

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。

友和YOHO

## Yoho Group Holdings Limited

### 友和集團控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：2347)

## 截至2026年3月31日止年度的 年度業績公告

友和集團控股有限公司（「本公司」，連同其附屬公司統稱「本集團」）董事（「董事」）會（「董事會」）欣然宣佈本集團截至2026年3月31日止年度（「報告期」或「本年度」）的經審核綜合財務業績（「年度業績」）連同截至2025年3月31日止年度的比較數字。

### 25/26 財年營運摘要

1. 總商品交易額（「總商品交易額」）<sup>(附註1)</sup>於25/26財年<sup>(附註2)</sup>達約855.6百萬港元，相較於24/25財年（24/25財年：約848.1百萬港元）金額增加約0.9%。
2. 於2026年3月31日的註冊會員<sup>(附註3)</sup>數目增加至約1,387,000名（於2025年3月31日：約1,224,000名）。
3. 25/26財年的承接訂單數目<sup>(附註4)</sup>增加至約523,000份（24/25財年：約433,000份），而25/26財年的每份訂單的客單價<sup>(附註5)</sup>減少至約1,634港元（24/25財年：約1,960港元）。

### 25/26 財年財務摘要

1. 25/26財年的收益達736.8百萬港元，相較於24/25財年（24/25財年：約753.8百萬港元）下降約2.3%。
2. 25/26財年實現整體毛利率約15.9%（24/25財年：約15.7%）。
3. 25/26財年的經調整純利<sup>(附註6)</sup>約17.3百萬港元（24/25財年：約21.6百萬港元）。
4. 25/26財年的除息稅折舊攤銷前盈利<sup>(附註7)</sup>約30.4百萬港元（24/25財年：約32.6百萬港元）。
5. 25/26財年的溢利及全面收益總額約為16.8百萬港元（24/25財年：溢利及全面收益總額約為20.5百萬港元）。每股基本及攤薄盈利為3.41港仙（24/25財年：4.13港仙）。
6. 於2026年3月31日，淨現金狀況穩健，約為228.2百萬港元（於2025年3月31日：約191.5百萬港元）。
7. 董事會建議就25/26財年派付末期股息每股普通股0.015港元（24/25財年：0.015港元）。

附註：

1. 於特定財政年度的「總商品交易額」相當於該財政年度所有相關承接產品及服務訂單在扣減我們提供的折扣及藉轉換會員積分抵銷前的成交總額，而不管其產品及服務是否已派送、退回或取消，且包含其相關的運輸處理費及稅項。
2. X/Y財年指截至Y年3月31日止財政年度。例如，「25/26財年」指截至2026年3月31日止年度。
3. 透過 [www.yohohongkong.com](http://www.yohohongkong.com) (桌面版) 或 [m.yohohongkong.com](http://m.yohohongkong.com) (手機版) 或友和手機應用程式的電子商務平台(「友和電子商務平台」)註冊為「註冊會員」(於該平台下達任何訂單的先決條件) 或在其於我們任何零售店完成購物時依願註冊的個人。
4. 於特定財政年度的「承接訂單數目」包括於該財政年度向我們下達的訂單、顧客於零售店作出的訂單及透過第三方獎賞計劃的網上換購平台及第三方線上平台接獲的消費者訂單。
5. 於特定財政年度的「客單價」按該財政年度總商品交易額除以承接訂單數目計算得出。
6. 經調整純利(作為非香港財務報告準則會計準則計量)界定為經授予本公司董事及若干僱員的購股權調整的年內溢利及全面收益總額。
7. 除息稅折舊攤銷前盈利(作為非香港財務報告準則會計準則計量)界定為經利息收入、利息開支、所得稅開支、物業、廠房及設備以及使用權資產折舊及其他無形資產攤銷調整的年內溢利及全面收益總額。

## 目錄

頁次

主席報告	4
業務回顧	7
前景	14
流動資金及資本資源	17
綜合損益及其他全面收益表	21
綜合財務狀況表	22
綜合財務報表附註	24
財務回顧	33
其他資料	36

# 主席報告

各位股東：

香港零售市場正經歷一場深遠的結構性變革。於25/26財年，宏觀經濟的不確定性、消費者愈趨理性的決策模式，以及港人北上和外遊消費的分流，均為本地零售業帶來了不可忽視的結構性挑戰。這並非簡單的短週期性低迷，而是零售新常態的開始。

## 由進攻性增長到防禦性增長

面對過去數年充滿挑戰的宏觀市場環境，我們進行了審慎的戰略評估。在需求波動與消費模式轉型的大環境下，我們在營收規模與盈利品質之間作出了清晰的權衡與戰略抉擇。我們在維持市場份額的同時，更致力於推動企業邁向高質量盈利及財務韌性的新發展階段。

我們預期未來零售環境將展現更具動態且多變的特徵。因此，現階段的戰略調整，核心在於幫助集團合理配置並儲備資源、保留實力，以應對未來的市場機遇。在本年度，我們主動調整了部分毛利效益較低的產品組合，並透過嚴格的供應鏈管理與庫存優化，有效釋放沉澱於存貨中的資金，轉化為實質的現金流，並使團隊能將核心精力集中於更具長遠價值的事務上。

事實上，若集團選擇維持過往部份低毛利產品結構，本年度完全有能力實現雙位數的銷售增長。然而，我們本年度貫徹「利潤優先」策略，進一步優化經營架構。本年度總商品交易額（「GMV」）與收入維持平穩，反映的是我們主動重塑業務組合、確保交易質量的成果，並為集團的長遠健康發展築牢了財務基石，讓我們在面對市場波動時，具備更穩健的靈活性與抗壓能力。友和追求的**不是短期的賬面規模，而是可持續且具備防禦性的長期增長。**

## 由垂直電商到全品類電商

在自營（「1P」）核心業務上，我們展現出優秀的抗逆力。本年度，在本地電子產品及電器市場普遍錄得雙位數顯著衰退的形勢下，友和依然實現了持平的穩健表現，這意味著我們的市場份額正進一步擴大與鞏固。這份韌性源於我們對客戶體驗的戰略性投資：於本年度，我們推出「閃電送貨」服務，實現中小型包裹的即日送達，同時開始重塑了大型家電的履約標準。

此外，我們與平台加盟商戶攜手加速非電子產品及非電器品類的佈局，目前已構築起涵蓋4萬個護膚美妝、2萬個個人護理以及1萬個保健與醫藥產品的多元化SKU矩陣。這些新增長引擎正加速釋放潛能，未來非電子產品及非電器品類在我們的產品組合中將擔當愈趨重要的角色。

與此同時，經過三年的深耕與沉澱，我們的商戶加盟（「3P」）業務已正式迎來收穫期，並在平台生態中發揮舉足輕重的戰略作用。目前，平台已成功匯聚超過1,000家優質商戶，為消費者帶來約20萬個產品選擇。隨著3P業務的GMV佔比持續提升，我們已採取了更具前瞻性的佈局，並於年結後推出「最優惠佣金計劃」，全面釋放商戶潛能，優化了平台整體的價格競爭力，為集團創造了可持續增長引擎。關於3P業務，我們將在合適的時機向市場公佈更多細節。

## 由本地市場到全球市場

友和的未來絕不局限於本土市場。長遠而言，我們正積極推動集團平台角色的根本性轉變，由一家深耕香港的垂直電商渠道，全面延伸為連接全球品牌、多元消費者與跨區域市場的商業生態。

在這項全球化戰略中，我們將充分發揮香港作為自由港與免稅港的地緣優勢，以及其作為區域品牌展示窗口與消費試驗樞紐的獨特地位。立足本土、面向全球，我們採取公域與私域優勢互補的雙軌並進策略。在本年度，集團已成功建立了觸達中國內地及海外市場的新銷售渠道。這些佈局不僅有效開拓了新客群，更讓我們累積了大量珍貴的跨境營運數據，並精確捕捉了海外消費者的動態偏好。

針對海外與中國內地市場，我們一方面將繼續深化與主流公域電商及內容平台的戰略合作，依託我們完善的正品保障與成熟的供應鏈體系，實現高效的市場觸達。另一方面，我們以香港為中央營運及配送樞紐，精準佈局旗艦品牌友和YOHO與高端子品牌J SELECT的全球私域網絡，作為公域渠道的有機補充，持續優化跨境支付與海外履約體驗。

為了加速這一全球化進程，在2026的下半年，集團的關鍵戰略項目之一，將是把高端子品牌J SELECT全面重塑為面向全球消費者的國際化平台。屆時，我們將憑藉集團現有約20萬個SKU的龐大產品庫，進行高度定製化的精選與產品組合重組，以契合全球不同市場的消費場景。這種審慎、精準且具備高度彈性的擴張模式，將使我們在有序開拓中國內地與海外市場的進程中，建立起可持續複製、且具備自主延展力的全球化增長模型。

