
業 務

概覽

我們主要從事生產及銷售加工水果產品。我們以原廠委託製造代工方式及以自家品牌方式生產及銷售我們的加工水果產品。我們在中國生產產品，並在中國和海外市場銷售產品。我們亦從事新鮮水果買賣。我們的收益自2012年的約人民幣300.3百萬元增加至2013年的約人民幣370.5百萬元及進一步增加至2014年的約人民幣447.7百萬元。

於業績記錄期間，我們以原廠委託製造代工方式生產的加工水果產品在中國及海外銷售，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。而以我們的自家品牌（「天同時代」）出售的產品僅在中國銷售。

於最後實際可行日期，我們提供的加工水果產品包括草莓、杏、桃、梨、蘋果、菠蘿及雜果。我們的加工水果產品以金屬罐、塑料杯及玻璃瓶包裝及以糖水、清水或果汁填裝呈現。

我們很大部分收益乃來自國內銷售。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%。我們的國內客戶包括位於中國的貿易實體、分銷商及零售商，而我們的海外客戶包括位於海外國家的品牌擁有人及貿易實體。

對於原廠委託製造代工方式銷售，我們按原廠委託製造代工客戶提供的規格生產加工水果產品。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列表以供客戶選擇。

我們一般不就原廠委託製造代工產品的銷售訂立長期協議，而是根據我們原廠委託製造代工客戶的個別採購訂單進行原廠委託製造代工產品的銷售。

自2015年1月起，為更好地管理及監督我們的分銷商銷售我們的自家品牌產品，我們開始採用新的分銷權系統。新分銷權系統涉及採納中央化運作架構、加強與分銷商的溝通及對其的監察以及改進我們甄選符合要求的分銷商的程序。

於最後實際可行日期，我們現有的生產設施位於中國山東省臨沂市及有六條生產線及兩個車間。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們生產設施之設計年產能分別約為31,758噸、32,489噸及48,514噸。於業績記錄期間，除了來自第三方供應商的包裝材料採購，我們並無外包任何生產程序。為應對加工水果產品需求的預期增長及我們現有生產設施的高使用率，我們計劃建造四座新車

業 務

間，其中兩座將位於我們現有生產設施旁（「3號及4號車間」）及其餘兩座車間（「5號及6號車間」）將於我們仍在物色但尚未收購的一塊土地上建造。3號及4號車間正在建設中，及預計3號及4號車間將於2016年第一季度投產。5號及6號車間預計將於2016年第二季度開始動工，及預計於2017年第三季度投產。3號及4號車間的投資成本主要由內部產生資金提供資金，而5號及6號車間的投資成本將由[編纂]所得款項淨額及內部產生資金提供資金。有關我們生產設施擴張的詳情，請參閱本節中「新生產設施」一段。

根據我們增加銷售的策略，我們[已]透過一個第三方網上購物平台於2015年4月在中國推出我們的網上商店。通過我們網上商店出售的產品與我們通過實體銷售及分銷網絡出售的並無重復及屬於我們所持有的不同品牌。

我們生產主要使用的原材料包括新鮮水果及包裝材料。我們主要從鄰近我們生產設施（包括中國安徽、山東及河北）的第三方供貨商採購新鮮水果。我們從中國供貨商採購其他主要原材料。

我們致力於為終端客戶生產安全及優質的產品，並已於整個生產設施採納嚴格的質量監控措施。我們已遵守相關中國法規的相關標準及要求以及若干有關生產程序的國際標準及食品安全標準。有賴於我們生產安全及優質產品的承諾及努力，我們已獲頒BRC (A+)、IFS食品（高級）、HALAL、QS、KOSHER及ISO22000。

我們的競爭優勢

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脫穎而出：

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

我們的業務建基於向消費者恪守質量及安全保證原則，具備注重質控及嚴謹衛生標準的文化。我們在採購、生產及包裝程序的各個階段，均實施嚴格質量控制程序。我們對原材料進行嚴格檢測及檢查，並在各個生產及包裝階段保持嚴格的質量控制標準。我們的原材料須予檢測及查核，而我們於整個生產及包裝程序中嚴格遵守質量控制標準。我們設有專門的質量控制團隊，確保我們妥為遵守質控程序。我們亦採取嚴謹的衛生程序，要求我們的僱員在生產過程中遵守。我們已對各類產品編輯及制定操作性前提方案及HACCP方案，涵蓋質量要求、產品規格及每個生產工序、生產設施規格及衛生標準的細節。我們嚴格按照我們的操作性前提方案及HACCP方案生產每一件產品。

業 務

由於我們實施嚴格的質量控制措施，我們的生產設施、質量控制及管理獲得BRC(A+)、IFS食品(高級)、HALAL、QS、KOSHER、ISO22000等認證，證明我們的生產設施及質量監控程序已達到認可的國際標準並使我們處於更有利的位置以被全球知名品牌考慮作為供應商。

除了上述認證外，我們高水平的質量控制及食品安全標準獲得客戶的認可。我們部分原廠委託製造代工客戶為全球水果加工行業的知名品牌或其採購代理，彼等推行嚴格的製造商篩選標準。彼等亦持續監察及實地檢查製造商的質量控制等不同方面，未能符合原廠委託製造代工客戶規定和標準的製造商將會被取消資格。

作為水果加工行業的參與者，提供安全及健康的食物是我們的首要重點。因此，我們所有的產品均無添加任何防腐劑，以盡可能地保留水果的天然品質。

我們的董事相信，鑒於公眾日漸注重食品安全及質量，我們對生產高質量安全食品產品的承諾將支持我們業務的持續拓展及提升我們的市場地位，從而令我們贏得消費者的信心和忠誠度，以及提高品牌知名度。

我們生產設施的地理位置盡享鄰近充足原材料供應的優勢

新鮮水果是我們生產的主要原材料且極容易腐爛變質。遠離新鮮水果的種植場將產生額外的費用，用於水果保鮮、防止水果腐爛及運輸。

我們的生產設施位於中國山東省臨沂市。於業績記錄期間，我們主要從中國供貨商(大部分位於安徽、山東及河北)獲得我們的重要原材料—新鮮水果。地理位置上，臨沂鄰近該等地區，這項地利優勢讓我們以更有效的方式獲得新鮮水果來源以滿足我們的生產需要。一般而言，新鮮水果於從種植地收穫後兩天內可運輸至我們的生產設施。

此外，根據弗若斯特沙利文報告，於2013年，山東是蘋果、梨及草莓的最大供應基地之一。我們位於山東省臨沂市，盡佔地利，可享有鄰近質量保證的新鮮水果供應以及相對較低的水果保鮮及運輸成本的優勢，從而減少我們的生產成本及提高我們的盈利能力。

業 務

我們擁有龐大的客戶基礎，並與大部分主要客戶建立長期業務關係

憑藉我們於水果加工行業擁有逾10年的歷史與經驗，我們過去於維持優質產品的承諾和努力，以及我們對食品安全與衛生的重視，我們已建立龐大的客戶基礎。我們對上乘質量和標準的追求獲得業內多個知名加工食品製造商青睞。我們為全球水果加工行業的若干最知名品牌的原廠委託製造代工商之一。

我們相信，我們龐大的客戶基礎是我們業務可持續增長的基石。我們於業績記錄期間的五大客戶與我們建立業務關係介乎二至十二年。來自我們現有客戶的經常性銷售訂單讓我們於業績記錄期間維持穩定的銷售量。

我們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

於最後實際可行日期，我們提供的加工水果產品包括但不限於草莓、杏、桃、梨、蘋果、菠蘿及雜錦水果。產品以金屬罐、塑料杯及玻璃瓶包裝，有不同的容量、包裝及以糖水、清水或果汁填裝。我們提供多種加工水果產品，使我們能夠滿足客戶的不同要求，能夠應對終端客戶偏好的變化及使我們擁有龐大的客戶基礎。

我們不斷致力改善我們提供的產品種類及邁向多元化。我們的研發團隊與質量控制及銷售及營銷團隊緊密合作，根據客戶的反饋及市場調查提升我們的現有產品系列及開發新產品。

供我們生產所用的可用新鮮水果的種類亦受到季節影響。我們有能力以於一年內不同季節收成及可得的新鮮水果生產多種系列的加工水果產品，這使我們能夠將季節變化對原材料供應的影響減至最低。特別是，我們可全年進行生產而不會因某類新鮮水果於某季節的供應短缺而導致暫停運作。

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

我們的執行董事及高級管理團隊於水果加工行業擁有豐富的經驗和專業知識。我們的主席兼創辦人楊先生於食品加工行業擁有超過二十年經驗，其中於水果加工行業的經驗超過十年。我們的董事孫先生負責本集團財務及經營管理，彼於水果加工行業的經驗超過十年。此外，我們大部分高級管理層於水果加工行業擁有逾十年經驗。負責我們生產、產品質量檢測及產品開發的呂春霞女士於食品加工行業有逾二十年的經驗，其中於水果加工行業的經驗超過十年。彼於2014年8月獲認證為中國食品工業協會罐藏食品科技工作委員會專家委員。有關楊先生、

業 務

孫先生及呂春霞女士於水果加工行業的經驗的進一步資料，請參閱本[編纂]「董事及高級管理層」一節。

我們的專責管理團隊引領我們的業務營運並推進我們的增長。彼等於行業的豐富知識和經驗將有助於我們物色新商機和發展，除此之外，我們的管理團隊在構建企業文化方面擔當重要角色，從而提高及建立我們中級管理層的忠誠度。我們大部分中級管理層已效力本集團超過十年。中級管理層負責監督我們的員工，確保彼等遵守本集團的標準與規定。我們的董事相信，忠誠而穩定的中級管理層對我們的成功亦至關重要。

我們的業務策略

我們主要的經營目標為鞏固我們的地位，成為水果加工市場首屈一指的加工水果產品製造商，為最終消費者提供優質、安全、可口、健康、營養豐富而方便的即食加工水果產品。憑藉我們的競爭優勢，我們的董事計劃透過實施以下業務增長策略實現這個目標：

通過不懈的產品研發，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

我們相信，持續創新及改良產品為我們進一步鞏固市場地位及增加市場份額的重要因素。我們計劃投入更多資源及投資及加強以市場為主導的產品研發工作，以生產針對消費者的喜好而推出的新產品。就此而言，我們擁有一支專門的研發團隊，於2014年12月31日由六名成員組成並由呂春霞女士主管。研發團隊主要負責改進我們的現有產品系列，識別新產品、引入新口味及提升生產技術及效率。

除專注於產品多元化以滿足大眾消費者的不同喜好外，我們亦計劃進一步提升我們現有產品的定位及開發及推出多個產品系列以針對不同的消費者群體，如大眾消費者、幼兒、小童及長者。

業 務

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年最後一個季度正式推出市場。水果霜為主要以新鮮水果加工的罐裝水果產品。該產品近似新鮮水果的顏色及味道。該產品有類似果凍及柔軟的質地，甚至可在從包裝容器分離後仍保持其自有形狀。水果冰糕以塑料杯包裝，作為雪糕的替代物投放市場，面向廣泛消費者（從兒童、青少年至老年人）。水果泥為主要以新鮮水果加工的黏性及搗碎罐裝水果產品。該產品以塑料容器包裝。其目標消費者包括老年人及兒童。我們計劃通過我們現有銷售、市場推廣及分銷網絡出售，推廣及宣傳這些新產品。

我們相信產品系列的持續多元化及我們針對不同消費者群體的戰略計劃將增加我們的銷售及市場份額。

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

我們將致力開拓國內市場，因而增加我們品牌下的國內銷量及市場份額。為了達到目標，我們認為有效而管理完善的分銷網絡乃關鍵因素。

於2015年1月前，就我們自家品牌下的國內銷售而言，我們直接銷售予分銷商，而彼等將進一步向彼等本身的客戶銷售我們的產品。我們並無正式合同控制或監管彼等任何客戶或彼等的次級分銷商。

從2015年1月起，我們開始提升有關我們自家品牌國內銷售的分銷系統。我們計劃擴展我們目前的分銷及銷售網絡。我們相信，這種擴張是必要的，以適應中國經濟持續發展及城市化導致終端客戶（特別是在三四線城市）日益增加的消費力。通過擴張，我們有意增加自家品牌產品的國內客戶數目及擴大我們的銷售網絡覆蓋面至具有相對較高增長潛力的新銷售地區。我們計劃通過從2015年第二季度開始採用與分銷商的高效信息交換系統以更系統化的方式管理我們分銷商的行為，從中我們能夠獲取的信息包括分銷商對我們產品的銷售情況、我們競爭對手的產品及市場趨勢。我們亦向我們的分銷商提供有關研發、營銷及促銷策略的資料。有了這個系統，我們將能更好地及時響應我們國內客戶的任何問題及需求。為了達到目標，我們將聘用及培訓更多員工，並調動有關員工到我們分銷商所在的分銷地區。我們的員工將適時地為分銷商提供支持，同時更有效率的方式，密切管理彼等的活動，例如避免我們產品集中於同一地區或分銷商之間競爭激烈。有關我們新分銷權系統的進一步資料，請參閱本節「銷售、分銷網絡及客戶—自家品牌產品銷售」一段。

