


## 業 務

### 概覽

我們主要從事生產及銷售以金屬罐、塑料杯及玻璃瓶包裝的加工水果產品<sup>附註</sup>，而我們的經營主要位於中國山東省。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並注入糖水、清水或果汁。

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，包括兩個車間及六條生產線，可通用於生產不同包裝的產品。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

附註： 我們的加工水果產品為固體加工水果產品，尤其是罐裝水果產品，不包括其他類別的固體加工水果產品，例如水果蜜餞、果醬及水果乾產品。

---

## 業 務

---

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][編纂]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複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、山東及河北省）的第三方供應商採購新鮮水果。我們主要從中國供應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，我們已獲授BRC(A+)、IFS食品(高級)、HALAL、QS、KOSHER及ISO22000認證。

### 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題方案及HACCP方案，涵蓋質量要求、產品規格及每個

---

## 業 務

---

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題方案及HACCP方案生產每一件產品。

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本集團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，我們主要從中國供應商(大部分位於安徽、山東及河北)獲得我們的主要原材料—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資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，山東是中國最大的蘋果、梨及草莓供應基地之一。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供應商之一。

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，從而應對終端客戶喜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。我們的執行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



---

## 業 務

---

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、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，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，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已於2015年4月推出市場，而水果泥計劃於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。水果霜以塑料杯包裝，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，因而增加我們自家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，以充分利用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，同時以更有效率的方式，密切管理彼等的活動，例如避免我們的分銷商集中於同一地區或分銷商於同一地區之間競爭激烈。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。

### **透過第三方網上購物平台銷售，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台銷售我們的加工水果產品。

---



## 業 務

---

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台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，透過網上購物平台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，我們已註冊商標及已開始於中國以我們的自家品牌

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，我們有五條正在運作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若干生產程序，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][編纂]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資料，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間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 人民幣千元	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益 百分比(%)	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益 人民幣千元	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益 百分比(%)	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益 人民幣千元	我們的加工 水果產品銷 售應佔收益 百分比(%)
<b>國內銷售</b>						
－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	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>
<b>海外銷售</b>						
－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：

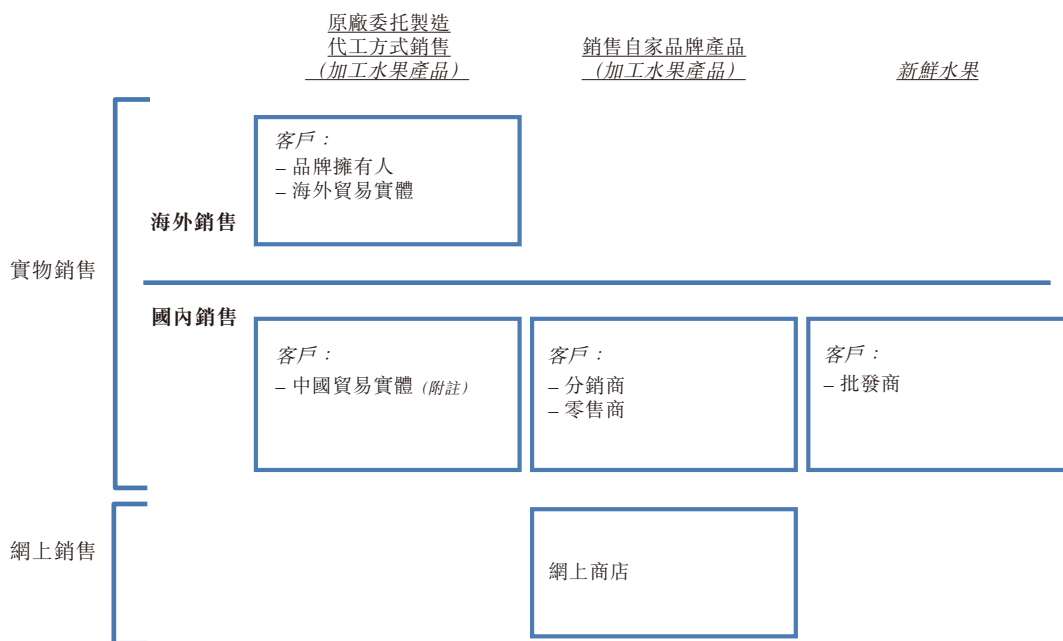
	2012年		截至12月31日止年度		2014年	
	人民幣千元	千公斤	人民幣千元	千公斤	人民幣千元	千公斤
<b>金屬罐裝加工水果產品</b>						
國內銷售						
– 原廠委託製造代工方式	166,230	18,990	154,199	18,832	239,234	29,498
– 自家品牌	21,345	2,469	47,350	5,892	36,577	4,475
	<u>187,575</u>	<u>21,459</u>	<u>201,549</u>	<u>24,724</u>	<u>275,811</u>	<u>33,973</u>
海外銷售						
– 原廠委託製造代工方式	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>
<b>塑料杯裝加工水果產品</b>						
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>
<b>玻璃瓶裝加工水果產品</b>						
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。我們直接向品牌擁有人及貿易實體出售我們的原廠委託製造代工產品。我們要求我們所有的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。我們的董事確認，據董事作出合理查詢後所悉，原廠委託製造代工產品被售予中國貿易實體，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擁有人或其代理出售我們的產品，而我們的自家品牌產品則直接向客戶（彼等為分銷商或零售商）作出銷售。

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。

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台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台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。

## 業 務

### 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：

	截至12月31日止年度					
	2012年		2013年		2014年	
	人民幣千元	估總收益 百分比(%)	人民幣千元	估總收益 百分比(%)	人民幣千元	估總收益 百分比(%)
<b>加工水果產品</b>						
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
<b>新鮮水果</b>	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
<b>總計</b>	<b>300,340</b>	<b>100.0</b>	<b>370,493</b>	<b>100.0</b>	<b>447,678</b>	<b>100.0</b>

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、蘋果、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、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%。

#### 玻璃瓶裝加工水果產品

我們於2007年首次以玻璃瓶提供產品。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。



## 業 務

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	

### 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，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作生產之用。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%。

## 業 務

### 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40,181.7平方米）。於2014年12月31日，我們的生產設施包括兩座車間及五條生產線。我們的生產線可通用於生產不同包裝的產品。在決定我們的生產設施地點時，我們考慮地點接近我們主要原材料新鮮水果的來源，以便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我們加工水果產品的(a)設計年度產能；(b)實際產量；及(c)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 <sup>(附註3)</sup>	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 <sup>(附註4)</sup>	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產品重量乘以每天10個工作小時，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2014年我們生產設施的設計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。

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）。

## 業 務

### 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購買更先進的自動化設備（例如自動去核開瓣機），藉以提升我們的現有生產設施。此外，我們計劃為我們擴張計劃的第一階段（「**第一階段擴張計劃**」）正在建設的兩座車間購買額外的設備，為用於玻璃瓶裝加工水果產品的生產線。有關我們擴張計劃的進一步資料，請參閱本節「**新生產設施**」一段。下表載列於2015年在這方面我們計劃購買的額外設備：

