

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於僅屬概要，故並無包括所有對閣下而言可能屬重要的資料，並須與本文件全文一併閱讀，以確保其完整性。閣下決定[編纂]於[編纂]之前，應閱覽整份文件。任何[編纂]均涉及風險。有關[編纂]於[編纂]的若干特定風險載列於本文件「風險因素」一節。閣下決定[編纂]於[編纂]之前應細閱該節。

概覽

我們在收入及盈利能力兩方面是中國領先的電動兩輪車品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，我們於中國電動兩輪車市場為最大的公司，而就2015年的收入而言，我們的市場份額為10.5%。我們採納高端定位策略，建立高端品牌。根據弗若斯特沙利文的資料，就淨利潤而言，我們為電動兩輪車市場所有領先業者中利潤最高的公司，於2015年，我們的淨利潤佔整體市場的24.0%。根據弗若斯特沙利文的資料，就2015年的收入而言，我們於電動踏板車市場的市場份額為11.2%，於電動自行車市場的市場份額為9.2%，分別排名第一及第二。我們自2009年起連年獲中國輕工業聯合會評為「中國輕工業電動自行車行業十強企業」第一位。我們的主營業務為電動兩輪車(其中包括電動踏板車及電動自行車)的設計、研究、開發、製造及銷售。我們相信，我們強勁的市場品牌知名度及商譽，使我們的產品得以收取較高的價格。

根據中國道路交通安全法，我們幾乎所有產品均分類為「非機動車」，故此較「機動車」(須遵守牌照、司機資格及道路使用規定以及更高的速度及其他表現標準)須遵守的監管規定較為寬鬆。我們相信我們的產品毋須遵守有關監管規定，很大程度帶動銷量增長。然而，概不保證與我們的產品有關的監管規定日後不會變得更加嚴格。進一步詳情請參閱本文件第78頁開始的「行業概覽—電動兩輪車市場概覽—電動自行車行業的監管演變」一節及本文件第94頁開始的「監管概覽—四、有關電動兩輪車上牌及上路行駛規定」一節。

於2015年12月31日，我們在中國通過由超過1,700名分銷商及其下屬子分銷商所組成的全國銷售及分銷網絡銷售產品。我們有廣泛的國際客戶基礎，於往績記錄期內透過廣泛的國際分銷網絡在逾50個國家進行銷售。根據弗若斯特利文的資料，我們的國際銷售佔2015年中國電動兩輪車總出口量1.9%。我們相信我們的市場領導地位和強勁的品牌認可度，使我們得以與分銷商及供貨商建立長期合作關係，並能夠取得有利的條款。

概 要

我們的總部位於江蘇省，並設有我們的主要辦公樓、產品研發中心及無錫生產基地。除無錫生產基地外，我們另設有其他三個生產基地，分別在天津、慈溪及東莞。於2015年12月31日，我們的電動兩輪車年產能約達5.0百萬台。

我們專注於研發，以提高我們的創新能力及市場競爭力。我們致力開發核心技術(如電機及動力系統)。我們亦正就電動兩輪車開發及提升先進移動互聯網APP軟件，包括遙控電機一鍵啟動系統、位置追蹤應用程式、內置的機械問題偵測及報告系統及尋回失車應用程式。此外，我們與專門研究及開發尖端電動兩輪車的美國公司Lightning Motors訂立戰略合作協議共同開發和生產高端產品，而我們亦擁有該公司約11.1%的股權。於最後實際可行日期，我們在中國持有合共664項專利，其中15項為發明專利、270項為實用新型專利及379項為外觀設計專利，而48項專利申請正待審批。

我們於往績記錄期內錄得顯著增長。我們的淨利潤由2013年的人民幣174.1百萬元增加28.4%至2014年的人民幣223.5百萬元，並進一步增加68.0%至2015年的人民幣375.5百萬元。2014年的淨利潤大受我們向高級管理層支付的股份付款人民幣75.6百萬元所影響，該付款乃為表揚彼等對本集團的貢獻。我們的收入由2013年的人民幣5,059.2百萬元增加至2014年的人民幣5,824.1百萬元，並進一步增至2015年的人民幣6,429.2百萬元。我們於往績記錄期內的收入及利潤大幅增長，主要由於中國電動兩輪車的需求不斷上升，導致我們產品的銷售量有所上升所致。此增長亦很大程度上由於市場漸加認識我們的品牌以及我們(透過實行智美終端)改善分銷點，以及鑒於我們進行的營銷工作(例如在受歡迎電視節目內播放廣告及委聘名人擔任產品代言人)。

