

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於本文僅屬概要，故並未包括所有對閣下而言可能屬重要的資料，並須與本文件全文一併閱讀，以確保其完整性。閣下在決定投資於[編纂]之前，應細閱全份文件。任何投資均有風險。投資於[編纂]所涉及的若干特定風險，載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資於[編纂]之前，應細閱該節。

### 概覽

我們自1856年在瑞士成立，擁有158年輝煌歷史，是其中一家歷史最悠久的瑞士名錶製造商。我們以自有品牌依波路(Ernest Borel)設計、製造、營銷及銷售瑞士製造的機械及石英男女裝名貴手錶，特別注重情侶手錶。我們憑藉悠久的歷史及瑞士製造名貴手錶的聲譽，成為中國名錶市場瑞士製造名貴手錶最暢銷品牌之一。根據弗若斯特沙利文報告，於2013年以零售銷售總值及零售銷售總量計算，依波路(Ernest Borel)在中國的名錶市場排名第四位，而以2013年的零售銷售總值及零售銷售總量計算，依波路於中國的名貴情侶手錶市場排名第二。

我們透過我們的手錶零售商及授權分銷商擁有及／或經營的銷售點，在世界各地向我們的最終客戶分銷手錶。我們的分銷網絡無遠弗屆，尤其注重中國市場及港澳地區及東南亞市場。截至2013年12月31日，我們向中國30個省、自治區及直轄市中超過815個銷售點經超過170個手錶零售商、港澳地區及東南亞超過135個銷售點經超過35個手錶零售商及四個授權分銷商，以及其他市場超過15個銷售點經超過10個手錶零售商及三個授權分銷商銷售我們的手錶。我們的其他市場主要包括卡塔爾、印度、美國以及歐洲國家如保加利亞、法國、愛爾蘭、荷蘭、西班牙及瑞士。

我們的手錶產品組合由超過30個不同機械及石英手錶系列組成，型號逾250款，主要以高中等收入的最終客戶，特別是中國客戶為目標。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們手錶的平均售價分別約為3,381港元、3,917港元及4,327港元。往績記錄期，我們的收益和毛利錄得整體增長。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的收益分別約為489.1百萬港元、550.9百萬港元及604.0百萬港元。於相關期內，我們亦產生毛利282.6百萬港元、332.7百萬港元及380.1百萬港元。

## 概 要

於往績記錄期，我們的主要市場是中國，其次是香港、澳門、東南亞市場以及其他市場。下表載列我們於往績記錄期按地區市場劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2011年 <sup>(1),(2)</sup>		2012年 <sup>(1),(2)</sup>		2013年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
中國.....	402,350	82.3	431,713	78.4	463,401	76.7
港澳地區及東南亞市場.....	83,831	17.1	112,689	20.4	131,071	21.7
其他市場 <sup>(3)</sup> .....	2,908	0.6	6,478	1.2	9,541	1.6
<b>總計.....</b>	<b>489,089</b>	<b>100.0</b>	<b>550,880</b>	<b>100.0</b>	<b>604,013</b>	<b>100.0</b>

附註：

- (1) 包括已於2012年3月31日終止向廣州時亨寶及深圳瑞時銷售的安排。
- (2) 包括於中國市場銷售購自瓦斯針的手錶。
- (3) 包括卡塔爾、印度、美國以及歐洲國家如保加利亞、法國、愛爾蘭、荷蘭、西班牙及瑞士。

## 我們的競爭優勢

我們相信以下優勢令我們在中國名錶市場有效競爭：

- (i) 瑞士製造優良品質；
- (ii) 獲全球青睞的瑞士手錶品牌，在中國具領先市場地位，受惠於中國名錶市場的高速增長；
- (iii) 品牌及營銷策略卓有成效，品牌形象深入人心；
- (iv) 分銷網絡無遠弗屆，重點經營中國、港澳地區及東南亞市場；
- (v) 垂直綜合業務模式有效控制業務，提高營運效益；及
- (vi) 管理團隊經驗豐富、專注積極發展業務。

