

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於作為概要，其並無載有可能對閣下屬重要的全部資料。閣下決定投資[編纂]前應閱讀整份文件。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」。閣下決定投資[編纂]前應細閱該節。

### 概覽

我們是服裝製造行業的全球領導者，擁有多元化的產品組合，並採用高度差異化和增值性推動的共創業務模式。根據歐睿的資料，於二零一六年，在全球服裝製造業，我們按產量計排名第一；按產值計排名第二，二零一六年全球前十領先品牌服裝公司中有七家為我們的客戶。我們的共創業務模式對實現及提升我們的行業領先地位至關重要，該模式由我們將近五十年的行業經驗、與全球領先服裝品牌的長期夥伴關係(我們與其中許多公司擁有10至30年以上的業務關係)、跨越五個產品類別的高度多元化產品組合以及多國製造平台等因素的強勢結合支持。我們的共創業務模式使我們能夠成功及持續地為客戶推出商業上成功的新產品。

我們於一九七零年由羅先生及羅太太成立。於初期，我們在香港成立小型車間，僅有幾台縫紉機及針織機，為其他工廠進行毛衣加工。如今，我們20間配備自動化製造設施的工廠分佈於五個國家，建築面積約130萬平方米，員工人數約70,000人，每年為全球領先的服裝品牌為主的客戶交付約3.5億件成衣。

### 「共創」業務模式

我們的共創業務模式為我們在服裝製造商間建立差異化競爭優勢，成功為客戶提供一站式增值平台，在客戶所處不斷變化的行業環境中在**恰當的時間**以**恰當的成本**給予客戶**恰當的產品**。我們從品牌運營商的思考角度出發－我們的共創業務模式在多個階段為客戶提供一站式綜合服務，當中包括從時尚趨勢及市場趨勢研究、產品概念設計、原材料開發及採購、產品及工業創新、樣品製作、全球生產規劃及優化、存貨管理到物流交貨各個流程。

有關共創業務模式的詳情，請參閱「業務－「共創」業務模式」。

## 概 要

下圖說明我們的業務模式：



## 概 要

### 行業及市場地位

二零一二年至二零一六年，全球服裝零售市場的零售額以3.9%的複合年均增長率穩步增長，二零一六年總額達13,231億美元。預計二零一六年至二零二一年全球服裝零售市場的複合年均增長率將提高至4.6%，到二零二一年估計零售額達16,595億美元，主要由消費升級及平均售價上升(特別是在發展中國家)。

成衣製造行業高度分散，行業內存在大量規模不一的製造商。二零一六年，於全球按產量計，我們為行業內第一大公司，市場份額約為0.4%；及按產值計，本集團為第二大公司，市場份額約為0.3%。於亞洲按產量計，我們亦為行業內第一大公司，市場份額約為0.6%；按產值計，我們為第二大公司，市場份額約為0.7%。

我們在亞洲牛仔褲製造商中享有領先地位，在二零一六年這一特定品類下按產量及產值計均為第一大公司。我們在休閒服方面亦具有強大競爭力，於二零一六年按產量及產值計分別為第二大公司及第三大公司。在貼身內衣方面，於二零一六年按產量及產值計我們均為第二大公司，而在毛衣方面，於二零一六年按產量及產值計亦為第三大公司及第四大公司。

### 產品

我們的產品分為五個類別，即休閒服、牛仔服、貼身內衣、毛衣以及運動服及戶外服。下表載列我們於往績記錄期按產品類別劃分的收益明細(以絕對金額及佔我們收益的百分比表示)。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一四年		二零一五年		二零一六年	
	千美元	(%)	千美元	(%)	千美元	(%)
休閒服.....	785,436	46.2%	736,650	43.6%	748,488	42.4%
牛仔服.....	331,725	19.5%	427,068	25.3%	484,152	27.5%
貼身內衣.....	244,690	14.4%	240,247	14.2%	294,209	16.7%
毛衣.....	332,606	19.5%	272,008	16.1%	223,131	12.7%
運動服及戶外服 <sup>(1)</sup> .....	—	—	—	—	—	—
其他 <sup>(2)</sup> .....	6,257	0.4%	12,485	0.8%	13,412	0.7%
總收益.....	<u>1,700,714</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,688,458</u>	<u>100.0%</u>	<u>1,763,392</u>	<u>100.0%</u>

