

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示，概不對因本公告全部或任何部份內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



JBM (HEALTHCARE) LIMITED

健倍苗苗(保健)有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2161)

截至二零二一年三月三十一日止年度的 年度業績公告

財務摘要

- 截至二零二一年三月三十一日止財政年度的收益約為397.2百萬港元，較二零二零年同期約381.5百萬港元增加約4.1%。
- 同年經調整經營溢利(加回一次性上市開支後)約為82.3百萬港元，較二零二零年同期約59.0百萬港元增加約39.4%。
- 同年本公司經調整權益持有人應佔溢利(加回一次性上市開支後)約為54.6百萬港元，較二零二零年同期約48.2百萬港元增加約13.3%。
- 董事會不建議就截至二零二一年三月三十一日止年度派付末期股息。

董事會欣然宣佈本集團截至二零二一年三月三十一日止年度的經審核綜合年度業績，連同二零二零年同期的比較數字如下：

綜合損益及其他全面收益表

	附註	截至三月三十一日止年度	
		二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
收益	4	397,158	381,542
銷售成本		<u>(198,725)</u>	<u>(191,363)</u>
毛利		198,433	190,179
其他收入淨額	5	11,371	8,087
銷售及分銷開支		(85,705)	(89,000)
行政及其他營運開支		(41,816)	(50,229)
上市開支		<u>(32,007)</u>	<u>(7,189)</u>
經營溢利		50,276	51,848
融資成本	6(a)	(7,409)	(845)
應佔聯營公司(虧損)/溢利		(1,054)	2,963
應佔合資公司虧損		<u>(132)</u>	<u>-</u>
除稅前溢利	6	41,681	53,966
所得稅	7	<u>(11,062)</u>	<u>(9,669)</u>
年內溢利		<u>30,619</u>	<u>44,297</u>
年內其他全面收益			
隨後不會重新分類至損益的項目， 扣除零稅項：			
重估按公平值計入其他全面收益的金融資產 隨後可重新分類至損益的項目， 扣除零稅項：		(10,720)	-
換算香港境外業務財務報表產生的匯兌差額		<u>1,194</u>	<u>(537)</u>
其他全面收益		<u>(9,526)</u>	<u>(537)</u>
年內全面收益總額		<u>21,093</u>	<u>43,760</u>

截至三月三十一日止年度
二零二一年 二零二零年
附註 千港元 千港元

以下人士應佔溢利：

本公司權益持有人	22,600	41,022
非控股權益	8,019	3,275

年內溢利總額	30,619	44,297

以下人士應佔全面收益總額：

本公司權益持有人	13,074	40,485
非控股權益	8,019	3,275

年內全面收益總額	21,093	43,760

港仙 港仙

每股盈利

基本及攤薄	8	2.78 5.68

綜合財務狀況表

		於三月三十一日	
		二零二一年	二零二零年
	附註	千港元	千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		190,070	179,665
無形資產		851,750	854,014
於聯營公司的權益		16,905	17,959
於合資公司的權益		4,036	2,500
其他非流動資產		6,741	6,584
其他金融資產		25,321	36,041
遞延稅項資產		2,062	1,355
		<u>1,096,885</u>	<u>1,098,118</u>
流動資產			
存貨		48,016	63,778
貿易及其他應收款項	10	141,248	129,909
即期可回收稅項		668	3,641
現金及現金等價物		94,376	72,790
		<u>284,308</u>	<u>270,118</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項以及合約負債	11	56,970	85,837
銀行貸款		60,000	–
租賃負債		12,882	9,025
即期應付稅項		7,290	4,998
		<u>137,142</u>	<u>99,860</u>
流動資產淨值		<u>147,166</u>	<u>170,258</u>
資產總值減流動負債		<u>1,244,051</u>	<u>1,268,376</u>

	於三月三十一日	
	二零二一年	二零二零年
附註	千港元	千港元
非流動負債		
銀行貸款	175,000	–
租賃負債	20,036	6,515
應付直接控股公司款項	–	440,000
遞延稅項負債	102,072	107,157
	<u>297,108</u>	<u>553,672</u>
資產淨值	946,943	714,704
資本及儲備		
股本	12 8,937	10
儲備	895,771	657,320
本公司權益持有人應佔權益總額	904,708	657,330
非控股權益	42,235	57,374
權益總額	946,943	714,704

財務報表附註

1 公司資料

健倍苗苗(保健)有限公司為於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司。本公司為一間投資控股公司。本公司及其附屬公司主要從事製造及買賣品牌藥以及分銷健康保健品。本公司股份於二零二一年二月五日在主板上市。

2 編製基準

本公告所載財務業績並不構成本集團截至二零二一年三月三十一日止年度的綜合財務報表，惟摘錄自該等綜合財務報表。

除附註3所載會計政策變動外，綜合財務報表已根據截至二零二零年三月三十一日止年度的綜合財務報表所採納的相同會計政策編製。

綜合財務報表按照所有適用的香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)，包括由香港會計師公會(「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(「香港會計準則」)及詮釋、香港公認會計原則及香港公司條例的披露規定而編製。該等財務報表亦符合上市規則的適用披露條文。

本集團綜合財務報表按歷史成本基準編製，惟按公平值計入其他全面收益(「按公平值計入其他全面收益」)的金融資產計量的投資按公平值呈列。

3 會計政策變動

香港會計師公會已頒佈於本集團本會計期間首次生效的若干香港財務報告準則修訂本。該等發展均未對本集團的業績及財務狀況產生重大影響。

除香港財務報告準則第16號(修訂本)2019冠狀病毒病相關租金減免外，本集團並未採用任何於本會計期間尚未生效的新準則或修訂本。該修訂本提供可行權宜方法，容許承租人無需評估2019冠狀病毒病疫情直接產生的特定租金減免是否屬於租賃修訂，而是將該等租金減免按猶如非租賃修訂的方式入賬。因此，所獲得的租金減免已於觸發該等付款的事件或條件發生的期間在損益內入賬為負值可變租賃款項。於二零二零年四月一日的年初權益結餘並無受到任何影響。

4 收益及分部報告

(a) 收益

本集團主要從事製造及買賣品牌藥以及分銷健康保健品。截至二零二一年及二零二零年三月三十一日止年度的所有收益均按照香港財務報告準則第15號客戶合約收益確認。

收益指向客戶提供貨品的銷售價值減去退貨及銷售回扣，並已扣除任何貿易折扣。

(b) 分部報告

本集團按部門管理其業務，而部門則按業務類別組建。按照與出於分配資源及評估表現的目的而向本集團最高行政管理人員作出內部報告的資料一致的方式，本集團已呈列以下三個可報告分部。並無合計經營分部以構成以下可報告分部：

- 品牌藥：該分部開發、製造及分銷具有化合物作活性成分的品牌藥品。現時有關此方面的業務主要在香港進行。
- 品牌中藥：該分部開發、製造及分銷完全由中醫藥條例規定的任何中藥材或中國人習慣或廣泛使用的任何草藥、動物或礦物來源材料組成的註冊中藥。現時有關此方面的業務主要在香港進行。
- 健康保健品：該分部分銷及出售針對消費者整體健康及保健的補充品、醫療耗材及其他非藥物產品。現時有關此方面的業務主要在香港進行。

收益及支出分配至可報告分部，當中乃經參考該等分部產生的銷售額以及該等分部產生的或該等分部應佔資產折舊或攤銷另行產生的支出。

用於報告分部溢利的計量為毛利。

本集團分部資產及負債並無定期向本集團主要營運決策者報告。因此，該等財務報表並無呈列可報告資產及負債。

於截至二零二一年及二零二零年三月三十一日止年度，概無產生分部間銷售。

(i) 分部收益及業績

就資源分配及評估分部表現而言向本集團主要營運決策者提供有關本集團可報告分部的資料載列如下：

	品牌藥		品牌中藥		健康保健品		總計	
	截至三月三十一日止年度		截至三月三十一日止年度		截至三月三十一日止年度		截至三月三十一日止年度	
	二零二一年	二零二零年	二零二一年	二零二零年	二零二一年	二零二零年	二零二一年	二零二零年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
來自外部客戶的收益及可報告分部收益(於某一時間點確認)	<u>134,484</u>	<u>142,215</u>	<u>210,851</u>	<u>184,009</u>	<u>51,823</u>	<u>55,318</u>	<u>397,158</u>	<u>381,542</u>
可報告分部毛利	<u>88,805</u>	<u>100,543</u>	<u>90,069</u>	<u>67,217</u>	<u>19,559</u>	<u>22,419</u>	<u>198,433</u>	<u>190,179</u>

