

概 要

本概要旨在向閣下提供[編纂]所載資料的概覽。由於本節屬概要，故並無載列對閣下可能有重要影響的所有資料，且僅在整體上屬合格，故閣下須連同[編纂]全文一併閱讀。閣下在決定投資於[編纂]前，務請閱讀包括構成[編纂]不可或缺部分的附錄在內的整份[編纂]。任何投資均涉及風險。有關投資於[編纂]的部分特定風險載於[編纂]「風險因素」一節。閣下在決定投資於[編纂]前，務請仔細閱讀該節。

概覽

我們是全球付費電視廣播接收及中國移動銷售終端(或mPOS)支付系統安全裝置的領先供應商。我們的條件接收模塊(或視密卡)產品用於為終端用戶接收付費電視內容。根據Frost & Sullivan的資料，於二零一四年，按銷量及收益計，我們所佔市場份額為48.7%，在全球視密卡市場中排名首位；而於二零一五年上半年，按銷量及收益計，我們所佔市場份額分別為48.9%及49.6%，在全球視密卡市場中均排名首位。於二零一三年七月，我們利用mPOS機進入中國快速發展的基於硬件的移動支付市場。根據Frost & Sullivan的資料，我們是中國第二大mPOS機供應商，按二零一四年及二零一五年上半年的銷量計，所佔市場份額分別為6.6%及6.8%。我們的總部位於香港，在中國深圳及德國慕尼黑均設有辦事處。自我們於二零零二年創立以來，我們發展迅速，服務超過400名客戶，於全世界46個國家銷售。

我們的產品

我們的主要產品類別為視密卡及mPOS機。我們於二零零六年進入西歐視密卡市場，並自此以來已穩步擴大了我們的全球銷售網絡。視密卡為大小約相當於一張信用卡的電子設備，作為終端用戶解鎖加密付費電視內容的密鑰。於往績記錄期，銷售視密卡錄得我們大部分收益。

於二零一三年七月，我們進一步多元化我們的產品組合，通過開發及銷售mPOS機進軍中國不斷增長的基於硬件的移動支付市場，並透過發揮我們在為安全裝置行業設計及開發安全芯片方面的專長多元化及擴大我們的業務。mPOS產品為安全支付機，可使用戶通過智能手機或其他智能設備便利進行信用卡及借記卡交易。自二零一三年推出以來，mPOS產品的銷售大幅增長。有關我們產品的更多資料，請參閱[編纂]「業務－我們的產品」一節。

本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料集須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

概 要

下表載列於所示期間我們按產品類別劃分的收益明細：

產品類別	截至十二月三十一日止年度					
	二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	千美元	佔總收益的百分比	千美元	佔總收益的百分比	千美元	佔總收益的百分比
視密卡	45,710	96.9	43,230	77.2	37,352	57.3
mPOS機	1,471	3.1	12,777	22.8	27,789	42.7
總計	47,181	100.0	56,007	100.0	65,141	100.0

有關我們來自銷售視密卡及mPOS機收益的更多資料，請參閱[編纂]「財務資料－節選收益表項目的說明－收益－按產品劃分」一節。

我們於往績記錄期的五大客戶分別佔我們截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度收益總額的44.1%、59.9%及73.1%。我們於往績記錄期的最大客戶分別佔我們截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度收益總額的21.6%、22.4%及42.3%。

視密卡

視密卡是付費電視內容傳送產業鏈的關鍵部分。廣播運營商利用條件接收 (CA) 供應商的加密技術加密其付費電視內容以進行安全傳輸。電視製造商設計及生產視密卡可兼容連接並發揮作用的電視。我們與付費電視內容傳送產業鏈上的所有行業參與者合作設計開發多系統、多協議互通的視密卡產品。

全球視密卡供應商市場主要集中於少數幾個主要參與者，原因是參與該市場所要求的技術實力及安全水平為該市場設置了較高的准入門檻。根據Frost & Sullivan的資料，我們於二零一四年為全球最大的視密卡供應商，銷量在全球售出的合共4.6百萬張當中佔2.2百萬張，佔二零一四年按銷量計算的市場份額的48.7%；而於二零一五年上半年，我們視密卡產品的銷售額佔全世界銷售額的大部分，銷量在全球售出的合共2.5百萬張當中佔1.2百萬張，於二零一五年上半年所佔的市場份額為48.9%。於二零一四年及二零一五年上半年，我們兩個主要競爭對手分別佔全球視密卡產品銷量的29.3%及20.0%。

