

概 要

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於以下純屬概要，未必載有對閣下而言可能重要的全部資料。在閣下決定投資於發售股份前，閣下務須請細閱讀整份招股章程。

任何投資均涉及風險。投資於發售股份的部分特定風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下決定投資於發售股份前，務請仔細閱覽該節。

於往績記錄期內，我們向多個中國牙膏製造商採購牙膏。由若干第三方供應商向我們其中兩名美國分銷商供應的若干牙膏被發現含有二甘醇（用於防凍劑並為溶劑的有毒化學品），而兩名美國分銷商其中一名已自願收回該等牙膏。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年七月三十一日止七個月內本集團銷售包括含有二甘醇的牙膏的潔齒用品的收入極微，分別約1,000,000港元、800,000港元、800,000港元及600,000港元。於最後實際可行日期，概無任何有關牙膏問題的訴訟或類似的法律程序。根據美國法律顧問，牙膏事件不可能導致一連串的訴訟。董事確認，因牙膏問題所產生的虧損不會對我們的財務狀況造成重大影響。控股股東已同意就本集團任何成員公司因於上市前出售含有有毒及／或有問題成份的產品而蒙受的所有成本、責任或損害向我們作出賠償。有關該事件及相關潛在風險的討論，請參與本招股章程「業務－牙膏二甘醇問題」及「風險因素－我們向美國供應的若干牙膏被發現含有二甘醇並須由相關分銷商自願收回」兩節。

概覽

我們乃一家以中國為生產基地，為中國境內外的國際公認或享有品牌地位的酒店、款客服務及旅遊業營運商提供優質賓客用品及配件的供應商及製造商之一。董事相信我們已在中國確立地位，因為我們在中國逾20年的經營、一站式一應俱全的產品種類、雄厚的設計及度身訂製能力、全面綜合的生產流程、精深的生產技術及優良的質量管理，以及專注發展酒店、款客服務及旅遊業的策略。該等業務優勢令我們成為少數迎合豪華及高檔酒店及國際航空公司營運商需求的賓客用品供應商之一，並使我們於其他一般賓客用品供應商中脫穎而出。

我們主要以國際知名酒店連鎖集團及航空公司營運商為我們的直銷客戶或最終用戶。我們的直銷客戶有知名酒店、酒店連鎖集團及航空公司營運商，包括若干在各自行業中具領導地位的知名公司如香格里拉酒店集團、三亞喜來登度假酒店、釣魚臺國賓館、香港JW萬豪酒店、香港日航酒店、數碼港艾美酒店、九龍萬麗酒店、國泰航空、港龍航空及漢莎天廚（德國漢莎航空的全資附屬公司）。香格里拉酒店集團為我們五大客戶之一，並於截至二零零六年十二月三十一日止年度，佔我們

概 要

的銷售總額約4.8%。其他著名直銷客戶為個別酒店，而彼等各自的銷售額為於往績記錄期內的銷售總額貢獻少於1%。至於航空公司營運商，截至二零零六年十二月三十一日止年度，國泰航空佔銷售總額約1.9%。截至二零零六年十二月三十一日止年度，我們並無錄得數碼港艾美酒店、港龍航空及漢莎天廚(德國漢莎航空的全資附屬公司)的任何銷售額，因為彼等自二零零七年起才成為我們的客戶。我們的客戶亦包括賓客用品的主要國際分銷商，如Guest Supply、Guest International、JRS Amenities、Room Service Amenities及Wessco(向其他國際知名最終連鎖酒店用戶及航空公司營運商以及服務供應商提供賓客用品)。截至二零零六年十二月三十一日止年度，各自分別佔銷售總額約11.1%、11.1%、2.1%、3.6%及3.3%。董事認為，該等目標客戶及最終用戶對賓客用品及配套用品的經常需求非常殷切，尤其是特別為酒店或飛機設計一次性使用的產品。我們亦向其他分銷商如一家用完即棄醫療設備的海外分銷商及Paris Presents提供少量醫療手術設備用膠套以及供零售業務用途的訂製禮品包，佔截至二零零六年十二月三十一日止年度銷售總額分別約3.9%及3.3%。

由於市場動態不同，於往績記錄期內，我們的產品出售予主要在大中華及東南亞市場的直銷客戶及分銷客戶，或出售予批發分銷商及貿易公司，供應其他海外市場的其他最終用戶。於往績記錄期內，我們直接及分銷銷售的收入百分比載於下表：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比
	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)
分銷 ¹	284,795	81.2	407,545	80.3	531,743	77.4	242,209	77.3	290,352	75.8
直銷 ²	65,922	18.8	99,842	19.7	155,663	22.6	71,077	22.7	92,855	24.2
總計	<u>350,717</u>	<u>100.0</u>	<u>507,387</u>	<u>100.0</u>	<u>687,406</u>	<u>100.0</u>	<u>313,286</u>	<u>100.0</u>	<u>383,207</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 分銷客戶主要包括批發分銷商及貿易公司，包括若干主要國際賓客用品分銷商及批發商。
2. 直銷客戶主要包括服務供應商客戶(包括酒店及航空公司營運商)。