我們的產品及生產

我們的核心產品為電動兩輪車，其中包括電動踏板車及電動自行車。我們亦銷售電動兩輪車用的電池及充電器)及若干其他電動兩輪車零部件。我們先前曾生產包括高爾夫球車及保潔車等若干電動特種車輛。然而，為僅專注於核心產品，我們已於2014年第三季終止生產該等車輛。

概 要

下表載列所示期間按產品劃分的銷售明細：

產品	截至12月31日止年度					
	2013年		2014年		2015年	
	金額 (人民幣 千元)	佔總額 百分比	金額 (人民幣 千元)	佔總額 百分比	金額 (人民幣 千元)	佔總額 百分比
電動踏板車 ⁽¹⁾	2,607,007	51.5	3,244,385	55.7	3,483,214	54.2
電動自行車.....	1,253,472	24.8	1,405,911	24.1	1,455,416	22.6
電池及充電器.....	1,027,624	20.3	1,109,598	19.1	1,427,914	22.2
特種車輛.....	75,331	1.5	18,429	0.3	—	—
電動兩輪車零部件.....	95,766	1.9	45,819	0.8	62,643	1.0
總計.....	5,059,200	100	5,824,142	100	6,429,187	100

(1) 國際銷售於往績記錄期產生的收入已計入本文件中電動踏板車的收入，乃由於該等銷售額只佔我們的總銷售額小部分，而我們視大部分出售予國際客戶的產品為高端型號。截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，國際銷售產生的收入分別佔總收入2.1%、2.9%及1.7%。

我們在無錫、天津、慈溪及東莞的生產基地生產電動兩輪車，於2015年12月31日合共設有25條生產線，總年產能約達5.0百萬台電動兩輪車。於往績記錄期，為滿足對我們產品的需求增長，我們擴充設施，提升生產設施的使用率。截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，我們的生產線使用率分別約為69.2%、78.3%及65.7%。我們於2015年的生產基地使用率較2013年及2014年下降，原因是我們於2015年將天津生產基地遷往產能較高的新地點。

截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，我們的電動踏板車的銷售量分別為1,594,618台、1,869,290台及2,044,610台。同期的電動自行車銷售量分別為1,137,225台、1,141,646台及1,276,448台。截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，我們的電動踏板車(不包括電池及充電器)的平均售價分別約為人民幣1,635元、人民幣1,736元及人民幣1,704元。同期，我們的電動自行車(不包括電池及充電器)的平均售價分別約為人民幣1,102元、人民幣1,231元及人民幣1,140元。於2015年，我們的電動踏板車及電動自行車平均售價較2014年輕微下跌，乃由於我們為捕捉額外市場份額及應對競爭對手因原材料市場價格下跌得以降價而引致的市場競爭，就若干產品向分銷商提供折扣作為促銷活動的一部分所致。

概 要

截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，我們的電動踏板車的毛利率分別為17.6%、21.3%及25.2%。同期的電動自行車毛利率分別為12.1%、17.0%及18.2%。電動兩輪車的毛利率由2013年至2014年有所增加，主要由於電動踏板車及電動自行車的價格上升以及加緊控制銷售成本。2014年至2015年電動兩輪車的毛利率增加，主要是由於原材料的平均採購價下跌、我們增加採購原材料以滿足銷售量增長導致規模經濟效益有所改善，以及出售為提升原材料使用效率設計的優化電動兩輪車型號。

我們的客戶

我們的客戶為向我們採購產品的分銷商，彼等將該等產品轉售予於彼等指定分銷區域內的銷售點的終端客戶，或轉售予子分銷商供彼等於相關分銷商的指定分銷區域內向終端客戶轉售該等產品。

截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，對五大客戶的銷售額分別為人民幣328.8百萬元、人民幣432.5百萬元及人民幣492.8百萬元，佔有關期間總銷售額的約6.5%、7.4%及7.7%。我們一直與該等分銷商維持一至十二年的長期穩定關係。

