

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於本節僅為概要，其並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定投資[編纂]前務請閱覽整本文件。

任何投資均涉及風險。投資於[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節內。閣下在決定投資於[編纂]前，應細閱該章節。

概覽

我們主要於中國從事營養成品營銷、銷售及分銷。於往績期間，我們的營養品以專屬品牌(即「紐曼思」及「紐曼斯」(英文「Nemans」))銷售，大致可分為五個主要類別，即藻油DHA、益生菌、維生素、多維營養素及藻鈣產品。我們的業務在很大程度上依賴我們的品牌。我們的供應商採用OEM模式製造我們的營養品及／或在我們的營養品附上我們的品牌標籤。

我們於二零零七年開始銷售及分銷DHA產品。我們為中國母嬰營養品行業藻油DHA分部的專屬品牌擁有人。我們營養品的目標消費者涵蓋孕婦、產後婦女、嬰兒及兒童。特別是，我們的藻油DHA產品的主要原材料由帝斯曼集團供應。帝斯曼集團致力於提供藥品、嬰幼兒營養及膳食補充品方面的解決方案，市場範圍覆蓋中國、北美、印度及巴西等60多個國家。根據弗若斯特沙利文，帝斯曼集團被視為中國藻油DHA市場的領導者，按產量及價值計算，於二零二三年製造中國藻油DHA市場超過40%的原材料及成品。作為專屬品牌擁有人，我們致力於將營養品覈準並推廣至中國客戶，以期引起市場對健康與營養的關注。

藻油DHA產品是我們的主要產品，佔往績期間一大部分收益。於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度、二零二三年六個月及二零二四年六個月，我們的藻油DHA產品的銷售分別佔總收益的約91.9%、92.7%、94.7%、93.5%及96.2%。根據弗若斯特沙利文，中國的母嬰藻油DHA市場可細分為由國際業者及國內業者推出的產品，其中，國內業者的產品可進一步分為使用本地採購及進口藻油DHA原材料的產品。於二零二三年，以海外進口原材料生產的國產品牌藻油DHA產品的零售銷售值佔中國整個營養品行業的約1.4%。此外，於二零二三年，採用進口藻油DHA原材料的國內品牌佔中國母嬰藻油DHA產品零售銷售總值的28.5%，其中我們於二零二三年佔約20.5%，按使用進口原材料製成的藻油DHA產品的零售銷售值計算，我們是最大的國內品牌。憑藉藻油DHA產品的成功，我們已著手營銷其他營養品，如益生菌、維生素、多維營養素及藻鈣產品。

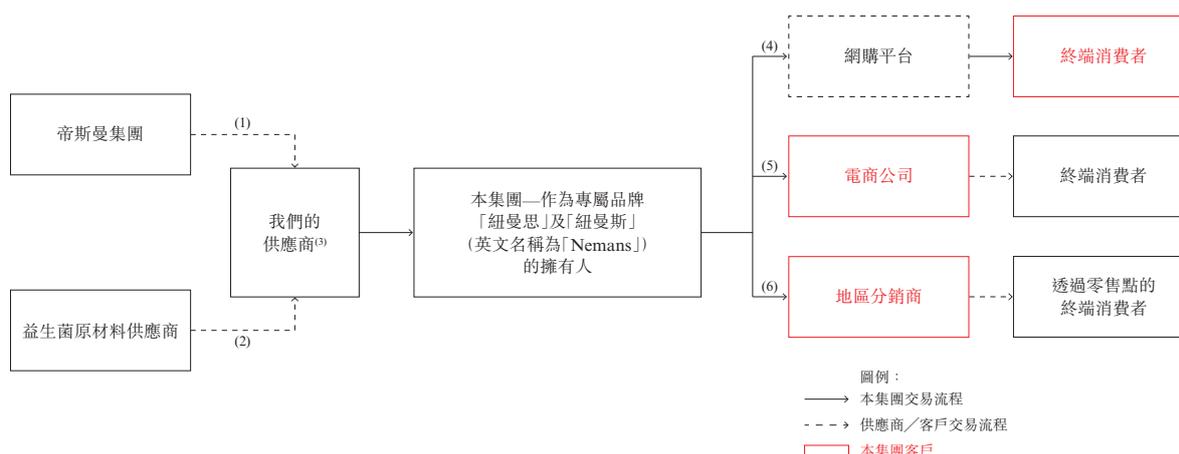
概 要

我們努力提供採用優質安全原材料製成的營養成品。為了監督產品質量，我們要求藻油DHA及益生菌產品供應商使用帝斯曼集團及益生菌原材料供應商(均為知名的營養品供應商)提供的主要原材料。有關主要原材料隨後將被加工成我們的營養成品。

誠如本文件「財務資料 — 二零二四財政年度的溢利預測」一段所載，本公司預計二零二四財政年度錄得的本公司權益擁有人應佔綜合溢利相較二零二三財政年度大幅減少。有關詳細分析，請參閱本文件「財務資料 — 近期發展 — 截至二零二四年十二月三十一日止年度的財務表現下滑」一段。

業務模式

下圖說明我們有關銷售旗下主要產品(即藻油DHA及益生菌產品)的業務模式及主要銷售渠道：



附註：

- (1) 我們要求藻油DHA產品供應商使用帝斯曼集團提供的主要原材料。有關我們採購藻油DHA成品的詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的採購 — 藻油DHA產品」各段。
- (2) 我們要求益生菌產品供應商使用益生菌原材料供應商提供的主要原材料。有關我們採購益生菌成品的詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的採購 — 益生菌產品」各段。

概 要

- (3) 就我們的藻油DHA產品而言，我們或我們的直接供應商將安排位於新西蘭、美國及中國的加工公司(i)將藻油DHA原材料封裝成軟膠囊；(ii)對含有藻油DHA的軟膠囊進行乾燥處理；及(iii)將軟膠囊裝進塑膠瓶。有關我們於新西蘭、美國及中國的採購模式詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的採購 — 藻油DHA產品」一段。
- (4) 此項指透過網購平台向客戶(主要為終端消費者)作出的銷售。就確認收益而言，透過網購平台訂貨的客戶視為我們的客戶。
- (5) 此項指我們直接向電商公司作出的銷售，彼等會在網購平台轉售我們的產品予其客戶(主要為終端消費者)。就確認收益而言，電商公司視為我們的客戶。
- (6) 此項指我們向地區分銷商作出的銷售，彼等其後將我們的產品銷售及分銷到包括藥房、母嬰用品店及產後護理中心在內的零售點或至地區分銷商的次級分銷商。就確認收益而言，地區分銷商視為我們的客戶。

我們的產品

於往績期間，我們出售的營養品大致可分為五個主要類別，即藻油DHA、益生菌、維生素、多維營養素及藻鈣產品。於往績期間，我們的營養品以自家品牌「紐曼思」及「紐曼斯」(英文「Nemans」)銷售。我們的營養品主要針對孕婦及產後婦女、嬰幼兒至兒童。於二零二二財政年度、二零二三財政年度及(在非常有限的程度)二零二四年六個月，我們亦以澳優集團授予的品牌銷售由澳優集團製造並向其採購的五款奶粉產品及由此獲得少量的收益。有關往績期間奶粉產品的銷售詳情，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分 — 奶粉產品相關虧損」一段。董事確認，本集團將由截至二零二五年十二月三十一日止年度起停售奶粉產品。

