

概 要

本概要旨在向閣下提供本[編纂]所載資料的概覽。由於此節僅為概要，故並無載列可能對閣下而言屬重要的全部資料。閣下在決定投資於[編纂]前，務請閱畢整份文件。有關投資於[編纂]的部分特定風險載於本[編纂]「風險因素」一節。閣下在決定投資於[編纂]前務請細閱該節。

概覽

我們是香港、澳門及中國領先的綜合B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商，建立具規模的食品業務。我們始創於1932年，當時是一間提供咖啡烘焙及咖啡及紅茶貿易的商店，至今已具85年的悠久歷史。自此，我們現已在香港、澳門及中國發展為備受信賴的品牌，為商業客戶提供一站式咖啡及紅茶餐飲策劃服務，涵蓋整個咖啡及紅茶採購、加工及分銷價值鏈，且具有港式奶茶的專業知識。我們已在中國建立穩定的餐飲策劃服務業務，誠如我們截至2017年12月31日止年度的財務業績所反映，我們認為其增長潛力良好。為向客戶提供更佳服務，我們已擴大業務範圍，於2013年在香港及中國開始急凍肉類業務，並於2015年在香港及於2016年在中國開始急凍預製食品業務。

我們的客戶群穩定、多元化，包括中國及香港的麥當勞專營店、吉野家、7-11、大家樂、大快活、翠華、太興及意粉屋。我們與客戶共同在區內服務各年齡層的終端消費者，成功迎合消費者口味的轉變。與此同時，我們推出了我們認為是有助於提升香港咖啡及紅茶文化的各種措施，包括自2003年起在香港向連鎖快餐店及茶餐廳提供咖啡產品連同免租咖啡機，以提供新鮮炒磨咖啡及特濃咖啡。我們將根據有關定價安排出租咖啡機的收入記入銷售貨品收入內，於業績記錄期內，該等套裝銷售安排的租金收入對本集團的收入而言並不重大，而我們只會在客戶的咖啡豆採購額達到相關定價安排項下的最低金額時，才會豁免咖啡機租金。我們深信，該等措施不僅提升消費體驗，同時亦加強我們品牌在客戶及／或其終端用戶間的知名度，從而加強業務增長及市場領導地位。有關收入確認政策的進一步詳情，請參閱本[編纂]「財務資料 — 綜合損益及其他全面收益表若干組成部分的描述」及附錄一所載的會計師報告。

根據弗若斯特沙利文的資料，以B2B收入計，2016年我們是香港最大的B2B咖啡及紅茶策劃服務供應商，市場份額達24.5%；以B2B收入計，2016年我們亦分別是澳門及中國第三及第四大的B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商，市場份額分別為9.9%及1.2%。此外，以重量計，2016年我們是香港最大的斯里蘭卡茶進口商及中國第三大的斯里蘭卡茶進口商。於2017年，我們出售的咖啡可製作成每年253.3百萬至337.7百萬杯咖啡及每日介乎693,800至925,100杯咖啡（假設以9至12克咖啡生產一杯咖啡），而我們售出的茶可製作成每年302.4百萬至403.2百萬杯奶茶及每日介乎828,500至1,104,600杯奶茶（假設以9至12克茶生產一杯奶茶）。

作為備受客戶信賴的咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商，我們倍感自豪。我們深信，我們的成功之道在於積極了解客戶所需，調整我們的業務以迎合彼等的需求，並利用深厚的行業知識迅速制定具經濟效益的餐飲策劃服務。尤其是，為協助客戶達致目標，我們借助知名供

概 要

應商成熟的網絡，取得全面的優質材料組合。在產品執行階段，我們的烘焙及拼配經驗豐富，依仗我們的自動化生產系統，大量生產並度身提供安全可靠的訂製產品。我們具備同時生產包裝批發及／或分裝零售等不同產品的能力，滿足多元客戶群的需求。此外，為確保我們提供的咖啡及紅茶餐飲策劃服務可貫徹實行並達致理想效果，我們不僅協助客戶定制產品，亦提供基本咖啡設備及設計準備技術詳情。

