

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於本節屬概要，故並無載列對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定投資[編纂]前，務請閱讀整份文件。

任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資[編纂]前，務請細閱該節。

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。

我們各類產品分部市場在中國高度分散。就零售額而言，我們於2016年為中國乾海產品市場迅速增長的主要市場參與者，佔中國市場份額約0.93%。就零售額而言，於2016年，我們亦於中國藻類產品及菌類產品市場、海洋休閒產品市場及海鮮凍品市場的市場份額分別約為0.74%、0.32%及0.01%。

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銷售海鮮凍品且我們亦透過其他銷售渠道(如食品公司、禮品店及電子零售商)銷售。我們與多數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銷售增長，及由於吸納新客戶所致。請參閱本文件第205至206頁「財務資料－影響經營業績的因素－現有客戶購買我們的產品」一節。我們認為，客戶主要基於以下各項選購我們的產品：(i)在有效的銷售及營銷策略的支持下，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，我們已證明以下能力(i)實施有效的產品銷售及營銷措施，包括於客戶店舖派駐銷售及營銷團隊以促進銷售；及(ii)利用客戶就產品進行或安排的利好市場情報及研究分析。

我們向數名供應商(包括漁民供應商、藻類產品養殖戶及企業供應商)採購優質原材料。我們預訂海鮮產品及藻類產品原材料，以確保供應及定價穩定。我們亦聘用分包商處理未加工海鮮及藻類產品。

我們擁有由具吸引力及不斷增加的產品系列補充的龐大及不斷豐富的產品組合。於2016年12月31日，我們提供203種產品。舉例而言，於往績記錄期間，我們推出157種新產品類型及經改良產品。於往績記錄期間，透過與集美大學食品與生物工程學院合作，我們推出12種新產品類型及經改良產品。

概 要

於2016年12月31日，我們有56名銷售代表及207名推銷人員，覆蓋中國9個省份及3個直轄市。我們的銷售代表一般自超市客戶收集有關我們產品及包裝的反饋，而推銷人員直接自終端消費者收集產品的反饋。

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%增長。收益由截至2014年12月31日止年度人民幣204.8百萬元增加128.5%至截至2016年12月31日止年度約人民幣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。

我們擬通過增加對現有客戶的銷售、改善與客戶的關係以及招攬新客戶以繼續提高收益。我們認為，我們與現有客戶的緊密關係給我們帶來向中國北部及中國中西部等地區的現有客戶銷售網絡擴展銷售的良好機遇。我們擬增加駐於客戶店舖的推銷人員人數、改善銷售代表與客戶的關係並以其他方式豐富及加強銷售及推銷活動。我們認為，我們的銷售可由我們產品的主要銷售地點福建省及廣東省擴展至中國其他地區（包括中國北部及中國中西部地區）。隨著我們對現有客戶銷售的產品增加，我們亦預計推出新產品類型及經改良產品以善用我們完善的銷售渠道。我們亦計劃藉助現有客戶關係及擴充銷售及推廣團隊以進一步擴大客戶基礎。

競爭優勢

- 大量及穩定優質原材料供應
- 經驗豐富的銷售及推廣團隊及大量忠誠顧客
- 透過不斷增加且具吸引力的產品系列補充的龐大且豐富的产品組合
- 管理層團隊經驗豐富，往績記錄彪炳

業務策略

- 改善現有及新市場的客戶關係
- 提升包裝能力以滿足客戶需求及改善質量控制
- 進一步擴大及增加銷售及推廣力度
- 採購、包裝及推出滿足不斷變化的消費者喜好的新產品類型及經改良產品

客戶

我們的客戶主要為超市、貿易公司、便利店、食品公司、禮品店及電商零售商，彼等於2016年共同佔收益約98.4%。我們認為，我們的產品主要透過客戶的銷售網絡在福建省及廣東省出售。我們於往績記錄期間亦在福建省廈門的海鮮批發市場向終端客戶出

