

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依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

## Ba Wang International (Group) Holding Limited

### 霸王國際(集團)控股有限公司\*

(於開曼群島註冊成立之有限公司)

(股份代號：01338)

#### 截至二零二四年十二月三十一日止年度之 全年業績公告

霸王國際(集團)控股有限公司(「本公司」)之董事(「董事」)會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(「本集團」或者「我們」)截至二零二四年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績，連同二零二三年十二月三十一日止年度同期之比較數字。

董事會茲提述本集團日期為二零二四年十一月十五日的盈利預告關於二零二四年前十個月實現綜合利潤。下文載列本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績概要：

本集團的總營業額約人民幣253.0百萬元，較二零二三年同期的約人民幣237.7百萬元增加了約6.4%。

電商渠道的營業額約人民幣135.9百萬元，較二零二三年同期的約人民幣126.2百萬元增加了約7.7%。

本集團的經營利潤約人民幣7.6百萬元，而二零二三年同期錄得經營利潤約人民幣14.9百萬元，下降了約49.1%。

淨利潤為約人民幣6.6百萬元，而二零二三年同期錄得淨利潤為約人民幣13.6百萬元，下降了約51.9%。

本公司擁有人應佔有之年內淨利潤約人民幣6.6百萬元，而二零二三年錄得應佔年內淨利潤約人民幣13.6百萬元，下降了約51.9%。

每股盈利—基本及攤薄都為每股人民幣0.2073仙。

根據本集團經營業績的回顧，董事會不建議派發末期股息。

\* 謹供識別

綜合損益表及其他全面收益表  
截至二零二四年十二月三十一日止年度

	附註	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
營業額	3	252,952	237,653
銷售成本		<u>(124,173)</u>	<u>(117,935)</u>
毛利		128,779	119,718
其他收入	4	1,422	2,907
銷售及分銷成本		(94,874)	(81,106)
行政開支		(29,359)	(27,602)
貿易應收賬款減值損失回撥		1,684	1,148
其他開支		<u>(70)</u>	<u>(183)</u>
經營利潤		7,582	14,882
財務費用	5	<u>(955)</u>	<u>(1,338)</u>
稅前利潤		6,627	13,544
所得稅(支出)／抵免	6	<u>(72)</u>	<u>83</u>
本公司擁有人應佔之年內利潤	7	6,555	13,627
其他期內全面支出			
不會被重新分類為損益的項目： 因從功能貨幣轉換至記賬本位幣的 匯兌差額		<u>(589)</u>	<u>(441)</u>
本公司擁有人應佔年內利潤及全面收入		<u>5,966</u>	<u>13,186</u>
每股盈利(人民幣)	9		
基本		<u>0.2073 仙</u>	<u>0.4309 仙</u>
攤薄		<u>0.2073 仙</u>	<u>0.4309 仙</u>

# 綜合財務狀況報表

於二零二四年十二月三十一日

	附註	二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元	二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		40,840	34,575
使用權資產		13,845	22,573
遞延所得稅資產		307	379
為購置物業、廠房及設備而支付的 預付款		5,027	—
定期存款		—	30,000
		<u>60,019</u>	<u>87,527</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		33,978	25,831
退回存貨之權利		319	719
貿易及其他應收賬款	10	20,793	27,984
銀行結餘及現金		120,324	88,272
		<u>175,414</u>	<u>142,806</u>
<b>流動負債</b>			
貿易及其他應付賬款	11	65,798	59,411
應付關聯方款項		7,711	5,225
合同負債		561	1,092
租賃負債		10,307	9,208
		<u>84,377</u>	<u>74,936</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>91,037</u>	<u>67,870</u>
<b>總資產減去流動負債</b>		<u>151,056</u>	<u>155,397</u>
<b>非流動負債</b>			
租賃負債		5,588	15,895
<b>淨資產</b>		<u>145,468</u>	<u>139,502</u>

	二零二四年 十二月三十一日 人民幣千元	二零二三年 十二月三十一日 人民幣千元
股本及儲備		
股本	277,932	277,932
儲備	<u>(132,464)</u>	<u>(138,430)</u>
權益總額	<u><u>145,468</u></u>	<u><u>139,502</u></u>

# 綜合財務報表附註

截至二零二四年十二月三十一日止年度

## 1. 一般資料

霸王國際(集團)控股有限公司(「本公司」)於開曼群島註冊成立為獲豁免的有限公司並且在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)上市。其直接母公司為在英屬處女群島(「英屬處女群島」)註冊的Fortune Station Limited(「Fortune Station」)，其股份受益人(1) Heroic Hour Limited擁有49.57%，該公司的22.00%股權由本公司之執行董事及首席執行官陳正鶴先生實益持有，而餘下之78.00%則由陳正鶴先生之六位弟妹實益持有；及(2)本公司的董事會主席陳啟源先生擁有50.43%(「董事」)。

本公司註冊辦事處的地址為Cricket Square, Hutchins Drive, P.O. Box 2681, Grand Cayman, KY1-1111, Cayman Islands，主要營業地點為中華人民共和國(「中國」)廣州市白雲區廣花三路468號霸王工業園，郵編510450。

本公司及其附屬公司(以下統稱為「本集團」)的主要從事生產及銷售家用及個人護理產品業務。

本集團每一個實體的財務報表所列項目均使用該實體所處的主要經濟環境的貨幣(「功能貨幣」)來計量。綜合財務報表以人民幣(「人民幣」)表示，人民幣是本集團主要子公司在中國的主要經濟環境下的功能貨幣。除在中國境內設立的以人民幣為記賬本位幣的子公司外，本公司及其他子公司的記賬本位幣為港幣(「港幣」)。

## 2. 應用新訂及經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)

於當前年度內，本集團已首次應用國際會計準則委員會(「國際會計準則委員會」)頒佈的下列經修訂國際財務報告準則(「國際財務報告準則」)，該等修訂於本集團自二零二四年一月一日開始的財政年度生效：

國際財務報告準則第16號之修訂本	售後租回交易中的租賃負債
國際會計準則第1號之修訂本	將負債分類為流動或非流動
國際會計準則第1號之修訂本	附帶契約的非流動負債
國際會計準則第7號及國際財務報告準則第七號修訂本	供應商融資安排

