

概覽

我們為中國領先的淨水服務供應商，根據弗若斯特沙利文報告，按二零一二年的零售銷售價值計算，我們為中國第三大淨水機製造商，於分散的市場中佔**1.1%**的市場份額。此外，根據同一份報告，按二零一二年的零售銷售價值計算，我們為市場內商業分部的龍頭公司。在我們創新的租賃及服務業務模式下，我們透過租賃我們安裝於終端用戶的物業的淨水機向終端用戶提供淨水服務。我們製造利用我們的專利及專有活氧技術的淨水機。我們的淨水機將自來水淨化為符合或超越國家標準的所有技術參數的飲用水。我們亦透過**EPC**安排為企業客戶設計空氣淨化系統。我們曾參與中國企業客戶的重大空氣淨化項目(包括中國登陸月球計劃)。於二零一三年，來自我們淨水業務及空氣淨化業務的收益分別佔我們收益總額**78.0%**及**22.0%**。

由於中國對飲用水質素的重要性的意識有所提高，因此中國對淨化飲用水的需求顯著增加。由於我們的淨水服務質素及我們的市場領導地位，我們已準備就緒以把握迅速增長的淨化飲用水需求。我們的優質淨水服務吸引企業及家居終端用戶。於二零一三年十二月三十一日，我們分別有**26**個企業型號及六個家居型號的淨水機產品組合。我們已累積多樣化的企業終端用戶組合，由不同企業、組織及機構組成，彼等的規模、行業及地理位置各有不同。我們的企業終端用戶包括全國物流及房地產公司的分店(如順豐速運及我愛我家)、由中國大型石油公司營運的加油站、政府科研機構、醫院和診所、餐廳、酒店、商業銀行以及生產設施。我們於終端用戶的物業內安裝的淨水機企業型號數目由二零一一年十二月三十一日約**101,000**台增加至二零一三年十二月三十一日約**371,000**台。我們為企業終端用戶提供淨水服務的強大網絡讓我們不但能通過口碑向新企業用戶推廣服務，亦能向工作場所安裝了淨水機的個人進行推廣，並成為我們的家居終端用戶。根據弗若斯特沙利文報告，淨化飲用水的家居市場於近年來錄得大幅增長。我們一直專注於家居終端用戶市場以抓緊相關增長。我們於終端用戶的物業內安裝的家居型號淨水機數目由二零一一年十二月三十一日約**6,000**台增加至二零一三年十二月三十一日約**92,000**台。

我們取得成功乃歸因於我們製造優質淨化飲用水的超卓專有技術。截至最後實際可行日期，我們擁有包括**102**項淨化及潔淨技術及淨水機設計的相關專利組合，包括有關經改良反滲透技術的七項專利及有關活氧技術的**18**項專利。我們於淨水技術的領先地

位獲得同業認可，反映於我們於二零一二年及二零一三年獲委任為全國家用電器標準化技術委員會下的淨水行業標準頒佈小組的副主席，該委員會為政府組織，負責為中國的淨水機制定國家技術標準。

為補充我們淨水業務的租賃及服務模式，我們使用廣泛的第三方經銷商網絡以尋求終端用戶。主要經銷商就每部為終端用戶安裝的淨水機向我們支付年度租賃費，該等客戶由有關主要經銷商或其二級經銷商物色。我們製造、交付、安裝及於租賃期內直接向終端用戶提供機器的保養及維修服務，以確保優質服務並滿足終端用戶的要求。因此，我們的經銷商並無購入或保留我們任何淨水機存貨及能專注於尋找終端用戶。

我們的收益及溢利於往績記錄期間大幅增加。收益由二零一一年的人民幣**102.3**百萬元上升至二零一二年的人民幣**290.4**百萬元，以及上升**38.5%**至二零一三年的人民幣**402.3**百萬元，乃主要由於我們的淨水業務大幅增長。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，來自淨水業務的收益分別為人民幣**57.4**百萬元、人民幣**197.8**百萬元及人民幣**314.0**百萬元，佔有關期間總收益的**56.1%**、**68.1%**及**78.0%**。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，空氣淨化業務的收益分別為人民幣**44.9**百萬元、人民幣**92.6**百萬元及人民幣**88.4**百萬元。我們的純利由二零一一年的人民幣**23.0**百萬元大幅增加至二零一二年的人民幣**101.7**百萬元，並上升**50.3%**至二零一三年的人民幣**152.9**百萬元。

我們的競爭優勢

於中國擁有強勁增長的大型目標市場的領先淨水服務供應商

根據弗若斯特沙利文報告，按二零一二年的零售銷售價值計算，我們為中國領先淨水服務供應商。我們於中國淨化飲用水的大型目標市場營運。根據弗若斯特沙利文報告，中國飲用水淨化器市場的總零售銷售價值由二零零八年之人民幣**154**億元增加至二零一二年之人民幣**425**億元，複合年增長率為**28.8%**。根據同一報告，市場規模預期由二零一三年至二零一七年按**23.2%**之複合年增長率增長，總零售銷售價值將達致人民幣**1,251**億元。

我們的終端用戶群於往績記錄期間錄得大幅增長。由於中國的企業及機構愈加著重員工的健康及福利，我們的企業終端用戶群持續增長。我們相信於可見未來此將會成為中國的持續趨勢。我們於二零一一年、二零一二年及二零一三年分別為規模、行業及地理位置各異的不同企業、組織及機構安裝約**101,000**、**112,000**及**95,000**台新企業型號淨水機。我們已展示我們服務全國企業及高使用率的商業物業的能力。因中國的人均可支配收入增加及民眾對飲用水品質的重要性的意識有所提高，我們亦於家居終端用戶群錄得穩定增長。我們於二零一一年、二零一二年及二零一三年分別安裝約**6,000**、**27,000**及**59,000**台新家居型號淨水機。我們的終端用戶持續與我們重續彼等的服務訂單，我們

相信彼等已接納我們的創新租賃及服務業務模式，並展示對我們強大的忠誠度。於二零一二年十二月三十一日安裝及投入服務的企業及家居型號之淨水機當中，分別約**97.2%**及**99.4%**於二零一三年十二月三十一日仍然安裝於相同終端用戶的物業內及繼續提供服務。於二零一三年租約屆滿或終止後，我們分別自終端用戶的物業收回**4,944**台及**168**台企業及家居型號淨水機，而所有該等淨水機於翻新後已租賃予其他終端用戶。於我們在二零一一年十二月三十一日已安裝及投入服務的企業及家居型號淨水機中，分別約有**98.6%**及**99.5%**於二零一二年十二月三十一日仍然安裝於同一終端用戶的物業內並繼續提供服務。於二零一二年租約屆滿或終止後，我們分別自終端用戶的物業收回**1,432**台及**32**台企業及家居型號淨水機，而所有該等淨水機於翻新後已租賃予其他終端用戶。

我們相信我們的市場領導地位、龐大的終端用戶群、創新的業務模式及先進技術能為我們於快速增長的市場提供獨特的優勢。

較傳統飲用水業務模式具獨特優勢的創新租賃及服務業務模式

我們透過創新的租賃及服務模式進行我們的業務，使我們可直接向我們的終端用戶提供服務，並產生重複且不斷增加的收益來源。我們相信我們的租賃及服務模式結合了傳統淨水機銷售與桶裝水服務的優點，並且消除了各自的缺點。

與銷售淨水機相比的競爭優勢

根據弗若斯特沙利文報告，相較其他電器市場而言，安裝後服務為淨水市場的特定重要因素，乃由於淨水機需要定期更換濾芯、維修及監察表現，以持續確保淨水質素。我們設計及實施租賃及服務模式，著重對終端用戶提供安裝後維修服務。我們的業務模式使我們於若干重要方面與其他淨水機賣家有所不同，包括：

- 我們安裝及於整個租期內直接向終端用戶提供維修、定期更換濾芯及定期檢查淨水機水質的服務，而毋須收取額外成本，節省終端用戶使用我們服務所需的時間及注意力；

業 務

- 該等向終端用戶提供的直接服務使我們可維持對我們服務質素及淨水質素的全面控制；及
- 我們亦透過在我們營運的全部**125**個城市維持本地服務團隊以加快提供服務，並承諾於收到服務來電的**24**小時內完成我們的維修服務。

為確保我們的服務質素及終端用戶滿意度，我們已實施下列措施：

- 於二零一三年十二月三十一日，我們於中國**125**個城市部署一個擁有**525**名技師的服務團隊網絡，以於每年造訪終端用戶的物業以檢查已安裝的淨水機及免費改換濾芯；
- 為我們第二代淨水機發展新的資訊科技系統，以確保我們能透過流動通訊技術遙距連接及監察我們的淨水機，從而加強機器表現的可靠性、縮短就維修服務作出反應的時間及有助我們追蹤已安裝的機器；及
- 實施詳盡的內部政策以標準化及系統化服務來電程序，確保我們作出迅速反應。

我們的租賃及服務模式較銷售模式有以下成本優勢。我們向終端用戶提供所有維修服務(包括定期更換濾芯)，而並無收取額外費用。相較而言，購買淨水機後，終端用戶一般於保修期後定期須就服務及更換部件(如濾芯)產生額外成本，以持續確保淨水質素。此外，我們的租賃及服務模式使終端用戶於成本管理方面較購買淨水機有較大彈性。每年訂購我們的服務的終端用戶毋須購買淨水機。就成本及資產管理而言，此做法尤對企業終端用戶更為有利。再者，使用我們淨水服務的初始投資大大低於購買同類淨水機。根據弗若斯特沙利文報告，我們的企業及家居終端用戶就我們的服務支付的累計成本於五年期內及十年期內分別低於向我們的競爭對手購買同類高端淨水機的相關成本及與有關成本相若。

與桶裝水服務相比的競爭優勢

相對於傳統的桶裝水服務，我們提供了更安全、更廉價及更方便的淨化飲用水解決方案。我們的淨水機按要求提供淨化水，此不僅可降低供水及換桶的過程中被污染的可能性，亦可省略頻繁地安排及接收交付桶裝水的需要。此外，對我們的終端用戶而言，我們的服務較桶裝水服務便宜。根據弗若斯特沙利文報告，與桶裝水服務相比，我們的淨水服務可助一間有**300**名僱員的工廠及一個平均人數為三人的家庭於五年內分別節省高達總飲用水成本的**60%**及約**30%**。

廣泛的及管理良好的第三方經銷網絡

為補充我們的租賃及服務業務模式，我們使用一個第三方主要經銷商及二級經銷商網絡，以招攬終端用戶。我們自主要經銷商向我們支付的年度租賃費產生我們淨水服務的所有租賃收入，而經銷商則自終端用戶就我們的淨水服務向彼等支付的年度服務費產生收入。於租賃期內，我們保留於終端用戶的物業的淨水機所有權。

於往績記錄期間，我們的經銷網絡增長乃終端用戶群急劇增長及收益顯著增長的其中一個推動力。於往績記錄期間，我們的經銷網絡經歷大幅增長，於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日，分別有714、871及1,702名經銷商。於二零一三年十二月三十一日，我們的經銷網絡覆蓋全中國30個省份125個城市。為管理我們的經銷商，我們已投資及建立多個系統以令經銷商與我們的利益一致，並確保我們可向終端用戶提供優質服務。

我們的經銷商亦可於不同方面受惠於有關安排，包括：

- 以年度服務費的形式向經銷商提供重複的收益來源；
- 確保經銷商於營運中不需要購買或維持存貨，並以較低初始資本投資加入我們的經銷網絡；
- 允許經銷商僅專注於物色終端用戶而無須向終端用戶提供安裝後服務；及
- 透過我們的經銷商管理系統避免經銷商之間的價格競爭及維持定價紀律，以保障經銷商之利益。

因此，透過不斷重續彼等與我們之間的聘用安排，我們的經銷商展示了對我們的忠誠度。於往績記錄期間，僅有三名經銷商終止彼等與我們的合約關係。

同時，我們相信我們與經銷商的安排對我們有若干好處，包括：

- 透過使用重複的收益來源作為經銷商的經濟獎勵，使其留守於我們的網絡，從而使我們維持一個穩定的經銷網絡；
- 透過於我們的數據庫累積終端用戶的資料以及直接向終端用戶提供服務，將我們對經銷商的依賴減至最低；
- 為我們提供接觸大量潛在終端用戶的機會；及
- 避免向大量終端用戶收取費用。

卓越的專有技術以生產高質素淨水，並補足我們創新的業務模式

我們相信我們的專利及專有的技術及知識乃我們的主要競爭優勢之一。我們擁有核心技術及知識組合，以確保我們可生產質素符合或超過國內行業標準的淨水。於最後實際可行日期，我們擁有合共**102**項專利，其中**75**項為實用新型專利及**27**項為設計專利。於二零一二及二零一三年，我們獲委任為全國家用電器標準化技術委員會的淨水行業標準頒佈小組的副主席，並獲委託制定中國的淨水機國家技術標準。

我們的專利技術已顯著改善現時淨水的反滲透技術之效率，其被廣泛認定為屬其應用於家居的主要障礙。根據弗若斯特沙利文報告，應用於我們的第二代淨水機的自行開發技術已確保我們達致**95%**或以上的水淨水率，而使用反滲透技術的其他先進淨水機型號達致的淨水率則為**20%**至**50%**。使用反滲透技術淨化的水進一步於我們的淨水機透過活氧技術進行消毒，活氧技術乃由我們自行開發。我們的活氧技術有多個不同獨特好處，包括以低耗電量產生細小體積及高濃度活氧、即時分解剩餘活氧以清除潛在不良副作用及專利高效氣體水份融合儀器以達致卓越的氣體水份分解及粒子融合。因此，我們的淨水機消除大部分有害的原素(如微生物、淨化劑、淨化副產物及有機以及無機化學物)。

