

業 務

概覽

本公司是中國領先葡萄酒生產商之一。本公司最具代表性的葡萄酒乃以中國吉林省集安市附近長白山腳下葡萄園的特產山葡萄（俗稱「山葡萄」）釀製而成。於最後可行日期，本公司產品種類包括18種不同葡萄酒產品，可大致分為甜葡萄酒及干葡萄酒。於最後可行日期，本公司所有最具代表性的葡萄酒產品乃經由71個分銷商組成的銷售網絡及分銷渠道，以「通天」及「通天紅」商標在全國19個省及3個直轄市銷售。

本公司的競爭優勢

本公司認為其可憑藉以下優勢進行有效競爭：

生產設施選址具有策略性，接近優質葡萄基地

本公司董事認為生產好酒的關鍵因素是選用優質葡萄。本公司酒廠座落於長白山麓，毗鄰中國吉林省集安市，附近葡萄園環繞，乃本公司生產葡萄酒所需葡萄的來源。集安地區乃世界上少數幾處特產山葡萄的地區之一，山葡萄給予本集團所生產的葡萄酒一種獨特口感。尤其是，作為該地區一種土特產山葡萄，其鞣酸及多酚（包括白藜蘆醇）的含量高於其他品種。本公司董事認為，用該等山葡萄釀製葡萄酒對消費者健康大有裨益，因此令本公司能夠與中國其他葡萄酒生產商有效競爭。

集安地區乃中國三大葡萄酒生產基地之一，處於北緯40度至50度之間，地理位置優越，具備下列理想的葡萄種植條件：大陸性季風氣候，每年冬季氣溫介乎約零下40攝氏度至45攝氏度，夏季不超過約36攝氏度，年降雨介乎400毫米至1100毫米，年均日照總時間介乎2,400個小時至2,500個小時，每年有110到130天無霜期。該地區亦擁有理想的葡萄種植土壤，主要為石灰岩及粘土，並因到處存在葡萄園而在歷史及文化方面享有盛名。因此，該地區有大量經驗豐富的葡萄園工人及釀酒工人及專家，能為本公司服務，以及有可靠穩定的葡萄來源，包括本公司生產葡萄酒所用的山葡萄。本公司的釀酒設施選址極具策略性，既毗鄰本公司在該地區的葡萄供應基地，同時又靠近本公司位於通化地區的葡萄酒生產設施。這兩個地區由一個現成的鐵路及高速公路網絡連接。靠近本公司原料供應商及本公司葡萄酒生產設施，令本集團能夠獲得穩定可靠的優質葡萄及葡萄汁供應用於生產葡萄酒。

業 務

「通天」及「通天紅」作為甜葡萄酒品牌在中國深得人心

本公司所有葡萄酒產品以本公司「通天」及「通天紅」為商標進行銷售。本公司董事一直認為，自從本公司在二零零一年成立以來，作為一家領先的甜葡萄酒生產商，本公司的品牌名稱已深入人心。本公司於二零零八年三月獲中國市場品牌戰略論壇組委會頒發「中國十大葡萄酒產業品牌」及「中國500強品牌」獎項。雖然本公司擬持續生產干葡萄酒系列，但本公司的重點已轉為爭取更大的甜葡萄酒市場份額。本公司認為甜葡萄酒市場尚無被較具規模的競爭者所支配。本公司董事認為中國的甜葡萄酒需求的增長速度將超過干葡萄酒的需求。

本公司認為，作為優質甜葡萄酒的象徵，本公司的品牌名稱正在被消費者所熟知。本公司的葡萄酒產品於二零零四年獲中國食品工業協會葡萄酒及果酒專家委員會認定為「優質葡萄酒」。我們認為這種知名度反映本公司優質甜葡萄酒產品在業內的口碑及市場信譽。鑑於中國葡萄酒市場發展相對滯後，本公司堅信，其悠久的品牌名稱將賦予本公司競爭優勢，使其可在本公司分銷網絡覆蓋的各省市捕捉更多商機，以及為本公司提供一個堅實平台，藉此在全中國開拓新市場。本公司將透過策略性及更新穎的市場推廣活動，持續致力增強品牌能見度。

已在中國建立遍佈全國的銷售及分銷網絡

本公司在中國建立及運作一個龐大的銷售及分銷網絡。於最後可行日期，本公司的葡萄酒產品在全中國19個省及3個直轄市銷售。本公司將葡萄酒產品銷售給位於中國上述省市的不同分銷商，該等分銷商再將本公司的葡萄酒產品分銷及銷售給第三方零售商，包括超市及煙酒專賣店以及餐飲店（如餐廳、酒樓及酒吧等），彼等亦會直接將產品分銷至客戶及其他代理分銷商。於最後可行日期，本公司共有71家分銷商。本公司的分銷商並非獨家分銷及銷售本集團的產品。

本公司現時的銷售及分銷網絡，由本公司執行董事張先生領導下的經驗豐富專業銷售團隊提供支持。本公司銷售人員向分銷商提供的服務，範圍包括提供及更新產品信息、承接銷售訂單及解決客戶需要。本公司銷售人員亦會定期拜訪客戶，以進一步了解彼等的需求，並獲取客戶對本公司產品及服務的反饋意見及建議。本公司董事相信，本公司銷售團隊的豐富經驗及奉獻精神可使本公司維持並持續加強與分銷商的關係，並可快速回應市場上客戶喜好的變化。

業 務

資深管理團隊對中國葡萄酒行業擁有豐富經驗

本公司高級管理團隊的成員，尤其包括主席兼行政總裁王先生在內，均對中國葡萄酒行業的業務及經營環境有深入的認識。本公司大部份重要僱員均在中國葡萄酒行業擁有超逾20年經驗。本公司技術人員除擁有行業經驗外，亦持有各種省級及國家級行業技術證書及資格認證。本公司相信，本公司高級管理團隊的集體智慧及經驗足以令本公司對日益增長的中國葡萄酒行業的變化作出更加快速的反應，亦是本公司業務成功及長期可持續發展之基石。有關本公司高級管理團隊的進一步詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」一節。

強大的品質管理系統及優質葡萄酒產品生產

本公司非常注重產品質量，並已建立強大的品質管理系統支持優質葡萄酒產品的生產。本公司已建立嚴格的品質管理系統，確保本公司原料及葡萄酒成品遵照及符合品質、清潔及衛生標準，及符合口味、包裝及其他產品質量指標。於二零零五年十二月，本公司已就其葡萄酒產品的相關經營管理系統取得ISO 9001:2000認證。本公司董事相信，本公司的品質管理系統有助於本公司取得成功及維持其作為優質葡萄酒產品生產商的品牌知名度。有關本公司品質管理系統的進一步詳情，請參閱本文件「業務－品質管理系統」一節。

本公司策略

提升本公司產能

於最後可行日期，本公司釀酒年產能（按本公司之最大裝瓶產能計算）合共為約19,000噸。為應付市場對葡萄酒產品需求的預計增長，本公司擬將其年產能由二零零九年六月三十日的約19,000噸擴大至二零一零年底的合共約39,000噸。本公司計劃透過興建額外釀酒設施以及購買及安裝額外釀酒機器及設備來實現這一目標。

於二零零七年九月，本公司開始在通化市現有釀酒設施附近興建新的釀酒設施，以擴展其於中國吉林省通化縣的現有釀酒設施。預期本公司的新釀酒設施將於二零一零年底投產，屆時本公司的釀酒能力將提升約20,000噸至二零一零年底的合共約39,000噸。

業 務

完成興建本公司的新釀酒設施的估計成本約為〔●〕港元，其中約〔●〕港元將以內部資源撥付，餘額將由〔●〕撥付，當中約〔●〕港元將用於完成本公司的新釀酒設施，餘下的〔●〕港元將用於支付其他相關開支（包括購買機器設備）。

