

香港聯合交易所有限公司及證券及期貨事務監察委員會對本聆訊後資料集的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本聆訊後資料集全部或任何部分內容而產生或依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

聆訊後資料集

澳至尊

AUSUPREME

Ausupreme International Holdings Limited

澳至尊國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(「本公司」)

警告

本聆訊後資料集乃根據香港聯合交易所有限公司(「聯交所」)及證券及期貨事務監察委員會(「證監會」)的要求而刊發，僅用作向香港公眾人士提供資料。

本聆訊後資料集為草擬本，其所載資料並不完整，亦可能會作出重大變動。閣下閱覽本文件，即表示閣下知悉、接納並向本公司、其保薦人、顧問或包銷銀團成員表示同意：

- (a) 本文件僅為向香港公眾人士提供有關本公司的資料，概無任何其他目的。投資者不應根據本文件所載資料作出投資決定；
- (b) 在聯交所網站登載本文件或其補充、修訂或更換附頁，並不會引致本公司、其保薦人、顧問或包銷銀團成員須於香港或任何其他司法管轄區進行發售的任何責任。概不保證本公司會進行發售；
- (c) 本文件或其補充、修訂或更換附頁的內容未必會全部或部分轉載於最終正式上市文件；
- (d) 本文件並非最終上市文件，本公司可能會不時根據《香港聯合交易所有限公司證券上市規則》作出更新或修訂；
- (e) 本文件並非向任何司法管轄區的公眾人士提呈出售任何證券的招股章程、發售通函、通告、通函、小冊子或廣告，亦非邀請公眾人士認購或購買任何證券的要約，且並非旨在邀請公眾人士認購或購買任何證券的要約；
- (f) 本文件不應被視為勸誘認購或購買任何證券，亦不擬構成該等勸誘；
- (g) 本公司或其任何聯屬人士、顧問或包銷商概無透過刊發本文件而於任何司法管轄區發售任何證券或徵求購買任何證券的要約；
- (h) 本文件所述的證券並非供任何人士申請認購，即使提出申請亦不獲接納；
- (i) 本公司不曾亦不會根據1933年美國《證券法》(經修訂)或美國任何州證券法登記本文件所述的證券；
- (j) 由於本文件的派發或本文件所載任何資料的發佈可能受到法律限制，閣下同意自行了解並且遵守任何該等適用於閣下的限制；及
- (k) 本文件所涉及的上市申請並未獲批准，聯交所及證監會或會接納、發回或拒絕有關的公開發售及／或上市申請。

倘在適當時候向香港公眾人士提出要約或邀請，有意投資者務請僅依據於香港公司註冊處處長註冊的本公司招股章程作出投資決定。該文件的文本將於發售期內向公眾人士派發。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

重要提示

重要提示：閣下如對本文件任何內容有任何疑問，應諮詢獨立專業意見。

澳至尊

AUSUPREME

Ausupreme International Holdings Limited

澳至尊國際控股有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

[編纂]

[編纂]的[編纂]數目 : [編纂]股股份
(視乎超額配股權行使與否而定)

[編纂]數目 : [編纂]股股份(可予重新分配及
包括[編纂]股[編纂])

[編纂]數目 : [編纂]股股份(可予重新分配及
視乎超額配股權行使與否而定)

[編纂] : 不高於每股[編纂][編纂]港元及預計不少於每股[編
纂][編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監
會交易徵費及0.005%聯交所交易費(須於申請時
以港元繳足，可予退還)

面值 : 每股股份0.01港元

股份代號 : [編纂]

保薦人

AmCap

Ample Capital Limited

豐盛融資有限公司

[編纂]

[編纂]

[編纂]及[編纂]

[編纂]

[編纂]

香港交易及結算所有限公司、香港聯合交易所有限公司及香港中央結算有限公司對本文件的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示不會就因本文件全部或部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

本文件連同本文件附錄五「A.送呈香港公司註冊處處長文件」一段所述文件，已根據香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第342C條的規定，送呈香港公司註冊處處長登記。證券及期貨事務監察委員會及香港公司註冊處處長對本文件或上述任何其他文件的內容概不負責。

[編纂]預期將由[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司於[編纂]議定。[編纂]預期為[編纂]或前後，或本公司與[編纂](為其本身及代表[編纂])可能協定的其他日期或時間。除另有公佈外，[編纂]將不高於[編纂]港元，目前預期將不少於[編纂]港元。[編纂]申請人須於申請時支付最高[編纂]每股[編纂][編纂]港元，另加1%經紀佣金、0.0027%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費。倘最終[編纂]低於[編纂]港元，多繳款項可予退還。

[編纂](為其本身及代表[編纂])可在本公司同意的情况下，於截止遞交[編纂]申請日期上午或之前，隨時將[編纂]所提呈的[編纂]數目及/或指標[編纂]範圍下調至低於本文件所述者(即每股[編纂]港元至[編纂]港元)。在此情況下，本公司將在不遲於截止遞交[編纂]申請日期上午，在英文虎報(英文)及信報及香港經濟日報(中文)刊登有關調減[編纂]所提呈[編纂]數目及/或指標[編纂]範圍的通告。倘[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司基於任何理由未能就[編纂]達成共識，則[編纂](包括[編纂])將告失效，並不會進行。進一步詳情載於本文件「[編纂]的架構」及「如何申請[編纂]及[編纂]」兩節。

有意投資者於作出投資決定前，務須審慎考慮本文件所載一切資料，包括本文件「風險因素」一節所載風險因素。

倘於[編纂]開始在聯交所買賣當日上午8時正前發生若干事件，則[編纂]根據[編纂]認購並促使申請人認購[編纂]的責任，可由[編纂](為其本身及代表[編纂])予以終止。有關事件載於本文件「[編纂]—[編纂]安排及費用—[編纂]—終止理由」一節。閣下務必參閱該節以獲取進一步詳情。

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

預期時間表

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

預期時間表

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

預期時間表

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

目 錄

給予投資者的重要提示

本公司僅就[編纂]、[編纂]、[編纂]及[編纂]刊發本文件，除根據[編纂]以本文件提呈發售[編纂]及[編纂]外，並不構成出售任何證券的要約或要約購買任何證券的邀請。在任何其他司法權區或任何其他情況下，本文件不可用作且不構成任何要約或邀請。本公司概無採取任何行動以獲准於香港以外任何司法權區公開提呈發售[編纂]，亦無採取任何行動以獲准於香港以外任何司法權區派發本文件。在其他司法權區派發本文件以及提呈發售及出售[編纂]受到限制，除非已根據該等司法權區適用證券法例在相關證券監管機構登記或獲得授權或豁免登記，否則不得進行有關活動。

閣下在作出投資決定時應僅依賴本文件及申請表格所載資料。我們並無授權任何人士向閣下提供有別於本文件所載者的資料。對於並非載於本文件的資料或聲明，閣下不應視為已獲我們、保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]以及我們或彼等任何聯屬人士或彼等各自任何董事、高級人員、僱員或代理或參與[編纂]的任何其他人士或各方授權而加以依賴。

	頁次
預期時間表	i
目錄	iv
概要	1
釋義	18
技術性詞彙	27
前瞻性陳述	28
風險因素	29
有關本文件及[編纂]的資料	45
董事及參與[編纂]各方	49
公司資料	54
行業概覽	56
監管概覽	83
歷史、重組及公司架構	99

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

目 錄

	頁次
業務	111
與控股股東的關係	189
持續關連交易	192
董事及高級管理層	194
主要股東	204
股本	205
財務資料	208
未來計劃及[編纂]用途	256
包銷	258
[編纂]的架構	267
如何申請[編纂]及[編纂]	277
附錄一 — 會計師報告	I-1
附錄二 — 未經審核備考財務資料	II-1
附錄三 — 本公司組織章程及開曼群島公司法概要	III-1
附錄四 — 法定及一般資料	IV-1
附錄五 — 送呈香港公司註冊處處長及備查文件	V-1

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概要。由於僅屬概要，故並未包括所有對閣下而言可能屬重要的資料。閣下在決定投資於[編纂]前，應細閱整份文件。任何投資均附帶風險。投資於[編纂]所涉及的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資於[編纂]前，應細閱該節內容。

概覽

我們為一家以香港為基地的健康及個人護理產品品牌塑造商及零售商，專注透過「澳至尊」銷售及分銷網絡發展、營銷、銷售及分銷由我們管理的品牌產品。我們的健康及個人護理產品大致上可按性質分為三大類：(i)健康補充產品；(ii)蜂蜜及花粉產品；及(iii)個人護理產品。

董事認為，我們的成功歸因於「澳至尊」相關的品牌形象。我們的消費者向我們採購健康及個人護理產品，原因為其對我們專賣的「澳至尊」品牌的信心。本集團已成功喚起了「澳至尊」的核心價值和重點為消費者大量採購源自澳洲的優質健康及個人護理產品，其活性成分來自天然資源提取物。

我們目前為止已開發及管理主要三個品牌(即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」)，其產品採購自我們三個澳洲品牌擁有人，並透過完善的多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡出售，包括香港及澳門自營專門店的零售；香港及澳門寄售店舖(包括專櫃銷售及上架產品)之寄售；個體及連鎖零售商之批發；中國網上購物平台；透過我們本身網站的網上銷售以及新加坡獨家分銷商的銷售。我們亦於展覽會及貿易展銷會銷售產品。

下表載列本集團按產品種類劃分的收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
健康補充品	187,781	96.1	213,661	94.6	197,373	93.6
蜂蜜及花粉	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
個人護理品	3,522	1.8	5,904	2.6	6,264	3.0
總計	195,461	100	225,788	100	210,840	100

我們於往績記錄期內大部分銷售乃透過寄售店舖作出。下表載列於往績記錄期內按銷售渠道劃分之收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
專門店	15,920	8.1	34,425	15.2	33,806	16.0
寄售店舖	174,155	89.1	176,806	78.3	159,110	75.5
其他銷售渠道	5,386	2.8	14,557	6.5	17,924	8.5
總計	195,461	100	225,788	100	210,840	100.0

附註：其他銷售渠道包括於我們的網站進行網上銷售、中國網上購物平台、於新加坡由獨家分銷商分銷及於貿易展銷會及展覽會銷售。

概 要

我們的業務模式

我們向澳洲供應商大量挑選及採購健康及個人護理產品，並專注我們產品的絕大部分生產後服務，包括品牌管理及開發、銷售及營銷、消費者喜好分析、發展銷售網絡及交付產品。

1) 通過評估品牌擁有人的產品質素及潛力及生產設施，以物色潛在品牌擁有人並挑選產品

本集團在挑選潛在品牌擁有人和採購品牌時採用以下嚴格方法：(i)對品牌擁有人的資歷進行初步評估，確定其背景、生產設施及商譽，並估計其製造及／或供應的特定產品的預測銷量；(ii)取得品牌擁有人擬讓本集團分銷的產品的成分資料及產品規格，以確保產品符合工業標準，且成分符合相關法律及法規的規定；及(iii)在香港進行市場調查及研究，為了收集更多更新的資料，其中包括消費者對這類產品的喜好，以及由潛在品牌擁有人所製造及分銷產品的質素及安全。

2) 與品牌擁有人訂立的獨家分銷協議

經對品牌擁有人的資歷進行初步評估、審視成分資料及產品規格以及進行市場調查及研究後，董事在權衡及考慮所有因素後挑選品牌擁有人、相關品牌及我們將管理及開發的產品。我們其後將與品牌擁有人訂立獨家分銷協議。於往績記錄期，我們與合共三名品牌擁有人(亦為我們的供應商)訂立獨家分銷協議。有關獨家分銷協議的其他詳情，請參閱本文件「業務 — 供應商 — 主要供應協議的主要條款」一節。

3) 推廣及營銷活動

我們的銷售及營銷部門負責進行市場調查、媒體策劃、制定營銷策略及推廣我們的品牌和產品，而我們的合規團隊負責審查我們的產品說明及推廣材料。

本集團透過進行多項廣告及推廣活動發展品牌擁有人項下的品牌，包括媒體廣告、貿易展銷會及展覽會、聘用代言人、店鋪陳列及店內營銷、設立會員制度及與業務夥伴聯合推廣。

4) 採購及指定包裝和產品設計

在不斷開展「澳至尊」品牌形象推廣及營銷活動的同時，本集團在獨家分銷協議所列的選定產品清單內向我們的品牌擁有人採購產品。就現有供應商的新產品而言，我們在下訂單訂購產品前，品質控制團隊將由供應商取得成分資料及產品規格，確保產品符合行業標準，且成分符合相關法律法規的規定。該等產品的包裝和設計將由我們的合規團隊進行內部審查，確保彼等遵守產品銷售地區的規則及規例。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

5) 品牌擁有人進行產品生產、包裝、質量控制及交付

一經協定產品的設計和包裝，我們的供應商將生產和包裝產品。品質控制團隊將向我們的供應商索取產品樣本，經香港的外間化驗所進行成分檢測，確保我們產品的品質及安全符合香港及其他相關司法權區所有相關規則及規例規定。同時亦會對全部所購買及向我們交付的產品進行例行檢查。於交付前我們的供應商亦會進行品質控制，確保產品符合相關標準，如GMP或HACCP。

6) 產品交付至我們的銷售渠道、存貨儲存和交付安排

於往績記錄期內，本集團在香港租用倉庫作存貨儲存之用。我們的產品先由供應商運送至倉庫，然後再由本集團安排產品運送至我們在香港及澳門的批發商、寄售零售店銷售專櫃及專門店。我們採取方針視乎相關銷售估計而維持各類產品的存貨於適當水平，確保有足夠存貨可供銷售而不會存貨過剩。我們擁有全面整合的電子ERP系統，使任何特定項目的存貨將按實時更新以維持我們所認為的最適量存貨。有用的資料(如任何專門店的個別產品的銷售表現)可由系統提取。我們一般會按季度於倉庫、專門店及寄售零售店進行實物盤點。

7) 擴大了產品的銷售渠道

為了保持我們的競爭優勢及提高我們的銷售覆蓋面，本集團繼續發展及擴大多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡，於最後實際可行日期，銷售及分銷網絡包括我們的專門店、寄售零售店鋪銷售專櫃及貨架、本身網站網上銷售、中國網上購物平台及新加坡分銷商。我們於往績記錄期內大部分銷售乃透過寄售店鋪作出。

8) 銷售支援及客戶服務

我們相信，透過推銷員與客戶的有效溝通，我們能夠推廣旗下產品、提升品牌形象，並加深了解客戶需求和喜好。我們的專門店為獲優質旅遊服務計劃認可的店鋪並維持一套優質保證政策。我們保證產品的質素，如出售的產品發現瑕疵，客戶可於購買後十四天內退還或交換產品。有關透過寄售店鋪出售的產品將會遵循寄售店鋪有關退款及更換產品政策。

我們的產品

我們提供多款產品可供選擇，截至最後實際可行日期，包括「Organic Nature」及「Top Life」品牌旗下61款健康補充產品、「Superbee」品牌旗下21款蜂蜜及花粉產品，以及「Organic Nature」、「Top Life」及「Golden Hive」品牌旗下11款個人護理產品。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

健康補充產品

我們的健康補充產品一般為口服，呈藥丸、藥片、軟膠囊或液體狀，以關注健康的客戶為目標。我們大部分主要健康補充產品的活性成分均提取自水果或動植物其他部分等天然資源，保存期限一般自生產日期起計18個月至三年。

我們的健康補充產品並非歸類為藥物、藥劑製品或中藥，無需根據《中醫藥條例》(香港法例第547章)或《藥劑業及毒藥條例》(香港法例第138章)註冊。

我們的健康補充產品一般以「Organic Nature」及「Top Life」品牌出售。「Organic Nature」品牌旗下的某些健康補充產品包裝上亦印有「澳至尊」中文字字樣(同時被視為我們自家品牌銷售及分銷網絡的旗艦產品)。

蜂蜜及花粉產品

蜂蜜及花粉產品主要包括不同口味的各種蜂蜜、蜂蜜相關產品(如蜂巢蜜)及花粉產品。我們的蜂蜜及花粉產品以「Superbee」品牌出售，為澳洲廣受認可的蜂蜜品牌。「Superbee」蜂蜜及花粉產品主要以澳洲及紐西蘭的蜂蜜生產，並於澳洲製造，產品的保存期限一般自生產日期起計為期18個月至五年。

個人護理產品

本集團亦出售及分銷「Organic Nature」、「Top Life」及「Golden Hive」品牌旗下的個人護理產品，由我們的澳洲品牌擁有人供應。部分該等個人護理產品(如潔面乳、蜂膠牙膏及鸚鵡油)以天然成分生產，與本集團的健康天然形象相符。產品的保存期限一般自生產日期起計為期三至五年。

供應商

我們向澳洲三個主要供應商購入成品，與彼等已有超過五年的長期穩定關係。

我們旗下產品的主要供應商為HCL、Homart及Bee Wonderful，該等供應商亦為我們的品牌擁有人。HCL及Homart為我們「Organic Nature」品牌、「Top Life」品牌及「Golden Hive」品牌健康補充產品及個人護理產品的主要供應商，而Bee Wonderful為我們「Superbee」品牌旗下蜂蜜及花粉產品的主要供應商。

截至2016年3月31日止三個年度，我們向最大供應商HCL作出的採購額分別佔採購總額約72.2%、81.3%及75.7%，而我們向三大主要供應商作出的採購額分別佔有關年度採購總額約99.7%、100%及100%。

進一步詳情請參閱「業務 — 供應商」一節。

概 要

銷售及分銷

我們已建立多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡，包括香港及澳門的自營專門店零售、香港及澳門的寄售店舖寄售（包括專櫃銷售及上架產品銷售）、向個別及連鎖零售商批發銷售、中國網上購物平台、透過我們本身的網站進行網上銷售及新加坡的獨家分銷商的分銷銷售。我們亦於展覽會及貿易展銷會銷售產品。本集團首家專門店於2012年在香港開設。本集團的銷售團隊於最後實際可行日期由151名銷售及營銷員工組成。彼等駐守專門店及寄售店舖的銷售專櫃，以向消費者推廣產品並提供產品資料。有關銷售與分銷網絡的詳情，請參閱本文件「業務 — 銷售及分銷」一節。

客戶

由於本集團業務性質使然，我們的客戶由普通大眾中的零售消費者及我們向其批發產品的個別及連鎖零售商組成（向上述零售客戶、個人及連鎖零售商（視情況而定）交付產品時轉移所有權的相關風險及回報）。我們大部分銷售乃透過本身的專門店及寄售店舖作出，董事認為於往績記錄期內，透過該等零售及銷售渠道向個別消費者作出的銷售屬微不足道且難以個別量化，且我們向批發分銷商各自作出的銷售應佔截至2016年3月31日止三個年度總收益少於3.5%，董事認為，本集團於往績記錄期內並無倚賴任何單一客戶。

主要分銷商

我們的分銷商包括我們的寄售商與其他銷售渠道的個體及連鎖零售商。寄售商一般會扣下店內所作寄售銷售之預先協定百分比，作為向其支付的佣金。寄售及批發銷售予個別及連鎖零售商合共佔我們往績記錄期內超過80%收益。

截至2016年3月31日止三個年度，我們透過五大分銷商進行的銷售佔我們總收益約85.2%、75.5%及74.1%，而最大分銷商分別佔我們同年總收益52.3%、44.2%及43.1%。

競爭優勢

我們的董事認為，我們的成功及未來前景乃由下列競爭優勢結合而成：

- 多方位營銷策略及與「澳至尊」深受認許及信賴品牌形象相關的銷售及分銷網絡奠定我們在健康及個人護理產品市場的領導地位
- 基於與我們供應商的互惠互補關係而享有穩定獨家分銷權
- 往績輝煌、經驗豐富及能幹的管理團隊及銷售團隊

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

業務策略

本集團擬執行下列主要策略以擴充業務及為股東創造價值：

- 進一步發展並強化我們的品牌
- 維持、拓展及提升我們的銷售網絡
- 開拓業務合作及擴闊我們的客戶基礎
- 使產品組合多元化並進行拓展

進一步詳情請參閱「業務 — 我們的策略」一節。

風險因素

我們的業務承受多種風險，投資[編纂]亦涉及多項風險。我們相信以下若干主要風險或對我們構成重大不利影響：

- 我們極之依賴主要供應商供應知名健康及個人護理產品而面臨集中風險，倘有關產品供應出現短缺或延遲，則可能對我們的業務及經營業績造成重大影響。
- 我們依賴領有HCL牌照的「Organic Nature」品牌以提高我們的銷售及市場知名度。
- 我們的主要供應商可透過向我們發出六個月通知終止分銷協議，在這情況下我們的業務、財務狀況及經營業績可能蒙受重大不利影響。
- 我們面臨不可預見的勞資糾紛、罷工行動或天然災害或可能影響主要供應商供應我們產品的其他意外事件。
- 我們受澳州市況的不明朗變動所影響，包括存貨原材料供貨及供應量、勞工成本上漲以及澳元匯率變動。
- 主要供應商可能修改其現有的銷售或營銷策略，更改其出口策略、減少其銷售或產量、改變其售價或在我們現時營運或我們計劃拓展打進的市場委任其他或會與我們競爭的分銷商。
- 我們的業務高度取決於我們的品牌名稱「澳至尊」及我們產品的品牌名稱的市場認受性，若商標蒙上任何污點或視作無效或未能有效加以推廣，可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。
- 香港市場的潛在放緩可能對我們的業務、經營業績及財務表現造成不利影響。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

- 我們可能因消費者喜好、觀感及消費習慣轉變而蒙受不利影響，若我們無法開拓或豐富產品組合或新產品未為市場所接受，我們的業務亦可能面臨負面影響。
- 我們可能因產品責任索償超逾Homart及Bee Wonderful分別提供的產品責任投保範圍或產品回收而產生虧損。
- 自香港水貨商及／或透過電子商務平台自中國市場進口的產品可能損害我們的品牌及聲譽，或會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。
- 我們面臨競爭對手及其他商家透過網上購物平台進行類似產品的互聯網零售所帶來的競爭風險。
- 我們極之依賴通過寄售商及第三方零售商進行銷售而面臨集中風險，且我們未持有其控制權。
- 由於我們全部專門店均為租用物業，我們須承受涉及商用房地產租務市場的風險。我們可能與業主出現糾紛，若我們未能按商業上有利的條款重續現有租約，我們的業務、經營業績及實現增長策略的能力將蒙受不利影響。
- 現有專門店位置可能不再吸引，由於我們與其他零售商爭逐優秀地段時面對激烈競爭，我們未必能夠按合理條款覓得具吸引力的新店址，甚至完全無法成事。
- 其他貨幣兌港元的匯兌波動可能影響我們的盈利能力。

不合規事件

我們的香港附屬公司曾發生不遵守若干法規規定的事件，包括(i)未有遵守《不良廣告(醫藥)條例》；(ii)未有根據稅務條例按時遞交報稅表及未有遞交資料準確的報稅表；及(iii)因就香港進出口事宜遲交進出口報關單而未有遵從《進出口條例》。有關詳情，請參閱本文件「業務 — 不合規事宜」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

合併財務資料概要

主要收益表資料

以下截至2016年3月31日止三個年度的合併財務資料概要應與本文件附錄一的合併財務資料(包括隨附的附註)及本文件「財務資料」一節所載的資料一併閱讀。合併財務資料乃根據香港財務報告準則編製。

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
收益	195,461	225,788	210,840
毛利	163,680	189,864	180,342
本公司權益擁有人應佔年內純利	34,575	23,174	12,293
本公司權益擁有人應佔年內經調整純利(不包括[編纂]開支)	<u>34,575</u>	<u>25,266</u>	<u>25,342</u>
	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
非流動資產總額	14,287	14,711	7,718
流動資產總額	68,872	83,357	76,706
流動負債總額	<u>47,085</u>	<u>38,760</u>	<u>22,276</u>
資產淨值	<u>35,656</u>	<u>58,687</u>	<u>61,955</u>
本公司權益擁有人應佔總權益	<u>35,656</u>	<u>58,687</u>	<u>61,955</u>

收益

我們的收益指扣除退貨撥備(如有)及向本集團消費者提供貿易折扣後的已售貨品的發票淨值。於往績記錄期，我們的收益主要來自本集團健康及個人護理產品的銷售，其大致上可按性質分為三大類：(i)健康補充產品；(ii)蜂蜜及花粉產品；及(iii)個人護理產品。

按不同產品種類劃分的收益

下表載列本集團按產品種類劃分的收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
健康補充品	187,781	96.1	213,661	94.6	197,373	93.6
蜂蜜及花粉	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
個人護理品	<u>3,522</u>	<u>1.8</u>	<u>5,904</u>	<u>2.6</u>	<u>6,264</u>	<u>3.0</u>
總計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

我們的健康及個人護理零售市場為消費者市場。我們所售的各類產品受需求水平及消費者喜好影

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

響，而這些因素亦取決於一連串因素，其中包括產品的定價、產品獨特之處、品牌形象、市場推廣及宣傳活動、顧客忠誠度、接觸我們產品銷售渠道的便利程度以及整體市場趨勢。

按本集團管理的產品品牌劃分之收益

本集團產品主要以三個澳洲品牌，即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」作銷售。

下表載列於往績記錄期按本集團管理的品牌劃分之收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
Organic Nature	152,984	78.3	181,355	80.3	170,728	81.0
Top Life	35,810	18.3	34,220	15.2	28,261	13.4
Superbee	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
其他	2,509	1.3	3,990	1.7	4,648	2.2
總計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

附註： 其他包括亦由本集團管理的Golden Hive及另一品牌。

本集團管理的主要品牌的銷售量及平均售價

下表載列於截至2016年3月31日止三個年度我們管理的三個主要品牌的銷售量及平均售價概要：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	佔總 銷量%		佔總 銷量%		佔總 銷量%	
銷售量 (概約單位)						
Organic Nature	264,000	66.8	366,000	72.5	420,000	74.7
Top Life	74,000	18.7	81,000	16.0	75,000	13.4
Superbee	24,000	6.1	40,000	7.9	49,000	8.7
平均售價 (港元/單位)						
Organic Nature	579.5		495.5		406.5	
Top Life	483.9		422.5		376.8	
Superbee	173.3		155.6		147.0	

附註： 每個單位相當於我們一包產品。

我們以不同品牌名稱出售我們的健康及個人護理產品，於往績記錄期主要銷售三個我們管理的澳洲品牌，即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

「Organic Nature」產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Organic Nature」產品的平均售價分別約為每件579.5港元、495.5港元及406.5港元。董事認為往績紀錄期內整體平均售價下跌乃主要由於：(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對中國內地訪港人數下降而使香港零售業疲弱的市況；及(ii)經自營專門店銷售「Organic Nature」產品的銷售額增加，而我們在銷售若干產品(包括相對滯銷的產品以及零售價較低的產品)時在提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。例如，本集團透過各種不同推銷活動大幅提高容量及份量較小且零售價較低的各種不同旅行裝產品的銷售，以提高往績記錄期的整體銷售(請參閱「財務資料 — 健康補充產品 — (ii)健康補充產品的平均售價分析」一節)。有關我們專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節。

「Top Life」產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Top Life」產品的平均售價分別約為每件483.9港元、422.5港元及376.8港元。該跌幅乃主要由於：(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對中國內地訪港人數下降而使香港零售業疲弱的市況；及(ii)經自營專門店銷售「Top Life」產品的銷售額增加，其中我們在銷售若干產品(包括相對滯銷的產品以及零售價較低的產品)時在提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關我們專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節。

「Superbee」產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Superbee」產品的平均售價分別約為每件173.3港元、155.6港元及147.0港元。截至2016年3月31日止三個年度，蜂蜜及花粉產品整體平均售價因應以下原因下跌：(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對中國內地訪港人數下降而使香港零售業疲弱的市況；及(ii)經自營專門店銷售「Superbee」產品的銷售額增加，其中我們在銷售若干產品(包括若干零售價相對較低不同口味的澳洲蜂蜜產品及蜂膠蜂蜜潤喉糖)時在提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關我們專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

按產品種類劃分的銷量及平均售價

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
		佔總 銷量%		佔總 銷量%		佔總 銷量%
銷量 (概約單位)						
健康補充品	326,000	82.5	426,000	84.4	476,000	84.7
蜂蜜及花粉	24,000	6.1	40,000	7.9	49,000	8.7
個人護理品	45,000	11.4	39,000	7.7	37,000	6.6
平均售價 (港元/單位)						
健康補充品	576.0		501.5		414.6	
蜂蜜及花粉	173.3		155.6		147.0	
個人護理品	78.3		151.4		169.3	

附註： 每個單位相當於我們一包產品。

按銷售渠道劃分的銷量及平均售價

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
		佔總 銷量%		佔總 銷量%		佔總 銷量%
銷量 (概約單位)						
寄售	311,000	78.7	338,000	66.9	361,000	64.2
專門店	61,000	15.4	109,000	21.6	123,000	21.9
其他銷售渠道	23,000	5.9	58,000	11.5	78,000	13.9
平均售價 (港元/單位)						
寄售	560.0		523.1		440.7	
專門店	261.0		315.8		274.8	
其他銷售渠道	234.2		251.0		229.8	

附註： 每個單位相當於我們一包產品。

毛利及毛利率

毛利指營業額超過銷售成本的金額。下表載列分別按(i)產品種類；(ii)品牌；及(iii)銷售渠道劃分的毛利及毛利率概要：

(i) 按產品種類劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%
按產品種類劃分的毛利						
健康補充品	158,408	84.4	181,026	84.7	170,248	86.3
蜂蜜及花粉	2,635	63.4	4,199	67.5	4,846	67.3
個人護理品	2,637	74.9	4,639	78.6	5,248	83.8
合計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

(ii) 按品牌劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%
按品牌劃分的毛利						
— Organic Nature	128,635	84.1	153,282	84.5	146,768	86.0
— Top Life	30,434	85.0	29,108	85.1	24,648	87.2
— Superbee	2,635	63.4	4,199	67.5	4,846	67.3
— 其他	1,976	78.7	3,275	82.1	4,080	87.8
合計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

(iii) 按銷售渠道劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%
按銷售渠道劃分的毛利						
— 專門店	12,820	80.5	28,002	81.3	28,512	84.3
— 寄售店舖	147,049	84.4	151,462	85.7	138,715	87.2
— 其他銷售渠道	3,811	70.8	10,400	71.4	13,115	73.2
合計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

附註：其他銷售渠道包括於我們的網站進行網上銷售、中國網上購物平台、於新加坡由獨家分銷商分銷及於貿易展銷會及展覽會銷售。

主要財務比率

下表列示於往績記錄期的若干主要財務比率：

	於3月31日／截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
流動比率 ¹ (倍)	1.5	2.2	3.4
速動比率 ² (倍)	1.2	1.9	3.0
債務與權益比率 ³ (%)	不適用	不適用	不適用
資本負債比率 ⁴ (%)	21.8%	25.8%	20.8%
利息償付比率 ⁵ (倍)	449.8	141.6	38.8
資產回報率 ⁶ (%)	41.6%	23.6%	14.6%
股本回報率 ⁷ (%)	97.0%	39.5%	19.8%
毛利率 ⁸	83.7%	84.1%	85.5%
純利率 ⁹	17.7%	10.3%	5.8%
經調整純利率 ¹⁰	17.7%	11.1%	12.1%

附註：

1. 流動比率按各年末流動資產總額除以流動負債總額計算。
2. 速動比率按各年末流動資產總值(減存貨)除以流動負債總額計算。
3. 債務與權益比率按各年末債務淨額(全數借貸(扣除現金及現金等價物))除以權益總額再乘以100%計算。
4. 資本負債比率按各年末計息負債除以總權益再乘以100%計算。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

5. 利息償付比率按各年計息及課稅前溢利除以利息計算。
6. 總資產回報率按年內純利除以各年末資產總額再乘以100%計算。
7. 股本回報率按年內純利除以各年末權益總額再乘以100%計算。
8. 毛利率按各年毛利除以收益再乘以100%計算。
9. 純利率按各年純利除以收益再乘以100%計算。
10. 經調整純利率按各年年內純利扣除[編纂]開支除以收益再乘以100%計算。

純利率及經調整純利率

截至2016年3月31日止三個年度，我們的純利分別約為34.6百萬港元、23.2百萬港元及12.3百萬港元，而純利率分別約為17.7%、10.3%及5.8%。儘管我們的毛利率在往績記錄期內保持強勢，下跌主要受以下因素推動：(i)市場推廣及宣傳活動的投資增加及迅速拓展「澳至尊」於香港的銷售及分銷網絡；及(ii)截至2015年及2016年3月31日止年度確認[編纂]開支2.1百萬港元及13.0百萬港元。如豁除我們的[編纂]開支，本集團於相關年度的經調整純利分別約為34.6百萬港元、25.3百萬港元及25.3百萬港元，而經調整純利率分別約為17.7%、11.1%及12.1%。董事認為促進上述作用部分由香港零售市況疲弱所抵消，以及受香港數次反內地人示威及人民幣貶值令中國內地遊客減少所影響。

股息

截至2016年3月31日止三個年度，本集團成員公司宣派股息分別約30.0百萬港元、無及10.7百萬港元，相當於各年內純利約86.7%、無及86.1%。本集團派付的所有股息均派付予控股股東。宣派予控股股東的截至2014年3月31日止年度股息於2015年7月前悉數以現金支付。截至2016年3月31日止年度金額約為10.7百萬港元的中期股息，於抵銷應收控股股東款項尚欠餘額後以現金支付。此外，本集團的成員公司於2016年6月23日向我們的控股股東宣派及清付中期股息7.1百萬港元。所有該等股息於抵銷我們控股股東欠付的未償還金額結餘後以現金支付。該等股息由我們的內部資源撥款。董事認為，派付股息不會對本集團財務及流動資金狀況構成重大不利影響。

我們或以現金或我們認為合適的其他方式分派股息。宣派及支付任何股息須經董事會酌情提出建議。此外，財政年度的末期股息須待股東批准後方可作實。日後宣派或支付任何股息及任何股息金額的決定將視乎多項因素，包括我們的經營業績、財務狀況、附屬公司向我們支付的現金股息以及董事會可能認

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

為有關的其他因素。概不保證我們將能夠宣派或派發任何董事會計劃內的股息金額或將會宣派或派發股息。過往派息的記錄未必能夠作為日後董事會宣派或派付股息的水平的參考或基準。本集團目前並無股息政策。

[編纂]

最多[編纂]股[編纂]（相當於[編纂]約[編纂]%）可供合資格僱員按優先基準認購。董事及我們任何附屬公司的董事以及彼等各自的聯屬人士不得申請[編纂]項下的[編纂]，亦不得以公眾人士身份申請[編纂]的[編纂]，或申請或表示有意購買[編纂]項下的[編纂]。所有合資格僱員可申請[編纂]及[編纂]的[編纂]，惟不得申請或表示有意購買[編纂]項下的[編纂]。有關進一步詳情，請參閱本文件「如何申請[編纂]及[編纂]」一節。

[編纂]開支

根據[編纂][編纂]港元（即本文件所載[編纂]範圍的中位數）計算，有關[編纂]的估計[編纂]開支（包括[編纂]費用）約為42.1百萬港元，其中約2.1百萬港元及13.0百萬港元已於截至2016年3月31日止兩個年度的合併損益及其他全面收益表扣除，及約8.9百萬港元預期將於截至2017年3月31日止年度的合併損益及其他全面收益表扣除，及約18.1百萬港元預期將於[編纂]後根據有關會計準則資本化為遞延開支及於權益扣除。

控股股東資料

據董事所知，緊隨[編纂]及資本化發行完成後（不計及根據超額配股權及根據購股權計劃可能授出購股權獲行使而發行的股份），以下人士將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利於任何情況下在本集團任何其他成員公司的股東大會表決的任何類別股本面值10%或以上的權益：

於股份的好倉

姓名／名稱	權益性質	所持股份數目	持股概約百分比
Beatitudes	實益擁有人 (附註1)	[編纂]	[編纂]
蔡先生	受控法團權益 (附註2)	[編纂]	[編纂]
蔡太太	受控法團權益 (附註2)	[編纂]	[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

附註：

1. *Beatitudes*為一家於英屬處女群島註冊成立的公司，緊隨[編纂]及資本化發行完成後(惟不計及根據超額配股權及根據購股權計劃可能授出購股權獲行使而發行的股份)將擁有本公司75%股權。
2. 蔡先生及蔡太太各自(共同為控股股東)於*Beatitudes*的已發行股本擁有50%。緊隨[編纂]及資本化發行完成後(惟不計及因根據購股權計劃可能授出的購股權而將予發行的股份)，*Beatitudes*將為持有本公司75%股權的實益擁有人，因此，根據證券及期貨條例，蔡先生及蔡太太各自將被視為或視作於*Beatitudes*實益擁有的全部股份中擁有權益。蔡先生及蔡太太為*Beatitudes*的董事。

[編纂]統計數據

[編纂]時市值：	[編纂]港元至[編纂]港元
發售規模：	[編纂]股股份
[編纂]：	[編纂]港元至[編纂]港元
每手買賣單位：	[編纂]股股份
發售架構：	[編纂]股股份作[編纂]用途 [編纂]股股份作[編纂]用途 (及包括[編纂]股[編纂])
每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值 ⁽¹⁾ ：	[編纂]港元至[編纂]港元

附註1：概無對未經審核備考經調整有形資產淨值作出調整以反映本集團於2016年3月31日後的任何經營業績或於該日後訂立的其他交易。此外，本公司擁有人應佔的未經審核備考經調整合併有形資產淨值不計及於2016年6月23日宣派及支付的中期股息7,100,000港元。倘計及該股息，未經審核備考經調整合併有形資產淨值應分別約為[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)及約[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)，而每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值應分別為[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)及[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)。每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值是就應付本公司的[編纂]估計[編纂]淨額作出調整後，假設[編纂]於2016年3月31日完成，以已發行股份總數[編纂]股(包括截至本文件日期已發行的股份及該等根據[編纂]及資本化發行而將予發行的股份)為基礎計算，且並無計及超額配股權及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使後可能發行的任何股份。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

[編纂]用途

我們估計，經扣除我們就[編纂]應付[編纂]費用及相關[編纂]開支後，並假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指標[編纂]範圍的中位數），[編纂][編纂]淨額將為約[編纂]港元（假設超額配股權未獲行使）。我們擬運用有關[編纂]淨額作以下用途：

- (i) 約[編纂]%或[編纂]港元將用作進一步發展及鞏固我們的品牌，包括：
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]推出不同營銷活動以宣傳品牌知名度；
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]加強我們的員工培訓活動及擴大我們銷售及營銷團隊及其他部門；
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]提升銷售支援及客戶服務；
- (ii) 約[編纂]或[編纂]港元將用作維持、拓展及改善我們的銷售網絡，包括(a)透過於香港增設自營專門店拓展我們的網絡（於2017年3月31日前增設一至三家專門店及於2018年3月31日前增設四至七家專門店）；及(b)拓展寄售覆蓋範圍及改良設於寄售商零售店的銷售專櫃及專架（於2017年9月30日前增設一至三個銷售專櫃及於2018年3月31日前增設三至五個銷售專櫃）；
- (iii) 約[編纂]或[編纂]港元將用作發掘商業合作契機及擴大客戶群，包括：
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]於開發電子商貿銷售網絡及於香港、中國及其他地區開拓與更多網上購物平台合作的機會；
 - 動用約[編纂]於市場研究及可行性研究，以評估新市場（包括台灣及印尼）的潛力；
- (iv) 約[編纂]或[編纂]港元將用作豐富我們的產品組合，包括(a)與現有品牌擁有人討論開發新產品的潛力及可行性；及(b)與其他品牌商探討進行商業合作之契機；
- (v) 餘下[編纂]或[編纂]港元將作本集團一般營運資金之用。

詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

近期發展

根據本集團截至2016年5月31日止兩個月的未經審核管理賬目，平均每月收益較截至2016年3月31日止年度減少。根據政府統計處的統計資料顯示，減少乃與香港2016年第一季總零售銷售整體上呈現跌勢一致，該總零售銷售較2015年同期減少約12.5%。

於最後實際可行日期，本集團經考慮到人流及目標客戶群後，於2016年4月訂立租賃協議以經營於屯門的專門店。於屯門的專門店於2016年4月開業。其他詳情請參閱「業務 — 物業」一節。

本集團成員公司宣派為數7.1百萬港元中期股息。全部股息均以本集團內部資源結付及撥付。董事認為並無因支付股息而對本集團財務及流動資金狀況構成重大不利影響。

我們現時預計截至2017年3月31日止年度的純利將受以下各項的負面影響：[編纂]開支約8.9百萬港元（按假設[編纂]為每股股份[編纂]港元（即建議[編纂]範圍的中位數）計算），全部將為將於我們合併損益及其他全面收益表內確認為開支的[編纂]開支，餘下直接與發行新股有關的[編纂]開支將於[編纂]完成後於權益中扣減。

往績記錄期內影響我們收益的因素（尤其是人民幣貶值及中國內地旅客數目正在減少）於往績記錄期後持續。根據由政府統計處及香港旅遊發展局收集的數據顯示，2016年3月的中國內地旅客總數較2015年3月減少約6.9%，而2016年3月總零售銷售量較2015年3月減少約9.8%。

競爭條例（香港法例第619章）於2015年12月生效。董事認為，有關法例將不會對本集團業務或銷售業務構成重大不利影響。

除以上於本標題下所披露者外，據我們所悉，我們經營業務所處行業的整體經濟及市場狀況不曾出現任何重大轉變，因而自2016年3月31日起及截至本文件日期止並無對我們的業務經營及財務狀況構成重大不利影響。

除以上於本標題下所披露者外，董事確認，截至本文件日期止，本集團自2016年3月31日（即會計師報告的報告期末）以來的財務狀況或前景並無重大不利變動，且自2016年3月31日起及截至本文件日期止並無發生會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

於本文件內，除文義另有所指外，下列詞彙具有以下涵義。

「聯屬人士」	指 就本集團任何成員公司的董事而言指： (i) 該名董事的緊密聯繫人(定義見上市規則第1.01條)； (ii) 任何由該名董事或該名董事的緊密聯繫人直接或間接資助購買股份的人士；或 (iii) 就股份作出購買、出售、投票或其他處置，而慣常聽取該名董事或該名董事的緊密聯繫人的指示的任何人士，不論該等人士是以自己的名義或其他方式持有該等股份
「編纂」	
「細則」或「組織章程細則」	指 本公司於2016年6月20日採納的組織章程細則，經不時修訂、補充或以其他方式修改，其摘要載列於本文件附錄三
「聯繫人」	指 根據上市規則所賦予涵義
「澳元」	指 澳洲法定貨幣澳元
「澳至尊」	指 澳至尊國際有限公司，一家於2015年3月9日在香港註冊成立的有限公司，本公司的間接全資附屬公司
「Beatitudes」	指 Beatitudes International Ltd.，一家於2015年4月8日根據英屬處女群島法律註冊成立的有限公司，由蔡先生及蔡太太各自擁有50%，並為控股股東
「Bee Wonderful」	指 Bee Wonderful Pty Ltd，一家於澳洲註冊成立的公司，為我們「Superbee」品牌旗下蜂蜜及花粉產品的供應商
「董事會」	指 董事會
「營業日」	指 香港持牌銀行於一般營業時間在香港開放進行銀行業務的任何日子，星期六、星期日及公眾假期除外
「英屬處女群島」	指 英屬處女群島

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

「資本化發行」	指	根據股東於2016年7月20日所議決，將本公司股份溢價賬的進賬款項[編纂]港元撥充資本，用作於[編纂]全數支付[編纂]股股份的股款，以供發行及配發予股東
「中央結算系統」	指	香港結算設立及運作的中央結算及交收系統
「中央結算系統結算參與者」	指	獲准以直接結算參與者或一般結算參與者身分參與中央結算系統的人士
「中央結算系統託管商參與者」	指	獲准以託管商參與者身分參與中央結算系統的人士
「中央結算系統投資者戶口持有人」	指	獲准以投資者戶口持有人身分參與中央結算系統的人士，可屬個人、聯名個人或法團
「中央結算系統參與者」	指	中央結算系統結算參與者、中央結算系統託管商參與者或中央結算系統投資者戶口持有人
「公司法」或 「開曼群島公司法」	指	開曼群島公司法(經修訂)，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司條例」	指	香港法例第622章公司條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「公司(清盤及雜項條文)條例」	指	香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「本公司」	指	澳至尊國際控股有限公司，一家於2015年4月17日根據開曼群島法律註冊成立的獲豁免有限公司
「關連人士」	指	根據上市規則所賦予涵義
「控股股東」	指	根據上市規則所賦予涵義，除文義另有所指外，指蔡先生、蔡太太及 Beatitudes
「核心關連人士」	指	根據上市規則所賦予涵義
「彌償契據」	指	控股股東與本公司(為其本身及作為本集團其他成員公司的受託人)訂立日期為2016年7月20日的彌償契據，內容有關本文件附錄四「E.其他資料 — 1.稅項及其他彌償保證」一段所述的稅項及其他彌償保證
「不競爭契據」	指	控股股東與本公司於2016年7月20日訂立的不競爭契據，載於本文件「與控股股東的關係 — 不競爭契據」一節

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

「董事」	指	本公司董事
「合資格僱員」	指	於最後實際可行日期或之前加入本集團且(a)年滿18歲；(b)擁有香港住址；(c)於最後實際可行日期仍為本公司或本公司任何附屬公司的全職僱員，且完成試用期；(d)於最後實際可行日期或之前尚未基於任何理由(遣散或退休除外)呈辭或接獲解僱通知；(e)並非本公司或本公司附屬公司的行政總裁或董事；(f)並非股份或本公司任何附屬公司股份的現有實益擁有人或緊密聯繫人；及(g)並非本公司的任何其他核心關連人士的本集團所有全職僱員
[編纂]		
「Euromonitor」或「EMI」	指	Euromonitor International Limited，獲我們委託編製Euromonitor報告的獨立行業諮詢公司
「Euromonitor報告」	指	由我們委託Euromonitor就[編纂]所編製日期為[編纂]的獨立研究報告
「Faithfulness」	指	Faithfulness International Limited，一家於2015年6月16日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，本公司的全資附屬公司
「Gentleness」	指	Gentleness International Limited，一家於2015年6月16日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，本公司的全資附屬公司
[編纂]		
「Goodness」	指	Goodness International Limited，一家於2015年6月16日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，本公司的全資附屬公司
[編纂]		

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

「本集團」及「我們」	指	本公司及其附屬公司，或(如文義另有所指)就本公司成為其現時附屬公司的控股公司之前期間，指本公司現時附屬公司、部分或任何該等附屬公司及該等附屬公司或(視情況而定)其前身公司經營的業務
「HCL」	指	HCL Manufacturers Pty Ltd，一家於澳洲註冊成立的公司，為我們「Organic Nature」品牌旗下產品的供應商
「HCL協議」	指	HCL與信基(香港)訂立日期為2014年10月1日的獨家分銷商協議(全球)(經HCL與信基(香港)訂立日期為2015年4月22日的協議補充)
「港元」	指	香港法定貨幣港元
[編纂]		
「香港結算」	指	香港中央結算有限公司，為香港交易及結算所有限公司的全資附屬公司
「香港結算代理人」	指	香港中央結算(代理人)有限公司，為香港結算的全資附屬公司
「Homart」	指	Homart Pharmaceuticals Pty Ltd，一家於澳洲註冊成立的公司，為我們「Top Life」及「Golden Hive」品牌旗下產品的供應商
「香港」	指	中國香港特別行政區
「香港政府」	指	香港政府
「香港律師」	指	香港大律師潘展平先生
[編纂]		

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

「香港股份過戶登記處」 指 [編纂]

[編纂]

「進出口條例」 指 香港法例第60章進出口條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改

「進出口登記規例」 指 香港法例第60E章進出口(登記)規例，經不時修訂、補充或以其他方式修改

「獨立第三方」 指 獨立於本公司或其任何附屬公司的任何董事、主要行政人員或主要股東或彼等各自任何聯繫人(定義見上市規則)且與該等人士概無關連的人士

[編纂]

「稅務局」 指 香港政府稅務局

「稅務條例」 指 香港法例第112章稅務條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

「最後實際可行日期」	指	2016年7月20日，即本文件付印前為確定當中所載若干資料的最後實際可行日期
「 [編纂] 」	指	股份於主板 [編纂]
「上市委員會」	指	聯交所董事會屬下的上市小組委員會
「 [編纂] 」	指	股份在主板開始買賣的日期
「上市規則」	指	聯交所證券上市規則，經不時修訂、補充或以其他方式修改
「澳門」	指	中國澳門特別行政區
「主板」	指	由聯交所營運的證券交易所(不包括期權市場)，乃獨立於聯交所創業板，並與其並行運作
「大綱」或 「組織章程大綱」	指	本公司於2016年7月20日採納的組織章程大綱，經不時修訂、補充或以其他方式修改，其摘要載列於本文件附錄三
「奇恩天然」	指	奇恩天然產品有限公司，一家於2010年5月12日在香港註冊成立的有限公司，本公司間接全資附屬公司
「澳門幣」	指	澳門法定貨幣澳門幣
「蔡先生」	指	我們的執行董事兼董事總經理蔡志輝先生，為蔡太太之丈夫，彼等同為我們的控股股東
「蔡太太」	指	我們的執行董事兼市場總監何家敏女士，為蔡先生之太太，彼等同為我們的控股股東
「港鐵」	指	香港鐵路
[編纂]		

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

「超額配股權」	指	本公司預期將授予[編纂][編纂]的購股權，在[編纂][編纂]協議的條款及條件規限下，可由[編纂](為其本身及代表[編纂][編纂])行使，據此本公司可能須配發及發行最多合共[編纂]股額外[編纂](相當於初步[編纂]數目約[編纂])，以補足[編纂]的超額分配及／或履行穩定價格經辦人返還根據借股協議借入的證券的責任，詳情載於本文件「[編纂]的架構」一節
「Patience」	指	Patience International Limited，一家於2015年6月16日在英屬處女群島註冊成立的有限公司，本公司的全資附屬公司
[編纂]		
「中國」	指	中華人民共和國，僅就本文件而言，不包括香港、澳門及台灣
「中國政府」	指	中國政府，包括其所有政治分支(包括省、市及其他地區或地方政府實體)及機關，或按文義指其中任何機構
[編纂]		
「翹博」	指	翹博國際有限公司，一家於2012年3月5日在香港註冊成立的有限公司，於最後實際可行日期由蔡先生及蔡太太全資平均擁有，並不構成本集團的一部分
「重組」	指	本文件「歷史、重組及公司架構 — 重組」一節所述本集團為籌備[編纂]而進行的企業重組
「人民幣」	指	中國法定貨幣人民幣元
「證監會」	指	香港證券及期貨事務監察委員會
「證券及期貨條例」	指	香港法例第571章證券及期貨條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

「新加坡元」	指	新加坡法定貨幣新加坡元
「股份」	指	本公司股本中每股面值0.01港元的股份
「股東」	指	本公司不時之股份持有人
「購股權計劃」	指	本公司於2016年7月20日有條件採納的購股權計劃，其主要條款概要載於本文件附錄四「D.購股權計劃」一段
「新加坡」	指	新加坡共和國
「保薦人」	指	豐盛融資有限公司，為根據證券及期貨條例可進行第4類(就證券提供意見)、第6類(就機構融資提供意見)及第9類(提供資產管理)受規管活動的持牌法團
「借股協議」	指	穩定價格經辦人與Beatitudes將於[編纂]或前後訂立的借股協議
「聯交所」	指	香港聯合交易所有限公司
「附屬公司」	指	根據公司條例所賦予涵義
「主要股東」	指	根據上市規則所賦予涵義
「收購守則」	指	香港公司收購及合併守則
「往績記錄期」	指	截至2014年、2015年及2016年3月31日止三個財政年度
「信基(香港)」	指	信基國際企業有限公司，一家於2001年11月16日在香港註冊成立的有限公司，本公司間接全資附屬公司
「信基(澳門)」	指	信基國際(澳門)有限公司，一家於2011年10月12日在澳門註冊成立的有限公司，本公司間接全資附屬公司
「信基(深圳)」	指	信基奇恩(深圳)貿易有限公司，一家於2011年9月20日在中國註冊成立的有限公司，於2015年5月27日解散前由信基(香港)全資擁有
「信基(新加坡)」	指	Truth & Faith International (Singapore) Pte. Ltd.，一家於2013年9月26日在新加坡註冊成立的股份有限公司，而於2015年8月31日本集團出售全部已發行股本前由信基(香港)全資擁有
「不良廣告(醫藥)條例」	指	香港法例第231章不良廣告(醫藥)條例，經不時修訂、補充或以其他方式修改
[編纂]		

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

釋 義

[編纂]

「美國」 指 美利堅合眾國

「美元」 指 美國法定貨幣美元

「美國證券法」 指 1933年美國證券法(經修訂)及據此所頒佈的規則及法規

[編纂]

於本文件內，除明確註明或文義另有所指外：

- 本文件全部數據乃截至本文件日期的數據。
- 數額及百分比數字(包括本文件所載股份擁有權及經營數據)或已湊整。倘資料以千或百萬為單位呈列，不足一千或一百萬的數額(視情況而定)已分別湊整至最接近的百位或十萬位數；而以百分比呈列的數額已湊整至最接近的十分之一個百分點。因此，表內每行或每欄數字的總和未必等於個別項目的明顯總和。
- 於[編纂]及資本化發行完成時或之後的本公司股權百分比指按不計及於超額配股權及根據該等購股權計劃已經或可能授出的購股權獲行使時可予配發及發行的任何股份的基準計算的股權百分比。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

技術性詞彙

本詞彙表載有本文件所採用的若干術語的解釋。該等術語及其涵義未必符合該等術語的標準行業涵義或用法。

「複合年增長率」	指	複合年增長率，是評定一項數值在一段時間內的平均增長的方法
「ERP」	指	企業資源規劃
「FIFO」或「先入先出」	指	一種資產管理及估值方法，先生產或收購的資產會先出售、使用或處置
「GMP」或「Good Manufacturing Practice」	指	全球藥品生產行業使用之質量保證方法，以確保產品根據適當質量標準貫徹生產及監控
「HACCP」或「Hazard Analysis and Critical Control Points」	指	一個科學的系統化方法，以識別、評估及控制食品生產過程的風險。在HACCP系統下，食品安全控制整合至工序的設計中，而不是依靠終端產品測試
「健康補充產品」	指	口服產品，呈藥丸、藥片、軟膠囊或液體狀(惟不包括被視為蜂蜜及花粉產品的蜂膠蜂蜜潤喉糖)
「蜂蜜及花粉產品」	指	軟膠囊以外形狀的蜂蜜及蜂蜜相關產品
「ISO 9001」	指	載列質量管理系統標準的國際標準。該標準以若干質量管理原則為基礎，包括強大客戶關注、最高管理層之積極性及參與、過程方法及持續改進
「ISO 22000」	指	載列食品安全管理系統要求的國際標準。該標準訂明一間機構展示其控制食品安全意外的能力的所需措施以確保食品安全
「營養師」	指	已取得本科或以上營養學學位的人士
「個人護理產品」	指	包括面霜、血清、牙膏、鵝鵝油、潤唇膏、洗面奶、爽膚水及面膜的產品
「SGS」	指	SGS Systems & Service Certification Pty Ltd，一家提供檢驗、鑑定、測試及認證服務的公司
「平方呎」	指	平方呎
「平方米」	指	平方米
「澳洲藥品管理局」	指	澳洲藥品管理局
「%」	指	百分比

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

前 瞻 性 陳 述

本文件所載前瞻性陳述在本質上會受重大風險及不明朗因素影響。前瞻性陳述主要載於本文件「概要」、「風險因素」、「行業概覽」、「業務」、「財務資料」及「未來計劃及[編纂]用途」各節。該等陳述與涉及已知及未知風險、不明朗因素及其他因素的事項有關，包括本文件「風險因素」一節所載者，或會造成我們的實際業績、表現或成就與該等前瞻性陳述所明示或暗示的表現或成就存有重大差異。該等前瞻性陳述包括(但不限於)有關下列各項的陳述：

- 我們的業務前景、經營策略、計劃、資本開支以及我們致力達成的目標及尋求的商機；
- 全球金融市場的表現，包括我們進入資本市場的能力以及利率變動；
- 我們的股息政策；
- 業務未來發展的性質及潛力；及
- 本集團所處行業未來的競爭格局及監管環境。

有關我們的「預計」、「相信」、「可能會」、「估計」、「預期」、「有意」、「可能」、「計劃」、「擬」、「將」、「將會」以及該等詞語的否定詞以及其他類似表述，旨在表達若干前瞻性陳述。該等前瞻性陳述反映我們現時對未來事件的觀點，並非未來業績表現的保證。眾多不明朗情況及因素可能導致實際結果與前瞻性陳述所載資料有重大不同，包括以下因素：

- 我們通過投資達成現有業務增長以及拓展營運之能力；
- 我們業務所處或正拓展的有關司法權區之政府政策、法律或法規的變動；
- 我們招攬及挽留客戶之能力；
- 我們招攬及挽留優質僱員及要員之能力；
- 我們保護及推廣自身品牌、商標或其他知識產權之能力；
- 全球經濟、市場及營商狀況；及
- 本文件「風險因素」及其他章節所述之其他風險因素以及非我們所能控制的其他因素。

除適用法律、規則及規例另有規定外，我們並無任何責任因出現新資料、未來事項或基於其他原因而更新或修訂本文件所載前瞻性陳述。基於該等及其他風險、不明朗因素及假設，本文件所述前瞻性事件及情況未必會如我們預期般發生，甚至完全不發生。因此，閣下不應過度依賴任何前瞻性資料。本節所載提示聲明以及本文件「風險因素」一節討論的風險及不明朗因素適用於本文件載列的所有前瞻性陳述。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

除本文件其他資料外，就[編纂]作出任何投資決定前，閣下應仔細考慮以下風險因素。下文所載任何風險以及尚未識別或我們目前認為不重要的其他風險及不確定因素，可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響，或在其他方面導致[編纂]成交價下跌，令閣下損失於[編纂]的部分或全部投資價值。

與業務有關的風險

我們極之倚賴主要供應商供應知名健康及個人護理產品而面臨集中風險，倘有關產品供應出現短缺或延遲，則可能對我們的業務及經營業績造成重大影響。

截至2016年3月31日止三個年度，我們向HCL的採購額分別為24.8百萬港元、28.1百萬港元及22.1百萬港元，佔各年度採購總額的72.2%、81.3%及75.7%。截至2016年3月31日止三個年度，我們向Homart及Bee Wonderful的採購額總共分別為9.4百萬港元、6.4百萬港元及7.1百萬港元，佔各年度採購總額的27.5%、18.7%及24.3%。於各自年度，我們來自三個主要供應商的採購額分別佔總採購額約99.7%、100%及100%。我們依賴HCL、Homart及Bee Wonderful作為我們三大供應商，尤其是，HCL於整個往績記錄期佔了我們超過70%的年度採購額，是我們的最大供應商。而我們的業務、財務狀況及經營業績因此依靠HCL、Homart及Bee Wonderful持續供應產品，以及我們與彼等持續的供應商 — 客戶關係。三家供應商中，我們極之依賴HCL供應我們的知名健康及個人護理產品，倘有關產品供應出現短缺或延遲，則將會對我們的業務及經營業績造成重大影響。有關我們與該等供應商關係的詳情，請參閱本文件「業務 — 供應商」一節。

我們依賴領有HCL牌照的「Organic Nature」品牌以提高我們的銷售及市場知名度。

根據HCL協議，HCL就我們向HCL採購產品的銷售及分銷向我們授權於香港、澳門、新加坡及中國使用商標「Organic Nature」。客戶對我們「Organic Nature」品牌下產品的忠誠及我們的銷售部分依靠「Organic Nature」品牌的市場認受性及知名度。因此，我們依賴HCL作為「Organic Nature」品牌的授權方，而我們的業務、財務狀況及經營業績視乎我們與HCL的持續關係。

我們的主要供應商可透過向我們發出六個月通知終止分銷協議，在這情況下我們的業務、財務狀況及經營業績可能蒙受重大不利影響。

按此類分銷安排的慣例，與HCL及Homart的分銷協議可由任何一方給予六個月通知終止。具體而言，倘我們違反或未能履行分銷協議的若干主要條款，供應商一般有權終止分銷協議。概無保證該等供應商將不會終止分銷協議。倘彼等終止分銷協議，我們將須向其他供應商採購產品，而我們或未能獲得足以維持業務的產品供應數量或質量，或甚至未能獲得產品供應。此外，如HCL終止與我們訂立的供應協議，HCL可能要求本集團轉讓我們已就「Organic Nature」品牌登記或遞交登記申請的多個商標予HCL。本集團願意應HCL要求向其轉讓上述商標。在任何情況下，一旦HCL協議屆滿或終止，本集團將停止在我們的產

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

品上使用「Organic Nature」品牌及商標。同時，我們未必能夠以其他品牌取代「Organic Nature」品牌。如本集團無法於HCL協議終止前委聘其他供應商，則該終止因此可對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們面臨不可預見的勞資糾紛、罷工行動或天然災害或可能影響主要供應商供應我們產品的其他意外事件。

概無保證主要供應商HCL、Homart及Bee Wonderful將繼續以我們要求的數量及時間供應產品，以達到我們客戶的需要或遵守彼等與我們訂立的供應協議。我們的產品供應亦可能受到潛在勞資糾紛、罷工行動或天然災害或影響該等供應商的其他意外的阻礙。倘主要供應商未有及時向我們提供產品或提供產品數量不足，可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。此外，倘向我們交付產品出現延誤，我們的現金流量或營運資金可因向客戶交付產品的相關延誤而受到重大不利影響，故造成向客戶收取付款的延誤。

我們受澳洲市況的不明朗變動所影響，包括存貨原材料的供貨及供應量、勞工成本上漲以及澳元匯率變動。

此外，截至2016年3月31日止三個年度，我們的銷售成本分別約為31.8百萬港元、35.9百萬港元及30.5百萬港元，主要為來自澳洲的品牌擁有人的存貨成本。由於存貨的整體成本的波幅對我們的收益構成重大影響，我們須應付一連串市況，包括存貨原材料(主要提取自天然資源，如澳洲的植物和動物)的供貨及供應量、澳洲勞工成本上漲以及澳元(我們存貨的交易貨幣)匯率變動。上述市況所引致的存貨成本上漲將對我們的收益及業務表現造成不利影響。

主要供應商可能修改其現有的銷售或營銷策略，更改其出口策略、減少其銷售或產量、改變其售價或在我們現時營運或我們計劃拓展打進的市場委任其他或會與我們競爭的分銷商。

主要供應商可能修改其就向我們供應的產品的現有銷售或營銷策略，不採用分銷商或子分銷商(例如本集團)而本身直接向終端客戶出售該等產品、更改其出口策略、減少其銷售或產量或改變其售價。儘管Homart及Bee Wonderful向我們授出香港及有關地區的獨家分銷權，我們未獲認可為其於其他市場的獨家分銷商。因此，概無保證主要供應商不會在我們並無享有獨家權利的市場委任或會與我們競爭的其他交易商或分銷商。此外，我們自主要供應商採購的產品售價的大幅增加將使我們的成本上升，倘我們未能將增加成本轉嫁客戶，我們的利潤率或會受到不利影響。截至2016年3月31日止三個年度各年，我們的整體毛利率分別約為83.7%、84.1%及85.5%。過往高企的毛利率日後可能無法維持。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

概無保證我們與主要供應商的關係不會惡化，此可影響我們獲得足夠產品供應以維持業務的能力。倘任何供應商修改其銷售或營銷策略，或以其他方式委任或會與我們競爭的其他交易商或分銷商，我們的業務、財務狀況及經營業績或會受到重大不利影響。

我們的業務高度取決於我們的品牌名稱「澳至尊」及我們產品的品牌名稱的市場認受性，若商標蒙上任何污點或視作無效或未能有效加以推廣，可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

我們相信，我們的成就高度取決於我們的品牌名稱「澳至尊」及我們產品的品牌名稱的受歡迎程度。於最後實際可行日期，我們以「澳至尊」品牌經營業務。我們相信，品牌認受性極為影響消費者的購物決定。我們投放大量心力及資源建立品牌認受性，成功奪得多個獎項及榮譽。我們相信，持續成功關鍵在於我們保護及提升品牌價值的能力。此外，隨著銷售網絡不斷擴張，品牌營銷及推廣能力依然是業務成功之道。我們透過各種渠道及方法提升品牌知名度。詳情請參閱本文件「業務 — 我們的業務模式 — 3) 推廣及營銷活動」一節。

任何打擊消費者對品牌信任的事故，均可能嚴重削弱品牌價值。隨著規模、產品種類及地區版圖不斷擴張，維持品質及一致性的難度可能有所提高，我們無法向閣下保證消費者對品牌的信心不會減退。若消費者感覺或經歷產品質素退步，可能損害品牌價值並對我們的業務造成重大不利影響。

我們已花費大量的營銷開支以推廣品牌，包括委聘品牌代言人。倘代言人的人氣下跌或有負面新聞，特別是有關彼等健康的新聞，我們的品牌形象或會受損，可對我們的銷售及經營業績造成不利影響。

我們已於香港、澳門、新加坡及中國登記與「Organic Nature」標誌及品牌名稱有關的商標。如HCL與我們訂立的供應協議屆滿或終止，HCL可能要求本集團轉讓我們已就「Organic Nature」品牌登記或遞交登記申請的多個商標予HCL。或者，我們就「Organic Nature」品牌登記的商標可能受到HCL(為該品牌創辦人)以協議終止為由的挑戰及視作無效。本集團願意應HCL要求向其轉讓上述商標。在任何情況下，一旦與HCL訂立的供應協議屆滿或終止，本集團將停止在我們的產品上使用「Organic Nature」品牌及標誌。同時，我們未必能夠以其他品牌取代「Organic Nature」品牌。我們的業務、財務狀況及經營業績可能因此受到重大不利影響。

香港市場的潛在放緩可能對我們的業務、經營業績及財務表現造成不利影響。

截至2016年3月31日止三個年度，我們分別94.2%、88.8%及88.2%總收益源自我們的最大市場——香港。我們可能繼續自香港衍生部分營業額。我們於香港的銷售額及盈利能力可能蒙受多項因素的負面影

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

響，包括整體經濟狀況及對我們產品的需求、與我們產品有關的負面報導、競爭或競爭對手於香港營銷或銷售產品成功與否。

此外，香港靠近中國，此亦帶動中國遊客來港購買健康及個人護理產品，令香港產品銷售額錄得整體增長。大眾普遍覺得香港產品的質素較佳及價錢較便宜（由於出口貨品免稅），中國內地旅客會在回鄉前為親友大量購貨。同時，由於中國內地旅客的購買額龐大，倘內地訪港旅客減少，將會影響我們的業務。

人們對香港市場增長的可持續性日漸擔憂，乃由於以下一系列事件所致，包括(i)香港的反內地人士抗議，如「佔領中環」及「反水貨客行動」，此舉已令內地訪港旅客下跌；(ii)中國政府決定限制深圳市居民自2015年4月起每週只准訪港一次，此舉亦已令內地訪港旅客下跌；及(iii)人民幣自2014年年底貶值，削弱中國內地訪客的購買力。董事認為上述事件隨著中國內地訪港旅客數字放緩已對我們旗下產品銷售構成不利影響。倘上述事件於未來發生；可能對我們的業務、財務狀況及經營業績構成重大不利影響。

我們可能因消費者喜好、觀感及消費習慣轉變而蒙受不利影響，若我們無法開拓或豐富產品組合或新產品未為市場所接受，我們的業務亦可能面臨負面影響。

健康補充品市場受消費者喜好、觀感及消費習慣轉變所影響。我們的表現高度取決於各種可能影響香港消費水平及模式的因素，包括消費者喜好、消費者信心、消費者收入及消費者對我們旗下產品在安全與質素方面的觀感。媒體對於健康補充品或生產過程中使用的原材料、成分或工序的安全或質素或飲食或健康問題的報導，可能打擊消費者對我們旗下產品的信心。消費者喜好、觀感及消費習慣隨時轉變，可能拖累我們旗下產品的整體消費水平。

若我們無法調整產品組合以回應與我們若干產品有關的轉變，可能導致我們的銷售額下跌。消費者喜好一旦出現任何轉變，可能導致我們旗下產品銷售額下跌、承受定價壓力或導致銷售及宣傳開支水平增加。倘客戶對我們的產品需求下跌，亦可能導致銷售減少及存貨消耗放緩至偏低的存貨週轉水平。任何該等變動可能對我們業務、財務狀況或經營業績構成重大不利影響。於2016年3月31日約5.4百萬港元或54.8%的存貨其後於截至2016年6月30日之前已銷售。

我們旗下產品的成功關鍵取決於多項因素，包括我們準確預測市場需求及消費者喜好轉變的能力、我們讓產品質素優於競爭對手的能力及產品營銷與廣告活動的成效。我們未必能夠成功識別消費者喜好趨

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

勢，並適時開發回應有關趨勢的產品，亦不一定可以透過營銷與廣告活動有效推廣產品並得到市場接受。若我們的產品未為市場接受、受監管規例限制或出現質量問題，我們未必能夠全數彌補營運中產生的成本及開支，而我們的業務前景、財務狀況或經營業績可能因此蒙受重大不利影響。

我們可能因產品責任索償超逾Homart及Bee Wonderful分別提供的產品責任投保範圍或產品回收而產生虧損。

「Top Life」品牌及「Golden Hive」品牌旗下的產品由Homart供應，而「Superbee」品牌旗下的產品則由Bee Wonderful供應，我們可能因有關的產品責任索償而蒙受損失。儘管Homart及Bee Wonderful各有投購涵蓋銷售「Top Life」品牌、「Golden Hive」品牌及「Superbee」品牌旗下各自產品所引致的產品責任的產品責任保險，我們仍可能面臨保險涵蓋範圍以外的索償或責任。倘該等產品出現任何品質缺陷或任何該等產品被視為或證實屬危險、有缺陷或受污染，則可能招致有關索償。倘我們分銷的任何產品的使用或不當使用致使個人傷亡，除產品回收外，或會招致針對我們的產品責任及／或彌償申索，而香港及澳門的有關監管機關或會終止我們的有關經營業務並對我們採取行政行動。倘我們遭受任何可能不利於我們業務、財務狀況及經營業績的業務中斷及訴訟，我們或會產生額外成本並須為處理該等事宜而分散管理層的注意力及資源。

於往績記錄期，我們就「Top Life」品牌、「Golden Hive」品牌及「Superbee」品牌旗下產品的使用並無收到任何來自第三方的重大產品責任索償。我們未能保證日後不會就該等索償起訴我們。倘成功就重大索償或多項索償起訴我們，將對我們的聲譽、業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。儘管我們擁有由Homart及Bee Wonderful提供而為其各自產品投購的產品責任保險，但涵蓋範圍或未能足夠涵蓋損失金額。倘任何該等產品涉嫌有害，該等產品的銷售可能下跌並可能需自市場中回收該等產品。任何針對我們的索償或任何產品回收，無論其法律依據如何，均會耗用我們的財務資源及管理層的時間及注意力。倘成功向我們索償，我們或會產生貨幣性負債，我們的聲譽亦會嚴重受損。

自香港水貨商及／或透過電子商務平台自中國市場進口的產品可能損害我們的品牌及聲譽，或會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響

於香港及／或透過電子商務平台於中國市場分銷或出售的若干健康產品可能由未有正式牌照、批准或授權的水貨商採購及進口。該等健康產品可以低於獲授權分銷商所售產品的價格出售，此乃由於彼等的營運及推廣成本較低，而在某些情況下，產品質量會有缺陷。進口健康產品水貨未必與有關獲授權產品擁有同等質量。其他商人以我們的品牌名稱銷售任何進口健康產品水貨可能會令我們的形象負面及聲譽受損。此外，香港及中國電子商務平台上的品質缺陷進口健康產品水貨可能對我們的健康產品建立負面形象，並可能嚴重損害本公司的聲譽及品牌。

此外，我們的競爭者可能自澳洲或其他國家引入我們現有獨家分銷權下的若干產品並透過香港及中國的電子商務平台出售。我們不能排除其他分銷商透過香港及中國的電子商務平台出售進口水貨。綜合上

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

述因素，其中不少屬我們的控制範圍以外，我們不能向閣下保證可維持正面的聲譽或品牌形象，此會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

我們面臨競爭對手及其他商家透過網上購物平台進行類似產品的互聯網零售所帶來的競爭風險。

透過互聯網零售推廣及銷售健康補充品是市場上另一趨勢。在各種不同的銷售渠道中，互聯網零售已錄得可觀增長。由於我們產品的生產工序並無涉及專利，故競爭對手及其他商家可能透過網上購物平台在互聯網上零售類似我們的若干產品。預期競爭將進一步加劇，主要乃由於(i)存在競爭的產品數目增加；及(ii)新競爭對手透過網上購物平台進入市場，這產生的經營成本較實體寄售店舖及專賣店為低。倘我們無法維持競爭力，我們的市場份額可能流向競爭對手及我們市場的新進經營者。故此，我們的財務表現可能受不利影響。

與銷售有關的風險

我們極之依賴通過寄售商及第三方零售商進行銷售而面臨集中風險，且我們未持有其控制權。

我們通過寄售商銷售大部分產品。截至2016年3月31日止三個年度，通過寄售商進行銷售的收益佔總收益分別89.1%、78.3%及75.5%。我們依賴通過寄售商及第三方零售商進行銷售，故我們的業務、財務狀況及經營業績依賴通過寄售商及第三方零售商持續帶來的銷售收益貢獻以及彼等與我們的持續關係。我們預期通過寄售商進行銷售對我們拓展業務仍屬重要。

具體而言，截至2016年3月31日止三個年度，通過頂尖寄售商(一名大型個人護理產品連鎖零售商)進行的銷售共佔總收益分別52.3%、44.2%及43.1%。我們極之依賴頂尖寄售商帶來的銷售收益，倘出現任何對該頂尖寄售商不能控制的不利事件，則將會對我們的業務及經營業績造成重大影響。概無保證其將以現有安排的類似條款延續與我們的寄售安排，或甚至不延續與我們的寄售安排，而該等安排的終止或其條款的不利變動可對我們的業務及經營業績造成重大影響。

我們概無擁有任何寄售商及其他第三方零售商的所有權或管理控制權。我們無法向閣下保證寄售商及第三方零售商会一直嚴格遵守銷售及寄售協議所載條款及條件。寄售商或其僱員的任何不當行為，如貪污或對產品作蓄意污染或人為破壞，可損害我們的業務，或引致針對我們的產品責任索償或客戶投訴。此外，我們大多數寄售商及第三方零售商亦銷售由其他生產商生產並可能與我們直接競爭的產品，在若干情況下或會阻礙或影響寄售商及第三方零售商盡最大努力銷售我們產品的能力或積極性。若任何寄售商及第三方零售商無法及時或有效或根據銷售及分銷協議所載條款分銷我們的產品甚至完全無法分銷我們的產品，又或我們的銷售及寄售協議被暫停、終止或到期而未獲重續，我們的業務、財務狀況及經營業績可能蒙受重大不利影響。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

寄售商及第三方零售商可能基於多種原因而未能成功營銷及銷售我們的產品或維持其競爭力，例如第三方零售商未必能夠覓得適當地點經營零售店及零售點，亦不一定能夠於租賃合約到期時獲出租人續約，而此舉或會對第三方零售商的營運及競爭力造成不利影響。若我們向消費者銷售產品的數量未能維持於滿意水平，寄售商及第三方零售商未必會訂購我們的新產品，或有可能減少訂單或要求給予購價折扣。寄售商及第三方零售商流失、就此接獲的訂單減少或售價調低，可能不利於我們接觸消費者及／或對我們的銷量及收益造成不利影響。有關我們於往績記錄期的分銷商及第三方零售商數目變動詳情，請參閱本文件「業務 — 銷售及分銷」一節。

若我們未能成功與一眾寄售商及第三方零售商維持關係或寄售商及第三方零售商未能順利營運，可能對我們於該區有效銷售產品的能力造成負面影響。我們的企業及產品形象可能因此遭受負面影響，並可能導致顧客流失及銷售額下跌。此外，旗下自營專門店及第三方零售商的零售點銷售同類產品可能導致專門店與零售點之間出現營銷重疊、互相蠶食或甚至競爭等問題，足以拖低零售店的收益。

於2014年及2015年3月31日的所有逾期應收賬款及2016年3月31日約97.9%的應收賬款已其後於最後實際可行日期償付。倘該等寄售商及第三方零售商不及時向我們作出付款，或甚至不作出付款，我們的流動資金可能受到不利影響，而我們或須撇銷應收賬款或增加就應收賬款的撥備，此可對我們的經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

由於我們全部專門店均為租用物業，我們須承受涉及商用房地產租務市場的風險。我們可能與業主出現糾紛，若我們未能按商業上有利的條款重續現有租約，我們的業務、經營業績及實現增長策略的能力將蒙受不利影響。

我們租用經營專門店的全部物業。因此，佔用成本構成我們經營開支的重大比重。截至2016年3月31日止三個年度，旗下專門店的物業租金分別為7.5百萬港元、16.1百萬港元及16.1百萬港元，佔各年度銷售收益的3.8%、7.1%及7.6%。適合開設專門店的物業租金成本將持續上升。我們旗下專門店的租賃協議一般初步為期一至三年。我們龐大的經營租約承擔為我們帶來潛在重大風險，包括令我們更易受不利經濟條件所影響、限制我們取得額外融資的能力及減少可供用於其他用途的現金。

我們預期租金將於租期內或首段租期之後按固定比率或當時市場租值上調。此外，多份租約要求我們支付營業額租金，金額乃按專門店現金銷售百分比釐定。倘我們無權選擇重續租賃協議，我們必須與業主磋商重續條款，而業主可能堅持加租及／或大幅修訂租約條款及條件。就現有租約而言，我們可能就現有租約與業主出現糾紛，除承受索償或訴訟風險外，亦可能無法重續現有租約。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

我們與其他零售商在競爭激烈的零售物業市場爭逐優秀地段。無法保證我們定能以商業上有利的條款就黃金地點訂立新租賃協議或重續現有租賃協議，甚至完全無法成事。因此，若我們無法按商業上有利條款獲得理想的零售店地點的租約，可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

此外，倘按遠高於現行租金的租金重續租賃協議或業主授出的任何現有優惠條款未獲延續，我們須衡量按經修訂條款重續租約是否符合我們的利益。倘我們無法重續專門店的租約，則我們須關閉或搬遷相關專門店，此舉不單導致有關該專門店於停業期間應可產生的銷售貢獻的銷售損失，更導致我們須承擔於新店物業的安裝及裝修與其他成本及風險。此外，搬遷後的店舖所產生收益及任何溢利可能少於已關閉店舖以往所得收益及溢利。因此，未能按商業有利條款重續任何現有租約，可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。

現有專門店位置可能不再吸引，由於我們與其他零售商爭逐優秀地段時面對激烈競爭，我們未必能夠按合理條款覓得及獲取具吸引力的新店址，甚至完全無法成事。

目前，我們大多數香港專門店位於港鐵站。任何專門店的成功關鍵高度取決於其位置。概無保證我們現有專門店所處位置將一直維持吸引力。我們業主作出的改動或會對店舖位置的客戶人流及我們的業務造成不利影響。佔據人流相對較高位置的競爭非常激烈。若現有專門店位置不再吸引，而我們未能以合理條款獲取理想店址，我們實現增長策略的能力可能蒙受不利影響。

其他貨幣兌港元的匯兌波動可能影響我們的盈利能力。

採購主要以澳元進行。因此，我們因經營業務產生交易外幣收益或虧損。截至2016年3月31日止三個年度，我們的外匯差異淨額分別為收益或(虧損)0.3百萬港元、淨虧損(0.6)百萬港元及(1.2)百萬港元。澳元在2014年8月開始貶值，此亦令我們進口健康及個人護理產品的價格下降。

另一方面，由於人民幣於2014年12月左右開始貶值，此對2014年香港的健康及個人護理產品市場並無明顯影響。然而，人民幣貶值削弱中國內地旅客的購買力，因而將對我們的銷售表現構成負面影響。

我們認為，澳元兌港元的任何重大升值將增加收益相關的銷售成本，並可影響我們的盈利能力。我們同時認為，人民幣貶值將進一步削弱中國內地旅客的購買力。貨幣風險對我們的盈利能力有重大影響，而會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

我們可能面對第三方提出的知識產權侵權索償，導致業務中斷及產生龐大訟費，又或令我們的信譽受損。

任何偽冒或仿冒情況均可能對我們的信譽及品牌名稱造成負面影響並可能令市場份額流失，導致銷售額及盈利能力長期或甚至永久下滑，同時增加我們於偵查及起訴方面的行政成本。

我們視商業秘密、商標、商標名稱及其他知識產權為業務關鍵。我們的知識產權可能不時遭第三方使用或侵犯。預防知識產權侵犯可能非常困難，所需成本及時間不菲。若我們的知識產權遭無關連第三方持續未經授權使用，可能損害我們的信譽及品牌形象。若我們無法充分保障商標、商業秘密及其他知識產權，我們可能失去該等權利，品牌形象或受打擊，繼而損害我們的競爭地位及業務。

我們可能遭第三方提出知識產權侵權索償及因有關侵權索取補償。此外，我們未必知悉與我們的產品或業務營運有關而可能涉及潛在侵權索償的知識產權登記或申請。我們加以依賴的技術可能遭第三方提出侵權或其他相關指控或索償。

提出侵權索償一方或可取得禁制令，阻止我們付運產品或使用相關技術。知識產權訴訟既昂貴亦費時，並會分散管理層對業務的注意力。如對我們提出的侵權索償得直，則我們或須支付巨額賠償、開發非侵權技術、訂立條款難以接受的專利權或特許權協議甚或不能達成協議，並終止製造、銷售或使用侵犯第三方知識產權的產品。不論知識產權索償或訴訟最終誰勝誰負，難免損害我們的信譽，令我們的業務、經營業績或財務狀況蒙受重大不利影響。

我們的成就及業務營運很大程度上依賴若干主要員工，並取決於我們招攬及留聘出色人才的能力。

我們未來成功與否，關鍵在於執行董事、高級行政人員及其他主要員工的去留。我們尤其依賴執行董事及高級管理層的專業知識、經驗及領導能力，對業務營運而言不可或缺。若任何一名或多名執行董事、高級行政人員或其他主要員工不能或不願意繼續留任，我們未必能夠即時甚至可能完全無法覓得替代人選，業務或因而嚴重中斷，並影響我們的經營業績及未來前景。

此外，我們未必能夠招攬或留聘資深僱員或主要員工。爭奪優質人才亦可能推高勞工成本，帶動經營成本上漲，影響我們的盈利能力。於該等情況下，我們的業務、財務狀況及經營業績可能蒙受重大不利影響。

旗下員工及外界人士的不當行為可能損害我們的業務。

旗下專門店的現金銷售由員工負責。我們可能易受員工、顧客或其他第三方的偷盜、行竊、欺詐、受賄、貪污甚至蓄意污染或人為破壞我們產品等行為所影響。該等不當行為或會損害我們的信譽、引致產品責任索償或客戶投訴以及對我們的業務及經營業績造成不利影響。有關內部監控系統的進一步詳情，請參

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

閱本文件「業務 — 內部控制措施」一節。儘管我們設有內部監控系統，我們可能無法避免、察覺或制止偷盜、欺詐、行竊、受賄、貪污甚至蓄意污染產品等所有該等情況及其他不當行為。該等情況（當中可能包括過往未能察覺的行為或日後行為）與我們的利益相違背，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。

我們曾發生不符合香港法律法規的事件

我們的香港附屬公司曾發生不遵守若干法規規定的事件，包括(i)我們產品於往績記錄期若干廣告可能違反《不良廣告(醫藥)條例》第3及／或3B條，原因為本集團產品的廣告使用若干受限制字眼；(ii)未有根據稅務條例按時遞交資料準確的報稅表；及(iii)因未及時根據進出口條例呈交有關向香港進出口的進出口報關單而導致的不合規事件。有關不合規詳情，請參閱「業務 — 不合規事宜」一節。任何對該等不合規事宜採取執法行動可能引致罰款、行政處分及／或檢控，因而可能對我們的聲譽、財務狀況或經營業績構成不利影響。

我們經營的行業受到高度監管。

我們的業務主要受香港不同法律法規監管，例如《公眾衛生及市政條例》(香港法例第132章)、《食物及藥物(成分組合及標籤)規例》(香港法例第132W章)、《不良廣告(醫藥)條例》、《食物安全條例》(香港法例第612章)、《進出口條例》(香港法例第60章)、商品說明條例(香港法例第362章)及貨品售賣條例(香港法例第26章)。我們亦須遵守上述條例下的相關附屬法例及規例。

上述法例規定，經營我們的業務需要取得多項註冊、認證及／或牌照，當中亦載有有關我們部分產品的貯存、標籤、廣告及進口規定的條文。詳情請參閱本文件「監管概覽」一節。

根據我們的經驗，我們經營業務所在地點若干法律法規受限於不時修訂、詮釋的不確定性及行政行動。因此，我們無法向閣下保證，就實施業務計劃及引進任何新產品而言，我們將能取得所有所需登記、證書及／或牌照。未能遵守上述法律法規可令我們處以罰款、行政處分及／或檢控，因而可能對我們的聲譽、財務狀況或經營業績構成不利影響。

法律爭議或訴訟可能構成責任、分散管理層注意力及對我們的信譽造成負面影響。

我們可能不時於日常業務營運過程中捲入與產品或其他類型責任、僱員索償、勞資糾紛或合約糾紛有關的潛在法律爭議或訴訟，令我們的信譽、營運及財務狀況蒙受重大不利影響。若我們日後捲入重大或

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

漫長的法律訴訟或其他法律爭議，有關法律程序結果難以肯定並可能對我們的財務狀況造成不利影響。此外，任何訴訟或法律程序均可能產生巨額法律開支，並需要管理層投放大量時間及精神處理，分散投放於業務及營運的注意力。

與策略及未來計劃有關的風險

我們的擴展策略未必可按預期取得成功。

作為我們業務策略的一部分，我們計劃擴充分銷及零售網絡以達到我們的業務增長。我們的擴展計劃能否成功取決於多項因素，包括：

- 是否具備充裕的管理及財務資源；
- 有否適合的寄售商、分銷商、第三方零售商及專門店物業；
- 我們與寄售商及第三方零售商磋商訂立有利的合作條款的能力；
- 我們遵守有關當地法律法規的能力及該合規事宜涉及的成本；
- 能否聘請、培訓及留聘資深人員管理及經營我們的銷售網絡；
- 供應成本波動；
- 當地貨幣波動；
- 我們的物流以及其他營運及管理系統能否配合經擴大的分銷及零售網絡；及
- 產品的市場需求。

此外，我們未必可預計及應付擴大分銷及銷售網絡後所面對與現有市場不同的競爭狀況。因此，我們未必能達到擴充的目標，或未能有效安排新的寄售商、第三方零售商及專門店加入現有網絡。若我們在擴大銷售網絡方面遭遇任何困難，可能對我們的發展前景造成不利影響，繼而嚴重打擊我們的業務、財務狀況及經營業績。

由於我們擬繼續擴闊產品組合，我們或會向沒有過往業務關係的新供應商採購產品。倘該等新供應商未能提供符合我們規定或質素令人滿意的產品，我們的營運及聲譽可受到不利影響，而客戶可能會作出針對我們的產品責任索償或投訴。

若我們的擴展計劃失敗，或倘無法獲得擴展計劃所需充足資金，我們的業務和增長前景可能因而受到不利影響。

我們預期按銷售網絡擴展計劃成立新專門店將產生若干開業前費用。倘我們的擴展計劃失敗，我們的整體現金流量狀況以及我們的盈利能力可能受到重大不利影響。我們相信，目前的現金及現金等價物、預計業務所得現金流量及[編纂][編纂]將足夠應付自本文件日期起計未來至少12個月的預計現金需求，包

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

括在營運資金及資本開支上的現金需求。然而，我們仍需要更多現金資源以供維持增長或其他日後發展，包括我們可能決定進行的任何投資項目。該等額外融資需求的金額及出現時間視乎新專門店開業時間、新專門店所需投資及業務營運所得現金流量而定。若我們的資源不足以滿足現金需求，可能須透過出售額外股本或債務證券或籌措信貸額度尋求額外融資。進一步出售股本證券足以攤薄現有股東的股權，向外舉債則會加重償債責任，更會導致須作出可能對我們的擴展計劃及業務營運或派息能力構成制肘的經營及融資契諾。若我們無力履行償債責任或無法遵守任何債務契諾，則可能違反相關債務責任，而我們的流動資金及財務狀況可能受到重大不利影響。

我們能否按可接受的條款籌措額外資金受多項因素及不確定性影響，其中部分更超出我們的控制範圍，包括經濟及資本市場的整體狀況、銀行或其他放債機構所提供的信貸額度、投資者對我們的信心、健康補充品市場的整體表現以及尤其是我們的營運及財務表現。我們無法保證日後定能取得所需金額的融資或按我們接受的條款取得融資（倘能取得融資）。若我們不獲提供融資或無法按可接受的條款取得融資，我們的業務、經營業績及增長前景可能受到不利影響。

開設新專門店可能導致財務表現波動。

我們的經營業績向來頗受新專門店開業時間及表現影響，而此情況日後或會繼續出現。新專門店開業時間及表現往往超出我們控制範圍的因素影響，包括開業初期的經營成本增幅。新專門店亦須承擔租金開支等開業前支出。

我們於不同期間開設新專門店的進度各有不同。因此，新開業專門店的數目及時間已對及可能繼續對我們的盈利能力構成影響。因此，我們於不同期間的業績可能出現大幅波動，故比較不同期間的表現並無太大意義。我們於某段財政期間的業績不一定能反映預期於任何其他財政期間取得的業績。

與行業有關的風險

我們的業務及信譽可能受產品責任索償、訴訟、顧客投訴、產品損壞、食品安全問題、食源性疾病、健康威脅、品質監控問題或涉及本身產品或健康補充品行業的負面報導所影響。供應商的產品責任保險或未充分涵蓋或甚至並未涵蓋我們的責任。

一如其他消費品製造商，我們銷售的健康補充產品以及蜂蜜及花粉產品有面對產品被指不宜食用或可致病的固有風險。原材料或產品受污染或變質、含有微生物、未獲授權第三方非法竄改配方或源自採購、生產、運輸及儲存等各個階段的其他問題，均可能導致產品不宜食用。上述問題可能招致顧客投訴、罰款、處分或負面報導，令我們的信譽及品牌嚴重受損，甚至面對產品責任索償、其他法律爭議及收益損

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

失。於若干情況下，我們可能需要回收產品。即使情況不至於需要進行產品回收，我們亦無法向閣下保證不會因而面對產品責任索償或其他法律爭議。供應商的產品責任保險或未充分涵蓋或甚至並未涵蓋我們的責任，且不會涵蓋因我們違約而產生的責任，例如處理不當、儲存狀況欠佳及／或由我們、分銷商、寄售商或有關僱員污染產品。因此，針對我們的產品責任或其他判決或產品回收，可能對我們的業務、財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

一如其他食品與健康補充品業務，我們的業務容易受食源性疾病影響。我們無法向閣下保證我們的品質監控措施足以有效預防產品引致的所有疾病或防止產品受到污染。此外，我們依賴第三方健康補充產品以及蜂蜜及花粉產品供應商亦導致食源性疾病事故有可能因我們控制範圍以外的供應商而起。未來或會出現新型疾病或潛伏期較長的疾病，因而可能招致追溯申索或指控。我們產品或其任何主要材料涉及食源性疾病或健康威脅病例的傳媒報導，可能會對我們的銷售額造成重大不利影響，並相信會對我們的經營業績造成嚴重負面影響。即使日後確定有關疾病或健康威脅實際並非由我們的產品所引發，有關風險仍舊存在。

此外，有關健康及安全問題的負面報導（不論有否事實根據）可能令消費者購買我們旗下產品的意欲減退。即使產品責任索償被判敗訴或未能全數追討，任何指稱我們旗下產品引致人身傷害或疾病的負面報導，亦可能對我們的信譽、企業及品牌形象造成不利影響。若消費者對我們的品牌及信譽失去信心，我們的銷售額及經營業績可能長期甚或永久下滑。負面新聞、客戶投訴及針對我們的索償的金額亦可能很高，並使管理層分散投放於業務營運的注意力。

我們面對激烈競爭，如未能成功競爭，或會失去市場份額，使經營業績受到不利影響。

香港的健康及個人護理產品行業競爭劇烈，我們預期競爭會更趨白熱化。我們有部分競爭對手可能較我們擁有更悠久的業務歷史，其雄厚的財務、研發、營銷及其他資源亦遠遠超越我們。我們無法向閣下保證我們的現有或潛在競爭對手不會提供比我們現時所提供者相若或更佳的产品，或比我們更快適應不斷演變的行業趨勢或不斷變化的市場需要。我們的競爭對手之間亦有可能出現合併、收購或組成聯盟，而這類聯盟或能迅速搶佔大部分市場份額，而部分競爭對手則可能會開始銷售與我們銷售的产品相似的产品。

此外，競爭或會令競爭對手大幅增加廣告開支及宣傳活動，或進行不理性或掠奪式的定價行為。我們無法向閣下保證我們將能有效地與現有及未來競爭對手競爭。我們無法向閣下保證，第三方不會積極進行合法或非法的活動以詆毀我們的品牌及產品質量，或影響消費者對我們产品的信心。競爭增加或會導致降價及失去市場份額，而當中任何一種情況均可能令我們的利潤率受到重大不利影響。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

與[編纂]有關的風險

我們的股份過往並無公開市場，且股份可能無法形成或維持活躍的交易市場。

於[編纂]前，我們的股份並無公開市場。於[編纂]完成後，聯交所將成為公開買賣股份的唯一市場。我們無法向閣下保證股份將於[編纂]後形成或維持活躍的交易市場。此外，我們亦無法向閣下保證股份於[編纂]後將以相當於或高於[編纂]的價格在公開市場買賣。預期股份[編纂]將由[編纂](為其本身及代表[編纂])與本公司協議釐定，不可作為[編纂]完成後股份市價的指標。倘我們的股份於[編纂]後並未形成或維持活躍的交易市場，則股份的市價及流動性可能受到重大不利影響。

我們股份的交易價格可能出現波動，或會令閣下蒙受重大損失。

我們股份的交易價格可能出現波動，且可能因超出我們控制範圍的因素(包括香港、中國、美國及世界各地證券市場的整體市況)而大幅波動。特別是，以亞洲為基地的其他經營類似健康補充品業務的公司的股份成交價表現亦可能影響我們的股份成交價。該等入市及行業因素可能對股份的市價及波幅產生重大影響，而不論我們的實際營運表現如何。

除市場及行業因素外，我們的股份價格及交投量可能基於特定業務理由而大幅波動。特別是，我們的收益、收入淨額、現金流量、溢利及股息變動等因素均可能導致我們的股份市價出現重大變動。任何該等因素可能導致股份交投量及交易價格出現大幅及突然變動。

由於[編纂]的[編纂]與買賣日期之間相隔數日，[編纂]持有人可能面臨[編纂]於開始買賣時價格下跌的風險。

我們的股份[編纂]預期將於[編纂]釐定。然而，我們的股份直至交付(預期為[編纂]之後約四個營業日)後始能在聯交所開始買賣。因此，投資者在此期間內可能無法出售或以其他方式買賣我們的股份。因此，股份持有人面臨由出售至開始買賣期間可能出現不利市況或其他不利事態發展導致股份於開始買賣時價格或價值下跌的風險。

大量出售本公司股份或可能大量出售本公司股份均足以對股份成交價造成不利影響。

[編纂]完成後，在公開市場大量出售我們的股份或預料將會大量出售股份均可能對我們的股份市價有不利影響，並可能大大削弱我們日後透過發售股份進行集資的能力。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

我們的現有股東所擁有股份受若干禁售期約束。我們無法保證彼等不會於禁售期屆滿後出售有關股份或彼等日後可能擁有的任何股份。我們無法預計日後大量出售股份對我們的股份市價有何影響(如有)。

本公司股份的[編纂]高於每股有形資產賬面淨值，購入[編纂]項下股份的人士可能會立即受到攤薄影響。

倘閣下購買[編纂]的本公司股份，則閣下支付的每股價格會高於其賬面淨值。因此，[編纂]項下的股份投資者將受到有形資產淨值即時攤薄的影響，而現有股東名下股份的每股備考經調整匯總有形資產淨值將會增加。此外，倘[編纂](為其本身及代表[編纂])行使超額配股權，或我們日後透過發售股權進行集資，則本公司股份持有人的權益可能進一步遭攤薄。

我們已採納該等購股權計劃，詳情載於本文件附錄四「D.購股權計劃」一段。根據購股權計劃授出或將授出的購股權獲行使而發行股份，將導致發行後的已發行股份數目增加，因而攤薄現有股東的擁有權百分比及每股盈利，並可能攤薄每股資產淨值。

閣下不應過分依賴本文件內有關經濟及行業的事實、預測及其他統計數字。

本文件內有關國際、地區及特定國家經濟及膳食補充品行業的若干事實、預測及其他統計數字乃收集自官方政府來源或其他非官方資料。儘管我們已合理審慎地編製及轉載該等資料及統計數字，我們無法向閣下保證有關資料的準確性或完整性，亦不就此發表任何聲明。我們或我們任何相關聯屬人士或顧問或[編纂]或其任何聯屬人士或顧問，概無獨立核實直接或間接摘錄自該等來源的資料的準確性或完整性。特別是，由於收集方式可能欠妥或無效或已公佈資料與市場慣例有所差異，該等資料及統計數字未必準確。摘錄自本文件所用來源的經濟及行業相關統計數字、行業數據及其他資料可能與來自其他來源的其他資料不一致，故投資者於作出投資決定時不應過分依賴該等事實、預測及統計數字。

我們的財務業績預期將受[編纂]相關開支影響。

我們的財務業績將受[編纂]相關開支影響。涉及[編纂]的估計[編纂]相關開支總額(包括[編纂]費用)約為42.1百萬港元，當中2.1百萬港元及13.0百萬港元已於截至2016年3月31日止兩個年度的合併損益及其他全面收益表扣除，及約8.9百萬港元預期將於截至2017年3月31日止年度餘下數月的合併損益及其他全面收益表扣除，及約18.1百萬港元預期將於進行[編纂]後根據有關會計準則資本化為遞延開支及於權益扣除。因此，我們截至2017年3月31日止年度的財務業績將受[編纂]相關開支影響。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

風險因素

載於本文件中的前瞻性陳述受風險及不確定因素所影響。

本文件載有若干「前瞻性」陳述並使用前瞻性術語如「預計」、「估計」、「相信」、「預期」、「可能」、「計劃」、「認為」、「應當」、「應該」、「會」及「將」。該等陳述包括(其中包括)討論我們的發展策略及對我們未來營運、流動資金及財政資源的預期。

[編纂]的買家應審慎依賴存有風險及不確定因素的任何前瞻性陳述，而任何或所有該等假設可能證明為不準確，導致以該等假設為基準的前瞻性陳述出現錯誤。有關不確定因素包括以上討論的風險因素中所列明因素。鑑於該等及其他不確定因素，本文件所載前瞻性陳述不應視為我們作出聲明或保證將會達致計劃及目標及該等前瞻性陳述應當根據各種重要因素(包括本節所載因素)予以考慮。除根據上市規則或聯交所其他規定屬我們的後續披露責任外，我們不擬更新該等前瞻性陳述。投資者不應過分依賴該等前瞻性資料。請參閱本文件「前瞻性陳述」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

有關本文件及 [編纂] 的資料

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

有關本文件及 [編纂] 的資料

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

有關本文件及 [編纂] 的資料

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

有關本文件及 [編纂] 的資料

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及參與 [編纂] 各方

董事

姓名	地址	國籍
執行董事		
蔡志輝先生	香港 九龍 麗港街21號 麗港城 10座12樓C室	中國
何家敏女士	香港 九龍 麗港街21號 麗港城 10座12樓D室	中國
何俊傑先生	香港 將軍澳 澳景路88號 維景灣畔11座 50樓B室	中國
區俊傑先生	香港 九龍 觀塘 月華街8號 觀月•樺峯 29樓C室	中國
獨立非執行董事		
陸定光博士	香港 新界 大埔 露輝路33號 嘉豐花園 第2座1樓A室	中國
高銘堅先生	香港 北角 海峰園 高峰閣1座 12樓F室	中國
尹祖伊先生	香港 新界 青衣 盈翠半島 1座32樓A室	美國

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及參與 [編纂] 各方

參與各方

保薦人

豐盛融資有限公司
香港
中環
德輔道中135號華懋廣場二期14樓A室

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及參與 [編纂] 各方

[編纂]

董事及參與[編纂]各方

本公司法律顧問

有關香港法例：

顧張文菊、葉成慶律師事務所 有限法律責任合夥
香港
金鐘
夏慤道18號
海富中心第1座
6樓601室

有關中國法律：

競天公誠律師事務所
中國
北京市
建國路77號
華貿中心3號寫字樓34層
郵編：100025

有關開曼群島法律：

毅柏律師事務所
香港
中環
康樂廣場1號
怡和大廈2206-19室

有關澳門法例：

施展鵬律師事務所
澳門宋玉生廣場336號
誠豐商業中心17樓M-N座

有關新加坡法律：

Lim Hua Yong LLP
100 Jalau Sultan
Sultan Plaza #08-16
Singapore 199001.

