

財務資料

閣下應將以下討論與分析連同本文件附錄一所載的綜合財務資料(包括其附註)一併閱讀。我們的綜合財務資料乃根據香港財務報告準則(可能於重大方面與其他司法權區的公認會計原則有所不同)編製。

該討論載有前瞻性陳述，反映我們現時對未來事件及財務表現的觀點。該等陳述乃基於根據我們的經驗及對歷史趨勢、現況及預期未來發展的看法以及我們認為於有關情況下屬合適的有關因素所作假設與分析而作出。然而，由於多種因素(包括本文件「風險因素」一節及其他章節所述者)，我們的實際業績及部分事件的時間可能與該等前瞻性陳述的預測有重大差異。

概覽

我們於中國銷售乾海產品、海洋休閒產品及海鮮凍品。我們亦於中國銷售藻類產品及菌類產品。我們(i)採購高質的未加工及已加工原材料，(ii)將未加工原材料的加工工序分包予第三方，(iii)在我們的自有包裝設施或透過分包商包裝產品及(iv)以自有品牌「沃豐」銷售包裝產品。我們亦銷售未包裝乾海產品以及藻類產品及菌類產品，及在海產品批發市場銷售海鮮凍品。

我們主要向超市、貿易公司及便利店銷售產品，以及透過海產品批發市場及其他銷售渠道銷售產品(如食品公司、禮品店及電子零售商)。我們與客戶擁有長期銷售往績記錄。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們幾乎所有的十大客戶均於往績記錄期間前取得。我們於往績記錄期間的收益增長主要由於對現有客戶的產品銷售增長，其次乃由於吸納新客戶。我們認為，客戶主要基於以下各項選購我們的產品：(i)在有效的銷售及推廣策略的支持下，我們產品的過往銷售佳績；(ii)產品供應穩定；及(iii)龐大及推陳出新的廣泛產品組合。具體而言，我們已展示以下能力(i)實施有效的產品銷售及推廣措施，包括於客戶店舖派駐銷售及推廣團隊以提高銷售；及(ii)客戶就產品進行或安排的利好市場情報及研究分析。

於往績記錄期間，我們錄得顯著增長。自截至2014年12月31日止年度至截至2016年12月31日止年度，收益以複合年增長率約51.2%增至截至2016年12月31日止年度的約人民幣468.0百萬元。我們的收益由截至2014年12月31日止年度的人民幣204.8百萬元增加128.5%至截至2016年12月31日止年度的人民幣468.0百萬元。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，毛利分別約為人民幣47.9百萬元、人民幣94.1百萬元及人民幣118.4百萬元。

財務資料

呈列基準

於往績記錄期間，廈門沃豐及其附屬公司福建沃豐為本集團開展業務的主要經營附屬公司。廈門沃豐由劉先生控制。根據重組，本集團就[編纂]優化精簡其企業架構。

本公司於2016年1月8日根據開曼公司法於開曼群島註冊成立為獲豁免有限責任公司。根據重組，本公司於2016年4月27日成為現時組成本集團的公司的控股公司。作為重組的一部分，本公司、億鍵及新領為新註冊成立的公司，且該等新控股公司自其註冊成立以來並未開展任何業務。

重組主要涉及成立本公司、億鍵及新領以持有廈門沃豐，有關步驟並未導致本集團擁有權的經濟實質及業務發生任何變動。因此，財務資料為現時集團的延續。

本集團於往績記錄期間的綜合全面收益表、綜合權益變動表及綜合現金流量表包括現時組成本集團的所有公司的業績及現金流量，猶如現時架構於整個往績記錄期間或自其各自的收購或註冊成立／成立日期(以較短期間為準)以來一直存在。本集團於2014年、2015年及2016年12月31日的綜合財務狀況表已編製，以呈列本集團的事務狀況，猶如現時架構於該等日期或自其各自的收購或註冊成立／成立日期(以較短期間為準)以來一直存在。

影響經營業績的因素

我們相信以下為影響經營業績的最重要因素：

中國對乾海產品及藻類產品的需求

我們自銷售乾海產品及藻類產品取得大部份收益。截至2016年12月31日止年度，乾海產品、藻類及菌類產品分部分別佔收益54.7%及36.5%。近年，中國海鮮產品及藻類產品行業迅速發展。海鮮產品及藻類產品行業增長由多項因素推動，包括消費者購買力提高、消費者健康意識提高、大眾普遍認為海鮮產品及藻類產品營養價值上升，以及電子商務興起帶動產品拓展至新地域。

根據ASKCI報告，自2011年至2015年，中國海鮮產品及藻類產品零售額以複合年增長率8.4%增加，於2015年達約人民幣3,035億元，當中(i)約52.6%來自海鮮凍品；(ii)約12.7%來自乾海產品；(iii)約10.6%來自藻類產品；(iv)約4.7%來自海洋休閒產品；及(v)餘下約19.4%來自其他產品。預計直至2020年，中國海鮮產品及藻類產品零售額將以複合年增長率7.0%增加。我們預計收益及盈利能力將受整體海鮮產品及藻類產品行業增長帶動而持續增強。

財務資料

此外，消費或贈送海鮮產品及藻類產品或受媒體報道、營銷活動、政府政策或其他情況影響而收變。此外，產品需求視季節而定，即於傳統中國節日（如農曆新年）前銷量較高。因此，首季度收益一般相對較其他季度多。

現有客戶購買我們的產品

往績記錄期間收益增長乃主要由於現有客戶產品銷售增加。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們幾乎所有的十大客戶均於往績記錄期間前吸納，自截至2014年12月31日止年度至截至2016年12月31日止年度，對此等客戶銷售以複合年增長率41.5%增加。我們認為，客戶主要基於以下各項選購我們的產品：(i)在有效的銷售及推廣策略的支持下，我們產品的過往銷售佳績；(ii)產品供應穩定；及(iii)龐大及推陳出新的廣泛產品組合。我們增加自現有客戶採購的能力亦取決於競爭產品的吸引力，我們必須持續改善產品組合，以維持或增加市場份額。

我們認為，客戶主要由於我們產品的持續銷售表現而購買我們的產品，此乃基於：(i)我們產品的銷售表現強勁及一貫表現良好；(ii)我們能夠實施有效的產品銷售及推廣措施，包括駐於客戶店舖以提高銷售的銷售及推廣團隊；及(iii)客戶就產品進行或安排的利好市場情報及研究分析。我們認為，我們產品的預測銷售表現主要反映產品的過往銷售表現以及銷售及推廣力度。我們相信，於往績記錄期間，產品的質量上乘及其具吸引力的包裝及設計令最終消費者更為接受產品。我們借助銷售推廣團隊的反饋提高產品對最終消費者的吸引力。舉例而言，於往績記錄期間，我們推出更簡潔的產品包裝及外觀及重新設計包裝。我們亦就乾海產品的包裝獲得中國質量認證中心的ISO 22000:2005（食品安全管理制度）認證，有助向客戶保證我們的產品質量。此外，推銷人員亦進駐超市客戶店舖銷售特定產品。由於讓推銷人員進駐超市為一筆開支，以具成本效益的方法運用推銷人員銷售產品主要視乎該等客戶分配予我們的貨架空間。再者，多數推銷人員會由超市專門培訓，以按照超市政策銷售產品。我們亦通過懸掛顯眼的宣傳標語及電梯廣告牌，以及設立銷售專櫃於超市推廣我們的品牌。

財務資料

由於供應穩定，我們亦能於往績記錄期間增加收益。我們的主要原材料為受環境變化影響的天然原料。倘競爭對手面臨供應短缺的問題，我們可迅速佔據該等競爭對手的市場份額。此外，長遠而言，客戶不大可能向存貨不足的競爭對手下達訂單。2013年，超強颱風導致市場上藻類產品供應劇減，導致之後兩年成本增加及藻類產品原材料供應減少。然而，由於與藻類產品養殖戶的關係穩定，我們受此等波動影響極小，並可輕易位據其他供應商的市場份額。有關我們與藻類產品養殖戶供應商的關係詳情請參閱本文件「業務－供應商及原材料－藻類產品養殖戶供應商」一節。截至2014年12月31日止年度至截至2016年12月31日止年度，藻類及菌類產品收益以複合年增長率83.4%增加，於2016年達人民幣170.8百萬元。倘我們的供應維持穩定可靠，而競爭對手未能做到，我們將可進一步增加收益及擴大市場份額。

隨著產品種類增加，我們將可增加現有客戶銷售。客戶或發現我們推出的新產品類型及經改良產品較競爭產品更有吸引力，客戶或基於方便而從有限的供應商採購向我們採購其他產品。於往績記錄期間，銷售及推廣團隊為我們提供主要市場資訊及收集客戶反饋，有助推出新產品類型及經改良產品。我們的產品組合由截至2014年12月31日止年度銷售的59種產品增至截至2016年12月31日止年度的203種產品。乾海產品收益自2014年12月31日止年度至截至2015年12月31日止年度增加66.9%，於2015年達人民幣212.2百萬元，主要由於推出新產品類型及經改良產品。我們預計將會持續推出新產品，進一步鞏固客戶關係及提高每名客戶帶來的收益。

客戶基礎增長

吸納新客戶主要由銷售代表負責。於最後實際可行日期，我們擁有99名客戶，主要覆蓋中國東部及南部主要城市。我們計劃持續擴大銷售推廣團隊，並建立電商渠道，以支持業務增長。

我們認為，新客戶主要基於以下各項評估我們的表現：(i)在有效的銷售及推廣策略的支持下，產品的過往銷售佳績；(ii)產品供應穩定；及(iii)龐大及推陳出新的豐富產品組合。

財務資料

鑒於在2013年往績記錄較為有限，我們依賴對最終消費者推行銷售及推廣活動展現對提高銷售，並因此產生大量銷售及推廣開支。自2010年至2012年，我們透過電視廣告、展會及一般品牌知名度廣告增加銷售及推廣海鮮產品的力度，並於2011年及2012年招攬48名新客戶，當中包括截至2016年12月31日止年度十大客戶中的五名客戶。該48名新客戶中的大部分客戶於截至2016年12月31日止年度仍為我們的客戶。此等廣告亦帶動現有客戶自2010年起增加採購產品，截至2016年12月31日止年度，此等客戶中有四名仍位居十大客戶。

建立強大客戶基礎後，我們開始以更具成本效益的方法吸納新客戶。於往績記錄期間，我們利用現有客戶的強烈推薦獲取新客戶。於往績記錄期間，我們已吸納50名新客戶及於2016年12月31日的客戶基礎共有99名客戶。我們已於若干地區有選擇地開發新客戶，以擴大地域覆蓋範圍。由於往績記錄更強勁，且已鞏固銷售推廣團隊，我們相信將會持續提高吸納客戶的能力。

原材料供應及成本

海鮮產品及藻類產品的主要原材料主要包括未加工及已加工海鮮及藻類產品以及包裝材料。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度各年，原材料成本分別佔銷售成本約92.1%、91.3%及93.1%。

就購買未加工海鮮及未加工及已加工藻類產品而言，我們一般與漁民及藻類產品養殖戶訂立長期供應框架協議，價格則於每次下達訂單時釐定。就購買已加工海鮮及包裝材料而言，我們與供應商訂立供應協議並定期續訂，價格則於每次下達訂單時釐定。

原材料供應減少及原材料成本增加對生產或包裝產品的能力帶來不利影響。然而，該等波動同樣對競爭對手帶來不利影響且我們或能夠額外吸納彼等的市場份額。舉例而言，2013年超強颱風來襲期間，我們的供應維持相對穩定，並錄得收益增加及吸納競爭對手的市場份額。

