

財務資料

以下有關我們財務狀況及經營業績的討論及分析，應與本文件附錄一會計師報告所載的綜合財務報表及相關附註一併閱讀。我們的綜合財務報表乃根據國際財務報告準則編製。

以下討論及分析包含涉及風險及不確定因素的前瞻性陳述。該等陳述乃以我們根據我們的經驗及對過往趨勢的理解、目前狀況及預期未來發展，以及我們認為在有關情況下屬合適的其他因素所作的假設及分析為依據。閣下不應過分依賴任何該等陳述。我們的未來實際業績及經選定事件的發生時間可能由於不同因素而與該等前瞻性陳述所預計者有重大差異，包括本文件中「風險因素」、「前瞻性陳述」及其他部分所載因素。

就本節而言，除非文義另有所指，(i)對2022年的提述指截至2022年12月31日止年度，(ii)對2023年的提述指截至2023年12月31日止財政期間(包括自2022年12月8日(本公司註冊成立日期)至2023年12月31日止期間)；及(iii)對2024年的提述指截至2024年12月31日止年度。

編製基準

我們於往績記錄期間的(包括自2022年12月8日(註冊成立日期)至2023年12月31日止財政期間及截至2024年12月31日財政年度)財務資料乃根據國際財務報告準則編製，包括國際會計準則理事會批准的所有準則及詮釋。財務報表乃按歷史成本基準編製，惟「附錄一—會計師報告」附註2所載的會計政策中所披露者除外。除另有指明外，本財務報表以美元(「美元」)呈列，該貨幣為我們的功能貨幣。本集團及本公司的財務報表乃按持續經營基準編製。

我們截至2023年12月31日止期間財務資料涵蓋2022年12月8日至2023年12月31日止期間。儘管業務重組已於2024年3月26日完成，且本公司於2024年2月21日註冊成立，但本公司的歷史財務報表乃假設本公司自2022年12月8日IFB新加坡註冊成立當日(即本集團處於General Beverage控制下之時)起一直存續而編製。請參閱「附錄一—會計師報告」附註2.1及2.2。於2023年12月31日的財務狀況自2022年12月8日(註冊成立日期)起累計。

往績記錄期間並不包括截至2022年12月31日止年度。本文件所呈列的2022年財務資料與國際業務有關。有關進一步詳情，請參閱「國際業務的選定財務資料」。

財務資料

概況

我們是一家植根泰國的即飲飲料及即食食品公司。

我們於2013年創立的*if*品牌，是將即飲天然椰子水引入中國內地(我們的最大市場)的領導者。除中國內地外，我們的產品在包括香港、新加坡及台灣等亞洲市場亦受到消費者歡迎，並已開始進駐其他全球市場。

以2024年零售額計算，我們是中國內地及香港椰子水飲料市場的領導者，以及五大市場參與者中增長最快的公司。具體表現如下：

- 我們的收益由2023年的87.4百萬美元增長80.3%至2024年的157.6百萬美元。
- 我們的毛利由2023年的30.3百萬美元增長90.7%至2024年的57.9百萬美元。
- 我們的毛利率由2023年的34.7%提升至2024年的36.7%。
- 我們的溢利淨額由2023年的16.8百萬美元增長98.9%至2024年的33.3百萬美元。
- 我們的淨利潤率由2023年的19.2%上升至2024年的21.1%。

影響本公司經營業績的主要因素

我們的業務、經營業績及財務狀況受到多項影響全球飲料市場的普遍因素所影響。該等因素包括宏觀經濟趨勢、行業發展及市場競爭格局。任何不利發展均可能對我們的經營業績造成不利影響。除該等普遍因素外，我們的經營業績受以下特定因素影響。

全球消費者的需求

我們的經營業績一直及預期將受到全球消費者對健康飲料及小吃的需求影響，特別是椰子水。在2022年，椰子水的銷售佔國際業務收益超過85%。於2023年及2024年，椰子水的銷售分別佔我們同期收益的93.8%及95.6%。

財務資料

根據灼識諮詢的資料，全球椰子水飲料行業顯著增長，市場規模由2019年的2,516.7百萬美元增至2024年的4,989.2百萬美元，反映了14.7%的複合年增長率。於未來五年，該行業預計將持續上升，複合年增長率為11.1%，到2029年將達到8,456.9百萬美元。大中華的椰子水飲料行業已大幅擴展，由2019年的101.8百萬美元增加至2024年的1,093.3百萬美元，反映了60.8%的複合年增長率。預計該市場將按19.4%的複合年增長率進一步擴大，至2029年達到2,651.8百萬美元。

根據灼識諮詢的資料，我們是中國內地及香港的椰子水飲料類別領導者，於2024年在中國內地及香港的市場份額分別為34%及60%。我們於過去取得了快速增長，我們相信我們有能力把握未來重大的全球增長機遇。

開拓新地域市場

我們已成功進入大中華市場，並相信在大中華地區以及其他地區仍有許多未被充分滲透的當地市場，可以從我們的產品中獲益。

我們計劃通過在全球各地提供產品，持續擴展我們的業務營運。因此，我們已進入新的地域市場，而我們在營銷、銷售及分銷產品方面經驗有限或缺乏，因此可能面臨更大的業務及財務風險。由於競爭、消費者需求低迷以及缺乏有效的分銷夥伴，我們可能無法在目標地區成功銷售產品。倘我們進一步滲透該等市場的能力受阻，我們的增長可能會受到影響。

品牌發展與產品創新

我們的產品組合以兩個深受消費者愛戴的植根泰國的品牌為中心，包括旗艦品牌*if*及*Innococo*。*if*專注於提供天然及健康的泰國飲品及食品產品，並具備針對各種使用場合的概念，而*Innococo*則旨在為傳統運動飲料及功能飲料提供更健康的替代品，特別針對運動員及活躍社群。我們品牌的實力及聲譽對我們的業務增長及長期成功至為重要。我們致力於擴大我們的產品供應及地域覆蓋，同時投資於市場營銷活動，以加深消費者的參與度。

隨著消費者喜好的不斷演變，我們的成功取決於我們能夠預測趨勢並開發滿足新興需求的產品。我們不斷尋找改善我們產品口味、增加功能性益處以及擴展我們的泰式靈感產品以滿足新的使用場合需求及消費者需求的方法，提供能夠引起共鳴並吸引消費者的美味營養產品。

財務資料

輕資產模式

我們的輕資產模式在我們有效擴大業務規模和在市場上有效競爭的能力中一直是不可或缺的一部分。我們與(i)代工廠商合作進行製造；(ii)第三方物流供應商合作進行運輸；及(iii)第三方分銷商合作進行銷售及分銷。此模式為我們提供了生產靈活性及可擴展性，同時讓我們能專注於核心競爭力，包括品牌發展、創新、倉配流程管理、營銷及分銷。

此模型的成功部分依賴於我們整個價值鏈中的夥伴關係。我們相信，我們的採購規模，加上我們品牌及產品實力，強化了我們與供應商及客戶的關係。我們旨在與供應商推動持續的營運改進，以提升我們產品的質量，建立並深化與當地分銷夥伴的關係，以擴展新的地區市場。

