

概 要

本概要旨在為閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於其屬概要，其並無載有可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下應在閱畢本招股章程後，方作出投資於發售股份的決定。任何投資均涉及風險。投資於發售股份的部分特定風險載列於本招股章程「風險因素」一節。閣下應細閱該節，方作出有關投資於發售股份的決定。

業務概覽

本集團為一家垂直一體化豬肉供應商，主要從事生豬養殖、生豬屠宰及豬肉銷售。天怡(福建)為福建省莆田市其中一家最大型的豬肉供應商，於2011年佔福建省莆田市生豬總出欄能力的約21.9%^(附註1)。

本集團的收入由截至2009年12月31日止年度的約人民幣157.4百萬元增至截至2011年12月31日止年度的約人民幣519.3百萬元，複合年增長率約為81.6%。本集團的年度溢利由截至2009年12月31日止年度的約人民幣27.0百萬元增至截至2011年12月31日止年度的約人民幣90.0百萬元，複合年增長率約為82.6%。

產品及銷售

主要產品

於往績記錄期內，本集團的主要產品為商品豬及豬肉(包括白條豬肉及多種切好的豬肉以及頭部、腸臟、其他內臟等多種副產品)。於2009年8月前，本集團的大部分收入一直來自出售商品豬。自本集團的屠宰場於2009年8月開始運作後，本集團將其重心轉移至批發及零售豬肉。

下表載列本集團於往績記錄期內按產品類別及銷售分部劃分的銷量及收入明細：

	2009年			截至12月31日止年度			2011年		
	數量 (千公 斤)	收入 (人民幣 千元)	佔總 收入%	數量 (千公 斤)	收入 (人民幣 千元)	佔總 收入%	數量 (千公 斤)	收入 (人民幣 千元)	佔總 收入%
商品豬	2,056	27,462	17.4	238	3,024	0.7	不適用	不適用	不適用
豬肉									
— 零售	770	14,263	9.1	3,642	76,058	17.1	9,181	236,454	45.5
— 批發	<u>6,534</u>	<u>115,718</u>	<u>73.5</u>	<u>20,223</u>	<u>365,285</u>	<u>82.2</u>	<u>11,995</u>	<u>282,885</u>	<u>54.5</u>
總計	<u>9,360</u>	<u>157,443</u>	<u>100.0</u>	<u>24,103</u>	<u>444,367</u>	<u>100.0</u>	<u>21,176</u>	<u>519,339</u>	<u>100.0</u>

附註1：本集團在莆田市的市場份額乃以本集團的生豬出欄能力除以由莆田市人民政府公佈的莆田市同期生豬總出欄能力計算得出。

概 要

下表載列於往績記錄期內本集團產品的平均售價：

	截至12月31日止年度		
	2009年 人民幣	2010年 人民幣	2011年 人民幣
每公斤平均售價(附註)			
商品豬	13.4	12.7	不適用
豬肉			
— 零售	18.5	20.9	25.8
— 批發	17.7	18.1	23.6

附註：平均售價指年度收入除以相關年度的銷量。

截至2012年3月31日止三個月，豬肉的平均零售價及平均批發價分別約為每公斤人民幣26.0元及每公斤人民幣23.8元。

據中國法律顧問告知，中國並無針對本集團的產品設定價格或劃定指導價格區間的條例及規例。

下表載列於往績記錄期內按產品種類及銷售分部劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度					
	2009年		2010年		2011年	
	人民幣 千元	毛利率 %	人民幣 千元	毛利率 %	人民幣 千元	毛利率 %
毛利及毛利率						
商品豬	8,339	30.4	266	8.8	不適用	不適用
豬肉						
— 零售	4,546	31.9	19,045	25.0	60,359	25.5
— 批發	<u>33,739</u>	29.2	<u>60,929</u>	16.7	<u>61,656</u>	21.8
總計	<u><u>46,624</u></u>	29.6	<u><u>80,240</u></u>	18.1	<u><u>122,015</u></u>	23.5

