

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之內容概不負責，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之任何損失承擔任何責任。



## Hong Kong Technology Venture Company Limited 香港科技探索有限公司

(根據公司條例於香港註冊成立之有限公司)

(股份代號：1137)

### 截至二零二五年十二月三十一日止年度之全年業績

#### 集團財務摘要

- 二零二五年，香港零售市場在經濟逐步復甦的背景下運行，惟消費信心表現分化，消費行為仍持續轉變。在此背景下，本集團的香港電子商貿業務表現穩定，產生經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利<sup>1</sup>(按成本基準)309,300,000港元，部分抵銷來自新探索及科技業務的經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利總計(222,200,000)港元。儘管如此，本集團於年內仍錄得淨虧損。
  - 二零二五年本集團之訂單總商品交易額<sup>2</sup>輕微減少1.9%至8,426,100,000港元(二零二四年：8,589,800,000港元)；
  - 二零二五年之經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為60,400,000港元(二零二四年：121,000,000港元)，而二零二五年之經調整後的自由現金流入<sup>3</sup>為43,600,000港元(二零二四年：自由現金流出為33,400,000港元)；及
  - 二零二五年之淨虧損為149,600,000港元(二零二四年：66,700,000港元)，這是由於新探索及科技業務產生虧損，以及若干非現金及非經常性項目增加所致。
- 資產負債表表現穩健，現金及流動資金淨額狀況為488,200,000港元(二零二四年十二月三十一日：712,500,000港元)，減少乃主要由於於二零二五年六月派發特別股息299,600,000港元所致。

#### 香港電子商貿業務摘要

- 香港電子商貿業務指HKTVMall，包括第三方物流服務及ThePlace；
- 二零二五年之訂單總商品交易額為7,975,400,000港元(二零二四年：8,270,300,000港元)；
- 於二零二五年，經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利穩定，佔已完成訂單的總商品交易額<sup>4</sup>百分比為3.9%，達309,300,000港元(二零二四年：4.0%，達329,200,000港元)；
- 流量穩定，每月約有1,600,000部活躍獨立設備瀏覽HKTVMall；及
- 於二零二五年，獨立客戶人數創歷史新高，達1,539,000名(二零二四年：1,519,000名獨立客戶)。

## 新探索及科技業務摘要

1. 新探索項目主要包括街市即日饅、Everuts、全自動零售商店及系統，以及生命科學項目；
2. 於二零二五年，新探索項目實現訂單總商品交易額總額459,800,000港元(二零二四年：328,300,000港元)，增幅為40.1%，主要來自街市即日饅；及
3. 於二零二五年產生經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利約(222,200,000)港元(二零二四年：(186,500,000)港元)。虧損增加主要是由於街市即日饅於二零二五年的業務規模不斷擴大，惟業務未達關鍵規模。

- <sup>1</sup> 經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利指年內盈利／(虧損)加上銀行貸款利息(不包括財務費用—租賃負債利息)、所得稅開支／(抵免)、物業、廠房及設備之折舊(不包括租賃作自用之其他物業折舊)及無形資產攤銷，並扣除投資回報，經主要非現金項目調整及不包括非經常性項目(包括政府補貼、無形資產及物業、廠房及設備減值虧損以及一次性特定捐款)。經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利並非根據香港財務報告準則會計準則釐定表現之方法。該方法並非且不應用於替代根據香港財務報告準則會計準則釐定的淨溢利或經營活動所得現金流量，亦非一定為反映現金流量是否足以撥付本公司現金需求之指標。此外，我們對該方法的定義未必可與其他公司同類計量項目比較。
- <sup>2</sup> 訂單總商品交易額指於特定時間段內通過特定市場所銷售的商品之總銷售價值，未經扣除該市場提供的任何折扣、已使用的回扣、已出售商品的註銷及退貨。
- <sup>3</sup> 經調整後的自由現金流量指經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利加上投資回報、退稅(已付)、營運資金變動及租賃作自用物業的折舊，並扣除購買物業、廠房及設備款項、添置無形資產款項及已付租賃租金之資本部分。經調整後的自由現金流量並非根據香港財務報告準則會計準則衡量表現的指標。此項計量並非且不應用於替代根據香港財務報告準則會計準則釐定的淨溢利或經營活動現金流量，亦非一定為反映現金流量是否足以撥付本公司現金需求之指標。此外，我們對此項計量的定義未必可與其他公司同類計量項目比較。
- <sup>4</sup> 已完成訂單的總商品交易額是指於特定時間段內客戶已獲得承諾中通過特定市場所銷售的商品或服務之控制權的已售商品總銷售價值，當中扣除了該市場所提供的任何折扣、商品註銷及退貨，並未扣除作管理層呈報用途而歸納為廣告及市場開支的若干HKTVmall回贈及個人化定價計劃所提供的若干折扣，及使用之推廣優惠券。

## 主席報告書

各位股東：

二零二五年，香港零售市場持續受到經濟增長緩慢、市民外遊頻繁、跨境購物趨勢加劇、以及大型國內競爭對手猛烈促銷等因素影響，消費者行為出現明顯轉變，帶來結構性壓力。本集團於二零二五年的業務表現無可避免受到上述消費趨勢及消費者行為轉變影響。然而，我們深信挑戰同時蘊藏機遇，正如三十三年前的長途電話市場一樣。當政府引入多個競爭者後，整體市場急速改變、轉型和擴大。同樣情況亦在零售業上發生，香港消費者習慣將進一步改變，推動更多人從實體店轉向網上購物，為整個零售業注入新動力。

本集團在二零二五年的訂單總商品交易額達8,426,100,000港元，維持穩健水平。HKTVmall作為本集團的核心業務，表現理想，經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利達309,300,000港元，每月活躍獨立設備維持約1,600,000部，客戶基礎主要集中在中產階層，忠誠度極高，為HKTVmall持續穩定的流量提供堅實基礎，同時進一步確認，線下消費者向線上消費轉移的結構性變化，已是不可逆轉。

本集團始終秉持「長遠生存」的重要性遠超短期盈利的核心原則。面對香港營商環境日益複雜，國內與香港市場無縫融合的時間壓力，更成為我們對未來前景的主要憂慮。試想像一下，若「人流」與「物流」完全無障礙往返國內與香港，無需過關清關，整條產品和食物供應鏈均可直接由國內運抵香港，HKTVmall及本地零售商將如何應對？

不少投資者及持份者都好奇，為什麼我們並不懼怕與國內大型電子商貿平台如京東、淘寶等競爭。這些平台的優勢主要來自龐大的商戶網絡及廣泛的產品選擇，而我們亦能複製其優勢 — HKTVmall現時已成功招募大量國內商戶，提供接近3,000,000款產品選擇，涵蓋廣泛的產品款式。而且淘寶已在香港經營超過十年，我們未見其對HKTVmall的生意構成直接影響。亦有人指本地的連鎖超市及個人護理用品店近年積極發展網購。我們認為這些傳統超市的產品選擇較少，且缺乏自動化執貨及倉存系統，每張訂單操作往往導致虧損；他們把自己的客戶由線下轉到網上，生意沒有增加，營運成本卻增加不少，無利可圖；這亦解釋了為什麼他們多年來都沒有積極發展網上營運。

我們要面對國內與香港市場無縫融合的壓力，必須要以「求生求新求變」的態度尋找出路，為生存而努力。憑藉二十年電訊業競爭經驗，我們將不計算成本，大膽採取「產品鬥多選擇、價錢鬥平、物流鬥快」的應對策略。現時，本集團錄得8,426,100,000港元的訂單總商品交易額，大部分來自傳統超市的客戶群；若我們能再爭取5%至10%的市場份額，相信這些擁有200至300間實體連鎖店、固定成本高昂的對手，將面對更嚴峻考驗。

### 創新服務打造獨有優勢

1. **3小時極速送**：過往三年，本集團投入大量資源發展「街市即日餵」，覆蓋全港十大街市。這些街市包括油麻地果欄，合共超過300個檔口提供超過25,000款新鮮食材選擇。推出跨區買餵服務後，客戶無論身處何區均可享受即日跨區直送上門服務，深受中產客戶歡迎。此服務的獨特性及物流複雜度，形成國內及本地競爭對手短期內難以複製的競爭屏障。

在二零二六年三月，我們將三小時送貨擴展至超市產品，推出全新服務「3小時極速送」，涵蓋500多個產品種類，接近70,000款產品選擇。無論是街市新鮮食材、超市雜貨、生活日用品、保健藥妝、母嬰育兒、寵物用品等，均一應俱全，讓客戶足不出戶，就能解決大部分生活所需。

2. **個人化定價計劃**：全新個人化定價計劃能按照每一位客戶的消費模式，釐定每一件產品的價格，代表每件產品及每位客戶的價格均可不同，結合大數據及人工智能分析，精準匹配客戶需求，提供最吸引人的「專屬優惠價」，提升競爭力。
3. **CASHBACK篤篤賺**：本集團近年加大投資CASHBACK篤篤賺，源於我們的客戶主要是中產階層，每年外遊次數多，若他們都透過CASHBACK篤篤賺到各大旅遊平台預訂(例如Trip.com、Booking.com、Klook等)及商戶官網購物，都可以賺取Mall Dollar回贈，消費力最終都會回流至HKTVmall；同時HKTVmall能以此靈活合作模式，與更多國際及海外的品牌合作，有助擴闊我們的客戶群。

## 人才策略

面對本港人口及消費習慣的結構性轉變，我們將透過電子商貿經驗、大數據分析及人工智能應用，更深入了解新香港人的口味及購物模式。現時我們辦公室已約有5%的人才來自國內，我們會繼續加強招聘，目標是於二零二七年年尾，將國內人才增至15%。我們相信，國內同事無論對消費者行為、倉庫營運、電子商貿平台的軟件系統技術等知識，都是值得我們學習。我們同時計劃將表現優越的國內同事晉升為管理層，加強團隊實力，為未來競爭做好準備。

## 生命科學項目

本集團對生命科學項目極度重視，管理層將持續投入資源。該項目已歷時四年，其研究團隊由超過二十位專業人員，包括大學教授、醫生及專業醫療團隊所組成，致力發展並調整用以維持身體器官，如肢體和頭部存活的設備。研究團隊已進行三十八次實驗，將動物的肢體或頭部與身體分離。根據對電刺激的神經肌肉反應，分離後的肢體最多可維持生命活動約46小時；而根據透過表面電極及／或深層電極測量所獲得的腦電圖(EEG)記錄，分離後的頭部最多可維持生命活動約7小時。研究團隊認為，這是全球首例。

若我們研發的技術成功，它們將有望適用於器官移植，甚或延長人類壽命。惟目前我們無法準確預測該項目的成功率或財務回報，亦難以預計其長遠發展。

## 英國全自動零售商店及系統

全自動零售商店及系統仍面對重大技術挑戰，我們已引入更多專業人才，逐步優化系統設計及流程。本集團並不會放棄此項目，因為我們深信此項新技術具有巨大的市場潛力。

## 結語

本集團之所以能在艱難環境中持續前進，不單止因為本集團在三十多年來堅持我們的文化及核心價值，亦一直以創新精神作出大膽嘗試，探索多元商業之道，同時能夠「順應大勢而行」。順應大勢，是要真正身體力行，從裏到外、從上到下全面作出改變。無論接受與否，整體市場環境、消費者行為、國內與香港融合的趨勢，都已經不可逆轉地發生。我們唯有主動適應，才能繼續增長，找到新的機遇。本集團亦會繼續以創新為本，致力開發其他範疇的計劃，例如生命科學項目，堅持作出對社會以至人類歷史有利的發展。

麥永森  
主席

王維基  
副主席

香港，二零二六年三月三十日

## 業務回顧

二零二五年，本地經濟持續呈現逐步復甦跡象，惟消費者信心仍呈兩極化，且非必要消費的復甦步伐較預期緩慢。根據政府統計數據，二零二五年的香港零售業總銷貨價值較二零二四年錄得溫和的按年增長2.4%<sup>5</sup>。然而，若干零售類別繼續面對壓力，其中超級市場及百貨公司分別錄得按年下跌0.6%及0.2%。

