

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。本節內容僅為概要，並未包括所有對閣下而言可能屬重要的資料。閣下在決定[編纂][編纂]前務請閱讀本文件全文，包括財務報表及隨附附註。任何[編纂]均涉及風險。[編纂][編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」。閣下在決定[編纂][編纂]前務請細閱該章節。概要使用的各種表述在本文件「釋義」和「技術詞彙表」中界定。

概覽

本集團主要在香港從事保健及美容補充品與產品的開發、銷售、營銷及分銷。我們將產品的生產外包給供應商(包括製造商)並主要透過萬寧在香港的零售門市以我們自有品牌及第三方品牌分銷我們的產品。根據弗若斯特沙利文的資料，按保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團於2024年在香港所有國際及本地保健及美容補充品與產品供應商中的市場佔有率約為1.6%。

在本地的保健及美容補充品與產品市場中，我們擁有多樣化的產品組合，照顧各年齡層的男性、女性及兒童的需求，並專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場。根據弗若斯特沙利文的資料，(i)本集團於2024年在香港鹿相關保健補充品及產品的零售值排名第一，市場份額約為29.4%；及(ii)我們自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品及產品之一。自本集團於2011年成立以來，我們一直積極發展產品組合，提供多種產品，涵蓋兒童、成人及長者的需求。於最後實際可行日期，我們經營(i)合共六個自有品牌，即(a)「正品」；(b)「炎痛消」；(c)「Organicpharm」；(d)「日藥堂」；(e)「維再生」；及(f)「Profix」；及(ii)合共六個第三方品牌，包括(其中包括)(a)「iPro+」及(b)「Boiron」。

我們的產品主要分為兩類：(i)保健補充品及產品；及(ii)美容補充品及產品。有關我們主要產品的更多詳情，請參閱本文件「業務－我們的品牌及產品」。

從2023財政年度至2025財政年度，我們經歷了快速增長。我們的收益由2023財政年度約43.2百萬港元增加至2024財政年度約109.6百萬港元，並於2025財政年度進一步增加至約130.2百萬港元，2023財政年度至2025財政年度的複合年增長率約為73.6%。我們的收益整體上維持穩定，並於2025年六個月及2026年六個月分別錄得約53.0百萬港元及約52.4百萬港元。於2023財政年度、2024財政年度、2025財政年度、2025年六個月及2026年六個月，我們錄得較高毛利率，分別約為81.6%、78.6%、75.0%、75.0%及76.6%。我們的年度純利由2023財政年度約11.3百萬港元增加至2024財政年度約35.5百萬港元，並於2025財政年度進一步增加至約36.3百萬港元，2023財政年度至2025財政年度的複合年增長率約為79.0%。我們的期間純利由2025年六個月約12.0百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於[編纂]開支所致。

我們的業務模式

本集團主要在香港從事保健及美容補充品與產品的開發、銷售、營銷及分銷。我們將產品的生產外包給供應商(包括製造商)並主要透過萬寧在香港的零售門市以我們自有品牌及第三方品牌分銷我們的產品。

除自有品牌產品外，我們銷售及分銷來自供應商G及供應商K的第三方品牌產品，據此，本集團直接向品牌商購買相關產品，並透過銷售及分銷產品產生收益。董事認為，第三方品牌產品進一步豐富了我們的產品組合，使我們能夠更好地滿足最終客戶不斷變化的需求。

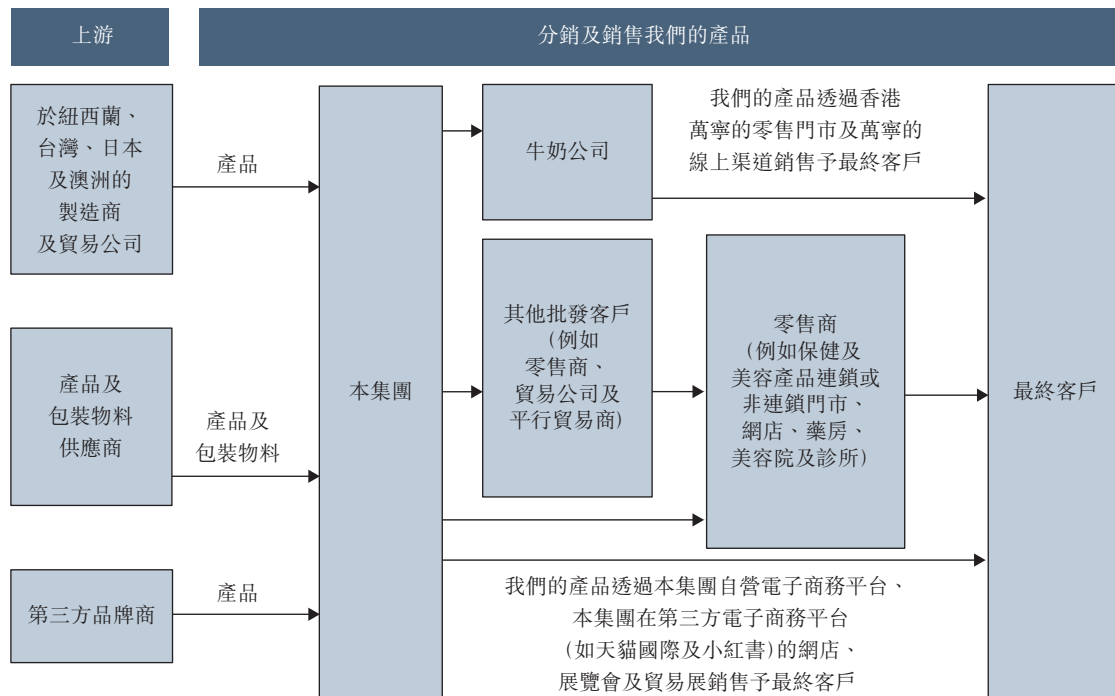
我們亦向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務，其中，我們協助品牌商透過我們的分銷渠道(包括萬寧)出售其產品，並根據所得採購額或後續銷售額或銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得銷售額收取佣金。於往績記錄期，我們就分銷來自供應商K、SST Healthy、客戶B、Boiron Asia及尚締的第三方品牌旗下產品提供銷售推廣服務。