我們通常不會與直銷客戶及分銷商訂立超過一年的長期供應合約。儘管如此，我們與主要直銷客戶及分銷商維持了平均10年的穩定及友好關係。

於最後實際可行日期，我們有約 550 名分銷商，均為獨立第三方。從分銷商客戶的產品規格及標籤規定，我們知悉分銷商現時供應產品的酒店、連鎖酒店集團以及航空公司營運商的最終用戶。然而，我們的直銷客戶與分銷商客戶的最終用戶之間很少會重疊，因為我們的分銷商主要服務海外市場而非我們的直銷客戶主要位於大中華區及東南亞。我們亦擁有若干中國內地小型分銷商為位於我們直銷範圍以外的各類當地最終酒店用戶供應賓客用品)。於往績記錄期內，我們的銷售在一定程度上集中於少數客戶或最終用戶。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零七年六月三十日止六個月，我們的五大客戶(其中四名為批發分銷商及貿易公司)分別佔我們的營業總額 32.2%、31.0%、34.4% 及 33.5%。有關集中於若干主要客戶的相關風險討論，請參閱本招股章程「風險因素－我們依重若干主要直銷客戶及分銷商」一節。我們的主要分銷商大都位於北美洲及歐洲。我們一般不與我們的分銷商訂立任何正式或長期分銷協議。在正常情況下，我們的分銷商在其需要額外存貨用於分銷予其各自的最終用戶(包括酒店及航空公司營運商)時會發訂單購買我們的賓客用品。訂單將列明(其中包括)其所需產品數量、產品規格及該批訂貨的購買價。就分銷商銷售而言，我們通常為主要分銷客戶提供按銷售額百分比(一般由 0.5% 至 3.0%) 計算的銷售回佣及佣金作為銷售獎勵。我們對分銷客戶銷售貨品，當賓客用品的所有權轉移至客戶，亦即客戶收取及接納貨品，並可合理確定可收取有關應收賬款時，便確認有關銷售收入。我們的收入確認政策的進一步詳情，請參閱本招股章程「財務資料」一節的重要會計政策附註(h)。我們的產品是為我們的客戶特別設計和訂製。產品樣本按客戶提供的規格製備，在量產前由客戶確認。在這方面，於往績記錄期，過去退貨的金額極微。

概 要

以地區而言，北美洲、歐洲、中國、香港及其他亞太區國家為我們於往績記錄期的五個主要市場。往績記錄期內我們收入來源的地區分析如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比	收入	收入百分比
	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)
	(未經審核)									
北美洲	156,122	44.5	210,657	41.5	263,897	38.4	114,021	36.4	146,937	38.3
歐洲	71,186	20.3	95,898	18.9	170,794	24.8	81,743	26.1	84,997	22.2
中國	50,178	14.3	66,441	13.1	90,310	13.1	38,970	12.4	53,186	13.9
香港	46,244	13.2	76,308	15.1	75,327	11.0	35,646	11.4	54,654	14.3
其他亞太區										
國家 ¹	22,216	6.3	51,859	10.2	71,815	10.5	35,764	11.4	35,845	9.3
其他 ²	4,771	1.4	6,224	1.2	15,263	2.2	7,142	2.3	7,588	2.0
	<u>350,717</u>	<u>100.0</u>	<u>507,387</u>	<u>100.0</u>	<u>687,406</u>	<u>100.0</u>	<u>313,286</u>	<u>100.0</u>	<u>383,207</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 其他亞太區國家主要包括日本、阿拉伯聯合酋長國、泰國、菲律賓、馬來西亞及新加坡。
2. 其他主要包括南非、埃及、摩洛哥及尼日利亞。

由於我們於往績記錄期的大部分收入來自海外市場銷售，董事相信，中國經濟的迅速增長加上二零零八年北京舉辦奧運會及二零一零年上海舉辦世博會及於廣州舉辦亞運會，於可預見未來將會為我們呈現極為吸引的商機。為了更有效地服務及增進我們與大中華區客戶的關係以及抓緊我們預期的中國業務擴展計劃，除位於深圳平湖生產基地的銷售部門外，我們已於大中華區四個主要城市（即香港、北京、上海及大連）設立銷售辦事處，並計劃在其他主要城市包括武漢、重慶及西安成立新銷售辦事處。

我們提供多元化及一應俱全的產品，大致可分為兩大類別，包括(i)酒店房間賓客用品及配套用品，包括個人護理用品及其他房間配套用品；及(ii)航空賓客用品，包括航機用品包及配套用品。絕大部分產品由我們生產，其他是向第三方製造商採購作進一步加工及訂製。我們亦生產醫療手術設備用膠套以及供零售業務用途的訂製禮品包。

為了盡量提升產能及減少設備及人力資源的閒置時間，董事一直積極開拓市場潛力，透過批量生產及供應自有品牌或特許品牌的標準化及統一賓客用品，將我們之銷售擴大至中國中檔及連鎖式經濟型酒店。我們擬動用發行新股所得款項淨額中

概 要

約 15,000,000 港元，以設立新銷售辦事處、拓展銷售網絡及將銷售拓展至大中華區的中檔及連鎖式經濟型酒店。我們不但能夠利用該等產品批量生產的規模經濟，從而取得較高的利潤率，而我們的服務供應商客戶亦預期可從較低的採購成本而獲得穩定供應高質素的賓客用品中受惠。

於往績記錄期，我們的業務不斷擴充。我們的收入及純利分別由截至二零零四年十二月三十一日止年度約 350,700,000 港元及 26,500,000 港元增至截至二零零五年十二月三十一日止年度的 507,400,000 港元及 55,000,000 港元，增幅分別約 44.7% 及 107.5%，並於截至二零零六年十二月三十一日止年度進一步增至 687,400,000 港元及 92,400,000 港元，增幅分別約 35.5% 及 68.0%。截至二零零七年六月三十日止六個月，我們的收入及純利分別約為 383,200,000 港元及 59,700,000 港元，較二零零六年同期增加約 22.3% 及 40.3%。董事將該等增長主要歸功於我們產品銷售增長。而產品銷售增長乃由多種因素達致，例如酒店及旅遊業前景秀麗而帶動市場需求增加、我們在市場確立的知名度、我們持續專注發展這些專門市場的策略、不斷改善的產品質素、不斷擴大的產品種類、設計及訂製能力的提高、不停擴張的物流及分銷網絡以及更為注重的售後服務。

於往績記錄期內，我們的主要生產線均位於平湖生產基地，而若干生產工序繼續於平湖現有車間進行。平湖生產基地佔總建築面積約 58,439 平方米，於截至二零零六年十二月三十一日止年度，浴帽、牙刷、日化產品、浴皂及針線包的估計產能分別約為 80,200,000 件、55,300,000 件、190,800,000 件、157,200,000 件及 9,600,000 件。自二零零六年九月起，羅定租賃廠房已投入經營，該基地的總建築面積約為 12,401 平方米。於截至二零零六年十二月三十一日止三個半月及四個月，浴帽及針線包的估計產能分別約為 13,200,000 件及 8,800,000 件。平湖生產基地專注生產要求更先進生產工藝的產品，而羅定租賃廠房則支援要求較勞動密集型的生產工序。

競爭優勢

我們相信，我們的成功可歸功於以下各種競爭優勢，而該等優勢將有助我們持續增長：

- 策略性專注發展酒店、款客服務及旅遊業市場
- 於業內已確立的知名度、公認的企業形象及於專門市場的地位
- 一應俱全的一站式產品組合
- 雄厚設計及訂製能力
- 全面綜合生產流程及享有規模經濟效益
- 嚴格的質量管理
- 強勁經營現金流量支持資本開支並達至顯著財務增長
- 經驗豐富及穩定的管理層
- 環保賓客用品