消費者行為的結構性挑戰持續影響本地零售業的復甦步伐，包括香港居民外遊人次按年增加12.3%、跨境消費模式持續演變，以及來自全球網購平台的競爭加劇。因此，本集團於二零二五年的業務表現受到當前的消費動力及行為轉變所影響，儘管程度屬溫和。本集團的訂單總商品交易額於二零二五年錄得1.9%輕微跌幅至8,430,000,000港元(二零二四年：8,590,000,000港元)。

儘管面對該等挑戰，本集團的業務仍展現韌力，此乃由於持續執行其長遠策略及創新舉措，有助業務多元化、平衡風險承擔，並鞏固本集團在香港零售市場的競爭力。在本集團的訂單總商品交易額中，HKTVmall錄得3.5%跌幅，於二零二五年達至7,980,000,000港元(二零二四年：8,270,000,000港元)。另一方面，作為尚未充分滲透的網上新鮮食材類別，街市即日饌繼續錄得顯著增長，其訂單總商品交易額於二零二五年增長47.1%至394,400,000港元(二零二四年：268,200,000港元)。

除總商品交易額表現外，本集團維持穩定的用戶流量，並持續擴大其客戶基礎，反映從線下到線上消費的結構性轉變持續，並為香港電子商貿及新探索及科技業務分部的新業務舉措變現奠定穩固基礎。

### 香港電子商貿業務

香港電子商貿業務指HKTVmall，包括第三方物流服務及ThePlace。

年內，香港零售業格局的經濟及人口結構轉變持續影響本集團電子商貿業務的表現。本集團繼續積極管理該等風險，以達致長遠可持續發展。年內，本集團繼續專注於鞏固其核心業務，包括擴大產品組合、擴闊客戶訂單配送選項，以及發展新的電子商貿舉措。

同時，本集團實行嚴謹的成本管理，目標是在維持服務質素及支持持續創新的同時，提升長遠盈利能力。

5 根據香港特別行政區政府政府統計處刊發的《零售業銷貨額按月統計調查報告》中「表620-67002：按零售商類別劃分的零售業銷貨價值及銷貨價值指數」所摘錄的數據，該數據涵蓋二零二五年度所有零售商類別(惟不包括燃料、汽車及汽車零件、眼鏡店)的零售業銷貨價值([https://www.censtatd.gov.hk/en/web\\_table.html?id=620-67002](https://www.censtatd.gov.hk/en/web_table.html?id=620-67002))。

## 穩定的營運表現

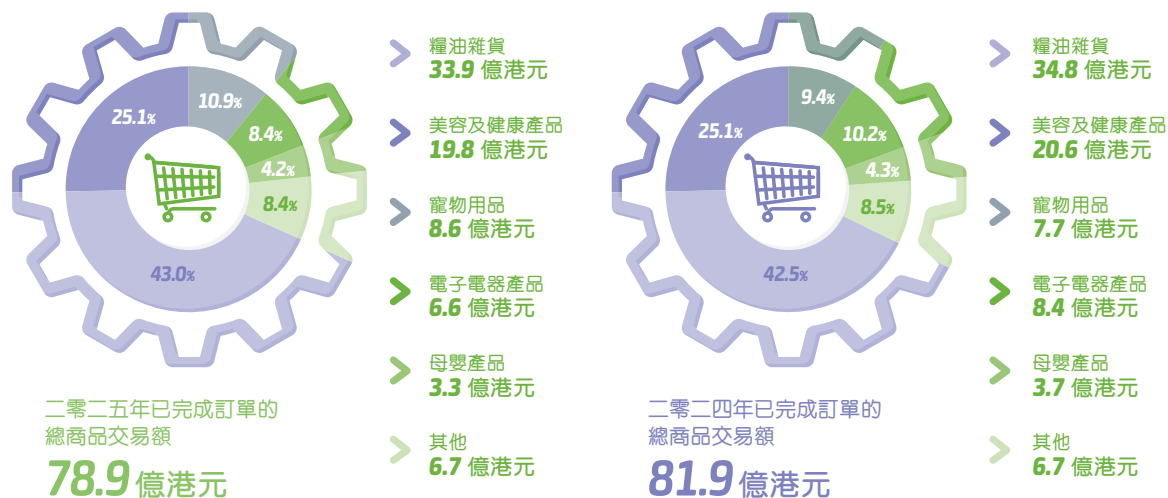
回顧期內，管理層作出重大努力，以減低艱難的營運環境對香港電子商貿業務表現的影響，同時繼續為未來的業務增長奠定基礎：

1. 儘管香港電子商貿業務的訂單總商品交易額溫和下跌3.6%至7,975,400,000港元(二零二四年：8,270,300,000港元)，惟過去數年建立的電子商貿舉措持續變現，帶動總貢獻增長至2,076,200,000港元(二零二四年：2,057,400,000港元)；
2. 每月活躍獨立設備維持約1,600,000部；
3. 在香港電子商貿平台購物的獨立客戶數量進一步擴大至1,539,000名(二零二四年：1,519,000名)；
4. 於二零二五年第四季，每名客戶季度平均購物頻率維持穩定於4.7倍(二零二四年第四季：4.6倍)；及
5. 於二零二五年第四季，每位客戶購買的主要產品類別的季度平均數量維持穩定於2.8個主要產品類別(二零二四年第四季：2.9個主要產品類別)。

## 糧油雜貨繼續成為核心流量催化劑以穩定總商品交易額表現

就已完成訂單而言，香港電子商貿業務於二零二五年產生的總商品交易額為7,892,100,000港元(二零二四年：8,192,600,000港元)。糧油雜貨產品類別仍為已完成訂單總商品交易額的最大貢獻者，佔比達43.0%(二零二四年：42.5%)，突顯其具有較強的重複購買特性，並作為主要流量驅動因素。主要產品類別的表現載於下圖：

### 產品類別分佈(按已完成訂單的總商品交易額計)



1. 寵物用品類別的已完成訂單總商品交易額錄得持續按年增長，增加12.1%至863,000,000港元(二零二四年：770,000,000港元)。
2. 母嬰產品類別亦表現超越家品傢俬，躋身第五大產品類別，於二零二五年佔已完成訂單總商品交易額的4.2%(二零二四年：4.3%)。
3. 相比之下，電子電器產品的已完成訂單總商品交易額下跌20.6%至664,000,000港元(二零二四年：836,000,000港元)，反映在本地經濟逐步復甦之際，消費者對耐用品的消費意欲較為疲弱。

### **穩定的1P和3P業務組合改善毛利率**

香港電子商貿業務繼續採用直接商品銷售(「**1P業務**」)及商戶特許銷售(「**3P業務**」)的混合商業模式，有助透過本地及全球不斷擴大的商戶基礎，為經常性用戶提供穩定糧油雜貨供應，同時擴大產品選擇。於二零二五年，1P業務及3P業務之間的比例維持不變，與二零二四年相同，分別佔已完成訂單總商品交易額的28.7%及71.3%。

本集團的總貢獻表現概述如下：

## 毛利率及混合佣金率

除指明為比率外，以千港元列示

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元 (經重列) <sup>9</sup>
<b>按已完成訂單及按經調整基準<sup>4</sup></b>		
<b>直接商品銷售</b>		
已完成訂單的總商品交易額 <sup>4、6</sup>	<b>2,266,113</b>	2,350,793
存貨成本	<b>(1,715,167)</b>	(1,752,796)
毛利	<b>550,946</b>	597,997
毛利率	<b>24.3%</b>	25.4%
<b>特許銷售收入及服務收入</b>		
已完成訂單的總商品交易額 <sup>4</sup>	<b>5,625,945</b>	5,841,817
商戶付款 <sup>7</sup>	<b>(4,301,487)</b>	(4,552,005)
特許銷售收入及服務收入 <sup>7</sup>	<b>1,324,458</b>	1,289,812
混合佣金率	<b>23.5%</b>	22.1%
多媒體廣告收入	<b>171,048</b>	156,493
其他服務收入	<b>29,724</b>	13,115
香港電子商貿業務分部總貢獻	<b>2,076,176</b>	2,057,417
新探索及科技業務分部收入 <sup>8</sup>	<b>87,846</b>	63,180
<b>電子商貿以及新探索及科技業務分部總貢獻</b>	<b>2,164,022</b>	2,120,597

<sup>6</sup> 就直接商品銷售而言，已完成訂單的總商品交易額乃在扣除HKTVmall回贈3,387,000港元(二零二四年：8,850,000港元)、已使用的優惠券35,812,000港元(二零二四年：36,311,000港元)及扣除個人化定價計劃折扣7,974,000港元(二零二四年：無)前計算。

<sup>7</sup> 就特許銷售收入及服務收入而言，有關款額乃在添加淨HKTVmall回贈1,359,000港元(二零二四年：7,304,000港元)前計算及包括直接歸屬於3P業務的商戶年費攤銷及服務收入。

<sup>8</sup> 就新探索及科技業務分部收入而言，有關款額乃在扣除來自新探索及科技業務分部的淨積分3,345,000港元(二零二四年：305,000港元)前計算得出。

<sup>9</sup> 二零二四年「商戶付款」數字已重列以反映將並非(i)直接來自總商品交易額或(ii)直接及僅歸屬於3P業務的若干收入重新分類至「其他服務收入」，以便於比較。

年內，管理層透過擴大商戶基礎及從香港以外採購產品、引入新產品或服務類別、推動多媒體廣告收入增長，以及透過各項客戶參與措施增加其他服務收入，持續提升香港電子商貿業務的總貢獻。

該等措施有助於提升收益組合的盈利質素，並於長期改善整體變現效率。於二零二五年，香港電子商貿業務分部的總貢獻增加至2,076,200,000港元(二零二四年：2,057,400,000港元)，原因如下：

### **1. 策略性下調1P業務毛利率至24.3%(二零二四年：25.4%)**

HKTVmall於二零二四年九月推出付費會員計劃HKTVplus，旨在為會員提供更佳價值及專屬購物禮遇。會員每三個月支付會費99港元，即可享多款熱門產品(包括食品、飲品及個人護理用品)的深度折扣價格，其後更進一步擴展至涵蓋商戶產品，涵蓋產品項目數目由推出初期的500項大幅增加至二零二五年十二月末約6,000項。

儘管深度折扣產品對1P業務的毛利率造成影響，HKTVplus引入新的經常性會員收入來源，同時加強客戶對HKTVmall的忠誠度及參與度。透過向會員提供專屬折扣及增值服務，此舉為長遠業務韌性奠定基礎，並為拓展至其他產品類別創造潛力。