(ii) 可報告分部收益與損益的對賬

	截至三月三十一日止年度 二零二一年	二零二零年
	千港元	千港元
收益		
可報告分部收益及綜合收益	<u>397,158</u>	<u>381,542</u>
溢利		
可報告分部毛利	198,433	190,179
其他收入淨額	11,371	8,087
銷售及分銷開支	(85,705)	(89,000)
行政及其他營運開支	(41,816)	(50,229)
上市開支	(32,007)	(7,189)
融資成本	(7,409)	(845)
應佔聯營公司(虧損)/溢利	(1,054)	2,963
應佔合資公司虧損	(132)	-
綜合除稅前溢利	<u>41,681</u>	<u>53,966</u>

(iii) 地區資料

下表載列有關本集團來自外部客戶收益的所在地區資料。客戶所在地區根據本集團將貨品分銷予分銷商或最終客戶的所在地而定。

	截至三月三十一日止年度 二零二一年	二零二零年
	千港元	千港元
來自外部客戶的收益		
香港(營運地)	300,249	285,589
澳門	46,594	40,890
中國內地	27,810	23,460
新加坡	4,883	12,237
其他	17,622	19,366
	<u>397,158</u>	<u>381,542</u>

下表載列有關本集團的物業、廠房及設備、無形資產、其他非流動資產以及於聯營公司及合資公司的權益(「指定非流動資產」)的所在地區資料。指定非流動資產的地理位置基於資產的實際所在地(就物業、廠房及設備以及物業、廠房及設備的非流動預付款項而言)、該等資產獲分配的業務所在地(就無形資產及分銷權的非流動預付款項而言)以及業務所在地(就於聯營公司及合資公司的權益而言)而釐定。

	於三月三十一日	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
指定非流動資產		
香港(營運地)	1,050,959	1,042,763
中國內地	18,543	17,959
	<u>1,069,502</u>	<u>1,060,722</u>

(iv) 有關主要客戶的資料

截至二零二一年三月三十一日止年度，本集團客戶群包括一名(二零二零年：無)品牌中藥及品牌藥分部的客戶，與其進行的交易超過本集團收益的10%。向該客戶銷售品牌中藥及品牌藥的所得收益約為132,843,000港元。

5 其他收入淨額

	截至三月三十一日止年度	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
佣金收入	1,285	1,346
來自一間同系附屬公司的利息收入	-	5,754
銀行存款利息收入	175	138
政府補助(附註)	10,117	-
外匯(虧損)/收益淨額	(1,182)	139
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	(197)	(235)
其他	1,173	945
	<u>11,371</u>	<u>8,087</u>

附註：於二零二零年，本集團成功申請香港政府設立的防疫抗疫基金項下保就業計劃的資助。資助旨在為企業提供財務支援，以留住在無資助下會被解僱的僱員。根據補助條款，本集團於補貼期間不得裁員，並須將所有資助用於支付僱員工資。

7 所得稅

	截至三月三十一日止年度	
	二零二一年	二零二零年
	千港元	千港元
即期稅項		
年內撥備	17,001	13,276
過往年度(超額撥備)/撥備不足	(147)	50
	16,854	13,326
遞延稅項		
暫時差額的產生及撥回	(5,792)	(3,657)
	11,062	9,669

年內香港利得稅撥備乃按年內估計應課稅溢利的16.5%計算。於其他司法權區註冊成立的實體按相關司法權區的適用稅率繳納所得稅。

8 每股盈利

(a) 每股基本盈利

每股基本盈利乃根據截至二零二一年三月三十一日止年度的本公司權益持有人應佔溢利22,600,000港元(二零二零年：41,022,000港元)，以及已發行普通股的加權平均數計算如下：

	截至三月三十一日止年度	
	二零二一年	二零二零年
	千股	千股
普通股加權平均數：		
資本化發行時發行普通股	722,000	722,000
所發行股份的影響	85,247	—
首次公開發售時發行股份的影響	6,734	—
	813,981	722,000

截至二零二一年及二零二零年三月三十一日止年度的已發行普通股的加權平均數乃考慮資本化發行的影響後，基於年初已發行股份為722,000,000股的假設計算。

(b) 每股攤薄盈利

截至二零二一年及二零二零年三月三十一日止年度的每股攤薄盈利與每股基本盈利相同，原因為兩個年度均不存在潛在攤薄普通股。

9 股息

董事會不建議就截至二零二一年三月三十一日止年度派付末期股息。

10 貿易及其他應收款項

	於三月三十一日	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
貿易應收款項		
– 第三方	132,306	45,022
– 同系附屬公司	1,506	27,096
	<u>133,812</u>	<u>72,118</u>
其他應收款項	747	4,574
應收同系附屬公司款項	–	22,887
應收一間中間控股公司款項	–	11,100
按金及預付款項	6,689	19,230
	<u>141,248</u>	<u>129,909</u>

賬齡分析

於報告期末，貿易應收款項(計入貿易及其他應收款項)根據發票日期及扣除虧損撥備後的賬齡分析如下：

	於三月三十一日	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
少於一個月	64,578	49,661
一至六個月	43,404	19,922
超過六個月	25,830	2,535
	<u>133,812</u>	<u>72,118</u>

11 貿易及其他應付款項以及合約負債

	於三月三十一日	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
貿易應付款項		
– 第三方	13,013	6,072
– 同系附屬公司	–	1,366
	<u>13,013</u>	<u>7,438</u>
應付薪金及花紅	5,690	4,633
其他應付款項及應計費用	33,460	16,002
應付一間合資公司款項	2,000	2,500
應付同系附屬公司款項	1,104	40,379
應付一間中間控股公司款項	–	10,824
合約負債	1,703	4,061
	<u>56,970</u>	<u>85,837</u>

於報告期末，貿易應付款項(計入貿易及其他應付款項)根據發票日期的賬齡分析如下：

	於三月三十一日	
	二零二一年 千港元	二零二零年 千港元
一個月內	9,231	5,372
一至六個月	3,671	2,066
超過六個月	111	-
	<u>13,013</u>	<u>7,438</u>

12 股本

	附註	股份數目 千股	金額 千港元
法定：			
於二零二零年一月七日(註冊成立日期)、 二零二零年三月三十一日、二零二零年四月一日 及二零二一年三月三十一日 每股面值0.01港元的普通股		<u>5,000,000</u>	<u>50,000</u>
已發行：			
於二零二零年一月七日(註冊成立日期)	(i)	100	1
發行普通股	(ii)	<u>900</u>	<u>9</u>
於二零二零年三月三十一日		<u>1,000</u>	<u>10</u>
於二零二零年四月一日		1,000	10
資本化發行	(iii)	721,000	7,210
發行普通股	(iv)	127,000	1,270
根據首次公開發售發行的股份	(v)	<u>44,686</u>	<u>447</u>
於二零二一年三月三十一日		<u>893,686</u>	<u>8,937</u>

普通股持有人有權收取不時宣派的股息，並有權於本公司大會上按每股一票投票。就本公司的剩餘資產而言，所有普通股享有同等待位。

附註：

- (i) 本公司於二零二零年一月七日在開曼群島註冊成立。於註冊成立時，本公司法定股本為50,000,000港元，分為5,000,000,000股股份。本公司於註冊成立後向JBM Group (BVI) Limited發行及配發100,000股股份。
- (ii) 於二零二零年三月三十一日，本公司進一步向JBM Group (BVI) Limited發行及配發900,000股股份，代價為537,223,000港元，以抵銷本公司應付直接控股公司的款項償付，其中9,000港元計入股本，而餘額則計入股份溢價。

- (iii) 於二零二零年七月二十四日，本公司透過將本公司股份溢價撥充資本的方式向JBM Group (BVI) Limited配發及發行合共721,000,000股股份。
- (iv) 於二零二零年七月二十七日，本公司的間接全資附屬公司Sampan Development Limited (「Sampan」)、本公司附屬公司層面的關連人士楊樺女士(「楊女士」)與本公司訂立一份購股協議。據此，Sampan同意以代價30,000,000港元購買Orizen已發行股本總額的10%，該代價透過由本公司向楊女士配發及發行30,000,000股股份結清。本集團於資本儲備中確認該代價與Orizen集團10%資產淨值約10,642,000港元之間的差額。

同日，本公司及JBM Group (BVI) Limited與若干策略性投資者(為獨立第三方)訂立策略性投資協議。本公司同意以總代價97,000,000港元向策略性投資者發行合共97,000,000股股份，相當於每股認購價為1.00港元。
- (v) 於二零二一年二月五日，本公司通過公開發售以每股價格1.20港元向香港投資者發行44,686,000股每股面值0.01港元的普通股。該次發行所得款項淨額為48,253,000港元(經扣除股份發行費用5,370,000港元)，其中447,000港元及47,806,000港元分別計入股本及股份溢價。

