

HempFusion®

TSX:

CBD.U

HEMPFUSION WELLNESS INC.

利用全植物營養。

公司介紹 | 2021年1月



Disclaimer 免責聲明

Forward-Looking Information

Certain statements contained in this presentation constitute forward-looking statements and forward-looking information (collectively, “forward-looking statements”). Such forward-looking statements relate to possible events, conditions or financial performance of HempFusion Wellness Inc. (the “Company”) based on future economic conditions and courses of action. All statements other than statements of historical fact are forward-looking statements. The use of any words or phrases such as “seek,” “anticipate,” “plan,” “continue,” “estimate,” “expect,” “may,” “will,” “project,” “predict,” “potential,” “targeting,” “intend,” “could,” “might,” “should,” “believe,” “will likely result,” “are expected to,” “will continue,” “is anticipated,” “believes,” “estimated,” “intends,” “plans,” “projection,” “outlook” and similar expressions are intended to identify forward-looking statements. Examples of forward-looking statements include, among others, the Company’s assessment of, and targets for, sales of hemp-derived cannabidiol (“CBD”) products, expansion of retail locations through which the Company’s products may be sold, expansion of the Company’s distribution channels, including overseas distribution, development of improvements to the Company’s products and related bioavailability technology, the isolation of additional cannabinoid products, annual revenue, Adjusted EBITDA, and the Company’s outlook on expected regulatory developments regarding the 2018 Farm Bill, the impact of the acquisitions on the Company’s business and financial condition, anticipated product category growth, and online sales growth. These statements involve known and unknown risks, assumptions, uncertainties, and other factors that may cause actual results or events to differ materially from those anticipated in such forward-looking statements.

The forward-looking statements are based on management’s current opinions, estimates and assumptions in light of our experience and perception of historical trends, current trends, current conditions and expected future developments, as well as other factors that management currently believes appropriate and reasonable in the circumstances, including, among others, the adverse impact of the COVID-19 pandemic to the Company’s operations, supply chain, distribution chain and to the broader market for and customers of the Company’s products; the impact of global conditions and unemployment rates on the Company’s stakeholders; general economic and financial conditions; product acceptance and competing products; internet and system infrastructure functionality; information technology security; cash available to fund operations; crop risk; availability of capital; the successful integration of acquired businesses; changes in customer demand; and other public documents of the Company available at www.sedar.com. The Company believes there is a reasonable basis for the expectations reflected in the forward-looking statements; however, no assurance can be given that these expectations and the underlying opinions, estimates, and assumptions will prove to be correct. The forward-looking statements included in this presentation should not be unduly relied upon by investors. All of the forward-looking statements and information contained in this presentation speak only as of the date of this presentation and are expressly qualified by the foregoing cautionary statements. The Company expressly disclaims any obligation to update or alter statements containing any forward-looking statements, or the factors or assumptions underlying them, whether as a result of new information, future events or otherwise, except as required by applicable law. Investors should read the Company’s public filings and consult their own professional advisors to ascertain and assess the income tax, legal, risk factors, and other aspects of their investment in any securities of the Company.

This presentation also contains future-oriented financial information and financial outlook information (collectively, “FOFI”) regarding the Company’s prospective revenue, operating losses, expenses and research and development operations, which are subject to the same assumptions, risk factors, limitations and qualifications as set forth above. In addition, in respect of the revenue projections contained at Slides 4, 5, 7, 10, 11, 15, 16, 17, 26 of this presentation, the assumptions used by the Company’s management to derive these financial projections include, among other things: (i) the Company’s ability to successfully develop its products; (ii) the Company’s pricing targets remaining in place; (iii) the Company’s ability to successfully deploy its products to its channel partners’ customers; (iv) the Company’s channel partners’ timely delivery of all ancillary components and services; and (v) the Company’s ability to maintain performance and quality as projects advance and product volume increases. FOFI contained in this presentation was prepared using the same accounting principles that the Company expects to use in preparing its financial statements for the applicable periods covered by such FOFI. FOFI was made as of the date of this presentation and is provided for the purpose of describing anticipated sources, amounts and timing of revenue generation, and is not an estimate of profitability or any other measure of financial performance. In particular, revenue estimates do not take into account the cost of such estimated revenue, including the cost of goods and the cost of sales. In addition, and for greater certainty, revenue estimates do not take into account the operating costs of the Company. The Company disclaims any intention or obligation to update or revise any FOFI contained in this Presentation, whether as a result of new information, future events or otherwise, unless required pursuant to applicable law. FOFI contained in this presentation should not be used for purposes other than for which it is disclosed herein.

Third-Party Information

This presentation includes market and industry data obtained from various publicly available sources and other sources believed by the Company to be true. Although the Company believes it to be reliable, the Company has not independently verified any of the data from third-party sources referred to in this presentation or analyzed or verified the underlying reports relied upon or referred to by such sources, or ascertained the underlying assumptions relied upon by such sources. The Company does not make any representation as to the accuracy of such information. Some numbers in this presentation may not be exact or add consistently due to rounding.

HempFusion[®]

健康與保健的未來

HempFusion Wellness Inc. 是一家領先的利用全植物工業麻營養的健康和保健 CBD 公司

公司以行業領先的合規性和人類安全為基礎

HempFusion 的多元化品牌組合包括：
HempFusion、**Probulin Probiotics**、**Biome Research** 和 **HF Labs**

“大自然為我們提供了一種具有獨特有益特性的植物，讓人的精神和身體健康，獲得幸福、健康和平衡的生活。”

— Jason Mitchell, N.D 博士，
 Hempfusion 的聯合創始人兼首席執行官



亮點

一家創新和多元化的CBD公司，
以專有的健康配方為驅動力



1. 業界領先的合規性

- HempFusion 堅定不移的法規遵從方法使該公司得以進入絕大多數CBD公司不能進入的**主要零售市場**，包括：大賣場（食品/藥品/大型商超）、醫生/醫師、便利店等
- 公司擁有多項認證和高級會員資格，需要18到24個月的時間才能複製，而且需要大量的資本投資⁽¹⁾
- HempFusion是**美國工業麻圓桌會議**的董事會成員，該會議由致力於安全工業麻和CBD產品的領先公司組成
- HempFusion的首席營銷官Ola Lessard是**美國工業麻圓桌會議**的主席

2. 專有的全植物產品組合

- 公司多元化產品組合包括**市場上的46種產品**，從酊劑到專有的FDA批准的非處方（OTC）外用藥，再到醫生/執業醫師處方藥和Probulin經科學驗證的給藥系統
- HempFusion Wellness Inc. 的品牌家族包括：HempFusion、Probulin Probiotics、Biome Research和HF Labs

