

## 概要及摘要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料之概覽。由於本文僅為概要，故未必載列所有可能對閣下而言屬重要之資料。閣下決定投資[編纂]前，務須細閱整份文件。任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]之若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資[編纂]前，務請細閱該節。

### 概覽

我們是一間女士手袋公司，按線上零售銷售收益計算，我們在2016年於中國線上中端女士手袋市場位列首位，並於線上中端女士手袋市場佔約0.75%之市場份額。按零售銷售收益計算，我們在2016年於整體中國中端女士手袋市場位列第三，佔約0.36%之市場份額。中端女士手袋市場為建議零售價一般介乎人民幣500元至人民幣1,999元的女士手袋產品的市場，而該市場的手袋為主流產品，以講究成本效益、質量及設計之年輕及白領女性為目標。我們主要於中國設計、推廣及出售女士手袋、小型皮具產品及旅行用品(包括手提包、手抓包、皮夾、零錢包、卡片套及行李箱)。我們的品牌組合包括兩個品牌，即(i)我們的特許品牌ELLE；及(ii)我們的自家品牌Jessie & Jane。各品牌切合不同年齡組別消費者的喜好。

一般而言，我們開發及設計我們的產品，並委聘供應商(為製造商)生產該等產品。我們有自家品質監控措施，以確保我們的供應商生產的製成品交付至我們的銷售網絡(涵蓋線上及線下零售點)前達到嚴格的質量標準。我們直接透過我們營運的線上及線下零售點向最終客戶出售我們的產品，亦按批發基準向第三方零售商出售我們的產品，第三方零售商其後透過彼等營運的線上或線下零售點向最終客戶出售我們的產品。

下表載列所示年度／期間按品牌劃分的收益。

|               | 截至12月31日止年度    |              |                |              | 截至6月30日止六個月    |              |
|---------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
|               | 2015年          |              | 2016年          |              | 2017年          |              |
|               | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元          | %            |
| ELLE          | 164,767        | 85.6         | 149,887        | 71.2         | 67,955         | 63.2         |
| Jessie & Jane | 27,681         | 14.4         | 60,594         | 28.8         | 39,530         | 36.8         |
| <b>總計</b>     | <b>192,448</b> | <b>100.0</b> | <b>210,481</b> | <b>100.0</b> | <b>107,485</b> | <b>100.0</b> |

下表呈列所示年度／期間按產品類別劃分的收益明細。

|           | 截至12月31日止年度    |              |                |              | 截至6月30日止六個月    |              |
|-----------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
|           | 2015年          |              | 2016年          |              | 2017年          |              |
|           | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元          | %            |
| 手袋        | 173,500        | 90.1         | 191,726        | 91.1         | 96,889         | 90.1         |
| 其他(附註)    | 18,948         | 9.9          | 18,755         | 8.9          | 10,596         | 9.9          |
| <b>總計</b> | <b>192,448</b> | <b>100.0</b> | <b>210,481</b> | <b>100.0</b> | <b>107,485</b> | <b>100.0</b> |

附註： 其主要包括皮夾、旅行用品、小型皮具及名片夾等。

## 概要及摘要

有關進一步資料，請參閱本文件「業務－概覽」及「業務－我們的業務」分節。

自我們於2005年於中國成立辦公室以來，我們已於中國的一、二線城市建立我們的線下銷售網絡。為在不產生重大成本的情況下有效地擴展我們的銷售網絡的地域覆蓋，我們按批發基準向第三方零售商出售我們的產品，第三方零售商其後透過彼等的零售點向最終客戶出售產品。於2017年6月30日，於中國四個直轄市、17個省及四個自治區中，我們有八個自營線下零售點及89個零售商營運線下零售點，以出售我們的產品。鑒於科技急速發展以及中國年輕一代的消費習慣出現轉變，我們於2010年推出我們首個線上零售點。目前，我們的線上銷售網絡包括(i)我們在電子商貿平台的自營線上零售點(如天貓、京東及唯品會)；及(ii)透過該等第三方零售商在電子商貿平台營運的線上零售點向最終客戶出售產品的第三方零售商營運線上零售點。於2017年6月30日，我們的產品透過14個自營線上零售點及18個零售商營運線上零售點出售。