## 結語與致謝

最後，本人謹代表董事會，向全體員工致以最誠摯的謝意，感謝他們在本年度複雜多變的市場環境下，所展現的卓越韌性與不懈努力。同時，我們亦衷心感謝廣大客戶、合作夥伴及全體股東一直以來的信任與支持。我們將繼續秉持透明、負責的治理態度，為所有持份者創造可持續的長遠價值。

胡發枝

主席兼執行董事

2026年6月25日

## 業務回顧

### 整體表現

於本年度內，本港零售市場由低位逐步回穩，惟整體復甦動力仍然有限，品類表現持續分化。受宏觀經濟不確定性、消費意欲審慎、港人北上及外遊消費分流等因素影響，本地零售業的經營壓力仍然存在。較高單價及非必需消費品類的購買決策更趨理性，市場競爭亦由價格比較延伸至配送效率、購物便利性及服務體驗。

在需求復甦尚未穩固及價格競爭加劇的環境下，集團於本年度內仍維持穩健的經營表現，反映其核心業務韌性及「利潤優先」策略的持續執行成效。集團不以單純擴大銷量為主要目標，而是更重視每筆交易的毛利回報、轉化效率及客戶價值，致力在維持交易規模的同時，提升營運質素及盈利可持續性。

年內，集團GMV及收入分別達約855.6百萬港元及736.8百萬港元，按年大致持平。儘管客單價受審慎消費情緒及產品組合變化影響而下跌至約1,634港元，集團憑藉訂單量顯著增長、會員基礎持續擴大及3P業務進一步發展，大致抵銷平均客單價下降的影響，並支持整體GMV保持穩定。

承接訂單數目按年上升20.8%至約523,000單，創歷史新高，註冊會員人數進一步攀升至約139萬名。3P業務GMV亦按年上升74.4%至約30.9百萬港元，雖然3P業務增長部分受惠於較低基數，但亦反映商戶參與度及平台交易活躍度持續提升。

在整體GMV保持穩定同時，集團進一步強化選品、採購及補貨紀律，並以產品需求、周轉速度及毛利貢獻作為重要管理指標。相關管理措施的成效已逐步反映於庫存結構改善及存貨水平下降。集團存貨水平由2025年3月31日的約110.2百萬港元，下降至2025年9月30日的中期水平約99.9百萬港元，並於2026年3月31日進一步下降至約72.7百萬港元。持續下降趨勢反映集團選品、採購及補貨安排更趨精準，庫存結構有所改善，滯銷及低效庫存顯著減少。

存貨壓力下降有助減少後續以大幅折扣或清貨方式處理庫存的需要，並降低低周轉、低毛利及價格波動較大產品對毛利的拖累。受惠於產品組合改善、折扣及清貨壓力下降，以及較高毛利品類佔比提升，集團毛利達約117.3百萬港元，毛利率進一步提升至15.9%，創近4年新高。相關表現反映「利潤優先」策略已逐步落實至選品、採購及庫存管理，並轉化為盈利質素改善。

本年度內，集團持續推進科技應用及平台服務升級，涵蓋配送服務、客戶體驗及會員營運等多個範疇。相關舉措包括推出友和YOHO流動應用程式、推出「閃電送貨」極速配送服務、持續加強人工智能及數據分析應用、優化3P業務後台功能、完善售後及客戶服務等。相關投入雖導致營運開支增加，惟屬提升服務效率、用戶體驗及複購能力的策略性投入，長遠有助支持交易頻次及客戶價值。

在相關投入增加的情況下，集團仍錄得EBITDA約30.4百萬港元。有關表現主要受毛利率提升、存貨管理改善、訂單量增長及營運效率提升支持，部分抵銷了相關策略性投入所帶來的成本增加。

基於核心業務表現保持穩健、財務狀況健康及現金儲備充足，集團在持續推進策略投資的同時，仍具備維持股東回報的能力。董事會在審慎考慮全年業績表現、現金狀況及未來發展需要後，建議派發25/26年度末期股息每股普通股0.015港元。連同年內已派發的中期股息每股普通股0.015港元，25/26年度全年股息合共為每股普通股0.030港元（24/25年度全年股息：每股普通股0.030港元），體現集團平衡長遠發展與股東回報的承諾。

## 旗艦品牌友和

### 1P業務

本年度內，1P業務仍是友和的核心業務。集團早年以電子電器產品切入市場，並憑藉多元化的產品選擇、OMO購物體驗及具競爭力的定價能力，成功建立其在電子電器零售市場的品牌知名度、用戶信任及交易流量。電子電器品類至今仍是集團1P業務的主要收入及流量來源。本年度內，集團繼續透過更精準的選品及產品組合管理，提高高意向流量的成交效率，並改善毛利表現。

電子電器品類的轉化除取決於產品選擇及價格外，亦高度依賴配送、安裝及售後支援等履約安排。由於相關產品普遍客單價較高，顧客在購買前通常更重視服務可靠性及交付確定性。因此，集團進一步發揮線上線下融合（「OMO」）能力，整合線上查詢、門店體驗、配送安裝及售後支援等環節，減少顧客在購物過程中的協調成本。

大型家電是其中具代表性的例子。大型家電購買通常涉及送貨、舊機回收及安裝等多個環節。本年度內，集團在部分大型家電品類率先將服務提升至「即送、即收、即裝」，讓顧客可於同一日內完成新機送達、舊機回收及安裝安

排。此舉將分散流程整合為一站式履約體驗，有助提升高客單價產品的成交確定性，並強化大型家電品類的服務壁壘。

在鞏固核心品類服務能力的同時，集團亦運用既有會員數據、平台流量及營運能力，推動非電器品類擴張。本年度內，集團加強發展美妝、保健、個人護理等毛利率及購買頻次相對較高的日常消費品類，並以毛利貢獻、用戶需求及交叉銷售潛力優化產品組合，減少對高客單價電子電器品類的依賴。

在該等類別中，美妝及個人護理品類更著重年輕化及生活化消費場景的拓展。集團積極引入優質本地新晉品牌，借助其品牌故事、設計風格及社群傳播力，承接年輕消費者對生活風格及個人護理產品的需求。另一方面，保健品類則具備跨年齡層需求及重複購買潛力，集團透過引入具信譽基礎的保健老字號品牌，滿足消費者對品牌歷史、產品口碑及可靠性的重視，同時透過線上營銷能力，提升老字號品牌對年輕客群的觸達及轉化。

除中長期品類拓展外，集團亦關注短週期消費趨勢及爆品機會。隨著社交媒體、短影音、KOL推薦及社群討論持續加速產品爆發週期，集團進一步加強追蹤社交媒體熱度、平台搜尋記錄、銷售數據及會員行為，使集團能夠篩選具話題性及轉化潛力的產品，可更快鎖定供應及承接熱銷產品需求，以提升1P業務的選品準確度及市場反應速度。

### **3P業務**

3P業務於本年度內延續良好增長。相關增長主要來自友和既有流量、會員基礎及品牌信任的自然轉化，並非依賴大量前置投資推動，反映集團過往的營運累積已逐步轉化為3P業務的交易增長。

面對本地零售環境挑戰重重及商戶經營成本上升，集團於年結後推出「最優惠佣金計劃」，並自2026年4月1日起生效，以提升3P業務的商戶吸引力及平台商品競爭力。該計劃重整商戶佣金安排，適用範圍涵蓋約400個第三級商品類別。根據新安排，符合資格商戶於指定商品類別的佣金率由原有9%下調至5%，並設有每件商品最高200港元的佣金上限。按平台現有高單價產品計算，實際佣金率可低至約1%，相較市場一般平台佣金安排具成本優勢。

對商戶而言，較低佣金率及封頂機制可降低變動銷售成本，尤其高單價產品的實際佣金佔比可隨商品價格上升而下降，有助商戶保留更大定價及促銷彈性。對集團而言，相關安排短期內或會降低單件商品佣金收入，但有助提升平台內商品的價格競爭力及成交轉化率，從而以交易規模及商戶參與度支持3P業務的長遠發展。

自2022年第四季度推出3P業務以來，友和一直維持免註冊費、免上架費及免年費安排，以降低商戶進場門檻及初期營運壓力。年結後推出的「最優惠佣金計劃」則進一步由進場成本延伸至交易成本層面，延續友和以較低營運門檻支持商戶參與的方向。

### **跨境業務**

本年度內，友和繼續以審慎方式推進跨境業務測試，重點包括渠道合作洽談、產品試銷及品類需求觀察。由於不同市場的平台規則、物流安排、支付方式及行銷成本存在差異，集團未有作大規模投入，而是以低成本、分階段方式累積市場反饋，評估需求基礎及營運可行性。

在中國內地市場，友和繼續透過自有微信小程序承接跨境消費需求，並與主流電商及內容平台探討合作方式，以評估不同平台的流量成本、佣金安排、營運要求及轉化效率。東南亞市場方面，集團亦透過當地主流電商平台測試部分美妝、個人護理及潮流玩具產品的市場反應，初步觀察到相關品類具備一定需求基礎。相關測試有助集團在控制前期投入的同時，累積不同市場的營運數據，並為後續跨境選品、定價及配送安排提供參考。