業務策略

我們旨在加強作為向酒店及航空公司營運商提供一站式綜合優質賓客用品供應商的地位。為達到此目的，我們制定以下策略：

- 鞏固於酒店、款客服務及旅遊業之基礎
- 擴大產品種類範圍
- 擴充業務至中國中檔及連鎖式經濟型酒店市場
- 精簡生產流程及業務營運
- 建立製造及供應環保賓客用品之領導地位

牙膏二甘醇問題

牙膏事件

於二零零七年六月一日，FDA 警告消費者避免使用標籤為「中國製造」的牙膏。當局發出警告及「進口警戒」以禁止標籤為含有二甘醇成份的牙膏以及來自若干中國製造商並標籤為含有二甘醇成份的若干牙膏品牌進入美國。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年七月三十一日止七個月內本集團銷售包括含有二甘醇的牙膏的潔齒用品的收入極微，分別約 1,000,000 港元、800,000 港元、800,000 港元及 600,000 港元。「進口警戒」將涵蓋的產品列入「無檢驗扣留」。即是說，有問題的產品將不准進入美國，除非進口商能證明其符合所有 FDA 規定。倘欠缺該證明，該產品將不准進入，並一般會被銷毀或運送出境。根據美國法律顧問所提出的法律意見，倘產品「似乎」觸犯 FDA 規定，FDA 可按法令不許該產品進口美國。此「似乎」準則乃低於 FDA 對已在美國市場出現的產品採取法律行動的準則。此乃「進口警戒」的法律基準。雖然我們的牙膏並非在 FDA 公佈中舉出的產品表列當中，獨立測試顯示，供應予我們其中兩名美國分銷商的牙膏含有二甘醇。

於二零零七年八月十三日，上述美國分銷商其中之一在 FDA 網站刊登新聞稿，指稱我們所供應的若干牙膏被發現含有二甘醇，而該分銷商已與 FDA 合作自願收回產品。

二甘醇乃一種溶劑，作防凍劑用途。牙膏並不是供使用者吞下，但 FDA 關注到無心吞下或嚙下含有二甘醇的牙膏的情況。直至最後實際可行日期，FDA 並無收到有關含有二甘醇的牙膏的中毒報告，而於其發出警告後，FDA 並無另行作出公佈要改變這個立場。然而，FDA 關注長期接觸二甘醇以及若干人群，如小孩及腎病或肝病者接觸該產品。含有二甘醇的牙膏對該等人士造成低但不能忽視的毒性風險及傷害。

美國法律意見

根據美國法律顧問，倘 FDA 發現列明含有二甘醇成份的牙膏或含有過量二甘醇的牙膏（不論其成份有否於標籤聲明），最有可能的行動乃不准進口（如上文所述）或倘已進入美國市場，則要求「自願」收回。收回化妝品乃屬自願性，因 FDA 並無任何法定權力命令一間公司進行收回。然而，倘製造商或分銷商拒絕「自願」收回產品，FDA 可發出令公司商譽及聲譽嚴重受損的信息。此外，倘 FDA 在某一地點發現大量

這類牙膏，可提出訴訟沒收該等牙膏。雖然FDA有權以違反FDA規定為由處以刑責（向公司或負責人作出罰款及／或監禁負責人），FDA很少採取這行動。近年，FDA作出的刑事起訴大部分針對故意欺騙行為，如向該局呈交虛假資料。

由於二甘醇對健康不會導致即時危險而是慢性影響，美國法律顧問認為非特殊情況下，FDA應不會進一步採取執法行動。此外，只要我們的美國分銷商自願收回產品，相信FDA並無需要沒收產品。FDA將會跟進上述美國分銷商，以確保該收回為有效。例如，FDA會要求該分銷商定期呈交收回情況報告，並見證銷毀該被收回產品或最少獲提供銷毀行動的文件證明。

根據美國法律顧問，消費者不大可能個人提出訴訟，因為(i)大部分有問題的產品已從酒店收回或根本從未付運至酒店；及(ii)即使酒店賓客被發現嚙下一些牙膏，該賓客將須證明該牙膏含有二甘醇，而二甘醇導致若干可證實的健康問題。上述美國分銷商較有可能的做法是就其產品收回成本、失去的銷售額及溢利及可能對其聲譽所造成的損害向我們尋求賠償。可理解地(但機會不大)，連鎖酒店集團亦可能以類似理據向上述美國分銷商提出申索，而分銷商可能因此與我們產生糾紛，嘗試要求我們承擔支付連鎖酒店集團的賠償金的責任。

根據美國法律顧問，牙膏事件不大可能導致一連串訴訟。潛在訴訟當事人(或倘集體訴訟，則為一群訴訟當事人)難以證明其受到可獲得賠償的傷害，原告人最多只能提出極小額(如有)的金錢索償。故此，甚少律師願意處理有關訴訟。於多名中國製造商生產的牙膏所發現的二甘醇含量經確定並不會對健康造成重大傷害，而FDA並無接獲美國境內有關含有二甘醇牙膏中毒的任何報告。鑑於我們所供應的牙膏乃供酒店業作一次性使用的客房賓客用品，故不大可能含有大量二甘醇成份。我們的牙膏將僅供酒店住宿的賓客短暫使用(而非在家居恒常使用)，而使用者以成人較小童為多。此外，我們即時收回有問題的產品，杜絕了持續使用的可能。美國法律顧問並無得悉已提出任何有關酒店賓客牙膏(或一般而言，受二甘醇污染的牙膏)的訴訟。雖然我們可能須面對一或多宗集體訴訟，但美國法律顧問認為，該等訴訟將不大可能證明我們的牙膏會造成的傷害及損傷。此外，尋求集體訟訴證明的原告人將須證明所受損害的共同性(即集體在法理或事實上的共同性)，但很難證明在低攝入量下能產生典型的傷害。

