概　要

*本概要旨在為　閣下提供本**[編纂]**所載數據的概覽。由於僅為概要，因此並無載列所有可能對　閣下而言屬重要的數據。　閣下在決定投資於**[編纂]**前，應細閱本**[編纂]**的全文。任何投資均有風險。有關投資於**[編纂]**的若干特定風險載於本**[編纂]**「風險因素」一節。　閣下在決定投資於**[編纂]**前應細閱該節。本節所用多個詞彙均在本**[編纂]**「釋義」一節界定或解釋。*

概覽

我們主要從事生產及銷售加工水果產品。於業績記錄期間，我們以原廠委託製造代工方式及以我們的自家品牌(「天同時代」)出售我們的產品。我們於中國及海外國家(包括加拿大、美國、英國、德國、法國、新西蘭、日本、南非、荷蘭及馬來西亞)出售我們的加工水果產品。我們亦從事新鮮水果買賣。

我們將食品安全及質量置於首位，且我們已於生產過程中採取嚴格的質量監控措施。我們生產設施及工序已遵循中國法律及法規所要求的標準及若干有關食品生產的國際標準。我們已就生產設施、質量監控及管理而獲授BRC(A+)、IFS食品(高級)、HALAL、QS、KOSHER及ISO22000。

我們計劃通過增加產品供應及擴大我們分銷及銷售網絡，從而增加我們的銷售及市場份額。我們的新產品水果霜及水果泥分別計劃於2015年第二季度及2015年最後一個季度推出市場。於2015年1月，我們就國內銷售開始採用新分銷權系統。為拓寬我們於中國的銷售渠道，於2015年4月，我們[已]通過第三方網上購物平台推出我們的網上商店。

我們的業務模式

我們加工水果業務的業務模式包括生產及銷售原廠委託製造代工產品及自家品牌產品。對於我們的原廠委託製造代工產品，我們的客戶向我們提供產品的設計及規格、包裝及標籤要求。我們於客戶確認樣板產品後開始批量生產產品。對於我們的自家品牌產品，我們設計及開發產品並提供現有產品予顧客選擇。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整，並可能作出變動。閱覽本文件時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

下表載列我們原廠委託製造代工產品及自家品牌產品國內銷售及海外銷售之收益明細：

	2012年		2013年		2014年	
	人民幣千元	*佔加工水果產品總收益百分比(%)*	*人民幣千元*	*佔加工水果產品總收益百分比(%)*	*人民幣千元*	*佔加工水果產品總收益百分比(%)*
原廠委託製造代工產品						
－國內銷售	178,987	76.9	190,747	65.1	279,659	76.7
－海外銷售	29,154	12.5	43,126	14.7	34,441	9.5
	208,141	89.4	233,873	79.8	314,100	86.2
自家品牌產品						
－國內銷售	24,720	10.6	59,268	20.2	50,333	13.8
	232,861	100.0	293,141	100.0	364,433	100.0

我們亦挑選及直接轉售少部分我們購買的新鮮水果予中國新鮮水果批發商。

我們的產品

我們生產及出售的加工水果產品包括但不限於桃、草莓、梨、蘋果、杏及雜錦水果。我們的加工水果產品以不同容量的金屬罐、塑料杯及玻璃瓶包裝並注入糖漿、清水或果汁。

下表載列於所示期間我們按主要水果種類劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	人民幣千元	*佔總收益百分比(%)*	*人民幣千元*	*佔總收益百分比(%)*	*人民幣千元*	*佔總收益百分比(%)*
加工水果產品						
－桃	56,069	18.7	86,911	23.4	123,603	27.6
－雜錦水果*(附註1)*	57,082	19.0	70,228	19.0	106,387	23.8
－草莓	34,589	11.5	47,563	12.8	40,914	9.1
－梨	36,905	12.3	47,732	12.9	48,202	10.8
－蘋果	22,637	7.5	15,625	4.2	26,677	5.9
－杏	25,286	8.4	23,996	6.5	17,890	4.0
－其他	293	0.1	1,086	0.3	760	0.2
小計	232,861	77.5	293,141	79.1	364,433	81.4
新鮮水果	67,052	22.3	73,803	19.9	81,541	18.2
其他*(附註2)*	427	0.2	3,549	1.0	1,704	0.4
總計	**300,340**	**100.0**	**370,493**	**100.0**	**447,678**	**100.0**