倉配流程管理

我們目前在泰國採購所有的椰子水，並通過與泰國的椰農、採集商及代工廠商的合作，建立了知識和關係。這在泰國椰子水市場創造了顯著的競爭優勢。我們計劃繼續加強我們的泰國椰子採購能力，通過加深與農民、採集商及代工廠商的關係，並賦予他們技術及專業知識，以提高他們生產高品質椰子水的能力。

隨著我們持續成長，我們能否複製輕資產模式並從鄰近椰子產區採購椰子水，同時維持口味及品質，將至關重要。擴展採購區域可讓我們提高採購靈活性、減少供應風險並支持可擴展性。

外匯波動

我們幾乎所有銷售均以美元進行，而我們的銷售成本則未以相同貨幣計算，主要以泰銖進行，泰銖是我們現有供應商所在國家的貨幣。我們的銷售均以美元進行，包括對中國客戶的銷售。美元被評估為本集團貿易實體IFB新加坡的功能貨幣。外匯波動主要來自我們以美元以外的貨幣進行的採購(主要是泰銖)，這可能會影響我們的毛利率。外匯風險源於為合併目的將我們泰國附屬公司的財務報表換算為美元。我們將繼續監控外匯風險，並將採用正式政策以更有效地管理我們的外匯風險。

重大會計政策與會計估計

本文件「附錄一—會計師報告」附註2載列了若干重要的會計政策資料，這對於理解我們的財務狀況及經營業績至關重要。

財務資料

我們的部分會計政策要求我們應用估計及假設以及與會計項目相關的複雜判斷。我們使用的估計及假設以及我們在應用會計政策時作出的判斷對我們的財務狀況及經營業績產生重大影響。我們的管理層根據過往經驗及其他因素(包括行業慣例及在相關情況下認為合理的未來事件預測)持續評估有關估計、假設及判斷。於往績記錄期間，我們的管理層的估計或假設與實際結果之間並無任何重大偏差，我們亦未對該等估計或假設作出任何重大變更。我們預計於可預見的將來，該等估計及假設不會有任何重大變化。請參閱「附錄一—會計師報告」附註3。

我們的經營業績

	自 2022 年 12 月 8 日(註冊 成立日期) 至 2023 年 12 月 31 日 止期間	2024 年
	(以千美元計)	
收益	87,442	157,648
銷售成本	(57,103)	(99,789)
毛利	30,339	57,859
其他項目收入		
利息收入	1	1,096
其他收入	127	279
其他開支項目		
銷售及分銷開支	(3,198)	(5,389)
營銷開支	(3,663)	(7,355)
行政開支	(2,696)	(4,947)
融資成本	(43)	(83)
其他開支	(679)	(1,382)
除稅前溢利	20,188	40,078
所得稅開支	(3,434)	(6,762)
年內溢利	16,754	33,316
以下人士應佔年內溢利：		
母公司擁有人	16,754	33,316
非控股權益	—*	—*

* 金額少於1,000美元。

財務資料

非國際財務報告準則衡量指標

為補充我們按照國際財務報告準則呈列的綜合財務報表，我們亦使用並非國際財務報告準則規定或按其呈列的經調整年度溢利(非國際財務報告準則計量)及經調整淨溢利率(非國際財務報告準則計量)作為額外財務計量。我們認為此等非國際財務報告準則計量通過消除若干項目的潛在影響有助於不同期間的營運表現進行對比。我們認為，該衡量指標為投資者及其他人士提供有用信息，有助於彼等按我們管理層所採用之相同的方式了解並評估我們的綜合財務報表。然而，我們所呈列的經調整年度溢利(非國際財務報告準則計量)及經調整淨溢利率(非國際財務報告準則計量)未必可與其他公司所呈列類似項目計量相比。使用此等非國際財務報告準則計量用作分析工具存在局限性，閣下不應將其視為獨立於可替代我們根據國際財務報告準則所呈報綜合財務報表或財務狀況的分析。我們將經調整年度溢利(非國際財務報告準則計量)定義為年度溢利，並就[編纂]作出調整。我們將經調整淨溢利率(非國際財務報告準則計量)定義為經調整年度溢利(非國際財務報告準則計量)佔總收入的百分比。

	自 2022 年 12 月 8 日(註冊 成立日期) 至 2023 年 12 月 31 日 止期間	2024 年
	(以千美元計，百分比除外)	
年度溢利	16,754	33,316
加：		
[編纂]	[編纂]	[編纂]
[編纂] ⁽¹⁾	[編纂]	[編纂]
年內經調整溢利		
(非國際財務報告準則計量)	16,991	34,494
經調整淨溢利率		
(非國際財務報告準則計量)	19.4%	21.9%

附註：

(1) 我們預期與本次[編纂]及[編纂]相關的大部分[編纂]將於2025年入賬。

我們經調整年度溢利(非國際財務報告準則計量)由2023年的17.0百萬美元增加至2024年的34.5百萬美元，主要由於盈利能力改善所致，此乃受惠於我們持續透過輕資產模式推動業務增長。

財務資料

國際業務的選定財務資料

下列呈列截至2022年12月31日及截至該日止年度的國際業務相關的選定財務資料，該等數據於2022年12月作為業務重組的一部分將國際業務與General Beverage旗下其他業務分開前呈列。有關更多詳情，請參閱「歷史、重組及公司架構—本集團的成立及發展」。

與國際業務相關的2022年財務資料摘錄自General Beverage的管理賬目並根據國際財務報告準則編製。基於以下原因，僅呈列國際業務的選定財務資料：

首先，由於業務重組不符合共同控制下業務合併的條件，我們無法將共同控制會計應用於國際業務的歷史財務資料。作為業務重組的一部分，自2023年1月1日起，僅有與if及Innococo相關的商標的無形資產轉讓予本公司。該轉讓不構成根據國際財務報告準則第3號業務合併的「業務」轉讓，因為根據國際財務報告準則第3號業務合併，「業務」必須是能夠為向客戶提供商品或服務而進行及管理的一組綜合活動及資產。

其次，基於以下原因，我們根據《香港投資通函呈報準則》第200號附錄2編製2022年國際業務的財務報表乃屬過分繁重，甚至無法編製：

- (i) 無法採用符合《香港投資通函呈報準則》第200號附錄2的「分割」方式。國際業務不符合「分拆業務」的資格，因為國際業務在成為General Beverage的一部份時從未獨立管理，在業務重組之前，國際業務只被視為General Beverage的收入來源或業務線之一。General Beverage作為一間綜合企業進行管理，並沒有為其三個業務線的所有帳目保留獨立的會計記錄，而且無法透過支持會計記錄或其他證據追溯確認國際業務的該等帳目。因此，General Beverage無法遵照《香港投資通函呈報準則》第200號附錄2的指引，以合理及與2023年一致的方式將2022年的歷史銷售成本分配至國際業務。