於2009年之前，本集團的大部分收入一直來自銷售商品豬。為進一步發展下游市場及轉型為垂直一體化豬肉供應商，本集團成立其自身的屠宰場，其最高年屠宰量約達2,000,000頭生豬，並於2009年8月開始營運。憑藉新增屠宰設施，本集團已成功組成一

個涵蓋生豬養殖、生豬屠宰以及豬肉生產及銷售的垂直一體化營運平台。自此，本集團已將其主要業務重心由銷售商品豬轉移至批發以白條豬肉為主的豬肉及內臟以及零售以本集團自有品牌營銷的豬肉。

因此，本集團於截至2010年12月31日止年度的財務業績受到本集團於2009年底轉變業務重心的顯著影響。本集團於截至2010年12月31日止年度錄得收入及毛利分別約人民幣444.4百萬元及約人民幣80.2百萬元，較截至2009年12月31日止年度分別大幅增加約182.3%及72.1%。批發豬肉佔本集團截至2010年12月31日止年度的總收入的82.2%，而於截至2009年12月31日止年度則約佔73.5%。此外，有關本集團業務重心的變動亦改變了本集團的成本結構。本集團於截至2009年12月31日止年度的銷售成本為人民幣110.8百萬元，主要包括本集團的豬隻養殖場經營開支，而本集團於截至2010年12月31日止年度的銷售成本則為人民幣364.1百萬元，主要包括本集團營運屠宰場所產生的經營開支，比如設備及機器折舊以及員工成本。本集團於截至2010年12月31日止年度的銷售成本因而較截至2009年12月31日止年度增加人民幣253.3百萬元或228.6%。此外，由於本集團透過短期借款及營運資金撥支興建屠宰場，本集團於2009年12月31日錄得流動負債淨額約人民幣38.5百萬元。


然而，將重心轉移至批發豬肉不僅令本集團的銷售大幅增加，亦加強了本集團的市場認受性。透過此垂直業務擴張，本集團的營運規模、收入基礎及分銷網絡亦已擴張，而與生豬及／或豬肉價格波動有關的風險已被分散。自截至2009年12月31日止年度起，來自銷售商品豬的收入其後大幅減少，而來自批發豬肉的收入一直組成本集團收入的最大部分。

批發豬肉

自本集團的屠宰場於2009年8月開始營運以來，本集團的大部分收入均來自批發豬肉，主要為白條豬肉及生豬頭部、腸臟及內臟。本集團的批發客戶主要包括當地個體豬肉產品中間商，而就董事所知及所信，其一般將本集團的產品轉售予餐廳、酒店或位於農貿市場的店舖，而該等個體豬肉產品中間商的銷售網絡大多分散於莆田市農村地區。於2009年、2010年及2011年12月31日，本集團已與9、14及8名屬獨立第三方的個體豬肉產品中間商訂立合約，其中三名自本集團的屠宰場開始營運以來已一直與本集團進行業務。

由於有關豬肉產品中間商擁有其自身的銷售網絡，故彼等對本集團產品的需求一般會較本集團的零售消費者為高。本集團通過其業務規模、市場聲譽及訂單規模，釐定是否延續豬肉產品中間商的批發合約。本集團出售豬肉的平均批發價於截至2011年12月31日止三個年度分別約為每公斤人民幣17.7元、人民幣18.1元及人民幣23.6元。

零售豬肉

於往績記錄期內，本集團一直致力於透過發展其於中國的直營店及超市連鎖店專櫃網絡擴大其零售網絡。目前，本集團以「」品牌零售其產品，主要包括多種切好的豬肉及生豬內臟。本集團的零售客戶主要包括銷售點的消費者以及食堂、餐廳、食品加工廠及直接大批採購的個體客戶。除於一間美國超市連鎖店的銷售點外，本集團的商標及標誌均會展示在銷售點。

董事相信，深受認同的品牌加上產品優質的聲譽，可提高客戶對本集團產品的信心，因而加強本集團的市場競爭力。因此，本集團於2007年7月建立其自有的品牌及首個銷售點，以自有品牌在零售網絡中營銷其產品。