概要

下表載列我們於所示年度／期間按產品類別劃分的收益、銷量及平均售價明細：

| | 二零二一財政年度 | | | 二零二二財政年度 | | | 二零二三財政年度 | | | 二零二四財政年度 | | |
|------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------|--------------|--------------------|----------------|-----------------|--------------------|-----------------|----------------|--------------------|
| | 收益 人民幣千元 | 銷量 千件 | 平均售價 人民幣 元/件 | 收益 人民幣千元 | 銷量 千件 | 平均售價 人民幣 元/件 | 收益 人民幣千元 | 銷量 千件 | 平均售價 人民幣 元/件 | 收益 人民幣千元 | 銷量 千件 | 平均售價 人民幣 元/件 |
| | % | (附註(a) 及(b)) | % | (附註(a) 及(b)) | % | (附註(a) 及(b)) | % | (附註(a) 及(b)) | % | (附註(a) 及(b)) | % | (附註(a) 及(b)) |
| 澳洲DHA產品 | 310,216 | 91.9 | 1,347 | 230.3 | 340,610 | 92.7 | 1,480 | 230.1 | 404,148 | 94.7 | 1,918 | 210.7 |
| — 新西蘭DHA產品 | 247,305 | 73.2 | 1,061 | 233.1 | 240,136 | 65.4 | 1,019 | 235.7 | 289,093 | 67.8 | 1,401 | 206.3 |
| — 美國DHA產品 | 55,253 | 16.4 | 246 | 224.6 | 90,816 | 24.7 | 384 | 236.5 | 108,957 | 23.5 | 469 | 232.3 |
| — 中國DHA產品 | 7,658 | 2.3 | 40 | 191.5 | 9,658 | 2.6 | 77 | 125.4 | 6,098 | 1.4 | 48 | 127.0 |
| 益生菌產品 | 23,834 | 7.1 | 171 | 139.4 | 19,485 | 5.3 | 130 | 149.9 | 18,432 | 4.3 | 147 | 125.4 |
| 維生素產品 | 1,837 | 0.5 | 23 | 79.9 | 1,025 | 0.3 | 24 | 42.7 | 690 | 0.2 | 17 | 40.6 |
| 多維營養產品 | 1,311 | 0.4 | 18 | 72.8 | 2,011 | 0.6 | 24 | 83.8 | 1,207 | 0.3 | 16 | 75.4 |
| 濃鈣產品 | 410 | 0.1 | 10 | 41.0 | 538 | 0.1 | 13 | 41.4 | 236 | 0.1 | 6 | 39.3 |
| 鈣質產品 | — | — | — | — | 3,628 | 1.0 | 18 | 201.6 | 1,832 | 0.4 | 11 | 166.5 |
| 總計 | 337,608 | 100.0 | 1,569 | 367,297 | 100.0 | 1,689 | 426,545 | 192,076 | 100.0 | 877 | 146,086 | 210.3 |

附註：

- (a) 每件等於一包相應產品。
- (b) 每種產品的銷量指售出的總件數。就售出的每件產品而言，每包產品的具體成分及內含的產品件數可能不同。每項特定產品的單件平均售價僅屬整體指標，由該產品在該年度／期間的不同組合的銷量決定。

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

下表載列我們於所示年度／期間按產品類別劃分的毛利及毛利率明細：

| | 二零二一財政年度 | | 二零二二財政年度 | | 二零二三財政年度 | | 二零二三年六個月 | | 二零二四年六個月 | |
|-------------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|-----------------------|-------------|----------------|-------------|
| | 毛利 人民幣千元 | 毛利率 % | 毛利 人民幣千元 | 毛利率 % | 毛利 人民幣千元 | 毛利率 % | 毛利 人民幣千元 (未經審核) | 毛利率 % | 毛利 人民幣千元 | 毛利率 % |
| 藻油DHA產品 | 232,226 | 74.9 | 259,005 | 76.0 | 307,141 | 76.0 | 137,818 | 76.7 | 103,026 | 73.3 |
| — 新西蘭DHA產品 | 184,993 | 74.8 | 182,247 | 75.9 | 219,286 | 75.9 | 102,822 | 76.9 | 65,437 | 73.1 |
| — 美國DHA產品 | 41,940 | 75.9 | 70,300 | 77.4 | 83,668 | 76.8 | 32,679 | 76.9 | 36,372 | 74.1 |
| — 中國DHA產品 | 5,293 | 69.1 | 6,458 | 66.9 | 4,187 | 68.7 | 2,317 | 66.8 | 1,217 | 66.9 |
| 益生菌產品 | 11,445 | 48.0 | 9,984 | 51.2 | 10,704 | 58.1 | 6,396 | 64.6 | 1,448 | 29.6 |
| 維生素產品 | 1,656 | 90.1 | 838 | 81.8 | 495 | 71.7 | 319 | 81.0 | 181 | 81.2 |
| 多維營養素產品 | 982 | 74.9 | 1,599 | 79.5 | 955 | 79.1 | 517 | 76.3 | 159 | 76.4 |
| 藻鈣產品 | 289 | 70.5 | 381 | 70.8 | 155 | 65.7 | 161 | 68.2 | — | — |
| 奶粉產品 | — | — | 1,383 | 38.1 | 1,417 | 77.3 | 343 | 29.1 | 149 | 51.2 |
| 毛利總額／整體毛利率 | 246,598 | 73.0 | 273,190 | 74.4 | 320,867 | 75.2 | 145,554 | 75.8 | 104,963 | 71.9 |

於往績期間，我們最暢銷的營養品為藻油DHA產品，其於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度、二零二三年六個月及二零二四年六個月的收益分別約為人民幣310.2百萬元、人民幣340.6百萬元、人民幣404.1百萬元、人民幣179.7百萬元及人民幣140.5百萬元，分別佔總收益的約91.9%、92.7%、94.7%、93.5%及96.2%。於往績期間，我們在海外加工的藻油DHA產品（即新西蘭DHA產品及美國DHA產品）的銷量及銷售收益顯著高於我們的中國DHA產品。董事認為，根據弗若斯特沙利文，這突顯了消費者的行為，在中國母嬰營養品行業中使用進口原材料的產品受到消費者青睞。

銷售藻油DHA產品的收益由二零二一財政年度的約人民幣310.2百萬元增加至二零二二財政年度的約人民幣340.6百萬元，主要受美國DHA產品所推動，此乃主要由於跨境進口的DHA產品於COVID-19疫情期間更受歡迎，導致二零二二年跨境進口DHA產品的零售銷售值大幅增加。

於二零二三財政年度，我們銷售藻油DHA產品的收益由二零二二財政年度的約人民幣340.6百萬元大幅增加至約人民幣404.1百萬元。增幅約18.6%，與中國母嬰藻油DHA產品行業的國內企業（原材料由海外供應商供應）的零售額由二零二二年的人民幣2,704.1百萬元增加約18.7%至二零二三年的人民幣3,208.8百萬元相若。收益在二零二三財政年度有所增長，主要受二零二三年中國人均可支配收入及母嬰營養品行業的零售銷售值激增所推動，後者是由於中國COVID-19疫情緩和及中國政府實施重大消費刺激政策所致。此外，我們亦受惠於日本於二零二三年八月首次開始排放放射性污水所引發的市場反應及更高的安全憂慮。根據弗若斯特沙利文報告，日本福島排放放射性污水，引起外界對其可能影響海洋生態系統

概 要

的憂慮。例如，除了廣泛的中國媒體報導外，中國政府還發出官方聲明並採取行動，如對來自日本的海洋產品實施更嚴格的進口管制。再者，根據弗若斯特沙利文，日本排放放射性污水不但引發消費者對魚油DHA的關注，亦引發對藻油DHA的擔憂。該擔憂源於消費者認為有關污染可能影響藻類，因為消費者普遍相信藻類可從其海洋環境中吸收各種營養和物質，並且作為水生生態系統中的初級生產者，藻類或會積累污染物，從而可能影響藻油DHA產品的質量及安全。上述安全憂慮觸發消費者囤積於排放放射性污水前生產的DHA產品。

