

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

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。我們為中國母嬰營養品行業藻油DHA分部的專利品牌擁有人。我們將我們所售的營養品定位為優質營養品，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帝斯曼集團(為知名的海外供應商)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。作為專利品牌擁有人，我們致力於將營養品標準及推廣至日益關注健康和營養的中國客戶。

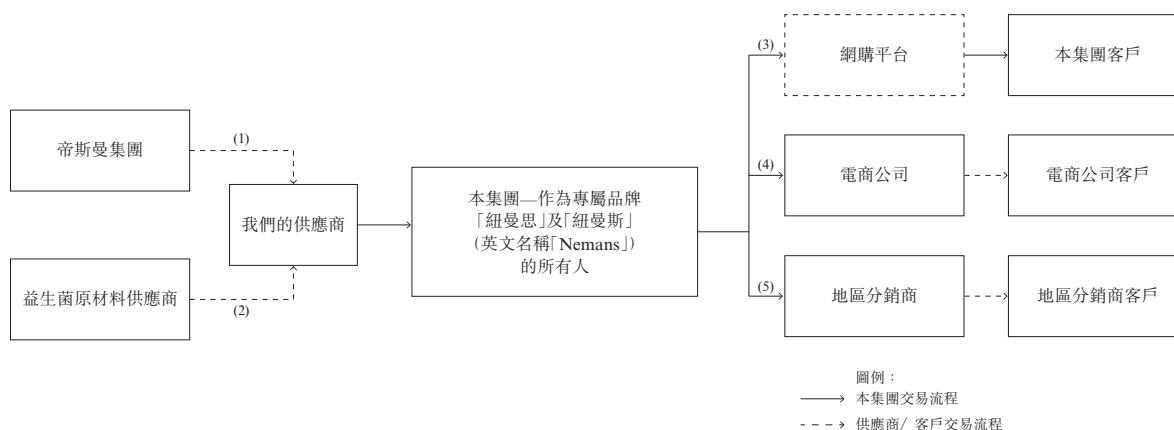
藻油DHA產品是我們的主要產品，佔往績期間一大部分收益。二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度、二零二三年六個月及二零二四年六個月，我們的藻油DHA產品銷售額分別佔總收益的約91.9%、92.7%、94.7%、93.5%及96.2%。根據弗若斯特沙利文，中國的母嬰藻油DHA市場可細分為國際業者及國內業者推出的產品，其中，國內業者的產品可進一步分為使用本地採購及進口藻油DHA原材料的產品。於二零二三年，採用進口藻油DHA原材料的國內品牌佔中國藻油DHA產品零售總值的28.5%，其中我們於二零二三年佔約20.5%，按進口原材料製成的藻油DHA產品的零售總值計算，我們是最大的國內品牌。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帝斯曼集團及益生菌原材料供應商(均為知名的營養產品供應商)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產品供應商使用帝斯曼集團提供的關鍵原材料。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，我們共提供的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、二零二三財政年度及(在非常有限程度)二零二四年六個月，我們亦銷售澳優集團許可使用的品牌下五款奶粉產品及由此獲得少量的收益。