由於預計對本集團產品的需求會有所上升，本集團亦已透過在福建省發展更多銷售點擴張其直銷網絡。此舉措不僅為本集團的銷售帶來明顯增長，亦提升本集團的市場認受性。

直營店

本集團於2007年開設首間出售其產品的直營店。於2009年、2010年及2011年12月31日以及最後實際可行日期，本集團分別於莆田市及福州市經營19、18、14及20間直營店。本集團於租賃物業經營該等直營店。所有直營店由裝修風格及員工制服以至管理原則方面均採用相同政策。

來自該等直營店的銷售分別佔本集團於截至2009年、2010年及2011年12月31日止年度的總收入的約6.2%、7.5%及8.0%。

超市專櫃

鑑於地方家庭的購物模式不斷轉變，為掌握超市的客戶流量，本集團已自2009年5月起開始在地方及國際超市連鎖店內營運專櫃，以零售本集團的豬肉。除於一間美國超市連鎖店的專櫃外，目前通過該等專櫃出售的豬肉均以「」品牌出售。於2009年、2010年及2011年12月31日以及最後實際可行日期，本集團經營5、28、53及54個超市專櫃。於最後實際可行日期，其中21個專櫃乃位於莆田市、18個乃位於泉州市、10個乃位於福州市及5個乃位於漳州市。

來自該等超市專櫃的銷售分別佔本集團於截至2009年、2010年及2011年12月31日止年度的總收入的約0.5%、2.6%及14.2%。

毛利率

由於莆田市地方政府於2010年4月頒佈的劃定方案，大量合約農戶的養殖營運受到限制。為維持穩定的生豬供應，本集團開始採購較大的150天大的生豬以供合約養殖場作進一步養殖，目標為縮短生產週期。150天大的生豬的平均採購成本較60天大的生豬的平均採購成本為高，使商品豬的平均購買成本由截至2009年12月31日止年度的約每頭人民幣471.2元增至截至2010年12月31日止年度的約每頭人民幣674.9元。因此，本集團的毛利率由截至2009年12月31日止年度的約29.6%減少至截至2010年12月31日止年度的約18.1%。

本集團的毛利率由截至2010年12月31日止年度的18.1%改善至截至2011年12月31日止年度的23.5%。該可觀的改善主要由於豬肉的平均市價於2011年有所增加所致。本集團截至2011年12月31日止年度的零售及批發豬肉產品平均售價分別較截至2010年12月31日止年度增加約23.4%及30.4%。此外，產生自零售豬肉(其毛利率較高)的收入佔本集團截至2011年12月31日止年度的總收入的約45.5%，而於截至2010年12月31日止年度則僅佔本集團的總收入的約17.1%。

儘管本集團的毛利率由截至2010年12月31日止年度的18.1%增加至截至2011年12月31日止年度的23.5%，本集團的毛利率於截至2011年12月31日止年度內逐步減少。舉例而言，本集團的毛利率由截至2011年6月30日止六個月的約26.7%下跌至截至2011年9月30日止九個月的約24.6%，並進一步降至截至2011年12月31日止年度的約23.5%。本集團於2011年的毛利率有所下跌，乃主要由於中國生豬及豬肉的市價於年內出現波動所致。由於豬肉市價於2011年上半年內急速增加，而其增幅高於生豬市價的增幅，本集團受惠於較高的售價但相對較低的採購成本，故所錄得的毛利率高於截至2010年12月31日止年度。生豬及豬肉市價日益上漲的情況於2011年第三季有所放緩，並於2011年第四季急速下跌。因此，本集團的毛利率因2011年下半年的售價較低及採購成本相對高企而下滑。

