

## 財務資料

閣下應將以下討論及分析與我們載於本文件附錄一會計師報告的合併財務報表連同相關附註一併閱讀。我們的合併財務資料乃根據香港財務報告會計準則編製。

以下討論及分析載有反映我們現時對未來事件及財務表現的看法的前瞻性陳述。該等陳述乃基於我們根據經驗及對過往走勢、目前狀況及預期未來發展的見解以及我們相信於有關情況下屬適合的其他因素而作出的假設及分析。然而，實際結果及事態發展會否與我們的預期及預測一致乃取決於多項風險及不確定因素，當中很多為我們無法控制或預見。於評估我們的業務時，閣下應審慎考慮本文件提供的所有資料，包括當中「前瞻性陳述」、「風險因素」、「業務」以及其他部分的資料。

### 概覽

本集團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。我們將產品的生產外包給供應商(包括製造商)，並主要透過萬寧於香港的實體零售門市及網店分銷我們自有及第三方品牌旗下產品。於最後實際可行日期，我們的產品組合包括(i)自有品牌旗下44款保健補充品及產品以及8款美容補充品及產品；及(ii)第三方品牌旗下4款保健補充品及產品以及20款美容補充品及產品。我們的自有品牌包括(i)「正品」；(ii)「炎痛消」；(iii)「Organicpharm」；(iv)「日藥堂」；(v)「維再生」；及(vi)「Profix」，而第三方品牌包括(其中包括)(a)「iPro+」；及(b)「Boiron」。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份額約為1.6%。

我們已於截至2025年3月31日止三個年度實現顯著增長。我們的收益由2023財政年度約43.2百萬港元增加約153.8%至2024財政年度約109.6百萬港元，並進一步增加約18.8%至2025財政年度約130.2百萬港元。我們的收益由2025年六個月約53.0百萬港元輕微減少約1.0%至2026年六個月約52.4百萬港元。我們的年內溢利由2023財政年度約11.3百萬港元增加約213.6%至2024財政年度約35.5百萬港元，並進一步增加約2.2%至2025財政年度約36.3百萬港元。我們的期內溢利由2025年六個月約12.0百萬港元減少約92.1%至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於期內產生[編纂]開支。

### 編製基準

我們的歷史財務資料乃根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告會計準則(有關統稱包括香港會計師公會頒佈的所有適用的個別香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋)編製。我們一直採納與我們的營運相關且於往績記錄期生效的所有該等新訂／經修訂香港財務報告會計準則。採納該等新訂／經修訂香港財務報告會計準則對我們的歷史財務資料並無產生任何重大影響。我們預期於未來期間採納該等新訂或經修訂香港財務報告會計準則不會對本集團的合併財務資料造成任何重大影響。

為籌備[編纂]，我們已進行重組，詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構」一節。作為重組的一部分，本公司於2025年2月18日根據公司法在開曼群島註冊成立為一間獲豁免有限公司，並於2025年2月27日於完成為[編纂]而進行的重組後成為現時組成本集團的公司的控股公司，並透過我們在香港的營運附屬公司進行其他業務。由於重組並

## 財務資料

無導致本集團業務的最終控制權及所使用資源出現任何變動，故本集團被視為一間持續經營實體，因此，除另有指明外，重組被視為共同控制下的實體及業務重組。

因此，歷史財務資料(呈列本集團現時旗下實體的合併財務狀況、合併財務表現、合併權益變動及合併現金流量)乃基於合併會計處理原則按合併基準編製，猶如本集團現行架構於往績記錄期或自彼等各自註冊成立或成立日期以來(如適用)一直存在，惟於往績記錄期之前收購正品香港除外。

我們的歷史財務資料乃根據歷史成本基準編製，惟按公平值計入損益的金融資產(其按公平值計量)除外。編製符合香港財務報告會計準則的歷史財務資料須使用若干關鍵會計估計及判斷，而管理層在應用我們的會計政策時亦須作出判斷。涉及較高度判斷或複雜性的範疇，或對歷史財務資料而言屬重大的假設及估算範疇於本文件附錄一會計師報告附註3中披露。

### 影響我們經營業績的主要因素

我們的業務、財務狀況及經營業績過往一直並預期將繼續受到以下多項因素的重大影響，其中包括：

#### 我們能否根據營銷及促銷策略廣泛分銷產品

本集團的經營業績直接受銷售額所影響，而銷售額主要受(其中包括)市場需求及我們能否廣泛分銷產品所驅動。我們預期未來的經營業績將繼續明顯有賴於我們能否根據全面的營銷及促銷策略以提升產品銷售額，並涵蓋多項營銷舉措。我們旨在透過營銷舉措帶動銷售額，同時亦建立理想的品牌辨識度及形象。我們已成立專責的營銷團隊，多年來負責市場研究、策略規劃及推廣本集團品牌及產品等活動。本集團透過多種形式投放廣告，包括電視、印刷刊物及數碼渠道。我們亦委聘藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士。此外，本集團通常參與萬寧的大型促銷活動。於最後實際可行日期，我們有49名銷售推廣人員，彼等為我們的僱員，派駐在萬寧在香港的48間零售門市，負責推廣我們的產品並取得最終客戶的即時反饋。我們於萬寧在香港的選定門市設置16個貨架端展示，以銷售及推廣我們的產品。

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，我們的廣告及促銷開支分別約為6.8百萬港元、11.2百萬港元、13.5百萬港元、7.6百萬港元及6.6百萬港元，而支付予銷售推廣人員的銷售佣金分別約為4.1百萬港元、13.2百萬港元、15.1百萬港元、6.9百萬港元及7.5百萬港元。我們計劃延續及加強現有宣傳及促銷計劃，因此預期廣告及促銷開支及支付予銷售推廣人員的銷售佣金日後將持續上升，從而將導致銷售及分銷開支增加。由於產品需求可能受營銷及促銷計劃成效所影響，倘我們未能透過營銷工作提升銷售額，則本集團的財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

#### 與牛奶公司的關係

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團大部分產品均透過萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道銷售及分銷，並由其轉售予大眾客戶。本集團於自2013年起的約12年間與牛奶公司建立長期穩定的業務關係。根據弗若斯特沙利文的資料，萬寧為香港最大保健及美容產品的連鎖零售商，於2026年2月，在香港及澳門分別擁有306間

## 財務資料

及20間門市，按2024年香港保健及美容補充品與產品的零售總值計算，約佔34.4%的市場份額。憑藉牛奶公司的廣泛零售網絡，我們得以針對香港的不同消費族群以及中國及海外正尋求在香港各區向信譽卓越的連鎖零售商購買保健及美容補充品與產品的旅客有效提高產品曝光率。

於往績記錄期，牛奶公司為本集團最大客戶。我們透過向牛奶公司銷售產品所產生的收益分別約為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，佔往績記錄期的總收益分別約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。預計牛奶公司未來將成為我們的最大客戶，且我們與牛奶公司的關係將對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成重大影響。

### 最終客戶的需求及喜好與我們的產品組合

董事認為，香港對個人化及天然保健補充品的需求日益增加。尤其是香港消費者傾向選擇根據年齡、性別或生活方式量身定制的營養方案，並愈趨偏好天然及有機選項，例如以藻類為基礎的omega-3。科技進步促使個人化補充品配方的發展，而電子商務的蓬勃發展亦令消費者更容易接觸到種類繁多的產品。此外，中藥融入現代健康潮流反映文化轉變，並有助於市場發展。整體而言，以上趨勢顯示隨著消費者愈加重視保健及養生，個人化及天然保健補充品及產品的市場前景一片光明。

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，我們的產品組合包括(i)六個自有品牌旗下44款保健補充品及產品以及8款美容補充品及產品；及(ii)六個第三方品牌旗下4款保健補充品及產品及20款美容補充品及產品。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的品牌及產品」。

我們的產品組合變動受多項因素影響，包括市場趨勢、最終客戶喜好及我們能否開發及推出新產品。董事相信，未來的經營業績及財務狀況在很大程度上取決於我們能否開發或收購能因應消費者趨勢及喜好改變的新產品，以及我們能否將產品組合多元化。

### 我們的產品定價及製成品與包裝物料成本

董事相信，本集團業務得以脫穎而出的關鍵在於能夠向客戶提供價格吸引的產品，而此對業務取得成功至關重要。產品的製成品及包裝物料成本迅速上升可能令我們在維持現有售價方面面臨挑戰。尤其是，倘製成品及包裝物料價格上升，而我們因競爭局面或其他原因而未能將成本上升轉嫁予最終客戶，則最終將影響本集團的盈利能力。即使我們能調整產品售價，但利潤率仍或會低於預期。

產品售價的任何顯著上調亦或會導致銷量下降，甚至削弱本集團品牌定位及形象，令我們對客戶的吸引力下降，在市場上的競爭力減弱，並將對財務狀況及經營業績造成不利影響。

### 重大會計政策、判斷及估計

我們的若干會計政策需應用與會計項目有關的估計、假設及複雜判斷。我們在應用會計政策時所使用的估計及假設以及作出的判斷對財務狀況及經營業績均有重大影

## 財務資料

響。管理層會根據以往經驗及其他因素(包括在相關情況下相信屬合理的未來事件預期)持續評估有關估計、假設及判斷。於往績記錄期，我們的管理層所作出的估計或假設與實際結果並無重大偏差，而我們亦未對該等估計或假設作出重大變動。我們預期在可見未來並不會對該等估計及假設作出重大變動。

以下載列我們相信對我們至關重要或在編製財務報表過程中涉及最重大估計、假設及判斷的重大會計政策、估計、假設及判斷。其他對理解我們的財務狀況及經營業績而言屬重要的重大會計政策、估計、假設及判斷，詳列於本文件附錄一會計師報告附註3。

### 重大會計政策

#### 收益確認

本集團透過提供以下貨物及服務產生收益：

- (i) 銷售保健及美容補充品與產品；
- (ii) 銷售推廣服務；及
- (iii) 管理及包裝服務。

收益於本集團透過向客戶轉移所承諾的貨物或服務(即資產)履行履約責任時(或就此)確認。一項資產在客戶取得該項資產的控制權時(或就此)獲轉移。

銷售保健及美容補充品與產品收益在客戶獲得已承諾資產的控制權時確認，其一般與貨物交付予客戶及所有權轉讓的時間一致。

銷售推廣服務收益乃來自基於客戶銷售額百分比的服務費，且履約責任直至客戶實現銷售時方獲履行。因此，銷售推廣服務收益於某一時間點確認(通常為客戶實現銷售時)。

管理及包裝服務收益於提供服務時隨時間確認。

就根據香港財務報告準則第15號隨時間確認的收益而言，倘履約責任的結果可合理計量，本集團應用產出法(即根據迄今為止向客戶轉移的貨物或服務相對於合約項下承諾的剩餘貨物或服務的價值的直接計量)，以計量完全履行履約責任的進度，原因為該方法提供了本集團履約情況的忠實描述，且本集團可獲得可靠資料來應用該方法。否則，收益僅在產生的成本範圍內確認，直至能夠合理計量履約責任的結果為止。

於各報告期末，尚未履行(或部分履行)的履約責任並無分配任何交易價格。

本集團授予若干客戶退回有瑕疵或假冒產品的權利，或基於虛假陳述或誤導性產品描述等理由，或在預定期限內無條件退貨的權利。於銷售時，退款負債及收益的相應調整就預期將予退回的產品予以確認。同時，本集團在客戶行使退貨權時，就產品的回收權利確認一項已退回貨物資產的權利及相應的銷售成本調整。本集團參照其歷史經驗及其對按當前相關資料調整後的未來回報的預期，採用最可能金額法估計退貨數量，並評估估計可變代價是否受到限制。任何重大的估計差異將在當前的估計及評估中進行分析及考慮。一般而言，估計代價不受限制。

## 財務資料

於往績記錄期，本集團不時估計及調整退款負債至收益，於各報告期末並無來自客戶的重大產品退貨而須承擔退款負債。

本集團於往績記錄期的退貨源自牛奶公司，包括：(i)於正常情況下退回產品，包括因到期、包裝損壞或產品瑕疵；(ii)促銷活動後未出售的貨品；及(iii)於特別情況下退回產品，包括(a)產品召回；(b)產品升級為新產品；及(c)更換產品包裝。

有關產品退貨詳情，請參閱「業務－我們的業務模式－牛奶公司退貨及撥備政策」一節。

本集團向特定客戶提供回扣。本集團使用預期價值法估計目標回扣，並參考客戶的歷史回扣權益及迄今累計採購額，以評估估計的可變代價是否受到限制。任何重大估計差異將進行分析，並在當前的估計及評估中予以考慮。一般而言，估計代價不受限制。

### 來自其他來源的收益

金融資產的利息收入乃使用實際利率法確認。就並無信貸減值且按攤銷成本計量的金融資產而言，實際利率適用於資產賬面總值，惟倘金融資產出現信貸減值，實際利率適用於攤銷成本(即賬面總值扣除虧損撥備)。

### 存貨

存貨乃按成本與可變現淨值兩者的較低者列賬。成本(包括所有買貨成本)及(如適用)其他使存貨達致現址及現時狀況的所有費用乃以先進先出法計算。可變現淨值指日常業務過程中的估計售價減估計銷售所需的成本。

於存貨出售時，該等存貨的賬面值於確認有關收益的期間確認為開支。存貨撇減至可變現淨值的金額及所有存貨虧損一概在撇減或虧損產生期間確認為開支。任何存貨撇減的任何撥回金額在撥回發生期間確認為扣減已確認為開支的存貨金額。