有關澳洲法律：

Wisewould Mahony Lawyers
Level 8, 419-425 Collins Street
Melbourne VIC 3000
Australia

保薦人及[編纂]法律顧問

有關香港法例：

希仕廷律師行
香港
中環畢打街11號
置地廣場告羅士打大廈5樓

董事及參與 [編纂] 各方

有關中國法律：

金杜律師事務所

中國

廣東省廣州市

珠江新城珠江西路5號

廣州國際金融中心55樓

郵編：510623

核數師及申報會計師

匯聯會計師事務所有限公司

香港屯門

建榮街24-30號

建榮商業大廈803-4室

國富浩華(香港)會計師事務所有限公司

香港

銅鑼灣

禮頓道77號

禮頓中心9樓

行業顧問

Euromonitor International Limited

60-61 Britton Street

London

EC1M 5UX

United Kingdom

物業估值師

中誠達資產評值顧問有限公司

香港

灣仔

軒尼詩道145號

安康商業大廈901室

合規顧問

豐盛融資有限公司

香港

中環

德輔道中135號

華懋廣場二期14樓A室

收款銀行

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

公司資料

註冊辦事處	P.O. Box 1350, Clifton House 75 Fort Street Grand Cayman KY1-1108 Cayman Islands
總辦事處及香港主要營業地點	香港 九龍觀塘 鴻圖道83號 東瀛遊廣場28樓E室
本公司網站	www.ausupreme.com (此網站所載資料並不構成本文件的一部分)
公司秘書	鄧穎珊女士 (CPA, CGA FCCA) 香港 九龍觀塘 鴻圖道83號 東瀛遊廣場28樓E室
授權代表	蔡志輝先生 香港 九龍觀塘 鴻圖道83號 東瀛遊廣場28樓E室 鄧穎珊女士 香港 九龍觀塘 鴻圖道83號 東瀛遊廣場28樓E室
審核委員會	高銘堅先生 (主席) 尹祖伊先生 陸定光博士
薪酬委員會	尹祖伊先生 (主席) 高銘堅先生 蔡志輝先生
提名委員會	陸定光博士 (主席) 尹祖伊先生 蔡志輝先生
股份過戶登記總處	[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

公司資料

香港股份過戶登記分處

[編纂]

主要往來銀行

中國銀行(香港)有限公司
香港
九龍尖沙咀
加拿芬道24-28號

行業概覽

此行業概覽中所述資料乃由Euromonitor所編製，反映基於公開可獲得信息的來源以及行業調研所得的市場行情估計，並主要作為市場研究工具而編製。行業概覽中提及Euromonitor不應被視為Euromonitor就任何證券價值或投資於本公司是否可取而發表的意見。董事相信載於本行業概覽的資料的來源屬適當，且轉載該等資料時已合理審慎行事。董事不認為該等資料虛假或具誤導性，或遺漏任何重大事實導致該等資料虛假或具誤導性。由Euromonitor編製並載於本行業概覽的資料未經本集團、保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、[編纂]或參與[編纂]的任何其他各方獨立核實，且彼等亦並無對該等資料的準確性作出任何聲明，且該等資料不應作為作出或不作出任何投資決定的依據。

EUROMONITOR報告

我們委託Euromonitor對香港、澳門、新加坡及中國大陸的健康補充行業的機遇及潛力進行分析。我們已就編製該報告向Euromonitor支付總費用91,088美元(相等於約704,738港元，匯率為1美元兌7.74港元)。

Euromonitor成立於1972年，為一間提供有關行業、國家及消費者商業情報的全球性研究機構及私營獨立供應商。於編撰及編製Euromonitor報告時，Euromonitor使用下列方式甄選多項資源，確認所收集的任何數據及資料，及交叉檢查各應答者的資料及查看其他事項：

- 二手研究，涉及審閱已刊發資料來源，包括香港統計處、澳門統計暨普查局、新加坡統計局及中國國家統計局等國家統計及官方來源、公司報告(包括可獲得的經審核財務報表)、獨立調查報告及基於Euromonitor自身的研究數據庫作出的數據。
- 一手研究，涉及訪談實例中領先的行業參與者及行業專家以了解最新數據，洞悉未來趨勢，及核實及交叉核對數據及調查估計的一致性。
- 從關於特定相關產業推動者的宏觀經濟數據策劃的過往數據分析中獲取預測數據。
- 消費者研究，涉及就香港健康補充品認知程度進行網上調查，由EMI及第三方調查公司(一家提供抽樣、數據收集及數據分析解決方案的頂級全球供應商)聯合進行。該調查收集及分析500名香港應答者的數據。
- 審閱及交叉核實所有資料來源及獨立分析，以作出所有最終估計，包括健康補充品市場的規模、形式、推動力及未來趨勢並編製最終報告。

行業概覽

Euromonitor International在下列假設下作出Euromonitor報告：

- 預計香港、澳門、新加坡及中國大陸的經濟於預測期維持穩定發展；
- 預計香港、澳門、新加坡及中國大陸的社會、經濟及政治環境於預測期仍然穩定；
- 將不會受到外部衝擊，例如金融危機或原材料短缺導致香港、澳門、新加坡及中國大陸的健康補充品於預測期的供需受到影響；
- 預計主要市場推動因素(例如人均可支配收入增加、快速城市化、保健意識提高、改善分銷網絡)將推動健康補充品市場的發展；
- 香港就中國大陸相關的旅遊及採購商品的政策並無進一步變動；
- 主要推動因素(包括香港、澳門、新加坡及中國大陸居民的可支配收入增加、消費者的保健意識提高及人口老化)可能推動香港、澳門、新加坡及中國大陸的健康補充品市場進一步發展。
- 以下匯率適用於本報告：

國家	單位	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
中國	港元每1人民幣	1.15	1.20	1.23	1.25	1.26	1.24
澳門	港元每1澳門幣	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97	0.97
新加坡	港元每1新加坡元	5.70	6.19	6.21	6.20	6.12	5.64

研究結果或會受到該等假設的準確性及所選用參數的影響。市場研究於2015年5月完成並根據刊發之時可得數據於2015年12月、2016年3月、2016年5月、2016年6月及2016年7月進一步更新，Euromonitor報告內的所有統計數字均基於在編製報告時可獲得的資料。Euromonitor的預測數據源於對市場過往發展、經濟環境及相關市場推動因素作出的分析，並經參照已確認的行業數據及與行業專家進行的行業訪談進行交叉核對。

香港、澳門、中國及新加坡的健康補充品市場

市場概覽

香港

健康補充品擁有蓬勃的本地消費者群

雖然不少人士是因為關注身體健康而注意到健康補充品，但大部分的健康補充產品消費者是為了加強體能、改善免疫系統及提升整體健康而購買這類產品。儘管有關產品的營銷手法常以女性為對象，但隨著教育水平提高及易於接觸產品，健康補充品的目標消費者群正在日漸擴大。城市發展亦影響了不同人口地區的健康，晚婚及遲生育提高了婦女認知到孕前及孕期內營養的需要，通常使用二十二碳六烯

附註：於「行業概覽」一節提及的「健康補充品」並不包括滋補品及瓶裝營養飲料。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

酸(DHA)、卵磷脂及鈣產品。隨著預期壽命提高以及成人正在尋求健康補充品，以期實現更年輕和均衡的健康狀態。

消費者作出更多知情決定

隨著互聯網及智能手機的高普及率，消費者不但更頻繁地通過網上渠道購買健康補充品，而且更易透過搜尋互聯網知悉及接觸健康補充品的益處。人口教育水平提高亦提高了對健康營養的認知及謹慎程度，而消費者於作出知情購買之前將會比較各品牌之間的产品、原產地、活性成分及其他特點。

中國內地旅客推動香港銷售額增長

香港的地理位置對健康補充品零售市場的增長也有重大影響，因為購買力較高的中國內地旅客相信，在香港出售的產品，質量品位普遍較高，因此他們在香港的消費額也相對較高。該等旅客的購買力遠較本地居民為高，經常購買多籃子較高交易價值的產品。

根據Euromonitor報告，2010年至2014年回顧期內，中國內地旅客到訪香港人數持續上升，對健康補充品銷售額產生正面影響。然而，香港統計處的數據顯示，2015年1至3月期間的中國內地旅客到訪香港人數較2014年1至3月期間有所減少。由於中國內地旅客佔香港健康補充品行業銷售額比重頗大，中國內地旅客人數下降很可能對市場造成影響。

實際上，反內地遊客示威(如「佔領中環」及「反水貨客示威」)一定程度上影響了內地居民對香港的觀感。這導致前往香港的內地訪客減少。該影響於2014年並不十分顯著，但於2015年越發明顯。中國政府自2015年4月起限制深圳居民訪港的「一周一行」政策亦導致前往香港的內地訪客人數下跌。

業內資料來源顯示，由於內地訪客減少導致健康補充品(連同其他消費者商品)銷量下跌的情況於2015年越發顯著。儘管如此，由於若干品牌只於香港出售，且香港產品公認為更安全優質，健康補充品仍然是內地訪客於訪港期間考慮購買的重要產品之一。此外，本地客戶群的擴大有助於健康補充品行業度過進一步銷量下跌的難關。儘管難以預測香港旅遊業的內地訪客人數何時能夠回升，健康補充品零售商達成共識，他們將注重本地消費者群以維持銷量。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

澳元及人民幣貶值影響於2014年並不十分顯著

表1 2014年澳元兌港元的匯率(1.0澳元=港元)						
月份	每月平均數	升值／貶值率	季度	每季平均數	升值／貶值率	
一月	6.87	不適用				
二月	6.97	1.4%	1	6.96	不適用	
三月	7.04	1.1%				
四月	7.22	2.6%				
五月	7.22	-0.1%	2	7.24	4.0%	
六月	7.27	0.7%				
七月	7.27	0.1%				
八月	7.21	-0.9%	3	7.17	-0.9%	
九月	7.01	-2.8%				
十月	6.81	-3.0%				
十一月	6.71	-1.4%	4	6.64	-7.4%	
十二月	6.40	-4.7%				

2015年澳元兌港元的匯率(1.0澳元=港元)						
月份	每月平均數	升值／貶值率	季度	每季平均數	升值／貶值率	
一月	6.26	-2.1%				
二月	6.04	-3.5%	1	6.10	-8.0%	
三月	6.00	-0.7%				
四月	6.00	0.1%				
五月	6.12	1.9%	2	6.03	-1.2%	
六月	5.98	-2.3%				
七月	5.74	-4.0%				
八月	5.66	-1.4%	3	5.63	-6.7%	
九月	5.48	-3.2%				
十月	5.59	2.1%				
十一月	5.54	-0.9%	4	5.59	-0.8%	
十二月	5.62	1.4%				

2016年澳元兌港元的匯率(1.0澳元=港元)						
月份	每月平均數	升值／貶值率	季度	每季平均數	升值／貶值率	
一月	5.46	-2.8%	1	5.61	0.4%	
二月	5.55	1.7%				
三月	5.81	4.7%				
四月	5.94	2.2%	2	不適用	不適用	
五月	5.67	-4.6%				

資料來源：香港金融管理局

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

自2014年8月起，澳元貶值使進口健康補充品的售價下跌。然而，鑒於澳元貶值前處於高位，且香港健康補充品零售商的經營成本頗高，分銷商及零售商並無調整產品零售價。由於澳洲健康補充品品質優良令顧客品牌忠誠度較高，故零售商並不一味調整澳洲健康補充品的價格。

表2 **2014年人民幣兌港元的匯率(人民幣1.0元=港元)**

月份	每月平均數	升值／貶值率	季度	每季平均數	升值／貶值率
一月	1.28	不適用			
二月	1.28	-0.5%	1	1.27	不適用
三月	1.26	-1.4%			
四月	1.25	-1.0%			
五月	1.24	-0.3%	2	1.24	-2.3%
六月	1.24	0.1%			
七月	1.25	0.5%			
八月	1.26	0.7%	3	1.26	1.0%
九月	1.26	0.3%			
十月	1.27	0.3%			
十一月	1.27	-0.1%	4	1.26	0.3%
十二月	1.25	-1.0%			

2015年人民幣兌港元的匯率(人民幣1.0元=港元)

月份	每月平均數	升值／貶值率	季度	每季平均數	升值／貶值率
一月	1.25	-0.5%			
二月	1.24	-0.6%	1	1.24	-1.5%
三月	1.24	0.3%			
四月	1.25	0.6%			
五月	1.25	0.0%	2	1.25	0.6%
六月	1.25	0.0%			
七月	1.25	-0.1%			
八月	1.22	-2.6%	3	1.22	-2.0%
九月	1.21	-0.6%			
十月	1.22	0.9%			
十一月	1.21	-0.6%	4	1.21	-1.4%
十二月	1.19	-1.8%			

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

月份	2016年人民幣兌港元的匯率(人民幣1.0元=港元)				
	每月平均數	升值／貶值率	季度	每季平均數	升值／貶值率
一月	1.18	-1.1%	1	1.19	-1.7%
二月	1.19	1.1%			
三月	1.19	0.4%			
四月	1.20	0.2%	2	不適用	不適用
五月	1.19	-0.87%			

資料來源：香港金融管理局

由於人民幣於2014年12月前後方開始貶值，其對2014年香港健康補充品市場並無顯著影響。香港健康補充品零售商指出，該影響於2015年愈發突出，訪港的內地遊客減少。儘管如此，他們亦指出，人民幣貶值導致內地消費者的購買力減弱並非遊客減少的主因，而是由反內地遊客示威(如「佔領中環」及「反水貨客示威」)的合併作用所導致的。

澳門

澳門健康補充品市場得益於中國內地旅客拉動，雖然規模較小但正在增長

澳門人口僅五十餘萬，本地健康補充品市場規模較小。然而，澳門藥房數目的增加，可反映行業正面增長，正好迎合消費者對健康相關產品(包括健康補充品)不斷增長的需求。市場架構及當地需求可能小，但與香港多方面相似，如消費者人口分佈、喜好及花費。

此外，澳門鄰近香港及中國，受惠於近年發展的旅遊業拉動消費者進駐，特別是區內中國內地旅客在此歡度娛樂及購物的短假期。大量(中國大陸)遊客因其消費喜好和購物習慣，帶動了對魚油、莓類產品、奶薊草、蜂皇漿、靈芝孢子、蟲草、菌絲及雞精等健康補充品的需求。

中國

中國健康補充品市場因中國的政策而開始蓬勃發展，仍擁有龐大增長潛力

健康補充品市場已經歷中國幾十年的發展。自中國的開放政策及獲准進入世界貿易組織以來，推動這行業發展的宏觀因素已推動國家經濟的快速發展，這兩個因素已帶來外國品牌並鼓勵境內品牌在市場上百花齊放。在20世紀80年代前，傳統補充品是中國市場的主要健康補充品。90年代後，蜂皇漿，連同維生

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

素及瓶裝營養飲料作為替代飲料推出，這推動市場進入初步發展階段。1998年推出的維生素及補充品品牌 Nutrilite (紐崔萊) 引發了健康補充品行業的新時代。目前，相較發達國家，在中國健康補充品行業仍具有龐大增長潛力。

目前，在中國的知名市場業者包括安利(紐崔萊)、湯臣倍健(By-Health)、Perfect、李錦記(無限極)及天獅。魚油、莓類、蜂皇漿、蛋白補充品、葉酸及含有礦物質或維生素的補充品在各種類型健康補充品之間相對上常見。此外，某些中國製造商運用高科技提取的天然植物精華，結合中國傳統草藥。

健康補充品按不同年齡組別以及不同營養要求制訂配方。按年齡、性別，主要消費者分部可分類為成人、孕婦及老年消費者。此外，有很多人如從手術或受傷中康復，以補充特定營養物等的不足之處，則具有特殊的膳食及營養需求。更為具體，老年人傾向服用含有礦物質的補充品，如鈣質及維生素C及E；某些中年女性喜歡攝取含有纖維、蘆薈、柑橘、葉酸，甚至月見草的膳食；懷孕或哺乳的婦女通常會攝取多種健康補充品，如葉酸、發酵魚肝油、益生菌及含有礦物質的補充品或維生素。

新加坡

隨著人們的喜好由維生素轉移至補充品，健康補充品市場呈現增長勢頭

隨著新加坡消費者逐漸由單一維生素補充品轉移至多重功效的天然健康補充品，譬如人參、魚油、果莓、雞精、奶薊草及綠茶等，新加坡健康補充品零售市場將有良好的發展機遇。當地名人代言產品，加上 Watsons 等零售商舉辦推廣活動，提升新加坡消費者對各品牌及營養價值的認識，均為健康補充品日漸廣受歡迎的原因。

健康補充品的市場結構略有整固。主要業內公司如 General Nutritional Centre Inc. (GNC) 及 USANA Health Sciences 在健康補充品市場佔有高的市場份額。當地分銷商(如 Cambert FE、Ocean Health 及 NTUC Unity Healthcare) 通過瞄準中低收入消費者群佔有愈來愈大的市場份額。這種策略讓當地分銷商以優惠價格向消費者提供健康補充品。由於2014年價格競爭開始升溫，預期健康補充品價格短期內將下跌。

除來自不同收入階層外，健康補充品的消費者也包括不同年齡和性別人士。一般來說，15歲至25歲之間的消費者可能服用綠茶、莓類、雞精補充品，而26歲及以上的消費者往往食用魚油、人參、奶薊補充品。自2010年以來，魚油也日漸受到全部年齡組別消費者歡迎。

目前，莓類廣受年青人及受僱人士歡迎。莓類將抗氧化劑、微量營養素及植物營養素的益處合而為一，從而提高其對新加坡繁忙的受僱人士的吸引力。蜂皇漿產品的主要消費者是受僱人士及長者。於1990年代，蜂皇漿產品因名人代言宣傳而盛行一時。後來被指可能含有致敏成分引發負面報道，過去10年的暢銷程度已慢慢下降。結果，這次挫折導致經銷商及零售商削減對蜂皇漿的營銷力度。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

健康補充品市場的表現

香港

表3 香港健康補充品零售市場規模(單位：百萬港元)(零售額，零售價格)，2010年–2014年為歷史數據，2015年–2019年為預測數據

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	複合年增長率 2010–14年
健康補充品	3,276.4	3,581.0	4,556.0	4,371.0	4,136.0	6.0%
奶薊草	72.9	76.6	80.5	85.1	90.1	5.4%
魚油	147.5	152.0	156.3	160.6	164.8	2.8%
莓類	67.9	72.4	77.3	82.6	88.5	6.8%
鮫鯊烯	38.7	39.6	40.4	41.3	42.1	2.1%
蜂皇漿	39.1	40.1	41.0	42.0	42.9	2.3%
其他(合計)	<u>2,910.3</u>	<u>3,200.4</u>	<u>4,161.0</u>	<u>3,959.5</u>	<u>3,707.7</u>	<u>6.2%</u>
						複合年增長率 2015–19年
健康補充品	4,061.3	4,038.4	4,039.2	4,067.8	4,133.2	0.4%
奶薊草	95.5	101.5	108.1	115.2	122.9	6.5%
魚油	169.0	173.1	177.3	181.3	185.4	2.3%
莓類	95.0	102.3	110.3	119.0	128.6	7.9%
鮫鯊烯	42.9	43.7	44.4	45.1	45.8	1.7%
蜂皇漿	43.8	44.8	45.7	46.6	47.6	2.1%
其他(合計)	<u>3,615.0</u>	<u>3,573.0</u>	<u>3,553.6</u>	<u>3,560.5</u>	<u>3,602.9</u>	<u>-0.1%</u>

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港相關行業協會及抽樣挑選的健康補充品製造商／經銷商／零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

香港的健康補充品市場主要由門店零售額拉動

歷史回顧期內，香港健康補充品的本地需求有所增加，加上大量中國內地旅客入境，零售額由2010年3,276.4百萬港元，增至2014年4,136.0百萬港元。然而，由於主要直銷品牌銷售額下降，香港的整體健康補充品市場於2013年及2014年開始下滑。USANA品牌由於將經營重點由香港市場轉移往中國市場，造成2013年及2014年銷售額急遽下跌。由於該公司在市場中舉足輕重，其銷售額下跌對整體健康補充品零售額造成負面影響。

由於直銷業務的銷售額持續下降，加上中國內地旅客減少，香港的健康補充品市場的零售額預計將於預測期初期繼續下降。預計直銷業務銷售額將於預測期末觸底，轉趨穩定，而國內需求將有輕微穩健的增長，因此預測期內的健康補充品市場零售額將會回升。

在奶薊草、魚油、莓類、鮫鯊烯及蜂皇漿中，魚油享有最大份額

奶薊草、魚油、莓類、鮫鯊烯及蜂皇漿產品在2014年只佔有香港健康補充品市場的10.4%。然而，在五大類別中，魚油於2014年佔有4.0%的最大銷售份額。緊隨魚油後是奶薊草(2.2%)、莓類(2.1%)、蜂皇漿(1.0%)及鮫鯊烯(1.0%)。在預測期內(2015年至2019年)，所有五個產品類別有望佔據健康補充品市場的更大份額。

行業概覽

奶薊草及莓類產品將繼續穩健增長

按照產品類別劃分，2014年奶薊草零售額為90.1百萬港元，即歷史回顧期(2010年至2014年)複合年增長率為5.4%。奶薊草廣受男、女消費者歡迎，因此銷售持續增長。預計奶薊草銷售將繼續穩健增長，預測期(2015年至2019年)複合年增長率預計為6.5%。

對比受檢範圍內其他類別，莓類補充品增長率相對較高，2010年至2014年零售銷售值由67.9百萬港元增至88.5百萬港元，複合年增長率為6.8%。香港各個年齡、性別的消費者群中日趨普遍，因此莓類產品勢將錄得穩健增長，預計2019年零售額將達128.6百萬港元。

魚油及蜂皇漿類產品行銷歷史相對較長，增長率也相對較低

魚油零售市場的規模，大於奶薊草、莓類、鮫鯊烯及蜂皇漿市場。鑒於這個產品類別相當成熟，適銷顧客對象廣泛，因此增長較為穩定，增長率較受檢範圍內其他產品類別為低。預計該產品類別將繼續增長，預測期(2015年至2019年)複合年增長率為2.3%。

蜂皇漿產品在香港行銷已久，但市場較小，由於消費者對象存在局限，增長率也相對較低。蜂皇漿產品類別2014年零售額達42.9百萬港元，2010年至2014年回顧期的複合年增長率為2.3%。儘管如此，業內資料來源顯示，蜂皇漿產品類別受惠於女性消費者收入的增加。預計蜂皇漿零售於2015年至2019年預測期的增長相對較慢，複合年增長率預計2.1%。

鮫鯊烯訂價雖高惟銷售仍有增長

鮫鯊烯2014年零售額達42.1百萬港元，歷史回顧期(2010年至2014年)複合年增長率為2.1%。鮫鯊烯廣受女性消費者歡迎。據知該產品也能改進免疫系統，並含有豐富omega脂肪酸。鑒於價格較高，其零售銷售額低於其他產品類別。儘管如此，預測期內鮫鯊烯銷售仍將錄得穩定增長，但幅度相對較低，預計複合年增長率為1.7%。

澳門

表4 澳門健康補充品零售市場規模(單位：百萬港元)(零售額，零售價格)，2010年-2014年為歷史數據，2015年-2019年為預測數據

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	複合年增長率 2010-14年
健康補充品	56.9	91.1	115.0	150.7	163.4	30.2%
	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	複合年增長率 2015-19年
健康補充品	138.9	134.0	137.4	140.8	145.0	1.1%

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對澳門相關行業協會及抽樣挑選的主要健康補充品製造商/分銷商/零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

健康補充品市場以往的強勁增長正在放緩，預測2015年將會收縮

澳門的健康補充品行業以往在零售市場錄得強勁增長，2010年至2014年複合年增長率達30.2%。2010年零售市場規模為56.9百萬港元，2014年增至163.4百萬港元，四年內市場規模增長三倍。該四年回顧期內的市場增長，大部分產生於2011年，當年中國內地旅遊業旅客增長正值高峰，帶動健康補充品市場的消費。其後各年，隨著中國內地旅客消費力及可支配收入的提高，中國旅客假期外遊目的地轉移至較遠的亞洲國家，澳門健康補充品市場增長亦稍為放緩。

預期本年度2015年的市場規模將整體收縮，其後預計將回復緩慢增長，至2019年為止，但增長幅度將不及2013年及2014年。預計2019年零售市場規模僅為145.0百萬港元，預測期複合年增長率為1.1%。中國國家主席習近平近期在內地推行打貪行動，是預測市場收縮的主因，因為中國內地入境旅客是拉動澳門健康補充品市場需求增長的主要動力。沒有入境旅客高消費力的支持，預計來自中國內地旅客的銷售將會大幅減少，即使本地需求復甦，也不足以抵銷旅客銷售額的下降。

魚油及莓類產品是澳門市場最暢銷的健康補充品，惟蜂皇漿產品則選擇有限

魚油一向是中國內地備受歡迎的健康補充品，在澳門健康補充品市場也屬最暢銷產品類別之列。此外，在兩孩政策下的中國內地旅客需求正在增加，可能會刺激與孩童有關的健康補充品需求。

含有莓類的健康補充品亦為澳門市場的最暢銷產品之一，相較其他健康補充產品，含有莓類的健康補充品可於大部分零售店舖找到。莓類產品男女老幼皆宜，消費者基礎廣闊。蜂皇漿產品亦在澳門健康補充品市場存在，並可於大多數商店找到，但儘管具有較長的市場歷史它的選擇仍有限。蜂皇漿與美容修護的關聯可能局限其客戶群，蜂皇漿產品被認為受較年長女性消費者歡迎。在兩孩政策下的中國內地旅客可能會刺激與孩童有關的健康補充品需求。

中國

表5 中國健康補充品零售市場規模(單位：百萬港元)(零售額，零售價格)，2010年-2014年為歷史數據，2015年-2019年為預測數據

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	複合年增長率 2010-14年
健康補充品	<u>48,074.3</u>	<u>56,336.2</u>	<u>63,377.6</u>	<u>76,985.1</u>	<u>87,586.8</u>	<u>16.2%</u>
	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	複合年增長率 2015-19年
健康補充品	<u>97,667.4</u>	<u>105,610.1</u>	<u>113,695.5</u>	<u>121,790.1</u>	<u>129,687.1</u>	<u>7.3%</u>

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對中國內地抽樣挑選的主要健康補充品生產商、分銷商及零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

中國膳食市場潛力龐大，但會有挑戰需要克服

中國健康補充品市場一直穩步增長。回顧期內，零售額已經從2010年的48,074.3百萬港元增加到2014年的87,586.8百萬港元，錄得複合年增長率為16.2%。這種增長是通過推動大健康產業及消費者健康意識日益提高所致。

預期健康補充品的市場總規模在2019年達到129,687.1百萬港元，預測期間(2015年至2019年)複合年增長率為7.3%。中國健康補充品市場仍有龐大潛力可供進一步發展。此外，儘管要下結論仍言之尚早，政府決定實施兩孩政策可能會對健康補充品的需求構成正面影響。

儘管如此，考慮到面前的連串挑戰，政府及參與者需要互相合作，確保發展可持續。當中幾項挑戰包括：不完善的監管及監督，使消費者接觸到一些未經授權的不合資格的健康補充品，這將降低那些遵守規則的製造商的積極性；根據中國社科院的Research Center for Development & Regulation of Food and Drug Industry，這個市場相當分散，大部分是規模十分小的製造商。業界沒有若干大型企業領導投資及研發而難以突破科技障礙。

魚油及蜂皇漿都經歷了相對較長的發展歷史

魚油及蜂皇漿是兩種常見的健康補充品，在中國市場已經歷漫長發展。該等產品送禮自奉皆宜，深受消費者認許，市場基礎龐大，每年均大幅增長。然而，由於積存已久的某些限制，故該等產品日後可能面臨增長壓力。中國魚油市場業內公司太多，部分並不合格。考慮到蜂皇漿市場一直進行激烈的同質化競爭，蜂皇漿產品需要升級及技術創新。

預期莓類因其高營養水平而享有龐大潛力

莓類健康補充品較其他健康補充品遲進入中國市場。對該補充品有需求及認知的消費者數目近年增長迅速。根據塔夫茨大學的數據顯示，在具有抗氧化作用的60種蔬果之中，藍莓排行第一。高營養水平為中國莓類市場提供了日後擴張的巨大潛力。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

新加坡

表6 新加坡健康補充品零售市場規模(單位：百萬港元)(零售額，零售銷售價格)，2010年-2014年為歷史數據，2015年-2019年為預測數據

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	複合年增長率
健康補充品	<u>1,490.3</u>	<u>1,771.8</u>	<u>1,853.9</u>	<u>1,895.6</u>	<u>1,934.7</u>	<u>6.7%</u>
	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	複合年增長率
健康補充品	<u>1,883.0</u>	<u>1,925.6</u>	<u>1,967.5</u>	<u>2,010.1</u>	<u>2,053.5</u>	<u>2.2%</u>

資料來源：Euromonitor Passport、Euromonitor根據案頭調研，對新加坡相關行業協會及抽樣挑選的主要健康補充品製造商／分銷商／零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

新加坡的「國民健康生活計劃」帶動當地健康補充品市場增長

新加坡過往的健康補充品零售額具有良好的增長記錄。2010年零售額為1,490.3百萬港元，而2014年零售額增至1,934.7百萬港元，複合年增長率為6.7%。由於健康補充品的銷售受新的市場進入者(如NTUC Unity)以及魚油及莓類類別發放了新產品所帶動，故以往期間錄得溫和增長。然而，推動因素為正在擴大的健康補充品消費者群。政府透過「國民健康生活計劃」宣傳健康生活正好推動了這方面的增長。這項計劃每年透過各種媒體渠道令消費者盡心竭力改善其健康及個人幸福。

由於全球經濟增長放緩，於新加坡銷售健康補充品的預測零售價值於本年度(2015年)出現微跌，其後於2017年前逐漸恢復至超逾2014年之零售額。2015年零售值銷售額估計為1,883.0百萬港元，至2019年可能達到2,053.5百萬港元，複合年增長率為2.2%。由於健康補充品銷售可能面對下一代維生素補充品(如Swisse Ultivite，將維生素與健康補充品的好處結合為一粒單一可供服用的膠囊)的競爭，估計預測期內增長將會放緩。健康促進委員會(Health Promotion Board)的Healthy Living Master Plan (HLMP)正不斷改進向全部新加坡人提供健康補充品，而產品欠缺創新可能會窒礙健康補充品的增長。製造商應尋求創新與提升，以保持在當地的競爭力。

健康補充品市場的增長動力、發展局限與進入障礙

香港

健康補充品市場的市場推動因素

財富增長、健康意識提高，推動對健康補充品的投資

2010至2014年，香港的年度可支配收入複合年增長率為6.0%，消費者購買力上升，比以前更有能力投資於健康補充品等健康護理產品，這些補充品在多個零售點均有出售，讓不同收入階層的消費者可輕易

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

購得他們的補充品需求。本地注重健康的消費者本來已有定期購買補充品，倘若購買力提高了，多會進一步購入數量較多的優惠裝；至於中低收入消費者，也可能會考慮開始購買這類產品，以增進健康。

此外，教育程度普遍提升、政府舉辦推廣健康的運動、以及醫療提供者、業內供應商加強宣傳，皆使消費者的健康意識日益提高，成為健康補充品的推動因素。通過上述的網上及網外渠道，香港人對健康補充品的接納程度有所提高。

中國內地旅客拉動香港零售市場銷售

此外，由於香港毗鄰中國，不少中國內地旅客均會前往香港購買健康產品，從而拉動健康補充品銷售整體上升。中國內地旅客普遍認為香港出售的產品質量較佳，進口貨品無須課稅以致售價較低，因此他們經常代內地親友大量購買。同時，由於中國內地旅客購買數量甚大，倘若中國內地旅客入境數目下降，香港的健康補充品市場也會受到影響。香港健康補充品零售商攤分反內地遊客示威(如「佔領中環」及「反水貨客示威」)導致的銷售下跌的影響。然而，本地需求穩步上升可抵消該影響。

門店零售商推動了香港維生素及健康補充品的銷售

通過門店零售商進行銷售對回顧期內香港的健康補充品市場規模帶來正面影響。表7所示香港整體健康補充品市場規模在2013年和2014年錄得負增長主要由於直銷(一種非門店零售渠道)的銷售下滑所致。

表7 香港維生素及健康補充品門店及直銷(單位：百萬港元)(零售額，零售價格)，2010年–2014年為歷史數據

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	複合年增長率 2010–14年
門店零售	2,249.7	2,413.1	2,569.6	2,932.4	3,283.1	9.9%
直銷	<u>1,979.6</u>	<u>2,209.8</u>	<u>3,097.0</u>	<u>2,688.4</u>	<u>2,178.3</u>	<u>2.4%</u>

附註：數據包括銷售維生素及健康補充品。未能獲得僅有健康補充品的數據。

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對相關行業協會及抽樣挑選的香港維生素及健康補充品製造商/分銷商/零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

事實上，通過門店零售銷售維生素及健康補充品，其中包括通過零售門店銷售，如連鎖藥房、健康補充品/健康食品商店、其他藥房及藥店，從2010年的2,249.7百萬港元增長至2014年的3,283.1百萬港元，複合年增長率為9.9%。隨著超過70%的維生素及健康補充品銷售乃由健康補充品銷售而非維生素銷售帶動，可以認為透過門店零售銷售健康補充品一直增長迅速。這進一步經分佔透過門店銷售健康補充品的貿易來源確認，除此以外，預期在不久將來互聯網零售渠道將錄得增長。互聯網及智能手機的普及率提高，尤其是對健康補充品網上銷售產生正面影響。在另一方面，通過直銷渠道銷售的維生素及健康補充品於2013年開始呈現數字下降。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

健康補充品市場的市場制約因素

香港並無健康補充品行業的專責監管機構

香港對健康補充品登記和銷售的監管較為寬鬆，產品登記及分類通過在包裝上標籤成分進行，可能導致品質出現問題。因此，本地消費者不常會查證健康補充品的原產地。因此，製造商可能錯誤陳述或錯誤標籤產品成分，銷售的產品並不具有所聲稱的保健效用，或甚至損害消費者健康。

容易受到媒體廣告左右

健康補充品受潮流影響，容易受到媒體或廣告的描繪左右，因此銷售趨勢難以預測。在這類產品的銷售中，個別品牌或產品的暢銷程度可能較勝一籌，而在消費者購買前影響其決定的因素包括強調臨床實證功效的推銷技巧、卓著的公司信譽、產品來源地、甚至是名人的代言等。

健康補充品市場的進入障礙

競爭對手品牌享譽，對新進經營者構成重大進入障礙

新進品牌產品需與已在本地市場行銷一段較長時期的知名品牌競爭，這是一項重大市場進入障礙，必須予以克服，才能爭佔市場。香港現有健康補充品品牌(包括本公司所分銷的品牌「Organic Nature」及「Top Life」)分銷通常在產品內含有天然成分的類似範圍產品。為成功進入市場，新進經營者需要花費大量時間與資源以建立品牌與信譽、接觸新界別消費者或向現有消費者推介產品裨益。如要有效滲透市場，必須長期持續投入資金，以及積累行業知識與經驗。

提升品牌市場曝光率需投入大量資本與營運成本

除進入市場所需資本外，新進經營者也需考慮租金及經銷費用等較高營運成本。香港地少人多，零售空間供應有限，租金成本居高不下，尤其是位於商場、地鐵站等人流暢旺地區的店舖。市場對熱門零售點的需求不減，往往需要依靠與零售商的網絡關係，才能取得這類零售點。此外，由於准入成本(譬如上架費)較高，在香港通過主要零售渠道銷售產品，也可能存在困難。儘管如此，通過零售門店渠道銷售產品，對本公司零售其產品依然有利，此不單因為香港消費者對於在零售店購買產品較為放心，也因為可以增加品牌曝光率。

澳門

健康補充品市場的市場推動因素

中國內地旅客推動對健康補充品的需求

健康補充品市場的增長動力，主要來自中國內地旅客，他們前往澳門進行博彩或其他娛樂活動，對健康護理產品需求也有所增加。澳門入境旅客以中國內地旅客為主，據澳門統計暨普查局的數據顯示，2014

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

年澳門入境旅客有67.4%來自中國內地。出外旅遊的中國內地旅客消費力普遍較高，有能力購買較昂貴的健康產品，購買數量也多於本地消費者。

健康意識提升使健康補充品的本地需求相應增加

因人口老化及平均壽命延長的緣故，澳門消費者的健康意識較以前提高，購買健康補充品的數量也有增加。因此，本地社會對健康補充品的需求近年逐漸增加。

健康補充品市場的市場制約因素

澳門市場小，容易受到外來衝擊及出現需求變化

澳門健康補充品市場的主要制約因素是人口少，導致在娛樂行業以外的任何產品或服務的境內市場十分細小。人口增長主要得益於該地區的外地工人，他們通常以工作許可證擔任較低收入職位，購買力較低，花較少可供支配收入供補充品消費。因此，對於健康補充品的需求仍然依賴澳門旅客的外來需求，亦易受其影響。繼中國政府的打擊腐敗及政府過度開支後，澳門各行各業對商品及服務的需求已放緩，這是由於遊客數量減少，且中國大陸遊客消費更加保守所致。

澳門經濟高度依賴特定行業 — 博彩業及旅遊業，令澳門經營這些行業以外的業務面臨高風險。澳門專注旅遊業和博彩業可能意味著政府對其他方面的支持及發展計劃較少，令其他領域發展停滯。任何業務，包括健康補充品行業將依賴旅遊業的表現，原因為大部分的銷售將視乎旅客需求而非當地市場需求而定。

在競爭激烈的就業市場難於聘請零售店員工

第三，由於就業市場競爭激烈，這將是很難在澳門招到員工經營業務，因為大多數當地人甚至外國人均由旅遊業的賭場及酒店聘用。其他許多行業面臨難以找到優質的工作人員，因為他們無法支付賭場及博彩勝地給予高端人才的較高薪酬。

健康補充品市場的進入障礙

堅持監管程序及缺乏分銷點是新企業的強大進入障礙

要在澳門經營食品相關的商業業務，需要製造商、進口商或分銷商於銷售前符合所有藥物測試、標籤、廣告及食品安全法規。通過規管程序可能需要相當多時間及精力，阻止新企業進入市場。

另一個挑戰是難以找到當地分銷商在當地市場零售健康補充品。在澳門僅有很少本地分銷商，而較大連鎖店往往在香港設有分銷處，而不在澳門。通過擁有在澳門分銷的市場知識及資料的香港分銷商可能

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

較易進入澳門市場。可能會面臨的挑戰是分銷商與現有客戶訂有非競爭協議，故無法分銷其他品牌的產品。

不通過分銷商銷售產品，市場進入者可能嘗試建立本身的零售店進入市場，他們為此會難以獲得零售空間。隨著大部分商業用地指定日後用作發展酒店或娛樂物業，儘管租金成本將會高企，在該等高人流地區以外尋找零售空間可能仍構成挑戰。

中國

健康補充品市場的市場推動因素

大健康產業的環境促使中國健康補充品行業進一步發展

根據中國保健協會，「大健康產業」是一個產品、服務及交流活動的集合，以維護、修理及促進中國健康產業發展，由於健康意識及要求提高而被提出，近年得到廣泛關注及政府支持。它包括醫藥保健品、健康補充品、醫療器械、休閒保健服務、健康諮詢及與個人健康相關的多個其他製造及服務領域。考慮到人口老齡化加劇，醫改的不斷深化，健康產業的空白以及中國消費者更主動追求更健康的生活方式，「大健康產業」為整個保健產業帶來新動力及機遇，以更廣泛及深入的視角拓展其業務覆蓋範圍。湯臣倍健商等健康補充品製造商獲鼓勵作進一步投資，而傳統醫藥企業正積極進入健康補充品行業。

慢性病及亞健康問題的高發對健康補充品的需求日益增加

由於不健康及緊張的生活方式及環境問題，慢性病及亞健康問題的發病率較以往為高。這些問題的發病率迅速增長，特別是年輕人及中年人。近年來，人們已經開始不僅尋找治療方法而且通過全面的健康解決方案，包括運動、均衡飲食及健康補充品作預防。因此，服用健康補充品的人數正在增加。

公眾對個人健康的意識提高鼓舞了健康補充品行業製造商的熱情

由於生活水平提高及競爭壓力水平高企，人們的健康意識愈來愈高。愈來愈多人關心自己的健康，人們就更可能為健康消費。近年發現，人們較以前進行更多身體檢查，並更願意購買健康補充品。人們的健康意識日益增長將推動健康補充品行業製造商的積極性。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

購買力上升促使人們花更多錢購買健康補充品

考慮到健康補充品並非人們日常必需品，當客戶擁有更多可供支配收入時更可能服用健康補充品。當人們有裕餘的可供支配收入，他們往往投資更多於自己的健康，以採取更多預防措施，並積極購買各種優質產品，而健康補充品將是有這種關注的人們的明智選擇。

更多元化及優化的銷售渠道刺激健康補充品行業的擴張

健康補充品通過各種不同渠道銷售。藥店、超市及大賣場以及個人護理店等主要銷售渠道為銷售健康補充品的最流行渠道。某些公司也瞄準醫生、營養顧問及體育教師推廣其品牌。透過互聯網零售推廣及銷售健康補充品是市場的另一趨勢。在多元化的銷售渠道之中，互聯網零售錄得大幅增長。網上購物平台（如天貓及京東）的發展，確保易於登入互聯網。此外，網上海外購物的興起已進一步激發消費者對健康補充品的需求。經過一連串的國內食品安全醜聞後，中國消費者往往相信海外生產的食品及營養品質量更佳。網上海外旗艦店讓消費者直接向國外的健康補充品生產商購買，從而減輕消費者對產品質量及效益的關注。外國健康補充品生產商，如Blackmores透過在網上推出其產品測試反應，並產生可觀銷售額。

多元化及優化渠道協助業者接觸更多消費者並教導有關產品的更多資料，致令消費者對健康補充品更感興趣及更有信心。因此，渠道的發展使雄心勃勃的企業獲得更多潛在客戶。

健康補充品市場的市場制約因素

對健康補充品安全性及有效性的關注標誌著健康補充品行業的一大制約因素

健康補充品的安全性及有效性存在多項爭議。有些人士相信健康補充品未必以自然方式運作，如產品所聲稱一樣促進健康，原因為健康補充品的成分並非全天然，某些甚至是人工合成。此外，某些研究亦質疑健康補充品對健康的益處。過度服用健康補充品甚至可能導致某些失調疾病。所有這些爭議將動搖消費者市場的健康補充品形象。

欠缺監管健康補充品行業的統一及全面規例，對市場秩序的改善構成負面影響

目前，業內製造商主要遵循1996年頒佈的《食品衛生法》及2009年頒佈並於2015年更新的《食品安全法》，而非健康補充品的具體而明確的監管規則。正如某些市場參與者所載述，有時他們可能會發現，目前的規例不能幫助他們完滿解決所有的問題。例如，無論是製造商及甚至某些監管機構覺得難以弄清楚究竟

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

甚麼應該被認為是健康補充品。因此，某些製造商可能將產品作為常見食物出售，從而節省時間及成本將產品註冊為保健食品，並避免更嚴格的監管及監督。這將允許有問題的產品流入市場，損害消費者利益，令積極遵守規定的製造商感到沮喪。如果規例的缺陷不能有效解決，健康補充品的未來發展可能會受到限制。

誇張的營銷及宣傳傷害健康補充品市場的健康發展

對於某些健康補充產品，製造商往往使用主觀誇大及誇張的手法，甚至誇誇其談，對產品作出無法證明或否定但可吸引顧客的模糊陳述。這些行為被稱為「吹捧」，這可能會抓住消費者的注意力一會兒，並帶來消費，但「吹捧」不應該被看作是一個良好及健康的方法。問題已經出現，由於這些營銷招數使消費者覺得自己已經被騙，而他們對類似產品已失去信心。經常看到誇張的營銷或「吹捧」式廣告對健康補充產品市場長遠的健康發展構成重大傷害。

健康補充品市場的進入障礙

政策障礙使製造商的註冊過程既費時又複雜

健康補充品作為保健產品，須按Registration Regulation of Healthcare Food (Trial Implementation)向國家食品藥品監督管理總局取得註冊牌照。此外，根據《食品安全法》，聲稱具有特殊健康功能的食品不得對人體帶來急性、亞急性或者慢性損害。標籤及說明書不應載有預防疾病或治療的功能，且內容必須是真實，並明確列明合適和不合適的組別、功能性成分或重要成分。產品的功能和成分必須與在標籤及說明書列明的一致。所有這些規例使註冊過程耗時，構成一個行政障礙。

分銷障礙提高了新入場人士進入現有市場的難度

對於間接銷售領域的健康補充品製造商，主要的銷售渠道是藥店、藥房、大賣場及超級市場。儘管分配的資源(尤其是優質資源)非常有限，進入市場較早的生產商已經與渠道合作夥伴建立穩固關係。新進經營者難以短時間內從經過長時間耕耘及投資後擁有營銷渠道的開拓者手上接手。而在直銷領域方面，新進經營者在進入健康補充品直銷市場前必須申請直銷牌照。國務院於2005年8月10日頒佈的《直銷管理條例》為有意申請直銷牌照的公司設定高標準。

投資障礙阻礙新進經營者進入中國健康補充品市場

為開發及生產健康補充產品，製造商需要經過多重程序，包括產品的研發、穩定性研究、連續的毒理及功能測試等，以獲得審批並贏得信譽。所有這些程序要求大量資金及人才投入，這可能是新進經營者(尤其是小規模的)的屏障。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

新加坡

健康補充品市場的市場推動因素

購買力不斷提升將刺激健康補充品的消費

健康補充品市場另一增長源動力為新加坡消費者不斷提升的購買力。家庭可支配收入的增長，吸引家庭和個人在當地的藥房和百貨公司了解及購買健康補充品。現今消費者對健康的意識或會增加購買補充品的數量，而中低收入的消費者往往會食用健康補充品，以補足日常飲食以外所需的營養。

政府推廣健康的措施，有助於建立健康飲食及健康生活文化

除了購買力的增長外，新加坡健康促進委員會(Health Promotion Board)舉辦的健康運動及Watsons、NTUC Unit等零售商推行的以健康為主題的營銷活動，有助於新加坡建立健康生活文化。這些舉措有助於鼓勵新加坡人通過健康飲食和運動，促進健康生活。健康補充品被列入新加坡的健康飲食計劃內，因此得到消費者青睞，購作單獨服食的健康產品或作為日常膳食的補充產品。

健康補充品市場的市場制約因素

新加坡人口增長放緩，將影響對健康補充產品的需求

新加坡人口增長放緩將對健康補充品市場潛力構成深遠的影響。儘管由繁忙生活模式引發的增長因素對健康補充品過往的複合年增長率構成正面影響，惟人口增長放緩將限制健康補充品銷售量增長的潛力。製造商及經銷商需專注創新和質量提升，致力使其產品線與別不同，並迎合健康意識日益提高所帶動的不同需求。

新加坡欠缺嚴格監管健康補充品市場的監管機構

健康補充品市場的質量檢查較為寬鬆。鑒於新加坡政府並無嚴格監管其健康補充品市場，故此製造商及經銷商疏於向消費者證明其補充品的健康效益。在其他情況下，寬鬆的法規或導致安全檢查失誤，其中補充品包裝列有禁用或有害物質但並無於標籤列明。

2014年，衛生科學機構針對服用Nutri Drops Grapefruit Diet及Mr. Zack Powerbro危害健康發出全國性警示，打擊了消費者對健康補充品的信心。新加坡消費者傾向逃避風險，產品恐慌往往會對整個行業產生溢出效應，意思是受影響補充品需求下降，往往會同時影響全部健康補充品的需求。最終，由於消費者不願冒險獲得健康補充品的健康效益，故此健康補充品行業製造商及經銷商需承受需求下降的風險。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

健康補充品市場的進入障礙

市場飽和、現有品牌較受青睞，對新進經營者構成重大進入障礙

儘管預測數據顯示，新加坡的健康補充品市場仍有增長潛力，但產品欠缺創新，人口相對較少，表明健康補充品市場容易飽和。瞄準新加坡消費者的新進經營者不能依靠定價策略競爭。公司需要依賴產品創新與營銷，推出新品產品線，爭奪特定界別消費者的市場，譬如熱衷追求健康的新加坡人士。

品牌與信譽是健康補充品市場的最大進入障礙。新加坡消費者對產品品質和功效的觀感，主要基於其品牌。目前，GNC、Ocean Health及Blackmores等領先品牌，通過主流媒體廣告宣傳、名人代言等方式，已在新加坡市場穩佔席位。鑒於品牌與信譽的建立需要一定的時間和資源投入，新進品牌如要滲透新加坡市場，可能需要花費相當的資源和時間，才能建立以品質和功效見稱的知名品牌。

層壓營銷受嚴格監管，不利新進經營者拓展銷售網絡

層壓式營銷及金字塔銷售(禁止)法的頒佈，是另一進入障礙。該法例的頒佈，是要防止層壓式營銷在新加坡進行。這項法例對有意仿效USANA及Herbalife(康寶萊)通過層壓式營銷推廣健康補充品的新進經營者，形成阻止作用。

香港健康補充品市場的競爭形勢

健康補充品市場概況

香港健康補充品市場競爭激烈，品牌眾多，產品類別各有不同，健康功效滿足不同界別消費者需求。在高度分散的市場中，既有立足已久的品牌，也有新進品牌。主要品牌通常依靠廣告、推廣活動及網絡經銷競爭，並且通常會聘請本地名人擔任品牌代言人。2014年，Pharmanex在香港的健康補充品零售額名列首位，其次是Vita Green(維特健靈)及USANA。Organic Nature排名第八，佔整體市場份額3.2%。

本集團為Organic Nature的本地品牌擁有人，亦分銷Top Life及Superbee品牌。Top Life與Organic Nature類似，為健康補充品、個人護理及美容產品品牌。Truth & Faith的個人護理產品包括面部護理(面部保濕、唇部護理)及牙膏產品。Superbee為蜂蜜產品品牌。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

由於估計Top Life佔有香港健康補充品市場0.8%，估計本集團佔有香港健康補充品市場合共4.0%。

表4 香港健康補充品市場按零售額排名(2014年歷史數據)

排名	2014年
1	Pharmanex
2	Vita Green (維特健靈)
3	正官庄
4	GNC
5	USANA
6	Lifepak (如沛)
7	Nutriline (紐崔萊)
8	Organic Nature (市場份額：3.2%)
9	余仁生
10	Herbalife (康寶萊)

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港相關行業協會及健康補充品製造商／經銷商／零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

奶薊草

香港奶薊草市場雖有不同品牌經營，但市場已經相當整固，大部分市場佔有率集中於少數競爭者。在奶薊草產品品牌中，Organic Nature於2014年零售額名列首位，佔整體市場份額約25.9%。

表5 香港奶薊草產品市場按零售額排名(2014年歷史數據)

排名	2014年
1	Organic Nature (市場份額：25.9%)
2	GNC
3	Doctor's Choice (醫之選)

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港相關行業協會及奶薊草產品製造商／經銷商／零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

行業概覽

魚油

魚油市場呈高度分散格局，市場內充斥大量有品牌及無品牌的魚油產品，價格範圍各異。健康補充品公司在此產品類別的競爭甚為激烈，大部分健康補充品品牌均有提供此項產品。雖然魚油產品品牌眾多，但大部分市場佔有率集中於少數經營者。在魚油類別中，GNC的零售額名列首位，其次為Organic Nature，佔整體市場份額約13.7%。

表6 香港魚油產品市場按零售額排名(2014年歷史數據)

排名	2014年
1	GNC
2	Organic Nature (市場份額：13.7%)
3	Doctor's Choice (醫之選)
4	CATALO (家得路)

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港相關行業協會及魚油產品製造商／經銷商／零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

莓類

莓類健康補充產品可根據莓的種類進一步分類，譬如山桑子及蔓越莓等。山桑子具有護眼功效，對數碼電子產品使用日趨普遍的年代尤其適切，是最受歡迎、最為人熟識的莓類產品。各大品牌的山桑子產品銷售近年均有顯著增長，由於該產品老幼皆宜，因此購買產品的消費者基礎廣闊，預計今後仍將繼續增長。

據估計，香港莓類產品零售額最高的品牌為Organic Nature，佔整體市場份額約17.0%，其次為MEIRIKI-JP(日本命力)及CATALO(家得路)。其他暢銷的莓類產品品牌包括COMVITA(康維他)及GNC等。

表7 香港莓類產品市場按零售額排名(2014年歷史數據)

排名	2014年
1	Organic Nature (市場份額：17.0%)
2	MEIRIKI-JP (日本命力)
3	CATALO (家得路)
4	COMVITA (康維他)
5	GNC

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港相關行業協會及莓類產品製造商／經銷商／零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

行業概覽

鯨鯊烯

香港鯨鯊烯市場內的競爭品牌數目相對較少，市場大致已經整固。Organic Nature的鯨鯊烯產品零售額排名首位，佔整體市場份額約24.0%，其後順序為SQUINA(雪肌蘭)、MEIRIKI-JP(日本命力)及FANCL。

表8 香港鯨鯊烯產品市場按零售額排名(2014年歷史數據)

排名	2014年
1	Organic Nature (市場份額：24.0%)
2	SQUINA(雪肌蘭)
3	MEIRIKI-JP(日本命力)
4	FANCL

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港相關行業協會及鯨鯊烯產品製造商／經銷商／零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計。

蜂皇漿

相對其他健康補充品類別，香港蜂皇漿市場品牌較少，經營者之間競爭性較低。按照蜂皇漿產品零售值銷售額計算，市場內三大品牌為COMVITA、MEIRIKI-JP(日本命力)及Organic Nature。Organic Nature佔整體市場份額約16.1%。

表9 香港蜂皇漿產品市場按零售額排名(2014年歷史數據)

排名	2014年
1	COMVITA(康維他)
2	MEIRIKI-JP(日本命力)
3	Organic Nature (市場份額：16.1%)
4	CATALO(家得路)
5	FANCL

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港相關行業協會及蜂皇漿產品製造商／經銷商／零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

本集團分銷超過93種健康補充品、蜂蜜及個人護理及美容產品。在93種產品之中，超過60種為健康補充品、約20種為蜂蜜產品及約10種為個人護理及美容產品。本集團旗下品牌包括Organic Nature、Top Life及Superbee。Organic Nature的奶薊草、魚油、莓類、鮫鯊烯及蜂皇漿為本集團的五大產品及佔2014年本集團收益超過40%。

香港的整體健康補充品市場於2014年仍然十分分散。精選五種產品類別(即奶薊草、魚油、莓類、鮫鯊烯及蜂皇漿)合共佔香港健康補充品市場份額10.4%。由於精選五種產品類別構成本集團2014年收益超過40%，故可代表本集團在市場上的地位。

本集團擁有超過50種其他健康補充品，合計佔有本集團2014年總收益約50%。本集團的其他健康補充品構成各種不同的產品類別，例如包括蜂膠提取物、月見草油、鯊魚軟骨素、檸檬酸鈣及大蒜精。於2014年，本集團該等其他健康補充產品佔香港整體健康補充品市場1.9%。

香港的個人護理及美容產品

個人護理及美容產品為面部護理及牙膏的匯聚。面部護理的定義為暗瘡治療、面部保濕劑、抗衰老劑、面部清潔劑、爽膚水、面罩及唇部護理。牙膏包括所有標準型、治療型、兒童裝、小蘇打及液態牙膏以及尚未當作牙齒打磨劑推出市場的美白牙膏。

表10

香港的個人護理及美容產品市場規模(單位：百萬港元)
(零售額，零售價格)，2010年–2014年為歷史數據，
2015年–2019年為預測數據
複合年增長率

	<u>2010年</u>	<u>2011年</u>	<u>2012年</u>	<u>2013年</u>	<u>2014年</u>	<u>2010–14年</u>
個人護理及美容產品 . . .	5,965.9	6,335.9	6,713.0	7,139.7	7,556.9	6.1%
						複合年增長率
	<u>2015年</u>	<u>2016年</u>	<u>2017年</u>	<u>2018年</u>	<u>2019年</u>	<u>2015–19年</u>
個人護理及美容產品 . . .	7,699.2	7,832.1	7,954.8	8,066.7	8,168.1	1.5%

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港抽樣挑選的個人護理及美容產品製造商、分銷商及零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

香港個人護理及美容產品零售額在回顧期內一直增加，由5,965.9百萬港元增加至7,556.6百萬港元，並預期於預測期間繼續按複合年增長率1.5%錄得正增長。

本集團亦於香港零售各種不同的個人護理及美容產品。本公司Organic Nature及Top Life品牌佔有香港個人護理及美容產品市場合共0.01%。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

香港的蜂蜜

蜂蜜為蜜蜂製造的半流質甜醬。源自蜂巢蜜的液體或凝結物。這不包括花粉及蜂巢蜜產品。

表11

香港的蜂蜜零售市場規模(單位：百萬港元)
(零售額，零售價格)，2010年–2014年為歷史數據，
2015年–2019年為預測數據
複合年增長率

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2010–14年
蜂蜜	138.4	151.5	164.4	177.6	190.0	8.2%

	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2015–19年
蜂蜜	198.5	199.8	200.6	201.4	203.4	0.6%

資料來源：Euromonitor根據案頭調研、對香港抽樣挑選的主要蜂蜜製造商、分銷商及零售商等業內人士進行的訪問而作出的估計

在香港，許多場合均會享用蜂蜜；並不限於早餐，亦可用於調味汁，大量消費者亦將蜂蜜當作蔗糖的替代品。蜂蜜在香港的零售額在回顧期內一直增加，由138.4百萬港元增加至190.0百萬港元，並預期繼續在預測期內錄得正增長。這並不僅因為蜂蜜可廣泛應用於醬料以外的用途，如烹飪或與飲料混和。

本集團為Superbee於香港的本地品牌分銷商。Superbee佔有香港蜂蜜市場合共1.8%。

澳洲藥品製造商

在澳洲，衛生署轄下的澳洲藥品管理局(TGA)執行《1989年藥品法規》，並負責規管藥品，包括「處方藥品、疫苗、防曬劑、維生素及礦物質、醫療設備、血液及血液製品。」以澳洲為基地的藥品製造商須強制取得製造許可證。為取得許可證，製造商須遵守Good Manufacturing Practice (GMP)，澳洲藥品管理局將GMP定義為「由藥品製造商遵循的一組原理及程序，有助確保所製造的產品達致所需質素。」

TGA讓澳洲保健品製造商注重生產工序的不同製造步驟，而非委聘一名製造商進行全面的產品製造。例如：一名製造商可受聘從事健康補充產品的包裝及標籤或發放供應。亦可能一名製造商負責整個產品製造工序。涉及製造健康補充品的全部製造商須領有牌照。

Office of Manufacturing Quality (OMQ)負責視察在澳洲供應藥品的澳洲製造商並向其發牌，以確保產品乃按GMP規定製造。澳洲藥品製造商必須透過以下程序以取得牌照：

- 網上申請：申請包括製造商的全部詳情，包括在每處地點須領有牌照或經核證製造的產品種類

行業概覽

- **實地視察：**由單一監工或監工團隊進行實地視察，以檢驗製造商的實際慣常行為、文件及記錄符合相關品質管理系統規定
- **補救行動(如適用)**
- **跟進行動**
- **視察結束**
- **發牌／核證決定：**一旦獲發牌照，產品將列入澳洲治療用品登記冊(ARTG)。這代表製造商依法獲准在澳洲供應藥品
- **持續視察活動**

許多藥品指令乃關於藥品的標籤及包裝標準。除非產品符合有關標籤及包裝的適用標準，否則不能供應。藥品的標籤必須以英文及不小於1.5毫米高(除了澳洲治療用品登記冊編號必須不小於1毫米高外)持久清晰的文字書寫。需要列入標籤的項目包括但不限於：

- 產品名稱
- 所有活性成分名稱及其劑量
- 某些情況下的賦形劑資料
- 批次編號
- 逾期日期
- 相關警告／建議聲明
- 儲存狀態
- 使用指示
- 大部分情況下產品的使用說明

在藥品發放到澳洲市場之前，供應鏈的最後製造商必須證明「每個生產批次已根據與醫療產品生產、控制及發放有關營銷授權及任何其他規例規定生產及控制」(The PIC/S Guide to Good Manufacturing Practice for Medicinal Products)。這個程序稱為「發放供應」，而澳洲藥品管理局的Guidance on Release for Supply發表了製造商需要履行的政策、角色及責任。獲授權人士(AP)負責認證，而AP獲負責確保「AP的教育及專業知識水平適合採用製造商的品質管理系統培訓安排」的製造商授權，並「於檢驗中由澳洲藥品管理局核實」(澳洲藥品管理局)。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

行業概覽

根據澳洲衛生署藥品管理局的資料顯示，於2016年3月澳洲有395家藥品製造商。由於多家中介製造商可參與澳洲藥品製造程序，故並非所有註冊製造商均參與全面產品製造。例如，根據澳洲衛生署藥品管理局的製造商數字，有75家製造商領有全面產品製造的牌照，而有55家製造商領有包裝、標籤及發放供應的牌照。

整體而言，製造商通常注重生產工序的不同製造步驟，而非委聘一家澳洲製造商進行全面的產品製造。透過有關架構，製造商可專注履行其個別責任，同時遵守法律及法規。此外，由於中介製造商可更專注特定工序，而非處理整個製造工序，這一般可帶來節約成本的好處。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

概覽

於往績記錄期，本集團主要在香港進行業務活動，故主要受香港的相關法例及規例約束。就董事所深知及確信，除本文件「業務 — 不合規事宜」一節所載的不合規事項外，本集團於香港之營運已於往績記錄期及直至最後實際可行日期於所有重要範疇遵守有關法例及規例。

本集團於2011年10月透過成立其間接全資附屬公司信基(澳門)，於澳門開展業務活動。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團於澳門之業務營運於所有重大範疇已遵守有關法例及規例。

本集團於2013年9月透過成立信基(新加坡)，於新加坡展開業務活動。據董事所深知及確信，於其註冊成立日期及直至我們於2015年8月31日出售當日，信基(新加坡)之業務營運已於所有重大範疇遵守新加坡有關法例及規例。

本集團於2011年9月透過成立信基(深圳)，於中國展開業務活動。於往績記錄期及直至其於2015年5月27日解散之日期，信基(深圳)已於所有重大範疇遵守有關其業務的相關中國法例及規例。

本節載列與本集團業務經營相關的香港、澳門、新加坡及中國法例及規例於若干重大方面的概要。

香港

以下載列與本集團於香港經營業務相關的主要法例及規例概要。

《公眾衛生及市政條例》

香港食物安全監控法例大綱載於香港法例第132章《公眾衛生及市政條例》(「《公眾衛生條例》」)第V部及其相關附屬法例。《公眾衛生條例》規定食物製造商及銷售者須確保他們的產品適合供人食用，並符合食物安全、食物標準及標籤的規定。

由於本集團業務主要涉及於香港推廣、銷售及分銷健康補充產品，故本集團受《公眾衛生條例》規管。

《公眾衛生條例》第50條禁止在香港製造、宣傳及銷售損害健康的食物或藥物。任何人士如違反此條即屬犯法，最高可判罰10,000港元及監禁三個月。

除《公眾衛生條例》第53條列明的數項免責辯護外，《公眾衛生條例》第52條規定，任何人如售賣食物或藥物，而其性質、物質或品質與購買人所要求的食物或藥物所具有者不符，以致對購買人不利，即屬犯罪，最高可判罰10,000港元及監禁三個月。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

根據《公眾衛生條例》第54條，任何人如售賣或要約出售食物或藥物，而該食物是擬供人食用但卻是不宜供人食用的，或該藥物是擬供人使用但卻是不宜作該用途的，即屬犯罪。觸犯第54條最高可判罰50,000港元及監禁六個月。

《公眾衛生條例》第61條規定，任何人如與其出售的食物或藥物一併給予，或在其為出售而展出的食物或藥物上一併展示對食物或藥物作出虛假說明的標籤；或預計會在食物或藥物的性質、物質或品質方面誤導他人的標籤，即屬犯罪。此外，任何人如發布或參與發布宣傳品，而該宣傳品對食物或藥物作出虛假的說明；或相當可能在食物或藥物的性質、物質或品質方面誤導他人，即屬犯罪。然而，違犯者可依賴保證書作為免責辯護。

第71(2)條規定，如給予保證書的人居住於香港以外地區，保證書只有在下列情況方可作為免責辯護：(i)公司在聆訊日期不少於3整天前，曾將保證書副本連同通知送交檢控員，而通知是述明其擬依賴該保證書作辯，並指明向他給予保證書的人的姓名或名稱及地址；及(ii)公司亦曾將同樣的通知送交該人，公司須證明其已採取合理步驟以確定保證書所載陳述乃屬準確，而其事實上亦相信保證書所載陳述乃屬準確。

倘受到檢控，本集團可根據第71條向衛生署送達通知，讓其在發生任何根據《公眾衛生條例》相關條例刑事檢控傳票的情況下，可依賴由澳洲供應商給予的保證書。

《貨品售賣條例》

香港法例第26章《貨品售賣條例》(「《貨品售賣條例》」)規定(其中包括)，凡賣方在業務運作中售貨，有一項隱含的條件：(a)凡憑貨品說明購買貨品，貨品須與貨品說明相符；(b)所供應的貨品具可商售品質；及(c)所購買的貨品須適合該用途。除非買方有合理機會檢驗貨品，否則彼有權拒收有缺陷的貨品。

《貨品售賣條例》就本集團向客戶銷售貨品的標準訂定隱含條款。本集團的業務包括推廣、銷售及分銷健康補充品及其他消費品，故須遵守《貨品售賣條例》。違反條款可導致客戶因違約而提出民事訴訟。然而，違反隱含條款並不構成任何刑事法律責任。

《消費品安全條例》

香港法例第456章《消費品安全條例》(「《消費品安全條例》」)規定某些消費品的製造商、進口商及供應商須負責確保他們所供應的消費品是安全的，並就附帶之目的，訂定條文。

本集團之產品(除《消費品安全條例》附表下指明不包括的食物)受《消費品安全條例》及《消費品安全規例》(香港法例第456A章)(「《消費品安全規例》」)監管。

《消費品安全條例》第4(1)條規定，在考慮到下列所有情況後，消費品須合乎合理的安全程度，包括介紹、推廣或推銷該產品所採用的形式，及介紹、推廣或推銷該產品的用途；就該產品所採用的任何標記；

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

及就該產品的存放或使用所給予的指示或警告；由標準檢定機構或其他類似機構所公布的合理安全標準；及是否有合理的方法使到該產品更為安全。

根據《消費品安全規例》第2(1)條，凡消費品或其包裝標記有關於其安全存放、使用、耗用或處置的警告或警誡，或如任何加於消費品或其包裝上的標籤或任何附於其包裝內的文件載有關於消費品的安全存放、使用、耗用或處置的警告或警誡，則該等警告或警誡須以中文及英文表達。按《消費品安全規例》第2(2)條所規定，該等警告或警誡必須清楚可讀，並須放置於(a)該等消費品；(b)該等消費品的任何包裝；(c)穩固地加於包裝上的標籤；或(d)任何附於包裝內的文件的可見處。

《食物安全條例》

香港法例第612章《食物安全條例》(「《食物安全條例》」)旨在為食物進口商及食物分銷商設立登記一個制度，規定獲取、捕撈、入口或供應食物的人備存記錄，使食物進口管制得以施加。

由於本集團的主要業務為市場推廣、銷售及分銷健康補充品，本集團須遵守《食物安全條例》。

登記為食物進口商或分銷商

《食物安全條例》第4及5條規定，任何人經營食物進口業務或食物分銷業務，須向食物環境衛生署登記為食物進口商或食物分銷商。

任何人無合理辯解而在未有登記的情況下經營食物進口或分銷業務，即屬犯罪，最高可判罰50,000港元及監禁六個月。

本集團根據《食物安全條例》註冊為食物進口商或食物分銷商，本集團從而可輸入健康補充產品及蜂蜜及花粉產品至香港。

備存食物進出記錄的規定

《食物安全條例》第24條規定，任何人如在業務運作中以批發方式在香港供應食物，須就該項供應記錄以下資料：

- (1) 供應有關食物的日期；
- (2) 獲供應食物的人的姓名或名稱及聯絡詳情；
- (3) 有關食物的總數量；及
- (4) 有關食物的描述。

有關記錄須在該項供應作出後的72小時內根據此條例作出。

任何人無合理辯解而沒有遵從備存記錄的規定，即屬犯罪，最高可判罰10,000港元及監禁三個月。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

《食物及藥物(成分組合及標籤)規例》

《公眾衛生條例》項下的香港法例第132W章《食物及藥物(成分組合及標籤)規例》(「《食物及藥物規例》」)載有規管食物宣傳及標籤的條文。

《食物及藥物規例》第3條規定，附表1所指明的食物及藥物的成份，須符合該附表所訂明的標準。於該條文指明有關個別標準的適用性取決於所涉及的個別產品是否屬《公眾衛生條例》範圍內的藥物。

上述附表第1部第1條標準規定，藥物及藥物的配料與合成部分須分別符合《英國藥典》或《英國藥制規定》所指明的標準。此適用於法律上應視作為醫劑製品及藥物的任何產品。

香港法例第308章《藥典條例》第3條視任何有關所有藥典的成文法則為《藥典條例》第2條下經香港醫務委員會批准的藥典。

根據《食物及藥物規例》第5條，如任何人為出售而宣傳、售賣或為供出售而製造任何食物或藥物，而該等食物或藥物的成分組合，不符合附表1所訂明的有關規定，即屬犯罪，可判罰50,000港元及監禁六個月。

《食物及藥物規例》第4A條規定，本集團銷售的所有預先包裝食物及產品(《食物及藥物規例》附表4所列者除外)須根據《食物及藥物條例》附表3訂明的方式加上標記及標籤。附表3載有列明產品名稱或稱號、配料表、「此日期前最佳」或「此日期或之前食用」、特別貯存方式或使用指示、製造商或包裝商的姓名或名稱及地址，以及數量、重量或體積的標籤規定。此外，附表3亦規定須使用適當語文標記或標籤預先包裝食物。違反該等規定最高可判罰50,000港元及監禁六個月。

根據《食物及藥物規例》第4B條，本集團一般銷售的預先包裝食物須按《食物及藥物規例》附表5第1部訂明的方式加上標明其能量值及營養素含量的標記或標籤，在該產品的標籤上或宣傳品中，有任何營養聲稱(如有)，須符合《食物及藥物規例》附表5第2部的規定。違反該等規定一經定罪最高可判罰50,000港元及監禁六個月。

《藥劑業及毒藥條例》

香港法例第138章《藥劑業及毒藥條例》(「《藥劑業及毒藥條例》」)第2條定義「藥劑製品」或「藥物」為符合以下說明的物質或物質組合：

- (a) 被表述為具有治療或預防人類或動物的疾病的特性；或

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

- (b) 可應用或施用於人類或動物，其目的是：
- i. 透過藥理、免疫或新陳代謝作用，以恢復、矯正或改變生理機能；或
 - ii. 作出醫學診斷。

《藥劑業及毒藥條例》第21及26條就列入香港法例第138A章《藥劑業及毒藥規例》內《毒藥表》名單內的若干毒藥銷售進行規管。

第28A條禁止任何人士(已註冊者除外)以藥劑製品及藥物進口商或出口商身分經營業務。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無以藥劑製品及藥物進口商身分經營任何業務。我們的產品將不大可能受《藥劑業及毒藥條例》監管。

《食物業規例》

香港法例第132X章《食物業規例》(「《食物業規例》」)第31條規定，除非根據《食物業規例》所批出的牌照，否則任何人不得經營或安排、准許或容受他人經營任何食物製造廠。

「食物製造廠」定義為涉及配製供出售予人在該食物業處所外進食的食物食物業。

由於在《食物業規例》的定義下並無配製食物，因此本集團毋須持有食物製造廠牌照。

《食物內甜味劑規例》

香港法例第132U章《食物內甜味劑規例》(「《食物內甜味劑規例》」)第3(2)條禁止售賣、託付、交付或輸入任何含有非附表內所指明的甜味劑並擬供人食用的食物。

第2條定義「甜味劑」為任何帶甜味的化合物，但不包括糖或其他碳水化合物或多醣醇。

我們的產品概無含有所述附表內並無指明的甜味劑。

《食物攙雜(金屬雜質含量)規例》

香港法例第132V章《食物攙雜(金屬雜質含量)規例》(「《食物攙雜(金屬雜質含量)規例》」)第3條規定任何人不得輸入、託付、交付、製造或售賣下述食物以供人食用：

- (a) 附表1內B欄所指明的食物類別，而其中含有該附表A欄內與其相對之處所指明的金屬者，除非所含金屬是天然蘊藏於該食物內，且濃度不超過該附表C欄內與其相對之處所指明的濃度；或

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

- (b) 附表2內B欄所指明的食物類別，而其中含有該附表A欄內與其相對之處所指明的金屬，且濃度超過該附表C欄內與其相對之處所指明的濃度者；或
- (c) 金屬含量足以危害或損害健康的任何食物。

在所述附表2對食品特別相關的金屬為銻，砷，鎘，鉻，鉛，汞和錫。

我們的產品概不要所述第3條的規定監管，而我們於所有重大方面已遵守《食物攙雜(金屬雜質含量)規例》。

有關違禁品之法例

香港法例第134章《危險藥物條例》(「《危險藥物條例》」)第4及8條一般禁止販運及管有危險藥物。《危險藥物條例》第2條定義「危險藥物」為《危險藥物條例》附表1第1部中所指的藥物或物質。

香港法例第137章《抗生素條例》及香港法例第137A章《抗生素規例》對《抗生素規例》附表1指明的物質銷售及供應進行監管。

我們的產品及任何用作製造該等產品的原材料概無含有上述的違禁及／或受監管物質。

《商品說明條例》

香港法例第362章《商品說明條例》(「《商品說明條例》」)禁止關於在營商過程中提供的貨品的虛假商品說明、虛假、具誤導性或不完整的資料和錯誤陳述。因此，本集團銷售的所有產品及補充品均須遵守此條例的相關條文。

《商品說明條例》第2條規定(其中包括)，「商品說明」就貨品而言，指以任何方式就任何貨品或該等貨品的任何部分而作出關於若干事項(其中包括，數量、製造方法、成分、對用途的適用性、是否有該等貨品可供應、符合任何人指明或承認的標準、價格、該等貨品與向某人供應的貨品屬同一種類、製造、生產、加工或修復的價格、地點或日期、製造、生產、加工或修復的人等)的直接或間接的顯示；就服務而言，指以任何方式作出關於若干事項(其中包括性質、範圍、數量、對用途的適用性、方法及程序、是否有該服務可提供、提供該服務的人、售後支援服務、價格等)的直接或間接的顯示。

《商品說明條例》第7條規定，任何人不得在營商過程或業務運作中將虛假商品說明應用於任何貨品；或銷售或要約銷售已應用虛假商品說明的貨品。

《商品說明條例》第7A條規定，任何商戶如將虛假商品說明應用於向消費者提供或要約向消費者提供的服務，或向消費者提供或要約向消費者提供已應用虛假商品說明的服務，即屬犯罪。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

第13E、13F、13G、13H及13I條規定，任何商戶如就任何消費者作出(a)屬誤導性遺漏；或(b)具威嚇性；(c)構成餌誘式廣告宣傳；(d)構成先誘後轉銷售行為；或(e)構成不當地就產品接受付款的營業行為，即屬犯罪。

根據《商品說明條例》第18條，任何人觸犯第7、7A、13E、13F、13G、13H或13I條下之罪行，一經循公訴程序定罪，可處罰款500,000港元及監禁五年，而經簡易程序定罪，則可處罰款100,000港元及監禁兩年。

《不良廣告(醫藥)條例》

本集團產品的廣告亦受香港法例第231章《不良廣告(醫藥)條例》的監管。《不良廣告(醫藥)條例》旨在限制某些與醫藥及保健事宜有關的廣告。

根據《不良廣告(醫藥)條例》第3條，除非由有關當局進行或獲有關當局適當授權，否則不得發布或安排發布任何相當可能導致他人為以下目的而使用任何藥物、外科用具或療法的廣告：

- (1) 治療患上或預防染上《不良廣告(醫藥)條例》附表1第1欄內所指明的疾病或病理情況，但如作該附表第2欄內所指明的用途，則屬例外；及
- (2) 就《不良廣告(醫藥)條例》附表2內列明的任何目的治療人類。

《不良廣告(醫藥)條例》第2條定義「藥物」為屬於包括任何種類的藥劑或其他治療性或預防性物質，不論是專賣藥物、專利藥物、中藥材、中成藥或看來是天然藥品的物質。第2條進一步規定，出售藥物而該等藥物是載於附有標籤的容器或包裹內的，即構成廣告的發布。

《不良廣告(醫藥)條例》附表1列明的若干疾病及病理情況包括寄生疾病、心臟或心血管系統疾病、胃腸病、神經系統疾病、血液或淋巴系統疾病、肌與骨骼系統疾病、皮膚、頭髮或頭皮疾病以及病毒、細菌、真菌或其他傳染性疾病。

《不良廣告(醫藥)條例》附表2載有為以下目的的人類療法：

- (1) 通經、舒緩經閉、遲經或任何其他婦產科疾病；
- (2) 增強性能力、性慾或生殖能力，或恢復失去的青春；及
- (3) 矯正畸形或外科整容手術。

《不良廣告(醫藥)條例》第3B條規定，任何人不得為口服產品發布或安排為口服產品發布為該產品作出《不良廣告(醫藥)條例》附表4第1欄所指明的聲稱或任何類似的聲稱的廣告，但根據該附表4第2欄的條文屬被容許者，則屬例外。

任何人士違反《不良廣告(醫藥)條例》第3、3B或4條，即屬犯罪，一經首次定罪，可判罰50,000港元及監禁六個月，而在第二次或其後再被定罪，則可判罰100,000港元及監禁一年。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

本集團透過不同渠道發布廣告以推銷其產品，廣告內容受《不良廣告(醫藥)條例》第3及3B條監管。於往績記錄期，本集團曾接獲有關違反《不良廣告(醫藥)條例》的警告信。有關該等不合規情況的詳情，請參閱本文件「業務 — 不合規事宜」一節。

《進出口條例》

香港法例第60章《進出口條例》及其附屬法例旨在對在香港輸入和輸出物品，對已經輸入香港或可能輸出香港的物品在香港境內的處理及運載，以及對任何附帶引起或與前述事項相關的事宜，作出規管及控制。

《進出口條例》第6C條規定，任何人除非獲得工業貿易署署長根據《進出口條例》第3條發出的合適許可證，否則不得輸入香港法例第60A章《進出口(一般)規例》附表1所指明的任何物品。因此，上述附表1所指藥劑製品及藥品及中成藥進口受限於牌照監管並須獲得合適進口許可證。

《進出口條例》第6D條規定，任何人除非獲得工業貿易署署長根據《進出口條例》第3條發出的出口許可證，否則不得將《進出口(一般)規例》附表2第2欄所指明的任何物品，向該附表內與第2欄相對的第3欄所指明的地方輸出。因此，上述附表2所指藥劑製品及藥品及中成藥出口受限於牌照監管並須獲得合適出口許可證。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無違反第6C條進口物品，亦無違反第6D條出口物品。因此，本集團毋須根據《進出口條例》取得許可證。然而，倘我們日後有意進口或出口藥劑製品及藥品或中成藥，則本集團須取得有關許可證。

《商標條例》

香港法例第559章《商標條例》(「《商標條例》」)旨在就商標註冊、註冊商標使用及相關事宜訂定條文。香港為商標提供區域保障。因此，於其他國家或地區註冊的商標並不會自動有權享有於香港的保障。為享有香港法例的保障，商標必須根據《商標條例》及香港法例第559A章《商標規則》(「《商標規則》」)向知識產權署商標註冊處註冊。

根據《商標條例》第10條，註冊商標屬一項藉將有關商標根據該條例註冊而取得的財產權利。註冊商標的擁有人具有該條例所規定的權利。

誠如本文件附錄四「B. 有關我們業務的進一步資料 — 2. 知識產權」一段所載列，本集團為商標之註冊擁有人及所有人。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