概 要

售所有海鮮凍品，於2016年佔收益約1.6%。截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們五大客戶分別佔收益約38.0%、35.0%及33.8%，而最大客戶分別佔收益約10.8%、9.7%及9.2%。於往績記錄期間，概無董事、彼等各自的聯繫人或股東（就彼等所深知，該等人士擁有本公司已發行股本總數5%或以上）於任何五大客戶中擁有權益。據董事所知，於往績記錄期間，所有客戶均為獨立第三方。有關詳情，請參閱本文件第137至146頁「業務－客戶」。

供應商及分包商

於往績記錄期間，我們的主要供應商包括漁民、藻類產品養殖戶及企業供應商。我們的主要原材料包括未加工及已加工海產品及藻類產品。

於往績記錄期間，除與本集團有關連的兩名漁民供應商外，餘下供應商均為獨立第三方。有關詳情，請參閱本文件第147至155頁「業務－供應商及原材料」一節。與上述有關連漁民的交易將於[編纂]後繼續進行。我們已向聯交所申請及聯交所已授出豁免嚴格遵守上市規則第14A章有關若干持續關連交易的規定。有關該等持續關連交易及豁免的詳情，請參閱本文件第184至189頁「關連交易」一節。

於往績記錄期間，我們委聘一名分包商加工藻類產品及委聘其他兩名分包商加工乾海產品。詳情請參見本文件第155至156頁「業務－分包商」一節。

我們的包裝設施

我們現時的包裝設施位於福建省廈門市。下表載列於往績記錄期間我們包裝設施的產能：

截至12月31日止年度	實際產出 (袋)	計劃產出 ⁽¹⁾ (袋)	利用率 ⁽²⁾
2014年	5,676,490	10,800,000	52.6%
2015年	10,570,649	10,800,000	97.9%
2016年	11,476,144	10,800,000	106.3%

附註：

1. 計劃產出指包裝流水線的年度包裝容量，按年內計劃生產天數（即250天）乘以每日包裝容量計算。每日包裝容量按三條已投運生產綫每日八個工作時一次輪班期間的估計產出（即43,200袋）計算。
2. 利用率按實際產出除以計劃產出計算。

概 要

質量控制及食品安全

於2013年1月1日至2016年12月31日期間，我們的產品面臨若干食品安全事件。董事估計，根據中國食品安全法及中國行政處罰法，就上述所有產品質量事件可能遭相關中國機關沒收的最高收入及潛在行政罰款分別約人民幣96,000元及人民幣3.7百萬元。有關產品安全事件的詳情，請參閱本文件第159至163頁「業務－質量控制及食品安全－與產品質量有關的事件」。鑒於上述產品質量事件，自2016年3月，我們已實施一系列經改進質量控制及食品安全措施，以加強對原材料來源及產品質量的控制。除本文件所披露者外，據董事所深知，自2016年3月起，相關機關並未就我們的產品質量向我們採取任何重大行動或處以任何罰款。

主要營運及財務數據

下表載列本集團截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度的綜合財務資料，應與本文件附錄一會計師報告所載財務資料一併閱讀：

綜合損益及其他全面收益表概要

	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
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

概 要

除海鮮凍品外，於各往績記錄期間，我們各類產品的銷量、收益及毛利整體增加。下表載列於往績記錄期間的收益明細。

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	人民幣千元	佔總收益 百分比(%)	人民幣千元	佔總收益 百分比(%)	人民幣千元	佔總收益 百分比(%)
乾海產品	127,143	62.1	212,217	57.8	255,817	54.7
藻類產品及 菌類產品 ⁽¹⁾	50,797	24.8	113,643	31.0	170,831	36.5
海洋休閒產品	1,607	0.8	24,075	6.6	33,975	7.2
海鮮凍品	25,300	12.3	17,033	4.6	7,416	1.6
	<u>204,847</u>	<u>100.0</u>	<u>366,968</u>	<u>100.0</u>	<u>468,039</u>	<u>100.0</u>

附註：

- 截至2015年12月31日止年度，我們開始銷售菌類產品（包括香菇及其他菇類產品），並於截至2015年12月31日止年度產生收益約人民幣4.5百萬元及於截至2016年12月31日止年度產生收益約人民幣8.0百萬元。

