

概 要

本概要旨在向閣下概述本招股章程所載資料，應與本招股章程全文一併閱覽。由於僅為概要，故此並無載有可能對閣下屬重要的所有資料。閣下決定投資發售股份前，應細閱整份招股章程。

任何投資均附帶風險。投資發售股份的若干特定風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下決定投資發售股份前應細閱該節。

業務概覽

概覽

本集團於1994年創立，就銷量而言，為中國頂尖空調品牌之一。本集團主要從事空調產品設計開發、製造及銷售，截至2008年12月31日止年度的營業額中，超過97%是來自空調及空調零部件銷售。

本集團已奠定志高牌的強勁認受性，分別獲中華人民共和國國家質量監督檢驗檢疫總局認可為「中國名牌產品」及中華人民共和國國家工商行政管理總局商標局認可為「中國馳名商標」乃最佳憑證。根據國家信息中心發行的2008冷凍年度對家用空調的年度研究報告，國內家用空調市場由十大空調製造商雄據，佔中國市場銷量逾80%，而五大國內空調製造商（包括本集團）則約佔中國市場62.2%。按照國家信息中心資源開發部，五大國內空調製造商中，以銷量計算，本集團排名第四，即於2008年約7.6%。

下表載有本集團志高牌空調在中國市場近年的排名及市場份額（兩者均以銷量計算），足證本集團持續發展及增長。

	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年*	2008年*
排名(附註)	15以外	15以外	12	9	5	4	4	4	4
市場份額(附註) (按銷量計)	並無披露	並無披露	2.5%	3.6%	5.6%	6.0%	6.7%	6.8%	7.6%

概 要

附註：除「*」另有所指外，上述數據摘錄自國家信息中心資源開發部於2007年5月出版的「空調行業市場分析報告」，代表所述各冷凍年度在中國市場的空調銷量。

* 該等數據摘錄自國家信息中心資源開發部分別於2008年7月及2009年4月發出的確認函，代表所述各整個年度在中國市場的空調銷量。

董事亦相信，本集團的產品及服務持續保持高質量，從本集團所獲的獎勵及認證可見一斑，如2004年獲中國認證中心頒發「中國節能產品認證」。於2007年8月，本集團獲聯合國之友（人類居住環境全球論壇的組織委員會）頒發全球綠化環境保護節能空調的全球人類居住環境獎。

本集團於中國本地及海外市場銷售其空調產品及空調零部件。本集團截至2008年12月31日止年度分別在中國市場及海外市場銷售之產品約48.6%及51.4%，而於有關期間，本集團的空調產品於中國市場以志高牌及現代HYUNDAI牌出售，於海外市場，本集團的空調產品則以志高牌及原設備製造方式出售。

截至2008年12月31日止三個年度，空調銷售額分別約佔本集團總營業額的96.4%、96.7%及90.3%，而空調零部件則分別約佔0.6%、1.3%及7.0%。除空調外，本集團亦製造及銷售風幕機、水冷式冰箱、除濕機及酒櫃。本集團亦採購並轉售小型家電，並將志高牌名稱授權予銷售該等產品的原設備製造商。根據本集團與原設備製造商的特許安排，本集團可授出特許權予原設備製造商，以製造志高牌小型家電，從而得到商標特許費。根據該等安排，除指定小型家電以外，原設備製造商不得將本集團的志高牌用於任何產品。本集團將為原設備製造商設定以志高牌製造小型家電的每月銷售目標。原設備製造商會提供客戶服務。截至2008年12月31日止三個年度，原設備製造商根據該等安排提供的特許費平均不超過本集團總營業額0.06%。

概 要

下表載列本集團截至2008年12月31日止三個年度透過銷售志高牌、現代牌及原設備製造空調、空調零部件及其他產品所得的金額及所佔本集團總營業額的百分比：

	截至12月31日止年度					
	2006年		2007年		2008年	
	人民幣千元	佔 營業額 百分比	人民幣千元	佔 營業額 百分比	人民幣千元	佔 營業額 百分比
志高牌空調	2,740,543	60.4	3,404,391	59.5	2,899,778	49.0
現代牌空調	201,381	4.4	163,803	2.9	116,558	2.0
原設備製造空調	1,430,389	31.6	1,959,106	34.3	2,330,942	39.3
空調零部件	24,821	0.6	72,410	1.3	415,608	7.0
其他產品	137,928	3.0	116,698	2.0	157,697	2.7
總計	<u>4,535,062</u>	<u>100.0</u>	<u>5,716,408</u>	<u>100.0</u>	<u>5,920,583</u>	<u>100.0</u>