### **高端子品牌 J SELECT**

本年度內，J SELECT進一步鞏固其高端生活時尚零售定位，並與旗艦品牌友和的大眾市場、多品類及高效率電商定位形成錯位互補。J SELECT聚焦美容、健康及生活時尚等較高客單、較高毛利及重視體驗的產品類別，透過精選產品組合、門店體驗及高端品牌調性，持續提升其高價值產品的銷售能力。

相關產品並非單靠價格比較即可推動成交，顧客在購買前一般需要深入了解產品功能、使用方法、實際效果及售後支援。因此，J SELECT繼續以門店作為重要銷售場景，透過產品展示、試用安排及員工講解，降低顧客購買高價值產品時的不確定性，提升成交機會。

為平衡線下拓展成本與銷售效益，J SELECT並非以大型旗艦店或大量SKU陳列方式擴張，而是採用較精準及高體驗密度的門店模式。繼25/26年上半年開設尖沙咀K11 MUSEA門店後，集團於2026年4月在旺角朗豪坊開設第三間J SELECT門店，增加品牌於核心商圈及高人流零售場景的實體覆蓋。相關門店有助集團以有限面積集中展示具代表性及較高銷售潛力的產品，並為重視產品展示、顧客教育及品牌形象的中高端品牌提供更合適的銷售場景，支持集團引入更多優質品牌合作。

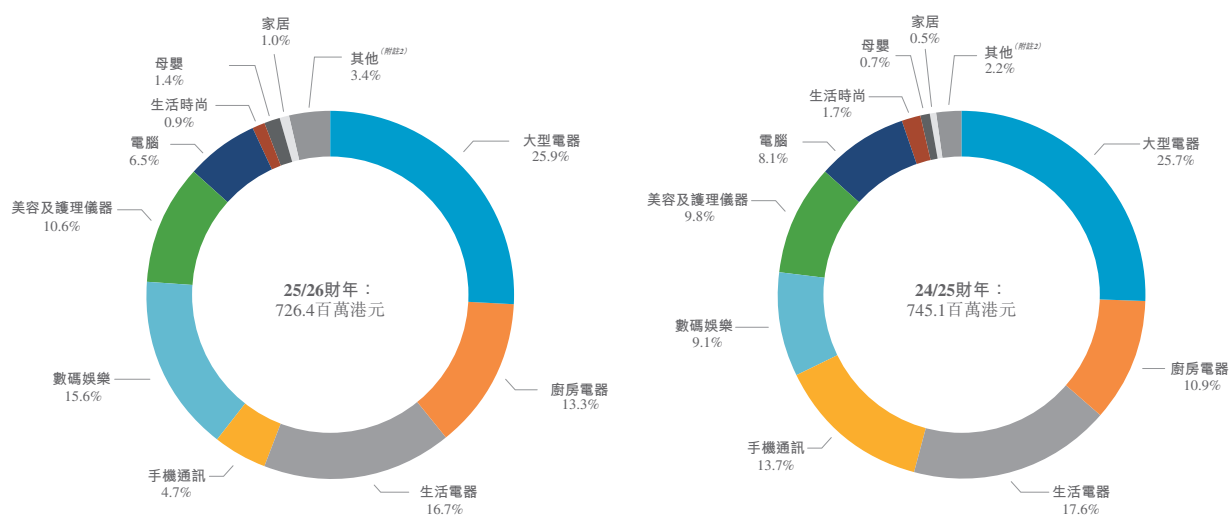
J SELECT的線下佈局亦進一步強化集團OMO營運能力。目前，友和及J SELECT雙品牌門店已擴展至6間，選址覆蓋主要交通樞紐及核心商業住宅地段，並配合全港超過2,000個自提點及「閃電送貨」服務，支援線上瀏覽、門店體驗、自提及快速配送等不同購物流程。根據集團以雙品牌門店、自提點及「閃電送貨」服務範圍作出的內部估算，相關OMO網絡的可服務範圍覆蓋約200萬人口。

## 業務表現

相較於24/25財年，我們25/26財年的總商品交易額增長約0.9%，收益則減少約2.3%。

就產品類別而言，下圖展示了我們多元化的產品種類，以滿足客戶的需求。

按產品類別劃分的收益明細<sup>(附註1)</sup>



附註：

1. 不包括提供廣告服務產生的收益。
2. 其他指玩具、護膚及美妝、個人護理、保健及醫藥、超市食品、男裝、女裝、童裝、寵物用品、葡萄酒及烈酒、圖書及文創以及其他商品服務。

## 業務摘要

我們於OMO業務模式下，運營友和及J SELECT兩個高度互補的品牌，各自擁有明確的戰略定位，旨在滿足不同的消費群體並推動增長。

友和為我們的旗艦品牌，專注為大眾市場提供具價格競爭力的產品，並覆蓋廣泛的產品類別，包括電子電器、美妝及護膚、健康及保健、家居、母嬰、寵物用品、葡萄酒及烈酒以及玩具。友和擁有強大的線上線下覆蓋能力，分別運營成熟完善的友和電子商務平台，同時於主要地區（觀塘、銅鑼灣及長沙灣）設有三間大型門店。

J SELECT則主要面向中高端消費客群，精選一系列高端美容儀器、生活時尚精品及尖端科技產品，以進一步提升我們的產品組合。其透過J SELECT電子商務平台(jselect.com)進行線上銷售，並於將軍澳Popcorn Mall及尖沙咀K11 MUSEA設有高端零售店。

我們的雙品牌策略致力通過差異化市場定位、領先的零售科技及前瞻性思維，捕捉多樣化的消費需求及開拓新機遇。

## OMO業務模式

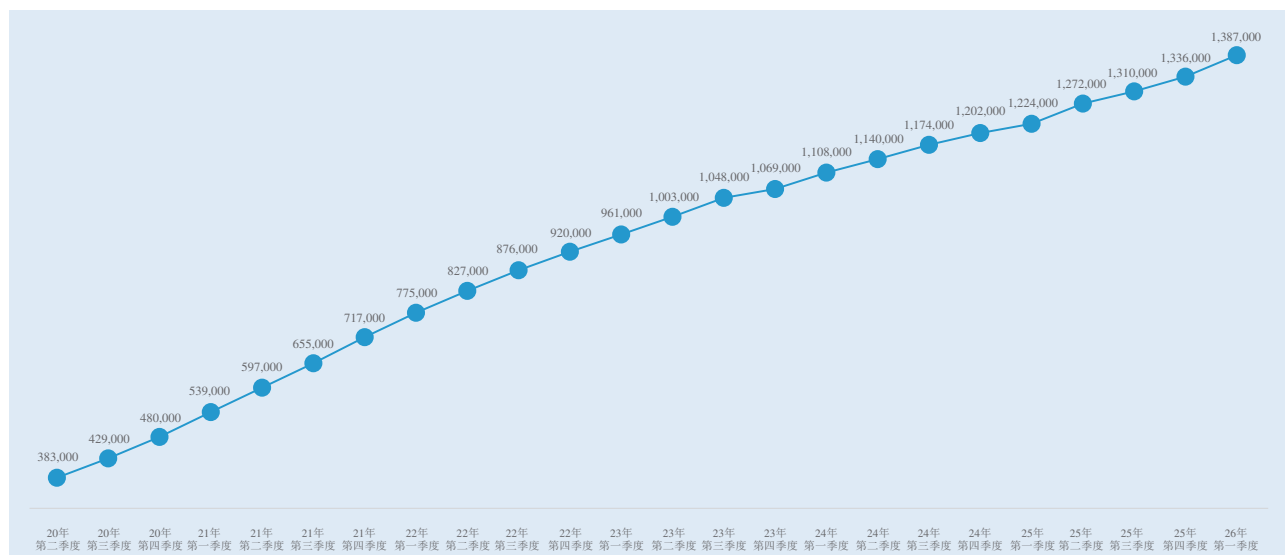
我們認為，OMO業務使我們能夠加強客戶體驗，有助推動客戶群及營運規模於以下所示年度大幅增長：

	25/26財年	24/25財年	變動
總商品交易額(百萬港元)	<b>855.6</b>	848.1	0.9%
註冊會員數目	<b>1,387,000</b>	1,224,000	13.3%
承接訂單數目	<b>523,000</b>	433,000	20.8%
客單價(港元)	<b>1,634</b>	1,960	-16.6%

## 客戶群日益擴大

於2026年3月31日，我們已建立註冊會員超過1,387,000名的客戶群。

註冊會員數目



資料來源：內部系統。

以上成果由我們加強客戶忠誠度及鼓勵客戶重複購買的會員計劃所促成。客戶群日益擴大亦與我們的品牌名稱互相呼應，其扼要傳達我們建立一站式電子商務平台的理念，以OMO業務模式迎合線上及線下零售市場。