除下文所披露者外，於當前年度應用新訂及經修訂國際財務報告準則不會對本集團於本年度及過往期間的財務表現及狀況及／或該等簡明綜合財務資料所載的披露事項造成重大影響。

## 已頒佈但仍未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則

本集團並無提早應用以下已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則：

國際財務報告準則第18號	於財務報表之呈列及披露 <sup>3</sup>
國際財務報告準則第19號	非公共受託責任附屬公司的披露 <sup>3</sup>
國際會計準則第21號修訂本	缺乏可兌換性 <sup>1</sup>
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號修訂本	金融工具分類及計量之修訂 <sup>2</sup>
國際財務報告準則會計準則修訂本	國際財務報告準則會計準則之年度改進—第11 <sup>2</sup>
國際財務報告準則第10號及國際財務會計準則第28號修訂本	投資者與其聯營公司或合營企業間的資產出售或注入 <sup>4</sup>
國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第7號修訂本	涉及依賴自然能源生產電力的合同 <sup>2</sup>

<sup>1</sup> 於二零二五年一月一日或之後開始的年度期間生效。

<sup>2</sup> 於二零二六年一月一日或之後開始的年度期間生效。

<sup>3</sup> 於二零二七年一月一日或之後開始的年度期間生效。

<sup>4</sup> 於待定日期或之後開始的年度期間生效。

除下文所述者外，本公司董事預期採納其他新訂及經修訂國際財務報告準則將不會對本集團的業績及財務狀況構成重大影響。

### 國際財務報告準則第18號—於財務報表之呈列及披露

國際財務報告準則第18號載列有關財務報表呈列及披露的規定，並將取代國際會計準則第1號財務報表呈列。國際財務報告準則第18號引入於損益表呈列特定類別及界定小計的新規定；於財務報表附註中披露管理層界定的業績計量，並改進將在財務報表中披露信息的匯總和分類。亦對國際會計準則第7號「現金流量表」及國際會計準則第33號「每股盈利」作出輕微修訂。

國際財務報告準則第18號及其對其他國際財務報告準則會計準則的相應修訂將於二零二七年一月一日或之後開始的年度期間生效，並允許提早應用。

應用國際財務報告準則第18號預期將不會對本集團的財務狀況產生重大影響，但預期將影響未來財務報表中損益及其他全面收益表及現金流量表的呈列及披露。本集團將繼續評估國際財務報告準則第18號對本集團綜合財務報表的影響。

### 3. 營業額及分部資料

營業額是指扣除折扣和銷售相關稅金後的銷售收入，集團年度營業額分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
<b>在國際財務報告準則第15號範圍內客戶的合約收入</b>		
按主要產品分類		
家庭及個人護理用品的生產和銷售		
護髮產品	230,393	217,684
護膚產品	1	25
其他家用及個人護理產品	<u>22,558</u>	<u>19,944</u>
	<u>252,952</u>	<u>237,653</u>

按合約收入的確認時間分類

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
收入確認的時間		
某一時間點	<u>252,952</u>	<u>237,653</u>

交易價格分配給與客戶合同的剩餘履約義務

截至二零二四年十二月三十一日，所有剩餘履約義務將在報告期結束後一年內(二零二三年：一年之內)確認為收入。按照國際財務報告準則第15號的規定，分配給這些未履行合同的交易價格不予披露。

就分配資源及評估分部表現，向主要經營決策者(「主要經營決策者」)，即本公司之執行董事報告之訊息，着重於所交付貨品的類型。主要經營決策者選擇圍繞產品差異來組織本集團。由於各經營分部提供不同的產品且需要不同的產品信息以制定不同的產品策略，因而各分部系單獨管理。

本集團之可報告的經營分部為：

- 護髮產品
- 護膚產品
- 其他家用及個人護理產品

經營分部包括其他家庭和個人護理產品的生產和銷售，在考慮到沒有一個足夠規模的分部可以單獨報告後，已合並為一個單獨的報告分部。

主要經營決策者定期獲提供有關分部收入和分部業績的信息，由於分部資產和分部負債信息不會定期向主要經營決策者提供，因此沒有對它們進行分析。

### 分部營業額及業績

以下是本集團按可報告分部收入及業績分析：

	護髮產品		護膚產品		其他家用及 個人護理產品		合計	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
銷售於外部客戶	<u>230,393</u>	<u>217,684</u>	<u>1</u>	<u>25</u>	<u>22,558</u>	<u>19,944</u>	<u>252,952</u>	<u>237,653</u>
分部利潤／ (虧損)	<u>14,122</u>	<u>16,871</u>	<u>—</u>	<u>(17)</u>	<u>(4,739)</u>	<u>(1,775)</u>	<u>9,383</u>	<u>15,079</u>
銀行利息收入							1,225	1,627
其他收入							197	1,280
總部未分配之 其他開支							<u>(4,178)</u>	<u>(4,442)</u>
稅前利潤							<u>6,627</u>	<u>13,544</u>

各運營分部的會計政策與本集團的會計政策相同。分部業績為每個分部獲得的利潤／(虧損)，但不包括銀行利息收入、銷售廢料的收益、政府補助金、其他雜項收入、淨匯兌收益／(損失)、中央管理成本及董事薪酬。此乃為資源分配及表現評估而向本公司之執行董事報告之計量方式。

## 其他分部資料

	護髮產品		護膚產品		其他家用及 個人護理產品		合計	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
計算分部結果時已計入 款項								
物業、廠房及設備增加	12,695	2,075	—	—	1,243	190	13,938	2,265
物業、廠房及設備折舊	6,942	7,227	—	1	680	662	7,622	7,890
使用權資產折舊	7,950	7,995	—	1	778	732	8,728	8,728
租賃負債之利息	870	1,226	—	—	85	112	955	1,338
處置物業、廠房及設備 之損失	30	146	—	—	3	13	33	159
壞賬核銷	—	668	—	1	—	61	—	730
回撥已確認的貿易應收 賬款減值損失	(1,534)	(1,052)	—	—	(150)	(96)	(1,684)	(1,148)
確認／(回撥)存貨減值	336	(126)	—	—	33	(11)	369	(137)
逾期存貨之報廢	634	731	—	—	62	67	696	798
定期提供給主要運營 決策者的金額，但不 包括於分部業績的計 量中								
政府補助	—	—	—	—	—	—	—	(436)
銀行利息收入	—	—	—	—	—	—	(1,225)	(1,627)

