

概 要

本摘要旨在為閣下概述本文件所載的資料，惟其中未必包含所有可能對閣下重要的內容。在決定是否[編纂][編纂]前，閣下應詳閱本文件全文。任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的特定風險已載於本文件「風險因素」章節。在決定是否[編纂][編纂]前，閣下應仔細閱讀該章節。

概覽

我們是一家以香港為基地、以「龍豐」品牌營運的領先連鎖零售藥妝百貨營運商。根據弗若斯特沙利文報告，2024年，按零售銷售額計，我們是香港最大的藥品零售商，市場份額為5.2%；且按平均單店可供應的SKU計，是香港最大的藥妝零售商，平均單店可供應約6,500個SKU。截至最後實際可行日期，我們致力透過於香港設有的29間零售店舖及各類線上銷售平台，為顧客提供種類繁多而物超所值的產品。我們位於旺角家樂坊的旗艦店總樓面面積約17,500平方呎，根據弗若斯特沙利文的資料，以總樓面面積計，為2024年香港最大的藥妝零售店。我們的業務目標是透過舒適的購物環境，以具競爭力的價格提供豐富產品選擇，為顧客帶來「多一點選擇，多一點快樂」。

我們提供種類繁多的藥妝產品及其他消費者產品，包括家居日用品與食品，涵蓋11大類別：中成藥、西藥、保健品、護膚品、化妝品、香水、個人護理品、母嬰產品、食品、寵物食品及家居日用品。於往績記錄期間，我們已售出逾46,000個產品SKU。

我們從全球眾多供應商採購產品。截至2025年6月30日，我們擁有超過600家供應商，包括香港本地分銷商以及主要位於日本、韓國、東南亞、歐洲及美國的海外供應商。我們致力於及時採購符合目標客戶主流需求的優質產品，並於日本福岡設立供應鏈辦公室，專責採購我們認為能吸引目標客戶的當地產品。我們致力與供應商建立可持續的合作夥伴關係，以確保產品品質與供應穩定性。董事認為，多元化的供應商網絡使我們能以具競爭力的價格維持優質、時尚且廣泛的產品組合，從而鞏固市場優勢。憑藉完善的供應商網絡及嚴格的品質控制程序，確保有關產品的品質與真偽。我們與知名的品牌商直接維持長期友好的業務關係。例如，按美素佳兒(Friso)向藥房等傳統銷售渠道的年度總銷售額計，我們於2022年至2024年均為香港Friso嬰幼兒配方奶粉產品的最大採購商；及按幸福醫藥向香港藥房的年度總銷售額計，我們於2022年至2024年均為其旗下產品幸福傷風素36片裝(Coltalin 36S)、特強幸福傷風咳素36片裝(Coltalin-GP Extra 36S)、速效幸福傷風感冒素36片裝(Extra Fast Coltalin-GP 36S)及特強幸福傷風咳素24片裝(Coltalin-GP Extra 24S)的最大採購商。

於2023財政年度、2024財政年度及2025財政年度，總收入分別為1,094.0百萬港元、2,020.7百萬港元及2,460.5百萬港元，三個財政年度的複合年增長率為50.0%。我們於2023至2024年間的醫藥、保健及美妝產品類別收入增長率達21.1%，分別顯著超越業界於2023年及2024年19.0%及6.2%的行業增長率。

概 要

業務模式

我們以「龍豐」品牌經營連鎖零售店，專注於藥妝產品以及其他消費產品，如家居及日常必需品與食品。於最後實際可行日期，我們於香港經營29間零售店及多個線上銷售渠道，包括官方網店 (<https://eshop.lungfung.hk/>) 及中國主要電商平台如天貓、微信小程序及京東。我們向全球眾多供應商採購產品，包括品牌製造商、授權代理商、香港品牌分銷商、批發商以及OEM及ODM製造商。

我們的零售店

我們的零售業務擁有完善的零售店網絡支持，並位於香港重要的戰略位置。於最後實際可行日期，我們在香港經營[29]間實體零售店，總可用樓面面積逾123,000平方呎，涵蓋主要旅遊及購物區、住宅區及商業辦公區。其中，5間位於香港島、10間位於九龍、14間位於新界。零售店多數為街舖，既能享受龐大的人流量，亦為顧客提供便利。我們通常選擇樓面面積較大的實體店舖。位於旺角的最大零售店的總樓面面積約為17,500平方呎，可用樓面面積約為12,900平方呎。於最後實際可行日期，各零售店可用樓面面積介乎約570平方呎至12,900平方呎，平均每間店舖約為4,254平方呎。有關我們零售店的進一步資料，請參閱本文件「業務—我們的零售網絡」一節。