於二零二四年六個月，我們銷售藻油DHA產品的收益由二零二三年六個月的約人民幣179.7百萬元減少至約人民幣140.5百萬元，根據弗若斯特沙利文報告，這主要由於(i)二零二三年下半年日本排放放射性污水引發消費者囤貨行為，令二零二四年的銷售受壓，因為母嬰營養品市場在二零二三年飆升後面臨需求減少；及(ii)根據弗若斯特沙利文報告，二零二四年上半年中國經濟下滑。二零二四年中國經濟下行，減慢中國母嬰藻油DHA產品行業的增長速度。母嬰藻油DHA產品行業國內業者(原材料由海外供應商供應)於二零二三年及二零二四年的零售銷售值相對平穩，分別約為人民幣3,208.8百萬元及人民幣3,388.0百萬元。這與過去幾年的高速增長趨勢形成強烈對比，當中母嬰藻油DHA產品行業國內業者(原材料由海外供應商供應)的零售銷售值由二零二一年的約人民幣2,371.7百萬元大幅增加約14.0%至二零二二年的約人民幣2,704.1百萬元，並進一步增加約18.7%至二零二三年的約人民幣3,208.8元。據弗若斯特沙利文所指，經濟下行已影響消費者信心及消費習慣，因此母嬰營養品行業，連同其他非必需消費品行業，直接受到經濟放緩的衝擊，因為消費者傾向於為必需消費品保留購買力。再者，誠如弗若斯特沙利文告知，當二零二四年中國經濟出現短暫下行時，消費者傾向選擇更加經濟實惠的藻油DHA產品作為替代品，受此影響，平均產品價格較高的藻油DHA產品品牌(包括我們)的銷售表現遭到更嚴重的負面影響。舉例而言，預

概 要

期高級品牌的藻油DHA產品(由海外供應商供應原材料的國內品牌)在中國的銷量，會由二零二三年的272.1百萬粒膠囊下滑約17.2%至二零二四年的225.3百萬粒膠囊，其後於二零二五年反彈14.6%至258.2百萬粒膠囊。相反，預期屬大眾市場的藻油DHA產品(由海外供應商供應原材料的國內品牌)在中國的銷量，會由二零二三年的475.0百萬粒膠囊增長20.9%至二零二四年的574.3百萬粒膠囊，並於二零二五年再度增加10.1%至632.2百萬粒膠囊。儘管我們的藻油DHA產品以及其他高端品牌的銷售價格保持相對穩定，但二零二四年銷量的大幅下降已對本集團及其他高端品牌的收益產生不利影響。中國的藻油DHA產品品牌擁有人出於戰略定價的考慮，通常不會在短暫經濟衰退時期調低參考零售價。董事認為，調低價格有可能向終端消費者發出市場定位降級的訊號，令彼等難以接受日後的價格調升，致價格定位工作更加複雜。因此，儘管銷售量於二零二四年的短暫經濟衰退期間有所下降，包括我們在內的高端品牌仍選擇穩定價格，以維持市場對產品價值的觀感。根據弗若斯特沙利文報告，在中國，藻油DHA產品(由海外供應商供應原材料的國內品牌)如果每粒膠囊售價高於人民幣5.0元，則被歸類為高端產品，而每粒膠囊售價為人民幣5.0元或以下的產品則屬於大眾市場類別。我們的藻油DHA產品每粒平均膠囊價格為人民幣5.4元，因此擁有較高的市場定位。此外，就產品平均價格而言，中國約有70%國內藻油DHA產品品牌(原材料由海外供應商供應)比我們更加經濟實惠(即每粒膠囊人民幣5.4元)。例如，根據弗若斯特沙利文報告，產品平均價格比我們高的其他國際藻油DHA產品品牌及國內品牌(原材料由海外供應商供應)於二零二四年的收益亦有所減少。有關我們於往績期間收益的更多詳情，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分 — 收益」一段。

銷售及分銷

我們在中國擁有一個多元化的多渠道銷售網絡，包括線上及線下銷售渠道。我們的線上銷售渠道包括中國熱門網購平台，如京東(JD.com)、天貓(Tmall.com)及唯品會(VIP.com)。我們向電商公司銷售產品，後者則在網購平台轉售我們的產品予其客戶(主要為終端消費者)，與此同時我們也通過網購平台向我們的客戶(主要為終端消費者)銷售產品。除線上銷售渠道外，我們亦在線下出售產品予地區分銷商，其後彼等將產品主要銷售及分銷至包括藥房、母嬰產品店及產後護理中心在內的零售點或至地區分銷商的次級分銷商。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 銷售及分銷」一段。

概要

下表列載所示年度／期間按銷售渠道劃分的收益、銷量及平均售價明細：

| | 二零二一財政年度 | | | 二零二二財政年度 | | | 二零二三財政年度 | | | 二零二四年六個月 | | | | | | | | | |
|----------------|-------------|-----------------------------|--------------------|-------------|-----------------------------|--------------------|-----------------------|-----------------------------|--------------------|-------------|-----------------------------|--------------------|-------|-----|---------|---------|------|-----|-------|
| | 收益 人民幣千元 | 銷量 千件 (附註(a) 及(b)) | 平均售價 人民幣 元/件 | 收益 人民幣千元 | 銷量 千件 (附註(a) 及(b)) | 平均售價 人民幣 元/件 | 收益 人民幣千元 (未經審核) | 銷量 千件 (附註(a) 及(b)) | 平均售價 人民幣 元/件 | 收益 人民幣千元 | 銷量 千件 (附註(a) 及(b)) | 平均售價 人民幣 元/件 | | | | | | | |
| 線上銷售渠道： | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 直接銷售予電商公司 | 166,135 | 49.2 | 234.3 | 194,838 | 55.1 | 844 | 230.9 | 236,930 | 55.5 | 1,002 | 236.5 | 106,185 | 55.3 | 446 | 238.1 | 95,092 | 65.1 | 410 | 231.9 |
| 通過選購平台向我智的客戶銷售 | 50,312 | 14.9 | 326.7 | 48,347 | 13.2 | 151 | 320.2 | 56,467 | 13.2 | 174 | 324.5 | 23,584 | 12.3 | 73 | 323.1 | 15,305 | 10.5 | 47 | 325.6 |
| 其他 (附註c) | — | — | — | — | — | — | — | 18,130 | 4.3 | 294 | 61.7 | 2,604 | 1.3 | 19 | 137.1 | 7,453 | 5.1 | 91 | 81.9 |
| 小計 | 216,447 | 64.1 | 250.8 | 243,185 | 66.3 | 905 | 244.4 | 311,527 | 73.0 | 1,470 | 211.9 | 132,373 | 68.9 | 538 | 246.0 | 117,850 | 80.7 | 548 | 215.1 |
| 線下銷售渠道： | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 銷售予地區分銷商 | 115,665 | 34.3 | 68.6 | 114,759 | 31.2 | 662 | 173.4 | 108,523 | 23.5 | 624 | 173.9 | 53,735 | 28.0 | 319 | 168.4 | 26,413 | 18.1 | 158 | 167.2 |
| 其他 (附註c) | 5,496 | 1.6 | 274.8 | 9,353 | 2.5 | 32 | 292.3 | 6,495 | 1.5 | 21 | 309.3 | 5,968 | 3.1 | 20 | 298.4 | 1,823 | 1.2 | 7 | 260.4 |
| 小計 | 121,161 | 35.9 | 171.6 | 124,112 | 33.7 | 694 | 178.8 | 115,018 | 27.0 | 645 | 178.3 | 59,703 | 31.1 | 339 | 176.1 | 28,236 | 19.3 | 165 | 171.1 |
| 總計 | 337,608 | 100.0 | 1,569 | 367,297 | 100.0 | 1,689 | 426,545 | 426,545 | 100.0 | 2,115 | 426,545 | 192,076 | 100.0 | 877 | 146,086 | 100.0 | 713 | | |