## 我們的業務策略

我們擬提高我們的整體競爭力及於中國名錶市場的業務增長，擴展及增加我們在中國以外的市場份額，成為名錶市場中情侶手錶的首選品牌。我們旨在藉實施以下策略達成該等目標：

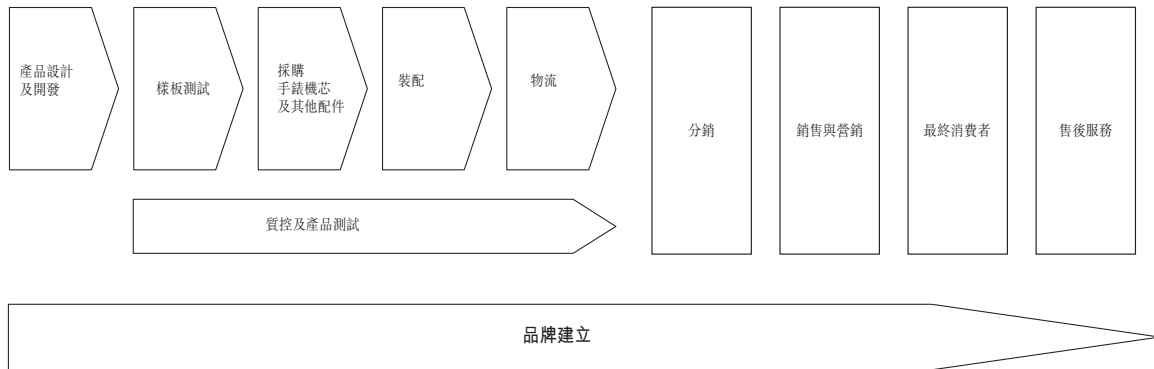
- (i) 在中國以外其他市場，特別在東南亞，提升依波路(Ernest Borel)的品牌形象；

## 概 要

- (ii) 拓展我們的銷售及分銷網絡，鞏固我們的領先地位；
- (iii) 藉改善產品組合及定價策略提升盈利能力；及
- (iv) 擴充我們的產能及設計及開發能力。

### 我們的業務模式

我們的業務模式以圖示方式列出如下：



### 我們的手錶產品

我們現時發售超過30個不同系列的瑞士製造機械及石英名貴手錶，型號逾250款。各手錶系列均以不同的風格及物料為特色，以不同年齡組別的高中等收入最終客戶為目標，並按不同的零售價範圍出售。我們生產的所有手錶均採用瑞士製造手錶機芯及藍寶石水晶玻璃，具備防水性能。

下表載列於所示期間按手錶類型劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2011年 <sup>(附註)</sup>		2012年 <sup>(附註)</sup>		2013年	
	千港元	佔總額百分比 (%)	千港元	佔總額百分比 (%)	千港元	佔總額百分比 (%)
機械手錶.....	372,183	76.4	360,077	65.4	419,670	69.6
石英手錶.....	114,927	23.6	190,297	34.6	183,332	30.4
總收益.....	<u>487,110</u>	<u>100.0</u>	<u>550,374</u>	<u>100.0</u>	<u>603,002</u>	<u>100.0</u>

附註：包括於中國市場銷售購自瓦斯針的手錶。

## 概 要

### 產能

我們的生產設施位於瑞士Le Noirmont，建築面積為1,450平方米。於2013年12月31日，我們在瑞士的生產及質控團隊由19名僱員組成。下表載列於往績記錄期，我們位於瑞士的生產設施的理論最大產能(以手錶枚數)、實際產量(以手錶枚數)及理論最大產能利用率(以百分比)：

	截至12月31日止年度								
	2011年 217個工作天			2012年 217個工作天			2013年 217個工作天		
	理論 最大產能 <sup>(1)</sup>	實際產量 <sup>(2)</sup>	利用率 <sup>(3)</sup>	理論 最大產能 <sup>(1)</sup>	實際產量 <sup>(2)</sup>	利用率 <sup>(3)</sup>	理論 最大產能 <sup>(1)</sup>	實際產量 <sup>(2)</sup>	利用率 <sup>(3)</sup>
手錶.....	88,536	51,072	57.7%	88,536	75,968	85.8%	88,536	84,759	95.7%