發展本公司的通天葡萄酒莊園

本公司擬位於中國吉林省集安市發展葡萄酒莊園，以採用優質葡萄釀製系列優質莊園瓶裝葡萄酒。由本公司通天葡萄酒莊園釀製的葡萄酒將貼上「莊園裝瓶」的標籤，其釀製原料均來自本公司葡萄酒莊園自營葡萄園種植的優質葡萄。本公司擬收購葡萄園以供興建葡萄酒莊園，惟於最後可行日期本公司尚未物色到任何具體地點。本公司的通天葡萄酒莊園將設有釀酒設施及窖藏設施。本公司擬透過從產量及品質方面優化控制收成及利用先進釀酒設施釀製優質且具代表性的通天葡萄酒莊園葡萄酒。本公司計劃建立擁有2,000畝葡萄園的通天葡萄酒莊園，其年產量為500至600噸（相當於400,000至480,000個750毫升瓶子的容量）通天莊園葡萄酒。發展本公司的通天葡萄酒莊園所需資金將全部由〔●〕撥付。

發展葡萄酒窖藏能力

本公司擬發展葡萄酒窖藏能力以配合其位於中國吉林省通化縣的生產設施。酒窖是一處讓酒得以妥善貯藏，在受控環境變陳，釀製出多種酒產品的地方。本公司擬在其位於通化的生產設施興建一個窖藏能力最多達2,000個橡木桶（每桶容量225升，相當於600,000個750毫升的瓶子）葡萄酒的酒窖。發展本公司於通化的酒窖所需資金將全部由〔●〕撥付。

繼續拓展及開發本公司的國內銷售及分銷網絡及增強本公司的品牌知名度

本公司計劃在全國提升其現有銷售及分銷能力及網絡。有鑑於此，本公司擬於未來四年在國內若干特定市場新聘及培訓銷售人員、增加分銷商人數及開設最多達20間通天葡萄酒莊園品牌零售店，藉以壯大本公司的銷售隊伍。於最後可行日期，本公司尚未確定任何具體地點。該等零售店將作為通天品牌的直接銷售及市場推廣平台，不僅為客戶提供通天葡萄酒體驗，亦為主要城市（如北京、成都及瀋陽）的指定地方市場提供營銷支持，以推廣本公司的葡萄酒產品（如通天冰葡萄酒及玫瑰葡萄酒）。

業 務

此外，本公司董事認為，本公司的「通天」及「通天紅」品牌正在為中國廣大消費者所熟知。本公司已於過往年度贏得多個國家級及省級獎項及證書，最近更獲中國市場品牌戰略論壇組委會評為「中國葡萄酒行業十大品牌」。本公司擬繼續在中國積極推廣「通天」及「通天紅」品牌。

為達致此目的，本公司擬加強市場營銷及品牌推廣活動，包括透過大眾媒體（如電視、戶外廣告牌及報章）進行廣告宣傳。

物色商機進一步擴大市場份額

本公司亦將物色其他商機，透過收購、與國內及／或跨國企業組建合資公司或締結策略聯盟，藉此為本公司現有業務帶來協同效益，從而拓展本公司的業務，尤其是擴大本公司的產能。本公司認為，合適的收購或與其他葡萄酒製造商組建合資公司或締結策略聯盟，將可提高本公司的產能，使其受惠於協同效益，及使本公司獲得新市場及客戶基礎以及產生規模經濟效益。

於最後可行日期，本公司尚未確定可供收購或組建合資公司或締結策略聯盟的任何潛在目標。本公司擬致力物色合適的發展商機。本公司尚未計劃將〔●〕的任何部份撥用作透過收購、組建合資公司或締結策略聯盟方式進行業務拓展。於商機出現時，本公司將動用內部產生的資金及／或透過外部籌資活動為業務拓展提供資金，並將於必要時根據適用法律及法規尋求股東及有關機構批准。

本公司產品

本公司提供一系列葡萄酒產品，包括甜葡萄酒及干葡萄酒，均以「通天」及「通天紅」品牌進行銷售。於往績記錄期間，本公司產品包括18種不同葡萄酒產品可滿足消費者的不同口感和品味，賣給分銷商的價格介於每瓶人民幣5.9元至人民幣115元之間。





甜葡萄酒

甜葡萄酒是指每升含糖45克或以上的葡萄酒。本公司甜葡萄酒乃以常溫下種植及採收的葡萄釀製，所用葡萄為中國吉林省通化地區特產的山葡萄。

業 務

玫瑰葡萄酒及冰葡萄酒是本公司兩種典型的甜葡萄酒。本公司的玫瑰葡萄酒乃採用山葡萄並加入野生玫瑰花瓣發酵釀製而成。本公司的冰葡萄酒是以採摘時還在葡萄藤上結冰的葡萄釀製而成。本公司的冰葡萄酒是在低於攝氏零下7度(-7°C) 氣溫採摘的冰凍山葡萄釀製的。在此溫度下，葡萄中只有水才會結冰，糖和其他固體成份不會結冰，因此從冰凍山葡萄中壓榨出來的葡萄汁更加濃稠，可以用來釀製非常香甜的葡萄酒。採摘冰凍山葡萄後，會在攝氏10到20度（10到20°C）的低溫下進行壓榨及發酵。



本公司部分具代表性的甜葡萄酒的進一步詳情載列如下：

產品及推出年度	主要原料	酒精含量	樣品圖片
通天紅山葡萄酒 (二零零六年)	山葡萄	7.0%	
通天紅全汁山葡萄酒 (二零零六年)	山葡萄	11.0%	
通天野玫瑰葡萄酒 (二零零七年)	山葡萄及 野生玫瑰花瓣	8.5%	
通天冰酒 (二零零四年)	冰凍山葡萄	8.5%	

業 務

干葡萄酒

本公司的干葡萄酒乃用中國吉林省通化地區生長的山葡萄釀製。本公司干葡萄酒的含糖量每升不足4克。本公司部分具代表性的干葡萄酒產品包括：

產品及推出年度	主要原料	酒精含量	樣品圖片
通天紅窖藏精品干紅山葡萄酒 (二零零六年)	山葡萄	11.5%	
通天紅干紅山葡萄酒 (二零零六年)	山葡萄	11.5%	
通天干紅山葡萄酒 (二零零一年)	山葡萄	12.0%	

下表載列本公司於往績記錄期間按產品種類劃分的收入分析：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零六年		二零零七年		二零零八年		二零零八年		二零零九年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
甜葡萄酒	174,830	62.0	239,935	61.3	321,387	66.0	138,703	67.3	165,515	68.2
干葡萄酒	106,993	38.0	151,635	38.7	165,321	34.0	67,325	32.7	77,200	31.8
總計	<u>281,823</u>	<u>100.0</u>	<u>391,570</u>	<u>100.0</u>	<u>486,708</u>	<u>100.0</u>	<u>206,028</u>	<u>100.0</u>	<u>242,715</u>	<u>100.0</u>

