

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽，並應與文件全文一併閱讀。由於此乃概要，故並無包含所有可能對閣下重要的資料。在決定[編纂]於[編纂]前，閣下應閱讀整份文件，包括我們的財務報表及相關附註。任何[編纂]均涉及風險。[編纂]於[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]於[編纂]前應細閱該節。

概覽

我們是誰

我們是一家科技營養食品企業，秉承「鮮活，讓生活更美好」的使命，以「鮮立方戰略」為核心，專注於乳製品及其他營養食品的研發、生產與銷售。我們致力於將低溫乳製品從傳統營養攝取升級為具備更多細分功能、應用更多消費場景的高頻率健康消費品，為消費者提供更新鮮、更營養、更具情感吸引力的產品選擇。用科技驅動新鮮，通過生物科技和數字科技引領增長提質增效，同時具備強大的收購整合能力，推動提升產品品質、營運效率，並最終實現持續增長，我們已發展成為一家全國佈局、區域領先的多品牌、產業鏈一體化運營的龍頭企業。

我們戰略性地聚焦於打造能與時下年輕人產生共鳴的產品，相對於傳統選擇，這批高價值客戶重視真實性、獨特性與情感連結。我們深知消費是一種自我表達形式，因此我們的品牌與產品不僅旨在提供實用價值，更能引發情感共鳴，並塑造獨特的認同感。我們的母品牌新希望™體現了「新鮮一代的選擇」這一恆久承諾，既是年輕消費者所信賴的根基，亦是其文化標準。透過觸動情感的產品，我們超越基礎營養的範疇，培育出讓年輕人引以為傲、樂於分享並與之產生認同感的日常儀式。我們相信新鮮不僅是品質的標竿，更是一種強而有力的宣言，賦予新一代以不同方式生活、消費和選擇。這種與文化脈動緊密相連的策略，讓我們建立更深厚的品牌忠誠度，促進更多的顧客回購，從而在競爭激烈的市場中脫穎而出。

我們「鮮價值」產品生態滿足消費者多元化、高品質的營養需求。截至最後實際可行日期，我們擁有超過20個主要乳製品品牌，並通過區域化佈局形成差異化競爭優勢。具體而言，我們的24小時™鮮牛乳系列憑藉「只售賣上市當天」的卓越新鮮承諾，成為全國性新鮮標竿。高端品牌朝日唯品®，秉承循環農作的理念，其有機產品已獲得多項有機認證，代表中國乳品品質領先水準。在酸奶領域，活潤®依託自有專利菌株與3D包埋技術，打造功能性益生菌酸奶，成為健康代餐的首選；初心®聚焦簡單配方與健康，在零蔗糖酸奶市場佔據重要地位。此等產品使我們在功能性乳製品領域取得重大進展，並成為推動盈利能力提升的動力。

我們構建了從牧場到餐桌的一體化產業鏈，依託分佈式產能佈局實現「鮮」的卓越交付。我們通過12個自有牧場、戰略性合作牧場及穩定合作的第三方規模化商業牧場等組合，實現優質穩定的生乳供應。我們在中國佈局17家乳製品加工廠，貼近消費者，當地牧場運輸半徑通常控制在150公里左右，確保低溫鮮奶、低溫酸奶及常溫奶快

概 要

速加工、快速上市。同時，我們的低溫工藝有助保留牛乳中的活性營養物質，讓產品更天然、更營養。

我們打造了線上線下融合的立體化全渠道網絡，堅持「區域深耕+全國突破」。憑藉良好的收購整合能力及分佈式運營模式，我們深耕核心區域市場，建立領先地位，同時透過跨區域擴張及冷鏈網絡的延伸，實現全國協同發展。我們獨特的送奶入戶網絡採用訂購制模式，並結合24小時TM鮮牛乳概念店等創新營運模式，藉此拓展我們的直面消費者觸及範圍，此模式特別針對貨架期短的新鮮乳製品量身打造。我們多元化的渠道佈局與差異化運營策略，讓新鮮產品快速觸達億萬家庭。

