研發團隊，以作市場研究用途。展覽會及貿易展的訪客包括我們的現有及目標最終客戶，可於向銷售推廣人員了解產品後直接於展覽攤位購買我們的產品。董事認為，參與展覽會及貿易展亦為強化品牌形象、擴展客戶覆蓋面及推動銷售增長的有效渠道之一。

線上零售銷售

除線下零售業務外，我們亦通過不受時間及地點限制的電子商務平台分銷產品，有助擴大客戶基礎，同時讓客戶更方便購物。於往績記錄期，我們的線上零售銷售主要透過以下方式進行：

(i) 本公司網站的自營電子商務平台，目標為香港及海外的最終客戶。我們銷售自有品牌及第三方品牌產品；及

(ii) 我們在第三方電子商務平台(如天貓國際及小紅書)的網店。就天貓國際的網店而言，我們已委聘獨立第三方服務供應商(「**服務供應商**」)，負責網店的運營、管理及推廣。根據我們與服務供應商的協議，服務供應商有權按月收取固定的管理費，並根據網店的銷量收取佣金。另一方面，於小紅書的網店則由我們直接經營及管理。我們在第三方電子商務平台銷售一系列自有品牌產品，目標為中國的最終客戶。我們負責透過委聘第三方物流公司將產品從我們的倉庫運送至天貓國際及小紅書的指定倉庫以履行訂單，而天貓國際及小紅書負責將我們的產品從其倉庫運送至最終客戶。

於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們來自線上零售銷售的收益分別約為0.9百萬港元、1.7百萬港元、4.7百萬港元、0.8百萬港元及0.9百萬港元，分別佔零售業務產生的總收益約22.3%、26.1%、38.6%、79.9%及79.0%。

銷售推廣服務

於往績記錄期，我們向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務，其中，我們協助品牌商透過我們的分銷渠道(包括牛奶公司)出售其產品，並根據所得採購額或後續銷售額或銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得銷售額收取佣金。我們於2022年12月開始提供銷售推廣服務，促銷員數目於2022年12月31日增加至21人。多年來，本集團已建立一支可擴展的促銷員團隊，於最後實際可行日期，共有49名銷售推廣人員駐於香港48間萬寧零售門市。憑藉著構成本集團業務競爭優勢的促銷員資源，本集團可為客戶提供銷售推廣服務，並成為本集團的主要業務活動之一。

於往績記錄期，我們銷售推廣服務的收益分別約為0.3百萬港元、0.8百萬港元、1.3百萬港元及0.4百萬港元，分別佔我們總收益的約0.7%、0.8%、1.0%及0.9%。我們銷售推廣服務的收益通常於客戶銷售發生的時間點確認。

於往績記錄期，我們為第三方品牌(包括(其中包括)(a)「iPro+」及(b)「Boiron」)旗下產品提供銷售推廣服務。

「iPro+」的品牌商為修身堂控股有限公司，其間接持有SST Healthy全部已發行股本的60%。此外，第三方品牌之一(「**品牌A**」)由供應商K擁有，而供應商K自其於2023年11月29日註冊成立起直至2024年3月28日為本公司的關連人士。供應商K由獨立第三

方鍾永盛先生(「**鍾先生**」)(其為一名獨立第三方，及除下文所述者外，與本公司或附屬公司、控股股東、董事或高級管理層或彼等各自的聯繫人並無過往或現時關係(包括業務、僱傭、融資、信託或其他關係))擁有40%及Bless Corporation Limited(一間根據香港法律註冊成立的公司)擁有60%，其中張運裕先生的配偶李沅濂女士於2023年2月7日至2024年3月28日期間持有其全部已發行股本的40%，而餘下股份則由陸永光先生持有55%及鍾倩瑩女士持有5%， 彼等均為獨立第三方，除本分節所披露者外，彼等過往及現時與本公司或其附屬公司、控股股東、董事或高級管理層或彼等各自的聯繫人概無任何關係(包括業務、僱傭、融資、信託或其他關係)。據董事所知，鍾先生為商人，其具備採購特定菌類的渠道，該菌類可用於保健補充品及產品，而此類保健補充品及產品尚未普及。儘管開發新產品被認為存在潛在商機，鍾先生在保健補充品及產品的開發及銷售方面缺乏相關經驗、專業知識及網絡。鍾先生知悉Bless Corporation Limited與本集團的關係，以及本集團與萬寧的聯繫，遂主動接觸Bless Corporation Limited，尋求合作開展保健補充品及產品業務，特別是透過委聘本集團提供銷售推廣服務，以開發及銷售菌類產品。因此，供應商K成立時，由鍾先生擁有40%及Bless Corporation Limited擁有60%。儘管如此，鍾先生主要負責供應商K的營運，特別是包括採購品牌A的產品。於李沅濂女士出售於Bless Corporation Limited的股份後，供應商K成為獨立第三方。

於往績記錄期，我們向供應商K提供銷售推廣服務所產生的收益分別為零、零、約0.3百萬港元及約39,000港元，分別佔我們總收益約零、零、約0.3%及0.1%。董事確認，與供應商K進行的所有交易均基於各方經公平磋商後達成的正常商業條款。據董事在作出合理查詢後所知悉，李沅濂女士於2024年3月28日將其於Bless Corporation Limited(其控制供應商K及客戶H)的股權出售予陸永光先生，因其認為Bless Corporation Limited旗下兩間附屬公司(即供應商K及客戶H)所經營業務已不具備盈利能力，預計開發新產品將需要更多資金投入，以改善兩間公司的經營業務。由於其不願意進一步投資供應商K及客戶H的業務，李沅濂女士以名義價值出售其於Bless Corporation Limited的股權。

據董事在作出合理查詢後所知悉，於出售事項後，(i)客戶H由Bless Corporation Limited全資擁有；(ii)供應商K由鍾永盛先生(獨立第三方)擁有40%及Bless Corporation Limited擁有60%；及(iii) Bless Corporation Limited由陸永光先生擁有95%及鍾倩瑩女士(獨立第三方)擁有5%。陸永光先生與鍾倩瑩女士主要從事客戶H的營運，該客戶主要從事天然及有機食材、蔬果、咖啡和茶、飲料、穀物以及膳食補充品的銷售業務。

向SST Healthy及供應商K提供銷售推廣服務

於2025年7月15日及2025年7月21日，我們與SST Healthy及供應商K各自訂立貿易代理協議(「**貿易代理協議**」)，以正式確定於往績記錄期及日後提供銷售推廣服務的貿易安排。貿易代理協議的主要條款如下：

交付	SST Healthy及供應商K負責促使其產品製造商將產品交付予我們，而我們負責將該等產品交付予分銷渠道。

佣金	根據後續銷售額或銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得銷售額收取協定佣金率。
退貨政策	倘產品出現瑕疵及／或由分銷渠道退回，SST Healthy及供應商K須負責相關退貨成本或換貨(倘必要)。
信貸期	分銷渠道須就交付予彼等的產品向本集團付款。本集團有權保留該等付款以扣除相關佣金。產品經我們的分銷渠道出售後，我們將(i)向SST Healthy和供應商K提供銷售報告；及(ii)在扣除相關佣金後，自SST Healthy及供應商K開具發票日期起兩個月內將剩餘的金額匯給彼等。
知識產權	我們有權在貿易代理協議期限內使用彼等的品牌。
期限	3年。

就向SST Healthy及供應商K提供的銷售推廣服務而言，佣金率乃參考以下因素釐定：(i)本集團向其他獨立客戶就銷售推廣服務收取的佣金率及客戶是否亦就主要賬戶服務委聘我們；(ii)我們向促銷員支付的佣金率；及(iii)提供銷售推廣服務的市場佣金率。鑒於(i)我們向SST Healthy及供應商K收取的佣金率，約等於或略高於本集團向促銷員支付的佣金率；(ii)本集團收取的佣金率處於市場水平範圍內；及(iii)我們對所有銷售促銷服務客戶收取類似費率，故董事認為，向SST Healthy及供應商K提供銷售推廣服務乃按正常商業條款進行。

如上所述，供成立應商K成旨在開發及銷售品牌A旗下菌類保健補充品，該品牌被視為具備潛在商機。鑒於我們與牛奶公司的網絡合作關係，供應商K已委聘我們在香港萬寧的零售門市為品牌A旗下產品提供銷售推廣服務。於往績記錄期，供應商K於萬寧向最終客戶銷售之相關產品的總商品價值分別為零、零、約1.7百萬港元及0.2百萬港元。

「iPro+」的品牌商為修身堂控股有限公司，該公司於聯交所GEM上市(股份代號：8200)，並間接持有SST Healthy 60%的全部已發行股本。於2022年，修身堂控股有限公司擬開始銷售NMN產品業務。董事認為，由於修身堂控股有限公司並無銷售同類美容產品的相關經驗。修身堂控股有限公司與我們合作成立SST Healthy，在香港萬寧零售門市銷售NMN產品業務，其中修身堂控股有限公司負責投資成本，我們負責為SST Healthy提供銷售推廣服務。董事認為有關合作安排主要是因為(i)我們與牛奶公司建立長期穩定的合作關係，並具有與牛奶公司合作的經驗，使我們有效地營銷及分銷產品；(ii) SST Healthy可節省相關的銷售及營銷費用，特別是僱用銷售推廣人員的成本，此乃我們促銷產品的競爭優勢之一；(iii)由於SST Healthy與牛奶公司缺乏長期合作關係，以及在香港的零售網絡中缺乏分銷及營銷保健及美容補充品與產品的經驗，萬寧可能不允許SST Healthy的銷售推廣人員駐於萬寧的零售商店，從而可能會對其產品的銷售產生不利影響；及(iv)董事在保健及美容補充品產品的配方、採購及銷售方面經驗豐富，並在行業中享有盛譽。

董事認為，在選擇業務合作夥伴時，牛奶公司不僅須考慮業務合作夥伴是否有能力或資源推出產品或有更大議價能力與其進行交易磋商，而且其認可該業務合作夥伴(i)願意保持穩定及長期關係；(ii)擁有多元化的保健及美容補充品與產品組合；(iii)在牛奶公司的零售渠道中以有效的方式分銷多種產品方面具有豐富的經驗(例如，其能夠建議在萬寧的每個零售門市銷售產品的數量或如何增加萬寧零售門市銷售的產品數量)；及(iv)在萬寧零售門市中有足夠的具有產品或行業知識及銷售技能的銷售推廣人員。因此，該等因素可能會妨礙SST Healthy或修身堂控股有限公司直接與牛奶公司合作分銷其產品。

於往績記錄期，本集團透過分銷渠道及通過促銷員向最終客戶分銷的SST Healthy產品的商品總值分別約為2.7百萬港元、2.8百萬港元、113,000港元及零。

據董事所深知及確信，SST Healthy未曾委聘其他銷售推廣服務供應商在香港分銷其產品。

本集團透過李沅濂女士之友人引薦而結識修身堂控股有限公司，該友人與修身堂控股有限公司行政總裁關菲英博士相識多年。下表載列成立SST Healthy及向SST Healthy提供銷售推廣服務的時序表：

時間	事件
2022年7月	修身堂控股有限公司的首席營運官Andrew Tsui先生與本集團的張運裕先生就於香港生產及銷售NMN產品的合作構想進行磋商。經協商後，雙方同意成立SST Healthy以生產及銷售NMN產品，據此，修身堂控股有限公司將持有SST Healthy 60%股權，並負責NMN產品的投資及生產成本，而本集團將持有SST Healthy 40%股權，並負責向SST Healthy提供銷售推廣服務。
2022年10月	成立SST Healthy。
2022年12月	本集團開始向SST Healthy提供銷售推廣服務。

除上述導致SST Healthy成立的事項外，於2022年8月8日，修身堂控股有限公司旗下一間附屬公司(即持牌放債人)與竣輝簽訂一份金額為12.0百萬港元的貸款協議，期限為36個月，年利率為8%。該貸款由張運裕先生提供個人擔保，並以正品香港已發行股份總數的100%作為抵押品。該貸款已於2024年6月30日悉數償還，且個人擔保及質押於同日解除。

考慮到我們於2022年12月開始與SST Healthy建立關係時，SST Healthy為本集團的聯營公司，雙方尚未與SST Healthy訂立正式協議，雙方僅基於互相信任口頭同意提供銷售推廣服務的安排以及其他主要條款，如佣金率及付款條款。為加強內部監控及加強管理，本集團決定於2025年7月15日與SST Healthy訂立正式書面協議，其條款及條件反映於往績記錄期該等銷售推廣服務安排的商業實質及相關條款。

據董事在作出合理查詢後所知，除上文所披露者外，修身堂控股有限公司與本公司、我們各自的附屬公司、董事、股東或高級管理層，或我們各自的任何聯繫人之間，概無其他過往或現存關係(家族、信託、僱傭、持股、融資或其他關係)。

向其他第三方品牌商提供銷售推廣服務

於往績記錄期，我們亦與其他第三方品牌商(即客戶B、Boiron Asia及尚締)訂立貿易代理協議(「**其他貿易代理協議**」)，以於往績記錄期提供銷售推廣服務。以下為其他貿易代理協議的主要條款：

交付	相關產品將由第三方品牌商在收到我們的分銷商或我們的資料後直接交付予我們的分銷渠道，任何產品瑕疵由第三方品牌商負責。
佣金	(i) 根據透過我們的分銷渠道所得採購淨額協定的佣金率，及根據銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得後續銷售金額協定的佣金率；或 (ii) 僅根據我們的分銷渠道所得採購淨額協定的佣金率；或 (iii) 僅根據透過本公司分銷渠道之銷售推廣人員的後續銷售金額按雙方約定佣金率計算。
退貨政策	倘產品出現瑕疵及／或被我們的分銷渠道退回，第三方品牌商須負責相關的退回成本或換貨(倘必要)。
信貸期	就上述佣金情境(i)而言，由我們的分銷渠道收取第三方品牌商付款，第三方品牌商須(a)根據透過我們的分銷渠道所得採購淨額，於收到我們的分銷渠道的實際付款後7日內向我們支付相關佣金；及(b)根據銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得後續銷售額，於收到我們的發票日期起計四至八週內向我們支付相關佣金。 就上述佣金情境(ii)而言，由我們收取我們的分銷渠道付款，我們須於收到分銷渠道的實際付款後7日內，經扣除相關佣金後，向第三方品牌商支付剩餘的銷售收益。 就上述佣金情境(iii)而言，第三方品牌商將依據銷售渠道中本公司銷售推廣人員的後續銷售金額向我們支付相關佣金，並於收到本公司發票後60天內支付。
知識產權	我們有權在其他貿易代理協議期限內使用第三方品牌及標識(如適用)。

期限	除非雙方以書面方式終止協議，否則一般為三個月或一年，並定期延長三個月或一年或除非雙方書面終止協議，否則並無明確期限。

董事確認，我們於提供銷售推廣服務的情況下進行的所有交易乃於正常商業條款下進行並經雙方公平磋商後釐定並符合行業慣例。根據弗若斯特沙利文的資料，向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務，以使銷售推廣人員通過牛奶公司等分銷渠道協助品牌商的產品銷售，以收取佣金的情況並不少見，而本集團向第三方品牌商收取的佣金一般以市場費率為準。

管理及包裝服務

管理及包裝服務包括：(i)提供主要客戶管理及營銷服務；及(ii)管理及包裝服務。就主要客戶管理及營銷服務而言，我們於2022年6月首次為獨立第三方品牌商提供服務，協助其產品進駐萬寧。

就管理及包裝服務而言，我們於2024年4月首次與客戶H展開合作，當時我們與客戶H訂立管理服務協議(「**管理服務協議**」)。

由於我們通常在內部完成幾乎所有的包裝及貼標籤工作，視乎包裝的複雜程度，最大產能約為每天6,400箱，因此，如有需要，我們有閒置產能為客戶提供包裝服務。由於客戶H並無倉庫及包裝設施且認可我們的包裝及標籤內部技能，據此，我們為其向我們採購的產品提供增值包裝解決方案服務，包括包裝、儲存及存貨管理。包裝服務包括為客戶H包裝產品包裝盒，存儲服務包括與客戶H共用我們的倉庫存儲空間，與市場費率相比，有關服務乃按正常或更好的商業條款提供。客戶H自2023年7月6日至2024年3月28日為本公司的關連人士。客戶H由Bless Corporation Limited(一間根據香港法律註冊成立的公司)全資擁有，其中張運裕先生的配偶李沅濂女士於2023年2月7日至2024年3月28日期間持有其全部已發行股本的40%。於出售後，客戶H成為獨立第三方。於往績記錄期，我們向客戶H提供管理及包裝服務產生的收益為零、零、約0.6百萬港元及0.3百萬港元，分別佔總收益的零、零及約0.5%及0.6%。於往績記錄期，本集團為客戶H包裝的箱子總數為零、零、102,436箱及62,814箱：

於往績記錄期，本集團並無與客戶H訂立任何長期協議，而客戶H通常不時向我們下達訂單。管理服務協議的主要條款載列如下：

標的事項	本集團提供增值包裝解決方案服務，包括包裝、儲存及存貨管理。
期限	2024年4月1日至2025年3月31日，並已於2025年4月1日至2026年3月31日期間續訂協議*附註1*
定價政策	每月固定費用(包括包裝費及倉儲費)*附註2*

附註：

1. 於2026年1月1日客戶H終止與本集團的管理服務協議，乃由於本集團擴展產品組合，需要額外倉儲空間存放產品。

2. 固定費用乃經參考以下因素釐定：(i)我們所支付的每月倉庫租金及客戶H所佔用的面積；(ii)每月為客戶H包裝產品所需的時間；及(iii)我們包裝人員提供服務所需的資源及其月薪。此外，根據香港一家從事(其中包括)食品包裝業務的獨立公司所提供的報價，本公司已考慮產品包裝的市場價格。

除提供增值包裝解決方案服務外，鑒於我們與牛奶公司長期穩定的合作關係，我們亦在管理及包裝服務下為第三方品牌商提供主要客戶管理及營銷服務，協助品牌商在我們分銷渠道中推出產品，並收取固定管理費。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們就該等服務收取的服務費分別約為0.2百萬港元、0.5百萬港元、0.4百萬港元、0.2百萬港元及0.2百萬港元。

於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，來自管理及包裝服務的收益分別約為0.2百萬港元、0.5百萬港元、1.0百萬港元、0.5百萬港元及0.5百萬港元，分別佔我們總收益的約0.5%、0.4%、0.8%、0.9%及0.9%。來自管理及包裝服務的收益於提供服務時隨時間確認。

董事確認，我們於提供管理及包裝服務的情況下進行的所有交易均於雙方公平磋商後按正常商業條款進行。有關管理及包裝服務符合行業慣例。根據弗若斯特沙利文的資料，截至2026年2月，相較於香港另一家擁有182間門市的大型保健美容連鎖零售商，萬寧擁有306間門市，如此龐大的門店數量提供無可比擬的覆蓋范圍，尤其在高密度住宅區及旅遊區，使其獲得更高的品牌曝光度及銷售速度。因此，品牌商要求主要客戶管理及營銷服務以將其產品進駐萬寧的情況並不少見。

我們的品牌及產品

我們的自有品牌

自成立以來，我們一直專注於開發及培植自有品牌，因為董事相信，我們的品牌形象源自於我們持續的營銷努力以及產品組合的不斷增強和擴展。於最後實際可行日期，我們合共擁有六個自有品牌，即(i)「正品」；(ii)「炎痛消」；(iii)「Organicpharm」；(iv)「日藥堂」；(v)「維再生」；及(vi)「Profix」，涵蓋兒童、成人及長者的需要。下表載列我們自有品牌的圖片：

第三方品牌

除了自有品牌的產品外，我們向優質第三方品牌進行採購，以豐富我們的產品組合，提供更廣泛的產品，使我們能夠更好地滿足最終客戶的需求。

於2023年及2024年，我們與供應商G(日本知名保健及美容產品(包括護膚及護髮產品)製造商和批發商)訂立獨立的策略分銷協議，據此，我們獲指定為其兩個品牌(品牌

B及品牌C)在香港及澳門的獨家分銷商，標誌著我們在擴大產品組合以涵蓋日本保健及美容補充品與產品方面取得了里程碑式的進展。根據弗若斯特沙利文的資料，品牌B的產品主要在維他命C補充品領域進行競爭，該領域廣受歡迎，但由知名品牌主導，其創新的膠囊技術吸引了注重潮流的消費者，而品牌C產品則因其創新配方及在尋求控制飲食的消費者中廣受歡迎，已開發可識別的利基市場，特別是在體重管理和益生菌領域。

此外，於2022年至2025年期間，我們與第三方品牌商(即供應商K、SST Healthy、客戶B、Boiron Asia及尚締)訂立多項分銷或貿易代理協議，據此本集團作為其代表，為其提供銷售推廣服務，以便透過我們的分銷渠道(包括牛奶公司)分銷其產品，其詳情載於本節「我們的業務模式－銷售推廣服務」。

下表載列若干第三方品牌的圖片：

我們的產品

我們的產品分為兩類：(i)保健補充品及產品，包括(a)營養及草藥補充品，通常為藥丸、片劑或液體形式的口服產品，旨在補充日常飲食並提升內在健康／免疫系統，包括心臟、大腦、肝臟、骨骼、眼睛、改善睡眠質素等；及(b)用於緩解肌肉或關節疼痛的外用止痛產品；及(ii)美容補充品及產品，包括(a)旨在改善體型／外觀的製劑；及(b)旨在改善肌膚狀況的營養素，如膠原蛋白、抗氧化劑及輔酶，其主要功能包括美白、抗氧化、抗衰老及抗皺。於最後實際可行日期，我們的產品組合包括(i)自有品牌旗下44種保健補充品及產品以及8種美容補充品及產品；及(ii)第三方品牌旗下4種保健補充品及產品以及20種美容補充品及產品。保健補充品及產品一直是我們的主要及最暢銷的產品，於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，其收益分別佔我們總收益約81.9%、77.8%、71.6%及76.8%。尤其是，本集團於2025財政年度最暢銷的五款產品為自有品牌「正品」旗下的「生長鈣」、「鹿筋骨痛丸」、「鱷肺補」及「肝酵素」以及自有品牌「維再生」旗下的「維再生NMN」。

根據弗若斯特沙利文的資料，本集團於2024年在香港所有本地保健及美容補充品與產品供應商中，按零售值排名第七，市場份額約為1.6%。

我們的產品組合包括(i)我們自有品牌旗下的產品，主要由製造商及供應商向我們供應；及(ii)第三方品牌旗下產品，主要包括由品牌商供應的保健及美容補充品與產品。

按品牌及功能劃分的收益

下表載列於往績記錄期，我們自有品牌及第三方品牌旗下產品的品牌、產品數目、建議零售價範圍及產生的收益：

品牌	產品數目	建議零售價範圍[1]	2023財政年度收益	佔總收益的百分比	2024財政年度收益	佔總收益的百分比	2025財政年度收益	佔總收益的百分比	2025年六個月收益	佔總收益的百分比	2026年六個月收益	佔總收益的百分比
		港元	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元* *(未經審核)*	*%*	*千港元*	*%*
自有品牌												
正品			**25,939**	**60.1**	**58,083**	**53.0**	**66,716**	**51.2**	**28,065**	**53.0**	**24,816**	**47.3**
－兒童健康	4	299	3,903	9.0	21,348	19.5	27,893	21.4	11,551	21.8	9,463	18.0
－關節及痛症	3	269-339	9,064	21.0	10,612	9.7	11,767	9.0	5,176	9.8	4,494	8.6
－呼吸系統護理	1	399	2,985	6.9	8,713	7.9	9,177	7.0	3,267	6.2	2,789	5.3
－抗敏	2	339-359	1,949	4.5	3,539	3.2	4,122	3.2	2,050	3.9	1,256	2.4
－男士健康	2	339	3,627	8.5	4,942	4.5	4,504	3.5	2,014	3.8	2,197	4.2
－心血管及肝臟護理	1	339	1,514	3.5	4,468	4.1	5,310	4.1	2,421	4.5	2,829	5.4
－滋陰養顏	4	339-379	2,897	6.7	4,461	4.1	3,943	3.0	1,586	3.0	1,788	3.4
炎痛消			**8,626**	**20.0**	**15,156**	**13.9**	**16,239**	**12.4**	**7,227**	**13.6**	**6,573**	**12.5**
－關節及痛症	4	339	5,449	12.6	9,590	8.8	10,231	7.9	4,917	9.3	4,446	8.4
－消炎止痛帶	9	299-419	3,177	7.4	5,566	5.1	6,008	4.5	2,310	4.3	2,127	4.1
維再生			**–**	**–**	**12,213**	**11.1**	**21,429**	**16.5**	**7,127**	**13.4**	**10,930**	**20.9**
－女士健康	2	468-2,680	–	–	12,213	11.1	15,867	12.2	5,792	10.9	4,517	8.6
－心血管及肝臟護理	1	399	–	–	–	–	4,258	3.3	1,335	2.5	3,445	6.6
－眼睛健康	1	329	–	–	–	–	1,304	1.0	–	–	1,027	2.0
－兒童系列	2	299-329	–	–	–	–	–	–	–	–	1,047	2.0
－體重及腸道管理	2	379-399	–	–	–	–	–	–	–	–	894	1.7

品牌	產品數目	建議零售價範圍[1]	2023財政年度收益	佔總收益的百分比	2024財政年度收益	佔總收益的百分比	2025財政年度收益	佔總收益的百分比	2025年六個月收益	佔總收益的百分比	2026年六個月收益	佔總收益的百分比
		港元	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元* *(未經審核)*	*%*	*千港元*	*%*
日藥堂			**3,297**	**7.6**	**7,886**	**7.2**	**1,274**	**1.0**	**450**	**0.8**	**995**	**1.9**
－失眠及緩解壓力	1	299	1,134	2.6	1,575	1.4	778	0.6	523	1.0	631	1.2
－體重及腸道管理	1	439	1,151	2.7	1,427	1.3	905	0.7	335	0.6	364	0.7
－心血管及肝臟護理	1	339	1,012	2.3	4,884	4.5	(409)	(0.3)	(408)	(0.8)	–	–
Organicpharm			**4,807**	**11.1**	**6,107**	**5.6**	**5,153**	**4.0**	**2,564**	**4.8**	**2,572**	**4.9**
－體重及腸道管理	3	229-299	4,807	11.1	6,107	5.6	5,153	4.0	2,564	4.8	2,572	4.9
Profix			**–**	**–**	**7,820**	**7.1**	**2,806**	**2.2**	**1,513**	**2.9**	**1,188**	**2.3**
－益生菌	6	299-369	–	–	7,820	7.1	2,806	2.2	1,513	2.9	1,188	2.3
第三方品牌												
供應商K的品牌A			**–**	**–**	**–**	**–**	**830**	**0.6**	**32**	**0.1**	**13**	**–**
－腦部健康	1	388	–	–	–	–	830	0.6	32	0.1	13	–
供應商G的品牌B			**–**	**–**	**249**	**0.2**	**7,411**	**5.7**	**3,558**	**6.7**	**758**	**1.4**
－女士健康	6	299	–	–	–	–	2,809	2.1	1,453	2.7	498	0.9
－失眠及緩解壓力	1	368	–	–	249	0.2	2,186	1.7	797	1.5	359	0.7
－體重及腸道管理	1	368	–	–	–	–	2,416	1.9	1,308	2.5	(99)	(0.2)
供應商G的品牌C			**–**	**–**	**–**	**–**	**4,327**	**3.3**	**676**	**1.3**	**3,511**	**6.7**
－體重及腸道管理	12	198-329	–	–	–	–	4,327	3.3	676	1.3	3,511	6.7

品牌	產品數目	建議零售價範圍[1]	2023財政年度收益	佔總收益的百分比	2024財政年度收益	佔總收益的百分比	2025財政年度收益	佔總收益的百分比	2025年六個月收益	佔總收益的百分比	2026年六個月收益	佔總收益的百分比
		港元	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元* *(未經審核)*	*%*	*千港元*	*%*
其他[2]			**–**	**–**	**804**	**0.7**	**1,757**	**1.3**	**624**	**1.2**	**146**	**0.3**
–心血管及肝臟護理	1	不適用	–	–	–	–	725	0.5	319	0.6	–	–
–女士健康	1	不適用	–	–	591	0.5	222	0.2	74	0.2	–	–
–關節及痛症	1	不適用	–	–	213	0.2	810	0.6	231	0.4	146	0.3
小計			**42,669**	**98.8**	**108,318**	**98.8**	**127,942**	**98.2**	**51,836**	**97.8**	**51,502**	**98.2**
其他[3]			**524**	**1.2**	**1,300**	**1.2**	**2,273**	**1.8**	**1,154**	**2.2**	**940**	**1.8**
總計			**43,193**	**100.0**	**109,618**	**100.0**	**130,215**	**100.0**	**52,990**	**100.0**	**52,442**	**100**

附註：

(1) 建議零售價範圍為我們向批發客戶提供的建議指引，其通常遵守該等定價基準以向最終客戶進行轉售。我們的建議零售價範圍與實際平均售價(根據本集團就產品銷售實際所得收益計算)之間的差異主要由於我們向批發客戶提供的售價為批發價而非零售價。

(2) 就該等產品而言，我們僅為特定批發客戶採購，且我們自己並不銷售或分銷該等產品，因此建議零售價範圍不適用。

(3) 指銷售推廣服務以及管理及包裝服務的收益。

在我們自有品牌中，按收益計，「正品」、「炎痛消」及「維再生」為我們最暢銷的三個品牌。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，(i)銷售「正品」旗下產品的收益分別約為25.9百萬港元、58.1百萬港元、66.7百萬港元、28.1百萬港元及24.8百萬港元，佔我們總收益分別約60.1%、53.0%、51.2%、53.0%及47.3%；(ii)銷售「炎痛消」旗下產品的收益分別約為8.6百萬港元、15.2百萬港元、16.2百萬港元、7.2百萬港元及6.6百萬港元，佔我們總收益約20.0%、13.9%、12.4%、13.6%及12.5%；及(iii)銷售「維再生」旗下產品的收益分別為零、約12.2百萬港元、21.4百萬港元、7.1百萬港元及10.9百萬港元，佔我們總收益分別為零、約11.1%、16.5%、13.4%及20.9%。

「日藥堂」旗下產品銷售額由2024財政年度的7.9百萬港元減少約83.8%至2025財政年度的1.3百萬港元，主要原因為：(i)日本製藥公司於2024年4月自願召回一款含有紅麴米的產品，其詳情載於本節「我們的業務模式－批發業務－向牛奶公司銷售產品－牛奶公司退貨及撥備政策」分節；及(ii)自2025年1月起暫停向牛奶公司供應失眠及緩解壓力相關產品，以籌備於2025年5月推出該產品的升級版本。「日藥堂」旗下產品銷售額由2025年六個月的約0.5百萬港元增加約121.1%至2026年六個月的約1.0百萬港元，由於2025年六個月的收益受上述自願產品召回的影響。

「Organicpharm」旗下產品的銷售額從2024財政年度的6.1百萬港元減少約15.6%至2025財政年度的5.2百萬港元，主要歸因於我們加強對2025財政年度推出品牌B及品牌C旗下的新第三方體重及腸道管理產品的營銷力度，導致用於銷售及推廣「Organicpharm」旗下體重及腸道管理產品的營銷資源被轉移。於2026年六個月，我們於「Organicpharm」旗下推出新產品，且「Organicpharm」旗下整體的銷售額維持穩定，於2025年六個月及2026年六個月分別約為2.6百萬港元及2.6百萬港元。

「Profix」旗下產品的銷售額從2024財政年度的7.8百萬港元減少約64.1%至2025財政年度的2.8百萬港元，主要由於我們於2024財政年度首次推出該品牌時投入更多營銷資源。「Profix」旗下產品的銷售額由2025年六個月的約1.5百萬港元減少約21.5%至2026年六個月的約1.2百萬港元，主要由於該類別項下若干產品逐漸退出市場，以及該類別中有兩款產品於2026年六個月停產。

品牌B旗下產品的銷售額由2025年六個月的約3.6百萬港元減少約78.7%至2026年六個月的約0.8百萬港元，主要歸因於(i)受市場競爭的影響品牌B旗下產品的需求整體減少；及(ii)於2025年六個月在小紅書進行品牌B旗下產品的促銷活動，而於2026年六個月則未進行該促銷活動。

品牌C旗下產品的銷售額由2025年六個月的約0.7百萬港元增加約419.4%至2026年六個月的約3.5百萬港元，主要由於我們自2024年6月起僅開始銷售品牌C項下的產品且我們於2026年六個月加大該品牌旗下體重及腸道管理產品的促銷折扣力度，以提升部分滯銷產品的銷量。

我們自有品牌「正品」旗下的鹿相關保健補充品一直為我們最暢銷的產品，於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月分別佔我們總收益約41.6%、35.6%、34.5%、36.7%及31.0%。根據弗若斯特沙利文的資料，本集團於2024年在香港鹿相關保健補充品及產品的零售值排名第一，市場份額約為29.4%。此外，根據弗若斯特沙利文的資料，我們自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品與產品之一。

按產品類別及功能劃分的收益

下表詳細列示我們於往績記錄期按產品類別及功能劃分的收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
保健補充品及產品	**35,370**	**81.9**	**85,299**	**77.8**	**93,289**	**71.6**	**38,101**	**71.9**	**40,287**	**76.8**
－兒童健康	3,903	9.0	21,348	19.5	27,893	21.4	11,551	21.8	10,510	20.0
－關節及痛症	14,512	33.6	20,415	18.6	22,808	17.5	10,324	19.5	9,086	17.3
－呼吸系統護理	2,985	6.9	8,713	7.9	9,177	7.0	3,267	6.2	2,789	5.3
－抗敏	608	1.4	858	0.8	1,168	0.9	517	1.0	318	0.6
－男士健康	3,627	8.4	4,942	4.5	4,504	3.5	2,014	3.8	2,197	4.2
－腦部健康	–	–	–	–	830	0.6	32	0.1	13	0.0
－失眠及緩解壓力	1,134	2.6	1,823	1.7	2,964	2.3	1,320	2.5	990	1.9
－止痛	3,177	7.4	5,566	5.1	6,008	4.6	2,310	4.3	2,127	4.1
－心血管及肝臟護理	2,527	5.9	9,353	8.5	9,884	7.6	3,667	6.9	6,274	12.0
－眼睛健康	–	–	–	–	1,304	1.0	–	–	1,027	2.0
－益生菌	–	–	7,820	7.1	2,806	2.2	1,513	2.8	1,188	2.3
－滋陰養顏	2,897	6.7	4,461	4.1	3,943	3.0	1,586	3.0	1,788	3.4
－女士健康	–	–	–	–	–	–	–	–	493	0.9
－體重及腸道管理	–	–	–	–	–	–	–	–	1,487	2.8
美容補充品及產品	**7,299**	**16.9**	**23,019**	**21.0**	**34,653**	**26.6**	**13,735**	**25.9**	**11,215**	**21.4**
－抗敏	1,341	3.1	2,682	2.4	2,954	2.3	1,533	2.9	938	1.8
－女士健康	–	–	12,803	11.7	18,898	14.5	7,319	13.8	4,522	8.6
－體重及腸道管理	5,958	13.8	7,534	6.9	12,801	9.8	4,883	9.2	5,755	11.0
小計	**42,669**	**98.8**	**108,318**	**98.8**	**127,942**	**98.2**	**51,836**	**97.8**	**51,502**	**98.2**
其他[(1)]	524	1.2	1,300	1.2	2,273	1.8	1,154	2.2	940	1.8
總計	**43,193**	**100.0**	**109,618**	**100.0**	**130,215**	**100.0**	**52,990**	**100.0**	**52,442**	**100.0**

附註：

(1) 指銷售推廣服務以及管理及包裝服務的收益。

保健補充品及產品一直為我們最暢銷的產品類別。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，銷售保健補充品及產品的收益分別約為35.4百萬港元、85.3百萬港元、93.3百萬港元、38.1百萬港元及40.3百萬港元，分別佔我們總收益約81.9%、77.8%、71.6%、71.9%及76.8%。我們的保健補充品及產品自生產日起計，一般有約24至36個月的保質期。

另一方面，截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，銷售美容補充品及產品產生的收益分別約為7.3百萬港元、23.0百萬港元、34.7百萬港元、13.7百萬港元及11.2百萬港元，分別佔該等期間總收益約16.9%、21.0%、26.6%、25.9%及21.4%。我們的美容補充品及產品的保質期通常自生產日期起約24-36個月。

就產品功能而言，兒童健康、關節及痛症以及女士健康相關產品為2025財政年度三大最暢銷品類，分別佔總收益約21.4%、17.5%及14.5%。就產品功能而言，兒童健康、關節及痛症以及體重及腸道管理相關產品為2026年六個月三大最暢銷產品，分別佔總收益約20.0%、17.3%及13.8%。

按品牌及產品類別劃分的收益

下表載列我們於往績記錄期按自有及第三方品牌以及產品類別劃分的收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
自有品牌	42,669	98.8	107,266	97.9	113,617	87.2	46,946	88.6	47,074	89.7
－保健補充品及產品	35,370	81.9	84,838	77.4	88,738	68.1	36,722	69.3	39,770	75.8
－美容補充品及產品	7,299	16.9	22,428	20.5	24,879	19.1	10,224	19.3	7,304	13.9
第三方品牌	–	–	1,052	0.9	14,325	11.0	4,890	9.2	4,428	8.5
－保健補充品及產品	–	–	461	0.4	4,551	3.5	1,379	2.6	517	1.0
－美容補充品及產品	–	–	591	0.5	9,774	7.5	3,511	6.6	3,911	7.5
其他[(1)]	524	1.2	1,300	1.2	2,273	1.8	1,154	2.2	940	1.8
總計	43,193	100.0	109,618	100.0	130,215	100.0	52,990	100.0	52,442	100.0

附註：

(1) 指銷售推廣服務以及管理及包裝服務的收益。

有關我們按品牌及產品類別劃分的收益的詳細分析，請參閱本節上文「我們的品牌及產品－我們的產品－按品牌及功能劃分的收益」及「我們的品牌及產品－我們的產品－按產品類別及功能劃分的收益」。

我們的五大暢銷產品

於2025財政年度按收益計的我們的五大暢銷產品為「生長鈣」、「維再生NMN」、「鹿筋骨痛丸」、「鱷肺補」及「肝酵素」，均為我們的自有品牌旗下產品。

「生長鈣」

「生長鈣」是我們自有品牌「正品」旗下推出的兒童健康類保健補充品。本產品於2015年10月首次上市。本產品主要成分為紐西蘭鹿骨鈣、IgF生長因子、鎂、鋅和DHA，為咀嚼片設計。「生長鈣」旨在強健兒童骨骼和牙齒，增強抵抗力，促進發育。

「生長鈣」為本集團2025財政年度及2026年六個月最暢銷的產品。於往績記錄期，銷售「生長鈣」產生的收益分別約為2.5百萬港元、16.7百萬港元、23.7百萬港元及7.9百萬港元，分別佔總收益的約5.9%、15.3%、18.2%及15.1%。

「維再生NMN」

「維再生NMN」是我們自有品牌「維再生」旗下推出的女性美容補充品。該產品於2023年5月首次上市。本產品主要成分為NMN(ß-煙醯胺單核苷酸)、玉米澱粉(抗結劑)、羥丙基甲基纖維素(膠囊)、硬脂酸鈣(穩定劑)和微晶纖維素(抗結劑)，為膠囊劑型。「維再生NMN」旨在抗衰老及美肌美顏。於2025年6月，我們已將產品升級至「維再生NMN 40000+」。

「維再生NMN」為本集團2025財政年度第二大暢銷產品，而升級的產品「維再生NMN 40000+」為本集團2026年六個月的第三大暢銷產品。於2024財政年度及2025財政年度，「維再生NMN」銷售所產生的收益分別約為12.2百萬港元及13.7百萬港元，分別佔總收益約11.1%及10.5%。於2026年六個月，銷售「維再生NMN 40000+」所產生的收益約為3.5百萬港元，佔本公司總收益約6.7%。

「鹿筋骨痛丸」

「鹿筋骨痛丸」是自有品牌「正品」旗下推出的關節及痛症類保健補充品。該產品於2014年7月首次上市。該產品主要成分為紐西蘭鹿筋萃取、鹿骨鈣、櫻桃萃取及南極磷蝦油，為膠囊劑型。「鹿筋骨痛丸」旨在緩解關節疼痛及改善關節健康。

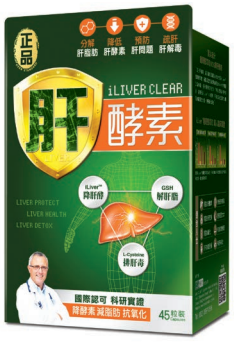
「鹿筋骨痛丸」為本集團2025財政年度第三大暢銷產品及2026年六個月第二大暢銷產品。於往績記錄期，銷售「鹿筋骨痛丸」產生的收益分別約為9.0百萬港元、10.6百萬港元、10.6百萬港元及3.7百萬港元，分別佔總收益約20.8%、9.7%、8.1%及7.1%。

「鱷肺補」

「鱷肺補」是我們自有品牌「正品」旗下推出的呼吸系統護理類保健補充品。該產品於2017年9月首次上市。該產品主要成分為澳洲鱷魚肉萃取、蟲草菌絲體Cs-4萃取、槲皮素萃取及鳳梨酵素萃取，為膠囊劑型。「鱷肺補」旨在緩解呼吸道不適及強健呼吸系統。

「鱷肺補」為本集團2025財政年度第四大暢銷產品及2026年六個月第五大暢銷產品。於往績記錄期，銷售「鱷肺補」產生的收益分別約為3.0百萬港元、8.7百萬港元、9.2百萬港元及2.8百萬港元，分別佔總收益約6.9%、7.9%、7.0%及5.3%。

「肝酵素」



「肝酵素」為我們自有品牌「正品」旗下推出的保健補充品，專注於心血管及肝臟護理。該產品於2019年6月首次上市。該產品主要成分為龍眼殼萃取(iLiver™)、穀胱甘肽、朝鮮薊、卵磷脂及L－半胱氨酸鹽酸鹽，為膠囊劑型。「肝酵素」旨在增強肝臟修復能力並支持整體肝臟健康。

「肝酵素」為本集團2025財政年度第五大暢銷產品及2026年六個月的第四大暢銷產品。於往績記錄期，銷售「肝酵素」產生的收益分別約為1.5百萬港元、4.5百萬港元、5.3百萬港元及2.8百萬港元，分別佔總收益約3.5%、4.1%、4.1%及5.4%。

自有品牌旗下主要產品

除上述五大暢銷產品外，自有品牌旗下其他主要產品及其主要成分載列如下：

功能	產品	品牌	主要成分	樣品圖片
關節及痛症	「炎痛消腰坐骨」	「炎痛消」	乙醯肉鹼、鎂、綠唇蚌、有機硫	
心血管及肝臟護理	「維再生血暢通」	「維再生」	米糠發酵萃取物(Actibody RB)、納豆菌培養萃取物(含大豆及納豆激酶活性60,000 FU納豆激酶)、武靴葉萃取物、維他命B6、葉酸	
抗敏	「鱷膚油」	「正品」	澳洲鱷魚油	
男士健康	「鹿尾羝腎氣丸」	「正品」	紐西蘭鹿尾羝、鹿鞭、亞麻籽、銀杏葉精華、蛋白質、骨膠原	
消炎止痛帶	「炎痛消膝痛帶」	「炎痛消」	橡膠、聚酯纖維、樹脂粉、電氣石、陶瓷粉	

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的產品概無(i)被分類為「中成藥」或「中藥材」，亦無需根據中醫藥條例(香港法例第549章)就本集團或我們的產品進行註冊或取得牌照；(ii)被分類為藥劑業及毒藥條例(香港法例第138章)所界定的「藥物」或「藥劑製品」，本集團或我們的產品亦無需根據藥劑業及毒藥條例或藥劑業及毒藥規例(香港法例第138A章)進行註冊或取得牌照；(iii)含有抗生素條例(香港法例第137章)所載抗生素；及(iv)受危險藥物條例(香港法例第134章)規管的任何物質。

自有品牌的產品研發

於最後實際可行日期，我們已成立由2名員工(包括張運裕先生)組成的產品研發團隊。為評估及考慮是否需要升級現有產品及推出新產品，團隊定期召開會議，進行全面的市場評估，檢視現有產品的表現指標，並與供應商合作改良配方。

下表載列我們自有品牌旗下產品研發的主要階段：

編號	流程名稱	流程說明
1	釐定初始產品概念	我們的產品研發團隊密切監控及分析市場趨勢及消費者需求，力求了解客戶對保健及美容補充品與產品的喜好。我們透過多項市場研究方法達致上述目的，包括研究潛在市場競爭對手推出的新產品、與前線銷售人員、客戶及供應商討論產品及成分的最新趨勢、參加世界各地的展覽會及貿易展，以及分析電子商務及社交媒體趨勢以獲悉消費者觀點。然後，我們利用所收集的資料釐定初始產品概念。董事認為，上述全面的方法使我們能持續調整產品組合，確保符合客戶喜好及市場變化。
2	初始產品要求／主要成分的規格	產品研發團隊遵循結構性流程以釐定初始產品要求／規格。該流程從全面的行業研究開始，我們分析科學報告、臨床研究及監管刊物，以識別最佳的營養及功能成分。根據本集團的市場研究及分析，我們的產品研發團隊會尋找匹配我們選定主要成分的合適配方的供應商。
3	甄選及評估供應商	於釐定初始產品要求／主要成分規格後，我們開始甄選供應商。我們的供應商審核流程採用嚴格且以品質為重點的方法。潛在供應商須證明其具備經認證的品質管理系統、守法記錄，以及符合我們產品規格的技術能力。我們亦會視察其生產廠房、審查產品範圍，並比較其定價、運輸物流及付款條款。一旦選定供應商後，我們將持續監察其表現。
4	索取報價	視乎產品性質，我們的產品研發團隊將聯絡有能力生產產品的獨立第三方供應商，並向其索取報價。有關我們對供應商的質量控制及甄選標準詳情，請參閱本節下文「質量控制—與供應商有關的質量控制」。

編號	流程名稱	流程說明
5	生產前樣本審查	我們逐步增加與擁有合適配方的供應商合作，透過多輪審查週期進一步優化配方，直到最終確定生產規格。然後，供應商生產樣品，我們會根據預設參數進行品質測試，對產品進行初步評估，包括其配方、顏色及形狀等，並視需要進行修訂。我們與選定供應商討論如何完善初始產品要求／規格，並得出最終設計。我們亦透過參考已刊發的報告、期刊及研究，與供應商審慎釐定產品原料的組成，包括所採用的組合及種類。產品研發團隊將評估新產品，並決定是否核准與推出該產品。儘管我們的產品並不擁有任何專利配方，但我們有權以自有品牌名稱銷售產品，並就此註冊商標，而我們的供應商通常不得將我們的產品配方提供予其他客戶。

儘管我們的產品研發流程因產品而異，並無特定的計劃時間表，但研發新產品一般需時約六個月，具體取決於產品要求／規格及配方的性質與複雜程度。

為支持產品的有效性及提高產品的可信度，於2022年，我們與香港一所大學的高錦明教授合作進行科學研究，驗證「鹿筋骨痛丸」對慢性炎症引起的肌肉或關節勞損有益。此外，於2023年，我們再次與高錦明教授合作，進行科學研究，驗證我們自有品牌「正品」旗下的「鱷肺補」及「生長鈣」分別有效抑制人體氣道的過敏反應及促進生長期內人體的骨骼生長。我們認為，這些科學實證支持我們產品的功效，增強最終客戶對產品的信心，提升了我們在公眾眼中的品牌形象。

推出新產品

於往績記錄期，為迎合最終客戶的不同需要並迅速回應市場趨勢及需求，我們已推出17款自有品牌的新產品，涵蓋益生菌及女士健康、心血管及肝臟護理、眼部護理、關節及痛症、體重及腸道管理以及兒童健康。於往績記錄期，我們品牌旗下推出的新產品應佔收益於2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月分別約為20.0百萬港元、25.4百萬港元及13.5百萬港元。

我們的供應商

我們通常委聘供應商(包括製造商及貿易公司)向我們提供自有品牌的產品，同時我們不時向品牌商採購第三方品牌產品。我們亦採購包裝物料，以於倉庫自主包裝我們的產品。於往績記錄期，我們向供應商的總採購額分別約為7.2百萬港元、28.7百萬港元、27.7百萬港元及16.9百萬港元。董事確認，於整個往績記錄期直至最後實際可行日期，我們並無經歷產品、第三方品牌產品及包裝物料任何材料的價格波動。

我們就製造及供應產品及採購包裝物料與上游供應商緊密合作。我們會根據需求預測、銷售預測及當前存貨水平，按需要向供應商發出個別採購訂單。下達訂單後，

我們要求供應商交付所需產品及／或包裝物料的交貨時間，視乎採購的性質與數量而定，通常介乎一個月至六個月。

有關我們對供應商的質量控制及甄選供應商的準則，請參閱本節下文「質量控制—與供應商有關的質量控制」。

產品及包裝物料製造商及供應商

我們委聘製造商及供應商(包括鹿相關產品、藥品、化妝品及包裝物料貿易公司)向我們提供自有品牌的產品。此類產品主要指售予消費者前尚待貼標籤或包裝的保健及美容補充品與產品。我們通常在收到製造商及供應商發貨後短時間內對有關產品進行貼標籤及包裝。該等製造商及供應商使用的原材料來自不同地區，其中包括澳洲、紐西蘭、日本及台灣。

就香港進出口法例而言，鑒於香港海關發出的確認函，本集團於往績記錄期在其管轄範圍內並無定罪記錄，且因香港正品及萬嘉寶於往績記錄期並無持有食品進口商及／或分銷商許可證而違反食物安全條例之情況屬非重大事項。據我們的香港法律顧問所告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團未曾且並無涉及任何重大違反有關香港進出口法律及規例的情況。有關詳情，請參閱本文件本節「法律訴訟及合規－合規」。

我們通常按訂單就自有品牌向製造商及供應商發出訂單。我們自有品牌旗下產品的製造商及供應商通常負責將產品運送至我們指定地點及處理海關清關。除供應商E及供應商H外，我們並無就自有品牌旗下產品與製造商及供應商訂立任何長期協議。每次採購的條款(包括定價及結算安排)通常由本集團與相關製造商及供應商於每次發出採購訂單時協商釐定。

下表載列製造商及供應商與我們就自有品牌旗下產品訂立的一般安排概要：

製造商及供應商的角色及義務：	生產或提供產品或包裝物料。
專有權：	通常製造商及供應商均並無授出專有權。
定價：	定價由我們與製造商及供應商按個別基準進行磋商。
退貨政策：	在收貨時如發現有產品瑕疵或質量問題，我們有權退回產品及／或要求供應商退款。
信貸期：	(i) 50%或70%按金，剩餘款項於交付前結算； (ii) 100%交付前支付； (iii) 交付後30日內支付；或 (iv) 50%按金，剩餘款項於交付後7天內結算

交付期： 製造商及供應商通常負責安排物流及向我們交付產品。通常需時約一至八個月。

下表載列於往績記錄期與供應商E及供應商H所訂立貿易協議的主要條款概要：

供應商的角色及義務： 生產自有品牌旗下的產品。

專有權： 供應商通常不授出專有權。

交付： 供應商負責將產品交付予我們。

期限： 自2024年1月1日起生效，任何一方均須提前30日以書面通知終止本協議。

最低採購金額： 無

供應商E及供應商H通常於下達訂單後2至4個月內向我們交付產品，費用由彼等承擔。

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們未有違反製造商及供應商與本集團訂立的協議條款，以至對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

於往績記錄期，我們並無因供應短缺或延遲或採購成本大幅波動而在產品採購、營運中斷方面面臨任何困難。根據弗若斯特沙利文的資料，保健及美容補充品與產品市場的產品製造商及供應商普遍競爭激烈且分散，當中包括大量跨國、全國性及地區公司。因此，董事認為在市場上應可覓得該等產品製造商及供應商。倘若我們現有製造商及供應商未能於未來滿足我們的訂單要求或終止與我們的協議，董事認為我們將能及時物色品質及成本相若的替代製造商及供應商。

第三方品牌商

就銷售第三方品牌旗下產品而言，本集團通常直接向品牌商購買相關產品，並通過產品的銷售及分銷產生收益。

我們通常逐次向品牌商下達訂單。第三方品牌商通常負責將產品運送至我們指定的地點。我們與品牌商訂立長期協議，每次採購的條款(包括定價及結算安排)通常於下達採購訂單時由本集團與各自的品牌商通過磋商釐定。

下表概述該等品牌商與我們所訂立長期協議的主要條款：

	供應商G	**供應商K**[附註(1)]
品牌商的角色及義務：	供應第三方品牌旗下產品	
專有權：	已授予專有權	無專有權

	供應商G	供應商K[附註(1)]
定價：	無固定價格	供應商K規定的固定價格
期限：	兩年，倘達到最低採購金額，可續訂兩年。任何一方均可提前六個月以書面形式終止協議。	三年及可於相互協定後續訂。任何一方均可提前30天以書面形式終止本協議。
信貸期：	發出提貨單後30天	發票日期起兩個月內
最低採購金額：	協定最低採購金額	無
交付期：	供應商G將於收到訂單後兩個月內安排交付，且採用離岸交貨方式。	供應商K將負責交付產品至我們的倉庫。

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無違反第三方品牌商與本集團之間訂立對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響的協議條款。

附註：

(1) 供應商K於2023年11月成立，主要從事保健品貿易。其通常於下達訂單後兩個月內向我們交付其產品。

服務供應商

我們委聘位於香港的獨立第三方服務供應商提供物流服務。於甄選該等服務供應商時，我們主要考慮其所提供服務的範疇及品質、其往績記錄以及其定價的競爭力。

五大供應商

於往績記錄期，我們向五大供應商的總採購額分別約為6.2百萬港元、22.2百萬港元、22.3百萬港元及13.0百萬港元，分別佔我們的總採購額約86.3%、77.3%、80.3%及77.1%，而我們向最大供應商的採購額分別約為4.0百萬港元、9.9百萬港元、7.7百萬港元及4.8百萬港元，分別佔我們的總採購額約55.6%、34.5%、27.8%及28.2%。有關供應商集中的風險詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務營運有關的風險－集中於多家主要供應商可能會影響我們的營運。我們主要供應商的營運、財務表現或財務狀況的任何重大不利變動均可能對其與我們的業務關係造成重大不利影響」。下表載列本集團於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月向五大供應商採購的明細：

2023財政年度

排名	供應商	主要業務／背景資料	我們採購的主要產品	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	採購額 *千港元*	佔總採購額百分比 *%*	是否與我們有關連
1	供應商A	生產鹿相關保健補充品*(附註1)*	鹿筋關節混合膠囊，鹿奶混合片及鱷魚呼吸混合膠囊	2015年	交付前付款	銀行轉賬	3,985	55.6	否
2	供應商B	生產、批發及零售保健及美容補充品及產品*(附註2)*	五青丸、海參魚肚膠囊、肝酵素	2013年	50%按金，餘款於交付前結付	銀行轉賬	807	11.2	否
3	漢田生技股份有限公司	生產及銷售生物技術食品、保健食品及美容產品*(附註3)*	抽脂果膠	2021年	50%按金，餘款於交付前結付	銀行轉賬	648	9.0	否
4	供應商C	醫藥及化妝品貿易及進出口*(附註4)*	納豆補充膠囊和睡眠補充片	2020年	交付前付款	銀行轉賬	420	5.9	否
5	供應商D	提供印刷、設計及營銷服務*(附註5)*	產品包裝盒、貼紙及內托盤	2020年	發票發出後30日或月底前	支票	328	4.6	否
						總計	**6,188**	**86.3**	

2024財政年度

排名	供應商	主要業務／背景資料	我們採購的主要產品	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	採購額 *千港元*	佔總採購額百分比 *%*	是否與我們有關連
1	供應商A	生產鹿相關保健補充品*(附註1)*	鹿鈣混合片，鹿尾混合膠囊及鹿筋混合膠囊	2015年	交付前付款	銀行轉賬	9,900	34.5	否
2	供應商E	食品、配料、化妝品及雜項產品的策劃、製造及銷售*(附註6)*	維再生NMN補充品	2023年	50%按金，餘款於交付前結付	銀行轉賬	6,299	22.0	否
3	供應商F	藥劑製品生產*(附註7)*	Profix益生菌相關產品	2022年	70%按金，餘款於交付前結付	支票	2,714	9.5	否
4	供應商B	生產、批發及零售保健及美容補充品與產品*(附註2)*	五青丸、海參魚肚膠囊、肝酵素	2013年	50%按金，餘款於交付前結付	銀行轉賬	1,722	6.0	否
5	Kuminion Creation Limited	提供營銷代理、諮詢、廣告、電子商務及貿易服務*(附註8)*	鹿筋膠囊，鹿鈣混合片及骨關節膠囊	2022年	50%按金，餘款於交付前結付	銀行轉賬	1,518	5.3	否
						總計	**22,153**	**77.3**	

2025財政年度

排名	供應商	主要業務／背景資料	我們採購的主要產品	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	採購額 *千港元*	佔總採購額百分比 *%*	是否與我們有關連
1	供應商A	生產鹿相關產品*(附註1)*	鹿鈣混合片、鹿胎、鹿筋關節混合膠囊及鹿筋混合膠囊	2015年	交付前付款	銀行轉賬	7,710	27.8	否
2	供應商E	食品、配料、化妝品及雜項產品的策劃、製造及銷售*(附註6)*	維再生NMN補充品及納豆激酶補充品	2023年	50%按金，餘款於交付前結付	銀行轉賬	5,883	21.2	否
3	供應商G	保健及美容產品(包括護膚及護髮產品)生產商及批發商*(附註9)*	品牌B及品牌C旗下產品	2023年	提貨單日期起計30天內結付	銀行轉賬	5,043	18.2	否
4	供應商H	研究、開發及製造健康補充品、護膚品及乳製品*(附註10)*	鱷魚膠囊	2023年	交付前付款	銀行轉賬	2,210	8.0	否
5	供應商D	提供印刷、設計及營銷服務*(附註5)*	產品包裝盒、貼紙及內托盤	2020年	發票發出後30日或月底前	支票	1,441	5.2	否
						總計	**22,287**	**80.3**	

2026年六個月

排名	供應商	主要業務／背景資料	我們採購的主要產品	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	採購額	佔總採購額百分比	是否與我們有關連
							千港元	*%*	
1	供應商A	生產鹿相關產品*(附註1)*	鹿鈣混合片、鹿胎、鹿筋關節混合膠囊及鹿筋混合膠囊	2015年	交付前付款	銀行轉賬	4,769	28.2	否
2	供應商G	保健及美容產品(包括護膚及護髮產品)生產商及批發商*(附註9)*	品牌B及品牌C旗下產品	2023年	提貨單日期起計30天內結付	銀行轉賬	3,945	23.3	否
3	供應商E	食品、配料、化妝品及雜項產品的策劃、製造及銷售*(附註6)*	維再生NMN補充品及納豆激酶補充品	2023年	50%按金，餘款於交付前結付	銀行轉賬	2,037	12.0	否
4	供應商B	生產、批發及零售保健及美容補充品與產品*(附註2)*	五青丸、海參魚肚膠囊、肝酵素	2013年	50%按金，餘款於交付前結付	銀行轉賬	1,191	7.0	否
5	亞方生命	OEM產品的採購及保健補充品及產品的貿易*(附註11)*	維再生私密雙道護(益生菌+蔓越莓)及維再生腸道微生態(免疫+配方)	2024年	50%按金，餘款於交付後7日內結付	支票	1,098	6.5	否
						總計	**13,040**	**77.0**	

附註：

1. 該公司於2015年3月成立，專門從事紐西蘭野生鹿肉及鹿肉副產品的可持續採收及加工。

2. 該公司於台北證券交易所上市。根據其截至2024年12月31日止年度的年報，其主要在台灣從事保健及美容補充品與產品的生產、批發及零售。該公司於1980年8月成立，繳足股本為11.826億新台幣。

3. 該公司於台北證券交易所上市。根據其截至2024年12月31日止年度的年報，該公司主要在台灣從事生物技術食品、保健食品及美容產品的生產及銷售。該公司於2007年10月成立，繳足股本為2.762億新台幣。

4. 該公司主要在日本從事貿易及各種產品的進出口，包括工業化學品、原材料、藥品、化妝品、農藥、半導體材料、理化及精密設備，以及鐵礦石產品及陶瓷原材料。該公司於1963年9月成立，繳足股本為80百萬日元。

5. 該公司於2018年8月在香港成立，主要從事提供印刷、設計及營銷服務，專注於禮品盒、產品盒、銷售材料及紙袋等包裝產品。

6. 該公司在日本從事食品、配料、化妝品、雜品的策劃、製造、銷售、進出口、郵購、二手商品交易、口譯、翻譯、諮詢服務等相關業務。該公司於2021年9月成立，繳足股本為1.0百萬日元。有關與該供應商的長期協議的主要條款詳情，請參閱本節「我們的供應商－產品及包裝物料製造商及供應商」。

7. 該公司為香港一間藥劑製品製造商及供應商。根據其公司網站，其品牌藥物及藥膏種類繁多，用於治療傷風、流感、發燒、咳嗽、痕癢、痛症及消化問題。該公司於1978年4月成立，繳足股本為42.1百萬港元。

8. 該公司於2022年7月在香港成立，主要從事營銷代理、諮詢、廣告、電子商務及貿易服務等業務。

9. 該公司的總部設於日本澀谷區，主要在日本從事護膚、護髮、口腔護理及瘦身補充品的生產和批發。目前，該公司擁有各種品牌，並為日本各地眾多商店供貨。其於日本擁有活躍的分銷網絡。其於1997年8月成立，繳足股本為30百萬日元。有關與該供應商的長期協議的主要條款詳情，請參閱本節「我們的供應商－第三方品牌商」。

10. 該公司於2019年6月在澳洲成立，主要從事保健品、護膚品、乳製品的研發及製造。有關與該供應商的長期協議的主要條款詳情，請參閱本節「我們的供應商－產品及包裝物料製造商及供應商」。

11. 該公司於2020年9月成立，主要在香港從事OEM產品的採購及保健補充品及產品的貿易。本集團於2024財政年度及2025財政年度向該客戶銷售益生菌相關產品，通過其在香港及澳門的藥房及貿易公司的網絡進一步分銷。有關詳情，請參閱本節「業務－我們的客戶－供應商與客戶重疊」。

據董事作出合理查詢後所深知，本集團於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月的五大供應商全部均為獨立第三方，且於相關期間概無董事、其緊密聯繫人或於最後實際可行日期擁有我們已發行股份5%以上的股東於任何五大供應商中擁有任何權益。

我們的客戶

由於業務性質，我們的客戶主要包括(i)批發客戶(包括牛奶公司及其他批發客戶，如零售商、貿易公司及平行貿易商)，我們向其批發產品以供轉售予公眾最終客戶或其他零售商；(ii)根據我們的零售業務直接向我們購買產品的一般公眾最終客戶；(iii)我們為其品牌提供銷售推廣服務的企業客戶；及(iv)我們為其提供管理及包裝服務的企業客戶。詳情請參閱本節「我們的業務模式」。

五大客戶

於往績記錄期，我們來自五大客戶的收益分別約為39.1百萬港元、98.0百萬港元、108.6百萬港元及51.1百萬港元，分別佔我們的總收益約90.6%、89.4%、83.4%及97.5%。於往績記錄期來自最大客戶(即牛奶公司)的收益分別約為38.5百萬港元、84.0百萬港元、97.1百萬港元及48.2百萬港元，分別佔我們的總收益約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。

下表載列我們於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月的五大客戶的若干資料：

2023財政年度

排名	客戶	主要業務／背景資料	我們銷售的主要產品或我們提供的服務	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	銷售額 *千港元*	佔總銷售額百分比 *%*	是否與我們有關連
1	牛奶公司	保健及美容產品連鎖零售商*(附註1)*	保健及美容補充品與產品，包括但不限於生長鈣、維再生NMN、鹿筋骨痛丸、鱷肺補、肝酵素等	2013年	月底起計30或60天	銀行轉賬	38,493	89.1	否
2	SST Healthy	銷售保健補充品及護膚品*(附註2)*	提供銷售推廣服務	2022年	我們有權根據我們的銷售推廣人員在分銷渠道銷售SST Healthy的產品的銷售金額收取協定的佣金。我們有權扣除我們的分銷渠道通過銀行轉賬支付予我們的佣金，並在其發票之日起兩個月內將剩餘的金額匯給SST Healthy。	270	0.6	否*(附註2)*
3	Boiron Asia	分銷護膚品、咳嗽、感冒及流感、止痛及兒童護理產品*(附註3)*	提供主要客戶管理及營銷服務	2022年	固定每月管理費，於每月第一個工作日支付	銀行轉賬	200	0.5	否

排名	客戶	主要業務／背景資料	我們銷售的主要產品或我們提供的服務	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	銷售額 *千港元*	佔總銷售額百分比 *%*	是否與我們有關連
4	客戶A	線上零售和批發業務 *(附註4)*	保健補充品及產品，包括生長鈣	2023年	貨到付款	銀行轉賬	119	0.3	否
5	客戶B	護膚、美容及保健品銷售 *(附註5)*	提供銷售推廣服務	2022年	我們有權根據我們分銷渠道的採購金額收取協定的佣金。我們有權透過銀行轉賬扣除經分銷渠道支付予我們的款項保留佣金，並於收到我們的分銷渠道付款後7天內將剩餘金額匯給客戶B。		54	0.1	否
					總計		**39,136**	**90.6**	

2024財政年度

排名	客戶	主要業務／背景資料	我們銷售的主要產品或我們提供的服務	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	銷售額 *千港元*	佔總銷售額百分比 *%*	是否與我們有關連
1	牛奶公司	保健及美容產品連鎖零售商*(附註1)*	保健及美容補充品與產品，包括但不限於生長鈣、維再生NMN、鹿筋骨痛丸、鱷肺補、肝酵素等	2013年	月底起計30或60天	銀行轉賬	84,044	76.7	否
2	客戶C	提供營銷及公關服務*(附註6)*	保健補充品及產品，包括但不限於生長鈣、鹿筋骨痛丸、炎痛消腰坐骨、炎痛消膝痛帶等	2024年	50%按金，餘款於出具發票後結付	支票	4,880	4.4	否
3	客戶D	個人客戶*(附註7)*	保健補充品及產品，包括Profix益生菌相關產品	2023年	貨到付款	現金	3,600	3.3	否
4	客戶E	貿易公司*(附註8)*	保健補充品及產品，包括Profix益生菌相關產品	2024年	發票日期起計180天	支票	3,240	3.0	否
5	客戶F	個人客戶*(附註9)*	保健及美容補充品與產品，包括但不限於維再生NMN、日藥堂心血管代謝、鹿筋骨痛丸、炎痛消腰坐骨、炎痛消膝痛帶等	2023年	貨到付款	現金及支票	2,239	2.0	否
					總計		**98,003**	**89.4**	