根據《商標條例》第14條，註冊商標的擁有人具有該商標的專有權利。註冊商標的擁有人的權利自該商標的註冊日期起生效。根據此條例第48條，註冊日期須為註冊申請的提交日期。

除《商標條例》第19至第21條所述的例外情況外，第三方在未得商標的擁有人同意下使用商標即會構成侵犯商標。等同侵犯註冊商標的行為於《商標條例》第18條進一步指明。

如第三方侵犯註冊商標，註冊商標的擁有人享有《商標條例》所賦予的補救，如《商標條例》第23條及第25條所訂明的反侵犯法律程序。

並無根據《商標條例》及《商標規則》註冊的商標仍可受普通法假冒訴訟的保障，惟須證明擁有人於未註冊商標中的聲譽及第三方使用商標將對擁有人造成損害。

《版權條例》

香港現行的香港法例第528章《版權條例》（「《版權條例》」）為文學作品、戲劇作品、音樂作品及藝術作品、影片、電視廣播及有線傳播節目以及於互聯網上向公眾發表的作品等已確認類別提供全面保障。

於設計產品包裝的過程中，本集團可能創作受版權保護的原創藝術作品（如繪畫）或文學作品（如文字），毋須註冊。有關侵犯版權的起訴可透過民事訴訟提出。

《公司條例》

《公司條例》將與公司有關的法律合併。前身《公司條例》第122條（舊有的香港法例第32章，其於2014年3月3日前生效，並當《公司條例》自2014年3月3日起生效後廢除）及《公司條例》第62條規定，董事必須在第431條指明的期間內，將有關該財政年度的財務報表於股東週年大會上或法院指示的任何其他股東大會上提交予公司省覽。未有採取一切合理步驟以確保遵守有關規定的公司董事，即屬犯法，可處最高罰款300,000港元。此外，故意沒有採取一切合理步驟的公司董事，即屬犯法，可處最高罰款300,000港元及監禁12個月。

《藥劑業及毒藥規例》

香港法例第138A章《藥劑業及毒藥規例》（「《藥劑業及毒藥規例》」）第36條規定，任何人不得銷售、要約出售或分發，或為銷售、分發或其他用途而管有任何藥劑製品或物質，除非該製品或物質已根據《藥劑業及毒藥規例》註冊。

第36C條「藥劑製品」或「物質」具有《藥劑業及毒藥條例》給予「藥劑製品」或「藥物」的涵義。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

任何人違反《藥劑業及毒藥規例》第36條即屬犯法，最高可判罰100,000港元及監禁兩年。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無從事任何藥劑製品及藥物的銷售或分發。我們的產品將不大可能受《藥劑業及毒藥規例》監管。

《進出口(登記)規例》

香港法例第60E章《進出口(登記)規例》第4及5條載列，輸入或輸出任何並非豁免物品的物品的人須按照海關關長指明的規定，使用指定團體提供的服務，就該物品向關長呈交準確而完整的進出口報關單。每份報關單須於該報關單所涉及之物品進出口後14天內呈交。

任何人如無合理辯解而未有在或忽略在該報關單所涉及之物品進出口後14天內呈交該報關單，(1)一經循簡易程序定罪，可處罰款1,000港元；及(2)由定罪日期的翌日起，如該人仍然未有或仍然忽略以該方式呈交報關單，則在該罪行持續期間，每日罰款100港元。第4及5條亦規定，任何人明知或罔顧後果而向關長呈交任何在要項上並不準確的報關單，一經循簡易程序定罪，可處罰款10,000港元。

《進出口(登記)規例》第7條載列，除第4及5條所載罰款外，須就遲交進出口報關單須付的費用，有關費用視乎呈交進口報關單的不同時間進出口報關單所指明的物品總值。

於往績記錄期，本集團已就信基(香港)及奇恩天然遲交進出口報關單而引致的不合規事宜支付罰款。有關詳情請參閱本文件「業務 — 不合規事宜」一節。

澳門

第7/89/M號法律

根據第7/89/M號法律第16條，任何對健康有好處的物品的廣告均須先由澳門衛生局批准。為取得上述批准，澳門衛生局應向藥物事務廳遞交申請表，以及(a)藥物事務廳就產品分類發出的官方信函副本；(b)將用於廣告的文字、圖像及／或聲音／影片材料；及(c)證明廣告真實性及合法性的文獻及附帶文件。申請於三十天後未獲藥物事務廳答覆者視為已獲批准。倘未能遵守該等條文，可能須繳交4,000澳門幣至12,000澳門幣的罰款。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

第50／92／M號法令

根據第50／92／M號法令（部份由第56／94／M號法令及第7／2004號行政法規修訂），所有進口或本地生產預先包裝或非預先包裝食品的產品名稱、成份明目、有效期、負責該標籤的實體的名稱及地址、淨重、識別批之號碼、產品原產地（如適用）應於包裝上標示。

根據第50／92／M號法令第19(1)條，倘任何人製造、預備、出售、保存、貯藏、運輸、展示任何用於出售、出口、進口或與公眾消費者進行其他交易的任何食品，而該等食品並無標籤或未有根據該法律於標籤提供正確或足夠資料，則可能會被澳門經濟局處以與該產品價值同等之罰款，但最高金額為50,000澳門幣，澳門政府會扣押相關產品及將其申報為資產。

食品安全法

第5／2013號法律「食品安全法」於2013年10月20日生效，食品安全法規範食品安全的監督管理，食品安全風險的預防、控制及應對措施，以及食品安全事故的處理機制，以保障公眾的身體健康和生命安全。

食品安全法適用於食物的生產經營（包括生產、加工、調配、包裝、運送、進口、出口、轉運、貯存、出售、供應、為出售而存有或展示，又或以任何方式交易食品的行為）及所有該等活動牽涉的食物及材料。

民政總署（民政總署）是負責食物規管及監督食物安全活動的主要政府機關。

新加坡

進口及銷售健康補充品及美容產品在新加坡並不受前期市場審准及許可所限，而加工食品及食品用具則需要持有入口許可證。於新加坡，健康補充品及美容產品的監控乃由新加坡衛生科學機構（「衛生科學機構」）管轄，並受有關法例所限。

另一方面，加工食品及食品用具的進口及銷售經有關法例所規管，並由新加坡糧農與獸醫局（「糧農與獸醫局」）管轄。

一般而言，健康補充品、美容產品、加工食品及食品用具的進口商、批發商及零售商必須確保其產品：

- (a) 於正常情況下該等產品為安全供人食用及／或使用；
- (b) 遵守由衛生科學機構及／或糧農與獸醫局頒佈的相關法例及指引中所載列的適用品質標準；及
- (c) 並無含有有關法例下訂明的禁止或限用物質。

監管概覽

健康補充品

定義

根據藥品(非醫藥產品)(綜合頒令)(第176章第3號令，2000年經修訂本)(「藥品(非醫藥產品)(綜合頒令)」)，「聲稱藥用性能屬模糊或一般的保健食品」及「stminade powder」並不分類為醫藥產品。

即使健康補充品並無法定的定義，衛生科學機構健康補充品指引提供以下健康補充品的定義：

「作補充飲食之用，所得之效用超出日常從普通營養所得者，及／或支持或維持人體的保健功能。」

健康補充品含由一種或多種成份，或以下成份的組合：

- a. 維他命、礦物質、氨基酸(天然和合成)；
- b. 源自天然來源的物質，包括非人類的動物及以提取、分離、濃縮形式得出的植物物料；及
- c. 下列任何以小單位劑量施用的劑量形式；例如：膠囊劑，軟膠囊劑，片劑，液體、糖漿劑以及衛生科學機構認為合適的其他劑型。」

健康補充品進口商、批發商及零售商的責任和義務

根據衛生科學機構健康補充品指引，進口商及批發商及零售商須確保其健康補充品並無含有以下物質：

- (a) 除標籤所述外的任何其他活性物質；
- (b) 源自人體任何部分的人體部分或物質；
- (c) 受《毒藥法》監控的任何物質(第234章，1999年經修訂本)；
- (d) 《藥物銷售法》禁止的任何物質(第282章，1985年經修訂本)；
- (e) 微生物污染物和有毒重金屬多於由衛生科學機構健康補充品指引第7段表1及表2指定的允許限額；
- (f) 維他命及礦物質多於由衛生科學機構健康補充品指引第9段表3指定的允許限額；
- (g) 衛生科學機構健康補充品指引附錄一所列的違禁物質名單所指之任何物質；
- (h) 植物、動物或礦物質分離成分以化學形式界定的任何活性物質，或其之組合，其存有已記錄在案的固有藥理學性質，並可能致使以醫學目的使用該物質；
- (i) 可能對個人健康構成不利影響的任何物質；及

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

(j) 源自動物來源且可能引致動物傳染病的任何成份。

此外，進口商及批發商及零售商須確保其健康補充品符合下列標準：

- (a) 衛生科學機構的健康補充品索賠指引及健康補充品索賠總則；
- (b) 保質期、妥善包裝及標籤之要求；及
- (c) 瀕危野生動植物種國際貿易公約(瀕危公約)。倘健康補充品含有任何根據《瀕危物種(進出口)法》(第92A章，2008年經修訂本)所列的任何物質，則須取得入口許可證。

化粧品

定義

根據保健產品法(第122D章，2008年經修訂本)表1第2條，「化粧品」作以下定義：

「化粧品」指製造商將任何物質或其配製的物質用於接觸人體外部不同部位或牙齒或口腔粘膜，僅用於或主要用於：

- (a) 進行清潔；
- (b) 增加香氣；
- (c) 改善外觀；
- (d) 辟除體味；
- (e) 保護；或
- (f) 維持良好狀態。」

此外，根據藥品(非醫藥產品)(綜合頒令)第2(b)號令，「抗皺或再生物質」並不歸類為醫藥產品。

健康補充品進口商、批發商及零售商的責任和義務

根據保健產品(化粧品 — 東盟化妝品指令)2007年規例，將化粧品引入新加坡的任何人士必須滿足以下要求：

- (a) 於供應及／或出售化妝品前達成向衛生科學機構有關化粧品的通知規定；
- (b) 成份規定；
- (c) 標籤規定；及
- (d) 廣告規定。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

此外，負責將化妝品推出市場上的人士必須確保下列責任及義務已妥為解除：

- (a) 存置任何化粧品供應記錄的責任；及
- (b) 向衛生科學機構報告有關缺陷和不良影響的責任。

加工食品及食品用具

定義

根據糧農與獸醫局食物及食品指引的定義，加工食品包括所有食品及食物性質的補充品（不包括肉品、魚產品或新鮮水果及生鮮蔬菜）。若干加工食品的例子包括香料、生或半加工食物成份、麵粉、瓶裝水、烈酒、葡萄酒、糖果、麵條、意大利麵食、乳製品和食用油等。食品用具包括食品器皿和餐具，如碗、杯、碟、煎鍋、筷子和勺子。

健康補充品進口商、批發商及零售商的責任和義務

根據進出口條例（第272A章第1條，1999年經修訂本）第IVA部及海關條例（第70章第2條，2009年經修訂本）第XIVA部，加工食品及食品用具的進口商須滿足以下要求：

- (a) 向新加坡海關進行登記；及
- (b) 與糧農與獸醫局檢疫與檢驗部就進口許可證購入註冊號碼。

此外，加工食品及食品用具的進口商及零售商須確保其產品及用品符合食品銷售法（第283章，2002年經修訂本）及食品條例（第283章第1條，2005年經修訂本）的規定：

- (a) 食品成份規定；
- (b) 食品標籤規定；
- (c) 食品廣告規定；及
- (d) 食品容器規定。

中國

食品銷售

食品生產經營許可

根據於2009年2月28日頒佈及於2015年4月24日修訂，並於2015年10月1日起生效的《中華人民共和國食品安全法》（「《**食品安全法**》」）及於2009年7月20日頒佈並於2016年2月6日修訂的《中華人民共和國食

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

品安全法實施條例》(「《**食品安全法實施條例**》」)，國家對食品生產經營採取許可證制度。從事食品生產、食品流通及餐飲服務的企業，須依法取得食品生產經營許可。

根據國家工商行政管理總局於2015年8月31日頒佈於2015年10月1日起生效的《食品經營許可管理辦法》，在中華人民共和國境內從事食品銷售和餐飲服務活動應當依法取得食品經營許可。食品經營許可證有效期為5年。如食品經營者延續依法取得的食品經營許可的有效期，應當在食品經營許可有效期屆滿前30個工作日前，向原發證的食品藥品監督管理部門提出申請。

從業人員健康管理制度

根據《**食品安全法**》及《**食品安全法實施條例**》，食品生產經營者應當建立及執行從業人員健康管理制度。患有國務院衛生行政部門訂明的任何有礙食品安全的疾病的人員，不得從事接觸直接入口食品的工作。食品生產經營人員應當每年進行健康檢查，取得健康證明後方可上崗工作。

食品進口

另根據《**食品安全法**》及《**食品安全法實施條例**》，進口食品、食品添加劑及食品相關產品須符合中國國家食品安全標準。食品進口商應當持合同、發票、裝箱單、提單等必要的憑證及有關文件，向海關報關地的出入境檢驗檢疫機構報檢。進口食品應當經出入境檢驗檢疫機構檢驗合格。海關憑出入境檢驗檢疫機構簽發的通關證明放行。進口尚無食品安全國家標準的食品，或首次進口食品添加劑新品種或食品相關產品新品種，進口商應當向出入境檢驗檢疫機構提出申請並提交有關安全評估材料。

進口的預包裝食品應附有中文標籤及說明書。標籤及說明書須符合本法律及中國其他相關法律及行政法規的規定，以及食品安全國家標準的要求，並註明食品原產地及境內代理商的名稱、地址及聯絡方法。倘任何預包裝食品未附有中文標籤或說明書，或標籤或說明書未符合規定，則不得進口。進口商應當建立食品進貨及銷售記錄制度，如實記錄食品的名稱、規格、數量、生產日期、生產或進貨批號、保質期、供貨者名稱、地址及聯絡方法、購貨者名稱及聯絡方法、交貨日期等。食品進貨及銷售記錄須為真實，最少保存至產品保質期屆滿後六個月或(如產品未有清晰保質期)最少為兩年。

保健食品批文及註冊

根據中國衛生部於1996年3月15日頒佈的《**保健食品管理辦法**》，保健食品指表明具有特定保健功能的食品，即適宜於特定人群食用，具有調節機體功能，不以治療疾病為目的的食品。根據國家食品藥品監督管理總局於2016年2月26日頒佈於2016年7月1日起生效的《**保健食品註冊與備案管理辦法**》，(1)首次進

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

監管概覽

口的保健食品(屬於補充維生素、礦物質等營養物質的保健食品除外)，或者使用保健食品原料目錄以外原料的保健食品，應當向國家食品藥品監督管理總局申請註冊；(2)首次進口的屬於補充維生素、礦物質等營養物質的保健食品應當向國家食品藥品監督管理總局申請備案；及(3)使用的原料已經列入保健食品原料目錄的保健食品，應當向省、自治區、直轄市食品藥品監督管理部門申請備案。

產品質量

監管產品責任的主要法律規定載於《中華人民共和國產品質量法》(「《產品質量法》」)，而該法由全國人民代表大會常務委員會於1993年2月22日頒佈，並於2000年7月8日修訂。《產品質量法》適用於在中國境內生產及銷售任何產品的所有活動，生產者及銷售者須根據《產品質量法》對產品質量負責。

根據《產品質量法》，銷售者應當執行進貨檢查驗收制度，驗明產品合格證明和其他標識。銷售者應當就以下原因承擔賠償責任：(i)銷售者的過錯使產品存在缺陷，造成他人財產損害；及(ii)銷售者不能指明缺陷產品的生產者也不能指明缺陷產品的供貨者。此外，屬於生產者的責任，銷售者有權向生產者追償。

消費者保障

於1993年10月，中國採納《中華人民共和國消費者權益保護法》(「《消費者保護法》」)，該法於2009年8月27日和2013年10月25日修訂。根據《消費者保護法》，向消費者提供商品或服務的業務營運商須遵守多項規定，其中包括以下各項：

- 保證商品及服務符合若干安全要求；
- 發現商品或者服務存在危及人員或財產安全的缺陷，並採取防止危害發生的措施；
- 向消費者提供真實信息，不得作虛假宣傳；
- 不得以格式合同、通知、聲明、店堂告示等方式作出對消費者不公平、不合理的規定，或者減輕、免除其損害消費者合法權益應當承擔的民事責任；及
- 不得對消費者進行侮辱、誹謗，不得搜查消費者的身體及其攜帶的物品，不得侵犯消費者的人身自由。

業務營運商可能須因未能履行上述責任而承擔民事責任。有關責任包括恢復消費者聲譽，消除消費者所受到的不利影響以及就所產生損失作出道歉及賠償。於法律及法定規例指明的情況下，違反有關責任的業務營運商亦可能遭受以下處罰：警告、沒收違法所得、罰款、責令停業整頓、吊銷營業執照或判處刑事責任。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

本集團歷史

業務歷史

蔡先生及蔡太太於2001年11月利用其私人積蓄註冊成立信基(香港)，創辦本集團。創立本集團之前，彼等在香港從事買賣及分銷業務。為開拓香港健康及個人護理產品商機，蔡先生及蔡太太於2001至2002年間研究不同品牌(包括「Organic Nature」)健康及個人護理產品的成份及功效，並對該等產品進行試售。於該段期間，蔡先生及蔡太太亦接觸多間澳洲的健康及個人護理產品生產商，商談其產品在香港的分銷權。

於2002年，我們成為「Organic Nature」若干產品的香港及澳門專營分銷商，該專營分銷權於2004年擴展至中國。鑒於我們的表現，本公司獲得專營分銷權，可分銷我們於2014年在全球範圍內精心挑選的所有「Organic Nature」產品。

我們於2010年開始在香港分銷若干「Top Life」產品。憑藉我們的品牌管理經驗，我們於2011年獲得專營權，可透過若干銷售渠道在中國分銷「Top Life」的若干產品，並之後於2014年將專營分銷權擴展至香港。自2007年起，我們亦於香港及澳門專營分銷「Superbee」蜂蜜及花粉產品。

十數年間，我們的銷售渠道由寄售及批發發展至擁有自家專門店。於2012年，我們開設第一家專門店，標誌本集團品牌「澳至尊」正式開展零售顧客業務。於最後實際可行日期，我們於香港及澳門共經營13家專門店及75個寄售專櫃，提供多元化產品，包括61款健康補充品、21款蜂蜜及花粉產品及11款個人護理產品。我們管理品牌的產品亦於新加坡出售。

業務里程碑

下文按時間順序概述本集團之主要業務里程碑：

日期	事件／重大事項
2001年	信基(香港)於香港註冊成立
2002年	我們成為「Organic Nature」若干產品的香港及澳門專營分銷商
2004年	我們亦成為「Organic Nature」若干產品的中國專營分銷商
2005年	首次獲香港旅遊發展局「優質旅遊服務」計劃認可
2007年	我們成為「Superbee」蜂蜜及花粉產品的香港及澳門專營分銷商

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

日期	事件／重大事項
2010年	奇恩天然於香港註冊成立 我們開始於香港分銷若干「Top Life」產品
2011年	信基(深圳)於中國註冊成立 信基(澳門)於澳門註冊成立 我們透過若干銷售渠道成為「Top Life」若干產品的中國專營分銷商 獲香港及澳門澳洲商會頒發「2011澳商會業務推廣決賽獎(入圍決賽單位)」
2012年	首間香港專門店開幕
2013年	信基(新加坡)於新加坡註冊成立
2014年	獲香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會頒授「香港卓越名牌」 首間澳門專門店開幕 我們亦成為「Top Life」若干產品的香港專營分銷商
2015年	信基(深圳)解散 信基(新加坡)全部已發行股本由本集團出售

有關本集團的獎項詳情載於本文件「業務 — 獎項及嘉許」一節。

本公司於2015年4月17日於開曼群島註冊成立為有限責任公司。為籌備[編纂]，本集團於2016年6月30日完成重組，據此本公司成為本集團之控股公司。重組之詳情載於本節「重組」一段。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

企業歷史

於最後實際可行日期，本集團包括本公司、4間營運附屬公司及4間英屬處女群島中間控股附屬公司。

下表載列於最後實際可行日期所有本公司及我們附屬公司的詳情：

公司名稱	主要業務活動	註冊成立日期	本集團應佔的權益
澳至尊國際控股有限公司	投資控股	2015年4月17日	100%
信基(香港)	零售及批發我們的保健及個人護理產品	2001年11月16日	100%
奇恩天然	批發我們的健康及個人護理產品	2010年5月12日	100%
澳至尊	商標的持有公司	2015年3月9日	100%
信基(澳門)	於澳門零售我們的保健及個人護理產品	2011年10月12日	100%
Patience、Goodness、Faithfulness及Gentleness	本集團的中間控股公司	2015年6月16日	100%

於最後實際可行日期，蔡先生及蔡女士在我們四家經營附屬公司及四家英屬處女群島中間控股公司擔任董事職務。

以下為關於本公司及我們附屬公司成立及主要股權變動的簡要企業歷史。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

本公司

於2015年4月17日，本公司於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司，法定股本380,000港元分為38,000,000股每股面值0.01港元的普通股。根據公司組織章程大綱及細則，一股股份列作繳足配發及發行予認購人，該股份隨後於2015年4月17日被轉讓予Beatitudes。本公司為本集團的投資控股公司。

有關重組造成本公司股權變動的進一步詳情，請參閱本節「重組」一段。

信基(香港)

於2001年11月16日，信基(香港)於香港註冊成立為一間有限公司，法定股本為10,000港元，分為10,000股普通股。於往績記錄期開始當日，信基(香港)全部股本乃已發行及繳足，並由蔡先生及蔡太太各擁有50%(或5,000股股份)。信基(香港)主要從事零售及批發健康及個人護理產品。

有關重組造成信基(香港)股權變動的進一步詳情，請參閱本節「重組」一段。

奇恩天然

於2010年5月12日，奇恩天然於香港註冊成立為一間有限公司，法定股本為10,000港元，分為10,000股普通股。於往績記錄期開始當日，奇恩天然兩股股份乃已發行及繳足，並由蔡先生及蔡太太各擁有50%(或一股股份)。奇恩天然主要從事批發健康及個人護理產品。

有關重組造成奇恩天然股權變動的進一步詳情，請參閱本節「重組」一段。

澳至尊

於2015年3月9日，澳至尊於香港註冊成立為一間有限公司，已發行股本的總額為2港元，分為兩股股份，均已繳足並由蔡先生及蔡太太各擁有50%(或一股股份)。澳至尊乃本集團旗下持有商標的公司。

有關重組造成澳至尊股權變動的進一步詳情，請參閱本節「重組」一段。

信基(澳門)

於2011年10月12日，信基(澳門)於澳門以限額股份註冊成立為一間有限公司，股本為50,000澳門幣。於往績記錄期開始當日，信基(澳門)全部股本乃已發行及繳足，並由蔡先生及蔡太太各擁有50%(或25,000澳門幣)。信基(澳門)主要從事在澳門零售健康及個人護理產品。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

有關重組造成信基(澳門)股權變動的進一步詳情，請參閱本節「重組」一段。

Patience、Goodness、Faithfulness及Gentleness

於2015年6月16日，Patience、Goodness、Faithfulness及Gentleness各於英屬處女群島註冊成立為有限公司，法定股本為50,000美元，分為50,000股每股面值1.00美元的普通股。於2015年6月16日，各公司一股已繳足股份已獲配發及發行予Beatitudes。該等英屬處女群島公司為本集團的中間控股公司。

於往績記錄期，信基(深圳)已告解散，而本集團已出售信基(新加坡)全部已發行股本。彼等各自的企業歷史載列如下。

信基(深圳)

信基(深圳)於2011年9月20日於中國成立為一間有限責任公司，註冊資本為人民幣1,000,000元。於2011年11月9日，信基(深圳)全部註冊股本由蔡先生全數繳足。

於2013年8月7日，蔡先生及信基(香港)訂立股權轉讓協議書，據此，信基(香港)收購信基(深圳)的全部股權，現金代價為人民幣1,000,000元。轉讓事項已於2013年8月20日合法完成。

於2014年12月15日，信基(深圳)合法完成增加註冊資本，註冊資本由人民幣1,000,000元增加人民幣2,000,000元至人民幣3,000,000元。額外註冊資本由信基(香港)全數繳足。上述註冊資本增加後，信基(深圳)的控股權維持不變。

於2015年2月13日，信基(香港)股東決議解散信基(深圳)，解散隨後於2015年5月27日完成。

信基(深圳)於解散前主要在中國從事零售及批發健康及個人護理產品。有關解散的進一步詳情，請參閱本節「重組 — 解散信基(深圳)」一段。

信基(新加坡)

於2013年9月26日，信基(新加坡)於新加坡註冊成立為一間有限責任公司，股本10,000新加坡元，分為10,000股每股面值1.00新加坡元的普通股，全數由信基(香港)發行及繳足。

於2014年3月24日，信基(新加坡)配發190,000股每股1.00新加坡元的普通股，全數由信基(香港)發行及繳足。

於2015年8月31日，信基(香港)(作為賣方)與Seen Peng Ying(為信基(新加坡)自註冊成立起之董事)(作為買方)訂立購股協議，據此，後者從信基(香港)收購信基(新加坡)全部已發行股本，代價為1,000新加坡元。信基(新加坡)全部已發行股本轉讓事項於2015年8月31日完成。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

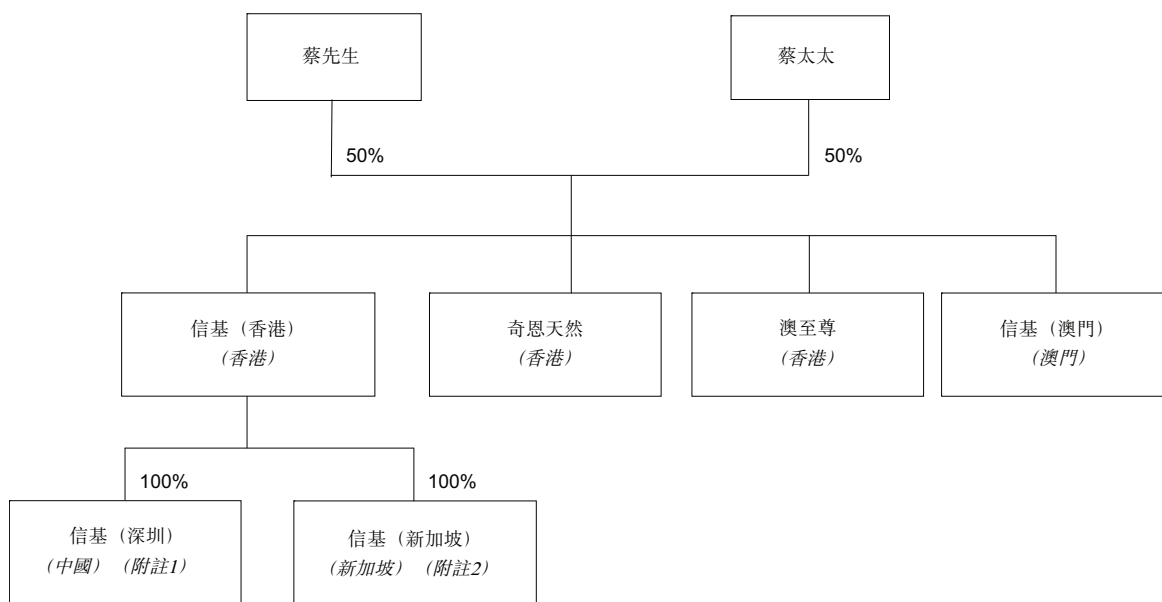
歷史、重組及公司架構

信基(新加坡)於出售前主要在新加坡從事零售及批發健康及個人護理產品。有關出售的進一步詳情，請參閱本節「重組 — 出售信基(新加坡)」一段。

重組

本集團架構

下圖載列本集團緊接重組前之架構：



附註：

1. 信基(深圳)已於2015年5月27日正式解散。
2. 信基(香港)於2015年8月31日出售信基(新加坡)的所有已發行股本。

上述關於往績記錄期內解散及出售附屬公司的詳情載列如下：

解散信基(深圳)

信基(深圳)於2011年9月成立，註冊股本為人民幣1,000,000元，由蔡先生全資擁有，以於迅速增長的中國市場擴展我們的業務營運，把握中國關注健康的消費者對我們產品日益增長的需求。於2013年8月，蔡先生與信基(香港)簽訂一項股份轉讓協議，據此，以代價人民幣1,000,000元轉讓蔡先生於信基(深圳)的全部股本權益予信基(香港)，以簡化本集團架構。信基(深圳)成為信基(香港)的附屬公司。

於2012年，我們開始透過於中國的個人護理及美容產品寄售零售連鎖店的銷售專櫃寄售，以於中國的目標客戶當中拓展及增加我們的品牌知名度。於2014年，憑藉我們於香港專門店的成功經驗，我們已於

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

廣州人流密集的熱門商場開設兩間專門店，出售我們「Organic Nature」及「Top Life」品牌的註冊產品。我們於中國出售的「Top Life」產品由Homart的中國附屬公司供應，其當時負責我們產品根據中國法律及法規進口的法律合規事宜。

試業數月後發現該等營運無利可圖，原因為我們的管理層認為於中國營運兩間專門店的租賃開支及行政成本高昂。此外，我們的競爭力受中國的進口稅及增值稅影響，當時稅率分別為我們進口產品價值的20%及我們產品銷售的17%。於往績記錄期間，信基(深圳)亦須繳付中國企業所得稅，稅率為生產貨品及業務活動所產生的應課稅收入價值的25%。所有此等開支及稅項致使我們於中國的營運不具成本效益。

除考慮營運業績外，我們的管理層認為中國法律法規不時變動。了解潛在變動的最新情況及相關合規的成本高昂。

計入上述因素，我們的管理層關注繼續在中國進行直接銷售對於本集團的投資回報。我們相信，在中國的業務經營採納替代業務模式而不繼續我們的直接銷售，將更具成本效益，並更符合本集團的利益。

本集團於2015年初已開始與其中一名中國頂尖網上購物平台磋商，並於2015年3月成功訂立銷售協議，據此，我們的產品將於彼等在香港的電子商務平台銷售，並可進一步於中國銷售。根據該銷售協議，本集團毋須再繳納中國稅項。此外，該平台(而非本集團)應根據中國法律法規，就銷售我們的產品取得許可或批准。有關我們在中國銷售營運的詳情，請參閱本文件「業務 — 銷售及分銷 — 中國網上購物平台」一節。

鑒於新銷售營運模式，我們已於2015年4月終止寄售，以及經營兩間在中國的專門店。由於預期信基(深圳)往後不再於中國進行任何業務，我們的管理層決定解散信基(深圳)，並於2015年5月27日完成。

經中國法律顧問確認，信基(深圳)的解散程序均已完成，其法律實體已根據中國法律解散。概無就經營信基(深圳)而歸屬於本集團的負債或罰款。信基(深圳)的業務自註冊成立起直至解散日期在各重大方面均符合相關中國法律法規。

出售信基(新加坡)

信基(新加坡)於2013年9月註冊成立為一間有限責任公司，股本為10,000新加坡元，全部為已發行並由信基(香港)繳足，以擴展我們於新加坡的業務。

註冊成立後不久，本集團已於2013年11月於新加坡開設首間專門店，並於2014年7月開設第二間，在新加坡推出並建立本集團的品牌。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

於2015年8月，經考慮新加坡市場的增長潛力及信基(新加坡)的經營業績後，管理層決定透過分銷銷售(取代繼續於該處經營我們的專門店)發展新加坡市場，認為更具效率(就成本及風險管理而言)。於2015年8月31日，信基(香港)訂立一項購股協議，轉讓信基(新加坡)的全部已發行股本予信基(新加坡)的一名董事，代價為1,000新加坡元。代價乃根據其於2015年8月31日的管理賬戶按信基(新加坡)的資產淨值加溢價而釐定。

信基(新加坡)的股權轉讓事項已根據新加坡法律法規於2015年8月31日完成。自其註冊成立日期至最後實際可行日期，董事確認信基(新加坡)概無興起任何正在進行或待決的法律訴訟，亦無任何針對信基(新加坡)正在進行或待決的法律訴訟。

股份轉讓完成後同日，本集團亦與信基(新加坡)訂立一項分銷協議及許可證協議，據此後者已成為「Organic Nature」產品於新加坡的獨家分銷商，並獲授3年許可證以使用本集團於新加坡註冊的商標，以推廣、出售及分銷我們的產品。詳情請參閱本文件「業務—銷售及分銷—新加坡分銷商」一節。

註冊成立離岸投資實體

為籌備股份於聯交所[編纂]，本集團旗下公司已進行重組以優化本集團架構，據此，本公司成為本集團的控股公司。

重組包括以下主要步驟：

- (1) 於2015年4月8日，Beatitudes於英屬處女群島註冊成立，法定股份數目上限為50,000股，每股1.00美元。於2015年4月8日，蔡先生及蔡太太分別按面值獲配發及發行50及50股已繳足普通股，分別佔Beatitudes已發行股本的50%及50%；
- (2) 於2015年4月17日，本公司於開曼群島註冊成立，法定股本380,000港元分為38,000,000股每股面值0.01港元的普通股。一股股份列作繳足配發及發行予本公司組織章程大綱及細則的認購人，該股份隨後於2015年4月17日被轉讓予Beatitudes；
- (3) 於2015年6月16日，Patience於英屬處女群島註冊成立，法定股份數目上限為50,000股，每股1.00美元。於2015年6月16日，一股已繳足股份按面值配發及發行予Beatitudes；
- (4) 於2015年6月16日，Goodness於英屬處女群島註冊成立，法定股份數目上限為50,000股，每股1.00美元。於2015年6月16日，一股已繳足股份按面值配發及發行予Beatitudes；
- (5) 於2015年6月16日，Faithfulness於英屬處女群島註冊成立，法定股份數目上限為50,000股，每股1.00美元。於2015年6月16日，一股已繳足股份按面值配發及發行予Beatitudes；

歷史、重組及公司架構

(6) 於2015年6月16日，Gentleness於英屬處女群島註冊成立，法定股份數目上限為50,000股，每股1.00美元。於2015年6月16日，一股已繳足股份按面值配發及發行予Beatitudes；

(7) 於2016年6月29日，Patience作為買方，蔡先生及蔡太太作為賣方簽訂轉讓文書及買賣單據，據此，Patience：

- i. 從蔡先生收購信基(香港)的5,000股普通股(或50%)，作為代價，Patience將配發及發行500股新股份予Beatitudes(由蔡先生指示)，悉數列為繳足；及
- ii. 從蔡太太收購信基(香港)的5,000股普通股(或50%)，作為代價，Patience將配發及發行500股新股份予Beatitudes(由蔡太太指示)，悉數列為繳足。

上述股份轉讓完成後，Patience持有總計10,000股普通股，為信基(香港)的所有已發行股本，即信基(香港)成為Patience的全資附屬公司。

(8) 於2016年6月29日，Goodness作為買方，蔡先生及蔡太太作為賣方簽訂轉讓文書及買賣單據，據此，Goodness：

- i. 從蔡先生收購奇恩天然的1股普通股(或50%)，作為代價，Goodness將配發及發行500股新股份予Beatitudes(由蔡先生指示)，悉數列為繳足；及
- ii. 從蔡太太收購奇恩天然的1股普通股(或50%)，作為代價，Goodness將配發及發行500股新股份予Beatitudes(由蔡太太指示)，悉數列為繳足。

上述股份轉讓完成後，Goodness持有總計2股普通股，為奇恩天然的所有已發行股本，即奇恩天然成為Goodness的全資附屬公司。

(9) 於2016年6月29日，Faithfulness作為買方，蔡先生及蔡太太作為賣方簽訂轉讓文書及買賣單據，據此，Faithfulness：

- i. 從蔡先生收購澳至尊的1股普通股(或50%)，作為代價，Faithfulness將配發及發行500股新股份予Beatitudes(由蔡先生指示)，悉數列為繳足；及
- ii. 從蔡太太收購澳至尊的1股普通股(或50%)，作為代價，Faithfulness將配發及發行500股新股份予Beatitudes(由蔡太太指示)，悉數列為繳足。

上述股份轉讓完成後，Faithfulness持有總計2股普通股，為澳至尊的所有已發行股本，即澳至尊成為Faithfulness的全資附屬公司。

歷史、重組及公司架構

(10) 於2016年6月29日，Gentleness作為買方，蔡先生及蔡太太作為賣方簽訂轉讓文書，據此，Gentleness：

- i. 從蔡先生收購信基(澳門)的1股股本(澳門幣25,000元或50%)，作為代價，Gentleness將配發及發行500股新股份予Beatitudes(由蔡先生指示)，悉數列為繳足；及
- ii. 從蔡太太收購信基(澳門)的1股股本(澳門幣25,000元或50%)，作為代價，Gentleness將配發及發行500股新股份予Beatitudes(由蔡太太指示)，悉數列為繳足。

上述股份轉讓完成後，Gentleness持有總計2股股本(或澳門幣50,000元)，為信基(澳門)的所有已發行股本，即信基(澳門)成為Gentleness的全資附屬公司。

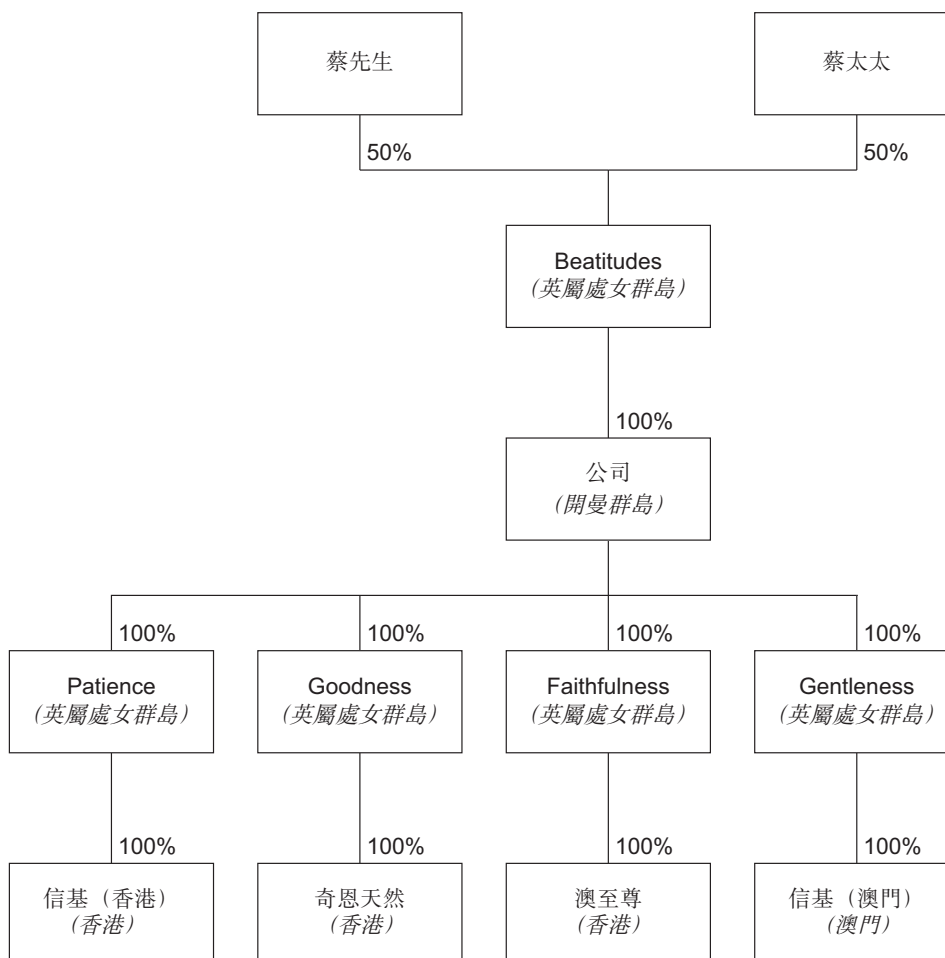
(11) 於2016年6月30日，Beatitudes作為賣方，本公司作為買方(連同蔡先生及蔡太太)訂立買賣協議，據此，本公司收購(i)Patience的所有已發行股本，作為代價，5,082股股份將列為繳足配發及發行予Beatitudes；(ii)Goodness的所有已發行股本，作為代價，4,101股股份將列為繳足配發及發行予Beatitudes；(iii)Faithfulness的所有已發行股本，作為代價，1股股份將列為繳足配發及發行予Beatitudes；及(iv)Gentleness的所有已發行股本，作為代價，815股股份將列為繳足配發及發行予Beatitudes。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

緊隨上文第(11)項所述的股份轉讓完成後，本公司成為本集團的控股公司。

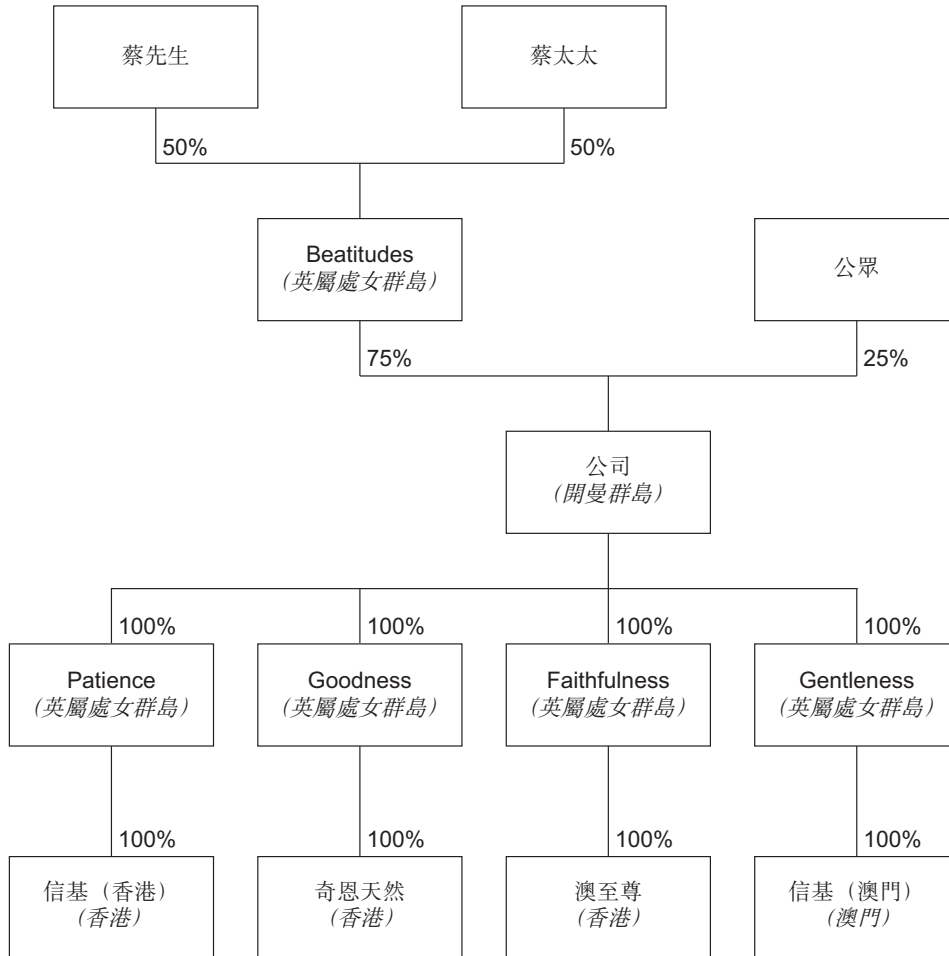
下圖載列本集團緊隨重組完成後但於[編纂]及資本化發行完成前之公司架構：



本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

歷史、重組及公司架構

下圖載列本集團緊隨[編纂]及資本化發行完成後之公司架構(假設超額配股權未獲行使)：



本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

概覽

我們為紮根於香港的健康及個人護理產品品牌塑造商及零售商，集中透過我們「澳至尊」銷售及分銷網絡發展、營銷、銷售及分銷由我們管理的品牌產品。我們的健康及個人護理產品大致上可按性質分類為三個主要類別，即(i)健康補充產品；(ii)蜂蜜及花粉產品；及(iii)個人護理產品。

董事認為，我們的成功歸因於「澳至尊」相關的品牌形像。我們的消費者向我們採購健康及個人護理產品，原因為其對我們專賣的「澳至尊」品牌的信心。本集團已成功喚起了「澳至尊」的核心價值和重點，為消費者大量採購源自澳洲的優質健康及個人護理產品，其活性成分來自天然資源提取物。

本集團自2001年創立以來，主要透過物色、管理、營銷、銷售及分銷由我們管理多個品牌的各種優質健康及個人護理產品打造「澳至尊」品牌。該等健康補充產品的活性成分主要提取自天然資源，包括植物及動物，其目的是增強消費者的整體身體健康或特定身體機能。我們把自己視作一家品牌塑造商及管理公司，專注健康及個人護理產品，其中大部分是採購自我們完善的品牌擁有人，該等產品於領有澳洲藥品管理局發出製造藥品牌照且獲GMP認證的藥廠，或領有SGS Systems and Services Certification Pty Ltd就液態蜂蜜產品授出HACCP證書的藥廠生產及包裝。

直至目前我們主要發展及管理三個品牌，即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」。我們向三大品牌擁有人／供應商(澳洲的HCL、Homart及Bee Wonderful)採購製成品，佔截至2016年3月31日止三個年度總採購量約99.7%、100%及100%。憑藉我們與該等品牌擁有人的長期穩定的業務關係，我們就若干地區獨家管理品牌及銷售和分銷若干精選產品與該等品牌擁有人訂立獨家分銷協議。自2014年起，「Organic Nature」品牌旗下所有產品現時由我們獨家全球分銷。某些「Organic Nature」產品以中文字「澳至尊」連同「Organic Nature」品牌推出市場(同時被視為我們自家品牌銷售及分銷網絡的旗艦產品)。於2007年及2011年，我們已進一步從事銷售擁有香港及澳門獨家分銷權的「Superbee」品牌旗下多種蜂蜜及花粉產品，及擁有香港獨家分銷權的「Top Life」品牌旗下多種健康補充產品及個人護理產品。截至最後實際可行日期，我們提供多元化的健康及個人護理產品，包括61款健康補充產品、21款蜂蜜及花粉產品以及11款個人護理產品。

隨著我們品牌美譽度及客戶基礎日隆，我們的產品透過完善的多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡出售，網絡包括香港及澳門的自營專門店零售、香港及澳門的寄售店舖寄售(包括專櫃銷售及上架產品銷售)、向個體及連鎖零售商批發銷售、中國網上購物平台、透過我們本身的網站進行網上銷售及於新加坡透過獨家分銷商進行分銷。我們亦於展覽會及貿易展銷會銷售產品。

截至2016年3月31日止三個年度，本集團產生收益約195.5百萬港元、225.8百萬港元及210.8百萬港元。各年度本公司的純利約為34.6百萬港元、23.2百萬港元及12.3百萬港元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

根據Euromonitor的報告，我們「Organic Nature」品牌旗下的健康補充產品於2014年，佔有香港健康補充產品市場零售的3.2%，排名第八位。按每項產品於2014年在香港健康補充產品市場零售額，我們「Organic Nature」健康補充產品(即奶薊草、莓類及鮫鯊烯)排名第一，而魚油排名第二，蜂皇漿則排名第三。

我們專門店及寄售專櫃的推銷員均訓練有素，他們提供的客戶服務，讓我們能夠建立客戶對我們所管理品牌及所銷售產品堅實的信心和忠誠度，令我們引以為傲。我們完善的「澳至尊」品牌及本集團管理的其他品牌成為在香港所出售的知名健康及個人護理產品。本集團榮獲多項殊榮，部分大獎包括由香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會頒發的「香港名牌」、香港市務學會頒發的「香港良心品牌」大獎及香港醫護學會頒發的「最受醫護人員信賴天然健康食品品牌大獎」。

競爭優勢

我們的董事認為，我們的成功及未來前景乃由下列競爭優勢結合而成：

多方位營銷策略及與「澳至尊」深受認許及信賴品牌形象相關的銷售及分銷網絡奠定我們在健康及個人護理產品市場的領導地位

我們相信，我們的成功歸因於「澳至尊」相關的品牌形象。我們的消費者向本集團採購健康補充品及個人護理產品，原因為其對我們專賣的「澳至尊」品牌的信心。本集團已成功喚起了「澳至尊」的核心價值和重點 — 為消費者大量採購源自澳洲，成分提取自天然資源的優質健康及個人護理產品。我們的多方位營銷策略已將「澳至尊」與健康生活方式和我們健康補充及個人護理產品的好處建立有效聯繫。

我們的多方位營銷策略透過完善的銷售及分銷網絡及專業客戶服務有效實行。為進一步提升我們的品牌形象，我們通過各種媒體，如電視、印刷媒體、廣告牌及網絡渠道作廣告，已經聘請了在港澳地區有健康形象的兩名知名藝人蔡少芬及張晉為我們的品牌代言人。我們的銷售網絡於往績記錄期的不斷擴大加快了由我們管理的品牌產品在香港消費市場的滲透及強化「澳至尊」品牌形象。我們的產品是已透過龐大的多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡出售予終端客戶，其主要由覆蓋香港及澳門不同地區的自營專門店及第三方零售寄售店舖組成。因此，不同的品牌擁有人將委任本集團為香港及澳門的獨家分銷商及品牌管理人，以滲透香港及澳門市場。本集團相信，我們完善的銷售網絡為我們提供了一個堅實基礎，以擴大銷售由我們管理的品牌產品，從而提高「澳至尊」的市場認受性。

董事相信，我們客戶對產品的忠誠建基於「澳至尊」相關的品牌形象。其中某些「Organic Nature」旗下健康補充產品現已以中文字「澳至尊」營銷及包裝，標籤為我們自家品牌銷售及分銷網絡下的旗艦產品。此外，我們亦相信我們與香港及澳門某些主要連鎖零售商建立長久關係，使我們能夠以更優惠價格就銷售

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

專櫃及商店貨架的顯眼位置議價。於最後實際可行日期，我們經營有效的銷售網絡，在香港及澳門設有13間地理位置優越的專門店以及75個寄售專櫃。我們的專門店大多設於港鐵站內，客戶人流甚高；而我們設立的寄售專櫃，大多設於大型保健產品零售連鎖店及／或大型化妝品零售連鎖店內，因此可以善用其廣大客戶群。

憑藉有效的營銷策略及完善的銷售及銷售網絡及專業客戶服務，本集團已成功將「Organic Nature」品牌發展為香港一個具領導地位的健康補充產品品牌並不斷向我們的銷售網絡發展及推廣其他優質品牌及產品。我們相信，成功歸因於物色及挑選具大量需求及增長潛力的產品。根據Euromonitor報告，「Organic Nature」為香港其中一個最備受肯定的健康補充品品牌，而多款「Organic Nature」健康補充產品，包括奶薊草、魚油、莓類、鯊鯊烯及蜂皇漿產品為2014年香港的最暢銷產品之一。「Organic Nature」及「Top Life」健康補充產品於2014年亦估計佔有香港健康補充產品市場合共約4.0%。憑藉我們在零售方面對行業及市場趨勢的深入瞭解，我們就預期客戶的日後需求與前線銷售人員密切聯絡及深入說明。我們不斷致力按消費者的喜好、需要和飲食習慣物色及推介產品，以補充他們日常飲食的營養需要，並就其健康關注和身體狀況提供天然的補救辦法。

於最後實際可行日期，我們提供多款產品可供選擇，主要包括「Organic Nature」及「Top Life」品牌的61款健康補充產品以及「Superbee」品牌21款蜂蜜及花粉產品，視乎客戶的健康狀況、年齡、性別及消費喜好，應付彼等不同的需要。我們亦提供11款澳洲製造的個人護理產品，包括「Organic Nature」、「Top Life」及「Golden Hive」品牌旗下的保濕精華液，以擴充可供銷售的產品種類。

我們相信，香港及亞洲普遍的健康及個人護理產品市場將繼續拓展，原因是人們對健康安康倍感興趣、對健康及個人護理產品好處的關注與日俱增，加上人口老化。我們尤其相信，優質的天然健康補充產品將越來越受中產階層以及注重健康的消費者歡迎，該等客戶關注人造合成補充產品可能帶來的不良藥物作用或相關安全風險。我們相信，營銷策略、強大銷售網絡及訓練有素的客戶服務團隊將繼續強化品牌形象及客戶群。我們在市場的領先地位、品牌享負盛名以及顧客對產品質量的信心為我們提供了有利的位置去把握市場對健康及個人護理產品的需求，並使我們能夠於往績記錄期內保持超過80%總體毛利率。

基於與我們供應商的互惠互補關係而享有穩定獨家分銷權

我們與主要供應商維持長期穩定關係，有關供應商佔我們截至2016年3月31日止三個年度總採購額約99.7%、100%及100%。他們為澳洲優質供應商，我們與他們擁有5年以上的業務關係。於往績記錄期內，我們所採購的大部分產品為「Organic Nature」品牌及「Top Life」品牌旗下健康補充產品及個人護理產

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

品及「Superbee」品牌旗下大部分蜂蜜及花粉產品。其中，我們大部分健康補充品主要向優質供應商採購，於領有澳洲藥品管理局發出製造藥牌照且獲GMP認證的藥廠，或領有SGS Systems and Services Certification Pty Ltd就液態蜂蜜產品授出HACCP證書的藥廠生產及包裝。

有賴我們與主要品牌擁有人的強大穩定關係，我們獲授權在(i)香港獨家；(ii)香港、澳門獨家；或(iii)全球獨家分銷其產品，並可維持我們產品的穩定供應。此外，在我們獲授予分銷權的地區，供應商及品牌擁有人倚賴我們的營銷服務及銷售管道以分銷彼等之產品。這有效增強我們在磋商存貨成本時的議價能力，尤其是考慮到我們從供應商採購大量商品，而供應商亦因此受惠於規模效應。

由於我們健康及個人護理產品的配方主要為公眾所知的民間配方，我們所分銷的大部分健康及個人護理產品之製造並無涉及任何專利。除該等健康及個人護理產品的品質外，該等產品的成功十分倚重該等產品的營銷及品牌塑造，這均為產品及品牌差異化的主要元素，本集團為此引以為傲。就董事所深知，我們在往績記錄期內分銷的大部分產品在澳洲或其他地方亦能夠找到替代健康及個人護理產品供應商。鑒於互惠互補關係，供應商亦滿足我們的建議及要求。這令本集團能夠根據目標客戶喜好和需要挑選產品，並迅速回應消費者需求的轉變。

我們提供多種服務，包括品牌塑造、管理及發展、銷售及營銷產品、消費者喜好分析、發展銷售網絡、交付產品、以及發展向我們品牌擁有人進行海外銷售的能力。我們相信，我們的綜合業務模式將使我們透過(i)我們絕大部分的產品生產後服務整合；及(ii)按具有成本效益的方式向品牌擁有人提供品牌管理及發展服務，以吸引供應商與我們維持穩定的關係，從而帶給我們可持續發展的競爭優勢。

有關主要供應商協議的詳情，請參閱本節「主要供應協議的主要條款」一段。

往績輝煌、經驗豐富及能幹的管理團隊及銷售團隊

我們設有一支經驗豐富、能幹的專責管理團隊，由執行董事帶領，包括蔡先生、蔡太太(彼等為我們的創辦人，自本集團成立以來一直幫助帶領本集團增長)。

蔡先生及蔡太太在香港銷售及營銷健康補充產品及個人護理產品方面擁有超過14年經驗。蔡先生自2011起獲委任為香港保健食品協會財政兼理事會成員。我們的業務發展總監何俊傑先生及營運總監區俊傑先生分別在金融業及資訊科技業擁有超過20年及15年經驗。

此外，我們擁有一支盡忠能幹、經驗豐富又有良好往績記錄的高級管理層團隊，以及一支盡心竭力且訓練有素的前線人員隊伍。有關董事及高級管理層的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

我們的策略

我們的主要業務目標是發展業務的同時，實現可持續增長。董事將盡其最大努力預測變動，靈活實施。我們擬通過以下策略實現我們的業務目標：

進一步發展並強化我們的品牌

我們相信，成功的品牌建立對業務發展至關重要。我們已透過有效的針對性廣告、營銷策略及不斷強調產品安全及質素，將「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」發展為備受肯定的香港及澳門品牌。為進一步提升我們產品的人氣以及我們品牌知名度及形象，我們將繼續進行營銷及推廣活動，並開拓其他營銷渠道，如網上營銷(利用互聯網的廣泛覆蓋)、贊助健康相關或體育活動(利用媒體報告活動)及提升我們的健康品牌形象知名度，於公共交通工具刊登廣告(利用每天往來的大量人群)。

作為我們的前線員工，我們的銷售及營銷團隊將掌握客戶的第一手聯繫，其與客戶的溝通對給予客戶良好形象、建立客戶對我們品牌及產品的忠誠及信心至關重要。我們將前線員工作視為健康資訊專員，以強化我們銷售及營銷團隊的技術及專業水平，本集團將舉辦由專業人士主持的內部定期訓練以改善員工與健康、健康產品及營養相關的知識。為進一步拓展「澳至尊」的銷售及分銷網絡，我們的銷售及營銷團隊(及其他部門)將相應拓展。

我們對由訓練有素的專門店及寄售專櫃銷售推廣員提供的客戶服務引以為傲，並相信透過銷售推廣員與客戶的有效溝通，我們能推廣產品、提升品牌形象，以及更能掌握客戶需要及喜好。為改善我們的銷售支援及客戶服務，本集團擬舉辦講座、研討會及聚會讓關注健康的客戶出席及參與。客戶透過該等交流活動不但更了解我們的產品，並獲得與健康及天然食品相關的資訊，該等活動亦讓我們的銷售及營銷團隊有機會進一步了解客戶對健康的關切，於我們挑選產品種類時會加以考慮。

我們亦會進行實地視察，我們的銷售及營銷團隊將於現場到訪我們的現有及潛在供應商及品牌擁有人，以改善銷售及營銷團隊對產品的知識及了解。

就此而言，我們將於最後實際可行日期直至2019年3月31日(包括當日)止期間內動用[編纂][編纂]其中合共約[編纂]港元。

維持、拓展及提升我們的銷售網絡

本集團致力不斷拓展及提升我們的多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡，以爭取較闊的客戶基礎，並改善我們的銷售收益。我們計劃視乎市況透過於香港開設更多自營專門店，擴充自營專門店的網絡。就挑選開設專門店的合適選址而言，我們將審慎評估目標選址的人流、選址的位置及客戶消費模式，選址不會限

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

於地鐵站。本集團計劃於2018年3月31日或之前開設合共5至10間專門店。視乎我們的銷售表現及市況，我們擬於2017年3月31日或之前開設一至三間專門店，及於2018年3月31日或之前再開設四至七間專門店。我們認為先於新界地區開設專門店，然後開設於其他西九龍區域。

我們亦會於香港開設概念店，其將比專門店具更多功能。我們的概念店將為客戶提供更寬敞的產品試用空間，並將包括我們的客戶可獲取健康及天然食品相關資訊的保健閣。我們或會考慮僱用營養師及其他專業人士，於概念店為客戶提供健康及營養建議。

就寄售網絡而言，我們將繼續擴展寄售覆蓋範圍，以及改善於寄售零售店的銷售專櫃及上架空間。我們擬透過整修銷售專櫃及上架空間的佈置方式及陳列提升銷售專櫃，以輔助我們的營銷及推廣活動。我們擬於2017年9月30日前增設一至三個銷售專櫃及於2018年3月31日前增設三至五個銷售專櫃。

就我們其他現有銷售及分銷網絡而言，本集團將繼續開拓有利我們爭取廣闊客戶基礎的商機以及將銷售及分銷網絡擴展至覆蓋東南亞更為廣闊的地方。

就此而言，我們將於最後實際可行日期直至2019年3月31日(包括當日)止期間內動用[編纂][編纂]其中合共約[編纂]港元。

開拓業務合作及擴闊我們的客戶基礎

本集團在2012年開始經營網上店舖，並已開始向信譽卓著的中國網上購物平台銷售產品，自2015年3月進一步向其客戶銷售產品。我們的董事認為，由於網上購物平台的高瀏覽量及將成為客戶日後重要的購物渠道，故網上購物可迅速而有效地增加人氣。該等網上銷售渠道對向相對較新但拓展中市場(如中國)推廣我們的品牌及產品尤其有效。有鑑於該等網上銷售渠道的潛力及考慮到其成本效益，本集團將持續發展我們的電子商務銷售網絡，並開拓與更多香港、中國及其他地區的網上購物平台合作的商機。本集團亦擬發展現有及新的網上店舖，以使客戶到訪我們的網上店舖更為便捷。

除拓展我們的網上銷售渠道外，本集團繼續於其他亞太市場開拓商機。隨著該等新亞太市場的新機遇，本集團將以批發、寄售或分銷的方式開始與該等機遇建立業務關係。於開展業務關係前，本集團將進行市場調查及可行性研究，以評估該等新興市場的潛力。

就此而言，我們將於最後實際可行日期直至2019年3月31日(包括當日)止期間內動用[編纂][編纂]其中合共約[編纂]港元。

繼續使產品組合多元化並進行拓展

我們將持續豐富產品組合，以滿足日新月異的消費者喜好。本集團持續與現有品牌擁有人溝通及討論開發新產品的潛力及實際情況。我們因應消費者回饋意見及市場調查提出新產品的建議。當我們開發新產品時，我們將考慮新產品是否帶有與我們品牌形象相關的特徵。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

本集團亦與其他品牌擁有人開拓業務合作機會，並增加我們的供應商數量及所提供產品（如健康食品及飲品）種類，令我們的產品組合趨多元化，並達致更闊的客戶基礎。為促進產品組合的擴展，本集團將加強產品質量保證。

就此而言，我們將於最後實際可行日期直至2019年3月31日（包括當日）止期間內動用[編纂][編纂]其中合共約[編纂]港元。

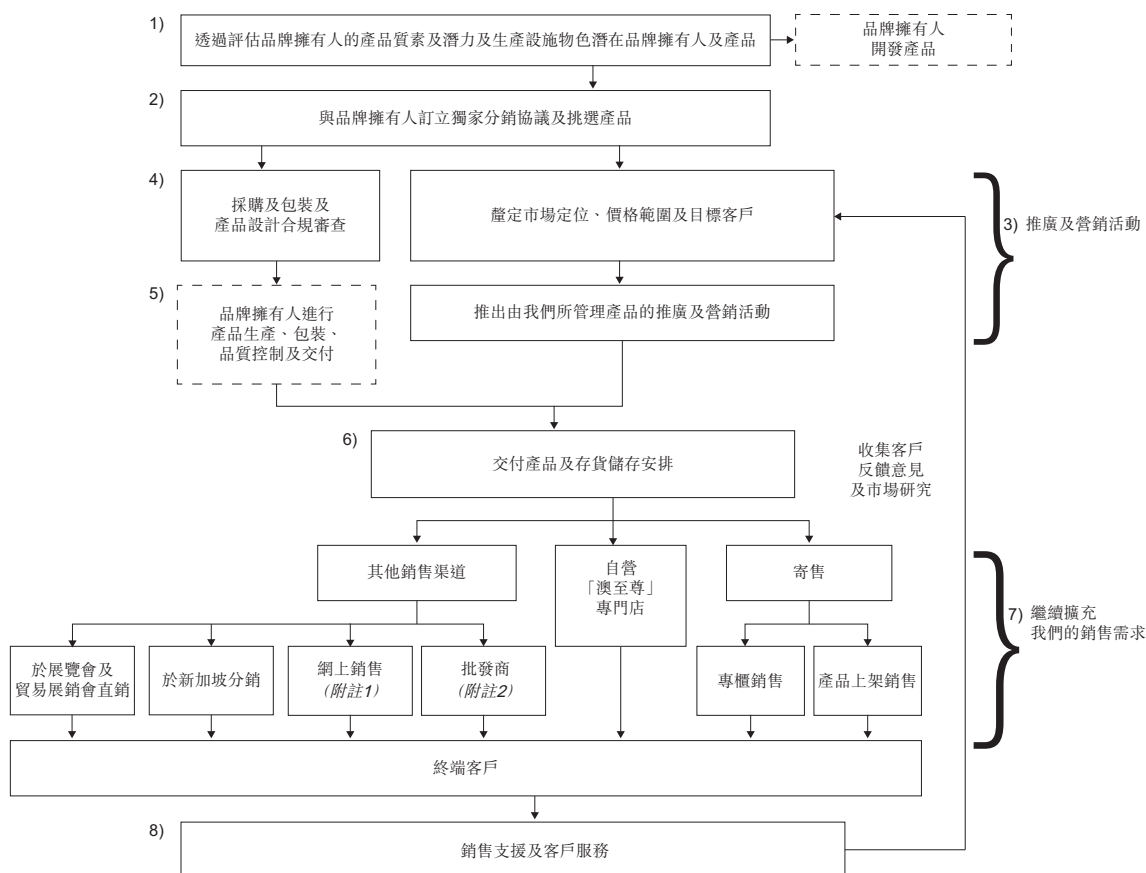
有關落實上述本集團業務策略的其他詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

我們的業務模式

下圖列示我們業務的主要營運流程及籌備時間。



附註1：此包括透過我們網上店舖及我們在中國的網上購物平台銷售。

附註2：向個體及連鎖零售商(包括香港的大型化妝產品零售連鎖店、美容院、個別藥房及保健食品零售商)批發。

業 務

我們主要由澳洲供應商的製成品中挑選健康補充產品、蜂蜜及花粉產品及個人護理產品。我們就產品進行質量控制檢查和合規審查後，會透過我們完善的多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡營銷及銷售產品，網絡包括香港及澳門的自營專門店零售、香港及澳門的寄售店舖寄售（包括專櫃銷售及上架產品銷售）、向個體及連鎖零售商批發銷售、中國網上購物平台、透過我們本身的網站進行網上銷售及於新加坡透過獨家分銷商進行分銷。我們亦於展覽會及貿易展銷會銷售產品。

本集團專注提供絕大部分產品生產後服務，包括品牌管理及開發、銷售及營銷產品、消費者喜好分析、發展銷售網絡及交付產品。

1) 透過評估品牌擁有人的產品質素及潛力及生產設施物色潛在品牌擁有人及產品

據我們理解，我們的產品質素及與澳洲優質品牌擁有人（為主要製造商）的穩定業務關係對我們打造核心價值及「澳至尊」品牌形象的焦點長期以來的成功至關重要。因此，我們在挑選潛在品牌擁有人和採購品牌及產品時採用以下嚴格方法：

- (i) 對品牌擁有人的資歷進行初步評估，以確定其背景、生產設施及商譽，並估計其製造及／或供應的特定產品的預測銷量。潛在品牌擁有人的挑選準則乃基於以下因素，如：(a) 品牌知名度及品牌擁有人認知的程度；(b) 該產品的質素及市場潛力；及(c) 呈現給我們的銷售網絡目標零售商及客戶的潛在品牌擁有人產品是否適合我們的品牌形象；
- (ii) 取得品牌擁有人擬讓本集團分銷的產品的成分資料及產品規格，以確保產品符合工業標準，且成分符合相關法律及法規的規定；及
- (iii) 在香港進行市場調查及研究，為了收集更多更新的資料，其中包括消費者對這類產品的喜好，以及由潛在品牌擁有人製造及分銷產品的質素及安全。

2) 與品牌擁有人訂立的獨家分銷協議

經對潛在品牌擁有人的證書進行初步評估、審視成分資料及產品規格以及進行市場調查及研究後，我們的董事在權衡及考慮所有因素後將挑選品牌擁有人、相關品牌及我們將管理及開發的產品。我們其後將與品牌擁有人訂立獨家分銷協議。於往績記錄期，我們與合共三名品牌擁有人（亦為我們的供應商）訂立獨家分銷協議。有關獨家分銷協議的詳情，請參閱本節「主要供應協議的主要條款」一段。

業 務

3) 推廣及營銷活動

我們的銷售及營銷部門負責進行市場調查、媒體策劃、制定營銷策略及推廣我們的品牌和產品，而我們的合規團隊負責審查我們的產品說明及推廣材料。

市場研究

為了保持市場對品牌的認可，以避免在品牌的目標市場失去呼應，我們的營銷團隊與銷售團隊緊密合作，向客戶就產品銷售收集反饋意見和進行市場調查及分析，訪問零售商瞭解消費者對特定產品的反應，定期與品牌擁有人溝通，以就產品開發意念及建議，優化其持續進行的營銷策略及宣傳活動。該部門亦會定期觀察市場最新趨勢、以往銷售業績、市場需求以及我們競爭對手所生產新產品的廣告，以取得向供應商挑選新產品的意見。該部門決定在分銷地區品牌的市場定位、其產品價格範圍及目標消費者。

營銷材料的合規性審查

我們的銷售及營銷部與我們的合規團隊合作審閱我們所有營銷材料，以確保營銷材料遵守香港及其他相關司法權區法律下的相關規定。我們的合規團隊由兩名營養師及兩名銷售及營銷部的員工組成。為了遵守法規，在落實包裝及推廣材料之前，我們會向合規團隊投入大量資源去檢討相關規定及指引，並與相關政府部門溝通。營銷材料在出版前必須由合規團隊與銷售及營銷部審批。

廣告及推廣活動

為成功發展及提升我們所管理產品受歡迎程度及我們專賣的「澳至尊」品牌的知名度及形象，本集團一直不斷從事各種廣告及推廣活動。我們的銷售和營銷部制定了營銷策略，並通過多種渠道推廣我們的品牌及產品：

(i) 媒體廣告

我們透過選定的媒體渠道宣傳我們的品牌和產品：

- 電視及電影：我們已投放電視廣告，並贊助在一個主要電視頻道播放的電視節目及在香港放映的電影。電視營銷發揮效果，能使我們的品牌接觸香港及澳門大量消費者。
- 報章及雜誌：我們在不同報章及雜誌上刊登廣告，提供有關我們最新產品及優惠的資訊。
- 廣告牌展示：我們利用廣告牌、標牌以及公共交通工具的視訊播映接觸我們的客戶群。

業 務

- 網上營銷：我們透過公司網站及網上廣告營銷並推廣我們的品牌和產品，又向現有客戶發送推廣電郵。我們亦於熱門社交網絡如Facebook建立公司專頁。

(ii) 展覽會及貿易展銷會

我們會參與展覽會及貿易展銷會（例如香港工展會、美食博覽、香港亞太區美容展以及由貿發局或香港中華廠商聯合會舉辦的中國貿易展銷會），以向客戶推廣產品並提升品牌知名度。展覽會及貿易展銷會亦為我們「澳至尊」銷售及銷售渠道之一。其他詳情請參閱本節「展覽會及貿易展銷會」一段。

(iii) 代言人

我們已委聘蔡少芬小姐及張晉先生擔任品牌的港澳地區代言人，原因是我們認為他們配合到我們「澳至尊」相關的品牌及企業形象。我們相信，委聘代言人有助宣傳我們的產品並提升我們專賣的「澳至尊」品牌知名度及形象。於2014年開始委聘並於2016年重續。目前的委聘將為期兩年，而本公司擁有選擇權重續委聘。我們的董事認為，委聘的品牌代言人與本集團的健康形象相配合，將有利提升我們的品牌知名度及銷量。

委聘蔡少芬及張晉的代言人協議（「代言人協議」）的主要條款載列如下：

工作內容：

- | | |
|------------------------------------|---|
| (i) 第一階段（「第一階段」）（2016年3月–2017年2月） | 利用電視及印刷廣告（在2014年首次委聘期間產生） |
| (ii) 第二階段（「第二階段」）（2017年3月–2018年2月） | 於第一階段屆滿時，倘本集團擬委聘蔡少芬及張晉擔任代言人，代言人將履行下列職務： |
| | a) 電視廣告：拍攝一次電視廣告 |
| | b) 印刷廣告：拍攝一次印刷廣告 |
| | c) 推廣活動：出席本公司三場推廣活動 |

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

費用：	第一階段：1,500,000港元 第二階段：2,000,000港元
工時：	拍攝電視廣告及印刷廣告合共兩個工作日 每個工作日的工時不超過12小時
額外費用：	合約規定上述兩個工作日以外的每一額外工作日收費500,000港元
加班費用：	超過每個工作日合約規定工時的加班工作每小時收費45,000港元 化妝及髮型師加班工作每小時收費2,000港元
廣告使用期限：	<u>第一期</u> 自2016年3月1日至2017年2月28日為期一年 <u>第二期</u> 自2017年3月1日至2018年2月28日為期一年 (本公司有權於合約屆滿時重續)
獲授權使用廣告的地區：	僅包括香港及澳門(中國及台灣除外)
授權範圍：	透過媒介(包括有線或無線電視頻道、網絡、戲院、廣播、公共交通或車身、互聯網、專門店及不同類型的戶外廣告牌及印刷媒介)使用電視廣告、印刷廣告、代言人姓名及簽名
保險涵蓋範圍：	本公司為蔡少芬及張晉就拍攝廣告及出席推廣活動期間的安全各提供總額3,000,000港元的個人傷害及醫療保險

(iv) 店鋪陳列及店內營銷

我們全線專門店內展示了印有產品資訊和圖片的冊子和單張。這種店內營銷的方法合乎成本效益，我們能夠利用策略性選址於高人流地段的專門店，因此無需額外產生龐大的營銷及宣傳成本。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

(v) 會員制度

我們的會員享有多種推廣及折扣優惠。我們相信，會員計劃已成功促進客戶忠誠度並提高我們的品牌知名度。會員卡不可用作於零售店購物或付款。

(vi) 與業務夥伴聯合推廣

我們與其他品牌或機構(如保險公司及其他大企業)合作舉辦聯合推廣活動，藉以進軍其現有的廣大客戶群。

截至2016年3月31日止三個年度，我們的廣告及推廣開支分別為1.4百萬港元、13.7百萬港元及15.1百萬港元。

企業社會責任

我們的品牌價值著重天然健康的生活，貫徹此品牌價值，我們對於履行企業社會責任亦抱有強烈的使命感和責任感。儘管我們在推出有關計劃時的首要目標是行善，但有關計劃亦為品牌提供曝光機會，並加強公眾對我們品牌作為一家肩負社會責任企業的肯定。

4) 採購和指定的包裝和產品設計

在不斷開展「澳至尊」品牌形象推廣及營銷活動的同時，本集團在獨家分銷協議所列的選定產品清單內向我們的品牌擁有人採購產品。我們的執行董事及銷售和營銷部通常按銷售表現及供應商就新產品發出的資料挑選和採購產品。我們的銷售和營銷部按實際及預測銷售數字編製銷售預測，而我們的採購團隊則準備採購訂單。通常由向我們供應商下訂單至交付產品至我們的倉庫大約需要四個月。

就現有供應商的新產品而言，在下訂單訂購產品前，我們的品質控制團隊將由供應商取得成分資料及產品規格，確保產品符合行業標準，且成分符合相關法律法規的規定。

該等產品的包裝和設計將由我們的合規團隊進行內部審查。本集團也將對包裝設計規格進行修改並與品牌擁有人溝通，確保彼等遵守產品銷售地區的規則及規例。

5) 品牌擁有人進行產品生產、包裝、品質控制及交付

一旦已經協定產品的設計和包裝，我們的供應商將生產和包裝產品。品質控制團隊將向我們的供應商索取產品樣本，透過香港的外間化驗所進行成分檢測，確保我們產品的品質及安全符合香港及其他相關司法權區所有相關規則及規例規定。同時亦會對全部所購買及向我們交付的產品進行例行檢查。於交付前我們的供應商亦會進行品質控制，確保產品符合相關標準，如GMP或HACCP。

業 務

6) 產品交付我們的銷售渠道、存貨儲存及交付安排

於往績記錄期內，本集團在香港租用倉庫作存貨儲存之用。我們的產品先由供應商運送至倉庫，然後再由本集團安排產品運送至我們在香港及澳門的批發商、寄售零售店銷售專櫃及專門店。我們採取方針視乎相關銷售估計而維持各類產品的存貨於適當水平，確保有足夠存貨可供銷售而不會存貨過剩。我們擁有全面整合的電子ERP系統，使任何特定項目的存貨將按實時更新以維持我們所認為的最適量存貨。有用的資料(如任何專門店的個別產品的銷售表現)可由系統提取。

倉務助理及促銷員每週分別在倉庫、專門店及寄售零售店進行實物檢查，以識別陳舊存貨，包括損壞及即將過期存貨。我們一般會按季度於倉庫、專門店及寄售零售店進行實物盤點。

倉庫的存貨控制

我們一般由向供應商下達訂單至運送產品至我們倉庫的籌備時間約為四個月。我們定期向供應商下達訂單以補充存貨於預定水平及讓我們避免額外倉庫成本。一般而言，我們維持的倉庫存貨水平足以用於平均約兩至三個月的銷售上。

將於18個月內過期的存貨由倉務助理識別，並存放於即將過期的指定存貨專門區域。倉務助理編製即將過期存貨清單，並送交營銷團隊，由該團隊決定採取合適策略，如開展推廣及減價促銷。

專門店及寄售店舖的存貨控制

我們會持續監察我們的倉庫、專門店及寄售零售店內產品的保存期限。專門店及寄售零售店的促銷員每週檢查商品以識別損壞產品或將於一年內過期的產品。該等已識別的產品將送回倉庫，我們的倉務助理將即將過期存貨存放於指定區域，並編製即將過期存貨清單。我們一般會推出推廣活動，就滯銷或即將過期存貨進行促銷並提供折扣以促進銷售。我們所有寄售店舖及專門店銷售專櫃均駐有我們的推銷員，保存期限及存貨水平亦會由推銷員密切監控，使產品能有效率地補充，一般產品從香港的倉庫運送至專門店及寄售店舖需時七日內。

就於若干寄售零售店架上銷售的特選上架產品而言，我們的寄售商將每月補充上市產品。我們已根據寄售商每月提供的銷售報告控制產品的存貨水平。

其他銷售渠道的存貨控制

本集團仍奉行即時退貨政策，並不准許批發商、中國的網上購物平台及新加坡的獨家分銷商向我們退回未售的過期產品並要求退款。我們的董事認為，批發商、中國的網上購物平台及新加坡的獨

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

家分銷商向我們採購前會審慎評估分銷期內分銷我們產品的能力。我們的董事相信，貫徹我們的退貨政策，本集團可避免銷售渠道存貨過剩，並盡量降低批發商向終端客戶銷售即將過期產品的風險。

7) 擴大了產品的銷售渠道

為了保持我們的競爭優勢及提高我們的銷售覆蓋面，本集團繼續發展及擴大多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡，於最後實際可行日期，銷售網絡包括我們的自營專門店、寄售零售店舖銷售專櫃及貨架、我們本身的網站進行網上銷售、中國網上購物平台及新加坡分銷商。有關其他詳情，請參閱本節「銷售及分銷」一段。

8) 銷售支援及客戶服務

我們相信，透過推銷員與客戶的有效溝通，我們能夠推廣旗下產品、提升品牌形象，並加深對客戶需求和喜好的了解。

我們明白，前線推銷員的服務禮儀及產品知識，對展現我們的產品形象甚為關鍵。為使推銷員能夠向客戶提供專業服務及全面資訊，我們會為彼等提供一系列培訓計劃及課程，涵蓋產品資訊、店舖營運及程序、銷售及營銷技巧以及客戶互動及服務技巧等多個範疇。

我們亦認為客戶意見是幫助改善我們服務的寶貴工具。我們會認真看待客戶建議，並已設下一系列程序處理客戶建議。我們的銷售及營銷部門負責處理客戶建議以及回應有關我們產品的任何提問，確保及時回應客戶查詢。

退貨政策

我們的專門店為獲優質旅遊服務計劃認可的店舖並維持一套優質保證政策。我們保證產品的質素，如出售的產品發現瑕疵，客戶可於購買後十四天內退還或交換產品。有關透過寄售店舖出售的產品將會遵循寄售店舖的退款及更換產品政策。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無接獲任何來自客戶或消費者委員會的重大投訴。為向客戶提供全面服務，我們設有客戶熱線回應客戶有關我們產品及銷售渠道的查詢。

我們的產品

我們提供多款產品可供選擇，截至最後實際可行日期，包括「Organic Nature」及「Top Life」品牌61款健康補充產品、「Superbee」品牌21款蜂蜜及花粉產品，以「Organic Nature」、「Top Life」和「Golden Hive」品牌11款個人護理產品。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

下表列示按我們產品種類劃分的收益明細。

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
健康補充品	187,781	96.1	213,661	94.6	197,373	93.6
蜂蜜及花粉	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
個人護理品	3,522	1.8	5,904	2.6	6,264	3.0
合計	195,461	100	225,788	100	210,840	100

健康補充產品

我們的健康補充產品一般為口服，呈藥丸、藥片、軟膠囊或液體狀，對象為關注健康的客戶。我們大部分主要健康補充產品的活性成分均提取自水果或動植物其他部分等天然資源。我們的健康補充品保存期限一般為生產日期起計18個月至三年。

我們的健康補充產品並非歸類為藥物、藥品或中藥，無需根據《中醫藥條例》(香港法例第547章)或《藥劑業及毒藥條例》(香港法例第138章)註冊。

我們的健康補充產品一般以「Organic Nature」及「Top Life」品牌銷售。「Organic Nature」品牌旗下的某些健康補充產品包裝上亦印有「澳至尊」中文字字樣(同時被視為我們自家品牌銷售及分銷網絡的旗艦產品)。

蜂蜜及花粉產品

蜂蜜及花粉產品主要包括不同口味的各種蜂蜜、蜂蜜相關產品(如蜂巢蜜)及花粉產品。我們的蜂蜜及花粉產品以「Superbee」品牌出售，為澳洲廣受認可的蜂蜜品牌。「Superbee」蜂蜜及花粉產品以澳洲及新西蘭蜂蜜生產，並於澳洲製造。產品的保存期限一般自生產日期起計為期18個月至五年。

個人護理產品

本集團亦銷售及分銷「Organic Nature」、「Top Life」及「Golden Hive」品牌旗下個人護理產品，由我們的澳洲品牌擁有人供應。部分該等個人護理產品(如潔面乳、蜂膠牙膏及鸚鵡油)乃加入天然成分生產，與本集團的健康天然形象相符。產品的保存期限一般自生產日期起計為期三至五年。

下表載列於往績紀錄期最暢銷產品：

產品	品牌	截至3月31日止年度								
		2014年			2015年			2016年		
		千港元	%	排名	千港元	%	排名	千港元	%	排名
Omega-3深海魚油丸	Organic Nature	27,181	13.9	1	31,242	13.8	1	26,838	12.7	1
保肝精	Organic Nature	26,075	13.3	2	26,356	11.7	2	22,436	10.6	2
藍莓精華素	Organic Nature	17,107	8.8	3	18,704	8.3	3	18,767	8.9	3
蜂皇漿	Organic Nature	8,399	4.3	5	12,423	5.5	4	11,520	5.5	4
卵磷脂	Organic Nature	7,864	4.0	不適用	9,980	4.4	不適用	11,339	5.4	5
鯊鯊烯	Organic Nature	11,147	5.7	4	11,068	4.9	5	8,048	3.8	不適用
小計		97,773	50.0		109,773	48.6		98,948	46.9	
其他		97,688	50.0		116,015	51.4		111,892	53.1	
合計		195,461			225,788			210,840		

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

下表載列我們於最後實際可行日期按功能分類的主要產品系列。

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
美容養顏系列	蜂皇漿	Organic Nature	60-365(粒)	295-1,390	蜂皇漿凍乾粉	
	蜂皇乳(1.1%)	Top Life	365(粒)	990	蜂皇漿凍乾粉	
	月見草油	Organic Nature	100-300(粒)	390-990	月見草油	
		Top Life	180(粒)	690	月見草油	
	葡萄籽精華	Organic Nature	100(粒)	990	葡萄籽提取物	
		Top Life	180(粒)	1,800	葡萄籽提取物	
	羊胎盤素	Organic Nature	60-100(粒)	590-890	羊胎盤素提取物	
海洋膠原蛋白4合1	Top Life	100(粒)	590	葡萄籽油、月見草油、 蜂皇漿粉		

附註： 建議零售價將於推廣之時予以變更。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
醒腦明目系列	深海魚油丸	Organic Nature	100-550(粒)	290-990	魚油	
		Top Life	180(粒)	490	魚油	
	藍莓精華素	Organic Nature	60-365(粒)	490-2,450	藍莓(山桑子)提取物	
		Top Life	180(粒)	1,800	藍莓(山桑子)提取物	
	藍莓護眼至尊5000	Organic Nature	30(粒)	330	藍莓(山桑子)提取物	
	藍莓護眼至尊10000 (加強版)	Organic Nature	30(粒)	590	藍莓提取物、小米草提取物、 萬壽菊提取物	
	強腦DHA	Organic Nature	60(粒)	590	二十二碳六烯酸提取自微藻裂 壺菌油	
	Co-Q10輔酶酵素	Organic Nature	60(粒)	690	泛癸利酮、氨基酸螯合鎂、乾 虎杖根提取物	
	頂級南極磷蝦油	Organic Nature	60(粒)	590	南極磷蝦油	









本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
增強體質系列	蜂膠丸500	Organic Nature	150-365(粒)	390-900	乾蜂膠提取物	
	蜂膠丸1000	Organic Nature	80(粒)	390	乾蜂膠提取物	
		Top life	365(粒)	1,800	乾蜂膠提取物	
	蜂膠丸2000	Organic Nature	180(粒)	1,800	乾蜂膠提取物	
	蜂膠液(30%/50%)	Organic Nature	25(毫升)	290-390	蜂膠樹脂	
	蜂膠液40%	Top Life	25(毫升)	290	蜂膠樹脂濃縮精華	
	鯊鯊烯(鯊魚丸)	Organic Nature	90-300(粒)	750-2,450	鯊鯊烯	
	鯊鯊烯	Top Life	365(粒)	2,450	鯊鯊烯	
大蒜精	Organic Nature	200(粒)	290	大蒜油		

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
骨骼及男士系列	鯊魚軟骨素	Organic Nature	60(粒)	490	鯊魚軟骨	
	鈣健寶	Organic Nature	90(粒)	390	檸檬酸鈣、重質氧化鎂、膽促鈣醇、葡萄糖酸鋅、胺基酸螯合錳、葡萄糖酸銅、木賊萃取物	
	剛勁寶(袋鼠精)	Organic Nature	60(粒)	495	袋鼠粉	
	前列寶	Organic Nature	60(粒)	590	魚木樹皮提取物、木賊提取物、番茄紅素、硒代蛋氨酸、鋸棕櫚提取物、胺基酸螯合鋅	
草本排毒系列	保肝精	Organic Nature	100-365(粒)	490-1,800	水飛薊果提取物	
	保肝精	Top Life	100(粒)	890	水飛薊果提取物	
	活腸益生菌	Organic Nature	30(粒)	590	嗜酸乳桿菌、雙歧桿菌	
	小麥草	Organic Nature	150(粒)	590	小麥草粉末	
	銀杏	Organic Nature	100(粒)	390	銀杏葉提取物	










本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
塑身纖體系列	卵磷脂	Organic Nature	100-500(粒)	290-1,390	卵磷脂	
		Top Life	180(粒)	690	卵磷脂	
	纖美質	Organic Nature	84(粒)	690	羥基檸檬酸化合物、煙酸鎂、 碘化鉀、高麗參根提取物	
	螺旋藻(藍藻)	Organic Nature	120(粒)	390	螺旋藻全株粉末	
	甲殼素	Organic Nature	100(粒)	690	甲殼素	
小朋友系列	兒童橙味魚油丸	Organic Nature	90(粒)	390	魚油	
	兒童健腦魚油	Top Life	120(粒)	490	魚油	
	羊奶片	Organic Nature	225(粒)	290	羊奶粉	
	牛初乳片	Organic Nature	120(粒)	490	牛初乳粉	









本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
	牛初乳片	Top Life	180(粒)	490	牛初乳粉	
	牛初乳粉	Top Life	400(克)	495	牛初乳20%免疫球蛋白粉末	
	兒童液體鈣	Top Life	120(粒)	590	碳酸鈣	
蜂蜜及花粉產品	活性麥蘆卡蜜糖UMF15+	Superbee	250-1,000 (克)	690-1,990	麥蘆卡蜂蜜	
	花瓶裝蜜糖(42克 x 2)	Superbee	2 x 42(克)	95	蜂蜜	
	花瓶裝蜜糖42克 + 樹熊	Superbee	42(克)	95	蜂蜜	
	澳洲高級薑蜜	Superbee	500(克)	250	薑蜜	
	澳洲優質蜜糖(啣裝)	Superbee	375-500(克)	180-230	蜂蜜	
	蜜糖樽禮盒裝 (100克 x 6)	Superbee	6 x 100(克)	330	蜂蜜	




本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
	澳洲有機蜜糖	Superbee	500(克)	390	蜂蜜	
	澳洲優質蜜糖(樽瓶裝)	Superbee	500(克)	190	蜂蜜	
	蜜糖三合一套裝 (250克 x 3)	Superbee	3 x 250(克)	260	蜂蜜	
	精製蜜糖連木棒 (500克 x 3)	Superbee	3 x 500(克)	470	蜂蜜	
	澳洲原塊蜂巢蜜	Superbee	500(克)	250	蜂蜜及蜂巢	
	澳洲原塊蜂巢	Superbee	300(克)	290	蜂巢	
	澳洲蜜蜂花粉	Superbee	250(克)	350	蜂花粉	
	蜂膠蜜糖潤喉糖	Superbee	45-300(克)	75-270	原糖、葡萄糖、蜂蜜、蜂膠	




本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
個人護理及美容產品	活性修護眼霜	Organic Nature	30(毫升)	390	純淨水、藥用羊毛脂、硬脂酸、十四酸異丙酯、丙烯酸、膠原蛋白、蘆薈、三乙醇胺、洋甘菊提取物、甘油硬脂酸、胎盤素、卡波姆、維生素E、礦物油、鯨蠟硬脂醇、乳化蠟、二甲基矽氧烷、噻坐丁尿酸、對羥基苯甲酸甲酯、聚山梨酯、對羥基苯甲酸丙酯、香料	
	活性精華液	Organic Nature	50(毫升)	390	純淨水、四鈉乙二胺四乙酸、丙二醇、卡波姆940、聚山梨酯20、銀杏提取物、核糖核酸/脫氧核糖核酸、胎盤素、洋甘菊提取物、卡松和凱松、人參提取物、三乙醇胺85%、神經酰胺複合物、1%黃色6號、1%黃色5號、金箔、膠原蛋白及香料	
	保濕精華霜	Organic Nature	250(克)	290	純淨水、四鈉乙二胺四乙酸、丙二醇、卡波姆934、膠原蛋白、香料、小麥胚芽油、礦物油、單硬脂酸甘油酯、硬脂酸、鯨蠟硬脂醇30/70、對羥基苯甲酸丙酯、對羥基苯甲酸甲酯、羊毛脂油、三乙醇胺85%、噻坐丁尿酸、荷荷芭提取物、維生素E醋酸酯、蘆薈提取物、蜂皇漿、Peg 100硬脂酸酯、矽樹脂200/100	