### **2. 3P業務持續改善，其混合佣金率提升至23.5%(二零二四年：22.1%)**

3P業務包含由直接及僅源自HKTVmall及ThePlace的商戶合作及特許銷售而產生的佣金及其他服務收入，以及第三方物流服務的服務收入而組成。

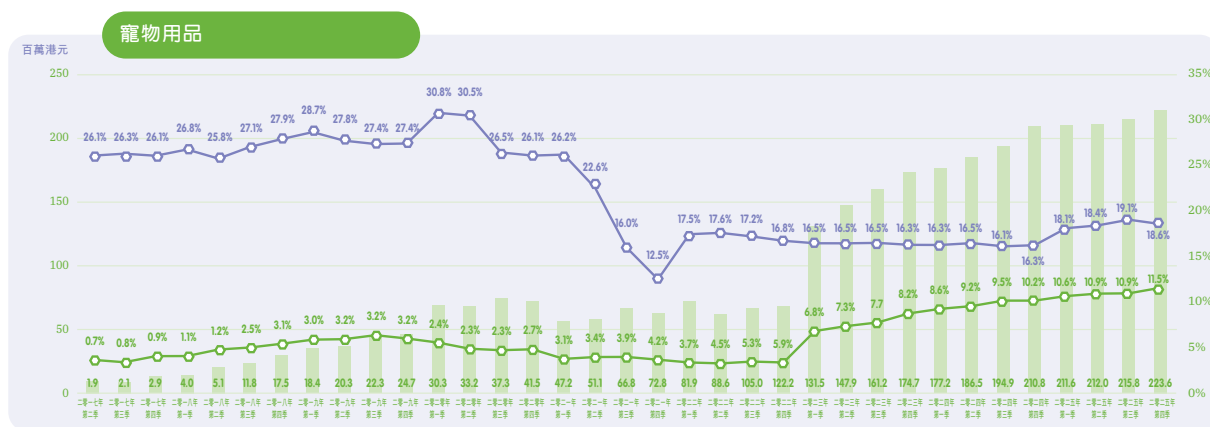
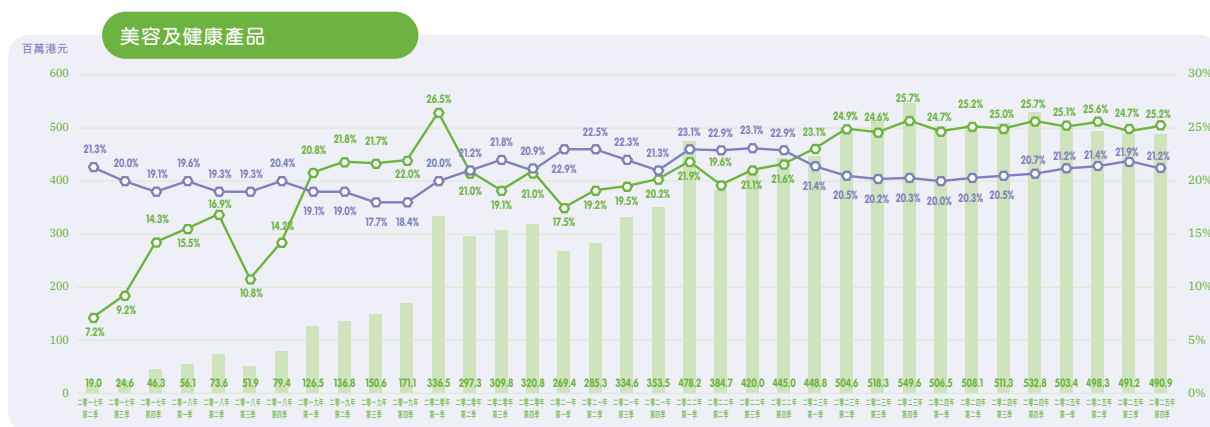
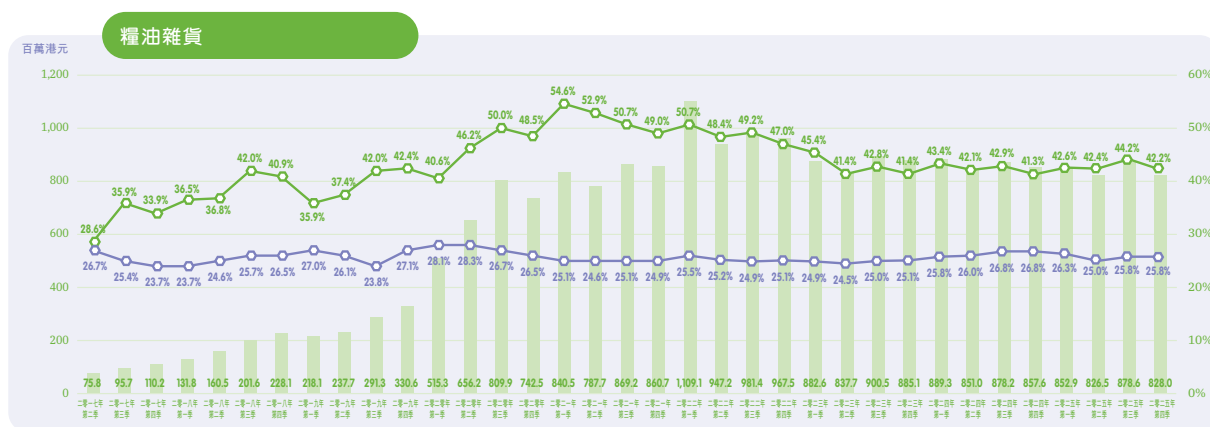
過去數年建立的多元化業務模式、倉庫配送選項及最後一哩派送選擇，大大提升商戶基礎、產品選擇及訂單交付週期。尤其是受惠於八小時極速配送服務選項，第三方物流服務的採用率不斷增長，提升了對3P業務的貢獻。

連同1P業務，截至二零二五年十二月，香港電子商貿業務為消費者提供約2,100,000項產品(二零二四年十二月：約2,200,000項產品)。於二零二五年，約6,400名商戶及供應商(二零二四年：約6,400名商戶及供應商)提供該等產品，以支持香港電子商貿業務的增長。

**3. 穩定的多媒體廣告收入達171,000,000港元(二零二四年：156,500,000港元)**

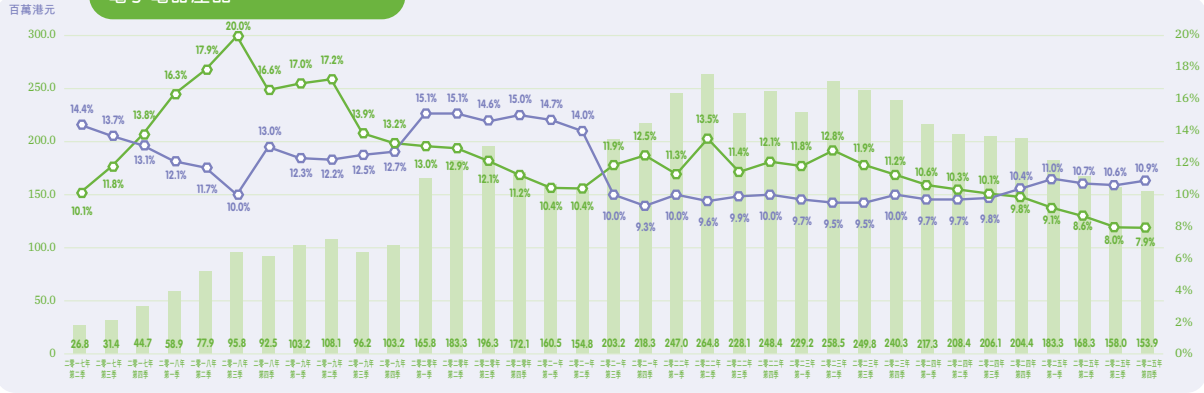
儘管香港經營環境充滿挑戰，多媒體廣告收入於二零二五年仍錄得9.3%的按年增長，此表現反映約1,600,000部每月活躍獨立設備所構成的穩定數碼用戶基礎所展現的持續韌性，並受惠於廣告形式及庫存擴充所帶來的支持。

按產品類別計算，主要產品類別的毛利率和混合佣金率的趨勢概列如下：

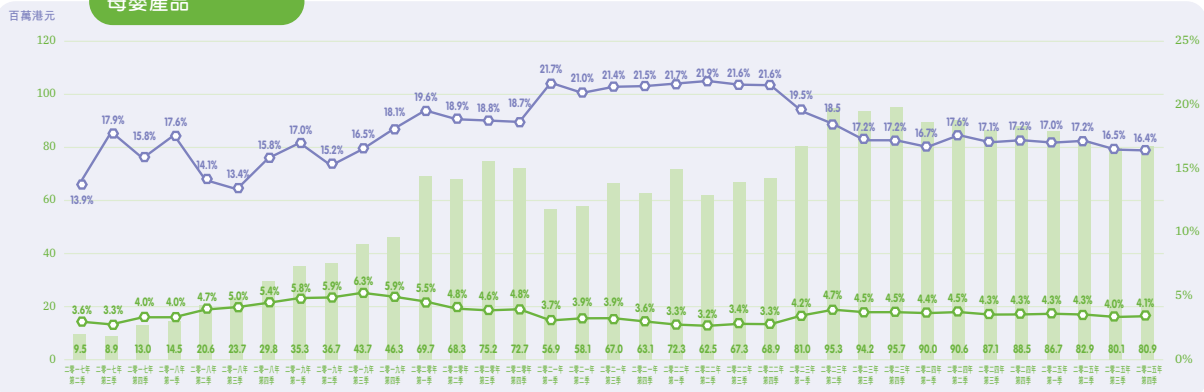


- 季度已完成訂單的總商品交易額 (百萬港元)
- 季度佔已完成訂單的總商品交易額之比例
- 季度毛利率及混合佣金率

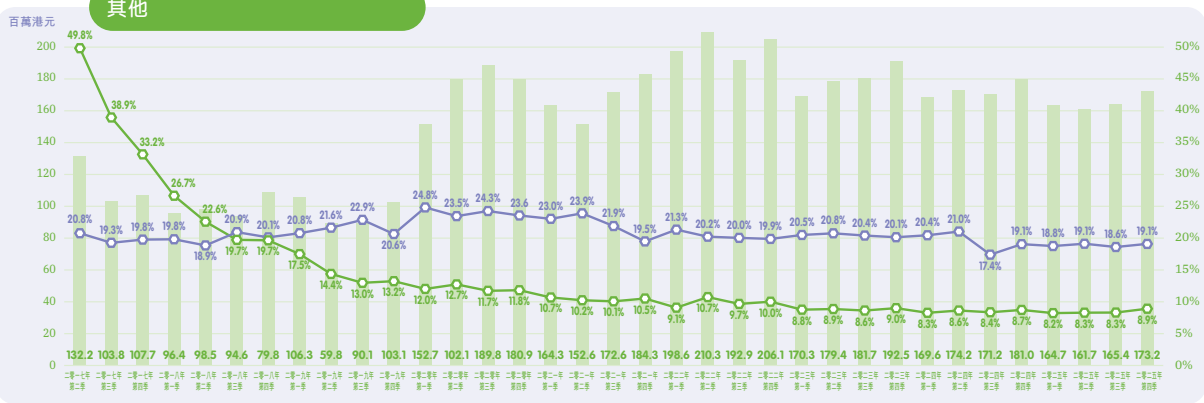
### 電子電器產品



### 母嬰產品



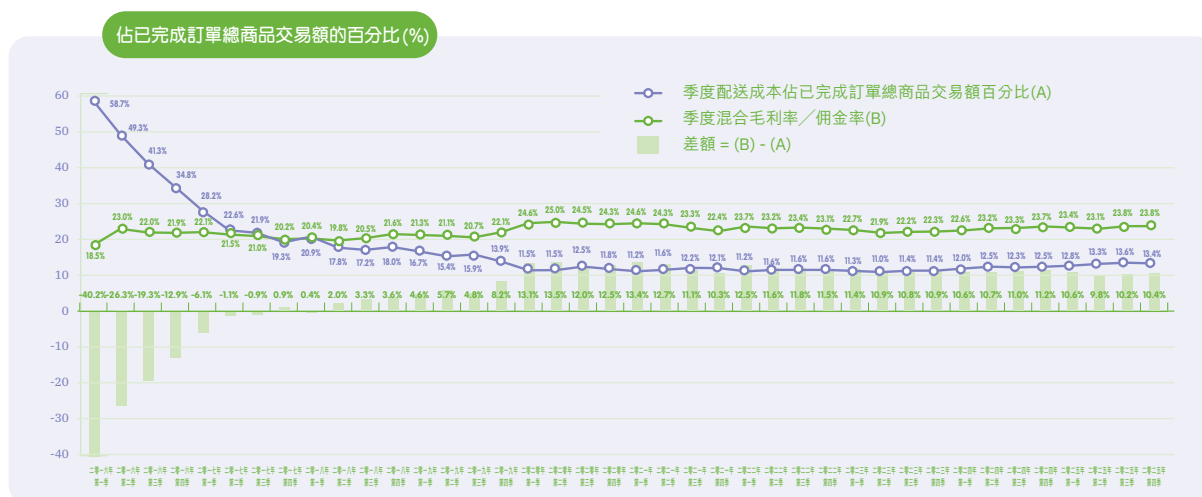
### 其他



- 季度已完訂單的總商品交易額 (百萬港元)
- 季度佔已完訂單的總商品交易額之比例
- 季度毛利率及混合佣金率

## 經規劃及受控的配送成本效益

香港電子商貿業務(包括HKTVmall及第三方物流服務營運成本)的配送成本佔已完成訂單總商品交易額的百分比於二零二五年輕微上升，主要由於消費者對八小時極速配送服務的需求增加所致。