## 地區資料

本集團經營業務主要集中在中國(所在國家)和香港。

客戶的所在地區乃根據交付貨品的位置釐定。非流動資產的地理位置乃根據資產實際所在位置，如屬物業、廠房、設備及使用權資產而釐定。

	來自外部客戶的收入		非流動資產	
	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
中國(所在國家)	250,143	233,696	58,881	56,345
香港	1,620	2,051	831	803
馬來西亞	815	775	—	—
外蒙古	374	647	—	—
泰國	—	484	—	—
總計	<u>252,952</u>	<u>237,653</u>	<u>59,712</u>	<u>57,148</u>

註：非流動資產不包括金融工具和遞延所得稅資產。

## 主要客戶信息

在截至二零二四年十二月三十一日及二零二三年十二月三十一日止年度內，本集團沒有任何個人客戶對集團總收入的貢獻超過10%。

## 4. 其他收入

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
銀行利息收入	1,225	1,627
政府補助(附註a)	—	436
處置廢料收入	138	200
其他(附註b)	59	644
	<u>1,422</u>	<u>2,907</u>

附註：

- (a) 本集團獲得有關中草藥在日用產品中的應用的各項政府補助。概無未履行的條件和其他與這些補助有關的或有事項。
- (b) 截至二零二三年十二月三十一日止年度，本集團核銷貿易應付款人民幣644,000元(二零二四年：無)，該款項原應作為履約保證金支付給供應商，但長期未付，被認為不再需要並已確認為其他收入。

## 5. 財務費用

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
租賃負債利息	<u>955</u>	<u>1,338</u>

## 6. 所得稅(支出)／抵免

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
遞延收入稅(支出)／抵免	<u>(72)</u>	<u>83</u>

- (a) 根據中國企業所得稅法(「**企業所得稅法**」)及企業所得稅法實施條例，本集團附屬公司的稅率自二零零八年一月一日起為25%。

根據財政部、國家稅務局二零一九年一月十七日下發的通知，年應納稅所得額在人民幣1,000,000元(含人民幣1,000,000元)以下的小型微利企業，自二零一九年一月一日起至二零二一年十二月三十一日，享受免徵75%應納稅所得額的稅收優惠政策，適用20%的所得稅稅率。於二零二一年四月二日，財政部和國家稅務局下發通知，在上述優惠政策基礎上減半徵收企業所得稅，並將政策期限從二零二一年一月一日延長至二零二二年十二月三十一日。於二零二三年三月二十六日，財政部和國家稅務總局下發通知，自二零二三年一月一日至二零二四年十二月三十一日，對小型微利企業年應納稅所得額不超過100萬元的部分，減按25%計入應納稅所得額，按20%的稅率繳納企業所得稅；於二零二三年八月二日，財政部和國家稅務總局發布通知，將這一政策進一步延長至二零二七年十二月三十一日。本集團在中國的某些子公司在截至二零二四年十二月三十一日和二零二三年十二月三十一日期間獲得享受此優惠政策的資格。

中國企業所得稅法允許企業申請高新技術企業(「**高新技術企業**」)證書，而獲得該資格的企業可以享有15%的優惠稅率。霸王(廣州)有限公司(「**霸王廣州**」)，本集團國內的一家附屬公司，自二零零九年被認定為高新技術企業。截至二零二四年十二月三十一日，霸王廣州在中國產生的利潤無需納稅，因為應評稅利潤全部被之前年度的稅務損失結轉所彌補。截止二零二三年十二月三十一日止年度，霸王廣州在中國企業所得稅法下沒有任何應評稅利潤。

- (b) 截至二零二四年十二月三十一日和二零二三年十二月三十一止年度，並無香港利得稅撥備，因為本集團在二零二四年十二月三十一日和二零二三年十二月三十一止的年度內還沒有任何須按香港利潤計算的應評稅利潤。
- (c) 根據開曼群島及英屬處女群島的規則及條例，本集團無須為截至二零二四年及二零二三年十二月三十一日止年度繳納開曼群島及英屬處女群島的任何稅項。

## 7. 年內利潤

年內利潤已扣除／(計入)下列各項後列賬：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
核數師酬金		
—法定審計	980	939
—其他非審計服務	231	224
確認為開支之存貨成本	123,084	118,072
物業、廠房及設備之折舊	7,622	7,890
使用權資產之折舊	8,728	8,728
處置物業、廠房及設備的損失	33	159
淨匯兌損失／(收益)	50	(503)
確認為開支之研發成本(附註(a))	13,015	12,507
壞賬核銷	—	730
存貨減值準備之確認／(回撥)(包括在確認為費用的存貨成本中)	369	(137)
逾期存貨報廢(包括在確認為費用的存貨成本中)	<u>696</u>	<u>798</u>

附註：

(a) 研發費用中包含的員工成本約為5,661,000元(二零二三年：5,687,000元)。

## 8. 股息

截至二零二四年十二月三十一日止年度並無派付或擬派任何股息(二零二三年：無)，自呈報期間後亦無擬派任何股息(二零二三年：無)。

## 9. 每股盈利

本公司擁有人應佔之每股基本及攤薄盈利根據以下數據計算。

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
<b>盈利</b>		
用以計算歸屬於本公司擁有人年度應佔每股基本及攤薄盈利	<u>6,555</u>	<u>13,627</u>
	二零二四年 千股	二零二三年 千股
<b>股份數目</b>		
用以計算每股基本盈利的普通股加權平均數	<u>3,162,441</u>	<u>3,162,441</u>

由於在截至二零二四年和二零二三年十二月三十一日止年度沒有潛在的攤薄普通流通股，因此每股攤薄盈利與每股基本盈利相同。

## 10. 貿易及其他應收款項

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
在國際財務報告準則第15號範圍內的按攤餘成本計算應收賬款包括：		
貿易應收款	19,367	21,504
減：貿易應收款項減值準備	<u>(2,165)</u>	<u>(3,849)</u>
	17,202	17,655
購買原材料預付款項	1,148	8,553
其他預付款項	1,177	1,007
應收銀行利息	806	180
應收稅款所得稅除外	115	175
其他應收款	<u>345</u>	<u>414</u>
	<u>20,793</u>	<u>27,984</u>