概 要

於往績記錄期，本集團亦透過提供管理及包裝服務產生收益，據此，(i)我們按照客戶要求提供增值包裝解決方案服務，包括包裝、倉儲及存貨管理，並收取服務費；及(ii)我們為第三方品牌商提供主要客戶管理及營銷服務，協助其在我們分銷渠道中推出產品，以收取固定管理費。

本集團的收益來自(i)銷售我們自有品牌及第三方品牌的保健及美容補充品與產品；(ii)向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務；及(iii)提供管理及包裝服務。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月，保健及美容補充品與產品的銷售額分別佔我們總收益約98.8%、98.8%、98.2%、97.8%及98.2%。

下圖顯示了我們的主要業務模式及銷售產品的主要營運流程：



於往績記錄期，大部分產品銷售予牛奶公司，再透過香港的萬寧零售門市以及萬寧的線上渠道將產品銷售及分銷予最終客戶。除牛奶公司外，本集團亦向其他批發及零售客戶分銷產品。本集團混合銷售網絡包括以下：

- (i) **批發業務：**我們主要將產品銷售予牛奶公司(香港最大的保健及美容產品連鎖零售商)以及其他批發客戶(包括零售商、貿易公司及平行貿易商)，該等客戶可能會進一步將我們的產品銷售予其他零售商，然後再銷售予最終客戶。該等零售商可能包括(其中包括)保健及美容產品連鎖或非連鎖門市、藥房、網店、美容院及診所；及
- (ii) **零售業務：**我們主要透過(a)本公司網站的自營電子商務平台；(b)於第三方線上平台(包括天貓國際及小紅書)上的網店；及(c)香港展覽會及貿易展，直接向最終客戶銷售產品。

概 要

下表載列我們於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月按銷售渠道劃分的總收益的明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
銷售保健及美容										
補充品與產品	42,669	98.8	108,318	98.8	127,942	98.2	51,836	97.8	51,502	98.2
— 批發業務 ⁽¹⁾	38,761	89.7	101,979	93.0	115,685	88.8	50,787	95.8	50,414	96.2
— 零售業務	3,908	9.1	6,339	5.8	12,257	9.4	1,049	2.0	1,088	2.0
銷售推廣服務	324	0.7	820	0.8	1,283	1.0	684	1.3	445	0.9
管理及包裝服務	200	0.5	480	0.4	990	0.8	470	0.9	495	0.9
總計	43,193	100.0	109,618	100.0	130,215	100.0	52,990	100.0	52,442	100.0

附註：

(1) 包括向牛奶公司及其他批發客戶(界定為每筆訂單採購金額超過10,000港元的客戶)的銷售。

下表載列於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月按產品類別劃分的毛利及毛利率明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
保健補充品及產品	28,803	81.4	67,971	79.7	72,593	77.8	29,814	78.2	32,314	80.2
自有品牌	28,803	81.4	67,768	79.9	70,207	79.1	29,213	79.6	32,077	80.7
第三方品牌	—	—	203	44.0	2,386	52.4	601	43.6	237	45.8
美容補充品及產品	5,914	81.0	16,915	73.5	22,821	65.9	8,776	63.9	6,937	61.9
自有品牌	5,914	81.0	16,861	75.2	17,203	69.1	6,671	65.2	5,744	78.6
第三方品牌	—	—	54	9.1	5,618	57.5	2,105	60.0	1,193	30.5
小計	34,717	81.4	84,886	78.4	95,414	74.6	38,590	74.4	39,251	76.2
其他 ⁽¹⁾	524	100.0	1,300	100.0	2,273	100.0	1,154	100.0	940	100.0
總計	35,241	81.6	86,186	78.6	97,687	75.0	39,744	75.0	40,191	76.6

附註：

(1) 銷售推廣服務及管理及包裝服務的毛利率均為100%，乃由於服務的相關成本(即銷售推廣人員的佣金及倉庫員工成本)被分別分類為銷售及分銷開支以及行政及其他經營開支。