## 概 要

附註：

- (1) 於二零一六年十二月三十日，我們通過收購Vista的方式正式推出運動服及戶外服。鑒於收購日期，此項收購於二零一六年對我們的收益並無重大影響。
- (2) 包括倉庫服務收入及餘貨銷售收入。

### 客戶

我們的客戶主要包括位於多個市場的全球領先品牌服裝公司。截至最後實際可行日期，我們服務30多名客戶並覆蓋超過55個品牌。我們的客戶對產品設計、優質生產、加速上架與可靠交付有嚴格要求。多年來，我們有能力不斷滿足客戶對優良品質以及嚴格要求，甚至有所超越，這讓我們得以與彼等建立及保持良好的關係，同時吸引更多的全球領先品牌服裝公司。

我們大部份客戶為客戶基礎雄厚的國際知名品牌服裝公司。下列清單載列我們各產品類別的主要客戶：

- 休閒服：Fast Retailing (UNIQLO、GU)、H&M、Marks & Spencer、Abercrombie & Fitch及Gap；
- 牛仔服：Gap、Levi's、Target、Abercrombie & Fitch、VF (Lee)及H&M；
- 貼身內衣：L Brands (Victoria's Secret、PINK)、Marks & Spencer、Fast Retailing (UNIQLO、GU)及H&M；
- 毛衣：Fast Retailing (UNIQLO、GU)、Marks & Spencer、Gap及Abercrombie & Fitch；及
- 運動服及戶外服：Under Armour、VF (The North Face)及Puma。

### 研發能力

我們共創業務模式的重要組成部分為我們的研發能力。截至二零一六年十二月三十一日，我們擁有一支逾800名僱員的團隊，專門從事產品開發與技術提升。我們從多個知識領域挑選人員，從純設計到布料、服裝結構與式樣的技术專家不等。除擁有學術成果外，我們的核心研發團隊亦包括來自不同學科、具有實際親身經驗的專家。我們發現這種教育背景與實踐能力的組合對我們持續開發卓越產品尤為重要。

## 概 要

### 跨國生產平台

我們目前有20間分佈在五個國家的自營生產設施。我們就休閒服、牛仔服、貼身內衣及毛衣產品在中國經營六座總建築面積為484,777平方米的生產設施；就休閒服、貼身內衣、毛衣、運動服及戶外服產品在越南經營四座總建築面積為419,685平方米的生產設施；就休閒服、牛仔服、貼身內衣、運動服及戶外服產品在柬埔寨經營四座總建築面積為161,653平方米的生產設施；就休閒服、貼身內衣產品在孟加拉國經營四座總建築面積為105,456平方米的生產設施；及就休閒服及貼身內衣產品在斯里蘭卡經營兩座總建築面積為83,718平方米的生產設施。

### 競爭優勢

- 擁有高度多元化產品組合的卓越全球服裝製造商
- 高度差異化和增值性推動的共創業務模式
- 與世界領先服裝品牌的戰略夥伴關係
- 由高效製造及供應鏈管理支持的多國製造平台
- 整合新業務的往績
- 真誠專注於可持續發展
- 專注於人力資本的富有遠見、經驗豐富的專責管理團隊

### 發展策略

- 繼續專注於共創業務模式，提升我們的增長及盈利能力
- 進一步鞏固現有產品類別以及新產品類別
- 繼續專注於擴展至運動服及戶外服類別
- 超越國界擴充生產設施，把握根本及整合增長
- 通過擴展至布料生產進行上游垂直擴充，獲取進一步價值
- 專注及投身於人力資本建設、可持續發展及環境保護

## 概 要

### 綜合財務資料概要

以下為摘錄自本文件附錄一所載會計師報告我們於二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日及截至該等日期止年度的綜合財務資料概要。以下概要應與附錄一綜合財務資料一併閱讀。

