

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意見，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。

GRANDPA'S FARM INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED 爺爺的農場國際控股有限公司

(「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，其內所載資料並不完整，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、本公司的獨家保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員表示同意：

- (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、本公司的獨家保薦人、整體協調人、顧問或包銷團成員在香港或任何其他司法管轄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管轄區的公眾提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通知、通告、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) 本公司或本公司的任何聯屬公司、顧問或包銷商概無於任何司法管轄區透過刊發本文件而發售任何證券或招攬投資者提出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，即使提出申請亦不獲接納；
- (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，有意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刊發。

重要提示

閣下如對本文件的任何內容有任何疑問，應徵詢獨立專業意見。

GRANDPA'S FARM INTERNATIONAL HOLDINGS LIMITED 爺爺的農場國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

[編纂]

[編纂]項下的[編纂]數目 : [編纂]股股份(視乎[編纂]行使與否而定)
[編纂]數目 : [編纂]股股份(可予[編纂])
[編纂]數目 : [編纂]股股份(可予[編纂]及視乎[編纂]行使與否而定)
最高[編纂] : 每股[編纂][編纂]港元(申請時須以港元繳足,另加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,多繳款項可予退還)
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]、[編纂]



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及展示文件」一節所指文件，已遵照香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條規定遞交香港公司註冊處處長登記。香港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]預計將由[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])與本公司協定的較後日期協商釐定，惟無論如何不得遲於[編纂]中午十二時正。[編纂]將不高於每股[編纂][編纂]港元，且目前預計不會低於每股[編纂][編纂]港元。[編纂]申請人可能須於申請時(視乎申請渠道而定)支付最高[編纂]每股[編纂][編纂]港元，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]低於每股[編纂][編纂]港元，則多繳股款將予退還。倘[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司因任何理由未能於[編纂]中午十二時正或之前協定[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])經我們同意後，可於遞交[編纂][編纂]截止日期上午或之前任何時間，將[編纂]項下提呈[編纂]的[編纂]數目及/或指示性[編纂]範圍調減至低於本文件所述者。在此情況下，本公司將在切實可行情況下盡快(惟無論如何不遲於遞交[編纂][編纂]截止日期當日上午)在本公司網站 www.grandpasfarm.com.cn 及聯交所網站 www.hkexnews.hk 刊登有關調減[編纂]項下提呈[編纂]的[編纂]數目及/或指示性[編纂]範圍的通告。我們其後將在切實可行情況下盡快公布有關安排詳情。有關進一步資料，請參閱本文件「[編纂]」一節。

倘於[編纂]上午八時正之前出現若干理由，則[編纂](為其本身及代表[編纂])有權終止[編纂]於[編纂]項下的責任。有關情況的進一步詳情載於「[編纂]—[編纂]—[編纂]」。

[編纂]並無亦不會根據美國證券法或美國任何州證券法登記，且不得在美國境內或向美籍人士(定義見S規例)或代其或為其利益而提呈[編纂]、[編纂]、質押或轉讓，惟獲豁免遵守美國證券法及適用美國州證券法的登記規定或不受該等登記規定規限的交易除外。[編纂]按照S規例在美國境外以離岸交易方式向非美籍人士提呈[編纂]及[編纂]。

[編纂]

[編纂]

重要提示

[編纂]

重要提示

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

預期時間表⁽¹⁾

[編纂]

目 錄

本文件乃本公司僅就[編纂]及[編纂]而刊發，並不構成[編纂]本文件根據[編纂]提呈[編纂]的[編纂]以外任何證券的[編纂]或[編纂]購買任何證券的招攬。本文件不得用於營銷，亦不構成於任何其他司法管轄區或在任何其他情況下的[編纂]或[編纂]。我們並無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法管轄區[編纂][編纂]，亦無採取任何行動以獲准在香港以外任何司法管轄區派發本文件。於其他司法管轄區派發本文件以及[編纂]及出售[編纂]均受限制，除非已根據該等司法管轄區的適用證券法向相關證券監管機構登記或獲其授權或豁免，否則不得進行上述活動。

閣下應僅倚賴本文件所載資料作出[編纂]。我們並無授權任何人士向閣下提供有別於本文件所載的資料。對於並非本文件所作的任何資料或聲明，閣下不得視為已獲我們、獨家保薦人、[編纂]、[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.....	iv
目錄.....	viii
概要.....	1
釋義.....	16
技術詞彙表.....	29
前瞻性陳述.....	34
風險因素.....	36
豁免嚴格遵守上市規則.....	79
有關本文件及[編纂]的資料.....	84

目 錄

董事及參與[編纂]的各方	88
公司資料	92
行業概覽	94
監管概覽	111
歷史、重組及公司架構	125
業務	136
與控股股東的關係	216
持續關連交易	224
董事及高級管理層	232
主要股東	245
股本	247
財務資料	249
未來計劃及[編纂]用途	297
[編纂]	302
[編纂]的架構	315
如何申請[編纂]	325
附錄一 — 會計師報告	I-1
附錄二 — 未經審計[編纂]財務資料	II-1
附錄三 — 本公司組織章程細則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及展示文件	V-1

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載數據的概覽，務須連同本文件全文一併閱讀。由於其僅為概要，故並無載列所有可能對閣下而言屬重要的數據。閣下在決定[編纂][編纂]前，務須完整閱讀本文件。任何[編纂]均涉及風險。有關[編纂][編纂]的部分特定風險載於「風險因素」。閣下在決定[編纂][編纂]前，務須細閱該節。本節使用的各種詞彙在本文件「釋義」及「技術詞彙表」中定義或解釋。

概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國嬰童零輔食行業的領導者，並已拓展至中國家庭食品行業。我們致力於提供真材料、少添加、有營養的高品質健康食品。

我們於2018年推出了首款嬰童輔食產品。根據弗若斯特沙利文的資料，自成立以來短短八年時間，爺爺的農場已成長為中國嬰童零輔食市場的領軍品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，按中國嬰童零輔食的商品交易總額計，我們排名第二，於商品交易總額排名前五的公司中，我們於2022年至2024年實現最高複合年增長率。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，按中國有機嬰童零輔食的商品交易總額計，我們亦排名第一。我們在嬰童零輔食行業建立的優勢，使我們能夠順利從提供嬰童用輔助食品轉型至提供家庭共享產品。於2021年，為響應中國現代父母及家庭日益變化的需求，以及彼等對食品安全、營養價值及天然成分日益提升的關注度，我們戰略性地進軍家庭食品賽道。

我們通過從全球不同產地精心挑選的供應商採購優質原料，維持嚴格的質量控制，並確保整個供應鏈的全面可追溯性。我們致力於簡化食品配方，為不同年齡及階段的消費者創造優質食品。我們亦為多條產品線探索有機選項。這種有針對性的方法確保消費者可以放心選擇我們的產品。因此，我們的大部分食品均由天然成分製成，其中多款產品已獲得有機認證。截至2025年9月30日，我們約三分之一的SKU獲得有機銷售許可與「有機」標識資質，其中部分產品在兩個以上司法管轄區獲得有機產品認證，契合現代父母及家庭對食品便捷性、營養性、衛生性與口感的期望。

基於對消費者需求的深刻洞察，我們不斷推動產品創新，並成功推出了多個引起不同年齡層消費者強烈共鳴的產品系列。我們提供(i)嬰童零輔食領域的食用油、調味品、穀物類輔食、果汁、果泥和果泥酸奶產品及零食；及(ii)家庭食品領域的液態奶產品、方便食品、大米產品、調味品及食用油。於往績記錄期間，我們的SKU從2023年12月31日的158個增加到2024年12月31日的179個，並進一步增加到截至2025年9月30日的269個，以順應不斷變化的消費者需求，應對激烈的市場競爭。我們的產品質量結合值得信賴的品牌形象，培育了消費者對我們品牌的忠誠度。於2023年、2024年以及截至2025年9月30日止十二個月期間，我們的產品在天貓自營旗艦店（於往績記錄期間持續佔據我們直銷的主要份額）的消費者回購率分別為29%、31%及34%，呈持續上升趨勢。

概 要

我們的長期品牌願景是讓「爺爺的農場」陪伴消費者度過人生的每個階段 — 從嬰幼兒的第一口輔食再到全家共享的健康食品，從而實現我們成為每個家庭重要組成部分的抱負。下圖說明我們的業務模式及品牌願景。產品開發受系統性框架指導，涵蓋從專門研發到全球採購的各個環節，且每批次的產品均經過檢驗。此過程整合了針對性的營養研究、嚴格的原材物料採購，以及優先採用較少添加劑的甄選規範。



於往績紀錄期間，我們持續錄得強勁增長及盈利能力的財務表現。我們的收入由2023年的人民幣622.4百萬元增加40.6%至2024年的人民幣875.3百萬元，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣633.2百萬元增加23.2%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣779.8百萬元。我們的毛利分別為人民幣345.1百萬元、人民幣514.4百萬元、人民幣365.9百萬元及人民幣446.6百萬元，而於同年／同期的毛利率則分別為55.5%、58.8%、57.8%及57.3%。我們的經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）分別為人民幣75.9百萬元、人民幣103.2百萬元、人民幣78.5百萬元及人民幣90.1百萬元，而於同年／同期的經調整淨利率則分別為12.2%、11.8%、12.4%及11.6%。

我們的競爭優勢

我們相信，以下優勢驅動我們走向成功，抓住市場機遇並實現可持續增長：

- 我們是中國嬰童零輔食行業的領導者，擁有強大的市場影響力及極高的品牌認知度，並已逐步擴展至家庭食品行業；
- 我們採取全球採購策略，甄選世界各地優質食材，始終秉持我們對食品質量和安全的堅定承諾與嚴苛標準；
- 我們通過富有創意的品牌建設舉措，在品牌與消費者之間建立情感紐帶與信任，從而提升品牌知名度；

概 要

- 我們已建立廣泛而全面的直銷和分銷全渠道銷售網絡；及
- 我們經驗豐富且富有遠見的管理團隊成功推動了品牌的強勁增長和發展。

我們的戰略

- 我們致力於在現有嬰童零輔食領域持續推動產品創新，不斷鞏固我們的競爭優勢；
- 我們將擴展「農場」品牌概念的範疇並轉型為面向家庭的綜合健康食品供應商；
- 我們將不斷優化全鏈條供應鏈並加強採購管理，確保從源頭把控產品質量；
- 我們將通過有效傳播「爺爺的農場」的品牌故事，進一步加強品牌建設和營銷工作；及
- 我們將持續拓展並強化我們的直銷和分銷全渠道銷售網絡。

我們的產品

我們提供嬰童零輔食以及家庭食品產品，以滿足中國家庭的多元化需求。我們的產品主要分為兩大類別：(i) 嬰童零輔食；及(ii) 家庭食品。以下列出我們於往績記錄期間按產品類別劃分的收入明細：

下表載列於所示年度／期間按產品類別劃分的收入、毛利及毛利率。

	截至12月31日止年度								截至9月30日止九個月									
	2023年				2024年				2024年				2025年					
	收入		毛利		毛利率		收入		毛利		毛利率		收入		毛利		毛利率	
	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	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
嬰童零輔食..	579,472	93.1	323,271	55.8	770,324	88.0	467,512	60.7	565,296	89.3	336,425	59.5	627,104	80.4	375,604	59.9		
輔食	495,740	79.6	270,256	54.5	576,353	65.8	341,455	59.2	430,178	68.0	249,531	58.0	418,362	53.6	246,912	59.0		
零食	83,732	13.5	53,015	63.3	193,971	22.2	126,057	65.0	135,118	21.3	86,894	64.3	208,742	26.8	128,692	61.7		
家庭食品....	42,917	6.9	21,857	50.9	105,025	12.0	46,882	44.6	67,892	10.7	29,499	43.4	152,673	19.6	71,030	46.5		
總計	622,389	100.0	345,128	55.5	875,349	100.0	514,394	58.8	633,188	100.0	365,924	57.8	779,777	100.0	446,634	57.3		

有關我們於往績紀錄期間按產品類別劃分的收入、毛利及毛利率變動詳情，請參閱「財務資料－歷史經營業績回顧」。

概 要

下表載列所示期間按產品類別劃分的我們主要產品的銷量及平均售價明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量 ⁽¹⁾	平均售價 ⁽²⁾	銷量 ⁽¹⁾	平均售價 ⁽²⁾	銷量 ⁽¹⁾	平均售價 ⁽²⁾	銷量 ⁽¹⁾	平均售價 ⁽²⁾
	(單位：千個)	(人民幣元/個)	(單位：千個)	(人民幣元/個)	(單位：千個)	(人民幣元/個)	(單位：千個)	(人民幣元/個)
嬰童零輔食.....	23,716	24.4	33,449	23.0	23,865	23.7	28,717	21.8
輔食.....	17,701	28.0	19,437	29.7	14,283	30.1	13,588	30.8
零食.....	6,015	13.9	14,012	13.8	9,582	14.1	15,129	13.8
家庭食品.....	2,069	20.7	3,754	28.0	2,493	27.2	4,902	31.1
總計.....	25,785	24.1	37,204	23.5	26,358	24.0	33,620	23.2

(未經審計)

附註：

- (1) 不包含產品試用版的銷量。
- (2) 平均售價指各產品類別收入除以相應銷量。

有關往績紀錄期間按產品類別劃分的銷量及平均售價變動詳情，請參閱「財務資料－歷史經營業績回顧」。

截至2025年9月30日，我們自有品牌旗下擁有195個嬰童零輔食和74個家庭食品產品。下表載列截至2025年9月30日我們各產品線的圖片及產品數量：

	產品圖片	產品數量(SKU)
嬰童零輔食		
輔食		
— 輔食調味品 — 食用油.....		25
— 輔食調味品 — 其他.....		19

概 要

	產品圖片	產品數量(SKU)
一 穀物類輔食.....		48
一 果汁、果泥和果泥酸奶 產品.....		25
零食.....		78
家庭食品 基本原料食品 一 液態奶產品.....		5
一 方便食品.....		11
一 大米產品.....		6
調味品.....		37
食用油.....		15

銷售與營銷

我們通過廣泛的多元銷售網絡銷售產品，整合直銷和經銷渠道，覆蓋廣泛的消費者群體。我們的直銷渠道主要包括電商平台。我們的經銷渠道主要包括(i)電商平台，(ii)重點客戶和(iii)經銷商。

下表載列於所示年度／期間按銷售渠道劃分的收入、毛利及毛利率明細。

	截至12月31日止年度						截至9月30日止九個月					
	2023年			2024年			2024年			2025年		
	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率	收入	毛利	毛利率
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	人民幣千元	%	人民幣千元	人民幣千元	%	
直銷渠道 ⁽¹⁾	257,157	157,477	41.3	370,460	232,526	62.8	261,374	162,169	62.0	328,323	207,671	63.3
經銷渠道												
電商平台	192,977	109,919	31.0	281,349	167,871	59.7	206,562	121,665	58.9	235,007	132,604	56.4
重點客戶 ⁽²⁾	62,655	33,098	10.1	61,924	35,907	58.0	46,171	26,176	56.7	57,530	31,378	54.5
經銷商 ⁽³⁾	109,600	44,634	17.6	161,616	78,090	48.3	119,081	55,914	47.0	158,917	74,981	47.2
小計	365,232	187,651	58.7	504,889	281,868	55.8	371,814	203,755	54.8	451,454	238,963	52.9
總計	622,389	345,128	100.0	875,349	514,394	58.8	633,188	365,924	57.8	779,777	446,634	57.3

附註：

- 直銷渠道主要包括電商平台。
- 重點客戶包括：(i)全國性母嬰產品零售連鎖企業，及(ii)全國性及區域領先的連鎖超市。
- 經銷商主要包括線下經銷商。

有關我們於往績紀錄期間按銷售渠道劃分的收入、毛利及毛利率變動詳情，請參閱「財務資料－歷史經營業績回顧」。

概 要

直銷渠道

我們已在中國的主要電商平台（包括天貓、抖音、拼多多和京東及其他渠道）建立了直銷渠道。我們在主要電商平台運營自有在線店鋪，消費者可直接下單購買，且我們負責將產品配送至客戶。在消費者確認收貨前，我們保留產品所有權。貨款將通過相應的電商平台進行支付，隨後平台會根據其政策與我們結算交易。通過維護直銷渠道，我們能收集到寶貴的消費者反饋，及時獲取市場洞察，不斷優化產品並調整銷售策略。

經銷渠道

我們通過覆蓋全國的廣泛經銷網絡分銷產品，借助多元渠道觸達消費者。通過這些合作關係，我們已在嬰童零輔食及家庭食品市場種建立起穩固的地位，並在電商平台、重點客戶及經銷商中獲得了一席之地。

除通過自營店鋪直銷外，我們亦通過第三方電商平台（如京東、天貓及唯品會）分銷產品，以帶動流量並提升消費者認知度。

通過與重點客戶包括(i)全國性母嬰產品零售連鎖企業（如愛嬰室），(ii)中國境內的全國性及區域領先連鎖超市建立合作，我們已在經銷渠道中確立了穩固的市場地位。與這些領先零售商的合作，使我們能夠利用其廣泛的地域和市場覆蓋，觸達廣泛的消費群體。在這些成熟的門店展示我們的產品，有助於增強消費者對品牌的認知度。

我們與經銷商合作，以擴大消費群體並促進產品銷售。經銷商憑藉其成熟的網絡資源及深厚的本地市場經驗，助力我們拓展市場覆蓋範圍。我們也向少數電商銷售一小部分產品，彼等可通過其在線店鋪分銷我們的產品。

我們的供應鏈

我們依托全球龐大的供應鏈體系、大規模採購能力以及針對供貨商的準時付款機制，構建起獨特的供應鏈優勢。這些核心能力使我們能夠有效踐行價值主張，共同提升整體供應鏈效率，並構築採購成本優勢。我們的供應鏈能力使我們能夠提供不斷升級的優質產品組合，並以卓越價值呈現。在業績記錄期間，我們委託第三方製造商（「**OEM製造商**」）以OEM模式生產自有品牌的幾乎所有產品，同時我們亦為增城工廠的試產採購了極少量的關鍵原材料。

我們在電商平台服務採購及包裝材料採購方面，亦與其他供貨商保持着緊密協同的業務合作關係。

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們向前五大供貨商的採購總額分別為人民幣193.2百萬元、人民幣279.5百萬元及人民幣250.5百萬元，分別佔我們相應年度／期間採購總額的39.2%、38.8%及40.7%。

概 要

我們的客戶

我們的客戶主要包括個人消費者和企業客戶。對於直銷業務，我們主要通過電商平台向消費者銷售產品。對於分銷業務，我們與電商平台、重點客戶和經銷商網絡合作分銷我們的產品。

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，來自五大客戶的收入分別約為人民幣241.3百萬元、人民幣335.5百萬元及人民幣272.2百萬元，分別約佔我們相應年度／期間總收入的38.8%、38.3%及34.9%。

競爭格局

中國嬰童零輔食企業處於高度分散的競爭格局中。根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，前五大市場參與者的商品交易總額約為人民幣6,530.0百萬元，佔中國嬰童零輔食市場的比例約為14.2%。2024年，本公司以約人民幣1,500.0百萬元之嬰童零輔食商品交易總額位列第二，市場份額約為3.3%。此外，在商品交易總額排名前五的企業中，本公司2022年至2024年的複合年增長率最高，達42.6%。

根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，有機嬰童零輔食領域前五大市場參與者的商品交易總額約達人民幣1,710.0百萬元，佔據約79.1%的市場份額，呈現相對集中的格局。由於有機產品原材料成本和認證成本大幅上漲，加之對核心客廣群的品牌定位考慮，僅有少數嬰童零輔食頭部品牌布局有機產品線，導致有機嬰童零輔食市場呈現高度集中態勢。本公司以約人民幣500.0百萬元之商品交易總額位居榜首，於2024年佔據約23.2%的市場份額。

歷史財務資料概要

下表列示我們於往績記錄期間的綜合財務資料概要。本概要摘錄自本文件附錄一會計師報告中所載的財務資料。下文所載財務資料概要應與我們的綜合財務資料及相關附註以及「財務資料」一節一併閱讀。

概 要

綜合損益及其他全面收益表的關鍵項目

下表載列我們於所示年度／期間的綜合損益及其他全面收益表概要，其中各細列項目以絕對金額及佔我們總收入的百分比呈列：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入	622,389	100.0	875,349	100.0	633,188	100.0	779,777	100.0
銷售成本.....	(277,261)	(44.5)	(360,955)	(41.2)	(267,264)	(42.2)	(333,143)	(42.7)
毛利	345,128	55.5	514,394	58.8	365,924	57.8	446,634	57.3
其他收入及淨收益	2,438	0.4	2,444	0.3	568	0.1	4,500	0.6
銷售及分銷開支.....	(201,264)	(32.3)	(306,038)	(35.0)	(212,030)	(33.5)	(283,030)	(36.3)
行政及其他開支.....	(32,376)	(5.2)	(49,820)	(5.7)	(32,092)	(5.1)	(38,663)	(5.0)
研發開支.....	(17,685)	(2.8)	(28,347)	(3.2)	(22,454)	(3.5)	(17,206)	(2.2)
貿易及其他應收款項 (減值虧損)／減值虧損								
撥回	(1,255)	(0.2)	(151)	0.0	59	0.0	(276)	0.0
財務成本.....	(496)	(0.1)	(1,463)	(0.2)	(1,060)	(0.2)	(1,159)	(0.1)
除稅前利潤.....	94,490	15.2	131,019	15.0	98,915	15.6	110,800	14.2
所得稅	(19,026)	(3.1)	(28,408)	(3.2)	(20,907)	(3.3)	(23,380)	(3.0)
年內／期內利潤.....	75,464	12.1	102,611	11.7	78,008	12.3	87,420	11.2

我們的經營業績及財務狀況一直且預期會繼續受下列關鍵因素的影響：(i)我們所服務的市場以及客戶和消費者的需求；(ii)我們的產品組合及產品創新；(iii)高效的供應鏈；(iv)營銷及品牌推廣；及(v)我們的銷售及經銷網絡。於業績紀錄期間，我們的年內／期內利潤錄得增長，主要由收益增長所帶動。業績紀錄期內的收益增加，主要受業務顯著增長所帶動，此乃歸因於：(i)在產品創新加速的支持下，我們擴張了嬰童零輔食產品線；(ii)我們在行業內的品牌影響力不斷擴大，且在中國的消費者覆蓋範圍穩步增加；(iii)我們在各個電商平台上的自營旗艦店整體表現強勁且複購率提升；及(iv)通過根據我們的增長策略引入新經銷商，深化了與電商平台經銷商的合作並擴大經銷商網絡。

詳情請參閱「財務資料－影響我們的經營業績及財務狀況的因素」以及「財務資料－歷史經營業績回顧」。

概 要

非國際財務報告準則計量

為補充按國際財務報告準則編製的綜合財務報表，我們還採用經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）作為額外財務計量指標，該等計量指標並非按國際財務報告準則要求編製，亦非根據該準則呈報。我們認為，該等非國際財務報告準則計量有助於比較不同期間及不同公司之間的經營業績，可消除管理層認為不能體現我們經營業績的項目潛在影響。我們認為經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）能夠為[編纂]及其他各方提供有用信息，有助於其以與管理層相同的視角理解和評估本公司的合併全面收益表。然而，我們所呈列的經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司所呈列類似名稱的計量指標直接對比。經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）用作分析工具存在局限性，閣下不應將其與我們根據國際財務報告準則指標所呈報的綜合全面收益表或財務狀況分開考慮，或將其視為該等綜合全面收益表或財務狀況的替代報表。我們將經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）定義為在年內／期內利潤基礎上，加回[編纂]開支後的金額。我們將年內／期內經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）定義為年內／期內經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）除以年內／期內收入。下表載列年內／期內經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）與最直接可比的國際財務報告準則財務計量指標（即年內／期內利潤）進行對賬：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)			
年內／期內利潤.....	75,464	102,611	78,008	87,420
加回：				
[編纂]開支.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
年內／期內經調整利潤淨額 (非國際財務報告準則計量)...	<u>75,914</u>	<u>103,211</u>	<u>78,458</u>	<u>90,085</u>
年內／期內經調整淨利潤率 (非國際財務報告準則計量)...	12.2%	11.8%	12.4%	11.6%

概 要

綜合財務狀況表的選定項目

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表的概要數據，其摘錄自本文件附錄一所載歷史財務資料。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
非流動資產			
物業、廠房及設備	1,122	23,306	23,618
使用權資產	7,639	31,266	34,870
無形資產	—	233	186
貿易及其他應收款項以及預付款項 ..	2,571	2,488	2,062
存款單	10,000	10,000	—
遞延稅項資產	1,223	1,400	3,103
非流動資產總值	22,555	68,693	63,839
非流動負債			
租賃負債	4,280	27,820	32,403
遞延稅項負債	5,445	11,364	6,575
非流動負債總額	9,725	39,184	38,978
流動資產			
存貨	41,094	51,295	49,548
貿易及其他應收款項以及 預付款項	63,322	107,502	150,397
存款單	—	—	10,000
現金及現金等價物	112,129	152,406	204,997
流動資產總值	216,545	311,203	414,942
流動負債			
貿易及其他應付款項	89,343	73,643	150,956
合約負債	10,017	15,126	10,323
應付所得稅	8,281	12,754	16,445
租賃負債	4,176	5,773	5,186
流動負債總額	111,817	107,296	182,910
流動資產淨值	104,728	203,907	232,032
資產淨值	117,558	233,416	256,893

截至2025年9月30日，我們的流動資產淨值為人民幣232.0百萬元，而截至2024年12月31日則為人民幣203.9百萬元，主要由於當期經營活動產生大量現金流入並確認利潤。截至2024年12月31日，我們錄得流動資產淨值人民幣203.9百萬元，而截至2023年12月31日流動資產淨值為人民幣104.7百萬元，主要由於當年經營活動產生大量現金流入並確認利潤，且貿易及其他應收款項有所增加。截至2023年12月31日，我們錄得流動資產淨值人民幣104.7百萬元，主要由於當年經營活動產生大量現金流入並確認利潤。

概 要

綜合現金流量表概要

下表載列於所示年度／期間的綜合現金流量表的現金流量數據概要：

	截至12月31日		截至9月30日	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
經營活動所得現金淨額	52,458	62,202	33,601	75,821
投資活動所用現金淨額	(12,720)	(20,235)	(40,414)	(4,041)
融資活動所得／(所用) 現金淨額	18,676	(1,759)	61	(19,174)
現金及現金等價物增加／ (減少) 淨額	58,414	40,208	(6,752)	52,606
年初／期初現金及現金 等價物	53,366	112,129	112,129	152,406
外匯匯率變動的影響	349	69	(11)	(15)
年末／期末現金及現金 等價物	112,129	152,406	105,366	204,997

關鍵財務比率

下表載列於所示年度／期間的關鍵財務比率：

	截至12月31日止年度		截至9月30日 止九個月
	2023年	2024年	2025年
	(未經審計)		
收入增長率	不適用	40.6%	23.2%
毛利率	55.5%	58.8%	57.3%
淨利潤率 ⁽¹⁾	12.1%	11.7%	11.2%
經調整淨利潤率(非國際 財務報告準則計量) ⁽²⁾	12.2%	11.8%	11.6%

附註：

- (1) 淨利潤率計算方式為年度／期間利潤除以收入再乘以100%。
- (2) 經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)指經調整年度／期間利潤(非國際財務報告準則計量)除以收入再乘以100%。有關經調整年度／期間利潤淨額(非國際財務報告準則計量)的詳情，請參閱「財務資料－非國際財務報告準則計量」。

概 要

[編纂]統計數據

下表的數字乃基於以下假設：(i)[編纂]已完成並於[編纂]中已發行及出售[編纂]股股份；(ii)[編纂]未獲行使；及(iii)[編纂]完成後有[編纂]股股份已發行及流通在外。

	按[編纂] 每股[編纂]港元	按[編纂] 每股[編纂]港元
[編纂]完成後的[編纂] ⁽²⁾	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
本集團每股未經審計[編纂]經調整 綜合有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 此表中的所有統計數據均基於[編纂]未獲行使這一假設呈列。
- (2) [編纂]按[編纂]完成後預期將發行及流通在外的[編纂]股股份計算。
- (3) 本公司權益股東應佔每股未經審計[編纂]經調整有形資產淨值乃經上述段落所述調整後，基於[編纂]股股份（即緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行的股份數目）計算得出，惟未計及本公司因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份。

我們的控股股東

於[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），本公司將由YANGGANG Holdings持有[編纂]%的權益。YANGGANG Holdings是一家在英屬維京群島註冊成立的投資控股公司，由楊先生全資擁有。因此，根據上市規則，楊先生及YANGGANG Holdings將被視為我們的控股股東。

持續關連交易

我們已訂立並預期將繼續訂立若干交易，該等交易將於[編纂]後構成上市規則第十四A章項下本公司非豁免持續關連交易。詳情請參閱「持續關連交易」。

股息政策

截至2025年9月30日止九個月，本公司批准向股東派發股息人民幣63百萬元。截至2024年12月31日止年度，廣州健特唯日用品批准向吉安合夥企業、姜福全先生、何建農先生及劉海波先生派發股息人民幣7.5百萬元。本公司於2023年並無派付或宣派任何股息。

本公司目前並無正式股息政策或固定派息率。董事會在計及經營業績、財務狀況、現金需求及可用性以及當時認為相關的其他因素後，可能會於未來宣派股息。宣派及支付任何股息須受組織章程文件及適用法律的約束。股東須於股東大會上批准任何股息的宣派，股息不得超過董事會建議的金額。此外，董事可不時支付董事會認為

概 要

就我們的利潤及整體財務需求而言屬合理的中期股息，或按彼等認為合適的金額、於彼等認為合適的日期支付特別股息。除可合法分派的利潤及儲備外，不得宣派或派付任何股息。我們未來股息宣派可能會或可能不會反映我們過往的股息宣派且將由董事會全權酌情決定。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及若干風險，該等風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂][編纂]前，應完整閱讀該節。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們的成功取決於我們品牌實力的持續增強。如果我們無法維持和提升我們的品牌，我們的業務和經營業績可能會受到不利影響；
- 消費者偏好、觀念及消費習慣的變化可能對我們造成不利影響；若未能豐富我們的產品組合或未能使新產品獲得市場認可，則可能對我們的業務造成負面影響；
- 與我們的產品相關的產品質量和食品安全問題，或對我們產品安全和質量的擔憂，均可能會對我們的業務和財務表現產生不利影響；
- 我們遵守不同司法管轄區不斷變化的食品標籤、有機認證及廣告法規，可能需要更改我們的產品供應、包裝或推廣慣例，而任何未能合規的情況均可能對我們的品牌、業務及經營業績造成不利影響。
- 如果我們無法維持產品價格的競爭力，我們的業務和經營業績將受到重大不利影響；
- 如果我們未能向消費者提供高質量產品，我們的業務、聲譽、經營業績和財務狀況將受到重大不利影響；
- 若我們在中國市場無法與其他國內外競爭對手進行有效競爭，可能會對我們的經營業績產生不利影響；
- 我們的成功取決於我們的產品持續受歡迎程度、我們持續的創新能力以及新產品的成功研發及推出，還有我們對消費者偏好變化的預判和及時響應能力；
- 我們的成功和業務運營在很大程度上取決於我們的高級管理團隊以及我們吸引和留住人才的能力。我們的高級管理團隊負責本集團的整體業務發展；以及
- 倘若我們的OEM製造商或其他供應商未能以商業上可接受的價格，生產出符合我們規格要求且產量充足、質量達標的產品或服務，則相關產品的銷量及利潤率可能會受到不利影響。

[編纂]開支

[編纂]開支指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]及其他費用。我們估計，我們的[編纂]開支總額（包括[編纂]）將約為人民幣[編纂]元，佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%（假設[編纂]為每股[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

概 要

使)。於往績記錄期間，約人民幣[編纂]元的[編纂]開支已自我們綜合損益及其他全面收益表扣除，而約人民幣[編纂]元已於我們的綜合財務狀況表資本化並確認為截至2025年9月30日的預付[編纂]開支，預期將於[編纂]後從權益中扣除，因為該等開支直接歸屬於向[編纂][編纂][編纂]。估計餘下[編纂]開支約人民幣[編纂]元預期將自[編纂]前的綜合損益及其他全面收益表中扣除，而預期約人民幣[編纂]元將於[編纂]後自權益中扣除。[編纂]開支包括[編纂]相關開支人民幣[編纂]元及非[編纂]相關開支人民幣[編纂]元(包括法律顧問及申報會計師的費用及開支人民幣[編纂]元以及其他費用及開支人民幣[編纂]元)。

[編纂]用途

我們將收取的[編纂][編纂]淨額估計約為[編纂](經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，並假設[編纂]為每股[編纂]港元(即[編纂]的中位數))。我們目前擬將該等[編纂]淨額按下文所載金額用於下列擬定用途：

- 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%) 預期將用於提升我們的產品開發能力，並持續創新及升級我們的嬰童零輔食產品線以及家庭食品產品線；
- 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%) 預期將用於投資供應鏈發展及加強我們內部的生產能力以及端到端採購管理，以確保產品源頭質量；
- 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%) 預期將用於加強品牌建設及營銷推廣，以提升品牌知名度及觸及更廣泛的消費者群體；
- 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%) 預期將用於擴大我們的國內銷售網絡及開發海外市場；以及
- 餘額約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%) 預期將用作營運資金及一般公司用途。

詳情請參閱「未來計劃及[編纂]用途」。

近期發展及無重大不利變動

我們已於廣州增城建設一處多功能基地，用於自主生產精選產品、研發、質量控制及檢測以及物流及倉儲。於2025年10月，我們的增城工廠開始小規模投產精選產品，包括果汁和食用油。

經審慎周詳考慮後，董事確認，直至本文件日期，自2025年9月30日起，我們的財務及業務狀況或前景並無重大不利變動，並且自2025年9月30日起概無發生任何事件以致可能對會計師報告(載於本文件附錄一)所示數據構成重大影響。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，以下詞彙具有下列涵義。若干技術詞彙於本文件「技術詞彙表」一節闡述。

「會計師報告」	指	本文件附錄一會計師報告
「聯屬人士」	指	就任何指定人士而言，指直接或間接控制該指定人士或受該指定人士直接或間接控制或與該指定人士共同受直接或間接控制的任何其他人士
「會財局」	指	香港會計及財務匯報局
「章程」或「組織章程細則」	指	本公司於[●]年[●]月[●]日有條件採納，自[編纂]起生效的經修訂及重列組織章程細則，並經不時修訂，其概要載列於本文件附錄三「本公司組織章程細則及開曼群島公司法概要」一節
「聯繫人」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「北京健特唯」	指	北京健特唯日用品有限公司，一家於2023年8月28日根據中國法律註冊成立的有限公司，並為本公司的全資附屬公司
「貝因美」	指	北海貝因美營養食品有限公司，一家於2007年1月23日根據中國法律註冊成立的有限公司，為我們的供應商及業務夥伴之一
「董事會」	指	本公司董事會
「營業日」	指	香港銀行通常開門辦理一般銀行業務的日子（星期六、星期日或香港公眾假期除外）
「英屬維爾京群島」	指	英屬維爾京群島

釋 義

[編纂]

「開曼公司法」 指 開曼公司法(2025年修訂版)第22章(1961年第3號法例)，經不時修訂、補充或以其他方式修改

[編纂]

「中國」 指 中華人民共和國，僅就本文件而言，除非文義另有所指，不包括香港、中國澳門特別行政區及台灣

「中國國家認證認可監督管理委員會」 指 隸屬於國家市場監督管理總局的中國政府機關

「《公司(清盤及雜項條文)條例》」 指 《公司(清盤及雜項條文)條例》(第32章)，經不時修訂、補充或以其他方式修改

「《公司條例》」 指 《公司條例》(第622章)，經不時修訂、補充或以其他方式修改

「本公司」 指 爺爺的農場國際控股有限公司，一家於2021年10月4日根據開曼群島法律註冊成立的獲豁免有限公司

「關連人士」 指 具有上市規則所賦予的涵義

「關連交易」 指 具有上市規則所賦予的涵義

釋 義

「控股股東」	指	具有上市規則所賦予的涵義，除文義另有所指外，為楊先生及YANGGANG Holdings。進一步詳情請參閱「與控股股東的關係」
「中國證監會」	指	中國證券監督管理委員會
「彌償契據」	指	各控股股東（作為彌償方）以本公司（為其本身及作為我們各附屬公司的受託人）為受益人所訂立日期為[●]的彌償契據，有關詳情載於本文件附錄四「法定及一般資料－D. 其他資料－1. 稅務及其他彌償保證」一節
「董事」	指	本公司董事
「艾斯普瑞企業」	指	艾斯普瑞企業有限公司，一家於2023年8月15日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「艾斯普瑞（廣州）食品」	指	艾斯普瑞（廣州）食品有限公司，一家於2017年10月20日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「艾斯普瑞（廣州）健康產品」	指	艾斯普瑞（廣州）健康產品有限公司，一家於2024年5月14日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「艾斯普瑞（廣州）營養科技」	指	艾斯普瑞（廣州）營養科技有限公司，一家於2025年2月19日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「艾斯普瑞控股」	指	艾斯普瑞控股有限公司，一家於2021年10月26日在英屬維爾京群島註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「企業所得稅」	指	中國企業所得稅

釋 義

- 「《企業所得稅法》」 指 《中華人民共和國企業所得稅法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
- 「極端情況」 指 極端情況包括但不限於香港政府宣佈發生公共交通服務嚴重中斷、大面積洪災、重大山體滑坡或超強颱風後的大規模停電

[編纂]

- 「弗若斯特沙利文」 指 弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，一家獨立全球市場研究及諮詢公司
- 「弗若斯特沙利文報告」 指 受我們委託，由弗若斯特沙利文編製的獨立行業報告

[編纂]

- 「爺爺的農場(香港)」 指 爺爺的農場(香港)有限公司，一家於2022年3月14日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
- 「健特唯集團」 指 健特唯集團有限公司，一家於2021年11月16日根據香港法例註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司

釋 義

「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
「廣州樹懶熊」	指	廣州樹懶熊電子商務有限公司，一家於2014年10月16日根據中國法律註冊成立的有限公司，由廣州盛成全資擁有，因此為本公司的關連人士
「廣州健特唯日用品」	指	廣州健特唯日用品有限公司，一家於2015年3月20日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「廣州健特唯電子商務」	指	廣州健特唯電子商務有限公司，一家於2023年9月13日根據中國法律註冊成立的有限公司，為我們的全資附屬公司
「廣州健特唯食品」	指	廣州健特唯食品有限公司，一家於2025年7月8日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「廣州健特唯營養品」	指	廣州健特唯營養品有限公司，一家於2018年3月19日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「廣州盛成」	指	廣州盛成媽媽網絡科技股份有限公司，一家於2006年12月11日根據中國法律註冊成立的有限公司，由楊先生持有約37.07%權益及由楊先生配偶持有約14.10%權益，因此為本公司的關連人士
「廣州盛勤」	指	廣州盛勤網絡科技有限公司，一家於2017年9月7日根據中國法律註冊成立的有限公司，由廣州盛成全資擁有，因此為本公司的關連人士

釋 義

[編纂]

「Ho&Wo Holdings」	指	Ho&Wo Holdings Limited，一家於2021年9月29日根據英屬維爾京群島法律註冊成立的有限公司，其由何先生全資擁有
「香港」	指	中華人民共和國香港特別行政區
「港元」	指	港元，香港之法定貨幣

[編纂]

釋 義

[編纂]

「國際財務報告準則」	指	國際財務報告準則會計準則，由國際會計準則理事會發佈
「獨立第三方」	指	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該詞的涵義

[編纂]

釋 義

[編纂]

「JFQ Holdings」	指	JFQ Holdings Limited，一家於2021年9月29日根據英屬維爾京群島法律註冊成立的有限公司，其由姜先生全資擁有
「吉安合夥企業」	指	吉安市井開區眾妙商務服務中心(有限合夥)，一家由楊先生以普通合夥人身份持有99%權益的有限合夥企業，於2018年10月29日成立
「江西健特唯」	指	江西健特唯日用品有限公司，一家於2022年6月22日根據中國法律註冊成立的有限公司，為本公司的全資附屬公司
「最後實際可行日期」	指	2025年12月31日，即本文件刊發前為確定其中所載若干資料的最後實際可行日期
「LHB Holdings」	指	LHB Holdings Limited，一家於2021年9月29日根據英屬維爾京群島法律註冊成立的有限公司，由劉先生全資擁有

[編纂]

「上市委員會」	指	聯交所上市委員會
---------	---	----------

釋 義

[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	由聯交所營運的證券交易所（不包括期權市場），獨立於聯交所GEM並與之並行運作
「媽媽良品網站」	指	由廣州樹懶熊運營的「媽媽良品」網站，可通過域名 www.mamagoods.cn 和 www.xiaoshuxiong.com 訪問

[編纂]

「大綱」或「組織章程大綱」	指	本公司於[●]年[●]月[●]日有條件採納，自[編纂]起生效的經修訂及重列組織章程大綱，並經不時修訂，其概要載列於本文件附錄三「本公司組織章程及開曼群島公司法概要」一節
「商務部」	指	中華人民共和國商務部
「何先生」	指	何建農先生，我們的執行董事
「姜先生」	指	姜福全先生，我們的執行董事
「劉先生」	指	劉海波先生，我們的執行董事
「楊先生」	指	楊鋼先生，董事會主席、執行董事、行政總裁兼控股股東之一

釋 義

[編纂]

「中國公司法」	指	《中華人民共和國公司法》，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「中國法律顧問」	指	北京市君合律師事務所，我們有關中國法律的法律顧問

[編纂]

釋 義

[編纂]

「S規例」	指	美國證券法S規例
「人民幣」	指	人民幣，中國之法定貨幣
「重組」	指	本集團進行的重組安排，詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構」一節
「申報會計師」	指	畢馬威會計師事務所
「國家外匯管理局」	指	中華人民共和國國家外匯管理局
「國家市場監管總局」	指	中華人民共和國國家市場監督管理總局
「國家稅務總局」	指	中華人民共和國國家稅務總局
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「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)
「上海適貝」	指	上海適貝電子商務有限公司，一家於2015年7月1日根據中國法律註冊成立的有限公司，為我們的全資附屬公司
「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

[編纂]

釋 義

[編纂]

「獨家保薦人」或「保薦人」 指 招銀國際融資有限公司，根據證券及期貨條例註冊的持牌法團，可進行證券及期貨條例所界定的第1類（證券交易）及第6類（就機構融資提供意見）受規管活動

[編纂]

「國務院」 指 中華人民共和國國務院

「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節所賦予的涵義

「主要股東」 指 具有上市規則所賦予的涵義

「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

「往績記錄期間」 指 包含截至2023年及2024年12月31日止兩個年度以及截至2025年9月30日止九個月的期間

「美元」 指 美元，美國之法定貨幣

「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法規

[編纂]

釋 義

[編纂]

「美國」	指	美利堅合眾國，其領土、屬地及受其司法管轄權管轄的所有地區
「增值稅」	指	增值稅
「YANGGANG Holdings」	指	YANGGANG Holdings Limited，一家於2021年9月29日根據英屬維爾京群島法律註冊成立的有限公司，為我們的控股股東之一，由楊先生全資擁有
「%」	指	百分比

於本文件內，除文義另有所指外，「聯繫人」、「緊密聯繫人」、「關連人士」、「核心關連人士」、「關連交易」、「控股股東」及「主要股東」等詞彙具有上市規則所賦予的涵義。

除另有指明外，本文件所載若干數額及百分比數字已約整。因此，若干表格合計一欄所列示的數字或與數字相加計算所得總數略有出入。任何表格或圖表所示總數與所列數額總和之間的差異乃約整所致。

於本文件中，「*」表示將若干自然人、法人、企業、政府機關、機構、實體、組織、部門、設施、法律法規等譯成中文或英文(視情況而定)，或本文件中包含的其他語言，僅供識別之用。如有任何不一致之處，概以中文名稱或其原文名稱為準。

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。部分詞彙未必與標準行業涵義或該等詞彙用法相符。

「618購物節」	指	中國於6月18日或前後的年度線上銷售活動
「 α -亞麻酸」	指	一種 ω -3脂肪酸，常被稱為必需脂肪酸
「A2 β -酪蛋白」	指	一種乳蛋白，人體消化該酪蛋白時不會產生肽類物質BCM-7，且較不易引發消化不良
「嬰童」	指	6月齡至6歲兒童
「複合年增長率」	指	複合年增長率
「調味品」	指	用於提升食物風味、香氣或吸引力的配料或混合物，適用於食用、烹調及生產用途
「輔食」	指	一種專為六個月至六歲嬰童設計的食物，作為母乳或配方奶的補充
「原產國」	指	生產或製造貨物的國家
「COVID-19」	指	指2019年冠狀病毒病，一種由新型病毒（被命名為嚴重急性呼吸系統綜合症冠狀病毒2）引致的疾病
「DHA」	指	二十二碳六烯酸，一種 ω -3脂肪酸，是中樞神經系統的重要化學成分
「雙11購物節」	指	中國於11月11日或前後的年度線上銷售活動
「抖音」	指	一個用以創作及分享短視頻的中國社交媒體及電商平台
「滴管」	指	一種配備可擠壓球囊的管狀器具，用於從部分食用油中量取油脂

技術詞彙表

「電商平台」	指	一個可令企業線上進行商業交易的全國主流軟件解決方案
「食用油」	指	富含特定營養素（如不飽和脂肪酸）的油脂，可滿足健康需求
「酶水解」	指	一種利用酶在水存在下分解分子的過程，該過程在人體消化時自然發生，廣泛應用於食品生產領域
「可伸縮油嘴」	指	我們為油瓶設計的可伸縮注油嘴，便於傾倒
「家庭食品」	指	多種滿足家庭日常膳食和營養需求的食品類別
「脂肪酸」	指	一類羧酸，對代謝過程中的能量產生至關重要，亦是人體脂肪的主要組成成分
「藥食同源產品」	指	採用符合傳統中醫理論中可兼具藥用價值的食品原料製成的產品，“藥食同源產品”
「國家標準」	指	中國嬰幼兒食品安全國家標準，具體包括《食品安全國家標準嬰幼兒穀類輔助食品》(GB 10769)、《食品安全國家標準嬰幼兒罐裝輔助食品》(GB 10770)及《食品安全國家標準輔食營養補充品》(GB 22570)，經國家衛生健康委員會及國家市場監管總局不時修訂
「胚芽飽滿度」	指	胚芽的殘留尺寸
「胚芽保留率」	指	樣本內經加工後保留胚芽穀粒的比例
「麩質」	指	一種存在於穀物及其製品中的蛋白質結構
「GMO」	指	轉基因生物

技術詞彙表

「GMV」	指	商品成交金額
「IGP」	指	indicazione geografica protetta，意大利語，意為受保護地理標誌，歐盟針對特定產品類型（如食用油的認證體系
「IP」	指	知識產權
「IT」	指	信息技術
「京東」或「JD.com」	指	一個可供應多種產品的中國第三方電商平台
「KOL」	指	KOL
「少添加」	指	一種旨在通過優化生產工藝及配方，在充分遵守國家食品安全標準的同時，盡可能減少非必要食品添加劑的種類及數量的做法，從而追求更清潔及更天然的配料表
「亞油酸」	指	一種人體無法自行合成的 ω -6脂肪酸，常被稱為必需脂肪酸
「液態奶」	指	牲畜產出的乳汁
「低溫冷榨」	指	一種在室溫至65°C之間溫度範圍內，採用受控物理壓力進行的油榨取製程，過程中不涉及熱處理或化學處理
「小程序」	指	無需下載安裝即可在微信平台使用的應用程序
「天然」	指	並非人工製造的物質
「NFC」	指	非濃縮還原
「燕麥 β -葡聚糖」	指	源自燕麥的可溶性膳食纖維，亦被認為可降低膽固醇和血糖

技術詞彙表

「OEM」	指	原始設備製造，其中製造商依據客戶要求生產產品，其隨後以客戶的品牌名稱或無特定品牌進行市場推廣及銷售
「有機」	指	不使用合成農藥、肥料、轉基因生物或人工添加劑生產的產品，特別是食品或農產品
「滲透率」	指	使用或購買特定產品、服務或類別的目標市場或人口的百分比
「拼多多」	指	一個企業對消費者的中國第三方電商平台
「益生元」	指	促進益生菌生長的食物成分
「益生菌」	指	對健康有益的活微生物
「研發」	指	研究及開發
「複購率」	指	按於截至2023年及2024年12月31日止各年度以及截至2025年9月30日止十二個月曾購買任何產品至少兩次，除以於所示年度／期間曾購買任何產品的客戶數目計算
「零食」	指	通常在正餐之間食用的小份食物，以滿足飢餓感、提供能量或作為快速小吃
「噴霧干燥」	指	一種通過熱氣快速干燥將液體或漿料轉化為干粉的過程
「SKU」	指	用於公司存貨管理的庫存單位，乃通過其技術與屬性區別於其他產品類型，反映出一種獨特的產品類型
「溫控烘焙」	指	一種在受控溫度及時間範圍內進行產品烘焙的工藝

技術詞彙表

「天貓」	指	一個企業對消費者的中國第三方電商平台
「VIP.com」	指	一個專門以折扣價提供品牌產品的中國電商平台
「濕法工藝」	指	將生穀物浸泡後進行研磨的過程，以獲得均勻的混合物
「小紅書」	指	一個社交媒體及電商平台，消費者可在其中發佈、發現及分享生活體驗與產品評論

前瞻性陳述

本文件的若干陳述為前瞻性陳述，而基於其性質，該等陳述會受重大風險及不確定因素的影響。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（經常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」、「目的」、「目標」、「追求」、「時間表」、「估測」、「計劃」、「旨在」、「打算」、「認為」、「會」、「繼續」及「展望」等詞彙或短語）的討論的陳述並非歷史事實，而是具有前瞻性，且可能涉及估計及假設，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預料。因此，該等因素或會導致實際結果或成果與前瞻性陳述所表達者大相逕庭。

我們的前瞻性陳述乃以關於未來事件的假設及因素（或會被證明為不準確）為依據。該等假設及因素乃基於我們現時可得的有關我們所經營業務的資料。可能會影響實際結果的風險、不確定因素及其他因素（其中大多不受我們控制）包括但不限於：

- 我們經營所在或擬擴展至的行業及市場的未來發展、趨勢及狀況；
- 我們經營所在國家及地區的當地經濟及政治狀況發生變動及遵守國際法律及法規的情況發生變動；
- 我們成功實施業務計劃及戰略的能力；
- 客戶及消費者的需求及期望的變化；
- 我們控制或降低成本的能力；
- 我們控制風險的能力；
- 我們維持與主要客戶及供應商的關係的能力，以及影響主要客戶及供應商的行動及發展；
- 我們與業務夥伴維持良好關係的能力；
- 我們保護我們的聲譽及品牌形象，以及商標、技術、知識、專利及其他知識產權的能力；
- 我們的財務狀況及表現、債務水平以及資金需求；
- 我們的資本支出計劃；

前瞻性陳述

- 我們可能尋求的各種商機；
- 我們競爭對手的行動及發展；
- 我們捍衛我們的知識產權及保護機密的能力；
- 利率、匯率、股價或其他費率或價格的變動或波動，包括與中國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。

由於實際結果或成果可能與任何前瞻性陳述所表示者大相徑庭，我們強烈建議[編纂]不應過度倚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之日為止，且除上市規則規定外，我們並無責任更新任何前瞻性陳述以反映作出該陳述之日後的事件或情況或反映意外事件的發生。有關我們或任何董事意向的陳述或提述於截至本文件日期作出。任何該等意向可能因未來發展而出現變動。

本文件的所有前瞻性陳述均明確引用本提示聲明。

風險因素

[編纂]本公司股份涉及重大風險。在[編纂]本公司股份之前，您應仔細審閱本文件中的所有信息，包括下文所述的風險和不確定性。以下任何一項風險均可能對本公司的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。在任何此類情況下，本公司股份的[編纂]均可能下跌，您可能會損失您的全部或部分[編纂]。

上述因素均為可能發生也可能不發生的偶發事件，對於任何此類偶發事件發生的可能性，本公司無法發表意見。本文件所載信息自發佈之日起將不再更新，且須受本文件「前瞻性聲明」章節中所載警示性聲明的約束。

我們認為，公司運營中存在某些風險和不確定性，其中部分風險和不確定性超出了我們的可控範圍。我們將這些風險和不確定性歸類如下：(i)與公司的業務和所在行業相關的風險；(ii)與我們經營所在司法權區的業務有關的風險；及(iii)與[編纂]相關的風險。

與公司業務及所在行業相關的風險

我們的成功取決於我們品牌實力的持續增強。如果我們無法維持和提升我們的品牌，我們的業務和經營業績可能會受到不利影響。

我們以自己的品牌「爺爺的農場 (Grandpa's Farm)」銷售產品。我們堅信，品牌建設對公司業務的成功起到了至關重要的作用，而維護並提升品牌價值對於保持和擴大消費者群體至關重要。我們的營銷、設計、研發和產品均以提升「爺爺的農場」品牌知名度為目標。我們通過廣告投放、邀請藝人及KOL參與、跨界品牌合作等營銷舉措，積極塑造品牌形象。推廣與強化品牌形象需依賴我們適應快速變化的媒體環境及消費者信息獲取偏好的能力，包括日益依賴社交媒體及線上廣告投放。如果我們未能持續維護和強化品牌形象並提升品牌價值，則可能錯失積累大規模消費者群體的機遇。此外，我們一直以積極主動的方式推廣品牌與產品，但部分消費者可能在未深入了解公司、品牌及產品的情況下，對我們的品牌和／或產品產生不同認知，甚至產生誤解。若消費者或其他方聲稱我們的營銷方式存在誤導性或其他不當行為，我們可能面臨訴訟或其他法律程序，這將損害品牌形象、削弱已建立的信任與公信力，並對業務造成不利影響。

風險因素

再者，隨著我們業務規模的持續擴大、產品種類的增多以及市場覆蓋範圍的擴展，維持產品的高品質、高吸引力及高性價比可能變得更加困難，且我們無法保證能夠持續保持消費者對我們品牌的信心。若消費者認為或實際體驗到我們產品質量下降，或以任何方式認為我們未能持續提供高質量產品，我們的品牌價值可能受損，從而可能對我們的業務產生重大不利影響。

此外，任何涉及我們產品、股東、管理層、員工、運營、電商平台、重點客戶、經銷商、供應商及其他業務夥伴、所在行業或與我們類似產品的負面報道，無論是否屬實，均可能對消費者對我們品牌的認知產生重大不利影響，並導致我們產品需求下降。

我們認為，我們的商標、品牌名稱以及與產品設計相關的專利等其他知識產權，對本公司業務至關重要。鑒於我們的產品廣受歡迎且品牌在中國嬰童零輔食行業及家庭食品領域具有較高知名度，我們已成為仿冒者的重點目標。我們注意到，市場上已出現試圖造成消費者混淆或分流我們客源的仿冒產品。此外，還有一些公司使用的名稱與我們在中國使用的企業名稱高度相似。若消費者將仿冒產品誤認為我們的產品，我們的品牌形象和聲譽也可能受到損害。若我們無法充分保護這些知識產權，可能會喪失相關權利，導致品牌形象受損，進而削弱我們的競爭地位並影響業務發展。更多信息，請參閱「一 我們可能無法阻止他人未經授權使用我們的知識產權，這可能會損害我們的業務和競爭地位」。

消費者偏好、觀念及消費習慣的變化可能對我們造成不利影響；若未能豐富我們的產品組合或未能使新產品獲得市場認可，則可能對我們的業務造成負面影響。

嬰童零輔食和家庭食品市場以及我們的業績在很大程度上取決於消費者的偏好、收入水平、對我們食品安全及品質認知等因素。若出現涉及我們產品或相關原材料、成分及加工流程的安全質量問題的媒體報道，可能削弱消費者對我們產品的信心。一旦消費者偏好、消費觀念及消費習慣發生任何不利變化，可能引發我們產品消費量的整體下滑。

鑒於我們主要專注於銷售嬰童零輔食以及家庭食品，我們不同類別產品的受歡迎程度及需求預期將影響我們業務的持續成功。消費者對我們嬰童零輔食及家庭食品的

風險因素

偏好可能受到影響，其中包括但不限於以下情況：(i)消費者對我們產品效能的認知發生任何變化；(ii)消費者更傾向於其他品類的營養產品而非我們的產品；或(iii)未來關於我們產品品類的科學研究、發現或宣傳不再積極或不再正面。

我們可能需要通過調整或豐富產品組合，並投入額外資源進行市場營銷和廣告宣傳活動，以使新產品獲得市場認可，從而應對消費者偏好的此類變化。然而，我們無法保證能夠及時或根本無法識別消費者偏好的此類變化並作出響應，也無法保證我們應對此類變化的措施能夠有效。

如果我們未能應對消費者偏好的此類變化，則可能導致產品銷量下降，對定價造成壓力，或導致銷售和促銷費用增加，從而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

與我們的產品相關的產品質量和食品安全問題，或對我們產品安全和質量的擔憂，均可能會對我們的業務和財務表現產生不利影響。

我們維持有效的質量控制系統的能力對我們業務的成功至關重要。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無發生任何重大產品責任索賠或產品召回事件。任何產品缺陷、產品污染及其他產品質量或食品安全問題均可能導致責任索賠、產品召回、我們的聲譽受損或受到監管機構的處罰，所有該等情況均可能對我們的業務及財務表現造成不利影響。

此外，我們可能會面臨實際或被視為未能達到嬰童零輔食所需的嚴格生產標準，或未能達到我們的食品安全標準，原因包括有關我們的OEM製造商、原材料及包裝材料供應商所產生的產品缺陷或生產缺陷的指控，即使某些問題並非我們的首要過失。該等問題可能會造成嚴重干擾，包括代價高昂的生產延誤、產品召回、市場撤回及負面宣傳。此舉亦可能導致庫存銷毀、因產品無法供應而導致銷售損失、監管機構罰款，以及高於預期的退貨率。我們亦可能需要就因產品缺陷或生產缺陷而產生的損失，與我們的OEM製造商、原材料及包裝材料供應商、客戶及消費者進行磋商或訴訟。該等法律程序可能會產生龐大的成本，進一步影響我們的聲譽、業務及財務表現。即使我們在任何相關訴訟中勝訴，我們亦可能難以執行法院授予的判決及補救措施。此外，該等補救措施可能不足以彌補我們的實際或預期損失（無論是有形或無形）。任何該等事件均可能損害與我們品牌相關的商譽，這可能對我們的業務、聲譽及長期財務表現造成不利影響。

風險因素

我們遵守不同司法管轄區不斷變化的食品標籤、有機認證及廣告法規，可能需要更改我們的產品供應、包裝或推廣慣例，而任何未能合規的情況均可能對我們的品牌、業務及經營業績造成不利影響。

我們透過包裝、標籤及宣傳材料（包括廣告標語以及線上及線下營銷材料）列報有關我們產品的資料，該等資料均受我們營運所在的司法管轄區的廣泛且不斷變化的監管規定（尤其是適用於食品、有機食品及嬰童食品的監管規定）所規限。我們在各產品線探索有機選項。截至2025年9月30日，我們在中國銷售87個SKU標示為「有機」的產品，其中部分已在多個司法管轄區（包括中國及相關國家和地區）獲得有機認證。作為「有機」產品營銷的食品須遵守原產國及銷售國的適用有機標準及認證規定，該等標準及規定因司法管轄區而異並可能會發生變動。未能維持現有認證、及時獲得續期或遵守經修訂標準或監管詮釋，可能要求我們修改產品供應、包裝或標籤，或撤回有關若干產品的有機聲稱，此舉可能對消費者觀感及我們的品牌造成不利影響。

我們的食品亦須遵守強制性食品標籤規定，包括披露規定的產品資料，如成份、生產地、保質期、生產許可證及警示聲明。在中國，監管當局已透過發佈新規加強對食品標籤的監管，包括於2025年3月發佈並計劃於2027年3月生效的《食品標識監督管理辦法》，這可能要求更新我們現有的包裝、標籤設計及相關宣傳材料。由於新規定尚未生效，我們無法保證對相關要求的解讀與監管機構完全一致，亦無法保證對變更的實施方式是否恰當。於各情況下，我們可能面臨整改令、罰款、產品召回、暫停銷售或其他監管行動。有關進一步詳情，請參閱「監管概覽－有關我們產品的法規－食品標籤管理」。

此外，監管當局及行業機構對與食品（尤其是面向嬰幼兒的食品）有關的廣告及宣傳活動保持高度審查。倘我們的宣傳材料或廣告活動中的任何陳述（包括有關有機屬性、原產地或其他產品特徵的陳述）被視為誤導、誇大或在其他方面不符合適用法律及法規，我們可能面臨監管處罰、負面宣傳及聲譽受損，這可能對我們的業務營運、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

風險因素

倘我們未能向消費者提供高質量產品，我們的業務、聲譽、經營業績和財務狀況將受到重大不利影響。

在爺爺的農場，我們始終堅持用真材料、少添加、有營養的原則，致力於提供高品質的健康食品。提供高質量產品對我們業務的成功至關重要。為確保我們持續向消費者提供高質量產品，在將該等供應商納入我們的供應商體系之前，我們評估潛在OEM製造商及原材料供應商的質量控制資質。我們的質量控制團隊參與產品開發的全過程，從產品設計、原材料選擇、產品製造，直至最終的多層質量檢驗。我們已實施多級質量控制措施，但無法向您保證我們的產品未來不會出現任何質量問題。任何產品質量問題均可能引發索賠、訴訟、罰款、處罰和負面輿情，並使消費者對我們的產品失去信心，進而將對我們的業務、聲譽、經營業績和財務狀況產生重大不利影響。有關詳情，另請參閱「一如發生產品責任問題、召回或人身傷害事件，可能損害本公司的聲譽和品牌形象，進而可能對本公司的業務、聲譽、經營業績和財務狀況造成重大不利影響」。

倘我們在中國市場無法與其他國內外競爭對手進行有效競爭，可能會對我們的經營業績產生不利影響。

根據弗若斯特沙利文的資料，我們所處的行業競爭激烈。根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，我們以約人民幣1,500.0百萬元的嬰童零輔食品類GMV排名行業第二，而市場佔有率僅約3.3%。同份報告指出，嬰童零輔食的前五大市場參與者合計僅佔總市場份額的14.2%。隨著公司戰略性地擴張至更廣闊的家庭食品賽道，我們正面臨更廣闊且更具競爭性的市場環境，產品種類也更為豐富多樣。

以下因素可能會影響我們的整體競爭力：

- 中國市場的其他國際及國內參與者的品牌知名度、產品質量保證及需求可能會對我們的銷量、市場份額、利潤率及財務業績產生不利影響。
- 我們的部分競爭對手可能擁有更雄厚的財務、技術及營銷資源，其品牌知名度更成熟、經營歷史更長久及消費者基礎更龐大。
- 我們在定價方面亦可能面臨來自現有競爭對手或新進入者的競爭，這可能導致價格下調或利潤率下降，進而對我們的盈利能力造成不利影響。

風險因素

- 為保持競爭力，我們可能須在品牌推廣及知名度、產品組合、採購、供應鏈管理、產品質量、經銷渠道以及銷售及營銷職能方面進行超出預期的投資，而相關成本可能會對我們的財務狀況及經營業績造成負面影響。

我們的成功取決於我們的產品持續受歡迎程度、我們持續的創新能力以及新產品的成功研發及推出，還有我們對消費者偏好變化的預判和及時響應能力。

我們運營的成功取決於能否持續提供對消費者具有吸引力的優質產品。我們已開展或計劃開展業務的各個區域之間及內部消費者的偏好存在差異，並可能隨著年齡、人口與社會趨勢、經濟環境及競爭對手營銷策略的變化而隨時間推移而改變。我們必須及時掌握新興的消費者偏好，並預測能吸引現有及潛在消費者的產品趨勢。我們的產品會頻繁更新以滿足消費者不斷變化的需求和偏好。於往績記錄期間，為滿足不斷變化的消費者需求和激烈的市場競爭，我們的SKU從截至2023年12月31日的158個增加到截至2024年12月31日的179個，並進一步增加到截至2025年9月30日的269個。我們無法保證現有產品將繼續受消費者青睞，亦無法保證我們能及時預測或響應消費者偏好的變化。若未能預測、識別或應對特定的消費者偏好，可能對我們的銷售表現及盈利能力造成不利影響。

我們持續投入研發，旨在開發新產品與技術，並改進現有生產工藝與技術，以維持市場競爭力並支持業務的進一步拓展。此類研發工作或將產生巨額開支，且我們在這些領域的投入在短期內可能無法達到預期成效。於2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的研發開支分別為人民幣17.7百萬元、人民幣28.3百萬元、人民幣22.5百萬元及人民幣17.2百萬元。然而，我們現有及未來的研發活動可能無法取得成功，或我們的新技术或產品可能不被消費者青睞。隨著市場趨勢、消費者品味、偏好及消費習慣的演變，我們無法保證我們在研發方面的投資總能產生預期結果，甚至可能毫無結果。我們也無法向您保證我們的技術合作未來會繼續成功，或能否持續。如果我們未能取得預期結果或未能保持成功的合作，這可能會對我們的業務和財務表現產生不利影響。

風險因素

如果我們無法維持產品價格的競爭力，我們的業務和經營業績將受到重大不利影響。

我們的定價決策受多種因素影響，包括但不限於採購及生產成本、主要市場參與者的可比產品定價、銷售及市場推廣開支、品牌定位及競爭動態，以及物流及其他雜項成本。然而，我們在維持當前價格水平方面可能面臨諸多挑戰。例如，在與供應商談判條款時，我們可能缺乏足夠的議價能力，無法以優惠價格採購製成品、關鍵原材料、包裝材料及服務。此外，產品所需的關鍵原材料和包裝材料的供應情況及價格可能受到市場整體狀況的影響，包括特定時期內此類材料的需求增加或供應減少、天氣條件以及自然災害的發生等，而這些因素中有許多是我們無法控制的。因此，為實現盈利，我們可能不得不將產品定價高於預期水平。由於競爭環境或其他原因，我們可能無法應對關鍵原材料和包裝材料的價格上漲，也無法將此類成本上漲轉嫁給客戶。即便我們能夠按預期定價，利潤空間(如有)也可能低於我們的預期。產品價格上漲還可能導致我們的銷量下滑，更重要的是，會損害我們的品牌定位和形象，降低我們對消費者的吸引力以及在市場上的競爭力，進而對我們的整體盈利能力、業務、財務狀況或經營業績產生不利影響。

我們的成功和業務運營在很大程度上取決於我們的高級管理團隊以及我們吸引和留住人才的能力。我們的高級管理團隊負責本集團的整體業務發展。

我們的成功取決於高級管理團隊的持續服務，彼等在我們的運營中發揮着至關重要的作用。其經驗詳情載於本文件「董事及高級管理層」一節。如果我們的一名或多名高級管理團隊成員或其他關鍵員工無法或不願繼續為公司提供服務或不願留任現有職位，我們可能無法及時或根本無法找到合適替代人選，這可能會嚴重擾亂公司的業務，並對我們的經營業績和未來前景造成不利影響。此外，我們的成功還取決於能否吸引並留住具備必要經驗和專業技能的人才。然而，中國的人才競爭異常激烈。如果我們無法招聘並留住運營所需員工，我們的擴張能力可能會受到限制，進而可能降低我們的盈利能力並制約公司發展。這種人才競爭也可能推高我們的人員成本，進而增加我們的運營成本。在這種情況下，公司的業務、財務狀況和經營業績可能會受到重大不利影響。

風險因素

倘若我們的OEM製造商或其他供應商未能以商業上可接受的價格，生產出符合我們規格要求且產量充足、質量達標的產品或服務，則相關產品的銷量及利潤率可能會受到不利影響。

我們委託OEM製造商進行產品生產，因為主要透過OEM模式外包我們的產品生產。由於對生產過程的控制力度較弱，我們可能面臨相關產品產量不足或質量不達標的風險。此外，OEM製造商可能未能持有生產我們產品所需的必要牌照、許可證和認證；未能按時履行產品製造與交付義務；或未能遵守我們的質量控制要求。OEM製造商為第三方生產的產品若出現質量問題，也可能被歸咎於其為我們生產的產品，進而對我們的聲譽造成不利影響。

我們依賴OEM製造商及其他供應商提供所需的製成品、關鍵原材料、包裝材料及相關服務，且我們通常與其簽訂框架協議，期限從一年到兩年不等。於往績記錄期間，我們通常未與關鍵原材料和包裝材料供應商及服務提供商簽訂長期採購協議，而是採取按訂單採購的模式。因此，供應商提供的關鍵原材料、包裝材料及服務的價格可能會隨供應商的決定而上漲。若出現價格上漲而我們無法將增加的成本轉嫁給客戶，我們的盈利能力、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。此外，我們無法保證若出現供應中斷或減少情況時，能及時或根本無法找到質量相當且價格條款可接受的替代供應商。任何關鍵原材料、包裝材料及／或服務的採購或交付延遲、或存在缺陷，均可能對我們的業務運營造成不利影響，從而導致向消費者延遲交付產品，引發消費者對本集團及產品失去信心，進而對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

出生率下降可能對我們的業務造成重大不利影響。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國0至6歲嬰童數量從2020年約110.4百萬降至2024年約80.7百萬。伴隨該變化，出生率亦從2020年的約8.5%降至2024年的約6.8%。儘管允許夫婦生育最多三名子女的政策可能支持中國生育率，但不太可能大幅改變低出生率的趨勢。預計0至6歲嬰童人數將持續下降，至2029年將降至約6,090萬人，期間複合年增長率為負5.5%。

作為中國嬰童零輔食行業的自有品牌擁有者，中國出生率的持續下降可能會減少我們的潛在消費者數量。如果我們無法有效緩解出生率下降對我們消費者基礎規模的負面影響，這可能進而導致我們的收入減少，那麼本集團的運營及財務表現可能受到重大不利影響。

風險因素

如果我們未能有效開展營銷活動，我們的經營業績和財務狀況可能會受到重大不利影響。

我們為提升品牌知名度及產品銷量投入了多樣化的營銷推廣費用。例如，我們2021年起聘請品牌大使進行品牌推廣。截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月期間，我們的銷售及分銷費用分別為約人民幣201.3百萬元、人民幣306.0百萬元、人民幣212.0百萬元及人民幣283.0百萬元，分別佔各相應年度／期間總收入的32.3%、35.0%、33.5%及36.3%。該等費用主要包括電商平台服務費及推廣費、線下經銷商推廣費以及品牌廣告費。然而，我們無法保證品牌推廣活動能獲得消費者認可並達成預期銷售目標。在極端情況下，通過藝人代言進行的營銷活動可能對我們的品牌形象產生重大不利影響。例如，若我們的藝人代言人出現任何不當行為，或直接或間接捲入任何負面新聞，均可能導致公眾對我們的品牌產生負面看法，進而損害我們的聲譽、業務及經營業績。詳情請參閱「一任何關於我們所聘請用於營銷我們產品或品牌的KOL及藝人的負面宣傳，均可能對我們的銷售和聲譽造成重大不利影響。此外，我們持續以積極方式推廣品牌及產品，部分消費者在深入了解公司前可能對我們的品牌及產品產生認知偏差。若消費者或其他方聲稱我們的營銷方式具有誤導性或其他不當之處，我們可能面臨訴訟或其他法律程序，這將對我們的品牌形象造成負面影響，削弱我們已建立的信任與信譽，並對我們的業務產生不利影響。中國消費品市場的營銷方式與工具不斷演變，這進一步要求我們優化現有營銷方式，並嘗試新的營銷方法，以跟上行業發展和消費者偏好的變化。若我們未能以經濟高效的方式改進現有營銷方式或引入新的營銷方式，可能導致我們的市場份額下降、收入減少，並對盈利能力產生負面影響。

我們的業務運營在很大程度上依賴在電商平台進行產品銷售與分銷。

我們的業務運營主要依賴包括天貓、京東和抖音等知名電商平台銷售產品。如果(i)我們與此類電子商務公司及／或線上購物平台的關係惡化、維護成本增加或被終止；(ii)此類電子商務公司及／或線上購物平台的運營或服務中斷；(iii)此類電子商務公司及／或線上購物平台未能向其用戶提供滿意的服務和體驗，或未能留住現有用戶或吸引新用戶；(iv)我們未能激勵此類電子商務公司及／或線上購物平台為我們的網店引流或促進我們產品的銷售；或(v)此類電子商務公司及／或電子商務公司及／或

風險因素

線上購物平台以其他方式限制或抑制我們在其平台上銷售產品的能力，那麼我們通過此類銷售渠道有效銷售產品的能力以及我們的業務、財務狀況和經營業績可能受到重大不利影響。此外，儘管這些電子商務公司及／或線上購物平台在中國佔據領先地位且擁有可觀的市場份額，但我們無法保證它們將繼續在中國電子商務行業中保持受歡迎度和影響力。倘此類電子商務公司及／或線上購物平台遭遇負面評價，或公眾認為／指控（無論是否屬實）其存在銷售假冒或劣質產品的情況，均可能導致消費者不願訪問此類電子商務公司及／或線上購物平台，進而造成此類電子商務公司及／或線上購物平台及我們網店的流量下降，這將對我們的業務、財務狀況及經營業績產生不利影響。

此外，此類電子商務公司及／或線上購物平台通常有權自行決定暫停甚至終止其平台上的賣家賬戶。如果彼等行使此等酌情權刪除我們店鋪網頁的內容、下架我們的產品、暫停甚至終止我們在其平台上的賬戶，這將對我們的銷售業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

若上述任何情況發生，我們無法向您保證能夠及時（或根本無法）以相近或更優惠的條件，找到用戶數量相當、網站流量水平相似的替代性在線購物平台。

我們通過分銷銷售獲得了可觀的收入，並依賴分銷網絡及其他銷售渠道來推廣和銷售產品。

我們依賴分銷網絡確保產品順利送達消費者手中。截至2025年9月30日，我們龐大的分銷網絡已覆蓋主要電商平台，12個重點客戶以及342家經銷商。於2023年、2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月期間，我們通過經銷渠道實現的銷售額分別達人民幣365.2百萬元、人民幣504.9百萬元、人民幣371.8百萬元及人民幣451.5百萬元，分別佔相應年度／期間總收入的58.7%、57.7%、58.7%及57.9%。

我們的成功有賴於對分銷網絡的有效管理和協調。如果我們的經銷商未能有效營銷和銷售我們的產品，我們的市場聲譽和業務增長能力可能會受到不利影響。此外，我們可能無法成功管理經銷商的銷售活動，也可能無法發現或阻止任何經銷商違反我們和／或現有分銷協議條款的行為。根據分銷協議的條款，我們會為每個經銷商指定分銷區域和／或渠道，並與經銷商保持有效溝通，以避免市場蠶食。然而，我們可能

風險因素

無法始終有效管理和控制經銷商的銷售活動。如果任何經銷商違反我們的分銷協議條款，例如未經授權擅自擴大其銷售區域和／或渠道，在執行我們的銷售管理政策方面配合不足，或者某些經銷商經營或財務能力出現下降，可能對我們與其他經銷商的關係造成負面影響。

此外，我們需要有效拓展分銷和銷售網絡，以促進業務的穩定和持續增長。任何未能有效管理和維護現有分銷網絡，或未能成功擴展我們的分銷網絡及其他銷售渠道，都可能對本公司的業務和財務表現產生不利影響。我們擴大分銷覆蓋範圍的能力亦受相關監管要求、競爭格局變化以及消費者品味、偏好和消費習慣的影響。未能有效應對此類變化，可能對本公司的業務和前景造成不利影響。

於往績記錄期間，我們部分經銷商可能通過子經銷商覆蓋其自身無法直接觸達的指定經銷區域內的市場。我們通常不與這些子經銷商建立直接合約關係，這限制了我們強制要求其遵守銷售政策、質量標準及定價策略的能力。我們無法保證子經銷商將持續遵守我們與經銷商簽訂的協議條款或銷售政策，亦無法保證其避免相互競爭。具體而言，我們面臨有關未經授權折扣、於指定區域以外銷售或濫用我們品牌標識的風險，其中任何一項均可能擾亂渠道秩序及消費者信任。若任何子經銷商未能遵守協議、銷售政策或履行對其客戶的義務，可能對本公司的產品需求產生負面影響，進而本公司的業務及經營業績造成重大不利影響。有關此因素的相關資料，詳情亦請參閱「業務－銷售與營銷」。

我們所採取的措施可能無法完全避免渠道囤積及不同經銷渠道之間相互蠶食的情況發生。

我們在中國建立了多元化的全渠道銷售網絡，涵蓋直銷與經銷渠道。我們的直銷渠道主要包括通過電商平台銷售產品。除直銷渠道外，我們還向電商平台、重點客戶及經銷商銷售我們的產品。我們已實施一系列措施，旨在避免不同經銷渠道之間出現渠道囤積及蠶食。例如，根據分銷協議，我們的區域經銷商僅限於在其各自指定的銷售區域內分銷產品，並通常禁止在線銷售和分銷我們的產品。然而，我們無法保證區域經銷商會持續遵守我們的措施，亦無法保證我們的措施能夠完全杜絕不同經銷渠道之間發生渠道囤積及蠶食的情況。我們若未能有效防止渠道囤積和蠶食的情況，可能會對我們的銷售以及產品觸達終端消費者的範圍造成重大不利影響，進而對我們的財務狀況和經營業績造成重大不利影響。

風險因素

關於本公司或同行的負面輿論，無論其準確與否，均可能對我們的業務、品牌形象或聲譽產生重大不利影響。

我們的聲譽與品牌易受多種難以或無法控制的威脅影響。任何針對本公司產品品質、商業行為誠信度、法律合規性、財務狀況或發展前景的惡意或負面輿論，無論是否屬實，均可能嚴重損害我們的業務、財務狀況、經營成果及發展前景。此外，食品行業的負面動態，如針對同業的監管行動或出台限制食品供應的新法律法規，均可能導致整體行業遭受負面評價，進而削弱我們已建立的品牌認知。同時，我們可能面臨針對性的損害行為，包括向監管機構匿名或具名投訴我司運營、財務、收入及合規等方面的問題。再者，我們員工或行業內任何參與者實際存在或被認定的違法行為、不當行為或不良表現，均可能損害消費者對整個行業的觀感，並對我們的業務和經營成果造成不利影響。針對我司的指控亦可能被任何個人或實體在互聯網上公開或匿名發佈。應對這些指控可能耗費大量時間、分散管理層注意力，且我們無法保證能在合理時間內或最終完全駁斥每一項指控。關於本公司或行業的指控或惡意言論若在公眾中傳播，亦可能對我們的聲譽造成負面影響，進而可能嚴重損害我們的股價。

除了傳統媒體，中國社交媒體平台及類似媒介的使用日益普遍，這為個人提供了接觸廣大消費者及相關群體的渠道。即時通訊應用和社交媒體平台上的信息傳播幾乎即時完成，且往往不為我們提供澄清或糾正的機會。這類平台傳播的信息（包括不實信息）的範圍看似無限，且極易擴散。涉及本公司、股東、關聯方、董事、高級管理人員及其他員工的信息隨時可能在上述平台發佈。此類負面輿論或不實信息所帶來的風險無法被完全消除或緩解，並可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及發展前景造成實質性損害。

任何涉及我們的經銷商、供應商及其他服務提供商，或嬰童零輔食及家庭食品行業的負面報道，均可能對我們的業務及財務表現造成不利影響。

任何針對我們的經銷商和原材料供應商的索賠，即使是虛假或毫無根據的，也可能導致消費者選擇替代產品。負面公眾輿論、研究或指控，無論是否有事實依據，只要涉及我們原材料的健康影響，都可能導致消費者對我們產品的認知發生不利轉變，

風險因素

進而可能降低我們產品的市場需求並削弱我們的市場吸引力。若我們、我們的經銷商、供應商、物流服務提供商或消費者未能保持產品質量，或被認定存在有違道德、不合法或缺乏社會責任感的行為，我們的產品需求亦可能顯著下滑。

中國嬰童零輔食及家庭食品行業中，凡涉及產品質量或安全疑慮事件（包括與競爭對手相關的事件），均曾並可能引發媒體廣泛關注。此類事件不僅可能損害相關方的聲譽，也會波及整個中國嬰童零輔食行業及家庭食品行業的整體聲譽。過去，中國消費者對本土品牌的信心曾因一系列母嬰產品醜聞而動搖。即便相關事件與本集團、管理層、員工、供應商或其業務夥伴毫無關聯，負面輿論仍可能間接動搖消費者對我們產品的信心，進而損害公司聲譽與業務運營。

我們的經營歷史有限，這使我們難以評估當前業務及預測未來前景。

我們於2018年推出了首款嬰童輔食產品。我們的收入由2023年的人民幣622.4百萬元增長40.6%至2024年的人民幣875.3百萬元，並由截至2024年9月30日止九個月的人民幣633.2百萬元增長23.2%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣779.8百萬元。我們同期的毛利分別為人民幣345.1百萬元、人民幣514.4百萬元、人民幣365.9百萬元及人民幣446.6百萬元，毛利率分別為55.5%、58.8%、57.8%及57.3%。概不保證我們將能夠維持我們的產品銷售額及歷史增長率，或於未來實現更高的增長率。我們在實現未來計劃方面面臨多項風險，例如：

- 實施我們的業務計劃及策略；
- 將更多渠道整合到我們的全方位銷售網絡中；
- 維持與主要客戶及供應商的關係；
- 加強產品創新及自主生產；
- 招募及留住合適且專業的僱員；
- 實施及提升我們的內部控制系統及其他系統或流程；及
- 把握新的市場機遇並預見可能出現的挑戰。

風險因素

若出現無法控制的因素，如消費者支出減少、競爭加劇、中國嬰童零輔食行業或家庭食品行業下行，或監管環境或整體經濟環境發生變化，我們的收入增長可能會放緩，收入及毛利可能會受到負面影響。

我們面臨與第三方支付安排相關的多種風險。

於往績記錄期間，我們部分經銷商通過不屬於相應銷售和採購協議下的合約對手方的賬戶向我們結算款項。於往績記錄期間，截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，根據第三方支付安排的結算金額分別為人民幣30.8百萬元、人民幣16.2百萬元及人民幣0.8百萬元。截至最後實際可行日期，我們力爭糾正所有第三方支付安排。於往績記錄期間，我們面臨與這些第三方支付安排相關的各種風險，包括：(i)非合約債務人的第三方付款方可能試圖向我們追討資金；(ii)因對第三方付款方資金來源及用途了解有限而產生的潛在風險；以及(iii)第三方付款方清算人可能提出的索賠。如果第三方付款方、債權人或清算人提出任何索賠，或針對我們發起或提起任何有關第三方支付的法律訴訟，我們可能需要調撥額外的財務及管理資源以應對這些索賠或法律訴訟，這可能會對我們的業務及財務表現產生不利影響。

任何關於我們所聘請用於營銷我們產品或品牌的KOL及藝人的負面宣傳，均可能對我們的銷售和聲譽造成重大不利影響。

隨著中國互聯網普及率的持續提升，我們日益增多地與KOL及藝人開展品牌營銷合作。鑒於社交媒體平台及KOL人氣的波動性，我們將繼續推行該營銷策略並深化與KOL及行業專家的合作，特別是健康、育兒及營養領域的合作，且計劃將[編纂][編纂]淨額的一部分用於聘請KOL及投放在社交媒體平台進行品牌與產品營銷推廣。詳情見本文件「未來計劃及[編纂]用途」章節。儘管KOL及藝人的代言有助於提升品牌知名度並促進產品銷售，我們無法保證能持續維持與相關合作方的合作關係。相關合作方可能終止與我們的合作，即使繼續合作，我們亦無法保證其代言內容能始終與品牌及產品理念保持契合。此外，我們不能保證任何合作的KOL或藝人能維持其人氣或公眾形象始終積極正面。與我們合作的KOL和藝人的聲譽對我們的品牌形象至關重要，因為

風險因素

消費者可能會將這些KOL和藝人的表現與我們的品牌形象關聯。若任何合作的KOL或藝人出現負面輿情，包括但不限於不當言論、有違道德的行為、違反相關法律法規或被禁止開展營銷活動，該類不受我們控制的事件可能對我們的聲譽及品牌形象造成不利影響，進而削弱我們吸引新客戶和維繫現有客戶的能力。

我們無法保證，如果發生類似事件，我們的業務、財務狀況和經營業績將不會受到影響。倘若我們未能及時找到合適的替代KOL或藝人，我們的營銷工作可能會中斷，或者我們可能需要承擔額外成本，因為我們可能需要更多時間來物色新的KOL和藝人以支持我們的營銷活動。我們還可能就賠償問題對這些KOL或藝人提起索賠、爭議或法律訴訟，這可能會分散管理層的注意力並消耗我們大量的財務資源。如果發生任何上述情況，我們的業務、財務狀況和經營業績可能受到重大不利影響。

我們可能面臨已售存貨成本波動。

於往績記錄期間，我們已售存貨成本是銷售成本的重要組成部分，該等存貨主要包括製成品、原材料、消耗品及包裝材料。截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的已售存貨成本分別約為人民幣253.1百萬元、人民幣329.3百萬元、人民幣244.3百萬元及人民幣302.1百萬元，分別佔我們總銷售成本的91.3%、91.2%、91.4%及90.7%。

存貨成本可能會因我們無法控制的因素影響而出現波動，這些因素包括主要原材料的可獲得性和供應、成本通脹、經濟和市場狀況以及OEM製造商和原材料供應商商業計劃和營銷策略的變化。我們無法向閣下保證已售存貨成本在未來不會出現波動。若此類成本上升，而我們無法將額外成本轉嫁給客戶，將直接影響我們的收入和利潤率，進而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

倘我們與廣州盛成集團的業務關係終止或發生其他變動，我們的業務營運及財務表現可能會受到不利影響。

我們與廣州盛成及其全資附屬公司（統稱「廣州盛成集團」）、廣州樹懶熊、吉安市盛成傳媒有限公司（「吉安盛成」）及廣州盛勤在我們業務營運的各個方面存在業務關係。例如，於往績記錄期間，我們向廣州盛成集團採購電商平台服務、廣告服務及KOL推廣服務。我們計劃[編纂]後繼續與廣州盛成集團進行該等交易。有關進一步詳情，請參閱「財務資料－重大關聯方交易」及「持續關連交易」。