概要

下表載列我們於往績期間按產品類別劃分的收益、銷量及平均售價明細：

	二零二一財政年度			二零二二財政年度			二零二三財政年度			二零二四年六個月			二零二三年六個月			二零二四年六個月		
	收益 人民幣千元	銷量 千件	平均售價 人民幣 元/件	收益 人民幣千元	銷量 千件	平均售價 人民幣 元/件	收益 人民幣千元	銷量 千件	平均售價 人民幣 元/件	收益 人民幣千元	銷量 千件	平均售價 人民幣 元/件	收益 人民幣千元	銷量 千件	平均售價 人民幣 元/件	收益 人民幣千元	銷量 千件	平均售價 人民幣 元/件
藥油/DHA產品	310,216	91.9	1,347	230.3	340,610	92.7	1,480	230.1	404,148	94.7	1,918	210.7	179,682	76.7	234.3	140,471	96.2	210.3
— 新西蘭DHA產品	247,305	73.2	1,061	233.1	240,136	65.4	1,019	235.7	289,093	67.7	1,401	206.3	133,691	548	244.0	89,538	61.3	205.4
— 美國DHA產品	55,253	16.4	246	224.6	90,816	24.7	384	236.5	108,957	25.5	469	232.3	42,521	193	220.3	49,114	33.6	226.3
— 中國DHA產品	7,658	2.3	40	191.5	9,658	2.6	77	125.4	6,098	1.5	48	127.0	3,470	26	133.5	1,819	1.3	121.3
益生菌產品	23,834	7.1	171	139.4	19,485	5.3	130	149.9	18,432	4.3	147	125.4	9,908	79	125.4	4,893	5.3	135.9
維生素產品	1,837	0.5	23	79.9	1,025	0.3	24	42.7	690	0.2	17	40.6	394	10	39.4	223	0.2	44.6
多維營養產品	1,311	0.4	18	72.8	2,011	0.6	24	83.8	1,207	0.3	16	75.4	678	9	75.3	208	0.1	69.3
藥劑產品	410	0.1	10	41.0	538	0.1	13	41.4	236	0.1	6	39.3	236	6	39.3	—	—	—
粉劑產品	—	—	—	—	3,628	1.0	18	201.6	1,832	0.4	11	166.5	1,178	6	196.3	291	0.2	210.5
總收益	337,608	100.0	1,569	367,297	100.0	1,689	426,545	192,076	100.0	877	146,086	100.0	877	100.0	877	100.0	877	100.0

(附註(a)及(b))

(附註(a)及(b))

(附註(a)及(b))

附註：

- (a) 每件等於一包相應產品。
- (b) 每種產品的銷量指售出的總件數。對於售出的每件產品，每包產品的具體成分及每包產品內含的產品數量可能不同。每項特定產品單件平均售價僅屬整體指標，由該產品在該年度／期間的不同組合的銷量決定。

概 要

下表載列於所示年度／期間按產品類別劃分的毛利及毛利率明細：

	二零二一財政年度		二零二二財政年度		二零二三財政年度		二零二三年六個月		二零二四年六個月	
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %
藻油DHA產品	232,226	74.9	259,005	76.0	307,141	76.0	137,818	76.7	103,026	73.3
益生菌產品	11,445	48.0	9,984	51.2	10,704	58.1	6,396	64.6	1,448	29.6
維生素產品	1,656	90.1	838	81.8	495	71.6	319	81.0	181	81.2
多維營養產品	982	74.9	1,599	79.5	955	79.2	517	76.3	159	76.4
藻鈣產品	289	70.5	381	70.8	155	65.7	161	68.2	—	—
奶粉產品	—	—	1,383	38.1	1,417	77.3	343	29.1	149	51.2
毛利總額／總毛利率	246,598	73.0	273,190	74.4	320,867	75.2	145,554	75.8	104,963	71.9

於往績期間，我們最暢銷的營養品為藻油DHA產品，其於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度、二零二三年六個月及二零二四年六個月的收益分別約為人民幣310.2百萬元、人民幣340.6百萬元、人民幣404.1百萬元、人民幣179.7百萬元及人民幣140.5百萬元，分別佔相應年度／期間總收益的約91.9%、92.7%、94.7%、93.5%及96.2%。於往績期間，我們在海外加工的藻油DHA產品（即新西蘭DHA產品及美國DHA產品）的銷量及銷售收益顯著高於我們的中國DHA產品。根據弗若斯特沙利文，董事認為，這突顯了消費者行為，即使用進口原材料的產品在中國母嬰營養品行業的消費者中頗受歡迎。

銷售藻油DHA產品的收益由二零二一財政年度的約人民幣310.2百萬元增加至二零二二財政年度的約人民幣340.6百萬元，主要受美國DHA產品所推動，此乃主要由於跨境進口的DHA產品於疫情期間更受歡迎，導致二零二二年跨境進口DHA的銷售值大幅增加。