我們多元化的客戶群為我們提供多渠道配送網絡，於2016年可接觸香港約60%的食店，當中分別包括最多約77.6%、70.3%及78.7%的快餐店、茶餐廳及咖啡店市場覆蓋。由於每天有大量客戶購買我們提供的產品，我們堅持食品安全，保持服務質量。我們的質量控制過程嚴格，從向具備國際認可質量證書的供應商採購到在香港及中國的營運均嚴格按照HACCP、ISO 9001:2008、ISO 14001:2004及ISO 22000:2005等國際認可標準進行。我們亦已安裝自動化數碼系統，監測並即時記錄生產數據，確保可全面追蹤每包產品。我們維持食品安全的努力深受以嚴格執行質量標準見稱的中國及香港麥當勞專營店等領先的餐飲服務供應商認可。

我們擴大業務範圍，向B2B客戶供應食品，在2013年開始在香港及中國進行急凍肉類產品業務，並分別在2015年及2016年在香港及中國開始進行急凍預製食品業務。進一步詳情請參閱本節「—餐飲策劃服務及食品業務」。未來，我們的目標是為客戶提供急凍肉類及急凍預製食品，並將該等產品融入至客戶的中央廚房。此外，我們於2017年7月與具領先地位的食品供應商NH Foods(其業務遍佈19個國家及地區約90個地點)訂立策略合作協議，以共同開發香港、澳門及中國的食品市場。我們相信，我們的市場知識及成熟的客戶群，加上NH Foods在食品行業的專業知識、經驗及資源，可以加強我們的產品組合，為我們發展香港、澳門及中國的目標市場奠下穩建基礎，包括滿足我們的快餐市場B2B客戶對度身訂製產品的需求。

我們於2001年12月在新交所上市，並於2013年10月3日除牌。董事認為香港是合適的上市地，原因是彼等相信在香港上市不但有助把握未來的集資機會，可望帶動股份的交易流通性和估值上升，更可在品牌及提升公司形象方面為本集團締造更佳的協同效益。有關於新交所除牌的進一步詳情，請參閱本[編纂]「歷史、發展及公司架構 — 於新交所除牌」。有關於香港上市的原因的進一步詳情，請參閱本[編纂]「歷史、發展及公司架構 — 申請在香港聯交所上市」。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，餐飲策劃服務業務所得收入分別為634.7百萬港元、639.2百萬港元及711.3百萬港元，佔同期總收入分別約75.7%、75.2%及74.5%。此外，我們銷售食品，包括急凍肉類及急凍預製食品。截至2015年、2016年及2017

概 要

年12月31日止年度，食品業務所得收入分別為203.4百萬港元、210.5百萬港元及243.3百萬港元，佔同期總收入24.3%、24.8%及25.5%。

餐飲策劃服務及食品業務

我們向商業客戶提供涵蓋市場分析、特飲開發、採購、生產、市場推廣及售後服務(其包括定期顧客培訓及設備維修)的一站式服務。該等服務透過我們五個營運模塊提供，包括(i)餐飲管理及特飲開發；(ii)強大的全球採購網絡；(iii)自動化的產品執行；(iv)為多元化客戶而設的精密配送系統；及(v)全面的客戶服務。進一步詳情請參閱本[編纂]「業務 — 我們的品牌／理念 — 餐飲策劃服務業務模式」一節。

我們於2013年透過浩新收購一間香港急凍肉類供應商的業務及資產進軍急凍肉類市場。詳情請參閱本[編纂]「歷史、發展及公司架構 — 我們的公司發展 — (a)TWIC的主要附屬公司 — 浩新」一節。我們擁有穩定的急凍肉類客戶群，彼等與我們平均有超過四年的業務關係。我們相信該等已確立的關係乃建基於我們緊隨市場發展及向供應予連鎖快餐店及茶餐廳的批發商提供具成本競爭力的急凍肉類產品的努力上。此外，作為橫向擴張業務一部分，我們自2015年開始買賣及銷售知名品牌的急凍預製食品，並於2016年於代工生產安排項下進一步推出我們的急凍預製食品品牌「Papa Chef」，以把握急凍預製食品市場的增長機會。有關代工生產承包商的進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務 — 代工生產承包商」一節。展望將來，我們計劃向客戶提供急凍肉類及急凍預製食品，並將該等產品融入至客戶的中央廚房。有關我們的品牌／理念的進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務 — 我們的品牌／理念」一節。