財務資料

(ii) 根據《香港投資通函呈報準則》第200號附錄2第10、14段及《財務報告概念框架》，即便可應用共同控制會計，於分配成本時應用假設並不恰當。

- 倘若按照國際業務銷售額相對於General Beverage總銷售額的一致比例分配管理費用或「名義」毛利率，由於General Beverage與本集團的營運模式不同，國際業務的財務資料自2023年起仍無法與我們的財務資料進行比較。例如，製造工廠和機器的折舊和維護費用等開支，以及用於籌資的貸款利息支出，均為General Beverage所有業務線共享的間接費用。由於我們的營運模式是輕資產、無貸款，與General Beverage以製造及分銷為主的模式不同，因此該等成本必須撇除於任何成本分配之外。此外，General Beverage無法於2022年識別與國際業務相關的生產成本，因為生產成本並未獨立記錄，而是與General Beverage的國內業務及製造業務混合在一起。
- 即使General Beverage能夠根據銷售量將其2022年的歷史銷售成本分配至國際業務，但由於業務模式從製造和銷售業務在根本上轉變為僅進行輕資產分銷的業務模式，因此國際業務於2022年的毛利率與我們的2023年毛利率並不合理及一致。請參閱「歷史、重組及公司架構—本集團的成立及發展」。
- 根據《香港投資通函呈報準則》第200號附錄2的指引，為使2022年的「往績記錄」與我們於業務重組後的營運更為一致而應用名義調整(例如將我們於2023年的毛利率應用於國際業務於2022年的毛利率)以確認成本並不恰當。若不作出該等必要調整，則並無合理或一致的基準按歷史基準將相關成本金額分配至國際業務。另一方面，根據該等調整而產生的成本項目不能被視為歷史財務資料。無法合理保證名義調整的特定假設，亦無法以投資人可以清楚理解的方式呈現，於《財務報告概念框架》指導下，此乃並不適當。

財務資料

基於上述原因，董事認為，我們根據《香港投資通函呈報準則》第200號附錄2編製國際業務於2022年的財務報表乃屬過分繁重，甚至無法編製。考慮到董事的觀點基礎以及獨家保薦人進行的獨立盡職調查工作，獨家保薦人未發現任何合理原因對董事的觀點提出質疑。

有關[編纂]，我們的申報會計師已根據國際相關服務準則第4400號—商定程序業務(經修訂)(「國際相關服務準則第4400號(經修訂)」)，對2022年的國際業務選定未經審核財務資料執行若干商定程序。該等商定程序包括：

- 向管理層確認2022年國際業務的產品及地理覆蓋範圍；
- 取得管理層編製的截至2022年12月31日止財政年度未經審核收益及營銷費用，以及截至2022年12月31日的貿易應收款項、客戶預付款項及應計營銷開支(統稱「選定財務資料」)，該等資料以泰銖列示且僅涵蓋國際業務。以選定財務資料與General Beverage根據泰國非公眾利益實體財務報告準則泰國非公眾利益實體財務報告準則編製的財務記錄進行核對；
- 將上述的選定財務資料與管理層就截至2022年12月31日止財政年度編製的國際財務報告準則對賬表(「對賬表」)進行核對；
- 就對賬表中泰國非公眾利益實體財務報告準則與國際財務報告準則之間的任何對賬項目作出查詢並追查相關佐證文件。就泰國非公眾利益實體財務報告準則至國際財務報告準則的調整重新計算對賬表的數學準確性；及
- 基於管理層提供的截至2022年12月31日止財政年度匯率，重新計算對賬表中選定財務資料由泰銖換算為美元的數學準確性。

財務資料

國際業務的選定財務資料未經審核或審閱，且未提供國際業務的完整財務資料或我們2023年或2024年經營業績的可比財務資料。因此，我們謹此慎重提醒閣下在考慮是否投資我們的股票時不應過分依賴該等數據。

	<u>2022年</u>
	(以千美元計)
收益	44,548
營銷開支	365

	<u>截至2022年</u>
	<u>12月31日</u>
	(以千美元計)
貿易應收款項 ⁽¹⁾	1,654
應計營銷開支 ⁽²⁾	262
客戶預付款項 ⁽³⁾	455

附註：

- (1) 代表向與國際業務相關的貿易應收款項，不包括國際業務的其他應收款項。
- (2) 代表與國際業務相關的應計營銷開支，並不代表國際業務的所有貿易及其他應付款項。
- (3) 代表客戶預付款項，而不代表國際業務的所有其他流動負債。

國際業務收益分列

	<u>2022年</u>	
	<u>美元</u>	<u>%</u>
	(以千計，百分比除外)	
中國內地	34,808	78.1
香港	7,241	16.3
其他 ⁽¹⁾	2,499	5.6
總計	<u>44,548</u>	<u>100.0</u>

附註：

- (1) 其他包括新加坡、台灣、柬埔寨等共16個市場，各自僅佔國際業務總收益的一小部分。

財務資料

收益

2022年國際業務收益為44.5百萬美元。我們在2023年的收益為87.4百萬美元，較上年增加96.3%，主要是由於我們在中國內地的if椰子水銷量增加，因為我們執行了有效的營銷活動以推動銷售。

椰子水的銷售在2023年佔我們收益的93.8%，由2022年國際業務產生的39.0百萬美元增加110.5%至2023年的82.0百萬美元。2022年，椰子水銷售額佔國際業務總銷售額逾85%。我們在中國內地的收益佔2023年總收益的91.4%，由2022年國際業務產生的34.8百萬美元增加129.6%至2023年的79.9百萬美元，主要由於我們在2023年加大市場推廣力度，包括聘請趙露思擔任品牌代言人。

作為一家新公司，我們戰略性地增加了營銷支出，以提升公司形象及品牌知名度。2022年，國際業務的營銷費用為0.4百萬美元，而2023年為3.7百萬美元。我們通過有針對性的線上活動，包括促銷及直播活動，支持分銷商在天貓、京東及抖音等主要電子商務和社交媒體平臺上增加銷售額。該等舉措不僅推動銷售額的增長及品牌知名度的提高，亦有助於為我們的在線商店帶來流量。

相比之下，2022年國際業務的線上業務相對有限。此外，我們與分銷商共同開展線下營銷活動，以拓展更多本地超市、批發及綜合零售渠道，而2022年國際業務的線下渠道相對有限。

我們在香港的收益佔2023年總收益的5.6%，由2022年來自國際業務的7.2百萬美元減少31.9%至2023年的4.9百萬美元，此乃由於與一名香港客戶的合約關係乃在2023年第二季度磋商及確定。香港的客戶為我們在該地區的唯一分銷商。於業務重組前，該客戶是國際業務在香港的唯一分銷商。於業務重組後，客戶關係由General Beverage轉移至我們，分銷合約的條款已於2023年第二季協商及落實。