13 核數師工作範圍

本集團核數師註冊會計師畢馬威會計師事務所已對初步公告所載截至二零二一年三月三十一日止年度的本集團綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表以及其相關附註的財務數據與本集團年度綜合財務報表所載金額進行比較，當中的金額一致。根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則、香港審閱準則或香港核證準則，畢馬威會計師事務所就此進行的審核並不構成審核、審閱或其他核證，因此核數師並不作出保證。

主席致股東函件

各位股東：

「二零二零年是極不平凡且充滿挑戰的一年。然而，我們堅定不移地向前邁進，推進我們的發展策略。」

作為一家致力於滿足消費者及患者醫療保健需求的公司，健倍苗苗(保健)有限公司一直為此引以為豪。面對當前的全球健康危機，我們砥礪前行，繼往開來。我們持續供應品牌藥、品牌中藥及健康保健品，已充分滿足一般消費者與保健專業人士的需要。

二零二零年，疫情對人們生活及各行各業造成影響，對健倍苗苗的營運及員工亦不例外。面對這一巨大挑戰，我們的團隊在實現財務及業務表現上，展現出堅定決心及奉獻精神，備受讚賞。健倍苗苗於本年度實現財務指導，並在策略上持續取得進展，本人為此真心感到高興。於本年度，我們在三年增長規劃中制定的多方位策略取得了顯著的進展。我們加強產品組合、擴大地理分佈、建立跨境電子商務的能力，並與合作夥伴締結策略聯盟，使健倍苗苗與新的策略平台能更好地配合，以實現長期增長。

此番見證了管理層及運營團隊全身心投入，帶領本公司度過充滿考驗的一年，並確保健倍苗苗的全體員工始終專注於我們的目標。

「迎接轉型：大眾對非處方藥及個人保健產品的認識及需求有望提升，而健倍苗苗的產品組合是滿足有關需求的理想選擇。」

於二零二零年，董事會欣見本公司的策略目標持續取得進展。健倍苗苗自雅各臣科研製藥集團分拆出來，轉型為一家專營個人護理消費者保健的公司，並於短短兩年內取得長足進展。在疫情挑戰下，我們於二零二零年的收益仍保持增長，實現財務指導、重新配置業務組合及透過配備業務智能能力精簡運營基礎設施。於本年度，業務及財務表現強韌。更重要的是，在推動主要增長產品擴展時，商業能力及執行力均正顯著提升。管理層亦保持其對成本控制及現金創收方面的強烈關注。健倍苗苗的資本分配框架側重於投資產品組合開發、新產品的推出以及規範性的業務發展。

加強產品組合仍為本公司的首要任務。我們與建豐胃仙-U有限公司締結策略聯盟，將胃仙-U的銷售覆蓋範圍擴大至新加坡，同時透過中國的跨境電子商務推出胃仙-U消化酶，此舉對達成上述目標而言意義重大。我們與Vemedia Shine Limited進一步合作以在台灣代理其Excilor Skin-tag系列產品，亦為當前業務提供自然增長的機會。董事會亦欣見跨境電子商務取得進展，我們正在電子商務建設能力及實力，以提高佔有率並增加我們日後的收益。

「我們的員工與文化」

面對前所未有的情況，我們的員工全年均表現出非凡的奉獻精神及韌性，其中包括於整個疫情期間繼續在生產、物流及營銷部門默默耕耘的工作人員，彼等致力確保我們的品牌藥及消費者健康保健產品供應不會中斷，以持續惠及患者及消費者。

員工的努力意味着，儘管於二零二零年面臨挑戰，但我們勢將以更優質的產品、更敏銳的商業執行力及更高昂的團隊士氣邁入二零二一年，為本公司的業務帶來持續增長。

為堅持策略重點及創造股東價值，我們仍需繼續努力。董事會將繼續支持本公司的重點事項並確保其有效執行。在此方面，我衷心感謝我們的員工及夥伴，沒有他們，我們不可能取得如此成就。我們將繼續借助彼等之力，為美好未來作好準備。最後，謹此感謝我們的股東及客戶在這前所未有的年給予信任及支持。

健倍苗苗(保健)有限公司

主席

岑廣業

謹啟

香港，二零二一年六月二十九日

行政總裁致股東函件

各位股東：

二零二零年開局艱難。世界各地深受突如其來的2019冠狀病毒病打擊。經濟活動因限制措施而停滯，企業需學會適應並在新模式下競爭。不同國家之間的復甦步伐及全球前景亦尚未明朗。

面對疫情，我們矢志不渝，積極應對2019冠狀病毒病對業務造成的影響。於零售市場遭受重創情況下，團隊攻克銷售挑戰的首要反應是考慮新渠道選擇及探索電商渠道，重新建立與消費者的聯繫。

管理團隊亦因應業務發展策略作出回應，以增強我們的適應能力並在因疫情而出現的新業務競爭環境中建立新的優勢。

得益於團隊實施策略時付出的巨大努力，加上多元化的產品組合及地域市場，我們於面臨市場挑戰重重的情況下，仍然成功使品牌醫療保健業務整體維持適度增長。

品牌藥表現穩定

我們一直為品牌藥產品採取多渠道營銷方法，以有效對準消費者。就此而言，儘管零售市場嚴重受挫，家用品牌何濟公作為我們品牌藥的主要收益貢獻者，表現相對強韌。

AIM0.01%亞妥明眼藥水是香港首款獲得臨床研究支持的商業產品。透過與學校的合作教育計劃及銷售滲透努力，其已成為眼保健專業人士及公眾對低齡兒童近視控制的公認品牌。儘管於2019冠狀病毒病爆發高峰期間受到診所及醫院關閉措施的影響，惟AIM0.01%亞妥明眼藥水的市場需求一直強勁，銷售額顯著增長。憑藉AIM亞妥明眼藥水的市場領導地位，其已足以抓緊我們擁有獨家營銷權的亞洲及大中華目標市場的增長潛力。

探索品牌中藥的發展機遇

傳統中藥漸受歡迎，因其整體的療效(特別是對現今通常與久坐、壓力及不健康的飲食習慣相關的常見病)為現代西藥治療的有效補充。

除家喻戶曉的中藥品牌(如保濟丸、十靈油、唐太宗活絡油及飛鷹活絡油)外，我們透過增加濃縮中藥顆粒豐富產品組合，把握不斷增長的需求。由於標準化濃縮中藥顆粒與傳統配置的中藥湯劑具有相同的療效、口味、芳香及風味，被視為「中藥劑型革命」的濃縮中藥顆粒因使用方便而獲得認可。

透過濃縮中藥顆粒業務，我們亦已進入香港廣闊的中醫網絡，可釋放其分銷潛力並把握具協同效益的商機。

再者，隨著政府加大對傳統中藥產品及其進入大灣區的支持力度，我們預期傳統中醫執業及中藥產品在香港及大灣區均將迎來巨大的市場機遇。

抓緊不斷轉變的健康保健需求

我們的健康保健品包括補充品、醫療耗材、診斷設備及其他保健產品。

疫情使有關醫療保健產品的需求及購買行為發生根本性變化。消費者高度重視日常個人衛生及預防感染，帶動感染控制產品及免疫輔助補充劑的需求急增。此外，零售封鎖及保持社交距離措施推動購物由線下轉為線上。

因應該變化，我們積極更新健康保健產品組合以迎合不斷變化的需求，例如側重於針對早期檢測健康狀況或常見疾病的檢測試劑盒及服務，以及對準特定促進健康需求的功能性補充品。

於線上銷售領域，我們已調配大量資源提升跨境電子商務能力，以抓緊中國在購買海外保健產品方面的龐大線上消費力。我們已成功在天貓國際及京東國際開放平台店鋪開設自營健倍苗苗大賣場旗艦店，由深圳的自有電子商務團隊直接支援。

業務發展的前進動力

我們的業務發展取得積極進展。產品組合提升方面，我們將於中國跨境電子商務平台引入慢性病患者護理產品，以把握競爭較小的特定市場。我們亦將於平台推出更多家用式診斷產品，例如用於胃潰瘍的幽門螺桿菌檢測產品及用於前列腺癌的家用品式檢測產品，增強產品組合。

合作方面，我們已與知名合作夥伴設立策略合資公司(包括建豐胃仙-U有限公司、滿貫集團及一間知名中國國有綜合企業集團)，利用我們的互補性專業知識、產品組合及分銷網絡，推動產品組合提升及於亞洲選定市場的銷售滲透。此外，我們正在探討與台灣及韓國的第三方品牌製造合作夥伴擴大合作，共同利用相互分銷網絡。