概 要

我們的分銷商定期向我們採購視密卡，而我們與該等分銷商一直保持來往或與之訂立安排，以在指定地區銷售我們的視密卡。我們亦自各類一次性客戶獲得收益。就主要客戶而言，我們一般簽署框架協議以制定預定價單、信用期及售後服務等主要條款。

下表載列於所示期間按客戶類別劃分的視密卡收益明細：

客戶類別	截至十二月三十一日止年度					
	二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	千美元	%	千美元	%	千美元	%
條件接收供應商	6,679	14.6	12,385	28.7	14,375	38.5
廣播運營商	7,300	16.0	4,732	10.9	3,621	9.7
電視製造商	3,901	8.5	1,718	4.0	894	2.4
分銷商	22,452	49.1	19,601	45.3	14,057	37.6
其他 ¹	5,378	11.8	4,794	11.1	4,405	11.8
視密卡總計	<u>45,710</u>	<u>100.0</u>	<u>43,230</u>	<u>100.0</u>	<u>37,352</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 「其他」主要包括一次性客戶。

有關視密卡客戶的更多資料，請參閱「業務－客戶、銷售及營銷－視密卡客戶」一節。

mPOS

我們的mPOS產品乃主要為商務企業用於進行安全便捷的付款交易而設計。我們在中國將我們的mPOS機出售予基於硬件的移動支付服務供應商，移動支付服務供應商採用mPOS機連接其自有移動應用令終端用戶能夠實現移動支付交易。

中國的mPOS終端機市場分散。根據Frost & Sullivan的資料，我們是中國第二大mPOS供應商，按二零一四年及二零一五年上半年的銷量計，所佔市場份額分別為6.6%及6.8%，而福建新大陸支付技術有限公司（一家主要專注於傳統POS終端機的POS終端機供應商）排名第一，按有關期間的銷量計，所佔市場份額分別為9.8%及9.9%。根據Frost & Sullivan的資料，除了名列前茅的三四家參與者外，還有多家公司在中國提供mPOS產品，該等公司普遍專注於傳統POS終端機，彼等所佔mPOS終端機市場的份額比例相當小，按銷量計，大部分介乎0.1%至1.0%。由於中國mPOS終端機市場現正面臨行業整合，故競爭力較弱的mPOS機供應商很可能會逐漸被淘汰。

概 要

於往績記錄期，我們的第一大mPOS客戶為盒子支付，其幾乎佔我們的所有mPOS收益。我們並無持有盒子支付的任何擁有權，且根據上市規則，盒子支付並非本公司的關連人士。然而，我們與盒子支付之間確實有一名董事重疊，且股東亦有部分重疊的情況。我們於二零一五年六月一日與盒子支付簽署了一份為期三年的戰略合作協議，其中列明有關我們與盒子支付之間的關係的一般條款。該協議並無訂明最低採購額以及價格、交付方面的具體條款及會在個別採購訂單中釐定的其他要求。更多資料，請參閱「業務－客戶、銷售及營銷－mPOS客戶」一節。

生產

我們的產品由我們自行設計及開發，而大部分生產流程則外包予分包商。銷售成本中的最大開支為芯片、PCB、閃存及視密卡盒等元件的成本。我們向優選供應商採購元件。我們的視密卡及mPOS機的生產流程大致相同。不同的一個方面是，對於視密卡，從軟件燒錄到成品包裝的流程在我們的自有設施完成，而對於mPOS，有關流程被外包予分包商。有關我們的生產過程、供應商及分包商的詳情，請參閱[編纂]「業務－生產」一節。