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)
乾海產品	2,059	61.7	3,254	65.2	2,963	86.4
藻類產品及菌類產品	613	82.9	1,396	81.4	1,773	96.4
– 藻類產品	613	82.9	1,365	80.0	1,707	95.4
– 菌類產品	–	–	31	145.8	66	121.0
海洋休閒產品	18	89.3	337	71.4	501	67.8
海鮮凍品	672	37.6	440	38.7	228	32.5
總計	<u>3,362</u>		<u>5,427</u>		<u>5,465</u>	

我們於往績記錄期間錄得大幅收益增長。於往績記錄期間，我們的收益增長主要由於產品銷量錄得持續及穩定增長。我們於2015年產品的整體銷量較2014年增長約61.4%。截至2016年12月31日止年度的整體銷量較2015年輕微增長0.7%。於往績記錄

概 要

期間，我們錄得大幅增長，乃由客戶需求在供應同比增加的支持下上升所拉動。我們認為，客戶主要基於以下各項選購我們的產品：(i)在有效的銷售及營銷策略的支持下，過往銷售佳績；(ii)產品供應穩定；及(iii)龐大並推陳出新的多元產品種類。我們的收益增長亦由於若干產品的平均售價上升所致。更多詳情，請參閱本文件「業務一概覽」、「業務－我們的競爭優勢」及「財務資料－過往經營業績回顧」一節。

下表載列於往績記錄期間我們銷售渠道的收益貢獻：

	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	35,907	17.5	77,704	21.2	97,300	20.8
食品公司	9,922	4.8	30,552	8.4	49,029	10.5
禮品店	10,374	5.1	16,278	4.4	21,674	4.6
電子商務零售商	6,830	3.3	18,069	4.9	20,822	4.4
其他	8,781	4.3	12,805	3.5	5,775	1.3
總計	<u>204,847</u>		<u>366,968</u>		<u>468,039</u>	

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。

本集團於2005年7月開始採購、加工、包裝及銷售海產業務，當時，劉先生以其自有財務資源成立廈門沃豐。於2013年之前，我們錄得虧損，主要由於我們當時處於審視中國乾海產品生產業務的長遠發展及市場機遇的初創階段。於該階段，我們在盈利前的重要發展環節，即建立銷售網絡藍圖及制定產品定位策略方面產生大量開支。於2013年1月1日，我們的累計虧損約為人民幣0.6百萬元，主要由於為建立品牌知名度而於2013年前產生大量銷售及推廣開支。有關我們於往績記錄期間前的歷史的更多資料，請參閱本文件「歷史、發展及重組」一節。我們的收益於往績記錄期間增長主要由於對現有客戶的銷售增長，及吸納新客戶所致。該等增長歸因於長期收益來源及戰略舉措，而其中若干舉措於往績記錄期間之前落實。

概 要

於往績記錄期間的收益增長受若干長期收益推動因素的推動，包括提高產品於現有客戶的銷售滲透、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）、行業增長及吸納新客戶。我們認為，我們現有及新客戶基於以下各項選購我們的產品：(i)在有效的銷售及營銷策略的支持下，過往銷售佳績；(ii)產品供應穩定；及(iii)龐大及推陳出新的產品組合。

我們的收益因往績記錄期間前及往績記錄期間的戰略舉措而加速增長，包括，舉例而言(i)增加推廣人員以提升產品的銷售表現；(ii)租賃灘塗並隨後分租予藻類產品養殖戶以改善產品供應的穩定性；及(iii)推出新的乾海產品類型，以增加及豐富產品組合及迎合不斷變化的消費潮流。往績記錄期間的該等戰略舉措均顯著刺激我們的收益增長。

毛利及毛利率

下表載列於所示年度按產品類別劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度								
	2014年			2015年			2016年		
	毛利 人民幣 千元	佔總毛利 百分比 %	毛利率 %	毛利 人民幣 千元	佔總毛利 百分比 %	毛利率 %	毛利 人民幣 千元	佔總毛利 百分比 %	毛利率 %
乾海產品	30,295	63.3	23.8	55,240	58.7	26.0	66,430	56.1	26.0
藻類產品及菌類產品	11,613	24.2	22.9	29,363	31.2	25.8	42,051	35.5	24.6
海洋休閒產品	344	0.7	21.4	5,913	6.3	24.6	8,172	6.9	24.1
海鮮凍品	5,651	11.8	22.3	3,590	3.8	21.1	1,744	1.5	23.5
總計	<u>47,903</u>	<u>100.0</u>	<u>23.4</u>	<u>94,106</u>	<u>100.0</u>	<u>25.6</u>	<u>118,397</u>	<u>100.0</u>	<u>25.3</u>