3. 研發

- 正在開發30種產品，包括非處方藥列出的可食用物質和更多外用藥
- 計劃推出基於植物的CBD有機軟糖
- 人體安全研究（2020年肝臟毒理學）
- 已完成所有外用藥的自我肯定的公認安全（GRAS）（2021年第1季度出版）和未觀察到不良反應級別的（NOAEL）安全審核

4. 重要的收入驅動因素

- FDA藥品清單非處方外用藥使公司得以觸及以美元計值的最大渠道：大賣場（食品/藥品/大型商超）。如果只進入前5名大賣場，則可以貢獻高達1.085億美元的收入
- 在便利店渠道推出，提供重要的新銷售和分銷機會
- 產品目前在50個州的4000多個零售地點銷售，包括Sprouts、Vitamin Shoppe和Fresh Thyme Market等門店
- 通過5個渠道賺取2.557億美元目標收入的機會；天然療法店、電子商務、大賣場、便利店和醫生/執業醫師

5. 由經驗豐富的高管組成的強大管理層和董事會

- 豐富的領導力、公開市場、財務、法律、快消和並購經驗是推動公司業務計劃前進的關鍵資產
- 新增產品強化戰略網絡，關鍵的介紹以及經驗證的執行能力

6. 國際擴張

- HempFusion和Probulin產品將在歐洲（愛爾蘭和英國）銷售，Probulin有採購訂單，並且/或者正在中東、韓國、中國、墨西哥和印度銷售
- Probulin的特洛伊木馬策略是增加國際分銷的門戶

7. 穩健的現金狀況

- 截至12月30日，現金為30,200,000美元
- 該行業第二大現金頭寸⁽²⁾
- 無債務

FDA 重視人類安全

差異：合規性

HempFusion是符合FDA預期指南的推進合規標準的行業領導者。

相較絕大多數CBD公司，本公司的合規水平為進入零售商市場打開了大門

大賣場（食品/藥品/大型商超）要求產品符合最高的監管標準，這是一個重要的差異化因素。

HempFusion在合規性上投入大量時間和資金，創造了重大的競爭優勢。

HempFusion是精選的十家CBD公司之一，參與了ValidCare有關CBD和人類安全的突破性研究⁽¹⁾。

FDA考慮因素	描述	為什麼對HempFusion有價值？
 IND排除豁免	必須有證據證明您的工業麻在2006年之前在消費包裝產品中作為食品成分使用。	如果FDA要求提供IND豁免狀態的證明，HempFusion將做好準備。
 美國農業部有機認證	證明耕作方式和產品符合美國農業部的有機標準。證明產品不含殺蟲劑、除草劑和轉基因生物。	明確區別於競爭者，質量好、高標準和高水平執行。即將推出第一批美國農業部認證的有機油和口香糖。
 美國工業麻圓桌會議執行委員會	為當選官員和政策制定者提供工業麻和CBD教育。	HempFusion在遊說政府進行工業麻/CBD行業改革方面發揮作用。
 自我肯定的公認安全	確定人類消費安全性的毒理學審查。需要18-24個月才能完成。	證明HempFusion產品是安全的，並獲得美國農業部的正式認證。
 人體安全研究（2020年肝臟毒理學）	有史以來最大的人類觀察肝臟和生殖毒理學研究。HempFusion是主要贊助商和參與者。	FDA要求更多的人體安全數據。HempFusion積極投資和贊助人體試驗。
 新型食品成分（歐盟）	指在1997年以前沒有人為大量供應食品。在英國，CBD公司必須在2021年3月前提交此申請。	對於北美以外地區（即歐洲）的銷售是必不可少的。
 經DNA驗證的工業麻	確定植物的來源的基因研究。在美國銷售的大部分CBD來自雜交工業麻植物，而不是工業麻。	HempFusion只使用歐盟委員會註冊、經過DNA驗證、非轉基因的有機工業麻。如果遺傳學在FDA的規則和法規中起作用，HempFusion會提前做好準備。
 未觀察到的不良反應（外用藥）	未觀察到的不良反應。證明產品安全性的毒理學研究。	HempFusion是工業麻行業中最早擁有未觀察到的不良反應（NOAEL）認證的公司之一。
 國家藥品代碼（NDC）編號	國家藥品代碼編號作為通用產品標識。	證明HempFusion的非處方外用藥被FDA認為是安全的。

FDA 重視人類安全

業界領先的合規標準

為了符合任何潛在的FDA或國際法規，HempFusion已投入大量資金。

公司有能力在任何即將到來的監管環境中贏得市場份額。

消費者希望產品在**安全、質量和一致性**方面達到最高標準

各個渠道的零售商都要求產品符合最高標準



潛在的FDA考慮因素

	HempFusion	Charlotte's Web	CV Sciences	cbdMD
FDA藥品清單非處方外用藥	✓	✓	✗	✓
自我肯定的公認安全 ⁽¹⁾	進行中	✓	✓	✗
未觀察到不良反應（外用藥）	✓	✗	✓	✗
美國工業麻圓桌會議執行委員會 ⁽²⁾	✓	✓	✓	✗
人體安全研究（2020年肝臟毒理學） ⁽³⁾	✓	✓	✗	✗
美國農業部有機食品	✓	✗	✗	✗
經DNA驗證的工業麻	✓	✗	✗	✗
IND排除豁免	✓	✗	✗	✗
新型食品成分	進行中	✗	✗	✗

(1) 已經完成所有毒理學研究，接著是同行評審，預計2020年10月發表。

(2) www.hempsupporter.com/about

(3) 由ValidCare進行的最大的CBD人體安全性研究。

國內機會

HempFusion行業領先的合規、創新的產品和成熟團隊已經準備好抓住迄今為止最重要的CBD機會。

天然食品店

\$4160萬

食品/藥品/大型商超

\$1.089億

執業醫師

\$2500萬

便利店

\$3780萬

電子商務

\$4200萬

公司認為，目標市場規模巨大，在這五個渠道中取得成功會為我們帶來了無與倫比的機會

\$168億

預計到2025年，美國CBD銷售額將達到的金額(1)

合作夥伴

重要的收入驅動因素

五個渠道細分

HempFusion的業務策略分為五個不同的渠道。



我們從天然起步.....