業 務

獎項及認證

本公司的葡萄酒產品自二零零一年以來便在中國深受好評，並獲頒授以下獎項及認證：

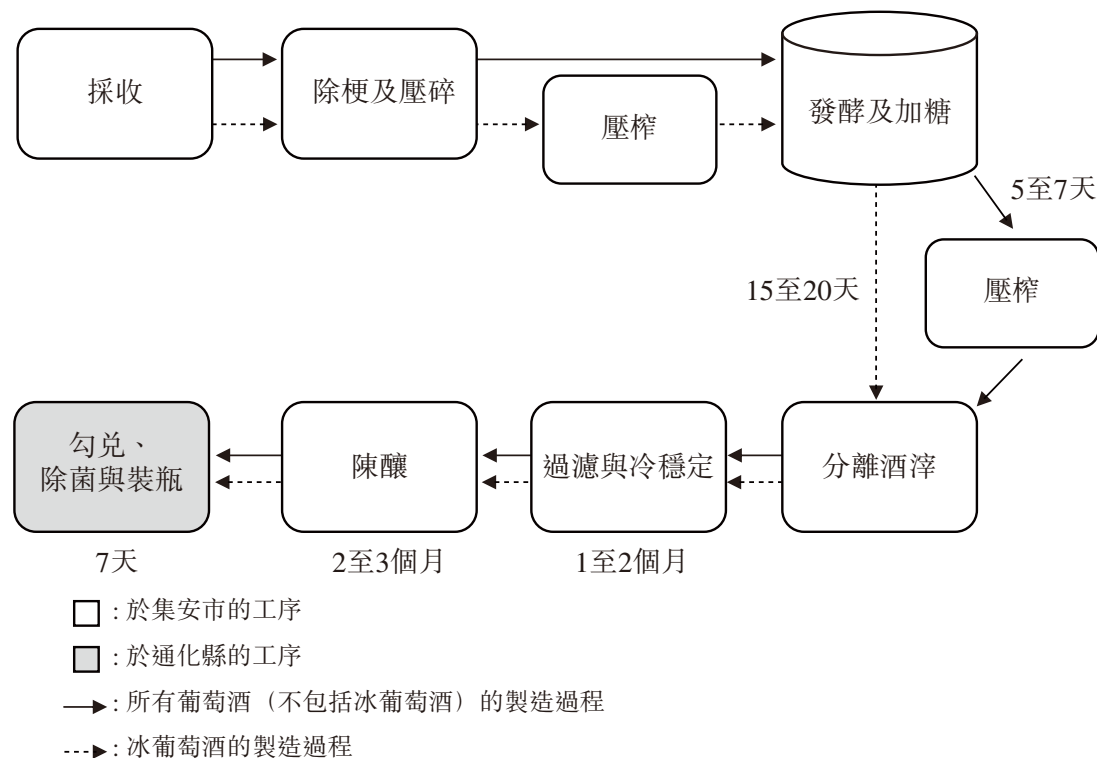
頒授年度	獎項／認證	頒授機構
二零零一年	全國公眾推薦名優品牌	中國社會經濟決策諮詢中心及 名牌產品市場保護調查所
	中國名優葡萄酒	中國食品工業協會
二零零二年	二零零二年度亞太地區 消費者滿意的葡萄酒品牌	中國國際食品工業協會
二零零四年	優秀葡萄酒	中國食品工業協會葡、 果酒專家委員會
	綠色食品A級標準	中國綠色食品發展中心
二零零六年	吉林省名牌產品	吉林省人民政府
	中華人民共和國 地理標誌保護產品	吉林省地理標誌 產品保護協會

業 務

頒授年度	獎項／認證	頒授機構
二零零七年	綠色食品A級標準 (續期三年)	中國綠色食品發展中心
二零零八年	中國品牌500強	中國市場品牌戰略論壇組委會
	中國葡萄酒行業十大品牌	中國市場品牌戰略論壇組委會

釀製過程

本公司所有產品的釀製過程基本相似，唯一不同是所用葡萄種類及採摘期。以下流程圖可說明本公司葡萄酒的一般生產過程以及部分工序的概約時間：



一般而言，本公司的生產過程介乎4至6個月（視乎產品種類而定）。

業 務

一般工序

採收

每年九月至十一月為葡萄的採收季節。每逢採收季節臨近，本公司均會對集安市葡萄園所產葡萄的天然糖份進行檢驗及檢測，以確定其含量是否均衡適當。葡萄由葡萄園內果農以人手採摘，並以木桶或箱子小心盛載，然後運往本公司於集安市的釀酒廠。本公司品質管理小組會進行外觀檢查，確保當中並無腐爛葡萄、葉或垢土，並將於釀酒廠再次抽樣檢測其含糖水平。

於往績記錄期間，本公司亦會向一家供應商（已與本公司訂立供應協議的製造商）採購原葡萄汁。該供應商用以生產葡萄汁的葡萄種類為赤霞珠。根據該供應協議，本公司毋須僅從此家供應商採購葡萄汁。本公司的供應商位於出產赤霞珠葡萄的河北省，該等葡萄汁於付運本公司時已發酵但未經濃縮。該葡萄汁供應商並非本公司的獨家供應商。本公司與其果汁供應商訂立合約，以按年釐定供本公司全年生產若干葡萄酒的採購價格及數量。葡萄汁的合約價格乃由雙方經參考葡萄汁的市價後磋商釐定。為釀製冰葡萄酒，本公司會在十一月初溫度降至低於零下7攝氏度（-7°C）時，採收冰凍山葡萄。

除梗與壓碎

葡萄運抵本公司集安市釀酒廠後，立即使用葡萄壓碎機及壓榨機進行除梗及壓碎。除梗指將主莖從葡萄串上除去的過程。此工序旨在保障葡萄酒的品質，因為梗及葉子可能使葡萄酒出現苦澀味。壓碎指壓榨葡萄及壓碎葡萄皮的工序。葡萄壓碎機及壓榨機只會在葡萄採收季節才會運作。

鮮榨葡萄汁連同皮和果漿被稱為葡萄液。葡萄液中的果肉部份被稱為葡萄渣（提供紅酒的必要顏色），佔葡萄液總重量約7%至23%。壓榨前至下個工序的時間長短則決定葡萄酒品質的好壞。

發酵與加糖

經過壓碎過程後，榨出的葡萄汁被灌入不鏽鋼發酵罐，加入酵母在特定溫度下進行酒精發酵。酵母把糖轉化為酒精及二氧化碳啟動發酵過程。發酵過程的長短根據所釀葡萄酒的風味而定。

加糖指把糖加入未發酵的葡萄液以提高發酵後所要求酒精濃度的過程。

業 務

就本公司的玫瑰葡萄酒生產而言，山區野生玫瑰花瓣的萃取物會在該階段加入，以豐富本公司產品的口感。

壓榨

經分離酒滓後，果渣便從葡萄汁中除去，並進行壓榨以榨出剩餘葡萄汁。

就本公司的冰葡萄酒生產而言，由於其性質使然，冰凍的山葡萄經過除梗與壓碎後會即時進行壓榨以榨出較多葡萄汁。

分離酒滓

發酵過程完成後，即開始分離酒滓過程，將沉澱到儲罐底的酵母除去。此工序可能要反覆幾次才能使葡萄酒變得清澈。此時葡萄汁成為基酒，將其從儲罐抽出，而酵母及沉澱物則留在容器底部。

過濾與冷穩定

基酒製成後，將經過多重過濾，將無用的細微沉澱物除去。完成過濾後，葡萄酒將送往恒溫不鏽鋼罐內作進一步加工。冷穩定除去葡萄酒在極冷條件下的天然產物酒石酸酯晶體。

陳釀

基酒其後儲存在不鏽鋼儲存罐里進行約2至3個月的陳釀。

勾兌、除菌與裝瓶

基酒其後運至本公司在吉林省通化縣的生產設施。

勾兌指裝瓶前將不同批次的葡萄酒進行勾兌，以調出所需要的口味。為使本公司各種葡萄酒達到調和一致的口味，釀酒師發現酒成分不均衡時，可將在不同條件下用不同葡萄及批次所生產的葡萄酒加以混合進行矯正。

勾兌完成後，葡萄酒在裝瓶及包裝前，要經過嚴格的無菌過濾及檢測。本集團目前擁有兩條裝瓶線，採用先進設備進行裝瓶、軟木瓶塞包口及葡萄酒成品標籤。

業 務

生產設施

現有設施

本公司的主要葡萄酒生產裝瓶設施位於中國吉林省通化縣，佔地總面積約58,343平方米。本公司釀酒設施毗鄰本公司位於吉林省集安市的葡萄供應基地，佔地總面積約6,555平方米。本公司的葡萄壓碎機及壓榨機及289個儲罐（其中80個為自置，另外209個為向位於集安的三名出租人租得）裝配於本公司集安市釀酒設施內。這些儲罐對本集團的運營至關重要。每份儲罐租賃協議均為期三年，本公司董事擬於租賃協議到期時續訂所有該等租賃協議。本公司生產過程的早期工序在吉林省集安市的生產設施進行，其生產的基酒會運至本公司在中國吉林省通化縣的葡萄酒生產設施進行進一步加工及裝瓶。