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 (人民幣千元)
變電供電設施800KVA	1 (附註1)	生產供電	2015年7月	700
自動去核開瓣機320HPA	5 (附註1)	將桃子開瓣及去核	2015年7月	2,000
二次去核機(6219)	3 (附註1)	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 (附註1)	將杏子對開及去核	2015年10月	1,000
單凍機	1 (附註1)	冷凍水果	2015年10月	650
製冷機	2 (附註1)	單凍機冷卻設備	2015年10月	800
玻璃瓶專用生產線 (每條生產線由殺菌生產設 備、自動封口機及自動裝瓶 機組成)	2 (附註2)	生產及消毒玻璃瓶裝產品	2015年10月	10,000
蒸汽鍋爐	1 (附註1)	生產蒸汽	2015年7月	530
X射線異物檢測機	1 (附註1)	檢測產品內部異物	2015年7月	400
不銹鋼鏈網式預煮機	1 (附註1)	預煮原材料	2015年7月	230
不銹鋼鏈網式冷卻機	1 (附註1)	冷卻預煮的原材料	2015年7月	120
不銹鋼黃桃淋碱機	1 (附註1)	將黃桃原材料去皮	2015年7月	240
			合計：	<u><u>18,320</u></u>

附註：

1. 該等設備乃為升級我們現有的生產設施及提高我們生產流程的自動化。

---

## 業 務

---

2. 該等生產線擬用於正為第一階段擴張計劃所建設的兩座車間的玻璃瓶裝加工水果產品的生產。該等生產線可通用於生產我們不同包裝的加工水果產品。我們估計該等生產線的額外設備將使我們加工水果產品按年化基準的產能每年增加約20,000噸。

### 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能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特定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旁的車間（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



---

## 業 務

---

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。

董事認為本集團擴張計劃為適當，乃因為：

1. 於業績記錄期間來自我們加工水果產品銷售的收益持續增長，由2012年約人民幣232.9百萬元增長至2013年約人民幣293.1百萬元及進一步增長至2014年約人民幣364.4百萬元，同期年復合增長率為25.1%；
2. 中國加工水果市場前景樂觀。據弗若斯特沙利文，中國加工水果產品預期銷售量預計將由截至2015年12月31日止年度約人民幣7,080.0百萬元增加至截至2019年12月31日止年度約人民幣9,630.0百萬元，同期年復合增長率約為8.0%；
3. 現有生產設施於業績記錄期間以不斷提高的使用率運轉。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，平均使用率分別為約86.7%、87.2%及91.4%；及
4. 經計及我們新產品的推出（如水果霜及水果泥），我們的管理層預期產量將會上升。

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。

## 業 務

上述擴張計劃的進一步資料載列如下：

階段	生產線數目 (附註)	最大設計 年產能 (噸)	實際/ 預計竣工		預計投產日期	估計總投資 成本 (人民幣 百萬元)	於最後實際 可行日期	
			預計動工日期	日期			產生之費用 (人民幣 百萬元)	資金來源
一	3號及4號 車間各1條	20,000	2014年7月	2015年9月	2016年1月	36.8	24.1	內部產生資金
二	5號及6號 車間各2條	45,000	2016年5月	2017年3月	2017年7月	178.2	無	[編纂]及 內部產生 資金

附註： 該等生產線可通用於生產不同包裝的產品。

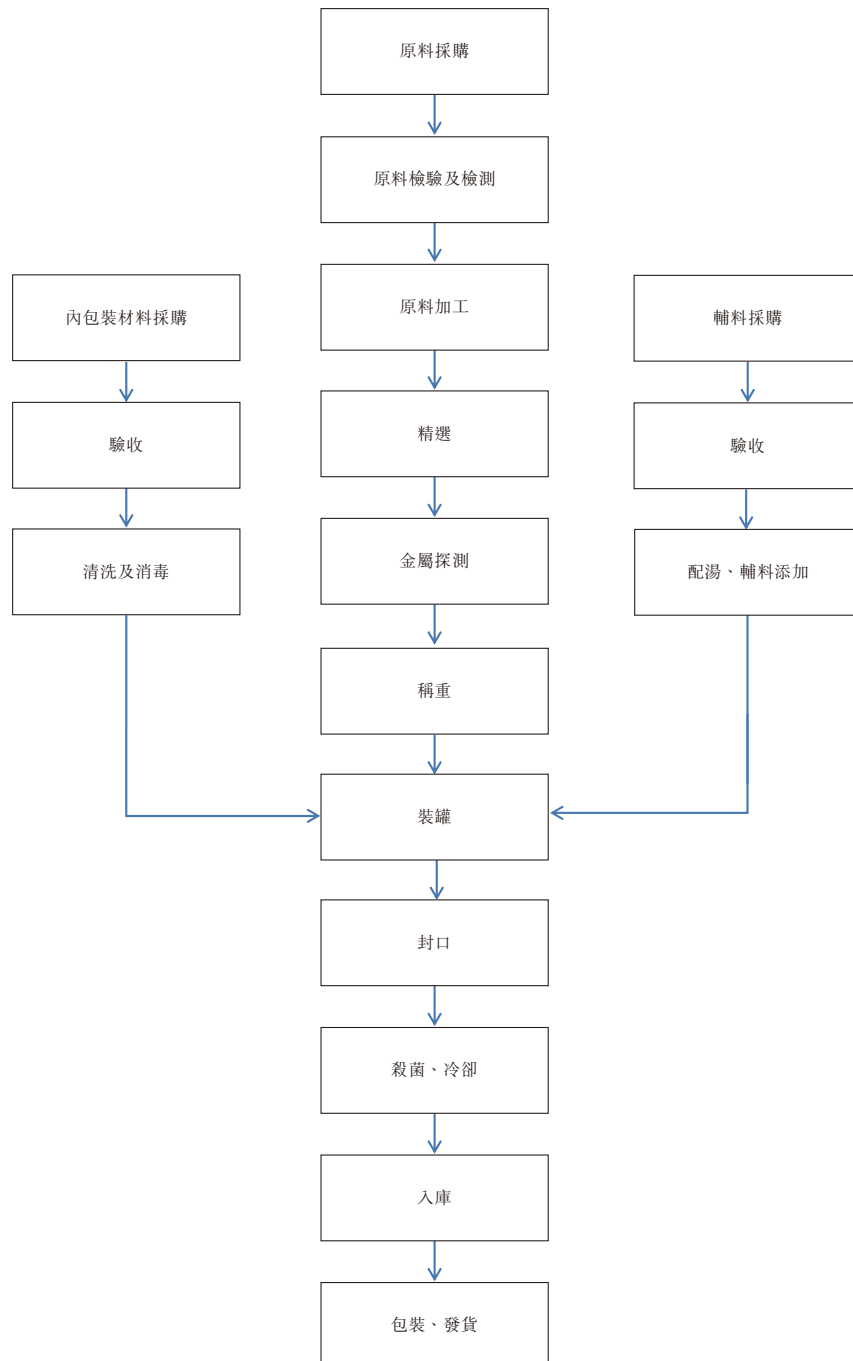
有關升級現有生產設施、第一階段擴張計劃及第二階段擴張計劃估計投資成本的進一步詳情載列如下：