附註：

- 每件等於一包產品。
- 每個銷售渠道的銷量指售出的總件數。就售出的每件產品而言，每包產品的具體成分及內含的產品件數可能不同。單件平均售價僅屬整體指標，由該年度／期間的不同產品組合的銷量決定。
- 其他包括對零售點的直接銷售及雜項銷售。

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

下表列載於所示年度／期間按銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細：

| | 二零二一財政年度 | | 二零二二財政年度 | | 二零二三財政年度 | | 二零二三年六個月 | | 二零二四年六個月 | |
|----------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|--------------------|
| | 毛利 | 毛利率 |
| | 人民幣千元 | % |
| (未經審核) | | | | | | | | | | |
| 線上銷售渠道： | | | | | | | | | | |
| 直接銷售予電商公司 | 125,839 | 75.7 | 147,743 | 75.8 | 188,834 | 79.7 | 83,125 | 78.3 | 71,845 | 75.6 |
| 通過網購平台向我們的 | | | | | | | | | | |
| 客戶銷售 | 40,598 | 80.7 | 40,305 | 83.4 | 48,091 | 85.2 | 19,317 | 81.9 | 12,572 | 82.1 |
| 其他(附註) | — | — | — | — | 1,280 | 7.1 | 1,609 | 61.8 | 2,473 | 33.2 |
| 小計 | <u>166,437</u> | <u>76.9</u> | <u>188,048</u> | <u>77.3</u> | <u>238,205</u> | <u>76.5</u> | <u>104,051</u> | <u>78.6</u> | <u>86,890</u> | <u>73.7</u> |
| 線下銷售渠道： | | | | | | | | | | |
| 銷售予地區分銷商 | 75,756 | 65.5 | 77,517 | 67.5 | 77,296 | 71.2 | 36,832 | 68.5 | 16,671 | 63.1 |
| 其他(附註) | <u>4,405</u> | <u>80.1</u> | <u>7,625</u> | <u>81.5</u> | <u>5,366</u> | <u>82.6</u> | <u>4,671</u> | <u>78.3</u> | <u>1,402</u> | <u>76.9</u> |
| 小計 | <u>80,161</u> | <u>66.2</u> | <u>85,142</u> | <u>68.6</u> | <u>82,662</u> | <u>71.9</u> | <u>41,503</u> | <u>69.5</u> | <u>18,073</u> | <u>64.0</u> |
| 總計 | <u>246,598</u> | <u>73.0</u> | <u>273,190</u> | <u>74.4</u> | <u>320,867</u> | <u>75.2</u> | <u>145,554</u> | <u>75.8</u> | <u>104,963</u> | <u>71.9</u> |

附註： 其他包括對零售點的直接銷售及雜項銷售。

於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度、二零二三年六個月及二零二四年六個月，我們的大部分收益來自(i)線上銷售渠道應佔銷售(包括向電商公司直接銷售及透過網購平台向我們的客戶銷售)，相關收益分別約為人民幣216.4百萬元、人民幣243.2百萬元、人民幣311.5百萬元、人民幣132.4百萬元及人民幣117.9百萬元，分別佔總收益約64.1%、66.3%、73.0%、68.9%及80.7%；及(ii)銷售予地區分銷商，相關收益分別約為人民幣115.7百萬元、人民幣114.8百萬元、人民幣108.5百萬元、人民幣53.7百萬元及人民幣26.4百萬元，分別佔總收益約34.3%、31.2%、25.5%、28.0%及18.1%。

我們的客戶

於往績期間，我們的產品一般在中國分銷，並通過網購平台主要向電商公司、地區分銷商及客戶銷售產品。於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度及二零二四年六個月，來自往績期間各年度／期間的五大客戶的收益分別佔我們總收益的約64.2%、68.3%、65.6%及74.4%，及來自往績期間各年度／期間的最大客戶的收益分別佔我們總收益的約22.6%、28.4%、32.2%及34.2%。有關我們往績期間各年度／期間的五大客戶的更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的客戶」一段。

概 要

我們的地區分銷商

我們的地區分銷商可分為三類，即(i)A類地區分銷商，我們預期彼等的銷售能力較強，且獲授權獨家推廣及分銷我們的產品，但只可在其指定分銷地區，該等地區通常位於中國一線、新一線及二線城市；(ii)B類地區分銷商，我們預期彼等的銷售能力中等，且僅獲授權在其指定分銷地區推廣及分銷我們的產品，該等地區主要位於中國二、三線城市；及(iii)C類地區分銷商，其獲授權在中國所有地區推廣及分銷我們的產品，惟指定屬A類地區分銷商的地區除外。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 銷售及分銷 — (ii)地區分銷商」一段。

我們的供應商

我們主要向供應商採購成品，而加工或安排加工公司加工則由直接供應商負責。於往績期間，我們向設於中國、美國及香港的直接供應商直接採購成品藻油DHA及益生菌產品。對於在中國加工的部分產品，我們為供應商採購主要原材料並由供應商安排將該等原材料加工成我們的成品。於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度及二零二四年六個月，我們向往績期間各年度／期間的五大供應商作出的採購分別佔我們總採購約90.7%、92.7%、94.3%及92.4%，而向往績期間各年度／期間的最大供應商作出的採購則分別佔我們總採購的約56.8%、42.6%、49.6%及48.5%。有關我們往績期間各年度／期間的五大供應商的更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的供應商」一段。

定價政策

我們向客戶提供的價格由我們根據各種因素釐定，包括我們原材料及製成品的採購成本、預期利潤率及銷售水平、我們銷售及分銷產品的渠道、銷售及營銷成本及預期市場需求。對客戶（電商公司及地區分銷商）的售價由我們基於本集團與彼等的關係年期及磋商、彼等採購產品數量及市場趨勢等因素釐定，此乃通常基於我們產品的參考零售價的折扣。我們已就由地區分銷商銷售予零售客戶的每種產品設定參考零售價，作為定價指引。

概 要

競爭格局

根據弗若斯特沙利文，中國的母嬰藻油DHA市場可分為由國際業者推出的產品和國內業者推出的產品，其中國內業者的產品又可進一步分為採用本地和採用進口藻油DHA原材料的產品。於二零二三年，採用進口藻油DHA原材料的國內品牌佔中國母嬰藻油DHA產品零售銷售總值的28.5%，其中我們於二零二三年佔約20.5%，按使用進口原材料製造的藻油DHA產品零售銷售值計算，我們是最大的國內品牌。

中國的母嬰藻油DHA行業目前約有100家業者，包括由海外供應商及國內供應商供應藻油DHA原材料的國際業者及國內業者。就中國國內品牌中以海外供應商供應的原材料製造的母嬰藻油DHA產品而言，市場由約35家業者瓜分，惟市場上具規模的業者數目有限，故按二零二三財政年度的零售銷售值計算，該市場屬集中。中國的母嬰益生菌行業競爭日趨激烈，越來越多公司進入該市場。該市場相對分散，約有120家業者，惟市場上具規模的業者數目有限。