經驗豐富的管理團隊協助我們完成我們的戰略目標

在我們的管理層領導下，我們的業務已經歷重大增長。我們業務的創始人及首席執行官肖述先生為早期進軍淨水業務的市場先驅，於淨水及空氣淨化業務擁有超過**10**年的經驗。肖先生於二零零五年於上海康福特開展淨水業務，並為我們研發淨水技術以及成立我們創新的業務模式的推動力。此外，我們有一隊核心高級管理層團隊以及高質素的研發團隊，對我們業務的成功至關重要。朱先生為我們的技術總監，並指揮及協調我們的研發工作。朱先生於技術開發及營運管理方面接近**20**年的經驗。

我們的策略及未來計劃

我們致力成為中國領先的淨水服務供應商，並鞏固我們於淨水技術及解決方案的競爭優勢。我們計劃透過以下策略實現該等目標：

加強我們的領先市場地位及進一步增加我們的市場份額

我們計劃透過進一步增加我們目前營運所在城市的滲透率及繼續擴充至新本地市場以加強我們於淨化飲用水市場的領先地位。根據弗若斯特沙利文報告，淨化飲用水市場於日後將繼續有重大增長。我們相信我們能繼續受惠於市場需求增長，並利用我們的競爭優勢進一步增加我們的市場份額。因應市場需求增長，我們亦計劃透過提升我們的產能以增加我們目前營運所在城市的市場份額。尤其是，我們計劃使用部分來自全球發售的所得款項擴展我們位於陝西省的生產設施。此外，我們計劃進一步擴展我們的經銷網絡以深化我們的市場覆蓋，尤其我們目前並無業務的城市。

具體而言，我們計劃透過推出專為家居應用設計的新型號淨水機，以專注進一步發展市場的家居終端用戶分部。此外，我們將開展目標為個人淨水用戶的銷售及營銷活動，該等活動將強調我們的優質淨化飲用水及我們的安裝後服務。我們相信這些重點活動將能使我們於最大程度上把握淨化飲用水市場的強勁增長。

於最後實際可行日期，我們並無物色任何特定的收購目標。

加強我們的銷售及營銷力度

我們計劃加強我們的銷售及營銷力度，以進一步提升我們的品牌形象及市場聲譽，我們相信此舉將有助推動我們的增長及增加我們的市場滲透率。此外，我們將致力推廣健康生活的意識及飲用水質素的重要性。

我們計劃透過傳統銷售及營銷活動（包括廣告及推廣活動）以及其他新媒體渠道及平台的組合實現該等目標。由於我們的經銷商為我們與終端用戶之間的主要溝通渠道，且能與潛在終端用戶交流我們的業務概念及優勢，我們將繼續向我們的經銷商提供定期培訓，以確保彼等緊貼我們的業務發展及技術進步。我們將審慎地向終端用戶提供獎勵及優惠券。此外，我們正處於透過網上社會媒體渠道實施創新營銷活動的初始階段。我們亦正設計安裝於我們的淨水機上的全新顯示屏，其可用作與終端用戶溝通的渠道及潛在宣傳媒體。我們相信該等銷售及營銷活動將能進一步推動我們業務的增長。

繼續維持我們的服務質素及令我們提供的服務更多元化

我們已就我們的淨水機及服務作出持續改善，以更符合我們終端用戶的需要。我們計劃擴展及改善我們地區銷售辦事處及本地服務團隊的營運狀況，從而為我們增長的終端用戶群及經銷網絡提供更佳的服务。此外，我們將繼續研發淨水機的創新特點及功能，以進一步提升終端用戶的體驗及令我們提供的服務更多元化。例如，我們計劃繼續專注提升我們企業型號的服務能力及持久性以及改善我們家居型號的機器操作便利性及設計。我們新一代的淨水機（已於二零一四年四月可供安裝）應用了新自行研發的軟件，我們因而能透過我們的流動通訊系統遙距監察機器的表現，而我們相信將能大大提升機器的表現及縮短我們的服務回應時間。我們計劃為我們的淨水機加入其他特點（如觸控式螢幕）以便與我們的終端用戶溝通及向彼等提供額外服務（如即時的商品優惠券）。我們預期以全球發售的部分所得款項為以上計劃提供資金。

進一步發展我們的空氣淨化業務

我們計劃憑藉我們的先進技術及營運經驗進一步發展我們的空氣淨化業務及擴大我們的客戶群。於往績記錄期間，我們大部分的空氣淨化系統為電子、食品加工及醫療保健行業的公司設計及安裝。我們計劃專注服務醫療保健行業的客戶。我們相信於系統中應用我們設計的活氧技術，使我們與僅應用傳統過濾技術的競爭對手相比別具獨特優勢，尤其於對技術要求格外嚴格的醫療保健行業。於二零一三年，來自醫療保健行業的終端用戶項目所產生的收益佔我們空氣淨化業務收益之**48.9%**。我們計劃善用該優勢並提高我們於空氣淨化市場中醫療保健分部之市場份額。此外，我們計劃透過研究及設計家居適用的空氣淨化系統，發掘向家居客戶提供空氣淨化服務之商機。我們相信該等行業對空氣淨化服務擁有龐大需求及我們能以我們現有的技術及營運滿足該等需求。

繼續改善我們員工的質素及營運效率

我們相信，我們富經驗的管理層及高質素的研發團隊乃我們取得成功的關鍵。我們將繼續通過我們的內部評估制度激勵及提拔本公司內部的重要僱員。此外，我們將隨著業務範圍及營運規模擴充而策略性地聘請員工以執行我們的業務策略。為進一步提升我們研發團隊的資格，我們計劃為員工提供內部培訓，同時亦與選定大學及機構合作提供外部培訓。我們明白在繼續擴充規模的同時堅持業務文化及方針的重要性。為此，我們

致力為我們的僱員及第三方經銷商提供在職培訓，讓彼等及時獲悉我們的業務策略及整體行業趨勢。此外，我們計劃於需要時透過向彼等提供技術培訓及向彼等提供更多先進的工具及設備，以提高我們本地服務團隊的營運效率。

我們的淨水服務

服務模式及產品

我們透過以我們的品牌名稱浩澤製造的淨水機提供淨水服務。當終端用戶向我們的第三方經銷商下達我們的服務訂單時，我們會將淨水機直接由我們於當地的倉庫運送，並將淨水機安裝於終端用戶的物業。經銷商會為終端用戶啟動淨水機及向終端用戶收取淨水服務的年度服務費。經銷商須根據我們於定價政策中所制定的費用範圍釐定年度服務費，而經銷商必須根據合約遵守有關的定價政策。我們就為終端用戶安裝的淨水機向主要經銷商收取年度租賃費，該等用戶由有關主要經銷商或其二級經銷商所物色。我們自第三方主要經銷商向我們支付的年度租賃費產生來自淨水服務的所有租金收益。於租賃期內，我們會提供維護服務，包括年度水質檢查及更換濾芯，以及就任何所報的故障進行疑難排解及提供維修服務。

我們的技術確保淨水的質量和安全。我們利用我們的專利活氧及反滲透技術在我們的淨水機內實施多重步驟的淨水流程。我們的淨水機經精心設計，可滿足終端用戶即時使用熱、冷或常溫純淨水的需求。我們亦增加了多種為租賃服務度身設計的特色，例如具有強化抗磨損及破損屬性的表面材料。我們設計及生產多種容量及規格的淨水機，以滿足不同類型終端用戶的需求。

於最後實際可行日期，我們擁有**26**種企業型號的淨水機，乃為了安裝於商業物業而設計。該等企業型號的水產量範圍為每小時五至**40**升。我們設計廣泛的水產量範圍旨在為各種規模的企業和業務提供服務。我們亦擁有六種家居型號的淨水機，旨在為居住物業設計。家居型號分為不同的大小、重量及形狀，以適應不同的安裝位置及個別終端用戶的審美偏好。家居型號擁有多種特色，例如專門為家居使用而設計的**LED**夜光燈。該等家居型號水產量範圍為每小時約四至七升。

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日，我們分別約有**107,000**、**309,000**及**463,000**部淨水機安裝於終端用戶的物業。截至該等相同日期，分別有**94.4%**、**89.3%**及**80.1%**為企業型號及**5.6%**、**10.7%**及**19.9%**為家居型號。

業 務

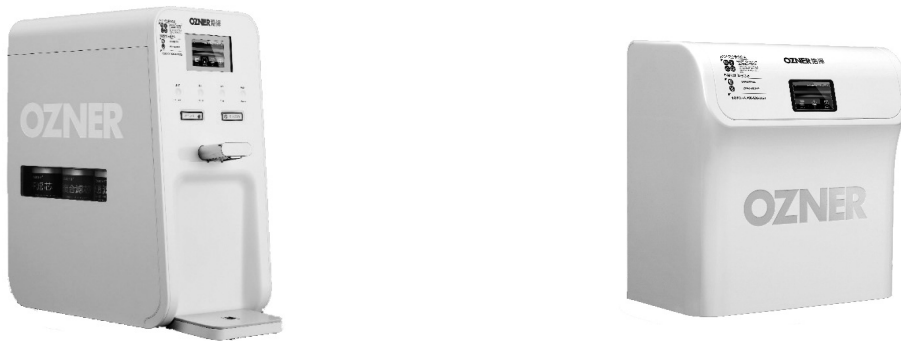
下列圖片說明我們的主要的淨水機類型：

企業型號



- 適用於辦公室
- 可為30-50人服務
- 適用於企業總部及百貨公司
- 中心型號：一個連接多個飲水機的中央處理器
- 適用於公眾場所，如學校及醫院

家居型號



- 廚上式
- 廚房用廚下式

業 務

下表載列我們租賃及服務模式的主要類別的淨水機與我們三名向終端用戶出售同類高端淨水機的主要競爭對手的相關成本及服務的比較：

	浩澤	生產商A	生產商B	生產商C
初始成本(人民幣)⁽¹⁾				
企業型號	2,500	10,000	5,500	6,988
家居型號	1,680	2,996	2,200	3,588
其後產生的成本⁽²⁾(人民幣)				
企業型號	2,300	620	2,750	3,200
家居型號	680	600	1,000	1,200
5年內的成本總額(人民幣)				
企業型號	11,700	12,480	16,500	19,788
家居型號	4,400	5,396	6,200	8,388
10年內的成本總額(人民幣)				
企業型號	23,200	15,580	30,250	35,788
家居型號	7,800	8,396	11,200	14,388
上門維修成本	毋須額外費用	一年保修期後將收取服務費	保修期後將收取服務費(濾芯的保修期為3個月,主要零件為2年)	一年保修期後將收取服務費
定期檢查	有	無	無	無
維修反應時間	少於24小時	不作出保證	不作出保證	不作出保證
淨水技術	多重淨化及反滲透技術	多重淨化及反滲透技術	活性碳複合技術	多重淨化及反滲透技術

資料來源：弗若斯特沙利文報告

附註：

- (1) 我們服務的初始成本為服務年費。其他生產商的初始成本為淨水機的採購價。
- (2) 我們服務其後產生的成本為服務年費。其他生產商其後產生的成本包括濾芯更換成本，並未包括上門維修及於保修期以後維修的服務費用。

業 務

於二零一三年下半年，我們完成我們的第二代淨水機設計及測試。下表闡述我們的第二代淨水機較第一代淨水機先進的特色：

	第一代	第二代
淨水率	25%–50%	> =95%
服務重續	以服務重續卡上門充值	透過流動通訊系統遙距重續
服務維修	終端用戶致電技師上門解決問題	水機自動向服務中心報告機件故障或技術問題，使水機停機及作出服務反應的時間大幅減少
資產管理	手動記錄水機位置	透過全球定位系統實時追蹤水機

我們已於二零一四年四月於我們推出的產品中加入第二代水機。我們已就推出新一代水機制訂詳細的策略，以確保我們的第一代及第二代水機可互相補足，並對我們的業務擴展作出貢獻。該等策略包括：

- 差異化目標終端用戶及定價：第二代水機的特定目標為重視(其中包括)水源保護及新流動通訊系統帶來的安裝後服務的方便與便利的高端終端用戶。第二代水機提供服務的服務年費將高於第一代水機；及
- 分階段推出：於未來12至18個月，我們計劃於經挑選的城市推出第二代水機，我們相信目標終端用戶於該等城市的數目比較小城市為多。

我們計劃因應新一代水機的推出就我們第二代水機的不同功能向經銷商提供所需培訓，從而協助現有及潛在終端用戶以作出知情決策。目前我們並無計劃於現有終端用戶的租期內為彼等升級第一代淨水機至第二代淨水機。現有終端用戶可於現有租約到期時選擇就第二代水機提供服務而訂立一份新租約。該名終端用戶將就新安裝的第二代水機支付租賃年費。我們將收回第一代淨水機，並可於我們按相對低的成本進行維修及翻新程序後供其他終端用戶租賃我們的第一代水機。我們將繼續為價格敏感或毋須我們第二