截至二零二四年十二月三十一日，來自與客戶簽訂的合同所產生的應收賬款的總金額為人民幣19,367,000(二零二三年：人民幣21,504,000)。

本集團給予其貿易客戶的平均信貸期為30日至90日。以下是扣除貿易應收減值準備後，根據接近確認收入日期的發票日期呈列之貿易應收款項於報告日期的賬齡分析：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
少於3個月	17,202	17,452
多於3個月但少於6個月	—	193
多於6個月但少於12個月	—	6
多於12個月	—	4
	<u>17,202</u>	<u>17,655</u>

## 11. 貿易及其他應付款項

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
貿易應付款項	21,644	19,078
應付推廣費用	9,305	9,218
應付工資	3,903	3,651
應繳稅款所得稅款除外	6,677	2,195
其他應付款項及預提費用	24,269	25,269
	<u>65,798</u>	<u>59,411</u>

於報告期末，根據發票日呈列之貿易應付款項的賬齡分析如下：

	二零二四年 人民幣千元	二零二三年 人民幣千元
1個月內到期	9,283	10,525
1個月後但於3個月內到期	12,361	8,553
	<u>21,644</u>	<u>19,078</u>

由供應商給予的平均信貸期為30日至90日。本集團有相應的財務風險管理策略以保證所有應付款項在信貸限期內及時償還。

## 業務回顧

董事報告本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度的總營業額約為人民幣253.0百萬元，較二零二三年同期的約人民幣237.7百萬元增加了約6.4%。本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度錄得經營利潤約為人民幣7.6百萬元，而二零二三年同期經營利潤約人民幣14.9百萬元。

本集團截至二零二四年十二月三十一日止年度錄得淨利潤約為人民幣6.6百萬元，而二零二三年同期錄得淨利潤約人民幣13.6百萬元。

關於本集團經營業績詳細資料，請參閱本公告內「財務回顧」部分。

於回顧年度內，本集團繼續執行價值鏈導向的業務模式，使本集團控制銷售成本及營運成本維持在可持續的水平。

在品牌宣傳推廣上，本集團在回顧年度內採取以下策略來宣傳及推廣了我們的品牌產品從而增加了銷售收入：

- (1) 我們持續提供高質量的品牌產品，借助消費者對國貨的熱愛和信任，推廣霸王品牌系列產品，從而深化消費者對「怕脫髮，用霸王」這一品牌理念的認知。
- (2) 我們通過多渠道新媒體推廣，包括官方微博、抖音、快手和小紅書等新媒體平台，通過種草和口碑傳播，提高這個品牌的知名度和美譽度，激發目標客戶的購買興趣，加快品牌產品的銷售增長。
- (3) 我們繼續通過我們的高新設備、霸王品牌的各項專利和防脫新特證及創新的包裝吸引更多消費者，同時針對他們喜好的生活方式推出年輕人喜愛的各種新穎包裝的防脫洗髮水，吸引年輕消費者的關注和購買興趣。

- (4) 我們開展了多樣化的推廣活動，通過與消費者進行面對面的互動，舉辦有獎問答，從而提升品牌的親和力和知名度，通過節假日大促、舉辦有關頭髮健康和護理的在線教育課程和講座，提升消費者對防脫髮知識的了解，從而提升霸王防脫專業品牌形象和優先選擇霸王產品的機會。
- (5) 我們通過不斷參與社會公益活動，在活動中植入廣告，推廣霸王品牌產品和提升霸王品牌形象。
- (6) 我們增加多種形式的直播帶貨活動，增加品牌曝光度和消費者參與度，同時加強建立完善的消費者反饋機制，及時了解消費者需求和意見，不斷優化產品和服務。
- (7) 我們通過視覺設計和營銷手段，使宣傳物料更生動、年輕化，吸引更多年輕消費者，從而提高銷售轉化率。同時推出霸王品牌的會員制度，為會員提供專屬優惠、積分獎勵和個性化服務，提升品牌忠誠度和複購率。
- (8) 我們參加了在香港舉辦的亞太區美容展覽，並成功地擴寬了霸王品牌在國內外市場的知名度，從而讓更多的國內外消費者了解我們的品牌，為未來的合作奠定基礎。

在傳統渠道推廣營銷方面，本集團在回顧年度內採取了以下策略來營銷我們的產品從而增加了銷售收入：

- (1) 我們繼續推進從二零二四年三月開始的「千鎮萬店」市場開發項目，來加快產品在當地市場的分銷，以提高銷售收入，我們從海南島各地的傳統渠道開始，指定多家重點經銷商去確保我們的洗髮水產品的供貨能夠迅速到達各自的鄉鎮網絡銷售點。此外，我們也舉辦了宣傳及推廣活動，以提升我們的品牌知名度及信心。這些營銷舉措體現了我們廣泛開拓市場的決心，提升了我們的品牌影響力和擴大了市場覆蓋範圍以增加我們在這個渠道的銷售。在開展後一年，我們已經將這開發項目在華南地區做深做透，目前我們已經把這開發項目在全國展開推廣。

- (2) 我們在春節期過後邀請全國的經銷商客戶參加我們品牌產品的新春財富盛會暨新品發佈會。在發佈會上，我們向經銷商客戶展示了我們的新品並向他們介紹了新品的各項功效。新產品新穎的包裝和獨特的功效激發了他們的下訂單興趣，從而增加了經銷商客戶的訂單量，增加了本集團的銷售收入。
- (3) 我們成功增加了優質銷售點的周末促銷和貼櫃秀活動的頻率，利用創意表演來和消費者進行互動，成功引起了他們的購買興趣。

在電商渠道推廣營銷方面，本集團在回顧年度內採取了以下策略來營銷我們的產品從而增加了銷售收入：

- (1) 京東直營店鋪錄得較大同店增長的銷售，同時我們擴充了直播團隊，並成功拓展了美團、1688等渠道，豐富了我們的電商分銷渠道。
- (2) 我們成功開發並打造了針對熬夜人群的「香囊瓶」，同時橫向拓展了護髮精油、髮膜和頭皮精華爆品，豐富了我們這一渠道的產品種類。
- (3) 在營銷推廣方面，我們充分利用微博、小紅書等平台的大流量基數，開展多樣化的內容營銷活動以獲取網點客流。通過發佈高質量的產品種草筆記、使用心得分享以及創意短視頻，我們成功吸引了大量目標用戶的關注，有效提升了品牌曝光度與產品認知度。
- (4) 我們積極拓展達人帶貨合作模式，與眾多具有影響力的達人建立長期的合作關係。借助達人的專業推薦與粉絲基礎，我們的產品得以快速觸達更廣泛的消費群體，進一步激發了市場活力，實現了這一渠道銷售業績的顯著增長。

