

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)

截至二零二六年三月三十一日止年度的 年度業績公告

財務摘要

- 截至二零二六年三月三十一日止財政年度的收益約為834.6百萬港元，較二零二五年同期約782.3百萬港元增加約6.7%。
- 相同財政年度經營溢利約為263.8百萬港元，較二零二五年同期約246.1百萬港元增加約7.2%。
- 相同財政年度本公司權益持有人應佔溢利約為201.1百萬港元，較二零二五年同期約197.3百萬港元增加約1.9%。
- 董事會建議就截至二零二六年三月三十一日止年度派付末期股息每股7.35港仙，總額約為60.4百萬港元(二零二五年末期股息：每股11.50港仙)。連同中期股息每股9.75港仙(二零二五年中期股息：每股5.50港仙)，截至二零二六年三月三十一日止年度的股息總額為每股17.10港仙(二零二五年：每股17.00港仙)。

董事會欣然宣佈本集團截至二零二六年三月三十一日止年度的經審核綜合年度業績，連同二零二五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 二零二六年 千港元	二零二五年 千港元
收益	4	834,634	782,292
銷售成本		<u>(369,096)</u>	<u>(368,585)</u>
毛利		465,538	413,707
其他收入淨額	5	10,099	18,098
銷售及分銷開支		(131,589)	(122,462)
行政及其他營運開支		<u>(80,260)</u>	<u>(63,279)</u>
經營溢利		263,788	246,064
融資成本	6(a)	(11,686)	(4,464)
應佔合資公司溢利		<u>52</u>	<u>66</u>
除稅前溢利	6	252,154	241,666
所得稅	7	<u>(41,843)</u>	<u>(38,978)</u>
年內溢利		<u>210,311</u>	<u>202,688</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		-	(10,189)
隨後可重新分類至損益的項目， 扣除零稅項：			
換算香港境外業務財務報表產生的匯兌差額		<u>37</u>	<u>129</u>
年內其他全面收益		<u>37</u>	<u>(10,060)</u>
年內全面收益總額		<u>210,348</u>	<u>192,628</u>

截至三月三十一日止年度
二零二六年 二零二五年
附註 千港元 千港元

以下人士應佔溢利：

本公司權益持有人	201,088	197,261
非控股權益	<u>9,223</u>	<u>5,427</u>

年內溢利總額	<u>210,311</u>	<u>202,688</u>
--------	----------------	----------------

以下人士應佔全面收益總額：

本公司權益持有人	201,125	187,201
非控股權益	<u>9,223</u>	<u>5,427</u>

年內全面收益總額	<u>210,348</u>	<u>192,628</u>
----------	----------------	----------------

港仙

港仙

每股盈利：

8

基本及攤薄

24.63

24.08

綜合財務狀況表

於二零二六年三月三十一日

		於三月三十一日	
		二零二六年	二零二五年
	附註	千港元	千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備		173,328	142,209
無形資產		1,041,123	817,149
於合資公司的權益		3,248	3,215
其他非流動資產		51,964	127,998
遞延稅項資產		4,675	2,195
		<u>1,274,338</u>	<u>1,092,766</u>
流動資產			
存貨		80,074	82,241
貿易及其他應收款項	10	288,290	163,970
即期可回收稅項		8	294
現金及現金等價物		119,936	205,847
		<u>488,308</u>	<u>452,352</u>
流動負債			
貿易及其他應付款項以及合約負債	11	102,234	98,870
銀行貸款		115,437	149,800
租賃負債		19,054	13,118
即期應付稅項		20,812	19,223
		<u>257,537</u>	<u>281,011</u>
流動資產淨值		<u>230,771</u>	<u>171,341</u>
資產總值減流動負債		<u>1,505,109</u>	<u>1,264,107</u>

	於三月三十一日	
	二零二六年	二零二五年
附註	千港元	千港元
非流動負債		
銀行貸款	250,000	–
租賃負債	9,230	8,829
遞延稅項負債	114,875	91,320
	<u>374,105</u>	<u>100,149</u>
資產淨值	<u>1,131,004</u>	<u>1,163,958</u>
資本及儲備		
股本	12(a) 8,198	8,140
儲備	1,071,932	1,073,879
本公司權益持有人應佔權益總額	<u>1,080,130</u>	<u>1,082,019</u>
非控股權益	<u>50,874</u>	<u>81,939</u>
權益總額	<u>1,131,004</u>	<u>1,163,958</u>

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及分銷健康保健品，以及提供中醫診所服務。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二零二六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二零二五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。

綜合財務報表按照香港財務報告準則會計準則(為包括由香港會計師公會(「香港會計師公會」)頒佈所有適用的個別香港財務報告準則「香港財務報告準則」、香港會計準則(「香港會計準則」)及詮釋的統稱)及香港公司條例的披露規定而編製。該等綜合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的金融資產計量的投資按公平值呈列。

3 會計政策變動

本集團已於本會計年度的財務報表應用香港會計師公會所頒佈的《香港會計準則》第21號(修訂本)－外匯匯率變動影響－缺乏可兌換性。由於本集團並未進行任何外幣不可兌換成其他貨幣的外幣交易，因此該等修訂本對綜合財務報表並無重大影響。

本集團亦未應用任何於本會計年度尚未生效的新準則或詮釋。

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、分銷健康保健品，以及提供中醫診所服務。截至二零二六年及二零二五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（「香港財務報告準則第15號」）確認。本集團對其銷售合約應用香港財務報告準則第15號第121段中的可行權宜方法，並無披露有關原預期年期為一年或以下剩餘履約責任的資料。

收益指向客戶提供貨品的銷售價值及所提供服務的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。本集團按與就資源分配及評估表現而言向本集團最高行政管理人員內部呈報資料一致的方式呈列以下三個可報告分部。並無合併經營分部以組成以下可報告分部。

- 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。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。此分部亦包括提供中醫診所服務。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。

收益及開支分配至可報告分部，當中經參考該等分部產生的銷售額以及該等分部產生或該等分部應佔資產折舊或攤銷另行產生的開支。

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，綜合財務報表並無呈列可報告資產及負債。

於截至二零二六年及二零二五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	
	二零二六年	二零二五年	二零二六年	二零二五年	二零二六年	二零二五年	二零二六年	二零二五年
	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)								
- 銷售貨品	279,972	272,231	429,900	405,448	86,258	104,613	796,130	782,292
- 提供服務	-	-	38,504	-	-	-	38,504	-
	<u>279,972</u>	<u>272,231</u>	<u>468,404</u>	<u>405,448</u>	<u>86,258</u>	<u>104,613</u>	<u>834,634</u>	<u>782,292</u>
可報告分部毛利	<u>218,151</u>	<u>214,539</u>	<u>224,732</u>	<u>175,036</u>	<u>22,655</u>	<u>24,132</u>	<u>465,538</u>	<u>413,707</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	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
收益		
可報告分部收益及綜合收益	834,634	782,292
溢利		
可報告分部毛利	465,538	413,707
其他收入淨額	10,099	18,098
銷售及分銷開支	(131,589)	(122,462)
行政及其他營運開支	(80,260)	(63,279)
融資成本	(11,686)	(4,464)
應佔合資公司溢利	52	66
綜合除稅前溢利	252,154	241,666
銀行存款利息收入	(800)	(1,570)
融資成本	11,686	4,464
折舊及攤銷	49,744	52,284
出售一間附屬公司虧損	600	-
出售合資公司股權虧損/(收益)	16	(1,016)
應佔合資公司溢利	(52)	(66)
經調整EBITDA*	313,348	295,762

* 指「扣除利息、稅項、折舊及攤銷前的經調整盈利」，其中「利息」視為包括銀行存款利息收入及融資成本。為達致經調整EBITDA，本集團的盈利就出售一間附屬公司虧損、出售合資公司股權虧損/(收益)及應佔合資公司溢利作出進一步調整。

(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或承銷商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	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
來自外部客戶的收益		
香港(營運地)	697,524	562,006
中國內地	67,840	146,980
澳門	21,962	38,644
新加坡	24,032	15,563
其他	23,276	19,099
	<u>834,634</u>	<u>782,292</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、廠房及設備的非即期預付款項而言)、獲分配該等資產的業務的所在地(就無形資產、收購一間附屬公司的非即期預付款項、分銷權的非即期預付款項及其他非即期預付款項而言)以及業務所在地(就於合資公司的權益而言)而釐定。

	於三月三十一日	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
指定非流動資產		
香港(營運地)	1,268,547	1,089,871
中國內地	602	700
	<u>1,269,149</u>	<u>1,090,571</u>

(iv) 有關主要客戶的資料

截至二零二六年三月三十一日止年度，本集團客戶群包括一名(二零二五年：一名)品牌藥、品牌中藥及健康保健品分部的客戶，與其進行的交易超過本集團收益的10%。向該客戶銷售品牌藥、品牌中藥及健康保健品(包括向就本集團所知處於共同控制下的實體作出銷售)的所得收益約為326,845,000港元(二零二五年：212,331,000港元)。