本公司在中國吉林省通化縣的葡萄酒生產裝瓶設施包括葡萄酒儲存罐、裝瓶線、倉庫、辦公室及員工宿舍。於最後可行日期，本公司擁有28個儲存罐及2條全自動裝瓶線，已分別於二零零三年八月及二零零四年八月開始投產。本公司的2條全自動裝瓶線的每年葡萄酒總裝瓶量最多約達19,000噸，本公司截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零九年六月三十日止六個月的實際年產能載於下文。

於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司葡萄酒生產設施生產葡萄酒的平均使用率及實際產量如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至 二零零九年 六月三十日 止六個月	
	二零零六年		二零零七年		二零零八年		平均	
	平均 使用率 (%)	實際產量 (噸)	平均 使用率 (%)	實際產量 (噸)	平均 使用率 (%)	實際產量 (噸)	平均 使用率 (%)	實際產量 (噸)
成品葡萄酒 ⁽¹⁾	70.1	13,324	78.2	14,853	89.8	17,057	89.1 ⁽²⁾	8,461

附註：

- (1) 本公司成品葡萄酒的年產量主要受制於本公司總裝瓶量。於最後可行日期，本公司有2條全自動裝瓶線，每年葡萄酒產品的總裝瓶量約達19,000噸。年裝瓶量按本公司生產設施實行每天兩班作業或每天16小時及每年300個生產日（不包括維護及維修所規定的時間及節假日）計算。
- (2) 截至二零零九年六月三十日止六個月的使用率乃根據截至二零零九年六月三十日止六個月的年化實際產量計算。

業 務

計劃擴建

於二零零八年四月，本公司開始於中國吉林省通化縣的現有葡萄酒生產設施進行擴建，在毗鄰通化市現有生產設施的土地上興建新生產設施。本公司預期計劃擴建工程將於二零一零年年底完成，屆時本公司葡萄酒年產量將增加約20,000噸至合共約39,000噸。由於本公司的產能按裝瓶產能計算，故干葡萄酒與甜葡萄酒的產量水平可順應市況不時進行調整。

採購、原料及供應商

原料

本公司生產葡萄酒產品的主要原料包括葡萄、葡萄汁、包裝材料（包括酒瓶、標籤及軟木瓶塞）及糖等輔料。本公司採用當地葡萄園種植的葡萄生產15種不同甜葡萄酒及干葡萄酒產品，並採用一家非獨家供應商（一家位於赤霞珠葡萄產地河北省並主要從事生產干葡萄酒的公司）供應的葡萄汁生產3種不同的干葡萄酒產品。本公司的葡萄汁供應商向河北省當地果農採購葡萄。因此，在本公司的生產過程中葡萄與葡萄汁不可相互替代亦不可相互補充。

葡萄長期供應協議

於最後可行日期，本公司的葡萄供應來自佔地約14,577,408平方米的當地葡萄園。該等葡萄園位於鴨綠江畔長白山麓的中國吉林省集安市週邊地區。

本公司與當地葡萄園果農訂立長期供應協議，據此，彼等向本公司供應其每年採收的葡萄，為期20年。於最後可行日期，本公司與其當地葡萄園果農供應商訂立173份長期供應合約。本公司於二零零四年與當地果農訂立首批長期供應協議，並於直至及包括二零零八年期間繼續訂立類似協議。本公司於每年的採收月份九月至十一月期間自該等葡萄園果農供應商採購葡萄。本公司與當地葡萄園果農訂立的長期供應協議均包含相同的主要條款，惟合約供應數量及合約期限除外。該等長期供應協議的重要條款載如下：

- **合約期限。**本公司分別於二零零四年、二零零五年、二零零六年、二零零七年或二零零八年訂立該等長期供應協議。每份長期供應協議自合約簽訂日期起生效，有效期為20年。

業 務

- **權利與義務。**當地葡萄園果農須每年按固定數量供應其葡萄收成。該數量乃根據當地葡萄園果農所擁有的葡萄園規模釐定。長期供應協議亦訂明（按畝數）將予種植的葡萄品種。
- **定價及付款。**葡萄乃參照長期供應協議中約定的各葡萄品種的多個最低售價售予本公司，惟實際售價經協議雙方參考當前市價進一步磋商及協議後可予上調。實際上，本公司每年會在與當地葡萄園果農就雙方經參考葡萄的市價磋商後釐定的實際售價達成協議後與彼等訂立一份獨立協議。僅當採收的葡萄未達到若干事先指定的質量標準（如含糖度）時，本公司支付的實際價格方會低於議定售價。本公司向果農購買葡萄乃按貨到付現條款進行。
- **獨家性。**根據長期供應協議，葡萄園果農須按獨家基準向本公司供應其採收的葡萄，並禁止將葡萄售予包括本公司任何競爭對手在內的其他第三方。
- **物流。**葡萄園果農須自行承擔將採收的葡萄運至本公司位於集安市青石鎮釀酒設施的運輸費。
- **終止。**倘有關果農違反獨家供應條款並向其他第三方供應其葡萄收成，本公司可終止任何長期供應協議。據本公司董事深知，與本公司訂立長期供應協議的當地葡萄園果農概無於彼等各自合約期間向其他第三方供應其葡萄收成，及於最後可行日期，本公司並無終止與當地葡萄園果農訂立的任何長期供應合約。為確保當地葡萄園果農按獨家基準供應其葡萄收成，本集團已採取以下措施：(i)為保護葡萄園果農的長遠利益，本公司將參考長期供應協議所議定的各個葡萄種類的多個最低銷售價格收購葡萄，而實際銷售價格可予上調，惟須經訂約雙方參考現行市價進一步磋商及達成協議後上調；及(ii)倘葡萄園果農將其葡萄收成售予任何其他第三方，則彼等須就因彼等違約產生的責任負責，且本集團有權終止供應合約。於往績記錄期間，本公司並無與葡萄園果農發生任何重大糾紛。除由於不可抗力事件（如自然災害）外，協議各訂約方均不得隨意終止合約或不履行合約，否則違約方須根據中國合同法補償對方。除本段所披露者外，概無其他情況將會導致終止合約。

業 務

本公司並不依賴任何特定葡萄園果農供應優質葡萄。如任何與本公司訂立合約的葡萄園果農未能按照長期供應協議向本公司供應葡萄，除由於不可抗力事件（如自然災害）外，未能達到長期供應協議項下的供應要求的果農須依據中國合同法賠償本公司的損失，而本公司將向集安地區的其他葡萄園果農採購符合本公司質量標準的葡萄。

作為長期供應安排的一部份，本公司在集安市青石鎮的釀酒設施設有一支由葡萄園經理及多名葡萄園種植專家所組成的葡萄園管理隊伍，以監察長期合約所涵蓋的葡萄園。彼等負責監督葡萄的種植、栽培及採收，以及將葡萄運至本公司釀酒設施的運輸過程，旨在確保本公司對葡萄品質的最佳控制。

與本公司葡萄汁供應商訂立的供應合約

於往績記錄期間，本公司向一名供應商採購由赤霞珠葡萄釀製的葡萄汁。本公司與其果汁供應商訂立合約，以按年釐定供本公司全年生產若干葡萄酒的採購價格及數量，同時該等供應協議的其他條款及條件每年均保持不變。葡萄汁的合約價格乃由雙方經參考葡萄汁的市價後磋商釐定。根據本公司與葡萄汁供應商訂立的供應協議，本公司獲提供三個月的信貸期。本公司並無義務向該名供應商獨家採購葡萄汁，而該名供應商亦無義務向本公司獨家供應葡萄汁。

本公司供應商

本公司有一份原料（葡萄除外）預批供應商名單，該等供應商因其所供應原料的質量以及彼等可提供的原料價格及其背景（如經驗、管理技巧及市場聲譽）而獲甄選。就購買葡萄而言，本公司於交貨時向果農支付現金。本公司供應商就購買原料（葡萄除外）提供的平均信貸期約為90日。

