

業 務

概覽

我們是中國一家休閒木製品企業，業務涵蓋研發、設計、生產及銷售休閒家居用品及木屋和構件及部件)。我們已推出一系列休閒木製品，提倡休閒自然的生活方式。

我們的主要產品可大致分為兩個主要分類：(1)休閒家居用品：此大類可深入細分為四小類：(i)遊戲類用品，如秋千及兒童玩具屋；(ii)園藝類用品，如木台階及籬笆；(iii)室內外家俱產品；及(iv)寵物類用品；及(2)木屋及其相關構(部)件。

我們於往績記錄期的收益主要源於OEM及ODM銷售。來自OEM及ODM業務的收益由截至二零零九年十二月三十一日止年度約人民幣110.0百萬元增至截至二零一零年十二月三十一日止年度約人民幣172.5百萬元，再增至截至二零一一年十二月三十一日止年度約人民幣240.9百萬元。雖然我們能保持來自OEM及ODM業務的收益大幅增長，但自二零一零年起，我們通過將我們的「Merry Garden美丽家园」自有品牌產品引入中國市場來尋求額外的收益來源。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們源於自有品牌產品的收益分別佔我們同期總收益約零、11.0%及18.8%。鑒於OEM及ODM業務的重要性和貢獻，推出我們的自有品牌產品將不代表我們的業務模式有重大轉變。

隨著國內消費水平的提升，我們推出了一系列產品以滿足休閒產業如旅遊景區，鄉村旅遊，休閒會所及私家別墅等領域的需求。我們的產品集國內木材保護技術及產品創新設計於一身。

由於一直以來我們的絕大部分收益流入均來自OEM及ODM業務，我們繼續培養及保持與海外零售公司客戶(包括擁有零售銷售點網絡的日本及德國零售商及貿易公司客戶)的長期業務關係。自我們的中國業務於二零一零年發展以後，我們的「Merry Garden美丽家园」品牌從福建省逐漸擴展至中國其他省份，分別包括廣東省及上海。

國際業務

我們按OEM及ODM基準向海外市場銷售產品。我們的國際市場包括北美、亞太地區(不包括中國)及歐洲。自本集團成立以來，我們的產品一直備受國際客戶青睞，包括貿易公司客戶及零售公司。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，本集團自國際銷售所得收益分別約為人民幣110.0百萬元、人民幣123.8百萬元及人民幣158.2百萬元。

業 務

中國市場

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，本集團自國內銷售所得收益分別約為人民幣0.04百萬元、人民幣75.8百萬元及人民幣149.0百萬元，分別佔我們總收益約0.03%、38.0%及48.5%。我們的主要中國客戶位於福建省、廣東省及上海市。除ODM銷售外，我們亦通過擁有本身銷售網點的經銷商、貿易公司客戶銷售我們的自有品牌產品及直接售予終端用戶。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們的自有品牌產品的銷售額分別約為人民幣零元、人民幣22.0百萬元及人民幣57.7百萬元，分別佔同期國內銷售收益總額約零、11.0%及18.8%。為提高「Merry Garden 美丽家园」品牌的市場佔有率和品牌知名度，我們於二零一一年十二月在福建省漳平市成立及開設首家自營店。我們的計劃為開設更多自營店作為未來計劃的一部分。儘管如此，我們將維持發展OEM及ODM業務，而我們的業務模式並無重大轉變。我們透過為自有品牌產品設立更多自營店以開拓額外收益來源的計劃將為我們的額外業務重心。

下表載列於往績記錄期及截至二零一二年四月三十日按產品性質劃分的收益(根據我們的未經審核管理賬目)：

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日	
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
OEM	89,419	81.3	108,664	54.4	148,581	48.4	58,986	39.8
ODM	20,614	18.7	63,829	32.0	92,361	30.1	40,350	27.3
Merry Garden								
美丽家园	—	—	21,977	11.0	57,685	18.8	44,166	29.8
其他	—	—	5,133	2.6	8,524	2.7	4,563	3.1
	<u>110,033</u>	<u>100.0</u>	<u>199,603</u>	<u>100.0</u>	<u>307,151</u>	<u>100.0</u>	<u>148,065</u>	<u>100.0</u>

產品設計

截至最後實際可行日期，我們僱用由20名設計師組成的產品設計團隊。我們於二零一零年獲認定為中國木材保護工業防腐木材工程應用示範企業。於最後實際可行日期，我們出售逾400款不同產品。我們的設計員能夠按照客戶的規格訂制產品，同時有能力不斷推出新系列產品。於往績記錄期，我們的設計團隊平均每年推出約120款新產品及改良產品，包括現有產品的升級版。我們聘請了三名著名教授協助設計團隊的工作。該三名教授分別為園藝設計及結構工程領域的專家，在木結構領域為我們提供協助。於二零一一年，我們以合同形式與日本創建株式會社合作為我們的設計師提供木屋設計的概念藍圖。根據合作協

業 務

議，該等概念藍圖一旦實現，知識產權歸我們所有。此外，我們的設計團隊進行市場調研，並不時參與中國及國際各種展覽會及銷售大會。倘我們的產品包含一些設計發明，我們實行政策，為其尋求專利保護(倘適用)。目前，我們在中國成功註冊43項專利，另有36項正待審批。該等專利可透過禁止其他人士在並無我們的授權的情況下，製造、使用、銷售、要約出售或進口有關產品或根據我們的專利產品設計製造的任何產品，從而保障我們的相關產品。

技術應用及發展

於二零一一年三月，我們獲選為全國木材標準化技術委員會結構用木材分技術委員會會員(SAC/TC41/SC4)。我們於二零一零年十二月擔任中國木材與木製品流通協會木材防腐專業委員會副會長的官方職位，於二零一一年十月擔任中國木材保護工業協會副會長一職。我們參與制定了兩項目前適用的國家林業行業標準，分別為《木材防腐劑》及《防腐木材的使用分類和要求》。目前，我們正在負責制定國家標準—《防腐木材工程應用技術規範》，並會參與制定多項國家標準及行業標準的起草。於最後實際可行日期，我們的研發團隊由37名全職研究員組成，負責有關木材保護、處理技術的科研及開發工作。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們每年度支出的研發費用分別約人民幣5.7百萬元、人民幣7.3百萬元及人民幣9.8百萬元。我們亦榮膺多項獎勵及認證，包括於二零一零年被福建科學技術廳認定為國家高新技術企業、於二零一一年中國木材保護工業協會認定為中國木材保護工業創新型企業，以及於二零一一年被中國木材保護工業協會及中國木材與木製品流通協會木材防腐專業委員會認定為中國木材保護工業木材防腐10強企業之一。此外，我們在國內與業內學術界保持緊密聯繫。有關行業標準及該等學術合作的進一步詳情，請參閱本節「技術應用及發展」一段。

生產設施

我們的生產設施位於福建省西南部的漳平市。目前，我們的生產設施的建築面積約為57,287.59平方米，分為A區、B區及C區。A區包括4幢車間大樓及6幢辦公大樓或附屬大樓，總建築面積為7,234.00平方米。我們在A區設置一條生產線，通常會用作生產室內外家具產品。B區包括7幢車間大樓及4幢辦公大樓或附屬大樓，總建築面積為11,899.96平方米。我們在B區設置一條生產線，通常會用作生產園藝類用品及寵物類用品。C區包括6幢車間大

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

樓及4幢辦公大樓或附屬大樓，總建築面積為38,153.63平方米。我們在C區設置5條生產線，用作生產各類型產品。於最後實際可行日期，我們共有七條生產線，聘用合共429名生產員工及擁有每年最多可處理約68,250立方米木材的產能。請參閱本節其後的「產能、產量及利用率」一段瞭解更多詳情。

財務表現

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們錄得收益分別約為人民幣110.0百萬元、人民幣199.6百萬元及人民幣307.2百萬元，毛利分別約為人民幣29.5百萬元、人民幣71.9百萬元及人民幣111.9百萬元，純利分別約為人民幣16.4百萬元、人民幣53.1百萬元及人民幣70.7百萬元。

定價政策

我們就OEM／ODM安排下的產品及「Merry Garden美麗家園」品牌下的產品採納不同的定價政策。

我們的OEM／ODM產品通常按材料成本、人工成本、運輸成本及客戶下達訂單當時的匯率定價。此外，我們於釐定我們ODM產品的價格時亦會考慮產品的特性及其設計成本。我們為我們的OEM及ODM產品設定的毛利率範圍分別約為30%至35%及35%至40%。

對於我們的自有品牌產品，我們參考該等國外產品於中國市場的售價以及終端用戶對我們自有品牌推廣活動(如展覽)的反應釐定價格。我們於釐定自有品牌產品的價格時亦會考慮其他因素，如材料成本、人工成本、運輸成本、我們自營店的租金成本、銷售成本、促銷及廣告成本、設計、特性及市場專屬權、售後服務的條款及條件以及我們經銷商(如有)給予的市場資料。

往績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們毋須支付任何反傾銷稅，因此我們在定價過程中並無計及是項因素。

我們的競爭優勢

我們與OEM／ODM業務客戶保持長期的業務關係

由於我們過去從OEM及ODM業務中取得我們的大部分收益流入，我們繼續與貿易公司客戶及海外零售公司客戶建立及維持業務關係。我們的零售公司客戶在採購我們產品後，會透過其零售網絡售予最終客戶，而貿易公司客戶則批發銷售我們的產品。與貿易公司及

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

海外零售公司客戶的業務關係讓我們受益於彼等的市場經驗以及廣泛的國際分銷網絡，進而可以觸及國際市場多樣化和廣泛的消費群體。我們認為，與貿易公司客戶及海外零售公司客戶的這種互惠關係將繼續加強我們的市場地位。

我們的「Merry Garden美丽家园」品牌防腐木獲認定為福建名牌產品

我們分別於二零一一年被中國木材保護工業協會及中國木材與木製品流通協會木材防腐專業委員認定為中國木材保護工業炭化木品牌企業及中國木材保護工業木材防腐劑品牌企業。此外，我們的「Merry Garden美丽家园」品牌防腐木於二零一零年被福建省政府認定為福建名牌產品。

我們擁有強大的產品設計能力

我們的設計團隊會不斷進行市場調研，並通過參與國內外市場展銷活動，保證我們的設計能夠緊跟時代潮流，迎合市場未來的需求，並不斷推出全新及／或改良產品。在往績記錄期內，我們的設計團隊每年向市場推出約120款全新及／或改良產品。

我們亦聘用兩名行業專家為我們的設計團隊提供專業意見，包括(1)鄭郁善教授，為中國福建農林大學林學院博士生導師，於木材行業擁有逾10年經驗，及(2)祝恩淳教授，為中國哈爾濱工業大學博士生導師，於木材行業擁有逾7年經驗。我們為合作設計項目籌集資金，並向各名專家支付年度諮詢費人民幣20,000元以及就專家參與合作設計項目支付額外酬金。該等酬金將於各個合作設計項目啟動前由雙方協定。此外，除非中國法律及法規強制規定或雙方另行協定，否則我們亦享有合作期間源自合作設計項目的知識產權。

於二零一一年，我們與一家日本公司日本創建株式會社合作，該公司為我們的設計師就木屋的設計提供概念化的藍圖。日本創建株式會社為一家於一九八四年註冊成立的日本公司，從事房地產及住宅發展項目的改造及翻新，位於日本鹿兒島，擁有28名員工。日本創建株式會社為鹿兒島多個不同設計及建築師協會會員，曾榮獲多項獎勵，以表彰其取得的傑出成就。

我們的政策是適時為產品中體現的新設計尋求專利保護。於最後實際可行日期，我們在中國成功註冊43項專利，另有36項正待審批。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

我們是一家休閒傢俱木製品企業，於木材保護應用技術方面擁有豐富的經驗

於往績記錄期，多項木材保護技術，包括木材防腐、炭化、阻燃及木材防裂等技術，該等技術已被廣泛應用於我們的產品。此外，我們當前正研究木材防腐技術、熱處理炭化木及木材密度增強技術。

我們已聘用多名行業專家為我們的研發團隊提供專業意見。王清文教授與我們在木材阻燃技術領域建立合作關係。彼於木材行業擁有逾8年經驗。蔣明亮教授及程康華教授與我們的研發團隊建立合作關係，在木材保護及木材阻燃領域開發新技術。蔣明亮教授畢業於武漢大學化學系，並於中國農業大學取得博士學位，於木材行業擁有8年經驗。彼為中國科學院林業木材工業木材保護研究中心研究員。程康華教授為中國南京林業大學化學工程研究所碩士生導師，於木材行業擁有逾10年經驗。我們為合作研究籌集資金，並向各名專家支付年度諮詢費人民幣20,000元以及就專家參與合作研究支付額外酬金。該等酬金將於各項合作研究啟動前由雙方協定。此外，除非中國法律及法規強制規定或雙方另行協定，否則我們亦享有合作期間源自合作研究的知識產權。

有關我們與科研專家合作的進一步詳情，請參閱本節「技術應用及發展」一段。

我們獲得我們行業內多間國際機構的認證

獲得FSC及PEFC等認證表明我們的產品所用木材原料(附有FSC及PEFC標記)乃來自認可的人工林，故產品符合本行業的社會及環保標準，使我們的產品得以進入歐美等具有很高環保消費意識及壁壘的市場。

FSC及PEFC認證使我們具有競爭優勢，尤其對海外市場(該市場對環保問題的意識較高，因此該等市場的許多消費者只選擇購買獲得上述認證的產品)的發展。

我們擁有經驗豐富的管理團隊

我們擁有於木材製品行業經驗豐富的管理團隊。本集團管理團隊由吳先生領導。吳先生在本行業擁有超過十年的經驗，負責本集團的整體發展戰略、管理及運營工作。我們管理團隊豐富的知識及經驗對本集團的近年增長及發展及未來主要戰略的實施尤為關鍵。