2025財政年度

排名	客戶	主要業務／背景資料	我們銷售的主要產品或我們提供的服務	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	銷售額 *千港元*	佔總銷售額百分比 *%*	是否與我們有關連
1	牛奶公司	保健及美容產品連鎖零售商*(附註1)*	保健及美容補充品與產品，包括但不限於生長鈣、維再生NMN、鹿筋骨痛丸、鱷肺補、肝酵素等	2013年	月底起計30或60天	銀行轉賬	97,071	74.5	否
2	客戶G	貿易公司*(附註10)*	保健及美容補充品與產品，包括但不限於供應商G的品牌B及品牌C旗下產品、維再生NMN、生長鈣、維再生血暢通及炎痛消膝痛帶等	2022年	交付日期後120天	支票	4,879	3.8	否 *(附註10)*
3	客戶H	銷售天然有機食材、蔬菜水果、咖啡和茶、飲料、穀物以及膳食補充品 *(附註11)*	保健補充品及產品，包括維再生血暢通以及提供管理及包裝服務	2024年	發票發出後90天	支票	2,357	1.8	是 *(附註11)*
4	客戶I	個人客戶*(附註12)*	保健補充品及產品，包括鱷肺補、炎痛消膝痛帶及腦部保健產品	2025年	發票發出後90天	現金及信用卡	2,353	1.8	否
5	客戶集團J	貿易公司及美容中心*(附註13)*	保健及美容補充品與產品，包括維再生NMN及其他維再生產品	2025年	發票發出後90天	現金及信用卡	1,902	1.5	否
					總計		**108,562**	**83.4**	

2026年六個月

排名	客戶	主要業務／背景資料	我們銷售的主要產品或我們提供的服務	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	銷售額 *千港元*	佔總銷售額百分比 *%*	是否與我們有關連
1	牛奶公司	保健及美容產品連鎖零售商 *(附註1)*	保健及美容補充品與產品，包括但不限於生長鈣、維再生NMN、鹿筋骨痛丸、鱷肺補、肝酵素等	2013年	月底起計30或60天	銀行轉賬	48,170	91.9	否
2	客戶G	貿易公司 *(附註10)*	保健及美容補充品與產品，包括但不限於供應商G的品牌B及品牌C旗下產品等	2022年	交付日期後120天	支票	2,013	3.8	否 *(附註10)*
3	客戶H	銷售天然有機食材、蔬菜水果、咖啡和茶、飲料、穀物以及膳食補充品 *(附註11)*	保健補充品及產品，包括骨關節膠囊以及提供管理及包裝服務	2024年	發票發出後90天	支票	446	0.9	是 *(附註11)*

排名	客戶	主要業務／背景資料	我們銷售的主要產品或我們提供的服務	業務關係開始年份	一般信貸期	付款方式	銷售額 *千港元*	佔總銷售額百分比 *%*	是否與我們有關連
4	Boiron Asia	分銷護膚品、咳嗽、感冒及流感、止痛及兒童護理產品 *(附註3)*	提供銷售推廣服務以及關鍵賬戶管理及營銷服務	2022年	主要客戶管理及營銷服務：於每月首個工作日支付每月固定管理費，並根據分銷渠道採購淨額計算佣金，於收到分銷渠道實際付款後7日內支付		315	0.6	否
5	尚締	銷售護膚品、美容護理及相關產品 *(附註14)*	提供銷售推廣服務	2024年	提供銷售推廣服務：根據銷售推廣人員於分銷渠道產生的後續銷售金額計算佣金，於收到我們的發票後四至八週內付款 發票發出後60天	支票	160	0.3	否
						總計	**51,104**	**97.5**	

附註：

1. 根據弗若斯特沙利文的資料，由牛奶公司營運的萬寧為香港最大的保健及美容產品連鎖零售商，截至2026年2月在香港擁有306間門市及在澳門擁有20間門市。牛奶公司於1896年8月成立，繳足股本為187.9百萬港元，隸屬於一間領先的泛亞零售集團，該集團的業務遍及13個國家和地區，主要經營超市、保健及美容店、便利店、家居用品店及餐廳。上述零售集團在倫敦證券交易所上市，並在新加坡證券交易所及百慕達證券交易所第二上市。根據其截至2024年12月31日止年度的年報，於2024年12月31日，該零售集團經營超過10,700間門店。

2. 該公司於香港主要從事銷售保健補充品及護膚品，並經營網店銷售保健補充品及護膚品。該公司成立於2022年10月，為修身堂控股有限公司的附屬公司，該公司主要從事提供美容及纖體服務、化妝品及護膚品的分銷、其他保健及美容產品的銷售、證券投資以及放債業務。該公司亦為本集團的聯營公司，乃由於本公司間接持有其已發行股本的40%。有關成立SST Healthy及與修身堂控股的關係進一步詳情請參閱本節「銷售推廣服務－向SST Healthy及供應商K提供銷售推廣服務」。

3. 該公司主要在亞洲從事皮膚護理、咳嗽、感冒、流感、舒緩及兒童護理產品的分銷，品牌名稱為「Boiron」。該公司成立於2020年3月，其繳足股本為500,000歐元。其為巴黎泛歐交易所上市公司的附屬公司，該公司是一間從事順勢療法藥物供應的法國製藥公司。根據路透社報道。該集團開發、生產及銷售單方順勢療法藥物與藥品，產品形式涵蓋錠劑、糖漿、單劑量液體及藥膏。該集團亦生產基於微量元素的藥物、植物療法藥物、食品補充品以及健康和美容護理產品。此外，該集團擁有一個研究中心，致力於醫學界順勢療法的發展，並透過多家附屬公司開展業務，該等附屬公司位於(其中包括)意大利、西班牙、比利時、捷克共和國、斯洛伐克、俄羅斯、羅馬尼亞、波蘭、匈牙利、美國、加拿大及巴西。本集團乃透過客戶C一名股東及客戶G一名高級管理層引薦而結識Boiron Asia，而彼等與Boiron Asia前分銷商的首席營運官相識。

4. 該公司於2021年11月成立，主要在香港從事線上零售和批發業務。客戶A初始為門市客戶，而本集團之後才與其結識。

5. 該公司於2020年8月成立，主要從事全球護膚、美容及保健產品的銷售。本集團透過客戶C一名股東及客戶G一名高級管理層引薦，而彼等與客戶B結識。

6. 該公司於2015年3月成立，主要在香港從事網紅營銷及社交媒體管理、公關及活動管理、視頻製作等營銷及公關服務。於往績記錄期，該公司以信託方式為及代表竣輝持有萬嘉寶的股份。有關詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構－本集團的公司發展－附屬公司－萬嘉寶」。此外，我們於往績記錄期向該公司採購廣告服務，以推廣我們的產品。詳情請參閱本節「客戶－我們的客戶－供應商與客戶重疊」。該公司股東與另一商業夥伴於2024年4月成立另一間公司，在香港及海外從事保健補充品及產品批發，其亦為我們的客戶。本集團透過張運裕先生的私人關係結識客戶C。

7. 據董事所知，該名個人客戶是一名平行貿易商和商人，其進一步將我們的產品轉售給中國的客戶。根據可獲得的公開資料，該名個人已於2024年10月獲頒破產令。本集團透過張運裕先生的私人關係結識客戶D。

8. 該公司於2020年1月成立，主要在香港從事家電零售及一般貿易業務。該公司的其中一名董事為客戶I，為2025財政年度我們的五大客戶之一。本集團透過張運裕先生的私人關係結識客戶E。

9. 據董事所知，該個人客戶為一名平行貿易商，其進一步將我們的產品轉售給中國的客戶。客戶F初始為門市客戶，其後本集團才與其結識。

10. 該公司為於1997年6月在香港成立的貿易公司。該公司的下游客戶包括部分在香港主要銷售保健補充品及美容產品的本地藥店、本地貿易公司及連鎖零售店。燕女士為我們**[編纂]**前投資者之一，其於2025年3月向其配偶轉讓其全部股份前為該公司持有50%股權的股東之一。本集團是透過該公司高級管理層結識客戶G，該高級管理層先前任職於萬寧期間曾與本集團有業務關係。

11. 該公司於2014年1月成立，主要從事銷售天然有機食材、蔬菜水果、咖啡和茶、飲料、穀物以及膳食補充品。其產品在其網店及香港的大型零售商均有銷售。於往績記錄期，我們為該公司提供包裝服務，用於其產品的包裝及儲存。該公司於2023年7月6日至2024年3月28日期間為本公司的關連人士。客戶H由Bless Corporation Limited(一間根據香港法律註冊成立的公司)全資擁有，其中張運裕先生的配偶李沅濂女士於2023年2月7日至2024年3月28日期間持有其全部已發行股本的40%。於往績記錄期，該客戶的收益貢獻分別為零、約0.8百萬港元、2.4百萬港元及0.4百萬港元，分別佔總收益的零、0.7%、1.8%及0.9%。董事確認我們與該客戶的所有交易均按照正常商業條款進行。有關李沅濂女士出售Bless Corporation Limited的原因及其現有股東的身份，請參閱本節「我們的業務模式－銷售推廣服務」。本集團透過李沅濂女士的私人關係結識客戶H。

12. 據董事所知，該名個人客戶為一名商人，亦是在香港從事銷售保健補充品及產品及提供醫療服務的若干私營公司的董事，彼將轉售我們的產品予平行貿易商。該客戶為客戶E的董事之一。本集團透過張運裕先生的私人關係結識客戶I。

13. 該等公司由香港的兩間美容店及一間貿易公司組成，分別於2023年10月、2021年7月及2023年10月成立並由同一組股東擁有。本集團透過張運裕先生的私人關係結識客戶集團J。

14. 該公司於2013年12月成立，源自意大利，以「La Bella Vita」(美好生活)為核心精神，銷售及分銷個人護理產品。本集團透過市場總監引薦，與該公司結識。

除上文所披露者外，於往績記錄期，我們五大客戶與本集團、其控股或主要股東、董事或高級管理層或彼等各自任何聯繫人之間並無過往或現時關係(包括但不限於家族、業務、融資、信託、股權或其他關係)。

除自2013年起與本集團建立業務關係的牛奶公司外，本集團於往績記錄期通過張運裕先生及李沅濂女士的私人關係、與本集團合作的業務人員或門市客戶結識主要客戶。

據董事作出合理查詢後所深知，除本公司聯營公司SST Healthy以及自2023年7月6日起至2024年3月28日止期間為本公司的關連人士的客戶H外(客戶H由Bless Corporation Limited(一間根據香港法律註冊成立的公司)全資擁有，而該公司由張運裕先生的配偶李沅濂女士於2023年2月7日至2024年3月28日期間持有全部已發行股本40%)，本集團於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月的所有其他五大客戶均為獨立第三方，且董事、其緊密聯繫人或於最後實際可行日期擁有我們已發行股份5%以上的股東在相關時間概無於本公司任何五大客戶中擁有任何權益。

與牛奶公司的交易

自2013年以來，本集團與牛奶公司建立約12年的長期穩定的業務關係。於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月，牛奶公司為本集團最大客戶，本集團幾乎所有現有產品(包括本集團自有品牌及第三方品牌產品)均在萬寧的零售門市有售。於往績記錄期，我們向牛奶公司銷售產品所產生的收益分別約為38.5百萬港元、84.0百萬港元、97.1百萬港元及48.2百萬港元，佔總收益分別約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。換言之，於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月，牛奶公司為我們的最大客戶。

根據弗若斯特沙利文的資料，保健及美容補充品與產品供應商與香港主要大型保健及美容產品連鎖零售商(如萬寧)建立業務關係屬行業慣例，以便其向最終客戶進行轉售。憑藉牛奶公司龐大的零售網絡，董事認為，我們能夠有效提高產品在香港的知名度，吸引不同消費群體以及希望向香港信譽良好的連鎖零售商購買保健及美容補充品與產品的中國及海外遊客。

有關我們依賴牛奶公司的風險，請參閱本文件「風險因素－與我們業務營運有關的風險－本集團面臨依賴牛奶公司向最終客戶轉售產品的風險，而未能維持與牛奶公司的關係或以其他方式擴大我們的批發網絡或會對本集團的業務造成重大不利影響」。

牛奶公司的背景

根據弗若斯特沙利文的資料，萬寧為香港最大的保健及美容補充品連鎖零售商，於2026年2月在香港擁有306間門市及在澳門擁有20間門市，按2024年香港保健及美容補充品與產品的零售總值計算，約佔34.4%的市場份額。牛奶公司隸屬一間領先的泛亞零售商集團，該集團在13個國家及地區開展業務，主要經營超市、保健及美容店、便利店、家居用品店及餐廳。上述零售集團在倫敦證券交易所上市，並在新加坡證券交易所及百慕達證券交易所作第二上市。

與牛奶公司的批發安排

我們通常與牛奶公司保持傳統的買家－賣家關係，以履行其個別產品的採購訂單，然後經線下及線上渠道出售予最終客戶。我們售予牛奶公司的產品的批發價乃根據牛奶公司與我們之間的磋商按每次交易釐定，一般設定為建議零售價的折扣價。於往績記錄期，牛奶公司透過本集團自有品牌以及第三方品牌採購各種保健及美容補充品與產品。

董事認為我們與牛奶公司協定的批發安排具有顯著的商業優勢。與寄售或零售模式相比，該安排可實現批量銷售，從而提高生產效率並加快銷售變現速度。根據弗若斯特沙利文的資料，(i)萬寧連鎖門市於各區廣泛設立的銷售點透過提高可及性、知名度及消費者信任度推動了保健及美容補充品與產品市場的發展；(ii)萬寧零售門市令人注目的展示方式、促銷活動及值得信賴的國際品牌將進一步吸引多元化的消費者；及(iii)電子商務及連鎖門市的結合滿足了從長者到年輕人群的不同需要，促進了香港保健及美容補充品與產品的市場增長。

於往績記錄期，一般而言，萬寧於香港的所有零售門市(超過300間門店)均銷售我們的若干產品。

於最後實際可行日期，我們有(i)49名銷售推廣人員派駐於萬寧的48間零售門市；及(ii)於萬寧在香港的選定門市設置16個貨架端展示，負責銷售及推廣我們的產品並取得最終客戶的即時反饋。銷售推廣人員直接與最終客戶互動，向其提供產品使用及選購建議及推薦意見，使最終客戶能即時了解我們的產品。

正品香港及萬嘉寶分別於2018年及2022年與牛奶公司訂立貿易條款協議。根據牛奶公司下達的每份採購訂單的規定，我們必須遵守與牛奶公司不時達成有關我們向其進行銷售的貿易條款協議(如一般信貸期、定價及退貨政策)。本集團經綜合考量以下因素後，決定與牛奶公司而非其他連鎖零售商訂立批發安排：(i)萬寧為香港最大的保健及美容產品連鎖零售商，門店數量最多，並佔香港2024年保健及美容補充品與產品總零售值約34.4%的市場份額；(ii)萬寧在香港專營保健及美容產品，而非日用品的品牌形象，符合本集團的品牌定位；及(iii)萬寧在香港已確立的品牌地位及聲譽。根據弗若斯特沙利文的資料。於2026年2月，萬寧在香港擁有306間門店，而另一家大型保健美容產品連鎖零售商僅有182間門店。萬寧的覆蓋範圍無可匹敵，尤其在高密度住宅區及旅遊區，使其獲得更高的品牌曝光度及銷售速度。有關往績記錄期我們與牛奶公司訂立的貿易安排的詳情，請參閱本節「我們的業務模式－批發業務－向牛奶公司銷售產品」。

我們與牛奶公司的可持續業務關係

儘管牛奶公司於往績記錄期為重要收益來源，董事認為，我們與牛奶公司的業務關係為可持續，且我們與牛奶公司的業務往來不會導致為我們的業務營運帶來過度風險，理由如下：

(i)　與香港保健及美容補充品與產品的主要連鎖零售商建立業務關係屬行業慣例

根據弗若斯特沙利文的資料，萬寧為香港最大的保健及美容連鎖零售商，提供由保健及美容補充品至化妝品及護膚品等廣泛產品，於2026年2月，在香港擁有306間門市，在澳門擁有20間門市，按2024年香港保健及美容補充品與產品總零售

值計，市場份額約34.4%。因此，保健及美容補充品與產品市場的零售額均由萬寧等保健及美容產品連鎖零售商主導。

鑑於萬寧的領先市場地位，保健及美容補充品與產品供應商與香港主要的大型保健及美容產品連鎖零售商(如萬寧)建立業務關係，以便將產品轉售予最終客戶乃屬行業慣例。

(ii) 雖然我們依賴牛奶公司分銷產品，但我們的產品有足夠市場需求，足以確保我們與牛奶公司繼續保持業務關係，這從我們的市場地位和強勁的歷史收益增長得以印證

根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，按保健及美容補充品與產品零售值計，本集團於香港所有本地保健及美容補充品與產品供應商中排名第七，市場份額約為1.6%。於截至2025年3月31日止三個年度，我們從牛奶公司產生的收益分別約38.5百萬港元、84.0百萬港元及97.1百萬港元，2023年至2025年期間的複合年增長率約為58.8%，按零售值計，遠高於香港保健及美容補充品與產品市場於2020年至2024年期間分別約2.9%及3.3%的市場增長率。這表明牛奶公司對我們產品的需求不斷增加。

我們提供的產品種類繁多，可以滿足各個年齡層的男性、女性及兒童的需要，但我們專注於鹿相關保健補充品及關節痛症以及外用止痛產品等利基市場。

根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，按香港鹿相關保健補充品及產品的零售值計，本集團位居第一，市場份額約為29.4%。於截至2025年3月31日止三個年度，自有品牌「正品」旗下的鹿相關保健補充品的銷售額分別約為18.0百萬港元、39.0百萬港元及44.9百萬港元，複合年增長率約為58.1%，按零售值計算，遠高於香港鹿相關保健補充品及產品市場於2020年至2024年期間約8.7%的市場增長率。這表明我們的鹿相關保健補充品存在持續的市場需求。

除鹿相關保健補充品外，我們亦專注於關節及痛症以及外用止痛產品。根據弗若斯特沙利文的資料，自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品於2024年躋身萬寧零售門市五大最暢銷關節及痛症補充品與產品之列。於截至2025年3月31日止三個年度，關節及痛症以及消炎止痛帶的銷售額分別約為17.7百萬港元、26.0百萬港元及28.8百萬港元，複合年增長率約為27.6%，按零售值計算，遠高於香港關節及痛症市場以及外用止痛產品市場於2020年至2024年期間分別約2.5%及5.3%的市場增長率。這表明市場對我們的關節及痛症以及外用止痛產品有著持續的需求。

經考慮(a)我們在本地保健及美容補充品與產品市場的市場地位，特別是在鹿相關保健補充品以及關節及痛症以及外用止痛產品等利基市場的地位；及(b)我們於往績記錄期的強勁收益成長，董事認為，我們的產品將有充足的市場需求，以確保我們與牛奶公司繼續保持業務關係。

(iii) 我們與牛奶公司建立的長期穩定的業務關係表明其願意繼續與我們開展業務往來

根據弗若斯特沙利文的資料，大型連鎖零售商一般對其供應商設有嚴格的甄選標準，這可能對新加入者尋求與其建立業務關係構成准入壁壘。在評估及評選供應商時，牛奶公司通常會考慮以下因素：(a)供應商在業界是否擁有良好的往績

記錄；(b)所提供的產品是否為正品；(c)產品組合中的產品是否能夠滿足最終客戶現時的需求；(d)供應商是否能夠確保產品供應穩定；及(e)供應商是否能夠證明其在市場上推廣產品的能力。特別是，牛奶公司可要求其供應商提交推出新產品的書面提案。

我們自2013年起與牛奶公司建立並維持了約12年的長期穩定業務關係。這表明我們始終能夠滿足牛奶公司對其供應商的嚴格甄選標準。特別是，我們能夠開發並向牛奶公司提供合適的保健及美容補充品與產品，可滿足當前的市場趨勢，這從我們的市場地位及強勁的歷史收益增長得以印證。

我們與牛奶公司的持久合作關係亦使我們能夠深入了解牛奶公司的產品要求，這增強了我們定制滿足其要求的提案的能力，並為我們提供了競爭優勢，以確保能持續獲得訂單。

於往績記錄期，我們並無遇到任何因產品質量或交付及時性導致牛奶公司要求召回產品、與牛奶公司發生爭議或投訴，並對我們的業務營運及經營業績產生重大不利影響的情況。鑑於我們自2013年起與牛奶公司建立並維持了約12年的長期業務關係，我們預計與牛奶公司之間建立可持續業務關係不會遇到任何障礙。

董事意見

根據上述分析，董事認為，我們與牛奶公司的業務關係屬可持續性質，且並無可預見跡象表示關係終止或訂單大幅減少。董事亦相信，本集團能夠以合理條款繼續與牛奶公司維持業務關係並確保持續的業務往來。董事認為，當前的客戶集中風險仍屬可接受範圍。鑑於(i)本集團與牛奶公司維持長達約12年的業務關係，期間未曾終止合作；及(ii) 於截至2025年3月31日止三個年度，我們從牛奶公司獲得的收益於2023年至2025年間以約58.8%的複合年增長率上升，顯示牛奶公司對我們產品的需求持續增長，這意味著本集團與牛奶公司之間存在相互依存關係。因此，董事認為，只要我們能持續向牛奶公司供應多元化優質產品(尤其是利基市場的產品)，終止按類似條款與牛奶公司合作的風險較低。董事認為，維持目前與牛奶公司的可持續業務關係符合本集團的最佳利益，且董事並未試圖與市場上其他可資比較連鎖零售商進行類似安排，以維持我們對牛奶公司的忠誠及承諾。

進一步多元化客戶基礎

儘管本集團過往與牛奶公司進行交易(本集團預期該等交易將繼續進行)，我們將繼續把握增長機遇，進一步多元化我們的銷售渠道及客戶基礎，以將批發業務可能出現的任何不利變動所帶來的風險降至最低。為多元化及優化我們線下的銷售網絡，於2025年10月，我們於香港粉嶺開設首家自營門市，該門市於2025年11月已達收支平衡。本集團將逐步於香港設立自營門市。目前，我們計劃利用**[編纂][編纂]**淨額，於截至2029年3月31日止年度再開設九間自營門市。儘管我們的長期目標是建立更多自營門市，但隨後的擴張計劃將取決於我們的銷售業績及當時的市場狀況。我們計劃將**[編纂][編纂]**淨額約**[編纂]**用於在香港設立自營門市。

此外，我們正在推行全面的線下營銷及促銷活動，以提高我們的品牌知名度及認受性，並進一步發展電子商務業務，以覆蓋香港、中國及海外更廣泛的客戶基礎，方

法包括：(i)開發及優化我們在公司網站上的自營電子商務平台，以提高其曝光率及網絡流量；及(ii)在中國各大熱門電子商務平台(例如抖音)設立更多面向中國最終客戶的網店，同時進一步開發及優化現有於天貓國際及小紅書的網店，以提高我們網店的曝光率及網絡流量。

董事相信，透過採取多管齊下策略多元化我們的銷售渠道，本集團將能夠有效減低批發業務變動所帶來的任何不利影響。

供應商與客戶重疊

於往績記錄期，我們有三個客戶與供應商重疊的範例：

- 就2025財政年度及2026年六個月而言，(i)本集團直接向供應商K採購約0.2百萬港元及3,000港元的腦部健康相關產品，其因此成為我們的供應商；及(ii)本集團向供應商K提供銷售推廣服務，以透過牛奶公司分銷其產品，並收取約0.3百萬港元及39,000港元的佣金，據此供應商K為我們的客戶。

  與該重疊相關的收益、毛利及採購額載列如下：

	銷售收益[1]	佔總收益的百分比	採購額	佔總採購額的百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*
2023財政年度	–	–	–	–
2024財政年度	–	–	–	–
2025財政年度	339	0.3	211	0.8
2026年六個月	39	0.1	3	0.02

  附註1： 由於該業務分部項下並無直接銷貨成本，故該銷售推廣服務的毛利率為100%。

- 客戶C主要在香港提供網紅營銷、社交媒體管理、公關及活動管理、視頻製作等營銷及公關服務，於2024財政年度在五大客戶中排名第二。該客戶採購我們的保健補充品及產品，包括但不限於「生長鈣」、「鹿筋骨痛丸」、「炎痛消腰坐骨」及「炎痛消膝痛帶」等。於往績記錄期，我們亦從該公司購買廣告服務，包括(i)社交媒體設置及監察；及(ii)委聘KOL推廣我們自有品牌旗下產品。

  與該重疊相關的廣告及促銷開支收益、毛利及採購成本載列如下：

	收益	佔總收益的百分比	毛利[2]	廣告及促銷開支的採購成本	佔總銷售及分銷開支的百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*千港元*	*%*
2023財政年度	–	–	–	444	3.0
2024財政年度	4,880	4.4	4,004	268	0.9
2025財政年度	–	–	–	101	0.3
2026年六個月	–	–	–	51	0.3

附註2： 相關出售貨品成本約為876,000港元。毛利約4.0百萬港元及毛利率約82.0%。

- 亞方生命主要從事採購OEM產品及保健補充品及產品貿易業務，於2026年六個月在本集團五大供應商中排名第五。本集團於2025財政年度及2026年六個月向該供應商採購「維再生私密雙道護益生菌蔓越莓」及「維再生腸道微生態(免疫+配方)」產品。於2024財政年度及2025財政年度，亞方生命亦向我們採購益生菌產品，用於在香港及澳門其網絡下的藥店及貿易公司銷售及分銷。自2025財政年度起，本集團開始向亞方生命採購維再生益生菌產品，因彼可通過其網絡以具有競爭力的價格從加拿大工廠採購該等產品。

與該重疊相關的收益、毛利及採購金額如下：

	銷售收益	佔總收益百分比	毛利	採購金額	佔總採購額的百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*千港元*	*%*
2023財政年度	–	–	–	–	–
2024財政年度	152	0.1	32	–	–
2025財政年度	84	0.1	19	283	1.0
2025年六個月	–	–	–	1,098	6.5

董事確認，我們與上述重疊供應商及客戶訂立的所有交易均按照正常商業條款經訂約方公平磋商後訂立。

根據弗若斯特沙利文的資料，於香港的保健補充品及產品市場，由於市場規模緊湊及公司普遍傾向於多元化收益來源，因此客戶與供應商重疊的現象較為常見。品牌商經常面臨供應商與客戶重疊的關係，即供應商同時也是客戶，反之亦然，此現象通常於以下情況發生：(i)產品供應商向品牌商提供貨品供分銷，同時委聘品牌商提供銷售推廣服務；或(ii)營銷代理向品牌商採購產品時亦向同一品牌商提供廣告及促銷服務。這種商業模式反映香港從事保健補充品行業的公司如何自然地拓展其核心競爭力－產品供應商利用品牌商的分銷專長，品牌商則利用供應商的製造能力，而營銷代理將其促銷服務與產品採購需求相結合，由此形成互惠互利的安排，在鞏固雙方市場地位的同時，盡可能降低與多名獨立夥伴合作的成本及風險。

定價政策

我們通常採用成本加成法為自有品牌產品定價。對於批發業務，產品價格乃基於批量折扣或與批發客戶個別協商而定，通常會在產品的建議零售價基礎上提供折扣。我們的主要考慮因素包括採購成本、訂單數量、產品定位、競爭產品零售市場價格、批發客戶的背景、產品存貨水平及需求、營銷活動以及當前的市場趨勢。對於零售業務，在釐定零售價時，我們的主要考慮因素包括採購成本、產品定位、競爭產品零售市場價格、營銷活動以及當前的市場趨勢。

我們向批發客戶提供產品的建議零售價清單，其一般遵循各產品的建議零售價。牛奶公司不時組織促銷活動，我們通常每年會參與數次今日出位價促銷活動，其中若干產品將被選定在活動中按建議零售價提供有限折扣。我們通常會在促銷活動前與牛奶公司協調，落實活動時間及定價等細節。有關本公司網站上的零售業務，我們將為最終客戶展開促銷活動，並根據存貨水平、產品受歡迎程度、利潤率、保質期及客戶反饋等因素提供折扣。

銷售及營銷

於最後實際可行日期，我們的銷售團隊由56名員工組成，包括派駐於萬寧於香港的選定門市的49名銷售推廣人員。我們的銷售推廣人員主要負責透過提供產品建議及推薦意見及在萬寧的零售門市收集反饋意見來維持與現有客戶的持續關係。除銷售推廣人員外，銷售團隊的其他成員由5名員工(包括張運裕先生)組成，而我們的銷售團隊主要負責(i)接觸潛在批發客戶；(ii)獲取採購訂單；(iii)監察銷售推廣人員的表現及向彼等提供培訓；及(iv)與營銷團隊合作，支援本集團的產品研發職能。此外，本集團的銷售團隊負責本集團的客戶服務職能及回應消費者的查詢及投訴。銷售推廣人員的薪酬包括基本薪金及基於我們的產品在萬寧的零售門市的銷售額計算的銷售佣金。

於最後實際可行日期，我們的營銷團隊由11名員工組成。在張運裕先生與我們的銷售經理的帶領下，營銷團隊主要負責(其中包括)市場研究、制定營銷計劃以及宣傳自有品牌及產品。張運裕先生每星期與各部門主管開會，討論本集團營運相關的所有事宜。尤其是，我們的營銷團隊不時與銷售團隊分析產品的銷售表現、評估廣告反饋及策略、討論營銷理念及制定營銷計劃。我們採取全面的營銷策略，透過舉辦各種營銷活動，加上委聘藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士，推廣及宣傳自有品牌及產品。我們通過各種媒體及渠道進行營銷活動。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們的廣告及促銷開支分別約為6.8百萬港元、11.2百萬港元、13.5百萬港元、7.6百萬港元及6.6百萬港元，佔我們的總收益分別約15.7%、10.2%、10.4%、14.4%及12.6%。

我們定期審閱營銷材料，以確保符合香港法律的相關要求。為嚴格遵守法律及法規，我們投入大量資源深入研究相關法律及指引，並在最終確定任何包裝設計或宣傳內容前，在必要時主動與政府部門聯繫以作澄清。發佈營銷材料前須經管理層批准。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團曾5次收到衞生署發出的警告函，內容有關我們的產品廣告可能因使用受限制用詞而違反不良廣告(醫藥)條例第3條及／或第3B條，衞生署確認無需就該等警告函採取任何進一步行動。有關詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務營運有關的風險－倘未能處理政府機關就本集團業務營運或產品所作出的投訴或警告函，可能對我們的業務及經營業績造成重大影響」及「法律訴訟及合規－合規－產品廣告」。

季節性

我們的業務受季節性因素影響，每年第一及第四度(即春季及冬季)通常為銷售高峰期。董事認為，此季節性模式主要由於(i)隨著春季及冬季節天氣的變化，易誘發更多過敏症及其他症狀，對呼吸系統相關保健補充品及產品的需求增加；及(ii)展覽會及貿易展(如香港國際工業出品展銷會)的舉行時間通常是在冬季。

廣告

線下渠道

我們不時以多種方式，包括在主要電視頻道及報章投放廣告，宣傳自有品牌旗下產品，以吸引公眾注意我們的產品，並使公眾得悉我們的促銷活動。

線上渠道

鑑於近年線上媒體對最終客戶的消費行為的影響與日俱增，我們已著重於線上營銷及推廣。此方法證明對於推廣我們的產品既有效又符合成本效益。於往績記錄期，我們一直透過於社交媒體平台及網站(包括但不限於YouTube、Facebook、Instagram及小紅書)發佈廣告，推廣我們的產品(包括我們新推出的產品)。我們亦委聘多名香港的KOL介紹我們的產品，並透過於社交媒體平台上發佈文章、影片及／或照片分享用戶體驗。

此外，我們已於2023年在本公司網站設立自有線上電子商務平台，並於2024年開始營運我們於天貓國際的合作網店及於2024年小紅書的自營網店。該等電子商務平台使我們能夠拓展香港的業務，並促進我們於中國的銷售。

就於香港線上營銷及廣告而言，據香港法律顧問的意見，該等線上營銷及廣告活動須遵守規管傳統廣告的相同法律制度。適用於本集團在香港刊登之線上廣告的主要法規包括商品説明條例、不良廣告(醫藥)條例及貨品售賣條例。有關進一步詳情，請參閱本文件「監管概覽－香港－貿易」。

基於(i)本文件「業務－法律訴訟及合規－合規」所述，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，除衞生署就本公司若干產品廣告使用受限制字眼可能違反不良廣告(醫藥)條例第3條及／或第3B條而發出之5封警告函以及海關與香港藥劑業及毒藥管理局聯合出具的關於某些產品所含內容與產品包裝上所表明者不符而可能違反商品説明條例第7條的調查結果函件外，本公司並未接獲任何監管機構就其廣告提出投訴；(ii)我們已收到香港海關的確認函，確認於往績記錄期直至該函件函發出日期，本集團並在香港均無定罪記錄；(iii)我們已收到衞生署及香港藥劑業及毒藥管理局的確認函，確認除上述5封警告函外，於往績記錄期，本集團在香港均無定罪記錄，據董事所知及所信，董事認為及獨家保薦人同意，除上文所披露者外，本集團於往績記錄期及直至最後實際可行日期，在所有重大方面均已遵守商品説明條例、不良廣告(醫藥)條例及貨品售賣條例。

聘請藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士

於往績記錄期，我們在香港委聘超過19名與我們自有品牌及產品形象相符的藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士推廣我們的產品。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，有關聘請藝人、KOL及醫學專業人士的開支分別約為0.7百萬港元、1.0百萬港元、0.6百萬港元、0.3百萬港元及0.2百萬港元，佔我們的總收益分別約1.7%、0.9%、0.5%、0.5%及0.4%。

下表載列藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士與我們簽訂的協議的主要條款摘要：

藝人、KOL及醫學專業人士的角色與義務：	藝人、KOL及醫學專業人士的角色及職責通常與(i)推廣我們的產品；(ii)製作特定數量的宣傳材料，例如廣告影片、社交媒體貼文或其他媒體形式；及／或(iii)參加我們的推廣活動有關。

期限：	與藝人及醫學專業人士訂立的協議一般有固定期限，而本集團使用宣傳材料的時間通常受特定時限限制。 與KOL訂立的協議一般並無固定期限。
發佈宣傳材料：	任何宣傳材料，如錄製的廣告影片或社交媒體帖文，僅在本集團與每位藝人或KOL達成最終協議後方可發佈。
定價：	每份協議的定價由藝人、KOL或醫學專業人士經考慮多項因素後協商釐定，例如(i)藝人、KOL或醫學專業人士在委聘時參與的工作程度、涉及的廣告類型及媒體以及推廣的產品類別；及(ii)有關藝人或KOL獲委聘時的知名度、形象及追隨者人數。
排他性：	(i)藝人或KOL；與(ii)本集團之間一般並無獨家安排。藝人及KOL一般可自由代言及推廣其他產品。 醫學專業人士與本集團之間一般有獨家安排。

董事認為，我們對該等藝人、KOL及醫學專業人士的倚賴並不重大，原因在於(i)我們擁有自有銷售渠道(包括牛奶公司)、透過電子商務平台進行線上零售、透過展覽會及貿易展進行線下零售；(ii)本集團採用多元營銷策略，並無過度倚賴任何單一藝人、KOL或醫學專業人士推動銷售；(iii)我們聘請藝人、KOL及醫學專業人士的開支佔截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月廣告及促銷開支總額分別約10.9%、9.1%、4.4%、3.6%及3.6%；及(iv)於往績記錄期的藝人、KOL及醫學專業人士有所變動，但推廣產品的銷售額並無重大不利變動。

我們通常根據若干因素(包括其受歡迎程度、受眾範圍、與我們品牌的形象一致性等)通過營銷代理選擇藝人及KOL。就醫學專業人士而言，我們一般會根據若干因素(包括其資歷、專業領域、相關經驗及過往工作關係)進行甄選。

我們已針對甄選及管理藝人、KOL及醫學專業人士實施以下內部政策：

(i) 我們要求對藝人、KOL及醫學專業人士進行全面背景調查，透過桌面搜尋方式，就其公開言論及公眾形象進行審查；

(ii) 我們會監察藝人、KOL及醫學專業人士是否有任何不良行為或發言；及

(iii) 我們的營銷團隊與外部法律顧問保持密切溝通，以確保持續合規。

與一名大學教授進行合作

於往績記錄期，我們與香港一所大學的高錦明教授進行合作，對我們的產品進行科學研究。於2022年5月12日，本集團與高錦明教授訂立一份協議，就鹿筋產品進行為期12個月的科學研究，及我們於2023年2月8日與該教授訂立另一份協議，就「鱷肺補」及「生長鈣」進行為期12個月的科學研究。於往績記錄期，我們與該大學教授合作所產生的開支分別約為27,000港元、133,000港元、零及零，分別佔我們總收益的約0.1%、0.1%、零及零。

下表概述高錦明教授的研究機構(「**研究機構**」)與我們所訂立協議的主要條款：

研究機構的角色及職責：	研究機構負責透過科學實驗驗證產品功效，並提供實驗結果報告。
期限：	12個月
定價：	每份協議的定價均需經協商決定，並按固定費用基準。
排他性：	研究機構與本集團之間並無任何獨家安排。

門市促銷

於最後實際可行日期，我們有49名銷售推廣人員，彼等為我們的僱員，派駐於萬寧在香港的48間零售門市，負責推廣我們的產品並取得最終客戶的即時反饋。我們亦於萬寧在香港的選定門市設置16個貨架端展示，負責銷售及推廣我們的產品。本集團的營銷人員亦與牛奶公司密切合作，以實施我們的營銷策略及舉辦促銷活動。

本集團通常會參與萬寧的大型促銷活動，例如今日出位價促銷活動，即在萬寧的貨架及網店上以折扣價出售精選特定產品或特定產品組合的一日促銷活動。本集團每年均會多次參加該等活動。本集團與牛奶公司合作估計舉行該等活動時的產品需求。雖然整體需求可以合理估計，但萬寧每間特定零售門市的需求較難準確估計。由於活動為期一天，為避免任何特定門市出現缺貨情況並最大化本集團與牛奶公司的收益，牛奶公司戰略性地追加訂購本集團產品，本集團同意供貨。今日出位價促銷活動結束後未售出的產品(「**促銷產品退貨**」)將由牛奶公司於一個月內退回本集團。在編製財務報表時，本集團會將促銷產品退貨的實際金額納入考量，並將收益直接調整為實際銷售金額。因此，董事認為任何特定期間的銷售收益被高估的可能性不大，且於往績記錄期並無確認退款負債。有關牛奶公司退回產品的詳情，請參閱本節「我們的業務模式－批發業務－向牛奶公司銷售產品－牛奶公司退貨及撥備政策」。

會員計劃

於最後實際可行日期，我們已於本公司網站設立會員計劃。我們的客戶無需在本公司網站購買任何產品，只需提供彼等的電郵地址、電話號碼及基本個人資料即可登

記成為我們的會員。根據會員計劃，我們將提供折扣、回贈及專屬生日禮遇，我們相信此舉有助提升客戶忠誠度，從而推動重複購買並持續帶動我們的收益增長。

展覽會及貿易展

我們亦定期參加展覽會及貿易展，如香港國際工業出品展銷會及國際嬰兒、兒童用品博覽，以推廣我們自有品牌旗下產品及提高自有品牌知名度。

質量控制

我們的營運核心在於對產品質量、安全性及可靠性的追求。我們嚴格遵循標準化程序管理我們的供應鏈及生產流程，確保所有產品均符合質量標準且安全可供消費或使用。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何可能對我們的業務營運、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的產品質量問題。

本集團的高級管理團隊積極參與制訂內部質量控制政策並監察產品的質量控制流程。於最後實際可行日期，我們已指派兩名倉庫工作人員負責監督質量控制程序。管理層亦負責監督質量控制職能，確保所有相關倉庫工作人員了解質量控制程序，以實施本集團的質量控制政策。

與供應商有關的質量控制

我們通常委聘獨立第三方製造商生產自有品牌旗下產品。我們亦採購若干包裝物料以在倉庫內部包裝產品，並就物流等服務委聘獨立第三方供應商。供應商審核程序採用嚴格的質量導向方法。潛在供應商須證明彼等具備經過認證的品質管理系統、守法記錄，以及符合我們產品規格的技術能力。我們亦會參觀彼等的生產基地、檢視彼等的產品系列，並比較其定價、貨運物流及支付條款。一旦委聘供應商，我們將持續監察其表現。

一般而言，我們根據製造商的產能、產品配方的適用性及質量、以及其質量控制、生產環境等甄選製造商生產產品。我們在甄選產品的製造商時採用以下方法：

(i) 調查製造商的公司背景及聲譽，以評估其信譽及往績記錄；

(ii) 檢查製造商的證書、牌照、許可證以及與其資歷有關的所有其他證明文件，例如是否擁有藥品管理局頒發的GMP認證或國際標準化組織或其他頒發機構頒發的ISO認證或同類認證、專利證明及有關所生產產品成分的測試報告；

(iii) 視察製造商的生產設施，以確定其製造過程是否受到嚴格監管及符合有關的安全標準；及

(iv) 要求已物色的製造商提交建議書或報價以供評估，包括建議配方、信貸及付款條款以及交付安排等資料。

董事確認，我們在物色合適的供應商時並無遇到任何重大困難，以及於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無與任何供應商發生會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的糾紛。

與產品有關的質量控制

我們在整個採購過程中實施嚴格的質量控制措施，以確保所有產品(包括第三方品牌旗下產品)嚴格遵守規定的要求、行業標準及相關監管框架。對於我們的產品(包括任何新推出的產品)，我們將於發貨前取得並查驗由有關供應商提供的分析證書，其中載有產品規格及測試結果，包括物理特徵及成分。我們通常亦會安排由香港政府認可機構以抽樣方式對重金屬、農藥殘留及微生物污染進行安全檢測，以確保我們的產品(包括第三方品牌旗下產品)符合香港監管機構要求的相關安全標準。此外，我們將查詢供應商於製造我們產品時所使用原材料的來源及產地，以評估原材料的品質及成效。

就作為我們五大供應商的產品製造商而言，我們一般每兩年至少考察一次其生產基地，以確定其生產過程是否受到適當的監管，以及是否符合相關的安全標準。董事確認製造商已通過其GMP證書。

我們亦將對倉庫中存放產品的包裝、產品規格及屆滿日期進行常規檢查。營銷部門將審查並評估包裝上產品的描述，以確保包裝嚴格遵守香港的相關監管框架。我們的管理層監管質量控制職能，以確保所有相關倉庫人員均已知悉上述質量控制程序，以實施本集團的質量控制政策。

產品責任及退貨

為維持嚴格的質量標準，我們已與所有供應商訂立有關產品退換的安排。倘發現供應予我們的產品存在瑕疵或質量問題，我們可退回不合格產品，以進行更換或全額退款。

直接在本公司網站自營電子商務平台或本公司在天貓國際及小紅書等第三方線上平台的網店購買本公司產品的最終客戶，於(i)發現產品有瑕疵或其他品質問題，可以要求退款或換貨；或(ii)就自營電子商務平台而言，在預定的7天期限內，經我們批准後可以要求更換。

就牛奶公司而言，我們提供於特定情況下的額外退貨優待，以確保業務彈性及客戶滿意度。尤其在以下情況，彼等有權退回我們的產品：(i)在約定銷售期內出現產品損壞、過期及／或未售出的庫存或在收貨時存在品質問題；(ii)停產產品(即因推出新產品等原因而由我們停產的產品)；或(iii)促銷活動後的剩餘產品。對於其他批發客戶，倘在收到產品時發現產品存在瑕疵或品質問題，彼等可在雙方同意的情況下將產品退回予我們。

於往績記錄期，客戶所退回產品的總銷售價值分別約為1.8百萬港元、1.2百萬港元、5.0百萬港元及2.6百萬港元，當中大部分來自牛奶公司，為促銷活動後未售出的產品。有關牛奶公司產品退貨的詳情，請參閱本節「我們的業務模式－批發業務－向牛奶公司銷售產品－牛奶公司退貨及撥備政策」。

本集團確保所有客戶查詢及投訴在接獲後均能迅速處理。銷售團隊負責處理投訴及回應與產品相關的查詢，確保及時解決客戶關注事項。為提升客戶服務能力，本集團已與客戶建立各種溝通渠道，包括電郵、私訊以及社交媒體平台，讓客戶能夠就我們的產品與我們直接溝通。

本集團於往績記錄期分別錄得6、12、19及7宗客戶投訴。大部分投訴涉及輕微問題，如使用後感到不適、異味、效果不佳及品質變化等，並無報告指出產品含有有害物質、導致嚴重傷害或出現重大副作用。銷售團隊在接獲投訴後會迅速採取行動解決問題，包括提供正確使用指引、更換產品、退款或採取其他適當措施。

除所披露者外，董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，(i)我們並無經歷任何產品重大召回或退貨情況；(ii)我們並無遭到政府機構或其他監管當局施加任何罰款、不利調查結果、產品責任風險或其他處罰；及(iii)我們並無就產品質量接獲客戶的任何重大投訴或索償，上述各項概不會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

存貨及倉儲

我們的存貨主要包括產品及包裝物料，存貨水平會因應客戶的需求、我們的營銷、銷售及生產計劃而變動。我們根據需要就產品及包裝物料下達採購訂單，我們的倉儲團隊內部將對來自製造商及供應商的產品進行包裝。我們將產品及包裝物料儲存在位於香港紅磡的倉庫內。

保健補充品及產品的保質期通常自生產日期起為期約24至36個月。我們不時監察存貨水平及其屆滿日期，以盡量減低存貨過量的風險。我們的存貨管理系統遵循精細校準的方法，通過定期向製造商及供應商發出訂單，將存貨補充至預定水平，從而優化存貨水平及營運效率。於往績記錄期，我們的存貨週轉天數分別約為113天、79天、66天及94天，均低於產品的保質期。倘我們有未售出的快將到期存貨，我們的銷售團隊定期監察快將到期存貨水平，並一般會進行促銷清貨或給予批發客戶更大的折扣，以銷售該等產品，降低該等存貨水平。就餘下未出售的快將到期存貨而言，會將其撇銷或出售，且有關該等存貨的詳情將記錄存檔。我們的標準做法是在倉庫中保持足夠的存貨水平，以應付平均約三至四個月的銷售。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無出現任何存貨嚴重短缺或撇銷的情況。

物流

於往績記錄期，我們委聘物流服務供應商將產品從倉庫運送至客戶指定地點。我們並無與該等服務供應商訂立任何長期合約。於往績記錄期，我們產生貨運及運輸開支分別約0.1百萬港元、0.4百萬港元、0.6百萬港元及0.3百萬港元。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的產品交付安排並無出現任何重大中斷，亦無因我們委聘的物流服務供應商延遲交付或不當處理我們的產品而產生任何重大虧損。

市場及競爭

根據弗若斯特沙利文的資料，我們所經營的香港的保健及美容補充品與產品市場競爭非常激烈且高度分散，共有數百間國際、國內和本地公司提供種類繁多的產品和品牌。總體而言，來自美國、加拿大、紐西蘭等地的國際品牌已建立顯著的市場地位，主要歸功於其成熟的供應鏈、多元化的產品組合、全球性的研發能力以及強大的品牌認受性。有關我們的市場及行業競爭格局的詳細資料，請參閱本文件「行業概覽」。

根據弗若斯特沙利文的資料，(i)按保健及美容補充品與產品零售值計算，本集團於2024年在香港所有國際及本地保健及美容補充品與產品供應商中的市場份額約為1.6%；(ii)於2024年，按香港鹿相關保健補充品及產品的零售值計，本集團位居第一，市場份額約為29.4%；及(iii)我們自有品牌「炎痛消」旗下關節及痛症以及外用止痛產品是2024年在萬寧的零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品及產品之一。

自2013年起，我們與牛奶公司建立並維持了約12年的長期穩定業務關係。於截至2025年3月31日止三個年度，來自牛奶公司的收益分別約為38.5百萬港元、84.0百萬港元及97.1百萬港元，2023財政年度至2025財政年度複合年增長率約為58.8%，遠高於香港保健及美容補充品與產品市場於2020年至2024年期間按零售值計算分別約2.9%及3.3%的市場增長率。

鑑於(i)我們在本地保健及美容補充品與產品市場的市場地位，特別是鹿相關保健補充品以及關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場；及(ii)於往績記錄期，我們的收益增長強勁，董事相信，我們與現有市場參與者及新加入者競爭時處於有利地位，並將能夠保持競爭力。董事有信心透過**[編纂][編纂]**淨額實施的業務策略，將有助我們擴展業務，從而鞏固及進一步提升市場地位。有關更多資料，請參閱本節「我們的競爭優勢」及「我們的策略」。

用戶私隱及數據安全

在日常業務過程中，我們不時收集、儲存及使用僱員、客戶及供應商的若干個人資料，例如(i)當客戶登記成為會員時，我們可能會收集彼等的詳細資料，包括但不限於姓名、年齡、電話號碼及出生日期；(ii)當客戶透過本公司網站、天貓國際及小紅書等線上平台發出網上訂單時，我們可能會收集其賬號名稱、電話號碼、交易資料及其他資料；及(iii)在篩選供應商過程中，我們會收集彼等的公司資料，包括股東及董事的身份。

我們嚴格遵守規管收集及處理個人資料的所有適用法律及法規。本集團實施全面的數據保護框架，以確保盡可能保障個人資料。有關我們與個人資料保障相關的風險詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務營運有關的風險－我們的業務收集並處理大量客戶資料，而任何不當使用或披露有關資料或未經授權查閱資料，或會損害我們的業務及聲譽，並或會引致面臨訴訟、行政處罰及相關法律責任等威脅」。

為確保用戶私隱及數據安全得到妥善及充分保障，我們已實施內部數據安全及保護協定，當中訂明數據管理責任、數據保護及保密程序。我們亦會根據不斷演變的監管規定及行業標準，更新有關數據保護的政策及內部監控措施。我們在網絡安全及個人資料保護方面實施多項具體措施。例如，我們會知會最終客戶我們如何收集及使用其個人資料並獲得其同意。有關最終客戶透過第三方平台進行網上購物的資料，會根據該等第三方平台的數據管治政策進行管理。

於往績記錄期，本集團並無與任何於中國註冊成立的電子商務平台公司訂立任何現有業務合約。本集團僅與淘寶中國控股有限公司及傳神控股有限公司(透過該等公司本集團的產品得以於天貓國際上架)及優通貿易香港有限公司(透過該公司與小紅書建

立業務關係)訂立業務合約，上述公司均於香港註冊成立。因此，本集團於往績記錄期並未透過中國境內的電子商務平台向客戶收集資料。

據我們的香港法律顧問及中國法律顧問告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團未曾且並無涉及任何重大違反對本集團業務而言屬重大的香港及中國有關適用個人資料私隱法律及規例的情況。

董事認為，我們的現有資訊科技及數據安全措施足以支持當前營運及未來發展。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守有關用戶私隱及數據安全的適用法律及法規。我們將密切留意監管的進一步發展，並適時採取適當措施。

知識產權

保障我們的核心知識產權對我們的成功至關重要。我們已在香港註冊若干商標及域名。

截至最後實際可行日期，本集團於香港共擁有13項註冊商標，「正品」為我們的主要商標。有關對本集團業務而言屬重要的知識產權的詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們概不知悉(i)我們對第三方擁有的任何知識產權；或(ii)任何第三方對我們擁有的任何知識產權有任何嚴重侵權行為。

物業

於最後實際可行日期，我們並無在香港擁有任何物業，而我們的租賃物業詳情如下：

序號	位置	主要用途	租賃期限
1	九龍九龍灣常悅道1號恩浩國際中心18樓E室	辦公室	2025年11月7日至2026年11月6日
2	九龍灣常悅道1號恩浩國際中心1樓4號停車位(4號停車位)	停車場	2025年11月15日至2026年11月14日
3	紅磡鶴翔街1號維港中心1座9樓1室	倉庫	2023年7月15日至2026年7月14日
4	紅磡鶴翔街1號維港中心1座9樓8室	倉庫	2024年3月8日至2027年3月7日
5	新界粉嶺粉嶺車站路18號粉嶺名都2層33A號舖	零售門市	2025年7月21日至2027年7月20日

根據上市規則第5章及公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告(香港法例第32L章)第6(2)條的規定，本文件獲豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條的規

定，如公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段所訂明，其要求就所有土地或樓宇權益編製估值報告。截至2025年3月31日，我們並無任何一項物業的賬面值達到或超過合併總資產的15%，因此適用該項豁免。

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們於取得或重續租賃方面與業主並無發生任何可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的問題或糾紛。

僱員

於最後實際可行日期，我們共有85名僱員(包括77名全職僱員及8名兼職僱員)，全部位於香港。下表載列於最後實際可行日期按職能劃分的僱員分析：

職能	**僱員人數**
管理	3
銷售	56
營銷	11
會計及財務	4
人力資源及行政	1
倉儲	10
總計	**85**

招聘及培訓

我們通常透過公開招聘市場招聘僱員，(其中包括)線上招聘網站及香港勞工處。據香港法律顧問告知，於往績記錄期，我們在所有重大方面一直遵守招聘及僱傭相關的適用法律及法規。

我們的招聘政策基於多項因素制訂，包括我們對僱員所需具備知識水平及經驗的要求。我們在銷售推廣人員入職時提供入職培訓，之後會視乎其職位角色定期提供在職培訓。我們相信，有關舉措有助提高僱員的生產力。尤其是，我們深知前線銷售推廣人員的服務態度及產品知識對於展示我們產品及自有品牌形象至關重要。

為讓銷售推廣人員能更妥貼地服務親臨萬寧零售門市的最終客戶，我們不時為僱員提供培訓，尤其在推出新產品時，確保彼等能對健康問題、營養及我們的產品有確切認知，提升溝通技巧，並隨時掌握最新的市場趨勢和消費者偏好。

我們與僱員訂立標準僱傭合約，訂明薪酬及僱用期等條款。就銷售推廣人員而言，彼等的薪酬通常包括基本薪金，加上根據產品在萬寧零售門市的銷售額釐定的銷售佣金。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們的銷售推廣人員應佔員工成本(包括薪金、佣金及強積金供款)分別約為7.3百萬港元、18.4百萬港元、21.9百萬港元、9.8百萬港元及11.4百萬港元。

我們並無為僱員成立工會。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們在業務營運過程中並無與僱員發生重大糾紛。因此，我們認為，我們與僱員維持良好的工作關係。

保險

截至最後實際可行日期，本集團已投購九份保單，以管理營運風險並遵守適用法律及法規。我們投購的保單涵蓋(其中包括)：(i)法定僱員補償保險；(ii)僱員醫療保

險；(iii)商業保險(包括財產損失、物品及庫存)；及(iv)財產保險，其中包括水害、盜竊及庫存。我們並無投購覆蓋因使用我們的產品而產生的產品責任索償的產品責任保險，香港任何適用法律或法規均無要求投購此類保險。

董事認為，我們有足夠的保險承保範圍，與行業慣例一致。我們將審視及評估風險，並對保險承保範圍作出必要調整，以符合我們的需要及行業慣例。根據弗若斯特沙利文的資料，本集團的保險承保範圍符合行業慣例。

有關本集團保險承保範圍的風險詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務營運有關的風險－本集團的保險承保範圍有限，任何索償金額如超出我們的承保範圍，或會導致本集團產生巨額成本及令資源分散」。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無提出且並無涉及任何會對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響的保險索償。

牌照、批准及許可證

下表載列我們若干牌照、許可證及證書：

牌照／許可證／證書	頒發機構	持有人	頒發／註冊日期	屆滿日期
食物進口商／分銷商註冊	食物環境衞生署	正品香港	2023年11月21日	2026年11月19日
食物進口商／分銷商註冊	食物環境衞生署	萬嘉寶	2025年8月29日	2028年8月28日

據香港法律顧問告知，除上文所披露者外，(i)我們毋須就在香港進行業務活動而持有任何特定牌照、許可證、批准或證書；及(ii)於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已就我們的業務營運在所有重大方面自香港有關監管機構取得所有牌照及許可證。有關過往未註冊為食物進口商／分銷商的詳情，請參閱本節「法律訴訟及合規－合規」。

有關該等相關香港法律及法規概要，請參閱本文件「監管概覽」。

獎項及認可

我們獲得若干榮譽，肯定我們在業務發展及市場領導方面的成就。

下表載列若干我們榮獲的重大獎項及認可：

獎項／認可	獲獎年度	頒發機構／部門
2023年香港名牌	2023年	香港品牌發展局及 香港中華廠商聯合會
三款產品(即 (i)「鱷肺補」； (ii)「鹿筋骨痛丸」；及 (iii)「生長鈣」)獲得 世界品質獎項－銅獎	2024年	Monde Selection

內部監控及風險管理

與我們業務相關的主要風險載於本文件「風險因素」。以下載列本集團根據風險管理及內部監控系統為管理與我們業務營運相關的特定營運及財務風險而採取的主要措施：

(i) ***客戶集中風險管理。***請參閱本節「我們的客戶－與牛奶公司的交易」。

(ii) ***信貸風險管理。***我們面臨與貿易及其他應收款項可收回性有關的風險，有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務營運有關的風險－牛奶公司及其他批發客戶未能向本集團付款，或就付款問題出現糾紛或在收取款項上出現嚴重拖延，或會對本集團的現金流量及盈利能力造成重大不利影響」。我們通常授出由發票日期起計最多180天的信貸期。我們會不時檢討現有及潛在公司客戶的信貸期。向批發客戶提供的結算及信貸期乃參考(其中包括)(a)與我們的業務關係時間長短；(b)客戶的付款歷史；及(c)客戶的財務實力及信譽釐定。我們會密切監察重大逾期付款，並按個別情況評估，以根據我們與客戶的業務關係、付款記錄、財務狀況及整體經濟環境，制定適當的跟進行動。

(iii) ***監管風險管理。***我們密切關注香港與我們業務營運相關的政府政策、法規及牌照要求的任何變動，以及相關的環境及安全規定。我們將確保上述變動獲密切監察並通報予高級管理層，以便妥善執行及合規。

我們已建立並目前維持由我們認為適合我們業務營運的政策及程序所組成的風險管理及內部監控系統。董事負責制定、監督及監察風險管理系統的有效性及內部監控系統的實施。

內部監控檢討

為籌備**[編纂]**，本集團委聘外部顧問，以檢討與本集團主要業務流程相關的風險管理及內部監控系統的充足性及有效性，並向我們提供檢討結果及建議。檢討範圍涵蓋以下方面：

(i) ***實體層面監控：***監控環境、風險管理、監控活動、資訊與溝通及監察。

(ii) ***流程層面監控：***銷售、應收賬款及收款、採購、應付賬款及付款、存貨管理(包括質量控制及物流)、人力資源及薪酬、固定資產、知識產權、現金及財資管理、融資管理、財務報告及披露控制、稅務、資訊科技一般控制、保險、費用及付款、牌照及合規以及環境與安全。

外部顧問的主要檢討結果包括但不限於：(i)定價及折扣批准文件及協議審閱不足；(ii)處理銷售現金收款；(iii)審閱廣告說明的指引不足；(iv)控制線上銀行支付及轉賬的審批指引不足；(v)逾期報稅及納稅；及(vi)保險保障評估欠妥。

根據外部顧問的建議，我們已採取一系列內部監控措施以加強我們的內部監控系統，包括但不限於：(i)制定價格批准及協議審閱程序；(ii)正式確立現金處理政策及存

置已收現金的期限；(iii)制定審閱廣告材料的書面程序；(iv)更新處理線上支付的書面程序；(v)更新有關稅務申報及職責分配的政策及程序；及(vi)定期更新及審閱保單清單。

外部顧問已就本公司所採取的行動進行跟進審查，並未識別出內部監控系統的任何進一步缺失。根據跟進審查的結果，董事確認本集團已採納外部顧問建議的所有適用內部監控措施及政策，且於最後實際可行日期並無任何重大內部監控系統缺失。關於針對過往不合規事件所採取的具體強化內部監控措施，請參閱本節「法律訴訟及合規—合規」分節。

為監察**[編纂]**後風險管理政策及企業管治措施的持續實施，我們已採取或將採取(其中包括)以下風險管理及內部監控措施：

(i) 成立審核委員會以檢討及監督我們的財務報告流程及內部監控系統。審核委員會由三名獨立非執行董事組成，詳情請參閱本文件「董事及高級管理層－董事委員會－審核委員會」；

(ii) 頒佈全面的政策及程序以加強我們的內部監控及風險管理，尤其是在作為聯交所**[編纂]**公司的企業管治的主要部分。例如，我們計劃就董事會多元化、管理層踰越控制、防欺詐及舉報、業務持續性及應變計劃、利益衝突、利益申報、內幕消息及與股東溝通等方面制定政策及程序；

(iii) 改善一般內部監控的其他主要方面，例如精簡內部企業架構以提升營運效率、制定獨立董事、公司秘書及會計人員的聘任及管理程序、進行集團整體的定期內部監控及風險管理評估、開發新會計系統、加強產品質量管理、改善合規管理程序等；及

(iv) 向董事、高級管理層及僱員提供培訓，以持續提升其對內部監控及法律合規重要性的認知。我們擬繼續為董事及高級管理層提供有關聯交所上市規則及**[編纂]**公司董事職責的培訓。

為確保上述合規文化融入日常工作流程並為全體員工行為設定期望值，我們將定期進行內部合規審查及培訓、於內部實施嚴格問責制並進行合規培訓。

基於以上所述，董事認為，本公司已採取合理措施建立內部監控系統及程序，以管理我們面臨的風險並加強對日常營運及管理層面的監控。因此，董事認為，本集團目前實施的內部監控系統對我們的業務營運屬充分及有效。

COVID-19疫情爆發對業務的影響

2022年至2023年間，COVID-19疫情對我們的營運及財務表現造成廣泛影響。由於香港與中國內地之間的邊境關閉導致及旅客人流減少，從而降低對我們產品的需求。全球公共衞生措施(如封城、旅行禁令及物流限制)亦致令供應鏈出現一定程度中斷，並造成運輸延誤。為防止COVID-19在員工間傳播，我們已實施一系列預防措施，包括監測員工健康狀況及維持辦公室內潔淨的工作環境。

另一方面，COVID-19疫情爆發後公眾衞生意識的提高及2023年放寬COVID-19限制後的經濟復蘇，導致對我們產品的需求上升。根據弗若斯特沙利文的資料，隨著COVID-19爆發，不同年齡段公眾的健康意識有所提升，日常服用營養補充品變得普遍，並採取預防性保健措施，從而擴大了這些補充品的消費群(尤其是傳統銀髮族市場分部以外的消費群)。因此，保健品公司獲得擴大市場範圍及滿足對保健補充品及產品日益增長的需求的策略性機會。

需求增長可從我們2023財政年度至2024財政年度收益的顯著增長中得到印證，期間收益由約43.2百萬港元增至109.6百萬港元。尤其是，預防保健相關的保健補充品及產品(如呼吸系統護理、心血管及肝臟護理)錄得最高增長率，每款產品錄得的收益較2023財政年度的金額分別至少增長兩倍及三倍。

基於上文所述，董事認為COVID-19(i)於往績記錄期並無對本公司業務及財務表現造成重大不利影響；(ii)從長遠來看，對本集團業務營運及財務狀況產生積極影響，主要由於公眾對公共衞生意識顯著提升。

環境、社會及管治

我們已在業務營運的各個層面落實有效措施，以全面推行環境、社會及管治(「**ESG**」)實務。為此，我們建立ESG管理架構，於本集團各層級劃分ESG職責，並持續提升我們的ESG管理水平及執行能力。

管治架構

董事會為我們制定策略方向，確保ESG策略與我們的價值觀及核心業務目標無縫整合。ESG策略乃透過評估、確定工作優次及管理該等事宜及風險而制定。董事會將採納以下方法管理重大ESG事宜：

(i) *識別及評估：*董事會將與內部持份者溝通，識別重大ESG事宜及業務運營中固有的風險。我們堅信，與持份者進行公開透明的對話，對保持我們業務的可持續發展至關重要。

(ii) *審閱：*董事會將每年審閱ESG相關目標的指標及進度，以引領我們取得更佳的ESG表現。董事會將考慮制定目標，並可能參照同業採納的標準，以加強我們在ESG事宜上的策略重點及問責水平。

識別、評估及管理ESG相關風險的流程

本集團積極通過定期對話與持份者溝通，以深入了解其期望及關注事項。該等寶貴意見有助本集團作出更清晰的策略決策，並有效評估及解決由此產生的影響。

本集團通過關注對我們業務營運有重大影響的關鍵ESG事宜，優先考慮重要性原則。為評估ESG因素的相關性及工作優次，本集團已進行全面的評估流程，其中包括針對行業標準制定基準，與持份者溝通並確認關鍵重大事宜。

我們已識別以下重大ESG事宜及其潛在影響：

重大ESG事宜	**潛在風險、機遇及影響**
環境層面	
資源使用	作為保健補充品供應商，我們的主要資源消耗涉及辦公室及倉庫的用電以及產品的包裝物料。

我們計劃擴大銷售網絡，預計總能源需求及包裝用量將會增加，可能導致營運成本上升，及對環境造成更大影響。

為減輕對環境的影響，我們在業務營運中實施多項環保措施，以減少能源消耗及包裝使用。

詳情請參閱本節「環境、社會及管治－環境」。

氣候變化

我們意識到氣候變化對我們的業務營運及價值鏈(從供應及營運到市場動態與監管合規)的潛在影響。

隨著社會對氣候行動的日益關注，我們亦預計有關減排的法規會更加嚴格。

詳情請參閱本節「環境、社會及管治－負責任採購－氣候變化」。

生物多樣性

我們致力於保護自然環境，尊重地球上所有形式的生命

我們致力於負責任地經營，並將可持續發展作為實現長期增長的關鍵驅動力，確保我們的業務運作符合環境及道德原則。

詳情請參閱本節「環境、社會及管治－負責任採購－保護生物多樣性」。

社會層面

僱傭及勞工標準

我們認為，吸引、招聘及挽留優質員工是我們業務的重要一環。

為營造積極的工作環境、確保合規及維持優秀的員工團隊，我們已採納政策並落實措施，處理有關薪酬及解僱、平等機會、多元化、反歧視、培訓與發展以及其他福利及福祉等各方面的僱傭問題。

詳情請參閱本節「環境、社會及管治－負責任採購－關懷僱員」。

產品責任

由於保健補充品可直接影響最終使用者，因此產品責任在我們的行業中至關重要。為提供安全、可靠及質量一致的產品，我們有一套標準化的質量控制程序，以確保產品質量優良、安全及適合服用或使用，並完全符合相關法律及法規。