憑藉對消費趨勢的深入了解與創新驅動的差異化發展，我們成功把握了中國低溫液態乳製品市場機遇，實現了快速增長。以低溫乳製品營業收入計，我們實現從2023年到2025年10.8%的複合年增長率。根據弗若斯特沙利文報告，按2025年零售銷售價值計，我們分別位列中國液態乳製品市場第五、中國低溫液態乳製品市場第五、在中國前五大乳製品企業按2024年至2025年低溫液態乳製品零售銷售值增速第一。根據同一資料來源，在區域市場中，按2025年零售銷售價值計，我們是西南低溫液態乳製品市場第一、低溫鮮奶市場第一、低溫酸奶市場第一。

下圖顯示我們的部分主要成就。



- (1) 根據弗若斯特沙利文報告，按2025年液態乳製品或低溫液態乳製品的零售銷售價值計在中國前五大乳製品企業中。
- (2) 新推出產品所產生的營業收入自首張銷售發票開立之日起計 12 個月內確認為新產品營業收入，並於產生的各期間內予以記錄。
- (3) 加權平均淨資產收益率乃根據本公司股東年度應佔利潤除以本公司股東應佔權益之加權平均值計算得出，乃根據期初權益餘額釐定，並就期內權益增減所產生之時間加權影響進行調整。

概 要

我們的產品

我們提供廣泛乳製品組合，以滿足消費者多樣化的口味與營養需求。我們的主要產品類別包括(1)液態乳製品，包括低溫鮮奶、低溫酸奶及常溫乳製品，及(2)奶粉產品。

我們的低溫產品注重提供卓越的鮮度及營養。常溫產品因能在室溫下保持穩定，因此更方便快捷，分銷範圍也更廣。雖然我們在兩大類別中均維持多元化的產品組合，但我們在策略上優先發展低溫業務。這一重點使我們能有效執行「鮮立方戰略」，滿足消費者對高品質新鮮乳製品不斷變化需求。

下圖顯示我們主要產品組合的簡要說明。



我們的市場機遇

在健康意識增強、多元化消費需求及冷鏈基礎設施日益擴充的推動下，中國乳製品市場規模龐大且持續增長，當中低溫鮮奶為主要增長引擎。根據弗若斯特沙利文報告，按零售銷售價值計，預計中國液態乳製品市場由2025年的人民幣3,450億元增加至2030年人民幣3,860億元，複合年增長率為2.3%。根據同一資料來源，中國低溫液態乳製品市場的零售銷售價值預計由2025年的人民幣946億元增加至2030年的人民幣1,230億元，複合年增長率為5.4%。根據同一資料來源，低溫鮮奶品類擴張速度更快，2025年市場規模為人民幣402億元，預計2030年將達到人民幣617億元，複合年增長率達8.9%。與此同時，低溫酸奶亦在功能化、零食化及口味創新趨勢下保持穩健增長。根據弗若斯特沙利文報告，當前中國低溫乳製品市場滲透率仍遠低於美、日等成熟市場，顯示未來提升空間廣闊。

研究與開發實力

研發是推動我們產品持續創新的核心動力。憑借專業的自主研發能力與持續的研發投入，我們不斷優化產品配方、推出新品，並有效響應消費者偏好變化，以保障持續競爭力。我們的研發活動將科技進步與實際應用價值相結合，形成顯著優勢，包括更優的營養品質、更高的生產效率及更優化的成本結構。於2023年、2024年及2025年，我們的研發費用分別為人民幣47.4百萬元、人民幣49.1百萬元及人民幣50.4百萬元。

概 要

我們主要依託內部研發團隊推動創新。截至2025年12月31日，公司擁有研發人員147名，平均行業從業經驗約九年，專業領域覆蓋食品科學與工程、微生物學、食品質量與安全、乳酸菌發酵技術等多個核心學科。

我們的生乳採購

我們已建立穩健的生乳供應鏈，作為「鮮立方戰略」的基石。我們的採購模式主要結合自有牧場、長期戰略性合作牧場及與第三方牧場的採購安排，以確保優質生乳的穩定供應。這種整合式方法不僅能確保維持產品品質的一致性，更能提升整體運營效率。2025年，我們向自有牧場，以及由我們的戰略性投資對象(即現代牧業及澳亞集團)運營的戰略性合作牧場生產或採購合共661.8千噸生乳，佔2025年生乳供給的約58.4%。其餘的生乳供給則透過與第三方大型商業牧場的穩定合作進行採購。