概 要

下表載列於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	毛利 千港元	毛利率 %	毛利 千港元	毛利率 %	毛利 千港元	毛利率 %	毛利 千港元 (未經審核)	毛利率 %	毛利 千港元	毛利率 %
批發業務	31,489	81.2	79,828	78.3	86,197	74.5	37,754	74.3	38,375	76.1
—向牛奶公司銷售	31,267	81.2	66,551	79.2	73,860	76.1	37,366	75.2	37,997	78.9
—向其他批發客戶銷售	222	82.8	13,277	74.0	12,337	66.3	388	35.0	378	16.8
零售業務	3,228	82.6	5,058	79.8	9,217	75.2	836	79.7	876	80.5
—線下零售銷售	2,470	81.4	3,629	77.5	5,554	73.8	139	65.9	155	67.7
—線上零售銷售	758	86.8	1,429	86.3	3,663	77.4	697	83.2	721	83.9
其他	524	100.0	1,300	100.0	2,273	100.0	1,154	100.0	940	100.0
總計	<u>35,241</u>	<u>81.6</u>	<u>86,186</u>	<u>78.6</u>	<u>97,687</u>	<u>75.0</u>	<u>39,744</u>	<u>75.0</u>	<u>40,191</u>	<u>76.6</u>

我們的競爭優勢

我們相信，下列競爭優勢使我們從競爭對手中脫穎而出：

- 我們為一間在香港保健及美容補充品與產品市場擁有約14年歷史的品牌公司，擁有針對不同功能的多品牌產品組合；
- 我們是本地少數提供保健及美容補充品與產品的供應商之一，擁有多元化的產品組合，同時專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場；
- 我們與醫學專業人士及研究機構合作，以驗證我們產品的功效；
- 我們在萬寧的選定門市聘用並維持一支銷售推廣人員團隊，直接向大眾消費者推廣我們的產品；
- 我們採取並實施具成本效益的全面營銷及促銷策略；及
- 我們與牛奶公司建立了約12年的長期穩定業務關係，擴大了客戶基礎並提升了品牌形象。

有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的競爭優勢」。

我們的策略

我們的目標是鞏固和提升我們作為香港領先的保健及美容補充品與產品供應商的市場地位，並透過海外擴張進一步發展我們的業務。為實現此目標，我們計劃實施以下策略：

- 進一步擴展及優化產品組合，以滿足最終客戶不斷演變的需求；
- 拓展至台灣市場；
- 透過設立自營門市拓展、改善及優化我們的銷售網絡；
- 加強我們的營銷及促銷活動以持續強化自有品牌；及
- 進一步發展我們的電子商務業務。

有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的策略」。

概 要

主要供應商及客戶

主要供應商

我們通常委聘供應商(包括製造商)向我們提供自有品牌的產品，同時我們不時向品牌商採購第三方品牌產品。我們亦採購包裝物料，以於倉庫自主包裝我們的產品。

於往績記錄期，我們向五大供應商的總採購額分別約為6.2百萬港元、22.2百萬港元、22.3百萬港元及13.0百萬港元，分別佔我們的總採購額約86.3%、77.3%、80.3%及77.1%，而我們向最大供應商的採購額分別約為4.0百萬港元、9.9百萬港元、7.7百萬港元及4.8百萬港元，分別佔我們的總採購額約55.6%、34.5%、27.8%及28.0%。

主要客戶

由於業務性質，我們的客戶主要包括(i)批發客戶(包括牛奶公司及其他批發客戶，如零售商、貿易公司及平行貿易商)，我們向其批發產品以供轉售予公眾最終客戶或其他零售商；(ii)根據我們的零售業務直接向我們購買產品的一般公眾最終客戶；(iii)我們為其品牌提供銷售推廣服務的企業客戶；及(iv)我們為其提供管理及包裝服務的企業客戶。

於往績記錄期，我們來自五大客戶的收益分別約為39.1百萬港元、98.0百萬港元、108.6百萬港元及51.1百萬港元，分別佔我們的總收益約90.6%、89.4%、83.4%及97.5%。於往績記錄期來自最大客戶(即牛奶公司)的收益分別約為38.5百萬港元、84.0百萬港元、97.1百萬港元及48.2百萬港元，分別佔我們的總收益約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。

競爭格局

根據弗若斯特沙利文的資料，我們經營的保健及美容補充品與產品市場競爭激烈且分散。於2024年，香港的保健及美容補充品與產品市場競爭相對激烈，按零售值計算，十大保健及美容補充品與產品供應商的市場佔有率合共為55.3%。尤其，根據弗若斯特沙利文的資料，按保健及美容補充品與產品的零售值計算，本集團於2024年在香港所有國際及本地保健及美容補充品與產品供應商中的市場佔有率為1.6%。有關市場及行業競爭格局的更多資料，請參閱本文件「行業概覽」。