截至2008年12月31日止三個年度，本集團分別銷售合共約2,719,800、2,941,900及2,956,800台家用空調。同期，本集團分別銷售共約45,600、129,100及86,200台商用空調產品。

本集團的國內銷售網絡按地域劃分為六個銷售區，遍及中國31個省份、直轄市和自治區的30個。本集團於中國擁有龐大銷售及分銷網絡，並透過獨立地區經銷商（或會透過其分銷商進一步分銷本集團產品）及家電零售連鎖營運商銷售其產品。就本集團產品的海外銷售而言，本集團向海外經銷商及空調產品製造商銷售其產品，包括其他亞洲國家、歐洲市場、美國市場、中東及非洲市場以及其他市場。本集團為製造商，向上述經銷商、家電零售連鎖營運商及製造商銷售產品，故本集團與本集團產品的最終用戶的直接接觸有限。然而，本集團與該等經銷商（就中國市場而言亦包括地區經銷商的分銷商）、家電零售連鎖營運商及製造商緊密合作，以收集市場資訊及相關數據。此外，在中國市場，本集團亦(i)維持負責收集市場資訊並與本集團家電零售連鎖營運商客戶與經銷商客戶（及其分銷商）緊密合作的產品管理中心網絡；及(ii)為推廣本集團產品與家電零售連鎖營運商，透過調配本集團聘用的銷售代表至其零售連鎖店舖的銷售櫃檯，令本集團得以緊密監視市場狀況。

本集團的一體化製造基地包括七項生產支援設施，使本集團能自行製造用於製造本集團共33個系列中三大主要家用空調系列（就產量而言），即3,500W及5,100W壁掛式空調及5,100W落地式家用空調（佔本集團截至2008年12月31日止年度家用空調總產量約30%）的10種主要部件的8種（主要部件的詳情載於本招股章程「業務」項

概 要

下「生產 — 零部件」一段)及超過65%的零件總數(包括用於製造上述主要部件的零件)，本集團相信可更有效地控制生產成本和協調採購、生產和付運工作。該一體化減少了向外間供應商付款的需要，有效減省本集團的生產成本及提高利潤率，而向該等供應商採購零部件的需要減少，亦省卻時間。

本集團的質量控制管理已在2001年12月獲得ISO9001:2000質量管理體系認證。本集團的產品有超過400項已取得不同的國內和海外權威機構的認證。這些認證包括中國國家強制性產品認證證書、全國工業產品生產許可證、歐盟CE認證、美國UL認證、德國GS認證和澳洲Energy Safe Victoria認證。本集團亦於2006年6月取得ISO14001:2004的環境管理標準認證。此外，本集團空調的設計及製造已作審核，證實符合有害物質禁用指令遵從驗證審核要求。於採購本集團產品時，本集團的中國及海外客戶經常指定要求須具有這些認證。因此，取得這些認證對本集團進行中國及海外銷售而言十分重要。此外，這些認證說明了本集團產品的質素，對幫助本集團吸引新客戶及加強本集團於中國及海外市場的競爭力極為重要。

本集團與威能集團(歐洲領先暖氣科技集團)建立策略業務關係，威能集團於2006年12月透過其全資附屬公司索尼埃對本公司作出投資。除索尼埃外，本集團亦有另外四名投資者，即豐盈、智匯動力、Getchance及Raffles Partners。有關索尼埃、志高集團與李興浩先生訂立的股份購買協議及本公司與豐盈、智匯動力、Getchance及Raffles Partners訂立的認購協議詳情，請參閱本招股章程「策略投資者及其他投資者」一節。