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
	蜂膠牙膏	Organic Nature	100(克)	99	碳酸鈣、山梨糖醇、十二烷基硫酸鈉、薄荷油、尤加利樹油、角叉菜膠、蜂膠提取物、二氧化矽、丙烯乙二醇、單氟磷酸鈉、羧甲基纖維素、PEG40氫化蓖麻油、純淨水、對羥基苯甲酸甲酯、木糖醇、三氯森、糖精鈉	
	尤加利樹油蜂膠牙膏	Top Life	120(克)	99	薄荷香精、蜂膠提取物、尤加利樹提取物、氯化物(10.76%單氟磷酸鈉)、碳酸鈣、水、甘油、十二烷基硫酸鈉、矽膠、纖維素膠、丙二醇、糖精鈉、對羥基苯甲酸甲酯、礦物油、PEG-60氫化蓖麻油、BHA	
	保濕修護蜂膠潤唇膏	Top Life	3.5(克)	99	蜂膠提取物、蘆薈、杏仁油滋潤成分	



本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
	蜂膠緊緻面霜	Golden Hive	60(克)	490	純淨水、十四酸異丙酯、甲氧基肉桂酸辛酯、甘油、硬脂酸、鯨蠟硬脂醇、硬脂酸甘油酯、PEG 100硬脂酸酯、Uniphen p-23的成分包括：苯氧乙醇0.6%、對羟基苯甲酸甲酯0.2%、對羟基苯甲酸乙酯0.05%、對羟基苯甲酸丙酯0.1%、對羟基苯甲酸丁酯0.05%、二甲基矽氧烷、三乙醇胺85%、蜂膠提取物、羧甲基纖維素、卡波姆940、維生素E醋酸酯、香料	
	蜂膠精華潔面乳	Golden Hive	125(毫升)	490	純淨水、甘油、鯨蠟硬脂醇、十六烷醇、十二烷基硫酸鈉、苯氧乙醇、卡波姆、蜂皇漿、檸檬酸、蜂膠提取物、對羟基苯甲酸甲酯、對羟基苯甲酸乙酯、對羟基苯甲酸丙酯、對羟基苯甲酸丁酯、香料	
	蜂膠爽膚水	Golden Hive	150(毫升)	490	純淨水、甘油BP、金縷梅提取物、小黃瓜提取物、鯨蠟醇、精氨酸、聚山梨酯20、羥甲基甘氨酸鈉、蘆薈提取物、檸檬酸、蜂膠提取物、蜂皇漿、香料	

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

系列	產品	品牌	包裝(粒/ 毫升/克)	於最後實際可行日期的 建議零售價範圍(附註) (港元)	主要成分	產品樣照
	保濕修護蜂膠潤唇膏 3 x 5克	Golden Hive	3 x 5(克)	290	蓖麻油、椰油醇-辛酸酯/癸酸酯、雙-二甘油多脂酰己二酸酯-2、棕櫚酸異丙酯、蜂蠟、凡士林、小燭樹蠟、地蠟、巴西棕櫚蠟、蜂膠提取物、可可脂、橙籽油、荷荷芭油、甲氧基肉桂酸辛酯、杏仁油、對羥基苯甲酸甲酯、對羥基苯甲酸丙酯、礦物油、 d-alpha生育酚、蘆薈提取物	
	鸚鵡油	Golden Hive	50(毫升)	395	鸚鵡油、薄荷醇晶體、水楊酸甲酯、松節油、杏仁油、樟腦粉、茶樹油、尤加利樹油、辣椒油樹脂	

鑑於功能和成分方面的相似性，部分產品的產品性質、目標客戶及銷售渠道存在一定程度上重疊。重疊產品大部分為具有簡單成分的產品，如由魚油製造的omega-3產品，由鯊鯊烯製造的鯊鯊烯產品。該等產品為基本產品但受我們具有健康意識的目標客戶歡迎，原因為成分的好處深受他們認可。

我們的董事認為，管理類似產品的品牌有助本集團爭取零售貨架空間，向消費者提供更多選擇並提高我們的市場份額。儘管我們某些產品相類似，某些消費者對產品品牌帶有強烈偏好，並對其喜好的品牌保持忠誠。此外，由於香港健康及個人護理產品的市場龐大而分散，且市場上有多種健康及個人護理產品以多個品牌銷售類似產品可按消費者的偏好提供更多選擇。

然而，為避免我們的品牌擁有人之間可能出現的直接競爭，我們挑選潛在新產品時應考慮以下因素：

- (i) 客戶對我們所管理品牌的忠誠度；
- (ii) 不同品牌之間所使用成分的差異；及
- (iii) 按不同定價、包裝及策略營銷我們的產品(包括透過不同營銷渠道開展不同的廣告宣傳，而不同雜誌的廣告，其目標讀者的年齡群或生活方式相異)。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

無論任何情況，品牌擁有人與我們之間訂立的分銷協議並無禁止或限制我們銷售類似產品。故此，以不同品牌銷售類似產品不會亦將不會違犯品牌擁有人與本集團之間訂立的分銷協議任何條款。

供應商

我們主要向澳洲三個主要供應商購入製成品，該等澳洲主要供應商佔我們截至2016年3月31日止三個年度總採購額約99.7%、100%及100%，我們與該等供應商已有超過五年的長期穩定關係。

我們挑選供應商，一般會根據其產品質量、定價、質量控制系統、生產系統、業務聲譽及生產規模而定。

我們旗下產品的主要供應商為HCL、Homart及Bee Wonderful，該等供應商亦為我們的品牌擁有人。HCL及Homart分別為我們「Organic Nature」品牌、「Top Life」品牌及「Golden Hive」品牌健康補充產品及個人護理產品的供應商，而「Bee Wonderful」為我們「Superbee」品牌旗下蜂蜜及花粉產品的供應商。

下表載列於往績記錄期，我們按本集團所管理品牌劃分的收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
Organic Nature	152,984	78.3	181,355	80.3	170,728	81.0
Top Life	35,810	18.3	34,220	15.2	28,261	13.4
Superbee	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
其他	2,509	1.3	3,990	1.7	4,648	2.2
合計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

附註： 其他包括Golden Hive及有關我們個人護理產品的另一品牌

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

主要供應商背景

HCL

HCL是我們「Organic Nature」產品的供應商及品牌擁有人。該公司是一間於1999年6月在澳洲昆士蘭註冊成立的註冊公司。HCL已退任的前任經理(過往於健康補充產品市場擔任顧問一職)聯同多名股東創立HCL。全部現有HCL股東除一位為台灣公民(彼為其他股東的家族朋友，為HCL現有單一最大股東)外，均為屬同一台灣家族的澳洲公民。HCL全體股東及董事為本集團獨立第三方，與我們的董事及控股股東概無任何關係。

HCL為一家澳洲健康補充品及個人護理產品供應商，專注於產品包裝及標籤。在澳洲，藥品管理局(TGA)負責規管藥品。以澳洲為基地的藥品製造商須強制取得製造許可證。為取得許可證，製造商須遵守Good Manufacturing Practice (GMP)。澳洲藥品管理局讓澳洲保健品製造商專注生產工序的不同製造步驟，而涉及製造健康補充品的全部製造商須領有牌照。GMP提供多項澳洲藥品管理局可能認為與藥品製造商發牌有關的準則。非詳盡的準則列表包括品質管理、設施、加工設備、生產控制、包裝及標籤運作、儲存及分銷運作及化驗所控制。GMP通常對藥品的全面產品製造施加更嚴格的要求，視乎藥品的種類而定。如符合GMP準則相關部分，則製造商可能就特定製造步驟及／或特定藥品獲發澳洲藥品管理局許可證。

HCL獲澳洲藥品管理局發牌從事藥品包裝、標籤及發行供應，包括按非處方藥品及表列藥品註冊的藥品(及藥物生產及製造須由上游領有GMP認證的製造商進行)。HCL本身並無能力根據澳洲藥品管理局生產及製造保健產品。HCL的設施、工序及控制均經澳洲藥品管理局審核，確保其可繼續存續牌照以包裝健康補充產品。HCL向持牌製造商採購製成品，而該持牌製造商乃根據澳洲藥品管理局在澳洲一家領有GMP認證的廠房生產產品。有關我們與HCL關係的其他詳情，請參閱本文件「業務 — 我們與HCL的關係」一節。

Organic Nature

HCL於2000年1月成立「Organic Nature」品牌，並於2000年8月開始銷售澳洲「Organic Nature」品牌旗下產品。「Organic Nature」品牌包括健康補充產品及(較次要的)個人護理產品。自我們開始管理及發展向HCL採購的「Organic Nature」品牌以來，「Organic Nature」已成為本集團所管理的最暢銷品牌，其中某些產品現已以中文字「澳至尊」營銷及包裝，標籤為我們「澳至尊」銷售及分銷網絡下的旗艦產品。

業 務

Homart

Homart是我們「Top Life」及「Golden Hive」健康補充產品及個人護理產品的供應商及品牌擁有人，於1992年在澳洲成立。該公司已取得GMP製造牌照為不同形式的表列或註冊藥品分別進行全面的產品製造及包裝、標籤及發行供應。

Top Life

我們「Top Life」品牌由健康補充產品為主及個人護理產品為輔，產品主要採購自澳洲。

Golden Hive

我們「Golden Hive」品牌由個人護理產品組成，例如面霜、潤唇膏及鵝鵝油。於往績記錄期內，儘管「Golden Hive」所貢獻的收益尚少，其貢獻仍不斷穩步增長。

Bee Wonderful

Bee Wonderful是我們「Superbee」蜂蜜及花粉產品的供應商及品牌擁有人，在新南威爾斯州中部經營一間蜂蜜廠，獲SGS頒授HACCP認證，亦獲認證為清真食品(Halal)及猶太潔食(Kosher)。該公司為澳洲當地蜂蜜及蜜蜂產品最大包裝商及分銷商之一。

Superbee

我們的「Superbee」品牌包括蜂蜜及花粉產品，如不同口味的麥蘆卡蜂蜜、蜂蜜相關產品(如蜂巢蜜)及花粉產品。

業 務

下表載列於往績記錄期內我們產品的主要供應商之若干資料：

供應商名稱	所購產品種類	開業年份	信貸條款	支付資料	主要業務	地點	截至3月31日止年度					
							2014年		2015年		2016年	
							採購總額 (千港元)	佔採購總額 百分比	採購總額 (千港元)	佔採購總額 百分比	採購總額 (千港元)	佔採購總額 百分比
HCL	健康補充品、個人護理產品	2002年	30%的訂單款項於確認訂單起計7日內支付	電匯	產品包裝	澳洲	24,798	72.2	28,080	81.3	22,091	75.7
Homart (附註)	健康補充品及個人護理產品	2010年	訂單款項結餘於發給發票日期起計90日內到期支付	電匯	製造及營銷健康補充品	澳洲	7,395	21.5	4,255	12.3	4,075	14.0
Bee Wonderful	蜂蜜及花粉產品	2007年	無	電匯	製造及分銷包裝蜂蜜	澳洲	2,053	6.0	2,209	6.4	3,023	10.3
供應商A	個人護理產品	2005年	訂單款項於發票日期起計30日內支付	以支票	貿易	香港	105	0.3	—	—	—	—

附註：就本列表而言，Homart指Homart Pharmaceuticals Pty. Ltd.及Homart Trading (Shanghai) Co., Ltd.* (活曼特貿易(上海)有限公司)，均由相同股東最終控制。

主要供應協議的主要條款

我們與主要供應商訂立長期供應協議，目前供應協議的主要條款載列如下。我們與HCL、Homart及Bee Wonderful分別建立逾13年、5年及8年的關係。

一般而言，由於我們認為供應商屬於具有規模、部分領有GMP認證，因此我們並無列明原料來源以及供應商採用的生產方法。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

供應商

下表載列於最後實際可行日期，與我們所委聘供應商所訂立仍然存續的協議的主要條款：

協議條款	HCL	Homart	Bee Wonderful
協議日期	2015年4月	2015年4月	2015年4月
產品品牌	Organic Nature	Top Life、Golden Hive	Superbee
期限	十年	十年	永久有效(直至終止為止)
地域覆蓋	全球(獨家)	香港(獨家)	香港及澳門(獨家)
最低採購承諾/目標	我們與HCL會於各財政年年初協定銷售估計，預期我們會盡力達到並超出協定銷售估計。	獎勵採購目標(第一、第二及第三個完整年度產品價值分別不少於1,200,000澳元、1,500,000澳元及2,000,000澳元)，第四年起則須進一步洽商。由品牌擁有人設定的該等採購目標僅作獎勵及參考之用。本集團須竭盡全力達致目標但就此承擔的責任並不構成違反協議。	不適用
產品退貨政策	HCL將就運送途中損毀的產品向我們支付所有合理成本(以未獲保險涵蓋者為限)。退回產品的一切費用均由HCL支付。HCL將就運送途中損毀的產品向我們支付所有合理成本(以未獲HCL保險合約涵蓋者為限)。	倘產品名稱及數量與採購訂單有出入，則我們須於接收產品當日起計7日內通知Homart。Homart檢查審批後，會盡力解決有關問題。	不適用


本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

協議條款	HCL	Homart	Bee Wonderful
產品責任	HCL供應的Organic Nature產品質量必須達可商售標準，概無任何瑕疵，至少與類似市場相近的產品相等。	Homart須提供澳洲藥品管理局證書作為產品質量保證。 Homart供應的Homart產品質量必須達可商售標準，至少與類似市場相近的產品相等。	Bee Wonderful供應的Superbee產品質量必須達可商售標準，至少與類似市場相近的產品相等。
產品責任保險	HCL投購全球公眾及產品責任保險(不包括美國及加拿大)不少於10,000,000澳元。 現時由HCL投保的限額由2015年6月30日至2016年6月30日期間為10,000,000澳元。	Homart投購全球公眾及產品責任保險不少於10,000,000澳元。 現時由Homart投保的限額由2015年12月1日至2016年11月30日期間為10,000,000澳元。	Bee Wonderful投購全球公眾及產品責任保險，不少於10,000澳元。 現時由Bee Wonderful投保的限額由2016年4月1日至2017年4月1日期間為20,000,000澳元。
遵守法律法規	我們必須就採購、購買、清倉、分銷及銷售HCL產品遵守所有適用標準、法律及法規。 如有需要，我們會盡力取得地方衛生部門批准，以讓產品進入銷售地區。	我們必須具備香港相關貿易證書。 我們有責任申請所需的香港產品進口註冊及分銷許可。	不適用


本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

協議條款	HCL	Homart	Bee Wonderful
商標使用	我們獲授權在營銷材料上使用與「  」商標相關的「Organic Nature」品牌名稱，以助銷售及分銷有關產品。HCL亦容許我們在產品包裝及營銷材料上使用「澳至尊」中文字字樣。(附註1及2)	Homart須向我們提供現有產品相片、目錄、宣傳冊子等，以在香港推廣其產品。(附註2)	不適用 (附註2)

附註1：

自開展業務關係以來，我們已無條件書面同意HCL，本集團(作為HCL的獨家全球分銷商)須不時決定是否自行以商業判斷在獨家分銷權授予本集團的區域將標誌及「Organic Nature」品牌名稱註冊為註冊商標。HCL已全面知悉及同意我們在香港、澳門、新加坡及中國註冊與標誌相關的商標及品牌名稱「Organic Nature」。

基於以上所述，除於2002年12月在澳洲及2007年4月在台灣註冊的「」商標(於相關獨家分銷權授予我們之前已提呈該兩項申請)外，HCL並未採取任何行動在任何其他地方註冊與標誌或「Organic Nature」品牌名稱有關的任何商標。

我們的香港法律顧問告知，如HCL尚未採取任何行動於香港將與標誌或品牌名稱有關的註冊商標註冊，則本集團須註冊該商標以保障我們的知識產權(由於在澳洲註冊的商標不會根據適用法例及法規自動獲授權保障)。

有關我們已註冊或提呈與標誌或「Organic Nature」品牌名稱有關申請的各種不同商標詳情，請參閱本文件附錄四「B.有關我們業務的進一步資料 — 2.知識產權」一段。據我們所深知，除本文件附錄四「B.有關我們業務的進一步資料 — 2.知識產權」一段所披露者外，我們並不知悉在與標誌或品牌名稱相關的商標在任何其他司法權區註冊。

我們的香港律師告知，本集團擁有與標誌或品牌名稱相關商標的知識產權，該知識產權於本集團經營所在地點註冊。經告知，根據適用香港法律及法規規定，我們於與HCL訂立的供應協議屆滿或終止後毋須將任何商標轉移至HCL或其指定人士。

即使發生上述情況，倘我們與HCL訂立的供應協議屆滿或以其他方式終止時，如HCL有所要求，本集團願意將我們就「Organic Nature」品牌所註冊或提交申請的各種不同商標轉讓予HCL。不管任何情況，於HCL協議屆滿或終止時，本集團將不再使用「Organic Nature」品牌及我們產品上的標記。儘管如此，我們的董事認為，由於我們的成功歸因於「澳至尊」相關的品牌形象，而非「Organic Nature」，故相關商標的轉讓將不會對本集團構成任何重大影響。有關詳情，請

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

參閱本節下文「倚賴HCL並不會影響本集團業務前景」一段，而有關風險，請參閱「風險因素 — 我們的業務高度取決於我們的品牌名稱「澳至尊」及我們產品的品牌名稱的市場認受性，若商標蒙上任何污點或視作無效或未能有效加以推廣，可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。」一節。

附註2：

於往績記錄期內使用與產品有關的品牌名稱及商標並無產生額外許可費。全部供應商均無權根據彼等各自的供應協議收取任何許可費。

協議條款	HCL	Homart	Bee Wonderful
彌償保證	<p>HCL須就「Organic Nature」產品任何質量瑕疵，向我們提供彌償保證。</p> <p>我們須就第三方因應下列事項提出的任何申索，向HCL提供彌償保證：</p> <ul style="list-style-type: none"> — 我們的任何行為或遺漏，包括我們任何錯誤、誤導或欺詐行為； 或 — 我們違反協議項下任何責任。 	不適用	不適用
信貸期	<p>30%的訂單款項於確認訂單起計七日內支付。</p> <p>訂單款項結餘於發貨發票日期起計90日內到期支付。</p>	<p>訂單款項於發票日期起計30日內支付</p>	不適用
付款方式	電匯至澳洲HCL銀行賬戶。	不適用	不適用

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

協議條款	HCL	Homart	Bee Wonderful
終止／續期	<p>可由任何一方向其他方發出六個月通知予以終止</p> <p>除非其他方事先提出六個月通知終止協議，否則屆滿時自動重續。</p>	<p>可由任何一方向其他方發出六個月通知予以終止</p> <p>除非其他方事先提出六個月通知終止協議，否則屆滿時自動重續。</p>	<p>可由任何一方向其他方發出六個月通知予以終止</p> <p>獨家分銷商的委任屬無限期，而倘Bee Wonderful合理相信我們作出以下事項，可隨時撤銷委任而無需作出通知：</p> <ul style="list-style-type: none"> —我們的行為可能對Superbee聲譽或形象造成負面影響； —我們未有充分宣傳Bee Wonderful產品，且於Bee Wonderful就有關問題發出書面通知後情況持續； —我們不再經營業務，或大幅削減經營規模或範圍；或 —我們未能於債項到期時還款，或以任何方式被視為金融風險。

往績記錄期內的供應

截至2016年3月31日止三個年度，我們向最大供應商HCL作出的採購額分別佔採購總額約72.2%、81.3%及75.7%，而我們向產品的三大主要供應商作出的採購額分別佔有關年度採購總額約99.7%、100%及100%。

據董事所深知，往績記錄期內，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或任何擁有本公司或我們任何附屬公司已發行股本5%以上的人士於我們的上述主要供應商中擁有任何權益。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

我們未曾遭遇任何重大的供應短缺或延誤。我們相信，我們出售的絕大部分產品均能輕易找到澳洲或其他地區的替代供應商或替代產品，如關係終止前本集團能聘用另一供應商，損失任何單一供應商不會對我們的業務及營運構成重大不利影響。

供應協議內的產品並非每種均已由全部相關供應商採納固定定價條款或預先協定定價公式。待不時與供應商進行磋商及調整製造成本及原材料成本後方可落實產品價格。往績記錄期內，主要供應商並無向我們大幅加價，而我們相信倘價格上升，我們亦有能力調高產品售價以回應部分價格升幅。

我們與HCL的關係

HCL於2000年1月成立了「Organic Nature」品牌，並開始於2000年8月銷售澳洲「Organic Nature」品牌旗下產品。其後於2001年9月及2006年10月，HCL將「Organic Nature」產品銷售分別擴展至台灣及新加坡。然而，「Organic Nature」產品在該等地區的銷售業績並不理想，而HCL已於2010年1月在台灣及於2013年1月在澳洲及新加坡中止銷售「Organic Nature」產品。我們的董事相信，HCL在其「Organic Nature」產品銷售及營銷方面缺乏有效的銷售渠道及專業知識。

於2002年，信基(香港)以電郵與HCL聯絡，開始向HCL採購我們的健康補充產品。我們積極與HCL磋商，並初步獲授香港及澳門「Organic Nature」品牌旗下若干產品的獨家分銷權。於關鍵時間向HCL採購產品的商業理據如下：

(i) 本集團擔任獨家分銷商將HCL產品推出市場及分銷的業務潛力

鑑於香港市民於關鍵時間對健康的關注提升，我們的董事相信，我們將可把握趨勢讓本集團將健康及個人護理產品推出市場及分銷。考慮到我們早前的分銷網絡大小及規模，我們的董事認為管理高質素健康及個人護理產品(如HCL產品)更為實際可行及可持續發展。我們的董事於2001年及2002年相近時間進行樣品測試及銷售測試後，對HCL產品的品質及銷售表現表示滿意。考慮到HCL在澳洲相對上短的業務歷史及先前於澳洲及台灣的銷售業績，我們的董事深信，由於HCL依賴我們的銷售及分銷網絡將產品推出香港市場銷售而令我們對HCL具有較高議價能力，洽談香港的獨家分銷權將避免與其他本地分銷商構成同品牌競爭及保障本集團免受世界其他地方非「澳至尊」銷售及分銷網絡的「Organic Nature」水貨買賣影響。

(ii) HCL渴望運用我們的品牌管理及發展服務提升其品牌知名度並向亞洲市場擴展

我們已就香港消費者市場對保健日益提高關注而接觸澳洲多名健康及個人護理產品品牌擁有人以開拓及爭取業務。其中，HCL就將其產品推出亞洲市場的興趣作出有建設性的回覆。HCL向我們

業 務

的董事表達其集中於產品包裝、標籤及發放供應的業務策略。當時，HCL渴望提高其品牌知名度，惟該公司無意繼續擴大其直接銷售網絡（HCL發現並不符合成本效益）。就此而言，我們的品牌管理及發展服務成為HCL有價值的另一選擇，並已在HCL與本集團之間構成穩定的互惠互補關係。

(iii) 不可能存在由水貨商進口的HCL產品

我們獲委任為HCL的香港及澳門獨家分銷商之前，HCL僅曾於澳洲及台灣展開銷售。我們的董事認為，本集團不可能於香港及澳門面臨水貨所產生的風險及競爭。

於2004年，HCL進一步將我們「Organic Nature」若干產品的獨家分銷權擴展至中國。HCL在澳洲及新加坡的銷售及分銷網絡相對上有限。基於下列因素，該公司於2014年不再於相關地區銷售「Organic Nature」產品並向我們授出「Organic Nature」產品的全球獨家分銷權：(a)本集團在香港、澳門及中國所管理的「Organic Nature」產品業務及銷售業績快速增長；(b)獎勵本集團得以在我們認為合適的任何地區不斷靈活將「Organic Nature」產品推出市場及分銷，而HCL能利用我們的資本資源、擴張計劃及營銷實力；及(c)HCL與本集團之間穩固的互惠互補關係（有關詳情載於下文）。經HCL確認，我們於往績記錄期內為其批發業務的最大客戶（按所產生收益計算）。我們的董事認為「Organic Nature」品牌的全球獨家分銷權已顯示本集團與HCL之間所信賴的業務關係。有關權利將避免與其他本地分銷商構成同品牌競爭及保障本集團免受世界其他地方非「澳至尊」銷售及分銷網絡的「Organic Nature」水貨買賣影響。

由HCL擁有的其他品牌

除本集團獨家分銷的「Organic Nature」產品（由HCL製造的主要品牌，佔其絕大部分收益）外，HCL亦透過澳洲的第三方零售店及新加坡分銷商提供「Vita Organic」品牌旗下的類似健康補充品及個人護理產品作銷售及分銷。本集團並無參與分銷「Organic Nature」產品以外由HCL製造的產品。

我們的董事認為，儘管「Organic Nature」與「Vita Organic」品牌的產品種類有所重疊（兩者均為由HCL所供應的健康補充品及個人護理產品品牌），但由於目標地區市場、目標客戶及經營規模有異，故兩個品牌的銷售並不構成實際的業務競爭。誠如Euromonitor報告所載，香港現有健康補充品品牌分銷經常含有天然成分的類似種類產品。董事認為品牌在品牌塑造及本集團透過多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡品牌形象成功建立的聲譽方面互相競爭。

我們「Organic Nature」品牌旗下產品主要於香港、澳門的消費者市場銷售，其次則於新加坡及中國（透過已建立的「澳至尊」銷售及分銷網絡）銷售，而「Vita Organic」品牌旗下產品乃分別透過澳洲的第三方零售店及新加坡的分銷商銷售。

業 務

我們為提供品牌管理及發展服務的一個以香港為基地的品牌塑造商及零售商，而HCL為一個僅按澳洲藥品管理局授權從事藥品包裝、標籤及發放供應的供應商及品牌擁有人。我們的董事認為，我們「Organic Nature」品牌大部分目標終端客戶為對我們專賣「澳至尊」品牌具有信心的香港個別零售消費者。然而，相對本集團於香港的經營規模而言，「Vita Organic」產品的銷售渠道相對狹窄，導致澳洲及新加坡市場份額微不足道。「Vita Organic」品牌的客戶大部分為澳洲及新加坡的個別零售客戶。儘管「Organic Nature」及「Vita Organic」產品於新加坡擁有銷售渠道，考慮到(i)新加坡的銷售及分銷營運規模對本集團及HCL而言屬微不足道；及(ii)「Organic Nature」及「Vita Organic」產品佔新加坡健康補充品市場的市場份額亦屬微不足道，兩個品牌之間的競爭被認為屬十分輕微。就我們的董事所深知，於最後實際可行日期，「Organic Nature」與「Vita Organic」品牌之間並無重疊的分銷商。

儘管「Organic Nature」及「Vita Organic」均為健康補充品及個人護理產品品牌，其大部分客戶在地理位置及消費模式方面卻有所不同。經與HCL確認，2013年、2014年及2015年最近三個財政年度，「Organic Nature」的銷售佔HCL大部分批發收益，而「Vita Organic」的銷售被視為對HCL屬微不足道，且「Organic Nature」銷售的溢利率一般與「Vita Organic」旗下向其他客戶銷售的類似產品保持一致。鑒於HCL並無本集團所建立的銷售及分銷網絡、經營規模及營銷能力。我們的董事認為，「Vita Organic」品牌與本集團所管理的「Organic Nature」品牌構成競爭的可能性甚微。因此，我們的董事認為，兩個品牌之間的競爭(如有)並不激烈，而有關競爭並不影響本集團[編纂]的適切程度。

(iv) HCL憑藉穩健的財務狀況可作出穩健可靠的產品供應

HCL為獨立第三方，HCL曾為本集團穩健可靠的供應商。HCL於往績記錄期憑藉穩健的財務狀況整體上錄得正面經營溢利。據我們的董事所深知，作為HCL最大客戶，本集團於存貨交付時尚未遭遇任何重大延誤，且據悉自與HCL開展業務關係以來並無任何財務流動問題。

(v) 我們倚賴HCL的GMP牌照向上游生產商及製造商採購產品

根據相關澳洲法律、澳洲藥品管理局規例及GMP指引，除非上游生產商及製造商已取得牌照從事藥品標籤、包裝及發放供應，否則彼等須將所生產的健康補充品轉移至領有GMP牌照的包裝商(如HCL)。本集團不准向製造商直接採購健康補充產品，但須倚賴領有GMP牌照的包裝商的發放供應設施，該設施負責核實製造商所提供產品所有生產及品質記錄。於發放澳洲出口的健康補充品之前，包裝商須保證上游製造商持有澳洲藥品管理局牌照或彼等所進行全部製造工序現時均已受GMP核准覆蓋。

業 務

根據Euromonitor報告及澳洲衛生署藥品管理局的資料顯示，於2016年3月澳洲有395家藥品製造商。由於多家中介製造商可參與澳洲藥品製造工序，故並非所有註冊製造商均參與全面產品製造。根據澳洲衛生署藥品管理局的製造商數字，有75家製造商領有全面產品製造的牌照，而有55家製造商領有包裝、標籤及發放供應的牌照。儘管HCL所有上游供應商均領有澳洲藥品管理局有關藥品包裝、標籤及發放供應的牌照，根據Euromonitor報告，在澳洲常見多名製造商專注不同製造工序而非由一名製造商從事全面產品製造。透過該架構，製造商在遵守法例及法規的同時可專注並履行其個別職責。

我們的董事認為，該等澳洲製造商專注特定製造工序可帶來靈活性的好處。然而，HCL作為向各種不同上游製造商採購健康補充產品的包裝商，可(i)分散健康補充產品天然材料短缺而令供應中止的風險；及(ii)提供各種不同健康及個人護理產品而不會產生上游製造商進行產品開發的必要資本投資。這靈活性令HCL得以盡量使用其完善的上游製造商網絡，以維持向我們供應多種產品的穩定性。

此外，鑒於涉及的資本投資較大，故較小規模的全面產品製造商通常更為專注其上游製造工序。董事認為，倘本集團向未具有與HCL規模相若的包裝、標籤及發放供應的全面產品製造商直接採購，則本集團可能需要向澳洲藥品管理局採購特定包裝材料、包裝設計並登記產品，這對本集團作為一家以香港為基地而在澳洲並無經營業務的公司而言屬成本高昂及負擔沉重。

在挑選品牌擁有人時，由董事將供應商列入名單可(i)保證產品供應的穩定性；及(ii)提供多種類產品，靈活配合我們認真回應本集團經營業務中不斷變化的客戶行為。本行業內未有相對較大資本投資的任何單一較小型上游製造商或綜合製造商難以符合該等必要準則，而較大型製造商考慮到議價能力較強而通常需要由本集團的採購中錄得更高溢利率。我們董事認為，於往績記錄期，我們存貨成本及源自HCL(作為包裝商及品牌擁有人)的「Organic Nature」品牌銷售的毛利率被認為與我們源自Homart(作為全面產品製造商及品牌擁有人)品牌的類似產品銷售的毛利率處於相若水平。有關我們品牌之間的毛利率比較詳情，請參閱本文件「財務資料 — 按品牌劃分的毛利及毛利率」一節。故此，同時委聘HCL及Homart擔任品牌擁有人的策略讓本集團得以平衡我們對品牌擁有人的倚賴並因此維持我們對其議價能力。

有關本集團倚賴HCL向不同上游製造商採購產品的其他商業理據，請參閱下文「業務 — HCL與本集團穩固的互惠互補關係」一段。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

與HCL的合約協議及重續協議

本公司與HCL於2015年4月就分銷「Organic Nature」產品簽立獨家分銷協議(全球)，協議為期10年，於屆滿時可自動續約10年，除非任何一方向其他方發出六個月書面通知，方可終止協議。董事確認，本集團就重續分別於2002年10月、2004年5月及2014年10月簽立的分銷協議並無遇到任何困難，分銷協議自我們與HCL開展業務往來後並未停止或暫停，而本集團的獨家分銷權覆蓋區域一直在擴大。有關協議條款的進一步詳情，請參閱本節「主要供應協議的主要條款」一段。

本集團與HCL於各個財政年度初商定估計銷售量，預期本集團將盡最大努力完成並超逾議定的估計銷售量。雙方同意，並在獨家分銷商協議(全球)中指出，未能達致議定的估計銷售量並不構成違反獨家分銷商(全球)協議。

由於HCL並無就我們所分銷的「Organic Nature」產品提供定價指引，本集團在釐定售價前毋須諮詢HCL。有關定價政策的進一步詳情，請參照本節「定價政策」一段。

HCL與本集團穩固的互惠互補關係

除本集團獨家分銷的「Organic Nature」產品(HCL製造的最大品牌)，HCL亦透過澳洲的第三方零售店及新加坡分銷商提供另一品牌旗下的其他產品作銷售及分銷。本集團並無參與分銷「Organic Nature」產品以外由HCL製造的產品。

我們的董事認為，HCL作為可從事藥品包裝、標籤及發放供應的持牌製造商，已經與澳洲大部分藥品上游製造商建立了超過10年的長期業務關係，並擁有高效率的上游製造商網絡，該等製造商視HCL為優先客戶及按本集團要求採購製成品並維持製成品穩定供應。故此，我們認為由於HCL的相關專門知識，利用HCL網絡向不同上游製成品製造商採購產品而非直接向上游製造商採購，更能發揮成本效益及節省時間。

我們認為，HCL與我們保持緊密及長期業務關係對雙方而言屬商業互惠，理由如下：

(i) **我們於香港健康補充品及個人護理市場擁有完善的「澳至尊」銷售及分銷網絡的多方位策略**

董事相信，我們與HCL穩定長期的關係主要源於我們的行業聲譽、廣泛銷售渠道及我們成功將「Organic Nature」發展成香港其中一個健康補充產品領導品牌。作為全球獨家分銷商，HCL倚賴本集團的營銷能力及「澳至尊」的銷售及分銷以保持廣闊的市場覆蓋範圍。

業 務

(ii) 重要業務夥伴

與HCL長期交易的過程中，本集團專注銷售及分銷源自HCL的「Organic Nature」產品並不斷進行品牌管理及發展，而HCL確保向本集團穩定供應優質產品。董事視HCL為重要業務夥伴，並相信HCL與我們已在一定程度上，在成本效益、產品品質及強勁銷售及分銷網絡方面發展相互倚賴、互惠互利的關係。作為HCL獨家分銷商，HCL滿足我們對產品的建議及要求，這能夠迎合我們的目標顧客的需求、時下潮流及營銷策略。而另一方面，HCL告知我們採購天然原料(如有)的困難、天然原料成本的預期波動等資訊，並提供建議以確保本集團的產品供應穩定且具有效益。

(iii) HCL委聘另一名健康及個人護理產品零售分銷商時，而該零售分銷商取代本集團於香港為分銷「Organic Nature」產品提供品牌管理及發展服務可能面臨的困難及改變

董事同意Euromonitor報告的觀點：競爭者良好的品牌及聲譽對新進經營者造成顯著的進入門檻，獲得市場品牌曝光亦需要高額資本及營運成本。董事認為，HCL難以識別並委任另一位健康及個人護理產品分銷商分銷產品，乃由於(i)本集團為香港、澳門及中國「Organic Nature」品牌相關商標的註冊擁有人；及(ii)若干「Organic Nature」產品標有中文字「澳至尊」推出市場，標示為我們銷售及分銷網絡下的旗艦產品。如HCL委聘另一位產品分銷商，彼等之產品可能無法使用「Organic Nature」商標銷售及標有中文字「澳至尊」推出市場，這將導致HCL在香港、澳門及中國分銷產品時出現不可預測之問題及成本。

倘本集團應HCL要求於我們與HCL訂立的供應協議屆滿或終止時將與「Organic Nature」品牌有關的註冊商標轉讓予HCL，我們的董事認為，由於我們的企業品牌形象建立於「澳至尊」而非「Organic Nature」，後者僅為「澳至尊」銷售及分銷網絡下的一個品牌，故將相關商標轉讓予HCL對我們的業務經營屬微不足道。

如HCL委聘另一位分銷商並使用另一個品牌名稱分銷產品，市場上現有的知名品牌將嚴重妨礙分銷商獲得市場份額。分銷商必須花費大量時間及資源建立品牌聲譽。這可能增加HCL委聘替代分銷商的難度。

此外，董事認為，更換分銷商可能以下列方式影響HCL業務營運：(i)本集團已委聘代言人推廣產品，以提高品牌知名度及形象，電視廣告及印刷廣告已將代言人與「Organic Nature」產品聯繫在一起，故更換分銷商可能嚴重影響「Organic Nature」產品銷售；及(ii)「Organic Nature」產品的包裝、設計及劑量乃按照我們的要求度身定做，以貫徹我們「澳至尊」銷售及分銷網絡營銷策略及品牌

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

形象，如HCL更換「Organic Nature」產品的分銷商，產品包裝、設計及劑量未必適合，這需要額外成本迎合替代分銷商要求。

倚賴HCL並不會影響本集團業務前景

董事相信，本集團在與其他品牌擁有人發展業務關係時有能力複製與HCL合作的經驗。

董事認為，我們的成功歸因於「澳至尊」相關的品牌形象。與HCL保持不變長期業務關係的同時，我們不時物色潛在品牌擁有人，並與彼等發掘商機。Homart為本集團委聘的其他品牌擁有人之一，往績記錄期內，其一款產品為我們的最佳產品。董事認為，倚賴HCL並不會影響我們的業務前景，理由如下：

(i) 我們的成功歸因於「澳至尊」相關的品牌形象

董事認為，我們的成功歸因於「澳至尊」相關的品牌形象。我們的消費者向我們採購健康補充品及個人護理產品，原因為其對我們專賣的「澳至尊」品牌的信心。本集團已成功喚起了「澳至尊」的核心價值和重點為消費者大量採購源自澳洲的優質健康及個人護理產品，其成分來自天然資源提取物。如因任何理由，HCL與本集團訂立的分銷協議終止，而本集團並無分銷「Organic Nature」產品，則本集團仍然保留這項本集團的核心價值，不會受影響。本集團作為零售商，專注透過銷售及分銷網絡銷售及分銷由我們管理及發展的保健及個人護理產品，將會確保品牌擁有人的產品符合專賣的「澳至尊」品牌核心價值。有關市場對我們品牌形象認受性的相關風險因素，請參閱本文件「風險因素 — 我們的業務高度取決於我們的品牌名稱「澳至尊」及我們產品的品牌名稱的市場認受性，若商標蒙上任何污點或視作無效或未能有效加以推廣，可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。」一節。

(ii) 持續物色潛在品牌擁有人

我們透過多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡成功推廣及發展品牌擁有人的產品已吸引多個品牌擁有人及供應商與我們接洽，以尋求商機及合作。本集團亦持續物色潛在品牌擁有人及供應商，並嚴格挑選品牌擁有人及供應商。董事相信，我們與HCL的成功經驗及對HCL的倚賴對雙方皆有利，該倚賴亦為相互的。HCL與本集團業務關係的發展使我們能夠明白(i)挑選適合我們業務模式的潛在品牌擁有人及供應商的基準，這對本集團挑選及物色潛在品牌擁有人及供應商時有幫助；及(ii)有效品牌管理及發展的重要因素及策略，這可複製至其他品牌擁有人。董事認為，由於推廣各品牌及保持市場覆蓋率的廣告及營銷成本巨大，我們與HCL的關係符合本集團專注於與優質品牌擁有人建立長期關係的策略。我們的董事認為，本集團已識別的潛在品牌擁有人及供應商所提供產品可按Organic Nature產品相若的存貨成本取得。

業 務

(iii) 領有澳洲藥品管理局牌照就生產藥品進行包裝、標籤及發放供應或其他製造工序的製造商資料透明及易於取得

澳洲政府衛生署藥品管理局設有一個資料庫，儲存進行生產註冊及表列藥品不同製造工序的所有澳洲製造商，資料屬公開。如我們業務發展對我們有所要求，本集團可輕易為我們的產品物色合適製造商並將所需時間保持在最低。

(iv) 本集團可索取詳列成份及劑量的產品規格，且本集團所分銷的大部分產品並無涉及專利

我們的供應商(包括HCL)須向我們的品質控制團隊提供產品規格，確保產品符合行業標準，且成分符合相關法律及法規的規定。產品規格包括產品成分及劑量的詳情。據我們的董事所深知，製造本集團所分銷的現有健康及個人護理產品並無涉及專利。當本集團有意轉用另一供應商時，本集團將能夠向替代製造商提供我們現有健康及個人護理產品的資料，將產品開發的時間及成本降至最低並更易於轉用替代供應商。

(v) *Homart*亦為我們主要的品牌擁有人

*Homart*為「Top Life」及「Golden Hive」健康補充品及個人護理產品的供應商及品牌擁有人，有關產品與「Organic Nature」產品的功能及成分相似。某些「Top Life」及「Golden Hive」產品的產品性質及目標客戶與「Organic Nature」產品的重疊，而我們的董事認為，管理某些類似產品的品牌將有助本集團增加零售貨架空間，向消費者提供更多選擇並提高本集團的市場份額。倘HCL因任何原因終止我們的分銷協議，本集團將採納替代性營銷策略並鼓勵銷售「Top Life」及「Golden Hive」產品。我們的董事相信，我們客戶對產品的信心建基於「澳至尊」相關的品牌形象。在較大程度上，大部客戶購入由我們所管理品牌的健康及個人護理產品乃因為其對我們專賣的「澳至尊」品牌及多渠道銷售及分銷網絡抱有信心。儘管客戶對「Organic Nature」產品懷有忠誠，鑒於「Organic Nature」、「Top Life」及「Golden Hive」產品的產品性質及目標客戶之間的相似性，隨著採納有效的營銷策略，故如無法取得「Organic Nature」產品，許多客戶亦會服用「Top Life」及「Golden Hive」產品。

Top Life健康補充產品的總毛利率仍為本集團所管理品牌中最高者，而「Top Life」類似產品的存貨成本與「Organic Nature」產品處於相若水平。我們的董事認為，如本集團因任何理由須向*Homart*採購更高的多數產品(「Top Life」及「Golden Hive」以外的產品)，考慮到(i)*Homart*的業務經營規模及廠房產能遠較HCL為大；(ii)我們可能向*Homart*所採購更高的多數產品可能與「Top Life」及「Golden Hive」現有產品十分相似；(iii)*Homart*領有GMP製造執照可就不同形式的表列或註冊藥品進行全部產品製造及包裝、標籤及發放供應，使*Homart*於生產期間面臨最少的不明朗因素；及(iv)本集團與其已建立業務關係。多年以來，*Homart*已積極向本集團提供其生產建議及報價，以進一步開

業 務

拓商機。除本集團於香港獨家分銷的「Top Life」及「Golden Hive」產品外，Homart廣泛的健康及個人護理產品亦由其他知名品牌覆蓋，透過Homart本身主要於澳洲及中國的銷售及分銷網絡分銷。我們的董事認為，倘因任何理由，如HCL不再向本集團供應「Organic Nature」品牌產品，則本集團須採購更多多數產品，Homart願意訂製，並已展示充裕產能，以迎合本集團的額外需求。

(vi) 採購與我們所分銷HCL產品類似的產品的估計籌備時間短促

如因任何理由置換HCL，除強化「Top Life」品牌外，本公司已決定同時委聘另一新品牌擁有人以供應健康及個人護理產品，董事認為，由委聘新品牌擁有人至到店舖推出產品的估計籌備時間約為三至五個月。籌備時間短促乃由於(i)持續物色潛在品牌擁有人；(ii)領有澳洲藥品管理局牌照就生產藥品進行包裝、標籤及發放供應或其他製造工序的製造商資料透明及易於取得；及(iii)本集團可索取詳列成份及劑量的產品規格，且本集團所分銷的全部HCL產品並無涉及專利(詳列於上文「業務——倚賴HCL並不會影響本集團業務前景」各段)。

品質控制

我們致力為客戶提供優質產品，並已為我們產品採納品質控制系統。

我們的健康補充產品於澳洲領有GMP認證的藥廠製造，並經澳洲藥品管理局批准。Good Manufacturing Practice (GMP)是一套關於製造程序所有階段的原理及程序，確保醫療商品屬優質。我們會根據澳洲GMP制度對產品作出測試及檢驗。

我們的品質控制團隊包括兩名擁有營養學學位的營養師。本集團訂立獨家分銷協議或分銷及推出任何新產品前，我們的品質控制團隊將向供應商取得產品的全部相關證書及文件並進行檢視，包括產品規格、分析證書、化驗室測試結果、來源證書、健康證書及自由銷售證書。本集團亦向供應商索取產品樣品，在香港透過外部化驗所進行成分檢驗，確保我們產品品質及安全符合香港及其他相關司法權區所有相關法律法規的規定。

品質控制團隊亦對所有購置並向我們交付的產品進行例行檢查。將可取得相關文件(如每批次的分析證書)。於貨品送達時確認收妥前，將檢驗包裝及符合訂單下的產品說明及數量，如檢查品牌及產品名稱、劑量、產品規格、屆滿日期、條碼及批次編號。

供應商提供品質保證，一般亦承擔獲彼等投購的產品責任保險涵蓋的任何產品責任。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

我們會每周實體檢驗產品存貨，以識別任何滯緩存貨，包括損毀或即將到期存貨，確保產品運至銷售渠道前處於良好狀況。

銷售及分銷

我們已建立多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡，包括香港及澳門的自營專門店零售、香港及澳門的寄售店舖寄售(包括專櫃銷售及上架產品銷售)、向個體及連鎖零售商批發銷售、中國網上購物平台、透過我們本身的網站進行網上銷售及透過獨家分銷商在新加坡進行分銷。我們亦於展覽會及貿易展銷會銷售產品。於往績記錄期內，我們約89.1%、78.3%及75.5%的收益乃源自透過專櫃或於架上展示產品為上架產品銷售的寄售店舖。本集團的銷售團隊於最後實際可行日期由151名銷售及營銷員工組成。彼等駐守專門店及我們於寄售店舖的銷售專櫃，以向消費者推廣我們的產品並提供產品資料。

我們於往績記錄期內大部分銷售乃透過寄售店舖作出。下表載列往績記錄期我們按銷售渠道劃分的收益明細。

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
專門店	15,920	8.1	34,425	15.2	33,806	16.0
寄售	174,155	89.1	176,806	78.3	159,110	75.5
其他銷售渠道	5,386	2.8	14,557	6.5	17,924	8.5
合計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

附註：其他銷售渠道包括於我們的網站進行網上銷售、中國網上購物平台、於新加坡由獨家分銷商分銷及於貿易展銷會及展覽會銷售。

下表載列往績記錄期內我們按地理位置劃分的收益明細。

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
香港	184,153	94.2	200,516	88.8	185,944	88.2
澳門	9,751	5.0	22,962	10.2	23,830	11.3
新加坡	153	0.1	847	0.4	1,021	0.5
中國	1,404	0.7	1,463	0.6	45	0.0
合計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

自我們成立以來，我們大部分收益乃源自香港的銷售。本集團於往績記錄期內亦已透過「澳至尊」銷售及分銷網絡的多重渠道分別於澳門、新加坡及中國嘗試取得收益。於最後實際可行日期，當我們已在澳門設立專門店及發展寄售網絡之時，我們亦已致力分別透過網上購物平台及新加坡的分銷搶佔中國及新加坡市場。展望未來，我們的董事有意透過擴展現有銷售網絡進一步發掘該等市場的商機並同時積極尋求擴展覆蓋台灣及印尼等其他東南亞國家的地域。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

「澳至尊」專門店

截至最後實際可行日期，我們營運網絡有12間專門店，遍佈香港各區，包括3間商場店及9間店舖（位於港鐵站內）。我們亦於澳門營運一間專門店。截至2016年3月31日止三個年度，源自專賣店的純利（經計及主要為租金開支、員工成本及折舊）分別約為1,267,000港元、2,881,000港元及3,861,000港元。

我們非常注重維持品牌知名度及一致的品牌形象。全線專門店均採用一致的設計擺設方式，並使用我們的宣傳營銷冊子及素材。

我們直接管理專門店的日常運作。我們的銷售及營銷員工會抽樣挑選專門店進行實地檢視，確保店舖採納我們的銷售策略和方針，並遵行內部控制政策。我們設有最新的ERP系統，有助我們實時監控香港專門店的銷售及存貨情況。

有關我們產品在專門店的退貨政策詳情，請參閱本節「我們的業務模式 — 8)銷售支援及客戶服務 — 退貨政策」一段。

下表載列我們於所示時間的專門店數目。

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
店舖數目			
期初數目	3	11	15
期內增設數目	8	6	1
期內減少數目	—	2	3
期末總數	<u>11</u>	<u>15</u>	<u>13</u>

我們的專門店數目於往績記錄期內整體上正在增長。2015年3月31日至2016年3月31日期間，我們的專門店數目下跌主要原因是由於信基（深圳）於2015年5月解散，並於2015年8月出售信基（新加坡）的全部已發行股本，而我們的董事考慮到人流偏低後決定不重續我們在香港其中一家專門店的租賃協議。本集團於解散信基（深圳）前在中國經營兩家專門店，而本集團出售信基（新加坡）前在新加坡經營兩家專門店。

選址

我們認為，就專門店物色適合的位置對我們的成功甚為關鍵。我們於選擇新店位置時考慮到多項因素，包括場所大小、目標客戶造訪地點的容易程度、目標客戶的消費模式、估計人流、開店成本、有關地點與現有店舖的地理覆蓋範圍比較（以免店舖間出現任何競爭及搶客情況）以及是否鄰近競爭對手。我們現時在香港大部分的店舖均位於便利、人流高的地點（例如港鐵站）。

我們預期在香港開設新專門店，每間平均需動用資本開支約0.5百萬港元（按過往記錄平均數計算）。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

我們評估新店表現時會考慮收支平衡期及投資回報期。於往績記錄期間，我們於香港開設的專門店平均收支平衡期及平均投資回報期分別約為4及21個月。收支平衡期為專門店每月收益至少相等於其每月開支後的期間。投資回報期為店舖累計純利足以填補期內開設及經營店舖成本(包括已產生資本開支以及持續現金及非現金營運開支)所需的時間。於往績記錄期間，我們的董事決定不會重續於租賃期間經歷整體虧損淨額的專門店的租賃協議。

寄售店舖

截至最後實際可行日期，我們在香港及澳門分別營運67個及8個設於寄售零售店的銷售專櫃。於往績記錄期內，我們約89.1%、78.3%及75.5%的收益乃源自寄售店舖。我們的寄售店舖包括一家大型保健產品零售連鎖店、一家大型化妝品零售連鎖店、百貨公司及超級市場。該等銷售專櫃具成本效益，原因為我們既能利用寄售店舖的高人流，又能拓展我們的銷售網絡而不必耗用開設自家專門店所需的時間及成本。我們旗下的推銷員會駐守銷售專櫃，讓我們得以推廣產品並提升品牌知名度。我們產品的建議零售價由我們釐定，而我們容許寄售商按建議零售價最高5%折扣發售。於往績記錄期，超過90%的寄售乃透過與我們有超過七年業務關係的寄售商進行。

我們通常會與寄售商訂立寄售協議。根據該等寄售協議，產品的所有權仍歸我們所有，直至產品售予終端客戶。產品透過(i)銷售專櫃；或(ii)於架上展示為上架產品出售予終端客戶。若干選定上架產品透過若干寄售零售店銷售。寄售商提供向公眾消費者收取付款，提供收銀服務。寄售商一般按佔其店舖所進行寄售的預定百分比扣除款項作為向其支付的佣金。

根據香港會計準則第18號第7段，收益為期內一家實體日常業務過程中產生之經濟利益總流入，有關流入會導致權益增加，惟與權益參與者出資有關之增加除外。

根據香港會計準則第18號第9段，收益須按已收取或應收代價的公平值計量，而公平值指根據香港會計準則第18號第7段於計量日期在市場參與者之間的有序交易中，就出售資產將收取或轉讓負債將支付的價格。

寄售下的寄售商承諾代本集團出售貨品，故本集團當交付終端客戶及寄售商代本集團收取現金時於代價總額(經扣除任何貿易折扣)中確認銷售收益。寄售商的佣金乃按寄售商作出的總銷售計算。該佣金為本集團就銷售本集團貨品而向寄售商作出的回報，故此，佣金不計入銷售收益。

向寄售商支付的佣金確認為寄售開支，並計入銷售及分銷開支。本集團於往績記錄期內的寄售開支佔我們寄售介乎25%至60%，而截至2016年3月31日止三個年度的寄售開支分別約為76.8百萬港元、78.2百萬港元及70.7百萬港元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

寄售商一般會就我們銷售專櫃及上架產品的銷售提供每月銷售報告。我們會將有關報告與會計部門所存置的記錄對賬。我們會根據會計部門的月底記錄與寄售商相應每月銷售報告（一般於下個月中旬由我們的寄售商交付）的對賬，確認截至每月底銷售專櫃及上架產品的每月銷售。我們的銷售主管會進行現場視察，定期為銷售人員進行銷售及表現評核。我們亦經常與寄售商溝通，監察銷售專櫃及上架產品的銷售表現，讓我們得以自該等銷售渠道獲取市場意見。

為推廣產品及寄售銷售，我們會不時為主要寄售商的銷售員工提供免費培訓，此舉亦有助加強我們與該等寄售商的關係。

於寄售店鋪的銷售專櫃

我們直接透過駐守銷售專櫃的推銷員管理銷售專櫃，並負責向消費者推廣我們的產品及提供資料，以及產品陳列、付運及補貨。銷售專櫃的銷售所得款項一般會於寄售店鋪的收銀處收款，扣除應付寄售店鋪佣金後，一般會按月將銷售所得款項交付我們。

我們於寄售店鋪的銷售專櫃數目於往績記錄期間一直上升，乃由於「澳至尊」銷售及分銷網絡持續擴展。

下表載列我們於所示時間的銷售專櫃數目。

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
銷售專櫃數目*			
期初數目	48	59	66
期內增設數目	16	15	15
期內減少數目	5	8	6
期末總數	<u>59</u>	<u>66</u>	<u>75</u>

附註：

* 不包括臨時推廣性銷售專櫃。

於往績記錄期內，寄售店鋪仍然為我們銷售及分銷網絡的有效渠道。

下表呈列往績記錄期內每平方呎平均寄售銷售額。

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
按平方呎計的總寄售面積	1,184	1,385	1,071
平均寄售銷售額(千港元/平方呎)	147	128	149

附註： 截至2016年3月31日止年度總寄售面積(按平方呎計)減少，乃因中止透過觀塘及旺角兩個表現欠佳的大型寄售專櫃寄售所致，此舉導致每平方呎平均寄售銷售額上升。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

其他銷售渠道

批發至個體及連鎖零售商

除零售銷售外，我們亦向個體及連鎖零售商銷售產品，彼等再將產品轉售予其客戶。該等零售商包括一家香港大型化妝產品零售連鎖店、美容院、個體藥房及保健食品零售商。

第三方零售商一般會按訂單基準向我們下單補貨。我們向零售商交付產品完成補貨訂單後，再向彼等出具發票。此時，銷售產品收益會於產品所有權於交付時轉移至個體及連鎖零售商時確認。往績記錄期內，我們向批發客戶授出的信貸期最長為120天，視乎其營運規模、採購數量、信貸記錄及其他商業考慮而定。

我們的連鎖批發商亦為我們的寄售商之一，本集團亦藉此經營我們的銷售專櫃。連鎖批發商購入我們的產品、將其擺放於貨架展示並向終端消費者銷售。我們的產品會透過於寄售連鎖零售店的兩個渠道銷售：(i)銷售專櫃；及(ii)於寄售連鎖零售店(亦為我們的連鎖批發商)的貨架上。為免互相蠶食，貨架上銷售的產品將不會與於寄售零售店的銷售專櫃出售的產品重疊。

下表載列我們於所示時間／期間的個體及連鎖零售商數目。

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
個體及連鎖零售商數目			
期初數目	67	55	62
期內增設數目	43	39	33
期內減少數目	55	32	39
期末總數	<u>55</u>	<u>62</u>	<u>56</u>

網上店舖

我們的網上店舖載有產品說明，並重點介紹我們的熱門產品和推廣優惠。我們會接受香港的網上購貨訂單並安排產品交付。

中國網上購物平台

為打入中國日益增長的健康及個人護理產品市場，我們於2015年3月及2016年1月分別與中國兩個網上購物平台訂立銷售協議以透過網上平台營運商銷售我們的健康補充產品。根據銷售協議，我們將透過批發及寄售方式銷售並向香港的網上平台營運商付運產品，而平台將會透過其網上購物平台向香港及中國的客戶推廣並出售有關產品。網上平台營運商將負責就其銷售至終端客戶取得所有必需牌照並遵守適用法律法規；且其無權向我們退回或交換任何產品，惟瑕疵品則除外。於網上購物平台銷售產品的零售價不得訂於低於銷售協議所述的香港專賣店零售價。我們的董事認為，網上購物平台為成本低及效益高的銷售渠道，原因為網上購物平台的銷售及分銷開支處於最低位，不同於經營專門店會產生租金開支。利用互聯網

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

的龐大覆蓋，由於任何時間、任何地點及任何人士均可透過網上購物平台進行產品銷售，使我們的產品得以接觸及匯聚龐大客戶群，故網上購物平台為具效益的銷售渠道。

新加坡分銷商

於2015年8月，本集團與信基(新加坡)訂立獨家分銷協議，據此，後者成為我們「Organic Nature」產品於新加坡的獨家分銷商。根據獨家分銷協議，本集團將向信基(新加坡)銷售及交付產品(並於裝運交付時轉移所有權)，該公司其後將向新加坡客戶分銷「Organic Nature」產品。本集團亦已向信基(新加坡)授出獨家許可，可使用本集團已於新加坡註冊的商標，以根據2015年8月31日簽署的許可協議條款及條件於新加坡推廣、銷售及分銷我們的產品。

展覽會及貿易展銷會

展覽會及貿易展銷會除為營銷活動之一外，於往績記錄期亦為本集團貢獻銷售收益的銷售渠道之一。於展覽會及貿易展銷會(例如工展會、美食博覽、香港亞太區美容展以及由貿發局或香港中華廠商聯合會舉辦的中國貿易展銷會)上。於貿易展銷會上，包括我們潛在供應商及客戶在內的業內經營者的被推介到訪我們銷售及營銷員工駐守的展覽會攤位並對產品作出瞭解。我們的董事認為，貿易展銷會為我們與潛在供應商及客戶會面及擴展供應商群的良好平台，原因為貿易展銷會為品牌推廣的有效渠道。

而在展覽會(如工展會及美食博覽)上，訪客(主要為我們的目標消費者)可於展覽會攤位向我們的推銷員瞭解產品後於展覽會攤位購入我們的產品。通常會向訪客提供免費樣品以作招徠並該讓訪客嘗試及體驗我們產品帶來的好處。我們的董事認為，展覽會為其中一項有效渠道，讓本集團推廣我們的產品及接觸更廣闊的消費者群。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

協議的主要條款

下表載列於最後實際可行日期，所運用銷售渠道的協議典型的主要條款及安排：

	寄售店舖	向零售商批發	中國網上購物平台	新加坡分銷商
分銷方法	銷售專櫃及上架產品	批發	批發及寄售	批發
業務關係年期	一年至七年以上	少於一年	少於一年	自出售信基(新加坡)起計少於一年
合約有效期	一年至永久有效 (直至終止為止)	一年	一年	永久有效(直至終止為止)
地理位置	香港及澳門	澳門	中國	新加坡
寄售價格條款	寄售費介乎銷售額25%至60% 某些寄售商亦將徵收最低許可費	不適用	佣金介乎銷售額的0%至25%	不適用
零售價格政策	一般而言，我們的寄售商須遵循本集團設訂的建議價格，且寄售商在未得本集團通知的情況下寄售商不得更改價格 本集團允許我們的寄售商提供建議零售價最多5%折扣	專門店的零售價	不低於專門店的零售價	分銷商可於新加坡制訂其本身的分銷定價政策
最低採購額規定	無	無	無	每12個月不低於100,000.00新加坡元 每項訂單不低於10,000.00新加坡元
銷售目標	無	無	無	無
銷售獎金／回贈	無	無	無	無
提供銷售／存貨報告	某些協議並無訂明，而某些寄售商每兩個月提供銷售報告一次	無	批發商每個月提供銷售報告一次	無
付款方法	支票付款或自動轉賬	無	電匯	無
信貸期	由每個曆月底起計15至60日	如協議所協定，總採購額分三期支付	15日至30日	由發票日期起計90日

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

	寄售店舖	向零售商批發	中國網上購物平台	新加坡分銷商
產品質量要求	<p>一般而言，要求包括：</p> <p>(i) 產品沒有瑕疵</p> <p>(ii) 產品達可供商售質素</p> <p>(iii) 並無觸犯其他人的知識產權</p> <p>(iv) 遵守香港法律</p> <p>(v) 良好的所有權並無附帶任何抵押、索償或產權負擔</p> <p>(vi) 產品根據任何現行規定標準須來自安全可靠的來源，且不時根據香港法律及法規生效</p>	無	<p>主要規定包括：</p> <p>(i) 包裝並無變動的 全新原裝貨品</p> <p>(ii) 貨品須符合法律及法規有關香港的標準，附有香港有關部門發出的證書</p> <p>(iii) 產品須離到期日最少18個月</p>	無
退回瑕疵產品／ 受損產品補貼	<p>一般而言，由個人索償或由寄售商及本集團協定</p>	無	<p>(i) 違反協議或訂單訂明的其他標準</p> <p>(ii) 因受損或有瑕疵而退回貨品須經雙方磋商解決</p>	無

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

	寄售店舖	向零售商批發	中國網上購物平台	新加坡分銷商
退回產品安排	一般而言，並無特定條款，或由寄售商與本公司協定	無	如出現下列情況，則可退回貨品： (i) 違反香港法律及法規管轄的標準 (ii) 侵犯其他方的知識產權，或涉嫌侵犯其他方的權利 (iii) 違反協議或訂單訂明的其他標準或損毀	無
本集團的其他責任	並無訂明	(i) 符合《防止賄賂條例》(香港法例第201章) (ii) 保密責任	符合《防止賄賂條例》(香港法例第201章)	(i) 本集團不得委任或授權任何其他分銷商於新加坡分銷我們的產品 (ii) 本集團須就於新加坡的產品廣告、營銷及推廣向分銷商提供合理及切實可行協助

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

	寄售店舖	向零售商批發	中國網上購物平台	新加坡分銷商
其他訂約方的 其他責任	無	<ul style="list-style-type: none"> (i) 符合《防止賄賂條例》(香港法例第201章) (ii) 保密責任 	符合《防止賄賂條例》(香港法例第201章)	<ul style="list-style-type: none"> (i) 分銷商僅可表明其為新加坡(而非其他地方)的產品獨家分銷商。 (ii) 分銷商須致力於新加坡推廣產品及擴充供應，並須持續按合理預期提供有關廣告及宣傳以令產品引起買家及潛在買家注意。 (iii) 分銷商須按供應商不時指示遵守與推廣、分銷及銷售產品有關的標準、指令及指引。 (iv) 分銷商不得就任何目的銷售、營銷、分銷或使用或准許任何第三方就任何目的銷售、營銷、分銷或使用任何種類並非供應商所供應的產品，或損毀、瑕疵或未達可供商售品質的健康補充品或健康食品。 (v) 分銷商須准許供應商或其法定代表於期限內任何合理時間檢查分銷商的營銷材料、營銷計劃或建議，以及全部任何相關材料以按供應商訂明的標準進行分銷商的審核。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

	寄售店舖	向零售商批發	中國網上購物平台	新加坡分銷商
協議終止或重續條件	一至三個月書面通知	以書面通知、破產或營運變動方式終 止 自動重續直至訂立新合約為止	以書面通知、破產或營運變動方式終 止 自動重續直至訂立新合約為止	90日書面通知 若違約出現任何遺漏，則於發出通知的一方向違約方就違約的補救發出書面通知後30日。

管理銷售渠道

我們通常會與銷售渠道訂立協議，主要的典型條款載列如上。協議列明我們各銷售渠道的指定分銷區域。我們的銷售渠道僅限於在其相關分銷區域及零售店分銷我們的產品。

為減少我們銷售渠道互相蠶食的風險

1. 當我們挑選銷售渠道時，我們已考慮(i)寄售零售店及批發商的銷售渠道的位置；及(ii)我們銷售渠道的目標客戶群，確保我們的銷售網絡並無重大重疊；
2. 根據協議，我們的銷售專櫃限於指定寄售零售店，且我們與批發商訂立協議前已完全知悉其銷售渠道，旨在建立一個相輔相成的分銷網絡並避免我們銷售渠道之間的競爭；
3. 我們為產品制訂建議零售價，且我們大部分銷售渠道不准在未經知會我們批准前更改零售價，故此，本集團對零售價可擁有控制權；及
4. 有可能出現我們的專門店與寄售零售店位於相同地區的情況。我們董事認為，銷售渠道太接近並不構成互相蠶食，原因為我們的專門店位置是按策略部署，以爭取不同人流的客戶。例如，位於地鐵站的專門店吸引較多乘搭地鐵的本地顧客，而寄售店舖的銷售專櫃則接觸更廣泛的客戶層，吸引在寄售店舖購物時通常會購買我們的產品以及其他產品(如化妝品及個人護理產品)的客戶。

本集團在訂立協議前已實施「了解你的顧客」內部程序。該程序包括但不限於從潛在分銷商(包括寄售商及批發商)取得一系列文件及詳細資料，例如商業登記證、名片及聯繫方式及其他法定文件。此外，通過與潛在分銷商舉行商務會議，我們能了解潛在分銷商的業務性質、業務模式及銷售渠道。如潛在分銷商的銷售渠道包括實體店，本集團將進行於分銷店舖進行現場檢查。此外，為提高分銷商對我們產品的認識，本集團為分銷商(包括寄售商及批發商)的售貨員提供培訓，這亦使我們能夠從多種銷售渠道獲得客戶反饋，有助於我們設計營銷策略。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

定價政策

我們為特定地區的「澳至尊」銷售及分銷零售渠道備有一致的建議零售價清單。本集團已按「成本加利潤」基準釐定建議零售價，其中計及從品牌擁有人採購存貨的成本及銷售及營銷成本。品牌擁有人並無要求本集團在釐定售價前諮詢彼等。往績記錄期內，品牌擁有人並無提供我們必須遵守的定價指引。我們的寄售商、批發零售商及網上購物平台須遵循建議價格清單或根據協議條款協定若干折扣百分比。有關產品的零售價格及推廣優惠或會發生的兩個情況：(i)寄售商展開的推廣活動；及(ii)本集團展開的推廣活動。截至2016年3月31日止三個年度，提供予客戶及終端消費者的折扣總額分別約為53.1百萬港元、77.6百萬港元及86.8百萬港元，佔我們的總收益約21.1%、24.3%及27.9%。

寄售商展開的推廣活動

除合約條款協定的允許折扣範圍，我們的寄售商或會建議配合寄售商本身推廣計劃的折扣百分比及推廣期，並邀請本集團參與推廣活動。本集團於衡量產品銷售應佔的裨益後將作出是否參與的決策。

本集團展開的推廣活動

為配合我們的銷售及營銷計劃，銷售及營銷團隊每月設計推廣計劃，專門店及寄售零售店的銷售專櫃將會跟從。於考慮存貨、人氣、毛利、季節、產品保質期及客戶回饋後，將會選出產品進行推廣及折扣。折扣及推廣活動包括向會員、客戶、業務夥伴提供每月優惠，或於我們發佈廣告的雜誌中提供贈券。

向個體及連鎖零售商提供折扣優惠

考慮到我們透過個體及連鎖零售商進行銷售主要依賴零售商自設的分銷網絡，產生最低的銷售及分銷開支，本集團一般會向我們的個體及連鎖零售商提供相當的批量採購折扣優惠，以提高我們寄售及專門店網絡並無覆蓋的市場份額。

折扣金額乃基於(i)個體及連鎖零售商與本集團磋商；(ii)所採購產品量；及(iii)相關期間的市場情緒決定。

季節性

我們的產品銷售將受季節性因素影響，包括當地及中國假期的時間、展覽會及貿易展銷會的時間及影響消費者需求及客戶購買模式的其他事件。該等因素可導致我們的銷售及經營業績按季出現波動。尤其當本集團參與貿易展銷會(如工展會)，我們於相關期間的銷售會大幅提升。於往績記錄期內，我們的銷售

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

於財政年度第三及第四季達到頂峰，尤其是節慶季度前後期間，消費者購買我們的產品作聖誕及新年禮物。

客戶

由於本集團業務性質使然，我們的客戶由普羅大眾中的零售消費者及我們向其批發產品的個體及連鎖零售商組成(向上述零售客戶、個體及連鎖零售店(視情況而定)交付產品時轉移所有權的相關風險及回報)。我們大部分銷售乃透過本身的專門店及寄售店舖作出，我們的董事認為於往績記錄期內，透過該等零售及銷售渠道向個別消費者各自作出的銷售屬微不足道並難以個別量化，且我們向批發分銷商各自作出的銷售應佔截至2016年3月31日止三個年度總收益少於3.5%。我們的董事認為，本集團於往績記錄期內並無倚賴任何單一客戶。

或者，我們的主要分銷商(並非透過我們本身的專門店)分析詳列如下。

主要分銷商

我們的分銷商包括我們的寄售商與其他銷售渠道的個體及連鎖零售商。寄售商一般按佔其店舖所進行寄售的預定百分比扣除款項作為向其支付的佣金。寄售及批發銷售予個體及連鎖零售店合計佔我們往績記錄期內超過80%收益。有關寄售安排的其他詳情，請參閱本文件「業務 — 寄售店舖」及「業務 — 其他銷售渠道」章節。

截至2016年3月31日止三個年度，我們透過五大分銷商進行的銷售佔我們總收益約85.2%、75.5%及74.1%，而最大分銷商(亦為我們的寄售零售商)佔我們同年總收益分別52.3%、44.2%及43.1%。

本集團與我們分銷商維持長期業務關係。我們於往績記錄期內全部五大分銷商(不包括分銷商H)與我們的業務關係超過七年。

據董事所深知，往績記錄期內，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或(據董事所深知)任何擁有本公司或我們任何附屬公司已發行股本5%以上的人士於我們任何五大分銷商中擁有任何權益。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

下表載列往績記錄期內我們五大分銷商的若干資料。

本集團截至2014年3月31日止年度五大分銷商	概約銷售總額 (千港元)	佔本集團總收 益概約百分比 (%)	所銷售產品	開展業務 年份	獲准的信貸期	主要業務	獲准的銷售 地點
分銷商A (附註1) (寄售)	102,271	52.3%	健康補充產品；蜂蜜及花粉 產品；個人護理產品	2008年	月底起計30日	零售，為倫敦證券交易所、新加坡交易所及百慕達證券交易所一家上市公司的關聯人士	香港及澳門
分銷商B (附註2) (寄售)	47,737	24.4%	健康補充產品；蜂蜜及花粉 產品；個人護理產品	2006年	銷售報告日期起計60日	零售化妝產品，為聯交所主板一家上市公司的全資附屬公司	香港及澳門
分銷商C (寄售)	12,183	6.2%	健康補充產品；蜂蜜及花粉 產品；個人護理產品	2007年	月底起計30日	零售食品、香煙及酒類，為聯交所主板一家上市公司的全資附屬公司	香港
分銷商D (寄售)	2,431	1.2%	健康補充產品；蜂蜜及花粉 產品；個人護理產品	2006年	月底起計30日	零售，為聯交所主板一家上市公司的全資附屬公司	香港
分銷商E (寄售)	2,194	1.1%	健康補充產品；蜂蜜及花粉 產品；個人護理產品	2008年	月底起計15日	零售，為聯交所主板一家上市公司	香港

附註1：分銷商A指由相同股東最終控制的一組實體。

附註2：分銷商B指由相同股東最終控制的一組實體。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

本集團截至2015年3月31日止年度五大分銷商	概約銷售總額 (千港元)	佔本集團總收益概約百分比 (%)	所銷售產品	開展業務		獲准的信貨期	主要業務	獲准的銷售地點
				年份				
分銷商A (附註1) (寄售)	99,831	44.2%	健康補充產品；蜂蜜及花粉產品；個人護理產品	2008年	月底起計30日		零售，為倫敦證券交易所、新加坡交易所及百慕達證券交易所一家上市公司的關聯人士	香港及澳門
分銷商B (附註2) (寄售及其他銷售渠道)	50,361	22.3%	健康補充產品；蜂蜜及花粉產品；個人護理產品	2006年	銷售報告日期起計60日		零售化妝產品，為聯交所主板一家上市公司的全資附屬公司	香港及澳門
分銷商C (寄售)	11,756	5.2%	健康補充產品；蜂蜜及花粉產品；個人護理產品	2007年	月底起計30日		零售食品、香煙及酒類，為聯交所主板一家上市公司的全資附屬公司	香港
分銷商F (其他銷售渠道)	5,001	2.2%	健康補充產品	2015年	採購額按協議所載分三期支付		銷售及分銷藥物、健康補充品、化妝品、個人護理產品	澳門
分銷商D (寄售)	3,544	1.6%	健康補充產品；蜂蜜及花粉產品；個人護理產品	2006年	月底起計30日		零售，為聯交所主板一家上市公司的全資附屬公司	香港

附註1：分銷商A指由相同股東最終控制的一組實體。

附註2：分銷商B指由相同股東最終控制的一組實體。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

本集團截至2016年3月31日止年度五大分銷商	概約銷售總額 (千港元)	佔本集團總收 益概約百分比 (%)	所銷售產品	開展業務 年份	獲准的信貨期	主要業務	獲准的銷售地點
分銷商A(附註1) (寄售)	90,899	43.1%	健康補充產品；蜂蜜及花粉 產品；個人護理產品	2008年	發票月底起計30日	零售，為倫敦證券交易所、新加坡 交易所及百慕達證券交易所一 家上市公司的關聯人士	香港及澳門
分銷商B(附註2) (寄售及其他銷售渠道)	42,833	20.3%	健康補充產品；蜂蜜及花粉 產品；個人護理產品	2006年	銷售報告日期起計 60日	零售化妝產品，為聯交所主板一家 上市公司的全資附屬公司	香港及澳門
分銷商C (寄售)	11,153	5.3%	健康補充產品；蜂蜜及花粉 產品；個人護理產品	2007年	發票日期起計30日內 支付	零售食品、香煙及酒類，為聯交所 主板一家上市公司的全資附屬 公司	香港及澳門
分銷商G (其他銷售渠道)	7,451	3.5%	健康補充產品；蜂蜜及花粉產品	2006年	總額的25%將於發票 日期起計30日內 支付 總額的75%將於90日 內支付	人參及其他食品零售、進出口貿易	澳門
分銷商H(附註3) (其他銷售渠道)	4,000	1.9%	健康補充產品	2016年	發票日期起計120日	燕窩及健康產品批發及零售	香港

附註1：分銷商A指由相同股東最終控制的一組實體。

附註2：分銷商B指由相同股東最終控制的一組實體。

附註3：分銷商H為具規模的知名零售商，在香港設有銷售櫃位及專門店的強大銷售網絡。由於我們強大的流通狀況，我們向分銷商H(新客戶)提供優惠信貸條款以進一步擴展業務。

我們與分銷商A及B的業務關係

本集團與分銷商A及B分別維持近8年及10年長久穩固的業務關係。我們與分銷商A及B訂立合約，直至經各方協議終止、各方簽署的書面協議所取代或修訂以及將由終止各方發出一個月終止通知終止前仍然有效。董事認為與分銷商A及B的持續合作對本集團的業務經營有利，原因如下：

- (i) 分銷商A，其一家附屬公司為香港具領導地位的健康及美容產品連鎖零售商，而分銷商B，為香港具領導地位的化妝產品連鎖零售店，其佔據香港廣泛地區優越地段的寄售店舖網絡以佔健康及個人護理市場的市場份額及店舖的地理覆蓋計屬具有領導地位。關於其作為本集團於往績記錄期內兩大分銷商，本集團可利用分佈香港、澳門的廣闊連鎖零售網絡及中國(在較少程度上)向終端客戶銷售產品，同時透過推廣及營銷活動提高品牌知名度。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

- (ii) 於往績記錄期內，分銷商A及B所收取的佣金率佔寄售額介乎35%至40% (除位於香港國際機場的寄售店舖鑒於其獨家性質佣金率可高達50%外)，處於我們寄售商及以某些潛在寄售商 (包括在香港的分銷商A及B的主要競爭對手) 的較低範圍。我們透過其寄售銷售較透過本集團其他寄售商銷售相對上盈利水平更高。
- (iii) 根據分銷商A及B主要競爭對手 (與分銷商A及B規模相若) 提出的協議及業務建議的以往條款，董事認為分銷商A及B向本集團提供的條款更為優厚。概無寄售協議令我們未能於寄售協議期內或屆滿後與分銷商A及B的競爭對手合作，為我們在擴展銷售及分銷網絡增添靈活。
- (iv) 考慮到我們產品的盈利水平及消費者喜好及與本集團的長久關係，分銷商A及B經常於其寄售店舖相對顯眼的位置展示我們的產品。我們的推銷員亦獲准於高客戶流量的繁忙寄售店舖駐守。董事確認我們毋須就與分銷商A及B訂立相關寄售協議項下優先宣傳／展示安排支付任何費用。

基於以上所述，董事認為，繼續與分銷商A及B進行寄售符合本集團的利益。本集團將尋求每個機遇進一步擴充與合適分銷商的銷售及分銷渠道。

依賴分銷商A及B將不會影響業務前景

董事認為，與分銷商A及B訂立具靈活性的合約是業內慣例，讓本集團得以磋商較長期合約為佳的佣金率並給予本集團及寄售商靈活性。

基於寄售，據悉我們寄售的預先約定百分比將作為向分銷商支付的佣金；故此，我們的健康及個人護理行業產品銷售表現強勁相信將成為分銷商A及B的財務權益。儘管本集團尚未與分銷商A及B訂立長期寄售合約，經考慮長期業務關係、本集團的銷售表現及我們產品的業務潛力及品牌知名度與日俱增以及我們專賣的「澳至尊」品牌形象，董事預期，我們與分銷商A及B已維持穩定緊密的業務關係。

我們如終止與分銷商A及B的寄售的業務計劃

然而，倘分銷商A及B因任何理由終止寄售，本集團將(i)尋求與替代零售商訂立寄售協議，該替代零售商在香港健康及個人護理行業與分銷商A及B的經營規模及市場定位相若；及(ii)擴充我們自營「澳至尊」專門店的網絡。

經董事確認，我們仍就日後商機與分銷商A及B的主要競爭對手 (與分銷商A及B規模相若) 保持業務聯絡。倘本集團無法維持與分銷商A及B的業務關係，我們將考慮與其他零售商 (包括分銷商A及B的主要競爭

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

對手)磋商寄售安排。我們預期由訂立新寄售協議至產品放置在貨架及寄售店舖的銷售專櫃的籌備時間需要約一至兩個月，這已考慮到與其他寄售商磋商的經驗。

除與新寄售商磋商替代分銷商A及B外，本集團將得以加快擴充自營「澳至尊」專門店的步伐。考慮到截至2016年3月31日止年度本集團向分銷商A及B支付的佣金開支，本集團將得以在港澳各區開設及維持經營超過40家自營專門店。

敏感度分析

於往績記錄期內，我們的主要銷售成本包括(i)銷售成本；及(ii)寄售開支。

我們的銷售成本主要指存貨成本。我們的銷售成本很大程度上視乎我們向品牌擁有人購入存貨的金額而定，較少程度視乎交付收費及倉庫租金膨脹而定。

我們的寄售開支是就貨架空間及銷售專櫃向寄售商支付，並按透過寄售商銷售產品的金額釐定。因此，我們的銷售成本乃由我們向品牌擁有人採購產品的金額釐定而不會視乎寄售開支波動而定。

銷售成本的假定波動

	<u>+/-5%</u>	<u>+/-10%</u>	<u>+/-15%</u>
	千港元	千港元	千港元
純利變動			
截至2014年3月31日止年度	+/-33,370	+/-34,959	+/-36,548
截至2015年3月31日止年度	+/-37,720	+/-39,516	+/-41,313
截至2016年3月31日止年度	+/-32,023	+/-33,548	+/-35,073

截至2016年3月31日止三個年度，我們的純利分別約為34.6百萬港元、23.2百萬港元及12.3百萬港元。僅供說明，如截至2016年3月31日止三個年度我們的銷售成本分別提高約515.0%、528.5%及591.3%，則我們會錄得毛利收支平衡。

寄售開支的假定波動

	<u>+/-5%</u>	<u>+/-10%</u>	<u>+/-15%</u>
	千港元	千港元	千港元
純利變動			
截至2014年3月31日止年度	+/-80,689	+/-84,532	+/-88,374
截至2015年3月31日止年度	+/-82,143	+/-86,054	+/-89,966
截至2016年3月31日止年度	+/-74,273	+/-77,810	+/-81,346

僅供說明，如截至2016年3月31日止三個年度我們的寄售開支分別增加約45.0%、29.6%及17.4%，則我們會錄得純利收支平衡。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

我們上述的敏感度分析僅供說明之用。我們的董事相信，我們的銷售成本及寄售開支波動將不會對本集團的財務表現構成重大影響，原因為我們可以向替代供應商採購健康補充產品，且我們深信，如寄售開支波動嚴重，則本集團可委聘其他寄售商。

研發

由於我們向產品供應商採購製成品，故並無產生任何重大研發開支。作為我們營銷及銷售營運的一部分，我們會收集有關消費者喜好變化的市場資料，再採購產品並向供應商提供有關產品開發的建議，從而確保我們的產品符合消費者需求。

獎項及嘉許

多年來我們的成就備受肯定，屢次獲獎，包括以下各項：

獎項／嘉許	年份	頒獎／嘉許機構
首次獲「優質旅遊服務計劃」認可	2005年	香港旅遊發展局
「2007年澳洲總商會商業推廣入圍獎」	2007年	香港及澳門澳洲總商會
「香港良心品牌獎」	2009年	香港市務學會
「2010最佳中小企業獎」	2010年	香港中小型企業商會
「家庭友善僱主嘉許狀」	2011年	政務司司長代表家庭議會
「友商有良企業嘉許獎」	2010年至 2012年	香港中小型企業總商會
「2011年澳洲總商會商業推廣入圍獎」	2011年	香港及澳門澳洲總商會
「ERB人才企業嘉許計劃 — 企業大獎」	2011年至 2012年	僱員再培訓局
「2013年最受醫護人員歡迎保健營養品(強心健腦系列)品牌大獎」	2013年	香港醫護學會
「全國消費者最喜愛(香港名牌)金獎」	2013年至 2014年	中華(海外)企業信譽協會
「香港名牌」	2013年	香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會
「第四屆香港傑出企業公民獎嘉許標誌(企業界別)」	2014年	香港生產力促進局
「家庭友善僱主嘉許狀」	2014年	政務司司長代表家庭議會
「最受醫護人員信賴天然健康食品品牌大獎」	2014年至 2015年	香港醫護學會

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

僱員

截至最後實際可行日期，我們總共有僱員179人，當中163人位於香港。以下載列我們於最後實際可行日期按職能劃分的僱員人數明細：

僱員人數

	香港	澳門	總計
銷售及營銷	135	16	151
財務	7	—	7
倉庫及物流	8	—	8
行政及人力資源	6	—	6
業務發展	1	—	1
營運	6	—	6
	<u>163</u>	<u>16</u>	<u>179</u>

僱員培訓

我們相信，僱員是我們達到成功的最寶貴資源。為確保所有階層的僱員質素，我們設有劃一的密集式內部培訓計劃，為新加盟員工進行培訓，主要著重公司簡介及工作程序。

我們會視乎僱員的職責和經驗，為彼等提供一系列培訓和課程，內容有關我們業務營運的各方面。我們相信，該等培訓有助我們打造一支經驗豐富、忠誠專注的工作團隊。

健康、工作安全、社會及環境事宜

我們的業務須遵守若干健康、工作安全、社會及環保法律及法規。營運部門會監察遵守法律規定的情況以及我們就該等事宜的內部標準。董事認為，於往績記錄期內，涉及適用健康、工作安全、社會及環保法律及法規的年度合規成本並不重大，預期有關合規成本日後亦影響不大。

往績記錄期內，我們並無就健康、工作安全、社會及環保事宜遭受任何重大索償或罰款，亦無涉及任何意外或死亡事故，且在各重大方面均已遵守香港、澳門、中國及新加坡適用法律及法規。

知識產權

於最後實際可行日期，我們已於香港、澳門、中國、新加坡及澳洲註冊旗下重大的商標。我們主要以「澳至尊」中文商標經營我們的專門店網絡。為將我們品牌與「Organic Nature」品牌區別，我們決定採納「Ausupreme」為本公司及銷售網絡的英文名稱。於最後實際可行日期，本集團於香港擁有12個註冊商標、於澳門及中國各自擁有6個註冊商標、澳洲、新加坡、馬來西亞及台灣各擁有3個註冊商標，並分別於日本及紐西蘭及南韓擁有1個註冊商標。本集團亦已於香港及中國各自提交3項商標註冊的申請、並於其他海外國家提交2項申請。有關我們知識產權的詳情，請參閱本文件附錄四「B. 有關我們業務的進一步資料 — 2. 知識產權」一段。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

據董事所深知及確信，於往績記錄期內，本集團、我們的客戶及其他第三方之間概無發生任何重大侵犯知識產權的事件或就知識產權產生任何爭議。

保險

董事認為，我們的保險保障範圍符合我們業務規模及種類的慣例，且與我們經營所在司法權區的標準行業慣例一致。我們主要投購僱員於受僱期間的傷亡保險、業務保險、公眾責任保險及品牌代言人保險、汽車保險、店舖保險、辦公室保險、財產意外賠償保險。

業 務

不規事宜

1. 未有遵守《不良廣告(醫藥)條例》

不合規性質及範圍	不合規理由	可能承擔的法律後果及最高處罰	對本集團構成的實質影響及財務影響	已採取的補救行動	為防止再發生不規事件採取的內部控制措施
<p>於往績記錄期內，本集團已接獲香港政府衛生署合共兩封警告信，通知本集團產品若干廣告可能因使用若干受限制字句而觸犯《不良廣告(醫藥)條例》第3及/或3B條。警告信詳情載列如下：</p>	<p>刊發廣告的主要原因</p> <p>是(i)我們營銷人員無意中出現疏忽；及(ii)相關媒體及我們員工之間的溝通出現誤會。我們的員工在校對廣告草稿時無意中忽略了有關措辭，錯誤地依賴傳媒作出最終決定。同時，各傳媒誤以為我們的員工已批准相關廣告，並按照原文發佈。</p>	<p>任何人違反《不良廣告(醫藥)條例》第3、第3B或第4條，即屬違法，一經首次定罪，可罰款50,000港元及監禁6個月，而在第二次或其後再被定罪，則可罰款100,000港元及監禁1年。</p>	<p>於往績記錄期內及截至最後實際可行日期，概無向本集團涉嫌未有遵守《不良廣告(醫藥)條例》進行檢控或施加懲罰。據香港律師所告知，衛生署就過往及現時的产品包裝及/或產品說明往及現時的機會甚微。在遵守衛生署警告信後，通常不會遭受檢控。</p> <p>鑑於(i)本集團已遵守有關警告信或終止使用相關包裝；(ii)事件發生至今已有一段長時間，而衛生署未曾就有關警告信向本集團提出檢控；及(iii)衛生署的政策是不會於該等情況下提出檢控，香港律師指本集團須繳付兩封警告信所產生的最高罰款(即200,000港元)的機會極微。因此，無須計提撥備。</p>	<p>本集團依循警告信的建議，修訂廣告用字。除日期為2014年7月11日及2014年12月22日的警告信外，於往績記錄期內直至最後實際可行日期，本集團並無就其廣告及包裝根據《不良廣告(醫藥)條例》接獲衛生署任何警告信。</p> <p>此外，我們已聘用香港法律顧問於2015年3月檢視我們的營銷、包裝及培訓材料。故此，我們於2015年8月已實施其建議。</p>	<p>本集團制定及採納內部控制措施避免再發生該不規事件。有關詳情，請參閱本節「內部控制措施」一段。</p>
<p>警告信日期</p> <p>2014年7月11日</p>	<p>產品名稱</p> <p>Omega-3 1000 深海魚油丸</p>	<p>所涉廣告或包裝</p> <p>東周刊雜誌刊登的廣告(2014年7月2日第566期)</p>	<p>相關法例</p> <p>《不良廣告(醫藥)條例》第3及/或3B條一附表4第5項(調節血壓規例)及6項(調節血脂或膽固醇規例)</p>		
<p>2014年12月22日</p>	<p>Omega-3 1000 深海魚油丸</p>	<p>於2014年12月TVB周刊雜誌刊登的廣告(2014年12月8日第911期)</p>	<p>《不良廣告(醫藥)條例》第3及/或3B條一附表4第6項(調節血脂或膽固醇規例)</p>		