### 租賃

本集團在合約開始時會評估合約是否屬於或包含租賃。倘合約賦予於一段時間內控制使用已確認資產的權利以換取代價，則該合約屬於或包含租賃。

#### 本集團作為承租人

本集團對短期租賃及低價值資產租賃應用確認豁免。與該等租賃相關的租賃付款於租期內按直線基準確認為開支。

本集團選擇不將非租賃組成部分與租賃組成部分區分，而是將各租賃組成部分及任何相關的非租賃組成部分入賬列作單一租賃組成部分。

本集團將租賃合約的各租賃組成部分單獨入賬列作一項租賃。本集團按租賃組成部分的相對獨立價格及(倘適用)非租賃組成部分的總獨立價格將合約中的代價分配至各租賃組成部分。

本集團未產生單獨組成部分的應付款項被視為分配至合約已單獨識別組成部分的總代價的一部分。

## 財務資料

本集團於租賃開始日期確認使用權資產及租賃負債。使用權資產以成本進行初始計量，而租賃負債以合約開始日期尚未支付的租賃付款現值進行初步計量。

### 金融工具

#### 金融資產

金融資產於且僅於本集團成為該工具合約條文的訂約方時按交易日基準確認。

金融資產於且僅於(i)本集團享有來自該金融資產之未來現金流量之合約權利屆滿時；或(ii)本集團轉讓該金融資產，且(a)本集團已轉移該金融資產所有權之絕大部分風險及回報；或(b)本集團並未轉移或保留該金融資產所有權之絕大部分風險及回報，惟其不再保留對該金融資產之控制權時終止確認。

倘本集團保留已轉讓金融資產所有權之絕大部分風險及回報，本集團會繼續確認該金融資產。

倘本集團既不轉移亦不保留已轉讓資產所有權之絕大部分風險及回報，且繼續控制該已轉讓資產，本集團按其持續參與程度及可能須支付之相關負債金額確認該金融資產。

金融資產(並無重大融資組成部分的貿易及其他應收款項除外，該等貿易及其他應收款項初步按其交易價計量)初步按其公平值確認，倘金融資產並未按公平值計入損益(「按公平值計入損益」)，則確認時加上收購金融資產直接應佔之交易成本。該等貿易及其他應收款項初步按其交易價計量。

於初步確認時，金融資產分類為(i)按攤銷成本計量；(ii)按公平值計入其他全面收益(「按公平值計入其他全面收益」)之債務投資；(iii)按公平值計入其他全面收益之股權投資；或(iv)按公平值計入損益計量。

金融資產於初步確認之分類取決於本集團管理金融資產之業務模式及金融資產之合約現金流量特徵。金融資產於其初步確認後不予重新分類，除非本集團更改其管理有關資產的業務模式則另作別論，而在此情況下，所有受影響之金融資產於業務模式更改後首個中期報告期間之首日重新分類。

本集團按攤銷成本計量的金融資產包括貿易及其他應收款項以及現金及銀行結餘。

本集團強制按公平值計入損益的金融資產包括非上市投資－主要管理層保險合約。

#### 金融負債

金融負債於且僅於本集團成為該等工具合約條文的訂約方時確認。

金融負債於且僅於負債消除時，即在有關合約訂明的責任獲解除、註銷或屆滿時，方終止確認。

金融負債初步按公平值確認，倘金融負債並未按公平值計入損益，則加上發行金融負債的直接應佔交易成本。

本集團的金融負債包括貿易及其他應付款項及計息借款。所有金融負債(按公平值計入損益的金融負債除外)均初步按其公平值確認及隨後採用實際利率法按攤銷成本計量，惟貼現將不會產生重大影響，於該情況下則按成本列賬。

---

## 財務資料

---

### 無形資產

單獨獲得的無形資產於初步確認時按成本計量。透過業務合併獲得的無形資產的成本為於收購日期的公平值。無形資產的可使用年期會評定為有限或無限。

具有限年期的無形資產隨後按可使用經濟年期攤銷，於有跡象顯示無形資產可能出現減值時進行減值評估。具有限可使用年期的無形資產的攤銷期及攤銷方法於各報告期末進行檢討。

具無限可使用年期的無形資產未獲攤銷，並個別地或按現金產生單位層面每年進行減值測試。具無限可使用年期的無形資產的可使用年期於各報告期末進行檢討，以釐定無限可使用年期的評估是否繼續可靠。否則，可使用年期評估由無限改為有限之變動按前瞻性基準入賬。

### 分銷網絡

於過往年度在業務合併中收購的分銷網絡於收購日期按公平值確認。具無限可使用年期的分銷網絡按成本減累計減值虧損(如有)列賬。

### 研發成本

研發成本在發生時支銷。若產品或工序在技術及商業上可行，且本集團有足夠資源完成開發，則開發活動所產生的成本(涉及將研究結果應用於生產新的或大幅改良的產品及工序的計劃或設計)會資本化。資本化的開支包括材料成本、直接勞工成本及適當比例的間接成本。其他開發支出於產生時在損益中確認為開支。當資產可供使用時，資本化開發成本以直線法按其估計可使用年期攤銷。

有關其他重大會計政策的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註3。

### 重大會計判斷及估計

#### *具無限可使用年期的無形資產及商譽減值*

本集團至少每年釐定具無限可使用年期的無形資產及商譽是否出現減值。這需要估計具無限可使用年期的無形資產及商譽所獲分配的現金產生單位的使用價值。估計使用價值需要本集團估計現金產生單位的預期現金流量，並選擇合適的貼現率以計算該等現金流量的現值。

#### *預期信貸虧損(「預期信貸虧損」)的虧損撥備*

本集團管理層通過使用各種輸入數據及假設(包括違約風險及預期虧損率)來估計貿易及其他應收款項的虧損撥備。估計乃基於本集團的歷史資料、現有市況以及於各報告期末的前瞻性估計，涉及高度不確定性。倘預期與原先估計不同，則有關差異將影響貿易及其他應收款項的賬面值。

## 財務資料

### 合併損益及其他全面收益表概要

下表列載所示年度／期間的合併損益及其他全面收益表概要，乃摘錄自本文件附錄一會計師報告：

	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)
年內／期內溢利及全 面收益總額	11,313	35,483	36,257	11,950	944

### 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。

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。

## 財務資料

下表載列本集團於往績記錄期的純利與本集團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
年內／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)	-	-
經調整年內／期內溢利 (非香港財務報告準則計量)	10,493	35,383	36,343	10,809

### 合併損益及其他全面收益表的選定項目說明

#### 收益

於往績記錄期，我們的收益主要來自銷售自有及第三方品牌旗下的保健及美容補充品與產品。於往績記錄期，我們的總收益由2023財政年度約43.2百萬港元增加約153.8%至2024財政年度約109.6百萬港元，並進一步增加約18.8%至2025財政年度約130.2百萬港元。我們的收益由2025年六個月約53.0百萬港元輕微減少約0.6百萬港元至2026年六個月約52.4百萬港元。於往績記錄期，我們幾乎所有收益均來自香港的銷售。除銷售保健及美容補充品與產品外，我們亦透過為第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務及提供管理及包裝服務產生收益。

#### 按業務分部劃分的收益

下表載列於往績記錄期我們按業務分部劃分的收益明細：

	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	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
保健及美容補充品與 產品的銷售	42,669	98.8	108,318	98.8	127,942	98.2	51,836	97.8	51,502	98.2
—保健補充品及產品	35,370	81.9	85,299	77.8	93,289	71.6	38,101	71.9	40,287	76.8
—美容補充品及產品	7,299	16.9	23,019	21.0	34,653	26.6	13,735	25.9	11,215	21.4
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

於往績記錄期，我們來自保健及美容補充品與產品銷售的收益主要包括(i)銷售保健補充品及產品，例如自有品牌「正品」旗下的最暢銷鹿相關保健補充品；及(ii)自有品牌及若干第三方品牌旗下的美容補充品及產品。該等產品主要透過萬寧的零售門市銷售。

## 財務資料

於往績記錄期，我們亦自提供以下各項產生收益：(i)向第三方品牌商或品牌商集團提供的銷售推廣服務；及(ii)管理及包裝服務。

### 按銷售渠道劃分的收益

我們大部分產品均透過萬寧的零售門市以及萬寧的線上渠道銷售及分銷，將產品轉售予一般大眾客戶，並採用結合零售業務及批發業務的混合銷售網絡。下表載列我們於往績記錄期按銷售渠道劃分的收益明細：

	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	
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
批發業務 <sup>(1)</sup>	38,761	89.7	101,979	93.0	115,685	88.8	50,787	95.8	50,414	96.2
—向牛奶公司銷售	38,493	89.1	84,044	76.7	97,071	74.5	49,680	93.7	48,170	91.9
—向其他批發客戶銷售	268	0.6	17,935	16.3	18,614	14.3	1,107	2.1	2,244	4.3
零售業務	3,908	9.1	6,339	5.8	12,257	9.4	1,049	2.0	1,088	2.0
—線下零售銷售	3,035	7.1	4,684	4.3	7,524	5.8	211	0.4	229	0.4
—線上零售銷售	873	2.0	1,655	1.5	4,733	3.6	838	1.6	859	1.6
其他 <sup>(2)</sup>	524	1.2	1,300	1.2	2,273	1.8	1,154	2.2	940	1.8
總計	<u>43,193</u>	<u>100.0</u>	<u>109,618</u>	<u>100.0</u>	<u>130,215</u>	<u>100.0</u>	<u>52,990</u>	<u>100.0</u>	<u>52,442</u>	<u>100.0</u>

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。
- (2) 指來自銷售推廣服務及管理及包裝服務的收益。

### 批發業務產生的收益

在批發業務中，我們主要透過以下渠道銷售產品：(i)向萬寧銷售，其為香港最大保健及美容產品連鎖零售商；及(ii)向其他批發客戶銷售，主要包括零售商、貿易公司及平行貿易商，藉此或會進一步向其他零售商出售我們的產品，以轉售予最終客戶。該等零售商或會包括(其中包括)在本地及全球各地分銷我們產品的保健及美容產品連鎖門市或非連鎖門市、藥店／藥房、線上商店、美容院、診所及線上平台。

截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，批發業務產生的收益分別約為38.8百萬港元、102.0百萬港元、115.7百萬港元、50.8百萬港元及50.4百萬港元，佔我們的總收益分別約89.7%、93.0%、88.8%、95.8%及96.2%。具體而言，於往績記錄期，向牛奶公司銷售產生的收益分別約為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，佔我們的總收益分別約89.1%、76.7%、74.5%及91.9%。

### 零售業務產生的收益

零售業務方面，我們透過線上及線下銷售渠道直接向最終客戶銷售產品。線下零售銷售收益主要來自透過展覽會及貿易展進行的銷售。同時，線上零售銷售收益則主要來自我們於本公司網站設立的電子商務平台，以及我們於第三方電子商務平台(如天貓國際及小紅書)設立的網店。

## 財務資料

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自零售業務的收益分別約為3.9百萬港元、6.3百萬港元、12.3百萬港元、1.0百萬港元及1.1百萬港元，佔我們的總收益分別約9.1%、5.8%、9.4%、2.0%及2.0%。

### 銷售推廣服務產生的收益

於往績記錄期，我們向第三方品牌商或品牌商集團提供銷售推廣服務，本集團為其代表，協助其透過我們的分銷渠道(包括牛奶公司)在香港銷售及分銷其產品，並根據我們的分銷渠道的採購金額或後續銷售額收取佣金。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，銷售推廣服務產生的收益分別約為324,000港元、820,000港元、1.3百萬港元、684,000港元及445,000港元，佔我們於各相應年度／期間總收益分別約0.7%、0.8%、1.0%、1.3%及0.9%。

### 管理及包裝服務產生的收益

於往績記錄期，本集團亦透過提供客戶管理及包裝服務產生收益，據此(i)我們根據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，以收取固定管理費。於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，管理及包裝服務產生的收益分別約為200,000港元、480,000港元、990,000港元、470,000港元及495,000港元，佔我們於各相應年度／期間總收益分別約0.5%、0.4%、0.8%、0.9%及0.9%。

### 按品牌劃分的收益

我們銷售自有品牌及第三方品牌旗下產品。下表載列我們於往績記錄期按品牌劃分的收益明細：

	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	%
	(未經審核)									
自有品牌	42,669	98.8	107,266	97.9	113,617	87.2	46,946	88.6	47,074	89.7
– 保健補充品及產品	35,370	81.9	84,838	77.4	88,738	68.1	36,722	69.3	39,770	75.8
– 美容補充品及產品	7,299	16.9	22,428	20.5	24,879	19.1	10,224	19.3	7,304	13.9
第三方品牌	–	–	1,052	0.9	14,325	11.0	4,890	9.2	4,428	8.5
– 保健補充品及產品	–	–	461	0.4	4,551	3.5	1,379	2.6	517	1.0
– 美容補充品及產品	–	–	591	0.5	9,774	7.5	3,511	6.6	3,911	7.5
其他 <sup>(1)</sup>	524	1.2	1,300	1.2	2,273	1.8	1,154	2.2	940	1.8
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) 指來自銷售推廣服務以及管理及包裝服務的收益。

### 來自自有品牌的收益

自成立以來，我們一直專注於發展及培育自有品牌，因為董事相信，我們的品牌形象源自於我們持續的營銷努力以及產品組合的不斷優化及擴展。截至最

## 財務資料

後實際可行日期，我們擁有共六個自有品牌，即：(i)「正品」；(ii)「炎痛消」；(iii)「Organicpharm」；(iv)「日藥堂」；(v)「維再生」；及(vi)「Profix」，涵蓋兒童、成人及長者的需求。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自自有品牌產品的收益分別約為42.7百萬港元、107.3百萬港元、113.6百萬港元、46.9百萬港元及47.1百萬港元，佔我們的總收益分別約98.8%、97.9%、87.2%、88.6%及89.7%。