於二零二三財政年度，我們銷售藻油DHA產品的收益由二零二二財政年度的約人民幣340.6百萬元大幅增加至約人民幣404.1百萬元，此乃受人均可支配收入及中國營養保健品行業的零售銷售值激增所推動，因中國COVID-19疫情的緩和及中國政府實行重大消費刺激政策。此外，我們亦受惠於日本於二零二三年八月首次開始排放放射性污水所引發的市場反應及更高的安全憂慮，這導致消費者囤積於排放前生產的DHA產品。

概 要

於二零二四年六個月，我們銷售藻油DHA產品的收益由二零二三年六個月的人民幣179.7百萬元減少至約人民幣140.5百萬元，這主要由於(i)二零二三年下半年日本排放放射性污水引發消費者囤貨行為，令二零二四年的銷售表現受壓，因營養補充品市場在二零二三年出現反彈後面臨需求減少；(ii)二零二四年上半年中國經濟下滑。據弗若斯特沙利文所指，經濟下行已影響消費者信心及消費習慣，因此營養保健品行業，連同其他非必需消費品行業，直接受到經濟放緩的影響，此乃由於消費者傾向於為必要消費品保留購買力。於往績期間，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分 — 收益 — 按產品類型及銷售渠道劃分的收益」一段，以了解產品收益的更多詳情。

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。

概要

下表列載於往績期間按銷售渠道劃分的收益、銷量及平均售價明細：

	二零二一財政年度				二零二二財政年度				二零二三財政年度				二零二四年六個月											
	收益		平均售價		銷量		%		收益		平均售價		銷量		%		收益		平均售價		銷量			
	人民幣千元	人民幣元/件	千件	(附註(a)及(b))	人民幣千元	人民幣元/件	千件	(附註(a)及(b))	人民幣千元	人民幣元/件	千件	(附註(a)及(b))	人民幣千元	人民幣元/件	千件	(附註(a)及(b))	人民幣千元	人民幣元/件	千件	(附註(a)及(b))	人民幣千元	人民幣元/件	千件	(附註(a)及(b))
線上銷售渠道：																								
直接銷售予電商公司	166,135	234.3	709	53.1	844	230.9	236,930	55.5	1,002	236.5	106,176	55.3	446	238.1	95,092	65.1	410	231.9						
通過網購平台向我國的客戶銷售	50,312	325.2	154	13.2	151	319.0	56,467	13.2	174	324.5	23,595	12.3	73	322.0	15,305	10.5	47	325.6						
其他(附註c)	—	—	—	—	—	—	18,130	4.3	294	61.7	2,604	1.3	19	137.1	7,453	5.1	91	81.9						
小計	216,447	250.8	863	66.3	995	244.4	311,527	73.0	1,470	211.9	132,373	68.9	538	246.0	117,850	80.7	548	215.1						
線下銷售渠道：																								
銷售予地區分銷商	115,665	168.6	686	31.2	662	173.4	108,523	25.4	624	173.9	53,735	28.0	319	168.4	26,413	18.1	138	167.2						
其他(附註c)	5,496	274.8	20	2.5	32	292.3	6,495	1.5	21	310.8	5,968	3.1	20	298.4	1,823	1.2	7	260.4						
小計	121,161	171.6	706	33.7	694	178.8	115,018	27.0	645	178.4	59,703	31.1	339	176.1	28,236	19.3	165	171.1						
總計	337,608	250.8	1,569	100.0	1,689	367,297	426,545	100.0	2,115	201.7	192,076	100.0	877	201.7	146,086	100.0	713	204.9						

附註：

- 每件等於一包產品。
- 每種產品的銷量指售出的總件數。就每包已售出件數而言，具體成分及每包產品內含的產品數量可能不同。每項特定產品的單件平均售價僅屬整體指標，由該產品在該年度的不同組合的銷量決定。
- 其他包括對零售店的直接銷售及雜項銷售。