下表載列於所示年度／期間產生自線上及線下銷售渠道的收益明細。

|                          | 截至12月31日止年度    |              |                |              | 截至6月30日止六個月    |              |
|--------------------------|----------------|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
|                          | 2015年          |              | 2016年          |              | 2017年          |              |
|                          | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元          | %            | 人民幣千元          | %            |
| <b>線上銷售渠道</b>            |                |              |                |              |                |              |
| 自營線上零售點                  | 85,519         | 44.4         | 115,719        | 55.0         | 69,627         | 64.8         |
| 銷售予線上零售商 <sup>(附註)</sup> | 22,031         | 11.5         | 20,865         | 9.9          | 11,761         | 10.9         |
| <b>小計</b>                | <b>107,550</b> | <b>55.9</b>  | <b>136,584</b> | <b>64.9</b>  | <b>81,388</b>  | <b>75.7</b>  |
| <b>線下銷售渠道</b>            |                |              |                |              |                |              |
| 自營線下零售點                  | 65,239         | 33.9         | 48,694         | 23.1         | 10,280         | 9.6          |
| 銷售予線下零售商                 | 19,659         | 10.2         | 25,203         | 12.0         | 15,817         | 14.7         |
| <b>小計</b>                | <b>84,898</b>  | <b>44.1</b>  | <b>73,897</b>  | <b>35.1</b>  | <b>26,097</b>  | <b>24.3</b>  |
| <b>總計</b>                | <b>192,448</b> | <b>100.0</b> | <b>210,481</b> | <b>100.0</b> | <b>107,485</b> | <b>100.0</b> |

附註：就向若干線上零售商銷售我們的產品而言，當中包括按批發基準向一名客戶(為獨立第三方)銷售我們的產品。該名客戶其後將產品售予企業(例如銀行，其可能將產品作為回饋禮品給予其客戶)。截至2016年12月31日止兩個年度及截至2017年6月30日止六個月，我們向該名客戶作出的銷售分別為約人民幣9.9百萬元、人民幣5.9百萬元及人民幣6.4百萬元，佔我們的總收益分別約5.2%、2.8%及5.9%。

## 概要及摘要

下表載列所示年度／期間按品牌及銷售渠道劃分的毛利及毛利率。

|               | 截至12月31日止年度    |      |                |      | 截至6月30日止六個月   |      |               |      |
|---------------|----------------|------|----------------|------|---------------|------|---------------|------|
|               | 2015年          |      | 2016年          |      | 2016年         |      | 2017年         |      |
|               | 毛利             | 毛利率  | 毛利             | 毛利率  | 毛利            | 毛利率  | 毛利            | 毛利率  |
|               | 人民幣<br>千元      | %    | 人民幣<br>千元      | %    | 人民幣<br>千元     | %    | 人民幣<br>千元     | %    |
| ELLE          | 97,401         | 59.1 | 84,979         | 56.7 | 37,862        | 55.5 | 37,815        | 55.6 |
| Jessie & Jane | 15,215         | 55.0 | 31,024         | 51.2 | 12,379        | 50.2 | 21,543        | 54.5 |
| 總計            | <u>112,616</u> | 58.5 | <u>116,003</u> | 55.1 | <u>50,241</u> | 54.1 | <u>59,358</u> | 55.2 |
|               | 截至12月31日止年度    |      |                |      | 截至6月30日止六個月   |      |               |      |
|               | 2015年          |      | 2016年          |      | 2016年         |      | 2017年         |      |
|               | 毛利             | 毛利率  | 毛利             | 毛利率  | 毛利            | 毛利率  | 毛利            | 毛利率  |
|               | 人民幣<br>千元      | %    | 人民幣<br>千元      | %    | 人民幣<br>千元     | %    | 人民幣<br>千元     | %    |
|               |                |      |                |      | (未經審核)        |      |               |      |
| 零售銷售          |                |      |                |      |               |      |               |      |
| 線上零售點         | 51,312         | 60.0 | 67,025         | 57.9 | 25,827        | 57.4 | 41,570        | 59.7 |
| 線下零售點         | 44,152         | 67.7 | 31,765         | 65.2 | 17,458        | 64.2 | 6,775         | 65.9 |
| 批發            |                |      |                |      |               |      |               |      |
| 銷售予線下零售商      | 7,196          | 36.6 | 7,681          | 30.5 | 2,764         | 25.4 | 6,386         | 40.4 |
| 銷售予線上零售商      | <u>9,956</u>   | 45.2 | <u>9,532</u>   | 45.7 | <u>4,192</u>  | 42.7 | <u>4,627</u>  | 39.3 |
| 總計            | <u>112,616</u> | 58.5 | <u>116,003</u> | 55.1 | <u>50,241</u> | 54.1 | <u>59,358</u> | 55.2 |