財務資料

包裝能力

我們一般銷售印有品牌「沃豐」的散裝或禮盒裝包裝產品。此外，我們亦出售並無我們的品牌名稱的海鮮凍品及無包裝產品。包裝員工於福建省廈門市包裝設施內進行包裝工序。主要包裝步驟通常包括產品分類、將產品置於袋內或盒內、稱重、真空處理、密封已包裝產品及將已包裝產品裝箱。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，福建省廈門市包裝設施使用率分別為52.6%、97.9%及106.3%。我們相信擴大包裝產能讓我們得以滿足持續增長的客戶需求，同時維持對質量標準的嚴格控制及增加溢利率。

重大會計政策、判斷及估計

我們已確認若干對編製我們的綜合財務報表而言屬重大的會計政策。對於閣下了解我們的財務狀況及經營業績至關重要的重大會計政策、判斷及估計詳情載於本文件「附錄一所載的會計師報告」附註3及5。我們的部分會計政策涉及主觀假設及估計以及根據管理層對會計項目的熟知及現有事件及行動的判斷作出的複雜判斷。於不同情況下，釐定該等項目時管理層須根據可能於未來期間出現變動的資料及財務數據作出判斷。我們未曾發現管理層之估計與實際結果之間存在任何重大偏差，及於往績記錄期間並無改變該估計。管理層預計於可預見未來該等估計不會有任何重大變動。

於審閱我們的財務報表時，閣下須考慮(i)我們對主要會計政策的選擇；(ii)影響該等政策應用的判斷及其他不確定因素；及(iii)已呈報業績對條件及假設變動的敏感度。我們於下文載列該等會計政策，我們認為該等會計政策涉及編製我們的財務報表所用的最重要估計及判斷。

財務資料

收益確認

收益按所收取或應收代價的公平值計量。授予客戶的回扣及折扣入賬為收益扣減。當收益的金額能夠可靠計量、未來經濟利益有可能流入有關實體，並已就下文所述各項本集團活動符合特定條件時，本集團將確認收益。

(a) 貨品銷售

貨品銷售於貨品擁有權的風險及回報轉移時確認，通常亦即為貨品付運予客戶及所有權轉讓的時間。

(b) 利息收入

利息收入採用適用利率於其產生時確認。

(c) 租金收入

租金收入於租期內按時間比例計算。

廠房及設備

廠房及設備主要包括用於包裝及交付產品或作行政用途的電氣設備、廠房及機器、汽車及傢私以及設備。我們的廠房及設備按成本減累計折舊及累計減值虧損(如有)列賬。廠房及設備的成本包括收購該等項目的直接應佔開支。

只有當項目相關的未來經濟利益很可能流入本集團，以及該項目的成本能可靠地計量，後續成本方計入資產的賬面值或確認為獨立資產(如適用)。被替換部分的賬面值會終止確認。所有其他維修和保養於產生的財政年度於損益支銷。

我們按廠房及設備的估計可使用年限以直線法撇銷其成本(經扣除預期剩餘價值)計算折舊。可使用年期、剩餘價值及折舊方法於各財政年度末檢討並於適當情況下作出調整。可使用年期如下：

電氣設備	3年
廠房及機器	10年
汽車	4年
傢私及設備	5年

倘資產的賬面值高於其估計可收回金額，則會即時撇減至其可收回金額。

財務資料

出售廠房及設備項目的收益或虧損，按出售所得款項淨額與其賬面值的差額釐定，並於出售時於損益內確認。

存貨

存貨初步按成本確認，其後按成本及可變現淨值兩者中的較低值確認。我們按加權平均基準釐定成本。成本包括一切採購成本、轉換成本及將存貨送至現有地點及達致現有狀況產生的其他成本。可變現淨值指日常業務過程中的估計售價減完成的估計成本以及進行銷售必要的估計成本。

其他資產減值

於各財政年度末，我們審閱以下資產的賬面值，以確定有否跡象顯示該等資產出現減值虧損或先前已確認的減值虧損不再出現或有所減少：

- 廠房及設備；及
- 預付租賃付款

倘資產的可收回金額估計低於其賬面值，將即時按有關差額確認減值虧損為開支。可收回金額為反映市況的公平值減銷售成本以及使用價值的較高者。於評估使用價值時，估計未來現金流量乃以可反映當時市場對貨幣時間價值和資產特有風險評估的除稅前折現率折現至現值。

就評估減值而言，倘資產並無產生大致上獨立於其他資產的現金流入，其可收回金額會按獨立產生現金流入的最小組別資產（即現金產生單位（「現金產生單位」））釐定。因此，部分資產會個別檢測減值，部分則按現金產生單位檢測。

當減值虧損於其後撥回，該資產的賬面值乃增加至其可收回金額的經修訂數額，惟所增加的賬面值並不超出假設過往年度並未就該資產確認減值虧損時原應釐定的賬面值。減值虧損撥回即時確認為收入。

研發開支

研發活動的開支於產生的財政年度確認為開支。

財務資料

經營業績

下表載列於所示年度的經營業績概要。下文所載過往業績未必反映任何未來期間可能預期的業績。

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益	204,847	366,968	468,039
銷售成本	(156,944)	(272,862)	(349,642)
毛利	47,903	94,106	118,397
其他收入及其他收益／(虧損)淨額	(157)	411	435
銷售及分銷開支	(8,536)	(14,547)	(17,838)
行政開支	(1,851)	(2,707)	(14,039)
其他開支	(274)	(1,012)	(1,320)
融資成本	(1,313)	(1,028)	(219)
除所得稅前溢利	35,772	75,223	85,416
所得稅開支	(9,301)	(19,379)	(24,264)
本公司擁有人應佔年內溢利	26,471	55,844	61,152
其他全面收入			
其後可能重新分類至損益的項目：			
— 換算海外業務產生的匯兌差額	—	—	(804)
其他年內全面收入	—	—	(804)
本公司擁有人應佔年內溢利及全面收入			
總額	26,471	55,844	60,348

節選收益表項目的說明

以下討論概述本文件附錄一所載的會計師報告的節選收益表項目，我們認為可能有助於了解下文不同期間的討論。

財務資料

收益

於往績記錄期間，我們的收益主要來自銷售我們的乾海產品、藻類產品及菌類產品。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們的收益分別約為人民幣204.8百萬元、人民幣367.0百萬元及人民幣468.0百萬元。截至2014年12月31日止年度至截至2016年12月31日止年度的複合年增長率約為51.2%，而截至2016年12月31日止年度的同期增幅為27.5%。

下表載列於所示年度按產品類別劃分的收益：

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
乾海產品	127,143	212,217	255,817
藻類產品及菌類產品 ⁽¹⁾	50,797	113,643	170,831
海洋休閒產品	1,607	24,075	33,975
海鮮凍品	25,300	17,033	7,416
	<u>204,847</u>	<u>366,968</u>	<u>468,039</u>

附註：

1. 我們於截至2015年12月31日止年度開始銷售菌類產品（包括香菇及其他類型的蘑菇），並於截至2015年12月31日止年度及截至2016年12月31日止年度分別產生收益約人民幣4.5百萬元及人民幣8.0百萬元。

於往績記錄期間，若干收益推動因素刺激我們的收益增加，包括(a)銷量增加及平均售價增加；(b)產品於現有客戶的銷售滲透增加及向新客戶銷售；(c)推出新產品類型及經改良產品（惟我們僅於2014年推出一項經改良產品）；及(d)實施直接接觸式推廣策略及增加推銷人員的數目，有關詳情載於下文。

往績記錄期間前及往績記錄期間帶動收益增加的因素是我們戰略部署，包括例如(i)增加推廣人員以提高產品的銷售表現；(ii)租賃灘塗並其後分租予藻類產品養殖戶以改善供應穩定性；及(iii)推出新的乾海產品類型以及令產品供應更多元化，進而迎合不斷變化的消費潮流。

財務資料

(a) 銷量及平均售價

於往績記錄期間，我們的收益增長主要由於食品銷量錄得持續及穩定增長以及其次若干產品的平均售價上升。

下表載列於所示年度按產品類別劃分的銷量及平均售價：

	截至12月31日止年度											
	2014年				2015年				2016年			
	銷量 (千公斤)	平均售價 (人民幣/ 公斤)			銷量 (千公斤)	平均售價 (人民幣/ 公斤)			銷量 (千公 斤)	平均售價 (人民幣/ 公斤)		
	整體	現有產品	新產品 類型及經 改良產品		整體	現有產品	新產品 類型及經 改良產品		整體	現有產品	新產品 類型及經 改良產品	
乾海產品	2,059	61.7	61.7	-	3,254	65.2	62.1	70.0	2,963	86.4	84.5	120.2
藻類產品及菌類產 品	613	82.9	82.9	70.0	1,396	81.4	87.1	75.7	1,773	96.4	97.0	60.3
— 藻類產品 . . .	613	82.9	82.9	70.0	1,365	80.0	87.1	72.4	1,707	95.4	96.0	52.7
— 菌類產品 . . .	-	-	-	-	31	145.8	-	145.8	66	121.0	122.9	97.2
海洋休閒產品 . . .	18	89.3	89.3	-	337	71.4	74.2	69.3	501	67.8	67.9	67.2
海鮮凍品	672	37.6	37.6	-	440	38.7	38.7	-	228	32.5	32.5	-
總計	<u>3,362</u>		60.9 ⁽¹⁾	70.0 ⁽¹⁾	<u>5,427</u>		64.9 ⁽¹⁾	71.8 ⁽¹⁾	<u>5,465</u>		85.1 ⁽¹⁾	97.5 ⁽¹⁾

(1) 整體平均售價

截至2015年12月31日止年度，產品整體銷量較截至2014年12月31日止年度增加約61.4%，而截至2016年12月31日止年度較截至2015年12月31日止年度增加約0.7%。截至2015年12月31日止年度的銷量增長乃主要由於(i)我們的銷售及推廣團隊擴大；(ii)推出新產品類型及經改良產品；及(iii)新客戶數量增加。

平均售價指我們售予客戶的產品的交易量加權平均價格。我們會結合產品供求、預計市場趨勢、原材料成本、生產成本、產品類別、競爭對手產品的零售價、目標消費者的消費模式、過往銷售數據及預計利潤率等多種因素為不同產品定價。我們定期根據該等因素及其他一般市場狀況檢討及調整產品價格。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，乾海產品的平均售價分別為每公斤約人民幣61.7元、人民幣65.2元及人民幣86.4元。

財務資料

截至2016年12月31日止年度，乾海產品的整體、現有產品的新產品類型及經改良產品之平均售價較2015年有所增加乃主要由於(a)改善產品組合，原因為我們出售於2015年及2016年分別推介的價格通常較高的當地魷魚乾及新口味蝦仁乾等新產品類型及經改良產品；及(b)乾海產品的整體售價較高，原因為透過(i)2014年至2015年乾海產品的銷量增加；(ii)我們的產品進一步滲透銷售至現有客戶及獲得新客戶；(iii)推介新產品類型及經改良產品（惟我們僅於2014年推出一項經改良產品）；及(iv)我們實施直接接觸式推廣策略而於2016年確立穩固的市場地位後提升在市場上的定價能力。儘管總體上干海產品的整體售價較高，我們認為，客戶會繼續選擇我們的乾海產品，此乃主要基於(a)在有效的銷售及推廣策略的支持下產品的過往銷售佳績；(b)產品供應穩定；及(c)產品種類豐富多元。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，藻類及菌類每公斤的平均售價分別約為人民幣82.9元、人民幣81.4元及人民幣96.4元。