5 其他收入淨額

	截至三月三十一日止年度	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
佣金收入	5,919	2,383
政府補助(附註)	1,634	830
銀行存款利息收入	800	1,570
外匯(虧損)/收益淨額	(2,107)	9,188
出售一間附屬公司虧損	(600)	-
出售物業、廠房及設備的虧損淨額	(12)	(118)
出售合資公司股權(虧損)/收益	(16)	1,016
其他	4,481	3,229
	<u>10,099</u>	<u>18,098</u>

附註：該款項包括本地政府對香港產品開發的支持。

6 除稅前溢利

除稅前溢利經扣除以下各項後達致：

	截至三月三十一日止年度	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
(a) 融資成本		
銀行貸款利息	10,539	3,569
應付以下各方租賃負債利息		
— 第三方	688	551
— 關聯方	459	344
	<u>1,147</u>	<u>895</u>
	<u>11,686</u>	<u>4,464</u>
(b) 其他項目		
折舊		
— 自有物業、廠房及設備	11,596	13,170
— 使用權資產	20,704	15,307
	<u>32,300</u>	<u>28,477</u>
無形資產攤銷	17,444	23,807
核數師酬金		
— 審核服務	2,552	2,552
— 其他服務	801	763
存貨成本	335,924	368,585
	<u>335,924</u>	<u>368,585</u>

7 所得稅

於綜合損益及其他全面收益表的所得稅指：

	截至三月三十一日止年度	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
即期稅項		
年內撥備	47,467	43,034
過往年度撥備不足／(超額撥備)	124	(797)
	47,591	42,237
遞延稅項		
暫時差額的產生及撥回	(5,748)	(3,259)
	41,843	38,978

年內香港利得稅撥備乃按年內估計應課稅溢利的16.5%(二零二五年：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二零二六年三月三十一日止年度的本公司權益持有人應佔溢利201,088,000港元(二零二五年：197,261,000港元)，以及已發行普通股的加權平均數計算如下：

普通股加權平均數：

	截至三月三十一日止年度	
	二零二六年	二零二五年
	千股	千股
年初已發行本公司普通股	814,000	831,248
就股份授予計劃所持普通股的影響(附註12(b)(i))	2,551	(4,131)
購回及註銷普通股的影響(附註12(b)(ii))	-	(7,925)
	816,551	819,192

(b) 每股攤薄盈利

截至二零二六年及二零二五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

(a) 屬於相關年度的應付本公司權益持有人股息

	截至三月三十一日止年度	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
宣派及派付中期股息每股9.75港仙 (二零二五年：每股5.50港仙)	79,930	45,210
報告期末後擬派末期股息每股7.35港仙 (二零二五年：每股11.50港仙)(附註)	60,417	94,530
	<u>140,347</u>	<u>139,740</u>

附註：於報告期末，報告期末後擬派的末期股息尚未確認為負債。

(b) 屬於上一財政年度並於相關年度獲批准及已派付的應付本公司權益持有人股息

	截至三月三十一日止年度	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
有關上一財政年度並於本年度獲批准及已派付的末期 股息每股11.50港仙(二零二五年：每股4.05港仙)	94,530	33,486
減：股份授予計劃持有普通股的股息	(656)	(105)
	<u>93,874</u>	<u>33,381</u>

10 貿易及其他應收款項

	於三月三十一日	
	二零二六年	二零二五年
	千港元	千港元
貿易應收款項		
— 第三方	228,155	133,788
— 關聯方	1,075	345
	<u>229,230</u>	<u>134,133</u>
其他應收款項	5,012	931
按金及預付款項	54,048	28,710
應收一名關聯方款項	—	196
	<u>288,290</u>	<u>163,970</u>

於二零二六年三月三十一日，預期將於超過一年後收回的按金及預付款項為9,675,000港元(二零二五年：7,335,000港元)。餘下貿易及其他應收款項預期將於一年內收回。

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	
	二零二六年 千港元	二零二五年 千港元
少於一個月	74,869	55,663
一至六個月	104,098	72,724
超過六個月	50,263	5,746
	<u>229,230</u>	<u>134,133</u>

11 貿易及其他應付款項以及合約負債

	於三月三十一日	
	二零二六年 千港元	二零二五年 千港元
貿易應付款項		
– 第三方	19,352	21,333
應付薪金及花紅	12,378	7,504
其他應付款項及應計費用	59,874	64,783
應付一名關聯方款項	582	624
應付一間合資公司款項	2,000	2,000
合約負債	8,048	2,626
	<u>102,234</u>	<u>98,870</u>

賬齡分析

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

	於三月三十一日	
	二零二六年 千港元	二零二五年 千港元
一個月內	12,128	12,321
一至六個月	6,840	8,384
超過六個月	384	628
	<u>19,352</u>	<u>21,333</u>

12 資本及儲備

(a) 股本

	附註	股份數目 千股	金額 千港元
法定：			
於二零二四年四月一日、二零二五年三月三十一日、二零二五年四月一日及二零二六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：			
於二零二四年四月一日		831,248	8,312
就股份授予計劃收購的普通股	(b)(i)	(10,500)	(105)
就股份授予計劃歸屬的普通股	(b)(i)	5,400	54
購回及註銷普通股	(b)(ii)	<u>(12,148)</u>	<u>(121)</u>
於二零二五年三月三十一日及二零二五年四月一日		814,000	8,140
就股份授予計劃收購的普通股	(b)(i)	(500)	(5)
就股份授予計劃歸屬的普通股	(b)(i)	<u>6,300</u>	<u>63</u>
於二零二六年三月三十一日		<u>819,800</u>	<u>8,198</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地位。

(b) 按權益結算的股份付款交易

(i) 股份授予計劃

本公司於二零二一年一月十八日採納股份授予計劃，並於二零二三年九月二十一日作出修訂。根據股份授予計劃，董事獲授權酌情釐定獲授本公司股份的個別人士，包括本集團任何公司的董事及僱員。股份授予計劃自二零二一年一月十八日起10年期內有效及生效。

本公司根據股份授予計劃授出的股份將由受託人購買及持有。受託人可於任何財政年度購買的最高數目將由董事會釐定，惟有關購買不會導致受託人於任何時間持有超過本公司已發行股份總數的5%。

此外，除非獲董事會批准，否則倘授出有關獎勵股份會導致於任何12個月期間授予任何個別人士的股份總數超過本公司已發行股份總數的1%（如屬獨立非執行董事，則為本公司已發行股份總數的0.1%），則不得向該個別人士授出獎勵股份。

截至二零二六年三月三十一日止年度，股份授予計劃的受託人已透過公開市場購買購入500,000股股份，總代價約為787,000港元。截至二零二五年三月三十一日止年度，股份授予計劃的受託人已透過公開市場購買購入10,500,000股股份，總代價約為10,552,000港元。

截至二零二六年三月三十一日止年度，本公司已向合資格承授人(包括若干董事及本集團僱員)授出合共6,300,000股股份。截至二零二五年三月三十一日止年度，本公司已向一名合資格承授人授出合共5,400,000股股份。

截至二零二六年三月三十一日止年度根據股份授予計劃授出的股份詳情如下：

授出日期	股份數目		年內失效/ 已註銷	於 二零二六年 三月三十一日	歸屬日期	
	於 二零二五年 四月一日	年內授出				
二零二五年 六月十七日	-	2,800,000	(2,800,000)	-	-	二零二五年 七月三十一日
二零二五年 七月二十八日	-	1,000,000	(1,000,000)	-	-	二零二五年 九月九日
二零二五年 十一月十八日	-	2,500,000	(2,500,000)	-	-	二零二六年 一月二日
	-	6,300,000	(6,300,000)	-	-	

(ii) 購買自身的普通股

截至二零二五年三月三十一日止年度，本公司於聯交所購回及註銷的自身普通股如下：

購回股份的年/月份	所購回及 註銷 股份數目	每股已付 最高價 港元	每股已付 最低價 港元	已付總價 千港元
二零二四年四月	338,000	0.92	0.89	302
二零二四年七月	7,000,000	1.00	0.98	6,988
二零二四年八月	4,810,000	0.95	0.90	4,562
	12,148,000			11,852

13 收購附屬公司

(a) 收購天喜堂藥廠有限公司

於二零二五年二月二十一日，本公司的間接全資附屬公司Arrow King Inc.與一名獨立第三方訂立買賣協議，據此，Arrow King Inc.同意收購及該獨立第三方同意出售天喜堂藥廠有限公司（「天喜堂」）90.0%股權，代價為171,000,000港元，而該交易已於二零二五年四月三日完成。天喜堂的主要業務為製造及銷售品牌中藥。

(b) 收購健福堂中醫集團有限公司及其附屬公司

於二零二五年六月十六日，本公司的間接全資附屬公司Winner Win Limited與一名獨立第三方訂立買賣協議，據此，Winner Win Limited同意收購而該獨立第三方同意出售健福堂中醫集團有限公司（「健福堂集團」）100.0%股權，代價為38,000,000港元，而該交易已於二零二五年六月三十日完成。健福堂集團的主要業務為提供中醫診所服務。