由於年內在抵銷線下銷售減少的影響後，我們透過電子商貿平台進行之銷售增加，故我們的整體毛利由截至2015年12月31日止年度之約人民幣112.6百萬元增加約3.0%至截至2016年12月31日止年度之約人民幣116.0百萬元。截至2017年6月30日止六個月，由於透過電子商貿平台進行的銷售持續增加，故我們的整體毛利為約人民幣59.4百萬元，反映由截至2016年6月30日止六個月之約人民幣50.2百萬元增加約18.1%。

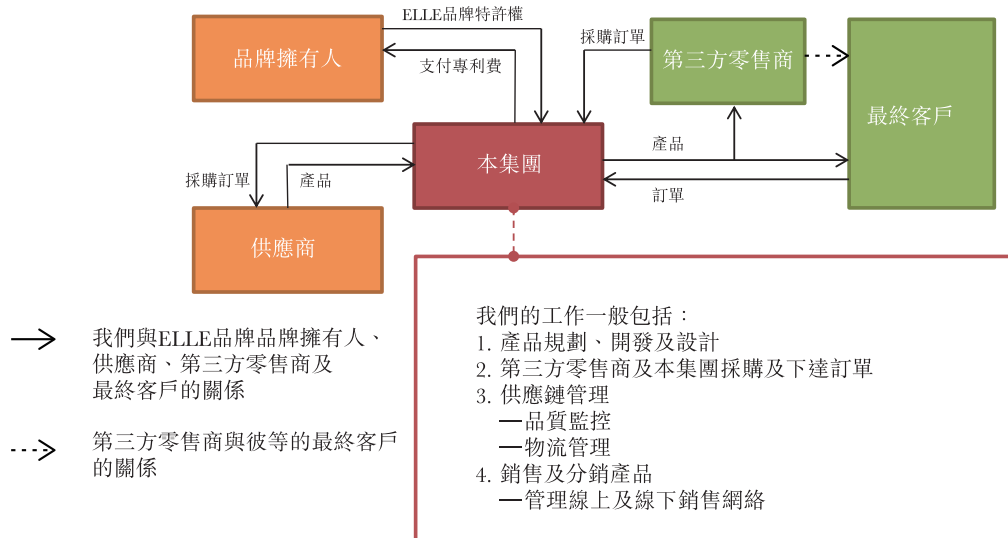
由於原材料成本急升令採購成本上升，以致我們的銷售成本增加，故我們的毛利率由截至2015年12月31日止年度之約58.5%下跌至截至2016年12月31日止年度之約55.1%。截至2017年6月30日止六個月，我們的毛利率為約55.2%，與截至2016年6月30日止六個月的約54.1%相比，毛利率維持穩定。

有關進一步資料，請參閱本文件「業務—D.銷售及分銷」一節。

## 概要及摘要

### 業務模式

以下簡圖說明我們的現有業務模式：



有關進一步資料，請參閱本文件「業務—我們的業務」一節。

### 競爭優勢

董事相信，我們擁有下列的競爭優勢已為我們的成功作出貢獻，使我們成為業內脫穎而出、享負盛名的女士手袋公司：(i)我們的產品設計及開發能力；(ii)廣泛的線上及線下銷售網絡；(iii)與可靠的供應商保持緊密關係；(iv)我們的品質保證及監控措施確保我們的產品品質優良，能滿足客戶需要；及(v)我們擁有具豐富行業經驗的專責管理團隊，確保我們的業務發展成功。

有關詳情，請參閱本文件「業務—我們的競爭優勢」一節。

### 策略及未來計劃

我們以業務達到可持續增長為目標，務求為股東創造長期價值。我們擬透過推行下列業務策略達成該等目標：(i)透過加強營銷工作強化我們於女士手袋行業的市場地位；(ii)進一步提升我們的產品設計及開發能力；(iii)繼續擴展我們的銷售網絡；及(iv)就我們的業務擴展而加強我們的資訊管理系統及資訊科技支援。

有關詳情，請參閱本文件「業務—策略及未來計劃」以及「未來計劃及[編纂]—未來計劃—實施計劃」之章節。

---

## 概要及摘要

---

### [編纂]及[編纂]理由

董事相信，[編纂]將可提升本集團的形象及認受性，而[編纂]的[編纂]淨額將強化本集團的財務狀況，從而讓本集團具備充分能力實行本文件「未來計劃及[編纂]」一節所載之業務計劃。經扣除[編纂]佣金及本公司就[編纂]應付的其他開支後，[編纂][編纂]淨額預期約[編纂]。我們擬將[編纂][編纂]淨額作下列用途：

