

## 業 務

### 概覽

我們是一家中國快速發展的豬肉企業，垂直整合的業務模式覆蓋了整個行業價值鏈。我們獨特的定位使我們受益於中國豬肉行業的現有趨勢，包括行業逐步整合向大規模生豬養殖場發展的趨勢、消費者對安全優質產品的需求日益增加的趨勢及符合日益嚴格的環保規定的需要。我們的業務包括飼料生產、生豬養殖、屠宰、鮮豬肉及肉製品的生產、經銷與銷售及冷凍肉類產品進口及銷售。根據弗若斯特沙利文的資料，我們是中國首批採用大規模生豬養殖的企業之一。截至最後實際可行日期，我們已經策略性地擁有遍佈於中國的47個生豬養殖場、2個屠宰加工工廠及2個肉製品加工工廠。截至二零一六年四月三十日，我們有1.0百萬頭生豬。二零一五年生豬出欄量為1.2百萬頭。根據弗若斯特沙利文的資料，於二零一五年按育肥豬產量計，我們在中國生豬養殖市場排名第四。我們垂直整合的業務模式及嚴格的食品安全控制體系有利於我們密切監控生產流程，確保食品安全。在二零一二年倫敦奧運會前，國家體育總局指定我們為中國奧運體育代表團二零一二至二零一五年唯一肉類食品供應商，這顯示了對我們產品的安全性及質量的認可及信賴。

中國生豬生產行業正在向規模化、一體化的模式整合，這種模式在生產效率、疾病控制、食品安全控制及可持續性方面具有優勢。此外，隨著經修訂二零一五年版《中華人民共和國環境保護法》的施行，全國環保要求及執行環保法規一直不斷提高。該等法規的發展淘汰了未能符合日益嚴格的法規要求的散養戶及小型養殖場。根據弗若斯特沙利文的資料，年產能500頭以上的生豬養殖場所佔市場份額由二零零七年的26.0%提升到了二零一五年的42.7%及年產能10,000頭以上的生豬養殖場所佔市場份額由二零零七年的3.7%提升到了二零一五年的9.7%。參與此整合趨勢，我們積極拓展規模，逐步提高在中國生豬養殖市場的市場份額。我們的生豬產能從二零一三年十二月三十一日的1.3百萬頭增至二零一五年十二月三十一日的2.3百萬頭，複合年均增長率為30.7%。截至最後實際可行日期，我們有五個在建的新生豬養殖項目，全部預期在二零一六年底完工，到年底將使我們的生豬年產能提高到3.5百萬餘頭。未來五年，我們將繼續擴張，目標是到二零二零年底將我們的年產能擴大至5.5百萬頭，實現二零一五年至二零二零年19.3%的複合年均增長率。

---

## 業 務

---

自成立後，我們在建設及經營大型生豬養殖場中獲得了豐富的經驗，並在環境保護方面取得了技術專長，成為我們的核心競爭優勢之一。隨著中國環保政策的日趨嚴格，環保問題將對現有生豬養殖企業的成本控制和擴張能力有深遠的影響，將會是新的生豬養殖企業進入本行業的准入壁壘。

我們擁有實力強大及多元化的股東陣營，既包含隸屬財富全球500強企業、國務院國有資產監督管理委員會（「國資委」）直接擁有和管理的全球領先的國有中國農業食品企業中糧，也包含有豐富養殖、肉類產品加工經驗的三菱和其聯繫人伊藤火腿及米久。在國有企業改革的實踐中，我們亦引入了領先財務投資者KKR、Baring、Temasek和Boyu為我們的股東。我們的股東在戰略規劃、人才輸入、資源配置、品牌背書、經營及企業管治等多個方面為我們提供支持。股東們在多方面的支持有助於我們明確資源分配及提高運營效率，尤其是生產效率。我們的生產效率提高從往績記錄期內增加的每頭生豬的平均出欄重量及每頭能繁母豬每年貢獻斷奶仔豬頭數(PSY)中反映。

我們的高管團隊平均擁有約20年的行業經驗，其中多位在擔任中糧及其附屬公司的眾多崗位時獲得管理專業知識。彼等在牲畜養殖、肉類加工及國際貿易等領域知識深厚且在企業管理領域經驗豐富。

我們有兩個核心品牌「家佳康」和「萬威客」，它們品牌定位清晰，以高標準安全性為品牌核心價值。在我們的畜肉部，我們以「家佳康」品牌銷售小包裝生鮮豬肉產品並在我們本身及加盟的家佳康專賣店銷售生鮮豬肉產品。我們正擴大家佳康品牌小包裝鮮豬肉產品的銷售，該類產品食用便捷且防污性更強。我們亦開設更多家佳康專賣店銷售我們的產品；這種銷售渠道讓我們更能控制產品陳列及推廣，及讓我們密切監控消費者偏好及行為。根據弗若斯特沙利文的資料，我們「家佳康」和「萬威客」品牌的肉製品主要是高端的低溫肉製品，是中國豬肉產品中增長最快的分部之一。我們的品牌產品主要目標消費者群體是中國城鎮居民中的中產階級家庭。隨著消費者消費習慣變化、對食品安全問題的日益關注以及消費者對可口便利食品的偏好，我們的品牌產品將有可觀的增長潛力。

---

## 業 務

---

我們進口冷凍肉類產品主要為豬肉、牛肉、禽肉、羊肉及羔羊肉。根據弗若斯特沙利文的資料，按進口量計我們於二零一五年在中國肉類進口市場排名第二。我們的國際肉類供應商來自巴西、智利、德國、丹麥、澳大利亞及新西蘭等領先生產國。我們密切追蹤市場發展變動，為餐飲企業、食品加工商等主要客戶提供具有成本競爭力的原料解決方案，及向客戶提供多品類的產品、增值服務及跨區域供應保障。我們進口冷凍肉類產品的銷售已擴大至大賣場及超市，將來自海外的優質肉類產品直接銷售至中國消費者。

我們已為生豬、生鮮豬肉產品、肉製品及進口冷凍肉類產品建立獨立的銷售網絡。該等網絡均面向適合其各自產品的特定銷售渠道及業務。我們的客戶通常包括批發商、餐廳及飯堂、大賣場及超市、食品加工商及經銷商。我們亦於家佳康專賣店及透過電商渠道銷售部分產品。

我們的業務在往績記錄期內增長迅猛。持續經營業務所得收益從二零一三年的人民幣3,733.6百萬元增至二零一五年的人民幣5,055.7百萬元，相當於複合年均增長率16.4%以及由截至二零一五年四月三十日止四個月的人民幣1,375.6百萬元增加43.0%至二零一六年同期的人民幣1,967.6百萬元。生豬年產能從二零一三年十二月三十一日的1.3百萬頭增至二零一五年十二月三十一日的2.3百萬頭。生豬產量從二零一三年的0.9百萬頭增至二零一五年的1.2百萬頭並由截至二零一五年四月三十日止四個月的0.4百萬頭增加至二零一六年同期的0.5百萬頭。鮮豬肉總銷量(包括對內銷售及對外銷售)從二零一三年的94.5千公噸增至二零一五年的127.8千公噸並由截至二零一五年四月三十日止四個月的36.6千公噸增加至二零一六年同期的40.9千公噸；肉製品總銷量(包括對內銷售及對外銷售)從二零一三年的7,548公噸增至二零一五年的9,548公噸並由截至二零一五年四月三十日止四個月的2,942公噸增加至二零一六年同期的2,962千公噸；及進口冷凍肉總銷量(包括對內銷售及對外銷售)從二零一三年的72.8千公噸增至二零一五年的107.2千公噸並由截至二零一五年四月三十日止四個月的28.8千公噸增加至二零一六年同期的32.7千公噸。

我們將繼續以生產安全高品質肉類產品為首要關注點，擴大生豬養殖和營運規模，提高市場佔有率，使「家佳康」和「萬威客」成為安全高品質肉類產品的代表品牌，為股東和社會創造價值。

---

## 業 務

---

### 我們的競爭優勢

我們的業務平台覆蓋中國豬肉行業全產業鏈，且我們對各個生產環節嚴格把控，使我們滿足市場對安全高品質肉類產品不斷增長的需求，並使我們處於獨特地位，從而受益於中國豬肉行業的現行趨勢。

我們的垂直整合業務覆蓋了中國整個豬肉行業全產業鏈，包括飼料生產、生豬養殖、屠宰、鮮豬肉及肉製品生產、經銷及銷售及冷凍肉類產品進口及銷售。與主要專注生豬養殖(上游)或者生豬屠宰及加工(下游)的同業競爭者們相比，我們能夠更好地控制整體生產流程，從而強化質量管理，以確保食品安全。

為確保產品安全及質量，我們對各個環節的生產流程都制定了嚴格的技術規範和程序。我們建立了完善全面的產品可追溯體系，並通過了ISO9001、ISO22000、HACCP等質量安全管理體系認證。在農業部(「農業部」)或國家食品藥品監督管理局(「食藥監總局」)的監督檢測中，我們的產品從未出現獸藥殘留或違禁物等問題。二零一五年食藥監總局官方公佈抽檢我們的產品86批次，農業部及食藥監總局相關單位對我們現場抽樣數百批次，檢測通過率為100%。

我們在整個營運中制訂供應商管控措施，建立了供應商准入控制體系(其中包括供應商分級及管理體系)。我們亦制定了原材料檢查體系，以確保我們原材料的質量。例如，飼養生豬的飼料，做到了進入生豬養殖場前每批查驗，對每個供應商每個品種的飼料都進行霉菌毒素等重要衛生指標的檢測，且每年對供應商的產品質量與服務水平實行績效評價。

近幾年的中國食品安全事件突顯了食品企業在控制原料源頭方面所面臨的困難和挑戰，使得中國消費者對食品安全的敏感度和食品安全意識大幅提高。為應對該等需求，我們正在推廣受中產階級家庭歡迎的自有品牌的小包裝鮮豬肉產品，因為有品牌背書(特別是在食品安全方面)和清潔便捷的特性，小包裝產品相對其他豬肉產品可實現更高的溢價。

## 業 務

瘦肉精被中國若干生豬生產商非法用來提高生豬瘦肉率，被其污染的產品對消費者造成嚴重健康問題，因此瘦肉精的使用被明令禁止。除對普通消費者有健康危害以外，被瘦肉精污染的肉類也是運動員食源性興奮劑的主要來源。於二零一二年至二零一五年，中國的反興奮劑機構採用國際標準對我們的肉類產品進行了大範圍樣品測試，我們的產品達到了100%合格。經成功通過檢測後，我們開始向[中國主要奧林匹克運動中心供應肉類產品，當中包括國家體育總局體能訓練中心、北京體育大學、乒乓球羽毛球運動管理中心、田徑運動管理中心、水上運動管理中心、自行車擊劍運動管理中心、國家奧林匹克體育中心、排球運動管理中心、秦皇島訓練基地等]。該等機構與我們訂有長期採購合同，且我們的產品都全部達標，這充分體現出我們在控制食品安全方面的能力。

充分把握規模化養殖在中國生豬養殖行業的重要趨勢，我們的生豬養殖模式能夠讓我們提高生產效率，有高度可預期性和可複製性。

中國生豬養殖行業正從小型散戶養殖為主快速轉變為大規模養殖為主。推動該變動的因素包括生豬價格波動、日益嚴格的環保規定、城鎮化進程加速及中國政府鼓勵大規模養殖的政策。根據弗若斯特沙利文的資料，大規模生豬生產商因其遵循食品安全及環保法規的能力，在行業整合中其所佔市場份額持續增加。年產能超過500頭以上的生豬養殖場所佔市場份額由二零零七年的26.0%至二零一五年的42.7%，而年產能超過10,000頭的生豬養殖場所佔市場份額則由二零零七年的3.7%增至二零一五年的9.7%。此外，中國豬肉消費量由二零一零年的50.9百萬公噸增長至二零一五年的55.7百萬公噸，複合年均增長率為1.8%，並預期按2.4%的複合年均增長率增長至二零二零年的62.6百萬公噸。預期市場整合及市場需求增加，我們積極拓展規模，逐步提升生豬養殖的市場份額。截至最後實際可行日期，我們現有分佈於6個省的47個生豬養殖場，近年來穩步提高生產規模，生豬產能從二零一三年十二月三十一日的1.3百萬頭增至二零一五年十二月三十一日的2.3百萬頭，複合年均增長率為30.7%，生豬出欄量從二零一三年的0.9百萬頭增至二零一五年的1.2百萬頭並由截至二零一五年四月三十日止四個月的0.4百萬頭增加至二零一六年同期的0.5百萬頭。為保持增長，截至最後實際可行日期，我們有五個生豬養殖項目，預期於二零一六年內完工，而該等項目預期將使我們的生豬年產能到年底前提高到3.5百萬餘頭。未來五年，我們還會繼續擴大生豬養殖，而我們的目標為於二零二零年底實現生豬年產能5.5百萬頭，於二零一五年至二零二零年的複合年均增長率為19.3%。

我們是中國大型生豬養殖行業的先行者之一，從二零零九年成立以來在大型生豬養殖方面做了很多資金和研究投入，並不斷向國際先進的生豬養殖企業學習最佳行業實踐。經

## 業 務

過多年的經驗積累，我們在養殖場的選址、設計和運營方面總結了很多專業知識。憑藉此方面的經驗和專業知識，我們主要通過養殖過程中的標準化、精細化提升了勞動生產效率和疾病防控能力。平均頭豬出欄重量從二零一三年的96.4公斤增加到了二零一五年的101.8公斤及截至二零一六年四月三十日止四個月的106.6公斤，降低了每公斤豬肉的平均屠宰加工成本，從而提升了我們每頭豬的利潤。我們的每頭能繁母豬每年貢獻斷奶仔豬頭數(PSY)由二零一三年的21.6增至二零一五年的22.6及截至二零一六年四月三十日止四個月的23.4，證明我們的生豬繁殖效率不斷提升。此外，我們與中糧的關係及我們成功的規模經營模式有助於獲得中國地方政府的有力支持。我們過去有能力迅速擴大產能並改善運營效率，今後也將不斷複製現有成功的生產模式，以增加市場份額，成為行業標杆企業。

我們在生豬養殖的環境保護和可持續發展方面正開展若干創新項目，且我們相信，我們在環保方面的核心能力是我們擴張和發展的重要競爭優勢。

近年來，新環保法律及規定的推出對中國生豬養殖行業的發展起主導作用。於二零一四年，中國實施《畜禽規模養殖污染防治條例》，經修訂《中華人民共和國環境保護法》於二零一五年生效。因此，小型散戶養殖企業必須在取暖及污染物排放等方面升級設備。眾多小型養殖戶無法遵守相關新環保規定，故不得不退出該行業。預期該等變動亦使許多當初已經退出的農戶在行情好時重回產業方面面臨更多挑戰及困難。該等發展預期將限制全國生豬數量的增長，影響生豬養殖企業的擴張能力，並將造成行業准入壁壘。

與小型生產商相比，我們在環境保護研發及發展可持續生豬養殖技術及設施方面投入大量資源。我們成立了專門的團隊，重點發展生態生豬養殖模式。我們已經在此領域取得了以下技術成果。

- 我們已開發沼液返田及沼氣供熱及發電系統，並已經推廣到我們的生豬養殖場。作為該等舉措的一部分，我們對豬場產生的糞便進行無害化處理，產生的沼液作為有機肥料使用，降低了周邊農田的化肥農藥成本，同時減少了糞便處理成本。

---

## 業 務

---

我們在江蘇東台的首個沼氣循環利用項目已於二零一三年建成投運，是使用豬場糞便作為原料集發電、供熱和制肥於一體的工程。

- 對於病死豬，我們採取全封閉體系收集並運送到指定地點，進行粉碎高溫蒸煮、生物發酵等方式進行處理，生成的廢渣部分用於沼氣站，而餘下部分用於沼液返田系統。

我們擁有經驗豐富的管理團隊並從股東獲得有力支持。

我們的高管團隊在牲畜養殖、肉類加工及國際貿易等多個業務方面平均擁有約20年的行業經驗。此外，我們受益於中糧及其附屬公司（「中糧集團」）的人才及經驗。我們的多位高管在就職於中糧集團時獲得管理專業知識，在企業管理、項目執行方面成果卓著。此外，部分高級管理人員在跨國養殖企業工作的經驗，有利於我們在生豬養殖方面向行業領先企業的方向發展。

我們是中糧下屬主要的肉類業務平台，繼承了集團「保障國家糧食安全、引領行業食品安全」的社會責任。中糧是一家由國資委直接擁有及管理的大型國有企業。除肉類業務外，過去十年來中糧集團透過在相關行業的內生增長及收購，已發展出糧油產品、食品、房地產、金融及電子商務等綜合業務。中糧集團的業務遍佈140多個國家和地區，已發展成為全球領先的農產品、食品公司，集農產品採購、貿易、物流及加工為一體。尤其是，我們受益於中糧集團在了解全球市場信息方面的雄厚實力，這有助於我們以有利價格採購優質原料。中糧集團的電商平台我買網亦有助於我們擴大銷售渠道。中糧代表中國政府營運中國生豬及冷凍肉的國家儲備，可選擇滿足其生豬及冷凍肉國家儲備供應標準的合作夥伴。中糧附屬公司之一中糧營養健康研究院有限公司向我們提供技術支持以改善我們的營運效率。

我們的其他股東包含三菱商事和其聯繫人伊藤火腿及米久，以及領先的財務投資者KKR、Baring、Temasek和Boyu。其中三菱商事是中糧的戰略合作夥伴，是日本飼料、養殖

## 業 務

領域的龍頭企業之一，伊藤火腿和米久在豬肉加工領域擁有豐富的運營經驗和先進的研發技術能力。我們的財務投資者在投資及支持具有高增長潛力行業的公司方面擁有可靠的往績。我們及股東在社會責任投資上持相同觀點且注重食品安全及綜合環境保護。我們的股東不斷協助我們改善運營效率，包括甄選及推薦擁有全球經驗的行業專家。該等專家已協助我們優化生豬養殖技術、完善動物防疫體系、提升自動化水準、研發西式肉製品及改善品控系統。另外股東亦已協助我們根據行業最佳慣例建立起公司管治，從策略制定、員工培養及建立基於績效考核的激勵體系等方面不斷完善企業管理。

我們的**核心品牌**有著清晰的定位，能夠受惠於急劇增長的中國市場需求。

我們以旗下兩個核心品牌「家佳康」和「萬威客」銷售生鮮豬肉和肉製品。我們已針對這兩個品牌建立清晰的市場定位，以高標準食品安全為其核心價值。我們主要通過小包裝生鮮豬肉產品及肉製品以及透過我們本身及加盟的家佳康專賣店銷售生鮮豬肉產品推廣「家佳康」品牌，並已利用「守護安全五道關：環境關—拒絕重金屬、飼料關—拒絕生長素、養殖關—拒絕激素、檢測關—拒絕瘦肉精，以及運輸關—拒絕污染」的品牌標語建立品牌價值。我們的「萬威客」品牌以「卓越的肉品專家」為品牌標語來體現其在中國22年生產及銷售肉製品的專業性。我們的品牌肉製品主要為高端低溫肉製品。低溫肉製品是中國豬肉產品中增長最快的板塊之一，根據弗若斯特沙利文的資料，中國低溫肉製品的消費量在二零一零年至二零一五年的複合年均增長率為6.3%，預計由二零一五年至二零二零年複合年均增長率將進一步達到9.8%。

就產品定位和目標市場而言，「家佳康」和「萬威客」都在急劇增長的中國市場中有良好的定位和可觀的增長潛力。該等品牌主要定位於中國的中產階級城鎮家庭。預計中國城鎮化率將不斷提高，我們的主要消費群體城鎮中產階級人口也會不斷增長。我們已根據目標消費者的特徵制定品牌策略和開拓市場推廣渠道。比如說在品類方面，為應對家庭消費模式及需求的變化，我們推出了培根、熏煮香腸和熏煮火腿等產品在中國一二線城市銷售；在產品包裝方面，我們推出了更多適合家庭烹飪的小包裝產品，因具有便捷性、衛生防護的包裝和令人放心的品牌，深受消費者歡迎。根據弗若斯特沙利文的資料，現代零售商（包括大賣場及超市）銷售的生鮮豬肉產品預期以14.0%的複合年均增長率增長，由二零一五年的8.64百萬公噸增至二零二零年的16.65百萬公噸，為生鮮豬肉產品主要銷售渠道中預計增長最快者。此外，我們計劃開設更多家佳康專賣店以銷售我們的產品，而我們相信此舉

---

## 業 務

---

可令我們更多地控制我們產品的展示及推廣方式，並讓我們密切監控消費者偏好及行為。為快速促進我們肉製品業務的增長，我們亦計劃加快開拓連鎖餐飲企業和烘焙食品生產企業等渠道的銷售。在產品推廣方面，我們考慮中產家庭的休閒時間、消費模式等因素；在電視廣告方面，我們使用了卡通形象和可愛有趣的風格來吸引家庭消費者的注意力。

作為中糧的主要肉類業務平台及憑藉我們已實施的嚴格質量控制措施，我們在企業客戶(包括餐廳、飯堂及食品加工商)中以產品安全及優質而聞名。我們於中糧集團內的聲譽及地位亦有利於我們對企業客戶渠道的產品進行定價。