於回顧年度內，我們繼續參與社區福利活動，以提升我們作為負責任的企業的公眾形象。在五一勞動節前期，我們與廣州市江高政府開展「致敬美容師關愛從頭開始」的公益活動，為環衛工人送去洗髮水、沐浴露和其他家用護

理產品。我們相信這些類型的社會公益活動有助於宣傳我們的企業使命和提升我們的企業形象。

截至二零二四年十二月三十一日，霸王品牌分銷網絡包括大概837個分銷商及三個重點零售商，覆蓋中國27個省份及四個直轄市。此外，該等產品亦已銷往中國香港、新加坡、泰國、馬來西亞、美國及蒙古。

於回顧年度內，本集團通過升級產品配方和包裝去推廣追風新系列產品，主供電商平台。截至二零二四年十二月三十一日，追風品牌分銷網絡包括大概837個分銷商，覆蓋中國27個省份。

麗濤產品主要由沐浴露和洗衣液組成，以中國二三線城市的消費者為目標客戶群體。本集團的目標是保持產品在流通渠道的市場覆蓋。截至二零二四年十二月三十一日，麗濤品牌分銷網絡包括大概795個分銷商，覆蓋中國27個省份。

本集團已在國內11個線上零售平台建立電商旗艦店銷售霸王、追風和本草堂品牌產品，其中兩家於回顧年度內建立。

於回顧年度內，我們獲得和/或延續和/或持有以下的證書和/或認證：

- 廣東省藥品監督管理局頒發的化妝品生產許可證書，有效期截至二零二七年五月；
- 我們的中草藥養髮護髮系列洗髮液、中藥去屑系列洗護髮產品及中草藥護膚系列沐浴露系列產品於二零二三年一月被廣東省高新技術企業協會認定為「2022年度廣東省名優高新技術產品」，有效期為三年截至二零二六年一月；
- 我們護髮護膚產品的生產流程通過了SGS機構的評估，獲得美國食品安全營養中心有關化妝品良好生產規範(GMP)2008的認證，有效期截至二零二五年七月；
- 我們護髮護膚產品的生產流程通過了SGS機構的評估，獲得國際化標準組織化妝品生產操作指南ISO22716：2007有關化妝品良好生產規範(GMP)認證，有效期截至二零二五年七月；

- 一 霸王(廣州)有限公司於二零二四年一月六日被廣東省工業和信息化廳認定為「專精特新中小企業」，有效期截至二零二七年一月；及
- 一 我們於二零二四年八月一日被國家稅務總局廣州市稅務局評定為二零二三年度納稅信用A級納稅人。

## 財務回顧

### 營業額

於回顧年度內，本集團營業額約為人民幣253.0百萬元，較二零二三年同期的人民幣237.7百萬元增加了約6.4%，其中電商渠道的營業額約為人民幣135.9百萬元，較二零二三年同期的約人民幣126.2百萬元增加了約7.7%。傳統渠道的營業額較二零二三年增加了約5.0%。

本集團核心品牌一霸王，其營業額約人民幣239.0百萬元，約佔本集團二零二四年度按品牌分類營業額的94.5%，比二零二三年增加了5.7%。

中草藥去屑護髮系列品牌一追風，其於二零二四年度的營業額約人民幣2.4百萬元，約佔本集團按品牌分類營業額的1.0%，比二零二三年度增加了約19.3%。

以純天然為基礎的洗髮水、沐浴露和洗衣液產品系列一麗濤，其營業額約人民幣9.6百萬元，約佔本集團二零二四年度經營按品牌分類營業額的3.8%，比二零二三年度增加了約146.0%。

我們通過廣泛的分銷商和零售商網絡，也通過傳統和電商兩個渠道銷售我們的產品，截止二零二四年十二月三十一日，綜述我們通過不同網絡和/或渠道的銷售額百分比列示如下：

網絡/渠道	傳統 (%)	電商 (%)	合計 (%)
分銷商	43.8	19.4	63.2
零售商	<u>2.5</u>	<u>34.3</u>	<u>36.8</u>
合計	<u><u>46.3</u></u>	<u><u>53.7</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

於二零二四年度，在香港和海外市場的銷售額約佔本集團總營業額的約1.1%。

### 銷售成本

二零二四年度的銷售成本約人民幣124.2百萬元，相比二零二三年度約人民幣117.9百萬元增加了約5.3%。整體銷售成本增加大致與銷售額的增加相符按佔營業額的百分比計算，銷售成本從二零二三年的約49.6%略下降至二零二四年的約49.1%。

### 毛利

於回顧年度內，本集團的毛利增加至約人民幣128.8百萬元，與二零二三年度約人民幣119.7百萬元相比增加了約7.6%。毛利率從二零二三年約50.4%略增加至二零二四年約50.9%。毛利率增加的主要原因是由於上述之平均單位生產成本的輕微減少。

### 其他收入

在本年度，其他收入約為人民幣1.4百萬元，與二零二三年相比減少了51.1%。減少的主要原因是由於銀行利息收入和政府補貼收入的減少。

### 銷售及分銷開支

二零二四年度銷售及分銷開支增加至約人民幣94.9百萬元，較二零二三年度約人民幣81.1百萬元增加約17.0%。其增加的原因主要是在各網絡平台例如抖音、京東等及傳統分銷商渠道促銷的廣告及推廣費用的增加，但部份被

外包勞務成本的減少所抵減。以佔收益的百分比計算，我們的銷售及分銷開支由二零二三年的約34.1%增加至二零二四年的約37.5%。

## 行政費用

二零二四年度行政費用約為人民幣29.4百萬元，較二零二三年度同期的約人民幣27.6百萬元，增加了約6.4%。其增加的原因主要研發費用、工資獎金的增加，但部份被壞帳準備的減少和貿易應收賬款的註銷所抵銷。以佔收益的百分比計算，約11.6%與二零二三年的相同。

## 有關貿易應收款項之減值損失回撥

在回顧年度內，管理層根據國際報告準則第9號的預期信貸損失「預期信貸損失」對金融資產進行信用風險評估後，本集團回撥了貿易應收款項之減值損失約為人民幣1.7百萬元（二零二三年：約人民幣1.1百萬元）。