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

下表進一步列載於所示年度／期間按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	二零二一財政年度		二零二二財政年度		二零二三財政年度		二零二三年六個月		二零二四年六個月	
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元 (未經審核)	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %
線上銷售渠道：										
直接銷售予電商公司	125,839	75.7	147,743	75.8	188,834	79.5	83,125	78.3	71,845	75.6
通過網購平台向我們的 客戶銷售	40,598	80.8	40,305	83.4	48,091	85.2	19,317	81.9	12,572	82.1
其他 (附註)	—	—	—	—	1,280	12.8	1,609	61.8	2,473	33.2
小計	<u>166,437</u>	<u>76.9</u>	<u>188,048</u>	<u>77.3</u>	<u>238,205</u>	<u>77.3</u>	<u>104,051</u>	<u>78.6</u>	<u>86,890</u>	<u>73.7</u>
線下銷售渠道：										
銷售予地區分銷商	75,756	65.5	77,517	67.5	77,296	68.9	36,832	68.5	16,671	63.1
其他 (附註)	4,405	80.1	7,625	81.5	5,366	82.8	4,671	78.3	1,402	76.9
小計	<u>80,161</u>	<u>66.2</u>	<u>85,142</u>	<u>68.6</u>	<u>82,662</u>	<u>69.7</u>	<u>41,503</u>	<u>69.5</u>	<u>18,073</u>	<u>64.0</u>
總計	<u>246,598</u>	<u>73.0</u>	<u>273,190</u>	<u>74.4</u>	<u>320,867</u>	<u>75.2</u>	<u>145,554</u>	<u>75.8</u>	<u>104,963</u>	<u>71.9</u>

附註： 其他包括對零售店的直接銷售及雜項銷售。

於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度、二零二三年六個月及二零二四年六個月，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216.4百萬元、人民幣243.2百萬元、人民幣311.5百萬元、人民幣132.4百萬元及人民幣117.9百萬元，分別佔總收益約64.1%、66.3%、73.1%、68.9%及80.7%；及(ii)銷售予地區分銷商，相關收益分別約為人民幣115.7百萬元、人民幣114.8百萬元、人民幣108.5百萬元、人民幣53.7百萬元及人民幣26.4百萬元，分別佔總收益約34.3%、31.2%、25.4%、28.0%及18.0%。

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。於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度及二零二四年六個月，來自往績期間各年度／期間的五大客戶的收益分別佔我們總收益的約64.2%、68.3%、65.6%及74.4%，及來自往績期間各年度／期間的最大客戶的收益分別佔我們總收益的約22.6%、28.4%、32.2%及34.2%。有關我們往績期間各年度／期間的五大客戶的更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的客戶」一段。

概 要

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線、新一線及二線城市；(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。於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度及二零二四年六個月，向往績期間各年度／期間的五大供應商作出的採購分別佔我們總採購約90.7%、92.7%、94.3%及92.4%，而向往績期間各年度／期間的最大供應商作出的採購則分別佔我們總採購的約56.8%、42.6%、49.6%及48.5%。有關我們往績期間各年度／期間的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。於二零二三年，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28.5%，其中我們於二零二三年佔約20.5%，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。

中國的母嬰藻油DHA行業，目前約有100家業者，包括由海外供應商及國內供應商供應藻油DHA原料的國際業者及國內業者。就中國國內品牌中以海外供應商供應的原料製造的母嬰藻油DHA產品而言，市場由約35家業者分佔，惟市場上具規模的業者數目有限，故按2023財政年度的零售額計算，屬較集中。中國的母嬰益生菌行業競爭日趨激烈，越來越多公司進入該市場。該市場相對分散，約有120家業者，惟市場上具規模的業者數目有限。

我們相信，我們在行業的悠久歷史及良好聲譽、高品質產品加上我們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。

