

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分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。

友和YOHO

Yoho Group Holdings Limited

友和集團控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2347)

## 截至2022年9月30日止六個月的 中期業績公告

友和集團控股有限公司(「本公司」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然宣布，本公司及其附屬公司(統稱「本集團」)截至2022年9月30日止六個月(「報告期」)的未經審核簡明綜合中期業績(「中期業績」)連同2021年同期的未經審核比較數字。

### 22/23年上半年營運摘要

1. 總商品交易額(「總商品交易額」)<sup>(附註1)</sup>於22/23年上半年<sup>(附註2)</sup>實現約27.2%的增長，達約482.9百萬港元(21/22年上半年：約379.7百萬港元)
2. 於2022年9月30日的註冊會員數目<sup>(附註3)</sup>增加至約876,000名(於2021年9月30日：約655,000名)
3. 22/23年上半年的承接訂單數目<sup>(附註4)</sup>增加至約257,000份(21/22年上半年：約215,000份)，而22/23年上半年每張訂單的客單價<sup>(附註5)</sup>增加至約1,880港元(21/22年上半年：約1,768港元)

### 22/23年上半年財務摘要

1. 22/23年上半年的收益上升約30.0%至約448.2百萬港元(21/22年上半年：約344.7百萬港元)
2. 22/23年上半年實現整體毛利率約15.1%(21/22年上半年：約14.5%)
3. 22/23年上半年的經調整純利<sup>(附註6)</sup>約15.8百萬港元(21/22年上半年：約6.8百萬港元)，該增加主要歸因於：
  - (i) 強勁及可持續的收益增長；
  - (ii) 註冊會員數目持續增長；
  - (iii) 營運效率提昇帶動毛利及毛利率上升；及
  - (iv) 本集團實施有效的成本控制措施
4. 22/23年上半年的純利約為1.0百萬港元(21/22年上半年：淨虧損約18.9百萬港元)，轉虧為盈主要歸因於上述3(i)至3(iv)所載的原因及：
  - (i) 可轉換可贖回優先股負公平值變動減少；及
  - (ii) 與上市有關的開支減少
5. 於2022年9月30日，現金淨額狀況穩健，約211.6百萬港元(於2022年3月31日：約126.3百萬港元)
6. 董事會不建議就22/23年上半年派付任何中期股息(21/22年上半年：零)

附註：

1. 於特定財政期間的「總商品交易額」相當於該財政期間所有相關承接產品及服務訂單在扣減我們提供的折扣及藉轉換會員積分抵銷前的成交總額，而不管其產品及服務是否已派送、退回或取消，且包含其相關的運輸處理費及稅項。
2. X/Y年上半年指截至X年9月30日止六個月的財政期間。例如，「22/23年上半年」指截至2022年9月30日止六個月。
3. 透過 [www.yohohongkong.com](http://www.yohohongkong.com) (桌面版) 或 [m.yohohongkong.com](http://m.yohohongkong.com) (手機版) 的電子商務平台(「友和電子商務平台」)註冊為「註冊會員」(於該平台下達任何訂單的先決條件)或在其於我們任何零售店完成購物時依願註冊的個人。
4. 於特定財政期間的「承接訂單數目」包括於該財政期間向我們下達的訂單、顧客於零售店作出的訂單及透過第三方獎賞計劃的網上換購平台及第三方線上平台接獲的消費者訂單。
5. 於特定財政期間的「客單價」按該財政期間總商品交易額除以承接訂單數目計算得出。
6. 經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)界定為經(i)可轉換可贖回優先股公平值變動及(ii)與股份於2022年6月在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板上市(「上市」)有關的開支調整的期內溢利。

## 目錄

頁次

主席報告	4
前景	7
業務回顧	9
流動資金及資本資源	13
簡明綜合損益及其他全面收益表	16
簡明綜合財務狀況表	17
簡明綜合財務報表附註	18
財務回顧	24
其他資料	28

## 主席報告

致各位股東

友和集團於2022年6月10日在香港聯交所主板上市，首次公佈有關上市後中期業績。請讓我先感謝所有持份者的支持，包括消費者、供應商、業務夥伴、員工及本公司股東(「股東」)，一直以來堅定不移的支持和信任。希望本函能讓閣下更了解管理層對報告期內財務表現的分析以及本集團未來發展的方向。

### 業務概況及主要業績

我們在線上及線下均設有業務據點，同時借助科技，以線上線下融合(「OMO」)模式(「友和OMO業務」)營運我們的業務。我們的顧客享受通過結合線上及線下零售渠道所締造的無縫購物體驗帶來的種種好處。透過友和OMO業務模式，我們於22/23年上半年錄得約為482.9百萬港元的總商品交易額。於21/22年上半年，總商品交易額約為379.7百萬港元，按期增長約27.2%。

### 最近半年的危與機

疫情後的消費市場變化：隨著全球Covid-19疫情的持續改善，各國政府推出更開放包容的政策，而市民亦比以前接受與病毒共存，對開放出入境更有渴望。一場疫情改變了全部人的生活及工作模式，在這樣的變化過程中，消費者的口味亦有所轉變。我們會適時調整產品組合及市場策略，以有效捕捉市場需求。

香港人口的變化：香港特別行政區政府(「香港政府」)的統計數字顯示，在過去兩年香港有人口流失的情況，而在過去半年期間情況似乎未有顯著改善。如果情況持續，將會不利香港的零售市場，在市場參與者數量不變的情況下競爭必定會增加，並加速市場汰弱留強的情況。我們企業以技術為核心，內部營運流程簡單高效，在市場競爭加劇下相信能更加凸顯優勢。

利率的變化：香港的利率自從2008年金融危機後長期處於低水平，至2016年後的四年裡利率才慢慢回升，而2020疫情發生後又再一次回到低水平。在過去的十四年，香港市民及企業都習慣低息環境下的節奏，作出了不少投資及借貸的決定，形成今天整體的經濟格局。然而，利率在過去數月之間快速變化，僅僅在五個月之間升近三厘，可謂一石激起千層浪。對於我們公司最直接的影響，就是消費群中有不少承擔著借貸的個人及企業消費者因利率的上升而削弱了消費力。大家可以翻閱一下香港政府公佈的樓宇按揭平均貸款額及年期等等

資料，利率上升三厘的情況下每月供款額將會大幅增加，可支配收入減少直接影響購買力。利率的急劇上升為各種經濟活動帶來負面的影響，整體減弱了經濟活力以及消費情緒。而從另一個角度看，我們公司一路以輕資產作為核心發展策略，所以銀行借貸非常低，相對於市場的一些參與者，我們因利率上升而帶來的經營壓力相對會較低，反而利率上升會為我們的現金儲備帶來額外的收益。

資產價格的變化：受利率急升及其他因素影響，過去半年各種資產價格錄得跌幅，香港股市跌幅尤其明顯，當中不少藍籌股價跌幅驚人，市民投資有損失，難免會為消費力帶來負面影響。另一邊廂，反映樓價的指數亦在向下調整的趨勢當中。若果本身已有物業投資，樓價向下調整的趨勢多多少少會削弱消費情緒。假若情況未有改善，負資產情況或會陸續浮現，進一步影響市場消費氣氛。