代水機的加強性能的目標終端用戶製造我們的第一代機器。我們相信我們可安裝我們收回的所有第一代機器。由於我們預期我們的第一代淨水機的市場需求在不久將來將持續增長，我們預期自現有終端用戶收回的水機可供新終端用戶使用。因此，我們目前並不預期於不久將來會就我們的第一代淨水機錄得任何重大減值撥備。

安裝及費用安排

我們主要透過我們的第三方經銷商網絡獲得終端用戶，詳情請參閱「我們的經銷網絡」。當新終端用戶向經銷商訂購我們的淨水服務後，經銷商向我們提供終端用戶的資料，我們於我們的終端用戶數據庫為終端用戶開戶。我們的淨水機的設計方便美觀，在最短的安裝時間內便可即時設置使用。我們的地方服務團隊向終端用戶物業交付直接來自我們地方倉庫的淨水機並且安裝機器。然後經銷商會以安裝卡啟動淨水機，並以經銷商及終端用戶之間協定的費率向終端用戶收取初始期限為一年的年度服務費。同時，我們於主經銷商或其二級經銷商啟動相關淨水機時按我們的定價政策訂定的費率向主經銷商收取年度租賃費用。終端用戶可透過在期滿後就重續服務向經銷商支付年度服務費以延長服務期限，經銷商將以服務重續卡延長淨水機的服務。於延長有關重續卡後，我們將向主經銷商收取相關年度租賃費用。我們透過一個自行開發及集成的資訊科技系統及軟件管理我們的淨水機、我們的經銷商及我們的終端用戶。更多詳情請參閱「我們的經銷網絡－與主經銷商及二級經銷商的安排」及「我們的經銷網絡－綜合經銷商、水機及終端用戶管理系統」。

租期內的保養服務

我們在我們的業務營運中非常重視終端用戶的滿意度。我們的地方服務團隊在租期內直接向我們的終端用戶提供淨水機維修及保養服務，以控制服務質量。我們的第三方經銷商不會提供任何維修及保養服務。截至二零一三年十二月三十一日，我們的地方服務團隊網絡覆蓋我們在中國營運的全部125個城市，合共擁有525名技術人員。我們很多技術人員是受相關培訓的專業或技術學校的畢業生。我們為我們的技術人員提供定期培訓及評估。

我們為終端用戶每年更換已安裝的淨水機內的濾芯，免收額外費用。我們的地方服務團隊於租期內拜訪終端用戶的物業以檢查每台已安裝的淨水機。地方服務團隊亦會透過於已安裝的淨水機抽取飲用水的樣本而進行定期水質測試。我們已對我們的第二代淨水機安裝讓我們能夠實時遠程監控每台淨水機的性能的流動通訊系統，使我們能夠快速應對任何故障。更多詳情，請參閱「我們的經銷網絡－綜合經銷商、水機及終端用戶管理系統」。

我們實施詳盡的內部政策以精簡服務電話回應。我們擁有一個電話中心，聘有**359**名服務代表，專門處理來自終端用戶或經銷商的服務要求及投訴。終端用戶及經銷商可每週七天每天**24**小時致電我們的熱線，報告問題或提供反饋。通過熱線電話接獲來電後，服務代表須於**30**分鐘內給終端用戶或經銷商回電以處理要求。倘若要求涉及淨水機故障或缺陷，服務代表將根據要求性質安排下列三個回應級別其中之一：**(i)**倘若故障或缺陷存在潛在的安全問題，則我們的前綫服務團隊須在三個小時內到達現場進行維修；**(ii)**倘若並無涉及安全問題但終端用戶用水受到影響，我們的前綫服務團隊須在八個小時內到達現場進行維修（或倘若在工作時間後接獲要求，則在次日中午之前）；及**(iii)**所有其他維修均須於接獲來電後**24**個小時內完成。透過該等協議，我們確保迅速回應我們終端用戶的反饋及確保終端用戶滿意度。

由於我們致力於服務質素，故我們的終端用戶的滿意度維持在高水平。於二零一一年及二零一二年十二月三十一日已安裝及投入服務的淨水機中，絕大部分分別於二零一二年及二零一三年十二月三十一日繼續安裝於同一個終端用戶的物業及提供服務。於往績記錄期間，我們就合共七宗投訴支付賠償，全部與終端用戶物業內的供水網絡的水管損壞導致漏水相關。我們向受影響的終端用戶支付的賠償金額合共人民幣**250,714**元，其中人民幣**216,948**元由我們的產品責任保險涵蓋，我們則支付人民幣**33,766**元。於其中一個個案，漏水導致鄰近電子儀器引起火災，並已由我們的服務團隊解決，而並無對終端用戶造成任何人命傷亡，我們向終端用戶支付人民幣**7,766**元，另外由保險公司支付人民幣**122,234**元，並免費延長租期**24**個月。

我們淨水服務的終端用戶群

我們淨水服務的終端用戶群包括廣泛的企業和家庭用戶。於往績記錄期間，我們的淨水服務經歷了大幅增長，主要由於我們該等服務的企業及個人終端用戶群快速增長。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們分別安裝約**101,000**台、**112,000**台及**95,000**台新企業型號淨水機。我們於二零一一年、二零一二年及二零一三年分別安裝約**6,000**台、**27,000**台及**59,000**台新家庭型號淨水機。此外，我們受惠於我們向企業終端用戶提供的產品及服務不斷增長所帶來的交叉銷售機會。我們有很多家庭終端用戶是我們企業終端用戶的僱員，彼等首先在工作中使用我們的淨水服務，進而於家中訂購我們的服務。

於往績記錄期間，我們的大部分終端用戶為企業、組織及機構，於二零一一年、二零一二年及二零一三年，企業型號淨水機提供服務應佔收益分別佔我們淨水服務產生的租賃收益的**95.3%**、**89.2%**及**80.7%**。於往績記錄期間，我們為個人終端用戶提供的淨水服務經歷大幅增長。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，家居型號淨水機提供服務應佔租賃收益分別佔我們淨水服務產生的租賃收益的**4.7%**、**10.8%**及**19.3%**。

企業終端用戶

我們累積了多元化的終端用戶組合，包括各種企業、組織和機構，他們在規模、行業和地理位置上各有不同。於二零一三年十二月三十一日，我們已安裝約**371,000**台企業型號淨水機。我們的企業終端用戶包括全國物流及房地產公司的分店（如順豐速運及我愛我家）、中國大型石油企業旗下的加油站、政府科研機構、大學和學校、醫院和診所、餐廳、酒店、物流公司、保健業務、保險公司、房地產中介機構、商業銀行、以及工廠。

我們已展示了在全國範圍內為企業服務的能力，並在我們營運的市場中建立了穩固的地位。例如，我們已為中國石化旗下超過**400**個加油站及中國一家主要的房地產代理我愛我家超過**450**家分支辦事處提供淨水服務。我們亦被若干公共事項選定為官方用水供應商，包括二零一零年上海世博會和二零一一年深圳世界大學生夏季運動會。我們成功為該等大型商業盛事和體育賽事提供服務的佳績，彰顯了我們強大的物流和庫存管理能力，有助於我們在企業終端用戶中取得較高的終端用戶滿意度。於我們在二零一一年及二零一二年十二月三十一日已安裝及投入服務的企業型號淨水機中，分別約**98.6%**及**97.2%**於二零一二年及二零一三年十二月三十一日仍然安裝於同一終端用戶的物業內並繼續提供服務，從高企的續約率中展示了我們的企業終端用戶對我們產品和服務的忠誠度。企業終端用戶終止安裝淨水機的所有情況乃由於有關終端用戶更改業務地址或營運，並非由於不滿意我們的服務所致。

家庭終端用戶

根據弗若斯特沙利文報告，個人與家庭已成為淨化飲用水行業穩定發展的市場。因此，我們近年來投入了大量的工作開發該市場，包括：

- 繼續研究、開發和設計新型家用淨水機，強調用水安全之餘亦要方便和美觀；
- 擴大我們的經銷網絡，並透過在經過策略性選擇的地點招募經銷商和二級經銷商，深化我們的服務滲透率；及

- 加大我們的銷售和營銷力度，透過多種媒介渠道，如在線廣告、社交媒體和我們服務車輛上的標識顯示，鎖定潛在的個人和家庭終端用戶。

因此，於往績記錄期間，我們的家居終端用戶數量顯著增加。於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日，家用淨水機的安裝數量分別約為6,000、33,000和92,000台。於我們在二零一一年及二零一二年十二月三十一日已安裝及投入服務的家居型號淨水機中，分別約有99.5%及99.4%於二零一二年及二零一三年十二月三十一日仍然安裝於同一終端用戶的物業內並繼續提供服務，從高企的續約率中展示了我們的個人終端用戶對我們產品和服務的忠誠度。

核心淨水技術

通過我們在研發上持續不懈的努力，我們開發出若干核心淨水技術。

APO⁺淨水流程

我們在淨水機中執行多重程序的淨水過程。我們在APO⁺淨水流程中設計有關程序，代表了「強化吸收、淨化和活氧殺菌」的淨水技術。APO⁺淨水流程綜合了行業廣泛接納的淨水解決方案與我們自行開發的核心技術，我們的技術補足及大大改善該等解決方案。APO⁺淨水流程實現高淨化度及高能源效益，並改善純淨水的味道。

APO⁺流程包括：

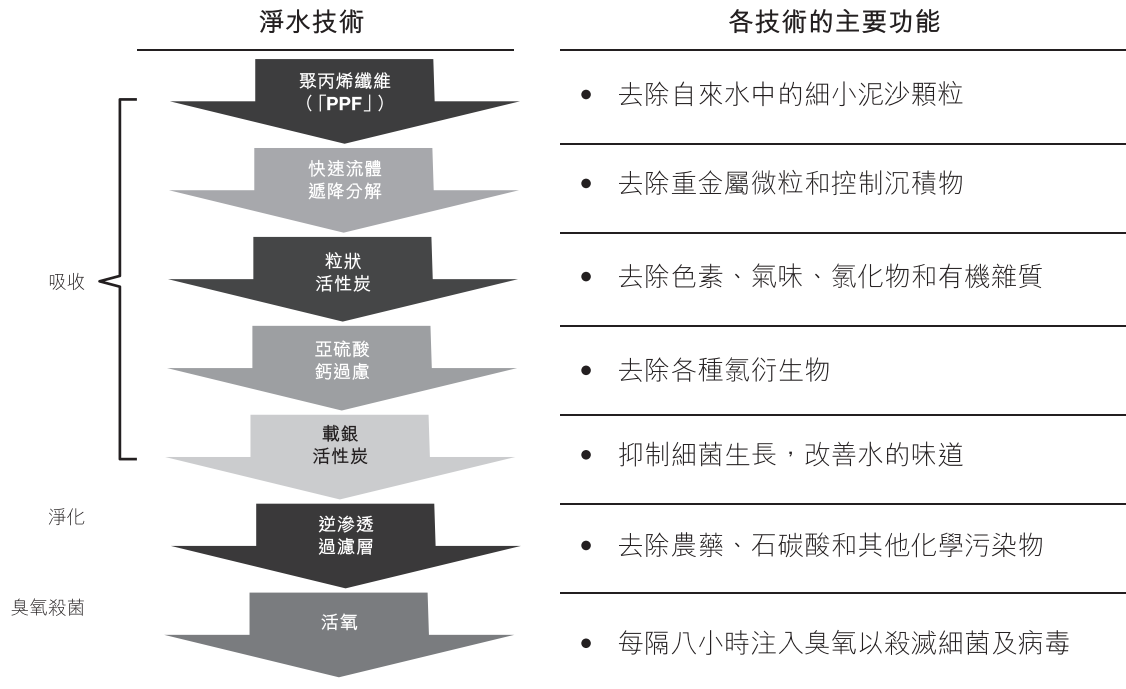
吸收：我們組裝及合併多重吸收過濾層，包括預淨化過濾、快速流體遞降分解（Kinetic Degradation Fluxion或KDF）、亞硫酸鈣及特級粒狀活性炭過濾層，以濾去水中可能致癌的有害物質如微量氯化化合物、鏽及亞硝酸鹽化合物。

淨化：我們的核心淨化技術屬反滲透，經我們的專利技術改良，淨水率提高至95%或以上。我們應用0.0001微米孔徑的反滲透過濾層，阻隔有害的顆粒、細菌、大分子物質和重金屬離子。

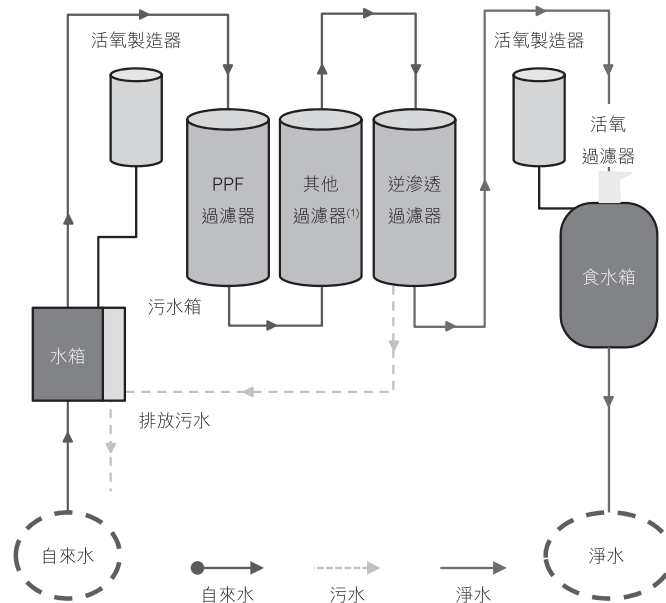
活氧殺菌：我們的淨化水質量經活氧殺菌進一步提升，活氧殺菌可殺死細菌及避免造成二次污染。我們應用高效蒸發技術，於日常過程中定期將活氧注入水中。