由於2023年銷售額較高，我們截至2023年12月31日的貿易應收款項為3.0百萬美元，而截至2022年12月31日國際業務確認的貿易應收款項為1.7百萬美元。

財務資料

市場推廣開支

2022年國際業務的市場推廣開支為0.4百萬美元，而2023年則為3.7百萬美元。國際業務於2022年的營銷費用乃因當時在分散營銷策略下提升品牌知名度、建立分銷網絡及支援分銷商而產生。於2022年，國際業務維持一支專門的銷售及營銷團隊，負責開展針對海外市場的營銷活動及相關促銷活動。與該等活動相關的營銷費用可與General Beverage的其他兩條業務綫(即國內銷售業務及第三方品牌製造服務)所產生的營銷費用單獨識別。該兩條業務綫由獨立的銷售和營銷團隊支持，專注於不同的市場及客戶群。具體而言，General Beverage針對泰國市場設有獨立的銷售及營銷團隊，並針對其國內銷售業務設有泰國分銷商，以及針對其第三方品牌製造服務業務設有銷售及營銷團隊。本公司乃為應對國際業務銷售的增長而成立。作為一間新公司，我們有策略地增加市場推廣支出，以提升我們的企業形象及品牌，尤其以中國內地為重點，藉以把握的市場機會。

資產負債表項目

截至2022年12月31日，國際業務的貿易應收款項結餘為1.7百萬美元，而我們於2023年及2024年12月31日的結餘分別為3.0百萬美元及7.0百萬美元。貿易應收款項增加主要是由於2023年及2024年我們的銷售增長帶動在途貨物數量增加所致。

截至2022年12月31日，國際業務從客戶收取的預付款項為0.5百萬美元，而我們截至2023年及2024年12月31日的結餘分別為0.1百萬美元及0.1百萬美元。年末結餘並不重大，年末結餘變動主要反映收到預付款項與履行與客戶合約產生的相關履約義務的時間性差異。

截至2022年12月31日，國際業務的應計營銷開支總額為0.3百萬美元，而截至2023年及2024年12月31日，我們的結餘分別為0.05百萬美元及0.4百萬美元。年末結餘並不重大，年末結餘變動主要反映交易的日常結算。

2022年，與國際業務相關的存貨、貿易應收款項或非金融資產並無重大撇銷或減值。

經營業績的主要組成部分

收益

於往績記錄期間，我們的收益來自於銷售飲品及零食，特別是我們的if品牌椰子水。於2023年及2024年，椰子水的銷售分別佔我們同期收益的93.8%及95.6%。

財 務 資 料

按 品 牌 劃 分

	自 2022 年 12 月 8 日 (註冊成立日期)至 2023 年 12 月 31 日止期間		2024 年	
	美元	%	美元	%
	(以千計，百分比除外)			
<i>if</i>	74,541	85.3	131,338	83.3
<i>Innococo</i>	12,617	14.4	26,239	16.6
其他 ⁽¹⁾	284	0.3	71	0.1
總計	<u>87,442</u>	<u>100</u>	<u>157,648</u>	<u>100</u>

附註：

- (1) 其他主要代表 General Beverage 先前由國際業務分銷的飲料產品的遺留銷售，我們於 2024 年停止提供該等產品。

按 產 品 劃 分

	自 2022 年 12 月 8 日 (註冊成立日期)至 2023 年 12 月 31 日止期間		2024 年	
	美元	%	美元	%
	(以千計，百分比除外)			
椰子水飲料				
椰子水	82,012	93.8	150,642	95.6
其他椰子水相關產品	2,797	3.2	3,085	1.9
其他飲料	2,202	2.5	3,522	2.2
植物基零食	431	0.5	399	0.3
總計	<u>87,442</u>	<u>100.0</u>	<u>157,648</u>	<u>100.0</u>

財務資料

按區域劃分

	自2022年12月8日 (註冊成立日期)至 2023年12月31日止期間		2024年	
	美元	%	美元	%
	(以千計，百分比除外)			
中國內地	79,917	91.4	145,657	92.4
香港	4,934	5.6	7,202	4.6
其他 ⁽¹⁾	2,591	3.0	4,789	3.0
總計	87,442	100	157,648	100

附註：

- (1) 其他包括新加坡、台灣、柬埔寨、泰國、美國、馬來西亞、加拿大、澳洲、科威特及其他地區。

於往績記錄期間，中國內地佔我們總收益的大部分，我們預期中國內地將繼續成為我們可見將來總收益的重要貢獻來源。

銷售成本

於往績記錄期間，我們的銷售成本主要包括已售製成品。

毛利及毛利率

毛利是收益金額減銷售成本，而毛利率是毛利除以收益的百分比。

按品牌劃分

	自2022年12月8日 (註冊成立日期)至 2023年12月31日止期間		2024年	
	毛利	毛利率%	毛利	毛利率%
	(以千計，百分比除外)			
<i>if</i>	25,624	34.4	48,024	36.6
<i>Innococo</i>	4,658	36.9	9,819	37.4
其他 ⁽¹⁾	57	20.1	16	22.5
總計／整體	30,339	34.7	57,859	36.7

財務資料

附註：

- (1) 其他主要代表General Beverage先前由泰國以外市場的國際業務分銷的VITADAY飲料產品的遺留銷售，我們於2024年停止提供該等產品。2024年的銷售額微乎其微，主要是為利用上一年度結轉的存貨。

按產品劃分

	自2022年12月8日 (註冊成立日期)至		2024年	
	2023年12月31日止期間			
	毛利	毛利率%	毛利	毛利率%
	(以千計，百分比除外)			
椰子水飲料	29,808	35.1	56,961	37.1
椰子水	29,126	35.5	56,045	37.2
其他椰子水相關	682	24.4	916	29.7
其他飲料	386	17.5	749	21.3
植物基零食	145	33.6	149	37.3
總計	<u>30,339</u>	<u>34.7</u>	<u>57,859</u>	<u>36.7</u>

按區域劃分

	自2022年12月8日 (註冊成立日期)至		2024年	
	2023年12月31日止期間			
	毛利	毛利率%	毛利	毛利率%
	(以千計，百分比除外)			
中國內地	27,739	34.7	53,541	36.8
香港	1,891	38.3	2,839	39.4
其他 ⁽¹⁾	709	27.4	1,479	30.9
總計	<u>30,339</u>	<u>34.7</u>	<u>57,859</u>	<u>36.7</u>

財務資料

附註：

- (1) 其他包括新加坡、台灣、柬埔寨、泰國、美國、馬來西亞、加拿大、澳洲、科威特及其他地區。

其他項目收入

我們的其他收入項目包括：(i)來自銀行結餘及短期存款的利息收入；及(ii)特許權使用費。於2023年及2024年，我們的其他收入項目分別為0.1百萬美元及1.4百萬美元，分別佔各自期間我們總收入的0.1%及0.9%。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支主要包括：(i)運輸及交付開支；(ii)員工成本；(iii)第三方服務費，主要涉及向一間位於美國的機構支付的費用，該機構負責在當地市場推廣我們的產品；及(iv)其他(包括向客戶提供的包裝材料及樣本產品)。

