
概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於本節僅為概要，其並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定投資[編纂]前務請閱覽整份文件。任何投資均涉及風險。投資於[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節內。閣下在決定投資於[編纂]前，應細閱該章節。

概覽

我們主要於中國從事成品營養品營銷、銷售及分銷。我們的營養品以專屬品牌(即「紐曼思」及「紐曼斯」(英文「Nemans」))銷售，大致可分為五個主要類別，即藻油DHA、益生菌、維生素、多維營養素及藻鈣產品。我們的業務在很大程度上依賴於我們的品牌。我們的供應商採用OEM模式在生產我們的營養品及／或在我們的營養品附上我們的品牌標籤。

我們於二零零七年開始銷售及分銷DHA產品。根據弗若斯特沙利文，我們為中國母嬰營養品行業藻油DHA分部的先行者。我們將我們所售的營養品定位為高端及優質營養品，針對懷孕及產後婦女、嬰幼兒至兒童等消費者。尤其我們的藻油DHA產品的主要原材料由藻油原材料供應商(為世界領先的海外供應商)供應且我們將藻油產品的建議零售價定為每顆DHA膠囊人民幣4.0元以上。根據弗若斯特沙利文，就我們的產品的原料來源、零售價及品牌市場定位而言，其可歸類為高端營養品，我們相信，我們的成功歸功於我們能夠將營養品標準及推廣至具有更高的健康和營養意識的中國客戶。

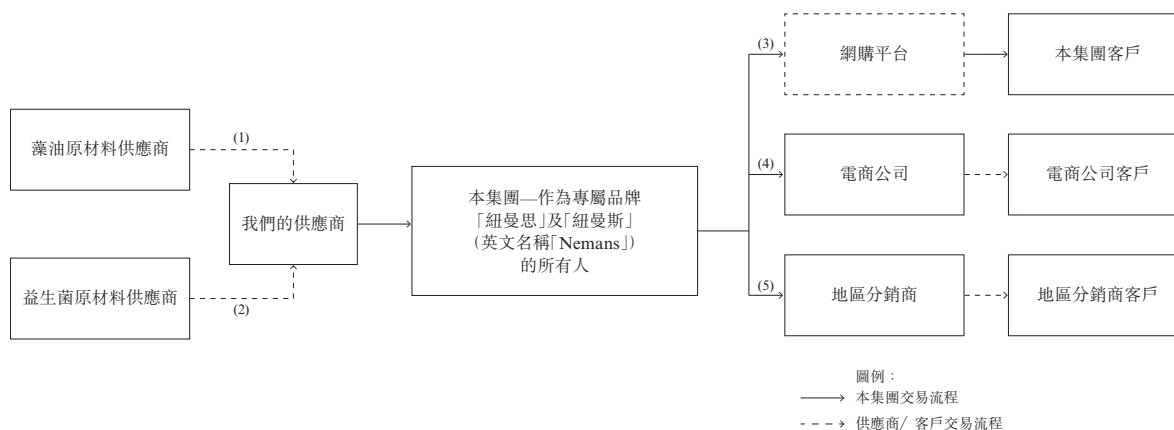
藻油DHA產品是我們的主要產品，佔往績期間一大部分收益。二零二零財政年度、二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三年六個月，我們的藻油DHA產品銷售額分別佔總收益的約87.0%、91.9%、92.7%及93.5%。根據弗若斯特沙利文，我們的品牌為二零二二年中國最備受認可高端DHA品牌之一。根據弗若斯特沙利文，中國的母嬰藻油DHA市場可細分為國際業者及國內業者推出的產品，其中，國內業者的產品可進一步分為使用本地採購及進口藻油DHA原材料的產品。於二零二二年，採用進口藻油DHA原材料的國內品牌佔中國藻油DHA產品零售總值的27.5%，其中我們於二零二二年佔約22.5%，按進口原材料製成的藻油DHA產品的零售總值計算，我們是最大的國內品牌。憑藉藻油DHA產品的成功，我們一直在營銷其他營養品，如益生菌、維生素、多種營養素及海藻鈣產品。