出入境政策及匯率的變化：香港政府在2022年9月的時候宣佈最新的出入境管制措施，相信會有效改善出入境的各種活動。香港市民熱愛旅行，市場預期措施推出後短期內會有一輪短暫的報復式旅遊活動，本地消費將會短暫受壓。巧合的是，不少貨幣兌換港幣的匯率在過去半年期間有顯著的貶值。這兩個因素走在一起，相信促使不少港人外遊時會增加消費的力度，減少在香港市場的消費總額。假若極端匯率以及出入境措施正常化，中長期會利好本港的零售市場，市場參與者將會受惠。

環球科技、媒體和電信(「TMT」)行業的變化：環球TMT行業在過去的一段時間裏，經歷了近十數年來的低潮期，不少行業巨頭進行大規模的策略調整，例子不在這裏多說。我們觀察到的是，投資人在過去著眼於營業額的增長，青睞燒錢快速增長的企業，現在則更重視企業的盈利水平，看重基本面。我們公司在往績上都能在營業額增長以及盈利上取得健康的平衡，是少有的電商公司過往4年有穩健經調整純利，資本市場的轉變對我們相對地有利。

針對以上幾點對消費力有影響的因素，這半年我們調整戰略，主攻屬剛性需求的家庭電器包括生活家電如抽濕機和大型家電如冷氣機以及大部分家庭的必需品如電腦等類別。

## 香港電子商貿行業的發展

在過去的數個月，有實力雄厚的財團宣布退出香港電子商貿市場，充分說明了香港電子商貿行業的入場門檻之高以及經營之困難。香港電子商貿行業經過了多年的發展，已形成了一定的競爭格局，目前市場的主要參與者受益於規模效應，形成相當程度的競爭壁壘。新入場者會比以前更難入局。我們作為其中一個主要的積極參與者，相信會受惠。

目前在市場排名較高的幾位參與者，各自有獨特的資源以及擅長之處，短期內不會有太大改變。而香港的電子商務行業仍然在增長的趨勢當中，各市場參與者主要面對的困難主要是解決用戶體驗問題，若電子商貿的用戶體驗可以進一步改善，電子商貿市場將會進一步擴大以及鞏固，有利於所有參與者的長期發展。

我們經常向台灣電子商貿市場借鏡。台灣的電子商務市場發展多年，有眾多的市場參與者長期投入，目前市場已發展得相當成熟。兩地市場有很多共通之處，唯一不同之處就是香港起步得較遲，目前仍在投資增長期，有甚多用戶體驗不足之處。我們希望利用上市後的資源，加快行業及公司的發展速度。

## 前景

儘管目前全球及香港的宏觀經濟存在不確定性，我們管理層對公司未來半年的發展前景仍然樂觀，並且積極思考利用自身的相對優勢在急速變化的經濟環境中抓住新的機遇。

我們公司一方面具備穩健可靠的優勢，有盈利能力，現金儲備充足，負債比率健康，現金流理想；另一方面擁有龐大增長潛力，業績基數較低，網購需求持續增長，目標清晰。未來，我們會繼續努力執行上市時定下的發展計劃：在電子產品及電器的自營(1P)方面，我們看到市場巨大，我們會透過獲取新客戶，提升客戶重複購買率等自然增長方式以及併購的形式增長；同時，我們籌備已久的平台商戶加盟模式(3P)已於11月中初步試營運，增加產品類別和數量達至引流和提高總商品交易額，相信會是公司未來的一個強勁的增長點。

最後，本人謹向董事會及集團所有員工之努力及貢獻致以衷心謝意。

主席兼執行董事

胡發枝

2022年11月24日

## 前景

### 自營平台(「1P業務模式」)

近來的持續加息導致外圍經濟形勢轉差，我們預料香港短期內的經濟前景仍然充滿挑戰。然而，隨著疫情緩和，國際邊境逐步重開，我們相信全球市場正重回正軌，香港經濟有望在未來數個季度呈現更強勁的復甦。同時，消費者行為在疫情的推動下產生了結構性變化，推動了電子商務的滲透，大眾對網購的接受度亦進一步提升。憑藉行業領先的市場地位及品牌知名度，本集團已準備就緒，有望受益於經濟活動復甦及電子商務轉型。

展望未來，我們將致力透過自然增長搶佔更高市場佔有率。由於香港大部分人口尚未開始使用電子商務，本地電子商務市場蘊藏著龐大商機及發展潛力。我們將透過加強存貨水平的寬度及深度，積極發掘龐大的潛在客戶群，同時專注於1P業務模式下的電子產品及家庭電器領域。就寬度而言，我們的目標是在本地及海外市場引進更多屬於五個產品類別(分別為電子產品、美容及護理電子產品、家庭電器、電腦及電腦週邊產品以及生活時尚產品)的熱門品牌，迎合香港消費者的喜好。就深度而言，我們擬致力加強採購實力及與供應商的關係，以維持更具優勢的產品供應。

同時，為充分發揮OMO模式的協同效應，我們將在現有三間零售店的基礎上繼續擴大線下零售網絡。我們計劃於2023年在新界東及新界西設立兩間大型零售店(屆時需視乎租賃市場市況及有否合適物業可供租賃)，以持續完善線下零售業務及加強物流部署，提高最後一哩派遞產品的效率，從而滿足快速增長的「快速商業」需求。

### 線上平台(「3P業務模式」)

作為香港電子商務平台的龍頭營運商之一，我們一直積極設法進一步將我們可觀的網站流量變現，並推動增長。憑藉完善的友和電子商務平台及龐大的客戶群，我們的線上平台業務已於2022年11月中初步試營運，讓優質的第三方商戶於此平台向顧客銷售產品，從而進一步豐富我們的產品組合及收入來源，分類已由五項擴展至十二項。作為起步點，該等第三方商戶在我們的平台上將提供1P業務模式下所提供產品以外的類型，與我們的現有產品組合相輔相成，從而於兩個不同電子商務模式之間締造出最大的協同效應。

我們預期，推出線上平台將在以下方面帶來正面影響：

- 在1P業務模式與3P業務模式之間締造協同效應，推動整體增長

我們認為1P業務模式及3P業務模式可形成雙引擎增長動力，從而實現協同效應，帶動兩個模式的流量。我們已設立成熟且發展完善的1P業務模式，擁有可觀的網站流量及龐大的客戶群，於2022年9月30日，註冊會員超過876,000名。該等寶貴的營運資源有助第三方商戶觸及大量潛在顧客，並以低成本廣泛推廣產品，鼓勵優質商戶加盟我們的平台。在該情況下，我們的線上平台能夠以迅速且具成本效益的方式豐富及補充電子商務平台的產品類別。經擴展及提昇的產品組合將增強我們獲得新客戶及提昇與現有用戶互動的能力。我們預期引入線上平台將提高承接訂單數目，促進本集團實現整體增長。

- 多元化發展收入來源，刺激收益增長

在3P業務模式下，我們連接優質的第三方商戶與廣泛的客戶網絡，促進彼等之間進行交易。我們就每筆已完成的銷售向商戶收取佣金，從而擴大收入來源。我們亦計劃於未來透過提供其他增值服務擴大收入來源，包括提供商戶殷切需求的數碼廣告服務。有效的市場推廣及廣告服務將有助商戶在產品供應方面推動流量及轉換率。我們預期自3P業務模式產生的佣金收入及服務收入將成為本集團的新增長動力。