近期發展

於2012年，本集團繼續致力於豬肉的零售銷售，擴充其銷售點的網絡以及其他零售客戶基礎(比如餐廳、食品加工廠及大批採購的個體客戶)。自年初以來，本集團已在其零售網絡建立七個新銷售點，並於最後實際可行日期擁有合共達74個銷售點。本集團於截至2012年3月31日止三個月的財務表現較截至2011年3月31日止三個月有所改善。該改善主要由於豬肉的銷量增加及市價上升所致。根據本集團截至2012年3月31日止三個月的未經審核財務報表，相較截至2011年3月31日止三個月，本集團的總收入及銷量分別增加逾30%及17%，而本集團豬肉的平均批發價及平均零售價亦分別增加逾10%及4%。由於本集團的策略為優先供應本集團的豬肉予其較豬肉批發產生更高利潤率的零售銷售

渠道，來自零售豬肉的收入繼續上升，並佔本集團於截至2012年3月31日止三個月的總收入近一半。然而，儘管豬肉於截至2012年3月31日止三個月內的平均售價高於截至2011年3月31日止三個月，受到生豬及豬肉的當前市價帶動，相較截至2011年3月31日止三個月，生豬平均採購價於截至2012年3月31日止三個月的增幅高於相關期間的豬肉平均售價的增幅，故本集團於截至2012年3月31日止三個月的毛利率較截至2011年3月31日止三個月下跌近3%。整體而言，根據董事現有的資料，董事預計，相較2011年，本集團於2012年上半年的經營表現會維持穩定。董事亦確認，本集團的財務或經營狀況自2012年3月31日起直至本招股章程日期並無任何重大不利變動。

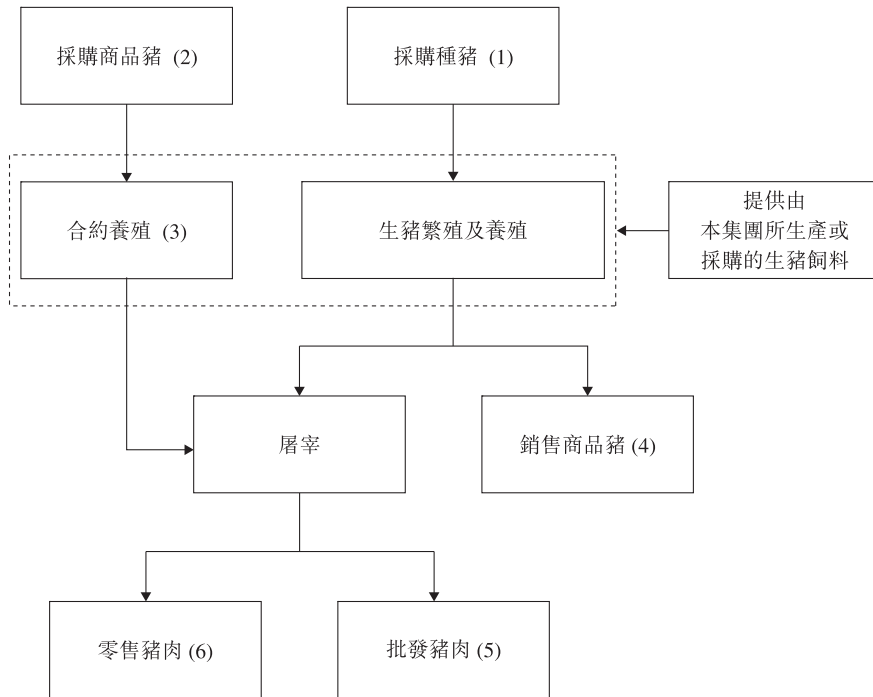
生產模式

本集團自身的生產設施位於福建省莆田市，包括一個豬隻養殖場及一個屠宰場。於最後實際可行日期，本集團亦已委聘五名合約農戶提供生豬養殖服務。在莆田市的五個城區及一個縣中，本集團的屠宰場為其中四個城區（城廂區、荔城區、秀嶼區及湄洲灣北岸經濟開發區）內獲莆田市人民政府認可及指定營運的唯一一個「星級」屠宰場。根據福建省經濟貿易委員會及莆田市人民政府表示，於2010年12月31日，莆田市另有兩個「星級」屠宰場及29個並無獲得「星級」的非機械化生豬定點屠宰場。此外，本集團的屠宰場為莆田市內唯一一個獲認可的「二星級」屠宰場、而其他兩個「星級」屠宰場均為五級認可體系（「五星級」為最高等級）下的「一星級」屠宰場。此外，根據莆田市牲畜定點屠宰管理工作領導小組確認，本集團的屠宰場於2010年所屠宰的生豬總數約為279,700頭，而其他兩個「星級」屠宰場於同期則合共屠宰約229,400頭生豬。