	現有生產設施 升級 (人民幣千元)	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	8,320	10,000	43,800	62,120
<b>合計</b>	<b>8,320</b>	<b>36,760</b>	<b>178,205</b>	<b>223,285</b>

## 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應商清單上所載的供應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應商進行採購。

### 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。

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。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

糖水、果汁或清水等湯料及其他配料（例如檸檬酸）將按產品規格添加至原材料內。



---

## 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。

### 原材料及主要供應商

#### 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
<b>新鮮水果</b>						
– 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
<b>小計</b>	<u>95,948</u>	<u>52.8</u>	<u>116,825</u>	<u>56.0</u>	<u>173,036</u>	<u>60.0</u>
<b>糖</b>	17,071	9.4	15,245	7.3	20,135	7.0
<b>包裝材料</b>						
– 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
<b>小計</b>	<u>59,323</u>	<u>32.6</u>	<u>65,908</u>	<u>31.6</u>	<u>80,966</u>	<u>28.0</u>
<b>其他 (附註)</b>	<u>9,439</u>	<u>5.2</u>	<u>10,613</u>	<u>5.1</u>	<u>14,570</u>	<u>5.0</u>
<b>總計</b>	<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

我們並無擁有任何農場，新鮮水果乃購自獨立供應商。我們主要向多個中國獨立供應商（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。新鮮水果為一般可從山東、安徽及河北大量供應商取得的商品。我們並無依賴任何特定供應商供應新鮮水果作生產用途。於業績記錄期間，我們自山東省供應商購買的新鮮水果主要為桃、梨、草莓、蘋果及杏。於業績記錄期間，我們自安徽省供應商購買的新鮮水果主要為桃、梨及杏。於業績記錄期間，我們自河北省供應商購買的新鮮水果主要為桃及杏。為確保我們農戶供應商供應的水果的質量及食品安全，我們對農民供應商實施管理系統。我們與農戶供應商定期保持聯繫，以監控水果的收成期及質量。我們亦獲取農戶供應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。我們定期探訪農戶供應商以取得價格及新鮮水果市場的最新資料。我們董事確認，於業績記錄期間，我們並無就新鮮水果供應遇到任何重大困難、短缺或延誤，而我們就此並不預期於可見將來遇到任何困難、短缺或延誤。

我們安徽及河北的新鮮水果供應商距我們的生產設施僅分別約270公里及500公里，且通過公路運輸來自安徽及河北的新鮮水果至我們生產設施通常需要不多於半日。我們已採用以下措施確保新鮮水果的新鮮：

- 新鮮水果通常於到達我們生產設施兩天內加工，否則該新鮮水果將被儲藏於溫度受控的倉庫內；
- 我們規定供應商於送貨前提供運送新鮮水果所用汽車的使用記錄，以確保汽車於上星期並無用於運送任何化學物質或化學製品。我們亦於汽車到達我們的生產設施時檢驗其清潔、衛生、無蟲害狀況、損傷以及防護罩狀況，以避免任何污染及保障原材料品質；
- 新鮮水果公路運輸通常於夜晚進行以防止水果暴露於陽光直射及／或熱力；及
- 新鮮水果裝載於本集團提供的塑料箱內以確保運輸過程的通風。

### 糖

我們採購作生產用的糖的主要類型為白糖。

---

## 業 務

---

我們主要向中國獨立供應商採購糖。我們董事認為糖乃一種可購自大量供應商的產品，因此，我們並無與我們的供應商訂立任何長期合同。我們向合資格供應商購買糖。有關我們合資格供應商的進一步資料，請參閱本節「我們的供應商」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應商採購包裝材料。我們就包裝材料按具體訂單與供應商訂立採購合同。我們向合資格供應商購買包裝材料。有關我們合資格供應商的進一步資料，請參閱本節「我們的供應商」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，我們由三名員工組成的採購部門直接向楊先生及孫先生報告。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。

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應商清單上所列至少兩名供應商要求提供報價，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應商固定新鮮水果的購買價格。

---

## 業 務

---

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應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成本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。

### 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應商承擔。

我們的內部政策要求所有用作運輸供應商原材料的車輛必須處於良好的功能及維護狀態。原材料由供應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，對於供應商的車輛，我們要求供應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。

### 我們的供應商

一般而言，我們的原材料採購自我們位於中國的供應商。我們主要向於安徽、山東及河北的生產設施鄰近的供應商直接採購新鮮水果。我們對我們的農戶供應商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，我們存有合資格供應商名單。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）供應商。就各類主要原材料而言，我們一般有至少兩名供應商確保供應穩定以減少對單一供應商的依賴。於業績記錄期間，我們所有五大供應商與我們建立介乎三年至十二年的業務關係。



---

## 業 務

---

我們主要以現金交收方式向個別農戶供應商進行採購。就其他供應商而言，我們供應商提供的付款條款視乎若干因素而定，包括我們與供應商的關係及購買量的多少及通常我們的供應商一般向我們提供平均30至60日的信貸期。如與新供應商進行交易，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應商的款項。

我們於發出原材料訂單前開始原材料的質量控制，並我們於甄選供應商時採用嚴謹程序。我們對供應商進行實地視察。我們亦會評估供應商的業務規模、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。我們將對潛在供應商進行獨立檢查。我們已成立供應商評估團隊，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應商進行現場評估。我們根據評估結果將該等潛在供應商分為不同等級。

就新鮮水果的原材料供應商，我們決定向潛在農民供應商發出訂單前，會進行實地視察，評估農場的環境。我們向供應商取得種植水果所使用的殺蟲劑和肥料的來源、種類、數量和應用方法的資料。我們要求新鮮水果供應商不使用相關中國政府規例、國際標準及相關的質量控制認證要求所禁止使用的任何殺蟲劑。為對農民供應商保持密切監視，我們亦於水果種植期至收成期最少每月派遣來自品質控制團隊的員工至農場，監管水果的生長及收成過程以確保農民供應商不會於水果中使用已禁止殺蟲劑。於水果收成期時，我們向獨立第三方檢測中心交付來自農戶供應商的新鮮水果樣品，就衛生標準、含菌水平、水果含有的有害化學物（例如鉛及鎘）及殺蟲劑（例如DDT）對水果進行測試。我們僅於獨立第三方檢測中心的檢測報告呈滿意成績時向農民供應商訂購新鮮水果。新鮮水果交付至我們的生產設施時，我們亦推行一項檢測及測試程序，以致每批新鮮水果均抽樣檢測。測試由具有相關經驗的品質控制團隊員工附以專門設備進行。我們會拒絕驗收未能通過檢測的新鮮水果。於驗收新鮮水果後，我們將於新鮮水果投入生產前，轉移不同種類的新鮮水果至個別儲存倉，以防新鮮水果交叉污染。