業 務

透過第三方網上購物平臺銷售，開發網上銷售渠道

透過網上商店買賣日漸普及，並出現不斷增加的趨勢。為了利用這個深受歡迎及流行的銷售渠道，我們計劃透過第三方網上購物平臺銷售我們的加工水果產品。

我們[已]於2015年4月推出網上銷售。為了擴充我們的客戶基礎及引起不同客戶群的注意，我們透過網上購物平臺銷售的產品與我們透過實體銷售及分銷網絡銷售的產品不會重複。

我們的董事相信，透過網上購物平臺進行銷售將可借助電子方式讓我們享有交易額整體增加的好處，提升我們的知名度及公眾對本集團及我們的加工水果產品的認識，從而擴大我們的客戶基礎及增加我們的收益。

加強市場推廣及策劃宣傳，提升品牌認知度及知名度

於2012年之前，我們主要以原廠委託製造代工方式進行國內銷售。自2012年起，我們已開始於中國以我們的自家品牌（「天同時代」）銷售加工水果產品。

除鞏固及加強我們的原廠委託製造代工銷售外，我們的策略是增加自家品牌的國內銷售。我們相信，成功的品牌構建對我們的未來業務發展至關重要。我們計劃投入更多資源和力量，宣傳及推廣我們的自家品牌和產品。我們已聘請市場顧問，協助我們制訂本集團的整體形象及定位。我們計劃推廣我們所擁有的各個獨立品牌項下不同類型的產品。我們將透過電視、互聯網、店鋪展覽、印刷媒體、戶外廣告牌、報章雜誌等廣告活動，增加我們自家品牌的公眾認知度和知名度。

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

於2014年12月31日，我們有五條正在運行的生產線及我們生產設施的設計年產能約為每年53,000噸（假設於年內全面投產）。為了提升生產效率，我們計劃升級我們現有生產設備及購買更先進的自動化設備，以取代目前人手進行的生產程序，例如自動去核機及去皮機。我們亦計劃添置生產線以及建造額外車間，以增加我們的產能。我們已通過建造兩座額外車間以擴大生產設施，車間總建築面積約為8,815平方米，已於2014年7月開始建造。我們預計該兩座額外車間將使我們的產能增加約每年20,000噸。

業 務

此外，我們計劃物色及收購的一塊土地並於2016年第二季度在該土地上興建兩座新車間。我們計劃以[編纂]所得款項及內部產生資金為建造兩座新車間提供資金。有關我們計劃購買的額外設備及我們生產設施的擴張計劃的進一步詳情，請參閱本節「我們的現有生產設施及設備－我們的生產設備及機器」及「新生產設施」之段落。

我們的業務模式

我們的業務模式主要包括生產及銷售加工水果產品。我們亦從事新鮮水果的買賣。

我們(i)以原廠委託製造代工方式及以自家品牌方式於中國；及(ii)以原廠委託製造代工方式於海外國家銷售我們的加工水果產品。

下表載列我們於所示期內按業務模式劃分的國內及海外銷售應佔收益明細：

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益
人民幣千元	百分比(%)	人民幣千元	百分比(%)	人民幣千元	百分比(%)	
國內銷售						
－原廠委託製造 代工方式(附註)	178,987	76.9	190,747	65.1	279,659	76.7
－自家品牌方式	24,720	10.6	59,268	20.2	50,333	13.8
	<u>203,707</u>	<u>87.5</u>	<u>250,015</u>	<u>85.3</u>	<u>329,992</u>	<u>90.5</u>
海外銷售						
－原廠委託製造 代工方式(附註)	29,154	12.5	43,126	14.7	34,441	9.5
	<u>232,861</u>	<u>100.0</u>	<u>293,141</u>	<u>100.0</u>	<u>364,433</u>	<u>100.0</u>

附註：截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們原廠委託製造代工方式加工水果產品銷售應佔收益分別約為人民幣208.1百萬元、人民幣233.9百萬元及人民幣314.1百萬元，分別約佔我們加工水果產品總銷售產生之收益的89.4%、79.8%、及86.2%。

業 務

下表載列於所示期間於中國及海外以產品種類劃分的收益及銷售量分析：

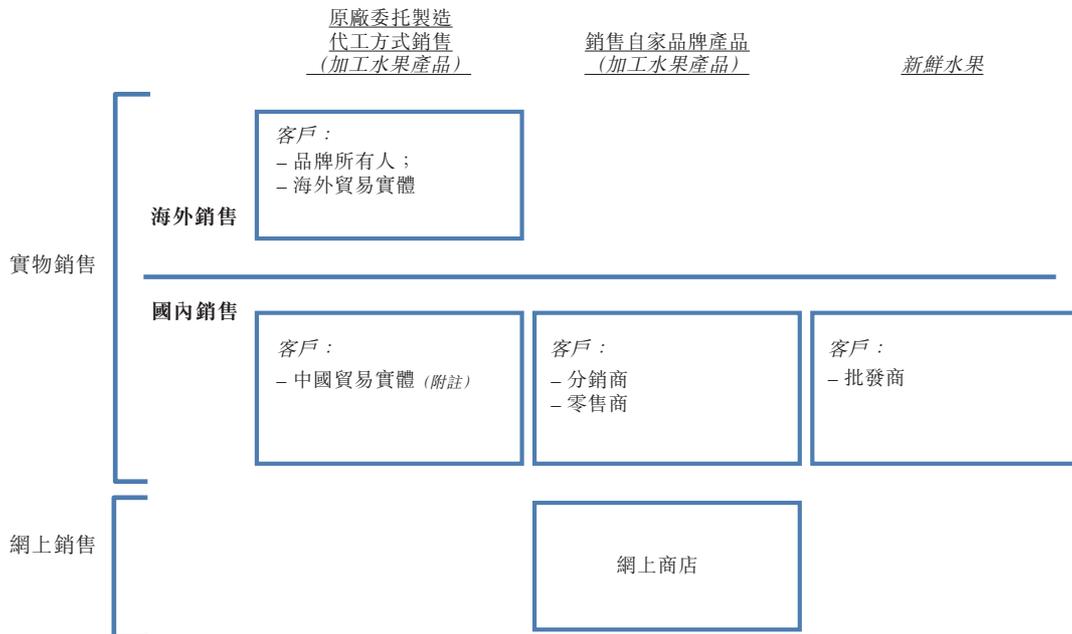
	2012年		截至12月31日止年度 2013年		2014年	
	人民幣千元	千公斤	人民幣千元	千公斤	人民幣千元	千公斤
金屬罐裝加工水果產品						
國內銷售						
- 原廠委託製造代工方式	166,230	18,990	154,199	18,832	239,234	29,498
- 自家品牌	21,345	2,469	47,350	5,892	36,577	4,475
	<u>187,575</u>	<u>21,459</u>	<u>201,549</u>	<u>24,724</u>	<u>275,811</u>	<u>33,973</u>
海外銷售						
- 原廠委託製造代工方式	25,120	2,835	17,198	2,244	13,334	1,852
	<u>25,120</u>	<u>2,835</u>	<u>17,198</u>	<u>2,244</u>	<u>13,334</u>	<u>1,852</u>
金屬罐裝加工水果產品小計：	<u>212,695</u>	<u>24,294</u>	<u>218,747</u>	<u>26,968</u>	<u>289,145</u>	<u>35,825</u>
塑料杯裝加工水果產品						
國內銷售						
- 原廠委託製造代工方式	954	78	28,896	2,356	24,162	1,997
- 自家品牌	-	-	7,473	619	5,963	499
	<u>954</u>	<u>78</u>	<u>36,369</u>	<u>2,975</u>	<u>30,125</u>	<u>2,496</u>
海外銷售						
- 原廠委託製造代工方式	2,952	231	25,491	2,034	19,674	1,600
	<u>2,952</u>	<u>231</u>	<u>25,491</u>	<u>2,034</u>	<u>19,674</u>	<u>1,600</u>
塑料杯裝加工水果產品小計：	<u>3,906</u>	<u>309</u>	<u>61,860</u>	<u>5,009</u>	<u>49,799</u>	<u>4,096</u>
玻璃瓶裝加工水果產品						
國內銷售						
- 原廠委託製造代工方式	11,803	1,395	7,652	937	16,263	1,923
- 自家品牌	3,375	406	4,445	566	7,793	921
	<u>15,178</u>	<u>1,801</u>	<u>12,097</u>	<u>1,503</u>	<u>24,056</u>	<u>2,844</u>
海外銷售						
- 原廠委託製造代工方式	1,082	153	437	60	1,433	167
	<u>1,082</u>	<u>153</u>	<u>437</u>	<u>60</u>	<u>1,433</u>	<u>167</u>
玻璃瓶裝加工水果產品小計：	<u>16,260</u>	<u>1,954</u>	<u>12,534</u>	<u>1,563</u>	<u>25,489</u>	<u>3,011</u>
加工水果產品合計	<u>232,861</u>	<u>26,557</u>	<u>293,141</u>	<u>33,540</u>	<u>364,433</u>	<u>42,932</u>
新鮮水果	67,052	23,274	73,803	15,406	81,541	16,835
其他(附註)	427	不適用	3,549	不適用	1,704	不適用
合計	<u>300,340</u>	<u>49,831</u>	<u>370,493</u>	<u>48,946</u>	<u>447,678</u>	<u>59,767</u>

不適用：因紙及紙箱等若干包裝材料並非以重量計量，因此不適用。

附註：「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。

業 務

下表闡述我們的業務模式：



附註： 該等貿易實體可將我們的產品進一步出口至海外國家或於中國銷售我們的產品。

於業績記錄期間，我們的海外銷售僅包括加工水果產品及均以原廠委託製造代工方式生產。我們直接向品牌所有人及貿易實體出售我們的產品。我們要求我們的主要貿易實體客戶向我們確認其並無亦並不知悉就其委聘我們生產的產品有任何對第三方知識產權的侵權行為。

我們的國內銷售包括銷售我們的加工水果產品及新鮮水果。

我們的加工水果產品的國內銷售以原廠委託製造代工方式及自家品牌方式進行。原廠委託製造代工產品被售予中國的貿易實體，據我們董事所知，中國貿易實體或會將產品進一步出口至海外國家或於中國向品牌所有人或其代理出售我們的產品，而我們的自家品牌產品銷售則直接售予客戶（彼等為分銷商或零售商）。

我們的新鮮水果的國內銷售並非以任何特定品牌出售。我們的新鮮水果售予中國的新鮮水果批發商。

業 務

我們[已]於2015年4月推出自家品牌加工水果產品網上商店。我們的網上商店為通過第三方網上購物平臺運營及主要在國內銷售，目前並不提供海外送貨服務。為擴大我們的客戶基礎，我們的董事確認，我們的網上商店乃針對與現有客戶不同的客戶群體（如智能手機用戶）。我們通過網上購物平臺出售的產品不會與通過實體銷售及分銷網絡出售的產品重複。

我們的產品

我們目前生產及銷售加工水果產品，包括但不限於草莓、杏、桃、梨、蘋果、菠蘿及雜錦水果。我們的加工水果產品以金屬罐、塑料杯或玻璃瓶包裝。

於業績記錄期間，我們亦從事新鮮水果買賣。

下表載列所示期間我們按主要水果種類的收益明細：

	2012年		截至12月31日止年度 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
梨	36,905	12.3	47,732	12.9	48,202	10.8
草莓	34,589	11.5	47,563	12.8	40,914	9.1
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。

業 務

加工水果產品

下表載列於所示期間我們以包裝材料劃分來自加工水果產品銷售的收益分析：

	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
以下列容器包裝加工水果產品						
- 金屬罐	212,695	70.8%	218,747	59.0%	289,145	64.6%
- 塑料杯	3,906	1.3%	61,860	16.7%	49,799	11.1%
- 玻璃瓶	16,260	5.4%	12,534	3.4%	25,489	5.7%
總計	<u>232,861</u>	<u>77.5%</u>	<u>293,141</u>	<u>79.1%</u>	<u>364,433</u>	<u>81.4%</u>

金屬罐裝加工水果產品

我們以原廠委託製造代工方式及以自家品牌方式生產及銷售金屬罐裝加工水果產品。我們於2003年首次提供這類產品的包裝。這類產品可按不同容量包裝。於業績記錄期間，我們提供超過55種金屬罐裝加工水果產品，不同種類的水果（例如杏子、桃、草莓、菠蘿、梨及雜錦水果）包裝淨重界乎120克至5,100克。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們金屬罐裝加工水果產品的銷售分別佔我們總收益約70.8%、59.0%及64.6%。

塑料杯裝加工水果產品

我們於2012年首次以塑料杯裝提供這類產品。這類產品包括包裝淨重120克及220克的糖水水果、清水水果及果汁水果。於業績記錄期間，我們以原廠委託製造代工方式及以自家品牌方式生產塑料杯裝加工水果產品。

本系列銷售桃、菠蘿、梨及雜錦水果等水果種類。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的塑料杯裝加工水果產品的銷售分別佔我們的總收益約1.3%、16.7%及11.1%。

業 務

玻璃瓶裝加工水果

我們於2007年首次以玻璃瓶提供該類產品。每個玻璃瓶以水果及糖水、清水或果汁填裝，淨重介乎280克至880克。於業績記錄期間，我們以原廠委託製造代工方式及自家品牌方式生產玻璃瓶裝加工水果產品。