未來前景

透過我們團隊的承諾與努力，我們的發展動力必得以持續，以致力執行業務回顧所概述的多層面發展策略。

長遠而言，消費者健康意識提高預期將使醫療保健開支增加，特別是非處方藥及營養補充品等保健產品。品牌中藥及濃縮中藥顆粒產品的受歡迎度將繼續上升。疫情亦使購買行為日漸由線下轉變至線上，而迅速發展的中國跨境電子商務平台預期將使中國醫療保健產品的需要顯著增長。

展望二零二一年，我們將繼續提升線下及線上的商業實力，豐富產品組合以滿足醫療保健需求，擴大亞洲選定國家的核心市場覆蓋率，加強與策略合作夥伴的合作，藉此提升我們作為該地區主要品牌醫療保健公司的地位。

健倍苗苗(保健)有限公司

行政總裁

黃一偉

香港，二零二一年六月二十九日

管理層討論及分析

業務回顧

2019冠狀病毒病自二零二零年初爆發以來，已對香港及其周邊經濟體構成深遠影響，以空前的速度加深衰退，尤其令旅遊業及消費相關行業飽受重創。由於疫情打擊市民消費意欲，加上跨境限制阻絕遊客，香港零售額於二零二零年同比暴跌24.3%。儘管二零二一年第一季度本地生產總值在強勁出口的帶動下回升7.9%，但香港經濟復甦並不均衡，消費者的消費額於第一季度因受本地2019冠狀病毒疫情第四波的遏制，僅同比增長1.6%。就此而言，目前本地經濟似乎尚未準備好實現有意義及實質性復甦，而這在一定程度上取決於香港透過疫苗接種達到群體免疫的能力及速度。

於零售消費大受影響之際，本集團的品牌醫療保健業務(包括品牌藥、品牌中藥及健康保健品)於報告期內的收益總額為397.2百萬港元，較上一期間增長4.1%。毛利亦上升4.3%至合共198.4百萬港元，而權益持有人應佔純利為22.6百萬港元，減少約44.9%，主要由於一次性的分拆上市開支超過30百萬港元。倘不計該筆一次性的上市開支，收益淨額於報告期內按可比基準應較上一期間增加約13.3%。

表現強韌的廣泛品牌醫療保健組合

作為於香港經營非處方品牌藥及非處方品牌中藥的領先品牌醫療保健營運商，我們管理眾多知名的自主品牌組合及第三方品牌。於超過190個品牌中，我們經營合共20個主要品牌，包括11個第三方品牌及9個自主品牌，其中包括傳統家用品牌，如保濟丸、何濟公止痛退熱散及十靈油，以及海外知名消費者醫療保健品牌，包括德國秀碧除疤膏、挪威的Smartfish、愛爾蘭的諾華痔瘡膏、美國的安可待®及台灣的AIM亞妥明眼藥水。

本集團品牌醫療保健業務的強韌表現有賴其以品牌藥、品牌中藥及健康保健品分部(包括營養補充品、個人護理產品及診斷套件)的知名品牌，推出廣泛而有目標對象的產品，加上我們備受肯定的品牌管理能力，以及香港廣闊的銷售及分銷網絡及遍佈中國、澳門、台灣以及東南亞、歐洲、北美及加勒比海群島等地區選定國家的據點，均為業務提供了有力的支持。

品牌藥

就品牌藥分部而言，儘管疫情對兒童到醫院及眼科醫生就診造成干擾，但AIM亞妥明眼藥水仍實現9.7%的適度增長。

作為AIM亞妥明眼藥水在香港、澳門、新加坡及中國廣東省區域市場的獨家分銷商，本集團追求品牌領導地位，致力為兒童視力保護及近視防控提供持續支援。我們與公益企業，香港醫護聯盟及一間著名的光學連鎖店合作，贊助一項兒童關愛計劃「AI人工智能兒童近視預檢計劃」，該計劃應用大數據及人工智能技術幫助高風險兒童預測近視加深程度，並為他們提供眼科檢查。由於該計劃取得鼓舞人心的成就，我們計劃將類似的服務計劃引入學校，為更多兒童提供視力保健保護。

我們亦與香港中文大學眼科及視覺科學學系合作，就「用於預防近視的低濃度阿托品(LAMP2)研究」進行臨床研究，並獲創新及科技基金批准為其撥款。該研究的其中一個主要目的為改變治療近視的臨床常規模式。

在我們的品牌建設工作、視力保健教育計劃、強大銷售滲透及眼科醫生推薦的帶動下，AIM亞妥明眼藥水已取得市場領導地位。

儘管疫情導致零售市場大幅下跌，但我們止痛藥非處方類目中廣為人知的暢銷家用品牌之一何濟公，仍展現巨大韌性，於報告期內銷售收益溫和下降4.2%。

品牌中藥

截至二零二一年三月三十一日止年度，品牌中藥分部整體銷售收益達210.9百萬港元，顯著增長14.6%，此乃由於自二零一九年八月我們收購Orizen集團的控股權起，將該集團的濃縮中藥顆粒產品銷售收益綜合入賬。

由於我們通過大型現代貿易連鎖店、註冊藥房及藥店等零售渠道出售大部分品牌中藥品牌產品，而自二零二零年起，本地消費者的零售消費額暴跌及香港遊客數量出現斷崖式下跌，2019冠狀病毒病爆發已對銷售造成負面影響。

然而，於報告期內，我們的暢銷傳統品牌之一兼胃腸品牌中藥類目翹楚一保濟丸的銷售收益僅溫和下降3.8%。另一方面，飛鷹活絡油的銷售滲透率有所增強，在新任分銷商的協助下，實現16.8%增長，覆蓋中國30,000多個藥店網點。

多年來，主要在人們健康意識日益提高及政府利好政策的推動下，品牌中藥的普及度及消費者接受度已顯著提高。此外，由於客戶接受度提高、用法簡便及政府提倡使用濃縮中藥顆粒產品的舉措，預計香港濃縮中藥顆粒市場將快速增長。

為弘揚中藥的傳承發展，國家以《中共中央國務院關於促進中醫藥傳承創新發展的意見》及《粵港澳大灣區中醫藥高地建設方案(2020-2025年)》為框架文件頒布若干政策，以促進大灣區合作發展中醫執業及品牌中藥。隨著研發支持力度加碼及傳統中藥產品加快進入大灣區，我們預期傳統中醫執業及中藥產品在香港將迎來巨大的市場機遇。

健康保健品

健康保健品包括針對消費者整體健康及保健的補充品、個人護理產品、醫療耗材及其他診斷工具。

於報告期內，受2019冠狀病毒病疫情影響，我們的健康保健品的銷售收益輕微下降6.3%。

然而，因2019冠狀病毒病疫情帶動需求急增，該分部的個人衛生及感染控制產品的銷售收益大幅躍升。

安可待乳癌基因表現檢測由Exact Sciences Inc.研發，是獲美國《國家綜合癌症網絡(NCCN)腫瘤臨床實踐指南》認可的個人化乳癌治療診斷工具，可預測輔助化療的好處。該產品的普及度和使用患者比例在早期乳癌患者中持續上升。此有賴於本集團與香港乳癌基金會合作發起的公共教育計劃及患者支援財務資助項目。

儘管患者需求增加，但由於在2019冠狀病毒病疫情衝擊下，香港大多數醫院推遲患者手術，令安可待乳癌基因表現檢測的銷售受限，導致報告期內收益下降7.4%。

此外，作為進一步加強健康保健品系列供應的策略一部分，我們於二零二零年推出Dr. Freeman醫臣®產品系列(我們的自主品牌健康保健品系列)，以回應市場對感染控制及個人衛生產品日益增長的需求。

持續增強市場競爭地位及平台

我們經營垂直整合的業務，涵蓋品牌管理及營銷、第三方品牌產品的採購及代理、自主產品開發及製造，以及銷售及分銷，由此建立起作為具有彪炳往績的品牌醫療保健營運商的卓越市場地位。

不斷引進成熟品牌醫療保健品並將之商品化以及以高效方法管理品牌的能力是我們取得成功的關鍵。透過部署雙引擎推動方案，我們藉採購優質第三方品牌產品的自然業務增長以及戰略收購及投資具協同效應的品牌，推動業務發展及增長。

透過採用策略性對準不同產品及地區市場的各種銷售及分銷模式，我們已於香港建立廣闊的銷售及分銷網絡，地區覆蓋中國、澳門、台灣以及於東南亞、歐洲、北美及加勒比海群島等地區的選定國家。