### 來自第三方品牌的收益

除自有品牌產品外，我們銷售及分銷供應商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。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。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自第三方品牌旗下產品的收益分別約為零、1.1百萬港元、14.3百萬港元、4.9百萬港元及4.4百萬港元，佔我們的總收益分別約零、0.9%、11.0%、9.2%及8.5%。

### 按產品類別及功能劃分的收益

下表載列我們於往績記錄期按產品類別及功能劃分的收益明細：

	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	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
保健補充品及產品	35,370	81.9	85,299	77.8	93,289	71.6	38,101	71.9	40,287	76.8
– 兒童健康	3,903	9.0	21,348	19.5	27,893	21.4	11,551	21.8	10,510	20.0
– 關節及痛症	14,512	33.6	20,415	18.6	22,808	17.5	10,324	19.5	9,086	17.3
– 呼吸系統護理	2,985	6.9	8,713	7.9	9,177	7.0	3,267	6.2	2,789	5.3
– 抗敏	608	1.4	858	0.8	1,168	0.9	517	1.0	318	0.6
– 男士健康	3,627	8.4	4,942	4.5	4,504	3.5	2,014	3.8	2,197	4.2
– 腦部健康	-	-	-	-	830	0.6	32	0.1	13	0.0
– 失眠及緩解壓力	1,134	2.6	1,823	1.7	2,964	2.3	1,320	2.5	990	1.9
– 止痛	3,177	7.4	5,566	5.1	6,008	4.6	2,310	4.3	2,127	4.1
– 心血管及肝臟護理	2,527	5.9	9,353	8.5	9,884	7.6	3,667	6.9	6,274	12.0
– 眼睛健康	-	-	-	-	1,304	1.0	-	-	1,027	2.0
– 益生菌	-	-	7,820	7.1	2,806	2.2	1,513	2.8	1,188	2.3
– 滋陰養顏	2,897	6.7	4,461	4.1	3,943	3.0	1,586	3.0	1,788	3.4
– 女士健康	-	-	-	-	-	-	-	-	493	0.9
– 體重及腸道管理	-	-	-	-	-	-	-	-	1,487	2.8
美容補充品及產品	7,299	16.9	23,019	21.0	34,653	26.6	13,735	25.9	11,215	21.4
– 抗敏	1,341	3.1	2,682	2.4	2,954	2.3	1,533	2.9	938	1.8
– 女士健康	-	-	12,803	11.7	18,898	14.5	7,319	13.8	4,522	8.6
– 體重及腸道管理	5,958	13.8	7,534	6.9	12,801	9.8	4,883	9.2	5,755	11.0
小計	42,669	98.8	108,318	98.8	127,942	98.2	51,836	97.8	51,502	98.2
其他 <sup>(1)</sup>	524	1.2	1,300	1.2	2,273	1.8	1,154	2.2	940	1.8
總計	43,193	100.0	109,618	100.0	130,215	100.0	52,990	100.0	52,442	100.0

## 財務資料

附註：

(1) 指來自銷售推廣服務以及管理及包裝服務的收益。

### 來自保健補充品及產品的收益

我們的保健補充品及產品主要包括：(i)營養及草藥補充品，屬口服產品(通常為藥丸、片劑或液體)，旨在補充日常飲食並提升內在健康／免疫系統(包括心臟、腦部、肝臟、骨骼、眼睛、改善睡眠質素等)；及(ii)用於舒緩肌肉或關節疼痛的外用止痛產品。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自保健補充品及產品的收益分別約為35.4百萬港元、85.3百萬港元、93.3百萬港元、38.1百萬港元及40.3百萬港元，佔我們的總收益分別約81.9%、77.8%、71.6%、71.9%及76.8%。

於往績記錄期，保健補充品及產品產生的收益增加，主要由於市場對我們兒童健康、關節及痛症以及心血管及肝臟護理相關產品的接受度及認受性增加，該等產品為2025財政年度及2026年六個月三大最暢銷保健補充品及產品，佔我們於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月的總收益分別約21.4%、17.5%及7.6%以及20.0%、17.3%及12.0%。

### 來自美容補充品及產品的收益

我們的美容補充品及產品主要包括：(i)旨在改善體態／外觀的製劑；及(ii)旨在改善肌膚狀態的營養素，如膠原蛋白、抗氧化劑及輔酶，其主要功能包括肌膚美白、抗氧化、抗衰老及抗皺。

我們於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月來自美容補充品及產品的收益分別約為7.3百萬港元、23.0百萬港元、34.7百萬港元、13.7百萬及11.2百萬港元，佔我們的總收益分別約16.9%、21.0%、26.6%、25.9%及21.4%。

我們於截至2025年3月31日止三個年度來自美容補充品及產品的收益增長乃主要由於(i)自我們於2023年5月推出女士健康類別下的「維再生NMN」後，來自該品牌的收益增長；及(ii)自我們分別於2023年12月及2024年6月獲委任為第三方品牌供應商G的品牌B及品牌C在香港及澳門的獨家分銷商後，來自該等兩個品牌旗下產品的收益增長。

我們於2026年六個月來自美容補充品及產品的收益減少乃主要歸因於「維再生NMN」銷售減少，主要由於「維再生NMN」產品升級為「維再生NMN 40000+」，於此期間，「維再生NMN」餘下存貨已退回予本集團，且因新產品需要時間獲得市場接納，「維再生NMN 40000+」的訂單減少，部分被品牌C旗下品銷售增長所抵銷，由於我們於期內為品牌C旗下滯銷產品提供更多銷售折扣，以提升銷量。

## 財務資料

### 銷量及平均售價

下表載列我們於往績記錄期的產品銷量及平均售價明細：

	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	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	件	港元	件	港元	件	港元	件	港元	件	港元
								(未經審核)		
保健補充品及產品	185,361	191	464,187	184	521,951	179	213,350	179	215,810	187
- 兒童健康	24,504	159	130,947	163	168,956	165	68,790	168	62,843	167
- 關節及痛症	74,037	196	107,336	190	132,632	172	58,321	177	50,611	180
- 呼吸系統護理	12,383	241	36,417	239	38,096	241	13,647	239	11,173	250
- 抗敏	3,206	190	4,871	176	6,199	188	2,811	184	1,783	178
- 男士健康	18,335	198	25,030	197	22,640	199	10,106	199	11,026	199
- 腦部健康	-	-	-	-	3,514	236	126	254	52	250
- 失眠及緩解壓力	6,562	173	10,367	176	15,088	196	7,054	187	5,806	171
- 止痛	19,366	164	34,017	164	35,554	169	14,024	165	12,931	164
- 心血管及肝臟護理	11,980	211	47,900	195	56,698	174	21,905	167	29,681	211
- 眼睛健康	-	-	-	-	7,846	166	-	-	5,386	191
- 益生菌	-	-	45,128	173	15,438	182	8,735	173	6,034	197
- 滋陰養顏	14,988	193	22,174	201	19,290	204	7,831	203	8,764	204
- 女士健康	-	-	-	-	-	-	-	-	2,258	218
- 體重及腸道管理	-	-	-	-	-	-	-	-	7,462	199
美容補充品及產品	46,605	157	76,747	300	165,349	210	57,619	238	83,958	134
- 抗敏	6,727	199	13,839	194	14,900	198	7,640	201	4,816	195
- 女士健康	-	-	12,359	1,036	43,296	436	17,550	417	10,560	428
- 體重及腸道管理	39,878	149	50,549	149	107,153	119	32,429	151	68,582	84
總計	<u>231,966</u>	<u>184</u>	<u>540,934</u>	<u>200</u>	<u>687,300</u>	<u>186</u>	<u>270,969</u>	<u>191</u>	<u>299,768</u>	<u>172</u>

於往績記錄期，銷量逐漸增加乃由於：(i)我們加強進行營銷及促銷活動；(ii)我們自有品牌產品(包括保健補充品及產品中兒童健康類別下的「生長鈣」及關節及痛症類別下的「鹿筋骨痛丸」)的市場接受度及認受性有所提高；(iii)擴展產品組合，包括於截至2024年及2025年3月31日止年度於美容補充品及產品中女士健康類別下推出的「維再生NMN」以及於美容補充品及產品中女士健康及體重及腸道管理類別下推出第三方品牌(包括供應商G的品牌B及品牌C)相關產品；(iv)於2026年六個月在保健補充品及產品中的女士健康類別下推出「維再生私密雙道護益生菌蔓越莓」，並在保健補充品及產品中的體重及腸道管理類別下推出「維再生腸道微生態(免疫+配方)」及「內脂殺」；及(v)本地經濟於2023年2月解除有關COVID-19的限制後有所改善及訪港旅客大幅增加。我們的整體平均售價於往績記錄期出現的波動通常受產品組合改變及各種促銷活動所影響。以下載列我們的主要產品類別分析：

### 兒童保健產品

於截至2025年3月31日止三個年度，本公司兒童保健產品的銷量由2023財政年度的24,504件增至2024財政年度的130,947件，並於2025財政年度進一步攀升至168,956件。此顯著增長主要源於市場對本公司自有品牌產品「生長鈣」的接受度與認可度提升。於2023年，我們在各大電視頻道進行「生長鈣」的推廣及廣告的綜合資訊節目。營銷效果

## 財務資料

得到觀眾的好評，於節目播出後，「生長鈣」的銷量明顯增長。自此，我們投入大量的營銷資源來推廣「生長鈣」，且該產品成為我們最暢銷產品。尤其是，於2023年，我們與高錦明教授合作進行科學研究，證實「生長鈣」能有效促進人體生長期的骨骼生長。於2024年，我們的三款產品(包括「生長鈣」)獲國際品質研究機構Monde Selection授予「世界品質獎項－銅獎」。兒童保健產品的銷量由2025年六個月的68,790件減少至2026年六個月的62,843件，主要由於更換產品包裝，於2025年9月退回產品，導致訂單出現臨時短缺，但其後於2025年10月推出新包裝後恢復訂單。

於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，兒童保健產品的平均售價維持相對穩定，分別為159港元、163港元、165港元、168港元及167港元。

### 關節及痛症產品

於截至2025年3月31日止三個年度，關節及痛症產品的銷量由2023財政年度的74,037件增至2024財政年度的107,336件，並於2025財政年度進一步攀升至132,632件，主要由於：(i)我們自有品牌產品「鹿筋骨痛丸」在市場上的接受度與認可度提升；及(ii)第三方品牌關節及痛症產品的銷量增加。2022年，我們與高錦明教授合作進行科學研究，證實「鹿筋骨痛丸」對慢性炎症引起的肌肉或關節拉傷具有療效。2024年，我們榮獲國際品質研究機構Monde Selection頒發「世界品質獎項－銅獎」，獲獎產品包括「鹿筋骨痛丸」在內的三款產品。於2025年六個月及2026年六個月，本公司關節及痛症產品的銷量分別達58,321件及50,611件。銷量下降主要由於「鹿筋骨痛丸」產品於2025年六個月參加萬寧的今日出位價促銷活動，但並未於2026年六個月參加同類活動。

本公司關節及痛症產品的平均售價由2023財政年度的196港元下降至2024財政年度的190港元，並進一步降至2025財政年度的172港元。2025財政年度的顯著降幅主要歸因於第三方品牌關節及痛症產品銷量增長，該產品售價低於本公司自有品牌產品。關節及痛症產品的平均售價相對穩定，於2025年六個月及2026年六個月分別為177港元及180港元。

### 呼吸系統護理產品

本集團呼吸系統護理產品的銷量由2023財政年度的12,383件增至2024財政年度的36,417件，並進一步攀升至2025財政年度的38,096件，而呼吸系統護理產品的平均售價於截至2025年3月31日止三個年度分別維持穩定於241港元、239港元及241港元。2024財政年度銷量增長，主要歸因於 COVID-19疫情後公眾健康意識的提升及市場對本公司自有品牌產品「鱷肺補」的接受度及認可度提升。於2023年，我們再度與高錦明教授合作進行科學研究，證實「鱷肺補」能有效抑制人體呼吸道的過敏反應。於2024年，我們榮獲國際品質研究機構Monde Selection頒發的「世界品質獎項－銅獎」，獲獎產品包括「鱷肺補」在內的三款產品。呼吸系統護理產品的銷量由2025年六個月的13,647件下降至2026年六個月的11,173件。平均售價由2025年六個月的239港元增加至2026年六個月的250港元。平均售價增加及銷量減少主要由於2026年六個月針對「鱷肺補」所提供的促銷減少，以及由於供應商延遲發貨，我們經歷短暫的存貨短缺期。

## 財務資料

### 美容補充品及產品項下體重及腸道管理產品

於截至2025年3月31日止三個年度，美容補充品及產品中的體重及腸道管理類產品的銷量從2023財政年度的39,878件增至2024財政年度的50,549件，並於2025財政年度進一步攀升至107,153件。2025財政年度銷量顯著增長，主要歸因於推出版牌B及品牌C及推出該等第三方品牌產品。

美容補充品及產品中的體重及腸道管理類產品的平均售價由2023財政年度及2024財政年度的約149港元下降至2025財政年度的約119港元。該下降主要由於我們品牌B及品牌C旗下新產品售價較低。

於2026年六個月，我們進一步加大美容保健品及產品中的體重及腸道管理類產品項下若干滯銷產品的銷售折扣力度，尤其是品牌C旗下產品。我們自2024年6月起僅開始銷售品牌C項下的產品，且美容補充品及產品中的體重及腸道管理類產品銷量由2025年六個月的32,429件增加至2026年六個月的68,582件，而該類別產品的平均售價則由2025年六個月的151港元下降至2026年六個月的84港元。

