

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，故並無載有對閣下而言可能屬重要的一切資料。閣下於決定[編纂]前務請細閱整份文件，包括我們的財務報表及隨附附註。任何[編纂]均附帶風險。[編纂]於[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」。閣下於決定[編纂]前應細閱該節。本概要所用若干詞彙於本文件「釋義」及「技術詞彙表」內界定。

概覽

我們是立足香港、穩健可信的多元化保健品及美容與護膚品供應商。我們經營多渠道銷售模式，專注於開發、銷售及營銷自有品牌產品。本集團自一九九九年成立以來，銷售眾多類別的產品，積極打造自有品牌。於最後可行日期，我們合共經營八個自有品牌，分別為(i)「草姬(Herbs)」；(ii)「ZINO」；(iii)「正統(Classic)」；(iv)「梅屋(Umeya)」；(v)「男補(Energie)」；(vi)「男極(Men's INFiNiTY)」；(vii)「綠康營(Regal Green)」；及(viii)「恩寵(Herbs Pet)」：



附註：

(1) 於最後可行日期，我們已向香港知識產權署申請註冊「恩寵(Herbs Pet)」商標。

概 要

歷年來，我們屢獲殊榮，自有品牌眾口稱譽，包括(i)二零零六年至二零二四年，獲香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會授予「香港名牌」美譽；(ii)二零零六年至二零二四年，獲香港青年協會授予「有心企業」美譽；(iii)二零二一年，獲TVB授予「最強人氣中式保健食品」獎勵；及(iv)二零一四年至二零一六年，獲香港醫護學會授予「香港醫護人員最信賴健康食品品牌」美譽。根據弗若斯特沙利文報告，於二零二三年，在香港所有國際及本地保健品的供應商中，以免疫系統保健品的零售銷貨額計，本集團名列第五，市場佔有率約4.9%；以保健品零售銷貨額計，本集團名列第十，市場佔有率約3.6%。

我們於往績期間錄得穩定增長。收益由二零二一財政年度約188.6百萬港元增至二零二二財政年度的約208.0百萬港元，並進一步增至二零二三財政年度的約251.2百萬港元，由二零二一財政年度至二零二三財政年度的複合年增長率約為15.4%。於二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三財政年度，我們的毛利率相對靠穩，分別約為72.0%、71.9%及73.8%。我們的年度純利由二零二一財政年度約23.2百萬港元增至二零二二財政年度的約28.0百萬港元，並進一步增至二零二三財政年度的約39.5百萬港元，由二零二一財政年度至二零二三財政年度的複合年增長率約為30.5%。

我們的業務

我們的經營模式

我們經營多渠道銷售模式，專注開發、銷售及營銷自有品牌的保健品及美容與護膚品。於往績期間，我們透過以下銷售渠道經銷自有品牌及若干第三方品牌的保健品及美容與護膚品：

- **零售業務**：我們的產品直接出售予終端顧客，主要透過自營店、品牌體驗中心、自有電商平台Zinomall及在HKTVmall及天貓國際(Tmall.hk)等第三方網上平台的自營賬戶及網店進行；
- **批發業務**：我們銷售產品予批發客戶，主要包括連鎖零售商，例如本地的大型保健及美容品連鎖零售商，以及非連鎖零售商，例如藥房及貿易公司，以供轉售予終端顧客；及
- **寄售安排**：我們在寄售商的門店銷售產品予光顧門店的終端顧客。

概 要

下表載列我們於往績期間按銷售渠道劃分的總收益明細：

	二零二一財政年度		二零二二財政年度		二零二三財政年度	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
零售業務	84,231	44.7	105,163	50.6	125,282	49.9
批發業務	93,756	49.7	94,130	45.2	117,961	47.0
寄售安排	10,651	5.6	8,735	4.2	7,981	3.1
總計	188,638	100.0	208,028	100.0	251,224	100.0

自有品牌及產品

於最後可行日期，我們合共經營八個自有品牌，分別為(i)「草姬(Herbs)」；(ii)「ZINO」；(iii)「正統(Classic)」；(iv)「梅屋(Umeyya)」；(v)「男補(Energie)」；(vi)「男極(Men's INFiNiTY)」；(vii)「綠康營(Regal Green)」；及(viii)「恩寵(Herbs Pet)」。其中，二零二四年四月推出的「恩寵(Herbs Pet)」是寵物保健品的新品牌。