於2017年3月，巴西揭發一項黑心肉事件。雖然我們有從巴西採購部分急凍肉類產品，但我們的供應商並非受政府當局禁止的巴西廠房之列，我們的業務因而並無直接受該事故的影響。有關巴西黑心肉事件的影響的進一步詳情，請參閱本[編纂]「風險因素 — 與我們業務有關的風險 — 與我們的原材料、產品、營運或整個餐飲及急凍肉類及急凍預製食品行業有關的健康或食品安全問題或任何負面宣傳及媒體報導，可能對我們的業務、聲譽及產品銷售能力造成重大不利影響。」。

生產

我們於香港及中國東莞的自家生產設施加工(i)烘焙及炒磨咖啡產品；(ii)拼配茶產品；及(iii)即溶系列咖啡、茶及鴛鴦(即咖啡混合奶茶的飲品)產品(統稱「即溶系列餐飲」產品)。我們的奶類及急凍預製食品乃由泰國、立陶宛及中國的承包製造商根據代工生產安排生產。我們不會生產肉類產品，並僅進口及直接向批發商轉售該等產品。有關我們生產及代工生產安排的進一步詳情，請參閱本[編纂]的「業務 — 生產」及「業務 — 代工生產承包商」各節。

概 要

客戶

多年來，我們建立了一個穩定和多元化的客戶群，其包括滿足大眾市場需求的跨國連鎖快餐店及知名茶餐廳，以及需要專門產品以滿足小眾市場口味的高級酒店、航空公司和主題公園。我們在向主要客戶進行供應方面平均有十年以上經驗。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們向五大客戶的銷售總額分別佔同期總收入25.7%、25.3%及24.3%，而同期向最大客戶的銷售額分別佔總收入約15.0%、14.1%及12.8%。於最近的切實可行日期，我們與業績記錄期的五大客戶的關係介乎七年至超過十年。有關客戶的進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務—客戶」一節。

下表載列於所示期間自直接銷售及分銷商產生的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2015年		2016年		2017年	
	(千港元)	佔總數 百分比	(千港元)	佔總數 百分比	(千港元)	佔總數 百分比
餐飲策劃服務	634,723	75.7%	639,175	75.2%	711,349	74.5%
— 直接銷售	574,380	68.5%	575,292	67.7%	631,821	66.2%
— 分銷商	60,343	7.2%	63,883	7.5%	79,528	8.3%
食品	203,429	24.3%	210,545	24.8%	243,261	25.5%
— 直接銷售	203,429	24.3%	210,545	24.8%	243,261	25.5%
總計	838,152	100%	849,720	100%	954,610	100%

銷售及市場推廣

我們的銷售及市場推廣團隊主要負責規劃和執行市場推廣策略，包括產品管理、產品開發、市場研究、企業關係和市場推廣活動，如指導廣告代理商製作媒體廣告策劃、協調銷售促銷活動和組織展覽。為了支持我們的業務發展，我們運用市場資訊系統QlikView Business Discovery平台(或QlikView)，在我們現有的香港客戶群中識別新商機。我們應用該系統，以分析自客戶所得的銷售數據(包括數量、產品類型和訂單頻率)。通過該系統，我們根據銷售趨勢和業務營運的個別和行業分析，物色新的交叉銷售機會，並修改提供予現有客戶的產品。有關銷售及市場推廣的進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務—銷售及市場推廣」一節。

概 要

交付及物流

我們運用內部交付能力及第三方物流供應商以確保能有效交付產品。我們完善的物流系統，為香港廣大客戶提供24小時內配送的能力。於業績記錄期及直至最近的切實可行日期，我們在交付產品時並無遇上任何重大延誤，而我們相信使用內部物流團隊及第三方物流服務供應商將確保充足的運輸能力以供我們未來擴展之用。有關交付及物流的進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務—交付及物流」一節。

採購原材料及供應商

我們擁有穩定的採購網絡，其包括多家與我們已建立十年以上關係的全球知名主要供應商。透過該等供應商，我們能夠在指定交付時間內以具競爭力的價格取得來自各氣候區的各地的優質原材料。此外，透過與主要供應商的緊密合作及恆常溝通，我們相信我們能夠更好地預測原材料價格變動並管理採購成本。因此，該項增值服務有助客戶及我們更有效地管理與原材料價格變動有關的財務風險。我們將透過聘任更多獲全球認可的供應商及深化我們與現有供應渠道的關係，繼續加強我們供應網絡的廣度及深度。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們向五大供應商的採購合共佔同期總銷售成本分別約44.3%、43.2%及44.3%，而我們向最大供應商的採購分別佔同期總銷售成本約24.5%、22.5%及22.8%。有關採購原材料及供應商的進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務—採購原材料及供應商」一節。