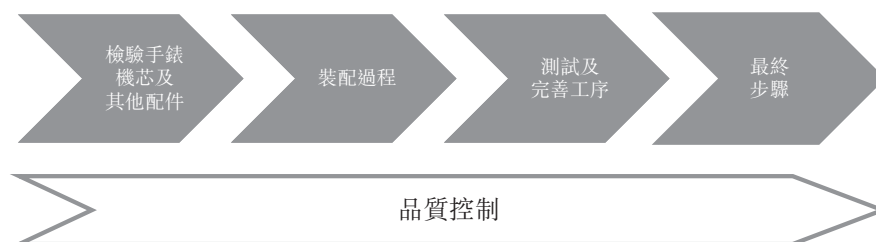
附註：

- (1) 我們於任何時期的手錶產能指我們的生產設施於該期間理論上可裝配的最高手錶枚數。該數額的估計基於生產設施的建築面積、參與生產的製錶師數目及其他相關生產設施的狀況而定，並假設生產程序每日進行八小時及每月工作日數為22日。董事相信如此界定產能符合手錶業慣例。
- (2) 產量僅指我們實際上在生產設施裝配的手錶總枚數。我們的製錶師可以在每日八小時及每月22個工作日以上不時超時工作，令產量超出產能。董事相信如此界定產量符合手錶業慣例。
- (3) 利用率等於實際手錶產量除以理論最大產能。

截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，每名製錶師平均每個工作天所組裝的手錶數目分別約為24、23及26枚。

### 生產過程

我們的生產過程主要涉及人手裝配手錶。我們並無參與製造手錶機芯及其他配件，而是向瑞士供應商採購我們所有手錶機芯，以及向全球各地的供應商採購其他手錶配件。我們手錶的生產過程以圖示方式列出如下：

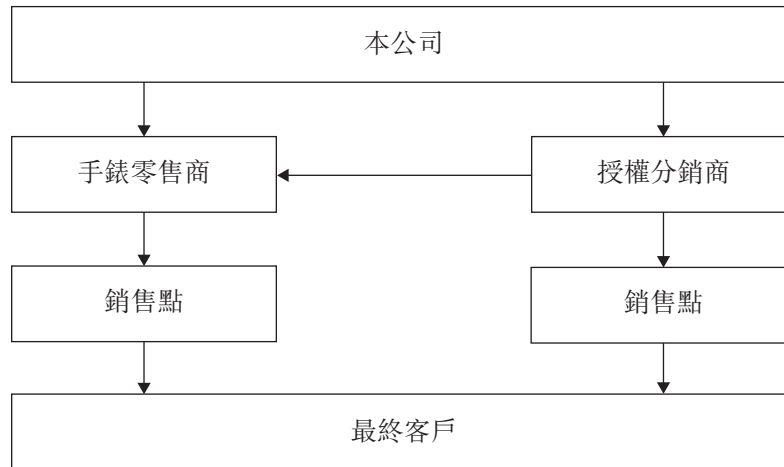


## 概 要

### 分銷模式

我們透過手錶零售商及授權分銷商在世界各地分銷我們的手錶，而手錶零售商及授權分銷商則透過他們擁有及／或營運之銷售點向最終客戶銷售我們的手錶。

我們現時的分銷模式以圖示方式列出如下：



### 競爭格局

我們相信中國名錶市場由領先品牌高度主導。根據弗若斯特沙利文報告，以零售銷售值計算，五大品牌佔2013年中國名錶市場的市場總份額約79.7%。本集團於2013年在中國以零售銷售總值及零售銷售總量計算，排名第四位。詳情請參閱本文件「行業概覽—中國名錶市場之競爭勢態」一節。