詳情請參閱本節「質量控制」。

供應鏈管理

供應鏈質量在確保我們的產品質量方面發揮重要作用，原因為我們依靠供應商提供所需的產品、主要原材料、包裝物料及為我們提供服務。

詳情請參閱本節「環境、社會及管治－負責任採購」。

環境

我們密切追蹤法例更新，確保恪守環境合規要求。我們的營運會及時調整，以符合不斷演變的法規及政策，確保全面遵守環境合規事宜。我們深知我們的業務活動對氣候及生態系統的影響，因此於營運中實施針對性策略以減少對環境的影響。此外，我們積極推動環保意識及倡導可持續發展常規，以提高資源效益。

我們於業務營運中採用以下環保措施：

資源使用

本集團非常重視有效使用資源，並致力於減少天然資源消耗及盡量減少對環境的影響。此目標透過實施節能減排措施、節水措施及優化辦公室資源管理達成，該等舉措同時提高營運效率。我們在業務營運中採取以下環保措施，以實現本集團設定的範圍2溫室氣體排放、能源效率及用水效率目標：

能源及用水效益及排放管理

- 致力於盡可能減少用水。
- 員工須於使用後關閉水龍頭，以避免不必要地浪費用水。
- 在供水設施旁張貼節約用水告示，提醒員工負責任地使用水資源。
- 於不使用或不需要時主動關閉照明設備及空調系統。
- 冬季室內溫度不應高於20°C及夏季室內溫度應不低於24°C，每個溫控面板處應張貼提示標識。
- 更換高耗能設備時，優先選擇節能產品。

廢棄物管理	• 嚴格遵守相關法律及法規妥善處理廢棄物。 • 盡全力減少各類廢棄物的產生。調整電腦列印設定為雙面列印模式，以減少用紙。 • 減少不必要的列印以及優先使用電郵及電子文件進行通訊及儲存。 • 盡可能重用資源及積極參與回收計劃。

水資源

本集團於往績記錄期錄的用水量極少，主要為洗手間用水。本集團鼓勵僱員於日常生活中養成節水習慣，並致力於在可行情況下最大程度實現水資源的循環利用。

下表載列我們分別於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月的水資源使用量：

	單位	**2023財政年度**	**2024財政年度**	**2025財政年度**	**2026年六個月**
總耗水量	立方米	3.00	6.00	44.75	34.00
耗水密度	立方米／僱員數目	0.08	0.11	0.56	0.43

附註：

1. 於2024財政年度至2025財政年度，總用水量顯著上升乃因業務擴展所致。

2. 香港對保健產品行業並無具體的耗水標準可供本公司參考。

環境指標及目標

本集團已訂立多個環境目標，致力於2030年或之前限制二氧化碳排放及於2060年或之前實現碳中和。透過減少碳排放及提升能源效益，本集團可降低能源消耗及相關成本，同時為社會帶來正面影響及為未來可持續發展奠定基礎。為實現該等目標，本集團已制定量化環境關鍵績效指標，旨在於2030年或之前達成以下減排及減廢目標。

關鍵績效指標	**目標**
溫室氣體(「**溫室氣體**」)排放(範圍2)	本集團已將2025財政年度設定為溫室氣體範圍2目標的基準年度。我們計劃於2026財政年度將範圍2溫室氣體排放密度減少1%。由於我們致力於提升能源效率及全面實施減碳策略，該目標可望能夠實現。 此外，考慮到未來五年業務擴張預期，我們計劃於2030年前達致溫室氣體排放密度峰值。達致此峰值之後，本集團致力於遵守香港2060年碳中和目標，同時遵守巴黎協定設定的目標，持續減排。

	本集團將進一步過渡至可再生能源，優化供應鏈並持續監控排放量，以實現既定目標。
能源使用效益	本集團將2025財政年度定為能效目標基準年度。我們旨在於2026財政年度將能耗密度維持在每名僱員0.60兆瓦時水平。由於本集團將深化先進技術應用與流程優化，提升能源利用效率，該目標可望能夠實現。 考慮到未來五年業務擴張預期，我們旨在於2030年前達致能源使用密度峰值。達致此峰值之後，本集團致力於遵守香港2060年碳中和目標及巴黎協定的目標，實施降低能耗的策略。 該目標的可行性得益於我們持續投資於節能實務及員工可持續發展培訓計劃。
用水效益	本集團已將2025財政年度確立為用水效率目標的基準年。我們計劃於2026財政年度將用水密度維持在每名僱員0.60立方米的水平。通過實施全面的水資源管理策略優化用水，該目標可望能夠實現。 展望未來，考慮到未來五年業務擴張預期，我們計劃於2030年前達至用水密度峰值。達致此峰值之後，本集團致力於遵守香港2060年碳中和目標及巴黎協定的目標，持續推進節水減耗。 該目標能否實現建立在積極管理策略之上，包括定期評估用水情況、發掘節水機會，以及推動員工參與可持續發展行動。

展望未來，我們將繼續監控環境、社會及管治相關指標，對照現有的目標檢討我們的進展，並隨著我們的環境、社會及管治策略不斷發展時考慮設定新的目標。

本集團能源消耗包括辦公室及倉庫用電。我們追蹤與能源使用有關的直接及間接排放。

於整個往績記錄期，本集團並無擁有任何汽車，亦無經營任何冷凍儲存系統或其他會直接排放溫室氣體的設備。因此，直接排放(範圍1)被視為可忽略。大部分能源相關間接排放(範圍2)來自我們採購的電力。關於包括整個價值鏈中產生及不受我們直接控制的排放在內的其他間接排放(範圍3)，我們積極與業務夥伴合作，並致力於未來數年收集及評估此數據。

下表載列我們分別於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月的溫室氣體排放量：

	單位	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
直接溫室氣體排放(範圍1)	噸二氧化碳當量	–	–	–	–
間接溫室氣體排放(範圍2)	噸二氧化碳當量	0.75	11.47	15.08	16.70
其他間接溫室氣體排放(範圍3)	噸二氧化碳當量	62.27	84.37	132.00	91.28
溫室氣體排放總量	**噸二氧化碳當量**	**63.01**	**95.84**	**147.08**	**107.98**
溫室氣體排放密度	**噸二氧化碳當量／僱員數目**	**1.70**	**1.68**	**1.84**	**1.37**

附註：

1. 經參考聯交所發佈的如何準備環境、社會及管治報告附錄二環境關鍵績效指標匯報指引，我們的範圍2排放乃根據香港公用事業供應商提供的排放系數計算。
2. 於往績記錄期，溫室氣體排放量顯著上升，主要歸因於業務擴張。
3. 香港對保健產品行業的溫室氣體排放並無具體標準可供本公司參考。

下表載列我們分別於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月的能源消耗量：

	單位	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
採購電力	兆瓦時	1.92	29.42	39.70	43.95
能源消耗總量	兆瓦時	1.92	29.42	39.70	43.95
能源消耗密度	兆瓦時／僱員數目	0.05	0.52	0.50	0.56

附註：

1. 經參考聯交所發佈的如何準備環境、社會及管治報告附錄二環境關鍵績效指標匯報指引，我們的範圍2排放乃根據香港公用事業供應商提供的排放系數計算。
2. 於往績記錄期，能源消耗總量顯著上升，主要歸因於業務擴張。
3. 香港對保健產品行業的電力消耗並無具體標準可供本公司參考。

隨著業務營運擴大，店舖與僱員數目預期將會增加，我們意識到總體能源消耗可能會增加。

展望未來，隨著ESG策略的發展，我們將持續追蹤ESG相關指標，並根據現有目標評估我們的表現，探索制定新目標的可能性。雖然該等舉措可能導致經營開支增加，例如需要額外資源及人力監督環境指標及目標，其對於加強我們在ESG範疇的策略方向及問責至關重要。

隨著業務增長，本集團預計對包裝物料的需求將增加。為此，我們已採用具成本效益及環保的做法。我們妥善管理供應予我們的包裝物料，確保其妥為保存。該等物料經回收處理後，用於最終產品包裝，然後交付予客戶。此方法不僅有助降低成本，亦透過盡量減少廢棄物及鼓勵資源再利用，反映我們致力落實可持續發展。

下表載列我們分別於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026年六個月使用的包裝物料：

所用包裝物料類型[1]	單位	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
紙板	千克	6.60	9.13	13.07	6.72
產品包裝盒	千克	17.11	22.52	35.03	17.42

所用包裝物料類型[1]	單位	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
產品包裝袋	千克	1.35	1.84	2.77	1.39
產品標籤及小冊子	千克	5.11	6.84	9.62	5.03
樽及樽蓋	千克	5.19	7.29	14.69	8.34
包裝物料總用量	**千克**	**35.36**	**47.62**	**75.18**	38.90

附註：

1. 所用包裝物料包括用於向客戶交付產品的紙板箱，以及用於最終產品包裝的物料，包括產品包裝盒、產品包裝袋、標籤、小冊子、樽及樽蓋。

2. 於2023財政年度至2025財政年度，包裝物料總消耗量顯著上升，乃由於業務擴張。

3. 香港對保健產品行業的包裝物料消耗無具體標準可供本公司參考。

廢棄物管理

本集團致力於源頭減廢及盡可能將資源價值提升至最高，透過保留、回收及再利用將廢棄物減至最低。我們從一開始就積極管理辦公室廢棄物，推廣高效使用打印紙，設置廢紙回收站，並提供用紙指引。例如，調整電腦列印設定為雙面列印模式，以節省紙張。

於往績記錄期，本集團產生的廢棄物極少，主要為廢紙。為進一步減廢，本集團已實施紙張循環再用措施，並無面臨廢棄物管理中斷或相關問題。由於所產生的廢棄物數量偏低，本集團目前並無制定正式的減廢目標。然而，倘若日後營運變動導致廢棄物大幅增加，本集團將重新評估是否需要制定具體減廢目標。

負責任採購

在選擇供應商的過程中，本集團會綜合考慮產品質量、質量控制管理及生產環境等因素。於採購原材料時，我們優先選用鄰近我們設施的供應商，旨在縮短運輸距離及減少上游物流的碳足跡。我們亦鼓勵供應商於物流環節中限制使用不必要的包裝物料，以進一步降低對環境的影響。

為確保產品質量及評估供應商是否符合我們降低ESG相關風險的要求，我們每年會對供應商進行評估。該等評估側重於質量控制，同時亦審查供應商的道德操守並識別任何潛在ESG相關風險及其他相關政策，包括其對環境可持續性、勞工權益及商業誠信的承諾。若本集團發現供應商涉及嚴重違反法律或重大ESG相關風險，我們將評估終止與該供應商合約的可能性。有關我們供應鏈管理的詳情，請參閱本節「質量控制－與供應商有關的質量控制」。

保護生物多樣性

我們高度重視生物多樣性的保護，並承認我們向供應商採購的若干補充品可能涉及動物提取物或成分，或對生態系統產生影響。我們審慎挑選嚴格遵守當地政府法規及法律的供應商，以確保用於生產補充品的動物乃來自負責任的養殖體系。該方法確保不涉及瀕危物種及自然棲息地不受破壞。該方法有助於盡量減低我們業務活動對自然棲息地的任何潛在不利影響。

氣候變化

鑑於本集團的核心業務涉及零售及批發保健補充品，而產品主要採購自製造商，我們面臨的主要氣候相關風險為惡劣天氣事件造成的產品偶然出現供應中斷。

然而，該風險對本集團的影響甚微，因我們自不同供應商採購產品，確保任何單一供應商缺貨所造成的影響微不足道。此外，極端天氣狀況可能導致營運暫時中斷，並對僱員安全構成威脅。為此，我們已制定並嚴格執行極端天氣狀況的應急方案，以保障員工安全。我們亦認識到與不斷變化的環境法規及香港碳中和進程(如香港特區政府氣候行動藍圖2050所強調)相關的轉型風險。該等發展可能影響我們的營運及供應鏈，或會增加營運成本。為應對該等風險，本集團致力於提升資源效益及減少溫室氣體排放。我們將持續密切關注氣候變化帶來的挑戰及機遇。

社會責任

我們致力推動企業社會責任及可持續發展，並將其融入我們業務營運的所有主要方面。企業社會責任已融入我們在保健及福祉領域核心增長理念的重要組成部分，在向股東傳遞可持續發展的價值觀方面扮演重要角色。我們通過作出有意義的貢獻，如捐贈補充品以支持有需要人士，積極展現我們肩負社會責任，此舉不僅強調我們對所服務社區的堅定承諾，亦反映我們為不同社群改善健康狀況及促進福祉的使命。

僱傭及勞工標準

於往績記錄期，本集團已在所有方面遵守香港僱傭相關適用法律及法規，包括但不限於僱傭條例(香港法例第57章)、最低工資條例(香港法例第608章)及性別歧視條例(香港法例第480章)，確保所有勞工慣例符合法定規定。我們於員工手冊中明確規定僱傭條款、工時、休假權益、勞工保障、工作條件及紀律守則等相關條文，並確保僱員充分知悉該等條款。我們的招聘流程、文件及程序均符合國家及地區監管標準。本集團積極監察相關政府法律及法規的更新，於有需要時對內部系統及程序及時作出調整。此外，於每年年初，我們對現有政策及制度進行全面檢討及評估，以加強及優化相關安排。

本集團堅決反對任何形式的童工或強制勞工。我們嚴格遵守適用法律及法規，並實施穩健的管理系統，以確保全體僱員乃自願受僱及達到法定最低工作年齡。於招聘過程中，我們嚴格核查應徵者的身份證明文件，防止非法僱用童工。我們亦嚴禁管理層為自身利益向員工施加不當壓力，或以任何威脅或勒索的方式強迫員工工作。

此外，我們定期視察工作場所，密切監察僱員的工時、休息時間及生活條件。任何違規或不當行為一經發現即時予以糾正。如發現存在童工或強制勞工情況，我們將迅速採取行動，依法終止有關僱傭及對負責人員追究法律責任。我們致力於保護僱員的合法權利及權益，因我們相信此乃構建和諧穩定勞工關係的基礎，並最終推動組織的可持續增長及發展。

關懷僱員

本集團的人力資源及行政團隊監督僱員支援系統的發展及管理。我們備有全面的員工手冊，詳述我們的人力資源政策，涵蓋招聘、解僱、薪酬、福利及福利計劃、職業晉升、平等機會、多元化、行為準則，以及處理僱員不滿及投訴的機制。在業務經營中，我們已實施下列政策及常規：

招聘及解僱以及培訓及發展

本集團已針對招聘流程及終止聘用與解僱的管理制定明確的協議及指引。我們根據僱員的表現對其作出評估，並釐定其薪金、晉升及職業發展。為促進僱員成長，我們提供入職計劃及涵蓋產品專業知識等重要主題的定期培訓課程。

於往績記錄期，本集團舉辦的培訓活動包括有關當前行業趨勢及產品的研討會以及業務相關培訓。該等舉措旨在提升員工的專業知識及增強本集團的競爭優勢，以及確保與行業最佳慣例保持一致。

薪酬、補償及福利

本集團根據僱員的行為、表現、經驗、職位、教育背景及專業水平等相關因素評估及檢討其薪酬。本集團已建立僱員表現評估管理系統以評估僱員表現。為吸引及挽留人才，我們為僱員提供的薪酬及福利待遇，包括醫療保險、教育資助、產假、婚假、喪假及考試假。

員工多元化

本集團積極推動職場的多元共融，以建立真正的共融文化。我們為所有個人提供平等機會，不論其種族、國籍、宗教、身體狀況、殘障、性別、懷孕、性取向、政治立場、年齡或適用法律法規禁止的任何其他形式的歧視。本集團嚴禁在僱傭的各個方面出現歧視、騷擾及報復行為。此外，我們提供適當的渠道及反饋機制，讓僱員就機構內部提出不滿或投訴，確保其疑慮得到適當處理。

本集團將繼續堅持多元共融，專注於提供解決方案、產品及服務，以滿足持份者及不斷演變的市場需要。我們承諾為僱員營造專業及積極的工作環境，共同實現可持續發展。於往績記錄期，我們在所有重大方面均未發現任何違反與招聘及僱傭相關的適用法律及法規情況。

據香港法律顧問告知，於往績記錄期，我們於所有重大方面均遵守招聘及僱傭相關的適用法律及法規。

於2025年3月31日及2025年9月30日，按性別、僱員類別、年齡及地區劃分的本集團員工分佈如下：

	於2025年3月31日	**於2025年9月30日**
按性別劃分的員工總數		
男性	11	11
女性	69	68
總計	**80**	79
按年齡組別劃分的員工總數		
30歲以下	2	2
30歲至50歲	36	43
50歲以上	42	34
總計	**80**	79
按僱傭類別劃分的員工總數		
全職	69	73
兼職	11	6
總計	**80**	79
按地區劃分的員工總數		
香港	80	79
總計	**80**	79

於往績記錄期，本集團整體僱員流失率於2025財政年度及2026年六個月分別為23%及15%。下表列示按性別、年齡及地區劃分的僱員流失率：

按性別劃分的僱員流失率	**2025財政年度**	**2026年六個月**
男性	18%	9%
女性	23%	16%

按年齡組別劃分的僱員流失率	**2025財政年度[1]**	**2026年六個月[1]**
30歲以下	100%	–
30歲至50歲	25%	26%
50歲以上	17%	3%

按地區劃分的僱員流失率	**2025財政年度**	**2026年六個月**
香港	23%	15%

附註：

1. 所述類別的僱員流失率＝所述類別離職僱員人數／所述類別僱員人數

按性別及僱員類別劃分的受訓僱員分佈以及平均培訓時數如下：

按性別劃分的受訓僱員	**受訓僱員百分比(%)[1]**		**每名僱員完成的平均培訓時數[2]**	
	2025財政年度	**2026年六個月**	**2025財政年度**	**2026年六個月**
男性	–	30%	–	1.00
女性	100%	70%	0.35	–

按僱員類別劃分的受訓僱員	**受訓僱員百分比(%)[1]**		**每名僱員完成的平均培訓時數[2]**	
	2025財政年度	**2026年六個月**	**2025財政年度**	**2026年六個月**
高級管理層	–	20%	–	4.00
中級管理層	–	–	–	–
普通員工	100%	80%	0.34	–

附註：

1. 相關類別受訓僱員百分比＝所述類別受訓僱員人數／受訓僱員總人數

2. 每名僱員完成的平均培訓時數＝所述類別僱員的培訓總時數／所述類別僱員總人數

職業健康及安全

我們致力於在遵守所有相關法律法規的同時，確保僱員擁有安全健康的工作場所。此外，我們亦已制定員工必須勤勉遵守的職業健康及安全指引。我們的職業健康及安全政策詳情概述如下：

(i) 確保為全體僱員提供安全健康的工作環境及制度；及

(ii) 分配足夠資源以支援健康及安全計劃的實施，以及僱員培訓及監督。

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無因任何重大事故而遭受任何重大索償、訴訟、罰款或紀律處分。於過去三年各年，我們並無發生任何涉及財產損失或因工致命的重大事故。於業務營運期間，我們錄得30天的因工傷損失天數。倘發生重大安全風險或事故，則僱員及經理必須立即向管理層報告，並合作執行必要的糾正及改善措施，以防止事故再次發生。

供應鏈管理

本集團非常重視業務經營對環境及社會的影響，並積極推行措施，將本集團以及供應商對環境及社會造成的負面影響減至最低。本集團充分認識到供應鏈管理在業務發展中的關鍵作用，並十分重視供應商在環境及社會方面的表現。

本集團要求供應鏈夥伴遵守本集團認可的合理商業道德原則，並持續監察其商業行為，以盡量減少對社會的負面影響。本集團在選擇及評估供應商及服務提供商時，不僅注重產品及服務質量、成本、交貨效率、穩定性、安全管理、相關認證等關鍵指標，亦十分重視供應商的環境合規記錄及對社會責任的承諾，並選擇優先與重視環保及可持續發展的供應商建立合作關係。為確保產品質量並核實供應商是否符合本集團要求，本集團每年對供應商進行全面評估，重點在於質量控制，同時亦會檢視供應商的道德操守及其他相關政策。每年年末，採購部會評估所有合格供應商，並收集使用其物料或服務的部門的反饋意見。對於表現未達標的供應商，本集團會主動與其溝通，以推動供應鏈作出積極改變。倘供應商持續無法達到本集團的期望，則彼等將自合格供應商名單中除名。

按地區劃分的主要供應商明細如下：

按地區劃分的供應商數目	**2025財政年度**	**2026年六個月**
香港	13	8
中國內地	1	2
台灣	2	3
澳洲	2	3
紐西蘭	1	2
日本	3	3
總計	**22**	21

產品責任

本集團始終堅守最高安全及品質標準，以應對消費者及監管機構對保健補充品成分及製成品日益嚴格的審查。為確保符合行業標準、各批次產品的一致性以及客戶滿意度，本集團已建立健全的標準化質量保證協議框架，完全符合適用法律及監管要求。

於往績記錄期，本集團並無因安全或健康問題而需召回任何產品，亦無收到可能會對業務營運造成重大影響的任何重大客戶投訴。

廣告及標籤

本集團致力以負責任的方式透過廣告宣傳產品，包括在主要的線上平台投放廣告。廣告內提供的所有產品資訊均準確無誤，並特別著重全面列出成分。在發佈任何廣告或標籤資料前，我們會進行嚴格的審核程序，以確保符合品質及合規標準。本集團亦已制定明確的合規指引，為僱員提供有關廣告及產品標籤常規的詳細說明。該等措施可確保遵守相關法律及法規，包括不良廣告(醫藥)條例。

反貪污

本集團致力以最高誠信標準經營業務，並嚴格遵守所有適用法律準則。我們深知詐欺活動、商業賄賂及其他形式的不當行為可能導致重大財務損失、政府或監管機構的嚴厲處罰，以及嚴重損害本集團聲譽。因此，我們對貪污、賄賂、敲詐及欺詐行為

堅決採取零容忍態度，確保遵守所有相關法律，包括防止賄賂條例，同時將該等價值觀深植於我們的管治框架。

根據本集團政策，僱員不得向任何業務夥伴索取或接受任何形式的利益，例如禮物、貸款、開支、報酬、職位、僱傭、合約、服務或特權。每名僱員在加入本集團時均須申報或確認任何潛在利益衝突。倘日後發生利益衝突，僱員有義務立即向管理層披露。透過持續強化內部監控機制，本集團亦積極培養健全的誠信文化，作為與所有持份者建立及維持信任的基礎。

於往績記錄期，我們並不知悉任何涉及本集團或本集團僱員貪污行為的已審結法律案件或訴訟程序。此外，本集團已採取積極措施，確保全體董事及僱員均充分了解並緊貼最新的反貪污指引及法規，包括積極傳達聯交所及證券及期貨事務監察委員會等監管機構的最新資訊及指令。透過內部溝通及政策更新，我們確保每名僱員均已充分了解並遵守規管我們業務常規的道德標準及法律責任。

社區參與

本集團深知對社區的責任，致力貢獻寶貴資源以支持當地活動。我們積極鼓勵僱員發掘與慈善機構合作的機會，並參與各種慈善活動。該等活動旨在提高社區意識，激勵僱員更深入參與以服務為導向的項目。本集團深信，透過積極參與社區服務，僱員可培養深厚的社會責任感。此外，有關參與亦提升我們一向主動積極貢獻社區發展的聲譽。

法律訴訟及合規

法例訴訟

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們未曾牽涉任何重大法律、仲裁或行政訴訟程序，亦不知悉有任何針對我們或董事的未決或受威脅的法律、仲裁或行政訴訟程序，而該等法律、仲裁或行政訴訟程序可能單獨或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

合規

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，董事確認，並經香港法律顧問告知，我們未曾牽涉任何導致罰款、執法行動或其他處罰的重大不合規事件，而該等事件可能單獨或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

食物進口商╱分銷商註冊

根據食物安全條例，任何經營食物進口╱分銷業務的人士須向食物環境衞生署署長登記為食物進口商╱食物分銷商。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港與萬嘉寶分別於2023年11月21日及2025年8月29日之前未註冊為食物進口商╱分銷商。

就正品香港而言，其從事保健及美容補充品與產品進口及分銷業務，未能於2023年11月21日前註冊為食物進口商╱分銷商，即構成違反食物安全條例第4(1)條及第5(1)條。據香港法律顧問告知，該不合規行為最高可處以50,000港元罰款及六個月監禁。然而，根據裁判官條例(第227章)第26條規定，就簡易程序罪行(包括違反食物安全條例第4(1)條及╱或第5(1)條的行為)的檢控，存在六個月的法定時效限制。據香港法律

顧問告知，鑒於正品香港於2023年11月21日完成相關註冊， 任何有關正品香港過往未註冊為食物進口商/分銷商的不合規事宜的訴訟程序，須於不遲於2024年5月前展開。由於截至最後實際可行日期並無採取強制行動，針對有關不合規事宜的任何可能執法行動均已超過時限。因此，據香港法律顧問告知，本公司認為有關不合規行為屬非重大不合規。

就萬嘉寶而言，其從事保健及美容補充品與產品分銷業務，於2025年8月29日前未註冊為食物進口商／分銷商的行為構成違反食物安全條例第5(1)條。據香港法律顧問告知，最高可處罰款50,000港元。鑒於萬嘉寶於2025年8月29日已註冊為食物進口商／分銷商，據香港法律顧問告知，對於萬嘉寶過去未註冊為食物進口商／分銷商的違規行為，任何相關起訴應於2026年2月底之前啟動。由於截至最後實際可行日期尚未啟動任何強制執行程序，因此針對此類違規行為的任何潛在強制執行行動均已過時效限制。因此，據香港法律顧問告知，本公司認為有關不合規行為屬於非重大不合規。

上述不合規主要源於對相關法規認知不足及負責註冊的財務及行政人員疏忽。註冊表格列明不同食物類別及對應食物範例。由於負責人員未發現與本集團產品相似的食物示例類別，誤以為本集團產品不符合註冊規定。然而，當本集團獲悉保健及美容補充品進口商與產品供應商可能亦需申請註冊時，正品香港已立即提交註冊申請。至於萬嘉寶，因其僅從事保健及美容補充品與產品的分銷(而非進口)，本集團誤以為萬嘉寶無需註冊為食物進口商／分銷商。經香港法律顧問具體建議後，相關人員方意識到萬嘉寶亦需註冊為食物分銷商，因此於2025年7月17日提交註冊申請，並於2025年8月29日正式註冊為食物進口商／分銷商。

香港法律顧問已協助本集團審閱往績記錄期與五大客戶的合約，確認正品香港或萬嘉寶未註冊為食物進口商／分銷商的行為不構成違反協議。

鑒於(i)未註冊為食物進口商／分銷商不會(a)使本集團的業務交易無效或無法執行，(b)影響本集團產品本身的合法性、質量或商業可行性，(c)實質上損害本集團開展其核心業務運營的能力或(d)僅因未根據食物安全條例註冊而導致本集團銷售其產品的合法收入可能被香港政府沒收；(ii)根據食物安全條例第4(2)及5(2)條，未登記的法定後果僅限於被檢控(最高監禁六個月)及被處第5級罰款(最高為50,000港元)；(iii)註冊主要屬行政程序性質且無需滿足特定要求或條件，及(iv)食物安全條例的立法意圖並非徹底禁止未註冊的食物業，而是確保可追溯性及取得資料作為證據，可根據食物安全條例第19條作為證據追查及監督。該條文授權食物環境衞生署署長要求從事食物進口或批發供應業務但未註冊的人士，提供註冊後應提交的資料。香港法律顧問認為，過往未註冊為食物進口商／分銷商屬於非重大不合規行為，該註冊並非重大許可證，亦對本集團核心業務而言屬不重大。

為防止再次發生違反食物安全條例的情況，我們已針對截至2025年8月的許可證需求進行書面審查，其中包含與食物安全條例相關的許可證。作為一項內部監控措施，

我們將至少每年監察許可證清單及彼等各自的有效期，並更新相關內部審核清單以備存紀錄，確保符合各項許可證要求。

產品廣告

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團收到衞生署5封警告函，內容涉及本集團若干產品廣告使用限制用語，可能違反不良廣告(醫藥)條例第3條及／或第3B條。例如，該等廣告提到本集團的部分產品可以降低或改善血液膽固醇，抑制血糖水平，預防高血壓，降低肝臟疾病的風險，改善肌肉骨骼疾病的症狀，或提及COVID-19及流感。我們被告知該等字眼可能受到不良廣告(醫藥)條例第3條及／或第3B條限制，有關條例嚴禁廣告宣稱可治理或預防若干疾病或症狀。對此，本集團於接獲投訴函後已撤除或更正相關廣告內容。該事件乃由於負責發佈廣告的有關營銷幹事及業務幹事的疏忽及其對不良廣告(醫藥)條例的不熟悉造成。

根據不良廣告(醫藥)條例第6條，任何人士違反(其中包括)第3或3B條，即屬犯罪，一經首次定罪，可處第5級罰款(最高50,000港元)及監禁六個月，而根據相同條例在第二次或其後再被定罪，則可處第6級罰款(最高100,000港元)及監禁一年。根據裁判官條例第26條，就簡易程序罪行(包括違反食物安全條例第3條及3B條)的檢控，一般必須在指控罪行發生日期起計六個月內提起。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無因上述潛在違規行為而遭提起任何指控或受到任何處罰。鑑於根據適用的法定時效，與4封警告函有關的任何潛在起訴現已超過時效，且有關當局尚未針對該等4封警告函對本集團採取任何執法行動，香港法律顧問告知，本集團並無因該等警告函而面臨被起訴的風險。儘管餘下一封警告函的時效期限尚未屆滿，我們在收到警告函後已立即修訂該產品廣告的相關措辭，且於最後實際可行日期，當局並未對我們採取任何後續執法行動。因此，香港法律顧問認為，衞生署就違反不良廣告(醫藥)條例對我們提出檢控的可能性甚微。因此，經香港法律顧問建議，董事認為，該等警告函整體上不會對本集團的營運、業務或財務表現造成重大不利影響且不合規事項視為非重大不合規事項。

此外，董事確認，於往績期間及截至最後實際可行日期，我們並無收到消費者委員會就我們的產品或銷售做法提出的任何投訴。為防止上述不符合不良廣告(醫藥)條例的事件再次發生，我們在策劃、設計及製作營銷材料方面採用相關的內部監控準則，包括(具體而言)：

(i) 採納指引概述了香港適用的廣告法律法規，並參考了衞生署及香港海關發佈的相關指導材料提供指導；

(ii) 營銷部門將審閱我們所有營銷資料(倘必要將諮詢藥劑師)，以確保符合香港法例的相關要求，且所有營銷資料在發佈前必須獲得高級管理層的批准；

(iii) 指引已分發予董事、高級管理層以及參與策劃、設計及製作營銷資料的營銷員工。所有新聘用的營銷人員均將接受培訓，特別是有關不良廣告(醫藥)條例及商品說明條例的培訓，所有員工亦將每年接受定期培訓；及

(iv) 定期審閱相關廣告法律法規有否更新，並在需要時向相關人員提供合規要求的最新資訊。

食品標籤

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港於2025年9月8日收到食物環境衞生署食物安全中心就客戶投訴本集團某產品標籤事宜發出的函件。該投訴指稱該產品未能符合食物及藥物(成分組合及標籤)規例第4A條或第4B條所規定的適用營養標籤要求。本集團隨即審查該產品包裝，發現鈣含量未作具體標注。經審查後，本集團已更新標籤以確保符合食物及藥物(成分組合及標籤)規例規定。該事件乃負責審核產品營養標籤的相關運營人員疏忽所致。

根據食物及藥物(成分組合及標籤)規例第4A及4B條規定，預先包裝食物須加上標明其能量值及營養素含量的標記或標籤。違反該規例者可處第5級罰款(最高50,000港元)及監禁六個月。

我們的香港法律顧問已審查相關產品的更新標籤，認為更新後的標籤符合食物及藥物(成分組合及標籤)規例的規定。此外，於最後實際可行日期，食物環境衞生署尚未就上述事宜對正品香港採取進一步的執法行動。鑒於上文所述，我們的香港法律顧問認為，正品香港因違反食物及藥物(成分組合及標籤)規例而被檢控的可能性甚微。因此，經香港法律顧問告知，董事認為，該不合規事項對本集團的運營、業務或財務表現不構成重大不利影響，並認為此違規屬於非重大違規。

為防止上述違反食物及藥物(成分組合及標籤)規例的不合規事項再次發生，我們於2026年2月委聘一名持牌藥劑師，以審查我們的產品廣告及包裝說明，且我們將持續就產品功效、健康申明及產品成分相關的新廣告及新產品包裝諮詢持牌藥劑師的意見。

產品說明

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港就其產品「正品香港鹿DHA+精華60粒咀嚼片」(「**該產品**」)收到香港海關發出日期為2025年11月13日的調查結果函。經政府產品化學檢驗員檢測後，發現該產品所含DHA含量與產品包裝標示的DHA含量不符。因此，正品香港被指違反商品説明條例第7條規定，條例規定(其中包括)，任何人士不得對任何商品作出虛假商品説明。

根據商品説明條例第18條規定，任何人如犯商品説明條例第7條，(i)一經循公訴程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁五年；(ii)一經循簡易程序定罪，可處第6級罰款(最高100,000港元)及監禁兩年。根據《商品説明條例》第19條規定，由犯罪日期起計三年，或由檢控官發現該罪行的日期起計的1年(以較早者為準)屆滿後，不得提出檢控。

香港海關的調查結果函中決定向正品香港發出警告，而並非起訴。於最後實際可行日期，香港海關就上述事宜未對正品香港採取進一步的後續執法行動。因此，香港法律顧問認為，香港海關重新審視或撤回其調查結果函所載立場的可能性極低。無論

如何，香港法律顧問認為，對正品香港的檢控現已超過追訴時效。因此，經香港法律顧問建議，董事認為，該不合規事項對本集團的運營、業務或財務表現不構成重大不利影響，並認為不合規事項屬於非重大不合規事項。

為防止上述違反商品説明條例的不合規事項再次發生，我們已採納一項內部控制政策，要求供應商每年為所有新產品以及每種產品提供證明其成分的證書。

逾期報稅及納稅

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港及萬嘉寶均未於相關評稅通知所訂明的期限內，繳付其2022／2023年度及2023／2024年度的應繳稅款。正品香港及萬嘉寶於2022／2023及2023／2024課稅年度應繳稅款分別為2.2百萬港元及13.4百萬港元。根據稅務條例第71(5)條，可就逾期未繳稅款加收不超過5%的附加費。於2022／2023課稅年度及2023／2024課稅年度，正品香港及萬嘉寶應付附加費總額分別約為0.1百萬港元及0.7百萬港元。所有2022／2023課稅年度及2023／2024課稅年度未繳稅款及附加費均已於相關評稅通知及逾期付款附加費通知所訂付款日期起六個月內悉數繳清。經稅務顧問告知，由於稅務條例中並無明確規定授權稅務局就逾期繳納的稅款施加其他懲罰(除已徵收及妥為繳清的附加費外)，本公司認為，就正品香港及萬嘉寶於2022／2023及2023／2024課稅年度逾期納稅而言，不會對其作出進一步罰款。

就2022／2023課稅年度的逾期納稅而言，主要由於相關會計人員對本集團銀行賬戶可用資金的疏忽所致。於收到逾期付款附加費通知後，當時的董事發現銀行賬戶資金不足以支付稅款，其立即採取行動，包括向銀行申請貸款融資，以籌集資金清償款項。

就2023／2024課稅年度的逾期繳納稅款而言，主要由於相關處理人員疏忽，未能在規定截止日期前申請緩繳2024／25課稅年度暫緩稅，亦未申請分期繳稅。稅務局向正品香港及萬嘉寶發出逾期付款附加費通知。於收到逾期付款附加費通知後，董事立即採取行動，包括向銀行申請貸款融資，以籌集資金清償款項。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，三新藥業未於規定期限內提交2023／2024課稅年度的利得稅申報表。儘管利得稅申報表已發出並寄往三新藥業的登記地址，但三新藥業並未收到該利得稅申報表。直到收到稅務局發出的逾期報稅通知後，相關人員才發現三新藥業先前已收到利得稅申報表。三新藥業隨即安排提交其利得稅申報表，並要求稅務局豁免因逾期提交利得稅申報表而須繳付的1,200港元罰款。

根據稅務條例第80(2)條，任何人如無合理辯解而未能及時提交報稅表，可處罰款10,000港元，並可另處以少繳稅款三倍的額外罰款。根據稅務顧問的意見，鑒於三新藥業於2023／2024課稅年度未產生應課稅溢利，相關課稅年度不存在稅務責任，而三

新藥業可能面臨的最高罰則為罰款10,000港元。於最後實際可行日期，於三新藥業請求豁免罰款後，三新藥業並未收到稅務局進一步施加此項罰款的通知。

為確保本集團於往績記錄期的稅務責任已妥善記錄，及本集團於往績記錄期並無違反其他香港相關稅務法規，我們已委聘稅務顧問對本集團於往績記錄期的稅務申報及繳納情況進行審閱。稅務顧問已(i)將本集團就往績記錄期編製的利得稅計算與單一層級的經審計財務報表進行交叉核對，並未發現收益與稅前溢利或虧損存在任何不一致之處；(ii)審閱本集團於往績記錄期所有利得稅負債的稅款繳付及結算記錄；及(iii)已審閱本集團於往績記錄期的所有稅務評估。根據上述審閱，稅務顧問認為，(i)於往績記錄期，本集團的稅務責任已妥善記錄；(ii)本集團已於往績記錄期妥為結清所有稅項負債；(iii)在往績記錄期，未發現任何逃稅企圖；及(iv)除上述逾期繳稅及逾期報稅及下文僱主逾期報稅外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團在所有重大方面均一直遵守香港相關稅務法律及法規。

為防止上述涉及逾期報稅及延遲繳納稅款之違規事件再次發生，我們已制定一套政策及程序，要求準時且準確地向相關機構申報稅務及繳納稅款。稅務申報及繳稅應在財務總監及執行董事監督下，由當地稅務代表及財務部門根據稅務局規定的截止期限備妥及執行，以確保稅務申報及繳稅符合稅務局的規定。

僱主逾期報稅

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，萬嘉寶未能於規定截止日期前提交其2023/2024課稅年度的僱主報稅表，而竣輝未能於規定截止日期前提交其2022/2023課稅年度的僱主報稅表。逾期報稅的主要原因是相關工作人員疏忽大意，忽略了有關離職僱員的提交截止日期。

根據稅務條例第80(1)條，僱主如無合理辯解而未能遵守稅務條例的規定(包括未能提交僱主報稅表)，可處罰款不超過10,000港元。截至最後實際可行日期，萬嘉寶及竣輝均未收到稅務局就徵收該罰款發出之任何通知。因此，香港法律顧問認為，萬嘉寶或竣輝因上述違規行為而被檢控的可能性甚微。因此，根據香港法律顧問的意見，董事認為該違規事件對本集團的營運、業務或財務表現並無重大不利影響，並認為該違規屬非重大。

為防止上述僱主逾期報稅的違規事件再次發生，本公司已採納一套標準的檢查清單，以便及時記錄員工的入職及離職情況，從而確保相關僱主的報稅能夠及時完成。

董事及獨家保薦人的意見

經考慮上述不合規事件的性質及原因、我們所採取的糾正行動及所採納的內部監控措施後，董事認為(而獨家保薦人同意)(i)就本公司及董事根據上市規則及其他相關法律及監管規定的責任而言，我們所加強的內部監控措施乃屬充分及有效；及(ii)過去的不合規事件不會影響上市規則第3.08條及3.09條所載本公司董事擔任上市發行人董事的適合性或上市規則第8.04條所載本公司**[編纂]**地位的適合性，理據如下：

- 發生不合規事件並非因董事不誠實、嚴重疏忽或魯莽，亦並非為不合法目的；
- 所有不合規事件均屬不具重大影響的違規事項，對我們的業務營運及財務狀況並無重大影響；
- 自執行加強的內部監控措施起及截至最後實際可行日期，董事確認，本集團並無重大違反任何相關法律及法規；及
- 董事知悉上市規則規定上市發行人董事的要求及責任，並已承諾遵守及符合所有相關規則及法規。

與控股股東的關係

控股股東

緊隨**[編纂]**完成後(未計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)，Alway Success將有權行使本公司已發行股本總額約**[編纂]**的投票權。Alway Success由張運裕先生全資擁有。因此，張運裕先生及Alway Success將於**[編纂]**後成為本公司控股股東(定義見上市規則)。

最終控股股東張運裕先生為本公司執行董事、董事會主席兼行政總裁。有關張運裕先生的其他背景，請參閱本文件「董事及高級管理層－董事會－執行董事」。

獨立於控股股東

經考慮下列因素後，董事認為我們能夠於**[編纂]**後獨立於控股股東及其聯繫人(本集團除外)經營業務。

管理獨立性

董事會由兩名執行董事和三名獨立非執行董事組成。有關詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」。儘管控股股東張運裕先生亦為本公司執行董事、董事會主席兼行政總裁，惟我們相信董事及高級管理層能夠獨立履行彼等在本公司的職責，且相信本集團能夠獨立於控股股東管理業務，原因如下：

(i) 各董事均知悉其作為董事的受信責任，該等責任要求(其中包括)董事為本公司的利益並以符合本公司最佳利益的方式行事，且不容許其董事職責與其個人利益之間出現任何衝突；

(ii) 根據章程細則及適用法例，董事會應以大多數決策方式集體行事，除非獲董事會另行授權，否則概無單一董事擁有任何決策權；

(iii) 倘本公司與董事或彼等各自的緊密聯繫人之間將進行的任何交易產生潛在利益衝突，則有利害關係的董事須於董事會相關會議中就該等交易放棄投票；

(iv) 董事會由五名董事組成，其中三名為獨立非執行董事，佔董事會成員人數不少於三分之一及為董事會大多數成員。此令執行董事與獨立非執行董事的人數得以平衡，從而促進本公司與股東的整體利益。獨立非執行董事將為董事會的決策過程帶來獨立判斷。此情況亦符合上市規則所載規定，以確保董事會的決策乃在適當考慮獨立而公正的意見後作出；及

(v) 其他執行董事及本公司財務總監(即宋婷兒女士)獨立於控股股東。因此，宋婷兒女士能夠獨立於控股股東履行其職責。

本公司亦已制定內部監控機制以識別關連交易，確保於建議交易中擁有利益衝突的股東或董事就相關決議案放棄投票。

經考慮上述因素後，董事信納董事會連同高級管理層團隊整體上能夠在**[編纂]**後作出符合本公司最佳利益的獨立管理決策。

營運獨立性

儘管控股股東將於**[編纂]**後保留對我們的控股權益，但我們完全有權就本身的業務營運獨立作出所有決策及進行本身的業務營運。本公司透過附屬公司持有經營本公司現有業務所需的牌照及資格，並擁有充足的資金、設施、技術及僱員，可獨立於控股股東經營業務。我們有既定和完備的組織架構，由不同獨立部門組成，每個部門均承擔特定職責。我們可向獨立於控股股東且與控股股東並無關連的第三方取得供應商及客戶來源。我們亦已建立一套內部監控程序及採納企業管治常規，以便有效經營業務。有關詳情，請參閱本節「企業管治措施」。

董事進一步確認，於最後實際可行日期，我們並無與任何控股股東或彼等各自的緊密聯繫人訂立任何須遵守上市規則第14A章項下有關申報、公告、通函及／或獨立股東批准的規定及於**[編纂]**後將持續進行的持續關連交易(定義見上市規則第14A章)。我們並非依賴控股股東營運。

基於以上所述，董事認為本集團於**[編纂]**後可獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人營運。

財務獨立性

本公司有權根據業務需要，對業務及財務事宜作出獨立決策。我們已成立本身的財務及行政團隊，負責本公司的財務監控、會計、報告、集團信貸及內部監控職能，且獨立於控股股東。

我們有充足的營運資金獨立經營業務，並有足夠的資源支持我們的日常營運。我們已經、並將繼續根據本身的業務需求作出財務決策。除下文所述者外，我們在財務上獨立於控股股東及彼等各自的聯繫人。

於2023年3月31日我們應付最終控股方(即張運裕先生)款項約14.0百萬港元，已於2024財政年度全額結清。該款項為張運裕先生自2021年11月收購正品香港以來就本集團業務運營向本集團提供的墊款。

於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，我們應收最終控股方(即張運裕先生)款項(非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還)分別為零、約11.1百萬港元、60,000港元及16.8百萬港元。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，我們應收最終控股公司(即Alway Success)款項分別為零、零、約12,000港元及19,000港元。應收最終控股方及最終控股公司的款項將於**[編纂]**前悉數結清。有關詳情，請參閱本文件「財務資料－合併財務狀況表的關鍵項目討論－其他應收款項」。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，控股股東已提供個人擔保，以取得本集團的若干計息借款。有關該等擔保的詳情，請參閱本文件「概要—近期發展及無重大不利變動」、「財務資料－債務－計息借款」及附錄一所載會計師報告附註22。董事確認，控股股東提供的所有擔保將於**[編纂]**前全數解除及於**[編纂]**後將以本集團提供的公司擔保取代。

經計及我們可獲得的財務資源，包括可用現金及現金等價物、銀行信貸、我們經營活動產生的現金流量、應收最終控股方款項及**[編纂]**的預期**[編纂]**淨額，董事認為，我們擁有足夠資金獨立經營業務，並擁有強健的信貸狀況以支持日常營運。此外，董

事相信，於**[編纂]**後，本集團在無控股股東的支持下可從第三方獲得融資。因此，董事認為，於**[編纂]**後，我們能夠在財務上保持獨立於控股股東及彼等各自的緊密聯繫人。

競爭業務

控股股東確認，於最後實際可行日期，除本集團經營的業務外，彼等或彼等各自的緊密聯繫人概無於任何直接或間接與本集團業務構成競爭或可能構成競爭的業務中擁有任何權益，而須根據上市規則第8.10條予以披露。

不競爭契據

為確保控股股東日後不會從事與本集團競爭的任何業務，控股股東已訂立不競爭契據，據此，各控股股東已無條件及不可撤銷地向我們承諾，其將不會並將促使其緊密聯繫人(本集團成員公司除外)不會直接或間接為其本身或連同或代表任何人士、商號或公司(透過本集團任何成員公司除外)(其中包括)進行、參與、擁有權益或涉及、從事、收購或持有(在各情況下，不論以股東、董事、合夥人、代理、僱員或其他身份，亦不論為溢利、回報或其他)任何業務(我們的業務除外)，或與(a)本文件「業務」一節所載本集團的現有業務活動；及(b)本集團任何成員公司所進行、訂立、從事或投資的任何其他業務或本公司以其他方式於聯交所網站刊發公告，表明其有意不時進行、訂立、從事或投資的任何其他業務直接或間接競爭或可能競爭的任何業務(我們的業務除外)(「**受限制業務**」)(不論單獨或聯同另一人士，亦不論直接或間接或代表或協助任何其他人士或與任何其他人士一致行動)，或於與受限制業務直接或間接競爭的任何公司或業務中持有股份或權益。

「**受限制期間**」指自**[編纂]**起至(a)任何控股股東不再於本公司全部已發行股本中擁有30%(或上市規則可不時規定釐定一間公司的控股股東的其他數值)或以上權益當日；(b)股份不再於聯交所**[編纂]**(股份暫停買賣除外)當日或(c)控股股東實益擁有本公司全部已發行股本或於當中共同或個別擁有權益當日(以較早者為準)止期間。

此外，各控股股東已承諾，並承諾促使其緊密聯繫人，以下列方式及時向我們轉介或促使轉介其或其緊密聯繫人發現或獲提供的與任何受限制業務有關的任何投資或商業機會(「**該等新業務機會**」，各為一項「**新業務機會**」)：

- 當彼得悉任何新業務機會後，在10個營業日內，彼須盡快向我們發出書面通知(「**要約通知**」)，識別新業務機會的性質、詳細列出彼獲得的所有資料，以供我們考慮是否追求有關新業務機會；

- 收到要約通知後，本公司須尋求董事會或於新業務機會中並無權益的董事委員會(「**獨立董事會**」)(均僅由獨立非執行董事組成)的批准，以決定追求或拒絕該新業務機會(任何於新業務機會中擁有實際或潛在權益的董事須放棄出席任何為考慮該新業務機會而召開的會議(除非獨立董事會特別要求其出席)及投票，且不得計入該等會議的法定人數)；

- 獨立董事會考慮本公司是否追求新業務機會時須計及所有相關因素。該等因素可包括(其中包括)追求獲提供新業務機會的財務影響，新業務機會的性質是否符合本集團的戰略及發展計劃以及我們業務的整體市場狀況等。倘適用，獨立董事會可委任獨立財務顧問及法律顧問以協助有關該新業務機會的決策過程；

- 獨立董事會須於收到上文所指的要約通知後30個營業日內(「**要約通知期**」)代表本公司以書面知會控股股東其是否追求或拒絕新業務機會的決定。於要約通知期，本公司可與建議或提出新業務機會的第三方商討。控股股東將並將促使其緊密聯繫人於上述商討中提供一切必要協助。本公司可在適用情況下，全權酌情考慮延長要約通知期；

- 倘出現以下情況，控股股東有權但無責任在所有重大方面，按照要約通知所載列的相同或較遜色的條款及條件，進行、從事、投資、參與新業務機會，或在新業務機會中擁有(經濟或其他)權益(不論是獨自或聯同另外一名人士，亦不論是否直接或間接或代表或協助任何其他人士或與任何其他人士作出一致行動)：

  (a) 其已收到我們拒絕新業務機會的書面通知；或

  (b) 其於要約通知期內(或倘要約通知期已獲延長，則為於該延長期限內)並無收到我們尋求(不論是個別或與控股股東共同)或拒絕新業務機會意向的任何書面通知，在此情況下，本公司應被視為已拒絕新業務機會；及

- 倘知會人士追求的新業務機會性質、條款及條件有所變動，其應於其知悉範圍內轉介經修訂新業務機會連同其獲得的一切資料詳情，以供我們考慮是否尋求(不論是個別或與知會人士共同)經修訂新業務機會。

根據不競爭契據，於受限制期間，各控股股東進一步作出以下承諾：

- 彼已知悉董事(包括獨立非執行董事)於有必要時及至少每年檢討彼遵守不競爭契據的情況；

- 彼已授權我們透過年報或公告方式，披露獨立董事會就任何新業務機會作出的決定以及年度不競爭契據的遵守及執行情況，惟有關披露須經其檢討及評論；

- 倘就彼從事或擬從事的若干業務是否構成受限制業務上出現爭議，有關事項應由獨立董事會決定，有關決定為最終及具約束力的決定；及

- 倘出現任何實際或可能的利益衝突，彼將於任何董事會會議或股東大會上放棄投票，且不計入該等會議之法定人數。

本公司將於本公司年報中或以公告方式，披露獨立董事會就任何新業務機會所作出的決定以及年度不競爭契據的遵守及執行情況。

企業管治措施

董事深知在管理中納入良好企業管治元素從而有助於保障股東利益的重要性。具體而言，我們將會採取以下有關管理控股股東與董事(作為一方)及本集團(作為另一方)之間的潛在利益衝突的企業管治措施：

(i) 作為**[編纂]**籌備工作的一部分，我們已有條件採納章程細則，以遵守上市規則。具體而言，章程細則規定，除另有規定者外，董事不得就批准該董事或其任何緊密聯繫人擁有重大權益的任何合約或安排或任何其他建議的任何董事會決議案投票(亦不得計入法定人數)；

(ii) 擁有重大權益的董事須全面披露與我們利益構成衝突或可能構成衝突的事宜，亦不得出席與該董事或其任何緊密聯繫人擁有重大權益的事宜有關的董事會會議；

(iii) 各控股股東已向我們承諾，並將促使其緊密聯繫人，令其或其任何緊密聯繫人將提供獨立非執行董事就遵守及執行不競爭契據進行年度審閱所需的一切資料；

(iv) 獨立非執行董事將(a)(至少每年)檢討不競爭契據下承諾的遵守及執行情況；及(b)檢討、考慮及決定根據不競爭契據，是否接受任何新商業機會；

(v) 控股股東將於本公司年報中作出有關不競爭契據的遵守情況的年度聲明；

(vi) 我們將遵守上市規則的規定，於年報內披露獨立非執行董事對不競爭契據的遵守及執行情況的檢討；

(vii) 倘任何董事及其各自的緊密聯繫人於將由董事會審議有關遵守及執行不競爭契據的任何事宜中擁有重大權益，則彼不得就批准該事宜的董事會決議案投票，亦不應被計入投票的法定人數；

(viii) 本公司亦已建立可識別關連交易的內部監控機制，以確保在擬進行交易中有利益衝突的股東或董事將對相關決議案放棄投票，且本公司將遵守適用的上市規則；

(ix) 倘董事合理要求財務顧問及外部法律顧問等獨立專業人士提供建議，則該等獨立專業人士的任命將由本公司承擔費用；

(x) 審核委員會須負責監察上述措施的實行情況；及

(xi) 我們已委任浤博資本有限公司為合規顧問，而經我們諮詢後，合規顧問將就遵守適用法律及上市規則(包括有關董事職責及企業管治的各項上市規則規定)向我們提供建議及指引。

董事認為，上述企業管治措施足以管理(i)控股股東或董事；與(ii)本集團之間的任何潛在利益衝突，並保障股東(尤其是少數股東)的利益。

董事會

董事會由五名董事組成，包括兩名執行董事及三名獨立非執行董事。董事會負責管理及經營我們的業務，並擁有管理及經營我們業務的一般權力。

下表載列董事的主要資料：

董事

姓名	年齡	職位	加入本集團的日期	獲委任為董事的日期	角色及主要職責	與其他董事及高級管理層之間的關係
執行董事						
張運裕先生	42歲	執行董事、董事會主席、行政總裁	2021年11月18日	2025年2月18日	本集團整體策略性規劃、業務發展及營銷	無
宋婷兒女士	51歲	執行董事、財務總監	2025年4月1日	2025年7月7日	監督本集團的財務職能	無
獨立非執行董事						
余德慧女士	48歲	獨立非執行董事	[•]*(附註)*	[•]*(附註)*	監督董事會並向董事會提供獨立意見	無
鄧敏儀女士	54歲	獨立非執行董事	[•]*(附註)*	[•]*(附註)*	監督董事會並向董事會提供獨立意見	無
宋曉輝先生	48歲	獨立非執行董事	[•]*(附註)*	[•]*(附註)*	監督董事會並向董事會提供獨立意見	無

*附註：於[•]獲委任，並於**[編纂]**後生效。*

執行董事

張運裕先生，42歲，於2025年2月18日獲委任為董事，於2025年7月7日調任為執行董事、董事會主席兼行政總裁。彼自2021年11月18日起加入本集團，自2025年2月20日、2021年8月30日、2021年11月18日、2022年3月15日及2023年3月14日起分別擔任本公司的直接及間接全資附屬公司正品英屬處女群島、竣輝、正品香港、萬嘉寶及三新藥業的董事。彼主要負責本集團整體策略性規劃、業務發展及營銷。

在加入本集團之前，張運裕先生曾於2010年12月1日至2020年12月31日期間擔任金滿庭集團管理有限公司財務及內部審計總監，並於2010年12月至2014年8月期間擔任皇威國際(集團)有限公司(其後由金滿庭集團管理有限公司接管)會計師。於2007年4月至2010年1月期間，彼曾於天健(香港)會計師事務所有限公司(前稱德誠會計師事務所有限公司)擔任多個職位，離職前擔任中級審計師。

張運裕先生於2005年9月取得澳洲昆士蘭科技大學商業(會計)學士學位。

宋婷兒女士，51歲，於2025年4月1日獲委任為財務總監，並於2025年7月7日獲委任為執行董事。彼主要負責監督本集團的財務職能。

宋女士在財務及會計行業擁有逾20年經驗。自2015年11月起，彼間接全資擁有安里融資有限公司(一間根據證券及期貨條例註冊的持牌法團，獲准進行第6類(就機構融資提供意見)受規管活動)，並擔任其董事及負責人員。自2019年3月起，彼為天浩中盈會計師事務所(一家在會計及財務匯報局註冊的執業會計師事務所)的獨資經營者，主要負責監督公司管理。自2025年11月起，彼獲委任為北京德風新征程科技股份有限公司獨立非執行董事，該公司於中國註冊成立，主要在中國為能源、製造及混合動力行業提供能源效率相關軟件解決方案。自2025年12月起，彼創立了Wise Finance Limited，一間在香港註冊成立的有限公司，從事金融服務活動，並擔任該公司董事。

在加入本集團之前，彼曾於2008年4月至2016年8月期間擔任首都金融控股有限公司多個職位，包括投資總監、財務總監、集團財務監督及內部審計經理，該公司於聯交所上市(股份代號：8239)，主要於中國及香港從事短期融資服務。於2012年4月至2016年3月期間，彼於友川集團控股有限公司(現稱華盛國際控股有限公司)擔任多個職位，包括行政總裁、聯席副主席、執行董事、集團財務董事及財務總監，該公司於聯交所上市(股份代號：1323)，主要從事(其中包括)(i)製造、買賣及銷售一次性衞生用品、家庭消耗品及其他產品；(ii)數碼科技業務；及(iii)教育業務。於2013年5月至2014年1月期間，彼曾於昇力集團控股有限公司(現稱中國海洋集團發展有限公司)擔任多個職位，包括執行董事、財務董事及主席，該公司於聯交所上市(股份代號：8047)，主要從事能源業務。於2000年至2013年期間，彼亦曾任職於多家會計師事務所及審計師事務所，主要從事審計工作。於2016年4月至2025年6月期間，宋女士擔任聯交所上市公司Hang Sang (Siu Po) International Holding Co. Ltd(股份代號：3626)的獨立非執行董事，負責向Hang Sang (Siu Po) International Holding Co. Ltd董事會提供獨立意見。

宋女士於1998年6月在英國伯明翰城市大學(前稱伯明翰英格蘭中部大學)取得會計學士學位。彼隨後於2012年12月在英國伯明翰大學取得工商管理碩士學位並於2021年9月在澳洲紐卡素大學取得工商管理博士學位。宋女士自2004年2月起成為香港會計師公會的執業會計師。彼亦自2004年11月起成為英國特許公認會計師公會會員。

獨立非執行董事

余德慧女士，48歲，於[•]獲委任為獨立非執行董事，於**[編纂]**後生效。彼主要負責監督董事會及向董事會提供獨立意見。

余女士於財務及會計行業擁有逾20年經驗。自2015年11月起，彼曾擔任安里融資有限公司的顧問，該公司乃根據證券及期貨條例註冊的持牌法團，獲准進行第6類(就機構融資提供意見)受規管活動，並自2021年7月起擔任該公司的負責人。彼亦為天浩中盈有限公司的董事，該公司為香港一間會計及商業諮詢公司及由彼間接全資擁有。彼亦擔任通和投資有限公司(「**通和英屬處女群島**」)的董事及唯一股東，該公司為於英屬處女群島註冊成立的有限公司，通和英屬處女群島直接全資擁有於香港註冊成立的有限公司通和投資(香港)有限公司(「**通和香港**」)，而通和香港直接全資擁有於中國註冊成立的有限公司北京通和盛嘉科技有限公司(「**北京通和**」，及連同通和英屬處女群島及通和香港統稱為「**通和集團**」)。通和集團主要從事投資業務。

於加入本集團之前，余女士於2012年7月至2017年10月期間曾任職於多家香港上市公司，包括擔任(i)首都金融控股有限公司(股份代號：8239)的財務監督、財務副總監及財務總監；(ii)友川集團控股有限公司(股份代號：1323，現稱為華盛國際控股有限公司)的執行董事；(iii)昇力集團控股有限公司(股份代號：8047，現稱為中國海洋集團發展有限公司)的財務總監；及(iv)昇朗企業有限公司(友川集團控股有限公司的附屬公司)的高級財務經理及財務總監。(i)首都金融控股有限公司的主要業務為在中國及香港從事短期融資服務；(ii)友川集團控股有限公司的主要業務為(其中包括)(a)製造、貿易及銷售一次性衞生用品、家庭消耗品及其他產品；(b)數碼科技業務；及(c)教育業務；及(iii)昇力集團控股有限公司的主要業務為能源業務。於1999年至2011年期間，余女士曾任職於多家會計及審計公司。

余女士於1999年12月獲得香港理工大學會計學士學位。其後，彼於2018年6月獲得英國曼徹斯特大學工商管理碩士學位。余女士於2004年10月成為香港會計師公會執業會計師。彼亦自2009年12月起成為英國特許公認會計師公會資深會員。

鄧敏儀女士，54歲，於[•]獲委任為獨立非執行董事，於**[編纂]**後生效。彼主要負責監督董事會及向董事會提供獨立意見。

鄧女士成為香港註冊藥劑師已逾18年。自2023年2月至2025年8月期間，彼擔任維亮控股有限公司行政主任，該公司主要從事提供租賃及買賣機械、運輸及其他服務。於2008年7月至2010年9月期間，彼於誠信藥房(香港)有限公司及志成大藥房有限公司擔任藥劑師。於2005年10月至2010年11月期間，彼曾於香港港安醫院擔任多個職位，包括藥劑師及配藥員。於1998年6月至2004年11月期間，彼曾任職於亞洲投資專訊有限公司，離職前擔任高級客戶服務－銷售及營銷。於1994年8月至1998年5月期間，彼曾於Brooks Pharmacy擔任藥劑師。

鄧女士於1996年1月獲得美國麻省藥學院藥劑學理學士學位。其後，彼於2012年10月獲桑德蘭大學頒授臨床藥學理學碩士學位，該課程為由香港大學專業進修學院管理的課程。鄧女士於1996年1月成為美國麻省聯邦公共衞生部藥劑註冊管理局註冊藥劑師，並於2007年8月成為香港藥劑業及毒藥管理局註冊藥劑師。

宋曉輝先生，48歲，於[•]獲委任為獨立非執行董事，於**[編纂]**後生效。彼主要負責監督董事會及向董事會提供獨立意見。

宋先生於金融行業擁有逾20年的經驗。彼(i)自2021年起擔任博萃國際控股有限公司(「**博萃國際控股**」)、博萃控股有限公司(「**博萃控股**」)及博萃管理有限公司(「**博萃管理**」)的董事；(ii)自2022年7月起擔任博萃管理的負責人；及(iii)自2022年12月起擔任博

萃開放式基金型公司的董事。於2026年1月博萃國際控股出售博萃控股前，博萃國際控股為持有博萃控股33%股權的控股公司。博萃控股為博萃管理的控股公司，其主要從事資產管理業務，而博萃開放式基金型公司則為一家基金公司。於2008年12月至2022年3月期間，宋先生亦擔任多間公司的負責人，包括：(i)創匯資本國際有限公司(現稱為淞泉資本有限公司)，一間主要從事資產管理的公司；(ii)錦沄商匯國際有限公司(現稱為錦沄環球國際有限公司)，一間主要從事企業融資的公司；(iii)安里融資有限公司，一間主要從事企業融資的公司；(iv)華業金控資本有限公司，一間主要從事企業融資的公司；(v)華業金控證券有限公司，一間主要從事資產管理的公司；(vi)年興行資產管理(亞洲)有限公司，一間主要從事資產管理的公司；(vii)滙盈資產管理有限公司及滙盈融資有限公司，分別為主要從事資產管理及企業融資的公司；(viii)國信證券(香港)資產管理有限公司及國信證券(香港)融資有限公司，分別為主要從事資產管理及企業融資的公司；及(ix) Alpha Nova Capital Management Limited，一間主要從事資產管理及企業融資的公司。於2003年至2008年期間，彼曾任職於多間企業融資及資產管理公司。

宋先生於2000年7月取得艾塞克斯大學金融經濟學學士學位。於2002年4月，彼隨後取得艾塞克斯大學金融與商業經濟學碩士學位。

高級管理層

執行董事及高級管理層其他成員負責本集團的日常業務運營及管理。

張運裕先生及宋婷兒女士均為執行董事及高級管理層成員。有關彼等的履歷詳情，請參閱本節「董事會－執行董事」。

公司秘書

黃觀齡女士，32歲，於2025年7月7日獲委任為本公司的秘書。黃女士主要負責本集團公司秘書事務。黃女士為偉信秘書服務有限公司經理，該公司在亞洲提供獨立公司服務。黃女士自2022年11月起為香港公司治理公會會士並獲授特許秘書及公司治理師資格。

黃女士在企業管治、持續公司管理及秘書實務方面擁有豐富經驗。黃女士現任博維智慧科技有限公司(一間於聯交所主板上市的公司(股份代號：1204)，主要從事提供資訊科技相關服務)的公司秘書。

黃女士於2017年9月取得香港理工大學雙語研究文學學士學位，隨後彼於2022年9月獲得香港理工大學企業管治碩士學位。

有關董事及高級管理層的其他資料

一般事項

除本文件所披露者外，於最後實際可行日期，各董事就其所深知、盡悉及確信，確認：(i)彼於本文件日期並無於本公司或任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份或債權證中持有根據證券及期貨條例第XV部須予披露的任何其他好倉或淡倉；(ii)彼於緊接本文件日期前三年內並無於證券於香港及／或海外任何證

券市場上市的任何公眾公司擔任任何其他董事職務；(iii)彼與本公司任何其他董事及高級管理層概無關聯；及(iv)概無有關其委任的其他事宜須提請股東及聯交所垂注或須根據上市規則第13.51(2)條須予以披露。

上市規則第3.09D條

各董事確認，彼(i)已於2025年7月7日獲得上市規則第3.09D條所提述的法律意見，及(ii)了解彼作為上市發行人董事於上市規則項下的責任。

上市規則第3.13條

於最後實際可行日期，各獨立非執行董事確認(i)其就上市規則第3.13(1)至(8)條所提述各項因素的獨立性；(ii)彼過往或現時並無於本公司或其附屬公司的業務中擁有財務或其他權益，亦無與上市規則第3.13條項下的本公司任何核心關連人士有任何關連；及(iii)彼於獲委任時概不存在可能影響其獨立性的其他因素。倘若其後出現任何可能影響各獨立非執行董事獨立性的情況變動，彼將在實際可行情況下盡快通知我們及聯交所。

上市規則第8.10條

各董事已確認，於最後實際可行日期，彼並無於直接或間接與本公司業務構成競爭或可能構成競爭，且根據上市規則第8.10條須予披露的業務中擁有任何權益。

董事委員會

本公司已成立三個董事委員會，即審核委員會、薪酬委員會及提名委員會。

審核委員會

我們已於[•]根據上市規則第3.21條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立審核委員會，並制定書面職權範圍。審核委員會的主要職責包括但不限於以下各項：