我們努力提供採用優質安全原材料製成的營養品。為了監督產品質量，我們要求藻油DHA及益生菌產品的供應商使用藻油原材料供應商及益生菌原材料供應商提供的關鍵原材料。有關主要原材料隨後將被加工成我們的成品營養品。

概 要

業務模式

下圖說明我們有關銷售旗下主要產品（即藻油DHA及益生菌產品）的業務模式及主要銷售渠道：



附註：

- (1) 我們要求藻油DHA產品供應商使用藻油原材料供應商提供的關鍵原材料。有關我們採購藻油DHA產品的詳情，請參閱本文件內「業務 — 我們的採購 — 向供應商採購產品 — 藻油DHA產品」的段落。
- (2) 我們要求益生菌產品供應商使用益生菌原材料供應商提供的關鍵原材料。有關我們採購益生菌成品的詳情，請參閱本文件內「業務 — 我們的採購 — 向供應商採購產品 — 益生菌產品」的段落。
- (3) 此項指透過網購平台向客戶作出的銷售。就確認收益而言，透過網購平台訂貨的客戶為我們的客戶。
- (4) 此項指我們直接向電商公司作出的銷售，彼等會在網購平台轉售我們的產品予其顧客。就確認收益而言，電商公司為我們的客戶。
- (5) 此項指我們向地區分銷商作出的銷售，其後彼等將我們的產品分銷到藥房、母嬰產品店、產後護理中心、零售店或彼等的次級分銷商。就確認收益而言，地區分銷商為我們的客戶。

我們的產品

於往績期間及直至最後可行日期，我們共提供17種營養品，大致可分為五個主要類別，即藻油DHA、益生菌、維生素、多維營養素及藻鈣產品。於往績期間，我們的營養品以自家品牌「紐曼思」及「紐曼斯」（英文「Nemans」）銷售。我們的營養品主要針對孕婦及產後婦女、嬰幼兒至兒童。於二零二二財政年度及二零二三年六個月，我們亦銷售供應商G許可使用的品牌下五款奶粉產品及由此獲得少量的收益。

下表載列我們於往績期間按產品類別劃分的收益明細：

	二零二零財政年度		二零二一財政年度		二零二二財政年度		二零二二年六個月		二零二三年六個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
藻油DHA產品	210,737	87.0	310,216	91.9	340,610	92.7	170,049	92.6	179,682	93.5
益生菌產品	25,594	10.6	23,834	7.1	19,485	5.3	8,644	4.7	9,908	5.2
維生素產品	4,709	1.9	1,837	0.5	1,025	0.3	635	0.3	394	0.2
多維營養素產品	868	0.3	1,311	0.4	2,011	0.6	1,221	0.7	678	0.4
藻鈣產品	406	0.2	410	0.1	538	0.1	314	0.2	236	0.1
奶粉產品	—	—	—	—	3,628	1.0	2,858	1.5	1,178	0.6
總收益	242,314	100.0	337,608	100.0	367,297	100.0	183,721	100.0	192,076	100.0

概 要

於往績期間，我們最暢銷的營養品為藻油DHA產品，其於二零二零財政年度、二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二二年六個月及二零二三年六個月的收益分別約為人民幣210.7百萬元、人民幣310.2百萬元、人民幣340.6百萬元、人民幣170.0百萬元及人民幣179.7百萬元，分別佔相應年度／期間總收益的約87.0%、91.9%、92.7%、92.6%及93.5%。有關往績期間按產品劃分的收益的更多詳情，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分 — 收益 — 產品收益」一段。