## 經營利潤

於二零二四年，本集團錄得經營利潤約人民幣7.6百萬元，而二零二三年錄得利潤約人民幣14.9百萬元，同比下降了約49.1%。減少的主要原因是本集團銷售及分銷開支和行政費用的增加但部份被毛利的增加所抵銷。

## 融資成本

截至二零二四年十二月三十一日止年度，無錄得銀行借款的利息（二零二三年：無）。另外，來自租賃負債的利息約為人民幣1.0百萬元（二零二三年：約人民幣1.3百萬元）。

## 所得稅開支／抵免

截至二零二四年十二月三十一日，本集團錄得所得遞延收入稅支出人民幣0.07百萬元（二零二三年：遞延收入抵免約人民幣0.08百萬元）。

## 年內利潤

綜合以上列報的因素，二零二四年度本集團錄得淨利潤約人民幣6.6百萬元，而二零二三年同期錄得淨利潤約人民幣13.6百萬元，同比下降了約51.9%。

二零二四年全年度淨利潤較二零二四年十一月十五日盈利預警公告中披露的截至二零二四年十月三十一日止的十個月估計淨利潤約人民幣5.0百萬元區間增加約人民幣1.6百萬元。其主要原因是本集團在二零二四年最後的兩個月期間營業額的增加和固定資產折舊的減少，但部份被經銷商核銷的銷售費用的增加所折減。

### 本公司擁有人應佔年內利潤

因上述因素的綜合影響，本集團二零二四年度錄得本公司擁有人應佔利潤約人民幣6.6百萬元，而二零二三年度錄得本公司擁有人應佔利潤約人民幣13.6百萬元，同比下降了約51.9%。

## 展望

二零二五年一月下旬，國際貨幣基金組織（「國際貨幣基金組織」）將中國二零二五年的國內生產總值（「GDP」）增長預測從先前的4.5%修正為4.6%，微調了0.1個百分點。很大程度上抵銷了貿易政策不確定性和房地產市場對投資的負面影響。但隨著貿易不確定性的消散和退休年齡的提高減緩了該國勞動力供應的下降，二零二六年的增長率將穩定在4.5%。

二零二四年中國實際GDP同比增長5.0%，國際貨幣基金組織表示，與他們預測的4.8%相比，二零二四年中國經濟的發展是一個「正面的驚喜」。有分析認為，中國二零二四年GDP增長5.0%，得益於強勁的出口表現、有效的刺激措施、均衡的部門增長、有針對性的內需政策支持以及有利的全球經濟形勢。

二零二五年一月下旬國際貨幣基金組織在預測，二零二五年與二零二六年全球經濟增長預計將增長同為3.3%。二零二五年的預測與二零二四年十月國際貨幣基金組織出版的《世界經濟展望》的預測基本沒有變化，主要是因為美國的上調抵銷了其他主要經濟體的下調。預計全球總體通脹率將在二零二五年下降至4.2%，並在二零二六年下降至3.5%，發達經濟體比新興市場和發展中經濟體更早達到目標。

二零二五年一月中旬，中國國家統計局發佈的數據顯示，二零二四年社會消費品零售額同比增長3.5%，這一增長受到多種因素的支撐，其中包括政府主導的刺激消費舉措，特別是城市和農村地區，零售額分別增長3.4%和4.3%。值得注意的是，網上零售額猛增7.2%，表明年內向電子商務的強勁轉變。根據評級報告，由於政府補貼和商家折扣刺激了消費水平，預計二零二五年零售額增長將增長4.0%至5.0%。此外，受益於主要平台便利性和用戶體驗的改善，在線零售預計將繼續呈上升趨勢。

在二零二五年三月召開的中國全國人民代表大會上，中國制定了二零二五年國內GDP增長5.0%左右的宏偉目標，這高於國際貨幣基金組織在本年一月中旬對二零二五年GDP增長的預測，但與二零二四年的增長目標和實際增長相一致。中國總理李強承認面臨挑戰，並強調要實現這些目標需要「艱苦努力」。

話雖如此，在外部不確定性不斷增加的情況下，中央政府決心從內部尋找力量。政府推出了一些特別行動來刺激國內消費，例如耐用品以舊換新計劃和對服務消費的補貼，例如兒童保育和逐步實施免費學前教育。政府還正在實施一些措施來促進可持續消費，正如上一次全體會議決議中提出的一樣。

一些經濟分析人士認為，隨著美國可能對中國商品加征更多關稅，這會對中國出口到美國有負面影響，堅持GDP增長5%左右的決心可能是為了樹立信心，並表明政府將大力支持國內政策以刺激內需。儘管外部不確定性增加，但最近DeepSeek激發的對人工智能發展的樂觀情緒以及春節假期電影票房創紀錄等消費復蘇跡象表明信心可能正在好轉。硬數據仍然好壞參半，但如果信心增強，這可能會帶來潛在的上行空間。

鑒於上文所述整體經濟復蘇的不確定性和挑戰，董事會對二零二五年中國經濟環境連同增強經濟動力的措施和全球地緣政治形勢的發展持謹慎態度，因此在制定公司戰略和運營計劃時持謹慎態度。

二零二五年企業經營主題是「火力全開 • 奮發向前」！

對於霸王品牌系列產品，本集團擬採取以下策略來宣傳及推廣我們的品牌產品從而增加銷售收入：

- (1) 強化專利優勢宣傳：我們將利用多項專利技術，配備先進的設備，並以其專業的防脫功效作為宣傳重點，著重推廣熱銷的防脫系列產品以增加防脫系列產品的銷售額，同時，根據當前市場的新趨勢不斷開發新產品，依靠產品的核心優勢吸引更廣泛的消費群體，進而轉化為品牌的忠實用戶，增加銷售量。
- (2) 產品包裝創意設計升級：在產品包裝上，不斷升級和推出造型具有吸引力的洗髮水包裝。吸引年輕消費者的目光，增加其購買興趣，從而增加我們品牌產品的銷售額。
- (3) 積極開展跨界聯動：不斷尋找與自身品牌理念相匹配的其他品牌、IP以及相關事件去進行聯動合作，攜手推出限量版聯名產品，同時舉辦互動性強且用戶感興趣的促銷活動，借助合作方的資源與影響力，拓寬品牌的傳播邊界，吸引更多潛在消費人群。
- (4) 社交媒體深度運營：借助霸王洗髮水官方微博，以及抖音、快手、小紅書等熱門社交媒體平台，發佈趣味性的品牌關聯話題。通過與消費者頻繁互動，提升品牌在大眾心中的知名度和美譽度，讓目標客戶對產品產生濃厚的購買意願，從而增加我們品牌產品的銷售額。