概 要

就酒店所提出的索償而言，美國法律顧問認為，購買我們的牙膏（向我們直接購買或透過我們的分銷商購買）的酒店提出索償的機會較酒店住客提出索償的機會為多。然而，該等索償的數目以及潛在風險則更為低。酒店將不會就對人身的傷害而提出索償，而會就置換牙膏的成本及在客房浴室供應受污染的牙膏令酒店聲譽受損而提出索償。由於我們截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年七月三十一日止七個月期間銷售包括含有二甘醇的牙膏的潔齒用品的收入極微，分別約1,000,000港元、800,000港元、800,000港元及600,000港元；董事確認，更換有問題牙膏的勞工成本極低。此外，我們已與我們供應含有二甘醇的牙膏的兩名美國分銷商達成和解，包括置換成本。就聲譽受損而提出的索償不大可能成立，因為須證實酒店受到非推斷性的損害，但概無數據顯示因酒店沒有我們供應的牙膏而導致流失住客或酒店聲譽受損或酒店須割價以挽留人客。故此，雖然酒店（或更準確而言，酒店管理公司）提出索償的機會較個別住客提出索償的機會為多，但預計我們不會在這方面陷入訴訟困境。

中國的回應

於二零零七年七月十一日，中國國家質量監督檢驗檢疫局（「中國質檢局」）發出通知（「通知」），禁止牙膏製造商使用二甘醇作為成份。在發出通知之前，中國法律及法規並無禁止使用二甘醇作為牙膏的成份，或對二甘醇所佔牙膏的成份實施任何限制。中國質檢局於通知中重申中國政府立場，根據中國健康專家在二零零零年所進行的測試，含少量二甘醇仍屬安全。

根據中國法律顧問，於發出通知前，含有二甘醇成份的牙膏並不觸犯中國法律及法規。此外，在發出通知後，中國質檢局並無禁止含有二甘醇成份的牙膏在中國銷售。因此，在中國銷售於發出通知前製造並含有二甘醇成份的牙膏並無觸犯該通知。

我們的情況

我們向中國內地及境外的酒店、款客及旅遊業供應多款賓客用品（包括牙膏）。於往績記錄期內，我們並無製造任何由我們供應的牙膏，而是主要向中國八名牙膏分銷商購買，以供裝瓶及／或其後分銷予客戶之用。董事確認，於往績記錄期內，我們向各牙膏製造商訂下的全部採購訂單中，均沒有把二甘醇列入牙膏生產規格的一部分。故此，倘我們的客戶就上文所述的牙膏問題向我們提出任何申索，我們有權並將會考慮向相關牙膏製造商採取相應的法律行動，以補償該損失（如有）。

概 要

於截至二零零六年十二月三十一日止三個年度，我們所購買的牙膏總額分別約為8,100,000港元、11,700,000港元及21,900,000港元。其中，自兩名牙膏製造商採購的出口牙膏被發現含有二甘醇，佔截至二零零六年十二月三十一日止三個年度的購買總額合共約17.7%、14.1%及10.5%。

於往績紀錄期內，我們的牙刷及牙膏銷售額分別約為23,500,000港元、32,400,000港元、49,500,000港元及25,100,000港元，佔我們於有關期間的收入總額約6.7%、6.4%、7.2%及6.6%。被發現含有二甘醇的牙膏出售予兩名海外銷售的分銷商，包括上文所述牽涉入牙膏事件的美國分銷商。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年七月三十一日止七個月，向該兩名分銷商銷售包括含有二甘醇牙膏的潔齒用品的收入分別約1,000,000港元、800,000港元、800,000港元及600,000港元。

就其他分銷商出售至歐洲的牙膏而言，其配方有別於出售至該兩名美國分銷商的牙膏的配方。由於出售至酒店的牙膏產品乃用完即棄型，分銷商及最終用戶所持有的存貨極少，以減低存倉成本。在二零零七年六月FDA作出公佈後，我們及該等牙膏的製造商已委聘屬於獨立第三方的認可實驗室及認證機構就成份進行抽樣實驗室測試，確認二甘醇含量不超過FDA及歐盟現時所接受的水平。我們亦獲歐洲客戶告知，彼等已進行實驗室測試，並確實結果相同。截至最後實際可行日期，董事已確認，除出售至上述兩名美國分銷商的牙膏外，我們並無接獲有關出售至歐洲的牙膏二甘醇含量超出可接受水平的任何投訴或報告。

我們的產品(包括牙膏)乃根據我們客戶要求的規格採購，而產品樣本乃由獨立牙膏製造商製造並在交付前隨機透過我們送往客戶確認。我們根據客戶先前所提供的規格供應產品。於往績記錄期內，概無任何重大退貨事件，而我們的產品質素在任何重大方面並無受到質疑。此外，由於牙膏乃用完即棄品，故分銷商及其他最終用戶所持有的存貨應極少。故此，董事確認，含有二甘醇的牙膏的置換成本對我們的財務狀況不會構成任何重大影響。此外，誠如上文所述，我們有權並將會考慮向中國相關牙膏製造商的法律行動，以補償該損失。

在自願收回後，我們已與我們供應被發現含有二甘醇牙膏的兩名分銷商和解，彼等已同意不會就因牙膏事件而造成的品牌聲譽受損而產生的任何成本或賠償向我們提出索償(包括就在牙膏事件前向彼等供應的任何牙膏的索償)。兩名美國分銷商各自已與我們副簽和解書，以確認其中所載的和解條款。對其中一名美國分銷商，我們同意支付370,000美元以解決有關收回及置換我們所供應的牙膏(包括牙膏事件

前供應的牙膏)的索償、損失及開支，而相關美國分銷商同意免除我們就收回及置換所產生或將產生的所有實際開支的任何及所有索償、損失及開支及有關收回及置換牙膏及自市場收回的額外產品的營利損失、業務收入損失及對利潤率的不利影響而須承擔的責任。至於另一美國分銷商，我們同意就置換我們所供應的牙膏(包括牙膏事件前所供應的牙膏)而導致的索償、損失及開支繳付78,000美元。繳付的款項不包括有關收回牙膏的任何第三方產品責任索償。