附註：

(1) 雜錦水果指我們所加工的水果種類(包括桃、梨、菠蘿、葡萄、櫻桃等)的任何組合的混合。

(2) 「其他」主要指(i)速凍加工水果；(ii)副產品杏核；及(iii)剩餘已購買包裝材料的銷售。由於該等產品的性質不同，因此計算其重量並不提供有意義的呈列。

下表載列於所示期間我們不同包裝加工水果產品的收益細分：

	2012年		2013年		2014年	
	人民幣千元	*佔加工水果產品總收益百分比(%)*	*人民幣千元*	*佔加工水果產品總收益百分比(%)*	*人民幣千元*	*佔加工水果產品總收益百分比(%)*
以下列形式包裝之加工水果產品：						
－金屬罐	212,695	91.3%	218,747	74.6%	289,145	79.3%
－塑料杯	3,906	1.7%	61,860	21.1%	49,799	13.7%
－玻璃瓶	16,260	7.0%	12,534	4.3%	25,489	7.0%
	232,861	100.0%	293,141	100.0%	364,433	100.0%

我們於2003年首次提供金屬罐裝加工水果產品。自2007年起，我們亦提供玻璃瓶裝加工水果產品。於2012年，我們亦推出塑料杯系列。所有三種包裝均以原廠委託製造代工方式及以自家品牌出售。

我們的銷售及客戶

我們大部分收益乃來自國內銷售，其主要向位於中國山東省的客戶作出。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們國內銷售分別約佔我們總收益的90.3%、88.4%及92.3%，而我們海外銷售分別約佔我們同期總收益的9.7%、11.6%及7.7%。有關我們國內及海外銷售的詳情，請參閱本**[編纂]**第149頁「業務」一節中的「銷售、分銷網絡及客戶」一段。

我們的客戶

我們的國內銷售包括加工水果產品及新鮮水果。國內銷售以原廠委託製造代工方式或以自家品牌方式作出。原廠委託製造代工國內銷售乃直接向位於中國的貿易實體作出。以本公司董事所知，該等貿易實體可能進一步出口我們的產品至海外，或將我們位於中國的產品銷售予品牌擁有人或其代理。 自家品牌國內銷售乃直接向分銷商及零售商作出。

我們的海外銷售包括加工水果產品，並均以原廠委託製造代工方式作出。我們的海外客戶包括位於海外的品牌擁有人及貿易實體。有關我們客戶的詳情請參閱本**[編纂]**第159頁「業務」一節中的「銷售、分銷網絡及客戶－我們的客戶」一段。

下表載列於業績記錄期間我們以客戶類型劃分的收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	人民幣千元	*佔總收益百分比*	*人民幣千元*	*佔總收益百分比*	*人民幣千元*	*佔總收益百分比*
貿易實體	195,399	65.1	203,662	55.0	285,261	63.8
分銷商	22,210	7.4	55,185	14.9	46,710	10.4
品牌擁有人	12,742	4.2	30,211	8.2	28,839	6.4
零售商	2,510	0.8	4,083	1.1	3,623	0.8
批發商及其他*(附註)*	67,479	22.5	77,352	20.8	83,245	18.6
總計：	**300,340**	**100.0**	**370,493**	**100.0**	**447,678**	**100.0**

附註： 批發商為向我們購買新鮮水果的客戶。「其他」主要指(i)速凍加工水果；(ii)副產品杏核；及(iii)剩餘已購買的包裝材料的銷售應佔毛利。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們向五大客戶的銷售額分別約佔我們總收益的64.3%、47.4%及43.9%。

國內銷售的新分銷權系統

於業績記錄期間，我們自家品牌產品的銷售乃向分銷商作出。然而，我們並無與任何分銷商訂立任何框架或分銷協議。因此我們很難管理或監察其行為。於2014年12月31日，我們有17名分銷商，其全部位於中國。作為增加自家品牌產品國內銷售的策略之一，我們認為建立有效的系統及措施以管理及監察我們的分銷商及分銷網絡非常重要。自2015年1月起，我採用新分銷權系統，其中包括與我們的分銷商簽訂正式分銷協議、我們自家品牌產品的銷售策略由總部集中處理及增加與我們分銷商的溝通及監控其銷售活動。有關該新分銷權系統的詳情，請參閱本**[編纂]**第154頁「業務」一節中的「銷售、分銷網絡及客戶－自家品牌產品銷售」一段。

採購及供貨商

用於我們產品的主要原材料包括新鮮水果、糖及包裝材料。我們並無擁有任何農場，而是主要向多個中國獨立供貨商(其大部分位於安徽、山東及河北)採購新鮮水果。對於糖及包裝材料等用作生產的其他原材料，我們主要向中國獨立供貨商採購。