	自2022年12月8日 (註冊成立日期)至			
	2023年12月31日止期間		2024年	
	美元	%	美元	%
	(以千計，百分比除外)			
運輸及交付開支	2,703	84.5	4,599	85.3
員工成本	246	7.7	327	6.1
第三方服務費	72	2.3	201	3.7
其他	177	5.5	262	4.9
總計	<u>3,198</u>	<u>100.0</u>	<u>5,389</u>	<u>100.0</u>
佔總收益的百分比		3.7		3.4

財務資料

營銷開支

我們的營銷開支主要包括(i)廣告開支；(ii)展銷會開支、公共關係開支及市場研究開支等其他營銷開支；(iii)員工成本；及(iv)其他，主要包括研發開支。

	自2022年12月8日 (註冊成立日期)至 2023年12月31日止期間		2024年	
	美元	%	美元	%
	(以千計，百分比除外)			
廣告開支	2,306	62.9	5,564	75.6
其他營銷開支	1,172	32.0	1,475	20.1
員工成本	178	4.9	282	3.8
其他	7	0.2	34	0.5
總計	3,663	100.0	7,355	100.0
佔總收益的百分比		4.2		4.7

行政開支

我們的行政開支主要包括(i)折舊及攤銷，主要與購自General Beverage的商標有關；(ii)專業費用，主要與我們先前嘗試於新加坡交易所上市有關；(iii)員工成本；(iv)差旅；及(v)其他，主要包括娛樂、辦公室維護、公共設施及其他。

	自2022年12月8日 (註冊成立日期)至 2023年12月31日止期間		2024年	
	美元	%	美元	%
	(以千計，百分比除外)			
攤銷及折舊	1,156	42.9	1,290	26.1
專業費用(包括 核數師酬金)	567	21.0	1,603	32.4
員工成本	609	22.6	1,298	26.2
差旅	70	2.6	333	6.7
其他	294	10.9	423	8.6
總計	2,696	100	4,947	100
佔總收益的百分比		3.1		3.1

財務資料

財務成本

我們的財務成本包括(i)銀行手續費；及(ii)租賃負債的利息開支。於2023年及2024年，我們的財務開支分別為43千美元及83千美元，分別佔我們2023年及2024年總收益0.1%及0.1%。

其他開支

我們的其他開支包括外匯虧損淨額。於2023年及2024年，我們的其他開支分別為0.7百萬美元及1.4百萬美元，分別佔我們2023年及2024年總收益0.8%及0.9%。

所得稅開支

我們須按實體基準就於本集團成員公司註冊及營運所在的稅務司法權區中產生或取得的溢利繳納所得稅。我們的所得稅開支包括即期稅項及遞延稅項。有關詳情，請參閱「附錄一—會計師報告」附註13。

於往績記錄期間，本公司及新加坡附屬公司須按17%的稅率繳納新加坡企業所得稅，該稅款乃基於應課稅溢利計算。我們在泰國的附屬公司須就其應課稅溢利按20%的法定稅率繳稅。

截至最後實際可行日期及於往績記錄期間，我們已履行所有稅務責任且並無任何未決稅務糾紛。

各期間的經營業績比較

2024年與2023年比較

收益

我們的收益由2023年的87.4百萬美元增加80.3%至2024年的157.6百萬美元，主要是由於我們持續努力滲透中國內地市場，導致椰子水在中國內地的銷量增加而我們每公升的平均售價保持相對穩定。我們擴大產品種類，提供更多尺碼選擇，以吸引更多廣泛的消費者群，並持續執行有效的營銷活動以促進銷售。椰子水的銷售佔我們2024年收益的95.6%，由2023年的82.0百萬美元增加83.7%至2024年的150.6百萬美元。我們在中國內地的收益佔我們2024年收益的92.4%，由2023年的79.9百萬美元增加82.3%至2024年的145.7百萬美元。

於2024年，我們推出32款產品，而2023年為19款。我們採用不同尺寸及設計的包裝，以擴大庫存單位的數量，滿足不同使用場景和消費者偏好。我們認為，無論單位尺寸或包裝如何，只要配方或成分相同的庫存單位均視為同一產品。

財務資料

於2024年，我們任命肖戰為品牌大使，以與中國受眾建立聯繫，並與有影響力的KOL合作，在抖音和小紅書等關鍵社交媒體平台上擴大品牌影響力。此外，我們開展了綫下營銷活動，以擴大在當地超市、批發及綜合商店中的影響力，例如旨在直接與消費者互動的店內品牌激活活動。因此，來自專注於通過在綫平台分銷if產品的中國分銷商(客戶A)的收益由2023年的43.3百萬美元增加71.1%至2024年的74.1百萬美元。來自專注於通過綫下渠道分銷if產品的中國分銷商(客戶B)的收益由2023年的22.7百萬美元增加97.4%至2024年的44.8百萬美元。來自專注於分銷Innococo產品的中國分銷商(客戶C)的收益從13.9百萬美元增加92.8%至2024年的26.8百萬美元。

我們在香港的收益佔2024年總收益的4.6%，由2023年的4.9百萬美元增加46.0%至2024年的7.2百萬美元，主要是由於(i)於2023年確定與香港客戶的合約關係；及(ii)椰子水、椰子水飲料及其他飲料的銷量增加，因為我們持續推出新產品以吸引更多消費者。

銷售成本

我們的銷售成本由2023年的57.1百萬美元增加74.8%至2024年的99.8百萬美元，主要是由於為支持我們的銷售增長而向代工廠商的採購增加所致。

毛利及毛利率

我們的毛利由2023年的30.3百萬美元增加90.7%至2024年的57.9百萬美元，主要由於我們的銷售增加。我們的毛利率由2023年的34.7%增加至2024年的36.7%，主要是由於(i)椰子水銷售組合較高，佔我們收益比例由2023年93.8%增加至2024年95.6%，及(ii)有利的匯率變動，因為2024年泰銖兌美元貶值。與我們的其他產品相比，椰子水的溢利率一般較高，主要由於規模經濟，例如，由於我們採購的數量遠大於我們的其他產品，因此代工成本較低。

我們在中國內地的毛利由2023年的27.7百萬美元增加93.0%至2024年的53.5百萬美元，且我們在中國內地的毛利率由2023年的34.7%增至2024年的36.8%，主要原因為(i)椰子水銷售額佔比提高，其收入佔比從2023年中國內地的94.4%增長至2024年中國內地的96.0%；以及(ii)有利的外匯走勢，因2024年泰銖兌美元走弱。

其他項目收入

我們的其他收入項目由2023年的0.1百萬美元增加974.2%至2024年的1.4百萬美元，主要是由於我們的銀行結餘及短期存款的利息收入增加所致。因此，我們的其他收入項目佔總收入的百分比由2023年的0.1%增加至2024年的0.9%。

財務資料

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由2023年的3.2百萬美元增加68.5%至2024年的5.4百萬美元，主要由於運輸及交付開支隨著業務增長而有所增加。我們的銷售及分銷開支佔總收入的百分比保持穩定，主要由於規模經濟的影響。