業 務

2. 未有根據《稅務條例》按時遞交報稅表及未有遞交資料準確的報稅表

不合規性質及範圍	不合規理由	可能承擔的法律後果及最高處罰	對本集團構成的實質影響及財務影響	已採取的補救行動	為防止再發生不合規事件採取的內部控制措施
<p>在本集團核數過程中，我們的現任核數師及財務總監發現信基(香港)出現違反《稅務條例》的若干事件：(i)有關2010年/11年、2011年/12年及2012年/13年評稅年度，前任核數師提交錯誤收益，並少報應課稅溢利；及(ii)2013年/14年及2014年/15年評稅年度延遲報稅。奇恩天然亦被發現延遲提交2014年/15年評稅年度報稅表。</p>	<p>不合規情況是由於(i)信基(香港)的前任核數師無意中出現疏忽及遺漏；(ii)我們負責報稅事宜的員工無意中忽略了相關規定；及(iii)欠缺妥善系統及控制追蹤我們的合規狀況。</p>	<p>根據《稅務條例》第80(2)條規定，任何人士如沒有合理理由，就《稅務條例》規定報稅時因任何漏報或少報而提交不正確的報稅表，或無法遵守向其發出的通告，要求彼於指定時間內提交報稅表，即屬違法。最高可罰款10,000港元，另加相當於因該不正確報稅表或因無法提交報稅表而少徵稅款金額三倍的罰款。</p> <p>就《稅務條例》第80(2)條造成的違法規定而言，倘並無提出任何檢控，則稅務局有權根據《稅務條例》第82A條酌情施加不超過相當於因該不正確報稅表或因無法提交報稅表而少徵稅款金額三倍的額外稅款。</p>	<p>本集團已就該不合規事件取得法律顧問朋友迪法律意見如下：</p> <p>(i) 鑒於本集團並非故意避稅並且已評定及支付額外稅款，故本集團不大可能被檢控。</p> <p>(ii) 稅務局已全面認知與不合規事件有關的事實，並已就2010年/11年、2011年/12年及2012年/13年評稅年度進行額外評稅(遺漏及錯失事件)。根據上述額外評稅應付的稅項已支付。概無提及任何意向根據《稅務條例》第82A條徵收額外稅項，且並無向本集團送交有關意向的通知。鑒於有關情況，稅務局根據第82A條向信基(香港)徵收額外稅項的可能性偏低。</p>	<p>為處理我們已提交的不準確報稅表，我們的核數師(香港)過往年度的財務報表進行若干過往年度調整。因此，額外稅項開支已產生；而我們的稅務代表於2014年11月已向稅務局提交經修訂的稅務估算。稅務局已完成對上述經修訂稅務估算的評估，而稅務局並無指示其他意見。信基(香港)被控徵收額外稅款3,137,400港元，款項由本集團於2015年4月8日全面繳納。因此，無須計提撥備。</p>	<p>本集團制定及採納內部控制措施避免再發生該不合規事件。有關詳情，請參閱本節「內部控制措施」一節。</p>
<p>其他詳情請參閱下文「2010年/11年、2011年/12年及2012年/13年評稅年度少報應課稅溢利的錯誤報稅表；及(ii)延遲遞交2013年/14年及2014年/15年評稅年度報稅表的背景」一段。</p>			<p>(iii) 稅務局根據《稅務條例》第82A條就信基(香港)延遲提交2013年/14年及2014年/15年評稅年度報稅表進行額外評稅，而應付的額外稅款已結清。就奇恩天然延遲報稅而言，稅務局已於2016年5月31日發出《額外評稅意向通知》，而可能的罰款不高於168,399港元。無論如何，本集團因該延遲報稅而受檢控的風險屬最低。</p>	<p>在延遲遞交2014年/15年評稅年度報稅表方面，稅務局於信基(香港)先前所提呈書面聲明後已向信基(香港)發出要求通知。根據《稅務條例》第82A條於2016年5月19日要求向信基(香港)施加100,000港元額外稅款作懲罰，並於2016年5月24日已支付。</p>	
			<p>(iv) 鑒於(1)根據《稅務條例》第82A條已評估額外稅款並由本集團支付，及(2)針對本集團的檢控可能性偏低，就稅務局徵收的額外稅款及施加的任何稅務懲罰而言，該等違犯對我們的財務狀況及營運並不重大。</p>	<p>除本文件附錄一所載本集團經審核合併賬戶訂明的金額外，根據當中所載條款及條件，控股股東已就該不合規事件產生的任何稅務責任或罰款根據彌償契據共同及個別向本公司作出彌償保證。</p>	

業 務

3. 因就香港進出口事宜遲交進出口報關單而未有遵從《進出口條例》

不合規性質及範圍	不合規理由	可能承擔的法律後果及最高處罰	對本集團構成的實質經營及財務影響	已採取的補救行動	為防止再發生不合規事件採取的內部控制措施
<p>於往續記錄期內，本集團呈交444份進出口報關單，其中48份在《進出口條例》及《進出口登記規例》下規定時限(即進出口後14日內)外呈交。</p> <p>在該48份遲交進出口報關單中：</p> <p>(a) 29份於規定時限後1個月內提交；</p> <p>(b) 2份於規定時限後1至2個月內提交；及</p> <p>(c) 17份於規定時限後2個月內提交。</p>	<p>遲遲呈交主要由於我們的行政人員無意中忽視了時限。</p>	<p>根據《進出口登記規例》第4及5條，須遞交進出口報關單之每名人士如無合理辯解而未能在規定時限內遞交進出口報關單(或於適用情況下，該人士雖有合理辯解，但於該辯解終止後未能或因疏忽而未盡力以規定的方式遞交該報關單)，則該人士將被判犯罪，且一經循簡易程序定罪，可罰款1,000港元，並由定罪日期的翌日起，於該人士未能或因疏忽而未能以該方式呈交報關單之持續期間，每日罰款100港元。</p> <p>根據《進出口登記規例》第7條，除根據上述第4或5條可處以的最高懲罰外，本集團須就每次未能於14日規定時限內呈交進出口報關單支付罰款。每次未能呈交所處以的罰款由20港元至200港元不等，視乎遲遲呈交時間的長短及報關單所訂明物件的總值。</p>	<p>本集團於截至2014年、2015年及2016年3月31日止財政年度各年繳付的有關罰款總額分別為720港元、1,860港元及1,100港元，該等罰款並無及不會對本集團經營或財務狀況造成任何重大影響。上述所有罰款於呈交相關延遲進出口報關單後已繳納。經香港法律顧問告知，本集團由於自延遲呈交之時起計已經過6個月限制期，故不會受檢控。</p> <p>此外，合共延遲48份報關單，佔444份進出口報關單的約11%。</p> <p>由於行政罰款已繳納，其性質並不重大，董事相信，上述不合規事件並不重大、且具系統性，並不會對本集團的經營或財務構成重大不利影響。因此，毋須計提撥備。</p>	<p>本集團已實施內部控制措施，確保所有進出口報關單於規定的14日時限呈交。</p> <p>除本文件附錄一所載本集團經審核合併賬戶訂明的金額外，根據當中所載條款及條件，控股股東已就該不合規事件產生的任何稅務責任或罰款根據彌償契據共同及個別向本公司作出彌償保證。</p>	<p>本集團實施及採納內部控制措施避免再發生該不合規事件。有關詳情，請參閱本節「內部控制措施」一段。</p>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

(i) 2010年／11年、2011年／12年及2012年／13年評稅年度少報應課稅溢利的錯誤報稅表；及(ii)延遲遞交2013年／14年及2014年／15年評稅年度報稅表的背景

為籌備[編纂]，我們於2014年9月30日已聘用新的稅務代表，檢討本集團的整體稅務狀況。我們的稅務代表已就產生額外稅務開支的信基(香港)以往年度財務報表於下文詳述某些無意中出現的失誤及遺漏審閱若干以往年度調整。

由於信基(香港)被認為2010年／11年、2011年／12年及2012年／13年評稅年度少報應課稅溢利，除先前提交的錯誤報稅表外，新稅務代表於2014年11月已編製及向稅務局提交經修訂稅務估算(「**經修訂稅務估算**」)。稅務局按少報稅項提交更新資料進行額外利得稅評估而並無表達其他意見。經修訂稅額於2015年4月8日規定時限內已付訖。

2010年／11年、2011年／12年及2012年／13年評稅年度，由於(i)信基(香港)當時的核數師無意中出現失誤及遺漏；(ii)我們負責報稅事宜的相關員工無意中忽略了相關規定；(iii)欠缺妥善系統及控制追蹤我們的合規狀況；及(iv)無法向外聘顧問尋求妥善的稅務意見，在任核數師及在任財務總監發現錯誤報稅表作出的以往年度調整如下：

- (i) 因應我們財務部門員工及當時的核數師於截至2011年3月31日止年度截止寄售的錯誤判斷，確認寄售所產生收益約9.6百萬港元，該項收益於截至2011年3月31日止年度年報作出以往年度調整時修訂且於2010年／11年評稅年度的稅務估算中省略；
- (ii) 因應我們當時的稅務代表將寄售所產生應課稅收入錯誤分類為非應課稅收入，2011年／12年評稅年度稅務估算確認少報應課稅收入約2.4百萬港元；
- (iii) 由於我們於財務部門於當時相關期間欠缺妥善的會計系統及內部控制程序，集團內公司間交易中存貨採購期末結餘誤用錯誤單位成本，而我們截至2013年3月31日止年度當時的核數師並無發現，導致2012年／13年評稅年度稅務估算確認少報應課稅收入約4.5百萬港元；
- (iv) 由於我們於財務部門當時相關期間欠缺妥善的會計系統及內部控制程序，截至2013年3月31日止年度當時的核數師並無指出截至2013年3月31日止年度人民幣定期存款誤用不準確匯率，導致2012年／13年評稅年度的稅務估算確認少報相關匯兌收益約2.4百萬港元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

少報應課稅溢利及因上述因素支付的額外稅款概述如下：

評稅年度	少報應課稅溢利 (千港元)	已支付額外 稅項金額 (千港元)
2010年／11年	9,610	1,585
2011年／12年	2,447	404
2012年／13年	6,958	1,148

本公司延遲遞交2013年／14年及2014年／15年評稅年度報稅表乃由於(i)更換於2014年9月30日方獲委任的稅務代表；及(ii)需要更多時間澄清上述以往年度調整並編製影響合共三個評稅年度的經修訂完稅證明；及(iii)需要更多時間贊同在任核數師年報中的稅款。該等情況已影響本集團在規定時限內提交報稅表的能力。

我們的董事認為，上述不合規事件並不涉及我們董事及本集團高級管理層的蓄意不當行為、欺詐、不誠實或貪污。

律師許友迪告知本集團，因上述違反而被檢控及徵收額外稅款的可能性偏低，乃由於：(i)誠如本集團全面自願性披露所示(未經稅務局進行任何實地審核或調查)，遺漏或錯誤乃由於無心之失所致，而非因魯莽或蓄意逃稅而起；及(ii)稅務局已全面知悉該不合規事件的相關事實；及(iii)本集團已支付稅務局進行額外評稅所產生的稅項。概無提及任何意向根據《稅務條例》第82A條徵收額外稅項，且並無向本集團送交有關意向的通知。

在延遲遞交信基(香港)2014年／15年評稅年度報稅表方面，稅務局於先前所提呈書面聲明後已向信基(香港)發出要求通知。根據《稅務條例》第82A條於2016年5月19日要求向信基(香港)施加100,000港元額外稅款作懲罰，並已於2016年5月24日已支付。就奇恩天然延遲提交2014年／15年評稅年度報稅表而言，稅務局已於2016年5月31日發出《額外評稅意向通知》。經律師許友迪告知，可能的罰款不高於168,399港元。無論如何，本集團獲告知因延遲提交報稅表而受檢控的風險偏低。

鑒於截至2016年3月31日止三個年度已支付的額外稅款已反映於會計師報告內，且基於律師許友迪上述意見，認為稅務局根據《稅務條例》第82A條針對本集團徵收額外稅款及任何稅務罰款對本集團構成額外財務影響的可能性非常低，我們的申報會計師認為，概無延遲報稅及報稅不準確所產生《稅務條例》下的不合規披露、撥備及或然負債應反映於會計師報告內。

內部控制措施

董事負責制訂及監督內部監控措施的落實以及風險管理制度的成效，此舉旨在提供合理保證達成有關營運、申報及合規的目標。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

為管理外部及內部風險並確保業務運作暢順，我們已於2015年3月委聘獨立內部控制評審（「**內部控制評審**」），協助本集團檢討內部控制制度，並就改善內部控制制度提出推薦建議。內部控制評審已就我們的內部控制制度不同範疇進行若干協定審閱程序但並無重大發現，包括收益、採購、固定資產管理、人力資源、財務申報及資訊科技。

尤其為防止再發生本節「不合規事宜」一段中提及的不合規事件，已採納以下內部控制措施：

有關廣告及標籤的內部控制措施

本集團已採納合規指引向員工就產品標籤及廣告提供具體指引，確保遵守有關法律及法規，即（其中包括）《不良廣告（醫藥）條例》、《商標條例》及《進出口條例》；

- 在收到衛生署的警告信後，本集團已成立合規團隊，審閱我們所有營銷材料，確保符合香港法律下的有關規定；
- 我們的合規小組由兩名營養師（先前並非我們全部營銷材料所需的評審）及兩名來自銷售及營銷部門的員工。營銷材料刊發前必須經合規團隊、銷售經理及營運經理批准；
- 我們的管理團隊將確保我們合規團隊配備對食品標籤及廣告具有足夠經驗及知識的人員，以促進嚴格遵守相關法規；
- 我們的董事及管理團隊已出席培訓課程，在課程上，彼等獲得香港廣告法律的適用法律及法規的概要。我們將安排適用的認可機構提供各種不同的培訓，以加強我們的董事及管理團隊對適用香港法律及法規（尤其是《不良廣告（醫藥）條例》）的認知。

有關報稅的內部控制措施

- 我們負責計算稅項的財務部將確保本集團各實體的報稅過程完整及準確並記錄任何稅務撥備。於遞交任何報稅表時，報稅表會由我們的公司秘書兼財務總監鄧穎珊女士審批。有關鄧女士經驗及資格的進一步詳情，請參閱本文件「董事及高級管理層 — 高級管理層」一節；
- 我們的財務部亦會負責每半年的遞延稅項評估，並相應地記錄任何稅項撥備。遞延稅項評估將會由我們的財務總監審批；

業 務

- 我們的管理層將確保我們的財務部具備對於稅務事宜及報稅有充足經驗及知識的人員，以促進計算稅項及報稅表的處理效率及準確度；
- 我們的董事已出席培訓課程，在課程上，彼等獲得適用香港法律法規(包括財務及會計事宜)的概要。我們將繼續安排外聘法律顧問及／或其他適用的認可機構提供各種不同的培訓，以加強我們的董事對適用香港法例、中國法例、澳門法例(特別是於本集團業務過程中可能產生的稅務責任)的認知；
- 本集團已委聘稅務專家對我們的經營架構及整體稅務狀況(包括所有相關司法權區的稅務合規)進行審閱以及定期審閱我們的報稅。如我們對任何稅務問題有疑問，本集團亦將取得其稅務意見；
- 本集團將委任具備充足經驗及知識的負責人士擔當稅務代表，處理稅務局的任何稅務疑問。視乎事項或疑問的複雜性，我們將向稅務專家尋求意見協助處理有關事宜；
- 我們的財務部負責處理本集團所有稅務相關事宜，並將會定期向我們的審核委員會就遵守稅務法律及規例向審核委員會匯報；
- 我們的審核委員會將會監督會計及財務事宜的財務匯報及內部控制程序以確保遵守上市規則以及所有相關法律及規例；
- 將會委聘核數師確保我們的業績真實及公平反映本集團的財務狀況；及
- 報稅表及稅務疑問的回覆副本將會由我們的財務部保存及只有獲授權人士才可取閱檔案。

進出口報關及法規的內部控制措施

本集團已採納合規指引，以向員工提供有關進出口報關及登記的具體指引，確保遵守有關法律及法規，即(其中包括)《進出口登記規例》及《進出口條例》。

- 我們的財務部門將委任具備充足經驗及知識的負責人士擔當代表，處理每項交易的進出口報關並立即向海關關長登記以避免延遲提交。本集團亦將委任一名倉務經理負責倉務及物流部門日常運作並協助呈交進出口報關單。財務總監將負責審閱報關單及登記的狀態，而報關單及登記按週呈交，確保符合有關法律及法規；

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

- 我們的管理團隊將確保財務部具備擁有足夠進出口報關及法規經驗及知識的人員，以促進處理進出口報關及法規的效率及準確度；及
- 我們的管理及財務團隊已出席培訓課程，在課程上，彼等獲得適用香港法律法規（有關進出口報關的法規）的概要。我們將安排合適認可機構提供各種不同的培訓，以加強我們的管理團隊對適用香港法例（特別是就《進出口條例》及《進出口登記規例》）的認知。

董事及保薦人的意見

經審慎考慮後，董事認為及保薦人同意，本集團採納的多項內部控制措施充足有效以避免再次發生不合規事件。

保薦人認為，上文所提及不合規事件不會對董事根據上市規則第3.08條及第3.09條的合適性造成任何重大影響，亦不會對本公司根據上市規則第8.04條的[編纂]合適性造成任何重大影響。於達致其意見時，保薦人已考慮下列事項：

1. 不合規事件並非蓄意，而主要由於相關員工對監管規定的理解不足及本集團內部控制措施並不全面，且並無涉及我們的董事蓄意不當行為、欺詐、不誠實或貪污；
2. 不合規事件並非因董事欠缺管理本集團業務營運的經驗或誠信所致；
3. 董事已於緊隨獲知會不合規事件後採取行動在可行範圍下糾正不合規事件，並加強我們的內部控制系統以防止再次發生不合規事件；
4. 除「業務 — 不合規事宜」一節所披露外，本集團已自其成立起就不合規事件已遵守相關適用法律及規例。

信貸控制

我們的分銷商主要由寄售商、個體及連鎖零售店、中國網上購物平台及新加坡分銷商組成，其一般會獲得30至120天的信貸期。我們的財務部負責檢討各現有及潛在企業客戶的信貸期。授予分銷商的結算及信貸期根據以下各項釐定（其中包括）：(i)與我們業務關係的年期；(ii)客戶付款記錄；及(iii)客戶的財政實力及信譽。

就於專門店、展銷及網上商店向終端客戶直接銷售產品而言，本集團於產品出售時以現金及信用卡即時收取產品的全數付款。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

企業管治

我們不斷努力加強董事會作為負責就基本政策及高層管理事宜決策以及監督業務執行的實體所擔當的角色。董事會包括三名獨立非執行董事，確保管理透明度及業務決策及營運的公平性。獨立非執行董事憑藉彼等的豐富管理經驗及專門知識，透過提供意見及監督，為提升企業價值作出貢獻。

我們已設立審核委員會(成員包括三名獨立非執行董事)，以檢討及監督我們的財務控制、內部控制及風險管理系統的有效性。我們擬聘用內部控制顧問每年檢討內部控制系統，確保實施有效的內部控制程序。

有關往績記錄期內我們就不合規事宜而採納的內部控制措施，請參閱本節「內部控制措施」一段。

訴訟

我們已不時且可能在將來偶爾牽涉法律訴訟或我們行業常見的正常業務過程中出現的糾紛，包括與客戶的合約糾紛。往績記錄期內，本集團於2015年第一季在廣州捲入六宗法庭案件，其中兩宗關於產品責任糾紛及四宗為與顧客的買賣協議糾紛。

對於兩宗產品責任法庭案件，索賠人聲稱，「Top Life」鮫鯊烯產品的主要成分應為魚肝油(根據中國藥典乃歸類為藥品)。索賠人聲稱，根據中華人民共和國食品安全法法規，我們的鮫鯊烯產品應受保健食品規例規管，而非作為普通食品銷售。

我們在中國銷售的「Top Life」鮫鯊烯產品由Homart的中國附屬公司供應，該公司負責進口產品在關鍵時間符合中國法律及法規的法律規定。由Homart提供的分析證書顯示，其鮫鯊烯產品符合相關產品規範及澳洲藥品管理局標準。此外，我們的管理層已檢視中華人民共和國出入境檢驗檢疫發出的相關衛生證書，確認已檢驗相關「Top Life」進口產品並已符合相關中國食品安全規定，並因此獲准於中國銷售。

於往績記錄期，我們僅將「Top Life」產品作為普通食品出售而並未聲稱其具有保健功能。我們的產品概無被主管中國監管當局視為保健食品。我們的中國法律顧問認為，本集團已遵守中國對進口食品的必要法規，而我們的產品應獲准在中國銷售。

經中國法律顧問告知及經審慎考慮兩宗產品責任案件的案由，董事相信，索賠人所提出的法律理據相對較弱，本集團很可能成功就兩宗產品責任法庭案件抗辯。然而，考慮到(i)本集團不熟悉常有改動的中

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

國法律及法規(尤其是有關保健食品範疇的法律)；(ii)估計訴訟需時；及(iii)將產生相對高的法律成本，董事認為，透過和解或調解而非法庭抗辯以了結兩宗案件更具成本效益及節省時間。

截至2015年3月31日止年度的總和解金額為0.6百萬港元(兩宗產品責任法庭案件分別以0.1百萬港元及0.2百萬港元作結)。本集團曾要求Homart處理兩宗法庭案件。然而，Homart確認兩宗法庭案件的案由並不涉及任何針對我們鯊鯊烯產品品質的索償或挑戰，故拒絕接管案件。董事經審視與Homart訂立的相關供應協議及於關鍵時間的Homart產品責任保險條款後，同意Homart的觀點，認為兩宗案件並非關於進食「Top Life」鯊鯊烯產品而產生的懷疑人身傷害。我們認為，兩宗產品責任法庭案件的索賠人主要就保健食品的範圍及詮釋發生爭議，而本集團難以因「Top Life」鯊鯊烯產品的缺陷品質向Homart索取賠償。

由於董事認為，涉及「Top Life」鯊鯊烯產品的兩宗法庭案件並無出現任何品質或安全問題，故我們於往績記錄期並沒有中止在本集團營運的市場銷售該等產品。截至2016年3月31日止三個年度，「Top Life」鯊鯊烯的銷售收益分別約為32,000港元、16,000港元及無。

經我們的中國法律顧問確認，牽涉該等法庭案件的公司(即信基(深圳))已於2015年5月根據中國法律正式解散。於信基(深圳)的法律實體正式終止營運時，本集團毋須就上述法庭案件負上其他法律責任。

截至2015年3月31日止年度，本集團為了結六宗法庭案件及其他糾紛而支付1.4百萬港元。於最後實際可行日期，就我們所知，我們並無涉及任何未了結或威脅本公司或任何董事的訴訟或仲裁而將嚴重影響我們的業務、財務狀況或經營業績。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

物業

於最後實際可行日期，本集團根據租賃協議或許可協議佔用以下物業：

位置	期間	用途
租賃協議		
香港 九龍 觀塘 鴻圖道83號 東瀛遊廣場 28樓E室	2014年2月17日至2017年2月16日	辦公室
九龍 敬業街65-67號 敬運工業大廈 3樓C室(附註1)	2014年7月1日至2016年6月30日 2016年7月1日至2018年6月30日	倉庫
九龍 敬業街65-67號 敬運工業大廈 11樓F室	2015年11月27日至2017年11月26日	貯存
新界 沙田 沙田正街21-27號 沙田廣場3樓 34號舖	2014年5月28日至2016年5月27日、 2016年5月28日至2019年5月27日	專門店
九龍 鑽石山 荷里活廣場3樓 330C號舖	2015年10月7日至2017年10月6日	專門店
新界 屯門 屯盛街1號 屯門市廣場一期 2樓2106室	2016年4月1日至2019年3月31日	專門店
澳門 澳門 伯多祿局長街(白馬行)3-13號 1樓U室	2016年3月1日至2018年2月28日	專門店
港鐵許可協議		
香港 尖沙咀港鐵站TST 09號舖	2015年9月1日至2018年8月31日	專門店
旺角港鐵站MOK 23號舖	2016年1月10日至2018年1月9日	專門店
銅鑼灣港鐵站CABE9號舖	2014年1月7日至2017年1月6日、 2017年1月7日至2019年1月6日	專門店
香港港鐵站HOK 38號舖	2014年2月26日至2017年2月25日	專門店

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

業 務

位置	期間	用途
九龍灣港鐵站KOB 9B號舖	2013年7月12日至2016年7月11日、 2016年7月12日至2018年7月11日	專門店
荃灣港鐵站TSW 13號舖	2013年9月26日至2016年9月25日、 2016年9月26日至2018年9月25日	專門店
東涌港鐵站TUC 02號舖 (附註2)	2013年11月1日至2016年10月31日	專門店
九龍塘港鐵站KOT 3號舖	2014年8月23日至2017年8月22日	專門店
沙田港鐵站SHT 25號舖	2014年8月29日至2017年8月28日	專門店

附註1： 業主翹博為蔡先生及蔡太太全資擁有的公司，因此根據上市規則屬本集團的關連人士。有關租賃協議詳情，請參閱本文件「持續關連交易 — 獲豁免持續關連交易」一節。

附註2： 於最後實際可行日期，董事尚未就重續TUC舖的租賃協議獲港鐵接觸。

與控股股東的關係

控股股東

緊隨資本化發行及[編纂]完成後(假設未有行使超額配股權並不計及因超額配股權及根據購股權計劃將予授出的任何購股權獲行使後可能發行的任何股份)，蔡先生及蔡太太(為一組控股股東)有權(透過Beatitudes)控制合資格於本公司股東大會上投票的股份中75%投票權的行使。

除上一段披露者外，緊隨[編纂]完成後(不計及因超額配股權及根據購股權計劃將予授出的任何購股權獲行使後可能發行的任何股份)，概無其他人士將直接或間接於當時已發行股份擁有30%或以上權益或於本集團任何成員公司擁有佔該實體30%或以上權益的直接或間接權益。

蔡先生、蔡太太及Beatitudes各自確認其並無直接或間接持有或從事任何與或可能與我們業務競爭的業務。

獨立於控股股東及彼等各自的聯繫人

經考慮以下因素，董事認為，本集團的業務營運可獨立於及並無過份依賴控股股東、彼等各自的聯繫人或任何其他人士：

- (i) 財政獨立：本集團有獨立財政制度，根據本集團本身業務需要作出財政決策。我們具備充足資金獨立經營業務，亦有豐富的內部資源及穩健信貸組合應付日常營運。於往績記錄期間，本集團主要依賴營運所得現金經營業務，預期[編纂]後仍然如是。

於最後實際可行日期，應付或應收控股股東或受其控制的公司的貿易相關及非貿易相關款項已悉數結清，而控股股東及彼等的聯繫人向我們提供的所有擔保亦將於[編纂]後解除。

- (ii) 營運獨立：我們已建立獨有組織架構，由各自負責特定範疇職務的獨立部門組成。本集團並無與控股股東及／或彼等的聯繫人共用供應商、客戶、營銷、銷售及一般行政資源等營運資源。除本文件「持續關連交易」一節所披露者外，控股股東及／或彼等的聯繫人概不會向本集團提供服務、場地及設施。本集團可於[編纂]後獨立於控股股東經營業務。
- (iii) 管理獨立：本公司旨在設立並維持強大而獨立的董事會以監察本集團業務。董事會主要職責包括批准本集團整體業務計劃及策略、監督實行有關政策及策略以及管理本公司。本集團設有獨

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

與控股股東的關係

立管理團隊，由對我們業務擁有豐富經驗及專長的高級管理人員團隊所領導，以實行本集團的政策及策略。

董事會由7位董事組成，包括4位執行董事及3位獨立非執行董事。控股股東蔡先生及蔡太太均為執行董事。

各董事均知悉其作為董事的誠信責任，該等責任要求(其中包括)董事須為本公司利益及符合本公司最佳利益而行事，且其董事職責不得與其個人利益存在衝突。倘本集團與董事或彼等各自的聯繫人將進行的任何交易出現潛在利益衝突，則擁有利益關係的董事不得於有關董事會會議就該等交易投票，亦不得計入法定人數。

上市規則第8.10條

控股股東及董事概無於本集團業務以外與本集團業務直接或間接競爭或可能競爭的業務中擁有權益，並須根據上市規則第8.10條作出披露。

不競爭契據

為避免本集團與蔡先生、蔡太太及Beatitudes(「契諾人」)各人於日後可能出現任何競爭，契諾人以我們(為我們本身及為本集團各成員公司的利益)為受益人訂立不競爭契據。根據不競爭契據，於不競爭契據有效期間，各契諾人不可撤回及無條件地向我們(為我們本身及為本集團各成員公司的利益)承諾，不會並促使其聯繫人(本集團成員公司除外)不會直接或間接從事、參與任何與本集團任何成員公司現有業務活動競爭或可能競爭的業務，或持有該等業務的任何權利或權益，或向該等業務提供任何服務或以其他方式參與該等業務。

出現與本集團業務競爭的商機時，有關契諾人須及須促使其聯繫人作出書面通知，而我們須享有優先選擇權以接納該等商機。我們僅可於所有獨立非執行董事(概無於該等建議交易中擁有權益)批准時行使優先選擇權。有關契諾人及其他有利益衝突之董事(如有)不得參與涉及利益衝突或潛在利益衝突之所有相關董事會會議(包括但不限於考慮是否行使優先選擇權之有關獨立非執行董事會議)且不得於會上投票，亦不會計入法定人數。

董事會將成立由全體獨立非執行董事組成的委員會，授權其每年檢討上述契諾人的承諾。契諾人亦承諾按委員會不時的要求提供執行不競爭契據所需的全部資料。

上述承諾須待本文件「[編纂]的架構 — [編纂]的條件」一節所述的條件達成方可作實。倘任何該等條

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

與控股股東的關係

件於截至本文件刊發日期後第30日仍未達成，不競爭契據將告無效及失效，任何一方不得根據不競爭契據向另一方索償。

不競爭契據將於以下情況當天終止（以較早日期為準）：(i) 一名契諾人（不論個別或連同其聯繫人計算）不再持有本公司全部已發行股本合共30%或以上，或基於其他原因不再為本公司控股股東（定義見上市規則）；或(ii) 股份不再於聯交所上市及買賣（股份基於任何原因在聯交所暫停買賣除外）。

企業管治措施

為進一步保障股東權益，我們將採納下列企業管治措施，以管理任何潛在利益衝突：

- (i) 細則規定除上市規則附錄3附註1所載少數例外情況（僅限於有關同一附錄第4(1)段）外，董事須自動缺席參與董事會會議（也不被計算入法定人數）及不就批准任何合同或安排或其他提案而或其任何聯繫人從中擁有重大利害關係之任何董事會決議案投票，除非大多數獨立非執行董事明確要求其出席；
- (ii) 獨立非執行董事將每年審閱契諾人的不競爭契據的遵守情況；
- (iii) 契諾人承諾提供一切本公司所要求就獨立非執行董事進行年度審查及強制執行不競爭契據所需的資料；
- (iv) 我們將於其後年報「企業管治報告」一節內披露契諾人如何遵守不競爭契據；
- (v) 我們將於其後年報內披露就獨立非執行董事審閱有關契諾人遵守不競爭契據情況的事宜作出的決定，包括控股股東所轉介商機未獲接納的原因；及
- (vi) 契諾人將於我們其後年報內發表有關遵守不競爭契據的年度陳述書。

此外，本集團及契諾人及／或彼等各自聯繫人擬進行的任何交易將需要遵守上市規則的要求，包括（如適用）申報、年度回顧、公佈及獨立股東批准規定。

透過採納上述措施，我們的董事相信股東權益將獲保障。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

持續關連交易

本集團於往績記錄期內訂立多項關連方交易，詳情載於本文件附錄一所載會計師報告附註23。董事確認，該等關連方交易乃於日常業務過程中進行。除下文所述者外，該等關連方交易已於最後實際可行日期前終止。

[編纂]後，本集團與相關關連人士將繼續進行以下交易，而該等交易根據上市規則構成持續關連交易。

獲豁免持續關連交易

租賃協議

信基(香港)與翹博訂立租賃協議(「租賃協議」)，詳情載列如下：

協議日期	:	2014年7月16日，於2016年6月14日重續
訂約方	:	翹博(作為業主)及信基(香港)(作為租戶)
場所	:	香港九龍敬業街65-67號敬運工業大廈3樓C室
租期	:	2014年7月1日起至2016年6月30日止為期兩年(包括首尾兩天)，自2016年7月1日起至2018年6月30日止(包括首尾兩天)進一步重續2年
租金及付款條款	:	每月30,000港元(自2014年7月1日至2016年6月30日止期間)或50,000港元(自2016年7月1日至2018年6月30日止期間)，須於租期內各曆月的首天預繳
續期	:	租期完結後，(i)租戶須向業主發出不少於一個月的事前書面通知，表明是否有意續訂租約；及(ii)業主如欲收回物業，須向租戶發出不少於一個月的事前書面通知
雜項條款	:	租金已包括差餉、地租、管理費及水電費

訂立租賃協議的原因是我們多年來一直沿用有關場所作儲貯用途，重置將產生不必要的成本，對我們的業務經營亦構成干擾。

關連人士

翹博由本公司控股股東兼執行董事蔡先生及蔡太太全資擁有。因此，根據上市規則，翹博為我們的關連人士。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

持續關連交易

上市規則的涵義

鑒於一方面蔡先生及蔡太太各自均為執行董事，而彼等共同為控股股東，而另一方面租賃協議乃由本集團與蔡先生及蔡太太最終實益擁有100%權益的公司訂立，故根據上市規則第14A章，租賃協議構成本公司的持續關連交易。

截至2019年3月31日止三個年度各年，參考本集團根據租賃協議應付蔡先生及蔡太太的最高年度租金總值計算的最高適用百分比率超過0.1%但低於5%，本集團根據租賃協議應付的年度租金總額少於3,000,000港元。因此，根據上市規則第14A.76(1)條，於[編纂]後根據租賃協議擬進行的交易構成本公司的最低持續關連交易，將獲全面豁免遵守上市規則第14A章的申報、年度審核、公告及獨立股東批准的規定。

過往交易額

截至2014年、2015年及2016年3月31日止三個年度本集團根據租賃協議所支付的租金總額分別約為0.4百萬港元、0.4百萬港元及0.4百萬港元。

建議年度上限

截至2017年、2018年及2019年3月31日止三個年度各年，本集團根據租賃協議應付租金建議年度上限金額將約為600,000港元。年度上限金額按根據租賃協議應付翹博的年度租金估算。

租賃協議項下租金按訂約各方公平磋商後釐定，過程中已參照同區相類物業租金的市場數據。租賃協議項下租金公平合理，反映同區相類物業當時的市場租金。

董事的意見

董事(包括我們的獨立非執行董事)認為，租賃協議已於或將於我們日常及一般業務過程中訂立，屬正常商業條款，租賃協議的條款公平合理且符合我們及股東的整體利益。

保薦人的確認

保薦人認為，租賃協議已於我們日常及一般業務過程中訂立，屬正常商業條款，租賃協議的條款公平合理且符合我們及股東的整體利益。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

董事

董事會負責並擁有一般權力管理及經營我們的業務。我們的董事會由四名執行董事及三名獨立非執行董事組成。

姓名	年齡	加入本集團日期	職位	委任為董事日期	於本集團的角色與職責	與其他董事及高級管理層的關係
蔡志輝	42	2001年 11月16日	執行董事、董事總經理及董事會主席	2015年 4月17日	負責本集團整體方向及管理	彼為蔡太太的配偶及何俊傑先生(本公司執行董事及業務發展總監)的妹夫。
何家敏	41	2001年 11月16日	執行董事及市場總監	2015年 4月17日	負責監督本集團營銷團隊的運作，以及制定營銷策略及宣傳計劃	彼為蔡先生的配偶、何俊傑先生(本公司執行董事及業務發展總監)的妹妹
何俊傑	46	2013年 3月4日	執行董事及業務發展總監	2015年 5月15日	負責銷售及營銷，以及本集團業務的發展及擴展	彼為蔡先生的妻舅及蔡太太的兄長
區俊傑	40	2013年 9月16日	執行董事及營運總監	2015年 5月15日	負責本集團資訊科技系統及基本設施；及負責專門店及寄售零售店銷售專櫃之行政及物流支援	彼為鄧穎珊女士(本公司公司秘書及財務總監)之表妹夫
陸定光	61	2016年 7月20日	獨立非執行董事	2016年 7月20日	為董事會提供獨立意見	無
高銘堅	53	2016年 7月20日	獨立非執行董事	2016年 7月20日	為董事會提供獨立意見	無
尹祖伊	47	2016年 7月20日	獨立非執行董事	2016年 7月20日	為董事會提供獨立意見	無

執行董事

蔡志輝先生，42歲，本公司執行董事、董事總經理及董事會主席。彼為本集團之創辦人之一。蔡先生為何家敏女士的配偶及何俊傑先生(本公司執行董事及業務發展總監)的妹夫。創辦本集團之前，蔡先生連同蔡太太曾於香港從事貿易及分銷業務。蔡先生在健康補充產品的營銷、分銷、批發及零售方面於香港擁有超過14年經驗，其從本集團的營運獲得其經驗。其對健康補充產品於零售市場的知識於過去數年大大提升了本集團的業務及公眾對本集團的認知度。蔡先生負責本集團的整體方向及管理。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

蔡先生於2000年12月取得香港浸會大學文學士學位。彼於2010年5月於香港中文大學取得食品及營養科學文憑。彼於2010年12月獲香港中文大學頒授比較及公眾史學文學碩士學位。蔡先生於食品及營養科學方面具有相關知識，並協助本集團在產品方面的品質控制及挑選可靠的健康補充產品供應商。

蔡先生一直活躍於香港健康食品行業。彼於2010年獲委任為香港保健食品協會（「該協會」）的理事會會員。蔡先生於2011年10月至2015年10月擔任該協會的司庫，負責管理及監督該協會的財務事宜。蔡先生於2014年12月至2016年11月期間獲委任為香港化粧品同業協會名譽會長。彼自2013年9月起於香港中文大學專業進修學院擔任醫療保健及應用科學部課程顧問。

目前，蔡先生為香港政府工業貿易署中小企業客戶聯絡小組的成員。彼亦為香港政府工業貿易署中小企業「營商友導」計劃、僱員再培訓局中小企師友計劃及香港浸會大學就業師友計劃的導師。蔡先生於2016年4月獲委任為觀塘健康城市督導委員會成員。

除於業務方面的成就外，蔡先生亦盡心投入香港的教育及社會發展。蔡先生目前為寧波公學校友會教育基金執行委員會主席。彼自2013年6月起擔任寧波公學法團校董會校友校董。彼自2011年4月起擔任基督教角聲佈道團有限公司（香港分會）董事。

蔡先生於2013年獲都市盛世雜誌頒發「卓越商界奇才大獎」。彼於2014年9月獲亞洲企業商會及2014年年度亞洲企業精神獎籌備委員會頒發「傑出企業家獎」，以表揚其於企業方面的優秀和突出成就。蔡先生於2015年10月榮獲亞洲周刊與世界華商組織聯盟頒發「2015世界傑出青年華商」獎項。除表揚其傑出的商業頭腦外，蔡先生獲頒發香港輔助警察長期服務獎章（自2012年5月起生效），以表揚其對香港輔警超過15年的貢獻及付出。

何家敏女士，41歲，為本公司之執行董事及市場總監。彼為本集團之創辦人之一。何女士為蔡志輝先生之配偶及何俊傑先生（本公司執行董事及業務發展總監）之妹妹。創辦本集團之前，蔡太太連同蔡先生曾於香港從事貿易及分銷業務。蔡太太於香港擁有超過14年健康補充產品營銷經驗，其從本集團的營運獲得其經驗。其於健康補充產品的營銷知識於過去數年大大提升了本集團的銷售及增長。蔡太太負責監督本集團營銷團隊的運作，彼亦負責制定本集團的營銷策略及宣傳計劃。

蔡太太於1997年11月於香港理工大學取得紡織品營銷學高級文憑。於蔡太太的領導及監督下，本集團成功為我們的品牌形象及整個系列的保健產品作推廣，於近年來屢獲多個組織的獎項及認可。例如於

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

2013年我們的品牌獲香港品牌發展局及香港中華廠商聯合會頒發「香港名牌」。自2005年起，我們亦連續超過10年獲優質旅遊服務計劃頒授獲認可商店的殊榮。

蔡太太於2015年6月獲南華早報資本才俊「2015年度CEO大獎」。彼獲任命為僱員再培訓局的中小企師友計劃的導師。

何俊傑先生，46歲，為本公司之執行董事及業務發展總監。彼於2013年3月加入本集團。何先生為蔡先生之妻舅及為蔡太太之兄長。何先生負責銷售及營銷，以及本集團業務的發展及擴展。

何先生於2003年12月於英國特許市務學會取得市場學深造文憑。彼於2006年1月加入財資市場公會，現時為專業會員。於加入本集團前，何先生於金融市場累積超過20年經驗。1990年至1996年，彼受僱於Yagi Euro (Hong Kong) Limited，擔任美元存款經紀人。1997年6月，彼加入馬素(香港)有限公司，擔任美元存款交易商。何先生於1998年9月加入ICAP (Hong Kong) Limited，負責營銷及銷售金融產品。彼於2005年8月至2012年12月期間於溢勝亞洲有限公司擔任高級經理一職。

區俊傑先生，40歲，為本公司之執行董事及營運總監。彼於2013年9月加入本集團。區先生為鄧穎珊女士(本公司公司秘書及財務總監)之表妹夫。區先生負責本集團資訊科技系統及基本設施，包括網上銷售渠道的發展以及ERP系統的維護。彼亦負責專門店及寄售零售店銷售專櫃之行政及物流支援。

區先生於1998年11月於香港科技大學取得計算機科學(工學士)學位。區先生於不同範疇行業累積超過15年的資訊科技工作經驗。1998年8月至2000年4月，彼受僱於在主板上市的精電國際有限公司(股份代號：00710)之附屬公司精電有限公司，擔任資訊服務部門程式設計員。彼於2000年4月加入Arcotect Limited，擔任軟件開發人員至2001年8月。2001年9月至2004年6月，區先生擔任香港入境事務處程式分析編寫員(負責程式設計、程式開發及使用支援)。2004年11月至2006年7月，彼為NCSI Limited系統分析員。區先生於2006年9月加入康業服務有限公司，其為於主板上市的新鴻基地產發展有限公司(股份代號：00016)之附屬公司，擔任高級系統分析員(其後晉升至資訊科技經理)。

陸定光博士，61歲，自2016年7月20日起獲委任為獨立非執行董事。彼分別於1985年10月及2001年5月獲得新南威爾士大學工商管理碩士學位及哲學博士學位。

陸博士於1992年8月加入香港理工(現為香港理工大學)商學部，擔任高級講師。彼於1995年1月獲授予助理教授頭銜。2005年5月至2015年4月，彼為管理及營銷學部的副教授。陸博士自2015年5月起成為南京財經大學營銷與物流管理學院的教授。陸博士現為香港理工大學於深圳的品牌戰略及創新中心之項目總監。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

陸博士於香港的營銷經驗豐富。彼自2008年4月起一直為香港品牌發展局的技術顧問委員會成員，自2013年1月起成為香港政府工業貿易署中小企業客戶聯絡小組的成員。

高銘堅先生，53歲，自2016年7月20日起獲委任為獨立非執行董事。彼於1986年11月獲授予香港理工(現為香港理工大學)會計專業文憑。高先生於1990年4月成為香港會計師公會準會員。彼於1995年4月獲認可為特許公認會計師公會的資深會員。高先生於1998年12月成為香港證券學會的會員。彼於2007年8月成為英格蘭及威爾士特許會計師協會準會員。

高先生加入本集團之前，曾效力一間大型會計師行以及多間香港上市公司，在會計服務和企業財務管理的經驗超過25年。彼於1988年7月至1993年4月(並於1994年8月至1996年5月重新加入)效力安永會計師事務所，當時專責核數及特殊任務，如盡職審查審閱、調查及上市。高先生自1993年4月至1994年8月曾任香港聯合交易所有限公司的合規部門經理，專責檢查審閱聯交所成員及監督財務及合規事宜。於1996年6月至1997年4月期間，彼曾任主板上市公司中國航天國際控股有限公司(股份代號：00031)的財務部門副總經理。於1998年1月至1999年7月擔任主板上市公司中國科技集團有限公司(現更名為中科礦業集團有限公司)(股份代號：00985)的財務總監；於1999年8月至2000年3月擔任主板上市公司松景實業有限公司(松景科技控股有限公司的成員公司)(股份代號：01079)的集團財務顧問。彼於2000年4月加入Information Security One Limited擔任財務總監，直至彼於2007年3月離職。高先生於2007年3月至2010年3月(並自2011年2月起重新加入該公司)效力主板上市公司鱸魚恤有限公司(股份代號：00122)，現為該公司的財務總監兼公司秘書，專責該公司的管理、財務事務、法律、庫存物流及航運事務。

尹祖伊先生，47歲，自2016年7月20日起獲委任為獨立非執行董事。彼分別於1994年1月及1995年5月獲三藩市州立大學授予工商管理(國際商業)理學士及工商管理碩士。

尹先生自1994年起於美國太子行公司擔任總經理，於1999年調遷至其附屬公司美國太子行(香港)有限公司出任亞太區總經理，直至2009年7月離任。尹先生於2009年9月至2011年11月受僱於彼得·德魯克管理學院擔任市場營銷總監。彼自2011年11月起成為彼得·德魯克管理學院的德魯克認證講師，提供管理、領導及創業培訓課程。

作為德魯克認證講師(Certified Drucker Educator)，尹先生曾為香港的上市公司、公共機構、非牟利機構及政府部門的培訓人員，範圍包含銷售及營銷計劃、國際市場及新產品開發。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

除上文所披露者外，我們的董事概無：

- (i) 於最後實際可行日期，於本公司或本集團其他成員公司擔任任何其他職務；
- (ii) 截至最後實際可行日期，與本公司任何董事、高級管理層、主要股東或控股股東有任何其他關係；及
- (iii) 於最後實際可行日期前三個年度於公眾上市公司擔任任何其他董事職務。

除上文披露者外，經作出一切合理查詢及就董事所知、所悉及所信，截至最後實際可行日期，概無與委任董事有關的其他事宜須提呈股東垂注，亦無與董事有關而須根據上市規則第13.51(2)(h)至(v)條之規定披露之資料。

高級管理層

下表載列關於高級管理層的若干資料：

姓名	年齡	加入本集團日期	職位	委任為高級管理層日期	於本集團的角色及職責	與其他董事及高級管理層的關係
鄧穎珊	41	2013年6月	公司秘書及財務總監	2013年6月	負責財務團隊的管理及監督秘書、企業融資、庫務、財務報告、稅務及其他有關財務事宜	區俊傑先生(本公司執行董事及營運總監)的妻子為鄧穎珊女士的表妹
梁鳳貞	49	2014年1月	高級財務經理	2014年1月	負責會計系統的管理及按月審閱賬目	無
甄秀雯	34	2003年10月	高級市場經理	2013年2月	負責管理指定寄售店鋪的銷售專櫃和專門店及向前線銷售人員提供培訓	無
巫雪蓮	39	2013年8月	高級市場經理	2015年2月	負責本集團的推廣活動、宣傳資料及品牌形象	無
黎家蕙	30	2005年11月	高級人力資源經理、高級倉務經理	2015年2月	負責人力資源及一般行政管理事宜、負責監督存貨管理及倉務團隊	無
陳好宜	26	2012年6月	財務經理	2015年5月	負責推行企業資源規劃系統、庫存資金及審閱專門店的賬目	無

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

鄧穎珊女士，41歲，為本公司之公司秘書及財務總監。彼於2013年6月加入本集團。鄧女士負責管理本集團的財務團隊及監督秘書、企業融資、庫務、財務報告、稅務及其他有關財務事宜。

鄧女士於1997年6月於多倫多大學取得商業學士學位，並於1999年11月於約克大學取得行政研究學士學位。彼於2006年10月獲勞倫森大學(Laurentian University)頒授工商管理碩士學位。鄧女士於2001年9月獲安大略省公認會計師公會認可為註冊會計師。彼於2008年3月獲認可為特許會計師公會資深會員。

鄧女士於會計服務方面擁有約15年經驗。2004年8月至2011年6月，彼擔任Cosmoda Corporation的會計師。2011年7月至2012年9月，彼加入主板上市公司東亞銀行有限公司(股份代號：00023)財務管理部，擔任主任一職。2012年9月至2013年1月，彼擔任Marubeni Power Asset Management Limited高級會計師。

梁鳳貞女士，49歲，為本公司之高級財務經理。彼於2014年1月加入本集團。梁女士負責會計系統的管理及按月審閱賬目。

梁女士於2002年6月於香港理工大學取得會計學學士學位。彼於2004年7月獲得香港執業會計師資格。於2008年11月，梁女士獲認可為英國特許公認會計師公會的資深會員。

梁女士於會計服務累積超過20年經驗。彼於1995年1月加入現為主板上市公司中外運航運有限公司(股份代號：00368)擔任副總會計師一職，負責編製賬目及放鬆管制報告。於1999年7月，彼晉升為財務會計部副經理，負責基金管理、資產管理、負債管理、集資及財務報告。梁女士於2005年3月至2006年8月期間擔任Avery Dennison Hong Kong B.V.信貸及收款副經理。彼於2006年9月至2014年1月期間擔任Parade Technologies Limited會計師(並其後晉升至高級會計師職位)。

甄秀雯女士，34歲，為本公司高級市場經理。彼先於2003年10月加入本集團擔任市場部主任，及後於2004年10月重新加盟。甄女士負責管理指定寄售店鋪的銷售專櫃和專門店及向前線銷售人員提供培訓。憑藉過往10年服務，為擴展我們的銷售及分銷網絡作出貢獻，甄女士於2013年2月晉升為我們的高級管理層。

甄女士於2003年7月畢業於香港專業教育學院並取得食物科學及科技高級文憑。甄女士畢業後於2003年10月加入本集團。

巫雪蓮女士，39歲，為本公司的高級市場經理。彼於2013年8月加入本集團。巫女士負責本集團的推廣活動、宣傳資料及品牌形象。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

巫女士於2000年12月於香港浸會大學取得中國語言文學文學士學位。巫女士完成Beauty Tech籌辦的課程，並獲頒Beauty Therapy文憑證書。彼亦於2005年7月獲倫敦城市專業學會頒授美容文憑級資格。彼於2010年12月於香港中文大學修畢學位教師教育文憑。

在加入本集團前，於2010年11月至2012年10月期間，巫女士受聘於Worldmate Management Limited擔任營運主任。其後，彼於2012年10月至2013年3月期間加入智美技術貿易有限公司擔任美容採購人員。

黎家蕙女士，30歲，為本公司的高級人力資源經理及高級倉務經理。彼於2005年11月加入本集團。黎女士監察人力資源及一般行政管理事宜，亦負責監督存貨管理及倉務團隊。

黎女士於2004年6月獲青年會專業書院授予會計學文憑。彼獲發倫敦工商會認可的商業計算證書。彼加入本集團之前，於2004年9月至2005年9月受僱於保諾時網上印刷有限公司任職助理會計文員。其後，彼於2005年11月加入本集團任職會計文員，憑藉過去10年的行政管理經驗及對本集團的貢獻，彼於2015年2月晉升為高級管理層。

陳好宜女士，26歲，為本公司之財務經理。彼於2012年11月加入本集團擔任財務主任，於2015年5月晉升為高級管理層。陳女士負責推行企業資源規劃系統、庫存控制及審閱專門店的賬目。

陳女士於2012年6月於香港科技大學取得工商管理學士學位，主修組織管理學及財務學。彼畢業後，於2012年6月加入本集團。陳女士服務三年期間，建立ERP及存貨管理系統。彼亦協助審視合規狀況並落實內部監控措施。

最後實際可行日期前三年內，我們的高級管理層概無於上市公司擔任任何其他董事職務。

董事委員會

審核委員會、薪酬委員會及提名委員會由董事會於2016年7月20日通過的決議案批准成立。有關委員會的成員如下：

董事名稱	審核委員會	薪酬委員會	提名委員會
蔡先生	—	成員	成員
陸定光博士	成員	—	主席
高銘堅先生	主席	成員	—
尹祖伊先生	成員	主席	成員

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

上述三個委員會已各自制訂書面職權範圍。上述三個委員會的職能概述如下：

審核委員會

我們的審核委員會已遵照上市規則附錄14所載的企業管治守則及企業管治報告守則第C.3條制訂書面職權範圍。審核委員會的主要職責為就委任及罷免外聘核數師向董事會提供推薦意見、審閱財務報表及有關資料及就財務報告提供意見以及監察本公司的內部監控程序。

薪酬委員會

我們的薪酬委員會已遵照上市規則附錄14所載的企業管治守則及企業管治報告守則第B.1條制訂書面職權範圍。薪酬委員會的主要職能為就有關本集團全體董事及高級管理層的整體薪酬政策及結構向董事會提供推薦意見、審閱以表現為衡量標準的薪酬及確保概無公司董事釐定彼等自身的薪酬。

提名委員會

我們的提名委員會已遵照上市規則附錄14所載的企業管治守則及企業管治報告守則第A.5條制訂書面職權範圍。提名委員會的主要職能為至少每年審閱董事會的架構、規模及組成(包括技能、知識及經驗)及就董事會為補足本公司的企業策略方面作出的任何建議變動向董事會提供推薦意見；物色具合適資格成為董事會成員的人選及就甄選提名作董事的人士作出篩選或向董事會提供推薦意見；評估獨立非執行董事的獨立性；及就委任及重新委任董事以及董事繼任計劃(尤其是我們的主席及行政總裁)向董事會提供推薦意見。

人力資源

本集團一般與僱員保持良好的關係。本集團並未在招募及挽留具經驗的僱員方面遇到任何重大問題。此外，本集團的一般業務營運並未由於勞工糾紛或罷工而出現任何重大中斷。

勞工糾紛

於往績記錄期，本集團並非我們的僱員、我們的分包商及／或彼等直接勞工間勞工糾紛中任何勞工索償的一方。

福利及社會保險

根據香港僱傭法律的規定，本集團為香港的所有合資格僱員參與根據香港法例第485章強制性公積金計劃條例註冊的公積金計劃。本集團根據該條例的規定，每月就僱員相關收入作出5%供款，現時每名員

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

工最高款額為1,500港元。本集團為每位僱員作出100%供款，惟以下例外情況除外，強制性供款所得的所有利益須保留至僱員達到65歲的退休年齡或僱傭關係終止，且僱員宣佈於可見未來不會成為受僱或自由職業者。

薪酬政策

截至2016年3月31日止三個年度，我們的高級管理層的薪酬總額分別約為1.9百萬港元、2.4百萬港元及2.6百萬港元。

截至2016年3月31日止三個年度，董事薪酬總額分別約為2.1百萬港元、1.4百萬港元及1.6百萬港元。薪酬安排詳情載於本文件附錄一的會計師報告附註7。根據該安排及本文件附錄四「C.有關主要股東、董事及專家的其他資料 — 2.服務協議詳情」一段的董事服務協議及委任函件，截至2017年3月31日止年度的董事袍金總額及其他應付董事的酬金估計約為2.4百萬港元(不包括任何酌情花紅)。

董事及高級管理層可獲得以薪金、實物利益及／或酌情花紅形式派發與本集團表現掛鈎的報酬。本集團亦就彼等為本集團提供服務或就其營運執行彼等職能而產生的必要及合理開支進行補償。本集團定期檢討及釐定公司董事及高級管理層薪酬及報酬待遇。

[編纂]後，薪酬委員會將參照可資比較公司支付的薪金、董事投入的時間及應負之責任以及本集團的表現，向董事會建議所有董事及高級管理層的整體薪酬政策及報酬待遇。

於往績記錄期，本公司概無向董事支付薪酬，而公司董事亦無收取任何薪酬，作為加入本公司或加入本公司後的獎勵。

購股權計劃

本公司已有條件採納購股權計劃並擬於[編纂]後向本集團執行董事及高級管理層授出購股權。購股權計劃旨在吸引及挽留最佳員工，向選定參與者提供額外獎勵，以促進本集團業務成功。董事認為，擴大參與基準後的購股權計劃將有助本集團就董事及其他經甄選的參與者對本集團所作出的貢獻給予回報。

根據購股權計劃及本集團任何其他購股權計劃將予授出的全部購股權(就此而言不包括根據購股權計劃及本集團任何其他購股權計劃的條款已失效的購股權)獲悉數行使後可能配發及發行的股份總數合共不得超過於[編纂]已發行股份的10%。

購股權計劃主要條款的概要載列於本文件附錄四「D.購股權計劃」一段。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

董事及高級管理層

合規顧問

根據上市規則第3A.19條，本公司已委任豐盛融資有限公司為本集團合規顧問，其可於合理時間會見本公司授權代表、執行董事及其他職員。合規顧問將於[編纂]後，根據上市規則及香港其他適用法律及法規，就持續合規規定及其他事項向本公司提出建議。本公司與合規顧問擬訂立的合規顧問協議的主要條款如下：

- (i) 合規顧問的任期將由[編纂]起至本公司遵照上市規則第13.46條就[編纂]後開始的首個完整財政年度刊發財務業績之日止（「期限」）；
- (ii) 合規顧問應向本公司提供指引及建議以遵守上市規則及香港適用法律、規則、守則及指引的規定；
- (iii) 本公司將就因該委任或與該委任相關及／或有關其辭任或終止委任而提起或其確定的任何申索、行動、要求、負債、程序及判決，以及合規顧問遭受或產生的所有成本、費用及開支對合規顧問進行彌償，惟該等損失、負債、成本、申索、費用、行動、程序、損害、開支及要求由司法權區終審法院釐定且乃因合規顧問單方故意違約或重大過失造成者除外；及
- (iv) 本公司或豐盛融資有限公司均可根據相關條款及條件在期限屆滿前終止所述委任。

僱員

於最後實際可行日期，我們擁有156名全職及7名兼職僱員，彼等由本集團於香港直接聘用。有關我們僱員於同日按照職能劃分的本集團僱員明細，請參閱本文件「業務 — 僱員」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

主要股東

主要股東

據董事所知，緊隨[編纂]及資本化發行完成後(不計及因超額配股權及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使後可能發行的任何股份)，以下人士將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利於任何情況下在本集團任何其他成員公司的股東大會表決的任何類別股本面值10%或以上的權益：

於股份的好倉

姓名/ 名稱	權益性質	所持股份數目	持股概約百分比
Beatitudes	實益擁有人(附註1)	[編纂]	[編纂]%
蔡先生	受控法團權益(附註2)	[編纂]	[編纂]%
蔡太太	受控法團權益(附註2)	[編纂]	[編纂]%

附註：

1. *Beatitudes*為一家於英屬處女群島註冊成立的公司，緊隨[編纂]及資本化發行完成後(惟不計及因根據購股權計劃可能授出的購股權而將予發行的股份)將擁有本公司75%股權。
2. 蔡先生及蔡太太各自(共同為我們的一群控股股東)分別擁有*Beatitudes*已發行股本50%。緊隨[編纂]及資本化發行完成後(惟不計及因根據購股權計劃可能授出的購股權而將予發行的股份)，*Beatitudes*將為持有本公司75%股權的實益擁有人，因此，根據證券及期貨條例，蔡先生及蔡太太各自將被視為或視作於*Beatitudes*實益擁有的全部股份中擁有權益。蔡先生及蔡太太為*Beatitudes*的董事。

除上文所披露者外，就董事所知，緊隨[編纂]及資本化發行完成後(不計及因超額配股權及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使後可能發行的股份)，概無任何人士將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司披露的權益或淡倉，或將直接或間接擁有附帶權利於任何情況下在本集團任何其他成員公司的股東大會表決的任何類別股本面值10%或以上的權益，並因而根據上市規則被視為主要股東。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

股 本

假設未有行使超額配股權，且不計及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使後可能發行的任何股份，我們緊隨[編纂]及資本化發行後的已發行股本如下：

法定股本：	港元
2,000,000,000 股股份	20,000,000
於[編纂]及資本化發行完成後已發行及將予發行、繳足或入賬列作繳足：	
10,000 股於本文件日期已發行的股份	100
[編纂] 股將根據資本化發行予以發行的股份	[編纂]
[編纂] 股將根據[編纂]予以發行的股份	[編纂]
合計：	
[編纂] 股股份	[編纂]

假設全面行使超額配股權，且不計及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使後可能發行的任何股份，我們緊隨[編纂]及資本化發行後的已發行股本如下：

法定股本：	港元
2,000,000,000 股股份	20,000,000
於[編纂]及資本化發行完成後已發行及將予發行、繳足或入賬列作繳足：	
10,000 股於本文件日期已發行的股份	100
[編纂] 股將根據資本化發行予以發行的股份	[編纂]
[編纂] 股將根據[編纂]予以發行的股份	[編纂]
[編纂] 股於行使超額配股權後予以發行的股份	[編纂]
合計：	
[編纂] 股股份	[編纂]

地位

[編纂]將在所有方面與本文件所述現時已發行或將予發行的所有股份享有同等地位，特別是全面有權享有於[編纂]後記錄日期就股份所宣派、作出或支付的所有股息或其他分派，惟不得參與資本化發行。

資本化發行

根據2016年7月20日通過的唯一股東決議案，待本公司股份溢價賬擁有充足結餘，或因根據[編纂]發行[編纂]而取得進賬後，董事獲授權透過將本公司股份溢價賬的進賬額[編纂]港元資本化，藉以向

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

股 本

於2016年7月20日營業時間結束時(或按彼等所指示)名列於本公司股東名冊的股份持有人按彼等持股量的比例，按面值配發及發行合共[編纂]股入賬列作繳足的股份(惟概無股東有權獲配發或發行任何零碎股份)，而根據該決議案配發及發行的股份與現有已發行股份在各方面享有同等地位。

發行股份的一般授權

待本文件「[編纂]的架構 — [編纂]的條件」一節所述條件達成後，授予董事一般無條件授權以配發、發行及處置股份，以及作出或授出可能須配發及發行或處置該等股份的要約、協議或購股權，惟以此方式配發及發行或同意有條件或無條件配發及發行的股份(根據供股、或以股代息計劃或類似安排、或行使任何超額配股權或行使任何根據購股權計劃授予的購股權或股東授出的特別授權而發行者除外)的總面值不得超過：

- (a) 緊隨[編纂]及資本化發行完成後本公司已發行股本(不包括根據超額配股權或根據購股權計劃可能授予的購股權獲行使而可能發行的股份)總面值的20%；及
- (b) 本公司根據本節「購回股份的一般授權」一段所述授予董事的授權所購回的股本總面值。

發行股份的一般授權將一直有效，直至下列最早時間為止：

- (a) 本公司下屆股東週年大會結束；
- (b) 任何適用法律或組織章程大綱及組織章程細則規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿；或
- (c) 股東於股東大會以普通決議案修訂或撤銷該項授權。

有關該項一般授權的其他詳情，請參閱本文件附錄四「A. 有關本公司的其他資料 — 3. 我們的唯一股東的書面決議案」一段。

購回股份的一般授權

待本文件「[編纂]的架構 — [編纂]的條件」一節所述條件達成後，授予董事一般無條件授權以行使本公司一切權力購回股份(於聯交所或就此獲證監會及聯交所認可的其他證券交易所上市的股份)，而總面值不得超過緊隨[編纂]及資本化發行完成後本公司已發行股本(不包括根據超額配股權或根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的股份)總面值的10%。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

股本

此項授權僅涉及在聯交所或股份可能上市的任何其他證券交易所(獲證監會及聯交所就此認可者)進行購回，而有關購回亦須按照一切適用法律及法規以及上市規則的規定進行。相關上市規則的概要載於本文件附錄四「A. 有關本公司的其他資料 — 6. 本公司購回其股份」一段。

購回股份的一般授權將一直有效，直至下列最早時間為止：

- (i) 本公司下屆股東週年大會結束；
- (ii) 任何適用法律或組織章程大綱及組織章程細則規定本公司須舉行下屆股東週年大會的期限屆滿；或
- (iii) 股東於股東大會以普通決議案修訂或撤銷該項授權。

有關此一般授權的其他詳情，請參閱本文件附錄四「A. 有關本公司的其他資料 — 3. 我們的唯一股東的書面決議案」一段。

購股權計劃

本集團有條件採納購股權計劃。購股權計劃的主要條款詳情概述於本文件附錄四「D. 購股權計劃」一段。

於最後實際可行日期，本集團並無任何未行使的購股權、認股權證、可轉換工具、首次公開發售前購股權或可轉換為股份的類似權利。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

閣下應將以下本集團財務狀況及經營業績之討論及分析連同載於本文件附錄一會計師報告中截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度以及於該等年份的結算日的合併財務報表及相關附註一併閱讀。會計師報告乃根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製。潛在投資者應閱讀載於本文件附錄一之整份會計師報告，而不應僅倚賴本節所載資料。以下討論及分析載有涉及風險及不確定性（包括下文或本文件其他地方所討論的）的前瞻性陳述。有關該等風險及不確定性的其他資料，請參閱本文件「風險因素」一節。

概覽

我們為紮根於香港的健康及個人護理產品品牌塑造商及零售商，集中透過我們「澳至尊」銷售及分銷網絡發展、營銷、銷售及分銷由我們管理的品牌產品。我們的健康及個人護理產品大致上可按性質分類為三個主要類別，即(i)健康補充產品；(ii)蜂蜜及花粉產品；及(iii)個人護理產品。

董事認為，我們的成功歸因於「澳至尊」相關的品牌形像。我們的消費者向我們採購健康及個人護理產品，原因為其對我們專賣的「澳至尊」品牌的信心。本集團已成功喚起了「澳至尊」的核心價值和重點，為消費者大量採購源自澳洲的優質健康及個人護理產品，其活性成分來自天然資源提取物。

直至目前我們主要發展及管理三個澳洲品牌，即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」。憑藉我們與該等品牌擁有人的長期穩定的業務關係，我們就若干地區獨家管理品牌及銷售和分銷若干精選產品與該等品牌擁有人訂立獨家分銷協議。我們以「Organic Nature」品牌發展及推廣多種健康補充產品及個人護理產品，並擁有全球獨家分銷權。同時，我們亦有多款以「Superbee」品牌提供的蜂蜜及花粉產品，於香港及澳門擁有獨家分銷權，以及以「Top Life」品牌提供的健康補充產品及個人護理產品，於香港擁有獨家分銷權。

隨著我們品牌美譽度及客戶基礎日隆，我們的產品透過完善的多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡出售，網絡包括香港及澳門的自營專門店零售、香港及澳門的寄售店舖寄售（包括專櫃銷售及上架產品銷售）、向個體及連鎖零售商批發銷售、中國網上購物平台、透過我們本身的網站進行網上銷售及於新加坡透過獨家分銷商進行分銷。我們亦於展覽會及貿易展銷會銷售產品。

截至2016年3月31日止三個年度，本集團產生收益約195.5百萬港元、225.8百萬港元及210.8百萬港元。各年度本公司的純利約為34.6百萬港元、23.2百萬港元及12.3百萬港元。

收益於截至2015年3月31日止兩個年度的上升趨勢乃主要由於受惠於市場推廣活動的投資增加及迅速拓展多渠道「澳至尊」於香港的銷售及分銷網絡等令本集團的品牌知名度上升。尤其是相信香港的產品質素及品位較高，本集團的產品大部分在澳洲製造及香港分銷，深受肯定，並大受中國內地訪港旅客歡迎，需求甚大。根據Euromonitor報告所示，自2010年至2014年的回顧期間，中國內地訪港旅客上升，對健康

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

補充產品的銷售構成正面影響。然而，自2014年第四季度起，香港的健康及個人護理產品零售市場相信受內地訪港旅客人數減少所嚴重影響，乃由於以下事件所致，包括(i)香港的反內地人士抗議，如「佔領中環」及「反水貨客行動」；(ii)人民幣自2014年年底起貶值，削弱中國內地訪客的購買力；及(iii)中國政府決定自2015年4月起限制深圳市居民每週只准訪港一次。隨後，我們截至2016年3月31日止年度的收益輕微下跌。我們董事認為上述情況隨著中國內地訪港旅客數字放緩會對本集團的產品銷售構成不利影響。

截至2015年3月31日止兩個年度，我們的純利由34.6百萬港元大幅減少至23.2百萬港元，儘管收益於各年內持續增長。董事相信純利下跌主要由我們於營銷及推廣活動的投資大幅增加，連同其對本地市場的銷售刺激作用所推動，部分受香港零售行業因上述事件而令市場呆滯所抵銷或消除。我們的銷售及分銷開支大幅增加及[編纂]費用約2.1百萬港元導致相關年度我們的純利大幅下跌。於截至2016年3月31日止年度，儘管總收益輕微下跌，本集團的純利因確認[編纂]開支約13.0百萬港元而進一步下跌至約12.3百萬港元。相關年度內，我們的毛利率上升乃因為(i)2014年8月起澳元貶值反映於我們FIFO存貨政策下之銷售成本，以及(ii)銷售及分銷開支輕微下跌。倘不計及我們的[編纂]開支，本集團於截至2016年3月31日止三個年度的經調整純利則分別約為34.6百萬港元、25.3百萬港元及25.3百萬港元。

呈列基準

本公司於2015年4月17日在開曼群島註冊成立為有限公司。為籌備[編纂]，我們進行了重組，其詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構 — 重組」一節。由於重組，本公司成為組成本集團之附屬公司的一間控股公司。財務資料包括現時組成本集團各公司之合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表、合併現金流量表及合併財務狀況表。

財務資料經已編製，猶如現行集團架構於往績記錄期整個期間或自其各自註冊成立日期起(以較短者為準)一直存在。本集團於2014年、2015年及2016年3月31日之合併財務狀況表經已編製以呈列本集團各日期資產及負債，猶如現行集團架構於該等日期已存在。

交易、結餘及本集團成員公司間交易相關未變現收益或虧損於合併入賬時撇銷。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

影響我們經營業績的主要因素

我們的經營業績受到多個因素的影響。下文載列我們認為未來或會影響我們經營業績的最重要因素，以及該等已對我們經營業績產生影響並或會繼續產生該影響的因素進行的討論。除以下載列因素外，其他因素於未來亦可能會對我們的經營業績及財務狀況產生重大影響。

我們品牌「澳至尊」以及產品品牌名稱的市場認受性

我們歷史銷售的增長主要由本集團管理的品牌產品於香港市場的認受性提升所推動。我們預期我們未來的銷售增長將從香港、澳門、新加坡及中國對健康及個人護理產品公眾意識的提升取得持續得益。此等市場的增長受眾多因素影響，包括國內生產總值及家庭可支配收入水平的增長以及消費者喜好。就本集團的健康及個人護理產品而言，我們面對來自香港及國外健康補充品製造商、分銷商及品牌擁有人的挑戰。

對於以我們自家品牌「澳至尊」的銷售及分銷網絡進行分銷及營銷而言，我們提供眾多不同種類的品牌健康及個人護理產品，產品均向我們負責管理品牌之品牌擁有人採購。我們相信本公司的成就取決於「澳至尊」品牌及我們產品品牌名稱的受歡迎程度。於最後實際可行日期，我們以「澳至尊」品牌經營業務。我們深信，品牌認受性對消費者作出購買產品的決定構成重大影響。我們一直投放相當的精力及資源建立品牌認受性，並獲得多項獎項及殊榮。我們相信，如要持續成功，將取決於我們保護及提升品牌的價值。此外，隨著我們持續拓展銷售網絡，我們能否營銷及推廣其品牌將仍為我們業務成功的要訣。我們通過多個渠道及方法提高品牌知名度。

我們花費巨額營銷開支推廣品牌，包括委聘品牌代言人。如受歡迎程度減退，或代言人傳出負面新聞，尤其是有關代言人的健康消息，我們的品牌形象或會受損，因而可能對我們的銷售及經營業績構成不利影響。

我們能否維持其品牌名稱「澳至尊」以及我們產品的品牌名稱可影響我們獲取收益的能力。

我們「澳至尊」的銷售及分銷網絡覆蓋範圍

我們收益及溢利增長將於重大程度上依賴於我們成功拓展及管理我們銷售及分銷網絡的能力。我們可能於在香港、澳門、新加坡及中國尋找適合分銷渠道方面遇上挑戰。我們將繼續依賴我們自營專門店、寄售店寄售(包括專櫃銷售及貨架銷售)、批發銷售予獨立及連鎖零售商、中國網上購物平台及於自家網站進行網上銷售及於新加坡透過獨家分銷商分銷，以及展覽及貿易展銷會，成功向終端客戶推廣我們產品的能力。

董事相信，本集團未來的經營業績將依重其透過市場推廣及廣告活動增加其產品銷售的能力，例如透過主要電視頻道、報章及雜誌的廣告、戶外廣告及宣傳活動如參與大型展覽會、推廣本集團網站及委任

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

品牌大使。廣告及宣傳活動的成功可能影響本集團產品的需求，倘本集團無法透過此等市場推廣方法增加其產品的銷售，本集團的財務狀況及經營業績可能受重大不利影響。

存貨成本

截至2016年3月31日止三個年度，我們向HCL的採購額分別為24.8百萬港元、28.1百萬港元及22.1百萬港元，佔各年度採購總額的72.2%、81.3%及75.7%。截至2016年3月31日止三個年度，我們向Homart及Bee Wonderful的採購額總共分別為9.4百萬港元、6.4百萬港元及7.1百萬港元，佔各期間採購總額的27.5%、18.7%及24.3%。我們依賴HCL、Homart及Bee Wonderful作為我們三大供應商，而我們的業務、財務狀況及經營業績因此依靠(其中包括)HCL、Homart及Bee Wonderful持續供應產品，以及我們與彼等持續的供應商 — 客戶關係。有關我們與該等供應商關係的詳情，請參閱「業務 — 供應商」一節。

此外，截至2016年3月31日止三個年度，我們的銷售成本分別約為31.8百萬港元、35.9百萬港元及30.5百萬港元，主要為向澳洲的品牌擁有人採購存貨的成本。由於存貨的整體成本的波幅對我們的收益影響重大，我們需應付一連串市場狀況，包括存貨的原材料(主要提取自天然資源，如大多來自澳洲的植物和動物)的供貨及可用程度、澳洲勞工成本的增幅以及澳元(我們存貨的交易貨幣)匯率變動。上述市況所引致的存貨成本上漲將對我們的收益及業務表現造成不利影響。

採購主要以澳元進行。因此，我們因經營業務產生交易外幣收益或虧損。截至2016年3月31日止三個年度，我們的外匯差異淨額分別為收益0.3百萬港元、淨虧損(0.6)百萬港元及(1.2)百萬港元。澳元在2014年8月開始貶值，此亦令我們進口健康及個人護理產品的價格下降。

我們的產品組合

我們能於市場推出迎合消費者喜好的新產品之能力將對我們未來的銷售量及財務表現有重大影響。我們高質素品牌產品的成功有賴各種因素，包括(i)我們準確預測市場需求及消費者喜好轉變的能力；(ii)我們從競爭者中區分我們產品的能力；(iii)可能對我們產品發售帶來限制的競爭對手知識產權；(iv)影響我們獲取一切所需監管批准的政府規管及我們對此等產品的市場營銷及廣告活動之成效。

主要會計政策及估計

主要會計政策及估計為該等涉及重大判斷及不確定性的會計政策及估計，及在不同假設及條件下潛在結果有重大差別。本文件附錄一會計師報告B節附註1及2載列若干主要會計政策。我們的合併財務報表乃根據香港財務報告準則編製，香港財務報告準則要求我們採用會計政策及就我們經營業績及財務狀況作

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

出真實及公平意見的情況下我們認為最合適的假設。估計及判斷乃根據過往經驗、現時市場狀況及規則及法規作出，並經考慮不斷變化的環境及情況進行持續審閱。於往績記錄期，我們概無確認任何減值虧損。

財務資料概要

下表呈列我們截至2016年3月31日止三個年度的合併收益表的選定財務數據，此乃摘錄自本文件附錄一所載會計師報告，並應當與其一併閱讀。

合併損益及其他全面收益表

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
收益	195,461	225,788	210,840
銷售成本	<u>(31,781)</u>	<u>(35,924)</u>	<u>(30,498)</u>
毛利	163,680	189,864	180,342
其他收益	599	523	627
其他收入淨額	252	—	—
出售一家附屬公司所得收益	—	—	783
解散一家附屬公司所得收益	—	—	10
銷售及分銷開支	(109,245)	(140,168)	(134,235)
一般及行政開支	<u>(13,905)</u>	<u>(20,900)</u>	<u>(30,429)</u>
經營溢利	41,381	29,319	17,098
融資成本	<u>(92)</u>	<u>(207)</u>	<u>(441)</u>
除稅前溢利	41,289	29,112	16,657
所得稅	<u>(6,714)</u>	<u>(5,938)</u>	<u>(4,364)</u>
本公司權益擁有人應佔年內溢利	<u><u>34,575</u></u>	<u><u>23,174</u></u>	<u><u>12,293</u></u>
年內其他全面收益／(虧損)			
其後重新分類／可能重新分類至損益的項目：			
— 海外附屬公司財務報表換算的匯兌差額	14	(143)	199
— 出售及解散附屬公司時重新分類匯兌儲備	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(70)</u>
	<u>14</u>	<u>(143)</u>	<u>129</u>
本公司權益擁有人應佔年內全面收益總額	<u><u>34,589</u></u>	<u><u>23,031</u></u>	<u><u>12,422</u></u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

合併財務狀況表

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
非流動資產			
物業、廠房及設備	7,509	8,756	3,396
租賃按金	5,240	4,571	2,902
遞延稅項資產	1,538	1,384	1,420
	<u>14,287</u>	<u>14,711</u>	<u>7,718</u>
流動資產			
存貨	12,760	11,387	9,825
應收賬款及其他應收款項	23,847	29,335	33,815
應收控股股東款項	—	801	—
應收一家關連公司款項	—	38	—
可收回稅項	—	—	617
已抵押銀行存款	504	509	794
現金及現金等價物	31,761	41,287	31,655
	<u>68,872</u>	<u>83,357</u>	<u>76,706</u>
流動負債			
應付賬款及其他應付款項	6,901	7,510	9,047
應付股息	18,003	10,000	—
應付控股股東款項	8,283	2,706	—
應付一家關連公司款項	264	—	—
銀行借款	7,522	15,030	12,850
融資租賃承擔	128	65	62
撥備	—	153	317
當期稅項	5,984	3,296	—
	<u>47,085</u>	<u>38,760</u>	<u>22,276</u>
流動資產淨值	<u>21,787</u>	<u>44,597</u>	<u>54,430</u>
總資產減流動負債	<u>36,074</u>	<u>59,308</u>	<u>62,148</u>
非流動負債			
融資租賃承擔	127	62	—
遞延稅項負債	291	147	—
撥備	—	412	193
	<u>418</u>	<u>621</u>	<u>193</u>
資產淨值	<u>35,656</u>	<u>58,687</u>	<u>61,955</u>
資本及儲備			
股本	59	59	59
儲備	35,597	58,628	61,896
本公司權益股東應佔權益總額	<u>35,656</u>	<u>58,687</u>	<u>61,955</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

收益表若干主要項目討論

收益

我們的收益指扣除退貨撥備(如有)及向本集團消費者提供貿易折扣後的已售貨品的發票淨值。於往續記錄期間，我們的收益主要來自本集團健康及個人護理產品的銷售，其大致上可按性質分類為三個主要類別的產品：(i)健康補充產品；(ii)蜂蜜及花粉產品；及(iii)個人護理產品。

下表載列本集團按產品種類劃分的收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
健康補充品	187,781	96.1	213,661	94.6	197,373	93.6
蜂蜜及花粉	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
個人護理品	3,522	1.8	5,904	2.6	6,264	3.0
總計	195,461	100	225,788	100	210,840	100

下表載列於截至2016年3月31日止三個年度按收益計我們管理的三個主要產品類型的銷售量及平均售價概要：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	佔總 銷量%		佔總 銷量%		佔總 銷量%	
銷售量 (概約單位)						
健康補充品	326,000	82.5	426,000	84.4	476,000	84.7
蜂蜜及花粉	24,000	6.1	40,000	7.9	49,000	8.7
個人護理品	45,000	11.4	39,000	7.7	37,000	6.6
平均售價 (港元/單位)						
健康補充品	576.0		501.5		414.6	
蜂蜜及花粉	173.3		155.6		147.0	
個人護理品	78.3		151.4		169.3	

附註： 每個單位相當於我們一包產品。

我們的健康及個人護理零售市場被視為消費品市場。我們所售的各類產品受不同程度的需求水平及消費者喜好影響，而這些因素亦取決於一連串因素，包括我們產品的定價、我們的產品獨特之處、品牌形象、我們的市場推廣及宣傳活動、顧客忠誠度、接觸我們產品銷售渠道的便利程度以及整體市場趨勢等。

財務資料

健康補充產品

於往績記錄期內，我們的健康補充產品主要以「Organic Nature」及「Top Life」品牌出售，一般為藥丸、藥片、軟膠囊及口服液體。我們大部分健康補充產品的活性成分主要提取自植物及動物等天然資源。我們健康補充產品以關注健康的人士為目標顧客。

該類產品包括大部份我們的最暢銷產品，於往績記錄期間佔我們總收益逾90%。截至2016年3月31日止三個年度，我們的健康補充產品繼續為我們的旗艦產品，主要直接受惠於我們的「澳至尊」品牌於市場的知名度增長，其銷售於相應年內佔我們總收益分別約96.1%、94.6%及93.6%。於往績記錄期間，健康補充產品佔我們收益的比例錄得輕微下降趨勢，皆因我們其他種類產品的銷售增長較快，受惠於我們拓展香港銷售及分銷網絡所致。

(i) 健康補充產品的銷售量分析

截至2016年3月31日止三個年度，我們健康補充產品的總銷售量約為326,000件、426,000件及476,000件。我們於相關年度的總銷量大幅增加，主要由於(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對香港零售業疲弱的市況；(ii)我們的銷售隨著營銷及推廣活動不斷增加以及我們拓展「澳至尊」的銷售及分銷網絡而增長，例如，本集團透過各種不同推銷活動大幅提高容量及份量較小且零售價較低的各種不同旅行裝產品的銷售，以提高往績記錄期的整體銷售；及(iii)其他銷售渠道銷售有所增加所致(有關其他銷售渠道銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 其他銷售渠道」一節)。董事認為增長的促進作用部分由香港零售業市況疲弱所抵消。

(ii) 健康補充產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，我們健康補充產品的平均售價分別約為每件576.0港元、501.5港元及414.6港元。我們的董事認為，往績記錄期內整體平均售價下跌主要由於：(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對香港零售業疲弱的市況；(ii)經自營專門店銷售健康補充產品銷售額增加，而我們經此銷售若干產品(包括若干相對滯銷產品及零售價較低的產品)一般在提供折扣及推廣優惠方面較具靈活性。例如，本集團透過各種不同推銷活動大幅提高「Organic Nature」各種不同旅行裝產品(截至2016年3月31日止三個年度分別約13,000件、18,000件至49,000件)的銷售，以提高往績記錄期的整體銷售。有關專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節及；(iii)其他銷售渠道銷售增加，而我們一般經此提供批量採購折扣。有關其他銷售渠道銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 其他銷售渠道」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

蜂蜜及花粉產品

我們的蜂蜜及花粉產品包括多種類且不同味道的蜂蜜、蜂蜜相關產品(如蜂巢蜜)、蜂膠蜂蜜潤喉糖及花粉產品。我們的蜂蜜及花粉產品以澳洲廣受認可的蜂蜜品牌「Superbee」作銷售。「Superbee」蜂蜜及花粉產品均以來自澳洲及紐西蘭的蜂蜜製成並於澳洲製造。

截至2016年3月31日止三個年度，我們的蜂蜜及花粉產品佔我們整體收益分別約2.1%、2.8%及3.4%。往績記錄期內來自蜂蜜及花粉產品的收益的增長佔比整體上相對較快，主要由於(i)市場推廣及宣傳活動不斷增加；及(ii)我們拓展「澳至尊」銷售及分銷網絡所致。尤其董事相信，受惠於健康補充產品的強大顧客基礎，開設自營專門店會為顧客提供更多接觸我們管理的其他種類產品的平台及購物體驗。

(i) 蜂蜜及花粉產品的銷售量分析

截至2016年3月31日止三個年度，我們蜂蜜及花粉產品的總銷售量分別約為24,000件、40,000件及49,000件。我們於往績記錄期內的銷量增加，主要由於我們銷售的「Superbee」產品隨著品牌知名度不斷增加以及我們拓展「澳至尊」的銷售及分銷網絡而增長所致。截至2016年3月31日止年度，儘管香港零售業市況呆滯，銷量增長受「Superbee」旗下低零售價產品(包括某些不同口味的其他澳洲蜂蜜產品及蜂膠蜂蜜潤喉糖)受歡迎程度上升所進一步推動。

(ii) 蜂蜜及花粉產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，我們蜂蜜及花粉產品的平均售價分別約為每件173.3港元及155.6港元及147.0港元。截至2016年3月31日止三個年度，蜂蜜及花粉產品整體平均售價因應以下原因下降(i)受惠於澳元貶值令我們存貨的採購成本下降，我們產品的折扣及推廣得以提升，以應對香港零售業普遍面臨疲弱的市況；及(ii)經自營專門店銷售蜂蜜及花粉產品的銷售額增加，我們經此銷售若干產品(包括若干零售價較低不同口味的其他澳洲蜂蜜產品及蜂膠蜂蜜潤喉糖)在提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關我們專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節。

個人護理產品

本集團主要出售及分銷「Golden Hive」、「Organic Nature」及「Top Life」品牌個人護理產品，均由我們的澳洲品牌擁有人供應。部份個人護理產品如潔面乳、蜂膠牙膏及鵝鵝油，加入天然元素生產，與本集團的健康天然的形象吻合。

截至2016年3月31日止三個年度，我們的個人護理產品分別佔我們總收益約1.8%、2.6%及3.0%。截至2015年3月31日止年度，來自個人護理產品的收益的佔比增長相對上較我們的健康補充產品增長為快，乃主要由於市場推廣及宣傳活動增加及我們拓展「澳至尊」銷售及分銷網絡所致。尤其董事相信，受惠於健

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

康補充產品的強大顧客基礎，開設自營專門店會令顧客有更多平台及店舖體驗接觸我們管理的其他種類的產品。

(i) 個人護理產品銷量的分析

截至2016年3月31日止三個年度，我們個人護理產品的總銷售量分別約為45,000件、39,000件及37,000件。截至2015年及2016年3月31日止年度，銷量下跌乃下列因素帶來的淨影響：(i)鑑於銷售低零售價產品的效益偏低及我們的公司策略為專注管理從澳洲採購的產品而於2015年停止進口面膜產品；(ii)受惠於澳元貶值令我們存貨的採購成本下降，我們個人護理產品的折扣及推廣得以提升，以應對香港零售業普遍面臨呆滯的市況；及(iii)經專門店銷售我們的個人護理產品的增長，而我們經此在銷售若干產品提供更多折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節。

(ii) 個人護理產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，個人護理產品平均售價分別約為每件78.3港元、151.4港元及169.3港元。截至2016年3月31日止三個年度，我們個人護理產品平均售價增加乃下列因素帶來的淨影響：(i)鑑於銷售低零售價產品的效益偏低及我們的公司策略為專注管理從澳洲採購的產品而停止進口其他品牌下面膜產品；及(ii)於往績記錄期間我們「Golden Hive」品牌(即我們個人護理產品主要品牌)旗下個人護理產品的銷售及毛利率有所提高。

按本集團管理的產品品牌劃分之收益

本集團產品主要以三個澳洲品牌，即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」作銷售。

下表載列於往績記錄期間按本集團管理的品牌劃分之收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
Organic Nature	152,984	78.3	181,355	80.3	170,728	81.0
Top Life	35,810	18.3	34,220	15.2	28,261	13.4
Superbee	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
其他	2,509	1.3	3,990	1.7	4,648	2.2
總計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

附註：其他包括亦由本集團管理的Golden Hive及另一品牌

截至2016年3月31日止三個年度，「Golden Hive」的銷售額分別約為2.1百萬港元、3.9百萬港元及4.6百萬港元，佔本集團同年總收益的1.1%、1.7%及2.2%。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

下表載列於截至2016年3月31日止三個年度按收益計我們管理的三個主要品牌的銷量及平均售價概要：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
		佔總 銷量%		佔總 銷量%		佔總 銷量%
銷量 (概約單位)						
Organic Nature	264,000	66.8	366,000	72.5	420,000	74.7
Top Life	74,000	18.7	81,000	16.0	75,000	13.4
Superbee	24,000	6.1	40,000	7.9	49,000	8.7
平均售價 (港元/單位)						
Organic Nature	579.5		495.5		406.5	
Top Life	483.9		422.5		376.8	
Superbee	173.3		155.6		147.0	

附註： 每個單位相當於我們一包產品。

我們以不同品牌名稱出售我們的健康及個人護理產品，於往績記錄期間主要銷售三個我們管理的澳洲品牌，即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」。

總銷量指已售總包數及每包平均售價僅為年內不同組合產品的總銷量釐定的整體指標。

每包產品因應特定產品性質、零售價及每包產品單位數目而有所不同。例如，我們各種不同的旅行裝產品容量較小且零售價較低，該等旅行裝產品的銷售增加將導致包數銷量增加但每包平均售價下跌。

Organic Nature

我們的「Organic Nature」品牌包括健康補充產品，其次是個人護理產品。自我們成立開始，「Organic Nature」已為本集團所管理銷量最佳的品牌，當中大部份產品現時以中文名稱「澳至尊」（我們「澳至尊」銷售網絡的旗艦產品）推出市場及包裝。於往績記錄期間，我們的大部分收益來自「Organic Nature」的產品，截至2016年3月31日止三個年度的收益分別為153.0百萬港元、181.4百萬港元及170.7百萬港元，分別佔相應年內總收益約78.3%、80.3%及81.0%。「Organic Nature」產品的銷售於截至2016年3月31日止三個年度呈整體上升趨勢，主要由於年內受銷售量增加及平均售價趨勢下降經抵銷淨影響所致。

「Organic Nature」產品的銷量分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Organic Nature」產品的總銷售量分別約為264,000件、366,000件及420,000件。總銷售量於相關年度內大幅增長乃主要由於銷售隨市場推廣及宣傳活動不斷增加而增長以及我們拓展「澳至尊」的銷售及分銷網絡。例如，本集團透過各種不同推銷活動大幅提高容量及份量較小

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

且零售價較低的各種不同旅行裝產品的銷售，以提高我們往績記錄期的整體銷售。有關詳情，請參閱「財務資料 — 健康補充產品 — (i)健康補充產品的銷售量分析」一節。董事認為促進作用部分由香港零售市況疲弱及人民幣兌港元貶值所抵消。

「Organic Nature」產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Organic Nature」產品的平均售價分別約為每件579.5港元、495.5港元及406.5港元。董事認為往績紀錄期內平均售價整體下跌乃主要由於：(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對香港零售業呆滯的市況；及(ii)經自營專門店銷售「Organic Nature」產品的銷售額增加，其中我們在銷售若干產品(包括相對滯銷的產品以及零售價較低的產品)提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。例如，本集團透過各種不同推銷活動大幅提高容量及份量較小且零售價較低的各種不同旅行裝產品的銷售，以提高我們往績記錄期的整體銷售(有關健康補充品的平均售價分析，請參閱「財務資料 — 健康補充產品 — (ii)健康補充品的平均售價分析」一節)。有關專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節。

Top Life

我們的「Top Life」品牌主要包括健康補充產品，其次為個人護理產品，主要源自澳洲。於往績記錄期間，我們來自「Top Life」品牌的收益於截至2016年3月31日止三個年度分別約為35.8百萬港元、34.2百萬港元及28.3百萬港元，分別佔相應年內收益約18.3%、15.2%及13.4%。於往績記錄期間，我們來自「Top Life」產品的整體收益佔比錄得下降趨勢。於往績記錄期，該等下降與我們來自「Top Life」產品的收益降幅一致，主要由於儘管截至2015年3月31日止年度銷量上升但平均售價下降相對較快所致。

「Top Life」產品的銷量分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Top Life」產品的總銷售量約為74,000件、81,000件及75,000件。截至2015年3月31日止年度，銷量增加乃主要由於品牌知名度提升及分銷網絡擴充所致。該增長亦因(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對中國內地訪港人數下降而使香港零售業呆滯的市況；及(ii)經我們專門店銷售「Top Life」產品的銷售額增加，其中我們在銷售若干產品提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節。截至2016年3月31日止年度，「Top Life」產品的銷量下跌，主要因信基(深圳)於2015年5月解散而該公司於解散前主要銷售「Top Life」產品。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