### 不合規事宜

過往，我們未能遵守若干適用法例及法規，包括前香港公司條例有關於指定時間框架舉行股東週年大會及於股東週年大會上公佈賬目之規定、稅務條例有關因作出過往年度之調整而重列依波路(遠東)之經審核財務報表內之比較財務資料引致低估稅項撥備以及中國勞動合同法有關使用派遣員工之規定。董事相信該等不合規事宜將不會對我們構成任何重大營運或財務影響。為確保未來於不同營運範疇遵守適用法例法規及相關政策，我們已採納或將採納多項補救行動。詳情請參閱本文件「業務—合規情況及法律程序—不合規記錄」一節。

## 概 要

### 風險因素

我們的營運涉及若干風險。任何風險及不確定因素可能對我們的業務、財務狀況及營運業績或我們的股份交易價格構成重大不利影響，並可能導致閣下損失全部或部分投資。有關我們營運的主要風險因素載列如下：

- (i) 我們的成功取決於依波路品牌的實力，品牌出現任何貶損可能對我們的業務及營運業績構成不利影響；
- (ii) 倘我們未能有效對應市場趨勢及客戶喜好的變化，可能對我們的市場份額、財務狀況及前景構成不利影響；
- (iii) 我們的增長前景取決於我們管理及擴充分銷網絡的能力；
- (iv) 我們依賴幾位主要供應商，向我們供應穩定充足的手錶機芯及其他手錶配件，而我們並無與供應商訂立長期協議，因而受手錶機芯及其他配件成本的不確定因素及潛在波動影響；
- (v) 我們喪失來自主要客戶的銷售額或銷售額銳減或對我們的財務狀況及營運業績構成不利影響；及
- (vi) 我們計劃擴充我們的生產設施可能不成功或該擴充可能導致我們的銷售成本及折舊大幅增加，且可能影響我們的營運、財務狀況及我們的收益，並使溢利可能不會按增加的產能比例增加。

風險因素的詳細探討載列於本文件「風險因素」一節。

### 機械錶芯的供應

我們的其中一個手錶機芯供應商手錶集團決定終止向第三方供應機械錶芯。於2013年，瑞士競爭委員會已批准逐步撤銷協議，准許手錶集團於未來六年逐步減少向各自的第三方銷售機械錶芯，並於2019年後全面停止銷售。採用2009年至2011年手錶集團向各自的第三方每年供應的機械錶芯平均數目為基準，逐步撤銷協議指明手錶集團將向各自的第三方於2014年至2015年供應該等機械錶芯的75%、於2016年及2017年供應65%以及於2018年及2019年供應55%。此後，手錶集團將無責任向任何第三方交付機械錶芯。

## 概 要

於往績記錄期間，由於我們向手錶集團逐步減少採購，我們並不預期手錶集團減少供應機械錶芯將對本集團業務經營構成重大不利影響。此外，為確保我們有足夠的機械錶芯供未來生產之用，我們計劃(i)增加我們向現有機芯供應商(手錶集團除外)的機械錶芯採購量，(ii)採購我們實際生產所需的額外機械錶芯以儲備機械錶芯存貨及(iii)開拓與替代機芯供應商的合作關係。

### 我們的歷史

我們依波路品牌的歷史可追溯至1856年。當時Jules Borel先生連同Paul Courvoisier先生在瑞士納沙泰爾成立Borel et Courvoisier。其後，Jules Borel先生的兒子Ernest Borel先生繼承Paul Courvoisier先生，而公司亦重新命名為Ernest Borel et Cie。

Ernest Borel的兒子Jean-Louis Borel先生於1927年加盟Swiss Ernest Borel et Cie，並通過擴大流線型產品的生產能力及保留傳統的工藝，成為依波路品牌發展史上的一個重要里程碑。

我們的最大股東林先生於1990年首次收購依波路品牌及依波路(遠東)的權益。1991年，信利國際為籌備於聯交所上市，透過重組將其手錶業務從其集團業務分離，而於本公司(當時擁有依波路(遠東)全部權益)擁有的權益則轉讓予林先生(為信利國際的始創人兼控股股東)。

