

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此為概要，故並不包括對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定[編纂]我們的股份前，務請閱讀整份招股章程。任何[編纂]均涉及風險。有關[編纂]我們股份的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂]我們股份前務請細閱該節。本節所用若干詞彙的定義載於本文件「釋義」一節。

概覽

我們是一家起源於韓國，在中國佔有重要地位的多元化醫療健康企業。憑藉覆蓋全國的渠道分銷網絡，我們主要從事醫藥營銷、推廣與銷售以及母嬰及營養補充品的研發、生產與分銷。我們的使命為交付能增強全球健康水平及提高生活質量的醫療健康解決方案。於往績記錄期間，我們主要從事以下業務線：醫藥營銷、推廣與銷售業務；母嬰及營養補充品的研發、生產與分銷業務。

根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年的收益計，我們在中國醫藥營銷、推廣與銷售市場排名前十，市場份額約為2.0%。尤其是，根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年收益計算，我們是中國最大的兒科醫藥營銷、推廣與銷售服務供應商，約佔中國市場17.0%的顯著份額。

我們的銷售網絡遍佈中國內地31個省份，涵蓋所有省會城市及地級市。截至2025年12月31日，我們擁有超過1,600家分銷商的醫藥營銷、推廣與銷售網絡，覆蓋約156,000家診所、367,000家藥房及1,700家醫院，其中包括216家中國三級甲等醫院(佔中國三級甲等醫院總數約12%)。三級甲等醫院是中國三級醫院分類體系中的最高級別，通常是規模較大且醫療技術先進的機構。

目前，我們的醫藥營銷、推廣與銷售業務線以我們分銷的兩款旗艦兒科處方藥(媽咪愛與易坦靜)為支柱。媽咪愛及易坦靜均為韓美集團開發及生產的產品。於往績記錄期間，我們為媽咪愛及易坦靜在中國院外細分市場⁽¹⁾的獨家分銷商。媽咪愛獲評為「中國馳名商標」。該等產品長期以來在中國兒科藥品市場佔據重要地位，以其臨床療效、良好的安全記錄及值得信賴的療效贏得醫務人員及醫療機構的廣泛認可。憑藉我們深厚的行業專業知識、豐富的市場經驗以及我們策略性選擇分銷的旗艦產品所建立的品牌信譽，我們持續鞏固我們的領導地位，於專業化且快速增長的兒科醫藥領域中擴大我們在營銷、推廣及銷售方面的影響力。

附註：

- (1) 「院外細分市場」指通過零售藥房及基層醫療機構進行的藥品分銷。為免生疑，本公司對媽咪愛及易坦靜的分銷權僅限於上述院外渠道，且我們的分銷商無權向醫院銷售該等產品。

概 要

此外，我們亦開發了高度多元化及差異化的創新產品組合，包括母嬰及營養補充劑產品(主要為生物保健功能性補充劑及嬰幼兒配方奶粉)的研發、生產及銷售。我們亦已開發及提供了全面的益生菌補充劑產品組合，旨在滿足不同年齡層的多樣化配方需求。我們的產品以多個品牌進行銷售，其中包括中國嬰幼兒益生菌市場的領導品牌Ofmom(妈咪爱)，該品牌已在中國範圍內獲得廣泛的品牌知名度，並在新生兒至三歲嬰幼兒群體中實現了高市場滲透率。我們亦研發及出售了配方奶粉產品，主要用於嬰幼兒的日常餵養，以滿足其營養需求。我們的配方奶粉產品是根據嬰兒不同發育階段的特定營養需求所調配而成。

優勢

我們相信，憑藉以下核心競爭優勢，我們將進一步鞏固市場地位：

- 我們為中國的一家綜合醫藥營銷、推廣與銷售公司，專注於兒科醫藥領域
- 我們擁有廣泛的線下醫藥營銷、推廣與銷售網絡，以及快速發展的線上渠道
- 憑藉卓越的往績與競爭優勢，我們具備充分條件把握中國院外兒科藥品市場的增長機遇
- 我們擁有廣受認可且備受信賴的健康食品品牌
- 我們強大的研發實力確保新產品持續推出
- 我們擁有先進的生產流程與嚴謹的品質管控體系
- 我們經驗豐富且穩定的管理團隊