- 提昇整體毛利率及降低資本密集度

我們認為推出線上平台將對整體毛利率及降低資本密集度產生正面影響。透過自客戶與第三方商戶之間的產品或服務銷售收取佣金，我們可在無需採購存貨的情況下產生收益，推而廣之，更毋須提高已售貨品成本。該輕資產的業務模式使我們的資金調配效率更高、更具靈活性。我們亦擬向商戶提供市場推廣及其他增值服務，預期該等服務的毛利率將更為可觀，從而提昇整體毛利率。

## 業務回顧

### 整體表現

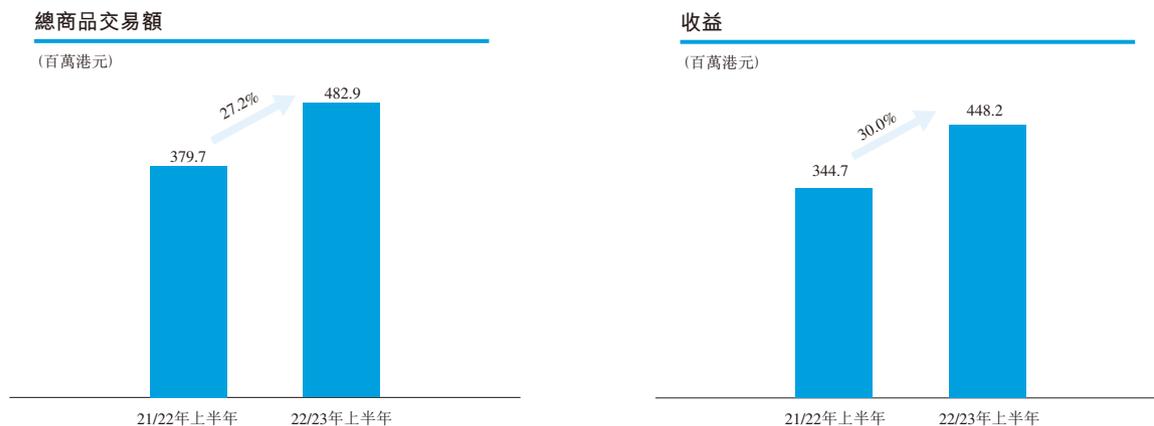
於報告期內，整體經濟在疫情反覆、不明朗的地緣政治、潛在經濟衰退風險及其他不利的宏觀經濟因素的影響下持續動盪，香港零售業市場面臨嚴峻挑戰。然而，危機中往往蘊藏機遇。疫情顛覆了全球各地的生活日常，促使消費者及企業採取嶄新的數碼化行為。各項市場研究顯示，儘管2019冠狀病毒病疫情緩和，封城措施相繼結束，網上零售銷售依然暢旺，可預期網購於後冠狀病毒病時代將持續盛行。作為香港企業對客戶(「B2C」)電子商務行業的市場參與者翹楚之一，我們於報告期內成功應對挑戰，並從電子商務蓬勃發展中受惠。透過把握疫情期間消費者購物行為的結構性變化帶來的電子商務加速發展機遇，我們於報告期內取得豐碩成果。

於報告期內，本集團的表現繼續優於香港整體零售市場。我們的總商品交易額及收益分別以約27.2%及約30.0%的速度增長，保持強勁的增長勢頭，而根據政府統計處公布的零售業銷貨額按月統計調查報告，香港的零售市場則錄得輕微增長約2.0%。得益於我們的總商品交易額的穩健增長及有效的成本控制，我們於報告期內的經調整純利達約15.8百萬港元，而上一財政年度同期則約6.8百萬港元。如此佳績主要受(i)強勁及可持續的收益增長；(ii)註冊會員數目持續增長；(iii)營運效率提昇帶動毛利及毛利率上升；及(iv)本集團實施有效的成本控制措施所推動。

為全面發揮OMO模式的協同效應，使我們的無縫零售網絡更臻完善，我們已於香港島銅鑼灣設立全港最大的友和旗艦店，並於2022年10月7日舉行盛大開幕儀式。該門店位於銅鑼灣恒隆中心9樓，佔地12,000平方呎，提供包羅萬有的產品組合及逾24,000項活躍存貨單位。隨著銅鑼灣旗艦店投入服務，我們的線下零售網絡現時已覆蓋九龍東、九龍西及香港島，為各區的現有及潛在顧客提供更優質的購物體驗。

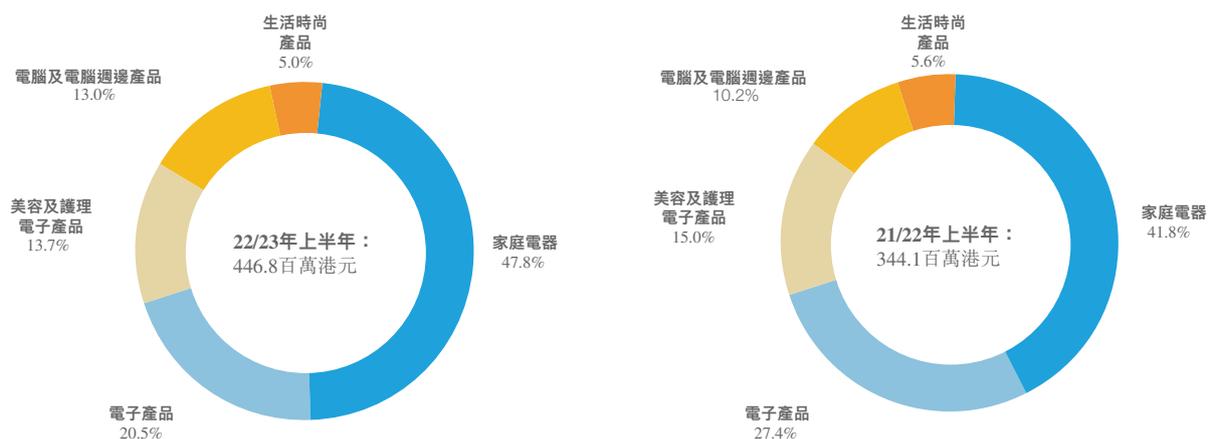
## 業務表現

於22/23年上半年，根據香港政府統計數字，受惠於香港零售業網上銷售快速增長約15.6%，我們分別實現總商品交易額增長約27.2%及總收益增長約30.0%，保持作為香港B2C電子商務行業領先市場參與者之一的地位。



就產品類別而言，下圖顯示產品供應類型的多元化程度，應付顧客需求。

### 按產品類型劃分的收益明細 (附註)



附註：不包括提供廣告服務產生的收益。

## 業務摘要

我們在線上(通過友和電子商務平台)及線下(通過零售店網絡，目前包括位於觀塘、長沙灣及銅鑼灣的線下零售店)均設有業務據點，同時借助科技，準備就緒根據友和OMO業務營運我們的零售業務。我們的顧客享受通過結合線上及線下零售渠道所締造協同效應帶來的種種好處。

