

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

概覽

本集團為中國領先的拖鞋(包括自有品牌拖鞋)供應商。根據弗若斯特沙立文報告，按二零零九年及截至二零一零年六月三十日止六個月的收益、產量及銷量計算，本集團為中國最大的拖鞋供應商。按自有品牌拖鞋的內銷收益計算，截至二零一零年六月三十日止六個月，本集團亦於中國拖鞋供應商中排名首位。

本集團主要為OEM客戶生產拖鞋及以寶人及寶峰牌設計及製造拖鞋。截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年及截至二零一零年九月三十日止九個月，本集團拖鞋銷售收益分別佔總收益約96.7%、96.0%、95.0%及97.7%。除拖鞋外，本集團亦有供應寶人牌非拖鞋鞋類及配飾以豐富本集團的產品組合及增加收益來源。下表載列各所示期間按產品類別分類的本集團收益分析：

	截至十二月三十一日止年度						截至九月三十日止九個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
(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)	(%)	
							(未經審核)			
鞋類										
—拖鞋	415,021	96.7	479,025	96.0	558,896	95.0	415,365	97.5	619,494	97.7
—非拖鞋鞋類	13,767	3.2	18,721	3.7	27,836	4.7	9,559	2.2	14,176	2.2
小計	428,788	99.9	497,746	99.7	586,732	99.7	424,924	99.7	633,670	99.9
配飾	508	0.1	1,518	0.3	1,820	0.3	1,139	0.3	637	0.1
總計	<u>429,296</u>	<u>100.0</u>	<u>499,264</u>	<u>100.0</u>	<u>588,552</u>	<u>100.0</u>	<u>426,063</u>	<u>100.0</u>	<u>634,307</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 上表所載有關截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年及截至二零零九年九月三十日止九個月的產品分類數據乃根據本集團未經審核管理紀錄計算。

(2) 配飾指手袋。

本集團於二零零一年以OEM企業形式開展本集團業務。多年來，本集團OEM業務蒸蒸日上。截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團來自OEM業務的收益分別約為人民幣409,200,000元、人民幣467,200,000元及人民幣467,900,000元。截至二零一零年九

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

月三十日止九個月，本集團OEM產品保持平穩增長，OEM產品錄得收益約人民幣396,600,000元，二零零九年同期則約為人民幣333,300,000元。本集團擁有穩固而廣泛的OEM客源。本集團OEM產品設計風格多樣，其中包括為兒童及青少年市場而設的卡通人物拖鞋。本集團的客戶包括二零零九年度《財富》雜誌全球五百強上榜公司之特許經營商。本集團亦與多名主要OEM客戶建立長期關係。截至二零一零年九月三十日，本集團五大OEM客戶中四位與本集團維持五年或以上的客戶關係。

下表載列所示期間本集團根據客戶地域位置劃分的收益分析：

	截至十二月三十一日止年度						截至九月三十日止九個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	收益	佔總收益 百分比	收益	佔總收益 百分比	收益	佔總收益 百分比	收益	佔總收益 百分比	收益	佔總收益 百分比
	(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)	(%)
中國(主要營運地點)*	276,458	64.4	290,907	58.3	436,929	74.2	314,185	73.7	528,546	83.3
美國**	125,618	29.3	185,294	37.1	130,955	22.3	95,473	22.4	85,203	13.4
東南亞**	8,840	2.1	7,725	1.5	5,374	0.9	4,775	0.9	5,555	0.8
歐洲**	8,003	1.9	5,471	1.1	3,990	0.7	2,926	0.7	1,575	0.3
南美洲**	2,580	0.6	3,093	0.6	2,577	0.4	2,315	0.5	7,413	1.2
其他國家**	7,797	1.7	6,774	1.4	8,727	1.5	6,389	1.8	6,015	1.0
總計：	429,296	100	499,264	100	588,552	100	426,063	100	634,307	100

* 收益來自本集團OEM產品及品牌產品。就董事所知，若干向本集團中國客戶銷售的OEM產品最終向海外出口。

** 收益來自OEM產品。

截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年及截至二零一零年九月三十日止九個月，本集團總收益分別約64.4%、58.3%、74.2%及83.3%來自中國客戶。

