

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。



Health and Happiness (H&H) International Holdings Limited

健合(H&H)國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1112)

截至二零二三年九月三十日止九個月
未經審核營運數據

健合(H&H)國際控股有限公司(「本公司」，連同其附屬公司統稱「本集團」)董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本集團截至二零二三年九月三十日止九個月(「有關期間」)的未經審核營運數據。

- 截至二零二三年九月三十日止九個月，總收入按呈報基準按年增長11.9% (按同類比較基準為10.9%)至人民幣10,278.4百萬元，主要歸因於我們在中國內地以及澳洲及新西蘭(「澳新」)成人營養及護理用品分部的強勁升勢以及寵物營養及護理用品業務的穩健增長。嬰幼兒營養及護理用品分部應佔收入有所下降，主要由於目前市場不利因素仍然強勁，且持續時間超過預期以及我們戰略性地選擇於年底推出新國標產品之前，維持渠道存貨的穩健水平，導致嬰幼兒配方奶粉業務表現疲弱。
- 三個業務分部成人營養及護理用品、嬰幼兒營養及護理用品以及寵物營養及護理用品的營養補充品¹毛利高，增長迅速，所得收入佔總收入的61.4%。
- 來自中國內地的收入按同類比較基準按年增長6.9%，其中，成人營養及護理用品以及寵物營養及護理用品分部實現強勁雙位數增長，部分被嬰幼兒營養及護理用品分部的低雙位數下滑所抵銷。
- 得益於本地及出口渠道，來自澳新的收入錄得強勁雙位數增幅，按同類比較基準增長25.7%。
- 來自北美的收入按同類比較基準按年增長22.5%，主要歸因於寵物營養及護理用品收入增長。

¹ 營養補充品計及Swisse維生素、草本及礦物補充劑產品、Biostime益生菌補充品、Biostime嬰幼兒產品以及Solid Gold及Zesty Paws寵物營養補充品系列。

按產品分部及地理位置劃分的收入(未經審核)

本公司截至二零二三年九月三十日止九個月及三個月按產品分部及地理位置劃分的未經審核綜合收入以及截至二零二二年九月三十日止同期的比較數字如下：

	截至九月三十日止九個月				截至九月三十日止三個月			
	二零二三年	二零二二年	呈報變動 %	同類 比較變動 ² %	二零二三年	二零二二年	呈報變動 %	同類 比較變動 %
<i>所有財務數據均未經審核並以人民幣百萬元入賬</i>								
按產品分部劃分的收入								
營養補充品	6,306.9	4,737.6	33.1%	31.4%	2,114.6	1,833.0	15.4%	13.8%
—成人營養補充品	4,520.3	3,293.8	37.2%	36.4%	1,643.6	1,295.4	26.9%	26.1%
—嬰幼兒益生菌及營養補充品	912.9	808.9	12.9%	12.9%	169.4	309.8	-45.3%	-45.3%
—寵物補充品	873.7	634.9	37.6%	29.6%	301.6	227.8	32.4%	24.7%
嬰幼兒配方奶粉	3,144.6	3,634.8	-13.5%	-13.5%	930.9	1,172.6	-20.6%	-20.6%
其他 ³	826.9	812.0	1.8%	0.2%	252.0	223.3	12.9%	10.8%
按業務分部劃分的收入								
嬰幼兒營養及護理用品	4,286.5	4,748.7	-9.7%	-9.7%	1,170.5	1,564.8	-25.2%	-25.2%
成人營養及護理用品	4,606.5	3,368.2	36.8%	35.9%	1,668.3	1,321.7	26.2%	24.6%
寵物營養及護理用品	1,385.4	1,067.5	29.8%	23.8%	458.7	342.4	34.0%	28.2%
按地理位置劃分的收入								
中國內地	7,271.2	6,786.7	7.1%	6.9%	2,195.0	2,392.0	-8.2%	-9.0%
澳新	1,376.0	1,088.1	26.5%	25.7%	546.4	395.6	38.1%	36.6%
北美	1,125.1	866.0	29.9%	22.5%	388.6	295.0	31.7%	25.9%
其他區域	506.1	443.6	14.1%	13.7%	167.5	146.3	14.5%	13.8%
集團總計	<u>10,278.4</u>	<u>9,184.4</u>	<u>11.9%</u>	<u>10.9%</u>	<u>3,297.5</u>	<u>3,228.9</u>	<u>2.1%</u>	<u>0.7%</u>