董事確認，於最後實際可行日期，概無任何有關牙膏問題的訴訟或類似的法律程序。

由於我們已與兩名美國分銷商和解並根據上文所載的美國法律顧問的意見，我們認為該兩名美國分銷商所帶來的訴訟風險以及由涉及該兩名美國分銷商的牙膏問題所產生的任何進一步虧損極微。無論如何，我們已於二零零七年六月三十日作出為數3,900,000港元的撥備，以支付潛在虧損，包括退貨以及收回開支，並於同期註銷若干存貨。董事認為，上述撥備乃適合應付由牙膏問題所產生的潛在虧損。倘潛在虧損超過約3,900,000港元的撥備，差額將由控股股東所提供的彌償所支付。控股股東已同意就本集團任何成員公司於上市前出售含有有毒及有問題成份的產品而蒙受的所有成本、法律責任或損害，向我們作出彌償。有關詳情，請參閱本招股章程附錄六「其他資料－1.遺產稅、稅項及其他彌償」一節。

我們緊密監察該情況並採取積極的步驟與我們的海外客戶合作，置換有問題牙膏，以減低對我們客戶造成的干擾。董事認為，牙膏問題是個別事件。

由於我們的產品主要為酒店房間或飛機用完即棄產品，該等產品向客戶以捆裝出售。牙膏事件的情況可能因該客戶訂購模式而加劇。我們的牙膏及牙刷通常被包裝在一起並以一套潔齒用品出售。當我們的牙膏被發現有品質問題，我們的客戶可能不再訂購我們的潔齒用品。倘我們若干產品日後因品質問題須進行產品收回，我們的客戶可能停止訂購與有問題產品配搭出售的其他產品，並產生進一步虧損。儘管如此，我們認為牙膏問題對我們的銷售額構成的影響甚微。由於牙膏問題，上述兩名美國分銷商中只有一名不再向我們訂購牙膏，但繼續向我們訂購牙刷及其他賓客用品。無論任何，向該名美國分銷商銷售包括含有二甘醇的牙膏的潔齒用品的銷售額甚低；截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年七月

三十一日止七個月，分別約1,000,000港元、800,000港元、800,000港元及400,000港元。另一名美國分銷商繼續向我們訂購潔齒用品（包括牙膏）。

事實上，自二零零七年六月FDA公佈以來，我們來自十大客戶（包括上述該兩名美國分銷商）的銷售額繼續錄得強勁增長。於二零零七年七月及八月，對我們十大客戶的每月銷售額分別約40,700,000港元及43,200,000港元，與截至二零零七年六月三十日止六個月對我們十名客戶的平均每月銷售額約30,800,000港元比較，錄得約32.1%及40.3%的大幅增長，顯示我們的銷售額並未受牙膏問題重大影響。除上述不再向我們訂購牙膏的美國分銷商外，我們十大客戶繼續向我們訂購賓客用品（包括牙膏）。因此，董事相信，牙膏問題將不會影響我們與客戶的關係。

持續遵規事項及其他可能品質問題

於二零零七年六月一日FDA作出公佈後，我們實施牙膏新採購規定。所有牙膏製造商須向我們確認（連同測試報告），所生產的牙膏並不含二甘醇。我們將要求牙膏製造商提供分析證書（包括微生物測試及產品規格確認）、由認可測試機構所作出的二甘醇測試報告以及二甘醇含量不超過FDA及歐盟所接受範圍的確認書。我們的研究及開發部亦將就所購買的牙膏抽樣進行微生物測試。董事認為，上述程序足以減低牙膏問題日後再次出現的機會。我們已委聘兩間均為獨立第三方的檢定機構即勝邦（香港）公證有限公司（「勝邦」）及香港通用公證行有限公司（「通用公證行」）進行檢測，並可委聘其他類似的獨立檢測機構按季度就牙膏進行抽樣實驗室測試（包括二甘醇測試）。勝邦為跨國測試機構，在檢定方面有悠久歷史，並在香港及其他地方設有實驗室，提供廣泛認證服務，包括不同國際標準如ISO。通用公證行於測試及檢查不同行業產品，提供高水平專業技術及優質服務方面具有豐富的經驗，並為一家負責各類標準如ISO及食物管理系統的檢定機構。我們亦將繼續於我們的供應商（包括牙膏供應商）廠房進行審核，以監察其生產程序。此外，我們將檢討我們的產品測試程序，以確保遵守所有有關產品安全的已刊發中國國內及境外之規定。

我們所採購的日化項目主要為牙膏。就我們內部製造的日化產品（如洗髮水、護髮素、沐浴露、潤膚乳液等等）而言，我們將繼續對其品質實施嚴格監控。我們擁有內部實驗室及委聘專業技術員進行各類化學及微生物測試，以確保我們的化學產品的品質。我們亦委聘獨立檢定機構，對我們主要的內部日化產品抽樣進行個別實驗

測試。於平湖生產基地所生產的日化產品獲評為符合FDA及歐洲理事會的GMPC標準。我們檢討該等機關所定標準及規定，以確保我們的產品不時遵守有關規定。

就牙膏的其他成份以及其他日化產品(不論是從第三方供應商購買或內部製造)而言，董事確認，彼等並無自主要市場的相關政府機構及／或客戶接獲任何有關品質或產品安全的任何通知，並認為我們應已符合產品的主要銷售市場的相關監管規定。董事將會密切定期監察主要市場的監管規定變動。此外，由於我們的日化產品為一次性使用，並為用完即棄性質，而我們的分銷商及其他最終用戶所持有的存貨極少，故董事認為，彼等注意到任何變動後，即能以最低成本遵守新的規定。

為了加強我們洞悉主要市場監管規定的變動的能力，我們經已或將會實施以下的政策：

- 將設立監察主任一職(其將直接向主席匯報)並由我們的化學研究及開發經理陳亦寧女士出任，陳亦寧女士將負責品質監察並記錄不同司法管轄區(尤其是中國、美國及歐盟)監管變動的最近發展。陳女士為香港化妝品化學家學會的會員，經常閱覽載有特別有關香港、中國、美國及歐盟的新監管規定的市場資料的期刊。監察主任將編製有關監管變動的每月報告(如有)，並向高級管理層傳閱以備能採取即時行動；
- 新監察委員會(成員包括分別負責中國及國際銷售的執行董事劉子剛先生和陳艷清女士、負責生產的執行董事李景熙先生以及新監察主任)將會成立，每兩個星期會晤一次，透過從本地及海外客戶收集情報，以討論適用於我們及／或我們的產品(包括化妝產品)監管規定的最新變動(如有)；
- 已編寫有關上述事宜的政策及程序手冊並由主席批准。我們會將該手冊併入為我們的ISO文件一部分，並向全體員工發佈。倘我們的主要市場的監管規則有任何變動，我們將立即更新該手冊。我們亦將每年審閱該手冊，作為我們的ISO審閱過程一部分；及
- 在所有銷售合約中，將加入一項訂明海外分銷商及最終客戶負責確保所訂明的產品規格符合當地監管規定的條款。