作為一家擁有藥品專長及醫藥傳統的獨特公司，我們優先考慮產品的功效及質量，以滿足消費者醫療保健需求，並一直卓有成效地憑藉母公司雅各臣科研製藥有限公司的聲譽及市場地位，與知名業務夥伴建立戰略合作。此外，我們的核心管理團隊由一批技術嫻熟的行業專家組成，彼等具備彪炳的往績記錄及超群的執行能力。就識別具吸引力的產品及收購機會而言，彼等的技術背景對我們知識型採購方法的成功至關重要。

多年來，我們一直開發區域市場，並已建立穩固的本地分銷網絡以及與選定夥伴及產品原製造商建立合作關係，致力於建立亞洲品牌醫療保健品的可持續性發展的地區平台。

戰略重點及業務發展

透過跨境電子商務計劃擴大產品供應並加深產品在中國的滲透

在利好政府政策發展的支持下，跨境電子商務渠道的結構及形式日漸完善，中國跨境電子商務市場迅速發展為國內主要銷售渠道之一。根據弗若斯特沙利文編製的市場研究報告，中國電子商務市場藥劑製品的總商品交易額於二零一九年達505億港元，自二零一五年起複合年增長率為61.1%，預測於二零二四年達4,522億港元。

因此，毋須額外遵守註冊規定即可直接於中國跨境銷售精選品牌醫療保健品的能力，將使我們可於中國所有省、市、縣的終端消費者中擴大產品滲透並縮短產品推出時間。

為發掘快速增長的中國跨境電子商務的潛力，我們已於天貓賣場型旗艦店及京東國際開放平台店舖開設自營線上旗艦店，源源不斷地為中國消費者提供40多種優質品牌保健產品。我們於深圳成立自有電子商務團隊，為自營線上旗艦店提供直接營運支持。

我們亦建立自有上游業務，並入選為天貓自有銷售平台的官方供應商。我們的B2B(企業對企業)營運亦覆蓋其他大型跨境電子商務平台以發掘銷售潛力。

透過自然增長及併購進一步擴充我們的產品組合

我們持續識別能滿足消費者偏好變化的產品及擴大我們供應優質產品種類的的能力是維持我們的競爭地位並確保未來增長及成功的關鍵所在。

我們透過在產品及地區代理方面擴大與戰略合作夥伴及現有第三方品牌擁有人的合作，並向擁有具協同效應產品的新第三方品牌擁有人採購以尋求產品組合的自然增長。

例如，我們與建豐胃仙-U有限公司成立合資公司，將胃仙-U的銷售覆蓋範圍擴大至東盟市場，並開發胃仙-U品牌下的延伸產品線。近期計劃包括於新加坡推出胃仙-U，同時透過我們在中國的跨境電子商務銷售平台推出新產品線延伸產品胃仙-U消化酶，並隨後於新加坡及其他東盟國家市場推出。

此外，本集團已與滿貫集團訂立合作協議，以利用本集團與滿貫集團於品牌中藥、中式醫療保健及補充品市場的互補性專業知識及資源。在戰略合作下，本集團將開發及製造自有品牌產品以迎合市場趨勢及消費者需求，並由各方新成立一間合資公司為自有品牌產品提供分銷、策略營銷及銷售支持。自有品牌產品將於二零二一年第三季度推出。

此外，我們就中國護足市場的獨家分銷權，在恢甲清(Excilor)產品組合中增加除Fungal Nails外的新產品，即Skin Tag、Warts 2-in-1及Protection Spray。我們亦已獲授權於台灣推銷Excilor Skin Tag。

我們亦與瑞典的Atos Medical AB (「**Atos Medical**」)簽署一份協議，內容有關藉天貓跨境電子商務平台直接向中國患者銷售及分銷其喉切除術頸部造口護理類醫療耗材產品。Atos Medical為世界領先的喉切除術護理產品品牌，其在中國佔據著一個沒有強大競爭對手的特定市場。同樣，我們將繼續為我們的中國跨境電子商務平台引入更多醫療耗材，以擴大我們的慢性病患者護理產品組合。同時，我們計劃於該平台推出更多家用式診斷產品，例如於二零二一年推出用於胃潰瘍的幽門螺桿菌檢測產品及於二零二二年推出用於前列腺癌的前列腺特异性抗原檢測產品。

就品牌中藥產品組合而言，我們已透過加入第三方品牌安宮牛黃丸及靈芝孢子擴大範圍，以把握中國市場的巨大需求。

通過整合我們的區域資源及據點，發展為亞洲的品牌醫療保健品採購及分銷平台

我們的長期目標為鞏固我們在亞洲及大中華地區選定市場的覆蓋範圍及把握區內對健康保健品不斷增長的需求。

我們的目標為於若干具戰略意義地點的地區代理方面加深我們與第三方品牌擁有人的現有合作。最後，我們將尋求利用我們於該等策略地點的往績記錄來進一步物色及引入新的第三方品牌產品，務求最終發展成為亞洲可持續品牌醫療保健品採購及分銷平台。

就中國而言，中國整體健康及保健市場為其全國經濟最大組成部分之一。隨著人口老齡化及中產階級崛起，預期健康保健品需求將持續增加。除透過跨境電子商務計劃來增加線上業務外，我們已與一間知名中國國有企業集團(「**合資夥伴**」)成立合資公司，以利用該合資夥伴的銷售及分銷網絡來加深產品滲透及發掘於中國的其他合作機會。

於台灣，我們旨在擴大與信東生技股份有限公司(一間於一九四五年成立的台灣製藥公司，具備覆蓋當地醫療門店、藥房及便利店的銷售及分銷網絡)的現有合作關係。其亦為我們第三方品牌AIM亞妥明眼藥水的控股公司。兩間公司之間加強合作不僅僅限於利用其強大的銷售及分銷網絡分銷我們的精選產品及提高我們的品牌曝光度，也會擴大AIM亞妥明眼藥水於其他國家的銷售覆蓋範圍。

於南韓，我們的合資夥伴為一間老牌醫療保健公司，具備涵蓋研發能力、GMP認證製造設施以及銷售及分銷網絡的垂直整合業務。我們尋求訂立互惠互利的安排，以交叉銷售彼此產品組合中的綜合產品。我們認為，此舉將使我們能夠發展網絡及在南韓健康及保健市場中建立我們的產品據點，亦為我們提供寶貴資源，以物色及取得與現有產品組合及策略方針產生協同效益的新產品。

釋放我們中醫網絡的銷售及分銷潛力

憑藉將濃縮中藥顆粒業務加入我們的品牌中藥分部，我們已於香港擁有廣闊的中醫網絡。根據弗若斯特沙利文編製的市場研究報告，於二零一九年，我們的自主濃縮中藥顆粒品牌一直為香港中醫中的領先品牌，我們向超過3,000名中醫(佔香港活躍中醫總數逾40%)銷售濃縮中藥顆粒產品。

我們相信，我們與香港中醫的直接接觸及頻繁互動使我們對彼等的運作、偏好及營商環境取得具體的見解及洞悉，並利用此等見解來把握新商機並將該分銷渠道的業務價值變現。具體而言，我們擬為中醫客戶物色合適的候選品牌醫療保健品，包括以中藥為本的精選健康補充品及其他健康保健品，並與該等中醫開拓互惠互利的關係，以進一步釋放該獨特網絡的分銷潛力。

把握市場趨勢

根據弗若斯特沙利文編製的市場研究報告，隨著消費者越來越注重健康，加上居民收入不斷增加及生活水平日益提高、人口老齡化，以及中國及其他地區經濟增長帶動境外需求增加，香港的品牌醫療保健品市場近年來逐步增長。

在品牌醫療保健品預計日漸普及的情況下，品牌藥可用於過渡自理治療，健康保健品(如家用式診斷套件)預期可在大部分情況下取代臨床干預，而品牌中藥則不再只局限於疾病治療，亦可用於日常保健及疾病預防。健康意識增強，令品牌醫療保健品的消費者群體擴大至各年齡層人士。因此，為迎合不同年齡消費者的需求並從競爭對手中脫穎而出，預期會在劑型、包裝及口味方面，會更針對消費者的喜好。

消費者的購買行為亦日漸由線下轉變至線上。預計中國各地將設立更多跨境電子商務試驗區，迎合中國對海外醫療保健品的強勁需求，從而帶動醫療保健品進口市場的增長。

因此，我們一直積極投入精力及資源以開發電子商務渠道，包括通過自有網上平台GoSmart以及Big Big Shop、MAMA730及HKTVmall等選定第三方網上平台分銷產品，並實施跨境電子商務計劃。