有關本集團歷史的詳情載列於本文件「歷史及企業架構」一節。

### 綜合財務資料概要

下表載列本集團綜合財務資料概要。截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度的綜合財務資料乃擷取自本文件附錄一會計師報告。綜合財務資料須與本文件附錄一會計師報告所載綜合財務報表全文(包括有關附註)一併閱讀，以確保其完整性。



## 概 要

### 綜合損益表概要

	截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
	千港元	千港元	千港元
收益.....	<b>489,089</b>	<b>550,880</b>	<b>604,013</b>
銷售成本.....	(206,476)	(218,133)	(223,887)
毛利.....	<b>282,613</b>	<b>332,747</b>	<b>380,126</b>
其他收益或虧損.....	2,153	(1,076)	3,105
其他收入.....	524	1,293	1,136
分銷開支.....	(80,315)	(151,392)	(204,731)
行政開支.....	(30,835)	(43,309)	(58,045)
其他開支.....	—	(8,912)	(7,029)
融資成本.....	(957)	(2,004)	(3,819)
除稅前溢利.....	<b>173,183</b>	<b>127,347</b>	<b>110,743</b>
所得稅開支.....	(31,626)	(27,873)	(17,722)
年度溢利.....	<b>141,557</b>	<b>99,474</b>	<b>93,021</b>

截至2011年、2012年及2013年12月31日止年度，我們的毛利率分別約為57.8%、60.4%及62.9%。於往績記錄期，除毛利率維持穩定外，我們的淨利潤率下降，主要歸因於分銷開支因我們增加宣傳及營銷開支、有關分銷的薪金及其他福利，以及新設及現有銷售點陳列專櫃成本上升而增加。

### 綜合財務狀況表概要

	截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
	千港元	千港元	千港元
非流動資產.....	53,043	87,079	97,357
流動資產.....	424,361	554,698	647,713
流動負債.....	124,975	246,894	279,413
流動資產淨值.....	299,386	307,804	368,300
資產總值減流動負債.....	352,429	394,883	465,657
權益總額.....	346,993	384,078	455,104



## 概 要

### 存貨

我們的存貨包含手錶機芯及其他零件、在製品及成品。下表載列我們於所示年度的平均存貨週轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
原材料及在製品 .....	249.3	272.1	391.8
成品 .....	37.3	136.8	224.7
平均存貨週轉天數 <sup>(附註)</sup> .....	<u>286.6</u>	<u>408.9</u>	<u>616.5</u>

附註：於若干期間的平均存貨週轉天數乃以存貨(扣除撥備)的期初及期末結餘的算術平均值除以相關期內的銷售成本，再乘以365日(一年計)計算。

我們的平均存貨週轉天數增加乃主要由於(i)我們因提高計劃產量而積存備用原材料及在製品；(ii)增加手錶機芯儲備以應付突發情況；(iii)我們於往績記錄期間加入143款新手錶型號，因而增加在製品及成品的數量；(iv)銷售名貴品牌手錶需時較銷售大眾品牌手錶長；及(v)為向我們的中國手錶零售商直接銷售而在倉庫庫存成品儲備。詳情請參閱本文件「財務資料—經選定綜合財務狀況表項目之概述—存貨賬齡分析」一段。

## 概 要

### 綜合現金流量表概要

	截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
	千港元	千港元	千港元
經營活動所得現金淨額.....	83,187	9,771	52,508
投資活動所用現金淨額.....	(33,959)	(38,020)	(53,325)
融資活動(所用)所得現金淨額.....	(20,566)	37,571	4,941
現金及現金等價物增加淨額.....	28,662	9,322	4,124
年初的現金及現金等價物.....	18,393	47,024	55,456
匯率變動的影響.....	(31)	(890)	1,327
年終的現金及現金等價物， 以銀行結餘及現金表示.....	<u>47,024</u>	<u>55,456</u>	<u>60,907</u>