此外，我們以往經常參與下列活動，以獲取有關全球監管環境的資料，日後將繼續參與這些活動：

- 陳亦寧女士出席每年於歐洲舉行的化妝品科學會議(IN-COSMETIC會議)，以獲取美國及歐盟化妝品法規的最新趨勢及監管資料；
- 陳亦寧女士亦透過瀏覽政府或相關機構於相關司法管轄區的網站，搜集其於法規的變動；
- 我們為美國 Cosmetic Toiletries Fragrance Association (「CTFA」)的活躍會員，並定期自CTFA獲取最新消息。我們亦購買其他書籍及參考資料以獲取有關適用於我們產品的化學品(全球可合法使用或被禁用的化學品)的全球監管的最新資料。

董事的確認

經考慮上述各項，包括(i) FDA施加刑事罰則的可能性極微；(ii)顧客或產品的最終用戶作出法律行動的可能性極微；(iii)我們可就中國相關牙膏製造商進行潛在的因應法律行動；及(iv)售予海外客戶含有二甘醇的牙膏數量不多，董事確認，因牙膏問題產生的虧損不會對我們的財務狀況構成重大影響。

牙膏問題引起的更廣泛關注

牙膏問題使我們的產品品質受到更廣泛的關注。作為一站式服務供應商，我們提供多種賓客用品及其他酒店房間配套用品。我們的產品乃內部製造或自第三方供應商採購。

為回應牙膏問題及保護我們的聲譽，我們即時向客戶解釋並向FDA澄請我們並無內部製造任何牙膏，而是自第三方供應商採購。我們非常關注該情況及實行專為牙膏而設的新採購規定及上文所述的其他品質保證措施。

牙膏乃我們自第三方供應商採購的主要日化產品。就其他採購項目而言，我們將維持嚴格系統以篩選可信賴及有質素的供應商。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－原材料及供應品」一節。就我們內部生產的產品而言，我們已實施載於本招股章程「業務－質量監控」一節的嚴格品質監控程序。此外，如上文所述，我們亦已實行多項政策，包括編製政策及程序手冊，以記錄有關主要市場產品質素及安全方面的監管規定的變動。我們將會緊密監察該等變動並檢討及在適當的情況下調整我們的品質監控程序，以確保我們遵照不同司法管轄區的適用產品質素及安全法律及法規。

概 要

控股股東已同意就本集團任何成員公司因於上市前出售含有有毒及有問題成份的產品而蒙受的所有成本、責任或損害向我們作出賠償。有關詳情，請參閱本招股章程附錄六「其他資料－1.遺產稅、稅項及其他彌償」一節。

財務資料概要

下列選定過往合併財務數據乃摘錄自我們截至二零零六年十二月三十一日止三個年度各年以及截至二零零六年及二零零七年六月三十日止六個月期間的合併財務資料（「財務資料」），該等財務資料全部載於本招股章程附錄一的會計師報告。財務資料按載於本招股章程附錄一第II節的基準及根據與香港財務報告準則一致的會計政策編製。投資者應將此等選定合併財務數據連同本招股章程附錄一及「財務資料」一節中「經營業績」一段所載討論一併閱讀。

概 要

收益表

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日 止六個月	
	二零零四年 (千港元)	二零零五年 (千港元)	二零零六年 (千港元)	二零零六年 (千港元) (未經審核)	二零零七年 (千港元)
收入	350,717	507,387	687,406	313,286	383,207
銷售成本	(248,159)	(371,171)	(492,100)	(223,722)	(265,474)
毛利	102,558	136,216	195,306	89,564	117,733
分銷成本	(32,389)	(35,255)	(44,063)	(20,990)	(25,741)
行政開支	(32,511)	(32,096)	(40,056)	(15,907)	(20,607)
其他收入	177	647	1,617	767	1,019
經營溢利	37,835	69,512	112,804	53,434	72,404
財務成本	(1,845)	(1,011)	(1,756)	(1,222)	(241)
應佔聯營公司溢利	-	-	12	4	40
未計所得稅前溢利	35,990	68,501	111,060	52,216	72,203
所得稅開支	(9,533)	(13,499)	(18,706)	(9,637)	(12,461)
本公司權益持有人 應佔年度／期間溢利	<u>26,457</u>	<u>55,002</u>	<u>92,354</u>	<u>42,579</u>	<u>59,742</u>
已宣派股息	<u>23,000</u>	<u>35,000</u>	<u>49,000</u>	<u>15,000</u>	<u>-</u>

概 要

	於十二月三十一日			於六月三十日
	二零零四年 (千港元)	二零零五年 (千港元)	二零零六年 (千港元)	二零零七年 (千港元)
選定資產負債表數據：				
非流動資產總值	98,428	110,088	120,090	130,849
流動資產總值	136,424	184,976	285,510	307,498
資產總值	234,852	295,064	405,600	438,347
流動負債總額	(140,822)	(175,605)	(240,699)	(210,639)
資產總值減流動負債	94,030	119,459	164,901	227,708
非流動負債總額	(685)	(5,451)	(345)	(331)
權益總額	<u>93,345</u>	<u>114,008</u>	<u>164,556</u>	<u>227,377</u>
流動(負債)/資產淨值	<u>(4,398)</u>	<u>9,371</u>	<u>44,811</u>	<u>96,859</u>

截至二零零七年十二月三十一日止年度的溢利預測

截至二零零七年十二月三十一日止年度本公司權益持有人
應佔預測綜合溢利⁽¹⁾ 不少於 110,500,000 港元

截至二零零七年十二月三十一日止年度未經審核備考
預測每股盈利⁽²⁾ 0.18 港元

附註：

- (1) 編製溢利預測的基準及假設載於本招股章程附錄三內。
- (2) 未經審核備考預測每股盈利是以截至二零零七年十二月三十一日止年度本公司權益持有人應佔預測綜合溢利計算，假設二零零七年全年 600,000,000 股股份已發行在外及超額配股權及根據購股權計劃可能授予的購股權不獲行使。