風險因素

本集團及廣州盛成集團目前由楊先生最終控制。概不保證廣州盛成集團的業務利益將與我們的業務利益一致，或我們與廣州盛成集團的業務關係不會終止或惡化。倘廣州盛成集團決定日後不繼續與本集團進行上述交易，我們可能需要尋找替代供應商，這可能耗時長、成本高並對我們的業務營運造成干擾，在此情況下，我們的業務營運及財務表現可能會受到不利影響。

我們面臨與產品倉儲和運輸相關的若干風險。

在向客戶提供產品之前，無論是生產還是交付環節，我們將其存放在中國租賃或委託物流服務商的倉庫中。如果發生火災等任何事故，導致我們的成品、原材料或倉庫受損，我們按時向客戶供應產品的能力以及我們的市場聲譽、財務狀況、經營業績或業務可能受到重大不利影響。我們通常將面向經銷商和在線消費者的產品交付外包給第三方物流和運輸公司。依賴這些第三方增加了我們可能無法按時交付成品的風險。如果發生超出我們控制範圍的不可預見事件，例如成品處理不當和損壞、運輸瓶頸及／或勞工罷工，此類物流服務可能會暫停，從而中斷我們產品的供應。這些問題中的任何一個單獨發生或同時發生，都可能對我們的財務狀況、經營業績或業務產生重大不利影響。

倘若我們的第三方服務提供商履行其承諾和責任未能令人滿意，我們的業務和財務表現可能會受到不利影響。

在開展業務過程中，我們依賴第三方提供的若干服務來支持我們運營的各個方面，例如電商平台服務提供商、倉儲和物流服務提供商、研發服務提供商、產品檢測服務提供商及營銷活動服務提供商。這些第三方面臨着與我們類似的風險，例如業務中斷、系統故障和人為錯誤、與網絡安全和數據保護相關的風險，以及其自身的法律、法規和市場風險。我們的第三方服務提供商可能無法及時並根據與我們商定的條款或適用的法律法規履行其各自的承諾和責任。

此外，我們可能無法控制我們的第三方服務提供商的業務運營或其管治和合規系統、業務實踐以及運營程序。如果我們無法有效管理與第三方服務提供商的關係，或者如果我們的第三方服務提供商因任何原因履行其承諾和責任未能令人滿意，我們的業務、經營業績和財務狀況將受到不利影響。我們無法保證能夠以可接受的條款繼續

風險因素

或拓展與當前第三方服務提供商的關係，也無法保證能夠與新的第三方服務提供商建立關係，以確保這些服務能夠準確、及時且以具成本效益的方式交付。當與第三方服務提供商的現有合約到期時，我們可能無法以對我們有利的條款續簽，或無法及時找到合適的替代者，這可能對我們的業務和財務表現產生不利影響。

產能利用率不足可能對我們的財務表現和運營穩定性造成不利影響。

由於生產歷史較短，我們難以評估我們的生產能力和生產計劃，進而難以預測我們未來的產能利用率。若因季節性需求波動、消費者偏好轉變、影響原材料供應的供應鏈中斷、市場滲透率不及預期或競爭加劇等原因，我們位於中國廣州市增城的新工廠未能實現或維持足夠的產能利用水平，則包括折舊、能源、人工及設備維護費用在內的固定運營成本將分攤至更少的產品上。這將導致單位生產成本上升、毛利率收窄及整體盈利能力下降。在食品行業，保質期、原料易腐性及一致的質控至關重要，因此長期的低利用率可能導致批量生產效率低下、浪費率提高以及庫存持有成本增加。此外，利用率不足可能會限制我們優化生產計劃的能力，阻礙對自動化及技術升級的投資，最終削弱我們的競爭地位。嚴重情況下，持續的低利用率可能觸發對生產設備及設施的資產減值評估，從而產生非現金支出，進一步使我們報告的財務狀況惡化，並限制我們為增長計劃融資或把握市場機遇的能力。

生產能力不足或公用服務供應短缺可能阻礙我們滿足消費者需求的能力。

截至最後實際可行日期，我們在中國廣州市增城建有一座工廠，自2025年10月起開始投產。我們無法向閣下保證，我們的增城工廠將能夠滿足我們任何特定產品的生產預期或需求，特別是在未來生產設施的生產活動出現中斷（尤其是在我們部分或全部產品需求激增的時期）的情況下。在此情況下，本公司的業務、財務狀況和經營業績可能受到重大不利影響。未來，隨著業務增長，我們可能需要通過多種措施擴大生產能力，包括擴建現有工廠。我們無法向閣下保證新廠房能按期建成，亦無法保證生產能力能成功擴大。未能擴大生產能力可能阻礙我們滿足消費者需求的能力和增長

風險因素

前景。此外，若未來市場需求下降，我們可能無法收回因擴大生產能力及維護擴建產能所產生的成本。擴建計劃的延遲或取消也可能使我們與各交易對手方（包括總承包商和分包商、設備供應商以及相關政府部門）產生糾紛。因此，本公司的業務、財務狀況、經營業績及前景均可能受到重大不利影響。

此外，我們的生產和運營依賴於電力、水、天然氣等公用服務的持續充足供應。電力、水或天然氣供應的任何中斷均可能導致我們生產停滯，並可能造成產品損失，這繼而可能削弱我們滿足銷售訂單的能力，對本公司的業務運營產生負面影響。任何機械故障甚至機械維護均可能擾亂本公司的生產流程，並導致額外的維修或更換成本。我們無法保證始終能夠保持生產的有效運營。任何此類中斷均可能對本公司的業務和財務表現產生不利影響。停工、火災、地震、自然災害、流行病、極端天氣條件、不可抗力或其他發生在我們工廠內或附近的災害等事件，均可能嚴重擾亂我們的運營。未能採取充分措施以減輕這些不可預見事件造成的影響，或未能有效應對此類事件，均可能損害本公司的業務、財務穩定性和運營業績。

我們可能無法成功實施全部或任何擴張計劃。

作為我們業務戰略的一部分，我們計劃開發更多核心產品線，觸達多元化消費群體，並提高產品曝光度及市場滲透率。我們亦計劃持續擴大現有生產設施，並通過升級現有設備和設施、租賃新設施以及改進生產工藝來優化生產能力。進一步詳情請參閱本文件「業務－我們的戰略」一節。我們預計將持續努力升級設施和生產基地。如果這些升級計劃未能成功實施，可能會對我們的業務增長產生不利影響。我們位於中國廣州市增城的新工廠於2025年10月方開始生產，概不保證我們的生產擴張計劃會成功。若干因素可能延遲我們的擴張計劃並增加我們的成本，包括：(i) 未能及時從相關政府部門獲得監管批准、許可證或牌照；(ii) 建築材料和生產設備的短缺、延遲交付或價格上漲，以及影響施工進度的其他各種因素，導致生產基地的建設延遲；以及(iii) 因市場狀況變化而需要進行技術變革、產能擴張或我們新工廠計劃的其他調整。如果未來市場需求下降，或升級計劃未能產生預期的投資回報，我們的財務狀況可能會受到不利影響。

無法保證我們所有或任何業務戰略和擴張計劃均能成功實施。我們的業務戰略和擴張計劃是基於多項假設和預測制定的，我們可能因各種原因無法成功執行擴張計劃。如果我們在實施業務戰略和擴張計劃時遇到困難，我們的增長前景可能會受到限制，這進而可能對我們的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

風險因素

如發生產品責任問題、召回或人身傷害事件，可能損害本公司的聲譽和品牌形象，進而可能對本公司的業務、聲譽、經營業績和財務狀況造成重大不利影響。

本公司的產品可能遭受污染、產品篡改、貼錯標籤、召回或其他損壞風險，亦可能導致人身傷害。對於本公司銷售的任何產品，均可能有人向本公司提出產品責任或人身傷害索賠。針對本公司的成功產品責任索賠可能要求本公司支付巨額賠償金。目前，中國法律並未強制要求我們必須在中國投保產品責任險。截至最後實際可行日期，我們未就於中國境內銷售的產品購買任何產品責任保險。而本公司其他保單項下的賠償限額以及本公司可獲得的賠償金額可能不足以使本公司免受此類索賠的影響。未來，本公司也可能無法以可接受的條款針對此類索賠繼續投保。此外，本公司與OEM製造商或原材料供應商簽訂的協議可能不會要求我們的供應商在我方銀行賬戶中存入一定金額的資金，以確保其遵守與本公司的協議約並賠償就因產品缺陷可能給我們造成的損失。儘管在特定情況下我們仍可向該等供應商尋求賠償或分攤損失，但我們無法向閣下保證能及時或全額獲得相關賠償。

與其他食品業務一樣，我們的業務也易受食源性疾病的影響。我們無法向您保證，我們的質量控制措施能夠有效預防因產品問題或產品污染而引發的所有疾病或病症。此外，由於我們依賴第三方OEM製造商，食源性疾病事件可能由我們無法控制的製造商引發。未來可能會出現新型疾病，或出現潛伏期較長的疾病，從而可能引發追溯性索賠或指控。媒體關於我們產品或其任何主要成分引發食源性疾病或健康威脅的報道，可能會對我們的銷售額造成嚴重不利影響，並對我們的經營業績產生重大負面影響。即便後續查明該疾病或健康威脅實際上並非由我們的產品所致，這種風險依然存在。

此外，近年來，中國政府及媒體日益關注消費者保護。我們的產品可能存在設計、製造缺陷或質量問題，或對消費者健康造成損害和不利影響。我們銷售此類產品可能使我們面臨與消費者權益保護法相關的法律責任。根據《中華人民共和國消費者權益保護法》（簡稱《消費者保護法》），業務經營者必須保證其銷售的商品符合保障人身安全的要求，向消費者提供真實的商品信息，包括商品的質量、功能、用途和有效

風險因素

期。違反《消費者保護法》的經營者可能承擔民事責任，包括退還貨款、更換商品及賠償損失等，若情節嚴重時，甚至可能承擔刑事責任。儘管根據中國法律，若相關責任可歸因於供應商或生產商，我們享有向其追索的法定權利，但實際行使該權利的過程可能耗費高昂成本與時間，且最終結果存在不確定性。

此外，即便政府針對產品質量問題、產品責任或人身傷害索賠展開的調查或其他監管措施未獲成功或未全面推進，仍可能引發關於我們產品及業務的重大負面輿論，進而對我們的聲譽、品牌、業務、發展前景及經營業績造成實質性不利影響，且此類影響可能長期持續。

自成立以來，我們從未發起過任何可能對業務及財務狀況造成重大不利影響的自願產品召回。然而，未來若我們的產品被證實存在缺陷或不符合相關法律法規要求，我們可能主動或被動地啟動產品召回程序。此類召回（無論主動或被動）均可能產生高額費用，並對我們目標市場的品牌形象造成不利影響，同時損害我們的業務、發展前景、財務狀況及經營業績。

我們允許終端消費者在有限的原因下根據監管政策以及我們所使用不同銷售渠道的退換貨政策退回或更換所購買的產品。例如，在中國，消費者通常可在收貨後七天內退回線上購買的產品。此外，我們可能需承擔巨額成本以糾正任何缺陷、處理質保索賠或其他問題，包括與產品召回相關的成本。任何與我們產品感知質量相關的負面宣傳均可能損害我們的品牌形象，降低經銷商和消費者需求，並對我們的經營業績和財務狀況造成不利影響。儘管我們的質保範圍僅限於重新交付和退貨，但質保索賠仍可能引發訴訟，一旦發生，將對我們的業務和經營業績產生不利影響。

我們的業務涉及收集並處理若干消費者數據，任何不當使用、披露或未經授權訪問有關數據都可能損害我們的業務和聲譽，並可能引發訴訟、行政處罰和相關責任的威脅。

本公司為產品銷售及交付之目的，向終端消費者收集及處理有限範圍的個人信息。此類信息通常包含平台ID、訂單詳情（不含支付帳戶或銀行帳戶信息）及配送信息（如收貨人的姓名、聯繫電話和地址），所有信息均由第三方電商平台提供。因此，我們的董事認為，我們可能不時面臨處理和保護這些數據的風險和挑戰，包括：

- 保護我們系統中存儲和託管的數據，包括防範外方對我們系統的攻擊或我們員工的欺詐行為；

風險因素

- 解決與隱私、數據共享、安全保障等其他因素相關的擔憂；
- 遵守與個人信息收集、使用、披露或安全相關的適用法律、規則和法規，包括監管和政府機構提出的任何此類數據請求；以及
- 確保第三方服務提供商遵守與我們簽訂協議中有關數據保護的條款。

任何導致用戶數據洩露的安全漏洞均可能損害我們的聲譽和品牌，進而對我們的業務和經營業績造成不利影響，並可能使我們面臨潛在的法律責任。我們無法保證目前的措施足以阻止所有第三方入侵、網絡攻擊、信息或數據竊取，或因服務提供商不當行為或其他類似活動而造成的數據洩露。

我們的信息技術系統發生故障或出現安全漏洞可能會影響我們的業務。

信息技術是我們業務運營的重要組成部分，我們越來越依賴信息技術系統來監控和管理業務的各個方面，包括採購、生產、倉儲和物流以及銷售和分銷。本公司的信息技術系統可能面臨各種中斷風險，包括但不限於自然災害、電信故障、計算機病毒、網絡攻擊、黑客入侵、未經授權的訪問嘗試及其他安全漏洞。我們為應對上述風險而實施的技術安全舉措和災難恢復計劃可能無法充分發揮作用。我們系統發生的任何重大故障，包括導致系統無法按預期運行的故障，均可能引發交易錯誤、處理效率低下以及客戶流失和銷售額下降，進而對我們的運營或商業聲譽造成負面影響。

有關隱私和數據保護的法律法規通常較為複雜且在不斷變化。倘我們未能遵守適用的數據保護和信息安全法律，或未能妥善解決任何數據隱私和保護方面的顧慮，此類實際或被指控的失誤可能損害我們的聲譽以及品牌形象，並可能使我們面臨重大的法律、財務和運營後果。倘我們的網絡安全受到損害，且此類信息遭到未經授權方竊取、獲取或不當使用，我們可能面臨客戶及相關監管機構提起的訴訟及其他法律程序。任何此類法律程序均可能分散管理層的注意力，導致巨額財務損失和產生開支，並對消費者對我們品牌的認知造成負面影響。

風險因素

我們依賴信息系統處理交易、匯總業績並管理業務。我們系統發生任何故障均可能損害我們開展運營的能力。

我們依賴各類信息技術系統，包括由第三方供應商擁有和管理的系統，以確保業務高效運轉，包括但不限於交易處理以及員工、物流、存貨和客戶。更多信息請參見「業務－我們的技術」章節。我們的技術系統可能無法按預期交付成果，或者可能出現延遲。我們WMS系統的任何不當運行都可能導致門店運營中斷。我們業務的各個方面的日常運作依賴於ERP系統。如果我們無法維持與該等系統提供商的合作，我們可能無法繼續在業務運營中有效使用該等系統，並且可能無法及時以商業上合理的條款找到合適的替代方案。因此，我們的業務運營、經營業績和財務狀況將受到重大不利影響。此外，我們的技術系統可能因電涌和斷電、設施損壞、實物盜竊、計算機和電信故障、冗餘不足或無效、惡意代碼（包括計算機病毒、蠕蟲、勒索軟件或類似軟件）、網絡攻擊（包括賬戶洩露、網絡釣魚、拒絕服務攻擊以及應用程序、網絡或系統漏洞利用）、軟件升級失敗或代碼缺陷、自然災害和人為錯誤而受損或中斷。這些系統的設計缺陷、損壞或中斷可能需要大量投資進行修復或更換，擾亂我們的運營，導致關鍵數據丟失或損壞，並損害我們的聲譽，所有這些都可能對我們的業務或經營業績產生重大不利影響。

我們依賴我們的信息技術人員及第三方維護並定期升級若干系統，以便能夠持續支持我們的業務。我們從獨立的軟件開發商處獲得支持我們許多系統的軟件程序的許可。如果這些供應商、開發商或我們無法持續維護和升級這些系統和軟件程序，且我們無法以高效及時的方式轉換為替代系統，則可能會擾亂或降低我們運營的效率，並使我們面臨更大的網絡攻擊風險。此外，實施新系統或升級現有系統和技術（包括將應用程序遷移至雲端）所產生的成本和延誤問題，或現有系統維護和充分支持不足所產生的成本和延誤問題，均可能擾亂或降低我們運營的效率，導致系統未能按預期運行，造成數據或信息的潛在丟失或損壞，進而影響我們的運營，削弱我們滿足業務和報告要求的能力，並對我們的盈利能力造成不利影響。

風險因素

我們過往的財務和經營業績可能無法預示未來的表現，我們可能無法實現並持續保持過往的收入和盈利能力水平。

我們於往績記錄期內收入有所增長。然而，我們過往的業績可能無法預示我們未來的表現，因為我們的收入、開支和經營業績可能會受到多種我們無法控制的因素影響而逐年波動，例如整體經濟和社會狀況、日益激烈的市場競爭、不斷變化的消費者偏好和需求以及我們的擴張成本，還有我們控制成本和提升運營效率的能力。[編纂]不應依賴我們過往業績來預測本集團及我們股份的未來表現。

我們可能無法進一步深入現有市場或拓展至新的地域市場。

我們或邁向全球舞台，將業務版圖拓展至東南亞等國際市場。若無法尋得合適或可靠的客戶及當地業務合作夥伴，海外擴張戰略將受到顯著影響。此外，市場拓展可能需要大量資本投入，並牽制管理層的資源與時間。無法保證能夠憑藉現有經驗成功開拓其他新的地域市場。若未能成功拓展至其他新市場，可能對業務、財務狀況、經營業績及發展前景造成重大不利影響，且在這些新市場可能難以延續迄今取得的同等成就。

進入國際市場將使業務運營面臨多種風險，包括不利的監管環境、政治不穩定、匯率波動、稅務挑戰及勞工條件等，這些因素均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及發展前景造成重大不利影響。在國際市場開展運營，需要遵守多樣化的法律、政治、監管、質量安全標準及社會要求，同時還需適應不同司法權區的經濟環境差異。

此外，國際市場的拓展需要在不同司法權區和時區間進行廣泛協調，這對我們的管理資源提出了更高要求。我們將面臨與國際業務活動相關的多種風險，這些風險可能增加成本、影響產品推廣能力，並需管理層投入大量精力，包括但不限於：

- 確保產品與服務符合持續演變的國際法規要求，遵守質量安全標準及國際監管規定，特別是中國與外國政府實施的貿易限制、關稅及價格或外匯管控措施；

風險因素

- 應對人員配置與海外運營的複雜性，在與國際供應商建立並維持合作關係的同時防範潛在的供應鏈中斷風險，並適應外國法律、法規及限制性政策；
- 在新開拓的國際市場中吸引客戶，同時需在可能更傾向於本土企業而非國際競爭者的法律框架與商業慣例中開展運營；
- 遵守外國政府的稅收、監管及許可要求，包括可能無法與中國境內稅款抵扣的境外稅收，以及限制資金匯回中國的外國稅法與其他法律法規；
- 應對外匯匯率與利率波動，適應外交及貿易關係的變化；
- 在國際範圍內保護或獲取知識產權，承擔外國司法管轄區相關法律訴訟及責任產生的費用；及
- 應對地緣政治因素、自然災害、衝突、恐怖主義、衛生疫情及其潛在影響，並評估國際經濟的韌性。

若我們未能有效緩解這些風險，我們的業務、財務狀況、經營業績、發展前景及現金流均可能受到重大影響。

無法保證我們能夠獲得、維持、更新或續訂所有對我們的業務運營以及產品註冊至關重要的特定證書、許可證、執照和批准。

我們已取得並持續持有對我們的業務運營至關重要的特定若干證書、許可證、執照和批准，且我們的若干產品在中國銷售前需要進行產品註冊。有關詳情，請參閱本文件「業務－合規與法律訴訟－執照和許可證」一節。我們無法保證未來能夠持續遵守相關監管制度，或及時、以合理的運營成本成功取得、維持、更新或續期所有必要的許可證。如果未能或顯著延遲取得、維持、更新或續期所有必要的許可證，我們的業務、財務狀況和經營業績可能受到重大不利影響。

風險因素

我們可能無法阻止他人未經授權使用我們的知識產權，這可能會損害我們的業務和競爭地位。

我們認為，我們的商標、版權、商品名稱、域名、專利等知識產權權利，對於我們持續發展和提升品牌認知度的能力而言是至關重要的。我們已投入大量資源開發自有知識產權。未能維護或保護這些權利可能會損害我們的業務。我們依賴商標專利、專利申請、商業機密(包括專有技術)、版權、知識產權許可、合約權利以及任何其他協議的組合來確立和保護我們在產品、生產和包裝技術方面的專有權利。此外，我們與員工及業務夥伴簽訂了保密和不披露協議。詳情請參閱「業務－知識產權」。儘管採取上述措施，我們的任何知識產權權利仍可能面臨質疑、宣告無效、規避或盜用的風險。此外，無法保證我們的專利和商標申請能獲得批准，也無法保證任何已獲授權的專利或註冊商標能充分保護我們的知識產權，更無法保證此類專利和商標不會受到第三方的威脅，或被司法機構認定為無效或不可執行。成文法律和法規受制於司法解釋和執行協議方可能違反保密、發明轉讓和競業禁止協議，且對於任何此類違約行為，我們可能無法獲得充分的補救措施。因此，我們可能無法有效保護自身的知識產權權利或強制執行我們的合約權利。鑒於我們的產品在中國嬰童零輔食行業及家庭食品行業中享有較高知名度和品牌認知度，我們已成為仿冒行為的重點目標。市場上出現了試圖造成消費者混淆或分散我們流量的仿冒產品。任何第三方未經授權使用我們的知識產權，都可能對我們當前及未來的收入和聲譽造成不利影響。然而，防止未經授權使用知識產權可能困難重重、成本高昂且耗時。我們所採取的措施可能不足以阻止我們的知識產權受到侵犯或盜用。倘我們通過訴訟強制執行知識產權權利，此類訴訟可能產生巨額成本，分散我們的管理和財務資源，並可能使我們的知識產權面臨被宣告無效或範圍縮小的風險。我們無法保證在此類訴訟中獲勝，即使勝訴，也可能無法有效恢復。此外，我們的商業機密可能會洩露，或以其他方式被競爭對手獲取，甚至被其獨立發現。任何未能維護、保護或執行我們知識產權的行為，都可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

在日常業務過程中，我們可能會捲入訴訟、索賠、爭議、監管調查或法律訴訟事件中。

我們可能不時在日常業務過程中捲入訴訟、索賠、爭議、監管調查或法律訴訟事件中。這些問題可能涉及但不限於合約違約、僱傭或勞務糾紛、反壟斷以及知識產權權利侵犯。如果我們在任何此類索賠的抗辯中敗訴，我們可能需要支付巨額賠償金

風險因素

補償索賠人。任何由我們提起或針對我們提起的索賠、爭議或法律訴訟，無論其是否合理，都可能產生巨額成本並導致資源分散，並可能嚴重損害我們的聲譽。此外，針對我們的訴訟、索賠、爭議、監管調查或法律訴訟可能源於供應商向我們出售有缺陷的供應品，而我們的供應商可能無法及時或根本無法賠償我們因此類訴訟、索賠、爭議、監管調查或法律訴訟而產生的任何費用。詳情請參閱「業務－合規與法律訴訟－法律訴訟」。

我們的收購和投資活動以及其他戰略交易可能帶來管理、整合、運營和財務風險，這可能導致我們無法完全實現所進行收購的預期收益。

我們未來可能會與各種第三方建立戰略聯盟。與第三方的戰略聯盟可能使我們面臨諸多風險，包括分享專有信息、交易對手方不履約以及建立新戰略聯盟所產生的費用增加相關的風險，其中任何一項都可能對我們的業務產生重大不利影響。我們可能對這些第三方的行為控制或監督能力有限；如果戰略第三方因其業務相關事件遭受負面宣傳或聲譽損害，我們亦可能因與此類第三方的關聯而遭受負面宣傳或聲譽損害。此外，我們可能會收購與現有業務互補的額外資產、技術或業務。任何收購以及隨後將新資產和業務整合到我們自身業務中，都將需要我們管理層投入大量精力，並可能導致資源從現有業務中分散，從而可能對我們的業務產生不利影響。所收購的資產或業務可能無法產生我們預期的財務回報或經營業績。此外，收購可能耗費大量現金、可能稀釋發行股權證券以及產生債務、巨額商譽減值費用及其他無形資產的攤銷費用，承擔被收購業務潛在未知負債的風險。

我們若未能有效應對這些風險，或未能妥善處理未來收購和投資中出現的其他問題，則可能導致我們無法實現此類收購或投資的預期效益，反而產生未預料的負債和費用，進而對我們的整體業務造成損害。如果我們以發行股權證券的方式支付收購或投資對價，可能會稀釋我們股份的價值。如果我們通過借款為收購或投資提供資金，此類債務工具可能包含限制性契約，其中可能包括限制我們分配股息的條款。此類收購和投資也可能產生與無形資產相關的巨額攤銷費用、減值費用或資產沖銷。此外，識別並完成收購的成本可能十分高昂。除可能需要取得股東批准外，我們可能還需要獲得政府部門對收購的批准和許可，並遵守適用的法律法規，這可能導致成本增加和延誤。

風險因素

我們的物業存在若干風險。

截至最後實際可行日期，我們的辦公室、設施和倉庫均位於租賃物業中。這些租賃條款需定期進行續租談判。無法保證我們能夠以商業上合理的條款續租，或根本無法續租。任何主要物業租賃的未續租或終止都可能導致搬遷，這可能會產生巨額成本並可能中斷我們的運營。此外，續租時租金大幅增加可能會對我們的盈利能力產生不利影響。儘管我們努力有效管理租金成本，但在若干情況下，我們可能因市場狀況而面臨租金上漲，這可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。截至2025年9月30日，在中國17個租賃物業中的7個，出租人未向我們提供有效的產權證書。詳情請參閱「業務－合規與法律訴訟－合規－租賃物業」。倘任何出租人的租賃權利受到任何擁有第三方權益的一方質疑，我們對該等物業的佔用或租賃可能會受到不利影響。我們可能要從相關物業中遷出，搬遷至其他合適的地點。在這種情況下，我們的運營可能會受到損害，且我們因此產生的損失可能無法獲得業主的充分賠償。根據中國法律，租賃協議均須在當地土地和房地產管理部門登記。儘管未有辦理登記不會使租賃失效，惟承租人於接獲中國相關政府機關的通知後未能於指定時限內糾正該不合規事宜，亦可能會被處以罰款。每份未備案租約的罰款介乎人民幣1,000元至人民幣10,000元之間，由相關部門酌情決定。截至2025年9月30日，我們9份租賃協議尚未在中國相關土地和房地產管理部門登記備案，因為租賃協議的登記需要出租人和承租人協作。詳情請參閱「業務－合規與法律訴訟－合規－租賃物業」。我們無法向閣下保證，一旦我們被要求如此行事，出租人將會配合我們及時完成登記。倘若我們因未能登記租賃協議而被處以任何罰款，我們可能無法向出租人追回該等損失。任何前述事件均可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們可能需要為所有僱員繳納全額社會保險和住房公積金，並需承擔相關政府部門徵收的滯納金和罰款。

根據中國相關法律法規，僱主有義務為員工直接足額繳納社會保險和住房公積金。於往績記錄期間，我們未按中國相關法律法規為部分員工足額繳納社會保險和住房公積金。於2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月期間，社會保險和住房公積金未足額繳納的金額分別為人民幣4.7百萬元、人民幣6.8百萬元、人民

風險因素

幣5.1百萬元及人民幣5.9百萬元。根據適用法律法規，政府主管部門可能要求我們採取整改措施。倘若未能按要求整改，我們可能面臨罰款。此外，於往績記錄期間，我們曾委託第三方人力資源機構為我們部分員工繳納社會保險和住房公積金。

根據《中華人民共和國社會保險法》，就社會保險未足額繳納部分，我們可能面臨以下法律後果：(i)在規定期限內補足欠繳金額，並按日加收欠繳金額0.05%的滯納金；(ii)倘若未在機關要求的規定期限內整改，則按逾期金額一至三倍繳納罰款。根據《住房公積金管理條例》，就住房公積金未足額繳納部分，我們可能面臨以下法律後果：(i)在規定期限內補足欠繳金額；以及(ii)倘若未在該期限內補繳，可申請法院強制執行。此外，倘第三方人力資源機構未能足額及／或及時為相關員工繳納社會保險或住房公積金，或相關代繳安排的有效性受到相關機構質疑，我們可能須向相關機構額外繳付款項、滯納金用及／或罰款。我們亦可能因該等安排與相關員工發生潛在勞資糾紛。

我們無法保證相關政府部門不會要求我們補繳未足額繳納金額，並向我們徵收滯納金或罰款、罰金或其他行政處罰。若我們因勞動法相關事件被調查並因此遭受嚴厲處罰，或在勞動爭議及調查中產生重大法律費用，我們的經營業績、財務狀況及業務前景可能受到重大不利影響。有關該等事件的詳情，請參閱「業務－合規與法律訴訟－合規－社會保險及住房公積金」。

我們可能面臨與工作場所安全、生產安全、勞資糾紛、勞工短缺及人工成本上升有關的風險。

我們的成功取決於我們聘用、培訓、留住及激勵僱員的能力。與僱員的勞資關係若出現任何惡化，均可能導致勞資糾紛，從而可能擾亂我們的生產及營運，對我們的業務及財務表現造成不利影響。我們的生產流程可能涉及事故風險，我們可能面臨與工作場所安全或生產安全有關的責任索賠、負面報道及政府調查或干預。該等事件可能導致我們與僱員的勞資關係惡化及損害我們的聲譽。此外，隨著經濟增長，我們僱員的平均工資預期將會增加。人工成本任何大幅增加均可能對我們的盈利能力、業務及財務表現造成不利影響。

風險因素

我們的經營業績可能因季節性而波動，而一年內任何期間的業績未必代表全年業績。

我們的業務曾經歷並預期將繼續經歷季節性波動。我們銷售產品的電商平台會舉辦大型購物活動，例如618購物節和雙十一購物節，這些活動對市場需求有重大影響。因此，於往績記錄期間，我們通常在歷年的第二及第四季度錄得較高銷售額。鑒於對我們的產品需求的季節性模式，我們的收入及經營業績可能會因季節性因素而持續波動，因此一年中任何期間的業績未必具有意義，亦不能依賴該等比較來評估或預測我們在特定年度或期間的未來財務表現。

稅收政策的變動可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的業務和運營受制於我們註冊成立及開展業務所在國家、地區和市場的稅法及稅收規定。稅法、稅收規定或對其解釋的變更可能對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。該等變更亦可能導致部分產品銷量顯著下降。我們無法預測是否會出台影響企業所得稅或產品的稅收新規，亦無法預知此類法規的具體條款，更無法確定相關法規是否會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們位於中國大陸的若干子公司享有高新技術企業或微小企業稅收優惠待遇，使我們能夠適用較低的稅率，而這種優惠待遇在其他情況下我們無法獲得。我們擬在稅收優惠到期前申請續期。然而，我們無法保證該等續期申請會獲得批准，倘若未獲批准，將導致我們的實際所得稅率上升。倘若適用於我們的任何稅收優惠政策發生變更或撤銷，或稅率上調，我們的稅負將相應增加。有關詳情，另請參閱「一 我們於往績記錄期間內獲得政府補助及優惠稅收待遇，若政府補助或優惠稅收待遇中斷或相關政策發生任何變化，均可能對我們的經營業績及財務表現產生不利影響」。

根據中國法律法規，關聯方之間的安排和交易可能受到中國稅務機關的審查或質疑。倘若中國稅務機關認定我們集團內部分交易未採用公允價格原則，從而以轉讓定價調整的方式調整我們的應納所得稅，我們可能面臨重大不利的稅務後果。轉讓定價調整可能導致中國境內部分子公司就中國稅收而言可扣除的費用減少，進而增加其應納稅額。此外，中國稅務機關可能對未足額繳納稅款的中國子公司徵收滯納金並處以其他處罰。倘若我們的稅負增加，或被認定需繳納滯納金或其他罰款，則我們的經營業績可能會受到重大不利影響。

風險因素

匯率波動可能導致我們經營業績的不穩定性。

為報告目的，我們以人民幣編製合併財務報表。於往績記錄期間，我們已面臨匯率波動風險，主要由於我們為獲取產品成分及原材料而用外幣進行全球採購。以歐元、港元及其他外幣計價的金額，均採用往績記錄期間各期間末匯率換算為人民幣。由於此類換算，各期間對我們不利的匯率波動可能導致合併財務報表反映我們的財務業績出現同比不利變動，或反映財務業績同比改善程度弱於假設匯率未發生此類波動時的水平。這種不利的匯率波動將對我們的經營業績產生負面影響。此外，以外幣計價的現金及現金等價物面臨人民幣兌該等外幣的價值波動風險。

我們可能會以當地貨幣以外的貨幣購買產品或服務。當我們必須獲取貨幣以支付此類產品或服務，且付款貨幣的匯率出現不利於我們的波動時，我們的銷售成本可能增加，並且我們可能無法或不願將這些成本轉嫁至所售產品，這將對我們的毛利產生不利影響。因此，匯率的不利波動已經並將可能繼續對我們的經營業績產生不利影響。

我們的保險覆蓋範圍有限，可能使我們面臨重大的成本負擔。

我們執行若干保險政策，以防範與我們的業務和運營相關的各種風險和意外事件，其中包括辦公室財產保險。我們還為員工提供社會保險，包括養老保險、失業保險、工傷保險、生育保險和醫療保險。然而，中國的保險公司目前提供的與業務相關的保險產品種類有限。我們沒有投保業務中斷保險，也未投保關鍵人員人壽保險。我們無法保證我們的保險覆蓋範圍足以避免任何損失，或者我們能夠及時（或根本無法）根據現有保單成功索賠損失。如果發生任何未被我們的保險政策覆蓋的損失，或獲得的賠償金額遠低於我們的實際損失，我們的業務、財務狀況和經營業績都可能受到重大不利影響。

風險因素

國際貿易政策、地緣政治、貿易保護措施、出口管制以及經濟或貿易制裁的變化，均可能對公司的業務、財務狀況和經營業績產生不利影響。

由於我們對原材料及產品採取全球及全國範圍的集中採購策略，其業務運營和財務表現可能受國際貿易政策、地緣政治、貿易保護措施、出口管制以及經濟或貿易制裁的影響。於往績記錄期間，我們向62家OEM製造商採購產品，其中13家為海外合作夥伴，位於西班牙、法國、澳洲及義大利等地區。國際貿易政策和地緣政治局勢變化頻繁且充滿不確定性，這些變化往往受我們無法控制的政治、經濟和社會因素驅動。這些變化可能對貿易協定、關稅、海關稅費及國際貿易的其他方面造成衝擊，從而可能提高我們的運營成本並影響市場准入。貿易保護措施（例如反補貼稅或保障措施）的調整，可能導致我們出口成本增加或面臨進口限制。我們無法向閣下保證，未來的國際貿易法規、配額、關稅及稅項不會增加我們的成本，或使我們的競爭對手較我們佔優，而上述任何一項均可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

此外，若干司法權區或國際組織已通過行政命令、立法或其他政府手段，實施對目標國家或針對目標國家內的特定行業部門、公司集團或個人以及／或組織施加經濟制裁的措施。制裁法律及法規不斷演變，新的個人及實體定期被列入受制裁人士名單。新的要求或限制可能生效，這可能增加對我們業務的審查，或導致我們的一項或多項業務活動被認定違反制裁規定。我們無法保證未來的業務不會面臨制裁風險，亦無法保證我們的業務將符合美國或任何其他司法權區當局的期望和要求。如果任何其他司法權區當局認定我們未來的任何活動構成違反其施加的制裁，或構成對我們進行制裁指定的依據，則我們的業務和聲譽可能受到不利影響。

若我們的員工、供應商、客戶或其他第三方存在任何欺詐、賄賂或其他不當行為，我們可能遭受經濟損失並面臨聲譽損害。

我們可能面臨員工、供應商、客戶或其他第三方實施的欺詐、賄賂或其他不當行為，這可能導致財務損失及政府部門的罰款。我們的內部控制程序可能無法總是及時識別所有違規行為、可疑交易、欺詐、腐敗、賄賂或其他不當行為，也無法有效預防或制止此類事件的發生。我們的風險管理系統和內部控制能力受限於我們所能獲取的信息以及可用的風險管理工具和技術。我們實施和維持嚴格內部控制的能力可能會受

風險因素

到公司業務規模持續擴大的影響。任何損害我們利益的第三方不當行為可能導致負面宣傳，損害公司聲譽，並引發訴訟及其他法律訴訟，以及行政或刑事處罰，從而對我們的業務和財務表現產生不利影響。

對業務、產品、技術或生產能力的擴張、收購或投資，可能會使我們面臨風險和不確定性。

我們計劃繼續積極尋求收購或投資我們認為將有利於我們的產品開發、研發能力、技術及分銷網絡的業務、產品、技術或產能的戰略機遇。我們可能無法成功實施我們的擴張和收購計劃，也可能無法按預期完成相關交易。我們通過收購和投資實現增長的能力，取決於我們能否識別並有效整合適當的目標，以及能否以合理的條款獲得必要的融資。特別是，收購可能涉及重大的風險和不確定性，包括但不限於以下方面：

- 將所收購的公司、人員、設備、設施或產品（如適用）有效整合到現有業務中，以實現收購和投資預期效益及協同效應的困難；
- 我們管理層的時間和精力被分散，無法專注於其他核心業務；
- 實際整合成本高於預期；及／或
- 難以留住收購業務的關鍵員工。

同時，我們可能無法從投資中獲得預期的效果或回報，也可能無法及時收回此類投資。收購還可能導致我們承擔債務或攤銷所收購的無形資產，從而損害我們的經營業績。我們亦可能在收購業務中發現內部控制、數據充分性、完整性和安全性、服務質量、合規性以及負債方面的缺陷，而這些缺陷在收購前可能並未發現。因此，我們可能會面臨罰款、訴訟或其他負債。任何收購業務或產品在整合方面的困難，或與此類業務或產品相關的意外罰款、訴訟或負債，都可能對我們的業務和財務表現造成不利影響。

我們可能無法及時收回我們的貿易應收款項或其他應收款項。

我們可能無法及時收回貿易應收款項，並且可能由於超出我們控制範圍的原因而面臨收款困難，例如客戶在相關信用期過後延遲付款，或在付款到期時無法向我們付款。截至2023年及2024年12月31日以及截至2025年9月30日，我們的貿易應收款項

風險因素

總額(扣除虧損撥備)分別為人民幣40.2百萬元、人民幣76.3百萬元及人民幣101.1百萬元。此外，截至2023年及2024年12月31日以及截至2025年9月30日，我們分別有其他應收款項人民幣10.6百萬元、人民幣13.1百萬元及人民幣18.0百萬元，主要是在日常業務過程中產生的各類雜項應收款項，且同樣面臨潛在的減值風險。我們在貿易應收款項或其他應收款項的收款方面出現任何重大延遲或違約，都可能對我們的現金流和營運資金造成壓力，並減少相對於我們的預期和支出計劃的可用財務資源，進而可能對我們的業務、財務狀況和經營業績產生重大不利影響。

我們於往績記錄期間內獲得政府補助及優惠稅收待遇，若政府補助或優惠稅收待遇中斷或相關政策發生任何變化，均可能對我們的經營業績及財務表現產生不利影響。

於往績記錄期間內，我們根據相關政策獲得若干政府補助及優惠稅收待遇。於往績記錄期間，政府補助主要包括與我們對當地經濟的貢獻以及產品創新相關的補貼。同時，本公司若干附屬公司於往績記錄期間內符合享有適用企業所得稅優惠稅率及稅收減免的資格。詳情請參閱「財務資料－我們經營業績的主要組成部分－其他收入及淨收益」及「財務資料－我們經營業績的主要組成部分－所得稅」。政府補助在能夠合理保證將收到且我們將遵守其所附條件時予以確認。我們於往績記錄期間內收到的政府補助指中國地方政府當局授予本集團各種形式的激勵及補貼。該等政府補助主要屬於非經常性性質，且金額由地方政府酌情決定。我們無法保證未來能夠持續獲得該等政府補助及優惠稅收待遇。倘我們未來未能取得有關政府補助，則我們的財務狀況及經營業績可能會受到不利影響。

我們須遵守環境保護法律法規及複雜且不斷演變的環境、社會及管治(ESG)規定，這要求我們投入大量時間及資源以達致合規。

我們的業務須遵守廣泛且日益嚴格的環境保護法律法規。企業責任日益備受關注，多項有關ESG表現的規例及要求對我們帶來聲譽、監管及其他風險。我們認為，投入大量時間及資源開發旨在減少碳足跡並保持環境友好業務運營的技術、產品及生產工藝是我們的責任。開發新生產和包裝技術及改進現有生產和包裝技術以減緩氣候變化的過程通常複雜、成本高昂且充滿不確定性，我們所採取的戰略或進行的投資可能無法在預期時間內取得商業成效，甚至根本無法取得商業成效。

風險因素

此外，並非所有競爭對手均會尋求制定與我們水平相當的氣候或其他ESG目標及指標，這可能會對我們在相關市場的競爭力產生不利影響。

遵守這些ESG規定及相關環境保護法律法規需投入額外資源，未能遵守這些規定可能使我們面臨(其中包括)法律責任、罰款、停產、喪失操作若干設施的許可證及其他制裁、運營中斷、證券訴訟及投資者普遍失去信心，其中任何一種情形均可能對我們的業務及財務表現產生重大不利影響。投資者亦或會因此認定我們在企業責任方面的政策存在不足，並轉而投資於我們的競爭對手。倘我們的企業責任程序或標準未能達到各類第三方設定的標準，我們或會面臨品牌及聲譽受損的風險。此外，倘我們披露有關ESG事宜的若干倡議及目標，則我們可能無法實現或被視為無法實現有關倡議或目標，或可能因倡議或目標的範圍而招致批評。任何這些情況均可能導致負面宣傳，而我們的業務運營可能受到不利影響。

我們的風險管理和內部控制體系可能無法充分防範業務中固有的各類風險。

我們已建立由相關組織架構政策、風險管理政策及內部控制程序組成的風險管理及內部控制體系，以管理我們的風險敞口，包括運營風險、合規風險及財務風險。我們擬於股份在聯交所[編纂]後持續完善該等內部控制體系，倘若未能有效執行，可能導致財務及監管層面的雙重損失。此外，我們未必能成功落實風險管理及內部控制體系。儘管我們致力於持續完善該體系，但無論付出何種努力，均無法保證該等體系充分或有效。任何潛在風險及內控缺陷若未得到妥善處理，都可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

由於我們的風險管理和內部控制體系依賴於員工的實際執行，所以我們無法保證所有員工都會嚴格遵守相關政策和程序，且這些政策和程序在執行過程中亦可能出現人為疏漏或錯誤。此外，隨著業務發展與擴張，我們執行嚴格風險管理和內部控制政策及程序的能力可能受到影響。倘若未能及時制定、執行及適時調整風險管理與內部控制政策程序，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

風險因素

我們面臨與流行病及其他疫情以及戰爭和恐怖主義行為等事件相關的風險，這可能會嚴重擾亂我們的運營。

我們的業務面臨與廣泛傳播的流行病（如禽流感、豬流感、嚴重急性呼吸綜合徵（SARS）、中東呼吸綜合徵冠狀病毒（MERS-CoV）或COVID-19爆發或戰爭、恐怖主義行為、環境事故、電力短缺或通信中斷等其他事件相關的風險。上述任何事件的發生均可能損害全球及區域整體經濟，擾亂行業及我們的運營，並可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們的業務及財務表現可能受到經濟狀況的不確定因素或人均可支配收入下降的不利影響。

作為嬰童零輔食及家庭食品消費中若干最常用的產品，我們的產品需求穩定，並具有較強的抗周期特性。然而，我們的業務仍可能受到整體經濟狀況及公眾可支配收入水平的影響。全球經濟的任何不利發展，不論是源於經濟衰退、信貸及資本市場波動、經濟或金融危機、公共衛生事件，抑或其他因素，均可能導致市場對我們產品的需求下降，或迫使我們下調產品的價格。我們的成功在很大程度上亦取決於人均可支配收入，而有關收入受整體經濟狀況的影響。因此，在經濟低迷或失業率長期高企期間，我們可能會面臨銷售額下滑的情況。我們產品主要銷售地的居民可自由支配支出的任何重大下降均可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響。

我們經營所在司法權區的業務相關風險

我們可能須就未來籌資活動遵守中國證監會或其他中國政府機關的批准、備案或其他規定。

隨著中國有關股份境外發行及上市的相關法律法規的發展，我們或須就未來的籌資活動向中國證監會或其他中國監管機構作出備案或報告。於2023年2月17日，中國證監會頒佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》及其實施指引（「境外上市試行辦法」）。境外上市試行辦法主要對須遵守備案規定的活動範圍、備案主體及備案程序作出規定。有關更多詳情，請參閱「監管概覽－有關境外發行上市的法規」。

風險因素

倘中國證監會或其他中國監管機構未來頒佈新的規則或解釋施加進一步要求，以至於我們需要就未來集資活動取得其批准或完成所需備案或其他監管手續，則概不保證能夠獲得該等批准或完成所需備案或其他監管程序。任何有關此類批准、備案或其他規定的不可預見情況或負面宣傳均可能對我們的業務、前景、財務狀況、聲譽及股份的交易價格產生重大不利影響。

閣下應評估閣下在我們運營地法律體系下有權獲得的法律保護。

我們受運營地各項適用法律法規所規限。我們在運營地的業務及運營主要受成文法規所規限，而先前的法院判決提供的判例價值有限。此外，我們無法向閣下保證我們能夠預測我們經營所在國家及地區未來法律發展（包括新法律的頒佈及現有法律的修訂）的影響。再者，冗長的法律訴訟可能會產生巨額成本、佔用我們的資源，並對管理層專注於戰略規劃及執行方面造成負面影響，這可能對我們的運營效率及整體業務表現產生重大不利影響。

閣下在向我們及我們的董事及管理層送達法律程序文件或執行外國判決方面可能會遇到困難。

我們的大部分資產及附屬公司位於中國。我們大多數董事及高級管理層常住中國。在向我們的董事及高級管理層送達法律程序文件可能既困難又耗時。此外，倘其他司法權區的司法裁決及判決缺乏相互承認及執行，[編纂]在執行判決方面也可能遇到困難。

此外，儘管我們須於股份在聯交所[編纂]後遵守上市規則及收購守則，但股份持有人將無法以違反上市規則為由提起訴訟，且必須依賴聯交所強制執行其規則。此外，收購守則並無法律效力，且僅提供在香港進行收購、合併交易以及股份回購時被視作可接納的商業行為準則。

中國嬰童零輔食及家庭食品產品的法律法規變動可能對我們的業務產生不利影響。

我們的業務主要在中國運營，主要受各項法律法規規管，例如《中華人民共和國食品安全法》、《中華人民共和國食品安全法實施條例》、《市場監督管理總局關於加強醬油和食醋質量安全監督管理的公告》、《食品生產經營監督檢查管理辦法》、《食品生產許可管理辦法》、《食品經營許可和備案管理辦法》、《食品召回管理辦法》、《食品標

風險因素

識監督管理辦法》、《中華人民共和國產品質量法》、《中華人民共和國消費者權益保護法》、《電子商務法》、《網絡交易監督管理辦法》及《中華人民共和國廣告法》有關相關法律和法規的詳情，請參閱本文件「監管概覽」。概不保證中國（即我們產品銷售及分銷所在國家）政府不會更改其現有法律或法規，或採納適用於我們、我們的產品及我們業務運營的額外或更嚴格的法律或法規。倘中國採納新法律及法規，我們或需調整我們的業務活動及運營以遵守有關法律法規。我們無法預測該等未來法律、法規、詮釋或應用的性質，亦無法預測其對我們業務將造成的影響。有關法律法規可能要求我們重新整合原材料採購、加工及運輸的方法，包括遵守更繁瑣的食品安全、標籤及包裝規定，增加運輸成本，以及增加採購估算方面的不確定因素。任何有關政府行動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。此外，任何因違反適用法律法規而導致的罰款、禁制令、產品召回或扣押以及潛在的民事和刑事責任，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。

我們業務經營所在行業的現有監管制度的變動可能限制我們提供產品組合的能力，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響。

我們的業務運營受中國食品行業地區及國家層面的各項法律、規則及法規所規限。詳情請參閱「監管概覽」。新的法律、規則或法規以及對任何現有法律、規則及法規的修訂可能會增加合規成本，減少我們的收入，並要求我們調整運營以確保合規，或以其他方式改變我們的業務。由於任何適用法律、規則及法規的變化可能超出我們的控制範圍，我們可能需要投入額外的精力及資源來確保我們遵守相關法律、規則及法規。近年來，中國政府已多次推動食品產品安全的發展。然而，未來可能會出台與我們業務相關的新法律、規則及法規，或現行適用的法規可能會以其他方式被修訂或

風險因素

取代，從而要求我們在開展業務時接受額外監督及監管合規。概不保證我們能夠足夠迅速或以具成本效益的方式適應不斷變化的監管環境，倘無法適應則可能會對我們的運營產生不利影響，並產生高昂的合規成本。同時，我們可能需要對設施、設備、人員或服務作出調整以遵守最新的法律法規，這可能會增加我們的資本開支及經營開支，從而對我們的業務、財務狀況及經營業績造成不利影響。

我們可能無法根據相關稅務協定就中國附屬公司通過香港附屬公司向我們支付的股息獲得若干利益。

我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，因此，我們依賴來自中國附屬公司的股息及其他股權分配來滿足部分流動資金需求。根據《企業所得稅法》，中國「居民企業」向外國企業投資者支付的股息目前適用10%的預扣稅稅率，除非該外國投資者的註冊成立所在司法權區與中國簽訂了稅收優惠待遇的稅務協定。根據《內地和香港特別行政區關於對所得避免雙重徵稅和防止偷漏稅的安排》，如果香港居民企業擁有中國企業不少於25%的股權，並符合其他要求，則預扣稅稅率可降至5%。我們無法向閣下保證，中國稅務機關不會對我們的香港附屬公司自中國附屬公司收取的股息徵收更高的預扣稅率。

未能遵守中國反腐敗法律、法規及規則或會導致我們及／或我們的僱員面臨調查及行政或刑事處罰，這可能損害我們的聲譽，並對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

我們已採納旨在確保僱員遵守適用的中國反腐敗法律、規則及法規的政策及程序。概不保證我們設立的反腐敗內部控制及程序能夠有效防止個別僱員在我們不知情的情況下採取行動，從而導致我們違反反腐敗法律、法規及規則。倘發生上述情況，我們及／或我們的相關僱員或會面臨調查及行政或刑事處罰，而因有關事件引發的負面宣傳可能令我們的聲譽受損，這可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

外匯不足可能會限制我們的業務以及我們匯出股息的能力。

我們的絕大部分收入以人民幣計值。外幣供應短缺可能限制我們匯出足額外幣或以其他方式支付我們以外幣計值的債務的能力。根據現行中國外匯政策，利潤分配、利息支付以及貿易及服務相關的外匯交易等經常賬戶項目在符合若干程序規定的情況下可以外幣支付而毋需事先取得國家外匯管理局的批准。然而，人民幣兌換為外幣並

風險因素

匯出中國以支付資本費用（例如償還以外幣計值的貸款），則須取得政府主管部門的批准或向指定銀行辦理登記。任何外匯不足可能會限制我們獲得足夠外匯以向股東派付股息或履行任何其他外匯義務的能力。倘我們未能將人民幣兌換為任何外匯以作任何上述用途，我們可能進行的境外資本開支計劃甚至我們的業務可能會受到重大不利影響。

與[編纂]相關的風險

我們的股份此前並無[編纂]，且可能不會形成活躍的[編纂]。

於[編纂]前，我們的股份並無[編纂]。我們股份的首次[編纂]及[編纂]將為[編纂]（為其本身及代表[編纂]）與我們磋商的結果。此外，儘管我們已申請股份於聯交所[編纂]，但概不保證(i)股份將形成活躍的[編纂]；或(ii)即使形成，該市場會於[編纂]完成後存續；或(iii)股份的[編纂]將不會跌破[編纂]。閣下未必能以具吸引力的價格轉售名下股份，或根本無法轉售股份。

我們股份的價格及[編纂]可能會出現波動，這可能導致重大損失。

我們股份的價格及[編纂]可能會出現波動。股份[編纂]可能會因（其中包括）以下因素而大幅及急劇波動，當中部分因素非我們所能控制：

- 本集團的投資者保障及我們的未來業務計劃；
- 我們經營業績的變動；
- 本集團管理人員的變動；
- 證券分析師對我們財務表現預估的變動；
- 我們股份的[編纂]深度及流通性；
- 我們宣布進行重大收購、新建項目、戰略聯盟或合資企業；
- 股票市價及交易量的波動；
- 捲入訴訟；及

風險因素

- 整體經濟及股市狀況。

控股股東未來出售或大幅減持股份可能對我們股份的現行[編纂]產生重大不利影響。

控股股東於[編纂]後在[編纂]出售大量股份或可能出售大量股份，可能對我們股份的[編纂]產生重大不利影響，並可能嚴重削弱我們未來通過發售股份籌集資金的能力。儘管控股股東已同意禁售其股份，但任何控股股東於相關禁售期屆滿後大幅拋售股份（或被認為可能大幅拋售股份），均可能導致我們股份的現行[編纂]下跌，這可能對我們未來籌集股本的能力造成負面影響。

我們的利益可能與控股股東的利益發生衝突，控股股東可能採取不符合我們或我們公眾股東的最佳利益或可能與之相悖的行動。

緊隨[編纂]後，我們的控股股東將合共實益擁有本公司股東大會上[編纂]%的流通股完全稀釋投票權。控股股東的利益可能有別於其他股東的利益。倘控股股東的利益與其他股東的利益發生衝突，或倘控股股東導致我們的業務追求與其他股東利益抵觸的戰略目標，則非控股股東可能會因控股股東選擇讓我們採取的行動而陷入不利處境。控股股東可能在決定任何企業交易或呈交股東批准的其他事項的結果有重大影響力，包括但不限於合併、私有化、整合及出售全部或絕大部分資產、董事選舉及其他重大企業行動。因此，控股股東的利益可能與本公司最佳利益或其他股東利益不盡一致，這可能對本公司的業務運營以及股份於聯交所的交易價格產生重大不利影響。

概不保證我們日後將宣派或分派任何股息。

根據開曼群島公司法及細則，我們可宣派股息，但任何股息不得超出董事會建議的金額。在董事會認為本公司財務狀況及利潤容許的情況下，本公司亦可不時向股東派付中期股息，亦可不時於我們認為合適的情況下，按有關金額於有關日期從本公司的有關可供分派資金中宣派及派付特別股息。

風險因素

根據開曼群島公司法，開曼群島公司可從利潤或股份溢價賬戶中支付股息，但前提是在任何情況下，倘支付股息將導致公司無法於日常業務過程中支付其到期債務，則不得支付股息。即使董事會決定宣派和支付股息，未來股息（如有）的時間、金額及形式將取決於我們未來的經營業績及現金流、我們的資本要求及盈餘、我們從附屬公司收取的分派金額（如有）、我們的財務狀況、合約限制以及董事會認為相關的其他因素。任何未在特定年度分派的可供分派利潤可保留並供往後年度分派之用。倘利潤以股息形式分派，則該部分利潤將不會再投資於我們的運營。概不保證我們日後能夠宣派或分派任何股息。我們未來宣派股息將由董事會全權酌情決定。因此，閣下對我們股份的[編纂]回報可能完全取決於股份未來的價格上漲。概不保證我們的股份於[編纂]後將會升值或可維持閣下購買股份時的價格。閣下可能無法實現對我們股份[編纂]的回報，甚至可能損失全部股份[編纂]。

未來發行、發售或出售股份可能對股份的現行[編纂]產生不利影響。

為拓展業務，我們未來可能會考慮發售及發行額外股份。倘我們未來以低於每股有形資產淨值的價格發行額外股份，股份買家名下股份的每股有形資產淨值可能遭到進一步攤薄。本公司未來發行股份或任何股東出售股份，或有關發行或出售被認為可能發生，均可能對股份的現行[編纂]造成負面影響。我們無法保證未來不會發生此類事件。

閣下可能難以根據開曼群島法律保障自身權益。

我們的公司事務受（其中包括）我們的組織章程大綱、組織章程細則、開曼群島公司法以及開曼群島普通法規管。根據開曼群島法律，股東對我們的董事採取行動的權利、少數股東的行動以及董事對我們的受信責任，在很大程度上受開曼群島普通法規管。開曼群島的普通法部分來源於開曼群島相對有限的司法先例，也來源於英國普通法，後者是開曼群島法院的建議性但非約束性法源。開曼群島關於保護少數股東權益的法律在若干方面有別於其他司法權區的相關法律。這些差異意味着少數股東可獲得的補救措施可能有別於其在其他司法權區法律下可獲得的補救措施。

風險因素

本文件所載前瞻性陳述存在風險及不確定性。

本文件包含若干前瞻性陳述及信息，並使用諸如「預計」、「相信」、「可能」、「展望」、「擬」、「計劃」、「預測」、「尋求」、「期望」、「或許」、「理應」、「應該」、「將會」或「將」等前瞻性詞彙及類似表達。閣下應注意，依賴任何前瞻性陳述均涉及風險及不確定性，且任何或所有此類假設均可能被證實不準確，因此，基於這些假設的前瞻性陳述也未必正確。鑒於這些及其他風險及不確定性，於本文件中載入的前瞻性陳述不應被視為我們對計劃及目標將得以實現的聲明或保證，且這些前瞻性陳述應結合各種重要因素（包括本節所述因素）進行考量。根據上市規則的要求，我們不擬因應新資料、未來時間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，閣下不應過度依賴任何前瞻性資料。本警告聲明適用於本文件中的所有前瞻性陳述。

本文件所載若干統計數據摘錄自公開可得的官方來源。

本文件中的若干事實及統計數據，包括行業數據及預測，摘錄自各種政府官方刊物以及其他公開可得來源。儘管我們已合理審慎地編製及轉載這些資料及統計數據，但我們無法向閣下保證有關資料的準確性或完整性，亦不會就有關資料的準確性或完整性發表任何聲明。我們、董事、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]，或我們或彼等各自的聯屬人士或顧問，均未獨立核實相關事實、統計數據、資料及預測的準確性，亦未就其準確性發表任何聲明。[編纂]不應過分依賴這些事實、統計數據、資料及預測。由於收集方法可能存在缺陷或無效，或已刊發資料與市場慣例之間存在差異及其他問題，本文件中的統計數據可能不準確，或可能無法與為其他刊物或目的編製的統計數據進行比較，閣下不應過分依賴這些統計數據。此外，呈列或編製這些統計數據的基準或準確程度，未必與其他地方呈列的類似統計數據相若。在任何情況下，[編纂]均應自行考量這些資料或統計數據的重要性。

風險因素

閣下應細閱整份文件，並僅依賴本文件所載資料作出[編纂]決定，我們敬請閣下切勿依賴有關我們、我們的股份或[編纂]的新聞文章或其他媒體報道所載的任何資料。

我們敬請[編纂]切勿依賴有關我們、我們的股份及[編纂]的新聞文章或其他媒體所載的任何資料。在本文件刊發前，可能存在有關[編纂]及我們的新聞及媒體報道。有關新聞及媒體報道可能包含本文件未出現的部分資料，包括若干運營及財務資料以及預測、估值及其他資料。我們並無授權在新聞或媒體上披露任何有關資料，亦不會對任何此類新聞或媒體報道或任何此類資料或刊物的準確性或完整性承擔任何責任。我們不會就任何此類資料或刊物的適當性、準確性、完整性或可靠性發表任何聲明。倘任何此類資料與本文件所載資料不一致或存在衝突，我們概不承擔任何責任，[編纂]切勿依賴有關資料。

豁免嚴格遵守上市規則

為籌備[編纂]，本公司已尋求以下豁免嚴格遵守上市規則的相關規定：

有關管理層人員留駐香港的豁免

根據上市規則第8.12條，我們須有足夠的管理層人員留駐香港。一般指至少須有兩名執行董事通常居於香港。

由於本集團大部分業務運營均在香港以外地區管理及進行，本集團總部位於中國，且所有執行董事均居於香港以外地區並預期將繼續居於香港以外地區，因此本公司認為，安排兩名執行董事通常居於香港，無論是通過重新安置現有執行董事或額外委任執行董事，對本公司而言，實際上存在困難，且在商業上屬不合理，亦不可取，此舉並不符合本公司及股東整體的最佳利益。因此，本公司目前並無且在可預見的將來亦不會在香港派駐足夠的管理層人員以符合上市規則第8.12條的規定。

因此，我們已向聯交所申請且聯交所[已批准]我們豁免嚴格遵守上市規則第8.12條的規定，惟須符合以下條件。我們將通過如下安排確保我們與聯交所之間建立有效的溝通渠道，該等安排符合聯交所發佈的《新上市申請人指引》第3.10章的指引：

- (i) **授權代表**：就上市規則第3.05條而言，我們已委任楊鋼先生及楊奕女士為授權代表（「授權代表」），彼等將一直擔任我們與聯交所的主要溝通渠道。授權代表將在收到合理通知後與聯交所會面，並可隨時通過電話、傳真和電子郵件與聯交所聯繫，以便迅速處理聯交所的查詢。授權代表已獲正式授權代表本公司與聯交所溝通，並在聯交所希望就任何事宜與所有董事（包括獨立非執行董事）聯繫時，擁有一切必要的途徑隨時與彼等取得聯繫。倘若董事預計出差，其將向授權代表提供(i)其手機號碼、辦公室號碼、電郵地址及傳真號碼（如有）；及(ii)其住宿地點的電話號碼，或通過其手機保持暢通的通訊線路。有關我們授權代表的更多資料，請參閱「董事及高級管理層－董事會－執行董事」以了解楊先生的詳細資料及「董事及高級管理層－高級管理層」以了解楊女士的詳細資料；

豁免嚴格遵守上市規則

- (ii) **聯席公司秘書**：本公司已委任楊奕女士及曾俊豪先生擔任我們的聯席公司秘書。楊女士及曾先生會（其中包括）擔任我們與聯交所之間的額外溝通渠道，並能回答聯交所的查詢。楊女士及曾先生將通過各種途徑與董事及高級管理層維持緊密聯繫，包括在必要時定期舉行會議和電話討論；
- (iii) **董事**：據我們所知及所悉，所有並非通常居於香港的董事均持有或可申請有效旅行證件，以前往香港執行公事，並可在收到合理通知後與聯交所會面。聯交所與董事之間的任何會面，可透過我們的授權代表或合規顧問安排，或在合理時限內直接與董事會面；
- (iv) **合規顧問**：我們已根據上市規則第3A.19條委任大華繼顯（香港）有限公司為我們[編纂]後的合規顧問（「合規顧問」），任期由[編纂]起，至我們遵照上市規則第13.46條就其在[編纂]起計首個完整財政年度的財務業績結算日止。合規顧問作為與聯交所之間的額外溝通渠道，回答聯交所的查詢。合規顧問亦將根據上市規則就持續義務向我們提供專業意見。合規顧問的詳細聯繫方式已提供給聯交所。合規顧問如有任何變動，我們亦將立即告知聯交所；及
- (v) **香港法律顧問**：除合規顧問在本公司擬議[編纂]後的角色和責任（包括（其中包括）及時通知我們上市規則的任何修訂或補充以及適用於我們的任何新訂或經修訂香港法律、法規或守則，並就上市規則及適用法律和法規的持續要求向我們提供建議）外，本公司預計將聘請香港法律顧問，就與應用上市規則有關的事宜提供建議，包括但不限於持續合規要求、上市規則的任何修訂或補充以及[編纂]後根據上市規則和其他適用的香港法律法規產生的其他問題。

有關聯席公司秘書的豁免

根據上市規則第8.17條，我們必須委任一名符合上市規則第3.28條規定的公司秘書。根據上市規則第3.28條，我們必須委任一名個別人士為本公司秘書，該名人士必須為聯交所認為在學術或專業資格或有關經驗方面足以履行公司秘書職責的人士。

豁免嚴格遵守上市規則

根據上市規則第3.28條附註1，聯交所接納下列各項為認可學術或專業資格：

- (i) 香港公司治理公會會員；
- (ii) 《法律執業者條例》(香港法例第159章)所界定的律師或大律師；及
- (iii) 《專業會計師條例》(香港法例第50章)所界定的執業會計師。

此外，根據上市規則第3.28條附註2，在評估個別人士是否具備「有關經驗」時，聯交所將考慮：

- (i) 該名人士任職於發行人及其他發行人的年期及其所擔當的角色；
- (ii) 該名人士對上市規則以及其他相關法律法規(包括《證券及期貨條例》、《公司條例》、《公司(清盤及雜項條文)條例》及《收購守則》)的熟悉程度；
- (iii) 除上市規則第3.29條的最低要求外，該名人士是否曾經及／或將會參加相關培訓；及
- (iv) 該名人士於其他司法權區的專業資格。

本公司認識到，在本公司擬議[編纂]後，公司秘書將在公司治理方面發揮重要作用，尤其是在協助本公司及其董事遵守上市規則及其他適用的公司和證券法律法規方面。本公司還了解到，由於本公司的主要業務活動主要在香港以外地區進行，且本公司董事和高級管理層並不在香港居住，因此公司秘書在履行其作為聯席公司秘書的職能時擁有與本公司業務相關的經驗尤為重要。

我們已委任楊奕女士及曾俊豪先生為我們的聯席公司秘書。楊女士在財務及會計事務方面擁有豐富經驗，但目前並不具備上市規則第3.28條及第8.17條要求的任何資格。有關楊女士的履歷資料，請參閱「董事及高級管理層」一節。曾先生為香港公司治理公會及英國特許公司治理公會的特許秘書、特許公司治理專業人士及會員，因此符合上市規則第3.28條附註1項下的資格規定，並符合上市規則第8.17條的規定。曾先生的履歷資料載於「董事及高級管理層」一節。

豁免嚴格遵守上市規則

聯席公司秘書將共同履行公司秘書的職務與職責。曾先生將協助楊女士獲得上市規則第3.28條及第8.17條所規定的有關經驗。同時，楊女士將獲(i)本公司合規顧問於[編纂]起首個完整財政年度提供協助，尤其是就香港企業管治常規及合規事宜；及(ii)本公司香港法律顧問就本公司持續遵守上市規則及適用香港法律法規的事項提供協助。此外，楊女士將參加相關培訓，並熟悉上市規則及於聯交所上市的發行人的公司秘書須承擔的職責。我們已向聯交所申請，且聯交所已批准我們豁免嚴格遵守上市規則第3.28及8.17條的規定，因而楊女士可獲委任為本公司聯席公司秘書。

根據聯交所發出的新上市申請人指南第3.10章，豁免適用於不超過三年的指定期間（「豁免期」），並附帶條件如下：(i)楊女士在豁免期須獲得曾先生的協助，彼擁有上市規則第3.28條所規定的特定資格及相關經驗，可使楊女士獲得相關經驗（根據上市規則第3.28條附註2的規定）以充分履行其職責；及(ii)若發行人嚴重違反上市規則，有關豁免可予撤銷。豁免的初始有效期為三年，前提是曾先生作為本公司聯席公司秘書，將與楊女士緊密合作並協助其履行聯席公司秘書的職責，使其獲得上市規則第3.28條所規定的有關經驗，並熟悉上市規則及其他適用的香港法例及規例的規定。倘曾先生在[編纂]後的三年內不再作為聯席公司秘書向楊女士提供協助，該豁免將立即被撤銷。

本公司將進一步確保楊女士可獲得相關培訓及支持，以提升其對上市規則及於聯交所上市的發行人的公司秘書職責的了解，並可獲得有關適用香港法例、規例及上市規則最新變動的最新資料。於三年期間結束前，我們將向聯交所證明並尋求聯交所的確認，楊女士經過曾先生三年以來的協助，已取得上市規則第3.28條附註2所界定的有關經驗且有能力履行公司秘書的職責，從而無需再給予豁免。

持續關連交易

我們已訂立並預期將繼續訂立若干交易，該等交易根據上市規則於[編纂]後構成本文件「持續關連交易」一節所述的本公司非豁免持續關連交易。董事認為，嚴格遵守上市規則的適用規定將不切實際且過分繁重，並可能給本公司帶來不必要的行政成

豁免嚴格遵守上市規則

本。因此，我們已就部分豁免持續關連交易向聯交所申請，且聯交所[已批准]我們股份於聯交所[編纂]後隨即豁免嚴格遵守上市規則第14A章項下的適用規定。有關進一步詳情，請參閱本文件「持續關連交易」。

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]

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

楊鋼先生	中國 廣東省 廣州市 天河區 金穗路79號之二 2701房	中國
姜福全先生	中國 廣東省 廣州市 天河區 健明四路 上城西街2號 3梯0405房	中國
何建農先生	中國 廣東省 廣州市 天河區 天河北路594號 19C室	中國
劉海波先生	中國 廣東省 廣州市 天河區 棋樂街15號 801室	中國

董事及參與[編纂]的各方

獨立非執行董事

陳潮明先生	香港 新界 荃灣 海濤花園 青山公路-汀九段103號 碧濤閣 1樓101室	中國
宋笑飛先生	香港 新界 上水古洞路33號 天巒二期 納沙泰爾大道2棟	中國
許曉霞女士	中國 廣東省 廣州市 天河區 南國二街12號 1801室	中國

有關董事的進一步資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」。

董事及參與[編纂]的各方

參與[編纂]的各方

獨家保薦人、[編纂]、
[[編纂]]及
[[編纂]]

招銀國際融資有限公司
香港
中環花園道三號
冠君大廈45樓

[編纂]

本公司法律顧問

關於香港法律：
君合律師事務所
香港
中環康樂廣場1號
怡和大廈
3701-10室

關於中國法律：
君合律師事務所
中國
廣東省
廣州市天河區
珠江新城
珠江西路21號
粵海金融中心28層

關於開曼群島法律：
Harney Westwood & Riegels
香港
皇后大道中99號
中環中心3501室

董事及參與[編纂]的各方

獨家保薦人及[編纂]的法律顧問

關於香港法律：

周俊軒律師事務所與北京市通商律師事務所聯營
香港
中環遮打道18號
歷山大廈3401室

關於中國法律：

競天公誠律師事務所
中國
上海市
徐匯區
淮海中路1010號
嘉華中心45樓

核數師及申報會計師

畢馬威會計師事務所

執業會計師

根據《會計及財務匯報局條例》註冊的
公眾利益實體審計師
香港
中環
遮打道10號
太子大廈8樓

行業顧問

弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司
中國
上海市
靜安區
南京西路1717號
會德豐國際廣場
2504室

[編纂]

公司資料

註冊辦事處	Harneys Fiduciary (Cayman) Limited 4th Floor, Harbour Place 103 South Church Street, P.O. Box 10240 Grand Cayman KY1-1002 Cayman Islands
中國總部及主要營業地點	中國 廣東省 廣州市天河區 天河路385號太古匯 一座3602K室
香港主要營業地點	香港 銅鑼灣 希慎道33號利園一期 19樓1919室
公司網站	<u>www.grandpasfarm.com.cn</u> (網站所載資料不構成本文件的一部分)
聯席公司秘書	楊奕女士 中國 廣東省 廣州市天河區 天河路385號太古匯 一座3602K室 曾俊豪先生 香港銅鑼灣 希慎道33號 利園一期19樓1919室
授權代表	楊鋼先生 楊奕女士
審計委員會	宋笑飛先生 (主席) 陳潮明先生 許曉霞女士
提名委員會	楊鋼先生 (主席) 許曉霞女士 陳潮明先生

公司資料

薪酬委員會

陳潮明先生 (主席)

姜福全先生

宋笑飛先生

合規顧問

大華繼顯(香港)有限公司

香港

告士打道39號

夏慤大廈6樓

[編纂]

主要往來銀行

招商銀行股份有限公司

體育東路支行

中國

廣東省

廣州市天河區

體育東路138號

金利來數碼網絡大廈首層

中國銀行股份有限公司

芳草園支行

中國

廣東省

廣州市天河區

天河北路567號首層

行業概覽

本節及本文件其他部分所列的部分信息和數據，來源於各類政府及其他公開渠道，以及弗若斯特沙利文編製的市場調研報告。我們認為，該等信息和數據的來源適用於所涉內容，且在提取和轉載該等信息與數據時已盡合理謹慎義務。我們沒有理由相信該等信息和數據在任何重大方面存在虛假或誤導性，也沒有理由相信存在任何被遺漏的事實會導致該等信息或數據在任何重大方面虛假或具有誤導性。本公司、獨家保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]，以及我們或彼等各自的董事、高級管理人員、員工、代理人或顧問，均未對來自官方政府渠道的信息和數據進行核實，因此不對該等官方渠道信息和數據的準確性、公允性及完整性作出任何陳述。因此，不應過度依賴來自官方政府渠道的信息和數據。

行業信息來源

就本次[編纂]而言，我們已聘請獨立市場研究諮詢機構弗若斯特沙利文，對中國嬰童零輔食市場及中國家庭食品市場進行詳細分析，並編製報告供本文件使用。我們已同意向其支付人民幣550,000元的服務費，我們認為該費用符合市場水平。

在編製弗若斯特沙利文報告的過程中，弗若斯特沙利文採用了以下假設：(i)2025年至2029年（「預測期」）期間，全球社會、經濟及政治環境大概率保持穩定；(ii)新興地區購買力預計將適度增長，發達地區購買力預計將穩步增長；(iii)相關行業關鍵驅動因素在預測期內有望推動市場發展。

除非另有說明，本節所含所有數據及預測均來源於弗若斯特沙利文報告。弗若斯特沙利文基於詳細的一手調研及二手調研編製該報告：一手調研包括與中國嬰童零輔食市場及中國家庭食品市場的部分領先行業參與者探討市場現狀；二手調研包括查閱公司報告、獨立研究報告及基於其自有研究數據庫的數據。本公司董事確認，經合理謹慎核查，自弗若斯特沙利文報告出具日以來，整體市場信息未發生任何重大不利變化，不會對該等信息構成重大限制、矛盾或產生重大影響。

行業概覽

中國嬰童零輔食市場概況

定義及分類

嬰童零輔食指專為6個月至6周歲嬰童設計的食品，旨在(i)用於提供營養、輔助生長，及(ii)用於補充能量和營養，符合易消化、避開致敏成分等安全共識，同時有助於嬰童口腔發育及手部動作訓練。

對嬰童零輔食市場進行分析時，通常採用廣義的市場定義。該市場不僅包含嚴格遵循國家嬰童食品標準（如GB 10769及GB 10770）的產品，也納入了眾多專業嬰童食品品牌針對該年齡段孩子的營養與飲食需求，專門研發的各類零輔食產品。這些產品通常在配方成份、質地設計、營養強化及食品安全等方面，都充分考慮到嬰童的特點，例如添加劑較少、質地易於吞咽、添加功能性營養成份等。採用廣義定義以衡量市場規模具有多重優勢：首先，通過涵蓋消費者選擇的所有相關產品，能更全面地反映實際消費規模及市場趨勢；其次，有助於更精準地評估市場規模、競爭格局以及推動市場增長的因素；最後，在消費升級與產品創新加速的背景下，能更好地追蹤產品品類的拓展情況以及消費者行為的轉變趨勢。

輔食是指專為6個月至6歲嬰童設計的食品，作為母乳或配方奶粉之外的補充，用於提供全面營養，可進一步分為三大類，即(i)穀物類輔食、(ii)餐食類輔食及(iii)調味類輔食。

- **穀物類輔食**：以穀物、薯類、根莖類等澱粉類食材為主要原料，經研磨、糊化、蒸煮等工藝製成，提供以碳水化合物為主的能量來源，常見產品類型包括米粉、米、麵條、燕麥片等。
- **餐食類輔食**：以蔬菜、水果、肉禽、水產品、蛋類、豆類等副食品食材為主要原料，經研磨、制泥、切丁或輕度調味製成，可作為獨立餐食或配菜，常見產品類型包括水果泥、肉泥、魚泥、蔬菜泥等。

行業概覽

- 調味類輔食**：指採用天然食材提供溫和酸、甜或鮮味的產品，在不過多額外添加鈉或糖的前提下提升整體適口性，幫助嬰童逐步接受多樣化食物並培養健康口味偏好，常見產品類型包括食用油、肉鬆、豬肝粉、海苔粉等。

零食是指專為6個月至6歲嬰童設計的食品，用於在正餐之外補充能量和營養，符合易消化、避開致敏成分等安全共識，同時有助於嬰幼兒口腔發育及手部動作訓練。

嬰童零輔食市場價值鏈

嬰童零輔食行業價值鏈由三大核心環節構成。上游為農副產品原料、營養強化劑及設備包裝材料供應商；中游為加工企業及品牌方；下游為銷售渠道，品牌方通過下游渠道觸達消費者並銷售產品。產業鏈各環節市場主體的角色與職能如下：



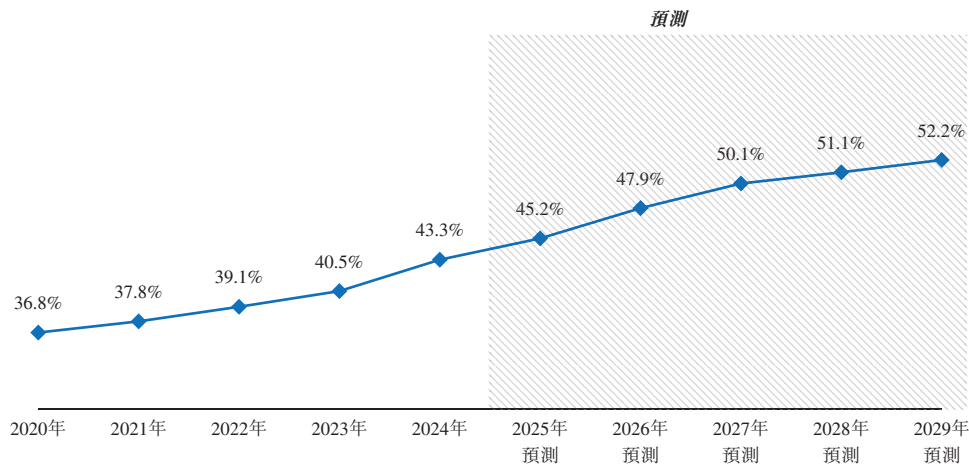
資料來源：弗若斯特沙利文分析

行業概覽

中國嬰童零輔食市場規模

隨著家長對零輔食在營養補充、咀嚼訓練等方面專業價值的認知不斷提升，該類產品已從嬰童成長過程中的「可選補充品」逐步轉變為「必需品」。同時，喂養過程中產品組合的使用頻次增加，能夠同時滿足多重營養及發育需求，進一步推動滲透率上升。6個月至6周歲嬰童的零輔食滲透率已從2020年的36.8%提升至2024年的43.3%，預計將繼續保持穩步上升趨勢，到2029年達到約52.2%。

中國嬰童零輔食滲透率；2020年至2029年預測



附註：滲透率指食用相關產品的嬰童數量佔6個月至6周歲嬰童總數量的比例。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算

此外，人均年零輔食支出穩步增長，是推動整體市場規模持續擴大的關鍵驅動因素。這一增長趨勢源於以下相互關聯的因素：首先，零輔食的應用場景大幅拓寬，從「日常家庭喂養」延伸至出行、戶外活動、兩餐之間快速營養補充等場景。這一場景多樣化不僅促進了跨多種產品及使用場景的購買，也提高了消費頻次。其次，通過育兒社群、專家推薦、品牌宣傳等方式開展的市場教育不斷深化，提升了家長對產品質量、安全性及營養價值的認知。因此，家長對高附加值產品的信任度提高，價格敏感度降低，為產品高端化創造了有利環境。綜上，人均零輔食支出從2020年的人民幣1,159元增長至2024年的人民幣1,725元，預計到2029年將達到人民幣2,466元，體現了使用場景多樣化與消費者為品質付費的意願的複合效應。

行業概覽

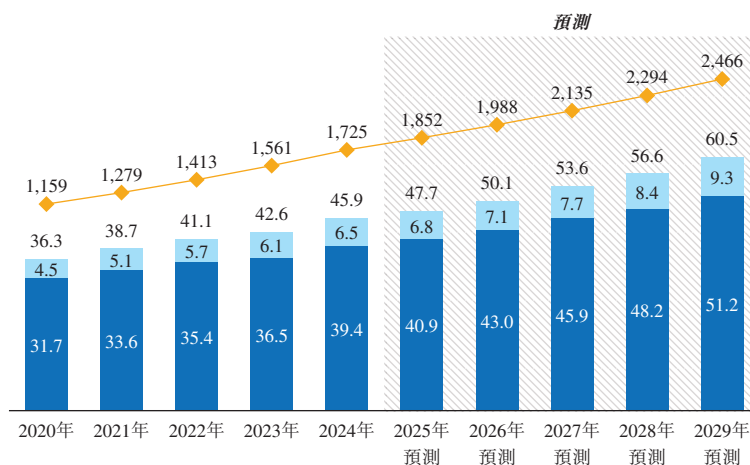
此外，20-30歲家長群體對各類產品的購買頻次也有所增加。這主要是因為快節奏生活使彼等缺乏從零製作食物的時間，而小家庭結構導致分擔烹飪職責的家庭成員減少。因此，彼等對即食解決方案的依賴度日益提高，推動購買頻次上升。

中國嬰童零輔食市場

人民幣十億元；2020年至2029年預測

複合年增長率	總計	輔食	零食	人均消費
2020年至2024年	6.0%	5.6%	9.3%	10.5%
2024年至2029年預測	5.7%	5.4%	7.6%	7.4%

—●— 人均消費 ■ 零食 ■ 輔食



附註：市場規模指嬰童零輔食的GMV（零售額）。

來源：弗若斯特沙利文分析及估算

上述因素有效釋放了消費潛力，推動中國嬰童輔食市場增長：從2020年的約人民幣317億元增長至2024年的約人民幣394億元，複合年增長率約為5.6%。同時，在公眾號等新媒體平台蓬勃發展、大量母嬰內容創作者湧現的背景下，行業已初步完成市場培育，進入加速增長階段。預計2029年中國嬰童輔食市場規模將進一步擴大至約人民幣512億元，2024年至2029年複合年增長率約為5.4%。

此外，新一代家長逐漸認識到，嬰童零食的營養價值超出基礎功能需求，例如有助於嬰兒口腔運動能力、咀嚼能力及手指抓握靈活性的發展。同時，獨立包裝、便於攜帶等產品特點，也是影響家長購買決策的關鍵因素。因此，中國嬰童零食市場實現大幅增長，規模從2020年的約人民幣45億元增長至2024年的約人民幣65億元，複合年增長率為9.3%。這一增長勢頭預計將持續，且到2029年市場規模有望達到約人民幣93億元，2024年至2029年複合年增長率約為7.6%。

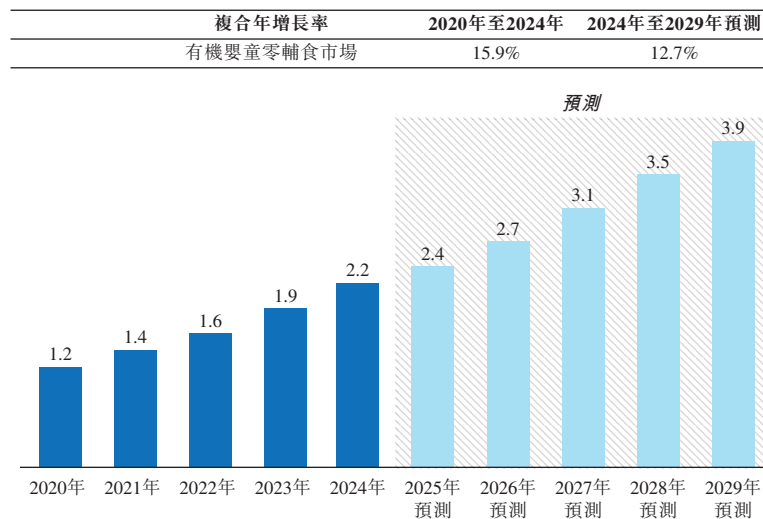
行業概覽

目前，嬰童零輔食的品類範圍正穩步擴大。一些品牌正積極探索新產品形態，或將普通食品加工成適合嬰童食用的形態，以幫助其逐步調整膳食結構，同時主動推動自身產品通過國家嬰童食品安全標準認證。典型產品包括純果汁、純蔬菜泥、酸奶泥等，這類產品旨在豐富日常飲食多樣性，並補充特定維生素。在可預見的未來，嬰童零輔食細分產品形態的探索將持續推進，同時產品研發與市場教育將同步開展，推動各類產品市場規模增長。

中國有機嬰童零輔食市場規模

新一代家長高度重視兒童食品安全與營養。隨著「有機等於更高品質」的理念逐漸獲得廣泛認可，家長更傾向於購買有機產品並為此支付相應的溢價。有機嬰童零輔食市場規模已從2020年的人民幣12億元增長到2024年的人民幣22億元，此期間的複合年增長率為15.9%。在需求增長的推動下，疊加嬰童零輔食及有機食品相關政策持續規範行業生態系統發展，品牌將能夠提供更全面的安全屬性和更豐富多樣的個性化產品。預計到2029年，有機嬰童零輔食市場規模將增長至人民幣39億元，2024年至2029年期間的複合年增長率約為12.7%。