策略

為實現我們的願景與使命，我們擬採取以下策略：

- 進一步拓展銷售網絡，深化中國內地市場滲透
- 進一步擴大我們的產品組合
- 強化品牌建設以提升品牌影響力與知名度
- 推動數字轉型，建構智慧醫療體系並提升效能
- 進一步強化生產能力
- 強化研發實力以打造創新產品

概 要

我們的服務與產品

我們是一家在中國佔有重要地位的多元化醫療健康企業，經營覆蓋全國的渠道分銷網絡。我們透過管理藥企的採購與供應、監督藥品分銷，並在整個分銷過程中為藥企提供營運、管理、銷售及推廣支持，從而提供醫藥營銷、推廣與銷售服務。我們提供的產品滿足不同人生階段的人群的不斷演變的需求，特別關注兒童、嬰幼兒、孕產婦以及慢性病或免疫相關疾病患者。往績記錄期間，我們的大部分收益來自醫藥營銷、推廣與銷售業務。我們的收益亦來自母嬰及營養補充劑產品的開發、製造及銷售以及其他。

下表載列我們於所示年度按業務線劃分的收益明細，均以絕對金額及佔本公司總收益百分比列示。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	美元	%	美元	%	美元	%
醫藥營銷、推廣與銷售	311,661,871	89.0	247,308,767	87.8	281,730,817	92.6
母嬰及營養補充劑	25,244,365	7.2	23,839,153	8.5	15,701,906	5.2
其他 ⁽¹⁾	13,465,405	3.8	10,544,302	3.7	6,639,304	2.2
總計	350,371,641	100.0	281,692,222	100.0	304,072,027	100.0

附註：

(1) 其他主要包括：(i)產後護理中心服務；(ii)廣告服務；及(iii)轉售醫療器械。

醫藥營銷、推廣與銷售業務

我們成立於2009年，最初作為遵循藥品經營質量管理規範(「GSP」)標準的醫藥營銷、推廣與銷售服務供應商開展業務。該標準規範中國的藥品分銷活動，並對分銷商的許可和資質、質量管制體系、儲存和運輸條件、產品可追溯性和記錄保存以及人員培訓和監督等方面提出要求。詳情請參閱本文件「監管概覽－有關藥品的法規」及「監管概覽－有關醫療器械的法規」。歷經多年發展，我們已成為全國範圍的醫藥分銷平台，專門從事日用藥品的銷售、營銷及分銷業務，專注於兒科藥品。

我們透過管理從藥企的採購與供應鏈流程支持分銷作業，並代表藥企管理醫藥分銷業務。我們亦為藥企提供涵蓋整個分銷流程的營運與管理支持服務。

概 要

我們亦將為醫務人員(包括醫生與藥劑師)籌辦並舉辦教育論壇及培訓課程。此類活動旨在提升專業知識水平，並支持以最佳實踐方式提供患者照護。此外，我們可能在符合適用法律及行業標準的前提下，於論壇期間推廣藥品。

我們專注於透過醫藥營銷、推廣與銷售網絡為我們的醫藥營銷、推廣與銷售業務提供全面產品系列。截至2025年12月31日，我們分銷不同類型的藥品，共20種產品。

母嬰及營養補充劑業務

我們開發及提供豐富的母嬰及營養補充劑產品，包括：(i)生物保健功能性補充劑，(ii)配方奶粉，及(iii)母嬰個人護理產品。

生物保健功能性補充劑

我們開發及提供全面的益生菌補充劑產品組合，旨在滿足不同年齡層的多樣化配方需求。我們的產品以多個品牌進行銷售，其中包括中國嬰幼兒益生菌市場的領導品牌Ofmom(妈咪爱)，該品牌已在中國範圍內獲得廣泛的品牌知名度，並在零至三歲嬰幼兒群體中實現了高市場滲透率。

我們亦提供多種功能性營養補充劑，以拓展嬰兒產品以外的健康解決方案選擇。該等產品旨在支持兒童與成人的免疫力、消化功能、腦部發育及整體健康。

配方奶粉

我們研發配方奶粉產品，主要用於嬰幼兒的日常餵養，以滿足其營養需求。我們的配方奶粉產品是根據嬰兒不同發育階段的特定營養需求所調配而成。

母嬰個人護理產品

2010年，我們開始推廣針對嬰幼兒及哺乳期母親的個人護理產品。新產品類別涵蓋衛生護理、肌膚保養及口腔護理解決方案，該等個人護理產品均以「Sanita」品牌進行推廣。我們的三大產品系列分別為：(i)Sanita U-ZA嬰兒洗護系列、(ii)Sanita U-ZA嬰兒護膚系列及(iii)Sanita-Denti嬰兒口腔護理系列，專為滿足嬰幼兒與哺乳期母親的敏感需求而研發。憑藉經皮膚科測試及符合全球配方標準的技術，我們的個人護理產品旨在維護母嬰的衛生保健及整體健康。