我們相信，我們在行業的悠久歷史及良好聲譽、產品質量優良加上我們完善且多元化的銷售及分銷網絡，使我們從競爭對手中脫穎而出。有關中國母嬰藻油DHA及益生菌行業的競爭格局、增長及准入門檻的更多詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節及「業務 — 競爭」一段。

競爭優勢

我們相信，我們具有以下競爭優勢，包括：(i)我們在中國擁有穩健的市場定位及高度品牌認可；(ii)我們在中國擁有多元化的銷售及分銷網絡；(iii)我們策略性地選擇藻油DHA及益生菌產品將予使用的主要原材料的供應商；及(iv)我們擁有經驗豐富及盡忠職守，並具備深厚行業經驗的管理團隊。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 競爭優勢」一段。

業務策略

我們的業務目標是實現可持續增長、提高市場份額及加強我們在中國母嬰營養品市場的地位。為進一步實現該等目標，我們計劃採取以下業務策略：(i)通過不同的營銷方法加大營銷力度，提高我們品牌的公眾知名度；及(ii)在香港推廣我們的產品並將我們的銷售網絡擴展到香港。更多詳情，請參閱本文件「業務 — 業務策略」一段。

概 要

風險因素

潛在投資者就[編纂]作出任何投資決定前，務請仔細閱讀本文件「風險因素」一節。一些較為特定的風險因素包括以下各項：(i)我們面臨藻油DHA成品銷售集中的風險；(ii)我們面臨供應營養品的供應商集中風險；(iii)我們無法完全控制上海康營及Confidence集團向我們供應的藻油DHA成品的質量；(iv)我們就帝斯曼集團向我們的藻油DHA成品供應商供應藻油DHA原材料承擔集中風險；(v)我們未必能為我們的知識產權提供足夠保障，且於最後可行日期，我們涉及知識產權訴訟；及(vi)我們依賴線上銷售渠道銷售及分銷產品。

關鍵財務資料概要

綜合損益表概要

| | 二零二一 財政年度 人民幣千元 | 二零二二 財政年度 人民幣千元 | 二零二三 財政年度 人民幣千元 | 二零二三年 六個月 人民幣千元 (未經審核) | 二零二四年 六個月 人民幣千元 |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|-----------------------|
| 收益 | 337,608 | 367,297 | 426,545 | 192,076 | 146,086 |
| 毛利 | 246,598 | 273,190 | 320,867 | 145,554 | 104,963 |
| 奶粉產品相關 (虧損)／ | | | | | |
| 收益 | — | (81,477) | 5,468 | — | 160 |
| 除稅前溢利 | 154,125 | 98,413 | 194,621 | 91,181 | 51,699 |
| 年／期內溢利 | 119,670 | 87,522 | 159,344 | 77,258 | 45,281 |

非香港財務報告準則財務計量

為補充根據香港財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦呈列經調整純利(非香港財務報告準則計量)及經調整純利率(非香港財務報告準則計量)作為額外財務計量，而香港財務報告準則並無規定或要求呈列該等計量。我們相信，非香港財務報告準則財務計量與相應的香港財務報告準則財務計量一併呈列，可為潛在投資者及管理層提供有用資料，以便比較我們於各期間的經營表現。有關非香港財務報告準則財務計量容許潛在投資者在評估我們的表現時，考慮管理層所使用的矩陣。

使用非香港財務報告準則財務計量作為分析工具亦有其局限，投資者不應將該等計量與根據香港財務報告準則匯報的經營業績或財務狀況分析分開考慮，或將其視為該等分析的代表或優於該等分析。此外，非香港財務報告準則財務計量的定義可能與其他公司使用的類似詞彙不同。

概 要

我們為非香港財務報告準則財務計量對部分項目作出調整，以便潛在投資者能全面及公正地了解我們的核心經營業績及財務表現，特別是就經營及財務表現進行不同期間的比較以及評估其概況。[編纂]開支主要是與[編纂]有關的開支，而由於該等開支只為[編纂]而產生，故予以加回。

經調整純利(非香港財務報告準則計量)

經調整純利(非香港財務報告準則計量)的定義為加回[編纂]開支的經調整年／期內純利。下表載列往績期間的年／期內經調整純利(非香港財務報告準則計量)及同年／期內經調整純利率(非香港財務報告準則計量)：

| | 二零二一 財政年度 人民幣千元 | 二零二二 財政年度 人民幣千元 | 二零二三 財政年度 人民幣千元 | 二零二三年 六個月 人民幣千元 (未經審核) | 二零二四年 六個月 人民幣千元 |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|-----------------------|
| 年／期內溢利 | 119,670 | 87,522 | 159,344 | 77,258 | 45,281 |
| 經下列各項調整： | | | | | |
| [編纂]開支 | <u>10,722</u> | <u>5,951</u> | <u>12,951</u> | <u>5,842</u> | <u>5,317</u> |
| 年／期內經調整純利 (非香港財務報告準則計量) | <u>130,392</u> | <u>93,473</u> | <u>172,295</u> | <u>83,100</u> | <u>50,598</u> |
| 年／期內經調整純利率(非香港 財務報告準則計量)(%) | 38.6% | 25.4% | 40.4% | 43.3% | 34.6% |

於往績期間，我們的收益及毛利增加乃主要由於銷售藻油DHA產品的收益增加所致。於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度、二零二三年六個月及二零二四年六個月，整體毛利率維持相對穩定，分別約為73.0%、74.4%、75.2%、75.8%及71.9%。我們的年內溢利由二零二一財政年度的約人民幣119.7百萬元減至二零二二財政年度的約人民幣87.5百萬元，乃主要由於在二零二二財政年度確認與奶粉產品相關虧損約人民幣81.5百萬元，其詳情於下文披露。年內溢利由二零二二財政年度的約人民幣87.5百萬元大幅增加至二零二三財政年度的約人民幣159.3百萬元，乃主要由於(i)銷售藻油DHA產品的收益增加；及(ii)受二零二二財政年度的奶粉產品相關虧損影響。期內溢利由二零二三年六個月的約人民幣77.3百萬元減少至約人民幣45.3百萬元，乃主要由於(i)銷售藻油DHA產品的收益減少；及(ii)鑒於二零二四年六個月內中國母嬰藻油DHA市場的市場氣氛低迷，導致二零二四年六個月內推廣開支增加。

概 要

有關我們經營業績的詳細分析，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分」一段。

奶粉產品相關虧損

於二零二二財政年度、二零二三財政年度及(在非常有限的程度)二零二四年六個月，我們以澳優集團授予的品牌(「奶粉品牌」)銷售由澳優集團製造並向其採購的奶粉產品。我們的奶粉產品包括五款產品，分別為1段嬰兒配方奶粉(「1段配方奶粉」)及四種其他非1段配方奶粉。該五款奶粉產品均從澳洲和新西蘭進口。在二零二一年十二月與澳優集團訂立協議後(據此我們須遵守最低採購承諾)，澳優集團於二零二二年四月被當地相關市場監督管理部門罰款約人民幣9.6百萬元，因為此前國家市場監督管理總局對二零二零年二月生產的一批1段配方奶粉(但不是非1段配方奶粉)進行隨機抽樣檢查，發現當中含有香蘭素，違反中國國家食品安全標準(「該事件」)。我們向澳優集團購買的1段配方奶粉不是被發現含有香蘭素的批次。