我們是中國領先的肉類進口商，可以通過我們進口的多品類產品來更好地服務我們的客戶。

根據弗若斯特沙利文的資料，按豬肉、牛肉、禽肉、羊肉及羔羊肉的進口總量計，我們於二零一五年在中國肉類進口市場排名第二。我們的國際貿易部門與全球的肉類供應商密切合作。我們的進口冷凍肉類產品供應商來自巴西、智利、德國、丹麥、澳大利亞、新西蘭等多個主要肉類生產國家。因全球不同地區肉類價格差異較大，我們能敏銳把握全球市場的脈搏，以規模化及多元化採購獲得的議價力為支撐，為我們的主要客戶提供具有成本競爭力的產品及增值服務。我們向客戶提供多品類的產品、增值服務及跨區域供應保障。

我們將進口冷凍肉類產品對外銷售予第三方客戶及我們已終止經營的禽肉業務，對內銷售予肉製品分部。除豬肉業務的垂直整合模式帶來競爭優勢外，我們對內銷售冷凍肉類產品以供生產肉製品令我們更好地控制成本及原材料質量，以確保食品安全。

### 我們的戰略

擴大上游養殖產能，以現代化設施實現更大規模。

我們於二零一六年四月三十日的生豬年產能為2.3百萬頭。截至最後實際可行日期，我們有五個在建的新生豬養殖項目，全部預期在二零一六年底完工，到二零一六年底將

---

## 業 務

---

使我們的生豬年產能增至3.5百萬餘頭。透過建立新的生豬養殖場和擴建我們的現有生豬養殖場，我們將會持續擴大一體化生豬產能。我們的目標為於二零一七年底前將生豬年產能增至約4百萬頭。我們的目標為於二零一八年至二零二零年期間將我們的生豬年產能平均每年增加約500,000頭，並於二零二零年底前達致生豬年產能5.5百萬頭。就我們行業慣例而言，一般需時約兩年發展新的生豬養殖場以滿足其設計年度產能。根據我們擴建生豬產能的現有計劃，我們的目標為於二零一七年將生豬年產量增至約2.3百萬頭。我們達致該生產水平的能力視乎大量不明朗因素，包括生豬之間並無爆發或染上疾病或發生該等類別疾病的不利宣傳、市況（特別是生豬價格）保持有利、我們的營運效率將繼續改善及政府政策保持有利。通過此項擴展，我們有望實現更大的規模經濟效益及增加管理及生產工藝的標準化，從而新增收益流及進一步降低產品的單位成本。無法擔保我們將達成我們計劃的產能及產量的計劃及目標。該等計劃及目標視乎多項超乎我們控制的因素，而我們的管理層認為調整我們有關經濟、政策、法規、市場或其他商業上屬重大的因素的業務策略或營運計劃或目標乃屬恰當。例如，生豬價格或生豬生產成本（如飼料成本）的不利變動可能在商業上對我們有利，以減低產量以控制成本或減少虧損。有關詳情，亦請參閱「前瞻性陳述」及「風險因素」。

在新建生豬養殖場和擴建我們的現有生豬養殖場時，我們會汲取數年來在大型生豬養殖場建設及運營方面積累的經驗及專業知識，持續改善生豬養殖場的設計和安裝現代化設備，進一步降低人工等成本。我們亦將維護及發展中心實驗室、地區實驗室及獸醫團隊，以加強傳染病預防及控制。

**加大科技投入，提高生產效率和降低生產成本。**

我們已啟動了運營方面的改進工作，以增加每頭母豬每年的生豬出欄量，改善生豬的瘦肉率和肉質。這些改進工作包括育種和基因改良、營養管理、生產優化和疾病防控改進。在該等舉措中，我們取得來自丹麥、美國、加拿大及日本的行業專家的支持。我們相信這些舉措將有助於我們保持國內領先生豬養殖企業之一的地位。

我們將繼續與華中農業大學、南京農業大學、哈爾濱獸醫研究所等國內領先研究機構及Genesis等海外機構和公司的合作關係。該合作關係將為我們在培育擁有優良基因的優質

## 業 務

種豬進行配種實驗和種畜群改良方面提供支持。我們亦將繼續聘用能夠提供運營改進方面專業知識和技術協助的領軍外國專家。

我們與Merit Biotech分別於二零一五年十二月、二零一六年一月及二零一六年六月成立了三間合資公司中慕、慕中及江蘇慕康，此等合資公司將會把Merit Biotech在免疫系統及飼料營養方面的優勢和我們在生豬養殖規模、產業鏈加工方面的優勢有機結合。

我們在與飼料供應商的合作中也不斷改良飼料配方，以持續降低飼料成本。

**擴大飼料生產、生豬養殖、屠宰和加工產能，進一步提升我們垂直整合的業務模式。**

於往績記錄期，我們於湖北武漢的飼料加工廠及中糧的兩間委託飼料加工廠提供的飼料佔我們生豬養殖所使用飼料的逾20%。我們正擴大我們的飼料產能，提高豬肉業務的垂直整合度。截至最後實際可行日期，我們有四個在建的新飼料加工廠，其中三個預計於二零一六年底前完工，其餘一個在二零一七年底前完工。預計到二零一七年底，該等新飼料加工廠的年產能將達到72萬公噸。我們認為，生豬養殖業務所用飼料的內部供應比例增加，將使我們能夠更好地控制食品安全、質量及成本。增加我們的內部飼料供應，我們相信可降低生產成本，因為可減低我們向第三方飼料供應商購買飼料時通常被收取經標高的價格，我們可以更即時對應飼料市場的變化並利用更具成本效益的配方生產我們的飼料，且我們可節省運輸成本，因為我們的飼料生產廠通常較第三方飼料供應商鄰近我們的生豬養殖場。此外，我們一般在我們擁有相對大的生豬產量的地區興建飼料生產廠，我們相信此舉有助我們的飼料生產廠符合其設計產能，達致規模經濟。

根據弗若斯特沙利文的資料，中國豬肉行業高度分散，約有47百萬家大小和規模不一的生豬生產商，而二零一五年五大生豬養殖企業的合併市場份額僅為3.6%。我們將繼續尋求擴張我們在整條豬肉行業價值鏈的業務，包括建設新生產廠及收購能夠產生價值及協同效應的目標公司。我們的生豬養殖場全國佈局廣泛，覆蓋了內蒙古自治區、天津市、吉林、河北、江蘇和湖北等省份。兩家屠宰廠，分佈在湖北省和江蘇省。兩家肉製品生產工廠，分佈在湖北省和廣東省。我們認為中國豬肉行業價值鏈上游（尤其是生豬養殖）的發展機會更大，因而，我們近年來花了較多的精力擴大我們的生豬產能且將繼續發展我們的生豬養殖業務，進一步強化垂直整合業務模式，這會提高我們維持質量控制及確保食品安全的能力。我們計劃提高自繁、自育、自養、自加工的比例。我們也計劃在生豬養殖場周邊增建屠宰廠和肉製品生產工廠，此舉將有助於我們整合業務、增加下游業務收入、降低成本、控制產品質量及提高我們品牌產品的地域覆蓋範圍。我們計劃在華北地區戰略性收購或興建新屠宰廠來擴展我們的屠宰業務。實行此戰略時，我們已進行有關市場研究及選址

---

## 業 務

---

分析(包括調查及評估當地土地、客戶、競爭者及其他市場狀況)、與相關地方政府部門溝通並已與經挑選的潛在收購目標初步接觸。截至最後實際可行日期，我們並無就任何此類收購參與任何磋商或訂立任何意向書或任何明確最終諒解、承諾或協議(不論是否具法律約束力)。我們計劃於江蘇省東台市建設一個新肉製品生產工廠，並預期將於二零二零年落成。我們相信，擴大我們的生豬養殖、屠宰及加工產能將使我們能夠把握消費者對安全優質豬肉產品日益增加的需求，更有效地將我們的產品銷往市場、優化我們的物流及其他運營成本及收集更多的當地市場情報。

我們預期會增加我們於二零一二年十月開始運作並於往績記錄期內增加產量的江蘇省屠宰廠以及兩個於湖北省及廣東省的肉製品生產工廠的利用率。為達到這個目的，我們擬實踐我們繼續擴大銷售網絡及增大產品覆蓋的地域範圍的戰略以及進一步提升下述我們兩個核心品牌「家佳康」及「萬威客」的品牌知名度。通過該等戰略，我們相信，我們將能夠增加我們的生鮮豬肉產品及肉製品的銷量及產量；因此，我們預期會增加上述的利用率。

### 繼續擴大銷售網絡和增大產品覆蓋的地域範圍。

我們將繼續發展我們認為具有更高增長潛力及更大滿足消費者需求潛力的銷售渠道，如超市、大賣場及家佳康專賣店。我們預計會增加通過大賣場及超市出售的生鮮豬肉產品的銷量，大賣場及超市更符合中國中產家庭的消費模式以及他們對生鮮豬肉產品不斷增加的需求。我們將為銷售網絡建立扁平化管理架構，這將令我們可快速應對本地及區域市場發展、削減經銷成本，同時讓我們能與終端客戶緊密互動。我們計劃吸引更廣泛的客戶，包括更多餐廳、飯堂及食品加工商。我們將繼續提高為主要客戶(如連鎖餐廳)策略性訂製產品的產量。我們將定期監察各渠道的產品銷售，並根據公司策略及客戶反饋管理產品品類。

---

## 業 務

---

我們將繼續增加物流合作夥伴數目，提升彼等的服務質量及擴展冷鏈物流能覆蓋的範圍。我們也計劃通過有效的品牌推廣和廣告，提高在華北、華中、華東和華南的一線、二線城市店鋪滲透率與知名度。

我們將進一步開發電商渠道，包括通過我買網、微店等渠道來迎合年輕消費者的購物習慣，擴大我們產品覆蓋的地域範圍。

進一步提升品牌影響力和知名度，充分利用我們在食品安全方面的強大優勢來提高市場佔有率。

我們將繼續推廣「家佳康」及「萬威客」品牌，通過形象化、與消費者互動等方式來強化我們食品安全優勢的認可度。我們與中國奧運體育代表團的合作非常成功，我們會繼續與中國奧運體育代表團合作以凸顯我們在食品安全方面的優勢及提升我們的品牌意識。

我們的「家佳康」品牌小包裝生鮮豬肉產品深受客戶歡迎，我們認為這也是生鮮豬肉產品中最有增長潛力的品類。我們計劃採用小包裝產品推廣銷售裡脊肉、臀腰肉、五花肉等各種生鮮豬肉產品，滿足中國中產家庭對便捷和安全食品的需求。

我們設立了肉製品研發部，收集消費者的反饋，根據消費者不斷變化的消費模式及需求，開發更多配方、口味和包裝選擇的產品。二零一三年、二零一四年及二零一五年，我們分別推出61種、73種及50種肉製品新品。二零一三年、二零一四年及二零一五年，銷售於相關年度和相關年度前兩個年度分別推出的肉製品新品收益分別佔我們於該年度肉製品銷售總收益的16.3%、24.4%及20.1%。根據弗若斯特沙利文的資料，於二零一五年，按低溫肉製品銷售收益計，我們於廣州及深圳總計排名第一、於武漢排名第二及於北京及上海分別排名第三。我們會繼續加強在核心低溫肉製品市場的領先地位，並且計劃開發和推出低溫中式肉製品、休閒肉製品、速凍主食肉類產品及發酵肉類產品。

持續招納及培養人才，保證強大的人才儲備和市場競爭力。

人才的吸收培養是我們成功的要素之一。我們每年從高校補充生力軍，並加大與各大農業院校及機構的合作，針對重點專業人才開展合作培養。通過該等安排，我們持續補充

## 業 務

---

具有現代經營管理知識和專業技術的青年人才。同時，我們積極引進適合我們戰略發展且具有經驗的中高級管理人員及技術專家。

我們針對人才發展有完善的培養策略，比如說向僱員提供持續教育及培訓計劃，以提升僱員技能及發揮僱員潛能。我們已為僱員設定主要績效指標，包括工作效率、團隊合作精神、專業知識及其他主要績效指標，我們並進行定期審查以管理我們的人才儲備。

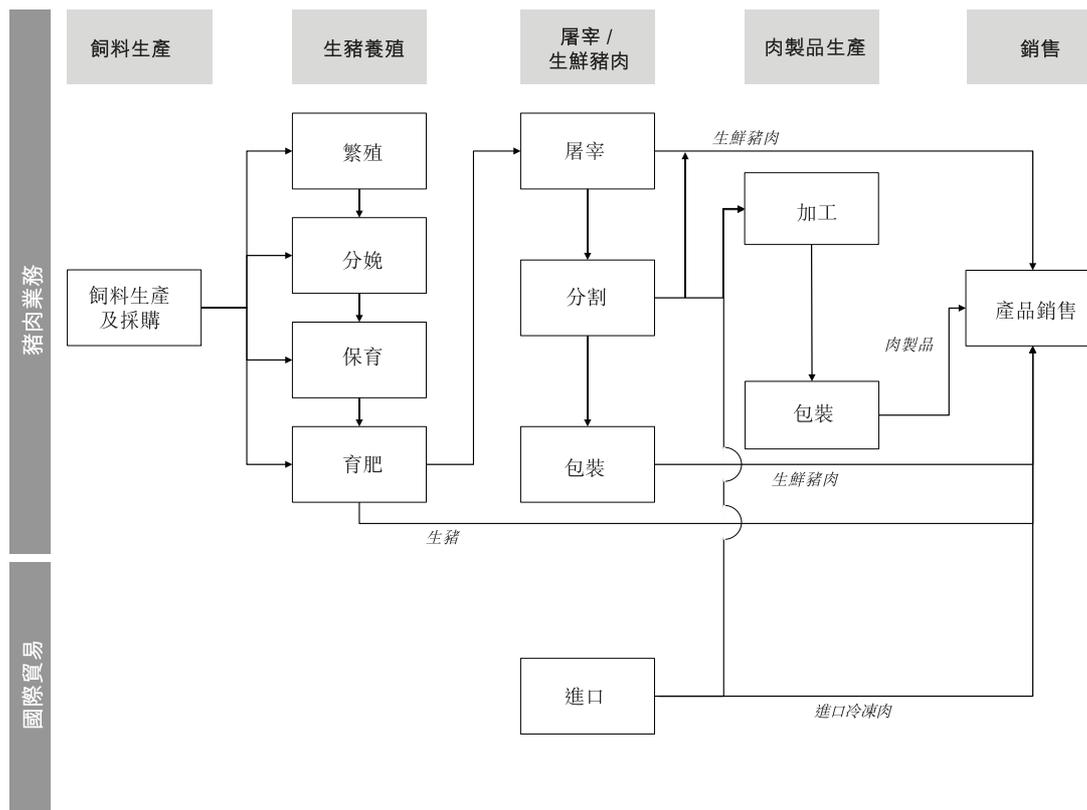
在確定獎勵時，我們會按照「以崗定薪、按績取酬、與市場接軌、促進能力和發展」的原則持續完善薪酬體系和激勵計劃，使之具備市場競爭力，並對我們的管理層形成有效的激勵。

我們注重團隊學習和技術創新，並會延續我們的「團隊學習」方法。我們的培訓體系分成不同級別，以迎合人才的需要和特徵。我們在生豬養殖、生鮮豬肉、肉製品、國際貿易等部門開展各類專業研討和團隊學習活動，提升管理人員的領導能力和技術人員的專業水平。此舉將推動我們向行業領導者的戰略轉型，促進業務的持續快速發展。

## 業 務

### 我們的業務

我們經營兩大業務：(1)豬肉業務(利用垂直整合平台養殖生豬、生產生鮮豬肉及肉製品)及(2)國際貿易業務(在中國從事冷凍肉及副產品進口和銷售)。下圖說明我們兩項業務的主要環節。



### 豬肉業務

我們豬肉業務的垂直整合業務模式貫穿整條豬肉產業價值鏈，包括飼料生產、生豬養殖、屠宰與生鮮豬肉及肉製品生產、經銷及銷售。我們的垂直整合業務模式有助於我們確保食品安全及產品品質，使我們得以獲取整條豬肉產業價值鏈的價值。我們的豬肉業務涵蓋三個分部(與本文件附錄一所載會計師報告內的分部呈報一致)：生豬養殖、畜肉及肉製品。我們有兩個核心品牌：「家佳康」及「萬威客」。我們主要在華中、華東及華北地區以「家佳康」品牌銷售生鮮豬肉及肉製品，主要在華南及華東地區以「萬威客」品牌銷售肉製品。我們豬肉業務的三大分部概述如下：

## 業 務

- **生豬養殖。**我們的生豬養殖分部包括飼料生產及生豬繁殖及飼養業務。根據弗若斯特沙利文的資料，二零一五年，我們的育肥豬產量在中國生豬養殖市場排名第四。我們養殖的生豬大部分供應畜肉分部，餘下生豬售予外部客戶。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們生豬養殖分部的總銷售額(對內和對外)分別為人民幣1,284.9百萬元、人民幣1,237.3百萬元、人民幣1,749.6百萬元及人民幣980.1百萬元。
- **生鮮豬肉。**我們的畜肉分部包括生豬屠宰業務及生鮮豬肉產品經銷及銷售，主要為冷鮮豬肉產品，其次是冷凍豬肉產品。根據弗若斯特沙利文的資料，按銷售收益計我們於二零一五年為中國生鮮豬肉市場十大生產商之一。我們畜肉分部的大部分生豬採購自生豬養殖業務，其餘生豬則購自外部供應商。除對外銷售外，畜肉分部亦向肉製品分部提供生鮮豬肉作為原材料。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們畜肉分部的總銷售額(對內和對外)分別為人民幣1,483.8百萬元、人民幣1,506.5百萬元、人民幣2,106.9百萬元及人民幣788.7百萬元。
- **肉製品。**我們的肉製品分部包括各類肉製品的生產、經銷及銷售，主要為優質低溫肉製品。根據弗若斯特沙利文的資料，按銷售收益計我們於二零一五年為中國肉製品市場十大生產商之一。此外，於二零一五年，按低溫肉製品的銷售收益計，我們於廣州及深圳總計排名第一、於武漢排名第二及於北京及上海分別排名第三。我們向畜肉分部、國際貿易業務及已終止禽肉業務(作為重組一部分，禽肉業務已轉讓予中糧禽業)採購用於生產肉製品的絕大部分原料肉(主要為豬肉、禽肉及牛肉)。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們肉製品分部的總銷售額分別為人民幣271.7百萬元、人民幣290.9百萬元、人民幣329.8百萬元及人民幣103.8百萬元。

### 生豬養殖

根據弗若斯特沙利文的資料，按育肥豬產量計，我們於二零一五年在中國生豬養殖市場排名第四。在生豬養殖分部，我們生產生豬飼料、繁殖生豬，並從事飼養業務。截至最

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

## 業 務

後實際可行日期，我們擁有並經營47個生豬養殖場，總年產能約為2.3百萬頭。此外，截至最後實際可行日期，我們有五個進行中的新生豬養殖項目，預計總設計年產能將增加1.2百萬餘頭。上述項目預計將於二零一六年全部完成。有關我們正進行的新生豬養殖項目的詳情，請參閱下文「－生產－產能擴充計劃」。下表載列截至所示日期我們營運中生豬養殖場數目。

	截至二零一三年	截至十二月三十一日			截至四月三十日	
	一月一日	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一五年	二零一六年
營運中生豬養殖數目……	22	26	33	47	33	47

我們迅速擴大了生豬養殖產能及生豬產量，這兩項二零一三年至二零一五年的複合年均增長率分別為30.7%及11.8%。我們亦致力提高經營效率，並組建了負責繁殖、營養及防疫的專門團隊。該等團隊聘用專家，並密切監控經營指標及運營改進的落實。我們往績記錄期的經營效率穩步上升，主要經營指標有所增加，列示如下表。該等經營效率的改善降低了成本並增加了實際產能，因此我們的利潤率得以大幅提升。下表載列我們生豬養殖分部的若干經營指標。

	截至十二月三十一日／截至該日止年度						截至四月三十日／截至該日止四個月		
	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一四年	二零一五年	複合年均 增長率 <sup>(1)</sup>	二零一五年	二零一六年	變動%
				對比 二零一三年	對比 二零一四年				
變動%	變動%	變動%	變動%	變動%	變動%	變動%	變動%	變動%	
年產能 <sup>(2)</sup> (千頭) ……	1,340.0	1,590.0	2,290.0	18.7%	44.0%	30.7%	1,590.0	2,290.0	44.0%
產量 <sup>(3)</sup> (千頭) ……	935.8	1,000.5	1,168.9	6.9%	16.8%	11.8%	410.5	504.9	23.0%
平均育肥體重 (每頭千克) <sup>(4)</sup> ……	96.4	97.8	101.8	1.5%	4.1%	2.8%	102.6	106.6	3.9%
每頭母豬每年 貢獻斷奶仔豬 頭數(PSY) <sup>(5)</sup> ……	21.6	22.2	22.6	2.8%	1.8%	2.3%	21.5	23.4	8.8%

附註：

(1) 複合年均增長率按二零一三年至二零一五年或二零一三年十二月三十一日至二零一五年十二月三十一日(如適用)期間計算。

(2) 生豬養殖年產能按期末特定運行中生豬養殖廠的生豬設計總年產能計算。

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

## 業 務

- (3) 產量包括我們期內養殖供對內銷售及對外銷售的生豬。於往績記錄期，由於我們業務持續增長，我們生豬養殖分部的年產能及產量有所提高。我們的年產能與產量之間的差距及產量增幅小於年產能增幅主要是由於往績記錄期我們的生豬產能快速擴充所致。
- (4) 於往績記錄期，我們育肥豬的平均育肥體重有所增加，育肥豬養殖所需的時間亦縮短。
- (5) 指每年指定期間內斷奶仔豬的總頭數除以該期間內母豬的平均頭數。

