
業 務

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。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食品業務，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，包括連鎖快餐店、茶餐廳、高級酒店、咖啡廳及餐廳，以及領先的快餐業者，例如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。我們提供全方位咖啡及紅茶餐飲策劃服務，具有港式奶茶的專業知識。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咖啡機，以提供新鮮炒磨咖啡及特濃咖啡。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。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咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商，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。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。

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

業 務

品，亦提供基本咖啡設備及設計準備技術詳情。憑藉我們強大的客製能力，我們一直與客戶密切合作，設計專業配方。於業績記錄期，我們與知名連鎖快餐店及其他知名餐飲服務供應商合作，在不同季節推出多種味道的客製飲品。這種緊密合作使我們獲得寶貴的市場知識，我們相信該等產品的良好往績亦進一步加強我們客戶的忠誠度。

我們客製餐飲策劃服務的能力，以及我們「顧客為先」、「方案為本」的原則，有助我們建立穩定多元化的客戶群。我們向滿足大眾需求及需要特定產品的小部分的餐飲供應商提供服務及產品。我們相信，我們是香港少數具備能力貫徹滿足連鎖快餐店及茶餐廳規模需求的咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商之一，並為服務於小眾消費市場的客戶提供優質餐飲策劃服務。我們多元化的客戶群為我們提供多渠道配送網絡，於2016年覆蓋香港約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。廣泛的市場覆蓋，加上致力滿足客戶需求的努力，使我們緊貼各市場分部的最新消費者喜好，並繼續推出創新的咖啡及紅茶餐飲策劃服務。我們從而應用該等知識為客戶推出新口味飲品，創造知識累積的良性循環。

於2017年，我們出售的咖啡可製作成每年253.2百萬至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）。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。此外，我們自2009年起獲選為「香港名牌」，並獲指定為2008年北京奧運會及2011年深圳夏季大運會的餐飲產品供應商。我們於2010年亦獲指定為第16屆廣州亞運會的食品供應商。我們相信，該等官方委任及證書標誌我們對食品安全及保持服務質量的堅持，並為我們的良好業績記錄奠下基礎。

業 務

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。我們從多個國家(包括巴西、新西蘭、日本、美國、泰國及中國)的國際肉類供應商進口急凍肉類產品，主要為牛肉、豬肉、家禽及羊肉。我們緊貼市場發展，為主要客戶提供具成本競爭力的急凍肉類產品，該等客戶主要為服務連鎖快餐店及茶餐廳的批發商。我們在向主要急凍肉類產品客戶進行供應方面平均有四年以上經驗。我們相信，這種穩定的業務關係乃建基於我們對按照客戶需求以具競爭力的價格採購及提供優質食品的堅持及能力。

此外，我們於2016年推出「Papa Chef」品牌的急凍預製食品，作為橫向擴張業務一部分，以捕捉急凍預製食品市場的增長機會及其他交叉銷售機會。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[編纂]訂立策略合作協議，以共同發展香港、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[編纂]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。另外，我們與[編纂]於2018年4月訂立諒解備忘錄，藉以發掘有關餐飲產品及／或餐飲策劃服務的供應、分銷、聯合品牌宣傳和共同開發的業務及產品發展機遇。

我們採納綜合市場資訊系統連接不同營運分部。透過該系統，我們能有效協調生產規劃、供應鏈管理及業務發展計劃。準時取得每日存貨及銷售數據使我們的管理層有效且系統地監測存貨變動及銷售數據。透過該等措施，我們可因應市況及客戶需要作出適當的營運調整，並更準確預測未來的需求。我們堅持採納及開發先進營運系統，使我們更準確地預測需求，達致更佳存貨管理、產品質量及盈利能力。我們相信我們先進的市場資訊系統有助我們得以有效擴展，並能根據客戶的購買記錄更佳地應用針對性的市場策略，物色交叉銷售機會。

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

業 務

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，佔同期總收入約24.3%、24.8%及25.5%。

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，具85年悠久歷史。憑藉我們豐富的市場知識及產品訣竅，我們透過採購、生產、市場推廣及售後服務為客戶提供一站式服務，涵蓋市場分析及特飲開發。我們的起源可追溯至1932年，當時是一間提供咖啡烘焙及咖啡及紅茶貿易的商店。我們自當時起在香港發展為備受信賴的品牌，發展至今，我們的客戶群穩定、多元化，包括知名業內餐飲供應商，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。此外，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。