銷售及分銷網絡

我們主要透過我們的中國分銷網絡銷售我們的產品，於2015年12月31日，分銷網絡包括1,760名覆蓋中國各省份的分銷商。我們透過本身的線上平台推廣產品及收集客戶反饋以支持分銷商的銷售工作。於往績記錄期內，除我們的中國分銷網絡外，我們的產品亦銷售至全球超過50個國家的客戶。截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，我們於國內銷售所產生的收入分別為人民幣4,952.3百萬元、人民幣5,657.9百萬元及人民幣6,322.1百萬元，分別佔該等期間總收入的97.9%、97.1%及98.3%；而同期我們於國際銷售所產生的收入分別為人民幣106.9百萬元、人民幣166.2百萬元及人民幣107.1百萬元，分別佔該等期間總收入的2.1%、2.9%及1.7%。

於往績記錄期內，我們透過於不同層級設立銷售公司及管理部門，並增加管理人員，加強對國內分銷商的管理及控制。此外，我們開始透過智美終端協助分銷商加強及提升彼等的銷售點，以及彼等的營運程序及產品陳列。這包括按照頂尖設計公司提供的嶄新設計革新銷售點和改善產品陳列、佈局及品牌形象，提升購物體驗，對消費者營造高端品牌形象。

概 要

原材料及供貨商

我們的主要原材料包括電機、車架、控制器、電池、充電器、制動器、輪胎及其他部件。我們一般會就每種主要部件確保有至少兩名替代供貨商，並與彼等訂立採購協議，以減低供應短缺的風險。

截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，對五大供貨商(彼等主要供應電池、電機、儀表、輪胎及磁鐵)的採購額分別為人民幣1,459.5百萬元、人民幣1,559.7百萬元及人民幣1,684.4百萬元，佔該等期間總採購額分別約35.2%、35.8%及34.4%。

我們於日常業務過程中向供貨商(為我們的關連人士)採購塑件烤漆服務、減震器、前叉、電機、儀表、車架及包裝箱，並將於[編纂]後繼續如此行事。該等交易將於[編纂]後構成本公司的非豁免持續關連交易。截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，我們已就該等原材料及服務向持續關連供貨商分別採購合共人民幣484.4百萬元、人民幣479.8百萬元及人民幣340.1百萬元，佔有關期間總採購額的約11.7%、11.1%及7.0%。我們預期於截至2016年、2017年及2018年12月31日止年度就該等原材料及服務將向關連供貨商支付的最高費用金額分別為人民幣166.4百萬元、人民幣55.6百萬元及人民幣25.0百萬元。有關持續關連交易的詳情，請參閱本文件第223頁「關連交易」一節。

我們的優勢

我們相信以下優勢對我們業務營運的成功以及在電動兩輪車行業的領先地位有所貢獻：

- 在收入及盈利能力兩方面是中國電動兩輪車市場的翹楚；
- 品牌的領導地位賦予我們較強的定價能力；
- 強大的研發及設計能力確保我們於產品開發方面的市場領先地位；
- 覆蓋範圍廣泛且市場滲透率高的廣大分銷及服務網絡；及
- 專業且饒富經驗的管理層團隊於帶來增長及盈利能力方面具有卓越的往績記錄。

我們的策略

我們計劃進一步拓展業務，以及加強我們於電動兩輪車行業的領先地位。達致目標的主要策略如下：

- 進一步打造我們的品牌為高端品牌，鞏固在中國的市場領導地位；

概 要

- 進一步加強研發實力，鞏固我們的產品、技術的領先地位，持續推出創新產品；
- 繼續升級拓展銷售與服務網絡，完善分銷商的銷售點，提升客戶體驗；
- 拓展業務及推廣品牌至國際市場；及
- 繼續招聘、培訓及激勵高端專業型人才。

監管趨勢

根據我們的中國法律顧問，現時有五個城市(廣州、東莞、珠海、深圳及廈門)就在市內部分區域使用電動自行車^①實施禁令或限制。^②然而，我們相信該等禁令及限制不會對我們的擴充計劃造成重大影響，原因是僅少數城市採納該等政策。此外，電動自行車的監管趨勢乃透過產品目錄制度監管，而非採取禁止方式。一般而言，根據產品目錄制度，倘品牌產品符合政府訂明的技術標準，有關產品在完成申請程序後，將納入產品目錄並可供銷售及使用。有關電動自行車行業的過往監管情況的額外詳情，請參閱本文件第78頁「行業概覽—電動兩輪車市場概覽—電動自行車行業的監管演變」一節。再者，中國政府持續支持環保產品的發展。鑒於上文所述，我們相信日後不大可能有大量其他城市會禁止或嚴格限制使用電動自行車。