- 向董事會建議委任或更換外聘核數師，監督外聘核數師的獨立性，並評估其表現；
- 審閱財務報告及報表；及
- 監督財務報告系統、風險管理及內部監控系統。

審核委員會由三名成員組成，即余德慧女士、鄧敏儀女士及宋曉輝先生，彼等均為獨立非執行董事。審核委員會主席為余德慧女士。余德慧女士擁有上市規則第3.10(2)及3.21條規定的合適專業經驗。

薪酬委員會

我們已於[•]根據上市規則第3.25條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立薪酬委員會，並制定書面職權範圍。薪酬委員會的主要職責包括但不限於以下各項：

- 就全體董事及高級管理層的薪酬政策及架構以及就制訂薪酬政策設立正式及具透明度的程序，向董事會提出推薦建議；
- 監察本公司薪酬制度的實施情況；及
- 就本集團董事及高級管理層的薪酬方案向董事會提出推薦建議。

薪酬委員會由三名成員組成，即宋曉輝先生、余德慧女士及鄧敏儀女士，均為獨立非執行董事。薪酬委員會主席為宋曉輝先生。

提名委員會

我們已於[•]根據上市規則第3.27A條及上市規則附錄C1所載企業管治守則成立提名委員會，並制定書面職權範圍。提名委員會的主要職責包括但不限於以下各項：

- 至少每年一次檢討董事會的架構、規模及組成(包括技能、知識及經驗)，並就任何為配合公司策略而擬對董事會進行的變更提出推薦建議；
- 物色具備適合資格可擔任董事會成員的個別人士，並挑選獲提名擔任董事的個別人士或就此向董事會提出推薦建議；
- 評估獨立非執行董事的獨立性；及
- 就董事的委任及董事會繼任管理向董事會提出推薦建議。

提名委員會由三名成員組成，即鄧敏儀女士、余德慧女士及宋曉輝先生，均為獨立非執行董事。提名委員會主席為鄧敏儀女士。

企業管治

董事深知在本集團的管理架構及內部監控程序中納入良好企業管治元素以實現有效問責的重要性。

根據上市規則附錄C1所載企業管治守則的守則條文第C.2.1條，主席與行政總裁的角色應有區分，並不應由一人同時兼任。張運裕先生目前同時擔任董事會主席及行政總裁的角色。董事會認為，由一人同時兼任主席及行政總裁的角色，可確保本集團內部領導貫徹一致，並使本集團的整體策略性規劃更具成效及效率。董事會認為，現行安排不會損害權力與職權的平衡，且此架構將使本公司能夠迅速有效地作出並執行決策，因為(i)張運裕先生及其他董事均知悉該事實，並承諾履行彼等作為董事的受信責任，其中包括要求彼為本公司的利益及最佳利益行事，並將據此作出本集團的決策；及(ii)董事會由經驗豐富的優秀人才組成，彼等會定期開會討論影響本集團經營的事項，確保董事會的運作在權力與職權兩方面取得平衡。董事會將繼續檢討，並會在計及本集團整體情況後，考慮在適當及合適時區分董事會主席與本公司行政總裁的角色。

除上文所披露者外，本公司預期將遵守上市規則附錄C1所載的企業管治守則。董事將於每個財政年度檢討本公司的企業管治政策及企業管治守則的遵守情況，並於**[編纂]**後納入本公司年報的企業管治報告中遵守「不遵守就解釋」原則。

董事會多元化

本公司已採納董事會多元化政策，當中載有實現董事會多元化的方法。本公司認同並接受董事會多元化所帶來的裨益，並將提高董事會層面的多元化(包括性別多元

化），作為維持本公司競爭優勢以及增強本公司從最廣泛的可用人才庫中吸引、挽留及激勵僱員的能力的重要元素。根據董事會多元化政策，於審核及評估合適的董事候選人時，提名委員會將考慮多項因素，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、專業資格、技能、知識及行業經驗。提名委員會將定期進行討論，在有需要時就實現董事會多元化（包括性別多元化）的可衡量目標達成協議，並向董事會提出推薦建議，以供董事會正式採納。

我們深知性別多元化的特殊重要性。董事會目前由5名董事組成，包括三名女性董事。我們已採取並將繼續採取措施，在本公司各個層級（包括但不限於董事會及高級管理層）促進及加強性別多元化。董事會多元化政策規定，董事會在選擇及推薦合適的董事會任命候選人時須把握機會。我們亦將確保在招募中高級員工時維持性別多元化，目的是提供平衡的男性及女性高級管理層以及董事會未來潛在繼任者。我們的目標是參照股東的期望以及國際及當地推薦的最佳實務，維持適當的性別多元化平衡。經計及我們現有的業務模式及特定需求以及董事的不同背景，董事會的組成符合董事會多元化政策。

董事及高級管理層薪酬及補償

董事及高級管理層收取薪酬，包括薪金、津貼、其他實物福利、酌情花紅及代彼等作出的界定供款計劃供款。

於往績記錄期，本集團支付董事的薪酬總額（包括薪金、津貼、其他實物福利、酌情花紅及界定供款計劃供款）分別約為408,000港元、408,000港元、408,000港元及434,000港元。除上文所披露者外，於往績記錄期，本公司並無其他已付或應付董事款項。

於往績記錄期，本集團的五名最高薪酬人士均非董事。於往績記錄期，本集團支付五名最高薪酬人士的薪酬總額（包括薪金、津貼、其他實物福利、酌情花紅及界定供款計劃供款）分別約為3.1百萬港元、6.9百萬港元、7.9百萬港元及4.0百萬港元。

於往績記錄期，本集團並無向董事或五名最高薪酬人士支付任何酬金作為加入本集團或加入本集團時的獎勵或作為離職補償。於往績記錄期，概無董事放棄或同意放棄任何酬金。

本公司董事及高級管理層的薪酬乃參考相關董事或高級管理層的經驗及資歷、責任水平、表現及投入本公司業務的時間以及當時市況而釐定。

有關於往績記錄期董事薪酬的其他資料以及五名最高薪酬人士的資料，請參閱本文件附錄一所載會計師報告附註8及9。

合規顧問

我們已根據上市規則第3A.19條委任浤博資本有限公司為**[編纂]**後的合規顧問（「**合規顧問**」）。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將於我們諮詢時就以下情況下向本公司提供意見：

- 刊發任何監管公告、通函或財務報告之前；

- 擬進行可能屬須予公佈或關連交易的交易，包括股份發行、銷售或轉讓庫存股份及股份回購；

- 我們擬以有別於本文件所詳述的方式動用**[編纂][編纂]**，或我們的業務活動、發展或業績偏離本文件所載的任何預測、估計或其他資料；及

- 聯交所根據上市規則第13.10條就本公司股份價格或成交量的異常變動或任何其他事宜向本公司作出查詢。

合規顧問的委任期限將自**[編纂]**開始，並於本公司就**[編纂]**後開始的首個完整財政年度的財務業績符合上市規則第13.46條當日結束，而此項委聘可在雙方協議下延長。

主要股東

據董事所知，於最後實際可行日期及緊隨**[編纂]**完成後(並無計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)，以下人士／實體將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向我們及聯交所披露的權益及／或淡倉，或將直接或間接擁有本公司已發行有表決權股份面值10%或以上的權益：

		於最後實際可行日期		緊隨[編纂]完成後	
主要股東名稱	**身份／權益性質**	**股份數目**[附註1]	**佔已發行股份總數的持股概約百分比**	**股份數目**[附註1]	**佔已發行股份總數的持股概約百分比**[附註2]
張運裕先生	於受控法團權益[附註3]	200,000,000 (L)	78.91%	**[編纂]** (L)	**[編纂]%**
李沅濂女士	配偶權益[附註4]	200,000,000 (L)	78.91%	**[編纂]** (L)	**[編纂]%**
Alway Succss	實益擁有人	200,000,000 (L)	78.91%	**[編纂]** (L)	**[編纂]%**

附註：

(1) 字母「L」指該名人士於股份中的好倉。

(2) 根據緊隨**[編纂]**完成後已發行股份總數**[編纂]**計算(並無計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)。

(3) Alway Success由張運裕先生全資擁有。根據證券及期貨條例，張運裕先生被視為於Alway Success持有的股份中擁有權益。

(4) 李沅濂女士為張運裕先生的配偶。根據證券及期貨條例，李沅濂女士被視為於張運裕先生擁有權益的所有股份中擁有權益。

除上表所披露者外，董事並不知悉任何人士或任何實體於緊隨**[編纂]**完成後(並無計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向我們及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有本公司已發行有表決權股份面值10%或以上的權益。董事概不知悉日後可導致本公司控制權變動的任何安排。

股　本

以下為於本文件日期及緊隨**[編纂]**完成後(假設**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出獎勵)的本公司法定及已發行股本之概要：

股份數目	股份描述	美元
法定股本		
500,000,000	股每股面值0.0001美元的普通股	50,000
已發行股本		
253,450,000	股於本文件日期已發行股份	25,345
將予發行的股份		
[編纂]	股根據**[編纂]**將予發行的股份	**[編纂]**
*緊隨**[編纂]**完成後已發行股份總數*		
[編纂]	股總計	**[編纂]**

假設

上表假設**[編纂]**成為無條件及股份已根據**[編纂]**發行。上表並無計及因行使**[編纂]**而可能配發或發行的任何股份或根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵或本公司根據本節「發行股份的一般授權」及「購回股份的一般授權」(視情況而定)所述董事獲授發行或購回股份的一般授權而可能配發及發行或購回的任何股份。

最低公眾持股量

上市規則第8.08條規定，申請**[編纂]**的證券須存在公開市場。這通常意味著，對於新**[編纂]**的類別證券，**[編纂]**時公眾必須持有該類證券規定的最低百分比。倘該類證券**[編纂]**時的預期市值低於6,000,000,000港元，則規定最低百分比為25%。

地位

[編纂]將為本公司股本中的普通股，並將在所有方面與上表所載的當前全部已發行或將予發行的股份享有同等權益，且將合資格及可悉數享有於本文件日期後所宣派、作出或派發的一切股息或其他分派。

[編纂]後股份獎勵計劃

於[•]，本公司已有條件採納**[編纂]**後股份獎勵計劃。有關進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－D.**[編纂]**後股份獎勵計劃」。

須召開股東大會的情況

於**[編纂]**完成後，本公司將僅有一個類別的股份，即普通股，且每股股份與其他股份享有相同權利。

有關須召開股東大會之情況的詳情，請參閱本文件附錄三所載「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」。

股　本

發行股份的一般授權

待本文件「**[編纂]**的架構－**[編纂]**的條件」所述的條件獲達成後，董事獲授一般無條件授權以配發、發行及處置股份，以及作出或授出可能須配發及發行或處置該等股份的要約、協議或購股權，惟按此方式配發及發行或同意有條件或無條件配發及發行的股份總數(根據供股、以股代息計劃或類似安排或根據股東授出的特別授權所配發及發行的股份除外)，不得超逾下列各項的總和：

(i) 緊隨**[編纂]**完成後已發行股份(不包括庫存股份)總數的20%(並無計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)；及

(ii) 本公司根據本節「購回股份的一般授權」所述授予董事的授權所購回的股份總數。

該項授權將一直有效，直至下列最早發生者為止：

(i) 本公司下屆股東週年大會結束時，除非經股東於股東大會上以普通決議案無條件或有條件地續約；

(ii) 章程大綱及細則或開曼群島任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或

(iii) 股東於股東大會上通過普通決議案撤回或更改該項授權。

有關該項配發及發行或處置股份的一般授權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－5.於[•]通過的股東決議案」。

購回股份的一般授權

待**[編纂]**成為無條件，董事已獲授一般無條件授權，以行使本公司一切權力購回相關數目的股份，該等股份不超過緊隨**[編纂]**完成後已發行股份(不包括庫存股份)總數(並無計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)的10%。

該項授權僅涉及在聯交所或股份可能於其**[編纂]**(且獲證監會及聯交所就此目的認可)的任何其他證券交易所作出的購回，而有關購回亦須根據所有適用法律法規及上市規則的規定作出。相關上市規則概要載於本文件附錄四「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－6.有關購回本身證券的說明函件」。

該項授權將一直有效，直至下列最早發生者為止：

(i) 本公司下屆股東週年大會結束時，除非經股東於股東大會上以普通決議案無條件或有條件地續約；

(ii) 章程大綱及細則或開曼群島任何其他適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或

(iii) 股東於股東大會上通過普通決議案撤回或更改該項授權。

有關該項購回股份的一般授權的進一步詳情，請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－5.於[•]通過的股東決議案」及「法定及一般資料－A.有關本集團的進一步資料－6.有關購回本身證券的說明函件」。

財務資料

閣下應將以下討論及分析與我們載於本文件附錄一會計師報告的合併財務報表連同相關附註一併閱讀。我們的合併財務資料乃根據香港財務報告會計準則編製。

以下討論及分析載有反映我們現時對未來事件及財務表現的看法的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們根據經驗及對過往走勢、目前狀況及預期未來發展的見解以及我們相信於有關情況下屬適合的其他因素而作出的假設及分析。然而，實際結果及事態發展會否與我們的預期及預測一致乃取決於多項風險及不確定因素，當中很多為我們無法控制或預見。於評估我們的業務時， 閣下應審慎考慮本文件提供的所有資料，包括當中「前瞻性陳述」、「風險因素」、「業務」以及其他部分的資料。

概覽

本集團主要在香港從事保健及美容補充品與產品的研發、銷售、營銷及分銷。我們將產品的生產外包給供應商(包括製造商)，並主要透過萬寧於香港的實體零售門市及網店分銷我們自有及第三方品牌旗下產品。於最後實際可行日期，我們的產品組合包括(i)自有品牌旗下44款保健補充品及產品以及8款美容補充品及產品；及(ii)第三方品牌旗下4款保健補充品及產品以及20款美容補充品及產品。我們的自有品牌包括(i)「正品」；(ii)「炎痛消」；(iii)「Organicpharm」；(iv)「日藥堂」；(v)「維再生」；及(vi)「Profix」，而第三方品牌包括(其中包括)(a)「iPro+」；及(b)「Boiron」。根據弗若斯特沙利文的資料，按保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團於2024年在香港所有國際及本地保健及美容補充品與產品供應商中的市場份額約為1.6%。

我們已於截至2025年3月31日止三個年度實現顯著增長。我們的收益由2023財政年度約43.2百萬港元增加約153.8%至2024財政年度約109.6百萬港元，並進一步增加約18.8%至2025財政年度約130.2百萬港元。我們的收益由2025年六個月約53.0百萬港元輕微減少約1.0%至2026年六個月約52.4百萬港元。我們的年內溢利由2023財政年度約11.3百萬港元增加約213.6%至2024財政年度約35.5百萬港元，並進一步增加約2.2%至2025財政年度約36.3百萬港元。我們的期內溢利由2025年六個月約12.0百萬港元減少約92.1%至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於期內產生**[編纂]**開支。

編製基準

我們的歷史財務資料乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告會計準則(有關統稱包括香港會計師公會頒佈的所有適用的個別香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋)編製。我們一直採納與我們的營運相關且於往績記錄期生效的所有該等新訂／經修訂香港財務報告會計準則。採納該等新訂／經修訂香港財務報告會計準則對我們的歷史財務資料並無產生任何重大影響。我們預期於未來期間採納該等新訂或經修訂香港財務報告會計準則不會對本集團的合併財務資料造成任何重大影響。

為籌備**[編纂]**，我們已進行重組，詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構」一節。作為重組的一部分，本公司於2025年2月18日根據公司法在開曼群島註冊成立為一間獲豁免有限公司，並於2025年2月27日於完成為**[編纂]**而進行的重組後成為現時組成本集團的公司的控股公司，並透過我們在香港的營運附屬公司進行其他業務。由於重組並

無導致本集團業務的最終控制權及所使用資源出現任何變動，故本集團被視為一間持續經營實體，因此，除另有指明外，重組被視為共同控制下的實體及業務重組。

因此，歷史財務資料(呈列本集團現時旗下實體的合併財務狀況、合併財務表現、合併權益變動及合併現金流量)乃基於合併會計處理原則按合併基準編製，猶如本集團現行架構於往績記錄期或自彼等各自註冊成立或成立日期以來(如適用)一直存在，惟於往績記錄期之前收購正品香港除外。

我們的歷史財務資料乃根據歷史成本基準編製，惟按公平值計入損益的金融資產(其按公平值計量)除外。編製符合香港財務報告會計準則的歷史財務資料須使用若干關鍵會計估計及判斷，而管理層在應用我們的會計政策時亦須作出判斷。涉及較高程度判斷或複雜性的範疇，或對歷史財務資料而言屬重大的假設及估算範疇於本文件附錄一會計師報告附註3中披露。

影響我們經營業績的主要因素

我們的業務、財務狀況及經營業績過往一直並預期將繼續受到以下多項因素的重大影響，其中包括：

我們能否根據營銷及促銷策略廣泛分銷產品

本集團的經營業績直接受銷售額所影響，而銷售額主要受(其中包括)市場需求及我們能否廣泛分銷產品所驅動。我們預期未來的經營業績將繼續明顯有賴於我們能否根據全面的營銷及促銷策略以提升產品銷售額，並涵蓋多項營銷舉措。我們旨在透過營銷舉措帶動銷售額，同時亦建立理想的品牌辨識度及形象。我們已成立專責的營銷團隊，多年來負責市場研究、策略規劃及推廣本集團品牌及產品等活動。本集團透過多種形式投放廣告，包括電視、印刷刊物及數碼渠道。我們亦委聘藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士。此外，本集團通常參與萬寧的大型促銷活動。於最後實際可行日期，我們有49名銷售推廣人員，彼等為我們的僱員，派駐在萬寧在香港的48間零售門市，負責推廣我們的產品並取得最終客戶的即時反饋。我們於萬寧在香港的選定門市設置16個貨架端展示，以銷售及推廣我們的產品。

於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，我們的廣告及促銷開支分別約為6.8百萬港元、11.2百萬港元、13.5百萬港元、7.6百萬港元及6.6百萬港元，而支付予銷售推廣人員的銷售佣金分別約為4.1百萬港元、13.2百萬港元、15.1百萬港元、6.9百萬港元及7.5百萬港元。我們計劃延續及加強現有宣傳及促銷計劃，因此預期廣告及促銷開支及支付予銷售推廣人員的銷售佣金日後將持續上升，從而將導致銷售及分銷開支增加。由於產品需求可能受營銷及促銷計劃成效所影響，倘我們未能透過營銷工作提升銷售額，則本集團的財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

與牛奶公司的關係

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團大部分產品均透過萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道銷售及分銷，並由其轉售予大眾客戶。本集團於自2013年起的約12年間與牛奶公司建立長期穩定的業務關係。根據弗若斯特沙利文的資料，萬寧為香港最大保健及美容產品的連鎖零售商，於2026年2月，在香港及澳門分別擁有306間

及20間門市，按2024年香港保健及美容補充品與產品的零售總值計算，約佔34.4%的市場份額。憑藉牛奶公司的廣泛零售網絡，我們得以針對香港的不同消費族群以及中國及海外正尋求在香港各區向信譽卓著的連鎖零售商購買保健及美容補充品與產品的旅客有效提高產品曝光率。

於往績記錄期，牛奶公司為本集團最大客戶。我們透過向牛奶公司銷售產品所產生的收益分別約為38.5百萬港元、84.0百萬港元、97.1百萬港元及48.2百萬港元，佔往績記錄期的總收益分別約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。預計牛奶公司未來將成為我們的最大客戶，且我們與牛奶公司的關係將對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成重大影響。

最終客戶的需求及喜好與我們的產品組合

董事認為，香港對個人化及天然保健補充品的需求日益增加。尤其是香港消費者傾向選擇根據年齡、性別或生活方式量身定制的營養方案，並愈趨偏好天然及有機選項，例如以藻類為基礎的omega-3。科技進步促使個人化補充品配方的發展，而電子商務的蓬勃發展亦令消費者更容易接觸到種類繁多的產品。此外，中藥融入現代健康潮流反映文化轉變，並有助於市場發展。整體而言，以上趨勢顯示隨著消費者愈加重視保健及養生，個人化及天然保健補充品及產品的市場前景一片光明。

自本集團於2011年成立以來，我們一直積極發展產品組合，提供多種產品，涵蓋兒童、成人及長者的需求。於最後實際可行日期，我們的產品組合包括(i)六個自有品牌旗下44款保健補充品及產品以及8款美容補充品及產品；及(ii)六個第三方品牌旗下4款保健補充品及產品及20款美容補充品及產品。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的品牌及產品」。

我們的產品組合變動受多項因素影響，包括市場趨勢、最終客戶喜好及我們能否開發及推出新產品。董事相信，未來的經營業績及財務狀況在很大程度上取決於我們能否開發或收購能因應消費者趨勢及喜好改變的新產品，以及我們能否將產品組合多元化。

我們的產品定價及製成品與包裝物料成本

董事相信，本集團業務得以脫穎而出的關鍵在於能夠向客戶提供價格吸引的產品，而此對業務取得成功至關重要。產品的製成品及包裝物料成本迅速上升可能令我們在維持現有售價方面面臨挑戰。尤其是，倘製成品及包裝物料價格上升，而我們因競爭局面或其他原因而未能將成本上升轉嫁予最終客戶，則最終將影響本集團的盈利能力。即使我們能調整產品售價，但利潤率仍或會低於預期。

產品售價的任何顯著上調亦或會導致銷量下降，甚至削弱本集團品牌定位及形象，令我們對客戶的吸引力下降，在市場上的競爭力減弱，並將對財務狀況及經營業績造成不利影響。

重大會計政策、判斷及估計

我們的若干會計政策需應用與會計項目有關的估計、假設及複雜判斷。我們在應用會計政策時所使用的估計及假設以及作出的判斷對財務狀況及經營業績均有重大影

響。管理層會根據以往經驗及其他因素(包括在相關情況下相信屬合理的未來事件預期)持續評估有關估計、假設及判斷。於往績記錄期，我們的管理層所作出的估計或假設與實際結果並無重大偏差，而我們亦未對該等估計或假設作出重大變動。我們預期在可見未來並不會對該等估計及假設作出重大變動。

以下載列我們相信對我們至關重要或在編製財務報表過程中涉及最重大估計、假設及判斷的重大會計政策、估計、假設及判斷。其他對理解我們的財務狀況及經營業績而言屬重要的重大會計政策、估計、假設及判斷，詳列於本文件附錄一會計師報告附註3。

重大會計政策

收益確認

本集團透過提供以下貨物及服務產生收益：

(i) 銷售保健及美容補充品與產品；

(ii) 銷售推廣服務；及

(iii) 管理及包裝服務。

收益於本集團透過向客戶轉移所承諾的貨物或服務(即資產)履行履約責任時(或就此)確認。一項資產在客戶取得該項資產的控制權時(或就此)獲轉移。

銷售保健及美容補充品與產品收益在客戶獲得已承諾資產的控制權時確認，其一般與貨物交付予客戶及所有權轉讓的時間一致。

銷售推廣服務收益乃來自基於客戶銷售額百分比的服務費，且履約責任直至客戶實現銷售時方獲履行。因此，銷售推廣服務收益於某一時間點確認(通常為客戶實現銷售時)。

管理及包裝服務收益於提供服務時隨時間確認。

就根據香港財務報告準則第15號隨時間確認的收益而言，倘履約責任的結果可合理計量，本集團應用產出法(即根據迄今為止向客戶轉移的貨物或服務相對於合約項下承諾的剩餘貨物或服務的價值的直接計量)，以計量完全履行履約責任的進度，原因為該方法提供了本集團履約情況的忠實描述，且本集團可獲得可靠資料來應用該方法。否則，收益僅在產生的成本範圍內確認，直至能夠合理計量履約責任的結果為止。

於各報告期末，尚未履行(或部分履行)的履約責任並無分配任何交易價格。

本集團授予若干客戶退回有瑕疵或假冒產品的權利，或基於虛假陳述或誤導性產品描述等理由，或在預定期限內無條件退貨的權利。於銷售時，退款負債及收益的相應調整就預期將予退回的產品予以確認。同時，本集團在客戶行使退貨權時，就產品的回收權利確認一項已退回貨物資產的權利及相應的銷售成本調整。本集團參照其歷史經驗及其對按當前相關資料調整後的未來回報的預期，採用最可能金額法估計退貨數量，並評估估計可變代價是否受到限制。任何重大的估計差異將在當前的估計及評估中進行分析及考慮。一般而言，估計代價不受限制。

於往績記錄期，本集團不時估計及調整退款負債至收益，於各報告期末並無來自客戶的重大產品退貨而須承擔退款負債。

本集團於往績記錄期的退貨源自牛奶公司，包括：(i)於正常情況下退回產品，包括因到期、包裝損壞或產品瑕疵；(ii)促銷活動後未出售的貨品；及(iii)於特別情況下退回產品，包括(a)產品召回；(b)產品升級為新產品；及(c)更換產品包裝。

有關產品退貨詳情，請參閱「業務－我們的業務模式－牛奶公司退貨及撥備政策」一節。

本集團向特定客戶提供回扣。本集團使用預期價值法估計目標回扣，並參考客戶的歷史回扣權益及迄今累計採購額，以評估估計的可變代價是否受到限制。任何重大估計差異將進行分析，並在當前的估計及評估中予以考慮。一般而言，估計代價不受限制。

來自其他來源的收益

金融資產的利息收入乃使用實際利率法確認。就並無信貸減值且按攤銷成本計量的金融資產而言，實際利率適用於資產賬面總值，惟倘金融資產出現信貸減值，實際利率適用於攤銷成本(即賬面總值扣除虧損撥備)。

存貨

存貨乃按成本與可變現淨值兩者的較低者列賬。成本(包括所有買貨成本)及(如適用)其他使存貨達致現址及現時狀況的所有費用乃以先進先出法計算。可變現淨值指日常業務過程中的估計售價減估計銷售所需的成本。

於存貨出售時，該等存貨的賬面值於確認有關收益的期間確認為開支。存貨撇減至可變現淨值的金額及所有存貨虧損一概在撇減或虧損產生期間確認為開支。任何存貨撇減的任何撥回金額在撥回發生期間確認為扣減已確認為開支的存貨金額。

租賃

本集團在合約開始時會評估合約是否屬於或包含租賃。倘合約賦予於一段時間內控制使用已確認資產的權利以換取代價，則該合約屬於或包含租賃。

本集團作為承租人

本集團對短期租賃及低價值資產租賃應用確認豁免。與該等租賃相關的租賃付款於租期內按直線基準確認為開支。

本集團選擇不將非租賃組成部分與租賃組成部分區分，而是將各租賃組成部分及任何相關的非租賃組成部分入賬列作單一租賃組成部分。

本集團將租賃合約的各租賃組成部分單獨入賬列作一項租賃。本集團按租賃組成部分的相對獨立價格及(倘適用)非租賃組成部分的總獨立價格將合約中的代價分配至各租賃組成部分。

本集團未產生單獨組成部分的應付款項被視為分配至合約已單獨識別組成部分的總代價的一部分。

本集團於租賃開始日期確認使用權資產及租賃負債。使用權資產以成本進行初始計量，而租賃負債以合約開始日期尚未支付的租賃付款現值進行初步計量。

金融工具

金融資產

金融資產於且僅於本集團成為該工具合約條文的訂約方時按交易日基準確認。

金融資產於且僅於(i)本集團享有來自該金融資產之未來現金流量之合約權利屆滿時；或(ii)本集團轉讓該金融資產，且(a)本集團已轉移該金融資產所有權之絕大部分風險及回報；或(b)本集團並未轉移或保留該金融資產所有權之絕大部分風險及回報，惟其不再保留對該金融資產之控制權時終止確認。

倘本集團保留已轉讓金融資產所有權之絕大部分風險及回報，本集團會繼續確認該金融資產。

倘本集團既不轉移亦不保留已轉讓資產所有權之絕大部分風險及回報，且繼續控制該已轉讓資產，本集團按其持續參與程度及可能須支付之相關負債金額確認該金融資產。

金融資產(並無重大融資組成部分的貿易及其他應收款項除外，該等貿易及其他應收款項初步按其交易價計量)初步按其公平值確認，倘金融資產並未按公平值計入損益(「**按公平值計入損益**」)，則確認時加上收購金融資產直接應佔之交易成本。該等貿易及其他應收款項初步按其交易價計量。

於初步確認時，金融資產分類為(i)按攤銷成本計量；(ii)按公平值計入其他全面收益(「**按公平值計入其他全面收益**」)之債務投資；(iii)按公平值計入其他全面收益之股權投資；或(iv)按公平值計入損益計量。

金融資產於初步確認之分類取決於本集團管理金融資產之業務模式及金融資產之合約現金流量特徵。金融資產於其初步確認後不予重新分類，除非本集團更改其管理有關資產的業務模式則另作別論，而在此情況下，所有受影響之金融資產於業務模式更改後首個中期報告期間之首日重新分類。

本集團按攤銷成本計量的金融資產包括貿易及其他應收款項以及現金及銀行結餘。

本集團強制按公平值計入損益的金融資產包括非上市投資－主要管理層保險合約。

金融負債

金融負債於且僅於本集團成為該等工具合約條文的訂約方時確認。

金融負債於且僅於負債消除時，即在有關合約訂明的責任獲解除、註銷或屆滿時，方終止確認。

金融負債初步按公平值確認，倘金融負債並未按公平值計入損益，則加上發行金融負債的直接應佔交易成本。

本集團的金融負債包括貿易及其他應付款項及計息借款。所有金融負債(按公平值計入損益的金融負債除外)均初步按其公平值確認及隨後採用實際利率法按攤銷成本計量，惟貼現將不會產生重大影響，於該情況下則按成本列賬。

無形資產

單獨獲得的無形資產於初步確認時按成本計量。透過業務合併獲得的無形資產的成本為於收購日期的公平值。無形資產的可使用年期會評定為有限或無限。

具有限年期的無形資產隨後按可使用經濟年期攤銷，於有跡象顯示無形資產可能出現減值時進行減值評估。具有限可使用年期的無形資產的攤銷期及攤銷方法於各報告期末進行檢討。

具無限可使用年期的無形資產未獲攤銷，並個別地或按現金產生單位層面每年進行減值測試。具無限可使用年期的無形資產的可使用年期於各報告期末進行檢討，以釐定無限可使用年期的評估是否繼續可靠。否則，可使用年期評估由無限改為有限之變動按前瞻性基準入賬。

分銷網絡

於過往年度在業務合併中收購的分銷網絡於收購日期按公平值確認。具無限可使用年期的分銷網絡按成本減累計減值虧損(如有)列賬。

研發成本

研發成本在發生時支銷。若產品或工序在技術及商業上可行，且本集團有足夠資源完成開發，則開發活動所產生的成本(涉及將研究結果應用於生產新的或大幅改良的產品及工序的計劃或設計)會資本化。資本化的開支包括材料成本、直接勞工成本及適當比例的間接成本。其他開發支出於產生時在損益中確認為開支。當資產可供使用時，資本化開發成本以直線法按其估計可使用年期攤銷。

有關其他重大會計政策的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註3。

重大會計判斷及估計

具無限可使用年期的無形資產及商譽減值

本集團至少每年釐定具無限可使用年期的無形資產及商譽是否出現減值。這需要估計具無限可使用年期的無形資產及商譽所獲分配的現金產生單位的使用價值。估計使用價值需要本集團估計現金產生單位的預期現金流量，並選擇合適的貼現率以計算該等現金流量的現值。

預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)的虧損撥備

本集團管理層通過使用各種輸入數據及假設(包括違約風險及預期虧損率)來估計貿易及其他應收款項的虧損撥備。估計乃基於本集團的歷史資料、現有市況以及於各報告期末的前瞻性估計，涉及高度不確定性。倘預期與原先估計不同，則有關差異將影響貿易及其他應收款項的賬面值。

合併損益及其他全面收益表概要

下表列載所示年度／期間的合併損益及其他全面收益表概要，乃摘錄自本文件附錄一會計師報告：

	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2025年六個月	2026年六個月
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
收益	43,193	109,618	130,215	52,990	52,442
銷貨成本	(7,952)	(23,432)	(32,528)	(13,246)	(12,251)
毛利	35,241	86,186	97,687	39,744	40,191
其他收入	863	208	83	57	38
銷售及分銷開支	(14,912)	(30,630)	(36,435)	(17,901)	(18,859)
行政及其他經營開支	(6,859)	(10,201)	(15,389)	(6,435)	(7,708)
財務成本	(1,124)	(2,543)	(2,397)	(1,327)	(899)
[編纂]開支	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
除稅前溢利	13,209	43,020	43,463	14,138	2,898
所得稅開支	(1,896)	(7,537)	(7,206)	(2,188)	(1,954)
年內／期內溢利及全面收益總額	11,313	35,483	36,257	11,950	944

非香港財務報告準則計量

為補充根據香港財務報告會計準則呈列的合併損益表，我們亦使用香港財務報告會計準則並無規定或並無根據香港財務報告會計準則呈列的經調整溢利(非香港財務報告準則計量)。我們相信，此非香港財務報告準則計量有助識別業務中的潛在趨勢，因此，透過撇除有關項目的潛在影響，為潛在**[編纂]**提供有用資料，以了解及評估我們的經營業績。我們亦相信，此非香港財務報告準則計量提供有關經營業績的有用資料，並增強對過往業績、未來前景及我們的管理層在財務及營運決策中使用的關鍵指標的整體了解。

我們將經調整溢利(非香港財務報告準則計量)界定為以**[編纂]**相關**[編纂]**開支作出調整的年內溢利。使用經調整溢利(非香港財務報告準則計量)作為分析工具有若干限制。於評估經營及財務表現時， 閣下不應將經調整溢利(非香港財務報告準則計量)視為獨立於或可代替或優於根據香港財務報告會計準則所匯報的經營業績或財務狀況的分析。此外，非香港財務報告準則計量的定義可能與其他公司使用的類似詞彙不同，因此未必可與其他公司呈列的類似計量進行比較。

下表載列本集團於往績記錄期的純利與本集團於往績記錄期的經調整溢利(非香港財務報告準則計量)的對賬：

	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
年內／期內溢利	11,313	35,483	36,257	944
加回：**[編纂]**開支	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
減：一次性政府補助	(820)	(100)	–	–
經調整年內／期內溢利(非香港財務報告準則計量)	10,493	35,383	36,343	10,809

合併損益及其他全面收益表的選定項目說明

收益

於往績記錄期，我們的收益主要來自銷售自有及第三方品牌旗下的保健及美容補充品與產品。於往績記錄期，我們的總收益由2023財政年度約43.2百萬港元增加約153.8%至2024財政年度約109.6百萬港元，並進一步增加約18.8%至2025財政年度約130.2百萬港元。我們的收益由2025年六個月約53.0百萬港元輕微減少約0.6百萬港元至2026年六個月約52.4百萬港元。於往績記錄期，我們幾乎所有收益均來自香港的銷售。除銷售保健及美容補充品與產品外，我們亦透過為第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務及提供管理及包裝服務產生收益。

按業務分部劃分的收益

下表載列於往績記錄期我們按業務分部劃分的收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
保健及美容補充品與產品的銷售	42,669	98.8	108,318	98.8	127,942	98.2	51,836	97.8	51,502	98.2
－保健補充品及產品	35,370	81.9	85,299	77.8	93,289	71.6	38,101	71.9	40,287	76.8
－美容補充品及產品	7,299	16.9	23,019	21.0	34,653	26.6	13,735	25.9	11,215	21.4
銷售推廣服務	324	0.7	820	0.8	1,283	1.0	684	1.3	445	0.9
管理及包裝服務	200	0.5	480	0.4	990	0.8	470	0.9	495	0.9
總計	43,193	100.0	109,618	100.0	130,215	100.0	52,990	100.0	52,442	100.0

於往績記錄期，我們來自保健及美容補充品與產品銷售的收益主要包括(i)銷售保健補充品及產品，例如自有品牌「正品」旗下的最暢銷鹿相關保健補充品；及(ii)自有品牌及若干第三方品牌旗下的美容補充品及產品。該等產品主要透過萬寧的零售門市銷售。

於往績記錄期，我們亦自提供以下各項產生收益：(i)向第三方品牌商或品牌商集團提供的銷售推廣服務；及(ii)管理及包裝服務。

按銷售渠道劃分的收益

我們大部分產品均透過萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道銷售及分銷，將產品轉售予一般大眾客戶，並採用結合零售業務及批發業務的混合銷售網絡。下表載列我們於往績記錄期按銷售渠道劃分的收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
批發業務[1]	38,761	89.7	101,979	93.0	115,685	88.8	50,787	95.8	50,414	96.2
－向牛奶公司銷售	38,493	89.1	84,044	76.7	97,071	74.5	49,680	93.7	48,170	91.9
－向其他批發客戶銷售	268	0.6	17,935	16.3	18,614	14.3	1,107	2.1	2,244	4.3
零售業務	3,908	9.1	6,339	5.8	12,257	9.4	1,049	2.0	1,088	2.0
－線下零售銷售	3,035	7.1	4,684	4.3	7,524	5.8	211	0.4	229	0.4
－線上零售銷售	873	2.0	1,655	1.5	4,733	3.6	838	1.6	859	1.6
其他[2]	524	1.2	1,300	1.2	2,273	1.8	1,154	2.2	940	1.8
總計	43,193	100.0	109,618	100.0	130,215	100.0	52,990	100.0	52,442	100.0

附註：

(1) 包括向牛奶公司及其他批發客戶(界定為每筆訂單採購金額超過10,000港元的客戶)的銷售。

(2) 指來自銷售推廣服務及管理及包裝服務的收益。

批發業務產生的收益

在批發業務中，我們主要透過以下渠道銷售產品：(i)向萬寧銷售，其為香港最大保健及美容產品連鎖零售商；及(ii)向其他批發客戶銷售，主要包括零售商、貿易公司及平行貿易商，藉此或會進一步向其他零售商出售我們的產品，以轉售予最終客戶。該等零售商或會包括(其中包括)在本地及全球各地分銷我們產品的保健及美容產品連鎖門市或非連鎖門市、藥店／藥房、線上商店、美容院、診所及線上平台。

截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，批發業務產生的收益分別約為38.8百萬港元、102.0百萬港元、115.7百萬港元、50.8百萬港元及50.4百萬港元，佔我們的總收益分別約89.7%、93.0%、88.8%、95.8%及96.2%。具體而言，於往績記錄期，向牛奶公司銷售產生的收益分別約為38.5百萬港元、84.0百萬港元、97.1百萬港元及48.2百萬港元，佔我們的總收益分別約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。

零售業務產生的收益

零售業務方面，我們透過線上及線下銷售渠道直接向最終客戶銷售產品。線下零售銷售收益主要來自透過展覽會及貿易展進行的銷售。同時，線上零售銷售收益則主要來自我們於本公司網站設立的電子商務平台，以及我們於第三方電子商務平台(如天貓國際及小紅書)設立的網店。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自零售業務的收益分別約為3.9百萬港元、6.3百萬港元、12.3百萬港元、1.0百萬港元及1.1百萬港元，佔我們的總收益分別約9.1%、5.8%、9.4%、2.0%及2.0%。

銷售推廣服務產生的收益

於往績記錄期，我們向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務，本集團為其代表，協助其透過我們的分銷渠道(包括牛奶公司)在香港銷售及分銷其產品，並根據我們的分銷渠道的採購金額或後續銷售額收取佣金。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，銷售推廣服務產生的收益分別約為324,000港元、820,000港元、1.3百萬港元、684,000港元及445,000港元，佔我們於各相應年度／期間總收益分別約0.7%、0.8%、1.0%、1.3%及0.9%。

管理及包裝服務產生的收益

於往績記錄期，本集團亦透過提供客戶管理及包裝服務產生收益，據此(i)我們根據客戶要求提供增值包裝解決方案服務，包括包裝、倉儲及存貨管理，並收取服務費及(ii)我們為第三方品牌商提供主要客戶管理及營銷服務，以收取固定管理費。於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，管理及包裝服務產生的收益分別約為200,000港元、480,000港元、990,000港元、470,000港元及495,000港元，佔我們於各相應年度／期間總收益分別約0.5%、0.4%、0.8%、0.9%及0.9%。

按品牌劃分的收益

我們銷售自有品牌及第三方品牌旗下產品。下表載列我們於往績記錄期按品牌劃分的收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
自有品牌	42,669	98.8	107,266	97.9	113,617	87.2	46,946	88.6	47,074	89.7
−保健補充品及產品	35,370	81.9	84,838	77.4	88,738	68.1	36,722	69.3	39,770	75.8
−美容補充品及產品	7,299	16.9	22,428	20.5	24,879	19.1	10,224	19.3	7,304	13.9
第三方品牌	–	–	1,052	0.9	14,325	11.0	4,890	9.2	4,428	8.5
−保健補充品及產品	–	–	461	0.4	4,551	3.5	1,379	2.6	517	1.0
−美容補充品及產品	–	–	591	0.5	9,774	7.5	3,511	6.6	3,911	7.5
其他[1]	524	1.2	1,300	1.2	2,273	1.8	1,154	2.2	940	1.8
總計	43,193	100.0	109,618	100.0	130,215	100.0	52,990	100.0	52,442	100.0

附註：

(1) 指來自銷售推廣服務以及管理及包裝服務的收益。

來自自有品牌的收益

自成立以來，我們一直專注於發展及培育自有品牌，因為董事相信，我們的品牌形象源自於我們持續的營銷努力以及產品組合的不斷優化及擴展。截至最

後實際可行日期，我們擁有共六個自有品牌，即：(i)「正品」；(ii)「炎痛消」；(iii)「Organicpharm」；(iv)「日藥堂」；(v)「維再生」；及(vi)「Profix」，涵蓋兒童、成人及長者的需求。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自自有品牌產品的收益分別約為42.7百萬港元、107.3百萬港元、113.6百萬港元、46.9百萬港元及47.1百萬港元，佔我們的總收益分別約98.8%、97.9%、87.2%、88.6%及89.7%。

來自第三方品牌的收益

除自有品牌產品外，我們銷售及分銷供應商G及供應商K的第三方品牌產品，據此，本集團直接向品牌商購買相關產品，並透過銷售及分銷產品產生收益。第三方品牌產品進一步豐富了我們的產品組合，使我們能夠更好地滿足最終客戶不斷變化的需求。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自第三方品牌旗下產品的收益分別約為零、1.1百萬港元、14.3百萬港元、4.9百萬港元及4.4百萬港元，佔我們的總收益分別約零、0.9%、11.0%、9.2%及8.5%。

按產品類別及功能劃分的收益

下表載列我們於往績記錄期按產品類別及功能劃分的收益明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
保健補充品及產品	**35,370**	**81.9**	**85,299**	**77.8**	**93,289**	**71.6**	**38,101**	**71.9**	**40,287**	**76.8**
－兒童健康	3,903	9.0	21,348	19.5	27,893	21.4	11,551	21.8	10,510	20.0
－關節及痛症	14,512	33.6	20,415	18.6	22,808	17.5	10,324	19.5	9,086	17.3
－呼吸系統護理	2,985	6.9	8,713	7.9	9,177	7.0	3,267	6.2	2,789	5.3
－抗敏	608	1.4	858	0.8	1,168	0.9	517	1.0	318	0.6
－男士健康	3,627	8.4	4,942	4.5	4,504	3.5	2,014	3.8	2,197	4.2
－腦部健康	–	–	–	–	830	0.6	32	0.1	13	0.0
－失眠及緩解壓力	1,134	2.6	1,823	1.7	2,964	2.3	1,320	2.5	990	1.9
－止痛	3,177	7.4	5,566	5.1	6,008	4.6	2,310	4.3	2,127	4.1
－心血管及肝臟護理	2,527	5.9	9,353	8.5	9,884	7.6	3,667	6.9	6,274	12.0
－眼睛健康	–	–	–	–	1,304	1.0	–	–	1,027	2.0
－益生菌	–	–	7,820	7.1	2,806	2.2	1,513	2.8	1,188	2.3
－滋陰養顏	2,897	6.7	4,461	4.1	3,943	3.0	1,586	3.0	1,788	3.4
－女士健康	–	–	–	–	–	–	–	–	493	0.9
－體重及腸道管理	–	–	–	–	–	–	–	–	1,487	2.8
美容補充品及產品	**7,299**	**16.9**	**23,019**	**21.0**	**34,653**	**26.6**	**13,735**	**25.9**	**11,215**	**21.4**
－抗敏	1,341	3.1	2,682	2.4	2,954	2.3	1,533	2.9	938	1.8
－女士健康	–	–	12,803	11.7	18,898	14.5	7,319	13.8	4,522	8.6
－體重及腸道管理	5,958	13.8	7,534	6.9	12,801	9.8	4,883	9.2	5,755	11.0
小計	**42,669**	**98.8**	**108,318**	**98.8**	**127,942**	**98.2**	**51,836**	**97.8**	**51,502**	**98.2**
其他[1]	524	1.2	1,300	1.2	2,273	1.8	1,154	2.2	940	1.8
總計	**43,193**	**100.0**	**109,618**	**100.0**	**130,215**	**100.0**	**52,990**	**100.0**	**52,442**	**100.0**

附註：

(1) 指來自銷售推廣服務以及管理及包裝服務的收益。

來自保健補充品及產品的收益

我們的保健補充品及產品主要包括：(i)營養及草藥補充品，屬口服產品(通常為藥丸、片劑或液體)，旨在補充日常飲食並提升內在健康／免疫系統(包括心臟、腦部、肝臟、骨骼、眼睛、改善睡眠質素等)；及(ii)用於舒緩肌肉或關節疼痛的外用止痛產品。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自保健補充品及產品的收益分別約為35.4百萬港元、85.3百萬港元、93.3百萬港元、38.1百萬港元及40.3百萬港元，佔我們的總收益分別約81.9%、77.8%、71.6%、71.9%及76.8%。

於往績記錄期，保健補充品及產品產生的收益增加，主要由於市場對我們兒童健康、關節及痛症以及心血管及肝臟護理相關產品的接受度及認受性增加，該等產品為2025財政年度及2026年六個月三大最暢銷保健補充品及產品，佔我們於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月的總收益分別約21.4%、17.5%及7.6%以及20.0%、17.3%及12.0%。

來自美容補充品及產品的收益

我們的美容補充品及產品主要包括：(i)旨在改善體態／外觀的製劑；及(ii)旨在改善肌膚狀態的營養素，如膠原蛋白、抗氧化劑及輔酶，其主要功能包括肌膚美白、抗氧化、抗衰老及抗皺。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自美容補充品及產品的收益分別約為7.3百萬港元、23.0百萬港元、34.7百萬港元、13.7百萬及11.2百萬港元，佔我們的總收益分別約16.9%、21.0%、26.6%、25.9%及21.4%。

我們於截至2025年3月31日止三個年度來自美容補充品及產品的收益增長乃主要由於(i)自我們於2023年5月推出女士健康類別下的「維再生NMN」後，來自該品牌的收益增長；及(ii)自我們分別於2023年12月及2024年6月獲委任為第三方品牌供應商G的品牌B及品牌C在香港及澳門的獨家分銷商後，來自該等兩個品牌旗下產品的收益增長。

我們於2026年六個月來自美容補充品及產品的收益減少乃主要歸因於「維再生NMN」銷售減少，主要由於「維再生NMN」產品升級為「維再生NMN 40000+」，於此期間，「維再生NMN」餘下存貨已退回予本集團，且因新產品需要時間獲得市場接納，「維再生NMN 40000+」的訂單減少，部分被品牌C旗下品銷售增長所抵銷，由於我們於期內為品牌C旗下滯銷產品提供更多銷售折扣，以提升銷量。

銷量及平均售價

下表載列我們於往績記錄期的產品銷量及平均售價明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	件	*港元*	*件*	*港元*	*件*	*港元*	*件*	*港元*	*件*	*港元*
								(未經審核)		
保健補充品及產品	**185,361**	**191**	**464,187**	**184**	**521,951**	**179**	**213,350**	**179**	**215,810**	**187**
－兒童健康	24,504	159	130,947	163	168,956	165	68,790	168	62,843	167
－關節及痛症	74,037	196	107,336	190	132,632	172	58,321	177	50,611	180
－呼吸系統護理	12,383	241	36,417	239	38,096	241	13,647	239	11,173	250
－抗敏	3,206	190	4,871	176	6,199	188	2,811	184	1,783	178
－男士健康	18,335	198	25,030	197	22,640	199	10,106	199	11,026	199
－腦部健康	–	–	–	–	3,514	236	126	254	52	250
－失眠及緩解壓力	6,562	173	10,367	176	15,088	196	7,054	187	5,806	171
－止痛	19,366	164	34,017	164	35,554	169	14,024	165	12,931	164
－心血管及肝臟護理	11,980	211	47,900	195	56,698	174	21,905	167	29,681	211
－眼睛健康	–	–	–	–	7,846	166	–	–	5,386	191
－益生菌	–	–	45,128	173	15,438	182	8,735	173	6,034	197
－滋陰養顏	14,988	193	22,174	201	19,290	204	7,831	203	8,764	204
－女士健康	–	–	–	–	–	–	–	–	2,258	218
－體重及腸道管理	–	–	–	–	–	–	–	–	7,462	199
美容補充品及產品	**46,605**	**157**	**76,747**	**300**	**165,349**	**210**	**57,619**	**238**	**83,958**	**134**
－抗敏	6,727	199	13,839	194	14,900	198	7,640	201	4,816	195
－女士健康	–	–	12,359	1,036	43,296	436	17,550	417	10,560	428
－體重及腸道管理	39,878	149	50,549	149	107,153	119	32,429	151	68,582	84
總計	**231,966**	**184**	**540,934**	**200**	**687,300**	**186**	**270,969**	**191**	**299,768**	**172**

於往績記錄期，銷量逐漸增加乃由於：(i)我們加強進行營銷及促銷活動；(ii)我們自有品牌產品(包括保健補充品及產品中兒童健康類別下的「生長鈣」及關節及痛症類別下的「鹿筋骨痛丸」)的市場接受度及認受性有所提高；(iii)擴展產品組合，包括於截至2024年及2025年3月31日止年度於美容補充品及產品中女士健康類別下推出的「維再生NMN」以及於美容補充品及產品中女士健康及體重及腸道管理類別下推出第三方品牌(包括供應商G的品牌B及品牌C)相關產品；(iv)於2026年六個月在保健補充品及產品中的女士健康類別下推出「維再生私密雙道護益生菌蔓越莓」，並在保健補充品及產品中的體重及腸道管理類別下推出「維再生腸道微生態(免疫+配方)」及「內脂殺」；及(v)本地經濟於2023年2月解除有關COVID-19的限制後有所改善及訪港旅客大幅增加。我們的整體平均售價於往績記錄期出現的波動通常受產品組合改變及各種促銷活動所影響。以下載列我們的主要產品類別分析：

兒童保健產品

於截至2025年3月31日止三個年度，本公司兒童保健產品的銷量由2023財政年度的24,504件增至2024財政年度的130,947件，並於2025財政年度進一步攀升至168,956件。此顯著增長主要源於市場對本公司自有品牌產品「生長鈣」的接受度與認可度提升。於2023年，我們在各大電視頻道進行「生長鈣」的推廣及廣告的綜合資訊節目。營銷效果

得到觀眾的好評，於節目播出後，「生長鈣」的銷量明顯增長。自此，我們投入大量的營銷資源來推廣「生長鈣」，且該產品成為我們最暢銷產品。尤其是，於2023年，我們與高錦明教授合作進行科學研究，證實「生長鈣」能有效促進人體生長期的骨骼生長。於2024年，我們的三款產品(包括「生長鈣」)獲國際品質研究機構Monde Selection授予「世界品質獎項－銅獎」。兒童保健產品的銷量由2025年六個月的68,790件減少至2026年六個月的62,843件，主要由於更換產品包裝，於2025年9月退回產品，導致訂單出現臨時短缺，但其後於2025年10月推出新包裝後恢復訂單。

於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，兒童保健產品的平均售價維持相對穩定，分別為159港元、163港元、165港元、168港元及167港元。

關節及痛症產品

於截至2025年3月31日止三個年度，關節及痛症產品的銷量由2023財政年度的74,037件增至2024財政年度的107,336件，並於2025財政年度進一步攀升至132,632件，主要由於：(i)我們自有品牌產品「鹿筋骨痛丸」在市場上的接受度與認可度提升；及(ii)第三方品牌關節及痛症產品的銷量增加。2022年，我們與高錦明教授合作進行科學研究，證實「鹿筋骨痛丸」對慢性炎症引起的肌肉或關節拉傷具有療效。2024年，我們榮獲國際品質研究機構Monde Selection頒發「世界品質獎項－銅獎」，獲獎產品包括「鹿筋骨痛丸」在內的三款產品。於2025年六個月及2026年六個月，本公司關節及痛症產品的銷量分別達58,321件及50,611件。銷量下降主要由於「鹿筋骨痛丸」產品於2025年六個月參加萬寧的今日出位價促銷活動，但並未於2026年六個月參加同類活動。

本公司關節及痛症產品的平均售價由2023財政年度的196港元下降至2024財政年度的190港元，並進一步降至2025財政年度的172港元。2025財政年度的顯著降幅主要歸因於第三方品牌關節及痛症產品銷量增長，該產品售價低於本公司自有品牌產品。關節及痛症產品的平均售價相對穩定，於2025年六個月及2026年六個月分別為177港元及180港元。

呼吸系統護理產品

本集團呼吸系統護理產品的銷量由2023財政年度的12,383件增至2024財政年度的36,417件，並進一步攀升至2025財政年度的38,096件，而呼吸系統護理產品的平均售價於截至2025年3月31日止三個年度分別維持穩定於241港元、239港元及241港元。2024財政年度銷量增長，主要歸因於 COVID-19疫情後公眾健康意識的提升及市場對本公司自有品牌產品「鱷肺補」的接受度及認可度提升。於2023年，我們再度與高錦明教授合作進行科學研究，證實「鱷肺補」能有效抑制人體呼吸道的過敏反應。於2024年，我們榮獲國際品質研究機構Monde Selection頒發的「世界品質獎項－銅獎」，獲獎產品包括「鱷肺補」在內的三款產品。呼吸系統護理產品的銷量由2025年六個月的13,647件下降2026年六個月的11,173件。平均售價由2025年六個月的239港元增加至2026年六個月的250港元。平均售價增加及銷量減少主要由於2026年六個月針對「鱷肺補」所提供的促銷減少，以及由於供應商延遲發貨，我們經歷短暫的存貨短缺期。

美容補充品及產品項下體重及腸道管理產品

於截至2025年3月31日止三個年度，美容補充品及產品中的體重及腸道管理類產品的銷量從2023財政年度的39,878件增至2024財政年度的50,549件，並於2025財政年度進一步攀升至107,153件。2025財政年度銷量顯著增長，主要歸因於推出品牌B及品牌C及推出該等第三方品牌產品。

美容補充品及產品中的體重及腸道管理類產品的平均售價由2023財政年度及2024財政年度的約149港元下降至2025財政年度的約119港元。該下降主要由於我們品牌B及品牌C旗下新產品售價較低。

於2026年六個月，我們進一步加大美容保健品及產品中的體重及腸道管理類產品項下若干滯銷產品的銷售折扣力度，尤其是品牌C旗下產品。我們自2024年6月起僅開始銷售品牌C項下的產品，且美容補充品及產品中的體重及腸道管理類產品銷量由2025年六個月的32,429件增加至2026年六個月的68,582件，而該類別產品的平均售價則由2025年六個月的151港元下降至2026年六個月的84港元。

美容補充品及產品項下女士健康產品

美容補充品及產品中的女士健康產品類產品的銷量從2024財政年度的12,359件增至2025財政年度的43,296件。該增長主要歸因於本公司於2025財政年度在「維再生」及品牌B等品牌下推出新產品。美容補充品及產品中的女士健康類產品銷量於2025年六個月及2026年六個月分別為17,550件及10,560件，有關減少主要由於產品等級由「維再生NMN」升級為「維再生NMN 40000+」，導致「維再生NMN」餘下存貨於2025年6月退回予本集團。就「維再生NMN 40000+」而言，由於新產品獲得市場接納需要時間，最初下達的訂單較少。

美容補充品及產品中的女士健康類別的平均售價由2024財政年度的約1,036港元下降至2025財政年度的約436港元。該減少主要由於2024財政年度我們於該類別下僅有「維再生NMN」，該產品的售價相對於其他所有產品而言相對較高。於2025財政年度，我們於「維再生」及品牌B等品牌下推出其他新產品，售價較低。該等新產品為2025財政年度美容補充品及產品中女士健康類產品總收益約26.5%。美容補充品及產品中女士健康類產品的平均售價由2025年六個月的417港元增加至2026年六個月的428港元，主要由於產品組合變動及推出新產品，包括於2025年6月推出「維再生NMN 40000+」。

心血管及肝臟護理產品

於往績記錄期，本公司心血管及肝臟護理產品的銷量由2023財政年度的11,980件增至2024財政年度的47,900件，進一步增加至2025財政年度的56,698件，並由2025年六個月的21,905件增加至2026年六個月的29,681件，主要歸因於：(i)COVID-19疫情後公眾健康意識增強，加之我們加大該類產品的推廣力度，從而推動了產品需求增長；及(ii)於2025財政年度及2026年六個月推出新產品，即於2024年6月及2025年6月分別推出「血暢通」及「維再生93+OMEGA-3醫療級深海魚油」。

本公司心血管及肝臟護理產品的平均售價由2023財政年度的約211港元下降至2024財政年度的約195港元，主要由於於2024財政年度參加萬寧的今日出位價促銷活動。平均售價進一步降至2025財政年度的約174港元，主要由於我們於2025財政年度以較低售價出售產品。平均售價由2025年六個月的167港元上升至2026年六個月的211港元，主要由於停止銷售售價較低的產品所致。

於往績記錄期的新產品

於2024財政年度，我們於多個品類中推出新產品，包括美容補充品及產品中的女士健康、益生菌、失眠及緩解壓力、關節及痛症。我們於2024財政年度從該等新產品中產生收益約21.1百萬港元，約佔2024財政年度總收益的19.2%。該等新產品於2024財政年度的銷售量及平均售價分別為63,251件及約333港元。

於2025財政年度，我們於多個品類中推出新產品，包括美容補充品及產品中的體重及腸道管理、腦部健康、心血管及肝臟護理、眼部健康、關節及痛症及女士健康。我們於2025財政年度從該等新產品中產生收益約20.1百萬港元，約佔2025財政年度總收益的15.4%。該等新產品於2025財政年度的銷售量及平均售價分別為144,393件及約139港元。

於2026年六個月，我們多個品類中推出新產品，包括保健補充品及產品以及美容補充品及產品中的女士健康，保健補充品及產品中的體重及腸道管理、心血管及肝臟護理、眼部健康及兒童健康。於2026年六個月，該等新產品產生收益約7.7百萬港元，佔2026年六個月總收益約14.7%。該等新產品於2026年六個月的銷量及平均售價分別為23,203件及約331港元。

銷貨成本

於往績記錄期，銷貨成本包括採購成本、包裝成本及付運成本。於截至2025年3月31日止三個年度，我們的銷貨成本分別約為8.0百萬港元、23.4百萬港元及32.5百萬港元。銷貨成本上升主要由於我們於截至2025年3月31日止三個年度的收益增加所致。我們的銷貨成本由2025年六個月的約13.2百萬港元減少1.0百萬港元至2026年六個月的約12.3百萬港元，與期內收益減少一致。

採購成本佔我們銷貨成本的大部分，即我們就購買產品產生的成本。包裝成本主要指我們購買包裝物料的成本。下表載列我們於往績記錄期的銷售成本明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	金額	佔銷貨成本總額百分比	金額	佔銷貨成本總額百分比	金額	佔銷貨成本總額百分比	金額	佔銷貨成本總額百分比	金額	佔銷貨成本總額百分比
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
採購成本	6,931	87.2	20,738	88.5	29,462	90.6	11,897	89.8	10,961	89.4
包裝成本	828	10.4	2,090	8.9	2,451	7.5	1,040	7.9	902	7.4
付運成本	193	2.4	604	2.6	615	1.9	309	2.3	388	3.2
總計	7,952	100.0	23,432	100.0	32,528	100.0	13,246	100.0	12,251	100.0

毛利及毛利率

下表載列我們於往績記錄期按產品類別及品牌劃分的毛利及毛利率明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
保健補充品及產品	28,803	81.4	67,971	79.7	72,593	77.8	29,814	78.2	32,314	80.2
自有品牌	28,803	81.4	67,768	79.9	70,207	79.1	29,213	79.6	32,077	80.7
第三方品牌	–	–	203	44.0	2,386	52.4	601	43.6	237	45.8
美容補充品及產品	5,914	81.0	16,915	73.5	22,821	65.9	8,776	63.9	6,937	61.9
自有品牌	5,914	81.0	16,861	75.2	17,203	69.1	6,671	65.2	5,744	78.6
第三方品牌	–	–	54	9.1	5,618	57.5	2,105	60.0	1,193	30.5
小計	34,717	81.4	84,886	78.4	95,414	74.6	38,590	74.4	39,251	76.2
其他(1)	524	100.0	1,300	100.0	2,273	100.0	1,154	100.0	940	100.0
總計	35,241	81.6	86,186	78.6	97,687	75.0	39,744	75.0	40,191	76.6

附註：

(1) 銷售推廣服務及管理及包裝服務的毛利率均為100%，乃由於服務的相關成本(即銷售推廣人員的佣金及倉庫員工成本)被分別分類為銷售及分銷開支以及行政及其他經營開支。

於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，毛利分別約為35.2百萬港元、86.2百萬港元、97.7百萬港元、39.7百萬港元及40.2百萬港元，而毛利率分別約為81.6%、78.6%、75.0%、75.0%及76.6%。截至2025年3月31日止三個年度，毛利率下降主要由於(i)對客戶提高自有品牌產品(尤其是「生長鈣」及維再生NMN)促銷折扣以爭取更多市場份額及提升銷量；及(ii)來自第三方品牌旗下產品的收益增長，而我們就該等產品保持較自有品牌產品相對較低的毛利率。於2024財政年度的第三方品牌旗下美容補充品及產品錄得較低毛利率，主要由於該類別下的唯一產品僅為批發客戶採購的產品，我們並無銷售或分銷該產品，且我們並無對該產品進行任何營銷及推廣。於2025財政年度，第三方品牌旗下美容補充品及產品的毛利率上升，主要由於我們引入其他第三方品牌(如供應商G的品牌B及品牌C)產品，而我們就此將其作為我們的產品出售及分銷。於2026年六個月，第三方品牌旗下美容補充品及產品的毛利率下降，主要由於我們為提升若干滯銷產品的銷量而加大品牌C旗下女士健康產品的促銷折扣。

下表載列於往績記錄期按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*	*千港元*	*%*
							(未經審核)			
批發業務	31,489	81.2	79,828	78.3	86,197	74.5	37,754	74.3	38,375	76.1
－向牛奶公司銷售	31,267	81.2	66,551	79.2	73,860	76.1	37,366	75.2	37,997	78.9
－向其他批發客戶銷售	222	82.8	13,277	74.0	12,337	66.3	388	35.0	378	16.8
零售業務	3,228	82.6	5,058	79.8	9,217	75.2	836	79.7	876	80.5
－線下零售銷售	2,470	81.4	3,629	77.5	5,554	73.8	139	65.9	155	67.7
－線上零售銷售	758	86.8	1,429	86.3	3,663	77.4	697	83.2	721	83.9
其他	524	100.0	1,300	100.0	2,273	100.0	1,154	100.0	940	100.0
總計	35,241	81.6	86,186	78.6	97,687	75.0	39,744	75.0	40,191	76.6

於截至2025年3月31日止三個年度，我們向批發客戶銷售的毛利率從2023財政年度的約81.2%下降至2024財政年度的約78.3%，並進一步降至2025財政年度的約74.5%，主要由於我們參與牛奶公司舉辦的促銷活動增加以及參與促銷活動的產品組合變動所致。於2026年六個月，我們向批發客戶銷售的毛利率由2025年六個月的約74.3%上升至2026年六個月的約76.1%，主要由於參與牛奶公司舉辦的促銷活動的產品組合不同及2026年六個月參加萬寧的今日出位價促銷活動次數減少。

我們向其他批發客戶銷售的毛利率由2023財政年度的約82.8%下降至2024財政年度的74.0%並進一步下降至2025財政年度的66.3%，主要由於於2024財政年度，我們開始銷售為批發客戶採購的產品，而該等產品我們原本並不銷售或分銷，且我們未對該等產品進行任何營銷及促銷，因此於2025財政年度該等產品的毛利率較低而其銷量有所增長。於2026年六個月，為促進銷售，我們對供應予批發客戶的部分滯銷產品給予更大折扣，導致我們錄得毛利率下降至約16.8%。

我們的線下零售銷售毛利率從2023財政年度的約81.4%下降至2024財政年度的約77.5%，並進一步降至2025財政年度的約73.8%，主要歸因於我們發起了更多的促銷活動。我們錄得線下零售銷售毛利率下降，於2025年六個月約為65.9%，而2026年六個月則為67.7%，主要由於我們通常會記錄於香港國際工業出品展銷會(通常在12月及1月舉行)上所售毛利率較高產品的線下零售銷售額。

於往績記錄期，我們的線上零售銷售相較其他銷售渠道維持較高毛利率。我們於2025財政年度錄得線上零售銷售毛利率下降，主要是由於2025年2月至2025年3月發起的大規模銷售推廣活動。

其他收入

其他收入主要包括：(i)政府補助，主要包括香港政府就以下目的提供補貼：(a)為僱主提供財務支援，以挽留在COVID-19爆發期間可能面臨裁員的僱員；及(b)支持當地商業企業，旨在促進商業發展；及(ii)按公平值計入損益的金融資產之公平值變動。主要管理層保險合約於合併財務報表入賬列作按公平值計入損益的金融資產。

下表載列我們於往績記錄期的其他收入明細：

	2023財政年度 *千港元*	2024財政年度 *千港元*	2025財政年度 *千港元*	2025年六個月 *千港元* *(未經審核)*	2026年六個月 *千港元*
政府補助	820	100	–	–	–
按公平值計入損益的金融資產之公平值收益	40	103	82	57	35
銀行利息收入	2	4	1	–	1
雜項收入	1	1	–	–	2
總計	863	208	83	57	38

其他收入由2023財政年度約863,000港元減少至2024財政年度約208,000港元，並進一步減少至2025財政年度約83,000港元，主要由於自2024財政年度起放寬有關COVID-19的限制後再無相關政府補貼，以及自2025財政年度起未錄得商業發展政府補貼所致。其他收入由2025年六個月的57,000港元減少約33.3%至2026年六個月的38,000港元，主要由於一名董事的人壽保險之按公平值計入損益的金融資產公平值收益減少所致。

銷售及分銷開支

於往績記錄期，銷售及分銷開支主要包括：(i)用於投放線上及線下廣告，以及委聘藝人、KOL及醫學專業人士的廣告及促銷開支；及(ii)銷售推廣人員應佔員工成本，包括薪金及工資、銷售佣金及強制性公積金(「**強積金**」)供款。下表載列我們於往績記錄期的銷售及分銷開支明細：