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咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商，佔24.5%的市場份額；以B2B收入計，2016年我們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，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。有關更多市場排名的詳情，請參閱本[編纂]「行業概覽」一節。此外，根據弗若斯特沙利文的資料，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。我們亦自2009年起獲選為「香港名牌」，並獲指定為2008年北京奧運會、2010年廣州亞運會及2011年深圳夏季大運會的官方咖啡及紅茶供應商。根據弗若斯特沙利文進行的調查，我們是最受香港餐廳青睞的優質咖啡及紅茶品牌。

多年來，我們推出了我們認為是有利於提升香港咖啡及紅茶文化的各種措施。我們於2003年開始在香港向連鎖快餐店及茶餐廳提供咖啡產品連同咖啡機（包括引入Rex-Royal咖啡機），提供新鮮炒磨咖啡及特濃咖啡，為該等場所的終端用戶持續創造口味更佳的咖啡產品。與此同時，我們是立頓黃牌茶包在香港的分銷商，並開始獨家在香港及澳門進口用於咖

業 務

啡及紅茶飲品的法國高級糖漿品牌Monin。自此，我們已成功將Monin產品發展為廣為接受的飲料添加品，為引入其他Monin果茸及風味粉產品奠下基礎。我們深信，該等市場措施不僅提升香港連鎖快餐店及茶餐廳的咖啡及紅茶飲品的服務標準，同時亦提升我們品牌在客戶及／或其終端用戶間的品牌知名度，從而鞏固我們的業務增長及領先市場地位。

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。

我們的領先市場地位乃有賴我們為客戶進行客製綜合咖啡及紅茶餐飲策劃服務的強大能力。與此同時，我們已建立急凍肉類及急凍預製食品業務。我們提供咖啡及紅茶的全面策劃服務，並擁有港式奶茶的專業經驗。作為備受信賴的夥伴，我們積極接觸客戶制定策劃服務，將彼等的餐飲概念轉為適合目標消費者且符合經濟效益的客製產品。此外，我們堅持透過全面的售後服務（包括在香港及澳門提供24小時咖啡機維修保養服務），確保我們與客戶制定的餐飲策劃服務可達致理想結果。作為客戶餐飲管理過程的一部分，我們倍感自豪，而我們相信我們的成功是建基於我們提供全方位服務（包括整個咖啡及紅茶加工及分銷價值鏈）並將客戶餐飲概念打入市場的能力。我們從多個國家（包括巴西、新西蘭、日本、美國、泰國和中國）的國際肉類供應商進口急凍肉類產品，主要為牛肉、豬肉、家禽及羊肉。我們緊貼市場發展，為主要客戶提供具成本競爭力的急凍肉類，該等客戶主要為服務連鎖快餐店及茶餐廳的批發商。我們在向主要急凍肉類產品客戶進行供應方面平均有四年以上經驗。我們相信，這種穩定的業務關係乃建基於我們對按照客戶需求以具競爭力的價格採購及提供優質產品的堅持及能力。

我們的一站式餐飲策劃服務從充份了解客戶需要開始，我們相信此為成功的基礎。因此，我們定期與客戶討論透過多元銷售及分銷渠道收集的最近市場喜好及最佳方法，並收集客戶對現有產品的反饋及新餐飲概念。我們相信，此種雙向對話有助我們更好地了解客戶需求，與客戶建立穩固關係。此外，我們相信，我們與知名供應商的成熟關係有利於我們成功成為綜合咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商。我們透過供應商從各氣候區的各地取得全面的優質材料供應。

我們與主要供應商的採購經驗平均超逾十年，而基於這種建立已久的關係，我們相信我們能在指定交付時間內以具競爭力的價格訂購特定數量的原材料，使我們能根據客戶的需求迅速制定具經濟效益的理想餐飲策劃服務。此外，透過與主要供應的緊密合作及恆常溝

業 務

通，我們相信我們能更佳地預測原材料價格變動及管理採購成本；而該項增值服務有助客戶及我們更有效管理與原材料價格變動有關的財務風險。在產品執行階段，憑藉我們的豐富烘焙及拼配經驗，採納自動化生產系統，我們能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製產品，亦提供基本咖啡設備及設計準備技術詳情。此外，我們相信我們是香港首家設立自動化咖啡生產線的公司，而我們相信我們的投資已加強我們將優質產品打入市場的能力。