概 要

此外，憑藉在藥品級專業技術的深厚積澱，包括微生態配方技術及嚴謹的營運管理，我們具備內部端到端的研發能力，能夠開發出符合最高安全性及功效標準的營養與健康產品。截至最後實際可行日期，我們擁有26個在研產品，涵蓋以下類別：(i)14款益生菌固體飲料、(ii)六款改性奶粉產品、(iii)四款益生菌保健品、(iv)一款註冊蛋白粉保健品，及(v)一款益生菌發酵燕麥粉產品。

銷售及分銷渠道

我們在下述不同業務線實施不同的銷售及分銷策略：

醫藥營銷、推廣與銷售業務線。在該業務線下，我們受藥企委託，為其產品(主要為處方藥、非處方藥及特殊療法)提供全面的銷售、營銷及運營支持。我們主要透過分銷商及次級分銷商管理向藥房、診所及醫院的下游銷售業務，並確保產品配送符合相關法規要求——其規定須由符合GSP標準的分銷商向藥房、診所及醫藥配送藥品。儘管分銷商與零售終端簽訂協議，但其通常不會直接與藥房、診所或醫院建立客戶關係，也不代表我們進行推廣或營銷活動。我們透過自行在藥房及市場層面開展推廣活動，與競爭對手形成差異化優勢。由於分銷商主要負責物流環節，其僅保留與運輸倉儲相關的最低分銷利潤。我們直接從藥企採購產品，因此能夠自主管理與分銷商之間的定價及成本結構。於2025年12月31日，我們的銷售據點已達530,000個，顯示出我們深化市場覆蓋與提升覆蓋範圍之策略的成效卓著。

母嬰及營養補充劑業務線。我們採用線上線下結合的混合分銷模式。我們在中國內地的線下銷售完全通過授權分銷商進行，由分銷商向母嬰專營店、超市及嬰兒護理連鎖店等零售店供貨。線上銷售乃通過抖音及拼多多等主要電商平台的自營旗艦店及主要電商平台的經批准第三方分銷商進行。該方式提高了效率，擴大了市場範圍，並最大限度減少渠道衝突。除中國內地外，我們亦於往績記錄期間主要透過香港及其他海外市場(主要包括韓國、意大利及越南)的分銷商銷售少數母嬰及營養補充劑以及其他產品。有關分銷商的詳情，請參閱本文件「業務－銷售及分銷渠道－我們的分銷商」一節。

概 要

我們的客戶及供應商

我們的客戶主要包括從事醫藥批發業務的領先企業。於往績記錄期間各年度，來自五大客戶的收益分別為173.4百萬美元、156.9百萬美元及184.6百萬美元，分別佔截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度我們總收益的49.6%、55.8%及60.7%。往績記錄期間，來自最大客戶的收益分別為81.2百萬美元、89.4百萬美元及107.6百萬美元，分別佔截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度我們總收益的23.2%、31.7%及35.4%。往績記錄期間，我們最大客戶的收益貢獻增加，主要是由於我們持續的銷售與營銷努力，以及對主要客戶的戰略性關注。弗若斯特沙利文確認，來自主要客戶的收益高度集中於業內並非罕見。

我們的供應商主要包括藥品及原材料供應商。截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，各年度從五大供應商採購的金額分別為168.1百萬美元、137.3百萬美元及126.0百萬美元，相當於我們各自年度採購總額的68.5%、64.1%及65.5%。同期，從最大供應商韓美集團採購的金額分別為141.2百萬美元、112.6百萬美元及112.9百萬美元，相當於我們各自年度的採購總額的57.5%、52.6%及58.6%。