(c) 收購景培中醫醫療集團有限公司及兆麟醫心有限公司

於二零二五年十二月三十日，本公司的間接全資附屬公司Joy Wish Limited與一名獨立第三方訂立買賣協議，據此，Joy Wish Limited同意收購而該獨立第三方同意出售景培中醫醫療集團有限公司（「景培」）及兆麟醫心有限公司（「兆麟」）100.0%股權，代價為36,000,000港元，而該交易已於二零二六年一月三十日完成。景培及兆麟的主要業務為提供中醫診所服務及骨科及整脊專科醫療服務。

14 收購於附屬公司的額外權益

截至二零二六年三月三十一日止年度，本集團以總代價84,016,000港元分別收購李衆勝堂（集團）有限公司（「李衆勝堂」）及Quinwood Limited（「Quinwood」）的額外28.0%及21.0%股權。完成交易後，本集團於李衆勝堂及Quinwood的權益分別由43.9%上升至71.9%及由71.0%上升至92.0%。因此，本集團確認非控股權益減少41,206,000港元及資本儲備減少42,810,000港元。

截至二零二六年三月三十一日止年度，本集團收購天喜堂的額外10.0%股權，代價為19,000,000港元。該等交易完成後，本集團於天喜堂的權益由90.0%增加至100.0%。因此，本集團確認非控股權益減少14,966,000港元及資本儲備減少4,034,000港元。

15 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二零二六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草擬本所載金額進行比較，當中的金額一致。畢馬威會計師事務所就此進行的工作並不構成核證，因此畢馬威會計師事務所並無就初步公告作出意見或保證結論。

主席報告

各位股東：

強化可持續增長根基

本人欣然呈報，健倍苗苗於二零二六財年再次錄得穩健的業績表現，此成果充分反映我們的品牌實力、策略成效，以及全體員工的不懈努力與貢獻。

年內，香港零售市場隨著訪港旅客人次回升及消費氣氛逐步改善而持續復甦。儘管宏觀經濟環境仍存在不確定性，消費模式亦持續轉變，消費醫療保健市場仍展現出良好的韌性，受惠於公眾健康意識提升，以及市場對值得信賴的自我保健產品需求持續增長。

在此背景下，本集團的收益、毛利及股東應佔溢利均穩步增長。更重要的是，我們透過嚴謹的品牌投資、產品組合優化，以及審慎拓展新的增長領域，持續鞏固業務基礎。以上成果彰顯我們業務模式的韌性，以及我們在靈活應對市場變化的同時，始終專注於創造長遠價值的能力。

卓越品牌管理推動可持續增長

健倍苗苗的一項核心優勢在於我們能夠建立、培育並發展值得信賴醫療保健品牌的能力。透過深入洞察消費者需求，並秉持審慎而具前瞻性的品牌管理策略，我們成功傳承品牌價值，同時確保其在瞬息萬變的市場環境中保持競爭力及相關性。

憑藉此核心能力，我們得以持續釋放品牌組合的長遠價值，進一步提升品牌資產、拓展消費者覆蓋面，並推動可持續增長。保濟丸、何濟公及飛鷹活絡油的卓越表現，充分體現此策略的成效，亦為未來發展奠定堅實基礎。

品牌中藥業務：日益重要的策略支柱

年內其中一項重要亮點，是本集團品牌中成藥業務持續錄得強勁表現，並已逐步發展成為推動本集團增長的重要支柱。

該分部業績出色，得益於保濟丸持續增長動力、飛鷹活絡油品牌實力進一步提升，以及濃縮中藥顆粒業務及其他歷史悠久品牌中成藥產品的穩健貢獻。該等業務共同彰顯我們品牌中藥產品組合的實力深度與廣度，以及消費者對旗下品牌長久以來建立的信任。

年內另一項重要里程碑，是我們成功整合天喜堂天喜丸。作為婦女健康領域享負盛名的傳統品牌，天喜堂天喜丸多年來憑藉卓越口碑及產品信譽，深受香港及中國內地消費者信賴。

我們相信，天喜堂天喜丸為我們進一步強化品牌中藥產品組合締造良機。憑藉其深厚品牌傳承及廣泛市場認受性，我們有信心透過健倍苗苗的品牌管理專業知識、市場推廣能力以及分銷網絡，加速其業務發展。秉承我們活化歷史品牌的優良往績，我們有信心進一步鞏固該品牌的市場地位，並釋放其長期增長潛力。

充分把握行業長期增長

除短期業績表現外，我們對品牌中藥業務的長遠發展同樣抱持樂觀。

隨著健康意識提升、人口老齡化，以及市場對預防保健日益重視，傳統醫藥產品的需求持續增長。同時，年輕一代對中醫藥的接受程度不斷提高，為歷史悠久的品牌帶來拓展市場及吸納新一代消費者的重要機遇。

更重要的是，相關趨勢亦獲得政策支持。在香港，《中醫藥發展藍圖》的推進、中醫醫院的建設，以及持續提升行業標準及科研能力等措施，均有助促進中醫藥產業的長遠發展。

在粵港澳大灣區方面，推動中醫藥傳承、創新及融合發展的相關政策，正為香港註冊中成藥創造更多市場機遇。加上市場對香港優質醫療保健品牌的認知及信任持續提升，均為未來增長提供有利條件。

憑藉我們備受信賴的品牌組合、穩固的市場地位以及深厚的行業經驗，健倍苗苗具備優越條件把握上述結構性增長機遇，進一步鞏固其在品牌中藥市場的領導地位。

拓展新增長領域

在鞏固品牌中成藥核心業務的同時，我們亦持續透過審慎投資互補性的醫療保健領域，拓展本集團的增長平台。

年內，本集團跨境電子商務業務持續取得穩步進展。旗下自有品牌於主要電商平台表現理想，反映香港優質醫療保健品牌日益受到消費者青睞，亦突顯此銷售渠道的重要策略價值。

我們亦持續加強在專科醫療保健領域的布局。健康及保健產品分部旗下的Oncotype DX 基因檢測業務錄得令人鼓舞的增長，受惠於市場對預防保健的關注提升，以及個人化醫療日益普及。

上述業務發展與本集團核心優勢相輔相成，有助進一步提升業務組合的多元化及韌性。

篤信未來

展望未來，全球經濟及地緣政治的不明朗因素預期將持續存在，消費模式可能持續變化。儘管如此，我們對醫療保健行業的長遠發展前景充滿信心。

支持醫療保健需求增長的基本因素依然穩固，包括健康意識不斷提升、人口老齡化、對自我保健及預防性醫療日益重視，以及大灣區的持續發展，均為本集團的可持續增長，帶來令人振奮的機遇。

憑藉我們備受信賴的品牌組合、卓越的商業執行能力、穩健的財務狀況及清晰的策略方向，我們已為把握該等機遇及為股東創造持久價值做好充分準備。

致謝

本人謹代表董事會，衷心感謝各位股東、客戶、業務合作夥伴及醫療專業人士一直以來的信任及支持。

本人尤其感謝管理團隊及全體員工於年內展現的專業精神、熱誠及堅定承擔。他們追求卓越、精益求精的精神，乃本集團取得成功的重要基石，並持續推動我們實踐「以自我保健成就更健康生活」的使命。

未來，我們將繼續發揮優勢，攜手推動可持續增長的新里程。

健倍苗苗(保健)有限公司

主席兼行政總裁

岑廣業

謹啟

二零二六年六月二十二日

管理層討論及分析

業務回顧

香港零售業於二零二六財年逐步復甦，扭轉上一年度的跌勢。二零二五年，零售銷售額重拾溫和升軌，且連續數月保持雙位數增長，使增長勢頭於二零二六年初顯著回升。網上零售額亦顯著擴大，反映消費者購買行為的持續轉變及數碼商務重要性日增。

若干宏觀經濟及市場因素共同構成健倍苗苗於二零二六財年面對的營商環境。隨著入境旅遊人數持續增長，二零二五年到訪遊客數目達約49.9百萬人次，按年增長12%，為相關領域(尤其在遊客相關消費方面)提供重大支持。政府舉措、大型盛事以及與大灣區的持續融合提振市場信心及人流。更廣泛經濟穩定和消費者信心提升為本財政年度後半部分營造更加有利的零售環境。

面對此不斷演變的經營環境，健倍苗苗憑藉旗艦品牌中藥及品牌消費保健品錄得穩健表現。本集團繼續展現出卓越的運營能力，成效顯著的品牌管理、精準的銷售舉措、產品組合優化(包括策略收購天喜堂天喜丸等)，以及各渠道嚴謹一致的執行力。本集團更加注重線上及線下增長，加上擴大對大灣區及跨境電商平台的佈局，藉此把握市場機遇。

隨著健康意識日益提升、人口老齡化趨勢持續，以及大灣區融合發展帶來的協同效益，本集團具備有利條件把握相關結構性增長機遇。同時，本集團將繼續秉持創新與靈活應變的策略，積極應對瞬息萬變的零售市場環境。