中國有機嬰童零輔食市場
人民幣十億元；2020年至2029年預測



附註：市場規模指有機嬰童零輔食的GMV（零售額）。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算

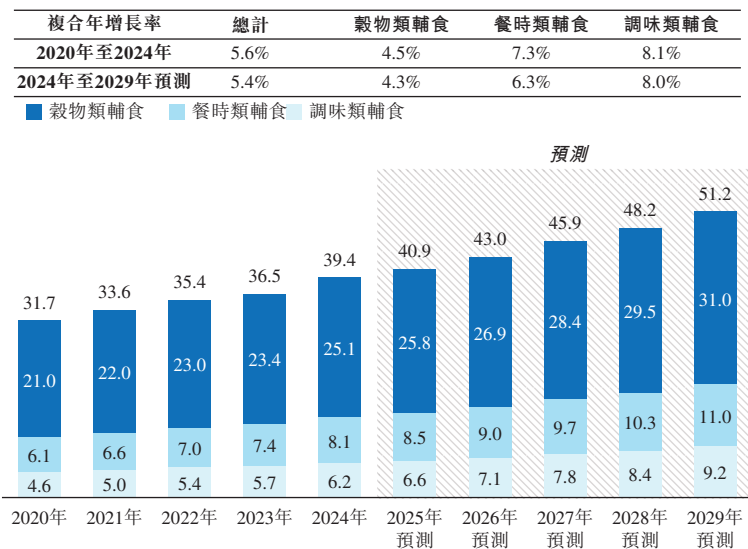
行業概覽

中國嬰童輔食市場規模（按品類劃分）

在嬰童輔食市場中，穀物類輔食、餐食類輔食和調味類輔食三大細分市場展現出不同的發展態勢。穀物類輔食仍是核心品類，呈現出穩定增長態勢，2020年至2024年期間的市場規模從約人民幣210億元增至約人民幣251億元。這種穩定性得益於其作為日常能量來源和營養基礎的關鍵作用，以及獲得養育者廣泛認可並契合傳統斷奶習慣的特性。

相比之下，餐食類輔食和調味類輔食正在成為快速擴張的細分市場。2020年至2024年期間，餐食類輔食和調味類輔食市場規模分別從約人民幣61億元及約人民幣46億元增長至約人民幣81億元及約人民幣62億元，同期複合年增長率分別約為7.3%及8.1%。這些細分市場得益於嬰童飲食日益精細化和多樣化的趨勢，以及家長對特定營養素補充認知的提升。此外，高端產品創新的影響力進一步刺激需求。預計到2029年，餐食類輔食和調味類輔食市場規模將分別達到約人民幣110億元及人民幣92億元，2024年至2029年期間的複合年增長率分別約為6.3%及8.0%，呈現快速增長態勢，反映出整個行業正朝着專業化與附加功能性的轉變。

中國嬰童輔食市場品類明細
人民幣十億元；2020年至2029年預測



附註：市場規模指嬰童輔食的GMV（零售額）。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算

行業概覽

中國家庭食品市場概況

家庭食品涵蓋的食品品類極為廣泛，全方位滿足家庭日常飲食與營養所需。它既包括滿足基本烹飪與營養攝入需求的生鮮食材、調味品及乳製品，也包含提供休閒享受與情感滿足的零食品類，並進一步延伸至助力健康管理及達成特定營養目標的健康功能食品。

隨著健康意識提升與消費升級驅動，中國家庭食品市場的需求正從基礎營養攝取轉向結構化健康管理。這一趨勢受到「健康中國行動」及「健康家庭建設」等國家政策的強化，倡導通過均衡膳食應對營養不足與過剩問題。隨著Z世代在家庭採購決策中影響力增強，食品安全與營養品質成為家庭關注重點。由此，市場正朝着更健康、更科學的飲食模式發展，具體體現於烹飪方式的優化升級，以及對有機產品、高營養食品及少加工食品需求日益增長。

針對嬰童零輔食品牌，從嬰童零輔食領域拓展至家庭食品領域，是基於明確戰略規劃與核心能力延伸的理性戰略決策。其拓展邏輯載列如下：

- **客戶全週期價值深耕：**

嬰童零輔食的消費者存在明確的週期窗口。品牌在6個月至6歲階段與家庭建立信任後，若未能提供後續產品，將面臨客戶流失風險。拓展至家庭食品領域，可使品牌伴隨家庭成長，在滿足學齡期兒童需求的同時，覆蓋其他家庭成員，實現用戶從短期購買者向長期客戶的轉化，顯著提升客戶全生命週期價值。

- **突破結構性增長局限：**

雖然嬰童零輔食市場仍處增長階段，但其規模與發展動力始終受出生率趨勢制約。相比之下，家庭食品市場容量更大、消費頻次更高，且對經濟週期波動更具韌性。進軍這一廣闊品類，有助於品牌突破原有細分賽道的增長天花板，構建更可持續的長期增長曲線。

行業概覽

- **發揮既有優勢：**

品牌在嬰童領域積累的核心優勢，為拓展家庭食品奠定了堅實基礎：其一，高標準安全體系與深厚信任資產，可延伸至對品質敏感的家庭食品市場，形成差異化競爭優勢；其二，對家庭消費場景（特別是家長決策邏輯、使用場景及未滿足需求）的深刻洞察，能支撐精準產品開發；其三，成熟的供應鏈與研發能力，包括原材料溯源、潔淨配方技術、營養與口感平衡經驗等，可有效應用於開發適合全家食用的健康營養食品。

在從嬰童零輔食向家庭食品市場的戰略拓展中，產品品類的選擇需審慎承接品牌既有優勢。為確保拓展的有效性與可持續性，所選品類應充分發揮品牌在供應鏈、產品研發及消費者信任（尤其是安全、營養與品質領域）的核心能力。因此，以下三大品類被認為是可以優先進行拓展的品類：水牛混合奶、有機調味品及特色品種食用植物油。

中國液態水牛混合奶市場規模

進軍液態水牛混合奶品類，是因其與品牌在在營養價值和市場定位方面高度契合。液態水牛混合奶在蛋白質、鈣含量等關鍵營養指標上具有優勢，能迎合消費者對高品質乳製品的需求。此次拓展使品牌得以覆蓋更廣泛的消費群體，實現從嬰兒到成人的自然拓展，強化全家庭覆蓋。與此同時，作為乳製品市場中快速增長的細分賽道，液態水牛混合奶為品牌切入家庭乳製品消費大市場提供了有效路徑，既助力業務增長，亦推動戰略品類升級。目前市場上主要液態水牛奶製品是以生水牛奶為主要原料的乳製品，在加工過程中可能與生牛乳（如A2牛奶或娟姍牛奶）進行混合。

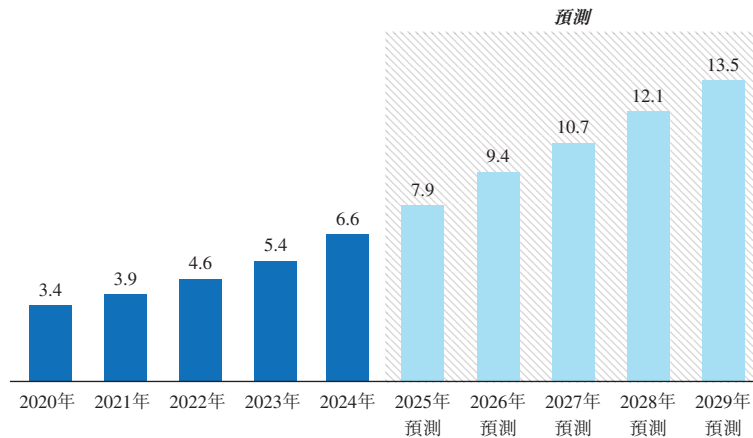
從需求端來看，消費者對乳製品多樣化的需求持續增長，健康意識不斷增強，推動東部沿海地區率先形成了水牛混合奶消費習慣，進而帶動了全國液態水牛混合奶消費的增長。供給端方面，政府對特色乳製品的支持及成熟的水牛養殖—加工—銷售產業鏈，為市場提供了堅實支撐。因此，2024年中國液態水牛混合奶消費市場規模增長至約人民幣66億元，2020年至2024年複合年增長率約為18.0%。展望未來，水牛存欄

行業概覽

量提升、養殖技術進步、規模化標準化養殖推進及冷鏈技術改善，將提高原料奶的供給質量與數量，並擴大消費區域。同時，市場教育的深化有望推動有營養需求的群體對水牛混合奶的需求增長。在這些因素的支撐下，預計到2029年，該市場規模將達到人民幣135億元，2024年至2029年複合年增長率約為15.4%。

中國液態水牛混合奶市場
人民幣十億元；2020年至2029年預測

複合年增長率	2020年至2024年	2024年至2029年預測
液態水牛奶市場	18.0%	15.4%



附註：市場規模指液態水牛混合奶的GMV (零售額)。

來源：弗若斯特沙利文分析及估算

中國有機調味品市場規模

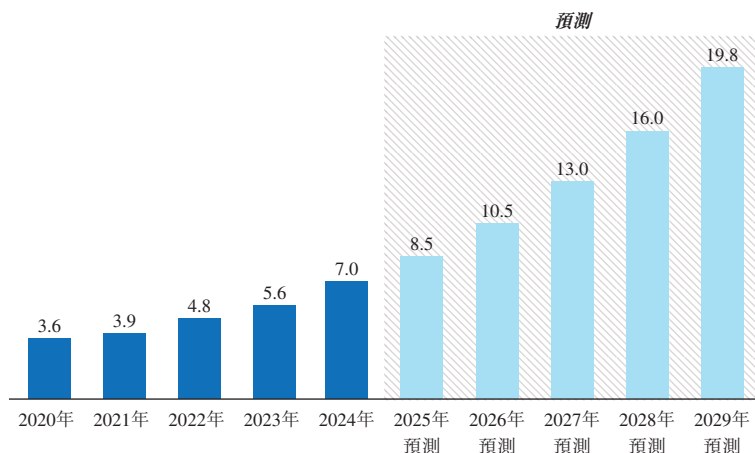
選擇有機調味品作為拓展方向，主要基於品牌在食品安全與品質管控方面已建立的信任基礎。調味品是家庭日常飲食中的高頻消費品類，而有機領域正契合當前消費者追求健康飲食與清潔標籤的趨勢。該品類拓展能將品牌在嬰童食品安全領域積累的技术標準與品控能力，延伸至家庭廚房場景，從而滿足家庭烹飪對健康調味品的需求。2024年，有機調味品市場規模達到人民幣70億元，佔整體家庭調味品市場規模的3.7%，2020年至2024年期間的複合年均增長率約為17.9%。隨著龍頭品牌持續推出有機產品、消費者認知度逐步提升以及消費基礎逐漸穩固，有機調味品市場規模將進一步擴大。預計到2029年將達到人民幣198億元，2024年至2029年期間的複合年均增長率為23.2%。

行業概覽

中國有機調味品市場

人民幣十億元；2020年至2029年預測

複合年增長率	2020年至2024年	2024年至2029年預測
有機調味品市場	17.9%	23.2%



附註：市場規模指家庭烹飪中有機調味品的GMV (零售額)。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算

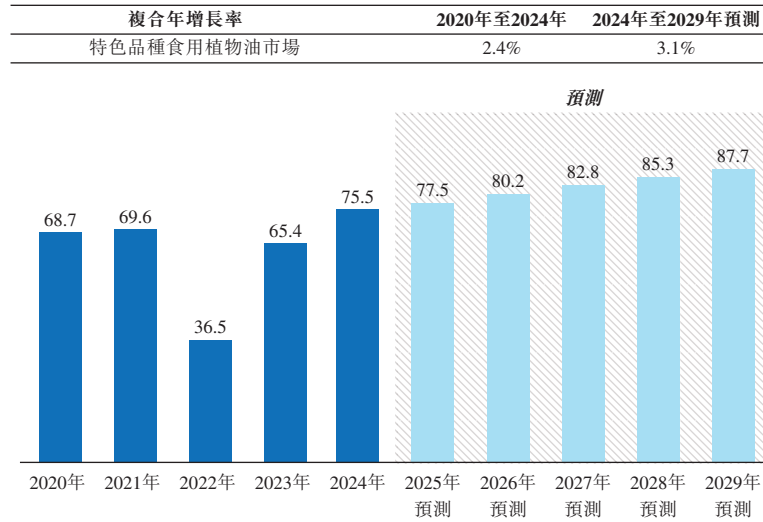
中國特色品種食用植物油市場規模

拓展特色品種食用植物油品類，是基於該品類產品的功能化營養特性。核桃油、牛油果油等油品富含不飽和脂肪酸等特定營養成份，能滿足不同年齡段家庭成員的健康需求。該品類與品牌在嬰童輔食領域積累的營養配方研發能力高度契合，使品牌能為家庭提供差異化的用油選擇，又能順利切入食用油市場的高端價值領域。

需求側健康意識的增強推動了中國食用油產品日益多樣化，其中特色品種食用植物油呈現出明顯的擴張趨勢。然而，這些不同類型的產品在進口依賴度方面表現出顯著差異。例如，橄欖油、亞麻籽油和葵花籽油等品類高度依賴進口。2022年，受地緣政治問題影響，中國食用油進口量從10.4百萬噸降至6.5百萬噸。此外，新冠疫情的反覆爆發促進了公眾對大包裝大豆油和花生油的囤積需求，這進一步抑制了特色品種食用植物油的消費。因此，特色品種食用植物油的市場規模驟降至人民幣365億元。隨著進出口活動的逐步復甦以及國產食用油自給率的提高，特色品種食用植物油的市場規模在2024年恢復至人民幣755億元。展望未來，隨著特色品種食用植物油相關標準和政策的逐步明朗，以及含油作物機械化種植比例的增加，特色品種食用植物油的供應也將同步增長。這將符合國內消費升級的發展趨勢，推動市場規模在2029年達到人民幣877億元。

行業概覽

中國特色品種食用植物油市場 人民幣十億元；2020年至2029年預測



附註：市場規模指家庭烹飪中特色品種食用植物油的GMV（零售額）。

資料來源：弗若斯特沙利文分析及估算

增長驅動因素分析

- **政策監管規範行業發展：**針對嬰童零輔食，國家先後出台一系列政策規範原料來源、強化營養成分標注，推動行業向更高質量、更高透明度轉型。針對家庭食品，多項政策也已出台以增加更健康產品供給，為實現「全家健康食品消費」奠定基礎。此外，嚴格監管大幅提升了消費者信任度，進一步釋放需求，促使各品牌擴大產品組合，拓寬行業市場空間。
- **國民健康意識升級：**目前，嬰童科學喂養理念已深入人心，家長對輔食及零食產品的認知度與付費意願顯著提升。同時，嬰童零輔食的高標準進一步延伸至家庭日常飲食，例如家長為嬰童購買有機米粉時，也會為老人購買有機雜糧；為全家選擇低鹽醬油等健康食品。這類趨勢推動了各類家庭食品需求增長。

行業概覽

- **產品創新與多樣化：**城市化進程加快及核心家庭結構普及，催生了對便捷化、個性化、家庭共享型食品的需求。企業針對戶外消費、早餐替代等細分場景，推出一系列定制化產品；同時，根據嬰童等家庭成員的不同身體狀況及營養需求，開發定制化產品，提升產品附加值。
- **線上線下銷售渠道融合：**電商與社交媒體技術的融合打破了傳統渠道的地域限制。通過內容賦能，消費者認知度得到提升—嬰童科學喂養、全家健康食譜等相關內容的傳播範圍擴大，帶動相關產品銷售；同時，購買決策流程簡化，消費者可通過線上訂購一次性採購家庭食材。此外，社交媒體傳播的科普內容增強了消費者信心，促使其主動選擇健康食品，提升用戶黏性。

未來趨勢分析

- **精準營養理念持續深化：**在消費者對安全、透明、個性化營養解決方案需求的推動下，精準營養理念將進一步細化。監管框架將對人工添加劑、防腐劑、添加糖的使用施加更嚴格限制，迫使企業採用「清潔標籤」。此外，從原料種植、生產加工到物流運輸的全價值鏈數據透明度將大幅提升，這不僅能增強消費者對食品營養與安全的信心，還能推動複購率上升。特別是針對特定需求的食品將快速拓展，以滿足多樣化消費需求。
- **全年齡段需求探索進一步深化：**嬰童零輔食「營養密度高、添加劑少」的優勢將持續吸引成年消費者，催生跨代消費熱潮。為把握這一趨勢，品牌將採取「家庭為中心」的戰略，擴大產品組合並優化銷售渠道。線下渠道方面，母嬰店將增設成人營養諮詢區，專業人員可在提供育兒建議的同時，推薦適合全家的健康產品；線上線下平台還將推出「家庭營養套餐」（例如包含嬰幼兒米糊、成人蛋白棒、老人低糖燕麥片的早餐組合），滿足多代同堂家庭的集體需求。這種全年齡段覆蓋戰略有望推動家庭共享食品市場實現顯著增長。

行業概覽

- **技術提升產業鏈運營效率：**供應鏈端，大數據將實現智能需求預測與柔性生產；同時，物聯網賦能的智能倉庫及區域配送中心將縮短產品交付周期 — 領先企業有望縮短從工廠到消費者的時間，顯著提升產品新鮮度。人工智能驅動的「營養顧問」可根據家庭成員個人數據生成動態食譜，這些個性化建議不僅能提升消費者對嬰童零輔食及家庭食品營養價值的認知，還能增強其對產品功效的信任。

進入壁壘分析

- **品牌忠誠度壁壘：**嬰童零輔食及家庭食品領域的消費者，往往優先選擇熟悉或知名度較高的品牌，且普遍存在較高的消費慣性，不願輕易更換已使用的品牌。對新品牌而言，建立消費者信任需要權威背書及產品質量的長期驗證，這必然導致其在營銷、品牌建設及消費者教育方面的前期投入進一步增加。
- **研發能力壁壘：**嬰童零輔食及家庭食品的研發，需要營養、微生物、食品科學等多學科專業知識支撐，這要求企業配備營養師、食品工程師乃至醫療專業人員等團隊。僅能負擔基礎研發人員的新進入者，難以實現技術突破。此外，領先品牌已圍繞原料加工、營養強化、生產工藝等關鍵環節構建了完善的專利組合，新進入者為避免專利侵權，需額外投入研發資源，進一步增加了資金與技術負擔。
- **產品質量壁壘：**政策的精細化要求大幅提高了品牌的合規成本，企業需加大質量控制投入，建立全流程質量控制體系。自建生產體系需在設備採購方面投入大量初始資金；若採用代工合作模式，品牌也需篩選合格製造商，並應對原料溯源隱患、生產標準不一致等潛在生產風險 — 這些風險可能影響產品質量。
- **供應鏈壁壘：**嬰童零輔食及家庭食品的生產，要求品牌具備整合高品質原料進貨渠道的能力。若使用低成本替代原料，可能導致消費者認知差距，進而喪失競爭力，因此整合高品質原料進口渠道至關重要。同時，領先品牌憑藉大規模採購量擁有更強議價能力，可通過區域倉儲、智能調度等措施進一步優化物流成本、減少原料浪費。相比之下，新進入者訂單分散且規模較小，在市場競爭中面臨相對成本劣勢。

行業概覽

競爭格局概況

中國嬰童零輔食企業處於高度分散的競爭格局中。2024年，前五大市場參與者的商品交易總額約為人民幣6,530.0百萬元，佔中國嬰童零輔食市場的比例約為14.2%。2024年，本公司以約人民幣1,500.0百萬元之嬰童零輔食商品交易總額位列第二，市場份額約為3.3%。此外，在商品交易總額排名前五的企業中，本公司2022年至2024年的複合年增長率最高。

下表列示了2024年按商品交易總額計中國排名前五的嬰童零輔食企業。

2024年中國嬰童零輔食市場頭部企業排名
(按商品交易總額計，人民幣百萬元)

排名	企業	商品交易總額 ⁽¹⁾	市場份額 ⁽²⁾	2022年至2024年複合年增長率 ⁽³⁾
1	A公司 ⁽⁴⁾	2,600.0	5.7%	24.3%
2	本集團	1,500.0	3.3%	42.6%
3	B公司 ⁽⁵⁾	900.0	2.0%	18.3%
4	C公司 ⁽⁶⁾	850.0	1.9%	-4.7%
5	D公司 ⁽⁷⁾	680.0	1.5%	13.4%
前五	不適用	6,530.0	14.2%	不適用

註：

- (1) 商品交易總額指嬰童零輔食的零售總額。
- (2) 百分比分母為中國嬰童零輔食零售總額。
- (3) 複合年增長率指2022年至2024年嬰童零輔食商品交易總額的複合年增長率。
- (4) A公司是一家在新三板掛牌的企業，並已提交於北京證券交易所上市的申請。其總部位於湖南省長沙市，成立於2014年，提供嬰童輔食及衛生用品兩大類產品。該公司專注於「分階喂養體系」，為不同年齡段的嬰童提供差異化的零輔食產品。
- (5) B公司為私營企業，總部位於安徽省蕪湖市，成立於2020年，是深圳證券交易所創業板上市公司的子公司，通過建立多個子品牌，提供零食輔食、營養產品、家居護理清潔、兒童護膚、日用品等各類產品。
- (6) C公司是一家私營企業，總部位於浙江省舟山市。成立於2016年，主要面向6個月至6周歲的嬰童提供零輔食產品。自2018年起，該公司推出速食海藻產品，逐步拓展產品線。目前已覆蓋海苔肉松等調味類輔食、米餅等零食、即食麵條粥品等穀物類輔食。
- (7) D公司為私營企業，總部位於浙江省杭州市。成立於2018年，產品線覆蓋6個月至12周歲年齡段。其以胚芽米為核心產品，逐步豐富產品品類。目前擁有胚芽米、米粉、麥粉等穀物類輔食，米餅、磨牙棒等零食，以及醬油、核桃油等調味類輔食。

行業概覽

2024年，有機嬰童零輔食領域前五大市場參與者的商品交易總額約達人民幣1,710.0百萬元，佔據約79.1%的市場份額，呈現相對集中的格局。由於有機產品原材料成本和認證成本較高，加之需考量品牌定位與核心客廣群的契合度，使得少數領先的嬰童零輔食品牌布局有機產品線，導致有機嬰童零輔食市場呈現高度集中態勢。本公司以約人民幣500.0百萬元商品交易總額位居榜首，佔據約23.2%的市場份額。

下表列示了2024年按商品交易總額計中國排名前五的有機嬰童零輔食市場參與者。

2024年中國有機嬰童零輔食市場領先企業排名

(按商品交易總額計，人民幣百萬元)

排名	企業	商品交易總額 ⁽⁸⁾	市場份額 ⁽⁹⁾
1	本公司	500.0	23.2%
2	A公司	470.0	21.8%
3	D公司	450.0	20.9%
4	E公司 ⁽¹⁰⁾	230.0	10.7%
5	F公司 ⁽¹¹⁾	60.0	2.8%
前五	不適用	1,710.0	79.1%

註：

(8) 商品交易總額指獲得中國有機產品認證的嬰童調味零輔食的零售總額。

(9) 百分比分母為中國有機嬰童零輔食的零售總額。

(10) E公司為私營企業，總部位於上海。成立於2014年，專注於生產符合中國有機產品認證及歐盟有機標準的嬰童零輔食產品。其核心產品涵蓋米餅、溶豆、有機泡芙等零食類產品，有機米粉、有機胚芽米等穀物類輔食，以及肉松等調味類輔食。

(11) F公司為私營企業，總部位於英國倫敦。其研發生產符合歐盟有機認證標準的嬰童零輔食，通過樂購、森寶利、Coop等超市渠道銷售。目前在中國市場的核心產品包括各類果泥、有機米粉、麵條、米餅及食用油。

行業概覽

2024年，嬰童調味類輔食前五大市場參與者的商品交易總額約為人民幣1,030.0百萬元，市場份額約為16.5%，競爭格局同樣相對分散。本公司以約人民幣395.0百萬元商品交易總額位列第一，市場份額約為6.3%。下表列示了2024年按商品交易總額計中國排名前五的嬰童調味類輔食市場參與者。

2024年中國嬰童調味類輔食領先市場參與者排名 (按商品交易總額計，人民幣百萬元)

排名	公司	商品交易總額 ⁽¹²⁾	市場份額 ⁽¹³⁾
1	本公司	395.0	6.3%
2	A公司	330.0	5.3%
3	B公司	125.0	2.0%
4	F公司	100.0	1.6%
5	D公司	80.0	1.3%
前五	不適用	1,030.0	16.5%

附註：

(12) 商品交易總額指嬰童調味類輔食零售總額。

(13) 百分比分母為中國嬰童調味類輔食零售總額。

監管概覽

本節載列對我們的業務營運屬重大的中國法律法規最重要方面的概要。

有關外商投資的法規

我們中國公司的成立、營運及管理均受《中華人民共和國公司法》規管，該法於1993年12月29日頒佈並於2023年12月29日最新修訂。根據中國公司法，除非外商投資相關法律另有規定，否則外商投資公司亦受中國公司法規管。

《中華人民共和國外商投資法》於2019年3月15日頒佈並於2020年1月1日生效，其中規定了外商投資的監管框架，根據該法律：(i)外國的自然人、企業或者其他組織（統稱「外國投資者」）不得投資於外商投資准入負面清單規定禁止投資的領域；(ii)負面清單規定限制投資的領域，外國投資者進行投資應當符合負面清單規定的條件；及(iii)負面清單以外的領域，按照內外資一致的原則實施管理。《中華人民共和國外商投資法》連同其實施條例亦載有外商投資促進、保護及管理工作的必要機制並提議建立外商投資信息報告制度，外國投資者或外商投資企業應當通過企業登記系統以及企業信用信息公示系統向商務主管部門報送投資信息。

於2019年12月30日頒佈並於2020年1月1日生效的《外商投資信息報告辦法》載列外商投資信息報告系統的詳情。自2020年1月1日起，外國投資者直接或間接在中國境內進行投資活動，應由外國投資者或外商投資企業根據該辦法向商務主管部門報送投資信息。

根據於2024年9月6日頒佈的《外商投資准入特別管理措施（負面清單）（2024年版）》，我們的業務不屬於限制類或禁止類外商投資項目。

有關我們產品的法規

食品安全

根據於2009年2月28日頒佈並於2025年9月12日最新修訂的《中華人民共和國食品安全法》（「《食品安全法》」）以及於2009年7月20日頒佈並於2019年10月11日最新修訂的《中華人民共和國食品安全法實施條例》，食品生產經營者應當依照法律、法規及

監管概覽

食品安全標準從事食品生產經營活動，建立健全食品安全管理制度，並採取有效措施確保食品安全。根據《食品安全法》，國務院及其有關部門應承擔與食品安全相關的監督職責。國務院設立食品安全委員會。國務院食品安全監督管理部門應當對食品生產經營活動實施監督管理。此外，食品生產經營者應當建立食品安全全程追溯體系，如實記錄和保存進貨查驗、出廠檢驗、食品銷售等信息，確保食品產品可追溯。

就嬰幼兒輔助食品的生產及銷售而言，生產者及經營者應遵守專門的國家食品安全標準，主要包括《食品安全國家標準 嬰幼兒穀類輔助食品》、《食品安全國家標準 嬰幼兒罐裝輔助食品》及《食品安全國家標準 輔食營養補充品》。其中，《食品安全國家標準 嬰幼兒穀類輔助食品》及《食品安全國家標準 嬰幼兒罐裝輔助食品》經國家衛生健康委員會及國家市場監督管理總局進一步修訂，將於2026年3月16日正式實施。

根據於2021年6月23日頒佈的《市場監督管理總局關於加強醬油和食醋質量安全監督管理的公告》，醬油和食醋生產企業應依照《食品安全法》及食品安全標準組織生產，加強原料採購、生產過程控制、產品檢驗及食品添加劑使用管理，建立食品安全追溯體系，確保產品質量安全。

根據於2021年12月24日頒佈的《食品生產經營監督檢查管理辦法》，食品生產經營者應當對其生產經營食品的安全負責，積極配合國家市場監督管理總局實施監督檢查。

根據國家市場監督管理總局於2018年12月4日頒佈的《關於進一步加強嬰幼兒穀類輔助食品監管的規定》，各省級、市級市場監管部門應在年度食品安全監管計劃中，將嬰幼兒穀類輔助食品生產企業列為重點檢查企業，並加強對委託生產嬰幼兒穀類輔助食品的監管。

監管概覽

食品生產經營許可證

根據《食品安全法》及其實施條例，國家對食品生產經營實行許可制度。從事食品生產、食品銷售、餐飲服務，應當依法取得許可。但是，銷售食用農產品和僅銷售預包裝食品不需要取得許可，而僅銷售預包裝食品的，應當報地方食品安全監督管理部門備案。

根據於2020年1月2日頒佈的《食品生產許可管理辦法》，食品生產許可實行一企一證原則，即同一食品生產者從事食品生產活動，應當取得一個食品生產許可證。有關部門按照食品的風險程度，對食品生產實施分類許可。食品生產許可證的有效期為五年。

依據原國家食品藥品監督管理總局（現已改組為國家市場監督管理總局）於2017年1月10日頒佈的《嬰幼兒輔助食品生產許可審查細則》，嬰幼兒輔助食品生產企業須取得「特殊膳食食品」類別的食品生產許可證。該細則針對此類食品生產的生產場所、設備設施、設備佈局與工藝流程、人員管理及管理制度等環節，均訂有詳細規範要求。

根據於2023年6月15日頒佈的《食品經營許可和備案管理辦法》，國家市場監督管理總局負責指導全國食品經營許可和備案管理工作。除若干情況外，在中國境內從事食品銷售和餐飲服務活動，應當依法取得食品經營許可。僅銷售預包裝食品的，應當報地方市場監督管理部門備案。食品經營者在不同經營場所從事食品經營活動的，除另有規定外，應當分別取得食品經營許可或者進行備案。申請食品經營許可，應當按照食品經營主體業態和經營項目分類提出。

食品召回制度

根據《食品安全法》及於2020年10月23日頒佈的《食品召回管理辦法》，國家建立食品召回制度。食品生產者發現其生產的食品不符合食品安全標準或者有證據證明可能危害人體健康的，應當立即停止生產，召回已經上市銷售的食品，通知相關生產經營者和消費者，並記錄召回和通知情況。

監管概覽

食品標籤管理

根據《食品安全法》，預包裝食品的包裝上應當有標籤。標籤應當標明下列事項（其中包括）：(i)名稱、規格、淨含量及生產日期；(ii)成分或者配料表；(iii)生產者的名稱、地址及聯繫方式；(iv)保質期；(v)產品標準代號；(vi)貯存條件；(vii)所使用的食品添加劑在國家標準中的通用名稱；(viii)生產許可證編號；及(ix)法律、法規及食品安全標準規定應當標明的其他事項。食品經營者應當按照食品標籤標示的警示標誌、警示說明或者注意事項的要求銷售食品。

為更好貫徹《食品安全法》的相關規定，國家市場監督管理總局於2025年3月14日發佈《食品標識監督管理辦法》，其中對食品標識的基本要求、食品添加劑的標識方法，以及配料表的分類和標注等進行了進一步規範。該辦法將於2027年3月16日生效。

有機產品認證

依據2013年11月15日頒佈、2022年9月29日由國家市場監督管理總局最後修訂的《有機產品認證管理辦法》，有機產品生產者或加工者可自行委託認證機構對其有機產品進行認證，並依照有機產品認證實施規則提交申請。有機產品認證有效期為一年。任何單位違反本辦法規定，在產品或產品包裝上標示「有機」、「ORGANIC」等字樣且可能誤導公眾認為該產品為有機產品的文字表述和圖案者，應按地方市場監督管理部門要求予以整改，並處以不超過人民幣30,000元罰款。

有關我們的產品銷售的法規

根據於1993年2月22日頒佈並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國產品質量法》，生產者應當對其生產的產品質量負責。生產、銷售不符合保障人體健康和人身、財產安全的國家標準、行業標準的產品的，責令停止生產、銷售，沒收違法生產、銷售的產品，並處違法生產、銷售產品貨值金額等值以上三倍以下的罰款；有違法所得的，並處沒收違法所得；情節嚴重的，吊銷營業執照；構成犯罪的，依法追究刑事責任。

監管概覽

於1994年1月1日生效及於2013年10月25日最新修訂的《中華人民共和國消費者權益保護法》（「《消費者保護法》」）及其實施條例，載列中國境內經營者的義務及消費者的權益。根據《消費者保護法》，經營者應當保證其提供的商品或者服務符合保障人身、財產安全的要求，並向消費者提供有關商品或者服務的質量、性能、用途和有效期限的真實全面信息。經營者發現其提供的商品或者服務存在缺陷，有危及人身、財產安全危險的，應當立即向有關行政部門報告和告知消費者，並採取停止銷售、警示、召回、無害化處理、銷毀等措施。違反《消費者保護法》可能處警告、沒收違法所得及處以罰款。此外，情節嚴重的，相關經營者可能被責令停業，吊銷營業執照，追究刑事責任。《消費者保護法》實施條例就《消費者保護法》規定的義務提供詳細規定，其中包括保障消費者的人身和財產安全、處理缺陷產品、禁止虛假宣傳、以顯著方式標明價格、履行質量保證責任及保護消費者個人信息。

根據於2018年8月31日頒佈的《電子商務法》及於2025年3月18日頒佈的《網絡交易監督管理辦法》，電子商務經營者包括電商平台經營者、平台內經營者以及通過自建網站、其他網絡服務銷售商品或者提供服務的電子商務經營者。除另有規定外，電子商務經營者應當辦理市場主體登記。電子商務經營者銷售的商品或者提供的服務應當符合保障人身、財產安全的要求和環境保護要求。電子商務經營者亦應當：(i)在其首頁顯著位置，持續公示更新營業執照信息、與其經營業務有關的行政許可信息或其他相關信息，或者上述信息的鏈接標識；(ii)全面、真實、準確、及時地披露商品或者服務信息，保障消費者的知情權和選擇權；及(iii)按照承諾或者與消費者約定的方式、時限向消費者交付商品或者服務，並承擔商品運輸中的風險和責任，但是，消費者另行選擇快遞物流服務提供者的除外。

根據於1993年9月2日頒佈並於2025年6月27日最新修訂的《反不正當競爭法》，經營者在生產經營活動中，應當遵循自願、平等、公平、誠信的原則，遵守法律和商業道德。不正當競爭行為是指經營者在生產經營活動中，違反《反不正當競爭法》規

監管概覽

定，擾亂市場競爭秩序，損害其他經營者或者消費者的合法權益的行為。經營者違反《反不正當競爭法》，應當依法承擔民事責任及接受行政處罰。經營者的合法權益受到不正當競爭行為損害的，可以提起訴訟。

依據全國人民代表大會常務委員會於2007年8月30日頒佈並於2022年6月24日最新修訂的《中華人民共和國反壟斷法》(以下簡稱「反壟斷法」)所規定，壟斷行為包括任何經營者達成的壟斷協議、任何經營者濫用市場支配地位的行為，以及任何經營者集中導致或可能導致消除或限制市場競爭的行為。具體而言，具有競爭關係的經營者不得訂立消除或限制競爭的壟斷協議，例如抵制交易、固定或變更商品價格、限制商品產量、劃分銷售市場或原料供應市場，除非該協議符合《反壟斷法》的豁免條件，例如改善技術、提高中小企業的效率 and 競爭力。

根據於1994年10月27日頒佈並於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國廣告法》，廣告應當真實、合法，以健康的表現形式表達廣告內容，不得含有虛假或者引人誤解的內容，不得欺騙或誤導消費者。廣告主、廣告經營者、廣告發佈者從事廣告活動，應當遵守法律、法規，遵循公平、誠實信用及公平競爭的原則。

有關環境保護的法規

根據於1989年12月26日頒佈並於2014年4月24日最新修訂的《中華人民共和國環境保護法》及於2024年4月1日頒佈的《排污許可管理辦法》，中華人民共和國生態環境部及其地方對應部門負責環境保護工作的監督管理。國家實行排污許可管理制度，依照法律規定實行排污許可管理的企業事業單位和其他生產經營者應當申請取得排污許可證，並按照排污許可證的規定排放污染物。

有關網絡安全、數據安全及個人信息保護的法規

於2007年6月22日發佈的《信息安全等級保護管理辦法》，根據信息系統遭到破壞後對公民、法人和其他組織的合法權益、社會秩序、其他公共利益和國家安全的危害程度，將信息系統的安全保護等級分為五級。該辦法還規定，第二級或以上信息系統的運營、使用單位應當自其安全保護等級確定之日起或信息系統投入運行之日起三十日內，向當地主管公安機關辦理備案手續。

監管概覽

根據全國人大常委會於2016年11月7日頒佈、於2025年10月28日修訂並自2026年1月1日起生效的《中華人民共和國網絡安全法》(「《網絡安全法》」)，網絡運營者建設、運營網絡或者通過網絡提供服務，應當依照法律、行政法規的規定和國家標準的強制性要求，採取技術措施和其他必要措施，保障網絡安全、穩定運行，有效應對網絡安全事件，防範網絡違法犯罪活動，維護網絡數據的完整性、保密性和可用性。網絡運營者承擔多項與安全保護相關的義務，包括：(i)按照網絡安全等級保護制度的要求，履行安全保護義務，包括制定內部安全管理制度和操作規程，確定網絡安全負責人，採取防範計算機病毒和危害網絡安全行為的技術措施，採取技術措施對網絡運行狀態和網絡安全相關事件進行監測和記錄，以及採取數據分類、重要數據備份和加密等數據安全措施；(ii)制定網絡安全事件應急預案，及時處置安全風險，在發生危害網絡安全的事件時，立即啟動應急預案，採取相應的補救措施，並按照規定向有關主管部門報告；及(iii)為公安機關、國家安全機關依法維護國家安全和偵查犯罪的活動提供技術支持和協助。

根據全國人大常委會於2021年6月10日頒佈並於2021年9月1日生效的《中華人民共和國數據安全法》(「《數據安全法》」)，國家建立數據分類分級保護制度，對數據實行分類分級保護。開展數據處理活動應當依照法律、法規的規定，建立健全全流程數據安全管理制度，組織開展數據安全教育培訓，採取相應的技術措施和其他必要措施，保障數據安全。

全國人大於2020年5月28日頒佈並於2021年1月1日起施行的《中華人民共和國民法典》規定自然人的個人信息受法律保護，並為隱私權及個人信息侵權索賠提供了主要法律依據。

全國人大常委會於2021年8月20日頒佈《中華人民共和國個人信息保護法》(「《個人信息保護法》」)，並於2021年11月1日生效。其規定個人信息處理者應履行多項個人信息保護義務，其中包括：(i)告知個人關於個人信息處理的規則和目的、個人信息處理的影響以及個人如何行使其權利；(ii)就個人信息處理取得個人同意或具備處理個人

監管概覽

信息的其他適用法律依據；(iii)建立個人信息處理方面的內部政策和程序，並採取適當的技術措施；(iv)提供個人行使其個人信息權利的渠道，並回應其請求；及(v)就特定個人信息處理活動開展個人信息保護影響評估。

根據中華人民共和國國家互聯網信息辦公室（「國家網信辦」）與中國若干監管部門於2021年12月28日聯合頒佈並於2022年2月15日生效的《網絡安全審查辦法》，關鍵信息基礎設施運營者採購網絡產品和服務，網絡平台運營者開展數據處理活動，影響或者可能影響國家安全的，應當進行網絡安全審查。掌握超過100萬用戶個人信息的網絡平台運營者赴國外上市，必須申報網絡安全審查。網絡安全審查工作機製成員單位認為影響或可能影響國家安全的網絡產品和服務以及數據處理活動，由網絡安全審查辦公室按程序報中央網絡安全和信息化委員會批准後，依照相關規定進行審查。

2024年3月22日，國家網信辦發佈《促進和規範數據跨境流動規定》。根據該規定，國際貿易、跨境運輸、跨國生產製造和市場營銷等活動中收集和產生的數據向境外提供，不包含個人信息或者重要數據的，免予申報數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同、通過個人信息保護認證。該規定亦規定，關鍵信息基礎設施運營者以外的數據處理者自當年1月1日起累計向境外提供不滿10萬人個人信息（不含敏感個人信息）的，免予申報數據出境安全評估、訂立個人信息出境標準合同、通過個人信息保護認證。

2024年9月24日，國務院頒佈《網絡數據安全管理條例》（「《網絡數據條例》」），並於2025年1月1日生效。《網絡數據條例》就現有數據保護框架下的《網絡安全法》、《數據安全法》及《個人信息保護法》三大支柱中的數據合規要求的各個方面，提供了詳細的實施細則和指引。其補充了《個人信息保護法》關於通知、同意及行使數據主體權利的若干方面要求，並就重要數據處理者的合規要求和簡化數據跨境傳輸的指引提供了更多詳細說明。

監管概覽

有關貨物進口的法規

根據於2021年11月19日頒佈的《中華人民共和國海關報關單位備案管理規定》，進口貨物的收貨人或報關企業只需向海關申請備案。備案信息應當通過「中國海關企業進出口信用信息公示平台」進行公布。

根據於1987年1月22日頒佈並於2021年4月29日最新修訂的《中華人民共和國海關法》，進口貨物的收貨人應當向海關如實申報。

根據於2001年12月10日頒佈並於2024年3月10日最新修訂的《中華人民共和國貨物進出口管理條例》，除法律、行政法規明確禁止或者限制進出口的外，國家准許貨物的自由進出口。

有關勞動保護的法規

勞動法

根據於1994年7月5日頒佈並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國勞動法》的規定，勞動者享有平等就業和選擇職業的權利、取得勞動報酬的權利、獲得勞動安全衛生保護的權利、享受社會保險和福利的權利等。用人單位必須建立、健全勞動安全衛生制度，對勞動者進行勞動安全衛生教育，為勞動者提供符合國家規定的勞動安全衛生條件和必要的勞動防護用品。

勞動合同法

根據於2007年6月29日頒佈並於2012年12月28日最新修訂的《中華人民共和國勞動合同法》及其實施條例的規定，用人單位與勞動者建立勞動關係，應當訂立勞動合同。用人單位與勞動者應當按照勞動合同的約定，全面履行各自的義務。用人單位應當如實告知勞動者工作內容、工作條件、工作地點、職業危害、勞動安全衛生條件、勞動報酬，以及勞動者要求了解的其他信息。用人單位未能遵守上述規定的，可能會被責令改正或承擔賠償責任。

監管概覽

社會保險及住房公積金

根據於2010年10月28日頒佈並於2018年12月29日最新修訂的《中華人民共和國社會保險法》，用人單位須為勞動者繳納社會保險費，包括基本養老保險費、基本醫療保險費、失業保險費、生育保險費及工傷保險費。用人單位未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，就欠繳的社會保險費按日加收萬分之五的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。

根據於2018年7月20日頒佈的《國稅地稅徵管體制改革方案》，從2019年1月1日起，將基本養老保險費、失業保險費、生育保險費、工傷保險費、基本醫療保險費等各項社會保險費交由稅務部門統一徵收。根據國家稅務總局辦公廳於2018年9月13日頒佈的《關於穩妥有序做好社會保險費徵管有關工作的通知》，所有負責社保費徵收的地方機關嚴禁自行對企業歷史欠費進行集中清繳。國家稅務總局於2018年11月16日頒佈的《關於實施進一步支持和服務民營經濟發展若干措施的通知》重申，各級稅務機關對包括民營企業在內的繳費人以前年度欠費，一律不得自行組織開展集中清繳。2019年4月1日頒佈的《國務院辦公廳關於印發降低社會保險費率綜合方案的通知》要求穩步推進社保費徵收體制改革，企業職工基本養老保險和企業職工其他險種繳費，原則上暫按現行徵收體制繼續徵收，穩定繳費方式。其亦強調，妥善處理好企業歷史欠費問題，在徵收體制改革過程中不得自行對企業歷史欠費進行集中清繳，不得採取任何增加小微企業實際繳費負擔的做法，避免造成企業生產經營困難。

監管概覽

2025年7月31日，中華人民共和國最高人民法院頒佈《最高人民法院關於審理勞動爭議案件適用法律問題的解釋(二)》(「新司法解釋」)，該解釋於2025年9月1日生效。其中第十九條第一款規定：若用人單位與勞動者約定或勞動者承諾無需繳納社會保險費的，法院應當認定該約定或承諾無效。此外，當僱主未依法繳納社會保險費，而僱員依據《中華人民共和國勞動合同法》相關規定要求解除勞動合同並向僱主索取經濟補償時，法院應依法支持其主張。此規定明確指出，若僱主未依法繳納社會保險費，僱員有權依據《中華人民共和國勞動合同法》要求解除勞動合同並獲得相應經濟補償。

根據於1999年4月3日頒佈並於2019年3月24日最新修訂的《住房公積金管理條例》，單位須為本單位職工繳存住房公積金。單位不為本單位職工辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處人民幣1萬元以上人民幣5萬元以下的罰款。單位逾期不繳或者少繳住房公積金的，由住房公積金管理中心責令限期繳存；逾期仍不繳存的，可以申請人民法院強制執行。

有關知識產權的法規

商標

根據於1982年8月23日頒佈並於2019年4月23日最新修訂的《中華人民共和國商標法》，經商標局核准註冊的商標為註冊商標，包括商品商標、服務商標和集體商標、證明商標；商標註冊人享有商標專用權，受法律保護。商標註冊申請人應當按規定的商品分類表填報使用商標的商品類別和商品名稱，提出註冊申請。

監管概覽

專利

根據於1984年3月12日頒佈並於2020年10月17日最新修訂的《中華人民共和國專利法》及其實施細則，發明創造是指發明、實用新型和外觀設計。發明專利權的期限為二十年，實用新型專利權的期限為十年，外觀設計專利權的期限為十五年，均自申請日起計算。

著作權

根據於1990年9月7日頒佈並於2020年11月11日最新修訂的《中華人民共和國著作權法》的規定，中國公民、法人或者非法人組織的作品（即文學、藝術和科學領域內具有獨創性並能以一定形式表現的智力成果），不論是否發表，均享有著作權。著作權人享有多項權利，包括但不限於發表權、署名權及複製權。

域名

根據於2017年8月24日頒佈的《互聯網域名管理辦法》，域名註冊服務原則上實行「先申請先註冊」。為進行域名註冊，域名註冊申請者應當向域名註冊服務機構提供域名持有者真實、準確、完整的身份信息等信息。域名註冊完成後，申請者將成為相關域名的持有者。

有關稅項的法規

企業所得稅

根據於2007年3月16日頒佈並不時修訂的《企業所得稅法》及其實施條例，企業分為居民企業和非居民企業。「居民企業」是指依法在中國境內成立，或者依照外國（地區）法律成立但「實際管理機構」在中國境內的企業，應當就其全球收入繳納25%的企業所得稅。非居民企業(i)在中國境內設立機構、場所的，應當就其所設機構、場所取得的來源於中國境內的所得，以及發生在中國境外但與其所設機構、場所有實際聯繫的所得，繳納25%的企業所得稅；及(ii)取得的所得與其所設機構、場所沒有實際聯繫的，應當就其來源於中國境內的所得繳納10%的企業所得稅。非居民企業在中國境內未設立機構、場所的，應當就其來源於中國境內的所得繳納10%的企業所得稅。

監管概覽

預扣所得稅

根據《企業所得稅法》及其實施條例，由中國境內外商投資企業於2008年1月1日之後產生的並向其境外投資者派付的股息應當扣繳10%的預扣所得稅，但在中國與境外投資者註冊成立所在司法管轄區之間簽訂的稅收條約另有規定者除外。

根據於2020年1月1日生效的《非居民納稅人享受協定待遇管理辦法》，任何符合享受協定待遇條件的非居民納稅人，在納稅申報時或通過扣繳義務人在扣繳申報時有權享受協定待遇，並遵守稅務機關後續管理。主管稅務機關在後續管理過程中，發現非居民納稅人不符合享受協定待遇條件而享受了協定待遇且少繳或未繳稅款的，應當責令非居民納稅人限期繳納稅款。

增值稅

根據於2024年12月25日頒佈的《中華人民共和國增值稅法》，在中華人民共和國境內銷售貨物、服務、無形資產、不動產，以及進口貨物的單位和個人，應當繳納增值稅。除另有規定者外，納稅人銷售貨物或者進口貨物，稅率為百分之十三。

有關外匯的法規

根據於1996年1月29日頒佈及不時修訂的《中華人民共和國外匯管理條例》，人民幣一般可就經常項目（包括股息分派、貿易及服務相關外匯交易）自由兌換，但不可就資本項目（例如直接投資、貸款、投資匯返及中國境外證券投資）自由兌換，除非事先取得國家外匯管理局或其指定銀行的批准或另有規定。

根據於2016年6月9日頒佈的《國家外匯管理局關於改革和規範資本項目結匯管理政策的通知》，資本項目外匯收入（包括但不限於外匯資本金及外債資金）結匯可按照意願將外幣兌換為人民幣。境內機構資本項目外匯收入意願結匯比例暫定為100%。國家外匯管理局可根據國際收支形勢適時對上述比例進行調整。

監管概覽

根據於2019年10月23日頒佈的《國家外匯管理局關於進一步促進跨境貿易投資便利化的通知》，允許非投資性外商投資企業在不違反現行外商投資准入特別管理措施（負面清單）且境內所投項目真實、合規的前提下，依法以人民幣結算外匯資本金並以該等人民幣資金進行境內股權投資。

有關境外發行上市的法規

2023年2月17日，中國證監會發佈《境內企業境外發行證券和上市管理試行辦法》以及境內企業境外發行證券和上市管理備案指引（統稱「《境外上市試行辦法》」），並於2023年3月31日生效。境外上市試行辦法適用於(i)主要經營活動在境內並直接進行境外發行上市的境內企業；及(ii)主要經營活動在境內並間接進行境外發行上市的境內企業。直接或間接進行境外發行上市的境內企業，應當向中國證監會備案，報送相關信息。根據具體情況，《境外上市試行辦法》規定（其中包括）：(i)發行人境外首次公開發行或者上市的，應當在境外提交發行上市申請文件後3個工作日內向中國證監會備案；(ii)發行人境外發行上市後，在同一境外市場發行證券的，應當在發行完成後3個工作日內向中國證監會備案；及(iii)發行人境外發行上市後，在其他境外市場發行上市的，應當在境外提交發行上市申請文件後3個工作日內向中國證監會備案。

歷史、重組及公司架構

概述

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國嬰童零輔食行業的領導者，並已拓展至中國家庭食品行業。本集團於2015年啟動運營，運營主體為廣州健特唯日用品有限公司。該公司由楊先生、姜先生、何先生及劉先生在中國境內共同設立。

為籌備本公司[編纂]，我們實施了重組，並於2021年10月4日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司為投資控股公司，本集團通過全資子公司開展各項經營活動。

我們的業務里程碑

以下列示自我們成立以來直至最後實際可行日期的主要業務發展里程碑：

年度	業務里程碑
2015年	成立廣州健特唯日用品有限公司(本公司主要營運子公司之一)
2017年	成立艾斯普瑞(廣州)食品(本公司的境內控股公司及主要子公司之一)
2018年	推出首款嬰童輔食產品 在天貓開設旗艦店 啟動全國線下零售網絡擴張
2019年	榮獲「天貓母嬰新銳品牌成長獎」

歷史、重組及公司架構

年度	業務里程碑
2021年	與華南農業大學共建產學研合作中心 推出家庭食品系列產品
2022年	榮獲由京東金榜授予的「京東金榜嬰童零輔食金獎」
2023年	榮獲「淘寶天貓母嬰親子行業年度新銳品牌獎」
2024年	在淘寶天貓2024年親子大賞中獲評「年度最受喜愛嬰童食品品牌」 與貝因美合作共建嬰兒食品創新中心實驗室 推出A2牛奶水牛奶 根據灼識諮詢的認證，本公司產品榮登全國嬰童調味品、嬰童有機零輔食、嬰幼兒豬肝粉、寶寶肉鬆全國銷售榜首（以2024年銷售額計） 榮獲「2024年京東母嬰巔峰品牌獎」
2025年	被評為「2025年福布斯中國行業發展領軍企業」 榮獲「2025年天貓金嬰獎年度最受歡迎嬰童食品獎」 廣州增城生產基地正式投產

歷史、重組及公司架構

本公司及本公司的主要附屬公司

本公司及於往績記錄期間對我們經營業績構成重大貢獻的各主要附屬公司，其主營業務、成立地點及成立日期詳情如下：

公司名稱	主要業務	成立日期及業務啟動日期	註冊地
本公司	投資控股	2021年10月4日	開曼群島
艾斯普瑞控股有限公司	投資控股	2021年10月26日	英屬維爾京群島
健特唯集團有限公司	投資控股	2021年11月16日	香港
艾斯普瑞企業有限公司	知識產權持有	2023年8月15日	香港
艾斯普瑞(廣州)食品	研發、設計、生產及 銷售與市場營銷	2017年10月20日	中國廣東省廣州市
爺爺的農場(香港)	進口產品採購及 投資控股	2022年3月14日	香港
上海適貝	銷售與市場營銷	2015年7月1日	中國上海市
廣州健特唯日用品 有限公司	銷售與市場營銷	2015年3月20日	中國廣東省廣州市
廣州健特唯電子商務 有限公司	銷售與市場營銷	2023年9月13日	中國廣東省廣州市
艾斯普瑞(廣州)健康產品 有限公司	銷售與市場營銷	2024年5月14日	中國廣東省廣州市
廣州健特唯營養品 有限公司	銷售與市場營銷	2018年3月19日	中國廣東省廣州市

歷史、重組及公司架構

重大收購、處置及合併交易

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並未執行任何我們視為對本公司具有重大意義的收購、處置或合併交易。

重組

為籌備本公司[編纂]，我們實施了重組，據此本公司成為本集團的控股公司。

緊隨重組啟動前，我們的業務透過四家在岸實體（即艾斯普瑞（廣州）食品、廣州健特唯日用品、廣州健特唯營養品及上海適貝）經營。該四家在岸實體由楊先生、姜先生、何先生及劉先生直接或間接持股，具體持股情況如下：(i)艾斯普瑞（廣州）食品的股權結構為：吉安合夥企業（彼時由楊先生作為普通合夥人控制）、姜先生、何先生及劉先生分別持股55%、15%、15%及15%，其亦持有上海適貝100%的股權；(ii)廣州健特唯日用品有的股權結構為：吉安合夥企業、姜先生、何先生及劉先生分別持股40%、20%、20%及20%；及(iii)廣州健特唯營養品的股權結構為：吉安合夥企業、姜先生、何先生及劉先生分別持股55%、15%、15%及15%。

本次重組涉及以下步驟：

1. 境外重組

1.1 本公司註冊成立

2021年10月4日，本公司於開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。成立時，本公司的授權股本為50,000美元，分為500,000,000股，每股面值0.0001美元。成立當日，本公司向初始認購人（獨立第三方）發行1股，該股份於同日轉讓予YANGGANG Holdings。同日，本公司另行向YANGGANG Holdings、JFQ Holdings、Ho&Wo Holdings及LHB Holdings分別配發及發行54,999股、15,000股、15,000股及15,000股。

2022年3月1日，本公司自Ho&Wo Holdings回購1,000股。本公司於2022年4月1日向Kong Xiangyun先生（「**Mr. Kong**」）（何先生之姻親）配發及發行1,000股。於該等發行完成後，本公司的股權結構為：YANGGANG Holdings持股55%、JFQ Holdings持股15%、LHB Holdings持股15%、Ho&Wo Holdings持股14%、Mr. Kong持股1%。2024年1月4日，Mr. Kong以零對價將其持有的本公司1%股權轉讓予Ho&Wo Holdings。於該項轉讓完成後，本公司的股權結構為：YANGGANG Holdings持股55%、JFQ Holdings持股15%、Ho&Wo Holdings持股15%、LHB Holdings持股15%。

歷史、重組及公司架構

1.2 境外直接控股公司的註冊成立

2021年10月26日，艾斯普瑞控股作為本公司的全資附屬公司於英屬維京群島註冊成立為有限公司。該公司獲授權發行最多50,000股單一類別股份，每股面值1美元，為投資控股公司。於成立時，艾斯普瑞控股向本公司配發及發行1股普通股。

2021年11月16日，健特唯集團作為艾斯普瑞控股的全資附屬公司於香港註冊成立為有限公司。該公司可發行的普通股上限為10,000股，為投資控股公司。於成立時，健特唯集團向艾斯普瑞控股配發及發行10,000股。

2. 境內重組

2.1 艾斯普瑞(廣州)食品的重組

2021年9月26日，何先生與Mr. Kong簽署股權轉讓協議，據此何先生同意以人民幣77,401元之對價向Mr. Kong轉讓艾斯普瑞(廣州)食品1%股權。該項股權轉讓已於2021年11月24日完成。該對價乃由訂約方根據艾斯普瑞(廣州)食品按比例評估資產淨值所作評估而磋商確定，並已於2022年2月17日全額結清。於該轉讓完成後，艾斯普瑞(廣州)食品成為外商投資企業，並由吉安合夥企業(其當時由楊先生作為普通合夥人控制)持有55%權益。

於2022年3月28日，健特唯集團分別以人民幣0元、人民幣1,161,015元、人民幣1,161,015元、人民幣1,083,614元及人民幣77,401元之對價，向吉安合夥企業、姜先生、劉先生、何先生及Mr. Kong收購艾斯普瑞(廣州)食品的全部股權。該對價乃根據相應轉讓人實繳註冊資本金額以及艾斯普瑞(廣州)食品之評估資產淨值而釐定，並分別於2023年1月6日、2023年1月6日、2023年1月6日及2023年1月12日全額結清。於上述股權轉讓完成後，艾斯普瑞(廣州)食品成為健特唯集團的全資附屬公司。

2.2 廣州健特唯日用品的重組

2024年9月23日，艾斯普瑞(廣州)食品分別以人民幣833,820.8元、人民幣816,910.4元、人民幣616,910.4元及人民幣616,910.4元之對價，向吉安合夥企業、姜先生、何先生及劉先生收購廣州健特唯日用品的全部股權。該對價乃根據相應轉讓人

歷史、重組及公司架構

實繳註冊資本金額以及廣州健特唯日用品之資產淨值而釐定，並分別於2025年3月19日、2024年12月31日、2024年12月31日及2024年12月31日全額結清。於該等股權轉讓完成後，廣州健特唯日用品成為艾斯普瑞(廣州)食品的全資附屬公司。

2.3 廣州健特唯營養品的重組

2024年9月20日，艾斯普瑞(廣州)食品分別以人民幣321,170.3元、人民幣187,591.9元、人民幣187,591.9元及人民幣187,591.9元之對價，向吉安合夥企業、姜先生、何先生及劉先生收購廣州健特唯營養品的全部股權。該對價乃根據相應轉讓人實繳註冊資本金額以及廣州健特唯營養品之資產淨值而釐定，並分別於2025年3月19日、2024年12月31日、2024年12月31日及2024年12月31日全額結清。於該等股權轉讓完成後，廣州健特唯營養品成為艾斯普瑞(廣州)食品的全資附屬公司。

經我們的中國法律顧問確認，就本次重組相關的中國法律事宜而言，我們已向中國相關監管機構取得並完成所有重大方面的相關批准及／或備案手續。

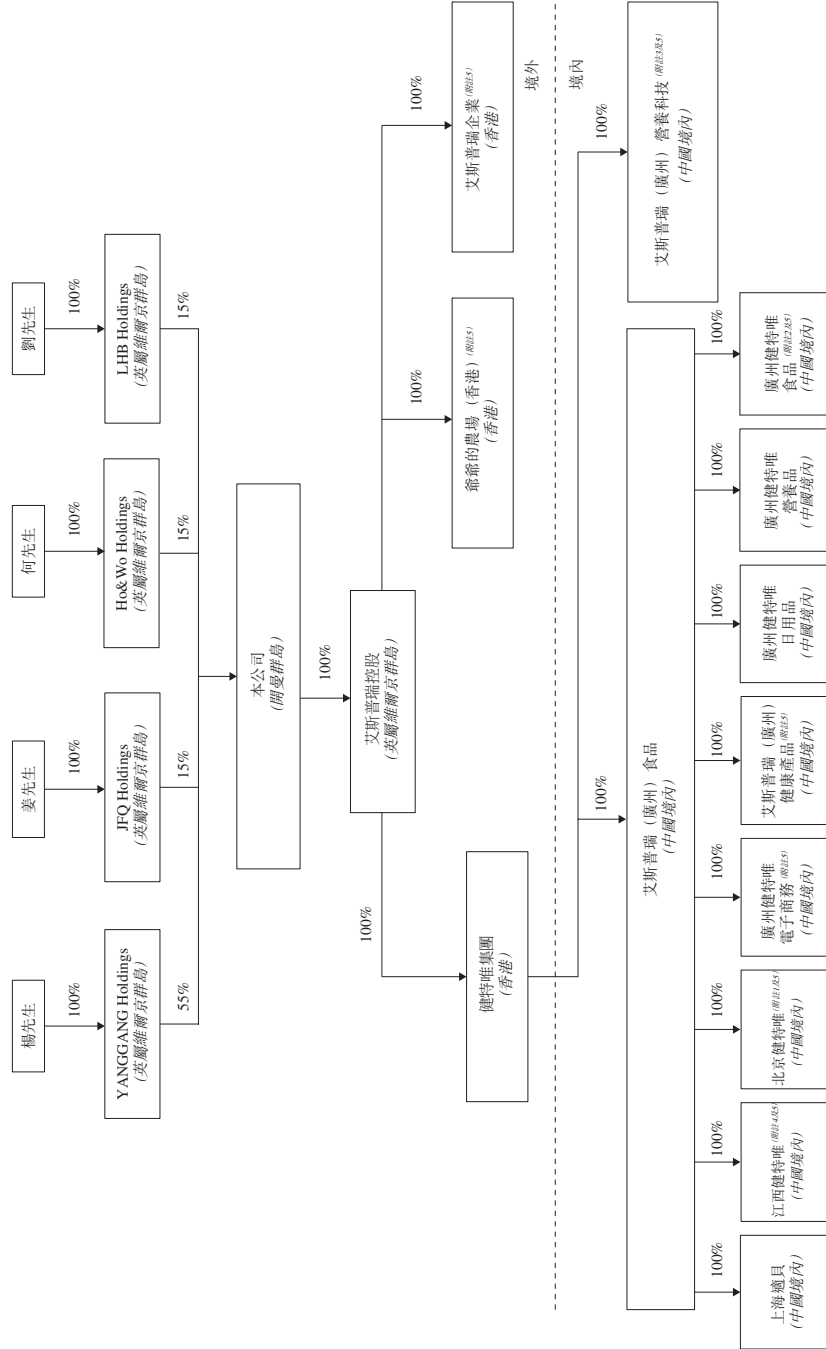
[編纂]

在根據本次[編纂]發行股份並將所得計入本公司股本溢價賬戶後，條件成熟時，本公司董事獲授權將該賬戶中的[編纂]美元予以資本化，以該筆款項按面值全額繳足，並配發及發行合計共[編纂]股，並於[編纂]前立即按比例向截至[●]記載於本公司股東名冊之股東進行配發(為避免產生零碎權益及零碎股而作四捨五入調整)。完成本次[編纂]及[編纂]後，上述獲配發及發行之股份，與該等股東原已持有之股份合計構成本公司已發行之[編纂]%股本。

歷史、重組及公司架構

[編纂]及[編纂]前之公司架構

下列架構圖載列本集團於重組完成後及[編纂]及[編纂]前之股權及公司架構：



歷史、重組及公司架構

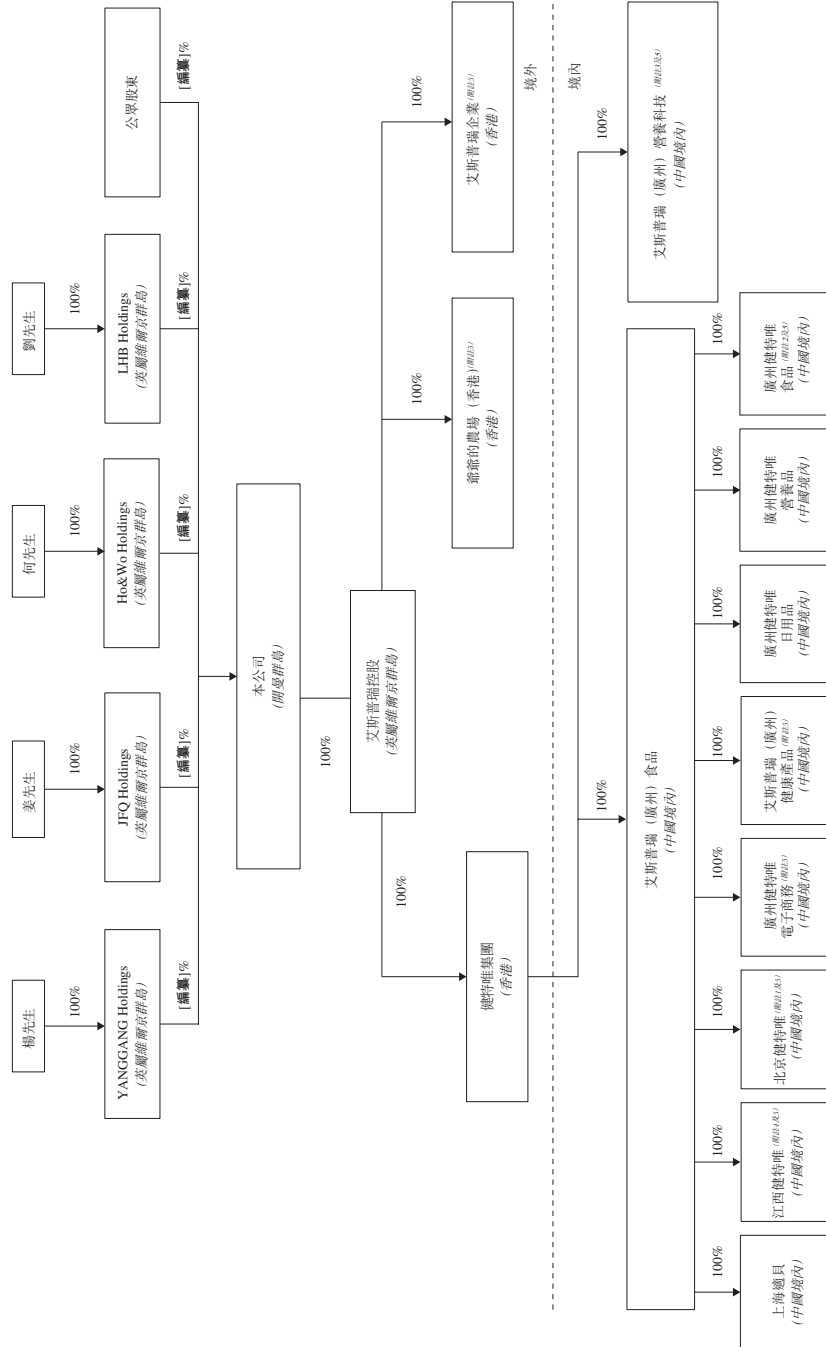
附註：

1. 北京健特唯為依照中國法律於2023年8月28日設立的有限責任公司，主要從事銷售與市場營銷。
2. 廣州健特唯食品為依照中國法律於2025年7月8日設立的有限責任公司，主要從事銷售與市場營銷。
3. 艾斯普瑞(廣州)營養科技為依照中國法律於2025年2月19日設立的有限責任公司，主要從事基於OEM方式的產品採購。
4. 江西健特唯為依照中國法律於2022年6月22日設立的有限責任公司，主要從事銷售與市場營銷。
5. 艾斯普瑞企業、爺爺的農場(香港)、北京健特唯、廣州健特唯食品、艾斯普瑞(廣州)營養科技、江西健特唯、廣州健特唯電子商務、艾斯普瑞(廣州)健康產品均系為推進我們的業務發展而設立，並不屬於本次重組的範疇。

歷史、重組及公司架構

[編纂]及[編纂]後之公司架構

下列架構圖載列本集團於完成[編纂]及[編纂]後之股權及公司架構(並無計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份)。



附註：有關附註1至5，請參閱本節中的「[編纂]及[編纂]前之公司架構」。

歷史、重組及公司架構

公眾持股量

根據上市規則第8.08(1)條的規定，假設[編纂]未獲行使：(i)以每股[編纂][編纂]港元（即指示[編纂]範圍的下限）計算，本次[編纂]後預計[編纂]為[編纂]港元，而適用於本公司股份的最低公眾持股比例為至少25%；(ii)以每股[編纂][編纂]港元（即指示[編纂]範圍的中位數）計算，本次[編纂]後預計[編纂]為[編纂]港元，而適用於本公司股份的最低公眾持股比例為至少25%；以及(iii)以每股[編纂][編纂]港元（即指示[編纂]範圍的上限）計算，本次[編纂]後預計[編纂]為[編纂]港元，而適用於本公司股份的最低公眾持股比例為至少25%。

於[編纂]及[編纂]後（並無計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份），由楊先生、何先生、姜先生及劉先生實益擁有的股份將不計入[編纂]持股量。因此，緊隨[編纂]及[編纂]後（並無計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份），本公司公眾持股量預計將佔本公司已發行股本總額的至少[編纂]，符合上市規則第8.08條所規定的公眾持股量要求。

自由流通量

於[編纂]及[編纂]後（並無計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份），基於不會根據[編纂]向本公司任何核心關連人士或根據上市規則第8.24條不被視為公眾人士的人士配發[編纂]，預計於[編纂]時在聯交所[編纂]且由公眾持有、並且不受任何處置限制（無論系合約、上市規則、適用法律或其他規定）的股份，將佔本公司已發行股本總額的至少[編纂]，且預計[編纂]不少於[編纂]港元（按[編纂]指示範圍下限[編纂]港元計算），從而符合上市規則第8.08A條所規定的自由流通量要求。

中國法律法規要求

併購規則

根據《關於外國投資者併購境內企業的規定》（「併購規則」），如境內公司、企業或自然人擬以其依法設立或控制之境外公司名義收購與其有關聯關係的境內公司，該

歷史、重組及公司架構

等收購須報中華人民共和國商務部審查批准；此外，如境內公司或自然人通過境外特殊目的公司持有境內公司權益，則該特殊目的公司在境外上市須經中國證券監督管理委員會批准。

據本公司中國法律顧問意見，除非中國證券監督管理委員會或中華人民共和國商務部其後明確要求或對相關中國法律法規做出不同解釋，就收購艾斯普瑞(廣州)食品而言，無須根據併購規則事先取得中國證券監督管理委員會及中華人民共和國商務部的批准，原因在於：(i)於健特唯集團收購其100%股權之前，艾斯普瑞(廣州)食品已屬外商投資企業；(ii)《外商投資法》已於2020年1月1日正式施行，且根據商務部官網公開答覆，《外商投資法》施行後，商務主管部門不再對外商投資企業的設立及變更事項進行審批。我們的中國法律顧問進一步告知，《併購規則》的解釋及適用或會隨時間發展而變化，未來出台的新規或可能對我們施加額外要求。

外匯登記

依據《國家外匯管理局關於境內居民通過特殊目的公司境外投融資及返程投資外匯管理有關問題的通知》(「外匯管理局第37號公告」)：(a)境內居民在將資產或權益注入其為投資或融資目的而直接設立或間接控制之境外特殊目的公司(「**境外特殊目的公司**」)前，須向所在地國家外匯管理局分支機構辦理登記；以及(b)完成首次登記後，如該境外特殊目的公司發生重大變更(包括但不限於境內居民股東變更、公司名稱變更、經營期限變更、資本增加或減少、股權轉讓或置換、合併或分立等)，境內居民還須向所在地外匯局辦理變更登記。未按外匯管理局第37號公告辦理上述登記手續的，可能受到處罰。

依據《國家外匯管理局關於進一步簡化和改進直接投資外匯管理政策的通知》，受理相關外匯登記的權限已由外匯局分支機構下放至資產或權益所在地的合資格境內銀行。

據本公司中國法律顧問意見，楊先生、何先生、姜先生及劉先生均已完成外匯管理局第37號公告項下所要求的初始登記。

業 務

概覽

我們的願景

有家的地方就有爺爺的農場。

我們的使命

在爺爺的農場，我們致力於提供真材料、少添加、有營養的優質健康食品。我們致力於確保我們的產品符合中國消費者對優質健康食品的期望。

關於我們

根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國嬰童零輔食行業的領導者，並已拓展至中國家庭食品行業。我們致力於提供真材料、少添加、有營養的高品質健康食品。我們於2018年推出了首款嬰童輔食產品。自成立以來僅八年時間，根據弗若斯特沙利文的資料，爺爺的農場已成長為中國嬰童零輔食市場的領軍品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，按中國嬰童零輔食的商品交易總額計，我們排名第二，於商品交易總額排名前五的公司中，我們於2022年至2024年實現最高複合年增長率。根據弗若斯特沙利文的資料，於2024年，按中國有機嬰童零輔食的商品交易總額計，我們亦排名第一。於2021年，為響應中國現代父母及家庭對食品安全、營養價值及天然成分日益變化的需求及日益提升的關注度，我們戰略性地進軍家庭食品賽道。

我們從全球甄選產地採購原材料。我們努力為不同年齡和階段的消費者打造優質的簡化食品配方。我們亦為多條產品線探索有機選項。這種有針對性的方法確保消費者可以放心選擇我們的產品。因此，我們的大部分食品均由天然成分製成，其中一些系列已獲得有機認證。基於對消費者需求的深刻洞察，我們成功推出了深受不同年齡段消費者喜愛的系列產品線。我們提供(i)嬰童零輔食領域的食用油、調味品、穀物類輔食、果汁、果泥和果泥酸奶產品及零食；及(ii)我們還在家庭食品領域提供液態奶產品、方便食品、大米產品、調味品及食用油。截至2025年9月30日，我們的產品組合已涵蓋269個SKU，覆蓋不同細分市場，同時契合現代父母及家庭對食品便捷性、營養性、衛生性與口感的期望。截至2025年9月30日，我們約三分之一的SKU獲得有機銷售許可與「有機」標識資質，其中部分產品在兩個以上司法管轄區獲得有機產品認證。讓「爺爺的農場」陪伴消費者度過人生的每個階段－從嬰兒的第一口輔食再到全家共享的健康食品，我們努力成為每個家庭的重要部分，這不僅是我們的堅定目標，更是我們品牌始終追求的長期願景。

業 務

我們的業務模式

依托嬰童零輔食領域的深耕經驗，我們的產品開發遵循系統化框架：從專屬研發到全球採購，每批次均經嚴格質檢。該流程融合精準營養研究、嚴苛原料溯源，以及優先採用較少添加劑的甄選規範。

在此基礎上，我們已將業務拓展至家庭食品領域。此次擴張滿足了消費者在人生不同階段對「成分簡單、營養透明」食品的持續偏好。憑藉在配方研發與供應鏈管理方面的既有專長，我們開發出滿足更廣泛家庭需求的產品，同時始終堅持原料純正與營養品質的核心理念。



我們通過廣泛的多元銷售網絡銷售產品，整合直銷和經銷渠道，覆蓋廣泛的消費者群體。我們的直銷渠道主要包括電商平台。我們的經銷渠道主要包括(i)電商平台，(ii)重點客戶，及(iii)經銷商。

業 務

於往績記錄期間，我們持續實現兼具強勁增長與盈利能力的財務表現。我們的收入由2023年的人民幣622.4百萬元增長40.6%至2024年的人民幣875.3百萬元。我們的收入亦由截至2024年9月30日止九個月的人民幣633.2百萬元增長23.2%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣779.8百萬元。截至2024年及2025年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月期間，我們的毛利分別為人民幣345.1百萬元、人民幣514.4百萬元、人民幣365.9百萬元及人民幣446.6百萬元，同年／期毛利率分別為55.5%、58.8%、57.8%及57.3%；經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）分別為人民幣75.9百萬元、人民幣103.2百萬元、人民幣78.5百萬元及人民幣90.1百萬元，而同年／期的經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）分別為12.2%、11.8%、12.4%及11.6%。我們矢志通過持續的產品創新豐富嬰童零輔食組合，同時不斷拓展至家庭食品市場。

我們的競爭優勢

我們相信，以下優勢驅動了我們走向成功，抓住市場機遇，實現可持續增長：

我們是中國嬰童零輔食行業的領導者，擁有強大的市場影響力及極高的品牌認知度，並已逐步擴展至家庭食品行業。

我們於2018年推出了首款嬰童輔食產品。根據弗若斯特沙利文的資料，自成立以來僅八年時間，爺爺的農場已成長為中國嬰童零輔食市場的領軍品牌。於2021年，為響應中國現代父母及家庭對食品安全、營養價值及天然成分日益變化的需求及日益提升的關注度，我們戰略性地進軍家庭食品賽道。

我們致力於簡化食品配方，為不同年齡及階段的消費者創造優質食品。我們亦為多條產品線探索有機選項。這種有針對性的方法確保消費者可以放心選擇我們的產品。因此，我們的大部分食品均由天然成分製成，其中多款產品已獲得有機認證。根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，我們在中國的嬰童有機零輔食商品交易總額位居首位。於2024年，我們嬰童零輔食業務分部收入增長的主要驅動因素之一為有機產品銷量增加，根據弗若斯特沙利文的資料，其年增長率顯著高於行業平均水平。截至2025年9月30日，我們約三分之一的SKU獲得有機銷售許可與「有機」標識資質，其中部分產品在兩個以上司法管轄區獲得有機產品認證，契合現代父母及家庭對食品便捷性、營養性、衛生性與口感的期望。

我們的產品品質與值得信賴的品牌形象培育了消費者對我們品牌的深厚忠誠度。根據弗若斯特沙利文的資料，於2023年、2024年以及截至2025年9月30日止十二個月期間，「爺爺的農場」品牌產品在天貓自營旗艦店（於往績記錄期間持續為我們的大部分直銷作貢獻）的消費者複購率分別為29%、31%和34%，呈現持續上升的趨勢。

業 務

領導中國嬰童零輔食領域

中國嬰童零輔食行業蘊藏着巨大的增長機遇。我們成功把握市場機遇，在中國快速發展的嬰童零輔食行業中確立並鞏固了領先地位。

- 根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，在中國的嬰童零輔食領域，我們的商品交易總額位居第二。此外，在商品交易總額排名前五的公司中，我們於2022年至2024年間實現了最高的複合年增長率。
- 根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，我們在中國的嬰童有機零輔食商品交易總額位居行業首位。
- 根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，我們在中國的嬰童調味類輔食商品交易總額位居行業首位。
- 根據灼識諮詢的資料，在截至2024年12月31日止三個年度期間，我們的食用油在國內嬰童輔食油品類中商品交易總額位居第一。

本品牌亦獲業界廣泛認可，多年來屢獲殊榮，包括：「廣東省食品行業名牌產品」、京東商城「巔峰品牌獎」，以及於往績記錄期間獲得淘寶／天貓「年度最受喜愛嬰童食品品牌」。

我們在該領域的銷售額從2023年的人民幣579.5百萬元增加至2024年的人民幣770.3百萬元，增幅達32.9%。我們在該領域的銷售額從截至2024年9月30日止九個月期間的人民幣565.3百萬元增加至2025年同期的人民幣627.1百萬元，增幅達10.9%。

拓展至中國家庭食品領域

伴隨健康意識的提升、生活方式的改變以及消費者教育水平和家庭收入的提高，中國家庭日益關注食品安全、營養價值和天然成分。值得關注的是，由於家庭中不同代際對健康產品的需求呈現多元化趨勢，新的消費模式應運而生。這種消費觀念的轉變，顯著拉動了面向家庭消費的天然健康食品市場需求。憑藉我們對消費者需求的深刻洞察，我們將嬰童零輔食行業的專業知識成功應用於家庭食品領域，並成為中國家庭食品領域的知名引領者。我們已分別於2021年及2024年成功推出了面向家庭的橄欖

業 務

油和A2牛奶水牛奶。截至2025年9月30日，我們家庭食品領域的SKU為74。我們的產品品質與值得信賴的品牌形象，不僅培養了消費者對品牌的高度忠誠，更將彼等對我們的支持延伸至嬰童零輔食市場之外的廣闊領域。

我們在該領域的銷售額從2023年的人民幣42.9百萬元增加至2024年的人民幣105.0百萬元，增長率達144.7%。同期，我們的家庭食品所得收入的比例分別為6.9%及12.0%。該領域的銷售額從截至2024年9月30日止九個月的人民幣67.9百萬元增加至2025年同期的人民幣152.7百萬元，增長率達124.9%。同期，我們的該領域所得收入的比例分別為10.7%及19.6%。

我們憑藉對消費者需求的深刻理解，推動產品創新，並持續開發全新產品類別，迎合不斷變化的消費者偏好。

我們深耕嬰童零輔食及相關消費品領域逾十年之久，積累了寶貴的行業洞察力，能夠敏銳捕捉新興市場發展趨勢。我們擅長識別特定使用場景下的消費需求，並通過創新產品開發和強大的生產流程迅速響應需求。我們尤為注重營養均衡與風味口感，優先選用天然原料並採用先進生產工藝，同時力求最大限度減少使用人工香精、色素、防腐劑及其他添加劑。我們的產品經過精心設計，旨在滿足不同年齡段多樣化的健康與成長需求。通過持續提供具有差異化優勢的健康產品，並恪守嚴格的質量標準，我們新推出的產品在市場上獲得了熱烈反響。

以下為部分明星產品的詳細介紹：

- 輔食油：我們為嬰童核桃油及牛油果油的推廣者之一。
- A2牛奶水牛奶：本產品融合A2牛奶與水牛奶，富含易消化的A2 β-酪蛋白，鈣含量高。
- 有機嬰幼兒米粉：本產品採用酶水解技術及濕法工藝。
- 有機嬰幼兒五穀蔬菜麵：鮮艷的色彩源自天然果蔬粉，在提升產品營養價值的同時，進一步強化了其在市場的差異化優勢。

業 務

- 其他：我們的明星產品還包括獲得中國和歐盟雙重有機認證的果泥、經四個國家及地區有機認證醬油，以及添加紅棗粉以減少腥味的豬肝粉等。

我們提供多樣化的嬰童零輔食，專為滿足不同成長階段嬰童的營養需求而設計，以及適合家庭共享消費領域的家庭食品。截至2025年9月30日，我們的產品組合包含269個SKU，旨在覆蓋不同細分市場，並迎合現代父母及家庭對便利、營養、衛生和口味的期望。由於我們持續應對不斷變化的消費者需求及激烈的市場競爭，故前述SKU較截至2023年12月31日的158個SKU及截至2024年12月31日的179個SKU大幅增加。我們廣泛而多樣的產品線使「爺爺的農場」能夠觸達並吸引各種各樣的消費者群體。

我們致力於在食品科學領域促進技術合作並提升技術能力。我們已與華南農業大學及華南理工大學的教授共建研究實驗室，以及與貝因美合作設立嬰幼兒零輔食創新中心實驗室。這些設施旨在推動嬰童零輔食的技术與食品科學發展。此外，我們積極主導並參與了多項行業標準的制定，包括牽頭制定了由中國國際經濟技術合作促進會發佈的《兒童調味品通用要求》(T/CIET398-2024)。

我們的增城工廠於2025年正式投運，顯著提升了研發體系實力。該基地設有專注新品開發的研發實驗室，配備關鍵先進的分析儀器。這些儀器能夠精準檢測多種營養成分、金屬污染物及有毒物質，使實驗室得以開拓前沿檢測方法，全面提升其科技能力。該布局使我們能敏捷響應市場需求，快速調整產品策略，從而在動態市場中持續保持競爭優勢。

我們採取全球採購策略，甄選世界各地食材，始終秉持我們對食品質量和安全的堅定承諾與嚴苛標準。

我們在全球範圍內精心甄選供應商，戰略性採購來自不同產地的食材，在整個供應鏈中實施嚴苛的質量控制，確保全程可追溯性。

全球採購戰略

國內食材：例如，我們的有機大米源自中國東北水稻產區。此外，我們精心挑選中國廣西壯族自治區水牛奶及中國山東省豬肝粉。

業 務

國際食材：例如，我們從法國採購核桃油及牛油果油，並從西班牙採購橄欖油；以及從澳大利亞採購穀物。詳情請參見「— 我們的產品」章節。

食品質量與安全

准入程序：我們採用嚴格的資格審查及准入程序，要求進行全面評估，以驗證OEM製造商及原材料供應商是否符合我們嚴格的質量標準。在正式與任何供應商接洽之前，我們會進行詳細的分階段評估超過數月，根據精確的質量標準對每個潛在供應商進行評估和打分。該評估亦包括全面審查供應商與食品生產和質量控制以及物流及倉儲相關的認證、資質及監管許可證。此舉確保我們的供應商持續符合我們的內部質量管理標準以及監管要求。

上市前測試：針對新開發產品，於完成量產後及上市前，須強制將樣品送交權威第三方檢測實驗室，嚴格依照執行標準進行全項檢測。

日常管理：我們對供應商生產過程的每個階段進行全面評估，嚴格評估每道程序，並實施廣泛的質量控制措施。我們還要求OEM製造商和原材料供應商在生產過程中進行必要的調整，以確保我們產品的安全與質量。我們尤其積極監控供應商是否符合我們的內部規範和質量標準，以確保所有供應商均配備必要的質量控制儀器／工具，從而應對生產過程中可能出現的任何食品安全問題。

質量檢查：我們專門派遣專業團隊現場定期監督OEM製造商的生產過程，以確保產品質量始終符合與我們品牌相關的高標準。除了對供應商及其生產設施進行定期抽查和年度審計外，我們還將每一批次產品送檢全國性綜合第三方實驗室進行主要參數檢測。我們進一步交叉比對內部檢測結果與第三方檢測結果，確保嚴格一致的質量控制標準。

異常調查：倘發生質量異常，則相關庫存產品將須隔離封存進行風險評估。OEM製造商須於規定時限內完成原因調查並提交整改措施。

庫存管理：為確保供應鏈效率和產品新鮮度，我們根據不同產品和地區的到貨時間、生產周期以及實時銷售業績來管理採購和庫存水平。我們通過靈活調整，嚴格控制庫存比例，從而實現庫存水平和產品新鮮度的優化管理。

業 務

我們的自有基地

我們已在廣州增城建設一處多功能基地，用於自主生產精選的少量產品、研發、質量控制與檢測以及物流及倉儲。2025年10月，我們的增城工廠開始投產精選產品，包括果汁以及食用油。詳情請參閱「我們的供應鏈－生產－我們的增城工廠」。我們相信，此設施的建立將提升我們在產品研發、自主生產品質管控、物流與倉儲等方面的整合能力。

我們通過富有創意的品牌建設舉措，在品牌與消費者之間建立情感紐帶與信任，從而提升品牌知名度。

我們不斷深化「爺爺的農場」品牌故事內涵，持續豐富並演進品牌敘事。憑藉融合稻穗、蘋果與田野等元素的獨特標誌性油畫設計，我們的品牌形象深入人心－這些設計共同詮釋了農場生活的品質與美好。我們相信，我們的品牌通過其獨特設計與消費者建立起情感聯結，自然地融入了彼等的日常生活，並隨著時間的推移逐漸在消費者中形成一種親切感。