概 要

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)我們無法完全控制上海康營及Confidence集團向我們供應的藻油DHA產品的質量；(iv)我們面臨帝斯曼集團向我們的藻油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，且於最後可行日期，我們涉及知識產權訴訟；及(vi)我們依賴線上銷售渠道銷售及分銷產品。

關鍵財務資料概要

綜合損益表概要

	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	二零二三 財政年度 人民幣千元	二零二三年 六個月 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 六個月 人民幣千元
收益	337,608	367,297	426,545	192,076	146,086
毛利	246,598	273,190	320,867	145,554	104,963
有關奶粉產品 的虧損	—	(81,477)	5,468	—	160
除稅前溢利	154,125	98,413	194,621	91,181	51,699
年／期內溢利	119,670	87,522	159,344	77,258	45,281

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。於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度、二零二三年六個月及二零二四年六個月，總毛利率維持相對穩定，分別約為73.0%、74.4%、75.2%、75.8%及71.9%。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，其詳情於下文披露。溢利由二零二二財政年度的約人民幣87.5百萬元大幅增加至二零二三財政年度的約人民幣159.3百萬元，此乃主要由於(i)銷售藻油DHA產品的收益增加；及(ii)二零二二財政年度與奶粉產品有關的虧損影響。溢利由二零二三年六個月的約人民幣77.3百萬元減少至期內的約人民幣45.3百萬元，此乃主要由於(i)銷售藻油DHA產品的收益減少；及(ii)鑒於二零二四年六個月內中國母嬰藻油DHA市場的市場意慾低迷，導致二零二四年六個月內推廣費用增加。

概 要

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、二零二三財政年度及(在極其有限程度)二零二四年六個月，我們銷售澳優集團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澳優集團訂立協議後(據此我們須遵守最低採購承諾)，澳優集團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**」)。我們向澳優集團購買的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)中國於二零二二年底大規模爆發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，我們與澳優集團訂立補充協議，據此(其中包括)，澳優集團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。

於二零二三年十月，本集團與澳優集團達成協議，終止本集團與澳優集團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。鑒於我們與澳優集團的採購承諾，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民幣20.7百萬元；(iii)我們就為履行一部分採購承諾向澳優集團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13.0百萬元以及就澳優集團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澳優集團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。

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

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。

經調整純利(非香港財務報告準則計量)

經調整純利(非香港財務報告準則計量)的定義為經加回[編纂]開支後，經調整的年度純利。下表載列往績期間各年度的經調整純利(非香港財務報告準則計量)及經調整純利率(非香港財務報告準則計量)：

	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	二零二三 財政年度 人民幣千元	二零二三年 六個月 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 六個月 人民幣千元
年/期內溢利	119,670	87,522	159,344	77,258	45,281
經下列各項調整：					
[編纂]開支	<u>10,722</u>	<u>5,951</u>	<u>12,951</u>	<u>5,842</u>	<u>5,317</u>
年內經調整純利(非香港財務 報告計量)	<u>130,392</u>	<u>93,473</u>	<u>172,295</u>	<u>83,100</u>	<u>50,598</u>
經調整純利率(非香港財務報告 準則計量)(%)	38.6%	25.4%	40.4%	43.3%	34.6%

綜合財務狀況表概要

	於十二月三十一日			於二零二四年
	二零二一年 人民幣千元	二零二二年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元	六月三十日 人民幣千元
非流動資產	9,045	39,979	30,776	31,054
流動資產	279,767	363,602	439,241	471,792
流動負債	86,088	151,678	56,516	41,616
非流動負債	200	4,663	3,425	3,024
流動資產淨值	193,679	211,924	382,725	430,176
資產淨值	<u>202,524</u>	<u>247,240</u>	<u>410,076</u>	<u>458,206</u>