產能

本集團於2006年、2007年以及2008年分別約93.1%、89.7%及85.0%的營業額來

概 要

自家用空調銷售。於家用空調的裝配及製造程序更加標準化及可作計量後，本集團生產線於往績記錄期間的產能及使用率載列如下。

	截至12月31日止年度		
	2006年	2007年	2008年
家用空調生產線數目 ⁽¹⁾	14	16	16
設定產能(台) ⁽²⁾	3,339,623	4,418,296	4,610,338
實際產量(台) ⁽³⁾	2,774,124	3,078,296	2,822,460
使用率(%)	83.1%	69.7%	61.2%

附註：

- (1) 該等生產線包括製造室內機及室外機的專用線。部分生產線可作調整以製造不同類型的家用空調。
- (2) 本集團生產設施於往績記錄期間的設定產能按照各家用空調生產線在瓶頸工序下每日最高產量的總和計算，並根據數個假設，包括2006年、2007年以及2008年的每日操作時數、所生產的產品類別及實際工作日數。
- (3) 家用空調的實際產量包括分體式空調、窗口式空調及移動式空調。

本集團家用空調生產線的使用率於往績記錄期間出現波動，是由於設定產能及本集團家用空調的實際產量有所變動。往績記錄期間的設定產能出現變動是由於期間的實際工作日數不同、生產線數目增加及生產效率提高。設定產能由2006年約3,339,623台增至2007年約4,418,296台，乃主要由於在兩段期間生產線的數目由14增至16條。設定產能由2007年約4,418,296台增至2008年約4,610,338台，主要原因是期內移動式空調產量減少及分體式空調產量增加。生產一台移動式空調的時間比生產一台分體式空調的時間相對較長。生產產品類型變動，導致本集團2008年設定產能上升。2007年家用空調實際產量上升，主要是由於本集團的生產線增加及銷售計劃反映了本集團於該段期間的實際銷售增加。2008年家用空調實際產量減少，主要由於本集團期內實際銷售減少。由於生產乃由銷售計劃所帶動，故本集團根據接獲的實際銷售訂單調整其家用空調產量。於2008年，受到接近年底時出現經濟衰退所影響，家用空調的實際操作時數與實際產量有所減少。

概 要

商用空調產品按照每項訂單所需規格製造。生產商用空調產品所需的裝備及時間因而變化很大，本集團列示其商用空調產品的設定產能並無意義。本集團於2006年、2007年及2008年分別擁有五條、七條及七條製造商用空調產品的生產線，下表列出本集團商用空調於該等期間的實際產量。

	截至12月31日止年度		
	2006年	2007年	2008年
商用空調產品			
實際產量(台)	110,880	155,268	158,331

本集團計劃運用全球發售所得款項擴展於中國安徽省蕪湖及中國江西省九江的商用空調產品製造產能。預期於2011年上半年完成製造產能擴展的項目後，本集團製造商用空調產品的生產線數目將由七條增至九條。

競爭優勢

本集團相信其擁有下列競爭優勢：

- 高質素產品令品牌認受性增強及市場份額增加；
- 強大零部件生產能力強化本集團一體化生產流程及供應鏈管理；
- 在中國和海外市場的龐大分銷網絡；
- 對產品研發的高度重視；及
- 經驗豐富及努力不懈的管理團隊。

業務策略

本集團致力成為中國頂尖空調製造商並擬專注於以下主要策略，鞏固市場地位：

- 進一步加強生產程序的一體化及質量控制；
- 擴展商用空調產品的製造及分銷能力；
- 加強研發能力及多元發展具有先進特點的產品；

概 要

- 策略性合作；及
- 提升品牌知名度。

財務資料概要

以下分別為本集團截至2008年12月31日止三個年度的綜合收益表概要以及本集團截至2008年12月31日止三個年度的綜合資產負債表數據，乃摘錄自載於本招股章程附錄一的會計師報告。業績按照載於上述會計師報告的呈列基準編製。