過往財務資料概要

以下為我們於2013年、2014年及2015年12月31日以及截至該等日期止年度的綜合財務資料的概要。財務資料概要摘錄自我們載於本文件附錄一會計師報告的綜合財務資料。以下概要應連同本文件附錄一的綜合財務資料(包括隨附附註)以及本文件第253頁「財務資料」一節所載資料一併閱讀。我們的綜合財務資料乃根據香港財務報告準則編製。

附註：

- (1) 電動自行車按國家標準定義指電動自行車及輕便電動踏板車。於2013年、2014年及2015年，電動自行車及輕便電動踏板車銷售產生的收入分別佔銷售電動兩輪車總收入的99.4%、98.6%及99.0%。
- (2) 近來，北京亦禁止電動自行車在長安街市中心和周邊地區多條道路行駛。該等地區交通繁忙，所有交通(包括汽車、貨車、自行車及行人)均受嚴格管制。

概 要

綜合損益表概要

	截至12月31日止年度		
	2013年 (人民幣千元)	2014年 (人民幣千元)	2015年 (人民幣千元)
收入.....	5,059,200	5,824,142	6,429,187
銷售成本.....	(4,404,654)	(4,855,684)	(5,211,994)
毛利.....	654,546	968,458	1,217,193
其他收益及收益淨額.....	27,184	81,280	85,770
銷售及分銷開支.....	(275,792)	(349,390)	(453,544)
行政開支.....	(192,234)	(394,616)	(358,528)
財務費用.....	(427)	(251)	(24)
分佔聯營公司利潤及虧損.....	12,178	1,222	—
除稅前利潤.....	225,455	306,703	490,867
所得稅開支.....	(51,382)	(83,239)	(115,400)
年度利潤.....	<u>174,073</u>	<u>223,464</u>	<u>375,467</u>
加：			
[編纂]開支.....	450	6,742	17,837
權益結算股份獎勵開支 ⁽¹⁾	—	75,574	—
減：			
列入按公平值計入損益的 金融資產的理財產品收益.....	10,704	23,177	42,651
經調整淨利潤(未經審核) ⁽²⁾	<u>163,819</u>	<u>282,603</u>	<u>350,653</u>

附註：

(1) 權益結算股份獎勵開支指為答謝高級管理人員對本集團作出貢獻而向彼等配發及發行股份的開支。

(2) 請參閱本文件「財務資料—非香港財務報告準則計量」一節。

概 要

綜合財務狀況表概要

	於12月31日		
	2013年	2014年	2015年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
非流動資產.....	876,270	839,363	1,025,508
流動資產.....	1,709,334	2,077,948	2,964,260
流動負債.....	1,958,355	2,400,738	3,185,771
非流動負債.....	—	—	22,160
流動負債淨額.....	(249,021)	(322,790)	(221,511)
總資產減流動負債.....	627,249	516,573	803,997
資產淨值.....	627,249	516,573	781,837
總權益.....	627,249	516,573	781,837

於往績記錄期內，我們保存大量手頭現金，乃由於我們(i)就大部分銷售而言，在銷售交付前預先向分銷商收取全額款項；及(ii)受惠於供貨商提供的有利信貸條款，例如彼等接受使用銀行承兌匯票以支付大部分原材料採購款項，使我們向供貨商付款的時間延長至逾六個月。因此，我們錄得大額應付賬款及應付票據結餘及相對較高的應付賬款及應付票據周轉天數，對往績記錄期內的流動負債淨額狀況帶來貢獻。有關我們使用銀行承兌匯票的進一步詳情，見本文件第282頁「財務資料—若干資產負債表項目—應付賬款及應付票據」。

為管理大量手頭現金，我們購買及贖回理財產品作「現金池」，我們可在需要時從中取得現金，收益較銀行存款為高，皆因該等產品流動性高，風險水平較低。我們投資的理財產品的相關金融資產主要包括中國國庫債券、融資券、銀行同業借款及中國人民銀行發行的票據。於往績記錄期內，所有我們投資的理財產品可於六個月內贖回。截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，我們理財產品的平均回報率分別為3.34%、3.23%及4.31%。於最後實際可行日期，我們的所有理財產品皆為保本。我們計劃日後僅購買保本產品。有關現金管理策略、政策及程序的進一步詳情見本文件第184頁「業務—現金流量及投資管理」。