業績

於報告期內，本集團品牌醫療保健業務(涵蓋品牌藥、品牌中藥及健康保健品)在市場持續擴張及策略性增長舉措的推動下，錄得穩定的財務表現，收益達834.6百萬港元，按年增加6.7%。於二零二六財年的毛利增長12.5%至465.5百萬港元，反映產品組合持續優化及營運靈活性提升。權益持有人應佔綜合溢利增長1.9%至201.1百萬港元，顯示業務在大幅提高策略投資支持未來增長的情況下依然展現出強勁的韌性。

毛利增長主要得益於本集團核心品牌維持強勁的銷售表現，當中以品牌中藥分部的保濟丸及品牌藥分部的何濟公表現尤為突出。此外，新收購的天喜堂品牌所帶來的貢獻，以及聚焦品牌管理及市場推廣策略的有效執行，亦為業績增長提供支持。上述利好因素有助抵銷因收購而增加的營運開支，以及為提升品牌價值、擴大市場份額及支持業務長遠可持續增長而增加的廣告及推廣投資。此外，嚴謹的營運管理及將毛利率由52.9%提高至55.8%，讓本集團能夠保持穩健的財務狀況。

憑藉穩健的資產負債表及充裕的財務實力，健倍苗苗具備有利條件支持日常營運，並在品牌消費保健品市場尋求進一步策略增長機遇。

營運表現

於報告期內，儘管市場競爭激烈，本集團核心業務分部錄得穩健的表現。增長得益於品牌管理的持續強化、卓有成效的市場推廣活動、與關鍵意見領袖(「KOL」)更緊密的合作，以及策略性贊助項目，有效提升品牌知名度及消費者參與度，並進一步擴大品牌於傳統及數碼渠道的市場影響力。

本集團透過整合營銷策略，包括邀請知名及新晉藝人參與電視廣告宣傳、於小紅書及抖音等社交媒體平台開展推廣活動，以及推出不同合作營銷項目，有效提升旗下歷史悠久品牌對年輕消費群的吸引力，同時在現有忠實客戶群中引發強烈共鳴。

品牌中藥

於二零二六財年，本集團的品牌中藥分部錄得15.5%的顯著增長，主要受惠於其旗艦品牌保濟丸的強勁表現以及中藥配方顆粒業務的穩健貢獻。

保濟丸－品牌權益提高

保濟丸於二零二六財年維持可觀的增長勢頭，受惠於策略性產品推出及整合營銷舉措鞏固品牌在不同年齡層和市場中的影響力。該品類的增長持續由生活方式轉變及消費者對日常便捷消化健康解決方案的需求上升所帶動。

年內一項重要里程碑為於二零二五年七月成功推出全新條裝產品，並與經典瓶裝並行銷售，在保留產品傳統功效與信譽的同時，提升便攜性。基於消費者既重視品牌傳承信任，亦日益追求現代生活便利性的洞察，條裝設計更切合當代「隨行」生活方式，同時進一步鞏固現有用戶的信心。

為配合新產品推出，本集團推出具影響力的廣告宣傳活動，邀請知名演員古天樂、胡子彤及黃正宜共同參與。該廣告動融合懷舊品牌元素與現代視覺表現，成功引起年輕及中年消費群的共鳴。同時，該廣告企劃策略性擴展產品使用場景，加入舒緩宿醉作為新消費情境，透過幽默及貼近日常社交生活的表達方式，將保濟丸定位為夜生活和社交場合的良伴，同時突顯其於飲酒前後舒緩不適的功效。

廣告企劃取得顯著的商業成效和消費者參與，帶動顯著社交媒體關注及透過大規模試用活動提升產品滲透率。尤為重要的是，條裝產品的推出帶來新增銷售增長，同時維持經典瓶裝產品銷售穩定，顯示產品線擴展未造成內部替代效應。

除產品推廣外，保濟丸亦透過多渠道整合營銷策略進一步鞏固品牌資產。社區及青年導向活動包括互動式校園推廣及贊助「細看香港」微型藝術展，將品牌與本地文化及社區參與連結。此外，品牌亦參與「第十屆樂齡博覽暨高峰會」，以加強與忠實消費者的連繫，並鞏固其在廣泛年齡層的影響力。

上述推廣亦透過廣泛媒體曝光進一步強化，包括尖沙咀天星碼頭大型戶外廣告、熱門電視節目冠名贊助，以及涵蓋電視、交通、電台、影院、社交媒體及零售渠道的整合宣傳。此外，透過KOL合作、大規模產品試用及創新數碼互動(例如品牌WhatsApp貼圖)，進一步提升品牌曝光及年輕客群的參與度。

憑藉其卓越的市場推廣表現，保濟丸榮獲多項業界知名獎項，包括金場景行銷大獎、IAI傳鑒國際廣告獎及由香港廣告業聯會頒發之金帆獎，進一步鞏固其市場領導地位及其長久品牌價值。

飛鷹活絡油－鞏固市場地位

於報告期內，飛鷹活絡油透過一系列整合營銷措施進一步鞏固其市場地位，持續強化其作為舒緩肌肉及關節疼痛可信賴解決方案之品牌形象。相關推廣以品牌標誌性廣告企劃「飛鷹·真英雄之選」為核心，並邀請代言人林峯、胡子彤及黃正宜參與演出，有效展現產品經臨床驗證之功效，同時為品牌注入現代化形象與吸引力。

為提升品牌知名度和消費者參與度，廣告企劃搭配引人注目的戶外廣告，包括於黃金週及暑假旅遊旺季在尖沙咀碼頭設置大型戶外廣告牌，展示經典「飛鷹哥」形象，成功吸引大量人流，並提升銷售動能。品牌進一步善用代言人知名度贊助音樂會活動，包括林峯於紅館的演唱會及商業電台Music Unplugged音樂會，成功引起廣泛媒體報道與網絡熱話，並透過社交媒體互動推廣深化與年輕消費群之連結。

飛鷹活絡油亦通過多樣化的社區及文化活動拓展市場覆蓋面。品牌參與「第十屆樂齡博覽暨高峰會」，加強與長者市場的聯繫，同時通過贊助籃球、跑步和足球賽事積極支持本地體育發展，從而強化其充滿活力與朝氣的品牌形象。此外，品牌通過在程浚彥《1994前傳—追Chasing the Wind》微電影中的產品植入拓展文化影響力，並通過冠名贊助《中年好聲音4》等熱門電視節目進一步提升品牌曝光度。

憑藉具創意之市場推廣策略及具影響力之品牌執行力，飛鷹活絡油榮獲多項業界殊榮，包括「MARKies Awards最佳創意—新品上市／品牌重塑」、「HKMA/Viu TV及NowTV傑出市場策劃獎—傑出電視廣告及影片獎」及二零二五年「香港名牌選舉」。上述成就進一步印證品牌成功實現形象升級，並鞏固其於活絡油類別中作為值得信賴及長青領導品牌之市場地位。

濃縮中藥顆粒的表現穩健

本集團的濃縮中藥顆粒業務於二零二六財年展現持續韌性並錄得增長，實現淨銷售額上升及盈利能力提升。在其強勁市場地位及卓越營運表現的支持下，該業務繼續為品牌中藥分部帶來穩定可靠的貢獻。

作為香港濃縮中藥顆粒市場的主要供應商，本集團為本地大部分註冊中傳統中醫藥（「傳統中醫藥」）從業員提供超過700種單方草本產品及經典複方產品。其市場覆蓋範圍廣泛，憑藉穩定的產品品質、高效的供應鏈管理及可靠的配送服務，長期贏得本地傳統中藥界的信賴。

與此同時，本集團持續推進數碼轉型計劃，並於二零二六年一月為本地中醫診所推出全新的全天候網上訂購平台。透過即時訂購、實時查詢庫存、訂單記錄查閱及推廣更新等功能，該平台提升客戶便利性及營運效益。

該平台自推出以來，客戶註冊情況理想，並已順利過渡至電子平台下單，且獲得正面用戶反饋。本集團正持續增強及完善平台功能與用戶體驗，以進一步提升客戶互動，並推動濃縮中藥顆粒業務的可持續發展。

品牌藥

何濟公：維持增長勢頭

品牌藥分部錄得2.9%的增長，表現穩健，此得益於何濟公在止痛及退燒非處方藥領域享有家喻戶曉地位所帶來持續增勢。該品牌通過全面的多渠道營銷策略進一步鞏固市場領導地位，拓展不同年齡層之消費群體覆蓋，並持續強化其市場領先優勢。

期內主要舉措包括與著名藝人張敬軒持續合作，由其擔任品牌代言人，並於期內播放相關電視廣告，有效提升品牌知名度。何濟公亦於二零二五年三月至五月作為熱門TVB節目《中年好声音3》的冠名贊助商，並贊助於二零二五年五月十一日在新開幕啟德體育園進行的《登峯之戰》總決賽。以上引人注目的贊助活動引起大量媒體關注，與觀眾建立緊密聯繫，並進一步塑造活力及親和力兼備之品牌形象。