我們的品牌故事：我們的品牌傳播始終圍繞家庭、健康與自然三大主題，這有助於與消費者建牢固的聯結。這種策略不僅能維持客戶的持續參與感，更為產品線的拓展提供了統一支持。

我們的創新品牌策略：我們在中國熱門電視劇中植入了一些定制化、場景化的廣告，將產品與極具共鳴感的「爺爺」形象相聯結，為消費者帶來沉浸式的體驗。這一策略通過精準的社交媒體計劃獲得更多支持，鼓勵自主討論與參與（二次傳播）。例如，熱門電視劇《玫瑰的故事》和《長相思》將我們的產品與「爺爺」敘事巧妙融合，既增強了觀眾的沉浸感，也引發了社交媒體上的自主討論。這一創新舉措贏得了媒體合作夥伴的高度認可，使我們榮獲2024年騰訊視頻「年度營銷突破獎」與騰訊智慧營銷「騰訊IN創新智慧營銷獎」。

我們的全方位推廣活動：我們採用整合營銷策略，融合大眾媒體、社交媒體及口碑營銷等多元渠道開展全方位推廣，以高效精準地觸達目標消費者。我們通過這些平台提供育兒指導、定制化產品推薦、個性化育兒諮詢等綜合服務，大幅深化了與現有及潛在消費者的連接。同時，我們與知名IP開展戰略合作，推出設計新穎的產品包裝，吸引終端消費者體驗併購買我們的產品。

業 務

與藝人合作：為進一步強化品牌與消費者的連接，我們已與藝人及KOL達成合作，邀請其參與宣傳物料製作，並通過視頻及短視頻平台、官方網站及社交網絡及電商平台（如小紅書）等渠道開展營銷與銷售活動。例如，基於產品定位、品牌形象及目標客群認知度等考量，我們自2021年起聘請一位全國知名的女演員擔任品牌代言人。

我們已建立了廣泛而全面的直銷和分銷全渠道銷售網絡。

我們已建立了廣泛的多元化銷售網絡，覆蓋直銷和經銷渠道，以觸達廣大消費者。我們的直銷渠道主要覆蓋國內主要電商平台。我們的經銷渠道主要包括(i)電商平台，(ii)重點客戶和(iii)經銷商。

我們專注於構建全面的直銷網絡，覆蓋綜合性電商平台。自品牌創立以來，直銷渠道已成為我們業務增長的關鍵驅動力，這在通過電商平台面向年輕父母群體開展品牌建設與消費者教育方面尤其如此。於往績記錄期間，我們已實現了對天貓、抖音、拼多多及京東等主流電商平台的全面覆蓋。我們的直接渠道收入從2023年的人民幣257.2百萬元增長至2024年的人民幣370.5百萬元，增長率為44.1%。同期，我們來自直銷渠道的收入佔比分別為41.3%及42.3%。我們的直銷收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣261.4百萬元增長至截至2025年9月30日止九個月的人民幣328.3百萬元，增長率為25.6%。同期，我們來自直銷渠道的收入佔比分別為41.3%及42.1%。

在拓展直銷業務的同時，多年來我們亦主要通過電商平台、重點客戶和經銷商建立了廣泛的分銷網絡。除通過自營店鋪的直售外，我們亦通過第三方電商平台（如京東、天貓及唯品會）上的官方店鋪分銷產品，以帶動流量並提升消費者認知度。此外，截至2025年9月30日，我們進一步拓展進入12家知名的全國性母嬰產品零售連鎖店，比如愛嬰室等全國性或區域領先連鎖超市。截至2025年9月30日，我們的產品已進入全國超過2,000家重點客戶零售網點。截至2025年9月30日，我們在中國已與342家經銷商建立了互利的合作關係，觸達全國超過10,000家終端門店。我們的經銷渠道收入從2023年的人民幣365.2百萬元增至2024年的人民幣504.9百萬元，增長率為38.2%。同年，我們來自經銷渠道的收入比例分別為58.7%及57.7%。我們的經銷渠道收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣371.8百萬元增長至2025年同期的人民幣451.5百萬元，增長率為21.4%。同期，我們來自經銷渠道的收入比例分別為58.7%及57.9%。

業 務

我們經驗豐富且富有遠見的管理團隊成功推動了品牌的強勁增長和發展。

我們擁有一支經驗豐富且富有遠見的管理團隊，彼等深耕食品和快速消費品行業，具備深厚的專業知識，每位成員都擁有超過十年的創業和行業經驗。我們的董事長楊鋼先生是一位連續創業者，擁有成功的創業記錄，賦能我們能夠高效挖掘行業趨勢並戰略性地制定業務計劃，應對不斷變化的市場條件。我們的高級管理團隊由在母嬰以及普通消費品領域擁有多元專業知識和豐富管理經驗的專業人士組成。

我們已實施由管理團隊直接監督的獨特決策結構，該結構以我們「品質至上、自驅自律、務實團結、保持活力、能者先鋒」的核心企業價值觀為基礎，共同推動我們的創新和戰略執行。

我們堅信，我們的管理團隊憑藉其企業家精神、行業專長和運營經驗，將持續有效地制定並執行穩健的增長戰略，以應對日益嚴峻且競爭激烈的市場環境。此外，我們高度重視人才發展，持續招募並培養頂尖人才，以支持我們在瞬息萬變的市場中實現業務的快速增長，建立卓越的適應能力。我們相信，對人才梯隊的持續投入對於保持創新活力和維繫競爭優勢至關重要。

我們的戰略

我們致力於在現有嬰童零輔食領域持續推動產品創新，不斷鞏固我們的競爭優勢。

作為嬰童零輔食行業的市場領導者，我們努力通過鞏固現有產品類別的競爭優勢，獲取更大的市場份額，進而推動中國市場的可持續行業增長。具體而言，我們計劃持續投入全新核心產品線的培育與開發，例如有機嬰幼兒米粉和兒童飲品，並同步升級我們現有的核心產品線。我們亦計劃提高所有產品線中有機成分的比例。同時，我們計劃通過廣泛的促銷活動，持續提升產品質量，完善生產技術，擴大市場覆蓋，豐富口味選擇，並增強品牌認知度。

為了抓住早期產品機遇，我們將持續關注市場趨勢和消費者行為。我們將通過嚴格篩選原料、提升生產工藝和完善產品配方，持續改進產品，以延長產品生命週期。

業 務

此外，我們計劃增加研發投入，提升行業及自身的產品質量標準，從而持續推動行業創新。我們亦計劃加強與頂尖科研機構、高校及行業領軍者的技術交流與合作，致力於開發更健康及以消費者為中心的產品、新配方及先進生產工藝。

我們將擴展「農場」品牌概念的範疇並轉型為面向家庭的綜合健康食品供應商。

我們的核心戰略之一是進一步拓展家庭食品領域。基於我們在嬰童零輔食產品線的成功經驗、已經樹立的品牌認知以及成熟的製造專長，我們堅信我們完全有能力推出適合更廣泛家庭消費場景的新產品。

為了進一步進軍該市場，我們精選產品類別以發展液態奶、食用油、麥片和調味品。這些類別經戰略挑選，旨在契合早餐等日常家庭消費場景。運用我們在質量控制、供應鏈管理和研發方面的核心優勢，我們將確保這些新產品始終符合品牌一貫的高標準安全與營養品質。

我們希望通過擴展「農場」品牌概念的範疇，從嬰童零輔食供應商轉型為面向家庭的綜合健康食品供應商。這一戰略轉型有望使我們實現收入來源的多元化，抓住重要的交叉銷售機遇，並鞏固我們的市場地位。

我們將不斷全鏈條優化供應鏈並加強採購管理，確保從源頭把控產品質量。

我們深知高效的供應鏈對我們的競爭優勢至關重要。我們堅定投資於供應鏈能力建設，重點關注全球採購、倉儲和物流的整合。我們的目標是通過建立一個採購優質食材的全球綜合網絡，確保供應穩定性和成本競爭力。此外，我們將實施各項舉措來加強對上游供應商網絡的管理和拓展，從源頭確保產品質量。我們計劃與優質供應商建立更多戰略合作關係，並積極參與關鍵原材料的上游控制及供應商生產工藝的升級。

此外，我們相信持續投資於自有基地將顯著增強我們的生產和研發能力，進一步加強產品質量管控，降低運營風險。我們計劃未來引進在增城工廠適合自主生產的精選產品類別的生產線。我們亦可能租賃新的生產基地，並為不同產品類別開發專用生產線，這一生產基地連同增城工廠將整體提高我們抵禦市場波動的韌性，從而為長期

業 務

可持續增長奠定堅實基礎。尤其是，我們的增城工廠計劃按照先進的生產和管理標準運營，實現對從原料入庫到成品出庫全流程的嚴格管控，從而進一步加強生產安全、原料質量與運營自主。

我們將通過有效傳達「爺爺的農場」品牌故事，進一步加強品牌建設和營銷工作。

「爺爺的農場」品牌故事是我們品牌身份的核心。我們相信，通過深入挖掘並傳播與品牌價值觀緊密關聯的主題與形象，例如家庭觀念和對自然的敬畏，我們能夠進一步鞏固並提升既有的品牌形象。我們致力於通過在產品包裝、廣告內容及社交媒體互動等營銷活動中融入更多情感元素，以建立更深層次的情感聯結和消費者忠誠度。

我們亦將以消費者為中心，有效整合並利用各類媒體資源，優化我們的整合營銷策略，將其作為促銷規劃的基石。我們的核心營銷策略，在於通過多渠道開展精準營銷，包括創新的IP合作、藝人代言及場景化廣告投放，以提升品牌知名度並確保營銷效果。我們還計劃深化與健康、育兒及營養等領域的意見領袖及行業專家合作，強化品牌信息傳播，並滿足顧客的家庭健康飲食選擇需求，從而與我們的全系列產品形成無縫銜接。

我們將持續拓展並強化我們的直銷和分銷全渠道銷售網絡。

我們致力於通過提升品牌競爭力來增強我們的全渠道銷售網絡，並推動市場份額增長。對於直銷渠道，我們計劃深化與領先電商平台的合作，以進一步拓展我們的綜合數字影響力。我們將攜手優質意見領袖，通過前述平台共創高品質營銷內容，深化與目標受眾的互動連接。針對經銷渠道，我們將繼續拓展分銷網絡的廣度、深度和效率，通過加強我們與電商平台的合作以及進駐更多全國性和區域性重點客戶及經銷商，觸達多元化的消費者群體。


作為全球擴張戰略的一部分，我們還打算進軍部分海外精選市場，如東南亞。建立本地經銷商網絡，是我們拓展海外市場的關鍵第一步。我們將考慮招募銷售專員、與本地經銷商建立合作，並通過主流媒體渠道開展推廣活動，以提升品牌知名度與渠道滲透率。

業 務

近期進展

我們已於廣州增城建立一處多功能設施，用於選定產品的內部生產、研發、質量控制及檢測以及物流及倉儲。於2025年10月，我們的增城工廠開始小規模生產選定產品，如果汁及輔食油。有關詳情，請參閱「我們的供應鏈－生產－我們的增城工廠」。

我們的品牌

我們於2018年推出了「 Garden of Eatin' 爷爷的农场」品牌旗下的首款嬰童輔食產品。根據弗若斯特沙利文數據，自成立八年以來，爺爺的農場已迅速成長為中國嬰童零輔食市場的領軍品牌。2025年，我們榮膺福布斯中國「2025年福布斯中國行業發展領軍企業」稱號。根據弗若斯特沙利文的報告，我們已成為中國父母和兒童喜愛的嬰童零輔食品牌之一。我們的品牌以其獨特的油畫標誌性設計而易於辨識，畫面中融入了麥穗、蘋果、田野等元素，共同詮釋了農場生活的品質與美好。每一款產品設計亦都深刻體現了我們品牌的鮮明身份，我們相信這在市場上脫穎而出。

在爺爺的農場，我們秉持「真材料、少添加、有營養」的理念，致力於提供優質食品。我們傾力為嬰童打造優質、符合其年齡與成長階段的簡化食品配方，盡可能為嬰童探索有機選項，讓父母在選擇我們的產品時倍感安心。

在嬰童零輔食領域，我們已構建起產品創新、品質管控、渠道拓展、消費者信賴、品牌辨識度及市場聲譽等核心優勢。這使得我們能夠從「僅供嬰童獨享的輔食」，相對順暢地延伸至「全家共享食品」，從而進一步延長與「爺爺的農場」品牌相關聯的消費生命週期。

我們的產品

我們提供嬰童零輔食以及家庭食品產品，以滿足中國家庭的多元化需求。

嬰童零輔食指專為6個月至6周歲嬰童設計的食品，旨在(i)用於提供營養、輔助生長，及(ii)用於補充能量和營養，符合易消化、避開致敏成分等安全共識，同時有助於嬰幼兒口腔發育及手部動作訓練。嬰童零輔食涵蓋範圍廣泛，業界普遍認可以下幾類產品。

業 務

- 根據嬰幼兒食品安全國家標準生產的產品；
- 這些產品尚未納入嬰幼兒食品安全國家標準範疇，其配方或採用特定成份，以滿足嬰童獨特的營養需求；或設計專門規格，以適應嬰童的飲食習慣。

我們的產品主要分為兩大類別：(i)嬰童零輔食；及(ii)家庭食品。以下列出我們於往績記錄期間按產品類別劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)							
嬰童零輔食..	579,472	93.1	770,324	88.0	565,296	89.3	627,104	80.4
輔食	495,740	79.6	576,353	65.8	430,178	68.0	418,362	53.6
零食	83,732	13.5	193,971	22.2	135,118	21.3	208,742	26.8
家庭食品....	42,917	6.9	105,025	12.0	67,892	10.7	152,673	19.6
總計	622,389	100.0	875,349	100.0	633,188	100.0	779,777	100.0

於往績記錄期間，我們的SKU從2023年12月31日的158個增至2024年12月31日的179個，並進一步增至截至2025年9月30日的269個，以順應不斷變化的消費者需求，應對激烈的市場競爭。總體而言，我們不斷推出新品，滿足消費者持續演變的需求和偏好。

嬰童零輔食

我們的嬰童零輔食主要包括：(i)補充嬰幼兒膳食並促進其健康成長的輔食，例如食用油、調味品、穀物製品、果泥；以及(ii)促進嬰幼兒成長發育的高營養零食，例如餅乾、米餅、奶片及鱈魚腸。我們的嬰童零輔食的保質期通常約為自生產日期起九至18個月。截至2025年9月30日，我們的自有品牌旗下有195款嬰童零輔食產品。

業 務

以下是我們的主要嬰童零輔食產品的具體信息：

輔食調味品 – 食用油

我們的食用油產品組合涵蓋了多種食用油，包括核桃油、牛油果油及亞麻籽油，提供進口和國產兩種選擇。我們的產品主要採用低溫冷榨工藝生產，以最大限度地保留食材的天然營養成分。營養方面，我們關注最佳脂肪酸比例，有助於身體合成DHA等重要營養物質。我們的包裝設計注重便利性和保鮮性，採用可伸縮油嘴或滴管，並使用避光棕色玻璃瓶以延長保質期並維持品質穩定性。截至2025年9月30日，該產品組合的SKU為25個。



下表列出了截至2025年9月30日我們的代表性食用油的詳情：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	國家標準 ⁽¹⁾	價格 ⁽²⁾
----	----	------	------	-----	--------	---------------------	-------------------




(人民幣元)

核桃油 亞油酸和 α -亞麻
酸比例約為5:1。



法國 - - 75-124

業 務

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	國家標準 ⁽¹⁾	價格 ⁽²⁾ (人民幣元)
牛油果油.....	採用低溫壓榨工藝。	90-250毫升		法國	-	-	85-124
亞麻籽油.....	α -亞麻酸含量約52%。	90-250毫升		法國	-	-	65-104
有機核桃油.....	亞油酸： α -亞麻酸比例約為5:1。	110毫升		中國	中國	-	79

附註：

- (1) 指執行嬰幼兒食品安全國家標準生產的產品。
- (2) 指建議零售價(含稅)。

業 務

輔食調味品 – 其他

我們還擁有多樣化的其他輔食調味品組合，旨在通過風味和營養雙重提升嬰童餐食體驗。主要產品包括肉鬆及強化鐵營養的豬肝粉。部分產品採用溫控烘焙和噴霧乾燥等專業生產技術開發，旨在保留營養與風味，並確保使用的方便性。截至2025年9月30日，該產品組合的SKU為19個。



下表載列了截至2025年9月30日，我們具有代表性的其他輔食調味品的詳情：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	國家標準 ⁽¹⁾	價格 ⁽²⁾
肉鬆	採用專門酥化加工技術製作。	50克		中國	-	-	68
強化鐵豬肝粉...	1. 紅棗粉自然調味。 2. 強化鐵營養。	40克		中國	-	執行標準	68

附註：

- (1) 指執行嬰幼兒食品安全國家標準生產的產品。
- (2) 指建議零售價(含稅)。

業 務

穀物類輔食

我們的穀物類輔食為嬰童提供基礎營養解決方案，涵蓋多種產品，包括麵條、米粉、胚芽米、低筋粉和小米。我們產品開發的基石是採用高質量、通常獲得有機認證的原材料，例如來自中國東北的粳米以及從澳大利亞和加拿大進口的小麥。截至2025年9月30日，該產品組合的SKU為48個。



下表列出了截至2025年9月30日我們的代表性穀物類輔食的詳細信息：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	國家標準 ⁽¹⁾	價格 ⁽²⁾ (人民幣元)
有機嬰幼兒五穀 蔬菜麵條.....	選用有機麵粉精製而成，使用天然蔬菜成分，強化鐵。	150克-210克		中國	中國	執行標準	58-68
有機嬰幼兒 強化鐵米粉...	1.精選東北有機大米，強化鐵、礦物質和維生素等多種營養素。 2.採用酶解水解工藝生產。	165克-225克		中國	中國	執行標準	49.9-68

業 務

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	國家標準 ⁽¹⁾	價格 ⁽²⁾ (人民幣元)
有機胚芽米.....	採用胚芽米柔性切割設備生產，可確保較高的胚芽保留率和胚芽飽滿度。	250克-350克		中國	中國	-	39-47
小麥胚芽營養低筋麵粉.....	採用自澳洲進口小麥製成的低筋麵粉。	500克		中國	-	-	29.9
有機黃小米.....	遼寧朝陽產小米。	350克		中國	中國	-	47

附註：

- (1) 指執行嬰幼兒食品安全國家標準生產的產品。
- (2) 指建議零售價(含稅)。

果汁、果泥和果泥酸奶產品

我們的果汁、果泥和果泥酸奶產品包括各種果泥、果汁和專門配制的嬰幼兒果泥酸奶。果泥源自法國、西班牙及中國，採用溫和的低溫巴氏殺菌工藝生產。我們的果汁產品採用NFC果汁作為主要成分之一，採用溫和的巴氏殺菌工藝生產。嬰幼兒果泥酸奶主要由生牛乳發酵而成，含有4種嬰兒專用益生菌菌株。截至2025年9月30日，該產品組合的SKU為25個。



業 務

下表列出了截至2025年9月30日，我們代表性的果汁、果泥和果泥酸奶產品的詳情：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	國家標準 ⁽¹⁾	價格 ⁽²⁾ (人民幣元)
果泥	防嗆蓋，更安全。	85克		法國	中國及歐盟	執行標準	24
果泥	防嗆蓋，更安全。	90克		西班牙	-	執行標準	24
果汁	1. 原果汁含量100%，並輔以NFC果汁。 2. 防嗆蓋，更安全。	100毫升×10		中國	-	-	59
寶貝每日酸奶...	1. 生牛乳發酵，含有4種嬰兒可食用菌種。 2. 與天然果泥、果漿等搭配。	60克		中國	-	執行標準	12.9

附註：

(1) 指執行嬰幼兒食品安全國家標準生產的產品。

(2) 指建議零售價(含稅)。

業 務

零食

我們的嬰童零食旨在提供安全、營養且適合特定發育階段的選擇。產品系列包括米餅、餅乾、奶片、鱈魚腸、磨牙餅干及水果棒等食品。我們精心研發配方，其中包含促進認知發展的功能性營養素和DHA，促進骨骼生長的鈣和維生素D，以及維護腸道健康的益生元和益生菌。我們的產品採用優質原材料開發，貼心巧思設計。截至2025年9月30日，我們有78款零食產品。



下表列出了截至2025年9月30日我們具有代表性的零食產品詳情：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	國家標準 ⁽¹⁾	價格 ⁽²⁾ (人民幣元)
有機嬰幼兒 胚芽米 米餅	採用中國東北有機胚芽米和 有機蘋果汁製成。	32克		中國	中國	執行標準	49
高鈣芝士 小軟餅乾.....	1. 採用含A2奶粉配制。 2. 高鈣有營養並添加維生素D。	36克-60克		中國	-	-	25-29.9

業 務

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	國家標準 ⁽¹⁾	價格 ⁽²⁾ (人民幣元)
DHA高鈣奶片 . . .	<ol style="list-style-type: none"> 1. 原料採用含有A2進口乳。 2. 原生高鈣高蛋白，並添加維生素D和DHA藻油粉。 	60克		中國	-	-	36
DHA高蛋白 鱈魚腸	<ol style="list-style-type: none"> 1. 含有不少於75%真實鱈魚肉。 2. 添加藻油DHA。 	60克-90克		中國	-	-	19.9-29
磨牙餅乾	<ol style="list-style-type: none"> 1. 加拿大進口小麥搭配乳製品。 2. 適合出牙寶寶啃咬。 	64克		中國	-	執行標準	29.9
益生元山楂 果肉棒	<ol style="list-style-type: none"> 1. 選用優質山楂，口感軟糯。 2. 添加益生元。 	72克- 228克		中國	-	-	29-72

附註：

(1) 指執行嬰幼兒食品安全國家標準生產的產品。

(2) 指建議零售價(含稅)。

業 務

家庭食品

我們的家庭食品主要包括基本配料食品、調味品和食用油，旨在滿足各年齡段家庭成員的多樣化營養需求。這些產品的保質期通常為生產日期起六個月至兩年不等。截至2025年9月30日，我們的自有品牌旗下有74款家庭食品。

以下是我們的主要家庭食品產品的具體信息：

基本原料食品

液態奶產品：我們於2024年推出了明星產品A2牛奶水牛奶。結合A2 β-酪蛋白牛奶與水牛奶，本產品旨在助力兒童更快成長。產品主要採用125毫升迷你盒裝規格，便於兒童攜帶。其後期推廣到其他家庭成員，滿足各年齡段消費者需求。我們的A2牛奶水牛奶於2025年榮獲「廣東省食品行業優秀新產品」稱號。截至2025年9月30日，我們有5款液態奶產品。



下表列出了截至2025年9月30日我們液態奶產品的詳細信息：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	價格 ⁽¹⁾
A2牛奶水牛奶 . .	1. 選用A2 β-酪蛋白牛奶與水牛奶 2. 通常以一盒9支裝包裝和售賣	1升-3.375升		中國	-	49.9-177

附註：(1) 指建議零售價(含稅)。

業 務

方便食品：我們的方便食品旨在為現代消費者提供方便且有營養的選擇。產品系列包括採用澳大利亞全穀物製成的燕麥麥片，以及添加了益生元的輕度烘焙燕麥品種。截至2025年9月30日，我們有11款方便食品。



下表列出了截至2025年9月30日我們其中一款代表性方便食品產品的詳細信息：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	價格 ⁽¹⁾ (人民幣元)
燕麥片	<ol style="list-style-type: none"> 100%全穀物。 含豐富的膳食纖維、蛋白質及含有燕麥β-葡聚糖。 	500克		澳大利亞	-	39.9

附註：(1) 指建議零售價(含稅)。

大米產品：我們的大米產品專注於為注重健康的消費者提供優質的有機選擇。產品以單一產地品種為特點，主要包括根據相關標準測定符合胚芽保留率與胚芽飽滿度「雙90%」標準的有機胚芽米。此外，我們還提供營養豐富的雜糧粥，該雜糧粥將全穀物與精制穀物及營養胚芽米結合。我們的大米產品均採購自中國認證有機種植基地，例如黑龍江省。截至2025年9月30日，我們有6款大米產品。

業 務



調味品

我們的家庭健康調味品包括各種來自中國的有機及減鹽醬油和特色調味品，以及國際採購產品，例如來自意大利的香醋。我們採用自然發酵傳統且溫和的加工技術，以保留產品的完整營養和真實風味。此外，我們還添加了黑松露粉及松茸粉等高端食材，既提升了產品的健康價值，又豐富了其天然鮮味。截至2025年9月30日，我們有37款家庭健康調味產品。



業 務

下表列出了截至2025年9月30日我們代表性調味食品的詳細信息：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	價格 ⁽¹⁾ (人民幣元)
醬油	<ol style="list-style-type: none"> 1. 採用非轉基因大豆，未添加增味劑。 2. 減鹽配方。 	152毫升		中國	中國、日本、 歐盟和美國	38
醬油	<ol style="list-style-type: none"> 1. 氨基酸態氮含量≥1.2g/100mL。 2. 減鹽配方。 3. 360天發酵。 	480毫升		中國	中國	68
摩德納香醋	<ol style="list-style-type: none"> 1. 獲得意大利摩德納IGP認證。 2. 橡木桶發酵。 	500毫升		意大利	-	49
松茸鮮	添加黑松露粉、松茸粉等七種菌菇粉及蔬菜粉提鮮。	100-500克		中國	-	29.9-49.9

附註：(1) 指建議零售價(含稅)。

業 務

食用油

我們的食用油包括國際採購的產品，如法國核桃油和西班牙特級初榨橄欖油，以及國內生產的有機產品，包括核桃油、亞麻籽油。截至2025年9月30日，我們有15款食用油。



下表列出了截至2025年9月30日我們代表性食用油的詳細信息：

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	價格 ⁽¹⁾ (人民幣元)
核桃油	亞油酸和 α -亞麻酸比例約為5:1	500毫升		法國	-	199
橄欖油	特級初榨油。	200-500毫升		西班牙	-	69-89

業 務

產品	描述	包裝容量	產品圖片	原產國	有機認證地區	價格 ⁽¹⁾ (人民幣元)
核桃油	亞油酸和 α -亞麻酸比例 約為5:1	750毫升		中國	中國	235

附註：(1) 指建議零售價(含稅)。

有機認證與標籤

我們致力於最大限度推行有機方案。凡標注「有機」銷售的食品，均需嚴格遵循原產國及／或進口銷售國有機標準，並獲得雙方認證機構資質認可。截至2025年9月30日，我們產品的87個SKU(佔SKU總數的三分之一)獲得有機銷售許可與「有機」標識資質，其中部分產品在中國及其他相關國家及地區等兩個以上司法管轄區獲得有機產品認證。

在中國，有機認證需經國家認證認可監督管理委員會授權的認證機構執行嚴格的溯源核查與驗證流程。該認證全面遵循GB/T 19630《有機產品生產、加工、標識與管理體系要求》國家標準，覆蓋全產業鏈管控：從原料種植基地的認證伊始，確保種子、水源、土壤符合嚴苛有機標準；延伸至加工廠的現場認證，涵蓋原料溯源體系及生產過程中防止交叉污染的控制措施。獲得有機認證標誌着我們從原料到成品的質量管理體系已達到行業高標準。

基於成熟有機標準建立的標籤體系可幫助消費者在紛繁的產品市場中做出明智選擇。通常帶有有機標籤及／或認證機構標識的產品，意味着其採用有機生產方式並獲相應機構認證。在中國，此類產品的有機成分含量須不低於95%。

業 務

產品策略

我們擁有對嬰童零輔食及家庭食品行業的行業洞察力，能夠不斷地敏銳把握市場趨勢。我們的核心優勢在於持續分析特定消費場景下的消費者需求，並推動產品開發與加工技術方面的創新。例如，我們的產品一貫採用多項產品配方及生產技術升級，如將紅棗粉作為原料應用於嬰童豬肝製品中，以及透過採用橄欖油噴霧瓶來優化包裝設計，以提升使用便捷性。這些創新舉措在市場上獲得了良好反響，進一步印證了我們致力於提供品質優良、營養均衡且配方講究的產品的承諾，滿足消費者不斷變化的需求。

產品開發

我們的產品不僅健康、有機、美味，更能滿足消費者不斷變化的口味和需求，這是我們對消費者的核心吸引力。我們的願景是持續改進現有產品並開發新產品，以豐富我們的產品組合。截至2025年9月30日，我們的產品開發團隊由56名員工組成。我們的團隊定期召開會議，通過市場調研與分析，以及與供應商探討建議配方，來評估並確定升級現有產品及推出新產品的必要性。我們還與獨立開發夥伴合作，共同打造全新食品概念。

產品概念確立

在管理團隊的帶領下，我們的產品開發團隊遵循一套結構化流程來確立初步的產品概念。該流程涵蓋了初步的行業研究，包括審閱相關報告、研究成果和出版物，從中發掘關鍵營養和功能成分，評估相關健康益處，確保產品安全合規。我們通過研究已發佈的報告、期刊和文獻，審慎決定我們產品的原材料構成，包括其組合方式及所用類型。

同時，我們的產品開發團隊密切關注市場趨勢和消費者需求，力求深入理解消費者對嬰童零輔食和家庭食品產品的偏好。我們通過多元化的市場研究方法實現這一目標，包括參與行業相關展會、分析電商及社交媒體的消費趨勢洞察、以及與我們的一線銷售人員、供應商及主要企業客戶（包括重點客戶和經銷商）進行深入交流。在此基礎上，我們運用所收集的信息，對初始產品概念進行優化與完善。上述多維度策略使我們得以持續調整產品組合，確保順應消費者偏好和不斷演變的市場動態。

業 務

我們亦積極推動食品科學領域的技術協作，實現外部優勢與自身能力的整合。我們與華南農業大學及華南理工大學的教授共建研究實驗室，以及與貝因美合作設立嬰幼兒零輔食創新中心實驗室。這些設施旨在開發嬰童零輔食、油脂產品、嬰幼兒營養補充食品以及藥食同源產品等領域的創新產品。我們還積極參與並主導多項行業標準的制定，包括牽頭制定並發佈了由中國國際經濟技術合作促進會發佈的《兒童調味料通用要求》(T/CIET 398-2024)，並參與制定將由國家休閒食品標準化技術委員會發佈的《非油炸果蔬脆質量通則》(20250352-T-469)。

我們定期召開產品開發委員會會議，根據市場趨勢調整策略，並遴選新產品投放市場。在此過程中，我們遵循嚴格的產品篩選標準，且公司董事會主席及其他經驗豐富的高級管理人員會深度參與其中。因此，我們的大部分新產品能夠契合主流市場需求，貼合當地消費者的品味與偏好。

供應商選擇與評估

在確定產品概念可行後，我們隨即着手選擇樣品產品製備OEM製造商及原材料供應商。我們根據供應商的行業聲譽和認證篩選潛在供應商，並對其質量保證措施和合規記錄進行評估。我們亦會審查供應商產品範圍和定制選項，並比較其定價、運輸物流和支付條款。

樣品產品模型與評估

我們與選定的供應商討論如何完善產品概念並達成最終設計，隨後供應商將根據我們的討論製作樣品。接下來我們評估樣品產品，確保其符合產品規格和適用質量標準，並提出反饋意見；如有必要，則與相關供應商討論進一步調整配方。配方確認後，我們還將安排由國家加工食品質量檢驗檢測中心(廣東)檢測樣品產品，作為評估環節的一部分。我們與OEM製造商合作，為該等供應商生產的產品開發共有配方。我們亦為自產產品開發專有配方。我們的OEM製造商及原材料供應商需遵守保密要求，我們所討論的配方及設計將由供應商妥善保密。我們有權以自有品牌銷售產品，並就此註冊商標。

業 務

標籤管理

本公司已制定標籤管理政策，並實施全流程標籤管理機制：

1. 於初始設計階段，由銷售及營銷團隊主導，品質控制團隊與研發團隊共同參與初步合規檢討。
2. 最終審核階段由第三方專業人士、OEM製造商，以及內部品質控制與研發團隊組成審查小組，對標籤文字內容及數值進行審核驗證。
3. 所有標籤草案須經設計、銷售、品質控制及研發團隊共同簽署，並最終獲管理層核准後方可生效。此外，我們導入外部監督機制，最終由第三方審查員出具標籤審查報告。

訂貨及生產

在完成樣品產品模型製作與評估後，我們將與相關OEM製造商及原材料供應商展開談判，以確認供應協議的詳細條款。我們高度重視成品及原料的甄選與採購。我們已與多家全球食品行業領軍企業建立了長期合作關係。我們對原材料的產地來源實施追蹤與核驗。該體系由供應商准入審核、現場檢查及認證產地證明文件收集等措施提供全方位支持。

我們通常通過採購訂單直接向這些供應商訂貨或開展合作，並根據相關信用條款進行訂單結算，我們與這些供應商之間不存在任何收入分成的費用安排。供應商隨後將執行我們的採購訂單，並出具一份分析證書，供我們進行評估與審核。我們會安排由中國政府認可的機構（例如國家加工食品質量檢驗檢測中心（廣東））檢測每批製成品，以確保其符合中國有關安全標準的法律法規。有關相關法律法規的詳細信息，請見本招股章程「監管概覽」。

於往績記錄期間，我們的絕大部分產品由OEM供應商生產。有關我們對供應商的質量控制以及供應商選擇標準，請參見本節下文的[「我們的供應鏈－質量控制」]。

業 務

物流與配送

我們與多家第三方服務提供商合作，以確保所採購產品的轉運與運輸服務。我們對所交付的貨物進行檢驗，以確保其完好無損；對於損壞的產品，我們通常會拒收或將其退回給相關供應商。有關我們服務提供商選擇的詳細信息，請參閱本節下方的[「我們的供應鏈－質量控制」]。

我們的定價政策

我們設定產品的建議零售價時綜合考慮了多項因素，包括但不限於：(i)相關產品的採購及生產成本；(ii)知名市場參與者對同類產品的定價；(iii)銷售及營銷成本、品牌定位及競爭動態；及(iv)物流成本及其他雜項費用支出。

我們的總部已建立了一套定價管理框架，由專門的定價管理團隊負責制定並監督定價政策。所有產品定價提案均需經過內部審核，並獲得高級管理層的最終批准。

針對我們在電商平台上的直銷，我們在所有主要平台上實施統一的零售定價結構。我們定期參與大型促銷活動，例如618購物節和雙11購物節，根據相關平台事先預設的促銷政策提供折扣。針對電商平台經銷商的銷售業務，我們以建議零售價為基準提供折扣供貨，出具載有建議零售價的定價指引。我們配備專職人員每日開展價格監測，對各電商平台的售價進行巡查。一旦發現未經授權的價格偏離情況，會立即與相關平台溝通以制止此類行為。

對於向重點客戶及經銷商的銷售，我們以批發價格將產品售予相關客戶及經銷商，並向終端消費者提供建議零售價格。我們與相關重點客戶及經銷商的批發定價決策乃以確保經銷商在支付其營運及渠道開支後能維持合理利潤率為原則。雖然相關客戶及經銷商可能根據市場狀況調整定價，但我們已實施定價監管框架，以確保與我們的整體定價策略一致。

我們的銷售返利政策旨在根據實際銷售業績對重點客戶及經銷商進行激勵，不涉及強制性銷售目標。例如，我們採用與業績等級掛鈎的返利機制：重點客戶及經銷商在規定期間內達到規定的銷售門檻，即有資格享受返利。該等銷售門檻為指導性標準，僅用於返利計算，不構成強制性銷售指標。

業 務

銷售與營銷

銷售渠道

我們通過廣泛的多元銷售網絡銷售產品，整合直銷和經銷渠道，覆蓋廣泛的消費者群體。我們的直銷渠道主要包括電商平台。我們的經銷渠道主要包括(i)電商平台，(ii)重點客戶和(iii)經銷商。

下表載列所示期間內按銷售渠道劃分的收入明細，以絕對金額及佔我們總收入的百分比呈列。

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直銷渠道 ⁽¹⁾	257,157	41.3	370,460	42.3	261,374	41.3	328,323	42.1
經銷渠道								
電商平台	192,977	31.0	281,349	32.1	206,562	32.6	235,007	30.1
重點客戶 ⁽²⁾	62,655	10.1	61,924	7.1	46,171	7.3	57,530	7.4
經銷商 ⁽³⁾	109,600	17.6	161,616	18.5	119,081	18.8	158,917	20.4
小計	<u>365,232</u>	<u>58.7</u>	<u>504,889</u>	<u>57.7</u>	<u>371,814</u>	<u>58.7</u>	<u>451,454</u>	<u>57.9</u>
總計	<u>622,389</u>	<u>100.0</u>	<u>875,349</u>	<u>100.0</u>	<u>633,188</u>	<u>100.0</u>	<u>779,777</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 直銷渠道主要包括電商平台。
- (2) 重點客戶包括：(i)全國性母嬰產品零售連鎖企業，及(ii)全國性及區域領先的連鎖超市。
- (3) 經銷商主要包括線下經銷商。

直銷渠道

我們已在中國的主要電商平台（包括天貓、抖音、拼多多和京東）建立了直銷渠道，同時還確認了來自其他渠道（比如福利採購活動及行業展會）的極少收入。

於2023年及2024年以及截至2024年和2025年9月30日止九個月，我們的直銷渠道收入分別為人民幣257.2百萬元、人民幣370.5百萬元、人民幣261.4百萬元及人民幣328.3百萬元，分別佔相應年度／期間我們總收入的41.3%、42.3%、41.3%及42.1%。

業 務

電商平台

我們在天貓、抖音、拼多多及京東等主要電商平台運營自有線上店鋪，消費者可直接下單購買。我們負責產品的配送。在消費者確認收貨前，我們保留產品所有權。貨款將通過相應的電商平台進行支付，隨後平台會根據其政策與我們結算交易。通過維護直銷渠道，我們能收集到寶貴的消費者反饋，及時獲取市場洞察，不斷優化產品並調整銷售策略。

我們的品牌在這些平台上已獲得廣泛認可。值得注意的是，在2024年年中購物節期間，我們的天貓銷售額在所有嬰童零輔食品牌中位列第一；在2024年雙11購物節期間，我們的京東銷售額在輔食品類中排名第二。於2023年、2024年以及截至2025年9月30日止十二個月期間，我們產品在天貓自營旗艦店（於往績記錄期間持續貢獻我們大部分的直銷收入）的消費者複購率分別為29%、31%及34%，表明持續上升的趨勢。

下圖展示了我們的電商平台自營店鋪的界面設計。



業 務

我們通常會與電商平台就自營店鋪簽訂標準化框架協議。協議的主要條款包括：

期限。我們通常與電商平台簽訂的合作協議通常以一年為周期，期滿後按年續簽。

服務範圍。平台通常為線上店鋪管理提供技術支持和系統維護，包括上傳產品信息、創建訂單、管理交易、完成支付及開展促銷活動。

服務費。我們通常支付固定的系統訂閱費，並根據所需服務支付定制可變費用。我們可能還需要向若干電商平台支付可變服務費，該等費用按平台記錄的商品交易總額(GMV)的一定百分比計算。

行為準則。我們受電商平台的行為準則約束。我們須遵循關於業務範圍、反賄賂和反競爭、保密、消費者保護及數據保護要求的標準行為準則。

付款。固定費用通常按年結算。可變服務費根據相關協議的規定實時支付。

終止。協議可能因期滿未續約、雙方協商一致終止合作，或按相關協議中規定的其他方式終止。

經銷渠道

我們通過覆蓋全國的廣泛經銷網絡分銷產品，借助多元渠道觸達消費者。通過這些合作關係，我們已在嬰童零輔食及家庭食品市場中建立起穩固的地位，並在電商平台、重點客戶及經銷商中獲得了一席之地。

於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們通過經銷渠道分別實現營收人民幣365.2百萬元、人民幣504.9百萬元、人民幣371.8百萬元及人民幣451.5百萬元，佔相應年度／期間總營收的比例分別為58.7%、57.7%、58.7%及57.9%。

電商平台

除通過自營店鋪的直售外，我們亦通過第三方電商平台(如京東、天貓及唯品會)分銷產品，以帶動流量並提升消費者認知度。

業 務

於往績記錄期間，即2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們經銷渠道下的電商平台收入分別為人民幣193.0百萬元、人民幣281.3百萬元、人民幣206.6百萬元及人民幣235.0百萬元，分別佔我們相應年度／期間總收入的31.0%、32.1%、32.6%及30.1%。

我們通常與第三方電商平台簽訂標準化框架協議，以向該等電商平台供應我們的產品。協議的主要條款包括：

期限。我們與電商平台簽訂的協議通常以一年為周期，期滿後按年續簽。

定價政策。我們通常按產品零售價給予電商平台一定折扣，並為電商平台提供定價指南，明確各產品的建議零售價。

支付。電商平台按約定周期提交對賬單，經我方確認並開具發票後完成貨款結算。

最低採購要求。我們通常不對電商平台設置最低採購限額。

退貨。當發生終端消費者退貨或產品存在質量缺陷時，電商平台可申請退貨。

終止。電商平台協議可在合約到期、雙方協商一致或對方重大違約情況下終止。

重點客戶

通過與(i)全國性母嬰產品零售連鎖企業(如愛嬰室)，(ii)中國境內的全國性及區域領先連鎖超市建立合作，我們已在經銷渠道中確立了穩固的市場地位。與這些領先零售商的合作，使我們能夠利用其廣泛的地域和市場覆蓋，觸達廣泛的消費群體。在這些成熟的門店展示我們的產品，有助於提升品牌形象，並增強消費者對品牌的認知度。截至2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們分別與9家、12家及12家重點客戶合作，使得中國消費者能夠購買我們的產品。於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們通過重點客戶渠道分別實現營收人民幣62.7百萬元、人民幣61.9百萬元、人民幣46.2百萬元及人民幣57.5百萬元，佔相應年度／期間總營收的比例分別為10.1%、7.1%、7.3%及7.4%。

業 務

下表顯示了於往績記錄期間我們合作的重點客戶變動情況。

	截至12月31日止年度		截至9月30日
	2023年	2024年	止九個月 2025年
期初重點客戶數量	8	9	12
新增重點客戶數量	1	3	1
終止合作的重點客戶數量	0	0	1*
期末重點客戶數量	9	12	12

* 截至2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們與一家重慶重點客戶的合作並無產生任何收入，因此我們於截至2025年9月30日止九個月將該重點客戶視為終止合作的重點客戶，供上文呈列之用。然而，我們與該重點客戶的合作關係仍持續運作，並於2025年第四季度從該客戶產生收益。

與重點客戶簽訂的標準協議核心條款主要包括：

期限。協議期限通常為一年，按年度續簽。

付款及信用期限。我們通常先發貨後收款，並給予重點客戶30天至-60天的信用期限。我們將根據實際支付金額，向若干重點客戶提供銷售返利，返利以達成指定銷售目標為前提。

物流。我們通常負責將產品配送至重點客戶指定的任何地址。

風險轉移。重點客戶完成產品驗收並確認收貨後，相關風險轉移至重點客戶。

銷售及營銷。我們的重點客戶一般負責在其零售網點進行我們產品的銷售及營銷。在若干情況下，我們負責在該等零售網點進行我們產品的銷售及營銷。

退貨安排。除產品質量問題等有限情形外，我們通常不允許重點客戶退貨，該等安排符合行業慣例。

業 務

終止。協議可在期限屆滿時、經雙方協商一致或依據協議約定條款終止。

於往績記錄期間，我們對所有重點客戶一視同仁，並無給予優惠待遇。據我們經作出適當查詢後所深知，(i)我們所有的重點客戶均為獨立第三方；及(ii)我們的重點客戶與我們之間概無僱傭、融資或家庭關係，且我們的重點客戶或其各自的實益擁有人(視情況而定)概非我們的前任僱員。

經銷商

我們與經銷商合作，以擴大消費群體並促進產品銷售。經銷商憑藉其成熟的網絡資源及深厚的本地市場經驗，助力我們拓展市場覆蓋範圍。我們也向少數電商經營者銷售一小部分產品，彼等可通過其線上店鋪分銷我們的產品。截至2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們分別與225家、284家及342家經銷商建立合作，使消費者可以在中國購買我們的產品。

於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的經銷渠道收入分別為人民幣109.6百萬元、人民幣161.6百萬元、人民幣119.1百萬元及人民幣158.9百萬元，分別佔相應年度／期間總收入的17.6%、18.5%、18.8%及20.4%。

下表載列了於往績記錄期間與我們合作的經銷商數目的變動情況。

	截至12月31日止年度		截至9月30日
	2023年	2024年	止九個月 2025年
期初經銷商數量	180	225	284
新增經銷商數量	92	150	146
終止合作的經銷商數量	47	91	88
期末經銷商數量	225	284	342

於2023年、2024年以及截至2025年9月30日止九個月，新增經銷商數量分別為92家、150家及146家，終止合作的經銷商數量分別為47家、91家及88家。上述變動反映了我們優化經銷商網絡的相關舉措，與我們提升經銷商整體效率及質量的目標一致。

業 務

我們與經銷商簽訂的標準協議包括以下主要條款：

期限。協議期限通常為一年，並每年續簽。

付款和信用期限。我們通常採用款到發貨模式。我們將根據實際支付金額，向部分經銷商提供銷售返利，返利以達成指定銷售目標為前提。

物流。我們通常負責將產品運送至經銷商指定的任何地址。

風險轉移。在經銷商完成檢查並確認收到我們的產品後，風險即轉移至經銷商。

退貨安排。通常情況下，除產品存在質量問題等少數情況外，我們不允許經銷商退貨，此做法符合行業慣例。

渠道囤積與竄貨管理。我們已在協議中明確規定，避免不同銷售管道間發生渠道囤積與內部競爭現象。例如，區域經銷商僅限於其指定的銷售區域及／或管道內分銷產品。我們同時採用產品編碼系統，為特定熱門商品生成唯一識別碼，以強化產品驗證與追溯能力。

終止。協議可在期滿時、經雙方協商一致或根據其中規定的條款終止。

我們所有經銷商均獲平等對待，並無任何優待。據我們經適當查詢後所知，除廣州愛適貝，於往績記錄期間：(i)我們所有經銷商均為獨立第三方；及(ii)我們與經銷商之間並無僱傭、融資或家族關係，且我們的經銷商或其各自實益擁有人(視情況而定)均非我們的前僱員。有關廣州愛適貝之進一步詳情，請參閱「— 客戶」及「— 客戶與供應商之重疊情況」。

經銷商管理

我們採用了一套經銷商篩選標準與管理政策，以確保經銷商具備相應的能力、效率及資源完備性。篩選經銷商時考量的因素包括其經營規模、與我們的品牌及產品的契合度、市場聲譽、合規記錄、用戶評價、信用評級以及利益衝突審查。我們根據關鍵績效指標(如銷售量與增長、毛利及利潤增長、對本公司銷售及營銷活動的響應程度，以及財務及／或聲譽風險)對經銷商的表現進行年度評估及定期檢討。

業 務

我們制定並實施一系列經銷商管理政策。這些政策通常涵蓋多項營運指引，包括促銷活動規範、庫存管理要求、通過專屬內部代碼進行產品驗證與追溯機制，以及付款條件等。此外，我們要求經銷商提供庫存數據及指定關鍵門市的銷售數據，以便有效監控與管理其銷售表現。

次級經銷商管理

我們的經銷商可使用次級經銷商進行銷售。據我們所知，於往績記錄期間，次級經銷商在其指定的經銷區域內推廣並銷售我們的產品。我們與這些次級經銷商沒有直接的合約關係，也無法直接控制其銷售活動。通常，我們的經銷商負責管理其次級經銷商，包括確保次級經銷商的運營符合我們的整體銷售和分銷策略。我們的經銷商會不時向我們匯報次級經銷商的運營情況。據我們所知，如果我們的經銷商發現任何次級經銷商存在違規或不當行為，將會發出通知並要求其採取整改措施。如果未能及時整改或消除相關違規或不當行為，我們的經銷商可能會終止與相關次級經銷商的業務關係。

營銷及消費者互動

我們定期推出契合市場定位和品牌形象的升級產品及新開發產品。我們採用多維度的營銷推廣策略，重點在電商平台開展促銷活動，以及通過線下經銷渠道進行推廣，並輔以品牌廣告活動，旨在提升品牌知名度並促進產品銷售。

銷售及營銷團隊

截至2025年9月30日，我們的銷售團隊擁有433名員工，包括105名線下銷售管理人員、195名線下推廣促銷員、95名電商銷售運營員及38名客服代表。彼等主要負責管理直銷業務和經銷渠道、與客戶保持聯繫以及處理採購訂單。銷售團隊通過與客戶保持持續聯繫以提供建議和接收反饋來進行客戶聯絡。此外，銷售團隊還負責從直銷及經銷渠道獲取並管理採購訂單。

業 務

截至2025年9月30日，我們的營銷團隊擁有34名員工。彼等主要負責(其中包括)市場調研及促銷策劃。我們的營銷團隊定期與銷售團隊召開會議，回顧銷售業績與廣告反饋，並商討計劃與方案。同時，彼等也會諮詢並聘請第三方營銷機構以製作宣傳材料。

我們的銷售及分銷開支主要包括電商平台服務費及推廣費、銷售及營銷人員的員工開支、品牌廣告開支以及線下經銷商推廣開支。截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的銷售與分銷費用分別約為人民幣201.3百萬元、人民幣306.0百萬元、人民幣212.0百萬元及人民幣283.0百萬元，分別佔我們相應年度／期間總收入的約32.3%、35.0%、33.5%及36.3%。

品牌廣告

我們高度重視品牌建設，認為這是提升產品認知度的有效且高效途徑。在業績記錄期間，我們透過多元渠道與行動，持續強化品牌影響力及產品知名度(包括新推出的產品)。

我們尤其重視電視劇廣告，因其能夠幫助我們觸達廣泛的消費群體。為有效向消費者傳遞信息，我們購買了騰訊、優酷和愛奇藝等電視劇網絡平台的黃金時段廣告位。我們的廣告投放頻率各異，具體取決於相關產品屬於成熟產品抑或新推出產品，以及建立和維護市場份額的需求。此外，我們在熱門網絡劇中推出定制化及場景化廣告，將我們產品的使用場景與劇情緊密結合，旨在營造沉浸式觀劇體驗，同時在社交媒體用戶中引發話題討論。例如，在騰訊視頻的《玫瑰的故事》和《長相思》中，祖孫情的故事與我們的品牌敘事完美融合。通過將「爺爺的農場」品牌形象植入故事情節，我們拉近了品牌與消費者之間的距離，從而提升品牌認可度。

我們亦不定期通過公交廣告等其他媒體開展廣告宣傳，旨在吸引公眾關注我們的產品，及時向公眾宣傳我們的促銷活動。此外，我們也通過發佈公司產品與活動動態的新聞稿，使公眾能深入了解我們的新產品。在線上，我們部署了多種數字廣告形式，包括展示廣告、贊助廣告和互動廣告，覆蓋多個平台。

與高人氣IP授權方合作開發聯名產品是我們持續更新產品陣容的又一重要舉措。我們相信，此類聯名合作既是品牌價值的有力印證，又能通過開拓產品設計的新維度提升品牌影響力與知名度。

業 務

我們與IP授權方的協議期限不超過六個月。根據協議，我們被授權在許可區域內生產、銷售和推廣聯名產品，未經IP授權方批准，我們不得將此類權利轉讓予任何第三方。我們有義務向IP授權方支付的特許權使用費通常包括固定最低金額以及聯名產品銷售額一定百分比的特許權使用費。聯名合作使我們能夠利用大眾媒體中的文化現象或影響力趨勢，將這些元素融入我們的產品設計中，極大地豐富我們的產品多樣性，從而吸引更多消費者。

線上平台推廣

我們高度重視與產品銷售相關的電商平台推廣。於往績記錄期間，有關推廣措施主要包括參與電商平台發起的促銷活動、利用平台提供的推廣資源，以及其他旨在提升產品曝光度、吸引消費者流量並促進平台產品銷量的營銷活動。我們亦聘請中國境內的多位KOL及消費者，通過在這些社交媒體平台上發佈文章、視頻及／或照片，介紹我們的產品並分享其使用體驗。

線下推廣

我們亦通過重點客戶及經銷商開展推廣活動，以促進銷售並維持與該等客戶的有效合作。有關推廣活動主要包括參與促銷活動、產品陳列以及與重點客戶及經銷商協調實施的其他運營及推廣安排。這些活動旨在提升產品在線下零售點的曝光度、加強重點客戶及經銷商合作關係，支持產品的有效分銷。

聘請藝人(如演員、歌手)和KOL

為提升品牌形象，我們推出了多項有藝人和KOL參與的市場推廣舉措，包括(1)聘請藝人品牌代言人並投放宣傳物料、開展視頻及短視頻平台及電商平台以及線下活動營銷，(2)在小紅書平台與KOL合作品牌推廣，通過內容分享激發消費者對我們產品的興趣，及(3)與KOL合作，通過抖音和淘寶等直播平台等進行銷售推廣，側重以線上及社交媒體為主的營銷推廣。於往績記錄期間，我們聘請了多位藝人(例如演員和歌手，包括國內知名女演員)以及粉絲超過1百萬人的數名KOL，共同推廣我們的自有品牌及產品。截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，藝人和KOL於各相應年度／期間分別貢獻的GMV約為人民幣46百萬元、人民幣70百萬元、人民幣44百萬元及人民幣43百萬元。於往績記錄期間，我們認為並未依賴此類網紅銷售產品，因為網紅推動的直銷業務產生的收入僅佔本公司總收入的一小部分，且相關成本相應較低。

業 務

下文概述了我們與藝人(如演員和歌手)及／或KOL所簽訂協議的主要條款：

藝人及KOL的角色與義務。品牌代言人協議主要涵蓋品牌推廣活動，包括廣告素材拍攝及線下宣傳活動等。我們與其他藝人及／或KOL所簽訂的協議通常涉及特定產品推廣，或約定製作特定數量的宣傳物料，例如廣告視頻、社交媒體推文及其他形式的媒體內容。

期限。協議通常為固定期限，我們對促銷材料的使用也限於特定時間段。

促銷物料的批准：所有宣傳物料(例如錄製的廣告視頻或社交媒體推文)均須經我們與每位藝人及KOL最終協商一致，並獲得其書面同意後方可發佈。

定價。每份協議的定價取決於我們與藝人及／或KOL之間的協商，並綜合考慮各種因素，包括：(i)涉及的工作量、廣告類型和媒介，以及待推廣的產品類型；及(ii)合作時藝人及／或KOL的知名度、形象和粉絲基礎。與品牌代言人的合作定價通常為固定費用，另根據提供的額外服務支付附加費用。與其他藝人及KOL就促銷進行合作的定價，通常採用以下兩種模式：(i)直播服務固定費用；及(ii)固定金額形式或按實際產生銷售額比例計算的促銷服務費。

排他性。我們與藝人及KOL之間通常沒有排他性安排。藝人及KOL通常可以自由代表和推廣其他產品。然而，部分藝人及KOL已同意，在彼等宣傳我們產品期間，不會參與同類產品的類似促銷活動。

我們的董事認為，且獨家保薦人亦同意，我們對該等藝人及KOL的依賴程度微不足道，原因在於：(i)於往績記錄期內，藝人及KOL的商品交易總額貢獻未呈現顯著集中性；(ii)我們採用多元化的營銷策略，並不依賴任何單一藝人或KOL來推動銷售；及(iii)於往績記錄期間，藝人及KOL有所變動，但所推廣產品的銷售額並未出現重大不利變化。

業 務

除了藝人和KOL，我們亦聘請了在醫療保健和營養領域擁有專業知識的營養師和專業人士。我們相信彼等能夠持續與我們的品牌形象保持一致，並為我們的產品提供專業見解。

公共關係管理

我們已制定專門政策以處理公共關係事件的回應程序，並維護我們的品牌形象及聲譽。我們的危機管理政策涵蓋負面媒體報導、公共輿論、政策及法律風險以及重大客戶投訴等多個範疇，並界定職責分工，其中在法律及質量控制團隊協同支持下我們的銷售及營銷團隊主要負責回應媒體。

我們處理公共關係事件的流程嚴謹細緻，包括政策中的發現及報告、及時調研、確定方案、實施方案以及事後記錄存檔。首先，我們釐定針對本公司的指控是否有效。倘我們發現存在初步指控（如有），我們旨在積極及時接觸相關各方，並處理問題以尋求妥善及即時的解決。對於其他指控，我們會提供證明文件向相關公眾媒體及社交媒體平台作出澄清。如有必要，我們亦可能考慮透過官方渠道發佈澄清公告，以進一步回應。無論如何，我們會保存每宗相關事件的詳細始末記錄，以完善相關流程，進而避免及／或迅速處理未來發生的事件。

我們的供應鏈

我們依托全球龐大的供應鏈體系、大規模採購能力以及準時支付供應商款項，構建起獨特的供應鏈優勢。這些核心能力使我們能夠有效踐行價值主張，共同鑄就了整體供應鏈效率與採購成本優勢。

我們的供應鏈能力使我們能夠提供不斷升級的優質產品組合，並以卓越價值呈現。在業績記錄期間，我們委託第三方OEM製造商生產自有品牌的幾乎所有產品。於往績記錄期間，我們亦採購數量非常有限的關鍵原料，用於增城工廠的試產作業。

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們向供應商採購的總金額分別約為人民幣493.6百萬元、人民幣720.2百萬元及人民幣613.2百萬元。我們的董事確認，在整個往績記錄期間，成品、關鍵原材料、包裝材料及上述服務的價格均未出現任何重大波動。

業 務

生產

我們與OEM製造商的合作夥伴關係

於往績記錄期間，除自行生產數量非常有限的試產產品外，我們將幾乎所有產品生產外包予第三方OEM製造商。憑藉食品領域強大的全球供應鏈能力，我們於業績記錄期間從62家OEM製造商採購產品。我們將產品生產外包予OEM製造商，主要原因在於：(i)這些OEM製造商在嬰童零輔食及家庭食品領域擁有豐富的供應經驗，因此OEM模式使我們能夠優化OEM製造商的製造能力和設計資源，助力我們的業務發展；(ii)OEM模式使我們能夠滿足快速產品開發需求，從而提高靈活性來保持多樣化且頻繁更新的產品陣容；及(iii)外包安排使我們能夠控制和管理產品成本，同時減輕投資風險。

我們依托自身的設計能力，主導與OEM製造商的產品設計協作。此合作是我們流程中不可或缺的一部分，因為我們的產品經理和設計師能夠與OEM製造商緊密協作，充分利用OEM製造商製造專業知識及對生產可行性的建議，共同完善產品設計並進行原型開發。

我們在選擇OEM製造商時會綜合考量多方面因素，但通常優先選擇行業內的領軍企業，例如那些擁有悠久運營歷史、良好市場聲譽或已上市的公司。其他考量因素包括對適用法律法規的遵守情況、生產質量、產能、價格、過往合作歷史，以及與我們共同成長並適應我們不斷變化的業務需求的意願。有關我們與製造商簽訂協議的關鍵條款詳情，請參閱「— 我們的供應鏈 — 我們的供應商」。

我們定期就產品質量、生產效率和成本控制等生產相關事項向OEM製造商提供改進建議，持續優化我們的供應鏈，從而不斷強化與現有合格OEM製造商的合作關係，並吸引更多優質OEM製造商加入。我們通常從以下幾個方面管理與OEM製造商的关系：

*供應商選擇。*我們從OEM製造商入駐之初即部署一系列嚴格的質量控制程序。OEM製造商需通過詳細全面的資質與能力驗證。此外，我們會定期對OEM製造商設施進行現場檢查。

*評估。*我們亦制定了一系列嚴苛的標準，例如產品質量標準、測試手冊以及供應商質量行為協議等，用以對產品進行嚴格的質量檢驗。

*質量控制。*我們建立了質量控制系統以便對質量風險控制進行管理。

業 務

產品責任。我們與OEM製造商簽訂的框架協議具有法律約束力，其條款確保OEM製造商遵守我們的交付指示和質量控制標準，例如規定OEM製造商未能按時交付貨物應支付賠償金，並賠償因產品質量缺陷給我們造成的損失。

我們已採取措施，防止過度依賴特定產品OEM製造商的風險。鑒於我們多樣化的產品組合和頻繁更新的SKU，於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，沒有任何供應商曾對我們的業務運營產生重大影響。我們相信，我們有充足的替代供應商，能夠提供質量和價格相仿的替代產品。於往績記錄期間，我們未曾因任何重大短缺或供應延遲而導致業務重大中斷。

我們的增城工廠

我們已於廣州增城建設一處多功能設施，用於自主生產精選的少量產品、研發、質量控制及檢測以及物流及倉儲。我們的增城工廠設有三條自動化生產線，旨在提高營運效率，並符合節能減排標準。截至最後實際可行日期，增城工廠的豬肝粉、果汁以及食用油的設計年產能分別為100噸、2,400噸及300噸。2025年10月，我們開始投產精選產品，包括果汁以及食用油。該設施的面積約為25,000平方米。我們相信，此設施的建立將強化我們在產品研發、自主生產與品質管控，以及物流與倉儲方面的整合能力。

我們亦已於該設施內建立一個內部實驗室基地，用於相關產品線的研發以及進行檢測服務。該實驗室預計主要對研發團隊生產的樣品進行檢測，於產品開發過程中提供初步產品及營養數據。該實驗室亦根據國家檢驗要求對增城工廠生產的產品進行檢測並出具檢驗報告。該實驗室配備關鍵先進的分析儀器（例如電感耦合等離子體質譜儀和二維在線柱切液相色譜儀），其能夠精準檢測多種營養成分、金屬污染物及有毒物質，使實驗室得以開拓前沿檢測方法，提升其科技能力。此舉使我們能夠對市場需求作出靈活反應及快速調整產品策略，從而在充滿活力的市場中保持競爭優勢。

業 務

質量控制

我們致力提供安全、可靠且質量穩定的產品，並高度重視產品質量與保障：

*嚴謹標準。*我們制定標準化的質量控制程序，用以篩選OEM製造商及原材料供應商並確保產品具備高質量、安全性、適宜食用性，且符合法律法規要求。我們遵循並超越比國家及國際標準更為嚴格的業界標準，並取得ISO 9001等相關認證。

*供應商評估。*合作前OEM製造商及原材料供應商須通過嚴格的質量篩選流程。此外，我們與OEM製造商及原材料供應商簽訂的框架協議包含保障OEM製造商及原材料供應商所生產產品基本質量的條款，涵蓋技術規格、質量規範、檢驗標準及瑕疵品處理等。收到OEM製造商及原材料供應商出貨後，我們會對每批產品進行質量檢驗以偵測潛在問題。我們定期實地訪查OEM製造商及原材料供應商，確保其廠房設備與成品符合標準。同時我們亦對中國供應商及工廠實施不定期抽查與年度稽核，並對所有產品批次進行第三方協檢。我們透過結果交叉比對機制，保障產品品質。

*年度績效考核。*我們已建立嚴格的OEM製造商及原材料供應商年度績效考核制度，核心聚焦於品質指標及交付能力，包括但不限於年度現場審查、評估清單及第三方認證驗證。就未達標或涉及重大食品安全問題的OEM製造商及原材料供應商而言，我們將嚴格執行退出機制以終止與該等供應商的合作關係。

業 務

嚴謹的自生產管控。我們的產品在每個環節都經過嚴格審查，以確保最高品質。一線員工必須具備所有必要資格，遵循標準操作程序，並主動監控生產變量，例如時間、溫度和壓力。產品還需經過三個階段的檢測：原料、半成品和最終產品。我們的設備透過長期檢修計劃進行校準與維護。

我們於增城工廠內設立專屬實驗室基地，除研發相關產品線外，亦提供新技術開發與質量控制的檢測服務。該實驗室依據國家檢驗標準，全天候對增城工廠生產的產品進行測試並出具檢驗報告。

截至2025年9月30日，產品開發團隊轄下設有15名員工組成的質量控制小組，負責監督質量控制流程。質量控制團隊由經驗豐富的專業人員組成，多數成員在嬰童輔食零食及家庭食品市場擁有多年資歷。我們同時設有食品安全委員會，成員涵蓋內部各部門代表及外部供應商與第三方檢測實驗室代表。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何可能對業務營運、財務狀況或經營業績構成重大不利影響的產品質量問題。

客訴、產品責任及退貨

我們已為線上及線下客戶及消費者建立全覆蓋的客戶投訴解決制度。我們根據處理標準及程序運作該制度，以確保客戶投訴得到及時回應及有效解決：

- **我們的客戶服務專業人員**。我們的銷售及營銷團隊擁有一批專業客戶服務代表，可透過我們的400全國服務熱線以及電商平台投訴入口、重點客戶及經銷商與其取得聯繫。我們的客戶服務代表致力於及時有效解決來自所有銷售渠道的投訴。我們設有全國服務熱線，以便在我們的全渠道銷售網絡中直接獲得消費者反饋及投訴並提供解決方案。我們亦利用第三方電商平台既有機制提供綜合售後服務。消費者可透過訂單界面上的在線入口提交訴求，或申請平台介入，從而直接聯繫我們的客戶服務代表。此外，我們與重點客戶及經銷商合作，以提供另一種直接透過分銷網絡解決消費者投訴的選擇。

業 務

- **我們的解決方案。**我們旨在謹慎解決每宗投訴，並盡可能改進我們的產品。作為我們投訴管理的一部分，我們通常會為每宗投訴指派一名處理專員進行全程跟進。我們的客戶服務代表處理投訴時，將首先跟進客戶以記錄及核實關鍵投訴信息（如類型、原因及佐證（如照片））。如因生產技術原因無法在第一時間解決，我們的客戶服務人員將聯絡我們的質量控制團隊。如需對產品質量作進一步調查，我們亦可能聯繫我們的採購團隊及OEM製造商以及原材料供應商。
- **產品退款及退貨。**對於直銷渠道的線上消費者，我們將按照此類線上平台的退貨政策接受產品退款或換貨。對於通過我們的經銷渠道購買產品的消費者，如遇產品缺陷，可獲得退款或換貨，或在其購買條款規定的期限內通過我們的經銷渠道或直接聯繫我們的客服代表辦理退貨。相應地，重點客戶與經銷商如遇產品缺陷，亦有權按協定的條款向我們退貨，或根據具體情況協商退貨事宜。根據我們與OEM製造商達成的協議，我們向其採購的產品，如發現產品缺陷或質量問題，可退回以進行更換。

我們的董事確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，(i)我們未曾經歷任何重大產品召回或退貨；(ii)我們未曾受到政府機構或其他監管機構的任何大額罰款、負面調查結果、產品責任風險或其他處罰；以及(iii)我們未曾收到消費者就我們產品質量提出的任何重大投訴或索賠，上述情況均未對我們於往績記錄期間的業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

根據本集團政策，接到消費者投訴後，必須及時且嚴肅地處理。銷售團隊主要負責處理消費者諮詢、反饋及投訴等相關事宜，以確保能夠迅速響應消費者關切，並提供有效解決方案。相關投訴案件報告將匯總後提交至管理層，供其審閱和討論。

倉儲與物流

截至2025年9月30日，我們的產品通過在中國自營租用的一個倉庫及多家第三方倉庫服務提供商進行分銷。我們委聘該等第三方倉儲及物流服務提供商提供倉儲服務，以確保高效交付。我們主要從每個倉庫向周邊市場配送產品。詳情請參閱「一 物業及設施」。產品的配送頻率取決於需求，並根據消費者的實時需求和庫存數據進行動態分配。

業 務

我們的供應商

我們的供應商主要從事電商平台服務、製成品、關鍵原材料及包裝材料的供應，並與之保持着緊密協作的業務關係。

為支持產品在線銷售，我們向主流電商平台採購平台服務與推廣服務，這些服務包括提供技術支持、優化商品展示、提升消費體驗、增強產品曝光度以及開展定向廣告營銷活動。有關我們採購電商平台服務的詳細信息，請參閱「一 銷售與營銷 — 直銷渠道 — 電商平台」。

依托我們在食品領域強大的全球供應鏈能力，於往績記錄期間，我們從62家OEM製造商採購產品，其中13家位於海外國家。這些供應商包括中國本土合格製造商，以及西班牙、法國、澳大利亞、意大利等國家的海外OEM製造商，使我們能夠獲取精選的原材料和製成品。其中許多供應商擁有為其他全球品牌供貨的豐富經驗。

根據需求、預期銷量及庫存水平，我們通常通過逐筆下達採購訂單的方式向OEM製造商及其他供應商採購。供應商收到訂單後，交付所需製成品、關鍵原材料及／或包裝材料的交貨周期因產品性質、運輸方式及採購量而異，通常為15天至60天不等。

於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月期間，我們已售存貨的成本分別佔銷售成本的91.3%、91.2%及90.7%。

我們精心維繫與OEM製造商及其他供應商的關係，助力其與我們共同成長，適應我們不斷變化的業務需求。我們主要根據供應商的生產質量、產能、聲譽及其在各自行業中的地位來甄選有關供應商。

我們持續深化與現有合格OEM製造商及其他供應商的合作，同時吸納新晉優質OEM製造商及其他供應商。通過定期向有關供應商提供涵蓋產品質量、生產效率及成本控制等領域的改進建議，我們不斷優化供應鏈體系，使供應鏈優化成為持續進行的過程。此外，我們還派遣專家駐守重要供應商現場，協助其優化生產效率、成本控制及其他生產相關環節。

業 務

我們與OEM製造商簽訂的框架協議具有法律約束力，通常包含以下主要條款：

產品交付。我們與OEM製造商的框架協議通常包含確保彼等遵守我們交付指示的條款，例如明確規定彼等未能按時交付貨物需支付賠償金的義務。

質量控制。我們與OEM製造商的框架協議通常包含要求彼等遵守我們質量控制標準的條款。

違約責任。我們與OEM製造商簽訂的框架協議通常包含違約責任條款，例如彼等應根據我們的要求維修、更換或召回存在質量問題的產品，並承擔由此產生的全部費用。

知識產權。我們與OEM製造商簽訂的框架協議通常包含知識產權保證條款，要求彼等確保其提供的產品不存知識產權瑕疵，且不得潛在侵犯任何第三方的合法權益。若彼等未能滿足上述要求，在某些情形下，我方有權終止與彼等的協議並提出損害賠償主張。

保密義務。我們的OEM製造商應採取充分措施嚴格保密來自本公司的所有敏感信息。若因未經授權洩露我們的商業機密和知識產權信息而導致我們受到損失，則供應商及其他相關責任方應承擔連帶賠償責任。

期限／持續時間。我們與OEM製造商簽訂的框架協議期限通常為一至兩年。

我們的董事已確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的供應商均未實質性違反我們的協議條款，且我們與供應商之間未發生任何重大爭議。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未經歷電商平台服務、製成品及關鍵原材料的任何重大短缺、價格波動或供應延遲情況。

前五大供應商

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們向前五大供應商的採購總額分別約為人民幣193.2百萬元、人民幣279.5百萬元及人民幣250.5百萬元，分別約佔我們相應年度／期間採購總額的39.2%、38.8%及40.7%。

業 務

下表載列了我們於往績記錄期間各年／期向前五大供應商採購的明細：

排名	供應商	主要 產品／服務	業務關係 始於 年份關係	信用期限	採購金額 (人民幣千元)	佔採購總額 的百分比	背景及主營業務
截至2025年9月30日止九個月							
1	供應商A ⁽¹⁾	平台服務及推廣服務	2021年	預付款	92,279	15.0%	總部位於中國北京的線上經銷商、 IT顧問及電子商務服務商
2	供應商B ⁽²⁾	平台服務及推廣服務	2018年	預付款	58,396	9.5%	總部位於中國浙江的線上經銷商、 IT顧問及電子商務服務商
3	供應商C	水牛混合奶	2023年	發票日期後次月30日 前付款	41,257	6.7%	總部位於中國廣西的食品及飲料生 產商，尤其是乳製品
4	供應商D	推廣服務及代言服務	2024年	對於推廣：預付款 對於代言：按合約約 定分期付款	33,419	5.4%	總部位於中國上海的推廣服務、 廣告設計、娛樂業務代理
5	北海貝因美營養食品有 限公司 ⁽³⁾	米粉	2022年	預付款	25,111	4.1%	總部位於中國浙江的嬰童產品 (尤其是嬰幼兒配方奶粉)和 保健品的生產商

業 務

排名	供應商	主要 產品/服務	業務關係 始於 年份關係	信用期限	採購金額 (人民幣千元)	佔採購總額 的百分比	背景及主營業務
截至2024年12月31日止年度							
1	供應商B ⁽²⁾	平台服務及推廣服務	2018年	預付款	96,502	13.4%	總部位於中國浙江的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
2	供應商A ⁽¹⁾	平台服務及推廣服務	2021年	預付款	62,643	8.7%	總部位於中國北京的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
3	Sas Huileries Cauvin	核桃油、亞麻籽油及牛油 果油	2019年	收到發票後30日內付款	50,013	6.9%	總部位於法國加爾的食用油生產商
4	供應商E	平台服務及推廣服務	2020年	預付款	43,178	6.0%	總部位於香港的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
5	北海貝因美營養食品有限公司 ⁽³⁾	米粉	2022年	預付款	27,197	3.8%	總部位於中國浙江的嬰童產品(尤其是嬰幼兒配方奶粉)和保健品的生產商

業 務

排名	供應商	主要 產品／服務	業務關係 始於 年份關係	信用期限	採購金額 (人民幣千元)	佔採購總額 的百分比	背景及主營業務
截至2023年12月31日止年度							
1	供應商B ⁽²⁾	平台服務及推廣服務	2018年	預付款	67,003	13.6%	總部位於中國浙江的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
2	Sas Huileries Cauvin	核桃油、亞麻籽油及牛油	2019年	收到發票後30日內付款	45,664	9.3%	總部位於法國加爾的食用油生產商
3	供應商A ⁽¹⁾	平台服務及推廣服務	2021年	預付款	32,758	6.6%	總部位於中國北京的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
4	供應商E	平台服務及推廣服務	2020年	預付款	29,222	5.9%	總部位於香港的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
5	供應商F	豬肝粉	2022年	發票日期後次月30日前付款	18,559	3.8%	總部位於中國福建的嬰童零輔食及保健品生產商，尤其是益生菌

附註：

- (1) 一家於納斯達克及香港聯交所上市的公司
- (2) 一家紐約證券交易所及香港聯交所上市公司的附屬公司
- (3) 一家深圳證券交易所上市公司的附屬公司

業 務

我們的客戶

我們的客戶主要包括個人消費者和企業客戶。對於直銷業務，我們主要通過電商平台向消費者銷售產品。對於分銷業務，我們與電商平台、重點客戶和經銷商網絡合作分銷我們的產品。有關詳情，請參閱「－銷售與營銷－銷售渠道」。

前五大客戶

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，來自五大客戶的收入分別約為人民幣241.3百萬元、人民幣335.5百萬元及人民幣272.2百萬元，分別約佔我們相應年度／期間總收入的38.8%、38.3%和34.9%。

業 務

下表列出了我們於往績記錄期間各年度／期間排名前五的客戶的若干信息：

排名	客戶	收入	佔總收入百分比	業務關係開始時間	信用期	售出產品	背景與主營業務
截至2025年9月30日止九個月							
1	客戶A ⁽¹⁾	187,262	24.0%	2021年	60至80天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國北京的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
2	客戶B ⁽²⁾	37,979	4.9%	2018年	20至30天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國浙江的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
3	客戶C ⁽³⁾	23,505	3.0%	2020年	最長30天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國江蘇的線上線下家庭及兒童產品經銷商
4	廣州愛適貝 ⁽⁴⁾	13,588	1.7%	2018年	最長30天	主要為食用油，另涵蓋其他嬰童零輔食及家庭食品	總部位於中國廣東的母嬰產品經銷商
5	客戶D	9,877	1.3%	2021年	30至40天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國廣東的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商

(人民幣千元)

業 務

排名	客戶	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	業務關係 開始時間	信用期	售出產品	背景與主營業務
截至2024年12月31日止年度							
1	客戶A ⁽¹⁾	212,005	24.2%	2021年	60至80天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國北京的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
2	客戶B ⁽²⁾	52,888	6.0%	2018年	20至30天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國浙江的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
3	客戶C ⁽³⁾	33,735	3.9%	2020年	最長30天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國江蘇的線上線下家庭及兒童產品經銷商
4	廣州愛適貝 ⁽⁴⁾	20,559	2.3%	2018年	最長30天	主要為食用油，另涵蓋其他嬰童零輔食及家庭食品	總部位於中國廣東的母嬰產品經銷商
5	客戶D	16,361	1.9%	2021年	30至40天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國廣東的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商

業 務

排名	客戶	收入 (人民幣千元)	佔總收入 百分比	業務關係 開始時間	信用期	售出產品	背景與主營業務
截至2023年12月31日止年度							
1	客戶A ⁽¹⁾	131,906	21.2%	2021年	60至80天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國北京的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
2	客戶B ⁽²⁾	48,288	7.8%	2018年	20至30天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國浙江的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
3	客戶C ⁽³⁾	39,409	6.3%	2020年	最長30天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國江蘇的線上線下家庭及兒童產品經銷商
4	客戶D	12,603	2.0%	2021年	最長30天	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國廣東的線上經銷商、IT顧問及電子商務服務商
5	客戶E	9,066	1.5%	2022年	款到發貨	嬰童零輔食以及家庭食品產品	總部位於中國上海的母嬰食品經銷商

附註：

- (1) 一家於納斯達克及香港聯交所上市的公司
- (2) 一家紐約證券交易所及香港聯交所上市公司的附屬公司
- (3) 一家於深圳證券交易所上市的公司
- (4) 於往續記錄期間，我們確認了來自廣州愛適貝的收入。我們主要通過廣州愛適貝向一家倉儲式會員零售店銷售食用油及其他產品，該零售店隸屬於一家全球零售公司。自2015年起，廣州愛適貝即為該倉儲式會員零售店及全球零售公司的合資格供應商。於2025年9月，廣州愛適貝部分權益曾由我們的若干董事直接及間接擁有並出售，且於截至最後實際可行日期已不再為我們的關聯方。詳情請參閱「客戶與供應商重疊」。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，除上文所披露的廣州愛適貝外，我們的任何董事、其關聯方或任何股東（擁有或據我們的董事所知曾擁有我們已發行股本超過百分之五的股權）均未在我們任何五大客戶中擁有任何權益。

客戶與供應商重疊

於往績記錄期間各年度／期間，我們的若干五大客戶亦為我們的供應商，且於往績記錄期間各年度／期間，我們的若干五大供應商亦為我們的客戶。

下表載列該等重疊方的詳情及其與我們各自交易的性質：

客戶／供應商	年度／期間	收入 (人民幣千元)	採購金額 (人民幣千元)
客戶A／供應商A.....	2023年	131,906	32,758
	2024年	212,005	62,643
	2025年9月30日	187,262	92,279
客戶B／供應商B.....	2023年	48,288	67,003
	2024年	52,888	96,502
	2025年9月30日	37,979	58,396
客戶C.....	2023年	39,409	9,057
	2024年	33,735	7,324
	2025年9月30日	23,505	4,575
廣州愛適貝*.....	2023年	7,282	2,763
	2024年	20,559	—
	2025年9月30日	13,588	—
客戶D.....	2023年	12,603	510
	2024年	16,361	1,392
	2025年9月30日	9,877	1,154

業 務

於往績記錄期間，我們有五名主要客戶亦為我們的供應商，即客戶A、客戶B、客戶C、廣州愛適貝及客戶D。其中，客戶A、客戶B及客戶D為中國的電商平台，而客戶C為全國性母嬰產品零售連鎖企業，為我們的主要客戶。我們自該等重點客戶一供應商產生收入，並且我們主要採購(i)來自客戶A、客戶B及客戶D的電商平台及推廣服務，以提升產品曝光度並增強線上銷售效率；及(ii)客戶C的多種渠道支持及市場推廣服務，以增強線下市場覆蓋。根據弗若斯特沙利文的資料，我們與該等客戶的銷售及採購乃按公平基準進行，並符合行業慣例。

於往績記錄期間，我們當時的關聯方廣州愛適貝是我們的一個主要客戶，亦同時是我們的供應商。廣州愛適貝曾為一家知名進口母嬰產品及食品品牌於中國的獨家經銷商（直至2023年終止獨家分銷合作），並自2015年起成為一家全球零售企業旗下倉儲會員制零售店的合格供應商。憑藉其分銷網絡，我們於往績記錄期間通過廣州愛適貝向該倉儲會員制零售店銷售食用油及其他產品。同時，我們亦於2023年自廣州愛適貝採購極少量進口品牌的嬰幼兒米粉，並通過我們的銷售及市場推廣網絡轉售。廣州愛適貝由我們的若干董事直接及間接部分擁有，並於2025年9月被出售，故截至最後實際可行日期不再為我們的關聯方。根據弗若斯特沙利文的資料，我們向廣州愛適貝的銷售及採購乃按公平基準進行，並符合行業慣例。

我們與該等客戶兼供應商的買賣並非互為條件。我們向該等客戶兼供應商的所有銷售及採購均按正常商業條款及公平基準於一般業務過程中進行。與該等客戶兼供應商的條款與原材料供應商及客戶的條款一般相若。於往績記錄期間，概無將應收該等客戶兼供應商貿易應收款項與應付本公司貿易應付款項抵銷的情況。

第三方支付安排

背景

於往績記錄期間，我們曾接受第三方代數名經銷商支付其因購買本公司產品所產生的應付賬款。於2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，通過此類第三方支付支付的結算總額分別為人民幣30.8百萬元、人民幣16.2百萬元及人民幣0.8百萬元，佔相應年度／期間本公司收入總額的4.9%、1.8%及0.1%。於2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，通過第三方渠道結算的經銷商（下稱「第三方結算客戶」）數量分別為97名、63名及5名。於往績記錄期間，任何單一第三方結算客戶對本公司的收入貢獻均未構成重大影響。

業 務

採用第三方支付的原因

在往績記錄期間及截至最後實際可行日期，第三方結算客戶透過第三方（稱為「第三方支付人」）進行付款結算，該等第三方通常為與第三方結算客戶有關連的僱員、配偶及其他家庭成員、朋友及業務夥伴。據弗若斯特沙利文的資料，在中國消費領域，個體工商戶及公司為獲得便利性與靈活性，通過第三方支付方向其供應商進行結算屬於常見商業實踐。

於往績記錄期間，我們從未主動發起任何第三方支付安排，僅應第三方結算客戶的要求接受了來自第三方支付方的付款。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，所有第三方結算客戶及第三方支付方均為我們的獨立第三方。

詳情請參閱「風險因素－與公司業務及所在行業相關的風險－我們面臨與第三方支付安排相關的多種風險」。

停止第三方支付

為降低第三方支付相關風險，我們已自2025年5月起全面停止接受第三方支付。

我們認為，停止第三方支付並未且不會對業務、財務狀況或經營業績產生重大不利影響。

我們的技術

信息技術系統對競爭力和高效運營至關重要。我們建立了一套系統化的信息技術系統，涵蓋我們運營的所有重要方面，包括產品銷售、人力資源管理、財務報告、通過第三方平台進行的電子商務交易以及物流。我們信息技術系統的主要信息如下：

ERP系統。企業資源規劃（「**ERP**」）系統是我們技術能力的核心，該系統擁有不同的模塊或子系統，可連接和管理我們業務運營的不同方面，包括倉庫管理、採購、生產、銷售、消費者和交易數據和財務。我們的其他技術系統與ERP系統集成，從而實現數據共享和更好的跨系統協調。

業 務

CRM系統。客戶關係管理系統（「CRM」）以客戶數據管理為中心，幫助我們保存客戶信息並跟蹤客戶與我們的互動。CRM系統幫助我們發展客戶關係，推動業務增長，提高客戶忠誠度。

WMS。我們實施了倉庫管理系統（「WMS」），旨在監控倉庫庫存水平，並針對產品短缺發出預警，從而為我們的產品分銷決策提供依據。

OA系統。我們的辦公自動化（「OA」）系統能夠對正常業務過程中提交的申請進行電子化審批，從而顯著提高我們的運營效率。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未發生任何對公司業務運營造成重大不利影響的信息技術系統故障或停機。

數據隱私與安全

我們在日常業務過程中，通過第三方電商平台上的店鋪銷售產品、配送商品及提供服務，會向終端消費者收集並保存有限範圍的個人信息。所收集信息可能包含終端消費者的平台ID、訂單明細（不含支付帳戶或銀行帳戶信息）及配送信息（如收貨人的姓名、聯繫電話和地址），上述信息均由第三方電商平台提供，且主流電商平台通常以加密格式傳輸該等信息。此類數據的收集旨在促進訂單處理、會員管理及其他食品銷售相關服務。除個人消費者外，我們亦可能於供應商、經銷商或其他商業夥伴的遴選過程中，收集其基本信息（如企業資料）。我們已採取措施對這些信息進行保密，以確保符合法規要求。具體而言，我們採用加密技術進行數據存儲和傳輸，通過會員管理工具對收集的信息實施分層管理員訪問權限管理，並為員工提供有關數據隱私和安全協議的培訓。此外，我們已建立基於角色的訪問控制與監控機制，以防止未經授權的數據存取，並確保數據處理作業符合相關法律法規。

業 務

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們沒有發生任何重大的數據洩露、數據丟失或任何重大的未經授權使用客戶個人信息的情況。鑒於中國在數據隱私和安全方面的立法和執法仍在不斷發展，我們將密切關注進一步的監管動態，並及時採取適當措施。

知識產權

我們將我們的商標、域名、專有技術、商業秘密和類似知識產權視為我們成功的關鍵，我們依靠商標法和著作權法以及與員工和其他人簽訂的保密協議和競業禁止協議來保護我們的專有權利。在品牌發展的初期階段，為便利業務運營並精簡與海外供應商的採購合作流程（在海外公司架構建立之前），「爺爺的農場」系列知識產權（「品牌知識產權」）的初始註冊工作由我們一位執行董事全資擁有的荷蘭公司完成。隨著海外公司架構的全面建立，該等品牌知識產權由我們的附屬公司艾斯普瑞企業擁有，其已承擔起為本集團持有及管理所有品牌知識產權的職責。截至2025年9月30日，我們在16個國家及地區擁有132個商標、18項專利、10項與業務各方面相關的版權和1個註冊域名(www.grandpasfarm.com.cn)。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未曾遭遇任何重大知識產權侵權索賠或產品責任索賠。