我們的線上銷售平台

除香港實體零售店網絡外，我們已建立線上銷售渠道，以便客戶不受營業時間及地點限制進行選購。我們營運主要服務香港本地客戶的官方網店，以及於中國三大電商平台天貓、微信小程序及京東以電商模式經營的網店。有關我們線上銷售平台的進一步資料，請參閱本文件「業務—線上銷售平台」一節。

我們的產品

我們致力於為顧客提供超越傳統藥房範疇的多元化產品，並持續評估市場趨勢以滿足顧客需求。從藥品、保健產品及美妝產品的藥房起家，我們逐步拓展至零食及寵物食品等其他產品領域，以吸引年輕一代等更廣泛的客戶群。我們在往績記錄期間銷售超過46,000種SKU，並於2025財政年度銷售SKU約28,800種，當中藥品類超過3,000種、保健品類逾4,200種、美妝產品逾6,800種，其他消費者產品超過14,000種，充分展現產品組合的廣度與深度。我們每間店舖通常備貨逾8,000種SKU，部分大型店舖更達約13,000種SKU。憑藉成熟的零售店網絡及消費品銷售經驗，我們持續開發並推出自家品牌產品。截至2025年6月30日，我們已建立超過40個自有品牌。2026財政年度第一季，旗下自有品牌提供超過700個SKU可供銷售。有關我們產品的進一步資料，請參閱本文件「業務—我們的產品」一節。

概 要

我們的客戶

我們絕大多數客戶為零售店的散客，同時亦透過線上銷售平台向零售客戶銷售產品。於往績記錄期間，零售店舖網絡貢獻了本公司大部分收益。於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026財政年度第一季，我們分別透過實體零售店錄得收益1,027.2百萬港元、1,959.0百萬港元、2,391.6百萬港元及684.2百萬港元，分別佔總收益93.9%、96.9%、97.2%及98.2%；同時，透過線上銷售平台錄得的銷售額分別為44.6百萬港元、38.2百萬港元、42.7百萬港元及11.5百萬港元，分別佔各期間的總收益4.1%、1.9%、1.7%及1.6%。我們亦以批發形式向企業客戶供應藥妝產品以及其他消費產品，主要客戶為香港貿易公司及本地藥房。於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026財政年度第一季，我們分別錄得22.2百萬港元、23.6百萬港元、26.2百萬港元及1.7百萬港元的批發銷售額，佔各期間總收益的2.0%、1.2%、1.1%及0.2%。由於客戶群十分多元化，於往績記錄期間，前五大客戶的銷售額佔我們收益5%以下，而批發客戶及個別大宗採購客戶所產生的銷售總額佔本公司總收益的比例亦屬微不足道。詳情請參閱本文件「業務—客戶」一節。

我們的定價政策

我們的一項關鍵業務策略，是以具競爭力的價格向客戶提供各式各樣的產品。我們相信，這項定價策略對發展業務及建立聲譽至關重要。我們的定價策略綜合考量多項因素，包括產品類別、獨特性、供應量、當前市場需求及本集團的戰略目標。在釐定產品價格時，我們採用嚴謹的方法結合客觀數據與判斷。由於我們的產品主要為快消品，市場上存在眾多替代品，客戶普遍對價格敏感。我們定期進行市場調查，掌握定價趨勢及競爭對手動態，確保我們的價格維持競爭力。進一步詳情請參閱本文件「業務—採購及供應商—定價政策」一節。

我們的供應商

我們向全球眾多供應商集中採購產品，包括品牌製造商；香港授權代理商及品牌分銷商；香港及海外其他供應商；及OEM及ODM製造商。我們的海外供應商主要位於日本、南韓、香港、東南亞、歐洲及美國。於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026財政年度第一季，我們五大供應商的採購總額分別佔我們總採購額約22.8%、21.6%、21.7%及24.7%，而最大供應商分別佔我們總採購額約5.3%、4.9%、5.4%及6.3%。