本公司並不依賴任何單個供應商。於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司的五大供應商合共佔本公司原料採購額約69.6%、63.0%、63.4%及59.9%。於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司的最大供應商佔本公司原料採購總額約22.4%、19.0%、16.3%及14.8%。於二零零八年，按採購量計，本公司五大供應商依次為葡萄汁、玻璃瓶、包裝材料、標籤及糖供應商。於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司董事或於最後可行日期擁有本公司已發行股本5%或以上的人士或彼等各自的任何聯繫人士概無於本公司五大供應商中擁有任何權益。

業 務

除上文所述與選定當地葡萄果農訂立長期供應協議外，本公司目前並無與其他葡萄供應商或其他供應商訂立任何其他正式長期合約。

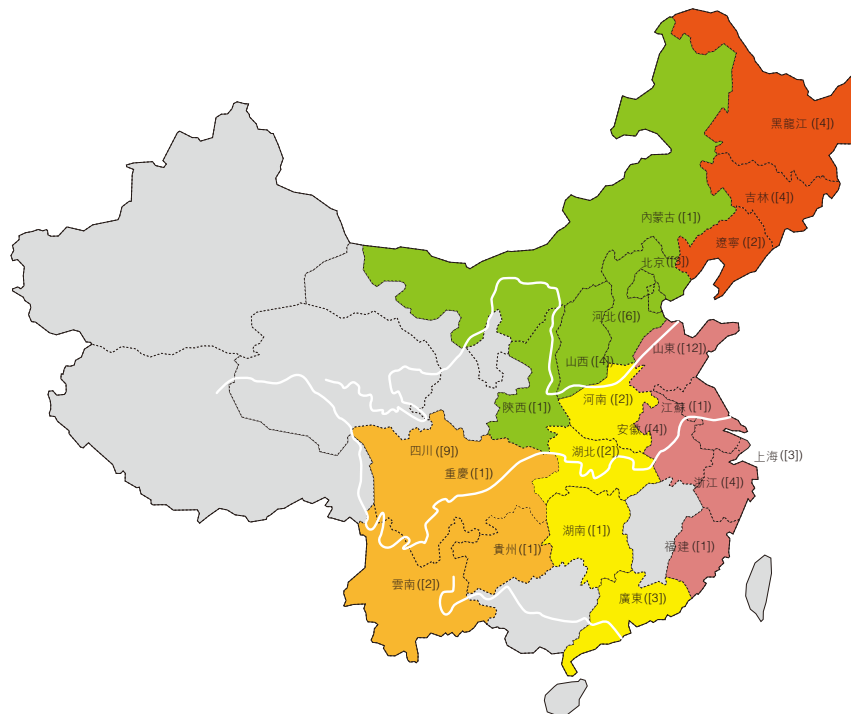
本集團在獲取充足原料方面並無經歷任何重大困難。

銷售及分銷

銷售及分銷網絡

本公司將幾近所有產品銷售予分銷商，分銷商繼而將本公司的葡萄酒產品分銷及銷售予第三方零售商，包括超市及煙酒專賣店、餐飲坊（如飯店及酒樓）以及由彼等直接銷售予終端消費者及其他代理分銷商。於最後可行日期，本公司的產品透過71家分銷商行銷中國19個省及3個直轄市。

下圖說明於最後可行日期，本集團在中國的分銷網絡：



附註：

1. ■：中國東北地區，包括遼寧省、吉林省及黑龍江省。
2. ■：中國華北地區，包括河北省、陝西省、內蒙古、山西省及北京。
3. ■：中國華東地區，包括江蘇省、浙江省、安徽省、福建省、山東省及上海。

業 務

4. ■：中國中南地區，包括河南省、湖北省、廣東省及海南省。
5. ■：中國西南地區，包括四川省、雲南省、貴州省及重慶。
6. 本公司於各省市的分銷商數目列於有關省市名稱旁邊。

下表載列於往績記錄期間按銷售地區劃分的本公司收益明細：

地區	截至十二月三十一日止年度						截至二零零九年	
	二零零六年		二零零七年		二零零八年		六月三十日止六個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
東北 (詳見上文附註1)	38,588	13.7	58,403	14.9	76,479	15.7	33,054	13.6
華北 (詳見上文附註2)	60,992	21.6	71,715	18.3	89,535	18.4	48,251	19.9
華東 (詳見上文附註3)	89,780	31.9	136,063	34.8	166,945	34.3	85,538	35.2
中南 (詳見上文附註4)	33,298	11.8	42,753	10.9	58,544	12.0	29,591	12.2
西南 (詳見上文附註5)	59,165	21.0	82,636	21.1	95,205	19.6	46,281	19.1
合計	<u>281,823</u>	<u>100.0</u>	<u>391,570</u>	<u>100.0</u>	<u>486,708</u>	<u>100.0</u>	<u>242,715</u>	<u>100.0</u>

附註：東北地區的銷售包括吉林省的直銷，約佔本公司於截至二零零八年十二月三十一日止三年度各年及截至二零零九年六月三十日止六個月銷售的0.3%、0.3%、0.7%及0.3%。

於往績記錄期間，本公司銷售額的地區分佈相對穩定。於往績記錄期間，本公司於華東地區的銷售收益對本公司總收益貢獻最大，分別佔截至二零零六年、二零零七年及二零零八年十二月三十一日止年度及截至二零零九年六月三十日止六個月本公司總收益約31.9%、34.8%、34.3%及35.2%。華東為本公司的最大市場，擁有最多分銷商，主要因為該地區乃中國較富裕地區，人均收入相對較高，其消費者對葡萄酒產品的喜好整體上高於其他酒類飲品。西南及華北地區亦為本公司的重要市場，同時乃本公司若干主要分銷商所處地區。

本集團並無任何分銷網絡的擁有權或管理控制權。為監督該等分銷商，本公司會分派銷售經理與分銷商密切合作，以監管其表現並獲得有關本公司葡萄酒產品的市場反饋資料。此外，本公司每年對其分銷商進行評估以確定本公司是否會與彼等續訂分銷協議，評估將考慮彼等的銷售網絡、推廣措施、信譽及存貨累積。

業 務

主要客戶

本公司並無與分銷商訂立任何長期框架協議，但與各選定分銷商訂有為期一年的標準分銷協議。本公司並無規定分銷商首次須採購的最低數額或每年須採購的最低款額。截至二零零七年十二月三十一日，本公司分銷商總數由二零零六年十二月三十一日的56名增加至68名。截至二零零八年十二月三十一日，本公司分銷商總數由二零零七年十二月三十一日的68名又增加至71名，其中新增分銷商4名，終止關係分銷商一名。截至二零零九年六月三十日，儘管本公司分銷商總數維持在71名，但其中新增的分銷商為三名，而於本公司年度評估後終止關係的分銷商亦為三名。過去，由於無法達到本公司的銷售預期，本公司曾終止與部份分銷商的合作關係。下文列示於往績記錄期間按地區劃分的本公司分銷商明細：

地區	分銷商數目			截至 二零零九年 六月三十日 止六個月
	截至十二月三十一日止年度			
	二零零六年	二零零七年	二零零八年	
東北	8	9	10	10
華北	11	13	15	15
華東	21	25	25	25
中南	5	8	8	8
西南	11	13	13	13
	<u>56</u>	<u>68</u>	<u>71</u>	<u>71</u>

截至最後可行日期，本公司有合共71名分銷商，一般從事葡萄酒產品的分銷及銷售業務，均為獨立第三方。由於本公司持續拓展分銷網絡及每年對其現有分銷商進行評估，本公司與其分銷商維持的業務關係介乎一至八年不等。本公司通常與其五大分銷商維持有逾五年的業務關係，而與其最大分銷商則維持有逾七年的業務關係。於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司五名最大客戶合共佔本公司總收益分別約18.3%、15.1%、14.9%及11.0%。本公司最大客戶佔截至二零零八年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零零九年六月三十日止六個月本公司總收益分別約4.8%、3.4%、3.3%及2.3%。於二零零八年，本公司所有五大客戶均從事分銷及銷售貨品的業務。

本公司董事或擁有本公司於最後可行日期已發行股本5%或以上的任何人士或彼等各自的任何聯繫人士於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月概無在本公司五大客戶中擁有任何權益。