## 前景

展望未來，香港零售市場預料仍將面對挑戰。消費意欲審慎、價格比較加劇、跨境及外遊消費分流等因素，將繼續限制本地零售復甦。在此環境下，零售企業不能單靠高成本擴張推動增長，提升盈利質素、營運效率及現金回報將成為更重要的競爭基礎。

因此，「利潤優先」將繼續是集團未來經營的核心原則。集團將保持資本配置紀律，更審慎地分配資本及營運投入，優先投放於具較強毛利回報、營運效率及客戶價值的業務機會。集團亦將更有效運用既有品牌信任、會員基礎、商戶網絡及OMO營運能力，透過更精準的選品、會員數據應用及商戶合作，提升1P業務、3P業務及跨境電商的經營效益。

長遠而言，集團將以現有三大業務為基礎，並憑藉香港作為區域品牌展示及消費試驗窗口的優勢，推動平台角色由單純零售渠道進一步延伸，成為連接品牌、消費者及不同市場的平台，在鞏固本地市場的同時，有序開拓中國內地及海外市場機會。

### 1P業務

1P業務將繼續作為集團的核心收益來源及盈利支柱，並以「利潤優先」作為核心原則，優先投放資源於具備穩定需求、品牌辨識度及較高回報潛力的產品類別，提升交易毛利回報及營運效率。

未來，集團將透過友和及J SELECT雙品牌推動1P業務發展。友和將繼續作為集團服務香港本地大眾市場的核心多品類OMO平台，重點承接電子電器、美妝保健、生活時尚及其他日常消費需求。憑藉本地化營運、廣泛品類覆蓋、具競爭力的定價能力及配送服務網絡，友和將持續提升高單價及服務型產品的購買便利性、交付效率及售後支援，鞏固其在本地電商市場的主平台角色。

J SELECT則將進一步升級為高端、精選及國際化生活時尚平台，聚焦美妝護理、保健、小型電子產品及生活時尚產品。其高端品牌調性、精選產品組合及體驗式門店，有助集團測試高價值產品、承接中高端消費需求及深化與優質品牌的合作。透過雙品牌分工，集團可同時鞏固本地大眾市場及拓展中高端生活時尚產品機會，提升1P業務的產品層次及毛利結構。

在供應端方面，集團將繼續積極探索策略性品牌合作、少數股權投資及併購機會，逐步由零售渠道延伸至品牌增長夥伴角色。對具潛力品牌而言，集團可提供銷售渠道、會員觸達、門店展示、OMO營運及區域市場拓展能力；對集團而言，相關合作及投資有助優先引入具差異化、較高毛利及社交媒體傳播潛力的產品，提升供應控制力及產品獨特性，減少1P業務過度依賴公開市場採購及價格競爭。

### 3P業務

3P業務將繼續建基於友和既有平台流量、會員基礎及品牌信任發展。友和目前的註冊會員人數已突破140萬，並建立穩定的交易基礎。消費者已習慣在友和平台上搜尋、比較及購買不同類型產品，為第三方商戶接入提供成熟的流量入口及銷售場景。

集團將持續以具彈性及商戶友好的政策推動3P業務發展。3P業務的重點並非短期佣金收入最大化，而是提升平台交易活躍度，並在不增加1P業務的存貨負擔下擴大商品覆蓋。透過較低進場門檻及具競爭力的佣金安排，集團可吸引更多具價格競爭力及產品特色的商戶參與，擴大用戶選擇，並降低集團採購及存貨風險。

年結後，集團已正式推出面向商戶的平台廣告服務，商戶可透過預先充值廣告點數，在友和平台內投放廣告及提升商品曝光。集團亦將透過閃購、主題促銷及平台活動等商戶營運工具，協助商戶於關鍵銷售場景提升商品曝光、轉化效率及成交機會。相關安排有助提升商戶在平台內的營運能力，並為集團建立佣金以外的收入來源。

未來，集團亦將審慎推進第三方物流服務（「3PL」），為商戶提供更完整的物流及配送支援。由於3PL涉及倉儲容量、配送成本、服務穩定性及售後責任，集團將在平衡平台承載能力、成本效益、顧客體驗及商戶營運彈性的前提下逐步推進。待相關服務成熟後，3PL可作為商戶的可選物流方案，有助減少不同商戶自行配送所造成的服務差異。

## 跨境業務

跨境電商仍是集團中長期發展的重要方向。集團將按不同市場特性、平台流量結構及品牌定位推進跨境業務，並結合公域平台及私域渠道，平衡流量獲取、成本控制及營運彈性。

公域平台具備龐大流量及成熟交易基建，有助集團提升產品曝光、測試市場需求及接觸新客。同時，相關平台對具備穩定供應、正貨保障及跨境配送能力的香港供應鏈亦有需求，為集團切入新市場提供機會。惟公域平台通常涉及較高佣金、推廣成本及營運規則限制，對毛利率、定價彈性及客戶關係沉澱均帶來一定約束。

相對而言，私域渠道在選品、定價、內容展示及會員營運方面較具彈性，但發展初期仍需品牌認知、流量入口及用戶信任支持。因此，集團將透過公域平台建立曝光、測試需求及接觸新客，再以私域渠道承接用戶關係、複購及更具彈性的營運安排。

友和將繼續作為集團跨境電商測試及營運的主要平台，憑藉其在香港市場累積的供應鏈、正貨保障、產品選擇及配送經驗，深化微信小程序的營運、推進與主流電商平台及內容平台的合作，將香港商品及精選產品銷售至中國內地及其他跨境消費市場。集團將透過友和評估不同市場的定價接受度、平台成本及轉化效率，在控制投入及營運風險的同時，逐步建立可複製的跨境營運模式。

J SELECT將成為集團拓展國際市場、深化全球化佈局的重要私域渠道。依託其精選、高端及國際化生活時尚定位，J SELECT將聚焦全球對美妝護理、保健產品、小型電子產品及生活時尚品類具較強消費需求的群體。集團將以香港作為中央營運及配送樞紐，逐步構建及完善J SELECT網站、手機應用程式、跨境支付及國際配送能力，為全球消費者提供更順暢、可靠的購物體驗。同時，自有私域渠道的建立將有助降低對單一第三方平台流量及營運規則變動的依賴，進一步提升跨境業務的自主性、穩定性及遠可持續性。

## 流動資金及資本資源

自股份於2022年6月10日（「上市日期」）在香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市以來，本集團的資本架構並無變動。本集團的資本包括已發行普通股及資本儲備。於2026年3月31日，本集團的股本約為378,000港元，自2025年3月31日起減少約7,000港元，乃由於本集團於本年度回購了9,368,000股股份。

本集團的資金來源包括其現金及現金等價物以及短期銀行存款。本集團的總現金狀況由2025年3月31日約190.2百萬港元（不包括已抵押存款約1.4百萬港元）增加19.2%至2026年3月31日約226.8百萬港元（不包括已抵押存款約1.4百萬港元），主要由於銀行存款由2025年3月31日約174.5百萬港元增加至2026年3月31日約202.7百萬港元。本集團的現金及現金等價物以及短期銀行存款主要以美元及港元計值，一般存入認可金融機構。

於2025年3月31日及2026年3月31日，本集團均無動用任何未承諾銀行融資。現金及現金等價物總額包括銀行及手頭現金以及於三個月內到期的短期存款。於2026年3月31日，銀行存款金額約1.4百萬港元（2025年3月31日：1.4百萬港元）已就本公司一間附屬公司的銀行擔保函作出抵押。截至2025年3月31日及2026年3月31日，本集團處於淨現金狀況，因此我們的財務報表並無呈列資產負債比率。董事認為，經考慮可用內部財務資源，本集團有充裕資金為其營運提供資金及應付其到期財務責任。於25/26財年，本集團投資約1.7百萬港元於資本開支，而24/25財年則約為3.9百萬港元。對於日後的資本開支需求，我們將繼續保持審慎，預期將會運用本集團內部資源撥付有關需求。整體而言，本集團的財務狀況保持穩健，以支持業務持續拓展。

### 資產負債比率

於2026年及2025年3月31日，資產負債比率（即計息債務總額除以權益總額）分別為零。

### 全球發售所得款項淨額用途

於2022年5月26日，本公司提呈發售55,000,000股普通股（「股份」）供全球發售的公眾人士認購。每股股份發售價定為2.10港元，而股份於上市日期成功在聯交所主板上市。本公司的全球發售所得款項淨額（經扣除包銷費用及佣金以及其他上市開支）約為74.7百萬港元（「所得款項淨額」），及截至2026年3月31日，本集團已根據本公司日期為2022年5月26日的招股章程（「招股章程」）所載分配動用其中合共約50.5百萬港元。