	2023財政年度 *千港元*	2024財政年度 *千港元*	2025財政年度 *千港元*	2025年六個月 *千港元* *(未經審核)*	2026年六個月 *千港元*
廣告及促銷開支	6,760	11,209	13,481	7,644	6,600
銷售佣金	4,081	13,232	15,117	6,904	7,469
薪金及工資	2,959	4,727	6,284	2,666	3,674
強積金供款	245	428	539	254	288
展覽費	521	285	143	82	5
測試費	125	81	50	29	176
貨運及運輸	103	438	590	270	269
銷售平台收費	63	104	170	32	177
使用權資產折舊	–	–	–	–	128
消耗性物料	–	116	45	14	47
其他(1)	55	10	16	6	26
總計	14,912	30,630	36,435	17,901	18,859

附註：

(1) 包括(其中包括)進口報關費及樣品收費開支。

截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，銷售及分銷開支佔總收益分別約34.5%、27.9%、28.0%、33.8%及36.0%。於截至2025年3月31日止三個年度，銷售及分銷開支由2023財政年度約14.9百萬港元增加約105.4%至2024財政年度約30.6百萬港元，並進一步增加約19.0%至2025財政年度約36.4百萬港

元，主要歸因於：(i)增加廣告及促銷開支以提升及維持本集團品牌認受性及聲譽；及(ii)銷售佣金以及薪金及工資增幅整體上與截至2025年3月31日止三個年度的收益增幅一致。銷售及分銷開支由2025年六個月約17.9百萬港元增加約5.4%至2026年六個月的18.9百萬港元，主要由於促銷員人數2024年9月30日的37名增加至2025年9月30日的46名導致，銷售人員的工資及薪金以及銷售佣金增加，部分被廣告及促銷開支減少所抵銷。

下表載列我們於往績記錄期廣告及促銷開支明細：

	2023財政年度 *千港元*	2024財政年度 *千港元*	2025財政年度 *千港元*	2025年六個月 *千港元* *(未經審核)*	2026年六個月 *千港元*
線上廣告	5,106	9,619	12,277	6,970	6,228
線下廣告	752	201	373	289	60
委聘藝人、KOL及醫學專業人士	740	1,020	596	277	235
其他(1)	162	369	235	108	77
總計	6,760	11,209	13,481	7,644	6,600

附註：

(1) 包括研究費及禮品開支等。

本集團已採取全面的營銷策略，透過進行多項營銷活動加上委聘藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士，以推銷及宣傳自有品牌及產品。我們透過多種線上及線下媒體及渠道進行營銷活動。我們會考慮市場趨勢、消費者回饋及活動成效等因素，定期評估及調整不同促銷渠道的分配情況。

我們的廣告及促銷開支由2023財政年度約6.8百萬港元增加至2024財政年度約11.2百萬港元，並進一步增加至2025財政年度約13.5百萬港元，主要歸因於線上營銷開支增加。尤其是，我們增加在Facebook上彈出式廣告的廣告及促銷開支，旨在提高Facebook頁面的曝光度及網站流量，從而提升對本集團的品牌認受性。我們的廣告及促銷開支由2025年六個月約7.6百萬港元減少至2026年六個月約6.6百萬港元，主要由於本集團於2026年六個月開展的線上廣告(例如於社交媒體平台上投放廣告)減少。

行政及其他經營開支

行政及其他經營開支主要包括：(i)為僱員(銷售推廣人員除外)支付的薪金；(ii)使用權資產以及物業、廠房及設備折舊；(iii)董事酬金；及(iv)強積金供款。下表載列我們於往績記錄期的行政及其他經營開支明細：

	2023財政年度 *千港元*	2024財政年度 *千港元*	2025財政年度 *千港元*	2025年六個月 *千港元* *(未經審核)*	2026年六個月 *千港元*
薪金	4,117	6,006	9,760	4,260	5,048
使用權資產折舊	827	1,527	2,374	1,187	1,187
物業、廠房及設備折舊	99	268	320	167	113
董事酬金	408	408	408	189	434
強積金供款	144	233	391	167	210
短期租賃項下確認的開支	20	189	95	48	48
貿易應收款項預期信貸虧損撥備／(撥回)	10	170	177	(50)	(328)
有關逾期繳稅的罰款(1)	–	108	672	2	–
其他(2)	1,234	1,292	1,192	465	996
總計	6,859	10,201	15,389	6,435	7,708

附註：

(1) 有關詳情，請參閱本節「所得稅開支」。

(2) 包括審核酬金、樓宇管理費、租金及差餉、公司秘書費用、估值費、維修及保養費以及水電開支等。

於截至2025年3月31日止三個年度，行政及其他經營開支由2023財政年度約6.9百萬港元增加約48.7%至2024財政年度約10.2百萬港元，並進一步增加約50.9%至2025財政年度約15.4百萬港元，主要歸因於：(i)行政人員人數增加，導致薪金及強積金供款上升，與於截至2025年3月31日止三個年度的業務擴張一致；及(ii)使用權資產折舊增加，原因為我們分別於2023年7月及2024年3月租用兩個新倉庫。行政開支及其他經營開支由2025年六個月約6.4百萬港元增加約19.8%至2026年六個月約7.7百萬港元，主要由於期內行政人員基本工資增加及引薦一名新董事所致。行政及其他經營開支佔我們於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月的總收益約15.9%、9.3%、11.8%、12.1%及14.7%。

[編纂]開支

[編纂]開支指與我們擬進行**[編纂]**及**[編纂]**相關的開支。於往績記錄期，我們錄得**[編纂]**開支分別為**[編纂]**、**[編纂]**、約**[編纂]**港元及**[編纂]**港元。

財務成本

財務成本指計息借款利息及租賃負債利息。財務成本由2023財政年度約1.1百萬港元增加至2024財政年度約2.5百萬港元，主要由於2024財政年度計息借款增加以支持業務擴展所致。財務成本於2025財政年度減少至約2.4百萬港元，主要歸因於年內計息借款減少。財務成本由2025年六個月約1.3百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於期內計息借款減少所致。

所得稅開支

於往績記錄期，我們的收益主要來自香港，並因而須繳納香港利得稅。於往績記錄期，本集團一間於香港註冊成立的附屬公司(由管理層選出)的應課稅溢利須按利得稅兩級制納稅，即首2.0百萬港元的應課稅溢利將按8.25%的稅率繳稅及超過2.0百萬港

元的應課稅溢利則將按16.5%的稅率繳稅。本集團於香港成立的其他實體的香港利得稅乃按其各自於往績記錄期的估計應課稅溢利按16.5%的標準稅率計算。

於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，所得稅開支分別約為1.9百萬港元、7.5百萬港元、7.2百萬港元、2.2百萬港元及2.0百萬港元，而實際稅率分別約為14.4%、17.5%、16.6%、15.5%及67.4%。除**[編纂]**開支外，於2026年六個月，實際利率約為15.3%。2024財政年度實際稅率上升主要由於我們按16.5%稅率課稅的除稅前溢利增加。截至2024年及2025年3月31日止年度，實際稅率高於16.5%，主要由於各年度不可扣減開支約628,000港元及216,000港的稅務影響所致。

於2024年2月、2024年9月、2025年2月及2025年5月，我們接獲稅務局通知，須就逾期繳付稅項繳納稅項附加費分別約為108,000港元、2,000港元、589,000港元及81,000港元。於2025年2月，我們接獲稅務局通知，就逾期提交利得稅申報表，須繳付稅項附加費1,200港元。

為防止上述違規事件再次發生，本集團已實施全面的內部財務管理政策，引入明確的財務報告及稅項合規期限及責任，包括由本集團財務部門指定監督及定期內部審查機制，以確保及時完成稅務申報及稅項繳納。有關詳情，請參閱本文件「法律訴訟及合規－合規－逾期報稅及納稅」。

董事確認，於最後實際可行日期，本集團在所有重大方面已履行所得稅責任，且與相關稅務機關並無任何重大未解決的所得稅問題或糾紛。

經營業績的按期比較

2023財政年度與2024財政年度比較

收益

收益由2023財政年度的43.2百萬港元增加約153.8%至2024財政年度約109.6百萬港元，主要歸因於(i)「生長鈣」、「鱷肺補」、「炎痛消」及「日藥堂」品牌產品產生的收益增加約31.0百萬港元，乃因加強進行營銷及宣傳活動以及我們的自有品牌產品的市場接納度及認受性有所提高，(ii)我們自有品牌(包括「維再生」及「Profix」)旗下新推出產品貢獻收益約20.0百萬港元；及(iii)於2023年2月撤銷COVID-19限制後訪港旅客大幅增加。

銷貨成本

銷貨成本由2023財政年度約8.0百萬港元增加約194.7%至2024財政年度約23.4百萬港元，整體上與收益增幅一致。

毛利及毛利率

毛利由2023財政年度約35.2百萬港元增加約144.6%至2024財政年度約86.2百萬港元，整體上與收益增長一致。同時，毛利率由2023財政年度約81.6%下降至2024財政年度約78.6%，主要歸因於我們就若干產品(例如「生長鈣」及「維再生」品牌旗下新產品)提供的促銷折扣增加，以爭取更多市場份額及增加銷售額。

其他收入

其他收入由2023財政年度約863,000港元減少約75.9%至2024財政年度約208,000港元，主要由於於2024財政年度再無與COVID-19相關的一次性政府補貼約691,000港元。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由2023財政年度約14.9百萬港元增加約105.4%至2024財政年度約30.6百萬港元，主要歸因於(i)為最大限度地提高品牌知名度及忍受性，我們持續進行營銷活動，廣告及促銷開支亦隨之增加；及(ii)銷售推廣人員的銷售佣金增加，且銷售推廣人員人數由2023年3月31日的21人增加至2024年3月31日的31人，整體上與收益增加一致。

行政及其他經營開支

行政及其他經營開支由2023財政年度約6.9百萬港元增加約48.7%至2024財政年度約10.2百萬港元，主要由於(i)我們於2023年7月租用一個新倉庫，導致使用權資產折舊增加；及(ii)為支持業務擴張，行政人員人數由2023年3月31日的16人增加至2024年3月31日的26人，導致薪金及強積金供款增加。

財務成本

由於(i)為補充營運資金而增加計息借款；(ii) 計息借款的實際利率增加，故財務成本由2023財政年度約1.1百萬港元增加約126.2%至2024財政年度約2.5百萬港元。銀行借款由2023年3月31日約28.1百萬港元增加約34.7%至2024年3月31日約37.8百萬港元。於2023年及2024年3月31日，計息借款分別按介乎2.95%至5.25%及3.55%至6.65%的實際利率計息。

所得稅開支

所得稅開支由2023財政年度約1.9百萬港元增加約297.5%至2024財政年度約7.5百萬港元。同時，實際稅率由2023財政年度約14.4%上升至2024財政年度約17.5%，主要由於2024財政年度除稅前溢利及不可扣減開支的稅務影響增加約628,000港元。

年內溢利

由於上述原因，故年內溢利由2023財政年度約11.3百萬港元增加約213.6%至2024財政年度約35.5百萬港元。

2024財政年度與2025財政年度比較

收益

收益由2024財政年度的109.6百萬港元增加約18.8%至2025財政年度約130.2百萬港元，主要歸因於(i)第三方品牌(即供應商G的品牌B及品牌C)旗下產品所產生的收益增加約11.5百萬港元，原因為於2023年12月及2024年6月我們獲委任為該等兩個品牌在香港及澳門的獨家分銷商後，該等品牌產品的接受度及認受性均有所增加；(ii)由於我們持續有效的營銷工作，成功提升品牌知名度及認受性，使「生長鈣」的品牌知名度及受歡迎程度不斷提高，令該產品產生的收益增加約7.0百萬港元；及(iii)我們於2025財政年度新推出產品(例如「維再生」品牌旗下的血暢通及目再生)產生的收益。

銷貨成本

銷貨成本由2024財政年度約23.4百萬港元增加約38.8%至2025財政年度約32.5百萬港元，主要由於第三方品牌旗下產品銷售及採購增加導致採購成本增加。

毛利及毛利率

毛利由2024財政年度約86.2百萬港元增加約13.3%至2025財政年度約97.7百萬港元，整體上與收益增長一致。同時，毛利率由2024財政年度約78.6%下降至2025財政年度約75.0%，主要歸因於(i)若干產品(例如「生長鈣」及「鹿筋骨痛丸」以及「維再生」品牌旗下產品)的促銷折扣增加，以爭取更多市場份額；及(ii)來自第三方品牌產品的收益增加，而我們就該等產品保持相對較低的毛利率。

其他收入

其他收入由2024財政年度約208,000港元減少約60.1%至2025財政年度約83,000港元，主要由於於2025財政年度再無用於鼓勵商業發展而向當地商業企業提供支援的一次性政府補貼約100,000港元。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由2024財政年度約30.6百萬港元增加約19.0%至2025財政年度約36.4百萬港元，主要歸因於(i)我們為最大化品牌曝光度及認受性而進行的持續營銷活動的廣告及促銷開支增加；(ii)銷售佣金以及薪金及工資增加，與業務增長一致。

行政及其他經營開支

行政及其他經營開支由2024財政年度約10.2百萬港元增加約50.9%至2025財政年度約15.4百萬港元，主要由於(i)我們於2024年3月租用一個新倉庫，導致使用權資產折舊增加；及(ii)為支持業務擴張，行政人員人數由2024年3月31日的26人增加至2025年3月31日的35人，導致薪金及強積金供款增加。

財務成本

由於計息借款減少，故財務成本由2024財政年度約2.5百萬港元減少約5.7%至2025財政年度約2.4百萬港元。計息借款由2024年3月31日約37.8百萬港元減少至2025年3月31日約31.5百萬港元。

所得稅開支

所得稅開支由2024財政年度約7.5百萬港元減少約4.4%至2025財政年度約7.2百萬港元。同時，實際稅率由2024財政年度約17.5%下降至2025財政年度約16.6%，主要由於不可扣減開支的稅務影響減少。

年內溢利

由於上述原因，故年內溢利由2024財政年度約35.5百萬港元增加約2.2%至2025財政年度約36.3百萬港元。

2025年六個月與2026年六個月比較

收益

我們的收益整體上維持穩定，並於2025年六個月及2026年六個月分別錄得約53.0百萬港元及約52.4百萬港元。主要歸因於美容補充品及產品收益減少，因錄得「維再

生NMN」產品升級導致銷售下滑，致使該產品餘下存貨於2025年6月退回本集團，而新產品「維再生NMN 40000+」初期訂單較少，乃因該產品仍需時間贏得市場認可。有關減少部分被期內推出新產品令保健補充品及產品銷售額增長所抵銷。於2026年六個月，由於我們推出新保健補充品及產品，如心血管及肝臟護理類別項下的「維再生93+OMEGA-3醫療級深海魚油」、女士健康類別項下的「維再生私密雙道護益生菌蔓越」、體重及腸道管理類別項下的「維再生腸道微生態(免疫+配方)」及體重及腸道管理類別項下的「內脂殺」，期內我們將營銷重點放在該等新產品上。另一方面，我們亦就品牌C旗下第三方品牌美容補充品及產品提供更大促銷折扣，以提升滯銷產品的銷量。

銷貨成本

銷貨成本由2025年六個月約13.2百萬港元下降約7.5%至2026年六個月約12.3百萬港元，主要由於採購成本減少，整體上與2026年六個月收益減少相符。

毛利及毛利率

毛利由2025年六個月約39.7百萬港元增加約1.1%至2026年六個月約40.2百萬港元，毛利率由2025年六個月約75.0%上升至2026年六個月約76.6%，主要歸因於2026年六個月我們參加萬寧的今日出位價促銷活動次數減少。該增長部分被2026年六個月品牌C旗下第三方品牌美容補充品及產品促銷折扣增加所抵銷。

其他收入

其他收入由2025年六個月約57,000港元減少約33.3%至2026年六個月約38,000港元，主要由於2026年六個月一名董事人壽保險按公平值計入損益之金融資產的公平值收益減少。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由2025年六個月約17.9百萬港元增加約5.4%至2026年六個月約18.9百萬港元，主要歸因於銷售人員薪金及工資開支增加，以及因促銷員人數增加導致的銷售佣金上升，此增幅部分被線下廣告及本集團開展的促銷活動減少所抵銷。

行政及其他經營開支

行政及其他經營開支由2025年六個月約6.4百萬港元增加約19.8%至2026年六個月約7.7百萬港元，主要歸因於期內行政人員基本薪金及董事薪酬增加。

財務成本

財務成本由2025年六個月約1.3百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於2025年六個月償還固定利率其他計息借款減少。

所得稅開支

所得稅支出由2025年六個月約2.2百萬港元減少約10.7%至2026年六個月約2.0百萬港元。與此同時，我們的實際稅率由2025年六個月約15.5%上升至2026年六個月約67.4%，主要歸因於2026年六個月約**[編纂]**港元的不可扣減開支(尤其是**[編纂]**開支)的稅務影響。

期內溢利

基於上述原因，本集團期內溢利由2025年六個月約12.0百萬港元減少約92.1%至2026年六個月約0.9百萬港元。

合併財務狀況表的關鍵項目討論

	於3月31日			於2025年	於2026年
	2023年	2024年	2025年	9月30日	1月31日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
					(未經審核)
流動資產					
存貨	2,156	7,989	3,821	8,871	7,737
貿易及其他應收款項	19,753	44,940	47,389	53,099	87,752
銀行結餘及現金	108	668	810	13,750	1,862
流動資產總值	22,017	53,597	52,020	75,720	97,351
流動負債					
貿易及其他應付款項	19,903	11,440	9,516	15,486	17,337
計息借款	28,073	37,818	31,489	34,297	40,153
租賃負債	808	2,303	2,253	2,413	2,618
應付所得稅	691	5,766	13,024	1,553	–
流動負債總額	49,475	57,327	56,282	53,749	60,108
流動(負債)／資產淨額	(27,458)	(3,730)	(4,262)	21,971	37,243
非流動資產	30,613	34,577	32,198	32,143	32,057
非流動負債	4,912	7,289	5,036	4,870	4,293
(負債)／資產淨值	(1,757)	23,558	22,900	49,244	65,007

流動負債淨額

流動負債淨額由2023年3月31日約27.5百萬港元減少約86.4%至2024年3月31日約3.7百萬港元，主要歸因於(i)2024財政年度的收益增加導致存貨增加約5.8百萬港元及貿易及其他應收款項增加約25.2百萬港元；及(ii)由於結算應付最終控股方款項導致貿易及其他應付款項減少約8.5百萬港元，部分被(i)計息借款增加約9.7百萬港元，以補充我們的營運資金；及(ii)於2024財政年度除稅前溢利增加導致應付所得稅增加約5.1百萬港元所抵銷。

流動負債淨額由2024年3月31日約3.7百萬港元增加約14.3%至2025年3月31日約4.3百萬港元，主要歸因於(i)應付所得稅增加約7.3百萬港元；及(ii)存貨減少約4.2百萬港

元，部分被(i)臨近年結日收益增加導致貿易及其他應收款項增加約2.4百萬港元；及(ii)計息借款減少約6.3百萬港元所抵銷，主要由於年內償還若干計息借款。

我們錄得扭虧為盈，由2025年3月31日的流動負債淨額約4.3百萬港元轉為2025年9月30日的流動資產淨值約22.0百萬港元，主要歸因於：(i)我們已收到**[編纂]**前投資的所得款項令銀行結餘及現金增加；(ii)應收最終控股方款項及支付予供應商的按金及零售門市的租金及其他按金增加令貿易及其他應收款項增加；(iii)臨近期末日期作出的採購增加導致存貨增加；及(iv)結清應付所得稅令應付所得稅減少，部分被(i)採購及應付薪金增加導致貿易及其他應付款項增加；及(ii)銀行計息借款增加所抵銷。

我們的流動資產淨值由2025年9月30日約22.0百萬港元增加約69.5%至2026年1月31日約37.2百萬港元，主要由於(i)期內因應收一名董事款項增加令貿易及其他應收款增加，該增加部分被(i)銀行結餘及現金減少；(ii)期內除稅前溢利導致應付稅項增加；及(iii)貿易及其他應付款項增加所抵銷。

於2023年、2024年及2025年3月31日，我們錄得流動負債淨額主要是由於(i)於往績記錄期，我們分別向張運裕先生宣派股息約14.4百萬港元、10.2百萬港元及37.1百萬港元，以抵銷與最終控股方的往來賬；及(ii)我們的計息借款被分類為流動負債，因為相關借款協議包含條款，賦予貸款人可隨時自行酌情決定要求償還借款的無條件權利。

我們錄得扭虧為盈，由2023年3月31日的負債淨額約1.8百萬港元轉為2024年3月31日的資產淨值約23.6百萬港元，主要歸因於2024財政年度的年內溢利約35.5百萬港元，部分被2024財政年度向最終控股方宣派股息約10.2百萬港元所抵銷。我們的資產淨值由2024年3月31日的約23.6百萬港元下降至2025年3月31日的約22.9百萬港元，主要歸因於2025財政年度向最終控股方宣派的股息約為37.1百萬港元，此金額部分被2025財政年度的年度溢利約36.3百萬港元所抵銷。

於2025年3月31日，本集團於2025年6月收到**[編纂]**前投資所得款項約25.4百萬港元後，已從流動負債狀況轉為流動資產淨值。展望未來，董事將密切監控流動資產淨值狀況。特別是，我們已就股息的宣派及派付採納股息政策。董事會將綜合考量各項因素(特別是財務業績、流動資金狀況及現金流量情況)後，就未來股息派發提出推薦建議。

存貨

存貨指已準備就緒售予客戶的保健及美容補充品與產品。存貨由2023年3月31日約2.2百萬港元增加約270.5%至2024年3月31日約8.0百萬港元，主要由於2024財政年度業務增長的存貨水平增加及產品組合擴張。

存貨由2024年3月31日約8.0百萬港元減少約52.2%至2025年3月31日約3.8百萬港元，主要由於我們於2025年2月至2025年3月底進行線上促銷活動，於2025年3月31日減少存貨水平令年結日前產品銷售額增加所致。

存貨由2025年3月31日約3.8百萬港元增加約132.2%至2025年9月30日約8.9百萬港元，主要由於十月黃金週及香港國際工業出品展銷會推動銷售增加，以及新產品採購增加，導致臨近期末日期我們的採購增加。

下表載列我們於往績記錄期的存貨週轉天數：

	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
存貨週轉天數	113	79	66	94

附註： 存貨週轉天數按年初及年末存貨結餘的平均總值除以相關年度／期間的銷貨成本，再乘以相關年度／期間天數(即一個財政年度／期間為365天或182天)計算得出。

存貨週轉天數由2023財政年度的約113天減少至2024財政年度的約79天，並進一步減少至2025財政年度的約66天，主要是由於我們在2023財政年度至2025財政年度加大銷售力度及嚴格控制存貨水平。存貨週轉天數由2025財政年度約66天增加至2026年六個月的約94天，主要由於上文所述存貨水平增加。

於整個往績記錄期，我們的存貨並無重大可回收性問題。我們的存貨管理系統遵循精細校準的方法，通過定期向生產商及供應商發出訂單，將存貨補充至預定水平，從而優化存貨水平及營運效率。有關我們存貨管理的更多詳情，請參閱本文件「業務－存貨及倉儲」。我們預計在可預見的未來，存貨的可回收性不會存在任何重大問題，於往績記錄期，我們在重大方面並無就存貨計提任何撥備。

下表載列我們於所示日期的存貨賬齡分析：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
90天內	480	3,222	750	5,031
91至180天	1,035	3,436	2,072	3,149
181至365天	583	1,203	971	623
一年以上	58	128	28	68
總計	2,156	7,989	3,821	8,871

於最後實際可行日期，我們於2025年9月30日的存貨中約有7.2百萬港元或81.7%已消耗或出售。董事確認，於往績記錄期，並無滯銷或過時的項目會對我們的業務營運、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

貿易及其他應收款項

下表載列於所示日期貿易及其他應收款項的明細：

	於3月31日			於2025年
	2023年	**2024年**	**2025年**	**9月30日**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
貿易應收款項	14,407	31,550	42,541	29,313
其他應收款項	5,346	13,390	4,848	23,786
總計	19,753	44,940	47,389	53,099

貿易應收款項

貿易應收款項指我們於日常業務過程中銷售的產品的應收款項，主要來自我們的批發業務。下表載列我們於所示日期的貿易應收款項明細：

	於3月31日			於2025年
	2023年	**2024年**	**2025年**	**9月30日**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
貿易應收款項	14,418	31,731	42,899	29,343
減：虧損撥備	(11)	(181)	(358)	(30)
	14,407	31,550	42,541	29,313

貿易應收款項由2023年3月31日約14.4百萬港元增加約119.0%至2024年3月31日約31.6百萬港元，並進一步增加約34.8%至2025年3月31日約42.5百萬港元，主要由於該等年度的收益增加。貿易應收款項由2025年3月31日約42.5百萬港元減少約31.1%至2025年9月30日約29.3百萬港元，主要歸因於2026年六個月最後一個季度受季節因素影響，導致銷售額有所下降。我們通常授出自開立發票當日起計最多180天的信貸期且我們授予牛奶公司自月末起計30天或60天的信貸期。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，計入貿易應收款項的金額分別約13.8百萬港元、20.9百萬港元、25.8百萬港元及26.2百萬港元與保理安排有關。

於2022年6月6日，正品香港與一間銀行(「**銀行**」)訂立發票貼現／保理協議(「**保理協議**」)，據此銀行同意提供債務購買服務，而正品香港可在9.0百萬港元的融資限額(「**融資限額**」)內，就其保理的貿易應收款項總額獲得最高95%的資金。根據銀行就保理協議發出的要約函，融資限額已於2023年5月30日修訂為20.0百萬港元，並於2025年3月12日進一步修訂為25.0百萬港元。

保理安排須支付貼現費及服務費。於往績記錄期，保理安排的貼現費按3個月香港銀行同業拆息加2.25%年利率計算，及保理安排的服務費則按每筆債務發票面值的0.35%固定收取。我們的保理安排由以下擔保：(i)應收款項款轉讓及所得款項抵押；及(ii)張運裕先生提供的個人擔保，該擔保將於**[編纂]**時悉數解除並由本公司作出的公司擔保代替。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，貿易應收款項中分別約13.8百萬港元、20.9百萬港元、25.8百萬港元及26.2百萬港元的金額與保理安排有關。

下表載列我們於往績記錄期的貿易應收款項週轉天數：

	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
貿易應收款項週轉天數	87	77	104	125

附註： 貿易應收款項週轉天數按年初及年末貿易應收款項結餘的平均值除以相關年度／期間的收益，再乘以相關年度／期間天數(即一個財政年度／期間為365天／182天)計算得出。

貿易應收款項週轉天數由2023財政年度約87天減少至2024財政年度約77天，然後增加至2025財政年度約104天，並於2026年六個月進一步增加至125天，整體上與給予客戶的信貸期一致。

下表載列我們於所示日期根據發票日期對貿易應收款項(扣除虧損撥備)作出的賬齡分析：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
30天內	9,914	13,488	19,925	7,729
31至60天	4,243	5,297	5,775	10,083
61至90天	131	12,564	16,475	11,425
90天以上	119	201	366	76
總計	14,407	31,550	42,541	29,313

於最後實際可行日期，我們於2025年9月30日的未償還貿易應收款項中約29.3百萬港元或100%已結清。

其他應收款項

其他應收款項主要包括(i)為採購產品而已付供應商的按金，其信貸條款通常為交付前付款或支付50%按金，並於交付前結清餘款；(ii)租賃按金及其他按金；(iii)預付**[編纂]**開支；(iv)應收最終控股方及最終控股公司款項；及(v)其他預付開支，主要包括廣告及促銷開支、僱員保險及主要管理層保險合約的預付款項。下表載列我們於所示日期的其他應收款項明細：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
已付供應商按金	4,287	1,114	2,379	3,290
租賃及按金	304	546	546	1,076
預付**[編纂]**開支	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
其他預付開支	755	664	1,312	1,881
應收最終控股方款項	–	11,066	60	16,811
應收最終控股公司款項	–	–	12	19
總計	5,346	13,390	4,848	23,786

其他應收款項由2023年3月31日約5.3百萬港元增加約150.5%至2024年3月31日約13.4百萬港元，主要由於應收最終控股方(即張運裕先生)款項增加所致。於2023年、2024年及2025年3月31日，我們應收最終控股方款項(非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還)分別為零、約11.1百萬港元及60,000港元。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，應收最終控股公司(即Alway Success)款項分別為零、零、約12,000港元及19,000港元，該等款項為非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還。應收最終控股方及最終控股公司的款項將於**[編纂]**前悉數結清。

其他應收款項由2024年3月31日約13.4百萬港元減少約63.8%至2025年3月31日約4.8百萬港元，主要由於應收最終控股方(即張運裕先生)款項減少約11.0百萬港元，乃由於於2025財政年度向張運裕先生宣派股息約37.1百萬港元。

其他應收款項由2025年3月31日約4.8百萬港元增加約390.6%至2025年9月30日約23.8百萬港元，主要由於應收最終控股方(即張運裕先生)款項增加所致。於2025年9月30日，應收最終控股方款項(非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還)為16.8百萬港元。該結餘將於**[編纂]**前悉數結清。

下表載列於往績記錄期我們應付／應收最終控股方款項的變動：

	應收／(應付)最終控股方 *千港元*
於2022年3月31日	**(24,902)**
變動：	
代表本集團支付的開支	(1,479)
股息宣派	(14,388)
提取資金	17,402
計息借款所得款項	12,000
償還計息借款	(2,681)
於2023年3月31日	**(14,048)**
變動：	
代表本集團支付的開支	(1,455)
股息宣派	(10,168)
提取資金	41,230
償還計息借款	(4,493)
於2024年3月31日	**11,066**
變動：	
代表本集團支付的開支	–
股息宣派	(37,110)
提取資金	32,254
償還計息借款	(6,150)
於2025年3月31日	**60**
變動：	

	應收／(應付)最終控股方 *千港元*
提取資金	16,751
於2025年9月30日	**16,811**

根據張運裕先生於2021年11月收購正品香港的買賣協議，正品香港於2021年10月31日的現金及貿易應收款項於收款後轉回給劉先生。因此，正品香港當時並無足夠的營運資金，而張運裕先生為本集團的業務運營提供非貿易預付款，導致於2022年3月31日大額應付最終控股方款項約24.9百萬港元。於往績記錄期，我們與最終控股方的結餘變動指(i)張運裕先生代表本集團支付的經營開支；(ii)向張運裕先生或最終控股公司宣派的股息；(iii)張運裕先生從本集團提取資金供其個人使用；及(iv)張運裕先生代表本集團收取及償還的計息借款12.0百萬港元，有關詳情載於本節「負債－計息借款」分節。

貿易及其他應付款項

下表載列於所示日期貿易及其他應付款項的明細：

	於3月31日			於2025年
	2023年	**2024年**	**2025年**	**9月30日**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
貿易應付款項	498	4,554	3,091	4,162
其他應付款項	19,405	6,886	6,425	11,324
總計	19,903	11,440	9,516	15,486

貿易應付款項

貿易應付款項主要為採購成本、包裝物料成本及已付供應商的付運服務費以及將與銷售推廣服務客戶結算的銷售款項。結算通常按照最高信貸期90天進行。

貿易應付款項由2023年3月31日約498,000港元增加814.5%至2024年3月31日約4.6百萬港元，主要由於臨近年結日就擴充業務向若干供應商的採購增加。貿易應付款項由2024年3月31日約4.6百萬港元減少約32.1%至2025年3月31日約3.1百萬港元，主要由於年結日前向供應商結算若干貿易應付款項。貿易應付款項由2025年3月31日約3.1百萬港元增加約35.1%至2025年9月30日的4.2百萬港元，主要由於臨近期末日期來自供應商的採購增加。

下表載列我們於往績記錄期的貿易應付款項週轉天數：

	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
貿易應付款項週轉天數	13	39	43	54

附註： 貿易應付款項週轉天數使用年初及年末貿易應付款項結餘的平均值除以相關年度的銷貨成本，再乘以相關年度天數(即一個財政年度／期間為365天或182天)計算得出。

貿易應付款項週轉天數由2023財政年度約13天增加至2024財政年度約39天，並進一步增加至2025財政年度的43天，並增加至2026六個月的54天，整體上與供應商提供的信貸期一致。

下表載列我們於所示日期基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
30天內	439	4,554	2,259	3,742
31至60天	–	–	686	38
61至90天	59	–	146	382
總計	498	4,554	3,091	4,162

於最後實際可行日期，我們於2025年9月30日的未償還貿易應付款項中約3.4百萬港元或81.6%已結清。

其他應付款項

其他應付款項主要包括(i)應付最終控股方及一間聯營公司款項(無抵押、免息且須按要求償還)；(ii)應計僱員福利；(iii)其他應計款項及其他應付款項；及(iv)應計**[編纂]**開支。

下表載列我們於所示日期的其他應付款項明細：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
應計僱員福利	2,011	4,306	5,119	5,453
應計**[編纂]**開支	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
其他應計款項及其他應付款項	644	1,359	1,110	1,715
銷售回扣撥備	254	84	91	263
長期服務金撥備	93	61	81	372
應付最終控股方款項	14,048	–	–	–
應付一間聯營公司款項	2,355	1,076	24	24
總計	19,405	6,886	6,425	11,324

其他應付款項由2023年3月31日約19.4百萬港元減少約64.5%至2024年3月31日約6.9百萬港元，主要由於2024財政年度結算應付最終控股方(即張運裕先生)款項。其他應付款項由2024年3月31日約6.9百萬港元減少6.7%至2025年3月31日約6.4百萬港元，主要由於應付一間聯營公司款項因2025財政年度我們減少向該聯營公司提供銷售推廣服務而減少，該減幅部分被員工人數增加導致應計員工福利增加所抵銷。其他應付款項由2025年3月31日約6.4百萬港元增加約76.2%至2025年9月30日約11.3百萬港元，主要由於期內應計**[編纂]**開支增加。

於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，我們應付一間聯營公司款項分別約為2.4百萬港元、1.1百萬港元、24,000港元及24,000港元。於往績記錄期，我們向本公司的聯營公司SST Healthy提供銷售推廣服務，本公司間接持有其全部已發行股本40%。我們協助SST Healthy透過我們的分銷渠道(包括牛奶公司)銷售及分銷其產品，並根據銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得銷售額收取佣金。分銷渠道須就交付予彼等的產品向本集團付款，而本集團有權保留該等付款以扣除相關佣金。產品經分銷渠道出售後，我們將(i)向SST Healthy提供銷售報告；及(ii)在扣除相關佣金後，自SST Healthy開具發票日期起計兩個月內向其付款。於往績記錄期的結餘減少乃主要由於我們向SST Healthy提供的銷售推廣服務減少。

非流動資產

	於3月31日			於2025年
	2023年	**2024年**	**2025年**	**9月30日**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
非流動資產				
物業、廠房及設備	536	544	374	315
使用權資產	1,813	5,551	3,177	3,179
無形資產	23,453	23,453	23,453	23,453
商譽	2,382	2,382	2,382	2,382
按公平值計入損益的金融資產	2,330	2,433	2,515	2,550
遞延稅項資產	99	214	297	264
非流動資產總值	30,613	34,577	32,198	32,143

使用權資產

使用權資產主要指租賃辦公室物業及倉庫。由於我們分別於2023年7月及2024年3月租賃兩個新倉庫，使用權資產由2023年3月31日約1.8百萬港元增加約206.2%至2024年3月31日約5.6百萬港元。使用權資產由2024年3月31日的5.6百萬港元減少約42.8%至2025年3月31日的約3.2百萬港元，原因為於2025財政年度折舊約2.4百萬港元。使用權資產維持相對穩定，於2025年9月30日約為3.2百萬港元。

無形資產及商譽

於2021年11月19日，張運裕先生透過竣輝向劉先生收購10,000股正品香港的普通股，即正品香港全部已發行股本，代價為24.8百萬港元。

無形資產主要為正品香港的分銷網絡(「**分銷網絡**」)，於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，其價值維持不變，為約23.5百萬港元。為評估分銷網絡的價值，我們委聘一名獨立專業估值師，採用收入法項下的多期超額盈餘法，並參考正品香港五年期間來自牛奶公司的收益及對該期間之後的現金流量推斷而進行估值。於收購日期，正品香港與牛奶公司已建立完善的分銷網絡，該網絡通過優質產品交付的往績記錄而得以締造。分銷網絡使本集團能夠擁有用作產品分銷的穩定來源，並為業務增長及發展奠定堅實基礎。與開發及銷售(包括營銷、銷售及分銷)保健及美容補充品與產品有關的分銷網絡(「**現金產生單位**」)以成本減去任何減值虧損(如有)列示。管理層認為，由於與牛奶公司的合作並無可預見的限制，且預期該資產將無限期為本集團產生現金流量，故分銷網絡具有無限可使用年期。

商譽主要指張運裕先生已付代價超逾正品香港於2021年11月19日的資產淨值公平值的部分，而於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日維持不變，為約2.4百萬港元。

於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，分銷網絡及商譽進行減值測試。年度減值測試使用的關鍵假設如下：

	2023年	**2024年**	**2025年**	**2026年六個月**
平均增長率	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
預算平均毛利率	81.0%	79.0%	78.0%	76.6%
長期增長率	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
貼現率(除税前)	17.8%	16.5%	14.1%	12.9%

本集團管理層根據過往表現及市場發展預期釐定增長率及預算毛利率。所採用的貼現率為税前利率，並反映與現金產生單位相關的特定風險。於往績記錄期，由於本集團管理層評估分銷網絡及商譽於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日的可收回金額分別高於其各自賬面值，故分銷網絡及商譽均未出現減值。

本集團管理層認為，任何該等假設的任何合理可能變化不會導致現金產生單位於報告期末的賬面總值超過其可收回金額總額。

按公平值計入損益的金融資產

按公平值計入損益的金融資產指主要管理層保險合約，於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日的公平值保持穩定，分別為約2.3百萬港元、2.4百萬港元、2.5百萬港元及2.6百萬港元，已質押作為我們於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日分別約2.0百萬港元、1.7百萬港元、1.5百萬港元及1.3百萬港元的銀行借款之抵押品。

主要管理層保險合約的公平值乃經參考往績記錄期各年末各保險合約各自退保的現金價值釐定，主要根據相關投資組合的表現以及每年約2%的最低保證回報釐定，並以美元計值。

流動資金及資本資源

於整個往績記錄期，我們主要透過經營活動產生的現金流量及借款來滿足營運資金需求。我們的經營活動現金流量主要來自保健及美容補充品與產品的銷售。於往績記錄期，我們主要就購買物業、廠房及設備以及按公平值計入損益的金融資產產生資本支出。我們不時監察營運資金狀況，以確保我們擁有充足的現金資源，以滿足日常營運及資本支出需求。

下表載列我們於往績記錄期的合併現金流量表概要：

	2023 財政年度 *千港元*	2024 財政年度 *千港元*	2025 財政年度 *千港元*	2025年 六個月 *千港元* *(未經審核)*	2026年 六個月 *千港元*
經營活動所得現金淨額	7,160	30,305	38,281	12,891	3,758
投資活動所用現金淨額	(2,804)	(272)	(149)	(150)	(53)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(5,090)	(29,473)	(37,990)	(13,108)	9,235
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(734)	560	142	(367)	12,940
年／期初的現金及現金等價物	842	108	668	668	810
年／期末的現金及現金等價物	108	668	810	301	13,750

經營活動所得現金淨額

經營活動所得現金主要包括除税前溢利，經(其中包括)(i)非現金及非經營項目(如折舊及財務成本)；及(ii)營運資金變動作出調整。

就2023財政年度而言，我們經營活動所得現金淨額約7.2百萬港元，即我們的除税前溢利約為13.2百萬港元，經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊約0.8百萬港元及財務成本約1.1百萬港元；及(ii)營運資本變動，主要包括貿易及其他應收款項增加約10.8百萬港元，部分被貿易及其他應付款項增加約4.7百萬港元所抵銷。

就2024財政年度而言，我們經營活動所得現金淨額為約30.3百萬港元，即我們的除税前溢利約為43.0百萬港元，經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊約1.5百萬港元及財務成本約2.5百萬港元；及(ii)營運資本變動，主要包括存貨增加約5.8百萬港元、貿易及其他應收款項增加約14.3百萬港元，部分被貿易及其他應付款項增加約5.6百萬港元所抵銷。

就2025財政年度而言，我們經營活動所得現金淨額約38.3百萬港元，即我們的除税前溢利約為43.5百萬港元，經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使

用權資產折舊約2.4百萬港元及財務成本約2.4百萬港元；及(ii)營運資本變動，主要包括存貨減少約4.2百萬港元，部分被貿易及其他應收款項增加約13.6百萬港元所抵銷。

就2026年六個月而言，我們經營活動所得現金淨額約3.8百萬港元，即我們的除稅前溢利約為2.9百萬港元，經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊約1.3百萬港元及財務成本約0.9百萬港元，部分被貿易應收款項預期信貸虧損的虧損撥備撥回0.3百萬港元所抵銷；(ii)營運資本變動，主要包括(a)存貨增加約5.1百萬港元及(b)已付所得稅增加約13.4百萬港元，部分被(a)貿易及其他應收款項減少約11.4百萬港元；及(b)貿易及其他應付款項增加約6.0百萬港元所抵銷。

投資活動所用現金淨額

投資活動所用現金主要包括購買物業、廠房及設備以及購買按公平值計入損益的金融資產。投資活動產生的現金主要指銀行利息收入。

於往績記錄期，投資活動所用現金淨額分別約2.8百萬港元、272,000港元及149,000港元。

就2023財政年度而言，投資活動所用現金淨額主要包括購買按公平值計入損益的金融資產約2.3百萬港元及購買物業、廠房及設備約0.5百萬港元。

就2024財政年度而言，投資活動所用現金淨額主要包括購買物業、廠房及設備約0.3百萬港元。

就2025財政年度而言，投資活動所用現金淨額主要包括購買物業、廠房及設備約0.2百萬港元。

就2026年六個月而言，投資活動所用現金淨額主要包括購買物業、廠房及設備約54,000港元。

融資活動所用或所得現金淨額

融資活動所用現金主要包括償還計息借款、償還租賃負債、向最終控股方(即張運裕先生)墊款及已付利息。融資活動所得現金主要包括計息借款及發行股份所得款項。

就2023財政年度而言，融資活動所用現金淨額約5.1百萬港元，主要由於(i)償還計息借款約16.1百萬港元；(ii)向最終控股方墊款約15.4百萬港元；(iii)償還租賃負債0.8百萬港元；及(iv)已付利息約1.1百萬港元，部分被計息借款所得款項約28.3百萬港元所抵銷。

就2024財政年度而言，融資活動所用現金淨額約29.5百萬港元，主要由於(i)償還計息借款約80.3百萬港元；(ii)向最終控股方墊款約39.1百萬港元；(iii)已付利息約2.5百萬港元；及(iv)償還租賃負債1.4百萬港元，部分被計息借款所得款項約93.9百萬港元所抵銷。

就2025財政年度而言，融資活動所用現金淨額約38.0百萬港元，主要指(i)償還計息借款約91.0百萬港元；(ii)向最終控股方墊款約33.2百萬港元；(iii)已付利息2.4百萬港元；及(iv)償還租賃負債2.3百萬港元，部分被計息借款所得款項約90.7百萬港元所抵銷。

就2026年六個月而言，融資活動所得現金淨額約9.2百萬港元，主要指(i)償還計息借款約48.1百萬港元；(ii)向最終控股方墊款約16.8百萬港元；(iii)已付利息約0.9百萬港元；及(iv)償還租賃負債約1.3百萬港元，部分被(i)計息借款所得款項約50.9百萬港元；及(ii)發行股份所得款項25.4百萬港元所抵銷。

債務

於往績記錄期，債務主要包括租賃負債、計息借款及應付最終控股方款項。下表載列我們於所示日期的債務明細：

	於3月31日			於2025年	於2026年
	2023年	**2024年**	**2025年**	**9月30日**	**1月31日**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
					(未經審核)
租賃負債	1,850	5,722	3,419	3,413	3,041
計息借款	28,073	37,818	31,489	34,297	40,153
應付最終控股方款項	14,048	–	–	–	–
總計	43,971	43,540	34,908	37,710	43,194

於2026年1月，我們獲得及提取一筆7.3百萬港元的新融資。該貸款按香港銀行同業拆息加2%的利率計息，為期一年，並由控股股東提供的個人擔保及主要管理層保險合約作抵押。董事確認，控股股東提供的個人擔保將於**[編纂]**前全數解除，並於**[編纂]**後將以本集團提供的公司擔保取代。除上文所述者外，董事確認，自2026年1月31日起及直至本文件日期，我們的債務並無任何重大變動。於最後實際可行日期，除本文件所披露者外，我們的債務中並無可能嚴重限制我們取得未來融資能力的重大限制性契諾，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的債務亦無任何重大違約情況。除本文件所披露者外，於2026年1月31日(即釐定債務的最後實際可行日期)，我們概無任何已發行及尚未償還、或已獲授權或以其他方式設立但尚未發行的債務證券、定期貸款、其他借款或屬借款性質的債務(包括銀行透支)、承兑負債(一般貿易票據除外)、承兑信貸、租購承擔、按揭及押記、債權證、融資租賃責任或重大或然負債或未償還擔保。

租賃負債

租賃負債主要指我們營運所需的辦公室物業及倉庫，並以尚未支付的租賃付款現值計量。於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，租賃負債分別為約1.9百萬港元、5.7百萬港元、3.4百萬港元、3.4百萬港元及3.0百萬港元。於2024年3月31日的結餘增加主要歸因於我們分別於2023年7月及2024年3月租賃兩個新倉庫。下表載列我們於所示日期的租賃負債現值：

	於3月31日			於2025年	於2026年
	2023年	**2024年**	**2025年**	**9月30日**	**1月31日**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
					(未經審核)
流動	808	2,303	2,253	2,413	2,618
非流動	1,042	3,419	1,166	1,000	423
總計	1,850	5,722	3,419	3,413	3,041

應付最終控股方款項

於2023年3月31日，我們應付最終控股方款項約為14.0百萬港元，該款項已於2024財政年度悉數結清。有關款項指自2021年11月收購正品香港以來，張運裕先生就業務營運而向本集團提供的非貿易墊款。

計息借款

於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，我們的計息借款分別約為28.1百萬港元、37.8百萬港元、31.5百萬港元、31.6百萬港元、34.3百萬港元及40.2百萬港元。

於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，我們的計息借款的實際利率分別介乎2.95%至5.25%、3.55%至6.65%、3.44%至6.24%、2.89%至5.42%及2.96%至5.10%。

於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，計息借款由以下各項作抵押：(i)張運裕先生提供的個人擔保；(ii)地方政府提供的擔保；(iii)本集團一間附屬公司提供的公司擔保；(iv)於2023年、2024年、2025年3月31日及2025年9月30日，與保理安排有關的貿易應收款項分別約有13.8百萬港元、20.9百萬港元、25.8百萬港元及26.2百萬港元；及／或(v)公平值分別約2.3百萬港元、2.4百萬港元、2.5百萬港元及2.6百萬港元的主要管理層保險合約。董事確認，張運裕先生提供的個人擔保將於**[編纂]**後悉數解除並由本公司提供之公司擔保取代。有關詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」。

於2022年8月8日，竣輝與一名持牌放債人(「**貸款人**」)(修身堂控股有限公司的附屬公司)訂立貸款協議，據此貸款人同意向竣輝提供一筆金額為12.0百萬港元的貸款(「**修身堂貸款**」)，期限為36個月，年利率為8%。於往績記錄期，修身堂貸款並不構成我們的關聯方交易。於往績記錄期，我們與修身堂貸款有關的財務成本約為567,000港元、632,000港元、125,000港元及零。修身堂貸款於2024年6月30日悉數償還。

於往績記錄期，與其他銀行借款的實際利率2.95%至6.65%相比，利率較高，為8%，主要由於(i)其他銀行借款主要包括根據香港按揭證券有限公司推出的中小企融資擔保計劃獲得的貸款，該計劃由香港按證保險有限公司提供全額擔保，因此利率較低；且(ii)持牌放債人通常收取比銀行更高的利率，因為放債人提供快速及簡單的貸款審批程序。修身堂貸款屬經營開支。由於竣輝並未開設銀行賬戶，故修身堂貸款由張運裕先生收取並償還。鑒於竣輝於重組前由張運裕先生完全控制，且為正品香港的唯一股東，已就修身堂貸款質押正品香港。

於2026年1月31日，我們的計息借款中約2.7百萬港元與銀行批出的貸款融資有關，並由當地政府根據香港按揭證券有限公司管理的中小企融資擔保計劃的100%個人

擔保計劃提供擔保。董事確認，該部分計息借款將於**[編纂]**前全數償還，以解除當地政府提供的擔保。

銀行融資須履行契諾，這在與金融機構的貸款安排中較為常見。於往績記錄期，我們對本集團施加的銀行融資契諾包括(i)始終保持最低經調整有形淨值10.0百萬港元乃按有形淨值計算，並就借出及借入集團公司、董事及股東之間的貸款進行調整，惟不包括貿易相關應付款項及物業價值；(ii)未經銀行同意，董事薪酬不得超過5.0百萬港元；(iii)未經銀行事先書面同意，不向股東宣派或派付任何股息或其他分派；(iv)透過銀行渠道維持至少90%的經營賬戶。倘本集團違反該等契諾，已提取融資將須按要求償還。於往績記錄期，正品香港違反有關用於日常營運的銀行借款的契諾(「**違規事項**」)，賬面值分別約為10.2百萬港元、21.8百萬港元、22.7百萬港元及27.5百萬港元，以維持最低經調整有形淨值及在未獲得銀行事先書面同意(「**契諾**」)的情況下向其股東宣派股息。由於在往績記錄期派發股息，正品香港未能維持最低經調整有形淨值10.0百萬港元。違規事項乃由於疏忽造成，我們並非有意實施違規事項。

本集團已就違規事項與銀行溝通。於2025年7月23日，銀行確認(i)銀行不會就違規事項採取進一步行動；及(ii)銀行同意就契諾給予一次性豁免，並同意本集團須於2026年2月16日或之前糾正有關違規。於最後實際可行日期，銀行已確認，違反契諾不會立即引發銀行的還款要求。基於銀行的確認，董事認為，違規事項不會引發銀行即時要求還款，亦不會對本集團的營運及財務表現以及信貸記錄造成重大不利影響。

此外，銀行已同意於**[編纂]**後，將撤銷以下相關契諾：(i)董事酬金不得超過5.0百萬港元(須經銀行同意)；(ii)未經銀行事先書面同意，不得向股東宣派或支付任何股息或其他分派；及(iii)須維持10.0百萬港元最低經調整有形淨值。然而，本集團於**[編纂]**後將維持最低經調整有形淨值66.0百萬港元。除上述者外，**[編纂]**後與銀行融資相關的股息分派將不存在其他限制。

鑑於違規事項，本集團已實施加強的內部監控政策，以防止類似事件再次發生及持續遵守相關限制性銀行貸款契諾。財務部將執行持續監察程序，積極監察本集團的銀行借款的貸款契諾合規情況。財務部將根據銀行貸款協議中訂明的財務契諾項下的規定進行計算。該等計算隨后須經財務總監或行政總裁進一步審閱及批准。通過此監察程序，董事相信，本集團能夠確保持續遵守銀行貸款協議所概述的財務契諾。因此，本集團相信，該等內部監控政策可以幫助本集團隨時履行貸款的財務契諾要求。

除違規事項外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無違反銀行借款項下的任何其他契諾。

有關違反契諾的進一步詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務營運有關的風險－如未遵守我們債務中的任何限制性契諾，可能會對我們的現金流量及流動資金造成不利影響」。

鑑於(i)本集團於往績記錄期在支付銀行借款、貿易及非貿易應付款項方面並無任何重大違約；(ii)長期以來本集團與銀行建立牢固的關係；及(iii)本集團積極尋求資金

來源的多元化，降低對單一貸款人的依賴，董事認為本集團有能力就其營運獲取充足的銀行借款，且預期取得足夠的資金以滿足其資金所需並無困難。

或然負債

於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，我們並無任何重大或然負債。

主要財務比率

下表載列我們於所示日期／年度／期間的主要財務比率：

	截至3月31日止年度／於3月31日			截至2025年9月30日止六個月／於2025年9月30日
	2023年	2024年	2025年	
毛利率[(1)]	81.6%	78.6%	75.0%	76.6%
純利率[(2)]	26.2%	32.4%	27.8%	1.8%
權益回報[(3)]	不適用[(7)]	150.6%	158.3%	1.9%
總資產回報[(4)]	21.5%	40.2%	43.1%	0.9%
流動比率[(5)]	0.4	0.9	0.9	1.4
資產負債比率[(6)]	不適用[(7)]	160.5%	137.5%	69.6%

附註：

(1) 毛利率的計算方法為將毛利除以有關年度／期間的收益再乘以100%。

(2) 純利率的計算方法為將純利除以有關年度／期間的收益再乘以100%。

(3) 權益回報的計算方法為將純利除以有關年度／期間的年末／期末總權益結餘再乘以100%。

(4) 總資產回報計算方法為將純利除以有關年度／期間的年末／期末總資產結餘再乘以100%。

(5) 流動比率的計算方法為將有關年末／期末的流動資產除以流動負債。

(6) 資產負債比率的計算方法為將總計息借款之和除以有關年末／期末的總權益再乘以100%。

(7) 於2023年3月31日，我們錄得負債淨額。因此，權益回報及資產負債比率並不適用於2023財政年度。

毛利率

於往績記錄期，毛利率分別約為81.6%、78.6%、75.0%及76.6%。有關詳情，請參閱本節「合併損益及其他全面收益表的選定項目說明－毛利及毛利率」。

純利率

純利率由2023財政年度的約26.2%上升至2024財政年度的約32.4%，主要由於銷售及分銷開支以及行政及其他經營開支佔總收益的比例由2023財政年度的約50.4%下降至2024財政年度的約37.2%所致。純利率於2025財政年度下降至約27.8%，主要由於毛利率由2024財政年度的約78.6%下降至2025財政年度的約75.0%所致。純利率下降至2026年六個月的約1.8%，主要由於期內所產生**[編纂]**開支的影響所致。

權益回報

權益回報並不適用於2023財政年度，原因為我們於2023年3月31日錄得淨負債。權益回報由2024財政年度的約150.6%增長至2025財政年度的約158.3%，主要由於純利增加以及向張運裕先生派發股息所致。權益回報減少至2026年六個月的約1.9%，主要由於(i)期內所產生**[編纂]**開支的影響；及(ii)根據認購事項發行股份令權益基礎增長所致。

總資產回報

總資產回報由2023財政年度的約21.5%增長至2024財政年度的約40.2%，並進一步增長至2025財政年度的約43.1%，主要由於純利率上升所致。總資產回報下降至2026年六個月的約0.9%，主要由於(i)根據認購事項發行股份所得款項令銀行結餘增加以及貿易及其他應收款項增加；及(ii)期內純利減少所致。

流動比率

流動比率由2023年3月31日的約0.4倍增加至2024年3月31日的約0.9倍，主要由於貿易應收款項隨著業務擴張而增加所致。與2024年3月31日相比，於2025年3月31日，流動比率保持穩定，約為0.9倍。流動比率增加至2025年9月30日的約1.4倍，主要由於根據認購事項發行股份所得款項令銀行結餘增加以及貿易及其他應收款項增加所致。

資產負債比率

資產負債比率並不適用於2023年3月31日，原因為我們於2023年3月31日錄得淨負債，主要由於2023財政年度向張運裕先生宣派股息約14.4百萬港元。資產負債比率由2024年3月31日的約160.5%下降至2025年3月31日的約137.5%，主要由於計息借款減少所致。於2024年及2025年3月31日，我們錄得高資產負債比率主要由於截至相同日期權益基礎相對較小，原因為我們於2024財政年度及2025財政年度分別宣派股息約10.2百萬港元及37.1百萬港元。於2025年9月30日，資產負債比率下降至約69.6%,，主要由於根據認購事項發行股份令權益基礎增長所致。

營運資金

經計及我們可獲得的財務資源，包括可用現金及現金等價物、銀行融資、經營所得現金流量、應收最終控股方款項及**[編纂]**估計**[編纂]**淨額，董事認為，本集團擁有充足的營運資金以應付自本文件日期起計未來至少12個月的現時需求。

資本開支

於往績記錄期，我們的資本開支主要包括購買物業、廠房及設備的開支，於往績記錄期分別約為516,000港元、276,000港元、150,000港元及54,000港元。我們主要透過內部資源撥付我們的資本開支。

隨著我們業務的持續增長，我們預計未來資本開支將會增加，且當我們實施與向台灣市場擴張及在香港開設自營門市有關的業務計劃時，我們預計會就購買物業、廠房及設備產生資本開支。我們預期日後的資本開支將透過內部資源、銀行借款及**[編纂]**估計**[編纂]**淨額撥付。

於最後實際可行日期，我們並無任何重大資本承擔。

關聯方交易

我們不時與關聯方進行交易。董事認為，本文件附錄一會計師報告附註26所載的各項關聯方交易，乃按公平基準、以相關訂約方之間的正常商業條款進行。董事亦認為，我們於往績記錄期的關聯方交易不會扭曲往績記錄業績，亦不會使我們的過往業績無法反映未來表現。

資產負債表外承擔及安排

於最後實際可行日期，我們並無任何未結清的資產負債表外承擔及安排。

股息

未來宣派或派付任何股息的決定以及任何股息的金額將取決於(其中包括)我們的經營業績、現金流量、財務狀況、我們的章程細則、法定及監管限制及可能視為相關的其他因素。概不保證各年度或於任何年度將會宣派或派付相關金額或任何金額的股息。未來任何股息的宣派、派付以及金額均受我們的章程文件(包括章程大綱及細則)限制，以及(如需要)股東批准。**[編纂]**謹請注意，過往分派的股息並不代表我們日後的股息分派政策。截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度，我們向張運裕先生宣派股息約14.4百萬港元、10.2百萬港元及37.1百萬港元，以抵銷與最終控股方的往來賬。

我們已採納宣派及派付股息的股息政策，惟並無預定股息派付率。派付股息建議由董事會酌情決定，而在**[編纂]**後，年度末期股息的任何宣派須獲得股東批准。未來股息的宣派及派付將取決於多項因素，包括但不限於我們的財務業績、流動資金狀況及現金流量狀況、業務狀況及策略、未來前景以及當前的經濟環境。任何股息的宣派及派付以及股息的金額將受我們的章程文件及所有適用法律及法規所規限。

可供分派儲備

本公司於2025年2月18日在開曼群島註冊成立為投資控股公司，且於2025年9月30日可供分派予股東的儲備為15.5百萬港元。

[編纂]開支

[編纂]開支包括專業費用、**[編纂]**佣金及就**[編纂]**產生的其他費用。我們估計**[編纂]**開支將約為**[編纂]**港元(基於**[編纂]**中位數**[編纂]**-**[編纂]**港元)，佔**[編纂]**-**[編纂]**總額約**[編纂]**。有關**[編纂]**開支主要包括(i)**[編纂]**相關開支(包括但不限於佣金及費用)約**[編纂]**港元；及(ii)非**[編纂]**相關開支約**[編纂]**港元，包括(a)法律顧問及會計師費用及開支約**[編纂]**港元，及(b)其他費用及開支約**[編纂]**港元。

於往績記錄期，我們於2025財政年度及2026年六個月分別產生**[編纂]**開支約**[編纂]**港元及**[編纂]**港元。餘下**[編纂]**開支結餘約**[編纂]**港元，預計將於(i)截至2026年及2027年3月31日止年度的合併損益及其他全面收益表中確認為開支**[編纂]**港元；及(ii)預計於**[編纂]**後直接確認為權益扣減**[編纂]**港元。上述**[編纂]**開支為最新的實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與此估計不同。

財務及資本風險管理

我們於進行業務期間會面臨各種市場風險(包括價格風險、利率風險及外匯風險)、信貸風險及流動性風險。我們可能面臨的風險之詳情載於本文件附錄一會計師報告附註28。

未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值

有關我們的未經審核**[編纂]**經調整合併有形資產淨值之進一步詳情，請參閱本文件附錄二「未經審核**[編纂]**財務資料」。

無重大不利變動

董事已確認，經進行董事認為屬適合的盡職審查後，自2025年9月30日起及直至本文件日期，(i)本集團的經營或財務狀況或前景並無出現重大不利變動；及(ii)概無發生將以對本文件附錄一所載會計師報告內資料造成重大不利影響的事件。

上市規則規定的披露

董事已確認，於最後實際可行日期，概無出現任何情況會導致上市規則第13.13至13.19條規定的的披露要求。

未來計劃

有關業務策略及未來計劃的詳細討論，請參閱本文件「業務－我們的策略」。

[編纂]用途

假設**[編纂]**為每**[編纂]**[**編纂**]港元(即指示性**[編纂]**每**[編纂]**[**編纂**]港元至**[編纂]**港元的中位數)，經扣除我們就**[編纂]**已付及應付的**[編纂]**佣金及其他估計開支後，我們將自**[編纂]**收取的**[編纂]**淨額估計約**[編纂]**港元。我們目前擬將該等**[編纂]**淨額按下述金額用於以下擬定用途：

- 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於拓展業務至台灣市場。考慮到台灣保健及美容補充品與產品市場的預期增長，且台灣保健及美容補充品與產品的分銷情況與香港大致相似，我們擬採用類似的商業模式，透過與台灣本地大型保健及美容連鎖零售商合作，將我們的業務發展及擴展至台灣市場。有關更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的策略－拓展至台灣市場」。我們計劃將**[編纂]**用於在台灣建立和發展分銷業務的主要成本，其中包括：

  (i) 約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於在台灣設立本地辦公室及倉庫，其中包括辦公室及倉庫的租金以及若干僱員(包括品牌經理及分銷客戶經理)的薪金，用作業務營運。我們預計該辦公室將於2026年6月前後成立，並將同時產生相關成本。我們計劃動用**[編纂]**淨額支付該經營開支，直至2029年2月。因此，我們預計於截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度，該等成本將分別為約**[編纂]**港元、**[編纂]**港元及**[編纂]**港元。

  為協助擴展台灣市場，我們擬聘請一名經驗豐富的本地品牌經理，負責(其中包括)制定及執行品牌策略、管理跨渠道且經本地化調整的營銷活動、協調產品發佈並確保合規、與跨部門團隊及外部各方合作，旨在於台灣有效建立佔有率及提升品牌認受性。品牌經理所需的技能、經驗及資格包括(其中包括)最好具備曾任品牌經理或助理品牌經理職位之經驗，並擁有十年或以上於台灣從事營銷、品牌建立及促銷活動之相關經驗。

  此外，我們擬聘請一名經營豐富的本地分銷客戶經理，負責(其中包括)發展及維護分銷商關係，針對特定分銷商的需求和市場狀況制定並實施銷售策略，監控及分析分銷商的庫存、銷售和績效指標，收集和報告市場趨勢、競爭格局和客戶回饋，旨在與分銷商維持穩定關係，確保產品供應符合市場需求。分銷客戶經理所需的技能、經驗及資格包括(其中包括)十年或以上客戶管理、銷售或分銷管理經驗及擁有在台灣成功管理分銷商關係及達成銷售目標的實績。

  (ii) 約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額約**[編纂]**)將用於採購業務存貨的主要成本。初期我們計劃向台灣分銷業務推出「炎痛消」品牌旗下的七款產品及現有六款招牌產品，即「生長鈣」、「鹿筋骨痛丸」、「鱷肺補」、「血暢通」、「目

再生」及「維再生」品牌旗下的腸道益生菌。根據現有的採購成本及參考該等產品在香港的表現而估計的銷量，我們預期截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度，我們將分別分配約**[編纂]**港元、**[編纂]**港元及**[編纂]**港元用於產品採購成本；及

(iii) 約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額**[編纂]**)將用作在台灣市場營銷產品的營銷開支。我們計劃在產品推出後(預計在2026年8月前後)主要透過在社交媒體平台上投放線上廣告及與當地KOL互動推廣及宣傳我們的產品。因此，我們預計截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度，我們將分別分配約**[編纂]**港元、**[編纂]**港元及**[編纂]**港元用於我們產品的營銷及推廣。

- 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於在香港進行策略性營銷及促銷活動，進一步提升品牌知名度及推廣自有品牌旗下的招牌產品，其中包括「鹿筋骨痛丸」、「鱷肺補」、「血暢通」及「目再生」，當中：

  (i) 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於在Facebook、YouTube及小紅書等社交媒體平台上投放廣告及推廣，以迎合不同平台受眾的喜好。我們預計，於截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度，在社交媒體平台上投放廣告及推廣的估計成本分別約為**[編纂]**港元、**[編纂]**港元及**[編纂]**港元；

  (ii) 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於聘請藝人及／或運動員擔任產品大使及KOL，以推廣我們的產品。就每款招牌產品而言，我們計劃精心挑選符合品牌形象且能吸引香港普羅大眾的藝人及／或運動員，旨在進一步提升我們產品的知名度。我們將根據產品大使及KOL在社交媒體及直播平台上的聲譽、形象和受歡迎程度、受眾群體以及與品牌形象的契合度進行甄選。我們尤其傾向於選擇與我們的消費者群體產生強烈共鳴，且擁有較多社交媒體追隨者的人士。於最後實際可行日期，我們尚未委聘任何新的藝人及／或運動員擔任產品大使及KOL。我們預計，於截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度，聘請藝人及／或運動員擔任產品大使及KOL推廣我們產品所需的估計成本分別約為**[編纂]**港元、**[編纂]**港元及**[編纂]**港元；

  (iii) 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於製作綜合資訊節目及在主要電視頻道上投放廣告，董事認為此舉可有效覆蓋香港大量不同背景的受眾，並擴大我們品牌的覆蓋面並接觸廣泛的客戶基礎。我們預計，於截至2027年及2028年3月31日止年度，製作綜合資訊節目及在主要電視頻道投放廣告的估計成本分別約為**[編纂]**港元及**[編纂]**港元；

(iv) 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於在港鐵站及巴士上投放平面廣告。為補充及提升我們聘請藝人及／或運動員擔任產品大使及KOL的廣告效果，我們計劃在港鐵站及巴士投放平面廣告，以增加曝光率並進一步提升我們品牌及產品的知名度。我們預計，於截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度，在港鐵站及巴士上投放平面廣告的估計成本分別約為**[編纂]**港元、**[編纂]**港元及**[編纂]**港元；及