加號：我們的第二代淨水機的加號表示我們遙距監察已安裝的淨水機的表現及倘偵測到故障時提供快速的維修及保養服務的能力。

下圖闡釋於我們的APO+過程中實施的淨水技術：



以下圖表展示我們的淨水機結構：



附註：

(1) 包括快速流體遞降分解過濾層、粒狀活性炭過濾層、硫酸鈣過濾器及載銀活性炭過濾層。

專有高效反滲透技術

我們擁有七項與改良目前反滲透技術相關的專利。我們改良了反滲透技術，以大幅提高其淨水效率。

根據弗若斯特沙利文報告，反滲透是行內公認最受歡迎的淨水技術。反滲透淨化流程中使用的**0.0001**微米孔徑過濾層可以有效攔截水中極微小懸浮物、膠體、顆粒和細菌，以及過濾水中大分子和重金屬離子。反滲透技術的主要局限是效率相對較低。根據弗若斯特沙利文報告，傳統的反滲透淨水技術一般只能收回**20%**至**50%**進入系統的水，而其餘當作廢水排走。淨水效率低是家用淨水機開發的主要障礙。經過八年的研發，我們通過一系列技術，已實現回收比率達到相等於**95%**或以上。該高效反滲透技術於我們第二代的淨水機中應用。

活性活氧殺菌

活性活氧殺菌是由我們自主研發的核心淨水技術之一。我們有**18**項與活性活氧殺菌技術相關的專利。

與高溫、紫外線或化學處理等傳統殺菌技術相比，我們的活性活氧殺菌技術節能、高效、而且不引入化學污染。我們的活氧技術具有以下特點和優勢：

- 產生小體積高濃度的活氧；
- 低耗能；
- 剩餘活氧即時降解；及
- 高效率的氣水擊穿和氣化混合。

研究與開發

我們在淨水技術方面進行大量研究及開發，而且多年來我們對研發的投資已取得顯著的效益。我們相信，我們對研發的大力投入使我們與中國眾多競爭對手相比佔有明顯優勢，並成為我們成功的關鍵因素。於二零一三年十二月三十一日，我們擁有一支共有**36**名研究人員的研發團隊。大部分研究人員，擁有學士學位或學院的副學士學位。該研發團隊乃由朱明偉先生領導，其於技術開發及營運管理方面擁有接近**20**年的經驗。

於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們的研發開支分別約為人民幣2.3百萬元、人民幣4.2百萬元及人民幣5.7百萬元，佔我們同期來自淨水業務的收益的4.0%、2.1%及1.8%。研發的投資主要包括我們研究人員的薪酬及福利。為支持我們的研發活動，我們已在上海建立研發中心，目前該中心設有五個實驗室，包括水分析實驗室、化學實驗室、微生物實驗室、電力實驗室及活氧實驗室。

產品設計

於二零一三年十二月三十一日，我們擁有一支共有16名僱員的產品設計團隊專門從事淨水機設計。截至最後實際可行日期，我們的淨水機獲得75個實用新型專利及27個設計專利。自我們的淨水業務開展以來，我們已設計及生產兩代企業淨水機及家用淨水機。我們第二代的淨水機採用新流動通訊系統，使我們能遠程監控每台機器。更多詳情請參閱「我們的經銷網絡－綜合經銷商、水機及終端用戶管理系統」。

獎項及殊榮

為表彰我們強大的技術背景及研發成就，我們獲委任為全國家用電器標準化技術委員會的淨水行業標準頒佈小組的副主席，並於二零一二年及二零一三年獲委託就淨化飲用水行業制定國家技術標準。

此外，於往績記錄期間，我們的產品、服務及品牌已獲得多項獎項，包括：

- 上海市委就推廣中小企業建立品牌頒發的二零一一年上海市著名品牌；
- 復旦大學及安永會計師事務所於二零一三年頒發的中國最具潛力企業獎；
- 上海康福特於二零一一年獲授高新技術企業證書；
- 上海浩澤淨水科技於二零一二年獲授高新技術企業證書；
- 由HC360.COM頒授的二零一三年淨水行業十大客戶滿意品牌；及
- 由HC360.COM頒授的二零一二年及二零一三年淨水行業十大最具影響力企業。

我們的經銷網絡

我們主要透過管理良好的龐大網絡就我們的淨水服務招攬終端用戶，該網絡由第三方主經銷商及二級經銷商(或統稱為經銷商)構成，而我們乃透過綜合數據庫在總部集中管理及透過我們的地區銷售辦事處進行地方管理。我們的經銷商不會積存我們的任何淨水機存貨，亦不會參與安裝及保養服務，有關服務乃由我們直接提供。

我們經銷網絡的覆蓋面及收益貢獻

截至二零一三年十二月三十一日，我們已擁有一個由**439**名主經銷商及**1,263**名二級經銷商組成的網絡，該等經銷商遍佈於中國**125**個城市。我們依靠我們的經銷商擴大我們產品及服務的市場覆蓋範圍及保持我們現有的終端用戶關係。偶爾當終端用戶在線或透過我們的熱線直接聯繫我們以下達淨水產品及服務訂單時，我們會將該終端用戶分配予當地的主經銷商。所有主經銷商及二級經銷商均為我們的獨立第三方。我們的經銷商均非我們的前僱員。於往績記錄期間，我們的董事或股東概無於我們任何經銷商中擁有任何股權，且我們的經銷商或彼等之實益擁有人在過去或現在概無與本集團或我們的董事或股東存在任何關係，包括但不限於僱傭或融資關係。此外，我們的董事經過審慎諮詢後相信，於往績記錄期間，我們的個人經銷商或彼等之實益擁有人概無與我們的董事及股東有任何家族關係，或與本集團或我們的董事或股東存在任何信託關係。

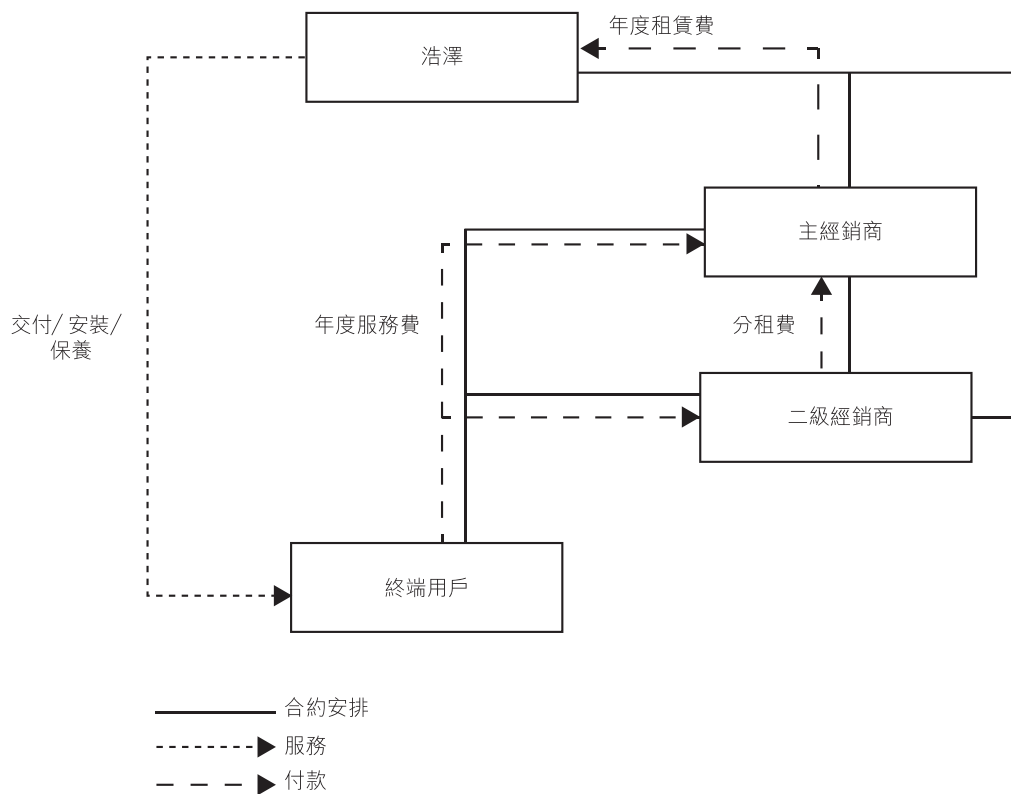
於往績記錄期間，我們大幅擴充我們的經銷商網絡。我們持續拓展我們的經銷商渠道，並積極管理我們現有的經銷商。我們直接僱用所有的主經銷商，並允許若干主經銷商委聘二級經銷商，在我們管理下，此有助於我們進一步擴充我們的經銷網絡及深化我們於中國營運的三個主要地區的滲透率。下表載列我們於所示年度的經銷商數目：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
主經銷商			
年初數目	—	246	358
年內新增	249	112	81
年內解僱	(3)	—	—
年末總數	<u>246</u>	<u>358</u>	<u>439</u>
二級經銷商			
年初數目	—	468	513
年內新增	468	45	750
年內解僱	—	—	—
年末總數	<u>468</u>	<u>513</u>	<u>1,263</u>
年末經銷商總數	<u><u>714</u></u>	<u><u>871</u></u>	<u><u>1,702</u></u>

於往績記錄期間，我們與我們的經銷商並無任何財務糾紛。於往績記錄期間，三名經銷商基於個人原因而自願與我們終止合約關係。

與主經銷商及二級經銷商的安排

我們全部的淨水服務租金收益均產生自主經銷商支付予我們的年度租賃費。我們相信純淨飲用水市場上僅有少數市場參與者與經銷商之間採納類似的費用安排。下圖說明我們與主經銷商及二級經銷商訂立的費用安排：



業 務

下表載列於所示年度我們產生自經銷商的租金收益的區域分佈詳情：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一一年		二零一二年		二零一三年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
華東 ⁽¹⁾	16,246	30.5	59,088	30.1	87,094	28.5
華北 ⁽²⁾	14,044	26.4	49,172	25.2	79,240	25.9
華南 ⁽³⁾	16,853	31.6	65,850	33.8	105,028	34.4
其他	6,143	11.5	21,359	10.9	34,132	11.2
總計	<u>53,286</u>	<u>100.0</u>	<u>195,469</u>	<u>100.0</u>	<u>305,494</u>	<u>100.0</u>

附註：

(1) 華東包括上海市、安徽省、福建省、江蘇省、山東省及浙江省。

(2) 華北包括北京、天津、河北省、山西省及內蒙古自治區。

(3) 華南包括廣東省、海南省及廣西自治區。

我們於一年租期內按直線法確認淨水服務的租金收益。下表載列我們於所示年度確認的合約銷售及租金收益的明細：

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一一年		二零一二年		二零一三年	
	企業型號	家居型號	企業型號	家居型號	企業型號	家居型號
	(人民幣千元)					
於財政年度的合約銷售..	117,462	7,457	207,999	36,075	260,200	82,094
將於下一財政年度確認的 租金收入	<u>(66,680)</u>	<u>(4,953)</u>	<u>(100,389)</u>	<u>(19,849)</u>	<u>(114,046)</u>	<u>(42,992)</u>
於財政年度確認的租金 收入	50,782	2,504	107,610	16,226	146,154	39,102
來自上一財政年度的租金 收入	—	—	66,680	4,953	100,389	19,849
財政年度的租金收入	<u>50,782</u>	<u>2,504</u>	<u>174,290</u>	<u>21,179</u>	<u>246,543</u>	<u>58,951</u>
財政年度的租金 收入總額	<u>53,286</u>		<u>195,469</u>		<u>305,494</u>	

與主經銷商訂立的經銷協議

主經銷商透過與我們訂立經銷協議加盟我們的經銷網絡。經銷協議的期限為一年，除非由任何一方於到期前30天內以書面形式提出反對，否則到期後將獲延長一年。於

往績記錄期間的三年內各年，我們均於經銷協議屆滿後與主經銷商商討及簽訂新經銷協議。經銷協議載列與主經銷商達成的多項安排，包括：

- 主經銷商獲允許的經營期限及地理位置；
- 主經銷商同意於加盟時向我們支付的首期付款，有關付款包括保證金、培訓費及租賃費預付款項的付款；
- 主經銷商遵循我們定價政策的責任，有關政策可由我們不時作出更改；
- 主經銷商就其委聘的二級經銷商違反代理經銷協議所負上的共同責任；及
- 我們交付淨水機的責任以及我們就主經銷商的表現作出調查及評估的權利。

經銷協議亦提供主經銷商的若干否定性契約，據此主經銷商同意(其中包括)不會：

- 以任何方式向終端用戶歪曲其與我們的關係；
- 作為類似產品及服務的經銷商；
- 侵犯我們的知識產權或在未取得我們的事先同意的情況下使用我們的品牌名稱及商標；或
- 與其他經銷商進行不公平競爭。

經銷協議並無就主經銷商須達到的最低銷售額作出規定。我們有權就主經銷商違約收取損害賠償付款或徵收不同金額的罰款。倘主經銷商的業務顯著轉差及未能達到我們所制定的營運標準，或倘主經銷商違反經銷協議，我們有權終止經銷協議。