### 美容補充品及產品項下女士健康產品

美容補充品及產品中的女士健康產品類產品的銷量從2024財政年度的12,359件增至2025財政年度的43,296件。該增長主要歸因於本公司於2025財政年度在「維再生」及品牌B等品牌下推出新產品。美容補充品及產品中的女士健康類產品銷量於2025年六個月及2026年六個月分別為17,550件及10,560件，有關減少主要由於產品等級由「維再生NMN」升級為「維再生NMN 40000+」，導致「維再生NMN」餘下存貨於2025年6月退回予本集團。就「維再生NMN 40000+」而言，由於新產品獲得市場接納需要時間，最初下達的訂單較少。

美容補充品及產品中的女士健康類別的平均售價由2024財政年度的約1,036港元下降至2025財政年度的約436港元。該減少主要由於2024財政年度我們於該類別下僅有「維再生NMN」，該產品的售價相對於其他所有產品而言相對較高。於2025財政年度，我們於「維再生」及品牌B等品牌下推出其他新產品，售價較低。該等新產品為2025財政年度美容補充品及產品中女士健康類產品總收益約26.5%。美容補充品及產品中女士健康類產品的平均售價由2025年六個月的417港元增加至2026年六個月的428港元，主要由於產品組合變動及推出新產品，包括於2025年6月推出「維再生NMN 40000+」。

### 心血管及肝臟護理產品

於往績記錄期，本公司心血管及肝臟護理產品的銷量由2023財政年度的11,980件增至2024財政年度的47,900件，進一步增加至2025財政年度的56,698件，並由2025年六個月的21,905件增加至2026年六個月的29,681件，主要歸因於：(i) COVID-19疫情後公眾健康意識增強，加之我們加大該類產品的推廣力度，從而推動了產品需求增長；及(ii) 於2025財政年度及2026年六個月推出新產品，即於2024年6月及2025年6月分別推出「血暢通」及「維再生93+OMEGA-3醫療級深海魚油」。

本公司心血管及肝臟護理產品的平均售價由2023財政年度的約211港元下降至2024財政年度的約195港元，主要由於於2024財政年度參加萬寧的今日出位價促銷活動。平均售價進一步降至2025財政年度的約174港元，主要由於我們於2025財政年度以較低售價出售產品。平均售價由2025年六個月的167港元上升至2026年六個月的211港元，主要由於停止銷售售價較低的產品所致。

## 財務資料

### 於往績記錄期的新產品

於2024財政年度，我們於多個品類中推出新產品，包括美容補充品及產品中的女士健康、益生菌、失眠及緩解壓力、關節及痛症。我們於2024財政年度從該等新產品中產生收益約21.1百萬港元，約佔2024財政年度總收益的19.2%。該等新產品於2024財政年度的銷售量及平均售價分別為63,251件及約333港元。

於2025財政年度，我們於多個品類中推出新產品，包括美容補充品及產品中的體重及腸道管理、腦部健康、心血管及肝臟護理、眼部健康、關節及痛症及女士健康。我們於2025財政年度從該等新產品中產生收益約20.1百萬港元，約佔2025財政年度總收益的15.4%。該等新產品於2025財政年度的銷售量及平均售價分別為144,393件及約139港元。

於2026年六個月，我們多個品類中推出新產品，包括保健補充品及產品以及美容補充品及產品中的女士健康，保健補充品及產品中的體重及腸道管理、心血管及肝臟護理、眼部健康及兒童健康。於2026年六個月，該等新產品產生收益約7.7百萬港元，佔2026年六個月總收益約14.7%。該等新產品於2026年六個月的銷量及平均售價分別為23,203件及約331港元。

### 銷貨成本

於往績記錄期，銷貨成本包括採購成本、包裝成本及付運成本。於截至2025年3月31日止三個年度，我們的銷貨成本分別約為8.0百萬港元、23.4百萬港元及32.5百萬港元。銷貨成本上升主要由於我們於截至2025年3月31日止三個年度的收益增加所致。我們的銷貨成本由2025年六個月的約13.2百萬港元減少1.0百萬港元至2026年六個月的約12.3百萬港元，與期內收益減少一致。

採購成本佔我們銷貨成本的大部分，即我們就購買產品產生的成本。包裝成本主要指我們購買包裝物料的成本。下表載列我們於往績記錄期的銷售成本明細：

	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	
	佔銷貨 成本總額		佔銷貨 成本總額		佔銷貨 成本總額		佔銷貨 成本總額		佔銷貨 成本總額	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)									
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	<u>7,952</u>	<u>100.0</u>	<u>23,432</u>	<u>100.0</u>	<u>32,528</u>	<u>100.0</u>	<u>13,246</u>	<u>100.0</u>	<u>12,251</u>	<u>100.0</u>

## 財務資料

### 毛利及毛利率

下表載列我們於往績記錄期按產品類別及品牌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 <sup>(1)</sup>	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。

於截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，毛利分別約為35.2百萬港元、86.2百萬港元、97.7百萬港元、39.7百萬港元及40.2百萬港元，而毛利率分別約為81.6%、78.6%、75.0%、75.0%及76.6%。截至2025年3月31日止三個年度，毛利率下降主要由於(i)對客戶提高自有品牌產品(尤其是「生長鈣」及維再生NMN)促銷折扣以爭取更多市場份額及提升銷量；及(ii)來自第三方品牌旗下產品的收益增長，而我們就該等產品保持較自有品牌產品相對較低的毛利率。於2024財政年度的第三方品牌旗下美容補充品及產品錄得較低毛利率，主要由於該類別下的唯一產品僅為批發客戶採購的產品，我們並無銷售或分銷該產品，且我們並無對該產品進行任何營銷及推廣。於2025財政年度，第三方品牌旗下美容補充品及產品的毛利率上升，主要由於我們引入其他第三方品牌(如供應商G的品牌B及品牌C)產品，而我們就此將其作為我們的產品出售及分銷。於2026年六個月，第三方品牌旗下美容補充品及產品的毛利率下降，主要由於我們為提升若干滯銷產品的銷量而加大品牌C旗下女士健康產品的促銷折扣。

## 財務資料

下表載列於往績記錄期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	35,241	81.6	86,186	78.6	97,687	75.0	39,744	75.0	40,191	76.6

於截至2025年3月31日止三個年度，我們向批發客戶銷售的毛利率從2023財政年度的約81.2%下降至2024財政年度的約78.3%，並進一步降至2025財政年度的約74.5%，主要由於我們參與牛奶公司舉辦的促銷活動增加以及參與促銷活動的產品組合變動所致。於2026年六個月，我們向批發客戶銷售的毛利率由2025年六個月的約74.3%上升至2026年六個月的約76.1%，主要由於參與牛奶公司舉辦的促銷活動的產品組合不同及2026年六個月參加萬寧的今日出位價促銷活動次數減少。

我們向其他批發客戶銷售的毛利率由2023財政年度的約82.8%下降至2024財政年度的約74.0%並進一步下降至2025財政年度的約66.3%，主要由於於2024財政年度，我們開始銷售為批發客戶採購的產品，而該等產品我們原本並不銷售或分銷，且我們未對該等產品進行任何營銷及促銷，因此於2025財政年度該等產品的毛利率較低而其銷量有所增長。於2026年六個月，為促進銷售，我們對供應予批發客戶的部分滯銷產品給予更大折扣，導致我們錄得毛利率下降至約16.8%。

我們的線下零售銷售毛利率從2023財政年度的約81.4%下降至2024財政年度的約77.5%，並進一步降至2025財政年度的約73.8%，主要歸因於我們發起了更多的促銷活動。我們錄得線下零售銷售毛利率下降，於2025年六個月約為65.9%，而2026年六個月則為67.7%，主要由於我們通常會記錄於香港國際工業出品展銷會（通常在12月及1月舉行）上所售毛利率較高產品的線下零售銷售額。

於往績記錄期，我們的線上零售銷售相較其他銷售渠道維持較高毛利率。我們於2025財政年度錄得線上零售銷售毛利率下降，主要是由於2025年2月至2025年3月發起的大規模銷售推廣活動。

### 其他收入

其他收入主要包括：(i)政府補助，主要包括香港政府就以下目的提供補貼：(a)為僱主提供財務支援，以挽留在COVID-19爆發期間可能面臨裁員的僱員；及(b)支持當地商業企業，旨在促進商業發展；及(ii)按公平值計入損益的金融資產之公平值變動。主要管理層保險合約於合併財務報表入賬列作按公平值計入損益的金融資產。

## 財務資料

下表載列我們於往績記錄期的其他收入明細：

	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
政府補助	820	100	-	-	-
按公平值計入損益的金融資產之 公平值收益	40	103	82	57	35
銀行利息收入	2	4	1	-	1
雜項收入	1	1	-	-	2
<b>總計</b>	<b>863</b>	<b>208</b>	<b>83</b>	<b>57</b>	<b>38</b>

其他收入由2023財政年度約863,000港元減少至2024財政年度約208,000港元，並進一步減少至2025財政年度約83,000港元，主要由於自2024財政年度起放寬有關COVID-19的限制後再無相關政府補貼，以及自2025財政年度起未錄得商業發展政府補貼所致。其他收入由2025年六個月的57,000港元減少約33.3%至2026年六個月的38,000港元，主要由於一名董事的人壽保險之按公平值計入損益的金融資產公平值收益減少所致。

### 銷售及分銷開支

於往績記錄期，銷售及分銷開支主要包括：(i)用於投放線上及線下廣告，以及委聘藝人、KOL及醫學專業人士的廣告及促銷開支；及(ii)銷售推廣人員應佔員工成本，包括薪金及工資、銷售佣金及強制性公積金(「強積金」)供款。下表載列我們於往績記錄期的銷售及分銷開支明細：

	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
廣告及促銷開支	6,760	11,209	13,481	7,644	6,600
銷售佣金	4,081	13,232	15,117	6,904	7,469
薪金及工資	2,959	4,727	6,284	2,666	3,674
強積金供款	245	428	539	254	288
展覽費	521	285	143	82	5
測試費	125	81	50	29	176
貨運及運輸	103	438	590	270	269
銷售平台收費	63	104	170	32	177
使用權資產折舊	-	-	-	-	128
消耗性物料	-	116	45	14	47
其他 <sup>(1)</sup>	55	10	16	6	26
<b>總計</b>	<b>14,912</b>	<b>30,630</b>	<b>36,435</b>	<b>17,901</b>	<b>18,859</b>

附註：

(1) 包括(其中包括)進口報關費及樣品收費開支。

截至2025年3月31日止三個年度及截至2024年及2025年9月30日止六個月，銷售及分銷開支佔總收益分別約34.5%、27.9%、28.0%、33.8%及36.0%。於截至2025年3月31日止三個年度，銷售及分銷開支由2023財政年度約14.9百萬港元增加約105.4%至2024財政年度約30.6百萬港元，並進一步增加約19.0%至2025財政年度約36.4百萬港

## 財務資料

元，主要歸因於：(i)增加廣告及促銷開支以提升及維持本集團品牌認受性及聲譽；及(ii)銷售佣金以及薪金及工資增幅整體上與截至2025年3月31日止三個年度的收益增幅一致。銷售及分銷開支由2025年六個月約17.9百萬港元增加約5.4%至2026年六個月的18.9百萬港元，主要由於促銷員人數2024年9月30日的37名增加至2025年9月30日的46名導致，銷售人員的工資及薪金以及銷售佣金增加，部分被廣告及促銷開支減少所抵銷。

下表載列我們於往績記錄期廣告及促銷開支明細：

	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
線上廣告	5,106	9,619	12,277	6,970	6,228
線下廣告	752	201	373	289	60
委聘藝人、KOL及 醫學專業人士	740	1,020	596	277	235
其他 <sup>(1)</sup>	162	369	235	108	77
總計	<u>6,760</u>	<u>11,209</u>	<u>13,481</u>	<u>7,644</u>	<u>6,600</u>

附註：

(1) 包括研究費及禮品開支等。

本集團已採取全面的營銷策略，透過進行多項營銷活動加上委聘藝人(如演員及歌手)、KOL及醫學專業人士，以推銷及宣傳自有品牌及產品。我們透過多種線上及線下媒體及渠道進行營銷活動。我們會考慮市場趨勢、消費者回饋及活動成效等因素，定期評估及調整不同促銷渠道的分配情況。

我們的廣告及促銷開支由2023財政年度約6.8百萬港元增加至2024財政年度約11.2百萬港元，並進一步增加至2025財政年度約13.5百萬港元，主要歸因於線上營銷開支增加。尤其是，我們增加在Facebook上彈出式廣告的廣告及促銷開支，旨在提高Facebook頁面的曝光度及網站流量，從而提升對本集團的品牌認受性。我們的廣告及促銷開支由2025年六個月約7.6百萬港元減少至2026年六個月約6.6百萬港元，主要由於本集團於2026年六個月開展的線上廣告(例如於社交媒體平台上投放廣告)減少。

### 行政及其他經營開支

行政及其他經營開支主要包括：(i)為僱員(銷售推廣人員除外)支付的薪金；(ii)使用權資產以及物業、廠房及設備折舊；(iii)董事酬金；及(iv)強積金供款。下表載列我們於往績記錄期的行政及其他經營開支明細：

## 財務資料

	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
薪金	4,117	6,006	9,760	4,260	5,048
使用權資產折舊	827	1,527	2,374	1,187	1,187
物業、廠房及設備折舊	99	268	320	167	113
董事酬金	408	408	408	189	434
強積金供款	144	233	391	167	210
短期租賃項下確認的開支	20	189	95	48	48
貿易應收款項預期信貸虧損撥備／(撥回)	10	170	177	(50)	(328)
有關逾期繳稅的罰款 <sup>(1)</sup>	-	108	672	2	-
其他 <sup>(2)</sup>	1,234	1,292	1,192	465	996
<b>總計</b>	<b>6,859</b>	<b>10,201</b>	<b>15,389</b>	<b>6,435</b>	<b>7,708</b>