截至2015年12月31日止年度藻類及菌類現有產品的平均售價較2014年有所增加乃主要由於平均售價較高於其他現有產品的現有海藻產品的銷售增加。截至2015年12月31日止年度藻類產品及菌類產品的新產品類型及經改良產品的平均售價較2014年有所增加乃主要由於推出了較2014年推出的經改良產品平均售價更高的一系列新海藻及菌類產品。截至2016年12月31日止年度，藻類產品及菌類產品的整體及現有產品之平均售價較2015年有所增加乃主要由於藻類產品及菌類產品的整體售價較高，原因為我們透過(i)2014年至2015年藻類產品及菌類產品的銷量增加；(ii)我們的產品進一步滲透銷售至現有客戶及獲得新客戶；(iii)推介新產品類型及經改良產品類型（惟我們僅於2014年推出一項經改良產品）；及(iv)我們實施直接接觸式推廣策略而於2016年確立穩固的市場地位後提升在市場上的定價能力。截至2016年12月31日止年度，藻類產品及菌類產品的新產品類型及經改良產品之平均售價較2015年有所減少乃主要由於推出若干經改良產品（即若干散裝海帶產品）含有較低成本的原材料及通常擁有較低的售價。儘管總體上藻類及菌類產品的整體售價較高，我們認為，客戶會繼續選擇我們的藻類產品及菌類產品，此乃主要基於(a)在有效的銷售及推廣策略的支持下產品的過往銷售佳績；(b)產品供應穩定；及(c)產品種類豐富多元。

財務資料

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，海洋休閒產品的平均售價分別為每公斤約人民幣89.3元、人民幣71.4元及人民幣67.8元。

截至2015年12月31日止年度的整體平均售價較2014年減少主要由於(i)現有產品的平均售價減少，主要由於售價較低的海洋休閒產品的銷售因於2015年客戶對有關產品的需求強勁而增加及(ii)於2015年推出新產品類型及經改良產品的平均售價低於現有產品，主要由於新產品類型及經改良產品擁有不同的生產技術或價格較低的原料。截至2016年12月31日止年度低於現有產品，海洋休閒產品的整體以及新產品類型及經改良產品之平均售價較2015年有所下降乃主要由於我們微調產品的市場地位。截至2016年12月31日止年度，現有產品的平均售價較2015年減少乃主要由於售價較低的海洋休閒產品的銷售因於2016年客戶對有關價格較低的產品的需求強勁而增加。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，海鮮凍品的平均售價分別為每公斤約人民幣37.6元、人民幣38.7元及人民幣32.5元。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度的波動，主要受海鮮凍品整體市場需求的影響。

(b) 現有客戶及新客戶

我們的收益於往績記錄期間錄得增長乃主要由於向現有客戶的產品銷售增加及其其次由於向新客戶的銷售增加。該等增長乃由於我們的戰略部署所致。

我們認為，客戶選擇我們的產品主要基於(i)良好的產品銷售往績輔以有效的銷售及推廣策略；(ii)產品供應穩定；及(iii)龐大而推陳出新的豐富產品組合。我們的增長主要由於(i)若干現有客戶經營的零售店數目增加或所經營的大型銷售網絡超逾其初步市場令需求不斷增長；(ii)我們豐富的產品組合，可滿足廣大客戶的口味及喜好；(iii)我們的推廣及營銷策略，有助加強銷售表現及向終端客戶推出新產品組合；(iv)終端客戶越來越傾向選擇更健康的零食及(v)客戶店舖持續銷售我們的產品。

(c) 新產品類型及經改良產品

推出新產品以創建推陳出新的豐富多元產品組合，加上不斷增加且具吸引力的產品系列，亦帶動收益增長。於往績記錄期間，我們推出157種新產品類型及經改良產品以更好地滿足終端客戶的需求。我們將其產品組合由截至2014年12月31日止年度所售的59種產品增加至截至2016年12月31日止年度所售的203種產品。我們不斷成功開發新產品類型及經改良產品，滿足不斷轉變的消費者喜好。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，所推介的新產品類型分別有零、51種及4種，分別貢獻收益約零、人民幣35.6百萬元及人民幣5.6百萬元，及所推介的經改良產品分別有1、73種及28種，分別貢獻收益約人民幣70,000元、人民幣118.9百萬元及人民幣19.3百萬元。

財務資料

(d) 實施直接接觸式推廣策略

往績記錄期間前，我們使用媒體滲透策略，主要為建立品牌，而自2013年以來我們實施直接接觸式推廣策略，可大幅提高收益。我們穩固的銷售及推廣團隊由264名成員組成，已成功發展一個擁有大型忠誠客戶且不斷擴展的網絡。於分配予五大客戶的推銷人員數目由2015年12月31日的100名減少至截至2016年12月31日止年度的88名後，於截至2015年12月31日止年度至截至2016年12月31日止年度，我們於2016年向該等客戶的銷售總額增加約人民幣29.7百萬元(或23.1%)。於分配予五大客戶的推銷人員數目由2014年12月31日的70名增加至截至2015年12月31日的100名後，於截至2014年12月31日止年度至截至2015年12月31日止年度，我們於2015年向該等客戶的銷售總額增加約人民幣50.9百萬元(或65.4%)。因此，我們認為，於往績記錄期間推銷人員數目增加與銷售增加之間有密切關連，惟待達到飽和點後再增加推銷人員可能不會令銷售進一步增加。

按銷售渠道劃分的收益

下表載列於所示年度按銷售渠道劃分的收益：

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	人民幣 (千元)	佔總收益的 百分比 (%)	人民幣 (千元)	佔總收益的 百分比 (%)	人民幣 (千元)	佔總收益的 百分比 (%)
超市	102,470	50.0	168,813	46.0	241,738	51.6
貿易公司	30,808	15.0	85,153	23.2	100,106	21.4
便利店	10,362	5.1	18,265	5.0	21,479	4.6
海產批發市場 ⁽¹⁾	25,300	12.4	17,033	4.6	7,416	1.6
其他銷售渠道 ⁽²⁾	35,907	17.5	77,704	21.2	97,300	20.8
總計	204,847	100.0	366,968	100.0	468,039	100.0

附註：

- 於往績記錄期間，我們於中國廈門的海產批發市場出售我們的所有海鮮凍品。
- 其他銷售渠道包括食品公司、禮品店及電子商貿零售店。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，向超市銷售所產生的收益佔我們收益的最大比例，分別佔收益總額約50.0%、46.0%及51.6%。

於往績記錄期間，我們的收益增長主要由於超市、貿易公司及其他銷售渠道錄得較高收益，其次乃由於便利店的銷售收益增加(此收益增長起點低)。

財務資料

截至2015年12月31日止年度，超市銷售收益較截至2014年12月31日止年度增加64.7%，且截至2016年12月31日止年度，收益較截至2015年12月31日止年度增加43.2%，主要由於(a)銷量增加及在較小程度上截至2015年12月31日止年度平均售價較截至2014年12月31日止年度上漲、截至2016年12月31日止年度平均售價較截至2015年12月31日止年度上漲；(b)增加滲透銷售我們的產品至現有客戶及在較小程度上銷售予新客戶；(c)推出新產品類型及經改良產品（惟我們僅於2014年推出一款經改良產品）；及(d)實施直接接觸式推廣策略及增加推銷人員的數目。

截至2015年12月31日止年度，我們的貿易公司銷售收益較截至2014年12月31日止年度增長176.4%；截至2016年12月31日止年度，收益較截至2015年12月31日止年度增長17.6%，以及截至2015年12月31日止年度，我們的其他渠道銷售收益較截至2014年12月31日止年度增長116.4%；截至2016年12月31日止年度，收益較截至2015年12月31日止年度增長25.2%，主要由於(a)銷量增加及在較小程度上截至2015年12月31日止年度平均售價較截至2014年12月31日止年度上漲、截至2016年12月31日止年度平均售價較截至2015年12月31日止年度上漲；(b)增加滲透銷售我們的產品至現有客戶及在較小程度上銷售予新客戶；及(c)推出新產品類型及經改良產品（惟2014年僅推出一項經改良產品）。

有關上述收益增長驅動因素之進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—過往經營業績回顧」一節。

根據我們委聘聲譽卓著的獨立諮詢公司就收益增長執行若干分析程序所編製的報告（「顧問報告」），我們於往績記錄期間增加對大型超市及便利店客戶的銷售。該等銷售增幅乃由於(i)產品種類持續增加，由截至2014年12月31日止年度的59種增至截至2016年12月31日止年度的203種；(ii)產品的包裝及外觀更為整潔並持續更新產品的包裝設計；(iii)優質產品；(iv)採用直接促銷策略；及(v)穩固的供應鏈。

根據顧問報告，我們於往績記錄期間增加對貿易公司的銷售，原因為(i)產品種類持續增加，由截至2014年12月31日止年度的59種增至截至2016年12月31日止年度的203種；(ii)產品的包裝及外觀更為整潔並持續更新產品的包裝設計；(iii)中國國有企業（「國有企業」）改變向僱員提供福利的薪酬模式產生的裨益，有關模式減少現金福利或以實物（如零食）代替現金福利，主要由於企業文化變化所致；(iv)企業文化整體變化令獎勵員工愈加盛行，作為對中國內地國產消費品（如零食）的認可；(v)產品質量；及(vi)持續銷售的強勁推動及集團的產品於聲名顯著的超市連鎖上架及國有企業的持續訂購，有利於提升品牌知名度及客戶信心。

上述獨立諮詢公司並無對顧問報告所載性質上無法保證的資料進行任何審核或核實。

財務資料

銷售成本

我們的銷售成本主要包括原材料成本、分包費、薪金及雜項開支。原材料成本為主要銷售成本，截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度分別佔銷售成本總額約92.1%、91.3%及93.1%。銷售成本主要包括與我們就生產產品所採購的原材料有的開支。

下表載列於所示年度按類別劃分的銷售成本：

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	人民幣 (千元)	佔總銷售成本 百分比(%)	人民幣 (千元)	佔總銷售成本 百分比(%)	人民幣 (千元)	佔總銷售成本 百分比(%)
原材料	144,590	92.1	249,123	91.3	325,551	93.1
分包費	10,435	6.6	20,259	7.4	19,959	5.7
薪金	1,415	0.9	2,154	0.8	2,620	0.7
雜項開支 ⁽¹⁾	504	0.4	1,326	0.5	1,512	0.5
總計	156,944	100.0	272,862	100.0	349,642	100.0

附註：

1. 雜項開支包括折舊、水電費、其他稅項及雜費。

銷售產品的收益可能因原材料採購價波動而受影響。下表載列於所示年度按產品類別劃分的主要原材料的採購數量及平均採購價：

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	採購數量 (千公斤)	平均採購價 (人民幣/ 公斤)	採購數量 (千公斤)	平均採購價 (人民幣/ 公斤)	採購數量 (千公斤)	平均採購價 (人民幣/ 公斤)
乾海產品	8,508	9.5	9,833	13.4	9,534	18.3
藻類產品及菌類產品	1,024	47.6	2,830	23.4	3,253	37.6
藻類產品	1,024	47.6	2,788	22.3	3,188	36.5
菌類產品	-	-	42	97.2	65	87.8
海洋休閒產品	17	53.1	346	46.5	497	44.0
海鮮凍品	674	28.8	503	30.3	156	23.5
總計	10,223		13,512		13,440	