主經銷商同意於加盟時作出的首期付款包括：

保證金：經銷商須就我們淨水機的任何損壞或因違反經銷協議導致的損失向我們提擔保代償金。我們亦抵銷我們有權就主經銷商違反經銷協議而徵收的任何罰款。有關安排為我們淨水機、營運或聲譽的任何受損提供保障。保證金乃於考慮主經銷商的能力、資源及終端用戶群後經個別磋商而定，一般介乎人民幣30,000元至人民幣300,000元。

業 務

租賃費預付款項：我們以一名主經銷商應付我們的年度租賃費抵銷預付款項。有關安排減低主經銷商拖欠付款的風險，特別是我們與主經銷商合作的初期。預付款項乃個別磋商，一般介乎人民幣150,000元至人民幣5百萬元。

培訓費：培訓費涵蓋主經銷商加盟時的初次培訓成本及其他開支。培訓費乃個別磋商，一般介乎人民幣1,000元至人民幣20,000元。

我們允許作出人民幣1.0百萬元或以上首期付款的主經銷商招聘二級經銷商，而二級經銷商會與負責招聘的主經銷商攤分來自終端用戶的收益。

於經銷協議的期限內，我們向主經銷商提供我們的定價政策，其中載列(其中包括)(i)主經銷商就各機器型號可向終端用戶收取的年度服務費範圍以及(ii)主經銷商就於安裝或續訂淨水服務時向終端用戶收取的各筆年度服務費而同意向我們支付的年度租賃費金額。

我們就每台安裝的淨水機向主要經銷商收取的年度租賃費用亦取決於安裝的淨水機型號。於往績記錄期間，該年度租賃費用比率大致維持不變。我們一般於安裝淨水機後第二年及其後年度收取較低的年度租賃費，作為就繼續維繫終端用戶關係向主經銷商提供的獎勵。下表載列按水機型號及服務年期劃分的年度租賃費用比率範圍(如我們的定價政策所載)：

	首年	其後年度
	(人民幣)	
企業型號		
中心型號 ⁽¹⁾	5,180	2,880
其他企業型號	1,010–2,380	400–1,090
家居型號	1,010–1,280	400–580

附註：

(1) 此型號作為連接多部水機的中央處理器。

終端用戶首次向主經銷商下達淨水服務訂單時，我們的服務團隊將在該終端用戶的物業安裝淨水機，主經銷商將使用帶有其唯一識別編號的安裝卡啟動該機器。該啟動過程中會將該機器、終端用戶及主經銷商連接至我們的綜合數據庫。我們透過終端用戶及機器數據庫監控安裝於終端用戶物業的淨水機的租賃期。有關更多詳情，請參閱「一綜合經銷商、水機及終端用戶管理系統」。年度租賃費於安裝或續訂服務時到期，而我們因此會將主經銷商向我們作出的預付款項抵銷該金額。倘於經銷協議期內，一名經銷商

的預付款項結餘降至零，該經銷商一般須於其可繼續物色終端用戶前補充預付款項。我們向已與我們建立良好信用記錄的若干主經銷商授出最多90日的信用期。有關我們於往績記錄期間的貿易應收款項及周轉率的更多詳情，請參閱「財務資料－合併財務狀況表若干項目說明－貿易應收款項」。我們於租賃期內按月以直線法按比例將部分年度租賃費確認為租金收益。反之，我們於收到培訓費付款時將所有付款確認為收益。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，來自五大主經銷商的租金收益分別佔我們產生自淨水服務的總租金收益的44.1%、65.8%及67.5%。

經銷商並無運送或維持任何淨水機或零部件庫存。我們於租賃期內保留淨水機的所有權，並於租賃屆滿而無續訂時收回機器。於租賃期內，我們提供維修及保養服務，包括每年直接為終端用戶免費更換淨水機的濾芯。倘終端用戶於租賃期內取消服務，經銷商無權向我們收取任何年度租賃費退款及須承擔取消服務及移走淨水機的虧損及開支，但主經銷商有權將淨水機轉租予另一名終端用戶。我們相信我們與主經銷商的關係屬買賣雙方性質而非屬主事人／代理性質，此乃由於主經銷商(i)直接與終端用戶訂立淨水機租賃協議；(ii)可酌情在我們的訂價政策所規定的範圍內訂定彼等向終端用戶收取的年度服務費；(iii)承擔終端用戶取消服務以及任何淨水機損壞的風險及成本；及(iv)承擔終端用戶的信用風險。

與主經銷商及二級經銷商訂立的代理經銷協議

我們允許已支付人民幣1.0百萬元或以上首期付款的主經銷商招聘二級經銷商。於主經銷商委聘二級經銷商時，我們會與主經銷商及二級經銷商訂立代理經銷協議，以規管及監控二級經銷商的營運以及二級經銷商與主經銷商的交易。代理經銷協議的期限一般為一年，除非由協議的其中一方於到期前30天內以書面形式提出反對，否則將於到期後獲延長一年。於往績記錄期間的三年內各年，我們均於代理經銷協議屆滿後與主經銷商及二級經銷商商討及簽訂新代理經銷協議。代理經銷協議的主要條款包括：

- 二級經銷商獲允許的經營期限及地理位置；

業 務

- 我們監察及管理二級經銷商的權利以及倘主經銷商不再為我們的主經銷商時替換主經銷商及承擔主經銷商於代理經銷協議項下所有責任的權利；
- 二級經銷商於受僱時同意向主經銷商支付的首期款項，款項包括保證金、租賃費預付款項及培訓費；
- 二級經銷商遵循我們的定價政策的責任，有關政策可由我們不時作出更改；及
- 我們交付淨水機的責任以及就二級經銷商的表現作出調查及評估的權利。

代理經銷協議亦訂明二級經銷商的若干否定性契約，據此二級經銷商同意(其中包括)不會：

- 以任何方式向終端用戶歪曲其與我們或與主經銷商的關係；
- 作為類似產品及服務的經銷商；
- 侵犯我們的知識產權或在未取得我們的事先同意的情況下使用我們的品牌名稱及商標；及
- 與其他經銷商進行不公平競爭。

代理經銷協議並無就二級經銷商須達到的最低銷售額作出規定。我們有權就二級經銷商違約收取損害賠償付款或徵收不同金額的罰款。倘二級經銷商的業務顯著轉差及未能達到我們所制定的營運標準，或倘二級經銷商違反代理經銷協議，主經銷商及我們均有權終止代理經銷協議。

二級經銷商同意於獲受聘時向主經銷商支付保證金、培訓費及預付款項，而主經銷商應向我們支付相等於培訓費的金額。倘我們的淨水機的任何損壞與二級經銷商有關或二級經銷商因違反代理經銷協議而導致損失，我們可以招聘該二級經銷商的相關主經銷商向我們作出的保證金抵銷該損壞或損失，而該主經銷商則有權以該二級經銷商支付的保證金抵銷該損壞或損失。應付主經銷商的年度轉租費會以二級經銷商向主經銷商支付的預付款項抵銷。

我們的定價政策所載二級經銷商可向終端用戶收取的各機型年度服務費範圍一般與主經銷商可向終端用戶收取的範圍相同。不論終端用戶是由主經銷商或二級經銷商招攬，主經銷商同意就每次安裝或重續淨水服務向我們支付的年度租賃費金額亦相同。我

業 務

們的定價政策載列二級經銷商同意就該二級經銷商於提供安裝或重續淨水服務時向終端用戶收取的各筆年度服務費付款支付予主經銷商的轉租費金額。二級經銷商向主經銷商支付的轉租費高於主經銷商向我們支付的年度租賃費用，該差額反映二級經銷商與主經銷商就安裝及重續所分佔的收益。轉租費亦取決於已安裝的淨水機型號，且於往績記錄期間大致維持不變。下表載列按水機型號及服務年期劃分的轉租費範圍（如我們的定價政策所載）：

	首年	其後年度
	（人民幣）	
企業型號		
中心型號 ⁽¹⁾	6,280–7,880	3,680–4,680
其他企業型號	1,160–3,280	1,160–1,480
家居型號	1,260–1,750	860–1,380

附註：

(1) 此型號作為連接多部水機的中央處理器。

倘二級經銷商招攬一名終端用戶及為該終端用戶啟動淨水機，我們將透過減去有關的主經銷商的預付款項結餘向該主經銷商收取年度租賃費付款，而該主經銷商透過減去二級經銷商的預付款項結餘向該二級經銷商收取轉租費付款。我們按上節所述的相同方式確認收益。轉租費首先用於抵銷未向主經銷商支付的預付款項金額。當預付款項降至零時，二級經銷商則須在年度轉租費到期時向主經銷商支付年度轉租費。我們並無直接自二級經銷商收取任何付款或產生任何租賃收益。倘由二級經銷商招攬的終端用戶於租賃期內取消服務，二級經銷商有權將淨水機轉租予另一名終端用戶，但無權向主經銷商收取任何年度轉租費退款及須承擔取消服務及移走淨水機的虧損及開支。儘管二級經銷商對我們負有合約責任以及我們會規管及監察其表現，惟我們不會自二級經銷商賺取任何收益，因此我們相信我們與二級經銷商並無任何直接主事人／代理或賣方／買方的關係。

經銷商管理

我們根據經銷商的經銷網絡的覆蓋範圍、財力、服務質素以及彼等對我們的服務及我們的淨水業務理念的了解程度等因素挑選經銷商。

我們透過我們的綜合數據庫在總部集中管理經銷商，亦透過我們的地區銷售辦事處在當地管理經銷商。為有效地管理我們的主經銷商及二級經銷商的網絡，我們創建經銷商數據庫，據此可監控我們經銷網絡的經銷商數目以及避免經銷商集中於任何特定區域。為進一步管理以及追蹤同一區域內我們經銷商之間潛在的競爭，我們實施雙卡系統。淨水機的更新服務僅可由含相符的獨特識別號碼的安裝卡啟動，從而確保經銷商將一直獲該經銷商物色的終端用戶重續服務，以及防止經銷商就爭取現有終端用戶互相競爭。服務重續卡容許我們透過由經銷商物色的終端用戶監察服務的重續及於有關經銷商未能按時支付費用或違約時，防止經銷商進一步重續服務。更多詳情，請參閱「綜合經銷商、水機及終端用戶管理系統—經銷商數據庫及雙卡系統」。

我們的地區銷售辦事處負責監察及管理地方經銷商。我們的地區銷售辦事處是指定區域的經銷商的直接聯絡處。此安排允許我們招聘本地主經銷商、定期向我們的經銷商提供必要的培訓以及透過檢查評估經銷商的表現。我們認為，我們的經銷商需分享我們竭誠為安全飲用水作出貢獻的精神、我們選擇健康生活方式的理念以及了解我們的核心技術。我們要求我們的經銷商參與我們就淨水技術、行業趨勢以及最新業務資訊提供的定期培訓。我們亦會透過熱線通知終端用戶，彼等可致電向我們報告任何與彼等與經銷商之間的問題或事宜。

我們透過我們的熱線進行終端用戶調查監控經銷商向終端用戶收取的年度服務費。倘我們發現或終端用戶、另一名經銷商向我們舉報或透過其他渠道發現我們的定價政策遭違反，我們會向經銷商徵收罰款。

我們並無與經銷商訂立任何回扣安排。我們的內部政策規定，我們的僱員概不應對第三方作出任何賄賂行為。所有淨水機型號的年度租賃費用載於我們的定價政策內，而我們透過我們的經銷商數據庫及地區銷售辦公室監察其實施情況。此外，我們利用我們的淨水機數據庫集中管理我們的存貨，而我們的經銷商並不收取或保留任何存貨，故我們的經銷商的訂單直接反映來自終端用戶的訂單。此進一步減低我們的僱員及經銷商之間進行未經授權的回扣活動。

我們獲我們的中國法律顧問建議，我們的商標「Ozner」及「浩澤」並不授權我們排除第三方使用「Ozner」及「浩澤」為法人的部分名稱，而以「Ozner」及「浩澤」為其部分業務名稱的法人可向主管的工商局進行合法登記。因此，我們僅可透過合約安排由經銷商規管該等與我們的商標相似的使用條款。更多詳情，請參閱「風險因素—與我們的業務有關的風險—我們對我們的第三方經銷商的控制有限」。我們的經銷協議及代理經銷

協議規定，經銷商就其角色及與我們的關係向終端用戶作出的任何失實陳述將違反協議。我們已採取措施防止日後可能出現任何失實陳述的情況。我們對互聯網及新聞媒體進行定期搜查以檢測可能存在失實陳述的事件。

綜合經銷商、淨水機及終端用戶管理系統

我們為我們的淨水業務設計及實施一套綜合我們的經銷商數據庫、淨水機數據庫及終端用戶數據庫的資訊科技系統。該綜合系統對我們於租期內管理我們的經銷商及終端用戶服務至關重要。我們已就於各部淨水機安裝的內置軟件獲得軟件版權認證。

於租期內，我們每部淨水機均有能執行多種功能的中央處理器及內置軟件。於二零一三年，我們開發了一套新流動通訊系統，讓我們能透過中央處理器及內置軟件遠距離連接及監察淨水機。內置軟件使用我們的新流動通訊系統與我們的中央伺服器綜合及直接連接。新流動通訊系統安裝於我們第二代的企業及家用型號的淨水機，並已於二零一四年四月開始為公司及個人終端用戶安裝。已安裝該新流動通訊系統的淨水機能在不使用銷售點裝置、安裝卡及服務重續卡的情況下被追蹤及監察。