鑒於我們主要原材料之一的新鮮水果是農產品，且其價格受到波動，我們一般不與農戶供貨商提前確定任何新鮮水果的購買價。

為更好地控制我們原材料的採購成本，我們制定主要原材料最高購買價格列表及該列表不時被審閱。我們的採購人員須嚴格按照該最高購買價格列表與供貨商協商及確定原材料購買價格。

就新鮮水果我們一般按照貨到付款的基準向我們的供貨商支付。我們的其他供貨商一般向我們授予介乎30至60天的信貸期。我們已採用嚴格的程序以甄選我們的供貨商及對其進行年度評價。於業績記錄期間，我們並無遇到任何與供貨商的重大糾紛或供應短缺或延遲而對我們的經營產生重大不利影響。我們並無從事任何對沖活動或訂立任何遠期合約以管理原材料價格波動。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們自五大供貨商的採購額分別約佔我們同期總採購額的29.0%、24.4%及29.2%。

生產設施及擴張計劃

我們於位於中國山東省臨沂市的生產設施生產我們的原廠委託製造代工產品及自家品牌產品。於最後實際可行日期，我們現有生產設施包括六條生產線及兩座車間。下表載列於業績記錄期間我們生產設施生產加工水果產品的設計產能、實際產量及平均使用率：

截至以下日期止年度	正在運行的生產線數量	設計年產能 *(附註1)* *(噸)*	實際產量 *(噸)*	平均使用率 *(附註2)* *(%)*
2012年12月31日	3	31,758 *(附註3)*	27,538	86.7
2013年12月31日	3	32,489	28,327	87.2
2014年12月31日	5	48,514 *(附註4)*	44,357	91.4

附註：

(1) 我們截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度的加工水果產品生產設施的設計年產能根據每小時已完成巴氏殺菌處理的以噸計量的半成品重量乘以10小時每天，再乘以350天(於2012年、2013年及2014年)估計。

(2) 平均使用率乃按實際產量除以有關年度之設計產能計算。

(3) 一條新生產線於2012年1月中投產。我們生產設施的設計年產能乃經計及該生產線的實際投產時間後計算。

(4) 兩條新生產線於截至2014年12月31日止年度投產。我們生產設施的設計年產能乃經計及該兩條生產線的實際投產時間後計算。倘五條生產線於年內全面投產，則於2014年12月31日按年化基準的設計產能將約為53,000噸。

為應對加工水果產品需求的預期增長及鑒於我們現有生產設施的高使用率，我們計劃建造四座新車間，其中兩座將位於我們現有生產設施旁(「**3號及4號車間**」)。我們計劃物色及收購一塊戰略性鄰近我們現有生產設施的土地以容納其餘兩座車間(「**5號及6號車間**」)。

該四座新車間計劃分兩階段建造。我們正在建造3號及4號車間，預計將於2015年第三季度竣工及預計將於2016年第一季度投產。3號及4號車間的預計總建築面積約為8,815平方米。預計5號及6號車間將於2016年第二季度動工建造並於2017年第一季度竣工。

下表載列我們擴張計劃的進一步資料：

階段	最大設計年產能	實際／預計動工日期	預計竣工日期	預計投產日期	預計總投資成本	於最後實際可行日期產生之費用	資金來源
	(噸)				*(人民幣百萬元)*	*(人民幣百萬元)*	
3號及4號車間	20,000	2014年7月	2015年9月	2016年1月	45.1	24.1	內部產生資金
5號及6號車間	45,000	2016年5月	2017年3月	2017年7月	178.2	零	**[編纂]**所得款項淨額及內部產生資金

有關我們擴張計劃的進一步詳情請參閱本**[編纂]**第139頁「業務」一節內「新生產設施」一段。

風險因素

我們的業務及於**[編纂]**的投資涉及風險。有關風險包括(i)與我們業務有關的風險；(ii)與我們行業有關的風險；(iii)與在中國從事業務有關的風險；及(iv)與**[編纂]**有關的風險。若干特定風險載列於本**[編纂]**第28頁起的「風險因素」一節。