有關於往績記錄期間的毛利及毛利率的討論，請參閱本文件「財務資料－過往經營業績回顧」一節。

綜合財務狀況表概要

	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
流動資產	126,936	156,426	219,755
流動負債	66,431	55,929	67,044
流動資產淨值	60,505	100,497	152,711

概 要

有關綜合財務狀況表概要的更多詳情，請參閱本文件第243頁「財務資料－綜合財務狀況表若干項目的描述－保留盈利」一節。

綜合現金流量表概要

下表載列於往績記錄期間的綜合現金流量表概要：

	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
年末的現金及現金等價物	31,470	73,679	109,982

有關綜合現金流量表概要的更多詳情，請參閱本文件第233至235頁「財務資料－流動資金及資本資源－現金流量」一節。

主要財務比率

下表載列於所示年度本集團的若干主要財務比率：

	於／截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
流動比率	1.9	2.8	3.3
速動比率	1.3	2.3	2.8
資產負債比率 ⁽¹⁾	23.2%	9.5%	零
債務淨額權益比率	淨現金	淨現金	淨現金
利息覆蓋率	28.2	74.2	391.0
資產回報率	20.1%	35.6%	27.5%
股本回報率	40.6%	55.3%	39.3%
純利率	12.9%	15.2%	13.1%

附註：

(1) 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。

有關主要財務比率的定義及更多詳情(包括該等比率的公式)，請參閱本文件第245頁至247頁「財務資料－其他主要財務比率」一節。

概 要

[編纂]開支

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]百萬元。

其中，約人民幣[編纂]百萬元直接因發行[編纂]而產生並自權益扣除。餘下金額約人民幣[編纂]百萬元已或將於綜合損益及其它全面收益表扣除，其中(i)分別約人民幣0.1百萬元及約人民幣9.0百萬元於截至2015年12月31日止年度及截至2016年12月31日止年度確認，佔本集團於相關年度／期間溢利約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]百萬元將於[編纂]後扣除(根據我們現時的估計)。

[編纂]統計數據^(附註3)

	按[編纂]每股[編纂] [編纂]港元計算	按[編纂]每股[編纂] [編纂]港元計算
股份的[編纂] ^(附註1)	[編纂]港元	[編纂]港元
每股未經審核備考經調整 綜合有形資產淨值 ^(附註2)	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

1. 股份的[編纂]按緊隨[編纂]及[編纂]完成後[編纂]股已發行股份計算。
2. 本公司擁有人應佔本集團每股[編纂]經調整綜合有形資產淨值按緊隨[編纂]及[編纂]完成後[編纂]股已發行股份計算。
3. 本表格所有數據乃基於[編纂]未獲行使之假設。

概 要

[編纂]用途

[編纂]總[編纂]淨額約為[編纂]百萬港元(相當於約人民幣[編纂]百萬元)(經扣除[編纂]費用及與[編纂]相關的估計開支，假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(相當於約人民幣[編纂]百萬元)及假設[編纂]未有行使)。董事計劃按下列方式動用[編纂][編纂]淨額：