綜合收益表數據概要

	截至12月31日止年度		
	2006年 人民幣千元	2007年 人民幣千元	2008年 人民幣千元
營業額	4,535,062	5,716,408	5,920,583
銷貨成本	<u>(3,699,918)</u>	<u>(4,659,817)</u>	<u>(4,940,650)</u>
毛利	835,144	1,056,591	979,933
其他收入	10,750	49,310	49,071
銷售及分銷成本	(351,436)	(525,604)	(500,336)
行政開支	(149,403)	(136,532)	(183,694)
其他開支	(4,221)	(26,378)	(49,197)
衍生金融工具公平值變動			
淨收益(虧損)	—	44,214	(83,978)
其他借貸的內置轉換權			
衍生工具公平值變動	(35,258)	—	—
融資成本	<u>(42,171)</u>	<u>(91,567)</u>	<u>(114,065)</u>
除稅前溢利	263,405	370,034	97,734
稅項	<u>(42,450)</u>	<u>2,869</u>	<u>(2,446)</u>
年度溢利	<u>220,955</u>	<u>372,903</u>	<u>95,288</u>
股息	<u>94,705</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
每股盈利			
— 基本	<u>61.9分</u>	<u>87.2分</u>	<u>22.3分</u>

概 要

綜合資產負債表數據概要

	本集團		
	2006年 人民幣千元	於12月31日 2007年 人民幣千元	2008年 人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	423,671	333,539	372,595
土地使用權	44,947	85,938	84,124
無形資產	3,288	3,169	2,812
預付租賃款項	14,791	64,565	103,831
收購物業、廠房及設備的按金	1,053	17,679	10,557
遞延稅項資產	6,503	9,372	9,921
	<u>494,253</u>	<u>514,262</u>	<u>583,840</u>
流動資產			
存貨	774,294	1,595,528	1,422,838
貿易及其他應收款	896,068	1,124,796	1,499,119
土地使用權	963	1,815	1,815
可收回稅項	—	1,795	13,662
衍生金融工具	—	43,515	3,408
已抵押銀行存款	894,590	1,115,022	1,006,067
銀行結餘及現金	298,988	74,767	260,834
	<u>2,864,903</u>	<u>3,957,238</u>	<u>4,207,743</u>
流動負債			
貿易及其他應付款	1,787,392	2,248,741	2,031,918
保修撥備	16,834	35,123	35,302
欠最終控股公司款項	207,671	28,250	28,250
欠一名董事款項	102,286	47,216	15,580
應付股息	95,768	100,000	—
應付稅項	89,014	75,833	75,683
衍生金融工具	—	12	82,294
短期銀行貸款	225,981	688,730	1,077,986
	<u>2,524,946</u>	<u>3,223,905</u>	<u>3,347,013</u>
淨流動資產	<u>339,957</u>	<u>733,333</u>	<u>860,730</u>
總資產減流動負債	<u>834,210</u>	<u>1,247,595</u>	<u>1,444,570</u>
非流動負債			
政府資助	24,000	64,482	63,174
遞延稅項負債	—	—	2,995
	<u>24,000</u>	<u>64,482</u>	<u>66,169</u>
淨資產	<u>810,210</u>	<u>1,183,113</u>	<u>1,378,401</u>
資本及儲備			
股本	1	1	1
儲備	810,209	1,183,112	1,378,400
總權益	<u>810,210</u>	<u>1,183,113</u>	<u>1,378,401</u>

本集團截至2008年12月31日止年度的財務表現較截至2007年12月31日止年度滑落

儘管截至2007年12月31日止年度較截至2006年12月31日止年度錄得大幅增長，本集團截至2008年12月31日止年度的主要表現指標仍不及截至2007年12月31日止年度，主要由於：

- (i) 2008年下半年爆發全球經濟危機及出現經濟衰退，以及中國出現異常寒冷天氣，對本集團的中國空調銷售額構成不利影響；
- (ii) 銷貨成本增加，主要歸因於原材料成本上漲所致；及
- (iii) 外匯遠期合約及銅掉期合約的公平值變動產生淨虧損。