董事會認為靈活性乃我們的關鍵競爭優勢。為保持靈活性，並更好地適應不斷變化的趨勢及客戶需求，我們通常不會與供應商訂立任何固定或長期分銷協議或採購協議，而是主要透過按需求採購訂單的方式向供應商進行採購。我們的採購訂單載列(其中包括)訂購產品的規格及數量、每項產品的單價、交付地點、信貸條款(如適用)以及可能包括供應商提供的保證及聲明，以確保(其中包括)所供應產品的合法性、品質及成分等。我們與多間主要供應商建立穩固的合作關係。於往績記錄期間，前五大供應商中的三名供應商於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度各年已與我們合作超過15年。另一方面，我們亦為部分供應商受歡迎產品的最大及主要採購商。進一步詳情請參閱本文件「業務—採購及供應商—供應商」一節。

概 要

我們向官方渠道供應商(例如品牌方、製造商或其授權分銷商、經銷商或代理商以及其他供應商)採購產品。於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026財政年度第一季，我們總採購額中分別約40.5%、42.4%、44.7%及45.0%來自官方渠道供應商。詳情請參閱「業務—採購及供應商—供應渠道」一節。

除藥妝產品及其他消費產品供應商外，我們亦委聘獨立第三方物流服務供應商於日本及韓國提供倉儲設施，並主要為透過電商平台向中國內地客戶履行訂單提供貨運及物流服務。詳情請參閱本文件「業務—存貨管理、倉儲與物流」一節。

我們的競爭優勢

我們相信，我們的成功歸因於(其中包括)以下競爭優勢：

- 我們的品牌深得香港零售市場信賴，廣獲認可
- 精選豐富的產品種類佈局奠定了市場領先地位
- 一站式購物體驗，全方位最大程度捕捉消費者心智
- 已建立強大而高效的供應鏈，與主要供應商保持穩定關係，並配備完善的現代化倉儲與物流系統
- 創始人和管理層團隊於零售藥妝行業經驗豐富，長期社會公益實踐為龍豐在本地社區創造重要的品牌價值

我們的業務戰略

我們的目標是維持我們在香港零售藥妝行業的領先地位，並計劃透過實施以下策略，進一步提升我們的影響力及市場佔有率，持續拓展業務發展：

- 擴展本地線下零售網絡，提升市場佔有率
- 擴大商品種類和優化商品組合，繼續強化自有品牌
- 強化供應鏈採購與倉儲物流能力
- 繼續提升線上銷售能力，優化線上線下全渠道銷售網絡
- 實施僱員招募與訓練策略，推動公司業務持續發展

概 要

股東資料

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，TTK Holding將持有本公司[編纂]。TTK Holding乃[編纂]控股公司，由謝先生、謝夫人及謝女士分別擁有97.29%、2.70%及0.01%。因此，TTK Holding、謝先生、謝夫人及謝女士將為本公司的控股股東，並將於[編纂]及[編纂]完成後繼續於本公司持有控股權益。謝先生及謝女士的背景詳情載於本文件「董事及高級管理層」一節。

控股股東確認，於最後實際可行日期，除我們經營的業務外，彼等及其各自的緊密聯繫人及／或其控制的公司並無持有或經營任何業務目前或可能直接或間接與我們業務競爭並須根據上市規則第8.10條作出披露。

執行董事及高級管理層

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。管理團隊由兩名執行董事及其他高級管理人員組成，各負責本公司營運及管理的不同重要範疇。有關董事及高級管理層成員詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」一節。

關鍵財務資料

以下為本公司於往績記錄期間之主要財務資料摘要。該摘要乃根據本文件附錄一所載之會計師報告內之經審核合併財務資料編製而成。以下摘要應與會計師報告內之經審核合併財務資料(包括隨附附註)及本文件「財務資料」一節所載資料一併參閱。

合併損益表及其他全面收益表之選定數據

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025財政年度第一季		2026財政年度第一季	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
收入	1,094,011	100.0	2,020,731	100.0	2,460,478	100.0	489,482	100.0	697,394	100.0
銷售成本	(821,802)	(75.1)	(1,427,915)	(70.7)	(1,682,861)	(68.4)	(334,293)	(68.3)	(474,859)	(68.1)
毛利	272,209	24.9	592,816	29.3	777,617	31.6	155,189	31.7	222,535	31.9
其他收入	26,345	2.4	26,629	1.3	30,326	1.2	7,043	1.4	5,837	0.8
其他收益及虧損	7	0.0	(471)	(0.0)	(700)	(0.0)	(133)	(0.0)	(827)	(0.1)
投資物業公平值減少	(17,690)	(1.6)	(16,596)	(0.8)	(53,482)	(2.2)	(17,482)	(3.6)	(9,630)	(1.4)
銷售及分銷開支	(232,462)	(21.2)	(321,738)	(15.9)	(431,606)	(17.5)	(90,448)	(18.5)	(133,221)	(19.1)
行政開支	(41,110)	(3.8)	(47,067)	(2.3)	(52,584)	(2.1)	(12,821)	(2.6)	(13,825)	(2.0)
融資成本	(32,506)	(3.0)	(52,716)	(2.6)	(51,550)	(2.1)	(13,292)	(2.7)	(10,937)	(1.6)
除稅前(虧損)溢利	(25,207)	(2.3)	180,857	9.0	218,021	8.9	28,056	5.7	59,932	8.6
所得稅開支	(1,933)	(0.2)	(36,321)	(1.8)	(47,589)	(1.9)	(7,350)	(1.5)	(12,168)	(1.7)
年/期內(虧損)溢利	(27,140)	(2.5)	144,536	7.2	170,432	6.9	20,706	4.2	47,764	6.8