如果天然食品渠道零售商都能銷售FDA藥品清單非處方藥外用藥和食品，HempFusion每年可增加**\$540萬**的收入。



(1) 假設在這些零售商處推出FDA藥品清單非處方外用藥以及HempFusion食品組合

(2) 根據HempFusion於2019年6月-2020年6月的天然渠道收入計算

廣泛的銷售渠道

通過不同的頂級零售商進行廣泛分銷

+4,000

綜合零售銷售點



HEMPFUSION在食品藥品商超（大賣場）中推出

HempFusion行業領先的合規性、創新的產品和成熟的團隊已經準備好抓住最大的CBD機會

FDM：食品和藥品商超（大賣場零售商）

- HempFusion是第一家在FDM這個最大的目標渠道推出以工業麻為基礎的CBD公司之一。
- **Jason Mitchell N.D.**（首席執行官）和**Jon Visser**（首席營收官）擁有成功的履歷、廣泛的人脈，使HempFusion能夠抓住FDM的巨大機遇
- 十大FDM零售商包括 沃爾瑪、Publix、Kroger's、Albertsons、Rite Aid、CVS等⁽¹⁾
- FDM要求極高的合規標準，HempFusion經過大量的時間和大量的資本開發，包括：自我肯定的公認安全（GRAS）、藥品清單、美國農業部有機認證等。
- 公司的監管合規標準耗費了數百萬美元和大量時間，建立嚴苛的進入壁壘（24個月以上）。
- 預計到2025年美國CBD銷售額將達到**\$168億**⁽²⁾



渠道機會（摘要）	狀態	全年機會
 Publix	關閉/贏得：產品6月1日到店。	\$18.9萬-\$700萬
食品藥品商超門店2	積極從事HempFusion和Probulin的分銷工作。	\$250萬-\$1450萬
食品藥品商超門店3	預計7月底與買方進行審查	\$650萬-\$2520萬
食品藥品商超門店4	展示Probulin，由於推出日曆，沒有立即推出CBD的機會	\$110萬-\$2800萬
食品藥品商超門店5	討論HempFusion和Probulin庫存單位的機會	\$280萬-\$3420萬

\$1.089億

FDM的年銷售潛力

通過在五大FDM零售商中進行分銷，我們可以實現的潛在收入

(1) CSP日報—美國食品零售商20強——2018年7月18日

(2) Brightfield集團《領航震盪2020年7月美國CBD報告》—2020年7月

HEMPFUSION進駐便利店

便利渠道

152,720 商店總數

HempFusion於2020年7月啟動便利戰略，分銷其品牌系列。這包括即將推出的HempFusion的**10毫克植物CBD素食糖**

首席營收官**Jon Visser**在向便利店渠道和網絡銷售方面有豐富的經驗，從而獲得成功

這對於銷售點的衝動購買很重要

● **27,842**

可立即獲得的目標市場

商店		店鋪數量		
橫幅	地區	合計	CBD	Probulin
	美國	9,364	待定	待定
	美國	5,933	待定	待定
	中西部	3,900	待定	待定
	中西部	2,181	待定	待定
	北/東南	566	待定	待定
	南部	1,489	待定	待定
	加州	1,017	待定	待定
	加州	942	待定	待定
	賓夕法尼亞州/ 新澤西州	880	待定	待定
	南部	820	待定	待定
	南部	750	待定	待定(1)



在十大便利連鎖店中，我們可以通過配送實現的潛在收入

\$3780萬
每年的銷售潛力

推出執業醫師產品系列

面向全美的醫生和執業醫師

28,000

在渠道中已確定的醫生

35,000

在渠道中已確定的脊骨神經醫學醫生

獨特的市場機會

- 該渠道通過醫生或醫療專業患者關係，為HempFusion和Probulin產品提供了獲取消費者的獨特途徑。
- 需要特定經驗、專門產品推薦和/或醫療專業人員開處方的高度選擇性市場部分。
- 超過11款面向執業醫師的產品即將上市
- 正在進行臨床試驗，以便可能通過處方開藥

\$20億
目標市場

預計到2024年，美國處方大麻素方面的支出將達到\$20億⁽¹⁾



HF LABS



BIOME 研究

市場規模

- 在美國有28,000+綜合醫學博士
- 在美國有35,000+脊骨神經醫學醫生，積極尋找第二收入來源
- 醫院、配製藥房和獨立藥房

經驗豐富的團隊

- Nancy Angelini帶領五名全國銷售代表組成的團隊，致力於拓展該領域的業務

\$2500萬
每年的銷售潛力

分銷到5%的醫生醫師渠道，每月看50個病人，向其中2.5%的病人推薦產品，我們就能實現潛在的收入。

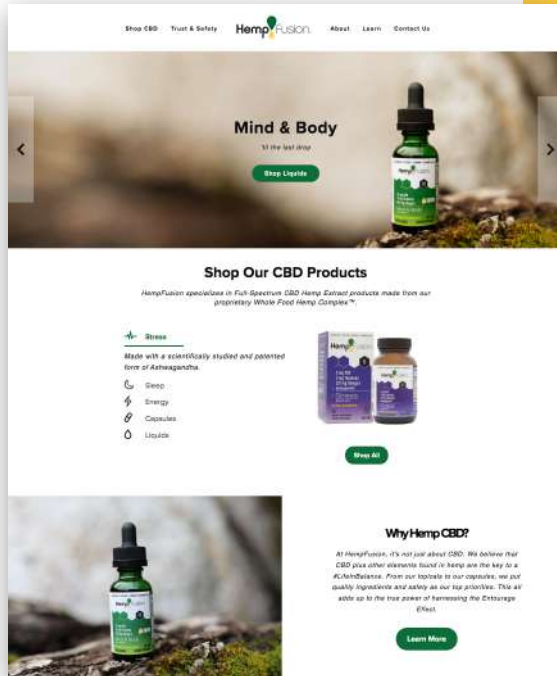
(1) 2019年BDS Analytics CBD市場監測及ArcView市場研究報告