影響本集團主要表現指標的若干因素簡述如下：

經濟下滑影響及中國夏天較為涼快對中國銷售額及財務狀況構成的影響

- 本集團空調產品的中國銷售額由2007年約人民幣3,257.8百萬元減至2008年約人民幣2,680.0百萬元，而本集團產品於2008年12月31日的存貨周轉率為111.5日，2007年12月31日則為92.8日，此乃主要由於2008年中國經濟放緩及夏季天氣普遍較為涼快，導致本集團產品之銷售速度緩慢，繼而亦導致存貨轉為銷售的時間增加。
- 隨著中國經濟放緩，本集團若干中國地區經銷商須更長時間處理向本集團作出之採購，就此，本集團已於2008年作出人民幣3.9百萬元之撥備。

因此，本集團的應收款周轉比率由2007年12月31日的59.9日增至2008年12月31日的76.7日。應收款周轉比率及貿易應收款賬齡分析的討論詳情（包括但不限於貿易應收款截至2009年5月31日止的其後結算），請參閱本招股章程「財務資料—財務狀況分析—主要資產負債表項目及財務比率的分析—貿易及其他應收款及應收款周轉日數」一節。

- 本集團的資產負債比率由2007年12月31日的15.4%增至2008年12月31日的22.5%，原因為本集團將短期銀行貸款由2007年12月31日的人民幣688.7百萬元增至2008年12月31日的人民幣1,078.0百萬元，以應付

營運資金需求；加上本集團若干客戶受到2008年經濟下滑影響，以致貿易應收款之收款進度減慢。

毛利倒退

- 與2007年比較，本集團截至2008年12月31日止年度的毛利下跌7.3%，主要由於：
 - (i) 2008年中國物業市場衰退，導致銷售家用及商用空調產品營業額較低；及
 - (ii) 銷貨成本上升，尤其原材料成本增幅高於本集團同期銷售額，導致錄得較高銷貨成本。

因此，本集團整體毛利率由截至2007年12月31日止年度18.5%減少至截至2008年12月31日止年度16.6%。

純利倒退及公平值變動

- 相比2007年，本集團截至2008年12月31日止年度之純利下降74.4%，主要由於：
 - (i) 銷貨成本大幅高於營業額增幅導致毛利減少；
 - (ii) 可收取營業額及銷售額放緩令銀行借貸增加，導致融資成本增加；
 - (iii) 進行多項重大銀行交易，導致銀行處理費等本集團行政開支增加；
 - (iv) 美元兌人民幣貶值，而大部分海外銷售額乃以美元計值，故錄得匯兌虧損淨額，加上可收取營業額放緩，尤其經濟衰退後更難以自中國地區經銷商收取營業額，令貿易應收款呆賬撥備增加，導致本集團其他開支增加；及
 - (v) 因2008年下半年人民幣較其他外幣相對穩定，故錄得外匯遠期合約公平值變動淨虧損，以及訂立銅掉期合約後銅市價下跌至欠佳水平，導致出現已變現虧損及公平值變動淨虧損。

概 要

基於上述理由，本集團純利率由截至2007年12月31日止年度6.5%減至截至2008年12月31日止年度之1.6%。

本集團於往績記錄期間的進一步財務資料及若干其他相關資料，請參閱本招股章程「財務資料」一節及本招股章程附錄一所載會計師報告、「風險因素 — 與本集團有關的風險 — 季節性波動及天氣狀況」、「風險因素 — 與本集團有關的風險 — 經濟下滑」各節及「風險因素 — 與本集團有關的風險 — 全球信貸及資本市場以及全球經濟受到長期干擾，或對本集團的流動資金、經營業績、財務狀況、前景及未來擴充計劃構成重大不利影響」一節。

本集團於2009年的經營及財務狀況或受到近期的經濟低迷所影響

經濟危機影響乃自2008年發生，或會於2009年繼續對多個經濟體及市場以及本集團於2009年的業績及經營以及財務收況構成影響。由2009年1月1日起至2009年3月31日止，本集團遇到中國及海外客戶拖延還款的情況，金額約為人民幣69.7百萬元。因此，本集團於2009年3月31日的未經審核應收款周轉比率較2008年12月31日的76.7日增至113.8日。

本公司相信，有關客戶均受經濟低迷所影響，以致銷售額放緩及存貨周轉期延長，影響現金流量，因而要求本集團給予較一般還款期長的還款期。儘管如前文所述，該等客戶繼續逐步償還結欠本集團的未償還款項，而於2009年3月31日彼等並無拖延償還欠款。