關鍵戰略供應商：韓美集團

為加強合作並降低潛在風險或利益衝突，我們與韓美集團保持密切的工作關係，並與韓美集團附屬公司北京韓美藥品有限公司(「**北京韓美**」)簽訂長期戰略合作協議(「**戰略合作協議**」)。根據戰略合作協議，北京韓美負責通過醫院招標渠道分銷藥品，而我們則作為其在所有其他渠道(主要為院外渠道)的分銷及營銷合作夥伴。戰略合作協議適用於藥品及其他雙方指定的產品，並建立了涵蓋分銷、商業化及營銷活動的長期合作框架。與其他分銷商合作之前，韓美集團應首先向我們提供任何新的分銷條款及條件，以確保我們有權優先接受該等條款及條件。戰略合作協議將一直有效，且不授予任何一方可在固定通知期內通過發出通知即單方面終止協議的一般權利。僅在雙方達成書面協議或發生若干特定事件時，包括另一方破產或控制權變更，方能終止協議。根據戰略合作協議，並無最低購買承諾。戰略合作協議項下交易的定價將按公平協商基準進行，與現行市場價格一致，並受年度審查及調整規限。戰略合作協議項下的該等合約安排減少了潛在衝突，並確保交易公平進行。

概 要

董事表示，韓美集團與我們之間的關係出現重大不利變化或終止的可能性低，主要是由於(i)我們自2007年以來與韓美集團保持長期穩定的合作關係；(ii)我們已與北京韓美訂立戰略合作協議，以確保長期合作；(iii)於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，韓美集團與我們之間並無供應中斷，亦無任何重大違約；(iv)韓美集團無藥品經營許可證，無法在中國內地銷售藥品，而我們持有必要的許可證以及全國分銷網絡，表明韓美集團與我們之間相互依賴；(v)往績記錄期間我們自北京韓美的採購額佔其藥品銷售額的一大部分；及(vi)經過與韓美集團多年的合作，我們對其產品有深入的瞭解，並對該等產品制定了結構化的營銷策略，因此對韓美集團而言更換合作夥伴的成本較高。詳情請參閱本文件「業務 — 我們的產品與服務 — 醫藥營銷、推廣與銷售業務」。

競爭

根據弗若斯特沙利文的資料，2025年中國醫藥營銷、推廣與銷售行業的市場規模(按收益計)約為人民幣1,032億元，自2020年起的複合年增長率約為8.2%。醫藥營銷、推廣與銷售行業高度專業化且相對集中。我們在市場上與諸多參與者競爭，少數企業主導該領域，前五大企業於2025年合計佔31.8%的市場份額(按收益計)。根據弗若斯特沙利文的資料，按2025年的收益計，我們是中國第八大醫藥營銷、推廣與銷售服務供應商。尤其是，按2025年的收益計，我們是中國最大兒科醫藥營銷、推廣與銷售服務供應商，市場份額為17.0%。我們認為此成就歸功於我們強大的兒科產品組合及廣泛的全國終端分銷網絡。

根據弗若斯特沙利文的資料，按零售額計，2025年益生菌補充劑行業的市場規模約為人民幣266億元。在益生菌補充劑行業，我們憑藉專為各年齡層腸道健康與免疫需求設計的Ofmom(妈咪爱)品牌益生菌產品脫穎而出。此外，在嬰幼兒配方奶粉領域，我們與競爭產品搶佔市場份額。尤其是，我們的嬰幼兒配方產品符合2023年新國標(包含優化蛋白質與碳水化合物含量、禁止添加果糖及蔗糖)，建立了穩固的市場地位。根據弗若斯特沙利文的資料，儘管市場環境充滿挑戰，嬰幼兒配方奶粉細分市場於2020年至2025年按3.5%的複合年增長率下降，而我們的嬰幼兒配方奶粉通過迎合新一代父母對科學育兒與產品安全的重視，保持穩定增長。

詳情請參閱本文件「行業概覽」及「業務 – 競爭」。

歷史財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期間的歷史財務資料的財務數據概要，摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。下述歷史財務數據概要應與本文件所載綜合財務報表(包括相關附註)一併閱讀，以保證其完整性。我們的歷史財務資料乃根據香港財務報告準則編製。

