

香港交易及結算所有限公司與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。



Softcare Limited
樂舒適有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)
(股份代號: 2698)

**截至2025年12月31日止年度之
全年業績公告**

財務摘要

	2025年	2024年	同比
	千美元	千美元	%
收入	567,385	454,389	24.9
毛利	203,503	160,151	27.1
年度利潤	121,163	95,111	27.4
年度經調整淨利潤(非國際財務 報告準則計量)	122,313	98,355	24.4
每股盈利(以美分計)			
—基本	23.0	19.0	21.1
—攤薄	23.0	不適用	不適用
每股股息(以美分計)			
—末期(建議)	8.88	—	不適用

全年業績

樂舒適有限公司(「本公司」)董事會(「董事會」)欣然公佈本公司及其附屬公司(統稱「本集團」或「我們」)根據國際財務報告準則會計準則(「國際財務報告準則」)編製的截至2025年12月31日止年度(「報告期」)之全年業績，連同比較數字如下：

綜合損益及其他全面收益表

截至2025年12月31日止年度

	附註	截至12月31日止年度	
		2025年 千美元	2024年 千美元
收入	4	567,385	454,389
銷售成本		<u>(363,882)</u>	<u>(294,238)</u>
毛利		203,503	160,151
其他收入	5	1,975	388
其他收益及虧損淨額	5	657	351
銷售及分銷開支		(19,968)	(15,919)
行政開支		(39,130)	(28,220)
研發開支		(1,176)	(531)
外匯收益(虧損)淨額		5,404	(120)
上市開支		(5,172)	(2,555)
財務成本	6	<u>(1,424)</u>	<u>(464)</u>
除稅前利潤		144,669	113,081
稅項	7	<u>(23,506)</u>	<u>(17,970)</u>
年度利潤	8	<u><u>121,163</u></u>	<u><u>95,111</u></u>

		截至12月31日止年度	
		2025年	2024年
	附註	千美元	千美元
其他全面收益			
可能會重新分類至損益的項目：			
換算海外業務的匯兌差額		<u>5,238</u>	<u>880</u>
年度其他全面收益		<u>5,238</u>	<u>880</u>
本公司擁有人應佔年度全面收益總額		<u>126,401</u>	<u>95,991</u>
每股盈利(以美分計)			
– 基本	10	<u>23.0</u>	<u>19.0</u>
– 攤薄		<u>23.0</u>	<u>不適用</u>

綜合財務狀況表

於2025年12月31日

		於12月31日	
	附註	2025年 千美元	2024年 千美元
非流動資產			
物業、廠房及設備		103,247	54,658
使用權資產		13,853	10,744
投資物業		4,767	–
預付款項		211	4,774
遞延稅項資產		11,122	7,491
		<u>133,200</u>	<u>77,667</u>
流動資產			
存貨		142,902	119,375
貿易應收款項	11	9,722	5,367
其他應收款項、按金及預付款項		29,897	17,323
預付所得稅		1,569	3,222
現金及現金等價物		445,456	31,112
		<u>629,546</u>	<u>176,399</u>
流動負債			
貿易應付款項	12	52,941	43,262
其他應付款項及應計費用		19,152	12,192
合約負債		13,253	9,747
稅項負債		7,743	8,688
租賃負債		3,229	491
借款	13	14,290	1,001
應付股息		–	35,000
		<u>110,608</u>	<u>110,381</u>
流動資產淨值		<u>518,938</u>	<u>66,018</u>
資產總值減流動負債		<u>652,138</u>	<u>143,685</u>

	附註	2025年 千美元	2024年 千美元
非流動負債			
租賃負債		3,699	936
遞延稅項負債		<u>11,149</u>	<u>2,863</u>
		<u>14,848</u>	<u>3,799</u>
資產淨值		<u>637,290</u>	<u>139,886</u>
資本及儲備			
股本		62	50
儲備		<u>637,228</u>	<u>139,836</u>
權益總額		<u>637,290</u>	<u>139,886</u>

附註：

1. 一般資料

樂舒適有限公司(前稱Sunda International Limited, 於2024年1月16日更改為現有名稱)於2022年2月17日在開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司股份於2025年11月10日(「上市日期」)在香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)主板完成上市(「上市」)。其母公司為CENTURY INDUSTRIAL LTD(「Century BVI」, 於英屬維爾京群島(「英屬維爾京群島」)註冊成立), 並由SUNDA ENTERPRISE LIMITED(「Sunda Enterprise」, 一家於開曼群島註冊成立的獲豁免有限公司)全資擁有。Sunda Enterprise分別由Chaoyuet Holding Limited(「Chaoyuet Holding」, 於英屬維爾京群島註冊成立, 並由沈延昌先生全資擁有)擁有51%及Haoyue Investment Limited(於英屬維爾京群島註冊成立, 並由楊艷娟女士(沈延昌先生的配偶)全資擁有)擁有49%。

本公司為本集團的投資控股公司, 其附屬公司主要於非洲、拉丁美洲和中亞的若干國家從事製造及銷售嬰兒紙尿褲、嬰兒拉拉褲、衛生巾及濕巾。

由於本公司管理層以美元(「美元」)監控本集團的表現及財務狀況, 故綜合財務報表以美元呈列, 美元亦為本公司的功能貨幣。

2. 綜合財務報表的編製及呈列基準

綜合財務報表乃根據與國際會計準則理事會（「**國際會計準則理事會**」）頒佈的國際財務報告準則會計準則一致的會計政策以及適用於集團重組的合併會計處理原則編製。

3. 應用新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則

於本年度強制生效的經修訂國際財務報告準則會計準則

綜合財務報表乃根據國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則會計準則編製，包括於2025年1月1日開始的本集團年度期間強制生效的新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則，並已於截至2024年及2025年12月31日止年度貫徹應用。

3. 應用新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則 (續)

已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則

於批准該等綜合財務報表日期，本集團並無提早採納下列已頒佈但尚未生效的新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則：

國際財務報告準則第9號及 國際財務報告準則第7號修訂本	對金融工具分類及計量的修訂 ²
國際財務報告準則第9號及 國際財務報告準則第7號修訂本	涉及依賴自然能源生產電力的合同 ²
國際財務報告準則第10號及 國際會計準則第28號修訂本	投資者與其聯營企業或合營企業之間的 資產出售或注資 ¹
國際財務報告準則會計準則修訂本 國際財務報告準則第18號	國際財務報告準則會計準則年度改進—第11卷 ² 財務報表的呈列及披露 ³
國際會計準則第21號修訂本	換算為惡性通脹呈列貨幣 ³