對於符合我們甄選準則的原材料（除新鮮水果外）供應商而言，該等供應商將成為我們的合資格供應商及進入我們的合資格供應商名單。我們一年內對合資格供應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。根據合資格供應商於我們的年度評估中取得的分數，我們將合資格供應商分類為不同類別。未能通過我們年度評估的供應商將被取消資格。

由我們的原廠委託製造代工客戶指定的供應商將自動成為我們的合資格供應商。



---

## 業 務

---

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應商。對於新類型原材料或採購自新供應商的原材料，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，我們並無向供應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應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，我們並無與供應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，我們並無與供應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應商採購的靈活性，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，我們與供應商並無重大爭議，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。

### 我們的五大供應商

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們向五大供應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%，而我們向最大供應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、彼等各自的緊密聯繫人士或據我們董事所知任何擁有我們已發行股份超過5%的股東於緊隨[編纂]完成後於任何該等五大供應商概無任何權益。

### 銷售、分銷網絡及客戶

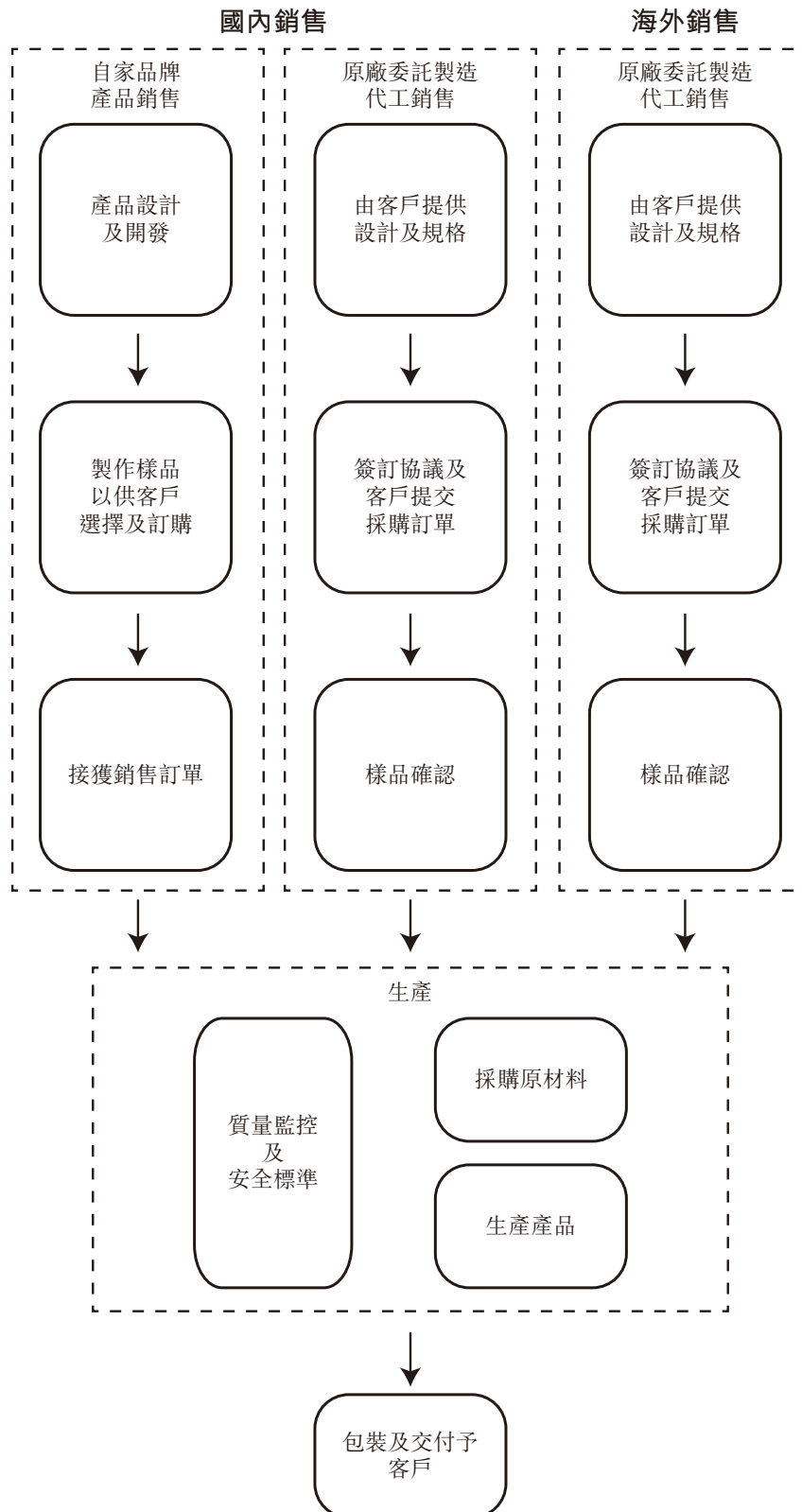
#### 概覽

我們的銷售及營銷部門負責我們的銷售及營銷活動。於2014年12月31日，我們的銷售及營銷部門由22名員工組成。我們的銷售及營銷部門負責制訂我們的整體銷售及營銷策略、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。我們的銷售及營銷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：

	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
<b>國內銷售</b>						
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>
<b>海外銷售</b>						
北美洲 (附註1)	10,813	3.6	21,179	5.7	25,166	5.6
歐洲國家 (附註2)	17,209	5.7	18,351	5.0	4,448	1.0
其他國家 (附註3)	1,132	0.4	3,596	0.9	4,827	1.1
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>
<b>合計</b>	<b><u>300,340</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>370,493</u></b>	<b><u>100.0</u></b>	<b><u>447,678</u></b>	<b><u>100.0</u></b>

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，我們亦向烏克蘭及俄羅斯出售我們的產品。截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們向烏克蘭客戶的銷售分別為人民幣零元、人民幣109,902元及人民幣零元，分別佔我們相應期間總收益的0%、0.03%及0%，而截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，我們向俄羅斯客戶的銷售分別為人民幣零元、人民幣零元及人民幣223,490元，分別佔我們相應期間總收益的0%、0%及0.05%。

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)零售商進行加工水果產品的所有國內銷售，而偶爾與批發商進行新鮮水果的銷售。

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。我們的董事亦確認，據董事作出合理查詢後所悉，原廠委託製造代工產品被出售予位於中國的貿易實體，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。

---

## 業 務

---

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我們遵守若干有關質量、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。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。我們的董事確認，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。

我們的董事確認，於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團成員公司並無接獲我們主要出售產品的海外國家(如美國、歐盟或加拿大)所發起的任何反傾銷調查通知，或美國、歐盟或加拿大針對中國製造的加工水果產品實施的任何反傾銷措施指令並無對我們造成影響；及據彼等作出合理查詢後所悉，我們的貿易實體客戶並無接獲美國或歐盟或加拿大所發起的任何反傾銷調查通知，或美國或歐盟或加拿大針對中國製造的加工水果產品實施的任何反傾銷措施指令並不適用於我們。