- [編纂]，佔[編纂][編纂]約[編纂]，將用作社交媒體及活動的營銷投資；
- [編纂]，佔[編纂][編纂]約[編纂]，將用作產品設計及開發團隊的擴展；
- [編纂]，佔[編纂][編纂]約[編纂]，將用作開設及翻新實體店舖；
- [編纂]，佔[編纂][編纂]約[編纂]，將用作購買及升級資訊科技系統；及
- [編纂]，佔[編纂][編纂]約[編纂]，將用作本集團的一般營運資金。

有關詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

### 客戶

於往績記錄期間，我們主要透過位於中國的自營線上及線下零售點向最終客戶出售我們的產品，並向中國的線上及線下零售商批發我們的產品。截至2016年12月31日止兩個年度各年及截至2017年6月30日止六個月，我們的五大客戶佔我們收益分別約12.9%、11.4%及14.0%，而我們的最大客戶佔我們收益分別約5.2%、3.9%及5.9%。截至2016年12月31日止兩個年度及截至2017年6月30日止六個月，我們的五大客戶為我們的線上及線下零售商，彼等於中國從事零售業務。

有關詳情，請參閱本文件「業務—客戶」一節。

### 供應商

於往績記錄期間，我們委聘供應商（為製造商）於中國生產我們的產品。截至2016年12月31日止兩個年度各年及截至2017年6月30日止六個月，我們的五大供應商佔我們的銷售成本分別約86.6%、88.4%及86.9%，而我們的最大供應商佔我們銷售成本分別約25.4%、24.3%及35.9%。於往績記錄期間，我們的五大供應商為手袋

## 概要及摘要

及小型皮具製造商，大部分為位於中國廣東省的手袋製造商。除東莞泰亨外，於往績記錄期間，我們所有五大供應商均為獨立第三方。有關我們與東莞泰亨交易的進一步資料，請參閱本文件「持續關連交易—非豁免持續關連交易」一節。

有關詳情，請參閱本文件「業務—供應商」一節。

### 控股股東資料

於重組完成後但於[編纂]完成前，Yen Sheng BVI及Summit Time擁有本公司已發行股本分別約69.4855%及30.5145%。於緊隨[編纂]完成後(未計及根據購股權計劃可能授出之任何購股權獲行使時可能發行及配發之任何股份)，Yen Sheng BVI及Summit Time將各自擁有本公司已發行股本分別約[編纂]及[編纂]。於最後實際可行日期，Yen Sheng BVI及Summit Time各自為一家投資控股公司。

於最後實際可行日期，邱泰樑先生、邱泰年先生、邱亨中先生、邱亨華先生及項小蕙女士擁有Yen Sheng BVI分別約49.3120%、49.2321%、0.6863%、0.6863%及0.0833%的權益；而Summit Time由李詠芝女士全資擁有。根據彼等於Yen Sheng BVI及Summit Time之權益，除Yen Sheng BVI及Summit Time外，根據聯交所發出的指引信GL89-16，邱泰樑先生、邱泰年先生、邱亨中先生、邱亨華先生、項小蕙女士及李詠芝女士亦被視為我們的控股股東。於[編纂]後，李詠芝女士及Summit Time各自將不再為我們的控股股東。

有關詳情請參閱本文件「與控股股東的關係—控股股東」一節。

### 主要營運及財務數據

下表載列我們於往績記錄期間之經營業績及合併財務狀況表及現金流量表之摘要，乃摘錄自本文件附錄一所載之會計師報告。

#### 我們的合併全面收益表摘要

|         | 截至12月31日止年度 |         | 截至6月30日止六個月 |         |
|---------|-------------|---------|-------------|---------|
|         | 2015年       | 2016年   | 2016年       | 2017年   |
|         | 人民幣千元       | 人民幣千元   | 人民幣千元       | 人民幣千元   |
| 收益      | 192,448     | 210,481 | 92,937      | 107,485 |
| 毛利      | 112,616     | 116,003 | 50,241      | 59,358  |
| 除所得稅前利潤 | 13,649      | 9,631   | 958         | 5,779   |
| 年內／期內利潤 | 10,102      | 6,257   | 623         | 3,549   |

截至2015年12月31日止年度之純利為約人民幣10.1百萬元，帶來約5.2%之純利率，而截至2016年12月31日止年度之純利為約人民幣6.3百萬元，即純利率為約