我們產品的競爭優勢使我們在市場上優於同類產品

我們是本地少數提供保健及美容補充品與產品的供應商之一，擁有多元化的產品組合，同時專注於鹿相關保健補充品、關節及痛症以及外用止痛產品的利基市場。

根據弗若斯特沙利文的資料，按2024年香港鹿相關保健補充品及產品零售值計算，本集團排名第一，市場佔有率為29.4%，使我們在這個利基市場擁有差異化的品牌識別。尤其是，「生長鈣」及「鹿筋骨痛丸」為我們的鹿相關產品，亦為2025財政年度按收益計的五大暢銷產品。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，我們自有品牌「正品」旗下鹿相關保健補充品所產生的收益分別佔總收益約41.6%、35.6%、34.5%及31.0%。在香港人口老化的背景下，消費者對於補腎壯陽、強健筋骨、舒緩疲勞、增強活力及延年益壽的傳統中藥成分懷有深厚的文化信任、且興趣日濃，預計於2024年至2029年，鹿相關保健補充品及產品的零售值將以約8.7%的複合年增長率增長。因此，我們在該利基市場的領導地位及品牌形象，預計將成為業務增長的主要驅動力。

除鹿相關保健補充品外，我們亦專注於關節及痛症以及外用止痛產品，該等產品可口服或塗抹於完好皮膚以緩解肌肉、關節或神經疼痛，包括消炎止痛帶。根據弗若斯特沙利文的資料，我們自有品牌「炎痛消」旗下的關節及痛症以及外用止痛產品是2024年萬寧零售門市中最暢銷的五種關節及痛症補充品及產品之一。於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2025年9月30日止六個月，我們自有品牌「炎痛消」旗下關節及痛症以及外用止痛產品產生的收益分別佔收益約20.0%、13.9%、12.4%及12.5%。由於

概 要

人口老化，治療骨關節炎或行動不便的客戶基礎不斷擴大，以及使用相關補充品及產品作為預防性保養品的人群擴大，我們專注於該利基市場的優勢將使我們得以把握市場增長契機。

歷史財務資料概要

合併損益及其他全面收益表概要

	2023財政年度 千港元	2024財政年度 千港元	2025財政年度 千港元	2025年六個月 千港元 (未經審核)	2026年六個月 千港元
收益	43,193	109,618	130,215	52,990	52,442
銷貨成本	(7,952)	(23,432)	(32,528)	(13,246)	(12,251)
毛利	35,241	86,186	97,687	39,744	40,191
其他收入	863	208	83	57	38
銷售及分銷開支	(14,912)	(30,630)	(36,435)	(17,901)	(18,859)
行政及其他經營開支	(6,859)	(10,201)	(15,389)	(6,435)	(7,708)
財務成本	(1,124)	(2,543)	(2,397)	(1,327)	(899)
[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
除稅前溢利	13,209	43,020	43,463	14,138	2,898
所得稅開支	(1,896)	(7,537)	(7,206)	(2,188)	(1,954)
年／期內溢利及全面 收益總額	11,313	35,483	36,257	11,950	944

以下為截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月我們銷貨成本的明細：

	2023財政年度		2024財政年度		2025財政年度		2025年六個月		2026年六個月	
	金額 千港元	佔銷貨 成本總額 百分比 %	金額 千港元	佔銷貨 成本總額 百分比 %	金額 千港元	佔銷貨 成本總額 百分比 %	金額 千港元 (未經審核)	佔銷貨 成本總額 百分比 %	金額 千港元	佔銷貨 成本總額 百分比 %
採購成本	6,931	87.2	20,738	88.5	29,462	90.6	11,897	89.8	10,961	89.4
包裝成本	828	10.4	2,090	8.9	2,451	7.5	1,040	7.9	902	7.4
付運成本	193	2.4	604	2.6	615	1.9	309	2.3	388	3.2
總計	7,952	100.0	23,432	100.0	32,528	100.0	13,246	100.0	12,251	100.0

銷貨成本包括採購成本、包裝成本及付運成本。銷貨成本由2023財政年度約8.0百萬港元增加至2024財政年度約23.4百萬港元，並於2025財政年度進一步增加至約32.5百萬港元，此增長趨勢大致與我們在該三年期間的收益增長相符。銷貨成本由2025年六個月約13.2百萬港元，下降至2026年六個月約12.3百萬港元，此變動整體上與期內收益減少趨勢相符。

非香港財務報告準則計量

為補充根據香港財務報告會計準則呈列的合併損益表，我們亦使用香港財務報告會計準則並無規定或並無根據香港財務報告會計準則呈列的經調整溢利(非香港財務報告準則計量)。我們相信，此非香港財務報告準則計量有助識別業務中的潛在趨勢，因此，透過撇除有關項目的潛在影響，為潛在[編纂]提供有用資料，以了解及評估我們的經營業績。我們亦相信，此非香港財務報告準則計量提供有關經營業績的有用資料，並增強對過往業績、未來前景以及我們的管理層在財務及營運決策中使用的關鍵指標的整體了解。

概 要

我們將經調整溢利(非香港財務報告準則計量)界定為以[編纂]相關[編纂]開支作出調整的年內溢利。使用經調整溢利(非香港財務報告準則計量)作為分析工具有若干限制。於評估經營及財務表現時，閣下不應將經調整溢利(非香港財務報告準則計量)視為獨立於或可代替或優於根據香港財務報告會計準則所匯報的經營業績或財務狀況的分析。此外，非香港財務報告準則計量的定義可能與其他公司使用的類似詞彙不同，因此未必可與其他公司呈列的類似計量進行比較。下表載列本集團於往績記錄期的純利與於往績記錄期的經調整溢利(非香港財務報告準則計量)的對賬：