質量管理

作為餐飲供應商，我們主要專注確保產品安全及高質量。在整個生產過程的採購、生產、儲存及分銷階段中，我們在各方面實施及維持嚴謹的質量控制，以確保產品的安全及質量。我們在質量控制及衛生維持國際認可的水準，以確保我們的生產設施只會產出優質產品。此外，我們安裝自動化數碼系統，以確保可追蹤每包產品及盡量減低線下的人手操作。

我們在生產設施採納HACCP程序。我們的咖啡及紅茶相關產品的生產自2006年12月起在香港獲香港通用檢測認證有限公司，以及自2011年11月起在中國獲中國質量認證中心頒發HACCP證書。此外，我們的咖啡及紅茶生產分別自2006年及2011年起在香港及中國榮獲

概 要

ISO 9001：2008，自2008年起在香港及自2011年起在中國榮獲ISO 22000：2005。有關質量管理的進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務—質量管理」一節。

競爭優勢

- 我們是一家具85年悠久歷史、在香港、澳門及中國領先且備受信賴的綜合B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商。
- 我們具備強大的飲品客製能力及全球採購網絡支持的食品業務。
- 多渠道配送網絡支持穩定多元化的客戶群，足證我們把握新市場的能力。
- 先進的質量控制及數據分析系統的整合提升了良好業績記錄，亦促進了業務發展。
- 我們擁有饒富經驗及極具才幹的管理團隊，配合寶貴的訣竅，全面採用現代化管理系統。

業務策略

- 進一步加強在香港綜合B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務市場的領導地位，深化滲透中國市場，擴展在東南亞的業務，提升品牌知名度及認知度。
- 繼續加強急凍肉類及急凍預製食品業務、並擴展產品組合。
- 繼續加強採購能力及優化甄選供應商的過程。
- 務求提升生產設施，進一步增加產能。

概 要

財務資料概要

下表載列截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度的本集團選定綜合財務資料概要，乃摘錄自本[編纂]附錄一所載的會計師報告，並應與本[編纂]附錄一會計師報告所載的財務資料(包括有關附註)一併閱讀：

綜合損益表概要：

	截至12月31日止年度		
	2015年 (千港元)	2016年 (千港元)	2017年 (千港元)
持續經營業務			
收入	838,152	849,720	954,610
銷售成本	<u>(591,748)</u>	<u>(575,626)</u>	<u>(664,996)</u>
毛利	246,404	274,094	289,614
其他收入及收益淨額	17,277	17,061	3,998
銷售及分銷開支	(97,480)	(108,890)	(112,245)
行政開支	(89,896)	(86,774)	(109,743)
其他開支淨額	(12,000)	(9,844)	(3,325)
融資成本	<u>(4,875)</u>	<u>(4,006)</u>	<u>(4,126)</u>
持續經營業務除稅前溢利	59,430	81,641	64,173
所得稅開支	<u>(12,843)</u>	<u>(17,401)</u>	<u>(15,799)</u>
持續經營業務年度溢利	46,587	64,240	48,374
已終止經營業務			
已終止經營業務年度(虧損)/溢利	<u>(7,131)</u>	<u>1,463</u>	<u>—</u>
年度溢利	<u>39,456</u>	<u>65,703</u>	<u>48,374</u>

我們的其他收入及收益淨額於2015年及2016年分別為17.3百萬港元及17.1百萬港元，主要反映我們於2015年因產品質量問題向一家奶供應商收取及於2015年和2016年因一宗商標訴訟和解成功而收取的一次性賠償。進一步詳情請參閱本[編纂]「財務資料 — 綜合損益及其他全面收益表若干組成部分的描述 — 其他收入及收益淨額」一節。