## 概要及摘要

3.0%。該下跌主要由於(i)非經常性[編纂]開支增加；(ii)一次性政府補助減少；(iii)毛利率輕微下跌；(iv)銷售及分銷開支增加；及(v)行政及其他營運開支增加。截至2016年6月30日止六個月之純利約為人民幣0.6百萬元，純利率約為0.7%，而截至2017年6月30日止六個月之純利約為人民幣3.5百萬元，即純利率約為3.3%。我們的純利於截至2017年6月30日止六個月增加主要由於儘管我們將自營線下零售點轉移至我們於上海以外地區的線下零售商而令我們的店舖開支大減，從而令我們的收益增加，惟銷售及分銷成本相對穩定。

### 我們的合併財務狀況表摘要

|        | 於12月31日 |        | 於6月30日 |
|--------|---------|--------|--------|
|        | 2015年   | 2016年  | 2017年  |
|        | 人民幣千元   | 人民幣千元  | 人民幣千元  |
| 非流動資產  | 7,459   | 5,576  | 5,638  |
| 流動資產   | 73,143  | 89,058 | 95,906 |
| 流動負債   | 61,269  | 69,572 | 72,591 |
| 流動資產淨值 | 11,874  | 19,486 | 23,315 |
| 資產淨值   | 19,333  | 25,062 | 28,953 |

### 我們的合併現金流量表摘要

|                    | 截至12月31日止年度 |        | 截至6月30日止六個月 |        |
|--------------------|-------------|--------|-------------|--------|
|                    | 2015年       | 2016年  | 2016年       | 2017年  |
|                    | 人民幣千元       | 人民幣千元  | 人民幣千元       | 人民幣千元  |
| 經營活動產生/(所用)的現金淨額   | 6,848       | 5,273  | (3,171)     | 12,613 |
| 投資活動所用的現金淨額        | (2,448)     | (855)  | (596)       | (289)  |
| 融資活動產生的現金淨額        | 203         | 6,492  | 3,239       | 88     |
| 現金及現金等價物的增加/(減少)淨額 | 4,603       | 10,910 | (528)       | 12,412 |
| 年/期初現金及現金等價物       | 4,512       | 9,140  | 9,140       | 20,193 |
| 匯率變動之影響            | 25          | 143    | 46          | (163)  |
| 年/期末現金及現金等價物       | 9,140       | 20,193 | 8,658       | 32,442 |

## 概要及摘要

### 主要財務比率

下表載列為本集團於指示期間內的主要財務比率。

|            | 於12月31日 |        | 於6月30日 |
|------------|---------|--------|--------|
|            | 2015年   | 2016年  | 2017年  |
| 流動比率       | 1.2倍    | 1.3倍   | 1.3倍   |
| 速動比率       | 0.7倍    | 0.9倍   | 1.0倍   |
| 資本負債比率     | 136.0%  | 138.1% | 116.3% |
| 淨債務權益比率    | 88.8%   | 57.5%  | 4.3%   |
| 存貨週轉天數     | 115.4天  | 110.1天 | 104.1天 |
| 貿易應收款項週轉天數 | 35.5天   | 37.1天  | 36.1天  |
| 貿易應付款項週轉天數 | 36.7天   | 43.3天  | 55.6天  |

|        | 截至12月31日止年度 |       | 截至6月30日<br>止六個月 |
|--------|-------------|-------|-----------------|
|        | 2015年       | 2016年 | 2017年           |
| 權益回報率  | 52.3%       | 25.0% | 24.5%           |
| 總資產回報率 | 12.5%       | 6.6%  | 7.0%            |
| 利息覆蓋率  | 16.1倍       | 15.0倍 | 14.9倍           |

有關主要財務比率的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—主要財務比率」一節。

### 近期發展及概無重大不利變動

自2017年6月30日起，我們的業務模式維持不變，而我們的收益及成本架構一直維持穩定。

截至2017年10月31日止四個月，根據經由我們的申報會計師致同(香港)會計師事務所有限公司根據香港會計師公會頒佈之香港審閱委聘準則第2410號「由實體的獨立核數師執行中期財務資料審閱」審閱之未經審核合併財務報表，我們的收益約為人民幣53.9百萬元；而我們的毛利及毛利率分別約為人民幣28.7百萬元及約53.3%。截至2017年10月31日止四個月，我們的收益輕微低於截至2017年6月30日止六個月之每月平均收益，乃由於(i)於2017年6月額外消費因618節日推廣而被吸納；及(ii)由於本集團管理層擬將重心放在雙十一購物節，故在廣告及推廣開支方面，與第一及第二季分別約人民幣3.2百萬元及人民幣3.2百萬元相比，本集團於第三季所投入之營銷工作較少，而廣告及推廣開支為約人民幣2.2百萬元。於2017年11月舉行的雙十一購物節，我們就透過於天貓之自營線上零售點銷售產品錄得未經審核銷售