	2023財政年度 千港元	2024財政年度 千港元	2025財政年度 千港元	2026年六個月 千港元
年／期內溢利	11,313	35,483	36,257	944
加回：[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
減：一次性政府補助	(820)	(100)	—	—
經調整年／期內溢利 (非香港財務報告 準則計量)	10,493	35,383	36,343	10,809

我們的年度純利由2023財政年度約11.3百萬港元增加至2024財政年度約35.5百萬港元，整體上與收益增幅一致。該增加主要由於(i)我們的品牌產品「生長鈣」、「鱷肺補」、「炎痛消」及「日藥堂」品牌產品產生的收益增加約31.0百萬港元，乃因加強進行營銷及宣傳活動以及我們的自有品牌產品的市場接受度及認受性有所提高；(ii)我們自有品牌(包括「維再生」及「Prefix」)旗下新推出產品貢獻收益約20.0百萬港元；及(iii)於2023年2月撤銷COVID-19限制後訪港旅客大幅增加。

我們的年度純利由2024財政年度約35.5百萬港元增加至2025財政年度約36.3百萬港元，整體上與收益增幅一致。該增加主要由於(i)第三方品牌(即供應商G的品牌B及品牌C)旗下產品所產生的收益增加約11.5百萬港元，原因為於2023年12月及2024年6月我們獲委任為該等兩個品牌在香港及澳門的獨家分銷商後，該等品牌產品的市場接受度及認受性均有所增加；(ii)由於我們持續有效的營銷工作，成功提升品牌知名度及認受性，使「生長鈣」的品牌知名度及受歡迎程度不斷提高，令該產品產生的收益增加約7.0百萬港元；及(iii)我們於2025財政年度新推出產品(例如「維再生」品牌旗下的血暢通及目再生)產生的收益。我們的期間純利由2025年六個月約12.0百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於[編纂]開支所致。

有關詳細分析，請參閱本文件「財務資料－經營業績的按期比較」。

概 要

合併財務狀況表的選定項目

	2023年 千港元	於3月31日 2024年 千港元	2025年 千港元	於2025年 9月30日 千港元	於2026年 1月31日 千港元 (未經審核)
流動資產					
存貨	2,156	7,989	3,821	8,871	7,737
貿易及其他應收款項	19,753	44,940	47,389	53,099	87,752
銀行結餘及現金	108	668	810	13,750	1,862
流動資產總值	22,017	53,597	52,020	75,720	97,351
流動負債					
貿易及其他應付款項	19,903	11,440	9,516	15,486	17,337
計息借款	28,073	37,818	31,489	34,297	40,153
租賃負債	808	2,303	2,253	2,413	2,618
應付所得稅	691	5,766	13,024	1,553	-
流動負債總額	49,475	57,327	56,282	53,749	60,108
流動資產／(負債)淨額	(27,458)	(3,730)	(4,262)	21,971	37,243
非流動資產	30,613	34,577	32,198	32,143	32,057
非流動負債	4,912	7,289	5,036	4,870	4,293
資產／(負債)淨值	(1,757)	23,558	22,900	49,244	65,007

流動負債淨額由2023年3月31日約27.5百萬港元減少約86.4%至2024年3月31日約3.7百萬港元，主要由於(i)2024財政年度的收益增加導致存貨增加約5.8百萬港元及貿易及其他應收款項增加約25.2百萬港元；及(ii)由於結算應付最終控股方款項導致貿易及其他應付款項減少約8.5百萬港元，部分被(i)計息借款增加約9.7百萬港元，以補充我們的營運資金；及(ii)於2024財政年度除稅前溢利增加導致應付所得稅增加約5.1百萬港元所抵銷。

流動負債淨額由2024年3月31日約3.7百萬港元增加約14.3%至2025年3月31日約4.3百萬港元，主要由於(i)應付所得稅增加約7.3百萬港元；及(ii)存貨減少約4.2百萬港元，部分被(i)臨近年結日收益增加導致貿易及其他應收款項增加約2.4百萬港元；及(ii)計息借款減少約6.3百萬港元所抵銷，主要由於年內償還若干計息借款。

我們錄得扭虧為盈，由2025年3月31日的流動負債淨額約4.3百萬港元轉為2025年9月30日的流動資產淨值約22.0百萬港元，主要歸因於：(i)我們已收到[編纂]前投資的[編纂]令銀行結餘及現金增加；(ii)支付予供應商的按金及零售門市的租金及其他按金增加令貿易及其他應收款項增加；(iii)臨近期末日期作出的採購增加導致存貨增加；及(iv)結清應付所得稅令應付所得稅減少，部分被(i)採購及應付薪金增加導致貿易及其他應付款項增加；及(ii)銀行計息借款增加所抵銷。

於2023年、2024年及2025年3月31日，我們錄得流動負債淨額主要是由於(i)於往績記錄期，我們分別向張運裕先生宣派股息約14.4百萬港元、10.2百萬港元及37.1百萬港