附註：

- (1) 有關詳情，請參閱本節「所得稅開支」。
- (2) 包括審核酬金、樓宇管理費、租金及差餉、公司秘書費用、估值費、維修及保養費以及水電開支等。

於截至2025年3月31日止三個年度，行政及其他經營開支由2023財政年度約6.9百萬港元增加約48.7%至2024財政年度約10.2百萬港元，並進一步增加約50.9%至2025財政年度約15.4百萬港元，主要歸因於：(i)行政人員人數增加，導致薪金及強積金供款上升，與於截至2025年3月31日止三個年度的業務擴張一致；及(ii)使用權資產折舊增加，原因為我們分別於2023年7月及2024年3月租用兩個新倉庫。行政開支及其他經營開支由2025年六個月約6.4百萬港元增加約19.8%至2026年六個月約7.7百萬港元，主要由於期內行政人員基本工資增加及引薦一名新董事所致。行政及其他經營開支佔我們於截至2025年3月31日止三個年度以及截至2024年及2025年9月30日止六個月的總收益約15.9%、9.3%、11.8%、12.1%及14.7%。

### [編纂]開支

[編纂]開支指與我們擬進行[編纂]及[編纂]相關的開支。於往績記錄期，我們錄得[編纂]開支分別為[編纂]、[編纂]、約[編纂]港元及[編纂]港元。

### 財務成本

財務成本指計息借款利息及租賃負債利息。財務成本由2023財政年度約1.1百萬港元增加至2024財政年度約2.5百萬港元，主要由於2024財政年度計息借款增加以支持業務擴展所致。財務成本於2025財政年度減少至約2.4百萬港元，主要歸因於年內計息借款減少。財務成本由2025年六個月約1.3百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於期內計息借款減少所致。

### 所得稅開支

於往績記錄期，我們的收益主要來自香港，並因而須繳納香港利得稅。於往績記錄期，本集團一間於香港註冊成立的附屬公司(由管理層選出)的應課稅溢利須按利得稅兩級制納稅，即首2.0百萬港元的應課稅溢利將按8.25%的稅率繳稅及超過2.0百萬港

## 財務資料

元的應課稅溢利則將按16.5%的稅率繳稅。本集團於香港成立的其他實體的香港利得稅乃按其各自於往績記錄期的估計應課稅溢利按16.5%的標準稅率計算。

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，所得稅開支分別約為1.9百萬港元、7.5百萬港元、7.2百萬港元、2.2百萬港元及2.0百萬港元，而實際稅率分別約為14.4%、17.5%、16.6%、15.5%及67.4%。除[編纂]開支外，於2026年六個月，實際利率約為15.3%。2024財政年度實際稅率上升主要由於我們按16.5%稅率課稅的除稅前溢利增加。截至2024年及2025年3月31日止年度，實際稅率高於16.5%，主要由於各年度不可扣減開支約628,000港元及216,000港的稅務影響所致。

於2024年2月、2024年9月、2025年2月及2025年5月，我們接獲稅務局通知，須就逾期繳付稅項繳納稅項附加費分別約為108,000港元、2,000港元、589,000港元及81,000港元。於2025年2月，我們接獲稅務局通知，就逾期提交利得稅申報表，須繳付稅項附加費1,200港元。

為防止上述違規事件再次發生，本集團已實施全面的內部財務管理政策，引入明確的財務報告及稅項合規期限及責任，包括由本集團財務部門指定監督及定期內部審查機制，以確保及時完成稅務申報及稅項繳納。有關詳情，請參閱本文件「法律訴訟及合規—合規—逾期報稅及納稅」。

董事確認，於最後實際可行日期，本集團在所有重大方面已履行所得稅責任，且與相關稅務機關並無任何重大未解決的所得稅問題或糾紛。

### 經營業績的按期比較

#### 2023財政年度與2024財政年度比較

##### 收益

收益由2023財政年度的43.2百萬港元增加約153.8%至2024財政年度約109.6百萬港元，主要歸因於(i)「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納度及認受性有所提高，(ii)我們自有品牌(包括「維再生」及「Profix」)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。

##### 銷貨成本

銷貨成本由2023財政年度約8.0百萬港元增加約194.7%至2024財政年度約23.4百萬港元，整體上與收益增幅一致。

##### 毛利及毛利率

毛利由2023財政年度約35.2百萬港元增加約144.6%至2024財政年度約86.2百萬港元，整體上與收益增長一致。同時，毛利率由2023財政年度約81.6%下降至2024財政年度約78.6%，主要歸因於我們就若干產品(例如「生長鈣」及「維再生」品牌旗下新產品)提供的促銷折扣增加，以爭取更多市場份額及增加銷售額。

## 財務資料

### 其他收入

其他收入由2023財政年度約863,000港元減少約75.9%至2024財政年度約208,000港元，主要由於於2024財政年度再無與COVID-19相關的一次性政府補貼約691,000港元。

### 銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由2023財政年度約14.9百萬港元增加約105.4%至2024財政年度約30.6百萬港元，主要歸因於(i)為最大限度地提高品牌知名度及忍受性，我們持續進行營銷活動，廣告及促銷開支亦隨之增加；及(ii)銷售推廣人員的銷售佣金增加，且銷售推廣人員人數由2023年3月31日的21人增加至2024年3月31日的31人，整體上與收益增加一致。

### 行政及其他經營開支

行政及其他經營開支由2023財政年度約6.9百萬港元增加約48.7%至2024財政年度約10.2百萬港元，主要由於(i)我們於2023年7月租用一個新倉庫，導致使用權資產折舊增加；及(ii)為支持業務擴張，行政人員人數由2023年3月31日的16人增加至2024年3月31日的26人，導致薪金及強積金供款增加。

### 財務成本

由於(i)為補充營運資金而增加計息借款；(ii)計息借款的實際利率增加，故財務成本由2023財政年度約1.1百萬港元增加約126.2%至2024財政年度約2.5百萬港元。銀行借款由2023年3月31日約28.1百萬港元增加約34.7%至2024年3月31日約37.8百萬港元。於2023年及2024年3月31日，計息借款分別按介乎2.95%至5.25%及3.55%至6.65%的實際利率計息。

### 所得稅開支

所得稅開支由2023財政年度約1.9百萬港元增加約297.5%至2024財政年度約7.5百萬港元。同時，實際稅率由2023財政年度約14.4%上升至2024財政年度約17.5%，主要由於2024財政年度除稅前溢利及不可扣減開支的稅務影響增加約628,000港元。

### 年內溢利

由於上述原因，故年內溢利由2023財政年度約11.3百萬港元增加約213.6%至2024財政年度約35.5百萬港元。

## 2024財政年度與2025財政年度比較

### 收益

收益由2024財政年度的109.6百萬港元增加約18.8%至2025財政年度約130.2百萬港元，主要歸因於(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。

## 財務資料

### 銷貨成本

銷貨成本由2024財政年度約23.4百萬港元增加約38.8%至2025財政年度約32.5百萬港元，主要由於第三方品牌旗下產品銷售及採購增加導致採購成本增加。

### 毛利及毛利率

毛利由2024財政年度約86.2百萬港元增加約13.3%至2025財政年度約97.7百萬港元，整體上與收益增長一致。同時，毛利率由2024財政年度約78.6%下降至2025財政年度約75.0%，主要歸因於(i)若干產品(例如「生長鈣」及「鹿筋骨痛丸」以及「維再生」品牌旗下產品)的促銷折扣增加，以爭取更多市場份額；及(ii)來自第三方品牌產品的收益增加，而我們就該等產品保持相對較低的毛利率。

### 其他收入

其他收入由2024財政年度約208,000港元減少約60.1%至2025財政年度約83,000港元，主要由於於2025財政年度再無用於鼓勵商業發展而向當地商業企業提供支援的一次性政府補貼約100,000港元。

### 銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由2024財政年度約30.6百萬港元增加約19.0%至2025財政年度約36.4百萬港元，主要歸因於(i)我們為最大化品牌曝光度及認受性而進行的持續營銷活動的廣告及促銷開支增加；(ii)銷售佣金以及薪金及工資增加，與業務增長一致。

### 行政及其他經營開支

行政及其他經營開支由2024財政年度約10.2百萬港元增加約50.9%至2025財政年度約15.4百萬港元，主要由於(i)我們於2024年3月租用一個新倉庫，導致使用權資產折舊增加；及(ii)為支持業務擴張，行政人員人數由2024年3月31日的26人增加至2025年3月31日的35人，導致薪金及強積金供款增加。

### 財務成本

由於計息借款減少，故財務成本由2024財政年度約2.5百萬港元減少約5.7%至2025財政年度約2.4百萬港元。計息借款由2024年3月31日約37.8百萬港元減少至2025年3月31日約31.5百萬港元。

### 所得稅開支

所得稅開支由2024財政年度約7.5百萬港元減少約4.4%至2025財政年度約7.2百萬港元。同時，實際稅率由2024財政年度約17.5%下降至2025財政年度約16.6%，主要由於不可扣減開支的稅務影響減少。

### 年內溢利

由於上述原因，故年內溢利由2024財政年度約35.5百萬港元增加約2.2%至2025財政年度約36.3百萬港元。

### 2025年六個月與2026年六個月比較

#### 收益

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。主要歸因於美容補充品及產品收益減少，因錄得「維再

## 財務資料

生NMN」產品升級導致銷售下滑，致使該產品餘下存貨於2025年6月退回本集團，而新產品「維再生NMN 40000+」初期訂單較少，乃因該產品仍需時間贏得市場認可。有關減少部分被期內推出新產品令保健補充品及產品銷售額增長所抵銷。於2026年六個月，由於我們推出新保健補充品及產品，如心血管及肝臟護理類別項下的「維再生93+OMEGA-3醫療級深海魚油」、女士健康類別項下的「維再生私密雙道護益生菌蔓越」、體重及腸道管理類別項下的「維再生腸道微生態(免疫+配方)」及體重及腸道管理類別項下的「內脂殺」，期內我們將營銷重點放在該等新產品上。另一方面，我們亦就品牌C旗下第三方品牌美容補充品及產品提供更大促銷折扣，以提升滯銷產品的銷量。

### 銷貨成本

銷貨成本由2025年六個月約13.2百萬港元下降約7.5%至2026年六個月約12.3百萬港元，主要由於採購成本減少，整體上與2026年六個月收益減少相符。

### 毛利及毛利率

毛利由2025年六個月約39.7百萬港元增加約1.1%至2026年六個月約40.2百萬港元，毛利率由2025年六個月約75.0%上升至2026年六個月約76.6%，主要歸因於2026年六個月我們參加萬寧的今日出位價促銷活動次數減少。該增長部分被2026年六個月品牌C旗下第三方品牌美容補充品及產品促銷折扣增加所抵銷。

### 其他收入

其他收入由2025年六個月約57,000港元減少約33.3%至2026年六個月約38,000港元，主要由於2026年六個月一名董事人壽保險按公平值計入損益之金融資產的公平值收益減少。

### 銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由2025年六個月約17.9百萬港元增加約5.4%至2026年六個月約18.9百萬港元，主要歸因於銷售人員薪金及工資開支增加，以及因促銷員人數增加導致的銷售佣金上升，此增幅部分被線下廣告及本集團開展的促銷活動減少所抵銷。

### 行政及其他經營開支

行政及其他經營開支由2025年六個月約6.4百萬港元增加約19.8%至2026年六個月約7.7百萬港元，主要歸因於期內行政人員基本薪金及董事薪酬增加。

### 財務成本

財務成本由2025年六個月約1.3百萬港元減少至2026年六個月約0.9百萬港元，主要由於2025年六個月償還固定利率其他計息借款減少。

### 所得稅開支

所得稅支出由2025年六個月約2.2百萬港元減少約10.7%至2026年六個月約2.0百萬港元。與此同時，我們的實際稅率由2025年六個月約15.5%上升至2026年六個月約67.4%，主要歸因於2026年六個月約[編纂]港元的不可扣減開支(尤其是[編纂]開支)的稅務影響。

## 財務資料

### 期內溢利

基於上述原因，本集團期內溢利由2025年六個月約12.0百萬港元減少約92.1%至2026年六個月約0.9百萬港元。

### 合併財務狀況表的關鍵項目討論

	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)
<b>流動資產</b>					
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
<b>流動資產總值</b>	<u>22,017</u>	<u>53,597</u>	<u>52,020</u>	<u>75,720</u>	<u>97,351</u>
<b>流動負債</b>					
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	-
<b>流動負債總額</b>	<u>49,475</u>	<u>57,327</u>	<u>56,282</u>	<u>53,749</u>	<u>60,108</u>
<b>流動(負債)/資產淨額</b>	<u>(27,458)</u>	<u>(3,730)</u>	<u>(4,262)</u>	<u>21,971</u>	<u>37,243</u>
<b>非流動資產</b>	<u>30,613</u>	<u>34,577</u>	<u>32,198</u>	<u>32,143</u>	<u>32,057</u>
<b>非流動負債</b>	<u>4,912</u>	<u>7,289</u>	<u>5,036</u>	<u>4,870</u>	<u>4,293</u>
<b>(負債)/資產淨值</b>	<u>(1,757)</u>	<u>23,558</u>	<u>22,900</u>	<u>49,244</u>	<u>65,007</u>

### 流動負債淨額

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，主要歸因於(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，主要歸因於(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

## 財務資料

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]前投資的所得款項令銀行結餘及現金增加；(ii)應收最終控股方款項及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。