¹ 於待定日期或之後開始的年度期間生效。

² 於2026年1月1日或之後開始的年度期間生效。

³ 於2027年1月1日或之後開始的年度期間生效。

除上文所述者外，本公司董事預期，應用其他新訂及經修訂國際財務報告準則會計準則將不會對本集團於可見未來的財務狀況及財務表現造成重大影響。

國際財務報告準則第18號「財務報表的呈列及披露」載列財務報表呈列及披露的規定，將取代國際會計準則第1號「財務報表的呈列」。新訂國際財務報告準則會計準則結轉國際會計準則第1號的大部分規定，引入以下新規定：須於損益表中呈列指定類別及經界定的小計；在財務報表附註中披露管理層界定的績效計量，以及改進將在財務報表中披露的資料的匯總和分類方式。此外，國際會計準則第1號的部分段落已轉至國際會計準則第8號「會計政策、會計估計變動及錯誤」及國際財務報告準則第7號。國際會計準則第7號「現金流量表」及國際會計準則第33號「每股盈利」亦經輕微修訂。

國際財務報告準則第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，並允許提前應用。國際財務報告準則第18號規定追溯應用，並設有具體的過渡條款。應用該新準則預期不會就確認及計量而言對本集團的財務表現及狀況造成重大影響。然而，預期會影響綜合損益表及綜合現金流量表的結構及呈列以及在未來財務報表中的披露。

4. 收入及分部資料

本公司向董事(亦為本集團主要經營決策者(「主要經營決策者」))報告資料,以進行資源分配及評估表現。主要經營決策者全面審閱本集團的整體業績及財務表現。概無定期向主要營運決策者提供本集團資產或負債的分析以及其他個別財務資料。因此,僅按照國際財務報告準則第8號「經營分部」呈列實體層面的收入、主要客戶及地理資料的披露。

(i) 本集團來自客戶合約的收入分類

	2025年 千美元	2024年 千美元
產品類別		
銷售嬰兒紙尿褲及嬰兒拉拉褲	446,059	362,447
銷售衛生巾	99,059	77,465
銷售濕巾	22,267	14,477
	<hr/>	<hr/>
來自客戶合約的總收入	567,385	454,389
	<hr/>	<hr/>
收入確認的時間		
於某一時間點	567,385	454,389
	<hr/> <hr/>	<hr/> <hr/>

概無單一客戶於兩個年度內對本集團總收入的貢獻超過10%。

4. 收入及分部資料 (續)

(ii) 客戶合約的履約責任

銷售產品的收入於客戶從倉庫提取產品或產品交付至客戶指定地點的時間點(視乎相關合約條款而定)確認,即客戶取得對產品控制權且本集團有即時權利收取及可以收取代價的時間點。一般情況下不允許退貨或退款。倘產品有質量問題,將按個別情況作出評估並提供產品換貨服務。

客戶通常須於交付產品前全數支付款項,惟經本集團管理層批准後,若干客戶可按個別情況獲授最多90天的信貸期。

若干客戶有權根據彼等所購買的產品數量及達成其指定季度或年度購買目標的預先設定費率獲得返利。該等返利僅供彼等日後購買產品時使用,並向該等客戶提供倘不購買本集團產品則無法獲得的實質權利。因此,向客戶提供的返利屬獨立履約責任。

本集團將交易價格按相對單售價格的基準分配至其產品的銷售及返利。

向客戶提供的返利金額根據本集團過往經驗估計,並於首次銷售交易時確認合約負債。來自返利的收入於客戶日後使用返利進行購買時確認。

於各報告期末,未履行履約責任的客戶合約的原有預期期限為一年或以下。按國際財務報告準則第15號所允許,本集團並無披露分配至該等未履約合約的交易價格。

4. 收入及分部資料 (續)

(iii) 地理資料

按客戶所在地劃分的本集團收入及按資產所在地區劃分的非流動資產(遞延稅項資產除外)的資料呈列如下：

	2025年 千美元	2024年 千美元
按客戶所在地劃分的收入		
喀麥隆	36,336	30,436
科特迪瓦	46,213	44,269
加納	91,807	65,965
肯尼亞	101,177	90,453
秘魯	17,279	9,298
塞內加爾	44,711	45,283
坦桑尼亞	50,410	41,397
烏干達	51,035	38,615
贊比亞	30,904	27,132
其他	97,513	61,541
總計	<u>567,385</u>	<u>454,389</u>
按所在地區劃分的非流動資產		
喀麥隆	7,334	7,047
加納	12,804	9,483
肯尼亞	25,792	20,850
秘魯	17,903	2,941
塞內加爾	5,103	3,502
坦桑尼亞	15,117	4,151
烏干達	20,519	9,805
贊比亞	12,370	8,451
其他	5,136	3,946
總計	<u>122,078</u>	<u>70,176</u>

5. 其他收入以及其他收益及虧損淨額

	2025年 千美元	2024年 千美元
其他收入		
利息收入	1,927	388
租金收入(扣除支出後的淨額)	48	—
	<u>1,975</u>	<u>388</u>
其他收益及虧損淨額		
預期信貸虧損模式下的減值虧損，扣除撥回	(63)	(71)
出售廠房及設備的收益淨額	96	47
按公允價值計入損益的金融資產的公允價值變動收益	147	665
其他	477	(290)
	<u>657</u>	<u>351</u>

6. 財務成本

	2025年 千美元	2024年 千美元
銀行借款利息	207	86
自關聯公司貸款利息	—	307
租賃負債利息	165	71
其他金融負債利息	1,052	—
	<u>1,424</u>	<u>464</u>

7. 稅項

	2025年 千美元	2024年 千美元
即期稅項	18,494	14,586
遞延稅項		
– 企業所得稅	(458)	3,384
– 預扣稅	5,470	–
	<u>5,012</u>	<u>3,384</u>
	<u><u>23,506</u></u>	<u><u>17,970</u></u>