概 要

綜合現金流量表概要

	於及截至12月31日止年度		
	2013年	2014年	2015年
	(人民幣千元)	(人民幣千元)	(人民幣千元)
經營活動產生現金流量淨額.....	444,077	861,648	793,857
投資活動所用現金流量淨額.....	(333,346)	(256,077)	(410,876)
籌資活動(所用)/產生現金流量淨額...	52,490	(387,273)	(98,219)
現金及現金等價物增加淨額.....	163,221	218,298	284,762

主要財務比率⁽¹⁾

	於及截至12月31日止年度		
	2013年	2014年	2015年
	毛利率(%).....	12.9	16.6
淨利潤率(%).....	3.4	3.8	5.8
存貨周轉日數.....	31.4	19.6	10.5
權益回報(%).....	32.2	39.1	57.8
總資產回報(%).....	8.0	8.1	10.9
利息覆蓋率.....	529.0	1,222.9	20,453.8

	於12月31日		
	2013年	2014年	2015年
	流動比率.....	0.87	0.87
速動比率.....	0.69	0.80	0.89
資產負債比率.....	1.6	—	1.7

於2013年、2014年及2015年12月31日，我們錄得流動負債淨額分別為人民幣249.0百萬元、人民幣322.8百萬元及人民幣221.5百萬元。經計及於最後實際可行日期經營產生的現金及可用的銀行融資(包括未動用一般銀行融資人民幣456.7百萬元及可供發行銀行承兌匯票的未動用銀行融資人民幣83.3百萬元)，董事經適當及審慎查詢後信納，我們有充足可用的營運資金，以供本文件起計最少十二個月所需。

(1) 有關計算主要財務比率的方法的進一步詳情，請參閱本文件第301頁「財務資料—主要財務比率」及第276頁「財務資料—若干資產負債表項目—存貨」各節。

概 要

敏感度分析

於截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，倘原材料的成本分別上升或下降5%，我們的毛利將分別減少或增加31.3%、23.0%及19.6%，而我們的淨利潤會分別減少或增加117.5%、99.5%及63.6%（假設所有其他因素維持不變）。倘我們的產品平均售價於同年上升或下降5%，我們於有關年度的毛利將分別增加或減少38.6%、30.1%及26.4%，而我們的淨利潤將分別增加或減少145.3%、130.3%及85.6%（假設所有其他因素維持不變）。

風險因素

我們的業務涉及若干風險，部分風險並非我們所能控制。以下載列若干該等風險因素的概要。本概要應連同「風險因素」一節一併全面閱讀。以下任何發展可能對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響：

- 我們的成功取決於持續創新、成功推出新產品及通過營銷投資進行的品牌推廣，而我們可能無法預見或及時應對消費者喜好的轉變。
- 我們很大程度上依賴第三方分銷商，而我們的成功取決於我們的分銷及物流網絡。
- 我們極其依賴品牌形象出售我們的產品。與我們的產品、品牌、僱員、營運、分銷商及行業或與我們產品相似的產品有關的負面報導，可能會對消費者對我們產品的觀感造成不利影響，從而令我們產品的需求減少。
- 中國電動兩輪車的監管可能更趨嚴格。
- 我們很大程度上依賴若干產品部件的外部供貨商。
- 我們所處的行業競爭激烈，且競爭可能會加劇。
- 我們可能會因推行影響我們營運所在行業的新政策、法規、新行業標準或法律而受到影響，包括該等針對我們所用原材料的生產、我們的產品生產或我們產品的銷售或使用的新政策、法規、新行業標準或法律。

不合規事件

在往績記錄期內，本集團有若干重大或系統性不符合中國適用法律及法規的事件，包括有關生產汽油機助力自行車、環境影響評估批文、支付社保金及繳存住房公積金的不合規事件。有關詳情請參閱本文件由第205頁開始的「業務 — 法律訴訟及合規 — 合規」。