財務資料

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，產品總採購量分別約10,200噸、13,500噸及13,400噸；而產品的總銷量分別為約3,400噸、5,400噸及5,500噸。由於我們就乾海產品、海鮮凍品及藻類產品採購的原材料主要為較重的濕貨，故以重量計，乾海產品、海鮮凍品及藻類產品的採購量遠高於產品於往績記錄期間的銷量。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，乾海產品的平均採購價分別為每公斤約人民幣9.5元、人民幣13.4元及人民幣18.3元。於往績記錄期間，乾海產品平均採購價上升乃主要由於主要乾海產品的原材料採購價上升。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，藻類產品及菌類產品的平均採購價分別為每公斤約人民幣47.6元、人民幣23.4元及人民幣37.6元。截至2014年及2015年12月31日止年度的波動主要由於原材料成本因2013年底的超級颱風導致紫菜及海帶供應不足而於2014年劇增所致。截至2016年12月31日止年度的藻類產品及菌類產品平均採購價較2015年上升，主要由於採購價較高的產品採購比重增加，與相關產品銷售增加相符。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，海洋休閒產品的平均採購價分別為每公斤約人民幣53.1元、人民幣46.5元及人民幣44.0元。於往績記錄期間，海洋休閒產品平均採購價下跌，乃由於單價較低的原材料採購比例增加，與2015年及2016年推出的產品售價跌幅一致。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，海鮮凍品的平均採購價分別為每公斤約人民幣28.8元、人民幣30.3元及人民幣23.5元。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度的波動主要受海鮮凍品的整體市場需求的影響。

下表載列於所示年度按產品類別劃分的總採購額分析：

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	人民幣千元	佔總採購額 百分比(%)	人民幣千元	佔總採購額 百分比(%)	人民幣千元	佔總採購額 百分比(%)
乾海產品	80,891	52.8	131,891	55.9	174,736	52.6
藻類產品及菌類產品	48,764	31.8	66,200	28.1	122,208	36.8
海洋休閒產品	902	0.6	16,094	6.8	21,876	6.6
海鮮凍品	19,402	12.7	15,248	6.5	3,664	1.2
包裝物料	3,188	2.1	6,458	2.7	9,410	2.8
總計	<u>153,147</u>	<u>100.0</u>	<u>235,891</u>	<u>100.0</u>	<u>331,894</u>	<u>100.0</u>

財務資料

敏感度分析

以下敏感度分析闡明於所示年度產品採購價的假設波動對毛利的影響（假設所有其他變數保持不變）：

(a) 乾海產品採購價的假設波動

毛利變動(人民幣千元)	採購價變動 ^(附註)		
	增加/減少10%	增加/減少20%	增加/減少30%
截至2014年12月31日止年度	9,685	19,370	29,054
截至2015年12月31日止年度	15,698	31,396	47,093
截至2016年12月31日止年度	18,939	37,877	56,816

(b) 藻類產品及菌類產品採購價的假設波動

毛利變動(人民幣千元)	採購價變動 ^(附註)		
	增加/減少20%	增加/減少60%	增加/減少100%
截至2014年12月31日止年度	7,837	23,510	39,183
截至2015年12月31日止年度	16,856	50,568	84,280
截至2016年12月31日止年度	25,756	77,268	128,780

(c) 海洋休閒產品採購價的假設波動

毛利變動(人民幣千元)	採購價變動 ^(附註)		
	增加/減少5%	增加/減少10%	增加/減少15%
截至2014年12月31日止年度	63	126	189
截至2015年12月31日止年度	908	1,816	2,724
截至2016年12月31日止年度	1,290	2,580	3,871

財務資料

(d) 海鮮凍品採購價的假設波動

毛利變動 (人民幣千元)	採購價變動 (附註)		
	增加/減少10%	增加/減少20%	增加/減少30%
截至2014年12月31日止年度	1,965	3,930	5,895
截至2015年12月31日止年度	1,344	2,689	4,033
截至2016年12月31日止年度	567	1,134	1,702

附註： 上文敏感度分析中使用的波幅乃參考於往績記錄期間相關原材料採購價的最高及最低波幅釐定。

收支平衡分析

僅供說明，截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，倘銷售成本分別增長約30.5%、34.5%及33.9%，而其他變數保持不變，估計我們可錄得收支平衡。

財務資料

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，毛利分別約為人民幣47.9百萬元、人民幣94.1百萬元及人民幣118.4百萬元。

其他收入及其他收益／(虧損)淨額

我們的其他收入指位於中國霞浦的海帶農場產生的租金收入及銀行存款的利息收入。我們的其他收益及虧損指貿易應收款項的減值虧損及收回過往確認的貿易應收款項的減值虧損。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支主要包括從事銷售及推廣活動的僱員的薪金及僱員福利開支、運輸開支、廣告及推廣開支、租賃開支及其他開支。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，銷售及分銷開支分別約為人民幣8.5百萬元、人民幣14.5百萬元及人民幣17.8百萬元，分別佔同期總收益約4.2%、4.0%及3.8%。

下表載列於所示年度按類別劃分的銷售及分銷開支：

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	人民幣千元	佔收益的百分比	人民幣千元	佔收益的百分比	人民幣千元	佔收益的百分比
銷售及分銷開支						
薪金及僱員福利開支	5,456	2.7	8,283	2.3	10,431	2.2
運輸開支	1,208	0.6	2,630	0.7	3,556	0.8
廣告及推廣開支	635	0.3	1,603	0.4	1,891	0.4
租賃開支	987	0.5	1,338	0.4	1,032	0.2
其他 ⁽¹⁾	250	0.1	693	0.2	928	0.2
總計	8,536	4.2	14,547	4.0	17,838	3.8

附註：

1. 其他主要指交付開支及差旅開支。

財務資料

薪金及僱員福利開支為銷售及分銷開支的最大部分，截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度分別約為人民幣5.5百萬元、人民幣8.3百萬元及人民幣10.4百萬元。我們的廣告及推廣開支主要與為向終端消費者宣傳產品而於客戶的若干銷售點參與設立貨攤有關。我們的運輸開支主要指向客戶銷售及分銷產品所產生的付運成本。我們承擔向客戶付運產品的成本，且有關成本通常根據貨物重量及付運距離收費。由於我們的大部分產品（如乾海產品、藻類產品及菌類產品）重量較輕且我們的大部分客戶駐於福建省及廣東省，故向客戶付運產品的成本較低。因此，截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們的運輸開支僅佔總收益約0.6%、0.7%及0.8%。

行政開支

行政開支主要包括薪金及僱員福利開支、租賃開支、辦公開支、折舊、**[編纂]**開支及其他。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，行政開支分別約為人民幣1.9百萬元、人民幣2.7百萬元及人民幣14.0百萬元，分別佔同期收益約0.9%、0.7%及3.0%。

下表載列於所示年度按類別劃分的行政開支：

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	人民幣千元	佔收益的百分比(%)	人民幣千元	佔收益的百分比(%)	人民幣千元	佔收益的百分比(%)
行政開支						
薪金及僱員福利開支	1,292	0.63	1,688	0.46	3,000	0.64
租賃開支	14	0.01	154	0.04	509	0.11
辦公開支	55	0.03	130	0.03	221	0.05
折舊	64	0.03	66	0.02	66	0.01
[編纂] 開支	—	—	100	0.03	9,012	1.93
其他 ⁽¹⁾	426	0.20	569	0.16	1,231	0.26
總計	<u>1,851</u>	<u>0.90</u>	<u>2,707</u>	<u>0.74</u>	<u>14,039</u>	<u>3.00</u>

附註：

1. 其他主要指保險費及水電費。

財務資料

所得稅開支

所得稅開支主要包括廈門沃豐及福建沃豐按適用稅率25%繳納的企業所得稅。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，所得稅開支分別約人民幣9.3百萬元、人民幣19.4百萬元及人民幣24.3百萬元。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，實際稅率(按所得稅開支除以除所得稅前溢利計算)分別約為26.0%、25.8%及28.4%。

根據開曼群島及英屬處女群島的規則及規例，我們毋須繳納任何開曼群島及英屬處女群島所得稅。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，由於本集團並無於香港產生應課稅溢利，故並無按16.5%的香港利得稅計提撥備。

董事確認，我們已於所有相關司法權區提交所有規定稅務申報，並已繳納所有到期稅務負債。我們並無與任何稅務機構存在任何糾紛或潛在糾紛。

財務成本

財務成本包括有抵押銀行及其他借款的利息開支。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，財務成本分別約人民幣1.3百萬元、人民幣1.0百萬元及人民幣0.2百萬元。

過往經營業績回顧

截至2016年12月31日止年度與截至2015年12月31日止年度的比較

收益

收益由截至2015年12月31日止年度約人民幣367.0百萬元增長約27.5%至截至2016年12月31日止年度約人民幣468.0百萬元。

銷售乾海產品的收益自截至2015年12月31日止年度約人民幣212.2百萬元增加約20.5%至截至2016年12月31日止年度約人民幣255.8百萬元，主要由於(i)2015年推出的產品(包括未包裝當地魷魚乾及禮盒產品)需求增加，帶動銷售增加人民幣65.8百萬元；(ii)獲得新客戶，帶動銷售增加人民幣34.2百萬元；及(iii)推出新產品類型及經改良產品(包括新包裝、當地魷魚乾及蠔豉)，帶動銷售增加人民幣18.0百萬元。此增幅受舊產品(即乾蝦皮)因市場競爭加劇導致銷售下跌人民幣40.3百萬元抵銷。

財務資料

銷售藻類產品及菌類產品的收益自截至2015年12月31日止年度約人民幣113.6百萬元增加約50.3%至截至2016年12月31日止年度約人民幣170.8百萬元，主要由於(i)獲得新客戶，帶動銷售增加人民幣17.0百萬元；及(ii)2015年推出的產品(包括已包裝及無包裝的有機紫菜)需求增加，帶動銷售增加人民幣50.4百萬元。

銷售海洋休閒產品的收益自截至2015年12月31日止年度約人民幣24.1百萬元增加約41.1%至截至2016年12月31日止年度約人民幣34.0百萬元，主要由於(i)2015年推出的產品需求增加，帶動銷售增加人民幣6.3百萬元；(ii)推出新產品類型及經改良產品，帶動銷售增加人民幣5.2百萬元；及(iii)獲得新客戶，帶動銷售增加人民幣3.7百萬元。此增幅受舊產品銷售下跌人民幣1.5百萬元抵銷。

銷售海鮮凍品的收益自截至2015年12月31日止年度約人民幣17.0百萬元減少約56.5%至截至2016年12月31日止年度約人民幣7.4百萬元，乃主要由於海鮮凍品的整體市場需求減少。

有關於往績記錄期間按銷售渠道劃分的收益的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－收益－按銷售渠道劃分的收益」一節。

我們於該期間的收益增長乃由於以下因素：

(a) 平均售價

乾海產品的平均售價由截至2015年12月31日止年度的人民幣65.2元增加約32.5%至截至2016年12月31日止年度的人民幣86.4元，截至2016年12月31日止年度，乾海產品的平均售價較2015年有所增加乃主要由於(a)改善產品組合，原因為我們出售於2015年推介的當地魷魚乾及於2016年出售新口味的蝦仁乾等價格通常較高的新產品類型及經改良產品；及(b)乾海產品的整體售價較高，原因為透過(i)2014年至2015年乾海產品的銷量增加；(ii)我們的產品進一步滲透銷售至現有客戶及獲得新客戶；(iii)推介新產品類型及經改良產品(惟我們僅於2014年推出一項新產品)；及(iv)我們實施直接接觸式推廣策略而於2016年確立穩固的市場地位後提升在市場上的定價能力。

財務資料

藻類產品及菌類產品的平均售價由截至2015年12月31日止年度的人民幣81.4元增加約18.4%至截至2016年12月31日止年度的人民幣96.4元。截至2016年12月31日止年度，藻類產品及菌類產品的平均售價較2015年有所增加乃主要由於藻類產品及菌類產品的整體售價較高，原因為我們透過(i)2014年至2015年藻類產品及菌類產品的銷量增加；(ii)我們的產品進一步滲透銷售至現有客戶及獲得新客戶；(iii)推介新產品類型及經改良產品（惟我們僅於2014年推出一項經改良產品）；及(iv)我們實施直接接觸式推廣策略而於2016年確立穩固的市場地位後提升在市場上的定價能力。