營銷開支

我們的營銷開支由2023年的3.7百萬美元增加100.8%至2024年的7.4百萬美元，主要是由於我們在各種渠道及平台上加大廣告投資，以擴大我們在中國的品牌影響力，推動銷售增長。我們繼續專注於具成本效益的營銷策略，確保我們的預算與收益增長保持一致。因此，營銷開支佔總收入的百分比由2023年的4.2%增加至2024年的4.7%，反映了相對於我們增長的銷售額，支出控制得當。

行政開支

我們的行政開支由2023年的2.7百萬美元增加83.5%至2024年的4.9百萬美元，主要是由於與先前新加坡交易所上市申請相關的[編纂]，以及因增聘人手而增加的員工成本，導致專業費增加。我們的行政開支佔總收益的百分比於2023年及2024年保持穩定，為3.1%。

財務成本

我們的財務成本由2023年的43千美元增加93.0%至2024年的83千美元。我們的財務成本佔總收益的百分比於2023年及2024年保持穩定，分別為0.1%。

其他開支

我們的其他開支由2023年的0.7百萬美元增加103.5%至2024年的1.4百萬美元，主要是由於外幣波動導致外匯虧損淨額增加。我們的其他開支佔總收益的百分比於2023年及2024年保持穩定，分別為0.8%及0.9%。

所得稅開支

我們的所得稅開支隨除稅前溢利增加由2023年的3.4百萬美元增加96.9%至2024年的6.8百萬美元。

年度溢利

由於上述原因，我們的年度溢利由2023年的16.8百萬美元增加98.9%至2024年的33.3百萬美元。

財務資料

流動資金及資本資源

於往績記錄期間，我們主要透過營運產生的現金為我們的營運提供資金。截至2024年12月31日及2025年4月30日，我們的現金及現金等價物分別為54.8百萬美元及36.0百萬美元。

展望未來，我們相信，流動資金需求將通過綜合運用經營所得現金及[編纂][編纂]淨額來滿足。

經計及[編纂][編纂]淨額及經營產生的現金，我們的董事相信我們擁有足夠的營運資金，以滿足至少自本文件刊發日期起計的未來12個月的目前及未來的現金需求。

流動資產／負債淨值

	截至12月31日		截至4月30日
	2023年	2024年	2025年
	(以千美元計)		(未經審核)
流動資產			
存貨	447	1,044	1,535
貿易應收款項	2,989	7,045	9,893
其他應收款項	546	447	418
預付經營開支	368	938	1,955
現金及現金等價物	15,599	54,818	36,019
流動資產總值	19,949	64,292	49,820
流動負債			
貿易應付款項	7,619	15,672	16,456
其他應付款項	5,899	2,802	4,246
合約負債	85	135	673
租賃負債	19	84	78
應付所得稅	3,263	6,703	8,874
流動負債總額	16,885	25,396	30,327
流動資產淨值	3,064	38,896	19,493

截至2025年4月30日與截至2024年12月31日的比較

我們的流動資產淨值由截至2024年12月31日的38.9百萬美元減少至截至2025年4月30日的19.5百萬美元，主要由於派息導致現金及現金等價物減少。

財務資料

2024年12月31日與2023年12月31日之比較

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的3.1百萬美元增加至截至2024年12月31日的38.9百萬美元，主要由於貿易應收款項、現金及現金等價物增加，以及其他應付款項減少，部分被其他應收款項減少以及貿易應付款項和所得稅應付款項增加所抵銷。

選定資產負債表項目

存貨

我們於2023年及2024年的存貨僅包括在途貨品(按成本或可變現淨值(以較低者為準)計量)，因為我們不設任何倉庫。

	截至12月31日	
	2023年	2024年
	(以千美元計)	
在途貨品	447	1,044

我們的存貨由2023年的0.4百萬美元增加133.6%至2024年的1.0百萬美元，主要由於2024年銷售額增加導致在途貨物數量增加。

我們各期間的存貨週轉天數等於該期間存貨期初和期末餘額的平均值除以該期間的銷售成本，再乘以該期間的天數。

	自2022年 12月8日(註冊 成立日期) 至2023年 12月31日 止期間		2024年
存貨週轉天數	2		3

我們的存貨週轉天數由2023年的兩天增加至2024年的三天，主要由於銷售需求增加導致2024年底在途貨物數量增加。

截至2025年4月30日，我們截至2024年12月31日總存貨已被動用或出售100%。

財務資料

貿易應收款項

我們的貿易應收款項主要為往績記錄期間就在途貨品向客戶收取的貿易應收款項，因我們於貨物在指定港口裝船交付時確認貿易應收款項。因此，貿易應收款項主要反映在途貨運的短期未結付款。我們來自控股公司的貿易應收款項屬於貿易性質。下表載列於所示日期貿易應收款項明細。

	截至12月31日	
	2023年	2024年
	(以千美元計)	
第三方	2,985	7,107
General Beverage	4	—
減值	—	(62)
總計	<u>2,989</u>	<u>7,045</u>

我們的貿易應收款項由2023年的3.0百萬美元增加135.7%至2024年的7.0百萬美元，主要由於2024年銷售額增加導致在途貨物數量增加。

於2023年及2024年12月31日，我們所有的貿易應收款項均於一年內到期。

各期間的貿易應收款項週轉天數等於該期間貿易應收款項及應收票據期初和期末結餘的平均值除以該期間的收益，再乘以該期間的天數。

	自2022年 12月8日(註冊 成立日期) 至2023年 12月31日 止期間	2024年
貿易應收款項週轉天數	<u>7</u>	<u>12</u>

我們的貿易應收款項週轉天數由2023年的七天增加至2024年的十二天，此乃由於2024年底在途貨物數量增加導致貿易應收款項期末餘額上升所致(主要受2024年銷售額增加所驅動)。

我們的貿易應收款項減值虧損由2023年的零變為2024年的62千美元，此乃基於我們錄得逾期超過90天且經評估無法收回的應收款項減值。

財務資料

截至2025年4月30日，我們截至2024年12月31日的貿易應收款項總額的99.8%(或7.0百萬美元)已收訖。

其他應收款項

我們的其他應收賬款主要指由於非日常業務的交易而應收我們的款項，例如與非商品及服務相關的交易。下表載列截至所示日期我們的其他應收款項的明細。

	截至12月31日	
	2023年	2024年
	(以千美元計)	
流動：		
第三方應收款項	116	303
可退回按金	14	5
墊付第三方款項	8	1
應收控股公司款項	408	138
非流動：		
可退回按金	—	15
已抵押存款	—	15
總計	546	477

我們的其他應收款項由2023年的546千美元減少12.6%至2024年的477千美元，主要是由於應收控股公司(General Beverage)的款項，主要涉及General Beverage償還我們先前就2022年國際業務交易墊付的未結客戶返利。此項減少部分被供應商提供的採購回扣增加所產生的第三方應收款項增加所抵銷。2024年應收General Beverage款項於期末的餘額與特許權使用費款項有關，屬於非貿易性質。該筆期末餘額已全數結清。

貿易應付款項

我們的貿易應付款項主要指代工廠商製成品的貿易應付款項。我們向控股公司支付的貿易應付款項屬於貿易性質。下表載列我們於所示日期的貿易應付款項明細。

財務資料

	截至12月31日	
	2023年	2024年
	(以千美元計)	
第三方	6,792	15,134
General Beverage	827	538
總計	<u>7,619</u>	<u>15,672</u>