此外，品牌於二零二五年七月至八月在尖沙咀碼頭、銅鑼灣時代廣場及中環電車站／街市等人流密集的黃金地段開展大型戶外廣告活動。此活動有效觸及本地公眾及海外旅客。通過贊助於二零二五年十一月一日舉行的鄭秀文及張敬軒商業電台拉闊音樂會，品牌進一步加強與消費者之連繫，並借助代言人影響力拓展年輕客群覆蓋。

整體而言，該等活動提高品牌影響力，擴大在中青年消費者中的觸及範圍，並鞏固何濟公在非處方藥類別中的領導地位，有助品牌藥分部的收益穩健增長。同時，透過結合創意與科技之「何濟公人工智能(「AI」)拍照機」推廣活動，品牌於二零二五年榮獲三項業界獎項，進一步強化該品牌的市場地位。

健康及保健產品

本集團的健康保健品分部於二零二六財年錄得收益下降17.6%，主要由於對若干產品進行重組及終止所致。惟部分跌幅由Oncotype DX的強勁雙位數增長所抵銷，該產品繼續成為分部的主要增長動力。

儘管產品組合優化導致該分部的收益下降，本集團持續推動健康及保健產品組合向高附加值及差異化方向轉型，重點發展精準醫療及日常健康管理領域，為長遠可持續增長奠定堅實基礎。

***Oncotype DX*：推動乳癌精準醫療應用**

Oncotype DX為用於指導早期乳癌治療決策之市場領先多基因檢測工具，在二零二六財年保持強勁勢頭，實現雙位數按年增長。

作為在香港醫療專業人士中廣泛認可的基因檢測工具，Oncotype DX有助醫生評估癌症復發風險及化療可能帶來的潛在效益。其臨床價值在於支持治療決策，協助大部分符合條件的早期HR+、HER2-患者避免接受不必要的化療，同時確保需要治療的患者得到適切治療。

期內增長主要受惠於香港及澳門醫院及診所使用率上升，並由加強與關鍵意見領袖(KOL)合作及擴展醫生教育計劃所帶動。本集團亦透過合辦患者教育活動及支援計劃，加強與香港乳癌基金會(「HKBCF」)的合作，從而提高基因檢測的認知度，讓患者更容易接受檢測，並增強精準腫瘤學的臨床信心。

有利的市場環境亦持續支持產品滲透率提升，主要受惠於香港乳癌高發病率、早期檢測意識提升，以及個人化醫療接受度不斷提高。此外，香港乳癌基金會的經濟支援計劃為符合條件的公立醫院患者提供報銷協助，進一步提高負擔能力，促進其更廣泛的應用。

業務發展

推動跨境電商增長

於報告期間，本集團的跨境電商業務持續發展，並為整體收益帶來具意義之貢獻。核心自有品牌於各大線上平台的表現理想，反映消費者認受性及需求日增。

為應對中國內地電商競爭加劇的情況，本集團通過降低第三方產品的比例及加大對自有品牌的關注，完善其產品組合。同時，我們通過在天貓國際、京東及阿里健康等主流平台開設官方旗艦店擴大分銷，提高品牌知名度和渠道掌控力。

在中國內地，優質海外非處方藥與保健品的市場需求持續上升，尤其是年輕消費者，彼等越來越接受香港的製藥和保健品牌。當中，來自大灣區及一二線城市的需求尤為強勁，當地消費者在香港健康相關產品方面的網上消費高於全國平均水平。有見及此，本集團正投入更多資源在大灣區進行品牌建設及營銷活動，以進一步提升品牌認知度及滲透率。

本集團將繼續加強以旗艦店為主導的模式和多渠道分銷策略，整合線上線下資源，同時推出迎合中國內地消費者偏好的新產品類別。同時，與主要電子商務平台之策略性合作將繼續作為關鍵推動因素，以鞏固市場地位及支持未來擴展。儘管因消費者審慎消費受到短期市場壓力，本集團將繼續採用靈活的類別管理、嚴謹成本控制及數據驅動的市場監測策略，以保持增長動力及提升自有品牌價值。

把握傳統中醫藥市場機遇

傳統中醫藥市場繼續受惠於各種有利的結構性趨勢，包括年輕一代對傳統中醫藥的接受程度不斷提高及人口老化持續推動需求增長。中醫藥憑藉其在慢性病管理及長者健康領域發揮的作用日益備受認可，而長期累積的消費者信任亦持續支撐各主要市場的需求。

香港政府的政策支持透過加強中醫師培訓、擴大醫療服務投資及資助研究項目進一步鞏固本行業。同時，行業人才結構持續演變，年輕中醫從業者比例上升，推動中醫藥實踐的現代化與創新，其中濃縮中藥顆粒得到更廣泛的採用。

在大灣區，中國內地支持中醫藥傳承、創新及跨境發展的政策措施進一步便利香港註冊專有中成藥進入內地市場。區內流動性的提升亦增加消費者對香港中醫藥品牌的接觸及認識。

上述結構性優勢亦因本集團長久建立的品牌歷史及信任基礎而進一步加強。多個旗艦產品源自廣東省，並歷經多代沿用其成熟配方，於香港建立了品質、安全及穩定性的良好口碑。在大灣區範圍內，香港品牌普遍被視為可靠及製造工藝優良，因而享有較高消費者偏好。加上多代人根深蒂固的使用習慣，相關品牌持續展現深厚文化連結及品牌價值。

為把握該等機遇，本集團繼續擴展自有產品組合，包括濃縮中藥顆粒及健康補充產品，並擴大產品註冊覆蓋範圍及加強以從業員為導向的分銷網絡。

展望

展望未來，營運環境預期將持續受宏觀經濟不確定因素影響，包括全球利率走勢、地緣政治局勢，以及中國內地消費模式的持續轉變。在香港方面，零售市場預期將延續溫和復甦趨勢，受惠於本地情緒改善及入境旅遊持續恢復，惟消費行為仍將較為審慎並偏向體驗式消費，訪港旅客停留時間較短及價格敏感度較高之趨勢仍然存在。

儘管外部環境仍存挑戰，本集團對前景保持審慎樂觀。消費醫療保健行業展現長期結構性韌性，主要受惠於健康意識提升、人口老齡化及生活方式轉變等長期驅動因素，而預防性醫療及健康管理的重視程度亦於香港及中國內地持續提升。

本集團以旗艦品牌及多元產品組合為核心之品牌中藥業務，預期將繼續成為主要增長動力，並受惠於有利政策支持、消費者對中醫藥接受度上升，以及對可靠傳統醫療產品的持續需求。

大灣區的持續發展帶來顯著擴展機會。區域一體化加深、跨境互聯互通增強，以及符合條件的香港註冊品牌中藥的監管流程逐步優化，均有助拓展中國內地市場覆蓋並支持業務增長。

同時，本集團亦受惠於香港中醫藥生態系統的持續發展。《中醫藥發展藍圖》及分階段實施品牌中藥藥品生產質量管理規範（「GMP」）標準等各項舉措，預期將提升行業的質量與競爭力。此外，香港中醫醫院及政府中藥檢測中心的建立，亦將加強科研、品質檢測及產業發展，進一步推動行業長遠進步。

基於以上基礎，本集團將持續有序推進既定策略重點，包括強化核心產品組合之品牌資產、擴大高增長類別的產品供應，提升商業能力，以及深化在傳統及數碼渠道的滲透。同時，將持續聚焦大灣區拓展及跨境電子商務發展，以捕捉新增長機遇。

整體而言，儘管短期營運表現仍可能受到外部不確定因素影響，本集團憑藉穩固的品牌基礎、持續增長的消費醫療保健需求，以及香港、中國內地及粵港澳大灣區所帶來的結構性發展機遇，將繼續把握市場增長潛力，推動業務實現可持續的長遠發展。

公司發展

收購天喜堂藥廠有限公司

於二零二五年二月二十一日，Arrow King Inc.（「**Arrow King**」，本公司的間接全資附屬公司）訂立買賣協議，以收購天喜堂藥廠有限公司（「**天喜堂**」）90%的已發行股本，總代價為171,000,000港元。該交易已於二零二五年四月三日完成。該收購的進一步詳情載於本公司日期為二零二五年二月二十一日及二零二五年四月三日的公告。

於二零二五年九月二日，Arrow King訂立買賣協議收購天喜堂其餘10%已發行股本。交易其後已於二零二五年十月二日完成。

天喜堂的旗艦產品天喜堂天喜丸於香港、澳門及中國內地享有極高的品牌知名度，該產品特別受到女性消費者的青睞，以其調節女性生理週期、促進生殖健康及改善血液循環以提升氣色的功效而聞名。

憑藉集團在推廣品牌中藥（如保濟丸及飛鷹活絡油）方面的豐富經驗，我們有信心能釋放天喜堂天喜丸的市場增長潛力。本集團將開展全面的市場推廣計劃，以提升品牌知名度，加強與消費者的互動，以及擴展分銷網絡，拓展客戶基礎。

這項策略性收購將天喜堂天喜丸與本集團現有產品組合結合，不僅有助於本集團拓展現有的品牌中藥產品組合，亦透過整合天喜堂的品牌與業務與我們現有的生產能力，預計將會創造顯著的協同效應。