電子商務擴張

增強的在線市場推動電子商務的顯著增長

HempFusion的電子商務平臺的特點是設計了一個旨在提高經常性收入和客戶忠誠度的訂閱計劃，於2020年6月重新推出。

完整的電子商務平臺建設



多階段的營銷計劃

付費數字

有針對性的網絡廣告、活動視頻和橫幅廣告。

付費社交

在臉書上的社交媒體花費

貿易支持

客戶聯合營銷、店內培訓和教育

網紅市場營銷

積極開展社交媒體活動

媒體宣傳

PR Agencies + Press Releases 公關公司+新聞發佈

轉換率

轉換率已提高到2%

\$4200萬

如果HempFusion、Probulin的月訪問量為100萬，轉換率為1.5%（包括亞馬遜和沃爾瑪），公司可以實現的潛在收入金額

HEMPFUSION 健康產品組合

建立在**信任**、**質量**和**效益**的基礎上。



滿足消費者的需求

在目前約40億美元的美國CBD⁽²⁾市場中，**酏劑**和**膠囊**是最受歡迎的產品⁽¹⁾。預計美國CBD市場到2025年將達到約\$168億⁽²⁾

HEMPFUSION全景工業麻提取物

公司的CBD產品基於**專有的全食物全景全光譜大麻複合物**。

有機成分

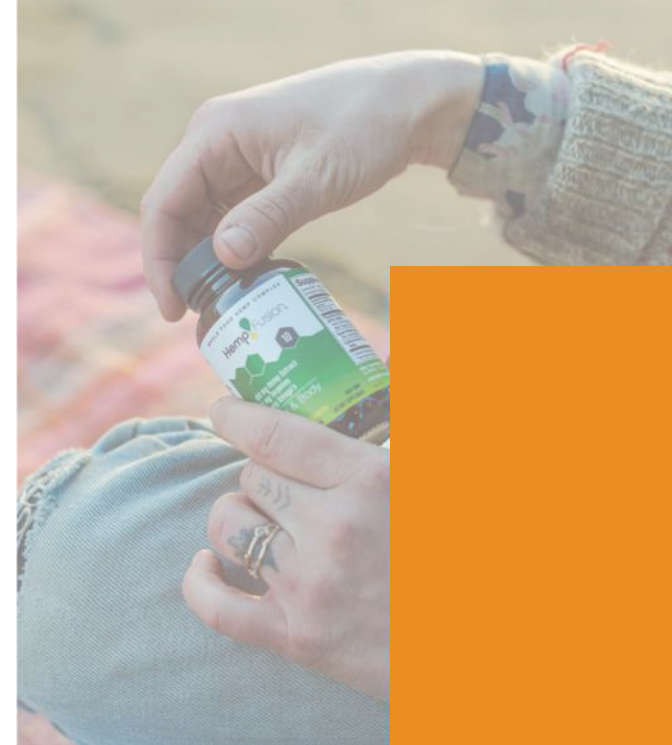
HempFusion在所有CBD產品中獨家使用經過DNA驗證的歐盟註冊、非轉基因、有機工業麻。

特定功能

每個產品都針對特定的健康需求，包括**睡眠**、**壓力**和**能量**。



酏劑



膠囊

(1) “美國CBD第二年——評估一個新興品類的投入和收穫”，2020年6月12日

(2) Brightfield集團《領航震盪2020年7月美國CBD報告》——2020年7月

FDA藥品清單中列出的HEMPFUSION的外用藥

多樣化產品組合

FDA藥品清單列出的非處方外用藥有帶證據證明的健康聲明。

HempFusion是為數不多的能提供FDA藥品清單列出的外用藥的CBD公司之一。

這些產品為大型全國性零售商提供了合規安全，從而對具有極高合規標準的大賣場零售商有巨大的吸引力。

FDA藥品清單列出的非處方外用藥需要多個步驟才能符合OTC指南，同時也需要投入大量的資金和時間。

建立巨大的准入門檻

HempFusion[®]



為解決特定狀況和目標市場而制定的非處方藥



非處方藥疼痛產品

預計到2025年，全球外用止痛藥市場規模將達到\$133億，2018年至2025年的年複合增長率為7.4%。(1)



非處方藥ECZEMA產品

2018年全球皮炎藥物市場規模估值為\$60億，預計到2026年底將達到\$136億，年均複合增長率為10.2%⁽²⁾



非處方ACNE&衰老/美容產品

全球個人護理、美容和抗衰老市場估計為\$1.08萬億⁽³⁾



非處方藥傷口癒合急救產品

十大急救軟膏產品，在2019年產生了超過\$6.5億的銷售額。⁽⁴⁾其中包括Neosporin和Rexall等主要零售品牌

(1) <https://www.alliedmarketresearch.com/topical-pain-relief-market>

(2) <https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/dermatitis-drugs-market-100658>

(3) <https://www.cbinsights.com/research/briefing/wellness-trends-to-watch-in-2019/>

(4) <https://www.statista.com/statistics/433704/leading-first-aid-ointment-brands-in-the-us/>

合作

CBD與人類安全的突破性研究

HempFusion參與並贊助了ValidCare關於CBD和人類安全性的突破性研究，是十家選定的CBD公司之一，該研究預計將於10月底完成⁽¹⁾

什麼是ValidCare？ ValidCare為CPG和生命科學行業提供臨床研究和消費者情報解決方案。

這項科學研究旨在解決之前美國食品藥品監督管理局（"FDA"）關於CBD產品的問題。ValidCare、HempFusion和其他選定的公司將進行一項人體試驗和研究，以確定每天使用全譜工業麻衍生的CBD或CBD分離物是否對人體肝臟有任何影響。

為什麼這很重要？

1. 除了推進圍繞CBD的科學之外，主要的**快速消費品CPG品牌**正在等待結果，這可能會產生行業領先的夥伴關係。
2. ValidCare的首席執行官Patrick McCarthy稱："我們相信，這種真實世界的證據對FDA很重要，可以用來指導政策前進"。
3. 這項研究有可能吸引美國一些最大的大賣場和FDM公司。



"我們很高興HempFusion是參與這項研究的精選公司之一，他們在監管合規和關注消費者安全方面表現出了領導力。"

— PATRICK MCCARTHY, VALIDCARE首席執行官

PROBULIN 益生菌和消化酶



產品線

Probulin系列面向廣大消費者，提供日常護理、女性健康、全面護理和兒童產品。

獨特領域

HempFusion是美國唯一一家直接進入益生菌市場的CBD公司，到2022年將成為**\$70億**的**全球市場**⁽¹⁾

增長的市場

越來越多的研究表明，腸道菌群與我們的健康有著密切的關係，預計將有**24%**的穩定增長直至2024年，⁽²⁾

獲得專利的交付

獲得專利的MAKTrek® 3D給藥系統得到了科學研究的支持，兩年的實時穩定性測試確保了產品的有效性。



你知道嗎？

你70%的免疫系統存在於你的腸道中？



Always Ships Cold + Protected



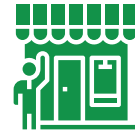
Shelf Stable Validation



Multi-strain Total Gut Health Support

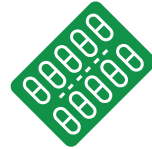


PROBULIN 益生菌：增加分銷途徑



1. 特洛伊木馬戰略

Probulin使HempFusion進入許多重要零售商門店，這些零售商目前可能還沒有銷售CBD產品。這將建立、發展和穩固關係



2. 由HEMPFUSION WELLNESS INC.製造

Probulin由 “HempFusion Wellness Inc.” 生產，並被主要零售商視為認可的供應商



3. 快速獲取CBD產品

供應商身份得到批准，並與主要零售商建立了合作關係，大大縮短了產品運轉時間，使獲取CBD產品的速度加快。

無與倫比的行業網絡 和關係

HempFusion已經投資聘請了一個經驗豐富和成熟的團隊來滲透這些主要渠道：大賣場(食品和藥品市場)、便利店、天然食品店和醫生/執業醫師。

新冠肺炎延誤了我們利用這個網絡的能力.....