概 要

我們的純利由2016年的65.7百萬港元減少至2017年的48.4百萬港元，主要是就[編纂]產生的顧問及專業費用以及年內其他收入及收益減少所致。

我們於所示日期的主要綜合資產負債表項目：

	於12月31日		
	2015年 (千港元)	2016年 (千港元)	2017年 (千港元)
非流動資產	181,111	151,451	147,473
流動資產	383,567	439,913	433,988
流動負債	235,877	245,784	291,960
流動資產淨值	147,690	194,129	142,028
非流動負債	64,697	48,282	57,441
資產淨值	264,104	297,298	232,060
權益			
母公司擁有人應佔權益	247,366	279,253	214,169
非控股權益	16,738	18,045	17,891
權益總額	<u>264,104</u>	<u>297,298</u>	<u>232,060</u>

我們於所示期間的綜合現金流量：

	截至12月31日止年度		
	2015年 (千港元)	2016年 (千港元)	2017年 (千港元)
經營活動所得現金流量淨額	82,693	118,694	26,768
投資活動所用現金流量淨額	(19,952)	(111,971)	(26,572)
融資活動所用現金流量淨額	<u>(88,168)</u>	<u>(17,663)</u>	<u>(3,689)</u>
現金及現金等價物減少淨額	(25,427)	(10,940)	(3,493)
年初現金及現金等價物	86,864	59,924	48,100
外匯匯率變動的影響淨額	<u>(1,513)</u>	<u>(884)</u>	<u>1,006</u>
年末現金及現金等價物	<u>59,924</u>	<u>48,100</u>	<u>45,613</u>

經營活動所得現金淨額由2016年的118.7百萬港元減少至2017年的26.8百萬港元，主要原因為(i)就[編纂]產生顧問及專業費用，導致2017年的除稅前溢利減少；(ii)2017年存貨增加，原因是(A)預期價格上漲，因而存放更多茶產品的原材料；(B)增加速溶產品的原材料，

概 要

以滿足主要客戶的銷售需求；及(C)食品存貨增加，以使產品種類更多元化；及(iii) 2017年的貿易應收款項增加，主要是我們的業務規模增長所致。

我們於所示期間及日期的主要財務比率：

	截至12月31日止年度		
	2015年	2016年	2017年
流動比率	1.6	1.8	1.5
速動比率	0.9	1.2	0.8
資本負債比率 ⁽¹⁾	70.7%	62.3%	89.4%
權益回報	16.7%	23.3%	21.5%
資產回報	7.0%	11.1%	8.3%
純利率 — 連同已終止經營業務虧損／			
溢利	4.7%	7.7%	5.1%
純利率 — 持續經營業務	5.6%	7.6%	5.1%
淨債務權益比率	46.5%	45.0%	68.1%

附註：

(1) 資本負債比率相等於債務總額除以母公司擁有人應佔權益。債務總額指計息銀行借款。

資本負債比率由截至2016年12月31日的62.3%增加至截至2017年12月31日的89.4%，主要由於增加計息銀行借款總額以作營運資金用途，以及派付股息造成儲備減少，導致母公司擁有人應佔權益總額減少。有關主要財務比率的進一步詳情，請參閱本[編纂]「財務資料 — 財務比率」一節。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

下表載列於所示期間按產品類別劃分的收入、毛利及毛利率明細：

	2015年				截至12月31日止年度 2016年				2017年			
	收入 (千港元)	佔總額 百分比	毛利 (千港元)	毛利率	收入 (千港元)	佔總額 百分比	毛利 (千港元)	毛利率	收入 (千港元)	佔總額 百分比	毛利 (千港元)	毛利率
餐飲策劃服務	634,723	75.7%	237,613	37.4%	639,175	75.2%	259,821	40.6%	711,349	74.5%	264,334	37.2%
— 咖啡	194,654	23.2%	87,967	45.2%	189,676	22.3%	93,252	49.2%	198,033	20.7%	87,588	44.2%
— 茶	188,738	22.5%	92,648	49.1%	190,962	22.5%	94,043	49.2%	228,676	24.0%	99,539	43.5%
— 奶	80,082	9.6%	12,308	15.4%	92,547	10.9%	27,055	29.2%	97,009	10.2%	24,082	24.8%
— 其他												
— 雜貨及其他 ⁽¹⁾	85,894	10.2%	16,591	19.3%	81,338	9.6%	15,909	19.6%	87,669	9.2%	18,235	20.8%
— 快速消費品(即溶系 列餐飲產品)及速溶 混合飲料 ⁽²⁾	49,504	5.9%	16,340	33.0%	48,339	5.7%	15,984	33.1%	54,476	5.7%	18,845	34.6%
— Monin產品	24,826	3.0%	8,495	34.2%	26,062	3.1%	9,598	36.8%	28,418	3.0%	10,647	37.5%
— 咖啡機及茶機	11,025	1.3%	3,264	29.6%	10,251	1.1%	3,980	38.8%	17,068	1.7%	5,398	31.6%
食品	203,429	24.3%	8,791	4.3%	210,545	24.8%	14,273	6.8%	243,261	25.5%	25,280	10.4%
— 急凍肉類	201,909	24.1%	8,497	4.2%	202,211	23.8%	12,916	6.4%	226,579	23.7%	21,124	9.3%
— 急凍預製食品	1,520	0.2%	294	19.3%	8,334	1.0%	1,357	16.3%	16,682	1.8%	4,156	24.9%
合計	838,152	100%	246,404	29.4%	849,720	100%	274,094	32.3%	954,610	100%	289,614	30.3%