儘管總體上干海產品以及藻類及菌類產品的整體售價較高，我們認為，客戶會繼續選擇我們的乾海產品、藻類及菌類產品，此乃主要基於(a)在有效的銷售及推廣策略的支持下產品的過往銷售佳績；(b)產品供應穩定；及(c)產品種類豐富多元。

(b) 現有客戶及新客戶

於截至2015年12月31日止年度至截至2016年12月31日止年度，我們收益增加約人民幣101.1百萬元或27.5%，其中約人民幣46.1百萬元或45.6%乃來自向我們現有客戶的銷售所得；而約人民幣55.0百萬元（或54.4%）乃來自向我們於截至2016年12月31日止年度獲得的新客戶的銷售所得。於現有客戶所貢獻的有關收益增加中，向於2014年及2015年獲得之客戶的銷售貢獻約人民幣16.3百萬元或35.3%，而於往績記錄期間初前向客戶的銷售貢獻約人民幣29.8百萬元或64.7%。

(c) 新產品類型及經改良產品

我們的收益由截至2015年12月31日止年度至截至2016年12月31日止年度增加約人民幣101.1百萬元，其中約人民幣25.0百萬元（或24.7%）乃來自我們截至2016年12月31日止年度向市場提供新產品類型及經改良產品的銷售所得，其中4種新產品貢獻約人民幣5.6百萬元及28種經改良產品貢獻約人民幣19.3百萬元。

銷售成本

銷售成本由截至2015年12月31日止年度約人民幣272.9百萬元增加約28.1%至截至2016年12月31日止年度約人民幣349.6百萬元。

銷售成本增加乃主要由於原材料成本由截至2015年12月31日止年度約人民幣249.1百萬元增加約30.7%至截至2016年12月31日止年度約人民幣325.6百萬元，此乃主要由於銷量增加，以致乾海產品、藻類產品及海洋休閒產品採購量增加。

財務資料

銷售成本增加被分包費由截至2015年12月31日止年度約人民幣20.3百萬元輕微下降約1.5%至截至2016年12月31日止年度約人民幣20.0百萬元而部分抵銷，乃由於分包商減少乾海產品的加工量。

銷售成本增加亦由於生產部門的平均月薪及人數增加令薪金由截至2015年12月31日止年度約人民幣2.2百萬元增加約21.6%至截至2016年12月31日止年度約人民幣2.6百萬元。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2015年12月31日止年度約人民幣94.1百萬元增長約25.8%至截至2016年12月31日止年度約人民幣118.4百萬元。

毛利率由截至2015年12月31日止年度約25.6%輕微減少約0.3%至截至2016年12月31日止年度25.3%，原因如下：

- (i) 銷售乾海產品所得毛利由截至2015年12月31日止年度約人民幣55.2百萬元輕微增加約20.3%至截至2016年12月31日止年度約人民幣66.4百萬元，與銷售增幅一致。銷售乾海產品的毛利率維持穩定，截至2015年及2016年12月31日止年度約為26.0%；
- (ii) 銷售藻類產品及菌類產品所得毛利由截至2015年12月31日止年度約人民幣29.4百萬元增加約43.2%至截至2016年12月31日止年度約人民幣42.1百萬元，與銷售增幅一致。銷售藻類產品及菌類產品的毛利率由截至2015年12月31日止年度約25.8%減至截至2016年12月31日止年度約24.6%，主要由於毛利率較低的無包裝藻類產品的銷售比重增加；
- (iii) 銷售海洋休閒產品所得毛利由截至2015年12月31日止年度約人民幣5.9百萬元增加約38.2%至截至2016年12月31日止年度約人民幣8.2百萬元，與銷售增幅一致。銷售海洋休閒產品的毛利率由截至2015年12月31日止年度約24.6%減至截至2016年12月31日止年度約24.1%，主要由於售價因我們根據市場定位對價格進行微調而整體下降所致；及

財務資料

- (iv) 銷售海鮮凍品所得毛利由截至2015年12月31日止年度約人民幣3.6百萬元減少約51.4%至截至2016年12月31日止年度約人民幣1.7百萬元，與銷售下降一致，而毛利率輕微上升，原因為海鮮凍品的原材料成本下跌，而跌幅較平均售價的跌幅大。

其他收入及其他收益／(虧損)淨額

其他收入及其他收益由截至2015年12月31日止年度約人民幣411,000元增至截至2016年12月31日止年度約人民幣435,000元，主要由於銀行存款的利息收入增加所致。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由截至2015年12月31日止年度約人民幣14.5百萬元增加約22.6%至截至2016年12月31日止年度約人民幣17.8百萬元。相關增幅乃主要由於(i)作為自2013年起推廣策略變動的一環(詳情請參閱本文件「業務－銷售及推廣」一節)，銷售部門平均人數增加導致薪金增加；(ii)廣告及推廣開支增加；及(iii)運輸開支增加。銷售及分銷開支佔收益的百分比保持相對穩定，於截至2015年及2016年12月31日止年度分別約為4.0%及3.8%。

行政開支

行政開支由截至2015年12月31日止年度約人民幣2.7百萬元增長約418.6%至截至2016年12月31日止年度約人民幣14.0百萬元。該顯著增長乃主要由於**[編纂]**開支及行政人員的平均薪金增加所致。行政開支佔收益的百分比於截至2015年12月31日止年度及截至2016年12月31日止年度分別約為0.7%及約3.0%。

財務成本

財務成本由截至2015年12月31日止年度約人民幣1.0百萬元減少約78.7%至截至2016年12月31日止年度約人民幣0.2百萬元。該減幅乃主要由於償還銀行借款所致。

所得稅開支

所得稅開支由截至2015年12月31日止年度約人民幣19.4百萬元增加約25.2%至截至2016年12月31日止年度約人民幣24.3百萬元。實際稅率(按所得稅開支除以除稅前溢利計算)於截至2015年及2016年12月31日止年度分別約為25.8%及28.4%。

財務資料

期內溢利

基於上述原因，期內溢利由截至2015年12月31日止年度約人民幣55.8百萬元增加約9.5%至截至2016年12月31日止年度約人民幣61.2百萬元。

截至2015年12月31日止年度與截至2014年12月31日止年度的比較

收益

收益由截至2014年12月31日止年度約人民幣204.8百萬元增長約79.2%至截至2015年12月31日止年度約人民幣367.0百萬元。

乾海產品銷售所得收益由截至2014年12月31日止年度約人民幣127.1百萬元增長約67.0%至截至2015年12月31日止年度約人民幣212.2百萬元，主要由於(i)銷售增加約人民幣68.2百萬元，此乃由於作為豐富產品種類策略的一部分(連同無包裝產品)，推出其他已包裝乾海產品(包括魷魚乾、魷魚絲、魷魚足片、墨魚乾及優質扇貝)以滿足客戶對包裝乾海產品的需求；(ii)作為直接接觸式推廣策略的一部分，駐於超市客戶指定商店的推銷人員數目增加，從而刺激向該等客戶的銷售；及(iii)截至2015年12月31日止年度的銷售代表數目增加，因而讓我們可與新貿易公司客戶建立業務關係。

藻類產品及菌類產品的銷售收益由截至2014年12月31日止年度約人民幣50.8百萬元增長約123.6%至截至2015年12月31日止年度約人民幣113.6百萬元，乃主要由於(i)推出其他藻類產品及菌類產品類型及包裝(包括小包裝藻類產品及新型海帶片、海帶結、海木耳、花菇及松茸菇)作為豐富產品種類策略的一部分，實現銷售約人民幣52.7百萬元；及(ii)我們成功將藻類產品及菌類產品的銷售擴展至新客戶。

海洋休閒產品的銷售收益由截至2014年12月31日止年度約人民幣1.6百萬元增長約1,406.3%至截至2015年12月31日止年度約人民幣24.1百萬元，乃主要由於(i)向客戶的銷售增加約人民幣13.1百萬元，此乃由於作為豐富產品種類策略一部分，推出其他海洋休閒產品(包括切片章魚、香酥小黃魚、脆魷魚及烤馬面魚(若干食品乃由我們與集美大學共同開發))；及(ii)新客戶數目增加。

海鮮凍品的銷售收益由截至2014年12月31日止年度約人民幣25.3百萬元下降約32.8%至截至2015年12月31日止年度約人民幣17.0百萬元，乃主要由於海鮮凍品的整體市場需求減少所致。

有關上述策略的詳情，請參閱本文件「業務一覽」及「業務一銷售及推廣」等節。

財務資料

有關於往績記錄期間按銷售渠道劃分的收益的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－收益－按銷售渠道劃分的收益」一節。

我們於該期間的收益增長乃由於以下因素：

(a) 銷量

我們的食品銷量由截至2014年12月31日止年度約3,362,000公斤增加至截至2015年12月31日止年度約5,427,000公斤，增長61.4%。

(b) 現有客戶及新客戶

於截至2014年12月31日止年度至截至2015年12月31日止年度，我們收益增加約人民幣162.2百萬元或79.2%，其中約人民幣108.7百萬元或67.0%乃來自向我們現有客戶的銷售所得；而約人民幣53.5百萬元(或33%)乃來自向我們於截至2015年12月31日止年度獲得的新客戶的銷售所得。於現有客戶所貢獻的有關收益增加中，向於2014年獲得之客戶的銷售貢獻約人民幣29.5百萬元或27.2%，而於往績記錄期間初前向客戶的銷售貢獻約人民幣79.1百萬元或72.8%。

(c) 新產品類型及經改良產品

我們的收益由截至2014年12月31日止年度至截至2015年12月31日止年度增加約人民幣162.2百萬元，其中約人民幣154.6百萬元(或95.3%)乃來自我們截至2015年12月31日止年度向市場提供新產品類型及經改良產品的銷售所得，其中51種新產品貢獻約人民幣35.6百萬元及73種經改良產品貢獻約人民幣118.9百萬元。

截至2014年12月31日止年度至截至2015年12月31日止年度，我們來自銷售(i)乾海產品；(ii)藻類產品及菌類產品及(iii)海洋休閒產品的收益分別增長約人民幣85.1百萬元、人民幣62.8百萬元及人民幣22.5百萬元。新產品類型及經改良產品銷售分別佔各類產品銷售增長的約104.4%(即人民幣88.8百萬元)、83.8%(即人民幣52.7百萬元)及58.3%(即人民幣13.1百萬元)。

(d) 直接接觸式推廣策略

於分配予五大客戶的推廣人員數目由2014年12月31日的70名增加至截至2015年12月31日止年度的100名後，我們向該等客戶的銷售總額增加約人民幣53.2百萬元(或70.5%)。

財務資料

銷售成本

我們的銷售成本由截至2014年12月31日止年度約人民幣156.9百萬元增長約73.9%至截至2015年12月31日止年度約人民幣272.9百萬元。

銷售成本增加乃主要由於我們的原材料成本由截至2014年12月31日止年度約人民幣144.6百萬元增長約72.3%至截至2015年12月31日止年度約人民幣249.1百萬元所致，其主要由於我們的乾海產品、藻類產品、菌類產品及海洋休閒產品的採購量因相應海產品銷售增加而增加所致。

銷售成本增加亦由於分包費由截至2014年12月31日止年度約人民幣10.4百萬元增長約95.2%至截至2015年12月31日止年度約人民幣20.3百萬元所致，乃由於需要分包商大幅提高乾海產品、藻類產品及菌類產品的加工量以應對我們的銷售增加所致。