依仗我們強大的客製能力，我們定期參與客戶的餐飲開發過程。於業績記錄期，我們與知名連鎖快餐店及其他知名餐飲服務供應商合作，在不同季節推出多種味道的客製飲品。這類合作大多是與現有客戶進行，我們與彼等已建立穩定的關係。與此同時，我們聲譽卓著並且力求卓越，有助我們開發新客戶，擴展客戶群，包括知名零售品牌。我們與新客戶及現有客戶的緊密合作使我們獲得寶貴的市場知識，而該等產品的良好往績亦進一步加強我們客戶的忠誠度。此外，透過這種具規模的業務模式，我們已成功擴展業務，建立穩定多元化的客戶群。

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。

我們持續提供客製餐飲策劃服務的能力有助我們建立穩定、多元化的客戶群。我們向滿足大眾市場需求的連鎖快餐店及茶餐廳交付大量訂單，並為滿足小部分市場具有特定產品需求的航空公司及高級酒店提供服務。我們具備配送前系統及穩建的物流團隊，配合具備地方市場知識的分銷商的支持，我們在香港能維持每日24小時配送服務至約750個配送點。我們相信，我們是香港市場少數具備能力持續滿足連鎖快餐店及茶餐廳規模需求的綜合B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商之一，並為服務有特定需求的消費市場的客戶提供優質餐飲策劃服務。尤其是，我們與主要客戶的合作經驗平均超逾十年，該等客戶對新餐飲策劃服務有恆常需求。我們與主要客戶的緊密合作不僅貢獻業務增長，同時亦配合創造市場知識累積的良性循環。

業 務

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、茶餐廳及咖啡店的市場覆蓋率。廣泛的市場覆蓋，加上致力服務客戶的努力，使我們緊貼各市場分部的最新消費者喜好。根據弗若斯特沙利文進行的調查，我們是最受香港餐廳青睞的優質咖啡及紅茶品牌。同時，我們相信這種寶貴市場知識使我們作為少數具備涵蓋多元化食店配送網絡的綜合B2B咖啡及紅茶策劃服務供應商之一，在眾多競爭對手中脫穎而出。此外，憑藉我們成熟的餐飲配送網絡，我們已擴充急凍預製食品業務至發展成熟的連鎖快餐店及茶餐廳，而我們過往僅為彼等提供餐飲。我們相信，我們在向該等客戶交叉銷售食品方面的成功乃有賴我們對產品質量的堅持及對急凍預製食品市場的了解。此外，這標誌著我們成為全面食品及餐飲服務供應商的進程。我們相信，我們卓越的聲譽已助我們成功擴展向客戶提供的組合，而我們將繼續尋求交叉銷售的機會，以進一步發展業務。

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。

於2017年，我們出售的咖啡可製作成每年253.2百萬至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）。由於每天有大量客戶購買我們提供的產品，我們緊守食品安全及保持服務質量的責任，堅定不移地信守承諾。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。此外，我們已安裝自動化數碼系統，監測並即時記錄生產數據，確保可進行全面追蹤。我們的國際認可生產過程設有科學測試及在線監測，以進一步確保產品質量。我們相信，客戶的認可和證書彰顯我們對食品安全及保持服務質量的堅持，並為我們的良好往績奠下基礎。

我們採納綜合市場資訊系統連接不同營運分部。透過該系統，我們能有效協調生產規劃、供應鏈管理、業務分析管理及財務申報管理。準時取得每日存貨及銷售數據使我們的管

業 務

理層有效且有系統地監測存貨變動及銷售數據。透過該等措施，我們可因應市況及客戶需要作出適當的營運調整，更準確地預測未來的需求。

我們堅持採納及開發先進營運系統，使我們更準確地預測需求，達致更佳存貨管理、產品質量及盈利能力。我們已整合一個全面的香港食品及餐飲門店資料庫，該資料庫每年進行正式更新，而我們的銷售人員透過內部銷售軟件QlikView取得最新的銷售數據。我們一般會每日更新QlikView的相關銷售數據。該系統讓我們能進行自訂銷售分析。其後，我們會利用有關分析調整採購決定及產品組合。此外，該分析使我們的銷售人員取得最新的市場數據，從而使彼等可專注於銷售工作，包括識別向現有客戶交叉銷售食品的機會及開發新客戶。我們相信我們先進的市場資訊系統有助我們得以有效擴展，並能根據客戶的購買記錄更佳地應用針對性的市場策略，物色交叉銷售機會。