本集團將繼續經常監察該等客戶的還款進度，確保悉數償還欠款，並根據適用會計準則就呆賬作出所需撥備。請參閱本招股章程「財務資料 — 財務狀況分析 — 主要資產負債表項目及財務比率的分析 — 貿易及其他應收款及應收款周轉日數」一節所載信貸監控程序。

就海外客戶而言，本集團於2009年首季僅有五張訂單被取消，涉及金額合共約人民幣16.9百萬元。於上述期間，一名海外客戶亦要求降低售價12%，涉及金額約為人民幣2.0百萬元。

然而，由於取消訂單或減價的價值與本集團於往績記錄期間的營業額相比並不重大或並非來自本集團主要海外客戶，儘管有關情況可能對本集團於2009

年自海外客戶的營業額構成部分影響，惟董事相信，預期有關取消訂單或減價不會對本集團的2009年海外銷售額造成重大負面影響。

然而，概不保證本集團將不會於不久將來遇到類似或甚至更多嚴重拖延還款、取消訂單或減價的情況。請參閱本招股章程「風險因素 — 與本集團有關的風險 — 季節性波動及天氣狀況」、「風險因素 — 與本集團有關的風險 — 經濟下滑」各節以及「風險因素 — 與本集團有關的風險 — 增長的可持續性」一節。

所得款項用途

董事相信，全球發售將會提高本集團的企業知名度並鞏固其資本基礎，亦將為本集團實踐業務策略及推行未來計劃提供資金。

於行使超額配股權前及扣除包銷佣金及其他估計開支後，並假設發售價為每股股份1.885港元（即指定發售價範圍的中位數），全球發售的所得款項淨額估計約達93.8百萬港元。倘若超額配股權獲悉數行使，在扣除包銷佣金及其他估計開支後，並假設初步發售價同樣為發售價範圍的中位數，則全球發售的所得款項淨額估計約達113.6百萬港元。董事計劃利用所得款項淨額作以下用途：

- 所得款項淨額約60.0%，即約56.3百萬港元用作擴展本集團生產商用空調產品的產能。該等擴展項目已展開，惟其進度因經濟衰退而減慢，本集團已按其業務需要調整建築工程時間表。預期產能擴展項目於2009年下半年展開並於2011年上半年完成，此後，製造本集團商用空調產品的生產線數目將由七條增加至九條；
- 所得款項淨額約30.0%，即約28.1百萬港元用作宣傳及營銷活動，包括：(i) 透過全國電視媒介、室外廣告媒介、出版媒介及互聯網推廣本集團品牌及產品；(ii) 進一步與地區經銷商合作以加強店舖推廣；(iii) 針對最終用戶進行推廣活動；(iv) 生產推廣贈品；及(v) 參與貿易展銷會；及
- 餘額撥作營運資金。

倘超額配股權獲全面行使，本集團將獲額外所得款項淨額約19.8百萬港元，董事計劃將此用於廣告及市場推廣活動。

概 要

倘發售價定為指標發售價格範圍的上限或下限，則本集團的全球發售所得款項淨額將分別約為120.7百萬港元及66.8百萬港元，而本集團會按比例就上述目的調整所得款項淨額的分配。

將全球發售所得款項淨額匯款至中國須獲相關中國機關(包括外匯登記及／或商務部或其授權當局)的批准，但由於發售價及全球所得款項的最終金額尚未釐定，故無法在全球發售完成前申請該等批准及／或登記。本集團將在全球發售完成後申請所需批准及外匯登記。倘全球發售的所得款項淨額毋須即時用作上述用途，或本集團未能按計劃實行發展計劃的任何部分，或本集團無法取得所需批准或完成外匯登記，則本集團或會在其認為符合其最佳利益的情況下，將該等資金存放在香港的銀行及／或財務機構作短期存款。在此情況下，本公司會遵守上市規則的適用披露規定。

發售統計數據

	按每股發售股份 最低指標發售價 1.50港元計算	按每股發售股份 最高指標發售價 2.27港元計算
股份市值 ⁽¹⁾	750百萬港元	1,135百萬港元
未經審核備考經調整每股有形資產淨值 ⁽²⁾	3.25港元	3.36港元