自上市日期至2026年3月31日，所得款項淨額的動用情況分析載列如下：

	百分比	已分配 所得款項 用途 (百萬港元)	截至2025年 3月31日 已動用款項 (百萬港元)	截至2026年 3月31日 止期間 已動用款項 (百萬港元)	截至2026年 3月31日 尚未動用結餘 (百萬港元)	動用尚未動用 所得款項淨額 的建議時間表
透過自然增長搶佔更高市場佔有率	20.4%	15.2	13.4	1.8	-	不適用
透過推出線上平台業務擴大電子商務平台的產品供應種類	7.1%	5.3	2.5	1.3	1.5	於2028年3月31日或之前
將服務拓展至中國內地(尤其是大灣區)客戶	8.6%	6.4	-	0.6	5.8	於2028年3月31日或之前
加強供應鏈能力	9.2%	6.9	2.2	3.2	1.5	於2027年3月31日或之前
進一步投資於品牌管理及市場推廣，提高公眾對集團的認識及加強市場推廣活動的成效	11.8%	8.8	2.7	0.9	5.2	於2028年3月31日或之前
擴大員工隊伍以支持業務策略	19.2%	14.4	9.3	3.1	2.0	於2027年3月31日或之前
收購電子商務相關行業的公司	13.7%	10.2	2.0	-	8.2	於2028年3月31日或之前
一般營運資金	10.0%	7.5	7.5	-	-	不適用
	<b>100.0%</b>	<b>74.7</b>	<b>39.6</b>	<b>10.9</b>	<b>24.2</b>	

於2026年3月31日，尚未動用所得款項淨額約24.2百萬港元（已存入香港認可金融機構作為計息存款）預期將根據招股章程先前披露之計劃用途使用，惟經審慎考慮後本公司決定：

- (i) 延長將剩餘分配所得款項淨額用於透過推出線上平台業務擴大電子商務平台的產品供應種類的預期時間至2028年3月31日或之前，以讓本集團有更多時間仔細審核並引進優質第三方商戶，並在競爭激烈的電商環境中優化平台的用戶介面；
- (ii) 延長將剩餘分配所得款項淨額用於將服務拓展至中國內地（尤其是大灣區）客戶的預期時間至2028年3月31日或之前，以審慎掌控我們資本部署的步調，因應當前宏觀經濟波動及中國內地各地高度競爭的區域市場動態，讓本集團能夠徹底評估當地消費者的行為，確保嚴格遵守不斷演變的跨境法規，並微調我們產品的本地化策略，以有效把握大灣區獨特的購買力；
- (iii) 延長將剩餘分配所得款項淨額用於加強供應鏈能力的預期時間至2027年3月31日或之前，以配合當前交易量調整基礎設施及技術升級的節奏，從而避免過早的資本開支，同時確保供應鏈升級與本集團的經更新物流需求完美對接；
- (iv) 延長將剩餘分配所得款項淨額用於進一步投資於品牌管理及營銷的預期時間至2028年3月31日或之前，以便有更多時間以適應零售市場氛圍轉趨疲軟及消費者消費模式更趨謹慎所帶來的需求，讓本集團能夠審慎安排與當前消費趨勢直接產生共鳴的大規模推廣活動的步調；
- (v) 延長將分配所得款項淨額用於擴大員工隊伍以支持業務策略的預期時間至2027年3月31日或之前，以實行更為精挑細選及嚴謹的人才招聘策略，確保本集團招聘的專業人才具備與我們的長期業務策略需求精準匹配的專業知識；及
- (vi) 延長將分配所得款項淨額用於收購電子商務相關行業公司的預期時間至2028年3月31日或之前，以便有足夠時間進行徹底的盡職調查並確定符合戰略增長的收購目標。

儘管本公司董事會及管理層對所得款項淨額的相關用途作出審慎規劃，但相關項目的實際實施仍受到如市場環境及項目整體進度等諸多因素影響。因此，董事會決定延長該等項目的時間，並認為延期不會對本公司的營運造成任何重大不利影響，且符合本公司及股東的整體最佳利益。

除上文所披露者外，董事會現時無意更改招股章程所披露之所得款項淨額計劃用途。使用未動用所得款項淨額的預期時間表乃基於董事會對業務市場情況作出的最佳估計。該時間表可能會根據市場情況發生變動。本公司將根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則的規定，於適當時候於本公司業績公告中就時間表的變動（如有）作出進一步披露，以向股東及潛在投資者提供最新消息。

## 主要風險及不確定因素

本集團的財務狀況、經營業績及業務前景可能受與本集團業務直接或間接相關的若干主要風險及不確定因素影響。以下清單為本集團面臨若干主要風險及不確定因素的概要，有關概要並非詳盡無遺，因此亦可能存在其他風險及不確定因素：

- 我們的業務面對激烈競爭，而我們的盈利能力及未來增長前景取決於我們能否有效與其他競爭對手進行競爭；
- 我們的業務取決於我們維繫現有客戶並吸引新客戶的能力；
- 冒牌產品事件可能會對我們產品的需求、品牌、聲譽及盈利能力造成不利影響；
- 倘我們未能維持日常運作以及維持友和電子商務平台及系統安全，我們的業務及經營業績可能會受到重大不利影響；
- 我們承受網絡安全風險，並可能須就用戶私隱受損承擔責任而可能對我們的聲譽及業務造成重大不利影響；
- 我們委聘的獨立倉儲服務供應商及獨立快遞服務供應商可能會提高服務費，導致我們的純利率及經營業績可能受到影響；
- 我們可能無法及時或根本無法向客戶提供電器，繼而使我們可能退還就銷售電器收取的預付款項；及
- 倘我們未能吸引及挽留主要人員、管理團隊及僱員，我們的業務、財務狀況及經營業績可能會受到影響。

## 綜合損益及其他全面收益表

截至2026年3月31日止年度

	附註	2026年 千港元	2025年 千港元
收益	3	736,771	753,795
已售貨品成本		<u>(619,462)</u>	<u>(635,674)</u>
		117,309	118,121
其他收入		7,172	8,201
其他虧損		(130)	(6)
銷售及分銷開支		(72,199)	(68,141)
行政開支		(31,739)	(32,636)
融資成本		<u>(997)</u>	<u>(1,408)</u>
除稅前溢利		19,416	24,131
所得稅開支	4	<u>(2,664)</u>	<u>(3,665)</u>
年內溢利及全面收益總額	5	<u><b>16,752</b></u>	<u><b>20,466</b></u>
每股盈利－			
基本(港仙)	7	3.41	4.13
攤薄(港仙)		<u><b>3.41</b></u>	<u><b>4.13</b></u>

# 綜合財務狀況表

於2026年3月31日

	附註	2026年 千港元	2025年 千港元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		3,638	5,906
使用權資產		9,795	23,446
其他無形資產		4,239	3,189
按金		8,261	7,068
遞延稅項資產		554	345
		<u>26,487</u>	<u>39,954</u>
<b>流動資產</b>			
存貨		72,674	110,199
貿易應收款項	8	5,488	6,718
其他應收款項、按金及預付款項		15,084	7,380
可收回稅項		8	130
於3個月以上到期的短期銀行存款		98,279	155,461
已抵押銀行存款		1,404	1,358
現金及現金等價物		128,562	34,696
		<u>321,499</u>	<u>315,942</u>
<b>流動負債</b>			
貿易應付款項	9	41,941	33,605
其他應付款項及應計費用		11,967	11,768
合約負債		14,088	11,336
租賃負債		9,704	15,511
		<u>77,700</u>	<u>72,220</u>
<b>流動資產淨值</b>		<u>243,799</u>	<u>243,722</u>
<b>總資產減流動負債</b>		<u>270,286</u>	<u>283,676</u>

	附註	2026年 千港元	2025年 千港元
非流動負債			
租賃負債		<u>2,939</u>	<u>12,443</u>
資產淨值		<u>267,347</u>	<u>271,233</u>
資本及儲備			
股本	10	385	385
儲備		<u>266,962</u>	<u>270,848</u>
權益總額		<u>267,347</u>	<u>271,233</u>

# 綜合財務報表附註

截至2026年3月31日止年度

## 1. 一般資料

友和集團控股有限公司（「本公司」）在開曼群島註冊成立及註冊為獲豁免有限公司。本公司股份於香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）主板上市。本公司的註冊辦事處及主要營業地點地址分別為Po Box 309, Ugland House, Grand Cayman, KY1-1104, Cayman Islands及香港九龍觀塘開源道33號建生廣場6樓602室。

本公司作為投資控股公司行事，營運附屬公司主要從事銷售電子產品、家庭電器及生活時尚產品。

本公司的最終控股股東為胡發枝先生（「胡先生」）及胡先生配偶徐嘉穎女士（「徐女士」）（統稱「控股股東」），彼等透過其各自於英屬處女群島（「英屬處女群島」）註冊成立的全資投資控股公司擁有本公司合共63.0%股權，該等公司分別為胡先生擁有的The Mearas Venture Limited（「The Mearas Venture」）及徐女士擁有的The Wings Venture Limited（「The Wings Venture」）。控股股東為本集團現時旗下集團實體的創辦人，就彼等的所有權一致行動並對本集團現時旗下公司共同行使控制權。