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。

我們饒富經驗、盡忠職守的管理團隊由主席及執行董事黃先生領導。黃先生是我們創辦人的第三代，在餐飲行業擁有逾39年管理及行業經驗。黃先生為捷榮現代化生產的設計者，現代化生產包括安裝自動化設備及擴充產能，有助於我們的業務發展。黃先生過往的領導及長遠視野有助於我們的發展，並為我們未來的擴展奠下穩建基礎。其他執行董事鄔錦安先生及樊綺敏小姐在餐飲策劃服務行業亦分別擁有12年及6年的經驗。鄔先生於2005年加入本集團作為捷榮咖啡的管理會計師，在獲晉升為本公司執行董事及集團首席營運官前，在本集團擔任不同財務及管理職位。樊小姐於2012年加入本集團，在獲晉升為本公司執行董事及集團首席財務官前曾擔任捷榮咖啡的財務主管及集團財務總監。

我們饒富經驗的管理團隊包括具備寶貴訣竅及平均在餐飲業具有逾十年經驗的行業專家。彼等在原材料採購、產品開發及配送管理方面經驗豐富，有利於改善營運及成本管理。有關董事及高級管理層團隊履歷的進一步詳情，請參閱本[編纂]「董事及高級管理層」一節。我們的高級管理層由具備豐富地方市場及專業知識的員工協助。我們饒富經驗的高級管理

業 務

層團隊在本集團營運領導及發展策略方面擔任重要角色，並為我們提供深入的行業及營運知識。彼等的管理能力及團隊精神，由強大的行政團隊及管理系統支持，將繼續有助我們未來取得可持續發展。

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。

我們尋求加強作為香港、澳門及中國綜合B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商的領導地位。根據弗若斯特沙利文的資料，自2012年起至2016年，香港的B2B咖啡及紅茶產品市場已從927.0百萬港元擴張至1,105.5百萬港元，複合年增長率為4.5%，並預期將繼續從2017年1,159.0百萬港元增長至2021年的1,363.8百萬港元，複合年增長率為4.2%。我們相信，對改善提供餐飲策劃服務能力的堅持對維持市場領導地位而言誠屬重要。因此，我們將繼續借助全球採購能力，進一步投資以市場為重心的產品發展工作。同時，憑藉我們所累積的豐富行業知識，繼續運用至日常營運，我們堅持建立訣竅數據庫，以更有效地制定綜合咖啡及紅茶策劃服務，改善日後服務質量。我們亦將繼續與客戶緊密合作，協助彼等建立有效方法收集地方消費者喜好，開發引領潮流產品。我們成功推出新產品及口味，例如過去為知名客戶推出的季節性飲品，並將繼續如此。我們亦計劃透過已增加至超市、高級酒店、連鎖快餐店及航空公司的覆蓋面擴展銷售渠道。我們擬投入更多資源至宣傳及市場推廣活動，包括傳統廣告渠道、印刷及電視媒體、店內廣告活動，以及社交網絡活動和聯合贊助活動進一步加強品牌知名度及認知度。我們相信，該等市場推廣策略對未來成功而言誠屬至關重要。此外，為支持我們的營運增長，我們擬擴展物流團隊，加強物流能力，並與已有業務往來的可靠第三方物流供應商更緊密合作。

我們亦尋求滲透中國市場，加強品牌知名度及認知度。我們擬擴展我們認為具較大增長潛力的銷售渠道，尤其是近期集中於珠三角，長遠則集中於長三角。於業績記錄期，我們的銷售工作主要專注於華東及華南的一、二線城市，例如上海、北京、杭州、廣州、深圳及東莞。展望未來，我們尋求繼續擴展該等重點城市的業務，進一步發展銷售及配送網絡至其他具龐大增長潛力的重點城市。我們亦計劃憑藉中國的銷售團隊及銷售辦事處擴大銷售網

業 務

絡，了解地方市場。尤其是，透過經擴大的銷售團隊，我們計劃發展中國茶的銷售至中國的餐廳，物色其他產品的交叉銷售機會。此外，我們將尋求與地方分銷商進行策略合作機會，繼續加強在中國的配送能力，提升物流能力。與此同時，我們計劃擴展東南亞業務，我們認為此區存在對咖啡及茶產品的需求。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]「未來計劃及[編纂] — [編纂]」一節。