### 綜合損益表概要

下表概述我們於往績記錄期的綜合經營業績。以下過往業績並非預期於未來任何期間所錄得業績的指標。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
	千美元	千美元	千美元
收益 .....	1,700,714	1,688,458	1,763,392
銷售成本 .....	(1,413,701)	(1,396,778)	(1,407,730)
<b>毛利 .....</b>	<b>287,013</b>	<b>291,680</b>	<b>355,662</b>
其他收入 .....	23,581	5,127	20,844
銷售及分銷開支 .....	(42,009)	(33,416)	(32,076)
行政及其他開支 .....	(160,946)	(182,530)	(196,101)
銀行借款利息 .....	(5,895)	(5,537)	(4,853)
公平值變動虧損及出售持作買賣投資 .....	(4,555)	(1,357)	—
分佔聯營公司業績 .....	(218)	(431)	1,304
分佔合資企業業績 .....	(2)	—	—
終止確認合資企業的收益 .....	—	6,323	—
<b>除稅前溢利 .....</b>	<b>96,969</b>	<b>79,859</b>	<b>144,780</b>
所得稅開支 .....	(15,166)	(11,574)	(21,128)
<b>年內溢利 .....</b>	<b>81,803</b>	<b>68,285</b>	<b>123,652</b>

## 概 要

### 綜合資產負債表概要

下表載列我們截至所示日期的綜合資產負債表概要。

	截至十二月三十一日			截至
	二零一四年	二零一五年	二零一六年	二零一七年 二月二十八日
	千美元	千美元	千美元	千美元 (未經審核)
<b>資產</b>				
非流動資產 .....	433,647	493,104	696,246	699,857
流動資產 .....	798,446	580,760	658,677	694,814
<b>資產總值 .....</b>	<b><u>1,232,093</u></b>	<b><u>1,073,864</u></b>	<b><u>1,354,923</u></b>	<b><u>1,394,671</u></b>
<b>權益總額 .....</b>	<b><u>539,868</u></b>	<b><u>531,960</u></b>	<b><u>308,229</u></b>	<b><u>322,973</u></b>
<b>負債</b>				
非流動負債 .....	25,354	36,536	77,837	72,520
流動負債 .....	666,871	505,368	968,857	999,178
<b>負債總額 .....</b>	<b><u>692,225</u></b>	<b><u>541,904</u></b>	<b><u>1,046,694</u></b>	<b><u>1,071,698</u></b>
<b>流動資產淨值(負債淨額) .....</b>	<b><u>131,575</u></b>	<b><u>75,392</u></b>	<b><u>(310,180)</u></b>	<b><u>(304,364)</u></b>
<b>資產總值減流動負債 .....</b>	<b><u>565,222</u></b>	<b><u>568,496</u></b>	<b><u>386,066</u></b>	<b><u>395,493</u></b>

### 綜合現金流量表概要

下表載列我們於往績記錄期的綜合現金流量表概要。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
	千美元	千美元	千美元
經營活動所得現金淨額 .....	79,895	108,825	198,787
投資活動所用現金淨額 .....	(96,394)	(38,184)	(133,048)
融資活動所得(所用)現金淨額 .....	94,626	(150,724)	(35,092)
現金及現金等價物增加(減少)淨額 .....	78,127	(80,083)	30,647
年初現金及現金等價物 .....	123,504	196,462	114,723
匯率變動的影響 .....	(5,169)	(1,656)	(1,269)
<b>年終現金及現金等價物 .....</b>	<b><u>196,462</u></b>	<b><u>114,723</u></b>	<b><u>144,101</u></b>

## 概 要

### 主要財務比率

下表載列我們於所示年度或日期的若干主要財務比率：

	截至十二月三十一日止年度／於該日		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
<b>盈利能力：</b>			
毛利率.....	16.9%	17.3%	20.2%
純利率.....	4.8%	4.0%	7.0%
<b>回報率：</b>			
資產回報率 .....	6.6%	6.4%	9.1%
股本回報率 .....	15.2%	12.8%	40.1%
<b>流動資金：</b>			
淨債務股本比率 .....	17.3%	18.3%	106.4%
流動比率 .....	1.2	1.1	0.7
速動比率 .....	0.9	0.8	0.5