業 務

我們的策略

1. 維持與我們現有OEM及ODM客戶的業務關係並進一步發展我們的OEM及ODM銷售網絡

由於傳統上我們大部分收益流來自OEM及ODM業務，我們盡力維持並加強與我們現有的OEM及ODM客戶之間的關係並進一步發展OEM及ODM網絡。我們致力瞭解OEM及ODM客戶的生產要求及預期訂單量，方法是分配充足的產能滿足彼等的要求。我們亦積極參加國際及中國展覽會及銷售會議，以物色新的OEM／ODM客戶。直至二零一二年五月，我們取得英國、加拿大及中國的新OEM及ODM客戶約人民幣1.7百萬元的訂單。

2. 擴大產能並提升我們的生產效率

為滿足我們海外及中國客戶不斷增長的需求，我們擬擴大產能及提升生產效率。我們擬改進我們生產設施的佈局及工藝流程，並採購更為先進的生產設備，提高我們的產能。我們亦計劃通過升級生產設施提升我們的生產效率，以減少我們對人工勞動力的依賴並進一步降低生產成本。我們擬透過以下各項措施增強我們的競爭優勢：

- 擴大生產設施及相關配套設施的規模；
- 為生產設施制定更佳生產佈局並採用更精細的工藝流程；
- 引進更為高效及先進的設備；及
- 更新完善內部管理系統，提升管理效率。

鑒於上文所述，本集團於二零一零年及二零一一年擴大其乾燥處理能力，並於二零一一年擴大其生產設施，同時添置為數分別約達人民幣36.5百萬元及人民幣9.3百萬元的樓宇及機器。

我們擬通過收購毗鄰現有生產設施的新土地，建設新的工廠設施以及增建兩條木屋及其相關構(部)件的組裝線來擴大我們的產能。我們已物色到一幅約57,000平方米的土地。有關上述本公司擬收購的新土地的進一步詳情，請參閱本文件「業務」一節「物業」一段有關土地B(「土地B」)收購計劃的描述。如我們未能收購土地B，本集團將物色另一個合適位置。我們亦計劃購買新機器(包括2至3套鋸割、拋光及加工機器)以設立新組裝線。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

預期產能擴張計劃將需要資本支出約人民幣101百萬元。下表載列我們產能擴張計劃的明細：

	人民幣千元
土地	36,000
工廠	30,000
機器	30,200
其他配套設備	4,800
總計	<u>101,000</u>

預期擴張計劃將自[●][●]約人民幣39.7百萬元及我們的內部資源及／或銀行借款約人民幣61.3百萬元撥付資金。

我們預期上述擴張計劃將於二零一二年八月開始及預期兩條生產線將分別於二零一二年十一月及二零一三年三月竣工。上述兩條生產線的產能分別為每年30,000立方米及每年15,000立方米。

於最後實際可行日期，本集團的資本承擔約人民幣10.3百萬元乃用作產能擴張計劃用途。

3. 在中國設立自營店

我們將透過開設多間自營旗艦店的方式在中國主要城市和旅遊城市建立自營網點。建立該等自營店旨在向我們提供額外的收益滲透渠道以及提高我們產品及「Merry Garden 美丽家园」品牌的市場認知度，預料可提高我們的市場份額及滲透率。我們的策略包括：

- 於中國主要城市設立大型的包括銷售、產品展示及設計、客戶服務及體驗的旗艦店，實現與中、高端消費群體的直接接觸、互動；
- 於中國主要旅遊城市設立中、小型自營店，實現我們主要市場的銷售網絡覆蓋，可直接面對目標客戶，提升服務質量；
- 吸引更多的經銷商和零售商。

為擴展我們在中國的零售業務，我們計劃在中國中部及南部地區的主要省份及城市設立我們的自有品牌自營店。在為店舖選址時，我們將考慮多項因素，包括(i)其是否鄰近具

業 務

有自然景觀的旅遊點；及(ii)該等旅遊點的受歡迎程度，旨在推廣我們的休閒木製品。於二零一二年及二零一三年，我們預期在福建、廣東、上海、浙江及重慶分別設立2家及3家旗艦店。於二零一二年、二零一三年及二零一四年，我們亦計劃在福建、廣東、浙江、江蘇、海南、上海及北京等不同地點分別設立5家、10家及5家規模相對較小的零售店。預期店舖的概約面積介乎70平方米至800平方米。成立自營店及旗艦店的估計開支分別為人民幣0.8百萬元及人民幣1.8百萬元。為確保店舖穩定營業，我們租賃場所的目標租期為3至5年。我們預期所需的相關資本開支於二零一二年約為人民幣7.6百萬元，於二零一三年約為人民幣13.4百萬元及於二零一四年約為人民幣4.0百萬元。此外，我們計劃在上海設立辦事處以監管零售業務。預期所需的有關資本開支將約為人民幣6.5百萬元。於二零一三年亦將動用約人民幣1.5百萬元建立有關零售及存貨管理的電腦化系統。預期上述計劃將以[●]的所得款項撥付。

管理我們的零售店擴充計劃的措施

我們對零售行業相對陌生。我們已於二零一一年十二月成立了第一家自營商店。為了管理好我們的零售店擴充計劃，我們：

- 已設立指定團隊監察擴充計劃整體履行情況。該團隊由我們的執行董事吳青山先生帶領，成員包括我們自營店零售經理劉麗芳女士及我們的銷售經理吳興添先生。劉麗芳女士擁有二零零九年至二零一二年任職的零售經驗。吳興添先生擁有二零零八年至二零一零年任職的零售經驗。有關吳青山先生的資歷及經驗詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及員工」一節；
- 已成立美麗家園(上海)，並擬於上海設立辦事處以監督零售業務並支持上述指定小組的工作；
- 計劃招聘合資格及有經驗員工，聘請銷售專家提供諮詢服務，培訓我們現有員工操作並管理我們自己的零售銷售網絡；
- 計劃聘請具備有關經驗的專業人士，並向我們現有員工提供進一步培訓；及
- 計劃定期檢討市場反應、銷售收益、週轉率、經營成本及有關所述店舖的其他相關因素，以及評估我們在擴展自營店及旗艦店方面的未來發展速度及程度。

中國市場的競爭環境

我們擬設立我們自有品牌的自營店。木屋和構件及部件行業及休閒家居用品在中國市場競爭非常激烈。儘管市場上有數家知名企業，但無一間具主導地位。

業 務

流動資金管理

經營自營店將需要額外的營運資金，包括零售店鋪租金開支、員工成本及廣告成本等。

為監控及增強我們的流動資金狀況，我們的管理層計劃(i)通過每月編製現金流量預測審閱本集團的流動資金的狀況；(ii)取得銀行支持，以在必要時獲得融資；(iii)經審閱我們產品銷售量後，透過控制所採購原材料的數量，縮短我們的存貨週轉天數；(iv)控制我們的預算以平衡資金的需求與供給；(v)對資本開支進行優先排序及進行規劃；(vi)謹慎監察的成本架構的主要部分，如店鋪租金、我們的銷售人員工資及廣告費用，以便更佳控制成本；(vii)建立我們的自有庫存管理系統，包括庫存記錄、對我們庫存的任何過剩、短缺或損害情況進行定期盤點；(viii)透過及時審閱欠付本集團的未償債務的狀況及積極跟進該等債務人的到期應收款項，加強我們對應收款項的管控。

擴充至零售業務對產品定價及成本架構的影響

經營有關自營店亦可能對我們的成本結構有影響，估計各旗艦店及零售店的經營成本每年應分別約人民幣1.4百萬元及人民幣0.7百萬元。該等經營成本包括零售店鋪租金開支、員工成本及廣告成本等。除考慮我們的產品、經營成本、市場及客戶的回饋外，於釐定產品售價時，董事亦會考慮與自營店相關的成本。

我們亦密切監察市場對我們產品的需求及我們產能擴張計劃，並在必要時可能對上述零售店擴張計劃作出微調。

4. 提升我們的公司形象及推廣我們的「Merry Garden美丽家园」品牌

我們擬通過多種營銷及推廣活動以及為自有品牌產品開設自營旗艦店來提高本公司的市場認知度。我們擬鞏固我們與現有客戶的關係並通過尋找新的OEM及ODM客戶擴大我們的國際市場。此外，我們擬把握中國旅遊景區，鄉村旅遊休閒會所高速發展的機遇，通過開設自營店提高在中國大、中城市和旅遊城市的市場滲透率。我們的市場拓展、銷售及宣傳活動包括：

- 參與國內外展覽會及展銷大會；
- 贊助政府及協會組織的木材保護、木材利用、節能及環保木屋的活動及項目；
- 設立自有品牌產品的銷售網絡；
- 在主要城市的高速公路及其他主要道路放置廣告牌；

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

- 網上、電視、雜誌、報刊及其他媒體的廣告。

5. 增強研發與設計能力

我們計劃提高市場研究、產品研發設計的能力。目標是以品牌創新和實用性為主導，並最終提升產品的附加值，尤其是：

- 完善研發中心現有基礎設施；
- 增加市場研究、產品研發及設計團隊的專業人才；
- 增強與國內外大專院校和行業協會的合作；及
- 在主要的有增長潛力的國家成立市場研究、產品研發設計中心。

下表載列[●]所得款項的預期用途以提升我們的研發能力：

	截至十二月三十一日止年度	
	二零一二年	二零一三年
	人民幣千元	人民幣千元
設立實驗室及採購原材料及產品測試中心的配套設備	4,400	3,030
與國內外大專院校及行業協會進行研究	800	800
	<u>5,200</u>	<u>3,830</u>

6. 透過併購活動進一步擴展我們的業務

木製休閒家居用品和木屋行業高度分散，我們預計該行業將隨著時間推移出現整合。我們設法繼續大幅增加市場份額及實現增長。我們計劃收購可補充我們現有業務的新品牌、分銷平台、生產製造公司。我們相信有選擇性地收購能夠增強我們的競爭力並進一步拓展我們的市場份額及生產製造能力。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

我們目前擬將目標放在中國擁有木材加工廠房、倉儲設施及／或完善分銷網絡的中小型公司，從事促進我們業務的未來發展。於評估潛在收購目標是否適合時，我們會考慮該等目標的地點、業務規模、設施質量及盈利能力等所有相關因素。

於最後實際可行日期，我們仍未物色任何收購目標，亦未擬定有關我們併購策略的任何具體或詳細計劃。鑒於行業極為分散，我們會考慮多個市場參與者為我們的潛在收購目標（倘適合）。

我們的產品及服務

我們的主要產品可分為兩大類別，即(i)休閒家居用品及(ii)木屋及其相關構(部)件。

下表載列往績記錄期按產品類別劃分我們收益的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零九年		二零一零年		二零一一年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
休閒家居用品	92,680	84.2	158,712	79.5	217,285	70.8
遊戲類用品	30,522	27.7	45,789	22.9	74,750	24.3
園藝類用品	35,343	32.1	45,402	22.8	46,918	15.3
室內外傢俱	6,291	5.7	41,970	21.0	64,532	21.0
寵物類用品	20,524	18.7	25,551	12.8	31,085	10.2
木屋及其相關構(部)件	17,353	15.8	35,758	17.9	81,342	26.5
其他	—	—	5,133	2.6	8,524	2.7
	<u>110,033</u>	<u>100.0</u>	<u>199,603</u>	<u>100.0</u>	<u>307,151</u>	<u>100.0</u>

業 務

I. 休閒家居用品

我們提供多款休閒家居用品，有關產品可進一步分為四類：

1. 遊戲類用品

我們的遊戲類休閒家居用品側重於兒童遊藝類設施，例如秋千、兒童遊戲沙盤及戶外搖椅等。我們的遊戲類用品適用於公園及私家庭院，在設計上具有多功能等特點。我們的遊戲類休閒家居用品通常在未安裝的情況下出售。下圖顯示該細分類別下一項產品安裝後的情形。



遊戲類用品

2. 園藝類用品

我們的園藝類戶外休閒家居用品專為園林、風景區、庭院及公園等公共及私人戶外場所而設計。此類產品的性質及規模各不相同，包括花車、柵欄及垃圾箱等。我們的園藝類產品通常在未安裝的情況下出售。下圖顯示該細分類別下我們部分產品安裝後的情形。



園藝類用品

業 務

3. 室內外傢俱產品

我們的室內外傢俱產品包括室外傢俱產品，如戶外使用的桌子及椅子，以及室內傢俱產品，包括床、櫃等。我們的傢俱產品系列與設計規格與我們的其他木製產品，如園藝類傢俱用品配套，是我們支持富有生活品味品牌產品的策略的一部分。我們的室內外傢俱產品通常在未安裝的情況下出售。下圖顯示該細分類別下我們部分產品安裝後的情形。



室內外傢俱產品

4. 寵物類用品

我們生產多種各具特色的寵物用品，亦可按客戶要求的規格定製該等產品。我們於該類別的部分產品包括鳥屋、犬屋及寵物遊戲室、兔棚及倉鼠籠等。我們的寵物類用品通常在未安裝的情況下出售。下圖顯示該細分類別下我們部分產品安裝後的情形。



寵物類用品

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

II. 木屋及其相關構(部)件

我們此類別產品可分類為木屋及其相關構(部)件及經處理原木。於往績記錄期，我們銷售該等產品錄得的收益如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
木屋	—	2,235	10,670
非住宅木屋	7,223	5,556	9,967
相關構(部)件	10,130	22,644	45,461
經處理原木	—	5,323	15,244
	<u>17,353</u>	<u>35,758</u>	<u>81,342</u>