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於加強市場開拓及深入滲透中國北部及中國中西部地區，其中：
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於建立天津及成都物流中心(包括冷藏設施、冷鏈車及公司資源規劃系統的收購成本)；
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於為物流中心招聘員工及推廣人員，以於該等地區提供服務；
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於銷售及推廣，以支持中國北部及中國中西部地區的銷售增長(包括電視廣告、委聘營銷顧問及參加展覽)；及
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用作維修成本(包括倉庫租金、電費及冷鏈車的經營成本)。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用以收購新包裝設備以及建立質量控制及檢測中心，其中：
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於收購新乾海產品包裝設備及存儲設施。更多詳情請參閱本文件第131頁「業務－包裝－收購其他包裝設施及設備」一節；
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於收購新藻類產品包裝設備及存儲設施。更多詳情請參閱本文件第131頁「業務－包裝－收購其他包裝設施及設備」一節；及
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於建立質量控制及檢測中心，包括收購產品檢測及質量控制的設備。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於擴大及加強銷售及推廣力度，其中：
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於擴充中國南部地區其他銷售及推廣渠道(包括增加店內或附近店鋪的廣告、委聘營銷顧問及重新設計產品)；
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於透過網上以及移動及電腦端電商平台開設及經營我們的自有線上店；及
 - 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用於僱傭推廣人員向中國南部地區市場提供服務。

概 要

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元，將用作營運資金及其他一般企業用途。

詳情請參閱本文件第254至256頁「未來計劃及[編纂]用途—[編纂]用途」一節。

風險因素

我們的業務受多項風險及不確定因素影響，包括以下風險摘要：(a)我們未必可按與過往增長率相若的速度增長；(b)我們或不能維持原材料的穩定供應及原材料供應可能受天氣狀況及全球氣候變化影響；(c)我們容易受到原材料價格波動影響；(d)未能按優惠條款委任適合的分包商或控制及管理分包費可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；(e)倘客戶未能如期收取彼等的產品，我們的銷售及商譽可能受到重大及不利影響；及(f)我們在開發、推出及推廣新產品類型及經改良產品方面的努力未必取得成功。

我們亦承受與海產品及藻類產品行業有關的多項風險，包括以下風險摘要：(a)我們經營所在行業競爭激烈；(b)中國海產品及藻類產品行業受本地經濟及金融市場波動的影響；(c)食品安全法的變動可能會影響我們的業務；及(d)訴訟或法律程序可能會使我們承擔責任、分散管理層的注意力並對我們的聲譽造成負面影響。

由於不同的投資者可能考慮不同的風險詮釋並及於釐定風險的嚴重程度時可能採納不同的標準，閣下於決定投資[編纂]前應審慎閱讀本文件第26至49頁「風險因素」整節。閣下不應依賴報刊文章、研究分析師報告或其他媒體所載有關我們及[編纂]的任何資料，其中所載資料可能與本文件所載資料不一致。

近期發展及無重大不利變動

於進行董事認為屬適當的盡職審查及經審慎考慮後，董事確認，除本文件第249頁「財務資料—[編纂]開支」一節所披露者外，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。

概 要

控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(惟並無計及因[編纂]或根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而將予發行的股份)，劉先生將透過其全資附屬公司(即銳奇)，有權行使或控制本公司[編纂]%已發行股本的行使權，因此，彼與銳奇將成為我們的控股股東。請參閱本文件第176至183頁「與控股股東的關係」一節。

[編纂]投資者

三名獨立第三方杰蘭力投資、廈門聖天基及廈門聖贏均為我們的[編纂]投資者。杰蘭力投資、廈門聖天基及廈門聖贏各自分別收購廈門沃豐10%、5%及5%權益，代價分別為人民幣580,000元、人民幣290,000元及人民幣290,000元。每股實際收購價為人民幣[編纂]元，較[編纂]範圍的中位數折讓[編纂]%。[編纂]投資的代價已於2016年3月15日或之前悉數結清。有關進一步詳情，請參閱本文件第97至第103頁「歷史、發展及重組—[編纂]投資」一節。

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。於最後實際可行日期，有關股息已悉數結付予相關股東。除所披露者外，我們現時並無計劃於[編纂]前派付或宣派任何股息。於最後實際可行日期，我們亦無任何特定股息政策或預定派息比率。

有關建議派付股息須視乎董事會的全權酌情決定，惟須符合適用法律及法規，且於[編纂]後，任何年度末期股息的宣派將須獲得股東批准。董事會將予行使的酌情權須符合任何適用法律。本公司日後將宣派及派付的任何股息金額將視乎(其中包括)我們的經營業績、現金流量及財務狀況、經營及現金需求以及其他相關因素而定。概無保證本公司將能夠宣派或分派董事會任何計劃所載金額的任何股息或根本無法宣派或分派股息。