附註：

1. 雜貨及其他銷售主要包括立頓黃牌茶包的銷售。
2. 我們的零售銷售相等於我們的快速消費品的銷售，於截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度分別約為10.0百萬港元、10.3百萬港元及10.5百萬港元。

下表載列於所示期間我們按業務分部及地區銷售劃分的收入、毛利及毛利率明細：

	2015年				截至12月31日止年度 2016年				2017年			
	收入 (千港元)	佔總額 百分比	毛利 (千港元)	毛利率	收入 (千港元)	佔總額 百分比	毛利 (千港元)	毛利率	收入 (千港元)	佔總額 百分比	毛利 (千港元)	毛利率
餐飲策劃服務	634,723	75.7%	237,613	37.4%	639,175	75.2%	259,821	40.6%	711,349	74.5%	264,334	37.2%
— 香港	418,048	49.9%	168,628	40.3%	422,548	49.7%	179,504	42.5%	458,610	48.0%	182,623	39.8%
— 中國	196,771	23.5%	60,251	30.6%	199,822	23.5%	73,269	36.7%	234,387	24.6%	74,423	31.8%
— 澳門	12,067	1.4%	4,917	40.7%	11,387	1.3%	4,309	37.8%	11,153	1.2%	4,039	36.2%
— 其他 ⁽¹⁾	7,837	0.9%	3,817	48.7%	5,418	0.7%	2,739	50.6%	7,199	0.7%	3,249	45.1%
食品	203,429	24.3%	8,791	4.3%	210,545	24.8%	14,273	6.8%	243,261	25.5%	25,280	10.4%
— 香港	194,670	23.2%	9,032	4.6%	206,072	24.3%	14,305	6.9%	238,743	25.0%	24,341	10.2%
— 中國	8,759	1.1%	(241)	-2.8%	4,473	0.5%	(32)	-0.7%	4,518	0.5%	939	20.8%
合計	838,152	100%	246,404	29.4%	849,720	100%	274,094	32.3%	954,610	100%	289,614	30.3%

附註：

1. 其他主要包括售往澳洲、加拿大、馬來西亞、菲律賓及台灣。

概 要

毛利率由2016年的32.3%減少至2017年的30.3%，主要原因是咖啡豆、加工茶葉及奶的平均採購價格上升。詳情請參閱本[編纂]「財務資料 — 綜合損益及其他全面收益表若干組成部分的描述 — 毛利及毛利率」一節。

下表載列於所示期間按產品類別劃分的平均售價及銷量：

	截至12月31日止年度					
	2015年	數量 (千)	2016年	數量 (千)	2017年	數量 (千)
	平均售價 (港元)		平均售價 (港元)		平均售價 (港元)	
餐飲策劃服務						
— 咖啡(磅)	30.4	6,404	29.4	6,450	29.6	6,700
— 茶(磅)	27.2	6,930	27.2	7,017	28.6	8,000
— 奶(箱)	275.5	291	269.5	343	262.4	370
食品						
— 急凍肉類(千克)	31.7	6,374	28.9	6,987	32.6	6,957
— 急凍預製食品 (千克)	73.6	21	65.0	128	63.9	261

雖然自2015年至2017年，咖啡和牛奶的平均售價分別下跌2.6%及4.8%，我們的餐飲策劃服務分部的收入自2015年至2017年有所增長，主要由於咖啡、茶和牛奶產品的銷量增加。有關平均售價下跌的進一步詳情，請參閱本[編纂]「財務資料 — 綜合損益及其他全面收益表若干組成部分的描述 — 毛利及毛利率 — 餐飲策劃服務」一節。有關銷量上升的進一步詳情，請參閱本[編纂]「財務資料 — 綜合損益及其他全面收益表若干組成部分的描述 — 收入」。