### 主要財務指標

下表載列於往績記錄期的主要財務指標概要：

	於／截至12月31日止年度		
	2011年	2012年	2013年
<b>回報率：</b>			
權益回報率 <sup>(1)</sup> .....	48.0%	27.2%	22.2%
總資產回報率 <sup>(2)</sup> .....	34.6%	17.8%	13.4%
<b>流動資金比率：</b>			
流動比率 <sup>(3)</sup> .....	3.4x	2.3x	2.3x
快速流動比率 <sup>(4)</sup> .....	2.1x	0.9x	0.8x
<b>資本充足水平比率：</b>			
資本負債比率 <sup>(5)</sup> .....	11.5%	26.0%	37.6%
淨負債與權益比率 <sup>(6)</sup> .....	淨現金	11.5%	24.3%

附註：

- (1) 權益回報率乃按年內溢利除以年初及年末的權益總額的算術平均值計算。
- (2) 總資產回報率乃按年內溢利除以年初及年末的資產總額的算術平均值計算。
- (3) 流動比率乃按流動資產除以流動負債計算。

## 概 要

- (4) 快速流動比率乃按流動資產減存貨除以流動負債計算。
- (5) 資本負債比率乃按借款總額除以權益總額計算。
- (6) 淨負債與權益比率乃按借款總額減銀行結餘及現金除以權益總額計算。

### 近期發展

按照本集團截至2014年3月31日止三個月的未經審核財務資料(經本公司的申報會計師德勤•關黃陳方會計師行(執業會計師)審閱)，我們的收益約為157.2百萬港元，與2013年同期相比上升約13.0%。截至2014年3月31日止三個月，我們的手錶銷量與2013年同期的33,320枚相比，增至34,441枚。

董事確認，於往績記錄期後及截至2014年6月30日，我們的財務或交易狀況或前景並無任何重大不利變動。就我們所知悉，名貴手錶的市場狀況並無重大變動會對我們的業務營運或財務狀況構成重大或不利影響。

### 我們的股權架構

緊接全球發售及資本化發行完成後(不計及根據行使超額購股權可能發行之股份及概無根據首次公開發售前購股權計劃授出的購股權及購股權計劃可能授出之購股權獲行使)，林先生及力禾將分別持有本公司約28.75%及25.51%的權益，力禾則由蘇然持有30%及蘇大先生持有70%。因此，林先生、力禾、蘇大先生及蘇然先生將於上市後成為本公司的主要股東。力禾於2006年12月2日於香港註冊成立，為一間投資控股公司。

### 首次公開發售前投資

於2012年3月27日，林先生、Dragon Cloud、Valuebed Qianxin LP、Golden Full、力禾、盈聯、蘇大先生、蘇然、陳建新與本公司簽訂購股協議(「林氏購股協議」)，據此林先生同意出售於本公司12%、3%及2%的股權分別予Dragon Cloud、Valuebed Qianxin LP及Golden Full，代價分別為130,224,188港元、32,556,047港元及21,704,032港元。上述全部代價乃參考依波路(遠東)截至2010年12月31日止財政年度的淨溢利而釐定，並於2012年3月30日不能撤回地全數償付(惟林先生於2012年4月2日豁免Dragon Cloud須付代價0.18港元的結餘除外)。

## 概 要

於2012年3月27日，盈聯與Valuebed Capital LP簽訂購股協議，據此盈聯轉讓本公司2%股權予Valuebed Capital LP，代價為21,550,685港元。21,550,685港元的代價乃參考依波路(遠東)截至2010年12月31日止財政年度的淨溢利而釐定，並於2012年3月30日不能撤回地全數償付。

同日，盈聯與East Park簽訂另一份購股協議，據此盈聯轉讓本公司0.5%股權予East Park，代價為5,386,301港元，乃參考依波路(遠東)截至2010年12月31日止財政年度的淨溢利而釐定，並於2012年4月2日不能撤回地全數償付。詳情請參閱本文件「歷史及企業架構—首次公開發售前投資」一段。

### 首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃

我們已有條件採納首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃。我們預期截至2014年12月31日止年度的購股權開支約為2.1百萬港元。有關首次公開發售前購股權計劃及購股權計劃詳情，請參閱本文件附錄四之「法定及一般資料—F. 首次公開發售前購股權計劃」及「法定及一般資料—G. 購股權計劃」兩段。