### 附註：

1. 季度配送成本佔已完成訂單總商品交易額百分比包括根據香港財務報告準則第16號與配送中心相關的二零二五年、二零二四年、二零二三年、二零二二年、二零二一年、二零二零年及二零一九年租賃負債利息分別為16.2百萬港元、19.2百萬港元、14.3百萬港元、10.1百萬港元、7.4百萬港元、5.9百萬港元及4.8百萬港元(歸納在綜合損益表的財務費用)。
2. 二零二一年第三季度及二零二一年第四季度之季度混合毛利率/佣金率已扣除二零二一年的商戶獎勵回扣，收益率較低。
3. 季度配送成本佔已完成訂單總商品交易額的百分比自二零二二年第四季開始包括由第三方物流服務配送而產生的成本。
4. 混合毛利率/佣金率為扣除HKTVmall回贈及個人化定價計劃所提供的折扣，及使用之推廣優惠券前之計算，此類支出乃於作管理層呈報用途計入廣告及市場開支，並扣除商戶年費、配送及其他收入。
5. 二零二四年第一季度及二零二四年第二季度之季度配送成本佔已完成訂單總商品交易額的百分比，二零二四年第二季度之季度混合毛利率/佣金率已重新列示反映已分配共同開支抵銷。

## 客戶互動措施

作為本集團持續承諾對創新及以客戶為本策略的一部分，過去十年間，我們已推出並持續優化多項客戶互動措施，並持續專注於提升用戶體驗及加強客戶關係。

於二零二五年，本集團繼續開發及推廣旨在改善用戶互動及購物體驗的客戶互動措施，此舉長遠將有助支持更穩定及可持續的收入。

### *HKTVLive*

年內，直播購物在本集團的數碼零售營運中繼續發揮日益重要的作用。HKTVLive已發展成為可擴展的互動及變現渠道，透過支持多個產品類別的產品探索、即時互動及轉化，補充傳統電子商貿功能。年內的主要發展包括以下各項：

1. **每日常規及按需求驅動的直播節目** — 管理層透過在選定業務分部(包括時尚美妝、個人護理及健康、O2O門市及街市即日饅)推行具系統性的節目編排，進一步將直播融入日常平台營運，同時允許商戶及零售商獨立主持直播環節；
2. **突破地域限制** — 直播節目不僅在香港進行，更延伸至中國內地及海外市場，包括日本、韓國、台灣及英國，主打在原產地採購的產品；
3. **跨越交易用途** — HKTVLive繼續拓展其內容組合，加入生活及興趣及相關的主題，強化其作為HKTVmall應用程式內互動接觸點的角色；及
4. **超越HKTVmall產品組合** — 本集團邀請來自不同網上及社交媒體平台的關鍵意見領袖，進一步豐富內容多樣性及產品呈現方式。

以上各項措施均加強客戶互動，支持商戶及供應商參與，並提升HKTVmall平台內外的推廣成效。

於二零二五年，直播時數約12,000小時(不包括重播)，較二零二四年增加約51.5%，反映客戶對直播購物接受程度日漸提升，以及在擴大觸及範圍及支持創造額外收益方面的成效日益顯現。同時透過直播產生的訂單總商品交易額亦按年增加超過400%。

### *O2O門市策略*

於二零二五年，本集團持續優化其O2O門市網絡的角色，以提升營運效率及創造收益。O2O門市已確立為主要的銷售、配送及客戶接觸點，在此基礎上，管理層推行針對性措施，以更有效地將線上到線下的流量變現、優化實體門市網絡佈局，以及加強其最後一哩派送能力。該等措施已於年內成功提升營運效率，包括以下各項：

1. **引入新的變現模式**，透過在HKTVmall應用程式推出每日直播推廣O2O門市產品，突破實體門市位置及營業時間的限制，開拓更多收益機會。
2. **擴大客戶訂單自取網絡**，透過與香港郵政及OK便利店的合作，分別在香港新增118個及318個自取點。連同我們自營的HKTVmall O2O門市及其他服務合作夥伴，訂單自取網絡已覆蓋530個自取點，大大提升客戶的便利性。
3. **優化實體門店佈局**，透過搬遷、整合及關閉表現欠佳的門市，並將部分選址改作支援配送及訂單自取之用。

### *CASHBACK篤篤賺*

為進一步將HKTVmall約1,600,000部活躍獨立設備的龐大用戶群變現，並把握外遊復甦的機遇，本集團於年內加快加強其CASHBACK篤篤賺計劃。CASHBACK篤篤賺是一項聯盟式計劃，旨在透過與外部商戶合作產生額外收入。

透過CASHBACK篤篤賺，用戶在與HKTVmall精心挑選的網上合作夥伴(涵蓋旅遊、酒店、景點門票、時尚、美妝、護膚及消費電子產品等主要類別)購物時，可賺取Mall Dollar獎賞。交易在本地及海外的官方合作夥伴網站上完成，回贈透過平台追蹤。此模式將HKTVmall的數碼足跡擴展至其核心平台之外，並透過流量分流及聯盟佣金實現額外變現。

為推動採用率，本集團及其合作夥伴於年內進行針對性的推廣活動，尤其是針對旅遊相關產品及服務，為透過CASHBACK篤篤賺進行的預訂提供更多的Mall Dollar回贈。於二零二五年十月，本集團開展一項大型推廣活動，由鄭裕玲女士及黃子華先生擔任代言人，廣告遍布香港36個港鐵站約1,300個廣告牌，並輔以電視廣告及社交媒體推廣。

CASHBACK篤篤賺於年內在客戶中獲得越來越多關注，並已成為將本集團用戶群變現的額外有效渠道，同時加強客戶參與度。

### *內地直送*

年內，本集團推出「內地直送」，作為一項變現措施，以捕捉對內地採購產品的增量需求，並將客戶消費留在HKTVmall平台內。該措施涉及從中國內地直接採購及擴大內地商戶基礎，從而擴大產品供應，提供近3,000,000款選擇，涵蓋多種產品類型，定價與主要內地電商平台看齊，及清晰的跨境配送安排。該等措施有助將跨境購物需求更有效地轉化為本集團的總商品交易額。

### *GreenLab*

作為本集團推動負責任消費及減少產品浪費，同時豐富客戶選擇及創造新變現機遇的其中一個措施，本集團於二零二五年十一月在HKTVmall正式開設全新網上商店「GreenLab」。

此項措施以折扣價出售經挑選的臨近或已過「最佳食用日期」但仍可安全食用或使用的產品，以及包裝有輕微瑕疵的產品。透過將剩餘、臨近保質期及輕微瑕疵的庫存轉化為可銷售產品，GreenLab有助減少浪費、吸引注重價格的客戶，並為客戶參與及創造收入提供額外渠道。

## 個人化定價計劃

本集團於年內推出個人化定價計劃，該計劃根據個別客戶的消費模式動態釐定產品價格，從而在產品及客戶層面實現差異化定價。通過利用大數據及人工智能驅動的分析，該計劃能夠更精準地制定推廣優惠，提高對客戶的優惠相關性，同時優化推廣效益。此方法提升價格競爭力，並支持更有效地部署推廣資源。

## 新探索及科技業務

年內，本集團保持審慎方式監察項目進度，並嚴格評估各項探索項目的可行性及策略方向。

- 對於展望正面且進展令人鼓舞的項目，本集團繼續分配資源，並推動其發展邁向未來里程碑。
- 對於經全面評估其表現、未來資金需求、持續變化的市場狀況、本地商業及監管環境，以及本集團整體資源分配優先次序後，認為不適宜在現階段繼續進行的項目，本集團會暫停、放緩或終止其相關業務。

以下為二零二五年主要新探索項目的發展：

### **街市即日餸：將新鮮食材拓展至全港**

街市即日餸透過覆蓋香港島、九龍及新界的九個主要街市以及油麻地果欄，直接配送新鮮食材，補充了HKTVMall的常溫、冷凍及冷藏產品的供應。憑藉此廣泛網絡，該服務提供三小時內送達的即日送貨服務，為消費者帶來更便捷可靠的新鮮食材及街市產品選購體驗。

於二零二五年，街市即日餸繼續錄得強勁增長，訂單總商品交易額按年增長47.1%至394,400,000元(二零二四年：268,200,000港元)。由於該業務尚未達到關鍵規模，其錄得經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為(107,900,000)港元(二零二四年：(77,300,000)港元)。

為推動更廣泛的客戶採用，並解決在本地分區以外擴展新鮮食材供應時遇到的地域限制問題，本集團於年內推出以下措施，並取得令人鼓舞的成果：

### 1. 每日直播

街市即日餸旗下的每日直播持續獲得關注，這有賴於其多元化的商戶組合、詳盡的產品展示、與觀眾互動交流以及遙距購物的便利性。

鑑於此模式的商業潛力，本集團將該節目擴展至每日三場定時直播，分別於上午八時三十分、中午十二時正及下午六時正進行，每場均輪流展示不同的商戶及新鮮食材。此外，更增設了下午六時正的專門直播，銷售從雲南直送的新鮮花卉。此數碼形式深受客戶歡迎，加強商戶的參與度，並通過將觀眾的參與轉化為即時購買，支持額外總商品交易額的增長。

### 2. 跨區選購及送貨

- a. 於二零二五年六月，街市即日餸將其送貨服務由「僅限同區」提升至「跨區選購及送貨」。客戶可從超過300個精選攤位選購逾25,000款新鮮食材，不受送貨地點限制，並可於指定截單時間前安排即日送貨。此項提升大幅擴闊產品選擇，為非鄰近社區的家庭帶來更佳價格及便利性。
- b. 於二零二五年十月，進行大規模推廣活動以宣傳跨區選購及送貨，突顯更廣泛的產品選擇、更佳價格及跨區上門送貨的優勢。該推廣活動包括於覆蓋香港36個港鐵站約1,300個廣告牌，以及電視廣告及社交媒體推廣。

街市即日餸繼續專注於吸納客戶及推廣服務使用，目標是佔據網上街市分部的更大份額，並支持可持續的長遠增長。

## 生命科學項目

自二零二一年起，本集團一直投資於一項探索生命科學研究項目，該項目專注於開發與人體器官長期保存的相關技術，發展新的科學知識、技術專長及研發能力。

### 目前進展

該研究涉及醫學、科學及工程等多個領域的跨學科合作，以及專門外科手術程序及相關設備的開發。研究工作由位於兩個國家的兩支專業研究團隊進行。目前，有超過20名醫生、教授及研究專業人員參與。

初步實驗階段於二零二二年年底展開，至今已進行38項實驗。自此，研究團隊已達至早期實驗里程碑，證明在受控研究條件下，在沒有其他重要器官支持的情況下，維持離體生物系統於有限時段的可行性。詳情如下：

目標	已達成里程碑	
	主要成就	持續時間
長期保存在與主體分離後的動物器官(包括頭部及肢體)，仍保持其功能活性。	<p>(1) 成功維持離體器官作為獨立器官系統的持續活性，相關成果可透過以下方式佐證(按適用情況)在(a)經表面電極及/或深層電極測量，腦電圖(EEG)記錄顯示強烈且持續的活動，顯示對不同刺激有一致反應；或(b)對電刺激表現出神經肌肉反應。</p> <p>(2) 據研究團隊所知，在完全解剖分離的頭部由體外循環作前瞻性支持的情況下，此前並無持續數小時腦電圖活動的記錄。</p>	動物頭部及肢體分別保持其活性約7小時及約46小時。

至今進行的實驗標誌著生物保存領域的一項重要科學里程碑，並擴闊神經科學及神經重症護理的實驗範疇。然而，該等結果仍屬探索性質。在得出任何明確結論之前，需要進行大量重複實驗及全面驗證。

董事會強調，該項目仍處於研發初期階段。至今取得的結果並不構成商業產品或臨床適用解決方案，且無法保證日後能實現該等成果。在達致下一個重要里程碑前，以及在考慮任何潛在應用或商業化之前，需要進行進一步研究、驗證、倫理審查及監管考量。