我們的貿易應付款項由2023年的7.6百萬美元增加105.7%至2024年的15.7百萬美元，與2024年的大量銷售相符。

截至2023年及2024年12月31日，所有貿易應付款項均於一年或一年內到期。

各期間貿易應付款項的週轉天數等於該期間的期初及期末貿易應付款項結餘的平均值除以該期間的銷售成本，再乘以該期間的天數。

	自2022年 12月8日(註冊 成立日期) 至2023年 12月31日 止期間		2024年
貿易應付款項週轉天數	<u>26</u>	<u>43</u>	

我們的貿易應付款項週轉天數由2023年的26天增加至2024年的43天，乃由於因2024年銷售額增加導致2024年底在途貨物數量增加，從而導致貿易應付款項期末餘額增加。

截至2025年4月30日，我們截至2024年12月31日的貿易應付款項總額的99.99%(或15.7百萬美元)已結清。

財務資料

其他應付款項

我們的其他應付款項主要包括應計費用、應付控股公司 (General Beverage) 款項、回扣撥備及其他。下表載列截至所示日期我們的其他應收款項的明細。

	截至12月31日	
	2023年	2024年
	(以千美元計)	
流動：		
應計費用	755	1,557
應付控股公司款項	4,005	167
未動用假期撥備	4	—
回扣撥備	1,052	945
其他	52	132
應付增值稅淨額	31	1
非流動：		
應付控股公司款項	3,747	—
總計	9,646	2,802

我們的其他應付款項由2023年的9.6百萬美元減少71.0%至2024年的2.8百萬美元，主要是由於應付General Beverage的款項減少，由於我們於2024年已向General Beverage全數支付if及Innococo商標的代價，部分被來自中國內地產生的營銷開支的應計費用增加所抵銷。2024年應付控股公司款項的期末餘額與管理支援服務費有關，屬非貿易性質。該等期末餘額將於[編纂]前悉數結清。

財務資料

現金流量

下表載列所示期間本行的現金流量。

	自 2022 年 12 月 8 日 (註冊 成立日期) 至 2023 年 12 月 31 日 止期間	2024 年
	(以千美元計)	
除稅前溢利	20,188	40,078
就下列項目作出之調整：		
廠房及設備折舊	18	86
無形資產之攤銷	1,124	1,124
使用權資產折舊	14	80
未變現外幣匯兌虧損淨額	195	89
租賃負債之利息開支	7	15
貿易應收款項減值虧損	–	62
利息收入	(1)	(1,096)
界定福利承擔撥備	95	24
	<u>21,640</u>	<u>40,462</u>
營運資本變動淨額	5,305	3,486
已支付所得稅	–	(3,241)
已收利息	<u>1</u>	<u>1,046</u>
經營活動產生的現金流量淨額	26,946	41,753
投資活動所用現金流量淨額	(4,084)	(7,680)
融資活動(所用)／所得現金流量淨額	<u>(7,264)</u>	<u>5,123</u>
現金及現金等價物增加淨額	15,598	39,196
外匯變動的影響淨額	<u>1</u>	<u>23</u>
年初現金及現金等價物	<u>–</u>	<u>15,599</u>
年末的現金及現金等價物	<u>15,599</u>	<u>54,818</u>

財務資料

經營活動

於2024年，我們的經營活動所得現金流量淨額為41.8百萬美元，主要包括我們的年度除稅前溢利40.1百萬美元，經調整以反映主要包括無形資產攤銷1.1百萬美元、利息收入1.1百萬美元及營運資金變動，主要包括貿易及其他應收款項增加3.2百萬美元及貿易及其他應付款項增加7.0百萬美元。

於2023年，我們的經營活動產生的現金流量淨額為26.9百萬美元，主要由於期內除稅前溢利20.2百萬美元，經調整以反映主要包括無形資產攤銷1.1百萬美元及營運資金變動，主要包括貿易及其他應收款項增加3.5百萬美元及貿易及其他應付款項增加8.8百萬美元。

投資活動

於2024年，我們投資活動所用現金流量淨額為7.7百萬美元，主要包括支付代工廠商瓶模費用0.2百萬美元以及償還所購無形資產7.5百萬美元。

於2023年，我們投資活動所用現金流量淨額為4.1百萬美元，主要包括支付代工廠商瓶模費用0.3百萬美元及償還所購無形資產3.7百萬美元。我們為我們的代工廠商提供用於包裝我們產品的容器的設計及生產說明。當需要PET瓶時，我們將購買的模具交予代工廠商，讓彼等製造瓶子，同時保留模具的所有權。

融資活動

於2024年，我們的融資活動所產生的現金流量淨額為5.1百萬美元，主要來自於發行普通股所得款項17.5百萬美元，主要被支付普通股股息11.5百萬美元及發行普通股的交易成本0.7百萬美元所抵銷。

於2023年，我們的融資活動所用現金流量淨額為7.3百萬美元，主要由於派付普通股股息8.0百萬美元，部分被發行普通股所得款項0.7百萬美元所抵銷。

財務資料

債務

下表載列我們截至所示日期的債務。

	截至12月31日		截至4月30日
	2023年	2024年	2025年
	(以千美元計)		(未經審核)
流動			
租賃負債	19	84	78
非流動			
租賃負債	105	235	217
總計	124	319	295

我們的租賃負債由截至2023年12月31日的124千美元增加至截至2024年12月31日的319千美元，主要是由於新辦公室及汽車租約所致。截至2025年4月30日，該金額微跌至295千美元。

於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無尋求取得及並無產生任何銀行貸款或其他借款。因此，於最後可行日期，我們並無未動用的銀行信貸。

截至2024年12月31日，我們並無任何有擔保、無擔保、有抵押或無抵押的重大按揭、押記、債權證、借貸資本、債務證券、貸款、銀行透支或其他類似債務、融資租賃或租購承擔、承兌負債(一般貿易票據除外)、承兌信貸，或擔保或其他或有負債。

我們的董事確認，於往績記錄期間及截至最後可行日期，本集團於取得銀行貸款及其他借款方面並無遇到任何困難，在支付貿易及非貿易應付賬款、銀行貸款及其他借款方面並無任何重大違約，亦無任何重大違反契諾的情況。

我們的董事進一步確認，自最後可行日期起直至本文件日期，本公司的債務並無任何重大變動。

財務資料

資本承擔

下表載列截至所示日期我們的資本承擔。

	截至12月31日	
	2023年	2024年
	(以千美元計)	
有關購買無形資產的資本承擔—會計軟件	21	21
製成品的採購承擔	3,454	919
總計	3,475	940

主要財務比率

	截至12月31日	
	止期間／年度／截至該日	
	自2022年	
	12月8日(註冊	
	成立日期)	
	至2023年	
	12月31日	
	止期間	2024年
	(以%)	
毛利率 ⁽¹⁾	34.7	36.7
純利率 ⁽²⁾	19.2	21.1
經調整淨溢利率(非國際財務報告準則計量) ⁽³⁾	19.4	21.9
資產回報率 ⁽⁴⁾	109.8	63.7
權益回報率 ⁽⁵⁾	352.5	115.7