---

## 業 務

---

### 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。於業績記錄期間，我們直接向品牌擁有人及貿易實體出售我們的原廠委託製造代工產品。根據弗若斯特沙利文，於中國的加工水果生產業，生產商透過貿易實體銷售乃一種普遍現象，乃因為下列源於該經營模式的益處：

1. 於品牌持有人角度，彼等利用貿易實體的採購能力鑒別及維持來自各生產商的產品的穩定供應。品牌持有人可就採購及生產原廠委託製造代工產品聘用不同貿易實體以降低過度倚賴一間特定的貿易實體或生產商的風險。透過該經營模式，品牌持有人能節省與各生產商磋商的時間及成本，而透過貿易實體享有選擇滿足生產其產品要求的生產商的靈活性。此外，貿易實體因為不同品牌擁有人進行大量採購而或能為品牌擁有人獲得較低的採購價。
2. 於加工水果生產商角度，向貿易實體銷售產品使彼等接觸到更廣範圍的客戶，從而為其產品實現更廣泛的銷售網絡，因為貿易實體通常能接觸到大量下游客戶。

儘管品牌持有人通常依靠貿易實體以監控我們的生產質量，若干品牌持有人透過貿易實體安排到訪我們的生產設施及對我們的生產質量監控進行檢查，因此知悉原廠委託製造代工產品由我們供應。儘管品牌持有人可能終止與貿易實體的業務關係於市場實踐並不常見，品牌持有人彼時可能聘用另一間貿易實體以獲取產品供應。我們相信我們所獲取的有關我們生產設施、生產流程及質量監控的證書使我們處於有利位置繼續為品牌持有人生產原廠委託製造代工產品，儘管品牌持有人與特定一間貿易實體的關係轉變。

## 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及每個步驟估計所需最長時間：





---

## 業 務

---

### 就原廠委託製造代工產品採取的控制措施

我們已採取多項控制措施，以信納我們的貿易實體客戶自2003年開業以來一直由品牌擁有人妥為授權生產原廠委託製造代工產品。多年來我們不斷擬定為確保有關妥為授權而採取的措施。

我們一般會嘗試於各貿易實體客戶安排的實地考察期間與品牌擁有人代表直接進行討論，以信納我們已被妥為授權。該等實地考察的書面報告則由我們存置作記錄。此外，我們亦將嘗試取得品牌擁有人與我們貿易實體客戶間的合約副本樣本及／或品牌擁有人就產品規格及使用商標及／或標誌向貿易實體客戶發出的書面指示。倘未能安排實地考察，我們將請求取得品牌擁有人與我們的貿易實體客戶的合約副本樣本及／或產品規格及使用品牌擁有人向貿易實體客戶發出商標及／或標誌的書面指示，以替代向貿易實體客戶顯示品牌擁有人人的授權。

在任何一種情況下，我們將在與彼等訂立合約前透過網上資源或市場情報查核貿易實體的背景，並每年就(其中包括)貿易實體客戶的任何法律訴訟新聞及信譽審核及評估我們的貿易實體客戶，作為額外的控制措施。

我們已就我們於業績記錄期間代為生產原廠委託製造代工產品的每個品牌取得品牌擁有人與我們貿易實體客戶訂立的合約或品牌擁有人向貿易實體客戶發出的有關產品規格及商標及／或標誌使用方法的書面指引。此外，於我們對貿易實體客戶的年度審閱期間，我們將要求獲得品牌擁有人與我們貿易實體客戶之間的新合約樣本(如適用)以作為評估過程的一部分。鑑於上述做法，我們的董事認為，我們已取得具代表性的合約樣本或書面指引作為措施的一部分。

透過上述措施，我們的董事信納我們的貿易實體客戶已獲各品牌擁有人妥為授權，以指示我們生產原廠委託製造代工產品。我們的董事確認，根據彼等作出合理查詢後所深知，我們於業績記錄期間及直至最後實際可行日期從未生產冒牌產品。我們董事認為上述有關我們原廠委託製造代工產品採用的控制措施為適當及有效。獨家保薦人同意我們董事於上述相同基礎上的該等意見。

### 商標侵權風險

#### 中國商標法

誠如我們的中國法律顧問所告知，我們根據中國法律就商標侵權引起的民事或刑事責任所面臨的風險相對較低，原因是：

1. 任何外國商標的註冊商標不受中國商標法保障，因此，外國商標擁有人無權根據中國商標法向我們提出任何申索；

---

## 業 務

---

2. 即使註冊商標為國內註冊商標，由於我們根據與貿易實體客戶簽訂的銷售合約及其內所載指示製造原廠委託製造代工產品，我們依據我們與貿易實體客戶的該合約（其內所載品牌擁有人的指示及授權）對任何潛在侵權申索有強大的防禦力，且我們在任何商標侵權方面並無蓄意或嚴重過失；
3. 我們已從所有我們的貿易實體客戶獲得確認，確認我們根據該等貿易實體客戶的指示（包括但不限於業績記錄期間的指示）製造的產品規格、產品的包裝款式及品牌名稱在與彼等各自的客戶訂立的合約涵蓋範圍以內，而貿易實體客戶將承擔有關產品規格、產品的包裝款式及品牌名稱的法律風險；及
4. 自2015年1月以來，我們與貿易實體客戶訂立的銷售合約已修訂以列明具體規定，據此，貿易實體保證彼等已獲得相關商標授權，並已同意賠償任何該等方面所產生的一切損失及損壞。

### 歐盟商標法

根據本公司的法律顧問的意見，根據歐盟的相關商標法，倘一名人士／實體在其貿易過程中就商品或服務使用商標時有任何標示（即標誌）與歐盟註冊的商標（「歐共體商標」）相同，則侵犯歐共體商標。由於倘一名人士在歐盟買賣或出售侵權商品將須承擔商標侵權責任，我們將須就向歐盟內的海外客戶進行直接銷售承擔商標侵權責任。反之，倘我們並非於歐盟出售商品，則不會被視為「在貿易過程中」使用歐共體商標，而我們不大可能須就歐盟註冊的商標承擔商標侵權責任。在此情況下，由於是我們的客戶在歐洲出售商品而產品上列明了此等客戶的資料，此等客戶很大可能將被視為從事商品貿易，因而須承擔侵權責任。

然而，倘指控商標侵權的一方要求披露供應鏈，以及確認標籤或列有商標其他事宜的生產時間、地點及生產商，在其生產標籤及／或在其產品上採用任何第三方商標方面，我們有可能連帶成為該等侵權訴訟的被告人。