我們的品牌產品組合包括(i)自有品牌產品，主要由我們的生產商以OEM方式向我們供應；及(ii)第三方品牌產品，主要由品牌商或其他貿易公司向我們供應。於往績期間，總收益幾近全部源於自有品牌產品。

我們的產品主要分類為(i)保健品，主要指口服保健產品，一般為丸劑、片劑或液體，以便口服，供補充膳食營養及全面增強體格或特定身體機能；(ii)美容與護膚品，主要包括各類用於保養及／或改善膚質的外用美容與護膚品；及(iii)寵物保健品，主要包括供寵物食用的保健品，例如針對寵物消化系統健康及抗敏感功能的保健品。截至最後可行日期，我們合共銷售50款、21

概 要

款及兩款自有品牌的保健品、美容與護膚品及寵物保健品。以下是往績期間按自有品牌及若干第三方品牌旗下的產品類別及功能劃分的收益明細：

	二零二一財政年度		二零二二財政年度		二零二三財政年度	
	估總收益		估總收益		估總收益	
	收益	%	收益	%	收益	%
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
保健品	165,975	88.0	191,423	92.0	228,411	90.9
— 免疫系統及新冠後護理	61,805	32.8	70,958	34.1	83,403	33.2
— 代謝綜合症護理	35,469	18.8	35,783	17.2	47,453	18.9
— 男女保健	25,907	13.7	26,905	12.9	29,013	11.5
— 抗衰老	9,402	5.0	20,600	9.9	28,895	11.5
— 其他保健品 ⁽¹⁾	33,392	17.7	37,177	17.9	39,647	15.8
美容與護膚品及其他產品⁽²⁾	22,663	12.0	16,605	8.0	22,813	9.1
總計	188,638	100.0	208,028	100.0	251,224	100.0

附註：

- (1) 主要包括針對生活習慣相關疾病及日常護理、骨骼護理以及排毒與體重管理的保健品。
- (2) 其他產品主要包括於往績期間估總收益不足0.1%的健康相關食品。

客戶及供應商

我們的客戶

由於我們的業務性質，我們的客戶包括：(i)來自公眾的終端顧客，彼等會(a)在我們的零售業務下，直接向我們購買，或(b)從我們透過寄售安排銷售產品的寄售商門店購買；及(ii)批發客戶(包括連鎖及非連鎖零售商)，我們向彼等批發產品，彼等轉售予來自公眾的終端顧客。二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三財政年度來自五大批發客戶的收益約為92.1百萬港元、92.2百萬港元及113.4百萬港元，分別佔相應年度的總收益約48.9%、44.3%及45.1%，而二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三財政年度來自最大批發客戶的收益約為90.3百萬港元、90.2百萬港元及110.7百萬港元，分別佔相應年度總收益約47.9%、43.3%及44.0%。

概 要

我們的供應商

我們聘請獨立第三方製造商以OEM方式生產自有品牌產品，並不時從品牌商或貿易公司採購第三方品牌產品。我們亦採購部份主要原材料(例如蟲草菌絲體及靈芝孢子)、包裝材料，並聘請獨立第三方提供如粉劑混合、封裝、裝瓶、標籤、噴墨及物流服務等服務。於二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三財政年度，本集團向供應商採購的總額分別約為60.1百萬港元、61.6百萬港元及71.0百萬港元。於二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三財政年度各年，我們向五大供應商的總採購額約為27.9百萬港元、26.8百萬港元及36.8百萬港元，於相關年度分別佔我們總採購額約46.4%、43.6%及51.9%，而我們於二零二一財政年度、二零二二財政年度及二零二三財政年度向最大供應商的採購額約為12.9百萬港元、9.9百萬港元及15.1百萬港元，於相關年度分別佔我們總採購額約21.5%、16.1%及21.3%。董事確認，於往績期間，我們並無經歷任何半製成品、原材料、包裝物料及服務價格的大幅波動。

我們的優勢

我們相信是以下優勢讓我們能在芸芸同業中獨樹一幟，把握市場機遇確保可持續的發展：

- 我們約有25年歷史，在香港保健品市場早已確立品牌形象；
- 我們透過多元化渠道建立完善銷售網絡，藉此拓闊終端顧客覆蓋面並提升自有品牌形象；
- 我們採取消費者主導的產品發展策略，亦具備產品控制能力，可迅速回應市場保健趨勢及消費者需求，造就豐富多元且優質的產品組合，能夠滿足多樣化客戶需求；
- 我們採納多面向的營銷推廣策略；及
- 經驗豐富、高瞻遠矚的管理團隊。