² 已分別採用1澳元兌人民幣4.6975元及1美元兌人民幣7.0148元、1澳元兌人民幣4.6677元及1美元兌人民幣6.6068元的匯率編製本公司截至二零二三年九月三十日止九個月及三個月的未經審核綜合收入以及截至二零二二年九月三十日止同期的比較數字，以作說明。

³ 其他包括Solid Gold的寵物食品、Good Goût的嬰兒食品及零食、Dodie的嬰兒用品及其他護膚品。

中國內地：成人營養及護理用品以及寵物營養及護理用品分部的持續強勁增長，與嬰幼兒營養及護理用品分部的下滑抵銷

於有關期間，來自中國內地的收入按同類比較基準按年增長6.9%，其中成人營養及護理用品以及寵物營養及護理用品分部實現強勁雙位數增長，部分被嬰幼兒營養及護理用品分部的低雙位數下滑所抵銷。於有關期間，中國內地仍為我們最大的市場，佔總收入的70.7%，而去年同期則為73.9%。

成人營養及護理用品分部的40.8%增長主要受消費者對美容、複合維生素及護肝排毒產品的殷切需求所推動，加上我們推出創新品類的新產品，將Swisse產品組合進一步擴展至Swisse Plus+、Swisse Me及Little Swisse，從而更精準把握不同消費群體對優質營養品的需求。於有關期間，在推出更多創新品類、持續開展消費者教育及有效營銷的支持下，Swisse的一般貿易銷售依然可觀，佔中國內地成人營養及護理用品收入總額的23.8%，按同類比較基準按年增長74.1%。

以上努力使Swisse繼續超越同類的所有其他參與者，於中國內地的線上市場穩居榜首⁴。此外，我們在把握客戶對優質營養品的需求方面取得成功，其中Swisse Plus+於二零二二年第三季度推出後，其收入佔有關期間中國內地成人營養及護理用品收入總額的高單位數百分比。

於有關期間，嬰幼兒營養及護理用品分部銷售額下跌主要是由於嬰幼兒配方奶粉業務表現轉弱，銷售額下降13.8%，原因為(i)中國內地整個嬰幼兒配方奶粉行業面臨系統性挑戰；(ii)新「國標」轉型期間競爭加劇；及(iii)我們戰略性地選擇於年底推出新國標產品之前，維持渠道存貨的穩健水平。對於繼續錄得盈利增長的其他渠道，嬰幼兒營養及護理用品業務持續進行投資並推動其增長。

於有關期間，中國內地嬰幼兒益生菌及營養補充品的銷售額上升12.5%，維持穩健，有關增幅受消費者對嬰幼兒營養補充品的需求更加殷切以及我們推出益生菌軟糖、DHA及鈣片等有益兒童身心健康的全新創新產品。於二零二三年第三季度，中國內地的嬰幼兒益生菌及營養補充品銷售額下滑45.6%，原因為在新冠肺炎高峰期後，客戶需要減少存貨及藥房渠道的免疫力相關產品流量下降。然而，我們在此期間繼續於電商及藥房渠道獲得市場份額。有關表現鞏固Biostime於中國內地嬰幼兒營養補充品品牌的領先地位。

⁴ 根據獨立數據供應商Early Data的研究統計，截至二零二三年九月三十日止十二個月，Swisse在中國線上維生素、草本及礦物補充劑市場穩佔榜首，市場份額為7.9%，而截至二零二二年九月三十日止十二個月則為7.2%。