銷售及分銷

我們在中國擁有一個多元化的多渠道銷售網絡，包括線上及線下銷售渠道。我們的線上銷售渠道包括中國熱門網購平台，如jd.com、tmall.com及vip.com。我們向電商公司銷售我們的產品，電商公司將在網購平台向其客戶銷售我們的產品，而我們也通過網購平台向我們的客戶銷售我們的產品。除線上銷售渠道外，我們亦線下出售產品予地區分銷商，彼等將產品主要分銷至藥房、母嬰產品專門店、產後護理中心、零售店或彼等的次級分銷商。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 銷售及分銷」一段。

下表列載於往績期間按銷售渠道劃分的收益明細：

	二零二零財政年度		二零二一財政年度		二零二二財政年度		二零二二年六個月		二零二三年六個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
線上銷售渠道：										
直接銷售予電商公司	116,517	48.1	164,334	48.7	167,692	45.7	88,160	48.0	97,727	50.9
通過網購平台向我們的客戶										
銷售	35,359	14.6	52,113	15.4	75,493	20.6	34,711	18.9	32,042	16.7
其他(附註)	—	—	—	—	—	—	—	—	2,604	1.3
小計	<u>151,876</u>	<u>62.7</u>	<u>216,447</u>	<u>64.1</u>	<u>243,185</u>	<u>66.3</u>	<u>122,871</u>	<u>66.9</u>	<u>132,373</u>	<u>68.9</u>
線下銷售渠道：										
銷售予地區分銷商	87,166	36.0	115,665	34.3	114,759	31.2	56,972	31.0	53,735	28.0
其他(附註)	3,272	1.3	5,496	1.6	9,353	2.5	3,878	2.1	5,968	3.1
小計	<u>90,438</u>	<u>37.3</u>	<u>121,161</u>	<u>35.9</u>	<u>124,112</u>	<u>33.7</u>	<u>60,850</u>	<u>33.1</u>	<u>59,703</u>	<u>31.1</u>
總計	<u>242,314</u>	<u>100.0</u>	<u>337,608</u>	<u>100.0</u>	<u>367,297</u>	<u>100.0</u>	<u>183,721</u>	<u>100.0</u>	<u>192,076</u>	<u>100.0</u>

附註： 其他包括對零售店的直接銷售及雜項銷售。

於二零二零財政年度、二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二二年六個月及二零二三年六個月，我們的大部分收益來自(i)線上銷售渠道應佔銷售(包括向電商公司直接銷售及透過網購平台向我們的客戶銷售)，相關收益分別約為人民幣151.9百萬元、人民幣216.4百萬元、人民幣243.2百萬元、人民幣122.9百萬元及人民幣132.4百萬元，分別佔總收益約62.7%、64.1%、66.3%、66.9%及68.9%；及(ii)銷售予地區分銷商，相關收益分別約為人民幣87.2百萬元、人民幣115.7百萬元、人民幣114.8百萬元、人民幣57.0百萬元及人民幣53.7百萬元，分別佔總收益約36.0%、34.3%、31.2%、31.0%及28.0%。

概 要

我們的客戶

於往績期間，我們的產品一般在中國分銷，並通過網購平台主要向電商公司、地區分銷商及客戶銷售產品。於二零二零財政年度、二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三年六個月，來自五大客戶（包括四間電商公司及三名地區分銷商）的收益分別佔我們總收益的約56.6%、64.2%、68.3%及69.3%，及來自最大客戶的收益分別佔我們總收益的約22.3%、22.6%、28.4%及34.7%。有關我們五大客戶的更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的客戶」一段。

我們的地區分銷商

我們的地區分銷商可分為三類，即(i)A類地區分銷商，我們預期彼等銷售能力較強，且獲授權獨家推廣及分銷我們的產品，但可只在其指定分銷地區，該等地區通常位於中國一、二線城市；(ii)B類地區分銷商，我們預期彼等銷售能力中等，且僅獲授權在其指定分銷地區推廣及分銷我們的產品，該等地區大部分位於中國二、三線城市；及(iii)C類地區分銷商，其獲授權在中國所有地區推廣及分銷我們的產品，惟指定屬A類地區分銷商的地區除外。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 銷售及分銷 — (ii)地區分銷商」一段。

