

MANWAH
MAN WAH HOLDINGS LIMITED
敏華控股有限公司
(Incorporated in the Cayman Islands)
(Stock Code: 01999)

GRANT OF SHARE AWARDS

17.06A
(Listing Rules) (Stock Exchange).

(Board) (Directors) (Company, Group) 2 2026
(Date of Grant), C (Awards)
2,898,000 C (Shares),
0.07% 3,878,083,200 D 24
(Grantees), C 24 2024 (2024 Share Award Scheme).
k D
() C
()
1% 17.03D ()
A A

D : 2 2026

2,898,000
A (Award Shares):

A $\mathcal{C}_0$ -semigroup $(T(t))_{t \geq 0}$ is called *quasi-compact* if

[illegible]

Figure 1. Schematic representation of the experimental design. The subjects were divided into two groups: A and C. Group A was exposed to a 7-day training period, while Group C was exposed to a 7-day control period. The subjects were then exposed to a 7-day test period. The subjects were then exposed to a 7-day test period. The subjects were then exposed to a 7-day test period.

C₁ = 0.9875 D₁ = 0.6000 : \$4.91 per share

1994-1995 : 1

[illegible]

2028 968,800

968,800
2029






























1. *Journal of the American Medical Association*, 1997; 277: 1033-1036.

$C_1 = \{k : k \in V\}$:

- $\forall A \subseteq V$, $|A| \leq 2024$
- $\forall A \subseteq V$, $A \cap C_1 \neq \emptyset$
- $\forall A \subseteq V$, $A \cap C_2 \neq \emptyset$:

()

(c) $\mathcal{A} = \{A_1, A_2, A_3, A_4, A_5, A_6, A_7, A_8, A_9, A_{10}, A_{11}, A_{12}, A_{13}, A_{14}, A_{15}, A_{16}, A_{17}, A_{18}, A_{19}, A_{20}, A_{21}, A_{22}, A_{23}, A_{24}, A_{25}, A_{26}, A_{27}, A_{28}, A_{29}, A_{30}, A_{31}, A_{32}, A_{33}, A_{34}, A_{35}, A_{36}, A_{37}, A_{38}, A_{39}, A_{40}, A_{41}, A_{42}, A_{43}, A_{44}, A_{45}, A_{46}, A_{47}, A_{48}, A_{49}, A_{50}, A_{51}, A_{52}, A_{53}, A_{54}, A_{55}, A_{56}, A_{57}, A_{58}, A_{59}, A_{60}, A_{61}, A_{62}, A_{63}, A_{64}, A_{65}, A_{66}, A_{67}, A_{68}, A_{69}, A_{70}, A_{71}, A_{72}, A_{73}, A_{74}, A_{75}, A_{76}, A_{77}, A_{78}, A_{79}, A_{80}, A_{81}, A_{82}, A_{83}, A_{84}, A_{85}, A_{86}, A_{87}, A_{88}, A_{89}, A_{90}, A_{91}, A_{92}, A_{93}, A_{94}, A_{95}, A_{96}, A_{97}, A_{98}, A_{99}, A_{100}\}$

() 2024 A

1. **Тема:** Анализ эффективности маркетинговых стратегий в условиях цифровой трансформации.

2. **Цели и задачи:**

- Цель: Изучить влияние различных маркетинговых стратегий на рост продаж и узнаваемость бренда в условиях цифровой трансформации.
- Задачи:
 - Определить ключевые маркетинговые стратегии, применяемые в исследуемой отрасли.
 - Проанализировать эффективность каждой стратегии с точки зрения ROI, охвата аудитории и вовлеченности.
 - Сравнить результаты традиционных и цифровых маркетинговых стратегий.
 - Выявить тенденции и перспективы развития маркетинга в будущем.

3. **Объект и предмет исследования:**

- Объект: Маркетинговые стратегии в условиях цифровой трансформации.
- Предмет: Анализ эффективности различных маркетинговых стратегий.

4. **Методология:**

- Методы исследования: Качественный анализ, количественный анализ, сравнительный анализ, экспертные оценки.
- Инструменты: Анализ данных, опросы, интервью, кейсы.

5. **Структура работы:**

- Введение.
- Глава 1. Теоретические основы маркетинга в условиях цифровой трансформации.
- Глава 2. Анализ эффективности маркетинговых стратегий.
- Глава 3. Сравнительный анализ традиционных и цифровых маркетинговых стратегий.
- Глава 4. Тенденции и перспективы развития маркетинга.
- Заключение.
- Список литературы.
- Приложения.

6. **Актуальность:** Исследование актуально в связи с rapid growth of digital marketing and the need for businesses to adapt their strategies to the changing market environment.

7. **Научная новизна:** Работа содержит анализ эффективности маркетинговых стратегий, который не был ранее представлен в научной литературе.

8. **Практическая значимость:** Результаты исследования могут быть использованы для разработки эффективных маркетинговых стратегий в различных отраслях.

9. **Сроки и этапы:**

- Сроки: 2024 - 2024.
- Этапы: Анализ литературы, сбор данных, проведение исследований, анализ результатов, написание работы.

10. **Источники информации:**

- Научные статьи, книги, интернет-ресурсы.

371,734,960

[illegible]

Man Wah Holdings Limited
Wong Man Li

11/20/2026