## OMO業務模式

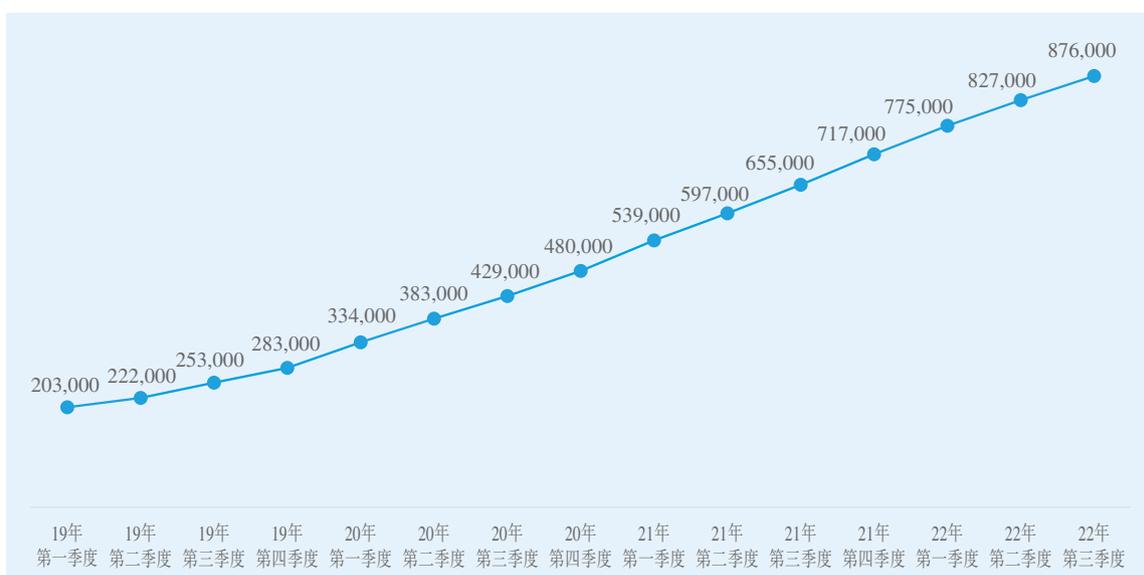
我們認為，OMO業務使我們能夠加強客戶體驗，有助推動客戶群及營運規模於以下所示期間大幅增長：

	22/23年 上半年 (未經審核)	21/22年 上半年 (未經審核)	變動
總商品交易額(百萬港元)	<b>482.9</b>	379.7	+27.2%
註冊會員數目	<b>876,000</b>	655,000	+33.7%
承接訂單數目	<b>257,000</b>	215,000	+19.6%
客單價(港元)	<b>1,880</b>	1,768	+6.3%

## 客戶群日益擴大

友和電子商務平台是香港最高瀏覽量網站之一，於22/23年上半年的平均每月活躍用戶超過1.8百萬名。於2022年9月30日，我們已建立註冊會員超過876,000名的客戶群。

## 註冊會員數目

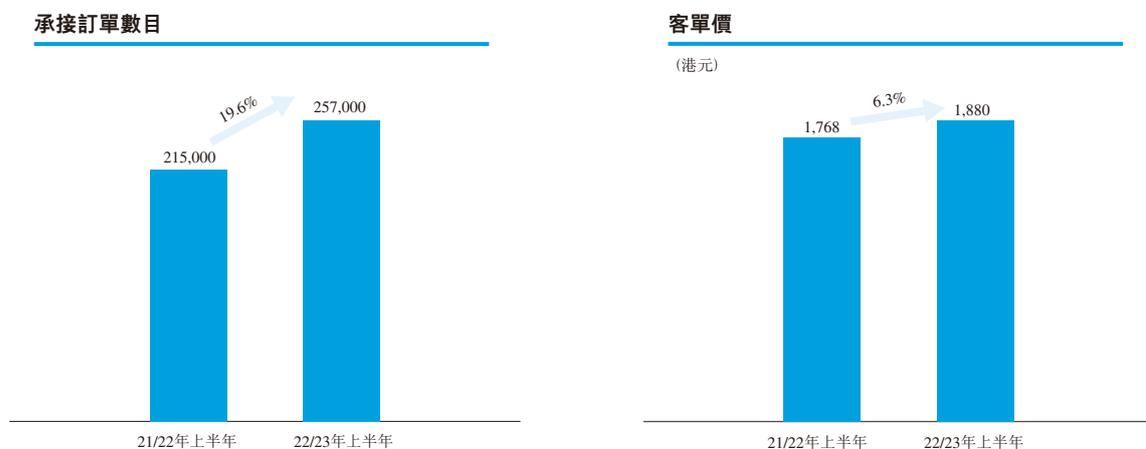


資料來源：內部系統。

以上成果由我們加強客戶忠誠度及鼓勵客戶重覆購買的會員計劃所促成。客戶群日益擴大亦與我們的品牌名稱互相呼應，其扼要傳達我們建立一站式電子商務平台的理念，以OMO業務模式迎合線上及線下零售市場。

### 滿足日益增加的需求

客戶忠誠度不斷提高亦反映在我們承接訂單數目及客戶所購買客單價均有所增加，於22/23年上半年分別按期增長約19.6%及約6.3%。



### 嚴格控制的成本效益

我們執行嚴格的成本控制，同時可持續地擴大業務規模及提高收益。透過規模經濟，我們得以將主要成本項目保持在合理的佔收益比例。21/22年上半年及22/23年上半年的營運開支總額(即銷售及分銷開支以及行政開支總額)維持相對穩定，分別佔相關期間總收益約12.1%及約11.8%。

### 營運開支總額(佔總收益百分比)



## 流動資金及資本資源

下表載列於所示期間的簡明綜合現金流量表的選定數據：

	22/23年 上半年 千港元 (未經審核)	21/22年 上半年 千港元 (未經審核)
經營活動(所用)所得現金淨額	(17,257)	4,182
投資活動所用現金淨額	(2,111)	(4,476)
融資活動所得現金淨額	<b>104,710</b>	57,781
現金及現金等價物增加淨額	<b>85,342</b>	57,487
期初現金及現金等價物	<b>126,256</b>	37,561
期末現金及現金等價物	<b>211,598</b>	95,048

### 經營活動所用現金淨額

於22/23年上半年，經營活動所用現金淨額約17.3百萬港元，主要由於(i)除稅前溢利約3.2百萬港元；(ii)主要經可轉換可贖回優先股負公平值變動約2.3百萬港元、物業、廠房及設備折舊約1.1百萬港元、使用權資產折舊約4.1百萬港元、貿易應收款項減少約2.0百萬港元以及貿易應付款項增加約0.3百萬港元作出調整；及(iii)被對經營現金流量造成負面影響的若干營運資金項目變動抵銷，主要由於存貨增加約15.6百萬港元、其他應收款項、按金及預付款項增加約3.9百萬港元、其他應付款項及應計費用減少約3.4百萬港元、合約負債減少約5.4百萬港元以及已付所得稅約1.7百萬港元。

### 投資活動所用現金淨額

於22/23年上半年，投資活動所用現金淨額約2.1百萬港元，主要包括購買物業、廠房及設備約1.5百萬港元及存放已抵押銀行存款約1.3百萬港元，部分被已收利息約0.7百萬港元所抵銷。

### 融資活動所得現金淨額

於22/23年上半年，融資活動所得現金淨額約104.7百萬港元，主要包括首次公開發售所得款項約115.5百萬港元，部分被已付股份發行成本約6.7百萬港元及相關融資成本約4.1百萬港元所抵銷。

## 資產負債比率

於2022年3月31日及2022年9月30日，資產負債比率(即計息債務總額(包括銀行透支)除以權益總額)維持穩定，分別為零。

## 全球發售所得款項淨額用途

於2022年5月26日，本公司提呈發售55,000,000股普通股(「股份」)供全球發售的公眾人士認購。每股發售價定為2.10港元，而股份於2022年6月10日成功在聯交所主板上市。全球發售所得款項淨額(經扣除包銷費用及佣金以及其他上市開支)約為74.7百萬港元。