JASON MITCHELL 博士, N.D.

首席執行官

Mitchell博士是一位自然療法醫生，在2006年Country Life Vitamins被Kikkoman 's收購之前，作為Country Life Vitamins的首席科學官，已經開發了300多種產品。在20多年的職業生涯中，他擁有大量零售商人脈資源。



JON VISSER

首席營收官

Visser 先生在主要零售渠道（大賣場+便利店+俱樂部）有25年以上的快速消費品CPG銷售經驗，在25年多的職業生涯中，曾指導雅培實驗室的全國銷售團隊，並與每一家美國大型零售商合作，是將創新產品引入傳統銷售渠道的專家，其業績、網絡和產品知識顯著擴大HempFusion的分銷渠道。



OLA LESSARD

首席營銷官

在美國最成功的補充劑品牌Barlean 's工作時，發展了重要的零售商關係，此外還是代表HempFusion的美國工業麻圓桌會議的主席。幫助推出了100多個庫存單位，包括25個CBD庫存單位。25年以上的品牌產品推廣經驗，推動銷售並建立長期品牌忠誠度。



NANCY ANGELINI

醫生/執業醫師渠道總監

Angelini女士擁有超過25年持證執業醫師經驗，同時以講師和產品經理的身份在全國出差，打通了美國最大的醫生/執業醫師網絡的大門。在醫生/執業醫師渠道中擁有廣泛的人脈和重要的銷售關係網，還在美國和其他國家完成了1500多場關於自然健康和治療主題的講座。

清晰的資本架構

已发行股份摘要(单位：百万，除百分比外)

股东	证券	% 基本
HF创始人和战略投资者	50.5	43.3%
散户股东	49.2	42.2%
首次公开募股	17.0	14.6%
普通股总数 (基本)	116.7	100%
认股权证	29.8	

证券	股票代码	已发行
普通股	CBD.U	116,699,196
认股权证 (@ \$1.20)	CBD.WT.V	5,000,000
2019 认股权证 (@ \$0.85)	CBD.WT.U	24,163,553

2,750⁽¹⁾
股東總數

現金：3020萬美元⁽²⁾
無債務

(1) 根據股東登記冊計算的大約數目
(2) 截至2020年12月的現金狀況

無與倫比的財務團隊

管理層和董事會擁有107年的資本募集和銷售經驗，確保了公司財務的未來和成功。

籌資/建議金額超過\$27億

107年的資本市場經驗

DAVE DOHERTY (董事) & DANNY BRODY (首席運營官) BRUCE VALENTINE, Jr., 首席財務官

- 在過去6年中，為大麻和CBD公司籌資**\$630,000,000**，包括多次IPO。
- 與主要經紀公司和交易所建立了深厚的關係
- 之前的財團公司包括：Canaccord Genuity、P. I Financial Corporation、Industrial Alliance Financial Group、Mackie Research Capital Corporation、Haywood Securities Inc. 等。
- 約35,000人的龐大散戶股東數據庫

- 在Otter Box (曾被評為美國發展最快的私營公司之一) 擔任首席財務官時，幫助該公司將收入從超過\$100,000,000 增長到**\$1,000,000,000**。
- 15年的包括集資、並購在內的財務管理經驗，並且在不到90天內以約近五億收購一家領先競爭對手。
- 年度首席財務官獎⁽¹⁾

DESMOND BALAKRISHNAN (董事)

- 為超過**\$500,000,000**的融資交易和超過**\$43億**的合併和收購提供法律顧問服務；擁有豐富的董事經驗
- 主要經驗；在各種收購中擔任Aurora的法律顧問，包括以**\$32億**收購MedReleaf和以**\$11億**收購CanniMed Therapeutics

GORD FOX (董事)

- 為中小型公司籌資**\$75,000,000**。
- 豐富的並購經驗
- Fox先生創立了有限市場交易商Lytton Capital Inc. 並擔任總裁
- 豐富的領導經驗；目前和過去在Emblem Corp. 和White Cedar Pharmacy擔任首席執行官。
- Fox先生代表Dynacare，Dynacare以**\$480,000,000**的價格被LabCorp收購。




擁有成功履歷且經驗豐富的專業人士

管理團隊

JASON MITCHELL, N.D. 博士 | 聯合創始人、首席執行官兼董事

Jason Mitchell N.D. 博士在天然藥物產品行業擁有20多年的經驗，是一名經過美國自然療法審委會(ANMCB)認證的自然療法醫生，是營養補充配方領域的專家，曾在**Country Life Vitamins**效力了15年，期間成功創造和推出了300多種行業領先的產品，是該公司三大高管之一，引導該公司成功過渡，直到被**Kikkoman**收購。Mitchell博士是美國自然療法醫學協會、CNHP的成員，在三大學自然健康學院取得博士學位。

JON VISSER | 首席營收官 (CRO)

Visser先生擁有25年以上銷售和市場營銷各個方面的經驗，還有通過各主要渠道持續推動增長的成功履歷，曾擔任一家跨國製造商**Navajo Inc.**的高級銷售副總裁，該公司是**眼鏡防護品牌Piranha®**、**電子產品配件Hottips!®**、**汽車用品Pennzoil®**以及**酒吧用品Salute®**的經銷商，同時也是美國最大的試用和旅行裝規格保健和美容產品分銷商。在**Navajo**期間，他幫助該公司在不到三年的時間裡將年銷售額從\$6000萬增長到\$1.28億，同時年創收超過\$100萬的客戶數量增加了兩倍。

BRUCE VALENTINE, JR. | 首席財務官 (CFO)

Bruce Valentine在高成長型公司的成功履歷源自於20多年的財務管理經驗和技能，包括融資、並購和豐富的領導專長。在**Otter Products** (曾是美國增長最快的私營公司之一)擔任首席財務官期間，Valentine先生曾幫助該公司將營收從\$1億多增長到\$10億以上，並在不到90天的時間裡完成了對一家領先競爭對手近\$5億的收購。他還曾被北科羅拉多商業報道評為2013年**年度首席財務官**。

OLA LESSARD | 首席營銷官 (CMO)

