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分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。

Health and Happiness (H&H) International Holdings Limited
健合(H&H)國際控股有限公司
(於開曼群島註冊成立的有限公司)
(股份代號：1112)

截至二零二五年三月三十一日止三個月
未經審核營運數據

健合(H&H)國際控股有限公司(「**本公司**」，連同其附屬公司統稱「**本集團**」)董事(「**董事**」)會(「**董事會**」)欣然公佈本集團截至二零二五年三月三十一日止三個月(「**有關期間**」)的未經審核營運數據。

- 截至二零二五年三月三十一日止三個月，總收入按呈報基準按年上升10.4%(按同類比較基準為上升10.9%)至人民幣3,169.9百萬元。這主要是由於在嬰幼兒配方奶粉業務的帶動下，本集團在中國內地的表現回升，且核心市場(即中國內地及北美)及其他擴張市場均錄得正面增長。

- 成人營養及護理用品分部按同類比較基準增長3.2%，主要受中國內地8.9%的強勁增長及其他擴張市場的持續雙位數增長所帶動。

- 嬰幼兒營養及護理用品分部重拾升軌，增長25.3%，由中國內地嬰幼兒配方奶粉業務46.9%的增長帶動，原因是超高端分部持續獲得新客戶及擴大市場份額及全面推出新國標系列前，二零二四年第一季度的基數較低。

- 寵物營養及護理用品分部按同類比較基準增長7.3%，受北美持續增長及中國內地恢復增長所帶動。

- 來自高毛利的營養補充品[1]收入持續增長，佔我們總收入的65.1%。

- 我們將流動資金維持在穩健水平，截至二零二五年三月三十一日，現金結餘為人民幣14億元。

[1] 營養補充品包括Biostime益生菌補充品、Biostime嬰幼兒產品、Swisse維生素、草本及礦物補充劑產品以及Solid Gold及Zesty Paws寵物補充品。

按產品分部及地理位置劃分的收入(未經審核)

本公司截至二零二五年三月三十一日止三個月按產品分部及地理位置劃分的未經審核綜合收入如下:

	截至三月三十一日止三個月 *所有財務數據均未經審核* *並以人民幣百萬元入賬*			
	二零二五年	二零二四年	**呈報變動**	**同類比較變動[2]**
			%	*%*
按產品分部劃分的收入				
營養補充品	**2,064.9**	2,018.7	**2.3%**	**3.0%**
–維生素、草本及礦物補充劑產品	**1,524.0**	1,491.9	**2.1%**	**3.3%**
–嬰幼兒益生菌及營養補充品	**189.3**	223.5	**-15.3%**	**-15.3%**
–寵物補充品	**351.6**	303.3	**15.9%**	**14.8%**
嬰幼兒配方奶粉	**901.6**	625.0	**44.3%**	**44.3%**
其他[3]	**203.4**	227.7	**-10.7%**	**-10.9%**
按業務分部劃分的收入				
成人營養及護理用品	**1,529.1**	1,498.9	**2.0%**	**3.2%**
嬰幼兒營養及護理用品	**1,140.0**	909.6	**25.3%**	**25.3%**
寵物營養及護理用品	**500.8**	462.9	**8.2%**	**7.3%**
按地理位置劃分的收入				
中國內地	**2,179.7**	1,846.0	**18.1%**	**18.1%**
澳新	**388.7**	465.4	**-16.5%**	**-13.5%**
北美	**400.7**	390.1	**2.7%**	**1.7%**
其他區域	**200.8**	169.9	**18.1%**	**20.3%**
集團總計	**3,169.9**	2,871.4	**10.4%**	**10.9%**

2 已分別採用1澳元兑人民幣4.5345元及1美元兑人民幣7.1759元、1澳元兑人民幣4.6995元及1美元兑人民幣7.1025元的匯率編製本公司截至二零二五年三月三十一日止三個月的未經審核綜合收入以及截至二零二四年三月三十一日止同期的比較數字,以作説明。

3 其他包括Solid Gold的寵物食品、Good Goût的嬰兒食品及零食、Dodie的嬰兒用品及其他護膚品。

中國內地：收入重拾升軌，主要由所有分部帶動

於有關期間，來自中國內地的收入按年上升18.1%。於有關期間，中國內地仍為我們最大的市場，佔總收入的68.8%，而去年同期則為64.3%。

於有關期間，中國內地成人營養及護理用品分部保持其增長勢頭，增長8.9%，佔成人營養及護理用品分部總銷售額的67.7%，受消費者對美容、複合維生素及護肝排毒產品的需求，以及Swisse Plus+及Little Swisse系列等創新品類的持續增長所帶動。跨境電子商務渠道的銷售額增長14.3%，佔中國內地成人營養及護理用品收入的79.1%。一般貿易渠道的總銷售額下降7.6%，原因是線下渠道的銷售額下跌19.5%，惟部分被高端超市及會員渠道(如山姆會員店)的新零售渠道銷售額增長所抵銷。Swisse在中國內地的線上維生素、草本及礦物補充劑市場中穩居排名第一[4]。我們繼續透過大品牌策略，充分善用日益增長的消費者劃分及滲透，以迎合更多元化的消費者。