綜合財務報表以港元（「港元」，亦為本公司的功能貨幣）呈列。

## 2. 應用新訂香港財務報告準則會計準則及其修訂本

於本年度強制生效的香港財務報告準則會計準則修訂本

於本年度，本集團已首次應用由香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈於2025年4月1日開始的本集團年度期間強制生效的以下香港財務報告準則會計準則修訂本，以編製綜合財務報表：

香港會計準則第21號（修訂本）	缺乏可兌換性
-----------------	--------

於本年度應用香港財務報告準則會計準則修訂本對本集團於本年度及過往年度的財務狀況及表現及／或該等綜合財務報表所載披露並無重大影響。

## 已頒佈但尚未生效的新訂香港財務報告準則會計準則及其修訂本

本集團尚未提早應用下列已頒佈但尚未生效的新訂香港財務報告準則會計準則及其修訂本：

香港財務報告準則第18號	財務報表的呈列及披露 <sup>3</sup>
香港會計準則第21號(修訂本)	換算為惡性通貨膨脹呈列貨幣 <sup>3</sup>
香港財務報告準則第9號 及香港財務報告準則第7號(修訂本)	金融工具分類及計量(修訂本) <sup>2</sup>
香港財務報告準則第9號 及香港財務報告準則第7號(修訂本)	涉及依賴自然能源生產電力的合約 <sup>2</sup>
香港財務報告準則第10號 及香港會計準則第28號(修訂本)	投資者與其聯營公司或 合資企業之間的資產出售或投入 <sup>1</sup>
香港財務報告準則會計準則(修訂本)	香港財務報告準則會計準則的 年度改進 – 第11冊 <sup>2</sup>

<sup>1</sup> 於待定日期或之後開始的年度期間生效。

<sup>2</sup> 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效。

<sup>3</sup> 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效。

除下述新訂香港財務報告準則會計準則外，本公司董事預計，應用所有其他香港財務報告準則會計準則修訂本於可見未來不會對綜合財務報表造成重大影響。

### 香港財務報告準則第18號財務報表的呈列及披露

香港財務報告準則第18號*財務報表的呈列及披露*載有財務報表的呈列及披露規定，將取代香港會計準則第1號*財務報表的呈列*。該新訂香港財務報告準則會計準則繼承香港會計準則第1號中多項規定，並引入新規定，即在損益表中呈列指定類別及定義的小計，在財務報表附註中披露管理層界定的績效指標，以及改進財務報表中所披露資料的匯總及分類。此外，香港會計準則第1號的若干段落已移至香港會計準則第8號及香港財務報告準則第7號。香港會計準則第7號*現金流量表*及香港會計準則第33號*每股盈利*亦已作出輕微修訂。

香港財務報告準則第18號及其他準則的修訂本將於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效，並允許提早應用。香港財務報告準則第18號要求採用追溯調整法，並設有特定的過渡條文。就確認及計量而言，應用新訂準則預期不會對本集團的財務表現及狀況產生重大影響。然而，預期將影響綜合損益表的結構及呈列。

### 3. 收益及分部資料

#### 收益

#### 來自客戶合約的收益劃分

	2026年 千港元	2025年 千港元
直接商品銷售		
— 大型電器	188,125	191,759
— 廚房電器	96,172	81,282
— 手機通訊	33,832	102,071
— 數碼娛樂	113,170	67,753
— 生活電器	120,931	130,950
— 美容及護理儀器	76,305	72,247
— 母嬰	9,743	5,186
— 家居	6,714	3,311
— 電腦	47,178	60,164
— 生活時尚	6,523	12,425
— 其他	24,456	15,969
	<u>723,149</u>	<u>743,117</u>
直接商品銷售所得收益	<u>723,149</u>	<u>743,117</u>
提供廣告服務	<u>10,390</u>	<u>8,697</u>
專櫃銷售所得收益	<u>3,232</u>	<u>1,981</u>
總計	<u>736,771</u>	<u>753,795</u>
地區市場：		
— 香港	729,116	750,882
— 中國內地	6,378	2,069
— 其他	1,277	844
	<u>736,771</u>	<u>753,795</u>
收益確認時間：		
— 某一時間點	726,381	745,098
— 隨時間	10,390	8,697
	<u>736,771</u>	<u>753,795</u>

## 客戶合約的履約責任

### 直接商品銷售

本集團透過自有零售點、互聯網銷售及批發直接向客戶銷售產品。

就向零售客戶銷售產品而言，收益於貨品的控制權轉移時（即客戶在零售點購買貨品時）確認。交易價格付款於客戶購買貨品時即時到期應付。

就互聯網銷售而言，收益於貨品的控制權轉移至客戶時（即貨品運送至客戶的指定地點時）確認。當客戶開始在網上購買貨品時，交易付款即時到期應付。本集團收取的交易價格確認為合約負債，直至貨品運送至客戶為止。

就透過批發銷售產品而言，收益於貨品的控制權轉移時（即貨品運送至批發商的指定地點時）確認。本集團收取的交易價格確認為合約負債，直至貨品運送至批發商為止。正常信貸期一般為送貨後30日。

### 提供廣告服務

由於客戶在本集團提供服務時同時收取及消耗本集團提供的利益，因此提供廣告服務的收益在服務期間隨時間確認。服務收益根據合約價格確認。正常信貸期一般為自發票開具之日起計30日。

### 專櫃銷售

本集團從其商戶加盟模式獲得專櫃銷售收入。就專櫃銷售而言，本集團作為代理而非主要責任人，不受存貨風險所影響，且於確定價格及選擇客戶方面並無自由度。於貨品的控制權轉移至客戶時（即貨品運送至客戶的指定地點時），專櫃銷售按淨額確認，而淨額基於銷售金額的某一固定百分比而定。

### 客戶忠誠度計劃

本集團就本集團的零售店及互聯網銷售營運客戶忠誠度計劃，客戶就購物獲獎勵積分以在未來兌換銷售折扣。交易價格按相對獨立售價分配至產品及獎勵積分。客戶忠誠度獎勵積分的有效期為三個月，而客戶可在指定到期日前隨時兌換獎勵積分。獎勵積分的收益於獎勵積分兌換或到期時確認。合約負債在獎勵積分獲獎勵積分持有人兌換或到期前確認。銷售折扣已確認並自收益扣除。

## 分配至客戶合約剩下履約責任的交易價格

未履行履約責任（包括客戶忠誠度計劃）的客戶合約的原定預期期限為一年或以內。按香港財務報告準則第15號所允許，分配至該等未履行合約或客戶忠誠度計劃的交易價格不予披露。

## 分部資料

就資源分配及表現評估而言，主要營運決策者（即本公司執行董事）審閱本集團整體業績及整體財務狀況。因此，僅呈列實體層面的披露、主要客戶以及地區資料。

## 地區資料

本集團根據交付貨品及提供服務所在地的收益地區資料於上文披露。本集團的非流動資產均位於香港。

## 有關主要客戶的資料

於兩個年度，本集團概無客戶貢獻本集團總收益10%以上。

## 4. 所得稅開支

### 所得稅開支

	2026年 千港元	2025年 千港元
即期稅項：		
— 香港利得稅	2,908	3,918
過往年度超額撥備 — 香港利得稅	(35)	—
遞延稅項	(209)	(253)
	<u>2,664</u>	<u>3,665</u>

於兩個年度，香港利得稅按本集團其中一間附屬公司的估計應課稅溢利中首2,000,000港元的8.25%計算，而超過2,000,000港元的估計應課稅溢利則按16.5%計算。不符合利得稅兩級制的其他附屬公司溢利將繼續按16.5%的劃一稅率徵稅。

本公司於香港營運的附屬公司符合資格享有若干稅項寬免。於年內，各附屬公司符合資格享有最高稅項寬免3,000港元（2025年：1,500港元）。

## 5. 年內溢利

	2026年 千港元	2025年 千港元
年內溢利經扣除下列各項後得出：		
核數師薪酬		
－ 核數服務	1,600	1,600
－ 非核數服務	692	726
	<u>2,292</u>	<u>2,326</u>
董事酬金	3,240	3,617
其他員工成本（不包括董事酬金）		
－ 薪金、津貼及其他福利	32,269	31,378
－ 以權益結算以股份為基礎的開支	163	330
－ 退休福利計劃供款	1,371	1,419
	<u>37,043</u>	<u>36,744</u>
物業、廠房及設備折舊	2,482	2,757
使用權資產折舊	14,240	12,223
其他無形資產攤銷	450	21
確認為開支的存貨成本 （包括存貨減值虧損撥備218,000港元 （2025年：392,000港元）（扣除撥回））	<u>619,462</u>	<u>635,674</u>