本系列銷售杏、桃、梨、草莓及雜錦水果等水果種類。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的玻璃瓶裝加工水果產品的銷售分別佔我們的總收益約5.4%、3.4%及5.7%。

以下為我們加工水果產品的部分例子：

產品／ 包裝材料	金屬罐	塑料杯	玻璃瓶
加工雜錦水果產品			
加工桃產品			
加工梨產品			
加工蘋果產品		不適用	
加工杏產品		不適用	
加工草莓產品		不適用	

業 務

新鮮水果

於業績記錄期間，我們亦從事新鮮水果買賣。我們購買作生產用的新鮮水果中，於緊接的原材料檢驗階段，我們於原材料來料檢驗階段選出部份新鮮水果並直接轉售予中國批發商以增加我們的整體利潤率並保留我們所購買的大部分所生產之用。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的新鮮水果的銷售分別佔我們總收益約22.3%、19.9%及18.2%。

我們的現有生產設施及設備

我們的現有生產設施

於最後實際可行日期，我們的現有生產設施位於中國山東省臨沂市，土地面積約106,312平方米（總建築面積約41,228.7平方米）。於2014年12月31日，我們的生產設施包括五條生產線及兩個車間。在決定我們的生產設施地點時，我們考慮地點接近我們重要原材料新鮮水果的來源，以便利交付貨物及降低運輸成本。

下表載列於業績記錄期間按我們生產設施劃分的(a)設計年度產能；(b)實際產量；及(c)我們加工水果產品的平均使用率：

截至以下 日期止年度	運行中的 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生產產品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產品重量乘以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。於2012年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估計。
- (4) 兩條新生產線於截至2014年12月31日止年度投產。於2012年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估計。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。

業 務

於2015年3月，我們有一條新的正在運行的生產線，因此加工水果產品的設計年產估計能從2014年12月31日的約53,000噸增加約11,000噸至約64,000噸（假設全面投產）。

我們的生產設備及機器

我們的生產設備乃主要採購自中國。所有這些設備均由我們所擁有。為了增加我們的產能，進一步改善我們的生產效率和降低我們的勞工成本，我們計劃為若干現以人手操作的生產程序（例如用於玻璃瓶裝加工水果產品的自動去核開瓣機及生產線）購買更先進的自動化設備，藉以提升我們的生產設施。下表載列於2015年在這方面我們計劃購買的額外設備主要類型：

設備類型	將予購買的 設備數目	設備的主要用途	預計購買日期	設備的 估計成本 人民幣
變電供電設施800KVA	1	生產供電	2015年7月	700
自動去核開瓣機320HPA	5	將桃子開瓣及去核	2015年7月	2,000
二次去核機(6219)	3	去核及加工水果	2015年7月	1,650
杏子自動對開、去核生產線 GT1-1200	1	將杏子對開及去核	2015年10月	1,000
單凍機	1	冷凍水果	2015年10月	650
製冷機	2	單凍機冷卻設備	2015年10月	800
玻璃瓶專用生產線 (包括殺菌生產設備、 自動封口機及自動裝瓶機)	2	生產及消毒玻璃瓶裝產品	2015年10月	10,000
			合計：	<u>16,800</u>

我們估計我們計劃購買的該等額外設備將使我們加工水果產品的產能增加多達約每年20,000噸。

業 務

設備保養

我們的生產團隊亦負責設備保養。他們負責對我們的生產設備進行每日檢查及例行日常清潔及保養。每年進行一次重大保養和維修工作。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度各年，我們各生產線的保養及維修的平均安排停機時間為約15天。若干我們的設備製造商亦在設備保養期內於必要時提供現場設備保養服務。

我們的生產流程和設備的認證

經我們的中國法律顧問確認，我們已擁有主要生產設施及設備的有效所有權，而其運作已遵守適用中國法律法規。於業績記錄期間，作為對我們生產流程的質量控制及體系的認可，我們亦獲得多項認證，包括BRC (A+)、IFS食品(高級)、QS及ISO22000。有關這些認證的進一步資料，請參閱本節「認證及獎項－認證」一段。

於業績記錄期間，我們的生產流程並無因設備或機器故障而出現重大或長期中斷。

新生產設施

我們預計我們加工水果產品的需求將繼續上升。此外，我們認為現有生產設施現時的使用率已達到高水平。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們位於中國山東省臨沂市的現有生產設施的平均使用率分別約為86.7%、87.2%及91.4%。因此，我們計劃增加我們的產品以滿足預期增加的市場需求。

為完成該等目標，我們擬建造四座車間，其中兩座將位於現有生產設施旁，而另外兩座將位於我們即將物色及收購的一塊土地上。於最後實際可行日期，我們並無物色到任何土地以供收購及並無就此訂立任何明確的協議。經適當考慮我們的預期未來市場需求及擴張所需投資成本後，四座新車間將分兩階段建造。

於最後實際可行日期，我們擴張計劃第一階段（「**第一階段擴張計劃**」）的兩座位於現有生產設施的車間（即第3號車間及第4號車間，統稱「**3號及4號車間**」）正在建設中。有關3號及4號車間的進一步詳情，亦請參閱載列於本[編纂]附錄三的估值報告的2號物業。第一階段擴張計劃的開發預計將於2015年第三季度完成。3號及4號車間預計將於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。3號及4號車間將共有兩條生產線。

業 務

兩座車間（即第5號車間及第6號車間，統稱「5號及6號車間」）將於我們擴張計劃的第二階段（「第二階段擴張計劃」）建造。我們正在就第二階段擴張計劃尋找一塊戰略性位於鄰近我們現有生產設施的土地，佔地面積約為35,000平方米。第二階段擴張計劃預期將於2016年第二季度（收購相關土地後）開始開發。第二階段擴張計劃的開發預計將於2017年第一季度完成。5號及6號車間預計將於2017年第三季度投產。5號及6號車間的預計總建築面積約為28,000平方米。第二階段擴張計劃將包括生產設備及倉庫。5號及6號車間將共有四條生產線。然而，倘我們無法物色及收購適合於我們第二階段擴張計劃的合適土地，我們將重新評估該計劃並作出相應修改。

上述擴展計劃的進一步資料載列如下：

階段	最大設計 年產能 (噸)	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 (人民幣 百萬元)	於最後實際 可行日期		資金來源
						產生之費用 (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	無		[編纂]所得款項 淨額及內部產 生資金

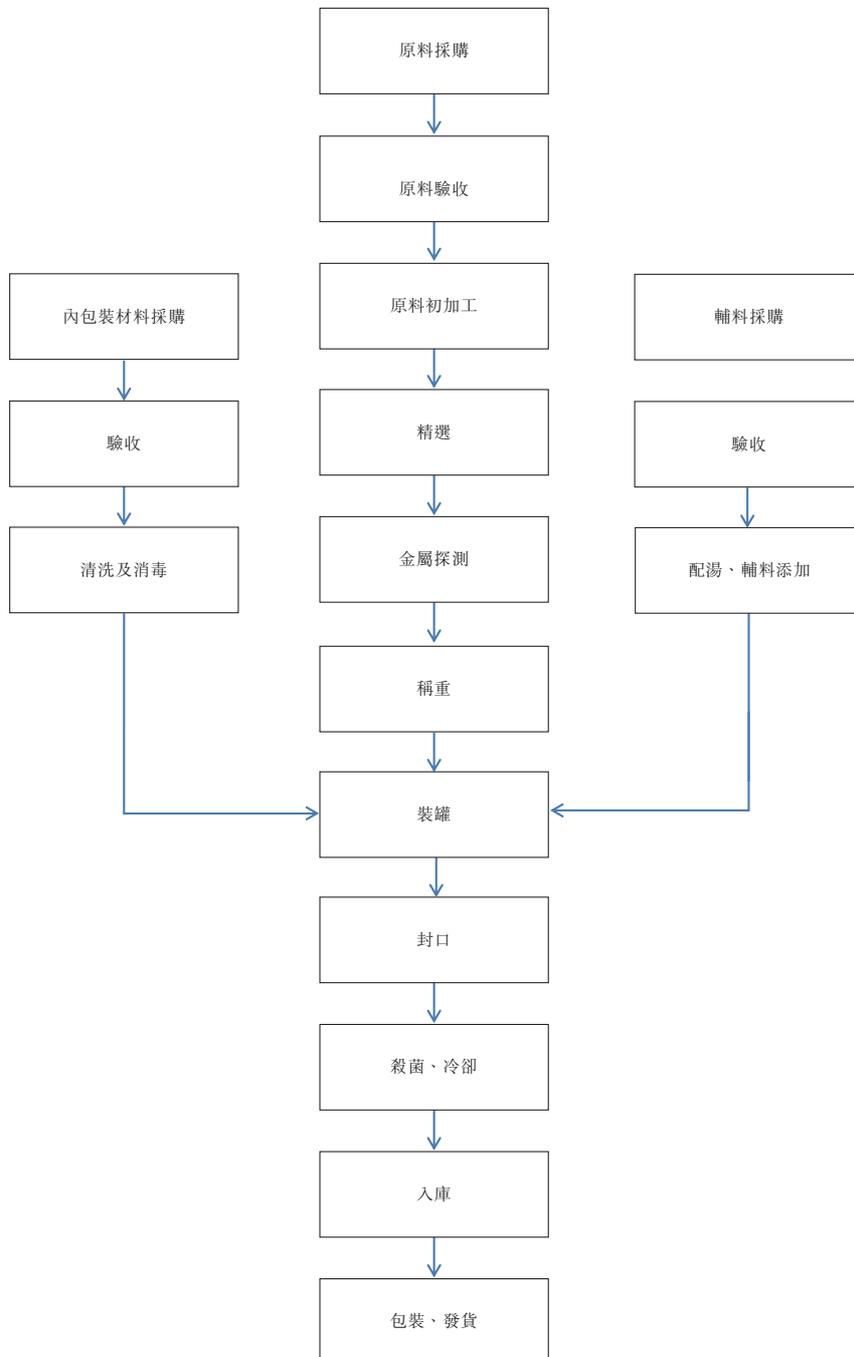
有關第一階段擴張計劃及第二階段擴張計劃預計投資成本的進一步詳情載列如下：

	第一階段 擴張計劃 (人民幣千元)	第二階段 擴張計劃 (人民幣千元)	合計 (人民幣千元)
建造成本	26,760	104,405	131,165
土地收購成本	–	30,000	30,000
購置設備及安裝費用	18,320	43,800	62,120
合計	45,080	178,205	223,285

業 務

生產流程

下圖顯示我們加工水果產品的標準生產流程。一般而言，我們的加工水果產品從原料初加工到入庫儲存平均需生產時間約四小時。



業 務

採購原材料及輔助材料

我們的採購部門將根據基於我們生產部門制定的原材料需求清單而編制的採購計劃經考慮我們銷售及營銷部門所收到的銷售訂單後採購原材料及輔助材料（例如包裝材料）。我們向我們合資格供貨商清單上所載的供貨商採購原材料及輔助材料。就原廠委託製造代工產品而言，我們部分客戶要求我們向指定的供貨商進行採購。

原材料檢驗及檢測以及包裝材料清洗及消毒

我們對來料的外觀及質量等多個方面進行檢驗及樣本檢測。[按照操作手冊]

就內層包裝材料（如金屬罐、塑料杯及玻璃瓶）而言，由於其直接與加工水果產品接觸，其亦將會進行清潔及消毒。

原材料加工

通過我們檢驗及樣本檢測的原材料其後將加工成我們的產品。生產過程一般涉及水果去皮、清洗、切割、預煮及冷卻。

精選

將經加工的原材料按照滿足生產規格的大小或等級進行精選。經加工的原材料隨後被篩選、分類及檢測。未合乎規格的經加工原材料將被篩除。

金屬探測

經加工原材料隨後將於稱重及裝填進容器之前通過金屬探測工序。

稱重

我們的客戶要求加工水果產品的淨重必須與有關標籤所注明的淨重一致。我們所有的加工水果產品於裝罐工序前均須通過稱重工序。

配湯及輔料添加

糖漿、果汁或水等湯料及其他配料（例如檸檬酸）將按產品規格進行添加。

業 務

裝罐

達到標準的經加工原材料裝罐乃按照裝罐規格進行。

封口

通過金屬探測、稱重、配湯及輔料添加以及裝罐工序後，我們對容器進行封口。

殺菌及冷卻

已封口容器將被移送到自動殺菌機並進行殺菌工序，隨後已封口容器將被送至冷卻機。

入庫

經封口及殺菌的產品將運送至我們的貨品存放區域。

包裝及交付

如屬原廠委託製造代工產品，製成品將按原廠委託製造代工客戶指定的標籤及包裝打包，如屬我們自家品牌產品，則以自家標籤及包裝打包，並交付予我們的客戶。

質量監控

各主要生產流程(特別是包括原材料檢驗、內層包裝材料檢驗、金屬探測、稱重、封口、殺菌及冷卻)均進行質量監控。

原材料及主要供貨商

主要原材料

生產我們產品所用的主要原材料包括新鮮水果、糖及包裝材料。我們亦於生產流程中使用金屬罐、塑料杯、玻璃瓶、密封薄膜、標籤、紙箱以及包裝物料等包裝材料。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，原材料(包括包裝材料)成本分別佔我們總銷售成本約85.1%、85.0%及86.2%。