概 要

綜合財務狀況表之選定數據

	於3月31日			於2025年
	2023年 千港元	2024年 千港元	2025年 千港元	6月30日 千港元
流動資產	288,203	393,025	436,597	734,781
流動負債	1,082,054	1,066,621	1,080,259	1,066,419
流動負債淨額	(793,851)	(673,596)	(643,662)	(331,638)
非流動資產	891,471	941,936	852,374	576,707
非流動負債	112,672	138,820	164,330	152,885
權益總額	(15,052)	129,520	44,382	92,184

合併現金流量表之選定數據

	2023 財政 年度 千港元	2024 財政 年度 千港元	2025 財政 年度 千港元	2024 財政 年度 第一季 千港元	2025 財政 年度 第一季 千港元
	經營活動所得現金淨額	716,180	1,233,920	1,462,415	292,799
投資活動所用現金淨額	(17,854)	(89,785)	(93,548)	(27,941)	(7,792)
融資活動所用現金淨額	(631,732)	(1,105,870)	(1,350,431)	(306,722)	(380,286)
現金及現金等價物增加(減少) 淨額	66,594	38,265	18,436	(41,864)	(43,445)
年/期初現金及現金等價物 總額	(167,062)	(100,548)	(62,291)	(62,291)	(43,867)
年/期末現金及現金等價物 總額	(100,548)	(62,291)	(43,867)	(104,165)	(87,314)
指：					
現金及現金等價物	43,137	61,408	61,182	16,510	33,608
銀行透支	(143,685)	(123,699)	(105,049)	(120,675)	(120,922)

毛利率及虧損／溢利率

	截至該日止財政年度／於3月31日			截至該日止 三個月／ 於2025年
	2023年	2024年	2025年	6月30日
毛利率(%)	24.9	29.3	31.6	31.9
淨(虧損)／溢利率(%)	(2.5)	7.2	6.9	6.8

概 要

於往績記錄期間，本公司收益來自零售店、線上銷售平台及批發業務之商品銷售。於往績記錄期間，我們的收入錄得顯著增長，由2023財政年度的1,094.0百萬港元增加至2025財政年度的2,460.5百萬港元，三個財政年度的複合年增長率為50.0%。我們的收入由2025財政年度第一季的489.5百萬港元增加42.5%至2026財政年度第一季的697.4百萬港元。本公司收益由2023財政年度之1,094.0百萬港元增至2024財政年度之2,020.7百萬港元，增幅為926.7百萬港元或84.7%，主要歸因於同店增長提升及新店貢獻之收入增加。本公司收益於2025財政年度進一步增長439.7百萬港元或21.8%，由2024財政年度之2,020.7百萬港元增至2,460.5百萬港元，主要源於新店貢獻之收益，惟同店增長率微幅下降部分抵銷該增長。本公司收益由2025財政年度第一季的489.5百萬港元增至2026財政年度第一季的697.4百萬港元，增幅達207.9百萬港元或42.5%，主要源於同店增長提升及新店貢獻的收益增加。於往績記錄期間，我們的主要成本組成部分(即銷售成本)為已售存貨成本，該成本乃參照多項因素(包括現行市場狀況、訂單數量及產品類型)而釐定，乃供應商所收取的產品成本。我們於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026財政年度第一季分別錄得銷售成本821.8百萬港元、1,427.9百萬港元、1,682.9百萬港元及474.9百萬港元。