概 要

元，以抵銷與最終控股方的往來賬；及(ii)我們的計息借款被分類為流動負債，因為相關借款協議包含條款，賦予貸款人可隨時自行酌情決定要求償還借款的無條件權利。

展望未來，董事將密切監控流動資產淨值狀況。特別是，我們已就股息的宣派及派付採納股息政策。董事會將綜合考量各項因素(特別是財務業績、流動資金狀況及現金流量情況)後，就未來股息派發提出推薦建議。

有關詳細分析，請參閱本文件「財務資料－合併財務狀況表的關鍵項目討論」。

合併現金流量表的選定項目

	2023財政年度 千港元	2024財政年度 千港元	2025財政年度 千港元	2025年六個月 千港元 (未經審核)	2026年六個月 千港元
經營活動所得現金淨額	7,160	30,305	38,281	12,891	3,758
投資活動所用現金淨額	(2,804)	(272)	(149)	(150)	(53)
融資活動(所用)/所得現金淨額	(5,090)	(29,473)	(37,990)	(13,108)	9,235
現金及現金等價物(減少)/增加淨額	(734)	560	142	(367)	12,940
年初的現金及現金等價物	842	108	668	668	810
年末的現金及現金等價物	108	668	810	301	13,750

主要財務比率

	截至3月31日止年度/於3月31日			截至 2025年 9月30日止 六個月/ 於2025年 9月30日
	2023年	2024年	2025年	
毛利率	81.6%	78.6%	75.0%	76.6%
純利率	26.2%	32.4%	27.8%	1.8%
權益回報	不適用	150.6%	158.3%	1.9%
總資產回報	21.5%	40.2%	43.1%	0.9%
流動比率	0.4	0.9	0.9	1.4
資產負債比率	不適用	160.5%	137.5%	69.6%

有關詳情，請參閱本文件「財務資料－主要財務比率」。

合規

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，董事確認，並經香港法律顧問告知，我們未曾牽涉任何導致罰款、執法行動或其他處罰的重大不合規事件，而該等事件可能單獨或共同對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們涉及若干不重大不合規事宜，包括：(1)未註冊為食物進口商/分銷商；(2)衛生署發出警告函，警告我們的產品廣告可能違反不良廣告(醫藥)條例；(3)來自食物環境衛生署食物安全中心的信函，指稱可能未符合適用營養標籤規定；(4)海關就我們的產品說明不準確進行調查；(5)逾期報稅及納稅；及(6)僱主逾期報稅。

概 要

根據食物安全條例，正品香港及萬嘉寶須向食物環境衛生署署長登記為食物進口商／分銷商。正品香港與萬嘉寶分別於2023年11月21日及2025年8月29日之前未註冊為食物進口商／分銷商。根據食物安全條例，正品香港的最高刑罰為罰款50,000港元及監禁六個月，而萬嘉寶的最高刑罰為罰款50,000港元。然而，據我們香港法律顧問告知，正品香港及萬嘉寶就其過往未註冊的任何潛在起訴現已超過時效。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團收到衛生署5封警告信，內容涉及本集團若干產品廣告使用限制用語，可能違反不良廣告(醫藥)條例第3條及／或第3B條。根據不良廣告(醫藥)條例，本集團可能面臨最高刑罰，一經首次定罪，可處罰款50,000港元及監禁六個月，而在第二次或其後再被定罪，則可處罰款100,000港元及監禁一年。經香港法律顧問告知，就4封警告函規定的任何可能違反不良廣告(醫藥)條例的事宜對本集團進行起訴的時效期現已超過時效。儘管其中一封警告函的時效期限尚未屆滿，我們在收到警告函後已立即修訂該產品廣告的相關措辭。於最後實際可行日期，當局並未對我們採取任何後續執法行動。因此，香港法律顧問認為，衛生署就違反不良廣告(醫藥)條例對我們提出檢控的可能性甚微。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港收到食物環境衛生署食物安全中心函件，指稱正品香港未能遵守食物及藥物(成分組合及標籤)規例第4A條或第4B條的適用營養標籤規定。違反該條例可處第5級罰款(最高50,000港元)及監禁六個月。本集團隨即檢討包裝及更新標籤，以確保符合食物及藥物(成分組合及標籤)規例的規定。截至最後實際可行日期，當局並無對我們採取任何後續執法行動。因此，香港法律顧問認為，食物環境衛生署就違反食物及藥物(成分組合及標籤)規例對我們提出檢控的可能性甚微。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港收到香港海關就其其中一款產品發出調查結果函，指稱該產品未如產品包裝所示含有標明含量，違反商品說明條例第7條。任何人犯商品說明條例第7條，(i)經循公訴程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁五年；及(ii)經循簡易程序定罪，則可處第6級罰款(最高100,000港元)及監禁兩年。香港海關在調查結果函中決定向正品香港發出警告，而並非起訴。於最後實際可行日期，香港海關並無對正品香港採取進一步的後續執法行動。此外，據本集團香港法律顧問告知，就上述調查中本集團可能違反商品說明條例的行為提出檢控的時效期限現已屆滿。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，正品香港及萬嘉寶於2022／2023及2023／2024課稅年度存在逾期納稅，而三新藥業於2023／2024課稅年度存在逾期報稅。根據稅務條例第71(5)條，可就逾期未繳稅款加收不超過5%的附加費。稅務局已就逾期付款發出逾期付款附加費通知，本公司已在評稅通知或逾期付款附加費通知指定日期後的六個月內繳納所有應付稅項，包括附加費。根據稅務條例第80(2)條，逾期報稅可處罰款10,000港元，並可另處以少繳稅款三倍的額外罰款。根據稅務顧問的建議，鑒於三新藥業於2023／2024課稅年度未產生應課稅溢利，相關課稅年度不存在稅務責任，而三新藥業可能面臨的最高罰則為罰款10,000港元。截至最後實際可行日期，並無就逾期報稅對本集團採取進一步強制執行行動。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，竣輝及萬嘉寶分別於2022／2023及2023／2024課稅年度存在僱主逾期報稅。根據稅務條例第80(1)條，每宗逾期報稅可處以不超過10,000港元的罰款。截至最後實際可行日期，本公司並未受到任何後續執法行動。