競爭

我們所處的行業競爭激烈。根據弗若斯特沙利文的資料，2024年，我們以約人民幣1,500.0百萬元的嬰童零輔食品類GMV排名行業第二，而市場佔有率僅約3.3%。隨著我們戰略性地向更廣泛的家庭食品類別拓展，我們會面臨更廣闊、競爭更激烈、產品種類更豐富的市場環境。我們主要與中國嬰童零輔食行業和家庭食品行業的眾多國內外品牌競爭。我們的一些競爭對手可能擁有更雄厚的資金、技術和營銷資源，更成熟的品牌知名度，更悠久的經營歷史，以及更大的消費者基礎。我們還可能面臨現有競爭對手或新進入者在定價方面的競爭，這可能導致降價或利潤率下降，從而對我們的盈利能力產生不利影響。詳情請參閱「風險因素－與我們的業務和行業相關的風險－我們在中國市場未能有效對抗其他國際和國內參與者，可能對我們的經營業績產生負面影響」。

業 務

員工

截至2025年9月30日，我們擁有640名全職員工，主要位於中國。下表列出了我們截至2025年9月30日按業務職能劃分的全職員工明細：

職能	員工人數
產品開發.....	56
製造.....	27
銷售及宣傳.....	467
管理及行政.....	90
總計	640

吸引、留住和激勵合格員工對我們的成功至關重要。我們利用各種招聘渠道吸引人才，包括專業招聘網站、校園招聘和推薦。我們還設立了管理培訓生崗位和制度，為公司未來發展培養新生力量。我們致力於為員工創造公平、平等的工作環境。我們為員工提供具有競爭力的薪酬、完善的福利計劃，並根據員工的工作表現實施擇優激勵計劃，努力調動員工的工作積極性。

我們為從初級到管理層的所有員工提供培訓，包括針對新員工的入職培訓計劃和針對管理崗位關鍵人員的核心員工技能培訓計劃。我們還針對不同部門員工的具體需求，提供專門的培訓計劃。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們與員工保持良好的關係，未發生任何重大勞資糾紛。

環境、社會和公司治理事項

ESG治理

我們已實施結構化ESG框架，以促進有效的治理、跨部門協作、以及對可持續業務實踐的合規性監控。

我們的ESG治理結構明確界定了角色和職責，以保持強有力的監督。董事會負責制定ESG戰略和目標，監督其執行，並對可持續發展戰略進行年度審查以作出必要調整。我們還設有一個ESG工作組，負責管理運營層面的各項事務，包括數據收集、內部溝通及員工培訓。該工作組每年收集一次關鍵績效指標(KPI)數據，並協助董事會每年識別、評估並監控各部門風險。

業 務

我們的職能部門，包括研發、生產、品牌運營和銷售，緊密協作，根據各自的職責和分工，共同落實ESG戰略。此外，內部審計部門負責定期進行評估，以監控ESG相關活動，並核查信息披露標準的合規性。

我們還採納了ESG風險評估和管理模型，將ESG合規性融入日常運營。這包括建立ESG風險知識庫，並指定各部門專人負責識別和管理本部門的ESG風險。我們每年根據制度流程和管理實踐的完善程度進行風險評估，以此持續優化和改進ESG相關運營工作。

氣候風險與機遇評估

氣候變化對企業運營構成顯著風險，包括物理風險和轉型風險。在氣候相關財務披露工作組（「TCFD」）的建議指導下，我們評估並應對這些風險，將緩解措施納入我們的運營中，以支持可持續發展。

物理風險包含急性風險和慢性風險。

- 洪水、風暴和熱浪等極端天氣事件會擾亂我們的倉儲和物流運營，從而導致急性風險。這些中斷往往會導致受損基礎設施的維修成本增加、供應鏈延誤以及合約問題，從而降低業務量。這些事件還可能導致工廠停工和經濟損失，影響整體運營韌性。
- 長期氣候變化（如持續高溫）會帶來慢性風險。這些情況會影響員工的健康和安全，需要採取保護措施，如高溫津貼和強化安全規程。隨著時間的推移，這些措施可能會增加勞動力成本，增加運營的財務壓力。

轉型風險與向低碳經濟的轉變相關，源於監管變化、技術發展和不斷變化的市場需求。

- 適應這些變化往往需要成本，如實施節能系統、可再生能源解決方案或綠色基礎設施。不遵守環境法規可能導致處罰或運營中斷。

業 務

- 氣候政策也會影響消費者的偏好，對可持續供應鏈解決方案的需求不斷增加。依賴不可持續實踐的企業可能會面臨需求減少，而過渡到更環保的替代方案則需要在技術和流程方面進行大量投資。要保持競爭力並支持可持續增長，就必須使業務與這些變化保持一致。

為管理物理類風險，我們持續監測天氣狀況，並在極端天氣事件發生前及時提供指引以調整工作及運營安排，從而減輕對員工及存貨的安全風險。

為應對轉型風險，我們已逐步將能效提升與資源優化目標融入運營，並密切跟蹤相關政策動態。我們已實施凝結水回收再利用等節能降耗舉措，同時計劃部署儲能系統，以此進一步推進節能減碳工作，系統化管控轉型風險，並把握綠色經濟領域的發展機遇。

為了管理與氣候相關的風險，我們已將能效目標和減排戰略納入我們的運營中，從而加強我們的可持續發展努力，應對氣候變化帶來的挑戰。我們通過與包括員工、消費者和投資者在內的利益相關方接觸，了解彼等的關注點，從而系統地確定了關鍵的ESG主題，並將其列為優先事項。有關詳情，請參閱「一 環境、社會和公司治理事項 – ESG管理框架及舉措」。

根據行業趨勢、戰略目標和國際標準 – 如香港證券交易所《環境、社會及管治報告指引》、全球報告倡議、可持續發展會計準則委員會和TCFD，我們對內部和外部因素進行了全面分析，最終確定了六個相關的ESG主題。議題包括環境及排放、產品質量及安全、供應鏈管理、員工福祉及發展、職業健康與安全、合規及企業責任。ESG委員會審查了調查結果，並批准了最終的優先事項，以確保它們與我們的總體戰略方向保持一致。

我們會根據外部發展和利益相關者的反饋，定期更新這些主題。我們在ESG報告中披露了評估過程及其結果，從而提高了透明度並增強了可信度。

業 務

排放和能源目標

碳排放

我們持續跟蹤運營範圍內的碳排放量。截至2023年及2024年止年度，以及截至2024年和2025年9月30日止九個月，我們的運營碳排放總量如下：

- **範圍1**：2023年及2024年分別為0噸及36.22噸二氧化碳當量，截至2025年9月30日止九個月為32.60噸二氧化碳當量。
- **範圍2**：2023年及2024年為25.80噸及318.94噸二氧化碳當量，截至2025年9月30日止九個月為590.37噸二氧化碳當量。
- **範圍3**：2023年及2024年為16.15噸及80.78噸二氧化碳當量，截至2025年9月30日止九個月為32.23噸二氧化碳當量。*

我們的溫室氣體排放量由2023年的41.95噸二氧化碳當量增加939.4%至2024年的435.94噸二氧化碳當量。截至2025年9月30日止九個月，我們的溫室氣體排放量達655.20噸二氧化碳當量。

2024年溫室氣體排放量大幅上升，且在截至2025年9月30日止九個月期間排放量進一步增加，主要歸因於我們增城工廠的建設施工、試運營及後續生產，不僅推動電力消耗大幅增長，還因新增製冷設備產生了範圍1排放。

為了在[編纂]後實現業務增長與環境可持續發展之間的平衡，我們已制定控制能耗及減排計劃。為配合中國「2060」碳中和目標（即於2059年前實現全面碳中和），我們致力於持續減少排放，並計劃在近期設定減排目標。截至最後實際可行日期，我們在增城工廠僅啟用兩條生產線，開始生產少量精選產品。因此尚未制定具體的減排目標。待全面投產後，我們將持續收集數據以設定明確的減排目標，並在必要時進行調整。我們計劃在[編纂]後首份ESG報告發佈時公佈具體的減排目標。

* 目前，我們對範圍3溫室氣體排放的披露主要聚焦於商務差旅（如航空旅行）產生的排放。我們充分認知到全面且系統性監測與管理整個上下游價值鏈碳排放的重要性。為此，我們將在[編纂]後著手準備相關數據收集工作，並於ESG報告中披露更完整的範圍3排放信息。

業 務

我們將實施碳管理系統，涵蓋碳排放的追蹤、規劃、運營與監測。將指定一位碳管理負責人，負責監督年度進展並提交報告。

我們將根據2023年上市規則附錄C2所載的《ESG報告指引》，進一步完善ESG數據處理流程。我們每年將對主要目標進行審查，以跟蹤進展情況並支持長期可持續發展。

能源消耗——電力

於往績記錄期間，我們的電力消耗主要源於增城工廠的建設及投產運營。2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月期間，電力消耗量分別為57,603.6千瓦時、723,456.1千瓦時及1,340,154.9千瓦時。截至2025年9月30日止九個月內用電量顯著增長，主要由於我們的設施竣工後投入運營，此舉符合我們持續推進的業務擴張戰略。我們對各辦公場所及生產設施的用電量實施監控，包括開展月度用電統計以密切追蹤能源消耗趨勢。

能源消耗——用水

於往績記錄期間，我們的用水量主要源於員工基本生活用水及增城工廠所需的生產冷卻用水。2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月期間，用水量分別為282.0立方米、2,937.8立方米及7,369.6立方米。

ESG管理框架及舉措

我們深知解決間接環境及社會影響的重要性。在MSCI的ESG行業重要性地圖、SASB的重要性地圖和TCFD建議等框架的指導下，我們確定了關鍵的ESG問題，評估了相關的風險和機遇，並實施了有針對性的戰略，以於運營中達致ESG目標。

- **節能減排。**我們高度重視與生產消耗相關的ESG披露。我們所採用的蒸汽冷凝水回收系統，可將水資源循環用於生產及清潔環節，從而減少新鮮水用量與能源消耗。我們計劃部署儲能設施，以提升能源使用效率、支撐低碳運營，並進一步推進節能減碳工作。

業 務

- **碳足跡管理。**為推動低碳發展，我們建立了碳足跡管理體系，引導低碳產品的開發，營造支持可持續消費的市場環境，並在整個供應鏈中推廣環保意識。以下為我們的措施詳情：
 - **電力節約：**我們制定政策，如鼓勵使用高能效照明設備、優先使用可回收材料、於不使用時關閉非必要電器、將空調溫度維持於不低於24°C。我們亦通過張貼通知提升工作場所的節能意識。
 - **水資源節約：**我們在重點用水區域張貼節水標識，引導員工以負責任的態度節約用水，最大限度減少水資源浪費。
 - **能源管理：**我們優化生產設備能效並改進運營流程，逐步引入儲能系統，以此提升綜合能源利用效率，降低單位能耗強度。
 - **廢棄物管理：**我們嚴格執行廢棄物分類政策，以確保各類廢棄物的處理符合適用法律及附例，避免污染。

- **質量與供應鏈管理。**我們對ESG的承諾也延伸至質量和供應鏈管理。我們與頂級供應商合作，並執行嚴格的質量控制標準。通過投資先進製造技術、高性能材料和產品認證，我們將可持續實踐融入運營，並致力於提升行業標準。有關詳情，請參閱「－我們的供應鏈－質量控制」。
 - **質量控制體系：**我們已建立涵蓋採購、加工、產品檢測及分銷的質量控制體系，以確保嚴格遵守國內及國際法規及標準。我們獲得質量管理體系認證，符合ISO 9001標準。
 - **全流程監控：**我們由原材料篩選至分銷監控產品。我們已設立產品檢測實驗室（例如我們的增城工廠），用於一般產品及專門嬰童食品的檢測。原材料、中間產品、最終產品及其相關加工設施均由我們的實驗室嚴格檢測。

業 務

- *第三方檢測*：原材料及最終產品按法律所規定由第三方檢測機構進行檢測。庫存項目於分銷前將按抽樣方式檢測配方合規性、營養標準及食品安全等指標。現場檢測亦將會定期進行。
- *產品追溯*：我們已建立產品追溯系統，通過系統化驗證與人工檢查，精準追蹤管理產品流向。我們每年開展產品追溯演練，檢驗系統效能。
- *消費者保障*：我們已實施平台範圍標準，以規範產品、物流及用戶體驗事宜，從而有效及時解決投訴問題。我們已進一步實施產品召回政策，並進行模擬產品召回，以確保於必要時迅速執行召回。截至最後實際可行日期，我們尚未因質量或安全問題發生任何產品召回，亦未出現重大產品投訴。
- *質量及風險管理的持續審查*：我們定期召開跨部門會議，以監控產品質量、市場反饋及潛在風險。審查過程包括比較自有實驗室與第三方檢測機構的結果，以便於必要時修正及更新檢測方法。我們計劃將質量管理體系數字化，並擴大檢測設施。

企業文化與員工福祉

植根於強大的企業文化和對社會責任的承諾，我們將ESG原則融入運營的方方面面。通過將質量、創新和安全放在首位，我們提高了國內嬰童零輔食和家庭食品品牌的聲譽和競爭力。有關詳情，請參閱「一員工」。

業 務

我們致力於訂立合法僱傭慣例標準及倡導職場女性權益。截至2025年9月30日，我們的團隊由640名僱員組成，其中女性佔總數的70.2%。於各職能部門中，銷售及營銷團隊有467名僱員，其中女性佔75.4%，而管理及行政團隊有90名僱員，其中女性佔70.0%；而產品開發團隊有56名僱員，其中42.9%為女性。除性別外，我們的團隊在年齡及專業知識方面亦具多元化。約70.6%的僱員年齡介乎30至50歲，25.9%的僱員年齡在30歲以下，3.5%的僱員年齡在50歲以上。在教育方面，我們的產品開發僱員、管理及行政僱員及銷售及營銷部僱員中，分別有80.4%、35.6%及28.9%擁有學士或以上學位。該等年齡及背景組合促進了充滿活力及創新的組織文化。我們提供有競爭力的薪酬和全面的培訓計劃，以支持員工的職業發展。

此外，我們優先提供安全、健康的工作環境，關注職業安全和所有員工的身心健康。我們嚴格遵守國內職業健康與安全法律，並制定內部政策。我們定期進行安全檢查及演練，並持續監控安全風險。我們亦向員工提供安全培訓以確保與我們的員工的合作。

我們堅持保障員工享有健康安全工作環境的基本權利，提升職業健康安全管理能力，並維持一套全面可靠的安全保障體系。截至最後實際可行日期，我們並未發生任何違反職業健康安全相關法律法規的重大違規行為，亦未出現任何導致傷亡的重大安全事故。

社區

我們始終心系社區發展，積極踐行企業社會責任。通過助力本地社區建設、以務實行動回饋社會，我們致力於責任擔當創造可持續價值。2025年11月，我們向香港大埔宏福苑援助基金捐贈1.0百萬港元，專項用於大埔火災的災後援助工作。

此外，我們還向廣州市婦女兒童福利會捐贈嬰童零輔食，並與當地婦女組織合作向相關家庭提供科學喂養指導。

業 務

風險管理與內部控制

我們制定了一套內部控制和風險管理政策與程序，以應對與我們運營相關的潛在運營、財務及合規風險。我們還定期審查這些程序，以確保其有效性。

為監督[編纂]後風險管理政策和公司治理措施的持續實施，我們採取了以下風險管理措施：

- 設立審計委員會，負責審查和監督我們的財務報告流程及內部控制系統。有關委員會成員的資格和經驗，詳情請參閱「董事、監事和高級管理層－董事會委員會－審計委員會」；
- 採取政策確保遵守上市規則，包括但不限於與風險管理、關聯交易和信息披露相關的方面；
- 為本公司董事、監事和高級管理人員舉辦有關上市規則相關規定和香港上市公司董事職責的培訓課程；
- 制定涵蓋以下領域的管理政策：銷售、採購、倉儲及物流、研發及質量控制、生產、資本及財務、固定資產、知識產權、人力資源、企業管理及資訊科技；
- 制定了一套應對重大質量問題的應急程序；
- 採納內部控制政策，監督品牌及產品中與KOL相關的內容；
- 提供關於質量保證和產品安全程序的強化培訓計劃；以及
- 分發員工手冊，以提高員工遵守法律法規的意識。

業 務

保險

我們認為我們的保險覆蓋面是充足的，因為我們已根據適用法律和法規的要求，並按照行業內的商業慣例，投保了所有強制保險。我們投保了某些保險，以防範風險和意外事件，包括涵蓋我們的辦公場所的財產保險。我們按照中國法律規定為員工提供社會保險。我們沒有投保業務中斷保險，也沒有投保關鍵人員人壽保險。於往績記錄期間，我們沒有提出任何與業務有關的重大保險索賠。有關本公司保險政策的風險因素，請參閱「風險因素－與本公司業務及所在行業相關的風險－我們的保險覆蓋範圍有限，可能使我們面臨重大的成本負擔」。

物業及設施

截至最後實際可行日期，本公司總部位於中國廣州，租賃的辦公場所面積約為2,000平方米。本公司一般按月支付租金。截至同日，我們還在香港、上海和成都租賃了約290平方米的辦公空間，並在廣州租賃了若干套公寓單元，總面積約為240平方米，作為員工宿舍使用。

此外，截至最後實際可行日期，我們在廣州增城擁有一處租賃物業，面積約為25,000平方米，主要用於生產和倉儲。詳情請參閱「－近期發展」及「－我們的供應鏈－生產－我們的增城工廠」。

我們認為，我們目前的設施總體上是足夠的，我們將能夠獲得更多的設施（主要是通過租賃），以適應未來的任何擴展計劃。

合規與法律訴訟

法律訴訟

在日常業務運營中，我們可能會不時捲入法律訴訟。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們未曾捲入任何我們認為會對我們的業務、經營業績及財務狀況產生重大不利影響的實際或待決的法律、仲裁或行政訴訟（包括任何破產或接管程序）。有關法律或行政訴訟對我們潛在影響的詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務和行業相關的風險－我們在日常業務過程中可能捲入訴訟、索賠、爭議、監管調查或法律訴訟」。

業 務

合規

我們的董事承諾遵守相關法律法規。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們在所有重大方面均遵守了相關法律法規。我們的運營中存在未能完全遵守適用法律法規的事件。

租賃物業

存在產權瑕疵的租賃物業

由於各種原因，我們租賃的某些物業存在產權瑕疵。截至2025年9月30日，就主要用作辦公場所、商業用途及員工住宿七處租賃物業而言，其總建築面積約為953平方米，佔我們在中國租賃物業總建築面積的極少比例，與我們簽訂租賃協議的出租人未能提供有效的產權證明，因此我們無法確保其擁有向我們租賃此類物業的權利。

根據我們中國法律顧問的建議，相關出租人有責任遵守相關規定，如取得相關所有權證書。然而，倘第三方對租賃提出索賠或質疑，我們將面臨租賃的不確定因素。

儘管如此，即使在上述情況下我們被要求騰空物業，我們也能夠及時搬遷租賃物業，而不會產生大筆費用，因為(i)市場上有租金價格相當的替代物業，(ii)該等租賃物業主要用作辦公空間、商業用途及員工住宿，僅佔我們租賃物業的一小部分及(iii)我們在這些租賃物業的大部分設備都易於搬遷，搬遷過程不會對我們的業務和運營造成重大不利影響。

截至最後實際可行日期，我們對存在上述產權瑕疵的租賃物業的租約沒有受到第三方或相關部門的質疑，從而導致我們作為被告捲入與我們所佔用的這些物業的租賃和使用權有關的糾紛、訴訟或索賠。我們的董事認為，這些產權缺陷不會對我們的業務、運營或財務業績造成重大不利影響。

租賃登記與備案

截至2025年9月30日，九份租賃協議尚未在中國相關土地和房地產管理部門進行登記備案，原因在於相關出租人未能準時向當地政府部門進行租賃登記備案。

業 務

根據我們中國法律顧問的建議，未能完成租賃協議的登記和備案不會影響這些租賃的有效性。然而，相關政府部門可能會責令我們在規定期限內完成登記或備案手續，如未在規定期限內完成登記或備案，將導致對每份未登記協議處以人民幣1,000元至人民幣10,000元不等的罰款。根據這些物業的數量，我們認為該等瑕疵預期不會對我們的業務運營產生重大不利影響。

有關我們租賃物業的風險的詳情，請參閱「風險因素－與公司業務及所在行業相關的風險－我們面臨與物業相關的若干風險」。

內部控制措施

為防止再次發生租賃無產權證的物業及／或未能完成租賃協議的登記和備案，我們(i)加強內部租賃審批程序要求，(ii)在簽署任何租賃協議前，強制要求核實有效的產權證或業主授權書，以及(iii)在簽署租賃協議後，與出租人協商租賃協議的登記和備案。

社會保險及住房公積金

背景

於往績記錄期間，我們未按相關中國法律法規為部分員工足額繳納社會保險及住房公積金。此外，於往績記錄期間，我們曾委託第三方人力資源機構為部分員工繳納社會保險及住房公積金。

潛在法律後果

2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月的社會保險及住房公積金繳款缺口分別為人民幣4.7百萬元、人民幣6.8百萬元、人民幣5.1百萬元及人民幣5.9百萬元。根據中國相關法律法規，(i)對於未繳的社會保險繳費，中國相關部門可要求我們在規定的最後期限內繳納未繳的社會保險繳費，每延遲一天，我們或會被處以未繳納金額0.05%的滯納金；如我們未能在規定期限內繳費，我們可能面臨未繳納繳費一至三倍的罰款；及(ii)對於未繳的住房公積金繳費，我們或被責令在規定期限內繳納未繳的住房公積金繳費。如未在該期限內繳費，可向中國法院申請強制執行。

業 務

補救措施

截至最後實際可行日期，相關監管機構尚未就我們的社會保險和住房公積金繳款採取任何行政行動或施加任何處罰，我們也未收到任何要求結清差額的命令，且我們未獲悉任何員工就我們的社會保險及住房公積金政策提出任何重大投訴。

我們的董事認為，考慮到以下因素，我們未為部分員工全額繳納社會保險和住房公積金不會對我們的業務和經營業績造成重大不利影響：

- i. 於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們未受到任何重大行政處罰；
- ii. 截至最後實際可行日期，我們未收到中國相關部門要求我們支付社會保險和住房公積金短缺或罰款的任何通知；
- iii. 截至最後實際可行日期，我們未獲悉任何重大未決的員工投訴，亦未與員工就社會保險和住房公積金發生任何重大未決的勞資糾紛；
- iv. 如果有關部門根據適用的法律法規責令我們補繳社會保險及／或住房公積金的差額或採取整改措施，我們將在規定的期限內及時補繳或採取整改措施；及
- v. 根據我們中國法律顧問的建議，根據相關監管政策、本公司確認及上述事實，以及與相關主管部門的面談及其確認，相關部門主動要求我們集中補繳社會保險及住房公積金繳費不足部分，或因未能為員工全額繳納社會保險及住房公積金繳費而遭受重大行政處罰的可能性較小。

因此，我們未就往績記錄期間及直至最後實際可行日期的不合規部分作出任何撥備。

業 務

一旦我們收到相關政府部門要求我們繳付差額或修改相關政策或做法的通知(如有)，我們將在可行的範圍內盡快按照中國相關法律法規足額繳款，以免因未及時繳款而受到相關政府部門的行政處罰。為了在可行的範圍內盡快足額繳費，我們計劃與員工溝通，爭取彼等的理解和配合，以遵守適用的繳費基數，這需要彼等額外繳費。

我們採取了以下與社會保險和住房公積金繳費相關的整改和內控強化措施：

- 我們指定人力資源中心對社會保險和住房公積金的申報和繳費情況進行監督。
- 我們的人力資源中心已制定一系列政策，指導社會保險和住房公積金繳費的日常工作。
- 我們按月記錄和監控員工的社會保險和住房公積金繳費情況，以便進行有效管理和加強內部控制。
- 我們將定期諮詢中國法律顧問，獲取有關中國相關法律法規的建議，以確保我們及時了解最新的監管動態。
- 我們將積極與當地相關社會保險和住房公積金管理部門溝通，確保我們掌握社會保險和住房公積金相關法律法規的最新信息，了解彼等的最新要求和對相關法規的解釋。
- 如果相關部門根據適用法律法規命令我們補繳社會保險和／或住房公積金差額或採取任何整改措施，我們承諾將根據其指導意見及時補繳或採取整改措施。

有關詳情，另請參閱「風險因素－與公司業務及所在行業相關的風險－我們可能需要為所有僱員繳納全額社會保險和住房公積金，並需承擔相關政府部門徵收的滯納金和罰款」。

業 務

執照和許可證

截至最後實際可行日期，我們已獲得相關政府部門頒發的所有對我們業務運營至關重要的必需執照、許可證、批准和證書。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在續簽重要執照、許可證或證書方面未遇到任何重大困難；並且，只要我們遵守相關法律要求，並按照適用中國法律法規規定的要求和時間表採取所有必要步驟提交相關申請，預計在相關許可證、許可或證書到期時（如適用）續簽亦不會遇到重大困難。

下表載列截至最後實際可行日期我們的主要執照、許可證及批文：

持有人	執照、批文或許可證	簽發日期	到期日
艾斯普瑞（廣州）食品	食品經營許可證	2021年5月8日	2026年5月7日
艾斯普瑞（廣州）食品	食品生產許可證	2025年11月3日	2029年11月17日
艾斯普瑞（廣州）食品	排污許可證	2025年12月8日	2030年12月7日
艾斯普瑞（廣州）食品	海關進出口貨物收發貨人 備案	-	-
廣州健特唯日用品	食品經營許可證	2021年5月8日	2026年5月7日
廣州健特唯營養品	食品經營許可證	2021年5月8日	2026年5月7日
廣州健特唯營養品	海關進出口貨物收發貨人 備案	-	-
艾斯普瑞（廣州）健康產品	僅銷售預包裝食品備案	2024年5月20日	不適用
廣州健特唯電子商務	僅銷售預包裝食品備案	2023年9月15日	不適用
廣州健特唯電子商務	海關進出口貨物收發貨人 備案	-	-
上海適貝	食品經營許可證	2021年5月19日	2026年5月18日

有關我們所受規監管法律法規的更多資料，請參閱「監管概覽」。

業 務

獎項與表彰

我們獲得了許多旨在表彰我們業務發展的獎項。我們獲得的一些重要獎項和表彰如下：

獎項／表彰	獲獎年份	頒獎機構／權威機構
2025年度最佳合作夥伴獎	2025年	京東超市
快速消費品新銳品牌50強	2025年	中國線上全球消費品牌 500強名單
全國嬰童調味品、嬰童有機零食、 嬰幼兒豬肝粉、 嬰兒肉松銷量 第一（基於2024年銷售數據）	2025年	CIC灼識諮詢
全國嬰童輔食油銷量第一 （基於2022至2024年累計銷量）	2025年	CIC灼識諮詢
全國有機嬰幼兒麵條銷量第一 （基於2023至2024年累計銷量）	2025年	CIC灼識諮詢
銅牌；創新獎	2025年	2025年度柏林全球橄欖 油獎
消費市場行業（嬰童輔食）影響力品牌	2025年	消費者日報
2025年天貓金嬰獎年度最受歡迎嬰童 食品獎	2025年	天貓超市
中國行業發展領軍企業	2025年	福布斯中國
2025 ITI國際卓越風味大獎	2025年	國際風味評鑑所
iSEE全球風味獎－三星認證& 二星認證	2025年	Foodaily
廣東省食品行業名牌產品 廣東省食品行業優秀新產品	2024年	廣東省食品行業協會
增長先鋒品牌獎	2024年	京東超市

業 務

獎項／表彰	獲獎年份	頒獎機構／權威機構
年度最受喜愛嬰童食品品牌.....	2024年	淘寶•天貓母嬰
第九屆櫻桃大賞－年度傑出表現品牌....	2024年	母嬰行業觀察
2023年中國高成長品牌年度獎.....	2024年	艾媒諮詢
最受歡迎產品獎.....	2023年	消費日報
年度影響力品牌獎.....	2023年	中國孕嬰童展
孕嬰童行業年度新銳品牌獎.....	2023年	天貓
年度人氣輔食.....	2023年	育兒網
零輔食•年度口碑王.....	2023年	媽媽網

與控股股東的關係

控股股東

於[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），本公司將由YANGGANG Holdings持有[編纂]%的權益。YANGGANG Holdings是一家在英屬維爾京群島註冊成立的投資控股公司，由楊先生全資擁有。因此，根據上市規則，楊先生及YANGGANG Holdings將被視為我們的控股股東。

楊先生為董事會主席、執行董事兼首席執行官。楊先生一直領導着本集團的發展。有關其背景及經驗的詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層－董事會－執行董事」一節。

無競爭且業務劃分明確

本集團主要於中國從事嬰童零輔食的研發、銷售及營銷。楊先生目前持有中國母嬰媒體服務提供商廣州盛成的權益，該公司由楊先生及其配偶共同持有約51.17%股權。在廣州盛成的附屬公司中，廣州樹懶熊負責管理和運營母嬰電商平台媽媽良品網站。廣州樹懶熊於2014年10月16日在中國成立為有限責任公司，由廣州盛成全資持有。楊先生現任廣州樹懶熊的董事會主席。

董事認為，本集團業務與廣州樹懶熊業務之間存在明確界限，理由如下：

- (i) 核心業務差異：本集團以自有品牌開發及銷售嬰童零輔食，而廣州樹懶熊經營下游電商平台（即媽媽良品網站），該平台將銷售各種母嬰產品（不限於食品及零食）的商家與其客戶連接起來。
- (ii) 界定的商業關係：媽媽良品網站僅用作我們的直銷渠道之一。通過該平台進行的所有交易均為本集團直接面向終端消費者的銷售行為。

上市規則第8.10條

我們各控股股東及我們董事已確認，於最後實際可行日期，彼等概無擁有除本集團業務外任何與我們業務直接或間接競爭或可能競爭而須根據上市規則第8.10條披露的業務權益。

獨立於我們的控股股東

基於以下因素，我們的董事信納，本集團能夠於[編纂]後獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人開展業務。

與控股股東的關係

管理層獨立

我們的業務由董事會及高級管理層管理及進行。[編纂]後，我們董事會將由七名董事組成，包括四名執行董事及三名獨立非執行董事。有關更多資料，請參閱「董事及高級管理層－董事會」。除楊先生外，本集團與我們控股股東之間概無董事及高級管理層重疊。

我們認為，基於以下原因，我們董事及高級管理層能夠獨立履行彼等於本公司的職責，而本公司能夠獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人管理其業務：

- (i) 除楊先生外，概無董事於我們控股股東或彼等各自緊密聯繫人的任何成員公司中擔任董事或高級管理層職位；
- (ii) 各董事均知悉其作為董事的受信責任，其中包括須為本公司利益及最佳利益行事，且不得允許其個人利益干預本公司的最佳利益；
- (iii) 我們的日常管理及營運由我們執行董事及高級管理層進行，彼等均在本公司所從事行業擁有豐富經驗，因此將能夠做出符合本集團最佳利益的業務決策；
- (iv) 倘本集團與董事或彼等各自緊密聯繫人擬訂立交易而產生潛在利益衝突，有利益關係的董事須就董事會批准任何其或其任何緊密聯繫人擁有重大利益的合約、安排或任何其他建議的任何決議案放棄投票，且不得計入出席相關董事會會議的法定人數；
- (v) 我們已委任三名獨立非執行董事，佔我們董事會超過三分之一，以平衡我們董事會的人數，確保我們董事會的決定僅在充分考慮獨立及公正意見後方可做出，並促進本公司及我們股東整體的利益。我們認為，我們的獨立非執行董事個人及整體均具備必要知識及經驗，可向本公司提供專業及經驗豐富的意見。我們董事認為，我們的獨立非執行董事能夠為我們董事會的決策過程帶來公正及合理判斷，並保護本公司及我們股東整體的利益；

與控股股東的關係

- (vi) 憑藉不競爭契據已將實際或潛在衝突的機會減至最低，其詳情載於下文本節「一 不競爭契據」；及
- (vii) 我們已採納企業管治措施及足夠且有效的控制機制，以管理本集團與我們控股股東之間的任何利益衝突(如有)，這將支持我們的獨立管理。有關進一步詳情，請參閱本節「一 企業管治措施」。

基於上述情況，我們董事認為，董事會連同我們高級管理層能夠獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人於本集團履行彼等的管理職責。

營運獨立

本集團在營運上獨立於我們控股股東及彼等各自緊密聯繫人。我們能夠獨立做出決定及進行我們自身的業務營運。我們擁有足夠資本、設施及員工以獨立經營我們的業務。我們持有或享有經營我們業務所需的所有相關牌照及知識產權的權益。我們擁有或有權使用與我們業務相關的所有營運設施。我們擁有由各個職能部門組成的組織架構，各部門均有特定責任範疇。本公司及我們股東或彼等各自緊密聯繫人概無共享任何營運資源，如銷售及市場推廣、風險管理及一般行政資源。我們亦已建立一套內控程序，以促進我們業務的有效營運。雖然我們通過廣州樹懶熊電商平台(即媽媽良品網站)上的自營店鋪直接向消費者銷售產品，但於往績記錄期間，此類銷售方式產生的收入甚微。截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們通過媽媽良品網站上的自營店鋪直接向消費者銷售產品所產生的收入分別為人民幣0.4百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣0.1百萬元。上述金額於相應年度／期間總收入中所佔比例均低於0.1%。

於往績記錄期間，本公司及我們股東的緊密聯繫人進行若干交易，該等交易預期將於[編纂]後繼續，並將構成本公司在上市規則項下的持續關連交易。有關更多詳情，請參閱「持續關連交易」一節。該等關連交易乃在我們日常及一般業務過程中訂立，我們董事確認，該等交易的條款乃經公平磋商釐定，且對本公司而言不遜於獨立第三方所提供的條款。董事認為，本公司及我們股東緊密聯繫人之間的持續關連交易並不表明本公司對我們的控股股東存在過分依賴，且對本公司及我們股東整體有利。

與控股股東的關係

基於上述情況，我們董事認為，我們能夠獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人進行營運。

財務獨立

本集團擁有獨立財務體系，並根據我們自身業務需要做出財務決定。我們擁有自身的內控及會計系統以及財務部門，以履行資金收付的獨立庫務職能、獨立會計及報告職能以及獨立內控職能。我們控股股東或彼等各自緊密聯繫人概不干預我們的資金使用。我們擁有充足內部資源及信貸狀況以支持我們的日常營運，且我們能夠在不依賴我們控股股東或彼等各自緊密聯繫人提供的任何擔保或抵押的情況下從獨立第三方獲得融資。於最後實際可行日期，我們並無向我們控股股東或彼等任何緊密聯繫人借款或由彼等提供擔保的未償還款項。

基於上述情況，我們董事認為，我們能夠保持獨立於控股股東及彼等各自緊密聯繫人的財務獨立性。

不競爭契據

為[編纂]之目的，我們控股股東於[●][已訂立]不競爭契據，據此，我們控股股東共同及個別同意，無論作為委託人或代理人，無論直接或間接承擔（包括透過彼等任何緊密聯繫人、附屬公司、合夥、合資或其他合約安排），不得(a)直接或間接，無論以彼等自身名義、與他人聯合、代表他人或透過任何人士、商號或公司，除其他事項外，以任何形式從事、參與或擁有權益、參與或以其他方式涉及或收購或持有股份或權益（在各種情況下，無論作為股東、合夥人、代理或以其他方式身份，無論為獲得利潤、報酬或其他）或協助或支持第三方參與或涉及與本集團任何成員公司不時進行或擬進行業務直接或間接競爭或可能競爭的任何活動或業務（「受限制業務」），而倘彼等得悉該等受限制業務的參與，彼等須立即知會本公司；(b)招攬或促使本集團任何不時的供應商及／或客戶終止彼等與本集團的業務關係或以其他方式減少與本集團的業務往來；(c)招攬或促使本集團任何不時的董事、高級管理層或其他員工辭職或以其他方式停止向本集團提供服務；及／或(d)除非事先獲得本公司書面同意，否則不得向任何其他第三方披露本集團任何機密資料，包括但不限於客戶名單及供應商名單。

與控股股東的關係

儘管如此，倘屬以下情況，該承諾不適用於直接或間接持有或擁有權益於任何與受限制業務競爭、進行或直接或間接從事受限制業務的公司或業務的任何股份：

- (a) 股份或其他證券由本公司及其任何附屬公司不時發行；
- (b) 股份或其他證券屬於任何涉及受限制業務的公司，惟該等股份或證券在認可證券交易所上市，且我們控股股東及彼等各自聯繫人的總權益（「權益」根據《證券及期貨條例》第XV部所載條文詮釋）不超過有關公司股本中相關法定或實益權益的5%；或
- (c) 我們控股股東涉及或參與受限制業務已首先根據不競爭契據向本公司及本集團提供或提呈，而本集團經我們獨立非執行董事審查及批准後，已拒絕該等涉及或參與受限制業務的機會，惟須符合我們獨立非執行董事可能要求施加的任何條件。

新商機選擇權

我們各控股股東已在不競爭契據中承諾，於不競爭契據期限內，倘任何控股股東或其／彼等各自緊密聯繫人（本集團成員除外）獲得與受限制業務直接或間接競爭或可能競爭的新商機（「商機」），該控股股東將指示或促使相關緊密聯繫人就商機向我們董事會發出書面通知，並將該商機連同所需資料轉介予本集團，以使本集團能夠評估商機的價值（包括但不限於擬收購公司、業務或物業的詳情、涉及代價及收購的其他擬定條款）（「要約通知」）。本公司有權於收到要約通知後15個營業日內決定是否接納該商機。

倘本公司因任何原因決定不接納新商機，或於收到要約通知後15個營業日內未回應我們控股股東及／或其／彼等各自緊密聯繫人（視情況而定），該控股股東或其／彼等緊密聯繫人可自行決定追求該新商機，惟須遵守上市規則項下適用規定。

與控股股東的關係

僅由獨立非執行董事組成的董事會委員會（「獨立董事委員會」）將負責審查、考慮及決定是否接納我們控股股東及／或彼等緊密聯繫人轉介予本公司的新商機。當本公司收到來自我們控股股東及／或彼等緊密聯繫人的要約通知時，本公司將立即以書面形式知會我們董事（包括我們獨立非執行董事）及高級管理層，而我們執行董事連同我們高級管理層將於獲悉該商機後五個營業日內，向獨立董事委員會呈交載列該商機分析及彼等就該商機的建議及提案的書面備忘錄，獨立董事委員會僅由對該商機並無重大利益的我們獨立非執行董事組成。獨立董事委員會須召開會議考慮該商機及我們執行董事連同我們高級管理層提出的建議及提案，並決定是否執行或拒絕該商機。

我們控股股東的進一步承諾

我們各控股股東已進一步承諾：

- (a) 彼將提供或須促使其／彼等緊密聯繫人提供我們獨立非執行董事就遵守及執行不競爭契據進行年度審查所需的一切資料；
- (b) 彼同意本公司在年報或以公告方式披露我們獨立非執行董事就遵守及執行不競爭契據相關事宜審查的決定；及
- (c) 彼將每年就其／彼等遵守不競爭契據的情況向本公司及獨立非執行董事做出年度聲明，供本公司在年報內披露。

不競爭契據將於[編纂]後生效並持續有效，直至以下較早日期終止：(i) 股份不再於聯交所[編纂]的日期；或(ii) 以下較早發生的日期：(a) 我們控股股東個別或共同（無論是否與彼等各自緊密聯繫人一起）不再直接或間接擁有本公司當時已發行股本30%或以上（或《收購守則》不時指定為觸發其項下強制性全面收購要約規定水平的其他百分比）；及(b) 我們控股股東不再控制董事會大多數成員的組成。

與控股股東的關係

企業管治措施

我們已採納以下企業管治措施以管理任何潛在利益衝突並進一步保障我們少數股東的利益：

- 本公司已委任獨立非執行董事，以確保在我們董事會的決策過程中有效行使獨立判斷並向我們股東提供獨立意見；
- 我們獨立非執行董事將每年審查我們控股股東遵守不競爭契據承諾的情況；
- 本公司將於年報或以公告形式向公眾披露獨立非執行董事就審查有關遵守及執行不競爭契據相關事宜所作決定以符合上市規則的規定；
- 我們控股股東將提供年度確認書，提供年度確認函，證明其遵守《不競爭契據》項下的承諾，並披露於我們的年度報告中，並提供為履行《不競爭契據》所需的所有信息，包括由我們的獨立非執行董事進行的年度審查；
- 我們承諾我們董事會將具備足夠均衡的執行董事與獨立非執行董事組成，可促進行使獨立判斷。我們認為，我們獨立非執行董事具備必要專業知識，可在本公司及我們股東之間出現任何利益衝突時做出及行使獨立判斷；
- 根據香港上市規則附錄C1《企業管治守則》的規定，我們獨立非執行董事將能夠在適當情況下就不競爭契據相關事宜自外部人士尋求獨立專業意見，費用由本公司承擔；
- 我們與關連人士之間任何擬議交易均須遵守上市規則第14A章，包括該等規則的公告、申報及獨立股東批准規定（如適用）；
- 倘出現任何潛在利益衝突，於相關交易中擁有利益的我們董事須於相關董事會會議上放棄投票，且就相關決議案不得計入法定人數；

與控股股東的關係

- 倘於股東層面存在任何潛在利益衝突，我們控股股東須於本公司股東大會上就相關決議案放棄投票；及
- 我們已委任大華繼顯（香港）有限公司作為我們的合規顧問，以就遵守適用法律及上市規則（包括但不限於有關董事職責及企業管治的各項規定）向我們提供意見及指導。

持續關連交易

在我們的日常及一般業務過程中，我們已與關連人士訂立若干協議。**[編纂]**後，本節所披露的交易將構成上市規則第14A章項下的持續關連交易。

關連人士

我們已與以下關連人士訂立若干交易，該等交易將於**[編纂]**後構成我們的持續關連交易：

關連人士名稱	關連關係
廣州盛成.....	由(i)楊先生(本公司執行董事、首席執行官兼控股股東之一)持有約37.07%，以及(ii)楊先生配偶(故為楊先生的聯繫人及本公司的關連人士)持有約14.10%
廣州樹懶熊.....	由廣州盛成全資擁有
廣州盛勤.....	由廣州盛成全資擁有
吉安盛成.....	由廣州盛成全資擁有

關連交易概要

下表載列持續關連交易的概要：

持續關連交易	適用的上市規則	已尋求豁免	歷史交易金額 (人民幣千元)	建議年度上限 (人民幣千元)
電商平台服務協議.....	第14A.35條、第14A.76(2)條及第14A.105條	公告規定	2023年：122； 2024年：60； 截至2025年9月30日止九個月：26	2026年：1,000； 2027年：1,000； 2028年：1,000；
廣告服務框架協議.....	第14A.35條、第14A.76(2)條及第14A.105條	公告規定	2023年：3,774； 2024年：2,641； 截至2025年9月30日止九個月：2,358	2026年：3,000； 2027年：3,500； 2028年：4,000；
KOL推廣服務 框架協議.....	第14A.35條、第14A.76(2)條及第14A.105條	公告規定	2023年：1,148； 2024年：1,335； 截至2025年9月30日止九個月：626	2026年：1,500； 2027年：1,500； 2028年：2,000；

持續關連交易

須遵守申報、年度及公告規定的非豁免持續關連交易

1. 電商平台服務協議

背景及主要條款

廣州盛成的全資附屬公司廣州樹懶熊於往績記錄期間曾向我們提供電商平台服務。為於[編纂]後規管該等交易，於[●]，本公司（為其本身及代表其附屬公司）與廣州盛成（為其本身及代表其附屬公司）[訂立]電商平台服務協議（「**電商平台服務協議**」），據此，廣州盛成或其附屬公司應為我們提供平台服務，以便我們能夠在其電商平台（包括母嬰類電商平台媽媽良品網站）上運營自有網店，我們同意支付服務費，作為回報。此外，廣州盛成或其附屬公司應提供網店管理的技術支持與系統維護，包括上傳產品信息、創建訂單、管理交易、完成付款及開展促銷活動。電商平台服務協議的期限為三年，自[編纂]起計算。電商平台服務協議可經雙方協商一致續期，惟須遵守適用法律、法規及規則（包括但不限於上市規則）的要求。廣州盛成或其附屬公司可根據電商平台服務協議所載條款及條件與我們訂立個別最終協議，以載列明確服務範圍、平台服務費的計算方式、付款方式及其他服務安排詳情。

交易原因

媽媽良品網站是一個專注於母嬰產品的電商平台，消費者可通過該平台訂購我們的產品。我們相信，電子商務的應用將使我們能夠觸達更多目標消費者，從而進一步擴大客戶群體，促進業務增長。

定價政策

電商平台服務協議的條款乃經廣州盛成與我們之間公平磋商後按正常商業條款釐定。平台服務費應參考不少於兩家獨立電商平台運營商所收取的現行費率釐定。

歷史交易金額

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們向廣州樹懶熊支付的平台服務費總額分別為人民幣122千元、人民幣60千元及人民幣26千元。

持續關連交易

年度上限及基準

根據電商平台服務協議項下擬進行的交易，我們向廣州盛成應付平台服務費於截至2026年、2027年及2028年12月31日止年度的擬定年度上限分別為人民幣1,000,000元、人民幣1,000,000元及人民幣1,000,000元。上述建議年度上限乃基於(i)廣州樹懶熊提供電商平台服務的歷史交易金額，當中計及波動及應對潛在增長或波動的需要，及(ii)為應對業務量預期增加及因此對電商平台服務需求預期增加而預留的緩沖。

2. 廣告服務框架協議

背景及主要條款

廣州盛成及吉安盛成於往績記錄期間曾向我們提供廣告服務。為於[編纂]後規管該等交易，於[●]，本公司（為其本身及代表其附屬公司）與廣州盛成（為其本身及代表其附屬公司）[訂立]廣告服務框架協議（「**廣告服務框架協議**」），據此，廣州盛成同意利用其自身或其附屬公司（包括媽媽網）的網上廣告資源或其他第三方廣告資源為我們的產品進行廣告宣傳，並收取廣告服務費。我們負責提供初步宣傳材料，以供在廣州盛成或其附屬公司的網上廣告資源上刊登。我們可與廣州盛成或其附屬公司訂立個別最終協議，該等協議將根據廣告服務框架協議所載條款及條件載列服務的確切範圍、廣告服務費的計算、付款方式及服務安排的其他詳情。廣告服務框架協議的期限為三年，自[編纂]起計算。廣告服務框架協議可經雙方協商一致續期，惟須遵守適用法律、法規及規則（包括但不限於上市規則）的要求。

交易原因

媽媽網是中國領先的母嬰媒體服務提供商，整合網站、應用程序、新媒體、KOL及其他媒體資源，並涵蓋資訊、社交網絡、工具及電商等多個服務領域。媽媽網由廣州盛成管理及營運。我們認為，使用廣州盛成的廣告服務（包括在媽媽網上刊登廣告）將使我們能夠接觸更多目標消費者，獲得更高知名度並提升我們的品牌形象，從而進一步擴大我們的消費者基礎，提高我們產品的認知度和熟悉度，並促進我們的業務增長。

持續關連交易

定價政策

廣告服務框架協議的條款乃經廣州盛成與我們之間公平磋商後按正常商業條款釐定。就廣告服務框架協議項下廣告服務應釐定的廣告服務費須公平合理並反映正常商業條款，經參考(i)不少於兩家獨立廣告服務提供商收取的現行費用，(ii)相關平台或媒體的用戶基礎或受眾的廣度，(iii)廣告刊登的時間長度，及(iv)廣告分配的時段。

歷史交易金額

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們向廣州盛成及吉安盛成支付的廣告服務費總額分別為人民幣3,774千元、人民幣2,641千元及人民幣2,358千元。

年度上限及基準

根據廣告服務框架協議項下擬進行的交易，我們應付廣州盛成的廣告服務費於截至2026年、2027年及2028年12月31日止年度的建議年度上限分別為人民幣3,000,000元、人民幣3,500,000元及人民幣4,000,000元。

上述建議年度上限乃基於(i)廣州盛成及吉安盛成提供廣告服務的歷史交易金額，經計及對潛在增長或波動的需求；及(ii)為應對業務量預期增加及因此導致的廣告服務需求預期增加而預留的緩衝。

3. KOL推廣服務框架協議

背景及主要條款

廣州盛勤於往績記錄期間曾向我們提供KOL推廣服務。為於[編纂]後規管該等交易，於[●]，本公司（為其本身及代表其附屬公司）與廣州盛成（為其本身及代表其附屬公司）[訂立]KOL推廣服務框架協議（「**KOL推廣服務框架協議**」），據此，廣州盛成同意安排KOL在網上及社交媒體平台推廣我們的產品，並收取KOL推廣服務費，該費用包括應付予相關KOL的推廣費用。我們可與廣州盛成或其附屬公司訂立個別最終協

持續關連交易

議，該等協議將根據KOL推廣服務框架協議所載條款及條件載列服務的確切範圍、服務費、付款方式及服務安排的其他詳情。KOL推廣服務框架協議的期限為三年，自[編纂]起計算。KOL推廣服務框架協議可經雙方協商一致續期，惟須遵守適用法律、法規及規則（包括但不限於上市規則）的要求。

交易原因

我們認為，育兒博主及其他母嬰領域KOL通常對母嬰需求有更深的了解，因此，其內容會更具吸引力且使用廣州盛成的KOL推廣服務將使我們能夠(i)接觸到更大規模的KOL資源池，及(ii)由於採購規模優勢而獲得更優惠的條款及服務費。

定價政策

KOL推廣服務框架協議的條款乃經廣州盛成與我們之間公平磋商後按正常商業條款釐定。就KOL推廣服務框架協議項下KOL推廣服務應釐定的服務費須公平合理並反映正常商業條款，經參考(i)不少於兩家獨立KOL推廣服務提供商收取的現行費用，(ii)KOL合作中涉及的工作水平、廣告類型及媒介以及擬推廣產品的類型，及(iii)相關KOL在合作時的知名度、形象及粉絲基礎。

歷史交易金額

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，我們向廣州盛勤支付的KOL推廣服務費總額分別為人民幣1,148千元、人民幣1,335千元及人民幣626千元。

年度上限及基準

根據KOL推廣服務框架協議項下擬進行的交易，我們應付廣州盛成的KOL推廣服務費於截至2026年、2027年及2028年12月31日止年度的建議年度上限分別為人民幣1,500,000元、人民幣1,500,000元及人民幣2,000,000元。

上述建議年度上限乃基於(i)廣州盛勤提供KOL推廣服務的歷史交易金額，經計及需因應潛在增長或波動的需求；及(ii)為應對業務量預期增加及因此導致的推廣服務需求預期增加而預留的緩衝。

持續關連交易

4. 上市規則的涵義

根據上市規則第14A.81條及第14A.82條，電商平台服務協議、廣告服務框架協議及KOL推廣服務框架協議項下的交易須合併計算，因此有關該等交易的年度上限亦須合併計算。由於電商平台服務協議項下擬進行交易、廣告服務框架協議項下擬進行交易及KOL推廣服務框架協議項下擬進行交易按合併基準計算的上市規則項下界定的所有適用百分比率中的最高者將高於0.1%但低於5%，故該等交易將須遵守上市規則第14A章項下的申報、年度審查及公告規定，惟獲豁免遵守通函及獨立股東批准規定。

豁免申請

上述「一須遵守申報、年度審查及公告規定的非豁免持續關連交易」項下所述交易將於[編纂]後構成我們須遵守上市規則第14A章項下該等規定的關連交易。

由於非豁免持續關連交易預期將按經常性及持續基準進行並延續一段時間，且其重大條款已於本文件內披露，我們董事認為，嚴格遵守上市規則項下上述公告規定將不切實際且過分繁重，並將給本公司帶來不必要的行政成本。

因此，根據上市規則第14A.105條，我們已申請且聯交所[已批准]豁免我們嚴格遵守上市規則項下有關「一須遵守申報、年度審查及公告規定的非豁免持續關連交易」所披露持續關連交易的公告規定，惟須符合條件，即各財政年度的持續關連交易總額不得超過上述相關年度上限所載的相關金額。

持續關連交易

倘日後上市規則的任何修訂對本文件所述關連交易施加較最後實際可行日期適用規定更嚴格的規定，我們將立即採取措施以確保在合理時間內遵守該等新規定。

內控措施

我們已採納以下內控程序，以確保持續關連交易屬公平合理及按正常或更優商業條款進行，並符合適用法律法規（包括上市規則）：

- 我們已採納並實施關連交易管理制度。根據該制度，董事會及本集團各內部部門將負責持續關連交易的控制及日常管理；
- 董事會及本集團各內部部門（包括但不限於財務部及法律部）將共同負責評估持續關連交易相關協議項下的條款，特別是各項交易的定價政策及年度上限（如適用）的公平性；
- 董事會及本集團財務部將定期監察持續關連交易（包括但不限於相關協議項下的交易金額及年度上限），而我們管理層將定期檢討定價政策，以確保持續關連交易按相關協議履行；
- 於考慮關連交易定價時，本集團將例行研究現行市場狀況及慣例，並參考本集團與獨立第三方就類似交易的定價及條款，以確保我們關連人士所給予或向其給予的定價及條款屬公平、合理且不遜於將向獨立第三方給予或由其給予的條款；
- 董事會審計委員會須定期檢查持續關連交易的整體情況，並向董事會匯報審核意見；
- 我們獨立非執行董事將對持續關連交易進行年度審查，以確保該等交易已按正常商業條款訂立，屬公平合理，並根據相關協議條款進行；

持續關連交易

- 本公司的會計師須每年向董事會發出函件，就持續關連交易報告意見。我們須允許我們的會計師審閱及查核相關賬目，以便其報告意見；及
- 於考慮[編纂]後任何框架協議的續期或修訂時，有利益關係的董事及股東須於董事會會議及股東大會（視情況而定）上就批准該等交易的決議案放棄投票。

董事的確認

董事（包括我們的獨立非執行董事）認為，上述非豁免持續關連交易已經並將繼續在本公司日常及一般業務過程中按正常或更優商業條款進行，屬公平合理且符合本公司及我們股東的整體利益，而非豁免持續關連交易的擬定年度上限屬公平合理且符合本公司及我們股東整體利益。

獨家保薦人的確認

獨家保薦人認為，上述非豁免持續關連交易已經並將繼續在本公司日常及一般業務過程中按正常商業條款或更佳條款進行，屬公平合理且符合本公司及我們股東的整體利益，而非豁免持續關連交易的擬定年度上限屬公平合理且符合本公司及我們股東整體利益。

董事及高級管理層

董事會

董事會由七名董事組成，其中包括四名執行董事和三名獨立非執行董事。董事任期三年，屆滿後須經重選連任。下表載列有關董事的若干資料。

姓名	年齡	加入本集團的日期	獲委任為董事的日期	職位	職責	與其他董事及高級管理層的關係
楊綱先生.....	50歲	2015年 3月	2021年 10月	董事會主席、 執行董事兼 首席執行官	監督我們的整體戰略 規劃、運營管理、 研發及財務工作， 並共同負責新產品 開發	無
姜福全先生.....	49歲	2015年 3月	2025年 12月	執行董事	負責監督我們的電子 商務運營、供應鏈 管理及職能部門的 協調工作，並共同 負責新產品開發	無
何建農先生.....	54歲	2015年 3月	2025年 12月	執行董事	負責監督我們通過重 點客戶渠道及超市 經銷渠道的銷售及 營銷部門的管理工 作，並共同負責新 產品開發	無
劉海波先生.....	52歲	2015年 3月	2025年 12月	執行董事	負責監督我們母嬰 產品經銷渠道的開 發、維護和管理工 作	無

董事及高級管理層

姓名	年齡	加入本集團 的日期	獲委任為 董事的日期	職位	職責	與其他董事 及高級管理層 的關係
陳潮明先生.....	67歲	自[編纂] 日期起	自[編纂] 日期起	獨立非執行董事	就我們的運營和管理 提供獨立建議	無
宋笑飛先生.....	39歲	自[編纂] 日期起	自[編纂] 日期起	獨立非執行董事	就我們的運營和管理 提供獨立建議	無
許曉霞女士.....	62歲	自[編纂] 日期起	自[編纂] 日期起	獨立非執行董事	就我們的運營和管理 提供獨立建議	無

執行董事

楊鋼先生，50歲，為董事會主席、執行董事兼首席執行官。他於2021年10月4日獲委任為董事，並於2025年12月31日調任為執行董事。楊先生亦是艾斯普瑞控股、健特唯集團有限公司、爺爺的農場（香港）及艾斯普瑞企業的董事。楊先生主要負責監督我們的整體戰略規劃、運營和管理、研發以及財務工作。

楊先生在消費品及母嬰行業擁有逾25年經驗。於設立本集團前，楊先生於1996年7月至2000年8月在廣州藍月亮有限公司（藍月亮（中國）有限公司的前經營實體，而藍月亮（中國）有限公司則為藍月亮集團控股有限公司（該公司於聯交所上市（股份代號：6993）的附屬公司）工作，先後擔任區域銷售經理及營銷經理。2000年9月至2010年12月，楊先生擔任威萊（廣州）日用品有限公司（一家主要從事家用清潔和個人護理產品製造及銷售的公司）的董事總經理，負責企業綜合運營管理。彼為中國母嬰媒體服務提供商廣州盛成的創始人之一。

楊先生於1996年6月獲得湘潭大學工商管理學士學位。自2017年5月起，楊先生一直擔任廣東省孕嬰童用品和服務協會副會長。

董事及高級管理層

姜福全先生，49歲，執行董事。他於2025年12月23日獲任董事，並於2025年12月31日調任執行董事。姜先生還是艾斯普瑞(廣州)食品、北京健特唯和廣州健特唯電子商務的執行董事兼經理，以及廣州健特唯日用品和艾斯普瑞(廣州)營養科技的董事兼經理。姜先生主要負責監督我們的電子商務運營、供應鏈管理以及各職能部門的協調工作，並共同負責新產品開發。

姜先生在消費品行業的供應鏈及運營管理方面擁有逾20年經驗。於加入本集團前，2004年3月至2009年9月，他在威萊(廣州)日用品有限公司擔任廠長，該公司主要從事家用清潔及個人護理產品製造與銷售的公司。2010年2月至2014年7月，他曾任廣東丹姿集團有限公司(一家化妝品公司)副總經理，負責供應鏈管理工作。2014年8月至2015年4月，他曾任廣州十長生化妝品有限公司(現稱廣州安欣化妝品股份有限公司，一家從事護膚品及淡妝產品生產及銷售的公司)副總裁，主要負責供應鏈管理工作。

姜先生於1996年7月獲得洛陽工學院工業分析技術大專學位，並於2015年6月獲得廣東外語外貿大學工商管理碩士學位。他於2014年6月獲廣東省人力資源和社會保障廳評定為質量工程師。

何建農先生，54歲，執行董事。他於2025年12月23日獲任董事，並於2025年12月31日調任執行董事。何先生亦為艾斯普瑞(廣州)健康產品的執行董事兼經理，以及廣州健特唯營養品的董事兼經理。何先生主要負責監督我們通過重點客戶渠道及超市經銷渠道的銷售以及營銷部門的管理工作，並共同負責新產品開發。

何先生在消費品行業擁有超過20年的經驗，專注於營銷和分銷領域。於加入本集團前，2001年5月至2010年2月，他在威萊(廣州)日用品有限公司擔任營銷總監，該公司主要從事家用清潔和個人護理產品的製造和銷售。2010年2月至2013年1月，何先生在索芙特股份有限公司擔任總經理助理，該公司從事個人護理和護膚產品的生產。

董事及高級管理層

何先生於1996年7月獲得華南理工大學無機非金屬材料學士學位，並於2003年7月獲得該大學的工商管理碩士學位。

劉海波先生，52歲，為執行董事。他於2025年12月23日獲任董事，並於2025年12月31日調任執行董事。劉先生亦是江西健特唯的執行董事兼總經理，主要負責監督本公司母嬰產品經銷渠道的開發、維護和管理工作。

劉先生在消費品行業擁有近20年的銷售和分銷管理經驗。於加入本集團前，2004年2月至2010年12月，他於威萊(廣州)日用品有限公司(一間主要從事家居清潔及個人護理產品製造及銷售的公司)擔任區域經理，負責中國西部地區的銷售運營工作。2011年5月至2013年3月，他於廣州薇美姿個人護理用品有限公司擔任華南區域經理，該公司主要從事個人護理產品生產及銷售。

劉先生於1996年7月獲得西南交通大學金融與統計學大專學位。

獨立非執行董事

陳潮明先生，67歲，為獨立非執行董事。目前未在其他公司任職。

陳先生於消費品行業擁有逾40年推廣及銷售管理經驗。1984年9月至1986年3月，他擔任ESMERK INFORMATION (H.K.) LIMITED(一家主要為企業提供商業資訊及媒體監察服務的公司)的營運經理兼經濟學家。1986年3月至1986年12月，他擔任BORG-WARNER ASIA LIMITED(一家主要從事家用電器進出口及批發業務的公司)的研究分析師。1986年12月至1989年5月，他任職於雀巢(中國)有限公司，該公司主要從事快速消費品製造及銷售，最後職位為產品經理。1989年5月至1992年8月，他擔任卡夫通用食品(亞太)有限公司(一家主要從事快速消費品製造及銷售業務的公司)的市場經理。1992年7月至1993年2月，他擔任啟祥洋行有限公司的營銷經理。1993年3月至2010年8月，他任職於雀巢香港有限公司(一家主要從事快速消費品製造及銷

董事及高級管理層

售業務的公司)，最後職位為市場部（咖啡及飲料）集團品牌經理。2010年9月至2023年8月，他擔任和黃中國醫藥科技有限公司（現稱和黃醫藥（中國）有限公司，一家主要從事快速消費品製造及銷售的公司，現於倫敦證券交易所上市（LSE Ticker: HCM；SEDOL: BJQ2P07））的總經理兼業務總監。

陳先生於1983年7月獲得華威大學社會學榮譽學士學位，1984年7月獲得西英格蘭大學市場營銷研究生文憑，1997年10月獲得麥考瑞大學信息技術管理碩士學位。

宋笑飛先生，39歲，為獨立非執行董事。宋先生為匯量科技股份有限公司（為聯交所上市公司（股票代碼：1860））的執行董事兼首席財務官以及廣州匯量網絡科技股份有限公司的董事兼總經理。他主要負責整體財務策略及報告、投資者關係以及企業管治架構的實施。

宋先生擁有15年以上的財務管理經驗。2008年9月至2012年3月，他擔任畢馬威華振會計師事務所廣州分所的助理經理。2012年3月至2015年4月，他於中國智能電氣集團有限公司（「中國智能電氣」）擔任財務部負責人。

宋先生於2008年6月獲得廣東外語外貿大學文學學士學位，2017年2月獲得廣東省註冊會計師協會認證的中國註冊會計師資格，並於2024年1月成為英格蘭及威爾士特許會計師協會的註冊會計師。

許曉霞女士，62歲，為獨立非執行董事。許女士亦擔任百步青年（廣州）管理諮詢有限公司董事。

董事及高級管理層

許女士擁有近20年組織運營經驗。2004年8月至2021年9月任華南理工大學工商管理學院培訓中心主任，主導培訓產品體系規劃與優化，以及培訓項目運營與教學管理；2004年6月至今擔任華南理工大學工商管理學院EDP同學會秘書長，負責該校友會的運作及管理。

她於2021年12月被委任為羊城晚報*《傳承智庫》特聘專家，並於2024年11月至2029年11月期間擔任廣州市番禺區大學城校友經濟促進會首屆理事會副理事長。

許女士於1984年7月獲華南理工大學化學與化工學院製糖工程學士學位，2004年7月獲該校管理科學與工程碩士學位。

高級管理層

下表載列有關本集團高級管理層的若干資料。

姓名	年齡	加入本集團的日期	獲委任為高級管理層成員的日期	職位	職責	與其他董事及高級管理層的關係
楊奕女士.....	41歲	2023年 6月	2023年 6月	首席財務官兼聯 席公司秘書	負責監督本集團的財 務管理及董事會事 務工作	無
鐘平女士.....	38歲	2015年 12月	2024年 4月	電商運營總監	負責監督電商運營實 施情況	無
席海龍先生.....	39歲	2018年 7月	2023年 10月	超市運營與重點 客戶總監	負責監督超市運營並 維繫重點客戶關係	無

董事及高級管理層

楊奕女士，41歲，是我們的首席財務官兼聯席公司秘書。她主要負責監督本集團的財務管理及董事會事務工作。楊女士於2023年6月加入本集團，擔任艾斯普瑞(廣州)食品的首席財務官，並於2025年12月獲委任為本集團的首席財務官。

楊女士在會計、審計、內部控制和財務管理方面擁有逾15年的經驗。2007年8月至2011年10月，她在畢馬威華振會計師事務所廣州分所擔任助理經理。2012年4月至2018年10月，她在廣州合生元生物製品有限公司(現稱健合(中國)有限公司，健合(H&H)國際控股有限公司的附屬公司，為聯交所上市公司(股票代碼：1112))工作，該公司主要從事嬰幼兒和家庭營養產品的生產和分銷，楊女士在此擔任集團財務報告經理。2018年10月至2020年9月，楊女士在廣州市卓越里程教育科技有限公司(卓越教育集團的附屬公司，為聯交所上市公司(股票代碼：3978))擔任高級財務經理，該公司主要為幼兒園至十二年級學生提供教育服務。2020年10月至2023年5月，她於廣州天泓文化傳媒投資有限公司(一家廣告及營銷公司)擔任財務總監。

楊女士於2007年6月獲得中山大學會計學學士學位，於2013年9月獲廣東省註冊會計師協會認定為中國註冊會計師，並於2019年3月獲英國特許公認會計師公會認可為資深特許公認會計師。

鍾平女士，38歲，是我們的電商運營總監，全面負責電商業務運營。她於2015年12月加入集團，擔任電商運營經理並自2024年4月起一直擔任本集團的電商運營總監。

鍾女士擁有超過10年的運營、銷售及管理經驗。2011年7月至2012年7月，她擔任廣州趨勢信息技術有限公司(主營雲計算技術開發與應用)市場策劃部主管；2012年8月至2015年8月，任廣州樂言玩具有限公司(主營玩具製造與銷售)電商部經理。

鍾女士於2020年1月獲得山東大學電子商務學士學位，2017年12月獲廣州市職業技能鑑定指導中心認證為三級電子商務師。

董事及高級管理層

席海龍先生，39歲，是我們的超市運營及重點客戶總監。他主要負責監督超市運營並維繫重點客戶關係。席先生於2018年7月加入本集團，擔任華東區域經理並自2023年10月起一直擔任超市運營及主要客戶總監。

席先生擁有超過10年銷售經驗：2013年9月至2015年1月任職於上海自然堂集團有限公司（一家主營化妝品及個人護理產品的公司）；2015年1月至2018年7月，他擔任廣州愛適貝區域經理；2021年4月至今擔任上海適貝執行董事。

席先生2009年7月獲青島科技大學化學學士學位。

聯席公司秘書

楊奕女士於2025年12月31日獲委任為我們的聯席公司秘書之一。有關楊奕女士的履歷詳情，請參閱本節上文「高級管理層」。

曾俊豪先生於2025年12月31日獲委任為我們的聯席公司秘書之一。彼現任卓佳專業商務有限公司（Vistra卓佳集團之成員公司）公司秘書服務部助理經理。曾先生於公司秘書領域擁有逾11年經驗，曾為多家香港上市公司、跨國企業、私人公司及離岸公司提供專業企業服務。曾先生為特許秘書、公司治理師以及香港公司治理公會及英國特許公司治理公會的會士。曾先生於2017年12月取得英國哈德斯菲爾德大學文學士學位，並於2021年11月取得香港城市大學企業管治碩士學位。

董事會委員會

本公司董事會下設三個委員會，即審計委員會、薪酬委員會和提名委員會。

審計委員會

審計委員會由三名董事組成，即宋笑飛先生、陳潮明先生及許曉霞女士，其中宋笑飛先生擔任主席，為本公司的獨立非執行董事，具備上市規則第3.10(2)條及第3.21條所要求的適當專業資格。審計委員會主要負責審閱及監督本集團的財務申報程序及內部控制系統。

董事及高級管理層

薪酬委員會

薪酬委員會由三名董事組成，即陳潮明先生、姜福全先生及宋笑飛先生，其中陳潮明先生擔任主席。薪酬委員會主要負責評估本集團董事及高級管理層的薪酬政策，並就此向董事會提出建議。

提名委員會

提名委員會由三名董事組成，即楊鋼先生、許曉霞女士及陳潮明先生，其中楊鋼先生擔任主席。提名委員會主要負責識別、篩選並向董事會推薦符合資格的董事候選人，並監督評估董事會績效的程序。

企業管治

根據上市規則附錄C1所載企業管治守則的守則條文C.2.1，主席與首席執行官的角色應區分，不應由同一人擔任。我們並未設有獨立的主席與首席執行官，楊先生同時擔任這兩個角色。考慮到管理的延續性以及本集團業務策略的實施，我們的董事（包括獨立非執行董事）認為由楊先生同時擔任首席執行官和董事會主席是最佳選擇，現有安排有利於本集團的管理，並符合本公司及股東的整體利益。權力與職權的平衡由高級管理層和董事會的運作來確保，兩者均由經驗豐富、素質過硬的人員組成。董事會由四名執行董事（包括楊先生）和三名獨立非執行董事組成，因此其構成具有很強的獨立性。

除上文披露者外，我們遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則第二部分的全部守則條文。董事確認良好企業管治在管理和內部程序中的重要性，以實現有效問責。董事將於每個財政年度審閱我們的企業管治政策及遵守上市規則附錄C1所載企業管治守則的情況，並於本公司[編纂]後的年度報告中遵守「遵守或解釋」原則。

董事及高級管理層

董事會多元化政策

董事會已採納一項董事會多元化政策（「**董事會多元化政策**」），旨在提升董事會效率並維持高水平的企業管治。董事會多元化政策載列甄選董事會候選人的標準，包括但不限於性別、年齡、文化及教育背景、種族、專業經驗、技能、知識及服務年限。最終決定將基於所選候選人對董事會的價值及將作出的貢獻。

我們的董事具備均衡的知識和技能，包括但不限於全面的業務管理、會計、營銷、金融及投資知識。彼等擁有多個專業學位，包括語言、經濟學、會計、工商管理和管理學等。董事會認為，董事會符合董事會多元化政策。其中一名董事為女性。儘管我們認識到，鑒於大多數董事為男性，董事會層面的性別多元化仍有改進空間，但我們將繼續根據能力並參照整體多元化政策來執行任命標準。董事會還將確保在參照投資者預期以及國際和本地推薦最佳實踐的情況下，實現適當的性別多元化平衡。

[編纂]後，我們預計將保持董事會目前的性別比例。為進一步確保董事會性別的長期多樣性，我們已採取以下措施：

- 在董事會層面，為實現性別多樣性，提名委員會將不時物色在不同領域擁有廣泛技能、經驗和知識的人士，並列出一份具備成為董事會成員素質的候選人名單，該名單將由提名委員會定期審查，以建立潛在繼任者的人才儲備；
- 提名委員會將繼續定期評估董事會的組成，同時考慮我們業務運營所需的技能和知識，並努力促進性別多樣性，以鼓勵創造力和創新，促進公司管治的發展，並實現具有不同背景的董事之間的技能協作和貢獻；以及
- 在本集團的高級管理層和所有其他層面，我們將為女性員工提供職業發展機會，為她們提供長期發展機會、知識和技能培訓，以支持繼任計劃，並確保未來在董事會中實現性別多樣性。

董事及高級管理層

提名委員會負責檢討董事會的多元化。[編纂]後，提名委員會將不時監察及評估董事會多元化政策的實施情況，以確保其持續有效。提名委員會亦將於後續年報中載列董事會多元化政策摘要，包括就實施董事會多元化政策所訂立的任何可衡量目標以及達致該等目標的進展。

董事確認函

各董事確認其(i)已於2025年12月獲得上市規則第3.09D條所述法律意見，及(ii)了解其作為上市發行人董事在上市規則項下的義務。

各獨立非執行董事已確認(i)其根據上市規則第3.13(1)至(8)條所指的各項因素而言的獨立性，(ii)截至最後實際可行日期，其過往及目前均無於本公司或其附屬公司業務中擁有任何財務或其他權益，或與本公司上市規則項下的任何核心關連人士有任何關聯，及(iii)於其獲委任時並無其他可能影響其獨立性的因素。

除本節披露者外，截至最後實際可行日期，各董事及高級管理層(1)與任何其他董事及高級管理層概無其他關係；及(2)於最後實際可行日期前三年內，概無於上市公司擔任任何其他董事職務。就董事所深知、獲悉及確信，經作出一切合理查詢後，概無有關董事的其他事宜須提請本公司股東垂注，亦無任何根據上市規則第13.51(2)條須予披露的有關董事的資料。有關董事根據證券及期貨條例第XV部所指的本公司股份權益，請參閱本文件附錄四「C.有關董事及主要股東的進一步資料－3.權益披露－本公司董事及最高行政人員的權益披露」一段。

除本文件「與控股股東的關係」一節所披露者外，董事及其各自的聯繫人概無擁有須根據上市規則第8.10(2)條須予披露的任何(除本集團業務外)與本集團業務構成或可能構成直接或間接競爭的業務或權益。

董事及高級管理層薪酬

董事及高級管理層以薪金及其他酬金、酌情花紅以及退休計劃供款的形式獲得薪酬。

董事及高級管理層

截至2024年12月31日止年度及截至2025年9月30日止九個月，支付給董事的薪酬總額(包括薪金及其他酬金、酌情花紅以及退休計劃供款)分別約為人民幣0.4百萬元、人民幣0.8百萬元及人民幣1.2百萬元。

截至2024年12月31日止年度及截至2025年9月30日止九個月，支付給五位最高薪酬人士(包括董事)的薪酬總額(包括薪金及其他酬金、酌情花紅以及退休計劃供款)分別約為人民幣2.6百萬元、人民幣4.0百萬元及人民幣2.5百萬元。

於往績記錄期內，本公司概無向董事或五位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後的獎勵。於往績記錄期內，本公司概無就董事或前任董事失去於本集團任何成員公司的董事職務或與本集團任何成員公司的事務管理有關的任何其他職務而向其支付或應付任何補償。此外，於往績記錄期內，概無董事已放棄或同意放棄任何酬金。

根據截至最後實際可行日期有效的安排，我們估計截至2025年12月31日止年度，本公司董事的總薪酬(不包括酌情獎金)約為人民幣1.8百萬元。

有關董事於往績記錄期間的薪酬以及五位最高薪酬人士的更多信息，請參閱本文件附錄一會計師報告附註8。

合規顧問

根據上市規則第3A.19條，本公司委任大華繼顯(香港)有限公司為我們的合規顧問。合規顧問將就遵守上市規則及其他適用法律、規則、守則和指引向我們提供指導和建議。根據上市規則第3A.23條，合規顧問將在以下情況下向我們提供諮詢意見：

- 在發佈任何監管公告、通函或財務報告之前；
- 考慮進行一項交易時，該交易可能是須予公布的交易或關連交易，包括股份發行、庫存股份的出售或轉讓以及股份回購；
- 我們擬以不同於本文件所述的方式使用[編纂][編纂]，或者我們的業務活動、發展或業績偏離本文件中的任何預測、估計或其他信息時；以及

董事及高級管理層

- 聯交所就本公司上市證券價格或交易量的異常波動、本公司證券可能出現虛假市場，或根據上市規則第13.10條的任何其他事宜向本公司查詢時。

合規顧問的委任期將自[編纂]開始，並於本公司就[編纂]後首個完整財政年度的財務業績遵守上市規則第13.46條的日期結束。

主要股東

主要股東

據我們董事所知，緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），以下人士將擁有或被視為或當作擁有須根據《證券及期貨條例》第XV部第2及第3分部規定向本公司及聯交所披露的本公司股份或相關股份的權益及／或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利可在任何情況下於本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：

股東名稱	身份／權益性質	截至最後實際可行日期 持有的股份		緊隨[編纂]及[編纂] 完成後（假設[編纂]未獲行使） 持有的股份	
		數目 (附註1)	佔已發行 股本總額的 概約百分比	數目 (附註1)	佔已發行 股本總額的 概約百分比
YANGGANG Holdings...	實益擁有人 (附註2)	55,000 (L)	55%	[編纂] (L)	[編纂]%
楊先生	受控公司權益 (附註2及3)	55,000 (L)	55%	[編纂] (L)	[編纂]%
劉穎女士	配偶權益 (附註2及3)	55,000 (L)	55%	[編纂] (L)	[編纂]%
JFQ Holdings	實益擁有人 (附註4)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%
姜先生	受控公司權益 (附註4及5)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%
孫明清女士	配偶權益 (附註4及5)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%
Ho&Wo Holdings	實益擁有人 (附註6)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%
何先生	受控公司權益 (附註6及7)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%
萬海霞女士	配偶權益 (附註6及7)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%
LHB Holdings	實益擁有人 (附註8)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%
劉先生	受控公司權益 (附註8及9)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%
楊麗女士	配偶權益 (附註8及9)	15,000 (L)	15%	[編纂] (L)	[編纂]%

附註：

1. 字母「L」表示某人士／公司於該等股份中持有好倉（定義見《證券及期貨條例》第XV部）。
2. YANGGANG Holdings由楊先生全資擁有。根據《證券及期貨條例》，楊先生被視為擁有YANGGANG Holdings所持股份的權益。
3. 劉穎女士是楊先生的配偶。根據《證券及期貨條例》，劉穎女士被視為在楊先生擁有權益的股份中擁有權益。

主要股東

4. JFQ Holdings由姜先生全資擁有。根據《證券及期貨條例》，姜先生被視為擁有JFQ Holdings所持股份的權益。
5. 孫明清女士是姜先生的配偶。根據《證券及期貨條例》，孫明清女士被視為在姜先生擁有權益的股份中擁有權益。
6. Ho&Wo Holdings由何先生全資擁有。根據《證券及期貨條例》，何先生被視為擁有Ho&Wo Holdings所持股份的權益。
7. 萬海霞女士是何先生的配偶。根據《證券及期貨條例》，萬海霞女士被視為在何先生擁有權益的股份中擁有權益。
8. LHB Holdings由劉先生全資擁有。根據《證券及期貨條例》，劉先生被視為擁有LHB Holdings所持股份的權益。
9. 楊麗女士是劉先生的配偶。根據《證券及期貨條例》，楊麗女士被視為在劉先生擁有權益的股份中擁有權益。

除本文所披露者外，我們的董事並不知悉有任何人士將於緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）在本公司股份或相關股份中擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及第3分部的規定須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利在任何情況下於本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。我們的董事並不知悉有任何安排可能導致本公司在任何後續日期出現控制權變動。

股本

本公司股本

以下為本公司截至本文件日期之法定及已發行股本，以及緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行或將發行作為繳足或入賬列作繳足之股份（不計及因[編纂]獲行使而可能配發及發行之任何股份）：

	<u>面值</u> (美元)
法定股本：	
500,000,000 股，每股面值0.0001美元	50,000
已發行或將予發行、已繳足或入賬列作繳足：	
100,000 股於本文件日期已發行的股份	10
[編纂] 股根據[編纂]將予發行的股份	[編纂]
<u>[編纂] 股根據[編纂]將予發行的股份</u>	<u>[編纂]</u>
<u>[編纂] 股總計</u>	<u>[編纂]</u>

假設

上表乃假設[編纂]成為無條件，並根據[編纂]及[編纂]發行股份，當中不計及任何因[編纂]獲行使而可能配發及發行之股份，或本公司根據下文所述授予董事有關發行或購回股份的一般授權而可能發行及配發或回購的任何股份。

地位

[編纂]為普通股，將與本文件所述的所有已發行或將予發行的股份享有同等地位，並將有權收取於本文件日期之後就[編纂]所宣派、支付或派付的所有股息或其他分派。

股本

需要召開股東大會及類別股東會議的情形

有關需要召開股東大會及類別股東會議的情形詳情，請參閱本文件附錄三中「現有股份權利或股份類別的變更」及「股東週年大會及股東特別大會」段落。

發行股份的一般授權

待[編纂]成為無條件後，本公司董事已獲授一般授權，以發行、配發、出售及／或轉讓本公司庫存股份，詳情參見本文件附錄四中「A.有關本集團的進一步資料－4.本公司股東就[編纂]作出的決議案」。

回購股份的一般授權

待[編纂]成為無條件後，本公司董事已獲授回購股份的一般授權，詳情參見本文件附錄四「A.有關本集團的進一步資料－4.本公司股東就[編纂]作出的決議案」及「A.有關本集團的進一步資料－5.股份回購限制」。

最低公眾持股量

根據上市規則第8.08(1)(a)條，於[編纂]時及其後任何時間，本公司必須維持公眾人士（定義見上市規則）至少持有本公司已發行股本總額的25%（或上市規則不時規定的其他最低公眾持股百分比）。

財務資料

閣下應將以下討論與分析，連同本文件附錄一會計師報告內所載截至2023年及2024年12月31日止各年度，以及截至2024年及2025年9月30日止九個月綜合財務資料，以及相關附註一併參閱。本集團之綜合財務資料乃根據國際會計準則理事會頒佈之國際財務報告準則編製。

以下討論及分析載有前瞻性陳述，其反映我們目前對涉及風險及不確定因素的未來事件及財務表現的看法。該等陳述乃基於我們按照我們對過往事件、當前狀況及預期未來發展的經驗及看法，以及我們認為在有關情況下屬適當的其他因素所做出的假設及分析。在評估我們的業務時，閣下應仔細考慮本文件「風險因素」一節提供的資料。

概覽

根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年商品交易總額計算，我們是中國嬰童零輔食行業的領導者。2021年，我們戰略性地擴展到家庭食品領域，以應對中國現代父母和家庭不斷變化的需求。於往績記錄期間，我們的年度／期間收入顯著增加，這主要得益於公司業務持續增長所帶來的強勁市場需求。我們於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月分別錄得收入人民幣622.4百萬元、人民幣875.3百萬元、人民幣633.2百萬元及人民幣779.8百萬元。我們同期的毛利分別為人民幣345.1百萬元、人民幣514.4百萬元、人民幣365.9百萬元及人民幣446.6百萬元，毛利率分別為55.5%、58.8%、57.8%及57.3%。我們的經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）分別為人民幣75.9百萬元、人民幣103.2百萬元、人民幣78.5百萬元及人民幣90.1百萬元，而同年／期的經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）分別為12.2%、11.8%、12.4%及11.6%。

呈列基準

歷史財務資料乃根據國際會計準則理事會頒佈的所有適用國際財務報告準則編製。

國際會計準則理事會已頒佈多項新訂及經修訂國際財務報告準則。就編製歷史財務資料而言，我們已採納適用於往績記錄期間的所有新訂及經修訂國際財務報告準則，惟於2025年1月1日開始的會計期間尚未生效的任何新準則或詮釋除外。於2025年1月1日開始的會計年度已頒佈但尚未生效的經修訂及新訂會計準則及詮釋載於本文件附錄一會計師報告附註27。歷史財務資料亦符合上市規則的適用披露規定。

財務資料

有關本文件所載財務資料的編製基準的更多資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註1。

影響我們的經營業績及財務狀況的因素

我們的經營業績及財務狀況一直且預期會繼續受下列關鍵因素的影響：

我們所服務的市場以及客戶和消費者的需求

我們主要在中國嬰童零輔食市場及家庭食品市場經營業務。我們的經營業績已經並將繼續受到這些市場的客戶及消費者偏好和需求的顯著影響。中國家庭日益增長的健康意識以及現代父母轉向科學喂養方式，是往績記錄期間嬰童零輔食行業快速增長的主要驅動力，預計未來將繼續推動需求。憑藉我們對消費者需求的深刻洞察，我們於2021年推出了新產品線，即家庭食品。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國嬰童零輔食市場規模已從2020年的人民幣363億元增長至2024年的人民幣459億元，複合年增長率達6.0%。預計該市場將於2029年進一步擴張至人民幣605億元，複合年增長率為5.7%。同份報告指出，市場滲透率預計將從2024年的43.3%提升至2029年的52.2%。詳情請參閱「行業概覽－中國嬰童零輔食市場概況－中國嬰童零輔食市場規模」。

為應對不斷變化的消費者需求，我們持續加強產品創新力度，優化產品組合，完善銷售與營銷策略以更有效滿足市場需求，並提升採購效率。然而，無法保證嬰童輔食、零食及家庭食品的需求將維持現有水平，或持續以預測速度增長。此外，消費者偏好會受到生活方式趨勢、產品創新及市場競爭的影響而迅速變化。任何需求放緩都可能對我們的業務、經營業績及財務狀況產生不利影響。

我們的產品組合及產品創新

我們通過提供多元化的優質產品，戰略性地優化了我們的產品組合，以滿足不同銷售渠道的不同消費偏好，並提高我們的產品在各銷售渠道的滲透率。

財務資料

我們提供多種嬰童零輔食，專為滿足嬰童在不同成長階段的營養需求而設計。於往績記錄期間，為滿足不斷變化的消費者需求及激烈的市場競爭，我們的SKU數量由截至2023年12月31日的158個增至截至2024年12月31日的179個，並進一步增至截至2025年9月30日的269個。一般而言，我們的產品會高頻上新，以滿足消費者不斷變化的需求和偏好。

我們不斷開發和推出成功產品的能力將影響我們的收入。憑藉我們以市場為導向的創新能力及營銷活動，我們持續升級和擴大的產品組合推動了我們業務的持續強勁增長。

高效的供應鏈

我們管理可靠及高效供應鏈的能力對我們的經營至關重要，因為其支撐着產品品質和成本競爭力。我們策略性地從全球各地選定的供應商採購製成品及原材料。我們採用嚴格的入職程序及持續績效評估，以確保我們的OEM製造商及原材料供應商符合我們嚴格的安全及質量標準。為提升效率，我們與該等供應商維持長期互惠互利的關係，密切監察其生產流程，並支持其改善質量管理及成本控制。我們亦根據生產週期及銷售表現優化採購及存貨水平，以確保產品新鮮度及穩定供應。這些綜合供應鏈能力使我們能夠穩定獲取精選製成品及原材料、維持嚴格的質量控制並提高成本效益，從而增強我們的競爭力並支持我們業務的持續增長。