本集團相信本身具備良好條件，可緊貼國際拖鞋市場的時尚潮流，並每年出口大量OEM產品。美國是本集團主要出口目的地，然而本集團亦向東南亞、歐洲及南美洲出口部分OEM產品。根據弗若斯特沙立文報告，於二零零九年及截至二零一零年六月三十日止六個月，按出口量及收益計算，本集團是中國最大的拖鞋出口商。本集團作為中國國內拖鞋供應商中領先出口商的市場地位，有賴OEM業務的成功。

其後於二零零七年，由於本集團相信自有品牌產品增長潛力較大，加上有助本集團在主要競爭對手脫穎而出，故此本集團開始將業務重點轉移至自有品牌產品業務。本集團發展該品牌主要是由於我們相信時尚的設計將受中高檔消費市場歡迎。本集團首次推出寶人

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

牌，作為時尚拖鞋的品牌。本集團其後推出以中低檔市場為目標的傳統拖鞋品牌寶峰牌。本集團推出該品牌旨在建立廣泛的市場覆蓋面及滿足中國市場對拖鞋不斷增長的需求。一如本集團所料，該市場對拖鞋(特別是時尚拖鞋)的需求上升，因此本集團自有品牌產品的銷售收益自二零零七年約人民幣20,100,000元大幅增至二零零八年約人民幣32,000,000元，再增至二零零九年約人民幣120,600,000元，複合年增長率約145.0%。截至二零一零年九月三十日止九個月，本集團品牌產品的銷售收益約為人民幣237,700,000元，與二零零九年同期約人民幣92,700,000元相較增長約156.4%。

董事相信，可進一步透過持續拓展本集團品牌產品業務在中國拖鞋市場取得預期增長。未來數年，本集團將憑藉其OEM業務的經驗繼續鞏固自有品牌產品業務，同時維持OEM業務穩定增長。

本集團OEM產品一般直接售予OEM客戶，而自有品牌產品則一般透過廣泛而健全的中國分銷網絡銷售。截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年及截至二零一零年九月三十日止九個月，來自經銷商的銷售收益分別佔總收益約4.7%、6.4%、20.5%及37.5%。就董事所知，於[●]，本集團所有經銷商均為獨立第三方。於二零一零年九月三十日，本集團共有27名經銷商。該等經銷商中23名為寶人牌經銷商，23名為寶峰牌經銷商，19名為同時銷售寶人及寶峰牌產品的經銷商。截至二零一零年九月三十日，本集團通過在中國的26個省份、自治區及直轄市不少於524個銷售點向最終消費者出售寶人牌產品。

為保持本集團寶人品牌形象與其市場定位一致，本集團通常鼓勵經銷商設立專賣店或專櫃，直接向最終消費者出售本集團寶人牌產品。就本公司董事所知悉，截至二零一零年九月三十日，大部分寶人牌產品由本集團寶人牌經銷商設立的專賣店或專櫃直接售予最終消費者，而大部分寶峰牌產品則由本集團經銷商轉售予再分銷商而非直接售予最終消費者。然而，仍有小部分本集團寶峰牌產品由共用的經銷商於若干寶人牌銷售點銷售，以補充其現有產品供應。於有關期間，除本集團於二零一零年五月至十月經營的世博會攤位外，所有銷售點均由本集團經銷商或其他獨立第三方經營。董事相信，憑藉本集團的自有品牌產品業務模式，以及本集團經銷商的管理資源及當地關係，本集團具備競爭優勢，以把握中國增長的拖鞋市場的機遇。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

本集團十分重視品牌建立及自有品牌產品宣傳。本集團借助電視、報章、雜誌及互聯網等不同媒體，提高本集團品牌在中國的知名度。於有關期間，作為本集團市場推廣活動之一，本集團委任著名藝人李小璐小姐擔任本集團寶人牌形象及品牌代言人。本集團計劃繼續沿此方向建立品牌知名度及推行宣傳策略。