---

## 業 務

---

### 美國商標法

根據本公司的法律顧問的意見，根據美國的相關商標法，倘發現本集團向美國境內客戶出售冒牌產品，我們須承擔商標侵權責任。由於美國商標法一般不適用於美國境外，對於在美國境外銷售產品，倘製造商明知侵權或有關情況顯示製造商應已知侵權，則其將須就誘使或共同商標侵權承擔責任。在不知情的情況下，倘出現商標侵權，我們不大可能須根據美國的相關商標法承擔責任。

### 加拿大商標法

根據加拿大法律顧問的意見，根據加拿大的相關商標法，倘在加拿大「使用」侵權商標，本集團將須承擔商標侵權責任，其在向加拿大客戶直接銷售商品的層面指在包裝、發票上使用商標或以其他方式引起加拿大商品買家的垂注。然而，倘我們在加拿大境外向我們貿易實體客戶出售商品，而該等客戶其後將該等商品進口到加拿大作銷售，如出現商標侵權，我們將毋須根據加拿大的相關商標法承擔責任。

根據本公司的法律顧問的意見，倘我們須就商標侵權承擔責任，而歐盟成員國、美國或加拿大已對本集團作出裁決，鑑於我們並非身在該等海外國家，在此等司法權區執行裁決的可能性不大。在中國對我們執行海外裁決的可執行性取決於作出裁決的司法權區與中國之間的互惠條約。我們的中國法律顧問告知，在中國對本集團執行海外裁決的可執行性受限於(i)相關中國法律；(ii)國際公約或互惠原則；及(iii)相關中國法院於審閱判決後裁定有關判決與中國的基本原則、主權、國家安全及公眾利益並無衝突。此外，中國並無與美國及大多數其他西方國家訂立任何有關相互執行法院判決的條約，因此難以或不可能於中國執行任何該等司法權區法院的判決。

我們的董事確認，根據彼等經作出一切合理查詢後所深知，本集團於業績記錄期間及直至最後實際可行日期並無面臨其產品的任何知識產權侵權申索。我們的董事進一步確認，於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們(1)並無侵權；(2)並無察覺任何侵權；(3)並無被指控侵權；及(4)並無就其所製造任何產品接獲任何第三方商標的任何侵權申索。

---

## 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。下表載列我們與原廠委託製造代工產品客戶訂立的銷售合約的主要條款概要：

主要條款	概要
產品質量	產品質量須符合中國國家標準或行業標準，以及客戶提供的進口國家進口產品的相關標準。我們於質保期內承擔有關產品質量的責任。
產品包裝	我們將根據客戶於產品到期付運前向我們作出的包裝指示包裝產品。
付運	我們將於銷售合約訂明的時間前將產品付運至客戶指定的港口或倉庫。我們將承擔付運成本。
產品退換	質保期內產品如被證實有質量缺陷，將退回予我們作更換。
信貸期	信貸期最多60天
授權保證 (自2015年1月1日起)	貿易實體保證，彼等已取得相關商標授權及已同意就任何該等事項對我們造成的所有損失及損害進行彌償。

對於我們原廠委託製造代工產品的銷售，我們的客戶向我們提供產品的規格及包裝及標籤要求及佈局。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指定的於中國的地點。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。


---

## 業 務

---

### 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營銷活動。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。

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
- 我們自家品牌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33名分銷商，全部已與我們訂立分銷協議。這些分銷商中，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



---

## 業 務

---

- 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

### 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。



---

## 業 務

---

主要條款	概要
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	<p>分銷商必須以新產品替換質保期於三個月內到期之產品。倘我們注意到任何我們的產品已超過食用期限，我們將按其零售價向店鋪購買過期產品以供處理。我們隨後將追溯分銷該等產品的分銷商，而該等分銷商須承擔我們在此過程中產生的所有費用及損害。</p> <p>分銷商應銷毀所有過期產品。</p>
信貸期	最多60天
保密承諾	有
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	<p>倘分銷商出現以下情況，我們可終止分銷協議，情況包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>— 於指定分銷區域以外出售我們的產品；</li><li>— 惡意破壞我們的分銷網絡；及／或</li><li>— 未能達到我們規定的網絡覆蓋率。</li></ul>

---

## 業 務

---

### 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。我們已指派13名員工分別負責監視及監督分銷地區分銷商的活動，以確保其遵守分銷協議的條款及遵循我們的政策及策略。我們的員工亦將不時到訪出售我們自家品牌產品的零售商，檢查我們自家品牌產品的銷售量。倘我們的員工於到訪期間在市場發現任何過期的自家品牌產品，彼等將通知負責分銷有關產品的分銷商，要求有關分銷商以未過期產品更換過期產品。倘分銷商未能立即更換，我們的員工亦會記錄任何過期自家品牌產品，並向總部匯報任何跟進行動，包括購買該等過期產品以供處理，並且查找分銷有關產品的分銷商以申索由此產生的費用及損害(如需要)。我們的員工亦會每年檢討及評估分銷商的存貨水平及有否分銷任何過期產品等方面。

自2012年開始銷售我們的自家品牌產品起截至最後實際可行日期止，我們並無於市場發現故亦無於市場購買任何過期產品。因此，我們並無就此獲得我們分銷商的任何費用及損害賠償。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。自於2015年1月採納分銷權系統起，我們要求分銷商每月向我們提供產品存貨水平的書面報告，及連接其存貨管理系統，密切監察分銷商的表現。

於2015年1月採納分銷權系統之前，我們通過與分銷商進行定期電話溝通監察我們產品的存貨水平。我們亦通過不時到訪分銷商對存貨水平進行現場檢查。我們會基於監察結果調整向分銷商供應的產品量。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

下表載列新分銷權系統及我們於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。我們於中國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，我們亦直接向相關品牌所有人出售原廠委託製造代工加工水果產品。

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
<b>總計</b>	<b>300,340</b>	<b>100.0</b>	<b>370,493</b>	<b>100.0</b>	<b>447,678</b>	<b>100.0</b>

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。

## 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：

	品牌擁有人	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4.2%、8.2%及6.4%。

## 業 務

### 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65.1%、55.0%及63.8%。下表載列於業績記錄期間我們五大貿易實體客戶的若干信息：

五大貿易實體客戶	該貿易實體客戶為 我們五大貿易實體 客戶之年度	經營規模 (註冊資本)	總部地點	業務範圍	目標客戶主要類別
客戶A	2012年、2013年及 2014年	人民幣30,690,000元	中國山東省	主要從事服裝及水 果產品進出口	超市
客戶B	2012年、2013年及 2014年	人民幣2,000,000元	中國福建省	主要從事食物罐 頭、日用品及其 他商品進出口	超市
客戶C	2012年	人民幣500,000元	中國山東省	主要從事海鮮罐頭 及水果罐頭進出 口	超市及餐飲服務供 應商
客戶D	2012年	人民幣1,000,000元	中國山東省	主要從事水果罐頭 及冷凍蔬菜進出 口	超市及加工廠