儘管我們在營銷及推廣方面所作的努力，但由於一系列不可預見事件，奶粉產品的銷售遠低於預期，該等不可預見事件包括：(i)中國爆發COVID-19導致二零二二財政年度長期封鎖；(ii)該事件負面報導的影響比預期嚴重；(iii)中國於二零二二年底大規模爆發COVID-19疫情；及(iv)二零二三年二月中國實施奶粉產品的新國家食品安全標準。於二零二二年十一月，我們與澳優集團訂立補充協議，據此(其中包括)，澳優集團同意於二零二二年及二零二三年豁免最低採購承諾，惟本集團須履行我們已於二零二二年一月及五月下達的採購訂單。

於二零二三年十月，本集團與澳優集團達成協議，終止我們與澳優集團就奶粉產品訂立的所有協議。董事認為，該事件屬個別事件，我們的奶粉產品銷售表現欠佳乃由一系列我們無法控制的不可預見事件所造成。鑒於我們與澳優集團的採購承諾，加上奶粉產品銷量偏低，我們於二零二二財政年度產生虧損約人民幣81.5百萬元，當中(i)我們悉數撇減存貨中的過期奶粉產品約人民幣17.7百萬元；(ii)我們確認奶粉產品存貨虧損撥備約人民幣20.7百萬元；(iii)我們就為履行一部分採購承諾向澳優集團支付的按金確認虧損撥備約人民幣20.1百

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

萬元；(iv)我們確認撥備約人民幣18.0百萬元，包括就奶粉產品將予支付的金額約人民幣13.0百萬元以及就澳優集團為按計劃生產奶粉產品而購買原材料所產生的成本而可能須向澳優集團作出的賠償約人民幣5.0百萬元；及(v)我們確認進項增值稅撥回約人民幣5.0百萬元。

有關奶粉產品銷售相關虧損的詳情，請參閱本文件「財務資料 — 綜合損益表主要組成部分 — 其他(虧損)/收益淨額 — 奶粉產品相關虧損」一段。

綜合財務狀況表概要

| | 於十二月三十一日 | | | 於二零二四年 |
|--------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| | 二零二一年 | 二零二二年 | 二零二三年 | 六月三十日 |
| | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 | 人民幣千元 |
| 非流動資產 | 9,045 | 39,979 | 30,776 | 31,054 |
| 流動資產 | 279,767 | 363,602 | 439,241 | 471,792 |
| 流動負債 | 86,088 | 151,678 | 56,516 | 41,616 |
| 非流動負債 | 200 | 4,663 | 3,425 | 3,024 |
| 流動資產淨值 | 193,679 | 211,924 | 382,725 | 430,176 |
| 資產淨值 | <u>202,524</u> | <u>247,240</u> | <u>410,076</u> | <u>458,206</u> |

二零二二財政年度非流動資產的顯著增加主要由以下因素驅動：(i)無形資產增加，乃主要由於二零二二財政年度收購了一項專利；(ii)使用權資產增加，乃主要由於二零二二財政年度重續了三間辦公室及添置兩座倉庫；及(iii)遞延稅項資產增加，主要歸因於(a)奶粉產品相關虧損；及(b)稅項虧損。於往績期間，流動資產淨值增加乃主要由於經營活動所得現金淨額及營運資金增加，被我們的撥備及應付股息部分抵銷。有關流動資產淨值的詳細分析，請參閱本文件「財務資料 — 流動資產淨值」一段。於往績期間，資產淨值增加乃主要由純利所貢獻，惟被我們宣派的股息所抵銷。

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

綜合現金流量表概要

| | 二零二一 財政年度 人民幣千元 | 二零二二 財政年度 人民幣千元 | 二零二三 財政年度 人民幣千元 | 二零二三年 六個月 人民幣千元 (未經審核) | 二零二四年 六個月 人民幣千元 |
|-----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|-----------------------|
| 經營活動所得現金淨額 | 93,994 | 44,309 | 150,568 | 69,497 | 32,193 |
| 投資活動(所用)/所得現金淨額 | (519) | (4,139) | 1,572 | 659 | 459 |
| 融資活動所用現金淨額 | <u>(29,306)</u> | <u>(8,555)</u> | <u>(83,786)</u> | <u>(1,869)</u> | <u>(1,758)</u> |
| 現金及現金等價物增加淨額 | 64,169 | 31,615 | 68,354 | 68,287 | 30,894 |
| 年/期初現金及現金等價物 | 92,757 | 152,656 | 192,838 | 192,838 | 262,560 |
| 匯率變動的淨影響 | <u>(4,270)</u> | <u>8,567</u> | <u>1,368</u> | <u>1,913</u> | <u>2,153</u> |
| 年/期末現金及現金等價物 | <u>152,656</u> | <u>192,838</u> | <u>262,560</u> | <u>263,038</u> | <u>295,607</u> |

所有呈報年度/期間均錄得經營活動所得現金淨額，此乃主要歸因於我們於往績期間的純利。二零二一財政年度及二零二三財政年度的融資活動所用現金淨額主要源自我們派付的股息。有關現金流量的詳細分析，請參閱本文件「財務資料 — 流動資金及資本資源 — 本集團現金流量」一段。

主要財務比率

| | 於十二月三十一日/截至該日止年度 | | | 於二零二四年 六月三十日/ 截至該日 止六個月 |
|--------|------------------|--------|--------|----------------------------------|
| | 二零二一年 | 二零二二年 | 二零二三年 | |
| 毛利率 | 73.0% | 74.4% | 75.2% | 71.9% |
| 純利率 | 35.4% | 23.8% | 37.4% | 31.0% |
| 權益回報率 | 59.1% | 35.4% | 38.9% | 19.8% |
| 總資產回報率 | 41.4% | 21.7% | 33.9% | 18.0% |
| 流動比率 | 3.3 | 2.4 | 7.8 | 11.3 |
| 速動比率 | 3.0 | 1.9 | 6.7 | 9.8 |
| 資產負債比率 | 0.6% | 3.0% | 1.4% | 1.3% |
| 利息覆蓋 | 1,318.3倍 | 263.4倍 | 587.2倍 | 360.0倍 |

概 要

純利率及權益回報率於二零二二財政年度減少，以及流動比率於二零二二年十二月三十一日減少，乃主要由於奶粉產品相關虧損。有關財務比率的詳細分析，請參閱本文件「財務資料 — 選定財務比率」一段。

COVID-19爆發對本集團的影響

二零一九年十二月首次通報爆發COVID-19，並在中國乃至全球範圍內擴散。世界衛生組織於二零二零年三月十一日宣佈，由於中國境外病例數目迅速增加，COVID-19可被定性為大流行病。自二零二零年以來，世界各地的政府已經實施城市封鎖、旅行限制、隔離及停業等措施，以緩解COVID-19疫情的傳播。

對業務營運的影響

由於我們的辦公室及倉庫位於中國上海，我們所有員工由二零二二年三月至六月須在家工作，產品交付也需要在該期間暫停。就在家工作安排而言，考慮到我們的業務模式並非勞動密集型，董事認為，此安排未有對我們的營運產生重大影響。就暫停交付產品而言，董事認為，考慮到暫停僅為一時，且本集團於往績期間並無出現其他重大交付延誤，因此該影響得以緩解。

於往績期間，本集團的供應商並無出現產品供應嚴重短缺的情況。於往績期間，我們密切監察封鎖對存貨水平的潛在影響，並調整我們的採購策略。舉例而言，我們因上海於二零二二年爆發COVID-19疫情所實施的大規模封鎖而於二零二二財政年度大幅增加藻油DHA產品的採購，以應付當時我們在採購藻油DHA產品的供應及交付時間方面的不確定性。此外，於往績期間，由於相關政府為應對COVID-19爆發而施加旅行限制，我們的管理人員無法親身前往海外供應商及加工公司的場所進行質量控制檢查，但我們的管理層仍與海外供應商保持溝通，以監察營養品的加工情況。於二零二三年，在解除COVID-19旅行限制後，我們的總經理恢復對位於新西蘭及美國的營養品海外供應商及加工公司的實地視察。