### **投資計劃**

自二零二一年起，本集團已於該項目投資超過44,500,000港元。視乎項目持續進展、研究成果及本集團整體財務狀況，本集團擬於未來數年繼續每年投資不少於50,000,000港元，以支持進一步的研發活動，包括建立一個海外實驗室，目標是在未來12至18個月內開始運作，以促進持續的實驗及驗證過程，並作長遠研究之用。

### **未來發展**

本集團將繼續以審慎及負責任的方式推進此探索性的生命科學研究。雖然該項目仍處於初期階段，且無法保證未來的應用及財務回報，但董事會相信，進一步的進展或可對生命科學研究的更廣泛科學理解作出貢獻。

本集團可能考慮引入更多策略或學術合作夥伴參與該項目，並在適當階段發表由本集團研究所產生的學術論文。

### **自主研發的全自動零售商店及系統**

於英國開發全自動零售商店及系統時遇到超出預期的技術困難。誠如二零二四年年報所述，我們已縮減在英國開設店舖的步伐，並集中資源繼續致力解決問題，務求使全自動零售商店及系統達到我們的營運標準及客戶需求。此外，研發團隊利用在英國營運的經驗，持續修改及加強系統設計，目前正在開發更先進的版本。

## **Everuts: 停止營運**

作為本集團持續檢討業務組合的一部分，管理層重新評估Everuts逆向電子商貿模式在當前經營環境下的可持續性及可擴展性。雖然該平台圍繞主動的消費者參與及個人化購物體驗而設計，但二零二五年的市場狀況繼續限制其實現所需營運槓桿的能力。經考慮長期業務前景及資源配置優先次序後，管理層於二零二五年十二月決定停止接受Everuts平台的新客戶訂單，並在完成所有未完成客戶訂單後有序停止營運。

## **財務回顧**

於回顧年內，本集團的已完成訂單總商品交易額錄得2.1%的跌幅，達8,340,700,000港元(二零二四年：8,512,000,000港元)。

於二零二五年，本集團的營業額按年上升0.4%至3,856,300,000港元(二零二四年：3,839,500,000港元)，營業額主要來自以下項目：

1. 直接商品銷售的2,247,600,000港元(二零二四年：2,309,000,000港元)；
2. 特許銷售及其他服務收入的1,437,700,000港元(二零二四年：1,374,100,000港元)；及
3. 多媒體廣告收入的171,000,000港元(二零二四年：156,500,000港元)。

由於直接商品銷售減少2.7%，存貨成本減少0.9%至1,741,400,000港元(二零二四年：1,757,100,000港元)，導致毛利率(扣除HKTVmall回贈、使用的優惠券及個人化定價計劃折扣前)減少至24.3%(二零二四年：25.4%)。

特許銷售及其他服務收入包括來自HKTVmall的3P業務、街市即日饅、Everuts及ThePlace的佣金及其他服務收入，及第三方物流服務帶來的服務收入。由於第三方物流服務收入及商戶年費增加，混合佣金率於二零二五年上升至23.5%(二零二四年：經重列22.1%)。

於二零二五年，其他營運開支增加100,400,000港元至2,272,200,000港元(二零二四年：2,171,800,000港元)。於經營香港電子商貿業務上，主要的營運開支包括配送成本、市場推廣、宣傳及O2O門市市場推廣成本、O2O門市營運開支，以及電子商貿營運開支及支援成本，佔已完成訂單總商品交易額的百分比於二零二五年上升至23.1%(二零二四年：21.7%)。

有關明細如下(在考慮任何分部間溢價前按成本基準)：

	二零二五年		二零二四年	
	相對於 已完成 訂單的 總商品 交易額 的百分比	百萬元	相對於 已完成 訂單的 總商品 交易額 的百分比	百萬元
配送成本(附註1)	13.3%	1,048.2	12.3%	1,007.9
市場推廣、宣傳及O2O門市				
市場推廣開支	2.7%	213.3	2.2%	182.6
O2O門市營運開支(附註2)	1.4%	114.4	1.9%	157.1
電子商貿營運及支援成本	5.7%	449.4	5.3%	433.5
香港電子商貿業務分部				
主要經營開支	23.1%	1,825.3	21.7%	1,781.1
新探索及科技業務分部				
主要經營開支(附註3)		308.8		248.6
其他未分配經營開支(附註4)		50.6		44.7
主要經營開支總額		2,184.7		2,074.4
主要非現金類項目(附註5)		203.1		204.2
減：已分配共同開支抵銷		(46.3)		(45.5)
減：於營業額內扣除的				
市場推廣、宣傳及				
O2O門市市場推廣開支		(49.2)		(38.2)
減：計入融資成本的				
租賃負債利息		(20.1)		(23.1)
其他營運開支總額		2,272.2		2,171.8

附註：

1. 包括折舊一租賃作自用之其他物業86,700,000港元(二零二四年：82,300,000港元)及租賃負債利息16,200,000港元(二零二四年：19,200,000港元)。
2. 包括折舊一租賃作自用之其他物業42,000,000港元(二零二四年：59,900,000港元)及租賃負債利息2,800,000港元(二零二四年：2,800,000港元)。
3. 包括折舊一租賃作自用之其他物業11,600,000港元(二零二四年：9,000,000港元)及租賃負債利息1,200,000港元(二零二四年：1,100,000港元)。
4. 包括折舊一租賃作自用之其他物業100,000港元(二零二四年：無)。
5. 不包括折舊一租賃作自用之其他物業140,400,000港元(二零二四年：151,200,000港元)。

在香港電子商貿業務分部的主要營運開支：

1. 配送及物流活動所產生的配送成本，包括第三方物流服務的營運及門店自取成本分配。整體配送成本佔已完成訂單的總商品交易總額的百分比於二零二五年上升至13.3%(二零二四年：12.3%)，主要因為八小時極速配送服務的需求增加，而第三方物流於二零二五年因營運擴張帶來了效率提升。

二零二五年的總配送成本增加40,300,000港元，主要由於整體人才成本及外判人力開支上升所致。

2. 市場推廣、宣傳及O2O門市市場推廣開支包括推廣優惠券、HKTVmall Mall Dollar回贈、個人化定價計劃提供的折扣、數碼及線下營銷、電視廣告、宣傳單張、O2O門市市場推廣成本等，以及所有相關職能的人才成本。

計及已自營業額中扣除的已授予的HKTVmall Mall Dollar、個人化定價計劃提供的折扣及已使用的推廣優惠券共45,800,000港元(二零二四年：38,200,000港元)後，開支總額於二零二五年佔已完成訂單的總商品交易總額的百分比為2.7%(二零二四年：2.2%)。

增幅主要由於於二零二五年十月為CASHBACK篤篤賺推出大型推廣活動，廣告遍佈香港36個港鐵站約1,300個廣告牌，並輔以電視廣告及社交媒體推廣、二零二五年推出的個人化定價計劃提供的折扣，以及為CASHBACK篤篤賺發放的Mall Dollar增加所致。

3. O2O門市營運開支包括門店營運開支及相關人才成本，由二零二四年佔已完成訂單的總商品交易總額的1.9%下降至二零二五年的1.4%。營運開支減少主要由於主動整合及搬遷O2O門市所帶來的租金效益。

於二零二五年十二月，共有74間門店，並無大型門店(二零二四年十二月：74間(包括2間大型門店))。

4. 電子商貿營運及支援成本包括支付處理費用、商戶關係管理及吸納、客戶服務、電子商貿業務產生的已分配非資本化技術成本，以及為HKTVmall、ThePlace及第三方物流提供的其他支援功能。電子商貿營運及支援成本佔已完成訂單總商品交易額的百分比由二零二四年的5.3%輕微增加至二零二五年的5.7%。

增幅亦歸因於就大埔宏福苑事件作出的一次性捐款為10,000,000港元，反映本集團對履行其社會責任的承諾。

就新探索及科技業務分部而言，主要營運開支增加60,200,000港元，主要由於街市即日鏟為應付已完成訂單總商品交易額按年增長47.0%而擴大業務營運，導致增加營運開支及已分配非資本化技術成本所致。

其他未分配營運開支主要指未分配至香港電子商貿業務或新探索及科技業務的總辦事處及企業開支。

主要非現金項目主要包括物業、廠房及設備折舊(不包括租賃作自用的其他物業折舊)、無形資產攤銷、無形資產及物業、廠房及設備減值虧損。

根據獨立測量師行於年末進行的估值，本集團的投資物業於二零二五年已確認估值虧損39,700,000港元(二零二四年：21,200,000港元)。

二零二五年其他收入淨額為69,300,000港元(二零二四年：63,400,000港元)，主要包括其他金融資產及銀行存款產生的投資回報、按公平值計入損益計量的投資基金單位的未變現公平值收益(扣除按公平值計入其他全面收益計量的債務證券之預期信貸虧損撥回)、投資物業的租金收入及匯兌收益淨額。

財務成本主要包括租賃負債利息20,100,000港元(二零二四年：23,100,000港元)。

於二零二五年確認所得稅開支200,000港元(二零二四年：4,600,000港元抵免)，包括遞延稅項抵免500,000港元(二零二四年：5,000,000港元抵免)。

總括而言，本集團於二零二五年產生年內虧損149,600,000港元(二零二四年：66,700,000港元)及經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利60,400,000港元(二零二四年：121,000,000港元)。

若不包括新探索及科技業務分部之經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利、未經分配的總辦事處以及企業淨收入／(開支)，及分部間利潤，二零二五年香港電子商貿業務分部的經調整後的扣除利息、稅項、折舊攤銷前盈利為309,300,000港元(二零二四年：329,200,000港元)。

於二零二五年，在新探索及科技業務分部產生的經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利為(222,200,000)港元(二零二四年：(186,500,000)港元)，主要就下列新探索項目而言：

1. 街市即日饅達(107,900,000)港元(二零二四年：(77,300,000)港元)；
2. 全自動零售商店及系統達(61,200,000)港元(二零二四年：(54,300,000)港元)；
3. Everuts達(27,200,000)港元(二零二四年：(33,400,000)港元)；及
4. 生命科學項目達(15,800,000)港元(二零二四年：(15,500,000)港元)。

## 流動資金及資本資源

於二零二五年十二月三十一日，本集團之總現金狀況為銀行現金及現金等價物及定期存款346,500,000港元(二零二四年十二月三十一日：541,700,000港元)，且並無未償還借款。總現金狀況減少乃主要由於租賃租金之資本及利息部分155,800,000港元、購買物業、廠房及設備所付款項60,800,000港元、派付特別股息299,800,000港元、添置無形資產款項55,000,000港元，部分被經營活動產生現金流入297,900,000港元、變現投資組合中的金融資產投資淨額51,300,000港元、出售物業、廠房及設備所得款項1,100,000港元、年內因行使股份期權而發行新股份所得款項淨額4,200,000港元及已收取利息及投資收入21,000,000港元所抵銷。

以公平值計算，本集團於二零二五年十二月三十一日共投資141,800,000港元(於二零二四年十二月三十一日：170,800,000港元)於其他金融資產。於二零二五年十二月三十一日，於公平值儲備(不可轉回及可轉回)錄得9,700,000港元盈餘淨額(二零二四年十二月三十一日：4,100,000港元虧損)。於年內，其他金融資產公平值變動總額(扣除已確認的預期信貸虧損)為22,300,000港元盈餘(二零二四年：11,300,000港元)，其中分別於損益、公平值儲備(可轉回)及公平值儲備(不可轉回)錄得7,100,000港元盈餘(二零二四年：2,900,000港元虧損)、5,200,000港元盈餘(二零二四年：6,100,000港元)及9,100,000港元盈餘(二零二四：8,100,000港元)。

本集團將根據其整體庫務目標及政策，就該等現金資產盈餘進行庫務管理活動。選擇投資之準則包括所涉及之相關風險狀況、投資之流動性、投資之除稅後等值收益率及非投機性質的投資。為符合其流動資金目標，本集團大部分投資集中在流動投資工具、產品或股份，如具投資級別之產品、指定世界指數之成份股或國有或受控制之公司之股份，以及定期存款。固定收入產品及定期存款之投資按不同到期情況構成，以配合持續業務發展及擴充需求。此外，倘預期須動用額外現金撥付業務，則本集團將適當地變現其投資。