自上市日期至2022年9月30日，所得款項淨額的動用情況分析載列如下：

	百分比	已分配所得 款項用途 (百萬港元)	截至2022年 9月30日 已動用 (百萬港元)	截至2022年 9月30日 尚未動用結餘 (百萬港元)	動用尚未動用 所得款項 淨額的建議 時間表
透過自然增長搶佔 更高市場佔有率	20.4%	15.2	4.0	11.2	於2025年 3月31日 或之前
透過推出線上平台 業務擴大電子商務平台 的產品供應種類	7.1%	5.3	0.2	5.1	於2026年 3月31日 或之前
將服務拓展至中國 (尤其是大灣區)客戶	8.6%	6.4	–	6.4	於2026年 3月31日 或之前
加強供應鏈能力	9.2%	6.9	–	6.9	於2026年 3月31日 或之前
進一步投資於 品牌管理及市場推廣， 提高公眾對集團的 認識及加強市場推廣 活動的成效	11.8%	8.8	0.5	8.3	於2024年 3月31日 或之前

	百分比	已分配所得 款項用途 (百萬港元)	截至2022年 9月30日 已動用 (百萬港元)	截至2022年 9月30日 尚未動用結餘 (百萬港元)	動用尚未動用 所得款項 淨額的建議 時間表
擴大員工隊伍 以支持業務策略	19.2%	14.4	1.0	13.4	於2026年 3月31日 或之前
收購電子商務 相關行業的公司	13.7%	10.2	-	10.2	於2024年 3月31日 或之前
一般營運資金	10.0%	7.5	0.8	6.7	於2026年 3月31日 或之前
	<u>100.0%</u>	<u>74.7</u>	<u>6.5</u>	<u>68.2</u>	

於2022年9月30日，未動用所得款項淨額約68.2百萬港元。未動用所得款項淨額已存入香港認可金融機構或持牌銀行作為計息存款。

截至2022年9月30日，已動用所得款項淨額根據本公司日期為2022年5月26日的招股章程(「招股章程」)過往所披露的計劃用途動用，預期其餘所得款項淨額則按計劃動用。

簡明綜合損益及其他全面收益表  
截至2022年9月30日止六個月

	附註	截至2022年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)	截至2021年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)
收益	3	448,200	344,700
已售貨品成本		<u>(380,359)</u>	<u>(294,763)</u>
		67,841	49,937
其他收入		2,902	1
其他收益及虧損		(2,081)	(10,940)
銷售及分銷開支		(36,799)	(31,317)
行政開支		(15,884)	(10,364)
上市開支		(12,483)	(14,847)
融資成本		<u>(279)</u>	<u>(217)</u>
除稅前溢利(虧損)		3,217	(17,747)
所得稅開支	4	<u>(2,210)</u>	<u>(1,198)</u>
期內溢利(虧損)及全面收益(開支)總額		<u>1,007</u>	<u>(18,945)</u>
每股盈利(虧損)－			
基本(港仙)	7	0.27	(10.40)
攤薄(港仙)		<u>0.27</u>	<u>(10.40)</u>

簡明綜合財務狀況表  
於2022年9月30日

	附註	於2022年 9月30日 千港元 (未經審核)	於2022年 3月31日 千港元 (經審核)
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備	8	6,134	5,807
使用權資產	8	29,251	18,438
按金		8,800	4,309
		<u>44,185</u>	<u>28,554</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		81,716	66,282
貿易應收款項	9	5,681	7,701
其他應收款項、按金及預付款項		8,333	11,494
已抵押銀行存款		1,306	–
銀行結餘及現金		211,598	126,256
		<u>308,634</u>	<u>211,733</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	10	38,403	38,094
其他應付款項及應計費用		13,960	17,657
合約負債		9,536	14,972
可轉換可贖回優先股	11	–	68,787
應付所得稅		1,975	1,487
租賃負債		9,655	7,584
		<u>73,529</u>	<u>148,581</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>235,105</u>	<u>63,152</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>279,290</u>	<u>91,706</u>
<b>非流動負債</b>			
其他應付款項		–	90
租賃負債		21,565	12,721
遞延稅項負債		149	149
		<u>21,714</u>	<u>12,960</u>
<b>資產淨值</b>		<u>257,576</u>	<u>78,746</u>
<b>資本及儲備</b>			
股本	12	390	142
儲備		257,186	78,604
<b>權益總額</b>		<u>257,576</u>	<u>78,746</u>

# 簡明綜合財務報表附註

## 截至2022年9月30日止六個月

### 1a. 編製基準

友和集團控股有限公司(「本公司」)及其附屬公司(統稱「本集團」)的簡明綜合財務報表根據香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒布的香港會計準則第34號「中期財務報告」(「香港會計準則第34號」)以及聯交所證券上市規則(「上市規則」)附錄十六的適用披露規定而編製。

根據本公司2021/22年報中的本集團綜合財務報表附註2詳述的重組，於2021年5月21日，本公司已成為本集團現時旗下公司的控股公司。本集團由本公司及其經重組而產生的附屬公司組成，被視為持續經營實體，故簡明綜合財務報表按猶如本公司一直為本集團的控股公司進行編製。

於截至2021年9月30日止六個月期間的簡明綜合損益及其他全面收益表、簡明綜合權益變動表及簡明綜合現金流量表包括本集團現時旗下公司的業績、權益變動及現金流量，猶如本公司於整個截至2021年9月30日止六個月期間或自該等公司各自的註冊成立或成立日期(以較短期間為準)以來一直為本集團的控股公司及現時的集團架構一直存在。

### 1b. 於本中期期間的重大事件

本公司股份於2022年6月10日(「上市日期」)在聯交所主板上市。

於上市日期，本公司發行的可轉換可贖回優先股已轉換為15,031,101股本公司普通股。有關詳情，請參閱附註11及附註12。

## 2. 主要會計政策

除按公平值計量的若干金融工具(倘適用)外，簡明綜合財務報表按歷史成本基準編製。

除應用香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)修訂本所引致的額外會計政策外，截至2022年9月30日止六個月的簡明綜合財務報表所採用的會計政策及計算方法與本集團截至2022年3月31日止年度的年度財務報表所呈列者相同。

### 應用香港財務報告準則修訂本

於本中期期間，本集團已首次應用由香港會計師公會頒布於2022年4月1日開始的本集團年度期間強制生效的以下香港財務報告準則修訂本，以編製本集團的簡明綜合財務報表：

香港財務報告準則第3號(修訂本)	概念框架的提述
香港會計準則第16號(修訂本)	物業、廠房及設備—擬定用途前的所得款項
香港會計準則第37號(修訂本)	虧損合約—履約成本
香港財務報告準則(修訂本)	2018年至2020年香港財務報告準則的年度改進