二零二二財政年度非流動資產的顯著增加主要由以下因素驅動：(i)無形資產增加，主要乃由於二零二二財政年度收購了一項專利；(ii)使用權資產增加，主要乃由於二零二二財政年度重續了三間辦公室及添置兩座倉庫；及(iii)遞延稅項資產增加，主要歸因於(a)奶粉產品銷售產生的資產附帶虧損；及(b)稅項虧損。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

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

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。於往績期間，淨資產增加，此乃主要由純利所貢獻，惟被我們宣派的股息所抵消。

綜合現金流量表概要

	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	二零二三 財政年度 人民幣千元	二零二三年 六個月 人民幣千元 (未經審核)	二零二四年 六個月 人民幣千元
經營活動所得現金淨額	93,994	44,309	150,568	69,497	32,193
投資活動(所用)／所得現金淨額	(519)	(4,139)	1,572	659	459
融資活動所用現金淨額	<u>(29,306)</u>	<u>(8,555)</u>	<u>(83,786)</u>	<u>(1,869)</u>	<u>(1,758)</u>
現金及現金等價物增加淨額	64,169	31,615	68,354	68,287	30,894
年／期初現金及現金等價物	92,757	152,656	192,838	192,838	262,560
匯率變動的淨影響	<u>(4,270)</u>	<u>8,567</u>	<u>1,368</u>	<u>1,913</u>	<u>2,153</u>
年／期末現金及現金等價物	<u>152,656</u>	<u>192,838</u>	<u>262,560</u>	<u>263,038</u>	<u>295,607</u>

所有呈報年度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。二零二一財政年度及二零二三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／截至該日止年度			於二零二四年 六月三十日／ 截至該日
	二零二一年	二零二二年	二零二三年	止六個月
毛利率	73.0%	74.4%	75.2%	71.9%
純利率	35.4%	23.8%	37.4%	31.0%
權益回報率	59.1%	35.4%	38.9%	19.8%
總資產回報率	41.4%	21.7%	33.9%	18.0%
流動比率	3.3	2.4	7.8	11.3
速動比率	3.0	1.9	6.7	9.8
資產負債比率	0.6%	3.0%	1.4%	1.3%
利息覆蓋	1,318.3倍	263.4倍	587.2倍	360.0倍

概 要

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。

COVID-19爆發對本集團的影響

COVID-19的爆發於二零一九年十二月首次被報導，並在中國乃至全球範圍內不斷擴大。世界衛生組織於二零二零年三月十一日宣佈，由於中國境外病例數目迅速增加，COVID-19可被定性為大流行病。自二零二零年以來，世界各地的政府已經實施城市封鎖、旅行限制、隔離及停業等措施，以緩解COVID-19疫情的傳播。

對業務營運的影響

由於我們的辦公室及倉庫位於中國上海，我們所有員工在二零二二年三月至六月期間被要求在家工作，我們的產品交付在該期間被暫停。就在家工作安排而言，考慮到我們的業務模式並非勞動密集型，董事認為，此安排並不會對我們的營運產生重大影響。就暫停交付產品而言，董事認為，考慮到暫停僅為一時，且本集團於往績期間並無出現其他重大交付延誤，因此該影響得以緩解。

於往績期間，本集團的供應商並無出現產品供應嚴重短缺的情況。於往績期間，我們密切監察封鎖對存貨水平的潛在影響，並調整我們的採購策略。舉例而言，因上海於二零二二年爆發COVID-19疫情而實施大規模封鎖，於二零二二財政年度，我們大幅增加藻油DHA產品的採購量，以應付當時我們在採購藻油DHA產品的供應及交付時間方面的不確定性。此外，於往績期間，由於相關政府為應對COVID-19而施加的旅行限制，我們的管理人員無法親身前往海外供應商及加工公司的場所進行質量控制檢查。相反，我們的管理層與海外供應商維持溝通，以監察營養品的加工情況。於二零二三年，在解除COVID-19旅行限制後，我們的總經理恢復對位於新西蘭及美國營養品海外供應商及加工公司的實地視察。