我們的生產實力依託於覆蓋全國的現代化加工基地網絡、嚴格的品控體系及數字化供應鏈整合能力，確保能夠穩定、規模化地向市場輸送新鮮、安全且具創新性的乳製品。截至2025年12月31日，我們於中國多個地區運營17個生產設施，總樓面面積約為409,170平方米。

我們的銷售渠道

於往績記錄期內，我們的銷售渠道主要包含向零售商、機構客戶及透過直面消費者渠道向終端消費者銷售，及向經銷商銷售。下表載列所示期間內按銷售渠道劃分的營業收入明細，包括絕對金額及佔總營業收入百分比。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	金額	佔總額百分比	金額	佔總額百分比	金額	佔總額百分比
	(人民幣千元，百分比除外)					
零售商	3,289,160	30.0	3,674,127	34.5	4,291,344	38.2
機構客戶	1,306,223	11.9	1,577,385	14.8	1,830,487	16.3
直面消費者	992,124	9.0	973,885	9.1	1,041,650	9.3
經銷商	4,246,555	38.6	3,681,997	34.5	3,418,176	30.4
其他業務	1,153,232	10.5	758,029	7.1	651,801	5.8
總計	10,987,294	100.0	10,665,423	100.0	11,233,458	100.0

請參閱「業務－我們的銷售渠道」。

我們的競爭優勢

我們相信下列競爭優勢讓我們取得成功，從眾多競爭對手中脫穎而出：(1)低溫液態乳製品市場的行業龍頭與年輕一代建立情感共鳴，(2)區域深耕與渠道迭代，觸達億萬消費者，(3)創新與科技驅動的品類與產品，(4)行業領先的生物科技與數字科技能力，(5)分佈式運營築牢鮮品品質與柔性供應核心壁壘，及(6)經驗豐富的管理團隊與強大的戰略股東支持。請參閱「業務－我們的競爭優勢」。

概 要

我們的增長戰略

我們擬採取下列戰略以進一步發展業務：(1)深化「鮮立方戰略」，提升在低溫液態乳製品市場的領導地位，(2)以創新科技為動力，通過全價值鏈賦能業界升級，(3)強化分佈式供應鏈，確保高效交付新鮮產品，(4)深化收購整合，培育新增長動力，拓展海外運營，及(5)強化ESG治理，構築可持續發展體系。請參閱「業務－我們的增長戰略」。

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括零售商、機構客戶、直面消費者銷售下的終端消費者及經銷商。於往績記錄期內，來自本公司五大客戶的年度營業收入於2023年、2024年及2025年分別為人民幣1,196.9百萬元、人民幣1,338.1百萬元及人民幣1,834.8百萬元，分別佔同期總營業收入的10.9%、12.4%及16.4%。於往績記錄期內，本公司最大客戶的年度營業收入於2023年、2024年及2025年分別為人民幣427.5百萬元、人民幣434.6百萬元及人民幣649.7百萬元，分別佔同期總營業收入的3.9%、4.1%及5.8%。請參閱「業務－我們的客戶」。

我們的供應商主要包括生乳、包裝物料、物流服務、飼料及其他食品提供商。於往績記錄期內，本公司在2023年、2024年及2025年向五大供應商採購的年度金額分別為人民幣2,114.9百萬元、人民幣2,050.5百萬元及人民幣2,304.6百萬元，分別佔同期總採購額的23.1%、23.2%及24.9%。於往績記錄期內，我們在2023年、2024年及2025年向最大供應商採購的年度金額分別為人民幣932.8百萬元、人民幣845.9百萬元及人民幣853.8百萬元，分別佔同期總採購額的10.2%、9.6%及9.2%。請參閱「業務－我們的供應商」。

我們的風險及挑戰

我們的業務及運營涉及風險與不確定性。我們面臨的部分主要風險因素和下列各項有關：(1)來自知名乳製品公司的激烈競爭，(2)消費者偏好及市場趨勢的變化，(3)因產品質量問題、負面輿論或食品安全事件所導致的品牌聲譽受損，(4)無法維持與多個銷售渠道的關係，(5)經銷商未遵守規定、合作關係終止、產品蠶食及銷售網絡中斷，(6)實際或被認為存在的食品安全問題或產品污染，(7)未能符合我們乳製品對冷鏈儲存及物流的要求，及(8)生乳供應。[編纂]應於作出[編纂]決定前審慎考慮所有此等因素，並閱讀「風險因素」一節全文。