對我們的財務表現及狀況的影響

董事認為，COVID-19的爆發並無對我們的財務表現及狀況造成任何重大不利影響。舉例而言，我們最暢銷的營養品藻油DHA產品的銷量於往績期間上升，由二零二一財政年度的約1.3百萬件增至二零二二財政年度的約1.5百萬件，再增至二零二三財政年度的約1.9百萬件。此外，於往績期間各報告期內的流動比率及速動比率均遠高於1.0。

概 要

除上文所披露者外及根據本集團於最後可行日期的可得資料，董事確認，COVID-19大流行並無且預期不會對我們的業務營運及財務表現及狀況產生任何重大不利影響。

控股股東

緊隨[編纂]及資本化發行完成後，且不計及根據[編纂]及購股權計劃下可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份，遠東財富將直接持有本公司已發行股本的[編纂]。遠東財富分別由王先生（創辦人兼執行董事、主席及行政總裁）及崔女士（執行董事及王先生的配偶）擁有91%及9%。根據上市規則，遠東財富、王先生及崔女士各自被視為本公司的控股股東，而彼等共同被視作一組控股股東。有關控股股東的更多詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

[編纂]統計數據

[編纂]之[編纂]數目 : [編纂]股股份(視乎[編纂]行使與否而定)

[編纂] : 不超過每股[編纂][編纂]港元及預期不低於每股[編纂][編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費、0.00015%會財局交易徵費及0.00565%聯交所交易費(股款須於申請時以港元繳足，多繳股款可予退還)

| | 按[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元計算 港元 | 按[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元計算 港元 |
|----------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------|
| [編纂] ^(附註1) | [編纂] | [編纂] |
| 每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值 (附註2及3) | [編纂] | [編纂] |

本文件為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

附註：

1. 股份[編纂]乃按[編纂]股已發行及緊隨[編纂]完成後將會發行的股份計算，並未計及根據[編纂]或購股權計劃下可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份，或本公司根據[編纂]及購回授權而可能配發及發行或購回的股份。
2. 每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值乃按資本化發行及[編纂]完成後預期已發行的[編纂]股股份計算。當中並無計及購股權計劃下可能授出的任何購股權或[編纂]獲行使而可能配發及發行的任何股份，或本公司根據[編纂]及購回授權可能配發及發行或購回的任何股份。
3. 本公司權益擁有人於二零二四年六月三十日應佔本集團未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值，並未計及本公司董事於二零二四年六月三十日後宣派的特別股息人民幣110,000,000元以及在中國註冊成立的附屬公司向本公司宣派股息所產生的預扣稅約人民幣6,553,000元的影響。如計及特別股息及預扣稅，則本公司權益擁有人應佔本集團未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值將約為人民幣[編纂]元(相當於約[編纂]港元)，而本公司權益擁有人應佔本集團每股未經審核[編纂]經調整綜合有形資產淨值將約為每股[編纂]港元(相當於約人民幣[編纂]元)(按[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算)或每股約[編纂]港元(相當於約人民幣[編纂]元)(按[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算)。

二零二四財政年度的溢利預測

我們已編製以下二零二四財政年度的溢利預測：

本公司權益擁有人應佔綜合溢利預測^(附註1) 不少於約[人民幣73.0百萬元]
(相當於約[78.9百萬元])^(附註2)

附註：

1. 編製以上二零二四財政年度溢利預測的主要基準於本文件附錄二B「溢利預測」一節內概述。董事根據以下各項編製本公司權益擁有人應佔二零二四財政年度綜合溢利的預測：(i)本集團截至二零二四年六月三十日止六個月的經審核綜合業績；(ii)以本集團截至二零二四年十一月三十日止五個月的管理賬目為基礎的未經審核綜合業績；及(iii)在沒有不可預見的情況下本集團截至二零二四年十二月三十一日止餘下一個月的綜合業績預測。本溢利預測是根據在所有重大方面與本集團目前採納的會計政策一致的會計政策編製，有關會計政策於本文件附錄一的會計師報告內概述。
2. 以港元計值的本公司權益擁有人應佔綜合溢利預測乃按1.0港元兌人民幣0.9255元(相當於人民幣1.0元兌1.0805港元)的匯率由人民幣換算為港元。概不表示人民幣金額已經、可能已經或可以按該匯率或以任何形式換算為港元。

概 要

[編纂]

於二零二四年一月一日，我們已向中國證監會提交股份在聯交所[編纂]及[編纂]的申請的備案，並於二零二四年六月二十七日收到中國證監會的[編纂]（「通知書」），指我們已完成備案申請。通知書的文本可於中國證監會的官方網站查閱。誠如中國法律顧問告知，本公司已就[編纂]及[編纂]在中國完成對中國證監會的所有必要備案。

[編纂]開支

與[編纂]有關的[編纂]開支總額（包括[編纂]）估計為約人民幣[編纂]（相等於約[編纂]港元）（按[編纂]每股[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）計算），佔[編纂]的估計[編纂]總額約[編纂]%（按[編纂]每股[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）計算，並假設[編纂]未獲行使）。[編纂]開支的(i)約人民幣[編纂]（相當於約[編纂]港元）為發行[編纂]直接產生，並將根據相關財務報告準則作為權益扣減入賬；及(ii)約人民幣[編纂]（相當於約[編纂]港元）已或將於綜合損益表內扣除，其中(a)約人民幣14.4百萬元已於往績期間前的損益扣除；(b)約人民幣10.7百萬元、人民幣6.0百萬元、人民幣13.0百萬元及人民幣5.3百萬元已分別於二零二一財政年度、二零二二財政年度、二零二三財政年度及二零二四年六個月的損益扣除；及(c)約人民幣[編纂]預計將在[編纂]前或[編纂]時扣除。與[編纂]有關的開支屬非經常性開支。

法律訴訟

鑒於核心商標的重要性，本集團檢視市場上銷售的產品，以防止其他競爭對手在市場上以類似本集團的品牌銷售類似的產品，令客戶混淆。自二零一七年起，本集團就我們若干核心商標與若干競爭對手（尤其是公司X及公司Y）展開法律訴訟。民事訴訟涉及的爭議商標包括(1)註冊編號#7815357的商標**紐曼思**；(2)註冊編號#7310618的商標**紐曼斯**；及(3)註冊編號#7549283的商標**紐曼思**（各自披露於本文件附錄四「法定及一般資料 — 2.有關我們業務的進一步資料 — 2.2本集團的知識產權 — (a)商標」一段下的商標第8、第13及第63項）。除民事訴訟程序外，本集團還捲入與我們商標有關的若干行政訴訟，詳情請參閱本文件「業務 — 法律訴訟」一段。截至最後可行日期，本集團已成功保護及捍衛核心商標的使用。

概 要

於二零二四年七月，公司Z（一家股份在深圳證券交易所上市的公司）針對我們及其他方開展法律訴訟。公司Z指控我們一名分銷商在電商平台使用「金標藻油」（公司Z聲稱有獨家使用權）字樣，並包含我們產品的超連結。預計審訊於二零二四年十二月下旬舉行後，判決將於二零二五年頒佈。有關上述訴訟的更多詳情，請參閱本文件內「業務 — 法律訴訟 — 於最後可行日期的其他仍在審理的訴訟」一段。