使用率

於最近的切實可行日期，我們在香港及中國東莞各有一個生產設施。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們的香港咖啡產品生產設施的使用率分別為100%、104%及101%；而截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，東莞咖啡產品生產設施的使用率則分別為69%、70%及83%，普遍較低。這差異主要是由於：(i)我們在東莞設立的產能高於即時需要是為準備未來的擴展；及(ii)我們計劃逐步將香港的部分生產轉移至東

概 要

莞，此乃由於我們在香港的生產設施的使用率較高，而在香港的主要生產設施平均已使用逾十年。於2016年及2017年，中國的茶生產線使用率下降，主要是由於茶加工廠於2015年建成，並於2016年投入營運，導致2016年及2017年的產能上升。進一步詳情請參閱本[編纂]「業務 — 生產 — 生產設施」。

控股股東

緊隨[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使)，控股股東黃先生將透過Hero Valour間接持有我們的已發行股份約[編纂]%。我們的控股股東並無於與我們的業務競爭或可能競爭的業務中擁有任何直接或間接權益。為避免該等競爭，控股股東已各自以本公司為受益人訂立不競爭契據。有關控股股東的進一步詳情，請參閱本[編纂]「與控股股東的關係」一節。

[編纂]

[編纂]可優先認購最多[編纂]股[編纂](佔根據[編纂]初步提呈的[編纂]總數[編纂]%)。董事及我們任何附屬公司的董事及彼等各自的聯屬人士不得根據[編纂]申請[編纂]，亦不得以公眾人士身分在[編纂]中申請[編纂]。所有[編纂]可在[編纂]及[編纂]中申請[編纂]。進一步詳情請參閱本[編纂]「如何申請[編纂]」一節。

上市開支

我們於業績記錄期招致上市開支(不包括[編纂])[編纂]百萬港元，當中[編纂]百萬港元已確認為行政開支，而餘下部分將於上市後自股權中扣除。假設[編纂]為[編纂]港元(即本[編纂]所列[編纂]範圍的中位數)，我們預期將進一步招致[編纂]百萬港元的上市開支(包括[編纂])，當中[編纂]百萬港元將於截至2018年12月31日止年度確認為行政開支，而餘下部分將於上市後自股權中扣除。就上市委聘專業人士所產生的上市開支及有關[編纂]新股份的[編纂]，將由本公司承擔，原因是就上市提供的一切專業服務都是為了獲得本公司上市地位所帶來的裨益和利益。本公司將不會在出售[編纂]中擁有任何權益，因此與之相關的任何[編纂]、費用及開支將由[編纂]承擔。

概 要

[編纂]統計數字

[編纂]數目 : [編纂]股股份(包括[編纂]股新股份及[編纂]股[編纂]，視乎[編纂]行使與否而定)

[編纂] : 最多為初步[編纂]的[編纂]%

每股股 : 每股股份[編纂]港元至[編纂]港元
份[編纂]

[編纂]結構 : [編纂][編纂]%及[編纂][編纂]%(可予重新分配及視乎[編纂]行使與否而定)

按[編纂][編纂]港元 按[編纂][編纂]港元

[編纂]	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
每股股份未經審核備考經調整有形資產淨值 ⁽¹⁾	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

⁽¹⁾ 有關所用假設及計算方法的進一步詳情請參閱本[編纂]「附錄二—未經審核備考財務資料」一節。

股息

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們分別宣派股息28.1百萬港元、23.3百萬港元及122.9百萬港元，而於截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，其中分別28.1百萬港元、13.0百萬港元及14.5百萬港元以現金償付，分別零、10.3百萬港元及108.4百萬港元則與給予最終控股公司的貸款或應收最終控股公司款項互相抵銷。我們亦於2018年1月宣派2017年度的末期股息合共10.0百萬港元，該等股息已以現金結付。我們可以現金或我們認為恰當的其他方式，分派不少於某一財政年度純利35%的股息。任何宣派及派付股息的決定均須經董事會酌情批准。此外，某一財政年度的任何末期股息均須經股東批准後始可作實。董事會將因應我們的經營業績、現金流量、財務狀況、股東權益、資本要求、整體業務狀況及策略、附屬公司向我們派付的現金股息及董事會在決定是否宣派及派付股息時可能視為相關的其他因素，不時檢討我們的股息政策。