有關該收購的進一步詳情載於本年度業績公告附註13。

收購健福堂中醫集團有限公司及其附屬公司景培中醫醫療集團有限公司及兆麟醫心有限公司

於二零二五年六月十六日，Winner Win Limited（本公司的間接全資附屬公司）訂立買賣協議，以購買健福堂中醫集團有限公司（「**健福堂集團**」）的全部股權，代價為38,000,000港元，而該交易已於二零二五年六月三十日完成。收購健福堂集團的進一步詳情載於本公司日期為二零二五年六月十六日的公告。

於二零二五年十二月三十日，Joy Wish Limited（本公司的間接全資附屬公司）訂立買賣協議，以購買景培中醫醫療集團有限公司及兆麟醫心有限公司（「**景培集團**」）的全部股權，代價為36,000,000港元，而該交易已於二零二六年一月三十日完成。

健福堂集團及景培集團以成熟品牌(包括健福堂及香港骨傷及脊椎專科診所)於香港營運約40間診所，提供傳統中醫、骨科及整脊、針灸以及其他中醫診症服務。我們的診所策略性地選址於人口稠密的住宅區，由註冊中醫師提供服務，使我們可滿足大眾對中醫診所服務日益增長的需求，包括品牌中藥調理、痛症管理及康復治療。

該等策略性收購事項提供拓展至下游中醫診所的機遇，從而建立一個連接產品、醫師及患者的垂直綜合品牌中藥平台。

有關該等收購的進一步詳情載於本年度業績公告附註13。

薪酬政策

於二零二六年三月三十一日，本集團共有404名僱員(二零二五年：279名僱員)。於報告期內，本集團的僱員成本總額為145.1百萬港元，而上一期間則為99.5百萬港元。

全體僱員已與本集團簽訂標準僱傭合約。僱員的薪酬待遇包括以下一項或多項項目：基本薪金、銷售獎勵、生產力掛鈎獎金及酌情表現花紅。本集團根據僱員的職位及職能為彼等設定績效指標，並按照本集團的策略目標及要求定期進行表現評核，檢討僱員的表現。管理及銷售相關員工的表現根據關鍵績效指標衡量。評估薪金調整、花紅獎勵、晉升、員工發展計劃及培訓需要時考慮有關表現評核結果。為保持於勞動市場的競爭力，本集團提供不同的員工福利，包括年假、強制性公積金、集團醫療保險及集團人壽保險。本集團於報告期內並無遭遇任何對業務造成重大影響的罷工事件或勞資糾紛。

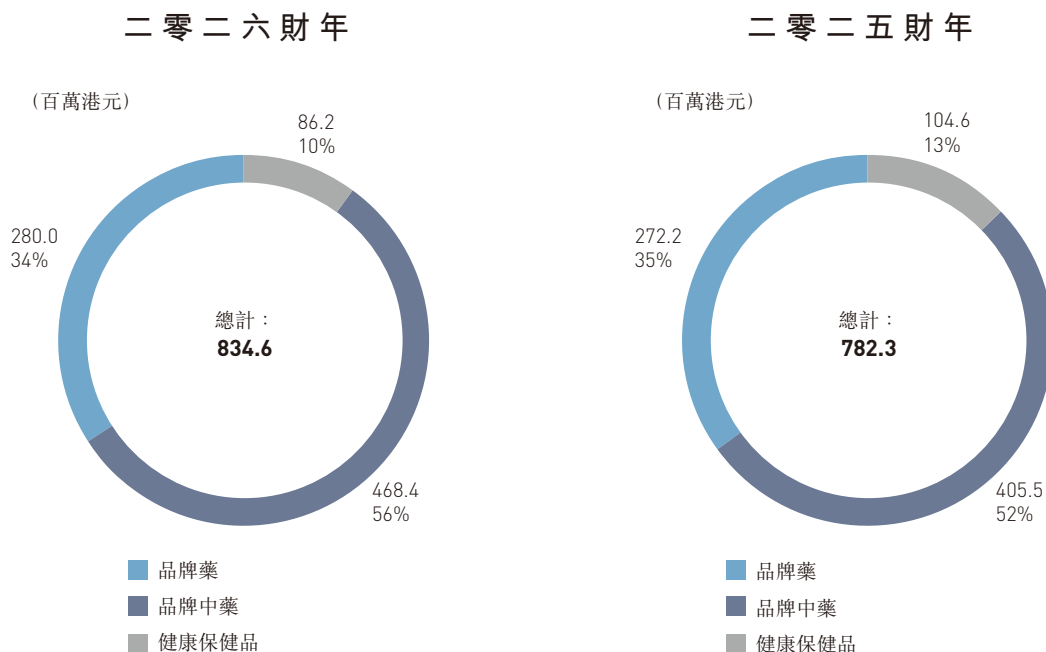
本公司亦已採納股份授予計劃及購股權計劃。股份授予計劃的目的為嘉許及獎勵若干合資格人士對本集團的增長及發展作出的貢獻，並激勵彼等，繼續為本集團的持續營運、發展及長期增長努力工作。購股權計劃旨在激勵參與者，以挽留彼等繼續為本集團的持續營運、發展及長期增長而努力工作，並吸引適合人士以進一步發展本集團。

僱員是本集團最寶貴的資產。因此，本集團已實施全面的招聘程序以甄選合適人選，並提供具競爭力的薪酬福利待遇，以吸引及留聘人才。本集團亦重視僱員培訓及發展，並開展不同內部培訓課程，以提高僱員與工作相關的技能及知識。此外，本集團亦制訂培訓資助政策，以鼓勵僱員參加外界培訓課程，提升彼等的工作能力及個人發展。

財務回顧

收益

按經營分部劃分的收益



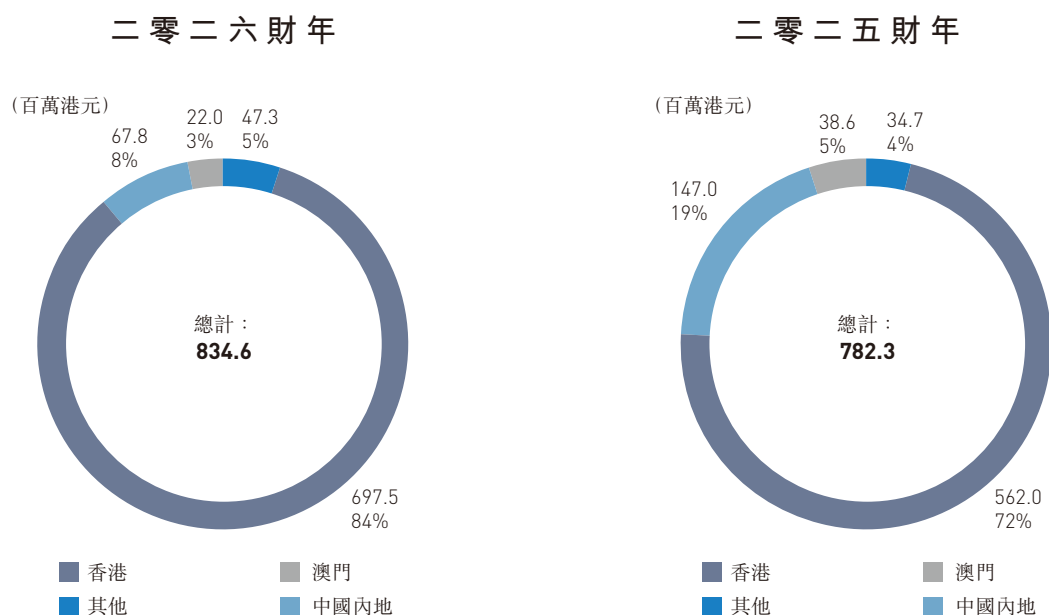
本集團總收益較二零二五財年增加52.3百萬港元或6.7%。此增長主要受品牌藥及品牌中藥分部的強勁表現所帶動，部分與健康保健品的遜色表現所抵銷。在穩固的市場需求及有效的營銷措施支持下，品牌藥分部收益錄得7.8百萬港元的增長，反映銷售增長勢頭穩定且促銷力度加強，而品牌中藥分部收益則增加62.9百萬港元。該等收益部分被健康保健品分部收益減少18.4百萬港元所抵銷，主要由於改進產品組合精簡化及消費者需求回軟所致。三個分部分別佔總收益的34%、56%及10%。

品牌藥分部由二零二五財年至二零二六財年實現2.9%的增長，主要是由於在本集團持續的品牌營銷及銷售發展工作的支持下，何濟公品牌產品表現穩定所致。

品牌中藥分部收益由二零二五財年至二零二六財年錄得15.5%的強勁增長。此增長主要由報告期內保濟丸的強勁銷售及新收購業務的收益所帶動。保濟丸收益增長很大程度上反映本集團的品牌營銷及銷售策略行之有效，惟跨境電子商務平台的精選第三方產品因利潤貢獻率偏低而被精簡化/停售，導致該等產品收益減少抵銷部分增幅。