於本中期期間應用香港財務報告準則修訂本對本集團目前及過往期間的財務狀況及表現及／或該等簡明綜合財務報表所載披露並無重大影響。

### 3. 收益及分部資料

#### 收益

#### 來自客戶合約的收益劃分

	截至2022年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)	截至2021年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)
產品銷售		
— 電子產品	91,800	94,288
— 美容及護理電子產品	61,183	51,672
— 家庭電器	213,514	143,945
— 電腦及電腦週邊產品	58,039	34,961
— 生活時尚產品	22,230	19,253
	<hr/>	<hr/>
銷售產品所得收益	446,766	344,119
	<hr/>	<hr/>
提供廣告服務	1,434	581
	<hr/>	<hr/>
總計	448,200	344,700
	<hr/>	<hr/>
地區市場：		
— 香港	437,217	335,837
— 中華人民共和國(香港除外)	6,455	5,622
— 其他	4,528	3,241
	<hr/>	<hr/>
	448,200	344,700
	<hr/>	<hr/>
收益確認時間：		
— 某一時間點	446,766	344,119
— 隨時間	1,434	581
	<hr/>	<hr/>
	448,200	344,700
	<hr/>	<hr/>

#### 分部資料

就資源分配及表現評估而言，主要營運決策者(即本公司執行董事)審閱本集團整體業績及整體財務狀況。因此，僅呈列實體層面的披露以及地區資料。

#### 地區資料

本集團根據交付貨品及提供服務所在地的收益地區資料於上文披露。

#### 4. 所得稅開支

	截至2022年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)	截至2021年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)
即期稅項：		
— 香港利得稅	<u>2,210</u>	<u>1,198</u>
所得稅開支	<u>2,210</u>	<u>1,198</u>

於兩個期間，香港利得稅按本集團其中一間附屬公司的估計應課稅溢利中首2,000,000港元的8.25%計算，而超過2,000,000港元的估計應課稅溢利則按16.5%計算。不符合利得稅兩級制的其他附屬公司的溢利將繼續按16.5%的劃一稅率徵稅。

#### 5. 期內溢利(虧損)

	截至2022年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)	截至2021年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)
期內溢利(虧損)經扣除(計入)下列各項後得出：		
員工成本(包括董事薪酬)		
— 薪金、津貼及其他福利	16,335	12,627
— 退休福利計劃供款	<u>675</u>	<u>528</u>
員工成本總額	<u>17,010</u>	<u>13,155</u>
物業、廠房及設備折舊	1,136	684
使用權資產折舊	4,065	3,649
確認為開支的存貨成本(包括存貨減值虧損撥備 84,000港元(截至2021年9月30日止六個月： 344,000港元))	380,359	294,763
政府補貼(附註)	<u>(2,244)</u>	<u>—</u>

附註：於截至2022年9月30日止六個月，本集團就香港政府推出的「保就業」計劃確認政府補貼2,244,000港元(截至2021年9月30日止六個月：零)。

#### 6. 股息

於兩個期間，概無派付、宣派或建議任何股息。於本中期期間完結後，董事已決定，概不會就中期期間派付任何股息。

## 7. 每股盈利(虧損)

每股基本盈利(虧損)按下列數據計算：

	截至2022年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)	截至2021年 9月30日 止六個月 千港元 (未經審核)
就每股基本盈利(虧損)而言的盈利(虧損)：		
本公司擁有人應佔期內溢利(虧損)	<u>1,007</u>	<u>(18,945)</u>
股份數目：		
就每股基本盈利(虧損)而言的股份加權平均數	<u>378,435,293</u>	<u>182,195,122</u>

就每股基本盈利(虧損)而言的普通股加權平均數已就2022年6月10日進行的首次公開發售作出調整。

截至2022年9月30日止六個月期間，本公司有兩類潛在普通股—可轉換可贖回優先股及超額配股權。由於計入可轉換可贖回優先股的潛在普通股會有反攤薄影響，故此於計算每股攤薄虧損時並無計入該等可轉換可贖回優先股的潛在普通股。計算每股攤薄盈利並無假設超額配股權獲行使，原因為尚未行使超額配售選擇權的行使價高於股份的平均市價。

截至2021年9月30日止六個月期間，本公司有一類潛在普通股—可轉換可贖回優先股。由於計入該等潛在普通股會有反攤薄影響，故此於計算每股攤薄虧損時並無計入該等潛在普通股。

## 8. 物業、廠房及設備以及使用權資產

於本中期期間，物業、廠房及設備添置總額為1,463,000港元(截至2021年9月30日止六個月：4,477,000港元)，主要包括租賃物業裝修添置約為1,157,000港元(截至2021年9月30日止六個月：2,029,000港元)、辦公家具及設備添置為186,000港元(截至2021年9月30日止六個月：2,336,000港元)及電腦設備添置為120,000港元(截至2021年9月30日止六個月：112,000港元)。

於本中期期間，本集團續訂一份租賃協議並訂立一份新租賃協議，租期介乎一至五年(截至2021年9月30日止六個月：二至五年)。於租賃開始時，本集團確認租賃負債為14,728,000港元(截至2021年9月30日止六個月：9,252,000港元)及使用權資產添置總額為14,878,000港元(截至2021年9月30日止六個月：9,472,000港元)。

## 9. 貿易應收款項

	2022年 9月30日 千港元 (未經審核)	2022年 3月31日 千港元 (經審核)
貿易應收款項	<u>5,681</u>	<u>7,701</u>

本集團一般向其批發客戶授出的信貸期為自發票日期起計30日。通過零售店或互聯網進行的銷售以現金或透過付款閘道以信用卡結算，一般於作出銷售後2日內與本集團償付款項。於各報告期末，根據發票日期呈列的貿易應收款項(扣除減值虧損撥備)的賬齡分析如下：

	2022年 9月30日 千港元 (未經審核)	2022年 3月31日 千港元 (經審核)
30日內	3,493	6,688
31至60日	155	402
61至90日	624	419
90日以上	1,409	192
	<u>5,681</u>	<u>7,701</u>

## 10. 貿易應付款項

供應商授予的信貸期介乎0至30日。於各報告期末，本集團按發票日期呈列的貿易應付款項賬齡分析如下：

	2022年 9月30日 千港元 (未經審核)	2022年 3月31日 千港元 (經審核)
30日內	29,645	31,935
31至60日	5,575	2,681
61至90日	933	1,193
90日以上	2,250	2,285
	<u>38,403</u>	<u>38,094</u>

## 11. 可轉換可贖回優先股

可轉換可贖回優先股的公平值變動載列如下：

	千港元
於2022年4月1日(經審核)	68,787
公平值變動	2,261
期內轉換為普通股	<u>(71,048)</u>
於2022年9月30日(未經審核)	<u>-</u>

本公司股份於2022年6月10日在聯交所主板成功上市後，所有可轉換可贖回優先股已轉換為15,031,101股本公司普通股。

本公司發行的可轉換可贖回優先股由Kroll (HK) Limited(前稱D&P China (HK) Limited)，本公司委聘的獨立合資格專業估值師，註冊地址為香港皇后大道東一號太古廣場3座3樓，根據柏力克-舒爾斯期權定價模型(「柏力克-舒爾斯」)，按2022年6月10日的公平值計量。