概 要

發售統計數字

除另有指明者外，編製股份發售統計數字時乃假設超額配股權不獲行使。每股股份的發售價範圍為2.50港元至2.98港元，並不包括1%經紀佣金、0.005%聯交所交易費及0.004%證監會交易徵費。

	按發售價 每股2.50港元 計算	按發售價 每股2.98港元 計算
股份市值 ⁽¹⁾	1,500,000,000 港元	1,788,000,000 港元
預測市盈率 ⁽²⁾	13.6 倍	16.2 倍
未經審核備考經調整每股有形資產淨值 ⁽³⁾	0.95 港元	1.07 港元

附註：

- (1) 市值乃根據緊隨股份發售完成後已發行600,000,000股股份的假設而計算。
- (2) 預測備考全面攤薄市盈率乃根據備考基準的預測每股盈利按各發售價計算。
- (3) 未經審核經調整每股有形資產淨值乃根據緊隨股份發售完成已發行600,000,000股股份及發售價分別2.50港元和2.98港元的假設而計算。

股息政策

於往績記錄期，我們就截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月分別宣派及支付股息23,000,000港元、35,000,000港元、49,000,000港元及零港元。宣派的股息均以現金支付。

股份發售完成後，本公司股東將有權收取我們宣派的股息。任何股息付款與款額將由本公司董事酌情釐定，並將視乎本集團之日後業務及盈利、資本要求及盈餘、一般財務狀況、合約限制及本公司董事認為相關的其他因素而定。

已發行股份的末期股息(如有)須經本公司董事會建議及於股東週年大會取得批准。此外，董事會可宣派特別及中期股息。任何已宣派股息的付款及款額將須遵守本公司的組織章程大綱及細則及開曼群島公司法，以可分派溢利及儲備支付，進一步詳情刊載於本招股章程附錄五「股息及其他分派方式」一節。

在上文所述者規限下，自截至二零零七年十二月三十一日止財政年度起，本公司董事現擬宣派款額相等於本公司權益持有人於各財政年度應佔綜合溢利約40.0%之現金股息。

發行新股份所得款項用途

根據每股股份2.74港元的發售價(即本招股章程封面所載指示發售價範圍的中位數)，假設超額配股權未獲行使計算，本公司估計發行新股作為股份發售一環的所得款項淨額(於扣除包銷佣金及本公司已付或應付的其他估計發售開支後)將約為377,500,000港元。本集團擬將所得款項淨額作如下用途：

- 約80,000,000港元(相當於股份發售所得款項淨額約21.2%)預期將主要用於以下的銷售及市場推廣活動：
 - (i) 約50,000,000港元用於為進一步加強北美洲及歐洲銷售發展提供資金，包括但不限於設立供應賓客用品及業務發展的合營企業及／或與我們的分銷商或其他客戶訂立分銷協議。於最後實際可行日期，我們並未物色到任何特定合營企業夥伴；

概 要

- (ii) 約15,000,000港元用於設立新銷售辦事處、拓展銷售網絡及將銷售拓展至大中華區的中檔酒店及酒店連鎖集團；及
- (iii) 約15,000,000港元用於增加宣傳及市場推廣活動、提升自有品牌產品的品牌形象及開發新產品的配製及設計；
- 約159,000,000港元(佔股份發售所得款項淨額約42.1%)預期將主要用於加強以下的生產：
 - (i) 約54,000,000港元用於平湖生產基地，其中：
 - 約32,000,000港元用於購入額外生產設備以提高本公司日化產品的產能，因此預期至二零零九年底平湖生產基地的日化產品的年產能力將增加約70.0%(與二零零六年十二月三十一日比較)；
 - 約11,000,000港元用於購入額外生產設備以提高本集團牙刷的產能，因此預期至二零零九年底平湖生產基地的牙刷的年產能力將增加約100.0%(與二零零六年十二月三十一日比較)；
 - 約4,000,000港元用於購入額外生產設備以提高本集團浴皂的產能，因此預期至二零零九年底平湖生產基地的浴皂產能將增加約50.0%(與二零零六年十二月三十一日比較)；及
 - 約7,000,000港元用於購入額外物流作業設備、更換老化設施及整體上改善工作環境；
 - (ii) 約105,000,000港元用於羅定生產基地或其他新生產工場，其中：
 - 約52,000,000港元用於設立新生產車間及其他配套設施；

概 要

- 約31,000,000港元用於購入生產設備以生產日化產品，因此預期至二零零九年年底羅定生產基地或其他新生產工場的日化產品年產能力將增加約100.0%（與平湖生產基地於二零零六年十二月三十一日的年產能力比較）；
- 約14,000,000港元用以購入生產設備以生產牙刷，因此預期至二零零九年年底羅定生產基地或其他新生產工場的牙刷年產能力將增加約200.0%（與平湖生產基地於二零零六年十二月三十一日的年產能力比較）；
- 約4,000,000港元用於購入生產設備以生產浴皂，因此預期至二零零九年年底羅定生產基地或其他新生產工場的浴皂年產能力將增加約40.0%（與平湖生產基地於二零零六年十二月三十一日的年產能力比較）；
- 約4,000,000港元用於購入物流用途的設備；
- 約20,000,000港元（相當於股份發售所得款項淨額約5.3%）預期將主要透過購入及／或設立原材料及供應品上游生產線，用於加強採購；
- 約39,000,000港元（相當於股份發售所得款項淨額約10.3%）預期將主要用於償還短期銀行貸款，包括中國銀行（香港）的兩項銀行貸款，其中一項尚未償還款項約為2,200,000港元，年利率為香港銀行同業拆息另加1.2%，並於二零零八年一月到期，而另一項約為15,000,000港元，年利率為最優惠利率另加1%，並於二零零七年十二月或上市後一個月到期（以較早者為準），以及中國銀行（深圳分行）的兩項銀行貸款，尚未償還款項合共約21,800,000港元，年利率分別為7.23%及7.52%，並於二零零八年七月到期；
- 約55,400,000港元（相當於股份發售所得款項淨額約14.7%）預期將主要用於下列各項：
 - (i) 約6,200,000港元用於清繳為取得建設羅定生產基地的一幅土地的土地使用權的尚欠代價；