股息

由於我們是一家根據開曼群島法律註冊成立的控股公司，未來任何股息的支付及金額將取決於從我們的附屬公司獲得的股息。我們派發的任何股息均將由董事會絕對酌情決定，其中考慮的因素包括我們的實際及預期經營業績、現金流及財務狀況、總體業務狀況及業務策略、預期營運資金需求及未來擴張計劃、法律、監管及其他合約限制，以及董事會認為適當的其他因素。我們的股東可在股東大會上批准任何股息宣派，惟不得超過董事會建議的金額。

於二零二一財政年度及二零二二財政年度，我們宣派的股息分別約為人民幣61.0百萬元及人民幣51.0百萬元，於最後可行日期，所有股息均已結付。於往績期間後，本公司分別宣派人民幣60.0百萬元及人民幣50.0百萬元的股息，所有股息已由本集團的內部資金來源支付。人民幣60.0百萬元的股息已於二零二四年十月結付，而人民幣50.0百萬元的股息已於二零二四年十二月結付。目前，我們並無正式的股息政策或預定派息比率。

未來計劃及[編纂]用途

假設[編纂]未獲行使及假設[編纂]為每股[編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數），我們估計[編纂]將約為[編纂]（扣除我們就[編纂]應付的[編纂]費及相關[編纂]開支後）。我們擬按下列方式動用[編纂]：(i)約[編纂]%或[編纂]港元將用於通過不同的營銷方法加大營銷力度，以提高我們品牌的公眾知名度，其中(a)[編纂]約[編纂]%或[編纂]港元將用於向著名且受歡迎的KOL購買營銷及推廣服務，以便在社交媒體平台上進行網上營銷、品牌及產品推廣；(b)[編纂]約[編纂]%或[編纂]港元將用於購買電商公司的品牌營銷及推廣產品（例如關鍵字競價、首頁及類別廣告、橫幅廣告及短視頻廣告），以便在網購平台推廣我們的品牌和產品；及(c)[編纂]約[編纂]%或[編纂]港元將用於參與會議及大型貿易展覽會及業界活動；及(ii)約[編纂]%或[編纂]港元將用於在香港推廣我們的產品，並將我們的銷售網絡擴展到香港，其中(a)[編纂]約[編纂]%或[編纂]港元將用於在香港中環一座購物中心設立零售店；(b)[編纂]約[編纂]%或[編纂]港元將用於聘請香港的獨立營銷代理在香港開展一系列產

概 要

品推廣活動，包括但不限於在香港舉辦實體推廣活動、贊助、在香港熱門及受香港常住中國公民歡迎的數碼平台上舉辦推廣活動，以及向香港主要保健品商店、百貨公司及促銷公司分銷我們的產品；及(c)[編纂]約[編纂]%或[編纂]港元將用於在香港設立辦事處及倉庫。

近期發展

於整個往績期間，我們從線上銷售渠道獲得的收益在金額及佔總收益的比例方面均有所增長。董事認為，線上銷售渠道是一個具有成本效益及高效率的銷售渠道，能使我們的產品接觸到並建立起龐大的客戶群。憑藉互聯網的廣泛覆蓋及由此帶來的便利性，以及中國不斷發展的線上銷售渠道，本集團逐步向分銷商銷售及分銷我們的營養品，再由彼等將我們的營養品轉售予私域流量的團購協調人。有關私域流量的運作詳情，請參閱本文件「行業概覽 — 中國母嬰藻油DHA行業的未來趨勢 — 擴展網上渠道」一段。

於往績期間後，就截至二零二四年十一月三十日止五個月的銷售而言，藻油DHA產品仍為我們最重要的產品類別，其構成同期總收益約96.2%。

於往績期間後，本公司分別宣派人民幣60.0百萬元及人民幣50.0百萬元的股息，所有股息已由本集團的內部資金來源支付。人民幣60.0百萬元的股息已於二零二四年十月結付，而人民幣50.0百萬元的股息已於二零二四年十二月結付。

二零二四財政年度的財務表現下滑

誠如本文件「財務資料 — 二零二四財政年度的[編纂]」一段所載，本公司預期二零二四財政年度的本公司權益擁有人應佔綜合溢利將較二零二三財政年度大幅減少，此乃主要由於如上文所述，日本在二零二三年下半年排放放射性污水，使二零二四年的營養品市場需求從二零二三年的高峰回落。此外，根據弗若斯特沙利文，中國於二零二四年出現短暫經濟下行，消費者傾向於為必需消費品保留其購買力，或選擇更經濟實惠的藻油DHA產品作為替代品，使平均產品價格較高的藻油DHA產品品牌(包括我們)的銷售表現受到更沉重的打擊。根據弗若斯特沙利文報告所指，中國母嬰藻油DHA產品行業的增長預期於二零二四年

概 要

放緩，預測零售銷售值維持平穩，約為人民幣11,563.0百萬元，較二零二三年的約人民幣11,259.0百萬元同比增加2.7%。這與零售銷售值在過去幾年迅速增長形成強烈對比，零售銷售值由二零二一年的約人民幣9,121.7百萬元增加7.8%至二零二二年的約人民幣9,833.2百萬元，並進一步增加14.5%至二零二三年的約人民幣11,259.0百萬元。有關我們對中國經濟下滑的敏感度的相關風險，請參閱本文件「風險因素 — 我們的藻油DHA產品的銷量對中國經濟下滑的影響極為敏感」一節。

董事認為，二零二四財政年度的純利減少，並非由於本集團業務出現重大不利變動，而是主要因為中國母嬰藻油DHA行業的市況所致。根據弗若斯特沙利文，中國經濟於二零二四年出現下滑及國內消費疲弱被認為屬暫時性。中國經濟有望於二零二五年恢復及保持穩定增長。舉例而言，中國營養品行業的零售銷售值預計將由二零二四年的約人民幣11,563.0百萬元增加11.4%至二零二五年的約人民幣12,881.2百萬元，並進一步增加10.6%至二零二六年的約人民幣14,246.6百萬元。該預期增長在中國政府近期實施的財政政策的助力下，有望於二零二五年現實並成為經濟增長動力，從而刺激包括中國母嬰營養品行業在內的消費品行業。因此，董事認為，並無疑慮證據顯示中國營養品行業市場前景黯淡。此外，董事認為(i)市場會逐步消化消費者因日本在二零二三年排放放射性污水而囤積的藻油DHA產品；及(ii)隨著時間推移，透過帝斯曼集團的新聞稿和媒體報導，中國消費者將會明白本集團的藻油DHA原材料乃於發酵槽等受控環境中培養，而非直接從海洋中提取，與任何海水來源均沒有直接關係，而且概無帝斯曼集團的生產場地鄰近或毗連任何放射性污染源頭。換言之，排放放射性污水不會對本集團的藻油DHA產品的安全造成影響。此一認知加深後，很可能會舒緩中國消費者最初的疑慮，從而令消費者的購物行為逐步復常及重拾信心。因此，據董事所深知及確信，藻油DHA產品的銷售可望重回正軌。隨著二零二五年中國經濟的預期復甦，消費者有望改變以往的消費習慣，轉向青睞平均產品價格較高的藻油DHA產品品牌(包括我們)。

董事確認，除前述及與[編纂]有關的開支外，截至本文件日期，我們的財務或貿易狀況或前景自二零二四年六月三十日起並無重大不利變動，且自二零二四年六月三十日以來，亦無發生任何會對會計師報告所載綜合財務報表所示資料造成重大影響的事件。