## 6. 股息

	2026年 千港元	2025年 千港元
年內確認為分派的股息：		
2026年中期股息每股普通股0.015港元 （2025年：2025年中期股息0.015港元）	7,368	7,403
2025年末期股息每股普通股0.015港元 （2025年：2024年末期股息0.030港元）	<u>7,392</u>	<u>14,941</u>
	<u>14,760</u>	<u>22,344</u>

於報告期末後，本公司董事已建議就截至2026年3月31日止年度派付末期股息每股普通股0.015港元（2025年：0.015港元），總額約為7,261,000港元（2025年：7,392,000港元），惟須待股東於應屆股東大會上批准後方可作實。

## 7. 每股盈利

每股基本及攤薄盈利的計算基於下列數據：

	2026年 千港元	2025年 千港元
就每股基本及攤薄盈利而言的盈利：		
本公司擁有人應佔年內溢利	<u>16,752</u>	<u>20,466</u>
	2026年 股份數目	2025年 股份數目
就每股基本及攤薄盈利而言的股份加權平均數	<u>491,371,003</u>	<u>495,869,940</u>

於截至2026年及2025年3月31日止年度，由於本公司購股權的行使價高於股份平均市價，每股攤薄盈利的計算並無假設該等購股權獲行使。

## 8. 貿易應收款項

	2026年 千港元	2025年 千港元
貿易應收款項	<u>5,488</u>	<u>6,718</u>

於2024年4月1日，客戶合約的貿易應收款項為9,785,000港元。

本集團一般向其客戶授出的信貸期為自發票日期起計30日。通過零售店或互聯網進行的銷售以現金或透過支付網關以信用卡結算，一般於作出銷售後2日內向本集團償付款項。於各報告期末，根據發票日期呈列的貿易應收款項（扣除減值虧損撥備）的賬齡分析如下：

	2026年 千港元	2025年 千港元
30日內	2,786	3,367
31至60日	79	375
61至90日	1,124	1,770
90日以上	<u>1,499</u>	<u>1,206</u>
	<u>5,488</u>	<u>6,718</u>

## 9. 貿易應付款項

供應商授予的信貸期介乎0至30日。於各報告期末，本集團按發票日期呈列的貿易應付款項賬齡分析如下：

	2026年 千港元	2025年 千港元
30日內	39,230	27,680
31至60日	1,698	2,000
61至90日	256	260
90日以上	757	3,665
	<u>41,941</u>	<u>33,605</u>

## 10. 股本

每股面值0.0001美元的普通股

法定：

	股份數目	普通股面值 千美元
於2024年4月1日、2025年及2026年3月31日	<u>2,000,000,000</u>	<u>200</u>

已發行：

	普通股數目	普通股 面值等值 千美元	普通股 面值等值 千港元
於2024年4月1日	497,822,000	50	388
發行股份(附註b)	1,516,000	-	2
購回普通股(附註a)	<u>(5,882,000)</u>	<u>(1)</u>	<u>(5)</u>
於2025年3月31日	<u>493,456,000</u>	<u>49</u>	<u>385</u>
購回普通股(附註a)	<u>(632,000)</u>	<u>-*</u>	<u>-*</u>
於2026年3月31日	<u>492,824,000</u>	<u>49</u>	<u>385</u>

\* 金額低於1,000美元及1,000港元。

附註：

(a) 於年內，本公司通過聯交所購回其股份如下：

購回月份	股份數目	每股價格 最高 港元	最低 港元	已付總代價 (包括交易費用) 千港元
<b>截至2026年3月31日止年度</b>				
2025年4月	178,000	0.64	0.61	112
2025年7月	170,000	0.69	0.67	115
2025年8月	284,000	0.75	0.73	212
2025年9月	336,000	0.78	0.75	262
2025年10月	376,000	0.66	0.63	243
2025年12月	946,000	0.70	0.62	663
2026年1月	5,190,000	0.70	0.69	3,641
2026年3月	1,888,000	0.63	0.63	1,193
	<u>9,368,000</u>			<u>6,441</u>
<b>截至2025年3月31日止年度</b>				
2024年4月	590,000	0.68	0.62	387
2024年7月	124,000	0.70	0.64	85
2024年9月	1,674,000	0.68	0.60	1,057
2024年10月	1,066,000	0.69	0.63	692
2024年11月	418,000	0.62	0.59	255
2024年12月	2,010,000	0.68	0.59	1,239
	<u>5,882,000</u>			<u>3,715</u>

上述購回的普通股已註銷，惟其中8,736,000股（2025年：無）未註銷，並保留為庫存股份。

於本年度，本公司附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

(b) 於2024年8月12日，本公司向獨立第三方發行1,516,000股普通股作為收購一組資產的代價的一部分。有關詳情，請參閱本公司日期為2024年8月12日的公告。

## 財務回顧

### 收益

收益由24/25財年約753.8百萬港元減少至25/26財年約736.8百萬港元，降幅約2.3%。收益減少主要由於受累於宏觀經濟環境持續波動及高利率環境未見緩和，消費者對於非必需品類別信心明顯受壓，消費行為更顯謹慎，對價格變動亦更為敏感，令香港零售業受到重創。

### 毛利

我們於25/26財年的毛利維持穩定，約為117.3百萬港元（24/25財年：118.1百萬港元）。此外，毛利率由24/25財年約15.7%上升至25/26財年約15.9%，主要由於產品組合優化及嚴謹利潤管理策略的成效。

### 銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由24/25財年約68.1百萬港元增加至25/26財年約72.2百萬港元，主要由於倉庫擴展以及將軍澳及尖沙咀新高端零售店的使用權資產折舊增加。

### 行政開支

行政開支由24/25財年約32.6百萬港元減少至25/26財年約31.7百萬港元，主要由於嚴格的成本管理。

### 所得稅開支

所得稅開支由24/25財年約3.7百萬港元減少至25/26財年約2.7百萬港元。

儘管我們於25/26財年錄得除稅前溢利減少至約19.4百萬港元（24/25財年：約24.1百萬港元），我們於25/26財年錄得實際稅率約13.7%（24/25財年：約15.2%）。

### 年內溢利及全面收益總額

由於上文所述，我們於25/26財年錄得年內溢利及全面收益總額約16.8百萬港元，而24/25財年則為年內溢利及全面收益總額約20.5百萬港元。純利率於25/26財年維持穩定，約為2.3%（24/25財年：2.7%）。年內溢利及全面收益總額減少乃主要歸因於收益由24/25財年約753.8百萬港元減少至25/26財年的約736.8百萬港元。

## 貿易應收款項

貿易應收款項由2025年3月31日約6.7百萬港元減少至2026年3月31日約5.5百萬港元。截至2026年3月31日，貿易應收款項週轉日數維持穩定於3日（2025年：4日）。

## 貿易應付款項

貿易應付款項由2025年3月31日約33.6百萬港元增加至2026年3月31日約41.9百萬港元。截至2026年3月31日，貿易應付款項週轉日數維持穩定於22日（2025年：24日）。

## 非香港財務報告準則計量

為補充我們根據香港財務報告準則呈列的綜合損益及其他全面收益表，我們亦採用並非香港財務報告準則規定或按香港財務報告準則呈列的經調整純利及除息稅折舊攤銷前盈利（作為非香港財務報告準則計量）作為額外財務計量。我們認為，該等非香港財務報告準則計量有助識別業務的相關趨勢（可能受計入營運所得收入及純利的開支所影響而失真），透過消除有關項目的潛在影響，藉此為投資者及其他人士在了解及評估我們的經營業績時提供有用資料。我們亦認為，該等非香港財務報告準則計量提供有關經營業績的有用資料，加強對過往業績及未來前景的整體理解，並使管理層在作出財務及經營決策時使用的關鍵指標更具透明度。

採用經調整純利及除息稅折舊攤銷前盈利（作為非香港財務報告準則計量）作為分析工具有其重大局限，原因為其並不反映影響營運的所有收入及開支項目。評估經營及財務業績時，閣下不應將經調整純利及除息稅折舊攤銷前盈利（作為非香港財務報告準則計量）與我們根據香港財務報告準則計算的年內損益、毛利或任何其他財務表現計量分別考慮或視為替代指標。香港財務報告準則項下並無界定「經調整純利及除息稅折舊攤銷前盈利（作為非香港財務報告準則計量）」一詞，故該詞彙與其他公司所用其他類似名稱的計量未必可作比較。

## 經調整純利

我們將經調整純利（作為非香港財務報告準則計量）界定為經授予董事及若干僱員的購股權調整的年內溢利。

下表載列我們於所示年度的經調整純利（作為非香港財務報告準則計量）

	25/26財年 千港元	24/25財年 千港元
年內溢利及全面收益總額	16,752	20,466
就以下各項作出調整：		
向董事及若干僱員作出的以權益結算 以股份為基礎的開支	<u>563</u>	<u>1,111</u>
經調整純利（作為非香港財務報告準則計量）	<u><u>17,315</u></u>	<u><u>21,577</u></u>