於二零二五年十二月三十一日，本集團已動用融資29,000,000港元(二零二四年十二月三十一日：27,600,000港元)，尚餘663,200,000港元(二零二四年十二月三十一日：1,010,600,000港元)未承諾銀行融資額可於日後視乎抵押品價值(如適用)而動用。

本集團總現金及現金等價物包括銀行結存及手頭現金以及到期日為三個月內之定期存款(如有)。於二零二五十二月三十一日及二零二四年十二月三十一日，本集團並無任何已抵押銀行存款作為銀行就外匯及利率對沖安排而授出銀行融資的擔保金。

於二零二五年十二月三十一日及二零二四年十二月三十一日，本集團為正現金狀況，因此並無呈列資產負債比率。董事認為，經計及內部可用財務資源及現有銀行融資，本集團有充足資金撥付其營運及應付其到期財務責任。

於二零二五年，本集團投資73,500,000港元於資本開支，而二零二四年則為72,500,000港元。對於日後之資本開支需求，我們將繼續保持審慎態度，並權衡本集團未來業務發展，預期將會運用本集團內部資源及銀行融資撥付有關需求。整體而言，本集團之財務狀況保持穩健，以支持業務持續拓展。

## 集資活動

為加強本集團的財務狀況，並為本集團的擴展及增長計劃提供中期資金，本公司於二零二零年二月十一日與Top Group International Limited(「賣方」)及UBS AG香港分行(「配售代理」)訂立配售協議(「配售協議」)，並與賣方訂立認購協議(「認購協議」)，據此，配售代理同意按全數包銷基準，按每股5.15港元配售90,000,000股本公司現有普通股予不少於六名獨立承配人(「配售事項」)，而賣方同意按每股5.15港元認購90,000,000股本公司新普通股(「認購股份」)(「認購事項」)。認購事項的所得款項總額約為463,500,000港元，而所得款項淨額約為453,200,000港元。淨配售價格約為每股5.04港元。認購股份相當於於配售協議及認購協議日期本公司已發行股本約10.96%及經認購事項擴大後的本公司已發行股本約9.88%。根據股份於二零二零年二月十一日的收市價計算，認購股份的市值約為540,900,000港元。

本公司擬動用認購事項所得款項淨額(1)擴展本集團電子商貿及有關業務；及(2)作為一般營運資金，其符合於日期為二零二零年二月十二日及二零二零年二月二十四日之本公司公告所披露的擬定用途。所得款項淨額的用途詳情如下：

所得款項淨額的擬定用途	擬定 動用金額 百萬港元	於	於	預期動用 時間表
		二零二四年 十二月 三十一日 已動用金額 百萬港元	二零二五年 十二月 三十一日 已動用金額 百萬港元	
<b>擴展本集團電子商貿及 有關業務：</b>				
(i) 擴建將軍澳總部電子 配送中心	200	200.0	200.0	二零二三年底 或之前
(ii) 加設第六個配送中心	40	40.0	40.0	二零二二年底 或之前
(iii) 增設約200至250架送貨車	約90至110	58.4	72.5	二零二七年底 或之前
(iv) 升級電腦硬件及軟件	50	50.0	50.0	二零二一年底 或之前
本集團一般營運資金	約53.2至73.2	73.2	73.2	二零二一年底 或之前
總計	<u>453.2</u>	<u>421.6</u>	<u>435.7</u>	

## 集團資產押記

於二零二五年十二月三十一日，本集團的銀行融資額692,200,000港元以本集團存於多間銀行之其他金融資產84,200,000港元及現金135,800,000港元作抵押。

## 匯率

本集團幾乎所有貨幣資產及負債主要以港元及美元計值。鑒於港元兌美元之匯率自一九八三年起持續貼近現行聯繫匯率7.80港元兌1.00美元，管理層並不預期兩種貨幣之間有任何重大外匯收益或虧損。

## 或然負債

於二零二五年十二月三十一日及二零二四年十二月三十一日，本集團並無重大或然負債或資產負債表以外責任。

## 展望

展望未來，本集團將繼續透過審慎的試驗及策略適應性，追求長遠的可持續發展。通過優化現時業務模式、選擇性發展互補垂直業務以及評估新市場的機遇，本集團力求增強其韌性、提高資本效益，並在日益複雜及多變的經營環境中，把握新興增長機遇。為應對持續嚴峻的經營環境，本集團繼續以審慎且靈活的方式管理業務。

### 香港電子商貿業務

香港電子商貿業務(包括HKTVmall、第三方物流服務及ThePlace)繼續作為本集團的核心營運平台。該分部提供穩定的盈利基礎，並產生經常性的經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利，支持本集團持續投資及發展其新探索計劃。

為應對消費者期望的轉變，以及中國內地與香港市場潛在的無縫融合所帶來的壓力而加劇的香港零售業競爭，本集團將於二零二六年推出一系列措施，進一步加強我們香港電子商貿業務的競爭力，重點關注配送提升、品類完備、價格競爭力及購物效率。

#### 「三小時極速送」

本集團利用街市即日舖已建立的三小時送貨網絡及HKTVmall的自動化配送能力，於二零二六年三月提升其極速配送服務，將HKTVmall約70,000項產品的「八小時極速送」服務升級為「三小時極速送」，並推出全新的「三小時超市」服務。擴展後的服務涵蓋多種日常用品類別，包括糧油雜貨、美容及健康產品、母嬰產品及寵物用品，讓客戶足不出戶即可透過單一網上平台滿足大部分日常需求。此舉標誌著本集團在將其已建立的物流及配送能力更進一步提升其變現效益。

#### 加強品類廣度及類別覆蓋

為穩固HKTVmall作為主要網上購物平台的地位，本集團計劃擴大其1P業務的產品組合，使其更貼近主要線下零售商提供的商品種類。透過增加主要類別的產品多樣性，HKTVmall旨在減少客戶對線下購物的依賴，並提升其作為更全面替代日常所需購物渠道的能力。

### **透過主動價格監測提升價格競爭力**

本集團將引入更系統化及定期監測主要線下零售商定價的機制，目標是維持同類產品的價格均等或競爭力，尤其是3P商戶提供的商品。該等措施旨在強化HKTVmall的價值定位，改善客戶對價格的觀感，並支持更有效地部署推廣活動。

### **優化搜尋及商品展示效果**

為提升客戶的購物效率，HKTVmall將進一步優化其搜尋及排名機制。優化後的搜尋規則將優先顯示價格具競爭力的產品及定價嚴謹的商戶。預期此舉可改善產品發現、轉換效率及整體客戶體驗。

### **透過品牌主導推廣鞏固價格領導地位**

為配合該等營運措施，本集團正計劃於二零二六年推出新一輪的線上營銷活動，以加強消費者對HKTVmall在「HKTVmall一定平」定位下的價格競爭力的認知。該推廣活動旨在強化品牌與物有所值及價格相宜的聯繫，以支持吸納及留存客戶。

該等措施旨在提升HKTVmall在配送、品類、定價及購物體驗方面的競爭力，同時在競爭激烈的市場環境中，提高推廣及商品展示策略的效益及效率。

### **新探索及科技業務**

新探索及科技業務主要包括街市即日鏈、全自動零售商店及系統，以及生命科學項目。

新探索及科技分部在支持本集團長遠可持續發展方面繼續發揮重要作用。本集團仍致力於投資創新及發展新措施，管理層在調配資源時採取嚴謹及選擇性的方針。我們密切監察項目進度，並定期嚴格評估每個已推出探索的可行性、可擴展性及策略相關性。在適當情況下，將因應市場發展及項目表現調整策略及資源分配，目的是在保持靈活性的同時，確保創新項目渠道專注且有效。

## 業績

本公司的董事(「董事」)會(「董事會」)謹此公佈本集團截至二零二五年十二月三十一日止年度之經審核綜合業績。

### 綜合損益表

截至二零二五年十二月三十一日止年度

(以港元列示)

		截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
營業額	3	<u>3,856,259</u>	<u>3,839,509</u>
直接商品銷售 存貨成本	3	<u>2,247,561</u> <u>(1,741,396)</u>	<u>2,308,953</u> <u>(1,757,074)</u>
		<b>506,165</b>	551,879
特許銷售收入及其他服務收入	3	<b>1,437,650</b>	1,374,063
多媒體廣告收入		<b>171,048</b>	156,493
投資物業估值虧損	3	<b>(39,700)</b>	(21,150)
其他經營開支	5(a)	<b>(2,272,231)</b>	(2,171,826)
其他收入淨額	4	<b>69,310</b>	63,387
財務費用	5(b)	<u><b>(21,553)</b></u>	<u>(24,153)</u>
除稅前虧損		<b>(149,311)</b>	(71,307)
所得稅(開支)／抵免	7	<u><b>(242)</b></u>	<u>4,607</u>
年內虧損		<u><b>(149,553)</b></u>	<u>(66,700)</u>
每股虧損 基本及攤薄	9	<u><b>(0.19) 港元</b></u>	<u>(0.08) 港元</u>

## 綜合全面收益表

截至二零二五年十二月三十一日止年度

(以港元列示)

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
年內虧損	<u>(149,553)</u>	<u>(66,700)</u>
年內其他全面收益	6	
<b>其後不會重新分類至損益之項目：</b>		
指定按公平值計入其他全面收益計量的股本工具		
一公平值儲備(不可轉回)變動淨額	9,117	8,164
重新計量界定福利計劃責任	<u>(1,764)</u>	<u>744</u>
	7,353	8,908
<b>其後可能重新分類至損益之項目：</b>		
換算海外附屬公司財務報表產生的匯兌差額	(2,427)	1,156
按公平值計入其他全面收益計量的債務證券		
一公平值儲備(可轉回)變動淨額	<u>5,210</u>	<u>6,059</u>
	2,783	7,215
年內其他全面收益	<u>10,136</u>	<u>16,123</u>
年內全面收益總額	<u><u>(139,417)</u></u>	<u><u>(50,577)</u></u>

## 綜合財務狀況表

於二零二五年十二月三十一日

(以港元列示)

		二零二五年 十二月 三十一日 千港元	二零二四年 十二月 三十一日 千港元
<b>非流動資產</b>			
物業、廠房及設備		<b>1,644,376</b>	1,787,603
無形資產		<b>158,285</b>	166,060
長期應收賬項、按金及預付款項		<b>59,210</b>	66,600
其他金融資產	10	<b>111,493</b>	129,506
遞延稅項資產		<b>94,811</b>	94,602
		<b>2,068,175</b>	2,244,371
<b>流動資產</b>			
其他應收賬項、按金及預付款項		<b>116,394</b>	138,633
存貨		<b>126,889</b>	133,711
其他流動金融資產	10	<b>30,290</b>	41,320
現金及現金等價物		<b>346,465</b>	541,705
		<b>620,038</b>	855,369
<b>流動負債</b>			
應付賬款	11	<b>355,904</b>	341,442
其他應付賬項及應計費用	11	<b>498,185</b>	450,232
已收按金		<b>5,757</b>	5,757
應付稅項		<b>508</b>	509
租賃負債		<b>133,359</b>	139,814
		<b>993,713</b>	937,754
<b>流動負債淨額</b>		<b>(373,675)</b>	(82,385)
<b>總資產減流動負債</b>		<b>1,694,500</b>	2,161,986

		二零二五年 十二月 三十一日 千港元	二零二四年 十二月 三十一日 千港元
<b>非流動負債</b>			
遞延稅項負債		<b>2,079</b>	2,326
其他應付賬項及應計費用	11	<b>17,102</b>	11,901
租賃負債		<b>238,648</b>	276,140
		<u><b>257,829</b></u>	<u>290,367</u>
<b>資產淨值</b>		<u><b>1,436,671</b></u>	<u>1,871,619</u>
<b>資本及儲備</b>	12		
股本		<b>1,810,937</b>	1,805,004
儲備		<b>(374,266)</b>	66,615
<b>權益總額</b>		<u><b>1,436,671</b></u>	<u>1,871,619</u>