經銷商數據庫及雙卡系統

我們的經銷商數據庫與我們的淨水機數據庫及終端用戶數據庫連接，對管理我們的經銷商至關重要。此外，我們向各經銷商分別發出安裝卡及服務重續卡。安裝卡協助我們追蹤經銷商的表現及防止經銷商就現有終端用戶進行競爭，而服務重續卡協助我們監察經銷商的付款情況。

當我們與主經銷商訂立經銷協議或與主經銷商和二級經銷商訂立代理經銷協議，我們為主經銷商或二級經銷商開立賬戶及分派獨立識別號碼。二級經銷商與負責招聘的主經銷商於經銷商數據庫連接。我們向各經銷商提供浩澤品牌的銷售點裝置及雙卡，全部均與該經銷商的獨立識別號碼有關。當經銷商透過安裝卡以其獨立識別號碼啟動淨水機，該淨水機與其獨立識別號碼於經銷商數據庫綁定。該淨水機任何其後的服務重續只能以擁有相符獨立識別號碼的安裝卡開展。此外，若多部淨水機安裝於公司終端用戶的同一物業內，所有相關的已安裝淨水機會與經銷商的同一獨立識別號碼連接。此方法確保只有啟動該淨水機的經銷商才能重續同一淨水機的服務，有效地防止經銷商之間就現有終端用戶重續服務於同業之間的競爭及亦確保我們能追蹤經銷商所物色的終端用戶數

目。當該淨水機啟動重續，經銷商使用銷售點裝置就服務重續卡自其賬戶扣款。該經銷商其後可於新租期使用服務重續卡啟動淨水機。此方法協助我們追蹤經銷商應向我們支付的款項。

我們亦透過經銷商數據庫處理及監察所有來自經銷商的付款。若有所欠我們的逾期款項或發生相關經銷商違約的情況，我們可凍結經銷商的賬戶並阻止該經銷商透過銷售點裝置啟動新安裝或重續服務。

淨水機數據庫

由於淨水機於租期內仍然屬我們的資產，我們有需要追蹤淨水機的位置及情況。我們已設立淨水機數據庫，以控制各部已安裝的淨水機的資料。淨水機資料包括型號、啟動日期、安裝位置及濾芯壽命。

我們亦已開發安裝於我們淨水機的軟件，以確保我們達成一系列的重要目標：

淨水機追蹤。各淨水機均與終端用戶的賬戶及經銷商的賬戶連接，我們能藉此管理我們的終端用戶及經銷商以及監察租期、用戶情況及付款情況。自新流動通訊系統實施後，我們能透過內置軟件的全球定位系統功能對任何淨水機的位置準確定位。

淨水機自我診斷。內置軟件定期進行自我診斷及記錄不同的表現數據。內置軟件能定期透過新流動通訊系統將表現數據傳送至中央伺服器。自淨水機所收取的數據自動上載至淨水機數據庫。該等數據的分析能防止故障及協助我們改善我們的淨水機及技術。

水質監察。內置軟件亦持續監察經淨化的水的品質。當發現水質變差，內置軟件將於顯示屏顯示警告字眼，以提醒終端用戶聯絡我們的服務熱線。透過新流動通訊系統，內置軟件亦會自動傳送警告至我們的中央伺服器，協助我們加快維修服務。

終端用戶數據庫

我們建立與經銷商數據庫及淨水機數據庫結合的終端用戶數據庫。我們為各終端用戶於我們的終端用戶數據庫開立賬戶，並當該終端用戶透過經銷商首次訂購我們的服務時收集相關資料。若終端用戶為公司，於此階段所收集的資料包括物業位置、業務類型、已安裝的淨水機數目及安裝日期。於安裝後，經銷商透過安裝卡啟動淨水機，將終端用戶與淨水機及經銷商連接。內置軟件亦能定期透過新流動通訊系統傳送數據至我們的中央伺服器，並將數據上載至相關終端用戶賬戶的數據庫。

品牌、銷售與營銷

我們以我們的品牌名稱「浩澤」經營淨水業務。我們推廣我們品牌所蘊含的安全、優質及便利等理念。我們的銷售及營銷策略乃由我們的總部制定及管理，並透過我們四個銷售辦事處及遍佈中國30個省份125個城市的經銷商的參與而實行。

為提高我們的淨水產品及服務的知名度以及提高對我們品牌的認知度，我們在多個媒體渠道(包括在線廣告及社交媒體)進行廣告宣傳活動。我們亦聘請我們的經銷商參與我們的推廣活動，如向潛在終端用戶派發優惠券。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們的廣告及營銷開支總額分別為人民幣3.1百萬元、人民幣7.2百萬元及人民幣16.6百萬元，分別佔同期收入總額的3.0%、2.5%及4.1%，包括就籌備於二零一四年四月推出我們的第二代淨水機而於二零一三年第四季度產生的廣告及營銷開支。我們相信，該等廣告及推廣活動有助於向我們的目標終端用戶群推廣我們的品牌。展望未來，我們擬繼續專注於營銷及推廣活動，以進一步提高我們的品牌認知度。此外，我們透過零售或網上渠道直接向終端用戶銷售少量淨水機，主要作推廣品牌之用。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，來自銷售淨水機的收入分別佔我們來自淨水業務的總收入不足2.0%。

生產及營運

生產

我們在浙江省上虞市租賃一處面積為17,782平方米的設施，用以生產淨水機。截至最後實際可行日期，該生產設施每年可組裝170,000台淨水機。該生產設施設有總樓面面積約為5,200平方米的倉庫，用以儲存材料、零部件及淨水機。此外，我們租賃總建築面積為11,667平方米的11處物業，用作當地倉庫及地區辦事處。請參閱「物業」一節以獲得更多有關我們目前的生產設施及施工中的生產設施的詳情。

於二零一一年、二零一二年及二零一三年，設施的生產使用率分別為69.8%、90.2%及91.8%。產能使用率上升乃對應我們的淨水服務的需求增長。新安裝淨水機的數目由二零一一年約107,000台增加至二零一二年約139,000台及於二零一三年的154,000台。我們的董事預期，對我們的淨水服務的需求將持續上升，此乃由於中國淨化飲用水的市場需求將持續攀升、我們的經銷網絡獲得擴充(我們預期透過此為我們尋求更多終端用戶)以及我們於二零一三年加強銷售及營銷力度所致。因此，我們的董事相信，我們需繼續提升我們的年產能以應付預期的需求增長。

我們目前正於陝西省興建一項新生產設施，計劃總年產能為400,000台淨水機。我們選擇陝西省為此新生產設施的地點乃由於若干因素，其中包括地方政府的退稅及福利、土地使用權的成本相對較低以及勞工成本相對較低等。此外，新設施與鐵路及公路連接，因此減省運送我們產品的額外時間及成本。

我們已設計多款我們的機器的獨特零部件，使我們的競爭對手難以模仿我們的生產程序。我們將所有淨水機零部件的生產工作外包予第三方承包商。外包讓我們可有效提升生產效率並將資本投資降至最低。我們對外包零部件實行嚴格的品質控制。我們於我們的生產設施內的組裝線組裝淨水機。

品質控制

我們對旗下所有產品及服務實行全面的品質控制系統。我們相信，迄今為止我們的成功歸功於我們的高質素控制標準，我們致力根據該等標準為我們的終端用戶提供安全、高質素的產品及服務。因此，我們的淨水服務曾榮獲多項行業認證及獎項。更多詳情，請參閱「研究與開發－獎項及殊榮」以及「證書、牌照、許可證及批文」一節。

我們已針對生產流程的多個階段設立品質控制措施。品質控制檢測主要由我們由15位僱員組成的質素控制團隊執行。有關品質控制措施乃在以下階段開展：

引入零部件。對於我們向供應商訂購的零部件，我們會在驗收交付前進行品質控制檢查，確保其符合我們的要求及規格。對於批量採購，我們通常會進行抽樣測試。

生產。我們會於接納零部件來貨前進行品質控制檢查。我們亦於組裝後調整及測試各部淨水機。

安裝。安裝階段的品質控制對確保機器在使用過程中良好運作至關重要。我們的工程師會在顧客要求檢查前，對已安裝的設備進行全面的測試，確保符合顧客的規格要求。

保修期。對於淨水服務，我們為終端用戶免費提供維修及保養服務。我們設有品質控制實驗室，對每批淨水機進行連續及在極端條件下的疲勞測試，以發現及防止淨水機安裝於終端用戶物業後可能出現的任何潛在問題。此外，我們的售後電話熱線中心亦會定期致電終端用戶，以獲得淨水機在租期內的最新性能資料。

於往績記錄期間，我們並無任何重大的產品召回或產品責任索償。此外，於往績記錄期間，我們並無因設備或機器質素原因導致來自終端用戶的任何退貨。

物流及存貨管理

我們的存貨主要包括與我們淨水業務有關的製成品及零部件。我們實行一套有效的存貨控制體系，該體系需要銷售、營銷、零部件採購、生產及存儲等多個部門的緊密協調，以確保零部件採購滿足生產要求以及生產及儲存工作符合銷量預測及實際需求。我們維持零部件庫存，以確保生產不會中斷。庫存水平是根據我們過往的產量及未來預測進行估計。我們相信，我們能根據過往銷量及管理層的評估維持合理的存貨水平，最大程度減少存儲空間及存置成本、提高營運資金效率及減少產品在存儲過程中變質的風險，對我們推行嚴格的品質控制政策而言尤為重要。

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日，我們的存貨分別約為人民幣29.5百萬元、人民幣38.8百萬元及人民幣36.9百萬元，其中分別有98.1%、96.0%及95.7%乃來自淨水業務。

除位於浙江省上虞市的生產設施及倉庫外，我們在七個城市擁有另外七個地區倉庫，主要為位於淨水服務所覆蓋地區的終端用戶服務。我們在各地區倉庫存置一定數量的淨水機及零部件，數量多寡視乎有關地區倉庫所服務地區範圍的大小。我們定期清點地區倉庫存置的淨水機存貨。

我們利用我們的淨水機數據庫，追蹤安裝於終端用戶物業、由我們保留所有權的淨水機在整個租期內的情況。更多詳情，請參閱「我們的經銷網絡—綜合經銷商、水機及終端用戶管理系統—淨水機數據庫」。在租賃被終止或期滿且無重續時，我們會收回淨水機並將其運至我們其中一個地區倉庫。於往績記錄期間，我們大部分終端用戶於我們的服務到期後重續其租期。倘終端用戶於租賃期末選擇不重續我們的服務，我們將收回淨水機。為新終端用戶安裝淨水機前，我們為收回的淨水機進行維修及翻新程序。於維修及翻新期間，淨水機繼續被視為我們的創收資產並每月進行折舊。

我們的客戶

我們的淨水服務的直接顧客為我們的第三方經銷商，我們以年度租賃費的形式自彼等產生所有租金收益。以淨水服務租金收益計，我們的五大客戶分別佔我們於二零一一年、二零一二年以及二零一三年的淨水服務總租金收益的44.1%、65.8%及67.5%。以

淨水服務租金收益計，我們的最大客戶分別佔我們於二零一一年、二零一二年及二零一三年的淨水服務租金收入的**13.0%**、**24.7%**及**20.2%**。我們已採取積極措施，以在我們的營運及財務業績方面減低對經銷商可能存在的依賴。舉例而言，我們於終端用戶數據庫保留我們所有終端用戶的資料，且我們直接向我們的終端用戶提供服務，並與其保持直接聯繫。倘由我們或經銷商終止經銷協議，我們可以最低之過渡成本迅速將由該終止協議的經銷商所得的終端用戶分配至同地區之其他經銷商。由於與我們的競爭對手採用傳統的銷售模式有所不同，我們透過持續向終端用戶提供服務而與其建立直接及緊密的關係，故我們相信終止協議的經銷商招攬我們的終端用戶並與我們的業務競爭的可能性甚微。因此，我們相信我們將可在不產生重大成本或損失大量現存終端用戶的情況下，對我們目前的業務模式作出必要的變動。根據弗若斯特沙利文報告，目前的淨水市場分散，仍具有可持續發展的潛力。由於我們繼續擴充我們營運及經銷網絡，我們預期我們對任何個別經銷商之依賴將不斷減低。另一方面，經銷商依靠我們的淨水機及服務以產生經常性的年度服務費。於往績記錄期間，僅有三名經銷商因個人理由終止彼等與我們的關係。由於我們的經銷網絡持續增長，故我們相信我們有能力於日後維持收益。於往績記錄期間，我們的董事、彼等的聯繫人或持有本公司逾**5%**已發行股本的股東概無於我們任何十大經銷商中持有任何股權。有關我們第三方經銷商的更多詳情，請參閱「我們的經銷網絡」。

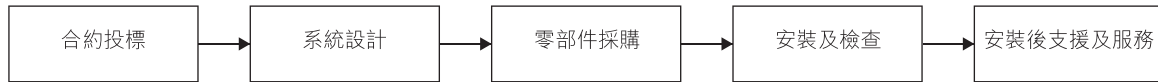
我們的空氣淨化服務

我們透過工程、採購及建設(EPC)安排為我們的客戶設計及監察安裝空氣淨化系統。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們已就空氣淨化系統分別訂立**16**、**14**及**14**項EPC合約。來自空氣淨化業務的收益分別佔我們於二零一一年、二零一二年及二零一三總收益的**43.9%**、**31.9%**及**22.0%**。截至二零一三年十二月三十一日，我們有**13**項正在進行的空氣淨化項目。