競爭優勢及業務策略

請參閱[編纂]「業務－競爭優勢」及「業務－業務策略」一節。

行業增長

根據Frost & Sullivan的資料，全球視密卡的市場規模預期於二零一五年至二零一九年將繼續穩步增長，按銷量計，複合年增長率為17.9%。主要增長推動因素及市場趨勢包括過渡至數字電視、付費電視行業的發展、來自電視製造商的支援及加速發展CI標準。視密卡市場的增長取決於該等趨勢的延續及發展進程。由於若干歐洲市場國家已或正將近完成數字化進程，預期該等國家當地視密卡市場的增長將放緩。然而，根據Frost & Sullivan的資料，仍處於數字化進程的早期或中期階段的其他國家（如俄羅斯、中國、印度及哈薩克斯坦）的增長率預期高於歐洲市場。因此，儘管過往曾為我們主要市場的歐洲市場的銷售可能放緩，但我們預期於未來數年我們的整體銷量會輕微增長，原因為我們進一步向發展中的視密卡市場擴充。

根據Frost & Sullivan的資料，按銷量計，中國mPOS市場預期於二零一五年至二零一九年按39.7%的複合年增長率增長。主要增長推動因素及市場趨勢包括不斷增長的手機支付及安全支付需求、操作及成本效率需求以及增值服務的可用程度不斷提高。

本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料集須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

概 要

有關行業市場趨勢的進一步資料，請參閱[編纂]「行業概覽－全球視密卡市場概覽」及「行業概覽－中國mPOS市場概覽」兩節。

過往財務資料概要

下表呈列摘錄自[編纂]附錄一會計師報告所載綜合財務報表的節選財務資料。以下資料應與會計師報告中我們的綜合財務報表及相關附註以及「財務資料」一節一併閱讀。

綜合全面收益表資料及經調整純利概要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年	二零一四年	二零一五年
	千美元	千美元	千美元
收益	47,181	56,007	65,141
銷售成本	(23,733)	(33,250)	(41,017)
毛利	23,448	22,756	24,124
其他收入	2,404	1,760	1,374
經營溢利	3,033	5,542	3,934
經調整純利(未經審核) ¹	4,921	5,012	7,415

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年	二零一四年	二零一五年
	千美元	千美元	千美元
期內溢利	2,675	5,460	3,323
加：			
以股份為基礎的薪酬開支	4,410	971	1,902
[編纂]	—	165	3,358
減：			
其他收入(扣除稅項)	(2,164)	(1,584)	(1,168)
經調整純利(未經審核) ¹	4,921	5,012	7,415

附註：

1. 經調整純利並非香港財務報告準則規定的一項財務衡量指標，呈列於此乃為提供有用資料用於評估及比較我們於往績記錄期的財務業績。

本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料集須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

概 要

綜合財務狀況表資料概要

	於十二月三十一日		
	二零一三年	二零一四年	二零一五年
	千美元	千美元	千美元
流動資產	99,407	109,617	67,169
流動負債	52,708	56,893	16,761
流動資產淨額	46,699	52,724	50,408
總資產	111,714	121,779	78,937
總負債	52,708	56,893	16,761
總權益	59,006	64,886	62,177

節選經營數據

我們的售價及利潤率受多項因素的影響，包括產品組合、貨幣的區域市場差異、經濟發展、消費習慣、技術進步及競爭。我們售價及利潤率的變動影響我們的經營業績。我們的平均售價乃按收益除以銷量計算，而平均單位成本為銷售成本除以銷量。我們的平均單位生產成本為銷售成本減特許權使用費／許可使用費及存貨減值再除以銷量計算。下表載列所示期間我們按產品類別劃分的平均售價、平均單位成本、平均單位生產成本及毛利率。

產品類別	截至十二月三十一日止年度											
	二零一三年				二零一四年				二零一五年			
	平均售價	單位成本	生產成本	毛利率	平均售價	單位成本	生產成本	毛利率	平均售價	單位成本	生產成本	毛利率
美元	美元	美元	%	美元	美元	美元	%	美元	美元	美元	%	
視密卡	21.13	10.46	7.95	50.5	19.38	10.30	7.60	46.9	17.07	9.20	7.48	46.1
mPOS機	8.65	6.44	6.44	25.6	13.06	10.51	10.47	19.6	19.56	14.70	14.70	24.8