業 務

下表載列我們於業績記錄期間的原材料採購總額分析：

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	人民幣千元	佔總購買量 百分比	人民幣千元	佔總購買量 百分比	人民幣千元	佔總購買量 百分比
新鮮水果						
– 桃	21,645	11.9	31,855	15.3	57,048	19.8
– 梨	31,132	17.1	24,485	11.7	37,691	13.1
– 草莓	8,493	4.7	13,641	6.5	21,492	7.4
– 蘋果	26,363	14.5	20,873	10.0	27,997	9.7
– 杏	5,979	3.3	5,356	2.6	6,659	2.3
– 葡萄	397	0.2	13,260	6.4	14,175	4.9
– 櫻桃	888	0.5	6,139	2.9	5,006	1.7
– 其他	1,051	0.6	1,216	0.6	2,968	1.1
小計	<u>95,948</u>	<u>52.8</u>	<u>116,825</u>	<u>56.0</u>	<u>173,036</u>	<u>60.0</u>
糖	17,071	9.4	15,245	7.3	20,135	7.0
包裝材料						
– 金屬罐	39,566	21.8	32,070	15.4	50,049	17.3
– 塑料杯	1,332	0.7	9,010	4.3	6,940	2.4
– 密封薄膜	1,432	0.8	4,537	2.2	3,577	1.2
– 標籤	3,335	1.8	3,754	1.8	4,325	1.5
– 玻璃瓶	1,817	1.0	590	0.3	4,258	1.5
– 紙箱及包裝物料	11,841	6.5	15,947	7.6	11,817	4.1
小計	<u>59,323</u>	<u>32.6</u>	<u>65,908</u>	<u>31.6</u>	<u>80,966</u>	<u>28.0</u>
其他 (附註)	<u>9,439</u>	<u>5.2</u>	<u>10,613</u>	<u>5.1</u>	<u>14,570</u>	<u>5.0</u>
總計	<u><u>181,781</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>208,591</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>288,707</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

附註： 其他包括生產用輔助材料及耗材。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止三個年度，我們購買新鮮水果的成本分別約為人民幣95.9百萬元、人民幣116.8百萬元及人民幣173.0百萬元，分別佔我們總採購原材料約52.8%、56.0%及60.0%。

業 務

新鮮水果

我們主要向多個中國獨立供貨商（主要位於安徽、山東及河北）採購桃、杏、蘋果、草莓、梨及葡萄等新鮮水果。

我們並無擁有任何農場，新鮮水果乃購自獨立供貨商。為確保我們農戶供貨商供應的水果的質量及食品安全，我們對農民供貨商實施管理系統。我們與農戶供貨商定期保持聯繫，以監控水果的收成期及質量。我們亦獲取農戶供貨商所用肥料及殺蟲劑的資料，以確保水果將達到食品安全標準。我們定期與農戶供貨商會面以取得價格及新鮮水果市場的最新資料。

糖

我們採購作生產用的糖的主要類型為白糖。

我們主要向中國獨立供貨商採購糖。我們董事認為糖乃一種可購自大量供貨商的商品，因此，我們並無與我們的供貨商訂立任何長期合同。我們向合資格供貨商購買糖。有關我們合資格供貨商的進一步資料，請參閱本節「我們的供貨商」一段。

包裝材料

我們的包裝材料主要為金屬罐、塑料杯、密封薄膜、標籤、玻璃瓶及紙箱以及包裝物料。我們主要向中國獨立供貨商採購包裝材料。我們就包裝材料按具體訂單與供貨商訂立採購合同。我們向合資格供貨商購買包裝材料。有關我們合資格供貨商的進一步資料，請參閱本節「我們的供貨商」一段。

採購

我們就我們的原廠委託製造代工產品及自家品牌產品採用相似的採購計劃。於最後實際可行日期，我們的採購部門直接向楊先生及孫先生報告，有3名員工。由於我們產品的主要原材料新鮮水果的供應受季節性影響及容易變壞，就新鮮水果我們一般並不保持高水平的庫存。一般而言，我們的客戶會向我們作出採購申請，包括其有意向我們購買的加工水果產品的規格及詳情，該等規格及詳情包括加工水果產品的標準、種類、價格、數量及交付時間。收到來自客戶的購買請求後，我們的採購人員將取得生產所需的新鮮水果及其他原材料的供應情況及價格信息。我們將根據新鮮水果及其他原材料的供應情況及價格以及我們的生產計劃，確定、談判及修改或拒絕客戶的購買請求。待我們確認 購買條款後，我們的客戶將正式向我們提交訂單，而我們將按訂單採購新鮮水果。

業 務

我們的生產部門根據客戶已確定的訂單或我們銷售部門制訂的銷售方案，將制定將要購買的原材料的種類及數量及其標準。原材料需求清單隨後將上交至我們的採購部門。所有原材料需求清單將整合至採購計劃以供我們任何一名執行董事批准。我們的採購人員其後會開始採購流程及向我們合資格供貨商清單上所列至少兩名供貨商要求提供報價，以取得我們生產所需原材料的最佳可得價格。

控制購買成本

鑒於屬我們主要原材料之一的新鮮水果是農產品，其價格會因為我們無法控制的因素而波動，這些因素包括相關年度的新鮮水果的產量及質量。過往年度的過往價格未必是可靠的參考。因此，我們一般不會預先與農戶供貨商固定新鮮水果的購買價格。

為加強控制我們主要原材料的購買成本，我們的採購員工定期從市場搜集數據及價格，並向我們的高級管理層彙報。我們根據所收集的資料，制訂主要原材料(如新鮮水果)的最高購買價單，該價單會按照我們的採購人員搜集的資料或供應市況的任何變動而不時予以檢討及修訂。我們的採購人員在與供貨商商談及釐定原材料的採購價格時必須嚴格遵守該最高購買價單，且不得作出任何超出最高購買價的採購。任何高於最高購買價的採購必須取得我們任何一名執行董事的批准。

我們財務部門負責進行市場調查、取得我們所購買原材料價格的更新數據以及每月至少兩次密切審查及監察我們的購買價格。

由於我們並無進行任何對沖活動或訂立任何期貨合約，以管理我們於業績記錄期的原材料價格波動，且並無計劃於可預見的未來訂立任何對沖活動，我們的政策是於預計原材料價格上升或供應短缺時，我們會相應地調整採購計劃、談判及修改或拒絕客戶的購買請求，以儘量減低價格及供應波動的風險。於業績記錄期間，因為我們在產品定價採用成本加成的基準，我們一般能將原材料價格增長轉移至我們的客戶，而我們的主要原材料價格並無出現重大波動。

業 務

原材料運輸

我們購買用作生產的原材料乃直接送到我們的生產設施及有關送貨的成本由我們的供貨商承擔。

我們的內部政策要求所有用作運輸供貨商原材料的車輛必須處於良好的功能及維護狀態。原材料由供貨商的車輛以公路運輸的方式送遞。為避免任何污染及保證原材料的質量，對於供貨商的車輛，我們要求供貨商於我們送遞的一周前提供車輛的運輸記錄，以確保車輛於早前一週並無運送任何化學品或化學產品。我們亦會檢查車輛的衛生、損壞情況以及防雨防雪罩及遮光罩。

我們的供貨商

一般而言，我們的原材料採購自我們位於中國的供貨商。我們主要向於安徽、山東及河北的生產設施鄰近的供貨商直接採購新鮮水果。我們對我們的農場主供貨商及其供應的新鮮水果進行嚴密監控。對於除新鮮水果外的原材料，我們存有合資格供貨商名單。於2014年12月31日，我們有176個合資格的原材料(除新鮮水果外)供貨商。就各類主要原材料而言，我們一般有至少兩名供貨商確保供應穩定以減少對單一供貨商的依賴。於業績記錄期間，我們所有五大供貨商與我們建立介乎三年至十二年的業務關係。

我們主要以現金交收方式向個別農場主供貨商進行採購。就其他供貨商而言，我們供貨商提供的支付條款視乎若干因素而定，包括我們與供貨商的關係及購買量的多少及通常我們的供貨商一般向我們提供30至60日的信貸期。如與新供貨商進行交易，彼等可能要求我們於交付貨品時付款。於業績記錄期間，我們主要以人民幣或美元通過現金、電匯或銀行票據結算我們支付予供貨商的款項。

我們於甄選供貨商時採用嚴謹程序。我們對供貨商進行實地視察。我們亦會評估供貨商的業務規模、法律地位、往績記錄、質量監控系統、價格、所提供的服務及滿足交付計劃的能力等不同方面。我們將對潛在供貨商進行獨立檢查。我們已成立供貨商評估團隊，由來自生產部門、質量控制部門及財務部門等部門的代表組成。評估團隊會安排人員對潛在供貨商進行現場評估。我們根據評估結果將該等潛在供貨商分為不同等級。

業 務

對於符合我們甄選準則的原材料(除新鮮水果外)供貨商而言，該等供貨商將成為我們的合資格供貨商及進入我們的合資格供貨商名單。我們一年內對合資格供貨商進行至少一次評估。評估包括原材料的質量、交付記錄及滿足交付計劃的能力。根據合資格供貨商於我們的年度評估中取得的分數，我們將合資格供貨商分類為不同類別。未能通過我們年檢的供貨商將被取消資格。

由我們的原廠委託製造代工客戶指定的供貨商將自動成為我們的合資格供貨商。

原材料於我們的生產設施交付。於原材料交付至我們的生產設施時，風險及所有權轉移至我們。於接收原材料作生產之用前，我們質量控制團隊的員工將根據特定的標準(如原材料的外表、衛生標準及化學物及雜質的含量)檢驗原材料並進行樣本檢測。未合符我們標準及國家標準的原材料被退回供貨商。對於新類型原材料或採購自新供貨商的原材料，我們通常將其用於小規模生產以判斷使用個別原材料供應所生產的產品是否於各方面都達到我們的要求，之後再決定是否繼續於生產工序中使用該種原材料。於業績記錄期間，我們並無向供貨商退回任何大額的原材料。

於業績記錄期間，我們在物色原材料替代供貨商方面並無出現任何重大困難且我們預期於可見的未來並不會就該方面出現任何困難。因此，我們並無與供貨商訂立任何長期供應協議。我們的主要原材料(新鮮水果)價格或會因為我們無法控制的因素而波動，且主要原材料的過往價格未必可作為預測其於不久將來的價格的參考。我們認為，我們並無與供貨商訂立長期協議有利於我們，並為我們帶來向提供更具競爭力價格的供貨商採購的靈活性，同時讓我們更快響應原材料的任何價格波動。

於業績記錄期間，我們與供貨商並無重大爭議，或我們的原材料供應並無中斷、短缺或延遲，以致可能重大不利影響我們的營運及財務狀況。

業 務

我們的五大供貨商

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們向五大供貨商採購的總額分別為約人民幣52.7百萬元、人民幣50.9百萬元及人民幣84.3百萬元，分別佔我們同期總採購額約29.0%、24.4%及29.2%，而我們向最大供貨商的採購額分別為約人民幣18.1百萬元、人民幣18.6百萬元及人民幣23.6百萬元，分別佔我們同期總採購額約10.0%、8.9%及8.2%。