於有關期間，中國內地寵物營養及護理用品分部的銷售額按同類比較基準增長28.0%，增長強勁，此乃由於Solid Gold旗下推出創新產品。我們不斷提高Solid Gold在線下及線上市場的品牌曝光率，使Solid Gold於中國內地線上優質貓乾糧類別保持第二名⁵。於線下渠道，截至二零二三年九月三十日，Solid Gold據點已遍及全國超過8,800家寵物店及寵物醫院。

澳新：雙位數按年增長，本地市場份額提高

於有關期間，得益於本地及出口渠道，澳新市場保持雙位數的可觀按年增長勢頭，銷售額按同類比較基準增長25.7%。此可觀增長主要歸功於(i)借助對免疫、美容補充品及一般保健產品日益增長的需求，並將戰略重心聚焦於本地市場及推陳出新；(ii) Swisse軟糖系列(目前市場份額達13.9%⁶，位居第二)等創新產品的貢獻增加。於有關期間，透過聚焦本地市場及創新，Swisse在整體澳洲維生素、草本及礦物補充劑市場中排名第一⁷，市場份額進一步上升。

北美：本地寵物營養及護理用品處於品牌領導地位，實現雙位數增長

北美現時為我們的第三大市場及主要增長來源，於有關期間，得益於寵物營養品高端化日漸盛行，寵物人性化趨勢以及寵物數量日益增加，來自北美的收入按同類比較基準增長22.5%。

於有關期間，Zesty Paws按同類比較基準按年強勁增長27.8%，鞏固在美國整體寵物維生素及礦物市場以及整體電商市場位列第一的地位，市場份額分別達11.3%及11.8%⁸，這得益於Zesty Paws迅速擴大在沃爾瑪、Target、PetSmart及獨立寵物店的分銷網絡，進一步深化其零售滲透，擴大消費者群體，增加市場份額。

⁵ 根據獨立研究公司SmartPath的研究統計，截至二零二三年九月三十日過往十二個月的市場份額數據。

⁶ 根據獨立研究公司艾昆緯的研究統計，截至二零二三年九月三十日止52週期間的市場份額數據。

⁷ 根據獨立研究公司艾昆緯的研究統計，基於總市場單位銷售額，於二零二三年年初至二零二三年九月三十日的市場份額數據。

⁸ 根據獨立研究公司Stackline及NielsenIQ Byzzer的研究統計，截至二零二三年九月三十日止52週期間的市場份額數據。

同時，透過近期在北美推出創新產品，Solid Gold於有關期間重拾升軌，並於二零二三年上半年借助經合併寵物營養及護理用品業務的協同效益進軍沃爾瑪後，在有關期間持續擴張分銷網絡。截至二零二三年九月三十日，Zesty Paws及Solid Gold已分別覆蓋全美超過16,800家及4,300家門店。

其他區域：於亞洲擴張市場保持強勁增長勢頭

於有關期間，來自其他區域的收入按同類比較基準上升13.7%，增加主要歸功於亞洲市場(包括中國香港、東南亞、印度及中東的擴張市場)的強勁增長。我們的市場份額首屈一指，雄踞大多數市場。

我們亦加強嬰幼兒配方奶粉業務的國際化佈局，繼續逐步建立對開發創新及更專門嬰幼兒配方奶粉產品的認可及信任。於二零二三年第三季度，憑藉我們於法國藥房銷售有機羊奶嬰幼兒配方奶粉類別的領先地位，我們在法國推出新一代嬰幼兒配方奶粉產品，即富含乳橋蛋白(母乳中關鍵蛋白質)的「Inostime」系列嬰幼兒配方奶粉。憑藉Biotime在藥房的強大品牌認可度，「Inostime」有望自二零二四年在法國貢獻重大收入。於有關期間，我們於法國藥房渠道蟬聯有機嬰幼兒配方奶粉類別及羊奶市場類別第一名，市場份額分別為42.3%及41.6%⁹。