木屋

我們根據客戶要求按項目基準度身訂造木屋。我們的設計團隊將會作出設計建議，並給予合資格設計機構，獲得其認可後我們才開始生產。我們會視乎木屋的大小，以散件形式付運至客戶。根據安裝合約條款，木屋的安裝由我們或我們的客戶安排。倘安裝工作由我們安排，我們會聘任第三方承包商並直接與其商討以履行安裝服務。於安裝過程中，我們通常安排一至兩名員工在現場提供有關安裝的建議或回應事宜。我們於休閒度假俱樂部、旅遊景區及公園等地方使用並安裝木屋。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

於二零一零年，我們參與2個涉及共10間木屋的項目，該等木屋已於同年落成，合約價值約為人民幣2.2百萬元。於二零一一年，我們參與5個涉及共19間木屋的項目。該等項目合約價值合共約人民幣15.0百萬元，預期將於二零一二年完成。該等木屋面積介乎80平方米至1,183.75平方米之間。



木屋

非住宅木屋

除木屋外，我們亦生產非住宅木屋作休閒或儲存用途，包括涼亭等。與我們的木屋相比，非住宅木屋的面積較小，介乎1.6平方米至17.5平方米之間。我們以散件形式向客戶付運產品，連同安裝手冊包裝在一起以套裝售賣。我們一般不會向我們的客戶提供安裝服務。我們銷售價格介乎人民幣531.7元至人民幣32,478.6元的非住宅木屋。下圖顯示該類別下我們一項產品安裝後的情形。



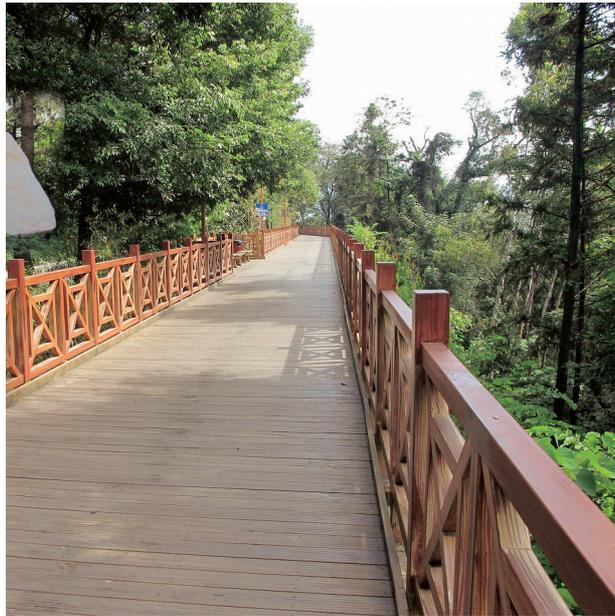
非住宅木屋

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

相關構(部)件

我們自行設計及定制銷售木屋的相關部件或構件，如木框、露台及屋頂等。安裝工作(如有)通常由我們客戶自行進行。我們銷售價格介乎人民幣8.2元至人民幣5,598.3元的相關部件及構件。下圖顯示該類別下我們一項產品安裝後的情形。



相關構(部)件

經處理原木

我們亦銷售採用烘乾、塗層、拋光及／或防腐處理等不同生產過程／處理方式的經處理原木。該等產品然後經由我們的客戶根據其特定需要作進一步加工。我們銷售價格介乎每立方米人民幣1,111.1元至每立方米人民幣4,700.9元的經處理原木。

有關設計及生產過程的進一步詳情，請參閱本節「我們的生產經營及設施」一段。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

下表載列往績記錄期內我們按銷售渠道劃分的木屋收益明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零九年		二零一零年		二零一一年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
貿易公司	16,675	96.1	4,620	12.9	15,981	19.6
終端用戶	—	—	22,432	62.7	42,610	52.4
經銷商	—	—	8,531	23.9	22,498	27.7
零售公司	678	3.9	175	0.5	253	0.3
	<u>17,353</u>	<u>100.0</u>	<u>35,758</u>	<u>100.0</u>	<u>81,342</u>	<u>100.0</u>

於往績記錄期，我們供應木屋及／或木製人行道等產品予多個項目，分別包括福建龍岩天馬山木棧道、閩南商會會所休閒木屋項目、福建漳平九鵬溪旅遊景區、福建省福清市海峽兩岸現代木業展示中心、福建三明市建寧縣建寧滑雪場、江西省上饒江西鑫合貿易有限公司會所建築項目。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們自上述項目取得的收益分別約為零、人民幣2.6百萬元及人民幣10.7百萬元。

我們的生產經營及設施

於往績記錄期內，我們自行設計、生產自有產品或按照客戶的要求設計、生產相關產品。我們於生產旺季亦外購一些經第三方簡單加工的半成品。我們在取得該等半成品後在我們的生產設施進一步加工。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

我們休閒家居產品的設計流程如下：



市場調查－我們的設計師分析市場趨勢，方法為研究競爭環境、參加中國及國際的展覽及展銷大會以瞭解最終用戶的喜好及獲取我們客戶的回應。

設計－我們按我們市場研究的結果設計產品。

制樣及測試－我們會為新產品制樣。制樣用作評估及測試我們產品的安全。我們會進行多次評估及測試。

定樣－制樣產品通過評估及測試後，我們將為客戶提供制樣。我們將按客戶的反饋進一步改善我們產品的設計。產品將於作出該等改善後進行批量生產。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

我們休閒家居用品的生產流程如下：



附註：在某些情況下我們可能會在如塗裝等生產環節對產品進行木材保護處理程序；

原材料採購－我們會根據生產計劃採購原材料。我們接收原材料前將進行檢驗。

木材保護處理－我們就我們採購的木材進行木材保護處理。木材保護處理包括ACQ-D防腐處理、阻燃木材處理及熱處理炭化木材處理。

精細加工－我們以開槽、製榫、鑽孔及磨弧等方式加工產品。

塗裝－我們在產品的表面塗上不同顏色。

組裝－我們將產品組裝為製成品。

檢驗包裝－我們根據產品的品質標準檢驗產品的外觀及功能。產品通過檢驗後，我們即會為產品包裝及標籤。

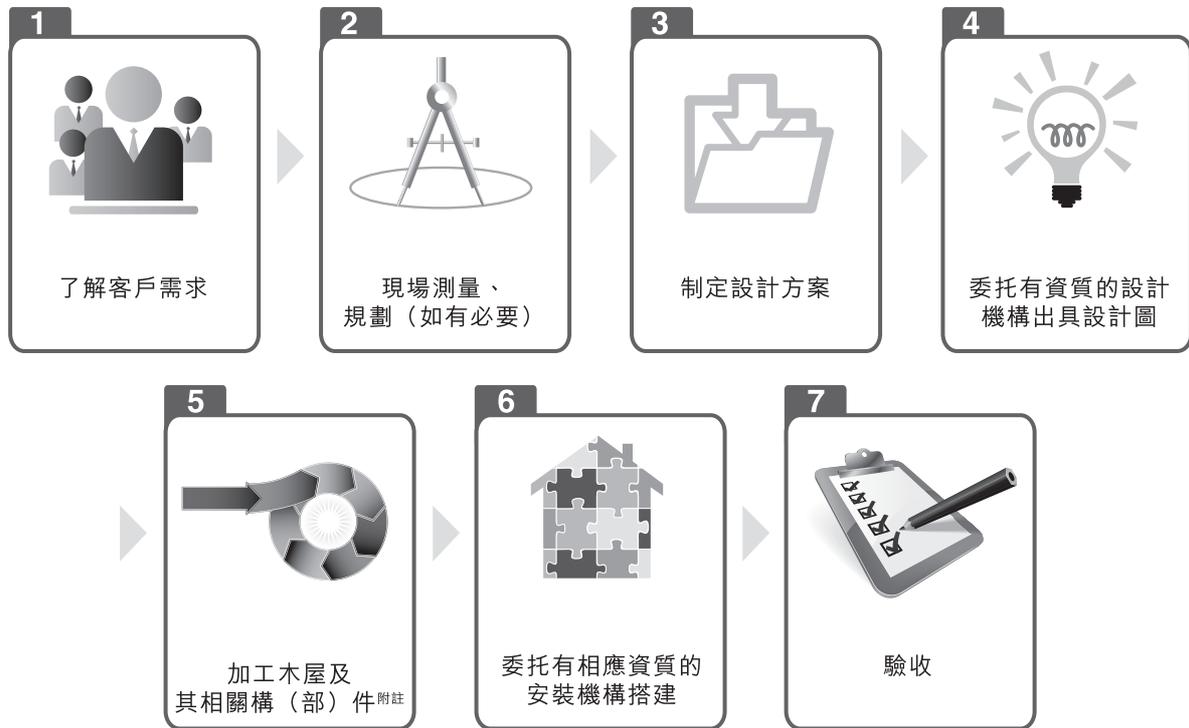
木材保護處理

我們會根據不同的產品類別，並結合產品將出售的市場的情況，對木材進行不同的保護性處理。於最後實際可行日期，我們主要採用的處理技巧包括ACQ-D保護處理、熱處理炭化木處理及阻燃木材處理。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

木屋及其相關構(部)件產品的設計、生產及搭建服務



附註：木屋及其相關構(部)件加工流程的基本步驟與休閒家居用品的生產流程一致。

瞭解客戶需求－我們根據客戶的喜好、木屋及／或棚屋的擬定位置及其週邊環境等因素計劃設計木屋。我們一般在接到客戶訂單後生產木屋及其相關構(部)件。然而，視乎客戶訂制的產品尺寸及類別，我們可能使用我們木屋構件的存貨來滿足客戶需求。

現場測量、規劃(如有必要)－倘我們的客戶要求(i)度身訂做木屋，或(ii)木涼亭，或(iii)大規模的建設項目，我們將調派設計師團隊進行選址、平面設計、實地調查及編製設計方案。

制定設計方案－一旦客戶表示接受，我們會與客戶討論及制定設計方案。

委托有資質的設計機構出具設計圖－我們會向有資質的設計機構交付設計方案，供其批准及編製藍本。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

加工木屋及其相關構(部)件—我們一般於我們的生產設施生產木屋的主要構件並於現場安裝。我們木屋及其相關構(部)件的生產程序與我們休閒家居用品所用生產程序相似。

委託有相應資質的安裝企業安裝、提供服務—我們的附屬公司美麗家園木結構安排第三方安裝企業進行花園的木屋產品(如亭閣及露臺)的安裝，並提出意見。

驗收—我們的客戶將於搭建及安裝正式完成後驗收木屋或木結構亭子及露台。

生產設施

我們的生產設施位於福建省西南部的漳平市。目前，我們的生產設施的建築面積約為57,287.59平方米，分為A區、B區及C區。A區包括4幢車間大樓及6幢辦公大樓或附屬大樓，總建築面積為7,234.00平方米。我們在A區設置一條生產線，通常會用作生產室內外家具產品。B區包括7幢車間大樓及4幢辦公大樓或附屬大樓，總建築面積為11,899.96平方米。我們在B區設置一條生產線，通常會用作生產園藝類用品及寵物類用品。C區包括6幢車間大樓及4幢辦公大樓或附屬大樓，總建築面積為38,153.63平方米。我們在C區設置5條生產線，用作生產各類型產品。

我們配置生產隊伍，生產不同產品類別。於最後實際可行日期，我們擁有七條生產線，配備共401名生產人員。

產能、產量及利用率

依據個別產品的需求，我們將對產品採用不同的生產工藝／處理方法。除半成品／已加工木板材外，所有木材須實施木材乾燥處理，故我們認為我們的木材乾燥處理能力是計算我們生產設施的利用率的一項主要基準。

除木材乾燥處理外，我們大部份產品還需進行塗裝工藝及拋光工藝處理。這些是有關我們產品的三大生產程序。

業 務

(i) 木材乾燥設施

於二零一一年十二月三十一日，該生產流程設置13台機器及由33名僱員操作。各台機器的產能為每年約5,400立方米。

我們的木材乾燥設施利用率

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
木材乾燥處理能力上限 ^{註一} (千立方米)	41.0	47.3	68.3
木材實際乾燥處理量(千立方米)	40.5	47.3	53.1
利用率 ^{註二} (%)	98.9%	100%	77.8%

註一：木材乾燥處理能力上限乃基於所有現有乾燥設備每日工作二十四小時，每年工作355天計算。

註二：除使用我們的生產設施乾燥木材外，我們亦會於生產旺季(即在冬季)外購半成品以生產部分產品。該等外購半成品毋須進行乾燥程序。而且，我們購買的部分鋸木板亦毋須進行乾燥程序。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，毋須進行乾燥程序的鋸木板及我們使用的外購半成品數量分別為19,000立方米、27,000立方米及34,000立方米。

本集團的木材乾燥處理利用率由二零一零年的100%降至二零一一年的77.8%，原因在於我們於二零一一年擴充我們的新生產線。生產擴充完成後，我們的木材乾燥處理利用率回升至二零一一年十一月及十二月的100%。

(ii) 塗裝設施

於二零一一年十二月三十一日，該生產流程設置4台靜電機、2台染色機、2台塗裝機及由52名僱員操作。靜電機、染色機及塗裝機各自的產能分別為每年約13,090立方米、17,448立方米及13,344立方米。

我們的塗裝設施利用率

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
塗裝能力上限(千立方米)	63.3	74.1	99.7
實際塗裝量(千立方米)	50.7	68.0	92.8
利用率(%)	80.2%	91.7%	93.2%

附註：塗裝設施能力上限乃基於所有現有塗裝設施設備每日工作十二小時，每年工作360天計算。董事認為塗裝設施的最高工作時數為每日十二小時。

業 務

(iii) 拋光設施

於二零一一年十二月三十一日，該生產流程設置17台機器及由34名僱員操作。各台機器的產能為每年約3,468立方米。

我們的拋光設施利用率

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
拋光能力上限(千立方米)	36.4	45.1	58.1
實際拋光量(千立方米)	33.5	42.2	56.4
利用率(%)	91.8%	93.5%	97.1%