我們董事、彼等各自的緊密連絡人士或據我們董事所知任何擁有我們已發行股份超過5%的股東於緊接[編纂]完成後於任何該等五大供貨商概無任何權益。

銷售、分銷網絡及客戶

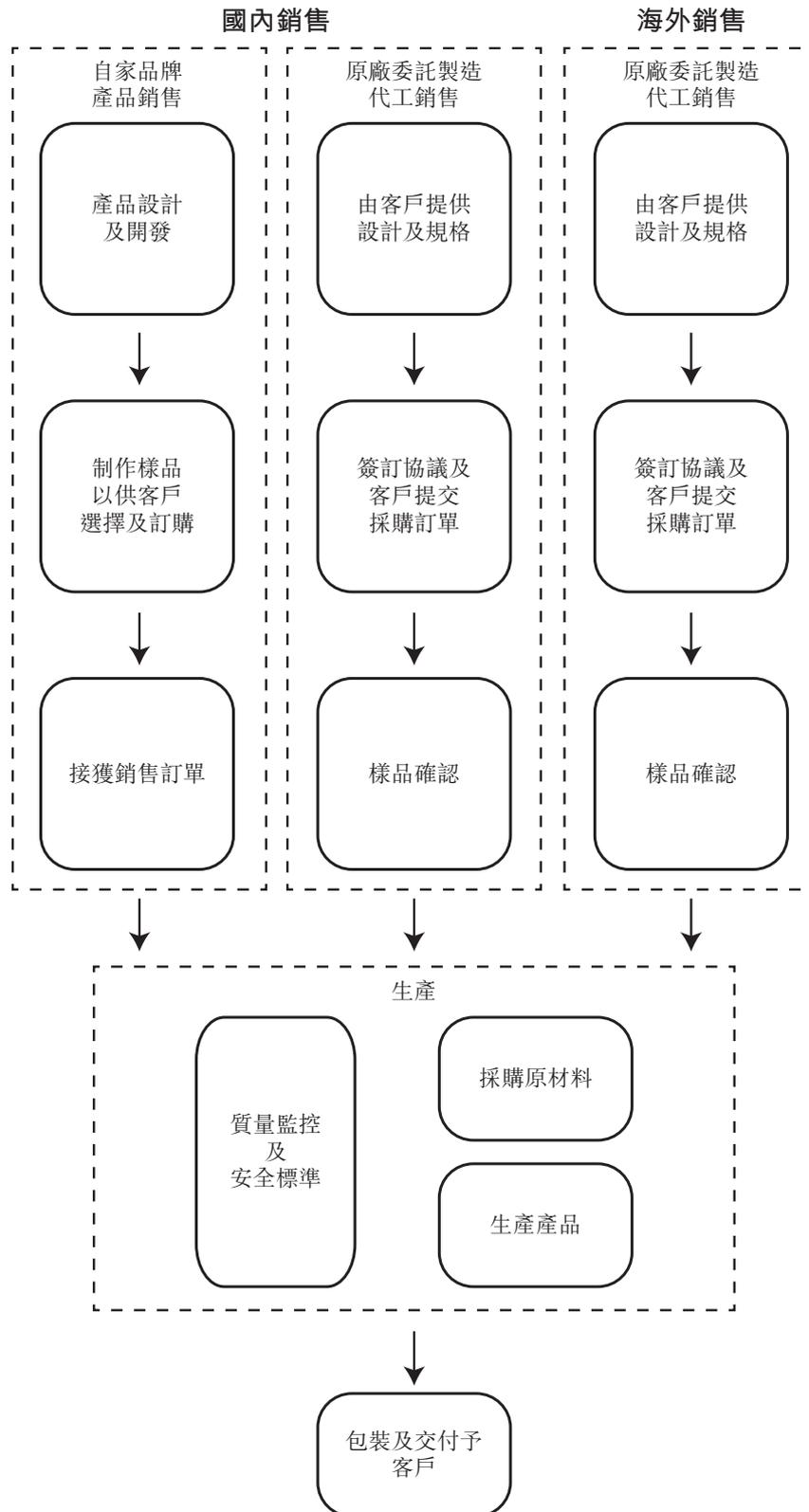
概覽

我們的銷售及市場推廣部門負責我們的銷售及市場推廣活動。於2014年12月31日，我們的銷售及市場推廣部門由22名員工組成。我們的銷售及市場推廣部門負責制訂我們的整體銷售及市場推廣策略、收集及分析市場數據，以及與我們客戶協商及落實銷售條款。我們的銷售及市場推廣部門為客戶提供銷售及售後服務。

於業績記錄期間，我們於中國出售我們的產品及出口我們的產品至海外國家。

業 務

我們加工水果產品的業務模式可概述如下：



業 務

下表列示於所示期間我們按主要地理區域分類的收益分析：

	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
國內銷售						
山東省	186,992	62.3	200,510	54.1	259,975	58.1
河北省	7,515	2.5	14,480	3.9	42,401	9.5
福建省	41,748	13.9	22,823	6.2	34,527	7.7
浙江省	4,647	1.5	47,181	12.7	34,332	7.7
北京	22,750	7.6	21,556	5.8	18,817	4.2
其他省份及城市	7,534	2.5	20,817	5.7	23,185	5.1
小計	<u>271,186</u>	<u>90.3</u>	<u>327,367</u>	<u>88.4</u>	<u>413,237</u>	<u>92.3</u>
海外銷售						
北美洲(附註1)	10,813	3.6	22,148	6.0	25,166	5.6
歐洲國家(附註2)	17,209	5.7	17,382	4.7	4,019	0.9
其他國家(附註3)	1,132	0.4	3,596	0.9	5,256	1.2
小計	<u>29,154</u>	<u>9.7</u>	<u>43,126</u>	<u>11.6</u>	<u>34,441</u>	<u>7.7</u>
合計	<u>300,340</u>	<u>100.0</u>	<u>370,493</u>	<u>100.0</u>	<u>447,678</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 北美洲包括加拿大及美國。
2. 歐洲國家包括英國、德國、法國及荷蘭。
3. 其他國家主要包括新西蘭、日本、南非及馬來西亞。

於業績記錄期間，我們與國內分銷商、貿易實體及(偶然情況下)零售商直接進行加工水果產品的所有國內銷售，而新鮮水果的銷售則主要與批發商進行。

業 務

於業績記錄期間，我們加工水果產品的國內銷售包括原廠委託製造代工產品及自家品牌產品銷售。原廠委託製造代工產品被出售予位於中國的貿易實體，而據我們的董事所知，貿易實體可能進一步出口該等原廠委託製造代工產品至海外國家。我們自家品牌產品被出售予位於中國的分銷商及(偶然情況下)零售商。分銷商將轉售我們的產品予其客戶，如次級分銷商及零售商。位於中國的零售商包括由個體所有者經營的零售店鋪。

於業績記錄期間，我們亦出售我們的加工水果產品至海外國家，包括加拿大、美國、英國、德國、法國、新西蘭、日本、南非、荷蘭及馬來西亞等等。我們所有的出口銷售均以原廠委託製造代工方式進行。

我們的海外客戶可能要求遵守若干有關質量、原材料要求、包裝及標籤佈局的既定標準。我們對海外客戶的銷售是根據離岸價基準運輸的。根據離岸價安排，我們負責安排將產品從我們的生產設施運送至中國的特定港口。根據國際商會發佈的國際商業用語，根據離岸價基準運輸的貨物的損失或損壞風險於貨物到達船舶甲板時轉移至買家，及買家從那一時刻起承擔所有費用。

於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，經我們的中國法律顧問確認，我們於所有重大方面均已遵守有關我們出口的所有適用中國法律及法規。據我們董事所知，我們已完成所有必要手續以從相關政府部門取得所有與我們大部分海外銷售相關及於我們出口產品之國家對我們適用的健康及食品安全批准、認證、登記或任何其他法律要求文件。

原廠委託製造代工產品銷售

概覽

我們自山東天同於2003年成立以來開始以原廠委託製造代工方式於國內銷售及銷售至海外國家。

業 務

下表列出我們的原廠委託製造代工方式向貿易實體銷售的標準步驟：



業 務

我們原廠委託製造代工產品的銷售安排

於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無就原廠委託製造代工產品與我們的客戶簽訂任何框架或長期銷售協議及我們的銷售是按每宗個案進行的。我們一般就原廠委託製造代工產品與我們的客戶簽訂銷售合約。銷售合約包括購買產品的種類、數量及價格及交付時間表的條款。

對於我們原廠委託製造代工產品的銷售，我們的客戶提供我們產品的規格及包裝及卷標要求及佈局。我們負責採購原材料(包括包裝材料以及標籤)，並承擔相關費用。我們亦負責安排將產品從我們的生產設施運送至客戶所特定的於中國的地點。對於以原廠委託製造代工銷售方式銷售我們的產品(其將被出售予海外國家)，貿易實體客戶會要求我們的產品質量符合《出入境檢驗檢疫的出口要求標準和進口國的進口要求》的要求而他們有責任遵守出口國家的相關法律、法規及規則。

自家品牌產品銷售

對於自家品牌產品在中國的銷售，分銷商及零售商會訂購我們產品目錄的產品。我們的客戶一般安排於我們的倉庫收取我們的自家品牌產品。我們產品的所有權及風險於我們的客戶收取產品時轉移至他們。

因我們於2012年才開始以自家品牌 (「天同時代」) 於中國銷售我們的產品，於業績記錄期間，我們並無建立任何綜合系統以管理及監督我們的分銷商及零售商。於2015年1月前，我們並無與任何分銷商訂立任何框架或分銷協議，因此，我們很難正式地管理及監察彼等的銷售及市場推廣活動。例如，我們中國分銷商可能向我們認為我們的分銷商或彼等的子代理集中度高的地區出售其產品。他們亦可能於同一地區分銷與我們產品形成競爭的其他產品。

我們業務策略之一乃增加我們自家品牌產品的國內銷售，我們預計未來的分銷商數量將增加。因此我們認為，建立有效的系統及措施以管理及監察我們的分銷商及中國分銷網絡非常重要。因此，自2015年1月起，我們已開始採用新的分銷權系統。

業 務

該新分銷權系統旨在實現以下主要目標。

- 評估現有分銷商，淘汰未能滿足新系統要求的分銷商以及與擁有更佳分銷能力的分銷商建立業務關係；
- 要求我們的分銷商與我們訂立分銷協議；
- 增加與我們分銷商的溝通及對其的控制；及
- 我們產品的銷售策略由總部集中處理。

甄選我們的分銷商

我們開發新分銷權系統以改進我們對分銷商的甄選。我們對現有分銷商進行評估，並擬與達到我們要求的各名分銷商訂立正式分銷協議。該分銷協議之詳情載於本節下文「我們分銷協議的主要條款」一段。我們不會繼續聘用未能達到新分銷權系統下要求的該等分銷商作為我們的分銷商。同時，我們亦與具有較佳分銷能力的新分銷商建立業務關係。

截至最後實際可行日期，我們有27名分銷商，其中20名已與我們訂立分銷協議。該20名分銷商中，其中8名於2014年12月31日為我們的分銷商。

於篩選分銷商時，我們一般會考慮以下因素：

- 分銷商的地理地區及覆蓋範圍
- 新地理分銷地區對我們現有分銷地區的影響
- 分銷商的經驗及過往記錄
- 分銷商的分銷網絡及銷售能力
- 分銷商的業務管理能力
- 分銷商的信譽及與我們業務策略的配合程度
- 分銷商分銷渠道的覆蓋度
- 分銷商經營及業務管理能力
- 分銷商的財務資源

業 務

我們分銷協議的主要條款

下表載列截至最後實際可行日期我們根據新分銷權系統與分銷商訂立的分銷協議的主要條款概要：

主要條款	概要
協議期限	最長一年
於指定地理區域以內分銷	是
指定分銷渠道	協議規定分銷商的分銷渠道。
指定產品／產品系列	是
售價	參考我們規定的定價政策。
銷售目標	有
最低購買量	不適用
最低供貨量	不適用
返利	有，惟分銷商須達成銷售目標。
產品退換	分銷商不應出售已超過質保期的產品。質保期內產品如被證實有質量缺陷，可退回予我們作更換。
未出售或過期產品退回	分銷商必須以新產品替換質保期於三個月內到期之產品。我們可按其零售價購買過期產品而分銷商則須承擔所有費用及損害。 分銷商應銷毀所有過期產品。
信貸期	最多60天
保密承諾	有

業 務

主要條款	概要
不競爭承諾	分銷商不應出售或分銷與我們產品構成競爭或可能構成競爭之其他產品。
其他承諾	分銷商應每季度向我們反饋資料，包括市場趨勢及競爭產品。
終止	倘分銷商出現以下情況，我們可終止分銷協議，情況包括： <ul style="list-style-type: none">– 於指定分銷區域以外出售我們的產品；– 惡意破壞我們的分銷網絡；及／或– 未能達到我們規定的網絡覆蓋率。

增加與我們分銷商的溝通及對其的控制

於業績記錄期間，我們並無指定我們的員工負責各分銷地區。根據新分銷權系統，我們已指派總部員工分別負責各個分銷地區，其須負責監督及監察分銷商的活動，以確保其遵守分銷協議的條款及遵循我們的政策及策略。我們亦向分銷商提供建議定價政策。我們所指派的員工將直接與分銷商溝通，並為其提供銷售支援。

管理我們的分銷商

我們要求指派的員工定期視察我們的分銷商，搜集我們產品的銷量、售價、存貨水平及銷售回報的資料。通過視察，我們力求確保我們的分銷協議的條款和條件已獲遵守。我們要求分銷商每月向我們提供產品的存貨水平，及連接其存貨管理系統，密切監察分銷商的表現。

於業績記錄期間，我們並未得知我們的分銷商大量囤積存貨。

我們根據以下因素，定期評估我們分銷商的表現：

- 改善整體銷售表現；
- 符合或超出銷售目標；
- 改善營運和業務管理能力；及
- 保持信譽可靠。

業 務

中央化運作架構

於業績記錄期間，我們位於中國山東省臨沂市的經營地點主要負責制定我們的整體分銷及銷售計劃及策略。我們將繼續加強新分銷權系統下的中央化管理。分銷條款談判、產品定價及交付時間表乃由我們總部進行及確定，且所有購買訂單均於同一經營地點集中處理及完成。

該中央化系統為我們提供了各分銷網絡的總體狀況、各分銷商的詳情（如其分銷地區及分銷渠道）、我們產品的類型及其各自的分銷定價以及各分銷地區銷售量等。

新分銷權系統與過往系統之主要分別

下表載列我們的新分銷權系統及於2015年1月之前採用的分銷商銷售安排之主要分別：

	新分銷權系統	於2015年1月之前採用的分銷商銷售安排
分銷協議	有	無。關係主要受相關購買訂單所載條款規管。
指定分銷地理區域	有，於分銷協議中指明	無
指定分銷渠道	有，於分銷協議中指明	無
售價	有，於分銷協議中規定作參考	並無指明
銷售目標	有，於分銷協議中指明	無
回扣	有，惟分銷商須達成銷售目標	無
退回未出售或過期產品	有，惟須屬分銷協議中指定的條件	無
不競爭承諾	有，於分銷協議中指明	無
終止事件	有，於分銷協議中指明	並無指明
中止分銷權	有，倘分銷商未能達到我們新分銷權系統的要求	並無指明