本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料集須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

概 要

下表載列所示期間我們按地理市場劃分（基於交貨的最終地點）的視密卡平均售價及毛利率。

地理市場	截至十二月三十一日止年度					
	二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	平均售價 美元	毛利率 % ¹	平均售價 美元	毛利率 % ¹	平均售價 美元	毛利率 % ¹
歐洲市場	21.43	49.7	20.04	49.7	17.54	48.3
俄羅斯	18.53	45.3	15.78	43.0	13.74	36.0
中國	24.67	61.8	25.70	65.4	25.83	63.7
其他	27.16	63.4	19.74	52.6	19.19	53.7

附註：

- 於二零一三年、二零一四年及二零一五年，我們銷售視密卡的成本分別為22.6百萬美元、23.0百萬美元及20.1百萬美元，其包括分別為0.4百萬美元、1.5百萬美元及0.6百萬美元的存貨減值。由於存貨減值不能合理地分配至指定地理市場，該等款項在計算按地理市場劃分的毛利率時予以排除。

有關我們平均售價及毛利率的討論，請參閱[編纂]「財務資料」一節。

股息政策

請參閱[編纂]「財務資料—股息及股息政策」一節。

所得款項用途

假設每股股份[編纂]為[編纂]（即所述指示性[編纂]每股股份[編纂]至[編纂]的中位數），[編纂]所得款項淨額估計將約為[編纂]（經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]及估計開支）。我們計劃動用有關所得款項淨額作以下用途：

- 約[編纂]（佔我們估計總所得款項淨額的約40%）將用於產品規劃及研發，包括產品規劃及開發活動及加強研發團隊。
- 約[編纂]（佔我們估計總所得款項淨額約30%）用作銷售及市場推廣開支，包括發展國內外銷售網絡及深化與主要行業參與者的關係。

概 要

- 約[編纂] (佔我們估計總所得款項淨額約20%) 用作可能合併及收購。於最後實際可行日期，我們並無與任何特定收購目標展開磋商，亦無物色到任何目標。
- 約[編纂] (佔我們估計總所得款項淨額約10%) 用作營運資金及一般公司用途。

股東資料

創始人及創始人公司

我們的創始人黃學良先生 (通過Infortune International及Statemicroelectronics)、祝昌華先生 (通過Statemicroelectronics及Capital Tower) 及宮俊先生 (通過Junjie International) 於重組後及緊接[編纂]前合共擁有本公司已發行股本約24.46%。於資本化發行及[編纂]完成後 (並無計及因[編纂]購股權計劃項下尚未行使的購股權獲行使而可能發行的股份)，創始人合共擁有的已發行股本百分比將會攤薄至約18.35%。除[編纂]「持續關連交易」一節所載交易外，董事並不預期本集團與創始人之間於[編纂]後將會進行任何其他重大交易。有關更多資料，請參閱[編纂]「歷史、重組及企業架構」及「持續關連交易」兩節。

基金投資者

本公司於重組後及緊接[編纂]前已發行股本的餘下75.54%由基金投資者擁有。緊隨資本化發行及[編纂]完成後 (並無計及因[編纂]項下尚未行使的購股權獲行使而可能發行的股份)，基金投資者合共擁有的已發行股本百分比將會攤薄至約56.65%。基金投資者於本公司的權益以普通股形式持有且基金投資者並無持有本公司任何其他權益或特別權利。有關更多資料，請參閱[編纂]「歷史、重組及企業架構」一節。

概 要

[編纂]

附註：

- (1) 市值的計算乃基於[編纂]後預期將已發行[編纂]股股份。
- (2) 未經審核備考經調整綜合每股股份有形資產淨值乃基於緊隨[編纂]完成後預期將已發行[編纂]股股份計算。