銷售成本增加亦由於包裝員工人數增加令薪金由截至2014年12月31日止年度約人民幣1.4百萬元增加約57.1%至截至2015年12月31日止年度約人民幣2.2百萬元所致。

毛利及毛利率

我們的毛利由截至2014年12月31日止年度約人民幣47.9百萬元增長約96.5%至截至2015年12月31日止年度約人民幣94.1百萬元。我們的毛利率由截至2014年12月31日止年度約23.4%增加至截至2015年12月31日止年度約25.6%。毛利及毛利率增長乃由於以下因素所致：

- (i) 銷售乾海產品的毛利由截至2014年12月31日止年度約人民幣30.3百萬元增長約82.2%至截至2015年12月31日止年度約人民幣55.2百萬元，與銷售增幅一致。我們銷售乾海產品的毛利率由截至2014年12月31日止年度約23.8%增加至截至2015年12月31日止年度約26.0%，乃主要由於推出毛利率較高的新產品類型及經改良產品（例如禮盒裝產品）所致；
- (ii) 銷售藻類產品及菌類產品的毛利由截至2014年約人民幣11.6百萬元增長約153.4%至截至2015年12月31日止年度約人民幣29.4百萬元，與銷售增幅一致。我們銷售藻類產品及菌類產品的毛利率由截至2014年12月31日止年度約22.9%略微增加至截至2015年12月31日止年度約25.8%，乃主要由於藻類產品及菌類產品的平均採購價於2014年上半年海藻及海帶供應短缺的情況扭轉後下跌，供應短缺原因為2013年年底的超強颱風所致，而藻類產品及菌類產品的平均售價保持相對穩定；

財務資料

- (iii) 銷售海洋休閒產品的毛利由約人民幣0.3百萬元增加約1,866.7%至約人民幣5.9百萬元，乃由於銷售增加所致。我們銷售海洋休閒產品的毛利率由截至2014年12月31日止年度約21.4%增加至截至2015年12月31日止年度約24.6%，主要由於(i)於2014年售出的海洋休閒產品的毛利率相對較低；及(ii)於2015年推出毛利率較高的新海洋休閒產品；及
- (iv) 銷售海鮮凍品的毛利由約人民幣5.7百萬元減少約36.8%至約人民幣3.6百萬元，原因為銷量因海鮮凍品的整體需求下降而減少，而毛利率保持相對穩定。

其他收入及其他收益／(虧損)淨額

其他收入及其他收益／(虧損)淨額由截至2014年12月31日止年度淨虧損約人民幣157,000元轉虧為盈至截至2015年12月31日止年度淨收益約人民幣411,000元，主要由於(i)過往確認的貿易應收款項的減值虧損撥回約人民幣191,000元；及(ii)銀行存款產生的利息收入增加。

銷售及分銷開支

銷售及分銷開支由截至2014年12月31日止年度約人民幣8.5百萬元增長約70.6%至截至2015年12月31日止年度約人民幣14.5百萬元。該增幅乃主要由於作為2013年起推廣策略變動的一環，銷售部門的平均員工人數大幅增加及運輸費因應銷量增加而增加所致。詳情請參閱本文件「業務－銷售及推廣」一節。

銷售及分銷開支佔收益的百分比於截至2014年及2015年12月31日止年度保持穩定，分別約為4.2%及4.0%。

財務資料

行政開支

行政開支由截至2014年12月31日止年度約人民幣1.9百萬元增長約42.1%至截至2015年12月31日止年度約人民幣2.7百萬元。該增幅乃主要由於薪金因平均員工人數增加而增加及租金開支因就營運租賃更多物業而增加。行政開支佔收益的百分比於截至2014年及2015年12月31日止年度保持穩定，分別約0.9%及約0.7%。

財務成本

財務成本由截至2014年12月31日止年度約人民幣1.3百萬元減少約23.1%至截至2015年12月31日止年度約人民幣1.0百萬元。該減幅乃主要由於計息借貸的平均結餘減少。

所得稅開支

所得稅開支由截至2014年12月31日止年度約人民幣9.3百萬元增加約108.6%至截至2015年12月31日止年度約人民幣19.4百萬元。截至2014年及2015年12月31日止年度的實際稅率分別約為26.0%及25.8%。

年內溢利

基於上述原因，年度溢利由截至2014年12月31日止年度約人民幣26.5百萬元增長約110.6%至截至2015年12月31日止年度約人民幣55.8百萬元。

財務資料

流動資金及資本資源

概覽

於往績記錄期間，我們主要以經營活動所產生的現金、計息借貸及董事墊款向我們的營運資金及其他資金需求提供資金。於往績記錄期間，我們的重大開支項目為銷售成本。

我們預計，於[編纂]後本文件「業務－業務策略」及「未來計劃及[編纂]用途」各節所詳述的業務經營及未來業務計劃的資本需求將繼續由經營活動所產生的現金、銀行借貸及[編纂]淨額撥資。

現金流量

下表載列於所示年度我們的現金流量概要：

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動產生的			
淨現金	28,837	68,594	34,300
投資活動(所用)／產生的			
淨現金	(111)	139	351
融資活動(所用)／產生的			
淨現金	(6,640)	(26,524)	1,651
現金及現金等價物增加淨額	22,086	42,209	36,302
年／期初的現金及現金等價物	9,384	31,470	73,679
匯率變動的影響	—	—	1
年／期末的現金及現金等價物	31,470	73,679	109,982

財務資料

經營活動產生的淨現金

截至2014年12月31日止年度，經營活動所產生淨現金約人民幣28.8百萬元，主要指經營所得現金約人民幣36.2百萬元及已付利得稅約人民幣7.4百萬元。

截至2014年12月31日止年度，經營所得現金約為人民幣36.2百萬元，而除所得稅前溢利約為人民幣35.8百萬元。差額主要指非現金及非經營項目調整及營運資金調整有關的減少淨額。營運資金調整主要指(i)存貨增加約人民幣8.9百萬元，原因為於2015年第一季度藻類產品採購訂單增加，福建沃豐為交付訂單而囤積存貨；(ii)貿易應收款項增加約人民幣33.9百萬元，原因為臨近2014年底銷售增加；及(iii)貿易應付款項增加約人民幣39.5百萬元，原因為臨近2014年底採購量增加。

截至2015年12月31日止年度，經營活動產生淨現金約人民幣68.6百萬元，主要指經營所得現金約人民幣85.7百萬元及已付所得稅約人民幣17.1百萬元。

截至2015年12月31日止年度，經營所產生現金約為人民幣85.7百萬元，而除所得稅前溢利約為人民幣75.2百萬元。差額主要指非現金及非經營項目調整及營運資金調整有關的減少淨額。營運資金調整主要指(i)存貨減少約人民幣16.5百萬元，原因為2015年底較2014年底採購量減少；及(ii)貿易應付款項減少約人民幣7.6百萬元，原因為2015年12月進行的採購量較2014年12月少。

截至2016年12月31日止年度，經營活動所產生淨現金約為人民幣34.3百萬元，主要指經營所得現金約人民幣57.1百萬元及已付所得稅約人民幣22.8百萬元。

財務資料

截至2016年12月31日止年度，經營所產生現金約為人民幣57.1百萬元，而除所得稅前溢利約為人民幣85.4百萬元。差額主要指非現金及非經營項目調整及營運資金調整有關的減少淨額。營運資金調整主要指為中國新年銷售旺季準備存貨，以致存貨增加約人民幣6.3百萬元，以及由於臨近2016年末的銷售增加，以致貿易應收款項增加約人民幣23.2百萬元。

投資活動(所用)／產生淨現金

截至2014年12月31日止年度，本集團錄得投資活動所用淨現金約人民幣0.1百萬元。所用淨現金主要因購買廠房及設備約人民幣0.1百萬元所致。

截至2015年12月31日止年度，本集團錄得投資活動產生淨現金約人民幣0.14百萬元。所產生淨現金主要因銀行存款的利息收入約人民幣0.16百萬元所致，並受購買廠房及設備約人民幣30,000元抵銷。

截至2016年12月31日止年度，本集團錄得投資活動產生淨現金約人民幣351,000元，主要由於銀行存款的利息收入。

融資活動(所用)／產生淨現金

截至2014年12月31日止年度，融資活動所用淨現金約人民幣6.6百萬元。融資活動所用現金主要包括付予董事的還款淨額約人民幣10.7百萬元，被計息借貸增加淨額約人民幣5.4百萬元及已付利息人民幣1.3百萬元所抵銷。

截至2015年12月31日止年度，融資活動所用淨現金約人民幣26.5百萬元。融資活動所用現金主要因償還計息借貸淨額約人民幣5.2百萬元、向廈門沃豐股東派付股息約人民幣20.0百萬元及已付利息人民幣1.0百萬元所致。

財務資料

截至2016年12月31日止年度，融資活動產生淨現金約人民幣1.7百萬元。融資活動產生的現金主要因一名股東墊款約人民幣17.3百萬元，受償還計息借貸約人民幣9.6百萬元及視作本公司擁有人應佔分派約人民幣5.8百萬元抵銷所致。

營運資金

經計及[編纂]估計[編纂]淨額、可用銀行融資及經營產生的現金流量，董事確認我們已擁有充足營運資金，可應付自本文件日期起未來最少12個月的資金需求。

流動資產淨值及綜合財務狀況表甄選項目

下表載列於所示日期我們的流動資產、流動負債及流動資產淨值：

	於12月31日			於3月31日
	2014年	2015年	2016年	2017年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元 (未經審核)
流動資產				
存貨	41,783	25,322	31,591	32,554
貿易應收款項.....	48,568	51,311	74,533	81,393
按金、預付款項及 其他應收款項.....	5,033	6,042	3,649	3,380
已抵押銀行存款.....	82	72	—	—
現金及現金等價物.....	31,470	73,679	109,982	124,442
流動資產總值.....	126,936	156,426	219,755	241,769
流動負債				
貿易應付款項.....	47,043	39,483	39,715	36,143
應計費用、已收按金及 其他應付款項.....	1,132	1,372	20,405	21,263
應付一名董事款項.....	300	—	—	—
稅項撥備.....	3,135	5,449	6,924	5,801
計息借貸.....	14,821	9,625	—	—
流動負債總額.....	66,431	55,929	67,044	63,207
流動資產淨值.....	60,505	100,497	152,711	178,562

財務資料

於2014年、2015年、2016年12月31日及2017年3月31日，我們的流動資產淨值分別約為人民幣60.5百萬元、人民幣100.5百萬元、人民幣152.7百萬元及人民幣178.6百萬元。

流動資產淨值由2014年12月31日約人民幣60.5百萬元增至2015年12月31日約人民幣100.5百萬元。該增加乃主要由於(i)現金及現金等價物因銷售產品產生的溢利增加而增加約人民幣42.2百萬元；(ii)貿易應付款項因臨近2015年底採購減少而減少約人民幣7.6百萬元；(iii)計息借貸因償還計息借貸減少約人民幣5.2百萬元；及(iv)派付股息約人民幣20.0百萬元所致。

流動資產淨值由於2015年12月31日約人民幣100.5百萬元增至於2016年12月31日約人民幣152.7百萬元。增幅主要由於(i)貿易應收款項因2016年12月銷售較2015年12月多而增加約人民幣23.2百萬元；(ii)現金及現金等價物因銷售產品所產生溢利增加而增加約人民幣36.3百萬元；(iii)應計費用、已收按金及其他應付款項因應付股東款項增加而增加約人民幣19.0百萬元；及(iv)償還計息借貸約人民幣9.6百萬元所致。

我們的流動資產淨值由2016年12月31日約人民幣152.7百萬元增加至2017年3月31日約人民幣178.6百萬元。增加乃主要由於(i)貿易應收款項增加約人民幣6.9百萬元，原因為2017年3月的銷售額較2016年12月增加；及(ii)現金及現金等價物增加約人民幣14.5百萬元，原因為銷售產品產生的溢利增加。