- (5) 携手意見領袖推廣：主動與具有廣泛影響力的頭部意見領袖(KOL)建立合作關係，借助他們龐大的粉絲群體，讓其向粉絲推薦霸王品牌產品，比如品牌推薦官或者直播代言，大幅提升產品在大眾面前的曝光機會，提高品牌話題度並且形成高效的銷售轉化。
- (6) 舉辦多元綫下活動：有計劃地定期或不定期舉辦各類綫下活動，比如新品發佈會，讓消費者第一時間體驗新品魅力；邀請毛發健康領域的專家，定期舉辦防脫主題講座。舉辦豐富多彩的貼櫃秀促銷活動。吸引消費者踴躍參與，增強品牌與消費者之間的情感紐帶，促進傳統渠道賣場產品銷量的提升。

對於追風品牌系列產品，集團將通過傳統和電商渠道，通過精準的使用場景來滿足消費者對美髮產品的需求，以吸引更多年輕消費者，增加這個品牌的銷售收入。

對於麗濤品牌系列產品，集團將延續麗濤「家庭洗護」的品牌定位，繼續通過傳統渠道銷售洗衣液等家用清潔護理產品。

對於傳統渠道，集團將繼續通過下列措施深耕與經銷商的合作與互動：

- (1) 利用新品招商會議，加大熱銷單品如霸王養源系列、口腔系列、香氛洗衣液系列及沐浴露系列的分銷商開發以增加這個渠道的銷售；
- (2) 利用新店開張、重點檔期及節假日等特殊活動，在商場開展促銷活動增加銷量；
- (3) 增加在優質銷售點的周末促銷和貼櫃秀活動的頻率，利用創意表演來引起顧客的注意，並對我們的品牌影響力產生積極影響；
- (4) 加大對重點經銷商、重點系統和重點門店的投入，為其定製專供產品提高這些渠道產品的分銷收入；

- (5) 持續做好重點門店的產品陳列形象建設，穩定該渠道的銷售收入；及
- (6) 利用各國海關數據庫軟件的客戶信息及參加線下的國際展會來開發海外空白市場，以增加海外的銷售。

對於電商渠道，本集團將計劃通過以下方式，以期實現銷售穩定增長：

- (1) 對於天貓旗艦店和天貓超市，集團將加大費用投入、提升運營效率和梳理貨品結構，穩住平台原有防脫育髮熱銷產品市場規模；根據消費者分部、場景、需求開發和推廣與品牌定位相關的新品；同時橫向拓展護髮品類，如頭皮護理精華、髮膜、精油等增加這個平台的銷售額；
- (2) 對於京東平台，集團將根據平台特性和方向，通過加大費用投入，優化站內運營效率，效率吸引更多優質消費者流量，並根據平台內各流量入口規則上架2025年度主推新品、爆品來增加這個平台銷售額；同時梳理優化產品價格，以拓展平台企業端採購需求，做銷售額增量；
- (3) 對於拼多多平台，集團將繼續推出適合平台人群和高性價比的新品及上架其他渠道爆品，通過拼多多官方平台的百億補貼等活動拉動這個渠道的銷售增長；
- (4) 對於經銷商渠道，集團將規劃梳理貨品，扶持經銷商，擴大美團、朴樸等一些新開發的銷售額規模；鼓勵現有經銷商重點定製開發護髮類、口腔類和身體護理類產品，做霸王品牌銷售額增量。集團計劃加大投入1688平台，通過1688平台開發新的客戶；
- (5) 對於直播平台，集團將繼續加大抖音店鋪直播推廣投入，加強短視頻素材內容，優化2號直播間貨品策略，提升銷售額規模；同時通過拓展和合作抖音、視頻號及快手帶貨主播，實現品牌知名度和品牌銷售規模上的增長；及

(6) 對於微信視頻號，集團將密切關注視頻號及直播發展狀況，找準合適時機進行佈局和投入資金而產生銷售。

在生產管理和產品質量方面，我們在保證產品質量的前提下，將重點放在產品的核心技術創新上，利用我們現有的專業研發團隊，持續與各大高校和科研機構建立戰略合作，開展產學研合作項目，將科研成果轉換為高質量和高品質的產品，同時我們將持續改善生產管理自動化以保持我們產品的競爭優勢、霸王品牌形象和中草藥領先地位。

我們不斷與時俱進改進生產過程並優化內部流程、管理體系、生產效率等方面，降低運營成本並提高企業運營效益和競爭力；我們通過對生產車間進行翻新，提升工廠形象，同步現有化妝品法規要求從而使我們的產品更加安全；我們將持續替換部分舊的生產線和生產設備，使得我們的產品生產線更加自動化，高效化和節約能源消耗。

我們繼續推動績效考核制度，秉承「以人為本」的生產管理理念，培訓工人操作新設備的技能水平和模擬不同緊急場景下的安全生產教育，提高工人對綠色生產的環境意識，從而創造更多的員工生活福利，在降低生產成本同時增加工人的收入。

我們將採用更加靈活和先進的供應鏈管理方法，合理利用現有的車間資源，優化生產流程。在二零二三年資產負債表日後，我們的光伏設備已開始運行，有助於減少傳統用電量，從而節省生產成本，並減少碳排放。並對生產流程和工藝進行嚴格控制，確保產品質量的同時，最大限度地減少物料損耗和能源浪費，以期達成公司設定的ESG各項排放的目標。

關於代工生產(「OEM」)業務，將繼續利用我們原有的專業設計、研發能力、成熟的生產管理技能和先進的生產設施等競爭優勢，拓展OEM業務，加強與優質客戶的合作，以提升我們在這些業務領域的市場佔有率和影響力。

我們相信通過上述資源和能源管理和工作流程的改進步驟，在合理的「降本增效」把控下，最大限度地提高生產效率，實現可持續性的高質量發展，以實現公司ESG報告中的各項環境排放指標，為我們的股東創造更多的價值回報。