Lessard女士是一名經驗豐富的戰略營銷專家，擁有25年以上創建有效的品牌戰略的經驗，曾擔任**美國大麻圓桌會議(US Hemp Roundtable)**的總裁，在**Barleans**擔任營銷副總裁期間負責推出美國最成功的CBD品牌之一，擁有超過25個庫存單位。在Lessard女士的帶領下，該公司成為第一家戰略性進入CBD領域的大型補品公司，在兩年內推出了九個CBD庫存單位。她還帶領該公司開發並推出了一個全面的電子商務網站，直接面向消費者銷售，包括訂閱、加盟和忠誠度計劃。

IAN DEQUEIROZ | 品牌戰略與合作關係負責人，董事、聯合創始人

deQueiroz先生擁有豐富的早期大麻公司創業經驗，在2010年收購了美國第一家大麻CO2萃取公司，並幫助眾多主要大麻市場的公司獲得許可程序，包括：牙買加、伊利諾斯州、紐約州、內華達州和華盛頓州。他曾是多家大麻公司的創始人，包括牙買加首屈一指的大麻公司之一**Epican Medicinals Ltd.**。

NANCY ANGELINI | 醫生/執業醫師渠道總監

Angelini女士擁有超過25年活躍的持證執業醫師經驗，同時以講師和產品經理的身份在全國出差，打通了美國最大的醫生/執業醫師網絡的大門，在醫生/執業醫師渠道中擁有廣泛的人脈和重要的銷售關係網。她還在美國和其他國家完成了1500多場關於自然健康和治療主題的講座。

DANIEL BRODY | 首席企業官 (CCO)

Brody先生是**The Green Organic Dutchman Holdings Ltd. (TGOD)**的聯合創始人和前副總裁，和他的團隊在一些世界級的大麻公司的資本化和上市中發揮了重要作用，包括**Emblem (TSXV:EMC)**、**TGOD (TSX:TGOD)**和**PLUS Products (CSE:PLUS)**。2014年進入大麻行業之前，他曾在兩家領先的獨立加拿大經紀公司任職七年。

擁有成功履歷且經驗豐富的專業人士

董事

DESMOND BALAKRISHNAN | 獨立董事

Desmond是加拿大首屈一指的律師，在**McMillan LLP**從事公司融資、證券、並購、借貸、私募股權、遊戲和娛樂業務，自2004年以來一直是該公司的合夥人，也是大麻業務的聯合主席，是**\$5億**以上融資和並購交易的首席律師，交易共涉及金額超過**\$43億**。Balakrishnan先生曾在**Aurora** (TSX:ACB)的多次收購中擔任首席律師，包括最有名的**\$32億收購MedReleaf**以及**\$11億收購CanniMed Therapeutics**，也擔任多家資源、金融和博彩公司的董事、高管或總法律顧問，包括**Northern Dynasty Minerals** (TSX:NDM, NYSE:NAK)和**Great Canadian Gaming** (TSX:GC)，擔任過多交所和納斯達克上市公司**Organigram** (TSX:OGI)的法律顧問，擁有西蒙菲莎大學文學學士學位和阿爾伯塔大學法律學士學位(以優異成績)。

DAVID DOHERTY | 獨立董事

David Doherty曾是**Organigram Holdings Ltd. (OGI)**、**Emblem Corp. (EMC)**和**The Green Organic Dutchman Holdings Ltd. (TSX: TGOD)**的早期出資人和前董事，也曾在**PLUS Products (CSE:PLUS)**首次公開募股(IPO)中起到了關鍵作用，為初創公司提供諮詢和原始資本，並且擁有豐富的大麻和大麻行業專業知識。過去六年間，Doherty先生幫助一些大麻公司籌集了**\$6.3億**的資金。他擁有22年的投資、架構和金融經驗，並在一家領先的獨立加拿大經紀公司任職超過11年，在西蒙菲莎大學獲得了學位，並輔修經濟學和心理學。

NICK GRAFTON | 獨立董事

Grafton先生擁有超過14年的投資、金融和公開市場經驗，曾擔任一名投資組合經理，管理一家加拿大對沖基金的大麻和能源投資組合，在從事資產管理工作之前曾在加拿大投行**加通貝祥**擔任投資銀行家，幫助為中小企業提供融資和諮詢服務。他也是一名持證的**特許金融分析師**，擁有密歇根州立大學金融專業學位。

RICK ANDLINGER | 獨立董事

Rick在過去20年間一直擔任一家私人投資和管理公司**Andlinger & Company, Inc.**的總裁，該公司在美國、布魯塞爾和維也納設有辦事處，已經完成了100多筆收購。他也在飲料、工業和環境服務領域的多家私營和上市公司擔任董事，包括最近一次擔任植物提取物和精華公司**Teawolf**的主席和執行委員會負責人。Rick還是一家位於紐約和華盛頓特區的網絡安全投資公司**Option3Ventures**的合夥人和首席投資官，還曾在**Salomon Brothers**以及**Smith Barney**的投資銀行部門效力了13年，擔任全球能源和電力集團的聯席主管。他擁有斯坦福大學的工商管理碩士學位和普林斯頓大學的本科學位。

GORD FOX | 獨立董事

Gord擁有20年豐富的法律經驗，專攻證券法和商業銀行業務，曾作為**Goodman & Carr**律師事務所的合夥人，代表**Dynacare**協助其以**\$4.8億**被**LabCorp**收購。Fox先生是一家有限的市場經銷商**Lytton Capital Inc.**的創始人兼總裁，還共同創辦了安大略省最大的處方藥店之一**White Cedar Pharmacy**，並擔任聯合首席執行官。在2019年被**Aleafia Health**收購之前，Fox先生曾是領先的大麻特許生產商**Emblem Corp.**的聯合創始人兼首席執行官。他是收購加拿大最大的藥用大麻處方診所之一**GrowWise Health**的功臣，在很大程度上促成了該公司的成功和最終收購。

SCOTT GREENBURG | 獨立董事

Scott目前是多家私營公司的董事，也是**FarPoint Venture Law**的創始人，客戶包括**星巴克**、**Sambazon**、**Sahale Snacks**、**Theo Chocolates**、**Guayaki Yerba Mate**、**Big Tree Farms**和**Sur La Table**。Greenburg先生是公認的“Lawdragon 500”美國頂級律師，擁有“Best Lawyers in America®”殊榮；被錢伯斯美國律師指南評為“美國領先的商業-公司/並購律師”之一；被華盛頓法律與政治期刊評為“超級律師”，還是華盛頓《CEO Magazine》“正義聯盟”的成員。