我們的供應商

供應商主要包括(i)在中國、美國及香港成立的藻油DHA產品、益生菌產品、維生素產品、藻鈣產品及奶粉產品的供應商；(ii)一名在中國成立的包裝服務供應商；及(iii)在中國成立的原材料（包括藻油DHA及多維營養素）供應商。於二零二零財政年度、二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三年六個月，向五大供應商作出的採購分別佔我們總採購約95.0%、90.7%、92.7%及93.0%，而向最大供應商作出的採購則分別佔我們總採購的約56.5%、56.8%、42.6%及44.1%。有關我們五大供應商的更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的供應商」一段。

定價政策

我們向客戶提供的價格由我們根據各種因素釐定，包括我們原材料及製成品的採購成本、預計利潤率及銷售水平、我們銷售及分銷產品的渠道、銷售及營銷成本及預期市場需求而釐定。對客戶（電子商務公司及地區分銷商）的售價由我們基於本集團與彼等的關係年期及磋商、彼等採購產品數量及市場趨勢等因素釐定，此乃通常基於我們產品的參考零售價的折扣。我們已就由地區分銷商銷售予零售客戶的每種產品設定參考零售價，作為定價指引。

概 要

競爭格局

根據弗若斯特沙利文，中國的母嬰藻油DHA市場可分為國際業者推出的產品和國內業者推出的產品，其中國內業者的產品又可進一步分為採用本地藻油DHA原材料的產品和採用進口藻油DHA原材料的產品。於二零二二年，採用進口藻油DHA原材料的國內品牌佔中國藻油DHA產品零售總值的27.5%，其中我們於二零二二年佔約22.5%，按進口原材料製造的藻油DHA產品零售價值計算，我們是最大的國內品牌。

我們相信，我們在行業的悠久歷史及良好聲譽、高品質產品以及完善且多元化的銷售及分銷網絡，使我們從競爭對手中脫穎而出。有關中國母嬰藻油DHA及益生菌行業的競爭格局、增長及准入門檻的更多詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節及「業務 — 競爭」一段。

競爭優勢

我們相信，我們具有以下競爭優勢，包括：(i)我們擁有穩健的市場定位及高度品牌認可；(ii)我們在中國擁有多元化的銷售及分銷網絡；(iii)我們策略性地選擇營養品將予使用的主要原材料的供應商；及(iv)我們擁有經驗豐富及盡忠職守，並具備深厚行業經驗的管理團隊。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的競爭優勢」一段。

業務策略

我們的業務目標是實現可持續增長、提高市場份額及加強我們在中國營養品市場的地位。為進一步實現該等目標，我們計劃採取以下策略：(i)通過不同的營銷方法加大營銷力度，提高我們品牌的公眾知名度；及(ii)在香港推廣我們的產品並將我們的銷售網絡擴展到香港。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的業務策略」一段。

風險因素

潛在投資者就[編纂]作出任何投資決定前，務請仔細閱讀本文件「風險因素」一節。一些較為特定的風險因素包括以下各項：(i)我們面臨藻油DHA成品銷售集中的風險；(ii)我們面臨供應營養品的供應商集中風險；(iii)我們無法完全控制供應商A及供應商D向我們供應的藻油DHA產品的質量；(iv)我們面臨藻油原材料供應商向我們的藻油DHA產品供應商供應其藻油DHA原料的集中風險；(v)我們未必能為我們的知識產權提供足夠保障；及(vi)我們依賴線上銷售渠道銷售及分銷產品。

概 要

關鍵財務資料概要

綜合損益表概要

	二零二零 財政年度 人民幣千元	二零二一 財政年度 人民幣千元	二零二二 財政年度 人民幣千元	二零二二年 六個月 人民幣千元	二零二三年 六個月 人民幣千元
收益	242,314	337,608	367,297	183,721	192,076
毛利	176,518	246,598	273,190	139,788	145,554
除稅前溢利	107,618	154,125	98,413	25,960	91,181
年／期內溢利	83,187	119,670	87,522	28,756	77,258