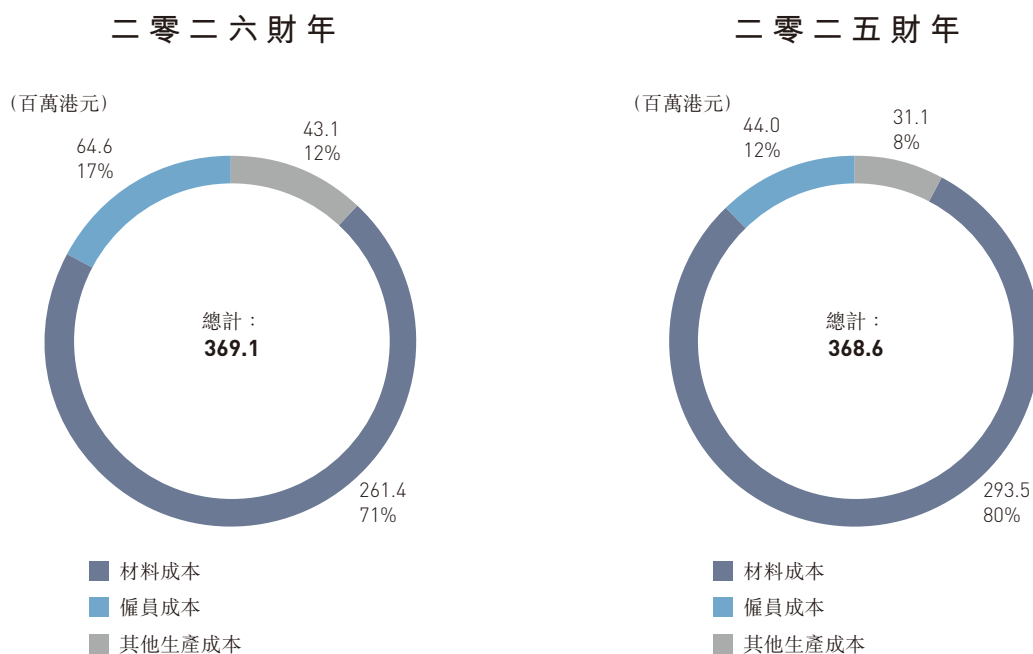
健康保健品分部於二零二六財年的收益較上一期間減少17.6%，原因為重組/減少銷售若干健康保健品。然而，Oncotype DX的穩定增長已抵銷部分減幅。

按地區劃分的收益



香港繼續為本集團主要收益來源，佔總收益84%，由於品牌藥及品牌中藥分部的穩健表現，較二零二五財年增加135.5百萬港元。中國內地的收益減少79.2百萬港元，主要是由於報告期內精簡化／停售於中國跨境電子商務平台上架的精選第三方產品所致。澳門方面，收益較二零二五財年減少16.6百萬港元，主要是由於報告期內保濟丸在市場上的產品註冊變更所致。其他海外市場收益增長12.6百萬港元，主要受保濟丸於該等市場銷售增加所帶動。

銷售成本

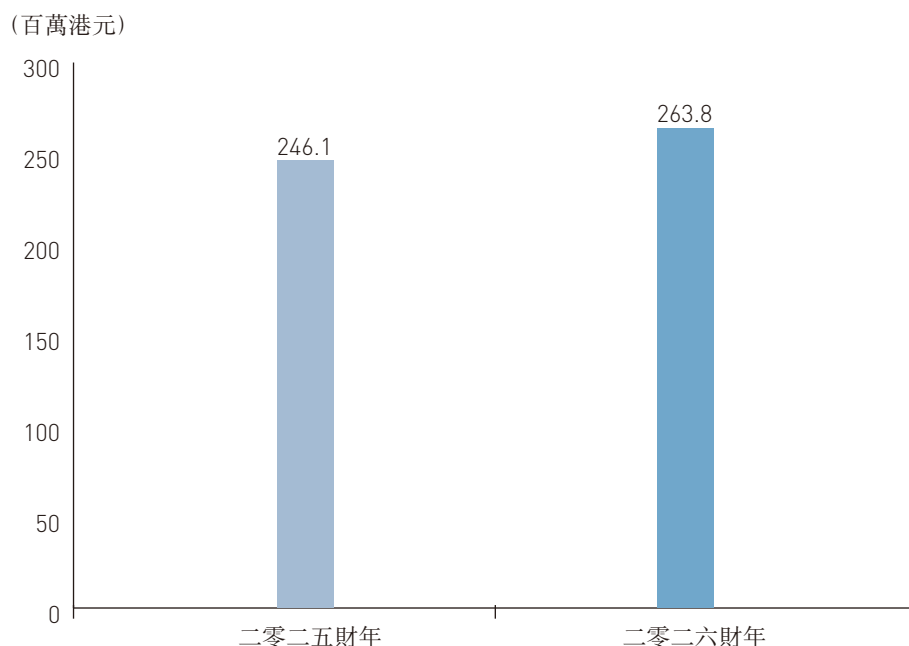


材料成本繼續為主要組成部份，佔二零二六財年銷售總成本約71%。材料成本由二零二五財年至二零二六財年減少32.1百萬港元或10.9%，主要由於減少採購用作向多個中國跨境電子商務平台銷售的精選第三方產品，與本集團現有產品相比，該等產品的利潤率相對較低。

僱員成本由二零二五財年至二零二六財年增加20.6百萬港元或46.8%，主要由於薪金上調、生產人員數量增加來提高自有品牌產品產量，滿足市場需求，以及由於在報告期間併購本集團品牌中藥新業務增添人手所致。

其他生產成本增加12.0百萬港元或38.6%，原因為於報告期內所收購品牌中藥分部的新業務產生的額外折舊。

經營溢利



經營溢利增加17.7百萬港元或7.2%至263.8百萬港元，主要是由於毛利增加所致，部分被報告期內推出保濟丸新包裝綜合營銷活動導致營銷及廣告開支增加，以及併購品牌中藥分部的新業務令僱員成本及產品註冊費增加所抵銷。

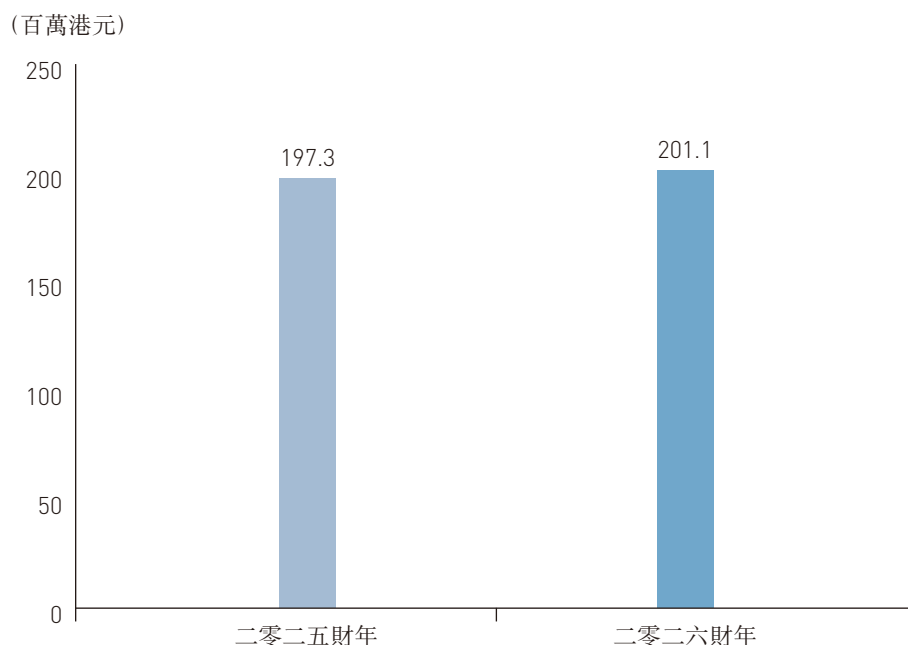
融資成本

融資成本大幅增加主要由於報告期內新增銀行貸款增加，有關貸款主要撥付藥品製造設施的資本開支及為併購品牌中藥分部的新業務提供資金。

所得稅

所得稅輕微增加主要反映報告期內的經營溢利適度增加。

權益持有人應佔溢利



本公司權益持有人應佔溢利由二零二五財年至二零二六財年增加3.8百萬港元或1.9%，主要受經營溢利增加所推動，部分被報告期內融資成本增加所抵銷。

資產

物業、廠房及設備

於二零二六年三月三十一日，物業、廠房及設備較二零二五年三月三十一日增加，主要反映添置物業、廠房及設備36.7百萬港元及使用權資產27.4百萬港元，當中主要通過併購本集團品牌中藥分部的新業務，惟部分被報告期內折舊32.3百萬港元所抵銷。

無形資產

於二零二六年三月三十一日，無形資產較二零二五年三月三十一日增加，主要由於併購本集團品牌中藥分部的新業務241.4百萬港元，部分被報告期內攤銷17.4百萬港元所抵銷。