### 除息稅折舊攤銷前盈利

我們將除息稅折舊攤銷前盈利（作為非香港財務報告準則會計準則計量）界定為經利息收入、利息開支、所得稅開支、物業、廠房及設備以及使用權資產折舊、其他無形資產攤銷調整的年內溢利及全面收益總額。

	25/26財年 千港元	24/25財年 千港元
年內溢利及全面收益總額	16,752	20,466
就以下各項作出調整：		
利息收入	(7,172)	(7,948)
利息開支	997	1,408
所得稅開支	2,664	3,665
物業、廠房及設備折舊	2,482	2,757
使用權資產折舊	14,240	12,223
其他無形資產攤銷	<u>450</u>	<u>21</u>
除息稅折舊攤銷前盈利 （作為非香港財務報告準則計量）	<u><u>30,413</u></u>	<u><u>32,592</u></u>

### 資產抵押

於2026年3月31日，銀行存款金額約1.4百萬港元（2025年3月31日：1.4百萬港元）已就本公司一間附屬公司的銀行擔保函作出抵押。

## 其他資料

### 人才薪酬

包括董事在內，本集團於2026年3月31日擁有97名長期全職僱員，而於2025年3月31日則為104名。本集團向我們僱員提供的薪酬待遇包括基本薪金、花紅及其他福利。花紅屬酌情付款，取決於本集團及個人表現。本集團亦提供全面的醫療及人壽保險、具競爭力的退休福利計劃及員工培訓計劃以及實施購股權計劃。

### 資本開支

於25/26財年，本集團的物業、廠房及設備添置以及其他無形資產為約1.7百萬港元（24/25財年：約3.9百萬港元）。

### 資本承擔及或然負債

於2026年3月31日，本集團概無任何重大資本承擔及或然負債（2025年：無）。

本集團的絕大部分貨幣資產及負債以港元（「港元」）、美元（「美元」）及日圓（「日圓」）計值。鑒於港元與美元的聯繫匯率，使用港元作為其相關功能貨幣的運營實體承受的美元波動風險輕微。本集團預期港元兌美元不會出現任何可能對本集團經營業績造成重大影響的升值或貶值，然而，港元與日圓之間的匯率波動可能影響本集團的表現及資產價值。本集團透過密切監察外匯匯率變動管理其外匯風險，並將於需要時考慮有關重大外匯風險的對沖安排。於25/26財年，本集團未採用貨幣借款等對沖工具對沖以外幣計值的投資。

本集團的庫務政策旨在更好地控制其庫務業務及降低借款成本。該庫務政策要求本集團維持充足的現金及現金等價物以及充足的銀行融資以為本集團的日常營運提供資金及滿足短期資金需求。本集團不時檢討及評估其庫務政策，以確保其充足及有效。

### 重大收購、出售、重大投資及重大投資的未來計劃

除本公告所披露者外，於報告期內，本集團並無任何重大收購、出售、重大投資及重大投資或資本資產的未來計劃。

### 報告期後事項

除本公告所披露者外，自報告期末以來，並無可能對本集團造成影響的重大事件。

## 購買、出售或贖回上市證券

除本公告所披露者外，於報告期，本公司或其任何附屬公司概無購買、出售或贖回本公司任何上市證券。

## 遵守企業管治常規

於整個報告期內，董事會已採納聯交所證券上市規則（「上市規則」）附錄C1所載的企業管治守則（「企業管治守則」）的原則及守則條文。

董事認為，除偏離企業管治守則的守則條文第C.2.1條外，於報告期整個期間，本公司已遵守企業管治守則所載的所有適用守則條文。

根據企業管治守則的守則條文第C.2.1條，於聯交所上市的公司應遵守主席與行政總裁的職責應有區分且不應由同一人兼任的規定，但亦可選擇偏離該規定。

主席及行政總裁的職位由胡發枝先生（「胡先生」）擔任。儘管這將偏離企業管治守則的守則條文第C.2.1條，但董事會認為此架構將不會影響董事會與本公司管理層之間的權責平衡，原因為：(i)董事會作出的決策須經至少大多數董事批准，且董事會六名董事中有三名為獨立非執行董事，而本公司認為董事會擁有足夠的權力制衡；(ii)胡先生及其他董事知悉並承諾履行其作為董事的受信責任，有關責任要求（其中包括）其應為本公司的利益及以符合本公司最佳利益的方式行事，並據此為本集團作出決策；及(iii)董事會由經驗豐富的優質人才組成，確保董事會運作的權責平衡，該等人士會定期會面以討論影響本集團營運的事宜。

此外，本集團的整體策略及其他主要業務、財務及營運政策均經董事會及高級管理層詳盡討論後共同制定。

最後，由於胡先生為友和OMO業務的創辦人之一，董事會認為，由一人同時兼任主席及行政總裁的職務有利於確保本集團的內部領導貫徹一致，並可使本集團的整體策略規劃更具效力及效率。董事會將繼續檢討本集團企業管治架構的成效，以評估是否需要分拆主席與行政總裁的職務。

## 董事進行證券交易的操守準則

本公司已就董事買賣本公司證券的操守準則採納其本身的證券交易守則（「證券處理政策」），其條款不遜於上市規則附錄C3所載上市發行人董事進行證券交易的標準守則（「標準守則」）。經向全體董事作出具體查詢後，全體董事確認，於報告期整個期間，彼等已遵守證券處理政策所載的規定條文。

## 審核委員會審閱

董事會審核委員會（「審核委員會」）已審閱及與本公司管理層討論本集團截至2026年3月31日止年度的經審核財務業績。

審核委員會亦與高級管理層成員及核數師討論與本公司所採納會計政策及常規以及內部監控有關的事項。

審核委員會由兩名獨立非執行董事（何潤達先生（審核委員會主席）及梁碩玲博士）及一名非執行董事（文立先生）組成。

## 德勤•關黃陳方會計師行職權範圍

本集團的核數師德勤•關黃陳方會計師行已同意初步公告所載有關本集團截至2026年3月31日止年度的綜合財務狀況表、綜合損益及其他全面收益表與相關附註的數字與本集團本年度的經審核綜合財務報表（經董事會於2026年6月25日批准）所載的數額一致。德勤•關黃陳方會計師行就此進行的工作並不構成核證委聘，因此德勤•關黃陳方會計師行並無對初步公告發表意見或核證結論。

## 股息

董事會建議就25/26財年宣派末期股息每股0.015港元（24/25財年：0.015港元），總金額約為7,261,000港元（2025年：7,392,000港元），惟須待本公司股東於2026年8月26日（星期三）舉行的應屆股東週年大會（「股東週年大會」）上批准後，方可作實。建議末期股息將於2026年9月24日（星期四）或前後向於2026年9月9日（星期三）名列本公司股東名冊的股東派付。

## 股東週年大會

本公司股東週年大會將於2026年8月26日（星期三）舉行。股東週年大會通告及本公司截至2026年3月31日止年度的年報將按上市規則規定的方式適時刊發。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

為釐定股東出席2026年股東週年大會並於會上投票的資格以及獲派建議末期股息的合資格股東權利，本公司將按下文所載適時暫停辦理股份過戶登記手續：

(i) 就釐定股東出席2026年股東週年大會並於會上投票的資格而言：

呈交過戶文件至本公司的香港證券登記分處辦理登記的截止時間 於2026年8月19日（星期三）下午四時三十分

暫停辦理股份過戶登記手續 2026年8月20日（星期四）至2026年8月26日（星期三）（包括首尾兩日）

記錄日期 2026年8月26日（星期三）

(ii) 待於2026年股東週年大會上通過末期股息建議議程後，就釐定獲派建議末期股息的合資格股東權利而言：

呈交過戶文件至本公司的香港證券登記分處辦理登記的截止時間 於2026年9月2日（星期三）下午四時三十分

暫停辦理股份過戶登記手續 2026年9月3日（星期四）至2026年9月9日（星期三）（包括首尾兩日）

記錄日期 2026年9月9日（星期三）

就上述用途而言，所有已填妥的過戶表格連同有關股票須不遲於上述截止時間呈交本公司的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）辦理登記。

## 股本

本公司於報告期的股本變動詳情載於綜合財務報表附註10。本集團已於年內回購部分股份。

## 刊發年度業績公告及年報

本公告已於聯交所網站 [www.hkexnews.hk](http://www.hkexnews.hk) 及本公司網站 [www.yohohongkong.com](http://www.yohohongkong.com) 刊載。本公司截至2026年3月31日止年度的年報將適時於上述聯交所網站及本公司網站刊載。

承董事會命  
友和集團控股有限公司  
主席兼執行董事  
胡發枝

香港，2026年6月25日

於本公告日期，執行董事為胡發枝先生及徐嘉穎女士；非執行董事為文立先生；及獨立非執行董事為錢中山博士、梁碩玲博士及何潤達先生。