「Top Life」產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Top Life」產品的平均售價分別約為每件483.9港元、422.5港元及376.8港元。該跌幅乃主要由於(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對香港零售業疲弱的市況；及(ii)經自營專門店銷售「Top Life」產品的銷售額增加，我們經此銷售若干產品(包括相對滯銷的產品以及零售價較低的產品)在提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關我們專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 「澳至尊」專門店」一節。

Superbee

我們的「Superbee」品牌主要包括主要於澳洲生產的蜂蜜及花粉產品。於往績記錄期間，截至2016年3月31日止三個年度，我們來自「Superbee」品牌的收益分別約為4.2百萬港元、6.2百萬港元及7.2百萬港元，佔收益約2.1%、2.8%及3.4%。來自「Superbee」產品的銷售佔總收益的比例錄得上升趨勢，皆因於往績記錄期間，「Superbee」的收益增長較其他品牌強勁。

「Superbee」產品的銷量分析

我們全部蜂蜜及花粉產品均以「Superbee」品牌銷售。有關我們「Superbee」產品的銷量分析，請參閱本文件「財務資料 — 蜂蜜及花粉產品的銷售量分析」一段。

「Superbee」產品的平均售價分析

我們全部蜂蜜及花粉產品均於「Superbee」品牌旗下銷售。有關我們「Superbee」產品的平均售價分析，請參閱本文件「財務資料 — 蜂蜜及花粉產品的平均售價分析」。

按銷售渠道劃分的收益

我們於往績記錄期內大部分銷售乃透過寄售店舖作出。下表載列於往績記錄期間按銷售渠道劃分之收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
專門店	15,920	8.1	34,425	15.2	33,806	16.0
寄售店舖	174,155	89.1	176,806	78.3	159,110	75.5
其他銷售渠道 (附註)	5,386	2.8	14,557	6.5	17,924	8.5
總計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

附註： 其他銷售渠道包括我們網站的網上銷售、中國網上購物平台、新加坡獨家分銷商的分銷及於貿易展銷會及展覽會的銷售。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

按產品種類和銷售渠道劃分的收益

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
健康補充品						
— 專門店	14,164	7.2	31,009	13.7	30,582	14.5
— 寄售店舖	168,570	86.2	168,953	74.8	150,516	71.4
— 其他銷售渠道 (附註)	5,047	2.7	13,699	6.1	16,275	7.7
小計	187,781	96.1	213,661	94.6	197,373	93.6
蜂蜜及花粉						
— 專門店	1,146	0.6	2,225	1.0	2,348	1.1
— 寄售店舖	2,741	1.4	3,245	1.5	3,374	1.6
— 其他銷售渠道 (附註)	271	0.1	753	0.3	1,481	0.7
小計	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
個人護理品						
— 專門店	610	0.3	1,191	0.5	876	0.4
— 寄售店舖	2,844	1.5	4,608	2.0	5,220	2.5
— 其他銷售渠道 (附註)	68	0.0	105	0.1	168	0.1
小計	3,522	1.8	5,904	2.6	6,264	3.0
總計	195,461	100	225,788	100	210,840	100

附註： 其他銷售渠道包括我們網站的網上銷售、中國網上購物平台、新加坡獨家分銷商的分銷及於貿易展銷會及展覽會的銷售。

下表載列於截至2016年3月31日止三個年度按收益計我們管理的三個主要銷售渠道的銷售量及平均售價概要：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
		佔總 銷量%		佔總 銷量%		佔總 銷量%
銷售量 (概約單位)						
專門店	61,000	15.4	109,000	21.6	123,000	21.9
寄售店舖	311,000	78.7	338,000	66.9	361,000	64.2
其他銷售渠道 (附註)	22,000	5.9	58,000	11.5	78,000	13.9
平均售價 (港元/單位)						
專門店	261.0		315.8		274.8	
寄售店舖	560.0		523.1		440.7	
其他銷售渠道 (附註)	234.2		251.0		229.8	

附註： 每個單位相當於我們一包產品。

其他銷售渠道包括我們網站的網上銷售、中國網上購物平台、新加坡獨家分銷商的分銷及於貿易展銷會及展覽會的銷售。

本集團就「澳至尊」銷售發展多渠道銷售及分銷網絡，大致分為三個主要銷售渠道：(i)專門店；(ii)寄售店舖；及(iii)其他銷售渠道。因我們的市場推廣及宣傳活動增加及拓展「澳至尊」銷售及分銷網絡，我們於截至2015年3月31日止兩個年度來自該三個銷售渠道的收益大幅增長。截至2016年3月31日止年度，儘

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

管我們的品牌推廣活動維持活躍，我們的銷售收益輕微減少，主要由於香港零售市況疲弱、2014年9月底至2014年12月期間的「佔領中環」抗議及於2015年第一季的「反水貨客抗議」所致。尤其是本集團的產品大部分在澳洲製造及香港分銷，廣受青睞，並大受中國內地訪港旅客歡迎，需求甚大。董事認為上述情況及中國內地訪港旅客人數減少對本集團產品銷售有不利影響。

「澳至尊」專門店

自我們於香港的自營專門店於2012年9月隆重開張，我們已有策略地拓展我們自身店鋪的覆蓋範圍，大部份因應港鐵站的大量人流而有策略性地位於港鐵站。截至2016年3月31日止三個年度，來自我們自營專門店銷售的收益分別約為15.9百萬港元、34.4百萬港元及33.8百萬港元，佔相應年內總收益約8.1%、15.2%及16.0%。於往績記錄期間，來自我們專門店銷售的收益及所佔總收益的佔比皆增乃主要由於(i)我們戰略地開設專門店而使銷售增加；及(ii)本集團的品牌知名度上升所致。尤其董事相信，受惠於健康補充產品的強大顧客基礎，開設自營專門店會令顧客有更多平台接觸我們管理的其他種類的產品並給予客戶更好購物體驗。我們在銷售若干產品(包括相對滯銷的產品以及零售價較低的產品)提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性，相比經寄售店鋪銷售產品，我們的策略是主要銷售毛利率及／或零售價較高的產品。於往績記錄期間，本集團更大機會提供透過專門店向會員客戶出售若干產品的折扣及推廣。

截至2016年3月31日止三個年度，我們分別經營設有11、15、13家專門店的網絡。於最後實際可行日期，我們的網絡覆蓋全香港多區共12家專門店，並且於澳門有一家專門店。

(i) 專門店的銷量分析

截至2016年3月31日止三個年度，我們專門店的總銷量分別約為61,000件、109,000件及123,000件。相關年度總銷量大幅增長主要由於營銷及推廣活動不斷增加及專門店數目增加令我們的專門店銷售增長。例如，本集團透過各種不同推銷活動大幅提高「Organic Nature」容量及份量較小且零售價較低的旅行裝產品的銷售，以提高往績記錄期的整體銷售。

(ii) 專門店平均售價的分析

截至2016年3月31日止三個年度，專門店的平均售價分別約為每件261.0港元、315.8港元及274.8港元。截至2015年3月31日止年度，由於我們已大幅降低低零售價個人護理產品的銷售並提高健康補充產品的銷售，來自專門店的銷售平均售價整體上有所增長。截至2016年3月31日止年度，專門店平均售價下跌乃由於下列因素所致，受惠於澳元貶值令我們存貨的採購成本下降，我們產品的折扣及推廣得以提升；及

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

應對香港零售業普遍面臨呆滯的市況。本集團亦透過各種不同推銷活動大幅提高「Organic Nature」容量及份量較小且零售價較低的旅行裝產品的銷售，以提高往績記錄期的整體銷售。詳情請參閱「財務資料 — 健康補充產品 — (ii)健康補充產品的平均售價分析」一節。

寄售店舖

於往績記錄期間，我們依賴通過寄售店舖的銷售，佔總收益逾75%。我們的寄售店舖包括香港一家大型保健產品零售連鎖店、一家大型化妝品零售連鎖店、百貨公司及超級市場。透過與寄售商合作，我們既能利用寄售店舖的高人流，又能拓展我們的銷售網絡而節省開設自營專門店所需的時間及成本。有鑑於不同寄售店舖的貨架空間有限及銷售專櫃尺寸有所限制以及按銷售收取的寄售開支，由於可供零售客戶選擇的產品種類有限，本集團一般更專注毛利率較高及／或零售價較高的若干產品。本集團的策略為同時通過專門店及寄售店舖發展銷售網絡，分散我們對寄售的依賴。截至2016年3月31日止三個年度，來自寄售銷售的收益分別約為174.2百萬港元、176.8百萬港元及159.1百萬港元，分別佔相應年內總收益的約89.1%、78.3%及75.5%。儘管年內透過寄售銷售確認大幅收益增長，但由於通過專門店帶來的增長相對更為迅速所致，源自寄售佔總收益的比率錄得下降趨勢。截至2016年3月31日止年度，我們通過寄售店舖所得的銷售放緩，主要由於香港市況疲弱、香港數次反內地人示威令中國內地遊客減少及人民幣貶值所致。

於最後實際可行日期，我們於香港經營67個寄售商銷售專櫃以及於澳門經營八個寄售商零售店。

(i) 寄售的銷量分析

截至2016年3月31日止三個年度，我們寄售的總銷量分別約為311,000件、338,000件及361,000件。相關年度總銷量大幅提高主要由於我們寄售的健康補充產品銷售隨著營銷及推廣活動不斷增加以及銷售專櫃數目不斷增加而增長所致。有關其他詳情，請參閱「財務資料 — 健康補充產品 — (i)健康補充產品的銷售量分析」一節。

(ii) 寄售的平均售價分析

寄售的平均售價分別約為每件560.0港元、523.1港元及440.7港元。截至2016年3月31日止三個年度，寄售的平均售價下跌主要受我們的健康補充產品平均售價下跌所致(有關健康補充產品平均售價的分析，請參閱「財務資料 — 健康補充產品 — (ii)健康補充產品的平均售價分析」一節)，此乃主要由於下列因素所致：(i)受惠於澳元貶值令我們存貨的採購成本下降，我們產品的折扣及推廣得以提升；及(ii)應對香港零售業普遍面臨呆滯的市況。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

其他銷售渠道

於往績記錄期間，本集團亦以銷售渠道取得銷售，當中包括批發予個人零售商及連鎖零售商、於展覽及貿易展銷會、中國網上購物平台的直接銷售及於自家網站進行網上銷售以及於新加坡經獨家分銷商分銷。考慮到我們向該等渠道進行銷售主要依賴分銷商自設的分銷網絡，一般產生微薄的銷售及分銷開支，本集團一般會向個人及連鎖零售商提供相當的批量採購折扣優惠，以提高我們寄售及專門店網絡並無覆蓋的較大市場份額。截至2016年3月31日止三個年度，通過其他銷售渠道銷售所得的收益分別約為5.4百萬港元、14.6百萬港元及17.9百萬港元，分別佔總收益約2.8%、6.5%及8.5%。截至2015年3月31日止年度，我們其他銷售渠道的銷售錄得顯著增長，主要由於(i)我們於香港展覽及貿易展銷會的銷售由約2.2百萬港元增加一倍至約4.6百萬港元；以及(ii)主要來自澳門的兩個批發商銷售增加約5.7百萬港元。截至2016年3月31日止年度，其他銷售渠道的銷售增加乃源自新的香港批發商及現有澳門批發商的大批採購訂單。

(i) 其他銷售渠道的銷量分析

截至2016年3月31日止三個年度，其他銷售渠道的總銷量分別約為23,000件、58,000件及78,000件。於往績記錄期間，其他銷售渠道的銷售整體增長主要受(i)銷售健康補充產品增長；及(ii)透過澳門批發商的銷售增長推動。

(ii) 其他銷售渠道的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，其他銷售渠道的平均售價分別約為每件234.2港元、251.0港元及229.8港元。截至2015年3月31日止年度，其他銷售渠道的平均售價增長主要由我們零售價較高的健康補充產品的銷售增長推動，而我們已減少低零售價個人護理產品的銷售。截至2016年3月31日止年度，其他銷售渠道平均售價下跌主要受較低零售價的蜂蜜及花粉產品(包括澳洲蜂蜜產品及蜂膠蜂蜜潤喉糖)銷售增長所推動。

按地理位置劃分之收益

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
香港	184,153	94.2	200,516	88.8	185,944	88.2
澳門	9,751	5.0	22,962	10.2	23,830	11.3
新加坡	153	0.1	847	0.4	1,021	0.5
中國大陸	1,404	0.7	1,463	0.6	45	0.0
總計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

自成立起，我們的總收益主要來自香港市場的銷售，佔我們於往績記錄期內總收益逾85%。本集團亦分別透過我們「澳至尊」的多渠道銷售及分銷網絡嘗試拓展於澳門、新加坡及中國的銷售網絡。我們的管理層團隊持續專注於香港推廣品牌，於截至2016年3月31日止三個年度，來自香港的收益佔我們總銷售約

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

94.2%、88.8%及88.2%。另一方面，於香港以外地區產生的收益仍然微少，佔截至2016年3月31日止三個年度分別約5.8%、11.2%及11.8%。香港以外地區的銷售增長主要為來自銷售予澳門顧客所得的收益，佔截至2016年3月31日止三年的收益分別約9.8百萬港元、23.0百萬港元及23.8百萬港元。我們來自澳門的收益主要來自(i)於澳門及中國均設有銷售網點的香港寄售商之持續銷售；(ii)於2014年4月開設首家澳門自營專門店；及(iii)向兩名澳門批發商銷售。我們於新加坡及中國的銷售額仍不重大，隨著我們分別於2015年5月及2015年8月終止兩地的專門店業務經營，來自當地客戶的銷售額大幅下降。截至2016年3月31日止年度，我們分別致力透過網上購物平台及新加坡銷售分銷權爭取中國及新加坡市場。

銷售成本

我們的銷售成本於截至2016年3月31日止三個年度分別約為31.8百萬港元、35.9百萬港元及30.5百萬港元，主要指從品牌擁有人採購存貨的成本。銷售成本相當受我們於年內的銷量影響，而我們於年內的成本波動亦歸因於一連串市場狀況，包括存貨的原材料(成分主要提取自天然資源，如植物和動物)的供貨、成本及可用程度、澳洲勞工成本的增幅以及澳元(我們存貨的交易貨幣)匯率變動。於往績記錄期間，截至2015年3月31日止年度，存貨總成本輕微增加，此乃收益大幅增加及受澳元兌港元顯著貶值令存貨採購成本下降之淨影響。由於截至2016年3月31日止年度我們的收益仍保持平穩，我們的董事相信銷售成本下跌，乃主要由於我們的存貨採購成本因2014年8月起澳元大幅貶值而下跌所致。該項對存貨成本的影響於截至2016年3月31日止年度至為重大，原因為由於FIFO存貨政策，我們按相對較低的成本向澳洲品牌擁有人購入的存貨於年內銷量最高。

毛利及毛利率

毛利指營業額超過銷售成本的金額。下表載列分別按(i)產品種類；(ii)品牌；及(iii)銷售渠道劃分的毛利及毛利率概要：

(i) 按產品種類劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%
按產品種類劃分的毛利						
健康補充品	158,408	84.4	181,026	84.7	170,248	86.3
蜂蜜及花粉	2,635	63.4	4,199	67.5	4,846	67.3
個人護理品	2,637	74.9	4,639	78.6	5,248	83.8
合計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

(ii) 按品牌劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%
按品牌劃分的毛利						
— Organic Nature	128,635	84.1	153,282	84.5	146,768	86.0
— Top Life	30,434	85.0	29,108	85.1	24,648	87.2
— Superbee	2,635	63.4	4,199	67.5	4,846	67.3
— 其他	1,976	78.7	3,275	82.1	4,080	87.8
合計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

附註： 其他包括Golden Hive及另一品牌，亦由本集團管理。

(iii) 按銷售渠道劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%
按銷售渠道劃分的毛利						
— 專門店	12,820	80.5	28,002	81.3	28,512	84.3
— 寄售店舖	147,049	84.4	151,462	85.7	138,715	87.2
— 其他銷售渠道	3,811	70.8	10,400	71.4	13,115	73.2
合計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

附註： 其他銷售渠道包括我們網站的網上銷售、中國網上購物平台、新加坡獨家分銷商的分銷及於貿易展銷會及展覽會的銷售。

本集團的總毛利主要由我們的健康補充產品帶動，於往績記錄期間一般佔毛利逾90%。於截至2016年3月31日止三個年度，我們的總毛利分別約為163.7百萬港元、189.9百萬港元及180.3百萬港元。截至2016年3月31日止三個年度，我們總毛利變動主要與我們整體的收益變動一致。我們的總毛利於截至2015年3月31日止年度增加約16.0%，並於截至2016年3月31日止年度輕微下跌約5.0%。

我們為特定地區的「澳至尊」銷售及分銷零售渠道備有一致的建議零售價清單。我們的寄售商、批發商、零售商及網上購物平台須遵循建議價格清單或根據協議條款協定若干折扣百分比。本集團於不同銷售渠道提供由我們所管理各品牌選擇繁多且性質有所不同的產品。總銷量指已售總包數及每包平均售價僅為年內不同組合產品的總銷量釐定的整體指標。

各種產品包裝因應特定產品性質、零售價及每包產品單位數目而有所不同。總銷量及平均售價變動乃由於：(i)各產品售價變動；及(ii)各產品銷量的組合變化所致。於往績記錄期內，低零售價產品(如各種不同旅行裝產品銷量上升(由截至2016年3月31日止三個年度分別約13,000件、18,000件至49,000件))的銷售大幅上升可能導致(i)按每件包裝計的單位銷量增加；及(ii)按每包計的單位平均售價下跌。然而，鑒於旅行裝產品容量及數量較小且零售價低廉，本集團認為，其對本集團總收益的影響仍然微不足道。有關產

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

品的平均售價及銷量的詳情分析，請參閱本文件「財務資料 — 收益」一節。由於往績記錄期間該等產品佔本集團的總收益貢獻、銷售成本及毛利均非常低，其毛利率與我們其他主要產品相若或甚至較高，產品平均售價整體呈下跌趨勢及整體銷量上升對本集團整體毛利及毛利率構成的影響被視為輕微。

我們採取了成本加成定價法模式，及於釐定價格時，我們會根據關於消費者喜好的市場分析及多項其他因素，如產品種類、我們品牌於市場的知名度、存貨成本、市場同類型產品競爭、消費者市場趨勢等，考慮顧客對產品價格的接受範圍。憑藉本集團不同品牌、不同產品類別的組合，加上為瞬息萬變的市場情況而設的多種銷售渠道，本集團能夠於往績記錄期間維持總毛利率於80%以上。毛利率於往績記錄期內相對較高主要由於(i)我們與供應商互惠互利的關係，令我們得以維持具成本效益的業務模式(請參閱「業務 — 競爭優勢 — 基於與我們供應商的互惠互補關係而享有穩定獨家分銷權」一節)；及(ii)我們可就我們管理的品牌產品收取相對較高售價(請參閱「業務 — 競爭優勢 — 多方位營銷策略及與「澳至尊」深受認許及信賴品牌形象相關的銷售及分銷網絡奠定我們在健康及個人護理產品市場的領導地位」一節)。截至2016年3月31日止三個年度各年，我們的總毛利率分別約為83.7%、84.1%及85.5%。董事相信自2014年8月起來自我們該等產品的毛利率有所提高主要由於澳元顯著貶值令存貨採購成本下降。

各類產品在某程度上可能有不同消費者市場。於往績記錄期內，我們銷售的總毛利率因應產品組合而不同。我們的健康補充產品為本集團之旗艦產品，高踞香港健康補充產品市場前列，毛利率一般高於我們於消費者市場內品牌知名度相對而言屬發展階段的其他種類產品。截至2016年3月31日止三個年度，本集團的總毛利率由約83.7%上升至約85.5%，皆因(i)我們的健康補充產品於各年內盈利能力的升幅；(ii)我們的蜂蜜及花粉產品的毛利率於往績記錄期間由約63.4%整體上升至67.3%以及(iii)我們個人護理產品的總毛利率於往績記錄期間由約74.9%整體上升至83.8%。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

按產品種類及銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%
健康補充品						
— 專門店	11,685	82.5	25,578	82.5	26,176	85.6
— 寄售店舖	143,036	84.9	145,473	86.1	131,792	87.6
— 其他銷售渠道	3,687	73.1	9,975	72.8	12,280	75.5
小計	<u>158,408</u>	<u>84.4</u>	<u>181,026</u>	<u>84.7</u>	<u>170,248</u>	<u>86.3</u>
蜂蜜及花粉						
— 專門店	754	65.8	1,580	71.0	1,692	72.1
— 寄售店舖	1,767	64.5	2,247	69.2	2,420	71.7
— 其他銷售渠道	114	42.1	372	49.4	734	49.6
小計	<u>2,635</u>	<u>63.4</u>	<u>4,199</u>	<u>67.5</u>	<u>4,846</u>	<u>67.3</u>
個人護理品						
— 專門店	381	62.5	844	70.9	644	73.5
— 寄售店舖	2,246	79.0	3,742	81.2	4,503	86.3
— 其他銷售渠道	10	14.7	53	50.5	101	60.1
小計	<u>2,637</u>	<u>74.9</u>	<u>4,639</u>	<u>78.6</u>	<u>5,248</u>	<u>83.8</u>
總計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

按產品種類及品牌劃分的毛利及毛利率明細

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%	千港元	毛利率%
健康補充品						
— Organic Nature	128,090	84.2	152,030	84.6	145,733	86.1
— Top Life	30,318	85.1	28,991	85.2	24,515	87.3
— 其他	—	—	5	71.4	—	—
小計	<u>158,408</u>	<u>84.4</u>	<u>181,026</u>	<u>84.7</u>	<u>170,248</u>	<u>86.3</u>
蜂蜜及花粉						
— Superbee	2,635	63.4	4,199	67.5	4,846	67.3
小計	<u>2,635</u>	<u>63.4</u>	<u>4,199</u>	<u>67.5</u>	<u>4,846</u>	<u>67.3</u>
個人護理品						
— Organic Nature	545	67.4	1,252	72.5	1,035	72.2
— Top Life	116	56.9	117	60.3	133	72.7
— 其他	1,976	78.8	3,270	82.1	4,080	87.8
小計	<u>2,637</u>	<u>74.9</u>	<u>4,639</u>	<u>78.6</u>	<u>5,248</u>	<u>83.8</u>
總計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

附註： 其他包括Golden Hive及另一品牌，亦由本集團管理。

(i) 健康補充產品毛利率分析

我們來自健康補充產品的銷售受惠於我們品牌於健康補充品行業的卓越知名度及消費者對澳洲製造產品的信心，於往績記錄期間，毛利率一般維持於80%以上。截至2016年3月31日止三個年度，健康補充產品的毛利率分別約為84.4%、84.7%及86.3%，往績記錄期內的有關上升趨勢主要由我們透過寄售銷售渠道（即本集團的主要銷售渠道）銷售「Organic Nature」及「Top Life」品牌旗下健康補充產品有所增長所帶

財務資料

動。有鑑於不同寄售店舖的貨架空間有限及銷售專櫃尺寸有所限制以及按銷售收取的寄售開支，本集團一般更專注透過寄售店舖出售毛利率較高及／或零售價較高的若干產品，乃由於往績記錄間，本集團一般可以以高於80%的較高毛利率出售健康補充產品。董事相信自2014年8月起來自我們該等產品的毛利率有所提高主要由於澳元顯著貶值令存貨採購成本下降。由於FIFO存貨政策，故該項對毛利率的影響對我們截至2016年3月31日止年度的毛利率至為重大。

(ii) 蜂蜜及花粉產品的毛利率分析

我們來自蜂蜜及花粉產品的銷售受惠於顧客對本集團品牌於香港的卓越知名度及澳洲製造的「Superbee」品牌旗下蜂蜜及花粉產品有信心，於往績記錄期間，毛利率一般維持於60%以上。截至2016年3月31日止三個年度，蜂蜜及花粉產品的毛利率分別約為63.4%、67.5%及67.3%。截至2015年3月31日止年度，我們毛利率的整體上升趨勢乃主要由於(i)澳元顯著貶值令存貨採購成本下降；及(ii)通過專門店銷售的蜂蜜及花粉產品銷售增加，因顧客愈趨樂意購買多種我們所挑選紐西蘭蜂蜜產品以外的蜂蜜及花粉產品(包括不同口味的澳洲蜂蜜產品)，令我們的毛利率有上升空間。董事相信自2014年8月起來自我們該等產品的毛利率有所提高主要由於澳元顯著貶值令存貨採購成本下降。由於FIFO存貨政策，故該項對毛利率的影響對我們截至2016年3月31日止年度的毛利率至為重大。

(iii) 個人護理產品的毛利率分析

我們來自個人護理產品的銷售受惠於顧客對本集團品牌於香港的卓越知名度及我們於澳洲製造且活性成分主要提取自天然資源(包括植物及動物)的個人護理產品有信心，於往績記錄期間，毛利率一般維持於70%以上。截至2016年3月31日止三個年度，個人護理產品的毛利率分別約為74.9%、78.6%及83.8%。我們個人護理產品的總毛利率於往績記錄期間由約74.9%整體上升至83.8%。截至2016年3月31日止三個年度，整體上升趨勢乃主要由於我們「Golden Hive」品牌的個人護理產品的銷售及毛利率上升所致，該品牌為我們個人護理產品中的主要品牌，且於往績記錄期間通過寄售出售的毛利率較高。董事相信自2014年8月起來自我們該等產品的毛利率有所提高主要由於澳元顯著貶值令存貨採購成本下降。由於FIFO存貨政策，故該項對毛利率的影響對我們截至2016年3月31日止年度的毛利率至為重大。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

其他收益及其他收入淨額

其他收益及其他收入淨額主要包括(i)銀行存款的銀行利息收入；及(ii)其他匯兌收益；及(iii)產品樣本測試銷售所產生收入於往績記錄期內對本集團仍屬微不足道。

出售一家附屬公司所得收益

截至2016年3月31日止年度，本集團出售新加坡附屬公司，收益約為0.8百萬港元。詳情請參閱「歷史、重組及公司架構 — 出售信基(新加坡)」。

解散一家附屬公司所得收益

截至2016年3月31日止年度，本集團解散中國附屬公司，收益約為10,000港元。詳情請參閱本文件「歷史、重組及公司架構 — 解散信基(深圳)」一節。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支包括：(i)寄售成本；(ii)專門店成本；(iii)銷售及營銷成本；及(iv)其他。我們的寄售成本(即本集團成本的最大部分)指我們為在寄售商的連鎖零售店網絡開設貨架及銷售專櫃而付予寄售商的成本。我們的專門店成本指於往績記錄期間的租金及其他物業開支及開設和保養我們自營專門店網絡的租賃裝修折舊。我們的銷售及營銷成本指於往績記錄期內銷售員工的薪金及佣金、廣告及推廣開支及展覽開支。於截至2016年3月31日止三個年度，我們的銷售及行政開支分別約為109.2百萬港元、140.2百萬港元及134.2百萬港元。

下表載列銷售及分銷開支的明細。

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
寄售開支	76,847	78,231	70,736
薪金及佣金	21,117	26,317	27,594
廣告及推廣開支	1,435	13,708	15,105
租金及其他物業開支	8,449	18,910	18,201
展覽開支	650	1,830	1,367
其他	747	1,172	1,232
	<u>109,245</u>	<u>140,168</u>	<u>134,235</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

一般及行政開支

我們的行政開支主要包括[編纂]開支、薪金及福利(包括董事袍金)、辦公室租金及其他物業開支、通訊開支、銀行費用及折舊開支。下表載列往績記錄期內按性質分類的行政開支之明細：

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
[編纂]開支	—	2,092	13,049
薪金及福利(包括董事酬金)	9,460	10,522	10,932
辦公室租金及其他物業開支	784	2,012	1,750
匯兌虧損	—	568	1,164
銀行費用	389	773	683
法律及專業費用	311	551	669
法律和解及賠償費用(附註1)	—	1,428	—
通訊開支	219	637	427
折舊	762	681	396
捐款	470	101	96
差旅及娛樂開支	746	608	296
其他	764	927	967
	<u>13,905</u>	<u>20,900</u>	<u>30,429</u>

附註1：法律和解及賠償費用包括因信基(深圳)解散而提早終止於深圳的租約所產生的約0.8百萬港元賠償款項及就中國銷售產品於2015年第一季的六宗糾紛支付和解款項約0.6百萬港元。其他資料請參閱本文件「業務 — 訴訟」一節。

融資成本

融資成本指於往績記錄期銀行借貸、透支及融資租賃產生的利息開支。本集團獲取銀行借貸作一般營運資金，以為新開設的專門店撥支。銀行借貸年利率由低於最優惠利率3.1%至香港銀行同業拆息率加3.5%，年期介乎1年至20年。此外，本集團購買汽車並與金融機構訂立年期最多為5年的融資租賃安排。融資租賃以年利率2.75%計息。

所得稅

本集團於往績記錄期的收益主要來自香港、新加坡、澳門及中國，而本集團須繳納香港、新加坡、澳門及中國利得稅。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

本公司及附屬公司在不同司法權區註冊成立，須遵守下列之不同稅務規定：

開曼群島及英屬處女群島

根據開曼群島及英屬處女群島之適用法律、規則及規例，本集團毋須在開曼群島及英屬處女群島繳納任何利得稅。

香港

於往績記錄期，本集團所有香港附屬公司須按16.5%之稅率繳納香港利得稅。

新加坡

於往績記錄期，我們所有新加坡營運活動須按17%繳納新加坡企業所得稅。

澳門

於往績記錄期，我們所有澳門營運活動須按12%繳納澳門企業所得稅。

中國

於往績記錄期，我們所有中國營運活動須按25%繳納中國企業所得稅。

截至2016年3月31日止三個年度各年，本集團的實際稅率分別約為16.3%、20.4%及26.2%。

不同年度之經營業績比較

截至2015年3月31日止年度與截至2016年3月31日止年度比較

收益

截至2016年3月31日止兩個年度，我們總收益於有關年內由約225.8百萬港元輕微減少6.6%至約210.8百萬港元。

董事認為整體收益的跌幅乃主要由於香港零售市況疲弱對我們銷售的持續影響，亦減慢我們於香港的多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡之拓展，雖然我們的營銷及推廣活動維持強勁。

該跌幅乃主要由健康補充產品的銷售減少所帶動，儘管我們其他兩類產品的銷售持續增長。我們的健康補充產品銷售於有關年內由約213.7百萬港元減少約7.6%至約197.4百萬港元。該跌幅乃主要由於通過寄售的健康補充產品的銷售隨整體零售市場減少所致。另一方面，我們於有關年內來自蜂蜜及花粉產品及個人護理產品的銷售分別由約6.2百萬港元及5.9百萬港元增加約16.1%及5.1%至約7.2百萬港元及6.2百

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

萬港元。雖然基於上述香港零售市況疲弱的持續影響，我們增長中的「澳至尊」品牌知名度鼓勵本集團的顧客了解亦由我們管理的其他類型產品，對廣大的健康補充產品現有客戶層帶來裨益。有關銷售增長主要歸因於分別由於經寄售網絡出售的其中一種「Golden Hive」品牌個人護理產品以及經其他銷售渠道出售的若干蜂蜜及花粉產品（如「Superbee」品牌的澳洲蜂蜜產品及蜂巢蜜）日漸受大眾歡迎，而令銷售增加。

銷售成本

截至2016年3月31日止兩個年度，我們的總銷售成本由約35.9百萬港元減少15.0%至約30.5百萬港元。該跌幅與有關年內總收益輕微跌幅一致，進一步受益於自2014年8月起澳元的貶值。同時我們採用FIFO存貨政策，使有關年內本集團已售存貨成本進一步減少。

毛利及毛利率

截至2016年3月31日止兩個年度，我們的毛利由約189.9百萬港元減少5.0%至約180.3百萬港元。該減少乃由於下列各項的淨影響所致：(i)我們於有關年度的上述收益下跌；及(ii)整體毛利率的持續改善。截至2016年3月31日止兩個年度，我們的總毛利率進一步由約84.1%上升至85.5%，乃主要由於我們存貨的購買成本因澳元顯著貶值而有所下跌。由於FIFO存貨政策，故該項對毛利率的影響對我們截至2016年3月31日止年度的毛利率至為重大。有關年內的總毛利率輕微上升乃主要由於我們來自健康補充產品及個人護理產品的毛利率分別由約84.7%及78.6%增長至86.3%及83.8%。然而，截至2016年3月31日止兩個年度，由於我們增加其於其他銷售渠道的銷售，我們一般於其他銷售渠道提供更多批量購買折扣且毛利率相對較低，蜂蜜及花粉產品的毛利率分別維持穩定於約67.5%及輕微下跌至67.3%。就有關波動的更多解釋，請參閱本文件「財務資料 — 毛利及毛利率 — 按產品種類及銷售渠道劃分的毛利及毛利率明細」一節。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由截至2015年3月31日止年度約140.2百萬港元減少至截至2016年3月31日止年度約134.2百萬港元，主要由於受下列因素淨影響所致：(i)寄售成本由約78.2百萬港元減少至70.7百萬港元，與年內通過寄售渠道的銷售減幅一致；(ii)專門店成本由約18.9百萬港元輕微減少至18.2百萬港元，皆因專門店租金增加受年內專門店數目減少五間令租金減少所部分抵銷；及(iii)營銷開支增加（如電視廣告及與品牌代言人簽約及自2015年起銷售員工加薪）導致銷售及營銷成本由約13.7百萬港元增加至15.1百萬港元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

一般及行政開支

我們的一般及行政開支由截至2015年3月31日止年度約20.9百萬港元大幅增加至截至2016年3月31日止年度約30.4百萬港元，主要來自(i)[編纂]開支13.0百萬港元；及(ii)匯兌虧損增加0.6百萬港元，儘管位於中國的專門店及辦公室終止租約令辦公室租金開支減少。

融資成本

截至2016年3月31日止兩個年度，我們的融資成本由約207,000港元增加至441,000港元，乃由於年內銀行借貸處於高水平所致。詳情請參閱本文件「財務資料 — 銀行借貸」一節。

稅項

截至2016年3月31日止兩個年度，實際稅率分別約為20.4%及26.2%。實際稅率上升主要因為截至2016年3月31日止年度確認不可扣減稅項的[編纂]開支13.0百萬港元。

年度純利及純利率

截至2016年3月31日止年度，本集團的純利由約23.2百萬港元大幅減少至12.3百萬港元，與有關年內整體收益降幅一致。截至2016年3月31日止年度，純利下跌亦由於確認[編纂]開支13.0百萬港元所致。由於上述原因，我們的純利率於相關年度由約10.3%大幅下降至5.8%。

倘不計及我們的[編纂]開支，本集團於截至2016年3月31日止兩個年度的經調整純利穩定維持於約25.3百萬港元，此乃因毛利率改善、銷售及分銷開支下降及年內收益下降之淨影響。

截至2015年3月31日止年度與截至2014年3月31日止年度比較

收益

我們的整體收益由截至2014年3月31日止年度約195.5百萬港元大幅增加約15.5%至截至2015年3月31日止年度約225.8百萬港元。儘管受反內地人士示威及中國內地訪客減少的影響，我們總收益的增長維持穩健，皆因來自我們全部三類產品的銷售增長所致。儘管截至2015年3月31日止年度下半年中國內地旅客減少的不利影響，董事相信該增長主要由於我們的推廣營銷活動增加令品牌知名度上升及拓展「澳至尊」銷售及分銷網絡所致。

截至2014年及2015年3月31日止兩個年度，來自健康補充產品的銷售由187.8百萬港元增加約13.8%至約213.7百萬港元。通過寄售的健康補充產品的銷售維持穩定，健康補充產品的銷售增長主要由專門店銷售及其他銷售的大幅增長所推動，乃由於：(i)於有關年度內八間新開張自營專門店所得的銷售增加；

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

及(ii)來自澳門兩間批發商的銷售增加，銷售約為5.7百萬港元。另一方面，來自蜂蜜及花粉產品及個人護理產品銷售的收益於有關年度內分別由約4.2百萬港元及3.5百萬港元增加約47.6%及68.6%至6.2百萬港元及5.9百萬港元。基於品牌知名度上升，董事相信蜂蜜及花粉產品及個人護理產品的銷售增長亦來自健康補充產品的廣大顧客基礎，皆因自營專門店為我們的顧客提供更多接觸我們管理的其他產品的平台及購物體驗。

銷售成本

我們的銷售成本增加約13.0%，由截至2014年3月31日止年度約31.8百萬港元增加至截至2015年3月31日止年度約35.9百萬港元。該增加與各年總收益增長約15.5%一致，部分受自2014年8月起我們支付的存貨成本因澳元顯著貶值而減少所抵銷。

毛利及毛利率

我們的毛利增加約16.0%，由截至2014年3月31日止年度約163.7百萬港元增加至截至2015年3月31日止年度約189.9百萬港元，與我們上述總收益增長及毛利率增長一致。截至2014年及2015年3月31日止年度，我們的毛利率由約83.7%增加約0.4%至約84.1%。該等增長主要來自各類產品的毛利率增長，乃主要由於澳元自2014年8月貶值令所銷售存貨採購成本減少。

健康補充產品的增長主要受惠於(i)寄售店的銷售及利潤率增長(鑑於寄售空間有限及寄售收費，管理層專注於通過有關銷售途徑出售較多相對有較高利潤率的健康補充產品)；及(ii)來自我們的健康補充產品一般以相對較高的利潤率出售之專賣店所產生的銷售增長，而總毛利率於年內穩定維持在約82.5%。我們的蜂蜜及花粉產品的增長主要受惠於(i)利潤率相對較高產品(如蜂巢蜜及澳洲蜂蜜產品)的銷售增長的淨影響。個人護理產品增長主要來自利潤率相對較高的「Golden Hive」品牌產品的銷售增長。

就有關波動的更多解釋，請參閱本文件「財務資料 — 收益表若干主要項目討論 — 毛利及毛利率」一節。

銷售及分銷開支

我們的銷售及分銷開支由約109.2百萬港元大幅增加28.4%至140.2百萬港元，主要由於(i)透過電視廣告、報章及雜誌增加宣傳及邀請藝人成為本集團代言人宣傳本集團產品以增加於消費者市場的品牌知名度，令截至2015年3月31日止兩個年度的廣告及推廣開支由1.4百萬港元增加至13.7百萬港元；(ii)租金及

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

其他物業開支於截至2015年3月31日止兩個年度由約8.4百萬港元增加至約18.9百萬港元，原因為年內新增六間額外專門店的租金及其他物業開支；及(iii)薪金及佣金以及寄售開支增加，與有關年內收益增加一致。

一般及行政開支

我們的行政開支由約13.9百萬港元增加7.0百萬港元至20.9百萬港元，主要由於(i)[編纂]開支約2.1百萬港元；(ii)因信基(深圳)解散而提早終止於深圳的租約所產生的約0.8百萬港元賠償付款及就中國銷售產品於2015年第一季的六宗糾紛支付和解款項約0.6百萬港元。更多資料請參閱本文件「業務 — 訴訟」一節；(iii)辦公室租金及其他物業開支於有關年內由約0.8百萬港元增加至2.0百萬港元，因於2014年2月於香港租用新辦公室及我們於2014年7月於中國租用辦公室；及(iv)因人民幣貶值產生的匯兌虧損0.6百萬港元。

融資成本

我們的融資成本由約0.1百萬港元增加至0.2百萬港元，主要由於銀行借貸由約7.5百萬港元增加至15.0百萬港元。

銀行貸款的詳情，請見本文件「財務資料 — 銀行借貸」一節。

稅項

截至2014年及2015年3月31日止年度的實際稅率分別為約16.3%及20.4%。本公司大部分的香港所得收入的利得稅率為16.5%，而澳門所得收入的利得稅率較低，為12.0%，該實際稅率的增加主要由於確認為截至2015年3月31日止年度不可扣稅的[編纂]開支2.1百萬港元。

年度純利及純利率

由於上文所述，我們的純利由截至2014年3月31日止年度約34.6百萬港元減少至截至2015年3月31日止年度約23.2百萬港元，下降33.0%，而截至2015年3月31日止兩個年度，我們的純利率由約17.7%輕微下跌至10.3%。該減少主要由於：(i)銷售及分銷開支增加及(ii)年內產生[編纂]開支2.1百萬港元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

流動資金及資本資源

現金流量

本集團以往主要透過經營活動產生的現金、手頭現金及銀行貸款達致我們的營運資金及其他資本需求。

下表呈列於所示期間摘錄自綜合現金流量表的現金流量數據：

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
經營活動所得現金淨額	22,896	19,584	8,963
投資活動(所用)／所得現金淨額	(1,561)	(3,596)	4,156
融資活動(所用)的現金淨額	(16,984)	(6,424)	(22,747)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	4,351	9,564	(9,628)
外幣匯率變動的影響	17	(38)	(4)
年末的現金及現金等價物	31,761	41,287	31,655

經營活動所得現金淨額

本集團經營活動所得的現金流量主要來自我們銷售產品所收取的款項。本集團經營活動所用的現金流量主要為就存貨支付的款項。

截至2014年3月31日止年度，我們經營活動所得現金淨額約22.9百萬港元，而我們的除所得稅前溢利約41.3百萬港元。當中差異主要由於(i)應收賬款及其他應收款項增加導致現金流出約11.3百萬港元，主要為就三份合約所收取的訂金；(ii)存貨增加約2.7百萬港元；及(iii)支付香港稅項約6.0百萬港元。

截至2015年3月31日止年度，我們經營活動所得現金淨額約19.6百萬港元，而我們的除所得稅前溢利約29.1百萬港元。當中差異主要由於(i)存貨減少約1.2百萬港元；(ii)應收賬款及其他應收款項增加約5.6百萬港元及(iii)支付香港稅項約8.6百萬港元。

截至2016年3月31日止年度，我們經營活動所得現金淨額約9.0百萬港元，而我們除所得稅前溢利約16.7百萬港元。當中差異主要由於支付香港稅項約8.1百萬港元。

有關上述項目波動的說明，請參閱本文件「財務資料 — 合併財務狀況表不同項目的分析」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

投資活動所得或所用現金流量淨額

截至2014年3月31日止年度，我們投資活動所用現金流量淨額約1.6百萬港元，主要由於支付設立及裝修八間額外專門店約2.0百萬港元及已收利息0.5百萬港元的淨影響。

截至2015年3月31日止年度，我們投資活動所用現金流量淨額約3.6百萬港元，主要由於支付設立及裝修六間額外專門店約3.2百萬港元及已收利息0.4百萬港元的淨影響。

截至2016年3月31日止年度，我們投資活動產生的現金流量淨額約4.2百萬港元，主要由於向控股股東出售由本集團擁有的辦公室物業的所得款項淨額。

融資活動所得或所用的現金流量淨額

截至2014年3月31日止年度，我們融資活動所用現金淨額約17.0百萬港元，主要由於已付控股股東股息約22.6百萬港元，償還銀行貸款2.9百萬港元，應付控股股東款項增加0.4百萬港元，而本公司新增銀行貸款所得款項為8.4百萬港元。

截至2015年3月31日止年度，我們融資活動所用現金流量淨額約6.4百萬港元，主要由於已付控股股東股息約8.0百萬港元，償還銀行貸款5.3百萬港元，而本公司新增銀行貸款所得款項為12.9百萬港元。

截至2016年3月31日止年度，我們融資活動所用現金流量淨額約22.7百萬港元，此乃已付控股股東股息約20.7百萬港元，及償還銀行貸款約2.2百萬港元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

流動資產淨額

於2014年、2015年、2016年3月31日及2016年5月31日，本集團流動資產及流動負債的詳情如下：

	於3月31日			於5月31日
	2014年	2015年	2016年	2016年
	千港元	千港元	千港元	千港元 (未經審核)
流動資產				
存貨	12,760	11,387	9,825	12,082
應收賬款及其他應收款項	23,847	29,335	33,815	28,890
應收一名控股股東款項	—	801	—	—
應收一家關連公司款項	—	38	—	—
可收回稅項	—	—	617	315
已抵押銀行存款	504	509	794	—
現金及現金等價物	<u>31,761</u>	<u>41,287</u>	<u>31,655</u>	<u>39,042</u>
	<u>68,872</u>	<u>83,357</u>	<u>76,706</u>	<u>80,329</u>
流動負債				
應付賬款及其他應付款項	6,901	7,510	9,047	10,935
應付股息	18,003	10,000	—	—
應付控股股東款項	8,283	2,706	—	—
應付一家關連公司款項	264	—	—	—
銀行借貸	7,522	15,030	12,850	12,850
融資租賃承擔	128	65	62	51
撥備	—	153	317	317
應付稅項	<u>5,984</u>	<u>3,296</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
	<u>47,085</u>	<u>38,760</u>	<u>22,276</u>	<u>24,153</u>
流動資產淨額	<u><u>21,787</u></u>	<u><u>44,597</u></u>	<u><u>54,430</u></u>	<u><u>56,176</u></u>

我們的流動資產淨額由2014年3月31日約21.8百萬港元增加至2015年3月31日約44.6百萬港元。增加主要由於截至2015年3月31日止年度純利約23.2百萬港元所致。

我們的流動資產淨額由2015年3月31日約44.6百萬港元增加至2016年3月31日約54.4百萬港元。該增加主要由於(i)截至2016年3月31日止年度純利約12.3百萬港元；(ii)出售我們的辦公室代價4.3百萬港元；(iii)預付[編纂]開支增加約2.5百萬港元；及(iv)就截至2016年3月31日止年度宣派股息約10.7百萬港元之淨影響所致。

我們的流動資產淨額由2016年3月31日約54.4百萬港元增加至2016年5月31日約56.2百萬港元。增加主要由於期內錄得純利所致。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

合併財務狀況表不同項目的分析

物業、廠房及設備

本集團的物業、廠房及設備指傢俬及固定裝置、租賃土地及樓宇、租賃裝修以及汽車。於2014年、2015年及2016年3月31日，本集團各類物業、廠房及設備的賬面淨值載列如下：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
賬面淨值			
傢俬及固定裝置	655	739	521
租賃土地及樓宇	4,962	4,834	559
租賃裝修	1,700	3,153	2,316
汽車	192	30	—
	<u>7,509</u>	<u>8,756</u>	<u>3,396</u>

往績記錄期內，本集團的租賃土地及樓宇主要包括坐落於香港以中期租約持有的辦公室及停車位。截至2016年3月31日止年度，本集團的辦公室位於九龍觀塘鴻圖道83號東瀛遊廣場17樓D室（「該物業」）（於2015年7月出售）。截至2016年3月31日止年度，租賃土地及樓宇的金額下跌，主要由於本集團為應付其不斷增長的規模而於九龍觀塘鴻圖道83號東瀛遊廣場28樓E室租用更寬敞的辦公室已訂立租賃協議，故在2015年7月向控股股東按賬面值出售辦公室。

於2015年3月31日，物業、廠房及設備結餘的賬面值增加主要由於本集團於有關年度開設我們的專門店，致使租賃裝修以及傢俬及固定裝置增加所致。

截至2016年3月31日止年度，我們出售位於香港及新加坡3間表現欠佳專門店。租賃裝修由約3.2百萬港元減至2.3百萬港元。

本集團透過融資租賃購置若干汽車。截至2016年3月31日止三個年度融資租賃項下兩輛汽車的賬面值分別約為192,000港元、30,000港元及無。兩輛汽車均於2016年3月31日全面折舊。

存貨

本集團存貨包括製成品。下表載列於2014年、2015年及2016年3月31日存貨結餘明細：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
存貨	12,760	11,387	9,825

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

下文載列本集團年內的存貨週轉日：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
存貨週轉日數 (附註)	131.7日	122.6日	126.9日

附註：存貨週轉日數乃按年初及年終存貨結餘的平均數除年內銷售成本，再乘年內日數計算得出。

我們的管理層透過ERP系統定期監察專門店及倉庫的存貨水平、記錄存貨變動及銷售進度，並相應調整存貨水平。

我們的存貨由約12.8百萬港元減少約10.8%至2015年3月31日約11.4百萬港元並於2016年3月31日進一步減少約13.7%至9.8百萬港元。持續的跌幅主要由於本集團就反內地人示威及人民幣貶值使內地訪客減少且香港零售業市況疲弱而調低存貨預測。因此，伴隨澳元貶值使銷售成本下降，截至2015年3月31日止年度，我們的存貨週轉日減至122.6日，似乎有所改善。儘管財政年度第三季出現少量來自批發商的大批採購訂單，降低了截至2016年3月31日止年度的存貨水平，我們的銷售成本因澳元自2014年8月起貶值而降低。由於FIFO存貨政策，故該項對毛利率的影響對我們截至2016年3月31日止年度的毛利率至為重大。因此，截至2016年3月31日止年度的存貨週轉日數輕微增加至約126.9日。

於2016年3月31日約5.4百萬港元或54.8%的存貨其後於截至2016年6月30日之前已銷售。

已確認為開支並計入損益表的存貨金額分析如下：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
已售存貨的賬面值.	31,654	35,794	30,498
撇減存貨	127	130	—
	<u>31,781</u>	<u>35,924</u>	<u>30,498</u>

截至2014年及2015年3月31日止年度產生存貨撇減乃由於寄售店舖的存貨到期致使若干存貨的估計可變現淨值下跌所致。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

應收賬款及其他應收款項

下表載列於2014年、2015年及2016年3月31日本集團應收賬款及其他應收款項明細：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
應收賬款	18,220	24,003	25,196
其他應收款項	31	—	—
按金及預付款	5,596	5,332	8,619
	<u>23,847</u>	<u>29,335</u>	<u>33,815</u>

(i) 應收賬款

本集團應收賬款主要包括來自代售夥伴及若干批發客戶的應收款項。本集團一般授出最多120日的信貸期。財政部負責定期收款工作，而財務團隊則定期核實銷售團隊的收款狀況、監察應收賬項的賬齡及編製財務記錄。下表載列應收賬款截至報告年度結算日按發票日期的賬齡分析：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
30日以內	8,334	13,697	8,215
31–60日	9,884	10,303	5,885
61–90日	2	—	5,819
90日以上	—	3	5,277
	<u>18,220</u>	<u>24,003</u>	<u>25,196</u>

下表載列應收賬款的週轉日：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
應收賬款週轉日 (附註)	31.6日	34.1日	42.6日

附註：應收賬款週轉日數乃按年初及年終應收賬款結餘的平均數，除以所示年度產生自總銷售的收益，再乘年內日數計算得出。

2015年3月31日應收賬款增加與本集團截至2015年3月31日止年度的收益增加同步一致。應收賬款週轉日仍與截至2014年3月31日止年度的應收賬款週轉日相若及輕微上升，與透過終端客戶為直接客戶的寄售店舖及專門店的主要銷售相比，其與向兩名額外澳門批發商以信貸形式銷售增加一致，並影響我們的應收賬款週轉日。

於2016年3月31日的應收賬款進一步提高，主要源自新的香港批發商與現有澳門批發商銷售增長所致。於截至2016年3月31日止年度的應收賬款週轉日數增加與相關年度應收賬款增幅一致。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

於2014年、2015年及2016年3月31日，應收賬款分別約72.3%、72.7%及53.3%為未逾期及未減值，約27.7%、27.3及46.7%為已逾期但未減值。已逾期但未減值的應收款項與若干獨立客戶有關，彼等於本集團有良好記錄。根據過往經驗，董事相信，鑑於信貸質素並無重大變動，而結餘仍被視為可全數收回，故無需就該等結餘作出減值撥備。

並無被認為個別或共同減值的應收賬款的賬齡分析如下：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
並無逾期亦無減值	13,171	17,444	13,435
逾期30日以內	5,026	6,338	8,861
逾期31至90日	23	218	2,888
逾期90日以上	—	3	12
	<u>5,049</u>	<u>6,559</u>	<u>11,761</u>
	<u>18,220</u>	<u>24,003</u>	<u>25,196</u>

並無逾期亦無減值之應收賬款乃與並無近期違約記錄之不同類型客戶有關。

有關應收賬款的減值虧損乃採用撥備賬記錄，除非本集團信納相關金額不大可能收回，在此情況下，減值虧損乃於應收賬款直接撇銷。於2014年、2015年及2016年3月31日，概無應收賬款獲個別釐定為減值。

於2014年及2015年3月31日的所有逾期應收賬款及2016年3月31日約97.9%的應收賬款已其後於最後實際可行日期償付。

(ii) 按金、預付款項及其他應收款項

結餘主要包括本集團租用專門店零售空間、倉庫及辦公室已付按金及本集團代言人服務費之預付款項。

於2015年3月31日，按金、預付款項及其他應收款項的減少0.3百萬港元，主要由於(1)於2015年3月31日，現有店舖的租賃及其他物業開支的預付款項減少約1.0百萬港元，及(ii)年內開設的四家額外專門店令所付的租賃按金增加的淨影響。

於2016年3月31日，按金、預付款項的增加主要由於年內預付[編纂]開支所致。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

應付賬款及其他應付款項

下表載列於2014年、2015年及2016年3月31日本集團應付賬款及其他應付款項明細：

		於3月31日		
		2014年	2015年	2016年
		千港元	千港元	千港元
應付賬款	(i)	3,072	2,505	3,134
應計員工成本	(ii)	3,283	3,831	4,625
應計款項及其他應付款項	(iii)	546	1,174	1,288
		<u>6,901</u>	<u>7,510</u>	<u>9,047</u>

(i) 應付賬款

應付賬款主要包括應付予三間澳洲供應商採購本集團存貨的款項。本集團一般享有30日（自發票日期起計）至90日（自存貨離開澳洲當日起計）的信貸期。下表載列應付賬款截至報告年度結算日按發票日期的賬齡分析：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
30日內	—	379	1,085
31日至90日	3,072	2,126	2,049
	<u>3,072</u>	<u>2,505</u>	<u>3,134</u>

於最後實際可行日期，於2014年、2015年及2016年3月31日的所有未償還應付賬款其後已償付。

下表載列應付賬款於以下年度的週轉日數：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
應付賬款週轉日 (附註)	39.8日	29.4日	35.3日

附註：應付賬款週轉日數乃按年初及年終應付賬款結餘的平均數除年內採購總額，再乘所示年度日數計算得出。

截至2015年3月31日止年度，應付賬款週轉日數由39.8日減至29.4日，主要由於本集團向供應商及時作付款，因而年底應付賬款結餘減少。

截至2016年3月31日止的年度內，應付賬款及相關應付賬款週轉日數的增加乃由於存貨於接近年底日期送達後應付賬款增加所致。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

(ii) 應計款項及其他應付款項

應計款項及其他應付款項主要包括[編纂]開支、審計費用及專門店的裝修開支。2015年3月31日及2016年3月31日應計款項及其他應付款項的增加主要由於相關財政年度產生的[編纂]開支及審計費用。

(iii) 應計員工成本

於2014年、2015年及2016年3月31日，應計員工成本分別約為3.3百萬港元、3.8百萬港元及4.6百萬港元。應計員工成本的增加主要由於在往績記錄期內，我們擴張多渠道「澳至尊」的銷售及分銷網絡使得員工人數增加。

(應付)／應收控股股東款項／(應付)／應收關連公司款項

下表載列往績記錄期有關控股股東及本集團關連公司的結餘：

	附註	於3月31日		
		2014年	2015年	2016年
		千港元	千港元	千港元
(應付)／應收關連公司款項				
— 翹博國際有限公司	(ii)	(264)	38	—
(應付)／應收控股股東款項				
— 蔡先生	(i)	(5,242)	(2,706)	—
— 蔡太太	(i)	(3,041)	801	—
		<u>(8,283)</u>	<u>(1,905)</u>	<u>—</u>

(i) (應付)／應收控股股東款項

(應付)／應收控股股東款項主要指蔡先生及蔡太太代表本集團支付的開支，以及蔡先生及蔡太太向本集團支付的墊款。

該等款項為無抵押、無息、本質上非貿易及可於往績記錄期內每年年底按要求收回。應收蔡先生及蔡太太的款項的所有未償還結餘已於2015年11月24日以宣派股息的方式悉數結清。

(ii) 應付一家關連公司款項

應付一家關連公司款項指應付翹博的款項，該款項由蔡先生及蔡太太實益擁有及控制，為無抵押、免息、本質上非貿易及無固定償還期限。

往績記錄期內，應付一家關連公司款項的變動主要為已付倉庫租賃開支。詳情請參閱本文件「持續關連交易」一節。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

負債

融資租賃承擔

本集團的汽車根據融資租賃持有。租賃期限為3至5年。所有的租賃乃按固定還款基準訂立，且並無就或然租金付款訂立安排。融資租賃年利率按2.75%計息。於往績記錄期融資租賃項下的承擔結餘載列如下：

於2014年、2015年、2016年3月31日及2016年5月31日，本集團應償還之融資租賃承擔如下：

	於3月31日						於5月31日	
	2014年		2015年		2016年		2016年	
	最低租賃付款的 現值 千港元	最低租賃付款 總額 千港元	最低租賃付款的 現值 千港元	最低租賃付款 總額 千港元	最低租賃付款的 現值 千港元	最低租賃付款 總額 千港元	最低租賃付款的 現值 千港元 (未經審核)	最低租賃付款 總額 千港元 (未經審核)
於1年內	128	137	65	69	62	64	51	52
1年後但2年內 . . .	65	69	62	64	—	—	—	—
2年後但5年內 . . .	62	64	—	—	—	—	—	—
	<u>127</u>	<u>133</u>	<u>62</u>	<u>64</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
	<u>255</u>	<u>270</u>	<u>127</u>	<u>133</u>	<u>62</u>	<u>64</u>	<u>51</u>	<u>52</u>
減：未來利息開支 總額		(15)		(6)		(2)		(1)
租賃承擔現值 . . .		<u>255</u>		<u>127</u>		<u>62</u>		<u>51</u>

於2014年、2015年、2016年3月31日及2016年5月31日，根據融資租賃持有的汽車的賬面值分別約為192,000港元、30,000港元、無及無。

銀行借貸

本集團銀行借貸包括於2014年、2015年、2016年3月31日及2016年5月31日來自商業銀行的銀行融資分別約7.5百萬港元、15.0百萬港元、12.9百萬港元及12.9百萬港元，年期介乎1年至20年，按低於最優惠利率2.65%至香港銀行同業拆息加3.5%的浮動年利率計息。於2016年5月31日，本集團擁有尚未動用銀行融資約3.2百萬港元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

下表載列本集團於2014年、2015年、2016年3月31日及2016年5月31日銀行借貸的明細：

	於3月31日			於5月31日
	2014年	2015年	2016年	2016年
	千港元	千港元	千港元	千港元
銀行貸款				(未經審核)
— 已抵押	2,301	2,180	—	—
— 無抵押及已擔保	<u>5,221</u>	<u>12,850</u>	<u>12,850</u>	<u>12,850</u>
	<u><u>7,522</u></u>	<u><u>15,030</u></u>	<u><u>12,850</u></u>	<u><u>12,850</u></u>

於2014年、2015年、2016年3月31日及2016年5月31日，所有銀行貸款獲分類為即期銀行借貸，此乃由於相關的貸款協議內包括一項有關銀行擁有無條件權利隨時收回貸款的條文，當中不論貸款協議所載的任何其他條款及到期日。

本集團若干銀行貸款附帶條款，賦予貸款人權利全權酌情要求本集團即時還款，而不論本集團有否違反融資條款及是否如期履行還款責任。根據還款時間表於一年後到期但載有銀行可按要求還款的條文之所有銀行貸款，該等銀行貸款分類為本集團流動負債。

於最後實際可行日期，除根據各本集團銀行貸款的各自還款時間表之定期還款外，本集團並無接獲任何通知要求於一年內全數償還銀行貸款。董事確認，往績記錄期內直至最後實際可行日期，本集團並無嚴重拖延償還銀行借貸。董事亦確認，於最後實際可行日期，本公司並無計劃進行重大外部債務融資。

於2014年及2015年3月31日，金額分別約為2.3百萬港元及2.2百萬港元的銀行貸款以(i)本集團持有賬面值分別為4.4百萬港元及4.3百萬港元之租賃土地及樓宇；及(ii)蔡先生及蔡太太提供的個人擔保作抵押。截至2016年3月31日止年度，已償清該銀行貸款且已解除租賃土地及樓宇的抵押。

銀行貸款利息以低於銀行最優惠年利率3.1%按日徵收利息。

於2014年3月31日，定期貸款約5.2百萬港元由蔡先生及蔡太太提供之個人擔保作抵押。截至2015年3月31日止年度，定期貸款已悉數償還。

銀行貸款利息以1個月香港銀行同業拆息率另加年利率3%對未償還金額徵收利息。

於2015年、2016年3月31日及2016年5月31日，一筆約12.9百萬港元之循環銀行貸款由(1)一間由蔡先生及蔡太太實益擁有及控制的關連公司擁有之物業；及(2)蔡先生及蔡太太提供的個人擔保作抵押。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

銀行貸款利息按香港銀行同業拆息率另加年利率2.4%至3.5%對未償還金額徵收利息。

我們已獲得相關銀行的書面同意，於[編纂]時，將解除我們物業的抵押及控股股東的個人擔保。

除上文所披露外，本集團於2016年5月31日並無任何已發行且流通在外或同意發行的借貸資本、銀行透支、貸款或其他類似債項、承兌負債或承兌信貸、債權證、按揭、抵押、租購承諾、擔保或其他重大或然負債。我們的董事確認(i)2016年3月31日起直至最後實際可行日期，我們的債務及或然負債並無出現任何重大變動；(ii)銀行貸款及銀行融資須符合標準銀行條件及契諾；(iii)本集團於往績記錄期內已遵守銀行借貸下全部契諾；(iv)本集團尚未收到銀行發出的通告表示將撤銷或縮小銀行貸款及銀行融資規模；及(v)本集團於最後實際可行日期並無任何重大外部債項融資計劃。

撥備

修復成本撥備的變動如下：

	截至3月31日止年度			截至5月31日
				止兩個月
	2014年	2015年	2016年	2016年
	千港元	千港元	千港元	千港元
於年／期初	—	—	565	510
年／期內撥備	—	565	—	—
年／期內動用金額	—	—	(55)	—
於年／期末	—	565	510	510
減：非即期部分	—	(412)	(193)	(193)
分類為流動負債的部分	—	153	317	317

根據與業主簽訂的許可協議條款，本集團須搬離並於相關許可協議的約滿期限前由本集團出資修復出租物業。因此我們的管理層已對預期產生的修復成本以最貼近的評估進行撥備。

應付所得稅

各財政年度末之應付稅項主要包括根據相關稅項條例按香港16.5%及澳門12%稅率以本集團應課稅收入計算的應付稅項。並無於新加坡及中國為收入錄得應付稅項結餘，此乃由於根據本集團於其他兩個司法權區營運的相關稅項條例，該等地區並無任何應課稅收入，而所有兩個地區於各財政年度錄得虧損。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

主要財務比率

下表列示往績記錄期的若干主要財務比率：

	於3月31日／截至該日止年度		
	2014年	2015年	2016年
流動比率 ¹ (倍)	1.5	2.2	3.4
速動比率 ² (倍)	1.2	1.9	3.0
債務與權益比率 ³ (%)	不適用	不適用	不適用
資本負債比率 ⁴ (%)	21.8%	25.8%	20.8%
利息償付比率 ⁵ (倍)	449.8	141.6	38.8
資產回報率 ⁶ (%)	41.6%	23.6%	14.6%
股本回報率 ⁷ (%)	97.0%	39.5%	19.8%
毛利率 ⁸	83.7%	84.1%	85.5%
純利率 ⁹	17.7%	10.3%	5.8%
經調整純利率 ¹⁰	17.7%	11.1%	12.1%

附註：

1. 流動比率按各年度末流動資產總額除以流動負債總額計算。
2. 速動比率按各年度末流動資產總值(減存貨)除以流動負債總額計算。
3. 債務與權益比率按各年度末債務淨額(全數借貸(扣除現金及現金等價物))除以權益總額再乘以100%計算。
4. 資本負債比率按各年度末計息負債除以權益總額再乘以100%計算。
5. 利息償付比率按各年度計息及課稅前溢利除以利息計算。
6. 總資產回報率按年度純利除以各年度末資產總額再乘以100%計算。
7. 股本回報率按年度純利除以各年度末權益總額再乘以100%計算。
8. 毛利率按各年度毛利除以收益再乘以100%計算。
9. 純利率按年度純利除以相關年度收益再乘以100%計算。
10. 經調整溢利率按年度純利扣除[編纂]開支除以相關年度收益再乘以100%計算。

有關影響各年度收益增長、純利增長、毛利率及純利率的因素討論，請參閱本節「截至2015年3月31日止年度與截至2016年3月31日止年度比較」及「截至2015年3月31日止年度與截至2014年3月31日止年度比較」各段。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

流動比率

我們的流動比率由2014年3月31日的1.5倍改善至2015年3月31日的約2.2倍。此乃由於截至2015年3月31日止年度純利約23.2百萬港元所致。於2016年3月31日，我們的流動比率升至約3.4倍。上升主要由我們流動資產的增加超出我們流動負債的增加所帶動，乃主要由於：(i)截至2016年3月31日止年度純利約12.3百萬港元；(ii)出售我們的辦公室代價約4.3百萬港元；(iii)預付[編纂]開支增加約2.5百萬港元；及(iv)截至2016年3月31日止年度宣派股息約10.7百萬港元的淨影響所致。

速動比率

我們的速動比率由2014年3月31日約1.2倍微升至2015年3月31日約1.9倍，並於2016年3月31日更升至約3.0倍。速動比率的變動反映本集團存貨水平的變動。

資本負債比率

我們的資本負債比率由2014年3月31日約21.8%大幅升至2015年3月31日約25.8%，上升主要由於截至2015年3月31日止年度的銀行借貸增加。我們2016年3月31日的資本負債比率微降至約20.8%，乃由於銀行借貸減少約2.1百萬港元以及總權益增加所致。

利息償付比率

利息償付比率由截至2014年3月31日止年度約449.8倍大幅降至截至2015年3月31日止年度約141.6倍，是由於銀行借貸由約7.5百萬港元大幅增至15.0百萬港元令融資成本增加，以及除利息及稅項前溢利下降約29.2%所致。利息償付比率於2016年3月31日進一步降至約38.8倍，下降乃由於融資成本上升及確認[編纂]開支約13.0百萬港元令除利息及稅項前純利大幅下跌約41.7%所致。

資產回報率

截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度以，我們的總資產回報率分別約41.6%、23.6%及14.6%。截至2015年3月31日止年度，總資產回報率降至約23.6%。下降乃由於純利降幅約33.0%，高於總資產約17.9%的增幅，即我們所增加銀行借貸及[編纂]開支約2.1百萬港元。截至2016年3月31日止年度，總資產回報率下降至約14.6%。下降乃由於確認[編纂]開支約13.0百萬港元令純利大幅下跌約47.0%。跌幅大於資產總值降幅約13.9%主要因於2015年7月出售辦公室所致。

股本回報率

截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度，我們的股本回報率分別約97.0%、39.5%及19.8%。截至2015年3月31日止年度股本回報率大幅降至39.5%，此乃由於總權益急升約64.6%而純利下

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

降所致。截至2016年3月31日止年度股本回報率大幅下降主要由於純利主要因確認[編纂]開支13.0百萬港元而大幅下降。

[編纂]開支

根據[編纂][編纂]港元(即本文件所載[編纂]範圍的中位數)計算，有關[編纂]的估計[編纂]開支(包括[編纂]費用)約為42.1百萬港元，其中2.1百萬港元及13.0百萬港元分別於截至2015年及2016年3月31日止兩個年度的合併損益及其他全面收益表扣除，及約8.9百萬港元預期將於截至2017年3月31日止年度的合併損益及其他全面收益表扣除，及約18.1百萬港元預期將於進行[編纂]後根據有關會計準則資本化為遞延開支及於權益扣除。申報會計師認為，[編纂]開支在權益賬及損益賬間的分配符合香港會計師公會於2014年6月公佈的「上市產生的交易費用之會計處理」一文所載規定。

資本開支

過往資本開支

我們過往以本集團內部資源為資本開支注資。下表載列於所示往績記錄期內的資本開支：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
租賃裝修	1,612	3,400	548
傢俬及固定裝置	414	399	140
汽車	—	—	—
合計	<u>2,026</u>	<u>3,799</u>	<u>688</u>

經營租賃承擔

本集團作為承租人

於2014年、2015年及2016年3月31日，根據不可撤銷經營租約，應付之未來最低租金總額如下：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
於1年內	14,525	15,286	12,161
1年後但5年內	<u>19,678</u>	<u>8,797</u>	<u>6,430</u>
	<u>34,203</u>	<u>24,083</u>	<u>18,591</u>

於往績記錄期後直至最後實際可行日期，本集團簽署新租賃協議，根據不可撤銷經營租約的一年內未來最低租金付款約為0.4百萬港元，第二至第五年(首尾兩年包括在內)約為0.9百萬港元。本集團就專門店、辦公室大樓及停車場訂立商業租約。該等租約平均年期為兩年。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

應付一家關連公司的經營租賃承擔：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
於1年內	90	360	90
1年後但5年內	—	90	—
	<u>90</u>	<u>450</u>	<u>90</u>

我們與翹博有關之租賃初步為期兩年，而有關承擔乃載於本文件「持續關連交易 — 獲豁免持續關連交易」一節。

資本承擔

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無任何資本承擔。

資產負債表外安排

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團概無任何資產負債表外安排。

資本管理及金融風險管理

資本管理

本集團積極及定期對資本架構開展檢討及管理，以在較高股東回報情況下可能伴隨的較高借貸水平與良好的資本狀況帶來的好處及保障之間取得平衡，並因應經濟環境的變化對資本架構作出調整。

金融風險管理

本集團於正常業務營運中面對利率風險、外匯風險、信貸風險及流動資金風險。金融風險管理政策及常規的進一步詳情載於本文件附錄一「財務報表附註 — 金融風險管理及金融工具的公平值」一段。

股息

截至2016年3月31日止三個年度，本集團成員宣派股息約30.0百萬港元、無及10.7百萬港元，相當於相關年度的年度純利約86.7%、無及86.1%。本集團派付的所有股息均派予予控股股東。就截至2014年3月31日止年度宣派予控股股東的股息於2015年7月前以現金支付。截至2016年3月31日止年度金額約為10.7百萬港元的中期股息於抵銷應收控股股東款項尚欠餘額後以現金支付。此外，本集團的成員公司於2016年6月23日向我們的控股股東宣派及清付中期股息7.1百萬港元。所有該等股息於抵銷我們控股股東欠付的未償還金額結餘後以現金支付。該等股息由我們的內部資源撥款。董事認為，派付股息並無對本集團財務及流動資金狀況構成重大不利影響。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

我們或以現金或我們認為合適的其他方式分派股息。宣佈及支付任何股息須經董事會酌情提出建議。此外，一個財政年度的末期股息須待股東批准後方可作實。日後宣佈或支付任何股息及任何股息金額的決定將視乎多項因素，包括我們的經營業績、財務狀況、附屬公司向我們支付的現金股息以及董事會可能認為有關的其他因素。概不保證我們將能夠宣派或派發任何董事會計劃內的股息金額或將會宣派或派發股息。過往派息的記錄未必能夠作為日後董事會宣派或派付股息的水平的參考或基準。本集團目前並無股息政策。

可供分派儲備

於2016年3月31日，本公司並無可供分派予股東的可供分派儲備。

物業權益

於最後實際可行日期，我們持有的單一物業之賬面值概無超過其總資產15%，其詳情載於本文件「業務 — 物業」一節。

未經審核備考經調整有形資產淨值

以下為本集團未經審核備考經調整合併有形資產淨值的說明報表，乃按照上市規則第4.29段及以下文載列的附註為基準編製，旨在說明[編纂]對本公司擁有人應佔本集團合併有形資產淨值的影響，猶如[編纂]已於2016年3月31日進行(假設超額配股權不獲行使)。此未經審核備考經調整合併有形資產淨值僅編製作說明用途，且基於其假設性質，未必真實地反映倘[編纂]已於2016年3月31日完成本集團的合併有形資產淨值：

	本公司擁有人 於2016年3月31日 應佔本集團經審核 合併有形資產淨值	估計[編纂] [編纂]淨額	本集團未經審核 備考經調整合併 有形資產淨值	本集團每股 未經審核備考 經調整合併有形 資產淨值
	千港元	千港元 (附註1)	千港元 (附註3)	港元 (附註2及3)
按每股股份[編纂]港元 [編纂]計算	<u> </u> [編纂]	<u> </u> [編纂]	<u> </u> [編纂]	<u> </u> [編纂]
按每股股份[編纂]港元 [編纂]計算	<u> </u> [編纂]	<u> </u> [編纂]	<u> </u> [編纂]	<u> </u> [編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

附註：

- (1) 於2016年3月31日本公司股權持有人應佔合併有形資產淨值乃根據會計師報告所示於2016年3月31日本公司股權持有人應佔合併淨資產約[編纂]港元釐定，會計師報告全文載於本文件附錄一。
- (2) [編纂]估計[編纂]淨額是以[編纂]及估計[編纂]分別為[編纂]港元及[編纂]港元(即[編纂]範圍的下限及上限)為基準，並已扣減本公司應付的[編纂]費用及其他相關開支，且並無計及超額配股權獲行使後可能發行的任何股份。
- (3) 每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值是就應付本公司的[編纂]估計[編纂]淨額(如上文附註(2)所述)作出調整後，假設[編纂]於2016年3月31日完成，以已發行股份總數[編纂]股(包括截至本文件日期已發行的股份及該等根據[編纂]及資本化發行而將予發行的股份)為基礎計算，且並無計及超額配股權獲行使後可能提呈發售的任何股份。
- (4) 概無對未經審核備考經調整有形資產淨值作出調整以反映本集團於2016年3月31日後的任何經營業績或於該日後訂立的其他交易。此外，本公司擁有人應佔的未經審核備考經調整合併有形資產淨值不計及於2016年6月23日宣派及支付的中期股息7,100,000港元。倘計及該股息，未經審核備考經調整合併有形資產淨值應分別約為[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)及約[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)，而每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值應分別為[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)及[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)。

關連方交易

往績記錄期內，就本文件附錄一所載會計師報告之附註23所載之關連方交易而言，除附註23第c段第(iv)點披露有關與控股股東訂立買賣協議(附註)的資料外，董事確認，該等交易於日常業務過程中按正常商業條款進行。除「持續關連交易 — 獲豁免持續關連交易」一段披露者外，該等關連方交易已於最後實際可行日期前終止。

附註： 於2015年7月21日，信基(香港)與控股股東訂立臨時買賣協議，據此，信基(香港)有條件同意按照協議的條款及條件按代價約4,300,000港元(經參照該租賃土地及樓宇賬面值按共同協定條款計算)向控股股東出售其賬面值約為4,242,000港元的租賃土地及樓宇，出售事項產生視作來自控股股東的貢獻58,000港元。買賣於2015年7月21日完成。於出售日期租賃土地及樓宇的公平市值為9,850,000港元。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

財務資料

營運資金充裕

考慮到本公司目前可動用的財政資源及估計[編纂][編纂]淨額，董事確認，本公司擁有充裕的營運資金，可滿足自本文件日期起最少12個月的需求。

根據上市規則無額外披露

我們的董事已確認，倘股份於最後實際可行日期在聯交所上市，概無導致須根據上市規則第13.13至第13.19條作出任何披露的情況。

無重大不利變動

我們現時預計截至2017年3月31日止年度的純利將受以下各項的負面影響：[編纂]開支約8.9百萬港元(按假設[編纂]每股股份[編纂]港元(即建議[編纂]範圍的中位數)計算)，全部將為於我們合併損益及其他全面收益表內確認為開支之[編纂]開支，餘下直接與發行新股有關的[編纂]開支將於[編纂]完成後於權益中扣減。

據我們所悉，我們經營業務所處行業的整體經濟及市場狀況不曾出現任何重大轉變，因而自2016年3月31日起及截至本文件日期止並無對我們的業務經營及財務狀況構成重大不利影響。

除上文披露者外，董事確認，截至本文件日期止，本集團自2016年3月31日(即會計師報告的報告期末)以來的財務狀況或前景並無重大不利變動，且自2016年3月31日以來直至本文件日期止並無發生會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

未來計劃及[編纂]用途

未來計劃

我們銳意成為香港及其他海外市場領先健康及個人護理產品零售商之一。有關我們未來計劃的詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的策略」一節。

[編纂]用途

我們估計，經扣除我們就[編纂]應付[編纂]費用及相關[編纂]開支後，並假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指標[編纂]範圍的中位數），[編纂][編纂]淨額將為約[編纂]港元（假設超額配股權未獲行使）。我們擬運用有關[編纂]淨額作以下用途：

- (i) 約[編纂]或[編纂]港元將用作進一步發展及鞏固我們的品牌，包括：
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]推出不同營銷活動以宣傳品牌知名度；
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]加強我們的推銷員培訓活動及擴大我們銷售及營銷團隊及其他部門；
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]提升我們銷售支援及客戶服務；
- (ii) 約[編纂]或[編纂]港元將用作維持、拓展及改善我們的銷售網絡，包括(a)透過於香港增設自營專門店拓展我們的網絡（於2017年3月31日前增設一至三家專門店及於2018年3月31日前增設四至七家專門店）；及(b)拓展寄售覆蓋範圍及改良設於寄售商零售店的銷售專櫃及專架（於2017年9月30日前增設一至三個銷售專櫃及於2018年3月31日前增設三至五個銷售專櫃）；
- (iii) 約[編纂]或[編纂]港元將用作發掘商業合作契機及擴大客戶群，包括：
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]於開發電子商貿銷售網絡及於香港、中國及其他地區開拓與更多網上購物平台合作的機會；
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]於市場研究及可行性研究，以評估新市場的潛力（包括台灣及印尼）；
- (iv) 約[編纂]或[編纂]港元將用作豐富我們的產品組合，包括(a)與現有品牌擁有人討論開發新產品的潛力及可行性；及(b)與其他品牌商探討進行商業合作之契機；
- (v) 餘下的[編纂]或[編纂]港元將作本集團一般營運資金之用。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

未來計劃及[編纂]用途

倘最終[編纂](假設超額配股權未獲行使)定於指標[編纂]範圍的(i)下限([編纂]港元)；或(ii)上限([編纂]港元)，估計[編纂]淨額分別約為(i)[編纂]港元或(ii)[編纂]港元。在此情況下，[編纂]淨額將分別減少或增加約[編纂]港元，並擬按上文所披露的相同比例運用。

倘超額配股權獲全面行使，估計[編纂][編纂]淨額將分別為[編纂]港元、[編纂]港元或[編纂]港元(假設[編纂]分別定於指示性[編纂]範圍的下限[編纂]港元、中位數[編纂]港元或上限[編纂]港元)。本集團擬將行使超額配股權額外[編纂]淨額按上文所披露的相同比例運用。

倘[編纂][編纂]淨額無需即時撥作上述用途或倘我們未能按擬定計劃實踐我們未來發展方案的任何部分，我們或會將有關[編纂]淨額存放於香港金融機構作短期存款。

如我們決定修改[編纂]擬定用途或重新分配[編纂]作本集團其他業務計劃之用，我們將刊發合適的公告。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

包銷

[編纂]

[編纂]安排及費用

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

包銷

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

包銷

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

包銷

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

包銷

[編纂]

根據上市規則向聯交所作出的承諾

我們作出的承諾

根據上市規則第10.08條，我們已向聯交所承諾，除根據本文件所述及所載的[編纂]、超額配股權及購股權計劃外，自[編纂]起計六個月內，我們不可進一步發行股份或可轉換為我們的股本證券的證券（不論該類別是否經已上市）或以我們的有關發行組成任何協議之主題（不論該等股份或證券發行會否於[編纂]起計六個月內完成），惟上市規則第10.08 (1)至(5)條允許的情況則除外。

控股股東作出的承諾

[編纂]

包銷

[編纂]

根據[編纂]作出的承諾

我們作出的承諾

除根據[編纂](包括根據超額配股權)、資本化發行及根據購股權計劃授出的購股權而發行股份及因行使該等購股權而發行股份外，或另外取得[編纂]事先書面同意及除非符合上市規則的規定，於[編纂]日期後直至[編纂]後六個月當日(包括該日)期間(「首六個月期間」)任何時間，我們已根據[編纂]向[編纂](為其本身及代表[編纂])承諾：

- (a) 本公司將不會及將促使其附屬公司將不會提呈、接納認購、質押、押記、配發、發行、出售、借出、按揭、轉讓、訂約配發、發行或出售、出售任何購股權或訂約購買、購買任何購股權或訂約出售、授出或同意授出任何購股權、認股權證或其他權利，以供購買或認購、進行任何股份出售、借出或以其他方式轉讓或出售(直接或間接)或購回其任何股本、本公司或其任何附屬公司的任何債務資本或任何證券或當中的任何權益(包括但不限於可轉換或可行使或可交換或代表有權收取任何該等股本或證券或當中權益的任何認股權證及證券，或購買任何該等股本或證券或當中權益的任何認股權證或其他權利(按適用者))；
- (b) 本公司將不會及將促使其附屬公司將不會訂立任何掉期或其他安排，以將本公司股本、債務資本或其他證券或當中任何權益的擁有權的任何經濟結果全部或部分轉讓予他人；

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

包銷

- (c) 本公司將不會及將促使其附屬公司將不會訂立任何與上文(a)或(b)段所述任何交易具有相同經濟效力的交易；或
- (d) 本公司將不會及將促使其附屬公司將不會就上文(a)、(b)或(c)段所述的任何交易表示同意或訂約或公開宣佈訂立該等交易的任何意向；

而不論上文(a)、(b)或(c)段所述的任何前述交易是否以交付股本或有關其他證券、現金或其他方式交收；及

- (e) 本公司將確保，倘於自首六個月期間屆滿起六個月期間（「第二個六個月期間」）內訂立或同意訂立上文(a)、(b)或(c)段所述的任何交易，其將採取所有合理步驟以確保任何有關行動將不會造成任何股份或本公司其他證券出現混亂或虛假市場。

控股股東作出的承諾

根據[編纂]，各控股股東已共同及個別向各保薦人、[編纂]及[編纂]、[編纂]、本公司及[編纂]承諾：

- (i) 自首個六個月期間內任何時間，未經[編纂]事先書面同意及除非遵守上市規則的規定，其將不會並將促使有關登記持有人、其聯繫人、受其控制的公司及以信託形式代其持有的任何代理人或受託人不會(a)直接或間接提呈、接納認購、出售、質押、按揭、押記、訂約出售、出售任何購股權或訂約購買、購買任何購股權或訂約出售、授出或同意授出任何購股權、權利或認股權證以購買或認購、進行任何股份出售、借出或以其他方式轉讓或處置本公司任何股本或本公司任何證券或當中任何的權益(包括但不限於可轉換或可行使或可交換或代表有權收取任何有關股本或證券或當中權益的任何證券)；或(b)訂立任何掉期或其他安排以將本公司股本、債務資本或其他證券或當中任何權益的擁有權的任何經濟結果全部或部分轉讓予他人；或(c)有條件或無條件訂立或同意訂立或進行與上文(a)或(b)段所述任何交易有相同經濟效力的任何交易；或(d)就上文(a)、(b)或(c)段所述的任何交易表示同意或訂約或公開宣佈訂立或進行該等交易的任何意向；

而不論上文(a)、(b)或(c)段所述的任何前述交易是否以交付股本或有關其他證券、現金或其他方式交收或提呈要約或同意進行任何前述事宜或宣佈如此行事的任何意向；及

- (ii) 於第二個六個月期間任何時間，未經[編纂]事先書面同意及除非遵守上市規則，其將不會並將促使有關登記持有人及其聯繫人或受其控制的公司及以信託形式代其持有的任何代理人或受託人不會訂立上文(i)段所述的任何前述交易或就任何有關交易表示同意或訂約或公開宣佈訂立該

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

包銷

等交易的任何意向，以致於緊隨有關轉讓或處置後或於行使或執行該等購股權、權利、權益或產權負擔時，其將不再為本公司的控股股東或將連同其他控股股東不再或不被視為本公司的控股股東；

- (iii) 於第二個六個月期間屆滿前任何時間，倘彼訂立上文(i)段所述的任何交易或就有關交易表示同意或訂約或公開宣佈訂立該等交易的任何意向，則其將採取一切合理步驟，以確保有關行動不會致使任何股份或本公司其他證券出現混亂或虛假市場；及
- (iv) 其將並將促使其聯繫人、受其控制的公司及以信託形式代其持有的代理人或受託人須就其或其控制的登記持有人出售、轉讓或處置任何股份遵守上市規則項下的所有限制及規定。

各控股股東已進一步共同及個別地向保薦人、[編纂]、[編纂]、[編纂]、本公司及[編纂]各自承諾，自[編纂]起計首十二個月內，其將：

- (i) 於其質押或押記彼身為實益擁有人的任何股份或本公司其他證券或證券的權益時，即時以書面形式知會本公司、保薦人、[編纂]及[編纂]有關質押或押記的情況，連同所質押或所押記的股份或本公司其他證券的數目及權益性質；及
- (ii) 於其收到任何承押人或承押記人指示（無論口頭或書面），表明將會出售、轉讓或處置任何已質押或已押記的股份或本公司證券或證券的權益時，即時以書面形式知會本公司、保薦人、[編纂]、[編纂]及[編纂]有關指示。

我們獲控股股東知會任何上述事宜（如有）後，亦將會盡快通知聯交所，並按照上市規則第2.07C條以報章公佈方式披露該等事宜。

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

包銷

佣金及開支

[編纂]將按[編纂](包括根據超額配股權(如有)將予發行的股份)的應付總[編纂]的[編纂]費率收取[編纂]佣金。此外，本公司可酌情同意按[編纂]的應付總[編纂]最多[編纂]向[編纂]、[編纂]及[編纂]支付酌情獎勵費用(包括根據超額配股權將予發行的股份)。本公司支付或應付的[編纂]佣金(並無計及上述獎勵費用)連同聯交所[編纂]費、聯交所交易費、證監會交易徵費、法律及其他專業費用、印刷及有關[編纂]的其他開支現時估計合共約為[編纂]港元(按每股[編纂][編纂]港元的[編纂]計算(即指示性[編纂]範圍每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數))。

[編纂]於本公司的權益

除其於[編纂]項下的責任外，概無[編纂]擁有本集團任何成員公司的任何股份的法定或實益權益，或擁有任何權利或購股權(不論是否可依法執行)以供認購或購買或提名人士認購或購買本集團任何成員公司的證券或於[編纂]中的任何權益。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

[編纂] 的 架 構

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

如何申請 [編纂] 及 [編纂]

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

以下為本公司聯席申報會計師香港執業會計師國富浩華(香港)會計師事務所有限公司及匯聯會計師事務所有限公司之報告全文，以供載入本文件。



國富浩華(香港)會計師事務所有限公司
Crowe Horwath (HK) CPA Limited
Member Crowe Horwath International

香港 銅鑼灣 禮頓道77號 禮頓中心9樓
9/F Leighton Centre,
77 Leighton Road,
Causeway Bay, Hong Kong

匯聯會計師事務所有限公司

香港屯門建榮街24-30號

建榮商業大廈803-4室

敬啟者：

緒言

以下為吾等就有關澳至尊國際控股有限公司(「貴公司」)及其附屬公司(下文統稱為「貴集團」)的財務資料所編製的報告，其中包括 貴集團於2014年、2015年及2016年3月31日的合併財務狀況表、 貴公司於2016年3月31日的財務狀況表及 貴集團截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度各年(「有關期間」)的合併損益表、合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表連同相關解釋附註(「財務資料」)，以供載入 貴公司於2016年7月28日刊發的文件(「文件」)內。

貴公司於2015年4月17日根據開曼群島法例第22章公司法(1961年法例3，經綜合及修訂)在開曼群島註冊成立為一家獲豁免有限公司。根據文件「歷史、重組及公司架構」一節詳述於2016年6月30日完成的集團重組(「重組」)， 貴公司成為現時組成 貴集團的各公司的控股公司，詳情載列於下文B節附註1(b)部分。除上述重組外， 貴公司自其註冊成立日期以來並無經營任何業務。

除信基國際(澳門)有限公司及信基奇恩(深圳)貿易有限公司外，組成 貴集團的所有公司均採納3月31日為其財政年度結算日。於有關期間須進行審核的 貴集團旗下公司的詳情及其各自的核數師名稱載於B節附註27。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

貴公司董事已採用與編製下文B節所載的財務資料相同的基準編製 貴集團於有關期間的合併財務報表(「**相關財務報表**」)。吾等已根據香港會計師公會(「**香港會計師公會**」)頒佈的香港核數準則按照與 貴公司另行訂立的聘約條款審核截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度各年的相關財務報表。

財務資料乃由 貴公司董事基於相關財務報表並根據香港聯合交易所有限公司證券上市規則(「**上市規則**」)的適用披露條文編製，以供載入有關 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司主板[編纂]的文件內，且並無就此作出任何調整。

董事對財務資料的責任

貴公司董事須負責根據香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則(「**香港財務報告準則**」)及上市規則的適用披露條文，編製真實而公允的財務資料，以及就 貴公司董事釐定就編製並無重大錯誤陳述(無論因欺詐或錯誤)的財務資料而言屬必要的有關內部監控負責。

申報會計師的責任

吾等的責任是基於根據香港會計師公會頒佈的核數指引「招股章程與申報會計師」(第3.340條)進行的程序就財務資料發表意見。吾等並無審核 貴公司、其附屬公司或 貴集團於2016年3月31日後任何期間的任何財務報表。

意見

吾等認為，就本報告而言，根據下文B節附註1(b)所載的編製基準，財務資料真實而公平地反映 貴集團於2014年、2015年及2016年3月31日及 貴公司於2016年3月31日的財務狀況，以及 貴集團截至該日止有關期間的財務表現及現金流量。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

A. 合併財務資料

1. 合併損益表

	<i>B節</i> <i>附註</i>	截至3月31日止年度		
		2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
收益	3	195,461	225,788	210,840
銷售成本		<u>(31,781)</u>	<u>(35,924)</u>	<u>(30,498)</u>
毛利		163,680	189,864	180,342
其他收益	4(a)	599	523	627
其他收入淨額	4(b)	252	—	—
出售一間附屬公司所得收益	25	—	—	783
解散一間附屬公司所得收益		—	—	10
銷售及分銷開支		(109,245)	(140,168)	(134,235)
一般及行政開支		<u>(13,905)</u>	<u>(20,900)</u>	<u>(30,429)</u>
經營溢利		41,381	29,319	17,098
融資成本	5(a)	<u>(92)</u>	<u>(207)</u>	<u>(441)</u>
除稅前溢利	5	41,289	29,112	16,657
所得稅	6	<u>(6,714)</u>	<u>(5,938)</u>	<u>(4,364)</u>
貴公司權益擁有人應佔年度溢利		<u>34,575</u>	<u>23,174</u>	<u>12,293</u>