對我們的財務表現及狀況的影響

董事認為，COVID-19的爆發對我們的財務表現及狀況並無任何重大不利影響。舉例而言，我們最佳暢銷營養品藻油DHA產品的銷量於整個往績期間上升，由二零二一財政年度的約1.3百萬件增至二零二二財政年度的約1.5百萬件再增至二零二三財政年度的約1.9百萬件。此外，於整個往績期間，於各報告期間的流動比率及速動比率均遠高於1.0。

概 要

除上文所披露者外及根據本集團於最後可行日期的可得資料，董事確認，COVID-19疫情過去及未來均不會對我們的業務營運及財務表現及狀況產生任何重大不利影響。

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。

[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][編纂]港元及預期不低於每股[編纂][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] [編纂]港元計算 港元	按[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元計算 港元
[編纂] ^(附註1)	[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2)	[編纂]	[編纂]

附註：

1. 股份[編纂]乃按已發行[編纂]股及緊隨[編纂]完成後將會發行的股份計算，並未計及根據[編纂]或購股權計劃下可能授出的購股權獲行使後而可能發行的任何股份，或本公司根據一般授權及購回授權而可能配發及發行或購回的股份。

概 要

2. 未經審核[編纂]經調整綜合有形資產每股淨值乃按緊隨資本化發行及[編纂]完成後預期發行的[編纂]股股份計算。計算中並無計及購股權計劃下可能授出任何購股權或[編纂]獲行使後，可能配發及發行的任何股份，或本公司根據一般授權可能配發及發行或購回的任何股份。

[編纂]

於二零二四年一月一日，我們已向中國證監會提交股份在聯交所[編纂]及[編纂]的申請的備案，並於二零二四年六月二十七日收到中國證監會的[編纂]（「通知書」），指示我們已完成備案申請。通知書的文本可於中國證監會的官方網站內查閱。誠如中國法律顧問所建議，本公司已就[編纂]及[編纂]，在中國完成於中國證監會所有必要的備案。

[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]元（相等於約[編纂]港元）（按每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）計算），佔[編纂]的估計[編纂]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]元（相當於約[編纂]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]元（相當於約[編纂]港元）已或將於綜合損益表內扣除，而其中(a)約人民幣14.4百萬元已於往績期間前的損益扣除；(b)於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度及二零二四年六個月已分別在損益扣除約人民幣10.7百萬元、人民幣6.0百萬元、人民幣[13.0]百萬元及人民幣5.3百萬元；及(c)預計在[編纂]前或[編纂]時將扣除約人民幣[編纂]元。與[編纂]有關的開支屬非經常性開支。

法律訴訟

鑒於核心商標的重要性，本集團檢視市場上銷售的產品，以防止其他競爭對手在市場上銷售類似產品使用的品牌類似本集團品牌，以免令客戶感到困惑。自二零一七年起，本集團涉及與若干競爭對手（尤其是公司X及公司Y）有關本集團若干核心商標的法律訴訟。除民事訴訟法律程序，本集團亦一直參與我們商標的若干行政訴訟，詳情請參閱本文件「業務 — 法律訴訟」一段。最後可行日期，本集團已成功保障及捍衛核心商標的使用。

概 要

於二零二四年七月，公司Z（一家股份在深圳證券交易所上市的公司）針對我們及其他方開展法律訴訟。公司Z指稱我們有一名經銷商在電商平台使用「金標藻油」（公司Z聲稱有獨家使用權）字樣，包括連接我們產品的超連結。預計相關法院將於二零二五年第一季前結束審前調解，而倘進行審訊，可能於二零二五年作出裁決。有關上述訴訟更多詳情，請參閱本文件「業務 — 法律訴訟」一節。

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]將約為[編纂]百萬港元（扣除我們就[編纂]應付的包銷費及相關[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。

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

董事確認，除與[編纂]有關的開支外，截至本文件日期，自二零二四年六月三十日以來，我們的財務或貿易狀況或前景並無重大不利變動，且自二零二四年六月三十日以來，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。