業 務

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。加工水果產品的國內銷售以原廠委託製造代工方式或以我們自家品牌作出。我們直接向中國貿易實體進行國內的原廠委託製造代工銷售。我們直接向分銷商及偶爾向零售商銷售我們自家品牌的加工水果產品。

我們的海外銷售包括加工水果產品並以原廠委託製造代工方式作出。我們的海外客戶包括海外的品牌所有人及貿易實體。於業績記錄期間，我們亦直接向相關客戶出售原廠委託製造代工產品。

有關於業績記錄期間我們主要客戶背景的進一步詳情，請參閱本[編纂]財務資料一節影響經營業績的主要因素－與我們主要客戶的關係一段。

下表載列我們於業績記錄期間按客戶種類劃分的收益分析：

	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： 供應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。

業 務

下表載列於業績記錄期間我們各類客戶的數目及變動：

	品牌所有人	貿易實體	分銷商 (附註)	零售商	批發商及 其他 (附註)	合計
於2012年1月1日	10	11	-	-	65*	86
年內增加	2	3	6*	12	34	57
年內減少	(4)	(3)	-	-	(25)	(32)
於2013年12月31日	<u>8</u>	<u>11</u>	<u>6*</u>	<u>12</u>	<u>74*</u>	<u>111</u>
於2013年1月1日	8	11	6*	12	74*	111
年內增加	8	5	3	11	29	57
年內減少	(3)	(1)	-	(7)	(6)	(18)
於2013年12月31日	<u>13</u>	<u>15</u>	<u>9*</u>	<u>16</u>	<u>97*</u>	<u>150</u>
於2014年1月1日	13	15	9*	16	97*	150
年內增加	13	6	8	6	5	38
年內減少	(6)	(3)	-	(5)	(8)	(22)
於2014年12月31日	<u>20</u>	<u>18</u>	<u>17*</u>	<u>17</u>	<u>94*</u>	<u>166</u>

附註： 我們其中一名客戶(以*標注)購買我們的新鮮水果及加工水果產品，我們視其為批發商且為分銷商。

品牌擁有人

品牌擁有人為按原廠委託製造代工方式就其自家品牌購買加工水果產品的客戶。於2014年12月31日，我們有20名品牌擁有人客戶。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，向品牌擁有人的銷售額分別約為人民幣12.7百萬元、人民幣30.2百萬元及人民幣28.8百萬元，分別佔我們同期總收益約4.2%、8.2%及6.4%。

貿易實體

貿易實體為按原廠委託製造代工方式購買加工水果產品的中國及海外企業及個人客戶。於2014年12月31日，我們有18名貿易實體客戶。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，向貿易實體的銷售額分別約為人民幣195.4百萬元、人民幣203.7百萬元及人民幣285.3百萬元，分別佔我們同期總收益約65.1%、55.0%及63.8%。據我們董事所知，我們的貿易實體客戶可能進一步出口產品至海外國

業 務

家或於中國出售我們的產品予品牌擁有人或其代理，而其一般於收到其客戶訂單後購買我們的產品。有關我們向貿易實體的原廠委託製造代工銷售的進一步資料，請參閱本節「銷售、分銷網絡及客戶－原廠委託製造代工產品銷售」一段。

分銷商

分銷商為於中國購買我們自家品牌加工水果產品的客戶。於2014年12月31日，我們有17名分銷商客戶。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，向分銷商的銷售額分別約為人民幣22.2百萬元、人民幣55.2百萬元及人民幣46.7百萬元，分別佔我們同期總收益約7.4%、14.9%及10.4%。我們的分銷商有權委聘次級分銷商或將我們的產品出售予零售商，有關我們自家品牌產品向分銷商國內銷售的詳情，請參閱本節「銷售、分銷網絡及客戶－自家品牌產品銷售」一段。

我們於業績記錄期間的所有分銷商均為獨立第三方，與本集團、股東、董事或其各自任何連絡人士並無任何過往或現時之僱傭關係。

零售商

於業績記錄期間，我們的自家品牌加工水果產品乃銷售予中國零售商。位於中國的零售商包括由企業或個體所有者經營的零售店。於2014年12月31日，我們有17名零售商客戶。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，向零售商的銷售額分別約為人民幣2.5百萬元、人民幣4.1百萬元及人民幣3.6百萬元，分別佔我們同期總收益約0.8%、1.1%及0.8%。

批發商及其他

於業績記錄期間，我們向中國批發商出售新鮮水果。我們亦向其他客戶出售(i) 速凍加工水果產品；(ii) 副產品杏核及(iii) 剩餘包裝材料。於2014年12月31日，我們有94名批發商及其他客戶。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，向批發商及其他客戶的銷售額分別約為人民幣67.5百萬元、人民幣77.4百萬元及人民幣83.2百萬元，分別佔我們同期總收益約22.5%、20.8%及18.6%。

定價策略及政策

我們的產品價格由原材料價格及勞工成本組成，乃一般按「成本外加費用」基準參照毛利率、市場需求、預計市場趨勢、過往銷售數據、我們競爭對手的產品價格等不同因素釐定。由於我們採取「成本外加費用」定價策略，我們的董事相信，我們一般可將原材料購買價的增幅轉嫁給客戶。我們按照該等因素及其他一般市況定期檢討及調整我們的價格。

業 務

信貸期及付款

我們的銷售經理及財務經理負責評估我們新客戶的信貸風險，確定向其提供的信貸期及信貸額度(如有)。我們已就我們的客戶採用信貸審批及評估程序。在每年年初，我們的銷售及市場推廣部門將對我們客戶的付款記錄進行評價，評價結果上交至銷售經理作審閱。於交付產品至未繳清之前訂單的已交付產品的全部貨款的客戶前，我們的財務部門將審閱該客戶的信貸額度。倘之前訂單的未付款金額及現時訂單的購買金額超出該客戶的信貸額度，則須徵求銷售經理及財務經理的額外批准，於給予批准前將考慮該客戶的財務狀況、付款記錄及市場地位等因素。我們的銷售團隊亦會將應收結餘與相關客戶的交易額對賬並每月向銷售經理提供應收款項報告。

我們通常根據客戶的業務規模、與其建立業務關係的長短及過往付款記錄等因素向彼等授出30日至60日的信貸期。

然而，我們可能根據具體情況考慮對若干客戶延長信貸期。我們的國內客戶一般以人民幣通過銀行轉帳結算我們的付款。我們的海外客戶主要以美元通過銀行轉帳結算我們的付款。於業績記錄期間，以美元計值的銷售額分別佔我們的總收益約9.7%、11.6%及7.7%。於業績記錄期間，我們並無採取任何安排對沖有關海外銷售的任何外幣波動。

於業績記錄期間，我們並無出現任何重大的客戶拖欠付款或壞賬情況，以致可能重大影響我們的財務狀況及經營業績。

交付及物流

我們主要以(i)離岸價格(FOB)方式及主要通過船運將產品交付予海外客戶，並(ii)通過陸路運輸將產品交付予國內客戶。我們一般委聘第三方物流服務供貨商，將產品由我們的生產設施或倉庫運送至出發港口或客戶指定的地點。

物流供貨商須對延遲交付、運輸過程中產生的產品損毀、損壞或損失承擔責任。就出口銷售而言，我們負責處理出口報關程序。我們已取得中華人民共和國臨沂海關發出的進出口收發貨人報關註冊登記證書。

業 務

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，聘用第三方物流服務供貨商的交付成本分別約為人民幣2.9百萬元、人民幣3.9百萬元及人民幣4.3百萬元，分別佔相關年度總收益的約1.0%、1.1%及1.0%。

我們的董事確認，於業績記錄期間，我們的產品並無於交付過程中出現任何重大中斷或損壞。

我們的五大客戶

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總額分別為約人民幣193.1百萬元、人民幣175.7百萬元及人民幣196.6百萬元，分別佔我們總收益約64.3%、47.4%及43.9%，而向我們最大客戶的銷售額分別為約人民幣47.9百萬元、人民幣56.9百萬元及人民幣51.2百萬元，於同期分別佔我們總收益約15.9%、15.4%及11.4%。我們董事、彼等的緊密連絡人士或據我們董事所知任何擁有我們已發行股份超過5%的股東於緊接[編纂]完成後於任何該等五大客戶概無任何權益。

同時屬我們客戶及供貨商之實體

於業績記錄期間，就我們董事所知及所信，十名我們的客戶亦為我們的供貨商。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們向該十名實體的銷售分別佔我們總收益約0.5%、1.3%及3.2%。同期，我們從該十名實體的購買量分別佔我們原材料總購買量約1.1%、3.4%及0.7%。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度向該十名實體銷售的毛利分別約為人民幣0.1百萬元、人民幣1.2百萬元及人民幣3.9百萬元，而同期毛利率分別為5.5%、30.7%及26.9%。截至2012年12月31日止年度向該十名實體銷售的毛利率較低，乃主要由於我們以具競爭力的價格向一名於德國的客戶出售我們的加工草莓產品以期開發德國市場，而該項交易產生虧損人民幣0.3百萬元。除該項於2012年的單筆交易外，截至2013年及2014年12月31日止年度向該十名實體銷售的毛利率與整體毛利率相若。基於其過往記錄及信用，我們向該十名實體授出最多60日之信貸期，與我們授予其他客戶之信貸期一致。就我們董事所知及所信，該等實體及其最終實益擁有人為獨立第三方。該十名實體主要從事新鮮水果及加工食品（包括加工水果產品）的批發及零售。

我們董事相信，市場參與者同時作為供貨商及客戶之情況於中國並非罕見。我們主要購買其新鮮水果以生產加工水果產品以及主要向其出售加工水果產品及新鮮水果以供其轉售該等產品。儘管若干該等客戶亦從事新鮮水果銷售，其未必能供應所有其客戶需要及偏好的水果種類，因此，其可能需要向我們購買若干其他類型新鮮水果。我們與該十名實體之銷售及購買條款乃按個別情況進行，且購

業 務

買及銷售並非互相聯繫，亦非互為條件。我們董事確認，於業績記錄期間，我們向該十名實體所購買之產品並無對該十名客戶出售。與該十個實體之交易條款與市場一致及與我們其他客戶及供貨商之交易相似。

質量監控

我們的金屬罐裝加工水果產品的質保期為最長3年，而塑料杯裝加工水果產品為最長18個月，玻璃瓶裝加工水果產品則為最長3年。由於我們不添加任何防腐劑以保存加工水果產品，我們的加工水果產品於生產流程中不被污染至關重要。因此，我們已從原材料及包裝材料檢驗、各生產流程直至成品儲存及交付的所有生產流程實施嚴格的監控制度。

於2014年12月31日，我們的質量監控部門由8名員工組成，由呂春霞女士主管。有關彼於水果加工行業之資格及經驗的進一步資料，請參閱本[編纂]「董事及高級管理層」一節。我們質量監控部門的大部分員工均於食品行業的質量監控方面有逾10年經驗。

我們已按照根據中國有關法律法規的要求制定質量控制體系及於整個生產流程實施質量監控措施。我們的質量監控團隊負責生產的整體質量監控及定期檢討對我們質量體系的實施。彼等負責識別任何質量監控問題，以及向生產團隊提供解決方案，以應對質量監控問題。我們亦會分派品質監控人員於各個主要生產階段檢查我們的產品，確保產品質量符合規定的質量標準。生產團隊成員及質量監控團隊須掌握有關生產及產品評估的相關知識及培訓，注意若干質量控制問題。

由於我們的高質量監控標準，我們獲頒發BRC (A+)、IFS食品(高級)、HALAL、QS、KOSHER及ISO22000。有關這些證書及獎項的進一步資料，請參閱本節「證書及獎項」一段。

原材料檢驗

我們已實施一套原材料監控制度，據此，付運至我們的生產設施的每批原材料均會經過抽樣檢測，以檢查其物理及化學特性，例如外觀，衛生標準及化學成份。根據我們的採購合同，我們有權將任何有缺陷的原材料退回供貨商，而其須負責所產生的成本。所有內層包裝材料均被檢查及檢驗。我們亦實施有關原材料儲存的政策，其中包括保存期、儲存溫度以及通風及濕度規定。

業 務

我們亦實施有關原材料運輸的政策。有關該等政策的進一步資料，請參閱本節「原材料及主要供貨商－原材料運輸」。

生產流程檢驗

我們的生產流程的各個階段由質量監控人員嚴密監控。我們的質量監控部門負責確保(a)我們的員工遵循我們的生產程序指引；(b)加工水果產品大小及重量維持穩定；(c)我們的產品不受污染；及(d)我們的產品符合我們原廠委託製造代工客戶、我們內部指引及中國政府制訂的質量、衛生及食品安全標準。特別是，我們所有產品於裝罐前也經過金屬探測程序，以確保產品的食品安全。