業 務

甄選分銷商

本公司在甄選分銷商方面訂有嚴格標準，並會考慮諸多因素，例如經濟實力、於本公司目標市場的銷售網絡、產品知識、相互商譽及共同目標、消費品分銷的良好往績記錄及成功經驗、高尚商業道德、誠信度及社會地位等。本公司堅信與其主要分銷商建立長期互惠關係亦對本公司業務有利。

分銷協議

本公司對分銷商的業務營運並無直接控制權，本公司一般在指定地區內甄選分銷商分銷本公司產品。本公司與各選定的分銷商會訂立為期一年的標準分銷協議，並在現有分銷協議屆滿前與訂約各方成功磋商後，每年將與本公司分銷商續期有關協議。各分銷協議將規定來年估計銷售量。估計銷售量可由分銷商與本公司根據市場情況磋商及調整，儘管該等估計銷售量是分銷商將要達成的目標，本公司並不向達致估計銷售量的分銷商提供獎勵，亦不對未達致估計銷售量的分銷商作出任何懲罰。然而，為方便及協助本公司分銷商的市場推廣及銷售工作，本公司主要通過電視商業廣告、戶外廣告牌及雜誌實施並將繼續實施其廣告策略，側重宣傳適量飲用葡萄酒有助身體健康，以期建立消費者忠誠度及提高本公司產品的受歡迎程度。此外，分銷協議規定本公司須承擔運費。本公司不會另行與第三方零售商或下級分銷商（彼等為本公司分銷商的客戶）訂立任何協議。分銷協議的主要條款如下。

*合約期限：*一年。

*權利與責任：*本公司將銷售而分銷商將採購分銷協議所規定的葡萄酒產品。

*定價及付款：*一般通過銀行付款，付款期限通常為三個月。

*質量：*本公司須提供符合業內標準的葡萄酒產品，而分銷商則須於葡萄酒產品到貨後五天內驗貨。

*物流：*葡萄酒產品付運至分銷商指定的地點，運費由本公司承擔。

*退貨：*並非因本公司的過失而導致的任何退貨均須經本公司批准，而相關費用須由分銷商承擔。

業 務

終止及續約：協議於到期日終止，分銷協議並無規定其他終止及續約條款。

定價

本公司的葡萄酒產品價格乃經參照本公司產品的成本及相關費用後釐定，包括葡萄及葡萄汁的成本以及有關的廣告開支。

儘管本公司給予分銷商的产品售價一致，但零售價一般由各分銷商參考當地市況釐定。本公司已為其分銷商設定建議零售價範圍，惟最終售價須視乎市況及由其分銷商酌情釐定。

收入確認、付款及信貸控制

向本公司分銷商銷貨所得的收入乃於本公司交付產品且本公司產品的所有權轉移至本公司的分銷商時確認。

本公司要求新分銷商即時以現金支付本公司首批貨的全部或幾近全部發票貨款。對於已與本公司建立業務關係的分銷商，本公司通常會審核其信用評級並給予90天的信貸期。每名客戶的所有信貸條件及限額必須由本公司行政總裁王先生及／或執行董事張和彬先生進行審核並一般由彼等批准。

每名客戶的信貸條件及限額乃基於多個因素釐定，如本公司對有關客戶財務狀況的評估、過往收賬記錄、銷售量及其業務表現等。本公司透過銷售部及財務部共同監控及跟進每名客戶的付款情況。銷售部將從財務部收集反饋意見，藉此評估每名客戶的付款記錄、財政實力以及交易規模。此外，銷售人員會定期拜訪客戶以更有效地衡量其財務狀況、盈利能力及信譽，並向銷售部及財務部報告任何重大變動情況。本公司亦積極監控客戶的付款情況，以確保彼等不超出本公司給予彼等的信貸期。

退貨政策

本公司僅接受因質量問題而退回的已付運貨物，且退貨必須於交貨後五個營業日內通知本公司。運輸途中產生的任何遺失或損壞亦須於收貨後兩個營業日內通知本公司。除該等退貨外，於本公司交付產品時，本公司產品的所有權已轉移至本公司的客戶而無任何追索權。於往績記錄期間，董事確認本公司概無收到本公司分銷商的退貨要求。

業 務

存貨控制

本公司存貨包括原料、半製成酒產品（基酒）及成品酒（瓶裝酒）產品。本公司使用的原料，如葡萄汁、包裝材料（包括酒瓶、標籤及軟木瓶塞）及輔料（如糖）均儲存在防蟲及防霉的儲存設施內。基酒則儲存於本公司生產設施內的不鏽鋼儲存罐內。

於每年九月至十一月間，本公司將會採購來年釀製葡萄酒產品所需的所有葡萄，然後加工為基酒，繼而勾兌及陳釀，從而達到本公司所生產的各種葡萄酒產品的理想口感及質量。本公司成品酒的存貨水平主要根據客戶短期內所下的訂單來確定。本公司會監察包裝材料的存貨水平，以維持在足夠供應本公司葡萄酒生產的水平。

於二零零六年、二零零七年及二零零八年十二月三十一日以及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司存貨水平結餘分別佔本公司流動資產總值約70.7%、64.6%、41.9%及25.9%。本公司的年末存貨大多數為基酒及瓶裝葡萄酒。

本公司根據銷售及市場推廣部的初步市場評估及銷售計劃來規劃本公司的生產及採購工作，以符合本公司的整體長期生產及採購策略。本公司管理層會定期監察市場需求水平、已確認銷售訂單及存貨水平的充足程度，以確保本公司能釀製充足成品及採購充足原料滿足估計的市場需求，並在必要時更新本公司的生產及採購計劃。

本公司管理層會每半年一次審視存貨的實際情況。本公司的陳舊或受損存貨處理政策乃於本公司管理層認為該陳舊或受損存貨無任何殘餘價值時將其撇銷。此外，倘本公司管理層認定當前撥備水平不足，本公司會於存貨市值減少時作出特別撥備。由於本公司存貨並未遭受任何重大損失或損害，截至二零零八年十二月三十一日止三個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司並無因損失或廢棄就任何存貨作出任何撥備或撇銷。

於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司的平均存貨週轉天數分別為約348日、318日、302日及274日。就本公司的業務而言，存貨週轉天數普遍較高，此乃由於本公司於每年九月至十一月之採摘季節採購所有生產所需葡萄（即本公司生產葡萄酒產品的主要原料，其將於直至下年採摘季節期間用於生產葡萄酒產品）所致。儘管銷量增加，但本公司的整體存貨水平一直保持相對平穩，原因是本集團於往績記錄期間設法在維持充足基酒與製成品存貨以滿足銷量增長之間求得平衡。

業 務

物流

原料由供應商自行承擔運費運送至本公司。

本公司製成品乃由車輛運送至本公司分銷商指定的倉庫。根據本公司與其分銷商簽訂的協議，本公司負責將製成品運送至分銷商指定目的地，運輸費用由本公司承擔。本公司現時聘用一家物流公司（為獨立第三方），而本公司與物流公司訂立的運輸協議規定，本公司貨物在運輸當中出現任何遺失或損壞，該物流公司將作出相應賠償。於往績記錄期間，本公司產品於運送過程中並未出現任何重大遺失。本公司要求其分銷商配備帶空調系統適合儲存葡萄酒的適當倉儲設施。

品質管理制度

本公司董事認為，本公司持續生產優質產品的能力是本集團取得成功的重要因素之一。為保證本公司產品的質量，本公司已建立嚴格的品質管理制度，確保本公司原料及葡萄酒成品遵照品質、清潔及衛生標準，及符合口味、包裝及其他產品質量指標。於最後可行日期，本公司擁有一支由11人組成的品質控制團隊，其中4人常駐本公司位於中國吉林省集安市的釀酒設施，另7人常駐本公司位於通化縣的主要生產設施。於二零零五年十二月，本公司已就其葡萄酒產品的相關經營管理系統取得ISO 9001:2000認證，本公司董事認為此乃本公司嚴格執行品質控制系統及程序的有力證明。該ISO認證須視乎中環聯合北京認證中心有限公司的檢測人員對本公司設施進行評估及對本公司品質控制系統進行檢測的結果，每三年重續一次，已於二零零八年十二月獲重續。