附註：拋光設施能力上限乃基於所有現有拋光設施設備每日工作十小時，每年工作360天計算。董事認為拋光設施的最高工作時數為每日十小時。

原材料

本集團的原材料主要為我們向國內外供應商購買的軟木。軟木為全球約80%的木材生產的來源。我們使用的軟木包括源自獲FSC、PEFC認證的人工林樹木。FSC及PEFC為兩個支持環保森林管理的非牟利非政府組織。彼等各自擁有自己的森林認證體系。具備FSC或PEFC認證的產品顯示其已遵守木材業中社會及環境的高標準。本集團於二零零六年八月及二零一一年十一月分別首次獲得FSC及PEFC認證(兩者的有效期均為5年)。於二零一一年八月，我們重續FSC認證並延長5年，直至二零一六年八月。有關FSC及PEFC認證的申請及重續規定的詳情，請參閱本文件「行業概覽」一節。

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們採購FSC或PEFC認證木材原材料分別佔我們木材總採購量約2.9%、11.3%及22.3%。

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們分別有46、63及78家木材供應商。我們的主要木材供應商位於中國福建省，與我們維繫長達4年的業務關係。我們選擇木材供應商時會考慮以下因素，包括：(1)供應商擁有相關經營許可證，包括採伐許可證及木材運輸許可證；(2)供應商的規模及人力以及其設備與生產；(3)質量；(4)價格；(5)供應商的聲譽；及(6)可持續發展。

業 務

對於生產附帶FSC及PEFC標籤的產品，我們須確保僅使用來自FSC或PEFC認證供應商的木材。對於其他產品，並無對木材來源有FSC及PEFC制度限制。使用並無附帶相關標籤的其他非FSC及PEFC材料不會對我們目前的認證造成影響。

我們已採取各種措施確保我們並無獲FSC或PEFC認證的木材原料的合法性，並確保我們的中國及國際供應商持續遵守中國相關環境法律及法規。尤其是，對於國內供應商，我們的政策是對其營業執照及其他與其經營相關的牌照或批准，如原木原料供應商的採伐許可證及木材運輸許可證進行查驗及審查，有關查及審查工作會每年或在續新有關牌照時進行。如我們的中國法律顧問的意見，只有取得中國政府主管機關適當批准而進行的合法木材採伐活動方可獲授採伐許可證及木材運輸許可證。至於我們的國際採購，我們的國際供應商須在每筆交易前提供原產地證書及官方植物檢疫證書來證明木材原料來源的合法性。

我們的FSC認證及PEFC認證的有效期分別至二零一六年八月十五日及二零一六年十一月二十四日，在經獨立第三方合資格評審員評估後可續訂。我們運用各種方法以確保我們遵守FSC及PEFC要求及標準，包括：

- 由我們的執行董事謝清美女士，在我們採購團隊(聘有工程及工廠監工經驗豐富的員工)的協助下，監控我們的生產過程中遵守FSC及PEFC要求及標準的情況。有關謝女士的相關經驗及資歷詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及員工」一節；
- 根據其獲授的證書(對我們採購及生產過程中遵守FSC及PEFC要求的物理隔離規定有清楚指示)及對以FSC及PEFC材料生產的產品貼上相關標識標籤，進行原材料堆放；及
- 透過搜查FSC/PEFC官方網站確認獲認證的供應商，同時要求相關供應商提供印有所供應材料的FSC/PEFC認證清晰標示的交易文件(如票據及發票)。

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們以FSC或PEFC認證材料製成的所有產品均是依照作業順序進行生產，並只銷往國際市場(主要出口至美國)。該等產品與我們的非FSC或PEFC認證產品類似，均按成本加利潤收費。

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，來自我們FSC/PEFC認證產品的銷售收益分別為人民幣3.6百萬元、人民幣21.6百萬元及人民幣67.4百萬元。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

我們採購的木材原材料主要包括雲杉原木、鋸材雲杉板、雲杉精密下料板及松木板。我們亦可能於生產高峰期外購一些經第三方供應商處理及／或加工的半成品。我們取得該等半成品後，我們將在生產廠房進一步加工該等半成品。

我們亦採購生產工序所必需的非木製材料，包括油漆、膠水及五金產品等。下表載列往績記錄期我們原材料採購總量的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零零九年		二零一零年		二零一一年	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
木材原材料	67,544	68.1	68,640	58.8	104,130	61.4
雲杉原木	5,017	5.1	4,604	4.0	4,471	2.6
鋸材雲杉板	36,149	36.5	32,384	27.7	22,042	13.0
雲杉精密						
下料板	7,904	8.0	3,182	2.7	22,071	13.0
砂磨雲杉板	13,212	13.3	8,406	7.2	1,114	0.7
松木板	—	—	3,902	3.3	24,258	14.3
雲杉(杉木)板	—	—	—	—	10,464	6.2
其他木材材料	5,262	5.2	16,162	13.9	19,710	11.6
半成品	18,382	18.5	35,163	30.1	41,585	24.5
其他	13,248	13.4	13,009	11.1	24,009	14.1
	<u>99,174</u>	<u>100.0</u>	<u>116,812</u>	<u>100.0</u>	<u>169,724</u>	<u>100.0</u>
總計	<u>99,174</u>	<u>100.0</u>	<u>116,812</u>	<u>100.0</u>	<u>169,724</u>	<u>100.0</u>

供應商

我們的主要木材供應商位於中國福建省。於最後實際可行日期，彼等與本公司維繫長達4年的業務關係。

我們的採購團隊負責採購我們的原材料。對所需的原材料數量作出估計後，我們將與我們尋求購買原材料的供應商進行洽談。倘能夠達成合適的採購條款，我們將與該供應商簽署合約，而我們的員工將依照我們供應商提供的送貨單查驗規格及質量。一般而言，我們的海外供應商負責將原材料發往中國並負責運輸成本。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

於二零一零年，我們開始向位於北美及澳洲等地區的供應商進口部分原材料。該等原材料主要為原木或板材。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們分別向我們的國際供應商購買價值約人民幣零元，人民幣9.8百萬元及人民幣27.2百萬元的原材料，分別佔我們原材料採購總額的零、8.5%及16.0%。

中國及國際市場原材料價格並無常規模式。不同國家的原材料價格通常會因下列因素而波動：(i)相關市場的氣候條件；(ii)運輸成本；(iii)通貨膨脹；(iv)生產線季節性停產；(v)外匯匯率波動；及(vi)市場供需情況等。因此，我們向國際供應商的採購令我們的供應商選擇多元化，而我們可在因上述價格波動因素變動而令中國國內木材價格上漲時轉向自國際供應商採購，反之亦然。除價格外，本集團亦可比較不同國內及國際供應商的條款，而以較優越的條款採購原材料。此外，我們於不同市場分散採購，亦可拓寬我們的原材料選擇範圍，這有助我們挑選更符合我們需求或客戶規格的原材料。

我們的國內供應商授予我們30至90日的信貸期，信貸期在原材料運至我們的生產設施且已獲我們認可及接納後方開始計算。國際供應商通常要求我們以信用證或預付款項付款。

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們的五大供應商分別佔我們向供應商採購總量約48.3%、37.0%及35.3%，而我們的最大供應商每年佔我們向供應商採購總額分別約17.2%、12.8%及11.3%。

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無經歷任何木材供應短缺情況，以致對我們的業務營運造成重大不利影響。

於往績記錄期，董事、彼等的聯繫人或持有本公司已發行股本逾5%的股東概無於任何五大供應商中持有任何股權或擁有任何管理控制權，惟於二零零九年及二零一零年的金源木業及於二零零九年、二零一零年及二零一一年的佳家木材除外。

於最後實際可行日期，董事、彼等的聯繫人或持有本公司已發行股本逾5%的股東概無持有金源木業的任何股權，吳冬平先生的妻子吳嬌蘭女士為金源木業的董事，而吳先生則為金源木業的法定代表、主席兼總經理。另一方面，吳先生作為佳家木材的法定代表兼執行董事行事，吳青山先生作為總經理及吳冬平先生作為其監事行事。此外，於往績記錄期初，吳冬平先生亦擁有佳家木材100%的股權。

於往績記錄期，我們向金源木業及佳家木材的採購總額分別合共為人民幣11.5百萬元、人民幣17.4百萬元及人民幣2.1百萬元，分別佔我們截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度總採購額的11.6%、14.9%及1.2%。

業 務

然而，於二零一零年八月二十四日，吳嬌蘭女士及吳先生退任彼等於金源木業的上述職位，並不再為上述管理層成員。二零一一年十一月十日，吳冬平先生將其於佳家木業的所有股份出售予兩名獨立第三方（即黃子敬及蔡進榮），且吳先生及吳青山先生於二零一一年十一月十四日退出佳家木業的管理層。因此，於最後實際可行日期，金源木業及佳家木業與我們並無關聯。

銷售及市場推廣

我們的銷售及營銷策略主要着重於與我們的現有OEM及ODM客戶保持良好的業務關係，同時擴大我們的OEM及ODM銷售網絡。此外，我們自二零一零年起出售我們的「Merry Garden美麗家園」產品，故我們亦開始着重於推廣我們的自有品牌產品。我們相信有效的市場推廣對拓展我們的市場份額及使我們獲得來自潛在客戶的認同而言尤為重要。同時，我們直接或間接參與了多個景點的特別項目及市政項目。參與該等項目進一步提升了我們對市場的瞭解。除此之外，我們積極通過各種市場行銷管道在國內外推廣我們的產品。我們的主要市場推廣渠道包括：

中國及國際的展覽會及銷售大會

於往績記錄期，我們參與的中國及國際展覽會及銷售大會包括：

- 二零零九年及二零一一年在德國科隆舉行的國際體育、露營及庭園傢俱博覽會；
- 於二零一一年四月及十月先後在中國廣東省舉行的第109屆及110屆廣交會；及
- 於二零一一年十一月於中國福州舉行的中國（福州）家居建材博覽會。

廣告及宣傳

我們透過租賃公路廣告牌位以及通過報章、雜誌及電視刊登廣告，藉以吸引潛在新客戶。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們的媒體廣告開支分別為約人民幣0.1百萬元，人民幣0.2百萬元及人民幣1.1百萬元。

分銷網絡

於最後實際可行日期，我們的經銷商網絡通過銷售我們的產品（包括向需量身定做產品的客戶進行推廣和宣傳），為我們提供市場推廣及宣傳，從而使我們的自有品牌在市場上更加引人注目及備受認可。經銷商網絡是我們的自有品牌介紹給潛在新客戶的有效途徑。

業 務

國際銷售

自成立以來，我們的產品主要透過貿易公司及零售公司在國際市場銷售。我們按OEM或ODM基準向海外市場銷售我們的產品。就我們的海外OEM業務而言，我們的客戶在下訂單時便設定了產品規格及要求，例如設計圖，所需產品材料以及應用防銹技術。隨後，我們將向其發送我們的樣品供其審查，並獲其批准後開始生產訂購的產品。除非獲客戶通知及已確認遵守海外法律及合規規定，此前，我們將不會開始投入生產程序。就我們的海外ODM業務而言，經海外客戶批准產品設計及規格(包括體積大小及所需產品材料)後，我們方開始製造產品。我們的海外客戶亦派員工對產品進行檢查，其中包括不限於產品在交付前遵守適用法律及法規。在客戶特別要求下，我們或須於生產客戶產品時遵守特別準則，以確保客戶符合其產品進出口所在司法權區的法律及法規，包括有關產品安全及有害材料方面的法律及法規以及海關、包裝及貼標規定。憑藉上述措施，我們的海外客戶確保我們的產品符合相關海外市場的適用法律及法規。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無收到亦無知悉任何未遵守法律及法規的索賠，包括(但不限於)針對我們的反傾銷稅及環境法律。

我們銷往海外市場的產品根據裝運港船上交貨(於中國港口)安排進行運輸，即我們負責安排由我們的倉庫或生產設施至指定中國港口的運輸事宜。根據此項安排，於產品在中國出口港越過我們海外客戶指定的船舷時，我們產品的法定所有權、風險及回報便移交予我們的海外客戶。

我們的主要國際市場包括北美、歐洲及亞太地區(不包括中國)。該等市場的政府可能發起針對中國原產產品的反傾銷調查或徵收反傾銷稅。根據我們的船上交貨安排，我們不會直接負責支付任何反傾銷稅或其他關稅。我們的管理層將會密切監察海外市場的交易政策及評估徵收反傾銷關稅(如有)造成的間接影響。吳青山先生領導的銷售及營銷部門亦將會研究國際貿易資料，例如反傾銷關稅的最新發展、知識產權事宜及我們主要客戶所在國家的商品進口法律及法規等。同時為僱員提供國際貿易事務方面的培訓。我們銷售及營銷部門的員工(包括銷售經理)於木材行業擁有逾9年經驗。有關吳青山先生的經驗及資歷詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及員工」一節。往績記錄期內，我們透過於中國及歐洲市場開發新客戶降低美國政府實施反傾銷關稅的潛在影響，並減少我們對美國市場的依賴。往績記錄期內，我們來自中國市場及歐洲市場的收益百分比分別由約0.03%增至48.5%及由9.1%增至12.9%，而同期來自北美市場的收益百分比則由約62.5%降至33.0%。於往績

業 務

記錄期及截至最後實際可行日期，據我們所知，我們的產品並無面臨任何反傾銷調查或反傾銷關稅。鑒於OEM及ODM業務的重要性和貢獻，推出我們的自有品牌產品將不代表我們的業務模式有重大轉變。