二零一零年，本集團獲選為二零一零年上海世博會的特許拖鞋產品製造商及鞋類產品零售商之一。本集團相信，藉由全國及全球媒體廣泛報導二零一零年上海世博會，提高了公司形象。

此外，本集團及中國皮革和製鞋工業研究院負責草擬全國EVA拖鞋及涼鞋行業標準。該標準於二零零八年獲中國國家發展和改革委員會批准並頒佈。因此，本集團相信，本集團於中國拖鞋市場的地位無可爭議，董事亦相信，本集團能率先掌握全國EVA拖鞋的行業製造標準。

本集團在中國福建省泉州市的廠房製造鞋類。二零零九年，本集團的合併鞋類年產能高達約50,000,000雙。本集團截至二零零九年十二月三十一日止年度的全年產量約為39,800,000雙鞋。為配合業務快速增長的需要及本公司預期會增加的訂單而充分裝備本集團產能，本集團於新土地興建新生產設施及為火炬區生產廠房添置生產線。更多詳情請參閱本文件「業務－生產－生產設施及產能」分節。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

於有關期間，本集團收益大幅增長，主要由於本集團自有品牌產品收益快速增長，更勝OEM產品的收益大幅增長所致。下表載列所示期間按OEM及自有品牌產品分類的本集團收益詳情：

	截至十二月三十一日止年度						截至九月三十日止九個月			
	二零零七年		二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	收益	佔總收益 百分比	收益	佔總收益 百分比	收益	佔總收益 百分比	收益	佔總收益 百分比	收益	佔總收益 百分比
(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)	(%)	
OEM產品										
出口銷售	152,838	35.6	208,356	41.7	151,623	25.8	111,879	26.2	105,761	16.7
內銷	256,357	59.7	258,890	51.9	316,285	53.7	221,437	52.0	290,878	45.8
小計	409,195	95.3	467,246	93.6	467,908	79.5	333,316	78.2	396,639	62.5
品牌產品										
寶人牌	20,101	4.7	32,018	6.4	85,860	14.6	64,739	15.2	170,049	26.8
寶峰牌	—	—	—	—	34,784	5.9	28,008	6.6	67,619	10.7
小計	20,101	4.7	32,018	6.4	120,644	20.5	92,747	21.8	237,668	37.5
總計	429,296	100.0	499,264	100.0	588,552	100.0	426,063	100.0	634,307	100.0

附註：

- (1) 就董事所知，本集團若干內銷OEM產品最終向海外出口。
- (2) 截至二零一零年九月三十日止九個月的內銷OEM產品包括二零一零年上海世博會產品銷售額約人民幣17,600,000元。
- (3) 所有自有品牌產品銷售均為內銷。

鑑於本集團決定推行更注重自有品牌產品業務的策略，加上市場需求上升，於有關期間本集團來自自有品牌產品業務的銷售收益迅速增長。截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年，本集團的總收益分別約為人民幣429,300,000元、人民幣499,300,000元及人民幣588,600,000元，複合年增長率約為17.1%。截至二零零九年九月三十日及二零一零年九月三十日止九個月，本集團總收益分別約為人民幣426,100,000元及人民幣634,300,000元，增幅約48.9%。截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年的純利分別約為人民幣68,900,000元、人民幣58,200,000元及人民幣70,100,000元。本集團截至二零零九年九月三十日及二零一零年九月三十日止九個月的純利分別約為人民幣45,200,000元及人民幣104,500,000元，增幅約131.2%。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

本集團競爭優勢

本集團相信，本集團快速擴展業務及掌握預期中國拖鞋市場機會的能力，基於以下競爭優勢：

- 中國領先的自有品牌拖鞋供應商
- 與本公司的OEM客戶建立長期良好的關係
- 在制定中國拖鞋製造標準方面具有領先地位
- 最大的拖鞋生產商，有強大產能
- 具備分布廣泛且完善的分銷網絡
- 本集團資深穩定的管理團隊洞悉先機