[編纂]開支

請參閱「財務資料－[編纂]開支」一節。

風險因素

我們的業務受多項因素影響，包括但不限於與我們業務及行業有關的風險、與在中國開展業務有關的風險及與[編纂]有關的風險。我們面臨的部分主要風險包括以下風險：

- 視密卡市場的增長取決於我們控制範圍之外的若干行業趨勢的延續。倘若該等趨勢並不按照我們預計的步伐延續下去或變得對我們不利，我們的業務及增長前景將會受到重大不利影響。
- 我們向基於硬件的移動支付服務提供商銷售我們的mPOS產品。倘若彼等未能針對現有的行業及市場趨勢發展其移動支付業務，我們的mPOS業務以及財務狀況將會受到重大不利影響。
- 我們向盒子支付銷售我們絕大部分mPOS產品。盒子支付業務或財務狀況發生任何不利變動，可能會對我們來自盒子支付的收益造成不利影響，進而會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

概 要

- 我們海外視密卡客戶本國貨幣兌美元貶值此前曾對且日後可能會對我們於特定市場的售價及競爭力造成不利影響，這可能會對我們海外市場的視密卡業務造成不利影響。

由於不同的投資者於釐定風險的嚴重程度時可能具有不同的詮釋及標準，閣下於決定投資[編纂]前應審慎閱讀「風險因素」整節。閣下不應依賴報刊文章、研究分析師報告或其他媒體所載有關我們及[編纂]的任何資料，其中所載若干資料可能不與[編纂]所載資料一致。