以下列出部分我們董事認為屬重大的風險：

- 我們依賴第三方供貨商作新鮮水果供應，且易受原材料價格及其他營運成本上升影響，而我們未必可透過提高產品價格全數抵銷該等不斷上升的成本
- 我們於業績記錄期間銷售額的很大一部分乃歸因於貿易實體，且我們並無對與貿易實體及品牌擁有人的關係存有控制權
- 我們未必能預測及應對消費者對加工水果產品的口味、喜好及認可的變化，這可能會導致對我們的產品需求下降
- 我們依賴貿易實體及分銷商出售我們的產品，如與該等貿易實體或分銷商的關係出現任何變動且我們未能物色新的貿易實體或分銷商，這可能會對我們的銷售、經營業績及財務狀況造成不利影響
- 我們未必能有效控制分銷商銷售我們自家品牌產品的方法及方式

閣下於決定投資**[編纂]**前應細閱該節全文。

我們的競爭優勢及業務策略

我們認為，下述優勢已成為我們取得成功的保障並使我們在競爭對手中脱穎而出：

- 推行備受公認的質量控制系統，嚴格控制質量，堅持高水平的衛生及食品安全標準及致力生產加工水果產品作為優質健康食品，不添加任何防腐劑
- 我們生產設施鄰近充足原材料供應
- 龐大的客戶基礎，並與大部分主要客戶建立長期業務關係
- 提供多元化的加工水果產品組合，使我們能滿足客戶的不同要求，拓寬客戶基礎並減少季節性影響
- 管理層經驗豐富，往績彪炳，並且得到有效的激勵，帶領發展與增長、建立企業文化及中級管理層的忠誠度

我們計劃推行以下業務策略：

- 通過不斷的產品研發，提升現有產品及擴大我們的產品組合，藉以增加我們的銷量及市場份額
- 通過擴大我們分銷及銷售網絡，增加我們自家品牌產品的銷售及我們的市場份額
- 透過第三方網上購物平臺開發網上銷售渠道
- 加強市場推廣及策劃宣傳，提升品牌認知度及知名度
- 引入更先進生產和質量監控設備，增加產能、提升生產效率及保證產品的優良質量和安全

歷史財務資料概要

下表呈列本集團綜合財務資料之概要。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度之綜合收益表資料概要、2012年、2013年及2014年12月31日之綜合財務狀況表資料概要及截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度之綜合現金流量表資料概要乃摘錄自，並應本**[編纂]**附錄一會計師報告所載之綜合財務資料(包括其附註)一併閱讀。

綜合收益表資料概要

	截至12月31日止年度		
	2012年	**2013年**	**2014年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
收益	300,340	370,493	447,678
銷售成本	(209,630)	(258,506)	(312,307)
毛利	90,710	111,987	135,371
其他收入	760	98	1,404
銷售及分銷開支	(8,302)	(9,865)	(10,985)
一般及行政開支	(6,124)	(8,536)	(9,894)
財務成本－淨額	(3,397)	(3,678)	(2,379)
除所得稅前溢利	73,647	90,006	113,517
所得稅開支	(15,662)	(19,106)	(24,206)
本公司擁有應佔年度溢利及總全面收益	57,985	70,900	89,311

我們取得收益及溢利持續增長的記錄。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們分別錄得總收益約人民幣300.3百萬元、人民幣370.5百萬元及人民幣447.7百萬元，同期年複合增長率為22.1%。有關增長乃主要由於我們產品銷量的增加，特別是我們於2012年推出的塑料杯裝產品及我們金屬罐裝加工桃產品及加工雜錦水果產品。該等水果產品的銷售增加乃主要歸因於我們客戶出售產品的市場對該等產品的需求強勁。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的毛利分別約為人民幣90.7百萬元、人民幣112.0百萬元及人民幣135.4百萬元，同期年複合增長率為22.2%。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的毛利率維持穩定於約30.2%，乃因為我們採用成本外加費用的定價策略，因而一般能夠將原材料購買成本的增長轉嫁至客戶。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的純利分別約為人民幣58.0百萬元、人民幣70.9百萬元及人民幣89.3百萬元，同期年複合增長率為22.1%。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的純利率分別維持穩定於19.3%、19.1%及19.9%。進一步詳情請參閱本**[編纂]**第211頁「財務資料」一節「主要收益表項目」一段。

綜合財務狀況表資料概要

	截至12月31日止年度		
	2012年	**2013年**	**2014年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
流動資產			
存貨	51,647	30,767	41,071
貿易及其他應收款項	39,923	34,187	49,635
應收一家關連公司款項	–	193	–
受限制銀行存款	3,850	1,500	–
現金及現金等價物	6,918	18,054	31,595
	102,338	84,701	122,301
流動負債			
貿易應付款項及應付票款	15,612	6,480	12,365
應計款項及其他應付款項	14,313	12,666	16,282
應付董事款項	9,991	18,720	7,311
應付直接控股公司款項	–	–	20
應付一家關連公司款項	140	190	90
銀行借款	40,500	40,500	33,000
即期所得稅負債	5,072	6,118	7,417
總流動負債	85,628	84,674	76,485
流動資產淨值	16,710	27	45,816