概 要

- (ii) 約 15,000,000 港元用以糾正平湖土地二 (定義見本招股章程「業務－物業」一節) 及建於其上的房屋構築物的所有權，主要是支付於相關土地開墾及轉讓程序中的地價；及
- (iii) 約 34,200,000 港元用以在大中華區及東南亞設立物流設施；
- 約 5,000,000 港元 (佔股份發售所得款項淨額約 1.3%) 預期將用於加強管理資訊系統；及
- 餘額約 19,100,000 港元 (相當於股份發售所得款項淨額約 5.1%) 將撥作本集團的一般營運資金。

上述設立羅定生產基地涉及收購土地。我們已與廣東省羅定市雙東鎮人民政府訂立土地轉讓協議，購入羅定一幅土地的土地使用權以建造羅定生產基地。有關該幅土地的詳情載於本招股章程附錄四。

該幅土地的土地使用權的總代價約人民幣 10,000,000 元，我們已於二零零七年六月三十日支付約人民幣 3,700,000 元。未支付的代價約人民幣 6,300,000 元將以上述擬用作建造羅定生產基地的部分所得款項支付。我們現時預期羅定生產基地將於二零零九年初落成投產。

與此同時，我們正尋求羅定以外並擁有設立新生產車間潛力的地方，但並未採取任何具體步驟或訂立任何協議。有鑑於此，我們的新生產設施未必會建於羅定，而建於對我們有利的其他地方 (考慮因素包括搬遷對成本的影響、對製造業尤其是對海外企業有利的政府政策、勞工充足及鄰近中國客戶)。倘我們不興建羅定生產基地，我們將出售原本計劃用作興建用途的上述土地的現有權益。董事預期，我們將不會因該出售而蒙受任何重大虧損。

董事相信，中國經濟增長迅速加上二零零八年北京舉辦奧運會及二零一零年上海舉辦世博會及於廣州舉辦亞運會，於可預見未來將會為我們呈現在中國極為吸引的商機。此外，除了主要為豪華及高級酒店及國際航空公司營運商生產訂製產品

外，我們正積極物色透過大量生產及供應標準化及統一賓客用品，拓展至中檔及連鎖式經濟型酒店市場的市場潛力。故此，我們預期我們的產品將有殷切的需求，以善用上述的產能增加。

購股權計劃

我們有條件採納購股權計劃，旨在獎勵對本集團有貢獻之相關參與人士，並令本集團可招聘具才幹僱員及招攬對我們有價值之人力資源。購股權計劃主要條款於本招股章程附註六「購股權計劃」一段中概述。

風險因素

我們相信，我們的業務經營以及於股份發售的投資涉及若干風險。有關該等風險因素的詳細討論載於本招股章程「風險因素」一節。該等風險可分類如下：

與我們業務的有關的風險：

- 我們向美國供應的若干牙膏被發現含有二甘醇並須由相關分銷商自願收回
- 我們的產能未必能應付生產需求
- 我們或許未能維持或控制日後增長
- 我們依重若干主要直銷客戶及分銷商
- 我們依賴分銷商出售產品
- 我們的產品可能含有有毒材料或對健康有害的材料
- 未能將上漲的原材料價格轉嫁予客戶將減低我們的利潤率
- 我們依重海外市場
- 我們的未來業務增長倚重擴充中國市場的銷售
- 我們依重向第三方供應商採購優質產品
- 我們面對匯率波動的風險
- 我們依重穩定的勞動力供應及勞工成本

概 要

- 不遵守中國僱員社會福利供款法規可能遭受罰款或處分，而我們為未支付的社會福利供款撥備可能不足夠
- 我們或未有投購足夠的保險
- 我們的業務及信譽或會受到產品責任申索、訴訟、投訴或有關我們產品的不利報導所影響
- 我們可能侵犯或面對可能被侵犯特許商標及其他知識產權
- 我們可能面對能源供應短缺
- 我們或許無法重續羅定租賃廠房的租賃協議
- 我們或許未能取得用於興建羅定生產基地的土地的土地使用權
- 我們及出租人並未就平湖生產基地的若干物業以及我們的平湖現有車間取得正式房屋所有權證
- 我們於往績記錄期內並未就新加坡的業務獲取一切所需的許可證及執照，且並未完全遵守相關新加坡法律及法規
- 在銷售產品的過程中，我們或會因現有相關監管規定的變動及實施新監管規定而非自願地違反法律及法規
- 我們依重若干主要行政人員及高級管理人員經營業務
- 我們過去的股息未必可作日後股息政策的參考
- 我們將受身為本集團董事的創辦人控制，而彼等的權益可能有別於我們的其他股東
- 根據購股權計劃授予購股權可能攤薄每股盈利及每股資產淨值
- 由於本公司根據開曼群島法律成立而該等法律對少數股東提供的保障可能比香港法律少，因此投資者保障其利益時或會面對困難
- 我們於二零零四年十二月三十一日錄得流動負債淨值

與行業有關的風險

- 我們面對現有與新進市場參與者的競爭
- 我們可能因酒店、款客服務及旅遊業衰退而受到不利影響
- 爆發非典型肺炎、禽流感或其他高傳染性病毒可能對酒店及航空公司營運商向我們發出訂單的情況有不利影響，以及令我們業務中斷
- 大眾的旅遊意慾因恐怖主義行動或威脅而減低或許會對我們造成不利影響
- 中國有關環保的現行法律及法規或新訂或收緊法律及法規可能令我們產生龐大的資本開支，而我們無法保證我們將可遵守任何有關法律及法規
- 社會責任標準可影響我們的業務

與在中國運作及進行業務有關的風險

- 中國的政治及經濟環境或會影響我們的營運及表現
- 中國法律及法規的詮釋及強制執行存在不明朗因素
- 人民幣匯率波動可能影響我們的經營業績
- 有關中國稅務優惠待遇的政策變動可能對我們的盈利能力有不利影響

與股份及股份發售有關的風險

- 我們及／或現有股東日後出售股份可能會影響股份的價格
- 股份過去並無公開市場
- 股份流通性及市價可能會波動
- 本招股章程所載摘錄自政府官方出版刊物有關行業的實情及統計數據可能不準確
- 前瞻性陳述未必準確
- 投資者不應依賴載於報章或其他媒體報導有關本集團及股份發售的任何資料