有關若干主要財務比率的釋義，請參閱「財務資料－主要財務比率」。

財務表現一定程度上受客戶向我們購買產品及服務的方式以及定價安排的相應變動的影響。於往績記錄期，作為其公司策略的一部分，一名英國客戶採用了不同購買模式（「英國客戶購買調整」），據此，如同本公司一樣的供應商不再就提供的當地設計及供應鏈服務（包括運輸、儲存、交付產品及內部倉儲服務）相關服務獲得報酬。儘管我們於往績記錄期繼續提供部分設計及供應鏈服務，以協助該客戶過渡至不同購買模式，我們策略性地減少或拒絕來自該客戶無利可圖或利潤較低的購買訂單，從而主動降低該客戶發起調整給我們帶來的不利影響。由於購買模式不同，往績記錄期內，售予該客戶產品的平均售價由二零一四年的6.0美元降低至二零一五年的4.5美元，並進一步降低至二零一六年的4.3美元；來自客戶的收益由二零一四年的294.0百萬美元降低至二零一五年的199.3百萬美元，並進一步降低至二零一六年的143.1百萬美元，因此影響來自該客戶的毛利。目前，英國客戶購買調整已經獲大範圍採用，該英國客戶的購買安排與我們其他客戶相若。鑒於其全球領導地位，我們將繼續以優化產品盈利能力為與該客戶的合作重心。

## 概 要

下表載列所示年度按產品類別劃分的銷量、平均售價、毛利及毛利率明細。

	截至十二月三十一日止年度											
	二零一四年				二零一五年				二零一六年			
	銷量	平均售價	毛利	毛利率	銷量	平均售價	毛利	毛利率	銷量	平均售價	毛利	毛利率
千件	美元	千美元	(%)	千件	美元	千美元	(%)	千件	美元	千美元	(%)	
休閒服.....	156,982	5.0	151,501	19.3%	159,665	4.6	146,291	19.9%	177,050	4.2	147,466	19.7%
牛仔服.....	39,710	8.4	46,541	14.0%	49,722	8.6	61,484	14.4%	55,877	8.7	85,585	17.7%
貼身內衣.....	73,143	3.3	43,274	17.7%	82,021	2.9	50,079	20.8%	90,111	3.3	59,889	20.4%
毛衣.....	35,997	9.2	39,609	11.9%	28,855	9.4	24,106	8.9%	25,037	8.9	53,182	23.8%
運動服及戶外服 <sup>(1)</sup> .....	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
其他 <sup>(2)</sup> .....	-	-	6,088	97.3%	-	-	9,720	77.9%	-	-	9,540	71.1%
<b>總計.....</b>	<b>305,832</b>	<b>5.5</b>	<b>287,013</b>	<b>16.9%</b>	<b>320,263</b>	<b>5.2</b>	<b>291,680</b>	<b>17.3%</b>	<b>348,075</b>	<b>5.0</b>	<b>355,662</b>	<b>20.2%</b>

附註：

- (1) 於二零一六年十二月三十日，我們透過收購 Vista 正式推出運動服及戶外服分部。鑒於收購事項的日期，此項收購於二零一六年對我們的收益並無重大影響。
- (2) 包括倉儲服務收入及餘貨銷售收入。

## 概 要

下表載列所示年度我們按產品類別劃分的銷量、平均售價、毛利及毛利率明細(單獨列示英國客戶購買調整的影響)。

	截至十二月三十一日止年度											
	二零一四年				二零一五年				二零一六年			
	銷量	平均售價	毛利	毛利率	銷量	平均售價	毛利	毛利率	銷量	平均售價	毛利	毛利率
	千件	美元	千美元	(%)	千件	美元	千美元	(%)	千件	美元	千美元	(%)
休閒服.....	136,958	4.7	121,060	19.0%	144,498	4.5	128,357	19.8%	167,425	4.2	139,886	20.0%
牛仔服.....	39,710	8.4	46,541	14.0%	49,722	8.6	61,484	14.4%	55,877	8.7	85,585	17.7%
貼身內衣.....	48,942	3.0	22,568	15.3%	56,482	2.8	34,436	21.5%	70,314	3.2	48,127	21.3%
毛衣.....	31,462	9.0	33,369	11.8%	25,456	9.4	20,219	8.4%	21,431	9.1	47,367	24.2%
運動服及戶外服 <sup>(1)</sup> .....	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
英國客戶.....	48,760	6.0	57,387	19.5%	44,105	4.5	37,464	18.8%	33,028	4.3	25,157	17.6%
其他 <sup>(2)</sup> .....	-	-	6,088	97.3%	-	-	9,720	77.9%	-	-	9,540	71.1%
<b>總額.....</b>	<b>305,832</b>	<b>5.5</b>	<b>287,013</b>	<b>16.9%</b>	<b>320,263</b>	<b>5.2</b>	<b>291,680</b>	<b>17.3%</b>	<b>348,075</b>	<b>5.0</b>	<b>355,662</b>	<b>20.2%</b>
<b>總計(英國客戶除外).....</b>	<b>257,072</b>	<b>5.4</b>			<b>276,158</b>	<b>5.3</b>			<b>315,047</b>	<b>5.1</b>		