中國銷售

自二零一零年起，我們已加強我們在中國的業務及建立我們的「Merry Garden美丽家园」品牌。我們的中國主要客戶位於福建省、廣東省及上海市。在中國市場，我們所得大部分收益來自我們的ODM業務，同時，我們亦錄得以「Merry Garden美丽家园」品牌名銷售的產品不斷增長的銷售額。我們對客戶的銷售通常按訂單基準進行。我們的產品(包括我們的自有品牌)售予(1)貿易公司客戶；(2)終端用戶客戶；(3)經銷商；及(4)店舖銷售。作為拓展國內銷售的重點戰略之一，我們擬通過開設更多自營店，進一步推廣我們的自有品牌產品。於二零一一年十二月二十三日，我們於福建省漳平在我們的自有場所開設了首家自營店，總建築面積約200平方米。截至二零一一年十二月三十一日止年度，自營店產生收益約人民幣0.5百萬元。儘管如此，我們將維持發展我們的OEM及ODM業務，而我們的業務模式並無重大轉變。我們透過為自有品牌產品設立更多自營店以開拓額外收益來源的計劃將為我們的額外業務焦點。

我們旨在增加我們的木屋銷售，而我們的管理層認為木屋銷售將推動室內外家俱產品的銷售。此外，我們旨在保持OEM／ODM業務的穩定表現。擴大我們的產能會使在不減少其他產品產能的情況下生產更多木屋。

為保持OEM／ODM業務的表現，我們應繼續加強我們與我們現有OEM客戶的關係，向其提供更好的服務，積極開拓新市場，並發掘與大型外國零售商合作的機會。同樣，為保持ODM業務的競爭力，我們將壯大本集團設計團隊的實力，加強對本集團所擁有的知識產權的保護。

截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們的五大客戶分別佔我們總收益約82.6%、52.1%及47.4%，而我們的最大客戶於各個年度分別佔我們總收益約27.6%、22.3%及15.2%。

於最後實際可行日期，概無董事、聯繫人或持有本公司已發行股本5%以上的股東及我們於往績記錄期持有我們五大客戶的任何股權。除下文所披露者外，我們的客戶與本集團、股東、董事、高級管理層及任何彼等各自的聯繫人並無任何過往或現有關係：

關聯方名稱

關係

廈門德瑞華及香港德瑞華

李雪岩，二零零六年一月至二零零八年十月為漳平木村前董事兼股東，現分別為廈門德瑞華法律代表及香港德瑞華董事兼股東

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

關聯方名稱	關係
福建美家木屋工程有限公司 (「美家木屋」)	吳冬平先生(本公司非執行董事)， 於往績記錄期初期直至二零一一年 三月曾擔任美家木屋的控股股東
福建美家景觀木業有限公司 (「美家景觀」)	吳冬平於往績記錄期初期直至 二零一一年二月為美家景觀的 主要管理人員兼法律代表
九鵬溪	吳先生(本公司主席、執行董事兼總經理) 現為九鵬溪的控股股東、執行董事兼法律代表

下表列示往績記錄期及截至二零一二年四月三十日止四個月我們按地區劃分的銷售量明細(根據我們未經審核管理賬目計算)：

	二零零九年		截至十二月三十一日止年度				截至四月三十日	
			二零一零年		二零一一年		止四個月	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
中國	37	0.0	75,787	38.0	148,956	48.5	84,182	56.8
北美	68,737	62.5	73,545	36.8	101,220	33.0	38,486	26.0
歐洲	10,057	9.1	12,376	6.2	39,613	12.9	16,972	11.5
亞太地區 (不包括中國)	31,202	28.4	37,895	19.0	17,362	5.6	8,425	5.7
	<u>110,033</u>	<u>100.0</u>	<u>199,603</u>	<u>100.0</u>	<u>307,151</u>	<u>100.0</u>	<u>148,065</u>	<u>100.0</u>

下表載列按產品性質劃分我們收益的地區明細：

	截至二零零九年十二月三十一日止年度				
	OEM	ODM	美麗家園	其他	合計
	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	—	37	—	—	37
北美	54,832	13,905	—	—	68,737
歐洲	6,818	3,239	—	—	10,057
亞太地區 (不包括中國)	27,769	3,433	—	—	31,202
	<u>89,419</u>	<u>20,614</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>110,033</u>

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

截至二零一零年十二月三十一日止年度

	OEM	ODM	美麗家園	其他	合計
	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	—	48,677	21,977	5,133	75,787
北美	70,487	3,058	—	—	73,545
歐洲	10,584	1,792	—	—	12,376
亞太地區 (不包括中國)	27,593	10,302	—	—	37,895
	108,664	63,829	21,977	5,133	199,603
	108,664	63,829	21,977	5,133	199,603

截至二零一一年十二月三十一日止年度

	OEM	ODM	美麗家園	其他	合計
	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	—	82,747	57,685	8,524	148,956
北美	97,857	3,363	—	—	101,220
歐洲	39,607	6	—	—	39,613
亞太地區 (不包括中國)	11,117	6,245	—	—	17,362
	148,581	92,361	57,685	8,524	307,151
	148,581	92,361	57,685	8,524	307,151

客戶

貿易公司

我們的產品按逐一訂單基準銷售予貿易公司客戶，並透過其分銷渠道再出售。我們並無涉及我們產品(銷售予貿易公司客戶)的任何銷售及市場推廣，亦無任何政策監察該等客戶透過其本身銷售渠道銷售我們的產品。我們銷售予貿易公司客戶的大部分產品乃以OEM及/或ODM基準出售，而據董事的深入瞭解，該等貿易公司客戶之後會轉售彼等的客戶，主要為海外超市及零售商。我們的「Merry Garden美麗家園」品牌產品乃售予中國的貿易公司客戶，然後這些產品會在國內市場出售。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

於二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日，我們的產品分別售予21、36及31家貿易公司客戶。下表載列於往績記錄期按產品性質劃分我們銷售予貿易公司客戶的比例：

	截至二零一一年十二月三十一日止年度		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
	%	%	%
OEM	81.6	67.1	61.2
ODM	18.4	31.5	36.3
Merry Garden美丽家园	—	0.1	0.3
其他	0.0	1.3	2.2
	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>	<u>100.0</u>

對我們的中國貿易公司客戶，我們會授予30至90天的信貸期。對我們的國際貿易公司客戶，我們會授予15至60天的信貸期。

終端用戶

我們銷售我們的自有品牌產品及ODM產品予終端用戶(彼等主要位於中國)。我們向終端用戶的銷售主要以項目為基礎，並用於旅遊景點、公園及市政工程項目。

我們的終端客戶通過(i)展覽及銷售會議；及(ii)透過我們的市場推廣人員的直接銷售購買我們的產品。我們亦通過公開投標向終端客戶銷售我們的產品。

對我們的終端客戶，我們會授予90天的信貸期。

經銷商

我們自二零一零年起，在中國市場開始建立「Merry Garden美丽家园」品牌產品的經銷商網絡。截至最後實際可行日期，我們與全部九家經銷商簽訂了分銷協議，透過彼等於中國福建省及上海市的自有已成立零售點銷售我們的產品。

具體而言，我們與彼等的分銷協議包含以下主要條款：

- 地理範圍—我們授權經銷商在規定地理區域內銷售我們的產品，但保留授權同區企業分銷我們產品的權利；
- 最低採購安排—經銷商通常會根據彼等的實力，承諾每年最低採購額。倘我們的經銷商未能及／或不能符合彼等的每年最低採購要求，我們會要求彼等在90日內

業 務

達到尚欠的額度。因此，倘彼等仍未能及／或不能符合彼等的每年最低採購要求，我們保留權利終止我們與彼等的分銷協議；

- 扶持及協助— 在遵守信貸預定水平前提下，我們向經銷商授予信貸期以及提供市場推廣支援。該等信貸金額須於我們授予的信貸期內償還；
- 宣傳及品牌建設— 我們將向經銷商提供有關我們產品的宣傳材料，為我們的品牌及產品進行宣傳；
- 資訊收集— 經銷商承諾適時向我們回饋銷售資訊並提交可行的市場推廣計畫，以便我們掌握市場的最新動態；
- 排他性銷售安排— 經銷商承諾，未經同意，不會於我們授權彼等銷售的地域出售同類產品；
- 期限— 分銷協議的年期介乎二至三年，並無載列任何自動續期條款。任何一方均可因另一方的任何嚴重違約而終止經銷協議。

此外，根據經銷協議的條款，經銷商客戶有責任避免侵犯我們的知識產權並將我們的商業資料保密。除上述者外，經銷協議並無載有有關陳舊存貨安排或遵守我們定價政策及銷售政策的任何條款。於往績記錄期內，我們並無接受分銷商任何未售貨品退回，且我們將於日後採納類似政策。收益於向分銷商交付產品時確認。

往績記錄期內，本集團售予經銷商的产品為本集團「Merry Garden 美丽家园」品牌下的產品，而該等产品通過彼等的自營零售點售予彼等的客戶。為避免經銷商客戶累積過量存貨，我們將於每次經銷商客戶發出購買訂單時評估購買量及客戶的信貸狀況。倘(i)購買量高得不合理以致可能導致累積存貨；或(ii)經銷商客戶已超出其信貸限額或於信貸期屆滿後未能向我們償還款項，則我們可能拒絕接納其購買訂單。

與該等經銷商的合作使我們得以在利用彼等於當地已建立的網路銷售產品的同時，可擴大我們收集市場資訊的基礎並使我們可獲得更多品牌及產品推廣方面的協助。據董事所知，該經銷模式亦獲部分同業採納。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

往績記錄期內，為進一步提升我們的品牌認知度及擴充我們的業務，我們大力增加我們的經銷商數量。於二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日，我們分別向零、4及7名經銷商銷售我們的產品。截至最後實際可行日期，我們已委聘9名經銷商，並一直與我們的所有分銷商保持良好的業務關係，且我們並無經歷過任何終止分銷安排的情況。於最後實際可行日期，我們的經銷商各自經營一個零售點。

對於我們的分銷商客戶，我們會授予90天的信貸期。

零售公司

在國際市場，我們的部分客戶為零售公司客戶。該等客戶透過彼等廣泛分佈的零售網點向終端使用者銷售我們的OEM產品。我們的零售公司客戶包括擁有超市或互聯網銷售等零售銷售網絡的日本及德國的零售商。

於二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日，我們的產品分別售予5家、6家及6家零售公司。

對於我們的零售公司客戶，我們會授予15至60天的信貸期。

店舖銷售

自二零一一年十二月起，我們在福建省漳平市成立及開設首家自營店，總建築面積為200平方米。我們通過首家自營店零售我們的「Merry Garden美丽家园」品牌產品。截至二零一一年十二月三十一日止年度，我們自我們首家自營店的銷售取得約人民幣0.5百萬元。

下表載列往績記錄期截至二零一二年四月三十日按銷售渠道劃分的收益(根據我們的未經審核管理賬目)：

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月	
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	銷售 人民幣千元	%	銷售 人民幣千元	%	銷售 人民幣千元	%	銷售 人民幣千元	%
貿易公司	100,968	91.8	144,286	72.3	214,459	69.8	90,468	61.1
終端用戶	—	—	29,275	14.7	51,205	16.7	24,872	16.8
經銷商	—	—	12,422	6.2	25,416	8.3	26,635	18.0
零售公司	9,065	8.2	13,620	6.8	15,558	5.1	3,523	2.4
店舖銷售	—	—	—	—	513	0.1	2,547	1.7
	<u>110,033</u>	<u>100.0</u>	<u>199,603</u>	<u>100.0</u>	<u>307,151</u>	<u>100.0</u>	<u>148,065</u>	<u>100.0</u>

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日 止四個月	
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
貿易公司客戶	26,997	26.7	51,433	35.6	77,243	36.0	34,555	38.2
終端用戶	—	—	11,360	38.8	19,158	37.4	9,249	37.2
經銷商	—	—	4,222	34.0	10,076	39.6	11,166	41.9
零售公司	2,460	27.1	4,869	35.7	5,114	32.9	1,221	34.7
店鋪銷售	—	—	—	—	313	61.0	1,422	55.8
	<u>29,457</u>		<u>71,884</u>		<u>111,904</u>		<u>57,613</u>	

我們產品的銷售策略

除我們的自主經營店舖外，我們的貿易公司客戶及經銷商客戶在中國市場銷售我們的自有品牌產品。我們店舖與我們貿易公司客戶之間不大可能出現任何直接競爭，主要是由於向我們貿易公司客戶銷售我們的自有品牌產品並不重大（分別佔於往績記錄期我們總營業額的約零、0.1%及0.2%及佔向貿易公司客戶銷售總額的零、0.1%及0.3%）。此外，就我們的自營店及經銷店而言，我們確認彼等之間的區域地點並無重疊。

另一方面，我們的OEM／ODM產品與我們的產品之間亦不大可能產生直接競爭，由於我們的自有品牌產品主要是木屋及其相關構（部）件，而我們的OEM／ODM產品主要是休閒家居用品。

此外，儘管我們每年平均推出120種全新及／或改良產品，但董事認為我們的業務模式及內部控制措施防止我們現有產品在新產品推出時變成過時貨品。尤其是，我們的OEM及ODM產品及我們部分「Merry Garden美麗家園」品牌產品均按訂單生產。僅當我們接獲客戶訂單時才推出新產品。同時，我們通常不會積存成品以迎合客戶的未來所需。就「Merry Garden美麗家園」品牌產品的其他產品而言，我們將會小心控制新產品的推出時機，並考慮（其中包括）(i)現有存貨的水平；(ii)新產品與現有產品的相同點；及(iii)該等產品的目標客戶，從而令現有存貨可在新產品推出前逐漸退出市場。由於上述新產品推出時考慮以上特定情況，我們一般不會經歷新產品與現有產品互相蠶食的局面。