於往績期間，我們的收益及毛利增加主要由於銷售藻油DHA產品的收益增加所致。於二零二零財政年度、二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二二年六個月及二零二三年六個月，總毛利率維持相對穩定，分別約為72.8%、73.0%、74.4%、76.1%及75.8%。我們的溢利由二零二一財政年度的約人民幣119.7百萬元減至二零二二財政年度的約人民幣87.5百萬元，主要由於在二零二二財政年度確認銷售奶粉產品產生的非經常性資產附帶虧損約人民幣81.5百萬元。

有關我們經營業績的詳細分析，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分」一段。

有關奶粉的非經常性虧損

二零二二財政年度及二零二三年六個月，我們銷售供應商G許可使用的品牌下的奶粉產品（「奶粉品牌」）。我們的奶粉產品包括五種產品，包括1段嬰兒配方（「1段配方」）及四種其他非1段配方。該五種奶粉產品均從澳大利亞和新西蘭進口。在二零二一年十二月與供應商G訂立協議後（據此我們須遵守最低採購承諾），供應商G於二零二二年四月被國家市場監督管理總局罰款約人民幣9.6百萬元，因為此前國家市場監督管理總局對二零二零年二月生產的一批1段配方（但不是非1段配方）進行隨機抽樣檢查，發現當中含有香蘭素，違反中國國家食品安全標準（「該事件」）。我們向供應商G購買的1段配方不是被發現含有香蘭素的批次。

儘管我們在營銷及推廣方面所作的努力，但由於一系列不可預見事件，使奶粉產品的銷售遠低於預期，該等不可預見事件包括：(i)中國爆發COVID-19導致二零二二財政年度長期封鎖；(ii)該事件負面宣傳的影響比預期嚴重；(iii)中國於二零二二年年末大規模爆發COVID-19疫情；及(iv)二零二三年二月中國實施奶粉產品的新國家食品安全標準。於二零二二年十一月，我們與供應商G訂立補充協議，據此（其中包括），供應商G同意於二零二二年及二零二三年豁免最低採購承諾，惟本集團須履行我們已於二零二二年一月及五月下達的採購訂單除外。

於往績期間後，本集團與供應商G於二零二三年十月達成協議，終止本集團與供應商G就奶粉產品訂立的所有協議。董事認為，該事件屬獨立事件，我們的奶粉產品銷售業績欠佳乃由一系列我們無法控制的不可預見事件所造成。鑒於我們與供應商G的採購承諾，加上奶粉產品銷量偏低，我們於二零二二財政年度產生虧損約人民幣81.5百萬元，當中(i)我們悉數撇減存貨中的過期奶粉產品約人民幣17.7百萬元；(ii)我們確認奶粉產品存款虧損撥備約人

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

人民幣20.7百萬元；(iii)我們就為履行一部分採購承諾向供應商G支付的按金確認虧損撥備約人民幣20.1百萬元；(iv)我們確認撥備約人民幣18.0百萬元，包括就奶粉產品將予支付的金額約人民幣13.0百萬元以及就供應商G為按計劃生產奶粉產品而購買原材料所產生的成本而可能須向供應商G作出的賠償額約人民幣5.0百萬元；及(v)我們錄得輸入增值稅撥回約人民幣5.0百萬元。

有關奶粉產品銷售虧損的詳情，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分 — 其他虧損淨額 — 奶粉產品相關虧損」一段。

綜合財務狀況表概要

	於十二月三十一日			於二零二三年
	二零二零年	二零二一年	二零二二年	六月三十日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產	10,390	9,045	39,979	34,070
流動資產	194,105	279,767	363,602	442,549
流動負債	56,796	86,088	151,678	141,808
非流動負債	305	200	4,663	4,571
流動資產淨值	137,309	193,679	211,924	300,741
資產淨值	<u>147,394</u>	<u>202,524</u>	<u>247,240</u>	<u>330,240</u>