附註：

- (1) 於二零一六年十二月三十日，我們透過收購 Vista 正式推出運動服及戶外服分部。鑒於收購事項的日期，此項收購於二零一六年對我們的收益並無重大影響。
- (2) 包括倉儲服務收入及餘貨銷售收入。

我們的收益由二零一四年至二零一五年減少 0.7%，主要是由於與一名英國客戶的購買模式出現調整。我們的收益由二零一五年至二零一六年增加 4.4%，主要是由於我們的共創能力，令來自現有客戶的休閒服、牛仔服及貼身內衣銷售訂單增多。我們的毛利由二零一四年至二零一五年增加 1.6%。我們的整體毛利率由二零一四年的 16.9% 增至二零一五年的 17.3%，主要是由於牛仔服及貼身內衣產品的利潤率增長，而部分被毛衣產品的利潤率下降所抵銷。我們的毛利由二零一五年至二零一六年增加 21.9%。我們的整體毛利率由二零一五年的 17.3% 增至二零一六年的 20.2%，主要是由於(i)我們的共創業務模式使得利潤率較高的產品(尤其是所提供的增值服務)的貢獻增加；(ii)規模經濟令銷售成本佔收益的比例降低以及生產從中國遷移至勞工及生產成本較低的地區及生產效率提高；及(iii)我們的客戶及產品組合優化，專注於利潤更高的訂單。

## 概 要

### 股權架構

緊隨重整面值發行及[編纂]完成後(假設[編纂]並無獲行使)，羅先生及羅太太將透過CGL間接擁有本公司已發行股本的約[編纂]%(假設[編纂]並無獲行使)。因此，羅先生、羅太太及CGL將繼續為我們的控股股東。

我們於二零一六年十二月實施股份獎勵計劃A，據此，CGL向我們的八名高級管理層成員(包括三名執行董事)無償轉讓合共128股股份(即重整面值發行後的[編纂]股股份，佔我們經擴大已發行股本約[編纂]%(假設[編纂]未獲行使))。

我們亦已於二零一七年四月採納股份獎勵計劃B，其旨在獎勵我們的行政人員為本集團作出的貢獻。於[編纂]完成後，承授人將代表不超過200名行政人員持有[編纂]股股份(基於[編纂]範圍的中位數)，佔我們經擴大已發行股本約[編纂]%(假設[編纂]未獲行使)。股份獎勵計劃B的主要條款概述於「附錄四－法定及一般資料－D. 股份獎勵計劃－1. 股份獎勵計劃B」。

### 近期發展

我們於截至二零一七年二月二十八日止兩個月較二零一六年同期錄得穩定收益及溢利增長。

經審慎周詳考慮，董事確認，自二零一六年十二月三十一日以來直至本文件日期，我們的財務及貿易狀況或前景並無任何重大不利變動，自二零一六年十二月三十一日以來亦無任何事項可能對本文件附錄一所載經審核財務資料產生重大影響。

### 已產生及將產生的[編纂]開支

於往績記錄期，我們產生[編纂]開支約[編纂]百萬美元，於二零一六年綜合經營業績內確認為行政及其他開支。我們預計將於往績記錄期後產生額外[編纂]開支約[編纂]百萬美元，其中[編纂]百萬美元預計將於二零一七年確認為行政及其他開支，[編纂]百萬美元預計將直接於權益確認為扣減。董事不認為此等開支會對我們二零一七年的財務業績造成重大不利影響。