業 務

我們產品的運輸安排

對於我們的國內銷售，我們的客戶負責將我們的產品從我們的倉庫或生產設施的運送至目的地事宜。對於國際銷售，我們負責安排由我們的倉庫或生產設施至中國的指定港口的運輸事宜。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無經歷過任何對我們的經營造成重大影響的運輸障礙事件。

知識產權

我們通過ODM安排將自主設計的產品銷往我們的國內外客戶。我們與若干貿易公司客戶合作，從而通過OEM安排向彼等銷售我們的產品。

根據我們現有ODM安排，我們根據中國法律擁有我們自主設計的知識產權。根據我們現有OEM安排，我們認為我們對我們的OEM客戶提供的設計並無任何知識產權。

我們已採取多項措施，防止我們的「Merry Garden美丽家园」品牌產品設計被視為抄襲／侵犯我們的ODM(如適用)及OEM客戶的任何知識產權，包括：

- 採用僱員指引，防止知識產權侵犯行為；
- 通過舉辦多次教育研討會為僱員提供有關知識產權保護的培訓；及
- 我們的管理層團隊會監控我們的產品，以確保不侵犯我們客戶的知識產權。

質量控制

於最後實際可行日期，我們的質量控制團隊共有29名員工。

我們會在三個階段對我們的產品的品質進行監控：

(i) 原材料(包括外購的半成品)驗收階段

- 我們的採購團隊維持嚴格控制，要求供應商就其材料提供合格檢驗報告。有關檢驗報告將包括由相關質量控制員工證實的質量、規格及數量，並載有樣品抽查結果。我們的政策是每年或於有關許可續新時檢查及審閱有關其營運的營業執照及其他許可及批文，例如採伐許可證、木材運輸許可證、原產地證書及官方植物檢疫證書；

業 務

- 我們的質量控制員工核實我們供應商的交貨單上的規格及數量。我們檢查原材料樣品及核實原材料是否有所腐爛、破損及損壞；及
- 我們會將未通過我們的質量控制測試的原材料退還供應商。

(ii) 生產過程階段

- 我們的質量控制員工使用模具及檢查工具對首批成品與圖紙或樣品進行核實；
- 我們的生產員工會根據模具及檢查工具進行檢查；及
- 在生產過程中，我們的質量控制員工會進行常規質量檢測。

(iii) 成品檢驗階段

- 我們的質量控制員工使用模具及檢查工具按圖紙或樣品核查外觀、規格及包裝；及
- 我們的質量控制人員將根據質量標準檢驗我們的產品，而海外客戶亦會指派自身檢查人員或第三方檢測中心檢驗我們的產品。

為確保我們的產品符合相關國家標準GB18584-2001或我們客戶規定的要求（如有），我們或我們的客戶會將產品樣品送交第三方檢測中心（包括由跨國集團運作的專業產品質量檢測中心），以檢測我們的產品是否符合GB18584-2001項下的要求或我們客戶指定的其他要求（如有）。

對於我們的ODM安排下的各項訂單，我們的客戶首先通常會與我們溝通其需求。隨後，我們將發送我們的設計草圖，供其審查。在取得我們客戶對我們的設計批准後，我們將生產一個樣品，供其進一步檢查。待取得進一步批准後，我們會安排已訂購的產品大規模生產及裝運。特別是，就我們的海外ODM業務而言，我們已採納以下措施，以確保我們的產品根據海外客戶的要求生產，包括關產品的體積大小及擬定用途：

- 我們的設計師將按照海外客戶的要求準備初步設計；

業 務

- 所有初步設計將由我們的銷售及營銷部門主管吳青山先生進行審查及批准；有關吳青山先生的資歷詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及員工」一節。我們銷售及營銷部門的員工(包括於木材行業積逾10年經驗的銷售經理及員工)亦會協助吳青山先生；及
- 在生產相關產品之前，我們將向我們的海外客戶提交我們的設計，供其進一步批准。

對於我們的OEM安排下的訂單，我們的客戶通常會向我們發送其設計。隨後，我們將生產一個樣品，供其進一步檢查。待其進一步批准後，我們會安排其訂單的大規模生產及裝運。就我們的OEM業務而言，我們已採納下列措施確保我們的產品符合客戶的規格：

- 根據我們客戶的規格，我們委聘獨立第三方檢測中心檢測我們產品所含化學品及有害物質(如甲醛、鉛等)及進行分析試驗，確保我們的產品符合客戶的規定；及
- 我們的質量控制員工使用模具及檢查工具按設計及圖紙核查我們產品的外觀、規格及尺寸。彼等亦會查核生產產品所用材料是否符合客戶訂單的規定。

應海外客戶的要求，我們會從成品中提取樣品，呈交客戶送交第三方檢測機構檢查產品結構、安全、環境保護事宜(如重金屬及甲醛濃度)。

在交付或運送成品後，我們的質量控制員工會根據多項標準(如我們的產品抽樣標準表MIL-STD-105E(第II類，接收質量限制1.5或4.0))進行樣品檢查。我們的海外客戶亦可能委聘檢查人員或委任第三方檢測機構進行檢查後方確認上述交付或運送。

我們僅在產品存在嚴重質量缺陷的情況下接受客戶退貨。於往績記錄期內，我們並未遭遇到任何重大產品質量問題，亦無遇到產品退回或回收事件。

業 務

獎勵及嘉許

於往績記錄期，本集團已獲得多項有關我們優質產品及設計以及我們的木材處理／加工專業知識的獎勵及嘉許，其中包括：

年度	榮譽	頒發單位	獎勵／嘉許性質
二零零七年十二月	ACQ-D木材防腐劑 獲頒福建省 優秀新產品三等獎	福建省人民政府	對我們研發能力的嘉許。這項獎勵亦鼓勵我們有效地發明更多具高回報的高科技產品，並將我們的自主知識產權應用於該等產品。
二零零八年九月	「Merry Garden 美丽家园」獲得 福建省著名商標	福建省工商管理 管理局	對我們產品在福建省的突出產量及銷量的嘉許。
二零零八年九月	2008-2009年度農業 產業化省級 重點龍頭企業	福建省農業產業化 工作領導小組	嘉許我們是擁有地方歷史、競爭優勢、顯著特色及發展潛力的企業之一。
二零零九年十一月	福建省品牌農業 企業金獎	福建省人民政府	對我們的競爭力、大規模投資及經營以及過硬的研發能力的嘉許。
二零一零年十月	高新技術企業	福建省科學技術廳、 福建省財政廳、福建省 國家稅務局、福建省 地方稅務局	嘉許我們為一家知識及技術密集型公司，是項獎勵批授我們按15%的優惠所得稅率繳稅。

業 務

年度	榮譽	頒發單位	獎勵／嘉許性質
二零一零年十二月	福建省第一批實施技術標準戰略試點合格企業	福建省品質技術監督局、福建省經濟貿易委員會	嘉許我們為福建省134家首批實施企業標準計劃的試點企業之一。這項獎勵亦顯示，我們為處於福建省企業標準項目的企業之一。
二零一一年十月	2011年中國木材保護工業木材防腐10強企業	中國木材保護工業協會 ^{註一} 、中國木材與木製品流通協會木材防腐專業委員會 ^{註二}	嘉許我們為木材防腐行業的品牌。
二零一一年十月	2011年中國木材保護工業創新型企業	中國木材保護工業協會	該嘉許鼓勵我們進一步開發新產品及技術、提升我們的管理、提高我們的可持續發展能力以及增強我們的競爭實力。
二零一一年十月	2011年中國木材保護工業碳化木品牌企業	中國木材保護工業協會 ^{註一} 、中國木材與木製品流通協會木材防腐專業委員會 ^{註二}	對我們在熱處理炭化木領域的傑出研發能力的嘉許。是項獎勵進一步提高了我們的聲譽及品牌知名度。
二零一一年十月	2011年中國木材保護工業防腐木材工程應用示範企業	中國木材保護工業協會 ^{註一} 、中國木材與木製品流通協會木材防腐專業委員會 ^{註二}	嘉許我們為防腐木材工程應用行業的品牌。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

年度	榮譽	頒發單位	獎勵／嘉許性質
二零一一年十月	2011年中國木材保護工業木材防腐劑品牌企業	中國木材保護工業協會 ^{附註1} 、中國木材與木製品流通協會木材防腐專業委員會 ^{附註2}	嘉許我們在木材防腐劑領域的傑出研發能力。是項獎勵進一步提高了我們的聲譽及品牌知名度。

附註1：中國木材保護工業協會是一家國家級行業機構，於中國民政部登記，受中國工業和信息化部領導。中國木材保護工業協會的成立有多項目的，包括對木材保護行業進行統計、代表其會員與政府聯絡及協助政府機關制訂及實施行業標準。我們是中國木材保護工業協會的副會長。

附註2：中國木材與木製品流通協會是一個中國國家級的行業社會機構，於中國民政部登記，受中華人民共和國國務院國有資產監督管理委員會領導及監督。中國木材與木製品流通協會的成立有多項目的，包括對木材與木製品行業進行統計、代表其會員與政府聯絡及協助政府機關制訂及實施行業標準。中國木材與木製品流通協會設有10個委員會，木材防腐專業委員會是其中之一。我們是中國木材與木製品流通協會的副會長。

除所披露者外，所有獎勵均由與本集團、本集團的股東、董事、高級管理層及任何彼等各自的聯繫人素無或現無關係的機構授予。

我們在業內多個協會保持會員身份。於最後實際可行日期，我們為下列行業協會的會員：

組織	職位	加入日期
中國木材保護工業協會	副會長	二零一一年十月
全國木材標準化技術委員會 結構用木材分技術委員會 (SAC/TC41/SC4)	會員	二零一一年五月
中國木材與木製品流通協會 木材防腐專業委員會	副會長	二零一零年十二月

業 務

組織	職位	加入日期
中國傢具協會	中國傢具協會 第五屆 理事單位會議的 理事單位	二零一零年十一月

競爭

全球木材產品市場的競爭呈現地區差異且高度分散。我們相信，我們擁有的競爭優勢基於：(i)我們於OEM/ODM業務與客戶保持長期業務關係；(ii)我們的「Merry Garden美麗家園」品牌防腐木已獲認定為福建名牌產品；(iii)我們強大的產品設計能力；(iv)我們在木材保護應用技術方面擁有豐富的經驗；(v)我們獲得業內多個國際機構的認證；及(vi)我們具有經驗豐富的管理團隊。

我們憑藉品牌知名度、產品質量聲譽、產品成本、技術創新及產品設計，在所處區域市場展開競爭。

在中國，我們的主要競爭對手為國內規模較小的木製品企業及部分跨國公司。該等小規模企業通常製造簡單的設計及產品。

在北美市場，我們的主要競爭對手為加拿大木製品公司，與我們相比，該等公司具有地理戰略優勢。然而，我們相信，我們可基於成本、設計、我們在我們的產品中應用的技術及處理方法，有利地與該等公司展開競爭。

在亞太地區(不包括中國)，我們的主要競爭對手來自東南亞。該等木製品公司擁有可以較低成本從天然林取得原材料的優勢。然而，我們相信，我們可憑藉設計及技術，有利地與該等公司展開競爭。此外，憑藉FSC及PEFC的認證，我們可以進入該等東南亞競爭對手被限制進入的市場。

在歐洲，我們的主要競爭對手主要為波蘭木製品公司，與我們相比，該等公司擁有地理戰略優勢。我們相信，我們可憑藉成本、設計及我們在我們的產品中應用的技術及處理方法，有利地與該等公司展開競爭。

技術應用與發展

我們的研發活動旨在改良我們現有的木材保護應用及技術，並開發新的應用方式。我們在我們的研究中心開展內部研發，研究中心位於毗鄰我們生產設施的辦事處。

業 務

我們的研發團隊由吳先生領導。有關吳先生的資歷及相關經驗詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及員工」一節。

於二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日及於最後實際可行日期，我們分別有38名、38名、38名及37名僱員從事研發活動。我們的研發團隊開展實驗、技術和檢查工作、進行數據分析以及推動管理工作。我們的14名研發人員擁有不少於3年的相關行業經驗，而其中12人擁有不少於5年的相關行業經驗。我們的研發團隊包括14名接受大專或以上教育的人員，其中1人擁有博士學歷，1人擁有研究生學歷。

我們的內部研發團隊由三名教授協助。彼等分別為木材保護及林木化學、木材科學與技術領域的專家。彼等與我們緊密合作，在木材科學及木材保護領域開展研發活動。

於往績記錄期，我們已將多種木材保護技術應用在我們的產品中，包括ACQ-D木材防腐劑、阻燃木材處理、炭化木材處理及木材防裂技術。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們的研發開支分別約為人民幣5.7百萬元、人民幣7.3百萬元及人民幣9.8百萬元。有關開支主要包括員工成本，相關材料成本及專利申請費用。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們產生上述專利申請費分別約為人民幣零元、人民幣0.02百萬元及人民幣0.06百萬元。於整個往績記錄期的開支增加乃由於本集團加強專注於研發活動所致。我們的研發開支於匯總收益表內我們的銷售成本與行政開支項下入賬，於往績記錄期並無研發開支資本化。

木材防腐劑技術

CCA已使用超過70年，用於使木材不受真菌、昆蟲及海洋蛀蟲的破壞。此外，CCA有助於提高經處理木材的耐候性，延長油漆的粘著性。然而，部分國家因個人健康及環保理由對CCA加以限制並逐步淘汰其使用。