於2012年、2013年及2014年12月31日，我們的流動資產淨值分別約為人民幣16.7百萬元、人民幣27,000元及人民幣45.8百萬元。我們的流動資產淨值從2012年的約人民幣16.7百萬元大幅減少至2013年的約人民幣27,000元，乃主要由於向我們當時的股東支付現金股息人民幣90百萬元，經年內累計溢利及營運資金變動所抵銷。我們的流動資產淨值從2013年的約人民幣27,000元大幅增加至2014年的約人民幣45.8百萬元，乃主要由於兩輪**[編纂]**投資完成後我們的控股股東於2014年注資、累計溢利及年內營運資金變動，經向我們當時的股東支付現金股息人民幣70百萬元所抵銷，使現金及現金等價物增加。有關**[編纂]**投資的詳情，請參閱**[編纂]**第111頁「歷史、發展及重組」一節「**[編纂]**投資」一段。

綜合現金流量資料概要

	截至12月31日止年度		
	2012年	**2013年**	**2014年**
	人民幣千元	*人民幣千元*	*人民幣千元*
經營活動產生現金淨額	46,136	90,991	77,505
投資活動(所用)／產生現金淨額	(4,001)	1,366	(34,482)
融資活動所用現金淨額	(36,591)	(81,221)	(29,482)
現金及現金等價物增加淨額	5,544	11,136	13,541
年初現金及現金等價物	1,374	6,918	18,054
年末現金及現金等價物	6,918	18,054	31,595

截至2014年12月31日止年度，我們的經營活動產生現金淨額約為人民幣77.5百萬元，乃因經營活動產生現金約人民幣103.8百萬元經已付利息約人民幣3.3百萬元及已付所得稅約人民幣22.9百萬元抵銷所致。截至2014年12月31日止年度，我們的投資活動產生現金流出淨額約為人民幣34.5百萬元，乃主要由於購買物業、廠房及設備約人民幣36.0百萬元，其中人民幣24.1百萬元指第一階段擴張計劃所支出的成本。截至2014年12月31日止年度，我們的融資活動產生現金流出淨額約為人民幣29.5百萬元，乃主要由於支付股息約人民幣70.0百萬元、償還銀行借款淨額約人民幣17.5百萬元及償還董事款項約人民幣11.4百萬元，並於兩輪**[編纂]**投資完成後由擁有人注資約人民幣59.5百萬元所抵銷。進一步詳情請參閱**[編纂]**第246頁「財務資料」一節「流動資金及資本資源」一段。

以下載列所示期間我們的主要財務比率：

	截至12月31日止年度		
	2012年	**2013年**	**2014年**
股本回報率(%)	98.9	179.4	75.5
總資產回報率(%)	40.2	57.1	45.8
盈利對利息倍數(倍)	22.6	24.8	47.5

	於12月31日		
	2012年	**2013年**	**2014年**
資產負債比率(%)	86.4	150.4	34.2
淨債務對股本比率(%)	74.6	104.7	7.5
流動比率	1.2	1.0	1.6
速動比率	0.6	0.6	1.1

我們董事確認，經計及我們現時可得的財務資源，包括**[編纂]**的估計所得款項淨額、可用銀行融資及經營活動產生的現金流量後，我們有充足營運資金應付現時及本**[編纂]**日期起計至少未來12個月所需。

於業績記錄期間後的最新發展

於2015年3月19日，我們與遠宇(一間由我們控股股東控制之公司)訂立一項土地及物業轉讓協議，據此遠宇已同意轉讓予山東天同一塊位於中國山東省臨沂市之土地(「**土地**」)，連同我們位於上址的現有生產設施(包括生產設備、配套設施、辦公室、員工區、宿舍及飯堂，總建築面積約為41,228.7平方米)(「**生產設施**」)(土地及生產設施統稱「**物業**」)，代價為人民幣80.0百萬元，已參考物業公平值經公平磋商後釐定。有關代價將由我們的內部資源及銀行貸款提供資金並將於**[編纂]**前償付。