本集團對其生豬養殖及豬肉生產過程實行嚴格措施，藉以確保其產品的安全及質量以及遵守適用環境法規。本集團亦採用環保廢料管理體系，於其豬隻養殖場將生豬廢料循環再造為肥料。

概 要

下圖概括說明本集團現時的垂直一體化業務模式：






涉及本集團生產模型的各方

- (1) 種豬供應商 本集團自種豬供應商採購一般為110天大的種豬(公豬及後備母豬)以於本集團的豬隻養殖場作進一步養殖及繁殖。種豬供應商按本集團要求的指定品種、數量、質量及時間表供應種豬。
- (2) 商品豬供應商 本集團自商品豬供應商採購一般為150天大的商品豬以於合約養殖場作進一步養殖。本集團與商品豬供應商就本集團要求的指定重量、數量及質量訂立一般為期一年的供應合約供應商品豬。
- (3) 合約農戶 為以快速及有效的方式擴充本集團的養殖能力，並更加善用本集團屠宰場的產能，自2009年4月起，本集團委聘合約農戶向本集團提供生豬養殖服務。本集團向合約農戶提供商品豬、生豬飼料、醫藥及疫苗以及技術協助，而合約農戶則按本集團的要求養殖本集團的生豬。本集團自合約養殖場收取成豬以生產豬肉。
- 截至2009年、2010年及2011年12月31日止年度，於各期間本集團的生豬出欄能力的約64.1%、91.0%及89.6%分別由合約農戶養殖。於2011年12月31日，本集團已委聘五名合約農戶。有關合約養殖的進一步詳情，請參閱本招股章程「業務—由合約農戶養殖的生豬」一節。
- (4) 商品豬中間商 於2009年前，本集團的收入主要來自銷售於其自身的養殖場養殖的商品豬予商品豬中間商。
- (5) 豬肉產品中間商 本集團主要批發其豬肉(主要為白條豬肉及內臟)予各個體豬肉產品中間商，其將本集團的豬肉轉售予餐廳、酒店或位於農貿市場的店舖，其大部分均分散於莆田市的農村地區。本集團一般與個體豬肉產品中間商訂立為期一年的批發合約。
- (6) 合約超市 本集團就營運其於地方及國際超市連鎖店的專櫃以零售本集團的豬肉與超市訂立非獨家合約。




獎項及認可

本集團於2006年開始投入營運，其後成為「海峽兩岸(福建)農業合作計劃」的示範工商企業。於2007年8月，本集團成功就本集團的環保生豬養殖設施及方法申請及取得福建省科學技術廳的補助金。此外，本集團已分別自福建省及莆田市政府取得多個獎項，包括但不限於「福建省農牧業產業化龍頭企業」及「省級重點龍頭企業」。本集團亦獲中國科學技術協會列為「全國科普惠農興村先進單位」。本集團的管理體系獲福建省東南標準認證中心頒發ISO 9001：2008認證。

本集團的產品已獲(其中包括)福建省農業廳於2008年2月及2011年3月認定為「無公害農產品」。本集團的「」及「」品牌亦已獲福建省人民政府於2008年12月及2012年3月認定為「福建名牌產品」，而「」則於2010年11月獲福建省著名商標認定委員會列為「福建省著名商標」。有關本集團所獲得的獎項及證書列表，請參閱本招股章程「業務 — 獎項及證書」一節。