本公司並無就企業所得稅計提撥備，因為本公司並無產生或源自開曼群島的應課稅利潤。本集團的應課稅利潤以產生利潤的營運地點為準，並按相關司法權區的現行稅率計算如下：

司法權區	適用稅率
喀麥隆	38.5%
薩爾瓦多、肯尼亞、塞內加爾、 坦桑尼亞、烏干達、贊比亞	30%
秘魯	29.5%
貝寧、科特迪瓦、中國	25%
加納	25%及8% (分別對應當地業務及出口業務應課 稅利潤計算)
哈薩克斯坦共和國(「哈薩克斯坦」)	20%
香港	16.5%
阿拉伯聯合酋長國	根據當地條例和法規，對符合條件的自由區人 員，按符合條件收入按9%及0%計算

7. 稅項 (續)

各經營所在國家的免稅情況：

- SOFTCARE (U) LTD享有自截至2022年12月31日止年度起為期10年的稅務寬減。
- SOFTCARE BENIN LIMITED (前稱SUNDA BENIN LIMITED) 享有自截至2023年12月31日止年度起為期8年的稅務寬減。
- SOFTCARE CAMEROON LIMITED於截至2023年至2027年12月31日止年度享有優惠稅率9.625%，並於截至2028年至2032年12月31日止年度享有優惠稅率19.25%。
- SOFTCARE INDUSTRIAL ZAMBIA LIMITED (前稱SUNDA INDUSTRIAL ZAMBIA COMPANY LIMITED) 於截至2021年至2030年12月31日止年度享有優惠稅率0%，於截至2031年至2033年12月31日止年度享有優惠稅率15%，於截至2034年至2035年12月31日止年度享有優惠稅率22.5%，對應出口業務應課稅利潤計算。

中國及非洲國家實體的可分配利潤按5%至15%的預扣稅率計提遞延稅項。

8. 年度利潤

	2025年 千美元	2024年 千美元
有關年度利潤經扣除下列各項後達致：		
核數師薪酬	829	234
員工成本 (包括董事薪酬)		
— 薪金、津貼及其他利益	25,402	20,347
— 退休福利計劃供款	2,486	2,975
— 以股份為基礎的付款	1,218	—
減：於存貨資本化的款項	(11,191)	(9,475)
確認為開支的員工成本	17,915	13,847
物業、廠房及設備的折舊	8,940	7,742
使用權資產的折舊	1,464	526
投資物業的折舊	47	—
減：於存貨資本化的款項	(9,088)	(7,914)
確認為開支的折舊	1,363	354
有關租賃物業的短期租賃	3,998	3,980
確認為開支的存貨成本	363,882	294,238
上市開支	5,172	2,555

9. 股息

	2025年 千美元	2024年 千美元
向Century BVI宣派並確認為分派的股息：		
SOFTCARE KENYA COMPANY LIMITED		
於2024年1月12日宣派的中期股息	-	353
本公司於2024年12月23日宣派的中期股息	-	35,000
	<u>-</u>	<u>35,000</u>
	<u>-</u>	<u>35,353</u>

就該等綜合財務報表而言，在股份拆細、交回股份及配發股份於2025年1月15日生效前，有關已宣派股息率的資料並無意義。

於報告期結束後，本公司董事提呈派發截至2025年12月31日止年度的末期股息每股普通股8.88美分，總金額為約55百萬美元，並須待股東於應屆股東週年大會上批准後方作實。

10. 每股盈利

本公司擁有人應佔每股盈利按下列數據計算：

	2025年	2024年
盈利(千美元)		
就計算每股基本及攤薄(2024年：基本)盈利而言的		
盈利(本公司擁有人應佔年度利潤)	<u>121,163</u>	<u>95,111</u>
股份數目(千股)		
就計算每股基本盈利而言的普通股加權平均數	526,715	500,000
攤薄潛在普通股的影響：		
根據首次公開發售前購股權計劃(定義見附註14(i))		
授予的購股權	1,073	不適用
超額配股權	<u>145</u>	<u>不適用</u>
就計算每股攤薄盈利而言的普通股加權平均數	<u>527,933</u>	<u>不適用</u>

10. 每股盈利 (續)

普通股加權平均數乃假設股份拆細、交回股份及配發股份自2024年1月1日起生效而釐定。

計算每股攤薄盈利並未假設其他金融負債認沽期權獲行使，原因為假設行使將導致2025年每股盈利減少。

由於2024年並無已發行潛在普通股，故並未呈列2024年的每股攤薄盈利。

11. 貿易應收款項

	2025年 千美元	2024年 千美元
貿易應收款項	10,064	5,646
減：信貸虧損撥備	<u>(342)</u>	<u>(279)</u>
	<u>9,722</u>	<u>5,367</u>

本集團就貿易應收款項授予客戶的信貸期自發票日期起計最多90天。於各報告期末按發票日期呈列的貿易應收款項(扣除信貸虧損撥備)的賬齡分析如下：

	2025年 千美元	2024年 千美元
1個月內	7,763	4,751
2至3個月	1,721	545
4至6個月	159	18
7至12個月	<u>79</u>	<u>53</u>
	<u>9,722</u>	<u>5,367</u>

於2025年12月31日，本集團貿易應收款項結餘包括賬面總值為238,000美元(2024年：71,000美元)的應收賬款已逾期，其中79,000美元(2024年：53,000美元)已逾期超過90天，但由於該等客戶與本集團有良好業務關係及令人滿意的清償記錄，故該等應收賬款不被視為違約。本集團概無就該等結餘持有任何抵押品。

12. 貿易應付款項

應付第三方的貿易應付款項的信貸期最多為90天。以下為於各報告期末按發票日期呈列的本集團的貿易應付款項的賬齡分析：

	2025年 千美元	2024年 千美元
3個月內	50,815	42,088
4至6個月	1,689	1,171
6個月以上	437	3
	<u>52,941</u>	<u>43,262</u>

13. 借款

	2025年 千美元	2024年 千美元
銀行借款，無抵押及無擔保，於一年內償還 (附註(i))	14,290	—
來自Chaoyuet Holding的貸款，無抵押及無擔保， 須按要求償還 (附註(ii))	—	1,001
借款總額	14,290	1,001
減：流動負債項下列示的一年內到期或須按要求 償還金額	(14,290)	(1,001)
非流動負債項下列示的金額	<u>—</u>	<u>—</u>