我們的流動資產淨值由2025年9月30日約22.0百萬港元增加約69.5%至2026年1月31日約37.2百萬港元，主要由於(i)期內因應收一名董事款項增加令貿易及其他應收款項增加，該增加部分被(i)銀行結餘及現金減少；(ii)期內除稅前溢利導致應付稅項增加；及(iii)貿易及其他應付款項增加所抵銷。

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。

我們錄得扭虧為盈，由2023年3月31日的負債淨額約1.8百萬港元轉為2024年3月31日的資產淨值約23.6百萬港元，主要歸因於2024財政年度的年內溢利約35.5百萬港元，部分被2024財政年度向最終控股方宣派股息約10.2百萬港元所抵銷。我們的資產淨值由2024年3月31日的約23.6百萬港元下降至2025年3月31日的約22.9百萬港元，主要歸因於2025財政年度向最終控股方宣派的股息約為37.1百萬港元，此金額部分被2025財政年度的年度溢利約36.3百萬港元所抵銷。

於2025年3月31日，本集團於2025年6月收到[編纂]前投資所得款項約25.4百萬港元後，已從流動負債狀況轉為流動資產淨值。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。

### 存貨

存貨指已準備就緒售予客戶的保健及美容補充品與產品。存貨由2023年3月31日約2.2百萬港元增加約270.5%至2024年3月31日約8.0百萬港元，主要由於2024財政年度業務增長的存貨水平增加及產品組合擴張。

存貨由2024年3月31日約8.0百萬港元減少約52.2%至2025年3月31日約3.8百萬港元，主要由於我們於2025年2月至2025年3月底進行線上促銷活動，於2025年3月31日減少存貨水平令年結日前產品銷售額增加所致。

## 財務資料

存貨由2025年3月31日約3.8百萬港元增加約132.2%至2025年9月30日約8.9百萬港元，主要由於十月黃金週及香港國際工業出品展銷會推動銷售增加，以及新產品採購增加，導致臨近期末日期我們的採購增加。

下表載列我們於往績記錄期的存貨週轉天數：

	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
存貨週轉天數	113	79	66	94

附註：存貨週轉天數按年初及年末存貨結餘的平均總值除以相關年度／期間的銷貨成本，再乘以相關年度／期間天數(即一個財政年度／期間為365天或182天)計算得出。

存貨週轉天數由2023財政年度的約113天減少至2024財政年度的約79天，並進一步減少至2025財政年度的約66天，主要是由於我們在2023財政年度至2025財政年度加大銷售力度及嚴格控制存貨水平。存貨週轉天數由2025財政年度約66天增加至2026年六個月的約94天，主要由於上文所述存貨水平增加。

於整個往績記錄期，我們的存貨並無重大可回收性問題。我們的存貨管理系統遵循精細校準的方法，通過定期向生產商及供應商發出訂單，將存貨補充至預定水平，從而優化存貨水平及營運效率。有關我們存貨管理的更多詳情，請參閱本文件「業務－存貨及倉儲」。我們預計在可預見的未來，存貨的可回收性不會存在任何重大問題，於往績記錄期，我們在重大方面並無就存貨計提任何撥備。

下表載列我們於所示日期的存貨賬齡分析：

	於3月31日		於2025年	
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
90天內	480	3,222	750	5,031
91至180天	1,035	3,436	2,072	3,149
181至365天	583	1,203	971	623
一年以上	58	128	28	68
總計	<u>2,156</u>	<u>7,989</u>	<u>3,821</u>	<u>8,871</u>

於最後實際可行日期，我們於2025年9月30日的存貨中約有7.2百萬港元或81.7%已消耗或出售。董事確認，於往績記錄期，並無滯銷或過時的項目會對我們的業務營運、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

## 財務資料

### 貿易及其他應收款項

下表載列於所示日期貿易及其他應收款項的明細：

	2023年	於3月31日 2024年	2025年	於2025年 9月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
貿易應收款項	14,407	31,550	42,541	29,313
其他應收款項	5,346	13,390	4,848	23,786
總計	19,753	44,940	47,389	53,099

### 貿易應收款項

貿易應收款項指我們於日常業務過程中銷售的產品的應收款項，主要來自我們的批發業務。下表載列我們於所示日期的貿易應收款項明細：

	2023年	於3月31日 2024年	2025年	於2025年 9月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
貿易應收款項	14,418	31,731	42,899	29,343
減：虧損撥備	(11)	(181)	(358)	(30)
	14,407	31,550	42,541	29,313

貿易應收款項由2023年3月31日約14.4百萬港元增加約119.0%至2024年3月31日約31.6百萬港元，並進一步增加約34.8%至2025年3月31日約42.5百萬港元，主要由於該等年度的收益增加。貿易應收款項由2025年3月31日約42.5百萬港元減少約31.1%至2025年9月30日約29.3百萬港元，主要歸因於2026年六個月最後一個季度受季節因素影響，導致銷售額有所下降。我們通常授出自開立發票當日起計最多180天的信貸期且我們授予牛奶公司自月末起計30天或60天的信貸期。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，計入貿易應收款項的金額分別約13.8百萬港元、20.9百萬港元、25.8百萬港元及26.2百萬港元與保理安排有關。

於2022年6月6日，正品香港與一間銀行（「銀行」）訂立發票貼現／保理協議（「保理協議」），據此銀行同意提供債務購買服務，而正品香港可在9.0百萬港元的融資限額（「融資限額」）內，就其保理的貿易應收款項總額獲得最高95%的資金。根據銀行就保理協議發出的要約函，融資限額已於2023年5月30日修訂為20.0百萬港元，並於2025年3月12日進一步修訂為25.0百萬港元。

保理安排須支付貼現費及服務費。於往績記錄期，保理安排的貼現費按3個月香港銀行同業拆息加2.25%年利率計算，及保理安排的服務費則按每筆債務發票面值的0.35%固定收取。我們的保理安排由以下擔保：(i)應收款項款轉讓及所得款項抵押；及(ii)張運裕先生提供的個人擔保，該擔保將於[編纂]時悉數解除並由本公司作出的公司擔保代替。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，貿易應收款項中分別約13.8百萬港元、20.9百萬港元、25.8百萬港元及26.2百萬港元的金額與保理安排有關。

## 財務資料

下表載列我們於往績記錄期的貿易應收款項週轉天數：

	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
貿易應收款項週轉天數	87	77	104	125

附註：貿易應收款項週轉天數按年初及年末貿易應收款項結餘的平均值除以相關年度／期間的收益，再乘以相關年度／期間天數(即一個財政年度／期間為365天／182天)計算得出。

貿易應收款項週轉天數由2023財政年度約87天減少至2024財政年度約77天，然後增加至2025財政年度約104天，並於2026年六個月進一步增加至125天，整體上與給予客戶的信貸期一致。

下表載列我們於所示日期根據發票日期對貿易應收款項(扣除虧損撥備)作出的賬齡分析：

	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
30天內	9,914	13,488	19,925	7,729
31至60天	4,243	5,297	5,775	10,083
61至90天	131	12,564	16,475	11,425
90天以上	119	201	366	76
<b>總計</b>	<b>14,407</b>	<b>31,550</b>	<b>42,541</b>	<b>29,313</b>

於最後實際可行日期，我們於2025年9月30日的未償還貿易應收款項中約29.3百萬港元或100%已結清。

### 其他應收款項

其他應收款項主要包括(i)為採購產品而已付供應商的按金，其信貸條款通常為交付前付款或支付50%按金，並於交付前結清餘款；(ii)租賃按金及其他按金；(iii)預付[編纂]開支；(iv)應收最終控股方及最終控股公司款項；及(v)其他預付開支，主要包括廣告及促銷開支、僱員保險及主要管理層保險合約的預付款項。下表載列我們於所示日期的其他應收款項明細：

	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
已付供應商按金	4,287	1,114	2,379	3,290
租賃及按金	304	546	546	1,076
預付[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他預付開支	755	664	1,312	1,881
應收最終控股方款項	–	11,066	60	16,811
應收最終控股公司款項	–	–	12	19
<b>總計</b>	<b>5,346</b>	<b>13,390</b>	<b>4,848</b>	<b>23,786</b>

## 財務資料

其他應收款項由2023年3月31日約5.3百萬港元增加約150.5%至2024年3月31日約13.4百萬港元，主要由於應收最終控股方(即張運裕先生)款項增加所致。於2023年、2024年及2025年3月31日，我們應收最終控股方款項(非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還)分別為零、約11.1百萬港元及60,000港元。於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，應收最終控股公司(即Alway Success)款項分別為零、零、約12,000港元及19,000港元，該等款項為非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還。應收最終控股方及最終控股公司的款項將於[編纂]前悉數結清。

其他應收款項由2024年3月31日約13.4百萬港元減少約63.8%至2025年3月31日約4.8百萬港元，主要由於應收最終控股方(即張運裕先生)款項減少約11.0百萬港元，乃由於於2025財政年度向張運裕先生宣派股息約37.1百萬港元。

其他應收款項由2025年3月31日約4.8百萬港元增加約390.6%至2025年9月30日約23.8百萬港元，主要由於應收最終控股方(即張運裕先生)款項增加所致。於2025年9月30日，應收最終控股方款項(非貿易性質、無抵押、免息且須按要求償還)為16.8百萬港元。該結餘將於[編纂]前悉數結清。

下表載列於往績記錄期我們應付／應收最終控股方款項的變動：

	應收／ (應付)最終控股方 千港元
於2022年3月31日	(24,902)
變動：	
代表本集團支付的開支	(1,479)
股息宣派	(14,388)
提取資金	17,402
計息借款所得款項	12,000
償還計息借款	(2,681)
於2023年3月31日	<u>(14,048)</u>
變動：	
代表本集團支付的開支	(1,455)
股息宣派	(10,168)
提取資金	41,230
償還計息借款	(4,493)
於2024年3月31日	<u>11,066</u>
變動：	
代表本集團支付的開支	—
股息宣派	(37,110)
提取資金	32,254
償還計息借款	(6,150)
於2025年3月31日	<u>60</u>
變動：	

## 財務資料

	應收／ (應付)最終控股方 千港元
提取資金	16,751
<b>於2025年9月30日</b>	<b>16,811</b>

根據張運裕先生於2021年11月收購正品香港的買賣協議，正品香港於2021年10月31日的現金及貿易應收款項於收款後轉回給劉先生。因此，正品香港當時並無足夠的營運資金，而張運裕先生為本集團的業務運營提供非貿易預付款，導致於2022年3月31日大額應付最終控股方款項約24.9百萬港元。於往績記錄期，我們與最終控股方的結餘變動指(i)張運裕先生代表本集團支付的經營開支；(ii)向張運裕先生或最終控股公司宣派的股息；(iii)張運裕先生從本集團提取資金供其個人使用；及(iv)張運裕先生代表本集團收取及償還的計息借款12.0百萬港元，有關詳情載於本節「負債－計息借款」分節。

### 貿易及其他應付款項

下表載列於所示日期貿易及其他應付款項的明細：

	於3月31日			於2025年
	2023年	2024年	2025年	9月30日
	千港元	千港元	千港元	千港元
貿易應付款項	498	4,554	3,091	4,162
其他應付款項	19,405	6,886	6,425	11,324
<b>總計</b>	<b>19,903</b>	<b>11,440</b>	<b>9,516</b>	<b>15,486</b>

### 貿易應付款項

貿易應付款項主要為採購成本、包裝物料成本及已付供應商的付運服務費以及將與銷售推廣服務客戶結算的銷售款項。結算通常按照最高信貸期90天進行。

貿易應付款項由2023年3月31日約498,000港元增加814.5%至2024年3月31日約4.6百萬港元，主要由於臨近年結日就擴充業務向若干供應商的採購增加。貿易應付款項由2024年3月31日約4.6百萬港元減少約32.1%至2025年3月31日約3.1百萬港元，主要由於年結日前向供應商結算若干貿易應付款項。貿易應付款項由2025年3月31日約3.1百萬港元增加約35.1%至2025年9月30日的4.2百萬港元，主要由於臨近期末日期來自供應商的採購增加。

## 財務資料

下表載列我們於往績記錄期的貿易應付款項週轉天數：

	2023財政年度	2024財政年度	2025財政年度	2026年六個月
貿易應付款項週轉天數	13	39	43	54

附註：貿易應付款項週轉天數使用年初及年末貿易應付款項結餘的平均值除以相關年度的銷貨成本，再乘以相關年度天數(即一個財政年度/期間為365天或182天)計算得出。

貿易應付款項週轉天數由2023財政年度約13天增加至2024財政年度約39天，並進一步增加至2025財政年度的43天，並增加至2026六個月的54天，整體上與供應商提供的信貸期一致。

下表載列我們於所示日期基於發票日期的貿易應付款項賬齡分析：

	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
30天內	439	4,554	2,259	3,742
31至60天	–	–	686	38
61至90天	59	–	146	382
<b>總計</b>	<b>498</b>	<b>4,554</b>	<b>3,091</b>	<b>4,162</b>

於最後實際可行日期，我們於2025年9月30日的未償還貿易應付款項中約3.4百萬港元或81.6%已結清。

### 其他應付款項

其他應付款項主要包括(i)應付最終控股方及一間聯營公司款項(無抵押、免息且須按要求償還)；(ii)應計僱員福利；(iii)其他應計款項及其他應付款項；及(iv)應計[編纂]開支。

下表載列我們於所示日期的其他應付款項明細：

	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
應計僱員福利	2,011	4,306	5,119	5,453
應計[編纂]開支	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
其他應計款項及 其他應付款項	644	1,359	1,110	1,715
銷售回扣撥備	254	84	91	263
長期服務金撥備	93	61	81	372
應付最終控股方款項	14,048	–	–	–
應付一間聯營公司款項	2,355	1,076	24	24
<b>總計</b>	<b>19,405</b>	<b>6,886</b>	<b>6,425</b>	<b>11,324</b>