概 要

未來計劃及[編纂]

假設[編纂]未獲行使及每股[編纂][編纂]為[編纂]港元(即於本[編纂]所述[編纂]範圍的中位數)，我們估計我們將收取作為[編纂]一部份的新股份[編纂](經扣除[編纂]及我們就[編纂]應付的估計開支後)將為約[編纂]百萬港元。我們擬將[編纂]用於以下用途：

[編纂]概約百分比

未來計劃

[編纂]%	加強我們向客戶提供餐飲策劃服務的能力，尤其是潛在未來業務或股份收購、合營企業或其他戰略性安排，以拓展及改善我們的產品組合及加深我們的市場滲透率；
[編纂]%	有關收購、擴大、精簡或改造我們的製造廠、物業、設施、設備或能力的資本投資，以(i)改善我們的生產效率或降低我們的經營成本，及／或(ii)拓展我們的產品組合；
[編纂]%	將用於將我們的食品及餐飲業務拓展至東南亞(包括收購設施及設備的成本)；
[編纂]%	進行(不論內部或透過對外合作)產品研發，以改善我們的技術實力；
[編纂]%	加強我們的銷售、市場推廣及宣傳工作，以提升品牌知名度及為我們的產品及業務鞏固品牌忠誠度；及
[編纂]%	營運資金及其他一般公司用途。

假設每股[編纂][編纂]為[編纂]港元(即[編纂]範圍的中位數及假設[編纂]未獲行使)，我們估計[編纂]將收取的從出售[編纂][編纂](經扣除[編纂]就[編纂]應付的[編纂]後)將為約[編纂]百萬港元。我們將不會收取任何[編纂]的[編纂]。

詳情請參閱本[編纂]「未來計劃及[編纂]」一節。

概 要

NH FOODS

我們於2017年7月與NH Foods就銷售急凍、新鮮、預製加工肉類及海鮮產品而訂立策略合作協議。詳情請參閱本[編纂]「歷史、發展及公司架構 — 除牌後的重大發展 — (f)與NH Foods訂立策略合作協議」一節。我們亦與NH Foods訂立[編纂]，其[編纂]按[編纂]我們的股份，[編纂]為[編纂]。詳情請參閱本[編纂]「[編纂]」一節。

法規遵從及不合規事宜

於業績記錄期內及截至最近的切實可行日期，我們涉及四宗僱員賠償及兩宗人身傷害申索、一宗有關未付貿易應收款項的訴訟及一宗有關商標侵權的訴訟。詳情請參閱本[編纂]「業務 — 法律程序及合規」一節。

當我們獲得中國東莞一幅土地的土地使用權時，我們並不擁有兩個倉庫的房地產所有權證。我們亦正通過土地徵收方式，將中國東莞一幅土地的土地使用權性質由集體所有土地改為國有土地。詳情請參閱本[編纂]「業務 — 法律程序及合規 — 不合規事宜」一節。

重大風險因素概要

我們業務面臨的風險包括於本[編纂]「風險因素」一節載列的風險。由於不同的投資者釐定風險重要性時可能具有不同詮釋及標準，於決定投資[編纂]時，務請閣下仔細閱讀「風險因素」一節。我們面臨的若干主要風險包括：(i)我們的業務在很大程度上取決於我們的聲譽及品牌的實力。倘我們因未能就我們的產品維持有效的質量控制系統而導致未能維持或提升我們的品牌及聲譽，消費者對我們及我們的產品的認可及信任可能受到重大不利影響；(ii)我們倚重供應商供應原材料；(iii)原材料價格增加可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；及(iv)我們一般不會與顧客、分銷商及供應商訂立長期安排。

近期發展及重大不利變動

我們於2018年1月宣派及支付2017年度的末期股息10.0百萬港元。董事確認，除上文「上市開支」一段披露的上市開支可能對我們2018年的財務業績構成影響外，直至本[編纂]日期，本集團自2017年12月31日（即編製本[編纂]附錄一會計師報告所載之經審核綜合財務報表之最終日期）以來的財務或貿易狀況並無任何重大不利變動。