## 12. 股本

法定：

	股份數目	普通股面值 千美元
於2022年4月1日及2022年9月30日	<b>500,000,000</b>	<b>50</b>

已發行：

	普通股數目	A系列 優先股數目	普通股 面值等值 千美元	普通股 面值等值 千港元
於2022年4月1日(經審核)	<u>146,000,000</u>	<u>36,195,122</u>	<u>18</u>	<u>142</u>
轉換A系列優先股(附註)	<b>36,195,122</b>	<b>(36,195,122)</b>	-	-
轉換可轉換可贖回優先股(附註)	<b>15,031,101</b>	-	<b>2</b>	<b>12</b>
資本化發行(附註)	<b>247,773,777</b>	-	<b>24</b>	<b>193</b>
根據首次公開發售發行股份(附註)	<u><b>55,000,000</b></u>	<u>-</u>	<u><b>6</b></u>	<u><b>43</b></u>
於2022年9月30日(未經審核)	<u><b>500,000,000</b></u>	<u>-</u>	<u><b>50</b></u>	<u><b>390</b></u>

附註：於上市日期，36,195,122股A系列優先股及15,031,101股可轉換可贖回優先股已分別轉換為36,195,122股及15,031,101股普通股。同日，本公司透過將193,264港元(有關金額入賬為股份溢價)資本化發行247,773,777股每股面值0.0001美元的新股份。本公司亦按發售價每股2.1港元發行55,000,000股每股面值0.0001美元的新股份。發售價與股份面值之間的差額115,457,100港元已入賬為股份溢價。

## 財務回顧

### 收益

收益由21/22年上半年約344.7百萬港元增加至22/23年上半年約448.2百萬港元，增幅約30.0%。收益增加主要由於透過友和OMO業務進行網上銷售及線下零售店銷售的收益增加，原因為(i)不同營運數據(包括註冊會員、承接訂單數目及每份訂單的客單價)有所上升；(ii)本集團持續的積極搶佔市場佔有率策略及拓展產品組合策略，使品牌更多元化；(iii)市場推廣活動增加，使本集團品牌知名度提昇及客戶基礎擴大；(iv)與多間金融機構合作推出更多更長期的促銷活動；及(v)實施消費券計劃等支持性政府政策。

### 已售貨品成本

已售貨品成本由21/22年上半年約294.8百萬港元增加至22/23年上半年約380.4百萬港元，增幅約29.0%。已售貨品成本增加主要與同期收益增長一致。

### 毛利

毛利由21/22年上半年約49.9百萬港元增加至22/23年上半年約67.8百萬港元，增幅約為35.9%，主要歸因於我們迅速的發展及上述收益增長。此外，毛利率由21/22年上半年約14.5%上升至22/23年上半年約15.1%，受營運效率提昇推動，本集團的毛利率於22/23年上半年大致穩定。

### 其他收入

其他收入由21/22年上半年約1,000港元增加至22/23年上半年約2.9百萬港元，主要由於(i)政府資助增加約2.2百萬港元，包括香港政府推出的防疫抗疫基金「保就業」計劃下的工資補貼；及(ii)銀行利息收入由21/22年上半年約1,000港元增加至22/23年上半年約658,000港元。

### 其他收益及虧損

我們於21/22年上半年及22/23年上半年分別錄得其他虧損約10.9百萬港元及約2.1百萬港元。其他虧損的減少主要由於可轉換可贖回優先股負公平值變動減少，由21/22年上半年約10.9百萬港元減少至22/23年上半年約2.3百萬港元所致。上市後，所有可轉換可贖回優先股已轉換為普通股。

## 銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由21/22年上半年約31.3百萬港元增加至22/23年上半年約36.8百萬港元，主要由於(i)第三方服務供應商收取的物流及儲存成本增加，原因為本集團的承接訂單數目於21/22年上半年至22/23年上半年上升約19.6%；(ii)網上支付服務收取的交易成本增加；及(iii)業務增長及未來擴張使員工人數增加。

## 行政開支

行政開支由21/22年上半年約10.4百萬港元增加至22/23年上半年約15.9百萬港元，主要由於(i)業務增長及未來擴展令員工人數由2021年9月30日的86人增加至2022年9月30日的108人，致使員工成本增加；及(ii)專業費用增加約1.0百萬港元。

## 融資成本

融資成本由21/22年上半年約217,000港元增加至22/23年上半年約279,000港元，表示租賃負債增加，使租賃負債利息增加。

## 所得稅開支

所得稅開支由21/22年上半年約1.2百萬港元增加至22/23年上半年約2.2百萬港元，主要由於同期除稅前溢利增加所致。21/22年上半年及22/23年上半年的實際稅率分別為約-6.8%及約68.7%。

儘管如此，我們錄得除稅前溢利約3.2百萬港元，惟已確認所得稅開支約2.2百萬港元，因此，我們於22/23年上半年錄得實際稅率約68.7%，主要由於(i)確認不可扣稅可轉換可贖回優先股負公平值變動約2.3百萬港元及上市開支約12.5百萬港元；及(ii)確認毋須課稅政府資助約2.2百萬港元的綜合影響所致。

## 期內溢利(虧損)

由於上文所述，我們於22/23年上半年錄得純利約1.0百萬港元，而21/22年上半年則為淨虧損約18.9百萬港元。我們於21/22年上半年錄得淨虧損及22/23年上半年轉虧為盈，主要由於(i)強勁及可持續的收益增長；(ii)註冊會員數目持續增長；(iii)營運效率提昇帶動毛利及毛利率上升；(iv)本集團實施有效的成本控制措施；(v)可轉換可贖回優先股負公平值變動減少；及(vi)與上市有關的開支減少。

## 貿易應收款項

貿易應收款項由2022年3月31日約7.7百萬港元減少至2022年9月30日約5.7百萬港元。

於各報告期末，貿易應收款項(扣除減值虧損撥備)按發票日期呈列的賬齡分析如下：

	於2022年 9月30日 千港元 (未經審核)	於2022年 3月31日 千港元 (經審核)
30日內	3,493	6,688
31至60日	155	402
61至90日	624	419
90日以上	1,409	192
	<u>5,681</u>	<u>7,701</u>

## 貿易應付款項

貿易應付款項由2022年3月31日約38.1百萬港元輕微增加至2022年9月30日約38.4百萬港元。

於各報告期末，本集團貿易應付款項按發票日期呈列的賬齡分析如下：

	於2022年 9月30日 千港元 (未經審核)	於2022年 3月31日 千港元 (經審核)
30日內	29,645	31,935
31至60日	5,575	2,681
61至90日	933	1,193
90日以上	2,250	2,285
	<u>38,403</u>	<u>38,094</u>

## 非香港財務報告準則計量

為補充我們根據香港財務報告準則呈列的簡明綜合損益及其他全面收益表，我們亦採用並非香港財務報告準則規定或按香港財務報告準則呈列的經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)作為額外財務計量。我們認為，該等非香港財務報告準則計量有助識別業務的相關趨勢(可能受計入營運所得收入及純利的開支所影響而失真)，透過消除有關項目的潛在影響，藉此為投資者及其他人士在了解及評估我們的經營業績時提供有用資料。我們亦認為，該等非香港財務報告準則計量提供有關經營業績的有用資料，加強對過往業績及未來前景的整體理解，並使管理層在作出財務及經營決策時使用的關鍵指標更具透明度。

我們將經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)界定為經(i)可轉換可贖回優先股公平值變動及(ii)上市開支調整的期內溢利。鑒於(i)向A系列優先股持有人所授出普通股轉換權(已於上市時獲行使)導致的可轉換可贖回優先股公平值變動及(ii)就上市產生的上市開支，於上市後不再產生有關項目。採用經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)作為分析工具有其重大局限，原因為其並不反映影響營運的所有收入及開支項目。評估經營及財務業績時，閣下不應將經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)與我們根據香港財務報告準則計算的期內損益、毛利或任何其他財務表現計量分別考慮或視為替代指標。香港財務報告準則項下並無界定「經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)」一詞，故該詞彙與其他公司所用其他類似名稱的計量未必可作比較。