HempFusion®

聯繫我們

欲瞭解更多信息

投資者關係

ir@hempfusion.com

+1(416)-803-5638



Hempfusion®

補充資料

附錄

ESG

環境、社會和治理實踐

對環境、社會和治理（“ESG”）實踐的日益關注，這是加拿大和全球資本市場上最強大的趨勢之一。⁽¹⁾

HempFusion以ESG為核心業務主旨，將繼續支持所在社區，推進研發，提供非轉基因、USDA認證的有機產品等



COVID-19

HempFusion 實施全公司範圍內的COVID-19相關的安全協議，重點關注員工的健康和安全以及客戶的福祉

“COVID對我們產生了影響，雖然我們在科羅拉多州的總部和在堪薩斯州的配送中心不位於風險最高的州，但它仍然存在。雖然配送和履行中心仍然開放，但它們的運行能力降低。7月1日，我們恢復了滿負荷運轉，預計不會再出現供應鏈延誤（我們預計主要零售商的人流量將開始恢復正常）

我們有效地調整和重塑了我們的業務方式；通過轉向虛擬辦公環境（每月減少50,000美元的管理費用）、虛擬客戶和客戶會議（進一步減少差旅費和其他費用），以及有效實施多個項目管理和企業管理系統；我們應對了COVID-19帶來的挑戰，同時大幅提高了組織效率”

—Jason Mitchell N.D.博士，首席執行官



行業並購活躍

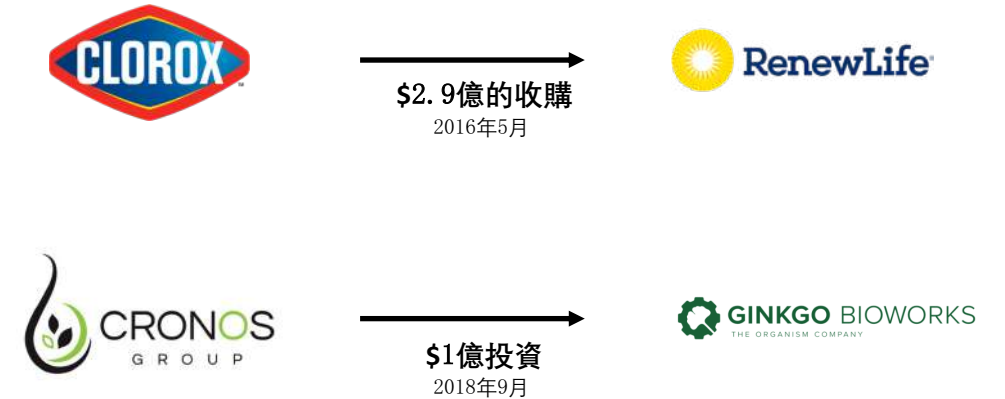
CBD

在過去的12個月裡，CBD領域
出現許多高調、增值的收
購和投資



Probiotics 益生菌

在益生菌行業也出現了大
量的並購活動



回饋

企業社會責任

HempFusion致力於通過與基金會建立有意義的合作關係來回饋社會



AUTISM HOPE ALLIANCE

OPERATION SURF

JACOB'S HEART

WARRIORS' ASCENT

B-RAD基金會

HempFusion

市場營銷和代理計劃

HempFusion正在培養與網紅的有意義的合作，分享本公司對CBD和健康與保健產品的熱情。公司已啟動社交媒體網紅戰略，通過各種社交渠道的互利關係提高品牌知名度。公司計劃在未來幾個月內大幅增加小網紅的人數。