我們養殖的育肥豬大部分用於生鮮豬肉生產。我們的生豬養殖設施位於湖北省、江蘇省及華北地區(包括吉林省、內蒙古自治區、天津市及河北省)，而我們的兩家屠宰場位於湖北省及江蘇省。由於生豬長距離運輸不具成本效益，我們目前未在華北地區的生豬養殖場附近設立屠宰工廠，因此我們一般將這些生豬養殖場養殖的生豬(主要為育肥豬)售予外部客戶。此外，當我們生豬養殖場的供應與我們位於湖北省及江蘇省的附近屠宰廠的需求及產能不匹配時，我們會將多餘生豬售予外部客戶。

於往績記錄期，我們透過建立新的生豬養殖設施(主要為新的生豬養殖場)來擴充生豬產能。我們於往績記錄期建立的生豬養殖場主要位於華北地區，目前我們於此並無屠宰場。因此，於往績記錄期，我們的內部生豬銷售佔生豬總銷售的比例有所下降。生豬養殖分部的此發展情況導致我們內部生豬銷售佔總銷售的比例下降。我們計劃在生豬養殖場附近區域建立額外屠宰廠，並預期藉此提高我們的對內生豬銷售。此外，由於我們的生豬養殖效率提高及我們生產的生豬超過部分生豬養殖場的設計產能，我們亦不時向其他生豬生產商出售我們多餘的仔豬。下表載列所示期間我們養殖供銷售的生豬數目及該等生豬的對內銷售及對外銷售明細。

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月			
	二零一三年		二零一四年		二零一五年		二零一五年		二零一六年	
	(千頭，百分比除外)									
對內生豬銷售 .....	639.6	68.3%	636.8	63.6%	641.4	54.9%	229.8	56.0%	248.6	49.2%
對外生豬銷售 <sup>(1)</sup> .....	296.2	31.7%	363.7	36.4%	527.5	45.1%	180.7	44.0%	256.3	50.8%
總計 .....	935.8	100.0%	1,000.5	100.0%	1,168.9	100.0%	410.5	100.0%	504.9	100.0%

附註：

- (1) 我們的對外銷售由育肥豬、仔豬、保育豬及種豬銷售組成。

## 業 務

於往績記錄期，我們通過內部飼料生產、與中糧集團兩座飼料加工廠的代加工安排及自第三方(包括中糧集團其他飼料加工廠)採購等方式採購生豬養殖業務所需飼料。我們正興建新飼料加工廠以加強豬肉業務的垂直整合度，我們認為這是為了更好的控制食品安全、質量及成本。自二零一五年八月起，我們購買飼料原料並以來料加工方式委託中糧集團在湖北省的兩家飼料加工廠進行加工。有關中糧集團加工飼料及向中糧集團購買飼料的詳情，請參閱「關連交易－持續關連交易－與中糧集團訂立的不獲豁免持續關連交易－與中糧集團相互供應產品及服務」。截至最後實際可行日期，我們正在吉林省松原、內蒙古自治區赤峰及河北省張北建設三個新飼料加工廠。該等新飼料加工廠預計於二零一六年底前建成。我們亦計劃於湖北省廣水建設另一個新飼料加工廠，預計於二零一七年底前建成。每家新建飼料加工廠的年產能預計為180千公噸，我們計劃在松原、赤峰、廣水及張北的生豬養殖場使用這些加工廠生產的飼料。

於二零一五年八月前，我們曾在湖北省武漢市的飼料加工廠生產飼料，年產能為120千公噸。出於區域規劃及生物安全原因，飼料加工廠與生豬養殖場至少須相隔最短距離，武漢飼料加工廠自二零一五年八月已暫停生產生豬飼料並開始以來料加工方式為中糧集團生產其他種類的飼料。更多詳情請參閱「關連交易－持續關連交易－與中糧集團訂立的不獲豁免持續關連交易－與中糧集團相互供應產品及服務－相互提供飼料加工服務」。

於往績記錄期，我們的武漢飼料加工廠及兩個中糧集團委託飼料加工廠供應我們生豬養殖所用飼料的20%以上。我們自第三方供應商(包括中糧集團)採購餘下飼料。

### 飼料生產流程

我們已開發多種飼料配方，並根據基於種豬的日齡及體重的生長階段為其使用特定配方。我們現在針對種豬設計了四種飼料配方，針對保育豬和育肥豬分別設計了三種飼料配方。我們於付運至飼料加工廠時檢測及抽檢飼料原料，主要為玉米和豆粕。我們將飼料原料磨碎，並按照不同配方攪拌。攪拌後，飼料原料在調料槽中通過水、熱及壓力共同作用，再進一步加工成顆粒。經旋轉篩篩選後，我們將飼料存放在倉庫供運輸到生豬養殖場。我們要求兩座中糧集團委託飼料加工廠為我們生產飼料時遵循相同的生產工序及標準，而我們向該等飼料加工廠派遣品質控制人員監督生產工序。

## 業 務

### 生豬養殖流程

下圖說明我們的生豬養殖流程，完成從妊娠到育肥的過程一般約需300天。



- 繁殖及妊娠。我們從加拿大及丹麥進口純種種豬及冷凍精液，用以在我們的核心種豬場（我們繁育及飼養種豬的場所）繁育純種種豬。我們採用「杜洛克(Duroc) x 長白(Landrace) x 約克(Yorkshire)」雜交技術，「長白(Landrace) x 約克(Yorkshire)」雜交母豬與杜洛克公豬交配，繁育「杜洛克(Duroc) x 長白(Landrace) x 約克(Yorkshire)」雜交豬。我們根據健康狀況、有效乳頭數目及體重等規定標準從我們的種豬場甄選種豬。一經挑選為種豬，這些後備母豬會被分離到單體欄內，並在此進行人工授精，度過妊娠期。母豬妊娠期一般約為114天。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日及二零一六年四月三十日，我們繁殖業務分別約有56千頭、57千頭、80千頭及89千頭種豬。
- 分娩。一般在妊娠期結束前三天，我們將受孕母豬移送至分娩舍準備分娩。分娩舍經過清洗、消毒及乾燥處理以供分娩。通常在分娩後約21天，初生仔豬斷奶，並移送至保育舍。
- 保育。保育豬在保育舍停留49天左右，成長到約25千克。
- 育肥。保育舍停留期結束時，保育豬被移送至育肥舍。生豬一般在育肥舍停留105天左右，成長至約100千克，成為育肥豬。

### 生豬養殖控制

除下文「一質量控制及食品安全」一節所述適用於我們整體生產的措施外，我們為生豬養殖制定並遵守嚴格的質量控制政策及程序，主要包括：

- 生豬養殖場選址及建設。我們按照生豬不同成長階段的規定溫度、濕度及通風條件標準設計及建設養殖場養殖生豬。我們的生豬養殖場設計符合所有適用的區域

## 業 務

規劃及其他政府規定，包括遵守規定的建設標準及生豬養殖場與屠宰廠、其他生豬養殖場，工廠、住宅區、學校、河流和水井之間保持適當距離。此外，我們將母豬場與保育舍或育肥舍保持最少一千米間隔距離、生豬轉運站與保育舍或育肥舍保持最少三千米間隔距離以及生豬轉運站與洗車及消毒站保持約兩千米間隔距離，以防止疾病及控制疫情。

- **疾病預防及疫情控制。**我們已採取措施預防生豬感染疾病及幫助我們控制疾病的爆發。該等程序包括防止進場污染的措施。我們制訂並嚴格執行進場的隔離時間及我們使用的消毒程序。付運至生豬養殖場的設備及物資進場前必須消毒。車輛運載生豬前必須清洗、消毒及乾燥，生豬出豬台必須在配送生豬兩個小時內消毒。除駐守在生豬養殖場的獸醫外，我們的地區獸醫團隊會定期對生豬養殖場進行現場巡迴檢查並嚴格執行隔離要求。我們系統性地使用優質疫苗預防生豬感染地方性豬病及爆發特殊病症。我們視疾病性質迅速隔離病豬，接種疫苗或處理受影響動物。當我們察覺可能爆發疫情的任何跡象時，會立即隔離相關生豬養殖場，為生豬接種疫苗(如有)預防特定豬病。
- **獸藥控制。**供生豬治療的獸藥的購買、儲存及使用嚴格遵守《獸藥管理條例》、《關於禁止在飼料和動物飲用水中使用的藥物品種目錄》及其他有關法律及法規以及我們的內部政策及程序。我們謹慎控制生豬養殖中獸藥的使用。我們通過多層面的措施防止使用禁藥及產品藥物殘留。參考相關法律法規及最佳行業慣例，我們制定並持續更新生豬養殖許可獸藥列表及其各自的休藥期(指給藥後為確保生豬豬肉的藥物殘留低於殘留上限所需的時間)。我們的生產人員嚴格執行休藥期的規則，每天記錄生豬養殖中使用的獸藥，並根據相關藥物的休藥期停止使用。例如，我

---

## 業 務

---

們在生豬育肥前56天禁止使用多拉黴素(一種治療寄生蟲的獸藥)。我們的質量控制人員遵循持續的檢測機制，確保每個生豬養殖場均妥當實施我們的獸藥殘留控制措施。

- 以環保方式處置病豬。我們以環保方式處置生豬養殖場淘汰的病豬。更多詳情請參閱「一環保事宜及動物福利」。
- 售前檢測。出售前，我們對每頭生豬進行病徵及損傷檢查，檢查每批生豬的養殖記錄(每日養豬記錄)及獸藥使用記錄，確保所有藥物的休藥期已結束，並抽檢違禁化學物，如鹽酸克倫羅特、萊克多巴胺及抗生素。

### 生豬的銷售

我們對外銷售育肥豬予毗鄰我們生豬養殖場的第三方屠宰廠或生豬經紀。另外，我們亦出售少量仔豬、保育豬及種豬。

就對外銷售育肥豬而言，我們與屠宰廠及生豬經紀訂立框架銷售協議。該等協議一般載有以下主要條款：

- 期限：一般為一年。就框架銷售協議下的各項購買而言，雙方於交付前一天書面確認所售生豬數量及價格。
- 最低採購額：無。
- 定價政策：雙方按市況協定。
- 付款條款：預先付款或於交付生豬時付款。
- 風險轉移：在我們生豬養殖場進行交付時，風險通常自我們轉移至買方。
- 終止：提前通知。

我們與若干大型第三方屠宰廠訂立的銷售協議在某些方面與我們的標準銷售協議有所不同。例如，我們已授予一家第三方屠宰廠數個營業日的信用期。

## 業 務

我們通常按活重基準向小型第三方生豬養殖場及當地生豬經紀銷售現貨生豬。我們於相關銷售確認單確認銷售，其中載列所售生豬數量、總重量及價格。在我們的生豬養殖場交付生豬前，買方會檢驗生豬並向我們付款。一旦交付，買方不得退回生豬。

### 生鮮豬肉

我們的畜肉分部包括生豬屠宰業務及生鮮豬肉產品的生產、經銷及銷售。根據弗若斯特沙利文的資料，按銷售收益計我們於二零一五年為中國生鮮豬肉市場十大生產商之一。截至最後實際可行日期，我們有兩個屠宰工廠，一個位於江蘇省東台市，年屠宰能力為1,500千頭生豬，另一個位於湖北省武漢市，年屠宰能力為500千頭生豬。除我們本身的屠宰廠外，我們亦聘用外部屠宰廠就我們位於華北地區的生豬養殖場所養殖的生豬提供屠宰服務，我們目前於華北地區並無屠宰工廠。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度以及截至二零一五年及二零一六年四月三十日止四個月，我們分別屠宰（包括透過第三方屠宰廠提供屠宰服務）約1,033千頭、1,122千頭、1,265千頭、383千頭及385千頭生豬並分別銷售（對外及對內）94.5千公噸、102.9千公噸、127.8千公噸、36.6千公噸及40.9千公噸生鮮豬肉產品。我們的畜肉分部擁有的生豬大部分採購自我們的生豬養殖業務，餘下生豬自外部供應商採購。有關我們生豬養殖分部供應的生豬詳情，請參閱「我們的業務－豬肉業務－生豬養殖」。

我們的生鮮豬肉產品主要包括冷鮮豬肉，其次是冷凍豬肉。在冷鮮豬肉生產過程中，豬肉分割包裝後，立即冷藏在0℃至4℃環境下。冷鮮豬肉產品在存儲及運輸過程中一直保持上述溫度。溫度控制方法有助於保持肉品新鮮、優質及安全。冷鮮豬肉一般需在屠宰後六天內食用。在冷凍豬肉生產過程中，我們先將肉品急凍到-28℃，24至48小時後以-18℃的環境儲存或運輸。冷凍豬肉自屠宰日起可存放24個月左右。

我們以片肉、豬肉分割品、小包裝生鮮豬肉產品及副產品形式對外銷售生鮮豬肉產品。我們生產各種豬肉分割品，主要包括肘類、里脊肉類、前腿肉、後腿肉、排骨類及五花肉類產品。我們向客戶銷售冷鮮片肉及各種冷鮮及冷凍豬肉分割品。我們亦應客戶要求生產生豬特定部位特定肉片。我們的小包裝生鮮豬肉產品以「家佳康」品牌進行銷售。除對外銷售外，我們亦以自產生鮮豬肉作為我們肉製品生產的原料。

---

## 業 務

---

### 我們的部分生鮮豬肉產品圖片

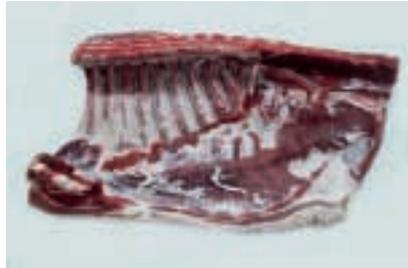
產品

產品圖片

片肉 .....



豬肉分割品 .....



## 業 務

產品

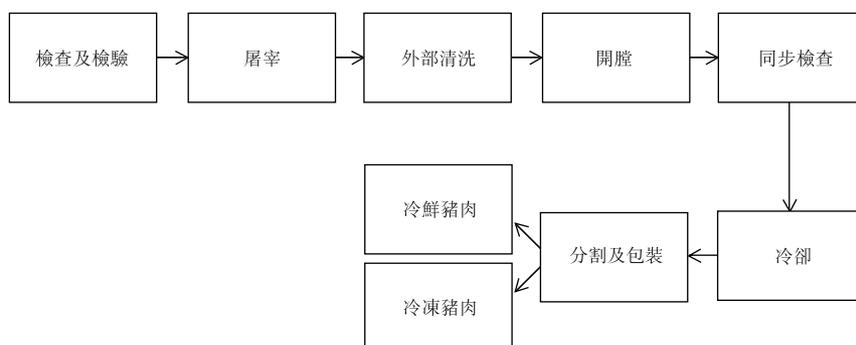
產品圖片

小包裝生鮮豬肉 .....



### 生鮮豬肉生產流程

下圖說明我們生鮮豬肉的生產流程。生鮮豬肉產品的加工在進行經銷前一般需一至兩天。



- **檢查及檢驗。**收取生豬進入屠宰工廠前，我們的員工及地方動物衛生檢驗檢疫部門的官員（在我們屠宰工廠駐廠）會查驗地方動物衛生檢驗檢疫部門所簽發有關生豬的動物衛生檢疫合格證明。每批生豬到廠後，我們的質檢員及政府官員會檢查各生豬的病徵及癘跛等缺陷情況。驗收後，生豬在屠宰前會靜養觀察12至24個小時。我們於屠宰前靜養期間密切監察生豬狀況，以確保其處於良好狀況以供屠宰。於此期間，我們的質量控制人員及政府官員會對每批生豬進行尿液樣本測試，以確保這些生豬不含違禁化學物，如鹽酸克倫羅特或萊克多巴胺。我們嚴格

---

## 業 務

---

控制外部生豬的採購來源。有關詳情請參閱「—質量控制及食品安全—對原材料的質量控制」及「—原材料及供應商—供應商」。

- **屠宰。**我們使用先進設備使生豬不移動及屠宰生豬，以提高質量及安全並盡量減少所需人力。
- **外部清洗。**屠宰後生豬會經過徹底的外部清洗流程，然後用蒸氣燙洗使豬毛變鬆防止交叉污染，再通過氣體火焰燒豬毛進行清除。我們的質量控制人員及政府官員會檢查屠宰後生豬的咀嚼肌及淋巴結，以查看是否有寄生蟲及炎症。
- **開膛及同步檢查。**屠宰後的生豬經過外部清洗後會除去內臟。我們的質量控制人員及政府檢查官員將檢測這些內臟，以確保生豬不含違禁化學物或抗生素。之後，我們採用胴體自動劈半機將豬胴體劈成片肉。我們的質量控制人員及政府檢查官員將使用背膘測定儀測量背膘總厚度，並對片肉的背膘進行質量評級。
- **冷卻。**片肉會在溫度為 $-25^{\circ}\text{C}$ 的冷藏室存放3個小時，然後在 $-1^{\circ}\text{C}$ 至 $4^{\circ}\text{C}$ 溫度下存放16個小時。此冷卻程序有助於（其中包括）降低胴體的酸度，因為酸度高會影響豬肉的新鮮度及質地。
- **分割及包裝。**經冷卻後，我們在分割室將片肉分割成大小不同的豬肉塊。經X光機進行金屬檢測後，冷鮮豬肉產品會在 $0^{\circ}\text{C}$ 至 $4^{\circ}\text{C}$ 溫度下冷藏，而冷凍豬肉產品則在 $-28^{\circ}\text{C}$ 下冷凍24至48小時，然後在 $-18^{\circ}\text{C}$ 下儲存。我們採用經改進的氣調包裝技術包裝小包裝生鮮豬肉產品，以保持新鮮度及肉品色澤。我們的小包裝生鮮豬肉產品可更好地防止污染，且毋須進一步切割或清洗即可直接從包裝中取出烹煮。

其後，我們的生鮮豬肉產品交付給客戶及肉製品生產廠。

---

## 業 務

---

### 生鮮豬肉生產控制

除下文「一質量控制及食品安全」所述適用於我們整體生產的下列措施外，我們已採取下列質量控制措施進行生鮮豬肉生產：

- **質量管理體系。**我們在江蘇省東台及湖北省武漢的兩個屠宰工廠均採用ISO9001質量管理體系進行質量控制及生產管理。有關ISO9001的詳情請參閱「一質量控制及食品安全一質量標準及認證」。此外，我們在武漢的屠宰工廠已獲得中國綠色食品發展中心的綠色食品認證並通過了年檢。綠色食品認證表明持有人的生產流程、產品質量及產品儲存及運輸符合中國農業部的「綠色食品」要求。
- **分批加工。**我們通過分批加工在屠宰過程中嚴格分離來自不同生豬養殖場的生豬。

### 生鮮豬肉產品銷售及經銷

我們位於江蘇省東台及湖北省武漢的屠宰廠生產的絕大部分生鮮豬肉產品為冷鮮豬肉產品。由於我們在華北地區並無屠宰廠，我們在該地區畜肉分部主要銷售冷鮮豬肉產品及使用第三方屠宰廠為我們提供屠宰服務。由於冷鮮豬肉易於腐壞，我們目前專注於在華中地區(尤其是湖北省武漢)及華東地區(尤其是長江三角洲地區)銷售生鮮豬肉產品。此外，我們主要在華中及華東地區銷售家佳康品牌小包裝生鮮豬肉產品。為進一步擴大產能，我們計劃更新屠宰生產設施、提高現有設施的利用率並在我們生豬養殖場附近地區加建屠宰廠。我們亦計劃擴大生鮮豬肉產品的銷售網絡，以深化我們的市場滲透並擴大地域覆蓋範圍，而我們相信這會更好地整合我們的業務、提高下游收入、削減成本並保證產品質量及安全。

我們的冷鮮豬肉產品主要是片肉、豬肉分割品及品牌小包裝生鮮豬肉產品。我們的冷鮮片肉及豬肉分割品主要銷售予批發商、經銷商、大賣場、超市、餐廳及食堂以及家佳康專賣店。我們的品牌小包裝冷鮮豬肉產品主要銷售予大賣場及超市，在家佳康專賣店出售，並通過電商渠道銷售。我們的冷凍豬肉主要包括豬肉分割品，主要銷售予食品加工商以及批發商、餐廳及食堂。

## 業 務

### 經銷商

為推銷我們的生鮮豬肉產品、深化市場滲透及擴大地域覆蓋範圍，我們利用經銷商對本地市場的了解及其資源銷售生鮮豬肉產品。該等經銷商一般將我們的產品轉售予大賣場、超市、農貿市場、餐廳或飯堂。基於我們的行業知識，我們相信我們利用經銷商銷售生鮮豬肉產品的做法一般符合行業慣例。