附註：

## 1 編製基準

本初步公告載列之有關截至二零二五年十二月三十一日及二零二四年十二月三十一日止年度之財務資料並不構成本公司就該等年度之法定年度綜合財務報表，惟源自該等財務報表。根據第622章香港公司條例第436條規定披露有關該等法定財務報表之進一步資料如下：

本公司已根據香港公司條例第662(3)條及附表6第3部規定，向公司註冊處處長呈遞截至二零二四年十二月三十一日止年度之財務報表，並將於適當時候發出截至二零二五年十二月三十一日止年度之財務報表。

本公司之核數師已就兩個年度之本集團財務報表作出報告。核數師報告並無保留意見；並無載有核數師於出具無保留意見之情況下，提請注意任何引述之強調事項；亦不載有根據香港公司條例第406(2)、第407(2)或(3)條作出之陳述。

本公告載列之年度業績摘錄自本集團根據所有適用香港財務報告準則會計準則(此統稱包括香港會計師公會頒佈之所有適用個別香港財務報告準則、香港會計準則及詮釋)以及香港《公司條例》之規定編製的該年度綜合財務報表。本集團綜合財務報表亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)之適用披露條文。

除投資物業及於其他金融資產的投資按公平值列賬外，編製財務報表採用歷史成本作為計量基準。

在編製符合香港財務報告準則會計準則之財務報表時，管理層須作出足以對會計政策之應用以及資產、負債、收入及支出之報告數額構成影響之判斷、估計及假設。這些估計及相關假設是根據以往經驗及管理層因應當時情況認為合理之多項其他因素作出，其結果構成了在無法依循其他途徑即時得知資產與負債賬面值時作出判斷之基礎。實際結果可能有別於估計數額。

管理層會不斷審閱各項估計及相關假設。倘會計估計之修訂只是影響某一期間，其影響便會在該期間內確認；倘修訂對當前及未來期間均有影響，則在作出修訂之期間及未來期間內確認。

## 2 會計政策變動

本集團已將香港會計師公會頒佈的香港會計準則第21號之修訂，匯率變動之影響—缺乏可兌換性應用於當前會計期間的財務報告。該等修訂對財務報告並無重大影響，乃由於本集團並無進行任何其外幣不可兌換至另一種貨幣的外幣交易。

本集團並無採用於當前會計期間尚未生效之任何新訂準則或詮釋。

### 3 營業額及分部資料

#### (a) 營業額

本集團主要從事電子商貿業務，包括但不限於經營點對點網上購物商場、多媒體製作及其他相關服務（「電子商貿業務」）及新探索及科技解決方案業務（「新探索及科技業務」）。本集團主要業務的進一步詳情於附註3(b)披露。

#### (i) 收益分列

按性質及確認收益時間分列之客戶合約收益如下：

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
香港財務報告準則第15號範疇內的 客戶合約收益		
按性質分列		
— 直接商品銷售	2,247,561	2,308,953
— 特許銷售收入及其他服務收入	1,437,650	1,374,063
— 多媒體廣告收入	171,048	156,493
	<u>3,856,259</u>	<u>3,839,509</u>
按確認收益時間分列		
— 於某一時間點確認	3,576,332	3,591,507
— 於一段時間內確認	279,927	248,002
	<u>3,856,259</u>	<u>3,839,509</u>

#### (ii) 於報告日期存在的客戶合約所產生預期於日後確認的收益

本集團已採用香港財務報告準則第15號第121段的實際權宜之計，而不會披露報告期末有關本集團在達成尚未達成(或部分達成)未履行合約餘下履約責任時有權獲得的本集團收益的資料，此乃由於有關尚未達成的履約責任的原本預計持續時限為一年或以下。

## (b) 分部資料

本集團按分部管理其業務，分部按業務線(產品及服務)及地區劃分。按與就資源分配及表現評估向本集團主要經營決策者內部呈報資料方式一致的方式，本集團的兩個報告分部如下：

- 香港電子商貿業務：本集團電子商貿業務分部的收益來自香港的點對點網上購物商場營運(包括配送及物流)、多媒體製作及其他相關服務。該等產品及服務採購自位於香港的外部供應商或於本集團物業生產。
- 新探索及科技業務：本集團的新探索及科技業務分部的收益主要來自(1)新探索項目，從事新業務模式及科技的研發活動，並在全球採用新業務模式及科技運營業務；及(2)為本集團電子商貿業務分部或外部客戶提供技術解決方案，以運營網上購物業務。

### (i) 分部業績、資產及負債

就評估分部表現及分配分部間資源而言，本集團主要經營決策者按以下基準監察各可呈報分部應佔之業績、資產及負債：

分部資產包括所有有形、無形資產及流動資產，惟金融資產及其他企業資產投資除外。分部負債包括個別分部銷售活動應佔的應付賬項、其他應付賬項及應計費用以及租賃負債。

收益及開支乃參考該等分部產生之營業額及該等分部產生之開支或該等分部應佔之資產折舊或攤銷所產生開支分配至可呈報分部。

扣除利息(包括投資回報)、稅項、折舊及攤銷前盈利(「扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利」)指年內溢利／(虧損)加所得稅開支／(抵免)、物業、廠房及設備折舊(不包括租賃作自用之其他物業折舊)及無形資產攤銷，並扣除投資回報。

經調整後的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利指經主要非現金項目調整及不包括非經常性項目(包含政府補貼、無形資產及物業、廠房及設備減值虧損以及一次性特定捐款)的扣除利息、稅項、折舊及攤銷前盈利。

除取得有關分部溢利之分部資料外，管理層獲提供有關分部間銷售、分部直接管理之現金結餘利息收入及開支、分部於其營運中使用之非流動分部資產之折舊、攤銷及減值虧損以及添置之分部資料。分部間銷售乃參考就類似訂單向外部人士收取的價格定價。

按確認收益時間分列的客戶合約收益分拆以及截至二零二五年及二零二四年十二月三十一日止年度就資源分配及評估分部表現向本集團主要經營決策者提供有關本集團可呈報分部的資料載列如下。

截至十二月三十一日止年度	香港電子商貿業務		新探索及科技業務		總額	
	二零二五年 千港元	二零二四年 千港元	二零二五年 千港元	二零二四年 千港元	二零二五年 千港元	二零二四年 千港元
按確認收益時間分列						
於某一時間點確認	3,465,602	3,524,354	110,730	67,153	3,576,332	3,591,507
於一段時間內確認	<u>279,927</u>	<u>248,002</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>279,927</u>	<u>248,002</u>
自向外部客戶的收益	3,745,529	3,772,356	110,730	67,153	3,856,259	3,839,509
分部間收益	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>125,840</u>	<u>134,234</u>	<u>125,840</u>	<u>134,234</u>
可呈報分部收益	<u>3,745,529</u>	<u>3,772,356</u>	<u>236,570</u>	<u>201,387</u>	<u>3,982,099</u>	<u>3,973,743</u>
可呈報分部溢利/(虧損) (扣除利息、稅項、折舊及 攤銷前盈利)	<u>253,050</u>	<u>276,489</u>	<u>(218,288)</u>	<u>(174,724)</u>	<u>34,762</u>	<u>101,765</u>
可呈報分部溢利/(虧損) (經調整扣除利息、稅項、 折舊及攤銷前盈利)	<u>259,092</u>	<u>277,012</u>	<u>(171,987)</u>	<u>(134,262)</u>	<u>87,105</u>	<u>142,750</u>
利息收入	99	665	19	131	118	796
分部間財務費用	(5,963)	(7,133)	-	-	(5,963)	(7,133)
年內折舊及攤銷(不包括租賃 作自用之其他物業折舊)	(100,989)	(108,958)	(31,919)	(31,954)	(132,908)	(140,912)
無形資產及物業、廠房及設備減 值虧損	-	-	(44,515)	(42,101)	(44,515)	(42,101)
於十二月三十一日						
可呈報分部資產	2,451,945	2,421,048	327,554	361,454	2,779,499	2,782,502
年內新增非流動分部資產	142,958	132,386	75,198	85,778	218,156	218,164
可呈報分部負債	<u>1,272,891</u>	<u>1,241,330</u>	<u>647,816</u>	<u>450,974</u>	<u>1,920,707</u>	<u>1,692,304</u>

(ii) 可呈報分部收益、溢利或虧損之對賬

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
收益		
可呈報分部收益	3,982,099	3,973,743
分部間收益數抵銷	(125,840)	(134,234)
收益(附註3(a))	<u>3,856,259</u>	<u>3,839,509</u>

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
虧損		
可呈報分部溢利(扣除利息、稅項、 折舊及攤銷前盈利)	34,762	101,765
所得稅(開支)/抵免	(94)	4,901
利息收入	118	796
折舊—物業、廠房及設備 (不包括租賃作自用之其他物業折舊)	(104,796)	(117,641)
無形資產攤銷	(28,112)	(23,271)
未分配之總辦事處及企業淨開支	(51,431)	(33,250)
年內虧損	<u>(149,553)</u>	<u>(66,700)</u>

(iii) 可呈報分部資產之對賬

	二零二五年 十二月 三十一日 千港元	二零二四年 十二月 三十一日 千港元
可呈報分部資產	2,779,499	2,782,502
分部間應收賬項抵銷	(716,690)	(490,985)
未分配之總辦事處及企業資產 (包括金融資產投資)	<u>625,404</u>	<u>808,223</u>
綜合資產總計	<u>2,688,213</u>	<u>3,099,740</u>

(iv) 可呈報分部負債之對賬

	二零二五年 十二月 三十一日 千港元	二零二四年 十二月 三十一日 千港元
可呈報分部負債	1,920,707	1,692,304
分部間應付賬項抵銷	(716,690)	(490,985)
未分配之總辦事處及企業負債	47,525	26,802
	<u>1,251,542</u>	<u>1,228,121</u>
綜合負債總計	<u>1,251,542</u>	<u>1,228,121</u>

(v) 地區分部資料

本集團大部分營運活動於香港進行，而大部分資產置於香港。因此，概無呈列地區分部資料。

4 其他收入淨額

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
銀行利息收入	11,543	17,071
來自其他金融資產之股息及投資收入	3,228	4,834
來自其他金融資產之利息收入	4,345	9,490
按公平值計入損益計量的投資基金單位之 未變現公平值收益／(虧損)	7,088	(2,937)
按公平值計入其他全面收益計量的債務證券之 預期信貸虧損撥回	937	39
投資物業租金	23,774	23,774
淨匯兌收益／(虧損)	1,743	(7,065)
政府補貼	1,280	813
租賃按金的折現回撥	880	868
其他	14,492	16,500
	<u>69,310</u>	<u>63,387</u>

## 5 除稅前虧損

除稅前虧損已扣除／(計入)下列項目：

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
<b>(a) 其他經營開支</b>		
折舊		
— 自置物業、廠房及設備	75,076	90,430
— 使用權資產	179,514	188,280
廣告及市場推廣開支(不包括已自營業額中扣除的 49,159,000港元(二零二四年：38,162,000港元))	180,488	155,494
核數師酬金	3,745	3,618
出售物業、廠房及設備之虧損	136	520
存貨撇減及撇銷	13,576	22,404
無形資產及物業、廠房及設備減值虧損	44,515	42,101
人才成本(附註5(c))	967,191	936,383
無形資產攤銷	32,228	27,387
投資物業總開支	1,758	1,678
外包配送開支	409,144	369,921
支付處理費用	95,281	94,134
自置汽車使用開支	46,357	49,460
軟件版權及註冊費	21,477	23,981
公用事業、消耗品及辦公室開支	64,836	61,811
其他	136,909	104,224
	<u>2,272,231</u>	<u>2,171,826</u>
<b>(b) 財務費用</b>		
租賃負債利息	20,079	23,108
銀行費用	1,474	1,045
	<u>21,553</u>	<u>24,153</u>
<b>(c) 人才成本</b>		
工資及薪金	985,813	961,778
退休福利成本—界定供款計劃	36,371	35,557
以股權益結算以股份支付之開支	-	(2,736)
減：人才成本資本化為無形資產	(54,993)	(58,216)
	<u>967,191</u>	<u>936,383</u>
計入其他經營開支之人才成本	<u>967,191</u>	<u>936,383</u>