嬰幼兒營養及護理用品分部重拾增長勢頭，嬰幼兒配方奶粉業務的銷售額大幅上升46.9%，原因是為配合策略重點，我們持續獲得新客戶(尤其是於電子商務及母嬰用品專門店渠道)及擴大市場份額。嬰幼兒配方奶粉業務的增長亦由於全面推出新國標系列前，二零二四年第一季度的基數較低所致。隨著超高端嬰幼兒配方奶粉市場整體的收縮步伐於有關期間大大放緩，Biostime於超高端嬰幼兒配方奶粉分部的市場份額於截至二零二五年二月二十八日止十二個月增長至13.7%[5]，並於二零二五年首兩個月加速增長至15.6%[6]。1段及2段嬰幼兒配方奶粉亦持續穩步擴大市場份額，於二零二五年首兩個月分別達到5.3%及5.4%，零售概約銷售額分別增長55.4%及8.7%[6]，為較大階段嬰幼兒配方奶粉於二零二五年的後續增長奠定堅實基礎。

於有關期間，高毛利的嬰幼兒益生菌及營養補充品的銷售額下跌14.1%，乃由於藥房渠道的補充品業務面臨客流量減少及全行業挑戰所致。該品類的線上銷售額持續增長15.0%，佔該品類銷售額的53.3%，而線下銷售額下降33.3%，佔比下跌至46.7%。

---

4 根據獨立數據供應商Early Data的研究統計，截至二零二五年二月二十八日止過往兩個月的市場份額數據。

5 根據獨立研究公司尼爾森(Nielsen)的研究統計，截至二零二五年二月二十八日止過往十二個月的市場份額數據。

6 根據獨立研究公司尼爾森的研究統計，截至二零二五年二月二十八日止過往兩個月的市場份額數據。

寵物營養及護理用品分部亦恢復升勢，增長13.7%，原因是我們在Solid Gold成功重組後繼續對其實施高端化，並將資源重新分配至新推出的高利潤寵物食品及補充品。於有關期間，該等新產品佔中國內地寵物營養及護理用品總收入的30.4%，有助Solid Gold保持其於中國內地線上優質貓乾糧類別的領先地位。

澳洲及新西蘭(「澳新」)：因出口銷售基數較高而有所下跌，惟國內市場在創新產品的推動下保持持續增長

於有關期間，澳新市場按同類比較基準下跌13.5%，主要由於去年第一季度的出口銷售基數較高所致。然而，國內銷售保持4.5%的持續增長，且在零售掃碼銷售方面遠超國內市場，主要由於持續推行產品創新及高端化以及最近新推出兩項創新產品：針對紓緩壓力、幫助睡眠、增強能量及排毒提供方便可溶劑型的Smart Melts系列以及Swisse Magnesium Glycinate(一種高吸收鎂)。我們在整體澳洲維生素、草本及礦物補充劑市場亦保持第一[7]。

北美：市場趨勢及渠道擴張推動擴大增長

於有關期間，我們持續得益於寵物營養品高端化日漸盛行、寵物擬人化趨勢以及寵物數量日益增加，來自北美的收入按同類比較基準增長1.7%。

Zesty Paws於有關期間的銷售額維持強勁增長，按同類比較基準上升11.6%，原因是其於亞馬遜渠道的銷售額持續增長並在早期擴展至山姆會員店、Costco、Petco、Meijer、沃爾瑪、Target、PetSmart、CVS及Tractor Supply，其仍是美國最受認可的寵物補充品品牌之一。由於我們持續進行渠道優化及產品組合高端化以推動長遠增長，Solid Gold的銷量下降27.7%。

其他區域：於擴張市場保持強勁增長勢頭

於有關期間，來自其他區域的收入按同類比較基準上升20.3%。具體而言，亞洲擴張市場(包括中國香港、泰國、印度及中東)錄得強勁增長。透過擴大產品組合及持續獲得分銷收益，我們的市場份額雄踞大多數市場。於二零二五年三月，我們推出Swisse Professional系列，標誌著我們在意大利專業美容市場邁出第一步。

7 根據獨立研究公司艾昆緯(IQVIA)的研究統計，截至二零二五年二月二十八日止過往十二個月的市場份額數據。

流動資金狀況穩健

截至二零二五年三月三十日，我們的現金結餘為人民幣14億元，反映我們致力維持穩健的現金轉換水平。於二零二五年一月，我們以更優惠的票面利率發行新的3.5年期美元優先票據，對二零二六年六月到期的美元優先票據進行再融資，以進一步改善債務狀況。此次主動再融資延長我們的債務到期期限及降低整體融資成本。去年十一月安排的5.4億美元定期貸款的美元貨幣風險已主要透過交叉貨幣掉期予以對沖，而新美元優先票據的部分風險亦已對沖。我們擬對沖新美元優先票據的較高金額部分，惟須視乎合適的市場窗口而定。我們致力在高現金產生的業務模式支持下，進一步降低槓桿比率及鞏固財務實力。