## 財務資料

其他應付款項由2023年3月31日約19.4百萬港元減少約64.5%至2024年3月31日約6.9百萬港元，主要由於2024財政年度結算應付最終控股方(即張運裕先生)款項。其他應付款項由2024年3月31日約6.9百萬港元減少6.7%至2025年3月31日約6.4百萬港元，主要由於應付一間聯營公司款項因2025財政年度我們減少向該聯營公司提供銷售推廣服務而減少，該減幅部分被員工人數增加導致應計員工福利增加所抵銷。其他應付款項由2025年3月31日約6.4百萬港元增加約76.2%至2025年9月30日約11.3百萬港元，主要由於期內應計[編纂]開支增加。

於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，我們應付一間聯營公司款項分別約為2.4百萬港元、1.1百萬港元、24,000港元及24,000港元。於往績記錄期，我們向本公司的聯營公司SST Healthy提供銷售推廣服務，本公司間接持有其全部已發行股本40%。我們協助SST Healthy透過我們的分銷渠道(包括牛奶公司)銷售及分銷其產品，並根據銷售推廣人員透過我們的分銷渠道所得銷售額收取佣金。分銷渠道須就交付予彼等的產品向本集團付款，而本集團有權保留該等付款以扣除相關佣金。產品經分銷渠道出售後，我們將(i)向SST Healthy提供銷售報告；及(ii)在扣除相關佣金後，自SST Healthy開具發票日期起計兩個月內向其付款。於往績記錄期的結餘減少乃主要由於我們向SST Healthy提供的銷售推廣服務減少。

### 非流動資產

	2023年	於3月31日	2025年	於2025年
	千港元	2024年	千港元	9月30日
		千港元		千港元
<b>非流動資產</b>				
物業、廠房及設備	536	544	374	315
使用權資產	1,813	5,551	3,177	3,179
無形資產	23,453	23,453	23,453	23,453
商譽	2,382	2,382	2,382	2,382
按公平值計入損益的金融 資產	2,330	2,433	2,515	2,550
遞延稅項資產	99	214	297	264
<b>非流動資產總值</b>	<b>30,613</b>	<b>34,577</b>	<b>32,198</b>	<b>32,143</b>

### 使用權資產

使用權資產主要指租賃辦公室物業及倉庫。由於我們分別於2023年7月及2024年3月租賃兩個新倉庫，使用權資產由2023年3月31日約1.8百萬港元增加約206.2%至2024年3月31日約5.6百萬港元。使用權資產由2024年3月31日的5.6百萬港元減少約42.8%至2025年3月31日的約3.2百萬港元，原因為於2025財政年度折舊約2.4百萬港元。使用權資產維持相對穩定，於2025年9月30日約為3.2百萬港元。

### 無形資產及商譽

於2021年11月19日，張運裕先生透過竣輝向劉先生收購10,000股正品香港的普通股，即正品香港全部已發行股本，代價為24.8百萬港元。

## 財務資料

無形資產主要為正品香港的分銷網絡(「分銷網絡」)，於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，其價值維持不變，為約23.5百萬港元。為評估分銷網絡的價值，我們委聘一名獨立專業估值師，採用收入法項下的多期超額盈餘法，並參考正品香港五年期間來自牛奶公司的收益及對該期間之後的現金流量推斷而進行估值。於收購日期，正品香港與牛奶公司已建立完善的分銷網絡，該網絡通過優質產品交付的往績記錄而得以締造。分銷網絡使本集團能夠擁有用作產品分銷的穩定來源，並為業務增長及發展奠定堅實基礎。與開發及銷售(包括營銷、銷售及分銷)保健及美容補充品與產品有關的分銷網絡(「現金產生單位」)以成本減去任何減值虧損(如有)列示。管理層認為，由於與牛奶公司的合作並無可預見的限制，且預期該資產將無限期為本集團產生現金流量，故分銷網絡具有無限可使用年期。

商譽主要指張運裕先生已付代價超逾正品香港於2021年11月19日的資產淨值公平值的部分，而於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日維持不變，為約2.4百萬港元。

於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日，分銷網絡及商譽進行減值測試。年度減值測試使用的關鍵假設如下：

	2023年	2024年	2025年	2026年六個月
平均增長率	3.0%	3.0%	3.0%	3.0%
預算平均毛利率	81.0%	79.0%	78.0%	76.6%
長期增長率	2.0%	2.0%	2.0%	2.0%
貼現率(除稅前)	17.8%	16.5%	14.1%	12.9%

本集團管理層根據過往表現及市場發展預期釐定增長率及預算毛利率。所採用的貼現率為稅前利率，並反映與現金產生單位相關的特定風險。於往績記錄期，由於本集團管理層評估分銷網絡及商譽於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日的可收回金額分別高於其各自賬面值，故分銷網絡及商譽均未出現減值。

本集團管理層認為，任何該等假設的任何合理可能變化不會導致現金產生單位於報告期末的賬面總值超過其可收回金額總額。

### 按公平值計入損益的金融資產

按公平值計入損益的金融資產指主要管理層保險合約，於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日的公平值保持穩定，分別為約2.3百萬港元、2.4百萬港元、2.5百萬港元及2.6百萬港元，已質押作為我們於2023年、2024年及2025年3月31日以及2025年9月30日分別約2.0百萬港元、1.7百萬港元、1.5百萬港元及1.3百萬港元的銀行借款之抵押品。

主要管理層保險合約的公平值乃經參考往績記錄期各年末各保險合約各自退保的現金價值釐定，主要根據相關投資組合的表現以及每年約2%的最低保證回報釐定，並以美元計值。

## 財務資料

### 流動資金及資本資源

於整個往績記錄期，我們主要透過經營活動產生的現金流量及借款來滿足營運資金需求。我們的經營活動現金流量主要來自保健及美容補充品與產品的銷售。於往績記錄期，我們主要就購買物業、廠房及設備以及按公平值計入損益的金融資產產生資本支出。我們不時監察營運資金狀況，以確保我們擁有充足的現金資源，以滿足日常營運及資本支出需求。

下表載列我們於往績記錄期的合併現金流量表概要：

	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
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/期初的現金及現金 等價物	842	108	668	668	810
年/期末的現金及 現金等價物	108	668	810	301	13,750

### 經營活動所得現金淨額

經營活動所得現金主要包括除稅前溢利，經(其中包括)(i)非現金及非經營項目(如折舊及財務成本)；及(ii)營運資金變動作出調整。

就2023財政年度而言，我們經營活動所得現金淨額約7.2百萬港元，即我們的除稅前溢利約為13.2百萬港元，經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊約0.8百萬港元及財務成本約1.1百萬港元；及(ii)營運資本變動，主要包括貿易及其他應收款項增加約10.8百萬港元，部分被貿易及其他應付款項增加約4.7百萬港元所抵銷。

就2024財政年度而言，我們經營活動所得現金淨額為約30.3百萬港元，即我們的除稅前溢利約為43.0百萬港元，經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊約1.5百萬港元及財務成本約2.5百萬港元；及(ii)營運資本變動，主要包括存貨增加約5.8百萬港元、貿易及其他應收款項增加約14.3百萬港元，部分被貿易及其他應付款項增加約5.6百萬港元所抵銷。

就2025財政年度而言，我們經營活動所得現金淨額約38.3百萬港元，即我們的除稅前溢利約為43.5百萬港元，經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使

## 財務資料

用權資產折舊約2.4百萬港元及財務成本約2.4百萬港元；及(ii)營運資本變動，主要包括存貨減少約4.2百萬港元，部分被貿易及其他應收款項增加約13.6百萬港元所抵銷。

就2026年六個月而言，我們經營活動所得現金淨額約3.8百萬港元，即我們的除稅前溢利約為2.9百萬港元，經以下項目調整：(i)非現金及非經營項目，主要包括使用權資產折舊約1.3百萬港元及財務成本約0.9百萬港元，部分被貿易應收款項預期信貸虧損的虧損撥備撥回0.3百萬港元所抵銷；(ii)營運資本變動，主要包括(a)存貨增加約5.1百萬港元及(b)已付所得稅增加約13.4百萬港元，部分被(a)貿易及其他應收款項減少約11.4百萬港元；及(b)貿易及其他應付款項增加約6.0百萬港元所抵銷。

### 投資活動所用現金淨額

投資活動所用現金主要包括購買物業、廠房及設備以及購買按公平值計入損益的金融資產。投資活動產生的現金主要指銀行利息收入。

於往績記錄期，投資活動所用現金淨額分別約2.8百萬港元、272,000港元及149,000港元。

就2023財政年度而言，投資活動所用現金淨額主要包括購買按公平值計入損益的金融資產約2.3百萬港元及購買物業、廠房及設備約0.5百萬港元。

就2024財政年度而言，投資活動所用現金淨額主要包括購買物業、廠房及設備約0.3百萬港元。

就2025財政年度而言，投資活動所用現金淨額主要包括購買物業、廠房及設備約0.2百萬港元。

就2026年六個月而言，投資活動所用現金淨額主要包括購買物業、廠房及設備約54,000港元。

### 融資活動所用或所得現金淨額

融資活動所用現金主要包括償還計息借款、償還租賃負債、向最終控股方(即張運裕先生)墊款及已付利息。融資活動所得現金主要包括計息借款及發行股份所得款項。

就2023財政年度而言，融資活動所用現金淨額約5.1百萬港元，主要由於(i)償還計息借款約16.1百萬港元；(ii)向最終控股方墊款約15.4百萬港元；(iii)償還租賃負債0.8百萬港元；及(iv)已付利息約1.1百萬港元，部分被計息借款所得款項約28.3百萬港元所抵銷。

就2024財政年度而言，融資活動所用現金淨額約29.5百萬港元，主要由於(i)償還計息借款約80.3百萬港元；(ii)向最終控股方墊款約39.1百萬港元；(iii)已付利息約2.5百萬港元；及(iv)償還租賃負債1.4百萬港元，部分被計息借款所得款項約93.9百萬港元所抵銷。

就2025財政年度而言，融資活動所用現金淨額約38.0百萬港元，主要指(i)償還計息借款約91.0百萬港元；(ii)向最終控股方墊款約33.2百萬港元；(iii)已付利息2.4百萬港元；及(iv)償還租賃負債2.3百萬港元，部分被計息借款所得款項約90.7百萬港元所抵銷。

## 財務資料

就2026年六個月而言，融資活動所得現金淨額約9.2百萬港元，主要指(i)償還計息借款約48.1百萬港元；(ii)向最終控股方墊款約16.8百萬港元；(iii)已付利息約0.9百萬港元；及(iv)償還租賃負債約1.3百萬港元，部分被(i)計息借款所得款項約50.9百萬港元；及(ii)發行股份所得款項25.4百萬港元所抵銷。

### 債務

於往績記錄期，債務主要包括租賃負債、計息借款及應付最終控股方款項。下表載列我們於所示日期的債務明細：

	於3月31日	於2025年	於2026年		
	2023年	2024年	2025年	9月30日	1月31日
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
					(未經審核)
租賃負債	1,850	5,722	3,419	3,413	3,041
計息借款	28,073	37,818	31,489	34,297	40,153
應付最終控股方款項	14,048	—	—	—	—
<b>總計</b>	<b>43,971</b>	<b>43,540</b>	<b>34,908</b>	<b>37,710</b>	<b>43,194</b>

於2026年1月，我們獲得及提取一筆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，並由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，並於[編纂]後將以本集團提供的公司擔保取代。除上文所述者外，董事確認，自2026年1月31日起及直至本文件日期，我們的債務並無任何重大變動。於最後實際可行日期，除本文件所披露者外，我們的債務中並無可能嚴重限制我們取得未來融資能力的重大限制性契諾，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的債務亦無任何重大違約情況。除本文件所披露者外，於2026年1月31日(即釐定債務的最後實際可行日期)，我們概無任何已發行及尚未償還、或已獲授權或以其他方式設立但尚未發行的債務證券、定期貸款、其他借款或屬借款性質的債務(包括銀行透支)、承兌負債(一般貿易票據除外)、承兌信貸、租購承擔、按揭及押記、債權證、融資租賃責任或重大或然負債或未償還擔保。

### 租賃負債

租賃負債主要指我們營運所需的辦公室物業及倉庫，並以尚未支付的租賃付款現值計量。於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，租賃負債分別為約1.9百萬港元、5.7百萬港元、3.4百萬港元、3.4百萬港元及3.0百萬港元。於2024年3月31日的結餘增加主要歸因於我們分別於2023年7月及2024年3月租賃兩個新倉庫。下表載列我們於所示日期的租賃負債現值：

## 財務資料

	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	808	2,303	2,253	2,413	2,618
非流動	1,042	3,419	1,166	1,000	423
總計	1,850	5,722	3,419	3,413	3,041

### 應付最終控股方款項

於2023年3月31日，我們應付最終控股方款項約為14.0百萬港元，該款項已於2024財政年度悉數結清。有關款項指自2021年11月收購正品香港以來，張運裕先生就業務營運而向本集團提供的非貿易墊款。

### 計息借款

於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，我們的計息借款分別約為28.1百萬港元、37.8百萬港元、31.5百萬港元、31.6百萬港元、34.3百萬港元及40.2百萬港元。

於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，我們的計息借款的實際利率分別介乎2.95%至5.25%、3.55%至6.65%、3.44%至6.24%、2.89%至5.42%及2.96%至5.10%。