此外，藥房及連鎖註冊藥房數目增加，加上網店及社交媒體，令香港品牌醫療保健品在其渠道上的海外曝光率及知名度有所提升。因此，長遠而言，預期我們收益中來自境外銷售的部分將日益增加。我們採納的其中一項策略是透過於亞洲地區擴張及加深滲透發展業務。

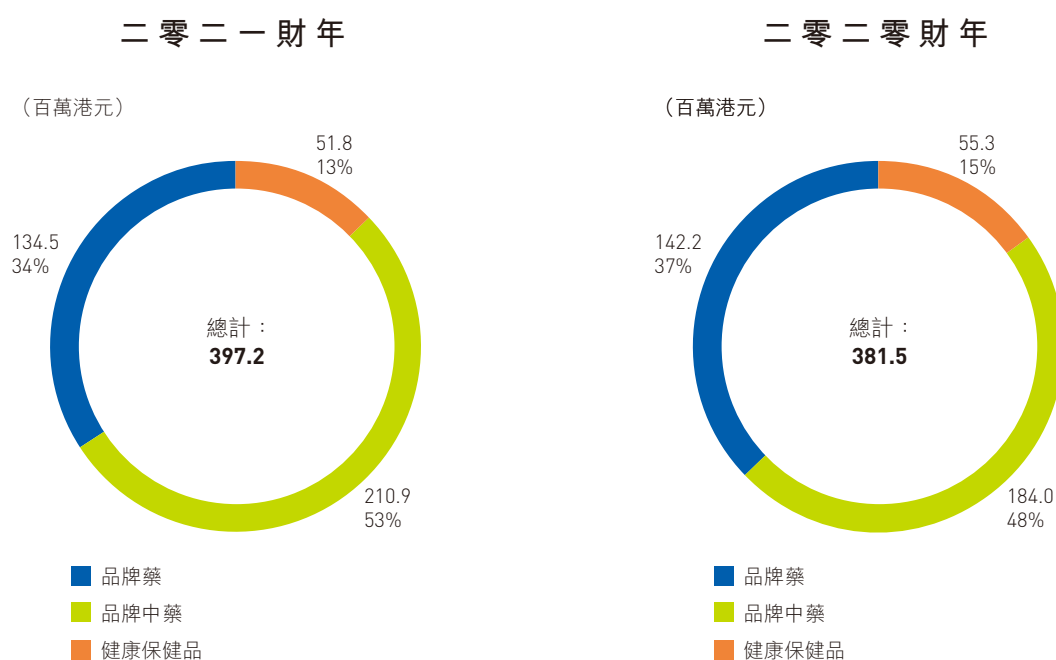
尤其是，由於香港及中國的政策有利品牌中藥的國際貿易合作及擴張，預測海外消費者將成為品牌中藥的主要消費渠道。同時，由於大灣區的監管環境日漸完善、購買力強勁及教育水平高，故預期亦會有越來越多的海外消費者醫療保健品在大灣區推出。

長遠而言，根據弗若斯特沙利文編製的市場研究報告，消費者健康意識提高預期將帶動醫療保健開支增加，特別是非處方藥及營養補充品等保健產品。同時，由於中國政府在治療2019冠狀病毒病時使用若干品牌中藥，為中藥帶來廣泛關注，故消費者對濃縮中藥顆粒產品等品牌中藥的接受度可能有所提高。隨著香港旅遊景點不斷發展以及香港旅遊發展局推廣各項活動，在旅遊業復甦後，就購買品牌醫療保健品而言，香港因此類產品品質優良、功效卓著而具備有利地位，繼續為具有吸引力的旅遊勝地。

財務回顧

收益

按經營分部劃分的收益



收益較二零二零財年增長15.7百萬港元或4.1%，原因為品牌中藥分部收益增加26.9百萬港元，部分被品牌藥分部收益減少7.7百萬港元及健康保健品分部收益減少3.5百萬港元所抵銷。三個分部佔收益的比例分別為53%、34%及13%。

品牌中藥分部收益增長主要由於本集團於二零一九年八月收購Orizen集團控股權所帶來的額外收益。

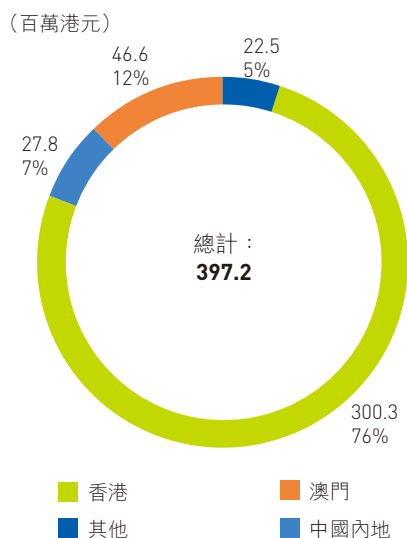
雖然零售市場因2019冠狀病毒病疫情而遭受重創，但品牌藥分部及健康保健品分部展現強大抗逆能力，其銷售收益於報告期內僅分別微跌5.4%及6.3%。

於品牌藥分部，儘管疫情阻礙兒童前往醫院及眼科診所求診，AIM亞妥明眼藥水仍以高單位數穩定增長。本集團暢銷產品之一何濟公止痛退熱散亦表現穩健，收益於報告期內僅輕微下降。

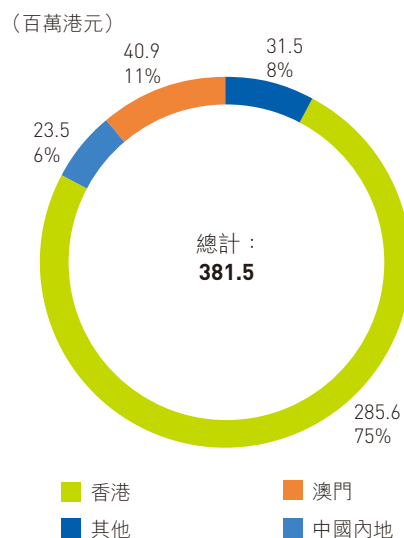
於健康保健品分部，由於2019冠狀病毒病疫情帶動需求急升，個人衛生及感染控制產品產生的收益顯著增加，抵銷大部分疫情對銷售收益造成的負面影響。

按地區劃分的收益

二零二一財年



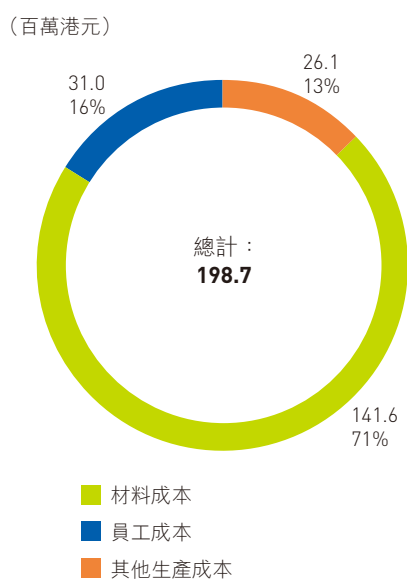
二零二零財年



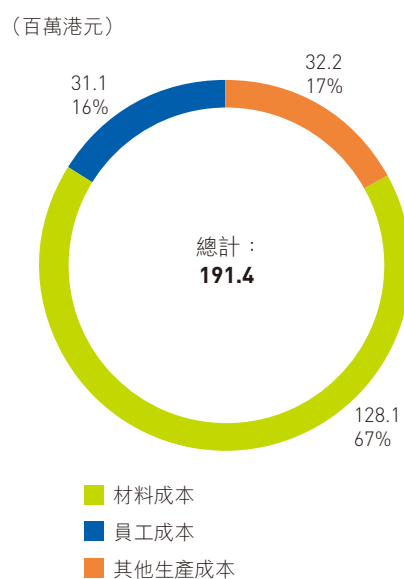
香港繼續為主要收益來源，佔總收益76%，收益增長14.7百萬港元。有關增長主要由於Orizen集團帶來額外收益所致。中國內地的收益增長4.3百萬港元，主要由於報告期內變更分銷商後，普濟丸及飛鷹活絡油銷售額錄得增長所致。澳門的收益增長5.7百萬港元，主要由於AIM亞妥明眼藥水銷售額增加所致。其他海外市場的收益下跌9.0百萬港元，主要由於新加坡及馬來西亞的銷售額減少所致。