## 業 務

五大貿易實體客戶	該貿易實體客戶為 我們五大貿易實體		總部地點	業務範圍	目標客戶主要類別
	客戶之年度	經營規模 (註冊資本)			
客戶E	2013年及2014年	人民幣20,200,000元	中國山東省	主要從事水果罐頭 及海鮮罐頭 進出口批發	超市、學校及醫院
客戶G	2013年及2014年	人民幣50,000,000元	中國山東省	主要從事雜貨及日 用品(包括食品 罐頭)進出口	超市及加工廠
客戶H	2014年	人民幣2,275,000元	中國河北省	主要從事冷凍食品 及水果罐頭進出 口，及於中國銷 售	學校
客戶J	2013年	人民幣5,600,000元	中國浙江省	主要從事食品罐頭 進出口	超市及加工廠
客戶K	2012年	1,000,000英鎊(股本)	英國	主要從事食品(包 括水果罐頭)銷 售	超市

附註： 客戶F及客戶I為我們的分銷商，因此未被包括於我們五大貿易實體的分析。

我們的董事亦確認，據董事作出合理查詢後所悉，我們的貿易實體客戶可能進一步出口產品至海外國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。

---

## 業 務

---

### 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。

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度，約1.6%、43.2%及13.1%的我們自家品牌產品向個體分銷商出售。來自向個體分銷商出售我們自家品牌產品的收益於截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度分別約為人民幣0.5百萬元、人民幣26.3百萬元及人民幣7.0百萬元，分別佔相關年度總收益約0.2%、7.1%及1.6%。自家品牌產品向個體的銷售於2013年增加乃由於向一名分銷商的銷售增加，該分銷商為一位基於中國浙江省，從食品罐頭、健康食品及紅酒的國內銷售的商人。

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、董事或其各自任何聯繫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

---

## 業 務

---

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。

### 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，我們的銷售及營銷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應商，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。

物流服務供應商須對延遲交付、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。於業績記錄期間，我們聘請一間總部位於山東省青島市的中國出口代理提供出口我們產品的行政服務，包括安排運輸及貨運服務，完成出口清關流程及為我們出口至海外的產品投保。儘管我們已於業績記錄期間向中國及有關我們海外原廠委託製造代工銷售的相關

---

## 業 務

---

出口產品目的地國家的相關政府機構獲得全部相關的健康及食品安全批准、證書、登記或其他任何法律所需文件，我們認為利用中國出口代理的專業知識處理由山東省青島市港口出口的產品的相關出口流程更具效率及成本效益。然而，我們自己已取得中華人民共和國臨沂海關總署發出的進出口收發貨人報關註冊登記證書。

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應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、彼等的緊密聯繫人士或據我們董事所知任何擁有我們已發行股份超過5%的股東於緊隨[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應商之實體

於業績記錄期間，我們董事確認，十名我們的客戶亦為我們的供應商。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，

---

## 業 務

---

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。我們董事確認，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應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。與該十名實體之交易條款與市場一致及與我們其他客戶及供應商之交易相似。

### 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年經驗及具有相關食品檢測經驗。

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。此外，我們的品質控制員工按每月基礎審核我們品質控制系統的推行結果，並呈交產品品質檢測報告至管理層，其已載列我們原材料及製成品的品質檢測成績、生產過程及是否符合生產品質與食物安全的相關國家標準以及建議改進程序。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。



---

## 業 務

---

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。請參閱本節「原材料及主要供應商－我們的供應商」一段，了解我們原材料質量控制措施的進一步資料。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應商，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。

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「原材料及主要供應商－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



---

## 業 務

---

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、罩靴及除下所有飾品。

### 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，作為我們的質量控制檢測的一部份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。我們交付我們的加工水果產品予客戶前，亦會就我們的加工水果產品內含有細菌水平對我們的製成品進行抽樣測試。

### 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。銷售及營銷部門亦須編製一張清單，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。

### 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，我們受理任何次貨或受損貨品的退換。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

---

## 業 務

---

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。

### 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消費者的喜好。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品嚐該等新開發樣品，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。

## 業 務

我們的新產品水果霜已於2015年4月推出市場，而水果泥計劃於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。

### 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」(「天同時代」)出售自家品牌產品。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，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
2015年4月1日	Kosher認證	OK Kosher Certification, 美國	2016年3月31日
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

---

## 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	工作場所的條件評估一成就獎	Intertek 認證有限公司	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，我們就部份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月起於生產廠房中使用燃氣鍋爐，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車間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
<b>總計</b>	<b>640</b>

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嫻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。

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。於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，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，我們須為僱員參加社會福利計劃，根據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。

---

## 業 務

---

### 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19.0百萬元、人民幣23.5百萬元及人民幣28.7百萬元。

### 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9個中國商標及2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。

### 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，包括生產廠房、配套設施、辦公室、宿舍及飯堂(「生產設施」)，總建築面積約為40,181.7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。

## 業 務

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。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。誠如我們的中國法律顧問所告知，我們已於2015年6月9日前取得建築所有權證及於2015年6月10日取得土地使用權證。

有關我們持有及佔用及開發中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。我們董事確認，及我們的中國法律顧問認同，於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團於重續我們在中國經營所需的執照、許可證及證書時並無遇到困難。

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

## 業 務

執照／許可證	發證機關	簽發日期	屆滿日期
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(附註)

附註： 據我們的中國法律顧問告知，根據臨沂市環境保護局於2015年4月13日刊發的臨沂市環境保護局關於暫停發放排污許可證的通知，鑒於經修訂的中華人民共和國環境保護法於2014年引入有關污水排放的管理體系，臨沂市環境保護局已停止處理任何申請及發放排污許可證。然而，實施該管理體系的具體詳情尚未公佈，及企業允許按照現有排污標準排放污水，即使其現有排污許可證已過期。因此，我們的中國法律顧問認為，於排污管理體系實施詳情公佈以前，我們毋需重續排污許可證。我們獲准根據現有排污標準排放污水，並將不會有沒有排污許可證下排放污水而受罰。因此，我們的經營及生產將不會受到不利影響。

## 法律訴訟

於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們董事確認，經彼等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

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。

## 業 務

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。

### 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。

我們已於2015年4月13日建立合規及內部監控部門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。合規及內部監控部門由四名人員組成並由我們的首席財務官及公司秘書何浩東先生主管，部門其他成員包括我們的執行董事孫先生，以及其他兩名員工。有關孫先生及何先生資歷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「高級管理層」一段。合規及內部監控部門的職責載於經董事批准的書面政策中，包括(其中包括)(1)制

---

## 業 務

---

定本集團內部監控政策；(2)監察本集團內部監控系統；(3)鑒別、評估及呈報有關本集團一般經營及監管合規性的風險；及(4)於適當時就合規及內部監控相關事宜尋求外部意見。合規及內部監控部門直接向審核委員會及我們的執行董事、行政總裁兼董事會主席楊先生報告。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董事及股東報告。

我們亦已於2015年4月27日聘用我們的中國法律顧問於[編纂]後12個月期間擔任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。