關鍵運營指標

下表載列於所示期間按產品類別劃分的銷量及平均售價的明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	(噸)	(人民幣元/公斤)	(噸)	(人民幣元/公斤)	(噸)	(人民幣元/公斤)
液態乳製品	1,092,313	8.9	1,144,622	8.6	1,218,179	8.6
低溫	400,120	12.3	458,399	11.4	540,710	11.2
常溫	692,193	7.0	686,223	6.7	677,469	6.6
奶粉產品	1,598	49.3	1,455	49.0	1,650	52.5

概 要

於往績記錄期，液態乳製品的銷量有所增加，由2023年的1,092.3千噸增加至2024年的1,144.6千噸，並進一步增加至2025年的1,218.2千噸，與業務增長一致。液態乳製品的平均售價由2023年的每公斤人民幣8.9元下降至2024年的每公斤人民幣8.6元，主要由於在市場競爭日益激烈的情況下加大促銷活動。液態乳製品的平均售價維持穩定，於2025年為每公斤人民幣8.6元。

奶粉產品的銷量及平均售價由2024年的1,455噸及每公斤人民幣49.0元增加至2025年的1,650噸及每公斤人民幣52.5元，主要由於我們於2025年推出定價相對較高的新款奶粉產品。

歷史財務資料概要

下表載列了我們於往績記錄期之財務資料概要，應與本文件附錄一所載之會計師報告內之合併財務報表一併閱讀，包括隨附之附註及「財務資料」所載之資料。我們的合併財務資料乃根據中國企業會計準則（「中國企業會計準則」）編製。

合併利潤表概要

下表載列於所示期間合併利潤表概要。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	金額	佔營業 收入百分比	金額	佔營業 收入百分比	金額	佔營業 收入百分比
	(人民幣千元，百分比除外)					
營業收入	10,987,294	100.0	10,665,423	100.0	11,233,458	100.0
營業成本	(8,034,709)	(73.1)	(7,640,697)	(71.6)	(7,955,458)	(70.8)
毛利	2,952,585	26.9	3,024,726	28.4	3,278,000	29.2
除所得稅前利潤	508,827	4.6	643,462	6.0	850,114	7.6
所得稅費用	(71,167)	(0.6)	(93,997)	(0.9)	(95,647)	(0.9)
淨利潤	437,660	4.0	549,465	5.2	754,467	6.7

請參閱「財務資料－合併利潤表」。

營業收入

我們的乳製品可分為液態乳製品及奶粉產品兩類。下表載列於所示期間按業務線及產品類別劃分的營業收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	金額	佔總額 百分比	金額	佔總額 百分比	金額	佔總額 百分比
	(人民幣千元，百分比除外)					
液態乳製品	9,755,260	88.8	9,836,179	92.2	10,495,087	93.4
低溫	4,925,225	44.8	5,226,188	49.0	6,049,009	53.8
常溫	4,830,035	44.0	4,609,991	43.2	4,446,078	39.6
奶粉產品	78,802	0.7	71,215	0.7	86,570	0.8
其他業務 ⁽¹⁾	1,153,232	10.5	758,029	7.1	651,801	5.8
總計	10,987,294	100.0	10,665,423	100.0	11,233,458	100.0

(1) 其他業務活動主要包括(i)銷售乳製品相關產品及附屬產品；(ii)提供供應鏈中的產品或服務；及(iii)銷售可回收物。

概 要

毛利及毛利率

下表載列於所示期間毛利及毛利率的明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	(人民幣千元，百分比除外)					
液態乳製品	2,805,202	28.8	2,940,944	29.9	3,218,496	30.7
低溫	1,757,224	35.7	1,886,216	36.1	2,180,310	36.0
常溫	1,047,978	21.7	1,054,728	22.9	1,038,186	23.4
奶粉產品	25,567	32.4	22,446	31.5	20,847	24.1
其他業務 ⁽¹⁾	121,816	10.6	61,336	8.1	38,657	5.9
總計	2,952,585	26.9	3,024,726	28.4	3,278,000	29.2