除傳統的過濾技術外，我們亦於我們為客戶設計的空氣淨化系統中應用活氧技術。經過多年的研發及測試，我們已成功將我們的活氧技術與傳統的過濾技術結合於我們設計的系統中，該結合使我們的系統減低因空氣導管中積存的其他潛在污染物而遭受潛在的污染。我們已為多個行業(包括電子、食品及醫療保健行業)的客戶安裝我們設計的系統。

EPC安排

就我們所履行的EPC合約而言，我們主要作為分包商。主要承包商乃將若干項目的工程、採購及施工分包予我們。下述流程圖說明我們的EPC安排流程：



於往績記錄期間，我們於二零一一年、二零一二年及二零一三年就空氣淨化系統以分包商身份訂立11、13及14項EPC合約，佔同年度EPC合約總數的68.8%、92.9%及100.0%。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，來自分包合同的收益分別佔空氣淨化服務應佔總收益的65.5%、95.0%及100.0%。

於往績記錄期間，我們的EPC項目的合約週期指系統設計開始至安裝完成止期間，一般介乎90日至360日，而空氣淨化項目合約週期的平均時間為224日。根據EPC安排，我們一般按以下時間表要求客戶進行付款：

- 於簽訂最終協議後支付合同價格的10%作為預付款項；
- 於付運主要原材料予我們客戶所在地後支付合同價格的10%–15%；
- 於工程進度達50%後支付合同價格的10%–30%；
- 於完成工程後支付合同價格的10%–30%；
- 於驗收後支付合同價格的20%–55%；及
- 於一年擔保期後支付5%。

合約投標

主承包商一般透過投標程序取得項目，而我們的設計團隊間或協助彼等準備標書。於準備標書時，我們的銷售團隊將就多種因素進行技術分析並制定符合特定項目要求的解決方案及模式，包括成本、項目要求及規格、設備設計的主要挑戰及潛在競爭對手的報價。我們的設計團隊亦將依據所有相關數據及提案所需的投標文件編製提案。

系統設計

我們獲得EPC合約後，我們的設計團隊將根據我們提交的提案與顧客合作制定詳盡的設備生產及系統安裝計劃。詳盡的設計將包括零部件採購計劃、設備及安裝的具體設計，以及生產與安裝的時間表。我們在開始生產前進行所有內部設計及向顧客提交完整的詳盡設計以供批准。

零部件採購

我們就EPC合約向供應商採購由我們設計的所有設備零部件，並透過合約安排及審查維持控制設備的成本和質量。為空氣淨化服務合約採購的設備類型乃為項目度身打造，包括：

- 如風淋室及潔淨工作台等淨化設備；
- 如有隔板高效過濾器等過濾產品；
- 如潔淨傳遞窗等潔淨送風單元；
- 如活氧產生器等活氧淨化產品；及
- 不銹鋼推車。

安裝及檢查

我們一般聘用專業的安裝公司根據我們的設計及規格於客戶的地址進行任何需要的組裝及安裝空氣淨化系統。我們與安裝公司的協議一般載有主要條款，包括合約價格、付款時間表、品質規定、安裝及檢測程序以及保修期等。我們的工程團隊將於完成安裝後對系統進行質量控制檢查以確保安裝已經妥善進行。顧客其後將會檢查安裝及確認接收。

業 務

下表載列我們於所示年度就EPC合約確認的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一一年	二零一二年	二零一三年
	(人民幣千元)		
於財政年度訂立的合約銷售.....	66,908	88,477	92,430
於下一財政年度確認的收益.....	<u>(30,229)</u>	<u>(37,699)</u>	<u>(50,069)</u>
於財政年度訂立的合約所確認的收益.....	36,679	50,778	42,361
於上一財政年度訂立的合約所確認的收益..	—	30,229	37,699
於財政年度確認的總收益.....	<u>36,679</u>	<u>81,007</u>	<u>80,060</u>

安裝後支援及服務

於安裝後，我們提供使用和維護我們空氣淨化系統的現場培訓。我們向我們的顧客提供的保修期通常為最終接收系統後一年。我們的保修通常包括定期維護服務及維修零件與人工。我們設備使用的部件通常納入各供應商提供的保修範圍內。

核心空氣淨化技術

我們應用於空氣淨化系統的核心活性活氧淨化技術，乃由我們自主研發的KFT系列活氧產生裝置所組成。我們已多次因應顧客的特定要求，成功將KFT系列活氧產生裝置應用於各個空氣淨化項目。

物流及存貨管理

就空氣淨化系統而言，我們僅會在顧客確認設備的設計後方開始採購零部件。因此，我們並不需要就空氣淨化系統存置任何存貨。在項目設備生產工作完成後，我們通常會將有關設備直接運送至安裝現場。我們會盡可能盡早為顧客交付製成的設備。我們聘用物流公司負責運輸工作，並承擔運輸費用。

我們的顧客

於往績記錄期間，我們的所有空氣淨化業務顧客均為企業和機構。我們的內部銷售團隊主要通過直接參與項目投標的方式，招攬空氣淨化產品和服務的顧客。於往績記錄期間，我們的空氣淨化系統顧客主要來自電子、食品及醫療健康行業。於二零一一年、

二零一二年及二零一三年，來自我們的最大空氣淨化系統顧客的收益分別佔我們來自空氣淨化業務的總收益的**16.0%**、**12.6%**及**44.3%**。自我們的五大空氣淨化系統顧客產生的收益分別佔於二零一一年、二零一二年及二零一三年空氣淨化業務總收益的**57.1%**、**52.2%**及**81.0%**。於往績記錄期間，我們的董事、彼等的聯繫人或持有本公司逾**5%**已發行股本的股東概無於我們空氣淨化服務的任何十大顧客中持有任何股權。

我們建立了為中國知名企業顧客提供空氣淨化服務的往績記錄。我們是中國登月太空計劃的空氣淨化服務供應商。

風險管理

我們的管理層已制定及實施風險管理政策以處理各類與我們的營運有關的已識別潛在風險，包括策略風險、營運風險、環境風險、財務風險以及法律風險。風險管理政策載列識別、分析、分類、減低以及監察各類風險的程序。我們的董事會負責監督整體風險管理，並每季評估和更新我們的風險管理政策。風險管理政策亦載列我們的營運中所識別風險的申報等級。

原材料、零部件及供應商

我們向我們的中國供應商採購主要零部件，包括淨水機及空氣淨化系統的零部件。我們的零部件乃採購自：**(i)**合約供應商，該等供應商製造採用我們的專有設計及技術的零部件；及**(ii)**一般供應商，我們向彼等採購標準零部件，包括淨水機及空氣淨化系統的零部件。我們對合約供應商的選擇主要基於彼等能否符合我們的規格、我們過往與彼等的業務往來、彼等的售後服務、彼等的價格及彼等於市場中的聲譽。

於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們分別擁有**235**、**259**及**342**名供應商。於往績記錄期間，我們於採購方面並不倚賴任何一名供應商。我們的所有供應商均為本集團的獨立第三方。

我們基於多項標準選擇及評估供應商，該等標準包括彼等的產品質素及價格以及彼等在行業中的聲譽。通過我們採購部門評估的供應商會列入我們的認可供應商名單。我們的採購部門會對我們的供應商進行年度審核，確保供應予我們的產品的質素符合本集團的要求。我們與我們的主要供應商協商並訂立框架協議，該等協議包含具有法律約束力的條款，如定價基準、零部件質素及付款條款。

於截至二零一三年十二月三十一日止年度，我們的五大供應商包括四名零部件供應商及一名為我們位於陝西省的新生產設施提供建築材料的供應商。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，對我們五大供應商的採購額分別佔我們採購總額約**31.8%**、**29.2%**及**39.6%**。於往績記錄期間，我們的董事、彼等的聯繫人或持有本公司逾**5%**已

發行股本的股東概無於我們五大供應商中的任何一間持有任何股權。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，對我們最大供應商的採購額分別佔我們採購總額約**4.3%**、**13.5%**及**20.9%**。我們的供應商一般視乎合約性質及價值以及我們與供應商的業務關係而向我們授出信貸期。我們使用多個供應商以減低零部件價格波動造成的影響。於往績記錄期間，我們並無經歷任何重大零部件短缺或供應延誤。

知識產權

我們主要依賴專利、版權、商標、技術知識以及僱員及第三方保密協議保護我們的知識產權。截至最後實際可行日期，我們共擁有**102**項專利，其中**75**項為實用新型專利及**27**項為外觀設計專利。於我們的實用新型專利中，其中七項與經改良反滲透技術有關，**18**項與活氧技術有關。

我們實用新型專利及外觀設計專利的有效期一般為**10**年。一如大多數其他司法權區的專利權，中國的專利持有人擁有獨家權利，他人均不得在中國使用、特許使用或以其他方式利用其專利。

有關(其中包括)不可申請專利權的專有知識及難以執行專利權的工序，我們依賴保密協議保障我們的權益。我們相信我們業務中的若干要素不受專利或版權的保護。我們已採取保安措施以保護該等要素。

我們的所有研發人員已與我們訂立保密及專有資料協議。該等協議針對知識產權保護問題，並要求僱員向我們轉讓彼等於受聘於我們期間開發的所有發明項目、設計及技術。於披露有關我們營運、技術或業務計劃的任何敏感內容前，我們亦要求顧客及業務夥伴訂立保密協議。

於往績記錄期間，我們並無涉及針對我們的任何重大知識產權申索。

品牌及商標

截至最後實際可行日期，我們已於中國註冊**24**項商標，包括我們的品牌名稱「浩澤」及一項於香港註冊的商標。知識產權的註冊事宜通常由我們的法律部門負責。

物業

我們於中國佔用若干與我們業務營運相關的物業。該等物業用於上市規則第5.01(2)條所界定的非物業業務。有關物業主要包括一幅約為135,112平方米的土地及12項總建築面積約為29,448平方米的租賃物業，用作我們的辦公室、生產設施及倉庫。

根據公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第6(2)條，鑑於我們於截至二零一三年十二月三十一日並無持有或租賃賬面值等於或高於我們綜合總資產15%的物業，因此，本招股章程獲豁免遵守公司(清盤及雜項條文)條例第342(1)(b)條有關公司(清盤及雜項條文)條例附表三第34(2)段的規定，該規定要求就本集團於土地或樓宇的所有權益編製估值報告。

擁有的物業

截至最後實際可行日期，我們於陝西省乾縣佔有一幅135,112平方米之土地，並已取得該土地之土地使用權許可證。如我們的中國法律顧問所確認，我們合法擁有該幅135,112平方米的土地之使用權。

下表載列我們擁有的物業之概要：

地址及位置概況	擁有人	物業用途	平方米	土地使用權 使用期限 限制	土地使用權 期限
陝西省咸陽市乾縣工業區 福銀高速公路青龍引線 南面	陝西浩澤環保 科技	工業	135,112	按揭	五十年

租賃物業

於最後實際可行日期，我們的主要租賃物業包括12個總建築面積約29,448平方米的物業，乃用作我們的辦公室、生產設施及倉庫。除四個分別位於北京、成都、廣州及南京用作倉庫的租賃物業外，我們的其他業主均有權出租該等空間。更多詳情請參閱「風險因素—與我們的業務有關的風險—我們於中國的主要租賃物業的若干部分缺乏業權證及我們的主要租賃物業的若干租賃並未向中國相關政府機關登記」。我們的中國法律顧問已確認，我們在所有重大方面均根據相關租賃協議項下的許可用途使用該等租賃物業。我們相信，倘該等租賃物業的業權並無缺陷，本公司應付的租金應無差別。

業 務

下表載列由我們租賃並因作為我們的辦公室、生產設施及倉庫而被視為屬重大的物業的概況：

地址及位置概況	出租人	物業用途	建築面積 (平方米)	使用限制	租期
上海市浦東新區桂橋路60號3幢第一至三層、南面廠房	上海浦東金巷實業公司	總部	5,460	不適用	二零一二年一月十日 至 二零一七年一月九日
北京市西城區紅蓮南路紅蓮大廈B0503號	Beijing Zhengjia Property Management Co., Ltd. 西城分行	服務中心	588	不適用	二零一四年一月二十日 至二零一六年一月十九日
廣東省廣州市天河區黃埔大道西33號13A室	廣州三新實業有限公司	服務中心	511	按揭	二零一四年三月五日 至 二零一六年三月四日
廣東省深圳福田區深南大道6015號本元大廈11B-01室	陝西女友傳媒集團有限公司	服務中心	350	不適用	二零一四年二月一日 至 二零一五年一月三十一日
浙江省上虞市人民西路1728號2號及4號大廈、10號及12號大廈1至3樓	浙江鴻天實業有限公司	生產設施、 倉庫	17,782	按揭	2號及4號大廈：二零一二年九月一日 至 二零一五年八月三十一日； 10號大廈1樓：二零一三年一月一日 至二零一五年八月三十一日； 10號及12號大廈2至3樓：二零一二年十二月一日 至二零一五年八月三十一日
上海市浦東新區金橋鎮三橋村2622弄59號	上海鴻鼎投資管理有限公司	倉庫	1,580	不適用	二零一四年五月一日 至 二零一六年十二月三十日
廣東省廣州白雲區白雲大道北68號A西一樓	廣州峪宏貿易有限公司	倉庫	400	不適用	二零一一年七月十日 至 二零一四年七月十九日