---

## 概要及摘要

---

額約人民幣25.6百萬元。就雙十一購物節而言，我們產生相關營銷開支約人民幣2.8百萬元，其中包括(i)影片及照片拍攝；(ii)更新目錄及線上零售點陳列；及(iii)於社交媒體平台上進行廣告推廣。我們目前預期將於我們的損益及其他全面收益中確認為開支的非經常性[編纂]開支將對我們於截至2017年12月31日止年度的財務業績造成負面影響。有關我們[編纂]開支的進一步詳情，請參閱本節「[編纂]開支」一段及本文件「財務資料—[編纂]開支」一節。

潛在投資者謹請留意，我們於往績記錄期間其後的財務資料為未經審核，且未必能夠反映截至2017年12月31日止年度之全年業績，並可能根據審計而予以調整。

除於本段及本節「[編纂]開支」一段所披露者外，董事確認，自2017年6月30日起直至本文件日期，(i)市場情況或我們所經營行業及環境概無出現對我們的財務或經營狀況構成重大不利影響之重大不利變動；(ii)本集團的貿易及財務狀況或前景概無重大不利變動；及(iii)概無發生任何事件可對本文件附錄一會計師報告內所示的資料構成重大不利影響。

### [編纂]開支

估計與[編纂]相關的[編纂]開支總金額、佣金連同證監會交易徵費以及聯交所交易費為約[編纂]，當中預期約[編纂]將於[編纂]後資本化。估計[編纂]開支的餘額為約[編纂]，包括(i)截至2016年12月31日止年度已收取約[編纂]；(ii)截至2017年6月30日止六個月已收取約[編纂]；及(iii)預期於[編纂]後將收取約[編纂]。本集團的估計[編纂]開支將根據本集團於[編纂]後已產生／將產生的實際開支金額而予以調整。

### 股息

截至2016年12月31日止兩個年度及截至2017年6月30日止六個月以及直至最後實際可行日期，本集團並無宣派或支付股息予其當時的權益持有人。本公司並無股息政策或任何預先釐定的股息分派比例。未來股息將根據組織章程細則按董事會的建議酌情宣派，並將取決於若干因素，包括市場狀況、策略計劃及前景、業務商機、財務狀況及經營業績、營運資金需求及預計現金需求、法定及合約限制及我們支付股息的責任，以及董事會認為相關的其他因素。此外，我們的控股股東（包括

---

## 概要及摘要

---

項小蕙女士、邱泰樑先生、邱泰年先生、邱亨中先生、邱亨華先生及Yen Sheng BVI)將有能力影響我們的股息政策。股份的現金股息(如有)將以港元支付。

### [編纂]之統計數據

[編纂]包括(i)初步[編纂]於香港[編纂]的[編纂]股新股份；及(ii)[編纂][編纂]股新股份(可根據本文件「[編纂]的架構及條件」一節所述的基準予以重新分配)。

[編纂]

附註：每股未經審核[編纂]經調整合併有形資產淨值已參考若干估計及調整而編製。有關所採用的假設及計算基準的詳情，請參閱本文件附錄二。

### 風險因素

我們的業務受到若干風險及不明朗因素所影響，包括下列的風險摘要：

- 我們十分依賴特許品牌「ELLE」。未能成功維持或推廣我們的特許品牌或按商業上合理的條款維持或重續有關使用ELLE品牌的特許權協議可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及增長前景造成重大不利影響；
- 我們在競爭十分激烈的市場經營業務，且面對市場上其他線上零售商的競爭；
- 我們可能未能及時發現及應對女士手袋及飾物趨勢以及消費者喜好的變動；
- 我們的Jessie & Jane品牌為新收購品牌，其於日後未必能符合及維持市場份額及利潤的目標增長率；及
- 失去任何我們享有來自上海當地政府部門的政府補助或補助大幅減少可能會對我們的盈利能力造成負面影響。

由於不同投資者對釐定風險的重要程度有不同詮釋及標準，閣下決定投資於[編纂]前務請細閱本文件「風險因素」整節。閣下不應倚賴報章、研究分析報告或其他媒體所載有關我們及[編纂]的任何資料，該等資料未必與本文件所載資料一致。