自二零零二年起，我們生產並在我們的產品中使用ACQ-D防腐劑。ACQ-D是一種以銅製成的水性防腐劑、殺真菌劑、季銨化合物及殺蟲劑。ACQ-D用於取代基於環境衛生原因被多國政府(包括美國)限制使用的CCA。

ACQ-D用於木屋及其相關構(部)件以及我們家俱產品所用的木材。經ACQ-D處理木材的好處是，可安全應用於木材直接接觸土壤及／或水的場合，如永久木樁、露台樁及露台板。ACQ-D更為環保，與其他傳統CCA防腐劑相比，具有更少的有害化學物質。

我們僅在少數情況下應部分中國客戶的特別要求使用CCA，而我們以CCA技術處理的所有產品均售予中國市場的客戶。我們銷售以CCA處理的產品所得的收益佔截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度總收益分別約零、零及0.4%。據中國

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

法律顧問表示，根據GB/T 27654-2011《木材防腐劑》及GB/T 27651-2011《防腐木材的使用分類和要求》等相關國家標準允許使用CCA。然而，由於業內近期的趨勢是選擇使用ACQ-D，我們預期未來不會繼續使用CCA。就此而言，我們的銷售部門主管吳青山先生負責監察不會再接受使用CCA的訂單。

就使用ACQ-D防腐劑而言，我們負責確保我們的產品乃根據客戶的規格生產並由彼等批准及檢查。我們的海外客戶確保我們的產品符合相關海外市場的適用法律及法規。目前，ACQ-D防腐劑在歐美等市場獲普遍採用。我們要求海外客戶保證其購貨訂單所載的ACQ-D規格符合其擬銷售我們產品的司法權區的相關規定。我們會核查相關司法權區有否禁用ACQ-D防腐劑。就有關我們於中國的客戶而言，有需要時，我們可能將ACQ-D防腐劑應用於我們的產品。根據中國法律及相關國家標準允許使用ACQ-D。根據我們的中國法律顧問的意見，本集團預期在中國使用該項技術不會產生任何重大責任問題。基於上述理由，董事確認且[●]贊同使用ACQ-D將不會令本集團產生任何重大責任問題。

阻燃木材處理

由於木材是易燃材料，故我們的阻燃木材使用即使在高溫下仍可保持穩定的阻燃化學品。經處理的木材會燒焦，但不會氧化生成對流層而始終將火焰熱量傳導給木材，因而可大大減緩火勢蔓延。

炭化木材處理

通過在控制溫度下加熱木材，可使木材防蛀性能更佳。此外，這亦是眾多客戶首選的無化學品防腐技術。

經過處理後，木材在與水起反應方面的質量可得到提高。熱處理亦可提高木材在較少吸濕變形及較低平衡濕度方面的特性。

防裂技術

該技術旨在提升我們產品的良好外觀及使用壽命，因為木材可能於環境溫度及濕度變化時收縮及膨脹而形成開裂。

環境模擬實驗室

除上述技術外，我們目前還設立有可模擬不同環境狀況及影響並藉此測試木材在不同環境下腐朽情況的環境模擬實驗室。參考該等試驗結果，我們可以充分掌握不同環境下，木材劣化的原因，並據此選擇或調整相應的防腐措施。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

我們參與國家標準或行業標準的起草

我們參與制定了兩項國家林業行業標準，分別為《木材防腐劑》及《防腐木材的使用分類和要求》。該等標準目前仍在應用中。目前，我們正制定國家標準—《防腐木材工程應用技術規範》，而我們的董事吳冬平先生參與審查或制定多項國家標準及行業標準包括：

- 木結構建築牆面用掛板
- 建築結構用木工字樑
- 木結構用鋼釘
- 輕型木結構用規格材目測分級規則
- 結構用木質複合木材產品力學性能評定
- 結構用鋸材力學性能測試方法

知識產權

於最後實際可行日期，我們(i)於中國擁有下列註冊商標：、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、、

業 務

存貨控制

我們根據我們的銷售預測，制定相應的採購計劃。我們的原材料庫存通常可以滿足我們二到三個月的生產需求。在重要節假日前，我們會增加原材料的庫存，以應對預計的需求增長。

我們的主要原材料為擁有長期壽命的木材。我們根據生產計劃採購原材料及保留未來兩至三個月的原材料，而非於接獲銷售訂單後採購原材料。此外，我們已採取措施管理木材價格波動。首先，我們於較早階段向供應商支付預付款項固定價格。第二，我們在察覺原材料價格出現上漲趨勢情況下上調與客戶之間定價。

為減低陳舊存貨風險，我們於制定我們的採購計劃及釐定本年度所需的原材料時會參考我們的過往表現及本年的銷售計劃。我們亦已採取下列措施減少陳舊存貨風險：(i)在接納入庫前對材料進行質量及數量檢查；(ii)倘影響我們銷售計劃的市況變化，及時調整我們的採購計劃；及(iii)我們通過定期審查及實地檢驗監控我們的存貨記錄。我們的採購部與銷售及營銷部將按月對存貨水平進行審查，以確保有充足供應可供未來兩至三個月生產之用，並評估是否需就我們的採購計劃調整後我們才與客戶訂立任何銷售合約。我們的財務部按月與倉儲部進行對賬，以確保兩份記錄的準確性及一致性。

我們亦按季進行實地樣品檢查，並按年對我們的存貨進行全面實地檢查。在進行全面實地存貨檢查時，我們的員工將視察存貨的實際狀況。損壞或腐爛的存貨項目將被視為報廢，並會考慮計提相關存貨撥備。

我們產品的壽命週期主要取決於所應用的防腐處理及使用產品的環境條件。我們的產品經過ACQ-D處理，可在正常環境條件下使用不少於20年。我們一般須30至45日生產休閒家居用品及須30至60日生產木屋及其相關構(部)件。於截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們的平均存貨週轉天數分別為128、139及97天。於二零一零年，我們增加我們原材料的採購以滿足我們進軍中國市場策略的擴大的生產計劃。原材料採購的增加導致同期平均存貨週轉天數增加。於二零一一年，我們的存貨週轉天數減少，原因是我們實施存貨控制政策以降低存貨水平以及支付予供應商的預付款以確保其在數量及價格方面穩定供應原材料所致。截至二零一一年十二月三十一日止年度我們的平均存貨週轉天數已減少，符合行業正常慣例。

業 務

信貸控制

我們的信貸期限視客戶類別不同而有所不同。對於國際客戶，我們會授予15至60天的信貸期且一般須以金融機構開具的信用證或電匯(就若干經營歷史良好的客戶而言)結算。對於我們的中國國內客戶(不包括經銷商)，我們會授予30至90天的信貸期。對於我們的經銷商而言，我們會授予90天的信貸期。對於我們的國際市場零售公司客戶，我們會授予15至60天的信貸期。對於新客戶，我們通常會委聘信用保險機構對彼等的信貸情況進行調查並要求彼等支付部分預付款。

所提供確切的信貸期乃根據業務關係長短、信貸記錄、採購訂單規模及銷售表現記錄評估按每宗交易而釐定。

結欠未償還結餘自到期日起計達一年以上的客戶須結清其未支付的餘額，方會再獲授出信貸。

保險

我們就我們的設施、機器設備及汽車的潛在損壞投保。有關我們設施及機器設備的保險涵蓋多種風險，包括財產險、機器保險及汽車保險。我們相信，就保險覆蓋範圍的類型及範圍而言，與中國木製品行業具可比較規模的公司相比，我們目前的保險覆蓋範圍已符合標準。

為降低火災事故的風險，我們已採取以下措施：

1. 禁止在我們生產設施範圍內的車輛中抽煙；
2. 每年至少舉辦一次消防演習；
3. 設立消防安全應變計劃，如成立應急救援小組、制訂搜尋及救援操作程序及緊急疏散程序；
4. 配備火警、監控設施、消防栓、滅火器及抽水機；
5. 保持所有消防出口及通道暢通；
6. 至少每月檢查一次消防安全設施；及
7. 每天24小時對物業進行監控。

我們並無投購任何應對產品責任的保險。為控制我們的產品責任風險，我們高度重視質量控制。我們的董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的生產設施並無遇到任何嚴重或重大工業事故。

業 務

僱員

於最後實際可行日期，我們有625名全職僱員。

下表列示我們按部門及職能劃分的僱員明細：

	於最後實際 可行日期
管理、財務、行政	73
銷售及營銷	19
設計	20
研發	37
採購	13
生產	401
質量控制	29
總計	<u>592</u>

我們的所有僱員均位於中國。

社會福利計劃

根據中國法律規定，我們參與由有關當地政府部門運作的社會保險計劃。我們亦為我們在中國的工人維持有強制性養老金供款計劃、醫療及工作相關保險。我們的中國法律顧問確認，除本節「法律訴訟及合規」一段所披露者外，於往績記錄期，我們在所有重大方面遵守中國的適用勞動法律及社會福利法律及法規，且我們並無違反該等法律及法規且已根據該等法律及法規作出有關供款。

遵守環境要求的費用

於往績記錄期，我們遵守環境法律及法規(包括相關機器及設備的折舊費用)的年度費用總額分別約為人民幣10,000元、人民幣24,000元及人民幣41,000元。我們擬在未來3年每年花費約人民幣700,000元收購／升級機器及設備，以符合環境法律及法規。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

物業

於最後實際可行日期，我們持有下列土地使用權：

縮寫	土地使用權證	地點	建築面積 (平方米)	土地用途	到期日
土地1	漳國用(2002)字第101034號	福建省漳平市菁城街道 富山工業區	10,180.60	工廠	二零四七年 二月二十八日
土地2	漳國用(2006)字第0070號	福建省漳平市菁城街道 外環東路	1,315.00	工業	二零五六年 三月八日
土地3	漳國用(2011)字第2337號	福建省漳平市菁城街道 富山工業區	1,556.00	工業	二零六一年 八月九日
土地4	漳國用(2011)字第2338號	福建省漳平市菁城街道 富山工業區	342.00	工業	二零六一年 九月八日
土地5	漳國用(2006)字第0071號	福建省漳平市菁城街道 外環東路	980.00	工業	二零五六年 三月八日
土地6	漳國用(2006)字第0072號	福建省漳平市菁城街道 外環東路	3,000.00	工業	二零五六年 三月八日
土地7	漳國用(2007)字第1717號	福建省漳平市菁城街道 富山工業區	13,040.00	工業	二零五七年 六月十九日
土地8	漳國用(2008)字第0297號	福建省漳平市 富山工業區	20,863.30	工業	二零五七年 七月八日
土地9	漳國用(2011) 0103號	福建省漳平市和平鎮 和平村、和春村	90,049.00	工業	二零六一年 一月二十六日
土地10	漳國用(2011) 0102號	福建省漳平市和平鎮 春尾村	18,349.00	工業	二零六一年 一月二十六日

於最後實際可行日期，我們擁有多種樓宇，總建築面積約57,285.59平方米。

業 務

漳平木村於取得漳平市城鄉規劃建設局出具的日期分別為二零零六年十二月十五日及二零零七年七月十八日的建設工程規劃許可證及建築工程施工許可證後開始於福建省漳平市和平鎮和平村C區及和春村約90,049平方米的土地（「土地A」）上建造生產綜合項目。於二零零九年及二零一零年十二月三十一日已就土地A產生遷居及平地成本約人民幣8.0百萬元，該等金額計入匯總資產負債表收購物業、廠房及設備的非即期預付款項。

於二零零九年及二零一零年分別有賬面值為人民幣0.9百萬元及人民幣4.4百萬元的在建工程及於二零零九年及二零一零年十二月三十一日分別有賬面淨值為人民幣18.5百萬元及人民幣18.1百萬元的樓宇位於土地A。於二零一一年三月，漳平木村取得土地A的土地使用權證。

就土地A而言，本集團已於二零零七年七月十八日就土地上所建物業取得建築工程施工許可證，並於二零一一年三月二十日取得國有土地使用權證。根據中國法律顧問意見，我們取得建築工程施工許可證前不得開始建築工程施工。根據漳平市城鄉規劃建設局出具的確認函及由漳平木村遞交並加蓋漳平市國土資源局（「漳平市國土局」）與福建漳平工業園區管理委員會（「工業園區管理委員會」）公章確認的「Application Report for Confirmation of Relevant Issues for the Use of Land by Enterprise（關於企業用地有關問題的申請報告）」，由於漳平工業園區正在由市級工業園區升級為省級工業園區過程中，漳平木村就於工業園區內用地進行申請須首先向工業園區管理委員會備案，隨後再與其他申請一起遞交國土資源局批准。在工業園區管理委員會收到若干數目的遞交申請後，國土資源局隨後將向省政府報告進行檢查及頒發國有土地使用權證。有關申請程序通常相當費時，故本集團花費相當時間完成該程序。然而，漳平木村遞交建築工程施工許可證及其他許可證（如建設用地規劃許可證及建設工程規劃許可證）申請僅須經漳平市城鄉規劃建設局直接檢查及批准，其完成流程時間遠少於國有土地使用權證。因此，有關土地的國有土地使用權證的頒發日期遲於建設用地規劃許可證、建設工程規劃許可證及建築工程施工許可證的頒發日期，而漳平木村所持國有土地使用權證的及房屋所有權證的合法性及有效性不會受影響。

我們中國法律顧問認為，儘管存在上述違規情況，鑒於(i)本集團未於取得建築工程施工許可證前開始建築活動；(ii)於取得國有土地使用權證之前取得建築工程施工許可證乃由於政府程序所致；及(iii)本集團已就於國有土地使用權證之前取得建築工程施工許可證獲相關政府同意及批准，國有土地使用權證的合法性及有效性不會受影響。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