概 要

綜合損益表概要

下表載列我們於所示年度以絕對金額列示的綜合損益表概要。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	美元	%	美元	%	美元	%
收益	350,371,641	100.0	281,692,222	100.0	304,072,027	100.0
銷售成本	(181,172,139)	(51.7)	(131,433,572)	(46.7)	(145,141,875)	(47.7)
毛利	169,199,502	48.3	150,258,650	53.3	158,930,152	52.3
其他收入	33,984,782	9.7	18,035,545	6.4	2,868,027	0.9
(已確認)/撥回貿易應收款項減值						
虧損	(355,802)	(0.1)	(1,861,097)	(0.7)	953,605	0.3
銷售及營銷開支	(119,498,759)	(34.1)	(91,739,789)	(32.6)	(71,216,372)	(23.4)
行政開支	(33,674,646)	(9.6)	(28,456,963)	(10.1)	(37,272,624)	(12.3)
其他經營開支	(3,374,721)	(1.0)	(1,799,823)	(0.6)	(2,230,146)	(0.7)
外匯差額淨額	335,332	0.1	(1,107,853)	(0.4)	939,160	0.3
經營溢利	46,615,688	13.3	43,328,670	15.4	52,971,802	17.4
分佔一家聯營公司虧損	(104,107)	*	—	—	—	—
財務成本	(1,829,373)	(0.5)	(2,801,738)	(1.0)	(1,911,480)	(0.6)
除稅前溢利	44,682,208	12.8	40,526,932	14.4	51,060,322	16.8
所得稅	(19,913,853)	(5.7)	(18,676,161)	(6.6)	(18,103,622)	(6.0)
年度溢利	24,768,355	7.1	21,850,771	7.8	32,956,700	10.8

* 少於0.1%

收益

於2023年、2024年及2025年，我們的收益分別為350.4百萬美元、281.7百萬美元及304.1百萬美元。我們大部分收益來自醫藥營銷、推廣與銷售業務線，分別佔2023年、2024年及2025年之總收益的89.0%、87.8%及92.6%。

詳情請參閱本文件「財務資料－經營業績主要組成部分的概況」及「財務資料－各期間經營業績比較」。

概 要

毛利與毛利率

於2023年、2024年及2025年，我們分別錄得毛利169.2百萬美元、150.3百萬美元及158.9百萬美元。毛利波動主要受收益趨勢的變化所驅動。

我們的毛利率自2023年的48.3%增至2024年的53.3%，主要是由於醫藥營銷、推廣與銷售業務線的利潤率提升。醫藥營銷、推廣與銷售業務線的毛利率提升，主要是由於供應商藥品價格下降，加上我們持續與供應商協商進一步降低藥品採購成本。我們的毛利率於2024年及2025年保持相對穩定，分別為53.3%及52.3%。

詳情請參閱本文件「財務資料－經營業績主要組成部分的概況」及「財務資料－各期間經營業績比較」。

綜合財務狀況表概要

下表載列我們於所示日期的綜合財務狀況表的節選資料，乃摘錄自本文件附錄一所載歷史財務資料。

	於12月31日		
	2023年 美元	2024年 美元	2025年 美元
非流動資產	41,050,774	58,514,631	61,707,947
流動資產	151,344,290	157,449,090	259,581,144
流動負債	112,311,980	121,516,923	180,383,204
流動資產淨值	39,032,310	35,932,167	79,197,940
總資產減流動負債	80,083,084	94,446,798	140,905,887
非流動負債	6,095,337	4,829,225	3,780,382
資產淨值	73,987,747	89,617,573	137,125,505

於2023年、2024年及2025年12月31日，我們的資產淨值分別為74.0百萬美元、89.6百萬美元及137.1百萬美元。我們的資產淨值由2023年12月31日的74.0百萬美元增加至2024年12月31日的89.6百萬美元，主要由於年內溢利21.9百萬美元，部分被其他全面虧損6.2百萬美元所抵銷。我們的資產淨值由2024年12月31日的89.6百萬美元增加至2025年12月31日的137.1百萬美元，主要歸因於(i)全面收益總額42.4百萬美元，及(ii)作為公司重組的一部分，出售附屬公司5.1百萬美元。