附註：

- (i) 於2025年12月31日，銀行借款包括無抵押及無擔保銀行貸款14,290,000美元，按1.30%至2.05%的固定年利率計息，並以人民幣計值。
- (ii) 來自Chaoyuet Holding的貸款乃於2024年12月因收購科利納有限公司及其附屬公司而產生。於2024年12月31日，該貸款為免息及須按要求償還。該貸款已於2025年1月悉數償還。

14. 購股權計劃

(i) 首次公開發售前購股權計劃

首次公開發售前購股權計劃（「**首次公開發售前購股權計劃**」）於2025年1月15日獲採納，有效期自採納日期起十二個曆月（包括首尾兩日），惟無論如何不得遲於上市日期前一日，此後將不再授予任何購股權，惟首次公開發售前購股權計劃之條文在所有其他方面仍將繼續完全有效，以使此前任何已授購股權得以行使，或按首次公開發售前購股權計劃之條文所規定之其他要求為之；而此前已授出但尚未行使之購股權，將繼續根據首次公開發售前購股權計劃保持有效並可予行使。該計劃旨在激勵合資格僱員及董事對本集團作出的貢獻。根據該計劃可授予的股份數目上限為緊隨上市完成後已發行股份總數的0.55%。於2025年2月28日，19名參與者獲授合共2,218,200股的購股權，行使價為每股2.26港元，歸屬期根據服務年資及年度績效考核而定，介乎一至三年。於2025年6月17日，本公司向一名僱員額外授予121,500份購股權。截至2025年12月31日止年度，本集團確認與該等購股權相關的以股份為基礎的付款開支1,218,000美元。

(ii) 首次公開發售後購股權計劃

首次公開發售後購股權計劃（「**首次公開發售後購股權計劃**」）於2025年10月27日獲採納，有效期自上市日期起10年。該計劃旨在表彰本集團董事及僱員作出的貢獻。根據該計劃，本公司董事會可授予認購股份的購股權，認購股份的上限合共不得超過緊隨上市完成後已發行股份總數（不包括庫存股份）的10%，即60,588,400股股份（假設超額配股權未獲行使，且並無計及因根據首次公開發售前購股權計劃已經授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份）。自該採納日期起至2025年12月31日止，根據首次公開發售後購股權計劃概無購股權獲授予、行使、註銷或失效。

15. 期後事件

自2026年1月1日起至本公告日期，概無發生任何重大事件。

管理層討論與分析

業務回顧

宏觀及行業環境

本集團於2009年率先在非洲西非地區開展銷售衛生用品，其後持續不斷將業務擴展至多個非洲國家，並成功在非洲多個地區站穩腳跟。過往，我們的銷售足跡遍及西非、東非及中非超過30個非洲國家。憑藉我們在非洲的營運經驗和成功，我們於2020年將業務擴展至拉丁美洲的秘魯，並於2024年先後擴展至中亞的哈薩克斯坦及拉丁美洲的薩爾瓦多。

2025年，在通脹回落及貨幣環境趨於穩健的帶動下，非洲地區消費和投資活動溫和復甦，整體經濟呈現具韌性的增長態勢。受惠於較低的市場滲透率與可觀的人口紅利，非洲衛生用品市場繼續錄得優於全球平均的增長表現。拉美地區則延續低增長態勢，但內需消費仍是主要的經濟引擎，該地區市場兼具非洲渠道特徵與成熟市場消費結構，有利於本集團複製成功的渠道經驗，同時推出適配市場消費結構的高性價比產品組合，快速實現市場切入與滲透。

本集團秉持「以消費者為核心」的經營理念，深耕非洲、拉美及中亞新興市場，持續強化「本地化生產+全球化供應鏈+深度分銷」的核心營運模式，我們持續優化非洲、拉美及中亞等重點區域產能佈局，推進智能化生產線與品控體系升級，進一步鞏固本集團在新興市場衛生用品領域的領先地位。我們憑藉穩定供應鏈、高效製造能力與高性價比產品，積極抓住市場機遇，為集團持續增長奠定堅實基礎，實現業務規模與盈利能力的穩步增長。

附註：

「東非」、「中非」、「西非」、「拉丁美洲」或「拉美」及「中亞」指根據聯合國刊物《統計用途標準國家或地區代碼》(Standard Country or Area Codes for Statistical Use) (原刊發為M系列第49號，現通常稱為M49標準) 所賦予的涵義。

我們的產品

我們的產品涵蓋聚焦於嬰兒護理的嬰兒紙尿褲等、聚焦於女性護理的衛生巾等以及聚焦於家庭護理的濕巾等。於2024年及2025年，下表載列所示期間按上述類別劃分的收入明細：

	2025			2024		
	收入千美元	佔總額(%)	毛利率(%)	收入千美元	佔總額(%)	毛利率(%)
嬰兒護理	446,059	78.6	35.3	362,447	79.8	33.9
女性護理	99,059	17.5	36.7	77,465	17.0	38.4
家庭護理	22,267	3.9	43.7	14,477	3.2	52.0
總銷售收入	<u>567,385</u>	<u>100.0</u>	<u>35.9</u>	<u>454,389</u>	<u>100.0</u>	<u>35.2</u>

i) 嬰兒護理

在嬰兒護理方面，我們提供各種尺寸、設計及功能的嬰兒紙尿褲和嬰兒拉拉褲，專為新生兒至五歲幼兒設計，使嬰兒保持乾爽清新。我們積極推動「一國一策」，圍繞市場需求，在場景、人群、功能和體驗等多維度，定制化推出針對性產品。2025年我們銷售的嬰兒護理產品庫存單位（「SKU」）數量達437個。

截至2025年12月31日止年度，該類別下產品實現銷售額446.1百萬美元，同比增長23.1%，佔總營收78.6%，是核心收入來源，源於量價的協同增長。

從銷量看，全年該類別產品銷量5,142.6百萬片，與2024年的銷量4,361.8百萬片對比增長17.9%，增長動力來自非洲和拉美兩大市場。

其中，非洲市場銷量同比增長16.3%，得益於顯著高於其他大洲的人口出生率，區域內市場體量持續擴容；拉美市場銷量同比增長超過100%，本集團渠道拓展迅速佔領市場，業績表現強勁。為有效匹配市場需求，本年度本集團新增多條嬰兒紙尿褲和嬰兒拉拉褲產線。

ii) 女性護理

在女性護理方面，我們提供多種設計及規格的衛生巾，包括尺寸、形狀、厚度、面層材料及吸收能力，使消費者能夠選擇符合個人需求及偏好的產品，讓女性在經期倍感舒適和自信。在2025年，我們在售的女性護理產品SKU共計有57個。