於往績期間，流動資產淨值的增加主要由於經營活動所得現金淨額及營運資金增加，由我們的應付撥備及股息部分抵銷。有關流動資產淨值的詳情分析，請參閱本文件「財務資料 — 流動資產淨值」一段。

綜合現金流量表概要

	二零二零 財政年度 人民幣千元	二零二一 財政年度 人民幣千元	二零二二 財政年度 人民幣千元	二零二二年 六個月 人民幣千元	二零二三年 六個月 人民幣千元
經營活動所得現金淨額	58,806	93,994	44,309	9,644	69,497
投資活動所得／(所用)現金淨額	197	(519)	(4,139)	(3,381)	659
融資活動所用現金淨額	<u>(23,095)</u>	<u>(29,306)</u>	<u>(8,555)</u>	<u>(6,718)</u>	<u>(1,869)</u>
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	35,908	64,169	31,615	(455)	68,287
年／期初現金及現金等價物	56,905	92,757	152,656	152,656	192,838
匯率變動的淨影響	<u>(56)</u>	<u>(4,270)</u>	<u>8,567</u>	<u>3,366</u>	<u>1,913</u>
年／期末現金及現金等價物	<u>92,757</u>	<u>152,656</u>	<u>192,838</u>	<u>155,567</u>	<u>263,038</u>

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

所有呈報年份／期間均錄得經營活動所得現金淨額，此乃主要歸因於我們於往績期間的純利。二零二零財政年度及二零二一財政年度的融資活動所用現金淨額主要源自我們派付的股息。詳細的現金流量分析請參閱本文件「財務資料 — 流動資金及資本資源 — 本集團現金流量」一段。

主要財務比率

	於十二月三十一日／			於二零二三年
	截至該日止年度			六月三十日／
	二零二零年	二零二一年	二零二二年	截至該日 止六個月
毛利率	72.8%	73.0%	74.4%	75.8%
純利率	34.3%	35.4%	23.8%	40.2%
權益回報率	56.4%	59.1%	35.4%	46.8%
總資產回報率	40.7%	41.4%	21.7%	32.4%
流動比率	3.4	3.3	2.4	3.1
速動比率	2.7	3.0	1.9	2.7
資產負債比率	1.4%	0.6%	3.0%	2.3%
淨債務權益比率	不適用	不適用	不適用	不適用
利息覆蓋	713.7倍	1,318.3倍	263.4倍	519.1倍

純利率及權益回報率於二零二二財政年度減少，以及流動比率於二零二二年十二月三十一日減少，乃主要由於奶粉產品銷售引致的非經常性連帶資產虧損。詳細的財務比率分析請參閱本文件「財務資料 — 選定財務比率」一段。

控股股東

緊隨[編纂]及資本化發行完成後，且不計及根據[編纂]及購股權計劃下可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份，遠東財富將直接持有本公司已發行股本的[編纂]%。遠東財富分別由王先生(創辦人兼執行董事、主席及行政總裁)及崔女士(執行董事及王先生的配偶)全資擁有91%及9%。根據上市規則，遠東財富、王先生及崔女士各自被視為本公司的控股股東，而彼等被共同視作一組控股股東。有關控股股東的更多詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

[編纂]統計數據

[編纂]數目	:	[編纂]股股份(視乎[編纂]行使與否而定)		
[編纂]	:	不超過每股[編纂]港元及預期不低於每股[編纂]港元，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(股款須於申請時以港元繳足，多繳股款可予退還)		
			按[編纂] 每股[編纂] 港元計算 港元	按[編纂] 每股[編纂] 港元計算 港元
[編纂] ^(附註)			[編纂]	[編纂]
每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值 ^(附註)			[編纂]	[編纂]