進一步詳情請參閱本文件「業務—競爭優勢」。

我們的策略

我們力求不斷增長，進一步發展業務，並善用本集團的競爭優勢，深化鞏固我們的整體競爭力和市場地位，並執行下述業務策略：

- 加強營銷及推廣活動，繼續強化自有品牌；
- 擴大、改善及優化銷售網絡；

概 要

- 提升現有產品及開發新產品，日益多元化發展及提升產品組合，以滿足客戶持續演化的需求；及
- 招聘、培訓及留住人才。

更多詳情，請參閱本文件「業務－業務策略」。

競爭格局

根據弗若斯特沙利文報告，我們在保健品及美容與護膚品市場經營，面對激烈競爭，市場亦不斷演變。香港保健品市場較集中，以二零二三年零售銷貨額計，十大保健品供應商的彙總市場份額約為68.7%。尤其，根據弗若斯特沙利文報告，二零二三年在所有國際及香港本地保健品供應商中，我們集團按免疫系統保健品零售銷貨額計名列第五，市場份額為4.9%；按保健品零售銷貨額計名列第十，市場份額為3.6%。有關我們市場及行業競爭格局的更多資料，請參閱本文件內的「行業概覽」。

歷史財務資料概要

合併損益及其他全面收入表的概要

	二零二一 財政年度 千港元	二零二二 財政年度 千港元	二零二三 財政年度 千港元
收益	188,638	208,028	251,224
銷售成本	<u>(52,836)</u>	<u>(58,442)</u>	<u>(65,780)</u>
毛利	135,802	149,586	185,444
其他收益	397	3,970	522
銷售及分銷成本	(86,821)	(93,907)	(106,598)
行政及其他經營開支	<u>(21,047)</u>	<u>(25,843)</u>	<u>(31,116)</u>
經營溢利	28,331	33,806	48,252
融資成本	<u>(812)</u>	<u>(1,020)</u>	<u>(970)</u>
除稅前溢利	27,519	32,786	47,282
所得稅	<u>(4,338)</u>	<u>(4,814)</u>	<u>(7,780)</u>
年內溢利及全面收益總額	<u><u>23,181</u></u>	<u><u>27,972</u></u>	<u><u>39,502</u></u>

具體分析請參閱本文件「財務資料－有關我們經營業績主要組成部分的說明」。

概 要

合併財務狀況表的節選項目

	截至十二月三十一日		
	二零二一年 千港元	二零二二年 千港元	二零二三年 千港元
非流動資產總值	22,526	22,388	29,004
流動資產總值	<u>91,545</u>	<u>101,719</u>	<u>112,049</u>
資產總值	<u>114,071</u>	<u>124,107</u>	<u>141,053</u>
非流動負債總值	10,255	9,196	11,032
流動負債總值	<u>52,201</u>	<u>44,824</u>	<u>39,387</u>
負債總值	<u>62,456</u>	<u>54,020</u>	<u>50,419</u>
流動資產淨值	<u>39,344</u>	<u>56,895</u>	<u>72,662</u>
資產淨值	<u>51,615</u>	<u>70,087</u>	<u>90,634</u>
股本	1,510	1,510	1,510
保留溢利	<u>50,105</u>	<u>68,577</u>	<u>89,124</u>
權益總值	<u>51,615</u>	<u>70,087</u>	<u>90,634</u>

具體分析請參閱本文件「財務資料－合併財務狀況表主要項目的討論」及本文件附錄一所載會計師報告。

概 要

合併現金流量表的節選項目

	二零二一 財政年度 千港元	二零二二 財政年度 千港元	二零二三 財政年度 千港元
經營活動			
經營所得現金	24,903	38,383	47,686
已付稅項	—	(5,663)	(10,311)
經營活動所得現金淨額	24,903	32,720	37,375
投資活動(所用)／所得現金淨額	(3,438)	2,737	(4,508)
新增銀行貸款所得款項	(21,431)	(26,022)	(23,319)
現金及現金等價物增加淨額	34	9,435	9,548
於年初的現金及現金等價物	3,465	3,499	12,934
於年末的現金及現金等價物	3,499	12,934	22,482

主要財務比率

	於十二月三十一日／截至十二月三十一日 止年度		
	二零二一年	二零二二年	二零二三年
毛利率	72.0%	71.9%	73.8%
純利率	12.3%	13.4%	15.7%
權益回報率	57.9%	46.0%	49.2%
總資產回報率	23.1%	23.5%	29.8%
流動比率	1.8倍	2.3倍	2.8倍
資本負債比率	31.1%	14.9%	7.1%