繼續加強急凍肉類及急凍預製食品業務，並擴展產品組合。

我們擬積極擴大產品組合，為客戶提供方便的一站式購買。我們提供包括食品在內的更全面的產品組合，尋求擴展銷售渠道至飲食供應商。具體而言，我們繼續採購符合現有急凍肉類及急凍預製食品客戶需求的優質急凍肉類及急凍預製產品，以尋求加強與彼等的關係，並透過加強對急凍肉類及急凍預製食品市場的認識，尋求新客戶。我們另一目的為進一步擴展急凍預製食品的業務、加強採購客製急凍預製食品的能力，並將急凍肉類及急凍預製食品融入至客戶的中央廚房。此外，憑藉領先的市場地位及成熟的配送網絡，我們將繼續尋求在香港及中國急凍肉類及急凍預製食品及其他食品市場交叉銷售的機會。

依仗我們在為信譽卓著的餐飲服務供應商成功提供食品方面的經驗，我們擬繼續與現有及潛在新客戶合作，進一步開拓該等交叉銷售機會。舉例而言，我們於2017年7月與具領先地位的食品供應商[編纂]（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，我們的市場知識結合[編纂]的豐富資源為我們奠下穩建基礎，發展目標市場。我們亦尋求與戰略夥伴[編纂]合作，提供度身訂製的急凍肉類及加工食品，滿足客戶所需。我們擬委託[編纂]擔任顧問，皆因彼等具備分享進行加工食品業務的知識及訣竅的專長，包括生肉的切片、切割、醃製及包裝的程序，以符合客戶的規格。此外，依仗我們在提供急凍肉類及急凍預製食品方面的經驗，我們計劃進一步發展急凍食品加工及其他業務，尤其是，與具備(a)能滿足客戶需求（包括肉類、麵粉及／或乳製品在內）的產品組合，及(b)分銷至我們現有分銷網絡現時未涵蓋的中式餐廳及其他目標客戶等餐店的分銷渠道，包括具規模的B2B分銷網絡，以令我們能擴大並提升客戶群的實體，

業 務

進行潛在未來業務或股份收購、合營企業或其他策略安排，以擴展及加強產品組合，提升市場滲透率。進一步詳情請參閱本[編纂]「未來計劃及[編纂] — [編纂]」一節。

繼續加強採購能力及優化甄選供應商的過程。

我們務求透過委聘更多全球知名的供應商，繼續加強全球採購網絡的深度及廣度，並加深與現有供應渠道的關係。我們致力物色更多可應用至客製餐飲策劃服務並使我們可提供全面產品組合的材料。該等措施包括建立更龐大的奶類產品採購源，以涵蓋更多種類的乳製品應用至我們的客製咖啡及紅茶餐飲策劃服務。我們亦將繼續監測市場趨勢，物色可應用至創造餐飲口味的原材料，以最佳配合消費者的最新喜好。此外，我們將繼續採購可有效擴大產品組合的貿易商品，以促進一站式購買經驗或迎合客戶的特定需求。

此外，我們尋求維持與備受信賴供應商的長遠關係，同時開拓新原材料供應及貿易商品出口商。透過該等措施，我們致力持續建立穩健的供應商基礎，確保有穩定、優質及價格具競爭力的供應。此外，我們擬加強甄選供應商的過程，確保新委聘的供應商均為合資格供應商，並定期評估現有供應商。尤其是，我們致力透過評估，優化甄選供應商的過程，當中包括原材料質量、價值競爭力及服務穩定性的詳細檢討。此外，憑藉我們在與知名品牌的策略糖漿供應商（例如Monin）及咖啡機供應商Rex-Royal取得獨家分銷協議的成功經驗，我們務求進一步開拓機會，從具穩固業務的品牌取得供應，尤其是根據獨家分銷協議，以加強產品組合。