附註：有關計算該數字的依據及假設，請參閱本文件附錄二A。

[編纂]的溢利估計

[編纂]的估計本公司權益擁有人應佔
綜合溢利^(附註) 不少於人民幣[編纂]元

附註：有關編製溢利估計的依據及假設，請參閱本文件附錄二B。

[編纂]開支

與[編纂]有關的[編纂]開支總額(包括包銷佣金)估計為約人民幣[編纂]百萬元(相等於約[編纂]百萬港元)(按每股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)計算)，佔[編纂]的估計所得款項總額約[編纂]%(按每股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)計算，並假設[編纂]未獲行使)。
[編纂]開支的(i)約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)為發行[編纂]直接應佔的開支，並將根據相關會計準則作為權益扣減入賬；及(ii)約人民幣[編纂]百萬元(相當於約[編纂]百萬港元)已或將於綜合損益表內扣除，而其中(a)約人民幣10.5百萬元已於往績期間前的損益扣除；(b)於二零二零財政年度、二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三年六個月已分別在損益扣除約人民幣3.9百萬元、人民幣10.7百萬元、人民幣6.0百萬元及人民幣5.8百萬元；及(c)預計在[編纂]前或[編纂]時將扣除約人民幣[編纂]百萬元。與上市有關的開支屬非經常性開支。

法律訴訟

於最後可行日期，我們涉及若干法律訴訟，控告第三方以「紐曼斯」品牌應用或推廣其

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

產品，而該品牌與我們分別註冊的商標「紐曼斯」及「紐曼思」相同或相似。此外，我們亦被第三方指控進行商業誹謗及商標侵權而涉入法律訴訟。於最後可行日期，該等法律訴訟仍在進行中。更多詳情請參閱本文件「業務 — 法律訴訟」一段。

股息

由於我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，未來任何股息的支付及金額將取決於從我們的附屬公司獲得的股息。我們派發的任何股息均將由董事會全權決定，其中考慮的因素包括我們的實際及預期經營業績、現金流及財務狀況、總體經營狀況及經營策略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制，以及董事會認為適當的其他因素。我們的股東可在股東大會上批准任何股息宣派，惟不得超過董事會建議的金額。

於二零二零財政年度、二零二一財政年度及二零二二財政年度，我們宣派的股息分別約為人民幣21.0百萬元、人民幣61.0百萬元及人民幣51.0百萬元，於最後可行日期，所有股息均已結付。我們目前概無正式的預定股息派發比例。

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]未獲行使及假設[編纂]為每股[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，我們估計[編纂]所得款項淨額將約為[編纂]港元(扣除我們就[編纂]應付的[編纂]費及相關[編纂]開支後)。我們擬按下列方式動用[編纂]：(i)約[編纂]%或[編纂]港元將用於通過不同的營銷方法加大營銷力度，提高我們品牌的公眾知名度；及(ii)約[編纂]%或[編纂]港元將用於在香港推廣我們的產品，並將我們的銷售網絡擴展到香港。

近期發展

於往績期間後，在二零二三年十月，我們與供應商G達成協議，終止與供應商G有關奶粉產品的全部協議。有關詳情，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分 — 其他虧損淨額 — 奶粉產品相關虧損」一段。

於整個往績期間，我們從線上銷售渠道獲得的收益在金額及佔總收益的比例方面均有所增長。董事認為，線上銷售渠道是一個具有成本效益及高效率的銷售渠道，能使我們的產品接觸到並建立起龐大的客戶群。憑藉互聯網的廣泛覆蓋及由此帶來的便利性，以及中國不斷發展的線上銷售渠道，本集團逐步向私人領域分銷商銷售及分銷我們的營養產品。

董事確認，除與[編纂]有關的開支外，截至本文件日期，自二零二三年六月三十日以來，我們的財務或貿易狀況或前景並無重大不利變動，且自二零二三年六月三十日以來，概無發生任何事件會對會計師報告所載綜合財務報表所示資料造成重大影響。