競爭優勢

董事相信本集團以下的競爭優勢致使本集團取得迄今的成功及未來增長的潛力：

- 本集團的生豬屠宰場為獲莆田市人民政府認可及批准的唯一一間「二星級」屠宰場。
- 本集團經營一個涵蓋生豬養殖、屠宰以及豬肉銷售及分銷的垂直一體化業務模式。採納有關垂直一體化業務模式有助盡量減低本集團對第三方供應商的依賴及分散有關多項生產成本波動的風險，並使本集團得以確保其產品的質量及安全，且有助提升本集團的聲譽。
- 本集團已發展以自有「普甜」品牌營銷的豬肉銷售網絡，當中「」及「」已獲福建省人民政府於2008年12月及2012年3月認定為「福建名牌產品」，而「」則於2010年11月獲福建省著名商標確定委員會認定為「福建省著名商標」。

概 要

- 本集團已就其生產過程制定嚴格內部控制措施，以確保本集團產品的質量遵守中國法律及法規，而本集團就其內部管理系統獲頒ISO 9001：2008。
- 本集團的高級管理層團隊由蔡晨陽先生領導，彼具有廣泛經營及行業經驗，促成本集團於往績記錄期內急速增長。

業務策略

本集團計劃利用上文所載其競爭優勢並透過奉行以下主要策略擴張其業務：

- 擴充生豬養殖能力，更加善用本集團現有的生產設施。
- 升級生產設施以擴大產品種類。
- 擴大本集團的銷售及分銷網絡並加強品牌認受性。

概 要

歷史財務資料概要

下表載列於所示年度有關收入及開支項目的若干資料，其乃摘錄自合併全面收益表，有關詳情載於本招股章程附錄一會計師報告。

合併全面收益表

	截至12月31日止年度		
	2009年 人民幣千元	2010年 人民幣千元	2011年 人民幣千元
收入	157,443	444,367	519,339
銷售成本	<u>(110,819)</u>	<u>(364,127)</u>	<u>(397,324)</u>
毛利	46,624	80,240	122,015
其他收入及收益	585	605	2,459
生物資產的公允值變動減銷售成本	(8,516)	11,173	(2,891)
銷售及分銷開支	(3,114)	(9,441)	(11,480)
行政開支	(4,933)	(7,000)	(15,628)
融資成本	(3,535)	(3,773)	(4,281)
其他經營開支	<u>(66)</u>	<u>(60)</u>	<u>(181)</u>
除稅前溢利	27,045	71,744	90,013
稅項	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
年度溢利	<u>27,045</u>	<u>71,744</u>	<u>90,013</u>
其他全面(虧損)／收入			
換算海外業務的匯兌差額	<u>(1)</u>	<u>1</u>	<u>673</u>
年度其他全面(虧損)／收入，扣除稅項	<u>(1)</u>	<u>1</u>	<u>673</u>
年度全面收入總額	<u>27,044</u>	<u>71,745</u>	<u>90,686</u>
股息	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>64,584</u>
每股盈利			
基本及攤薄(人民幣分)	<u>4.51</u>	<u>11.96</u>	<u>15.00</u>

概 要

發售統計數字⁽¹⁾

	根據發售價 0.70 港元得出	根據發售價 0.98 港元得出
本公司市值 ⁽²⁾	560,000,000 港元	784,000,000 港元
每股未經審核備考經調整有形資產淨值 ⁽³⁾	0.42 港元	0.48 港元

附註：

- (1) 本表所列的所有統計數字均按假設將不會行使超額配股權得出。
- (2) 市值乃按預期將於緊隨全球發售及資本化發行完成後將予發行800,000,000股股份及假設將不會行使超額配股權而計算得出。
- (3) 每股未經審核備考經調整有形資產淨值乃經作出本招股章程附錄二「未經審核備考財務資料」一節所指的調整後，按預期於緊隨全球發售完成後將予發行800,000,000股股份（假設超額配股權將不獲行使）及相關發售價0.70港元及0.98港元計算得出。