(1) 其他業務活動的毛利主要包括(i)銷售乳製品相關產品及附屬產品；(ii)提供供應鏈中的產品或服務；及(iii)銷售可回收物的毛利。

合併資產負債表概要

下表載列截至所示日期合併資產負債表概要。

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	(人民幣千元)		
流動資產總額	2,002,346	1,998,126	2,056,561
非流動資產總額	6,935,664	6,880,541	7,078,337
總資產	8,938,010	8,878,667	9,134,898
流動負債總額	4,018,183	3,730,699	4,420,978
非流動負債總額	2,280,429	2,005,561	741,588
負債總額	6,298,612	5,736,260	5,162,566
權益總額	2,639,398	3,142,407	3,972,332

請參閱「財務資料－主要資產負債表項目的討論」。

概 要

合併現金流量表概要

下表載列於所示期間的合併現金流量表概要。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
經營活動產生的現金流入淨額	1,557,113	1,491,249	1,510,108
投資活動產生的現金流出淨額	(587,042)	(568,168)	(485,265)
融資活動產生的現金流出淨額	(946,046)	(970,546)	(1,090,173)
外匯匯率變動對現金及現金等價物的影響	(9,151)	207	(394)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	14,874	(47,258)	(65,724)
期初的現金及現金等價物	423,991	438,865	391,607
期末的現金及現金等價物	438,865	391,607	325,883

請參閱「財務資料－流動資金及資本資源－現金流量」。

主要財務比率

下表載列截至所示日期或於所示期間我們的主要財務比率。

	截至12月31日／截至該日止年度		
	2023年	2024年	2025年
毛利率(%)	26.9	28.4	29.2
淨利潤率(%)	4.0	5.2	6.7
流動比率(倍)	0.5	0.5	0.5
資產負債率(倍)	0.7	0.6	0.6
加權平均淨資產收益率(%)	16.8	19.1	20.9

請參閱「財務資料－主要財務比率」。

生物資產及估值

根據新上市申請人指南第4.10章，下表載列經估值師於所示日期所評估的生物資產的公允價值。

	於12月31日		
	2023年	2024年	2025年
		(人民幣千元)	
生產性生物資產			
成熟生產性生物資產			
成母牛	585,480	676,074	828,362
未成熟生產性生物資產			
犏牛	35,978	23,875	27,652
育成牛	378,152	323,200	304,324
總計	999,610	1,023,148	1,160,338

生產性生物資產的公允價值從2023年12月31日的人民幣999.6百萬元增加至2024年12月31日的人民幣1,023.1百萬元，並進一步上升至2025年12月31日的人民幣1,160.3百萬元，主要歸因於飼料成本下降以及畜群結構與品質的改善。

概 要

股利

就2023年及2024年批准的中期或末期股利分別為人民幣129.1百萬元及人民幣245.3百萬元。就2025年批准的中期股利為人民幣60.2百萬元。截至最後實際可行日期，我們已全數支付了上述股利。本公司董事會建議於2025年宣派金額為人民幣327.1百萬元的末期股利，惟須於股東會上經股東批准。

根據組織章程細則，董事會將在綜合考量本公司的發展階段、盈利能力、營運表現及資本開支需求後宣派股利，惟須經股東批准。本公司目前並無任何固定的股利派發比率。日後任何股利的宣派及派付，以及派發股利次數，均須受組織章程細則及相關中國法律的規限。除依法可供分派的利潤及儲備外，不得宣派或派付任何股利。

於深交所上市及於聯交所[編纂]之理由

自2019年1月25日起，本公司的A股於深交所上市，而截至最後實際可行日期，董事確認我們並無於任何重大方面嚴重違反深交所規則及中國其他適用證券法例及法規之情況，而就董事經作出一切合理查詢後所深知，就本公司於深交所之合規記錄而言，並無任何重大事項應提請投資者垂注。據我們的中國法律顧問告知，於往績記錄期及截至最後實際可行日期，根據深交所網站的公開提交文件及公共領域的其他資料，除以其他方式所披露者外，本公司已就其於深交所上市於所有重大方面遵守中國適用證券法例及法規。