我們對各主要生產流程（特別是原材料檢驗、內層包裝材料檢驗及殺菌、金屬探測、稱重、封口、殺菌及冷卻程序）實施質量監控。

我們的加工水果產品的生產涉及洗滌、清潔及預煮新鮮水果以及加入湯料，這些過程都需要用水。我們有嚴格的措施控制我們生產用水的質量。我們已建立一個供水系統專門用作生產。所有我們生產所用的水必須符合GB5749標準，我們的質量控制人員必須每日對水進行測試以確保水符合該標準。GB5749標準是衛生部和國家標準化管理委員會發佈的《生活飲用水衛生標準》項下規定的飲用水標準。對生產供水系統、各排水口及儲存罐亦有定期清洗。

此外，我們的生產車間採用嚴格衛生及安全標準，防止產品受到污染。我們要求我們的生產人員每日須於生產前及生產後使用指定的清潔劑及消毒劑對我們的生產車間進行清洗及消毒。所有廢料當日定時清理。嚴格要求一條生產線一次只能用作生產一種產品。所有僱員於進入生產車間前須嚴格遵守消毒程序，穿戴工帽、制服、手套、單靴及除下所有飾品。

製成品檢驗

各批製成品會經抽樣檢測及查驗，以確保妥為封口、其標籤及包裝統一及已符合相關質量標準。就金屬罐裝加工水果產品而言，我們的內部指引規定，罐頭加工水果生產後必須以穩定的狀態存儲至少10日，以檢測容器是否已妥為封口。

業 務

應對客戶投訴及反饋

我們的政策規定，所有客戶或消費者投訴及反饋均須於接獲投訴後及時處理。所接獲並經處理後的投訴將呈交相關部門進行分析，以儘快改善及解決不足之處，從而提升客戶滿意度。我們的客戶有權拒絕接收不符合客戶規格的產品。銷售及市場推廣部門亦須列出有關投訴的原因的詳情、如何解決投訴及防止類似事件再次發生的預防措施。於業績記錄期間，我們並未經歷任何有關產品質量的重大投訴或重大產品退貨事件或因產品質量問題而回收產品或任何重大產品責任索償。

產品退回政策

於我們的客戶交付時及經我們檢驗及批准後，我們受理任何次貨及受損貨品的退換。我們將就任何向我們退回的次貨或受損貨品，向我們的客戶退回相關購買款項，或以新貨品更換次貨或受損貨品。

於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無遇到就產品質量的任何重大投訴或重大產品退回或於交付時因為產品質量的缺憾或損壞所致的產品回收或任何重大產品責任申索。

存貨管理

我們的存貨主要包括原材料、速凍加工水果產品及製成品。我們已實施有效的存貨控制制度，要求各功能部門(包括採購、生產、財務及存貨管理部門)緊密合作。我們密切監控存貨水平，以滿足我們的生產需要並將存貨浪費降至最低以及避免存貨廢棄。

原材料

我們的存貨水平主要取決於生產需要及我們所接獲的訂單，我們一般維持最低水平的新鮮水果庫存。

於收成季節期間，我們一般於新鮮水果運送至我們的生產設施的同一日將其用作生產。作為減低季節對新鮮水果供應的影響的措施之一，我們於收成季節冷凍若干種類的經加工新鮮水果以於其他季節將其用作生產原材料。該等速凍加工水果產品的存貨水平基於過往銷售量及預期增長。

對於常用的糖及包裝材料，我們通常維持約少於一個月的存貨水平以維持生產需要。

我們使用原材料採取先入先出的方針。我們透過定期檢查質量及數量，持續監察我們的存貨水平。此外，我們的採購人員與生產人員緊密合作，以制定採購計劃及預算。

業 務

製成品

因為我們通常根據客戶提交的已確定訂單進行生產，我們一般不會維持很高的製成品存貨水平。

於2012年、2013年及2014年12月31日，製成品存貨分別約為人民幣41.2百萬元、人民幣22.5百萬元及人民幣31.4百萬元。

倉庫管理

由於我們的主要原材料新鮮水果容易變壞，以及我們需要確保其他原材料、包裝材料及製成品不受污染，我們將各類原材料及製成品儲存於倉庫的不同區間並有清晰標記及完善記錄。我們的倉庫管理政策亦對溫度、通風及濕度等有規定。

研發

我們的研發團隊以往屬質量控制部門的一部分。鑒於我們的持續發展及擴張，我們認為強勁的研發能力很重要。於2014年10月，我們的研發團隊從質量控制部門分離，成為我們組織架構部門之一。於2014年12月31日，研發團隊包括六名員工，由呂春霞女士主管。我們研發部門的大部分員工於水果加工行業均有逾五年的經驗。

我們成功通過持續的研發努力擴大我們的產品種類。我們的產品開發流程注重質量，並以市場為主導，專注於提升及擴大我們的現有產品線，包括質量改進及引入新口味及口感，以及識別新產品以應對終端客戶的喜好。我們的研發團隊倚賴我們銷售及營銷團隊定期提交的市場研究報告，銷售及營銷團隊搜集有關我們加工水果產品的市場數據。為迎合我們客戶的口味及喜好，我們的研發團隊持續開發多種不同質感及口味的產品。我們邀請部分員工及客戶作為該等新開發樣品的品嘗員，彼等將投出最喜愛樣品並提供意見。根據其反饋，我們的研發部門將對樣品的口味及／或質感作出相應調整。最受歡迎樣品其後將作為新產品推出市場。

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年最後一個季度正式推出市場。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的研發開支分別約為人民幣0.2百萬元、人民幣0.4百萬元及人民幣0.6百萬元。

業 務

營銷及推廣

截至2014年12月31日，我們的銷售及營銷部門包括22名員工，彼等主要負責與現有客戶溝通、協助為客戶提供售後服務、推行我們的營銷策略、監督營銷及推廣活動，以及搜集有關我們產品的市場反饋。

我們自2012年起以自家品牌（「天同時代」）出售自家產品。為了提高品牌知名度及我們的產品銷路，我們進行了一系列營銷及推廣活動，包括投放戶外廣告。

我們計劃投放更多資源及力量，營銷及推廣我們的品牌和自家品牌產品。我們已聘請市場顧問，協助我們制訂本集團的整體形象及定位。我們計劃推廣各個獨立品牌項下不同類型的自家品牌產品。我們將透過電視、互聯網、店鋪展覽、印刷媒體、戶外廣告牌、報章雜誌等廣告活動，增加我們品牌的公眾認知度和知名度。

此外，我們將繼續參與多個國內及國際貿易展及食品展，以使潛在買家更能注意到我們的產品、收集市場動向及消費者愛好的最新消息，以及物色其他潛在的出口商機。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們的廣告成本分別為人民幣0.7百萬元、人民幣70,000元及人民幣0.6百萬元，分別佔我們同期銷售及分銷總開支的8.4%、0.7%及5.5%。

認證及獎項

認證

下表載列我們最新獲頒發的主要認證。因該等認證，我們的產品可以出售至海外市場：

頒發日期	認證	頒發機構及國家	到期日
2013年10月10日	ISO 22000:2005/GB/T 22000-2006	Moody International Certification Limited T/A Intertek, 英國	2015年11月14日
2014年3月17日	Kosher認證	OK Kosher Certification, 美國	2015年3月31日 (附註)
2014年9月1日	Global Standard for Food Safety Issue 6: July 2011, Grade A+ (BRC A+)	Intertek Certification Limited, 英國	2015年10月20日
2014年9月3日	IFS Food Version 6. April 2014 at Higher Level	Intertek Certification GmbH, 德國	2015年11月1日
2015年2月8日	HALAL證書	中國山東省伊斯蘭教協會	2016年2月7日

附註：該認證正在續訂中。

業 務

獎項

下表載列我們獲頒發的主要獎項：

頒發日期/年份	證書	頒發機構	到期日
2007年9月	農業產業化市重點龍頭企業	臨沂市人民政府	不適用
2010年6月	山東省農業產業化重點龍頭企業	山東省農業廳	不適用
2010年11月	中國質量誠信企業	中國出入境檢驗檢疫協會	不適用
2010年12月	全國農產品加工示範企業	中華人民共和國農業部	不適用
2010年	食品衛生等級A級單位	山東省衛生廳	不適用
2014年1月	二零一三年度明星企業	山東臨沂河東工業園區(臨沂臨空經濟區) 黨工委、營委會	不適用
2014年5月	2013年中國罐頭行業最具發展活力與 潛質企業	中國罐頭工業協會	不適用
2014年7月8日	Workplace conditions assessment - Achievement Award	Intertek Certification Limited	2015年7月7日

業 務

市場及競爭

根據弗若斯特沙利文報告，中國罐頭水果市場非常散亂，有超過1,000間罐頭水果生產商，但其中僅有少數品牌能夠覆蓋全國，而按罐頭水果銷售收益計算，於2013年並無個別中國罐頭水果生產商的市場佔有率超過5%。儘管於中國建立及經營加工水果產品生產業務的門檻相對較低，我們的董事相信，於加工水果產品市場取得成功的關鍵包括以下因素：(i)受認可的質量監控系統；(ii)原材料供應穩定；(iii)龐大的分銷及銷售網絡；(iv)龐大的資金投入；(v)強大的產品開發能力及(vi)品牌認可。

我們清楚我們面臨來自國際品牌的競爭，其擁有比我們更多的財務、產品開發及人力資源以及品牌更受認可。但是我們相信，我們能夠於水果加工市場保持競爭力，乃因為我們擁有(i)主要原材料新鮮水果的穩定供應；(ii)受認可的質量監控系統以保持我們產品的高度衛生及食品安全標準；及(iii)經驗豐富的管理團隊，由董事及高級管理層組成。請參閱本[編纂]「行業概覽」一節「中國罐頭水果市場之競爭格局」一段及「業務」一節「我們的競爭優勢」一段瞭解進一步詳情。

保險

我們購買多份保險保障我們的財產，包括我們的樓宇、汽車、固定資產、機器設備及製成品。

於最後實際可行日期，我們就部門銷售購買產品責任保險。經我們的中國法律顧問確認，根據中國法律，我們毋須購買任何產品責任保險。我們認為，購買該保險在中國並非一般行業慣例。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們支付的保費分別約人民幣66,000元、人民幣62,000元及人民幣53,000元。

我們相信，我們的投保範圍對我們的業務而言乃屬充分，且符合行業慣例。於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無提出或遭受任何重大保險索償。

環境保護

我們受中國國家及地方環境法律、法規及法則所規限，包括(其中包括)《中華人民共和國環境保護法》。經我們的中國法律顧問確認，除適用於中國所有生產商的特殊法律或監管規定外，我們毋須遵守任何特殊法律或監管規定。

業 務

我們在生產過程中產生之主要廢料為廢水、固體廢物、塵埃及噪聲。為確保我們的生產符合適用中國環保法律及法規，我們已採取下列環保措施：

- 於生產過程中產生的廢水已於排放前經我們的廢水處理設備處理；
- 我們自2014年12月起於生產設備中使用燃氣鍋爐，目標為能夠達到「零排放」水平；及
- 我們通過具備相關資格的第三方廢物處理公司處理我們的生產廢料。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止三個年度，我們遵守適用環保法律及法規的成本分別約人民幣20,000元、人民幣20,000元及人民幣20,000元。展望未來，我們預計於不久將來將根據不斷擴充的產能及額外工作室產生越來越多的成本金額，並受適用環境法律及法規可能出現的任何日後變動所影響

我們董事相信，我們已採取有效措施防止和控制對環境造成污染。我們中國法律顧問確認，於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，本集團已於所有重大方面遵守中國相關環境法律及法規，且並無因未能遵守適用的環境法律和法規而被處以任何懲罰。

職業安全

我們須遵守中國有關勞工、安全及工作相關意外的法律及法規。我們為在我們的生產設施工作的僱員提供安全保護，包括向我們的員工分發工作防護裝備。我們已實施安全指引及載有生產過程安全措施的操作手冊。我們還為僱員提供工作安全培訓課程，確保我們的全體僱員均知悉我們的安全程序與政策，其中包括安全管理指引、緊急情況、設備及機器的正確操作方法及用法以及意外通報條例。

我們董事確認，於業績記錄期間，直至最後實際可行日期，我們並無遇到將對我們營運產生重大不利影響的任何事件或投訴。

經我們的中國法律顧問確認，於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守中國工作場地安全監管規定。

業 務

僱員

於2014年12月31日，本集團在中國合共有640名僱員。下表載列於2014年12月31日本集團按職能劃分的僱員分佈。

	僱員人數
高級管理層	3
人力資源及行政	17
生產	570
質量監控	8
採購	3
銷售及營銷	22
研發	6
庫存管理	4
財務	7
總計	640

當我們作出錄用決定時，我們考慮多個因素，如我們的業務策略、發展計劃、行業趨勢及競爭環境。我們根據多個因素招攬僱員，如工作經驗、教育背景及職位需求。我們向所有僱員支付固定薪金，且可能根據彼等的職位及表現授予其他津貼及佣金。

我們認為，能夠招募及挽留經驗豐富及嫺熟的勞工對我們的增長及發展而言至關重要。我們為新僱員提供培訓，該等培訓涵蓋我們業務的各個方面，包括有關生產機器及設備操作的知識、安全檢查，以及本集團的內部監控制度。除了為員工提供接受在職培訓的機會外，我們致力為員工營造和諧溫馨的工作和生活環境。