流動資金狀況穩健

截至二零二三年九月三十日，我們的現金結餘為人民幣21億元，維持穩健的現金轉換水平，令我們得以進一步縮減資產負債表，維持一貫的派息率。繼於本年度較早時間順利進行債券再融資後，我們於未來數年繼續對資產負債表進一步去槓桿化。我們已提前主要透過交叉貨幣掉期、利率掉期及自然對沖以對沖非人民幣計值債務工具到期前的相關風險，做好部署以應對較大的匯率波動及較高的利率環境。

⁹ 根據獨立研究公司GERS的研究統計，截至二零二三年九月三十日過去十二個月的市場份額數據。

全年展望：成人營養及護理用品以及寵物營養及護理用品保持目前強勁升勢，同時影響嬰幼兒營養及護理用品嬰幼兒配方奶粉業務的不利因素持續時間較預期長

我們全力以赴，在據點市場及新市場追求自然增長戰略，推動成人營養及護理用品、嬰幼兒營養及護理用品以及寵物營養及護理用品業務增長、全球化及多元化。

鑒於成人營養及護理用品以及寵物營養及護理用品支柱保持可觀的增長勢頭，與二零二二財政年度相比，我們預期於二零二三財政年度全年維持穩健收入增長水平。

於中國內地，我們預期成人營養及護理用品業務全年保持現時增長水平，通過擴張及創新推動增長，同時尋求擴大及善用電商市場份額第一名的地位。我們擬進一步促進於跨境電商市場的業務，在一般貿易渠道保持可觀雙位數增長，進一步發展Swisse Core、Swisse Plus+、Swisse Me及Little Swisse的Swisse產品組合。

於中國內地嬰幼兒營養及護理用品業務，目前的市場不利因素可能持續影響嬰幼兒配方奶粉分部。然而，通過發展嬰幼兒產品系列以及擴大於DHA、鈣片、軟糖及功能性創新益生菌產品等其他補充品類別的市場份額，進一步確立我們的領先市場地位，嬰幼兒配方奶粉分部表現疲弱將部分被益生菌及營養補充品分部的表現所抵銷。

我們將透過聚焦品類的創新舉措逐步擴大中國內地的寵物營養及護理用品業務，同時推動高端貓糧品類市場份額增長，加強Solid Gold的領先地位。

於澳新，我們將進一步鞏固在本地的領先地位，推動免疫、美容營養及一般保健產品等核心品類增長，以滿足本地客戶的需求，同時穩步提升出口渠道的銷量。

於北美，我們將充分利用Zesty Paws於寵物營養補充品類別的產品優勢，專注擴大其龍頭地位。我們將針對超高端品類推出更多產品，以電子商務及精選零售渠道為重心，進一步促進Solid Gold的增長。

我們致力於未來增長及全球化，繼續將環境、社會及管治計劃列為優先事項。作為可持續發展承諾的一部分，我們正積極努力爭取於二零二五年前取得共益企業認證。於九月，香港品質保證局將我們的可持續發展評級從「A」上調至「A+」，表明本集團可持續實踐及負責任業務營運的堅定承諾。

於二零二三年九月一日，我們熱烈歡迎新任行政總裁Camillo Pane先生加入H&H的大團隊。在其領導下，我們將繼續努力實現成為高端健康及營養領域全球領導者的願景，善用標誌性的品牌、充滿活力的僱員及強大的創新渠道，推動盈利持續增長。此外，憑藉年初至今取得的良好進展，我們致力達成收入淨額按同類比較基準穩健增長的目標，尤其是要在二零二三年全年實現穩健、可持續的盈利。有關Camillo Pane先生背景及經驗的更多資料，請參閱於二零二三年五月二十八日刊發的本公司公告。

承董事會命
健合(H&H)國際控股有限公司
主席
羅飛

香港，二零二三年十一月一日

於本公告日期，本公司執行董事為羅飛先生及王亦東先生；本公司非執行董事為Laetitia Albertini女士、張文會博士及羅雲先生；及本公司獨立非執行董事為陳偉成先生、駱劉燕清女士及丁遠教授。