於2014年及2015年12月31日，我們已就短期銀行借貸抵押存款分別約人民幣82,000元及人民幣72,000元。由於我們已償還相關借款，故相關抵押存款其後已於2016年被解除。於2014年及2015年12月31日，已抵押存款的實際年利率分別約為每年3.26%及2.88%。

財務資料

綜合財務狀況表若干項目的描述

存貨

我們的存貨主要為原材料、在製品及製成品。下表載列於所示日期按類別劃分的存貨明細：

	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
原材料	371	14,174	16,593
在製品	470	—	—
製成品	40,942	11,148	14,998
	<u>41,783</u>	<u>25,322</u>	<u>31,591</u>

於2014年、2015年及2016年12月31日，存貨價值分別約為人民幣41.8百萬元、人民幣25.3百萬元及人民幣31.6百萬元，分別佔我們的流動資產約32.9%、16.2%及14.4%。

由於2015年底採購量較2014年有所減少，我們的存貨由2014年12月31日的人民幣41.8百萬元減少約39.5%至2015年12月31日約人民幣25.3百萬元。我們的存貨由2015年12月31日的人民幣25.3百萬元增加約24.8%至2016年12月31日約人民幣31.6百萬元，乃由於為2017年1月的中國新年銷售季節準備存貨。於往績記錄期間，我們並未撇銷任何存貨。

於2017年3月14日，我們於2016年12月31日約人民幣25.8百萬元或81.6%存貨已於其後消耗。

財務資料

存貨周轉天數

下表載列於所示期間我們的存貨周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
存貨周轉天數 ⁽¹⁾	87	45	30

附註：

- (1) 存貨周轉天數等於有關期初及期末存貨平均數除以該年銷售成本再乘以截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度的365天。

存貨周轉天數由截至2014年12月31日止年度約87天減少至截至2015年12月31日止年度約45天，主要由於2015年底採購量較2014年底減少所致。存貨周轉天數由截至2015年12月31日止年度約45天進一步減少至截至2016年12月31日止年度約30天，主要由於相比銷售增幅，本集團能夠維持較低存貨水平。

存貨的賬齡分析

下表載列於2016年12月31日存貨的賬齡分析：

	於2016年12月31日
	人民幣千元
30天內	21,849
31至60天	2,007
61至90天	217
91至180天	7,518
180天以上	—
	<u>31,591</u>

財務資料

貿易及其他應收款項

貿易應收款項

我們的貿易應收款項主要包括來自客戶的應收款項。下表載列於所示日期的貿易應收款項：

	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應收款項	48,869	51,421	74,533
減：呆賬撥備	(301)	(110)	—
	<u>48,568</u>	<u>51,311</u>	<u>74,533</u>

貿易應收款項自2014年12月31日約人民幣48.6百萬元增至2015年12月31日約人民幣51.4百萬元，乃主要由於2015年12月的銷售較2014年12月增加所致。貿易應收款項由2015年12月31日約人民幣51.3百萬元增至於2016年12月31日約人民幣74.5百萬元，主要由於2016年12月較2015年12月達到更高銷量。

我們一般授予客戶30天至90天的信貸期。下表載列於2014年、2015年及2016年12月31日貿易應收款項(扣除減值)賬齡分析：

	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
0至30天	40,266	36,714	48,282
31至60天	7,737	14,351	24,488
61至90天	565	246	1,763
	<u>48,568</u>	<u>51,311</u>	<u>74,533</u>

財務資料

下表載列於2014年、2015年及2016年12月31日既未逾期亦未減值的貿易應收款項金額及已逾期但未減值的貿易應收款項金額：

	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
既未逾期亦未減值	48,484	51,129	74,490
逾期少於三個月	84	182	43
	<u>48,568</u>	<u>51,311</u>	<u>74,533</u>

已逾期惟並未減值的貿易應收款項與大量與我們有良好記錄的獨立客戶有關。基於過往經驗，我們認為無需就該等結餘作出減值撥備，原因為該等客戶的信用質素並無重大變動且結餘仍被視為可全數收回。我們並無就該等結餘持有任何抵押品或其他信用增級工具。

下表載列我們於所示年度的貿易應收款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
貿易應收款項周轉天數 ⁽¹⁾	<u>52</u>	<u>45</u>	<u>45</u>

附註：

1. 貿易應收款項周轉天數相當於有關期初及期末的平均貿易應收款項餘額除以有關期間的收益（包括增值稅）再乘以截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度的365天。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，貿易應收款項周轉天數分別約為52天、45天及45天，而截至2014年12月31日止年度的應收賬款周轉天數因臨近2014年底藻類產品及菌類產品銷售增加而增加。

財務資料

於2017年3月14日，於2016年12月31日約人民幣74.5百萬元或100%的貿易應收款項已於其後結清。於往績記錄期間，已撇銷壞賬總額為人民幣110,000元，佔於2016年12月31日貿易應收款項總額的0.1%。經考慮我們貿易應收款項的歷史收回情況且我們的貿易應收款項的週轉天數屬一般提供予客戶的信貸期範圍，故貿易應收款項整體增加及貿易應收款項週轉天數波動不會對流動資金及現金流量產生負面影響。

按金、預付款項及其他應收款項

	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
支付予供應商的按金	4,000	4,000	—
應收增值稅	238	1,668	240
其他按金及應收款項	289	157	261
應收關連方款項	36	36	234
預付款項	420	131	2,864
預付租賃款項	50	50	50
	<u>5,033</u>	<u>6,042</u>	<u>3,649</u>

我們的按金、預付款項及其他應收款項主要包括(i)於與該等漁民供應商首次合作期間支付予該等供應商作為保證金的按金；(ii)應收增值稅；(iii)其他按金及應收款項，指應收租金及已付按金；(iv)預付租賃款項；及(v)預付[編纂]開支。

於2014年、2015年及2016年12月31日，按金、預付款項及其他應收款項分別約為人民幣5.0百萬元、人民幣6.0百萬元及人民幣3.6百萬元。

我們已付供應商的按金指向漁民供應商支付的保證金，於2014年、2015年及2016年12月31日分別為約人民幣4.0百萬元、人民幣4.0百萬元及零，且於2016年6月退還予我們。

於2014年、2015年及2016年12月31日，應收增值稅分別約為人民幣0.2百萬元、人民幣1.7百萬元及人民幣0.2百萬元，指採購產生的進項增值稅及銷售產生的銷項增值稅淨結餘。

財務資料

貿易及其他應付款項

我們的貿易應付款項主要包括就原材料及包裝物料應付供應商的款項及應付分包商的款項。下表載列於所示日期我們的貿易應付款項：

	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
貿易應付款項	47,043	39,483	39,715

於2014年、2015年及2016年12月31日，貿易應付款項分別約為人民幣47.0百萬元、人民幣39.5百萬元及人民幣39.7百萬元。於2015年12月31日的貿易應付款項較2014年12月31日減少乃由於臨近2015年底的採購量減少所致，而2016年12月31日的貿易應付款項結餘與2015年12月31日相比仍保持穩定。

我們的貿易應付款項通常不計息，並於供應商向我們交付產品後30日內支付。

下表載列於2014年、2015年及2016年12月31日的貿易應付款項的賬齡分析：

貿易應付款項	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
0至30天	47,043	39,477	39,715
31至60天	—	6	—
	<u>47,043</u>	<u>39,483</u>	<u>39,715</u>

下表載列我們於所示年度的貿易應付款項周轉天數：

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
貿易應付款項周轉天數 ⁽¹⁾	<u>55</u>	<u>57</u>	<u>38</u>

附註：

- 貿易應付款項周轉天數相當於有關期初及期末的平均貿易應收款項除以有關期間的採購及分包費(包括增值稅)再乘以截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度的365天。

財務資料

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，貿易應付款項周轉天數分別約為55天、57天及38天。於2014年12月31日的貿易應付款項周轉天數增加主要由於為滿足客戶增加的採購訂單而於2014年底增加藻類產品及菌類產品原材料的採購，以於2015年第一季度交付予客戶。貿易應付款項週轉天數減少至2016年12月31日約38天，乃主要由於期內加快結清貿易應付款項。

於2017年3月14日，於2016年12月31日約人民幣39.7百萬元或100.0%的貿易應付款項已於其後結清。

應計費用、已收按金及其他應付款項

應計費用、已收按金及其他應付款項主要包括應付股東款項、應計工資及員工福利、其他應付款項及應計費用及其他應繳稅項及雜項稅項。於2014年、2015年及2016年12月31日，應計費用、已收按金及其他應付款項分別約為人民幣1.1百萬元、人民幣1.4百萬元及人民幣20.4百萬元。相比2015年12月31日，於2016年12月31日的應計費用、已收按金及其他應付款項增加乃主要由於應付股東款項增加。於2016年12月31日，應付股東款項約為人民幣18.2百萬元，該結餘主要指支付[編纂]開支有關的股東墊款及收購廈門沃豐(作為重組一部分)的代價。

保留溢利

於2013年1月1日，累計虧損約為人民幣0.6百萬元，主要由於2013年前產生大量銷售推廣團隊開支以建立品牌認知度。作為本集團當時策略的一環，我們一直專注於品牌建立及擴充銷售及推廣團隊，因此，截至2013年前止年度的大部分經營溢利已用於營銷及推廣活動，包括但不限於電視廣告及宣傳小冊子。其為2013年1月1日產生累計虧損的主要原因。

債務

於2016年12月31日，我們並無計息借貸。我們於2014年、2015年及2016年12月31日的所有計息借貸總額均為按要求償還或於一年內到期。於2014年、2015年及2016年12月31日，計息借貸總額分別約為人民幣14.8百萬元、人民幣9.6百萬元及零。計息借貸總額包括有抵押銀行借貸及有抵押其他借貸。所有計息借貸均以人民幣計值。

財務資料

於2014年12月31日，本集團可動用銀行融資總額為人民幣15.7百萬元。相關銀行融資已動用約人民幣14.8百萬元及並由以下項目擔保：

- i) 廈門擔保提供的公司擔保，由以下各項提供反擔保：a)控股股東及控股股東的近親家庭成員不收取任何費用提供的個人擔保；b)控股股東配偶控制的一間公司不收取任何費用提供的無抵押公司擔保；c)控股股東配偶持有的物業的法定押記（人民幣2.8百萬元）；及d)控股股東的近親家庭成員持有的物業的法定押記（人民幣4.8百萬元）；
- ii) 已抵押存款人民幣82,000元；
- iii) 控股股東配偶控制的一間公司不收取任何費用提供的公司擔保；
- iv) 控股股東及控股股東的近親家庭成員不收取任何費用提供的個人擔保；
- v) 控股股東持有的物業的法定押記（約人民幣1.2百萬元）；及
- vi) 控股股東配偶控制的一間公司持有的物業的法定押記（約人民幣4.2百萬元）。

於2015年12月31日，本集團可動用銀行融資總額為約人民幣11.2百萬元，相關銀行融資已動用約人民幣9.6百萬元並由以下項目擔保：

- i) 廈門擔保提供的公司擔保，由以下各項提供反擔保：a)控股股東及控股股東的近親家庭成員不收取任何費用提供的個人擔保；及b)控股股東配偶控制的一間公司不收取任何費用提供的公司擔保；
- ii) 已抵押存款人民幣72,000元；
- iii) 控股股東配偶控制的一間公司不收取任何費用提供的公司擔保；
- iv) 控股股東及控股股東的近親家庭成員不收取任何費用提供的個人擔保；
- v) 控股股東持有的物業的法定押記（約人民幣1.2百萬元）；及
- vi) 控股股東配偶控制的一間公司持有的物業的法定押記（約人民幣4.2百萬元）。