於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，計息借款由以下各項作抵押：(i)張運裕先生提供的個人擔保；(ii)地方政府提供的擔保；(iii)本集團一間附屬公司提供的公司擔保；(iv)於2023年、2024年、2025年3月31日及2025年9月30日，與保理安排有關的貿易應收款項分別約有13.8百萬港元、20.9百萬港元、25.8百萬港元及26.2百萬港元；及／或(v)公平值分別約2.3百萬港元、2.4百萬港元、2.5百萬港元及2.6百萬港元的主要管理層保險合約。董事確認，張運裕先生提供的個人擔保將於[編纂]後悉數解除並由本公司提供之公司擔保取代。有關詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」。

於2022年8月8日，竣輝與一名持牌放債人（「貸款人」）（修身堂控股有限公司的附屬公司）訂立貸款協議，據此貸款人同意向竣輝提供一筆金額為12.0百萬港元的貸款（「修身堂貸款」），期限為36個月，年利率為8%。於往績記錄期，修身堂貸款並不構成我們的關聯方交易。於往績記錄期，我們與修身堂貸款有關的財務成本約為567,000港元、632,000港元、125,000港元及零。修身堂貸款於2024年6月30日悉數償還。

於往績記錄期，與其他銀行借款的實際利率2.95%至6.65%相比，利率較高，為8%，主要由於(i)其他銀行借款主要包括根據香港按揭證券有限公司推出的中小企融資擔保計劃獲得的貸款，該計劃由香港按揭保險有限公司提供全額擔保，因此利率較低；且(ii)持牌放債人通常收取比銀行更高的利率，因為放債人提供快速及簡單的貸款審批程序。修身堂貸款屬經營開支。由於竣輝並未開設銀行賬戶，故修身堂貸款由張運裕先生收取並償還。鑒於竣輝於重組前由張運裕先生完全控制，且為正品香港的唯一股東，已就修身堂貸款質押正品香港。

於2026年1月31日，我們的計息借款中約2.7百萬港元與銀行批出的貸款融資有關，並由當地政府根據香港按揭證券有限公司管理的中小企融資擔保計劃的100%個人

## 財務資料

擔保計劃提供擔保。董事確認，該部分計息借款將於[編纂]前全數償還，以解除當地政府提供的擔保。

銀行融資須履行契諾，這在與金融機構的貸款安排中較為常見。於往績記錄期，我們對本集團施加的銀行融資契諾包括(i)始終保持最低經調整有形淨值10.0百萬港元乃按有形淨值計算，並就借出及借入集團公司、董事及股東之間的貸款進行調整，惟不包括貿易相關應付款項及物業價值；(ii)未經銀行同意，董事薪酬不得超過5.0百萬港元；(iii)未經銀行事先書面同意，不向股東宣派或派付任何股息或其他分派；(iv)透過銀行渠道維持至少90%的經營賬戶。倘本集團違反該等契諾，已提取融資將須按要求償還。於往績記錄期，正品香港違反有關用於日常營運的銀行借款的契諾（「**違規事項**」），賬面值分別約為10.2百萬港元、21.8百萬港元、22.7百萬港元及27.5百萬港元，以維持最低經調整有形淨值及在未獲得銀行事先書面同意（「**契諾**」）的情況下向其股東宣派股息。由於在往績記錄期派發股息，正品香港未能維持最低經調整有形淨值10.0百萬港元。違規事項乃由於疏忽造成，我們並非有意實施違規事項。

本集團已就違規事項與銀行溝通。於2025年7月23日，銀行確認(i)銀行不會就違規事項採取進一步行動；及(ii)銀行同意就契諾給予一次性豁免，並同意本集團須於2026年2月16日或之前糾正有關違規。於最後實際可行日期，銀行已確認，違反契諾不會立即引發銀行的還款要求。基於銀行的確認，董事認為，違規事項不會引發銀行即時要求還款，亦不會對本集團的營運及財務表現以及信貸記錄造成重大不利影響。

此外，銀行已同意於[編纂]後，將撤銷以下相關契諾：(i)董事酬金不得超過5.0百萬港元（須經銀行同意）；(ii)未經銀行事先書面同意，不得向股東宣派或支付任何股息或其他分派；及(iii)須維持10.0百萬港元最低經調整有形淨值。然而，本集團於[編纂]後將維持最低經調整有形淨值66.0百萬港元。除上述者外，[編纂]後與銀行融資相關的股息分派將不存在其他限制。

鑑於違規事項，本集團已實施加強的內部監控政策，以防止類似事件再次發生及持續遵守相關限制性銀行貸款契諾。財務部將執行持續監察程序，積極監察本集團的銀行借款的貸款契諾合規情況。財務部將根據銀行貸款協議中訂明的財務契諾項下的規定進行計算。該等計算隨後須經財務總監或行政總裁進一步審閱及批准。通過此監察程序，董事相信，本集團能夠確保持續遵守銀行貸款協議所概述的財務契諾。因此，本集團相信，該等內部監控政策可以幫助本集團隨時履行貸款的財務契諾要求。

除違規事項外，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無違反銀行借款項下的任何其他契諾。

有關違反契諾的進一步詳情，請參閱本文件「風險因素－與我們業務營運有關的風險－如未遵守我們債務中的任何限制性契諾，可能會對我們的現金流量及流動資金造成不利影響」。

鑑於(i)本集團於往績記錄期在支付銀行借款、貿易及非貿易應付款項方面並無任何重大違約；(ii)長期以來本集團與銀行建立牢固的關係；及(iii)本集團積極尋求資金

## 財務資料

來源的多元化，降低對單一貸款人的依賴，董事認為本集團有能力就其營運獲取充足的銀行借款，且預期取得足夠的資金以滿足其資金所需並無困難。

### 或然負債

於2023年、2024年及2025年3月31日、2025年9月30日及2026年1月31日，我們並無任何重大或然負債。

### 主要財務比率

下表載列我們於所示日期／年度／期間的主要財務比率：

	截至3月31日止年度／於3月31日			截至
	2023年	2024年	2025年	2025年 9月30日止 六個月／ 於2025年 9月30日
毛利率 <sup>(1)</sup>	81.6%	78.6%	75.0%	76.6%
純利率 <sup>(2)</sup>	26.2%	32.4%	27.8%	1.8%
權益回報 <sup>(3)</sup>	不適用 <sup>(7)</sup>	150.6%	158.3%	1.9%
總資產回報 <sup>(4)</sup>	21.5%	40.2%	43.1%	0.9%
流動比率 <sup>(5)</sup>	0.4	0.9	0.9	1.4
資產負債比率 <sup>(6)</sup>	不適用 <sup>(7)</sup>	160.5%	137.5%	69.6%

附註：

- (1) 毛利率的計算方法為將毛利除以有關年度／期間的收益再乘以100%。
- (2) 純利率的計算方法為將純利除以有關年度／期間的收益再乘以100%。
- (3) 權益回報的計算方法為將純利除以有關年度／期間的年末／期末總權益結餘再乘以100%。
- (4) 總資產回報計算方法為將純利除以有關年度／期間的年末／期末總資產結餘再乘以100%。
- (5) 流動比率的計算方法為將有關年末／期末的流動資產除以流動負債。
- (6) 資產負債比率的計算方法為將總計息借款之和除以有關年末／期末的總權益再乘以100%。
- (7) 於2023年3月31日，我們錄得負債淨額。因此，權益回報及資產負債比率並不適用於2023財政年度。

### 毛利率

於往績記錄期，毛利率分別約為81.6%、78.6%、75.0%及76.6%。有關詳情，請參閱本節「合併損益及其他全面收益表的選定項目說明－毛利及毛利率」。

### 純利率

純利率由2023財政年度的約26.2%上升至2024財政年度的約32.4%，主要由於銷售及分銷開支以及行政及其他經營開支佔總收益的比例由2023財政年度的約50.4%下降至2024財政年度的約37.2%所致。純利率於2025財政年度下降至約27.8%，主要由於毛利率由2024財政年度的約78.6%下降至2025財政年度的約75.0%所致。純利率下降至2026年六個月的約1.8%，主要由於期內所產生[編纂]開支的影響所致。

---

## 財務資料

---

### 權益回報

權益回報並不適用於2023財政年度，原因為我們於2023年3月31日錄得淨負債。權益回報由2024財政年度的約150.6%增長至2025財政年度的約158.3%，主要由於純利增加以及向張運裕先生派發股息所致。權益回報減少至2026年六個月的約1.9%，主要由於(i)期內所產生[編纂]開支的影響；及(ii)根據認購事項發行股份令權益基礎增長所致。

### 總資產回報

總資產回報由2023財政年度的約21.5%增長至2024財政年度的約40.2%，並進一步增長至2025財政年度的約43.1%，主要由於純利率上升所致。總資產回報下降至2026年六個月的約0.9%，主要由於(i)根據認購事項發行股份所得款項令銀行結餘增加以及貿易及其他應收款項增加；及(ii)期內純利減少所致。

### 流動比率

流動比率由2023年3月31日的約0.4倍增加至2024年3月31日的約0.9倍，主要由於貿易應收款項隨著業務擴張而增加所致。與2024年3月31日相比，於2025年3月31日，流動比率保持穩定，約為0.9倍。流動比率增加至2025年9月30日的約1.4倍，主要由於根據認購事項發行股份所得款項令銀行結餘增加以及貿易及其他應收款項增加所致。

### 資產負債比率

資產負債比率並不適用於2023年3月31日，原因為我們於2023年3月31日錄得淨負債，主要由於2023財政年度向張運裕先生宣派股息約14.4百萬港元。資產負債比率由2024年3月31日的約160.5%下降至2025年3月31日的約137.5%，主要由於計息借款減少所致。於2024年及2025年3月31日，我們錄得高資產負債比率主要由於截至相同日期權益基礎相對較小，原因為我們於2024財政年度及2025財政年度分別宣派股息約10.2百萬港元及37.1百萬港元。於2025年9月30日，資產負債比率下降至約69.6%，主要由於根據認購事項發行股份令權益基礎增長所致。

### 營運資金

經計及我們可獲得的財務資源，包括可用現金及現金等價物、銀行融資、經營所得現金流量、應收最終控股方款項及[編纂]估計[編纂]淨額，董事認為，本集團擁有充足的營運資金以應付自本文件日期起計未來至少12個月的現時需求。

### 資本開支

於往績記錄期，我們的資本開支主要包括購買物業、廠房及設備的開支，於往績記錄期分別約為516,000港元、276,000港元、150,000港元及54,000港元。我們主要透過內部資源撥付我們的資本開支。

隨著我們業務的持續增長，我們預計未來資本開支將會增加，且當我們實施與向台灣市場擴張及在香港開設自營門市有關的業務計劃時，我們預計會就購買物業、廠房及設備產生資本開支。我們預期日後的資本開支將透過內部資源、銀行借款及[編纂]估計[編纂]淨額撥付。

於最後實際可行日期，我們並無任何重大資本承擔。

## 財務資料

### 關聯方交易

我們不時與關聯方進行交易。董事認為，本文件附錄一會計師報告附註26所載的各項關聯方交易，乃按公平基準、以相關訂約方之間的正常商業條款進行。董事亦認為，我們於往績記錄期的關聯方交易不會扭曲往績記錄業績，亦不會使我們的過往業績無法反映未來表現。

### 資產負債表外承擔及安排

於最後實際可行日期，我們並無任何未結清的資產負債表外承擔及安排。

### 股息

未來宣派或派付任何股息的決定以及任何股息的金額將取決於(其中包括)我們的經營業績、現金流量、財務狀況、我們的章程細則、法定及監管限制及可能視為相關的其他因素。概不保證各年度或於任何年度將會宣派或派付相關金額或任何金額的股息。未來任何股息的宣派、派付以及金額均受我們的章程文件(包括章程大綱及細則)限制，以及(如需要)股東批准。**[編纂]**謹請注意，過往分派的股息並不代表我們日後的股息分派政策。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。派付股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。

### 可供分派儲備

本公司於2025年2月18日在開曼群島註冊成立為投資控股公司，且於2025年9月30日可供分派予股東的儲備為15.5百萬港元。

### **[編纂]**開支

**[編纂]**開支包括專業費用、**[編纂]**佣金及就**[編纂]**產生的其他費用。我們估計**[編纂]**開支將約為**[編纂]**港元(基於**[編纂]**中位數**[編纂]****[編纂]**港元)，佔**[編纂]****[編纂]**總額約**[編纂]**。有關**[編纂]**開支主要包括(i)**[編纂]**相關開支(包括但不限於佣金及費用)約**[編纂]**港元；及(ii)非**[編纂]**相關開支約**[編纂]**港元，包括(a)法律顧問及會計師費用及開支約**[編纂]**港元，及(b)其他費用及開支約**[編纂]**港元。

於往績記錄期，我們於2025財政年度及2026年六個月分別產生**[編纂]**開支約**[編纂]**港元及**[編纂]**港元。餘下**[編纂]**開支結餘約**[編纂]**港元，預計將於(i)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)預計於**[編纂]**後直接確認為權益扣減**[編纂]**港元。上述**[編纂]**開支為最新的實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與此估計不同。

---

## 財務資料

---

### 財務及資本風險管理

我們於進行業務期間會面臨各種市場風險(包括價格風險、利率風險及外匯風險)、信貸風險及流動性風險。我們可能面臨的風險之詳情載於本文件附錄一會計師報告附註28。

### 未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值

有關我們的未經審核[編纂]經調整合併有形資產淨值之進一步詳情，請參閱本文件附錄二「未經審核[編纂]財務資料」。

### 無重大不利變動

董事已確認，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。

### 上市規則規定的披露

董事已確認，於最後實際可行日期，概無出現任何情況會導致上市規則第13.13至13.19條規定的披露要求。