為完善外部網絡並進一步提升供應鏈管理、產品研發及品質控制的整合能力，我們於廣州增城建有一座工廠，專責製造精選產品如果汁及食用油。該設施自2025年10月投入營運，配備三條自動化生產線以提升營運效率。詳情請參閱「業務－我們的供應鏈－生產－我們的增城工廠」。我們相信此設施的建立將強化供應鏈管理、產品研發、品質管控以及物流倉儲等整合能力。由於該廠區專注於有限產品線，我們認為營收增長對增城工廠產能管理與擴充能力的依賴程度將相對降低。於往績記錄期間，我們的資本開支包括購置物業、廠房及設備以及無形資產的付款。截至2023年及2024年12月31日止年度，以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的資本開支分別為人民幣0.1百萬元、人民幣19.2百萬元、人民幣18.4百萬元及人民幣4.3百萬元。展望未來，任何資本支出均將基於優化整體供應鏈的考量進行評估。此舉涉及審慎且有選擇性地提升產能，以強化韌性與效率，並始終遵循本公司發展計劃及市場狀況。

財務資料

營銷及品牌推廣

「爺爺的農場」品牌的知名度及市場印象對我們的成功至關重要。我們憑藉真實食材、較少添加劑及豐富營養價值，成功塑造了值得信賴的品牌形象，這與現代父母和家庭產生了強烈的共鳴。我們通過線上和線下營銷活動與消費者溝通。我們通過多元化舉措加強消費者參與度，包括電視劇植入、名人代言、與KOL及網紅合作，以及專屬育兒社群和社交媒體活動。我們通過電商平台開展的線上營銷活動，能夠有效實現與消費者的互動，並及時響應消費者需求變化。我們亦通過線下渠道開展促銷活動，以促進產品銷售，並與重點客戶及經銷商良好的合作關係。這些努力不僅提升了我們的品牌知名度，還培養了消費者群體及消費者信任和忠誠度。

於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的銷售及經銷開支分別約為人民幣201.3百萬元、人民幣306.0百萬元、人民幣212.0百萬元及人民幣283.0百萬元，分別佔我們相關期間收入的32.3%、35.0%、33.5%及36.3%。該等增長與我們的業務增長大致相符，並主要由於我們加大了品牌推廣及營銷計劃的投入，包括線上及線下營銷活動、品牌建設活動、名人及KOL推廣以及聯名合作。

展望未來，我們擬繼續沿用現有營銷及品牌策略，同時推出新舉措，例如與新的領先的知識產權授權商合作推出聯名產品、擴大在更多重點客戶及經銷商的曝光率，以及深化與健康及營養專家的合作。儘管我們的銷售及分銷開支預計將隨著業務擴張而增加，我們相信不斷增長的規模及營運效率將使我們能夠提高成本效益並隨著時間推移實現規模經濟。

財務資料

我們的銷售及經銷網絡

我們已在中國建立廣泛和深入的全渠道銷售及經銷網絡，使我們的產品能夠觸達全國終端消費者。我們的直銷渠道主要涵蓋電商平台。我們的經銷渠道主要包括電商平台、重點客戶及經銷商。

我們已主要在中國主要電商平台（包括天貓、抖音、拼多多及京東）建立直銷渠道。我們亦從其他渠道（如福利購活動及展銷會）確認少量收入。通過維持直銷渠道，我們收集來自消費者的寶貴反饋，提供及時洞察以改進我們的產品並調整我們的銷售策略。於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們通過直銷渠道產生的收入分別為人民幣257.2百萬元、人民幣370.5百萬元、人民幣261.4百萬元及人民幣328.3百萬元，分別佔相應年度／期間總收入的41.3%、42.3%、41.3%及42.1%。

於往績記錄期間，我們亦積極管理、升級及賦能我們的經銷商網絡，主要通過電商平台、重點客戶及經銷商，進一步擴大我們的銷售覆蓋範圍並實現銷量增長。我們通過遍佈全國的廣泛網絡分銷我們的產品，通過各類經銷商接觸消費者。我們透過京東、天貓及唯品會等第三方電商平台的官方店鋪分銷產品，以推動流量及提高消費者知名度。此外，截至2025年9月30日，我們已拓展至全國12家知名母嬰產品零售連鎖店，以及全國性和領先的區域性超級市場連鎖店。截至2025年9月30日，我們的產品已進入全國超過2,000家重點客戶零售網點。截至2025年9月30日，我們亦與中國逾342名經銷商建立互利關係，藉此，我們已覆蓋全國逾10,000家終端門店。通過這些合作夥伴關係，我們相信我們已在嬰童零輔食及家庭食品市場建立了強大的影響力，並成功進駐我們的分銷全渠道銷售網絡。於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們通過經銷渠道產生的收入分別為人民幣365.2百萬元、人民幣504.9百萬元、人民幣371.8百萬元及人民幣451.5百萬元，分別佔相應年度／期間我們總收入的58.7%、57.7%、58.7%及57.9%。

我們計劃進一步提升開展直銷及分銷的能力，並擴展我們的銷售網絡。任何銷售渠道的變動可能會影響我們的整體毛利率及盈利能力。

財務資料

重大會計政策、重要會計判斷及估計

編製符合國際財務報告準則規定的歷史財務資料要求管理層作出會影響政策應用及資產、負債、收益與開支的呈報金額的判斷、估計及假設。估計及相關假設乃基於過往經驗及於有關情況下視為合理的多種其他因素作出，其結果構成判斷未能從其他來源明顯可得的資產及負債賬面值的基礎。實際結果可能有別於該等估計。

估計及相關假設獲持續檢討。倘會計估計修訂僅影響修訂估計期間，則於該期間確認會計估計的修訂；倘有關修訂影響現時及未來期間，則於修訂的期間及未來期間確認會計估計的修訂。

有關管理層在應用對歷史財務資料有重大影響的國際財務報告準則時所作出的判斷，以及估計不確定性的主要來源的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註3。

收入及其他收益

我們將源於日常經營活動中銷售商品或提供服務的收益歸類為收入。

收入及其他收益確認政策詳述如下：

客戶合約收入

當產品控制權轉移至客戶時確認收入，金額為預期應收的約定代價，不包括代第三方收取的增值稅或其他銷售稅等款項。

產品銷售收入在資產控制權轉移至客戶時確認，通常以客戶驗收為準。

在收入交易中，我們作為交易主體以總收入法確認收入，包括外部採購產品的銷售。在確定我們是以委託人身份還是以代理人身份行事時，考慮我們在產品移交客戶前是否取得控制權 — 即能否支配產品用途並獲取產品剩餘經濟利益的實質控制權。

我們向符合我們激勵政策相關要求的重點客戶及經銷商提供銷售返利。提供予該等客戶的銷售返利產生了可變代價，該可變代價被視為交易價格的扣減。於向該等客戶銷售產品時，我們經考慮於各報告日期估計及更新的因銷售返利及退貨產生的交易價格調整後確認收入。

財務資料

其他收益

(a) 利息收入

利息收入採用實際利率法確認。「實際利率」是指將金融資產預計未來現金流入折現至其賬面價值總額的精確折現率。計算利息收入時，實際利率適用於資產賬面價值總額（當資產未發生信用減值時）。

(b) 政府補助

政府補助在財務狀況表中初始確認時，需合理保證其可獲得且符合相關條件。

補償我們所產生費用的補助金，在費用發生期間按系統性方式在損益中確認為收入。

補償我們資產成本的補助金從該資產的賬面金額中扣除，從而通過減少折舊費用在該資產的使用壽命內有效地確認為損益。

物業、廠房及設備

下列物業、廠房及設備項目按成本列示，含資本化借款成本，扣除累計折舊及任何累計減值損失：

- 因租賃永久產權或租賃產權物業產生的使用權資產；及
- 廠房及設備項目，包括因租賃相關廠房及設備而產生的使用權資產。

處置物業、廠房及設備項目產生的任何收益或損失均計入損益。

折舊採用直線法按物業、廠房及設備項目的估計使用年限計算，以沖銷其成本減去估計殘值（如有），通常計入損益。

財務資料

本報告期及可比期間的估計使用年限如下：

機械及設備.....	10年
辦公及其他設備.....	3至10年
機動車.....	4年
租賃物業裝修.....	租賃期與估計 使用年限中的較短者

折舊方法、使用年限及殘值每年進行覆核，必要時予以調整。

在建工程指待安裝的租賃物業裝修以及機械及設備，按成本減去減值損失列示。成本包括資產購置成本及相關建造安裝費用。當資產基本可投入預期使用時，在建工程轉入物業、廠房及設備，並按上述折舊政策以相應折舊率計提折舊。在建工程期間不計提折舊。

存貨

存貨是指在正常經營過程中持有以待售、處於生產過程中以待售、或作為生產過程或提供服務所消耗的材料或供應品的資產。

存貨按成本與可變現淨值中的較低者計價。

成本採用加權平均成本公式計算，包括購置成本、轉換成本以及為使存貨達到其現存地點和狀態而發生的其他成本。

可變現淨值是指在正常經營過程中的估計銷售價格減去預計完工成本及實現銷售所必需的估計成本。

當存貨售出時，其賬面價值在確認相關收入的期間內確認為費用。

存貨減值至可變現淨值的金額及所有存貨損失，均於減值或損失發生當期確認為費用。存貨減值的轉回金額，於轉回當期確認為費用，同時相應減少存貨金額。

租賃資產

我們在合約初始階段評估合約是否構成或包含租賃。當合約以代價換取在特定期間控制特定資產使用權的權利時，即構成租賃。控制權的轉移指客戶同時擁有指導特定資產使用方式的權利，並能從該使用中獲取幾乎全部經濟利益。

財務資料

本集團作為承租方

當合約包含租賃部分與非租賃部分時，我們選擇不分離非租賃部分，而是將所有租賃中的每個租賃部分及其相關非租賃部分合併為單一租賃部分進行核算。

在租賃開始日，除租賃期限12個月或更短的短期租賃外，我們確認使用權資產及租賃負債。對於低價值物品的租賃，我們按每項租賃決定是否資本化。倘未資本化，相關租賃付款將在租賃期內系統性地計入損益。

倘選擇資本化處理，租賃負債初始確認金額為租賃期內應付租金的現值，採用租賃合約隱含利率進行折現；倘該利率難以確定，則採用相關增量借款利率折現。初始確認後，租賃負債按攤餘成本計量，利息費用採用實際利率法確認。不依賴於指數或利率的可變租賃付款不計入租賃負債計量，發生時計入損益。

當租賃資本化時確認的使用權資產，初始計量為成本，包括租賃負債的初始金額（調整租賃開始日或之前已支付的任何租賃款項）、任何初始直接成本以及拆除和移走相關資產或恢復相關資產或其所在場地所需費用的估計值，減去已收租賃激勵。後續期間，使用權資產按成本減去累計折舊及減值損失列報：

當未來租賃付款因指數或利率變動而調整、殘值擔保預期應付款項估計發生變化，或對購買、延期或終止選項行使意向的評估發生改變時，租賃負債需重新計量。當租賃負債按此方式重新計量時，使用權資產的賬面金額將作相應調整；倘使用權資產賬面金額已降至零，則該調整計入損益。

發生租賃變更（即租賃合約原先並未規定但涉及租賃範圍或代價變更的情況）時，亦需重新計量租賃負債，前提是該修改未作為獨立租賃處理。此時租賃負債將基於修改後租賃付款額與租賃期，採用修改生效日的修訂折現率進行重新計量。

在綜合財務狀況表中，長期租賃負債的當期部分按應於報告期後十二個月內結算的合約付款現值確定。

財務資料

所得稅

所得稅開支包括即期稅項及遞延稅項。其於損益內確認，惟與業務合併或直接於權益或於其他全面收益中確認的項目有關除外。

即期稅項包括就年內應課稅收入或虧損估計應付或應收稅項，以及就過往年度應付或應收稅項作出的任何調整。應付或應收即期稅項金額為預期將支付或收取的稅項金額的最佳估計，其反映與所得稅有關的任何不確定性。其採用於報告日期已頒佈或實質上已頒佈的稅率計算。即期稅項亦包括股息產生的任何稅項。

即期稅項資產及負債僅於符合若干條件時予以抵銷。

遞延所得稅乃就作財務報告的資產與負債賬面值，與就稅項而言所用金額的暫時差異確認。遞延所得稅不會就下列各項予以確認：

- 初步確認交易中的資產或負債的暫時差額，該交易並非業務合併且不影響會計或應課稅損益，亦不產生相等的應課稅及可抵扣暫時差額；
- 有關投資附屬公司、聯營公司及合營企業的暫時差額，前提是本集團能控制暫時差額之撥回時間且在可預見未來很可能不會撥回；
- 初步確認商譽而產生的應課稅暫時差額；及
- 因實施經濟合作與發展組織發佈的第二支柱範本規則而頒佈或實質頒佈的稅法所產生的所得稅相關者。

我們就租賃負債及使用權資產分別確認遞延所得稅資產及遞延所得稅負債。

遞延所得稅資產乃就未抵扣稅項虧損、未抵扣稅項抵免及可抵扣暫時差額確認，前提是可能存在未來可供動用的應課稅溢利。未來應課稅溢利乃基於撥回相關應稅暫時差額而釐定。倘應稅暫時差額的金額不足以悉數確認遞延所得稅資產，則會基於我

財務資料

們各附屬公司的業務計劃，考慮經調整現有暫時差額撥回後的未來應課稅溢利。遞延所得稅資產於各報告日期進行檢討，倘相關稅務利益並無可能變現，則予以減值；當未來應課稅溢利可能性提升時，該減值將予以撥回。

遞延稅項的計量反映本集團於報告日期預期收回或結算其資產及負債賬面值的方式所產生的稅務後果。

遞延稅項資產及負債僅於符合若干條件時予以抵銷。

綜合損益及其他全面收益表的關鍵項目

下表載列我們於所示年度／期間的綜合損益及其他全面收益表概要，其中各細列項目以絕對金額及佔我們總收入的百分比呈列：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
收入	622,389	100.0	875,349	100.0	633,188	100.0	779,777	100.0
銷售成本	(277,261)	(44.5)	(360,955)	(41.2)	(267,264)	(42.2)	(333,143)	(42.7)
毛利	345,128	55.5	514,394	58.8	365,924	57.8	446,634	57.3
其他收入及淨收益	2,438	0.4	2,444	0.3	568	0.1	4,500	0.6
銷售及分銷開支	(201,264)	(32.3)	(306,038)	(35.0)	(212,030)	(33.5)	(283,030)	(36.3)
行政及其他開支	(32,376)	(5.2)	(49,820)	(5.7)	(32,092)	(5.1)	(38,663)	(5.0)
研發開支	(17,685)	(2.8)	(28,347)	(3.2)	(22,454)	(3.5)	(17,206)	(2.2)
貿易及其他應收款項 (減值虧損)／減值								
虧損撥回	(1,255)	(0.2)	(151)	0.0	59	0.0	(276)	0.0
財務成本	(496)	(0.1)	(1,463)	(0.2)	(1,060)	(0.2)	(1,159)	(0.1)
除稅前利潤	94,490	15.2	131,019	15.0	98,915	15.6	110,800	14.2
所得稅	(19,026)	(3.1)	(28,408)	(3.2)	(20,907)	(3.3)	(23,380)	(3.0)
年內／期內利潤	75,464	12.1	102,611	11.7	78,008	12.3	87,420	11.2

財務資料

我們經營業績的主要組成部分

收入

於往績記錄期間，我們通過多渠道銷售模式，在中國銷售嬰童零輔食及家庭食品產品產生收入。於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們分別錄得收入人民幣622.4百萬元、人民幣875.3百萬元、人民幣633.2百萬元及人民幣779.8百萬元。

按產品類別劃分的收入

我們的產品分為兩類：(i) 嬰童零輔食；及(ii) 家庭食品。有關詳情，請參閱「業務－我們的產品」。

下表載列我們於所示年度／期間按產品類別劃分的收入絕對數額及佔總收入百分比的明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
嬰童零輔食.....	579,472	93.1	770,324	88.0	565,296	89.3	627,104	80.4
輔食.....	495,740	79.6	576,353	65.8	430,178	68.0	418,362	53.6
零食.....	83,732	13.5	193,971	22.2	135,118	21.3	208,742	26.8
家庭食品.....	42,917	6.9	105,025	12.0	67,892	10.7	152,673	19.6
總計.....	<u>622,389</u>	<u>100.0</u>	<u>875,349</u>	<u>100.0</u>	<u>633,188</u>	<u>100.0</u>	<u>779,777</u>	<u>100.0</u>

於往績記錄期間，我們絕大部分收入主要來自嬰童零輔食產品。該類別的銷售額按絕對值持續穩步增長，主要受益於我們客戶基礎的不斷擴大及在中國的品牌影響力。此增長進一步得益於產品類別（尤其是零食）擴展及消費者對我們品牌的忠誠度。具體而言，該類別的SKU數量由截至2023年12月31日的140個增加至截至2024年12月31日的147個，並進一步增加至截至2025年9月30日的195個。於往績記錄期間，我們嬰童零輔食產品銷售額增長的另一驅動因素為有機產品銷量增加。

憑藉我們對消費者需求的深刻洞察，我們於2021年推出了新的產品品類，即家庭食品，我們相信這將成為我們未來的第二增長曲線。2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們於該食品類別的收入顯著增加，佔我們收入的比例較2023年及截至2024年9月30日止九個月更高。此類別SKU數目由截至2023年12月31日的18個增加至截至2024年12月31日的31個，並進一步增加至截至2025年9月30日的74個。

財務資料

我們品牌影響力及消費者忠誠度的提升從我們在電商平台自營店的消費者回購率上升中可見一斑。於往績記錄期間，我們在天貓自營旗艦店的产品消費者回購率持續佔據直銷的大部分，於2023年、2024年及截至2025年9月30日止十二個月分別為29%、31%及34%，呈現持續增長趨勢。

我們相信，兩類產品的增長於可預見未來將會持續，此乃得益於(i)我們的產品線擴張及產品創新速度加快；(ii)業內品牌影響力提升及中國消費者覆蓋範圍穩步擴大；及(iii)我們為迎合不斷變化的消費者需求與電商平台深化合作並擴大經銷商網絡。

有關我們於往績記錄期間按產品類別劃分的收入變動的更多詳情，請參閱「一 歷史經營業績回顧」。

下表載列所示年度／期間按產品類別劃分的我們主要產品的銷量及平均售價明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	銷量 ⁽¹⁾ (單位：千個)	平均售價 ⁽²⁾ (人民幣元/ 個)	銷量 ⁽¹⁾ (單位：千個)	平均售價 ⁽²⁾ (人民幣元/ 個)	銷量 ⁽¹⁾ (單位：千個)	平均售價 ⁽²⁾ (人民幣元/ 個)	銷量 ⁽¹⁾ (單位：千個)	平均售價 ⁽²⁾ (人民幣元/ 個)
嬰童零輔食.....	23,716	24.4	33,449	23.0	23,865	23.7	28,717	21.8
輔食.....	17,701	28.0	19,437	29.7	14,283	30.1	13,588	30.8
零食.....	6,015	13.9	14,012	13.8	9,582	14.1	15,129	13.8
家庭食品.....	2,069	20.7	3,754	28.0	2,493	27.2	4,903	31.1
總計.....	<u>25,785</u>	24.1	<u>37,204</u>	23.5	<u>26,358</u>	24.0	<u>33,620</u>	23.2

附註：

- (1) 不包含產品試用版的銷量。
- (2) 平均售價指各產品類別的收入除以相應銷量。

財務資料

2023年、2024年至截至2025年9月30日止九個月期間，嬰童零輔食的平均售價呈逐步下降趨勢。這主要是產品組合中不斷新增了單價相對較低的零食類產品以及產品結構持續調整所致。家庭食品方面，2023年至2024年平均售價有所上漲，主要原因是推出了單價較高的A2牛奶水牛奶，且產品結構出現了有利的變化。對比截至2024年9月30日止九個月與截至2025年9月30日止九個月期間，家庭食品的平均售價有所增加，主要由於我們針對A2牛奶水牛奶制定市場策略，其中2024年設定的初始促銷定價已隨2025年消費者接受度提升而逐步調整至市場水平。

按銷售渠道劃分的收入

我們通過整合直銷及經銷渠道的廣泛而多樣化的銷售網絡銷售我們的產品，以觸達廣泛的消費者。我們的直銷渠道主要涵蓋主要電商平台。我們的經銷渠道主要包括(i)電商平台、(ii)重點客戶及(iii)經銷商。

下表載列於所示年度／期間我們按銷售渠道劃分的收入絕對數額及佔總收入百分比的明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直銷渠道 ⁽¹⁾	257,157	41.3	370,460	42.3	261,374	41.3	328,323	42.1
經銷渠道								
電商平台	192,977	31.0	281,349	32.1	206,562	32.6	235,007	30.1
重點客戶 ⁽²⁾	62,655	10.1	61,924	7.1	46,171	7.3	57,530	7.4
經銷商 ⁽³⁾	109,600	17.6	161,616	18.5	119,081	18.8	158,917	20.4
小計	365,232	58.7	504,889	57.7	371,814	58.7	451,454	57.9
總計	622,389	100.0	875,349	100.0	633,188	100.0	779,777	100.0

附註：

- (1) 直銷渠道主要包括電商平台。
- (2) 重點客戶包括：(i)全國性母嬰產品零售連鎖店；及(ii)全國性及主要區域性連鎖超市。
- (3) 經銷商主要包括線下經銷商。

我們積極拓展通過電商平台自營店向消費者進行直銷。於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們來自直銷的收入分別為人民幣257.2百萬元、人民幣370.5百萬元、人民幣261.4百萬元及人民幣328.3百萬元，分別佔我們相應

財務資料

年度／期間總收入的41.3%、42.3%、41.3%及42.1%。於往績記錄期間，我們的經銷渠道收入持續增長，於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月分別為人民幣365.2百萬元、人民幣504.9百萬元、人民幣371.8百萬元及人民幣451.5百萬元，分別佔我們相應年度／期間總收入的58.7%、57.7%、58.7%及57.9%。

我們通過遍佈全國的廣泛分銷網絡分銷產品，借助多種渠道觸達消費者。依托這些合作夥伴關係，我們於往績記錄期間在嬰童零輔食及家庭食品市場建立了強大的影響力，成功進駐電商平台、重點客戶及經銷商，我們擬於未來繼續此項工作。

銷售成本

我們的銷售成本主要包括(i)包括製成品、原材料、消耗品及包裝材料在內的已售存貨成本，及(ii)運輸費用。於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的銷售成本分別為人民幣277.3百萬元、人民幣361.0百萬元、人民幣267.3百萬元及人民幣333.1百萬元。

按性質劃分的銷售成本

下表載列我們於所示年度／期間按性質劃分的銷售成本明細，以絕對金額及佔我們總銷售成本的百分比列示：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)							
銷售成本								
已售存貨成本.....	253,140	91.3	329,344	91.2	244,348	91.4	302,074	90.7
運輸開支.....	24,121	8.7	31,611	8.8	22,916	8.6	31,069	9.3
總計	277,261	100.0	360,955	100.0	267,264	100.0	333,143	100.0

毛利及毛利率

於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的毛利分別為人民幣345.1百萬元、人民幣514.4百萬元、人民幣359.9百萬元及人民幣446.6百萬元。我們於相應年度／期間的毛利率分別為55.5%、58.8%、57.8%及57.3%。

財務資料

按產品類別劃分的毛利及毛利率

下表載列我們於所示年度／期間按產品類別劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
嬰童零輔食.....	323,271	55.8	467,512	60.7	336,425	59.5	375,604	59.9
輔食.....	270,256	54.5	341,455	59.2	249,531	58.0	246,912	59.0
零食.....	53,015	63.3	126,057	65.0	86,894	64.3	128,692	61.7
家庭食品.....	<u>21,857</u>	<u>50.9</u>	<u>46,882</u>	<u>44.6</u>	<u>29,499</u>	<u>43.4</u>	<u>71,030</u>	<u>46.5</u>
總計.....	<u>345,128</u>	<u>55.5</u>	<u>514,394</u>	<u>58.8</u>	<u>365,924</u>	<u>57.8</u>	<u>446,634</u>	<u>57.3</u>

(未經審計)

我們產品的毛利率在很大程度上受產品組合的影響。由於不同產品類別的毛利率存在差異，不同毛利率產品類別的銷售貢獻變動可能會抵銷該等影響，並導致毛利率的整體變動。有關我們按產品類別劃分的產品收入及毛利率的變動的詳情，請參閱「一歷史經營業績回顧」。

財務資料

按銷售渠道劃分的毛利及毛利率

下表載列於所示年度／期間按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
直銷渠道 ⁽¹⁾	157,477	61.2	232,526	62.8	162,169	62.0	207,671	63.3
經銷渠道	187,651	51.4	281,868	55.8	203,755	54.8	238,963	52.9
電商平台	109,919	57.0	167,871	59.7	121,665	58.9	132,604	56.4
重點客戶 ⁽²⁾	33,098	52.8	35,907	58.0	26,176	56.7	31,378	54.5
經銷商 ⁽³⁾	44,634	40.7	78,090	48.3	55,914	47.0	74,981	47.2
總計	<u>345,128</u>	<u>55.5</u>	<u>514,394</u>	<u>58.8</u>	<u>365,924</u>	<u>57.8</u>	<u>446,634</u>	<u>57.3</u>

(未經審計)

附註：

- (1) 直銷渠道主要包括電商平台。
- (2) 重點客戶包括：(i)全國性母嬰產品零售連鎖店；及(ii)全國性及主要區域性連鎖超市。
- (3) 經銷商主要包括線下經銷商。

直銷渠道毛利率相對較高，乃主要由於其直銷消費者性質所致。該模式使我們能以統一零售價直接銷售予客戶，而毋須提供經銷商折扣即可保留收益；相較之下，經銷商銷售則需提供貿易折扣。

相比之下，透過我們經銷渠道的銷售主要透過電商平台、重點客戶及我們的經銷商進行。產品以批發價售予我們的重點客戶及經銷商，旨在確保其在覆蓋營運成本後仍可維持合理利潤空間。此模式本質上產生的毛利率較低，乃由於部分價值與該等經銷合作夥伴共享。詳情請參閱「業務－我們的定價政策」。

財務資料

有關我們於往績記錄期間毛利及毛利率的變動詳情，請參閱「一 歷史經營業績回顧」。

其他收入及淨收益

於往績記錄期間，我們的其他收入及淨收益主要包括(i)利息收入、(ii)匯兌收益／(虧損)淨額、(iii)以公允價值計量且其變動計入當期損益(「以公允價值計量且其變動計入當期損益」)的金融資產已變現收益淨額、(iv)政府補助及(v)其他。

於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的其他收入及收益淨額分別為人民幣2.4百萬元、人民幣2.4百萬元、人民幣0.6百萬元及人民幣4.5百萬元。

下表載列於所示年度／期間我們的其他收入及淨收益的明細：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審計)
其他收入及淨收益				
利息收入.....	1,106	1,647	672	864
政府補助.....	200	166	2	253
匯兌收益／(虧損)淨額.....	618	(444)	(435)	928
以公允價值計量且其變動計入當期 損益的金融資產已變現 收益淨額.....	—	265	144	756
其他.....	514	810	185	1,699
其他收入及淨收益總計.....	2,438	2,444	568	4,500

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支主要包括(i)電商平台服務及推廣費，主要包括各種系統及數據使用費，以及電商平台收取的運營服務費和電商平台推廣開支；(ii)銷售及營銷人員的員工開支；(iii)品牌廣告開支，包括代言費、熱門劇集中的品牌廣告植入及達人內容推廣；及(iv)線下經銷商推廣開支，主要包括線下運營管理費及經銷商線下推廣開支。

財務資料

於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的銷售及分銷開支分別為人民幣201.3百萬元、人民幣306.0百萬元、人民幣212.0百萬元及人民幣283.0百萬元。

下表載列所示年度／期間我們的銷售及分銷開支明細，以絕對金額及佔我們銷售及分銷開支總額的百分比呈列：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
	(未經審計)							
銷售及分銷開支								
電商平台服務及推廣費 ..	133,518	66.3	216,082	70.6	147,720	69.7	204,505	72.3
線下經銷商推廣開支	11,891	5.9	9,259	3.0	7,522	3.5	12,286	4.3
品牌廣告開支	16,619	8.3	27,798	9.1	22,018	10.4	18,548	6.2
員工開支	38,933	19.3	51,744	16.9	34,192	16.1	46,723	15.8
其他	303	0.2	1,155	0.4	578	0.3	968	0.3
總計	201,264	100.0	306,038	100.0	212,030	100.0	283,030	100.0

行政及其他開支

我們的行政及其他開支包括：(i)員工開支，包括我們行政人員的薪金、社會保險供款、住房公積金、外包勞務費及其他人事費用；(ii)稅項及徵費；(iii)折舊及攤銷，主要包括使用權資產以及物業、廠房及設備的折舊；(iv)[編纂]開支；及(v)專業及諮詢費用，主要包括內部控制諮詢費用、高新技術企業諮詢費用及法律諮詢費用。

於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的行政及其他開支分別為人民幣32.4百萬元、人民幣49.8百萬元、人民幣32.1百萬元及人民幣38.7百萬元。

財務資料

下表載列於所示年度／期間我們的行政及其他開支明細，以絕對金額及佔我們行政及其他開支總額的百分比列示：

	截至12月31日止年度				截至9月30日止九個月			
	2023年		2024年		2024年		2025年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
行政及其他開支								
員工開支.....	15,443	47.7	28,416	56.9	17,970	56.0	22,170	57.3
稅項及徵費.....	3,446	10.6	5,271	10.6	3,781	11.7	4,386	11.4
折舊及攤銷.....	4,761	14.7	5,661	11.4	4,528	14.1	3,978	10.3
專業及諮詢費用.....	1,228	3.8	427	0.9	403	1.3	577	1.5
[編纂]開支.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他 ⁽¹⁾	7,048	21.8	9,445	19.0	4,960	15.5	4,887	12.6
總計.....	<u>32,376</u>	<u>100.0</u>	<u>49,820</u>	<u>100.0</u>	<u>32,092</u>	<u>100.0</u>	<u>38,663</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 其他主要為辦公雜項開支、存貨損壞、租金開支。

研發開支

我們的研發開支主要包括(i)與研發活動相關的直接成本，主要包括實驗材料、試劑及測試費用、研發場所租金以及研發活動相關水電費；(ii)外包研發成本，包括為提供端到端服務的供應商支付的費用，涵蓋從產品研發設計到生產的整個過程；(iii)我們研發人員的員工開支，主要包括薪金、社會保險供款及住房公積金；及(iv)研發及新產品開發部門所用固定資產的折舊及攤銷。

於2023年、2024年及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的研發開支分別為人民幣17.7百萬元、人民幣28.3百萬元、人民幣22.5百萬元及人民幣17.2百萬元。於往績記錄期間，我們的研發開支波動主要是由於各年度／期間的產品開發策略調整，此策略可能因應行業發展及研發重點而有所變動。隨著近期增城工廠自主研發實驗室的啟用，我們自2025年起大幅增加內部研發投入，同時減少外包研發活動。

財務資料

貿易及其他應收款項(減值虧損)／減值虧損撥回

我們錄得若干貿易及其他應收款項減值虧損及減值虧損撥回。於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的貿易及其他應收款項減值虧損分別為人民幣1.3百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣0.3百萬元。於截至2024年9月30日止九個月，我們錄得貿易及其他應收款項減值虧損撥回人民幣0.1百萬元。

財務成本

我們的財務成本包括租賃負債利息。於2023年及2024年以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的財務成本分別為人民幣0.5百萬元、人民幣1.5百萬元、人民幣1.1百萬元及人民幣1.2百萬元。

所得稅

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們錄得所得稅分別為人民幣19.0百萬元、人民幣28.4百萬元、人民幣20.9百萬元及人民幣23.4百萬元。下文概述在中國、香港及開曼群島適用於我們的若干稅務法律及法規：

中國

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，本集團的四家、五家、五家及一家附屬公司符合授予中國小型微利企業的優惠稅率標準，有權就首個人民幣1,000,000元的應課稅收入按2.5%的優惠稅率納稅及就隨後的人民幣1,000,000元至人民幣3,000,000元的應課稅收入按5%的稅率納稅。

根據企業所得稅法及其施行條例，我們的營運附屬公司艾斯普瑞(廣州)食品於2022年12月獲認定為高新技術企業(「高新技術企業」)，並於截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月享有15%的優惠稅率。艾斯普瑞(廣州)食品於2025年12月19日續申其高新技術企業資格，預期於2026年5月前取得經延期高新技術企業資格。有關我們於往績記錄期間所受適用稅率的更多詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註7。

財務資料

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的董事並不知悉稅務機關就我們的稅務申報提出任何未決查詢、審核、調查、質疑或處罰。

香港

香港自2018年3月起實行利得稅兩級制。根據利得稅兩級制，合資格企業的首筆2,000,000港元利潤按8.25%的稅率徵稅，而超過2,000,000港元的利潤按16.5%的稅率徵稅。利得稅兩級制僅適用於被指定按兩級稅率繳稅的企業。不符合利得稅兩級制資格的企業利潤繼續按16.5%的稅率徵稅。

我們於香港註冊成立的附屬公司於往績記錄期間的適用利得稅稅率為16.5%，惟我們的一間附屬公司除外，其為利得稅兩級制下的合資格企業。就該附屬公司而言，首2,000,000港元應課稅溢利按8.25%納稅，而餘下應課稅溢利則按16.5%納稅。

開曼群島

根據開曼群島現行法律，本公司毋須就收入或資本收益繳納稅款，開曼群島不會就向股東支付股息徵收預扣稅。

非國際財務報告準則計量

為補充根據國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦採用經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）作為並非國際財務報告準則所要求或根據國際財務報告準則呈列的額外財務計量指標。我們認為，該等非國際財務報告準則計量有助於比較不同期間及不同公司之間的經營業績，可消除管理層認為不能體現我們經營業績的項目潛在影響。

我們認為經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）能夠為投資者及其他各方提供有用信息，有助於其以與管理層相同的視角理解和評估本公司的合併全面收益表。然而，我們所呈列的經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）未必可與其他公司所呈列類似名稱的計量指標直接對比。經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）用作分析工具存在局限性，閣下不應將其與我們根據國際財務報告準則指標所呈報的綜合全面收益表或財務狀況分開考慮，或將其視為該等綜合全面收益表或財務狀況的替代報表。

財務資料

我們將經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）定義為在年內／期內利潤基礎上，加回[編纂]開支後的金額。我們將年內／期內經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量）定義為年內／期內經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）除以年內／期內收入。

下表載列年內／期內經調整利潤淨額（非國際財務報告準則計量）與最直接可比的國際財務報告準則財務指標（即年內／期內利潤）進行對賬：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元 (未經審計)
年內／期內利潤.....	75,464	102,611	78,008	87,420
加回：				
[編纂]開支.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
年內／期內經調整利潤淨額 (非國際財務報告準則計量)...	<u>75,914</u>	<u>103,211</u>	<u>78,458</u>	<u>90,085</u>
年內／期內經調整淨利潤率 (非國際財務報告準則計量)...	12.2%	11.8%	12.4%	11.6%

歷史經營業績回顧

截至2025年9月30日止九個月與截至2024年9月30日止九個月的比較

收入

我們的總收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣633.2百萬元增加23.2%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣779.8百萬元，主要是由於我們業務穩健增長。

按產品類別劃分的收入

嬰童零輔食：我們的嬰童零輔食銷售收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣565.3百萬元增加10.9%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣627.1百萬元，主要是由於品牌知名度提升以及產品創新加速帶動餅乾、鱈魚腸、奶片等零食產品線擴張，從而實現了零食產品銷售量的增長。為應對不斷變化的消費者需求及激烈的市場競爭，截至2024年9月30日，我們在此產品類別的SKU從131個增加至截至2025年9月30日的195個。截至2025年9月30日止九個月，我們嬰童零輔食產品銷售收入較2024年同期增長亦得益於有機產品銷量增加。

財務資料

家庭食品：我們的家庭食品銷售收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣67.9百萬元增加124.9%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣152.7百萬元，主要由於我們產品類別的擴展，尤其是A2牛奶水牛奶的銷售量增加。為滿足消費者需求，該產品類別的SKU由截至2024年9月30日的28個增加至截至2025年9月30日的74個。再者，我們在中國不斷擴大的品牌影響力及持續增長的消費者覆蓋亦為該分部的表現提供額外支持。

按銷售渠道劃分的收入

直銷渠道：我們的直銷收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣261.4百萬元增加25.6%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣328.3百萬元，主要是由於我們自營的天貓旗艦店以及抖音渠道表現強勁，並因我們自營的拼多多店鋪戰略性擴張而得到進一步鞏固，以及自營店回購率提升。例如，我們的天貓自營旗艦店回購率呈現持續上升趨勢，在截至2025年9月30日止十二個月期間達到34%，而於2024年為31%。

經銷渠道：我們的經銷渠道收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣371.8百萬元增加21.4%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣451.5百萬元，主要是由於通過電商平台、重點客戶及經銷商的經銷渠道收入增加。具體而言，通過電商平台產生的銷售收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣206.6百萬元增加13.8%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣235.0百萬元，這主要是因為我們深化了與京東超市的合作。通過重點客戶銷售產生的收入從截至2024年9月30日止九個月的人民幣46.2百萬元增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣57.5百萬元，增幅達24.6%，主要受惠於產品組合擴展，特別是在一般家庭食品及零食產品領域的拓展。經銷商銷售收入由截至2024年9月30日止九個月的人民幣119.1百萬元增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣158.9百萬元，增幅達33.5%，主要受惠於經銷商網絡擴張，於2025年9月30日，經銷商數量為342家，而於2024年12月31日則為284家，此增長與我們的增長策略以及產品組合擴展一致。

銷售成本

我們的銷售成本總額由截至2024年9月30日止九個月的人民幣267.3百萬元增加24.6%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣333.1百萬元，與我們的收入增長一致。

財務資料

毛利及毛利率

由於上述原因，我們的毛利總額由截至2024年9月30日止九個月的人民幣365.9百萬元增加22.1%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣446.6百萬元。我們的整體毛利率於截至2024年及2025年9月30日止九個月保持穩定，分別為57.8%及57.3%。

按產品類別劃分的毛利及毛利率

對於我們的嬰童零輔食分部，毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣336.4百萬元增加11.6%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣375.6百萬元。毛利率保持穩定，截至2024年9月30日止九個月為59.5%，而截至2025年9月30日止九個月為59.9%。

就我們的家庭食品分部而言，毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣29.5百萬元增加140.8%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣71.0百萬元，毛利率則由43.4%上升至46.5%，這主要得益於我們於2024年推出的A2牛奶水牛奶市場滲透策略，該策略通過初期促銷定價吸引消費者，並隨著市場認可度提升逐步調整至正常價格水平；同時也得益於我們產品採購方面成本效益的提升。

按銷售渠道劃分的毛利及毛利率

就我們的直銷業務而言，毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣162.2百萬元增至截至2025年9月30日止九個月的人民幣207.7百萬元，增幅達28.1%；相應年度／期間毛利率則由62.0%提升至63.3%，主要源於(i)我們對自營店鋪的戰略性擴張；及(ii)我們增強的品牌影響力及更優的產品組合所帶來的定價能力提升。

就我們的經銷渠道而言，毛利由截至2024年9月30日止九個月的人民幣203.8百萬元增加17.3%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣239.0百萬元，這與經銷渠道的銷售擴張一致。然而，毛利率由截至2024年9月30日止九個月的54.8%下降至截至2025年9月30日止九個月的52.9%，主要由於我們為刺激銷量而向部分重點客戶及電商平台經銷商提供促銷折扣。

其他收入及淨收益

我們的其他收入及淨收益由截至2024年9月30日止九個月的人民幣0.6百萬元增加692.3%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣4.5百萬元，主要由於(i)該期間錄得匯兌淨收益，而上一期間則錄得匯兌淨虧損；(ii)期內從若干供應商處獲得的損壞貨物賠償金；及(iii) 2025年所購理財產品使金融資產收益增加。

財務資料

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至2024年9月30日止九個月的人民幣212.0百萬元增加33.5%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣283.0百萬元，主要由於(i)電商平台服務與推廣費隨我們的銷售增長而大幅增加；(ii)增加了針對線下經銷商的促銷費用投入，以拓展銷售網絡、拉動產品銷量；及(iii)銷售及營銷團隊擴張導致人員支出增加。我們的銷售及分銷開支佔我們總收入的比例由截至2024年9月30日止九個月的33.5%增加至截至2025年9月30日止九個月的36.3%。

行政及其他開支

我們的行政及其他開支由截至2024年9月30日止九個月的人民幣32.1百萬元增加20.5%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣38.7百萬元，主要是由於(i)管理團隊擴充導致員工開支增加；及(ii)[編纂]開支增加。我們的行政及其他開支佔我們總收入的比例保持相對穩定，截至2024年及2025年9月30日止九個月分別為5.1%和5.0%。

研發開支

我們的研發開支由截至2024年9月30日止九個月的人民幣22.5百萬元減少23.4%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣17.2百萬元，主要是由於(i)產品開發策略發生變動；及(ii)隨著增城工廠研發實驗室的啟用，外包研發活動有所減少。我們的研發開支佔我們總收入的比例由截至2024年9月30日止九個月的3.5%下降至截至2025年9月30日止九個月的2.2%。

財務成本

我們的財務成本保持穩定，於截至2024年及2025年9月30日止九個月分別為人民幣1.1百萬元及人民幣1.2百萬元。

所得稅

我們的所得稅由截至2024年9月30日止九個月的人民幣20.9百萬元增加11.8%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣23.4百萬元，主要是由於除稅前利潤增長。我們的實際所得稅率(按所得稅開支除以除稅前利潤計算)保持穩定，截至2024年及2025年9月30日止九個月均為21.1%。

財務資料

期內利潤及淨利潤率

基於上述原因，我們的期內利潤由截至2024年9月30日止九個月的人民幣78.0百萬元增加12.1%至截至2025年9月30日止九個月的人民幣87.4百萬元。我們於截至2024年及2025年9月30日止九個月的淨利潤率分別為12.3%及11.2%。

截至2024年12月31日止年度與截至2023年12月31日止年度的比較

收入

我們的總收入由2023年的人民幣662.4百萬元增加40.6%至2024年的人民幣875.3百萬元，主要是由於我們業務的顯著增長。

按產品類別劃分的收入

嬰童零輔食：我們來自銷售嬰童零輔食的收入由2023年的人民幣579.5百萬元增加32.9%至2024年的人民幣770.3百萬元，主要由於我們在行業中不斷擴大的品牌影響力以及在中國消費者覆蓋率的穩步增長，加上我們加速產品創新，推動嬰童零輔食產品（特別是零食和穀物類輔食）銷量增加。我們在此產品類別的SKU從截至2023年12月31日的140個增加至截至2024年12月31日的147個，以應對不斷變化的消費者需求和激烈的市場競爭。於2024年，我們嬰童零輔食產品銷售收入較2023年增長的另一主要驅動因素為我們有機產品銷量增加。

家庭食品：我們銷售家庭食品所得收入由2023年的人民幣42.9百萬元增加144.7%至2024年的人民幣105.0百萬元，主要由於我們新開發的該類產品（例如醬油及A2牛奶水牛奶）市場需求強勁。因此，我們來自該類別的收入於2024年佔總收入的比例較2023年有所提升。我們該產品類別的SKU數量由截至2023年12月31日的18個增加至截至2024年12月31日的32個，以滿足消費者需求。

按銷售渠道劃分的收入

直銷：我們的直銷收入由2023年的人民幣257.2百萬元增加44.1%至2024年的人民幣370.5百萬元，主要由於我們在各大電商平台（包括天貓、抖音、拼多多及京東）自營旗艦店的整體強勁表現。此表現體現於我們的天貓自營旗艦店回購率持續攀升，從2023年的29%上升至2024年的31%。

分銷：我們來自分銷的收入由2023年的人民幣365.2百萬元增加38.2%至2024年的人民幣504.9百萬元，主要由於來自電商平台及經銷商的分銷收入增加。具體而言，通過電商平台產生的收入由2023年的人民幣193.0百萬元增加45.8%至2024年的人民幣281.3百萬元，主要受京東銷售擴張驅動。通過經銷商產生的收入由2023年的人民幣

財務資料

109.6百萬元增加47.5%至2024年的人民幣161.6百萬元，主要驅動因素包括(i)經銷商網絡從2023年12月31日的225家擴展至2024年12月31日的284家，覆蓋了中國更多城市和地區；(ii)為響應消費者需求而推出的產品創新舉措，包括新增零食及輔食產品線；及(iii)我們提升品牌影響力的努力有效促進了經銷商銷售業績的提升。

銷售成本

我們的銷售成本總額由2023年的人民幣277.3百萬元增加30.2%至2024年的人民幣361.0百萬元，與我們的收入增長一致。

毛利及毛利率

由於上述原因，我們的毛利總額由2023年的人民幣345.1百萬元增加49.0%至2024年的人民幣514.4百萬元。我們的整體毛利率由2023年的55.5%增至2024年的58.8%，主要受我們持續的產品創新努力（作為我們產品策略的一部分）以及我們品牌影響力增強（從而提升了定價能力）所推動。

按產品類別劃分的毛利及毛利率

就我們的嬰童零輔食而言，毛利由2023年的人民幣323.3百萬元增加44.6%至2024年的人民幣467.5百萬元，毛利率由55.8%增加至60.7%，主要歸因於我們增強的品牌影響力及更優的產品組合所帶來的定價能力提升，以及採購量增加導致供應商採購成本降低。

就我們的家庭食品而言，毛利由2023年的人民幣21.9百萬元增加114.5%至2024年的人民幣46.9百萬元，而毛利率則由50.9%下降至44.6%，主要歸因於我們的A2牛奶水牛奶於2024年進入市場時最初採用的市場進入策略，該策略通過初期促銷定價來實現市場滲透。

按銷售渠道劃分的毛利及毛利率

就我們的直銷而言，毛利從2023年的人民幣157.5百萬元增加47.7%至2024年的人民幣232.5百萬元，而毛利率則從61.2%增至62.8%，主要由於(i)我們品牌影響力增強及產品組合更趨優化，從而提升了定價能力；(ii)我們對自營店鋪的戰略性擴張；及(iii)採購量增加使向供應商採購成本下降。

就我們的經銷渠道而言，毛利潤從2023年的人民幣187.7百萬元增加50.2%至2024年的人民幣281.9百萬元，而毛利率則從51.4%增至55.8%，主要歸因於：(i)我們品牌影響力增強從而提升了定價能力；(ii)產品組合更趨優化；以及(iii)採購量增加導致供應商採購成本降低。

財務資料

其他收入及淨收益

我們的其他收入及淨收益保持穩定，於2023年及2024年均為人民幣2.4百萬元。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2023年的人民幣201.3百萬元增加52.1%至2024年的人民幣306.0百萬元，主要由於(i)電商服務費隨銷售增長而大幅上漲；(ii)加大對名人代言及熱門電視劇廣告投放的品牌投資；以及(iii)銷售及營銷團隊擴張導致人員支出增加。銷售與分銷開支佔總收入的比例從2023年的32.3%上升至2024年的35.0%。

行政及其他開支

我們的行政及其他開支由2023年的人民幣32.4百萬元增加53.9%至2024年的人民幣49.8百萬元，主要由於(i)因管理團隊擴充導致的員工開支增加；及(ii)隨著業務擴張，自2024年3月起為增城工廠租賃物業後，使用權資產折舊及租金支出增加。行政及其他開支佔總收入的比例從2023年的5.2%上升至2024年的5.7%。

研發開支

我們的研發開支由2023年的人民幣17.7百萬元增加60.3%至2024年的人民幣28.3百萬元，主要由於(i)我們的研發團隊擴充導致員工開支增加；及(ii)支付予OEM製造商的外包研發成本比例顯著增加。研發開支佔總收入的比例從2023年的2.8%上升至2024年的3.2%。

貿易及其他應收款項減值虧損

我們就貿易及其他應收款項確認的減值虧損由2023年的人民幣1.3百萬元減少88.0%至2024年的人民幣0.2百萬元，主要由於已於2023年確認對若干長期未能收回的線下重點客戶賬款做出全額撥備並隨後核銷。

財務成本

我們的財務成本於2023年及2024年分別為人民幣0.5百萬元及人民幣1.5百萬元，乃主要由於2024年增城新租賃工廠相關的額外財務成本所致。

財務資料

所得稅

我們的所得稅由2023年的人民幣19.0百萬元增加49.3%至2024年的人民幣28.4百萬元，主要由於除所得稅前利潤的增長。我們的實際所得稅率（按所得稅開支除以除稅前利潤計算）由2023年的20.1%增加至2024年的21.7%。

年內利潤及淨利潤率

由於上述原因，我們的年內利潤由2023年的人民幣75.5百萬元增加36.0%至2024年的人民幣102.6百萬元。我們於2023年及2024年的淨利潤率分別為12.1%及11.7%。

綜合財務狀況表的選定項目

下表載列截至所示日期我們綜合財務狀況表的概要資料，其摘錄自本文件附錄一所載歷史財務資料。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元 (未經審計)
非流動資產			
物業、廠房及設備	1,122	23,306	23,618
使用權資產	7,639	31,266	34,870
無形資產	–	233	186
貿易及其他應收款項以及預付款項 ..	2,571	2,488	2,062
存款單	10,000	10,000	–
遞延稅項資產	1,223	1,400	3,103
非流動資產總值	22,555	68,693	63,839
非流動負債			
租賃負債	4,280	27,820	32,403
遞延稅項負債	5,445	11,364	6,575
非流動負債總額	9,725	39,184	38,978
流動資產			
存貨	41,094	51,295	49,548
貿易及其他應收款項以及預付款項 ..	63,322	107,502	150,397
存款單	–	–	10,000
現金及現金等價物	112,129	152,406	204,997
流動資產總值	216,545	311,203	414,942

財務資料

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
流動負債			
貿易及其他應付款項	89,343	73,643	150,956
合約負債	10,017	15,126	10,323
應付所得稅	8,281	12,754	16,445
租賃負債	4,176	5,773	5,186
流動負債總額	111,817	107,296	182,910
流動資產淨值	104,728	203,907	232,032
資產淨值	117,558	233,416	256,893

物業、廠房及設備

我們的物業、廠房及設備主要包括機器及設備、辦公室及其他設備、運輸設備、租賃物業裝修及在建工程。我們的物業、廠房及設備由截至2023年12月31日的人民幣1.1百萬元增至截至2024年12月31日的人民幣23.3百萬元及截至2025年9月30日的人民幣23.6百萬元，主要是由於增城工廠相關的一系列建設項目及大型機器設備的添置。

使用權資產

我們的使用權資產主要包括長期租賃。我們的使用權資產由截至2023年12月31日的人民幣7.6百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣31.3百萬元及截至2025年9月30日的人民幣34.9百萬元，主要由於增城工廠於2024年3月開始的新的十年期租賃。

存貨

我們的存貨主要包括原材料、制成品、在途貨物、包裝及其他等。下表載列於所示日期的存貨：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
原材料	—	2,280	2,936
製成品及在途貨物	40,034	48,277	44,122

財務資料

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
包裝及其他.....	1,060	738	2,490
總計	41,094	51,295	49,548

我們的存貨由截至2023年12月31日的人民幣41.1百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣51.3百萬元，主要由於庫存水平提高以配合我們的業務增長。我們的存貨截至2025年9月30日減少至人民幣49.5百萬元，主要由於進口採購減少所致。

下表載列我們於所示年度的存貨周轉天數：

	截至12月31日止年度		截至9月30日 止九個月
	2023年	2024年	2025年
	存貨周轉天數 ^(附註)	56	46

附註： 我們以相關年度／期間存貨的期初及期末結餘平均值，除以該年度／期間的銷售成本，再乘以財政年度的360天及九個月期間的270天計算存貨周轉天數。

我們的存貨周轉天數由截至2023年12月31日止年度的56天減少至截至2024年12月31日止年度的46天，並進一步減少至截至2025年9月30日止九個月的41天，主要由於對我們產品強勁的市場需求加速了存貨轉換，及我們加強了與銷售需求緊密配合的採購規劃以及進口採購減少。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日的存貨人民幣32.1百萬元或64.8%已於其後出售或動用。

貿易及其他應收款項

我們的貿易及其他應收款項主要包括貿易應收款項(扣除損失撥備)、應收關聯方款項、可抵扣增值稅、按金、應收利息及其他應收款項。

財務資料

下表載列截至所示日期的貿易及其他應收款項：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
貿易及其他應收款項			
貿易應收款項，扣除損失撥備.....			
— 第三方	40,202	76,269	101,102
— 關聯方	—	9	273
應收關聯方款項	2	19	2
可抵扣增值稅	6,668	7,747	12,880
按金	3,633	5,032	5,003
應收利息	239	539	764
其他	634	1,384	1,432
減：非流動			
按金	590	1,639	2,062
總計	50,788	89,360	119,394

截至2023年及2024年12月31日以及截至2025年9月30日，我們的貿易及其他應收款項分別為人民幣50.8百萬元、人民幣89.4百萬元及人民幣119.4百萬元。有關增加主要是由於部分電商平台及重點客戶的強勁銷售業績。

我們的典型信貸期一般為一個月，而某些重點客戶及電商平台客戶則可達三個月。下表載列我們於所示日期基於發票日期及已扣除呆賬準備的貿易應收款項的賬齡分析：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
3個月內	39,233	75,805	100,873
超過3個月	969	473	502
	40,202	76,278	101,375

財務資料

下表載列所示年度我們的貿易應收款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		截至9月30日
	2023年	2024年	止九個月
貿易應收款項			
周轉天數 ^(附註)	22	24	31

附註：我們使用該年度／期間貿易應收款項期初及期末結餘的平均值，除以該年度／期間的相應收入，再乘以財政年度的360天及九個月期間的270天，計算貿易應收款項周轉天數。

我們的貿易應收款項周轉天數由截至2023年12月31日止年度的22天增至截至2024年12月31日止年度的24天，並進一步增至截至2025年9月30日止九個月的31天，主要由於部分電商平台經銷商銷售佔比持續提升，而該類經銷商的貿易應收款項餘額較高。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日的貿易應收款項中的人民幣66.9百萬元或65.7%已於其後結清。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們與客戶在時間安排、賬單金額或收取貿易應收款項方面均無任何重大爭議或分歧。

預付款項

我們的預付款項主要包括預付貨款、廣告及推廣開支以及運費。

財務資料

下表載列我們於所示日期的預付款項、其他應收款項及其他資產的明細。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
預付款項			
以下各項預付款項			
— 購買商品.....	10,053	12,563	15,058
— 廣告及推廣開支.....	4,306	5,935	14,356
— [編纂]開支.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
— 其他.....	6	143	351
減：非流動.....			
— 廣告及推廣開支.....	1,981	849	—
總計.....	12,534	18,142	31,003

截至2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們的預付款項分別為人民幣12.5百萬元、人民幣18.1百萬元及人民幣31.0百萬元。

我們的預付款項由2023年12月31日的人民幣12.5百萬元增至2024年12月31日的人民幣18.1百萬元，主要由於(i)我們因應線上及線下銷售增長而提高存貨水平，導致製成品預付款項增加；及(ii)贊助熱門劇集及藝人代言費的預付開支增加。

我們的預付款項於2025年9月30日增至至人民幣31.0百萬元，主要由於(i)為2025年雙十一購物節備貨而增加預付款項；及(ii)為籌備2025年第四季度的銷售旺季，在電商及社交媒體平台的預付廣告及推廣開支有所增加。

財務資料

現金及現金等價物

我們的現金及現金等價物指銀行現金及手頭現金。截至2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣112.1百萬元、人民幣152.4百萬元及人民幣205.0百萬元。有關我們現金及現金等價物變動的討論，請參閱「— 流動資金及資本資源」。

貿易及其他應付款項

下表載列我們截至所示日期的貿易及其他應付款項明細。

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
貿易及其他應付款項			
貿易應付款項.....			
— 第三方	17,038	16,405	40,194
— 關聯方	15,665	4	47
應付關聯方款項	26,108	12,450	135
其他稅項負債	10,016	16,050	19,105
物業、廠房及設備應付款項.....	5	3,980	2,211
應付股息.....	—	3,000	63,000
應計薪金及僱員福利	7,431	11,072	10,940
[編纂]開支應付款項.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他應付款項及應計費用.....	12,480	9,804	14,374
總計	89,343	73,643	150,956

我們的貿易及其他應付款項主要包括貿易應付款項、應付關聯方款項、其他稅項負債、廠房及設備款項、應付股息、應計薪金及僱員福利、[編纂]開支應付款項以及其他應付款項及應計費用。

我們的貿易及其他應付款項由截至2023年12月31日的人民幣89.3百萬元減少至截至2024年12月31日的人民幣73.6百萬元，乃由於我們不再透過關聯方健特唯國際有限公司（「健特唯國際」）採購來自世界各地的優質產品。

截至2025年9月30日，我們的貿易及其他應付款項增加至人民幣151.0百萬元，主要由於(i)截至2025年9月30日止九個月宣派的應付股息；(ii)為應對2025年第四季度銷售旺季而增加庫存採購量；(iii)若干供應商根據銷售增長延長了信用期。

財務資料

我們的貿易及其他應付款項預期將於一年內結清或按要求償還。

下表載列我們截至所示日期基於交易日期的貿易應付款項的賬齡分析：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
90天內	16,648	15,105	40,107
超過90日但於一年內	15,837	1,255	65
超過一年	218	49	69
	32,703	16,409	40,241

下表載列於所示年度我們的貿易應付款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		截至9月30日 止九個月
	2023年	2024年	2025年
貿易應付款項周轉天數 ^(附註)	61	24	23

附註： 我們計算貿易應付款項周轉天數時，會使用相關年度／期間貿易應付款項期初及期末結餘的平均值，除以該年度／期間的相應銷售成本，再乘以財政年度的360天及九個月期間的270天。

在品牌發展初期，為便於業務運營並在建立海外公司架構前簡化與海外供應商的採購合作，我們的國際採購通過關聯方健特唯國際進行，健特唯國際為一家食品進口代理商，我們通過其從全球採購優質產品。健特唯國際由若干執行董事擁有，彼等通過提供相對較長的信用期支持我們業務的發展。隨著我們的海外公司架構完全建立，我們的附屬公司爺爺的農場（香港）自2023年起已直接負責為本集團進行全球進口食品採購。因此，我們的貿易應付款項週轉天數由2023年的61天下降至2024年的24天，並下降至截至2025年9月30日止九個月的23天。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日的貿易應付款項中人民幣31.4百萬元或79.9%其後已結清。

財務資料

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無任何嚴重拖欠貿易應付款項。

合約負債

我們的合約負債主要包括預收客戶貨款及銷售返利。所有合約負債預期將於一年內確認為收入。

下表載列截至所示日期我們的合約負債明細：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
預收客戶貨款 ⁽¹⁾	6,243	11,086	7,806
銷售返利.....	3,774	4,040	2,517
	10,017	15,126	10,323

附註：

(1) 有關收益預期將於貨品交付予經銷商並獲其接受時確認。

我們的合約負債由截至2023年12月31日的人民幣10.0百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣15.1百萬元，此乃由於我們對現有經銷商的銷售增長，加上中國分銷網絡擴大。截至2025年9月30日，我們的合約負債減少至人民幣10.3百萬元，主要由於應計客戶預收款項的季節性波動。

截至2025年11月30日，我們截至2025年9月30日的合約負債中人民幣7.8百萬元或75.6%其後已動用及於收入內確認。

應付所得稅

截至2023年及2024年12月31日及2025年9月30日，我們應付所得稅分別為人民幣8.3百萬元、人民幣12.8百萬元及人民幣16.4百萬元。我們的應付稅項自2023年12月31日至2024年12月31日有所增加，乃主要歸因於我們盈利增長。

財務資料

流動資金及資本資源

概覽

截至最後實際可行日期，我們主要通過經營所得現金及股權投資為我們的營運提供資金。截至2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，我們的現金及現金等價物分別為人民幣112.1百萬元、人民幣152.4百萬元及人民幣205.0百萬元。我們的現金及現金等價物主要包括手頭現金及銀行現金。

下表載列於所示年度／期間的綜合現金流量表的現金流量數據概要：

	截至12月31日		截至9月30日	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)			
經營活動所得現金淨額	52,458	62,202	33,601	75,821
投資活動所用現金淨額	(12,720)	(20,235)	(40,414)	(4,041)
融資活動所得／(所用)				
現金淨額	18,676	(1,759)	61	(19,174)
現金及現金等價物增加／				
(減少)淨額	58,414	40,208	(6,752)	52,606
年初／期初現金及現金				
等價物	53,366	112,129	112,129	152,406
外匯匯率變動的影響	349	69	(11)	(15)
年末／期末現金及現金				
等價物	<u>112,129</u>	<u>152,406</u>	<u>105,366</u>	<u>204,997</u>

經營活動

我們經營活動耗用的現金流量淨額包括就若干非現金或非經營活動相關項目和營運資金變動做出調整的除稅前利潤。

財務資料

截至2025年9月30日止九個月，經營活動所得現金淨額為人民幣75.8百萬元，主要歸因於除稅前利潤人民幣110.8百萬元，並經以下各項調整：(i)非現金項目或非經營項目，主要包括使用權資產折舊人民幣4.7百萬元、物業、廠房及設備折舊人民幣2.2百萬元及財務成本人民幣1.2百萬元；及(ii)營運資金變動，主要為貿易及其他應付款項增加人民幣30.9百萬元、貿易應收及其他應收款項增加人民幣30.5百萬元、預付款項增加人民幣12.0百萬元、合約負債減少人民幣4.8百萬元及存貨減少人民幣1.7百萬元。

2024年，經營活動所得現金淨額為人民幣62.2百萬元，主要歸因於除稅前利潤人民幣131.0百萬元，並經以下各項調整：(i)非現金項目或非經營項目，主要包括使用權資產折舊人民幣6.2百萬元、財務成本人民幣1.5百萬元、物業、廠房及設備折舊人民幣0.8百萬元；及(ii)營運資金變動，主要為貿易應收及其他應收款項增加人民幣39.5百萬元、存貨增加人民幣10.2百萬元、貿易及其他應付款項減少人民幣8.0百萬元、預付款項增加人民幣5.3百萬元及合約負債增加人民幣5.1百萬元。

2023年，經營活動所得現金淨額為人民幣52.5百萬元，主要歸因於除稅前利潤人民幣94.5百萬元，經以下各項調整：(i)非現金項目或非經營項目，主要包括使用權資產折舊人民幣5.5百萬元、貿易及其他應收款項減值虧損人民幣1.3百萬元及物業、廠房及設備折舊人民幣0.5百萬元；及(ii)營運資金變動，主要為貿易及其他應付款項減少人民幣22.9百萬元、預付款項增加人民幣9.5百萬元、貿易及其他應收款項增加人民幣3.2百萬元、存貨減少人民幣3.1百萬元以及合約負債減少人民幣0.5百萬元。

投資活動

我們的投資活動所用現金流量淨額主要包括使用權資產以及物業、廠房及設備的購置。

截至2025年9月30日止九個月，我們的投資活動所用現金淨額為人民幣4.0百萬元，主要歸因於就增城工廠建設而購置物業、廠房及設備的付款。

2024年，投資活動所用現金淨額為人民幣20.2百萬元，主要歸因於就增城工廠建設而購置物業、廠房及設備的付款。

2023年，投資活動所用現金淨額為人民幣12.7百萬元，主要系因於2023年辦理了一筆金額為人民幣10.0百萬元的存單，該筆存款預計於2026年3月到期。

財務資料

融資活動

我們的融資活動所得現金流量主要包括(i)股東注資；及(ii)來自若干關聯方的現金墊款。我們的融資活動所用現金流量淨額主要包括(i)支付租賃負債的本金部分及利息部分；(ii)償還關聯方的現金墊款；及(iii)向股東支付股息。

截至2025年9月30日止九個月，融資活動所用現金淨額為人民幣19.2百萬元，主要歸因於：(i)償還關聯方的現金墊款；(ii)支付租賃負債的本金部分及利息部分；及(iii)向若干附屬公司股東支付2024年宣派的股息。

2024年，融資活動所用現金淨額為人民幣1.8百萬元，主要歸因於：(i)償還關聯方的現金墊款；(ii)支付租賃負債的本金及利息；及(iii)向若干附屬公司股東支付2024年宣派的股息，部分被來自股東注資人民幣24.0百萬元所得款項所抵銷。

2023年，融資活動所得現金淨額為人民幣18.7百萬元，主要歸因於收取一家關聯方現金墊款，並已扣除就租賃負債本金及利息部分的付款。

理財產品的政策

我們可能不時購買理財產品，主要目的是進行保本的低風險投資。

在評估投資理財產品的建議時，我們通常會考慮以下準則，包括但不限於：(i)禁止投資於股票及金融債券等高風險領域，而允許本金保證及風險可控的理財產品（評級為R2或以下的產品）；(ii)建議投資不得干擾我們的業務營運或資本開支；及(iii)理財產品應由信譽良好的全國性銀行發行。我們的財務部門負責審閱投資理財產品的建議，而該等建議將於我們的行政總裁最終審閱及批准後實施。倘單筆交易金額超過最近期經審計資產淨值的25%，則須經董事會批准。

財務資料

資本開支

我們於往績記錄期間的資本開支包括購買物業、廠房及設備以及無形資產的付款。截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，我們的資本支出分別為人民幣0.1百萬元、人民幣19.2百萬元、人民幣18.4百萬元及人民幣4.3百萬元。該等過往資本支出主要由我們經營活動產生的現金撥付。

我們預計於2026年及2027年將產生資本開支約人民幣10.8百萬元及人民幣29.1百萬元，主要用於我們的生產基地升級及產品開發計劃。有關我們現有擴張計劃的進一步詳情請參閱本文件「業務—我們的戰略」及「未來計劃及[編纂]用途」。我們目前為任何未來期間做出的資本開支計劃均可能變更，我們可能會根據我們未來的現金流量、經營業績及財務狀況、我們的業務計劃、市場狀況以及我們認為屬合適的其他各種因素來調整我們的資本開支。

營運資金

下表載列截至所示日期我們的流動資金和營運資金概要：

	截至12月31日		截至9月30日	截至11月30日
	2023年	2024年	2025年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
				(未經審計)
流動資產				
存單	—	—	10,000	10,000
以公允價值計量且其變動計入當期 損益的金融資產	—	—	—	48,000
存貨	41,094	51,295	49,548	50,403
貿易及其他應收款項	50,788	89,360	119,394	140,446
預付款項	12,534	18,142	31,003	23,345
現金及現金等價物	112,129	152,406	204,997	86,931
流動資產總值	216,545	311,203	414,942	359,125
流動負債				
貿易及其他應付款項	89,343	73,643	150,956	67,323
合約負債	10,017	15,126	10,323	13,725
應付所得稅	8,281	12,754	16,445	19,260
租賃負債	4,176	5,773	5,186	4,915
流動負債總額	111,817	107,296	182,910	105,223
流動資產淨值	104,728	203,907	232,032	253,902

財務資料

截至2025年11月30日，我們的流動資產淨值為人民幣253.9百萬元，而截至2025年9月30日則為人民幣232.0百萬元，主要由於我們於期內錄得利潤使經營活動產生大量現金流入。

截至2025年9月30日，我們的流動資產淨值為人民幣232.0百萬元，而截至2024年12月31日則為人民幣203.9百萬元，主要由於期內錄得利潤。

截至2024年12月31日，我們錄得流動資產淨值人民幣203.9百萬元，而截至2023年12月31日流動資產淨值為人民幣104.7百萬元，主要由於我們於年內錄得利潤使經營活動產生大量現金流入以及貿易及其他應收款項的增加。

截至2023年12月31日，我們錄得流動資產淨值人民幣104.7百萬元，主要由於我們於年內錄得利潤使經營活動產生大量現金流入。

經計及我們可用的財務資源（包括[編纂]的估計[編纂]淨額、經營活動產生的現金流量以及手頭上的現金及現金等價物），董事認為，我們將有足夠的資金來滿足自本文件日期起至少未來12個月的營運資金需求及資本開支的融資需求。

債務情況

計息銀行借款

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無計息銀行借款。

租賃負債

我們為辦公地點、製作基地及僱員宿舍租賃物業。該等租約一般為固定租期且租期為兩至十年。

下表載列截至所示日期租賃負債的剩餘合約到期時間：

	截至12月31日		截至9月30日	截至11月30日
	2023年	2024年	2025年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動租賃負債				
1年以內.....	4,176	5,773	5,186	4,915
非流動租賃負債				
1年後但2年內.....	3,231	3,247	4,880	4,403
2年後但5年內.....	1,049	9,144	12,819	13,350
5年後.....	—	15,429	14,704	13,881
總計	8,456	33,593	37,589	36,549

(未經審計)

財務資料

我們的租賃負債由截至2023年12月31日的人民幣8.5百萬元增加至截至2024年12月31日的人民幣33.6百萬元，主要由於增城工廠的新十年租賃於2024年3月開始。我們的租賃負債截至2025年9月30日增加至人民幣37.6百萬元，主要由於新辦公室租賃及增城工廠的額外樓宇租賃（分別於2025年7月及8月開始）。我們的租賃負債截至2025年11月30日減至人民幣36.5百萬元，主要由於定期支付租賃款項產生的正常遞減。

截至最後實際可行日期，我們的債務並無重大限制性契諾而可能會嚴重限制我們獲得未來融資的能力，且於往績記錄期間及直至最後實際可行日期亦無任何重大債務違約或違反契諾。

債務聲明

除上文所披露者外，截至2025年11月30日（即釐定我們債項的最後實際可行日期），我們並無任何未償還的按揭、押記、債券、其他已發行債務資本、銀行透支、借款、承兌負債（正常貿易票據除外）或其他類似債項、租購承諾、擔保或其他重大或有負債。我們的董事確認，自2025年11月30日起直至最後實際可行日期，我們的債務概無任何重大變動。

或然負債

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無或然負債。

承諾

下表載列截至所示日期我們已訂約但尚未在財務報表撥備的承諾：

	截至12月31日		截至9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
已訂約購買的物業、廠房及設備	–	6,501	2,844

財務資料

關鍵財務比率

下表載列於所示年度／期間我們的主要財務比率概要：

	截至12月31日止年度		截至9月30日 止九個月
	2023年	2024年	2025年 (未經審計)
收入增長率.....	不適用	40.6%	23.2%
毛利率.....	55.5%	58.8%	57.3%
淨利潤率 ⁽¹⁾	12.1%	11.7%	11.2%
經調整淨利潤率(非國際 財務報告準則計量) ⁽²⁾	12.2%	11.8%	11.6%

附註：

- (1) 淨利潤率按年內／期內利潤除以收入，再乘以100%計算。
- (2) 經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)按經調整年內／期內利潤淨額(非國際財務報告準則計量)除以收入再乘以100%計算。有關經調整年內／期內利潤淨額(非國際財務報告準則計量)的詳情，請參閱「非國際財務報告準則計量」。

收益增長率

於2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的收益增長率分別為40.6%及23.2%。有關影響我們各年度／期間收益增長率的因素，請參閱「歷史經營業績回顧」。

毛利率

於2023年、2024年及截至2025年9月30日止九個月，我們的毛利率分別為55.5%、58.8%及57.3%。有關影響我們各年度／期間毛利率的因素，請參閱「歷史經營業績回顧」。

淨利潤率

於2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們的淨利潤率分別為12.1%、11.7%及11.2%。有關影響我們各年度／期間淨利潤率的因素，請參閱「歷史經營業績回顧」。

經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)

於2023年及2024年以及截至2025年9月30日止九個月，我們的經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)分別為12.2%、11.8%及11.6%。

財務資料

資產負債表外承諾及安排

截至最後實際可行日期，我們並無訂立，亦不預期訂立任何資產負債表外安排。我們亦無訂立任何財務擔保或其他承諾以擔保第三方的付款責任。此外，我們持有任何與我們的股權權益掛鉤並分類為擁有人權益的會計師衍生合約。而且，我們並無對已轉讓予未合併實體之資產有任何保留或或有權益，作為給予該實體之信貸、流動資金或市場風險支持。我們並無擁有任何未合併實體的任何可變權益，而該實體向我們提供融資、流動資金、市場風險或信貸支援或向我們提供租賃、對沖或研發服務。

重大關聯方交易

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
	(未經審計)			
商品銷售				
廣州愛適貝.....	7,282	20,602	15,114	13,620
吉安盛成.....	44	—	—	37
	<u>7,326</u>	<u>20,602</u>	<u>15,114</u>	<u>13,657</u>
接受的銷售代理服務				
廣州樹懶熊.....	<u>122</u>	<u>60</u>	<u>48</u>	<u>26</u>
商品採購				
廣州愛適貝.....	<u>2,039</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
接受的採購代理服務				
健特唯國際.....	<u>3,411</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
接受的廣告服務				
廣州盛成.....	—	1,132	1,132	2,358
廣州盛勤.....	1,148	1,335	1,335	626
吉安盛成.....	<u>3,774</u>	<u>1,509</u>	<u>1,132</u>	<u>—</u>
	<u>4,922</u>	<u>3,976</u>	<u>3,599</u>	<u>2,984</u>

有關業績記錄期間重大關聯方交易的討論，請參閱本文件附錄一會計師報告附註[26]。

財務資料

我們的董事認為，本文件附錄一會計師報告的附註26所載每筆關聯方交易均按公平基礎進行，不會導致我們的過往業績失實或我們的過往業績不能體現未來表現。

有關市場風險的定量及定性披露

我們在正常業務過程中面臨各類金融及市場風險，包括信貸風險、流動資金風險及貨幣風險。我們管理及監控該等風險，以確保及時有效地實施適當的措施。有關我們所面臨風險的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註24。

未經審計[編纂]經調整綜合有形資產淨值報表

詳情請參閱「附錄二－未經審計[編纂]財務資料」。

股息政策

截至2025年9月30日止九個月，本公司批准向權益股東派發股息人民幣63百萬元。截至2024年12月31日止年度，廣州健特唯日用品批准向吉安合夥企業、姜福全先生、何建農先生及劉海波先生派發股息人民幣7.5百萬元。本公司於2023年並無派付或宣派任何股息。

本公司目前並無正式股息政策或固定派息率。董事會在計及經營業績、財務狀況、現金需求及可用性以及當時認為相關的其他因素後，可能會於未來宣派股息。宣派及支付任何股息須受組織章程文件及適用法律的約束。股東須於股東大會上批准任何股息的宣派，股息不得超過董事會建議的金額。此外，董事可不時支付董事會認為就我們的利潤及整體財務需求而言屬合理的中期股息，或按彼等認為合適的金額、於彼等認為合適的日期支付特別股息。除可合法分派的利潤及儲備外，不得宣派或派付任何股息。我們未來股息宣派可能會或可能不會反映我們過往的股息宣派且將由董事會全權酌情決定。

可供分派儲備

截至2025年9月30日，我們擁有保留溢利(即可供分配予股東的可分派儲備)人民幣223.1百萬元。

財務資料

[編纂]開支

[編纂]開支指就[編纂]產生的專業費用、[編纂]及其他費用。我們估計，我們的[編纂]開支總額(包括[編纂])將約為人民幣[編纂]，佔[編纂][編纂]總額約[編纂]%(假設[編纂]為每股[編纂]港元，即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數且[編纂]未獲行使)。於往績記錄期間，約人民幣[編纂]的[編纂]開支已自我們的綜合損益及其他全面收益表扣除，而約人民幣[編纂]已於我們的綜合財務狀況表資本化並確認為截至2025年9月30日的預付[編纂]開支，預期將於[編纂]後從權益中扣除，因為該等開支直接歸屬於向公眾人士發行股份。估計餘下[編纂]開支約人民幣[編纂]預期將自綜合損益及其他全面收益表中扣除，而預期約人民幣[編纂]將於[編纂]後自權益中扣除。[編纂]開支包括[編纂]相關開支人民幣[編纂]及非[編纂]相關開支人民幣[編纂](包括法律顧問及申報會計師的費用及開支人民幣[編纂]以及其他費用及開支人民幣[編纂])。董事預期該等開支不會對我們於2025年的財務業績造成重大不利影響。

上市規則第13.13至13.19條項下的披露

我們的董事確認，截至最後實際可行日期，概無任何情況導致須根據上市規則第13.13至13.19條的規定做出披露。

近期發展

有關近期發展對我們業務、運營及財務狀況的影響的進一步詳情，請參閱本文件「概要—近期發展及無重大不利變動」。

無重大不利變動

經審慎周詳考慮後，董事確認，截至本文件日期，自2025年9月30日起，我們的財務及業務狀況或前景並無重大不利變動，並且自2025年9月30日起概無發生任何事件以致可能對會計師報告(載於本文件附錄一)所示資料構成重大影響。

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細討論，請參閱本文件「業務－我們的戰略」一節。

[編纂]用途

經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]及其他估計開支後，我們將收取的[編纂][編纂]淨額估計約為[編纂]港元（經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，並假設[編纂]為每股[編纂]港元（即[編纂]的中位數））。我們目前擬將該等[編纂]淨額按下文所載金額用於下列擬定用途：

- 約[編纂]港元（相當於[編纂]淨額的[編纂]%）預期將用於提升我們的產品開發能力，並持續創新及升級我們的嬰童零輔食產品線以及家庭食品產品線，其中：
 - (i) 約[編纂]港元（相當於[編纂]淨額的[編纂]%）預期將用於產品開發產生的直接開支，包括協作與外包的研發成本、第三方測試費用及原材料採購。我們計劃每年持續開展多個新產品開發項目。於產品開發階段，我們計劃繼續與中國領先的研究機構和大學開展合作，共同推進嬰童零輔食及家庭食品領域的研發項目。在產品測試階段，[編纂]將用於向第三方檢測機構支付產品測試服務費用。所採購的原材料將用於支持各階段的工藝開發損耗，包括小試、中試及試生產。
 - (ii) 約[編纂]港元（相當於[編纂]淨額的[編纂]%）預期將用於產品開發所用設備及資產相關開支。我們計劃增加研發和質檢設備的數量，以支持新產品管線的研發。我們預期每年將產生設備折舊及維護以及試劑和耗材的經常性成本。

未來計劃及[編纂]用途

- (iii) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期將用於招募及壯大我們的研發人才庫，以提升我們在新產品開發、產品改良及基礎研究方面的能力。我們計劃招聘來自多個領域的專業人才，包括食品工程、生物學和自動化，並持續擴大我們的研發團隊。

- 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期將用於投資供應鏈發展及加強我們內部的生產能力以及端到端採購管理，以確保產品源頭質量，其中：
 - (i) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期將用於持續投資生產基地建設及產能提升，包括設立及維護生產線、採購設備及其他一般開支，以增強生產能力及加強產品質量控制。我們還計劃租賃新生產基地，並針對選定產品類別引入專用生產線。這些舉措將使我們能夠調整和優化現有產品的生產流程，進一步使現有生產線自動化以實現更高的生產效率，並改進生產程序以減少浪費和相關成本。通過此次產能擴張，我們旨在優化生產結構並提升供應鏈靈活性。

 - (ii) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期將用於持續全球採購優質原材料及溯源採購。我們計劃與選定供應商建立合作關係，盡早鎖定優質的原材料來源，進一步加強上游供應商的管理和發展，並深入參與關鍵原材料的源頭控制和供應商的工藝升級。

 - (iii) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期將用於投資物流基礎設施，包括於全國範圍內租賃新倉庫、委聘額外的第三方物流服務提供商以及升級我們的倉庫管理系統和運輸管理系統，以提高營運效率和市場覆蓋率。

未來計劃及[編纂]用途

- 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期將用於加強品牌建設及營銷推廣，以提升品牌知名度及觸及更廣泛的消費者群體，其中：
 - (i) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期用於通過整合營銷策略提升品牌知名度與消費者互動。主要包括以下方面：(a)增加我們在各種媒體平台上的曝光率，包括在網劇和電視劇中植入產品以及與綜藝節目合作或贊助，並增加在主流電視頻道、線上社交媒體平台、領先育兒論壇、報章、雜誌、其他平面媒體及戶外廣告牌的廣告投放；及(b)通過高質量的內容創作，提高我們在新媒體平台上的影響力；
 - (ii) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期用於名人代言及加強與家庭、健康及育兒領域KOL的合作，包括與知名網絡紅人共同推廣，以加強我們的品牌與消費者之間的聯繫。[編纂]將用於支付名人代言費、KOL廣告費及相關推廣開支。
 - (iii) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額[編纂]%)預期將用於擴展我們的品牌團隊。我們計劃再招聘全職品牌／營銷經理及專才，為我們創新及場景化的營銷活動以及主要產品發佈(包括但不限於廣告、電視及綜藝節目投放)提供創意支持。
- 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期將用於擴大我們的銷售網絡及開發海外市場。
 - (i) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)將用於擴展我們的自營及經銷渠道。我們計劃加強我們的電商渠道，[編纂]將用於支付渠道銷售佣金，包括支付予KOL的銷售佣金。我們亦將招聘市場開發以及銷售及推廣人員，以開拓更多主要零售地點，與領先零售商建立長期戰略合作關係，並增加我們的產品在零售貨架上的展示，以豐富我們的產品組合，並透過該等平台更好地觸達個人客戶。

未來計劃及[編纂]用途

- (ii) 約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)將用於擴大我們的海外經銷網絡。我們計劃透過發展當地經銷商，首先擴大我們的海外市場份額並提升我們品牌的國際影響力。東南亞將是我們海外擴張的第一步。根據弗若斯特沙利文的資料，東南亞地區嬰童零輔食及家庭食品的市場規模預期將增長，原因是由於人口結構年輕化帶來的更高生育率擴大了客戶基礎，同時人均GDP的持續增長提升了購買力。[編纂]將主要用於在香港招聘銷售拓展專員、接洽海外本地線下經銷商、設立區域辦事處、提高渠道滲透率，並在目標市場的主要媒體上開展廣告和營銷活動。
- 餘額約[編纂]港元(相當於[編纂]淨額的[編纂]%)預期將用作營運資金及一般公司用途。

分配至上述各種用途的[編纂]預期將於[編纂]後五年內獲動用。

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，直至我們具備充足的內部資源。董事於釐定實施步伐時亦可能考慮其他因素(如長期資金需要及維持本集團健康營運資金於水平的需要)。

倘[編纂]定為指示性[編纂]範圍的上限(即每股[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]淨額按比例用作上述用途。倘[編纂]定於指示性[編纂]範圍的下限(即每股[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。

未來計劃及[編纂]用途

倘[編纂][編纂]淨額未即時用於上述用途，或倘本集團未能按擬定方式實施未來計劃的任何部分，則在適用法律法規許可範圍內，本集團僅會將[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法規）的短期計息賬戶。在該情況下或上述[編纂]的建議用途如有任何重大變動，我們將遵守上市規則的適當披露要求。

[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]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

[編 纂]

獨家保薦人的獨立性

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。

[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]

[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]

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]

以下為本公司的申報會計師畢馬威會計師事務所（香港執業會計師）發出的報告全文（載列於第I-1頁至第I-73頁），以供載入本文件內。



就歷史財務資料出具的會計師報告

致爺爺的農場國際控股有限公司董事及招銀國際金融有限公司

緒言

本所（以下簡稱「我們」）就第I-4頁至I-73頁所載的爺爺的農場國際控股有限公司（「貴公司」）及其附屬公司（統稱「貴集團」）的歷史財務資料出具報告，該等財務資料包括於2023年及2024年12月31日 貴集團的綜合財務狀況表及 貴公司的財務狀況表以及截至2023年及2024年12月31日止各年度的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表，以及重大會計政策資料及其他解釋資料（統稱為「歷史財務資料」）。第I-4頁至I-73頁所載的歷史財務資料構成本報告的一部分，乃供載入 貴公司於[日期]就 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司主板[編纂]而擬備的文件（「本文件」）內。

董事就歷史財務資料須承擔的責任

貴公司的董事須負責根據歷史財務資料附註1所載的擬備及呈列基準擬備真實而中肯的歷史財務資料，並對其認為為使歷史財務資料的擬備不存在由於欺詐或錯誤而導致的重大錯誤陳述所需的內部控制負責。

申報會計師的責任

我們的責任為就歷史財務資料發表意見，並向 閣下匯報。我們根據香港會計師公會頒佈的《香港投資通函呈報準則》第200號「投資通函內就歷史財務資料出具之會計師報告」執行工作。該準則規定我們須遵守道德準則並計劃及開展工作，以就歷史財務資料是否存在重大錯誤陳述作出合理保證。

我們的工作涉及執程序以獲取與歷史財務資料金額及披露事項有關的憑證。所選擇的程序取決於申報會計師的判斷，包括評估由於欺詐或錯誤導致歷史財務資料出現重大錯誤陳述的風險。於作出該等風險評估時，申報會計師考慮與實體根據歷史財務資料附註1所載擬備及呈列基準擬備真實而中肯的歷史財務資料相關的內部監控，以設計適當的程序，但目的並非對實體內部控制的有效性發表意見。我們的工作亦包括評價董事所採用的會計政策的恰當性及作出會計估計的合理性，以及評價歷史財務資料的整體列報方式。

我們相信，我們所獲得的憑證能充足及適當地為我們的意見提供基礎。

意見

我們認為，就會計師報告而言，歷史財務資料已根據歷史財務資料附註1所載擬備及呈列基準真實而中肯地反映 貴公司及 貴集團於2023年及2024年12月31日的財務狀況以及 貴集團於往績記錄期的財務表現及現金流量。

中期財務資料之審閱

我們已審閱 貴集團中期財務資料，該等財務資料包括於2025年9月30日的綜合財務狀況表及 貴公司的財務狀況表以及截至2024年及2025年9月30日止九個月期間的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表，以及其他解釋資料（統稱為「中期財務資料」）。 貴公司的董事須負責根據歷史財務資料附註1所載的擬備及呈列基準擬備中期財務資料。我們的責任為基於我們的審閱對中期財務資料發表結論。我們已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱委聘準則》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。審閱工作包括主要向負責財務及會計事項的人員查詢，並應用分析和其他審閱程序。由於審閱的範圍遠小於根據《香港審計準則》進行的審計範圍，故不能保證我們會注意到審計中可能發現的所有重大事項。因