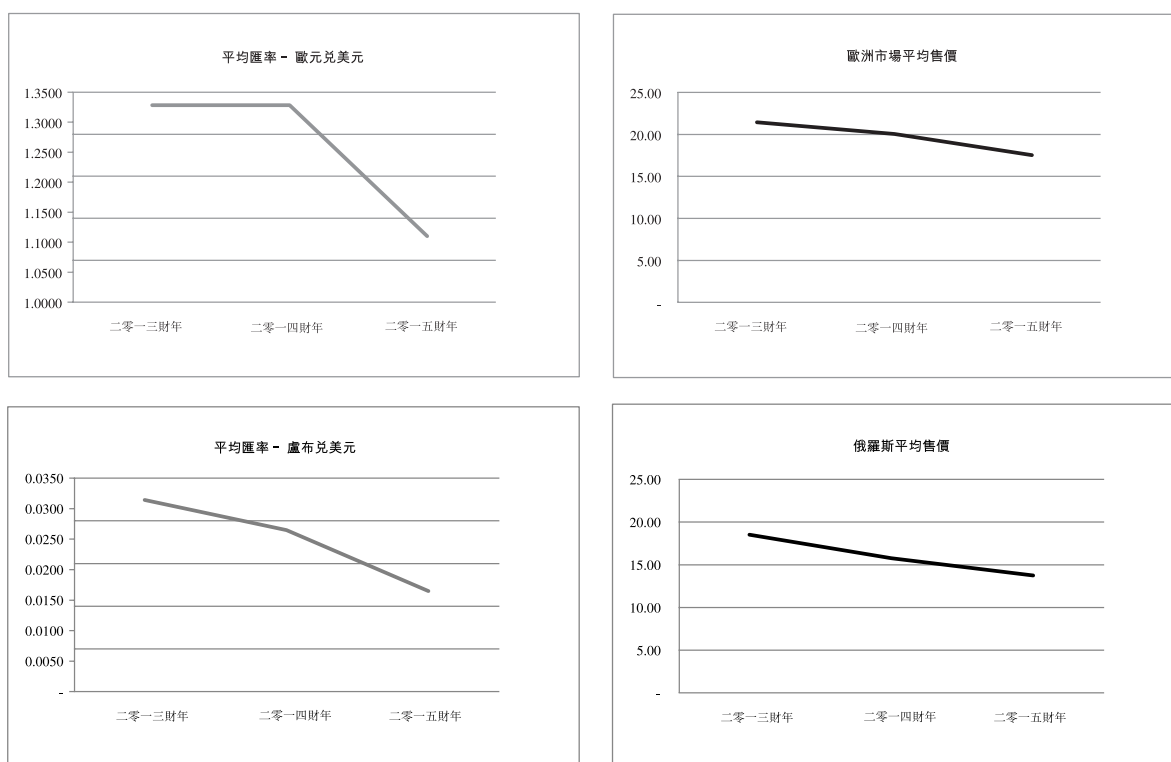
重大業務發展及行業格局變動

- 銷售mPOS機的收益貢獻由截至二零一三年十二月三十一日止年度的3.1%大幅增至截至二零一五年十二月三十一日止年度的42.7%。銷售mPOS機的收益貢獻增加已導致整體毛利率由二零一三年的49.7%減少至37.0%，原因為mPOS機的毛利率較視密卡的毛利率為低。然而，整體毛利已由二零一三年的23.4百萬美元增加至二零一五年的24.1百萬美元，主要由於銷售mPOS機的銷量增加所致；
- 往績記錄期內向歐洲市場的銷售減少，原因是許多歐洲國家已基本實現數字化，對視密卡的市場需求下降。根據Frost & Sullivan的資料，德國、瑞士、克羅地亞、西班牙、丹麥、挪威、冰島、捷克及荷蘭等部分歐洲國家已基本完成或接近完成數字化，而若干其他國家，如斯洛文尼亞、羅馬尼亞、保加利亞、英國、法國及比利時仍在進行數字化進程。我們預料隨著更多國家完成數字化進程，我們來自歐洲市場的收益將略有下降然後趨於穩定，這是由於未來視密卡於歐洲市場的銷售將主要由產品升級及CI標準轉變所推動；
- 俄羅斯預計到二零一九年將基本實現數字化，而本集團對俄羅斯的銷售受到俄羅斯經濟放緩以及自二零一四年起盧布兌美元貶值的影響；及
- 本集團的列報貨幣為美元。我們的視密卡銷售主要以美元計值，而我們的成本則以人民幣計值。於往績記錄期，視密卡的整體平均售價及毛利率下降，主要是因為歐元及盧布兌美元貶值，促使我們降低售價以維持我們視密卡產品的競爭力。美國聯邦儲備局於二零一五年十二月上調基準利率及於二零一六年潛在加息可能進一步使美元兌歐元及盧布升值，導致本公司的視密卡在歐洲市場及俄羅斯面臨售價下行壓力。然而，美元兌人民幣升值將可能使我們以美元呈列的綜合財務報表內的銷售成本下降。倘美元兌歐元、盧布及人民幣的升值幅度大致相同（並假設我們的收益及銷售成本跌幅受程度相近的影響），預期我們整體的盈利能力將受負面影響。人民

概 要

幣貶值造成以美元呈列的銷售成本減少，而銷售成本的減幅將很有可能被收益更大的跌幅所抵銷，原因是：(i)我們以美元呈列的人民幣計值銷售減少；及(ii)定價壓力使我們於歐洲及俄羅斯的售價下降。因此，我們預期美元兌歐元、盧布及人民幣整體的任何重大升值幅度或會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。請參閱[編纂]「風險因素－與我們業務及行業有關的風險－我們海外視密卡客戶本國貨幣兌美元貶值此前曾對且日後可能會對我們於特定市場的售價及競爭力造成不利影響，這可能會對我們海外市場的視密卡業務造成不利影響」一節。

下圖列示於往績記錄期我們在歐洲市場的視密卡平均售價相比歐元／美元匯率及我們在俄羅斯的視密卡平均售價相比盧布／美元匯率的情況。



進一步資料，請參閱[編纂]「財務資料－影響我們經營業績的重要因素」、「財務資料－節選收益表項目的說明－收益－匯率及視密卡的平均售價」及「行業概覽」各節。

概 要

向位於遭受國際制裁司法權區的客戶銷售

我們有產品向位於若干受制裁國家的客戶銷售，例如俄羅斯、烏克蘭、巴爾幹地區、埃及、黎巴嫩及白俄羅斯。有關我們與該等國家有關的業務活動詳情，請參閱[編纂]「業務－客戶、銷售及營銷－向位於遭受國際制裁司法權區的客戶銷售」一節。