鑒於上述意見及來自我們的中國法律顧問的中國法律意見，董事認為，遲獲取國有土地使用權證不會對我們業務造成重大不利影響。

此外，由於任何法律中均未規定對因有關政府實際慣例導致土地使用人於取得國有土地使用權證前取得建築工程施工許可證進行行政處罰，本集團不會就上述事件獲有關政府處罰或承擔法律責任。

就進一步擴充生產廠房及生產設施而言，我們擬在福建省漳平市收購另一幅土地。我們已物色到一幅約57,000平方米的土地（即土地B）。

於二零一零年一月，漳平木村與經有關土地當局授權的富山工業區發展商（「發展商」）訂立協議（「協議」）。根據協議，發展商授予漳平木村於土地B開始土地平整的權利。

我們於二零一一年十二月三十一日已就土地B產生遷居及平地成本約人民幣8.8百萬元，該金額計入匯總資產負債表收購物業、廠房及設備的非即期預付款項。根據協議，我們於土地B的競標程序中並無任何優先權，但協議訂明，倘本集團未能取得土地使用權，土地平整成本將由發展商向我們全額償還。為表明本集團有興趣收購土地B及經考慮(i)協議的償還條款，據此，發展商承諾，如我們未能透過土地拍賣程序取得相關土地使用權，其會向我們賠償土地平整成本；(ii)土地B毗鄰我們的生產設施；及(iii)我們需要額外土地進行擴充計劃，本集團同意開始進行土地B的土地平整。於最後實際可行日期，有關土地當局尚未開始進行土地拍賣程序。

根據我們的中國法律顧問意見，倘我們取得上述土地使用權，我們須遵循公開競標程序、與相關管理機構完成國有土地使用權轉讓合同及於成功競標後取得國有土地使用權證。鑒於協議（特別是償還條款）及中國法律意見，董事認為，於土地拍賣程序中失敗不會對本集團業務造成重大不利影響。

我們目前並無擁有土地B的相關土地所有權，並未開始施工工程，土地B上亦未興建任何建築物。我們的中國法律顧問建議，我們於取得土地使用權證前開始平整活動並無違反中國規則及法規。

我們的中國法律顧問確認，除「法律訴訟及合規」分節披露者外，我們已取得使用上述所有土地及樓宇的所有必要許可、證書及批准。

業 務

法律訴訟及合規

編號	違規事件	理由	涉及處罰／罰款的法律及法規	糾正行動及對本集團的影響
1.	於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無全面遵守針對我們僱員的社會保險及住房公積金供款規定。	部分僱員無意參與社會保障及住房公積金供款計劃，原因是他們不希望承擔若干部分的社會保險及住房公積金供款，或他們已經農村賬戶向在某處存置的農村社會保險計劃供款（根據中國法律顧問的意見，由於一個人只能設立一個社會保險賬戶，在他們自願取消本身的農村社會保險賬戶前，他們無法參與為僱員而設的社會保險）。	<p>於《中華人民共和國社會保險法》於二零一一年七月一日起實施之前，根據中國法律將就二零一一年七月一日前產生的不合規行為對本集團具有直接責任的管理層及人士處以人民幣1,000元至人民幣5,000元的罰款，或就嚴重違法行為處以人民幣5,000元至人民幣10,000元的罰款。</p> <p>社會保險機構亦有權責令我們於一定時限內或即時支付欠繳社保費用。此外，社會保險機構有權在本集團未能更正不依法繳納社會保險供款行為的情況下就工傷保險向我們加收每日萬分之五的滯納金及處以欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款；及就其他四種社會保險（即養老保險、失業保險、醫療保險及生育保險）加收每日千分之二的滯納金。</p> <p>根據《中華人民共和國社會保險法》，自二零一一年七月一日以後，企業未按時足額繳納社會保險費的，由社會保險費徵收機構責令限期繳納或者補足，並自欠繳之日起，按日加收每日萬分之五的滯納金；逾期仍不繳納的，由有關行政部門處欠繳數額一倍以上三倍以下的罰款。截至二零一一年十二月三十一日止三個年度，上述罰款及滯納金的最高潛在罰款分別為約人民幣2.1百萬元、人民幣5.4百萬元及人民幣9.9百萬元。</p> <p>就住房公積金供款而言，根據中國相關法律及法規，企業不辦理住房公積金繳存登記或者不為僱員辦理住房公積金賬戶設立手續的，由住房公積金管理中心責令限期辦理；逾期不辦理的，處以人民幣1萬元以上人民幣5萬元以下的罰款。</p>	<p>不願繳付社會保險及住房公積金的僱員已向本集團提供有效承諾函，並於其中承諾彼等願承擔不向社會保險及住房公積金供款的所有後果。</p> <p>中國法律顧問已向漳平市勞動和社會保障局及龍岩市住房公積金管理中心漳平管理部（彼等為處理相關違規事件的主管機構）作出諮詢，根據諮詢結果，該等部門一般不會要求或受理有關企業付清未支付的社會保險及住房公積金供款或對有關企業施加處罰，因此，我們的中國法律顧問認為，本集團被漳平市勞動和社會保障局及龍岩市住房公積金管理中心漳平管理部處罰的可能性很低，且未在本集團的匯總財務資料中作出相關撥備。</p> <p>據我們的中國法律顧問告知，本集團於最後實際可行日期已遵守上述規則。</p> <p>為確保未來及時向社會保障及住房公積金供款，我們的財務部將(i)於每次供款前將供款僱員的人數與人事部記錄進行比較；及(ii)從僱員薪金中預扣供款金額並直接供款予相關公積金。</p>

業 務

編號	違規事件	理由	涉及處罰／罰款的法律及法規	糾正行動及對本集團的影響
2.	我們在申請《驗收意見》及《排放污染物許可證》前已開始生產及排污。	我們的生產廠房位於富山工業區，區內的排污設施不足。因此，本集團自行興建排污設施。施工延誤了《驗收意見》及《排放污染物許可證》的審批程序。	<p>《建設專案環境保護管理條例》第28條及《福建省環境保護條例》第2條第2段及第47條。</p> <p>因違反《建設專案環境保護管理條例》，我們可能會被相關環境保護部門勒令停產或停止使用生產廠房，並可能因未取得《驗收意見》而被處以不超過人民幣100,000元的罰款。</p> <p>倘違反《福建省環境保護條例》，環境保護部門亦可能會就未及時取得《排放污染物許可證》處以不超過人民幣50,000元的罰款。</p>	<p>我們已對不合規環境保護事宜進行糾正，而我們在申請竣工驗收手續及《排放污染物許可證》時，漳平市環境保護局並未對本集團施加任何處罰。</p> <p>此外，我們亦已分別於二零一二年一月二十日及二零一二年二月二十七日取得《驗收意見》及《排放污染物許可證》。</p> <p>經考慮上述因素，我們的中國法律顧問認為，本集團被勒令停產或停止使用生產廠房，或被漳平市環境保護局處以罰款的可能性很低。</p> <p>為確保遵守相關環境法律及法規，我們的管理層將與中國法律顧問商討以理解相關法律規定後才開始生產。</p>

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

編號	違規事件	理由	涉及處罰／罰款的法律及法規	糾正行動及對本集團的影響
3.	我們未能於所規定的時間內完成註冊資本出資。	當時的資本需求並不緊迫。	《中華人民共和國行政處罰法》。	<p>對本集團的管理或財務狀況並無重大影響。</p> <p>延遲的出資已於一九九六年十二月三十一日繳足。</p> <p>我們的中國法律顧問認為，根據《中華人民共和國行政處罰法》，倘違法行為兩年內未被發現，將不會施加任何行政處罰。有關兩年期可自違法行為發生日期起計，或（倘違法行為持續或處於持續狀態）則有關行為終止日期起計。鑒於漳平木村於一九九六年十二月三十一日已終止延遲出資，審批主管工商機關及／或部門於一九九八年十二月三十一日後應無法律理據就有關延遲出資事宜向漳平木村及／或其當時股東施加任何行政處罰。</p> <p>為防止我們的附屬公司於規定時間內發生未完成出資事件，我們將委聘並尋求中國法律顧問的意見以處理未登記出資程序（如有）。</p>

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

業 務

編號	違規事件	理由	涉及處罰／罰款的法律及法規	糾正行動及對本集團的影響
4.	本集團並未就在我們的部分土地上興建的廠房取得《建設用地規劃許可證》、《建設工程規劃許可證》及／或《建築工程施工許可證》。	廠房建於10多年前，且我們當時未獲通知需要取得相關建築許可證。	《城鄉規劃法》及《建築法》 潛在最高罰款約人民幣500,000元。	<p>所有樓宇均獲授「房屋所有權證」，且本公司已取得漳平市國土資源局與漳平市城鄉規劃建設局發出的確認函件。確認函確認漳平市國土資源局與漳平市城鄉規劃建設局將不會：(1)對漳平木村施加任何行政處罰(包括但不限於罰款)；(2)在不作出賠償的情況下收回土地；(3)要求漳平木村補領以前的建築證書。</p> <p>根據上述確認函及漳平木村從未被漳平市國土資源局與漳平市城鄉規劃建設局施加行政處罰的事實，我們的中國法律顧問認為，漳平市國土資源局與漳平市城鄉規劃建設局撤回相關批核文件及勒令本集團停產或停止使用生產廠房，或被處以罰款的可能性很低。</p> <p>我們的中國法律顧問認為，漳平市國土資源局與漳平市城鄉規劃建設局為發出確認函的主管機構。</p> <p>為確保遵守相關建築法律及法規，我們將安排中國法律顧問向相關僱員提供培訓，確保彼等擁有必要的專業知識及經驗以遵守相關法律及法規。當其涉及簽訂合約／協議時，我們將委聘並尋求中國法律顧問的意見以訂立合約條款並評估風險(如有)。</p>

業 務

內部監控

由於我們並取得本節「法律訴訟及合規」本集團並未就在我們的部分土地上興建的廠房取得《建設用地規劃許可證》、《建設工程規劃許可證》及／或《建築工程施工許可證》」一段所述該等樓宇的有關建築證書，我們已申請評估使用該等違規樓宇是否安全的鑑定。根據漳平市城鄉規劃建設局於二零一二年三月九日出具的房屋安全鑑定報告，大部分違規樓宇屬安全，可在正常情況下使用。部分違規樓宇由於長期使用及自然災害的影響須進行維護或採取若干加固措施。就該等樓宇而言，我們已採取必要的維護或加固措施以確保其可安全使用。在所有違規樓宇當中，樓宇的一間門房獲鑑定為使用不安全。由於有關評估，我們已將有關門房拆除，並安排有關員工遷至我們生產設施的其他樓宇工作。為確保我們的樓宇未來的安全，我們將妥為維護該等樓宇的安全並申請對其進行定期安全鑑定。我們的中國法律顧問認為，根據漳平市人民政府官方網站的公開資料，對樓宇安全進行鑑定為漳平市城鄉規劃建設局的管轄範圍。我們的中國法律顧問認為，漳平市城鄉規劃建設局為出具房屋安全鑑定報告的主管機關。

彌償人已承諾，就本集團任何成員公司因所提述的任何違規事件違反、違約、未能或延遲遵守中國相關法律及法規而可能直接或間接產生、承受或應計的任何及所有開支、付款、款項、支銷、費用、要求、索償、損失、虧損、成本(包括但不限於法律及其他專業費用)、收費、負債、罰金、處罰及稅項而本公司(為其自身及作為我們附屬公司的受託人)作出彌償保證。為進一步加強我們的企業管治及避免日後出現不合規事件，我們已經採納以下措施：

- (i) 本集團委聘陳天福先生為本集團首席財務官以及委聘黃安麗女士為財務總監，監督及監管本集團的內部監控環境；陳先生與黃女士均擁有會計及財務管理專業資格，在我們委聘的中國法律顧問協助下，將負責確保我們遵守適用的法律及法規，並會定期每六個月向我們的審核委員會匯報；
- (ii) 本集團設立的審核委員會由三名獨立非執行董事組成，將全權負責審閱我們內部監控及風險管理系統是否足夠及完備；
- (iii) 我們將於[●]後繼續委聘我們的中國法律顧問就未來遵守中國法律及法規向本集團提供法律服務；
- (iv) 我們已安排我們的董事及高級管理層於[●]前出席由我們的法律顧問就適用法律及法規(包括[●])而提供的培訓。我們將繼續定期每六個月安排我們委聘的中國法律顧問及／

業 務

或任何合適的獲認可機構提供的不同培訓項目，更新我們董事、高級管理層及有關僱員對有關法律及法規的認知；及

(v) 本集團已透過採納一系列內部監控指南及政策(包括涵蓋企業管治、風險管理、營運、法律事宜、財務及審核的企業管治指南)改善現有的內部監控框架。

(vi) 由我們執行董事謝女士領導的採購組按以下系統流程確定本集團供應商：

- 查核供應商及評估其公司資料、設備狀況、人力及加工許可證；
- 審查供應商及建立合資格供應商名單；
- 每年為供應商評級；
- 與供應商磋商及訂立買賣合約確定期限、質量、單位價格、支付方式、信貸期及交付；
- 跟蹤交付情況及檢查原材料；及
- 就每種原材料維持至少兩名供應商。

根據上述各項，我們的董事認為本公司已採取一切合理步驟設立一個妥善的內部監控系統，以預防本集團未來違反中國法律及法規。

截至最後實際可行日期，本集團並無牽涉任何重大訴訟、仲裁或索償；據董事所知，本集團亦無尚未了結或面臨威脅或針對本集團提出可能的重大訴訟、仲裁或索償，而對本集團的經營業績或財務狀況造成重大不利影響。

中國法律顧問已確認，本集團為其業務經營獲取全部必需的許可及執照，且其經營符合本集團經營所在地有關部門的相關規則及條例，而上述所有執照及許可均具十足效力及作用。