#### 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。



---

## 業 務

---

### 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。

我們已採取措施防止此違規事件再次出現。有關該等適當措施的具體詳情，請參閱本[編纂]本節「未在有關部門註冊及未對社會保險基金作出全額繳費－防止再犯的適當措施」一段。

基於(1)自從違規事件被發現及得到我們董事的關注，我們董事已採取防範性及迅速的行動以停止及整改，以確保該等違規事件不會對本集團的前進產生任何重大不利影響；(2)我們已建立合規及內部監控團隊監控本集團合規狀況；(3)審核委員會將負責監察本集團整個內部監控系統；及(4)我們已委任外部中國法律顧問監控及就所有相關中國法律及法規向本集團提出意見，我們董事認為我們已擁有有效的系統以持續及密切監控本集團遵守最新的適用中國法律及法規的狀況及即時採取任何整改行動。

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上市規則第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上市規則第8.04條進行[編纂]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)實施政策；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。

---

## 業 務

---

### 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。
- 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。

### 職業安全

- 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。

---

## 業 務

---

### 有關出口產品到俄羅斯及烏克蘭的制裁風險

#### 對烏克蘭客戶作出銷售及有關對烏克蘭的制裁

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度對烏克蘭客戶作出的銷售分別為零、人民幣109,902元及零，分別佔我們於同期總收益的0%、約0.03%及0%。繼截至2013年12月31日止年度對烏克蘭作出銷售後，本集團概無及並不預期其後再向烏克蘭出口任何其他產品。

美國、歐盟及澳洲對烏克蘭的制裁一般涉及克里米亞、塞瓦斯托波爾的人士、實體和地區及烏克蘭東南部的分裂地區。

#### 對一家俄羅斯客戶作出銷售及有關對俄羅斯的制裁

截至2012年、2013年及2014年12月31日止年度對一家俄羅斯客戶作出的銷售分別為零、零及人民幣223,490元，分別佔我們於同期總收益的0%、0%及約0.05%。本集團於2014年下半年向俄羅斯作出銷售。自2015年1月1日起及直至最後實際可行日期，我們並無出口任何產品到俄羅斯，考慮俄羅斯屆時的市場情況後，我們可能會繼續出口產品到俄羅斯。

美國、歐盟及澳洲對俄羅斯實施的制裁一般針對(i)軍事、科技、能源、證券相關項目或(ii)俄羅斯特定企業或特定人士。我們的董事確認，經作出一切合理查詢後，於業績記錄期間與我們有業務往來的俄羅斯客戶並非制裁目標或由任何制裁目標擁有。

#### 美國、歐盟及澳洲實施制裁的適用性

根據我們的《制裁法》法律顧問，美國實施的制裁通常只適用於美國公民或永久居民、身在美國的人士、在美國境內進行的活動、根據美國法律組織的實體以及涉及源自美國的產品或技術的若干交易。然而，在缺乏上述因素的情況下，倘制裁國家、第三方國家實體或個人的美元交易經美國銀行結算，則美國的制裁仍然適用。本集團對俄羅斯客戶的銷售以美元付款，但鑑於該名客戶其非受制裁實體，該項交易不會違反美國的適用制裁法律。

根據我們的《制裁法》法律顧問，另一方面，歐盟實施的制裁通常適用於歐盟境內、歐盟成員國司法權區的飛機及船舶上、根據歐盟成員國法律註冊成立或建構的國民及法人、實體和機構，以及於歐盟內完成全部或部份業務的任何自然人或法人、實體或機構(任何國籍)。

---

## 業 務

---

根據我們的《制裁法》法律顧問，澳洲實施的制裁將不會影響本集團出口的產品，原因是澳洲的制裁有限，適用方式與歐盟實施的制裁相似。

誠如我們的中國法律顧問所告知，儘管有關制裁，我們出口產品到烏克蘭及俄羅斯符合中國適用出口法律及法規，並無違反中國任何法律。

### 本集團就出口產品到俄羅斯及烏克蘭所面臨的制裁風險

鑑於以下因素，即(1)我們於業績記錄期間出口產品到烏克蘭及俄羅斯的數量極少；(2)對俄羅斯的制裁一般針對(i)軍事、科技、能源、證券相關項目或(ii)俄羅斯特定企業或特定人士；(3)自對烏克蘭實施制裁以來，本集團概無及並不預期向烏克蘭出口任何其他產品；(4)我們的董事確認，經作出一切合理查詢後，其俄羅斯客戶並非制裁目標或由任何制裁目標擁有；(5)制裁對境外影響有限(如有)；及(6)誠如我們的中國法律顧問所確認，儘管有關制裁，我們出口產品到烏克蘭及俄羅斯符合中國適用出口法律及法規，並無違反中國任何法律，我們的董事確認，而我們的《制裁法》法律顧問亦同意，美國、歐盟及澳洲對本公司、我們的投資者及股東以及涉及直接或間接允許我們的股份[編纂]、交易及結算的人士(包括聯交所及相關集團公司)制裁風險極微，原因是(i)本公司或其任何聯屬公司並非美國或歐盟人士；(ii)本集團與美國或若干其他制裁實施機關視為受制裁實體或人士掩飾身份的公司從事業務的可能性極低；及(iii)本集團的業務類型不會使其置身於被列為涉及美國或歐盟過往經已制裁活動類型的任何危機，如向受制裁伊朗航運公司出售油輪、仍為銷售該等船舶的中間人、為洗錢和恐怖組織提供金融服務、為擴散大規模殺傷力武器提供支援，或協助違反或逃避法律制裁。

### 就識別及監控我們所面臨制裁風險所採取的措施

為識別及監控我們所面臨的制裁風險，我們將採取以下措施：

- (a) 根據公開制裁名單(如美國、歐盟及澳洲存置的制裁名單)(統稱「**制裁名單**」)存置更新記錄，並定期向我們的銷售及營銷團隊發放經更新的制裁名單，以提升員工一般意識及促進法律制裁及命令的有效監控；

---

## 業 務

---

- (b) 新物色的企業或客戶將由我們的合規及內部監控部門（由首席財務官領導）預先篩選。該等人員亦將確保我們的產品不會直接出售予受全國制裁的國家、人士或實體；及
- (c) 在識別到與業務制裁有關的重大風險時，我們將向信譽良好的外部法律顧問尋求適當建議。

### 向聯交所作出的承諾

我們已向聯交所承諾，我們不會(i)與受制裁實體及經已實施全國制裁的國家實體有任何未來生意往來或交易；及(ii)使用[編纂]的所得款項，以及透過聯交所籌得的任何其資金，直接或間接資助或促進與受制裁實體及經已實施全國制裁的國家實體的項目或業務。倘我們違反向聯交所作出的該承諾，我們的股份將面臨在聯交所被[編纂]的風險。

### 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聯繫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，與我們的控股股東有關的任何董事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。我們已根據編制上市規則第3.21條及上市規則附錄14所載的企業管治守則及企業管治報告的職權範圍；
- 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
- 我們已根據上市規則第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。