## 概 要

### [編纂]統計數字

[編纂]規模： 初步為本公司經擴大已發行股本的[編纂]%

[編纂]架構： 初步為[編纂]佔[編纂]%(可予調整)及[編纂]佔[編纂]%(可予調整及視乎[編纂]行使與否而定)

[編纂]： 最多為[編纂]項下初步可供[編纂]的[編纂]數目的[編纂]%

每股[編纂]： 每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元

	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
於[編纂]完成後本公司市值 <sup>(1)(2)</sup> .....	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值 <sup>(3)</sup> .....	[編纂]港元	[編纂]港元

#### 附註：

- (1) 表格的所有統計數據乃基於假設[編纂]未獲行使計算得出。
- (2) 市值乃根據預期緊隨重整面值發行及[編纂]完成後已發行及發行在外的[編纂]股股份。
- (3) 未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值乃於作出本文件附錄二「未經審計備考財務資料」所述調整及基於緊隨重整面值發行及[編纂]完成後已發行及發行在外的[編纂]股股份(不計及根據股份獎勵計劃B可能授出的任何獎勵股份)計算。

## 概 要

### 未來計劃及 [ 編纂 ]

假設 [ 編纂 ] 並無獲行使，經扣除與 [ 編纂 ] 有關的承銷費及佣金以及其他估計開支，我們估計我們將收取的 [ 編纂 ] 所得款項淨額 (假設 [ 編纂 ] 為每股 [ 編纂 ] [ 編纂 ] 港元 (即本文件所述 [ 編纂 ] 範圍的中位數)) 將約為 [ 編纂 ] 百萬港元。我們擬將 [ 編纂 ] 所得款項淨額用於下列用途：

- 約 [ 編纂 ] 百萬港元 (估計所得款項總淨額約 [ 編纂 ] %) 擬用於撥付與擴充產能有關的資本開支；
- 約 [ 編纂 ] 百萬港元 (估計所得款項總淨額約 [ 編纂 ] %) 擬用於在亞洲進行上游垂直擴充至布料生產；
- 約 [ 編纂 ] 百萬港元 (估計所得款項總淨額約 [ 編纂 ] %) 擬用於償還我們的部分債務；及
- 約 [ 編纂 ] 百萬港元 (估計所得款項總淨額約 [ 編纂 ] %) 擬用於我們的營運資金及一般公司用途。

有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及所得款項用途」一節，有關資料關於我們的未來計劃及 [ 編纂 ] 所得款項用途，包括倘 [ 編纂 ] 定為高於或低於估計 [ 編纂 ] 範圍的中位數，所得款項用途的分配將作出的調整。

### 股息及股息政策

我們可以現金或董事會認為適當的其他方式分派股息。任何建議股息分派均由董事會酌情決定並由股東批准。董事會可基於我們的經營業績、財務狀況、經營需要、資金需要、股東利益及董事會認為相關的任何其他條件，於日後建議分派股息。根據公司法及其他適用法律法規，我們目前的目標是於任何特定年度向我們的股東分配不少於 30% 的可分派溢利。我們無法保證將能於任何年度分派股息或分派以上金額或任何金額的股息。股息的宣派及派付亦可能受法律限制以及本公司與我們的附屬公司已訂立或日後可能訂立的貸款或其他協議限制。於往績記錄期，我們分別宣派股息 19.8 百萬美元、77.8 百萬美元及 349.2 百萬美元。於往績記錄期宣派的所有股息均已悉數結清。

## 概 要

---

### 風險因素

我們的經營及[編纂]涉及若干風險，其中許多風險均非我們所能控制。該等風險可分為下列類別：(i)與我們行業及業務有關的風險、(ii)與在中國營運業務有關的風險、(iii)與在中國以外的國家經營業務有關的風險及(iv)與[編纂]有關的風險。例如，我們的大部分業務來自有限的主要客戶。我們對彼等的銷售減少可能對我們的業務、前景、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。此外，我們的客戶未有向我們作出長期採購的承諾，以致我們面對不明朗因素及可能導致不同期間的收益波動。所涉及的全部風險因素的詳細討論載於「風險因素」，閣下決定投資於[編纂]前，應仔細閱讀整節內容。