下表載列於所示期間我們向經銷商及其他客戶銷售生鮮豬肉產品的收益，以及其各自對生鮮豬肉銷售收益的貢獻。

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月	
	二零一三年		二零一四年		二零一五年		二零一六年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)							
向經銷商作出的銷售 ...	298.3	20.9%	318.1	22.1%	623.6	30.8%	367.2	46.8%
向批發商作出的銷售 ...	734.7	51.5%	686.0	47.6%	851.6	42.0%	225.3	28.7%
向大賣場及超市								
作出的銷售 .....	164.2	11.5%	170.8	11.8%	199.2	9.8%	74.3	9.5%
向食品加工商、餐廳及								
食堂作出的銷售 .....	140.1	9.8%	151.1	10.4%	204.7	10.1%	67.3	8.6%
其他銷售 .....	88.6	6.3%	117.5	8.1%	148.3	7.3%	49.8	6.4%
銷售生鮮豬肉產品的								
總收益 .....	<u>1,425.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,442.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>2,027.4</u>	<u>100.0%</u>	<u>783.9</u>	<u>100.0%</u>

我們根據經營資格及營銷能力選擇生鮮豬肉經銷商，如銷售網絡的廣度及質量、對當地市場的了解、聲譽、財務穩定性及物流以及運輸能力。我們通常就經銷商使用標準經銷協議，這有助於我們有效管理經銷商及確保我們產品的市場井然有序。我們的分部銷售代表密切監察生鮮豬肉經銷商的表現並定期與他們溝通，以追蹤了解其銷售表現、客戶及需求、當地市場競爭、消費者偏好趨勢及其遵守經銷協議及我們政策的情況。我們管理及監察我們的直銷客戶及經銷商客戶，尤其是相同銷售渠道(包括大賣場及超市、餐廳及食堂)的客戶，且通常不允許我們的經銷商向我們的直銷客戶銷售產品。我們的銷售人員對生鮮豬肉經銷商及多個銷售點進行定期現場考察，以檢查其銷售、儲藏條件、物流設施及質量控制，確保我們的產品在協商約定的地區內經銷及符合我們的營銷及銷售政策。我們的生

## 業 務

鮮豬肉產品主要包括冷鮮豬肉。由於生鮮豬肉產品的易腐性質，對於經銷商而言，將該等產品運輸至其他地區市場不具成本效益。此外，由於生鮮豬肉屬於商品，我們向經銷商的銷售及經銷商的轉售在很大程度上取決於當前市價。我們的經銷商通常每天下單，而我們將產品交付至其指定交付點（包括部分銷售點）。鑒於該等情況，我們相信，我們所採取以監察及管理經銷商的措施，加上我們的「先付款後發貨」及「除質量問題外不退貨」政策，有助降低我們在經銷渠道中存貨積壓及經銷商之間相互蠶食的風險。於往績記錄期，我們並不知悉我們的生鮮豬肉產品分銷渠道之間存在任何重大競爭，亦不知悉我們的經銷商存在任何重大存貨堆積或蠶食情況。我們持續監察及評估經銷商的表現及經銷商遵守經銷協議及我們政策的情況並於經銷協議到期時根據相關經銷商的表現決定是否續期協議。倘我們發現任何不合規事件，我們會通知有關經銷商，並要求經銷商停止不合規活動。我們的經銷商須對違反經銷協議負責，而我們有權根據協議及相關中國法律要求經銷商就有關違反造成的損失向我們作出彌償。

我們已與經銷商形成賣方—買方關係。我們概無保留向經銷商所售產品的所有權，且與該等產品有關的所有重大風險及回報於交貨時轉移至經銷商。經銷商將我們的產品售予多個銷售點。據董事所知，於往績記錄期，我們的所有經銷商均為獨立第三方，且概無經銷商由我們現有或前僱員全資擁有或控制大部分股權。據董事所知，我們的經銷商主要在中國從事肉類及食品經銷業務。

下表載列於往績記錄期我們生鮮豬肉產品經銷商數目的變化。

生鮮豬肉產品經銷商	截至十二月三十一日			截至四月三十日
	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年
於期初 .....	38	36	44	175
增加新經銷商 .....	12	18	145	104
終止經銷商 .....	14	10	14	51
經銷商淨增加／(減少) .....	(2)	8	131	53
於期末 .....	<u>36</u>	<u>44</u>	<u>175</u>	<u>228</u>

於往績記錄期，我們增加新生鮮豬肉產品經銷商主要反映(i)我們位於江蘇省東台的屠宰工廠產量提高及(ii)我們的銷售及市場份額不斷擴大。我們終止生鮮豬肉產品現有經銷商主要反映(i)若干經銷商表現不達標及(ii)經銷商之間進行整合。

---

## 業 務

---

我們的生鮮豬肉產品經銷商的標準經銷協議的主要條款包括：

- 期限：一般為一年。
- 指定經銷地區：經銷商一般不得在指定經銷地區以外轉售我們的產品。就部分華東地區的經銷商而言，經銷地區並無限制。
- 銷售目標及獎勵計劃：鼓勵經銷商實現階段銷售目標。獎勵計劃一般採取折扣方式。
- 最低採購額：無。
- 定價政策：我們與經銷商根據市況協定向經銷商銷售產品的價格。
- 生鮮豬肉產品零售價：鑒於生鮮豬肉的商品性質，我們並無向經銷商提供建議零售價。
- 付款條款：先付款後發貨。
- 排他性：我們的生鮮豬肉產品經銷商一般不得銷售與我們的產品競爭的任何產品。然而，我們並無對華東地區的部分經銷商作出此項要求。
- 退貨：除瑕疵產品外，經銷商不得退回我們的產品。
- 終止：倘經銷商違反若干重要條款，例如指定經銷地區，我們可終止經銷協議。

為迅速擴張至長江三角洲市場，在華東地區提高市場份額及推廣我們「家佳康」的品牌，我們選定華東少數經銷商作為我們的擴展夥伴，而截至最後實際可行日期，我們有七名擴展夥伴。我們向擴展夥伴銷售生鮮豬肉產品，而擴展夥伴繼而將我們的生鮮豬肉產品售予其客戶。除經銷生鮮豬肉產品外，我們亦允許擴展夥伴發展家佳康專賣店（包括彼等開設及經營或與他人合作經營或促使他人開設及經營的店舖）。在滿足我們對經營家佳康專賣店的要求的情況下，我們允許生鮮豬肉擴展夥伴在其發展的零售店舖內使用我們的「家佳康」品牌。我們與擴展夥伴訂立年度特別銷售協議。根據該等協議，擴展夥伴不得在指定經銷地區以外轉售我們的產品，且不得銷售其他競爭產品。作為對授權使用「家佳康」品牌的回報，我們要求擴展夥伴向我們支付保證金人民幣200,000元，並每年支付品牌授權費每間店舖人民幣3,000元至人民幣5,000元（視乎店舖位置而定）。我們的「先付款後發貨」及「除質

---

## 業 務

---

量問題外不退貨」政策適用於該等擴展夥伴。我們可按該等擴展夥伴的採購額給予其折扣。對於擴展夥伴發展的其他店舖，我們亦會向其提供獎勵。倘擴展夥伴違反包括指定經銷地區條款在內的若干重大條款，我們可終止特別銷售協議。

### 家佳康專賣店

截至二零一六年四月三十日，我們在15個城市逾200間家佳康專賣店銷售生鮮豬肉產品。我們亦於多間家佳康專賣店銷售肉製品。大部分家佳康專賣店是我們開設及直接經營的店舖，而其餘為加盟店及由擴展夥伴發展的店舖。家佳康專賣店一般位於大賣場、超市及商業綜合體。對於加盟店，我們與加盟商訂立年度加盟協議，而我們將產品售予彼等以供其在加盟店零售。根據該等協議，加盟商以「家佳康」品牌經營店舖，向我們支付保證金，向我們支付品牌授權年費。我們已與加盟商建立賣方－買方關係，且與我們向加盟商所售產品相關的風險於交貨時轉移至加盟商。我們對所有家佳康專賣店制定統一裝修標準。我們向所有加盟家佳康專賣店提供經營指導及培訓並對其進行定期實地檢查。

我們家佳康專賣店的標準加盟協議的主要條款包括：

- 期限：一般為一年。
- 指定銷售地區：加盟商不得在指定銷售地區以外銷售我們的產品。
- 最低採購額：無。
- 定價政策：我們與加盟商根據市況協定向加盟商銷售產品的價格。
- 零售價：我們就小包裝生鮮豬肉產品及肉製品分別向加盟商提供建議價格指引及建議零售價。
- 付款條款：先付款後發貨。

---

## 業 務

---

- 排他性：加盟商同意在加盟店內僅銷售我們的產品。
- 退貨：加盟商通常不得退回我們的產品，惟瑕疵品除外。
- 終止：倘加盟商嚴重違反協議，我們可終止加盟協議。

我們計劃開設更多家佳康專賣店以銷售我們的產品，而我們相信此舉可令我們更多地控制我們產品的展示及推廣方式，並讓我們能對消費市場保持更好的判斷。

### 批發商

鑒於冷鮮豬肉易於腐壞，我們向多個批發商銷售生鮮豬肉產品，以加深我們對傳統銷售渠道(如農貿市場)的滲透。我們認為我們批發商及經銷商向農貿市場轉售生鮮豬肉產品不存在實質競爭。我們並無監控或限制批發商的業務或轉售(如轉售價格或銷售地區)。我們與批發商訂立銷售協議。根據該等協議，我們一般按現行市價向批發商銷售生鮮豬肉產品，而批發商一般於產品交付前向我們悉數付款。我們通常不接受批發商退回產品。我們向作出相對大額採購的部分批發商提供折扣。

### 大賣場及超市

我們與大賣場及超市客戶之間的銷售協議格式乃由該等客戶提供。我們一般與該等客戶訂立年度銷售協議，據此一般授予彼等自產品交付日期起計7至75天信用期。我們的大賣場及超市客戶可退回瑕疵產品，及銷售我們肉製品的大賣場及超市亦通常允許退回滯銷產品或臨期產品。我們對彼等亦無最低採購量規定。我們會向大賣場及超市支付費用推廣我們的產品，並支付產品陳列、廣告印刷、促銷活動及聘請臨時銷售人員等推廣我們產品所產生的開支費用。我們亦會對採購量相對較大的大賣場及超市提供折扣，且倘彼等達到一定銷售目標，我們會提供返利。有關返利經參考過往表現及市況等多項標準後磋商及釐定。我們的收益按扣除折扣基準呈報，而返利則確認為銷售及分銷開支。我們與大賣場及超市的銷售協議可由任何一方向另一方發出銷售協議所規定時間的提前書面通知予以終止，或在任何一方嚴重違反合約條款等指定情況下由另一方即時終止。

## 業 務

### 電商渠道

我們向我買網及1號店等大型電商運營商銷售我們的產品，包括「家佳康」及「萬威客」品牌生鮮豬肉及肉製品。此外，我們在微信推出地區旗艦店，向移動設備用戶直銷我們的產品。該等電商營運商一般每月向我們結清付款。我們可向電商營運商提供折扣或返利。我們擬在網上推廣更多我們的產品，以迎合中國消費者不斷變化的消費模式。

### 肉製品

我們的肉製品分部包括生產、經銷及銷售各類肉製品。根據弗若斯特沙利文的資料，按銷售收益計，我們於二零一五年為中國肉製品市場十大生產商之一，而按低溫肉製品的銷售收益計，我們於廣州及深圳總計排名第一、於武漢排名第二及於北京及上海均排名第三。根據弗若斯特沙利文的資料，中國低溫肉製品的消費量於二零一零年至二零一五年按6.3%的複合年均增長率增長，且預期於二零一五年至二零二零年按9.8%的複合年均增長率進一步增長。「家佳康」及「萬威客」品牌下銷售的肉製品在不斷增長的市場中有良好的定位和可觀的增長潛力。為滿足消費者需求，我們擬繼續鞏固我們於核心低溫肉製品市場的領先地位、擴大地域覆蓋範圍並開發及推出新的肉製品。

截至最後實際可行日期，我們擁有兩個肉製品生產設施，一個在湖北省武漢市，另一個在廣東省鶴山市，合計產能約為每年17,000公噸。我們計劃於江蘇省東台市建設一個新肉製品生產工廠，並預期將於二零二零年落成。該工廠的年產能預期將為10,000公噸。我們肉製品生產中所用的絕大部分肉類（主要是豬肉，以及禽肉及牛肉）由畜肉分部、國際貿易業務及已終止經營禽肉業務供應。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度以及截至二零一五年及二零一六年四月三十日止四個月，我們分別銷售（對內及對外）約7,548公噸、8,358公噸、9,548公噸、2,942公噸及2,962公噸肉製品。

往績記錄期內我們銷售的肉製品的95%以上為低溫肉製品，此等產品均為即食食品（培根除外）。該等產品需冷藏存儲，食用前可在0°C至4°C溫度下保存約45至60天。我們的優質低溫肉製品主要包括香腸、培根、火腿及中式肉製品。二零一五年一月，為滿足消費者需求，我們亦開始生產可在室溫下儲存的高溫肉製品。該等產品主要包括中式肉類產品及休閒食品（如豬肉棒）。

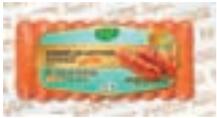
本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

## 業 務

我們因應消費者不斷變化的喜好開發肉製品新品。部分新產品乃為國外快餐連鎖餐廳開發的定製產品。於二零一三年、二零一四年及二零一五年，我們分別推出了61、73及50種肉製品新品。下表載列於相關年度以及該年度前兩個年度推出的肉製品新品於二零一三年、二零一四年及二零一五年的有關收益貢獻。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一三年	二零一四年	二零一五年
	(人民幣百萬元，百分比除外)		
銷售肉製品新品的收益 .....	44.2	70.7	66.1
銷售肉製品的收益 .....	270.8	290.4	329.8
肉製品新品的收益貢獻 .....	<u>16.3%</u>	<u>24.4%</u>	<u>20.1%</u>

下表載列有關我們主要肉製品的資料。於往績記錄期，我們肉製品的市場零售價範圍整體穩定。

產品圖示	產品系列	說明	截至最後實際 可行日期的 市場零售價範圍 (人民幣元/千克)
		優質培根	86至138
		火腿片	112至176
		熱狗	45至75
		火腿	66至89
		香腸	40至146
		中式滷製品	94至99

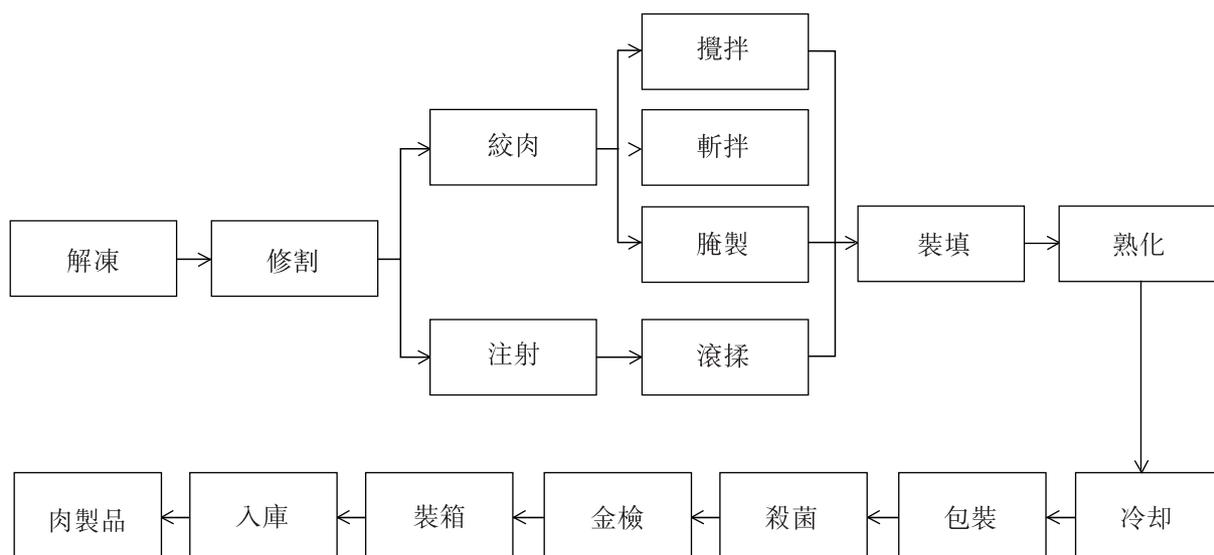
本文件為草擬本，其資料並不完整及可作更改，有關資料須與本文件首頁「警告」一節一併閱讀。

## 業 務

產品圖示	產品系列	說明	截至最後實際 可行日期的 市場零售價範圍 (人民幣元/千克)
		優質培根	84至133
		火腿片	53至112
		熱狗	54至70
		火腿	57至92
		優質香腸	59至144
		中式滷製品	86至148

### 肉製品生產流程

下圖說明我們主要肉製品的生產流程。



---

## 業 務

---

我們主要肉製品的生產流程首先是解凍冷凍生肉，對解凍完成的生肉進行修割整理後用絞肉機絞碎，並與其他輔料如香辛料進行混合。根據特定產品加工工藝的不同，對肉和輔料的混合物進行斬拌、滾揉或醃製，然後我們將混合後的肉餡裝入模具灌裝定型。我們肉製品的熟化溫度約在72℃至90℃之間。熟化處理後，肉製品進行冷卻和包裝。其後，我們的低溫肉製品會在最高為95℃的核心溫度下進行8到20分鐘的滅菌處理，而高溫肉製品則在最高為121℃核心溫度下進行30到60分鐘的滅菌處理。低溫肉製品由於採取相對較低的滅菌溫度，因此可保留較高水平的營養成分以及更好的口感。高溫肉製品因其較高的滅菌溫度可殺滅更多的微生物，使得貨架期延長及允許在室溫下貯存。最後將肉製品進行裝箱入庫以便於配送和銷售。我們肉製品加工工序所用的主要設備包括切割機、絞肉機、斬拌機、注射機、煙熏爐、自動包裝機及製冷機。大多數主要設備是向德國、美國和日本的製造商進口。

### 肉製品生產控制

除適用於下文「質量控制及食品安全」一節所述我們的整體生產的措施外，我們已就我們的肉製品生產採取以下質量控制措施：

- *標準化的操作程序*。我們已制定及維持標準化的生產和操作程序，有助於我們確保產品的一貫質量。
- *售前檢驗*。在將肉製品售予客戶前，我們會進行抽樣檢驗，以確保每批產品的質量。
- *先進的檢驗設備*。我們的質量控制人員配有先進的質量檢驗設備，如溫度傳感器及金屬探測器。

### 肉製品銷售及經銷

我們以兩個核心品牌「家佳康」及「萬威客」銷售肉製品。我們主要在華中、華東及華北地區經銷家佳康品牌肉製品，而主要在華南及華東地區經銷萬威客品牌產品。我們的優質

## 業 務

低溫肉製品主要面向注重食品質量、安全、口味及便利的中產消費者。我們亦推出培根、熏煮香腸及熏煮火腿等優質產品於中國一二線城市銷售。

我們的肉製品客戶主要為大賣場、超市、零售店、經銷商、餐廳及食堂。我們亦於家佳康專賣店及透過電商渠道銷售肉製品。有關我們與大賣場及超市的協議詳情以及家佳康專賣店及電商渠道的情況，請參閱「我們的業務－豬肉業務－生鮮豬肉」。

### 經銷商

為推廣我們兩個核心肉製品品牌及擴張肉製品的銷售渠道及地理覆蓋，我們通過經銷商銷售肉製品，經銷商繼而主要將該等產品銷售予中小型零售店、餐廳、食堂及食品加工商。根據我們的行業知識，我們相信，我們使用經銷商經銷肉製品整體上與行業慣例一致。

下表載列於所示期間我們來自向經銷商及其他客戶銷售肉製品的收益，以及彼等各自對我們肉製品銷售收益的貢獻情況。

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月	
	二零一三年		二零一四年		二零一五年		二零一六年	
	(人民幣百萬元，百分比除外)							
向經銷商作出的銷售 ...	60.3	22.3%	82.4	28.4%	74.0	22.4%	20.1	19.4%
其他銷售 .....	210.5	77.7%	208.0	71.6%	255.8	77.6%	83.4	80.6%
銷售肉製品的總收益 ...	<u>270.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>290.4</u>	<u>100.0%</u>	<u>329.8</u>	<u>100.0%</u>	<u>103.5</u>	<u>100.0%</u>

我們根據肉製品經銷商的經營資質及營銷能力(如銷售網絡的廣度及質量、對當地市場的了解、聲譽、財務穩定性以及儲存及運輸能力)挑選他們。我們通常就經銷商使用標準經銷協議，這有助於我們有效管理經銷商及確保我們產品的市場井然有序。我們通常於一個較小型指定地區或於一個較大型地區的指定銷售渠道僅有一名肉製品經銷商，以避免經銷商之間互相蠶食市場。我們在北京、上海、廣州、深圳及武漢向較大的大賣場及超市直接銷售而非透過經銷商向該等客戶銷售肉製品。有鑒於此，我們亦限制該等城市的經銷商向該等客戶銷售產品。我們的銷售代表監控肉製品經銷商的表現並定期與彼等溝通，以追蹤了解其銷售表現及需求、當地市場競爭態勢及客戶的偏好趨勢。我們的銷售人員定期實地巡查我們的肉製品經銷商及多個銷售點，以檢查其銷售、售價、存貨、儲存狀況、物流設施及質量控制，確保我們的產品在協定地區及銷售渠道經銷，並在經銷商中保持良性競