概 要

分銷商未經授權改裝

於往績記錄期內及直至最後實際可行日期，數家分銷商因出售不合規定車輛而受中國有關主管機構行政處罰及列於質量監測結果公示。該等車輛由分銷商在未經我們同意下改裝及出售。相關分銷商已妥為清償所有有關分銷商作出改裝的懲罰。我們不預期該等處罰對我們的業務營運或經營業績造成重大不利影響。此外，為將分銷商的改裝情況減至最少，我們已採取若干預防措施。有關詳情，請參閱本文件第212頁「業務—分銷商未經授權改裝產品」。有關我們因該等事件而可能會面臨的潛在風險，請參閱本文件第39頁「風險因素—與我們業務有關的風險—部分分銷商因未經授權改裝我們的產品而受處罰，這可能對我們的聲譽、業務、財務狀況、經營業績及前景造成不利影響」。

於受制裁國家的業務

於往績記錄期內，我們在受制裁國家(即伊朗、蘇丹及俄羅斯)進行有限業務活動。截至2013年、2014年及2015年12月31日止年度，來自該等國家業務活動的收入極少，分別佔該等年度總收入約0.010%、0.008%及零。我們已於2014年6月停止所有該等業務活動，且無意在任何受制裁國家恢復業務活動。誠如制裁法的法律顧問所告知，本公司、[編纂]及股東以及可能直接或間接涉及批准我們股份[編纂]、買賣及結算的人士(包括聯交所及相關集團公司)承受美國、歐盟及澳洲制裁方案帶來的制裁風險極低。詳情請參閱本文件第163頁「業務—因銷售我們的產品予若干受制裁國家的客戶而蒙受制裁風險」。

股東資料

緊隨[編纂]及[編纂]完成後，董先生及錢女士(兩人為夫婦)將擁有(分別透過投資控股公司大為及方圓間接擁有)本公司已發行股本分別約[編纂]%及[編纂]%(假設[編纂]未獲行使)。因此，董先生、錢女士、大為及方圓將繼續為控股股東。有關進一步詳情，請參閱本文件第236頁「與控股股東的關係」一節。

有關本公司股權架構的詳情，請參閱本文件第125頁「歷史、發展及重組—[編纂]完成後的持股架構」一節。

概 要

[編纂]投資

於2014年10月27日，本公司、第一[編纂]投資者、控股股東、Yadea Group Management及Yadea HK訂立[編纂]股份認購協議，據此，我們於2014年12月10日向第一[編纂]投資者發行1,930股每股面值1.00美元的A系列優先股，代價為相等於人民幣125,000,000元的美元金額。根據[編纂]股東協議，第一[編纂]投資者獲授予的若干特別權利(若干股份轉讓的限制、優先選擇權及隨賣權除外)將於[編纂]後終止。

第一[編纂]投資者與第二[編纂]投資者於2015年6月11日訂立A系列優先股轉讓協議，據此，第一[編纂]投資者同意向第二[編纂]投資者出售，而第二[編纂]投資者同意向第一[編纂]投資者購買總共438股每股面值1.00美元的A系列優先股，代價為人民幣99.86百萬元。根據本公司、控股股東、第一[編纂]投資者與第二[編纂]投資者就第二筆[編纂]投資及根據[編纂]股東協議訂立的信守契據，第二[編纂]投資者無條件地、不可撤回地及永久延續地豁免，並承諾不行使其根據[編纂]股東協議及組織章程大綱及細則作為第一[編纂]投資者的認許受讓人就A系列優先股可能擁有的任何及全部權利。根據信守契據，第二[編纂]投資者不應被視為擁有[編纂]股東協議及組織章程大綱及細則項下第一[編纂]投資者的任何權利。

第一[編纂]投資者及第二[編纂]投資者將分別持有[編纂]股股份及[編纂]股股份，佔緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)經擴大已發行股本約[編纂]%及[編纂]%。有關[編纂]投資的詳情，請參閱本文件第116頁「歷史、發展及重組—[編纂]投資」一節。

股息政策

於2015年1月29日，我們宣派特別一次性現金股息154.0百萬港元，而有關股息已於2015年1月30日派付(存置於股份溢價賬的已宣派未付股息約13.6百萬港元除外，乃由於第一[編纂]投資者放棄收取該部分的股息)。除上述股息外，本公司於往績記錄期內並無宣派或派付任何股息。

未來宣派及派付股息以及任何股息金額將由董事酌情釐定，並將取決於我們的財務狀況、盈利和資本需求及合約和法律限制以及我們能否獲得附屬公司支付股息及董事視為相關的其他因素。我們目前無意在可見將來要附屬公司向本公司派付任何股息。我們擬將附屬公司的保留盈利用於擴充我們的業務。此外，我們目前並無計劃於可見將來向股東派付股息。有關我們的股息政策詳情，請參閱本文件第300頁「財務資料—股息政策」一節。