我們的毛利指收入減銷售成本。我們於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度、2025財政年度第一季及2026財政年度第一季的毛利分別為272.2百萬港元、592.8百萬港元、777.6百萬港元、155.2百萬港元及222.5百萬港元，而各年度／期間的毛利率則分別為24.9%、29.3%、31.6%、31.7%及31.9%。我們於2023財政年度錄得年度虧損27.1百萬港元，而2024財政年度則轉為錄得年度溢利144.5百萬港元。2024財政年度的淨利潤率為7.2%。本年度溢利由2024財政年度的144.5百萬港元增長25.9百萬港元或17.9%至2025財政年度的170.4百萬港元。純利率維持相對穩定，2024財政年度為7.2%，2025財政年度為6.9%。2026財政年度第一季期間溢利較2025財政年度第一季的20.7百萬港元增長27.1百萬港元或130.7%，達47.8百萬港元。純利率由2025財政年度第一季度的4.2%上升至2026財政年度第一季的6.8%，主要由於投資物業的公平值下降所致。

於往績記錄期間，我們錄得流動負債淨額，主要源於銀行借款的即期部分(主要用於營運成本)以及為擴展零售網絡而添置的廠房及設備(屬非流動性質)。本公司流動負債淨額由2023年3月31日的793.9百萬港元，降至2024年3月31日的673.6百萬港元，並進一步降至2025年3月31日的643.7百萬港元。截至2025年6月30日，流動負債淨額進一步降至331.6百萬港元。於2023年3月31日，本公司錄得負債淨額15.1百萬港元，其後因溢利累積，於2024年3月31日及2025年3月31日轉為淨資產狀況。詳情請參閱「財務資料—流動負債淨額」一節。

我們於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026財政年度第一季分別錄得經營活動所得現金淨額716.2百萬港元、1,233.9百萬港元、1,462.4百萬港元及344.6百萬港元。經營活動所得現金淨額及現金流出淨額同比增加，主要源於銷售收益增長所致。我們於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026財政年度第一季分別錄得投資活動現金流出淨額約17.9百萬港元、89.8百萬港元、93.5百萬港元及7.8百萬港元。經營活動現金流出淨額，主要源於購置物業、廠房及設備，以及向關連方提供淨墊款。我們於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度及2026財政年度第一季分別錄得融資活動現金流出淨額約631.7百萬港元、1,105.9百萬港元、1,350.4百萬港元及380.3百萬港元。融資活動現金流出淨額主要來自償還租賃負債、償還銀行借款及關聯方款項，以及支付利息。

概 要

近期發展及無重大不利變動

自往績記錄期間後直至最後實際可行日期，我們的業務運營維持穩定。截至最後實際可行日期，我們的整體業務模式並無重大變動，且經濟環境大致保持穩定。董事認為，除與[編纂]相關的開支(該等開支屬非經常性質)外，自2025年3月31日起直至最後實際可行日期，本集團的財務狀況、經營狀況或前景並無重大不利變動。

自2025年6月30日起，我們已於康怡及沙田開設兩間新零售店，該等店舖於最後實際可行日期已開始營運。

營運資金

經考慮我們現時可動用的財務資源(包括現金及銀行結餘、本集團可動用的銀行融資、營運現金流以及[編纂]的預計[編纂])後，董事認為，我們擁有充足的營運資金以應付現時需求，並足以應付自本文件日期起計至少十二個月的營運所需。

股息

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司並無派付或宣派任何股息。於2023財政年度，龍誠創建有限公司向其股東宣派股息13.0百萬港元。於2025財政年度，龍豐藥業、五豐藥業有限公司及Pearl Lake Global Limited分別向其股東宣派股息200.0百萬港元、33.0百萬港元及22.0百萬港元。宣派股息須由董事會酌情決定並經股東批准。經考慮我們的經營及盈利、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制、資本開支及未來發展要求、股東利益及董事當時認為相關的其他因素，董事日後可能建議派付股息。任何宣派及派付股息以及股息數額將須遵守章程文件及開曼群島公司法，包括股東批准。未來宣派股息可能會或可能不會反映過往股息宣派及將由董事會全權酌情確定。

[編纂]數據

	根據[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元 計算	根據[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元 計算
[編纂](附註1)	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
於2025年6月30日，本集團每股未經審核[編纂] 經調整有形資產淨值(附註2)	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

(1) [編纂]計算乃基於預期緊隨[編纂]及[編纂]完成後將予發行的[編纂]股股份。

概 要

- (2) 用於計算本集團每股未經審核[編纂]經調整合併有形資產淨值之股份數目，乃基於[編纂]股股份計算，該等股份為緊隨重組後及完成[編纂]及[編纂]後之已發行股份，並假設重組、資本化及[編纂]已於2025年6月30日完成。該計算未計及(i)因行使[編纂]而可能獲配發及發行之任何股份，或(ii)本公司根據一般授權可能發行或購回之任何股份。