特邀運動員

- **Travis Rice**，傳奇滑雪運動員和電影製作人，加入了HempFusion大家庭，與動作運動界分享我們的品牌



Stein
Retzlaff



Alana
Spencer



Ian
Coble



Jillian
Jacobs



Adam
Vicarel



Rachel
Schneider



Travis
Rice



Cedar
Wright



KC
Deane



Erich
Roepke



Andy
Stumpf



Tyler
Klumper



Tess &
Sarah



Spencer
Cole



Jeremy
Smith

全景大麻提取物酊劑和膠囊

滿足消費者需求

酊劑和膠囊是最受歡迎的產品⁽¹⁾，在目前約40億美元的美國CBD⁽²⁾市場中，預計到2025年將達到約\$168億⁽²⁾

HEMPFUSION全景工業麻提取物

公司的CBD產品基於專有的全食物全景全光譜大麻複合物

有機成分

HempFusion在所有CBD產品中獨家使用經過DNA驗證的歐盟註冊、非轉基因、有機工業麻

產品添加了優質有機成分，包括生薑、人參等。

特定功能

每個產品都針對特定的健康需求，包括睡眠、壓力和能量。



TWIST

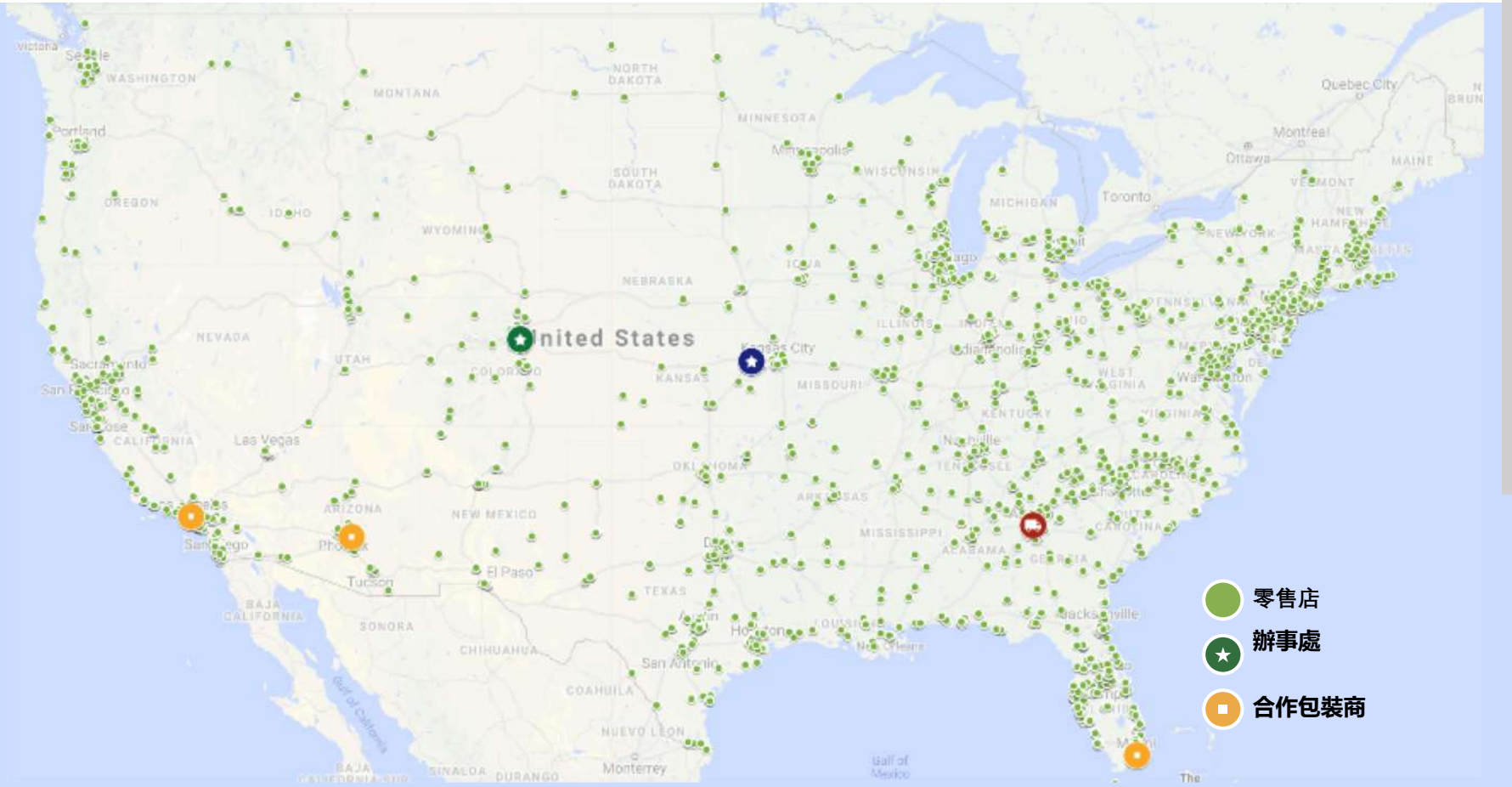
酊劑



膠囊

(1) Cowen. “美國CBD第二年一評估一個新興品類的投入和收穫”，2020年6月12日。
 (2) Brightfield集團《領航震盪2020年7月美國CBD報告》—2020年7月

美國全國分銷



+4,000

綜合零售店銷售地點

6

聯合包裝商

3

區域辦事處

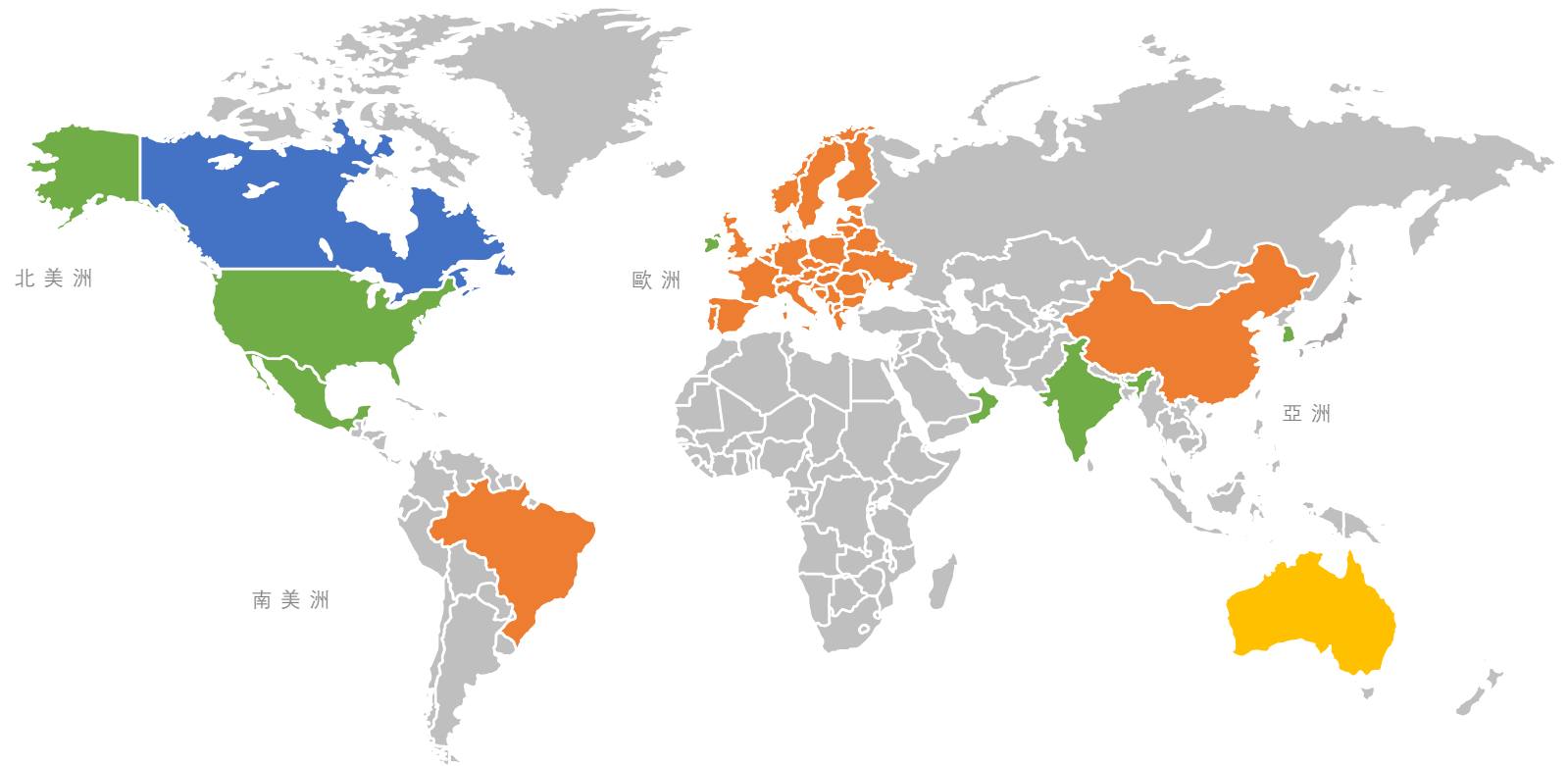
國際影響力和擴張

立刻
歐洲 | 巴西

近期
加拿大

遠期
澳大利亞

在銷售⁽¹⁾



(1) 已簽署採購訂單或正在銷售

財務摘要

2020財年收入摘要

新冠疫情影響：

美國第一個新冠病毒病例：2020年1月

2020年初，銷售渠道、業務運營和店內交通受到嚴重影響

從1月到12月期間，其中1-5月的收入下降了30%