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

## 業 務

爭。我們認為，該等措施，加上我們的「先付款後發貨」及「如無瑕疵概不退貨」政策以及低溫肉製品易腐爛的特點，有助降低我們在經銷渠道中存貨積壓的風險。於往績記錄期，我們並不知悉經銷商存在任何重大存貨堆積情況。我們持續監控及評估經銷商的表現及根據相關經銷商的表現決定是否於經銷協議屆滿時續期。

我們已與經銷商形成賣方－買方關係。我們概無保留向經銷商所售產品的所有權，且與該等產品有關的所有重大風險及回報於交貨時轉移至經銷商。經銷商將我們的產品售予多個銷售點。據董事所知，於往績記錄期，除二零一四年我們所用的一名經銷商為伊藤附屬公司外，我們的所有經銷商均為獨立第三方，且概無經銷商由我們現有或前僱員全資擁有或控制大部分股權。就我們於二零一四年所用身為伊藤附屬公司的經銷商，我們與該名經銷商訂立標準經銷協議，其條款並無較我們其他經銷商優惠。據董事所知，我們的經銷商主要在中國從事肉類及食品經銷業務。

下表載列於往績記錄期我們肉製品經銷商數目的變動。

肉製品經銷商	截至十二月三十一日			截至四月三十日
	二零一三年	二零一四年	二零一五年	二零一六年
截至期初 .....	60	95	151	133
新增經銷商 .....	44	73	36	5
終止經銷商 .....	9	17	54	59
經銷商淨增加／(減少) .....	35	56	(18)	(54)
截至期末 .....	95	151	133	79

---

## 業 務

---

於往績記錄期，我們肉製品的新增經銷商主要反映(i)面向屬我們銷售及營銷工作重心的特定區域或渠道的經銷商數目增加；及(ii)我們的銷量及市場份額擴大。終止現有肉製品經銷商則主要反映(i)若干經銷商表現欠佳，及(ii)我們經銷商之間的整合。

我們的肉製品標準經銷協議的主要條款包括：

- 期限：一般為一年。
- 指定經銷地區及／或渠道：經銷商不得在其指定地區及／或銷售渠道外轉售我們的產品。
- 銷售目標及獎勵計劃：鼓勵經銷商實現階段銷售目標。獎勵計劃一般採取返利方式。
- 最低採購額：無。
- 定價政策：我們按市況設定向經銷商銷售產品的價格，我們可提前15天給予書面通知來調整定價。
- 肉製品零售價：我們就銷售予經銷商的肉製品向其提供建議零售價。
- 付款條款：通常先付款後發貨。
- 排他性：我們的肉製品經銷商不得銷售與我們的產品競爭的任何產品。
- 退貨：經銷商僅在產品有瑕疵時方可退貨。
- 終止：倘經銷商違反若干重要條款，包括排他性及指定經銷地區及／或渠道，我們可終止經銷協議。

我們認為，標準經銷協議令我們對經銷商積極營銷及銷售我們的產品作出充分獎勵，並使我們充分控制經銷網絡，確保我們的肉製品有井然有序的市場。

## 業 務

### 國際貿易

我們於國際貿易業務中進口冷凍肉(包括豬肉、牛肉、禽肉、羊肉及羔羊肉)及副產品並將該等產品於中國進行銷售，包括向我們的肉製品分部進行對內銷售。根據弗若斯特沙利文的資料，二零一五年，按進口量計，我們在中國肉類進口市場中排名第二。鑒於中國安全優質肉類供需之間的供應缺口不斷擴大，我們於二零零九年開始我們的國際肉類進口業務。我們於此業務中自營進口冷凍肉類產品(主要是豬肉、牛肉、禽肉、羊肉及羔羊肉)。我們向外部客戶銷售絕大部分進口冷凍豬肉、牛肉、羊肉及羔羊肉，餘下則向我們的肉製品分部供應。

我們只向獲得中國國家質量監督檢驗檢疫總局許可的國家及供應商進口冷凍肉類產品。於往績記錄期，我們主要從德國、智利，荷蘭，丹麥，法國，美國及西班牙進口豬肉；從巴西及智利進口禽肉；主要從澳大利亞、新西蘭、烏拉圭、阿根廷及巴西進口牛肉；及主要從澳大利亞及新西蘭進口羊肉及羔羊肉。

下表載列於所示期間按產品類別劃分的我們國際貿易業務的銷量(對外及對內)明細。

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月			
	二零一三年		二零一四年		二零一五年		二零一五年		二零一六年	
	(公噸，百分比除外)									
豬肉.....	21,002	28.9%	23,905	31.8%	60,250	56.2%	12,790	44.4%	13,901	42.5%
禽肉.....	25,956	35.7%	31,782	42.3%	26,450	24.7%	9,917	34.4%	15,092	46.2%
牛肉.....	19,288	26.5%	14,723	19.6%	18,050	16.8%	4,951	17.2%	3,613	11.0%
羊肉及羔羊肉.....	6,508	8.9%	4,690	6.3%	2,469	2.3%	1,140	4.0%	86	0.3%
總計.....	72,756	100.0%	75,100	100.0%	107,219	100.0%	28,798	100.0%	32,691	100.0%

於截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度以及截至二零一五年及二零一六年四月三十日止四個月，我們分別銷售了(對外及對內)72,756公噸、75,100公噸、107,219公噸、28,798公噸及32,691公噸進口冷凍肉類產品。我們的國際貿易分部於該等期間的收益分別約為人民幣1,651.8百萬元、人民幣1,602.5百萬元、人民幣1,942.7百萬元、人民幣570.7百萬元及人民幣592.5百萬元。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度以及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們進口冷凍禽肉銷量(對外及對內)的6.3%、28.6%、14.3%及6.3%分別向已終止經營的禽肉業務銷售，餘下則向外部客戶銷售。我們計劃繼續向已終止經營的禽肉業務銷售冷凍禽肉。更多詳情，請參閱

## 業 務

「關連交易－持續關連交易－與中糧集團訂立的不獲豁免持續關連交易－與中糧集團相互供應產品及服務－向中糧集團購買冷凍肉類產品」。

### 進口冷凍肉類產品銷售

我們主要將進口冷凍肉類產品售予肉類加工商以及批發商、餐廳(包括食品服務公司)及食堂。二零一三年六月，我們實行試點計劃，委聘一名經銷商在內蒙古呼和浩特市經銷我們的進口冷凍牛肉、羊肉及羔羊肉。二零一四年三月，我們終止此項安排，原因是該經銷商連續三個季度未能達到我們的季度最低銷售目標。二零一三年或二零一四年，我們並無自該經銷商的銷售錄得大額收益。此後，鑒於該業務的性質，我們並無委聘經銷商銷售我們的進口冷凍肉類產品。

我們大部分進口肉類產品以「背靠背」模式進行買賣。根據該模式，我們通常首先與國內客戶口頭協定購買相關肉類產品，且當國際供應商確認出售後，我們將於一至五個工作日內與國內客戶訂立書面銷售協議。該類安排能降低價格波動風險。根據該模式，我們通常要求我們的客戶提前向我們支付按金(等於總購買價的20%至50%)以降低違約風險。我們亦與部分大型食品服務公司客戶合作為其制定年度進口肉類採購計劃，而我們根據相關肉類產品的現行國際價格以具成本效益的方式實施該等計劃。

我們直接與國際供應商簽訂購買協議自營進口冷凍肉類產品，同時與客戶訂立銷售協議或銷售確認單以轉售該等產品。銷售協議一般包括下列主要條款：

- 期限：一般為一年。就每次購買而言，雙方簽訂銷售確認單，當中列明產品、數量、規格、價格、交付時間及地點。
- 產品質量：進口肉類產品必須符合中國法律規定有關進口肉類產品的相關檢驗標準。買方必須在交付後七個營業日內向我們報告任何質量缺陷。經雙方商定的第三方檢驗及檢測機構確認質量缺陷後，我們負責向相關國際供應商提出索賠。於交付起七個營業日後，我們不接受任何產品質量申索。
- 付款條款：先付款後發貨。我們可在付運前要求支付若干銷售按金(一般為總購買價的20%至50%)。

---

## 業 務

---

- 價格：每次購買時由雙方協定。
- 風險分擔：於冷藏倉庫交付後風險轉移至買方。

### 已終止經營業務

我們過往曾經從事禽肉業務（包括禽類養殖、屠宰及銷售），曾擁有兩個禽肉加工廠，一個在江蘇省宿遷市，另一個在山東省濰坊市。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，我們來自己終止經營的禽肉業務的虧損分別約為人民幣162.1百萬元、人民幣61.6百萬元及人民幣58.8百萬元。截至二零一六年四月三十日止四個月，我們錄得來自己終止經營的禽肉業務的溢利人民幣3.9百萬元。我們的肉製品分部向已終止經營的禽肉業務採購禽肉作為原材料，而我們的國際貿易業務向已終止經營的禽肉業務銷售冷凍禽肉。更多詳情，請參閱「關連交易－持續關連交易－與中糧集團訂立的不獲豁免持續關連交易」。

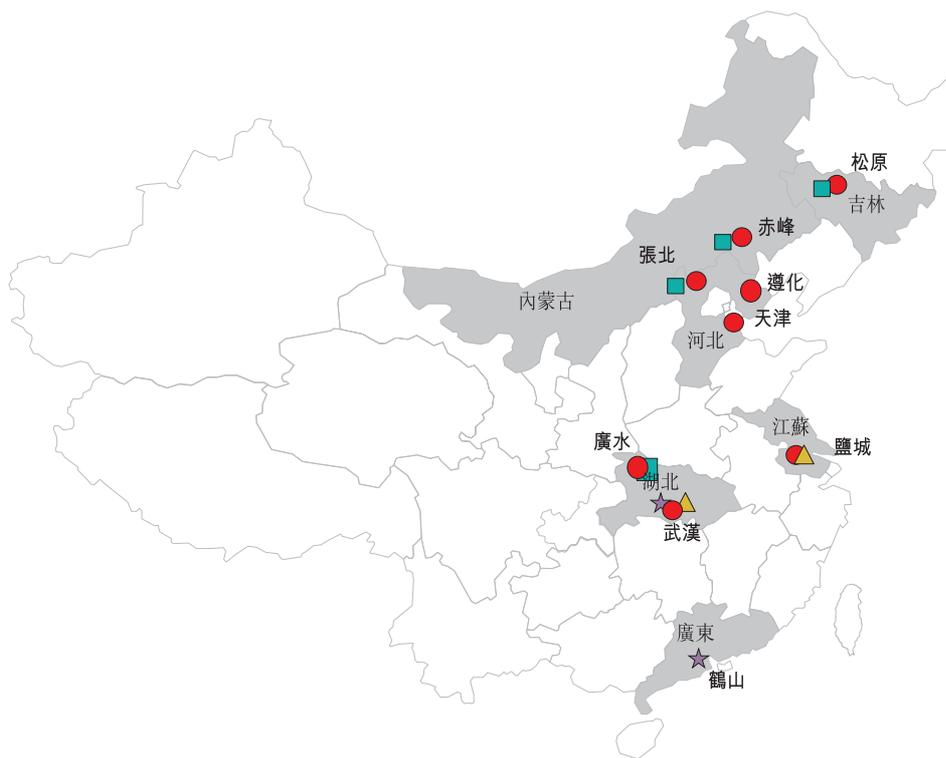
有關已終止經營禽肉業務及出售的理由的詳情，請參閱「歷史、發展及重組－重組」、「財務資料－節選損益及其他全面收益表項目的說明－已終止經營業務」及「附錄－會計師報告」附註12。

## 業 務

### 生產

#### 我們的生產廠

下圖顯示截至最後實際可行日期我們主要生產廠(包括生豬養殖飼料加工廠、生豬養殖場、屠宰工廠及肉製品生產廠)的地域分佈。



生豬養殖場			屠宰工廠	
位置	生豬養殖場數目	產能 (千頭)	位置	產能 (千頭)
<b>現有項目</b>			<b>現有項目</b>	
內蒙古赤峰	10	500	江蘇東台	1,500
吉林松原	5	250	湖北武漢	500
河北張北	4	200	<b>總計</b>	<b>2,000</b>
天津	2	100	<b>肉製品設施</b>	
江蘇鹽城	17	800	位置	產能 (千公噸)
湖北武漢	9	440	<b>現有項目</b>	
<b>總計</b>	<b>47</b>	<b>2,290</b>	湖北武漢	7
<b>新項目</b>			廣東鶴山	10
內蒙古赤峰	2	55	<b>總計</b>	<b>17</b>
河北張北	6	331	<b>飼料加工廠</b>	
湖北廣水	4	219	位置	產能 (千公噸)
河北遵化	6	344	<b>新項目</b>	
吉林松原	6	300	吉林松原	180
<b>總計</b>	<b>24</b>	<b>1,249</b>	內蒙古赤峰	180
			河北張北	180
			湖北廣水	180
			<b>總計</b>	<b>720</b>

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

## 業 務

下表載列於所示期間我們屠宰業務及肉製品生產廠的產能、產量及利用率。有關生豬養殖的產能及產量，請參閱「我們的業務－豬肉業務－生豬養殖」。

	截至十二月三十一日止年度									截至四月三十日止四個月					
	二零一三年			二零一四年			二零一五年			二零一五年			二零一六年		
	年產能	產量	利用率 <sup>(3)</sup>	年產能	產量	利用率 <sup>(3)</sup>	年產能	產量	利用率 <sup>(3)</sup>	年產能	產量	利用率 <sup>(3)</sup>	年產能	產量	利用率 <sup>(3)</sup>
屠宰業務 <sup>(1)</sup> (千頭)：															
百分比除外) .....	2,000	966	48.3%	2,000	1,087	54.3%	2,000	1,263	63.1%	2,000	383	57.4%	2,000	385	57.7%
肉製品 <sup>(2)</sup> (公噸)：															
百分比除外) .....	17,000	7,913	46.5%	17,000	8,623	50.7%	17,000	9,974	58.7%	17,000	3,073	54.2%	17,000	3,097	54.7%

### 附註：

- (1) 我們屠宰廠的年產能就一年而言乃按350天計算。每天有一個八小時班次。於二零一三年、二零一四年、二零一五年以及截至二零一五年及二零一六年四月三十日止四個月，我們分別加工1,033千頭、1,122千頭、1,265千頭、383千頭及385千頭生豬，包括武漢及東台屠宰場屠宰的生豬及在華北地區由第三方根據屠宰服務安排屠宰的生豬。
- (2) 我們的肉製品年產能就一年而言乃按312天計算。每天有兩個十小時班次。
- (3) 利用率乃按相關期間產量佔產能百分比計算。

二零一三年至二零一五年的屠宰業務利用率增長主要是由於我們在江蘇省東台市的屠宰工廠(於二零一二年十月投產)的產量攀升。二零一三年至二零一五年肉製品生產業務利用率增長主要是由於擴充我們肉製品的銷售渠道及地域覆蓋範圍。截至二零一六年四月三十日止四個月的屠宰業務及肉製品生產業務利用率低於截至二零一五年十二月三十一日止年度，主要是由於中國春節假期前後的生產活動減少。

## 業 務

### 產能擴充計劃

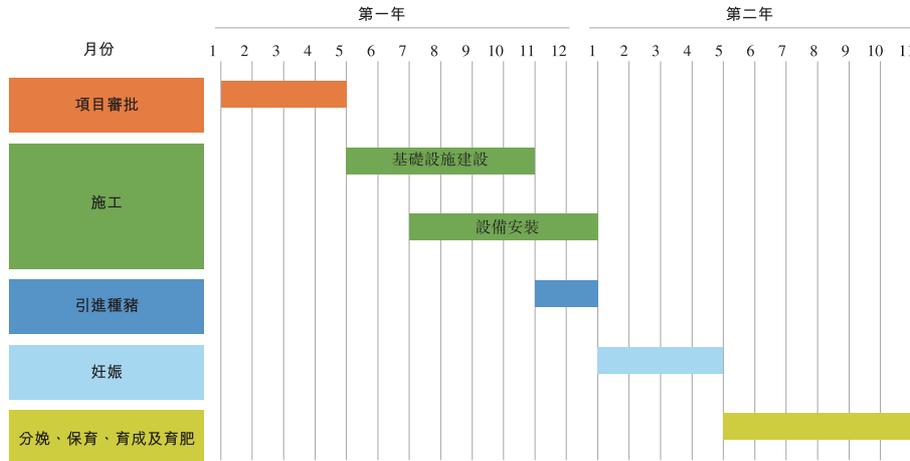
我們擬擴大生產廠網絡，藉以提高效率、減少運輸時間和成本及實現規模經濟效益。在制定擴充計劃時，我們考慮了不同營運環節的協同效應、當地市場狀況、我們的預期生產需求、估計發展成本、現有生產廠利用率及競爭情況，以充分發揮我們的競爭優勢。鑒於中國生豬養殖行業由小規模養殖向大規模養殖過渡，我們計劃進一步擴充生豬養殖產能以獲得更大規模及增加我們於生豬養殖行業的市場份額。

下表載列截至二零一六年八月三十一日我們生豬養殖場、飼料加工廠及肉製品生產廠的擴充計劃詳情。我們預期利用銀行貸款、我們的內部資金及[編纂]所得款項淨額為該等擴充項目提供資金。

	估計開發成本 (人民幣百萬元)	截至二零一六年 八月三十一日 產生的	設計年產能	預期完成年度
		發展成本 (人民幣百萬元)		
<b>生豬養殖：</b>				
內蒙古自治區赤峰 .....	103.4	零	55,200頭	二零一六年
河北省張北 .....	458.0	114.7	331,200頭	二零一六年
河北省遵化 .....	475.7	0.2	343,500頭	二零一六年
湖北省廣水 .....	273.3	24.4	218,900頭	二零一六年
吉林省松原 .....	510.4	383.3	300,000頭	二零一六年
<b>小計 .....</b>	<b>1,820.8</b>	<b>522.6</b>	<b>1,248,800頭</b>	<b>不適用</b>
<b>飼料生產：</b>				
吉林省松原 .....	46.9	34.2	180,000公噸	二零一六年
內蒙古自治區赤峰 .....	49.8	11.7	180,000公噸	二零一六年
河北省張北 .....	49.7	9.9	180,000公噸	二零一六年
湖北省廣水 .....	45.3	0.2	180,000公噸	二零一七年
<b>小計 .....</b>	<b>191.5</b>	<b>56.0</b>	<b>720,000公噸</b>	<b>不適用</b>
<b>肉製品生產：</b>				
江蘇省東台 .....	83.0	零	10,000公噸	二零二零年
<b>小計 .....</b>	<b>83.0</b>	<b>零</b>	<b>10,000公噸</b>	<b>不適用</b>

## 業 務

下圖說明在河北省張北創辦我們新的生豬養殖廠(其年產能約為200,000頭)的開發週期。



## 質量控制及食品安全

### 質量控制管理

我們致力於提供安全優質的產品。我們的產品以優質安全而聞名，且我們相信這歸因於我們對質量及食品安全的卓越運營控制。例如，於二零一二年至二零一五年，中國反興奮劑機構採用肉類興奮劑國際標準對我們的肉類產品進行了廣泛的樣品檢測。我們的肉類產品合格率达到100%。自二零一二年起，我們向中國主要體育中心供應肉類產品，該等中心包括國家體育總局體能訓練中心、北京體育大學、乒乓球羽毛球運動管理中心、田徑運動管理中心、水上運動管理中心、自行車擊劍運動管理中心、國家奧林匹克體育中心、排球運動管理中心及秦皇島訓練基地。彼等高度讚揚我們的產品，這充分證明我們控制食品安全的能力。

於二零一二年，我們採納了當前使用的質量控制及食品安全管理制度，其乃按照我們的質量、安全及風險控制框架設計並予以標準化。該制度為我們提供涵蓋營運過程中每一個環節的詳盡程序，包括採購、生產、儲藏及物流、銷售及分銷。我們相信，我們生豬養殖、生鮮豬肉及肉製品分部的實質性垂直整合在質量控制方面可為我們提供巨大的競爭優勢。

我們的質量控制團隊負責質量控制制度的制定、管理及監督實施。我們總部層面的質量控制部門制定並完善質量控制及食品安全管理制度及要求。我們當地的質量控制及檢驗團隊負責在我們日常營運中實施質量控制及食品安全管理制度及要求。我們每個生產廠內的每條生產線均設有專門的質量控制人員。

---

## 業 務

---

在飼料及我們產品中非法化學物、病原微生物、抗生素及重金屬的檢測方面，我們自二零一二年起與中國檢驗檢疫科學研究院綜合檢測中心合作，及自二零一三年起與SGS-CSTC Standards Technical Services Co., Ltd. (一家全球領先檢驗、驗證、測試及認證公司) 合作。

### 質量標準及認證

我們已為生產廠取得多項國際質量管理認證，例如我們為位於武漢及東台的所有生產廠取得ISO9001認證、為位於武漢及鶴山的肉製品生產廠及位於東台的生鮮豬肉生產廠取得ISO22000認證以及為位於武漢的鮮肉生產廠及位於鶴山的肉製品生產廠取得HACCP認證。我們通過向獨立認證機構作出申請並接受其文件審查及現場檢查後取得該等認證。該等認證須每年由相關認證機構進行獨立審核，主要包括下列各項：

- ISO9001：列明質量管理體系的要求，當中規定機構須證明其能一直提供滿足客戶需求以及符合適用法定及監管規定的產品。
- ISO22000：列明食品安全管理體系的要求，當中規定食品鏈中機構須證明其控制食品安全隱患的能力，以確保食品供人食用時的安全。
- HACCP：列明食品安全管理體系的要求，當中規定食品鏈中機構須透過對原材料生產、採購及處理，以至製成品的製造、分銷及食用進行生物、化學及物理危害分析及控制來解決食品安全問題。