[編纂]開支

於往績記錄期，我們並無錄得[編纂]開支。我們預期將就[編纂]產生合共約人民幣[編纂]元([編纂]港元)的[編纂]開支，約佔[編纂][編纂]總額的[編纂]%(假設最高[編纂]為[編纂]港元及假設[編纂]未獲行使)，包括(1)所有[編纂]的[編纂]佣金、證監會交易徵費、聯交所交易費及會財局交易徵費約人民幣[編纂]元([編纂]港元)；及(2)非[編纂]開支約人民幣[編纂]元([編纂]港元)，其中包括(i)法律顧問及申報會計師的費用及開支約人民幣[編纂]元([編纂]港元)，及(ii)保薦費及其他費用及開支約人民幣[編纂]元([編纂]港元)。約人民幣[編纂]元([編纂]港元)預計將自合併[編纂]表扣除，及約人民幣[編纂]元([編纂]港元)預計將於[編纂]後自權益扣減。上述[編纂]開支為截至最後實際可行日期的最佳估計，僅供參考。實際金額可能有別於此估計。

我們的控股股東組別

截至最後實際可行日期，根據一致行動協議，劉先生及Liu女士合共控制本公司76.48%的投票權，其中包括(1) Liu女士透過UDL及Liu女士全資擁有的中間控股公司(包括New Hope Dairy International及New Century)間接持有的65.07%股本權益，及(2)劉先生透過新希望投資及劉先生全資擁有的中間控股公司(包括新希望控股、新希望亞太及拉薩新希望)間接持有的11.42%股本權益。

概 要

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使，2020年可換股債券項下相關A股已[編纂]及於最後實際可行日期至[編纂]期間本公司已發行股本並無其他變動)，劉先生及Liu女士將合共控制本公司[編纂]%投票權，包括(1)由UDL實益擁有之[編纂]%，及(2)由新希望投資實益擁有之[編纂]。因此，劉先生及Liu女士連同UDL、New Hope Dairy International、New Century、新希望投資、新希望控股、新希望亞太及拉薩新希望，於最後實際可行日期構成本公司之控股股東組別，並將根據上市規則於[編纂]時成為本公司之控股股東組別。

本公司已與我們的控股股東及／或彼等各自的聯繫人訂立若干持續關連交易。有關詳情，請參閱「關連交易」。

中國證監會備案

我們已於[•]就[編纂]及[編纂]向中國證監會備案，並於[•]收到中國證監會發出已完成備案的通告。

[編纂]的統計數字

基於最高
[編纂][編纂]港元

[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]港元
[編纂] ⁽²⁾	[編纂]港元
未經審計[編纂]經調整每股股份合併有形資產淨值 ⁽³⁾	[編纂]港元

- (1) H股市[編纂]乃基於根據[編纂]預期將予[編纂][編纂]股H股(假設[編纂]未獲行使)計算得出。
- (2) 股份市[編纂]乃基於假設根據[編纂]預期將予[編纂][編纂]股H股(假設[編纂]未獲行使)及於緊接[編纂]完成後已發行[編纂]股A股(假設2020年可換股債券項下的相關A股已[編纂]且於最後實際可行日期至[編纂]期間，本公司已發行股本並無其他變動)，並採用本公司於緊接最後實際可行日期前五個交易日的平均收市價每股A股人民幣18.12元(或約20.57港元)計算得出。
- (3) 有關所使用假設及計算方法的詳情，請參閱本文件「附錄二—未經審計[編纂]財務資料」。

未來計劃及[編纂]用途

假設最高[編纂]為每股[編纂][編纂]港元，且[編纂]未獲行使，估計[編纂][編纂]淨額(經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]佣金以及其他費用及開支後)將約為[編纂]港元。

我們目前擬將[編纂]的[編纂]淨額按下列金額用作下列用途，惟將視乎業務需要的演變及市場狀況的變化而有所調整：(1)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於提升我們的品牌定位及擴充我們的銷售網絡；(2)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於提升產品創新及生物科技與數字能力；(3)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]

概 要

港元)將用於升級及擴充我們的供應鏈基礎設施；及(4)約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]港元)將用於營運資金及其他一般企業用途。請參閱「未來計劃及[編纂]用途—[編纂]用途」。

無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，自2025年12月31日(即我們最近期經審計合併財務資料編製之日)以來，我們的財務或經營狀況並無任何重大不利變動，而自2025年12月31日以來亦無任何事件會對本文件附錄一會計師報告所載合併財務報表的資料造成重大影響。