於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們相信我們的工作環境及提供予我們的僱員的支持及福利，對維持我們與僱員的良好關係作出正面貢獻，我們並無經歷任何罷工、勞資糾紛或其他勞工糾紛，重大不利干擾我們的運營。

社會保險供款

根據適用中國法律法規所規定，我們須為中國僱員參加社會福利計劃，根據

業 務

僱員的實際薪酬而提供退休金保險、醫療保險、工傷保險、生育保險及失業保險。進一步資料請參閱本節「違規」一段。

住房公積金

我們亦須根據適用中國法律及法規基於僱員的實際薪酬而向我們於中國的僱員提供社會福利計劃，包括住房公積金及住房福利。進一步資料請參閱本節「違規」一段。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們分別產生員工成本(不包括董事薪酬)約人民幣18.9百萬元、人民幣23.5百萬元及人民幣28.8百萬元。

知識產權

我們生產程序方面的生產技術對我們的成功至關重要。我們尚未就生產知識技術申請註冊專利，原因是其未必能於不向公眾披露詳情的情況下取得專利。

我們與高級管理層及技術員等若干僱員訂立保密協議及不競爭協議。該等協議一般要求該等僱員對有關我們技術、專利、經營及商業秘密的資料嚴格保密，並限制其於受僱期間及之後以及有關資料成為公眾資料前從事與我們業務構成競爭或相似的任何業務。

截至最後實際可行日期，我們已註冊三個中國商標及申請九個中國商標及一個香港商標。有關我們知識產權的進一步詳情，請參閱本[編纂]附錄五「本集團的知識產權」一段。

據我們董事所知，截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度及截至最後實際可行日期，我們並無侵犯亦並無被指稱侵犯由第三方擁有的任何知識產權，及我們並無受到任何針對我們的重大知識產權索償或涉及任何重大知識產權糾紛。

業 務

物業

我們的現有生產設施位於中國山東省臨沂市的一塊土地（「土地」）上，總佔地面積約為106,312平方米，包括生產設備、配套設施、辦公室、宿舍及飯堂（「生產設施」），總建築面積約為41,228.7平方米（土地及生產設施統稱「物業」）。

於業績記錄期間，我們向遠宇（本公司關連人士）租用物業。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們向遠宇所支付的租金金額分別為人民幣2.8百萬元、人民幣2.8百萬元及人民幣2.8百萬元。根據物業估值師仲量聯行企業評估及諮詢有限公司，我們於業績記錄期間就物業向遠宇所支付的租金相對中國類似地區的類似物業而言屬公平合理，租期由2010年1月16日起。

於2015年3月19日，我們與遠宇訂立一項土地及物業轉讓協議，據此遠宇已同意向山東天同轉讓物業，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。於最後實際可行日期，我們正在就物業取得土地使用權證及建築所有權證，且我們董事預計將於[編纂]前取得有關證書。我們的中國法律顧問已確認，完成所有程序要求後就我們取得土地使用權證及建築所有權證並無重大法律障礙。

有關我們開發中或有待收購的物業權益的進一步資料，請參閱本[編纂]附錄三所載的物業評估報告。

執照及許可證

於最後實際可行日期，經我們的中國法律顧問確認，本集團各成員公司於所有重大方面已取得就其各自業務必要的所需政府執照、許可證及證書及重續，本集團於所有重大方面已遵守中國所有適用法律及法規。

業 務

以下為本集團目前持有的主要政府執照、許可證及證書：

執照／許可證	發證機關	簽發日期	屆滿日期
工業產品生產許可證(食品)	山東省食品藥品 監督管理局	2014年11月14日	2017年11月13日
出口食品生產企業 備案證明	山東出入境檢驗檢 疫局	2012年9月29日	2016年9月28日
對外貿易經營者 備案登記表	對外貿易經營者 備案登記	2011年10月11日	不適用
中華人民共和國海關報關 單位註冊登記證書	中華人民共和國 臨沂海關	2015年1月16日	不適用
山東出境水果果園註冊 登記證書	山東出入境 檢驗檢疫局	2013年2月6日	2016年2月5日
山東出境水果包裝廠註冊登記 證書	山東出入境檢驗檢 疫局	2013年2月6日	2016年2月5日
排污許可證	臨沂市環境保護局	2014年4月26日	2015年4月26日

業 務

法律訴訟

於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，據我們作出合理查詢後所知，我們或任何董事並無任何尚未了結或面臨對我們的經營、財務狀況、經營業績及聲譽有重大不利影響的訴訟或仲裁。

違規事件

除下文所披露者外，我們於業績記錄期間及截至最後實際可行日期已在所有重大方面遵守適用於我們的法律法規。下表載列我們於業績記錄期間違規事件的詳情：

未在有關部門註冊及未對社會保險基金作出全額繳費

事件

於業績記錄期間，我們的一間中國附屬公司並無就社會保險基金按時在有關部門註冊，及我們的兩間中國附屬公司並無按僱員的實際薪金為其全體僱員對社會保險基金作出全額繳費。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們就社會福利計劃實際支付之金額與我們根據規定供款要求須支付之金額之差額分別約為人民幣3.4百萬元、人民幣3.9百萬元及人民幣5.4百萬元。我們相信，該等社會保險基金供款不會對本集團的業務及運作造成重大不利影響。

原因

這項違規主要是由於我們的僱員對社會保險計劃的接受程度不同。

有關懲罰的法律及法規：

根據《中華人民共和國社會保險法》，倘我們未能及時註冊，有關部門可責令我們於規定期限內註冊，及可能責令我們於規定期限根據僱員的實際工資支付社會保險基金供款的差額，及我們可能被處以罰款，等同於從有關保險基金成為應付之日期起每日差額的0.05%。若我們於規定期限內未能作出所要求的付款，我們可能被處以逾期金額一至三倍的罰款。

業 務

整改行動及對本集團影響：

我們已於2015年3月19日從有關當地社會保險基金主管部門取得確認，表明我們的中國附屬公司並無處以罰款。我們的中國附屬公司已於2015年2月2日到有關當地社會保險基金部門登記。我們已自2015年3月起根據有關法律法規對社會保險基金作出全額繳費。

防止再犯的適當措施：

為糾正這種違規，我們將繼續就社會福利計劃與僱員溝通，並按適用中國法律及法規所規定的標準為我們的僱員作出社會福利計劃供款。審核委員會將每月審閱是否已按《中華人民共和國社會保險法》對所有員工作出社會保險供款。我們的執行董事楊先生及孫先生將定期審閱社會保險供款記錄。

我們將考慮建立內部監控團隊以確保我們於未來遵守相關法律及法規，及進一步提高我們的內部監控措施。審核委員會將負責監察整個本公司內部監控系統，並於有需要時直接向股東及董事報告。

我們將考慮於中國僱用一間合資格律師事務所作為我們的外部中國法律顧問，並向我們的董事、高級管理層成員及僱員提供相關培訓以使其了解最新的中國法律及法規。

未在有關部門註冊及並無對住房公積金作出任何繳費

事件

於業績記錄期間，我們的兩間中國附屬公司並無就住房公積金在有關部門註冊及並無為其僱員對住房公積金作出任何繳費。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們須根據規定供款要求而支付的住房公積金供款分別約為人民幣1.0百萬元、人民幣1.2百萬元及人民幣1.7百萬元。我們相信，該等住房公積金金額不會對本集團的業務及運作造成重大不利影響。

原因

這項違規乃主要由於部分僱員認為其未必能受益於住房公積金，且其並不願意參與住房公積金供款計劃並作出屬於其部分的供款。

業 務

有關懲罰的法律及法規：

根據《住房公積金管理條例》，有關部門可責令我們於規定期限內註冊及為其僱員設立住房公積金戶口，而倘我們未能做到，則有關住房公積金部門可對我們作出人民幣10,000元至人民幣50,000元之罰款。有關住房公積金當局亦可責令我們有關中國附屬公司於規定期限內支付未繳付的住房公積金。若我們的中國附屬公司未能支付，有關住房公積金可向有關中國法庭申請強制執行未支付金額。

整改行動及對本集團影響：

我們已於2015年3月13日從有關當地住房公積金主管部門取得確認，表明我們的中國附屬公司並無處以罰款。我們已自2015年3月起根據相關法律及法規向住房公積金全數供款。我們的中國附屬公司已於2015年2月3日到相關當地住房公積金部門登記。我們已自2015年3月起根據相關法律法規作出住房公積金全數供款。

防止再犯的適當措施：

為糾正這種違規，我們將繼續就住房公積金與僱員溝通，並按適用中國法律及法規所規定的標準為我們的僱員作出住房公積金供款。審核委員會將每月審閱是否已按《住房公積金管理條例》對所有員工作出住房公積金供款。我們的執行董事楊先生及孫先生將定期審閱住房公積金供款記錄。

我們將考慮建立內部監控團隊以確保我們於未來遵守相關法律及法規，及進一步提高我們的內部監控措施。審核委員會將負責監察整個本公司內部監控系統，並於有需要時直接向股東及董事報告。

我們將考慮於中國僱用一間合資格律師事務所作為我們的外部中國法律顧問，並向我們的董事、高級管理層成員及僱員提供相關培訓以使其了解最新的中國法律及法規。

經考慮導致披露於此之違規事件的事實及情況、我們中國法律顧問之意見、有關整改行動以及上述之持續合規措施後，我們的董事認為，本集團已有足夠合適的內部監控程序，而該等過往違規情況並無影響董事根據[編纂]第3.08及3.09條擔任上市發行人董事的合適性及本公司根據[編纂]第8.04條進行上市的合適性。獨家保薦人基於上述相同標準認同我們董事的觀點。

業 務

風險管理及內部監控

我們致力設立我們認為適用於管理業務營運風險的風險管理及內部監控系統，且我們致力監察該等系統的成效及就業務增長所需改良該等系統，以維持成效。我們已於多個業務經營範疇設立監控系統。以下為我們於業務經營所面對的主要風險及我們已採取或計劃採取以管理該等風險的相關內部監控措施。

已識別的主要風險

我們的風險管理措施及程序

對分銷商控制力有限

- 我們根據多項因素挑選經銷商及評估其表現，包括其經銷渠道的覆蓋範圍、其他產品的近期銷售表現、倉儲設施、交付能力、經營及業務管理能力、信譽及與我們業務策略的配合程度。
- 我們負責各分銷地區的指派員工將對我們的分銷商進行定期檢查。
- 我們僅按逐次基準向我們的經銷商授出信貸期限或信貸款項並持續監察我們的應收款項結餘。

財務申報

- 任何有關會計政策的違規事件均可能導致財務報表的錯誤。我們採取三個步驟以管理財務申報風險：(1) 採納會計政策；(2) 實行政策；及(3) 檢討實施結果。我們的財務部門制定會計政策。我們有一套有關編制月度管理帳目的合適結帳指引。我們的財務部門審閱按指引編制的管理帳目。

知識產權的保護

- 我們與僱員訂立保密協議，僱員需承諾於受雇期間及之後保守商業機密。

業 務

職業安全

- 我們將套用我們品牌的假冒產品的存在情況告知相關中國政府部門並與其合作，且要求採取適當措施保障我們的權利。
- 我們已根據該等法規實施安全指引並要求我們的所有僱員嚴格遵守該等指引。
- 我們對我們的生產設備定期進行安全檢查，以確保生產設備經過全面測試及安全使用。
- 我們要求生產設備的操作人員參加有關規定安全標準的培訓課程。
- 我們向僱員定期提供工作場所安全培訓及內部健康與安全手冊。

我們的業務及行業面臨眾多其他風險。有關其他詳情，請參閱本[編纂]「風險因素」一節。

企業管治

本公司深明良好企業管治對管理及內部監控程序的重要性，並將採納下列措施保障股東的利益：

- 細則規定，除若干極少數情況外，董事不得就批准彼或其任何連絡人士擁有重大權益的合約或安排或任何其他建議的決議案投票，且有關董事亦不會計入出席會議的法定人數內。因此，我們的控股股東不得就涉及其本身或其任何聯屬人士的任何建議投票，亦不會計入法定人數內；
- 我們致力達到董事會內執行董事與獨立非執行董事的比例應保持平衡的原則。我們認為我們的獨立非執行董事均具備充足能力，並無涉及任何對其作出獨立判斷有重大影響的業務或其他關係，且能夠提供公平公正的外部意見，保護股東的利益；

業 務

- 我們已設立審核委員會，以審閱及監督本集團的財務申報過程及內部控制系統。審核委員會包括三名成員，即曾苑威先生、梁仲康先生及許蓉蓉女士。曾苑威先生將擔任委員會主席。有關該等委員會成員的資歷及經驗，請參閱本[編纂]「董事及高級管理層」一節。我們已根據及編制符合[編纂]附錄14所載的職權範圍；
- 我們擬確保我們與關連人士擬進行的任何交易遵守上市規則第14A章有關公告、申報及獨立股東批准(如適用)之規定；
- 倘我們的獨立非執行董事認為有必要或適宜，彼等可就任何有關不競爭協議的事宜或控股股東可能轉介我們的任何業務機會聘用專業顧問提供意見，費用概由本公司承擔；及
- 我們已根據[編纂]第3A.19條委任國泰君安融資有限公司為我們的合規顧問。進一步詳情請參閱本[編纂]「董事及高級管理層」一節。