附註：

- (1) 市值乃根據預期於全球發售及資本化發行後將發行的股份500,000,000股計算，惟並無計及根據超額配股權可能發行的任何股份及根據購股權計劃授出的購股權。
- (2) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值乃參照本招股章程附錄二「未經審核備考財務資料」一節所述調整，並按全球發售完成後預期發行合共500,000,000股股份之基準計算。

股息政策

視乎本公司可動用現金及可分派儲備、本集團投資所需及本集團的現金流量、營運資金及其他要求，董事現時擬於全球發售後的首個財務年度宣派及建議派付不少於日常活動所得純利(如有)的30%股息。

上述意向並不構成任何本公司於全球發售後首個財務年度或之後須或將以該種方式宣派或派付股息或宣派或派付任何股息的任何保證或聲明或指示。本集團於上市後採納的股息政策詳情載於本招股章程「財務資料」一節「股息」分節。董事可隨時審閱股息政策，而本公司可基於審閱結果而決定不派付任何股息。

風險因素

本集團的業務涉及若干風險，有意投資者在投資發售股份時應評估此等風險。此等風險可分類為：(i)與本集團有關的風險；(ii)與產業相關的風險；(iii)與中國有關的風險；及(iv)與全球發售有關的風險。該等風險於「風險因素」一節詳述，並載列如下：

與本集團有關的風險

- 本集團產品的認證
- 有瑕疵產品的潛在索償
- 本集團營運及／或本集團市場的重大中斷
- 依賴主要客戶
- 季節性波動及天氣狀況
- 經濟下滑
- 依賴地區經銷商銷售本集團的產品
- 依賴主要供應商
- 外匯遠期合約、銅遠期合約及銅掉期合約
- 與最終用戶的直接接觸有限
- 依賴高級管理團隊和優秀人才
- 電力短缺
- 投保範圍有限
- 保修索償增加的潛在風險
- 增長的可持續性
- 未來股息政策

概 要

- 本集團知識產權保護的不確定性以及可能被侵權
- 未能掌握海外市場的發展機會
- 可能喪失優惠稅收待遇
- 新頒布的中國稅法或會影響本公司收取股息的稅項豁免
- 中國稅法或會影響本公司對外國投資者的應付股息及股份銷售的收益
- 勞動力短缺
- 缺乏執行商業策略的資金
- 建設生產設施
- 本公司控股股東的權益可能與其他股東的最佳利益互相衝突
- 本集團債務和利率不斷上升
- 環境問題
- 全球信貸及資本市場以及全球經濟受到長期干擾，或對本集團的流動資金、經營業績、財務狀況、前景及未來擴充計劃構成重大不利影響
- 不可抗力事件、戰爭、自然災害及其他災害將對本集團業務構成重大不利影響

與行業有關的風險

- 來自國內外公司的競爭
- 原材料和零部件價格及供應波動
- 徵收反傾銷和其他出口關稅及頒行最低能效比標準的潛在風險
- 科技轉變、有需要引進新產品及新產品週期可能頗長
- 中國加入世貿組織可能會加劇中國的空調行業競爭

與中國有關的風險

- 政治架構及經濟考慮因素

概 要

- 外匯考慮因素
- 法律及其他監管考慮因素
- 在中國送達法律程序文件及執行判決或會遇上困難
- 中國勞動合同法及其他勞動相關法規
- 可能再次出現嚴重急性呼吸道綜合症(非典型肺炎)、流感、禽流感(包括H5N1)或甲型H1N1流感(部分時間亦稱為豬流感)或其他廣泛傳播的公眾健康問題

與全球發售有關的風險

- 股份過往並無公開市場
- 股份的成交價或會波動
- 股份出現巨額成交或大量沽盤湧現會對其成交價造成不利影響
- 全球發售後，股份的流通量及市場價格可能反覆波動
- 股東的權益可能由於額外集資而被攤薄
- 有關從政府官方資料來源取得的資訊事實及統計數據可能不可靠
- 前瞻性陳述