### 食品安全管理

我們已制定及維護質量控制系統，覆蓋經營的各階段。我們重視產品安全五道關：環境關－拒絕重金屬、飼料關－拒絕生長素、生豬養殖關－拒絕激素、檢測關－拒絕瘦肉精以及運輸關－拒絕污染。我們已採取以下措施協調質量控制系統中有關食品安全問題的各個環節：

- 食品安全內部控制。我們已制定、實施及嚴格維持食品安全內部控制標準，涵蓋眾多食品安全問題，當中涉及研發、供應商認證及管理、採購、生產、儲存、運輸及銷售及經銷活動。

## 業 務

- **採購控制。**我們極其重視採購控制，因為上游過程中的食品安全問題能對下游產品造成負面影響。於往績記錄期，在我們生鮮豬肉業務中加工的生豬中，大部分採購自我們的生豬養殖業務。我們計劃提高飼料自給率，以提高生豬養殖的質量和安全。有關對生豬及原料的詳細質量控制措施，請參閱上文「我們的業務－豬肉業務－生豬養殖－生豬養殖控制」及下文「質量控制及食品安全－對原材料的質量控制」。
- **食品安全風險管理及應急響應。**我們的質量控制部門分析及識別生產過程中的食品安全風險，再由我們評估該等風險，並主動採取預防措施來化解。我們的食品安全應急響應計劃載列詳細的響應程序及責任。倘發現食品污染事件，相關生產廠會停產，並進行消毒，或另行檢修以解決問題。我們成立專門調查組，人員來自質量控制、生產及工程部門，以調查該等類別事件。該等調查組會檢查生產記錄，進行樣品檢測，以找出污染源。一旦確定污染源，我們可能向相關生產人員提供培訓，擴大檢查範圍及增加檢查，購買額外檢測設備，並引入其他必要預防措施。我們的質量控制人員會在事件發生後評估我們所採取預防措施的成效。僅當質量控制部門確認設施可符合食品安全規定時，相關設施方會恢復生產。
- **衛生及檢疫控制。**我們已在我們的生產廠實施衛生及檢疫程序，以確保產品安全及遵守適用法律法規。該等程序包括：(i)對生產廠及產品運輸車輛的設施、設備及工具進行清洗及消毒；(ii)由質量控制人員定期檢查及視察我們的生產廠；(iii)由我們的地區獸醫團隊定期巡查生豬養殖場；及(iv)檢查員工的服裝及個人衛生。
- **可追溯系統。**我們已開發及設立一套追查系統，覆蓋原料採購、生豬養殖、生鮮豬肉生產、肉製品生產以及銷售及經銷。該系統使我們可追查消費者購買產品到相關生產廠，再到從供應商採購原料。例如，我們對每頭屠宰生豬分配一個唯一編號，通過這個編號，我們可追查相關信息，包括生豬養殖場名稱(我們的生豬養殖場或供應生豬的第三方供應商)、檢查及檢疫信息、批號、加工記錄、重量及豬肉等級。

---

## 業 務

---

- **互動溝通。**我們設有標準溝通程序，方便內部及外部溝通。我們利用該等程序與相關監管機構、客戶、供應商及僱員保持密切聯繫，以搜集必要食品安全信息及最新食品安全法律法規。有關我們收集及處理客戶意見的程序詳情，請參閱本文件「—質量控制及食品安全—產品退回、質量保證及消費者意見」。
- **僱員培訓。**我們向僱員提供定期的質量控制、生產安全及其他技術培訓，以確保僱員能滿足安全及質量的要求。

### 對原材料的質量控制

生豬養殖中所用原料是飼料及飼料原料，生鮮豬肉生產中所用原料是生豬，而肉製品生產中所用主要原料則是原料肉（主要包括豬肉，其次為禽肉及牛肉）。我們對所採購的原料採取嚴格質量控制措施，主要包括：

- **合格供應商名單。**我們僅向合格供應商名單中的供應商採購原料。我們的採購部會按產品質量、產能、可靠性、質量控制及追查系統及市場聲譽來預篩選供應商申請。經篩選後，我們會核對候選供應商及其產品的相關資質、牌照、許可證及證書。對於主要原料，如生豬及飼料，我們亦會進行實地檢查，並檢測樣品。進行綜合評估後，我們會將供應商加入我們的合格供應商名單作為試用供應商。然後，我們開始向試用供應商進行小批量採購、對試用供應商及採購的原材料進行評估。三至五次成功的原料試購並通過我們的評估後，試用供應商成為我們的正式供應商。
- **認證檢查及質量檢測。**我們要求供應商提供的原料符合我們的安全及質量標準—該等標準等同或高於中國政府所定的標準。供應商須為每批飼料及生豬等主要原料向我們提供必要質量認證或檢測報告。我們採購及接收的所有生豬須通過政府檢疫，每批生豬交付後，我們會檢查這些生豬是否有任何病徵及跛蹄等缺陷。對於飼料交付，我們根據中國政府所定標準進行實驗室樣品檢測。認可第三方質量檢驗機構會至少每個季度對每家供應商向我們交付的飼料進行一次取樣，對飼料的營養及化學成分以及微生物出具報告。

---

## 業 務

---

- **質量保證。**在供應商能向我們供應主要原料前，我們要求該供應商向我們作出質量保證承諾，保證(i)其向我們交付的所有原料將符合適用動物檢疫及食品安全法律，且將通過所有必要政府檢查，(ii)其將就每批原料提供檢驗報告及政府檢查及檢疫證明(如適用)及(iii)原料生產中不會使用中國法律禁止的材料，包括鹽酸克倫特羅及萊克多巴胺等。
- **現場檢查。**對於很可能影響產品質量的主要原料，如生豬及飼料，我們會定期實地檢查生產廠、在供應商生產廠中實施的質量及食品安全控制系統、生豬獸藥使用記錄及防疫措施。

### 對生產的質量控制

我們已在生產營運各階段實施全面的質量控制系統及嚴格的質量控制標準及程序。有關詳情，請參閱「我們的業務－豬肉業務」。我們的生產廠須由包括食藥監總局及農業部以及其地方分支機構在內的相關政府部門進行定期檢查，該等部門會檢查我們的生產過程、質量控制程序、生豬及產品，以確定合規狀況及可進一步改進的地方。例如，食藥監總局及農業部以及其地方分支機構於二零一五年對我們的生豬及產品進行了數百次實地檢查，且該等檢查合格率为100%。於往績記錄期，我們並無因重大違規、違例或政府機構對我們的生產營運提出改進意見而收到任何書面通知或受到任何處罰。

### 對國際貿易的質量控制

- **來源控制。**我們僅從國家質量檢驗檢疫總局認可的國家及供應商進口肉類產品。我們亦要求我們的供應商確保供應我們的肉類產品不含有違禁化學品。
- **預售檢查。**在向出口商進行採購前，我們會核實出口商提供的圖片、產品規格或樣品。我們一般要求進口肉類產品的生產日期在貨船離港日後五個月內。此外，對於進口豬肉產品，我們會要求有關國家的供應商提供獨立第三方實驗室發出的不含萊克多巴胺證書。

## 業 務

- **政府檢查。**我們進口的所有肉類產品須在進入中國市場前由中國政府部門進行強制抽樣檢查。我們在產品到達中國港口後嚴格遵從進口產品的檢驗程序和規定，直到符合所有進口規定後方會發運進口產品。
- **瑕疵產品。**我們的合約規定供應商須退回或銷毀瑕疵產品(包括含違禁化學物的產品)，並且我們嚴格落實該等規定。於二零一三年六月，我們從允許使用萊克多巴胺的生產國美國的供應商進口了兩箱集裝箱的冷凍豬肉產品、一箱集裝箱的冷凍豬肉產品經上海洋山出入境檢驗檢疫局檢測並報告出含有過量的萊克多巴胺。於收到上海洋山出入境檢驗檢疫局出具的最終次品檢驗檢疫通告後，我們安排將受影響的產品退回供應商，並於二零一三年十二月將有關冷凍豬肉產品運出上海港。我們認為此事件不會對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響。除此事件外，於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無遇到任何與進口次品相關的事件。

### 對儲存及物流的質量控制

- **對儲存的控制。**於接收前，我們的倉庫管理人員會核實發貨單、檢查報告、數量，並記錄相關信息及入庫時間。我們會臨時、每月、每半年及每年進行盤點。我們亦定期核實儲存材料的保質期。我們根據原料及製成品性質維持儲存條件，並且保持嚴格衛生標準，以防止污染及交叉污染。我們在鮮肉及低溫肉製品倉庫使用自動溫度控制，每兩至三小時檢查及記錄每個倉庫的溫度。我們在發送原料及產品時遵循「先進先出」原則。我們要求租賃倉庫的營運方遵守與我們自有倉庫相同的規定。
- **對物流的控制。**我們主要根據物流服務供應商的冷鏈物流能力、車隊規模、資深司機人數及質量控制能力來選擇物流服務供應商。我們要求物流服務供應商確保其車輛具備合適環境及衛生標準。對於在運輸過程中要求穩定低溫儲存的產品，所用車輛須配備冷凍設備及溫度計，至少每五分鐘記錄溫度一次。我們要求物流服務供應商使用單獨車輛付運冷鮮豬肉、冷凍豬肉及肉製品。我們每月審查物流服務供應商的表現，以確保向我們或客戶交付的貨品完全符合我們的要求。

---

## 業 務

---

### 銷售及經銷網絡的質量控制

- *經銷商質量控制*。我們要求我們的生鮮豬肉及低溫肉製品經銷商配備特定數目的冷庫和冷藏車。我們定期拜訪我們的生鮮豬肉及肉製品經銷商，以檢查其銷售、售價、儲存條件、物流設施及質量控制，並確保我們的產品在協定的地理區域經銷。有關我們對經銷商質量控制的進一步詳情，請參閱「一銷售及經銷網絡」。
- *銷售點質量控制*。我們定期檢驗我們在各個銷售點所銷售產品的質量，以檢查是否維持適當溫度、保質期及包裝完整性。我們亦向若干大賣場及超市派遣現場銷售代表，以協助其銷售及營銷我們的產品以及監控存貨水平及產品質量。

### 產品退回、質量保證及消費者意見

除瑕疵產品外，我們的客戶收到產品後一般不得退貨，而我們允許若干大賣場及超市向我們退回滯銷肉製品或保質期即將屆滿的肉製品。退回產品的銷售收益直接從有關期間的總收益中扣除。對於退回的產品，我們負責退回或更換被退回產品的成本。於往績記錄期，我們並無向客戶召回產品，而客戶亦無退回大批產品。我們相信，該記錄反映我們的產品質量及消費者對我們產品的普遍強勁需求。於往績記錄期，退回肉製品產品數量佔我們肉製品產品分部總收益少於4%，佔各期間我們持續經營業務總收益少於0.3%。鑒於所涉及的數量，我們認為該等退回產品不會對我們的財務狀況或經營業績產生重大不利影響。因此，於往績記錄期，我們並無錄得任何產品質量保證撥備。

我們使用詳細的程序以收集及處理消費者意見。我們設有24小時消費者服務熱線以供消費者查詢、提出意見及投訴。我們的銷售人員須致電(或在部分情況下親自拜訪)消費者，並收集有關其投訴的額外資料。產品上的條碼及生產日期有助於我們透過追查我們管理系統記錄的相關資料處理該等問題。根據我們銷售人員所收集的資料，相關生產部門會獲通知所報告的任何產品瑕疵，並在必要時採取補救措施。我們通過多種方式處理投訴，包括與消費者溝通以及向其支付合理賠償。

---

## 業 務

---

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，(i)我們並無因產品質量或安全而遭受中國政府機關大額罰款或其他處罰；(ii)我們毋須進行任何強制性的產品召回；(iii)我們並無任何重大產品責任風險；及(iv)我們並無接獲消費者有關產品質量的任何重大投訴。

### 銷售及經銷網絡

我們為生豬、生鮮豬肉產品、肉製品及進口冷凍肉類產品設立單獨的銷售網絡。各網絡針對各產品類別適合的特定銷售渠道及業務。我們的分部銷售及經銷管理系統讓我們有效管理及監控我們的銷售渠道。儘管豬肉產品銷售渠道已隨時間而變化及行業慣例在銷售渠道方面或有所不同，我們認為自身多渠道業務模式可令我們更好地滲透相關產品的目標市場、提高銷售及市場份額，並優化經營業績。有關分部銷售及經銷網絡的詳情請參閱「我們的業務」。

我們的總部營銷及銷售團隊負責策略事宜(如銷售計劃發展、價格管理及控制、品牌管理、各分部間的銷售工作協調以創造協同效應)及監督區域銷售團隊。我們豬肉業務的區域銷售團隊負責日常營運，包括客戶的管理、營銷及推廣、存貨管理及數據收集。我們的總部進口肉類銷售團隊負責進口肉類產品銷售。

截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度以及截至二零一六年四月三十日止四個月，對五大客戶的銷售分別佔我們持續經營業務總收益的16.1%、17.3%、14.9%及19.5%。於往績記錄期，我們的五大客戶全部為獨立第三方。於往績記錄期，就我們董事所知悉，截至最後實際可行日期，董事、彼等各自的關聯人或擁有已發行股份5%或以上的股東概無於我們的五大客戶任何當中擁有權益。於往績記錄期，我們與五大客戶有平均約四年的業務關係。

### 定價

我們的產品不受中國政府機關實施的任何價格控制或法規所規限。我們通過考慮多項因素(如市場供需動態、市場趨勢、原材料成本、生產成本、競爭格局、過往銷售數據及我

---

## 業 務

---

們及客戶的預期利潤率)就於區域市場向客戶出售的特定產品設定基準價。我們會盡力及時根據該等因素及其他市況調整我們的基準價。我們的生豬及生鮮豬肉產品的價格主要根據不同地區市場的現行市價釐定。肉製品的價格因其差異化程度較大而較小程度受現行市價的影響，因此相對較穩定。

在我們的國際貿易業務中，我們自營進口冷凍肉類產品。在作出定價決定時，我們考慮多項因素，包括國內產品售價及相關肉類產品的國際價格、我們的採購價及附屬開支、競爭格局、歷史銷售數據、我們從卸貨港口至最終交付貨物予客戶所承受與進口肉類產品有關的風險，以及我們的預期毛利率。

我們通常為肉製品經銷商制訂建議零售價，經銷商可根據當地市場狀況調整價格。我們就小包裝生鮮豬肉產品向加盟家佳康專賣店提供建議價格指引，並就肉製品提供建議零售價，且加盟商可根據市況調整零售價。我們亦就肉製品向大賣場及超市客戶提供建議零售價，並就小包裝生鮮豬肉產品向彼等提供建議價格指引，此舉符合行業慣例。

我們可能不時向我們的部分客戶(如大賣場、超市、經銷商、批發商及電商運營商)提供折扣，視乎我們的營銷策略及彼等向我們購買的產品的類型及數量而定，而該等折扣會直接減少我們的收益。倘總體實現協定銷售目標，我們亦可能向部分超市、大賣場、經銷商、批發商及電商運營商提供返利，而該等返利會計入我們的銷售及經銷開支。

### 季節性

對我們產品的需求通常因中國消費者的消費模式而在下半年相對較高。我們的產品需求亦通常在中秋節及中國國慶節(十月一日)及中國的農曆新年等傳統節日之前相對較高。因此，我們的生鮮豬肉、肉製品及進口冷凍肉類產品的銷量通常於下半年較上半年高。我們財務業績的此季節趨勢可能因屬我們原材料或產品的商品價格的波動而被抵銷或擴大。因此，我們的中期財務業績未必能反映我們的年度財務業績。

### 品牌推廣及營銷

我們的基本營銷策略為向消費者提供安全優質的產品。我們的品牌推廣策略專注於推廣我們的兩個核心品牌「家佳康」及「萬威客」，並以中高端收入家庭為目標消費者群體。該

---

## 業 務

---

消費者群體(尤其是有小孩的群體)通常非常重視其所購買的食品的質量及安全。我們的家佳康品牌生鮮豬肉產品被湖北省實施質量興省戰略工作領導小組辦公室評定為湖北名牌產品。「萬威客」品牌以「卓越的肉品專家」為品牌標語來體現在中國22年生產及銷售肉製品的專業性，在華南及華東地區聞名遐邇。

我們透過電視、地鐵、室內建築廣告、電梯海報、優酷網等互聯網網站及微信等社交媒體平台等多種宣傳渠道推廣我們的產品及品牌。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止三個年度以及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們的推廣及廣告開支分別為人民幣50.2百萬元、人民幣59.7百萬元、人民幣45.1百萬元及人民幣30.6百萬元。

### 物流及運輸

於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們將我們的絕大部分的產品運輸外包予屬獨立第三方的物流服務供應商。截至最後實際可行日期，我們擁有逾30家物流服務供應商。有關對物流的質量控制的詳情，請參閱「質量控制及食品安全—對儲存及物流的質量控制」。

我們與第三方物流供應商的運輸安排讓我們可投入較少資本投資，不必開發及維持我們自有的大型物流系統。外包該等服務亦讓我們可轉移大部分與我們的產品運輸及交付有關的風險。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並未出現任何重大延誤或因貨品處理不當情況而將對業務營運造成重大不利影響。而且，現有的物流服務市場向我們提供足夠其他物流服務供應商選擇，而該等供應商可提供與我們現有物流服務供應商類似的條款。於往績記錄期，我們並無遭遇任何物流服務供應短缺情況。

### 原材料及供應商

#### 原材料

我們生豬養殖業務所需的原材料為飼料及飼料原料(主要為玉米及豆粕)。飼料原料為商品，而其價格通常隨市況波動，這視乎供需、政府政策及主要原材料生產區的天氣狀況而定。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止三個年度以及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們分別將277.5千公噸、323.9千公噸、408.3千公噸及187.4千公噸的飼料用於我們的生豬養殖。中國國內玉米(一種主要飼料原料)的平均價格於二零一三年、二零一四年及二零一五年分別為每千克人民幣2.45元、每千克人民幣2.49元及每千克人民幣2.37元，二零一六年四月為每千克人民幣1.98元。

---

## 業 務

---

生豬是我們生鮮豬肉生產的原材料。除我們的生豬養殖場養殖的生豬外，我們亦自位於我們屠宰工廠附近的第三方生豬養殖場購買生豬。中國平均生豬價格由二零一三年的每千克人民幣14.91元減少至二零一四年每千克人民幣13.19元並增至二零一五年的每千克人民幣15.23元，並進一步增至二零一六年四月的每千克人民幣20.07元。

原料肉(主要包括豬肉，其次為禽肉及牛肉)為我們的肉製品生產的主要原材料。我們於肉製品生產所使用的豬肉由我們的生鮮豬肉生產部門及我們的國際貿易部門提供。我們於肉製品生產所用的禽肉由我們的已終止禽肉業務提供。我們於肉製品生產所用的牛肉由我們的國際貿易部門提供。

有關我們採購原材料的質量控制的詳情，請參閱本文件「一質量控制及食品安全一對原材料的質量控制」。

### 供應商

我們通常與聲譽良好的大型供應商合作以取得我們生產過程所用的優質原材料的穩定供應。例如，我們僅向知名大型飼料廠採購飼料，並僅向年產能超過10,000頭生豬的第三方供應商購買生豬。我們的原材料通常可自多家供應商獲得，我們通常就各類原材料擁有多個供應來源以減少我們對單一供應商的依賴。於往績記錄期，我們並無遭遇任何原材料供應短缺情況。我們通常與供應商訂立年度框架協議並根據現行市價、供需動態及我們的存貨水平通過採購訂單購買原材料。

我們已建立全面且穩健的供應商管理系統，其重要特點如下：

- 合資格供應商名單、認證檢驗及質量檢測及質量保證。有關詳情，請參閱「一質量控制及食品安全一對原材料的質量控制」。
- 持續監控及評估。我們主要根據產品質量、質量控制系統、價格、物流及其他服務等因素至少每年對各供應商的表現進行一次評估。根據結果，供應商分為四級：
  - 第一級一連續三次評估被分類為第一級的供應商可享有購買量增加及優先收款等優惠待遇；

## 業 務

- 第二級－供應商准許繼續提供原材料；
  - 第三級－供應商列入觀察名單而購買量減少。連續三次評估被分類為第三級的供應商會從我們的合資格供應商名單中剔除；及
  - 第四級－供應商即時從我們的合資格供應商名單中剔除並於隨後12個月不被接納為我們的合資格供應商。
- 定價及付款期限。我們生產所用的主要原材料－飼料原料及生豬－屬價格劇烈波動的商品。有關原材料波動所涉風險及我們降低該風險及為產品定出具有競爭力價格的能力的詳情，請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們的經營業績受到生豬及肉類產品的售價（影響收益）及生豬及穀物（主要是玉米和豆粕）採購價的波動（影響成本）的重大影響」及「財務資料－影響經營業績的主要因素－商品價格波動」各節。我們的供應商授予我們視乎多項因素（包括我們與供應商的關係及交易規模）而定的付款期限。我們的供應商通常向我們提供三至七個營業日的信用期（就交付生豬而言）、15至30個營業日的信用期（就交付飼料而言）及15至60天的信用期（就交付其他原材料而言），而我們通過銀行轉賬清償我們的貿易應付款項。