### 發售統計數據

下表所有數據皆基於沒有行使超額配股權的假設上。

	基於發售價 每股[編纂]港元	基於發售價 每股[編纂]港元
我們股份的市值 <sup>(1)</sup> .....	[編纂]	[編纂]
未經審核備考經調整每股有形資產淨值 <sup>(2)</sup> .....	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 我們全球發售完成後的市值乃根據假設緊隨全球發售完成後已發行[編纂]股股份而計算出來。
- (2) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值是經過在本招股章程「財務資料—未經審核備考經調整綜合有形資產淨值」一節提到的調整後及根據發行股份總數[編纂]股以各發售價[編纂]港元及[編纂]港元為基礎而計算出來。

---

## 概 要

---

### 未來計劃及所得款項用途

扣除我們在全球發售應付的包銷費及開支後，假設超額配股權未獲行使及發售價為每股[編纂]港元，該發售價為本文件所載的指示性發售價範圍每股[編纂]港元至[編纂]港元的中位數，我們估計將從全球發售收到淨款項約[編纂]百萬港元。

我們擬利用將從全球發售所得款淨額作下列用途：

[編纂]

倘超額配股權獲悉數行使，我們將取得的額外所得款項淨額約為[編纂]港元(假設[編纂]為指示性[編纂]範圍的中位數[編纂]港元)。倘超額配股權獲悉數行使，董事擬動用全部額外所得款項淨額根據上述分配按比例增加所得款項用途。

倘[編纂]定於[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的最高位)，我們的所得款項淨額將會(i)增加約[編纂]港元(假設超額配股權未獲行使)及(ii)增加約[編纂]港元(假設超額配股權獲悉數行使)。董事目前擬動用有關額外所得款項根據上述分配按比例增加所得款項用途。

## 概 要

倘[編纂]定於[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的最低位)，則我們的所得款項淨額將會(i)減少約[編纂]港元(假設超額配股權未獲行使)及(ii)減少約[編纂]港元(假設超額配股權獲悉數行使)。董事目前擬根據上述分配按比例減少所得款項用途。

倘[編纂]所得款項淨額未有即時撥作以上用途，我們會將所得款項淨額存入短期活期存款及／或投資於貨幣市場工具。

### 上市開支

估計有關全球發售涉及的上市開支總額(不包括包銷佣金)約為15.9百萬港元。我們估計額外上市開支(不包括包銷佣金)25.4百萬港元將於上市前產生，其中4.4百萬港元預期於成功上市後於權益扣除。餘下21.0百萬港元將於綜合損益表及其他全面收益表中扣除。該等上市開支主要包含就上市及全球發售向法律顧問及申報會計師就彼等所提供服務支付的專業費用，以及向獨家保薦人支付(金額為約540,000美元)的保薦費用。

### 股息及股息政策

當全球發售完成後，我們的股東將有權收取我們可能宣派的任何股息。至於本公司作為一間於開曼群島註冊成立的公司，我們所支付任何數目的股息將由我們董事的酌情建議，並將取決於我們未來的營運及收益、資本需要及盈餘、整體財政狀況、合約限制及其他我們董事認為有關的因素。根據開曼群島法律，股息可自本公司溢利或本公司股份溢賬戶中的進賬款項支付。根據我們的細則，末期股息由我們股東於股東大會宣派。

至於依波路(廣州)作為我們於中國註冊成立的附屬公司，中國法例規定股息只可從根據中國會計原則計算的淨溢利中支付，這與於其他司法權區普遍接受的會計原則不同，包括國際財務報告準則。中國法律亦規定外資企業如依波路(廣州)，撥出其部份的淨溢利作為法定儲備。此等法定儲備不可用作股息的分派。

受以上因素所限，我們現時計劃未來支付我們股東應佔綜合利潤不少於[編纂]的年度股息。我們股份的現金股息(倘有)將以港元支付。其他分派(倘有)將以我們董事認為合法、公平及可行的任何方式支付予我們的股東。