未來計劃

- 通過興建六個額外豬隻養殖場（包括一個用於養殖種豬、三個用於飼養天數不超過60天大的商品豬及兩個用於飼養天數不超過180天大的商品豬），擴大本集團的生豬繁殖及養殖能力，以於2014年之前增加本集團的出欄能力至每年約9,400頭後備母豬及374,500頭商品豬。
- 升級本集團的生產設施，以在本集團的屠宰場生產冷鮮豬肉，估計成本約人民幣16.3百萬元。預期升級將會於2012年10月前完成。
- 透過於最後實際可行日期翌日起至2012年12月31日開設六個額外銷售點擴大本集團的銷售及分銷網絡。

所得款項用途

假設發售價為每股發售股份0.84港元(即指示性發售價範圍每股發售股份0.70港元至0.98港元的中位數)，於扣除包銷費用及本集團就全球發售應付的估計開支後，全球發售的所得款項淨額(「所得款項淨額」)估計將為131.7百萬港元(相等於約人民幣107.1百萬元)。董事目前擬將所得款項淨額用作以下用途：

- 約56.1百萬港元(相等於約人民幣45.6百萬元及佔全球發售所得款項淨額的約42.6%)將用於撥支興建本集團六個新豬隻養殖場的成本；
- 約32.0百萬港元(相等於約人民幣26.0百萬元及佔全球發售所得款項淨額的約24.3%)將用於撥支興建六個新豬隻養殖場的租賃土地的成本；
- 約27.7百萬港元(相等於約人民幣22.5百萬元及佔全球發售所得款項淨額的約21.0%)將用於撥支本集團六個新豬隻養殖場的設備的收購及安裝成本；及
- 約15.9百萬港元(相等於約人民幣13.0百萬元及佔全球發售所得款項淨額的約12.1%)將用於撥支收購種豬及元種豬的成本。

股息政策

截至2011年12月31日止年度，本集團自天怡(福建)於直至截至2010年12月31日止年度的保留盈利宣派及派付股息約人民幣64.6百萬元予蔡晨陽先生。本集團已自其經營活動產生充裕的現金，用於在截至2011年12月31日止年度內支付有關股息。董事確認，本集團概無就天怡(福建)於截至2011年12月31日止年度所產生的任何溢利宣派或派付任何股息。

本集團現時並無任何計劃於緊隨上市後分派定期股息，惟此舉措乃可予變更。董事會可在考慮營運、盈利、財務狀況、現金需要及可動用性以及其當時可能認為相關的其他因素後於未來宣派股息。股息的任何宣派及派付以及金額須遵循章程文件以及公司法的規定，包括獲得股東批准。於未來宣派的股息可能會亦可能不會反映過往宣派的股息，並將由董事會全權酌情決定。

風險因素

董事相信，本集團的營運涉及若干風險。該等風險可分類為(i)與本集團業務營運相關的風險；(ii)與在中國進行業務相關的風險；及(iii)與股份及全球發售相關的風險。

概 要

最為重大的風險概述如下。有關風險因素的進一步討論，請參閱本招股章程「風險因素」一節。

- 產品價格波動可能會影響本集團的盈利能力。
- 本集團的營運資金結構及盈利能力可能受業務模式改變所影響。
- 本集團極為依賴向個體豬肉產品中間商的批發。
- 消費者對本集團的產品的信心可能會受到市場行為所影響。
- 爆發豬隻疾病及動物疾病可能會對本集團的業務造成不利影響。
- 本集團非常依賴生豬供應商。
- 本集團非常依賴合約農戶提供生豬養殖服務。
- 本集團可能會面臨直接材料價格波動或直接材料供應中斷。
- 本公司極為依賴福建省的市場狀況。
- 未能於中國取得及維持任何或所有所需牌照、許可證及政府批准可能會對本集團的業務及未來擴充計劃造成不利影響。
- 依賴若干主要行政人員。
- 本集團於往績記錄期內錄得流動負債淨額。
- 本集團的經營業績可能波動，且無法保證本集團的溢利將會持續。
- 經營附屬公司天怡(福建)未必能繼續享有優惠稅務待遇。