於二零一三年、二零一四年、二零一五年以及截至二零一六年四月三十日止四個月，來自我們的五大供應商的採購額分別佔我們持續經營業務總採購額的39.7%、30.2%、22.2%及20.3%。

我們已與供應商維持長期穩定的關係。就我們於往績記錄期的五大供應商而言，我們與該等供應商擁有平均約四年的業務關係。除中糧及其兩家附屬公司（為我們的供應商）及伊藤火腿（其擁有我們其中一家供應商65%的股份）以外，董事、其各自的聯繫人或據董事所知擁有我們截至最後實際可行日期已發行股份5%或以上的任何股東於往績記錄期內概無於我們任何五大供應商中擁有任何權益。

於往績記錄期，我們並無與我們的供應商發生任何重大糾紛。

### 存貨

我們的存貨主要包括製成品、以及原材料及在製品。製成品主要包括擬供對外銷售的生鮮豬肉產品及進口冷凍肉類產品和肉製品。原材料主要包括飼料、擬作內部用途的肉類

---

## 業 務

---

(如豬肉及禽肉)、飼料原料、包裝材料及耗材。在製品主要包括進行加工的肉類及相關半成品包裝材料。

鑒於大部分存貨的易腐性質，我們尋求在適當的存貨水平下我們經營的靈活性與過量存貨的不必要浪費之間達到平衡。我們維持嚴格的存貨控制及合適的存貨水平並定期檢視存貨水平，以確定存貨是否滯銷、過時或市值是否下降。我們已實施詳盡的倉儲操作程序，如先進先出存貨管理慣例、及時記錄、適當標籤及定期盤點。我們根據預期需求、我們下一期間的產量估計、季節性、現有庫存水平及原材料的現行價格水平管理我們的存貨水平。更多資料請參閱「財務資料－節選財務狀況表項目分析－存貨」。

### 研發

我們的研發活動遍及整條豬肉產業價值鏈，包括飼料生產、生豬養殖、生鮮豬肉生產以及肉製品生產。生豬養殖的生產部門及畜肉分部負責其各自部門的研發活動。

我們關於生豬養殖的研發工作主要集中於開發生豬繁殖及飼養技術、改善營養以及增強疾病預防、品質控制及環境保護。例如，根據Genesis合營企業協議，Genesis已同意按優惠價格向我們出售來自其加拿大生豬養殖場的純種種豬及精液並為我們的育種工作提供支持，包括提供技術培訓、向我們的生豬養殖場派遣生豬繁殖專家及與我們共同合作一項基因改良項目以提高生豬生長速度、飼料轉換率、肉用性能及增加窩均活仔數。此外，根據我們與哈爾濱獸醫研究所訂立的戰略合作框架協議，我們與哈爾濱獸醫研究所已同意共享彼此的資源開發豬病監測方法和診斷與預防技術。該框架協議由二零一四年八月起計為期三年。根據此框架協議，我們與哈爾濱獸醫研究所將訂立合約以實施具體的項目。我們的中國法律顧問認為，該戰略合作框架協議屬有效並具法律約束力。

我們一直開發新飼料配方並於湖北省一個擁有2,000頭豬的生豬養殖場對該等配方進行測試以持續提高飼喂效率並降低養殖成本。在某種程度上，得益於該等工作，我們的生豬養殖經營效率於往績記錄期有所提高，生豬的平均育肥體重有所增加。更多詳情，請參閱「我們的業務－豬肉業務－生豬養殖」。

---

## 業 務

---

我們關於肉製品類的研發工作主要集中於開發更美味的產品及滿足消費者對更健康食品的需求。我們的銷售及營銷部門亦定期進行市場研究並收集市場資料以協助我們研發新產品。我們的部分新產品乃為特定快餐餐館開發的定製產品。於二零一三年、二零一四年及二零一五年，我們分別推出61種、73種及50種肉製品新品。截至二零一六年八月三十一日，我們擁有17名專職研發人員負責有關我們肉製品的研發活動。我們的大部分肉製品研發人員已完成高等教育，其中六名擁有逾10年的相關經驗。

我們不斷投資於提升我們的質量控制技術及開發新生產技術。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度，我們於技術創新方面分別完成62個項目、76個項目及51個項目。截至二零一三年、二零一四年及二零一五年十二月三十一日止年度以及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們產生的研發成本總額分別為人民幣1.8百萬元、人民幣3.3百萬元、人民幣1.2百萬元及人民幣0.7百萬元。

### 職業健康與安全

我們的經營須遵守與僱員健康及安全有關的各項中國法律及法規。根據該等法規，我們已實施與安全控制程序及標準有關的安全指引。我們要求我們所有的僱員嚴格遵守該等指引。我們對我們的生產設備進行定期安全檢查以確保設備經全面檢測及可安全使用。我們向所有僱員提供定期工作場所安全培訓及體檢。我們亦要求我們的生產設備操作人員於操作前參加有關規定安全標準的培訓課程。此外，我們已實施生產設施應急計劃，指派責任人員及啟動應變程序以應對職業健康與安全緊急情況。

我們已制定生產安全事故管理措施，措施載列我們處理生產安全事故的程序、事故分類、事故通報程序、事故調查及處罰措施。該等措施根據所引致的人員傷亡及直接經濟損失將生產安全事故分為五級（排名數字越小，事故越嚴重）及其他較不嚴重事故。分類為五級（界定為(1)一至三名人士輕微受傷；或(2)直接經濟損失介乎人民幣2,000元及人民幣100,000元）或以上的任何事故須於一至24小時的指定期間內（視乎事故級別而定）向我們的總部安全管理部門通報。我們成立調查組對五級或以上的所有事故進行調查。於事故發生後30至45天內，調查組須編製一份報告，列明事故詳情、所採取的應急措施、所造成的損失、事故的起因、責任確定及對責任人建議的處罰以及糾正及預防行動方案。倘調查報告獲質量安全管理部審查及批准，我們的人力資源部及財務部會對確定須負責的人士作出相

---

## 業 務

---

關處罰，如減少績效獎金、降職或解僱。我們的安全管理部門跟進及監督糾正及預防行動方案的實施。我們的高級管理層接收季度統計報告，包括所有級別事故的概要及分析。

除下文所述事件外，於往績記錄期，我們於生產過程中並無發生任何導致我們僱員死亡或嚴重受傷的重大事故。

於二零一五年八月，我們其中一個位於內蒙古自治區赤峰的生豬養殖場發生一宗沼氣中毒事故，導致兩名僱員身亡及另外兩名僱員受傷。赤峰市政府成立了調查組調查此事故，並已於二零一六年一月完成調查。根據調查報告，該事故在有關僱員將水注入糞池以疏通糞池的管道時發生，但結果造成廠內有毒氣體洩出。該類型作業的標準程序須僱員穿戴個人防護裝備，讓糞池通風、並在開始作業前測試有毒氣體水平，有關僱員並無進行任何有關程序。此外，根據調查報告，導致該事故發生的直接原因是相關僱員違反標準操作流程，而間接原因是我們的安全管理要求執行不到位（包括未能向僱員提供職業健康及安全方面的充足培訓以及未能安裝危險氣體探測設備）及相關僱員安全意識淡薄。我們已根據適用的中國法律法規按照赤峰市安全生產監督管理局的規定繳納罰款人民幣0.49百萬元，並向已故僱員的遺產代理人支付賠償人民幣2.78百萬元。據我們的中國法律顧問告知，該兩名僱員的受傷屬工傷，而工傷程度一般於醫院確認受傷僱員狀況穩定且毋須接受進一步治療後按適用中國法律及法規進行評估。截至最後實際可行日期，一名受傷僱員已出院，因工受傷的級別正在評估中；其他受傷僱員仍在住院。概無僱員以及僱員的遺產代理人曾就該事故對我們提出任何申索、訴訟或法律程序。我們認為，該事故不會對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響。

為降低發生類似事故的風險，我們已在相關污水處理廠採取以下措施：

- 通過安裝新通風機及風扇提高該廠房的通風性；
- 通過安裝防爆裝置及靜電消除器降低發生火災及爆炸的風險；

---

## 業 務

---

- 通過安裝防護網及警告標誌加強工作場所安全管理；及
- 在廠房內提供充足的急救設備及救援設備。

我們亦已實施下列措施以加強安全管理系統並防止再次發生類似事件：

- **安全管理。**我們已實施安全生產責任制度，詳列出各部門及相關負責人員的責任。我們還更新了標準操作流程，重點強調有關危險操作的安全規定、禁止行為及審批程序。
- **安全檢查。**我們已建立定期安全檢查制度，規定生豬養殖附屬公司須每月對生豬養殖場進行檢查、各生豬養殖場主管須每週對生豬養殖場進行檢查、各工作組組長須每天進行檢查。
- **安全裝置。**我們已在相關生產廠增設安全設備，包括防爆裝置、靜電消除器、防護網、急救設備及救援設備，以防止日後再次發生類似事故或降低其發生風險。
- **應急方案。**我們改善了應急方案，增加了應急設備及其他材料，並定期開展應急演練。
- **安全培訓。**我們向全體僱員提供經強化的安全培訓。負責操作關鍵設備的僱員須針對所涉安全問題接受專門培訓。
- **安全績效評估。**我們將安全績效管理列為各部門及生產廠管理績效評估中的重要指標。

### 環保事宜及動物福利

我們須遵守中國環保法律及法規，包括《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國水污染防治法》、《中華人民共和國大氣污染防治法》、《中華人民共和國固體廢物防治

---

## 業 務

---

法》、《中華人民共和國環境噪聲污染防治法》、《畜禽養殖污染防治管理辦法》及《畜禽規模養殖污染防治條例》。尤其是關於我們的屠宰工廠所產生污水的處理的環保法規。請參閱本文件「監管概覽」一節。我們須接受地方監管機構關於遵守該等法律及法規的定期檢查。我們已盡力在我們的業務經營過程中採取政策及措施以確保我們在所有重大方面遵守中國環境法律及法規。

為符合不同污染物的環保規定，我們已採取以下環保措施：

- 死豬。我們使用先進設備以環保方式處置死豬。死豬收集及運送到指定地點進行高溫粉碎、蒸煮、生物發酵等方式進行處理，生成的廢渣部分用於沼氣站，餘下用於沼液返田系統。
- 動物排泄物。我們會將生豬養殖業務產生的糞便及其他動物排泄物收集並透過我們的持續攪拌式反應器系統進行加工以產生沼氣及沼液。
- 水。我們已建設污水處理設施，以處理我們業務的污水。這有助於確保我們所排放污水不會違反適用的中國法律規定。

我們將產生的沼氣用作供熱及發電的清潔能源，並向位於我們生豬養殖場附近的農民提供我們產生的沼液作為有機肥料。

我們已採納應急計劃、響應及控制程序作為意外環境污染事故的應對措施以將因潛在環境不合規情況及環境事件產生的不利影響降至最低。我們根據環境影響、人員傷亡及直接經濟損失的程度，將環境污染事故分為四級。我們的質量安全管理部負責根據事故分級指引調查及解決事故。

我們在遵守環境保護法律時產生環境成本，包括運作沼氣站成本、污水處理成本及綠化成本。於二零一三年、二零一四年、二零一五年以及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們產生的環境成本總額分別為人民幣17.5百萬元、人民幣18.7百萬元、人民幣24.0百

## 業 務

萬元及人民幣6.3百萬元。於二零一三年、二零一四年、二零一五年以及截至二零一六年四月三十日止四個月，我們就以環保方式處理死豬及使用沼液為農場施肥及使用沼氣發電分別收取人民幣5.6百萬元、人民幣9.3百萬元、人民幣12.7百萬元及人民幣0.1百萬元的政府補助。

雖然經中國法律顧問告知，並無適用於我們業務及營運的有關動物福利的現行中國法律及法規，我們力求通過於生豬繁殖、生豬養殖及生豬屠宰過程採取內部控制程序保障生豬的生理及心理福利。尤其是我們在以下方面確保生豬的福利：

- 生豬飼料。為生豬提供安全優質的飼料：

根據生豬不同生長階段對營養的需求選擇及餵養適當類型及數量的飼料。為確保我們生豬攝入足夠的營養及提升健康狀況，飼料配方根據生豬的三個保育階段及三個育肥階段專門定做。

我們使用可自動投喂飼料的自動飼養系統，以滿足生豬的飼養需要及保證飼料的新鮮。機器的飼養槽尺寸根據生豬的大小調整，以使生豬能夠在任何時候吃到飼料。

飼料在專門的大型飼料卡車的封閉車廂運輸，並通過螺旋輸送機輸送。飼料直接從飼料加工廠送至生豬養殖場附近的飼料倉。飼料運輸過程會完全封閉，以消除運輸過程中受污染的風險。

- 居住環境。我們為生豬提供全自動、乾淨舒適的居住環境，尤其是：

通風系統包括夏季通風模式及冬季通風模式。居住環境的目標溫度根據生豬在不同生長階段的需要設定，而進風口的大小通過設定風扇的初始及最終溫度調整。空氣保持清新，風速保持相對一致，以適合生豬的居住需要。

我們提供適當的採暖設備（採暖散熱器、熱風機及保溫燈），供通風之用及在冬天保持生豬暖和，以使生豬可享有舒適的居住環境。另外，初生仔豬放置在保溫燈下，以保持仔豬的體溫。

---

## 業 務

---

我們採用內部要求，即根據不同生長階段調節每頭生豬的最低居住面積。

- 水。為生豬提供充足乾淨的水：

我們為生豬提供充足數量的飲水器，並調整飲水器的高度，確保各種大小的生豬均能夠舒適飲水。水壓根據生豬在不同生長階段的需要進行調整。

我們定期監察水質，以確保水安全及遵守中國牲畜飲用水的國家標準。

- 一般健康。管理生豬的一般健康：

當一批生豬移出生豬養殖場時，在下一批生豬到達前，養殖場會進行徹底清洗、消毒及晾乾。這有助防止不同批次生豬的交叉感染。

我們在生豬養殖場採用嚴格的疾病預防及傳染病控制系統。我們積極監視生豬的健康狀況，並為生豬注射優質疫苗及獸藥(如需)。有關詳情，請參閱「我們的業務－豬肉業務－生豬養殖－生豬養殖控制」。

我們識別需要醫療關懷的生豬並給予適當的個別治療，並採取人性化的方法對不進行關懷及治療的病豬或受傷的豬採取安可死處理。

我們使用先進設備處置死豬、糞便及其他動物廢棄物，以避免臭氣擴散。有關詳情請參閱上文所討論我們採取的環境保護措施。

- 屠宰。避免不必要的疼痛及折磨：

在進行屠宰流程前，我們會讓生豬安靜地在待宰欄休息約12至24個小時，期間我們為生豬提供飲用水及淋浴放鬆。

我們使用二氧化碳致暈生豬。因此，我們相信生豬在屠宰過程中不會感到任何疼痛。

---

## 業 務

---

### 保險

我們的保險範圍主要包括財產險、生豬險、產品責任險、設備受損險、貨物運輸險及僱員相關保險。鑒於我們已按中國法律法規的規定並根據行業商業慣例購買所有強制性保險，我們認為保險範圍充足。

我們的財產險主要涵蓋我們的樓宇、設施及機器。我們的生豬險主要涵蓋種豬及育成豬的死亡，於各情況下在保險申索中存在典型的按頭限制。我們的設備受損險涵蓋生產設施中對設備造成的損毀。我們的貨物運輸險涵蓋由港口運輸至倉庫的進口貨物。我們的產品責任險涵蓋產品引致的人身傷害、疾病、死亡或財產受損申索。我們的僱主相關保險主要包括根據中國法律法規的規定就僱員養老保險、工傷保險、生育保險、失業保險、醫療保險及住房公積金作出的供款或撥備。有關保險未涵蓋的風險，請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們的保險範圍未必足以涵蓋所有風險」一節。

二零一五年八月十二日，天津港發生一系列爆炸事故。我們在臨近爆炸點的兩個倉庫儲存的部分進口冷凍肉類產品嚴重受損。有關該事件造成的財務影響詳情，請參閱「財務資料－節選損益及其他全面收益表項目的說明－持續經營業務－其他收益及虧損」一節。鑒於我們就該事件經已獲預期取得的保險賠償，我們認為這不會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成任何重大不利影響。更多資料請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們的經營可能會因我們的設施或附近發生機械故障、電力短缺或爆炸、火災、天災或其他災難導致生產困難而中斷」一節。

### 知識產權

我們的知識產權對於我們的業務實屬重要，主要是因為我們倚賴客戶對我們品牌名稱的認可。截至二零一六年八月三十一日，我們於中國擁有28個註冊商標（包括「家佳康」及「萬威客」）、兩份商標註冊申請、八項軟件版權及五個域名。有關我們認為對我們業務而言屬重大或可能屬重大的已註冊及待註冊知識產權的詳情，載於本文件「附錄四－法定及一般資料－B.有關我們業務的進一步資料－2.本集團的知識產權」一節。

中糧授予本集團在香港及中國使用其有關我們業務的商標的權利，為期三年。詳盡資料請參閱「關連交易－持續關連交易－與中糧集團訂立的獲豁免持續關連交易－商標特許」一節。

## 業 務

我們積極管理我們的知識產權。我們於額外類別已取得商標保護註冊。就無法取得專利的專有知識及難以執行專利的程序而言，我們倚賴商業秘密保護及保密協議保障我們的權益。此外，根據中國法律法規，我們僱員於在職期間創造的所有可申請專利的發明、實用新型及設計自動歸屬於我們。

於往績記錄期直至最後實際可行日期，就我們所知，我們並無遭提出任何可能對我們業務或財務表現造成重大不利影響的重大知識產權申索。

### 主要獎項

我們就產品質量、品牌知名度及社會貢獻獲得若干獎項及嘉許，包括下表載列的主要獎項及嘉許：

獎項及嘉許	年份	頒發機關
武漢中糧肉食，農業產業化國家重點龍頭企業	二零零八年至二零一五年	農業部、國家發改委、財政部、商務部、中國人民銀行、中國證監會及中華全國供銷合作總社
生豬標準化示範場	二零一二年至二零一五年	農業部
豬禽屠宰加工最有價值品牌企業	二零一五年	中國肉類協會
農業產業化省級重點龍頭企業	二零一五年	吉林省人民政府
農業產業化省級重點龍頭企業	二零一三年	江蘇省農業委員會
江蘇省動物防疫規範達標示範場	二零一二年	江蘇省農業委員會
湖北省生豬行業五強龍頭企業	二零一一年	湖北省人民政府
江蘇省畜牧生態健康養殖示範基地	二零一一年	江蘇省農業委員會
家佳康生鮮豬肉，湖北名牌產品	二零零五年至二零一五年	湖北省實施質量興省戰略工作領導小組辦公室

## 業 務

### 僱員

截至二零一六年八月三十一日，我們有5,202名僱員。下表載列截至二零一六年八月三十一日我們按職能劃分的僱員明細。

職能	僱員
生產 .....	3,469
質量控制、研發及工程 .....	854
銷售及營銷 .....	575
財務、人力資源及行政 .....	304
總計 .....	<u>5,202</u>

僱員薪酬待遇包括薪金、獎金及津貼。按照中國法規規定，我們參加由相關地方政府機構運作的社會保險計劃，並為僱員設立強制性養老金供款計劃並投購醫療保險、工傷保險、失業保險及生育險。我們亦為僱員支付住房公積金供款。

我們向僱員提供持續教育及培訓課程，以提高其技能及發揮其潛能。我們亦採納評估計劃，據此，僱員可收到反饋意見。我們通過提供多種員工福利及個人發展支持來促進牢固的僱員關係。我們於中國的附屬公司已根據適用中國法律成立工會。我們毋須遵守任何集體談判協議。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無遭遇任何重大勞資糾紛或索賠。

### 風險管理及內部控制

#### 風險管理

隨著我們的業務發展及擴張，與業務有關的潛在風險亦增加。為識別、評估及控制可能阻礙我們業務增長的風險，我們已制定及執行風險管理政策，以化解就營運所識別出的若干潛在風險，包括營運風險、信用風險、市場風險、財務風險及法律風險。我們的風險管理政策載列有關程序，以識別、分析、分類、化解及監控各類風險以及在營運中所識別風險的報告等級。各業務部門及職能部門負責識別及評估與其經營範圍有關的風險及執行風險管理及內部控制系統。我們的審核委員會負責監督管理層執行整體風險管理及內部控制系統及評估風險管理及內部控制系統。

---

## 業 務

---

我們已採納風險管理系統，當中包括四個步驟：

- 識別：我們識別現有及形成中的風險並按風險性質分類。
- 評估：根據風險識別及分類，我們參考過往經驗分析及評估潛在風險的可能性及損失程度。
- 化解：我們主要通過兩種方法化解風險的潛在影響：(1)我們全力改變風險狀況以降低損失頻率及風險本身損失幅度，如設定較高安全標準；及(2)我們作出財務安排以消除風險的影響及損害，如購買保單。
- 評價：我們評價化解措施的成本及影響，以評估風險管理系統的成效及效率。評價結果隨後向管理層及董事會匯報，作為參考意見，以進一步改進風險管理系統。