就商譽及有無限可使用年期的無形資產而言，可收回金額每年估計，並根據使用價值計算釐定。使用價值乃根據本集團管理層編製的貼現現金流量預測釐定。主要假設包括毛利率及所應用的貼現率。本集團管理層認為，可收回金額所依據的主要假設的任何合理及可能的變動，不會導致本集團現金產生單位（「現金產生單位」）的賬面值超逾其可收回金額。

品牌中藥分部的現金產生單位的估計可收回金額超出其於二零二六年三月三十一日的賬面值約373.2百萬港元（二零二五年：292.2百萬港元），品牌藥分部的現金產生單位的估計可收回金額超出其於二零二六年三月三十一日的賬面值約478.6百萬港元（二零二五年：979.7百萬港元），而健康保健品分部的現金產生單位的估計可收回金額超出其於二零二六年三月三十一日的賬面值約4.6百萬港元（二零二五年：11.0百萬港元）。

存貨

於二零二六年三月三十一日，存貨水平與二零二五年三月三十一日相比維持相對穩定水平。

現金及現金等價物

於二零二六年三月三十一日，現金及現金等價物約95.8%以港元計值（二零二五年：96.8%），而餘額主要以歐元、美元、人民幣、日圓及新加坡元計值。

負債

銀行貸款

銀行貸款由二零二五年三月三十一日的149.8百萬港元增加至二零二六年三月三十一日的365.4百萬港元，歸因於為資本開支及藥品製造設施以及併購本集團品牌中藥分部的新業務而提取新增銀行貸款。於二零二六年三月三十一日，本集團的銀行貸款以港元計值。

流動資金、資本資源及資本結構

本集團一直貫徹保守的資金管理。穩健的資本結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撥付營運資金、資本開支及併購。於報告期內，本集團主要以營運產生的現金及銀行借款撥付其現金需求。

集團資產的抵押

於二零二五年及二零二六年三月三十一日，本集團並無就銀行貸款抵押資產。

淨資本負債比率

於二零二六年三月三十一日，本集團的淨資本負債比率(銀行貸款減現金及現金等價物，除以權益總額再乘以100%)為21.7%(二零二五年：零)，主要歸因於報告期內銀行貸款增加215.6百萬港元。

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

於二零二六年三月三十一日，本集團並無任何重大或然負債。

報告期後重大事項

於二零二六年三月三十一日後及直至本公告日期，概無重大事項發生。

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

除(i)誠如本公司日期為二零二五年四月三日的公告所披露完成收購天喜堂的90%已發行股本；(ii)誠如本公司日期為二零二五年六月十六日的公告所披露，完成收購健福堂集團的全部已發行股本；(iii)誠如本年度業績公告附註13所披露，完成收購景培集團的全部已發行股本；(iv)誠如本年度業績公告附註14所披露，完成分別收購李衆勝堂(集團)有限公司及Quinwood Limited的額外28%及21%股權；及(v)誠如本年度業績公告附註14所披露，完成收購天喜堂的額外10%股權外，於報告期內，本集團並無重大收購或出售附屬公司、聯營公司及合資公司。本集團於報告期內概無持有任何重大投資。

重大投資或資本資產的未來計劃

除本公告所披露者外，董事會並無授權任何重大投資或添置資本資產。

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。

- 我們的成功歸因於我們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、負面或失實報道、社交媒體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、品牌中藥及健康保健品的產品市場，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，以及具有競爭市場定位或類似功效產品的本地製造商及分銷商，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、人身傷害或過失致死索償的風險，該等風險屬開發、製造及銷售消費品的固有風險。缺陷產品製造商或銷售商可能須對任何受影響人士的損失或人身傷害承擔民事責任。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、市場營銷及分銷，其對環境並無任何重大影響。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。本集團深知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

本集團致力於維持高水準的企業管治以保障股東權益及提升企業價值以及加強企業責任。本公司已採納企業管治守則作為其本身的企業管治守則。

於報告期內，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。岑先生自二零二六年四月三十日起兼任董事會主席及本公司行政總裁。有關做法偏離企業管治守則的守則條文第C.2.1條，該守則條文規定主席與行政總裁的角色應予區分，並不應由一人同時兼任。

董事會認為，岑先生為本集團創辦人，自本集團成立以來一直管理本集團的業務及整體策略規劃，由岑先生擔任董事會主席及本公司行政總裁的角色對本集團的業務前景及管理有利，可確保本集團貫徹領導，令本集團整體的策略規劃更有效及高效。董事會亦認為，現行安排不會損害董事會權力與權限之間的平衡，而此架構將令本公司能夠迅速有效地作出及推行決策。

此外，現時在由三名執行董事、兩名非執行董事及三名獨立非執行董事組成的董事會監督下，董事會具有附帶權力制衡的合適結構，為保障本公司及其股東的利益提供充分監察。

董事會將繼續檢討，並會於考慮本集團整體情況後，於適當時候區分董事會主席與本公司行政總裁的角色。

進行證券交易的標準守則

本公司已採納標準守則作為其本身有關董事進行證券交易的行為守則。經向董事作出特定查詢後，全體董事均確認彼等於整個報告期內一直遵守標準守則所載的所需標準。

審核委員會

董事會已成立審核委員會(「審核委員會」)，由三名獨立非執行董事組成，即陸庭龍先生(主席)、陳錦釗先生及劉述理先生。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，風險管理及內部監控系統是否有效及充足，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。其亦就有關集團審核範圍內的事宜擔當董事會與外聘核數師的重要橋樑。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

於整個報告期內，本公司及其附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券(包括出售庫存股份)。於二零二六年三月三十一日，本公司並無持有任何庫存股份。

末期股息

董事會建議就二零二六財年宣派末期股息每股7.35港仙(二零二五財年：每股11.50港仙)，惟須待本公司股東於二零二六年八月十日(星期一)舉行的二零二六年股東週年大會上批准後方可作實，並預期將於二零二六年十月五日(星期一)派付予於二零二六年九月十日(星期四)(即釐定股東有權享有建議末期股息的記錄日期)名列本公司股東名冊的股東。連同於二零二五年十二月十七日(星期三)派付的中期股息每股9.75港仙，二零二六財年的總股息為每股17.10港仙(二零二五財年：每股17.00港仙)。本公司末期股息的詳情載於本年度業績公告附註9。

暫停辦理股東登記手續

為確定本公司股東出席二零二六年股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將自二零二六年八月四日(星期二)至二零二六年八月十日(星期一)(包括首尾兩日)暫停辦理股東登記手續，期間將不會辦理股份過戶登記。所有過戶文件連同有關股票須不遲於二零二六年八月三日(星期一)下午四時三十分送交本公司香港證券登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。釐定股東出席二零二六年股東週年大會並於會上投票的資格的記錄日期為二零二六年八月十日(星期一)。

為確定本公司股東收取末期股息的資格，本公司將自二零二六年九月九日(星期三)至二零二六年九月十日(星期四)(包括首尾兩日)暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會辦理股份過戶登記。所有過戶文件連同有關股票須不遲於二零二六年九月八日(星期二)下午四時三十分送交本公司香港證券登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。釐定股東各自享有末期股息權利的記錄日期為二零二六年九月十日(星期四)。

公佈本二零二六年度業績公告及二零二五／二零二六年年報

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二零二五／二零二六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(如有要求)予本公司股東。

承董事會命
健倍苗苗(保健)有限公司
公司秘書
余振球

香港，二零二六年六月二十二日

於本公告日期，董事會由執行董事岑廣業先生(亦為主席兼行政總裁)、嚴振亮先生及鄭香郡博士，非執行董事楊國晉先生及徐宏喜教授，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：

「二零二六年股東週年大會」	指	本公司應屆二零二六年股東週年大會
「二零二五／二零二六年年報」	指	本公司截至二零二六年三月三十一日止年度的年度報告
「經調整EBITDA」	指	扣除利息、稅項、折舊及攤銷前的經調整盈利
「董事會」	指	董事會
「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
「企業管治守則」	指	上市規則附錄C1所載的《企業管治守則》(經不時修訂或補充)
「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
「董事」	指	本公司董事
「二零二五財年」	指	截至二零二五年三月三十一日止年度
「二零二六財年」或「報告期」	指	截至二零二六年三月三十一日止年度
「大灣區」	指	「粵港澳大灣區」，指連接香港及澳門兩個特別行政區以及廣東省九個城市(分別為廣州、深圳、珠海、佛山、中山、東莞、惠州、江門及肇慶)的區域，根據中國政府的計劃形成綜合經濟商務樞紐
「港元」	指	港元，香港法定貨幣
「香港」	指	中國香港特別行政區

「健倍苗苗」、「本集團」、「我們」或「我們的」	指	本公司及其附屬公司
「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
「標準守則」	指	上市規則附錄C3所載的上市發行人董事進行證券交易的標準守則
「岑先生」	指	岑廣業先生，董事會主席、執行董事、行政總裁兼控股股東
「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
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.01港元的普通股
「股份授予計劃」	指	本公司於二零二一年一月十八日採納並於二零二三年九月二十一日修訂的股份授予計劃
「購股權計劃」	指	本公司於二零二四年八月六日採納的購股權計劃
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「庫存股份」	指	具有上市規則所述涵義