[編纂]用途

我們估計，假設[編纂]為每股股份[編纂]港元(即[編纂]的中位數)，經扣除[編纂]、我們就[編纂]應付的費用及估計開支後，將自[編纂]獲得[編纂]約[編纂]百萬港元。我們目前擬將該等[編纂]按以下所載金額用於下列擬定用途：

- (i) 約[編纂]百萬港元(佔[編纂]的[編纂])預期將用於擴大、加強及優化我們的實體及線上銷售網路，其中包括：約[編纂]百萬港元預期將用於[編纂]至2029年3月31日期間在香港開設最多11間新零售店，以擴大我們的線下銷售管道；約[編纂]百萬港元，預期將用於採購存貨供新增零售店開業；約[編纂]百萬港元預期將用於招聘及培訓將派駐新零售店的店舖員工、美容顧問及註冊藥劑師；約[編纂]百萬港元預期將用於擴大我們的網上銷售管道。
- (ii) 約[編纂]百萬港元(佔[編纂]的[編纂])預期將用於品牌管理及市場推廣，以提高本集團的大眾知名度及市場推廣活動的成效，主要包括：約[編纂]百萬港元預期將用於委聘藝人及主要意見領袖(KOLs)作為本集團的大使以及在主要電視頻道投放商業廣告；及約[編纂]百萬港元預期將用於推行有關網上行銷及推廣活動；
- (iii) 約[編纂]百萬港元(佔[編纂]的[編纂])預期將用於透過擴充及升級我們於日本及韓國的現有海外採購分支辦事處，加強我們的供應鏈能力；
- (iv) 約[編纂]百萬港元(佔[編纂]的[編纂])預期將用於升級及改良我們的資訊科技系統，主要用於實施新的倉儲管理系統及升級我們的銷售點系統；
- (v) 約[編纂]百萬港元(佔[編纂]的[編纂])預期將用於償還我們的未償還貸款。
- (vi) 約[編纂]百萬港元(佔[編纂]的[編纂])預期將用於尋求選擇性策略投資及收購機會，以及進一步發展策略夥伴關係，以擴大我們的業務規模及地域覆蓋範圍；及
- (vii) 約[編纂]百萬港元(佔[編纂]的[編纂])預期將用作本集團的一般營運資金。

概 要

[編纂]

[編纂]指與[編纂]有關之專業費用、[編纂]及其他費用。我們估計[編纂]約為[編纂]百萬港元(假設每股[編纂]的[編纂]為[編纂]港元，即指示性[編纂]的[編纂])，且未行使[編纂]，其中約[編纂]百萬港元直接歸屬於發行[編纂]，將從權益中扣除。於往績記錄期間內，綜合損益表中並無列支任何[編纂]，而約[編纂]百萬港元預期將於往績記錄期間後列支。我們估計[編纂]包括：與[編纂]相關之開支，即約[編纂]百萬港元之[編纂]及費用；非[編纂]相關專業費用約[編纂]港元；以及其他費用及開支約[編纂]百萬港元。上述[編纂]乃截至最後實際可行日期之最佳估計，僅供參考，實際金額可能與此估計有所不同。

風險因素摘要

我們的營運涉及若干風險，此等風險可能超出我們的控制範圍。此等風險於本文件「風險因素」章節進一步闡述。閣下應於決定是否[編纂][編纂]前，仔細閱讀該章節全文。以下為我們面臨的主要風險因素：

- 倘我們無法以對消費者具吸引力的價格提供產品或維持具競爭力的定價，則我們的業務及經營業績可能受到重大不利影響
- 我們的成功取決於我們的品牌「龍豐」在香港零售市場的廣泛認可。任何針對我們的負面輿論、指控、投訴或申索可能對我們的聲譽、業務、財務狀況、經營業績及股份價格有不利影響
- 我們的財務業績取決於我們現有及新設零售店的表現，而有關表現可能受到不同因素影響，其中多項因素或非我們所能控制
- 我們的過往財務及營運業績未必能可靠預測未來表現，且我們亦可能無法維持過往所達致的收入水平及盈利能力
- 我們於往績記錄期間錄得流動負債淨額及負債淨額，且我們無法向閣下保證日後不會錄得流動負債淨額及負債淨額