有關上述不重大不合規事宜，請參閱本文件「業務－法律訴訟及合規－合規」。

概 要

股息

截至2023年、2024年及2025年3月31日止年度，我們向張運裕先生宣派股息約14.4百萬港元、10.2百萬港元及37.1百萬港元，以抵銷與最終控股方的往來賬。

我們已採納宣派及派付股息的股息政策，惟並無預定股息派付率。派息建議由董事會酌情決定，而在[編纂]後，年度末期股息的任何宣派須獲得股東批准。未來股息的宣派及派付將取決於多項因素，包括但不限於我們的財務業績、流動資金狀況及現金流量狀況、業務狀況及策略、未來前景以及當前的經濟環境。任何股息的宣派及派付以及股息的金額將受我們的章程文件及所有適用法律及法規所規限。

[編纂]開支

[編纂]開支指專業費用、[編纂]佣金及就[編纂]產生的其他費用。我們估計[編纂]開支(包括[編纂]佣金)將約為[編纂]港元，佔[編纂][編纂]總額約[編纂](假設[編纂]為每[編纂][編纂]港元，即本文件所述指示性[編纂]的中位數，且[編纂]未獲行使及並無根據[編纂]後股份獎勵計劃授出任何獎勵)。於往績記錄期，我們分別產生[編纂]開支[編纂]、[編纂]、約[編纂]港元及[編纂]港元。[編纂]開支餘下結餘約[編纂]港元，預計(i)將於截至2026年及2027年3月31日止年度的合併損益及其他全面收益表中確認為開支[編纂]港元；及(ii)於[編纂]後直接確認為權益扣減[編纂]港元。[編纂]開支主要包括約[編纂]港元[編纂]相關開支及約[編纂]港元非[編纂]相關開支(包括法律顧問及申報會計師費用及開支約[編纂]港元以及其他費用及開支約[編纂]港元)。

[編纂]用途

假設[編纂]未獲行使且並無根據[編纂]後股份獎勵計劃授出任何獎勵並假設[編纂]為每[編纂][編纂]港元(即本文件中指示性[編纂]介乎[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，我們估計，經扣除我們就[編纂]已付及應付的[編纂]佣金及其他估計開支後，我們將自[編纂]收取的[編纂]淨額約為[編纂]港元。

我們擬將[編纂][編纂]淨額作以下用途，金額載列下文，可根據我們的業務需求演變及市況不斷變化作出調整：

- 預期約[編纂]港元(佔[編纂]淨額的[編纂])將用於拓展業務至台灣市場；
- 預期約[編纂]港元(佔[編纂]淨額的[編纂])將用於在香港進行策略性營銷及促銷活動，進一步提升品牌知名度及推廣自有品牌旗下的招牌產品，其中包括「鹿筋骨痛丸」、「鱷肺補」、「血暢通」及「目再生」；
- 預期約[編纂]港元(佔[編纂]淨額約[編纂])將透過分階段在香港開設自營門市以拓展我們的銷售網絡；
- 預期約[編纂]港元(佔[編纂]淨額的[編纂])將透過引進及開發我們現有及新產品線下的新保健及美容補充品與產品，擴展及豐富我們自有品牌的產品組合；及
- 預期餘款約[編纂]港元(佔[編纂]淨額的[編纂])將用作一般營運資金。

有關[編纂]用途的預期時間的詳情，請參閱程本文件「未來計劃及[編纂]用途」。

概 要

風險因素

我們相信，我們營運涉及若干風險。許多風險超出我們的控制範圍。有關風險載於本文件「風險因素」，包括(其中包括)：

- 本集團面臨依賴牛奶公司向最終客戶轉售產品的風險，而未能維持與牛奶公司的關係或以其他方式擴大我們的批發網絡或會對本集團的業務造成重大不利影響；
- 牛奶公司及其他批發客戶未能向本集團付款，或就付款問題出現糾紛或在收取款項上出現嚴重拖延，或會對本集團的現金流量及盈利能力造成重大不利影響；
- 未能開發及引入新產品或我們的新產品未能獲得市場接納或會令我們的業務受到負面影響；
- 我們的業務在很大程度上依賴，且本集團亦高度依賴我們的主要品牌「正品」帶來的收益，此情況或會持續下去。倘我們未能開發、維持及提升我們的品牌及聲譽及主要品牌銷售額下滑，則或會令產品的市場認受性及消費者對產品的信任受到重大不利影響；及
- 營銷及宣傳活動對我們的產品能否成功至關重要，倘本集團無法維持或發展我們的營銷能力，則我們的產品的市場份額、品牌認受性及聲譽或會受到重大不利影響。