銷售成本

二零二一財年



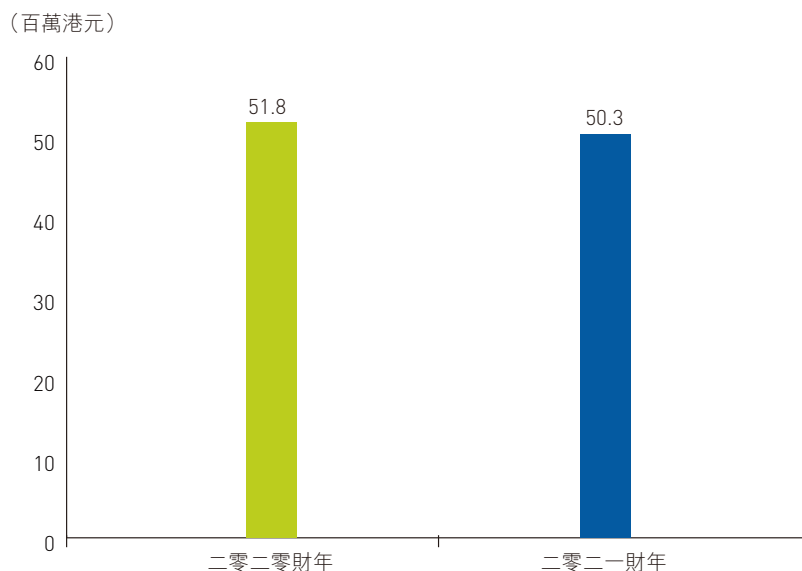
二零二零財年



材料成本繼續為主要組成部分，佔銷售總成本約71%。材料成本增加13.5百萬港元或10.5%，與Orizen集團帶來的銷售收益增幅一致。

員工成本減少0.1百萬港元或0.3%，其他生產成本則減少6.1百萬港元或18.9%，主要由於報告期內實施優化計劃及成本控制措施所致。

經營溢利



經營溢利減少1.5百萬港元或2.9%至50.3百萬港元，主要由一次性分拆上市開支32.0百萬港元(二零二零財年：7.2百萬港元)所致，惟部分由香港政府的保就業計劃資助及毛利增加補償。

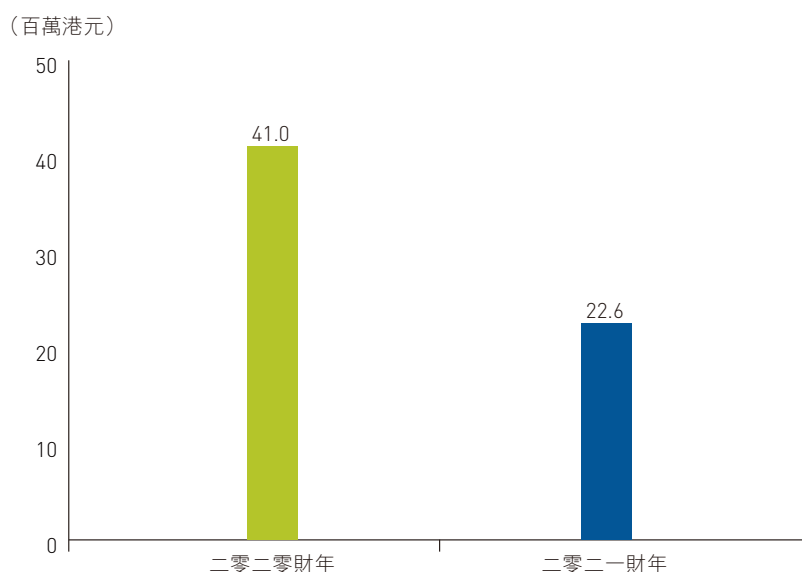
融資成本

融資成本增加主要歸因於本集團於二零二零年十一月獲授並動用的承諾銀行融資及應付直接控股公司款項的利息開支，其為本公司就二零二一年二月分拆及於主板獨立上市所進行重組的一部分。

所得稅

所得稅及實際稅率上升主要由於報告期內屬資本性質的不可扣稅分拆上市開支及融資成本，部分由報告期內確認的免稅保就業計劃資助補償。

權益持有人應佔溢利



權益持有人應佔溢利減少主要反映一次性分拆上市開支以及融資成本及所得稅增加。

資產

物業、廠房及設備

物業、廠房及設備增加主要反映添置35.5百萬港元，部分被折舊24.9百萬港元及出售賬面淨值0.2百萬港元的物業、廠房及設備抵銷。

無形資產

無形資產減少主要由於攤銷18.7百萬港元，部分由主要自授權健康保健品分銷權產生的添置16.4百萬港元補償。

存貨

存貨減少15.8百萬港元或24.7%主要反映因部分暢銷產品需求上升，使存貨變動加快。

現金及現金等價物

於二零二一年三月三十一日，現金及現金等價物約90.5%以港元計值(於二零二零年三月三十一日：58.1%)，而餘額以歐元、美元、人民幣及新加坡元計值。

負債

銀行貸款

於二零二一年三月三十一日的賬面值與本集團自二零二零年十一月獲授並動用的承諾銀行融資有關(於二零二零年三月三十一日的賬面值：零)。於二零二一年三月三十一日，本集團的銀行貸款以港元計值。

所得款項用途

首次公開發售所得款項用途

扣除本公司就首次公開發售支付的包銷費用、佣金及開支後，本公司首次公開發行集資所得款項淨額為10,523,000港元(「首次公開發售所得款項」)。首次公開發行所得款項的擬定用途或其分配金額與本公司所刊發的招股章程所披露的概無任何變動。

下表載列於二零二一年三月三十一日首次公開發售所得款項的動用情況及使用未獲動用的首次公開發售所得款項用途的預期時間表：

招股章程所載首次公開發售所得款項的用途	於二零二一年三月三十一日			動用餘下首次公開發售所得款項的預期時間表
	建議用途 千港元	實際已動用金額 千港元	未獲動用金額 千港元	
品牌中藥的產品組合開發及品牌管理	5,000	741	4,259	於二零二二年三月三十一日或之前
自第三方品牌擁有人取得額外分銷權的付款	4,523	-	4,523	於二零二二年三月三十一日或之前
一般營運資金	1,000	1,000	-	不適用
總計	10,523	1,741	8,782	

本集團擬根據上文所示招股章程所披露的計劃使用餘下首次公開發售所得款項。

流動資金、資本資源及股本結構

本集團一直貫徹保守的資金管理。穩健的股本架構及財政實力繼續為本集團的未來業務發展及併購奠定堅實基礎。

本集團現金的主要用途是為營運資金及資本開支提供資金。於報告期內，本集團主要以營運賺取的現金及銀行借貸撥付其現金需求。

集團資產的抵押

於二零二一年三月三十一日，作為銀行貸款抵押品的資產的賬面值為79.0百萬港元。於二零二零年三月三十一日，81.6百萬港元的資產已就本集團若干同系附屬公司與一間中間控股公司共同獲授的銀行融資予以抵押。有關銀行融資於二零二零年十一月終止及解除相關已抵押資產。

淨資本負債比率

本集團淨資本負債比率(銀行貸款及應付直接控股公司計息金額減現金及現金等價物，除以權益總額再乘以100%)由二零二零年三月三十一日的51.4%下跌至二零二一年三月三十一日的14.9%。淨資本負債比率下跌是由於經營所產生的現金、根據二零二一年二月的首次公開發售(「首次公開發售」)發行股份的所得款項及於二零二零年七月透過向首次公開發售前投資者發行新股所籌集的資金所致。

財務風險分析

管理層認為本集團匯率及任何相關對沖並無重大波動風險。

或然負債

於二零二一年三月三十一日，本集團並無任何重大或然負債。

報告期後非調整事項

於二零二一年四月八日，本集團與滿貫集團訂立合資協議，以成立一間合資公司，其由本集團及滿貫集團分別擁有50%及50%權益，並將由兩間集團共同控制。為利用本集團在產品開發及製造方面的強大實力及滿貫集團的市場專業知識，合資公司據此成立，旨在經由本集團開發及製造的自主品牌產品達成戰略合作，以迎合市場趨勢及滿足消費者需求，以及為自主品牌產品提供分銷、策略營銷及銷售支持。

所持重大投資、附屬公司、聯營公司及合資公司重大收購及出售

本集團於截至二零二一年三月三十一日止年度概無進行附屬公司、聯營公司及合資公司重大收購及出售。本集團於報告期內概無持有任何重大投資。

主要風險及不確定因素

以下概述本公司識別的主要風險及不確定因素以及本公司如何致力管理所涉及風險，該等風險及因素可能對其業務或經營造成重大不利影響。除下列所示者外，可能尚有其他主要風險及不確定因素為本公司並不知悉或目前可能不屬重大但未來可能會變得重大。