業 務

地址及位置概況	出租人	物業用途	建築面積 (平方米)	使用限制	租期
廣東省深圳市寶安區 龍華街道油松路 146號夢麗工業園 4棟一層東及8棟 一層	宜德行置業(深圳)有 限公司	倉庫	700	不適用	二零一三年七月一日至 二零一四年六月三 十日
廣東省東莞石龍鎮民 強路69號聯成大廈 一樓	東莞市聯成電子實業有 限公司	倉庫	480	按揭	二零一三年九月七日至 二零一四年九月六 日
北京市朝陽區南四環 路肖村西南石棉廠 內	楊淑明	倉庫	600	不適用	二零一三年八月一日至 二零一四年七月三 十一日
四川省成都市成華區 聖燈路人民堰11組	范安海	倉庫	498	不適用	二零一三年九月三十日 至二零一五年九月 二十九日
江蘇省南京市雨花台 區丁家窪66號 . . .	班金托	倉庫	500	不適用	二零一三年八月十五日 至二零一四年八月 十五日

當前在建物業

我們已獲得陝西省乾縣面積為**135,112**平方米之物業的土地使用權，且我們擁有此物業之合法及有效之擁有權權益。我們正在興建設計年度產能為**400,000**台淨水機的新生產設施。第一期生產設施預計將於二零一四年開始商業生產，年產能為**200,000**台淨水機。興建該設施的第一及第二期預計資本開支總額約為人民幣**423**百萬元，而截至二零一三年十二月三十一日經已產生其中人民幣**91.7**百萬元。我們主要透過營運所得現金流量及銀行貸款為建設融資。我們計劃就興建該設施動用部分全球發售所得款項淨額。我們的中國法律顧問已確認，於最後實際可行日期，我們已取得所有該等在建物業的相關建造批文及許可。

除上文所披露者外，概無由我們持有或租賃的物業附有任何重大產權負擔、環境問題、訴訟、違約或缺陷。

市場及競爭

我們在瞬息萬變且分散的淨水及空氣淨化行業中面對激烈的競爭。我們主要在技術、專業知識、監管認證、所提供的產品及服務種類、服務質量、顧客認可及行業聲譽以及一套具競爭性的定價及成本架構等方面進行競爭。

淨水服務

在淨水市場，我們主要與淨水機製造商及銷售商以及桶裝水服務供應商競爭。根據弗若斯特沙利文報告，中國擁有全球最多淨水機生產商，製造商數目超過3,000間。該市場極為分散，於二零一二年，超過90%的製造商為零售銷售價值不足人民幣100百萬元的小型公司。進入市場的主要障礙包括：

- 需要具備用以興建生產設施、物流系統及服務團隊的大量資本投資；
- 需要先進的管理，以向終端用戶提供令人滿意的服務及避免經銷商間出現不公平競爭；及
- 需要有穩定的終端用戶資源以產生可持續的收入。

根據弗若斯特沙利文報告，淨水市場日後將有以下發展趨勢：

- 使用反滲透技術的淨水機的市場份額日益增加；
- 將偏好使用配備先進技術的淨水機的終端用戶將越趨精明；
- 淨水機的功能將不斷增加；及
- 低端及高端淨水機的價格差距將越來越大。

因此，早期進入市場的公司及大型市場參與者的優勢將會越加明顯。

根據弗若斯特沙利文報告，我們為在中國採用租賃及服務模式的六間淨水機製造商中最大型的淨水機製造商。租賃及服務模式被視為具吸引力的業務模式，入行門檻較高。主要的進入門檻包括：

- 重大的資本要求，乃由於製造商生產及保留淨水機為收益生產資產；
- 必須於製造商營運的所有地區設有服務團隊網絡，以為終端用戶提供迅速及優質服務；
- 必須維持服務品質及與終端用戶的關係，乃由於製造商依賴終端用戶繼續重續服務以產生經常性收益；及
- 需要具豐富經驗的經銷商及存貨管理人員。

根據弗若斯特沙利文報告，我們獲認可為生產高端淨水機的高科技及多元化的大型環保公司。我們相信就淨水服務及空氣淨化業務而言，我們的專利技術為我們提供重要的競爭優勢並使我們自競爭對手中脫穎而出。此外，我們相信我們的租賃及服務業務模式使我們具備若干較淨水機製造商及銷售商及桶裝水服務供應商優勝之競爭優勢，且我們已準備就緒，作為市場領先者及早期市場參與者以把握市場未來增長。我們計劃日後增強銷售和營銷能力，以提升我們的品牌意識及促使淨水服務模式更廣泛地獲市場接受。

空氣淨化業務

於空氣淨化業務方面，我們主要與我們經營所在地區市場的其他空氣淨化系統生產商（尤其是參與空氣淨化項目的同一個競標程序的EPC合約生產商）進行競爭。我們的主要競爭對手亦包括其他空氣淨化服務供應商。儘管我們相信我們的競爭優勢使我們優勝於我們許多的競爭對手，但我們部分大型競爭對手可能在財務、研究及其他資源方面的實力更為雄厚，擁有專利技術、有更多專業知識及更廣泛的技術能力、更大的定價靈活性以及更高的品牌知名度。我們亦預期我們所在市場的競爭會隨著新的競爭對手加入而日益加劇。有關競爭風險的更多討論，請參閱「風險因素－與我們的行業有關的風險－我們面對來自國內及外國公司日益激烈的競爭，其中部分公司較我們擁有更大的市場份額及更多的資源」。

保險

我們保單涵蓋對我們的淨水機及空氣淨化系統造成的損毀。自成立以來，我們從未遇到有關我們產品的任何重大產品責任索償。於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們就該等保單產生的開支分別約為人民幣79,950元、人民幣122,590元及人民幣143,406元。我們認為我們的投保範圍屬充分且符合中國的行業慣例。然而，我們的任何財產、存貨或其他資產受到的嚴重未投保損毀（不論因火災或其他原因）可對我們的營運業績造成重大不利影響。有關更多詳情，請參閱「風險因素－與我們的業務有關的風險－我們的產品責任保險可能不足以涵蓋向我們提出的產品責任索償」。

僱員

截至二零一三年十二月三十一日，我們共有1,458名僱員。我們設有六個中心及三個部門以管理我們各方面業務。該三個部門負責與生產存在直接關係的活動，其包括淨水部、空氣淨化部及生產部。而該六個中心包括人力資源、財務、服務、研發、品牌和營銷及物資採購。該等部門及中心均由我們的管理委員會進行管理。我們的招聘政策注重透過結合具吸引力的薪酬獎勵、在職培訓及發展機會吸引具才幹的僱員的重要性。下表載列我們於二零一三年十二月三十一日的僱員明細：

委員會／部門／中心		
管理及行政／內部監控	18	1.2%
淨水部	113	7.8%
空氣淨化部	21	1.4%
生產部	274	18.8%
人力資源中心	52	3.6%
財務中心	35	2.4%
服務中心	884	60.6%
研發中心	36	2.5%
品牌和營銷中心	5	0.3%
物資採購中心	20	1.4%
總計	1,458	100.0%

截至二零一三年十二月三十一日，我們位於上海的總部共有561名員工。

於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們的員工成本分別約為人民幣26.2百萬元、人民幣43.5百萬元及人民幣50.1百萬元。根據中國法律及法規，我們須就多項政府資助僱員福利計劃作出供款，包括社會保險及住房公積金，金額相等於僱員的薪金、花紅及若干津貼的預定百分比，最高金額由我們經營業務所在地的地方政府不時訂明。

就社會保險而言，我們按相關地方社會保障部規定的最低工資水平的基準作出供款，而於二零一一年、二零一二年及二零一三年，未繳足金額分別為人民幣2.1百萬元、人民幣4.2百萬元及人民幣6.9百萬元。就住房公積金而言，我們於二零一二年八月前並無向僱員的住房累計公積金作出任何供款，於二零一一年、二零一二年及二零一三年的未繳足金額分別為人民幣0.5百萬元、人民幣1.3百萬元及人民幣1.9百萬元。我們已就銷售及經銷開支以及行政開支的未繳足付款計提撥備。

未繳足的社會保險及住房公積金付款乃由於中國不同地方的僱員福利發展水平不同及我們經營所在的部分司法權區的地方政策較中國規管中國僱員福利的法律及法規項下的規定寬鬆所致。我們獲我們的中國法律顧問告知，中國規管中國僱員福利的法律及法規適用於我們，我們可能會因未有繳足付款而被視為並無完全遵守有關中國法律及法規。我們已向相關政府機關確認，指於往績記錄期間我們已遵守有關社會保險的相關法律及法規以及並無作出行政處分。我們亦已就住房累計公積金取得相關政府機關的確認，指我們已遵守相關法律及法規或於開立住房累計公積金戶口後並無作出行政處分。我們獲我們的中國法律顧問廣東信達律師事務所告知，就合規確認所指事宜而言，發出合規確認的地方政府機關為監察我們的業務的主管機關，且有關地方政府機關為發出有關合規確認的主管機關。根據上述者，我們相信我們因未有繳足社會保險及住房累計公積金付款而將被相關政府機關施加處罰的機會甚低。

環境事宜

我們的業務須遵守有關中國國家及地方的環境法律及法規。此等法律及法規(其中包括)要求就排放廢物的業務活動繳納費用並對威脅環境的設施徵收罰款及作出其他處罰。有關更多詳情，請參閱本招股章程「監管概覽」。

我們的生產程序不會對環境造成任何重大損害。我們已安裝環保設備及設施處理及在可能的情況下回收利用廢物。我們已制定程序，按國家及地方環境法律及法規的規定處理及處置我們的廢物。我們亦不斷尋求改善我們的環保措施，如減少用水及廢水產生，及採用天然氣而非石油作為我們設備的燃料，以減少碳排放。

於二零一一年、二零一二年及二零一三年，我們有關環境合規事宜的開支分別約為人民幣120,000元、人民幣50,000元及人民幣130,000元。我們現時並無就環境事宜定有任何特定開支計劃。然而，倘日後我們須根據中國法律及法規制定有關計劃，我們將會就合規投入營運及財務資源。

我們的中國法律顧問確認，我們在各重大方面均已遵守相關的環境法律、法規及行政規則。於往績記錄期間，我們並無遭中國的環境監管機關施加任何重大處分。

證書、牌照、許可證及批文

中國之淨水行業受嚴格規管。我們須取得與我們銷售產品及提供服務有關的監管機構認證及資格。據我們的中國法律顧問廣東信達律師事務所告知，於最後實際可行日期，我們已取得我們經營業務所需的所有重要牌照、許可證及批文，包括我們淨水服務的監管機構認證。廣東信達律師事務所進一步告知我們，彼等並不知悉我們重續上述認證及資格存有任何重大法律障礙。

我們在淨水及空氣淨化方面的技術及成果在中國及海外均獲得多項認證及獎項。

我們已取得以下國際及國內機構認證：

- 2008標準質量認證證書ISO 9001；
- 歐盟頒發的歐盟產品質量安全標準認證證書；
- 國家認證機構頒發的CB認證；
- 浙江省衛生廳頒佈的飲用水相關產品衛生許可；及
- 中國質量認證中心頒發的3C認證。

健康及安全

我們的業務須遵守有關中國安全法律及法規。有關更多詳情，請參閱本招股章程「監管概覽」。為遵守有關安全生產的法律及法規，我們已採取的措施包括就安全生產建立全面的制度及精簡的流程，為職員及工人提供安全生產培訓及教育；設立執行安全生產措施的內部問責機制。我們定期對我們的生產設施進行防火及機器安全檢查，並確保所有僱員均擁有必要的安全保護裝備。我們已遵守所有有關中國安全法律及法規並就此已通過所有相關檢查。

於往績記錄期間，我們並無發生重大安全事故或勞資糾紛。

法律合規及法律程序

本集團或任何董事現時概無等候待決或面臨可能對本集團的財務狀況或營運業績造成重大不利影響的任何訴訟或仲裁程序。

除於本招股章程中所披露者外，經我們的中國法律顧問告知，我們的董事確認，於最後實際可行日期，本集團已在各重大方面遵守所有相關中國法律及法規，並已就我們於中國的營運向相關監管機關取得所有必要的牌照、批文及許可。

遵守上市規則第8.05條

根據經審核業績（我們已就此根據國際財務報告準則編製我們的財務報表），我們符合上市規則第8.05條（「規則第8.05條」）所載的最低溢利規定。具體而言，我們(i)於與主經銷商為期一年的租期內以直線法確認來自淨水機的租金收入；及(ii)我們於淨水機估計可使用年期內以直線法計提機器折舊。有關更多詳情，請參閱「財務資料－重要會計政策」。

為確保遵守規則第8.05條，我們的董事已測試由若干假定性計算方法所得出的財務業績，假設(i)租賃期為二至10年而非一年；或(ii)加快淨水機於其首個服務年度的折舊。我們的董事認為該等假定性計算方法與我們的實際業務營運及國際財務報告準則的應用不相符。鑒於我們租賃淨水機的實際合約條款，該等假定性計算方法的應用不獲國際財務報告準則允許。因此，該等假定性計算方法僅用於就我們遵守規則第8.05條作出壓力測試。

總括而言，我們的董事確認，倘我們的財務業績乃按上述假定性計算方法編製，則我們將繼續符合規則第8.05條所載的最低溢利規定。