本集團業務策略

本集團將有策略地鞏固中國拖鞋領先製造商的市場地位，並致力成為亞洲領先的自有品牌拖鞋產品供應商。以下載列本集團計劃實施的主要業務策略：

- 鞏固本集團作為自有品牌拖鞋供應商在中國拖鞋市場的領先地位，提高寶人及寶峰牌在亞洲其他國家的知名度
- 持續開拓擴展商機
- 提升資訊技術系統以監督本集團經銷商的表現
- 增強設計實力
- 持續擴充及提高產能

經營業績

下表分別概述本集團截至二零零九年十二月三十一日止三年度各年以及截至二零一零年九月三十日止九個月的綜合財務資料。截至二零一零年九月三十日止九個月的財務業績未必可作為截至二零一零年十二月三十一日止年度預期業績的指標。為方便比較，亦載有截至二零零九年九月三十日止九個月綜合收益表及綜合現金流量表的概要。本集團截至二零零九年九月三十日止九個月的綜合財務資料乃未經審核。以下概述摘自本文件附錄一會

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

計師報告內的綜合財務資料。閣下應閱讀整份財務資料，包括載列於本文件附錄一的附註，以獲取更多資料。

綜合收益表資料概述

	截至十二月三十一日止年度			截至九月三十日止九個月	
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年	二零一零年
	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
				(未經審核)	
收益	429,296	499,264	588,552	426,063	643,307
銷售成本	(324,711)	(368,694)	(423,179)	(313,236)	(419,551)
毛利	104,585	130,570	165,373	112,827	214,756
其他收入及收益，淨額	1,954	8,329	3,044	1,707	770
銷售及分銷成本	(11,386)	(14,214)	(26,927)	(21,307)	(48,965)
一般及行政開支	(12,997)	(17,099)	(22,464)	17,308	(20,011)
其他營運開支	(869)	(2)	(239)	(175)	(8,725)
營運溢利	81,287	107,584	118,787	75,744	137,825
融資成本，淨額	(2,394)	(22,759)	(14,493)	(10,276)	9,742
除稅前溢利	78,893	84,825	104,294	65,468	147,567
所得稅開支	(9,964)	(26,641)	(34,189)	(20,275)	(43,030)
年內／期內溢利	68,929	58,184	70,105	45,193	104,537

綜合財務狀況表資料概述

	十二月三十一日			二零一零年
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	九月三十日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
資產				
流動資產	166,090	260,173	342,762	425,487
非流動資產	43,480	87,821	87,570	79,441
資產總值	209,570	347,994	430,332	504,928
權益及負債				
流動負債	84,930	194,497	203,230	221,068
非流動負債	—	—	3,500	—
權益總額	124,640	153,497	223,602	283,860
權益及負債總額	209,570	347,994	430,332	504,928

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

綜合現金流量表資料概述

	截至十二月三十一日止年度			截至九月三十日止九個月	
	二零零七年	二零零八年	二零零九年	二零零九年	二零一零年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)	人民幣千元
經營活動所得現金流量淨額	63,849	132,325	31,615	22,084	161,017
投資活動所得／(所用)					
現金流量淨額	(3,141)	(46,580)	(5,330)	(4,940)	1,425
融資活動所得／(所用)					
現金流量淨額	(31,048)	(8,271)	17,056	(12,797)	(37,809)
年／期末現金及 現金等價物	57,534	135,163	178,504	165,104	303,137

截至二零一零年十二月三十一日止年度的溢利估計

本公司擁有人應佔預測估計溢利⁽¹⁾ 不少於人民幣110,200,000元

每股未經審核備考估計盈利^(2及3) 人民幣[0.11]元(約0.13港元)