在業務擴展計劃方面，本集團將繼續開發與潛在經銷商合作，把我們的品牌推廣至其他國家。本集團將以開放的態度尋找與潛在的海外經銷商洽談更多的商業合作機會。

於本公告發佈之日，本集團並無任何正在洽談處理的收購事宜，並且暫時不會積極尋找潛在的收購機會。然而，本集團將考慮任何潛在投資機會的可行性，以提高我們股東的回報。

展望未來，在不穩定的經營環境中，我們計劃專注於維持和發展我們業務之戰略方向這兩方面：就短期而言，本集團擬繼續在國內外組建就家庭及個人護理行業建立豐富經驗的管理團隊、恢復銷售增長勢頭和盈利能力，以及提升投資者對本集團的信心；就長期而言，本集團將繼續鞏固發展模式及定位，以增加市場佔有率及迎戰國內外競爭對手，保持家庭及個人護理產品品牌及產品多樣化的均衡策略及成為中草藥家庭及個人護理產品領軍企業。

## 流動資金、財務資源及資本架構

本集團採用保守的財務管理政策並維持良好穩定的財務狀況。截止二零二四年十二月三十一日，本集團的銀行結餘及現金為約人民幣120.3百萬元(二零二三年：約人民幣88.3百萬元)，在年度結束時沒有存放超過一年的定期存款(二零二三年：約人民幣30.0百萬元)。流動資金和財務資源概要列載如下：

	於二零二四年 十二月三十一日 人民幣百萬元	於二零二三年 十二月三十一日 人民幣百萬元
銀行結餘及現金	120.3	88.3
定期存款	0	30.0
貸款總額	0	0
總資產	235.4	230.3
資產負債率 <sup>1</sup>	0%	0%

附註：

1. 資產負債率按貸款總額除以資產總額計算

## 重大收購及出售

於回顧年度，本集團並無重大收購或出售其附屬及聯營公司的活動。

## 匯率波動風險及有關對沖

本集團主要在中國境內經營業務，大部分交易以人民幣結算，本集團的報告貨幣為人民幣。於回顧年度，本集團出口產品銷往香港以及其他海外地區，交易以港幣或美元結算。本集團大部份現金及銀行存款均以人民幣計值。倘若本公司宣派股息時，利息亦將以港幣派付。董事認為本集團從事的業務主要是以人民幣結算的，因此外匯風險對本集團的日常經營影響並不重大。於二零二四年十二月三十一日，本集團並沒有發行任何重大金融工具或訂立任何重大合約作外匯對沖用途。然而，董事將繼續監察集團的外匯風險，並準備在需要時採取審慎的措施，例如對沖。

## 或然負債

於二零二四年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債。

## 資本承擔

於二零二四年十二月三十一日，本集團無重大資本承擔。

## 資產抵押

截至二零二四年十二月三十一日，本集團無資產抵押。

## 貿易及其他應付款項

於二零二四年十二月三十一日，本集團貿易及其他應付款項約為人民幣65.8百萬元(二零二三年：約人民幣59.4百萬元)，這個增加主要是因為貿易應付款項、應付推廣費用和應付稅款所得稅除外的增加，但這項增加被貿易應收賬款的註銷及其他應付及應計款項的減少部份所抵減。截至二零二四年十二月三十一日和二零二三年十二月三十一日止的兩個年度，貿易及其他應付款項並無任何應付關聯方的結餘。

## 購入、出售或贖回本公司之上市證券

於回顧年度，本公司及其任何附屬公司並無購入(包括出售庫存股份，如有)、出售或贖回本公司之任何上市證券，截至二零二四年十二月三十一日，公司並無持有《上市規則》所定義的任何庫存股份。

## 報告期後事項

董事們並未知曉任何二零二四年十二月三十一日之後以及截至本公告刊發之日前發生的需要披露的重大事件。

## 企業管治守則

本公司致力提高本集團的企業管治水平，而董事會則檢討及更新為促進良好企業管治的一切必要措施。

董事會認為，截至二零二四年十二月三十一日止的年度，本公司一直遵守香港聯合交易所之證券上市規則(「上市規則」)附錄C1所載企業管治守則所載適用的守則條文。

## 董事進行證券交易的標準守則

本公司已採納上市規則附錄C3所載上市發行人之董事進行證券交易的標準守則(「標準守則」)，作為董事進行證券交易的行為守則。向董事進行特定查詢後，所有董事確認於回顧年度內一直遵守標準守則所載的規定標準。

## 審核及風險管理委員會

審核及風險管理委員會已與公司管理層及公司獨立核數師審閱本集團截至二零二四年十二月三十一日止之全年業績，並建議董事會將其採納。

## 派息

考慮到二零一八年十二月三十一日公司宣佈的集團股利政策所包含事項，董事會不建議派發關於截至二零二四年十二月三十一日止年度的任何末期股息。

## 股東周年大會及暫停辦理股份過戶登記

本公司謹訂於二零二五年五月三十日(星期五)召開股東週年大會(「股東週年大會」)。本公司將由二零二五年五月二十四日(星期六)起至二零二五年五月三十日(星期五)止(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，以確定有權出席股東周年大會並於會上投票的股東的資格，期間將不會辦理任何股份轉讓。股東如欲出席股東周年大會並於會上投票，最遲須於二零二五年五月二十三日(星期五)下午四時三十分之前將所有正式填妥之過戶表格連同有關股票交回本公司之股份過戶登記分處寶德隆證券登記有限公司，地址為香港北角電器道148號21樓2103B室。

股東週年大會通告將根據上市規則規定之形式刊發及寄送予股東。

## 刊發年度業績公告及年度報告

此年度業績公告於本公司的網站([www.bawang.com.cn](http://www.bawang.com.cn))，IRAsia的網站([www.irasia.com/listco/hk/bawang/](http://www.irasia.com/listco/hk/bawang/))，及香港聯合交易所有限公司的網站([www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk))發佈。本公司將向股東寄發載有上市規則規定之所有資料的截至二零二四年十二月三十一日止的年度報告，並於適當時候在上述網站可供查閱。

## 致謝

董事會謹藉此機會，向不斷擁戴及支持本公司的全體股東、客戶、供應商、銀行、專業人士和僱員，致以衷心的謝意！

承董事會命  
霸王國際(集團)控股有限公司  
陳啟源  
主席

香港，二零二五年三月二十八日

於本公告日期，本公司董事會由三名執行董事陳啟源先生、陳正鶴先生及黃善榕先生，以及三名獨立非執行董事張建榮先生、劉婧博士及朱達凱先生組成。