(v) 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於製作原創媒體內容、營銷資料及／或贊助影片。特別是在社交媒體平台上的廣告，我們力求根據不同平台受眾的不同喜好，打造個性化的內容，從而有效地推廣我們的品牌及產品。我們預計，於截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度，製作營銷內容及資料的估計成本分別約為**[編纂]**港元、**[編纂]**港元及**[編纂]**港元。

- 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將透過分階段在香港開設自營門市以拓展我們的銷售網絡。繼2025年10月於粉嶺開設首家自營門市後，我們計劃於截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度分別再開設三家、四家及兩家自營門市。儘管我們的長期目標是建立更多自營門市，但隨後的擴張計劃將取決於我們的銷售業績及當時的市場狀況。新自營門市的面積預計約為200平方英呎至約1,000平方英呎不等。尤其是，我們打算將自營門市開設在交通便利、本地人及遊客流量高的地點，例如購物中心或交通樞紐附近的繁忙區域。

  我們擬就自營門市的主要初期開設成本、按金以及產品的初期採購成本動用**[編纂]**淨額。主要初期開設成本主要包括設計及裝修費用以及監控系統、消防系統、空調及銷售點系統的安裝成本，及按金主要包括租賃按金、水電費按金及裝修按金。本集團開設自營門市的預期時間表及成本載列如下：

  (i) 截至2027年3月31日止年度，預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於三間自營門市(預期於2026年9月、2026年12月及2027年3月前後開始營運)的初期開設成本、按金以及產品的初期採購成本；

  (ii) 於截至2028年3月31日止年度，預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於四間自營門市的初期開設成本、按金以及產品的初期採購成本(包括將在主要購物區開設的旗艦門市)，預期該等門市將分別於2027年6月、2027年9月、2027年12月及2028年3月前後開始營運；及

  (iii) 於截至2029年3月31日止年度，預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用於兩間自營門市初期開設成本、按金以及產品的初期採購成本，預期該等門市將分別於2028年6月及2028年9月前後開始營運。

下表按性質列出開設自營門市的預計開支明細：

		[編纂] **[編纂]** **淨額撥付的估計金額** *(百萬港元)*
(i)	我們自營門市的初期開設成本	**[編纂]**
	－設計及裝修成本	**[編纂]**
	－監控系統、消防系統、空調及銷售點系統的安裝成本	**[編纂]**
(ii)	租賃按金、水電費按金及裝修按金	**[編纂]**
	－租賃按金	**[編纂]**
	－水電費及裝修按金	**[編纂]**
(iii)	產品的初期採購成本	**[編纂]**
總計		**[編纂]**

- 預期約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將透過引進及開發我們現有及新產品線下的新保健及美容補充品與產品，擴展及豐富我們自有品牌的產品組合。特別是，我們正在探索與研究機構、大學或實驗室合作開發新產品。透過結合我們對最終客戶需求的深入瞭解以及該等機構的專業知識和資源，我們的目標是拓展新的產品類別，例如兒童眼部護理產品、腸胃相關產品、促進腦部健康的產品及新美容補充品。我們擬將**[編纂]**淨額用於該等產品的生產成本、營銷成本及合作成本，預期截至2027年、2028年及2029年3月31日止年度分別約為**[編纂]**港元、**[編纂]**港元及**[編纂]**港元。

- 預期餘款約**[編纂]**港元(佔**[編纂]**淨額的**[編纂]**)將用作一般營運資金。

預期分配至上述各項用途的**[編纂]**將會在**[編纂]**後四年內動用。

實施計劃

業務策略	**總金額** *(百萬港元)*	*%*	**細目** *(百萬港元)*	**擬動用的所得款項淨額概約** **截至2027年3月31日止年度** *(百萬港元)*	**截至2028年3月31日止年度** *(百萬港元)*	**截至2029年3月31日止年度** *(百萬港元)*
拓展至台灣市場	**[編纂]**	**[編纂]**				
(i) 在台灣設立當地辦事處及倉庫			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
(ii) 為業務採購存貨的主要成本			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
(iii) 在台灣營銷六款產品的營銷開支			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**

業務策略	總金額 *(百萬港元)*	%	細目 *(百萬港元)*	擬動用的[編纂]淨額概約 截至2027年3月31日止年度 *(百萬港元)*	截至2028年3月31日止年度 *(百萬港元)*	截至2029年3月31日止年度 *(百萬港元)*
在香港進行策略性營銷及推廣活動	**[編纂]**	**[編纂]**				
(i) 在社交媒體平台上投放廣告及宣傳			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
(ii) 聘請藝人及／或運動員擔任產品大使及KOL，以推廣我們的產品			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
(iii) 參與綜合資訊節目，並在主要電視頻道投放廣告			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
(iv) 在港鐵站及巴士上投放平面廣告			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
(v) 製作原創媒體內容、營銷資料及／或贊助影片			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
透過在香港分階段開設自營門市，擴大我們的銷售網絡	**[編纂]**	**[編纂]**				
(i) 我們自營門市的初期開設成本			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
(ii) 租賃按金、水電費按金及裝修按金			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
(iii) 產品的初始採購成本			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
擴大我們自有品牌的產品組合，並使其更多元化	**[編纂]**	**[編纂]**				
在現有及新的產品線下，引進及開發新的保健及美容補充品與產品			**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
一般營運資金	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
總計	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**			

基準及假設

董事所制定之實施計劃乃基於以下基準及假設：

(i) 與本集團有關的現行法律法規或其他政府政策，或香港及本集團經營或將經營業務的其他地方的政治、社會、經濟或市場狀況不會出現重大變化；

(ii) 香港及本集團營運或將營運業務的其他地區的保健及美容補充品與產品行業前景不會出現重大變化；

(iii) 我們將繼續以與於往績記錄期大致相同的方式經營我們的現有業務，我們亦將能夠在不對我們的現有業務造成重大干擾的情況下實施我們的發展計劃；

(iv) 不會發生會嚴重擾亂本集團業務或營運，或對本集團財產或設施造成重大損失、損害或破壞的自然、政治或其他災害；

(v) 我們將擁有足夠的財務資源，以符合業務目標相關期間內所規劃的資本支出及業務發展需求；

(vi) 根據董事估計，本節所述各項資金用途(包括本節「**[編纂]**用途」所述用途)所需資金將不會出現重大變動；

(vii) **[編纂]**將根據本文件「**[編纂]**的架構」所述完成；

(viii) 我們將能夠留住管理團隊的主要員工，並招募適合本公司擴張的員工；

(ix) 本集團所取得的牌照、許可證及資格(倘適用)的有效性將不變；

(x) 本集團與客戶及供應商的業務關係將不會有重大變動；

(xi) 適用於本集團活動的稅基或稅率將不會有重大變動；及

(xii) 本集團將不受本文件「風險因素」所載風險因素的重大影響。

倘**[編纂][編纂]**淨額不足以為本集團的業務策略提供資金，董事或會推遲實施該等業務策略的步伐，直到我們具備充足的內部資源。董事在釐定實施步伐時亦可能考慮其他因素，例如長期資金需要及維持本集團營運資金於健康水平的需要。

倘**[編纂]**定於指示性**[編纂]**的上限(即每**[編纂][編纂]**港元)，本集團收取的**[編纂][編纂]**淨額將會增加約**[編纂]**港元。本集團擬將額外**[編纂]**淨額按比例用於上述用途。倘**[編纂]**定於指示性**[編纂]**的下限(即每**[編纂][編纂]**港元)，本集團收取的**[編纂][編纂]**淨額將會減少約**[編纂]**港元。本集團擬按比例減少用於上述用途的**[編纂]**淨額。

倘若**[編纂]**獲悉數行使，則我們將獲得的額外**[編纂]**淨額將為(i)**[編纂]**港元(假設**[編纂]**為每**[編纂][編纂]**港元，即最高**[編纂]**)，(ii)**[編纂]**港元(假設**[編纂]**為每**[編纂][編纂]**港元，即**[編纂]**的中位數)及(iii)**[編纂]**港元(假設**[編纂]**為每**[編纂][編纂]**港元，即最低**[編纂]**)。

倘若**[編纂][編纂]**淨額(包括**[編纂]**獲行使所獲得的**[編纂]**淨額)高於或低於預期者，則我們可能會按比例調整上述**[編纂]**淨額的用途分配。

倘**[編纂][編纂]**淨額並未即時用於上述用途，或本集團未能按擬定方式實施未來計劃的任何部分，則本集團將僅將**[編纂]**淨額存入持牌商業銀行及／或其他認可金融機構(定義見證券及期貨條例或其他司法權區的適用法律及規例)的短期計息賬戶。在該情況下或上述建議的**[編纂]**用途如有任何重大變動，我們將遵守上市規則的適當披露規定。

[編 纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編 纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

[編纂]的架構

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

如何申請[編纂]

[編纂]

以下為本公司獨立申報會計師富睿瑪澤會計師事務所有限公司(香港執業會計師)出具的報告全文，乃為載入本文件而編製。

FORVIS MAZARS CPA LIMITED
富睿瑪澤會計師事務所有限公司
42nd Floor, Central Plaza
18 Harbour Road, Wanchai, Hong Kong
香港灣仔港灣道18 號中環廣場42 樓
Tel 電話: (852) 2909 5555
Fax 傳真: (852) 2810 0032
Email 電郵: info.hk@forvismazars.com
Website 網址: www.forvismazars.com/hk

有關正品控股有限公司歷史財務資料的獨立申報會計師報告

緒言

吾等謹就正品控股有限公司(「**貴公司**」)及其附屬公司(統稱「**貴集團**」)載於第I-4至I-71頁的歷史財務資料出具報告，此等歷史財務資料包括 貴集團於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日的合併財務狀況表及 貴公司於2025年3月31日及2025年9月30日的財務狀況表，以及截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度各年以及截至2025年9月30日止六個月(「**有關期間**」)的合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表，以及重大會計政策資料及其他解釋資料(統稱「**歷史財務資料**」)。第I-4至I-71頁所載的歷史財務資料為本報告的組成部分，乃編製以供載入 貴公司日期為[•]就 貴公司股份在香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)主板首次**[編纂]**(「**首次[編纂]**」)而刊發的文件(「**文件**」)。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2所載的編製及呈列基準編製真實而公平的歷史財務資料，並落實 貴公司董事認為屬必要的內部監控，以使歷史財務資料的編製不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述。

申報會計師的責任

吾等的責任是對歷史財務資料發表意見，並向　閣下報告吾等的意見。吾等根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的香港投資通函呈報委聘準則第200號「*投資通函內就歷史財務資料出具的會計師報告*」開展工作。此準則要求吾等遵守道德標準，並規劃和執行工作以就歷史財務資料是否不存在重大錯誤陳述獲取合理保證。

吾等的工作涉及執行程序以獲取有關歷史財務資料所載金額及披露事項的憑證。所選擇的程序取決於吾等的判斷，包括評估因欺詐或錯誤而導致歷史財務資料存在重大錯誤陳述的風險。在評估該等風險時，吾等考慮與　貴集團根據歷史財務資料附註2所載的編製及呈列基準編製真實而公平的歷史財務資料相關的內部監控，以設計在有關情況下屬適當的程序，但目的並非對　貴集團內部監控的有效性發表意見。吾等的工作也包括評價　貴公司董事所採用會計政策的恰當性及所作會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體呈列方式。

吾等相信，吾等獲取的憑證屬充分恰當，能為吾等的意見提供基礎。

意見

吾等認為，就會計師報告而言，歷史財務資料根據歷史財務資料附註2所載的編製及呈列基準真實而公平地反映了　貴集團於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日的合併財務狀況及　貴公司於2025年3月31日及2025年9月30日的財務狀況以及　貴集團於有關期間的財務表現及現金流量。

審閱追加期間的比較財務資料

吾等已審閱　貴集團追加期間的比較財務資料，此等財務資料包括截至2024年9月30日止六個月的合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表，以及其他解釋資料(統稱為「**追加期間的比較財務資料**」)。　貴公司董事須負責根據歷史財務資料附註2所載的編製及呈列基準，編製追加期間的比較財務資料。吾等的責任是根據吾等的審閱，對追加期間的比較財務資料作出結論。吾等已根據香港會計師公會頒佈的香港審閱準則第2410號「*由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱*」進行

審閱。審閱包括主要向負責財務和會計事務的人員作出查詢，及應用分析性和其他審閱程序。審閱的範圍遠較根據香港審計準則進行審計的範圍為小，故不能令吾等可保證吾等將知悉在審計中可能被發現的所有重大事項。因此，吾等不會發表審計意見。按照吾等的審閱，吾等並無發現任何事項令吾等相信，就本會計師報告而言，追加期間的比較財務資料在各重大方面未有根據歷史財務資料附註2所載的編製及呈列基準編製。

根據聯交所主板證券上市規則及公司(清盤及雜項條文)條例報告事宜

調整

於編製歷史財務資料時，概無對第I-4頁所界定的相關財務報表作出任何調整。

股息

吾等提述歷史財務資料附註12，當中載有現時組成 貴集團的實體就有關期間所派付股息的資料。

編製或審核財務報表

於本報告日期， 貴公司自其註冊成立日期起並無編製任何法定經審核財務報表。

歷史財務資料附註1載有 貴集團成員公司於有關期間的財務報表是否已經審核之資料，以及(如適用)核數師名稱。

此 致

正品控股有限公司
淙博資本有限公司
列位董事 *台照*

富睿瑪澤會計師事務所有限公司
執業會計師
香港
謹啟

[•]年[•]月[•]日

貴集團歷史財務資料

編製歷史財務資料

以下載列構成本會計師報告一部分之歷史財務資料。

貴集團歷史財務資料所依據之有關期間合併財務報表(「**相關財務報表**」)，由 貴公司董事根據依循香港會計師公會頒佈之香港財務報告會計準則之會計政策編製，並由富睿瑪澤會計師事務所有限公司*(香港執業會計師)*根據香港會計師公會頒佈之香港審計準則審核。

歷史財務資料以港元(「**港元**」)呈列，除非另有指明，否則數值均約整至最接近之千位數(千港元)。

合併損益及其他全面收益表

		截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
		2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	附註	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
					(未經審核)	
收益	*5*	43,193	109,618	130,215	52,990	52,442
銷貨成本		(7,952)	(23,432)	(32,528)	(13,246)	(12,251)
毛利		35,241	86,186	97,687	39,744	40,191
其他收入	*6*	863	208	83	57	38
銷售及分銷開支		(14,912)	(30,630)	(36,435)	(17,901)	(18,859)
行政及其他經營開支		(6,859)	(10,201)	(15,389)	(6,435)	(7,708)
財務成本	*7*	(1,124)	(2,543)	(2,397)	(1,327)	(899)
[編纂]開支		**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
除稅前溢利	*7*	13,209	43,020	43,463	14,138	2,898
所得稅開支	*10*	(1,896)	(7,537)	(7,206)	(2,188)	(1,954)
年內／期內溢利及全面收益總額		11,313	35,483	36,257	11,950	944

合併財務狀況表

	附註	2023年 千港元	於3月31日 2024年 千港元	2025年 千港元	於2025年9月30日 千港元
非流動資產					
物業、廠房及設備	*13*	536	544	374	315
使用權資產	*14*	1,813	5,551	3,177	3,179
無形資產	*15*	23,453	23,453	23,453	23,453
商譽	*16*	2,382	2,382	2,382	2,382
於一間聯營公司的投資	*17*	–	–	–	–
按公平值計入損益的金融資產	*18*	2,330	2,433	2,515	2,550
遞延稅項資產	*24*	99	214	297	264
		30,613	34,577	32,198	32,143
流動資產					
存貨	*19*	2,156	7,989	3,821	8,871
貿易及其他應收款項	*20*	19,753	44,940	47,389	53,099
銀行結餘及現金		108	668	810	13,750
		22,017	53,597	52,020	75,720
流動負債					
貿易及其他應付款項	*21*	19,903	11,440	9,516	15,486
計息借款	*22*	28,073	37,818	31,489	34,297
租賃負債	*23*	808	2,303	2,253	2,413
應付所得稅		691	5,766	13,024	1,553
		49,475	57,327	56,282	53,749
流動(負債)資產淨額		(27,458)	(3,730)	(4,262)	21,971
總資產減流動負債		3,155	30,847	27,936	54,114
非流動負債					
租賃負債	*23*	1,042	3,419	1,166	1,000
遞延稅項負債	*24*	3,870	3,870	3,870	3,870
		4,912	7,289	5,036	4,870
(負債)資產淨值		(1,757)	23,558	22,900	49,244
資本及儲備					
股本	*25(a)*	–	–	195	198
儲備		(1,757)	23,558	22,705	49,046
(虧絀)權益總額		(1,757)	23,558	22,900	49,244

貴公司財務狀況表

	附註	於2025年3月31日 千港元	於2025年9月30日 千港元
非流動資產			
於一間附屬公司的投資	*25(c)*	–*	–*
流動資產			
預付**[編纂]**開支		**[編纂]**	**[編纂]**
應收附屬公司款項	*25(d)*	210	18,509
銀行結餘		–	–*
		210	19,218
流動負債			
應計**[編纂]**開支		**[編纂]**	**[編纂]**
流動資產淨值		210	15,721
資產淨值		210	15,721
資本及儲備			
股本	*25(a)*	195	198
儲備	*25(e)*	15	15,523
權益總額		210	15,721

* *指金額低於1,000港元。*

合併權益變動表

	股本	累計溢利（虧損）	總計
	千港元	*千港元*	*千港元*
	(附註25(a))		
於2022年4月1日	–	1,318	1,318
年內溢利及全面收益總額	–	11,313	11,313
與擁有人的交易			
供款及分派			
向最終控股方宣派的股息*(附註12)*	–	(14,388)	(14,388)
與擁有人的交易總額	–	(14,388)	(14,388)
於2023年3月31日	–	(1,757)	(1,757)

	股本	累計(虧損)溢利	總計
	千港元	*千港元*	*千港元*
	(附註25(a))		
於2023年4月1日	–	(1,757)	(1,757)
年內溢利及全面收益總額	–	35,483	35,483
與擁有人的交易			
供款及分派			
向最終控股方宣派的股息*(附註12)*	–	(10,168)	(10,168)
與擁有人的交易總額	–	(10,168)	(10,168)
於2024年3月31日	–	23,558	23,558

	股本 *千港元* *(附註25(a))*	累計溢利 *千港元*	總計 *千港元*
於2024年4月1日	–	23,558	23,558
年內溢利及全面收益總額	–	36,257	36,257
與擁有人的交易			
供款及分派			
發行股份	195	–	195
向最終控股公司宣派的股息*(附註12)*	–	(37,110)	(37,110)
與擁有人的交易總額	195	(37,110)	(36,915)
於2025年3月31日	195	22,705	22,900

	股本 *千港元* *(附註25(a))*	累計溢利 *千港元*	總計 *千港元*
於2024年4月1日	–	23,558	23,558
期內溢利及全面收益總額(未經審核)	–	11,950	11,950
於2024年9月30日(未經審核)	–	35,508	35,508

		儲備		
	股本	股份溢價	累計溢利	總計
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
	(附註25(a))	*(附註25(b))*		
於2025年4月1日	195	–	22,705	22,900
期內溢利及全面收益總額	–	–	944	944
與擁有人的交易				
注資及分派				
於股份認購後發行股份*(附註25(a))*	3	25,397	–	25,400
與擁有人的交易總額	3	25,397	–	25,400
於2025年9月30日	198	25,397	23,649	49,244

合併現金流量表

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
經營活動					
除税前溢利	13,209	43,020	43,463	14,138	2,898
就以下項目作出的調整：					
銀行利息收入	(2)	(4)	(1)	–	(1)
財務成本	1,124	2,543	2,397	1,327	899
按公平值計入損益的金融資產之公平值收益	(40)	(103)	(82)	(57)	(35)
物業、廠房及設備折舊	99	268	320	167	113
使用權資產折舊	827	1,527	2,374	1,187	1,315
貿易應收款項的預期信貸虧損的虧損撥備(撥回)	10	170	177	(50)	(328)
營運資金變動前的經營現金流入	15,227	47,421	48,648	16,712	4,861
營運資金變動：					
存貨	591	(5,833)	4,168	(1,943)	(5,050)
貿易及其他應收款項	(10,786)	(14,291)	(13,632)	(5,095)	11,369
貿易及其他應付款項	4,719	5,585	(872)	3,248	5,970
經營所得現金	9,751	32,882	38,312	12,922	17,150
已付所得税	(2,591)	(2,577)	(31)	(31)	(13,392)
經營活動所得現金淨額	7,160	30,305	38,281	12,891	3,758

		截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
		2023年	2024年	2025年	2024年	2025年
	附註	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
					(未經審核)	
投資活動						
購買物業、廠房及設備		(516)	(276)	(150)	(150)	(54)
購買按公平值計入損益的金融資產		(2,290)	–	–	–	–
已收利息		2	4	1	–	1
投資活動所用現金淨額		(2,804)	(272)	(149)	(150)	(53)
融資活動						
計息借款所得款項	*27(b)*	28,308	93,934	90,664	42,010	50,944
償還計息借款	*27(b)*	(16,121)	(80,328)	(90,968)	(43,222)	(48,136)
償還租賃負債	*27(b)*	(797)	(1,393)	(2,303)	(1,107)	(1,323)
墊款予最終控股方		(15,356)	(39,143)	(33,181)	(9,462)	(16,751)
發行股份	*25(a)*	–	–	195	–	25,400
已付利息		(1,124)	(2,543)	(2,397)	(1,327)	(899)
融資活動(所用)所得現金淨額		(5,090)	(29,473)	(37,990)	(13,108)	9,235
現金及現金等價物(減少)增加淨額		(734)	560	142	(367)	12,940
報告期初的現金及現金等價物		842	108	668	668	810
報告期末的現金及現金等價物，即銀行結餘及現金		108	668	810	301	13,750

貴集團歷史財務資料附註

1. 一般資料及重組

貴公司為一間於2025年2月18日在開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司。 貴公司的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, PO Box 2681, Grand Cayman, KY1-1111, Cayman Islands。 貴公司的主要營業地點為香港九龍九龍灣常悅道1號恩浩國際中心18樓E室。

貴公司為一間投資控股公司，與其附屬公司(貴公司及其附屬公司統稱為「**貴集團**」)的主要業務為從事開發及銷售(包括營銷、銷售及分銷)保健及美容補充品與產品。

於本報告日期， 貴公司的直接及最終控股公司為Alway Success Investment Holding Limited(「**Alway Success**」)，該公司於英屬處女群島(「**英屬處女群島**」)註冊成立。 貴公司董事認為，最終控股方為張運裕先生(「**最終控股方**」)。

根據集團重組(「**重組**」，於2025年2月27日完成，詳情載於就 貴公司股份在聯交所主板首次**[編纂]**而刊發的文件「歷史、重組及公司架構」一節「重組」一段)， 貴公司成為現時組成 貴集團的實體的控股公司。

於本報告日期， 貴公司擁有直接或間接權益的主要附屬公司(為私人有限公司)之詳情如下：

附屬公司名稱	註冊成立地點	註冊成立日期	已發行及繳足股本	貴公司持有的應佔股權	主要業務／營運地點
直接持有					
正品國際有限公司(「**正品英屬處女群島**」) *(附註(i))*	英屬處女群島	2025年2月20日	200美元(「**美元**」)	100%	投資控股／英屬處女群島
間接持有					
竣輝有限公司(「**竣輝**」)	香港	2021年6月8日	1港元	100%	投資控股／香港
正品藥業有限公司(「**正品香港**」)	香港	2011年4月26日	10,000港元	100%	開發及銷售保健及美容補充品與產品／香港
萬嘉寶有限公司(「**萬嘉寶**」)	香港	2022年2月18日	10港元	100%	開發及銷售保健及美容補充品與產品／香港
三新藥業有限公司(「**三新藥業**」)	香港	2023年3月14日	100港元	100%	保健品貿易／香港

以下載列 貴公司主要附屬公司按照各自當地財務報告準則編製的屬於有關期間的經審核財務報表資料。

附屬公司	財務期間	核數師
竣輝	截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度	聚賢會計師有限公司，*香港執業會計師*
正品香港	截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度	聚賢會計師有限公司，*香港執業會計師*
萬嘉寶	2022年2月18日(註冊成立日期)至2023年3月31日期間及截至2024年及2025年3月31日止年度	聚賢會計師有限公司，*香港執業會計師*
三新藥業	2023年3月14日(註冊成立日期)至2024年3月31日及截至2025年3月31日止年度	聚賢會計師有限公司，*香港執業會計師*

附註：

(i) 正品英屬處女群島並無編製自註冊成立日期起至本報告日期止期間的法定經審核財務報表，因為根據註冊成立地點的相關法定要求，其無須發佈經審核財務報表。

2. 歷史財務資料之編製及呈列基準

根據重組，如文件「歷史、重組及公司架構」一節「重組」一段所詳細闡述， 貴公司於2025年2月27日成為現時組成 貴集團的實體的控股公司。緊接重組前及緊隨重組後， 貴集團的業務主要透過正品香港及萬嘉寶進行，而 貴公司、正品英屬處女群島及竣輝為投資控股公司， 貴集團的其他實體於重組前並無從事任何其他重大業務。由於重組並無導致 貴集團業務的最終控制權及所動用資源出現任何變動以致 貴集團被視為持續實體，因此，除另有說明外，重組被視為受共同控制實體及業務的重組。

因此，就本報告而言，歷史財務資料乃根據合併會計原則的合併基準編製(進一步闡述於歷史財務資料附註3「受共同控制之合併會計」一段)，歷史財務資料呈列現時組成 貴集團的實體的合併財務狀況、合併財務表現、合併權益變動及合併現金流量，猶如現行集團架構於有關期間或自其各自成立或註冊成立日期起(倘適用)一直存在，惟誠如歷史財務資料附註3「會計收購法」一段進一步闡述，於有關期間前進行的正品香港收購除外。

合規聲明

歷史財務資料乃根據香港會計師公會頒佈之香港財務報告會計準則而編製，其為香港會計師公會所頒佈的全部適用個別香港財務報告準則(「**香港財務報告準則**」)、香港會計準則(「**香港會計準則**」)及詮釋的統稱。歷史財務資料亦符合香港公司條例的披露規定及聯交所證券上市規則的適用披露條文。

於有關期間，香港會計師公會已頒佈若干新訂／經修訂香港財務報告會計準則。就編製歷史財務資料而言， 貴集團已於有關期間貫徹應用該等與其營運相關且有效的所有新訂／經修訂香港財務報告會計準則。採納該等新訂／經修訂香港財務報告準則會計對歷史財務資料並無任何重大影響。

貴集團於編製歷史財務資料時所採納的重大會計政策概要載於歷史財務資料附註3。

3. 重大會計政策

計量基準

編製歷史財務資料所使用的計量基準為歷史成本基準，惟如下文所載重大會計政策所闡述，按公平值計入損益(「**按公平值計入損益**」)的金融資產乃按公平值計量。

合併基準

歷史財務資料包括 貴公司及其所有附屬公司於有關期間的財務報表。附屬公司的財務報表乃按與 貴公司相同的報告期間使用一致的會計政策編製。

集團內公司間的交易所產生的所有集團內公司間結餘、交易、收入及開支及盈利及虧損均全數抵銷。附屬公司的業績由 貴集團取得控制權之日起合併，並將繼續合併直至失去有關控制權當日為止。

所有權權益變動

倘 貴集團於附屬公司的所有權權益變動不會導致失去控制權，則按權益交易入賬。控股及非控股權益之賬面值會作出調整，以反映彼等於附屬公司之相對權益之變動。非控股權益的調整金額與已付或已收代價的公平值之間的任何差額直接於權益中確認，並歸屬於 貴公司擁有人。

當 貴集團失去對附屬公司的控制權時，出售損益乃按(i)已收代價的公平值及於失去控制權當日釐定的任何保留權益的公平值之總和與(ii)於失去控制權當日該附屬公司的資產(包括商譽)及負債及任何非控股權益的賬面值之間的差額計算。先前於其他全面收入中確認的有關已出售附屬公司的金額按控股公司直接出售相關資產或負債所需的相同基準入賬。保留於前附屬公司的任何投資及前附屬公司所欠或應付前附屬公司的任何款項，自失去控制權的日期起按金融資產、聯營公司、合營企業或其他適當項目入賬。

(a) 會計收購法

收購 貴集團附屬公司採用收購法列賬，但符合共同控制下業務合併條件的收購採用合併會計法入賬。

收購業務以收購法入賬。業務合併所轉讓代價以公平值計量，而公平值按 貴集團所轉讓資產、 貴集團對被收購方前擁有人所產生負債以及 貴集團就交換被收購方控制權所發行股權於收購日期之公平值總和計算。收購相關成本一般於產生時於損益內確認。

於收購日期，所購入可識別資產及所承擔負債主要按其公平值確認，但以下各項除外：

– 遞延稅項資產或負債及有關僱員福利安排之資產及負債分別根據香港會計準則第12號及香港會計準則第19號確認及計量；

– 與被收購方以股份為基礎支付安排或為替代被收購方以股份為基礎支付安排而訂立之 貴集團以股份為基礎支付安排有關之負債或權益工具，於收購日期根據香港財務報告準則第2號計量；及

– 根據香港財務報告準則第5號分類為持作出售之資產(或出售組合)按該準則計量。

商譽按所轉讓代價、於被收購方任何非控股權益之金額及收購方過往所持被收購方股權(如有)公平值總和超出所收購可識別資產及所承擔負債於收購日期之淨額計量。倘於重新評估後，所收購可識別資產及所承擔負債於收購日期之淨額超出所轉讓代價、於被收購方任何非控股權益之金額及收購方過往所持被收購方權益(如有)公平值之總和，差額即時於損益確認為按議價購買收入。

當 貴集團於一項業務合併轉移之代價包括或然代價安排，則或然代價乃按其收購日期之公平值計量，並計入作為於一項業務合併轉移之代價一部分。合資格作計量期間調整之或然代價之公平值變動乃追溯調整。計量期間調整為於「計量期間」(不得超過收購日期起計一年)因獲得於收購日期已存在事實及情況之額外資料而作出之調整。

不符合作為計量期間調整之或然代價之其後會計處理，取決於或然代價如何分類。分類為權益之或然代價於其後報告日期不會重新計量，其後結算於權益內入賬處理。分類為資產或負債之或然代價於其後報告日期重新計量至公平值，而相應收益或虧損乃於損益中確認。

(b) 受共同控制之合併會計

歷史財務資料包括共同控制合併之合併實體或業務之財務報表，猶如該等合併實體或業務自其首次受最終控股方控制之日期起已合併。

合併實體或業務的淨資產，從最終控股方的角度，使用現有的賬面值進行合併。以最終控股方繼續持有權益為限，於共同控制合併時概不會確認任何金額作為商譽代價或收購方於被收購方可識別資產、負債及或然負債之公平淨值所佔權益超出成本部分。收購成本(已付代價的公平值)與重組產生的資產及負債入賬金額之間的所有差額直接於權益中確認為資本儲備的一部分。合併損益及其他全面收益表包括各合併實體或業務由呈列最早日期起或自合併實體或業務首次受共同控制當日起(以較短期間為準)的業績，而毋須理會共同控制合併的日期。

就共同控制合併所產生將以合併會計法入賬的交易成本(包括專業費用、登記費用、向股東發送資料的成本、合併經營先前的獨立業務所產生的成本或虧損)，於產生期間確認為開支。

附屬公司

附屬公司指受　貴集團控制的實體。倘　貴集團就參與實體業務所得可變動回報承擔風險或享有權利，並能透過其於該實體之權力影響該等回報，則　貴集團對該實體有控制權。如有事實及情況顯示一項或多項控制權元素出現變化，則　貴集團會重新評估其對被投資者是否有控制權。

貴公司財務狀況表中，投資附屬公司按成本減減值虧損(如有)列賬。倘投資的賬面值高於可收回金額，則將投資的賬面值按個別基準減記至其可收回金額。附屬公司業績由　貴公司按已收及應收股息為基準入賬。

聯營公司

聯營公司乃　貴集團對其擁有重大影響力之實體。重大影響力指參與投資對象財務及營運決策之權力，惟對該等政策並無控制權或聯合控制權。

貴集團於聯營公司的投資採用權益會計法入賬，惟倘投資或其部分被分類為持作銷售，則另作別論。根據權益法，投資初步按成本入賬，而其後就收購後　貴集團應佔被投資方的資產淨值變動及關於投資的任何減值虧損作調整。除　貴集團須履行法律或推定責任，或代被投資方付款的情況外，在　貴集團攤分被投資方的虧損等於或超過其於被投資方權益(包括實質上構成　貴集團對被投資方的投資淨額一部分的任何長期權益)的賬面值時，　貴集團終止確認其所攤分的更多虧損。

貴集團與其聯營公司之間交易所產生的未變現溢利及虧損，均按　貴集團於被投資方的權益抵銷，惟倘未變現虧損顯示已轉讓資產出現減值，則即時於損益內確認。

商譽

收購業務產生的商譽乃按所轉撥的代價、於被收購方的任何非控股權益金額(如適用)及於被收購方的任何先前所持股本權益的公平值超出所收購業務的已購入可識別資產及所承擔負債於收購日期的金額的差額計量。

收購業務產生的商譽乃確認為個別資產及按成本值扣除累計減值虧損列賬，並須每年作減值測試，或倘在某些事項或情形的變動顯示賬面值可能減值時，則會更頻密地進行測試。就減值測試及釐定出售盈虧而言，商譽乃分配至現金產生單位。商譽的減值虧損不可撥回。

另一方面，重估後所收購業務的已購入可識別資產及所承擔負債於收購日期的金額超出所轉撥代價、於被收購方的任何非控股權益金額(如適用)及收購方先前於被收購方所持權益的公平值總額的任何差額(如有)，即時於損益內確認為一項議價購買收益。

於收購日期按公平值重新計量先前在被收購方持有的股權所產生的任何損益，均於損益或其他全面收益中確認(如適用)。

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備按成本減累計折舊及減值虧損入賬。物業、廠房及設備項目的成本包括其購買價及任何使資產處於其擬定用途及其運作狀態及地點而產生的直接應佔成本。維修及保養開支於產生期間於損益支銷。

物業、廠房及設備於下述估計可使用年期內，在考慮到其估計剩餘價值後，由其可供使用日期起以直線法計提折舊，以撇銷成本減累計減值虧損。倘廠房及設備項目之各部分有不同的可使用年期，該項目之成本會獨立按合理基準分配及計算折舊：

傢俬、固定裝置及辦公室設備	5年
租賃物業裝修	2年

物業、廠房及設備項目於出售或預期持續使用資產將不會產生未來經濟利益時終止確認。終止確認資產所產生的任何收益或虧損(按出售所得款項淨額與該項目賬面值之間的差額計算)於終止確認項目期間計入損益。

無形資產

單獨獲得的無形資產於初始確認時按成本計量。透過業務合併獲得的無形資產的成本為收購日期的公平值。無形資產的可使用年期評定為有限年期或無限年期。

具有限年期的無形資產隨後按可使用經濟年期攤銷，於有跡象顯示無形資產可能出現減值時評估減值。具有限可使用年期的無形資產的攤銷期及攤銷方法至少於各報告期間末檢討一次。

具無限可使用年期的無形資產並無攤銷，並個別地或按現金產生單位層面每年進行減值測試。具無限可使用年期的無形資產的可使用年期於各報告期末進行檢討，以釐定無限可使用年期的評估是否繼續可靠。否則，可使用年期評估由按無限年期更改為按有限年期入賬。

分銷網絡

於過往年度在業務合併中收購的分銷網絡於收購日期按公平值確認。具無限可使用年期的分銷網絡按成本減累計減值虧損(如有)列賬。

研發成本

研發成本在發生時支銷。若產品或工序在技術及商業上可行，且　貴集團有足夠資源完成開發，則開發活動所產生的成本(涉及將研究結果應用於生產新的或大幅改良的產品及工序的計劃或設計)會資本化。資本化的開支包括材料成本、直接勞工成本及適當比例的間接成本。其他開發支出於產生時在損益中確認為開支。當資產可供使用時，資本化開發成本以直線法按其估計可使用年期攤銷。

金融工具

金融資產

確認及終止確認

金融資產於且僅於 貴集團成為該工具合約條款的訂約方時按交易日基準確認。

金融資產於且僅於(i) 貴集團來自該金融資產之未來現金流量之合約權利屆滿時或(ii) 貴集團轉讓該金融資產，且(a) 貴集團已轉移該金融資產擁有權之絕大部分風險及回報，或(b) 貴集團並未轉移或保留該金融資產擁有權之絕大部分風險及回報，惟其放棄對該金融資產之控制權時終止確認。

倘 貴集團仍保留已轉讓金融資產擁有權之絕大部分風險及回報， 貴集團會繼續確認該金融資產。

倘 貴集團既不轉移亦不保留已轉讓資產擁有權之絕大部分風險及回報，且繼續控制該已轉讓資產， 貴集團按其持續參與程度及可能須支付之相關負債金額確認該金融資產。

金融資產(無重大融資成分的貿易及其他應收款項除外，該等貿易及其他應收款項初步按其交易價計量)初步按其公平值確認，倘金融資產並未按公平值計入損益，則確認時加上收購金融資產直接應佔之交易成本。該等貿易及其他應收款項初步按其交易價計量。

於初步確認時，金融資產分類為(i)按攤銷成本計量；(ii)按公平值計入其他全面收益(「**按公平值計入其他全面收益**」)之債務投資；(iii)按公平值計入其他全面收益之股權投資；或(iv)按公平值計入損益計量。

金融資產於初步確認之分類取決於 貴集團管理金融資產之業務模式及金融資產之合約現金流量特徵。金融資產於彼等初步確認後不予重新分類，除非 貴集團更改其管理業務模式，而在此情況下，所有受影響之金融資產於業務模式更改後首個中期報告期間之首日重新分類。

1) 按攤銷成本計量之金融資產

當金融資產同時符合以下兩項條件，且並無指定為按公平值計入損益，則該金融資產按攤銷成本計量：

(i) 該金融資產由一個旨在通過持有金融資產收取合約現金流量之業務模式所持有；及

(ii) 該金融資產之合約條款使於特定日期產生的現金流量僅為支付本金及未償還本金利息。

其後，按攤銷成本計量的金融資產採用實際利率法計量並須計提減值。減值、終止確認或通過攤銷過程中產生之收益及虧損乃於損益中確認。

貴集團按攤銷成本計量的金融資產包括貿易及其他應收款項以及現金及銀行結餘。

2) 按公平值計入損益的金融資產

該等投資包括並無按攤銷成本或按公平值計入其他全面收益計量的金融資產，包括持作買賣的金融資產、於初步確認後指定為按公平值計入損益之金融資產、香港財務報告準則第3號適用之業務合併內的或然代價安排所產生的金融資產，以及另行規定將按公平值計入損益的金融資產。彼等以公平值計值，由此產生的任何收益及虧損於損益確認，其中不包括就金融資產所賺取的任何股息或利息。股息或利息收入與公平值收益或虧損分開呈列。

金融資產如符合以下條件，則分類為持作買賣：

(i) 主要為於短期內出售而收購；

(ii) 屬於一併管理及於初始確認時近日有實際短期獲利模式證據之可識別金融工具組合之一部分；或

(iii) 並非金融擔保合約或並非指定及實際對沖工具之衍生工具。

僅於可消除或大幅減少按不同基準計量資產或負債或確認收益或虧損而產生之計量或確認不一致之情況下，金融資產方會指定於初始確認時按公平值計入損益。

貴集團強制按公平值計入損益計量的金融資產包括未上市投資—主要管理層保險合約。

金融負債

確認及終止確認

金融負債於且僅於 貴集團成為工具合約條款的訂約方時方會確認。

金融負債於且僅於負債終絕時方會終止確認，即有關合約訂明的責任獲解除、註銷或屆滿時。

分類及計量

金融負債初步按其公平值確認，倘金融負債並非按公平值計入損益，則確認時加上發行金融負債直接應佔之交易成本。

貴集團的金融負債包括貿易及其他應付款項、計息借款。所有金融負債(按公平值計入損益之金融負債除外)乃使用實際利率法按公平值初步確認，隨後按攤銷成本計量，除非貼現之影響不重大，在此情況下則按成本列賬。

金融資產減值

貴集團就按攤銷成本計量的金融資產確認預期信貸虧損(「**預期信貸虧損**」)的虧損撥備。除下文詳述的特定處理外，於各報告日期，倘金融資產的信貸風險自初步確認以來顯著增加， 貴集團會按等同全期預期信貸虧損的金額計量該金融資產之虧損撥備。倘金融資產的信貸風險自初步確認以來無顯著增加， 貴集團則按等同12個月預期信貸虧損的金額計量該金融資產之虧損撥備。

預期信貸虧損之計量

預期信貸虧損乃金融工具預期年期的信貸虧損(即所有現金短缺的現值)的概率加權估計。

就金融資產而言，信貸虧損為合約項下應付某一實體的合約現金流量與該實體預期收取的現金流量之間的差額現值。

全期預期信貸虧損指金融工具預期年期內所有可能發生的違約事件產生的預期信貸虧損，而12個月預期信貸虧損為全期預期信貸虧損的一部分，預期源自可能在報告日期後12個月內發生的金融工具違約事件。

倘以集體基準計量預期信貸虧損，金融工具乃依據下列一項或多項共享信貸風險特徵而分組：

(i) 逾期資料；

(ii) 金融工具性質；

(iii) 抵押品性質(如有)；

(iv) 債務人性質、規模及所屬行業；

(v) 債務人所在地理位置；及

(vi) 外部信貸風險評級(如有)。

虧損撥備於各報告日期重新計量以反映初步確認以來金融工具的信貸風險及虧損變動。所產生的虧損撥備變動於損益確認為減值收益或虧損，並對金融工具的賬面值作出相應調整。

違約的定義

貴集團認為以下情況就內部信貸風險管理目的而言構成違約事件，因為歷史經驗表明，倘金融資產符合以下任何一項準則， 貴集團未必能悉數收回未償還合約金額：

(i) 內部衍生資料或外部來源資料顯示債務人不大可能悉數向其債權人(包括 貴集團)支付欠款(未考慮 貴集團所持有的任何抵押品)；或

(ii) 對手方違反財務契諾。

無論上述分析如何， 貴集團認為金融資產逾期超過90日已屬違約，除非 貴集團有合理及可靠資料證明較為滯後的違約準則更為適當則作別論。

信貸風險顯著增加的評估

評估金融工具的信貸風險自初步確認以來有否顯著增加時， 貴集團會比較於報告日期金融工具發生違約的風險與於初步確認日期金融工具發生違約的風險。於作出此評估時， 貴集團會同時考慮合理和可靠的定量及定性資料，包括無須付出過多成本或努力後即可獲得的歷史經驗及前瞻性資料。具體而言，評估時會考慮以下資料：

- 債務人未能於到期日支付本金或利息款項；

- 金融工具的外部或內部信貸評級(如有)出現實際或預期的顯著惡化；
- 債務人的經營業績出現實際或預期的顯著惡化；及／或
- 技術、市場、經濟或法律環境方面實際或預期的變化已經或可能會對債務人履行其對 貴集團的責任的能力產生重大不利影響。

無論上述評估結果如何， 貴集團假設合約付款逾期超過30日時，金融工具的信貸風險自初步確認以來已顯著增加。

儘管有上述分析，如金融工具於報告日期被釐定為信貸風險偏低， 貴集團會假設金融工具的信貸風險自初步確認以來並無顯著增加。

信貸風險偏低

如出現下列情況，金融工具會被釐定為信貸風險偏低：

(i) 其違約風險偏低；

(ii) 借款人有實力履行其近期合約現金流量責任；及

(iii) 較長遠的經濟及營商條件的不利變動可能(但不一定)會減低借款人履行其合約現金流量責任的能力。

貴集團的現金及銀行結餘裡定位低信貸風險。

一般方法

預期信貸虧損分兩個階段確認。就自初始確認起未有顯著增加的信貸風險而言，預期信貸虧損就未來12個月內可能發生違約事件而導致的信貸虧損(12個月預期信貸虧損)計提撥備。就自初始確認起已顯著增加的信貸風險而言，不論何時發生違約，於餘下風險年期內的預期信貸虧損均須計提虧損撥備(全期預期信貸虧損)。

於各報告日期， 貴集團評估金融工具的信貸風險自初始確認以來是否顯著增加。於進行評估時， 貴集團將於報告日期金融工具發生違約之風險與於初始確認日期金融工具發生違約之風險進行比較，並會考慮細節合理及理據充分且毋須花費過度成本或精力即可獲得的資料，包括過往及前瞻性資料。 貴集團認為，當合約付款逾期30天以上時，信貸風險則已顯著增加。然而，當內部或外部資料顯示，在並未計及 貴集團所持有的任何信貸提升措施前， 貴集團不大可能悉數收到未償還合約款項，則 貴集團亦或會認為信貸風險大幅增加。

倘合約付款已逾期90天，則 貴集團視金融資產已發生違約。然而，當內部或外部資料顯示，在並未計及 貴集團所持有的任何信貸提升措施前， 貴集團不大可能悉數收到未償還合約款項，則 貴集團亦或會視金融資產將發生違約。金融資產於並無合理預期可收回合約現金流量時予以撇銷。

按攤銷成本計量的金融資產須按一般方法進行減值，並就計量預期信貸虧損分類為下列階段，惟下文所詳述應用簡化方法入賬的貿易應收款項除外。

階段1 — 金融工具的信貸風險自初始確認以來並無顯著增加，其虧損撥備按等同12個月預期信貸虧損的金額計量

階段2 — 金融工具的信貸風險自初始確認以來顯著增加(惟並非出現信貸減值的金融資產)，其虧損撥備按等同全期預期信貸虧損的金額計量

階段3 — 於報告日期為出現信貸減值的金融資產(惟並非在購買或產生時已出現信貸減值的金融資產)，其虧損撥備按等同全期預期信貸虧損的金額計量

出現信貸減值的金融資產

當發生一項或多項對金融資產的估計未來現金流量產生不利影響的事件時，該金融資產即屬出現信貸減值。金融資產出現信貸減值的憑證包括以下事件的可觀察數據：

(a) 發行人或借款人陷入嚴重財務困難；

(b) 違反合約，例如違約或逾期事件等；

(c) 借款人的貸款人出於關乎借款人財務困難的經濟或合約理由向借款人授出貸款人原應不會考慮的寬限；

(d) 借款人將可能破產或進行其他財務重組；

(e) 金融資產因財務困難而失去其活躍市場；或

(f) 以大幅折扣購買或產生一項金融資產，並反映所產生的信貸虧損。

撇銷

當 貴集團並無合理預期可收回金融資產的全部或部分合約現金流量時，則 貴集團撇銷該金融資產。 貴集團預期不會從撇銷金額中收回大部分金額。然而，根據 貴集團收回到期款項程序，經撇銷的金融資產仍可能受強制執行活動所規限，並在適當情況下考慮法律意見。任何其後的收回於損益中確認。

現金等價物

就合併現金流量表而言，現金等價物指短期高流通性投資，其可隨時轉換成已知金額的現金且價值變動風險不大。

收益確認

香港財務報告準則第15號範圍內來自客戶合約的收益

貨物或服務的性質

貴集團所提供貨物或服務的性質如下：

(i) 銷售保健及美容補充品與產品；

(ii) 銷售推廣服務；及

(iii) 管理及包裝服務。

確定履約責任

於合約開始時， 貴集團評估客戶合約中承諾的貨物或服務，並將每項轉移予客戶的承諾確定為履約責任：

(a) 一項明確貨物或服務(或一批貨物或服務)；或

(b) 一系列大致相同並以相同模式轉移予客戶的明確貨物或服務。

如符合以下兩項標準，則承諾予客戶的貨物或服務屬明確：

(a) 客戶可受惠於以其本身或連同其他資源即時可獲取的貨物或服務(即貨物或服務能夠區分)；及

(b) 貴集團向客戶轉移貨物或服務的承諾可與合約中的其他承諾分開識別(即轉移貨物或服務的承諾在合約範圍內可予區分)。

收益確認時間

收益於 貴集團透過向客戶轉移所承諾的貨物或服務(即資產)履行履約責任時(或就此)確認。一項資產在客戶取得該項資產的控制權時(或就此)獲轉移。

倘符合以下其中一項準則， 貴集團隨時間轉移貨物或服務的控制權，並因而履行履約責任，且隨時間確認收益：

(a) 客戶在 貴集團履約同時取得並消耗 貴集團履約所帶來的利益；

(b) 貴集團的履約行為創建或改良客戶在資產被創建或改良時已控制的資產(如在建工程)；或

(c) 貴集團的履約行為並未創建一項可被 貴集團用於替代用途之資產，且 貴集團具有就迄今為止已完成的履約部分獲得付款的可強制執行權利。

倘 貴集團並非於一段時間內履行履約責任，則 貴集團乃於客戶取得所承諾資產之控制權的某一時點履行履約責任。於釐定控制權轉移的發生時間時， 貴集團考慮控制權的概念及法定所有權、實物擁有權、收款權、資產所有權的重大風險及回報以及客戶驗收等有關指標。

銷售保健及美容補充品與產品收益在客戶獲得已承諾資產的控制權時確認，其一般與貨物交付予客戶及所有權轉讓的時間一致。

銷售推廣服務收益乃來自基於客戶銷售額百分比的服務費，且履約責任直至客戶實現銷售時方獲履行。因此，銷售推廣服務收益於某一時間點確認(通常為客戶實現銷售時)。

管理及包裝服務收益於提供服務時隨時間確認。

就根據香港財務報告準則第15號隨時間確認的收益而言，倘履約責任的結果可合理計量， 貴集團應用產出法(即根據迄今為止向客戶轉移的貨物或服務相對於合約項下承諾的剩餘貨物或服務的價值的直接計量)，以計量完全履行履約責任的進度，原因為該方法提供了 貴集團履約情況的忠實描述，且 貴集團可獲得可靠資料來應用該方法。否則，收益僅在產生的成本範圍內確認，直至能夠合理計量履約責任的結果為止。

交易價格：重大融資部分

倘合約包含重大融資部分(即客戶或 貴集團獲得為向客戶轉移貨物或服務提供融資的重大利益)，於釐定交易價格時， 貴集團將就金錢時間值的影響而調整已承諾的代價。重大融資部分的影響於損益與來自客戶合約的收益分開確認為利息收入或利息開支。

貴集團參考(如適用)合約內隱含的利率(即將貨物或服務的現金售價貼現至預付或欠付金額的利率)、現行市場利率、 貴集團借款利率及 貴集團客戶的其他相關信譽資料，以釐定與 貴集團與其客戶於合約開始時的某項單獨融資交易所反映的利率相稱的利率。

貴集團已應用香港財務報告準則第15號第63段的實際權宜方法，倘融資期限為一年或以下，則不會因重大融資部分的影響調整代價。

可變代價

倘於合約中承諾的代價包括可變金額，則 貴集團估計其將有權就向客戶轉移所承諾貨物或服務換取的代價金額。可變代價使用預期價值或最可能金額法(以較能預測有權獲得的金額者為準)估計。估計可變代價其後計入交易價格中，且僅限於有關計入於日後當於可變代價相關的不確定性其後獲得解決時導致合約中已確認的重大累計收益金額撥回的可能性極微的情況。

(i) 退款負債

貴集團授予若干客戶退回有瑕疵或假冒產品的權利，或基於虛假陳述或誤導性產品描述等理由，或在預定期限內無條件退貨的權利。於銷售時，退款負債及收益的相應調整就預期將予退回的產品予以確認。同時， 貴集團在客戶行使退貨權時，就產品的回收權利確認一項已退回貨物資產的權利及相應的銷售成本調整。 貴集團參照其歷史經驗及其對按當前相關資料調整後的未來回報

的預期，採用最可能金額法估計退貨數量，並評估估計可變代價是否受到限制。任何重大的估計差異將在當前的估計及評估中進行分析及考慮。一般而言，估算代價不受限制。

於有關期間， 貴集團不時估計及調整退款負債至收益，於各報告期末並無來自客戶的重大產品退貨而須承擔退款負債。

(ii) 基於銷量的回扣

貴集團向特定客戶提供回扣。 貴集團使用預期價值法估計目標回扣，並參考客戶的歷史回扣權益及迄今累計採購額，以評估估計的可變代價是否受到限制。任何重大估計差異將進行分析，並在當前的估計及評估中予以考慮。一般而言，估計代價不受限制。

委託人與代理人

當另一方從事向客戶提供貨物或服務， 貴集團釐定其承諾的性質是否為提供指定貨物或服務本身(即 貴集團作為委託人)的履約責任，或安排由另一方提供該等貨物或服務(即 貴集團作為代理人)的履約責任。

倘 貴集團在轉移指定貨物或服務予客戶之前控制指定貨物或服務，則 貴集團為委託人。

倘 貴集團的履約責任為安排另一方提供指定貨物或服務，則 貴集團為代理人。在此情況下，在指定貨物或服務轉移予客戶之前， 貴集團並無控制另一方提供的指定貨物或服務。當 貴集團作為代理人時，其就為換取另一方安排提供的指定貨物或服務而預期有權取得的任何費用或佣金的金額確認收益。

貴集團乃以委託人的身份行事，原因為在貨物轉移予客戶前， 貴集團控制該等醫療保健產品，而其履約責任乃將該等貨物轉移予客戶。

來自其他來源的收益

金融資產的利息收入乃使用實際利率法確認。就並無信貸減值且按攤銷成本計量的金融資產而言，實際利率適用於資產賬面總值，惟倘金融資產出現信貸減值，實際利率適用於攤銷成本(即賬面總值，扣除虧損撥備)。

外幣換算

貴集團各實體的財務報表所列項目乃按實體經營所在的主要經濟環境的貨幣(「**功能貨幣**」)計量。 貴公司及其附屬公司以港元作為其功能貨幣。除另有註明者外，歷史財務資料以港元呈列，並約整至最接近的千位數，而港元為 貴集團的呈列貨幣。

外幣交易均按交易當日的現行匯率換算為功能貨幣。因該等交易結算及按期末匯率換算以外幣計值的貨幣資產及負債而產生的匯兑收益及虧損均於損益中確認。

存貨

存貨乃按成本及可變現淨值兩者的較低者列賬。成本(指所有買貨成本及(如適用))、其他使存貨達致現址及現時狀況的所有費用乃以先進先出法計算。可變現淨值指日常業務過程中的估計售價減估計銷售所需的成本。

於存貨出售時，該等存貨的賬面值於確認有關收益的期間確認為開支。存貨撇減至可變現淨值的金額及所有存貨虧損一概在撇減或虧損產生期間確認為開支。任何存貨撇減的任何撥回金額在撥回發生期間確認為扣減已確認為開支的存貨金額。

其他資產(商譽除外)減值

於各報告期末， 貴集團會審閱內部及外部資料來源，以評估是否有任何跡象顯示 貴集團的物業、廠房及設備、使用權資產、於一間聯營公司的投資及 貴公司於一間附屬公司的投資可能出現減值，或之前確認的減值虧損是否不再存在或可能減少。倘出現任何有關跡象，則將會根據資產的公平值減出售成本及使用價值(以較高者為準)估計資產的可收回金額。倘未能估計個別資產的可收回金額，則 貴集團會估計能獨立產生現金流量的最小組別資產(即現金產生單位)的可收回金額。

具有無限可使用年期的無形資產每年進行減值測試，及每當有資產可能出現減值的跡象時進行減值測試。

倘 貴集團估計某項資產或現金產生單位的可收回金額將低於其賬面值，則該資產或現金產生單位的賬面值會下調至其可收回金額。減值虧損即時於損益內確認為開支。

所撥回的減值虧損以該項資產或現金產生單在以往期間並無確認減值虧損而原應釐定的賬面值為限。減值虧損撥回即時於損益中確認為收入。

確認商譽減值虧損的會計政策在本附註較前部分的商譽會計政策中列明。

借款成本

收購、建造或生產合資格資產(即需要一段頗長時間始能達至其擬定用途或出售的資產)所產生的直接應佔借款成本，在扣除特定借款的暫時性投資的任何投資收入後，均撥充資本作為該等資產成本的一部分。倘此等資產大體上可作其擬定用途或出售時，該等借款成本將會停止資本化。所有其他借款成本均於產生期間確認為開支。

撥備

當 貴集團因過往事件而產生現有法律或推定義務，且履行該項義務可能導致包含經濟利益的資源流出，並且能對義務金額進行可靠估計時，則確認撥備。已確認撥備的開支在開支產生的年度自相關撥備中扣除。撥備會於各報告期末進行審閱並作出調整，以反映當前最佳估計。當金錢時間值的影響屬重大時，撥備金額為履行該義務預期所需支出的現值。當 貴集團預期撥備將獲得補償時，則該補償作為單獨資產確認，惟僅在補償幾乎肯定時方予確認。

政府補助

政府補助於能合理保證將收到補助且所有附帶條件將獲遵守的情況下按公平值確認。倘補助與開支項目相關，則有關補助於需要有系統地將補助與其擬補償的成本配對的期間確認為收入。有關補償開支的政府補助自相關開支中扣減。倘補助與資產有關，則公平值確認為相關資產賬面值的扣減，並於相關資產的預期可使用年期以等額年度分期付款的方式撥至損益。

租賃

貴集團在合約開始時會評估合約是否屬於或包含租賃。倘合約賦予於一段時間內控制使用已確認資產的權利以換取代價，則該合同屬於或包含租賃。

貴集團作為承租人

貴集團對短期租賃及低價值資產租賃應用確認豁免。與該等租賃相關的租賃付款於租期內按直線基準確認為開支。

貴集團選擇不將非租賃組成部分與租賃組成部分區分，而是將各租賃組成部分及任何相關的非租賃組成部分入賬列作單一租賃組成部分。

貴集團將租賃合同約的各租賃組成部分單獨入賬列作一項租賃。 貴集團按租賃組成部分的相對獨立價格及(倘適用)非租賃組成部分的總獨立價格將合約中的代價分配至各租賃組成部分。

貴集團未產生單獨組成部分的應付款項被視為分配至合約已單獨識別組成部分的總代價的一部分。

貴集團於租賃開始日期確認一項使用權資產和一項租賃負債。

使用權資產初步按成本計量，包括：

(a) 租賃負債初始計量金額；

(b) 於開始日期或之前作出的任何租賃付款，減已收取的任何租賃優惠；

(c) 貴集團產生的任何初始直接成本；及

(d) 貴集團拆除及移除相關資產、恢復相關資產所在場所或將相關資產恢復至租賃條款及條件所規定的狀態而將產生的成本估算，除非該等成本因生產存貨而產生則另作別論。

其後，使用權資產按成本減任何累計折舊及任何累計減值虧損計量，並就租賃負債的任何重新計量作出調整。於使用權資產租賃未屆滿期限內按直線基準計提折舊(除非租賃於租期結束前將相關資產所有權轉移至 貴集團或倘使用權資產的成本反映 貴集團將行使購買選擇權(如有)－在此情況下，則於相關資產的估計可用年期內計提折舊)如下：

租賃物業	租賃未屆滿期限內
租賃設備	租賃未屆滿期限內

租賃負債初步按於合約開始日期尚未支付的租賃付款現值計量。

計入租賃負債計量的租賃付款包括下列於租期內使用相關資產權利且於開始日期尚未支付的付款：

(a) 固定付款(包括實質固定付款)減任何應收租賃優惠；

(b) 取決於一項指數或利率的可變租賃付款；

(c) 根據剩餘價值擔保預期應付的款項；

(d) 購買選擇權的行使價(倘 貴集團合理確定行使該選擇權)；及

(e) 終止租賃的罰款付款(倘租期反映 貴集團行使選擇權終止租賃)。

租賃付款使用租賃中隱含的利率貼現，或倘該利率不可隨時確定，則採用承租人的增量借貸利率。

其後，租賃負債透過增加賬面值以反映租賃負債利息及透過減少賬面值以反映已作出租賃付款進行計量。

當租期出現變動或重新評估 貴集團是否將合理確定行使購買選擇權而導致租賃付款發生變化時，則租賃負債使用經修訂貼現率重新計量。

當指數或利率(浮動利率除外)出現變動導致剩餘價值擔保、實質固定租賃付款或未來租賃付款發生變化時，租賃負債使用原貼現率重新計量。倘浮動利率變動導致未來租賃付款發生變化， 貴集團使用經修訂貼現率重新計量租賃負債。

貴集團將租賃負債重新計量金額確認為對使用權資產的調整。倘使用權資產賬面值減少至零且租賃負債計量進一步減少，則 貴集團於損益中確認重新計量的任何餘下金額。

倘出現以下情況，則租賃修訂入賬列作一項單獨租賃：

(a) 該修訂透過增加一項或多項相關資產的使用權利而擴大租賃範圍；及

(b) 租賃代價增加的金額相當於擴大範圍對應的獨立價格及為反映特定合約情況而對該獨立價格進行的任何適當調整。

倘租賃修訂並無入賬列作一項單獨租賃，則於租賃修訂生效日期，

(a) 貴集團按上述相對獨立價格對經修訂合約中的代價作出分配；

(b) 貴集團釐定經修訂合約的租期；

(c) 貴集團透過於經修訂租期內使用經修訂貼現率對經修訂租賃付款進行貼現以重新計量租賃負債；

(d) 就縮減租賃範圍的租賃修訂而言， 貴集團透過減少使用權資產賬面值以反映部分或全面終止租賃及於損益中確認與部分或全面終止租賃有關的任何收益或虧損而將租賃負債重新計量入賬；及

(e) 就所有其他租賃修訂而言， 貴集團透過對使用權資產作出相應調整而將租賃負債重新計量入賬。

僱員福利

短期僱員福利

薪金、年度花紅、帶薪年假及非貨幣福利成本於僱員提供相關服務期間內累計。

界定供款計劃

貴集團根據香港強制性公積金計劃條例(「**強積金條例**」)設立界定供款退休福利計劃(「**強積金計劃**」)，供其所有合資格僱員參與強積金計劃。供款金額基於僱員基本薪金的百分比計算，並受強積金條例規定的上限限制。供款在僱員於報告期間提供服務時，於損益中確認為開支。 貴集團於強積金計劃下的責任限於應付固定百分比供款。

長期服務金

根據香港僱傭條例， 貴集團就長期服務金的責任淨額為僱員於當前及過往期間就彼等的服務所賺取日後利益款額。該責任乃使用預測單位信貸法計算及貼現至其現值，並經扣除任何有關資產的公平值(包括該等退休計劃福利)。

稅項

即期所得稅支出乃根據期內業績計算，並就毋須評稅或不可寬減項目作出調整。其按各報告期末已頒佈或實際頒佈的稅率計算。

遞延稅項就資產及負債的稅基與其於歷史財務資料的賬面值之間於各報告期末的所有暫時差額，採用負債法作出撥備。然而，初始確認商譽或一項交易(業務合併除外)中的其他資產或負債所產生的任何遞延稅項如於交易時不影響會計溢利或應課稅損益，且不會導致產生等額應課稅及可扣減暫時差額，則不予確認。

遞延稅項資產及負債根據各報告期末已頒佈或實際頒佈的稅率及稅法，按預期適用於收回資產或償付負債期間的稅率計量。

遞延稅項資產於將可能有未來應課稅溢利可用以抵銷可扣減暫時差額、稅項虧損及抵免的情況下確認。

遞延稅項就於一間附屬公司及一間聯營公司的投資所產生的暫時差額作出撥備，惟 貴集團可控制暫時差額的撥回時間及暫時差額不大可能在可見未來撥回的情況除外。

關聯方

關聯方指與 貴集團有關聯的人士或實體，其界定為：

(a) 某人士或其緊密家族成員倘符合下列條件，則與 貴集團有關聯：

(i) 對 貴集團擁有控制權或共同控制權；

(ii) 對 貴集團有重大影響力；或

(iii) 貴集團或其控股公司主要管理人員成員。

(b) 倘符合下列任何條件，則實體與 貴集團有關聯：

(i) 該實體及 貴集團屬同一集團的成員公司(即各控股公司、附屬公司及同系附屬公司彼此互有關聯)；

(ii) 一間實體為另一實體的聯營公司或合營企業(或另一實體為成員公司的集團旗下成員公司的聯營公司或合營企業)；

(iii) 兩間實體均為同一第三方的合營企業；

(iv) 一間實體為一名第三方實體的合營企業，而另一實體為該第三方實體的聯營公司；

(v) 該實體為 貴集團或與 貴集團有關聯的實體就僱員福利設立的退休後福利計劃。倘 貴集團本身為該計劃，提供資助的僱主亦與 貴集團有關聯；

(vi) 該實體受(a)所識別人士控制或共同控制；

(vii) (a)(i)所識別人士對該實體有重大影響力或為該實體(或該實體控股公司)主要管理人員成員；及

(viii) 該實體或其所屬集團旗下任何成員公司向 貴集團或 貴集團的控股公司提供主要管理人員服務。

某人士的緊密家族成員指與該實體有往來時預期可影響該人士或受該人士影響的家族成員並包括：

(a) 該人士的子女及配偶或同居伴侶；

(b) 該人士的配偶或同居伴侶的子女；及

(c) 該人士或該人士的配偶或同居伴侶的受養人。

於界定關聯方時，聯營公司包括該聯營公司的附屬公司，而合營企業包括該合營企業的附屬公司。

分部報告

經營分部及歷史財務資料所呈報各分部項目的金額乃自為向 貴集團各項業務分配資源及評估其表現而定期向 貴集團最高行政管理人員提供的財務資料當中識別。

就財務報告而言，個別重大的經營分部不會合併計算，惟具有類似經濟特徵及於產品及服務性質、生產過程性質、客戶類型或類別、分銷產品或提供服務所使用的方法以及監管環境性質方面類似的分部除外。倘個別並不重大的經營分部符合上述大部分條件，則會合併計算。

關鍵會計估計及判斷

貴集團管理層在編製歷史財務資料時會作出未來估計和假設以及判斷。該等估計及假設以及判斷會影響 貴集團會計政策的應用、資產、負債、收入及開支的報告金額以及所作的披露。該等估計及假設以及判斷以經驗及相關因素為基礎進行持續評估，包括對在不同情況下相信屬合理的未來事件的預期。在適當情況下，對會計估計的修訂在修訂期間及未來期間(倘修訂也影響未來期間)予以確認。

估計不確定性的主要來源：

(i) 具無限可使用年期的無形資產及商譽減值

貴集團至少每年釐定具無限可使用年期的無形資產及商譽是否出現減值。這需要估計具無限可使用年期的無形資產及商譽所獲分配的現金產生單位的使用價值。估計使用價值需要 貴集團估計現金產生單位的預期現金流量，並選擇合適的貼現率以計算該等現金流量的現值。

(ii) 預期信貸虧損的虧損撥備

貴集團管理層通過使用各種輸入數據及假設(包括違約風險及預期虧損率)來估計貿易及其他應收款項的虧損撥備。估計乃基於 貴集團的歷史資料、現有市況以及於各報告期末的前瞻性估計，涉及高度不確定性。倘預期與原先估計不同，則有關差異將影響貿易及其他應收款項的賬面值。