控股股東

緊隨[編纂]完成後(並無計及根據[編纂]獲行使而可能發行的任何股份及根據[編纂]後股份獎勵計劃可能授出的任何獎勵)，Always Success將有權行使本公司已發行股本總額約[編纂]的投票權。Always Success由張運裕先生全資擁有。因此，張運裕先生及Always Success將於[編纂]後成為本公司控股股東(定義見上市規則)。

[編纂]前投資

我們於2025年6月完成[編纂]前投資，[編纂]前投資者為燕茹女士、周女士、張杰承先生、勞祖亮先生、劉瀟先生、周修武先生、歐陽詠詩女士及交銀國際資產管理有限公司(以管理人身份行事及代表客戶(即肖曉女士))。緊接著[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使及並無根據[編纂]後股份獎勵計劃授出任何獎勵)，[編纂]前投資者將持有約[編纂]的已發行股份。有關[編纂]前投資者的身份及背景以及[編纂]前投資的主要條款的更多詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構—[編纂]前投資」。

[編纂]統計數據

下表中的數字乃基於以下假設：(i)[編纂]已完成，且[編纂]中已發行及出售[編纂]股份，(ii)[編纂]未獲行使，(iii)並無根據[編纂]後股份獎勵計劃授出任何獎勵，及(iv)[編纂]完成後已發行及發行在外[編纂]股份。

	按[編纂]每 [編纂][編纂]計算	按[編纂]每 [編纂][編纂]計算
[編纂]完成後的市值 ⁽²⁾	[編纂]	[編纂]
本公司擁有人應佔未經審核[編纂]經調整 合併每[編纂]有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 本表內所有統計數據乃基於假設[編纂]未獲行使及並無根據[編纂]後股份獎勵計劃授出任何獎勵而呈列。
- (2) 市值乃基於[編纂]完成後預期已發行及發行在外[編纂]股份計算。
- (3) 未經審核[編纂]經調整綜合每[編纂]有形資產淨值乃經作出本文件附錄二「未經審核[編纂]財務資料」所述調整後，並基於已發行合共[編纂]股份(假設[編纂]已於2025年9月30日完成，但並未

概 要

計及因(i)行使[編纂]可能發行的任何股份，(ii)根據[編纂]後股份獎勵計劃可能授出任何獎勵，或(iii)本公司可能發行或購回的任何股份)計算得出。

近期發展及無重大不利變動

於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們的業務模式、收益結構及成本結構整體保持不變。於往績記錄期後及直至最後實際可行日期，我們繼續專注於主要業務，主要在香港從事保健及美容補充品與產品的研發、銷售、營銷及分銷。董事認為，我們的業務營運將保持相對穩定，主要由於(i)我們與主要客戶的關係相對穩定；(ii)我們於往績記錄期持續實現增長；及(iii)我們將不時推出新產品，以迎合當前市場趨勢及最終客戶的需求。

於往績記錄期後，我們已推出兩款新產品，涵蓋關節及痛症。

於2026年1月，我們已獲得及提取一筆7.3百萬港元的新融資。該貸款按香港銀行同業拆息加2%的利率計息，為期一年，該貸款以控股股東提供的個人擔保及主要管理層保險合約作抵押。董事確認，控股股東提供的個人擔保將於[編纂]前全數解除及於[編纂]後將以本集團提供的公司擔保取代。

於2025年10月，我們於香港粉嶺的首家自營門市投入營運。該門市的運營表現令人滿意，並於2025年11月實現盈虧平衡。本集團將以分階段方式於香港設立自營門市。此外，於最後實際可行日期，本集團於台灣正在成立一間間接全資附屬公司，以拓展業務至台灣市場。

2025年12月，我們於中國成立爵玥品牌管理，由三新藥業全資擁有，並擬為本集團開展營銷活動。於最後實際可行日期，爵玥品牌管理尚未開展任何業務營運。於2026年2月，我們與周女士成立百樂正品環球，本公司間接持有百樂正品環球全部已發行股本的30%。百樂正品環球入賬列作本集團聯營公司。百樂正品環球擬從事保健及美容補充品與產品的開發及銷售業務。於最後實際可行日期，該公司尚未開展任何業務營運。

董事確認，經進行董事認為屬適合的盡職審查後，自2025年9月30日起及直至本文件日期，(i)本集團的經營或財務狀況或前景並無出現重大不利變動；及(ii)概無發生將以對本文件附錄一所載會計師報告內資料造成重大不利影響的事件。董事預期，截至2026年3月31日止年度的純利較2025財政年度有所減少，主要由於[編纂]開支將於合併損益及其他全面收益表中確認。