下表載列我們於所示期間的經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)：

	22/23年 上半年 千港元 (未經審核)	21/22年 上半年 千港元 (未經審核)
期內溢利(虧損)	1,007	(18,945)
就以下各項作出調整：		
可轉換可贖回優先股公平值變動	2,261	10,900
上市開支	12,483	14,847
經調整純利(作為非香港財務報告準則計量)	<u>15,751</u>	<u>6,802</u>

## 資產抵押

於2022年9月30日，銀行存款約1.3百萬港元(2022年3月31日：約1.0百萬港元)已就本公司一間附屬公司的銀行擔保函作出抵押。

## 其他資料

### 人才薪酬

於2022年9月30日，本集團有108名包括董事在內的長期全職僱員，而於2022年3月31日則為95名。本集團向其提供的薪酬待遇包括基本薪金、花紅及其他福利。花紅屬酌情付款，取決於本集團及個人表現。本集團亦提供全面的醫療及人壽保險、具競爭力的退休福利計劃及員工培訓計劃以及實施購股權計劃。

### 資本開支

於22/23年上半年，本集團購置物業、廠房及設備項目約1.5百萬港元(21/22年上半年：約4.5百萬港元)。

### 或然負債

本集團分別於2022年3月31日及2022年9月30日概無重大或然負債。

### 外匯風險

本集團的絕大部分貨幣資產及負債主要以港元(「港元」)、美元(「美元」)及日圓(「日圓」)計值。鑒於港元與美元的聯繫匯率，使用港元作為其相關功能貨幣的實體承受的美元波動風險輕微。然而，港元與日圓之間的匯率波動可能影響本集團的表現及資產價值。本集團透過密切監察外匯匯率變動管理其外匯風險，並將於需要時考慮有關重大外匯風險的對沖安排。

### 重大投資以及重大收購及出售

除本公告所披露者外，於報告期內，本集團並無任何重大投資、重大收購及／或出售附屬公司、聯營公司或合營企業。

### 中期股息

董事會並不建議就報告期派付任何中期股息。

### 報告期後事項

自報告期末以來及直至本公告日期，並無可能對本集團造成影響的其他重大事件。

### 購買、出售或贖回上市證券

於報告期內，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 借款

本集團分別於2022年3月31日及2022年9月30日概無尚未償還借款。

## 貸款及擔保

於報告期內，本集團並無直接或間接向董事、本公司高級管理層、控股股東或其各自的關連人士提供任何貸款或就貸款提供任何擔保。

## 充足公眾持股量

於本公告日期，根據本公司的公開可得資料及就董事所深知，本公司已維持上市規則規定的最低公眾持股量25%。

## 購股權計劃

於2022年5月20日，本公司有條件採納一項購股權計劃(「購股權計劃」)，購股權計劃已於上市日期成為無條件，並於上市日期起計十年期間內有效及生效，惟可根據購股權計劃所載的條文提前終止。所有於緊接購股權計劃屆滿前授出及接納及仍未行使的購股權根據購股權計劃的條款將繼續有效及可行使。有關購股權計劃的詳情載於招股章程附錄六「法定及一般資料-D.購股權計劃」一節。自購股權計劃獲採納以來，概無根據購股權計劃授出任何購股權。因此，於報告期內及直至本公告日期，概無購股權獲行使、註銷或失效，於2022年9月30日及本公告日期亦無尚未行使的購股權。

## 競爭及利益衝突

於報告期內，董事概不知悉董事、控股股東或彼等各自的任何聯繫人(定義見上市規則)的任何業務或權益與本公司的業務構成或可能構成競爭，亦不知悉任何該等人士已經或可能與本集團構成任何其他利益衝突。

於報告期內，董事、控股股東或主要股東或彼等各自的任何緊密聯繫人概無從事現時或可能與本集團業務直接或間接構成競爭的任何業務(定義見上市規則)，與本集團亦不構成任何其他利益衝突，且彼等概無從事任何與本公司及其任何附屬公司的業務直接或間接構成或可能構成競爭的業務，或於當中擁有權益。

## 遵守企業管治

於整個報告期內，本公司已遵守上市規則附錄十四企業管治守則(「**企業管治守則**」)所載的適用守則條文，惟企業管治守則的守則條文第C.2.1條除外。

根據企業管治守則的守則條文第C.2.1條，於聯交所上市的公司應遵守主席與行政總裁的職責應有區分且不應由同一人兼任的規定，但亦可選擇偏離該規定。

主席及行政總裁的職位由胡先生擔任。儘管這將構成偏離企業管治守則的守則條文第C.2.1條，但董事會認為此架構將不會影響董事會與本公司管理層之間的權責平衡，原因為：(i)董事會作出的決策須經至少大多數董事批准，且董事會八名董事中有三名為獨立非執行董事，而本公司認為董事會擁有足夠的權力制衡；(ii)胡先生及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的受信責任，有關責任要求(其中包括)其應為本公司的利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並據此為本集團作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，確保董事會運作的權責平衡，這些人才會定期會面以討論影響本集團營運的事宜。

此外，本集團的整體策略及其他主要業務、財務及營運政策均經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。

最後，由於胡先生為友和OMO業務的創辦人之一，董事會認為，由一人同時兼任主席及行政總裁的職務有利於確保本集團的內部領導貫徹一致，並可使本集團的整體策略規劃更有效力及效率。董事會將繼續檢討本集團企業管治架構的成效，以評估是否需要分拆主席與行政總裁的職務。

## 董事進行證券交易的操守準則

本公司已就可能擁有本公司內幕消息的董事及僱員買賣本公司證券的操守準則(「**證券處理政策**」)採納其本身的證券交易守則，其條款不遜於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**」)。

經向董事作出具體查詢後，全體董事確認，於整個報告期內，彼等已全面遵守標準守則及證券處理政策所載的規定標準。

## 董事資料變更

自本公司最近期刊發年報以來，概無董事資料的任何變更須根據上市規則第13.51B(1)條予以披露。

## 審核委員會及外聘核數師審閱

本集團於報告期內的中期業績及未經審核簡明綜合中期財務資料已由本公司審核委員會審閱。未經審核簡明綜合中期財務資料亦已經本公司外聘核數師德勤•關黃陳方會計師行根據香港會計師公會頒布的香港審閱準則第2410號「實體的獨立核數師對中期財務資料的審閱」進行審閱。

## 刊發中期業績公告及中期報告

本公告已於聯交所網站[www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk)及本公司網站[www.yohohongkong.com](http://www.yohohongkong.com)刊載。本公司於報告期內的中期報告載有上市規則規定的所有資料，將於上述聯交所網站及本公司網站刊載，並將適時寄發予股東。

承董事會命  
**Yoho Group Holdings Limited**  
友和集團控股有限公司  
主席兼執行董事  
胡發枝

香港，2022年11月24日

於本公告日期，執行董事為胡發枝先生及徐嘉穎女士；非執行董事為文立先生、薛永康先生及Adamczyk Alexis Thomas David先生；及獨立非執行董事為錢中山博士、陳純先生及何潤達先生。