詳情請參閱本文件「財務資料－主要財務比率」。

股息

於往績期間，我們分別就二零二二財政年度及二零二三財政年度宣派股息約9.5百萬港元及19.0百萬港元，金額已悉數派付。此外，於二零二四年三月，我們宣派特別股息約30.0百萬港元，金額將於[編纂]前派付。

概 要

[編纂]開支

[編纂]開支包括專業費用、[編纂]及就[編纂]產生的其他費用。假設[編纂]為每股[編纂]（即指示性[編纂]範圍中位數），我們估計[編纂]開支將約為[編纂]百萬元，其包括(i)[編纂]開支（包括但不限於[編纂]及費用）約[編纂]百萬元；及(ii)[編纂]開支約[編纂]百萬元，包括(a)法律顧問及會計師費用及開支約[編纂]百萬元；及(b)其他費用及開支約[編纂]百萬元。[編纂]開支中約[編纂]百萬元直接源於向[編纂]發行股份，預計將於[編纂]後直接確認為自股權扣除，而[編纂]開支餘額約[編纂]百萬元預計將於[編纂]前支銷。

[編纂]用途

[編纂]淨額總額（扣除與[編纂]相關的[編纂]及估計開支，且假設[編纂]為每股股份[編纂]，即[編纂]範圍每股股份[編纂]至[編纂]的中位數，以及假設[編纂]未獲行使）將約為[編纂]百萬元。董事擬將[編纂]淨額作以下用途：

- 預計約[編纂]百萬元（佔[編纂]淨額[編纂]）將用作策略營銷及推廣活動，以進一步增強我們以自有品牌發售的產品的品牌知名度及認可度；
- 預計約[編纂]百萬元（佔[編纂]淨額[編纂]）將用作擴大、改善和優化我們的銷售網絡；
- 預計約[編纂]百萬元（佔[編纂]淨額[編纂]）將用作豐富和改善我們產品組合，方法為在個人用如健脾祛濕及腸胃健康內開發及引入新產品，同時加添寵物用如免疫系統、關節及毛髮健康產品，並改善我們現有產品的配方；
- 預計約[編纂]百萬元（佔[編纂]淨額[編纂]）將用作招聘人才，其將主要包括(i)招聘及僱用更多產品顧問以支援自營店及品牌體驗中心；及(ii)招聘資訊科技人才以支援我們不斷擴大的線上銷售渠道；及
- 預計餘款約[編纂]百萬元（佔[編纂]淨額[編纂]）將用作一般營運資金。

風險因素

我們認為，我們的營運存在若干風險，當中有很多超出我們的控制範圍。有關風險載列於本文件「風險因素」，包括：

- 我們可能會因消費者偏好、觀感及消費習慣的轉變而受到不利影響；
- 我們面臨對一名連鎖零售客戶的依賴風險，該客戶負責將我們的產品轉售給終端顧客；

概 要

- 倘我們產品的價格無法保持競爭力，我們的業務和經營業績會受到重大不利影響；
- 我們的營銷活動對本集團的成功至關重要，若我們不能保持或發展我們的營銷能力，我們產品的市場佔有率、品牌知名度及聲譽均可能會受到重大不利影響；及
- 我們的成功取決於我們「草姬」自有品牌及產品的市場知名度，若其遭到任何損害，均可能對我們的業務和經營業績造成重大不利影響。

我們的控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，郭女士及李先生透過彼等各自的控股公司Joy & Love及Joy & Faith將有權行使本公司合共[編纂]的表決權。據此，Joy & Love、Joy & Faith、郭女士及李先生於[編纂]後將成為我們的控股股東(定義見上市規則)。

[編纂]

近期發展及概無重大不利變動

於二零二四年四月，我們推出新品牌「恩寵」，主要包括供寵物進食的保健品，例如針對寵物消化系統健康及抗敏感功能的保健品。於最後可行日期，我們開發並推出「恩寵」旗下的兩項產品，即「恩寵腸道益生菌配方」及「恩寵舒敏益生菌配方」。詳情請參閱本文件「業務－自有品牌及產品」。

董事確認，自二零二四年一月一日起直至本文件日期，我們的財務或買賣狀況並無發生重大不利變化，亦無發生對我們的歷史財務資料中所示的資料產生重大影響的事件，包括載於本文件附錄一的會計師報告。