截至2025年12月31日止年度，該類別下實現銷售額99.1百萬美元，同比增長27.9%，佔總營收17.5%，增速較為領先。

從銷量看，全年該類別銷量1,950.9百萬片，對比2024年的銷量1,634.3百萬片同比增長19.4%。以非洲為例，區域內適齡女性人口規模提升，且隨著部分國家加強對女性衛生健康的宣傳普及，以及城鎮化率的提升，衛生巾需求基礎持續擴容，帶動銷量增長。

截至2025年12月31日止年度，因應加納政府推行的免費衛生巾派送項目，我們積極參與並通過供貨助力了該項目的順利實施，同時也借此契機推動了產品銷售。加納政府預計將於2026至2029年投入超過8億元加納賽地採購衛生巾，用於公益性發放，主要面向女學生及其他女性團體，充分體現了當地政府對女性衛生健康事業的高度重視，對推動當地衛生用品市場滲透率提升及行業健康快速發展具有積極意義。參與上述項目將有效提升本集團衛生巾產品的市場覆蓋率與品牌知名度，對旗下樂舒適品牌其他品類產品形成良好的銷售協同效應，並進一步增強本集團在加納市場的綜合競爭力與品牌影響力。

iii) 家庭護理

在家庭護理方面，我們提供配方溫和的濕巾，用於日常清潔及消毒，適合嬰兒肌膚使用。2025年，該品類共涵蓋23個SKU。

截至2025年12月31日止年度，該類別下實現銷售額22.3百萬美元，同比增長53.8%，佔總營收3.9%，是發展最為迅猛的業務類別。

隨著衛生健康意識提升、嬰幼兒護理精細化趨勢，產品需求場景進一步打開，本年度該類別實現銷量2,287.5百萬片，對比2024年的銷量1,497.5百萬片同比增長52.8%。

針對不同消費群體在日常清潔、外出便攜等方面的區別訴求，我們持續推動產品多元化，聚焦核心場景鞏固基本盤。

按地區劃分的收入

	2025		2024	
	收入千美元	佔總額(%)	收入千美元	佔總額(%)
東非	256,140	45.1	206,733	45.5
西非	230,884	40.7	194,990	42.9
中非	58,042	10.2	43,152	9.5
拉美	22,047	3.9	9,409	2.1
中亞	272	0.1	105	0.0
總收入	<u>567,385</u>	<u>100.0</u>	<u>454,389</u>	<u>100.0</u>

按渠道劃分的收入

	2025		2024	
	收入千美元	佔總額(%)	收入千美元	佔總額(%)
批發商	346,490	61.1	291,256	64.1
經銷商	198,491	35.0	145,930	32.1
商超和其他零售商	20,343	3.6	15,175	3.3
其他	2,061	0.3	2,028	0.5
總收入	<u>567,385</u>	<u>100.0</u>	<u>454,389</u>	<u>100.0</u>

按品牌劃分的收入

	2025		2024	
	收入千美元	佔總額(%)	收入千美元	佔總額(%)
SOFTCARE	447,290	78.8	357,363	78.6
CUETTIE	95,811	16.9	83,856	18.5
VEESPER	17,352	3.1	9,298	2.0
MAYA	6,284	1.1	2,914	0.6
CLINCLEER	648	0.1	958	0.3
總收入	<u>567,385</u>	<u>100.0</u>	<u>454,389</u>	<u>100.0</u>

於2024年，集團已開始佈局客戶關係管理系統（「**CRM系統**」）作為集中式銷售管理平台，以更好地管理渠道商。CRM系統使我們能夠及時監控渠道商的銷售活動，並為我們的渠道商提供量身定製的支援及數據分析，有助於優化銷售策略及產品組合，並更迅速地回應市場。通過我們的CRM系統，我們的渠道商可獲取有關我們產品、價格、促銷及可用庫存的最新信息。他們亦可直接在系統下訂單及管理交付流程，從而提升整體銷售流程的效率。

本年度，公司將進一步推動銷售渠道數字化變革，從渠道商延伸至終端門店，並率先在加納和肯尼亞等重點國家開展試點運營，以更好地管理全鏈條渠道的數據分析及銷售活動監控。

在新開拓的拉美地區，以秘魯為例，公司積極推動渠道結構多元化升級，重點加大對商超、藥店等現代渠道的佈局與進駐力度，渠道覆蓋規模持續擴大，該國家的銷售額從2024年的9.3百萬美元同比大幅增長85.8%至2025年的17.3百萬美元。

財務回顧

收入

本集團總收入由2024年的454.4百萬美元增長24.9%至2025年的567.4百萬美元，主要得益於銷量與平均售價的協同增長。銷量方面，集團依託新興市場人口持續增長，以及城鎮化水平和健康意識提升，衛生產品滲透率不斷提高。在此發展趨勢下，集團持續深化批發商及經銷商的銷售渠道，在核心市場保持龍頭地位，銷售穩步上升。同時，集團戰略性地在非洲多個國家佈局工廠，將產品出口至周邊國家，並積極拓展拉丁美洲市場，進一步帶動銷量增長。平均售價方面，各品類平均售價上升4%至7%，主要受惠於2025年下半年集團多數經營地區貨幣兌美元匯率走強，以及集團結合多元化產品矩陣、各國消費能力與競爭格局所制定的多維度、適配性定價策略。

銷售成本

本集團銷售成本由2024年的294.2百萬美元增長23.7%至2025年的363.9百萬美元，與收入增長幅度基本匹配。

毛利及毛利率

本集團毛利由2024年的160.2百萬美元增長27.1%至2025年的203.5百萬美元，主要受收入增長驅動。毛利率由2024年的35.2%提升至2025年的35.9%，主要因：
(i) 2025年下半年集團大部分經營所在地貨幣兌美元匯率走強，帶動平均售價和單位成本上升，綜合影響下驅動毛利率的提升；(ii) 本集團加強新興市場滲透、原有產品升級迭代和產品結構調整等手段的綜合影響。