此，我們不發表任何審計意見。根據我們的審閱工作，我們並未發現任何事項令我們相信，就本報告而言，中期財務資料在所有重大方面未根據歷史財務資料附註1所載的擬備及呈列基準擬備。

根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》及《公司（清盤及雜項條文）條例》須呈報事項

調整

於擬備歷史財務資料時，概無對第I-4頁界定的相關財務報表作出調整。

股息

我們提述歷史財務資料附註23(b)，當中載有 貴公司於往績記錄期派付股息的資料。

貴公司並無擬備法定財務報表

貴公司自註冊成立以來一直未有擬備法定財務報表。

畢馬威會計師事務所

執業會計師

香港中環

遮打道10號

太子大廈8樓

[日期]

歷史財務資料

下文載列構成本會計師報告組成部分的歷史財務資料。

貴集團於往績記錄期間的綜合財務報表（作為歷史財務資料的基準）已由畢馬威會計師事務所按照其與 貴公司另行簽訂的聘用條款，根據香港會計師公會頒佈的《香港審計準則》進行審計（「相關財務報表」）。

附錄一

會計師報告

綜合損益及其他全面收益表

(以人民幣(「人民幣」)列示)

	附註	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
		2023年	2024年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
收入	4	622,389	875,349	633,188	779,777
銷售成本.....		(277,261)	(360,955)	(267,264)	(333,143)
毛利		345,128	514,394	365,924	446,634
其他收入及淨收益	5	2,438	2,444	568	4,500
銷售及分銷開支		(201,264)	(306,038)	(212,030)	(283,030)
行政及其他開支		(32,376)	(49,820)	(32,092)	(38,663)
研發開支.....		(17,685)	(28,347)	(22,454)	(17,206)
貿易及其他應收款項(減值 虧損)/減值虧損撥回		(1,255)	(151)	59	(276)
經營利潤.....		94,986	132,482	99,975	111,959
財務成本.....	6(a)	(496)	(1,463)	(1,060)	(1,159)
除稅前利潤.....	6	94,490	131,019	98,915	110,800
所得稅	7(a)	(19,026)	(28,408)	(20,907)	(23,380)
年內/期內利潤.....		<u>75,464</u>	<u>102,611</u>	<u>78,008</u>	<u>87,420</u>
以下各方應佔：					
貴公司權益股東		73,066	102,050	77,447	87,420
非控股權益.....		2,398	561	561	—
年內/期內利潤.....		<u>75,464</u>	<u>102,611</u>	<u>78,008</u>	<u>87,420</u>
每股盈利					
基本及攤薄(人民幣元)	10	<u>731</u>	<u>1,021</u>	<u>774</u>	<u>874</u>
年內/期內利潤.....		<u>75,464</u>	<u>102,611</u>	<u>78,008</u>	<u>87,420</u>

綜合損益及其他全面收益表(續)

(以人民幣列示)

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
附註				
年內其他全面收益				
(除稅及重分類調整後)				
將不會重新分類至損益的項目，				
因換算下列項目而產生的				
匯兌差額：				
— 貴公司財務報表	225	793	(617)	(990)
其後重新分類或可能重新分類				
至損益的項目				
因換算下列項目而產生的				
匯兌差額：				
— 海外附屬公司財務報表 ..	(494)	(279)	1,040	47
年內／期內其他全面收益	(269)	514	423	(943)
年內／期內				
全面收益總額	75,195	103,125	78,431	86,477
以下各方應佔：				
貴公司權益股東	72,797	102,564	77,870	86,477
非控股權益	2,398	561	561	—
年內／期內				
全面收益總額	75,195	103,125	78,431	86,477

隨附附註構成歷史財務資料之一部分。

附錄一

會計師報告

綜合財務狀況表

(以人民幣列示)

	附註	截至12月31日		截至9月30日
		2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
非流動資產				
物業、廠房及設備	11	1,122	23,306	23,618
使用權資產	12	7,639	31,266	34,870
無形資產		–	233	186
貿易及其他應收款項及 預付款項	16	2,571	2,488	2,062
存款證		10,000	10,000	–
遞延稅項資產	22(b)	1,223	1,400	3,103
		<u>22,555</u>	<u>68,693</u>	<u>63,839</u>
流動資產				
存貨	14(a)	41,094	51,295	49,548
貿易及其他應收款項及 預付款項	16	63,322	107,502	150,397
存款證		–	–	10,000
現金及現金等價物	17(a)	112,129	152,406	204,997
		<u>216,545</u>	<u>311,203</u>	<u>414,942</u>
流動負債				
貿易及其他應付款項	19	89,343	73,643	150,956
合約負債	20	10,017	15,126	10,323
應繳所得稅	22(a)	8,281	12,754	16,445
租賃負債	21	4,176	5,773	5,186
		<u>111,817</u>	<u>107,296</u>	<u>182,910</u>
流動資產淨值		<u>104,728</u>	<u>203,907</u>	<u>232,032</u>
總資產減流動負債		<u>127,283</u>	<u>272,600</u>	<u>295,871</u>
非流動負債				
租賃負債	21	4,280	27,820	32,403
遞延稅項負債	22(b)	5,445	11,364	6,575
		<u>9,725</u>	<u>39,184</u>	<u>38,978</u>
資產淨值		<u>117,558</u>	<u>233,416</u>	<u>256,893</u>
資本及儲備				
股本	23(c)	–*	–*	–*
儲備		111,333	233,416	256,893
貴公司權益股東應佔權益總額		111,333	233,416	256,893
非控股權益		6,225	–	–
權益總額		<u>117,558</u>	<u>233,416</u>	<u>256,893</u>

* 金額低於人民幣1,000元。

隨附附註構成歷史財務資料之一部分。

附錄一

會計師報告

貴公司財務狀況表

(以人民幣列示)

	附註	截至12月31日		截至9月30日
		2023年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
非流動資產				
於附屬公司的投資	13	16,107	40,804	40,229
流動資產				
預付款項		150	350	1,238
應收附屬公司款項	15	–	–	54,000
現金及現金等價物		20	33	9,090
		170	383	64,328
流動負債				
其他應付款項	19	703	905	64,054
應付附屬公司款項	18	79	681	4,142
		782	1,586	68,196
流動負債淨額		(612)	(1,203)	(3,868)
資產淨值		15,495	39,601	36,361
股本	23(c)	–*	–*	–*
儲備		15,495	39,601	36,361
權益總額		15,495	39,601	36,361

* 金額低於人民幣1,000元。

隨附附註構成歷史財務資料之一部分。

附錄一

會計師報告

綜合權益變動表
(以人民幣列示)

附註	貴公司權益股東應佔							權益總額 人民幣千元
	股本 人民幣千元	股份溢價 人民幣千元	法定儲備 人民幣千元	其他儲備 人民幣千元	匯兌儲備 人民幣千元	保留利潤 人民幣千元	總計 人民幣千元	
於2023年1月1日的結餘	-*	-	4,689	-	(381)	34,228	38,536	42,363
2023年權益變動：								
年內利潤	-	-	-	-	-	73,066	73,066	75,464
其他全面收益	-	-	-	(269)	(269)	-	(269)	(269)
全面收益總額	-	-	-	(269)	(269)	73,066	72,797	75,195
法定儲備撥款	-	-	6,596	-	-	(6,596)	-	-
於2023年12月31日及 2024年1月1日的結餘	-*	-	11,285	-	(650)	100,698	111,333	117,558
2024年權益變動：								
年內利潤	-	-	-	-	-	102,050	102,050	102,611
其他全面收益	-	-	-	-	514	-	514	514
全面收益總額	-	-	-	-	514	102,050	102,564	103,125
法定儲備撥款	-	-	1,329	-	-	(1,329)	-	-
業務合併的影響	-	-	-	(1,481)	-	-	(1,481)	(3,767)
股東注資	-	24,000	-	-	-	-	24,000	24,000
已宣派股息	-	-	-	-	-	(3,000)	(3,000)	(7,500)
於2024年12月31日的結餘	-*	24,000	12,614	(1,481)	(136)	198,419	233,416	233,416

綜合權益變動表(續)
(以人民幣列示)

附註	貴公司權益股東應佔							權益總額 人民幣千元
	股本 人民幣千元	股份溢價 人民幣千元	法定儲備 人民幣千元	其他儲備 人民幣千元	匯兌儲備 人民幣千元	保留利潤 人民幣千元	總計 人民幣千元	
(未經審計)	-*	-	11,285	-	(650)	100,698	111,333	117,558
於2024年1月1日的結餘.....								
截至2024年9月30日止 九個月的權益變動								
期內利潤.....	-	-	-	-	-	77,447	77,447	78,008
其他全面收益.....	-	-	-	-	423	-	423	423
全面收益總額.....	-	-	-	-	423	77,447	77,870	78,431
法定儲備撥款.....	-	-	736	-	-	(736)	-	-
業務合併的影響.....	-	-	-	(1,481)	-	-	(1,481)	(3,767)
股東注資..... 23(a)	-	24,000	-	-	-	-	24,000	24,000
已宣派股息..... 23(b)	-	-	-	-	-	(3,000)	(3,000)	(7,500)
於2024年9月30日的結餘.....	-*	24,000	12,021	(1,481)	(227)	174,409	208,722	208,722

綜合權益變動表(續)
(以人民幣列示)

附註	貴公司權益股東應佔							權益總額 人民幣千元
	股本 人民幣千元	股份溢價 人民幣千元	法定儲備 人民幣千元	其他儲備 人民幣千元	匯兌儲備 人民幣千元	保留利潤 人民幣千元	總計 人民幣千元	
(未經審計)								
於2025年1月1日的結餘	-*	24,000	12,614	(1,481)	(136)	198,419	233,416	233,416
截至2025年9月30日止 九個月的權益變動								
期內利潤	-	-	-	-	-	87,420	87,420	87,420
其他全面收益	-	-	-	-	(943)	-	(943)	(943)
全面收益總額	-	-	-	-	(943)	87,420	86,477	86,477
法定儲備撥款	-	-	9,738	-	-	(9,738)	-	-
已宣派股息	-	(10,000)	-	-	-	(53,000)	(63,000)	(63,000)
於2025年9月30日的結餘	-*	14,000	22,352	(1,481)	(1,079)	223,101	256,893	256,893

* 金額低於人民幣1,000元。

隨附附註構成歷史財務資料之一部分。

附錄一

會計師報告

綜合現金流量表

(以人民幣列示)

	附註	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
		2023年	2024年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
經營活動					
經營所得現金	17(b)	67,463	80,395	45,138	102,002
已付所得稅		(15,005)	(18,193)	(11,537)	(26,181)
經營活動所得現金淨額		52,458	62,202	33,601	75,821
投資活動					
存置存款證		(10,000)	–	–	–
購買以公允價值計量且其變動計入當期損益(「以公允價值計量且其變動計入當期損益」)的金融資產的付款		–	(68,000)	(68,000)	(359,000)
以公允價值計量且其變動計入當期損益的金融資產到期所得款項		–	68,265	48,144	359,756
購買物業、廠房及設備以及無形資產的付款		(104)	(19,235)	(18,379)	(4,281)
收購附屬公司的付款		(3,483)	(2,612)	(2,612)	(1,155)
已收利息		867	1,347	433	639
投資活動所用現金淨額		(12,720)	(20,235)	(40,414)	(4,041)
融資活動					
已付租賃租金的資本部分	17(c)	(5,598)	(4,726)	(3,309)	(4,314)
已付租賃租金的利息部分	17(c)	(496)	(1,463)	(1,060)	(1,159)
股東注資	23(a)	–	24,000	24,000	–
來自關聯方的現金墊款	17(c)	24,770	–	–	–
向關聯方還款	17(c)	–	(14,920)	(14,920)	(9,850)

附錄一

會計師報告

綜合現金流量表(續)

(以人民幣列示)

	附註	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
		2023年	2024年	2024年	2025年
		人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
[編纂]開支付款		[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
向一間附屬公司當時的					
控股股東派付的股息	17(c)	-	-	-	(3,000)
向非控股權益派付的股息.....	17(c)	-	(4,500)	(4,500)	-
融資活動所得/(所用)					
現金淨額.....		18,676	(1,759)	61	(19,174)
現金及現金等價物					
增加/(減少)淨額.....		58,414	40,208	(6,752)	52,606
年初/期初現金及					
現金等價物	17(a)	53,366	112,129	112,129	152,406
外匯匯率變動的影響		349	69	(11)	(15)
年末/期末現金及					
現金等價物	17(a)	112,129	152,406	105,366	204,997

隨附附註構成歷史財務資料之一部分。

歷史財務資料附註

1 歷史財務資料的編製及呈列基準

爺爺的農場國際控股有限公司（「貴公司」）於2021年10月4日根據開曼群島公司法（經修訂）在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。

貴公司為一家投資控股公司，自註冊成立以來未曾進行任何業務營運，除進行 貴公司日期為[●]的文件「歷史、重組及公司架構」一節所述的重組（「重組」）外。貴公司及其附屬公司（統稱「貴集團」）主要於中華人民共和國（「中國」）從事嬰童零輔食以及家庭食品產品的設計、研發、製造及銷售。

於2024年8月1日，貴集團附屬公司艾斯普瑞（廣州）食品有限公司（「艾斯普瑞廣州」）與吉安市井開區眾妙商務服務中心（有限合夥）（「由楊鋼先生（「楊先生」）控制之有限合夥企業」，「吉安合夥企業」）、姜福全先生（「姜先生」）、何建農先生（「何先生」）及劉海波先生（「劉先生」）訂立協議，以人民幣3,767,000元的總對價收購廣州健特唯日用品有限公司（「廣州健特唯日用品」）及廣州健特唯營養品有限公司（「廣州健特唯營養品」）（統稱「目標公司」）的100%股權（「收購事項」）。目標公司及艾斯普瑞廣州於收購事項前後均受楊先生共同控制，且該控制並非暫時性。收購事項已根據共同控制按業務合併入賬，猶如收購事項已自該等實體首次受楊先生共同控制之日起完成。目標公司的資產及負債採用楊先生視角之現有賬面值入賬。姜先生、何先生及劉先生於收購事項前持有之目標公司股權按權益中的非控股權益列示，直至收購事項完成為止。

本報告所載 貴集團於往績記錄期間的綜合損益及其他全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表包括 貴集團現時旗下公司的財務表現及現金流量，猶如目前 貴集團架構於整個往績記錄期間一直存在。本報告所載 貴集團於2023年12月31日的綜合財務狀況表的編製乃為呈報 貴集團現時旗下實體於該日期的財務狀況，猶如目前的集團架構於該日期（計及各自的註冊成立或成立日期（如適用））一直存在。在編製歷史財務資料時，集團內的結餘、交易及集團內交易的未變現收益／虧損悉數抵銷。

1 歷史財務資料的編製及呈列基準(續)

於本報告日期，由於 貴公司自註冊成立之日起並無進行任何業務營運(文件所披露的集團重組除外)，因此並無為其編製經審計財務報表。 貴集團附屬公司的財務報表需按法定要求根據其註冊成立及／或成立所在司法權區中適用於實體的相關會計規則及法規而編製。

歷史財務資料乃根據國際會計準則理事會(「國際會計準則理事會」)頒佈所有適用國際財務報告準則會計準則編製。有關重大會計政策資料的進一步詳情載於附註2。

國際會計準則理事會已頒佈多項新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則。就編製歷史財務資料而言， 貴集團已於往績記錄期間內採納所有適用的新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則，惟於2025年1月1日開始的會計期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋除外。於2025年1月1日開始的會計年度已頒佈但尚未生效的經修訂及新訂會計準則及詮釋載於附註27。

歷史財務資料亦遵從香港聯合交易所有限公司證券上市規則的適用披露規定。

下文所載會計政策已一致應用於歷史財務資料內呈列的所有期間。中期財務資料乃根據與歷史財務資料所採用的相同編製及呈列基準編製。

歷史財務資料及中期財務資料以人民幣呈列，除另有說明外，所有金額均湊整至最接近的千位數(人民幣千元)。

2 重大會計政策資料

(a) 計量基準

貴集團各實體的財務報表中所包含的項目，均採用最能體現與該實體相關的基礎事件和環境之經濟實質的貨幣(「功能貨幣」)計量。

編製歷史財務資料所採用的計量基準為歷史成本基準，惟若干金融資產按附註2(d)所述的公允價值入賬。

2 重大會計政策資料(續)

(b) 估計及判斷的使用

編製符合國際財務報告準則會計準則規定的歷史財務資料要求管理層作出會影響政策應用及資產、負債、收益與開支的呈報金額的判斷、估計及假設。估計及相關假設乃基於過往經驗及於有關情況下視為合理的多種其他因素作出，其結果構成判斷未能從其他來源明顯可得的資產及負債賬面值的基礎。實際結果可能有別於該等估計。

估計及相關假設獲持續檢討。倘會計估計修訂僅影響修訂估計期間，則於該期間確認會計估計的修訂；倘有關修訂影響現時及未來期間，則於修訂的期間及未來期間確認會計估計的修訂。

管理層在應用對歷史財務資料有重大影響的國際財務報告準則會計準則時所作出的判斷，以及估計不確定性的主要來源，於附註3內討論。

(c) 附屬公司及非控股權益

附屬公司為 貴集團控制的實體。倘 貴集團承擔或享有參與有關實體所得可變回報之風險及權利，並能通過其在該實體的權力影響該等回報時， 貴集團對該實體具有控制權。附屬公司的財務報表由控制權開始之日起直至控制權終止之日計入歷史財務資料。

集團內結餘及交易，以及集團內交易產生的任何未變現收益及支出(外幣交易收益或虧損除外)均予以抵銷。集團內交易產生的未變現虧損以與未變現收益相同的方式抵銷，惟僅在並無減值跡象的情況下進行。

就每項業務合併而言， 貴集團可選擇按公允價值或非控股權益所佔附屬公司可識別資產淨值的比例計量任何非控股權益。非控股權益在綜合財務狀況表內的權益項目中與 貴公司權益股東應佔的權益分開呈報。非控股權益所佔 貴集團業績的部分在綜合損益及其他全面收益表中呈報為非控股權益與 貴公司權益股東之間的年度損益總額和全面收益總額分配。

貴集團於附屬公司的權益變動，如不會導致喪失控制權，按權益交易列賬。

2 重大會計政策資料(續)

當 貴集團喪失於附屬公司的控制權時，按出售該附屬公司的全部權益入賬，由此產生的收益或虧損則在損益內確認。在喪失控制權當日所保留於前附屬公司的任何權益按公允價值確認，而此筆金額於初始確認金融資產時被視為公允價值，或(如適用)於初始確認於聯營公司或合營企業的投資時被視為成本。

於 貴公司的財務狀況表內，於附屬公司的投資乃按成本扣除任何減值虧損(見附註2(g)(ii))列賬。

(d) 股本投資除外的證券投資

證券投資於 貴集團承諾購買／出售投資當日確認／終止確認。投資初步按公允價值加直接應佔交易成本入賬，惟以公允價值計入損益入賬之投資除外，該等投資之交易成本直接於損益確認。該等投資其後根據其分類按以下方法入賬。

非股本投資分為以下計量類別之一：

- 倘持有投資乃為收取合約現金流量，即純粹為支付本金及利息，則分類為攤銷成本。預期信用損失、使用實際利率法計算的利息收入、匯兌收益及虧損均於損益確認。終止確認的任何收益或虧損於損益確認。
- 倘投資的合約現金流量僅包括本金及利息的支付，並且投資是在業務模式中持有，其目標是通過收取合約現金流量和銷售來實現的，則分類為以公允價值計量且其變動計入其他全面收益(「以公允價值計量且其變動計入其他全面收益」)－可轉撥。公允價值變動於其他全面收益確認，惟於損益確認的預期信用損失及利息收入(使用實際利率法計算)除外。當投資終止確認時，於其他全面收益內累計的金額自權益轉撥至損益。
- 倘投資不符合以攤銷成本或以公允價值計量且其變動計入其他全面收益(可轉撥)計量的標準，則分類為以公允價值計量且其變動計入當期損益。投資的公允價值變動(包括利息)於損益確認。

2 重大會計政策資料(續)

(e) 物業、廠房及設備

下列物業、廠房及設備以成本列賬，其包括已資本化借款成本，減累計折舊及任何累計減值虧損(見附註2(g)(ii))：

- 因租賃永久業權而產生的使用權資產；及
- 廠房及設備項目，包括租賃相關廠房及設備產生的使用權資產(見附註2(f))。

出售物業、廠房及設備項目產生的任何收益或虧損於損益內確認。

各項物業、廠房及設備在扣除其預計殘值(如有)後，採用直線法按下列估計使用年期內按足以撇銷其項目成本的折舊率計算，且一般於損益確認：

於往績記錄期間的估計可使用年期如下：

機器及設備.....	10年
辦公及其他設備.....	3至10年
機動車.....	4年
租賃物業裝修.....	租期或估計可使用年期(以較短者為準)

折舊方法、可使用年期及剩餘價值將每年進行審閱並調整(倘適用)。

在建工程指租賃物業裝修及待安裝的機器及設備，按成本減減值虧損(見附註2(g)(ii))入賬。成本包括資產的購買成本以及相關的建築及安裝成本。在建工程於資產大致可作擬定用途時轉撥至物業、廠房及設備，且將根據上文指定的折舊政策按適當比率計提折舊。並無就在建工程計提折舊。

(f) 租賃資產

於合約開始時，貴集團評估有關合約是否屬租賃或包含租賃。倘合約為換取代價而給予在一段時間內控制可識別資產使用的權利，則該合約為租賃或包含租賃。當客戶擁有直接使用已識別資產及獲得絕大部分來自該用途的經濟利益的權利時，控制權已轉移。

2 重大會計政策資料(續)

(i) 作為承租人

倘合約載有租賃部分及非租賃部分，貴集團已選擇不單獨劃分非租賃部分，並將各租賃部分及任何相關非租賃部分入賬，列為所有租賃的單一租賃部分。

於租賃開始日期，貴集團確認使用權資產及租賃負債，惟租賃期為12個月或以下的短期租賃除外。貴集團就低價值物品訂立租賃時，貴集團會按租賃基準決定是否將該租賃進行資本化確認。倘未撥充資本，相關租賃付款在租期內按系統化基準於損益確認。

當租賃資本化確認時，租賃負債初始按租賃期內應付租賃款項的現值確認，並使用租賃的內隱利率進行折現，或倘該利率不能輕易釐定，則使用相關的增量借款利率。於初步確認後，租賃負債以攤銷成本計量，而利息開支使用實際利率法確認。不取決於指數或比率的可變租賃付款不包括在租賃負債的計量中，並於產生時自損益扣除。

於租賃資本化時確認的使用權資產初始按成本計量，包括租賃負債的初始金額（經在開始日期或之前作出的任何租賃付款調整），加上所產生的任何初始直接成本以及拆卸及移除相關資產或恢復相關資產或復原相關資產所在地而產生的估計成本，扣除任何已收租賃優惠。使用權資產隨後按成本減累計折舊及減值虧損（見附註2(g)(ii)）列賬：

當未來租賃付款因一項指數或比率變動而發生變動，倘貴集團根據殘值擔保估計預期應付金額有變，或倘貴集團更改對是否行使購買、續租或終止選擇權的評估，則會重新計量租賃負債。按該方式重新計量租賃負債時，使用權資產的賬面值將相應調整，或倘使用權資產的賬面值已減至零，則於損益入賬。

倘有租賃修改，即租賃範圍或租賃代價有所變更，而該變更並非租賃合約原先所規定者，且有關修改並未作為單獨的租賃入賬，則亦會重新計量租賃負債。在該情況下，租賃負債根據經修訂的租賃付款及租期，使用經修訂的折現率在修改生效當日重新計量。

於綜合財務狀況表內，長期租賃負債的即期部分乃釐定為應於報告期後12個月內到期結算之合約付款的現值。

2 重大會計政策資料(續)

(g) 信用損失及資產減值

(i) 金融工具之信用損失

貴集團就以攤銷成本計量之金融資產(包括現金及現金等價物、存款證、貿易應收款項及其他應收款項)之預期信用損失(「預期信用損失」)確認損失撥備。按公允價值計量之金融資產毋須進行預期信用損失評估。

預期信用損失計量

預期信用損失乃信用損失的或然率加權估計。信用損失按合約及預期金額的所有預期現金差額的現值計量。

倘影響重大，預期現金差額乃採用以下貼現率貼現：

- 定息金融資產、貿易及其他應收款項：於初始確認時釐定的實際利率或其約數；及
- 浮息金融資產：當前實際利率；

估計預期信用損失時考慮的最長期限為 貴集團面臨信貸風險的最長合約期限。

於計量預期信用損失時，貴集團計及毋須付出過多成本或努力即可獲得之合理及可靠數據。該等數據報括有關過往事件、目前狀況及日後經濟狀況預測之資料。

預期信用損失乃按以下其中一項基準計量：

- 12個月預期信用損失：此乃報告日期後12個月內(或倘工具的預期年期少於12個月，則為較短期間)可能發生的違約事件導致的部分預期信用損失；及
- 全期預期信用損失：此乃預期信用損失模型適用項目預期年期內所有可能違約事件產生的預期信用損失。

貿易應收款項的損失撥備一直按等同於全期預期信用損失之金額計量。該等金融資產之預期信用損失乃基於 貴集團之過往信用損失經驗採用撥備矩陣進行估計，並因債務人特定因素、報告日期對當前及預測整體經濟狀況的評估而作

2 重大會計政策資料(續)

出調整。對於所有其他金融工具，貴集團確認相等於12個月預期信用損失的損失撥備，惟自初始確認以來金融工具的信貸風險顯著增加，且在該情況下損失撥備按等同於全期預期信用損失之金額計量則除外。

信貸風險顯著增加

當釐定金融工具(包括貸款承諾)的信貸風險自初始確認以來有否大幅上升以及計量預期信用損失時，貴集團會考慮合理可靠且在無需付出過多成本或努力下即可獲得的相關數據。其包括基於貴集團過往經驗及知情信貸評估(含前瞻性數據)之定量及定性數據以及分析。

具體而言，於評估信貸風險自初始確認起是否已顯著增加時，乃計及以下資料：

- 未能於合約到期日支付本金或利息；
- 金融工具之外在或內在信貸評級(如有)實際或預期明顯轉壞；
- 債務人的經營業績實際或預期明顯轉壞；及
- 技術、市場、經濟或法律環境對債務人向貴集團履行其責任的能力造成重大不利影響之現有或預測變動。

視乎金融工具之性質，信貸風險的顯著增加按個別基準或共同基準作出評估。按共同基準進行評估時，有關金融工具乃按共有的信貸風險特徵(例如逾期狀況及信貸風險評級)分組。

預期信用損失於各報告日期重新計量，以反映金融工具自初始確認起的信貸風險變動。任何預期信用損失金額之變動於損益中確認為減值收益或虧損。貴集團就按損失撥備賬相應調整賬面值之所有金融工具確認減值收益或虧損。

2 重大會計政策資料(續)

信貸減值之金融資產

根據附註2(q)(ii)確認的利息收入根據金融資產的賬面總值計算，除非金融資產出現信貸減值，在該情況下利息收入根據金融資產的攤銷成本(即賬面總值減損失撥備)計算。

於各報告日期，貴集團評估一項金融資產是否出現信貸減值。倘發生一項或多項對金融資產之估計未來現金流量造成不利影響之事件，則該金融資產出現信貸減值。

金融資產出現信貸減值之證據包括以下可觀察事件：

- 債務人面臨重大財務困難；
- 違反合約，例如違約或未能支付利息或本金；
- 債務人很有可能破產或進行其他財務重組；或
- 發行人面臨財務困難導致證券不存在活躍市場。

撤銷政策

倘日後實際上不可收回，則會撤銷金融資產之賬面總值。該情況一般出現於貴集團確定債務人並無可產生足夠現金流量的資產或收入來源以償還須撤銷金額之時。

隨後收回先前撤銷的資產於回收期間在損益中確認為減值撥回。

(ii) 其他非流動資產減值

貴集團於各報告日期審閱以下非金融資產的賬面值，以釐定是否存在任何減值跡象：

- 物業、廠房及設備(包括在建工程)；
- 使用權資產；
- 無形資產；
- 貴公司財務狀況表中於附屬公司之投資。

2 重大會計政策資料(續)

倘存在任何有關跡象，則估計該資產的可收回金額。此外，就尚未可供使用之無形資產及可使用年期不確定之無形資產而言，其可收回金額會每年估計，無論是否存在任何減值跡象。

計算可收回金額

資產之可收回金額指其使用價值與公允價值減出售成本兩者中之較高者。使用價值乃基於估計日後現金流量，並根據除稅前貼現率貼現至現值，而該貼現率須能反映市場現行對款項之時間價值及資產獨有風險之評估。倘某項資產之現金流入大致上不能獨立於其他資產之現金流入，則就可獨立產生現金流入之最小資產組別(即現金產生單位)釐定可收回金額。

減值虧損撥回

其他資產的減值虧損僅在所產生之賬面值不會超過在並無確認減值虧損的情況下，經扣除折舊或攤銷後原應釐定的賬面值時予以撥回。

(h) 存貨

存貨是指日常業務過程中持作出售、處在為該等銷售的生產過程中，或在生產過程或提供服務中耗用的材料或物料形式持有的資產。

存貨按成本及可變現淨值的較低者計量。

成本使用加權平均成本公式計算，包括所有採購成本、轉換成本以及將存貨運至現存地點及達至現狀所產生的其他成本。

可變現淨值為日常業務過程中的估計售價減完成的估計成本及進行銷售所需的估計成本。

存貨一經售出，其賬面值即於相關收入確認期間確認為開支。

將存貨撇減至可變現淨值的金額以及所有存貨虧損於撇減或虧損發生期間確認為開支。任何存貨撇減的任何撥回金額確認為於撥回發生期間確認為開支的存貨金額的減少。

2 重大會計政策資料(續)

(i) 合約負債

合約負債在 貴集團確認相關收入前客戶支付不可退還代價時確認。倘 貴集團擁有無條件權利在 貴集團確認相關收入前收取不可退還代價，則合約負債亦會獲確認。在後者情況下，相應應收款項亦會獲確認(見附註2(j))。

合約包括重大融資成分時，合約結餘包括按實際利率法應計的利息(見附註2(q)(ii))

(j) 貿易及其他應收款項

應收款項於 貴集團擁有無條件權利收取代價時確認，且代價僅隨時間推移即會成為到期應付。

並無包含重大融資部分的貿易應收款項初步按其交易價格計量。包含重大融資部分的貿易應收款項及其他應收款項初步按公允價值加交易成本計量。所有應收款項其後以攤銷成本列賬，採用實際利率法，並計入信用損失撥備(見附註2(g)(i))。

(k) 現金及現金等價物

現金及現金等價物包括銀行現金及手頭現金、銀行及其他金融機構活期存款以及其他短期、高流動性、易於轉換為已知金額現金、價值變動風險很小、購買時到期日在三個月內的投資。現金及現金等價物就預期信用損失進行評估(見附註2(g)(i))。

(l) 貿易及其他應付款項

貿易及其他應付款項初步按公允價值確認。初步確認後，貿易及其他應付款項以攤銷成本列賬，若折現影響並不重大則按發票金額列賬。

(m) 計息借款

計息借款初步按公允價值減交易成本計量。其後，該等借款乃使用實際利率法以攤銷成本呈列。利息支出乃根據附註2(s)確認。

2 重大會計政策資料(續)

(n) 僱員福利

(i) 短期僱員福利及界定供款退休計劃供款

短期僱員福利隨着相關服務獲提供而支銷。倘 貴集團因僱員提供的過往服務而存在支付金額的現有法律或推定責任，且責任能可靠估計，則會就預期須支付金額確認負債。

界定供款退休計劃供款責任隨着相關服務獲提供而支銷。

(ii) 離職福利

當 貴集團不再能夠撤回提供有關福利或 貴集團確認重組成本(以較早者為準)時，則離職福利列為開支。

(o) 所得稅

所得稅開支包括即期稅項及遞延稅項，於損益內確認，惟倘其與業務合併或直接於權益或其他全面收益確認的項目有關則除外。

即期稅項包括年內應課稅收入或虧損的估計應付或應收稅項，並就過往年度應付或應收稅項作出任何調整。應付或應收即期稅項金額為預期將支付或收取的稅項金額的最佳估計，並反映與所得稅相關的任何不確定性。其使用於報告日期已頒佈或實質上已頒佈的稅率計量。即期稅項亦包括股息產生的任何稅項。

僅於滿足若干準則的情況下，方可抵銷即期稅項資產及負債。

遞延稅項就用作財務報告目的的資產及負債的賬面值與用作稅項目的的金額之間的暫時性差異確認。並未就以下各項確認遞延稅項：

- 於非業務合併及並不影響會計或應課稅損益，且不產生同等的應課稅及可抵扣暫時性差異的交易中資產或負債初步確認的暫時性差異；

2 重大會計政策資料(續)

- 與於附屬公司、聯營公司及合營企業的投資相關的暫時性差異，惟以 貴集團能夠控制暫時性差異撥回時間且其可能不會於可預見未來撥回為限；
- 初步確認商譽產生的應課稅暫時性差異；及
- 與為實施經濟合作暨發展組織公布的支柱二規則模板而頒佈或實質上頒佈的稅法所產生的所得稅有關者。

貴集團就其租賃負債及使用權資產分別確認遞延稅項資產及遞延稅項負債。

遞延稅項資產乃於可能有未來應課稅溢利可用以抵銷該等應課稅溢利時就未使用稅項虧損、未使用稅項抵免及可扣減暫時性差異予以確認。未來應課稅溢利乃根據相關應課稅暫時性差異的撥回釐定。倘應課稅暫時差異的金額不足以全額確認遞延稅項資產，則根據 貴集團個別附屬公司的業務計劃，考慮對現有暫時性差異的撥回進行調整的未來應課稅溢利。遞延稅項資產於各報告日期進行檢討，並於不再可能實現相關稅項利益時減少；當未來應課稅溢利的可能性提高時，有關減少則會被撥回。

遞延稅項的計量反映 貴集團於報告日期預期收回或結算其資產及負債賬面值的方式會帶來的稅務影響。

僅於滿足若干準則的情況下，方可抵銷遞延稅項資產及負債。

(p) 撥備及或然負債

一般而言，撥備按能夠反映貨幣的時間價值的現時市場評估及負債特定風險的稅前利率折現預期未來現金流量釐定。

倘所需經濟利益流出不太可能出現，或金額無法可靠估計，則債務以或然負債形式披露，除非經濟利益流出可能性極微則作別論。潛在債務(僅在發生或未有發生一項或多項未來事件時確認出現)亦以或然負債形式披露，除非經濟利益流出可能性極微則作別論。

2 重大會計政策資料(續)

倘部分或全部結算撥備所需開支預期將由其他方支付，則會就任何幾近確定的預期報銷確認獨立資產。就報銷確認的金額以撥備賬面值為上限。

(q) 收入及其他收益

貴集團於日常業務過程中銷售商品或提供服務時產生的收益分類為收入。

有關 貴集團收入及其他收益確認政策的進一步詳情如下：

(i) 客戶合約收入

當對產品的控制權轉移予客戶時， 貴集團按預期其有權獲得的承諾代價金額(不包括代表第三方收取的金額，例如增值稅或其他營業稅) 確認收入。

產品銷售收入在資產控制權轉移給客戶時確認，一般是在客戶驗收後確認。

貴集團為其收入交易的主要責任人，並按交易總額確認收入，包括銷售外部直接採購的商品。於確定 貴集團是作為主要責任人還是作為代理人時， 貴集團會考慮在將產品轉讓予客戶前是否獲得產品控制權。控制權指 貴集團指導產品的使用並從產品中獲取絕大部分剩餘利益的能力。

貴集團向符合 貴集團激勵政策相關要求的重點客戶及經銷商提供銷售返利。提供予該等客戶的銷售返利產生了可變代價，該可變代價被視為交易價格的扣減。於向該等客戶銷售產品時， 貴集團經考慮於各報告日期估計及更新的因銷售返利及退貨產生的交易價格調整後確認收入。

2 重大會計政策資料(續)

(ii) 其他收入及收益淨額

(a) 利息收入

利息收入按實際利率法確認，「實際利率法」指通過金融資產的預計可使用年期將估計未來現金收入準確貼現至該金融資產的賬面總值的利率。於計算利息收入時，實際利率應用於資產的賬面總值(當資產未發生信貸減值)。

(b) 政府補助

倘可合理確定能夠收取政府補助，且 貴集團將符合政府補助所附帶的條件，則政府補助將初步在財務狀況表中確認。

補償 貴集團所產生開支的補助於產生開支的同一期間有系統地於損益確認為收入。

補償 貴集團資產成本之補助自資產賬面值扣除，其後於該項資產之可使用年期以減少折舊開支方式於損益內有效確認。

(r) 外幣換算

外幣交易按交易日期的匯率換算為集團公司各自的功能貨幣。

以外幣計值的貨幣資產及負債按報告日期的匯率換算為功能貨幣。按公允價值以外幣計量的非貨幣資產及負債按釐定公允價值當日的匯率換算為功能貨幣。按歷史成本以外幣計量的非貨幣資產及負債按交易日期的匯率換算。外幣差額一般於損益確認。

海外業務的資產及負債按報告日期的匯率換算為人民幣。海外業務的收入及開支按交易日期的匯率換算為人民幣。

外幣差額於其他全面收益確認，並於匯兌儲備金中累計，惟分配予非控股權益的換算差額除外。

2 重大會計政策資料(續)

(s) 借款成本

直接歸屬於收購、建設或生產資產(為必須經一段長時間方可達致其預定用途或出售之資產)之借款成本，乃資本化為該資產之成本之一部分。其他借款成本均於其產生期間支銷。

(t) 關聯方

(a) 倘屬以下人士，則該名人士或該名人士的近親家庭成員與 貴集團有關聯：

- (i) 擁有對 貴集團的控制權或共同控制權；
- (ii) 對 貴集團擁有重大影響力；或
- (iii) 為 貴集團或 貴集團母公司的主要管理人員。

(b) 倘符合以下任何條件，則實體與 貴集團有關聯：

- (i) 該實體與 貴集團屬同一集團之成員公司，即母公司、附屬公司及同系附屬公司彼此相互關聯。
- (ii) 一個實體為另一實體之聯營公司或合資企業，或為另一實體所屬集團成員公司之聯營公司或合資企業。
- (iii) 兩個實體均為同一第三方的合資企業。
- (iv) 一個實體為第三方實體的合資企業，而另一實體為該第三方實體的聯營公司。
- (v) 該實體為就 貴集團或與 貴集團有關聯之實體之僱員利益而設立的離職後福利計劃。
- (vi) 該實體受第(a)項所指明人士控制或共同控制。
- (vii) 第(a)(i)項所指明人士對該實體有重大影響力或屬該實體(或該實體的母公司)的主要管理人員。
- (viii) 該實體或其所屬集團之任何成員公司向 貴集團或 貴集團母公司提供主要管理人員服務。

某人士之近親家庭成員指預期可影響該人士與該實體交易之家庭成員，或受該人士與該實體交易影響之家庭成員。

2 重大會計政策資料(續)

(u) 分部報告

經營分部及財務報表內列報各分部項目的款項，乃取自就 貴集團各業務線及地區分配資源及評估其表現而定期向 貴集團最高行政管理層提供的歷史財務數據。

個別重大經營分部不會就財務報告的目的而進行合計，除非有關分部具有類似經濟特徵，且具有類似的產品及服務性質、生產工序性質、客戶類型或類別、分銷產品或提供服務所用方法，及監管環境性質。個別非重大的經營分部倘符合上述大部分標準，則可予合計。

3 會計判斷及估計

應用 貴集團會計政策過程中的估計不確定因素的主要來源如下：

(i) 存貨的可變現淨值

存貨的可變現淨值為於日常業務過程中的估計售價，並扣減估計完成成本及出售開支。該等估計乃基於當前市況及出售性質類似之產品之過往經驗而定，可因顧客偏好轉變及競爭者為應對嚴峻行業周期所作出的行動而大幅變動。管理層於各報告期末重新評估該等估計。

(ii) 折舊及攤銷

物業、廠房及設備(不包括在建工程)、使用權資產以及無形資產的折舊或攤銷乃按資產的估計可使用年期，以直線法計算。 貴集團定期審核資產的估計可使用年期以釐定於往績記錄期間錄得的折舊及攤銷開支金額。可使用年期乃根據 貴集團於相近資產的過往經驗計算。倘過往估計出現重大變動，則日後期間的折舊及攤銷開支亦會作出調整。

4 收入及分部呈報

(a) 收入

貴集團的主要業務活動為設計、研發、生產及銷售嬰童零輔食以及家庭食品產品。

(i) 收入劃分

按銷售渠道及收入確認時間劃分的來自與客戶合約的收入劃分如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
			(未經審計)	(未經審計)
國際財務報告準則第15號				
範圍內之來自與客戶				
合約的收入				
按銷售渠道劃分				
直銷渠道.....	257,157	370,460	261,374	328,323
經銷渠道				
— 電商平台	192,977	281,349	206,562	235,007
— 重點客戶	62,655	61,924	46,171	57,530
— 經銷商	109,600	161,616	119,081	158,917
	<u>365,232</u>	<u>504,889</u>	<u>371,814</u>	<u>451,454</u>
	<u>622,389</u>	<u>875,349</u>	<u>633,188</u>	<u>779,777</u>
按收入確認時間劃分				
— 在某時間點.....	<u>622,389</u>	<u>875,349</u>	<u>633,188</u>	<u>779,777</u>

4 收入及分部呈報(續)

貴集團擁有的客戶群多元化，截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，一名客戶(「客戶A」)的交易額超過 貴集團收入的10%。於往績記錄期間，向客戶A銷售產品的收入，(包括向 貴集團已知受客戶A共同控制之實體的銷售)載列如下。

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
客戶A.....	131,906	212,005	156,086	187,262

(ii) 預期於未來確認來自於報告日期現有合約的收入

於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日， 貴集團已將國際財務報告準則第15號第121段中的實際權宜應用於產品銷售合約，因此， 貴集團無需披露預計未來將確認的收入信息(履行預計期限為一年或更短的產品銷售合約項下的剩餘履約義務時有權獲得的收入)。

(b) 分部呈報

貴公司董事已被確認為 貴集團最高行政管理層。 貴集團的整體業務由最高行政管理層進行管理，以便進行資源分配及績效評估，因此 貴集團僅有一個經營分部。 貴集團的最高行政管理層在評估該分部績效及作出分配決策時，會審查 貴集團的綜合經營業績，故未呈列任何可報告的分部資料。

由於 貴集團的絕大部分業務及資產均位於中國，故並無呈列地域資料。

5 其他收入及收益淨額

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
利息收入.....	1,106	1,647	672	864
政府補助.....	200	166	2	253
外匯收益／(虧損)淨額.....	618	(444)	(435)	928
以公允價值計量且其變動計入 當期損益的金融資產的已變現 收益淨額.....	—	265	144	756
其他.....	514	810	185	1,699
	<u>2,438</u>	<u>2,444</u>	<u>568</u>	<u>4,500</u>

(i) 政府補助主要指若干中國地方政府部門發放的各種無條件現金補貼。

6 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除：

(a) 財務成本

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
租賃負債利息.....	<u>496</u>	<u>1,463</u>	<u>1,060</u>	<u>1,159</u>

6 除稅前溢利(續)

(b) 員工成本

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
薪金、工資及其他福利	51,696	76,269	49,425	68,893
界定供款退休計劃供款	2,679	3,814	2,737	3,996
	<u>54,375</u>	<u>80,083</u>	<u>52,162</u>	<u>72,889</u>

附註：於中國成立的 貴集團附屬公司的僱員參加當地市政府管理的界定供款基本養老金計劃。據此，該等公司必須根據當地市政府協議的僱員薪金的一定比率向該計劃供款。該等公司的僱員當到達其正常退休年齡時有權享有上述退休計劃按中國平均薪金水平百分比計算的福利。

在香港註冊成立的附屬公司根據香港《強制性公積金計劃條例》為受香港《僱傭條例》保障的受僱僱員設立強制性公積金計劃(「強積金計劃」)。該強積金計劃為界定供款退休計劃。根據強積金計劃，僱主及其僱員均須按僱員有關薪金的5%為強積金計劃作出供款，而每月有關薪金上限為30,000港元。計劃供款實時歸屬，並無已沒收供款可供 貴集團用作減低現有供款水平。

除上述供款外， 貴集團並無其他責任支付其他退休福利。

6 除稅前溢利(續)

(c) 其他項目

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
已售存貨成本#	253,140	329,344	244,348	302,074
物業、廠房及設備折舊(附註11)	493	771	408	2,200
使用權資產折舊(附註12)	5,451	6,222	4,759	4,706
無形資產攤銷	—	22	5	47
未計入租賃負債計量的租賃開支— 短期租賃(附註12)	299	1,357	1,017	435
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

存貨成本包括截至2023年及2024年止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月與員工成本、折舊及攤銷開支有關的零、零、零(未經審計)及人民幣3,498,000元(未經審計)，該等金額亦已計入上文或附註6(b)按各項開支獨立披露的相關總額內。

7 綜合損益及其他全面收益表中的所得稅

(a) 綜合損益及其他全面收益表中的稅項指：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
即期稅項				
年內／期內撥備.....	15,857	22,666	16,808	22,872
遞延稅項				
暫時性差額的產生及撥回.....	(275)	(218)	(559)	(1,662)
預扣稅項.....	3,444	5,960	4,658	2,170
	<u>3,169</u>	<u>5,742</u>	<u>4,099</u>	<u>508</u>
	<u>19,026</u>	<u>28,408</u>	<u>20,907</u>	<u>23,380</u>

- (i) 根據開曼群島及英屬維爾京群島（「英屬維爾京群島」）的稅務規則及規例，貴集團毋須於開曼群島及英屬維爾京群島繳納任何所得稅。
- (ii) 貴集團於香港註冊成立的附屬公司於往績記錄期間的適用利得稅稅率為16.5%，惟貴集團的一間附屬公司除外，其為利得稅兩級制下的合資格企業。就該附屬公司而言，首2,000,000港元應課稅溢利按8.25%的稅率納稅，而餘下應課稅溢利則按16.5%的稅率納稅。
- (iii) 於往績記錄期間，貴集團於中國內地的附屬公司的應課稅收入須按25%的稅率繳納中國所得稅，惟下文所述者除外。

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，貴集團分別有四家、五家、五家（未經審計）及一家（未經審計）附屬公司符合授予中國小型微利企業的優惠稅率標準，因此有權就首個人民幣1,000,000元的應課稅收入按2.5%的優惠稅率納稅及就隨後的人民幣1,000,000元至人民幣3,000,000元的應課稅收入按5%的稅率納稅。

- (iv) 艾斯普瑞廣州於2022年12月獲認定為高新技術企業（「高新技術企業」），並於截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月有權享有15%的優惠稅率。艾斯普瑞廣州於2025年12月19日續申其高新技術企業資格，預計將於2026年5月前取得經延期高新技術企業資格。
- (v) 根據企業所得稅法（「企業所得稅法」），自2008年1月1日起，中國內地公司向非中國居民直接控股公司分配利潤時，向該非中國居民投資者分配的利潤按5%或10%（視乎非中國居民投資者註冊成立之司法權區而定）的稅率繳納預扣稅。

7 綜合損益及其他全面收益表中的所得稅(續)

(b) 所得稅開支與按適用稅率計算的會計溢利之對賬如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
除稅前溢利.....	94,490	131,019	98,915	110,800
除稅前溢利的名義稅項(按相關 司法權區適用於溢利之稅率 計算).....	23,002	33,235	25,106	28,561
享受優惠稅率的附屬公司 的稅收優惠.....	(9,354)	(13,745)	(11,021)	(9,127)
不可扣稅開支的稅務影響.....	1,934	2,387	1,704	1,172
未確認可抵扣暫時性差額 的稅務影響.....	–	571	460	604
預扣稅項.....	3,444	5,960	4,658	2,170
所得稅開支.....	19,026	28,408	20,907	23,380

8 董事酬金

歷史財務數據中記錄的董事酬金如下：

截至2023年12月31日止年度

	薪金、津貼		退休		小計	股份支付	總計
	董事袍金	及實物福利	酌情花紅	計劃供款			
	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	人民幣千元	人民幣千元
執行董事							
楊鋼先生.....	-	-	-	-	-	-	-
姜福全先生.....	-	191	-	8	199	-	199
何建農先生.....	-	-	-	-	-	-	-
劉海波先生.....	-	181	-	8	189	-	189
	-	372	-	16	388	-	388

截至2024年12月31日止年度

	薪金、津貼		退休		小計	股份支付	總計
	董事袍金	及實物福利	酌情花紅	計劃供款			
	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	人民幣千元	人民幣千元
執行董事							
楊鋼先生.....	-	385	-	10	395	-	395
姜福全先生.....	-	190	-	9	199	-	199
何建農先生.....	-	-	-	-	-	-	-
劉海波先生.....	-	190	-	9	199	-	199
	-	765	-	28	793	-	793

8 董事酬金(續)

截至2025年9月30日止九個月(未經審計)

	薪金、津貼		酌情花紅	退休		股份支付	總計
	董事袍金	及實物福利		計劃供款	小計		
	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	人民幣千元	人民幣千元
執行董事							
楊鋼先生.....	-	497	-	12	509	-	509
姜福全先生.....	-	250	-	9	259	-	259
何建農先生.....	-	179	-	6	185	-	185
劉海波先生.....	-	200	-	9	209	-	209
	-	1,126	-	36	1,162	-	1,162

截至2024年9月30日止九個月(未經審計)

	薪金、津貼		酌情花紅	退休		股份支付	總計
	董事袍金	及實物福利		計劃供款	小計		
	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	人民幣千元	人民幣千元
執行董事							
楊鋼先生.....	-	217	-	5	222	-	222
姜福全先生.....	-	143	-	7	150	-	150
何建農先生.....	-	-	-	-	-	-	-
劉海波先生.....	-	143	-	7	150	-	150
	-	503	-	19	522	-	522

附註：於往績記錄期間，貴集團概無已付或應付予下文附註9所載董事或任何最高薪酬人士的款項作為加入或於加入貴集團時的獎勵或離職補償。於往績記錄期間，並無董事放棄或同意放棄任何酬金的安排。

9 最高薪酬人士

於截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，五名最高薪酬人士中，有零、零、零（未經審計）及一名（未經審計）為董事（其酬金於附註8披露）。

其他5名、5名、5名（未經審計）及4名（未經審計）人士的薪酬總額如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
薪酬及酬金.....	1,968	3,283	2,593	2,100
酌情花紅.....	620	654	491	339
退休計劃供款.....	46	78	53	72
	<u>2,634</u>	<u>4,015</u>	<u>3,137</u>	<u>2,511</u>

五名、五名、五名（未經審計）及四名（未經審計）最高薪酬人士的酬金位於以下範圍內：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人數	人數	人數 (未經審計)	人數 (未經審計)
港元（「港元」）				
零至1,000,000.....	5	4	5	4
1,000,001至1,500,000.....	—	1	—	—
	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>5</u>	<u>4</u>

於往績記錄期間，貴集團並無向上述非董事最高薪酬人士支付或應付任何款項，作為加入貴集團或於加入貴集團時之獎勵，或作為失去與管理貴集團任何成員公司事務有關的任何職位之離職補償。

10 每股盈利

(a) 每股基本盈利

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，每股基本盈利乃按 貴公司普通權益股東應佔溢利除以已發行 100,000股普通股加權平均數計算如下：

上述普通股加權平均數並無計及附註28所披露將於緊接[編纂]前生效的[編纂]的影響。

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
			(未經審計)	(未經審計)
貴公司普通權益股東應佔溢利				
(人民幣千元)	73,066	102,050	77,447	87,420
年末／期末普通股加權平均數 . . .	100,000	100,000	100,000	100,000
每股基本盈利				
(以每股人民幣元列示)	731	1,021	774	874

(b) 每股攤薄盈利

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，概不存在潛在攤薄普通股，因此每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

附錄一

會計師報告

11 物業、廠房及設備

	機器及 設備	機動車	辦公及 其他設備	租賃 物業裝修	在建工程	總計
	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	人民幣千元
成本：						
於2023年1月1日 ...	24	–	780	1,385	–	2,189
添置	18	–	91	–	–	109
於2023年12月31日及 2024年1月1日 ...	42	–	871	1,385	–	2,298
添置	569	146	922	3,378	17,940	22,955
轉讓	2,720	–	566	6,878	(10,164)	–
於2024年12月31日 .	3,331	146	2,359	11,641	7,776	25,253
添置(未經審計)....	1,187	29	957	70	269	2,512
轉讓(未經審計)....	7,776	–	–	22	(7,798)	–
於2025年9月30日 (未經審計).....	12,294	175	3,316	11,733	247	27,765
累計折舊：						
於2023年1月1日 ...	–	–	(198)	(485)	–	(683)
年內支出.....	(3)	–	(213)	(277)	–	(493)
於2023年12月31日 及2024年1月1日..	(3)	–	(411)	(762)	–	(1,176)
年內支出.....	(33)	(7)	(279)	(452)	–	(771)
2024年12月31日 ...	(36)	(7)	(690)	(1,214)	–	(1,947)
期內支出(未經審計)	(798)	(29)	(394)	(979)	–	(2,200)
於2025年9月30日 (未經審計).....	(834)	(36)	(1,084)	(2,193)	–	(4,147)
賬面淨值：						
於2023年12月31日 .	39	–	460	623	–	1,122
於2024年12月31日 .	3,295	139	1,669	10,427	7,776	23,306
於2025年9月30日 (未經審計).....	11,460	139	2,232	9,540	247	23,618

12 使用權資產

貴集團的使用權資產賬面值分析如下：

	物業
	人民幣千元
成本	
於2023年1月1日	19,758
添置	1,012
出售	(188)
於2023年12月31日及2024年1月1日	20,582
添置	29,955
修改	(525)
出售	(7,568)
於2024年12月31日及2025年1月1日	42,444
添置(未經審計)	8,310
因租約到期而減少	(38)
於2025年9月30日(未經審計)	50,716
累計折舊	
於2023年1月1日	(7,680)
年內支出	(5,451)
出售	188
於2023年12月31日及2024年1月1日	(12,943)
年內支出	(6,222)
修改	570
出售	7,417
於2024年12月31日及2025年1月1日	(11,178)
期內支出(未經審計)	(4,706)
出售(未經審計)	38
於2025年9月30日(未經審計)	(15,846)
賬面淨值：	
於2023年12月31日	7,639
於2024年12月31日	31,266
於2025年9月30日(未經審計)	34,870

物業租賃的初始租賃期通常為2至10年。使用權資產增加主要與新租賃協議項下的資本化租賃應付款項有關。概無租賃包括可變租賃付款。

12 使用權資產(續)

於損益內確認的有關租賃的開支項目分析如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
			(未經審計)	(未經審計)
物業使用權資產的折舊費用.....	5,451	6,222	4,759	4,706
與短期租賃相關的開支				
(附註6(c))	299	1,357	1,017	435
租賃負債利息(附註6(a))	496	1,463	1,060	1,159
	<u>6,246</u>	<u>9,042</u>	<u>6,836</u>	<u>6,300</u>

有關租賃現金流出總額及租賃負債到期日分析的詳情分別載於附註17(d)及附註21。

13 投資附屬公司

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
			(未經審計)
投資附屬公司	<u>16,107</u>	<u>40,804</u>	<u>40,229</u>

附錄一

會計師報告

13 投資附屬公司(續)

於往績記錄期間及截至本報告日期，貴公司於以下主要附屬公司擁有直接或間接權益：

公司名稱	附註	註冊成立／成立地點及日期	已發行及繳足資本詳情	貴集團持有的實際權益			主要業務
				於12月31日	於12月31日	於本報告日期	
				2023年	2024年	2025年	
貴公司直接持有							
艾斯普瑞控股有限公司	(iv)	英屬維爾京群島／ 2021年10月26日	1美元／1美元	100%	100%	100%	投資管理
貴公司間接持有							
健特唯集團有限公司	(ii)(iii)	香港／2021年11月16日	10,000港元／10,000港元	100%	100%	100%	投資管理
艾斯普瑞企業有限公司	(iii)	香港／2023年8月15日	10,000港元／10,000港元	100%	100%	100%	知識產權持有
爺爺的農場(香港)有限公司	(ii)(iii)	香港／2022年3月14日	10,000港元／10,000港元	100%	100%	100%	進口產品採購
艾斯普瑞(廣州)食品 有限公司	(i)(iv)	中國／2017年10月20日	人民幣60,000,000元／ 人民幣60,000,000元	100%	100%	100%	研發、設計、 生產、銷售及 營銷
上海適貝電子商務有限公司	(i)(iv)	中國／2015年7月1日	人民幣2,000,000元／ 人民幣2,000,000元	100%	100%	100%	銷售及營銷
廣州健特唯日用品有限公司	(i)(iv)	中國／2015年3月20日	人民幣5,000,000元／ 人民幣5,000,000元	40%	100%	100%	銷售及營銷
廣州健特唯電子商務 有限公司	(i)(iv)	中國／2023年9月13日	人民幣2,000,000元／ 人民幣2,000,000元	100%	100%	100%	銷售及營銷
艾斯普瑞(廣州)健康產品有限 公司	(i)(iv)	中國／2024年5月14日	人民幣2,000,000元／ 人民幣2,000,000元	不適用	100%	100%	銷售及營銷
廣州健特唯營養品有限公司	(i)(iv)	中國／2018年3月19日	人民幣5,000,000元／ 人民幣5,000,000元	55%	100%	100%	銷售及營銷

13 投資附屬公司(續)

附註：

- (i) 該等實體為中國有限公司。該等實體的官方名稱為中文。英文名稱僅供識別。
- (ii) 該等實體截至2023年12月31日止年度的財務報表，乃依據香港會計師公會頒佈的香港中小企業財務報告準則編製，並由香港智華會計師事務所審計。
- (iii) 該等實體截至2024年12月31日止年度的財務報表乃依劇香港會計師公會頒佈的中小企業財務報告準則編製，並由瑞德會計師事務所有限公司審計。
- (iv) 並無編製該等實體截至2023年及2024年12月31日止年度的經審計財務報表。

貴集團旗下所有公司均已採納12月31日為其財政年度結算日。

14 存貨

(a) 綜合財務狀況表內的存貨包括：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
原材料	–	2,280	2,936
產成品及在途商品	40,034	48,277	44,122
封裝材料及其他	1,060	738	2,490
	<u>41,094</u>	<u>51,295</u>	<u>49,548</u>

(b) 確認為開支並計入損益的存貨金額的分析如下：

	截至12月31日止年度		截止9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
已消耗存貨賬面值	254,420	329,221	244,356	303,853
存貨撇減／(撇減撥回)	156	363	146	(34)
	<u>254,576</u>	<u>329,584</u>	<u>244,502</u>	<u>303,819</u>

15 應收附屬公司款項

應收附屬公司款項為應收股息。

附錄一

會計師報告

16 貿易應收款項、其他應收款項及預付款項

(a) 貿易及其他應收款項

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
貿易應收款項 (扣除損失撥備)			
— 第三方	40,202	76,269	101,102
— 關聯方 (附註26(d))	—	9	273
	<u>40,202</u>	<u>76,278</u>	<u>101,375</u>
應收關聯方款項 (附註26(d))	2	19	2
可扣減增值稅	6,668	7,747	12,880
按金	3,633	5,032	5,003
應收利息	239	539	764
其他	634	1,384	1,432
減：非流動			
按金	590	1,639	2,062
	<u>50,788</u>	<u>89,360</u>	<u>119,394</u>

預期 貴集團貿易及其他應收款項的流動部分將於一年內收回或確認為開支，或按要求收回。

貿易應收款項的賬齡分析：

截至報告期末，按發票日期計算並扣除損失撥備後的貿易應收款項賬齡分析如下：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
3個月內	39,233	75,805	100,873
3個月以上	969	473	502
	<u>40,202</u>	<u>76,278</u>	<u>101,375</u>

(b) 預付款項

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
購買商品	10,053	12,563	15,058
廣告及推廣開支	4,306	5,935	14,356
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他	6	143	351
減：非流動			
— 廣告及推廣開支	1,981	849	—
	<u>12,534</u>	<u>18,142</u>	<u>31,003</u>

17 現金及現金等價物以及其他現金流量數據

(a) 現金及現金等價物包括：

	於12月31日		於9月30日
	2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元 (未經審計)
銀行現金及手頭現金	110,977	147,669	202,850
存放於支付平台的現金等價物	1,152	4,737	2,147
	<u>112,129</u>	<u>152,406</u>	<u>204,997</u>

(b) 除稅前溢利與經營活動產生的現金之對賬：

	附註	截至12月31日止年度		截止9月30日止九個月	
		2023年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2024年 人民幣千元	2025年 人民幣千元 (未經審計)
除稅前溢利		94,490	131,019	98,915	110,800
調整：					
自有物業、廠房及					
設備折舊	6(c)	493	771	408	2,200
使用權資產折舊	6(c)	5,451	6,222	4,759	4,706
無形資產攤銷	6(c)	-	22	5	47
財務成本	6(a)	496	1,463	1,060	1,159
貿易及其他應收款項減值					
虧損／(減值虧損撥回) . . .		1,255	151	(59)	276
出售及變更使用權資產的虧損		-	14	-	-
利息收入		(1,106)	(1,647)	(672)	(864)
以公允價值計量且其變動					
計入當期損益的金融					
資產的已變現收益淨額 . . .	5	-	(265)	(144)	(756)
外匯(收益)／虧損	5	(618)	444	435	(928)
營運資金變動：					
存貨減少／(增加)		3,123	(10,201)	(12,565)	1,747
貿易及其他應收款項增加 . . .		(3,183)	(39,472)	(34,177)	(30,508)
預付款項增加		(9,524)	(5,271)	(5,648)	(12,002)
貿易及其他應付款項					
(減少)／增加		(22,936)	(7,964)	(11,897)	30,928
合約負債(減少)／增加		(478)	5,109	4,718	(4,803)
經營活動產生的現金		<u>67,463</u>	<u>80,395</u>	<u>45,138</u>	<u>102,002</u>

17 現金及現金等價物以及其他現金流量數據（續）

(c) 融資活動產生的負債之對賬

下表詳列 貴集團因融資活動而產生的負債變動，包括現金及非現金變動。融資活動產生的負債為現金流量已於或未來現金流量將於 貴集團綜合現金流量表分類為融資活動產生的現金流量。

	應付			總計
	關聯方款項	應付股息	租賃負債	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2023年1月1日	—	—	13,042	13,042
融資現金流量變動：				
來自關聯方的現金墊款	24,770	—	—	24,770
已付租賃租金的資本部分	—	—	(5,598)	(5,598)
已付租賃租金的利息部分	—	—	(496)	(496)
融資現金流量變動總額	24,770	—	(6,094)	18,676
其他變動：				
利息開支 (附註6(a))	—	—	496	496
年內訂立新租賃之租賃負債增加 ..	—	—	1,012	1,012
其他變動總額	—	—	1,508	1,508
於2023年12月31日	24,770	—	8,456	33,226
於2024年1月1日	24,770	—	8,456	33,226

17 現金及現金等價物以及其他現金流量數據（續）

	應付			總計
	關聯方款項	應付股息	租賃負債	
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
			(附註21)	
融資現金流量變動：				
向關聯方還款.....	(14,920)	—	—	(14,920)
已付租賃租金的資本部分.....	—	—	(4,726)	(4,726)
已付租賃租金的利息部分.....	—	—	(1,463)	(1,463)
支付予非控股權益的股息.....	—	(4,500)	—	(4,500)
融資現金流量變動總額	(14,920)	(4,500)	(6,189)	(25,609)
其他變動：				
就本年度宣派的股息	—	7,500	—	7,500
年內訂立新租賃之租賃負債增加..	—	—	29,955	29,955
年內因終止租賃而減少租賃負債..	—	—	(197)	(197)
修改租賃合約	—	—	105	105
利息開支 (附註6(a)).....	—	—	1,463	1,463
其他變動總額	—	7,500	31,326	38,826
於2024年12月31日	9,850	3,000	33,593	46,443

17 現金及現金等價物以及其他現金流量數據（續）

	應付 關聯方款項	應付股息	租賃負債	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (附註21)	人民幣千元
<i>(未經審計)</i>				
於2024年1月1日	24,770	—	8,456	33,226
融資現金流量變動：				
向關聯方還款	(14,920)	—	—	(14,920)
已付租賃租金的資本部分	—	—	(3,309)	(3,309)
已付租賃租金的利息部分	—	—	(1,060)	(1,060)
支付予非控股權益的股息	—	(4,500)	—	(4,500)
融資現金流量變動總額	(14,920)	(4,500)	(4,369)	(23,789)
其他變動：				
就當期宣派的股息	—	7,500	—	7,500
期內訂立新租賃之租賃負債增加 ..	—	—	29,955	29,955
年內因終止租賃而減少租賃負債 ..	—	—	(197)	(197)
利息開支 (附註6(a))	—	—	1,060	1,060
其他變動總額	—	7,500	30,818	38,318

17 現金及現金等價物以及其他現金流量數據（續）

	應付			
	關聯方款項	應付股息	租賃負債	總計
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
			(附註21)	
(未經審計)				
於2024年9月30日	9,850	3,000	34,905	47,755
(未經審計)				
於2025年1月1日	9,850	3,000	33,593	46,443
融資現金流量變動：				
向關聯方還款	(9,850)	—	—	(9,850)
已付租賃租金的資本部分	—	—	(4,314)	(4,314)
已付租賃租金的利息部分	—	—	(1,159)	(1,159)
已付予附屬公司股東的股息	—	(3,000)	—	(3,000)
融資現金流量變動總額	(9,850)	(3,000)	(5,473)	(18,323)
其他變動：				
就當期宣派的股息	—	63,000	—	63,000
期內訂立新租賃之租賃負債增加	—	—	8,310	8,310
利息開支(附註6(a))	—	—	1,159	1,159
其他變動總額	—	63,000	9,469	72,469
2025年9月30日	—	63,000	37,589	100,589

17 現金及現金等價物以及其他現金流量數據（續）

(d) 租賃現金流出總額

計入租賃綜合現金流量表的金額包括以下各項：

	截至12月31日止年度		截止9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
計入經營現金流量	299	1,357	1,017	435
計入融資現金流量	6,094	6,189	4,369	5,473
	<u>6,393</u>	<u>7,546</u>	<u>5,386</u>	<u>5,908</u>

18 應付附屬公司款項

應付附屬公司款項為無擔保、免息、按要求償還，且屬非貿易性質。

19 貿易及其他應付款項

貴集團

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
貿易應付款項			
— 第三方	17,038	16,405	40,194
— 關聯方 (附註26(d))	15,665	4	47
	<u>32,703</u>	<u>16,409</u>	<u>40,241</u>
應付關聯方款項 (附註26(d))	26,108	12,450	135
其他稅項負債	10,016	16,050	19,105
物業、廠房及設備的應付款項	5	3,980	2,211
應付股息	—	3,000	63,000
應計薪金及僱員福利	7,431	11,150	10,940
[編纂] 開支應付款項	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他應付款項及應計費用	12,480	9,804	14,374
	<u>89,343</u>	<u>73,643</u>	<u>150,956</u>

19 貿易及其他應付款項(續)

貴公司

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
應付股息.....	—	—	63,000
[編纂]開支應付款項.....	[編纂]	[編纂]	[編纂]
應付關聯方款項.....	103	105	104
	<u>703</u>	<u>905</u>	<u>64,054</u>

預期所有貿易及其他應付款項將於一年內結清或按要求償還。

截至報告期末，按發票日期的貿易應付款項賬齡分析如下：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
90日內.....	16,648	15,105	40,107
超過90日但於1年內.....	15,837	1,255	65
1年以上.....	218	49	69
	<u>32,703</u>	<u>16,409</u>	<u>40,241</u>

20 合約負債

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
預收客戶款項(i).....	6,243	11,086	7,806
銷售返利.....	3,774	4,040	2,517
	<u>10,017</u>	<u>15,126</u>	<u>10,323</u>

(i) 預計相關收入將於貨物交付並由經銷商接受時確認。

20 合約負債（續）

合約負債變動：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
於年初／期初	7,013	10,017	15,126
年內／期內合約負債增加淨額	10,017	15,126	10,323
因於年內／期內確認計入年初／期初合約 負債之收入而令合約負債減少	(7,013)	(10,017)	(15,126)
於年末／期末	<u>10,017</u>	<u>15,126</u>	<u>10,323</u>

預期所有合約負債將於一年內確認為收入。

21 租賃負債

於2023年及2024年12月31日及2025年9月30日，應付租賃負債如下：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
一年內	4,176	5,773	5,186
一年後至兩年內	3,231	3,247	4,880
兩年後至五年內	1,049	9,144	12,819
五年後	—	15,429	14,704
	<u>4,280</u>	<u>27,820</u>	<u>32,403</u>
	<u>8,456</u>	<u>33,593</u>	<u>37,589</u>

22 綜合財務狀況表內的所得稅

(a) 綜合財務狀況表內的即期稅項指：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
於年初／期初的結餘.....	7,429	8,281	12,754
年內／期內即期所得稅撥備 (附註7(a))	15,857	22,666	22,872
從遞延稅項負債轉入	-	-	7,000
已付利得稅.....	(15,005)	(18,193)	(26,181)
於年末／期末的結餘.....	<u>8,281</u>	<u>12,754</u>	<u>16,445</u>

(b) 已確認遞延稅項資產及負債：

(i) 遞延稅項資產及負債各組成部分的變動

於綜合財務狀況表確認的遞延稅項資產／(負債)的組成部分及年內／期內的變動如下：

	未動用	使用權	租賃負債	預扣稅項	未變現內部	其他	總計
	稅項虧損	資產			交易損益		
	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	人民幣千元	人民幣千元
來自以下各項的遞延稅項：							
於2023年1月1日	87	(1,687)	1,814	(2,001)	99	635	(1,053)
於損益內計入／(扣除)	(87)	627	(646)	(3,444)	399	(18)	(3,169)
於2023年12月31日及							
2024年1月1日	-	(1,060)	1,168	(5,445)	498	617	(4,222)
於損益內計入／(扣除)	-	(3,582)	3,816	(5,960)	(217)	201	(5,742)

22 綜合財務狀況表內的所得稅(續)

	未動用 稅項虧損	使用權 資產	租賃負債	預扣稅項	未變現內部 交易損益	其他	總計
	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	人民幣千元	人民幣千元
於2024年12月31日及							
2025年1月1日	-	(4,642)	4,984	(11,405)	281	818	(9,964)
於損益內計入/(扣除)	1,173	(1,032)	1,114	(2,170)	378	29	(508)
轉撥至應繳所得稅	-	-	-	7,000	-	-	7,000
於2025年9月30日(未經審計)	<u>1,173</u>	<u>(5,674)</u>	<u>6,098</u>	<u>(6,575)</u>	<u>659</u>	<u>847</u>	<u>(3,472)</u>

(ii) 綜合財務狀況表的對賬

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
於綜合財務狀況表的遞延			
稅項資產淨值	1,223	1,400	3,103
於綜合財務狀況表的遞延			
稅項負債淨額	<u>(5,445)</u>	<u>(11,364)</u>	<u>(6,575)</u>
	<u>(4,222)</u>	<u>(9,964)</u>	<u>(3,472)</u>

22 綜合財務狀況表內的所得稅(續)

(c) 尚未確認的遞延稅項資產

尚未就以下項目確認遞延稅項資產，原因是不大可能有未來應課稅溢利可供貴集團從中動用其利益：

	於12月31日				於9月30日	
	2023年		2024年		2025年	
	人民幣千元		人民幣千元		人民幣千元	
	總額	稅務影響	總額	稅務影響	總額	稅務影響
	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	人民幣千元
可扣減暫時性差額	—	—	2,283	571	2,785	604

23 資本、儲備及股息

(a) 權益組成部分的變動

貴集團的綜合權益各部分於期初及期末結餘的對賬載於綜合權益變動表。貴公司權益單獨部分於年初及年末的變動詳情載列如下：

貴公司

	股本	股份溢價	其他儲備	匯兌儲備	累計虧損	總計
	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	人民幣千元
於2023年1月1日的結餘	—*	—	14,532	1,343	(45)	15,830
2023年的權益變動：						
年內虧損	—	—	—	—	(560)	(560)
其他全面收益	—	—	—	225	—	225
全面收益總額	—	—	—	225	(560)	(335)
於2023年12月31日及 2024年1月1日的結餘	—*	—	14,532	1,568	(605)	15,495

23 資本、儲備及股息（續）

	股本	股份溢價	其他儲備	匯兌儲備	累計虧損	總計
	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	人民幣千元
2024年的權益變動：						
年內虧損.....	-	-	-	-	(687)	(687)
其他全面收益.....	-	-	-	793	-	793
全面收益總額.....	-	-	-	793	(687)	106
股東注資.....	-	24,000	-	-	-	24,000
於2024年12月31日的結餘.....	-*	24,000	14,532	2,361	(1,292)	39,601
	股本	股份溢價	其他儲備	匯兌儲備	累計(虧損)/ 溢利	總計
	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	人民幣千元
<i>(未經審計)</i>						
於2025年1月1日的結餘.....	-*	24,000	14,532	2,361	(1,292)	39,601
截至2025年9月30日止						
九個月的權益變動						
期內利潤.....	-	-	-	-	60,750	60,750
其他全面收益.....	-	-	-	(990)	-	(990)
全面收益總額.....	-	-	-	(990)	60,750	59,760
已宣派股息.....	-	(10,000)	-	-	(53,000)	(63,000)
於2025年9月30日的結餘.....	-*	14,000	14,532	1,371	6,458	36,361

* 金額低於人民幣1,000元。

23 資本、儲備及股息(續)

(b) 股息

截至2025年9月30日止九個月，貴公司批准向其權益股東派發股息人民幣63,000,000元(每股人民幣630元)(未經審計)。

截至2024年12月31日止年度，廣州健特唯日用品於收購事項前批准向吉安合夥企業、姜先生、何先生及劉先生派發股息人民幣7,500,000元。

(c) 股本及股份溢價

	普通股數目	股本		股份溢價
		千美元	人民幣千元	人民幣千元
已發行及配發普通股：				
於2023年1月1日、2023年				
12月31日及2024年1月1日.....	100,000	—*	—*	—
股東注資.....	—	—	—	24,000
於2024年12月31日及				
2025年1月1日.....	100,000	—*	—*	24,000
已宣派股息(未經審計).....	—	—	—	(10,000)
於2025年9月30日(未經審計)....	100,000	—*	—*	14,000

* 金額低於1,000美元／人民幣1,000元。

於2021年10月4日，貴公司於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本為50,000美元，分為每股面值0.0001美元的500,000,000股股份。同日，合共100,000股普通股已發行及配發予註冊成立日期之股東。

於2024年4月30日及2024年5月31日，楊先生、姜先生、何先生及劉先生分別向貴公司注資人民幣13.2百萬元、人民幣3.6百萬元、人民幣3.6百萬元及人民幣3.6百萬元，均已計入股份溢價。

23 資本、儲備及股息(續)

(d) 儲備的性質及用途

(i) 法定儲備

按照中國法規的規定，貴公司於中國內地成立及營運的附屬公司須將其按中國會計規則及法規釐定的除稅後溢利的10% (經抵銷往年虧損後) 撥入法定儲備，直至儲備結餘達到註冊資本的50%為止。撥款予該儲備須於向母公司分派溢利前進行。

(ii) 其他儲備

貴集團的其他儲備包括就收購事項所支付現金代價超出收購事項日期目標公司資產淨值的部分。

(iii) 匯兌儲備

匯兌儲備包括所有因換算外國業務財務報表而產生的匯兌差額。該儲備乃根據附註2(r)中所載的會計政策處理。

(e) 資本管理

貴集團資本管理的主要目標為就產品及服務設定與風險水平相匹配的價格，並以合理成本取得融資，以保障貴集團持續經營的能力，繼續為股東提供回報及為其他利益相關者提供利益。

貴集團定期檢討及積極管理其資本架構，以維持可能帶來較高股東回報的較高借貸水平與穩健資本狀況所帶來的裨益及保障之間的平衡，並就經濟環境的轉變對資本架構進行調整。

貴公司及其任何附屬公司毋須遵守外界施加的資本規定。

24 財務風險管理及金融工具的公允價值

貴集團在日常業務過程中面臨信貸風險、流動資金及貨幣風險。以下為 貴集團面臨之風險及 貴集團為管理該等風險而採用的財務風險管理政策及慣例。

(a) 信貸風險

信貸風險指對手未能履行其合約責任，並導致 貴集團錄得財務虧損的風險。 貴集團承受的信貸風險主要源於貿易及其他應收款項。 貴集團面臨現金及現金等價物及存款證所產生的信貸風險有限，因為對手方為 貴集團視為擁有低信貸風險且具有高信貸質量的銀行及金融機構。

貿易應收款項

就貿易應收款項而言， 貴集團已建立信貸風險管理政策，據此， 貴集團對要求超出若干金額的信貸的所有客戶進行單個信貸評估。該等評估側重於客戶過往支付逾期款項的記錄及現時的付款能力，並計及特定於客戶的數據以及客戶經營所在的經濟環境。貿易應收款項的到期日為自發票日期起30至90天內。 貴集團一般不會收取客戶的抵押品。

貴集團貿易應收款項的信貸風險主要受各客戶的個別特性所影響而非客戶經營業務所在的行業所影響，因此信貸風險高度集中的情況主要發生於 貴集團對個別債務人有重大風險敞口時。於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日，應收款項總額中56%、81%及70% (未經審計) 為應收 貴集團最大客戶的款項，而貿易應收款項總額中82%、96%及88% (未經審計) 為應收 貴集團五大客戶的款項。

貴集團按等同於全期預期信用損失 (使用撥備矩陣計算) 的金額計量貿易應收款項損失撥備。由於 貴集團的歷史信用損失經驗並未表明不同的客戶群體存在損失模式的顯著差異，基於逾期狀況的損失撥備並未進一步區分 貴集團不同的客戶群體。

24 財務風險管理及金融工具的公允價值（續）

下表載列有關 貴集團於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日貿易應收款項所面臨的信貸風險及預期信用損失的資料：

	於2023年12月31日		
	預期損失率	總賬面值	損失撥備
	%	人民幣千元	人民幣千元
3個月內	0%	39,233	–
3個月以上	9%	1,069	100
		<u>40,302</u>	<u>100</u>
	於2024年12月31日		
	預期損失率	總賬面值	損失撥備
	%	人民幣千元	人民幣千元
3個月內	0%	75,805	–
3個月以上	28%	658	185
		<u>76,463</u>	<u>185</u>
	於2025年9月30日（未經審計）		
	預期損失率	總賬面值	損失撥備
	%	人民幣千元	人民幣千元
3個月內	0%	100,873	–
3個月以上	48%	963	461
		<u>101,836</u>	<u>461</u>

於往績記錄期間，貿易應收款項的損失撥備賬變動如下：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
於年初／期初的結餘	185	100	185
已確認損失撥備	1,255	151	276
撇銷未收回款項	(1,340)	(66)	–
於年末／期末的結餘	<u>100</u>	<u>185</u>	<u>461</u>

24 財務風險管理及金融工具的公允價值(續)

其他應收款項

由於結餘主要包括應收關聯方款項、可扣減增值稅、按金及應收利息，故其他應收款項的信貸風險有限。

經 貴集團評估，於往績記錄期間，其他應收款項自初步確認以來信貸風險並無顯著增加。因此，管理層已根據各報告日期12個月內可能出現的違約事件採納12個月預期信用損失方法。 貴集團預期其他應收款項不會因該等對手方違約而承擔任何重大虧損，且並無對其他應收款項計提損失撥備。

(b) 流動資金風險

在管理流動資金風險方面， 貴集團的政策是定期監察其流動資金需求，以確保維持充裕的現金儲備及從主要金融機構處獲得足夠的承諾資金額度，以滿足其短期和長期的流動資金需求。 貴集團過往主要依靠經營性現金來源和非經營性股權來源為其運營和業務發展提供資金。

下表載列以合約未貼現現金流量為基準之 貴集團金融負債於報告期末之餘下合約期限(包括採用合約利率或(如為浮動利率)於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日之現時利率計算之利息付款)及 貴集團須付款之最早日期。

	於2023年12月31日					
	合約未貼現現金流出					
	一年內 或按要求	一年以上 兩年以下	兩年以上 五年以下	五年以上	總計	賬面值
	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	人民幣千元
租賃負債.....	4,450	3,246	1,195	-	8,891	8,456
貿易及其他應付款項(不包括應付 薪資及其他稅項負債)	71,896	-	-	-	71,896	71,896

24 財務風險管理及金融工具的公允價值(續)

	於2024年12月31日					
	合約未貼現現金流出					
	一年內 或按要求	一年以上 兩年以下	兩年以上 五年以下	五年以上	總計	賬面值
	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	人民幣千元
租賃負債.....	6,975	4,484	12,244	16,974	40,677	33,593
貿易及其他應付款項(不包括應付 薪資及其他稅項負債).....	46,443	-	-	-	46,443	46,443
	於2025年9月30日					
	合約未貼現現金流出					
	一年內 或按要求	一年以上 兩年以下	兩年以上 五年以下	五年以上	總計	賬面值
	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
租賃負債.....	6,718	5,766	16,137	15,842	44,463	37,589
貿易及其他應付款項(不包括應付 薪資、應付股息及 其他稅項負債).....	57,911	-	-	-	57,911	57,911

(c) 利率風險

利率風險為金融工具的公允價值或未來現金流量因市場利率變動而波動的风险。貴集團的利率風險主要來自按浮動利率的銀行現金，使貴集團面臨現金流量利率風險，而市場利率變動並不會使貴集團面臨利率風險。整體而言，貴集團面臨的利率風險並不重大。

24 財務風險管理及金融工具的公允價值（續）

(d) 貨幣風險

貴集團主要因產生以外幣計值的應付款項及現金結餘的採購活動，以及產生內部應收款項（其功能貨幣為港元但以人民幣（即交易相關業務的功能貨幣以外的貨幣）計值）的集團內交易而面臨貨幣風險。引發該風險的貨幣主要為歐元（「歐元」）及人民幣。貴集團採取以下方式管理該風險：

(i) 面臨貨幣風險

下表詳列 貴集團於報告期末所面對的貨幣風險，乃因以相關實體的功能貨幣以外的貨幣計值的已確認資產或負債所致。就呈列而言，風險金額以人民幣列示，並按年末及期末即期匯率換算。因將外國業務財務報表換算為 貴集團呈報貨幣所產生的差額除外。

	外幣風險承擔 (以人民幣列示)					
	於2023年12月31日		於2024年12月31日		於2025年9月30日	
	歐元	人民幣	歐元	人民幣	歐元	人民幣
	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	人民幣千元
					(未經審計)	(未經審計)
現金及現金等價物	266	21	2,307	69	—	—
貿易及其他應收款項	—	14,775	—	14,450	—	8,957
貿易及其他應付款項	(7,339)	—	(7,484)	—	(8,448)	—
已確認資產及負債產生之						
淨風險敞口	<u>(7,073)</u>	<u>14,796</u>	<u>(5,177)</u>	<u>14,519</u>	<u>(8,448)</u>	<u>8,957</u>

24 財務風險管理及金融工具的公允價值(續)

(ii) 敏感度分析

下表列示倘 貴集團於報告期末面對重大風險的外幣匯率於該日出現變動時， 貴集團的除稅後溢利(及保留溢利)及綜合權益其他部分的實時變動(假設所有其他風險變量維持不變)。

	於12月31日				於9月30日	
	2023年		2024年		2025年(未經審計)	
	外幣匯率 上升/ (下降)	對稅後溢利 和保留溢利 的影響 人民幣千元	外幣匯率 上升/ (下降)	對稅後溢利 和保留溢利 的影響 人民幣千元	外幣匯率 上升/ (下降)	對稅後溢利 和保留溢利 的影響 人民幣千元
歐元	5%	(295)	5%	(216)	5%	(353)
	(5%)	295	(5%)	216	(5%)	353
人民幣	5%	618	5%	606	5%	374
	(5%)	(618)	(5%)	(606)	(5%)	(374)

上表呈列的分析結果乃 貴集團各實體的除稅後溢利及股權所受實時影響的總數(按各自的功能貨幣計量)，其後並按報告期末現行匯率換算為人民幣，以供呈列之用。

敏感度分析已假設外幣匯率之變動已用於重新計量 貴集團所持有並於報告期末使 貴集團面臨外匯風險之金融工具，包括以相應附屬公司功能貨幣以外貨幣計值的集團內應收款項。

上述分析已剔除因換算海外業務的財務報表為 貴集團列報貨幣而可能產生的外幣換算差異。上述分析乃於往績記錄期間以相同基礎進行。

(e) 公允價值計量

(i) 以非公允價值列賬的金融工具之公允價值

截至各報告期末，按攤銷成本計量的所有金融資產及負債的賬面值與其公允價值並無重大差異。

25 承諾

於2023年及2024年12月31日以及2025年9月30日尚有下列未於歷史財務資料中作撥備的未履行承諾：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
訂約收購物業、廠房及設備.....	—	6,501	2,844

26 重大關聯方交易

(a) 主要管理人員薪酬

貴集團主要管理人員的薪酬，包括附註8所披露的已付 貴公司董事金額以及附註9披露的若干最高薪酬僱員的金額，列示如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
薪金、津貼及實物福利.....	1,227	3,018	2,327	2,754
酌情花紅.....	280	366	275	279
向界定供款退休計劃供款.....	37	88	58	100
	<u>1,544</u>	<u>3,472</u>	<u>2,660</u>	<u>3,133</u>

26 重大關聯方交易（續）

(b) 與 貴集團有重大交易的關聯方名稱及關係

截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年9月30日止九個月，董事認為以下人士為 貴集團的關聯方：