概 要

流動資產及負債

下表載列我們於所示日期的流動資產及流動負債。

	2023年 美元	於12月31日 2024年 美元	2025年 美元	於2026年 4月30日 美元 (未經審計)
流動資產				
存貨	20,317,949	43,258,199	32,179,496	28,091,971
貿易應收款項、 其他應收款項及預付款項	72,084,184	97,983,662	215,941,058	202,796,271
其他金融資產	—	—	2,074,437	2,013,000
定期存款	492,980	121,168	146,028	28,932
現金及現金等價物	58,449,177	16,086,061	9,240,125	7,627,986
受限制現金	—	—	—	120,002
流動資產總值	<u>151,344,290</u>	<u>157,449,090</u>	<u>259,581,144</u>	<u>240,678,162</u>
流動負債				
貿易及其他應付款項	58,275,379	72,097,791	122,698,418	82,368,650
合約負債	1,863,067	2,110,116	3,126,948	4,113,120
租賃負債	2,949,394	1,430,076	1,653,940	1,606,773
銀行及其他借款	41,081,882	43,217,464	48,615,125	49,431,784
應付所得稅	<u>8,142,258</u>	<u>2,661,476</u>	<u>4,288,773</u>	<u>2,842,967</u>
流動負債總額	<u>112,311,980</u>	<u>121,516,923</u>	<u>180,383,204</u>	<u>140,363,294</u>
流動資產淨值	<u>39,032,310</u>	<u>35,932,167</u>	<u>79,197,940</u>	<u>100,314,868</u>

有關我們於往績記錄期間的流動資產與流動負債的詳細討論，請參閱本文件「財務資料－流動資金與資本資源－流動資產／負債」。

概 要

綜合現金流量表概要

下表載列我們於所示年度的現金流量。

	截至12月31日止年度		
	2023年 美元	2024年 美元	2025年 美元
經營活動所得／(所用)現金淨額	39,747,474	(10,255,136)	(7,067,743)
投資活動所得／(所用)現金淨額	4,724,420	(29,249,536)	(2,811,933)
融資活動(所用)／所得現金淨額	(7,616,574)	907,790	2,125,253
現金及現金等價物增加／(減少) 淨額	36,855,320	(38,596,882)	(7,754,423)
年初現金及現金等價物	26,121,963	58,449,177	16,086,061
外匯匯率變動影響淨額	(4,528,106)	(3,766,234)	908,487
年末現金及 現金等價物	58,449,177	16,086,061	9,240,125

2023年，我們的經營活動所用現金淨額為39.7百萬美元，主要是由於經營所得現金56.4百萬美元，被已付所得稅16.7百萬美元所抵銷。2024年，我們的經營活動所用現金淨額為10.3百萬美元，主要是由於已付所得稅25.0百萬美元，被營運所得現金14.7百萬美元所抵銷。2025年，我們的經營活動所用現金淨額為7.1百萬美元，主要是由於已付所得稅18.4百萬美元，被營運所得現金11.3百萬美元所抵銷。

有關我們於往績記錄期間的現金流量的詳細討論，請參閱本文件「財務資料－流動資金與資本資源－現金流量」。

概 要

關鍵財務比率

下表載列我們於所示日期／年度的節選關鍵財務比率：

	於12月31日／截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
毛利率	48.3%	53.3%	52.3%
淨利率	7.1%	7.8%	10.8%
速動比率 ⁽¹⁾	1.17	0.94	1.26
資產負債比率 ⁽²⁾	67.6%	55.1%	38.9%

附註：

- (1) 速動比率按流動資產總值減去存貨再除以流動負債總額計算。
- (2) 資產負債比率按借款及租賃負債總額除以權益總額計算。

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所述風險。決定[編纂]我們的股份前，閣下應仔細閱讀該節全文。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們對韓美集團的依賴及相關戰略合作協議可能會使我們面臨定價、供應及合約風險。
- 我們無法向閣下保證我們的業務策略將會成功並帶來足夠的增長。
- 我們的產品及服務可能存在某些瑕疵，可能會導致客戶投訴或產品責任索賠及其他索賠，從而可能會損害我們的聲譽，導致我們產生巨額費用，市場需求減少並引發監管機構更嚴格的審查。
- 我們可能無法成功開發並商業化新產品或相應不斷變化的市場需求，從而可能對我們的業務及增長前景產生不利影響。
- 倘我們未能提升營銷能力並有效維護或推廣我們的品牌，可能會對我們的未來成功或產品及服務的品牌名稱和聲譽產生不利影響。
- 我們所提供的產品及服務依賴於供應商及其他第三方。倘未能有效維持與供應商及其他第三方的業務關係，無法控制我們採購的穩定性、可靠性及質量，以及出現任何交付延遲或中斷，均可能中斷我們的供應鏈或業務合作，並對我們向客戶交付解決方案的能力構成風險。

概 要

- 我們對分銷商及次級分銷商的控制有限，因此而產生的任何不合規、負面宣傳或無序競爭，以及該等安排的任何不穩定性，均可能對我們的聲譽、銷售、業務前景及盈利能力造成不利影響。