截至二零一零年十二月三十一日止年度的本公司擁有人應佔估計綜合溢利約為人民幣110,200,000元，當中包括截至二零一零年九月三十日止九個月及截至二零一零年十二月三十一日止三個月的溢利分別約人民幣104,500,000元及人民幣5,700,000元。本集團的估計純利率由截至二零一零年九月三十日止九個月約16.5%減至截至二零一零年十二月三十一日止三個月約2.8%，主要是由於以下各項的綜合影響：(i)有關[●]的專業費用累計約人民幣11,700,000元，佔截至二零一零年十二月三十一日止三個月本集團估計銷售額約5.7%，而截至二零一零年九月三十日止九個月，該項費用累計約為人民幣8,600,000元，佔截至二零一零年九月三十日止九個月銷售額約1.4%，(ii)主要由於本集團於中國的寶人及寶峰品牌推廣建設活動而導致截至二零一零年十二月三十一日止三個月的廣告及市場推廣開支比例將由截至二零一零年九月三十日止九個月佔銷售額約4.3% (約人民幣27,300,000元)，增至截至二零一零年十二月三十一日止三個月佔估計銷售額約8.6% (約人民幣17,500,000元)，及(iii)確認截至二零一零年九月三十日止九個月因調整二零零八年可換股票據條款而豁免到期收益

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

所產生的一次過融資收入約人民幣20,300,000元。因此，截至二零一零年九月三十日止九個月的融資收入淨額約人民幣9,700,000元，而截至二零一零年十二月三十一日止三個月的估計融資成本淨額約人民幣4,100,000元。截至二零一零年十二月三十一日止三個月的估計融資成本淨額主要指就二零零八年可換股票據的累計利息開支及本集團的銀行借貸。

附註：

1. 截至二零一零年十二月三十一日止年度的本公司擁有人應佔預測綜合溢利概述於本文件附錄三。
2. 每股未經審核備考預測盈利乃基於截至二零一零年十二月三十一日止年度的本公司擁有人應佔預測綜合溢利，並假設截至二零一零年十二月三十一日止整個年度合共已發行[●]股股份計算，惟並無計及可能因行使[●]或[●]而發行的任何股份或可能根據[●]購回的任何股份。
3. 每股未經審核備考預測盈利按人民幣1.00元兌1.17港元的匯率轉換為港元。

股息及股息政策

本集團分別於截至二零零七年及二零零八年十二月三十一日止年度宣派並支付股息約人民幣50,000,000元及人民幣43,000,000元。截至二零零九年十二月三十一日止年度並無宣派股息，而本集團於二零一零年九月十一日宣派70,000,000港元特別股息。截至[●]，本集團已宣派但未支付的股息金額為70,000,000港元。該等已宣派但未支付股息將由泉州寶峰向寶峰香港支付人民幣105,000,000元股息及寶峰香港向本公司支付105,000,000港元股息來支付。上述由本公司、寶峰香港及泉州寶峰支付的股息預計將約於二零一一年三月三十一日支付。為安排泉州寶峰向寶峰香港支付股息，本集團已於託管戶口存入人民幣105,000,000元，託管戶口由一家中國的商業銀行管理。本集團亦已聘用託管代理，該託管代理將於向國家外匯管理局完成有關註冊後向寶峰香港匯出於託管戶口的資金。除上述者外，本集團或本集團任何附屬公司於[●]並無向彼等當時的股東派付任何其他股息。謹請投資者留意，過往股息分派並非日後股息分派的指標。

建議支付股息由董事會酌情決定。本公司董事經考慮本集團的營運、盈利、財務狀況、現金需求及可獲取性、資本開支及未來發展需求以及屆時認為相關的其他因素後可能建議支付未來股息。股息的宣派、支付及金額須受本集團章程文件及開曼群島公司法所規限，包括取得股東批准。任何未來股息宣派未必會反映本集團過往的股息宣派，且將由董事全權酌情決定。

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

未來股息支付亦將視乎本集團自本集團於中國的外資附屬公司收取股息的可獲取性而定。中國法律規定僅可以根據中國會計準則計算的純利支付股息，而中國會計準則在眾多方面不同於其他司法權區的公認會計準則(包括國際財務報告準則)。中國法律亦規定外資企業須將部分純利撥作不可作為現金股息派付的法定儲備。本集團外資附屬公司的派付亦可因產生債務或虧損或根據任何銀行信貸、可換股債券契約或本集團或本集團附屬公司及聯營公司日後可能訂立的其他協議的限制性契約而受限。