財務資料

於2016年5月4日，全部銀行借貸已結清，且全部銀行融資已解除。

除上文所述或本文件另有披露者外，我們於2016年12月31日營業時間結束時無任何已發行且發行在外以及法定或以其他方式設立但未發行的未償還借貸資本、定期貸款、銀行透支、承兌負債（一般商業票據除外）、承兌信貸、融資租賃承擔、有擔保、無擔保、有抵押（無論抵押由本集團或第三方提供）或無抵押借貸及債項、按揭、抵押、擔保或其他重大或然負債。

於最後實際可行日期，本集團並無未動用銀行融資。

或然負債

於2014年、2015年及2016年12月31日，我們並無任何重大或然負債。

董事確認，自2016年12月31日（即釐定本集團債務的最後實際可行日期）以來，本集團債務及或然負債並無重大不利變動。

資產負債表外安排

於2016年12月31日（即我們最近期財務報表的日期），我們並未訂立任何資產負債表外安排。

資本開支

於往績記錄期間，我們並無任何重大資本開支。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們的資本開支分別約為人民幣0.1百萬元、人民幣0.03百萬元及零，主要包括購買汽車、傢私及設備以及廠房及機器的開支。

財務資料

其他主要財務比率

	於12月31日／截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
流動比率 ⁽¹⁾	1.9	2.8	3.3
速動比率 ⁽²⁾	1.3	2.3	2.8
資產負債比率 ⁽³⁾	23.2%	9.5%	不適用
債務淨額權益比率 ⁽⁴⁾	淨現金	淨現金	淨現金
利息覆蓋率 ⁽⁵⁾	28.2	74.2	391.0
資產回報率 ⁽⁶⁾	20.1%	35.6%	27.5%
股本回報率 ⁽⁷⁾	40.6%	55.3%	39.3%
純利率 ⁽⁸⁾	12.9%	15.2%	13.1%

附註：

1. 流動比率以相關年末的流動資產總額除以流動負債總額計算。
2. 速動比率以相關年末的流動資產總額減存貨再除以流動負債總額計算。
3. 資產負債比率以相關年末的總負債除以總權益再乘以100%計算。
4. 債務淨額權益比率以相關年末的淨負債（總負債扣除現金及現金等價物）除以總權益再乘以100%計算。
5. 利息覆蓋率以扣除利息及稅項前溢利除以年度利息開支。
6. 資產回報率以年度溢利及全面收入總額除以該年末的總資產再乘以100%計算。
7. 股本回報率以年度溢利及全面收入總額除以該年末的總權益再乘以100%計算。
8. 純利率以溢利及全面收入總額除以該年度的收益再乘以100%計算。

流動比率及速動比率

於2014年、2015年及2016年12月31日，我們的流動比率分別約為1.9、2.8及3.3。於2014年、2015年及2016年12月31日，我們的速動比率分別約為1.3、2.3及2.8。流動比率及速動比率增加乃主要由於整個往績記錄期間的經營業務持續產生現金。

資產負債比率

於2014年、2015年及2016年12月31日，資產負債比率分別約為23.2%及9.5%及零。於往績記錄期間，資產負債比率下降乃主要由於整個往績記錄期間累計產生純利而債務水平下降。

財務資料

債務淨額權益比率

於2014年、2015年及2016年12月31日，我們保持淨現金狀況。相關狀況乃主要由於整個往績記錄期間累計產生純利及正經營現金流量。

利息覆蓋率

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，利息覆蓋率分別約為28.2倍、74.2倍及391.0倍。利息覆蓋率於整個往績記錄期間維持較高水平，原因為本集團維持較低債務水平，而利息覆蓋率於截至2015年12月31日止年度及截至2016年12月31日止年度大幅增加，乃主要由於除利息及稅前溢利大幅增加以及財務成本因償還銀行貸款而減少。

資產回報率

截至2014年12月31日止年度，資產回報率約為20.1%，乃由於純利增長，與資產總額（主要包括存貨及貿易應收款項）適當增幅相符。截至2015年12月31日止年度，資產回報率約為35.6%，主要由於純利顯著增長而總資產基數較大，增幅相對較小。截至2016年12月31日止年度，資產回報率降至約27.5%，乃主要由於純利率因所產生[編纂]開支而減少。

股本回報率

截至2014年12月31日止年度，股本回報率約為40.6%及於截至2015年12月31日止年度增至約55.3%，主要由於2015年的純利增長，而總權益因2015年派付股息而增長幅度較小。截至2016年12月31日止年度，股本回報率降至約39.3%，乃主要由於純利率因所產生[編纂]開支而減少。

純利率

截至2015年12月31日止年度的純利率增加，乃主要由於2015年的毛利率上升以及銀行借貸及相應的利息開支減少。截至2016年12月31日止年度的純利率減少乃主要由於所產生的[編纂]開支。

財務資料

承擔

經營租賃承擔

本集團作為承租人

於2014年、2015年及2016年12月31日，本集團根據經營租賃安排租賃一間工廠。租賃初始期間為一年且不可撤銷。下表載列根據租賃於未來應付的最低租賃付款總額：

	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
租賃物業：			
— 一年內	445	217	424
— 第二至五年 （包括首尾兩年）	200	200	107
— 五年後	83	33	—
	<u>728</u>	<u>450</u>	<u>531</u>

本集團作為出租人

於截至2014年、2015年及2016年12月31日止三個年度，已收租金收入分別約為人民幣60,000元、人民幣60,000元及人民幣58,000元。下表載列我們的未來最低租賃付款：

	於12月31日		
	2014年	2015年	2016年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
租賃物業：			
— 一年內	60	60	54
— 第二至五年 （包括首尾兩年）	240	240	197
— 五年後	95	35	—
	<u>395</u>	<u>335</u>	<u>251</u>

財務資料

股息

截至2015年12月31日止年度，本集團一間成員公司宣派及派付股息人民幣20.0百萬元，佔股東應佔年度純利約35.8%。截至2014年及2016年12月31日止年度，本集團成員公司概無宣派任何股息。

董事會全權酌情決定是否建議任何年度的股息及(如決定宣派)股息金額及付款方式。該酌情權受限於任何適用法律和法規，包括公司法及我們的章程細則，其(除董事會作出中期派息付款外)亦規定須獲本公司股東批准。日後宣派及派付的股息金額將視乎(其中包括)我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及資本需求及其他相關因素。概不保證本公司將能宣派或分派董事會任何計劃所載的任何股息金額，或甚至根本不能宣派或分派股息。過往股息分派記錄不應用作釐定董事會於日後可能宣派或派付的股息水平的參考或基準。

關連方交易

於往績記錄期間，我們自關連方租賃汽車及租賃物業。截至2014年及2015年12月31日止年度，劉先生租賃汽車的租金分別約為人民幣4,000元及零。租賃汽車於截至2015年12月31日止年度終止運營。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們自廈門葉紅食品有限公司(由董事的關連方控制的公司)租賃一項物業，租金分別約為人民幣36,000元、人民幣36,000元及人民幣128,000元。我們將繼續自關連方租賃該物業，因此，於[編纂]後，上述租賃將構成上市規則項下之持續關連交易。詳情請參閱本文件「關連交易」一節。

於往績記錄期間，我們擁有應收董事款項及應付關連方款項。應收董事劉先生的款項為非貿易性質及結餘為無抵押、免息及按要求償還。於2016年12月31日，應付董事款項已悉數結清。應付關連方款項指就本集團租賃物業已付的租金按金。

就本文件附錄一會計師報告所載的綜合財務報表附註31所載的關連方交易而言，董事確認，該等交易乃按一般商業條款及/或不遜於獨立第三方向本集團提供的條款公平進行，不會扭曲我們於往績記錄期間的業績，或令我們於往績記錄期間的過往業績不能反映我們對未來表現的預期。

財務資料

[編纂]開支

[編纂]開支指就[編纂]所產生的專業費用、[編纂]佣金及其他費用。

假設[編纂]未獲行使及按[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍[編纂]港元與[編纂]港元的中位數)計算，與[編纂]有關的估計開支總額(包括[編纂]佣金)約為人民幣[編纂]元。

其中，約人民幣[編纂]元直接因發行[編纂]而產生並自權益扣除。餘下金額約人民幣[編纂]元已或將於綜合損益及全面收益表扣除，其中(i)約人民幣0.1百萬元及人民幣9.0百萬元分別於截至2015年及2016年12月31日止年度確認，分別佔本集團截至2015年及2016年12月31日止年度溢利約0.2%及14.7%(根據本文件附錄一所載經審核財務報表)；及(ii)預計約人民幣[編纂]元將於[編纂]後扣除(根據我們現時的估計)。

估計[編纂]開支為最新的最佳估計，僅供參考之用。

可分派儲備

於2016年12月31日，我們並無可供分派予股東的可分派儲備。

有關市場風險的定量及定性披露

利率風險

我們因有關銀行存款的現行市場利率波動而面對現金流量利率風險。我們並無利率對沖政策。然而，董事監控利率風險，並將於必要時考慮對沖重大利率風險。

利率風險主要因銀行借貸產生。以浮動利率計息的銀行借貸令本集團面臨現金流量利率風險及公平值利率風險。本集團及本公司於2014年及2015年12月31日的所有銀行借貸按浮動利率計息。於財政年度結束時的借貸的利率及還款期於本文件附錄一所載會計師報告附註26披露。

信貸風險

信貸風險來自貿易及其他應收款項、應收控股公司及關連公司款項以及銀行現金。

財務資料

流動資金風險

於管理流動資金風險時，我們監控及維持董事釐定為足夠的現金及現金等價物水平，以撥付營運所需資金及減輕本集團現金流量意外波動帶來的影響。

下表載列按協定還款日期非衍生金融負債的餘下合約到期日詳情，並已按本集團須支付的最早日期根據金融負債的未貼現現金流量編製。

	賬面值	合約未折現現金 流量總額	一年內或按要求
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2014年12月31日			
貿易應付款項	47,043	47,043	47,043
其他應付款項及應計費用	1,118	1,118	1,118
應付董事款項	300	300	300
計息借貸	14,821	16,668	16,668
	<u>63,282</u>	<u>65,129</u>	<u>65,129</u>
	賬面值	合約未折現現金 流量總額	一年內或按要求
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2015年12月31日			
貿易應付款項	39,715	39,715	39,715
其他應付款項及應計費用	1,342	1,342	1,342
計息借貸	9,625	10,567	10,567
	<u>50,450</u>	<u>51,392</u>	<u>51,392</u>
	賬面值	合約未折現現金 流量總額	一年內或按要求
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
於2016年12月31日			
貿易應付款項	39,715	39,715	39,715
應計款項、已收按金及其他應付款項 ...	20,375	20,375	20,375
	<u>60,090</u>	<u>60,090</u>	<u>60,090</u>

財務資料

未經審核備考經調整綜合有形資產淨值

[編纂]

財務資料

[編纂]

財務資料

上市規則規定的披露

董事已確認，於最後實際可行日期，並無倘本集團須遵守上市規則第13.13至13.19條而導致須根據上市規則第13.13至13.19條規定作出披露的情況。

無重大不利變動

於進行董事認為屬適當的充分盡職審查及經審慎考慮後，董事確認，除本節「[編纂]開支」一段所披露者外，自2016年12月31日（即最新經審核綜合財務報表的編製日期）起至本文件日期止，我們的財務或貿易狀況或前景並無出現重大不利變動，且自2016年12月31日起，亦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。

董事亦已確認，自2016年12月31日起，我們的債務及或然負債並無任何重大變動。