我們的控股股東

[編纂]後，林先生及Coree Pohang將為我們的控股股東。緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，林先生將(i)直接持有本公司已發行股本總額的[編纂]%，及(ii)透過Coree Pohang間接持有本公司已發行股本總額的[編纂]%。詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」。

關連交易

我們已訂立且預期將繼續進行若干交易，該等交易於[編纂]後將構成上市規則所指非豁免或部分豁免持續關連交易。因此，我們已申請，且聯交所已批准我們獲豁免嚴格遵守上市規則第14A章有關該等非豁免或部分豁免持續關連交易的規定。詳情請參閱本文件「關連交易」。

股息

本公司(科勵有限公司)目前並無預先訂立的股息分派計劃，亦無意於日後宣派或支付股息。宣派股息須由董事酌情決定，如有需要，須經股東批准，並取決於我們的盈利、現金流、財務狀況、資本及投資需求以及組織章程細則。

於2023年、2024年及2025年，我們並未宣派股息。截至2025年12月31日，我們並無應付股息。

法律程序與合規事宜

我們可能不時受到在日常業務過程中產生的各種法律或行政索賠及訴訟。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未涉及任何重大法律、仲裁或行政程序，且並不知悉任何未決或潛在的、針對我們或我們董事的、可能單獨或整體對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響的法律、仲裁或行政程序。

我們須遵守適用監管機構發佈的各項監管要求及指引。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未涉及任何導致罰款、執法行動或其他處罰的、可能單獨或整體對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利影響的重大違規事件。我們的中國法律顧問表示，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們在所有重要方面均遵守有關法律法規，惟對我們業務整體並無重大不利影響的不合規除外。

概 要

[編纂]開支

基於[編纂][編纂]每股[編纂]港元並假設[編纂]未獲行使，本公司將承擔的[編纂]開支估計約為[編纂]百萬港元(包括[編纂]及[編纂]的[編纂]費用及佣金)，相當於[編纂]估計[編纂]總額[編纂]百萬港元的[編纂]%。估計[編纂]開支包括：(i)[編纂]相關開支(包括但不限於[編纂]及[編纂]的[編纂])[編纂]百萬港元；(ii)法律顧問及會計師費用及開支[編纂]百萬港元；及(iii)其他費用及開支[編纂]百萬港元。我們於2025財年確認[編纂]百萬美元(相當於[編纂]百萬港元)作為行政開支，並預計於2026財年確認[編纂]百萬美元(相當於[編纂]百萬港元)作為行政開支及[編纂]百萬美元(相當於[編纂]百萬港元)作為直接從權益中扣除。上述[編纂]開支為截至最後實際可行日期的估計，僅供參考，而實際數額或會與該估計不同。我們的董事預計該開支不會對2026年我們的財務業績有重大不利影響。

[編纂]負責[編纂]%的[編纂]及最高[編纂]%的[編纂]，另加[編纂]費及交易徵費，換算為總額約[編纂]百萬港元(基於[編纂]港元並假設[編纂]未獲行使)。該[編纂]及[編纂]不計入本公司的[編纂]開支。

未來計劃及[編纂]用途

我們估計，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，扣除我們就[編纂]應付的[編纂]、費用及估計開支後，我們將從[編纂]中獲得約[編纂]百萬港元的[編纂]淨額。我們擬按下文所載金額及結構化實施次序及可衡量時間表動用[編纂][編纂]，以鞏固市場地位並推動可持續增長：

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]百萬港元)將用於擴展銷售網絡及產品組合。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]百萬港元)將用於未來三至五年內通過實施「緊湊型模組化產能升級系統」增強我們的產能。
- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]百萬港元)將用於未來三年內提升旗下兩個品牌「Ofmom(妈咪爱)」及「COREE」的品牌價值與影響力。

概 要

- 約[編纂]%的[編纂]淨額(即[編纂]百萬港元)將用作營運資金及其他一般企業用途。

更多詳情請參閱「未來計劃及[編纂]」一節。

[編纂]

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(即本文件附錄一所載會計師報告之報告期間的截止日期)以來，我們的財務、經營或交易狀況、債務、或然負債或前景概無發生重大不利變動，且自2025年12月31日以來，並無任何事件可能對本文件附錄一所載會計師報告所示資料構成重大影響。