在上述因素規限下，本公司董事會現計劃在本公司有關股東大會上建議將本公司擁有人於[●]後的財政年度應佔純利不少於25.0%作年度股息。上述計劃並不等於任何保證或聲明或表示本公司必須或將會按上述方法宣派及派付股息，甚至不會宣派及派付股息。股份的現金股息(如有)將會以港元派付。

風險因素

本公司董事認為，本集團業務、行業及中國涉及風險及不明朗因素。以下為該等風險因素的概要，詳情請參閱本文件「風險因素」一節。

與本集團業務有關的風險

- 本集團的銷售依賴本集團及OEM客戶掌握消費者喜好變化的能力，以及設計和質素的需求增加
- 本集團品牌產品業務的經營歷史有限
- 本集團業務受若干原材料(包括塑料)價格波動影響
- 本集團相當大部分總收益依賴OEM客戶
- 中國及本集團出口目的地對拖鞋的需求可能波動，該等地區需求下滑可能對本集團的經營業績有重大不利影響
- 倘本集團未能有效推廣及宣傳品牌產品，銷售額或會下降
- 本集團的成功依賴本集團能否吸引優質經銷商，亦有賴經銷商的成功

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

- 本集團對經銷商的表現及銷售點銷售人員的服務質素監察能力有限
- 本集團營運或會因高新產業生產物業之若干業權問題而中斷
- 本集團的品牌產品價格或會受非本集團所能控制的因素影響
- 本集團並無與OEM客戶訂立長期採購承諾，可能導致本集團不同期間的收益極不穩定及大幅波動
- 本集團的品牌產品業務或會不利本集團與現有OEM客戶的關係
- 本集團可能難以準確追蹤經銷商及銷售點的銷售額及存貨水平
- 本集團依賴分包商製造部分產品
- 將拖鞋製造分包予中國製造商的趨勢可能減緩或逆轉或會不利本集團的發展前景及盈利能力
- 本集團依賴主要管理人員，未必能吸引及挽留人才
- 本集團實施業務策略或會遇到挑戰
- 本集團管理及／或充分利用新生產設施時或會遇到挑戰
- 本集團業務或會受知識產權保護不足及／或可能因侵犯第三方知識產權而遭索償的不利影響
- 本集團面對外匯波動風險
- 本集團購買的保險可能不足以彌補本集團營運及潛在虧損相關的風險
- 本集團OEM出口銷售額或會波動，亦可能受海外出口目的地政府反傾銷措施或更嚴格技術標準規限

本網上預覽資料集為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽本網上預覽資料集時，須一併細閱本網上預覽資料集封面「警告」一節。

概 要

- 本集團生產業務須遵守客戶規定的多項安全、健康及環境指引，或會增加本集團成本，並對本集團經營業績有不利影響
- 相關中國部門就若干違反中國法律及規定的情況所授出豁免可能被更高級部門撤回

與拖鞋行業有關的風險

- 中國品牌拖鞋行業競爭日趨激烈
- 拖鞋銷售額有季節性波動

與中國有關的風險

- 政治及經濟政策變更可能對本集團業務有不利影響
- 天災、戰爭、傳染病或流行疾病等非本集團所能控制的因素或會令本集團的業務營運受損、損失或干擾
- 中國的法律制度變更及不確定因素可能不利本集團業務
- 可能難以向居於中國境內的本公司董事或行政人員發出由非中國法院發出的傳票或在中國執行裁決
- 外匯法規的變動或會對本集團經營業績有不利影響
- 中國新勞動法或會嚴重不利本集團經營業績
- 相關中國稅法可能影響本公司及股東所收股息獲稅務豁免，亦可能增加本集團的企業所得稅稅率
- 中國法律對本集團於中國的營運附屬公司派息有所限制
- 本文件所載的前瞻性資料不一定準確
- 無法保證本文件所載有關經濟及本集團經營所在行業的事實及其他統計數據的準確性
- 閣下應細閱整份文件及不應依賴有關[●]的報章報導或其他媒體的報導