其他收入

本集團其他收入由2024年0.4百萬美元增至2025年的2.0百萬美元，主要為銀行利息收入。

其他收益及虧損淨額

本集團於2024年及2025年分別確認其他收益淨額0.4百萬美元及0.7百萬美元，主要來源於資產處置、廢品處理。

銷售及分銷開支

本集團銷售及分銷開支由2024年的15.9百萬美元增加25.8%至2025年的20.0百萬美元，開支佔收益比維持3.5%的穩定水準。該項開支增加主要因本集團銷量及市場覆蓋範圍擴大，引致綜合支持服務費（包括物流、倉儲及裝卸服務）、銷售相關員工薪酬、廣告及行銷開支以及運輸成本有所上升。

行政開支

本集團行政開支由2024年的28.2百萬美元增長38.7%至2025年的39.1百萬美元，開支佔收益比由6.2%上升至6.9%。該項開支增長主要專業服務費（含顧問費、法律費、審計費）及差旅費的增長；同時，因股權激勵方案及海外管理團隊擴張推高行政員工成本。

上市開支

本集團上市開支由2024年的2.6百萬美元增加至2025年的5.2百萬美元。該等上市開支主要包含非包銷相關開支，包括聯席保薦人、法律顧問及申報會計師的專業服務費以及其他費用及開支。該等開支為一次性非經常性開支，不會影響本集團未來的經營成本。

外匯收益 (虧損) 淨額

本集團2024年錄得外匯虧損淨額0.1百萬美元，2025年錄得外匯收益淨額5.4百萬美元，由外匯虧損轉為外匯收益，主要因報告期內歐元、中非法郎、西非法郎、贊比亞克瓦查、加納賽地、秘魯索爾等貨幣對美元升值產生。

財務成本

本集團財務費用由2024年的0.5百萬美元增至2025年的1.4百萬美元。該增加主要歸因於其他金融負債利息開支增加，部分被2025年關聯公司貸款利息的消除所抵消。其他金融負債源自本集團向上市前投資者授出的認沽期權，該期權被分類為金融負債，並按攤餘成本進行後續計量，相關利息隨時間產生並計入當期損益。

非國際財務報告準則計量指標

我們相信，呈列非國際財務報告準則計量指標（即經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量指標）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量指標））有助於比較各年度及各期間的經營表現，並透過剔除若干項目的影響，為投資者及其他人士提供有用資訊，使其能以與本公司管理層相同的方式理解及評估本集團的綜合經營業績。然而，本集團所呈列的有關非國際財務報告準則財務指標，未必可與其他公司所呈列的類似指標直接比較。使用經調整淨利潤（非國際財務報告準則計量指標）及經調整淨利潤率（非國際財務報告準則計量指標）作為分析工具存在局限性，不應將其獨立於或替代根據國際財務報告準則會計準則編製的本集團經營業績或財務狀況分析。

我們將本年度經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)定義為扣除下列各項影響後的金額:(1)上市開支;(2)外匯(收益)虧損淨額;(3)以股份為基礎的付款開支;(4)非國際財務報告準則調整的所得稅影響。我們將經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量指標)定義為經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)除以本年度收入再乘以100%。

下表將本集團所呈列各年度之經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量指標)與根據國際財務報告準則會計準則編製之各年度利潤進行調節對賬:

	2025	2024
	千美元	千美元
年度利潤與經調整淨利潤		
(非國際財務報告準則計量) 的對賬		
年度利潤	121,163	95,111
添加:		
上市開支	5,172	2,555
外匯(收益)虧損淨額	(5,404)	120
以股份為基礎的付款開支	1,218	-
非國際財務報告準則調整的所得稅影響	164	569
年度經調整淨利潤(非國際財務報告準則計量)	122,313	98,355
經調整淨利潤率(非國際財務報告準則計量)	21.6%	21.6%

附註:

- (1) 上市開支由上市相關活動所產生。
- (2) 以股份為基礎的付款開支由本公司在首次公開發售前購股權計劃中授予僱員購股權所產生，屬於非現金項目。

流動資金、財務資源及銀行貸款

本集團銀行結餘及現金由2024年12月31日的31.1百萬美元大幅增至2025年12月31日的445.5百萬美元，是流動資產增長的核心驅動因素。這主要得益於融資活動帶來的大額現金流入，包括上市相關的本公司股東注資、上市前融資所得，以及經營活動產生淨現金流入合計115.4百萬美元（較2024年的109.5百萬美元有所提升）。

於2024年及2025年12月31日，本集團未償還銀行借款分別為1.0百萬美元及14.3百萬美元。截至2025年12月31日的銀行借款來自供應商融資安排，即本集團為採購存貨向供應商開立信用證，該等借款為無抵押及無擔保性質。

財務比率

	2025	2024
存貨周轉天數	132	141
流動比率(流動資產／流動負債)	5.7	1.6
負債比率(總負債／總資產)	16.4%	44.9%
資本負債比率((計息借款+租賃負債)／權益總額)	3.3%	1.7%

外幣風險管理

本集團存在外幣銷售及採購交易，該等交易均以各附屬公司功能貨幣以外的幣種計價。本集團主要外幣計值貨幣性資產及負債包括貿易及其他應收款、集團內部應收／應付款項、存款、銀行結餘及現金、貿易及其他應付款以及借款，致使本集團面臨美元、歐元、中非法郎、西非法郎、人民幣及加納塞地等相關的外幣風險。

本集團將持續密切監控匯率波動，優化外幣資產及負債結構，並採取貨幣兌換及全球資金調撥等有效的風險管理措施，以降低匯率波動對經營業績的影響。

資本性支出

於2025年12月31日止年度，本集團資本開支約為52.4百萬美元，主要用於購置和開發物業、廠房及設備、投資性房地產以及使用權資產。截至2025年12月31日，集團擁有9座工廠、66條投產生產線，較2024年期末分別新增1座工廠、18條生產線。

	截至2025年 12月31日	截至2024年 12月31日	增加數
工廠數量(座)	9	8	1
投產產線數量(條)	66	48	18

資產質押／抵押

於2025年12月31日，本集團無質押／抵押資產。

或然負債

於2025年12月31日，本集團無重大或然負債。

報告期後重大事件

自2025年12月31日之後至本公告日期，並無發生任何可能對本集團之營運及財務表現產生重大影響而須予披露之事件。

重大投資、重大收購及出售事項

截至2025年12月31日止年度，本公司並無持有任何重大投資，亦無任何有關附屬公司、聯營公司及合營企業的重大收購或出售事項。

未來重大投資或資本資產計劃

截至本公告日期止，除日期為2025年10月31日的招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節中所披露的投資計劃外，本公司並無任何具體計劃取得其他重大投資或資本資產。