- 由於不時實施各種社交距離措施及旅遊限制，本地經濟活動及訪客數目均有所下降，因此2019冠狀病毒病的爆發已削弱消費氣氛並對香港零售消費造成不利影響。由於我們通過零售渠道(如大型現代貿易連鎖店、註冊藥房及藥店)出售大部分產品，2019冠狀病毒病爆發已對我們多種品牌醫療保健品的銷售造成負面影響。2019冠狀病毒病疫情的任何進一步延續可能對我們未來的業務及財務表現造成重大不利影響。
- 我們的成功歸因於成熟的產品品牌及高效管理品牌的能力。我們於品牌營銷、推廣及管理方面投入了大量資源，以增強其吸引力及認可度。然而，我們的營銷及推廣活動未必總能獲得成功。再者，倘任何產品因產品召回、產品缺陷、產品誤用、於社交媒體上負面或失實報道、貼文等而對品牌聲譽造成重大損害，則可能會對我們的業務造成負面影響。
- 我們的品牌醫療保健品通常在三個市場分部競爭，即品牌藥、健康保健品及品牌中藥市場，有關市場競爭激烈，發展迅速，新品牌及產品頻繁推出，消費者對質量及價值亦抱有高期望。我們面臨來自現有競爭對手及新進入者的激烈競爭，包括跨國公司，以及國內製造及分銷具有競爭市場定位或具有類似功效產品的商家，該等產品可作為我們產品的替代品。
- 我們的業務性質使我們面臨產品責任、人身傷害或不當死亡索賠的風險，該等風險屬開發、製造及銷售消費品的固有風險。對任何受影響人士的損失或人身傷害，缺陷產品製造商或銷售商可能須承擔民事責任。在香港，缺陷產品製造商亦可能被追究刑事責任，並被吊銷營業執照。倘遭提起訴訟，則我們可能須就訴訟辯護產生大額花費或須承擔重大損害賠償責任，我們亦可能無法向供應商、第三方製造商或第三方品牌擁有人尋求全額賠償或由保險全額承擔我們的責任及花費。

本公司相信，風險管理對本集團營運的效率及效益至關重要。本公司的管理層協助董事會評估本集團業務中的重大風險，參與制定合適的風險管理及內部監控措施，並確保於日常營運管理中落實該等措施。

環境政策及表現

本集團主要從事品牌醫療保健品及品牌中藥的製造、銷售及分銷，此業務對環境並無造成任何重大影響。本集團營運所產生的主要環境影響與水電及紙張消耗有關。本集團完全知悉環境可持續發展的重要性，並已實行多項措施以鼓勵環保及節能。

於報告期內，概無任何有關適用環境法律及法規的重大監管不合規情況。

遵守法律及法規

於報告期內，本集團在所有重大方面均遵守對本集團產生重大影響的適用法律及法規。

企業管治摘要

董事會致力於維持高水準的企業管治。

董事會相信，高水準的企業管治不可或缺，其為本集團提供框架，保障股東權益、提升企業價值、制定其業務策略及政策以及加強其透明度及企業責任。

本公司已應用上市規則附錄十四所載企業管治守則（「企業管治守則」）的守則條文作為其本身的企業管治守則。

於上市日期至二零二一年三月三十一日期間，本公司已遵守企業管治守則的所有守則條文，並採納其中大多數最佳常規。

進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄十所載「上市發行人董事進行證券交易的標準守則」（「標準守則」）作為其本身有關董事進行證券交易的行為守則。全體董事均確認彼等於報告期內一直遵守標準守則所載的規定標準。

審核委員會

審核委員會現時由三名獨立非執行董事組成，即陳錦釗先生(審核委員會主席)、陸庭龍先生及劉述理先生。審核委員會的主要職責包括協助董事會監督本公司財務報表的完整性、準確性及公平性，監管風險管理及內部監控系統是否有效及充足，監察外聘核數師是否獨立以及本公司內部審核及合規職能的表現。審核委員會已連同本公司管理層審閱本集團於報告期內的年度業績。

購買、出售或贖回上市證券

於上市日期至二零二一年三月三十一日期間，本公司及其附屬公司概無購買、出售或贖回本公司的任何上市證券。

末期股息

截至二零二一年三月三十一日止年度，董事會並不建議派付末期股息。

暫停辦理股東登記手續

為確定本公司股東出席二零二一年股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將自二零二一年九月十六日(星期四)至二零二一年九月二十三日(星期四)(包括首尾兩日)暫停辦理股東登記手續，期間將不會辦理本公司股份過戶登記。所有過戶文件連同有關股票須於二零二一年九月十五日(星期三)下午四時三十分前送交本公司香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港皇后大道東183號合和中心54樓，以辦理登記手續。

公佈二零二一年年度業績公告及二零二一年年報

本年度業績公告刊登於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.jbmhealthcare.com.hk)。載有上市規則規定所有資料的二零二一年年報將登載於聯交所及本公司各自的網站，並將於適當時候寄發予本公司股東。

承董事會命
健倍苗苗(保健)有限公司
執行董事兼行政總裁
黃一偉

香港，二零二一年六月二十九日

於本公告日期，董事會由主席兼非執行董事岑廣業先生；執行董事黃一偉先生(亦為行政總裁)及朱家榮博士；非執行董事嚴振亮先生及楊國晉先生；以及獨立非執行董事陳錦釗先生、陸庭龍先生及劉述理先生組成。

詞彙

於本公告中，除非另有規定，否則適用以下詞彙：

「二零二一年股東週年大會」	指	本公司應屆二零二一年股東週年大會
「二零二一年年報」	指	本公司截至二零二一年三月三十一日止年度的年度報告
「AIM亞妥明眼藥水」	指	向麥迪森醫藥股份有限公司採購的AIM 0.01%亞妥明眼藥水及AIM 0.125%亞妥明眼藥水，為抗膽鹼能藥物，作為無菌、外用、不含防腐劑的滴眼液，普遍用於治療近視、散瞳及睫狀肌麻痺
「聯繫人、主要行政人員、控股股東」	指	各自具有上市規則所述涵義
「審核委員會」	指	本公司審核委員會
「董事會」	指	本公司董事會
「英屬處女群島」	指	英屬處女群島
「濃縮中藥顆粒」	指	濃縮中藥顆粒，利用現代萃取及濃縮技術加工成顆粒狀的傳統中草藥製劑，以便調配及服用
「中國」或「中國內地」	指	中華人民共和國，就本公告而言，不包括香港、澳門及台灣
「本公司」	指	健倍苗苗(保健)有限公司，於二零二零年一月七日於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司
「關連人士」	指	具有上市規則所賦予的涵義
「2019冠狀病毒病」	指	2019冠狀病毒病
「董事」	指	本公司董事
「弗若斯特沙利文」	指	弗若斯特沙利文(北京)諮詢有限公司上海分公司，市場研究及諮詢公司，為獨立第三方
「二零二零財年」	指	截至二零二零年三月三十一日止年度

「二零二一財年」或「報告期」	指	截至二零二一年三月三十一日止年度
「GMP」	指	藥品生產質量管理規範，監管藥品生產的詳細實務指引，旨在減少生產錯誤及可能發生的污染以保障消費者
「港元」	指	香港法定貨幣港元
「香港」	指	中國香港特別行政區
「雅各臣科研製藥集團」	指	雅各臣科研製藥及其附屬公司(包括本集團)
「健倍苗苗」、「本集團」、「我們」或「我們的」	指	本公司及其附屬公司以及(就我們成為旗下現有附屬公司的控股公司前的期間而言)該等附屬公司或其前身(視情況而定)所營運的業務
「上市」	指	股份於主板上市
「上市日期」	指	二零二一年二月五日，股份上市並獲准開始於聯交所買賣的日期
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則(經不時修訂或補充)
「澳門」	指	中國澳門特別行政區
「主板」	指	聯交所主板
「Orizen」	指	Orizen Capital Limited，根據英屬處女群島法例於二零一八年六月六日註冊成立的有限公司，為本公司間接非全資附屬公司
「Orizen集團」	指	Orizen及PCCH
「非處方」	指	用於形容可直接向消費者出售而毋須醫護專業人員處方的藥物，而處方藥則僅可向持有有效處方的消費者出售
「PCCH」	指	Hong Kong Premier Concentrated Chinese Herbs Limited，根據香港法例於二零零三年三月二十六日註冊成立的有限公司，為本公司的附屬公司

「招股章程」	指	本公司所刊發日期為二零二一年一月二十六日的招股章程
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.01港元的普通股
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「滿貫」	指	滿貫集團控股有限公司，於二零一七年六月十四日在開曼群島註冊成立的有限公司，其已發行股份於二零二零年四月十五日在主板上市(股份代號：3390)
「滿貫集團」	指	滿貫及其附屬公司