本公司通常於本公司生產過程的以下重要階段執行品質控制：

採購

本公司葡萄專家會於整個年度不時視察葡萄園和造訪葡萄園果農，通過定期檢驗來密切監察葡萄在我們將進行採購的葡萄園內的培育情況，並於九月至十一月的葡萄採收季節記錄葡萄的天然糖份是否符合本公司的嚴格標準。彼等亦會安排果農將所採摘葡萄運送至本公司釀酒設施，確保只有符合品質要求的成熟優質葡萄才供應給本公司。葡萄運抵釀酒設施時會再被檢測一次。不合適的葡萄（按成熟程度、糖份及葡萄皮狀況等因素界定）會被即場拒收。

業 務

在此階段，品質控制的重要一環是確保葡萄在採摘後即時或盡快用葡萄壓碎機及壓榨機壓碎，以降低葡萄暴露在空氣中氧化的風險以及長時間運輸及儲存時導致溫度較高而腐爛的風險。

作為本公司品質保證政策的一部份，本公司品質管理小組會通過隨機檢驗及檢測本公司位於中國吉林省通化縣的主要生產設施的其他原料樣品進行品質控制檢查。該等其他原料包括包裝材料（包括瓶子、標籤及軟木瓶塞）及輔料（如糖等）。本公司將拒收劣質的原料並將其即時退回本公司供應商。於最後可行日期，本公司並無發生供應商交來任何重大劣質原料的事故。

生產

本公司品質管理小組負責決定及制定品質保證政策及標準，執行品質管理制度，於生產過程中評估及實施所有品質控制措施及於不同生產階段進行品質保證檢查。

市場推廣及促銷

本公司董事認為，本集團的市場推廣及促銷政策是本公司取得成功的重要因素之一。本公司認為中國各大城市的人均收入相對較高，且本公司已在當地建立銷售據點，故本公司有能力推銷其有較高毛利的產品，譬如玫瑰葡萄酒及冰葡萄酒。在本公司擬擴大市場份額的國內其他地區，本公司將首先推廣及促銷低端產品。本公司認為，讓本公司品牌做到眾所周知將可大幅提高本公司拓寬客戶基礎及增加本公司產品在國內銷售的能力。

於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，本集團的市場推廣及廣告宣傳開支分別約為人民幣18,200,000元、人民幣41,800,000元、人民幣22,000,000元及人民幣9,600,000元，分別佔本公司總收入約6.5%、10.7%、4.5%及3.9%。

作為本公司市場推廣及促銷策略的一部分，本公司進行下列營銷活動：

廣告宣傳

本公司董事認為，就製造及銷售量而言，本公司是中國領先甜葡萄酒供應商之一。本公司乃基於其甜葡萄酒以吉林省的山葡萄釀製而制定廣告宣傳策略。葡萄酒並非中國最流行的傳統酒精飲料，但本公司認為葡萄酒在國內現代及富裕地區正日益流

業 務

行。因此，本公司側重在該等地區進行市場推廣及促銷活動，旨在提高消費者對葡萄酒尤其是本公司產品的接納水平。此外，本公司強調適度飲用葡萄酒有助身體健康，藉此建立客戶忠誠度。

本公司主要透過電視廣告、戶外廣告牌及雜誌等推行並將繼續落實上述廣告策略。

食品及飲料交易會

本公司亦選擇性地參加通常於春秋兩季在中國舉行的食品及飲料交易會，例如在春秋兩季每半年舉行一次的全國糖酒商品交易會。透過參加該等食品及飲料交易會，本公司可向消費者以及現有及潛在分銷商展示其產品，並收集與市場當前趨勢及消費者不斷轉變的偏好有關的資料及反饋意見。

產品及包裝設計與開發

產品開發

為保持本公司的競爭力，本公司經常緊跟市場趨勢及消費者偏好進行銷售，極為重視創製新的葡萄酒產品及改善本公司現有葡萄酒的質素及口味。本公司的產品開發活動乃由本公司產品開發團隊承擔。該產品開發團隊包括七名成員，由本公司的首席釀酒師紀春花女士領導。

本公司產品開發團隊的主要活動包括釀製不同酒精含量及不同口味的新葡萄酒產品，改善本公司現有葡萄酒產品的口味及品質，以及擴大大公司葡萄酒產品的種類，以適應市場趨勢及迎合消費者不斷變化的偏好。本公司產品開發團隊亦對其他競爭對手所生產之葡萄酒進行抽樣品嘗，並與本公司之葡萄酒產品之品質及口感進行對比。

此外，本公司亦會委託西北農林科技大學為本公司進行若干研究項目，譬如開發新型葡萄酒及進行與葡萄酒釀製有關的研究。

於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司的產品開發成本分別約為人民幣850,000元、人民幣1,150,000元、人民幣1,180,000元及零。

業 務

包裝設計與開發

本公司擁有專業的包裝設計團隊，負責設計本公司的所有包裝。本公司旨在創造新穎並吸引人的包裝方式，用以包裝其產品，以迎合相應的目標消費者市場。本公司相信，具有吸引力的產品包裝將提升本公司產品的價值、品牌形象及增強本公司於零售市場所陳列產品的視覺效果。

知識產權

本公司目前利用三個商標（包括通天商標）推廣及銷售其葡萄酒產品，均已由本公司在中國註冊，但於最後可行日期，本公司仍在申請註冊通天紅商標。本公司中國法律顧問競天公誠律師事務所認為本公司使用或註冊「通天紅」商標不存在法律障礙，因為(i)預期商標局不會因相同理由或近似理由拒絕受理商標申請，因為該兩項商標均由通天酒業擁有；及(ii)已通過商標局的網上數據庫著手調查，於最後可行日期，概無任何第三方就葡萄酒或其他酒類產品提出有關「通天紅」的其他相同或類似的商標申請或註冊。有關本公司知識產權的進一步詳情，請參閱本文件附錄六「本集團的知識產權」一段。

除上文所披露者外，本公司的業務或盈利能力概無依賴任何專利或許可證或新製造工序或其他知識產權。

本公司依賴多項知識產權法律（特別是商標法）保障其專有權利。本公司深知保障及執行知識產權的重要性。

誠如本文件風險因素及財務資料兩節所披露，本公司或會因曾經以「通天解百納」名稱銷售其產品而面臨侵權索償。本公司中國法律顧問競天公誠律師事務所告知本公司，倘煙台張裕集團成功對本集團提起法律訴訟，根據中華人民共和國商標法，中國法院可能裁決的賠償方式為要求本集團返還通過出售「解百納」標籤葡萄酒產品獲取的利潤或賠償煙台張裕集團由於本集團於被控侵權期間侵犯其商標而遭受的損失（包括煙台張裕集團要求停止這種侵犯所產生的任何合理費用）。根據商標法，如所獲利潤或所受損失數額無法確定，最高賠償金額應不超過人民幣500,000元。本公司中國法律顧問競天公誠律師事務所進一步告知本公司，如煙台張裕集團最終未能獲得有關該註冊的有利法院判決，則本公司以及其他葡萄酒生產商可以使用漢字的「解百納」作為其葡萄酒產品名稱。

業 務

除上文所述者外，於最後可行日期，本公司並不知悉本公司或其任何附屬公司因侵犯任何第三方知識產權而存在任何未了結或面臨威脅的索償。於最後可行日期，本公司並不知悉本公司的知識產權被嚴重侵犯，且本公司相信，本公司已採取一切合理措施，防止其知識產權受到任何侵犯。

競爭

中國葡萄酒行業的競爭異常激烈，市場上有各種規模的生產商。根據《中國釀酒工業年鑑2008》的統計，於二零零七年，中國的葡萄酒企業約為600家，其中十大葡萄酒生產企業的總產量佔二零零七年中國葡萄酒總產量約61.84%。張裕、長城、王朝及威龍品牌葡萄酒企業的總產量佔二零零七年中國葡萄酒總產量約40.73%。本公司面臨來自現有生產商及新市場參與者的競爭，包括來自進口葡萄酒的競爭。