附註：

- (1) 毛利率乃按年度的毛利除以相應年度的收益再乘以100%計算。
- (2) 純利率按年度純利除以相應年度收益，再乘以100%計算。
- (3) 經調整淨溢利率(非國際財務報告準則計量)按經調整年度純利(非國際財務報告準則計量)除以相應年度收益，再乘以100%計算。
- (4) 資產回報率乃按年度純利除以總資產的平均數再乘以100%計算。平均總資產是期初及期末總資產餘額之和除以二。
- (5) 股本回報率以年度純利除以平均總權益計算，再乘以100%。平均權益總額為年初及年末權益總額的總和除以二。

財務資料

有關金融風險的披露

我們面臨多種財務風險，包括貨幣風險、利率風險、信貸風險及流動資金風險。有關我們的風險敞口及敏感度分析詳情，請參閱「附錄一—會計師報告」附註31。

信貸風險

信貸風險是指對手方將無法履行其於金融工具或客戶合約項下之責任而引致財務損失的風險。我們面對的信貸風險主要源自貿易及其他應收款項。就其他金融資產(包括現金及現金等價物)而言，我們透過僅與高信貸評級的對手方進行交易以將信貸風險減至最低。

外幣風險

我們面對交易貨幣風險，該等風險源自我們的實體以非各自功能貨幣為貨幣單位進行的銷售或採購。這些交易主要以外幣計值，為泰銖(「泰銖」)及新加坡元(「新加坡元」)。我們透過盡可能將每種貨幣的收款與付款相匹配來管理我們的外匯風險。外幣會在管理層認為有必要時轉換為功能貨幣。本集團持續密切檢視及監察未對沖風險，管理層將於適當時考慮對沖任何風險。

流動資金風險

流動資金風險為我們因資金短缺而難以履行財務責任的風險。我們面對的流動資金風險主要來自金融資產及負債到期時間的錯配。我們的流動性風險管理政策是以集團為基礎管理流動資金風險，以維持充足的流動金融資產。我們透過經營活動所得資金為營運資金需求撥資。

資本管理

我們的資本管理首要目標為確保其保持強勁信貸評級及健康資本比率，以支持其業務及盡量提高股東價值。本集團的資本結構由母公司擁有人應佔權益組成，包括股本、保留盈利及其他儲備。我們管理我們的資本結構，並根據經濟狀況的變化對其進行調整。為管理資本結構，我們可能調整向股東派付的股息、向股東退還資本、回購股份或發行新股。於往績記錄期間內，目標、政策或程序並無變動。

財務資料

關連方交易

關連方交易載於「附錄一—會計師報告」附註30。董事確認，該等交易均於我們的正常業務過程中進行，並且是以公平交易原則及相關各方之間的正常商業條款進行。另請參閱「關連交易—董事確認」。

下表載列截至所示日期我們的關聯方餘額明細。非貿易應收款項餘額主要包括特許權使用費收入，而非貿易應付款項餘額包括管理及支援費。應付貿易款項結餘主要為向控股公司購買存貨的應付款項。其他應付款項主要為向控股公司購買商標及管理費的支出。當款項到期應付時，即進行結算。

	截至12月31日	
	2023年	2024年
	千美元	千美元
應收款項		
應收控股公司貿易款項	4	—
應收控股公司其他款項	408	138
應付款項		
應付控股公司貿易款項	827	538
應付控股公司其他款項	7,752	167

資產負債表外安排

我們並無訂立且預期不會訂立任何資產負債表外安排。我們並無訂立任何財務擔保或其他承諾以擔保製造夥伴的付款責任。此外，我們並無訂立任何與我們的股權掛鉤且分類為擁有人權益的衍生合約。我們並無於任何為我們提供融資、流動資金、市場風險或信貸支持或與我們一起從事租賃、對沖或研發服務的任何未合併實體中擁有任何可變權益。

股息政策

自2022年12月8日（註冊成立日期）至2023年12月31日止期間及截至2024年12月31日止年度，我們分別宣派並以現金支付股息8.0百萬美元及11.5百萬美元。我們另於2025年2月宣派並以現金支付截至2024年12月31日止年度的2024年末期股息合共28.0百萬美元。於2025年6月4日，我們宣佈自歷史保留溢利中向股東派發14百萬美元的特別股息，該股息將於[編纂]前結算。我們以往股利之宣佈及派付均符合相關法律法規規定。

財務資料

我們擬於[編纂]後每年派發股息。然而，我們並未採納任何正式的股利政策或預先確定的股利支付比率。日後宣派或派付股息的決定及股息金額將由董事會酌情決定，並視乎多項因素而定，包括我們的經營業績、現金流量、財務狀況、附屬公司向我們派付的現金股息、業務前景、有關我們宣派及派付股息的法定及監管限制，以及董事會可能認為重要的其他因素。

任何股息的宣派及支付以及股息金額均須遵守我們的章程文件及相關法律。我們的股東可在股東大會上通過普通決議案批准任何股息宣派，但不得超過董事會建議的金額。根據《新加坡公司法》及本公司組織章程文件，股息僅可以本公司溢利支付。

可分配儲備

截至2024年12月31日，本集團母公司擁有人應佔保留盈利為30.6百萬美元。

須根據上市規則第13.13至13.19條作出的披露

我們董事確認，截至最後實際可行日期，彼等並不知悉任何情況將導致須遵守上市規則第13.13條至第13.19條項下的披露規定。

未經審核[編纂]財務資料

有關詳情，請參閱「附錄二—未經審核[編纂]財務資料」。

[編纂]

[編纂]指專業費、[編纂]及因[編纂]及[編纂]而產生的費用。我們的[編纂]估計約為[編纂]港元(包括[編纂])，佔[編纂][編纂]總額的[編纂]%(假設[編纂]為每股股份[編纂]港元，即本文件所述[編纂]範圍的中位數，並假設[編纂]未獲行使)。

財務資料

在我們的[編纂]中，約[編纂]港元直接歸因於股份的發行，並將於[編纂]完成後自權益扣除，而約[編纂]港元已經或將自綜合損益及其他全面收益表扣除。

我們預期將產生的[編纂]將包括約[編纂]港元的[編纂]及費用(包括但不限於[編纂]及費用)、約[編纂]港元的[編纂]及費用，包括獨家保薦人、法律顧問及申報會計師的費用，以及約[編纂]港元的其他[編纂]及開支。於往績記錄期間，我們產生[編纂][編纂]美元，該等開支已於綜合損益表內扣除。

上述[編纂]為最後實際可行估計，僅供參考，實際金額可能與該估計有所不同。

並無重大不利變動

我們的董事確認，截至本文件日期，我們的財務狀況自2024年12月31日以來並無重大不利變動，且自2024年12月31日以來，並無發生任何會對本文件附錄一會計師報告所載資料造成重大影響的事件。