隨附附註構成財務資料的一部分。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

2. 合併損益及其他全面收益表

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
年度溢利	34,575	23,174	12,293
年內其他全面收益／(虧損)			
其後可能或已經重新分類至損益的項目：			
— 海外附屬公司財務報表換算的匯兌差額	14	(143)	199
— 出售及解散附屬公司時重新分類 匯兌儲備	—	—	(70)
	<u>14</u>	<u>(143)</u>	<u>129</u>
貴公司權益擁有人應佔年內全面收益總額	<u>34,589</u>	<u>23,031</u>	<u>12,422</u>

隨附附註構成財務資料的一部分。

附錄一

會計師報告

3. 合併財務狀況表

	<i>B節 附註</i>	於3月31日		
		2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
非流動資產				
物業、廠房及設備	10	7,509	8,756	3,396
租賃按金		5,240	4,571	2,902
遞延稅項資產	19(b)	1,538	1,384	1,420
		<u>14,287</u>	<u>14,711</u>	<u>7,718</u>
流動資產				
存貨	11	12,760	11,387	9,825
應收賬款及其他應收款項	12	23,847	29,335	33,815
應收控股股東款項	23(b)	—	801	—
應收一間關連公司款項	23(b)	—	38	—
可收回稅項	19(a)	—	—	617
已抵押銀行存款	13	504	509	794
現金及現金等價物	14	31,761	41,287	31,655
		<u>68,872</u>	<u>83,357</u>	<u>76,706</u>
流動負債				
應付賬款及其他應付款項	15	6,901	7,510	9,047
應付控股股東款項	23(b)	8,283	2,706	—
應付一間關連公司款項	23(b)	264	—	—
銀行借款	16	7,522	15,030	12,850
融資租賃承擔	17	128	65	62
撥備	18	—	153	317
應付股息		18,003	10,000	—
即期稅項	19(a)	5,984	3,296	—
		<u>47,085</u>	<u>38,760</u>	<u>22,276</u>
流動資產淨值		<u>21,787</u>	<u>44,597</u>	<u>54,430</u>
總資產減流動負債		<u>36,074</u>	<u>59,308</u>	<u>62,148</u>
非流動負債				
融資租賃承擔	17	127	62	—
遞延稅項負債	19(b)	291	147	—
撥備	18	—	412	193
		<u>418</u>	<u>621</u>	<u>193</u>
資產淨值		<u>35,656</u>	<u>58,687</u>	<u>61,955</u>
資本及儲備				
股本	20	59	59	59
儲備		35,597	58,628	61,896
貴公司權益擁有人應佔總權益		<u>35,656</u>	<u>58,687</u>	<u>61,955</u>

隨附附註構成財務資料的一部分。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

4. 貴公司財務狀況表

	附註	於2016年3月31日 千港元
流動資產		
其他應收款項		21
現金及現金等價物		<u>1</u>
		-----22
流動負債		
應付一間關連公司款項(見下文附註)		-----81
負債淨額		<u><u>(59)</u></u>
資本及儲備		
股本	20(b)	—
由註冊成立日期起至2016年3月31日期間的虧損		<u>(59)</u>
總權益		<u><u>(59)</u></u>

附註： 款項為無抵押、免息及無固定償還期限。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

5. 合併權益變動表

	貴公司權益擁有人應佔				
	股本	資本儲備	匯兌儲備	保留盈利	合計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
2013年4月1日結餘	1,289	2	—	31,008	32,299
2013/14年權益變動					
年內溢利	—	—	—	34,575	34,575
年內其他全面收益					
— 海外附屬公司財務報表換算 的匯兌差額	—	—	14	—	14
年內總全面收益	—	—	14	34,575	34,589
自控股股東收購一間附屬 公司 (見下文附註(i))	(1,230)	(2)	—	—	(1,232)
批准有關上一個年度的末期股息	—	—	—	(10,000)	(10,000)
宣派有關本年度的中期股息	—	—	—	(20,000)	(20,000)
2014年3月31日結餘	<u>59</u>	<u>—</u>	<u>14</u>	<u>35,583</u>	<u>35,656</u>
2014年4月1日結餘	59	—	14	35,583	35,656
2014/15年權益變動					
年內溢利	—	—	—	23,174	23,174
年內其他全面收益/(虧損)					
— 海外附屬公司財務報表換算 的匯兌差額	—	—	(143)	—	(143)
年內總全面收益	—	—	(143)	23,174	23,031
2015年3月31日結餘	<u>59</u>	<u>—</u>	<u>(129)</u>	<u>58,757</u>	<u>58,687</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

	貴公司權益擁有人應佔				
	股本	資本儲備	匯兌儲備	保留盈利	合計
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
2015年4月1日結餘	59	—	(129)	58,757	58,687
2015/16年權益變動：					
年內溢利	—	—	—	12,293	12,293
年內其他全面收益／(虧損)					
— 海外附屬公司財務報表換算的 匯兌差額	—	—	199	—	199
— 出售及解散附屬公司時重新 分類匯兌儲備	—	—	(70)	—	(70)
年內總全面收益	—	—	129	12,293	12,422
視作資本出資					
(見下文附註(ii))	—	1,546	—	—	1,546
宣派有關本年度的中期股息	—	—	—	(10,700)	(10,700)
2016年3月31日結餘	59	1,546	—	60,350	61,955

附註： (i) 截至2014年3月31日止年度，信基國際企業有限公司以代價人民幣1,000,000元收購信基(深圳)(定義見下文第II節附註1(b)) (一家由控股股東控制的企業) 100%股權。

(ii) 視作資本出資代表(i)向控股股東銷售 貴集團物業(有關詳情載於附註23(c)(iv))及(ii) 貴集團應付其中一名控股股東的債務獲豁免償還所產生之進賬(有關詳情載於附註23(c)(v))。

隨附附註構成財務資料的一部分。

附錄一

會計師報告

6. 合併現金流量表

	B節 附註	截至3月31日止年度		
		2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
經營活動				
除稅前溢利		41,289	29,112	16,657
經以下各項調整：				
折舊		1,146	2,276	1,412
利息收入		(467)	(444)	(282)
融資成本		92	207	441
撇減存貨		127	130	—
出售物業、廠房及設備虧損		—	255	—
撇銷物業、廠房及設備虧損		—	—	176
撇銷租賃按金之虧損		—	788	—
出售一間附屬公司所得收益	25	—	—	(783)
解散一間附屬公司所得收益		—	—	(10)
匯兌差額淨值		26	(16)	151
		<u>42,213</u>	<u>32,308</u>	<u>17,762</u>
營運資金變動：				
存貨(增加)／減少		(2,697)	1,220	1,308
應收賬款及其他應收款項增加		(11,259)	(5,635)	(3,183)
應付賬款及其他應付款項增加		621	609	1,553
撥備減少		—	—	(55)
應付／應收一間關連公司款項變動		—	(302)	38
		<u>28,878</u>	<u>28,200</u>	<u>17,423</u>
營運所產生現金		28,878	28,200	17,423
已付香港利得稅		(5,982)	(8,616)	(8,099)
已付海外所得稅		—	—	(361)
		<u>(5,982)</u>	<u>(8,616)</u>	<u>(8,460)</u>
經營活動所產生現金淨額		22,896	19,584	8,963

附錄一

會計師報告

	B節 附註	截至3月31日止年度		
		2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
投資活動				
購買物業、廠房及設備付款		(2,026)	(3,234)	(688)
出售物業、廠房及設備所得款項		—	—	4,300
已抵押銀行存款增加		(2)	(5)	(285)
出售一間附屬公司產生的現金流出淨額	25	—	—	(254)
應收控股股東款項(增加)/減少		—	(801)	801
已收利息		467	444	282
投資活動(所用)/所得現金淨額		<u>(1,561)</u>	<u>(3,596)</u>	<u>4,156</u>
融資活動				
新增銀行貸款所得款項		8,382	12,850	—
償還銀行貸款		(2,922)	(5,342)	(2,180)
已付融資租賃租金的資本部分		(167)	(128)	(65)
已付融資租賃租金的利息部分		(18)	(9)	(5)
已付其他借貸成本		(74)	(198)	(436)
應付控股股東款項增加/(減少)		383	(5,594)	639
已付控股股東的股息		(22,568)	(8,003)	(20,700)
融資活動所用現金淨額		<u>(16,984)</u>	<u>(6,424)</u>	<u>(22,747)</u>
現金及現金等價物增加/(減少)淨額		4,351	9,564	(9,628)
年初現金及現金等價物		27,393	31,761	41,287
外匯匯率變動影響		17	(38)	(4)
年末現金及現金等價物	14	<u>31,761</u>	<u>41,287</u>	<u>31,655</u>

重大非現金交易：

(a) 截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度，貴集團就經營租賃下若干商店訂立租賃協議。根據租賃協議的條款及條件，貴集團須將商店恢復至租賃協議訂明的狀態。因此，貴集團已就所產生的責任累計及資本化估計修復成本分別零港元、565,000港元及零港元。

(b) 截至2016年3月31日止年度，約1,488,000港元款項已由一名控股股東豁免。該款項已計入資本儲備列為控股股東的視作注資。

隨附附註構成財務資料的一部分。

B. 財務報表附註

1. 重大會計政策

(a) 合規聲明

本報告所載的財務資料已根據香港財務報告準則（「香港財務報告準則」）編製，其包括所有適用個別香港財務報告準則及香港會計師公會（「香港會計師公會」）頒佈的香港會計準則（「香港會計準則」）及詮釋。澳至尊國際控股有限公司（「貴公司」）及其附屬公司（統稱「貴集團」）所採納的重大會計政策的進一步詳情載於本B節附註1的其餘部分。

香港會計師公會已頒佈多項新訂及經修訂香港財務報告準則。就編製財務資料而言，貴集團已於有關期間採納所有該等新訂及經修訂香港財務報告準則，惟於有關期間尚未生效的任何新訂準則或詮釋除外。該等於有關期間已頒佈但尚未生效及並無於本財務資料採納的經修訂及新訂會計準則及詮釋載於附註26。

財務資料亦符合香港聯合交易所有限公司證券上市規則（「上市規則」）的適用披露條文。

下文所載的會計政策已於財務資料所示的所有期間一致應用。

(b) 編製財務資料基準

財務資料包括貴公司及其附屬公司。財務資料已採用合併會計原則編製，猶如貴集團一直存在，進一步闡釋如下。

如文件「歷史、重組及公司架構」一節所詳述，貴公司於2015年4月17日於開曼群島註冊成立，為貴集團進行重組之一部分。重組於2016年6月30日完成後，貴公司成為貴集團現時旗下公司的控股公司。

貴集團現時旗下參與重組的所有公司於重組前後均由蔡志輝先生及何家敏女士控制（統稱為「蔡氏家族」或「控股股東」）。由於控制權並非屬臨時性質，故控股股東的風險及利益持續存在，因此重組被視為共同控制下的實體重組。財務資料乃採用合併會計基準編製，猶如貴集團一直存在。參與重組的公司資產淨值乃按控股股東的角度使用賬面值合併入賬。

載於本報告A節之貴集團於有關期間的合併損益表、合併損益及其他全面收益表、合併權益變動表及合併現金流量表包括現時組成貴集團的公司於有關期間（或倘該等公司於2013年4月1日之後的日期註冊成立，則為註冊成立起至2016年3月31日止期間）的經營業績，猶如現有集團架構於整個有關期間一直存在及維持不變。載於本報告A節之貴集團於2014年、2015年及2016年3月31日的合併財務狀況表乃編製以呈現現時組成貴集團的公司於各日期的事務狀況，猶如現有集團結構於該等日期一直存在。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

集團內公司間結餘及交易於編製財務資料時已全數抵銷。集團內公司間交易所產生的未變現虧損的抵銷方法與未變現收益相同，惟僅以無減值證據者為限。

於批准本財務資料日期，貴公司於下列附屬公司擁有直接或間接權益，該等附屬公司全部為私人公司。該等附屬公司的詳情載列如下：

公司名稱	註冊成立地點及日期	已註冊／發行及全面繳足資本	所佔權益			主要業務
			貴集團實際權益	由貴公司持有	由附屬公司持有	
信基國際企業有限公司 (「信基(香港)」)	香港 2001年11月16日	10,000港元	100%	—	100%	零售及批發健康及個人護理產品
信基國際(澳門)有限公司 (「信基(澳門)」)	澳門 2011年10月12日	澳門幣(「澳門幣」) 澳門幣50,000元	100%	—	100%	於澳門零售健康及個人護理產品
奇恩天然產品有限公司 (「奇恩天然」)	香港 2010年5月12日	2港元	100%	—	100%	批發健康及個人護理產品
Truth & Faith International (Singapore) Pte. Ltd. (「信基(新加坡)」)	新加坡 2013年9月26日 (於2015年8月31日出售)	新加坡元(「新加坡元」) 200,000新加坡元		(見下文附註(ii))		於新加坡零售及批發健康及個人護理產品
澳至尊國際有限公司 (「澳至尊國際」)	香港 2015年3月9日	2港元	100%	—	100%	持有商標
信基奇恩(深圳)貿易有限公司 (「信基(深圳)」)	中國 2011年9月20日 (於2015年5月27日解散)	人民幣(「人民幣」) 人民幣3,000,000元		(見下文附註(i))		於中國零售及批發健康及個人護理產品
Faithfulness International Limited	英屬處女群島 2015年6月16日	美元(「美元」) 1美元	100%	100%	—	投資控股
Gentleness International Limited	英屬處女群島 2015年6月16日	1美元	100%	100%	—	投資控股
Goodness International Limited	英屬處女群島 2015年6月16日	1美元	100%	100%	—	投資控股
Patience International Limited	英屬處女群島 2015年6月16日	1美元	100%	100%	—	投資控股

附註：

- (i) 此實體為於中華人民共和國(「中國」)成立的全外資企業，已於2015年5月27日解散。
- (ii) 截至2016年3月31日止年度，信基(新加坡)(貴公司全資附屬公司)已被出售，有關詳情載列於B節附註25。

(c) 計量基準以及應用估計及判斷

財務資料乃以 貴公司及其附屬公司於香港進行業務的功能貨幣港元（「港元」）呈列，並湊整至最接近千元。編製財務資料所用計量基準為歷史成本基準。

按照香港財務報告準則編製財務資料需要管理層作出判斷、估計及假設，該等判斷、估計及假設會影響政策應用以及所呈報的資產、負債、收益及開支金額。該等估計及相關假設乃基於過往經驗及在有關情況下相信為合理的各項其他因素，而所得結果構成用作判斷顯然無法透過其他來源獲得有關資產與負債賬面值的依據。實際結果或有別於該等估計。

該等估計及相關假設會持續審閱。倘會計估計的修訂僅對作出修訂的期間產生影響，則有關修訂只會在該期間內確認；倘會計估計的修訂對現時及未來期間均產生影響，則會在作出該修訂期間及未來期間內確認。

管理層應用香港財務報告準則時所作出對財務資料有重大影響的判斷以及估計不確定性的主要來源的論述載於附註2。

(d) 業務合併

(i) 涉及共同控制下實體之業務合併

參與合併的實體在業務合併前後均受相同一方或多方最終控制且該控制並非暫時性的，為涉及共同控制下實體的業務合併。取得的資產及負債按於合併日被合併實體所記錄賬面值計量。取得的淨資產賬面值與已付合併代價賬面值（或發行股份面值總額）之間的差額獲調整至權益。合併日為合併實體實際取得其他合併實體控制權的日期。

(ii) 涉及非共同控制下實體的業務合併

參與合併的實體在合併前後不受相同一方或多方最終控制的，為涉及非共同控制下實體的業務合併。收購方在收購日確認被購買方各項可識別資產、負債及或然負債於當日的公平值，藉此分配業務合併成本。

(e) 附屬公司

附屬公司為由 貴集團控制的實體。倘 貴集團須承受其於實體的參與所產生的可變回報的風險，或於該等可變回報中享有權利，並有能力通過其對該實體的權力而影響該等回報，即 貴集團控制該實體。在評估 貴集團是否擁有權力時，僅考慮實質的權利（由 貴集團及其他人士持有）。

附屬公司之財務報表自控制開始當日綜合列入財務資料，直至控制結束當日為止。集團內公司間結餘、交易及現金流量與集團內公司間交易所產生的任何未變現溢利於編製財務資料時悉數對銷。集團內公司間交易所產生的未變現虧損的抵銷方法與未變現收益相同，惟僅以無減值證據者為限。

附錄一

會計師報告

當貴集團喪失對附屬公司的控制權時，將按出售於該附屬公司的全部權益入賬，而所產生的盈虧於損益中確認。任何在喪失控制權日期仍保留的該前附屬公司權益按公平值確認，而此金額被視為初步確認金融資產的公平值，或(如適用)初步確認於聯營公司或合營企業的投資的成本。

(f) 物業、廠房及設備

物業、廠房及設備按成本減累計折舊及減值虧損列賬。

報廢或出售物業、廠房及設備項目所產生的收益或虧損按出售所得款項淨額與該項目賬面值之間的差額釐定，並於報廢或出售日期在損益表內確認。

折舊按下列物業、廠房及設備的預計可使用年期，以直線法撇銷該等項目的成本(減去估計殘值(如有))計算：

- 分類為按融資租賃持有之租賃土地於未屆滿租期計算折舊。
- 位於租賃土地之樓宇於未屆滿租期或其估計可用年期(即50年內)之較短者計算折舊。
- 租賃裝修 租賃期或5年(以較短者為準)
- 傢俱及固定裝置 5年
- 汽車 3年

倘物業、廠房及設備項目各部分的可使用年期不同，則該項目的成本按合理基準於各部分之間分配，每部分分開折舊。資產的可使用年期及其殘值(如有)將每年檢討。

(g) 租賃資產

倘貴集團把一項安排(包括一項交易或一系列交易)釐定為在一段協定期間轉讓一項或多項資產的使用權，以換取一筆或多筆付款，則這項安排即為或包含租賃。釐定時是以對有關安排的實質內容所作評估為準，而不管這項安排是否採取租賃的法律形式。

(i) 租賃予貴集團的資產分類

貴集團根據將絕大部分所有權風險及回報均轉移至貴集團的租賃持有的資產，乃分類為根據融資租賃持有的資產。而不會向貴集團轉移絕大部分所有權風險及回報的租賃則分類為經營租賃。

(ii) 根據融資租賃購入的資產

倘貴集團根據融資租賃購入資產使用權，租賃資產公平值或(倘屬較低者)有關資產的最低租賃付款現值會計入物業、廠房及設備，扣除融資費用後的相關負債列作融資租賃承擔。折舊乃按於有關租賃期間撇銷資產成本或估值的比率計提，或倘貴集團很可能將取得資產的所有權，則按附註1(f)所述以資產

附錄一

會計師報告

年期計提。減值虧損按照附註1(i)所述的會計政策入賬。租賃付款內含的融資費用於租賃期間自損益中扣除，以就責任尚餘金額於每個會計期間以近乎定期的比率扣除。或然租金於其產生的會計期間自損益扣除。

(iii) 經營租賃費用

倘貴集團擁有根據經營租賃持有資產的使用權，則根據租賃作出的付款在租賃期所涵蓋的會計期間內，分期等額在損益中扣除；惟倘有其他基準更能代表租賃資產所得利益的模式則除外。已收取的租賃優惠於損益確認為已支付淨租賃付款總額的組成部分。或然租金在其產生的會計期間內自損益扣除。

(h) 應收賬款及其他應收款項

應收賬款及其他應收款項最初按公平值確認，其後使用實際利率法按攤銷成本減呆賬減值撥備列賬（見附註1(i)(i)），惟倘應收款項為向關連方提供且並無任何固定還款期的免息貸款或折現的影響並不重大則除外。在該等情況下，應收款項按成本減呆賬減值撥備列賬。

(i) 資產減值

(i) 應收賬款及其他應收款項減值

按成本或攤銷成本列賬的應收賬款及其他應收款項會於各報告期間結束時審閱，以釐定是否存在客觀的減值證據。客觀的減值證據包括貴集團獲悉的有關以下一項或多項虧損事件的可觀察數據：

- 債務人陷入重大財政困難；
- 違約，如拖欠或延遲支付利息或本金；
- 債務人可能破產或進行其他財務重組；及
- 技術、市場、經濟或法律環境產生對債務人有不利影響的重大變動。

若存在任何該等證據，減值虧損按資產的賬面值與按金融資產最初的實際利率（即此等資產初步確認時計算的實際利率）折現（如折現影響重大）的估計未來現金流量現值的差額計量。如該等金融資產具備類似的風險特徵，例如類似的逾期情況及並未單獨被評估為出現減值，則有關的評估會一同進行。金融資產的未來現金流量會根據與該組具有類似信貸風險特徵的資產的過往虧損情況一同評估減值。

倘於其後期間減值虧損金額有所減少，而該等減少客觀上與確認減值虧損後發生的事件有關，有關減值虧損會通過損益撥回。減值虧損的撥回不應導致資產的賬面值超過其在以往年度如並無確認任何減值虧損而原應釐定的數額。

減值虧損從相應的資產中直接撇銷，但若應收賬款包含在應收賬款及其他應收款項內，而其可收回性屬難以預料而並非微乎其微，則就其確認的減值虧損不會從相應的資產中直接撇銷。在此情況下，呆賬的減值虧損以撥備賬記錄。倘 貴集團信納可收回性微乎其微，則被視為不可收回的金額會直接從應收賬款中撇銷，而在撥備賬中就有關債務保留的任何金額會被撥回。倘之前於撥備賬扣除的款項在其後收回，則有關款項從撥備賬撥回。撥備賬的其他變動及其後收回先前直接撇銷的款項均於損益確認。

(ii) 其他資產減值

內部及外部資料來源會於各報告期末審閱，以識別物業、廠房及設備是否出現可能減值的跡象或之前已確認的減值虧損是否不再存在或可能減少：

若存在任何該等跡象，則須估計有關資產的可收回金額。

— 計算可收回金額

資產的可收回金額為其公平值減銷售成本及使用價值兩者之間的較高者。於評估使用價值時，估計的未來現金流量乃利用反映現時市場評估貨幣時值及資產的特定風險的除稅前折現率折現至其現值。倘資產並未能在大致獨立於其他資產的情況下產生現金流入，則釐定可獨立產生現金流入的最小資產組別(即現金產生單位)的可收回金額。

— 確認減值虧損

倘某項資產或其所屬的現金產生單位的賬面值超過其可收回金額，則於損益內確認減值虧損。就現金產生單位確認的減值虧損分配以按比例減少該單位(或單位組別)的賬面值，惟資產的賬面值不得減少至低於其個別公平值減銷售成本(如可計量)或使用價值(如可計量)。

— 撥回減值虧損

倘用作釐定可收回金額的估算出現有利變動，減值虧損將予以撥回。

減值虧損的撥回以有關資產過往年度如並無確認任何減值虧損而原應釐定的賬面值為限。減值虧損的撥回於確認撥回的報告期內計入損益。

(j) 存貨

存貨乃按成本與可變現淨值兩者間的較低者列賬。

成本按先入先出基準計算，包括所有購買成本、轉換成本及將存貨付運至其現在位置及令存貨達致現在狀況所產生的其他成本。

可變現淨值為於日常業務過程中的估計售價減完成的估計成本及銷售所需估計成本。

附錄一

會計師報告

當存貨售出時，該等存貨的賬面值於確認有關收益期間支銷。將存貨撇減至可變現淨值的金額及存貨的所有虧損於撇減或虧損發生期間支銷。任何存貨撇減的撥回金額乃於撥回產生期間確認為已列作開支的存貨金額的減少。

(k) 計息借貸

計息借貸初步按公平值減應佔交易成本確認。於初步確認後，計息借貸按攤銷成本列賬，而初步確認的金額與贖回價值之間的任何差額，連同任何應付利息及費用，採用實際利率法於借貸期間於損益中確認。

(l) 應付賬款及其他應付款項

應付賬款及其他應付款項最初按公平值確認。應付賬款及其他應付款項其後按攤銷成本列賬，惟倘折現的影響並不重大，則按成本列賬。

(m) 現金及現金等價物

現金及現金等價物包括存於銀行的現金及手頭現金、銀行及其他金融機構的活期存款，以及隨時可轉換為已知數額現金、價值波動風險不大且於購入後三個月內到期的短期、流動性高的投資。須按要求償還的銀行透支屬 貴集團現金管理的一部分，就合併現金流量表而言亦計入作為現金及現金等價物的組成部分。

(n) 僱員福利

(i) 短期僱員福利

薪金、年度花紅、有薪年假及非貨幣福利成本於僱員提供相關服務報告期間內累計。倘遞延付款或結算且影響屬重大時，則按有關金額的現值列賬。

(ii) 退休福利

向定額供款退休計劃供款，於產生時於損益確認為開支。

貴集團根據香港強制性公積金計劃條例為在香港僱傭條例保障下受聘的僱員設立一項強制性公積金計劃（「強積金計劃」）。強積金計劃為一項由獨立受託人管理的定額供款退休計劃。根據強積金計劃，僱主及其僱員各自須按僱員相關收入的5%向計劃供款，最高每月相關收入於2014年6月前為25,000港元或30,000港元。計劃供款即時歸屬。

貴集團在中國的實體為中國職工參與有關政府機構所營運的中國地方退休計劃，每月按照職工薪金的一定比例向上述計劃供款，供款額最高不超過相關政府機構設定的定額供款上限。有關政府機構承諾按照該等計劃，負上應向現有和日後所有退休職工支付退休供款的責任。該等計劃供款即時歸屬。

貴集團內於澳門的實體亦參與由澳門特別行政區政府運作的中央社會保障計劃。於澳門營運的附屬公司須為登記為居民的僱員向中央社會保障計劃作出供款。此計劃供款即時歸屬。

貴集團內於新加坡的實體亦參與由當地政府運作的中央公積金。於新加坡營運之附屬公司須為其註冊登記為居民之僱員向中央公積金作出供款。此公積金供款即時歸屬。

(o) 所得稅

報告期內所得稅包括即期稅項及遞延稅項資產及負債的變動。即期稅項及遞延稅項資產及負債的變動乃於損益確認，惟與於其他全面收益確認或直接於權益確認的項目有關者則除外，在該等情況下有關稅額分別於其他全面收益確認或直接於權益確認。

即期稅項為報告期內應課稅收入的預期應繳稅項（稅率為於報告期間結束時已頒佈或實質頒佈的稅率）及過往年度應繳稅項的任何調整。

遞延稅項資產及負債分別源自可扣稅及應課稅暫時差額，即就財務申報而言的資產及負債的眼面值與彼等的稅基的差額。遞延稅項資產亦源自未動用稅項虧損及未動用稅項抵免。

除若干有限的例外情況外，將確認所有遞延稅項負債及所有遞延稅項資產，惟以將可能有日後應課稅溢利抵銷可動用資產者為限。足以支持確認源自可扣稅暫時差額的遞延稅項資產的日後應課稅溢利，包括撥回現有應課稅暫時差額將產生者，惟差額必須與相同稅務機關及相同課稅實體有關，並預期在可扣稅暫時差額預計撥回的同一期間或遞延稅項資產所產生稅項虧損可轉回或結轉的期間撥回。如該等差額與相同稅務機關及相同課稅實體有關，並預期可於動用稅項虧損或稅項抵免期間撥回，則釐定現有應課稅暫時差額是否足以支持確認源自未動用稅項虧損及抵免的遞延稅項資產時，亦採納相同準則。

確認遞延稅項資產及負債的有限例外情況為不影響會計或應課稅溢利的資產或負債的初步確認（前提是其不屬於業務合併的一部分），以及有關於附屬公司投資的暫時差額，惟如屬應課稅差額，則僅限於貴集團可以控制撥回的時間，而且在可預見的將來不大可能撥回的差額；或如屬可扣稅差額，則僅限於很可能在將來撥回的差額。

已確認的遞延稅項金額乃按照資產及負債眼面值的預期變現或清償方式，使用於報告期間結束時已頒佈或實質頒佈的稅率計算。遞延稅項資產及負債不予以折現。

遞延稅項資產的眼面值會於各報告期間結束時進行審閱，並在不再可能有足夠的應課稅溢利以使用有關的稅務利益時作調減。若可能存在足夠的應課稅溢利供利用，則任何該等扣減將被撥回。

附錄一

會計師報告

即期稅項結餘及遞延稅項結餘與其變動將各自分開列示，且不予對銷。倘 貴集團有依法強制執行權利以即期稅項資產抵銷即期稅項負債，且符合下列附帶條件，則即期稅項資產及遞延稅項資產可分別抵銷即期稅項負債及遞延稅項負債：

- 倘為即期稅項資產及負債， 貴集團計劃按淨額基準結算或同時變現資產及清償負債；或
- 倘為遞延稅項資產及負債，則該等資產及負債須與同一稅務機關就以下其中一項徵收的所得稅有關：
 - 同一課稅實體；或
 - 不同課稅實體，在預期須清償或收回大額遞延稅項負債或資產的每個未來期間，計劃按淨額基準或同時變現及清償的方式變現即期稅項資產與清償即期稅項負債。

(p) 撥備及或然負債

倘 貴集團因過往事件而須承擔法律或推定責任而可能會導致需要經濟利益流出以清償責任，且有關金額能可靠估計，則須就該等時間或數額不定的負債確認撥備。倘金錢的時間價值重大，則有關撥備按清償責任的預期開支的現值列賬。

倘不大可能需要經濟利益流出，或相關金額未能可靠估計，則須披露有關責任為或然負債，惟經濟利益流出的機會微乎其微除外。當潛在責任須視乎一項或多項未來事件是否發生方可確定存在與否，則該等責任亦披露為或然負債，惟經濟利益流出的機會微乎其微除外。

(q) 收益確認

收益乃按已收或應收代價的公平值計量。倘可能有經濟利益流入 貴集團，且收益及成本(如適用)能可靠計量，則按下列方式於損益確認收益：

(i) 銷售貨品

收益是在貨品送達客戶經營場所，即客戶接收貨品及所有權相關的風險及回報時確認。收益不包括增值稅或其他銷售稅，並已扣除任何貿易折扣。

(ii) 利息收入

利息收入使用實際利息法累計確認。

(r) 外幣換算

報告期內的外幣交易按交易日的匯率換算。以外幣計值的貨幣資產及負債則按報告期末的匯率換算。匯兌盈虧於損益確認。

以外幣按歷史成本計量的非貨幣資產及負債使用交易日的匯率換算。以外幣按公平值計值的非貨幣資產及負債使用計量公平值當日的匯率換算。

海外業務的業績按與交易日期匯率相若的匯率換算為港元。財務狀況表項目乃按於報告期末的收市匯率換算為港元。海外業務換算產生的外匯差額於其他全面收益中確認並於權益中匯兌儲備內分開累計。

出售海外業務時，與該海外業務相關的累計匯兌差額會於出售損益確認時自權益重新歸類至損益。

(s) 借貸成本

收購、建設或生產一項資產(需要相當長時間方可作擬定用途或銷售)直接應佔的的借貸成本資本化為該資產成本的一部分。其他借貸成本於產生期間支銷。

當有關合資格資產產生開支、產生借貸成本及準備資產作擬定用途或銷售所需的活動進行時，開始將借貸成本資本化為該資產成本的一部分。當準備合資格資產作擬定用途或銷售所需的絕大部分活動中止或完成時，資本化借貸成本將會暫停或終止。

(t) 關連方

(1) 倘一名人士屬以下情況，則該人士或該人士家庭的近親成員與 貴集團有關連：

- (i) 控制或共同控制 貴集團；
- (ii) 對 貴集團有重大影響力；或
- (iii) 為 貴集團或 貴集團母公司的主要管理層成員。

(2) 倘符合下列任何條件，即該實體與 貴集團有關聯：

- (i) 該實體與 貴集團屬同一集團之成員公司(即各母公司、附屬公司及同系附屬公司彼此間有關聯)。
- (ii) 一實體為另一實體的聯營公司或合營企業(或另一實體為成員公司的集團旗下成員公司的聯營公司或合營企業)。
- (iii) 實體均為同一第三方的合營企業。
- (iv) 一實體為第三方實體的合營企業，而另一實體為該第三方實體的聯營公司。
- (v) 實體為 貴集團或與 貴集團有關聯的實體就僱員福利設立的離職後僱員福利計劃。
- (vi) 實體受(1)所識別人士控制或共同控制。
- (vii) (1)(i)所識別人士對實體有重大影響力或屬該實體(或該實體的母公司)的主要管理層成員。

(viii) 實體或組成集團的任何成員公司，為 貴集團或本集團的母公司提供主要管理人員服務。

一名人士的近親家庭成員指預期可影響或受該人士影響彼等與該實體交易的家庭成員。

(u) 分部報告

財務資料中報告的營運分部及各分部項目的金額乃自定期向 貴集團首席營運決策者提供以分配資源予 貴集團各業務及地域並評估其表現的財務資料中識別。

就財務報告而言，除非分部具備相似的經濟特徵及在產品及服務性質、生產工序性質、客戶類型或類別、分銷產品或提供服務所用方法及監管環境的性質相似，否則個別重大營運分部不會進行合算。非個別重大的營運分部如果符合上述大部分標準，則可進行合算。

2. 重要會計判斷及估計

貴集團的財務狀況及經營業績容易受到編製財務資料所採用會計方法、假設及估計的影響。管理層根據管理層認為合理的過往經驗以及其他因素作出假設及估計，形成對並非明顯可從其他資源得悉的事宜之判斷基準。管理層持續評估其估計。實際結果或會因事實、情況及條件變動而與該等估計有別。

重大會計政策的選擇、判斷及影響該等政策應用的其他不確定因素以及報告業績對條件及假設變動的敏感度將為審閱財務資料時考慮的因素。該重大會計政策載列於上文附註1。

估計的不明朗因素主要來源如下：

(a) 物業、廠房及設備減值

倘有情況顯示物業、廠房及設備的賬面值可能無法收回，則該資產可能視為「減值」，而減值虧損可能會予以確認，以按照附註1(i)(ii)所述的該等資產減值會計政策將賬面值減少至可收回金額。可收回金額為公平值減出售成本及使用價值兩者之更高者。於釐定使用價值時，資產所產生的預期現金流量會貼現至其現值，當中需要對收益水平及經營成本金額作出重大判斷。管理層使用一切確定可用資料釐定合理可收回金額概約金額，包括基於合理及可支援的假設之估計以及收益及經營成本金額之預測。該等估計之變動或會對資產的賬面值有重大影響，並可能導致於未來期間產生額外減值支出或減值撥回。

b) 評估物業、廠房及設備的經濟可使用年期

管理層根據物業、廠房及設備預期可供使用的期間估計資產的可使用年期。管理層每年均會根據不同因素（包括資產使用情況、內部技術評估、科技發展、環境及基於相關行業基準所定資產的預期用途）檢討其估計

附錄一

會計師報告

可使用年期。倘上述因素出現任何變化而使有關估計有所改變，則可能對未來營運業績產生重大影響。扣減物業、廠房及設備的估計可使用年期將會增加折舊開支及減少物業、廠房及設備之賬面值。

(c) 應收賬款的減值

管理層估計因客戶無力作出規定付款產生之應收賬款減值虧損(計入呆壞賬的撥備賬目)。管理層根據應收賬款結餘的賬齡、客戶信譽及過往撇銷經驗作出其估計。倘客戶的財務狀況變差，實際撇銷可能比預期的要高及可能重大影響未來期間之業績。

(d) 存貨的可變現淨值

如附註1(j)所述，存貨的可變現淨值為日常業務過程中的估計售價，減估計完工成本及進行銷售所需的估計成本。該等估計乃基於目前市場狀況及過往銷售同類產品的經驗得出。倘假設出現任何變動，存貨的撇減金額或撥回於過往期間所作的相關撇減金額將會增加或減少，並對貴集團的資產淨值造成影響。管理層於各報告期末重新評估該等估計，以確保存貨按成本及可實現淨值兩者之較低者呈列。

(e) 確認所得稅及遞延稅項資產

釐定所得稅撥備涉及對若干交易的未來稅務處理作出判斷。管理層評估交易的稅務影響，並作出相應的稅項撥備。該等交易的稅務處理經考慮所有稅務法規變動後定期重新進行考慮。遞延稅項資產乃就暫時性可扣減差額、未動用稅項虧損及未動用稅項抵免予以確認。由於僅在可能存在可用於抵銷可扣減暫時差額、未動用稅項虧損及未動用稅項抵免的未來應課稅溢利時方會確認該等遞延稅項資產，故管理層須作出判斷以評定產生未來應課稅溢利的可能性。管理層的評估將在合適時候進行修訂，倘未來應課稅溢利可能令遞延稅項資產被收回，則額外確認遞延稅項資產。

3. 收益及分部呈報

(a) 收益

貴集團於有關期間的主要業務為健康及個人護理產品的零售及批發。

收益指供應予客戶之貨品之銷售價值。於有關期間，各重要收益類別的款項如下：

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
健康補充產品	187,781	213,661	197,373
蜂蜜及花粉產品	4,158	6,223	7,203
個人護理產品	<u>3,522</u>	<u>5,904</u>	<u>6,264</u>
	<u>195,461</u>	<u>225,788</u>	<u>210,840</u>

附錄一

會計師報告

(b) 分部報告

香港財務報告準則第8號「經營分部」規定須根據 貴集團的主要營運決策人(即 貴公司董事會)就資源分派及表現評估所定期審閱的內部財務報告識別及披露經營分部的資料。在此基礎上， 貴集團已釐定其僅擁有一個經營分部，即健康及個人護理產品的零售及批發。

(i) 地區資料

下表載列 貴集團來自外部客戶的收益以及 貴集團物業、廠房及設備(「指定非流動資產」)之地區位置資料。客戶的地區位置乃按交予貨品的所在位置劃分。指定非流動資產的地區位置按資產的實際所在地點劃分。

截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度 貴集團來自外部客戶的收益的地區資料，以及於2014年、2015年及2016年3月31日的指定非流動資產的地區資料載列如下：

	來自外部客戶的收益		
	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
香港(住所地)	184,153	200,516	185,944
中國大陸	1,404	1,463	45
新加坡	153	847	1,021
澳門	9,751	22,962	23,830
	<u>195,461</u>	<u>225,788</u>	<u>210,840</u>
	指定非流動資產		
	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
香港(住所地)	7,473	8,394	3,361
中國大陸	21	—	—
新加坡	15	316	—
澳門	—	46	35
	<u>7,509</u>	<u>8,756</u>	<u>3,396</u>

(ii) 有關主要客戶及寄售商的資料

概無來自單一客戶的收益佔 貴集團有關期間收益的10%以上。此外，於相應年度佔 貴集團收益10%以上的 貴集團寄售商如下：

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
寄售商A	102,271	99,831	90,899
寄售商B	<u>47,737</u>	<u>50,361</u>	<u>42,833</u>

附錄一

會計師報告

4. 其他收益及其他收入淨額

(a) 其他收益

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
銀行存款的銀行利息收入	467	444	282
其他	132	79	345
	<u>599</u>	<u>523</u>	<u>627</u>

(b) 其他收入淨額

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
匯兌收益淨額	<u>252</u>	<u>—</u>	<u>—</u>

5. 除稅前溢利

除稅前溢利已扣除／(計入)下列各項：

(a) 融資成本

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
並非按公平值於損益賬列值的金融負債利息開支總額：			
須於5年內悉數償還銀行借貸的利息	74	198	436
融資租賃承擔的融資費用	18	9	5
	<u>92</u>	<u>207</u>	<u>441</u>

(b) 員工成本(包括董事薪酬)

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
定額供款退休計劃供款	1,035	1,554	1,590
薪金、工資及其他福利	29,542	35,285	36,936
	<u>30,577</u>	<u>36,839</u>	<u>38,526</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

(c) 其他項目

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
物業、廠房及設備折舊	1,146	2,276	1,412
有關物業的經營租賃費用			
— 最低租賃付款	8,161	17,585	17,403
— 或然租金	—	3	1
撇銷租賃按金之虧損	—	788	—
外匯(收益)/虧損淨額	(252)	568	1,164
出售物業、廠房及設備虧損	—	255	—
撇銷物業、廠房及設備虧損	—	—	176
核數師酬金			
— 審核服務	239	508	624
存貨成本(附註11)	31,781	35,924	30,498

6. 合併損益表內所得稅

(a) 合併損益表內所得稅指：

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
即期稅項 — 香港利得稅			
年度撥備	7,718	5,516	4,229
過往年度超額撥備	—	(10)	(50)
	<u>7,718</u>	<u>5,506</u>	<u>4,179</u>
即期稅項 — 海外			
年內撥備	—	422	368
遞延稅項			
暫時性差額的產生及撥回	<u>(1,004)</u>	<u>10</u>	<u>(183)</u>
合計	<u>6,714</u>	<u>5,938</u>	<u>4,364</u>

於各有關期間的香港利得稅撥備按年內估計應課稅溢利16.5%計算。海外附屬公司稅項乃以相關稅務司法權區之適當現行稅率計算。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

(b) 按適用稅率計算就稅項開支與會計溢利的對賬：

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
除稅前溢利	41,289	29,112	16,657
按相關稅務司法權區適用稅率計算的			
除稅前溢利名義稅項	6,637	4,312	2,606
不可扣減開支的稅務影響	40	418	2,212
毋須課稅收入的稅務影響	(73)	(79)	(177)
未有確認稅項虧損的稅務影響	318	1,199	—
過往年度超額撥備	—	(10)	(50)
其他	(208)	98	(227)
實際稅項開支	6,714	5,938	4,364

7. 董事薪酬

於有關期間的董事薪酬載列如下：

截至2014年3月31日止年度

	董事袍金	薪金、津貼及 實物福利	定額供款計劃 供款	合計
	千港元	千港元	千港元	千港元
執行董事				
蔡志輝	511	—	—	511
何家敏	480	—	—	480
何俊傑	—	739	15	754
區俊傑	—	350	9	359
	991	1,089	24	2,104

截至2015年3月31日止年度

	董事袍金	薪金、津貼及 實物福利	定額供款計劃 供款	合計
	千港元	千港元	千港元	千港元
執行董事				
蔡志輝	—	—	—	—
何家敏	—	—	—	—
何俊傑	—	761	18	779
區俊傑	—	636	18	654
	—	1,397	36	1,433

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

截至2016年3月31日止年度

	董事袍金	薪金、津貼及 實物福利	定額供款計劃 供款	合計
	千港元	千港元	千港元	千港元
執行董事				
蔡志輝	—	—	—	—
何家敏	—	—	—	—
何俊傑	—	868	18	886
區俊傑	—	695	18	713
	<u>—</u>	<u>1,563</u>	<u>36</u>	<u>1,599</u>

附註：

(i) 於有關期間，概無董事自 貴集團收取任何酬金，作為加盟 貴集團或於加盟 貴集團時的獎金或作為離職補償。於有關期間，概無董事放棄或同意放棄任何酬金。

(ii) 於有關期間， 貴公司並無就購買 貴公司普通股而制訂任何購股權計劃。

8. 最高薪人士

5名最高薪人士當中，截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度分別有1、1及2名人士為 貴公司董事，其酬金於附註7披露。有關餘下人士的酬金總額如下：

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
薪金及其他酬金	3,188	2,876	2,028
退休福利計劃供款	60	69	54
	<u>3,248</u>	<u>2,945</u>	<u>2,082</u>

以上最高薪人士的酬金介乎以下範圍：

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	人數	人數	人數
零港元至1,000,000港元	<u>4</u>	<u>4</u>	<u>3</u>

於有關期間， 貴集團概無向該等僱員支付或應付任何酬金，作為加盟 貴集團或於加盟 貴集團時的獎金或作為離職補償。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

9. 每股盈利

因重組及於有關期間按上文B節附註1(b)所披露的合併基準編製 貴集團業績，故每股盈利資料對財務資料而言意義不大，因而並未呈列。

10. 物業、廠房及設備

	按成本列賬持 作自用的 租賃土地及				合計 千港元
	樓宇 千港元	租賃裝修 千港元	傢俱及固定 裝置 千港元	汽車 千港元	
成本					
於2013年4月1日	5,587	851	885	1,004	8,327
添置	—	1,612	414	—	2,026
匯兌調整	—	—	1	—	1
於2014年3月31日	<u>5,587</u>	<u>2,463</u>	<u>1,300</u>	<u>1,004</u>	<u>10,354</u>
於2014年4月1日	5,587	2,463	1,300	1,004	10,354
添置	—	3,400	399	—	3,799
出售	—	(380)	(319)	—	(699)
匯兌調整	—	(36)	(6)	—	(42)
於2015年3月31日	<u>5,587</u>	<u>5,447</u>	<u>1,374</u>	<u>1,004</u>	<u>13,412</u>
於2015年4月1日	5,587	5,447	1,374	1,004	13,412
添置	—	548	140	—	688
出售	(4,933)	(250)	(37)	—	(5,220)
撇銷	—	(527)	(27)	—	(554)
出售一間附屬公司 (附註25)	—	(516)	(113)	—	(629)
匯兌調整	—	(14)	(3)	—	(17)
於2016年3月31日	<u>654</u>	<u>4,688</u>	<u>1,334</u>	<u>1,004</u>	<u>7,680</u>
累計折舊					
於2013年4月1日	497	270	420	511	1,698
年內折舊	128	493	224	301	1,146
匯兌調整	—	—	1	—	1
於2014年3月31日	<u>625</u>	<u>763</u>	<u>645</u>	<u>812</u>	<u>2,845</u>
於2014年4月1日	625	763	645	812	2,845
年內折舊	128	1,682	304	162	2,276
出售時撥回	—	(133)	(311)	—	(444)
匯兌調整	—	(18)	(3)	—	(21)
於2015年3月31日	<u>753</u>	<u>2,294</u>	<u>635</u>	<u>974</u>	<u>4,656</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

	按成本列賬持 作自用的 租賃土地及				
	樓宇 千港元	租賃裝修 千港元	傢俱及固定 裝置 千港元	汽車 千港元	合計 千港元
於2015年4月1日	753	2,294	635	974	4,656
年內折舊	46	1,068	268	30	1,412
出售時撥回	(704)	(250)	(26)	—	(980)
撇銷時撥回	—	(364)	(13)	—	(377)
出售一間附屬公司 (附註25)	—	(365)	(50)	—	(415)
匯兌調整	—	(11)	(1)	—	(12)
於2016年3月31日	<u>95</u>	<u>2,372</u>	<u>813</u>	<u>1,004</u>	<u>4,284</u>
賬面值：					
於2014年3月31日	<u>4,962</u>	<u>1,700</u>	<u>655</u>	<u>192</u>	<u>7,509</u>
於2015年3月31日	<u>4,834</u>	<u>3,153</u>	<u>739</u>	<u>30</u>	<u>8,756</u>
於2016年3月31日	<u>559</u>	<u>2,316</u>	<u>521</u>	<u>—</u>	<u>3,396</u>

(a) 租賃土地及樓宇位於香港並以中期租約持有。於2014年及2015年3月31日，貴集團賬面值分別約為4,370,000港元及4,257,000港元的租賃土地及樓宇獲抵押，為貴集團若干銀行借貸提供擔保(附註16)。截至2016年3月31日止年度，已出售租賃土地及樓宇並已解除租賃土地及樓宇的抵押。

(b) 於2014年、2015年及2016年3月31日，根據融資租賃持有的汽車賬面值分別約為192,000港元、30,000港元及零港元。

11. 存貨

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
轉售貨品	<u>12,760</u>	<u>11,387</u>	<u>9,825</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

已確認為開支並計入損益表的存貨金額分析如下：

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
已售存貨的賬面值	31,654	35,794	30,498
撇減存貨	<u>127</u>	<u>130</u>	<u>—</u>
	<u>31,781</u>	<u>35,924</u>	<u>30,498</u>

截至2014年及2015年3月31日止年度產生存貨撇減乃由於消費者喜好改變致使若干貨品的估計可變現淨值下跌所致。

12. 應收賬款及其他應收款項

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
應收賬款	18,220	24,003	25,196
其他應收款項	31	—	—
按金及預付款	<u>5,596</u>	<u>5,332</u>	<u>8,619</u>
	<u>23,847</u>	<u>29,335</u>	<u>33,815</u>

(a) 應收賬款之賬齡分析

於各報告期末，按照發票日期的應收賬款(計入應收賬款及其他應收款項)之賬齡分析如下：

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
於30日內	8,334	13,697	8,215
31至60日	9,884	10,303	5,885
61至90日	2	—	5,819
超過90日	<u>—</u>	<u>3</u>	<u>5,277</u>
	<u>18,220</u>	<u>24,003</u>	<u>25,196</u>

應收賬款一般於30日至120日內到期。貴集團信貸政策的進一步詳情載於附註22(a)。

(b) 應收賬款減值

有關應收賬款的減值虧損乃採用撥備賬記錄，除非貴集團信納相關金額無法收回，在此情況下，減值虧損乃按應收賬款直接撇銷(見附註1(i)(i))。於2014年、2015年及2016年3月31日，概無應收賬款獲個別釐定為減值。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

(c) 並無減值的應收賬款

並無被認為個別或集體減值的應收賬款的賬齡分析如下：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
並無逾期亦無減值	13,171	17,444	13,435
逾期30日以內	5,026	6,338	8,861
逾期31至90日	23	218	2,888
逾期90日以上	—	3	12
	<u>5,049</u>	<u>6,559</u>	<u>11,761</u>
	<u>18,220</u>	<u>24,003</u>	<u>25,196</u>

並無逾期亦無減值之應收款項乃與並無近期違約記錄之不同類型客戶有關。

已逾期但無減值之應收款項乃與於 貴集團有良好往績記錄的若干獨立客戶有關。根據過往經驗，管理層認為，由於信貸質素並無重大變動且該等結餘仍被認為可全數收回，故就該等結餘計提任何減值撥備並無必要。

13. 已抵押銀行存款

已抵押銀行存款指維持於銀行作抵押品的現金，以向與 貴集團訂立若干租賃協議的業主發出擔保函件。

14. 現金及現金等價物

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
合併財務狀況表及合併現金流量表內現金及現金等價物：			
— 銀行及手頭現金	<u>31,761</u>	<u>41,287</u>	<u>31,655</u>

於2014年、2015年及2016年3月31日，金額分別約為13,852,000港元、15,100,000港元及41,000港元的現金及現金等價物以人民幣計值。其中，於2014年、2015年及2016年3月31日分別於中國金融機構存置的683,000港元、1,453,000港元及零港元，其匯款須遵守中國政府頒佈的外匯管制規則及規例。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

15. 應付賬款及其他應付款項

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
應付賬款	3,072	2,505	3,134
應計員工成本	3,283	3,831	4,625
其他應計款項及應付款項	546	1,174	1,288
	<u>6,901</u>	<u>7,510</u>	<u>9,047</u>

應付賬款之賬齡分析

於2014年、2015年及2016年3月31日，按發票日期之應付賬款賬齡分析如下：

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
於30日內	—	379	1,085
31至90日	3,072	2,126	2,049
	<u>3,072</u>	<u>2,505</u>	<u>3,134</u>

16. 銀行借貸

銀行借貸須於1年內償還或按要求時償還，並可作出以下分析：

	附註	於3月31日		
		2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
銀行貸款				
— 已抵押	(i)	2,301	2,180	—
— 無抵押及已擔保	(ii)及(iii)	5,221	12,850	12,850
		<u>7,522</u>	<u>15,030</u>	<u>12,850</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

於2014年、2015年及2016年3月31日，到期償還的計息銀行貸款如下：

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
於1年內到期償還的銀行貸款部分*	5,342	12,974	12,850
於1年後到期償還的銀行貸款*			
於1年後但2年內	124	126	—
於2年後但5年內	387	396	—
於5年後	1,669	1,534	—
	2,180	2,056	—
	7,522	15,030	12,850

* 到期金額乃按各貸款協議訂明時間表所示還款日期計算。

於2014年、2015年及2016年3月31日，所有銀行貸款獲分類為即期銀行借貸，此乃由於相應貸款協議內包括一項有關銀行擁有無條件權利隨時收回貸款的條文，當中不論貸款協議所載的任何條款及到期日。

附註：

於2014年、2015年及2016年3月31日，銀行貸款以下列方式作抵押：

- (i) 於2014年及2015年3月31日，金額分別約為2,301,000港元及2,180,000港元的銀行貸款以(1) 貴集團持有賬面值分別為4,370,000港元及4,257,000港元之租賃土地及樓宇，及(2) 貴公司董事及控股股東之一蔡志輝先生提供的個人擔保作抵押。截至2016年3月31日止年度，已償清所有銀行貸款且已解除租賃土地及樓宇的抵押。

銀行貸款利息以低於銀行最優惠年利率3.1%按日徵收利息。

- (ii) 於2014年3月31日，定期貸款約5,221,000港元由 貴公司董事及控股股東蔡志輝及何家敏提供之個人擔保作抵押。截至2015年3月31日止年度，定期貸款已悉數償還。

銀行貸款利息以1個月香港銀行同業拆息率（「香港銀行同業拆息率」）另加年利率3%對未償還金額徵收利息。

- (iii) 於2015年及2016年3月31日，一筆約12,850,000港元之循環銀行貸款由(1)一間由控股股東實益擁有及控制的關連公司擁有之物業，及(2) 貴公司董事及控股股東蔡志輝及何家敏提供的個人擔保作抵押。於[編纂]時將解除關連公司的物業抵押及個人擔保。

銀行貸款利息按香港銀行同業拆息率另加年利率介乎2.4%至3.5%對未償還金額徵收利息。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

17. 融資租賃承擔

於2014年、2015年及2016年3月31日，貴集團應償還之融資租賃承擔如下：

	於3月31日					
	2014年		2015年		2016年	
	最低租賃付款 的現值	最低租賃付款 總額	最低租賃付款 的現值	最低租賃付款 總額	最低租賃付款 的現值	最低租賃付款 總額
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
於1年內	128	137	65	69	62	64
1年後但2年內	65	69	62	64	—	—
2年後但5年內	62	64	—	—	—	—
	<u>127</u>	<u>133</u>	<u>62</u>	<u>64</u>	<u>—</u>	<u>—</u>
	<u>255</u>	<u>270</u>	<u>127</u>	<u>133</u>	<u>62</u>	<u>64</u>
減：未來利息開支總額		(15)		(6)		(2)
租賃承擔現值		<u>255</u>		<u>127</u>		<u>62</u>

18. 撥備

修復成本撥備的變動如下：

	截至3月31日止年度	
	2015年	2016年
	千港元	千港元
於年初	—	565
年內撥備	565	—
年內動用金額	—	(55)
於年末	565	510
減：非即期部分	(412)	(193)
分類為流動負債的部分	<u>153</u>	<u>317</u>

根據與業主簽訂的許可協議條款，貴集團須搬離並於相關許可協議的約滿期限前由貴集團出資還原出租物業。因此已就預期產生的修復成本最佳估算進行撥備。

附錄一

會計師報告

19. 合併財務狀況表內所得稅

(a) 合併財務狀況表內即期稅項指：

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
香港稅項撥備			
年內利得稅	7,718	5,516	4,229
已付暫繳利得稅	(1,734)	(2,642)	(5,275)
	5,984	2,874	(1,046)
海外稅項撥備	—	422	368
與往年相關的海外稅項撥備結餘	—	—	61
應繳／(可收回)稅項	<u>5,984</u>	<u>3,296</u>	<u>(617)</u>

(b) 已確認的遞延稅項資產及負債

於年內已於合併財務狀況表確認的遞延稅項(資產)／負債的組成部分及其變動如下：

遞延稅項產生自：	集團內公司			合計 千港元
	間交易產生之 未變現溢利 千港元	超出相關折舊 之折舊免稅額 千港元	其他 千港元	
於2013年4月1日	(707)	464	—	(243)
計入損益	(831)	(61)	(112)	(1,004)
於2014年3月31日	<u>(1,538)</u>	<u>403</u>	<u>(112)</u>	<u>(1,247)</u>
於2014年4月1日	(1,538)	403	(112)	(1,247)
(計入)／扣除至損益	154	(119)	(25)	10
於2015年3月31日	<u>(1,384)</u>	<u>284</u>	<u>(137)</u>	<u>(1,237)</u>
於2015年4月1日	(1,384)	284	(137)	(1,237)
扣除至／(計入)損益	338	(521)	—	(183)
於2016年3月31日	<u>(1,046)</u>	<u>(237)</u>	<u>(137)</u>	<u>(1,420)</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

合併財務狀況表之對賬如下：

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
於合併財務狀況表確認之遞延稅項資產淨額	(1,538)	(1,384)	(1,420)
於合併財務狀況表確認之遞延稅項負債淨額	<u>291</u>	<u>147</u>	<u>—</u>
	<u>(1,247)</u>	<u>(1,237)</u>	<u>(1,420)</u>

(c) 尚未確認的遞延稅項資產及負債

截至2014年、2015年及2016年3月31日，並無重大未確認遞延稅項資產及負債。

20. 資本及儲備

(a) 權益組成部分變動

貴集團合併權益的各組成部分的年初與年末結餘的對賬載於合併權益變動表。

(b) 股本

貴公司於2015年4月17日註冊成立，法定股本為38,000,000股每股面值0.01港元的普通股。

於2015年4月17日，1股股份以繳足股款形式配發及發行予初次認購人。同日，初次認購人轉讓該股份予 **Beatitudes International Limited**，該公司由控股股東全資擁有。

重組於2016年3月31日尚未完成。就此財務資料而言，於2014年、2015年及2016年3月31日的股本即組成 貴集團於各自日期存在的公司的股本總額（經扣除附屬公司之投資後）。

(c) 儲備的性質及目的

(i) 資本儲備

資本儲備因 貴集團所欠其中一名控股股東之債務獲豁免而產生。

(ii) 匯兌儲備

匯兌儲備指因換算外地營運財務報表所產生的所有匯兌差額。該儲備乃根據附註1(r)所載會計政策處理。

(d) 可供分派的保留盈利

貴公司於2015年4月17日註冊成立，於有關期間並無開展任何業務。因此，於2016年3月31日並無任何可供分派予權益擁有人的保留盈利。

(e) 股息

於截至2014年、2015年及2016年3月31日止各年度的股息指於剔除集團內公司間股息後，貴集團目前旗下各公司向控股股東宣派截至2014年、2015年及2016年3月31日止各年度股息。股息率及享有股息的股份總數並無呈列，原因是該資料就本財務資料而言意義不大。

(f) 資本管理

貴集團管理資本的主要目標為保障貴集團繼續持續經營的能力，從而使其能夠繼續為權益擁有人提供回報及為其他利益相關者提供利益，並維持最佳資本結構以降低資本成本。

貴集團積極及定期檢討及管理其資本結構，以維持以較高借貸水平可能取得的較高股東回報與穩健資本狀況提供的優勢及保障之間的平衡，並就經濟狀況的變動對資本結構作出調整。

貴集團參照其債務狀況監察其資本架構。貴集團的策略為保持權益及債務狀況，並確保有充裕營運資金應付其債務責任。於2014年、2015年及2016年3月31日，貴集團總負債對其總資產的比率分別為57%、40%及27%。

貴公司或其任何附屬公司毋須遵守任何外部施加的資本規定。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

21. 按類別劃分的金融工具

下表為於各有關期間末按類別劃分之金融工具賬面值分析：

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
金融資產			
貸款及應收款項			
應收賬款	18,220	24,003	25,196
可退回按金	6,473	7,124	7,470
應收控股股東款項	—	801	—
應收一間關連公司款項	—	38	—
其他應收款項	31	—	—
已抵押銀行存款	504	509	794
現金及現金等價物	31,761	41,287	31,655
	<u>56,989</u>	<u>73,762</u>	<u>65,115</u>
金融負債			
按攤銷成本計量的金融負債			
應付賬款	3,072	2,505	3,134
應計員工成本	3,283	3,831	4,625
其他應計款項及應付款項	546	1,174	1,288
應付股息	18,003	10,000	—
應付控股股東款項	8,283	2,706	—
應付一間關連公司款項	264	—	—
銀行借貸	7,522	15,030	12,850
融資租賃承擔	255	127	62
	<u>41,228</u>	<u>35,373</u>	<u>21,959</u>

22. 金融風險管理及金融工具的公平值

貴集團的主要金融工具包括應收賬款及其他應收款項、已抵押銀行存款、現金及現金等價物、應付賬款及其他應付款項、銀行借貸、融資租賃承擔、應付股息以及應收／付控股股東及一間關連公司款項。該等金融工具的詳情披露於相關附註。與該等金融工具有關的風險及如何緩解該等風險的政策載列於下文。貴集團管理層管理及監察該等風險以確保及時有效的採取恰當措施。

(a) 信貸風險

貴集團的信貸風險主要源於應收賬款及其他應收款項、已抵押銀行存款及銀行現金。管理層已備有一套信貸政策，並持續監察所面臨的信貸風險。

就應收賬款及其他應收款項而言，貴集團對要求信貸超過一定金額的所有客戶及債務人均會進行個別信貸評估。該等評估集中於客戶／債務人過往繳付到期款項之記錄及現時付款之能力，以及考慮到客戶／債務人之具體資料及客戶／債務人營運所在地之經濟環境。

現金乃存放於具有良好信貸評級的金融機構，故貴集團承受之信貸風險限於單一金融機構。鑒於彼等之高信貸評級，管理層不預期任何該等金融機構將無法履責。

附錄一

會計師報告

貴集團的信貸風險主要受各客戶／債務人的特定情況所影響，而非受客戶／債務人經營業務所處的行業或國家所影響，因此，貴集團的重大信貸集中風險主要在貴集團面臨重大個別客戶／債務人風險時產生。於2014年、2015年及2016年3月31日，應收賬款中分別有52%、39%及29%為應收貴集團最大客戶及寄售商款項，而應收賬款中則分別有96%、91%及91%為應收貴集團五大客戶及寄售商的款項。

信貸風險亦集中於應收貴集團控股股東款項。為減低信貸風險，貴集團管理層緊密監察面臨的風險並審核該應收款項的可收回金額，以確保為無法收回的金額作出足夠的減值虧損。就此而言，貴集團董事認為貴集團的信貸風險大幅減少。

貴集團並無提供會令貴集團承受信貸風險的任何擔保。

有關貴集團所面臨產生自應收賬款及其他應收款項的信貸風險所披露的其他量化資料載於附註12。

(b) 流動資金風險

貴集團內個別營運之實體需負責其現金管理，包括現金盈餘之短線投資及籌務貸款以涵蓋預期之現金需求，惟當借貸限額超逾預設的權限水平時，須取得母公司之董事會批准。貴集團之政策為定期監察流動資金需求及其貸款契諾的合規情況，以確保貴集團能從主要金融機構維持充足現金儲備及充足的承擔資金額度，於短期及長期而言，達到流動資金要求。

下表展示於報告期末貴集團非衍生金融負債的餘下合約到期情況，此乃基於合約未貼現現金流出(包括按合約利率計算所得的利息付款，或如為浮息，基於報告期末的當前利率)及貴集團所需支付的最早日期：

	於2014年3月31日					賬面值 千港元
	應要求支付 或1年內	1年以上 2年以內	2年以上 5年以內	5年以上	總計	
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	
應付賬款及其他應付款項	6,901	—	—	—	6,901	6,901
應付股息	18,003	—	—	—	18,003	18,003
應付控股股東款項	8,283	—	—	—	8,283	8,283
應付一間關連公司款項	264	—	—	—	264	264
銀行借貸	7,522	—	—	—	7,522	7,522
融資租賃承擔	137	69	64	—	270	255
	<u>41,110</u>	<u>69</u>	<u>64</u>	<u>—</u>	<u>41,243</u>	<u>41,228</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

	於2015年3月31日					賬面值 千港元
	應要求支付 或1年內	1年以上 2年以內	2年以上 5年以內	5年以上	總計	
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	
應付賬款及其他應付款項	7,510	—	—	—	7,510	7,510
應付股息	10,000	—	—	—	10,000	10,000
應付控股股東款項	2,706	—	—	—	2,706	2,706
銀行借貸	15,030	—	—	—	15,030	15,030
融資租賃承擔	69	64	—	—	133	127
	<u>35,315</u>	<u>64</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>35,379</u>	<u>35,373</u>
	於2016年3月31日					賬面值 千港元
	應要求支付 或1年內	1年以上 2年以內	2年以上 5年以內	5年以上	總計	
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	
應付賬款及其他應付款項	9,047	—	—	—	9,047	9,047
銀行借貸	12,850	—	—	—	12,850	12,850
融資租賃承擔	64	—	—	—	64	62
	<u>21,961</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>21,961</u>	<u>21,959</u>

(c) 利率風險

貴集團利率風險主要來自銀行借貸。按浮動利率發放的銀行借貸令 貴集團承受現金流量利率風險。

貴集團銀行借貸之利率情況如下：

	附註	於3月31日		
		2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
浮息工具				
金融負債 — 銀行借貸	16	<u>(7,522)</u>	<u>(15,030)</u>	<u>(12,850)</u>

於2014年、2015年及2016年3月31日，據估計，倘銀行借貸利率普遍增加／減少100個基點，而所有其他變量維持不變，則 貴集團的年內溢利及保留盈利將分別增加／減少約63,000港元、126,000港元及107,000港元。

上述的敏感度分析指明，假設利率變動已於報告期末發生而產生對 貴集團除稅後溢利（及保留盈利）的年度化影響並已應用於令 貴集團於該日面臨現金流量利率風險的浮動利率工具。分析是於整個有關期間按相同的基準進行。

附錄一

會計師報告

(d) 匯率風險

(i) 承受匯率風險

為作呈列目的，貴集團財務資料乃以港元（「港元」）列示。貴集團旗下其功能貨幣與港元不同的公司已將其財務資料換算為港元以進行合併。

貴集團面臨的匯率風險主要由可產生以外幣（即與交易有關的營運功能貨幣以外的貨幣）計值的應收款項、應付款項及現金結餘的銷售及採購產生。導致該風險的貨幣主要是日元、澳元及人民幣。

下表詳列貴集團於報告期末對以實體相關功能貨幣以外的貨幣計值之已確認資產或負債所承受的貨幣風險。為供呈列用途，承受風險的金額按報告日期即期利率換算成港元列示。

	所承受的外幣風險(以港元表示)								
	於3月31日								
	2014年			2015年			2016年		
日元	澳元	人民幣	日元	澳元	人民幣	日元	澳元	人民幣	
千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
現金及現金等價物	377	6,643	13,158	324	5,634	13,642	345	5,665	41
應付賬款及其他應付款項	—	(3,072)	—	—	(2,429)	—	—	(3,045)	—
已確認資產及負債產生的風險總額	<u>377</u>	<u>3,571</u>	<u>13,158</u>	<u>324</u>	<u>3,205</u>	<u>13,642</u>	<u>345</u>	<u>2,620</u>	<u>41</u>

(ii) 敏感度分析

下表反映在假定所有其他風險變量保持不變情況下，倘貴集團於報告期末有重大風險的外匯匯率已於該日期變動，對貴集團除稅後溢利及保留盈利將會產生的即時變動。

	於3月31日					
	2014年		2015年		2016年	
	外匯匯率增加/(減少)	對除稅後溢利及保留盈利的影響	外匯匯率增加/(減少)	對除稅後溢利及保留盈利的影響	外匯匯率增加/(減少)	對除稅後溢利及保留盈利的影響
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
澳元	5%	149	5%	134	5%	109
	(5)%	(149)	(5)%	(134)	(5)%	(109)
人民幣	5%	549	5%	570	5%	2
	(5)%	(549)	(5)%	(570)	(5)%	(2)
日元	5%	16	5%	14	5%	14
	(5)%	(16)	(5)%	(14)	(5)%	(14)

上表的分析結果代表貴集團各公司按其功能貨幣計量的除稅後溢利及權益按照報告期末匯率換算為港元的即時影響合計，以作呈列用途。敏感度分析假設外幣匯率的變動應用於重新計量貴集團於報告

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

期末持有面臨外幣風險的金融工具，包括以放款人或借款人功能貨幣以外幣種計值的集團內公司間應付及應收款項。此分析不考慮因換算境外營運的財務報表為貴集團列報貨幣所產生的差異。

(e) 並非按公平值計值的金融工具的公平值

貴集團按成本或攤銷成本計值的金融工具的賬面值與其於2014年、2015年及2016年3月31日公平值並無重大差異。

23. 重大關連方交易

於截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度，與以下各方進行的交易或結餘被視為關連方交易：

參與方名稱	與 貴集團的關係
蔡志輝(「蔡先生」)	執行董事及其中一名控股股東
何家敏	執行董事及其中一名控股股東
何俊傑	貴公司執行董事
區俊傑	貴公司執行董事
翹博國際有限公司(「翹博」)	由控股股東實益擁有及控制

(a) 主要管理人員薪酬

於附註7披露之 貴集團主要管理人員薪酬(包括向 貴公司董事支付的金額)載列如下：

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
薪金、工資及其他福利	2,080	1,397	1,563
定額供款退休計劃供款	24	36	36
	<u>2,104</u>	<u>1,433</u>	<u>1,599</u>

薪酬總額計入「員工成本」(見附註5(b))。

附錄一

會計師報告

(b) 財務安排

	附註	於3月31日		
		2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
(應付)／應收一間關連公司款項				
— 翹博國際有限公司	(i), (ii), (iii)	(264)	38	—
(應付)／應收控股股東款項				
— 蔡志輝	(i), (ii), (iii)	(5,242)	(2,706)	—
— 何家敏	(i), (ii), (iii)	(3,041)	801	—
		<u>(8,283)</u>	<u>(1,905)</u>	<u>—</u>

- (i) 該等參與方的未償還結餘為無抵押、免息、非貿易性質及無固定還款年期。
- (ii) 並無就於2015年3月31日的應收一間關連公司款項及應收控股股東款項作出呆壞賬撥備。
- (iii) 截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度的最高未償還應收關連方款項如下：

	截至3月31日止年度 最高未償還結餘		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
應收控股股東款項			
— 蔡志輝	—	—	4,874
— 何家敏	—	801	4,873
應收一間關連公司款項			
— 翹博國際有限公司	—	38	38

附錄一

會計師報告

(c) 其他關連方交易

- (i) 除於財務資料其他部分披露之關連方交易外，貴集團於有關期間與關連方有下列董事認為重大的交易：

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
租金開支	<u>360</u>	<u>360</u>	<u>360</u>

租金開支已根據相關合約條款向翹博支付。董事認為上述交易於日常業務過程中訂立。

- (ii) 應付翹博的經營租賃承擔：

	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
於一年內	90	360	90
於一年後但於五年內	<u>—</u>	<u>90</u>	<u>—</u>
	<u>90</u>	<u>450</u>	<u>90</u>

與翹博有關之租賃初步為期兩年，而有關承擔乃載於附註24。

- (iii) 控股股東已就於截至2014年、2015年及2016年3月31日止年度授予貴集團的銀行融資向銀行提供彼等的個人擔保。有關該等個人擔保的詳情披露於附註16。此外，於2015年及2016年3月31日及截至該日止年度，翹博的物業已抵押予一家銀行以獲取授予貴集團的銀行融資。翹博物業的抵押及個人擔保將於[編纂]時解除。
- (iv) 於2015年7月21日，信基(香港)與控股股東訂立臨時買賣協議，據此，信基(香港)有條件同意按照協議的條款及條件按代價4,300,000港元(經參照該租賃土地及樓宇賬面值按共同協定條款計算)向控股股東出售其賬面值為4,242,000港元的租賃土地及樓宇，出售事項產生視作來自控股股東的貢獻58,000港元。買賣於2015年7月21日完成。於出售日期租賃土地及樓宇的公平市值為9,850,000港元。
- (v) 截至2016年3月31日止年度，貴集團控股股東蔡先生豁免金額約1,488,000港元。款項計入資本儲備，列為控股股東的視作資本出資。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

24. 經營租賃承擔

貴集團作為承租人

於2014年、2015年及2016年3月31日，根據不可撤銷經營租約，應付之未來最低租金總額如下：

	於3月31日		
	2014年	2015年	2016年
	千港元	千港元	千港元
於1年內	14,525	15,286	12,161
1年後但5年內	<u>19,678</u>	<u>8,797</u>	<u>6,430</u>
	<u>34,203</u>	<u>24,083</u>	<u>18,591</u>

貴集團根據經營租賃租用若干物業。該等租賃一般初步為期1至3年不等，於所有條款重新磋商時有權續期。使用該等店鋪之若干租金乃參考年內相關店鋪之收益釐定及若干店鋪之租金乃按照每年固定百分比增加。

25. 出售附屬公司

截至2016年3月31日止年度，信基(香港)訂立一項協議，以1,000新加坡元(相等於5,000港元)代價向信基(新加坡)董事Seen Peng Ying(「買家」)出售其於附屬公司信基(新加坡)的100%股權。出售已於2015年8月31日完成。

	千港元
所出售之附屬公司負債淨額：	
物業、廠房及設備	214
存貨	247
應收賬款及其他應收款項	363
現金及現金等價物	259
其他應計及應付款項	(16)
應付其中一名控股股東款項	<u>(1,785)</u>
	(718)
於出售時解除匯兌儲備	(60)
出售附屬公司所得收益	<u>783</u>
	<u>5</u>
以下列形式支付的總代價：	
現金	<u>5</u>
出售附屬公司所產生的現金流出淨額：	
以現金收取的代價	5
減：所出售現金及現金等價物	<u>(259)</u>
有關出售附屬公司的現金及現金等價物流出淨額	<u>(254)</u>

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

26. 於有關期間已頒布但尚未生效之修訂、新訂準則及詮釋可能產生之影響

截至此財務資料刊發日期，香港會計師公會已頒布下列於有關期間尚未生效且並無於此財務資料中提早採納之下列修訂及新訂準則。該等各項包括可能與 貴集團相關的以下各項。

香港財務報告準則第9號	金融工具 ¹
香港財務報告準則第15號	來自客戶合約的收入 ¹
香港財務報告準則第16號	租賃 ³
香港財務報告準則第11號之修訂	收購合營業務權益會計處理 ²
香港會計準則第1號之修訂	披露動議 ²
香港會計準則第16號及香港會計準則第38號之修訂	澄清折舊及攤銷的可接受方法 ²
香港會計準則第27號之修訂	獨立財務報表權益法 ²
香港財務報告準則第10號、香港財務報告準則第12號及香港會計準則第28號之修訂	投資實體：應用綜合入賬的例外情況 ²
香港財務報告準則第10號及香港會計準則第28號之修訂	投資者與其聯營或合營企業之間的資產出售或注資 ⁴
香港財務報告準則修訂	香港財務報告準則2012年至2014年週期之年度改進 ²

¹ 於2018年1月1日或之後開始的年度期間生效

² 於2016年1月1日或之後開始的年度期間生效

³ 於2019年1月1日或之後開始的年度期間生效

⁴ 於待定日期或之後開始的年度期間生效

香港財務報告準則第9號「金融工具」

香港財務報告準則第9號取代國際會計準則第39號「金融工具：確認及計量」的現有指引。香港財務報告準則第9號載有金融工具分類及計量的經修訂指引，計量金融資產減值的新預期信貸虧損模式及新的一般對沖會計規定。該準則亦繼續採用香港會計準則第39號中的金融工具確認及終止確認指引。

貴集團並不計劃提早採納該準則，且目前正評估該準則對 貴集團的財務狀況及表現帶來的財務影響。然而，於刊發本財務資料之日， 貴集團預期該準則對 貴集團財務狀況及表現並無構成重大影響。

香港財務報告準則第15號「來自客戶合約的收入」

香港財務報告準則第15號已就釐定是否可以確認收入、確認多少收入及何時確認收入建立全面框架。該準則取代現有收入確認指引，包括香港會計準則第18號「收入」、香港會計準則第11號「建造合同」及香港（國際財務報告詮釋委員會）詮釋第13號「客戶忠誠度計劃」。

該準則也包括對何時資本化取得或履行合同的成本的指引（除非另有其他規定），也包括了擴大披露的要求。

該準則提供適用於與客戶所訂立合約之單一模式及確認收入之兩種方法：以一個時點確認或以一段時間確認。此模式之特點為以合約為基準之五個步驟分析交易，以釐定是否可以確認收入、確認多少收入及何時確認收入。

該五個步驟如下：

1. 識別與客戶所訂立的合約
2. 識別合約的履約義務
3. 釐定交易價格
4. 將交易價格分配至合約內的履約義務
5. 當(或按)實體符合履約義務時確認收入

香港財務報告準則第15號亦引入大量定性及定量披露規定，旨在讓財務報表使用者瞭解來自與客戶所訂立合約產生之收入及現金流量之性質、金額、時間及不確定性。

實體可以追溯採用香港財務報告準則第15號，也可以選擇自首次應用日期起調整該日留存收益。過渡期的披露要求依實體所選方法而不同。

貴集團並不計劃提早採納該準則，且目前正評估該準則對貴集團的財務狀況及表現帶來的財務影響。然而，於刊發本財務資料之日，貴集團預期該準則對貴集團財務狀況及表現並無構成重大影響。

香港財務報告準則第16號「租賃」

香港財務報告準則第16號為租賃安排的識別以及承租人及出租人對其處理提供了全面指引。具體而言，香港財務報告準則第16號引入單個承租人會計模式，據此，所有租賃均確認資產及負債，若干例外除外。該準則取代香港會計準則第17號「租賃」及相關詮釋，包括香港(國際財務報告詮釋委員會)詮釋第4號「釐定一項安排是否包含租賃」。

就承租人會計而言，香港財務報告準則第16號引入單一會計模式並規定承租人就為期超過12個月之所有租賃確認資產及負債，除非相關資產為低價值資產。承租人須確認使用權資產(即其使用相關租賃資產之權利)及租賃負債(即其支付租賃款項之責任)。

就出租人會計而言，香港財務報告準則第16號大致轉承了香港會計準則第17號之出租人會計法規定。因此，出租人繼續將其租賃分類為經營租賃或融資租賃，並且對兩類租賃進行不同之會計處理。

誠如上文附註24所載列，貴集團就於2016年3月31日租期超過12個月的商業物業的經營租賃承擔總額為18,591,000港元。貴集團的管理層並不預期，與目前會計政策比較，採納香港財務報告準則第16號對貴集團的業績造成重大影響，惟由於於發表本財務資料日期止該等租賃承擔的若干部分將須於合併財務狀況表確認為使用權資產及租賃負債。

香港財務報告準則及香港會計準則的修訂

本集團已開始評估預期該等修訂於初始採用期間的影響。目前為止，結論為採納該等準則不大可能對財務資料構成重大影響。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄一

會計師報告

27. 有關 貴集團旗下各公司法定財務報表的資料

有關 貴集團目前旗下各公司法定財務報表乃根據適用於註冊成立所在國家的企業的相關會計規則及法規或香港財務報告準則編製，已於有關期間由以下所示各自的法定核數師審核：

公司名稱	財政年度	法定核數師
信基(香港)	截至2014年3月31日止年度 截至2015年3月31日止年度	匯聯會計師事務所有限公司 匯聯會計師事務所有限公司
奇恩天然	截至2014年3月31日止年度 截至2015年3月31日止年度	匯聯會計師事務所有限公司 匯聯會計師事務所有限公司
信基(深圳) (於2015年5月27日解散)	截至2013年及 2014年12月31日止年度	深圳捷信會計師事務所

於本財務資料獲批准日期尚未能提供截至2016年3月31日止年度的該等公司法定財務報表。

於此財務資料的批准日期，概無為 貴公司、信基國際(新加坡)企業有限公司、信基國際(澳門)企業有限公司及澳至尊國際有限公司、Faithfulness International Limited、Gentleness International Limited、Goodness International Limited及Patience International Limited編製經審核財務報表，原因為該等公司為新成立，故仍未編製首次法定審核，或根據註冊成立司法權區的相關規定或法規並無法定審核要求。

28. 直接最終控股方

於2016年3月31日，董事認為貴集團直接母公司為於英屬處女群島註冊成立的Beatitudes International Limited。該實體並無編制財務報表以供公眾使用。 貴集團的最終控股方為蔡志輝先生及何家敏女士。

29. 相關期間後事件

以下重大事件於2016年3月31日後發生：

- (a) 於2016年6月23日， 貴公司附屬公司信基(香港)向其當時股東(亦為控股股東)宣派及支付中期股息7,100,000港元。
- (b) 於2016年6月30日， 貴集團完成重組以使 貴集團架構合理化，從而籌備 貴公司股份於香港聯合交易所有限公司主板[編纂]。有關重組之進一步詳情載於文件「歷史、重組及公司架構」一節。由於進行重組， 貴公司成為 貴集團的控股公司。

(c) 於2016年7月20日，貴公司唯一股東通過書面決議案批准文件附錄四「法定及一般資料」所載事宜。謹此議決(其中包括)：

(i) 增加法定股本

透過增設額外1,962,000,000股每股面值0.01港元的普通股，貴公司的法定股本由380,000港元分為38,000,000股每股面值0.01港元的普通股增至20,000,000港元分為2,000,000,000股每股面值0.01港元的普通股，各股份在各方面與當時已發行普通股擁有同等權益(「增加法定股本」)；及

(ii) 資本化發行

增加法定股本且待貴公司股份溢價賬因文件「股本」一節所述貴公司普通股[編纂]而進賬後，貴公司董事獲授權將貴公司股份溢價賬的進賬額5,624,900港元撥充資本，並將該款項撥至股本，按面值全數繳足562,490,000股普通股，以按於2016年7月20日營業時間結束時名列貴公司於開曼群島股東名冊總冊的人士當時於貴公司持股量的比例(盡可能以最接近整數者，不計及任何零碎股份)向彼等配發及發行該等股份，該等股份在各方面與當時現有已發行普通股享有同等權益，且貴公司董事獲授權使該資本化生效。

C. 後期財務報表

貴公司及其附屬公司概無就於2016年3月31日以後的任何期間編製任何經審核財務報表。

此 致

澳至尊國際控股有限公司
列位董事

豐盛融資有限公司 台照

國富浩華(香港)會計師事務所有限公司
香港執業會計師

邱學雄
執業證書編號P04911

2016年7月28日

匯聯會計師事務所有限公司
香港執業會計師

顏興漢
執業證書編號P05294

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄二

未經審核備考財務資料

本附錄所載資料並不構成本文件附錄一所載本公司聯席申報會計師香港執業會計師國富浩華(香港)會計師事務所有限公司及匯聯會計師事務所有限公司編製的會計師報告的一部分，收錄於此乃僅供說明。

未經審核備考財務資料須連同本文件「財務資料」一節及本文件附錄一所載會計師報告一併閱讀。

A. 未經審核備考經調整合併有形資產淨值

以下本公司股權持有人應佔未經審核備考經調整合併有形資產淨值乃根據上市規則第4.29條編製，僅供說明用途，且出於其假設性質，其未必能真實反映[編纂]後本公司股權持有人應佔合併有形資產淨值。以下本公司股權持有人應佔未經審核備考經調整合併有形資產淨值乃為說明假設[編纂]於2016年3月31日完成的情況下，[編纂]對本公司股權持有人應佔合併有形資產淨值構成的影響(摘錄自會計師報告，其全文載於本文件附錄一)而載列，並按下文所述進行調整。本公司股權持有人應佔未經審核備考經調整合併有形資產淨值並不構成會計師報告一部分。

	於2016年 3月31日 本公司股權持 有人應佔合併 有形資產淨值	[編纂]估計[編 纂]淨額	本公司股權 持有人應佔 未經審核備考 經調整合併 有形資產淨值	本公司股權持 有人應佔每股 未經審核備考 經調整合併 有形資產淨值
	千港元 (附註1)	千港元 (附註2)	千港元	港元 (附註3)
按[編纂]每股股份[編纂]港元...	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
按[編纂]每股股份[編纂]港元...	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 於2016年3月31日本公司股權持有人應佔合併有形資產淨值乃根據會計師報告所示於2016年3月31日本公司股權持有人應佔合併淨資產約[編纂]港元釐定，會計師報告全文載於本文件附錄一。
- (2) [編纂]估計[編纂]淨額是以[編纂]及估計[編纂]分別為[編纂]港元及[編纂]港元(即[編纂]範圍的下限及上限)為基準，並已扣減本公司應付的[編纂]費用及其他相關開支，且並無計及超額配股權獲行使後可能發行的任何股份。
- (3) 每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值是就應付本公司的[編纂]估計[編纂]淨額作出調整後(如上文附註(2)所述)，假設[編纂]於2016年3月31日完成，以已發行股份總數[編纂]股(包括截至本文件日期已發行

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄二

未經審核備考財務資料

的股份及該等根據[編纂]及資本化發行而將予發行的股份)為基礎計算，且並無計及超額配股權獲行使後可能提呈發售的任何股份。

- (4) 概無對未經審核備考經調整有形資產淨值作出調整以反映本集團於2016年3月31日後的任何經營業績或於該日後訂立的其他交易。此外，本公司持有人應佔的未經審核備考經調整合併有形資產淨值不計及於2016年6月23日宣派及支付的中期股息7,100,000港元。倘計及該股息，未經審核備考經調整合併有形資產淨值應分別約為[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)及約[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)，而每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值應分別為[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)及[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂]港元)。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄二

未經審核備考財務資料

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄二

未經審核備考財務資料

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄二

未經審核備考財務資料

[編纂]

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

下文載列本公司組織章程大綱及章程細則若干條文及開曼群島公司法若干方面的概要。

本公司於2015年4月17日根據開曼群島公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本公司的組織章程文件包括其經修訂及重列的組織章程大綱(「大綱」)及其經修訂及重列的組織章程細則(「細則」)。

1. 組織章程大綱

(a) 大綱規定(其中包括)本公司股東承擔的責任屬有限，而本公司的成立宗旨並無限制(因此包括作為一間投資公司)，且本公司擁有並能夠隨時或不時以作為主事人、代理、訂約人或其他身份，行使可由一個自然人或法人團體行使的任何及全部權力，而因本公司為獲豁免公司，故本公司將不會在開曼群島與任何人士、商號或公司進行交易，惟為促進本公司在開曼群島以外地區進行的業務者則除外。

(b) 本公司可藉特別決議修改大綱所載的有關任何宗旨、權力或其他事宜的內容。

2. 組織章程細則

細則已於2016年7月20日獲有條件採納並於[編纂]生效。細則若干條文的概要載列如下。

(a) 股份

(i) 股份類別

本公司股本包括普通股。

(ii) 更改現有股份或股份類別的權利

在開曼群島公司法的規限下，倘本公司股本在任何時候被分為不同類別股份，任何股份類別所附有的一切或任何特別權利(除非該類別股份的發行條款另有規定)，可由該類別已發行股份面值不少於四分之三的持有人書面同意，或經由該類別股份持有人另行召開股東大會通過特別決議批准而作出更改、修改或廢除。細則內有關股東大會的條文經必要變通後將適用於各另行召開的股東大會，惟除續會外，所需法定人數不得少於兩名合共持有(或倘股東為公司，則其正式授權代表)或由受委代表持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士。該類別股份的每名持有人均應有權於投票表決時就其所持每股股份投一票，而任何親身或由受委代表出席大會的該類別股份的持有人均可要求以投票方式表決。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

除非有關股份的發行條款所附帶的權利另行明文規定，否則賦予任何股份或類別股份持有人的任何特別權利不得因增設或發行與該等股份享有同等權益位的額外股份而被視為已予更改。

(iii) 股本變更

本公司可藉其股東通過普通決議以：(a)透過增設其認為適當數目的新股份增加其股本；(b)將其全部或任何股本合併或拆細為面額高於或低於其現有股份的股份；(c)將其未發行股份拆細成數個類別，並附帶任何優先、遞延、合資格或特別權利、特權或條件；(d)將其股份或任何該等股份分拆為面額低於大綱所指定的股份；(e)註銷任何在決議日期尚未獲任何人士承購或同意承購的股份，並按註銷股份的面額削減其股本數額；(f)就配發及發行不附帶任何表決權的股份作出規定；(g)更改其股本面額的幣值；及(h)通過法律許可的任何方式並在法律規定的任何條件的規限下削減其股份溢價賬。

(iv) 股份轉讓

在開曼群島公司法及香港聯合交易所有限公司（「聯交所」）規定的規限下，所有股份轉讓須以一般或常用格式或董事會可批准的其他格式的轉讓書辦理，該轉讓書可以親筆簽署，或倘轉讓人或承讓人為結算所或其代名人，則可以加親筆簽署或蓋機印簽署，或以董事會可不時批准的有關其他方式簽署。

轉讓書須由轉讓人及承讓人或彼等的代表簽立，惟董事會可豁免轉讓人或承讓人簽立轉讓書或接納機印簽立轉讓書。而在承讓人的名稱就該股份載入本公司的股東名冊前，轉讓人仍須被視為股份持有人。

董事會可全權酌情隨時及不時將股東名冊總冊的任何股份移往任何股東名冊分冊，或將任何股東名冊分冊的任何股份移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。除董事會另行同意外，股東名冊總冊的股份不得移往任何股東名冊分冊，而任何股東名冊分冊的股份亦不得移往股東名冊總冊或任何其他股東名冊分冊。所有的移送及其他所有權文件須送交登記。倘股份在任何股東名冊分冊登記，則須在有關登記處辦理；倘股份在股東名冊總冊登記，則有關登記須在存放股東名冊總冊的地點辦理。

董事會可全權酌情拒絕登記轉讓任何股份（並非繳足股份）予未經其批准的人士，或拒絕登記轉讓本公司擁有留置權的任何股份（並非繳足股份）。董事會亦可拒絕為根據任何購股權計劃發行且仍受該計劃限制轉讓的任何股份辦理轉讓登記手續，或拒絕轉讓任何股份予超過四名聯名持有人。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

除非已向本公司支付特定費用(最高為聯交所可釐定的有關應付金額上限)、轉讓書已妥為蓋上釐印(倘適用)並僅涉及一種類別的股份，且連同有關股票以及董事會可合理要求可證明轉讓人進行股份轉讓的權利(及倘轉讓書由若干其他人士代表轉讓人簽立，則證明該人士獲授權簽立)的有關其他證明文件送交相關登記處或存置股東名冊總冊的地點，否則董事會可拒絕承認任何轉讓書。

在上市規則的規限下，董事會可在其決定之有關時間或有關期間內暫停辦理股份過戶登記手續，惟每年合共不得超過30天。

繳足股份概不附帶任何轉讓限制(聯交所許可者除外)，以及不附帶任何留置權。

(v) 本公司購買其本身股份的權力

本公司可在若干限制的規限下購買其本身股份，惟受細則不時訂立的任何適用規定或聯交所及／或香港證券及期貨事務監察委員會不時頒布的任何守則、規則或規例所規限，董事會僅可代表本公司行使該權力。