在吉林省（當地生產葡萄酒所用的主要原料為山葡萄），本公司董事認為以下公司是本公司的主要競爭對手：

- 通化葡萄酒股份有限公司
- 長白山酒業集團有限公司

就整個中國市場而言，本公司董事認為以下公司是本公司的主要競爭對手：

- 王朝葡萄酒業集團有限公司
- 煙台張裕葡萄釀酒股份有限公司
- 中國長城葡萄酒有限公司

本公司董事或本集團主要股東概無直接或間接擁有上述競爭對手的任何權益。

本公司董事認為本公司能夠保持其競爭力，因其戰略重點為利用山葡萄生產葡萄酒，本公司處於有利位置，可獲得優質葡萄的穩定、充裕及長期供應。本公司董事認為本公司葡萄酒的定價亦對中國大眾市場具有吸引力，且「通天」及「通天紅」乃獲中國葡萄酒市場認可的利基甜葡萄酒產品知名品牌。本公司計劃於未來加強推廣甜葡萄酒產品的戰略重點，因董事認為該產品有更大增長潛力。

業 務

僱員

於最後可行日期，本集團共有362名全職僱員。下表按職能列示於最後可行日期的僱員人數分析：

	僱員數目
管理層	10
控制及監察	1
生產	267
技術及產品開發	9
銷售及市場推廣	36
財務	7
採購	7
人力資源及行政	25
	<hr/>
合計	362

根據中國社會保險適用法律及法規，本公司為其僱員繳納一系列社會保險計劃供款，如退休金供款計劃、醫療保險計劃、工傷保險計劃、失業保險計劃及生育保險計劃以及住房公積金。本公司中國法律顧問競天公誠律師事務所已確認本公司已遵守中國法律及法規所規定的所有適用於本公司的法定社會保險責任。

本公司法定社會保險計劃供款於產生時在綜合損益賬內支出。於截至二零零八年十二月三十一日止三個年度及截至二零零九年六月三十日止六個月，本公司法定社會保險計劃的支出總額分別約為人民幣400,000元、人民幣400,000元、人民幣600,000元及人民幣300,000元。

本公司向僱員提供適當培訓，亦會安排財務部職員參加每年由中國財政部進行的財務相關專業培訓。

本公司認為其與僱員之間保持良好的勞資關係，本公司與僱員之間並無發生任何重大問題或因勞工糾紛而導致營運中斷。

業 務

環保事宜

根據全國人民代表大會常務委員會於一九八九年十二月二十六日通過的《中華人民共和國環境保護法》，國家環境保護總局制訂排放污染物的國家指引。在國家指引不適用的情況下，各省、自治區及直轄市的省市政府亦可為其省份或地區自行制訂有關排放污染物的指引。凡造成環境污染及排放危害公眾安全的其他污染物的公司或企業，必須於業務經營中實施環境保護方法及程序。為達至此目標，可於公司業務架構內建立環境保護問責制度，並採取有效措施防止在生產、建設及其他活動中產生廢氣、污水及廢渣、塵土、放射性物質及噪音等環境隱患污染及危害環境。環境保護制度及程序須於公司開始進行建設、生產及其他活動時同時實施，並須於進行上述活動期間內一直採用。任何排放環境污染物的公司或企業必須向環境保護行政主管部門進行排污申報登記，並就排放污染物支付所徵收的任何罰款。任何公司亦須就將環境修復至原狀而進行的任何工程支付成本費用。對環境造成嚴重污染的公司須於指定限期內修復環境或就污染的影響進行補救措施。

倘公司未有申報或登記其所造成的環境污染，則將被警告或罰款。未能於指定期限內修復環境或就污染的影響進行補救措施的公司將被罰款或撤銷營業執照。對環境造成污染或危害的公司或企業必須負責就污染的危害及影響進行補救措施，並就因環境污染所造成的任何損失或損害作出賠償。

本公司已獲通化市環境保護局發出排污許可證。本公司的中國法律顧問競天公誠律師事務所已確認於往績記錄期間：(i)本公司已充份遵守有關環境規則及規例並已就本公司生產設施取得一切所需許可及環境批文；(ii)概無發現存在任何環境污染問題；及(iii)本集團任何成員公司概無被處以任何處罰。

本公司董事確認本公司已遵守中國污水處理法律及法規的有關規定。

業 務

物業

自置物業

於最後可行日期，本公司擁有以下兩塊土地：

- 位於通化市通化縣快大茂鎮東安村的土地，總地盤面積為58,343.4平方米，其上建有辦公室、倉庫、車間、附屬設施及在建葡萄酒生產線擴建項目，總施工面積約為29,207.76平方米（包括約12,038.76平方米已建成面積及17,169.00平方米在建面積）。本集團已獲得該物業所包含的土地及樓宇的合法業權及一切所需施工許可證及執照。
- 位於通化集安市青石鎮長川村的土地，總地盤面積為6,555.5平方米，其上建有辦公室及倉庫，總施工面積為752平方米。本公司已取得該物業所包含的土地及樓宇的合法業權。

有關本公司自置物業的進一步詳情載列於本文件附錄四所載的物業估值報告。

租賃物業

於最後可行日期，本公司向獨立第三方瀋陽瑪莉藍國際實業有限公司房產開發分公司租用一幢辦公樓，該辦公樓位於和平區和平北大街69號，總建築面積約為336,476平方米。該物業的租賃將於二零一一年七月十九日到期。若本公司有意續簽該租賃協議，本公司須在租賃到期前兩個月內知會出租人。本公司現有租賃物業已由出租人向有關中國政府機關辦妥存檔及登記手續。

截至最後可行日期，本公司向獨立第三方通化大森林業開發有限責任公司租賃位於吉林省通化縣快大茂鎮黎明工業區面積約700平方米的一個倉庫。該等物業的租約屆滿日期為二零一零年九月二十九日。出租人不能提供倉庫的有關房屋所有權證書。根據通化大森林業開發有限責任公司與本公司訂立日期為二零零九年九月三十日的補充協議，倘本公司在租賃期由於缺乏有關的房屋所有權證書而不能繼續使用倉庫，則出租人將賠償本公司所有損失。據本公司中國法律顧問競天公誠律師事務所告知，由於缺乏相關的房屋所有權證書，租約不受中國有關政府當局保護，然而本公司根據補

業 務

充協議有權要求出租人賠償本公司損失。據本公司所悉，出租人尚未申請辦理該倉庫的所有權證。本公司董事認為，該倉庫對本公司業務並不至關重要，因為本公司董事預期，倘本公司被要求從所述倉庫搬出，本公司租賃替代倉庫並無任何障礙，且搬遷對本集團業務影響並非重大。本公司董事估計倘本公司需搬遷至另一倉庫，本公司將耗用不超過3個月及產生的開支不超過人民幣500,000元。

有關該物業的詳情於本文件附錄四所載的物業估值報告內披露。

保險

本公司投保範圍包括固定資產的綜合財產險、產品責任險及一般現金保險。本公司亦為所有機動車購買機動車輛保險，包括本公司用於將基酒自集安釀酒設施運送至通化生產設施的客貨兩用車及貨車。車輛保險範圍包括第三方責任及乘客以及車輛風險。本公司董事確認本公司保險範圍符合一般行業慣例及對本公司營運而言已屬充足。

於最後可行日期，本公司概無作出任何重大保險索償，亦無涉及任何重大保險索償。本公司根據中國適用法律及法規就僱員退休作出供款，該供款乃由僱員與本公司雙方按僱員薪資的某個固定比例作出供款。於往績記錄期間，本公司從未自客戶或消費者收到任何因使用本公司產品所產生或與此有關的任何重大責任索償。

法律及行政訴訟程序

於最後可行日期，本集團概無涉及任何重大訴訟、仲裁或索償，而就本集團董事所知，本公司概無任何尚未了結或面臨威脅的訴訟、仲裁或索償，而對其經營業績或財務狀況造成重大不利影響。