近期發展及無重大不利變動

於二零一五年十二月三十一日後與我們業務有關的若干發展或預期發展載列如下：

往績記錄期後經營及財務事項

- 與二零一五年同期比較，截至二零一六年一月三十一日止一個月的總收益減少16%左右。
- 與二零一五年同期比較，截至二零一六年一月三十一日止一個月銷售視密卡的收益減少約11%，主要由於銷量減少約19%所致，後者主要受對俄羅斯銷售下降以及因農曆新年假期而停工數天（二零一六年較二零一五年更早發生）影響。以上情況部分為平均售價增加9%左右所抵銷，售價上升是因為我們較多的銷售來自平均售價比俄羅斯為高的其他地區市場。截至二零一六年一月三十一日止一個月視密卡的平均售價略高於截至二零一五年十二月三十一日止年度的平均售價。
- 與二零一五年同期比較，截至二零一六年一月三十一日止一個月銷售mPOS機的收益減少22%左右，主要受平均售價顯著下跌約35%所拖累，但影響部分為銷量增加約20%所抵銷（儘管如上文所述因農曆新年而停工）。平均售價下跌，主要因為於截至二零一五年一月三十一日止一個月我們有較多的mPOS銷售屬於一個於二零一四年九月推出有較高售價的新型號，可是我們於截至二零一六年一月三十一日止一個月的銷售，包括有較多的來自平均售價較低的另一型號。然而，截至二零一六年一月三十一日止一個月mPOS機的平均售價，與截至二零一五年十二月三十一日止年度的平均售價比較，仍然相對平穩。
- 與二零一五年同期比較，截至二零一六年一月三十一日止一個月的毛利及毛利率上升。與二零一五年同期比較，截至二零一六年一月三十一日止一個月的毛利上升約20%，主要由於平均單位成本較低，因為正如上文所述，於截至二零一五年一

概 要

月三十一日止一個月售出的mPOS機較多屬於一個新推出型號，有較昂貴的元件。毛利率亦上升，同是反映截至二零一六年一月三十一日止一個月較低的平均單位成本。

- 於二零一五年十二月三十一日，我們的貿易應收款項為24.8百萬美元，其中9.1百萬美元或36.8%已於二零一六年一月三十一日結清。於二零一五年十二月三十一日，我們的貿易應付款項為7.9百萬美元，其中3.3百萬美元或42.4%已於二零一六年一月三十一日結清。
- 我們預期進一步[編纂]開支[編纂]將於二零一六年的綜合全面收益表扣除。

董事已確認，自二零一五年十二月三十一日起及直至[編纂]日期，我們的財務或貿易狀況或前景並無重大不利變動，亦無發生對[編纂]附錄一會計師報告所載綜合財務報表內所示資料造成重大不利影響的事件。

[編纂]購股權計劃

為認可SMIT Corporation部分僱員、董事及顧問對其發展作出的貢獻，SMIT Corporation於二零零八年二月二十一日採納一項股份激勵計劃（「二零零八年股份計劃」）。作為重組的一部分，本公司採納二零零八年股份計劃作為[編纂]購股權計劃，採納SMIT Corporation根據二零零八年股份計劃授出的所有購股權及SMIT Corpoation與該等購股權持有人訂立的所有購股權協議。於最後實際可行日期，根據[編纂]購股權計劃授出的購股權而發行在外的股份數目為39,610,510股股份。緊隨資本化發行及[編纂]完成後，已發行股份數目將為[編纂]股。於資本化發行及[編纂]完成後，根據[編纂]購股權計劃可能授出的購股權所涉及的最高股份數目將為58,470,406股股份。因此，假設於資本化發行及[編纂]完成後根據[編纂]購股權計劃授出的尚未行使購股權獲悉數行使，已發行股份數目將為358,470,406股，因此攤薄股東股權約16.31%。假設本公司自二零一五年一月一日起已在聯交所[編纂]並已發行[編纂]股股份，則截至二零一五年十二月三十一日止年度的每股股份盈利按備考基準計算將約為0.011美元。再假設於二零一五年一月一日悉數行使根據[編纂]購股權計劃授出涉及58,470,406股股份的購股權，截至二零一五年十二月三十一日止年度的每股股份盈利按備考基準計算將攤薄至大約0.009美元。

有關更多詳情，請參閱[編纂]附錄一所載會計師報告內附註28及附錄四「法定及一般資料－其他資料－14.[編纂]購股權計劃」一節。