香港財務報告會計準則的未來變動

於本報告日期，香港會計師公會已頒佈下列於有關期間尚未生效且 貴集團並未提早採納的新訂／經修訂香港財務報告會計準則。

香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號(修訂本)	金融工具的分類及計量的修訂[1]
香港財務報告會計準則的年度改進	第11冊[1]
香港財務報告準則第9號及香港財務報告準則第7號(修訂本)	涉及依賴自然能源生產電力的合約[1]
香港財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露[2]
香港財務報告準則第19號	並無公眾問責性的附屬公司：披露[2]
香港會計準則第21號(修訂本)	換算為惡性通貨膨脹呈列貨幣[2]
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或投入[3]

(1) 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效
(2) 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效
(3) 生效日期待定

貴集團管理層預計未來期間採納新訂／經修訂香港財務報告會計準則不會對 貴集團合併財務資料造成任何重大的影響。

4. 分部資料

貴公司董事已確定 貴集團於整個有關期間僅有一個經營及可報告分部，原因為 貴集團將其保健及美容補充品與產品開發及銷售(包括營銷、出售及分銷)作為一個整體業務管理，而 貴公司的執行董事(為 貴集團的主要經營決策人)按同一基準定期審閱內部財務報告，以分配資源及評估 貴集團的表現。

地區資料

(a) 外部客戶收益

於有關期間， 貴公司為一間投資控股公司，而 貴集團主要在香港從事保健及美容補充品與產品開發及銷售(包括營銷、出售及分銷)。 貴集團絕大部分收益來自外部客戶，並有賴於其在香港的銷售／服務。

(b) 指定非流動資產

貴集團的非流動資產均位於香港。

有關主要客戶的資料

於有關期間，個別佔 貴集團總收益10%或以上的客戶詳情如下：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
銷售保健及美容補充品與產品					
客戶A	38,493	84,044	97,071	49,680	48,170

5. 收益

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
香港財務報告準則第15號範圍內來自客戶合約的收益					
於某一時間點					
－銷售保健及美容補充品與產品	42,669	108,318	127,942	51,836	51,502
－銷售推廣服務	324	820	1,283	684	445
	42,993	109,138	129,225	52,520	51,947
隨著一段時間					
－管理及包裝服務	200	480	990	470	495
總收益	43,193	109,618	130,215	52,990	52,442

尚未履行或部分未履行的履約責任

於各報告期末，尚未履行(或部分履行)的履約責任並無分配任何交易價格。

6. 其他收入

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
銀行利息收入	2	4	1	–	1
按公平值計入損益的金融資產之公平值收益*(附註18)*	40	103	82	57	35
政府補助*(附註(i))*	820	100	–	–	–
雜項收入	1	1	–	–	2
	863	208	83	57	38

附註：

(i) 政府補助主要指就當地政府為鼓勵商業發展而向當地商業企業提供若干財務資助所收取的補貼，截至2023年及2024年3月31日止年度分別約為129,000港元及100,000港元。

此外， 貴集團亦已獲得香港特別行政區政府設立的防疫抗疫基金項下的保就業計劃(「**保就業計劃**」)提供的資金支援，截至2023年3月31日止年度的金額約為691,000港元。保就業計劃旨在為僱主提供財務支援，以挽留否則可能會被裁員的僱員。根據補助的條款， 貴集團在補貼期間不得裁員，並須將所有資金用於支付其僱員工資。

政府補助並無未獲履行的條件。

7. 除税前溢利

經扣除以下各項後列賬：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
財務成本					
計息借款利息	1,077	2,390	2,180	1,204	822
租賃負債利息	47	153	217	123	77
	1,124	2,543	2,397	1,327	899
員工成本(包括董事酬金)					
薪金、酌情花紅、津貼及其他實物福利	11,547	24,355	31,551	14,010	16,611
界定供款計劃供款	407	679	948	430	512
	11,954	25,034	32,499	14,440	17,123
分配至：					
銷售及分銷開支	7,285	18,387	21,940	9,824	11,431
行政及其他經營開支	4,669	6,647	10,559	4,616	5,692
	11,954	25,034	32,499	14,440	17,123
其他項目					
核數師薪酬	50	82	41	20	82
銷貨成本	7,952	23,432	32,528	13,246	12,251
物業、廠房及設備折舊(於「行政及其他經營開支」中扣除)	99	268	320	167	113
使用權資產折舊(於「銷售及分銷開支」及「行政及其他經營開支」中扣除)	827	1,527	2,374	1,187	1,315
貿易應收款項預期信貸虧損的虧損撥備(撥回)(於「行政及其他經營開支」中扣除)	10	170	177	(50)	(328)
廣告及促銷開支(於「銷售及分銷開支」中扣除)	6,760	11,209	13,481	7,644	6,600
[編纂]開支	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
短期租賃項下確認的開支*(附註(i))*	20	189	95	48	48

附註：

(i) 於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日， 貴集團分別承諾金額約為7,000港元、30,000港元、30,000港元及6,000港元的短期租賃或低價值資產租賃。

8. 董事薪酬

貴公司於2025年2月18日在開曼群島註冊成立，而張運裕先生於同日獲委任為 貴公司執行董事。宋婷兒女士於2025年7月7日獲委任為 貴公司執行董事，余德慧女士、鄧敏儀女士及宋曉輝先生分別於[•]獲委任為 貴公司獨立非執行董事。於有關期間， 貴公司若干董事自 貴集團現時旗下一間實體收到其獲委任為該實體僱員的薪酬。於有關期間， 貴公司董事已收及應收的薪酬總額載列如下。

截至2023年3月31日止年度

	董事袍金	薪金、津貼及其他實物福利	酌情花紅	界定供款計劃供款	總計
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
執行董事					
張運裕先生	–	360	30	18	408

截至2024年3月31日止年度

	董事袍金	薪金、津貼及其他實物福利	酌情花紅	界定供款計劃供款	總計
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
執行董事					
張運裕先生	–	360	30	18	408

截至2025年3月31日止年度

	董事袍金	薪金、津貼及其他實物福利	酌情花紅	界定供款計劃供款	總計
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
執行董事					
張運裕先生	–	360	30	18	408

截至2024年9月30日止六個月(未經審核)

	董事袍金	薪金、津貼及其他實物福利	酌情花紅	界定供款計劃供款	總計
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
執行董事					
張運裕先生	–	180	–	9	189

截至2025年9月30日止六個月

	董事袍金	薪金、津貼及其他實物福利	酌情花紅	界定供款計劃供款	總計
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
執行董事					
張運裕先生	–	180	–	9	189
宋婷兒女士	–	240	–	5	245
	–	420	-	14	434

於有關期間， 貴集團概無向任何該等董事支付任何薪酬，作為加入 貴集團或於加入 貴集團後的獎勵或作為離職補償。於有關期間，概無訂立任何董事據此放棄或同意放棄任何酬金的安排。

9. 五名最高薪酬人士

於有關期間，概無董事計入五名最高薪酬人士的酬金總額中。

上述最高薪酬非董事人士的薪酬詳情如下：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	2024年	2025年	2024年	2025年
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
薪金、酌情花紅、津貼及其他實物福利	3,026	6,764	7,844	3,939	3,979
界定供款計劃供款	84	90	90	45	45
	3,110	6,854	7,934	3,984	4,024

酬金屬於下列酬金範圍的非董事人士的人數如下：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
				(未經審核)	
零至1,000,000港元	4	2	–	4	4
1,000,001港元至1,500,000港元	1	2	3	1	1
1,500,001港元至2,000,000港元	–	–	1	–	–
2,000,001港元至2,500,000港元	–	–	–	–	–
2,500,001港元至3,000,000港元	–	1	1	–	–
	5	5	5	5	5

於有關期間， 貴集團概無向任何該等最高薪酬非董事人士支付任何薪酬，作為加入 貴集團或於加入 貴集團後的獎勵或作為離職補償。於有關期間，概無訂立任何該等最高薪酬酬非董事人士據此放棄或同意放棄任何酬金的任何安排。

10. 稅項

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
即期稅項					
香港利得稅	1,941	7,652	7,289	2,186	1,921
遞延稅項*(附註24)*					
暫時差額變動	(45)	(115)	(83)	2	33
所得稅開支總額	1,896	7,537	7,206	2,188	1,954

根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，於開曼群島及英屬處女群島註冊成立的集團實體毋須繳納任何所得稅。

截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度及截至2025年9月30日止六個月， 貴集團一間於香港註冊成立之附屬公司(由 貴集團管理層挑選)之應課稅溢利按利得稅兩級制繳稅，其首2百萬港元應課稅溢利將以8.25%之稅率(「**累進稅率**」)徵稅，而超過2百萬港元之應課稅溢利將以16.5%之稅率(「**標準稅率**」)徵稅。截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度及截至2025年9月30日止六個月，於香港成立的其他 貴集團實體的香港利得稅按各自的估計應課稅溢利的標準稅率16.5%計算。

所得稅開支的對賬

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
除稅前溢利	13,209	43,020	43,463	14,138	2,898
按各稅項司法權區適用法定稅率計算的所得稅	2,179	7,098	7,172	2,333	478
累進稅率的稅務影響	(165)	(165)	(165)	(165)	(165)
不可扣減開支的稅務影響	15	628	216	33	1,647
稅項豁免收益的稅務影響	(121)	(18)	(14)	(10)	(6)
稅項寬減的稅務影響	(12)	(6)	(3)	(3)	–
所得稅開支	1,896	7,537	7,206	2,188	1,954

11. 每股盈利

由於每股盈利資料就載入歷史財務資料而言被視為意義不大，故並無呈列該等資料。

12. 股息

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	**2024年**	**2025年**	**2024年**	**2025年**
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
向最終控股方／最終控股公司宣派的股息	14,388	10,168	37,110	–	–

由於每股股息資料就載入歷史財務資料而言被視為意義不大，故並無呈列該等資料。

13. 物業、廠房及設備

	傢私、固定裝置及辦公室設備 *千港元*	租賃裝修 *千港元*	總計 *千港元*
賬面值對賬－截至2023年3月31日止年度			
於2022年4月1日	119	–	119
添置	343	173	516
折舊	(84)	(15)	(99)
於2023年3月31日	378	158	536
賬面值對賬－截至2024年3月31日止年度			
於2023年4月1日	378	158	536
添置	155	121	276
折舊	(137)	(131)	(268)
於2024年3月31日	396	148	544
賬面值對賬－截至2025年3月31日止年度			
於2024年4月1日	396	148	544
添置	9	141	150
折舊	(117)	(203)	(320)
於2025年3月31日	288	86	374
賬面值對賬－截至2025年9月30日止六個月			
於2025年4月1日	288	86	374
添置	54	–	54
折舊	(63)	(50)	(113)
於2025年9月30日	279	36	315
於2023年3月31日			
成本	566	593	1,159
累計折舊	(188)	(435)	(623)
賬面淨值	378	158	536
於2024年3月31日			
成本	578	294	872
累計折舊	(182)	(146)	(328)
賬面淨值	396	148	544

	傢私、固定裝置及辦公室設備 *千港元*	租賃裝修 *千港元*	總計 *千港元*
於2025年3月31日			
成本	587	435	1,022
累計折舊	(299)	(349)	(648)
賬面淨值	288	86	374
於2025年9月30日			
成本	641	435	1,076
累計折舊	(362)	(399)	(761)
賬面淨值	279	36	315

14. 使用權資產

	租賃物業 *千港元*	租賃設備 *千港元*	總計 *千港元*
賬面值對賬－截至2023年3月31日止年度			
於2022年4月1日	761	76	837
添置	1,803	–	1,803
折舊	(809)	(18)	(827)
於2023年3月31日	1,755	58	1,813
賬面值對賬－截至2024年3月31日止年度			
於2023年4月1日	1,755	58	1,813
添置	5,265	–	5,265
折舊	(1,509)	(18)	(1,527)
於2024年3月31日	5,511	40	5,551
賬面值對賬－截至2025年3月31日止年度			
於2024年4月1日	5,511	40	5,551
折舊	(2,356)	(18)	(2,374)
於2025年3月31日	3,155	22	3,177
賬面值對賬－截至2025年9月30日止六個月			
於2025年4月1日	3,155	22	3,177
添置	1,317	–	1,317
折舊	(1,306)	(9)	(1,315)
於2025年9月30日	3,166	13	3,179
於2023年3月31日			
成本	2,921	90	3,011
累計折舊	(1,166)	(32)	(1,198)
賬面淨值	1,755	58	1,813
於2024年3月31日			
成本	8,186	90	8,276
累計折舊	(2,675)	(50)	(2,725)
賬面淨值	5,511	40	5,551

	租賃物業 *千港元*	租賃設備 *千港元*	總計 *千港元*
於2025年3月31日			
成本	8,186	90	8,276
累計折舊	(5,031)	(68)	(5,099)
賬面淨值	3,155	22	3,177
於2025年9月30日			
成本	9,503	90	9,593
累計折舊	(6,337)	(77)	(6,414)
賬面淨值	3,166	13	3,179

於有關期間的各報告期間， 貴集團租用多項物業及設備以進行日常營運，初始租期介乎2至5年。

續期及終止選擇權

租賃物業的若干租賃合約包含續期或終止選擇權。該等選擇權旨在令 貴集團能夠靈活管理租賃資產。租賃物業的續期選擇權通常因 貴集團不希望產生租賃裝修等額外成本而獲行使，而行使終止選擇權通常屬不尋常，除非 貴集團可於並無產生重大成本或收購新物業的情況下替換租賃物業則另作別論。 貴集團極少行使先前未納入其租賃期限確定範圍的選擇權，亦極少不行使先前已納入其租賃期限確定範圍的選擇權。

租賃付款總額分別約為864,000港元、1,735,000港元、2,615,000港元、1,278,000港元(未經審核)及1,448,000港元，相當於租賃於截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月的總現金流出。

限制或契諾

大部分租賃訂有限制指，除非取得出租人批准，否則使用權資產僅可由 貴集團使用，且 貴集團不得出售或質押相關資產。 貴集團亦須保持該等租賃資產的良好維修狀態，並於租賃結束時按其原有狀況交回租賃資產。

可變租賃付款

零售店新租賃合約包括與零售店產生的銷售額掛鈎的可變租賃付款條款，且於截至2025年9月30日止六個月，並無產生任何可變租賃付款。在可能的情況下，新設立的零售店會採用可變租賃付款條款，乃由於其可使 貴集團得以將租賃開支與收益相匹配，從而降低業務風險。

15. 無形資產

	分銷網絡 *千港元*
成本及賬面值	
於2022年4月1日、2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日	23,453

分銷網絡(「**分銷網絡**」)源於竣輝於2021年自一名獨立第三方收購正品香港(「**正品收購事項**」)。分銷網絡的估值乃基於獨立專業估值師採用收入法下的多期超額盈餘法，並參考五年期間正品香港來自核心客戶的收益及對該期間後的現金流量進行推斷編製的估值而進行。於收購日期，正品香港與其核心客戶已建立完善的分銷網絡，該網絡通過優質產品交付的往績記錄而得以締造。分銷網絡使正品香港能夠擁有用作產品分銷的穩定來源，並為業務增長及發展奠定堅實基礎。

與醫療保健現金產生單位(定義見附註16)相關的分銷網絡以成本減去任何減值虧損(如有)列示。 貴集團管理層認為，由於與核心客戶的合作並無可預見的期限，且預期該資產將無限期為 貴集團產生現金流量，故分銷網絡具有無限可使用年期。

分銷網絡於各報告期末進行減值測試，並已納入醫療保健現金產生單位以進行商譽減值評估(誠如歷史財務資料附註16所載)。

16. 商譽

	醫療保健現金產生單位 *千港元*
賬面值	
於2022年4月1日、2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日	2,382

正品收購事項於2021年所產生的商譽連同現金產生單位涉及從事保健及美容補充品與產品開發及銷售(包括營銷、銷售及分銷)(「**醫療保健現金產生單位**」)。

商譽及具無限可使用年期的分銷網絡的減值測試

透過企業合併取得的商譽及具無限可使用年期的分銷網絡乃分配至個別醫療保健現金產生單位進行年度減值測試。

為進行年度減值測試，醫療保健現金產生單位的可收回金額乃參考根據 貴集團管理層批准的財務估算，以五年期的現金流量預測及由獨立專業估值師旗艦資產評估顧問有限公司對五年期後現金流量的推斷所進行使用價值計算而釐定。

使用價值計算中使用的關鍵假設如下：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
平均增長率	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
預算平均毛利率	81.0%	79.0%	78.0%	76.6%
長期增長率	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
貼現率(除税前)	17.8%	16.5%	14.1%	12.9%

貴集團管理層根據過往表現及市場發展預期釐定增長率及預算毛利率。所採用的貼現率為除税前，並反映與醫療保健現金產生單位相關的特定風險。

貴集團管理層評估於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日，醫療保健現金產生單位之可收回金額分別較其賬面值高約58,170,000港元、303,976,000港元、404,629,000港元及414,386,000港元(「**餘額**」)。因此，截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度及截至2025年9月30日止六個月，商譽及具無限可使用年期的分銷網絡均未出現減值。

貴集團管理層認為，該等假設中的任何合理可能變化均不會導致醫療保健現金產生單位於報告期末的賬面總值超過可收回金額總額。

主要假設的敏感度

下表顯示倘使用價值計算中採用的若干關鍵假設發生變動(假設其他所有假設保持不變)，則餘額將如何減少：

		餘額減少			
		於3月31日			於2025年
		2023年	2024年	2025年	9月30日
		千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
醫療保健現金產生單位	**變動**				
平均增長率	減少1%	20,060	15,384	22,270	25,378
預算平均毛利率	減少1%	18,246	8,201	11,325	13,275
貼現率(除税前)	增加1%	17,999	21,886	33,728	37,123

17. 於一間聯營公司的投資

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
非上市實體，應佔資產淨值	–	–	–	–

該聯營公司於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日的詳情如下：

聯營公司名稱	主要營業地點及註冊成立地點	所持股份類別	貴公司(間接)持有的已發行及繳足股本的價值比例	主要活動
Sau San Tong Healthy Care Product Limited(「**Sau San Tong**」)	香港	普通股	40%	銷售保健及美容產品

上述聯營公司為私人公司，其股份並無市場報價。截至2023年3月31日止年度， 貴集團與一名獨立第三方成立Sau San Tong，且 貴集團就此投資40港元作為一筆初始投資，以換取Sau San Tong的40%股權。該聯營公司採用權益法入賬。

有關聯營公司的財務資料

有關Sau San Tong的財務資料概要載列如下，此乃根據香港財務報告會計準則編製的聯營公司財務報表所示金額，並經 貴集團就權益會計目的作出調整，包括任何會計政策差異及公平值調整。

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
總額				
流動資產	3,000	2,458	2,286	2,352
流動負債	(3,750)	(2,775)	(2,702)	(2,689)
負債淨額	(750)	(317)	(416)	(337)
對賬				
權益總額	(750)	(317)	(416)	(337)
貴集團所有權權益	40%	40%	40%	40%
貴集團應佔權益	(300)	(127)	(167)	(135)
權益賬面值	–	–	–	–

	截至3月31日止年度			截至2025年9月30日止六個月
	2023年	2024年	2025年	
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
總額				
收益	2,679	4,967	785	133
(虧損)溢利	(750)	433	(99)	79
其他全面收益	–	–	–	–
全面(虧損)收益總額	(750)	433	(99)	79
貴集團應佔業績	(300)	173	(40)	32

貴集團已於有關期間停止根據權益法確認應佔一間聯營公司虧損。本年度及累計未確認的應佔一間聯營公司虧損載列如下：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
未確認應佔虧損	300	–	40	–

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
截至報告期末累計未確認應佔虧損	300	127	167	135

18. 按公平值計入損益的金融資產

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
非上市投資—主要管理層保險合約	2,330	2,433	2,515	2,550

主要管理層保險合約的公平值乃經參考有關期間內報告期末保險合約各自退保現金價值(主要根據相關投資組合的表現以及每年約2%的最低保證回報)而釐定，並以美元計值。

主要管理層保險合約的變動分析如下：

	截至3月31日止年度			截至2025年9月30日止六個月
	2023年	2024年	2025年	
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
於報告期初	–	2,330	2,433	2,515
添置	2,290	–	–	–
於損益確認的公平值變動	40	103	82	35
於報告期末	2,330	2,433	2,515	2,550

主要管理層保險合約已質押作為　貴集團於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日分別約1,965,000港元、1,716,000港元、1,452,000港元及1,300,000港元的銀行借款抵押品。

19. 存貨

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
製成品	2,156	7,989	3,821	8,871

20. 貿易及其他應收款項

	附註	於3月31日 2023年 千港元	 2024年 千港元	 2025年 千港元	於2025年 9月30日 千港元
貿易應收款項					
來自第三方		14,418	31,731	42,899	29,343
減：虧損撥備		(11)	(181)	(358)	(30)
	(a)	14,407	31,550	42,541	29,313
其他應收款項					
已付供應商按金	*(b)*	4,287	1,114	2,379	3,290
租金及其他按金		304	546	546	1,076
預付**[編纂]**開支		**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
其他預付開支		755	664	1,312	1,881
應收最終控股方款項	*(c)*	–	11,066	60	16,811
應收最終控股公司款項	*(c)*	–	–	12	19
		5,346	13,390	4,848	23,786
		19,753	44,940	47,389	53,099

(a) 貿易應收款項

於各報告期末基於發票日期的貿易應收款項(扣除虧損撥備)的賬齡分析如下：

	於3月31日 2023年 千港元	 2024年 千港元	 2025年 千港元	於2025年 9月30日 千港元
30天內	9,914	13,488	19,925	7,729
31至60天	4,243	5,297	5,775	10,083
61至90天	131	12,564	16,475	11,425
90天以上	119	201	366	76
	14,407	31,550	42,541	29,313

於各報告期末，按到期日劃分的貿易應收款項(扣除虧損撥備)的賬齡分析如下：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
尚未到期	14,288	31,295	42,188	28,595
已逾期：				
30天內	27	184	259	675
31至60天	57	71	2	43
61至90天	35	–	–	–
90天以上	–	–	92	–
	119	255	353	718
	14,407	31,550	42,541	29,313

貴集團通常授出由發票出具日期起計最多180天的信貸期。

於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日，計入貿易應收款項的金額中分別約有13,821,000港元、20,895,000港元、25,830,000港元及26,150,000港元與保理安排有關*(附註22)*。

(b) 已付供應商按金

結餘指 貴集團採購保健及美容補充品與產品時墊付予若干供應商的款項。

主要以功能貨幣以外的貨幣計值的結餘如下：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
美元	1,401	106	1,286	1,330
紐西蘭元(「**紐西蘭元**」)	918	–	906	1,525
澳元(「**澳元**」)	–	816	–	253
	2,319	922	2,192	3,108

(c) 應收最終控股方／最終控股公司款項

應收款項為非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還。

	截至2024年3月31日止年度		
	年內最高未償還金額	於2024年3月31日的結餘	於2023年4月1日的結餘
	千港元	*千港元*	*千港元*
張運裕先生	11,905	11,066	–

	截至2025年3月31日止年度		
	年內最高未償還金額	於2025年3月31日的結餘	於2024年4月1日的結餘
	千港元	*千港元*	*千港元*
張運裕先生	41,228	60	11,066
Alway Success	12	12	–

	截至2025年9月30日止六個月		
	年內最高未償還金額	於2025年9月30日的結餘	於2025年4月1日的結餘
	千港元	*千港元*	*千港元*
張運裕先生	30,060	16,811	60
Alway Success	19	19	12

(d) 有關 貴集團的信貸風險敞口以及貿易及其他應收款項虧損撥備的資料載於歷史財務資料附註28。

21. 貿易及其他應付款項

	附註	於3月31日 2023年 千港元	 2024年 千港元	 2025年 千港元	於2025年 9月30日 千港元
貿易應付款項					
付予第三方	*(a)*	498	4,554	3,091	4,162
其他應付款項					
應計僱員福利		2,011	4,306	5,119	5,453
累計**[編纂]**開支		**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**	**[編纂]**
其他應計款項及其他應付款項		644	1,359	1,110	1,715
銷售回扣撥備		254	84	91	263
長期服務金撥備	*(b)*	93	61	81	372
應付最終控股方款項	*(c)*	14,048	–	–	–
應付一間聯營公司款項	*(d)*	2,355	1,076	24	24
		19,405	6,886	6,425	11,324
		19,903	11,440	9,516	15,486

(a) 貿易應付款項

貿易應付款項為無抵押、免息及具最多90天的正常信貸期。

於各報告期末，基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於3月31日 2023年 千港元	 2024年 千港元	 2025年 千港元	於2025年 9月30日 千港元
30天內	439	4,554	2,259	3,742
31至60天	–	–	686	38
61至90天	59	–	146	382
	498	4,554	3,091	4,162

以功能貨幣以外的貨幣計值之貿易應付款項的結餘載列如下：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
美元	–	1,394	–	15
紐西蘭元	–	943	–	931
澳元	–	–	146	382
	–	2,337	146	1,328

(b) 長期服務金撥備

長期服務金撥備變動如下：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
於報告期初	46	93	61	81
長期服務金撥備(撥回)	47	(32)	20	291
於報告期末	93	61	81	372

(c) 應付最終控股方款項

應付款項為非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還。

(d) 應付一間聯營公司款項

應付款項為貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還。

22. 計息借款

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
其他固定利率借款				
－有抵押	9,886	6,025	–	–
浮動利率銀行借款				
－有抵押	18,187	31,793	31,489	34,297
	28,073	37,818	31,489	34,297
其他借款的固定年利率	8.00%	8.00%	–	–
浮動利率借款的實際年利率	2.95%至5.25%	3.55%至6.65%	3.44%至6.24%	2.89%至5.42%

自成立以來，向金融機構及銀行借入的計息借款均須於介乎一至十年的期限內全數償還，而由於相關貸款協議載有條款賦予金融機構及銀行可隨時自行酌情決定要求償還借款的無條件權利，故該等借款分類為流動負債。計息借款還款時間表的進一步詳情載於歷史財務資料附註28。

計息借款由以下各項作抵押：

(i) 最終控股方提供的個人擔保；

(ii) 地方政府提供的擔保；

(iii) 貴集團一間附屬公司提供的公司擔保；

(iv) 於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日，計入貿易應收款項的金額中分別約有13,821,000港元、20,895,000港元、25,830,000港元及26,150,000港元與保理安排有關*(附註20(a))*；及／或

(v) 公平值分別約2,330,000港元、2,433,000港元、2,515,000港元及2,550,000港元的主要管理層保險合約*(附註18)*。

所有銀行融資均須遵守與金融機構訂立的貸款安排中的常見契諾。倘 貴集團違反契諾，已提取融資額度將成為須按要求償還。截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度以及截至2025年9月30日止六個月， 貴公司其中一間附屬公司在維持附屬公司有形淨值最低金額及在未經銀行事先書面同意而向其股東宣派股息方面違反與賬面值分別約為10,222,000港元、21,846,000港元、22,702,000港元及27,523,000港元的銀行借款有關的契諾(「**契諾**」)。 貴集團已就違規行為與銀行溝通，銀行確認不會對違反契諾的行為採取進一步措施。此外，銀行已向 貴集團授出一次性違反契諾豁免，並同意 貴集團須於2026年2月16日或之前糾正違規行為。 貴公司董事認為，違反契諾不會立即引發銀行的還款要求。

於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日，以功能貨幣以外的貨幣(即美元)計值的計息借款結餘分別為約1,965,000港元、1,716,000港元、1,452,000港元及1,300,000港元。

最終控股方提供的擔保預期將於首次**[編纂]**後解除並由　貴公司及／或其附屬公司提供的任何公司擔保替代，且銀行已就此表示同意。

23. 租賃負債

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
流動部分	808	2,303	2,253	2,413
非流動部分	1,042	3,419	1,166	1,000
	1,850	5,722	3,419	3,413

租賃負債的承擔及現值：

	租賃付款			
	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
應付款項：				
一年內	871	2,520	2,355	2,509
一年以上但兩年內	663	2,355	1,186	1,014
兩年以上但五年內	416	1,186	–	–
	1,950	6,061	3,541	3,523
減：未來財務費用	(100)	(339)	(122)	(110)
	1,850	5,722	3,419	3,413

	租賃付款的現值			
	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
應付款項：				
一年內	808	2,303	2,253	2,413
一年以上但兩年內	632	2,253	1,166	1,000
兩年以上但五年內	410	1,166	–	–
	1,850	5,722	3,419	3,413
減：未來財務費用	–	–	–	–
	1,850	5,722	3,419	3,413

於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日， 貴集團租賃負債的加權平均實際年利率分別約為2.75%、4.85%、4.97%及4.59%。

24. 遞延稅項

於有關期間， 貴集團遞延稅項資產(負債)的變動如下：

	無形資產 *千港元*	其他 *千港元*	總計 *千港元*
於2022年4月1日	(3,870)	54	(3,816)
所得稅抵免	–	45	45
於2023年3月31日及2023年4月1日	(3,870)	99	(3,771)
所得稅抵免	–	115	115
於2024年3月31日及2024年4月1日	(3,870)	214	(3,656)
所得稅抵免	–	83	83
於2025年3月31日及2025年4月1日	(3,870)	297	(3,573)
所得稅開支	–	(33)	(33)
於2025年9月30日	(3,870)	264	(3,606)

25. 貴公司的股本及財務資料

(a) 股本

法定：	**股份數目**	**金額** *千港元*
於註冊成立日期、2025年3月31日及2025年9月30日*(附註(i))*	500,000,000	390

已發行及繳足：	**已發行股份數目**	**股本** *千港元*	**股份溢價** *千港元*	**總計** *千港元*
於註冊成立時發行的股份*(附註(i))*	250,000,000	195	–	195
於2025年3月31日及2025年4月1日	250,000,000	195	–	195
於股份認購後發行股份*(附註(ii))*	3,450,000	3	25,397	25,400
於2025年9月30日	253,450,000	198	25,397	25,595

附註：

(i) 貴公司於2025年2月18日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。於其註冊成立日期，50,000美元的法定股本分為500,000,000股每股面值0.0001美元的普通股。同日，已發行及配發250,000,000股普通股，總代價為25,000美元(相當於195,000港元)。

根據於2025年2月27日完成的重組， 貴公司成為現時組成 貴集團的實體的控股公司。有關 貴公司自註冊成立以來的法定及已發行股本變動的進一步詳情載於文件「歷史、重組及公司架構」一節「重組」一段。

(ii) 於2025年5月15日，交銀國際資產管理有限公司(為及代表其客戶並以其管理人身份行事)(「交銀」)與 貴公司訂立一項認購協議，據此， 貴公司同意發行及配發，而交銀同意認購3,450,000股普通股，代價約為25,400,000港元。有關投資主要條款的進一步詳情，請參閱文件「歷史、重組及公司架構」一節「重組」一段。

除上文所披露者外， 貴公司自註冊成立以來尚未開展任何重大業務或營運。

(b) 股份溢價

貴公司股份溢價指已收任何代價超出 貴公司發行普通股的面值之差額。

(c) 於一間附屬公司的投資

於一間附屬公司的投資佔正品英屬處女群島的100%已發行股本。

(d) 應收附屬公司款項

應收款項為非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還。

(e) 貴公司儲備

	股份溢價 *千港元* *(附註25(b))*	累計溢利(虧損) *千港元*	總計 *千港元*
於2025年2月18日(註冊成立日期)	–	–	–
期內溢利及全面收益總額	–	37,125	37,125
與擁有人的交易			
注資及分派			
向最終控股公司宣派的股息*(附註12)*	–	(37,110)	(37,110)
於2025年3月31日及2025年4月1日	–	15	15
期內虧損及全面虧損總額	–	(9,889)	(9,889)
與擁有人的交易			
注資及分派			
股份認購後發行股份*(附註25(a))*	25,397	–	25,397
於2025年9月30日	25,397	(9,874)	15,523

截至2025年3月31日止年度及截至2025年9月30日止六個月，若干企業行政開支及 貴公司首次**[編纂]**開支由 貴公司一間附屬公司無償負擔。

26. 關聯方交易

除於有關期間的歷史財務資料中其他部分所披露者外，關聯方交易的資料載列如下。

(a) 貴集團的關聯方交易

集團實體之間的交易已因合併而抵銷，故並未予以披露。於有關期間， 貴集團與關聯方進行以下重大交易。 貴公司董事認為，該等交易乃按正常商業條款訂立，屬公平合理且符合 貴集團的最佳利益。

		截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
		2023年	2024年	2025年	2024年	2025年
		千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
					(未經審核)	
關聯方名稱及關係	**交易性質**					
Sau San Tong， 貴集團的聯營公司	銷售推廣服務	270	256	13	6	–
超級食品工房(亞洲)有限公司(最終控股方的一名近親對其具有重大影響力)	保健及美容補充品與產品銷售	–	803	74	74	–
	包裝服務	–	–	150	150	–
康寶健樂有限公司(最終控股方的一名近親對其具有重大影響力)	銷售推廣服務	–	–	339	181	31
	採購保健補充品及產品	–	–	211	6	2

(b) 貴集團主要管理人員(包括 貴公司董事)的薪酬：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	2024年	2025年	2024年	2025年
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
薪金、津貼、酌情花紅及其他實物福利	390	390	390	180	420
界定供款計劃供款	18	18	18	9	14
	408	408	408	189	434

有關 貴公司董事薪酬的進一步詳情載於歷史財務資料附註8。

27. 有關合併現金流量表的其他資料

(a) 主要非現金交易

貴集團具有下列主要非現金交易：

(i) 截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度，應付最終控股方／最終控股公司的股息約14,388,000港元、10,168,000港元及37,110,000港元已用作抵銷與最終控股方的往來賬。

(ii) 截至2023年3月31日止年度，由最終控股方收取的計息借款所得款項約為12,000,000港元，固定年利率為8.00%，而有關借款其後於截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度由最終控股方代表 貴集團悉數償還。

截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度，最終控股方已償還本金分別約2,114,000港元、3,861,000港元及6,025,000港元，並已支付利息分別約567,000港元、632,000港元及125,000港元。

(iii) 截至2023年及2024年3月31日止年度及截至2025年9月30日止六個月，已於租賃開始時就租賃物業訂立資本總值分別約為1,803,000港元、5,265,000港元及1,317,000港元的租賃安排。

(b) 融資活動產生的負債對賬

於有關期間， 貴集團因融資活動而產生的負債變動如下：

			非現金變動				
	於2022年4月1日	現金流量淨額	宣派股息	添置使用權資產	計息借款所得款項	償還計息借款	於2023年3月31日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
截至2023年3月31日止年度							
計息借款	6,000	12,187	–	–	12,000	(2,114)	28,073
應付最終控股方款項	24,902	(15,356)	14,388	–	(12,000)	2,114	14,048
租賃負債	844	(797)	–	1,803	–	–	1,850
	31,746	(3,966)	14,388	1,803	–	–	43,971

			非現金變動				
	於2023年4月1日	現金流量淨額	宣派股息	添置使用權資產	計息借款所得款項	償還計息借款	於2024年3月31日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
截至2024年3月31日止年度							
計息借款	28,073	13,606	–	–	–	(3,861)	37,818
應付(應收)最終控股方款項	14,048	(39,143)	10,168	–	–	3,861	(11,066)
租賃負債	1,850	(1,393)	–	5,265	–	–	5,722
	43,971	(26,930)	10,168	5,265	–	–	32,474

			非現金變動				
	於2024年4月1日	現金流量淨額	宣派股息	添置使用權資產	計息借款所得款項	償還計息借款	於2025年3月31日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
截至2025年3月31日止年度							
計息借款	37,818	(304)	–	–	–	(6,025)	31,489
租賃負債	5,722	(2,303)	–	–	–	–	3,419
	43,540	(2,607)	–	–	–	(6,025)	34,908

			非現金變動				
	於2024年4月1日	現金流量淨額	宣派股息	添置使用權資產	計息借款所得款項	償還計息借款	於2024年9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
截至2024年9月30日止六個月(未經審核)							
計息借款	37,818	(1,212)	–	–	–	(6,025)	30,581
租賃負債	5,722	(1,107)	–	–	–	–	4,615
	43,540	(2,319)	–	–	–	(6,025)	35,196

	於2025年4月1日	現金流量淨額	非現金變動 宣派股息	添置使用權資產	計息借款所得款項	償還計息借款	於2025年9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
截至2025年9月30日止六個月							
計息借款	31,489	2,808	–	–	–	–	34,297
租賃負債	3,419	(1,323)	–	1,317	–	–	3,413
	34,908	1,485	–	1,317	–	–	37,710

28. 財務風險管理目的及政策

貴集團的主要金融工具包括按公平值計入損益的金融資產、銀行結餘及現金、計息借款及租賃負債。該等金融工具的主要目的是為 貴集團營運籌集及維持融資。 貴集團擁有多種其他金融工具，例如貿易及其他應收款項以及貿易及其他應付款項，該等金融工具直接來自其業務活動。

金融工具的會計政策已應用於以下項目：

	於3月31日 2023年	2024年	2025年	於2025年9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
金融資產－按公平值				
按公平值計入損益的金融資產	2,330	2,433	2,515	2,550
金融資產－按攤銷成本				
計入貿易及其他應收款項的金融資產	14,711	43,162	43,159	47,219
銀行結餘及現金	108	668	810	13,750
	14,819	43,830	43,969	60,969
	17,149	46,263	46,484	63,519
金融負債－按攤銷成本				
計入貿易及其他應付款項的金融負債	17,799	7,073	4,316	9,661
計息借款	28,073	37,818	31,489	34,297
租賃負債	1,850	5,722	3,419	3,413
	47,722	50,613	39,224	47,371

貴集團金融工具所產生的主要風險為市場風險(包括價格風險、利率風險及外匯風險)、信貸風險及流動性風險。 貴集團一般採取保守的風險管理策略，並將 貴集團面臨的風險限於最低水平。 貴集團管理層審閱並同意管理每項風險的政策，並概述如下。

價格風險

貴集團面臨其主要管理層保險合約的非上市投資所產生的價格風險，該等投資分類為按公平值計入損益的金融資產。非上市投資的公平值將會有所波動，並受投資發行人酌情決定的回報影響。該等合約於持有期間設有最低保證回報。 貴集團管理層認為，該等合約產生的價格風險並不重大。

利率風險

貴集團面臨利率變動的市場風險主要與 貴集團計息借款有關。 貴集團以浮動利率計息的借款於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日分別為18,187,000港元、31,793,000港元、31,489,000港元及34,297,000港元。由於 貴集團管理層預期於各報告期末並無任何重大利率風險，因此 貴集團目前並無制定對沖利率風險的政策。

於各報告期末，倘利率上升／下跌1%而所有其他變量維持不變，則截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度及截至2025年9月30日止六個月， 貴集團的除稅前溢利將分別減少／增加約182,000港元、318,000港元、315,000港元及343,000港元。

上述敏感度分析乃假設利率變動於整個有關期間內發生，並已應用於各報告期末存在的計息借款期末結餘的利率風險敞口而釐定。所述變動代表管理層對有關期間內利率出現合理可能變動的評估。

貴集團管理層認為，敏感度分析並不反映固有利率風險，乃由於各報告期末的風險敞口並不反映有關期間的風險敞口。

外匯風險

貴集團交易主要以港元、美元、紐西蘭元及澳元計值。

貴集團若干金融資產及金融負債以各自集團實體功能貨幣以外的貨幣計值，因此面臨外匯風險。該等金融資產及負債的賬面值分析如下：

	金融資產			
	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
美元	3,731	2,539	3,801	3,881
紐西蘭元	918	–	906	1,525
澳元	–	816	–	253
	4,649	3,355	4,707	5,659

	金融負債			
	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
美元	1,965	3,110	1,452	1,315
紐西蘭元	–	943	–	931
澳元	–	–	146	382
	1,965	4,053	1,598	2,628

由於港元與美元掛鈎，故 貴集團認為對於以美元計值的交易而言，港元與美元之間的匯率變動風險並不重大。下表顯示倘紐西蘭元及澳元對各集團實體功能貨幣的匯率在各報告期內變動10%，而報告期末所有其他變量保持不變，則 貴集團除税前業績的概約變動情況。

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
紐西蘭元	92	(94)	91	59
澳元	–	82	(15)	(13)
	92	(12)	76	46

敏感度分析乃假設外匯匯率變動已於報告期末發生，且已應用於該日存在的金融工具的貨幣風險，而所有其他變量(尤其是利率)保持不變。上述變動代表管理層對直至下一報告期末止年度外匯匯率出現合理可能變化的評估。

貴集團管理層認為，敏感度分析並不代表固有外匯風險，乃由於報告期末的風險敞口並不反映報告期間的風險敞口。

信貸風險

歷史財務資料中確認的金融資產賬面值(扣除虧損撥備)指 貴集團就該等金融資產所面臨的信貸風險，且並無計及信貸提升措施。

貿易應收款項

貴集團僅與經認可且信譽良好的客戶進行交易。 貴集團的政策為所有希望按信貸期進行交易的客戶均須遵守信貸驗證程序，並對該等客戶進行定期信貸評估。 貴集團透過設定最長180天的付款期限來限制其所面臨來自貿易應收款項的信貸風險。

貴集團面臨的信貸風險主要受每名客戶的個別特徵所影響。客戶經營所在行業的違約風險亦對信貸風險有所影響，但程度較低。客戶的信貸質素乃根據廣泛信貸評級及個別信貸限額評估進行評估，而該評估主要根據 貴集團本身的交易記錄進行。

於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日，由於貿易應收款項總額中分別約98.9%、71.6%、64.5%及95.6%為應收　貴集團最大貿易債務人款項，及貿易應收款項總額中分別約100.0%、99.7%、89.8%及99.8%為應收　貴集團五大貿易債務人款項，故　貴集團存在信貸風險集中情況。

貴集團應用香港財務報告準則第9號的一般方法計量預期信貸虧損。下表詳述於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日的貿易應收款項的風險狀況。

於2023年3月31日

	階段1	**階段2**	**階段3**
		並無信貸	**出現信貸**
	12個月	**減值的全期**	**減值的全期**
	預期信貸虧損	**預期信貸虧損**	**預期信貸虧損**
賬面總值*(千港元)*	14,418	–	–
加權平均預期信貸虧損率(概約)	0.08%	–	–
預期信貸虧損總額*(千港元)*	11	–	–

於2024年3月31日

	階段1	**階段2**	**階段3**
		並無信貸	**出現信貸**
	12個月	**減值的全期**	**減值的全期**
	預期信貸虧損	**預期信貸虧損**	**預期信貸虧損**
賬面總值*(千港元)*	31,731	–	–
加權平均預期信貸虧損率(概約)	0.57%	–	–
預期信貸虧損總額*(千港元)*	181	–	–

於2025年3月31日

	階段1	**階段2**	**階段3**
		並無信貸	**出現信貸**
	12個月	**減值的全期**	**減值的全期**
	預期信貸虧損	**預期信貸虧損**	**預期信貸虧損**
賬面總值*(千港元)*	42,659	–	240
加權平均預期信貸虧損率(概約)	0.49%	–	61.67%
預期信貸虧損總額*(千港元)*	210	–	148

於2025年9月30日

	階段1	**階段2**	**階段3**
		並無信貸	**出現信貸**
	12個月	**減值的全期**	**減值的全期**
	預期信貸虧損	**預期信貸虧損**	**預期信貸虧損**
賬面總值*(千港元)*	29,343	–	–
加權平均預期信貸虧損率(概約)	0.10%	–	–
預期信貸虧損總額*(千港元)*	30	–	–

於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日，計入貿易應收款項的金額中分別約13,821,000港元、20,895,000港元、25,830,000港元及26,150,000港元與保理安排*(附註22)*有關。

於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日， 貴集團就貿易應收款項分別確認約11,000港元、181,000港元、358,000港元及30,000港元的虧損撥備。貿易應收款項於有關期間的虧損撥備變動概述如下。

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2023年	2024年	2025年	2024年	2025年
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
				(未經審核)	
於報告期初	1	11	181	181	358
虧損撥備(撥回)淨額	10	170	177	(50)	(328)
於報告期末	11	181	358	131	30

於有關期間內概無撇銷貿易應收款項。

貿易應收款項賬面總值的下列重大變動導致虧損撥備增加：

(a) 由於期內產生、取得及終止確認的金融工具(包括已撇銷金融工具，如有)而導致的變動；及

(b) 修訂貿易應收款項的合約現金流量，但並無導致終止確認該等貿易應收款項。

銀行結餘及現金

貴集團銀行結餘及現金包括手頭現金、銀行存款及與現金性質類似的資產，其中銀行存款存放於位於香港的主要金融機構，而與現金性質類似的資產存放於位於香港且信譽度高的金融機構，該等金融機構具有高信貸評級。 貴集團管理層預期不會因該等對手方不履約而產生任何損失。

其他應收款項

貴集團管理層認為，基於借款人在短期內履行其合約現金流量責任的能力強且違約風險低，其他應收款項的信貸風險偏低。其他應收款項的虧損撥備按12個月預期信貸虧損計量，並反映短期風險。

當估計預期信貸虧損時， 貴集團管理層已考慮到以往年度的歷史實際信貸虧損經驗、過往收款記錄、當前信譽度，並根據對手方特有的前瞻性因素及對手方經營所在行業的一般經濟狀況而進行調整，以估計該等金融資產的違約概率，以及在每種情況下的違約虧損額。經考慮對手方的財務狀況、信貸質素及過往結算記錄後， 貴集團管理層認為其他應收款項的預期信貸虧損微不足道。於有關期間，估算技術或所作出的重大假設概無變動。

流動性風險

貴集團的目標是在資金的連續性及靈活性之間保持平衡。 貴集團並無管理流動資金的具體政策。根據合約的未貼現付款， 貴集團金融負債於各報告期末的未貼現合約到期情況概述如下：

	賬面總值	合約未貼現現金流量總額	按要求或一年內	一年至兩年	兩年至五年	五年以上
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*	*千港元*
於2023年3月31日						
貿易及其他應付款項	17,799	17,799	17,799	–	–	–
計息借款*(附註)*	28,073	31,811	31,811	–	–	–
租賃負債	1,850	1,950	871	663	416	–
	47,722	51,560	50,481	663	416	–
於2024年3月31日						
貿易及其他應付款項	7,073	7,073	7,073	–	–	–
計息借款*(附註)*	37,818	42,330	42,330	–	–	–
租賃負債	5,722	6,061	2,520	2,355	1,186	–
	50,613	55,464	51,923	2,355	1,186	–
於2025年3月31日						
貿易及其他應付款項	4,316	4,316	4,316	–	–	–
計息借款*(附註)*	31,489	34,708	34,708	–	–	–
租賃負債	3,419	3,541	2,355	1,186	–	–
	39,224	42,565	41,379	1,186	–	–
於2025年9月30日						
貿易及其他應付款項	9,661	9,661	9,661	–	–	–
計息借款*(附註)*	34,297	37,290	37,290	–	–	–
租賃負債	3,413	3,523	2,509	1,014	–	–
	47,371	50,474	49,460	1,014	–	–

附註： 根據貸款協議須予償還的款項(包括賦予貸款人無條件權利隨時催收貸款的條款)分類至「按要求或一年內」一欄項下。就此而言，於有關期間內各報告期末分別為18,187,000港元、31,793,000港元、31,489,000港元及34,297,000港元的計息借款已如此分類(儘管 貴公司董事預期，貸款人不會行使其要求償還的權利)，因此該等借款將根據貸款協議所載的以下時間表償還：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
須於以下期限內償還包含須按要求償還條款的其他固定利率借款：				
－一年內	3,861	4,182	–	–
－一年以上但兩年內	4,182	1,843	–	–
－兩年以上但五年內	1,843	–	–	–
	9,886	6,025	–	–
須於以下期限內償還包含須按要求償還條款的浮動利率銀行借款：				
－一年內	11,240	23,008	24,121	27,676
－一年以上但兩年內	1,066	1,419	1,470	1,498
－兩年以上但五年內	3,488	4,565	4,577	3,980
－五年以上	2,393	2,801	1,321	1,143
	18,187	31,793	31,489	34,297
	28,073	37,818	31,489	34,297

29. 公平值計量

以下按香港財務報告準則第13號「公平值計量」所界定的公平值層級三個等級列出按公平值計量或須按經常性基準於綜合財務報表披露的資產及負債，連同整體上基於其最低等級而對公平值的整體計量有重大影響的輸入數據分類的公平值計量。輸入數據等級界定如下：

- 第一級(最高等級)： 貴集團在計量日期可在活躍市場取得相同資產或負債的報價(未經調整)；
- 第二級：可就資產或負債直接或間接觀察的輸入數據(第一級內包括的報價除外)；
- 第三級(最低等級)：資產或負債的不可觀察輸入數據。

(a) 按公平值計量的資產及負債

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
	第三級	*第三級*	*第三級*	*第三級*
按公平值計量的資產				
按公平值計入損益的金融資產				
非上市投資－主要管理層保險合約*(附註18)*	2,330	2,433	2,515	2,550

截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度及截至2025年9月30日止六個月，第一級、第二級及第三級公平值計量之間並無轉撥。

	截至3月31日止年度			截至2025年9月30日止六個月
	2023年	2024年	2025年	
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
於損益確認的未變現收益總額	40	103	82	35

主要管理層保險合約的公平值乃經參考退保現金價值釐定，退保現金價值主要基於銀行定期報告的相關投資組合的表現。

主要管理層保險合約的不可觀察輸入數據為銀行報告的退保現金價值。當退保現金價值升高時，主要管理層保險合約的公平值將升高。

(b) 按公平值披露進行計量但並非按公平值計量的資產及負債

所有其他金融資產及負債均以與其於2023年、2024年及2025年3月31日及2025年9月30日的公平值並無重大差異的金額列賬。

30. 資本管理

貴集團資本管理之目標為保障 貴集團持續經營業務的能力，並向權益擁有人提供回報。 貴集團管理其資本架構及作出調整，包括支付股息、向權益擁有人催收額外資本或出售資產，以減少債務。於有關期間，該等目標、政策或程序並無變動。

31. 承擔

資本開支承擔

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	*千港元*	*千港元*	*千港元*
已訂約但未撥備	–	–	–	191

32. 報告期間後事件

於2025年9月30日後， 貴集團發生以下期後事件：

(i) 誠如歷史財務報表附註20所披露，應收最終控股方及最終控股公司的款項已於**[編纂]**前悉數結清。

(ii) 於2025年12月24日，貴集團於中華人民共和國(「**中國**」)成立一間間接全資附屬公司爵玥品牌管理(深圳)有限公司(「**爵玥品牌管理**」)，並擬於中國為 貴集團開展營銷活動。截至本報告日期，爵玥品牌管理尚未開展任何業務營運。

(iii) 於2026年2月13日， 貴集團與一名獨立第三方成立百樂正品環球有限公司(「**百樂正品環球**」)， 貴集團就此已投資30港元作為取得百樂正品環球30%股權的初始投資。截至本報告日期，百樂正品環球尚未開展任何業務營運。

33. 期後財務報表

貴公司或其任何附屬公司並未根據香港財務報告會計準則及／或其他適用財務報告準則編製2025年9月30日之後任何期間的經審核財務報表。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

以下為本公司的章程大綱及細則若干條文及開曼群島公司法若干方面的概要。

本公司於2025年2月18日根據開曼群島公司法(經修訂)(「**公司法**」)在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司章程文件包括其章程大綱(「**大綱**」)及章程細則(「**細則**」)。

1. 章程大綱

(a) 大綱規定(其中包括)本公司股東承擔的責任以彼等各自所持股份於當時未繳付的金額(如有)為限，而本公司的成立宗旨並無限制(包括作為投資公司行事)，且根據公司法第27(2)條的規定，本公司應擁有並能夠行使具完全行為能力的自然人全部職能，而不論其是否符合公司利益，及由於本公司為獲豁免公司，其不會在開曼群島與任何人士、商號或法團進行交易(為促進本公司在開曼群島以外地區進行的業務者除外)。

(b) 本公司可藉特別決議案修改大綱中所指明有關任何宗旨、權力或其他事項的內容。

2. 章程細則

細則乃於[•]獲有條件採納，並自**[編纂]**起生效。細則的若干條文概述如下：

(a) 股份

(i) 股份類別

本公司的股本由普通股組成。

(ii) 更改現有股份或類別股份的權利

在公司法規限下，倘於任何時候本公司的股本分為不同類別的股份，股份或任何類別股份所附帶的全部或任何特別權利均可(惟若該類別股份的發行條款另有規定，則作別論)經由不少於該類別已發行股份面值四分之三的持有人書面同意，或經由該類別股份持有人在另行召開的股東大會上通過特別決議案批准，予以更改、修訂或廢除。有關股東大會的細則條文經必要修訂

後，將適用於各個該等另行召開的股東大會，惟大會所需的法定人數(包括續會)須為持有不少於該類別已發行股份面值三分之一的兩名人士或其受委代表。該類別股份的每名持有人每持有一股有關股份均有權投一票。

賦予任何股份或類別股份持有人的任何特別權利，不得因增設或發行與有關股份享有同等地位的額外股份而被視為已被更改，惟若該等股份的發行條款所附權利另有明確規定，則作別論。

(iii) 更改股本

本公司可藉股東通過普通決議案而：

(aa) 增設新股份以增加其股本；

(bb) 將其全部或任何股本合併為面額高於其現有股份的股份；

(cc) 將股份分為多個類別，並將本公司在股東大會上或董事可能決定的任何優先、遞延、合資格或特別權利、特權、條件或限制附帶於有關股份；

(dd) 將其股份或任何股份拆細為面額低於大綱所訂定面額的股份；或

(ee) 註銷任何在通過決議案日期尚未獲承購的股份，並按如此註銷的股份數額削減其股本數額。

本公司可藉特別決議案，以任何方式削減其股本或任何股本贖回儲備或其他不可分派儲備。

(iv) 股份轉讓

所有股份轉讓可以一般或通用格式或香港聯合交易所有限公司(「**聯交所**」)指定格式或董事會可能批准的其他格式的轉讓文據辦理，且可親筆簽署，或倘轉讓人或承讓人為結算所或其代名人，則可親筆或以機印簽名方式或董事會可能不時批准的其他簽立方式簽署。

儘管有前述規定，只要任何股份在聯交所上市，該等上市股份的所有權可根據適用於該等上市股份的法律以及適用於或應當適用於該等上市股份的聯交所規則及規例予以證明及轉讓。有關其上市股份的股東名冊(無論是股東

名冊總冊或股東名冊分冊)可採用非可閱形式記錄公司法第40條所要求的詳情，由本公司予以存置，前提是該等記錄須符合適用於該等上市股份的法律以及適用於或應當適用於該等上市股份的聯交所規則及規例。

轉讓文據須由轉讓人及承讓人或彼等的代表簽立，惟董事會可豁免承讓人簽立轉讓文據。在有關股份以承讓人名義登記於股東名冊前，轉讓人仍被視為該股份的持有人。

董事會可全權酌情隨時將股東名冊總冊的任何股份轉移至任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊的任何股份轉移至股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。

除非有關人士已向本公司繳交由董事釐定的費用(不超過聯交所可能釐定的應付最高費用)，並已就轉讓文據妥為繳付印花稅(如適用)，且轉讓文據僅涉及一類股份，而轉讓文據連同相關股票以及其他董事會可能合理要求用以證明轉讓人有權作出轉讓的憑證(以及倘轉讓文據由其他人士代為簽立，則須連同允許該名人士如此行事的授權書)已送達相關登記辦事處或註冊辦事處或存置股東名冊總冊的其他地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓文據。

在任何報章以廣告方式或根據聯交所規定的任何其他方式發出通告後，可於董事會可能釐定的時間及期間暫停辦理股份過戶登記手續並閉封股東名冊。於任何年度內，閉封股東名冊不得超過足三十(30)日。倘經股東以普通決議案批准，在任何年度內，三十(30)日的期限可予延長一次或以上，惟每次不得超過三十(30)日。

以上文所述者為限，已繳足股份於轉讓時不受任何限制，亦不附帶任何以本公司為受益人的留置權。

(v) 本公司購買本身股份的權力

公司法及細則賦予本公司權力，可在若干限制下購買本身股份，而董事會僅可在受限於聯交所不時實施的任何適用規定的情況下代表本公司行使上述權力。根據公司法、聯交所及任何主管監管機構的規則，本公司亦獲授權將任何購回、贖回或已交回股份以庫存股份方式持有，無須董事會每次另行通過決議案。

董事會可接受無償交回的任何繳足股份。

(vi) 本公司任何附屬公司擁有本公司股份的權力

細則並無有關附屬公司擁有本公司股份的條文。

(vii) 催繳股款及沒收股份

董事會可不時向股東催繳有關彼等各自所持股份尚未繳付的任何股款(不論按股份面值或按溢價計算)。催繳股款可一次付清或分期繳付。倘任何應付的催繳股款或分期股款在指定付款日期或之前尚未繳付，則欠款人士須就欠款按董事會可能同意接受的利率(不超過年息二十厘(20%))，支付自指定付款日期起至實際付款時間止期間的利息，惟董事會可豁免繳付全部或部分利息。董事會可於其認為適當的情況下，向任何願意預繳股款的股東以貨幣或貨幣等值的方式，收取有關其所持任何股份的全部或任何部分未催繳及未繳付股款或應繳分期股款，而本公司可就如此預繳的全部或任何部分股款按董事會可能釐定的利率(如有)支付利息。

倘股東於指定付款日期未能支付任何催繳股款，董事會可向該股東送達不少於十四(14)個整日的通知，要求支付仍未支付的催繳股款，連同任何可能已經累計及可能累計至實際付款日止的利息，並聲明倘在指定時間或之前仍未付款，則被催繳股款所涉及的股份可被沒收。

倘股東不依照任何上述通知的要求行事，則所發出通知涉及的任何股份，其後在該通知所規定的付款完成前，可隨時經董事會通過決議案沒收。上述沒收將包括被沒收股份已宣派但於沒收前仍未實際派付的一切股息及花紅。

股份被沒收的人士不再為被沒收股份的股東，惟仍有責任向本公司支付其於沒收當日就該等股份應付本公司的全部股款，連同該等股款(倘董事會酌情要求)自沒收日期起至實際付款日期止期間的利息(利率由董事會釐定，不得超過年息二十厘(20%))。

(b) 董事

(i) 委任、退任及免職

在每屆股東週年大會上，當時在任的三分之一董事(若人數並非三的倍數，應為最接近但不少於三分之一的人數)將輪席退任，惟每名董事須最少每三年於股東週年大會上退任一次。輪席退任的董事應包括任何有意退任且不再膺選連任的董事。任何如此退任的其他董事應為自上次獲選連任或獲委任以來任期最長的董事，惟若有多名董事於同日獲委任或獲選連任，則將以抽籤決定須退任的董事(除非彼等另有協定)。

董事或替任董事均毋須持有本公司任何股份以符合資格。此外，細則並無條文規定董事年滿若干歲數時必須退任。董事有權委任任何人士為董事以填補董事會的臨時空缺或增添現有董事會的董事。任何如此獲委任的董事，任期僅直至獲委任後本公司第一屆股東週年大會為止，且屆時符合資格膺選連任。

本公司可通過普通決議案將任期未滿的董事(包括董事總經理或其他執行董事)免職(惟此舉不會影響該董事因其與本公司訂立的任何合約遭違反而提出的任何損害賠償申索)，而本公司股東可通過普通決議案委任另一人士替代其職務。除非本公司於股東大會上另行釐定，否則董事人數不得少於兩名。董事人數並無上限。

董事職位須在下列情況下出缺：

(aa) 其辭職書面通知已交付至本公司；

(bb) 其神智失常或身故；

(cc) 其未獲特別許可而連續六(6)個月缺席董事會會議，且董事會議決將其撤職；

(dd) 其破產或接獲接管令或暫停支付款項或與債權人達成還款安排協議；

(ee) 法例禁止其出任董事；或

(ff) 根據任何法律條文須停止出任董事或根據細則被免職。

董事會可委任一名或多名成員出任董事總經理、聯席董事總經理或副董事總經理或擔任本公司的任何其他工作或行政職位，任期及條款概由董事會釐定，且董事會可撤回或終止任何上述委任。董事會可將其任何權力、職權及酌情權授予由董事會認為合適的一名或多名董事與其他人士組成的委員會，並可不時就任何人士或目的全部或部分撤回授權或撤回委任及解散任何上述委員會，惟所有以此方式成立的委員會在行使獲授予的權力、職權及酌情權時，須符合董事會可能不時施行的任何規則。

(ii) 配發及發行股份及認股權證的權力

在公司法、大綱及細則的條文以及任何股份或類別股份持有人獲賦予的任何特別權利的規限下，本公司可(aa)發行任何附有或附帶可由董事釐定的權利或限制(不論是在股息、投票權、資本返還或其他方面)的股份，或(bb)按本公司或股份持有人可選擇贖回股份的條款發行任何股份。

董事會可發行認股權證或可換股證券或同類性質的證券，賦予其持有人權利按董事會可能釐定的條款認購本公司股本中的任何類別股份或證券。

在遵照公司法及細則的條文以及(如適用)聯交所規則的規定，且不損害任何股份或任何類別股份當時所附有的任何特別權利或限制的情況下，本公司的所有未發行股份均由董事會處置，而董事會可全權酌情決定於其認為適當的時間，按其認為適當的有關代價、條款及條件向其認為適當的人士提呈發售或配發股份或就股份授出購股權或以其他方式處置股份，惟股份不得以其面值的折讓價發行。

在作出或授出配發、或提呈發售股份或就股份授出購股權或處置股份時，本公司或董事會並無義務向登記地址位於董事會認為若無辦理註冊聲明或其他特別手續而在當地作出上述行動即屬或可能屬違法或不可行的任何一個或多個特定地區的股東或其他人士配發或提呈發售股份或就股份授出購股權或處置股份。就任何目的而言，因前句而受影響的股東不得作為或被視為另一類別的股東。

(iii) 處置本公司或其任何附屬公司資產的權力

細則並無載列關於處置本公司或其任何附屬公司資產的特定條文，惟董事可行使及進行本公司可行使、進行或批准且並非細則或公司法規定須由本公司在股東大會上行使或進行的一切權力及行動和事宜。

(iv) 借貸權力

董事會可行使本公司全部權力籌措或借入款項，及將本公司全部或任何部分業務、財產及資產以及未催繳股本作按揭或押記，並在公司法的規限下，發行本公司的債權證、債券及其他證券，作為本公司或任何第三方的任何債項、負債或責任的全部或附屬抵押。

(v) 酬金

本公司將於股東大會上釐定董事的一般酬金，該等酬金(除經投票的決議案另有指示外)將按董事會可能協定的比例及方式於董事間攤分，如未能達成協議，則由各董事平分，惟任職期間僅為應付酬金的相關期間內某一段時間的任何董事僅可按其任職期間的比例攤分有關酬金。董事亦有權預支或報銷因出席任何董事會會議、委員會會議或股東大會或本公司任何類別股份或債

權證的獨立會議或在其他方面與履行董事職務有關而合理預期產生或已產生的所有旅費、酒店費及其他附帶開支。

倘任何董事應要求就本公司之任何目的前往海外或駐守海外，或履行董事會認為超出董事日常職責範圍的服務，則該董事可獲支付董事會決定的額外酬金，而該額外酬金將作為任何一般董事酬金以外的額外酬金或代替該等一般酬金。獲委任為董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或其他行政人員的執行董事可收取董事會不時決定的酬金、其他福利及津貼。上述酬金可作為董事酬金以外的額外報酬或代替董事酬金。

董事會可為本公司僱員(此詞在本段及下段使用時均包括任何可能或曾經擔任本公司或其任何附屬公司任何高級行政職位或任何獲利職位之董事或前任董事)及前任僱員以及受彼等供養之人士或上述任何一類或多類人士，設立或聯合或結合其他公司(指本公司之附屬公司或與本公司有業務聯繫之公司)設立提供養老金、疾病津貼或撫恤金、人壽保險或其他福利之任何計劃或基金，並由本公司負責供款。

董事會可在須遵守或毋須遵守任何條款或條件之情況下支付或訂立協議支付或授予可撤回或不可撤回之養老金或其他福利予僱員及前任僱員以及受彼等供養之人士或上述任何人士，包括該等僱員或前任僱員或受彼等供養之人士根據上段所述任何該等計劃或基金可享有或可能將享有者以外之其他養老金或福利(如有)。在董事會認為適當之情況下，上述任何養老金或福利可在僱員實際退休前及預期實際退休時、實際退休時或之後任何時間授予僱員。

董事會可議決將當時任何儲備或資金(包括股份溢價賬及損益賬)之全部或任何部分進賬款項(不論其是否可供分派)撥充資本，方式為將有關款項用於繳足下列人士將於下列情況下獲配發之未發行股份：(aa)本公司及／或其聯屬人士(即直接或通過一間或多間中介公司間接控制本公司或受本公司控制或與本公司受共同控制之任何個人、法團、合夥、團體、合股公司、信託、非法團團體或其他實體(本公司除外))的僱員(包括董事)，在根據已於股東大會

上經股東採納或批准之任何股份獎勵計劃或僱員福利計劃或其他與上述人士有關之安排而授出之任何購股權或獎勵獲行使或歸屬之時；或(bb)任何信託之任何受託人，本公司因執行已於股東大會上經股東採納或批准之任何股份獎勵計劃或僱員福利計劃或其他與上述人士有關之安排而將向其配發及發行股份。

(vi) 對離職的補償或付款

根據細則，凡向任何董事或前任董事支付任何款項作為離職補償或作為其退任代價或與其退任有關的代價(並非董事根據合約規定有權享有的付款)須由本公司在股東大會上批准。

(vii) 向董事貸款及提供貸款抵押

倘及在香港法例第622章公司條例禁止的情況下，本公司不得直接或間接向董事或其緊密聯繫人作出任何貸款(猶如本公司為在香港註冊成立的公司)。

(viii) 披露於與本公司或其任何附屬公司所訂立合約中的權益

董事可於任職董事期間兼任本公司任何其他獲利職位或崗位(惟不可擔任本公司核數師)，任期及條款可由董事會決定，並可就此獲支付根據細則規定的任何薪酬以外的額外薪酬。董事可作為或出任由本公司創辦的任何公司或本公司可能擁有權益的任何其他公司的董事或其他高級職員，或以其他方式於該等公司中擁有權益，而毋須向本公司或股東交代其因出任該等其他公司的董事、高級職員或股東，或因在該等其他公司擁有的權益而收取的任何酬金、溢利或其他利益。董事會亦可就所有方面以其認為適當的方式安排行使本公司持有或擁有的任何其他公司的股份所賦予的表決權，包括行使有關表決權贊成關於任命董事或任何一名董事成為該等其他公司的董事或高級職員的任何決議案，或投票贊成或規定向該等其他公司的董事或高級職員支付酬金。