自2015年1月起，我們已採用新分銷權系統，據此我們開始與分銷商訂立分銷協議。於最後實際可行日期，我們有27名分銷商，其中20名分銷商與我們簽訂分銷協議。在這20名分銷商中，八名於2014年12月31日亦為我們的分銷商。

我們繼續開發及擴展我們的客戶基礎並提升我們提供的產品。基於作出的努力，我們於客戶數量、銷量及財務表現方面均取得增長。根據本集團截至2015年2月28日止兩個月的未經審核管理賬目，與2014年相應期間相比，我們的收益預計將增長。

我們董事確認，自2014年12月31日起及直至本**[編纂]**日期為止，除上文所披露者外，我們的財務或經營狀況或前景並無不利變動，亦無發生事件對**[編纂]**附錄一所載會計師報告所示資料構成重大影響。

有關股東的資料

緊隨**[編纂]**及**[編纂]**完成後（並無計及**[編纂]**及根據購股權計劃可能授出之購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份），Wealthy Active, Wealthy Maker, Tiger Star及中紅將分別於本公司已發行股份的**[編纂]**%、**[編纂]**%、**[編纂]**%及**[編纂]**%中直接擁有權益。

我們董事認為，於最後實際可行日期，除由本集團成員經營之業務外，概無主要股東或其任何聯繫人士於任何與我們的業務存在或可能存在直接或間接競爭的業務中擁有權益。

[編纂]

於業績記錄期間宣派的股息及股息政策

於業績記錄期間，我們於截至2012年12月31日止年度、截至2013年12月31日止年度及截至2014年12月31日止年度分別宣派股息零、人民幣90.0百萬元及人民幣70.0百萬元。

董事可能經計及我們的營運及盈利、資本需求及盈餘、一般財務狀況、合約限制、資本開支及未來發展需求、股東權益及彼等可能視為於當時相關的其他因素後建議日後支付股息。宣派及支付任何股息以及股息金額須符合我們的憲章文件及英屬處女群島公司法的規定，包括就宣派末期股息取得股東批准。於截至2015年12月31日止年度後宣派的任何未來股息可能或未必反映過往宣派的股息，而我們的董事對此有絕對酌情權。有關我們已支付的股息及宣派股息所考慮的因

素的詳情，請參閱本**[編纂]**第263頁「財務資料」一節「於業績記錄期間宣派的股息及股息政策」一段。

所得款項用途

我們估計**[編纂]**所得款項淨額（經扣除我們就**[編纂]**應付的**[編纂]**費用及估計開支，並假設**[編纂]**為每股**[編纂]**港元，即指示性**[編纂]**範圍**[編纂]**港元至**[編纂]**港元的中位數，且**[編纂]**未獲行使）約為**[編纂]**百萬港元（或假設**[編纂]**獲悉數行使，則約為**[編纂]**百萬港元）（將於**[編纂]**後收取）。董事擬將**[編纂]**所得款項淨額作下列用途：

所得款項金額(%)	所得款項用途
[編纂]百萬港元（**[編纂]**%）	作為我們擴張計劃的資本開支
[編纂]百萬港元（**[編纂]**%）	擴大我們的銷售及分銷網絡以及生產規模
[編纂]百萬港元（**[編纂]**%）	提升我們的品牌知名度並推廣自家品牌產品的網上購物平台
[編纂]百萬港元（**[編纂]**%）	提升研發能力以提高現有產品及開發新產品及包裝設計
[編纂]百萬港元（**[編纂]**%）	提升資訊科技系統及基礎設施
[編纂]百萬港元（**[編纂]**%）	作一般營運資金及一般公司用途

有關我們未來計劃及所得款項用途的詳情，請參閱本**[編纂]**第266至第268頁「未來計劃及所得款項用途」一節。

不合規事宜

於業績記錄期間，我們並未完全遵守有關社會保險供款及住房公積金供款的法律及法規。有關該等不合規事件的詳細資料，請參閱本**[編纂]**第176至第178頁「業務」一節「違規事件」一段。

上市開支

所有發行新股份直接應佔的遞增成本直接從權益扣減確認，而任何現有股份上市應佔的開支則計入於開支產生的損益賬。假設每股的**[編纂]**為**[編纂]**港元（即本**[編纂]**所述指示性**[編纂]**範圍的中位數）及**[編纂]**未獲行使，有關**[編纂]**的預計上市開支總額為43.4百萬港元，當中2.1百萬港元計入於業績記錄期間的損益。就餘下開支而言，我們預期22.1百萬港元之款項將計入截至2015年12月31日止年度的損益，而結餘19.2百萬港元將予資本化。