社會責任與可持續發展

秉持「愛與呵護」的初心，樂舒適持續回應聯合國提出的《2030年可持續發展議程》，以產業力量踐行自身社會責任和可持續發展責任。

在社會責任方面，本集團專注於健康衛生產品製造，除了持續提升產品品質、拓寬銷售渠道，進一步擴大基礎衛生用品在偏遠地區與弱勢群體中的覆蓋範圍和可負擔性，還與社區合作推進「CARE for Her」公益慈善戰略，在多個國家與地區開展產品捐贈和衛生普及教育等系列行動，惠及數萬女性與女童群體，減少因衛生條件不足導致的感染風險。

在人文和環境可持續發展責任方面，我們一直致力於共創綠色健康、和諧共生的未來，成為全球家庭信賴的夥伴。2025年，我們成功上線肯尼亞光伏項目，預期每年減少二氧化碳排放量約達3,547噸。展望未來，我們圍繞「合作共贏、產品精進、企業責任、環境友好」四大戰略方向，進一步將其轉化為更多具體的環境與社會可持續發展方案，致力實現商業價值與社會價值的協同成長。

研發與創新

我們始終將產品力領先作為我們的發展戰略，強調為消費者、為社會不斷創造更高的價值。2025年，我們不斷踐行對消費者的洞察，並強調對消費者的承諾，完成不同國家的市場調研及消費者訪談，有效識別了不同國家、地區消費者的畫像，夯實了我們對產品需求的理解，繼而推進新產品、新品牌的開發上市，完成了不同產品的升級迭代，提升產品在不同人群的觸達。

我們在產品品質管控及開發創新中始終堅持以消費者安全為基礎，我們與第三方權威檢測實驗室緊密合作並定期開展檢測，確保產品符合行業適用的標準；我們積極參與各國家行業協會的交流及相關標準的探討，在非洲部分國家作為行業協會重點組織單位，協同行業企業，不斷提升產品的標準及品質要求。我們積極協同上游合作夥伴進行新材料、新工藝等的開發與創新，並成功引入了全自動化包裝設備，有效提升工廠效率及產品品質。

未來我們將繼續強化產品創新，以消費者安全為基礎，圍繞產品的舒適度創新、產品吸收等方向加大研發力度，不斷優化消費者穿戴體驗，並不斷進行市場細分，針對不同需求消費者開發差異化的產品，開發引領市場的產品，滿足消費者在不同場景下的使用需求。

人力資源及薪酬政策

於2025年12月31日，本集團的員工總人數為2,906人，2025年度員工成本開支總額（包括董事酬金）約為29.1百萬美元。我們始終堅信人才為企業之本，本集團的長期增長取決於員工的專業知識、能力及持續發展，我們高度重視人才的招聘和培養，以包容開放的心態，吸收全球的行業精英，持續引入高端管理人才、專業技能人才及創新發展型人才；以「傳幫帶教」的機制，進行人才培養，將員工成長與企業發展深度融合，致力於打造公平、包容、有溫度、具有競爭力的卓越僱主品牌。

為保障內部人才價值輸出的可持續性，我們建立並持續完善績效考核與價值分配聯動機制，考核體系緊密圍繞本集團整體經營目標，將員工崗位職責與集團收益、利潤、生產任務等關鍵經營指標深度掛鉤，實現業績導向、價值共創、收益共用的良性分配機制，持續打造具有行業競爭力的薪酬體系，為吸引和保留優質人才提供必要保障。

我們亦採取本地化員工培養策略，通過統一管理語言、提供崗位鍛鍊機會、增加薪酬福利競爭力等方式提升本地員工忠誠度，實現人才保留；同時，我們因應新興市場產業、專業技能發展不足的情況，提供充足的專業知識培訓給本地員工，以增進其對本集團文化、業務及行業的了解及工作技能，幫助他們更好地融入本集團的跨國業務網絡和企業文化。截至2025年12月31日，我們的員工總人數中約2,647名員工為本地招聘員工，約佔員工總人數的91.1%，我們積極融入當地社會，與當地員工形成了強大的凝聚力。

為踐行及完善本集團「共創、共享、共擔」的激勵機制，嘉許及鼓勵為本集團業務作出傑出貢獻的員工，本公司董事會亦分別於2025年1月15日採納了首次公開發售前購股權計劃，並於2025年10月27日採納了首次公開發售後購股權計劃。

我們將持續優化人力資源管理與薪酬福利體系，加強勞工權益保障，提升職業健康安全，擴大員工發展投入，以負責任的僱主擔當，凝聚人才力量，推動本集團高質量、可持續發展。

最近獎項

獎項

於2025年，我們已取得下列獎項：

1. 獲Consumer Choice Awards Kenya頒發「2025年肯尼亞消費者選擇獎—肯尼亞首選的衛生巾&嬰兒紙尿褲」
2. 獲Brand Africa頒發「最受歡迎的個人護理品牌—肯尼亞最佳品牌獎」
3. 獲KN Unique Communications頒發「2025年加納—西非商業卓越獎—年度消費品公司」
4. 獲Muyz Plus International Co.頒發「2025年人民選擇品質獎—最佳衛生巾&最佳嬰兒紙尿褲」
5. 獲Global Ovations Ltd頒發「全國商業榮譽獎—年度衛生巾品牌」
6. 獲Best Brand Africa頒發「2025年最佳品牌獎—最佳嬰兒紙尿褲品牌」
7. 獲Consumer Choice Awards Africa頒發「2025年非洲消費者選擇獎—坦桑尼亞最值得信任的衛生巾品牌&最優質嬰兒紙尿褲品牌」
8. 獲Association of Ghana Industries頒發「2025年AGI加納工業&質量獎—年度最佳工業企業&最佳企業社會責任」
9. 獲Global Ovations Ltd頒發「2025年全國快消品獎—年度個人衛生品牌」

未來展望

展望2026年，在全球新興市場人口紅利持續釋放的背景下，本集團深耕的區域市場的發展潛力、支撐業績穩健增長核心要素及長期向好基本趨勢並未改變，預期業務規模與經營品質將保持穩步提升。