有關對質量控制及市場及其他風險的措施，請參閱「質量控制及食品安全」及「財務資料－市場及其他財務風險」各節。

### 內部控制

為不斷完善我們的企業管治及內部控制制度，我們已採納(或將於[編纂]前採納)一系列內部控制政策、程序及計劃，藉以合理確保我們實現運營高效、財務報告可靠及遵守適用法律法規等目標。為確保內部控制制度得以有效實施，我們已採取措施，如成立審核委員會(受令監察我們的內部控制制度及檢討其成效)、向董事、高級管理層及僱員提供內部控制政策以及上市規則及其他適用法律法規所規定上市公司董事及管理層的職責方面之培訓，以及委任國泰君安融資有限公司為我們的合規顧問，以負責就我們在香港持續遵守上市規則及其他適用[編纂]及法規提供意見。

### 我們的物業

我們為經營業務而佔用若干物業。該等物業乃用於非物業業務(定義見上市規則第5.01(2)條)，主要包括用作豬場、屠宰場、肉製品加工廠及飼料加工廠的場所。

---

## 業 務

---

根據香港法例第32L章《公司(豁免公司及招股章程遵從條文)公告》第6(2)條，本文件獲豁免而毋須就《公司(清盤及雜項條文)條例》附表3第34(2)段(該段要求須就本集團的全部土地或樓宇權益編製估值報告)符合《公司(清盤及雜項條文)條例》第342(1)(b)條的規定，原因是，截至二零一六年四月三十日，我們各項物業的賬面值佔我們綜合資產總值不足百分之十五。

### 自有物業

截至最後實際可行日期，我們已就七幅土地(總面積約為515,427.5平方米)取得土地使用權證，並已就16棟物業(總建築面積約為68,068.2平方米)取得房屋所有權證。有關我們未能為湖北省武漢市的若干生產設施取得房屋所有權證的討論，請參閱「—法律程序及合規—不合規事項」。

### 租賃物業

截至最後實際可行日期，我們向第三方租賃42幅土地(總面積約為27,276,200.0平方米)及29棟物業(總建築面積約為8,239.3平方米)，用以配合我們的業務活動及營運。該等租賃物業主要用作生豬養殖場、家佳康專賣店及辦公室。有關我們若干租賃物業的瑕疵，請參閱「—法律程序及合規—不合規事項」。

### 與租賃物業有關的瑕疵

#### 缺乏租賃土地備案

截至最後實際可行日期，我們尚未就我們位於湖北省武漢市總面積為758,386.7平方米的六幅租賃土地辦理設施農用地備案手續。我們主要將該等物業用作生豬養殖場。根據武漢市江夏區農業委員會於二零一六年三月二十八日、武漢市江夏區國土資源和規劃局於二零一六年五月六日、武漢市新洲區畜牧獸醫局及武漢市新洲區國土資源和規劃局於二零一六年四月二十七日發出的確認函，相關政府機構已因土地規劃變更而暫停辦理設施農用地備案手續。有關確認函表示彼等將不會因該等事件對我們採取任何行政行動。根據我們的中國法律顧問的意見，武漢市江夏區農業委員會、武漢市江夏區國土資源和規劃局、武漢市新洲區畜牧獸醫局及武漢市新洲區國土資源和規劃局為發出該等確認函的主管政府機

---

## 業 務

---

構。我們的中國法律顧問認為(a)我們就相關租賃土地訂立的土地租賃合約符合適用的中國法律；及(b)我們將遭受行政行動的可能性極小，原因是(i)該等事件乃由於相關政府機構於土地規劃變更期間暫停辦理備案所致，(ii)中國法律並未明確規定未能辦理設施農用地備案的法律後果，及(iii)主管政府機構已分別書面確認該等事件並非我們自身的原因所致或彼等將不會對我們採取任何行政行動。

### 與租賃物業有關的業權瑕疵

截至最後實際可行日期，我們七項租賃物業(總建築面積為968.1平方米)的出租人未向我們提供有效的業權證書或其他所有權文件。該等物業主要用作家佳康專賣店、辦公室及我們的員工宿舍。根據我們的中國法律顧問的意見，就該等物業而言，我們將不會因出租人無法提供業權證書或其他所有權文件而遭受處罰。然而，倘出租人並不擁有該等物業的合法權利，則相關租賃協議可能不具法律約束力且無法根據中國法律強制執行，因此我們可能無法繼續佔用及使用該等物業。如出現該等物業的有效申索，我們可能須停止佔用及使用該等租賃物業。我們正與我們的出租人溝通，以提供相關證書及文件證明，但我們何時能取得該等證書並非我們所能控制。截至最後實際可行日期，我們並不知悉任何第三方正對我們目前佔用及使用該等物業而產生任何質疑，且我們的業務經營並無因我們的出租人無法出具相關業權證書或與相關租賃協議有關的其他所有權文件而受到中斷。

我們已經採納以下經過加強的內部控制政策，以防止再次發生與現有及未來租賃物業續約有關的類似業權缺陷問題：

- 就存在業權缺陷的現有物業而言，我們已編製該等物業的全面清單。我們已指派我們的法務部與相關行政部門及附屬公司進行協調，以便盡快與相關各方跟進找回該等物業的業權證明或其他所有權文件。
- 我們的法務部與相關行政部門定期評估租賃物業的業權缺陷產生的風險。就我們評估為具有可能影響我們對物業的佔用及使用或我們在該等物業的營運的較高風險的有缺陷物業而言，我們將在必要時及時相應實施相關營運的搬遷計劃。

---

## 業 務

---

- 我們的法務部與相關行政部門在我們租賃額外物業時進行盡職審查及檢討，尤其是在該等物業的性質、指定用途及業權證明方面。
- 我們要求在租賃協議中載入保證及彌償保證條文，要求出租人提供有效的業權證明並向我們彌償由於業權缺陷產生的任何損失及損害。

### 缺乏租賃物業登記

截至最後實際可行日期，我們位於中國的七項租賃物業（總建築面積為561.0平方米）並無向相關住房部門辦理登記。截至最後實際可行日期，該等租賃物業中的五項（總建築面積為482.7平方米）的出租人並無向我們提供有效的業權證書或其他所有權文件。該等物業主要用作家佳康專賣店及辦公室。根據《商品房屋租賃管理辦法》的規定，房屋租賃協議訂立後三十日內，房屋租賃協議的當事人應當到相關住房部門辦理租賃協議登記備案。對於並未到相關住房部門辦理登記備案的租賃協議，我們可能就每份協議被處以最高人民幣10,000元的罰款。根據我們的中國法律顧問的意見，我們未辦理租賃協議登記備案並不影響租賃協議的有效性或可強制執行性。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並未就我們未辦理該等租賃登記而收到相關住房部門的任何處罰通知。

董事相信，上文所述我們租賃物業的瑕疵不會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響，因為與可比較鄰近地區類似物業比較，我們就該等租賃物業所支付的租金差異不大，且倘我們須終止使用該等物業（可能性不大），我們相信可隨時找到用以替代該等租賃物業的物業，估計搬遷時間及成本並不重大，及將我們位於該等物業內的營運搬遷至新場地不會使我們的業務出現重大中斷，且我們的財務狀況或經營業績不會受到重大不利影響。

## 業 務

### 牌照、許可證及證書

我們的中國法律顧問確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已就我們在中國的營運向中國有關機關取得一切重大必要牌照、批文及許可證。除本文件所披露者外，我們必要的牌照及許可證於最後實際可行日期有效。下表載列我們業務營運的重大必要許可證及牌照：

部門	許可證及牌照	簽發機構	有效期
生豬養殖	動物防疫條件合格證	農業部縣級分支機構	《中華人民共和國動物防疫法》並無規定有效期。主管部門有權釐定有效期且不同部門的做法各異。
生豬養殖	種畜禽生產經營許可證	農業部縣級分支機構	三年
生鮮豬肉	生豬定點屠宰證	市政府	無
肉製品	食品生產許可證(前稱全國工業產品生產許可證)	食藥監總局縣級分支機構	五年
生鮮豬肉及肉製品	食品經營許可證(前稱食品流通許可證)	食藥監總局縣級分支機構	五年

---

## 業 務

---

有關我們須遵守的法律法規的更多資料，請參閱本文件「監管概覽」一節。部分重大許可證及牌照的有效期較短，例如，食品生產許可證或食品經營許可證的有效期為五年。我們的法律合規人員負責監察許可證及牌照的有效期狀況，並負責及時申請續領有關許可證及牌照。我們目前預計，於我們的重大許可證及牌照到期時（如適用）及時為其辦理續期，將不會遇到任何重大障礙。

### 法律程序及合規

我們有詳盡的合規程序，藉以確定及監控我們業務涉及的法律風險。根據我們的中國法律顧問的意見，除本文件所披露者外，於往績記錄期，我們已在一切重大方面遵守所有適用法律法規。

#### 法律程序

於往績記錄期，我們不時牽涉在日常業務過程中產生的法律訴訟，惟概無對我們而言屬重大者。截至最後實際可行日期，本公司、附屬公司或董事均非可能對我們財務狀況或經營業績產生重大不利影響的任何待決或面臨的訴訟、仲裁或行政程序之當事方。

#### 不合規事項

#### 與環保及自有物業有關的瑕疵

截至最後實際可行日期，我們已向當地有關政府部門遞交一切所需的文件，但在開始生產前無法辦妥環保竣工驗收手續，亦未能就湖北省武漢市江夏區的若干生產設施取得房屋所有權證。我們已就該等項目取得土地使用權證，據此，我們有權使用土地作工業用途。於武漢市江夏區的城市區域規劃在相關生產設施建設之後發生變動後，我們不再符合辦理該等生產設施相關環保竣工驗收手續的資格。此外，我們無法就該等樓宇取得相關房屋所有權證。根據武漢市江夏區人民政府於二零一六年四月八日發出的確認函，政府將允許我們繼續在該等生產設施進行生產，且其不會就該等事件對我們採取任何行政行動。根據中國法律顧問的意見，武漢市江夏區人民政府為發出有關確認的主管政府部門。我們的中國法律顧問認為，我們因該等事件被處以任何行政行動（包括責令整改、罰款、責令清拆、扣留非法所得及暫停經營）的可能性極低，原因是(i)我們未辦理環保竣工驗收手續及未取得房屋所有權證乃由於江夏區的城市區域規劃變動令我們通過環保竣工驗收手續及取得相關房屋所有權證不具有可行性所致；及(ii)武漢市江夏區人民政府已書面確認其不會對我們採取任何行政行動。因此，並無在財務報表中作出任何撥備。武漢相關生產設施產生的外部收益少於我們於二零一五年自持續經營業務產生的總收益的18%。在不大可能的情況

---

## 業 務

---

下，地方政府要求我們為公共利益搬遷武漢的該等生產設施，根據適用中國法律，我們有權與地方政府就賠償及搬遷時間達成協議。我們認為，我們有能力在移除現有生產設施前識別該等生產設施的替代設施。直至替代設施已完成並可投入運營，我們方可預計該等生產設施的運營不會中斷。因此，我們預期該等事件不會對我們的業務造成任何重大不利影響。

### 與環保手續有關的瑕疵

截至最後實際可行日期，我們在下列項目投入運營前並未辦妥環保竣工驗收手續。

#### 萬威客項目

由於當地水源地區域規劃變動，萬威客肉製品生產設施所在廣東省鶴山市的土地被納入一類水源地；此項納入發生在我們於二零零九年收購萬威客之前。由於該等變動，我們不合資格就我們的生產廠辦理相關環保竣工驗收手續。我們的中國法律顧問認為，我們被處以行政行動(包括罰款、暫停經營及清拆)的可能性極低，因為(i)萬威客已根據相關中國法律取得污染物排放許可證；(ii)根據主管政府部門發出的確認函，萬威客已遵守有關污染物排放的所有適用中國法律及法規；(iii)在我們於二零一六年五月與鶴山人民政府及鶴山環境保護局相關官員的面談中，相關官員口頭確認(a)我們未於收購萬威客後辦妥環保竣工驗收手續是由於當地水源地區域規劃變動所致；(b)我們或可如目前般繼續在該生產設施經營；(c)相關政府部門目前並無任何計劃關閉或拆除此生產設施；及(d)倘相關政府部門要求我們遷離此生產設施，彼等於我們搬遷至替代設施前不會責令我們關閉或拆除此生產設施。我們認為，我們有能力在移除現有生產設施前識別該生產設施的替代設施。我們預期在替代設施完成及準備投入運營之前不會被要求暫停該生產設施的運營。因此，並無在財務報表中作出任何撥備。根據我們的中國法律顧問的意見，相關官員有權提供該等口頭確認。直至最後實際可行日期，我們並無自地方政府收到要求我們中止在此設施的運營或關閉或拆除此設施的任何通知。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，此生產設施一直正

---

## 業 務

---

常運作。由於於二零一五年，萬威客產生的外部收益少於我們持續經營業務總收益的6.0%，我們預計與此相關的任何監管行動不會對我們的業務產生任何重大不利影響。

### 東台項目

於二零零九年十二月，東台市環保局批覆了我們金東台生豬養殖場項目的環境影響評價報告。該豬場的總年產能為500千頭，位於東台沿海經濟產業區。於二零一一年八月，中國環境保護部決定，儘管東台沿海經濟產業區包括11平方公里的鹽城國家自然保護區（我們的金東台生豬養殖場所在地），其批准當地環保局對東台沿海經濟產業區進行環境影響評價，因為該區的當地政府和企業已採取令其滿意的環保補救措施。於二零一一年十二月，鹽城市環保局批覆了東台沿海經濟產業區的環境影響評價。於二零一三年十月，江蘇省環境保護廳原則上批准金東台生豬養殖場項目的生態報告及技術評估意見，並向中國環境保護部遞交報告。於二零一四年五月，中國環境保護部命令江蘇省環境保護廳對鹽城國家自然保護區內的項目進行進一步評估，並進行環境影響後評價，同時暫停對任何可能對鹽城國家自然保護區造成影響的項目進行審批。於二零一六年五月，江蘇省環境保護廳原則上批准繼續進行項目報批申請程序。除金東台生豬養殖場項目外，我們亦在東台沿海經濟產業區及鹽城國家自然保護區附近擁有總年產能350千頭的生豬養殖場。我們現正配合當地政府就我們位於鹽城國家自然保護區內的項目辦理環保竣工驗收手續，並就我們位於鹽城國家自然保護區附近的項目申請辦理環保竣工驗收手續。

根據東台環保局於二零一六年四月十八日向我們發出的確認函，其不會就該等不合規事件對我們採取任何行政行動。根據我們的中國法律顧問的意見，根據中國相關法律及法規，國務院下設環境保護部、中央政府直屬省、自治區或直轄市的環境保護行政主管部門，以及縣級或以上環境保護行政主管部門負責監督及管理其各行政區內有關建設項目的環保事宜的審批。高級環境保護行政主管部門須加強對低級主管部門的監督及管理，以便迅速整頓有關建設項目環境事宜的違法行為。同時，相關法規要求出現不合規行為的縣級或以上環境保護行政主管部門調查該等不合規行為並實施行政處罰。根據該等法規條文，建設項目所在地區的環境保護行政主管部門為有關建設項目的環保事宜的相關主管監督管理部門。因此，根據我們中國法律顧問的意見，東台環保局（就我們遵守相關規定的情況提

---

## 業 務

---

供意見的縣級環境保護行政主管部門) 為發出有關確認的主管政府部門。我們的中國法律顧問認為，我們被處任何行政行動(包括責令整改、就所引致的損壞作出賠償、罰款及暫停生產或使用)的可能性極低，原因是(i)我們未辦理環保竣工驗收手續乃由於東台沿海經濟產業區環保規劃政策(正由環保局進行審核及變更)所致；(ii)我們正配合當地政府就我們位於鹽城國家自然保護區的項目辦理環保手續，並就我們位於鹽城國家自然保護區附近的項目申請辦理環保竣工驗收手續；及(iii)東台環保局已書面確認其不會就我們繼續在該等項目經營業務對我們採取任何行政行動。此外，據中國法律顧問表示，辦理該等項目的環保驗收程序無重大法律障礙。因此，並無在財務報表中作出任何撥備。由於該生豬養殖場項目產生的外部收益低於我們於二零一五年來自持續經營業務的總收益的5%，故我們預期該等事件將不會對我們的業務產生任何重大不利影響。

### 黃石項目

由於當地村民在我們動工興建種豬養殖場後在我們的種豬養殖場附近建造若干樓宇，加上環保竣工驗收規定變動導致延遲處理申請，我們在兩個位於湖北省黃石市的種豬養殖場投入運營前並未辦妥環保竣工驗收手續。種豬養殖場附近的違章建築最近被拆除，且我們正辦理環保竣工驗收手續。根據陽新縣環保局富池分局於二零一六年四月二十二日及大冶環保局陳貴分局於二零一六年四月十三日發出的確認函，該等種豬養殖場的環保竣工驗收手續正在辦理中，在該等驗收手續辦妥前，其不會對我們採取任何行政行動。根據中國法律顧問的意見，陽新縣環保局富池分局及大冶環保局陳貴分局為發出有關確認函的主管政府部門。我們的中國法律顧問認為，根據上述書面確認函，我們因該等事件被處以任何行政行動(包括罰款及暫停生產或使用)的可能性極低。此外，據中國法律顧問表示，辦理該等項目的環保驗收程序無重大法律障礙。因此，並無在財務報表中作出任何撥備。由於

---

## 業 務

---

該等生豬養殖場產生的外部收益低於我們於二零一五年來自持續經營業務的總收益的2%，故我們預期該等事件將不會對我們的業務產生任何重大不利影響。

### 赤峰、張北、長嶺及鹽城項目

我們在我們位於內蒙古自治區赤峰市、河北省張北縣、吉林省長嶺縣及江蘇省鹽城市的生豬養殖場投入運營前並未辦妥環保竣工驗收手續，亦無為赤峰、張北及鹽城的生豬養殖場取得污染物排放許可。該等生豬養殖場為我們於上述地區的部分生豬養殖項目，且該等項目仍在建設中。根據翁牛特旗環保局於二零一六年四月十四日、張北縣環保局於二零一六年四月十八日、長嶺縣環保局於二零一六年四月二十五日及響水縣環保局於二零一六年四月十八日發出的確認函，相關環保部門將在整個生豬養殖項目(我們的已竣工生豬養殖場為其一部分)竣工後對該等生豬養殖場進行環保竣工驗收並發出污染物排放許可，且相關環保部門不會就該等不合規事件對我們採取任何行政行動。根據我們中國法律顧問的意見，翁牛特旗環保局、張北縣環保局、長嶺縣環保局及響水縣環保局為發出有關確認函的主管政府部門。我們的中國法律顧問認為，由於主管政府部門已書面確認其不會對我們採取任何行政行動(包括罰款及暫停經營)，我們因該等事件被處行政行動的可能性極低。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們於赤峰、張北、長嶺及鹽城的生豬養殖場一直正常運營，且我們尚未自地方政府收到要求我們暫停我們於該等生豬養殖場運營的任何通知。此外，據中國法律顧問表示，辦理該等項目的環保驗收程序無重大法律障礙。因此，並無在財務報表中作出任何撥備。由於位於赤峰、張北、長嶺及鹽城的相關生豬養殖場產生的外部收益總額低於我們於二零一五年來自持續經營業務的總收益的2%，故我們預期該等事件將不會對我們的業務產生任何重大不利影響。

---

## 業 務

---

### 預防不合規事件再次發生的經增強內部控制措施

鑒於上述不合規事件，我們已採取下列措施以增強我們的內部控制制度：

- 我們設有就生豬養殖場及生產廠投產所需的批文、證書、牌照及文件列表，並不時根據我們與地方機關的溝通及我們外部顧問的意見更新該列表。在釐定新生豬養殖場或生產廠的發展規劃及發展時間表時，我們將規定具體時間線，於該時間線內，我們須申請及取得多項批文、證書、牌照及文件，以使我們的營運團隊遵循該時間線作出必要申請。指定管理層人員將定期審閱及監督批文、證書、牌照及許可證的申請過程；
- 在任何生豬養殖場或生產廠正式投產前，一名獲指定經理將檢查批文、證書、牌照及文件，確保已取得所有的相關批文、證書、牌照及文件，並向養殖場或廠房經理(如適用)匯報該等程序的執行情況。在取得所有相關批文、證書、牌照及文件前，養殖場或廠房經理(如適用)不能批准開始正式營運；
- 我們定期更新法律手冊來反映最新的相關法律及法規，包括與環保及批准程序以及土地政策有關的法律及法規；
- 我們已指派內部審核部門定期檢討及監督我們的主要業務活動、進行隨機抽查及向審核委員會匯報結果；及
- 我們定期對管理層及僱員進行合規政策內部培訓，並將聘請包括香港及中國法律顧問及我們的合規顧問在內的外界專業人士就我們持續遵守上市規則及其他香港及中國法規以及其項下的責任進行培訓，以確保有關人士知悉及遵守該等政策。

### 董事及聯席保薦人的意見

董事認為，上述不合規事件在性質上並不嚴重，且大多數主要是由於區域規劃、政府政策或申請程序變動導致延遲取得批文或辦理登記所致。根據上述經強化的內部控制措施

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

---

## 業 務

---

的實施情況以及我們的經營規模，董事認為經強化的內部控制措施充足、有效，可預防不合規事件再次發生，且上述不合規事件並無對董事適合根據上市規則第3.08條及3.09條擔任[編纂]董事以及本公司適合根據上市規則第8.04條[編纂]造成重大影響且聯席保薦人並無注意到任何事項會合理地促使聯席保薦人不同意董事認為本公司適合[編纂]的觀點。