概 要

[編纂]統計資料

[編纂]

基於[編纂]
[編纂]港元
(即指示性[編纂]
的中位數)

股份市值.....	[編纂]港元
未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值.....	[編纂]港元

附註：

- (1) 此表所有統計數字乃假設[編纂]未獲行使。
- (2) 市值乃基於以下假設計算：(i)[編纂]已經完成；及(ii)[編纂]項下預期將予發行[編纂]股[編纂]，而緊隨[編纂]及[編纂]完成後將有[編纂]股已發行及發行在外股份。
- (3) 未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值乃經作出本文件第II-1頁「附錄二—未經審核備考財務資料」所述調整後並基於緊隨[編纂]及[編纂]完成後將有[編纂]股已發行及發行在外股份計算得出。

所得款項用途

我們估計，假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即本文件所述[編纂]的中位數)，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]費用及佣金以及其他估計開支後，並假設[編纂]不獲行使，我們將收到的[編纂]所得款項淨額將約為[編纂]百萬港元(相等於約人民幣[編纂]百萬元)。我們擬動用[編纂]所得款項淨額作下述用途。有關進一步詳情，請參閱本文件第306頁「未來計劃及所得款項用途」。

概 要

我們擬動用[編纂]所得款項淨額作以下用途：

金額 (人民幣百萬元)	佔總估計所得 款項淨額百分比	擬定用途
[編纂]	50	改善分銷及銷售，以及營銷，包括(i)品牌推廣、廣告及營銷；(ii)擴展智美終端；(iii)擴展國際銷售；及(iv)建立在線平台，包括在線銷售推廣及營銷
[編纂]	30	業務拓展，包括(i)購買新的自動生產設備及擴充生產；及(ii)潛在的併購
[編纂]	10	研發產品、改善研發設施及聘請研發人員
[編纂]	10	一般營運資金

我們將不會就[編纂]在[編纂]出售[編纂]而收取任何所得款項。倘若我們從[編纂]收取的所得款項淨額高於或低於上述估計金額，我們將按比例調高或調低上述所得款項淨額的擬定用途。

[編纂]開支

我們於2013年、2014年及2015年分別產生[編纂]開支人民幣[編纂]百萬元、人民幣[編纂]百萬元及人民幣[編纂]百萬元，其中人民幣[編纂]百萬元已支銷，並入賬為我們行政開支的一部分，而人民幣[編纂]百萬元則入賬為與本公司股份[編纂]相關的預付款項。我們預期完成[編纂]將進一步產生[編纂]開支人民幣[編纂]百萬元(包括[編纂]佣金人民幣[編纂]百萬元，此乃假設[編纂]不獲行使及按[編纂]每股[編纂][編纂]港元(即本文件所列[編纂]的中位數)計算)，其中人民幣[編纂]百萬元預期將於綜合損益表扣除，而人民幣[編纂]百萬元預計將入賬為自權益扣減。上述估計[編纂]開支為最後實際可行的估計，僅供參考，實際金額及會計處理或會有別於此估計。

[編纂]佣金、聯交所交易費、證監會交易徵費及[編纂]就[編纂]應付的其他開支預期為人民幣[編纂]百萬元，此乃假設[編纂]不獲行使及按[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算。

概 要

近期發展

於2015年12月31日(即本文件所示的最新經審核財務資料日期)後以及直至本文件日期，概無有關我們業務的重大不利行業、市場、營運(包括銷售表現)或規管發展，或對我們的經營業績或財務狀況造成重大不利影響的任何其他事件。截至2016年3月31日止三個月，電動兩輪車的銷售量與2015年同期比較相對保持平穩。隨著我們於2015年第四季開始逐步取消過往向分銷商提供的折扣，此期間電動兩輪車平均售價較2015年同期增加。我們於該期間的收入及原材料整體成本亦較2015年同期增加。於最後實際可行日期，我們總共有未動用信貸融資人民幣540.0百萬元(包括未動用一般信貸融資人民幣456.7百萬元及可供發出銀行承兌匯票的未動用銀行融資人民幣83.3百萬元)，進一步提升我們的流動資金狀況。