倘本公司就贖買而購回可贖回股份時，非經市場或非以競價方式作出的購買須以最高價格為限；而倘以競價方式購買，則競價須全體股東均可參與競價。

(vi) 本公司任何附屬公司擁有本公司股份的權力

細則並無關於附屬公司擁有本公司股份之條文。

(vii) 催繳股份及沒收股份

董事會可不時在其認為適當的情況下就股東所持股份分別向彼等催繳尚未繳付的任何款項(無論按股份的面值或以溢價形式計算)，而不按照該等股份配發條件於所定時間作出還款。催繳股款可一次付清，亦可分期付款。倘任何催繳股款或分期股款在指定付款日期或之前尚未繳付，則欠款人士須按董事會釐定的有關利率(不超過年息20厘)支付由指定付款日期起至實際付款日期止有關款項的利息，但董事會可豁免繳付全部或部分有關利息。倘董事會認為適當，其可接受任何希望提前支付上述款項(不論是以貨幣或等值物支付)的股東就其所持有的任何股份所應付的所有或任何部分未催繳及未支付股款或分期股款，而本公司可就據此獲提前支付的所有或任何款項支付利息，有關利率(如有)可由董事會決定(不超過年息20厘)。

如有股東未能於指定付款日期支付任何催繳股款或催繳股款的任何分期付款，董事會可在被催繳股款的任何部分或分期股款仍未支付期間向該股東發出不少於14天的通知，要求其支付未付的催繳股款或分期股款，連同任何已累計利息以及繼續累計至實際付款日期為止的利

息。該通知應指定另一日期(至少在通知發出之日起計14天屆滿後)，規定在該日或之前須繳付款項，並應指明付款地點。通知亦應說明，如果未於指定時間或之前付款，則涉及催繳股款的股份將會被沒收。

如果未遵從任何有關通知中的規定，則該通知所涉及的任何股份可於其後任何時候，在支付通知所要求的款項之前，經董事會通過決議沒收。該沒收將包括就被沒收股份宣派但在沒收前實際並未支付的所有股息及紅利。

股份已被沒收之人士將不再為被沒收股份的股東，但儘管股份已被沒收，其仍應有責任向本公司支付其於沒收當日就該等股份應付予本公司的所有款項，連同(倘董事會酌情要求)從沒收當日至支付日期間就其產生的利息，有關利率按董事會規定計算(不超過年息20厘)。

(b) 董事

(i) 委任、退任及罷免

董事會有權隨時或不時委任任何人士為董事，以填補董事會臨時空缺或增加現有董事會人數，惟須受股東於股東大會上可能釐定的任何董事人數上限(如有)所規限。任何就此獲委任以填補臨時空缺的董事任期僅至其獲委任後的本公司首屆股東大會為止，屆時須於有關大會上重選連任。任何就此獲委任以增加現有董事會人數的董事任期僅至其獲委任後的本公司首屆股東周年大會為止，並符合資格於有關大會上重選連任。於釐定董事或將於股東周年大會上輪值退任的董事數目時，任何就此獲董事會委任的董事不得計算在內。

於每屆股東周年大會上，當時在任的三分之一董事須輪值退任。然而，倘董事人數並非為三的倍數，則退任董事人數為最接近但不少於三分之一的人數。每年退任的董事應為自彼等上次重選或獲委任起計任期最長者，惟倘不同人士於同日成為或於上次獲重選為董事，則以抽籤決定何者退任(除非彼等私下另有協定)。

任何非退任董事的人士概無資格於任何股東大會上參與董事職務的選舉(獲董事會推薦參選者除外)，除非有意提名該人士參選董事的書面通知，以及被提名的人士表明願意參選的書面通知已送交至本公司的總辦事處或登記處。提交該等通知的期間將不早於寄發有關大會通知的翌日開始，並在不遲於該大會日期前七天完結，而可提交該等通知的最短期間必須至少為七天。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

董事毋須以任何合資格的方式持有本公司任何股份，亦無任何有關加入董事會或退任董事職位的特定年齡上限或下限。

本公司可通過普通決議罷免任何任期仍未屆滿的董事（惟不妨礙有關董事就其與本公司所訂立任何合約遭違反而可能提出的任何索償），且本公司可通過普通決議委任另一名人士填補有關空缺。任何就此獲委任的董事須遵守「輪值退任」條文。董事人數不得少於兩名。

倘出現下列情況，董事須被撤職：

- (aa) 辭任；
- (bb) 身故；
- (cc) 被宣布屬精神不健全，且董事會議決將其撤職；
- (dd) 破產或接獲接管令，或暫停付款或與其債權人全面訂立債務重整協議；
- (ee) 彼因法律施行而被禁止或不再出任董事；
- (ff) 未獲特別許可而連續六個月缺席董事會會議，且董事會議決將其撤職；
- (gg) 有關地區（定義見細則）的證券交易所要求終止其董事職務；或
- (hh) 被董事所需過半數或根據細則免除董事職務。

董事會可不時委任一名或多名成員出任董事總經理、聯席董事總經理或副董事總經理或擔任本公司任何其他職位或行政職位，有關任期及有關條款概由董事會釐定，且董事會可撤回或終止任何該等委任。董事會亦可將其任何權力授予董事會認為適當的由有關董事或其他人士所組成的委員會，並可不時撤銷該項授權或撤銷委任及解散任何該等委員會（不論全部或部分及就人士或目的而言），惟所組成的每個委員會在行使被授予的權力時，須遵守董事會不時對其施行的任何法規。

(ii) 配發及發行股份及認股權證的權力

在開曼群島公司法、大綱及細則條文的規限下，並在不損害任何股份或類別股份持有人獲賦予的任何特權的情況下，任何股份均可在附帶本公司通過普通決議決定（如無任何決定或倘無作出特別規定，則由董事會決定）的有關權利或限制（不論在股息、投票、發還資本或其他方

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

面)下發行。本公司可在任何股份的發行條款中訂明，一旦發生某特定事件或於指定日期後，本公司或股份持有人可選擇贖回股份。

董事會可根據其不時決定的條款發行可認購本公司任何類別股份或其他證券的認股權證。

如認股權證屬不記名認股權證，若遺失證書，概不補發，除非董事會在無合理疑點的情況下信納原有證書已被銷毀，且本公司已就發出任何該等補發證書獲得董事會認為形式適當的彌償。

在開曼群島公司法、細則及(倘適用)有關地區(定義見細則)內任何證券交易所規則條文的規限下，且在不影響任何股份或任何股份類別當時所附帶的任何特別權利或限制的情況下，本公司所有未發行股份均由董事會處置，董事會可全權酌情決定向其認為適當的人士、按有關時間、代價、條款及條件提呈、配發、授予期權，或以其他方式處置該等未發行股份，但前提是不得折讓發行任何股份。

在配發、提呈發售、就此授出購股權或出售股份時，倘董事會認為如不辦理註冊聲明或其他特別手續，而向登記地址位於任何特定地區或多個地區的股東或其他人士作出任何有關配發、提呈發售、授出購股權或出售股份即屬或可能屬違法或不可行，則本公司及董事會均無責任進行上述行為。然而，因上述者而受影響的股東，不論就任何目的而言，概不屬且不被視為另一類別股東。

(iii) 出售本公司或其任何附屬公司資產的權力

由於細則並無載列關於出售本公司或其任何附屬公司資產的明確條文，董事會可行使及作出本公司可行使或作出或批准的一切權力、行動及事宜，而並非細則或開曼群島公司法規定須由本公司於股東大會上行使或作出的權力、行動及事宜，惟倘本公司於股東大會上規管該等權力或行動，則有關規例不得使董事會先前在該規例訂定前屬有效的任何行動失效。

(iv) 借貸權力

董事會可行使本公司的全部權力籌集或借入資金，以及將本公司所有業務、財產及未催繳資本或其中任何部分按揭或抵押，並可在開曼群島公司法的規限下發行本公司的債權證、債權股證、債券及其他證券(不論直接地或以作為本公司或任何第三方的任何債項、責任或義務的附屬抵押品方式)。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

(v) 酬金

董事有權收取由董事會或本公司(視具體情況而定)在股東大會上不時釐定的金額，作為彼等服務的一般酬金。除非另有釐定該金額的決議指示，否則金額將按董事同意的比例及方式在各董事之間分配，或倘並未獲有關同意，則在彼等之間平均分配，或倘任何董事的任期僅為應付酬金的期間內的某一段時間，該董事須按有關比例收取酬金。董事亦應有權報銷所有因出席任何董事會會議、委員會會議或股東大會或因執行其董事職責而以其他方式合理產生的開支。該等酬金應為董事因擔任本公司任何受薪職位或職務而有權就有關職位或職務收取的酬金以外的酬勞。

倘任何董事應本公司要求履行董事會認為超逾董事一般職責的服務，則董事會可決定向該董事支付有關特別或額外酬金，作為該名董事在其一般酬金以外的額外或替代酬勞。獲委任為董事總經理、聯席董事總經理、副董事總經理或其他行政人員的執行董事可收取董事會可不時釐定的有關酬金以及其他福利及津貼。該等酬金為董事一般酬金以外的酬勞。

董事會可自行或與本公司的附屬公司或與本公司有業務聯繫的公司共同合作或協定設立，或自本公司撥款至任何計劃或基金，向本公司僱員(於本段及下段所使用的該詞應包括於本公司或其任何附屬公司擔任或曾擔任任何行政職位或任何有酬職位的任何董事或前任董事)及前僱員及彼等的受養人或任何一個或多個類別的有關人士提供退休金、醫療津貼或撫恤金、人壽保險或其他福利。

董事會亦可向僱員及前任僱員及彼等的受養人或任何該等人士支付、訂立協議(不論是否受任何條款或條件所規限)支付或授出可撤回或不可撤回的退休金或其他福利，包括該等僱員或前任僱員或彼等的受養人根據上述任何有關計劃或基金所享有或可能享有者(如有)以外的退休金或福利。倘董事會認為該等退休金或福利屬合適，可在僱員實際退休前、預計退休時或在實際退休時或實際退休後隨時授予僱員。

(vi) 離職補償或付款

支付任何現任董事或前任董事作為其離職補償或作為其退任代價或有關其退任的款項(董事按合約或法定規定有權收取的款項除外)必須經本公司在股東大會上批准。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

(vii) 向董事提供貸款及貸款抵押

本公司不得直接或間接向董事或本公司任何控股公司的董事或彼等各自的任何緊密聯繫人提供貸款，就任何人士向董事或本公司任何控股公司的董事或彼等各自的任何緊密聯繫人所提供的貸款訂立任何擔保或提供任何抵押，或（倘任何一名或以上董事共同或個別或直接或間接持有另一間公司的控股權益）向該另一間公司提供貸款或就任何人士向該另一間公司所提供的貸款訂立任何擔保或提供任何抵押。

(viii) 披露與本公司或其任何附屬公司所訂合約中的權益

董事可於任期內兼任本公司的任何其他職位或有酬職務（本公司核數師一職除外），其任期及條款由董事會釐定，並可在任何其他細則所規定或據此享有的任何酬金以外，就出任該其他職位或有酬職務以任何形式收取額外酬金。董事可於本公司擁有權益的任何其他公司作為或出任董事、高級人員或股東，且毋須就其作為該其他公司的董事、高級人員或股東而收取的任何酬金或其他利益而向本公司或股東交待。董事會亦可安排由本公司持有或擁有的任何其他公司的股份賦予的表決權，依據其認為合適的方式在各方面行使，包括行使該表決權贊成任何有關委任本公司董事或任何該等董事出任該其他公司的董事或高級人員的決議。

董事或候任董事毋須因其董事職位而喪失與本公司訂立合約的資格，而任何有關合約或任何董事以任何方式於其中擁有權益的任何其他合約或安排亦毋須被撤銷，任何董事亦毋須僅因其擔任該職位或因該職位而負有的誠信責任而導致訂有上述合約或擁有上述權益而就任何有關合約或安排所產生的任何溢利向本公司交代。倘董事以任何形式於與本公司訂立的合約或安排或建議訂立的合約或安排中擁有重大權益，該董事須於實際可行的情況下在最早召開董事會會議中申報其權益性質。

本公司無權因直接或間接在任何股份中擁有權益的一名或多名人士未能向本公司披露其權益，而凍結或以其他方式損害任何股份附帶的任何權利。

董事不得就彼或其任何緊密聯繫人士擁有重大權益的任何合約、安排或建議的任何董事會決議進行投票或計入法定人數內，而倘其進行投票，則其對該項決議的票數將不予計算，亦不會被計入法定人數內，但該項禁制不適用於任何下列事項：

- (aa) 就董事或其緊密聯繫人士應本公司或其任何附屬公司的要求或為本公司或其任何附屬公司的利益借出款項或招致或承擔的債務，向該董事或其緊密聯繫人士作出的任何抵押或彌償保證；

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

- (bb) 就董事或其緊密聯繫人士因本公司或其任何附屬公司的債務或責任根據一項擔保或彌償保證或透過作出抵押個別或共同承擔全部或部份責任，而向第三方作出任何抵押或彌償保證；
- (cc) 涉及提呈發售本公司或本公司可能發起或於其中擁有權益之任何其他公司之股份、債權證或其他證券以供認購或購買之任何建議，而董事或其緊密聯繫人士在提呈發售建議之包銷或分銷中以參與者身份擁有權益或將予擁有權益；
- (dd) 任何涉及本公司或其任何附屬公司僱員福利的建議或安排，包括採納、修改或執行以下任何一項：(i)董事或其緊密聯繫人士可能從中獲益的任何僱員股份計劃或任何股份獎勵或購股權計劃；或(ii)任何與本公司或其任何附屬公司的董事、其緊密聯繫人士及僱員有關的公積金或退休、身故或傷殘福利計劃，且並無給予任何董事或其緊密聯繫人士任何與該計劃或基金有關的各類人士一般所未獲賦予的特權或利益；及
- (ee) 董事或其緊密聯繫人士僅因其於本公司的股份、債權證或其他證券擁有權益，而與本公司股份、債權證或其他證券的其他持有人以相同方式擁有權益的任何合約或安排。

(ix) 董事會程序

倘董事會認為適當，可在世界上任何地方舉行會議以處理事務、將會議延期及以其他方式規管會議。在任何會議上提出的問題，須由大多數票決定。倘票數相同，則會議主席有權投第二票或決定票。

(c) 修訂組織章程文件及本公司名稱

於開曼群島法律准許的範圍內及在細則的規限下，本公司僅可通過特別決議所授批准更改或修訂本公司的大綱及細則以及更改本公司名稱。

(d) 股東大會

(i) 特別及普通決議

本公司的特別決議必須在正式發出訂明擬提呈決議為特別決議的通告的股東大會上由親身或由受委代表出席並有權投票的股東或(倘股東為公司)由其正式授權代表或(倘允許受委代表)由受委代表以不少於四分之三的大多數票通過。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

根據開曼群島公司法，本公司須於任何特別決議通過後15天內，將其副本送呈開曼群島公司註冊處處長。

「普通決議」則指有權親身出席股東大會並投票的本公司股東或(倘股東為公司)其正式授權代表或(倘允許受委代表)受委代表以過半數票通過的決議，而大會通告已正式發出。

由全體股東或其代表簽署的書面決議，將被視為於正式召開及舉行的本公司股東大會上正式通過的普通決議(及倘在適用情況下，為以上述方式獲通過的特別決議)。

(ii) 表決權及要求投票表決的權利

在任何一個類別或多個類別的股份當時所附帶有關投票表決的任何特別權利、限制或特權的規限下，於任何股東大會：(a)如以投票方式表決，則每名親身或由受委代表出席或(倘股東為公司)由其正式授權代表出席的股東每持有一股於本公司股東名冊上以其名義登記的繳足或入賬列作繳足股份可投一票(惟催繳股本或分期付款前繳足或入賬列作繳足的股份金額不能就此目的視為股份繳足金額)；及(b)如以舉手方式表決，則每名親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表出席的股東可投一票。倘股東為結算所(定義見細則)或其代名人，並委任一名以上的受委代表，則每名受委代表於舉手表決時均可投一票。在投票表決時，凡有權投多於一票的股東毋須盡投其選票或以同樣方式投下所有選票。

於任何股東大會所提呈表決的決議均以投票方式進行表決(會議主席可根據上市規則允許決議以舉手方式表決除外)。倘允許以舉手方式表決，在以舉手方式表決的結果宣布前或當時可按下列人士(在各情況下按親身或由受委代表或正式授權公司代表出席的股東)要求以投票方式表決：

- (A) 最少兩名股東；
- (B) 任何一名或多名股東，其所持投票權不少於有權在大會上投票的全體股東的總投票權的十分一；或
- (C) 一名或多名股東，其所持有賦予權利可在大會上投票的本公司股份的繳足總金額合共不少於所有賦予該權利的股份的繳足總金額的十分一。

倘本公司股東為結算所或其代名人，則該股東可授權其認為適當的人士作為其在本公司任何大會或本公司任何類別股東大會的代表，惟倘授權予超過一名人士，則有關授權須列明每名獲授權人士所代表的股份數目及類別。根據本條文獲授權的人士應被視為毋須進一步事實證明而獲正式授權並有權代表結算所或其代名人行使其相同權利及權力(包括個別以舉手方式表決的權利)，猶如其為個人股東。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

倘本公司知悉，上市規則規定任何股東須就任何個別決議放棄投票，或限制其僅可就任何個別決議投贊成票或反對票，則該名股東或其代表違反該規定或限制所投的任何票數將不予點算。

(iii) 股東周年大會

除本公司採納細則的年度外，本公司必須每年舉行一次股東周年大會。有關大會須不得遲於上屆股東周年大會舉行後15個月內，或聯交所可能許可的較長期間，於董事會可能釐定的有關時間及地點舉行。

(iv) 會議通告及議程

本公司的股東周年大會須於發出最少21天書面通知後召開，而本公司任何其他股東大會則須於發出最少14天書面通知後召開。該通告不包括送達或被視為送達通知當日，亦不包括發出通知當日，且須列明會議的時間、地點及議程，以及將於該大會上審議的決議詳情，如要處理特別事項，則須列明該事項的一般性質。

除另行列明者外，任何根據細則將予發出或印發的通告或文件(包括股票)均須採用書面形式，並可由本公司親自、以郵寄方式按有關股東的登記地址，或(倘屬通告)以在報章刊登廣告的方式，送達予任何股東。任何登記地址位於香港以外地區的股東，可書面知會本公司一個香港地址，而該地址就此而言將被視為其登記地址。在開曼群島公司法及上市規則的規限下，本公司亦可以電子方式向任何股東送達或寄發通告或文件。

儘管本公司可於較上述者為短的時間通知召開大會，惟倘獲以下股東同意，則有關大會可被視作已正式召開：

- (i) 倘屬股東周年大會，獲全體有權出席該大會並於會上投票的本公司股東同意；及
- (ii) 倘屬任何其他大會，獲大多數有權出席該大會並於會上投票的股東(即合共持有本公司總投票權不少於95%的大多數股東)同意。

於股東特別大會上處理的所有事項須被視為特別事項。於股東周年大會上處理的所有事項亦須被視為特別事項，惟若干日常事項則被視為普通事項。

(v) 會議及獨立類別大會的法定人數

除非於大會處理事項時及直至大會結束時出席大會人數達到法定人數，否則不得於任何股東大會上處理任何事項。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

股東大會的法定人數應為兩名親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表出席並有權投票的股東。就召開批准修改類別權利的獨立類別大會(不包括續會)而言，所需法定人數須為兩名持有或由受委代表代其持有該類別已發行股份面值不少於三分之一的人士。

(vi) 受委代表

任何有權出席本公司大會及於會上投票之本公司股東，均有權委任另一名人士作為受委代表代其出席大會及投票。持有兩股或以上股份的股東可委任一名以上受委代表作其代表並於本公司股東大會或類別股東大會代其投票。受委代表毋須為本公司股東，並應有權代表個人股東行使權力，該等權力與所代表的股東可行使的權力相同。此外，受委代表有權代表公司股東行使權力，該等權力與所代表的股東倘屬個人股東時所能行使的權力相同。以投票或舉手方式表決時，股東可親身(或倘股東為公司，則由其正式授權代表)或由受委代表代其投票。

委任受委代表的文件須由委任人或其正式書面授權代理人親筆簽署，或倘該委任人為公司，則須加蓋印章或由正式授權高級人員或代理人親筆簽署。各委任受委代表的文件(無論供特定大會或其他大會之用)的格式須符合董事會可不時批准者，惟不排除使用雙向格式。任何向股東發出以供其委任受委代表出席處理任何事務的股東特別大會或股東周年大會並於會上投票的表格應當讓股東按其意願指示受委代表對處理任何該等事務的每一決議投贊成票或反對票(或在無指示的情況下，行使其酌情權)。

(e) 賬目及審核

董事會須安排妥善保存賬冊，記錄本公司收支款項及本公司資產及負債，以及開曼群島公司法所規定對於真實公平地反映本公司事務狀況、顯示及解釋其交易屬必要的其他一切事項(包括公司所有貨品買賣)。

本公司賬冊須存置在本公司總辦事處或董事會決定的其他一個或多個地點，並可隨時供任何董事查閱。除獲開曼群島公司法授權、具有司法權力的法院頒令或經董事會或本公司於股東大會上授權者外，任何股東(董事除外)概無權查閱本公司任何賬目、賬冊或文件。

於股東周年大會日期前不少於21天，董事會須不時安排編製及於其股東周年大會上向本公司提呈資產負債表及損益賬(包括法律規定於其中附錄的每份文件)，連同董事會報告書及核數師報告的

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

副本。該等文件的副本連同股東周年大會通告須於大會日期前不少於21天，送交根據細則的條文有權接收本公司股東周年大會通知的每名人士。

在有關地區(定義見細則)證券交易所規則的規限下，本公司可向根據有關地區證券交易所規則已同意並選擇收取財務報表概要以代替詳盡財務報表的股東寄發財務報表概要。財務報表概要必須附有有關地區證券交易所規則規定的任何其他文件，且必須於股東大會日期前不少於21天一併寄發予已同意並選擇收取財務報表概要的該等股東。

本公司須委任核數師，任期至下屆股東周年大會結束為止，有關委任的條款及職責可由董事會協定。核數師酬金須由本公司於股東大會或由董事會(倘獲股東授權)釐定。

核數師須按照香港公認會計原則、國際會計準則或聯交所可批准的其他準則審核本公司的財務報表。

(f) 股息及其他分派方式

本公司可於股東大會中宣布以任何貨幣將派發予股東的股息，惟所宣派的股息不得超過董事會建議的金額。

除任何股份所附的權利或發行條款另有規定外：

- (i) 所有股息須按派息股份的繳足股款宣派及派付，惟就此而言，在催繳前已就股份所繳足的股款將不會被視為股份的繳足股款；
- (ii) 所有股息的分配及支付，均應按就該等股份在有關派息期間任何一段或多段時間內所繳足的股款比例而作出；及
- (iii) 董事會可從應付任何股東的任何股息或其他款項中，扣除該股東目前因催繳股款、分期股款或其他原因而應付本公司的所有款項(如有)。

倘董事會或本公司於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可議決：

- (aa) 以配發入賬列作繳足股份的方式支付全部或部分股息，惟有權獲派股息的股東可有權選擇收取該等現金股息(或其中部分)，以代替有關配股；或

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

(bb) 有權收取該股息的股東將有權選擇收取獲配發入賬列作繳足的股份，以代替收取董事會可能認為適當的全部或部分股息。

本公司亦可根據董事會提出的建議通過一項就本公司任何一次特定股息的普通決議，決定可全部以配發入賬列作繳足股份的形式支付，而不給予股東選擇以現金來代替有關配股收取有關股息的權利。

向股份持有人以現金支付的任何股息、紅利或其他應付款項，均可以支票或股息單支付，並郵寄予持有人。每張寄出的支票或股息單均以其收件人為抬頭人，郵誤風險概由有關持有人或聯名持有人承擔，且有關支票或股息單一經銀行兌現，本公司的責任即獲充分解除。兩名或以上聯名持有人當中任何一名人士可就該等聯名持有人所持股份有關的任何應付股息或其他款項或可分配財產發出有效收據。

倘董事會或本公司已於股東大會上議決派付或宣派股息，董事會可進一步議決以分派任何種類的指定資產支付全部或部分該等股息。

如果董事會認為適當，其可接受任何希望提前支付上述款項（不論是以貨幣還是貨幣等值物）的股東就其所持有的任何股份所應付的所有或任何部分未催繳及未支付股款或分期股款；在所有或任何該等提前付款作出後，本公司可就其支付利息，其利率（如有）可由董事會決定（不超過年息20厘）。但提前支付催繳股款不應使股東有權就催繳前已提前付款的股份或其有關部分收取其後宣派的任何股息或行使任何其他股東權利或特權。

於宣派後一年仍未獲領取的所有股息、紅利或其他分派或會由董事會為本公司利益用作投資或其他用途，直至該等股息、紅利或其他分派獲領取為止，而本公司概不會成為有關股息、紅利或其他分派的受託人。董事會可沒收於宣派六年後仍未獲領取的所有股息、紅利或其他分派，並將該等股息、紅利或其他分派撥歸本公司所有。

本公司就任何股份應付的股息或其他款項概不附息。

倘股息支票或股息單連續兩次未獲兌現，或該支票或股息單在首次未能送遞收件人而被退回後，本公司可行使其權力不再以郵遞方式寄發股息支票或股息單。

(g) 查閱公司記錄

只要本公司任何部分股本於聯交所[編纂]，則任何股東均可免費查閱本公司在香港存置的任何股東名冊（惟暫停辦理股東名冊登記時除外），並可要求取得該股東名冊各方面的副本或摘錄，猶如本公司乃根據香港《公司條例》註冊成立並須受該條例規限。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

(h) 少數股東遭欺詐或壓制時的權利

細則並無關於少數股東遭欺詐或壓制時的權利的條文。然而，本公司股東可引用開曼群島法律若干補救方法，其概要載於本附錄第3(f)段。

(i) 清盤程序

有關本公司被法院頒令清盤或自願清盤的決議須為特別決議。

在任何一個或多個類別股份當時所附有關於分配清盤後剩餘資產的任何特別權利、特權或限制的規限下：

- (i) 倘本公司清盤，且可供分配予本公司股東的資產超出足夠償還清盤開始時的全部已繳足股本，則超出的資產將根據該等股東分別所持股份的繳足股款額按比例分配予該等股東；及
- (ii) 倘本公司清盤，且可供分配予股東的資產不足以全數償還已繳足股本，則該等資產的分配方式應盡可能使各股東按各自所持股份的繳足股款比例分擔虧損。

倘本公司清盤(不論為自願清盤或法院頒令清盤)，清盤人可在獲得特別決議批准及開曼群島公司法規定的任何其他批准的情況下，將本公司全部或任何部分資產以實物形式分發予股東，而不論這些資產為同類或不同類別的財產，就此目的而言，清盤人可就分發的任何一類或多類財產釐定其認為公平的價值，並決定股東或不同類別股東及同類股東之間的分發方式。清盤人可在獲得同類批准的情況下，將任何部分資產授予清盤人認為適當並以股東為受益人而設立的信託的受託人，惟不得強迫股東接受任何負有債務的股份或其他財產。

(j) 認購權儲備

在開曼群島公司法並無禁止及在其他情況須遵守開曼群島公司法的前提下，倘本公司已發行可認購股份的認股權證，且本公司採取任何行動或進行任何交易而致令該等認股權證的認購價低於因行使該等認股權證而將予發行股份的面值，則須設立認購權儲備並用以支付認購價與該等股份面值的差額。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

3. 開曼群島公司法

本公司於2015年4月17日在開曼群島公司法的規限下在開曼群島註冊成立為獲豁免公司。開曼群島公司法的若干條文載列如下，但本節並非旨在包含一切適用約制及例外情況或全面檢討開曼群島公司法的一切事宜及稅務，並可能有別於有關人士可能更為熟悉的司法權區的同等條文。

(a) 公司業務

獲豁免公司(如本公司)，必須主要在開曼群島以外地區經營其業務。獲豁免公司亦須每年向開曼群島公司註冊處處長提交周年報表存檔，並按其法定股本數額支付費用。

(b) 股本

根據開曼群島公司法，開曼群島公司可發行普通股、優先股或可贖回股份或上述任何組合的股份。倘公司按溢價發行股份以換取現金或其他代價，須將相等於股份溢價總額或總值的款項撥入稱為「股份溢價賬」的賬項內。視乎公司的選擇，該等條文可不適用於該公司根據有關以收購或註銷任何其他公司股份作為代價的任何安排而按溢價配發及發行的股份溢價。在組織大綱及細則條文(如有)的規限下，公司可以其不時釐定的方式動用股份溢價賬，包括但不限於下列各項：

- (i) 向股東支付分派或股息；
- (ii) 繳足將發行予股東作為繳足紅股的公司未發行股份；
- (iii) 開曼群島公司法第37條規定的任何形式；
- (iv) 撤銷公司的開辦費用；及
- (v) 撤銷公司股份或債券的任何發行開支，或就該等發行所支付的佣金或給予的折扣。

除上述者外，除非在緊隨建議支付分派或股息的日期後公司將有能力償還其在正常業務過程中到期的債項，否則不得動用股份溢價賬向股東支付任何分派或股息。

倘其組織章程細則許可，則在獲法院確認後，股份有限公司或設有股本的擔保有限公司可藉特別決議以任何方式削減其股本。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

(c) 購回公司或其控股公司股份的財務資助

開曼群島並無任何法定禁制，禁止公司向另一名人士授予財務資助以購買或認購其本身、其控股公司或附屬公司的股份。因此，倘公司董事於建議授出該等財務資助時審慎履行職責及忠實地行事，且授出該資助乃為恰當目的並符合公司利益，則公司可提供該等財務資助。有關資助應按公平原則進行。

(d) 公司及其附屬公司購回股份及認股權證

倘股份有限公司或設有股本的擔保有限公司的組織章程細則許可，則有關公司可發行公司或股東可選擇贖回或有責任贖回的股份，且為免生疑問，任何股份附帶的權利可根據公司組織章程細則條文合法修改，以規定有關股份將予或有責任按此方式贖回。此外，倘該公司的組織章程細則許可，則其可購回本身的股份，包括任何可贖回股份；倘組織章程細則並無批准購回的方式及條款，則必須獲公司以普通決議批准購回的方式及條款。除非有關股份已悉數繳足，否則公司不得贖回或購回其股份。再者，倘有關贖回或購回將導致公司再無除持作庫存股份以外的任何已發行股份，則公司不得贖回或購回其任何股份。此外，除非於緊隨建議付款的日期後公司仍有能力償其還在日常業務過程中到期的債項，否則公司自股本中撥款贖回或購回本身股份乃屬違法。

倘公司已購回或贖回或獲返還的股份乃遵照開曼群島公司法第37A(1)條的規定持有，則有關股份不得視為已註銷，惟應獲分類為庫存股份。任何有關股份須繼續獲分類為庫存股份，直至該等股份根據開曼群島公司法予以註銷或轉讓為止。

開曼群島公司可按相關認股權文件或證書的條款及條件及在其規限下購回本身的認股權證。因此，開曼群島法律並無規定公司組織章程大綱或細則須載有批准有關購回的具體條文。公司董事可根據組織章程大綱所載的一般權力買賣及處理所有類別的個人財產。

附屬公司可持有其控股公司的股份，而在若干情況下亦可收購該等股份。

(e) 股息及分派

在償付能力測試(如開曼群島公司法所規定)及公司組織章程大綱及細則的條文(如有)的規限下，公司可動用股份溢價賬支付股息及分派。此外，根據於開曼群島具相當說服力的英國案例法，股息可以溢利支付。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

只要公司持有庫存股份，則不會就庫存股份宣派或派付股息，且並無其他公司資產分派(無論以現金或以其他方式)(包括清盤時向其股東分派資產)。

(f) 保障少數股東及股東的訴訟

預期開曼群島法院一般應會依循英國案例法的先例(尤其是Foss v. Harbottle案例的判決及其例外情況)，該等先例允許少數股東提出集體訴訟或以公司名義提出衍生訴訟，以質疑超越權力、非法、欺詐少數股東的行為(本公司控制者為過失方)或在須以認可(或特別)大多數票通過的決議中的違規行為(並未獲得該大多數票)。

倘公司(並非銀行)將其股本分為股份，則法院可根據持有公司不少於五分之一已發行股份的股東提出的申請，委任調查員調查公司業務，並按法院指示呈報相關事務。此外，公司的任何股東均可入稟法院，倘法院認為公司清盤乃屬公平公正，則可頒布清盤令。

一般而言，股東對公司提出的索償必須以開曼群島適用的一般合約法或侵權法為基礎，或以公司組織章程大綱及細則訂明的股東個別權利有可能遭違反為基礎。

(g) 出售資產

概無明確限制董事出售公司資產的權力，然而，除了須根據英國普通法(開曼群島法院通常所遵循者)履行誠信責任，為正當目的真誠地並以符合公司最佳利益的方式行事以外，預期董事亦應本著合理審慎的人士於類似情況下應有的標準，以盡責、勤勉態度及專長處事。

(h) 會計及審核規定

公司須妥為保存下列各項的賬目記錄：(i)公司所有收支款項；(ii)公司所有銷貨及購貨；及(iii)公司的資產及負債。

倘並未存置就真實公平地反映公司的業務狀況及解釋其作出的交易而言所需的賬冊，則不應視為已妥善保存賬冊。

倘公司在其註冊辦事處以外的任何地方或在開曼群島的任何其他地方存置其賬冊，在稅務資訊機關(Tax Information Authority)根據開曼群島《稅務資訊機關法》(Tax Information Authority Law)(2013年修訂本)送達命令或通知後，其應按該命令或通知所列明，在其註冊辦事處以電子形式或任何其他渠道提供其賬冊副本或其任何部分。

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

(i) 外匯管制

開曼群島並無實施外匯管制規例或貨幣限制。

(j) 稅項

根據開曼群島《稅務優惠法》(Tax Concessions Law)(2011年修訂本)第6條，本公司已獲總督會同內閣承諾：

(i) 於開曼群島制定就溢利或收入或收益或增值徵稅的法律，概不適用於本公司或其業務；及

(ii) 本公司毋須：

(aa) 就本公司的股份、債券或其他責任；或

(bb) 以預扣全部或部分《稅務優惠法》(2011年修訂本)第6(3)條所界定任何有關款項的方式，

支付就溢利、收入、收益或增值而徵收的任何稅項，或屬遺產稅或繼承稅性質的稅項。

對本公司作出的承諾由2015年5月5日起有效期為20年。

開曼群島目前並無就溢利、收入、收益或增值向個人或公司徵收任何稅項，亦無屬繼承稅或遺產稅性質的稅項。除不時可能須就若干文件支付若干適用的印花稅外，開曼群島政府並無徵收對本公司而言可能屬重大的其他稅項。

(k) 轉讓印花稅

開曼群島並無對轉讓開曼群島公司股份徵收印花稅，惟轉讓持有開曼群島土地權益的公司股份除外。

(l) 向董事貸款

概無明文禁止公司貸款予其任何董事。然而，公司組織章程細則可能規定禁止在特定情況下提供該等貸款。

(m) 查閱公司記錄

公司股東並無獲賦予查閱或取得公司股東名冊或公司記錄副本的一般權利，惟彼等享有公司組織章程細則內可能載有的權利。

(n) 股東名冊

開曼群島獲豁免公司可於該公司不時釐定的任何國家或地區(無論於開曼群島境內或境外)存置股東名冊總冊及任何股東名冊分冊。概無規定獲豁免公司須向開曼群島公司註冊處處長提交任何股

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

東名單報表。因此，股東名稱及地址並非公開資料，亦不會供公眾查閱。然而，獲豁免公司在稅務資訊機關根據開曼群島《稅務資訊機關法》(2013年修訂本)送達指令或通知後，應在其註冊辦事處以電子形式或任何其他渠道提供須予提供的有關股東名冊，包括任何股東名冊分冊。

(o) 董事及高級人員名冊

根據開曼群島公司法，本公司須於註冊辦事處存置一份董事、替任董事及高級人員名冊，惟公眾人士無權查閱。本公司須將該名冊副本送呈開曼群島公司註冊處處長存案，而該等董事或高級人員的任何變動(包括該等董事或高級人員更改姓名)必須於60天內通知公司註冊處處長。

(p) 清盤

開曼群島公司可(i)根據法院命令；(ii)由其股東自願提出；或(iii)在法院監督下進行清盤。

法院在若干特定情況下(包括在法院認為將該公司清盤實屬公平公正的情況下)有權頒令清盤。

倘公司根據特別決議議決自動清盤或倘公司因無法償還到期債務而於股東大會上議決自動清盤，則公司(特定規則所適用的有限存續公司除外)可自動清盤。倘自動清盤，則該公司須由清盤開始時起停止營業，惟倘繼續營業或對其清盤有利者則屬例外。自動清盤人一經委任，董事的一切權力即告終止，惟倘公司於股東大會上或清盤人批准該等權力延續者則屬例外。

倘屬股東提出的公司自動清盤，則須委任一名或以上清盤人，以負責公司事務清盤及分派其資產。

待公司事務完全清盤後，清盤人必須編製有關清盤的報告及賬目，顯示清盤及出售公司財產的程序，並於其後召開公司股東大會，以向公司提呈賬目並就此加以解釋。

倘公司已通過決議自動清盤，則清盤人或任何分擔人或債權人可向法院申請頒令，在法院監督下延續清盤過程，該申請須基於以下理由：(i)公司並無或可能並無償債能力；或(ii)就分擔人及債權人利益而言，法院的監督將有助於更加有效、經濟地或迅速進行公司清盤。倘監管令生效，則其就各方面而言猶如一項由法院進行公司清盤的指令，惟已開始的自動清盤及自動清盤人的先前行動均屬有效，且對公司及其正式清盤人具約束力。

為執行公司清盤程序及協助法院，可委任一名或以上人士為正式清盤人。法院可委任其認為適當的有關人士臨時或以其他方式擔任該職位，且倘超過一人獲委任，則法院須表明正式清盤人須作

附錄三

本公司組織章程及開曼群島公司法概要

出或獲授權作出的任何行為應否由全部或任何一名或以上有關人士作出。法院亦可決定正式清盤人於獲委任時是否須給予任何及須給予何種抵押品；倘並無委任正式清盤人，或在該職位懸空的任何期間，公司的所有財產均由法院保管。

(q) 重組

倘就重組及合併召開的大會上佔出席股東或債權人(視情況而定)所持價值75%的股東或債權人大多數贊成並其後經法院批准，則有關安排可獲批准，且其後須再經法院批准。異議股東有權向法院表示正尋求批准的交易將不能為股東提供其所持股份的公平值，惟倘無證據顯示管理層有欺詐或不誠實的行為，則法院不大可能僅因上述理由而不批准該項交易，且倘該項交易獲批准及完成，則異議股東將不會獲得類似美國公司異議股東等一般所能得到的估值權利(即按照其股份由法院釐定的價值而獲付現金的權利)。

(r) 收購

倘一間公司提出收購另一間公司股份的要約，且在提出要約後四個月內，不少於90%被收購股份的持有人接納收購要約，則要約人在上述四個月期限屆滿後的兩個月內可隨時發出通知要求異議股東按要約條款轉讓其股份。異議股東可在該通知發出後一個月內向開曼群島法院申請反對轉讓。異議股東須承擔證明法院應行使酌情權的義務，除非有證據顯示涉及欺詐或不誠實行為，或要約人與接納收購要約的股份持有人之間進行勾結以不公平手法逼退少數股東，否則法院不大可能行使上述酌情權。

(s) 彌償保證

開曼群島法律並無限制公司組織章程細則可規定對高級人員及董事作出彌償保證的限度，惟法院認為屬違反公眾政策的任何有關條文則除外，例如表示對構成罪行的後果作出彌償保證的條文。

4. 一般事項

本公司有關開曼群島法律之法律顧問毅柏律師事務所已向本公司寄發一份意見函件，概述公司法之若干方面。誠如本文件附錄五「B.備查文件」一段所提述，該函件連同公司法均可供查閱。任何人士如欲查閱開曼群島公司法之詳細概要，或欲了解開曼群島公司法與其較為熟悉之任何司法權區法律之間之差異，建議諮詢獨立法律意見。

附錄四

法定及一般資料

A. 有關本公司的其他資料

1. 本公司註冊成立

本公司於2015年4月17日根據公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限公司。本集團於2015年6月12日根據公司條例第16部註冊為非香港公司，而我們的香港主要營業地點位於香港九龍觀塘鴻圖道83號東瀛遊廣場28樓E室。蔡先生及鄧穎珊女士(本公司的公司秘書及財務總監)已獲委任為本公司在香港接收法律程序文件及通知的授權代表。

由於本公司於開曼群島註冊成立，故本集團須遵守開曼群島有關法律及我們的組織章程(包括組織章程大綱及組織章程細則)的規定。公司法相關方面的概要及組織章程細則若干條文載於本文件附錄三。

2. 本公司的股本變動

緊隨[編纂]及資本化發行完成後，及假設並無行使超額配股權，本公司的法定股本將為20,000,000港元，分為2,000,000,000股股份，其中[編纂]股股份將以繳足股款或入賬列作繳足股款的方式發行，而[編纂]股股份則尚未發行。除根據下文「A.有關本公司的其他資料 — 3.我們的唯一股東的書面決議案」一段所述發行股份的一般授權、購股權計劃及超額配股權外，我們目前無意發行本公司任何法定但尚未發行的股本，且在未經股東於股東大會事先批准下，亦不會發行股份以致實際改變本公司的控制權。

除本文件「歷史、重組及公司架構」一節所披露者外，本公司自註冊成立以來並無出現任何股本變動。

3. 我們的唯一股東的書面決議案

根據我們的唯一股東於2016年7月20日通過的書面決議案：

- (a) 本公司批准及採納章程大綱及細則；
- (b) 透過增設1,962,000,000股每股面值0.01港元於所有方面均與當時已發行股份享有同等地位的股份，將本公司的法定股本由380,000港元(分為38,000,000股每股面值0.01港元的股份)增至20,000,000港元(分為2,000,000,000股每股面值0.01港元的股份)(「法定股本增加」)；

附錄四

法定及一般資料

- (c) 待本文件刊發日期後30天內，聯交所上市委員會批准本文件所述已發行股份及將予發行股份(包括因行使任何可能根據購股權計劃授出的購股權及超額配股權而可能配發及發行的任何股份)[編纂]及買賣，及[編纂]根據[編纂]須履行的責任成為無條件，且並無根據[編纂]的條款或因其他原因而終止後：
- (i) 批准[編纂]及超額配股權，並授權董事根據[編纂]配發及發行[編纂]以及因超額配股權獲行使而可予配發及發行的有關數目股份，在各情況下於所有方面與當時的現有股份享有同等地位；
 - (ii) 批准及採納購股權計劃的規則，並授權我們的董事全權酌情決定根據該計劃授出可認購股份的購股權、因行使根據購股權計劃授出的任何購股權所附的認購權配發、發行及處理股份，以及採取彼等認為執行購股權計劃所需或適宜的一切行動；
 - (iii) 隨著本公司法定股本增加及待本公司的股份溢價賬因[編纂]而取得進賬後，授權我們的董事將本公司股份溢價賬的進賬額[編纂]港元撥充資本，且利用該筆款項按面值繳足全數[編纂]股股份，以便按本公司股份持有人當時的持股比例(盡量不涉及零碎股份)，配發及發行予於2016年7月20日營業時間結束時名列本公司於開曼群島的主要股東名冊上的股份持有人，該等股份在所有方面均與當時的已發行股份享有同等地位，而我們的董事亦獲授權進行上述撥充資本及分派；
- (d) 給予我們的董事一般無條件授權，以配發、發行及處理股份，惟不包括以供股方式或因行使根據購股權計劃或本公司任何其他購股權計劃可能授出的任何購股權而發行的股份，或本公司根據大綱及細則或本公司股東授出的特別授權為代替我們全部或部份股息而配發的任何股份，或根據[編纂]發行的股份，惟該等股份的總面值不可超過緊隨[編纂]及資本化發行完成後本公司的已發行股本總面值的20%(惟不包括根據超額配股權或根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份)，此項授權將一直有效，直至下列最早者為止：
- (i) 本公司下屆股東週年大會結束時；
 - (ii) 根據大綱及細則、公司法或開曼群島任何其他適用法例規定本公司下屆股東週年大會須舉行的期限屆滿時；

附錄四

法定及一般資料

- (iii) 此項授權經我們的股東於股東大會上以普通決議案撤回或更改時；
- (e) 給予我們的董事一般無條件授權，行使本公司一切權力，在聯交所或本公司證券可能上市並獲證監會及聯交所就此認可的任何其他證券交易所購回總面值不超過緊隨[編纂]及資本化發行完成後本公司已發行股本總面值10%的股份(惟不包括根據超額配股權或購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份)，此項授權將一直有效，直至下列最早者為止：
 - (i) 本公司下屆股東週年大會結束時；
 - (ii) 根據大綱及細則、公司法或開曼群島任何其他適用法例規定本公司下屆股東週年大會須舉行的期限屆滿時；
 - (iii) 此項授權經我們的股東於股東大會上以普通決議案撤回或更改時；
- (f) 擴大上文(d)分段所述的一般無條件授權，將我們的董事可根據該項一般授權配發或同意配發的本公司股本總面值，加上相等於本公司根據上文(e)分段所述購回股份授權而購回的本公司股本總面值，惟上述增加數額的總面值不可超過緊隨[編纂]及資本化發行完成後本公司已發行股本總面值的10%(惟不包括根據超額配股權或根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份)。

4. 公司重組

重組詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構 — 重組」一節。

5. 附屬公司的股本變動

除本文件「歷史、重組及公司架構」一節所披露者外，緊接本文件日期前兩年內，本公司任何附屬公司的股本並無出現變動。

6. 本公司購回其股份

本節載有聯交所規定須載於文件有關本公司購回其股份的資料。

附錄四

法定及一般資料

(a) 上市規則的條文

上市規則允許以聯交所作為第一上市地的公司購回其在聯交所上市的股份，但須受若干限制。

(i) 股東批准

上市規則規定，以聯交所作為第一上市地的公司擬進行的所有股份(股份必須為已繳足股份)購回事宜，須事先以普通決議案(以一般授權或就特定交易作出特別批准的方式)的形式獲批准。

附註： 根據我們的唯一股東於2016年7月20日通過的書面決議案，已將一般無條件授權(「購回授權」)授予我們的董事，授權我們的董事行使本公司一切權力，在聯交所或我們的股份可能上市並獲香港證監會及聯交所就此認可的任何其他證券交易所購回總面值不超過緊隨[編纂]及資本化發行完成後已發行股份總面值10%的股份，惟不包括根據超額配股權或因行使根據購股權計劃可能授出的購股權而可能發行的任何股份，此項購回授權將一直有效，直至本公司下屆股東週年大會結束為止；或根據法例或細則規定本公司下屆股東週年大會須舉行的期限屆滿為止；或此項購回授權經我們的股東在股東大會上以普通決議案撤回或更改為止(以最早者為準)。

(ii) 資金來源

購回時，本公司僅可動用根據細則及開曼群島法例可合法作此用途的資金。上市公司不得以非現金代價或非聯交所交易規則規定的結算方式在聯交所購回本身股份。

本公司購回其任何股份將以利潤或就此新發行股份的所得款項撥付，或倘細則授權及符合公司法規定的情況下，則以資本撥付；而倘購回須支付任何溢價，則以本公司利潤或購回股份之前或之時本公司的股份溢價賬撥付，或倘細則授權及符合公司法規定的情況下，則以資本撥付。

(iii) 關連人士

上市規則禁止本公司蓄意向「關連人士」(包括本公司或本公司任何附屬公司的董事、最高行政人員或主要股東或彼等的任何聯繫人)於聯交所購回本公司的股份，而關連人士亦不得蓄意向本公司出售股份。

附錄四

法定及一般資料

(b) 購回的理由

我們的董事相信，我們的股東授予我們董事的一般授權以使本公司可於市場上購回股份（「購回授權」），符合本公司及其股東的最佳利益。有關購回可能會增加本公司的每股資產淨值及／或每股盈利（視乎當時市況及資金安排而定）。購回僅會在我們董事認為有關購回對本公司及其股東有利的情況下進行。

(c) 行使購回授權

倘若全面行使購回授權，及根據[編纂]及資本化發行完成後已發行[編纂]股股份的基準計算，本公司於購回授權有效期間最多可購回[編纂]股股份。

(d) 購回的資金

購回股份時，本公司僅可動用根據細則、上市規則及開曼群島適用法例可合法作此用途的資金。

我們的董事不會過度行使購回授權，以致對本公司的營運資金需求或我們的董事認為本公司應不時具備的適當負債水平造成重大不利影響。

(e) 一般資料

據董事經一切合理查詢後所知，我們的董事或彼等任何聯繫人（定義見上市規則）現時均無意在購回授權獲行使的情況下向本公司出售任何股份。

我們的董事已向聯交所承諾，在適用情況下，將根據上市規則及開曼群島適用法例規定行使購回授權。

倘根據購回授權購回股份使某股東所佔本公司投票權權益的比例增加，則就公司收購、合併及股份購回守則（「收購守則」）而言，有關增持將被視為一項收購。因此，一名股東或一組一致行動的股東（視乎該股東權益增持的水平而定）取得或合併本公司的控制權，因而須遵照收購守則規則26的規定作出強制要約。除上文所披露者外，我們的董事並未獲悉根據購回授權購回股份將會導致收購守則所述的任何後果。

若任何股份購回導致公眾持股數目佔已發行股份總數低於25%（或上市規則可能指定的其他最低公眾持股百分比），我們的董事將不會行使購回授權。

附錄四

法定及一般資料

並無本公司關連人士(定義見上市規則)告知本公司，倘若購回授權獲行使，彼現時有意向本公司出售股份，亦無承諾不會向本公司出售股份。

B. 有關我們業務的進一步資料

1. 重大合約概要

以下為本集團各成員公司於本文件刊發日期前兩年內訂立的重大或可屬重大合約(並非日常業務過程中訂立的合約)：

- (a) 於2016年6月29日，蔡先生與Patience訂立轉讓文書，據此，Patience向蔡先生收購信基(香港)的5,000股普通股(或50%)，作為代價，已向Beatitudes(按蔡先生的指示)配發及發行Patience的500股新股份，全部入賬列為繳足；
- (b) 於2016年6月29日，蔡太太與Patience訂立轉讓文書，據此，Patience向蔡太太收購信基(香港)的5,000股普通股(或50%)，作為代價，已向Beatitudes(按蔡太太的指示)配發及發行Patience的500股新股份，全部入賬列為繳足；
- (c) 於2016年6月29日，蔡先生與Goodness訂立轉讓文書，據此，Goodness向蔡先生收購奇恩天然的1股普通股(或50%)，作為代價，已向Beatitudes(按蔡先生的指示)配發及發行Goodness的500股新股份，全部入賬列為繳足；
- (d) 於2016年6月29日，蔡太太與Goodness訂立轉讓文書，據此，Goodness向蔡太太收購奇恩天然的1股普通股(或50%)，作為代價，已向Beatitudes(按蔡太太的指示)配發及發行Goodness的500股新股份，全部入賬列為繳足；
- (e) 於2016年6月29日，蔡先生與Faithfulness訂立轉讓文書，據此，Faithfulness向蔡先生收購澳至尊的1股普通股(或50%)，作為代價，已向Beatitudes(按蔡先生的指示)配發及發行Faithfulness的500股新股份，全部入賬列為繳足；
- (f) 於2016年6月29日，蔡太太與Faithfulness訂立轉讓文書，據此，Faithfulness向蔡太太收購澳至尊的1股普通股(或50%)，作為代價，已向Beatitudes(按蔡太太的指示)配發及發行Faithfulness的500股新股份，全部入賬列為繳足；
- (g) 於2016年6月29日，蔡先生與Gentleness訂立轉讓文書，據此，Gentleness向蔡先生收購信基(澳門)的1股股本(或25,000澳門幣或50%)，作為代價，已向Beatitudes(按蔡先生的指示)配發及發行Gentleness的500股新股份，全部入賬列為繳足；
- (h) 於2016年6月29日，蔡太太與Gentleness訂立轉讓文書，據此，Gentleness向蔡太太收購信基(澳門)的1股股本(25,000澳門幣或50%)，作為代價，已向Beatitudes(按蔡太太的指示)配發及發行Gentleness的500股新股份，全部入賬列為繳足；

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄四

法定及一般資料

- (i) 於2016年6月30日，**Beatitudes** (作為賣方) 與本公司 (作為買方) (連同蔡先生及蔡太太) 訂立買賣協議，據此，本公司收購(i) **Patience**全部已發行股本，作為代價，將向**Beatitudes**配發及發行5,082股股份，入賬列為繳足；(ii) **Goodness**全部已發行股本，作為代價，將向**Beatitudes**配發及發行4,101股股份，入賬列為繳足；(iii) **Faithfulness**全部已發行股本，作為代價，將向**Beatitudes**配發及發行1股股份，入賬列為繳足；及(iv) **Gentleness**全部已發行股本，作為代價，將向**Beatitudes**配發及發行815股股份，入賬列為繳足；
- (j) 彌償契據；
- (k) 不競爭契據；及
- (l) [編纂]。

附錄四

法定及一般資料

2. 知識產權

商標

於最後實際可行日期，本集團為以下商標的註冊擁有人：

商標	註冊地點	註冊編號	類別	屆滿日期	註冊擁有人
	香港	301836964	5, 30, 35	2021年2月17日	澳至尊
	香港 中國	300125117 6504223, 6504224	3, 5 5, 30	2023年12月9日 2020年3月27日	澳至尊 澳至尊
	澳門	N/075294, N/075295	5, 30	2021年1月14日	澳至尊
	新加坡	T1307330H	5, 30	2023年5月8日	
	中國	12477459	30	2026年1月13日	澳至尊
	中國	12477460	5	2025年7月20日	澳至尊
A	香港	303437983	3, 5, 29, 30, 32, 35	2025年6月10日	澳至尊
B					
	香港	302809800	3, 5, 30, 35	2023年11月19日	澳至尊
	香港	303297240	29, 32	2025年2月8日	澳至尊
	台灣	01691483	5, 30	2025年1月31日	澳至尊
	澳洲	1613140	5, 30	2024年3月24日	澳至尊
	日本	5795935	5, 30, 35	2025年10月2日	澳至尊
	紐西蘭	1018824	5, 30, 35	2025年5月4日	澳至尊
	澳門	N100612	5	2022年11月27日	澳至尊
		N100613	30	2022年11月27日	澳至尊
		N100614	35	2022年11月27日	澳至尊
	澳洲	1695297	5, 30, 35	2025年5月21日	澳至尊
	新加坡	40201506993V	5, 30, 35	2025年4月28日	澳至尊
	馬來西亞	2015056617	05	2025年4月29日	澳至尊
		2015056619	30	2025年4月29日	澳至尊
		2015056623	35	2025年4月29日	澳至尊
	台灣	01751952	5, 30, 35	2026年1月15日	澳至尊
	南韓	45-64035	5, 30, 35	2026年4月5日	澳至尊
	澳門	N/075296	35	2021年1月14日	澳至尊
	澳洲	1558474	35	2023年5月22日	澳至尊
	新加坡	T1307332D	35	2023年5月8日	澳至尊
	台灣	01632926	35	2024年3月15日	澳至尊
	香港	300246889	3, 5	2024年7月8日	澳至尊
	中國	4153452	30	2016年12月27日	信基(香港)
	中國	4153453	5	2017年6月27日	信基(香港)
	香港	301836973	35	2021年2月17日	澳至尊

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄四

法定及一般資料

商標	註冊地點	註冊編號	類別	屆滿日期	註冊擁有人
婦麗寶 Super Women's Care	香港	303347190	5	2025年3月25日	澳至尊
剛勁寶 Essence of Energy	香港	303347208	5	2025年3月25日	澳至尊
纖美寶 Weight Management	香港	303347226	5	2025年3月25日	澳至尊
Organiculture	香港	303437956	35	2025年6月10日	澳至尊
Organiculture	香港	303437965	3	2025年6月10日	澳至尊

於最後實際可行日期，本集團已申請以下商標註冊，而該註冊尚未獲授出：

商標	類別	申請編號	申請日期	申請地	申請者
AUSupreme	3, 5, 29, 30, 32, 35	303330855	2015年3月16日	香港	澳至尊
澳至尊 AUSupreme	5, 35	1725853	2015年4月28日	加拿大	澳至尊
	5, 30, 35	86630126	2015年5月14日	美國	澳至尊
	35	18498263	2015年12月3日	中國	澳至尊
	30	18498264	2015年12月3日	中國	澳至尊
	5	18498265	2015年12月3日	中國	澳至尊
鈣健寶 Calcium Formula	5	303347217	2015年3月26日	香港	澳至尊
A 澳至尊 AUSupreme	3, 5, 29, 30, 32, 35	303792835	2016年5月31日	香港	澳至尊
B 澳至尊 AUSupreme					

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄四

法定及一般資料

類別	指定用品／用途
3	洗衣用漂白劑及其他物料；清潔、擦亮、去漬及研磨用製劑；肥皂；香料；香精油；化妝品；洗髮水；牙膏。
5	醫藥及獸醫用製劑；醫用衛生製劑；醫用或獸醫用營養食品及物質；嬰兒食品；人用及動物用膳食補充劑；膏藥；繃敷材料；填塞牙孔用料；牙科用蠟；消毒劑；消滅有害動物製劑；殺真菌劑；除草劑。
29	肉類、魚類、家禽及野味；肉汁；醃製、冷凍、乾製及煮熟蔬果；果凍、果醬、蜜餞；雞蛋、牛奶及奶製品；食用油及油脂。
30	咖啡、茶、可可及咖啡代用品；米、食用澱粉及西米；麵粉及穀類製品；麵包、糕點及甜食、食用冰；糖、蜂蜜、糖漿；鮮酵母、發酵粉；食鹽；芥末；醋、醬油（調味品）；辛香料；冰。
32	啤酒；礦泉水、汽水及其他不含酒精飲料；水果飲料及果汁；糖漿及其他製飲料用製劑。
35	廣告；商業經營；商業管理；辦公室事務。

域名

於最後實際可行日期，本集團的已註冊域名如下：

域名	註冊日期	屆滿日期
www.truthandfaith.com.cn	2012年6月2日	2024年6月28日
www.truthandfaith.hk	2012年5月4日	2024年5月4日
www.truthandfaith.com.hk	2012年5月4日	2024年5月4日
www.organicnature.com.hk	2012年5月4日	2024年5月4日
www.organicnature.hk	2012年5月4日	2025年5月4日
www.truthandfaith.cn	2012年5月4日	2024年5月4日
www.organicnature.com.cn	2012年5月4日	2024年5月4日
www.organicnature.cn	2012年5月4日	2024年5月4日
www.prof.com.hk	2004年8月31日	2017年9月2日
www.organicnature.com.tw	2014年11月13日	2020年11月13日
www.organicnature.tw	2014年11月13日	2020年11月13日
www.truthandfaith.com.tw	2014年11月13日	2020年11月13日
www.truthandfaith.tw	2014年11月13日	2020年11月13日
www.ausupreme.com	2015年3月25日	2019年3月25日

附錄四

法定及一般資料

C. 有關主要股東、董事及專家的其他資料

1. 權益披露

- (a) 緊隨[編纂]及資本化發行(並不計及根據購股權計劃可能授出的購股權或根據行使超額配股權而將予發行的任何股份)完成後，董事或本公司的最高行政人員於本公司或其任何相聯法團(定義見證券及期貨條例第XV部)的股份、相關股份及債權證中，擁有於股份在聯交所上市後須根據證券及期貨條例第XV部第7及8分部知會本公司及聯交所的權益及淡倉(包括根據證券及期貨條例有關條文彼等被當作或被視為擁有的任何權益)，或於股份在聯交所上市後須根據證券及期貨條例第352條記入該條所指的登記冊內的權益及淡倉，或根據上市規則的上市公司董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的權益及淡倉如下：

(i) 於我們股份中的好倉

<u>董事姓名</u>	<u>權益性質</u>	<u>持有股份數目</u>	<u>股權概約百分比</u>
蔡先生	控制法團權益(附註)	[編纂]	[編纂]%
蔡太太	控制法團權益(附註)	[編纂]	[編纂]%

附註：

蔡先生及蔡太太分別各自擁有*Beatitudes*已發行股本的50%。緊隨[編纂]及資本化發行完成後(但未計及根據購股權計劃可能授出的購股權將予發行的股份)，而*Beatitudes*將為持有本公司75%股權的實益擁有人。因此，就證券及期貨條例而言，蔡先生及蔡太太各自將被視為或當作於*Beatitudes*將實益擁有的所有股份中擁有權益。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄四

法定及一般資料

(ii) 於 *Beatitudes* (本公司相聯法團) 普通股的好倉

董事姓名	身份／性質	<i>Beatitudes</i> 的 股權百分比
蔡先生	實益擁有人	50%
蔡太太	實益擁有人	50%

(b) 據董事所知，且不計及根據[編纂]可能認購的任何股份以及根據購股權計劃可能授出的購股權或根據行使超額配股權將予發行的股份，於緊隨[編纂]及資本化發行完成後，以下人士(上文(a)段所披露的董事或本公司的最高行政人員除外)於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司及聯交所披露的權益或淡倉，或將直接或間接持有附有權利可於任何情況下於本集團任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本的面值10%或以上的權益：

於我們股份中的好倉

名稱	權益性質	持有股份數目	股權百分比
<i>Beatitudes</i>	實益擁有人(附註)	[編纂]	[編纂]%

附註： *Beatitudes* 為一間於英屬處女群島註冊成立的公司。緊隨[編纂]及資本化發行完成後(但未計及根據購股權計劃可能授出的購股權將予發行的股份)，*Beatitudes* 將擁有本公司75%的股權。蔡先生和蔡太太各自擁有*Beatitudes* 50%的權益。

附錄四

法定及一般資料

2. 服務協議詳情

各執行董事均與本公司訂立服務合約。該等服務合約各自的條款及條件在所有重大方面均類似。服務合約的初步期限由[編纂]起計固定為三年，其後將繼續生效直至向另一方發出不少於三個月的書面通知予以終止。執行董事各自有權享有如下所載的相關基本薪金。執行董事須就任何應付予其的月薪及酌情花紅金額的董事決議案放棄投票，且不得計入法定人數。現時執行董事的基本年薪如下：

<u>姓名</u>	<u>金額(港元)</u>
蔡先生	300,000
蔡太太	300,000
何俊傑先生	862,000
區俊傑先生	689,000

各獨立非執行董事均與本公司簽訂服務合約。該等服務合約的條款及條件在所有重大方面均類似。彼等各自的初步任期由[編纂]起計為期三年，惟可於相關服務合約訂明的若干情況下終止。根據各服務合約應付年度薪金如下：

<u>姓名</u>	<u>金額(港元)</u>
陸定光博士	180,000
高銘堅先生	180,000
尹祖伊先生	180,000

除上文所披露者外，概無董事與本集團任何成員公司訂立任何服務協議(於一年內屆滿或可由僱主免付賠償(法定賠償除外)而終止的合約除外)。

3. 董事薪酬

- (a) 本集團於截至2014年、2015年及2016年3月31日止三個年度支付予我們董事的薪酬總額分別約為2,104,000港元、1,433,000港元及1,599,000港元。
- (b) 根據現行安排，本集團於截至2017年3月31日止年度應付我們董事的酬金總額(不包括涉及任何酌情福利或花紅或其他附帶福利的付款)將約為2,422,000港元。

附錄四

法定及一般資料

4. 已收代理費或佣金

除本文件「[編纂] — 佣金及開支」一節所披露者外，於本文件刊發日期前兩年內，我們的董事或名列於本附錄「E.其他資料 — 7.專業機構同意書」一段的專家概無向本集團收取任何代理費或佣金。

5. 關連方交易

關連方交易的詳情載於本文件附錄一會計師報告附註23。

6. 免責聲明

- (a) 除本附錄「C.有關主要股東、董事及專家的其他資料 — 2.服務協議詳情」一段所披露者外，我們的董事概無與本集團任何成員公司訂有或擬訂立任何服務合約，惟不包括於一年內屆滿或可由僱主於一年內免付賠償(法定賠償除外)予以終止的合約；
- (b) 我們的董事或名列本附錄「E.其他資料 — 7.專業機構同意書」一段的專家並無於發起中，或於緊接本文件刊發日期前兩年內於本集團任何成員公司所收購或出售或租賃的任何資產或本集團任何成員公司擬收購或出售或租賃的任何資產中，擁有任何直接或間接權益；
- (c) 我們的董事或名列本附錄「E.其他資料 — 7.專業機構同意書」一段的專家概無於本文件刊發日期存續而對本集團整體業務影響重大的任何合約或安排中擁有重大權益；
- (d) 除本文件「主要股東」一節及本附錄「C.有關主要股東、董事及專家的其他資料 — 1.權益披露」一段所披露者外，倘並無計及根據購股權計劃或根據行使超額配股權可能授出的購股權而可能發行的股份，董事並不知悉任何人士(董事或本公司的最高行政人員除外)將於緊隨[編纂]及資本化發行完成後，於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的條文須向本公司披露的任何權益，或直接或間接持有附有權利可於任何情況下於本集團任何其他成員公司股東大會上投票的任何類別股本的面值10%或以上的權益；
- (e) 除本附錄「C.有關主要股東、董事及專家的其他資料 — 1.權益披露」一段所披露者外，本公司董事或最高行政人員並無於本公司或其任何相聯法團(定義見證券及期貨條例)的股份、相關股份或債權證中擁有於股份在聯交所上市後須根據證券及期貨條例第XV部第7及

附錄四

法定及一般資料

8分部知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉(包括根據該等證券及期貨條例規定彼等被當作或被視為擁有的任何權益及淡倉)，或根據證券及期貨條例第352條須記入該條所述的登記冊內的任何權益或淡倉，或根據上市規則的上市發行人董事進行證券交易的標準守則須知會本公司及聯交所的任何權益或淡倉；及

- (f) 我們的董事、彼等各自的聯繫人(定義見上市規則)或擁有本公司已發行股本5%以上的股東概無於本集團五大客戶或主要供應商擁有任何權益。

D. 購股權計劃

(a) 釋義

「採納日期」 指 2016年7月20日，即唯一股東通過書面決議案有條件採納購股權計劃的日期

「計劃期間」 指 由採納日期起至緊接滿10週年前營業日營業時間結束期間

(b) 條款概要

(i) 購股權計劃的目的

購股權計劃旨在吸納及挽留最稱職人員，向本集團僱員(全職及兼職)、董事、諮詢師、顧問、分銷商、承包商、供應商、代理、客戶、商業夥伴或服務供應商提供額外獎勵以及推動本集團業務創出佳績。

(ii) 參與者資格及條件

董事會可全權按其可能視為適當之該等條款向本集團任何僱員(全職或兼職)、董事、諮詢師或顧問、或本集團的任何主要股東、或其任何分銷商、承建商、供應商、代理、客戶、商業夥伴或服務供應商授出購股權，令彼等可按下文第(iii)段所述方式計算的價格，根據購股權計劃的條款認購指定數目的股份。

董事會(或獨立非執行董事，視乎情況而定)可不時根據任何參與者對本集團業務的發展及增長所作出或可能作出的貢獻而釐定其獲授購股權的條件。

(iii) 股份價格

根據購股權計劃授出的任何指定購股權所涉及的股份認購價，將完全由董事會釐定並通知參與者，但不得低於下列各項中的較高者：(i)聯交所每日報價表所報股份於授出購股權當日

附錄四

法定及一般資料

(須為營業日)的收市價；(ii)聯交所每日報價表所報股份於緊接授出購股權當日前五個營業日的平均收市價；及(iii)授出購股權當日的股份面值，前提是就計算認購價而言，若本公司在聯交所上市時間不足五個營業日，則股份的新發行價將用作[編纂]前期間任何營業日的收市價。

(iv) 授出購股權及接納購股權建議

授出購股權的建議須於提出有關建議日期(包括當日)起計七日內接納。購股權承授人須於接納購股權建議時就每份購股權向本公司支付1港元。

(v) 股份數目上限

(aa) 在下文第(bb)及(cc)分段的規限下，自採納日期起，因行使根據購股權計劃及本公司任何其他購股權計劃授出的所有購股權而可予發行的股份數目上限(就此而言，不包括因行使根據購股權計劃或本公司任何其他購股權計劃的條款授出但已失效的購股權而可予發行的股份)，合共不得超出於[編纂]全部已發行股份的10%。因此，預期本公司可根據購股權計劃向參與者授出最多達[編纂]股股份的購股權。

(bb) 上文所述的10%上限可隨時經股東在股東大會上批准後重新釐定，但因行使根據購股權計劃及本公司任何其他購股權計劃授出的全部購股權而可能發行的股份總數，不得超過批准重新釐定上限當日已發行股份的10%。計算重新釐定的10%上限時，之前根據購股權計劃及本公司任何其他購股權計劃授出的購股權(包括根據購股權計劃或本公司任何其他購股權計劃的條款尚未行使、已註銷或已失效的購股權)不會計算在內。一份載有上市規則就此規定資料的通函，必須寄發予股東。

(cc) 本公司亦可尋求在股東大會上獲股東另行批准，以授出超逾10%上限的購股權，但超過10%上限的購股權僅可授予徵求上述批准前已獲本公司具體指明的承授人。在此情況下，本公司必須向股東寄發通函，載述該等承授人的資料、向其授出購股權的數目及條款，並解釋購股權條款如何可達到向其授出購股權的目的，以及載列上市規則規定的有關其他資料。

(dd) 因行使根據購股權計劃及本公司任何其他購股權計劃授出而尚未行使的全部購股權而可能發行的股份總數，不得超過不時已發行股份的30%。如本公司根據購股權計

附錄四

法定及一般資料

劃或本公司任何其他購股權計劃授出購股權後會超過上述30%的上限，則不得授出購股權。

(vi) 各參與者的配額上限

截至授出日期止的任何12個月期間內，任何參與者因行使其根據購股權計劃獲授的購股權（包括已行使及尚未行使的購股權）而發行及將予發行的股份總數，不得超過已發行股份的1%。如額外授出超逾該上限的購股權，必須經股東於股東大會上另行批准，該承授人及其聯繫人必須於股東大會上放棄投票。在此情況下，本公司必須向股東寄發通函，載述承授人的身份、該承授人將獲授（及之前已獲授）購股權數目與有關條款以及上市規則規定的所有其他資料。將予授出的購股權數目及條款（包括認購價），必須於獲股東批准前釐定，而就計算認購價而言，建議額外授出購股權而舉行董事會會議之日，將視為授出日期。

(vii) 向若干關連人士授出購股權

(aa) 向董事、本公司最高行政人員或主要股東（或彼等各自的任何聯繫人）授出任何購股權，均須經獨立非執行董事（不包括身為購股權承授人的獨立非執行董事）批准。

(bb) 倘向本公司主要股東或獨立非執行董事（或彼等各自的任何聯繫人）授出任何購股權而導致在截至授出日期（包括該日）止任何12個月期間內，上述人士因行使根據購股權計劃及本公司任何其他購股權計劃已獲授及將予獲授的購股權（包括已行使、已註銷及尚未行使的購股權）而發行及將予發行的股份總數：

(i) 合共超過已發行股份0.1%；及

(ii) 根據股份於各授出日期的收市價計算的總值超過5百萬港元，

則額外授出購股權須經股東在本公司股東大會上批准，而表決將以投票方式進行。本公司必須向股東寄發通函，載述上市規則就此規定的所有資料。本公司所有關連人士均須放棄投票（惟擬投票反對建議授出購股權的任何關連人士除外）。向主要股東或獨立非執行董事或彼等各自的任何聯繫人授出購股權的條款如有任何改動，亦須經股東以上述方式批准。

附錄四

法定及一般資料

(viii) 授出購股權的時間限制

本公司得悉內幕消息後不得授出購股權，直至本公司宣佈該資料。尤其於緊接下列日期中較早發生者前一個月不可授出購股權：

- (i) 於批准本公司的任何年度、半年、季度或其他中期(不論是否上市規則所規定)業績的董事會會議日期(根據上市規則該日期應首先知會聯交所)；及
- (ii) 本公司根據上市規則刊發任何年度、半年、季度或其他中期(不論是否上市規則所規定)業績公佈的最後一日。

董事會不得向身為董事的合資格參與者於根據上市規則所規定的上市發行人董事進行證券交易的標準守則或本公司所採納的相關守則或證券買賣規限所禁止董事買賣股份的期間或時間內授出任何購股權。

(ix) 行使購股權的時限

承授人可於董事會可能釐定的期間，隨時根據購股權計劃的條款行使購股權，惟不得超過授出日期起計10年，並受有關提前終止條文所規限。

(x) 表現目標

承授人於行使任何購股權前毋須達成任何表現目標，除非董事會另有決定，並於有關購股權的授出建議上有所指明。

(xi) 股份等級

因行使購股權獲配發的股份將受當時生效的細則所有條文所限，並在各方面與配發日期已發行繳足股份享有同等權利，因此持有人將有權享有於配發日期後所支付的所有股息或作出的其他分派，惟記錄日期在配發日期或之前所宣派或擬派或議決支付的任何股息或作出的其他分派除外。因行使任何購股權而配發的股份將不會附帶任何投票權，直至承授人的姓名獲正式記入本公司股東名冊作為有關股份的持有人為止。

(xii) 權利屬承授人個人所有

購股權屬購股權承授人個人所有，一概不得轉讓或指讓。

附錄四

法定及一般資料

(xiii) 因身故而終止受聘的權利

倘承授人身故(倘承授人於授出日期為僱員，於身故前三年內並無出現下文第(xiv)項所述事項成為終止受聘的理由)，則承授人的合法遺產代理人可於承授人身故日期起計12個月內行使於承授人身故當日上述承授人的可行使及尚未行使購股權，惟倘於承授人身故前或身故日期起計12個月內發生第(xvii)、(xviii)及(xix)項所述任何事項，則其遺產代理人可於所載的不同期間行使有關購股權。

(xiv) 因解僱而終止受聘的權利

倘承授人於授出日期為本集團僱員，而因嚴重行為不當或破產或無力償債或與其債權人全面達成任何債務償還安排或債務重整協議，或因任何涉及其品格或誠信的任何刑事罪行而被定罪等任何一項或以上的理由或(倘董事會決定)基於僱主有權根據普通法或根據任何適用法例或根據承授人與本集團訂立的服務合約而終止聘用的任何其他理由，隨後不再為本集團的僱員，則所持尚未行使的購股權將於承授人不再受僱於本集團當日自動失效。

(xv) 因其他原因終止受聘的權利

倘承授人於授出日期為本集團僱員，並隨後因身故或上文第(xiv)項所述一項或多項理由以外的任何原因而不再為本集團僱員或終止受聘，則尚未行使的購股權將於終止受聘日期起計三個月內失效，而該日須為承授人任職本公司或本集團有關成員公司的最後一個實際工作日，而不論有否支付代通知金。

(xvi) 股本變動的影響

倘本公司股本架構於購股權仍可行使期間因利潤或儲備資本化、供股、公開招股、合併、拆細或削減股本(為支付本集團任何成員公司所參與交易的代價而發行股份則除外)而出現任何變動，則尚未行使購股權所涉及的股份數目；以及／或者認購價須作出相應調整(如有)，而本公司核數師或獨立財務顧問須向董事會以書面核實或確認(視乎情況而定)該等調整符合上市規則相關條文、聯交所發出的2005年9月5日補充指引或聯交所不時發出的任何指引或補充指引，並屬公平合理(倘就資本化發行而作出調整，則毋須提供有關證明)，惟任何變動須使承授人享有其之前所享有的相同比例的已發行股本，且任何調整不得致使股份以低於面值的價格發行。

附錄四

法定及一般資料

(xvii) 全面收購建議的權利

倘向全體股東(或收購人及／或收購人所控制的任何人士及／或連同收購人或與收購人一致行動的任何人士以外的所有股份持有人)提出全面收購建議(不論以收購建議、債務償還安排或其他相似方式)，而該收購成為或宣佈成為無條件，則承授人(或(視情況而定)其合法遺產代理人)可於收購建議成為或宣佈為無條件當日起計一個月內隨時全面行使尚未行使的購股權。

(xviii) 清盤時的權利

倘本公司向股東發出通告，召開股東大會以考慮及酌情通過有關本公司自動清盤的決議案，則本公司須於向本公司各股東寄發上述通告當日或其後盡快知會所有承授人，而承授人(或其合法遺產代理人，視情況而定)可早於建議舉行本公司股東大會日期前不少於兩個營業日前任何時間，隨時以書面通知本公司行使其全部或任何購股權，並附上就發出該通知書涉及股份的總認購價全數股款。屆時本公司將盡快向承授人配發入賬列為繳足的有關股份，而無論如何不得遲於緊接上述建議舉行股東大會日期前營業日配發。

(xix) 訂立償債協議或安排的權利

倘本公司與股東或與其債權人就根據公司法重組本公司或本公司與任何其他公司合併的計劃提呈償債協議或安排，則本公司須於向股東或其債權人發出大會通告以考慮該償債協議或安排同日向所有承授人(或視情況而定，其合法遺產代理人)發出有關通知，而購股權(以尚未行使者為限)可最遲於法院指示須予召開以考慮該償債協議或安排的股東大會日期前兩個營業日(「暫停日」)，透過向本公司發出書面通知，連同就發出該通知所涉及股份的總認購價的全數股款而全部或部份行使，而本公司須盡快及無論如何不遲於緊接建議股東大會日期前的營業日下午三時正，向承授人配發及發行入賬列作繳足的有關股份。由暫停日起，所有承授人行使彼等各自購股權的權利將即時暫停。於該償債協議或安排生效後，所有購股權(以尚未行使者為限)將告失效及終止。董事會須盡最大努力促使因本段所述購股權獲行使而發行的股份，就該償債協議或安排而言，於有關生效日期成為本公司已發行股本的一部份，而該等股份在各方面均須受該償債協議或安排規限。倘因任何原因，該償債協議或安排未獲法院批准(不論基於向法院提呈的條款或基於該法院可能批准的任何其他條款)，承授人行使彼等各自購股權的權利將由法院頒佈法令日期起全面恢復，但僅以尚未行使者為限，且屆時將可予行使(但受購股權

附錄四

法定及一般資料

計劃其他條款規限)，猶如本公司未曾提呈該償債協議或安排，而任何承授人不得因該建議而蒙受的任何損失或損害向本公司或其任何高級職員提出申索，惟任何有關損失或損害乃因本公司或其任何高級職員的行為、疏忽、欺詐或蓄意違規而導致者除外。

(xx) 購股權失效

購股權將於以下期限(以最早者為準)自動失效：

- (aa) 上文第(ix)段所述購股權有效期屆滿時；
- (bb) 董事會以承授人違反第(xii)段為由行使本公司權利註銷、撤回或終止購股權的日期；
- (cc) 有關期間屆滿或發生上文第(xiii)、(xv)、(xvii)、(xviii)或(xix)段所述有關事項；
- (dd) 倘承授人於向其作出要約時為本集團僱員，而其後因嚴重行為不當或破產或無力償債，或與其債權人全面達成任何債務償還安排或債務重整協議，或因任何涉及其品格或誠信之任何刑事罪行被定罪等其中任何一項或多項理由，或(如由董事會釐定)因僱主按普通法或根據任何適用法律或根據承授人與本集團訂立之服務合約，有任何其他理由作出解僱，而終止為本集團僱員，則於承授人終止受僱於本集團當日。董事會或本集團有關成員公司之董事會對因本條所訂明之一項或以上理由而終止或不終止聘用承授人之決議案應為最終決定，且對承授人有約束力；
- (ee) 承授人破產、無力償債或與債權人全面訂立任何債務償還安排或債務重整協議或承授人因涉及其品格或誠信的刑事罪行被定罪；
- (ff) 倘承授人僅為本集團任何成員公司的主要股東，則承授人不再為本集團該成員公司的主要股東的日期；或
- (gg) 若第(xix)段所述債務償還安排或債務重整協議生效，則於有關債務償還安排或債務重整協議生效當日。

(xxi) 註銷已授出但尚未行使的購股權

註銷已授出但未獲行使的購股權，須根據董事會全權認為合適且以符合所有有關註銷的適用法律規定的形式下，與有關承授人可能協定的條款進行。

附錄四

法定及一般資料

(xxii) 購股權計劃期間

購股權計劃將從採納日期起計的十年期間內有效，除非股東在股東大會上提早終止，否則將於緊接購股權計劃十週年前一個營業日的營業時間結束時屆滿。

(xxiii) 修訂購股權計劃

- (aa) 購股權計劃任何內容均可透過董事會決議案作出修訂，惟購股權計劃條文，不得就「參與者」與「承授人」及「購股權期間」的定義以及上市規則第17.03條所規管的事項作出有利於購股權承授人的修改，惟獲得股東於股東大會上批准除外。
- (bb) 購股權計劃的任何條款作出任何重大修訂或已授出的購股權的條款作出任何更改，或董事會修訂購股權計劃的權力有任何變更，均須經股東在股東大會上批准，惟根據購股權計劃的現有條款自動生效的修訂則除外。
- (cc) 對購股權計劃或已授出購股權的任何條款作出任何修訂，均須符合上市規則第17章的有關規定。

(xxiv) 終止購股權計劃

本公司可透過股東大會或董事會決議案，隨時終止實施購股權計劃，在此情況下，將不得再行提呈授出購股權的建議，惟在終止前已授出的購股權，則將繼續有效，並可根據購股權計劃的條文行使。

(xxv) 購股權計劃的條件

購股權計劃須待聯交所上市委員會批准因行使根據購股權計劃將予授出的任何購股權而可能發行的股份[編纂]及買賣及股份開始於聯交所買賣後，方可作實。

(c) 購股權計劃的現況

購股權計劃符合上市規則第17章的規定。本公司已向聯交所申請批准因行使根據購股權計劃授出的購股權而將予發行的[編纂]股股份[編纂]及買賣。

截至本文件日期，概無根據購股權計劃授出或同意授出任何購股權。

附錄四

法定及一般資料

E. 其他資料

1. 稅項及其他彌償保證

控股股東（「彌償人」）已根據本附錄「B.有關我們業務的進一步資料 — 1.重大合約概要」一段提及的彌償契據，代表自身和作為其附屬公司的受託人，向本公司作出下列（其中包括）共同及各別彌償保證：(a)本集團任何成員公司就(i)於[編纂]成為無條件當日或之前，賺取、應計或收取，或被視作已賺取、應計或收取之任何收入、溢利及收益；或(ii)於[編纂]成為無條件當日或之前，訂立或發生任何行動、遺漏、事宜、事情、事件或交易，或該等行動、遺漏或事件所產生之後果可能應付之稅項責任；及(b)本集團任何成員公司蒙受或產生，有關於[編纂]成為無條件當日或之前發生事件的一切資產值損耗或減少、負債增加、損失、申索、法律行動、訴訟、索求、頒令、通知、責任、損害賠償、費用、開支、利息、罰金、罰款、付款（及不論其任何性質）。

然而，根據彌償契據，彌償人並不就下列情況承擔任何稅務責任（其中包括）：

- 本公司於往績記錄期的經審核賬目已就稅務責任或稅務申索作出的特定撥備或儲備或補貼；或
- 於[編纂]成為無條件當日之後，因稅務機關所執行之法律、規則及法規或詮釋或慣例出現具追溯效力的變動或稅率出現具追溯效力的增幅，而引起或增加的稅務責任或稅務申索；或
- 於2016年3月31日後直至及包括[編纂]成為無條件當日於本集團日常業務而引致的稅務責任。

我們的董事獲告知，本集團毋須承擔根據開曼群島法例下遺產稅的任何重大責任。

2. 訴訟

除本文件所披露者外，本集團成員公司概無涉及任何重大訴訟或仲裁，而就本集團董事所知，本集團任何成員公司亦概無尚未了結或面臨重大訴訟或申索的威脅。

3. 保薦人

保薦人已代表本公司向聯交所申請批准本文件所述已發行及將予發行的股份，以及因行使根據購股權計劃授出的購股權及根據行使超額配股權而將予發行的本公司股份[編纂]及買賣。

保薦人已向聯交所確認，其符合上市規則第3A.07條所規定的獨立測試。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄四

法定及一般資料

本公司就豐盛融資有限公司擔任[編纂]保薦人應付保薦人的費用為4.7百萬港元。

4. 初步開支

本公司的初步開支估計約為38,300港元，由本公司支付。

5. 發起人

本公司並無發起人。

6. 專業機構資格

以下為曾於本文件給予意見或建議的專業機構的資格：

名稱	資格
豐盛資本有限公司	獲准根據證券及期貨條例從事第4類(就證券提供意見)、第6類(就機構融資提供意見)及第9類(提供資產管理)受規管活動(定義見證券及期貨條例)的持牌法團
匯聯會計師事務所有限公司	執業會計師
國富浩華(香港)會計師事務所有限公司	執業會計師
Euromonitor International Ltd.	行業顧問
毅柏律師事務所	本公司有關開曼群島法律的法律顧問
競天公誠律師事務所	本公司有關中國法律的法律顧問
潘展平	香港大律師
許友迪	香港大律師
中誠達資產評估顧問有限公司	物業估值師

7. 專業機構同意書

上述專業機構已各自就刊發本文件，分別以書面表示同意以本文件所載的形式及涵義轉載彼等的報告及／或函件及／或意見及／或估值證書及／或估值概要(視乎情況而定)及／或引述其名稱，且並無撤回該等同意書。

附錄四

法定及一般資料

8. 約束力

倘依據本文件提出申請，則本文件即具效力，使一切有關人士須受香港法例第32章公司(清盤及雜項條文)條例第44A條及第44B條目前適用的所有條文(懲罰性條文除外)約束。

9. 股份持有人應付稅項

(a) 香港

買賣於本公司股東名冊香港分冊登記的股份須繳納香港印花稅。

(b) 開曼群島

開曼群島對轉讓開曼群島公司股份並不徵收印花稅，惟轉讓持有開曼群島土地權益公司的股份除外。

(c) 諮詢專業顧問的意見

有意持有本集團股份的人士如對認購、購買、持有、出售或買賣本公司股份而產生的稅務影響有任何疑問，務請諮詢彼等的專業顧問。謹請注意，本公司、本集團董事或彼等參與[編纂]的其他方不會對股份持有人因認購、購買、持有、出售或買賣股份而產生的任何稅務影響或債務負責。

10. 無重大不利變動

除本文件所披露者外，董事確認，本集團的財務經營狀況或前景自2016年3月31日(即本集團最近期經審核合併財務報表的結算日)及直至最後實際可行日期以來並無任何重大不利變動。

11. 其他事項

(a) 於緊接本文件刊發日期前兩年內：

- (i) 除本文件「歷史、重組及公司架構 — 重組」一節所披露者外及除超額配股權外，本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行任何繳足或部份繳足股份或借貸資本，以換取現金或現金以外的代價；
- (ii) 除本文件「[編纂] — 佣金及開支」一節所披露者外，本公司或其任何附屬公司概無就發行或出售任何股本而給予折扣、經紀佣金或其他特殊條款；亦無就發行或出售本公司任何股本而支付或應付佣金；及

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄四

法定及一般資料

- (iii) 除本附錄「D.購股權計劃」一段所披露者外及除超額配股權外，本公司或其任何附屬公司的股本或借貸資本概無附帶購股權或有條件或無條件同意附帶購股權。
- (b) 本公司或其任何附屬公司概無發行或同意發行任何創始人股份、管理層股份、遞延股份或任何債權證。
- (c) 除與[編纂]有關外，名列本附錄「E.其他資料 — 7. 專業機構同意書」一段的各方概無：
 - (i) 於本公司或其任何附屬公司的任何證券中合法或實益擁有權益；或
 - (ii) 擁有可認購或提名他人認購本公司或其任何附屬公司的證券的權利或購股權（無論可否依法強制執行）。
- (d) 本公司的股東名冊分冊將由卓佳證券登記有限公司存置於香港。除非我們董事另行同意，所有股份過戶及其他股份所有權文件均須向本公司的香港股份過戶登記處呈交並登記，而不必向開曼群島呈交。本公司已作出一切所需安排，以確保我們的股份可納入中央結算系統以供結算及交收。
- (e) 本集團的業務於緊接本文件刊發日期前12個月內，並未出現任何可能對或已經對本集團財務狀況造成重大影響的干擾。
- (f) 本集團旗下公司現時概無於任何證券交易所上市，亦無於任何交易系統進行買賣。
- (g) 我們並無尚未轉換的可換股債務證券。
- (h) 本集團董事獲悉，根據開曼群島法律，本公司連同我們的英文名稱一併使用經開曼群島公司註冊處處長預先批准的中文名稱不違反開曼群島法律。
- (i) 本文件的中英文版本如有歧異，概以英文版本為準。

12. 雙語文件

本公司已依據香港法例第32L章公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告第4條所定的豁免分別刊發本文件之英文及中文版本。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄五

送呈香港公司註冊處處長及備查文件

A. 送呈香港公司註冊處處長文件

隨同本文件一併送呈香港公司註冊處處長登記的文件包括白色、黃色及綠色及粉紅色申請表格、本文件附錄四「E.其他資料 — 7.專業機構同意書」一段所述同意書及本文件附錄四「B.有關我們業務的進一步資料 — 1.重大合約概要」一段所述重大合約副本。

B. 備查文件

以下文件將於本文件日期起計14日(包括該日)內一般辦公時間，在顧張文菊、葉成慶律師事務所有限法律責任合夥辦事處(地址為香港金鐘夏慤道18號海富中心第1座6樓601室)可供查閱：

- (a) 組織章程大綱及組織章程細則；
- (b) 匯聯會計師事務所有限公司及國富浩華(香港)會計師事務所有限公司共同編製的會計師報告，全文載於本文件附錄一；
- (c) 匯聯會計師事務所有限公司及國富浩華(香港)會計師事務所有限公司共同發出有關本集團未經審核備考財務資料的報告，全文載於本文件附錄二；
- (d) 本文件「行業概覽」一節所述Euromonitor International Ltd.發出的行業概覽報告；
- (e) 香港大律師潘展平就與本集團營運相關的香港法例若干方面編製的法律意見；
- (f) 香港大律師許友迪就與本集團稅務相關的香港稅法的法律意見；
- (g) 本文件附錄三所述毅柏律師事務所編製概述開曼群島公司法若干方面的函件；
- (h) 本公司與本集團營運有關的中國法律的法律顧問競天公誠律師事務所編製的法律意見；
- (i) 公司法；
- (j) 本文件附錄四「C.有關主要股東、董事及專家的其他資料 — 2.服務協議詳情」一段所述服務協議；

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀有關資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

附錄五

送呈香港公司註冊處處長及備查文件

- (k) 本文件附錄四「B.有關我們業務的進一步資料 — 1.重大合約概要」一段所述重大合約；
- (l) 本文件附錄四「E.其他資料 — 7.專業機構同意書」一段所述同意書；及
- (m) 購股權計劃規則。