有關Biostime Healthy Australia Pty Ltd(「BHA」)稅務審查的最新進展

誠如本公司日期為二零二五年三月二十五日的公告所披露，本公司的一間附屬公司BHA正接受澳洲稅務局(「**澳洲稅務局**」)的審查(「**BHA稅務審查**」)，內容涉及作為二零一八年集團整合措施一部分而轉讓的知識產權及其他資產的價值，BHA根據澳洲資本利得稅(「**資本利得稅**」)規則就此繳納稅項19百萬澳元。有關進一步詳情，請參閱本公司日期為二零二五年三月二十五日的公告。

於二零二五年四月十日，澳洲稅務局發出正式的修訂評稅通知書，要求(i) BHA繳納截至二零一八年十二月三十一日止年度主要稅項234.5百萬澳元；(ii) BHA繳納利息55.2百萬澳元；及(iii)繳納罰款117.3百萬澳元。BHA堅持其就有關事宜的觀點，仍然不認同澳洲稅務局的決定。當前，BHA認為，就正在審查的相關事項而言，最終發生資金外流的可能性較低。於整個BHA稅務審查過程中，BHA獲稅務顧問(包括兩間「四大」會計師事務所)及法律顧問提供建議及協助。BHA已收到與其立場有關的獨立意見。由於詮釋一直存在分歧，根據資本利得稅規則不同詮釋評估相關交易的稅務影響可能導致不同結果，即根據BHA對資產出售的立場BHA將獲得全額退還19百萬澳元，或根據澳洲稅務局的立場BHA應支付額外主要稅項最高達234.5百萬澳元(另加利息及罰款)。目前，澳洲稅務局並未對該交易應用一般反避稅規定或轉讓定價規則。

BHA繼續堅定而自信地捍衛其立場，並繼續尋求稅務訴訟律師及傑出律師的協助。BHA擬對澳洲稅務局的評定提出反對。倘澳洲稅務局駁回反對，BHA已做好準備並堅決提出進一步的法律訴訟。

本公司堅持認為BHA的立場屬正確。本公司將適時刊發進一步公告，以讓其股東及潛在投資者知悉任何進展。

全年展望：二零二五年收入持續正面增長

於二零二五年，我們將繼續推動快速增長的高利潤營養維生素、草本及礦物補充劑及寵物補充品的增長，此舉有助成人營養及護理用品、嬰幼兒營養及護理用品以及寵物營養及護理用品分部維持、擴大或重拾增長勢頭，並實現穩定的盈利水平。

在中國內地，我們預期隨著補充品作為日常保健的必需品及重要組成部分的需求殷切，人口老化尤其需要補充品，成人營養及護理用品分部全年將保持強勁的增長勢頭。我們致力於善用持續的消費者劃分及Swisse於線上市場的榜首地位，維持目前的市場份額及領導地位。就嬰幼兒營養及護理用品分部而言，我們將繼續如期於二零二五年上半年完結前完成「國標」過渡，這將為二零二五年上半年及全年的嬰幼兒配方奶粉銷售額實現正面增長奠定基礎。就寵物營養及護理用品分部而言，我們預期Solid Gold將推出新的高利潤寵物食品及補充品，以維持當前的增長勢頭。

於澳新市場，我們預期國內市場將維持穩定增長率，這得益於我們持續實施產品創新及進行廣泛的渠道分銷。

我們將繼續通過全渠道策略及持續的品類創新，擴大Zesty Paws於北美的市場地位，同時積極尋求於英國、歐洲、亞洲及澳新的擴展機會。於中國，Solid Gold將專注於高端寵物食品及寵物補充品品類，以推動其增長。

我們正密切關注關稅環境的持續變化，並持續優化我們的全球供應鏈據點。關稅對我們製成品貿易的直接影響主要涉及i)從美國出口至中國的Solid Gold寵物食品，其佔本集團去年總收入約2%；及ii)分別從亞洲及澳新出口至美國的Solid Gold寵物食品及Swisse維生素、草本及礦物補充劑產品，其佔本集團去年總收入約0.6%。然而，長遠而言，由於不同地區的關稅及貨幣波動，我們部分關鍵原料的採購成本可能會受到影響。我們將繼續與供應商密切合作，以減輕整體成本影響。

承董事會命
健合(H&H)國際控股有限公司
主席
羅飛

香港，二零二五年四月十日

於本公告日期，本公司執行董事為羅飛先生及王亦東先生；本公司非執行董事為Laetitia Albertini女士、張文會博士、羅云先生及Mingshu Zhao Wiggins女士；及本公司獨立非執行董事為陳偉成先生、駱劉燕清女士及丁遠教授。