人才成本包括本集團向所有受僱人士(包括董事)所支付及計提之全部補償及福利。

## 6 其他全面收益

### (a) 關於其他全面收益各部分之稅務影響

	二零二五年			二零二四年		
	除稅前 金額 千港元	稅項開支 千港元	除稅後 金額 千港元	除稅前 金額 千港元	稅項開支 千港元	除稅後 金額 千港元
指定按公平值計入其 他全面收益計量的 股本工具						
— 公平值儲備 (不可轉回)						
變動淨額	9,117	-	9,117	8,164	-	8,164
重新計量界定福利 計劃責任	(1,764)	-	(1,764)	744	-	744
換算海外附屬公司財 務報表產生之 匯兌差額	(2,427)	-	(2,427)	1,156	-	1,156
按公平值計入其他全 面收益計量的 債務證券						
— 公平值儲備 (可轉回)						
變動淨額	5,210	-	5,210	6,059	-	6,059
其他全面收益	<u>10,136</u>	<u>-</u>	<u>10,136</u>	<u>16,123</u>	<u>-</u>	<u>16,123</u>

### (b) 其他全面收益部分(包括重新分類調整)

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
指定按公平值計入其他全面收益計量的股本工具		
— 公平值儲備(不可轉回)變動淨額：		
— 於本年度確認之公平值變動	<u>9,117</u>	<u>8,164</u>
按公平值計入其他全面收益計量的債務證券—公平 值儲備(可轉回)變動淨額：		
— 於本年度確認之公平值變動	<u>6,147</u>	<u>6,098</u>
— 預期信貸虧損撥回重新分類至損益	<u>(937)</u>	<u>(39)</u>
	<u>5,210</u>	<u>6,059</u>

## 7 所得稅開支／(抵免)

截至二零二五年十二月三十一日止年度香港利得稅撥備乃根據本年度估計應課稅溢利之16.5%(二零二四年：16.5%)計算，惟本集團一間身為利得稅兩級制合資格企業之附屬公司除外。就該附屬公司而言，其首2,000,000港元的應課稅溢利以8.25%(二零二四年：8.25%)的稅率徵稅，餘下應課稅溢利則以16.5%(二零二四年：16.5%)的稅率徵稅。

附屬公司海外分公司的稅項乃根據本年度估計應課稅溢利之20%(二零二四年：20%)計算。在綜合損益表列賬之所得稅開支／(抵免)金額為：

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
即期稅項		
香港利得稅	-	-
海外	698	373
遞延稅項		
暫時差額產生及撥回	(456)	(4,980)
	<u>242</u>	<u>(4,607)</u>

## 8 股息

(a) 應付本公司權益持有人之股息：

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千港元	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千港元
報告期末後未宣派特別股息 (二零二四年十二月三十一日：每股38港仙)	-	299,647

於報告期末後宣派的特別股息並無於報告期末確認為負債。

(b) 於年內獲批准並支付的上個財政年度應佔股息：

根據二零二五年五月二十日舉行的股東週年大會決議，已批准並於截至二零二五年十二月三十一日止年度內派付特別股息每股38港仙。

## 9 每股虧損

每股基本虧損乃基於截至二零二五年十二月三十一日止年度之本公司權益持有人應佔虧損149,553,000港元(二零二四年十二月三十一日：66,700,000港元)及年內已發行普通股加權平均數789,866,000股(二零二四年十二月三十一日：846,196,000股普通股)計算，詳情如下：

### 普通股加權平均股數

	截至 二零二五年 十二月 三十一日 止年度 千股	截至 二零二四年 十二月 三十一日 止年度 千股
於一月一日之已發行普通股	788,546	888,546
行使期權之影響	1,320	-
股份購回及註銷的影響	-	(42,350)
	<u>789,866</u>	<u>846,196</u>
於十二月三十一日之普通股加權平均股數	<u>789,866</u>	<u>846,196</u>

由於本集團的股份期權對每股虧損具反攤薄作用，故截至二零二五年及二零二四年十二月三十一日止年度之每股攤薄虧損與每股基本虧損相同。

## 10 其他金融資產

	二零二五年 十二月 三十一日 千港元	二零二四年 十二月 三十一日 千港元
指定按公平值計入其他全面收益(不可轉回) 計量的股本工具		
— 股本證券	36,068	28,297
— 永續債券	15,359	29,535
	<u>51,427</u>	<u>57,832</u>
按公平值計入其他全面收益(可轉回)計量的債務證券		
— 一年內到期	30,290	41,320
— 一年後到期	7,973	26,882
	<u>38,263</u>	<u>68,202</u>
按公平值計入損益計量的投資基金單位	<u>52,093</u>	<u>44,792</u>
	<u>141,783</u>	<u>170,826</u>
相當於		
— 非流動部分	111,493	129,506
— 流動部分	30,290	41,320
	<u>141,783</u>	<u>170,826</u>

## 11 應付賬款、其他應付賬項及應計費用

	二零二五年 十二月 三十一日 千港元	二零二四年 十二月 三十一日 千港元
應付賬款(附註(a))	<u>355,904</u>	<u>341,442</u>
合約負債(附註(b))	260,966	265,940
其他應付賬項及應計費用(附註(c))	<u>237,219</u>	<u>184,292</u>
	<u>498,185</u>	<u>450,232</u>
非即期其他應付賬項及應計費用(附註(c))	<u>854,089</u>	791,674
	<u>17,102</u>	<u>11,901</u>
	<u>871,191</u>	<u>803,575</u>

(a) 應付賬款之賬齡分析如下：

	二零二五年 十二月 三十一日 千港元	二零二四年 十二月 三十一日 千港元
未逾期-30日	324,794	321,223
31-60日	22,101	8,483
61-90日	2,383	2,312
超過90日	<u>6,626</u>	<u>9,424</u>
	<u>355,904</u>	<u>341,442</u>

(b) 合約負債

合約負債主要為在下達訂單時向客戶收訖的預付款項。於二零二五年一月一日的結餘265,940,000港元(二零二四年一月一日：259,392,000港元)於客戶管有及接受產品之年度內確認為收益。

於二零二五年十二月三十一日合約負債260,966,000港元(二零二四年：265,940,000港元)確認為在達成履約責任前於年內收訖的款項，預期於一年內確認為收益。

(c) 其他應付賬項及應計費用

其他應付賬項及應計費用主要包括應計人才薪金及相關成本、購買物業、廠房及設備之應付賬款、外包人力資源服務開支以及廣告及宣傳開支。

## 12 資本及儲備

附註	本公司權益持有人應佔								
	股本 (累計虧損)	保留溢利/ (累計虧損)	公平值 重估儲備	公平值儲備		匯兌儲備	資本儲備	其他儲備	總額
				(可轉回)	(不可轉回)				
千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於二零二四年一月一日之結餘	1,805,004	138,244	183,338	(11,949)	(8,098)	(546)	42,613	(3,258)	2,145,348
二零二四年之權益變動：									
年內虧損	—	(66,700)	—	—	—	—	—	—	(66,700)
其他全面收益	6	—	—	6,059	8,164	1,156	—	744	16,123
全面收益總額	—	(66,700)	—	6,059	8,164	1,156	—	744	(50,577)
將出售指定按公平值計入其他全面收益計量的股本工具的虧損轉撥至保留溢利以權益結算以股份支付之交易	—	(1,734)	—	—	1,734	—	—	—	—
股份購回及註銷	—	(220,416)	—	—	—	—	(2,736)	—	(2,736)
於二零二四年十二月三十一日及二零二五年一月一日之結餘	1,805,004	(150,606)	183,338	(5,890)	1,800	610	39,877	(2,514)	1,871,619
二零二五年之權益變動：									
年內虧損	—	(149,553)	—	—	—	—	—	—	(149,553)
其他全面收益	6	—	—	5,210	9,117	(2,427)	—	(1,764)	10,136
全面收益總額	—	(149,553)	—	5,210	9,117	(2,427)	—	(1,764)	(139,417)
將出售指定按公平值計入其他全面收益計量的股本工具的收益轉撥至保留溢利因放棄股份期權而重新分類至保留溢利	—	504	—	—	(504)	—	—	—	—
根據購股權計劃發行股份	5,933	—	—	—	—	—	(1,687)	—	4,246
已批准之上年度股息	—	(299,777)	—	—	—	—	—	—	(299,777)
於二零二五年十二月三十一日之結餘	1,810,937	(561,242)	183,338	(680)	10,413	(1,817)	—	(4,278)	1,436,671

## 人才薪酬

於二零二五年十二月三十一日，本公司共有2,295名全職人才(包括董事)，而於二零二四年十二月三十一日則有2,216名。本公司提供薪酬組合包括基本薪金、花紅及其他福利。花紅乃酌情發放並按本公司及個別人才的表現釐定。本公司亦提供全面醫療及人壽保障、具競爭力的退休福利計劃、人才培訓課程及採納股份計劃。

## 購買、出售或贖回上市證券

於截至二零二五年十二月三十一日止年度，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

本公司於截至二零二五年十二月三十一日止年度一直遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「上市規則」)附錄C1所載之企業管治守則之適用守則條文。

## 董事進行證券交易之操守守則

本公司已採納上市規則附錄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」)作為董事進行證券交易之操守守則。

經向各董事作出具體查詢後，全體董事確認，彼等於截至二零二五年十二月三十一日止年度內一直全面遵守標準守則所載之規定準則。

## 審核委員會審閱

審核委員會已審閱並與本公司管理層討論本公司截至二零二五年十二月三十一日止年度之經審核財務業績。

審核委員會之組成如下：

### 獨立非執行董事

李漢英先生(自二零二六年一月一日起辭任)

白敦六先生(自二零二六年一月一日起獲委任為審核委員會主席)

麥永森先生

安宇昭先生

楊主光先生(委任自二零二六年一月一日起生效)

## 股息

董事會並不建議派付截至二零二五年六月三十日止六個月之中期股息(截至二零二四年六月三十日止六個月：無)。

為慶祝HKTVmall於二零二四年成立十週年及感謝股東的長期支持，董事會就截至二零二四年十二月三十一日止年度宣派特別股息每股38港仙，並已於二零二五年六月六日以現金形式派付予股東。

鑑於目前的經營環境及為未來的發展計劃作考慮，董事會並不建議派付截至二零二五年十二月三十一日止年度末期股息(截至二零二四年十二月三十一日止年度：無)。董事會確認，該決定乃按照本公司的股息政策作出。

## 股東週年大會

本公司將於二零二六年六月二日(星期二)舉行應屆股東週年大會(「二零二六年股東週年大會」)。二零二六年股東週年大會通告以及本公司年報將分別按上市規則之規定於適當時候刊發及寄發。

## 暫停辦理股份過戶登記手續

為確定股東出席二零二六年股東週年大會並於會上投票之權利，本公司將暫停辦理股份過戶登記手續，詳情載列如下：

- 一 股份過戶文件送達本公司股份過戶登記處以作登記的最後時限 二零二六年五月二十七日(星期三) 下午四時三十分
- 一 暫停辦理股份過戶登記手續 二零二六年五月二十八日(星期四) 至二零二六年六月二日(星期二) (包括首尾兩日)
- 一 記錄日期 二零二六年六月二日(星期二)

在上述暫停辦理股份過戶登記手續期間，概不會辦理任何股份過戶登記手續。為符合資格出席二零二六年股東週年大會並於會上投票，所有填妥的過戶表格連同有關股票須於上述的最後時限前，送達本公司股份過戶登記處香港中央證券登記有限公司，地址為香港灣仔皇后大道東183號合和中心17樓1712-1716號舖。

承董事會命  
香港科技探索有限公司  
主席  
麥永森

香港，二零二六年三月三十日

於本公告日期，董事會成員包括：

執行董事：

張子建先生

王維基先生(副主席兼集團行政總裁)

黃雅麗女士(集團財務總裁兼公司秘書)

劉志剛先生(行政總裁(國際業務))

周慧晶女士(行政總裁(香港))

獨立非執行董事：

麥永森先生(主席)

白敦六先生

安宇昭先生

楊主光先生