各方名稱	關係
楊先生	貴公司執行董事兼最終控股股東
姜先生	貴公司執行董事及JFQ Holdings Limited的控股股東
劉先生	貴公司執行董事及LHB Holdings Limited的控股股東
何先生	貴公司執行董事及Ho&Wo Holdings Limited的控股股東
YANGGANG Holdings	貴公司控股股東
JFQ Holdings	對 貴公司具有重大影響力的股東
LHB Holdings	對 貴公司具有重大影響力的股東
Ho&Wo Holdings	對 貴公司具有重大影響力的股東
廣州愛適貝貿易有限公司 （「廣州愛適貝」）(i)(ii)	由楊先生、姜先生、劉先生及何先生以及兩名第三方共同控制的實體
健特唯國際有限公司 （「健特唯國際」）	由姜先生、劉先生及何先生共同擁有的實體
吉安市盛成傳媒有限公司 （「吉安盛成」）(i)	由楊先生控制的實體
廣州盛勤網絡科技有限公司 （「廣州盛勤」）(i)	由楊先生控制的實體
廣州盛成媽媽網絡科技股份有限公司 （「廣州盛成」）(i)	由楊先生控制的實體
廣州樹懶熊電子商務有限公司 （「廣州樹懶熊」）(i)	由楊先生控制的實體
吉安合夥企業(i)	由楊先生控制的有限合夥企業

26 重大關聯方交易（續）

附註：

- (i) 該等實體為中國有限公司。該等實體的官方名稱為中文。英文名稱僅供識別。
- (ii) 廣州愛適貝於2025年9月由楊先生、姜先生、劉先生及何先生直接或間接部分擁有並被彼等出售，因此廣州愛適貝截至本報告日期不再是 貴集團的關聯方。

(c) 重大關聯方交易

貴集團於往績記錄期間與上述關聯方的重大交易詳情如下：

	截至12月31日止年度		截至9月30日止九個月	
	2023年	2024年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)	人民幣千元 (未經審計)
商品銷售				
廣州愛適貝.....	7,282	20,602	15,114	13,620
吉安盛成.....	44	—	—	37
	<u>7,326</u>	<u>20,602</u>	<u>15,114</u>	<u>13,657</u>
接受的銷售代理服務				
廣州樹懶熊.....	<u>122</u>	<u>60</u>	<u>48</u>	<u>26</u>
商品採購				
廣州愛適貝.....	<u>2,039</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
接受的採購代理服務				
健特唯國際.....	<u>3,411</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
接受的廣告服務				
廣州盛成.....	—	1,132	1,132	2,358
廣州盛勤.....	1,148	1,335	1,335	626
吉安盛成.....	3,774	1,509	1,132	—
	<u>4,922</u>	<u>3,976</u>	<u>3,599</u>	<u>2,984</u>

26 重大關聯方交易（續）

(d) 與關聯方的結餘

於各報告期末與關聯方的結餘如下：

	於12月31日		於9月30日
	2023年	2024年	2025年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審計)
貿易性質			
貿易及其他應收款項			
廣州愛適貝.....	—	—	262
廣州樹懶熊.....	—	9	11
	—	9	273
預付款項			
廣州盛勤.....	79	103	86
廣州愛適貝.....	31	—	—
	110	103	86
貿易及其他應付款項			
廣州盛成.....	—	—	47
廣州愛適貝.....	36	4	—
健特唯國際.....	15,629	—	—
	15,665	4	47
非貿易性質			
應收關聯方款項			
廣州樹懶熊.....	2	2	2
何先生.....	—	17	—
	2	19	2
應付關聯方款項			
廣州盛成.....	—	1,200	—
廣州愛適貝.....	—	105	30
吉安盛成.....	1,200	—	—
姜先生.....	138	140	105
吉安合夥企業.....	—	1,155	—
健特唯國際.....	24,770	9,850	—
	26,108	12,450	135
應付股息			
吉安合夥企業.....	—	3,000	—
JFQ Holdings.....	—	—	9,450
Ho&Wo Holdings.....	—	—	9,450
LHB Holdings.....	—	—	9,450
YANGGANG Holdings.....	—	—	34,650
	—	3,000	63,000

26 重大關聯方交易(續)

應付健特唯國際的非貿易款項為無擔保、免息並按合約條款償還。

其他應付關聯方的非貿易款項為無擔保、免息並按要求償還。結餘預期將於 貴公司[編纂]後結清。

於2025年9月30日的應付股息已於2025年11月底結清。

27 已頒佈但於往績記錄期間尚未生效的修訂、新準則及詮釋的潛在影響

直至本報告日期，國際會計準則理事會已頒佈多項新訂或經修訂準則，該等準則於往績記錄期間尚未生效，且未於歷史財務資料中未獲採納。

	於以下日期或 之後開始的 會計期間生效
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號的修訂， 涉及依賴自然能源的電力的合約	2026年1月1日
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號之修訂， 金融工具之分類及計量之修訂	2026年1月1日
國際財務報告準則會計準則年度改進－第11冊	2026年1月1日
國際財務報告準則第18號，財務報表之呈列及披露	2027年1月1日
國際財務報告準則第19號，非公共受託責任附屬公司：披露 ..	2027年1月1日
國際財務報告準則第10號及國際會計準則第28號之修訂，投資 者與其聯營公司或合營企業之間的資產出售或注入	待確定

27 已頒佈但於往績記錄期間尚未生效的修訂、新準則及詮釋的潛在影響(續)

貴集團正着手評估該等發展預期於初始應用期間的影響。至今得出的結論為採納該等準則不太可能對歷史財務數據產生重大影響，惟以下情況除外：

國際財務報告準則第18號，財務報表之呈列及披露

國際財務報告準則第18號將取代國際會計準則第1號財務報表的呈列，旨在提高實體財務報表相關信息的透明度及可比性。國際財務報告準則第18號於2027年1月1日或之後開始的年度報告期間生效並將追溯應用。除其他變動外，根據國際財務報告準則第18號，實體須於損益表中將所有收入及開支分類為五個類別，即經營、投資、融資、已終止經營業務及所得稅類別。實體亦須在財務報表的單一附註中提供有關管理層定義的績效衡量標準的具體披露。貴集團不計劃提早採用國際財務報告準則第18號。國際財務報告準則第18號將影響財務報表的呈列，且預期不會對貴集團的財務表現及狀況造成重大影響。

28 後續事項

倘貴公司股份溢價賬因根據建議[編纂]貴公司股份發行新股份而產生進賬，則貴公司將向貴公司現有股東發行額外[編纂]股股份並入賬列作繳足。

後續財務報表

2025年9月30日之後的任何期間，貴公司或組成貴集團的附屬公司均未編製經審計財務報表。

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

[編纂]

以下為本公司組織章程若干條文及開曼群島公司法若干方面的概要。

本公司於2021年10月4日根據公司法在開曼群島註冊成立為豁免有限責任公司。本公司組織章程文件由組織章程大綱及組織章程細則構成。

1. 組織章程大綱

章程大綱列明(其中包括)本公司股東的責任屬有限，而本公司成立的宗旨並無限制(因此包括作為一家投資控股公司行事)，且本公司擁有全部權力及權限進行公司法或開曼群島任何其他法律未禁止的事宜。

2. 組織章程細則

章程細則於[●]獲有條件採納，及將於[編纂]生效。章程細則的若干條文概要載於下文。

2.1 股份

(a) 股份類別

本公司的股本包括單一類別的普通股。

(b) 現有股份權利或股份類別的變更

倘於任何時候本公司股本被分為不同類別的股份，則無論公司是否正在清盤，當時已發行的任何類別的股份所附帶的全部或任何權利(除非該類別股份的發行條款另有規定)，只有經該類別已發行股份至少四分之三的持有人書面同意，或經該親自出席並投票(無論是實際出席還是運用技術虛擬出席)的該類別股份持有人或其代表在另行召開的相關持有人會議上以至少四分之三的票數通過的決議案批准，方可進行變更。有關股東大會的章程細則條款在加以必要的變通後適用於上述另行召開的會議，但必要的法定人數應為兩名共同持有(或股東倘若股東為公司，則其正式授權的代表)，或代表持有該類別已發行股份的至少三分之一的人士或其代表。類別股份的每位持有人在投票表決時有權就其持有的每股股份投一票，而任何親自(無論是實際出席還是運用技術虛擬出席)或由代表出席的該類別股份的任何持有人均可要求進行投票表決。

附錄三

本公司組織章程細則及開曼群島公司法概要

就另行召開的類別股東會議而言，倘董事會認為兩類或多類股份以同樣方式受到所審議的提案影響，董事會可將有關類別股份視為同一類股份，但在任何其他情況下應將其視為單獨類別的股份。

除非有關該類別股份的發行條款所附權利中另有明確規定，否則賦予該類別股份持有人的任何權利不得因創設或發行與之享有同等地位的其他股份而被視為有所變更。

(c) 更改股本

公司可借普通決議案：

- (i) 通過創設新股增加其股本，而該等股份的數目以及所附的權利、優先權及特權由本公司釐定；
- (ii) 將其全部或任何部分股本合併及分拆為金額大於其現有股份的股份。在合併已繳足股份及分拆為大金額的股份時，董事會可按其認為合適的方式解決可能出現合適的任何困難，特別是（但不影響上述條文的一般性）可在將要合併的股份持有人之間決定哪些特定的股份將合併為一股合併股份，及倘任何人士有權獲得一股或多股合併股份的碎股，該等碎股可由董事會為此目的指定的人士出售，該指定人士可將出售的股份轉讓予買受方，而該項轉讓的有效性不應受質疑，該出售所得款項的淨額（扣除該出售的費用後）可根據其權利和權益按比例分配予原本有權獲得一股或多股合併股份碎股的人士，或可支付予本公司而歸本公司所有；
- (iii) 將其股份或其任何部分分拆為金額小於章程大綱所規定者的股份；及
- (iv) 註銷於決議案通過之日尚未被任何人士接納或同意接納的任何股份，並按所註銷股份的金額減少其股本金額。

本公司可以，通過特別決議案減少其股本或任何不可分配的儲備，惟須符合公司法的規定。

(d) 股份轉讓

在章程細則條款的規限下，本公司任何股東均可借轉讓文據轉讓其全部或任何股份。倘有關股份與根據章程細則發行的權利、購股權、認股權證或單位一並在彼此不可分開轉讓的條款下發行，則董事會在並無證據令其信納有關權利、購股權、認股權證或單位亦進行有關轉讓的情況下應拒絕登記有關股份的轉讓。

在章程細則及聯交所規定的規限下，聯交所所有股份轉讓須採用一般或通用格式董事會可能批准的其他格式的轉讓文據親筆簽署辦理，或倘轉讓人或承讓人為經認可結算所或其代名人，則可親筆簽署或機印簽署，或以董事會不時批准的其他方式簽署。

轉讓文據須由轉讓人及承讓人雙方或其代表簽署，惟董事會可豁免轉讓人或承讓人簽署轉讓文據或接納機印簽署的轉讓文據。在有關股份以承讓人的名義記入本公司股東名冊前，轉讓人應被視為該股份的持有人。

在公司法條文的規限下，倘董事會認為屬必要或合適，本公司可於開曼群島境內或開曼群島境外董事會認為合適的一處或多處地點設置及保存一份或多份股東名冊分冊。董事會可全權酌情決定隨時將股東名冊總冊中的任何股份轉讓至任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊中的任何股份轉讓至股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。

董事會可全權酌情拒絕登記轉讓任何股份（非繳足股份）的轉讓予未經批准的人士，或拒絕登記轉讓本公司擁有留置權的任何股份（非繳足股份）；或拒絕為根據任何購股權計劃發行且有轉讓限制的任何股份辦理轉讓登記手續；或拒絕轉讓任何股份予超過四名聯名持有人。倘建議轉讓不符合章程或上市規則的任何規定，其也可以拒絕確認任何轉讓文據。

除非已向公司支付若干費用（最高為聯交所可能釐定的應付金額上限）、轉讓文據已妥為蓋印（如適用）並僅涉及一種類別的股份，且連同有關股票以及董事會可能合理要求可證明轉讓人有權進行轉讓（倘轉讓文據由他人代表轉讓人簽署，則證明該人士有權簽署）的其他證明文件送交至相關登記處或存置股東名冊總冊的地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓文據。

附錄三

本公司組織章程細則及開曼群島公司法概要

在股東上市規則和公司條例有關條文的規限下，董事會可在其決定的時間或期間暫停辦理股東名冊登記手續，惟每年合共不得超過30日（或在本公司股東可能通過股東普通決議案釐定的較長時間，惟該期間在任何年度不得超過60日）。

繳足股份概不附帶任何轉讓限制（聯交所許可者除外），亦不附帶任何留置權。

(e) 贖回股份

在公司法、上市規則條文以及任何股份持有人獲賦予的任何權利或任何類別股份所附任何權利的規限下，本公司可發行由股東或本公司股東選擇贖回或有責任贖回的股份。該等股份的贖回應按本公司於發行該等股份前通過特別決議案釐定的方式及其他條款進行。

(f) 本公司購買其自身股份的權力

在公司法或任何其他法律的規限下，或在並無任何法律禁止的情況下，以及在任何類別股份持有人獲賦予的任何權利的規限下，本公司有權購買或以其他方式收購其全部或任何自身股份（包括可贖回股份），惟購買的方式和條款首先須借普通決議案獲得授權，且任何該等購買僅可根據聯交所和／或香港證券及期貨事務監察委員會不時頒佈並生效的相關守則、規則或規例進行。

(g) 本公司任何附屬公司擁有本公司股份的權力

章程細則並沒有關於附屬公司擁有公司股份的規定。

(h) 催繳股份及沒收股份

在任何股份（如有）配發和發行條款的規限下，董事會可不時按其認為適當的方式向股東催繳有關彼等股東所持股份（不論按面值還是股份溢價）的任何未繳股款。作為催繳對象的股東須股東（惟須接獲至少14個整日指明付款時間的通知）於催繳時間向本公司支付就其股份的催繳股款的金額。催繳股款可以一次付清或分期支付，並應視為於董事會決議案授權通過催繳事宜時已作出。股份的聯名持有人須個別及共同負責支付該股份欠付的一切催繳股款及分期付款。

倘催繳股款於其到期應付之後仍未繳付，則欠款股東須按董事會可能釐定的利率支付未付款項的利息（連同本公司因有關未繳款項而產生的任何開支），利息自到期應付當日起直至獲繳付為止，惟董事會可豁免支付全部或部分有關利息或開支。

倘股東於任何催繳股款或催繳股款的分期款項到期應付後未能支付，則董事會可在任何部分催繳股款或分期款項仍未支付的情況下，向該股東發出不少於14個整日的通知，要求支付未付款項，連同任何可能已累計及截至付款日期可能仍累計股東利息（連同公司因有關未付款項而產生的任何費用）。該通知須指明其他日期，通知要求的付款須在該日期或之前繳付。該通知亦須聲明，倘在指定時間或之前仍未付款，則該催繳股款所涉及的股份可能被沒收。

若不遵守有關通知，則通知所涉及的任何股份於通知所規定的款項獲支付前，可由董事會通過決議案予以沒收。該沒收將包括有關被沒收股份的應付但於沒收前仍未支付的所有股息、其他分派以及其他款項。

股份已被沒收的人士將不再為有關被沒收股份的股東，須向本公司交回被沒收股份的股票以供註銷，並仍有有責向公司支付其於沒收日期就該等股份應付本公司的全部款項，連同（倘董事會酌情決定要求）由沒收日期至付款日期止期間的有關利息（由董事會釐定）以及本公司因有關未付款項而產生的任何費用。

2.2 董事

(a) 委任、退任及罷免

本公司可通過股東普通決議案選舉任何人擔任董事。董事會亦可隨時委任任何人士擔任董事，以填補臨時空缺或作為新增董事，惟受限於由股東於股東大會或章程細則釐定的任何最高數目。按上述方式獲委任的任何董事任期僅至其獲委任後本公司首屆股東週年大會為止，屆時將符合資格在該大會上膺選連任。獲董事會委任的任何董事於釐定股東週年大會上輪值退任的董事或董事人數時，不計算在內。

董事毋須持有股份以符合資格，出任董事亦無任何特定的年齡限制。

股東可通過普通決議案於任何董事（包括常務董事或執行董事）任期屆滿前將其免職，而不論章程細則或本公司與該董事訂立的任何協議有何規定，並可通過普通決議案選舉另一名人士替代其職位。任何規定均不得視為剝奪被免職董事因終止其董事委任或因終止其董事委任而導致任何其他委任或職位終止而應付該董事的任何補償或賠償。

在下列情況董事須離職：

- (i) 董事向本公司發出書面通知，表示其辭任董事職務；
- (ii) 董事在未經董事會特別准假的情況下連續12個月缺席，且未由其委任的受委代表或替任董事代其出席，而董事會通過決議案，表明其因有關缺席而離職；
- (iii) 董事破產或接獲接管令，或暫停支付或與其債權人全面訂立債務重整協議；
- (iv) 董事身故，或任何管轄法院或官方就其患有或可能患有精神疾病或無法處理自身事務而下令，且董事會決議決其職位已被撤銷；
- (v) 董事因法律施行而被禁止或不再出任董事；
- (vi) 聯交所要求該董事不再擔任董事或依據上市規則不再符合資格出任董事；
或
- (vii) 由當時在任董事（包括該董事）人數不少於四分之三（或，倘非整數，則以最接近的較低整數為準）的董事簽署的書面通知將其罷免。

於每屆股東週年大會上，當時為數三分之一的董事須輪值退任。倘董事人數並非三的倍數，則最接近但不少於三分之一的人數為退任董事人數，惟每名董事須至少每三年輪值退任一次。於各屆股東週年大會上退任的董事為自最近一次膺選連任或獲委任以來任期最長的董事，惟倘數名人士於同日出任或最近一次膺選連任董事，則以抽籤決定退任的董事（除非彼等另行協定）。

(b) 配發及發行股份及其他證券的權力

在公司法、章程大綱及章程細則以及（如適用）上市規則條文的規限下，且在不影響任何股份當時所附的任何權利或限制的情況下，董事會可全權酌情決定按其認為適當的時間、對價、條款及條件，向其認為適當的人士配發、發行、授出購股權或以其他方式處置股份（無論是否附帶有關股息、投票、歸還資本或其他方面的優先、遞延或其他權利或限制），惟股份不得以其面值的折讓價發行。

本公司可按董事會可能不時釐定的條款發行權利、購股權、認股權證或可轉換證券或類似性質的證券，賦予其持有人認購、購買或收取本公司任何類別股份或其他證券的權利。

當配發、提呈發售、授出股份的購股權或處置股份時，本公司或董事會均無義務向登記地址在董事會認為若無辦理登記聲明或其他特別手續即屬或可能屬違法或不可行的任何特定地區或多個地區的股東或其他人士作出或提供任何上述配發、提呈發售、購股權或股份。然而，受前文影響的股東就任何目的而言不應成為或被視作另一類別的股東。

(c) 處置公司或其任何附屬公司資產的權力

在公司法、章程大綱及章程細則的條文規限下，董事會可行使一切權力及作出本公司可行使或作出的一切行動及事宜，以處置本公司或其任何附屬公司的資產。章程大綱或章程細則的任何修訂，均不得使董事會先前在該修訂或指示並無作出或發出的情況下屬有效的任何行動失效。

(d) 借款權力

董事會可行使本公司一切權力籌集或借貸款項、為本公司擔保支付任何一筆或多筆款項、將本公司全部或任何部分業務、物業及未催繳股本按揭或抵押，並在公司法之規限下，發行債權證、債權股證、債券及其他證券，作為本公司或任何第三方之任何債務、負債或責任之十足或附屬抵押。

(e) 薪酬

董事有權收取董事會或本公司於股東大會上不時釐定的款項。董事亦有權獲發還因出席董事會會議或董事委員會會議或本公司股東大會或本公司任何類別股份或債權證持有人另行召開的會議，或因本公司業務及履行其董事職責而合理產生的所有費用，及／或就此收取董事會可能釐定的固定津貼。

董事會或本公司於股東大會上亦可就董事會或本公司於股東大會上認為超出其作為董事的日常工作範圍的任何服務，批准向任何董事支付額外薪酬。

(f) 離職補償或付款

章程細則並無有關於離職補償或付款的規定。

(g) 向董事提供貸款

章程細則並沒有關於向董事提供貸款的規定。

(h) 披露與公司或其任何附屬公司所訂立合約中的權益

董事可於任期內兼任本公司的任何其他職位或受薪職務（本公司核數師一職除外），其任期及條款由董事會釐定，並可在章程細則所規定或據此享有的任何酬金以外，就出任該其他職位或受薪職務以任何形式收取額外酬金。董事可於本公司擁有權益的任何其他公司擔任或出任董事、高級人員或股東，並且毋須就其作為該其他公司的董事、高級人員或股東而收取的任何酬金或其他利益向本公司或股東交代。

任何人士均不會因以有關身份與本公司訂立合約而失去擔任董事或替任董事的資格，亦不會因為擔任董事或替任董事而無法以上述身份與公司訂立合約，而且任何董事或替任董事以任何方式在其中享有利益的此類合約或由本公司或他人代表本公司訂立的任何其他合約或交易均不得且無須被撤銷，且如此訂立合約或享有利益的任何董事或替任董事均無需因為其董事或替任董事職位或因此建立的受信關係而有義務向本公司說明其從上述任何合約或交易中獲得或產生或與此有關的任何利潤，前提是該董事或替任董事在該等合約或交易中享有的利益的性質應由該董事或替任董事在審議該合約或交易以及對此進行表決之時或之前披露。

董事不得就有關其或其任何緊密聯繫人擁有重大權益的任何合約或安排或其他建議的任何董事會決議案投票（或計入有關決議案的法定人數內），倘董事就任何上述決議案投票，其就該項決議案的投票將不予計算，且該董事將不計入法定人數。該項限制不適用於下列任何情況：

- (i) 應本公司或其任何附屬公司要求或出於本公司或其任何附屬公司的利益，就董事或其任何緊密聯繫人借出款項或引致或承擔的責任而向該董事或其緊密聯繫人提供任何擔保或彌償保證；
- (ii) 就董事或其緊密聯繫人本身根據擔保或彌償保證或通過提供擔保而個別或共同承擔全部或部分責任的本公司或其任何附屬公司的債務或責任，而向第三方提供任何擔保或彌償保證；
- (iii) 有關提呈發售本公司或本公司可能創辦或於其中擁有權益的任何其他公司的股份、債權證或其他證券或由本公司或本公司創辦或於其中擁有權益的任何其他公司提呈發售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發售的承銷或分包銷而擁有或將要將要擁有權益；
- (iv) 有關本公司或其任何附屬公司僱員福利的任何建議或安排，包括採納、修改或執行以下任何一項：(A)董事或其緊密聯繫人可能從中獲益的任何僱員股份計劃或任何股份激勵或購股權計劃；或(B)任何與本公司或其任何附屬公司的董事、其緊密聯繫人及僱員有關的養老金或退休、身故或傷殘福利計劃，且上述各項並無向任何董事或其緊密聯繫人授予該計劃或基金所涉的類別人士一般所未獲賦予的特權或利益；及
- (v) 董事或其緊密聯繫人僅因其於本公司股份、債權證或其他證券的權益而與其他持有該等股份、債權證或其他證券的人士以相同方式擁有權益的任何合約或安排。

2.3 董事會會議程序

董事會可在世界任何地方就處理事項舉行會議，並按其認為適當的方式休會或其他方式規管會議。除非另有釐定，否則會議法定人數為兩名董事。任何會議上提出的問題須由多數票方式釐定。如出現同等票數，則會議主席可投第二票決定性票。

2.4 更改組織章程文件和公司名稱

本公司僅可通過特別決議案更改或修訂章程大綱及章程細則以及更改本公司名稱。

2.5 股東大會

(a) 特別決議案及普通決議案

特別決議案必須在股東大會上獲親身（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席）或其受委代表出席並有表決權的股東或（若股東為公司）其正式授權代表或受委代表以不少於三分之二（除有關批准修改本公司組織章程文件或本公司自願清盤的任何決議案外，在此等情況下，特別決議案必須以不少於四分之三的多數票通過）的多數票，在正式發出的通知表明擬提呈有關決議案作為特別決議案的股東大會上通過。特別決議案亦可由有權於股東大會上投票的全體股東以一份或多份各自經一名或多名該等股東簽署的文據書面批准。

相反，普通決議案是指在股東大會上獲親身（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席）或其受委代表出席並有投票權的股東或（若股東為公司）其正式授權代表或受委代表以其所持投票權的簡單多數票通過的決議案。普通決議案亦可由有權於股東大會上投票的全體股東以一份或多份各自經一名或多名該等股東簽署的文據書面批准。

特別決議案和普通決議案的規條文在加以必要的變通後即適用於任何類別股份持有人通過的任何決議案。

(b) 投票權及要求投票表決之權利

在任何類別股份當時所附任何有關表決的權利、限制或特權的規限下，於任何股東大會上：(a)對於投票表決，親身（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席）或委派代表出席的每名股東（或若股東為公司，則為其正式授權代表）每股可投一票，及(b)對於舉手表決，親身（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席）或委派代表出席的每名股東（或若股東為公司，則為其正式授權代表）可投一票。為免生疑問，如條件允許，股東可通過電子方式投票表決。

附錄三

本公司組織章程細則及開曼群島公司法概要

如屬聯名持有人，則排名首位的持有人（不論親身或由受委代表）的投票將獲接納，而其他聯名持有人的投票將不獲接納，且排名先後乃根據持有人於本公司股東名冊的排名次序而定。

任何人士不得計入法定人數或有權於任何股東大會上投票，除非其於該大會記錄日期登記為股東，或除非其當時就相關股份應付的所有催繳股款或其他款項均已獲支付。

於任何股東大會上，提呈大會表決的決議案須以投票方式表決，惟大會主席可根據上市規則允許純粹有關程序或行政事宜的決議案以舉手方式表決（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席會議）。

身為本公司股東的任何公司或其他非自然人可根據其組織章程文件，或倘並無有關條文，則可由其董事或其他管治機構通過決議案或通過授權委託協議，授權其認為合適的人士作為其於本公司任何會議或任何類別股東會議的代表，而獲授權人士有權行使該公司或其他非自然人可行使的相同權力，猶如其為本公司自然人股東。

倘認可結算所或其代名人是本公司股東，則可委任受委代表或授權其認為合適的一名或多名人士作為其代表，代表於本公司任何會議（包括但不限於股東大會及債權人會議）或本公司任何類別股東的任何會議上享有與其他股東之權利同等的權利，惟倘超過一名人士獲授權，則授權書須列明每名獲授權人士所代表的股份數目及類別。獲授權人士有權代表認可結算所或其代名人行使相同權利及權力，猶如該人士為本公司自然人股東，包括於以舉手方式表決或投票表決時個別發言及表決的權利（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席）。

本公司所有股東（包括屬認可結算所（或其代名人）的股東）均有權(i)在股東大會上發言，及(ii)在股東大會上投票（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席），惟上市規則規定須就批准審議事項放棄投票的股東除外。倘任何股東根據上市規則須就任何特定決議案放棄投票，或受限制僅可投票贊成或反對任何特定決議案，則該股東或其代表違反有關規定或限制所投的任何票數將不予計算。

(c) 股東週年大會及股東特別大會

本公司須於各財政年度舉行股東大會作為其股東週年大會。有關會議須於召開會議的通知中指明為股東週年大會，並須於本公司財政年度結束後六個月內舉行。股東大會或任何類別股東會議可通過電話、電話會議或其他電子方式進行，但所有參與者須能同時互相溝通，以此方式參加會議應構成出席。

董事會可於其認為合適時召開股東特別大會。此外，於遞呈要求日期合共持有本公司股本不少於十分之一的投票權（按每股股份一票計算）的一名或以上股東可要求召開股東特別大會，及／或於大會議程中加入決議案。有關要求須列明會議目的及將加入會議議程之決議案，並須由遞呈要求人士簽署，遞交至本公司於香港之主要營業地點，或倘本公司不再設置上述主要營業地點，則遞交至本公司之註冊辦事處。倘董事會並無於遞交有關要求日期起計21日內正式召開將須於隨後21日內舉行的股東大會，則遞呈要求的人士或佔所有遞呈要求人士總投票權超過一半的任何遞呈要求人士可自行召開股東大會，惟按此方式召開的任何有關會議須不遲於上述21日期間屆滿後三個月內舉行。由遞呈要求人士召開的股東大會須盡可能以接近董事會召開股東大會的相同方式召開，而遞呈要求人士產生的所有合理費用須由本公司為其報銷。

(d) 會議通知及待處理事項

本公司股東週年大會最少須發出21日的書面通知，而本公司任何其他股東大會則最少須發出14日的書面通知。通知期並不包括送達或視作送達當日，亦不包括發出通知當日，且通知須列明舉行會議的日期、時間、地點及議程、將於會上審議的決議案的詳情、將於會上審議的事項的一般性質及成員運用技術虛擬出席的詳情（如適用）。

除非另有明文規定，否則根據章程細則發出或刊發的任何通告或文件（包括股票）均須以書面形式作出，並可由本公司以專人送達、郵寄至有關股東的登記地址、以電子方式（以上市規則及所有適用法律法規允許者為限）或（如屬通告）以上市規則規定的方式刊登廣告。

附錄三

本公司組織章程細則及開曼群島公司法概要

即便本公司於較上述者短的時間內通知召開大會，倘上市規則允許，且獲得如下同意，則有關大會可視為已正式通知召開：

- (i) 如為召開股東週年大會，獲有權出席並於會上投票的本公司全體股東同意；以及
- (ii) 如為召開股東特別大會，獲有權出席並於會上投票，且持有相關等股東所持全部表決權不少於95%的多數股東同意。

倘在發出股東大會通告後但於會議舉行前，或於股東大會休會後但於續會舉行前（不論是否須發出續會通知），董事會全權酌情認為基於任何理由於召開股東大會通知指定日期或時間及地點舉行該股東大會並不可行或不合理，則可將會議變更或推遲至另一日期、時間及地點舉行。

董事會亦有權在召開股東大會的每一份通告中規定，倘於股東大會當日任何時間發出烈風警告、黑色暴雨警告或出現極端情況（除非有關警告至少已於董事會可能於相關通告中指明的股東大會前最短時間內撤銷），大會須推遲至較遲日期重新召開，而無須另行通知。

若股東大會延期：

- (A) 本公司須在切實可行的情況下盡快於本公司網站發出及於聯交所網站刊發有關延遲的通知（須根據上市規則載明延遲的原因），惟未能發出或刊發有關通知不會影響股東大會當日因烈風警告、黑色暴雨警告或極端情況生效而自動延遲舉行股東大會；
- (B) 董事會須釐定重新召開會議的日期、時間、地點及成員運用技術虛擬出席的詳情，並就重新召開會議發出至少七個整日的通知。該通知須指明延會重新召開的日期、時間及地點、成員運用技術虛擬出席該延會的詳情（如適用）及代表委任書在重新召開的會議上被視作有效的提交日期及時間（惟就原會議提交的任何代表委任書在重新召開的會議上仍繼續有效，除非經撤銷或已替換為新代表委任書）；及

- (C) 僅原會議通知所載的事務方可於重新召開的會議上審議，而就重新召開的會議發出的通知無須指明於重新召開的會議上審議的事務，亦無須再次傳閱任何隨附文件。倘於有關重新召開的會議上審議任何新事務，本公司應根據章程就該重新召開的會議發出新的通知。

(e) 會議及單獨類別會議的法定人數

除非在大會處理事項時直至會議結束期間的出席人數一直符合法定人數，否則不得在任何股東大會上審議任何事項。

股東大會的法定人數為兩名親身（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席）（或倘成員為公司，則其正式授權代表）或由受委代表出席並有投票權的成員。為批准修訂某類別權利而另行召開的類別成員會議（續會除外）所需的法定人數為兩名持有該類別已發行股份不少於三分之一的人士或其受委代表。

(f) 代理人

凡有權出席本公司會議並於會上投票的本公司成員（包括作為認可結算所（或其代名人）的成員），均有權委任另一名人士（為自然人）作為其受委代表，代其出席及投票。持有兩股或以上股份的成員可委任超過一名受委代表代其出席本公司股東大會或類別成員會議並於會上投票。受委代表毋須為本公司成員，且有權代表自然人成員行使其所代表的成員可行使的相同權力。此外，受委代表有權代表公司成員行使其所代表的成員可行使的相同權力，猶如其為親身出席（無論是實際出席還是運用技術虛擬出席）任何股東大會的自然人成員。投票表決或舉手表決時，可親身（或倘成員為公司，則由其正式授權代表）或由受委代表投票。

受委代表的文書須以書面形式進行，且須經由委任人或獲其書面正式授權的代表親筆簽署，或倘委任人為公司或其他非自然人，則須加蓋其印鑑或經由其正式授權代表親筆簽署。委任人可以電子方式發送委任受委代表的文據。

董事會須於召開任何大會或其續會的通知或本公司寄送的代表委任文據內，列明以電子方式(如有提供有關方式)發送或遞交代表委任文據的方式及遞交有關文據的地點及時間(不遲於有關代表委任文據的大會或續會指定舉行時間)。

每份代表委任文據(不論用於特定會議或其他會議)均必須符合董事會不時批准且遵守上市規則的格式。任何發予股東用作委任受委代表出席及於會審議任何事項的股東大會上投票的表格，須讓股東按其意願指示受委代表就處理任何有關事項的各項決議投贊成票或反對票(或在並無作出指示的情況下，行使受委代表在這方面的酌情權)。

2.6 賬目與審計

根據公司法，董事會須安排保存足以真實及公平地反映本公司事務狀況及解釋其交易所需的賬簿。

本公司的賬簿須保存於本公司於香港的主要營業地點或(在公司法條文的規限下)董事會認為適合的其他一個或多個地點，並可供任何董事隨時查閱。任何股東(董事除外)或其他人士概無權查閱本公司任何賬目、賬簿或文件，惟獲公司法賦予權利或具司法管轄權的法院頒令或董事會或本公司於股東大會上所授權者除外。

董事會應促使在每次年度股東大會上，向公司提交自上一份賬目以來的損益表，以及截至損益表編製日期的資產負債表；一份關於公司在損益表所涵蓋期間的損益及在該期間結束時公司事務狀況的董事報告；一份關於該等賬目的審計師報告，以及法律 and 上市規則可能要求的其他報告和賬目。

股東應在每次年度股東大會上通過普通決議案任命審計師，其任期至下一次年度股東大會結束，任職條款和職責可與董事會商定。審計師的酬金須由股東在任命彼等的年度股東大會上通過普通決議案確定，或以該普通決議案中指定的任何其他方式確定。股東可在根據章程召開並舉行的任何股東大會上，在任期屆滿前通過普通決議案隨時罷免審計師，並應在該會議上通過普通決議案任命新的審計師接替其職位，完成剩餘任期。

公司賬目應根據香港公認會計準則、國際會計準則或聯交所允許的其他準則編製和審計。

2.7 股息及其他分配方式

在符合公司法和章程的前提下，公司可根據普通決議案，以任何貨幣對已發行股份宣派股息和其他分派，並授權從公司合法可用的資金中支付該等股息或分派，但前提是：(i)任何股息不得超過董事會建議的金額；以及(ii)除非從公司已實現或未實現利潤中、從股份溢價賬戶中支付或法律另行允許，否則不得支付任何股息或分派。

董事會可不時向公司股東支付其認為公司財務狀況和利潤所允許的中期股息。此外，董事會可不時宣派並支付其認為合適的特別股息，金額和日期均由其決定。

除任何股份附帶的權利另有規定外，所有股息和其他分派均應根據股東在支付股息和分派期間所持股份的實繳金額支付。就此而言，任何股份在催繳股款前預付的款項，不應視為已就該股份繳付股款。

董事會可從應付予公司任何股東的任何股息或其他分派中，扣除該股東當時應就催繳股款或其他事項向公司支付的所有款項(如有)。董事會可保留公司對其擁有留置權的股份所應付的或與該股份相關的任何股息或分派，並可將其用於清償或部分清償因該留置權而產生的債務、負債或承諾。

公司就任何股份應付的任何股息或其他分派均不得向公司計息。

凡董事會或公司在股東大會上已決議應支付或宣佈股息，董事會可進一步決議：

- (a) 該股息應全部或部分以配發記作繳足股款的股份形式支付，惟所配發股份須與承配人已持有的股份屬於同一類別，且有權收取該股息的股東有權選擇收取現金形式的該股息（或其部分）以代替該配發；或
- (b) 有權獲得該等股息的股東，有權選擇獲得記作繳足股款的股份配發，以代替全部或董事會認為合適的該部分股息，前提是如此配發的股份應與承配人已持有的股份屬於同一類別。

經董事會推薦，公司可就任何一項特定公司股息通過普通決議案決定，儘管有上述規定，股息可以完全以記作繳足股款的股份配發形式支付，而無需向股東提供選擇以現金收取該等股息以代替該等配發的權利。

任何以現金支付的股息、分派或其他款項，可就股份通過電匯支付給該等股份持有人，或通過郵寄支票或認股權證至該持有人的註冊地址；或者，在聯名持有人情況下，郵寄至公司股東登記冊上排名第一的持有人的註冊地址；或根據持有人或聯名持有人的書面指示，支付給指定人員並寄至指定地址。兩名或以上聯名持有人中的任何一名均可就其作為聯名持有人所持股份應付的任何股息、分派或其他款項提供有效收據。

每當董事會或公司在股東大會上決議派付或宣佈股息時，董事會可進一步決議，該等股息可通過分派任何種類的特定資產全部或部分予以清償。

任何股息或其他分派，若自其應付日期起六年內無人認領，則應被沒收並歸公司所有。

2.8 公司記錄的查閱

只要公司股本的任何部分在聯交所[編纂]，任何股東均可免費查閱公司在香港維護的任何股東登記冊（根據公司條例關閉股東登記冊的情況除外），並要求向其提供該登記冊的副本或摘錄，在所有方面均如同公司是根據公司條例註冊成立並受其管轄一樣。

2.9 少數股東在欺詐或壓迫情況下的權利

公司章程中沒有關於少數股東在欺詐或壓迫情況下的權利的規定。然而，根據開曼群島法律，公司股東可能享有某些補救措施，具體概述於下文段落3.6。

2.10 清盤程序

根據公司法，公司股東可以通過特別決議案決定自願清盤公司或由法院進行清盤。

在不影響當時附屬於任何類別或類別的股份的關於清盤時可分配盈餘資產的任何權利、特權或限制的情況下：

- (a) 倘可供公司股東分配的資產足以償還公司在清盤開始時全部實繳資本，則盈餘應在這些股東中同等權益分配，分配比例應與其在清盤開始時持有的股份的已繳付金額成比例；及
- (b) 倘可供公司股東分配的資產不足以償還公司全部實繳資本，則這些資產應予分配，以使損失盡可能由股東按其在清盤開始時持有的股份的已繳付或應繳付資本的比例承擔。

倘公司清盤（無論是自願清算還是法院強制清算），清算人可經特別決議案及公司法要求的任何其他批准，將公司全部或部分資產實物分配給股東，無論資產由一種或不同類型的財產組成。為此，清算人可對將予分配的一種或多種類別的財產設定其認為公平的價值，並可決定股東之間、不同類別股東之間以及每個類別內部股東之間如何進行分配。清算人可經同樣批准，將任何部分資產以清算人認為合適的方式託管給受託人，為股東利益設立信託，但任何股東均不得被迫接納附有責任的任何股份或其他財產。

3. 開曼群島公司法

本公司於2021年10月4日在開曼群島註冊成立為一家豁免公司，受公司法管轄。開曼群島公司法的某些規定載於下文，但本節無意包含所有適用的資格和例外情況，也無意全面回顧開曼群島公司法的所有事項，這些事項可能與感興趣方更熟悉的司法管轄區的同等規定有所不同。

3.1 公司運營

作為一家豁免公司，本公司須主要在開曼群島境外開展業務。豁免公司還需每年向開曼群島公司註冊處提交年度申報表，並繳納一筆基於其法定股本金額計算的費用。

3.2 股本

根據公司法，開曼群島公司可發行普通股、優先股、可贖回股份或其任意組合。若公司以溢價發行股份（無論是以現金或其他方式），則應將等於該等股份溢價總額或總值的款項轉入一個賬戶，該賬戶稱為股份溢價賬戶。經公司選擇，對於根據註銷任何其他公司股份的安排而配發並以溢價發行的本公司股份所產生的溢價，上述規定可能不適用。公司可根據其組織章程大綱及章程細則（如有）的規定，按公司不時決定的方式使用股份溢價賬戶，包括但不限於以下各項：

- (a) 向股東支付分派或股息；
- (b) 就將發行給股東的未發行股份支付股款，作為已繳足的紅利股份；
- (c) 公司法第37條規定的任何方式；
- (d) 核銷公司的開辦費用；以及
- (e) 核銷公司任何股份或債券發行所產生的費用，或支付的佣金或允許的折扣。

附錄三

本公司組織章程細則及開曼群島公司法概要

儘管有前述規定，除非在擬支付分派或股息之日後，公司在日常業務過程中能夠償還到期債務，否則不得從股份溢價賬戶向股東支付分派或股息。

經法院確認，股份有限公司或有股本的擔保有限公司，如其公司章程授權，可以通過特別決議案以任何方式減少其股本。

3.3 為購買公司或其控股公司股份提供財務資助

開曼群島沒有法定禁止公司向他人提供財務資助以購買或認購其自身、其控股公司或其子公司的股份。因此，只要公司董事在提議提供此類財務資助時，履行其謹慎義務，並本着誠信原則，為正當目的和公司利益行事，公司即可提供財務資助。此類資助應在公平交易基礎上進行。

3.4 公司及其附屬公司購買股份和認股權證

股份有限公司或有股本的擔保有限公司，如經其公司章程授權，可發行將予贖回或可由公司或股東選擇贖回的股份；為免生疑問，在符合公司之公司章程規定的前提下，變更附屬於任何股份的權利以規定此類股份將予贖回或可予贖回，應屬合法。此外，此類公司如經其公司章程授權，可購買其自身股份，包括任何可贖回股份；倘公司章程未授權該購買方式和條款，則需公司通過普通決議案批准該購買的方式和條款。公司不得贖回或購買其股份，除非這些股份已全額繳付。此外，倘因贖回或購買導致公司除了作為庫藏股持有的股份外，不再有任何已發行股份，則公司不得贖回或購買其任何股份。此外，除非在擬議付款日期之後，公司能夠在其日常業務過程中支付到期債務，否則公司以資本支付贖回或購買自身股份的行為不合法。

已被公司購買或贖回或已交回公司的股份不應被視為註銷，而應在符合公司法第37A(1)條要求的情況下，分類為庫藏股。任何此類股份應繼續分類為庫藏股，直至根據公司法將其註銷或轉讓。

開曼群島公司可以根據相關認股權證文書或證書的條款和條件，購回其自身的認股權證。因此，開曼群島法律不要求公司的組織章程大綱或公司章程包含允許此類購買的具體規定。公司董事可以根據其組織章程大綱中包含的一般權力，購買、出售和處理各種個人財產。

子公司可以持有其控股公司的股份，並在特定情況下，可以收購此類股份。

3.5 股息和分派

在符合公司法規定的償付能力測試以及公司組織章程大綱及章程細則（如有）的規定的前提下，公司可以從其股份溢價賬戶中支付股息和分派。此外，根據在開曼群島可能具有說服力的英國判例法，股息可以從利潤中支付。

只要公司持有庫藏股，就不得就庫藏股宣派或支付任何股息，也不得就庫藏股進行任何其他公司資產的分派（無論是現金或其他形式）（包括在清盤時向股東進行的任何資產分派）。

3.6 少數股東保護與股東訴訟

可以預期，開曼群島法院通常會遵循英國判例法先例（特別是 *Foss vs. Harbottle* 案中的規則及其例外情況），這些先例允許少數股東對公司提起代表訴訟或以公司名義提起派生訴訟，以質疑超越權限、非法、欺詐（且由公司控制者實施）針對少數股東的行為，或質疑通過一項需要合格（或特別）多數但未獲得的決議時的不規範行為。

倘公司（非銀行）的股本分為股份，法院可應持有公司已發行股份不少於五分之一的股東的申請，任命一名檢查員審查公司事務，並根據法院的指示報告此類事務。此外，公司任何股東均可向法院提出申請，倘法院認為公司清盤是公正衡平的，則法院可發出清盤令。

通常，公司股東對公司的索賠必須基於開曼群島適用的合約法或侵權法一般規定，或基於其作為公司股東依據公司組織章程大綱及章程細則所確立的個人權利可能遭受的侵犯。

3.7 資產處置

董事處置公司資產的權力沒有具體限制，但董事應履行一定的謹慎、勤勉和技能義務，達到一個合理審慎的人在類似情況下應達到的標準。此外，根據英國普通法（開曼群島法院通常會遵循），董事還需履行以誠信、正當目的並為公司最佳利益行事的受託義務。

3.8 會計與審計要求

公司必須妥善保存以下事項的會計記錄：(i)其所有收支款項；(ii)其所有商品銷售和採購；和(iii)其資產和負債。

若未備存足以真實、公平反映公司事務狀況並解釋其交易的賬簿，則不應視為已備存合適的會計賬簿。

若公司在註冊辦事處或開曼群島內任何其他地點以外的地點備存其會計賬簿，則應在稅務信息主管機關根據開曼群島稅務信息主管機關法（2021年修訂）發出命令或通知後，以電子形式或其他媒介，在其註冊辦事處提供該命令或通知中指明的其會計賬簿副本或其中任何部分。

3.9 外匯管制

開曼群島目前沒有生效的外匯管制條例或貨幣限制。

3.10 稅收

開曼群島目前不對個人或公司徵收基於利潤、收入、收益或增值的稅款，且無繼承稅或遺產稅性質的稅收。除某些可能不時適用於特定文書的印花稅外，開曼群島政府沒有徵收其他可能對公司產生重大影響的稅費。

3.11 股份轉讓印花稅

開曼群島公司股份的轉讓無需繳納開曼群島印花稅，除非該公司在開曼群島持有土地權益。

3.12 向董事提供貸款

沒有明文規定禁止公司向其任何董事提供貸款。但是，公司章程可規定在特定情況下禁止此類貸款。

3.13 公司記錄的查閱

公司股東無權普遍查閱或獲取公司股東登記冊或公司記錄的副本。但是，彼等將擁有公司章程中可能規定的此類權利。

3.14 股東登記冊

開曼群島豁免公司可隨時決定在開曼群島境內或境外任何國家或地區，維護其主要股東登記冊和任何分支登記冊。豁免公司無需向開曼群島公司註冊處提交任何股東申報。因此，股東的姓名和地址不屬於公開記錄，亦不可供公眾查閱。但是，根據開曼群島稅務信息主管機關法（2021年修訂），豁免公司應在其註冊辦事處以電子形式或任何其他媒介提供股東登記冊，包括任何股東分冊，以應稅務信息主管機關送達的命令或通知要求。

3.15 董事及高級職員登記冊

根據公司法規定，公司須在其註冊辦事處備存董事、候補董事和高級職員登記冊。公司註冊處應在任何人支付費用後，提供公司現任董事（及，如適用，公司現任候補董事）的姓名名單供其查閱。董事和高級職員登記冊的副本必須提交至開曼群島公司註冊處，任何董事或高級職員的變動，包括其姓名的變動，必須在變動發生後30天內通知公司註冊處。

3.16 清盤

開曼群島公司可通過以下方式清盤：(i)法院命令；(ii)由其股東自願清盤；或(iii)在法院監督下清盤。

法院有權在多種特定情況下命令清盤，包括在法院認為該公司如此清盤是公正平衡的情況下。

附錄三

本公司組織章程細則及開曼群島公司法概要

公司(有限期公司除外，該類公司適用特定規則)的自願清盤發生於公司通過特別決議案決定自願清盤，或公司在股東大會上決議因無力償還到期債務而自願清盤。在自願清盤的情況下，公司有義務自清盤開始之日起停止經營其業務，除非對其清盤有利。一旦任命自願清算人，董事的所有權力即告終止，除非公司在股東大會上或清算人批准其繼續行使權力。

在公司股東自願清盤的情況下，應任命一名或多名清算人，以清盤公司事務並分配其資產。

公司事務完全清盤後，清算人必須提交一份清盤報告和賬目，說明清盤的進行方式及公司財產的處置情況，並召開公司股東大會，以便提交該賬目並就其作出解釋。

當公司通過自願清盤決議後，清算人或任何繳款人或債權人可向法院申請在法院監督下繼續清盤的命令，理由是：(i)公司已經或可能變得無力償債；或(ii)法院的監督將有助於為繳款人和債權人的利益，更有效、經濟或迅速地清算公司。監管令在所有方面均有效，如同它是法院頒佈的公司清盤令，但已開始的自願清盤及自願清算人此前採取的行動，對公司及其官方清盤人具有效力及約束力。

為進行公司清盤程序並協助法院，可任命一名或多名人員擔任官方清盤人。法院可臨時或以其他方式任命其認為合適的個人或多個人員擔任此職務；倘任命多於一人擔任此職務，法院應聲明官方清盤人需或獲授權進行的任何行為須由所有、任何一個或多個此類人員完成。法院還可決定官方清盤人受任命時是否以及應提供何種擔保；如未任命官方清盤人，或在該職位空缺期間，公司所有財產須由法院保管。

3.17 兼併與合併

公司法允許開曼群島公司之間以及開曼群島公司與非開曼群島公司之間進行兼併和合併。為此，(a)「兼併」指兩家或多家組成公司合併，並將其業務、財產和負債歸屬於其中一家公司作為存續公司；以及(b)「合併」指兩家或多家組成公司組合成一家合併

公司，並將其業務、財產和負債歸屬於該合併公司。為實現此類兼併或合併，各組成公司的董事必須批准一份書面兼併或合併計劃，然後該計劃必須經(a)各組成公司的一項特別決議案和(b)該組成公司章程中可能規定的任何其他授權(如有)授權。書面兼併或合併計劃必須連同關於合併公司或存續公司償付能力的聲明、各組成公司的資產和負債清單以及承諾將兼併或合併證書副本提供給各組成公司的股東和債權人以及在開曼群島政府公報上公佈兼併或合併通知一併提交給開曼群島公司註冊處。持異議股東有權獲得其股份的公平價值(倘雙方未能達成一致，將由開曼群島法院裁定)，前提是彼等遵守規定的程序，但某些例外情況除外。若合併或整合是根據這些法定程序進行的，則無需法院批准。

3.18 涉及外國公司的合併與整合

若合併或整合涉及外國公司，程序類似，但就外國公司而言，開曼群島豁免公司的董事需聲明，表明在經過合適查詢後，彼等認為已滿足以下要求：(i)合併或整合是外國公司公司章程文件和外國公司註冊地司法管轄區法律允許或不禁止的，且這些法律及公司章程文件的任何要求已或將得到遵守；(ii)在任何司法管轄區，未曾提出且仍未決的清盤或清算外國公司的請願書或其他類似程序，亦未曾做出命令或通過決議；(iii)在任何司法管轄區，未曾指定任何接管人、受託人、管理人或其他類似人員，且該人員未就外國公司、其事務或其財產或其任何部分採取行動；和(iv)在任何司法管轄區內，外國公司債權人的權利未曾且未繼續被暫停或限制，亦未曾訂立或作出任何方案、命令、和解或其他類似安排。

倘存續公司是開曼群島豁免公司，開曼群島豁免公司的董事被進一步要求聲明，其在經過合適查詢後，認為已滿足以下要求：(i)外國公司能夠支付到期債務，且合併或整合是真誠的，並非旨在欺詐外國公司的無擔保債權人；(ii)關於外國公司授予存續公司或合併公司的任何擔保權益的轉讓：(a)該轉讓已獲得同意或批准，或已解除或放棄；(b)該轉讓是外國公司公司章程文件所允許的，並已根據該章程文件獲得批准；以

及(c)外國公司司法管轄區關於該等轉讓的法律已經或將會得到遵守；(iii)該外國公司在合併或整合生效後，將不再根據相關外國司法管轄區的法律設立、註冊或存續；以及(iv)沒有其他理由表明允許該等合併或整合會違背公共利益。

3.19 重組與兼併

重組與兼併可由(i)佔股東或某類股東價值75%的股東，或(ii)佔債權人或某類債權人價值75%的多數債權人(在每種情況下取決於具體情況)在為此目的召開的會議上批准，並隨後經開曼群島大法院批准。儘管持異議股東有權向法院表達其觀點，認為正在尋求批准的交易不會為股東提供其股份的公平價值，但可以預期，倘法院確信(i)公司不打算非法行事或超出公司權力範圍，且已遵守多數投票的法定規定，(ii)股東在相關會議上獲得了公平的代表，(iii)該交易是商人會合理批准的交易，以及(iv)該交易並非e，否則該等交易根據公司法的其他規定更應受制裁，或構成「欺詐少數股東」的行為。

倘交易獲得批准，任何持異議股東將不享有與評估權(即收取經司法確定的其股份現金價值的權利)類似的權利，而該權利可能適用於其他司法管轄區的法人團體的持異議股東。

3.20 收購

倘一家公司對另一家公司的股份發出要約，且在要約發出後的四個月內，不少於90%的受要約股份持有人接納了要約，則要約人可以在該四個月期限屆滿後的兩個月內的任何時間，通過通知要求持異議股東按要約條款轉讓其股份。持異議股東可以在收到通知後一個月內向開曼群島法院提出異議，反對轉讓。舉證責任在於持異議股東，以證明法院應行使其自由裁量權，但除非有證據表明要約人與已接納要約的股份持有人之間存在欺詐、惡意或串通，以不公平地強制淘汰少數股東，否則法院不太可能行使該自由裁量權。

3.21 賠償

開曼群島法律不限制公司章程中關於高級職員和董事賠償條款的範圍，除非任何此類條款可能被法院裁定為違反公共政策，例如，某條款意圖就犯罪後果提供賠償。

3.22 經濟實質

開曼群島頒佈了國際稅務合作(經濟實質)法(2024年修訂版)，並輔以開曼群島稅務信息主管機關不時發佈的指南。倘一家公司被認定為「相關實體」且正在從事一項或多項九項「相關活動」中的任何一項，則該公司自2019年7月1日起須遵守與該相關活動相關的經濟實質要求。所有公司，無論是否為相關實體，均須向開曼群島公司註冊處提交年度報告，確認其是否正在從事任何相關活動。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法例的法律顧問Harney Westwood & Riegels已向本公司發出意見函件，概述上文第3節所載公司法各方面。該函件，連同公司法、組織章程大綱和章程的副本，已根據附錄五中題為「展示文件」的段落所述，在聯交所和公司網站上展示。任何希望詳細了解公司法摘要或就其與他更熟悉的任何司法管轄區的法律之間的差異尋求建議的人士，建議尋求獨立的法律意見。

A. 有關本集團的進一步資料

1. 註冊成立

本公司於2021年10月4日根據開曼群島法律註冊成立為獲豁免有限責任公司。本公司註冊辦事處位於Harneys Fiduciary (Cayman) Limited，地址為4th Floor, Harbour Place, 103 South Church Street, P.O. Box 10240, Grand Cayman KY1-1002, Cayman Islands。本公司於中國總部及主要營業地點為廣州市天河區天河路385號太古匯一座3602K室。

作為一家在開曼群島註冊成立的公司，本公司須遵守組織章程大綱、章程細則及開曼公司法。組織章程大綱及章程細則的若干條文以及開曼公司法的若干方面概要載於本文件附錄三。

本公司已在香港設立主要營業地點，地址為香港銅鑼灣希慎道33號利園一期19樓1919室，並於[●]根據公司條例第16部在香港公司註冊處註冊為非香港公司。曾俊豪先生已獲委任為本公司的授權代表，代表本公司在香港接收送達法律程序文件及通知。於香港接收送達法律程序文件及通知的地址與於香港的主要營業地點相同。

2. 本公司股本變動情況

截至本公司註冊成立日期（即2021年10月4日），本公司的法定股本為50,000美元，分為500,000,000股，每股面值為0.0001美元。註冊成立後，於2021年10月4日向初始認購人（一名獨立第三方）配發及發行一股繳足股款的普通股份，該股份隨後於同日轉讓給YANGGANG Holdings。

緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），本公司的法定股本將為50,000美元，分為500,000,000股股份；而本公司的已發行股本將為[編纂]美元，分為[編纂]股股份。

除「歷史、重組及公司架構－重組」一節披露的情況外，截至本文件日期前兩年內，本公司的股本沒有發生任何變動，也沒有贖回、回購或出售本公司任何股本。

3. 本公司子公司股本變動情況

主要影響本集團業績、資產或負債的子公司載於本文件附錄一所載的會計師報告全文。

下文載列緊接本文件日期前兩年內我們的子公司股本變動。

艾斯普瑞(廣州)食品

於2025年8月26日，艾斯普瑞(廣州)食品的註冊資本由人民幣20,000,000元增加至人民幣60,000,000元。

艾斯普瑞(廣州)健康產品

於2024年5月14日，艾斯普瑞(廣州)健康產品於中國成立，註冊資本為人民幣2,000,000元。

廣州健特唯食品

於2025年7月8日，廣州健特唯食品於中國成立，註冊資本為人民幣5,000,000元。

艾斯普瑞(廣州)營養科技

於2025年2月19日，艾斯普瑞(廣州)營養科技於中國成立，註冊資本為人民幣2,000,000元。

4. 本公司股東就[編纂]作出的決議案

根據本公司股東於[●]通過的書面決議案，已正式通過以下決議案(其中包括)：

- (a) 章程大綱及章程細則獲有條件批准及採納，並將於[編纂]生效；
- (b) 待(i)上市委員會批准本文件所述的已發行及將予發行的股份[編纂]及[編纂]，且該[編纂]及買賣許可未於股份在證券交易所開始[編纂]前被撤銷；(ii)[編纂]已確定；(iii)[編纂]根據[編纂]承擔的責任成為無條件，且未根據[編纂]條款或以其他方式終止，在每種情況下均須於[編纂]可能載明的有關日期或之前達成；及(iv)[編纂]已由[編纂]和本公司正式簽署；
- (i) 批准[編纂](包括[編纂])，並批准根據[編纂]進行的擬議[編纂]配發和發行，以及授權本公司董事確定[編纂]，並配發及發行[編纂]；

- (ii) 授予董事一般無條件授權，以行使本公司一切權力配發、發行及處理股份（包括出售或轉讓任何庫存股份的權力，以及作出要約或協議，或授予可能需要配發及發行股份或出售或轉讓庫存股份的證券），以及作出或授予可能需要配發、發行或處理該等股份的要約、協議或期權，惟以配發及發行或有條件或無條件同意配發及發行的股份總面值（通過供股、以股代息計劃或類似安排或者股東在股東大會上授予的特定授權方式除外）不得超過緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行股份（不包括任何庫存股份）總面值的20%為限，不包括因行使[編纂]而可能發行的任何股份；
- (iii) 授予本公司董事一項一般無條件授權（「回購授權」），以行使本公司一切權力，在證券交易所或本公司證券可能[編纂]並獲證監會及證券交易所認可作此用途的任何其他證券交易所回購股份，數量最多為緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行股份總面值的10%，不包括任何庫存股份及因行使[編纂]而可能發行的股份；
- (iv) 上文(ii)所述的一般無條件授權，通過增加董事可根據該一般授權配發和發行或同意配發和發行的股份總面值，以代表本公司根據上文(iii)所述的回購股份授權所回購股份的總面值，延展至緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行股份總面值的10%，不包括任何庫存股份及任何因行使[編纂]而可能發行的股份；
- (v) 待本公司股份溢價賬戶因[編纂]而入賬後，本公司董事獲授權將本公司股份溢價賬戶貸記金額中的[編纂]美元資本化，通過按面值全額繳付總計[編纂]股份的方式，配發及發行予在書面決議日期當天營業結束時名列本公司成員名冊的股份持有人，或按其各自書面指示，按其

當時各自於本公司現有持股比例（或在不涉及發行零碎股份的情況下盡可能接近的比例）進行，且根據本決議案配發及發行的股份在所有方面與當時已發行的現有股份享有同等權利；

- (vi) 批准本公司向[編纂]授出[編纂]，以配發及發行最多達[編纂]項下初步可供認購[編纂]的[編纂]%，以彌補[編纂]中的[編纂]；及
- (vii) 擬議的[編纂]已獲批准，本公司董事獲授權實施該[編纂]。

上文(b)(ii)、(b)(iii)和(b)(iv)中提及的各項一般性授權將持續有效直至以下三者中最早發生者之時止：

- (i) 本公司下一次年度股東大會結束時；
- (ii) 本公司下一次年度股東大會根據任何適用法律或組織章程細則的規定應舉行的期限屆滿時；或
- (iii) 本公司股東在股東大會上以普通決議案撤銷或更改該授權時。

5. 股份回購限制

本節載列證券交易所要求在本文件中載入的有關本公司回購自身證券的信息。

(a) 上市規則的規定

上市規則允許在證券交易所主板上市的公司可在證券交易所回購其自身證券，但須遵守若干限制，其中較重要的限制概述如下：

(i) 股東批准

在證券交易所主要上市的公司全部擬議回購證券（如屬股份，則須繳足股款）必須事先經股東普通決議案批准，不論通過一般授權還是特定交易的特別批准。

根據我們的股東於[●]通過的決議案，回購授權已授予我們的董事，授權其行使本公司一切權力，在證券交易所或本公司證券可能[編纂]並獲證監會及證券交易所就此認可的任何其他證券交易所回購股份，總面值最多為緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行股份（不包括庫存股份）總面值的10%（不包括根據[編纂]而可能發行的任何股份），該授權將於以下最早者屆滿：(i)本公司下一次年度股東大會結束時（除非獲我們的股東在股東大會上以普通決議案續期，不論是有條件還是無條件），(ii)本公司下一次年度股東大會根據組織章程細則或任何其他適用法律的規定應舉行的期限屆滿時，及(iii)本公司股東在股東大會上以普通決議案更改或撤銷該授權的日期。

(ii) 資金來源

股份回購的資金必須撥付自根據本組織章程大綱及上市規則以及開曼群島的適用法律及其他適用法律法規可合法作此用途的資金。上市公司不得在證券交易所回購其自身證券，除非對價為現金，或結算方式符合證券交易所不時生效的交易規則。

在遵守前述規定的前提下，本公司可使用本公司利潤、股份溢價或為股份回購而發行新股份的所得款項，或在組織章程授權且符合開曼公司法的前提下使用資本進行任何回購。就回購股份應付的任何溢價金額，凡超出股份面值的部分，必須以本公司利潤、股份溢價或在組織章程授權且符合開曼公司法的前提下)以資本支付。

(iii) 關連方

上市規則禁止本公司在知情的情況下於證券交易所從「核心關連人士」回購股份，核心關連人士包括本公司或任何子公司的董事、首席執行官或主要股東，或上述任何人士的緊密聯繫人，且核心關連人士不得在知情的情況下向本公司出售股份。

(iv) 回購理由

本公司董事認為，為本公司及全體股東的最佳利益，本公司董事應獲得股東的一般性授權，以使本公司能夠在市場上回購股份。此等回購（視乎當時的市況及融資安排而定）可能提高本公司的每股資產淨值及／或每股盈利，且僅在本公司董事認為此等回購將有利於本公司及股東時方可進行。

(v) 回購資金

在回購股份時，本公司只能根據組織章程大綱、上市規則、開曼公司法及開曼群島適用法律，使用作此用途之資金。

基於本文件披露的本公司當前財務狀況，並考慮到本公司目前的營運資金狀況，本公司董事認為，如果全面行使回購授權，相較於本文件所披露的情況，此舉可能會對本公司的營運資金及／或槓桿狀況產生重大不利影響。然而，本公司董事不擬在可能對本公司的營運資金需求或董事認為對本公司不時適宜的槓桿水平造成重大不利影響的情況下，行使該回購授權。

(vi) 一般事項

基於[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使）已發行[編纂]股股份，全面行使回購授權可能使本公司於有效期內最多購回[編纂]股股份。

本公司董事概無或經作出一切合理查詢後深知其且其任何緊密聯繫人（定義見上市規則）現時均無意向本公司或本公司子公司出售任何股份。本公司董事已向證券交易所承諾，在適用情況下，其將根據上市規則、組織章程大綱、開曼公司法或開曼群島任何其他適用法律行使回購授權。

如果因根據回購授權回購股份，導致股東在本公司投票權中的比例權益增加，則根據《收購守則》，該等增加將被視為一項收購。因此，一名股東或一組一致行動的股東（視乎股東權益的增加程度而定）可能取得或鞏固對本公司的控制權，並可能因此增加而有義務根據《收購守則》第26條提出強制性要約。緊隨[編纂]及[編纂]完成後（假設[編纂]未獲行使），楊先生將通過其全資擁有的公司 YANGGANG Holdings，於附帶表決權的[編纂]股股份（約佔經擴大已發行股本的[編纂]%）中擁有權益。倘董事悉數行使回購授權，楊先生於本公司所持附帶表決權的持股比例將增至經擴大已發行股本的約[編纂]%。據董事所深知及確信，該增幅會觸發《收購守則》項下作出強制要約的責任。董事現時無意回購股份以致觸發楊先生在《收購守則》項下作出強制要約的責任。除上文披露的情況外，本公司董事並不知悉因根據回購授權進行任何回購將導致《收購守則》規定的任何後果。

如果回購導致公眾持有的股份數量下降至低於已發行股份總數的25%（或上市規則可能規定的其他最低公眾持股百分比），則本公司董事將不會行使回購授權。

本公司核心關連人士沒有向本公司告知其目前有意向本公司出售股份，也沒有承諾在行使回購授權時不會出售股份。

6. 公司重組

組成本集團的公司進行了重組，以精簡本公司的公司架構。有關進一步詳細信息，請參閱「歷史、重組及公司架構－重組」。

附錄四

法定及一般資料

B. 有關本公司業務的進一步資料

1. 重大合約概要

以下合約（並非於日常業務過程中訂立的合約）由本公司於本文件日期前兩年內訂立，屬重大或可能屬重大：

- (a) 彌償契據；
- (b) 不競爭契據；及
- (c) [編纂]。

2. 本集團的知識產權








(a) 商標

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務屬重要或可能屬重要的商標：

序號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地點	商標編號	註冊日期	屆滿日期
1.....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞企業	美國	5654332	2019年 1月15日	2029年 1月14日
2.....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞企業	新西蘭	1093458	2018年 5月21日	2028年 5月20日
3.....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞(廣州) 食品	馬來西亞	TM2019010556	2019年 3月26日	2029年 3月26日
4.....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞企業	印度尼西亞	IDM000791197	2019年 3月5日	2029年 3月5日
5.....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞企業	新加坡	40201904224W	2019年 2月28日	2029年 2月28日
6.....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞企業	香港	304849020	2019年 3月7日	2029年 3月6日
7.....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞企業	台灣	02018926	2019年 11月1日	2029年 10月31日
8.....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞(廣州) 食品	澳門	N/152145	2019年 8月28日	2026年 8月28日
9.....	Earth Prime	5	艾斯普瑞企業	美國	7399860	2024年 5月28日	2034年 5月27日

附錄四

法定及一般資料

序號	商標	類別	註冊擁有人	註冊地點	商標編號	註冊日期	屆滿日期
10....	Earth Prime	5, 29, 30	艾斯普瑞企業	歐盟	018863094	2023年 8月3日	2033年 4月17日
11....	Grandpa's Farm	5, 29, 30	艾斯普瑞企業	法國	5008914	2023年 11月24日	2033年 11月24日
12....		5, 29, 30	艾斯普瑞企業	法國	5008915	2023年 11月24日	2033年 11月24日
13....	Grandpa's Farm	5, 29, 30	艾斯普瑞企業	德國	3020242167548	2024年 6月6日	2034年 4月28日
14....		5, 29, 30	艾斯普瑞企業	德國	3020242167521	2024年 6月6日	2034年 4月28日
15....	Grandpa's Farm	5, 29, 30	艾斯普瑞企業	英國	UK00004048653	2024年 8月2日	2034年 5月8日
16....		5, 29, 30	艾斯普瑞企業	英國	UK00004048057	2024年 8月2日	2034年 5月7日
17....	Grandpa's Farm	5	艾斯普瑞企業	澳大利亞	2445831	2024年 4月25日	2034年 4月25日
18....		5	艾斯普瑞企業	澳大利亞	2446335	2024年 4月29日	2034年 4月29日
19....	Grandpa's Farm	30	艾斯普瑞企業	澳大利亞	2445833	2024年 4月25日	2034年 4月25日
20....		30	艾斯普瑞企業	澳大利亞	2446337	2024年 4月29日	2034年 4月29日
21....	Grandpa's Farm	29	艾斯普瑞企業	中國	26150673	2018年 11月21日	2028年 11月20日
22....		29	艾斯普瑞企業	中國	45816845	2021年 8月7日	2031年 8月6日
23....	Grandpa's Farm	30	艾斯普瑞企業	中國	26154557	2018年 11月21日	2028年 11月20日
24....		30	艾斯普瑞企業	中國	58982309	2023年 3月7日	2033年 3月6日
25....	爷爷的农场	5	艾斯普瑞企業	中國	26147259	2018年 12月7日	2028年 12月6日
26....	爷爷的农场	29	艾斯普瑞企業	中國	26151925	2018年 9月21日	2028年 9月20日
27....	爷爷的农场	30	艾斯普瑞企業	中國	26149716	2021年 3月28日	2031年 3月27日
28....	爷爷的农场	30	艾斯普瑞企業	中國	52909685	2021年 8月28日	2031年 8月27日

附錄四

法定及一般資料

(b) 專利

截至最後實際可行日期，我們已登記以下我們認為對我們的業務屬重要或可能屬重要的專利：

序號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利號	申請日期	屆滿日期
1.....	一種榨油設備	發明	艾斯普瑞 (廣州)食品	中國	ZL202110017949.2	2021年 1月7日	2041年 1月6日
2.....	油瓶(核桃油)	設計	艾斯普瑞企業	中國	ZL202130562577.2	2021年 8月27日	2036年 8月26日
3.....	油嘴	設計	艾斯普瑞企業	中國	ZL202130853266.1	2021年 12月23日	2036年 12月22日
4.....	一種應用於軟包裝 食品的防擠壓裝置	實用新型	艾斯普瑞 (廣州)食品	中國	ZL202221816859.6	2022年 7月13日	2032年 7月12日
5.....	一種用於防止溢油的 油嘴	實用新型	艾斯普瑞 (廣州)食品	中國	ZL202221816805.X	2022年 7月13日	2032年 7月12日
6.....	一種豬肝粉生產加工用 蛋白質含量檢測裝置	發明	艾斯普瑞 (廣州)食品	中國	ZL202310783243.6	2023年 6月29日	2043年 6月28日
7.....	一種嬰幼兒營養米粉全 自動分裝設備	發明	艾斯普瑞 (廣州)食品	中國	ZL202210865967.0	2022年 7月22日	2042年 7月21日
8.....	一種胚芽米及其 加工工藝	發明	艾斯普瑞 (廣州)食品	中國	ZL202110674640.0	2021年 6月18日	2041年 6月17日

附錄四

法定及一般資料

序號	專利名稱	專利類型	註冊擁有人	註冊地點	專利號	申請日期	屆滿日期
9.....	一種嬰兒米餅的加工裝置及方法	發明	艾斯普瑞 (廣州) 食品	中國	ZL202311688603.0	2023年 12月11日	2043年 12月10日

(c) 版權

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務屬重要或可能屬重要的版權：

序號	版權名稱	註冊擁有人	註冊地點	版權號	註冊日期	屆滿日期
1.....	Grandpa's Farm	艾斯普瑞 (廣州) 食品	中國	國作登字-2024-F-00250777	2024年 8月23日	2067年 12月31日

(d) 域名

截至最後實際可行日期，我們已註冊以下我們認為對我們的業務屬重要或可能屬重要的域名：

序號	域名	註冊擁有人	註冊日期	屆滿日期
1...	www.grandpasfarm.com.cn	艾斯普瑞(廣州) 食品	2018年 7月10日	2027年 7月10日

除上文披露外，截至最後實際可行日期，沒有其他對我們的業務屬重要或可能屬重要的專利、商標或服務標誌、知識產權或工業產權。

C. 有關董事及主要股東的進一步資料

1. 董事服務合約及委任函的詳情

(a) 執行董事

楊先生、姜先生、何先生及劉先生（均為本公司執行董事）各自已與本公司訂立服務合約。各服務合約的初步年期為三年，自[編纂]起計。服務合約可根據章程細則以及適用法律、規則及法規續訂。

(b) 獨立非執行董事

陳潮明先生、宋笑飛先生及許曉霞女士（均為本公司獨立非執行董事）各自已與本公司訂立委任函。各委任函的初步年期為三年，自[編纂]起計。委任函可根據章程細則以及適用法律、規則及法規續訂。

2. 董事薪酬

截至2023年和2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，支付予本公司董事的薪酬總額（包括薪金及其他酬金、酌情花紅以及退休計劃供款）分別為人民幣0.4百萬元、人民幣0.8百萬元和人民幣1.2百萬元。

根據截至最後實際可行日期生效的安排，截至2025年12月31日止年度應付予董事的薪酬總額估計為人民幣1.8百萬元。

於往績記錄期間，本公司未向董事或五位最高薪酬人士支付任何作為加入本公司或加入本公司後的獎勵的薪酬。於往績記錄期間，本公司未向董事或前任董事支付或應付任何因失去本集團任何成員公司董事職務或與本集團任何成員公司事務管理相關的任何其他職務而產生的離職補償。此外，於往績記錄期間，本公司董事均未放棄或同意放棄任何薪酬。

除上文披露的情況外，截至2023年及2024年12月31日止年度以及截至2025年9月30日止九個月，本集團任何成員公司沒有向本公司任何董事支付或應付任何其他款項。

3. 權益披露

本公司董事及最高行政人員的權益披露

緊隨[編纂]及[編纂]完成後（不計及因行使[編纂]而可能發行及配發的任何股份），本公司董事或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、相關股份或債券中擁有於股份在證券交易所[編纂]後(i)須根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部知會本公司及證券交易所的權益及／或淡倉（如適用）（包括其根據《證券及期貨條例》該等條文被當作或視為擁有的權益及淡倉（如適用）），(ii)須根據《證券及期貨條例》第352條須列入該條所指的登記冊內的權益及／或淡倉（如適用），或(iii)須根據上市規則附錄C3所載《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》須知會本公司及證券交易所的權益及／或淡倉（如適用），列示如下：

於本公司的權益

董事／ 最高行政人員姓名	身份／權益性質	股份數量 ^(附註1)	持股百分比
楊先生	受控法團權益 ^(附註2)	[編纂](L)	[編纂]%
姜先生	受控法團權益 ^(附註3)	[編纂](L)	[編纂]%
何先生	受控法團權益 ^(附註4)	[編纂](L)	[編纂]%
劉先生	受控法團權益 ^(附註5)	[編纂](L)	[編纂]%

附註：

1. 字母「L」表示某人於該等股份中的好倉（定義見《證券及期貨條例》第XV部）。
2. 緊隨[編纂]及[編纂]完成後（不計及因行使[編纂]而可能配發及發行的任何股份），YANGGANG Holdings將擁有本公司[編纂]%的股權。YANGGANG Holdings由楊先生全資擁有。根據《證券及期貨條例》，楊先生被視為於YANGGANG Holdings所持股份中擁有權益。
3. 緊隨[編纂]及[編纂]完成後（不計及因行使[編纂]而可能配發及發行的任何股份），本公司將由JFQ Holdings擁有[編纂]%權益。JFQ Holdings由姜先生全資擁有。根據證券及期貨條例，姜先生被視為於JFQ Holdings所持股份中擁有權益。

4. 緊隨[編纂]及[編纂]完成後(不計及因行使[編纂]而可能配發及發行的任何股份)，本公司將由Ho&Wo Holdings擁有[編纂]%權益。Ho&Wo Holdings由何先生全資擁有。根據證券及期貨條例，何先生被視為於Ho&Wo Holdings所持股份中擁有權益。
5. 緊隨[編纂]及[編纂]完成後(不計及因行使[編纂]而可能配發及發行的任何股份)，本公司將由LHB Holdings擁有[編纂]%權益。LHB Holdings由劉先生全資擁有。根據證券及期貨條例，劉先生被視為於LHB Holdings所持股份中擁有權益。

主要股東權益披露

除本文件「主要股東」一節中披露的情況外，本公司董事概不知悉，緊隨[編纂]及[編纂]完成後，任何其他人士將在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分部條文須向本公司及證券交易所披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有本公司任何類別股本面值10%或以上附帶在所有情況下在本公司股東大會上投票權利的權益。

4. 已收代理費或佣金

除本文件「[編纂]」一節披露的情況外，於本文件日期前兩年內，概無就發行或銷售本集團任何成員公司任何資本或證券給予任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條件。

5. 免責聲明

除本文件披露的情況外：

- (a) 概無本公司董事或首席執行官在本公司或其任何關聯法團(定義見《證券及期貨條例》)的股份、相關股份或債券中擁有任何於股份[編纂]後須根據《證券及期貨條例》第XV部第7及8分部知會本公司及香港證券交易所的權益或淡倉，或根據《證券及期貨條例》第352條須列入該條所指登記冊的權益或淡倉，或須根據《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》知會本公司及證券交易所的權益或淡倉；

- (b) 本公司董事或本附錄「D. 其他資料 – 11. 專家資格」一段所述的任何專家概無在本公司的發起中、或在緊接本文件日期前兩年內本集團任何成員公司收購、出售或租用的任何資產中、或在本集團任何成員公司擬收購、出售或租用的任何資產中擁有任何直接或間接權益；
- (c) 截至本文件日期，本公司董事概無在任何對本集團業務而言屬重大的合約或安排中擁有重大權益；
- (d) 本公司董事概無與本集團任何成員公司訂立任何現有或擬議服務合約（不包括在一年內屆滿或僱主於一年內可在不予賠償（法定賠償除外）的情況下終止的合約）；
- (e) 據本公司董事或最高行政人員所知，緊隨[編纂]及[編纂]完成後，概無人士（非本公司董事或首席執行官）將擁有根據《證券及期貨條例》第XV部第2及第3分部條文須向本公司披露的本公司股份或相關股份的權益或淡倉，亦無直接或間接擁有本集團任何成員公司在所有情況下均附帶股東大會投票權的任何類別股本面值10%或以上權益；及
- (f) 於往績記錄期間內各年度或期間內，概無董事或其各自的緊密聯繫人（定義見上市規則）或持有本公司已發行股本5%以上權益的股東於本集團五大客戶或五大供應商中擁有任何權益。

D. 其他資料

1. 稅務及其他彌償保證

(a) 稅務彌償及其他彌償保證

我們的控股股東已與本公司（為自身及作為本集團其他成員公司的受託人）訂立了彌償契據，同意在契據所載若干限制的前提下，共同及個別就以下（其中包括）事項作出彌償保證：(i) 本集團任何成員公司於往績記錄期間開始直至[編纂]期間已付或須支付的任何稅項或稅務申索，或因於往績記錄期間開始直至[編纂]期間發生的任何事件而導致的已付或須支付的任何稅項或稅務申索；(ii) 本集團任何成員公司可能因重組而遭受、蒙受或招致，或可能針對本集團任何成員公司提出、提起或提起的任何罰款、罰金、損失、損害賠償、負債、費用、成本（包括但不限於搬遷成本）、開支、要

附錄四

法定及一般資料

求、申索、法律程序、訴訟（包括但不限於任何法律成本）及稅項；及(iii)本集團任何成員公司於往績記錄期間開始直至[編纂]期間發生的任何公司或監管合規事宜的任何不合規、失誤、延遲或缺陷，及／或因本集團任何成員公司於往績記錄期間開始直至[編纂]期間任何時間發生的任何行為而引致及／或與之相關的針對或不利於本集團任何成員公司的所有訴訟、仲裁、申索（包括反申索）、行動、投訴、要求、判決及／或法律程序。

我們的董事已獲告知，本集團任何成員公司不大可能須承擔任何重大遺產稅責任。

2. 訴訟

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，本公司並未牽涉任何實際發生或有待裁決的法律、仲裁或行政訴訟（包括任何破產或接管程序），本公司認為這些訴訟不會對本公司業務、經營業績、財務狀況或聲譽造成重大不利影響。

3. 獨家保薦人

獨家保薦人已代表本公司向上市委員會申請本文件所述將予發行的股份[編纂]及獲准[編纂]。所有必要安排均已作出，以便股份獲准進入[編纂]。

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。本公司就界定應付款項應付予獨家保薦人的保薦費為500,000美元。

4. 合規顧問

本公司已委任大華繼顯（香港）有限公司作為本公司的合規顧問，以遵守上市規則第3A.19條。

5. 開辦費用

截至最後實際可行日期，本公司並未產生任何重大開辦費用。

6. 發起人

本公司就上市規則而言並無發起人。在緊接本文件日期前兩年內，概無就[編纂]及本文件所述的相關交易向任何發起人支付、分配或給予或擬支付、分配或授予任何現金、證券或其他利益。

7. 專家同意書

本附錄「D. 其他資料 – 11. 專家資格」中所述的每位專家已就本文件的刊發發出同意書，同意按現時所示形式及涵義其觀點、報告及／或函件及／或法律意見（視情況而定）以及引述其名稱，且並無撤回該等同意書。

上述專家均未持有本公司或本公司任何子公司的任何股權，亦無權（無論是否具有法律強制執行力）認購或提名他人認購本公司或本公司任何子公司的證券。

8. 約束力

如果根據本文件提出申請，本文件即具有效力，使全部有關人士在適用情況下須受《公司（清盤及雜項規定）條例》第44A條和第44B條的全部條紋（罰則除外）約束。

9. 雙語文件

本文件的英文版本和中文版本根據《公司（豁免公司及文件遵守條文）公告》（香港法例第32L章）第4條規定的豁免，正在分別刊發。

10. 股份持有人的稅項

(a) 香港

於本公司香港股份過戶登記分處登記的股份的銷售、購買及轉讓須繳付香港印花稅。就該等銷售、購買及轉讓而言，目前香港印花稅率為代價或（如較高）所出售或轉讓股份公允價值的0.1%。在香港買賣股份所產生或引致的利潤可能亦須繳納香港利得稅。2005年《收入（取消遺產稅）條例》於2006年2月11日在香港生效。在2006年2月11日或之後死亡的股份持有人無須繳納香港遺產稅，亦無須提供遺產稅清關文件以取得授予遺囑認證或遺產管理書。

(b) 開曼群島

開曼群島公司的股份轉讓無需繳納開曼群島印花稅，但持有開曼群島土地權益的公司除外。

(c) 諮詢專業顧問

有意持有股份的人士如對[編纂]、[編纂]、持有、出售或[編纂]股份所產生的稅務影響有任何疑問，應詢其專業顧問。謹此強調，本公司、本公司董事或參與[編纂]的其他各方概不就股份持有人因[編纂]、[編纂]、持有、出售或[編纂]該等股份或行使其附帶的任何權利所產生的任何稅務影響或負債承擔任何責任。

11. 專家資格

在本文件中提供意見或建議的專家的資格如下：

姓名	資格
招銀國際融資有限公司	根據《證券及期貨條例》可進行第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
君合律師事務所	中國法律顧問
衡力斯律師事務所	開曼群島法律顧問
弗若斯特沙利文（北京）諮詢 有限公司上海分公司	行業顧問
畢馬威會計師事務所	執業會計師 根據《會計及財務匯報局條例》註冊的 公眾利益實體核數師

12. 無重大不利變動

本公司董事認為，自2025年9月30日（即本集團最新經審計合併財務報表編製之日）以來，本集團的財務或經營狀況未發生重大不利變動。

13. 其他事項

- (a) 除本文件披露的情況外，在緊接本文件日期前兩年內：
 - (i) 本公司或其任何子公司概無發行或同意發行或建議已繳足或已繳部分股款的股份或借貸資本，以換取現金或現金以外的代價；
 - (ii) 本公司或其任何子公司概無就發行或出售任何股份或借貸資本授出或同意給予任何佣金、折扣、經紀佣金或其他特別條件；
 - (iii) 概無就認購、同意認購、促使認購或同意促使認購本公司或其任何子公司的任何股份而已付或應付任何佣金；
- (b) 本公司或其任何子公司的任何股份或借貸資本均未曾獲得認購期權或有條件或無條件地同意獲得認購期權；
- (c) 本公司或其任何子公司概無創始人股份、管理層股份或遞延股份、可轉換債務證券或任何債券；
- (d) 除本文件「[編纂]」一節所披露者外，本附錄「D. 其他資料－11. 專家資格」分段所述的任何人士均未實益或以其他方式擁有本集團任何成員公司的任何股份權益，亦無任何權利或期權（不論是否具法律強制執行力）認購或提名他人認購本集團任何成員公司的任何證券；
- (e) 在本文件日期之前的12個月內，本集團的業務並未出現任何中斷而可能或已經可能對本集團的財務狀況產生重大影響；及
- (f) 本集團旗下任何公司目前概無在任何證券交易所上市，亦無在任何交易系統中交易，且目前，本集團並無尋求或擬尋求本公司股份或借貸資本在任何其他證券交易所上市，或就此取得交易許可；且概無安排據此放棄或同意放棄未來股息。

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登記的文件包括：

- (a) 本文件附錄四「法定及一般資料－B. 有關本公司業務的進一步資料－1. 重大合約概要」所述各重大合約的副本；及
- (b) 本文件附錄四「法定及一般資料－D. 其他資料－7. 專家同意書」所述各同意書的副本。

展示文件

下列文件的副本將自本文件日期起計14日期間在香港聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.grandpasfarm.com.cn)展示：

- (a) 章程大綱及章程細則；
- (b) 有關截至2024年12月31日止兩個年度以及截至2025年9月30日止九個月的會計師報告，全文載於本文件附錄一；
- (c) 畢馬威會計師事務所編製有關本集團未經審計[編纂]財務資料的報告，全文載於本文件附錄二；
- (d) 本集團截至[2025]年12月31日止[三]個年度的經審計綜合財務報表；
- (e) 本公司中國法律顧問君合律師事務所出具的法律意見書；
- (f) 本公司開曼群島法律顧問Harney Westwood & Riegels出具的信函，其中概述本文件附錄三提及的開曼公司法的若干方面；
- (g) 開曼群島公司法；
- (h) 本文件附錄四「法定及一般資料－B. 有關本公司業務的進一步資料－1. 重大合約概要」所述重大合約；

附錄五

送呈公司註冊處處長及展示文件

- (i) 本文件附錄四「法定及一般資料－D. 其他資料－7. 專家同意書」所述書面同意書；
- (j) 本文件附錄四「法定及一般資料－C. 有關董事及主要股東的進一步資料－1. 董事服務合約及委任函的詳情」所述服務合約及委任函；及
- (k) 本文件「行業概覽」一節所述由弗若斯特沙利文（北京）諮詢有限公司上海分公司編製的行業報告。