任何董事或建議委任或候任董事概不得因其職位而失去與本公司訂立有關其任何獲利職位或崗位的任期的合約，或作為賣方、買方或以任何其他方式與本公司訂立合約的資格，任何該等合約或任何董事以任何方式於其中有利益關係的任何其他合約或安排亦不得因此失效，而如此訂約或有此利益關係的任何董事亦毋須因其擔任董事職位或由此而建立的受信關係而向本公司

或股東交代其由任何此等合約或安排所獲得的任何酬金、溢利或其他利益。董事如知悉其於與本公司訂立或建議訂立的合約或安排中以任何形式(不論直接或間接)擁有利益，須於首次(倘其當時已知悉存在利益關係)審議訂立有關合約或安排的董事會會議上申明其利益性質，或(在任何其他情況下)於知悉其擁有或已擁有利益後的首個董事會會議上申明其利益性質。

董事不得就批准其或其任何緊密聯繫人於當中擁有重大利益的任何合約或安排或其他建議的任何董事會決議案進行表決(亦不得計入法定人數內)，惟此項限制不適用於下列任何事項，即：

(aa) 提供任何抵押或彌償保證予：

(aaa) 董事或其緊密聯繫人，作為彼或彼等應本公司或其任何附屬公司要求或為本公司或其任何附屬公司利益而借出的款項或產生或承擔的責任之抵押或彌償保證；或

(bbb) 第三方，作為本公司或其任何附屬公司的債務或責任之抵押或彌償保證，而董事或其緊密聯繫人本身已就有關債務或責任根據擔保或彌償保證或通過提供抵押而承擔全部或部分責任(不論個別或共同承擔)；

(bb) 有關提呈發售本公司或本公司可能創辦或擁有權益的任何其他公司的股份或債權證或其他證券以供認購或購買的任何建議，而董事或其緊密聯繫人因參與上述提呈發售的包銷或分包銷而於上述建議中擁有或將擁有權益；

(cc) 有關本公司或其附屬公司僱員福利的任何建議或安排，包括：

(aaa) 採納、修改或執行董事或其緊密聯繫人可能從中受惠的任何僱員股份計劃或任何股份激勵或購股權計劃；或

(bbb) 採納、修改或執行有關董事、其緊密聯繫人以及本公司或其任何附屬公司的僱員的養老金或退休福利、身故或傷殘撫恤計劃，而該等計劃並無給予任何董事或其緊密聯繫人一般不會給予該等計劃或基金相關人士的任何特權或利益；

(dd) 董事或其緊密聯繫人僅因本公司股份或債券或其他證券的權益而與其他持有本公司股份或債券或其他證券的人士以相同方式於當中擁有權益的任何合約或安排。

(c) 董事會議事程序

董事會可就處理事務舉行會議、休會及以其認為合適的其他方式規管其會議。在任何會議上提出的問題均須通過大多數票決定。在出現相同票數時，會議主席可投額外一票或決定票。

(d) 修改章程文件及本公司名稱

本公司可於股東大會上通過特別決議案廢除、更改或修訂細則。細則訂明，更改大綱條文、修訂細則或更改本公司的名稱均須通過特別決議案進行。

(e) 股東大會

(i) 特別及普通決議案

本公司的特別決議案須在大會通告已根據細則妥為發出的股東大會上獲親身出席並有權投票的股東或(倘股東為法團)其正式授權代表或(倘准許委任代表)受委代表，以不少於該等股東所投票數四分之三的大多數票通過。

根據公司法，任何特別決議案一經通過，須在通過該決議案後十五(15)日內向開曼群島公司註冊處處長提呈其副本。

細則界定的普通決議案為在大會通告已根據細則妥為發出的股東大會上獲親身出席並有權投票的本公司股東或(倘為法團)其正式授權代表或(倘准許委任代表)受委代表以簡單多數票通過的決議案。

(ii) 表決權及要求以投票方式表決的權利

在任何股份當時所附有關於表決的任何特別權利或限制的規限下，在任何股東大會上以投票方式表決時，每名親身或由受委代表(或倘股東為法團，則其正式授權代表)可就其所持每一股繳足股份投一票，惟就上述目的而言，於催繳或分期支付股款前就股份繳足或入賬列作繳足的股款，概不得視作股份的繳足股款。凡有權投超過一票的股東毋須盡投其票，或以相同方式盡投其票。

於任何股東大會上，任何提呈大會表決之決議案均以投票方式表決，惟大會主席可真誠准許就純粹與程序或行政事宜有關的決議案以舉手方式表決，在該情況下，每名親身(或倘為法團，則由獲正式授權代表出席)或由受委代表出席的股東均可投一票，惟倘身為結算所(或其代名人)的股東委派多於一名受委代表，則每名受委代表於舉手表決時可投一票。表決(不論以舉手或投票方式表決)可以董事或大會主席可能決定的電子或其他方式進行。

身為股東的任何法團可藉其董事或其他管治團體的決議案，授權其認為合適的人士作為其於本公司任何股東大會或任何類別股東大會的代表。獲授權人士有權代表該法團行使在假如法團為個別股東的情況下可行使的同等權力，且就細則而言，倘獲授權人士出席任何有關大會，則須視為該法團親身出席。

倘認可結算所(或其代名人)為本公司股東，則可授權其認為適當的一名或多名人士作為其代表，出席本公司任何大會或本公司任何類別股東大會，惟倘超過一名人士獲授權，則該項授權須列明每名獲授權人士的股份數目及類別。根據此條文獲授權的人士應視作已獲正式授權而毋須出示其他憑證，且應有權代表該認可結算所(或其代名人)行使該認可結算所(或其代名人)可行使的相同權力，猶如其為該結算所(或其代名人)所持本公司股份的登記持有人，包括發言權及投票權以及(如准許以舉手方式表決)以舉手方式獨立表決的權利。

所有股東均有權於股東大會上發言及投票，惟若股東須根據聯交所規則就批准所審議事項放棄投票，則作別論。

倘本公司得悉任何股東須根據聯交所規則就本公司任何特定決議案放棄投票，或被限制僅可就本公司任何特定決議案投贊成票或反對票，則該名股東或其代表違反該規定或限制所投的任何票數將不予點算。

(iii) 股東週年大會及股東特別大會

本公司須於每個財政年度舉行一次股東週年大會，而該股東大會須於本公司財政年度結束後六(6)個月內舉行，惟較長期間不會違反聯交所規則除外。

於提交要求日期持有不少於本公司繳足股本(附有於股東大會上投票的權利，按每股一票計算)十分之一的一名或以上股東有權要求召開股東特別大會。有關要求須以書面形式提交予董事會或秘書，要求董事會召開股東特別大會，以處理有關要求所指明的任何事務或決議案。有關大會須於提交有關要求後兩個月內召開。倘董事會於提交有關要求後的21日內仍未有召開有關大會，則要求人可自行以相同方式召開有關會議，因董事會未能召開會議導致要求人產生的一切合理開支須由本公司付還要求人。

不論細則有何規定，任何股東大會或任何類別會議均可以實體形式舉行，或以混合會議形式(部分實體及部分電子)舉行，或完全通過電子方式進行，利用電話、電子或其他通訊設施，讓所有與會者能夠彼此溝通，而以如此方式參與會議應視為出席該會議。除非董事另有決定，否則細則規定的股東大會召開方式及議事程序經必要的變通後應適用於混合或完全電子會議。

(iv) 會議通告及處理事項

召開股東週年大會須發出不少於足二十一(21)日的通告。召開所有其他股東大會則最少須發出足十四(14)日的通告。上述通告不包括送達或視作送達通告當日及發出通告當日，並須註明大會舉行時間及地點以及將於會上審議的決議案詳情，如為特別事項，則須註明該事項的一般性質。

此外，本公司須就每次股東大會向所有股東(根據細則條文或彼等所持股份的發行條款無權收取本公司該等通告的股東除外)及(其中包括)本公司當時的核數師發出通告。

任何人士根據細則發出或收到的任何通告，均可根據聯交所的規定，經由專人向本公司任何股東送遞或交付，或以郵遞方式寄送至有關股東的註冊地址，或以刊登報章廣告的形式作出。在開曼群島法律及聯交所規則的規限下，本公司亦可以電子方式向任何股東送遞或交付通告。

所有在股東特別大會及股東週年大會上處理的事務一概視為特別事務，惟在股東週年大會上，下列各事項視為一般事務：

(aa) 宣派及批准分派股息；

(bb) 審議及採納賬目與資產負債表以及董事報告及核數師報告；

(cc) 選舉董事替代退任的董事；

(dd) 委任核數師及其他高級職員；及

(ee) 釐定董事及核數師酬金。

(v) 會議及另行召開的類別會議的法定人數

任何股東大會在處理事務時如未達到法定人數，則概不可處理任何事務，惟未達法定人數仍可委任大會主席。

股東大會的法定人數為兩名親身出席(倘股東為法團，則其正式授權代表)或由受委代表代為出席且有投票權的股東，或(僅就法定人數而言)兩名由結算所委任為授權代表或受委代表且有投票權的人士。為批准修訂類別股份權利而另行召開的類別會議(包括續會)所需的法定人數為持有該類別已發行股份面值最少三分之一的兩名人士或其受委代表。

(vi) 受委代表

凡有權出席本公司會議並在會上投票的任何本公司股東，均有權委任他人為其受委代表，代其出席及投票。持有兩股或以上股份的股東可委任超過一名受委代表，代其出席本公司的股東大會或類別會議並於會上投票。受委代表毋須為本公司股東，並有權代表個人股東行使權力，該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外，受委代表有權代表本身為法團的股東行使權力，該等權力與所代表股東(猶如其為個人股東)可行使的權力相同。股東可親身(倘股東為法團，則由其正式授權代表)或由受委代表投票。

(f) 賬目及核數

董事會須安排保存真實賬目，其中載列本公司收支賬項、有關該等收支的事項、本公司的財產、資產、信貸及負債，以及公司法所規定或為真實、公平地反映本公司事務並解釋其交易所需的所有其他事項。

會計記錄須保存於註冊辦事處或董事會決定的其他一個或多個地點，並供任何董事隨時查閱。任何股東(董事除外)概無權查閱本公司任何會計記錄或賬簿或有關文件，除非該權利乃法例賦予或由董事會或本公司在股東大會上批准。然而，獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島《稅務資訊局法》送達法令或通知後，以電子形式或任何其他媒介於其註冊辦事處提供其須予提供的賬簿或當中部分的副本。

每份將於股東大會上向本公司提呈的資產負債表及損益賬(包括法例規定須附上的所有文件)的副本，連同董事報告的印刷本及核數師報告的副本，須於大會舉行日期前不少於二十一(21)日及於發出股東週年大會通告的同時，寄發予每名按照細則條文有權收取本公司股東大會通告的人士；然而，在遵守所有適用法律(包括聯交所規則)的前提下，本公司可選擇僅寄發摘錄自本公司年度賬目的財務報表概要及董事會報告予該等人士，惟任何上述人士均可向本公司送達書面通知，要求本公司除財務報表概要之外，同時向其寄發一份本公司年度財務報表連同董事會報告的完整印刷本。

每年於股東週年大會或其後的股東特別大會，股東須藉普通決議案委任一名核數師審核本公司賬目，而該名核數師的任期將直至舉行下屆股東週年大會為止。此外，股東可於任何股東大會上藉普通決議案於核數師任期結束前隨時罷免其職務，並可藉普通決議案於該大會上委任另一名核數師履行其餘下任期。核數師薪酬應由本公司於股東大會上通過的普通決議案或以股東藉普通決議案決定的方式釐定及批准。

本公司的財務報表須由核數師根據公認核數準則進行審核，而有關準則可能屬開曼群島以外的國家或司法權區的準則。核數師須根據公認核數準則就財務報表撰寫書面報告，並於股東大會上向股東提呈報告。

(g) 股息及其他分派方法

本公司可於股東大會以任何貨幣向股東宣派股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議宣派的數額。

細則規定股息可自本公司的溢利(已變現或未變現)或自任何從溢利撥出而董事認為不再需要的儲備中作出宣派及派付。如經普通決議案批准，股息亦可自股份溢價賬或根據公司法為此目的批准的任何其他基金或賬目作出宣派及派付。

除非任何股份所附權利或其發行條款另有規定，否則(i)所有股息須按派息股份的繳足股款金額宣派及派付，惟就上述目的而言，於催繳股款前就股份繳足的股款，概不得視作股份的繳足股款；及(ii)所有股息須按派發股息期間任何一段或多段時間的繳足股款金額按比例分配及派付。董事可自應付任何股東或有關任何股份的任何股息或其他款項中，扣除該股東當時應付本公司的催繳股款或其他欠款總額(如有)。

倘董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派本公司股本的股息，董事會可繼而議決(a)以配發入賬列為繳足的股份的方式支付全部或部分有關股息，惟有權獲派股息的股東可選擇收取現金作為有關股息(或其部分)以代替配發股份，或(b)有權獲派有關股息的股東可選擇獲配發入賬列為繳足的股份以代替全部或董事會認為適當部分的股息。

本公司亦可根據董事會的建議藉普通決議案就本公司任何特定股息議決以配發入賬列為繳足的股份的方式支付全部股息，而不給予股東任何選擇收取現金作為有關股息以代替配發股份的權利。

向股份持有人以現金派付的任何股息、利息或其他款項可以支票或股息單的形式支付，並郵寄至持有人的登記地址，或如屬聯名持有人，則寄往就該等股份名列本公司股東名冊首位的持有人於登記冊內所示地址，或寄往持有人或聯名持有人以書面指示的人士的地址。除持有人或聯名持有人另有指示外，每張支票或股息單的抬頭人須為持有人(或倘為聯名持有人，則就該等股份名列股東名冊首位的持有人)，郵誤風險概由彼等承擔，而銀行就有關支票或股息單付款後，即表示本公司已付款。兩名或以上聯名持有人的任何一名人士均可發出該等聯名持有人就所持股份涉及的任何股息或其他應付款項或可分派財產的有效收據。

倘董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可繼而議決以分派任何類別指定資產的方式支付全部或部分有關股息。

所有於宣派一年後未獲認領的股息或花紅，可由董事會用作投資或其他用途，收益撥歸本公司所有，直至款項獲認領為止，而本公司不會就此成為有關款項的受託人。所有於宣派後六年仍未獲認領的股息或花紅，可由董事會沒收，撥歸本公司所有。

本公司毋須承擔本公司就任何股份應付的股息或其他款項的利息。

(h) 查閱公司記錄

除非按照細則的規定閉封股東名冊，否則根據細則，存置於香港的股東名冊及股東名冊分冊須於營業時間內至少兩(2)小時期間在註冊辦事處或根據公司法存置股東名冊的其他地點免費供股東(或供任何其他人士在繳付最多2.50港元或董事會指定的較低金額後)查閱，或在存置股東名冊分冊的辦事處於繳付最多1.00港元或董事會指定的較低金額後，亦可供查閱。

(i) 少數股東遭受欺詐或壓制時可行使的權利

細則並無有關少數股東遭受欺詐或壓制時可行使權利的條文。然而，開曼群島法例載有可供本公司股東採用的若干補救方法，概述於本附錄第3(f)段。

(j) 清盤程序

除非公司法另有規定，否則關於本公司由法院清盤或自動清盤的決議案須為特別決議案。在任何一個或多個類別股份當時所附帶有關於清盤時可供分派剩餘資產的任何特別權利、特權或限制的規限下：

(i) 倘本公司清盤，而可向本公司股東分派的資產超過償還清盤開始時全部繳足股本所需，則餘數須按股東分別所持的股份已繳股款的比例向彼等平等地分派；及

(ii) 倘本公司清盤，而可向股東分派的資產不足以償還全部繳足股本，則資產的分派方式為盡可能按清盤開始時股東分別所持的股份已繳或應繳股本比例由股東分擔虧損。

倘本公司清盤(不論自動清盤或由法院清盤)，清盤人可在獲得特別決議案授權及公司法所規定的任何其他批准的情況下，將本公司全部或任何部分資產以實物形式分發予股東，而不論該等資產是否包括一類或不同類別的財產。就此而言，清盤人可就上述將予分發的任何一類或多類財產設定其認為公平的價值，並可釐定股東之間或不同類別股東之間的分派方式。清盤人在獲得類似授權的情況下，可將任何部分資產歸屬予其在獲得類似授權的情況下認為適當，並以股東為受益人而設立的信託的受託人，惟不得強逼分擔人接受任何負有債務的股份或其他財產。

(k) 認購權儲備

細則規定，於公司法並無禁止及遵守公司法的情況下，倘本公司已發行可認購股份的認股權證，而本公司採取的任何行動或進行的任何交易將導致該等認股權證的認購價降至低於股份面值，則須設立認購權儲備，用以繳足任何認股權證獲行使時認購價與股份面值之間的差額。

(l) 電子通訊及證券管理

細則允許本公司接受本公司股東及證券持有人的電子指示，用於出席會議、委任受委代表、投票以及回應公司通訊等活動，前提為此類活動符合適用法律、聯交所規則以及董事會釐定的認證措施。此外，細則包含符合證券及期貨條例及香港法例第571AS章證券及期貨(無紙證券市場)規則的條文，容許通過電子系統(如無紙證券登記及轉讓系統)以無紙化形式持有、轉讓及登記股份及其他證券，有助無需實體文書的業權憑證及轉讓；本公司亦獲授權支持電子投票、受委代表指示及公司行動所得款項分配，確保與無紙證券市場框架及開曼群島法律保持一致。

3. 開曼群島公司法

本公司根據公司法在開曼群島註冊成立，因此須根據開曼群島法例經營業務。下文載列開曼群島公司法若干條文的概要，惟本意並非包括所有適用限制及例外情況，亦非開曼群島公司法及稅務的所有事宜的總覽。此等條文或與利益相關各方可能較為熟悉的司法權區的同類條文有所不同：

(a) 公司業務

本公司作為獲豁免公司，須主要在開曼群島境外經營業務。本公司須每年向開曼群島公司註冊處處長提交年度申報表，並繳付按本公司法定股本金額計算的費用。

(b) 股本

公司法規定，倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他目的，則須將相當於該等股份溢價總值的款項撥入稱為「股份溢價賬」的賬目內。倘根據任何安排配發公司的股份以考慮收購或註銷任何其他公司股份並按溢價發行股份，則公司可選擇不就該等股份溢價應用該等條文。

公司法規定，於組織章程大綱及細則條文(如有)規限下，公司可為以下目的運用股份溢價賬：(i)向股東作出分派或派付股息；(ii)繳足公司將向股東發行的未發行股份，以作為繳足紅股；(iii)(在公司法第37條條文規限下)贖回及購回股份；(iv)撇銷公司的籌辦費用；及(v)撇銷發行任何公司股份或債權證的費用或就此支付的佣金或給予的折讓。

除非於緊隨建議作出分派或派付股息日期後，公司有能力償還在日常業務過程中到期的債務，否則不得自股份溢價賬向股東作出分派或派付任何股息。

公司法規定，在取得開曼群島大法院(「**法院**」)確認後，倘其章程細則如此授權，則股份有限公司或具有股本的擔保有限公司可藉特別決議案以任何方式削減其股本。

(c) 購買公司或其控股公司股份的財務資助

開曼群島並無法定限制公司向其他人士提供財務資助以供購買或認購該公司本身或其控股公司的股份。因此，倘公司董事在謹慎履行職責及真誠行事時認為可妥為給予有關資助而用途適當且符合公司的利益，則可提供有關資助。有關資助應按公平基準作出。

(d) 公司及其附屬公司購買股份及認股權證

倘其章程細則如此授權，則股份有限公司或具有股本的擔保有限公司可發行該公司或股東可選擇贖回或有責任贖回的股份，而公司法明確規定，在遵守公司章程細則條文的規定下，修訂任何股份所附帶的權利以使有關股份可予贖回或須予贖回應屬合法。此外，倘其章程細則授權如此行事，則公司可購買本身股份，包括任何可贖回股份。然而，倘章程細則並無規定購買之方式及條款，則公司不得購買任何本身股份，除非公司事先藉普通決議案規定購買的方式及條款。除非

有關股份為繳足股份，否則公司不得贖回或購買其股份。倘在贖回或購買其任何股份後公司再無任何已發行股份(持作庫存股份的股份除外)，則公司不得贖回或購買其任何股份。除非在緊隨建議付款日期後，公司仍有能力償還在日常業務過程中到期的債務，否則公司自股本中撥款贖回或購買本身的股份乃屬違法。

公司購買的股份須被視作已註銷，惟(在公司的組織章程大綱及細則的規限下)公司董事於購買前議決以公司名義持有該等股份作庫存股份，則作別論。倘公司股份乃持作庫存股份，則公司須於股東名冊內登記持有該等股份。然而，儘管存在上文所述，公司不得就任何目的被視作股東，亦不得行使庫存股份任何權利，且任何有關權利的有意行使均屬無效。不得在公司的任何大會上就庫存股份直接或間接進行投票，亦不得於釐定任何特定時間的已發行股份總數時將庫存股份計算在內(不論就公司的章程細則或就公司法而言)。

公司並無被禁止購買本身的認股權證，公司可根據有關認股權證文據或證書的條款及條件購買本身的認股權證。開曼群島法例並無規定公司的組織章程大綱或細則須載有容許該等購買的明文規定，而公司董事可依據其章程大綱載列的一般權力買賣及處置各類個人財產。

根據開曼群島法例，附屬公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下，亦可收購該等股份。

(e) 股息及分派

公司法允許公司在通過償債能力測試及符合公司組織章程大綱及細則條文(如有)的情況下，可動用股份溢價賬派付股息及作出分派。除前述例外情況外，概無有關派付股息的法定條文。根據在此方面可能於開曼群島具影響力的英國案例法，股息僅可自溢利中派付。

就庫存股份而言，不可向公司宣派或派付股息，亦不可向公司以現金或其他方式分派公司的資產(包括因清盤向股東作出任何資產的分派)。

(f) 保障少數股東及股東訴訟

預期法院一般依循英國案例法先例判案，其准許少數股東以公司名義提出代表訴訟或引申訴訟，以反對(i)超越公司權限或非法的行為，(ii)構成欺詐少數股東的行為，而過失方為對公司有控制權的人士，及(iii)在通過須由規定大多數(或特別指定大多數)股東通過的決議案過程中出現的違規行為。

倘一間並非銀行的公司將股本分為股份，則法院可在持有公司不少於五分之一已發行股份的股東提出申請下，委派調查員審查公司的事務並按法院指示的方式呈報結果。

公司任何股東均可入稟法院，倘法院認為公司清盤屬公平公正，即可頒令將公司清盤，或者不頒發清盤令而頒發(i)規管公司日後事務經營的命令，(ii)要求公司不得進行或繼續進行入禀股東所申訴行為或要求公司進行入禀股東申訴其並無進行的行為的命令，(iii)批准入禀股東按法院可能指示的條款以公司名義並代表公司提出民事訴訟的命令，或(iv)規定其他股東或公司本身購買公司任何股東的股份(如由公司本身購買，則須相應削減公司股本)的命令。

股東對公司的申索一般須根據適用於開曼群島的一般合約法或侵權法，或根據公司組織章程大綱及細則所訂定的股東個別權利而提出。

(g) 處置資產

公司法並無有關董事處置公司資產權力的具體限制。然而，一般法例規定公司每名高級職員(包括董事、董事總經理及秘書)在行使其權力及執行其職責時，必須為公司的最佳利益忠誠信實行事，並以合理審慎的人士於類似情況下應有的謹慎、努力及技巧行事。

(h) 會計及核數規定

公司須安排妥為存置有關：(i)公司所有收支款項及收支所涉及事項；(ii)公司所有銷貨與購貨記錄；及(iii)公司資產與負債的賬冊。

倘賬冊未能真實公平地反映公司事務狀況及解釋相關交易的情況，則賬冊不得被視為已妥為存置。

獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法送達命令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供其可能須要提供的賬簿或當中部分的副本。

(i) 外匯管制

開曼群島並無外匯管制規例或貨幣限制。

(j) 稅項

開曼群島現時並無對個人或公司的溢利、收入、收益或增值徵收任何稅項，且並無任何屬承繼稅或遺產稅性質的稅項。除不時因在開曼群島司法權區內簽立若干文據或引入該等文據而可能須繳付的若干印花稅外，開曼群島政府不大可能對本公司徵收其他重大稅項。開曼群島為於2010年與英國訂立之雙重徵稅公約的締約方，惟並無訂立任何其他雙重徵稅公約。

(k) 轉讓的印花稅

開曼群島並無就開曼群島公司股份的轉讓徵收印花稅，惟轉讓在開曼群島持有土地權益的公司的股份則除外。

(l) 向董事貸款

公司法並無禁止公司向其任何董事作出貸款的明文規定。

(m) 查閱公司記錄

註冊辦事處通告乃公開記錄。送呈公司註冊處處長的現任董事及替任董事(如適用)名單，可供任何人士於繳納費用後查閱。抵押登記冊可供債權人及股東查閱。

根據公司法，本公司股東並無查閱或獲得本公司股東名冊或本公司記錄副本的一般權利。然而，彼等將享有本公司章程細則可能載列的權利。

(n) 股東名冊

獲豁免公司可在董事不時認為適當的開曼群島境內或境外地點存置其股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。股東名冊應載列公司法第40條所規定的事項。存置股東名冊分冊的方式，必須與公司法所規定或允許存置股東名冊總冊的方式相同。公司須安排於存置公司股東名冊總冊的地點存置不時妥為登錄的任何股東名冊分冊副本。

公司法並無規定獲豁免公司向開曼群島公司註冊處處長提交任何股東名單。因此，股東姓名／名稱及地址並非公開記錄，亦不供公眾查閱。然而，獲豁免公司須在稅務資訊局根據開曼群島稅務資訊局法送達命令或通知後，以電子形式或任何其他媒體於其註冊辦事處提供其可能須要提供的股東名冊(包括任何股東名冊分冊)。

(o) 董事及高級職員名冊

本公司須在其註冊辦事處存置董事及高級職員名冊，但不供公眾查閱。該名冊的副本須送呈開曼群島公司註冊處處長存檔，有關董事或高級職員如有任何變動，須於發生變動三十(30)日內通知公司註冊處處長。

(p) 實益擁有權名冊

獲豁免公司須識別其實益擁有人並向其公司服務供應商(「**公司服務供應商**」)提供該等實益擁有人的詳情，公司服務供應商在開曼群島存置其實益擁有權名冊。實益擁有人界定為(i)最終擁有或控制(不論直接或間接)或控制25%或以上公司股份、投票權或合夥權益的個人，(ii)以其他方式對公司管理行使最終實際控制權的個人，或(iii)識別為以其他方式行使公司控制權的個人。實益擁有權名冊可供

證明具備正當權益的公眾人士查閱，惟須經主管當局批准。股份於獲准許證券交易所(包括聯交所)上市的獲豁免公司可向其公司服務供應商提供其上市狀況詳情作為替代合規途徑，而非提供其實益擁有人的詳情。因此，只要本公司股份仍於聯交所上市，本公司可選擇該替代合規途徑，而非存置實益擁有權名冊。

(q) 清盤

公司可(i)在法院頒令下強制，(ii)自願，或(iii)在法院監督下清盤。

法院有權在若干特定情況下頒令清盤，包括公司股東通過特別決議案要求公司由法院清盤，或公司無力償債或法院認為將公司清盤屬公平公正。倘公司股東(作為分擔人)基於公司清盤乃屬公平公正的理由入稟法院，法院具有司法管轄權作出若干其他命令以代替清盤令，如規管公司日後事務經營的命令、批准入稟股東按法院可能指示的條款以公司名義並代表公司提出民事訴訟的命令，或規定其他股東或由公司本身購買公司任何股東的股份的命令。

倘公司(有限期公司除外)藉特別決議案議決自願清盤或公司因無力償債而於股東大會藉普通決議案議決自願清盤，則公司可自願清盤。倘進行自願清盤，則公司須由自願清盤的決議案通過或於上述期間屆滿或由上述情況發生起停止營業(對其清盤有利的活動除外)。

為執行公司清盤程序及在過程中協助法院，可委任一名或以上正式清盤人，而法院可委任其認為適當的人士擔任該職務，不論是否屬臨時性質。倘委任超過一名人士擔任有關職務，法院須聲明任何規定由或授權由正式清盤人進行的行動

是由全體抑或任何一名或以上相關人士進行。法院亦可決定正式清盤人接受委任時是否需要提供任何擔保以及需要提供何種擔保。倘並無委任正式清盤人或於該職位懸空的任何期間，公司的所有財產須由法院保管。

公司事務全部結束後，清盤人須隨即編製清盤報告及賬目，說明進行清盤的過程及處置公司財產的過程，並在其後召開公司股東大會，向公司提呈賬目及加以闡釋。該最後股東大會須按公司章程細則授權的任何形式，向各分擔人發出最少21日通告，並於憲報刊登。

(r) 重組

根據法例條文，重組及合併須在就此召開的會議上獲大多數票批准，而該票數須代表出席會議的(i)債權人中百分之七十五(75%)的價值，或(ii)股東或類別股東中百分之七十五(75%)的價值(視乎情況而定)，且其後獲法院批准。儘管有異議的股東有權向法院表示其認為徵求批准的交易將不會賦予其股份公平值，惟若缺乏證據顯示管理層有欺詐或不誠實行為，法院不大可能僅基於上述理由否決該項交易。

公司法另有法例條文，規定公司可以其(i)無法或將很可能無法償還其債務(定義見公司法第93條)；及(ii)擬根據公司法、外國法律或藉協定重組向其債權人(或其類別)提呈妥協或安排為由，向法院呈請委任重組人員。呈請可由董事代表公司提出，而毋須獲股東決議案批准或組織章程細則明確授權。於聆訊上述呈請時，法院可(其中包括)頒佈委任重組人員的命令或頒佈法院認為合適的任何其他命令。

(s) 收購

倘公司提出要約收購另一間公司的股份，且在提出要約後四(4)個月內，不少於百分之九十(90%)的要約標的股份持有人接納要約，則要約方在上述四(4)個月屆滿後的兩(2)個月內，可隨時按指定方式發出通知，要求有異議的股東按要約條款轉讓彼等的股份。有異議的股東可在該通知發出後一(1)個月內向法院提出反對

轉讓。有異議的股東須證明法院應行使其酌情權，但除非有證據顯示要約方與接納要約的股份持有人之間有欺詐或不誠實或勾結行為，以不公平手法逼退少數股東，否則法院不大可能行使其酌情權。

(t) 彌償保證

開曼群島法例並無限制公司的章程細則可對高級職員及董事作出彌償保證的範圍，惟若法院認為任何相關條文違反公共政策(例如其意為對觸犯刑事罪行的後果作出彌償保證)，則作別論。

(u) 經濟實質規定

根據於2019年1月1日生效的開曼群島國際稅務合作(經濟實質)法(「**經濟實質法**」)，「相關實體」須通過經濟實質法所載的經濟實質測試。「相關實體」包括於開曼群島註冊成立的獲豁免公司(如本公司)，但並不包括屬於開曼群島境外稅務居民的實體。因此，只要本公司為開曼群島境外(包括香港)的稅務居民，即毋須通過經濟實質法所載的經濟實質測試。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法例的特別法律顧問康德明律師事務所已向本公司發出意見書，當中概述了開曼群島公司法的若干方面。該意見書連同公司法的副本(如本文件附錄五「B.展示文件」所述)可供查閱。任何人士如欲獲得開曼群島公司法的詳細概要，或就該法例與其較為熟悉的任何司法權區法例之間的差異尋求意見，應諮詢獨立法律意見。

A. 有關本集團的進一步資料

1. 本公司註冊成立

本公司於2025年2月18日根據開曼群島法律註冊成立為獲豁免有限責任公司。於註冊成立時，我們的法定股本為50,000美元，分為500,000,000股每股面值0.0001美元的股份。

我們的註冊辦事處地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman, KY1-1111, Cayman Islands。因此，本公司須符合章程大綱及細則以及開曼群島相關法律。我們的章程大綱及細則以及若干開曼群島公司法內容概要載於本文件附錄三。

我們於香港的註冊營業地點為香港九龍灣常悅道1號恩浩國際中心18樓E室。我們於2025年3月21日根據公司條例第16部向香港公司註冊處處長註冊為非香港公司。張運裕先生已獲委任為本公司於香港接收法律程序文件的授權代表及我們於香港接收法律程序文件的代理，其通訊地址與我們於香港的營業地點相同。

2. 本公司的股本變動

於2025年2月18日，即本公司註冊成立日期，我們的法定股本為50,000美元，分為500,000,000股每股面值0.0001美元的股份。於註冊成立日期，一股認購人股份配發及發行予我們的初始認購人Conyers Corporate Services (Cayman) Limited。同日，Conyers Corporate Services (Cayman) Limited將一股股份轉讓予Alway Success，而本公司進一步配發及發行249,999,999股以現金按面值繳足股份予Alway Success。截至2025年2月18日，本公司擁有已發行股本總額250,000,000股股份。

於2025年6月4日，本公司向交銀國際資產管理有限公司(為及代表其客戶並以其管理人身份行事)發行3,450,000股股份。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構－**[編纂]**前投資」。

緊隨**[編纂]**(並無計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)後，本公司的法定股本將為50,000美元，分為500,000,000股每股面值0.0001美元的股份，其中**[編纂]**股份將以繳足或入賬列作繳足方式配發及發行，而**[編纂]**股份將保持尚未發行。

除本文件「歷史、重組及公司架構」所披露者外，緊接本文件日期前兩年內，本公司股本並無變動。

3. 附屬公司的股本變動

我們附屬公司的公司資料及詳情概要載於本文件附錄一會計師報告。

除本文件「歷史、重組及公司架構」所披露者外，本公司各附屬公司的股本於緊接本文件日期前兩年內並無變動。

4. 公司重組

於籌備**[編纂]**時，本集團旗下公司進行重組以理順本集團的公司架構。有關進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構—重組」。

5. 於[•]通過的股東決議案

於[•]，本公司通過股東決議案，其中包括，須待本文件「**[編纂]**的架構—**[編纂]**的條件」所載的條件獲達成(或(如適用)豁免)後及根據其所載條款：

(a) 本公司批准及採納章程細則，須於**[編纂]**後方可作實及緊隨上市後生效；

(b) **[編纂]**及授出**[編纂]**已獲批准，而本公司任何一名董事或公司秘書不時或(如適用)其任何正式授權的代理人(「**授權簽署人**」)獲授權根據**[編纂]**配發及發行**[編纂]**及倘若**[編纂]**獲行使而可能須予發行的任何股份；

(c) **[編纂]**已獲批准，而任何授權簽署人獲授權實施**[編纂]**；

(d) 授予董事一般無條件授權(「**發行授權**」)，以批准、確認及追認本公司配發、發行及處理任何股份或可轉換為股份的證券或購股權、認股權證或可認購股份或該等可換股證券的類似權利(包括轉售或轉讓庫存股份)，以及作出或授出將會或可能須配發、發行或處理股份的要約、協議或購股權，惟董事配發、發行或處理或同意配發、發行或處理的股份總數(根

據(i)供股，(ii)任何以股代息計劃或規定配發股份以代替股份全部或部分股息的類似安排，(iii)股東於股東大會上授出的特別授權，(iv)因**[編纂]**獲行使而可能發行及配發的任何股份，或(v)根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵不得超過緊隨**[編纂]**完成後已發行股份(不包括庫存股份)總數20%的總和。該項授權將於決議案通過起直至下列最早者期間一直有效：(i)本公司下屆股東週年大會結束時(除非股東在股東大會上以普通決議案重續授權，不論無條件或有條件)；(ii)章程大綱及細則或開曼群島任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的限期屆滿時；或(iii)股東於股東大會上以普通決議案修訂或撤回授權當日；

(e) 授予董事一般無條件授權(「**購回授權**」)，以行使本公司一切權力，根據所有適用法律及上市規則要求，在聯交所或股份可能**[編纂]**(並就此獲證監會及聯交所認可)的任何其他證券交易所購回股份，總數不超過緊隨**[編纂]**完成後已發行股份(不包括庫存股份)總數10%的總和(不包括根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)。該項授權將於決議案通過起直至下列最早者期間一直有效：(i)本公司下屆股東週年大會結束時(除非股東在股東大會上以普通決議案重續授權，不論無條件或有條件)；(ii)章程大綱及細則或開曼群島任何適用法律規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿時；或(iii)股東於股東大會上以普通決議案修訂或撤回授權當日；

(f) 擴大發行授權，在董事根據該一般授權可能配發或有條件或無條件同意配發及發行的股份總數中(包括出售或轉讓庫存股份)，加入相當於本公司根據購回授權所購回股份總數的數額，惟該擴大的數目不得超過緊隨**[編纂]**完成後已發行股份(不包括庫存股份)總數的10%；及

(g) **[編纂]**後股份獎勵計劃已獲批准及採納，自**[編纂]**起生效，而董事獲授權對**[編纂]**後股份獎勵計劃作出聯交所可能要求及／或彼等認為必要及／或適宜的有關變動，並據此授出獎勵(如適用)以及據此配發、發行及處理股份，連同採取彼等認為必要及／或適宜的一切有關行動，以實施**[編纂]**後股份獎勵計劃或使其生效。

6. 有關購回本身證券的說明函件

有關限制本公司進行股份購回的詳情，請參閱本文件附錄三「本公司章程及開曼群島公司法概要」。

下文概述上市規則對在聯交所上市的公司購回股份施加的限制，並提供有關購回我們本身證券的進一步資料。

(a) 股東批准

只有在：(i)建議購買的股份已悉數繳足，及(ii)其股東已通過股東普通決議案授出特別批准或一般授權的情況下，以聯交所為第一上市地的上市公司方可於聯交所直接或間接購買其股份。

(b) 授權規模

根據緊隨**[編纂]**(假設**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃能授出任何獎勵)完成後已發行**[編纂]**股份計算，悉數行使購回授權可因此導致本公司購回最多約**[編纂]**股份。

上市公司可於聯交所購回的股份總數不得超過股東批准日期已發行股份(不包括任何庫存股份)數目的10%。

(c) 購回理由

董事相信，董事獲得股東所授予讓本公司在市場購回股份的一般授權符合本公司及股東的最佳利益。取決於當時的市況及資金安排，有關購回可能

會導致每股資產淨值及／或每股盈利增加，且僅會在董事認為有關購回將有利於本公司及股東的情況下方會進行。

(d) 資金來源

購回的資金來源，須為根據章程大綱及細則以及開曼群島適用法律可合法作此用途者。

本公司不得在聯交所以現金以外的代價購回其股份，亦不得按聯交所交易規則不時訂定以外的結算方式購回股份。

本公司的任何購回將以本公司利潤、本公司股份溢價賬或就有關購回而發行新股份所得款項撥付，而倘購回應付的任何溢價超逾將予購回股份面值，則以本公司利潤、股份溢價賬進賬的款項或同時以兩者撥付。在遵守公司法的情況下，回購股份亦可從資本撥付。

(e) 暫停購回

上市公司不得於其知悉內幕消息後任何時間於聯交所購回其股份，直至有關消息可公開查閱為止。尤其於緊接以下日期(以較早者為準)前30日期間內：(i)批准本公司任何年度、半年度、季度或任何其他中期業績(無論是否為上市規則所規定者)的董事會會議日期(根據上市規則首次知會聯交所的日期)；及(ii)上市公司根據上市規則公佈其任何年度或半年度業績或季度或任何其他中期業績(無論是否為上市規則所規定者)的截止日期，直至有關業績公告日期為止，公司不得於聯交所購回其股份，惟特殊情況除外。

(f) 買賣限制

上市公司可於聯交所購回的股份總數為最多佔已發行股份(不包括庫存股份)總數10%的股份數目。

倘購買價較股份在聯交所買賣當日前五個交易日的平均收市價高出5%或以上，則上市公司不得在聯交所購回其股份。

倘購回股份將導致公眾所持上市證券數目低於聯交所規定的相關指定最低比例，則上市公司不得購回其股份。

未經聯交所事先批准，緊隨購回後30日期間內，上市公司不得發行或宣佈擬發行新證券(惟因於該購回前尚未行使可要求公司發行證券的認股權證、購股權或類似文據獲行使而發行證券則除外)。

上市公司須促使其委任以購回證券的經紀向聯交所披露聯交所可能要求的有關購回的資料。

(g) 購回股份的地位

由發行人購回的股份須持作庫存股份或註銷。持作庫存股份的所有股份的**[編纂]**地位均須保留。所有購回的股份(不論透過聯交所或以其他方式，但並非持作庫存股份)的**[編纂]**地位須自動註銷，而相關所有權文件必須於合理可行的情況下盡快註銷及銷毀。

(h) 緊密聯繫人及核心關連人士

據董事在作出一切合理查詢後所深知，董事或彼等的任何緊密聯繫人目前概無意於購回授權獲批准後向本公司出售任何股份。

本公司核心關連人士均未告知本公司其目前有意向本公司出售股份，或承諾倘購回授權獲批準則將進行此類出售。

上市公司不得在知情情況下於聯交所向核心關連人士(即本公司或其任何附屬公司的董事、最高行政人員或主要股東，或任何該等人士的緊密聯繫人)購買其股份，而核心關連人士亦不得在知情情況下向上市公司出售其於公司股份的權益。

(i) 收購涵義

倘因購回任何股份，股東在本公司所持有的投票權的權益比例增加，則就收購守則而言，該項增加將當作一項收購。因此，一位股東或一組一致行動的股東，將可取得或鞏固本公司的控制權，從而有責任依照收購守則規則

26的規定作出強制要約。除上述者外，就董事所知，根據購回授權進行任何購回將不會根據收購守則引起任何後果。

(j) 一般資料

與最近公佈的經審核賬目中披露的狀況比較，倘購回授權於任何時間獲全面行使，可能對營運資金或資產負債狀況造成重大不利影響。然而，倘若對營運資金或資產負債狀況構成重大不利影響，則董事不擬行使購回授權。

董事將根據上市規則及開曼群島的適用法律行使購回授權。董事確認，就彼等所深知及確信，本購回授權說明書及建議購回股份均無異常之處。

除本文件所披露者外，於過往六個月我們並無購回任何股份。

B. 有關我們業務的進一步資料

1. 重大合約概要

本集團任何成員公司於緊接本文件日期前兩年內訂立下列屬重大的合約(並非於日常業務過程中訂立的合約)：

(a) **[編纂]**；

(b) 本公司與交銀國際資產管理有限公司(為及代表其客戶並以其管理人身份行事)(「**交銀**」)訂立日期為2025年5月15日的股份認購協議(經本公司與交銀訂立日期為2025年6月2日的股份認購協議補充協議進一步補充)，內容有關以總金額25,400,000港元認購3,450,000股股份；

(c) 不競爭契據；及

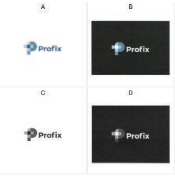
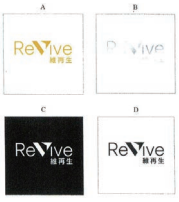
(d) 彌償契據。

2. 本集團的知識產權

(a) 商標

於最後實際可行日期，我們已於香港註冊以下我們認為對業務而言屬重大或可能屬重大的商標：

編號	商標	註冊擁有人	註冊地	類別	註冊編號	註冊日期	屆滿日期
1	A 炎痛消 B 炎痛消	正品香港	香港	28	302024027	2011年9月5日	2031年9月4日
2	炎痛消™	正品香港	香港	5	302429541	2012年11月8日	2032年11月7日
3	肩 周 靈	正品香港	香港	5	303865230	2016年8月10日	2026年8月9日
4	抽脂果膠 抽脂果膠	正品香港	香港	5、32	305388553	2020年9月11日	2030年9月10日
5	五青習慣 五青習慣	正品香港	香港	5、32	305388571	2020年9月11日	2030年9月10日
6	鱷肺補 正品 鱷肺補 正品	正品香港	香港	5	305439592	2020年11月6日	2030年11月5日

編號	商標	註冊擁有人	註冊地	類別	註冊編號	註冊日期	屆滿日期
7		正品香港	香港	3、5	305640039	2021年5月28日	2031年5月27日
8		正品香港	香港	5	305640048	2021年5月28日	2031年5月27日
9		正品香港	香港	5、10、35	305996404	2022年6月28日	2032年6月27日
10		正品香港	香港	5、10、35	306049297	2022年8月31日	2032年8月30日
11		正品香港	香港	30	306066577	2022年9月23日	2032年9月22日
12		萬嘉寶	香港	5、29	306108408	2022年11月16日	2032年11月15日
13		正品香港	香港	5、29、32、35、44	306186268	2023年3月8日	2033年3月7日

於最後實際可行日期，我們已申請註冊以下我們認為對業務而言屬重大或可能屬重大的商標：

編號	商標	註冊擁有人	註冊地	類別	註冊編號	提交日期
1	A B	正品香港	香港	5、32	306972463	2025年7月21日

(b) 域名

於最後實際可行日期，本集團已註冊以下我們認為對業務而言屬重大或可能屬重大的域名：

編號	域名	註冊人	註冊／續期日期	到期日
1	herbstandard.com.hk	正品香港	2024年10月10日	2026年5月17日
2	3rpharmaceutical.com	正品香港	2023年4月28日	2026年4月28日
3	feat-hk.com	正品香港	2024年3月1日	2027年3月1日
4	revive-hk.com	正品香港	2023年4月26日	2026年4月26日
5	sveltyhk.com	正品香港	2024年5月21日	2026年5月21日
6	trendtopick.site	正品香港	2024年2月5日	2027年2月5日
7	herbstandardholdings.com	本公司	2025年5月7日	2026年5月7日
8	herbstandardholding.com	本公司	2025年5月7日	2026年5月7日
9	herbstandardholdings.hk	本公司	2025年5月7日	2026年5月7日
10	herbstandardholding.hk	本公司	2025年5月7日	2026年5月7日

C. 有關我們董事及主要股東的進一步資料

1. 董事服務合約及委任函詳情

(a) 執行董事

於[•]，各執行董事與本公司訂立服務合約。委任期限自**[編纂]**起計初步為期三年或直至**[編纂]**後本公司第三屆股東週年大會為止(以較早者為準)(惟須按章程大綱及細則的規定退任)。任何一方均可透過發出不少於三個月的書面通知終止協議。

(b) 獨立非執行董事

於[•]，各獨立非執行董事與本公司訂立委任函。委任期限自**[編纂]**起計初步為期三年或直至**[編纂]**後本公司第三屆股東週年大會為止(以較早者為準)(惟須按章程細則的規定退任)。任何一方均可透過發出不少於三個月的書面通知終止委任期限。

根據彼等各自的委任函，各獨立非執行董事有權享有固定的董事袍金。

2. 董事薪酬

董事概無與本集團任何成員公司簽訂或擬簽訂服務合約(惟將於一年內到期或可由僱主於一年內終止而毋須支付補償(法定補償除外)的合約除外)。

截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度以及截至2025年9月30日止六個月，本集團向董事支付的薪酬總額(包括薪金、津貼、其他實物福利、酌情花紅及界定供款計劃供款)分別為約408,000港元、408,000港元、408,000港元及434,000港元。

根據現時生效的安排，截至2026年3月31日止年度，我們估計本集團任何成員公司應付董事的薪酬與董事應收的實物利益(不包括可能已付的酌情花紅)合共約為1.1百萬港元。

3. 權益披露

(a) 本公司董事及最高行政人員於本公司及其相聯法團股份、相關股份及債權證的權益及淡倉

緊隨**[編纂]**完成後，並假設**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃能授出任何獎勵，本公司董事及最高行政人員於本公司或其相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債權證中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部於股份上市後通知本公司及聯交所的權益或淡倉(包括根據證券及期貨條例有關條文其被當作或視為擁有的權益及／或淡

倉），或根據證券及期貨條例第352條須於股份上市後記入該條所指的登記冊的權益或淡倉，或根據上市發行人董事進行證券交易的標準守則須於股份**[編纂]**後通知本公司及聯交所的權益或淡倉如下：

於本公司的權益

董事姓名	**權益性質**	**擁有權益的股份數目**[*附註1*]	**佔權益概約百分比**[*附註2*]
張運裕先生	於受控法團的權益[*附註3*]	**[編纂]** (L)	**[編纂]**%
李沅濂女士	配偶權益[*附註4*]	**[編纂]** (L)	**[編纂]**%

附註：

(1) 字母「L」指該人士於股份中的好倉。

(2) 根據緊隨**[編纂]**完成後已發行股份總數**[編纂]**計算（並無計及根據**[編纂]**獲行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵）。

(3) Alway Success由張運裕先生全資擁有。根據證券及期貨條例，張運裕先生被視為於Alway Success持有的股份中擁有權益。

(4) 李沅濂女士為張運裕先生的配偶。根據證券及期貨條例，李沅濂女士被視為於張運裕先生擁有權益的所有股份中擁有權益。

於本公司相聯法團的權益

姓名	**於本公司的職位**	**權益性質**[(1)]	**相聯法團的名稱**	**佔相聯法團權益的百分比**
張運裕先生	執行董事、董事會主席、首席執行官	於受控法團的權益	Alway Success	100%
李沅濂女士	無	配偶權益[(2)]	Alway Success	100%

附註：

(1) 所列全部權益均為好倉。

(2) 李沅濂女士為張運裕先生的配偶。根據證券及期貨條例，李沅濂女士被視為於張運裕先生擁有權益的所有股份中擁有權益。

(b) 根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部須予披露的權益及淡倉

據董事所知，緊隨**[編纂]**完成後(假設**[編纂]**未獲行使及並無根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)，下列人士(本公司董事或最高行政人員除外)將於股份或相關股份中擁有須根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文向我們及聯交所披露的權益及╱或淡倉：

主要股東名稱	**權益性質**	**所擁有權益的股份數目**[*附註1*]	**佔權益概約百分比**[*附註2*]
Alway Success	實益擁有人	**[編纂]**(L)	**[編纂]**

附註：

(1) 字母「L」指該人士於股份中的好倉。

(2) 根據緊隨**[編纂]**完成後已發行股份總數**[編纂]**股計算(並無計及根據**[編纂]**行使而可能發行的任何股份及根據**[編纂]**後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)。

(c) 本集團其他成員公司主要股東的權益

據董事所知，於最後實際可行日期，概無任何人士直接或間接擁有附帶權利可於任何情況下在本集團任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本面值10%或以上的權益。

D. [編纂]後股份獎勵計劃

以下為經股東有條件採納及批准，並將於**[編纂]**生效的**[編纂]**後股份獎勵計劃的主要條款概要。**[編纂]**後股份獎勵計劃的條款將受上市規則第17章所規限。本分節「**[編纂]**後股份獎勵計劃」所界定及使用的詞彙僅適用於本分節。

[編纂]後股份獎勵計劃將自**[編纂]**(「**生效日期**」)起生效。

(a) 參與者

合資格參與**[編纂]**後股份獎勵計劃的人士(「**合資格參與者**」)包括本公司或其任何附屬公司的董事、最高行政人員及僱員，惟董事會可全權酌情釐定某一人士是否屬於該等類別。

(b) 目的

[編纂]後股份獎勵計劃旨在透過向合資格參與者授出獎勵(「**獎勵**」)，作為認可彼等對本集團所作貢獻或日後作出貢獻之獎勵或回報，以及依據本集團之業績目標吸引、挽留及激勵優秀之合資格參與者，並鞏固合資格參與者與本集團之間可能建立的長期關係。

(c) 最高股份數目

根據所有獎勵而可能發行的最高股份總數為**[編纂]**股份或董事會釐定的較少股份數目。此外，因歸屬根據**[編纂]**後股份獎勵計劃授出的任何獎勵及根據本公司任何其他股份計劃授出的任何獎勵而可予發行的最高股份數目，不得超過於生效日期已發行股份(不包括庫存股份)總數的10%(就此而言，不包括歸屬已授出但根據**[編纂]**後股份獎勵計劃或本公司任何其他股份計劃的條款已失效的獎勵而可予發行的股份)。

(d) 每名參與者可獲授權益上限

倘向參與者授出任何獎勵，將導致於截至有關授出日期(包括該日)止十二個月期間根據**[編纂]**後股份獎勵計劃及本公司任何其他股份計劃授出的所有獎勵(不包括任何已根據**[編纂]**後股份獎勵計劃或本公司任何其他股份計劃的條款失效的獎勵)涉及的已發行及將予發行股份總數合共超過已發行股份總數的1%，則有關授出須根據上市規則的規定於股東大會上另行取得股東批准，而有關參與者及其緊密聯繫人(倘參與者為關連人士(定義見上市規則)，則其聯繫人)或上市規則可能不時規定的有關人士須放棄投票。在此情況下，本公司必須向股東寄發載有上市規則規定的所有資料的通函。

(e) 績效目標

董事會或董事委員會或董事會授權的人員有權不時制定及管理與獎勵授予及／或歸屬有關的績效目標(如有)，該等績效目標應包括(其中包括)財務目標及管理目標，而該等目標應根據以下各項釐定：(i)個人表現、(ii)本集團表現及／或(iii)獲授任何獎勵的合資格參與者(「**選定參與者**」)所管理的業務組別、業務單位、業務線、職能部門、項目及／或地區的表現。為免生疑問，倘本公司向各名選定參與者發出的函件中並無載列任何績效目標、標準或條件，則獎勵股份不設任何績效目標、標準或條件。

(f) 歸屬時間表

董事會或董事委員會或董事會授權的人員可在**[編纂]**後股份獎勵計劃有效期間，不時根據所有適用法律釐定獎勵歸屬的有關歸屬標準及條件或期限。任何獎勵的歸屬日期不得少於授出日期起計12個月，但僱員參與者在以下情況下的歸屬日期可少於授出日期(包括授出日期)起計12個月：(i)向新入職者授予「補償性」獎勵，以取代彼等在離開前僱主時被沒收的股份獎勵或購股權；(ii)向因死亡或殘疾或發生任何超出控制範圍的事件而終止僱傭關係的僱員參與者授出獎勵；(iii)在一年內出於行政及合規原因分批授予獎勵，其中包括本應提前授予但因行政或合規原因而必須等待下一批方才授予的獎勵。在此情況下，歸屬期可能更短，以反映本應授予獎勵的時間；(iv)具有混合或加速歸屬時間表的授予，例如獎勵可以在十二(12)個月內平均歸屬的情況；(v)歸屬及持有期間總計超過十二(12)個月的授予；(vi)以績效型歸屬條件代替時間型歸屬標準的授予；(vii)薪酬委員會認為較短的歸屬期間屬適當，並符合**[編纂]**後股份獎勵計劃的目的；或(viii)倘本公司之控制權因本公司合併而發生變化、本公司以計劃或要約方式私有化，董事會或董事委員會或董事會授權的人員可全權酌情決定將任何獎勵之歸屬日期提前至較早日期，據此，歸屬日期可能短於授出日期(包括授出日期)起計12個月。

(g) 獎勵的不可轉讓性

任何授出的獎勵均屬於獲授獎勵的合資格參與者個人所有。除非聯交所授出豁免或適用法律及法規另行允許或要求，否則任何獎勵均不可轉讓或授予他人，且選定參與者不得以任何方式出售、轉讓、抵押任何獎勵、就任何獎勵設立按揭、產權負擔或以任何其他人士為受益人創設任何利益或訂立任何協議以進行上述各項行為。

(h) 授予關連人士

向本公司關連人士(定義見上市規則)或其任何聯繫人(定義見上市規則)授出任何獎勵，須遵守及根據上市規則的適用規定獲得批准。

(i) 獎勵失效

獎勵將於以下情況(以最早發生者為準)自動失效：(i)除非董事會或其代表全權酌情另行作出決定，否則於選定參與者不再為合資格參與者之日；(ii)就本公司清盤頒令或就本公司自願清盤通過決議案；(iii)選定參與者被發現為除外參與者，即有關人士所在地的法律及法規不允許彼參與計劃，或董事會或其代表認為，為遵守所在地的適用法律及法規，將有關人士排除在外乃屬必要或適宜；或(iv)選定參與者未能於規定限期內就有關獎勵股份妥為簽署並交回董事會及／或本公司將就**[編纂]**後股份獎勵計劃而委任的受託人(「**受託人**」)(將為獨立第三方)所規定的轉讓文件。

(j) 退扣機制

倘選定參與者為僱員，且被本集團解僱，而解僱原因是其僱傭合約在毋須通知或支付代通知金的情況下被僱主終止，或選定參與者被宣判犯有涉及其品格或誠信之任何刑事罪行，或選定參與者作出有損本集團聲譽或導致本集團蒙受損失的行為(其中包括導致本公司財務報表出現重大錯報)，除非董事會或其代表全權酌情另行作出決定，否則任何流通在外的獎勵股份及該等尚未歸屬之獎勵股份產生的所有現金收入將被立即沒收。

(k) 管理

董事會有權管理**[編纂]**後股份獎勵計劃，包括有權解釋及詮釋**[編纂]**後股份獎勵計劃的規則、根據**[編纂]**後股份獎勵計劃所授出的獎勵及(如適用)將與受託人訂立的信託契約之條款。董事會可授權董事委員會或董事會全權酌情認為合適的其他人士管理**[編纂]**後股份獎勵計劃。董事會或其代表亦可在其認為適當之情況下委任一名或多名獨立第三方承辦商協助管理**[編纂]**後股份獎勵計劃。

(l) 向受託人發行股份及／或轉撥資金

本公司須(i)向受託人發行及配發股份，及／或(ii)向受託人轉撥所需資金並指示受託人按當時市價通過場內交易收購股份(受託人須於合理可行之情況下盡快如此行事以滿足獎勵)。獎勵股份將以信託形式為選定參與者持有，直至各歸屬期結束。當選定參與者已符合董事會於作出獎勵時訂明之所有歸屬條件且有權享有獎勵股份時，受託人須向該名選定參與者轉讓相關獎勵股份。

(m) 終止

本公司可在股東大會上通過決議案(或董事會可隨時)終止**[編纂]**後股份獎勵計劃，在此情況下，不得進一步就獎勵作出要約或授出獎勵，但對於在**[編纂]**後股份獎勵計劃年期內授出但尚未歸屬或緊接終止**[編纂]**後股份獎勵計劃前已歸屬但尚未行使的獎勵，**[編纂]**後股份獎勵計劃的條款在所有其他方面將仍具十足效力及作用。

(n) 更改

董事可不時全權酌情更改「合資格參與者」的定義，其中包括屬重大性質或與上市規則第17.03條所列事項有關的條文，從而有利於選定參與者或潛在選定參與者，惟前提是已獲得股東於股東大會上批准(選定參與者及其聯繫人放棄投票)。除上述情況外，董事會或其代表可在未經股東於股東大會上批准的情況下更改**[編纂]**後股份獎勵計劃的條款。有關更改不得對在有關更改之前授出或同意授出的任何獎勵股份的發行條款產生不利影響，除非獲得大多數(本公司當時憲章文件規定股東對股份所附權利作出修訂)選定參與者的書面同意或批准。

除非於股東大會上獲股東批准，否則有關董事會更改**[編纂]**後股份獎勵計劃條款的權力的任何變動均屬無效。

倘獎勵股份的首次授予需要批准，授予選定參與者的獎勵股份條款的任何變更都必須獲得董事會、薪酬委員會、獨立非執行董事及／或股東於股東大會上(視情況而定)的批准。

(o) 調整

倘於緊隨生效日期開始後，本公司資本架構因透過削減、拆細或合併本公司股本或進行任何資本化發行或供股發行本公司任何股份或其他證券而引起或可能引起董事會認為須作出必要調整之任何變動，則應對已授出發行在外之獎勵股份數目作出相應調整，惟調整須以董事會或其代表認為公平合理之方式進行，以避免攤薄或擴大根據**[編纂]**後股份獎勵計劃選定參與者擬定可得之利益或潛在利益。本公司資本架構的上述

變動所產生的有關選定參與者之獎勵股份的所有零碎股份(如有)被視為歸還股份，不得於相關歸屬日期轉讓予相關選定參與者。受託人須根據**[編纂]**後股份獎勵計劃規則之條文，持有尚未歸屬及／或失效或沒收的獎勵股份以應用於**[編纂]**後股份獎勵計劃。

任何調整須給予選定參與者與該人士之前有權獲得的股本比例相同的股本(約整至最接近的整數股)，惟不得在股份發行價格低於其票面價值(如有)的情況下進行此類調整。發行證券作為交易代價不會被視為一種須作調整的情況。除進行資本化發行所作調整外，任何有關調整均須由獨立財務顧問或本公司核數師以書面形式向董事確認有關調整符合上市規則相關條文的規定。

E. 其他資料

1. 遺產稅

董事已獲告知，本集團任何成員公司均不大可能有重大遺產稅責任。

2. 訴訟

本集團成員公司並無牽涉任何重大訴訟、仲裁或索償，且就董事所知，本公司亦無任何尚未了結或可能提出或面臨任何將對本公司經營業績或財務狀況產生重大不利影響的重大訴訟、仲裁或索償。

3. 獨家保薦人

獨家保薦人符合上市規則第3A.07條所載適用於保薦人的獨立性標準。

獨家保薦人將因擔任**[編纂]**保薦人而收取合計費用3.5百萬港元。

4. 專家資格及同意書

以下為於本文件提供意見及建議的專家資格：

姓名／名稱	資格
浤博資本有限公司	根據證券及期貨條例可從事第1類(證券交易)及第6類(就機構融資提供意見)受規管活動的持牌法團

富睿瑪澤會計師事務所有限公司	執業會計師
伍頴珊女士	香港大律師
康德明律師事務所	開曼群島律師
弗若斯特沙利文	行業顧問
漢坤律師事務所	本公司中國法律顧問
鄭鄭稅務有限公司	稅務顧問

於最後實際可行日期，上述各專家概無於本集團任何成員公司擁有任何股權，亦無持有可認購或提名他人認購本集團任何成員公司證券的權利(不論可否依法強制執行)。

上述各專家已各自就本文件的刊發發出同意書，同意按本文件所載形式及內容轉載其報告、函件、意見或意見概要(視情況而定)，並引述其名稱，且迄今並無撤回該等同意書。

5. 約束力

若根據本文件提出申請，則本文件具有使所有相關人士須受公司(清盤及雜項條文)條例第44A及44B條的所有適用條文(罰則除外)約束的效力。

6. 雙語文件

根據香港法例第32L章公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第4條的豁免規定，本文件分別以英文及中文版本刊發。

倘若本文件中英文版本有任何歧義，概以英文版本為準。

7. 開辦費用

我們並未就本公司的註冊成立產生任何重大開辦費用。

8. 無重大不利變動

董事確認，自2025年9月30日(即本集團最近期經審核合併財務資料之編製日期)以來本集團之財務或經營狀況並無任何重大不利變動。

9. 彌償契據

控股股東已以本公司(為其本身及作為本集團其他成員公司的受託人)為受益人訂立彌償契據，在彌償契據的若干限制下共同及各別就(其中包括)以下項目提供彌償保證：(i)本集團任何成員公司於**[編纂]**或之前可能根據香港法例第111章遺產稅條例第35及43條或香港類似法例而產生的任何遺產稅責任；及(ii)本集團任何成員公司於**[編纂]**或之前已支付或須支付的任何稅項或稅項申索或本集團任何成員公司因於**[編纂]**或之前發生的任何事件而已支付或須支付的任何稅項或稅項申索。

10. 免責聲明

(a) 除本文件所披露者外，於緊接本文件日期前兩年內：

(i) 概無就認購或同意認購或促使或同意促使認購本公司任何股份或債權證而支付任何佣金(但不包括給予次級分銷商的佣金)；及

(ii) 概無就發行或出售本集團任何成員公司的任何資本而給予任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特殊條款，且概無董事、發起人或名列本節「E.其他資料－專家資格及同意書」一節的專家曾收取任何該等款項或利益。

(b) 除本文件所披露者外：

(i) 本公司或本集團任何成員公司概無創辦人股份、管理層股份或遞延股份；

(ii) 我們並無任何發起人，且概無於緊接本文件日期前兩年內已經或擬定向任何發起人支付、配發或給予任何現金、證券或其他利益；

(iii) 董事或名列本節上文「E.其他資料－專家資格及同意書」一節的專家概無直接或間接於本集團任何成員公司的發起或於該等公司在緊接本文件日期前兩年內已經或擬定收購或出售或租賃的資產中擁有任何權益；

(iv) 本公司或本集團任何成員公司並無銀行透支或其他類似債務；

(v) 本公司或本集團任何成員公司並無租購承擔、擔保或其他重大或然負債；

(vi) 本公司或本集團任何成員公司並無未償還債權證；

(vii) 本公司股本或債務證券中，概無任何部分於其他證券交易所上市或買賣，或正在或擬定尋求在其他證券交易所上市或批准買賣；

(viii) 本集團任何成員公司概無股本附有購股權或有條件或無條件同意附有購股權；及

(ix) 概無訂立董事於其中擁有重大權益或對本集團業務而言屬重大，且於本文件日期仍然存續的合約或安排。

A. 送呈公司註冊處處長文件

隨同本文件一併送呈香港公司註冊處處長以作登記的文件為：

(a) 本文件附錄四「法定及一般資料－E.其他資料－4.專家資格及同意書」所述的同意書；及

(b) 本文件附錄四「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」所述的各份重大合約的副本。

B. 展示文件

下列文件的副本將自本文件日期(包括該日)起計14日內於聯交所網站(**www.hkexnews.hk**)及本公司網站(**https://www.herbstandard.com.hk/**)刊登：

(a) 章程大綱及細則；

(b) 申報會計師編製的會計師報告，全文載於本文件附錄一；

(c) 申報會計師就本集團未經審核**[編纂]**財務資料發出之報告，全文載於本文件附錄二；

(d) 本集團於往績記錄期的經審核綜合財務報表；

(e) 我們的香港法律顧問伍穎珊女士就本集團的若干公司及合規事宜所出具的法律意見；

(f) 我們有關開曼群島法律的法律顧問康德明律師事務所出具之意見書，當中概述本文件附錄三所述的若干開曼群島公司法內容；

(g) 弗若斯特沙利文所出具的行業報告；

(h) 由本集團中國法律顧問漢坤律師事務所就本集團若干事項根據中國法律出具的中國法律意見書；

(i) 稅務顧問鄭鄭稅務有限公司就本集團若干稅務事項出具的意見；

(j) 本文件附錄四「法定及一般資料－E.其他資料－4.專家資格及同意書」所述的同意書；

(k) 本文件附錄四「法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－1.重大合約概要」所述的重大合約；

(l) 本文件附錄四「法定及一般資料－C.有關我們董事及主要股東的進一步資料－1.董事服務合約及委任函詳情」所述本公司與每名董事訂立的服務合約及委任函；

(m) **[編纂]**後股份獎勵計劃規則；及

(n) 公司法。