同時，集團亦關注到中東地區地緣衝突加劇對全球供應鏈形成擾動，包括原油價格上行、航運週期延長、運費上漲等不利影響。鑒於本集團核心市場集中於非洲、拉美及中亞，本土化產能佈局完善，產品具剛性需求屬性，相關影響在短期內看，整體有限且可控。從中長期看，國際品牌和本土白牌依賴海運進口，航運成本和交付時效敏感度更高，反觀我們依託「本地化生產+全球化供應鏈+深度分銷」形成的競爭壁壘，將有望可能進一步鞏固本集團在非洲衛生用品市場的領先地位。

憑藉全球化產能佈局、本土化運營優勢與穩健經營能力，我們有充分信心在全球供應鏈波動與區域市場競爭加劇的大背景下，把握機遇、應對挑戰。

本集團將持續深耕渠道價值，以廣泛覆蓋、高效率的經銷網路為根基，重構新興市場消費服務鏈條，並在非洲核心市場打造標杆渠道與精細化運營的成功經驗，複製推廣至更多高潛力區域，強化品牌滲透與終端動銷，實現渠道增效、品牌增值、消費者受益的良性發展格局。

未來，集團將穩步推進全球化佈局，充分運用資本市場平臺優勢，拓展拉美、中亞等高增長區域，豐富嬰兒護理、女性護理及家庭護理等產品矩陣，並快速迭代產品以回應持續變化的市場趨勢。這體現了本集團的企業願景——成為新興市場的持續領跑者，讓品質生活走進每一個家庭。

同時，我們亦將致力通過審慎的財務、流動資金與現金流管理，提升本集團整體財務狀況。此外，我們還將採取靈活的財務策略與市場營銷方針，應對不斷變化的市場態勢，保證本集團持續為所有股東創造價值。

展望未來，我們將繼續紮根新興市場，通過高質量產品引領衛品行業進步，提升市場消費者、合作夥伴以及全體員工的幸福感。

企業管治及其他資料

遵守《上市規則》附錄C1所載的《企業管治守則》（「《企業管治守則》」）

本公司的企業管治常規乃以《企業管治守則》載列的原則及守則條文為基礎，而本公司已採納《企業管治守則》為其自身之企業管治守則。

董事會認為本公司自上市日期起直至2025年12月31日止一直遵守《企業管治守則》所載之所有適用守則條文。

董事會將定期檢討及提升其企業管治常規以確保本公司繼續符合《企業管治守則》的規定。

遵守《上市規則》附錄C3所載的《上市發行人董事進行證券交易的標準守則》 (「《標準守則》」)

本公司已採納《標準守則》作為其證券交易之守則，以規管董事的所有證券交易及《標準守則》涵蓋之其他事項。

本公司已向全體董事作出特定查詢，彼等確認於上市日期起直至2025年12月31日止一直遵守《標準守則》。

購買、出售或贖回本公司上市證券

自上市日期至本公告日期期間，本公司及其任何附屬公司均未曾購買、出售或贖回本公司之任何上市證券(包括出售或轉讓庫存股份(定義見上市規則))。

截至本公告日期，本公司並無持有任何庫存股份(定義見上市規則)。

審核委員會及全年財務業績審閱

截至本公告日期，審核委員會由兩名獨立非執行董事徐景先生、婁愛東女士及一名非執行董事周仁偉先生組成，其中徐景先生擔任審核委員會主席。審核委員會已審閱報告期的全年業績及本公告。審核委員會亦已審閱本公司採納的會計政策及常規，並與管理層就(其中包括)風險管理、內部監控及本集團的財務報告等事宜進行討論。

德勤•關黃陳方會計師行之工作範圍

本集團核數師德勤•關黃陳方會計師行認同本初步公告所載有關本集團截至2025年12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及其相關附註的數字，等同於本集團經由董事會於2026年3月20日批准的本年度經審核綜合財務報表所載數額。德勤•關黃陳方會計師行就此執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未就初步公告發表意見或作出核證結論。

擬派末期股息

董事會建議派發截至2025年12月31日止年度的末期股息每股普通股8.88美分（2024年：無），合計約55百萬美元（「擬派末期股息」）。

待於股東週年大會（「股東週年大會」）上獲批准後，擬派末期股息將於2026年5月29日（星期五）或前後派付予於2026年5月15日（星期五）名列本公司股東名冊的股東。

暫停辦理股份過戶登記手續

釐定出席股東週年大會並於會上投票的資格

股東週年大會預定於2026年5月8日（星期五）舉行。為釐定出席股東週年大會並於會上投票的資格，本公司將由2026年5月5日（星期二）至2026年5月8日（星期五）（包括首尾兩天）暫停辦理股份過戶登記手續，期間將不會進行本公司股份過戶登記。為符合資格出席股東週年大會並於會上投票，未登記為本公司股份持有人之人士務請將所有股份過戶文件連同有關股票於2026年5月4日（星期一）下午四時三十分前送交本公司於香港之股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。

釐定收取擬派末期股息的資格

擬派末期股息須待股東於股東週年大會批准後，方可作實。為釐定收取截至2025年12月31日止年度擬派末期股息的資格，本公司將由2026年5月14日(星期四)至2026年5月15日(星期五)(包括首尾兩天)暫停辦理股份過戶登記手續，期內不會進行任何本公司股份過戶登記。為符合資格收取擬派末期股息，未登記為本公司股份持有人之人士應確保所有股份過戶文件連同有關股票，必須於2026年5月13日(星期三)下午四時三十分前交回本公司之香港股份過戶登記分處卓佳證券登記有限公司，地址為香港夏慤道16號遠東金融中心17樓，以辦理登記手續。

刊發業績公告及年報

本業績公告分別刊載於聯交所網站(www.hkexnews.hk)及本公司網站(www.softcarehome.com)。本公司年報將分別在聯交所網站及本公司網站登載。

承董事會命
樂舒適有限公司
沈延昌
董事會主席兼非執行董事

香港，2026年3月20日

於本公告日期，(i)羅繼超先生及趙永強先生為執行董事；(ii)沈延昌先生、楊艷娟女士及周仁偉先生為非執行董事；及(iii)婁愛東女士、高建明先生及徐景先生為獨立非執行董事。