務求提升生產設施，進一步增加產能。

作為向客戶持續提供最佳服務的一部分，我們擬提升生產設施，增加產能。尤其是，為確保我們能符合多元化客戶群的不同需求，我們擬(i)為客戶購置新的咖啡機；(ii)升級香港設施的咖啡烘焙機；(iii)設置貨倉及翻新設施；及(iv)購入額外機器，包括用於偵測異物的設備、提升員工工作環境的設備及包裝設備，以配合茶小包裝生產（不可與咖啡交替適用），提升本公司的產品組合。我們分隔設於中國及香港的產能，以分散生產風險及更好地運用資源，提升零售包裝能力，增強加工能力。此外，我們擬建立具備急凍食品加工線及相關機器的獨立急凍食品加工設施，以加強為更多元化客戶提供服務的能力，包括向餐廳及咖啡店進

業 務

行直接銷售，以及在香港利用冷藏倉庫貨車，以配合我們的急凍食品業務。有關擴展計劃的進一步詳情，請參閱本[編纂]「財務資料 — 資本開支 — 計劃資本開支」及「未來計劃及[編纂]」各節。此外，我們將繼續改善質量控制設備及倉儲能力，以支持擴充生產。我們亦擬進一步提升在香港的生產設施，此乃由於在香港生產設施作為加工咖啡及茶類產品的主要機器平均已使用超過10年。

我們的品牌／理念

我們為一家廣受認可及備受信賴的咖啡及紅茶餐飲策劃服務品牌，建立具規模的食品業務。根據弗若斯特沙利文進行的調查，我們是最受香港餐廳青睞的優質咖啡及紅茶品牌。我們以「捷榮」品牌經營業務，主要從事提供綜合B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務、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。此外，我們設有B2B食品業務，其包含急凍肉類及急凍預製食品的銷售。

下表載列於業績記錄期我們按業務分部及地區銷售劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2015年		2016年		2017年	
	估總額百分 (千港元)	比	估總額百分 (千港元)	比	估總額百分 (千港元)	比
餐飲策劃服務	634,723	75.7%	639,175	75.2%	711,349	74.5%
— 香港	418,048	49.9%	422,548	49.7%	458,610	48.0%
— 中國	196,771	23.5%	199,822	23.5%	234,387	24.6%
— 澳門	12,067	1.4%	11,387	1.3%	11,153	1.2%
— 其他 ⁽¹⁾	7,837	0.9%	5,418	0.7%	7,199	0.7%
食品	203,429	24.3%	210,545	24.8%	243,261	25.5%
— 香港	194,670	23.2%	206,072	24.3%	238,743	25.0%
— 中國	8,759	1.1%	4,473	0.5%	4,518	0.5%
總計	838,152	100%	849,720	100%	954,610	100%

附註：

1. 其他包括來自澳洲、加拿大、馬來西亞、菲律賓及台灣銷售的收入。

業 務

餐飲策劃服務

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，具85年悠久歷史。我們以「顧客為先」及「方案為本」的原則經營，為穩定且多元化的食品及餐飲供應商（包括連鎖快餐店、茶餐廳、高級酒店、咖啡店及餐廳，以及領先的快餐業者（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）提供服務及產品。在業績記錄期，我們成功與客戶引入約300個新的客製產品。該等客製產品以介乎每包2.5克至每盒20千克的包裝售予約120名客戶／分銷商，有關產品包括我們與主要客戶（乃一家具領先地位的快餐連鎖企業）共同開發的咖啡產品。在產品開發過程中，我們(i)最初會編製有關相關咖啡豆市場及原材料來源的最新資料（按各種咖啡的產地、特點及等級列載）並與客戶商討產品概念；(ii)為產品創製不同口味，並為客戶安排產品嘗味，以及與客戶確定產品配方；(iii)設計生產及包裝（包括店內使用裝和零售裝）以及詳盡的產品備製過程；及(iv)參與客戶就該等產品進行的市場推廣活動。我們與客戶共同服務各年齡層的終端用戶，成功迎合終端用戶口味的轉變。作為客戶餐飲管理過程的一部分，並能貫徹、及時為客戶提供客製的餐飲策劃服務，我們倍感自豪。

作為備受信賴的夥伴，我們積極為客戶提供優質餐飲策劃服務，其定期且有效地完成「概念到市場」過程。憑藉我們的專業知識及我們富有經驗的僱員，包括內部培訓的咖啡烘焙師及紅茶專家，我們不單幫助調配產品口味，亦定期提供輔助服務，包括市場研究及可行性研究、設計及開發滿足客戶所需的市場策略。在訂定該等策劃服務過程中，我們不單借助過往經驗，亦能善用新資源，例如善用過往並無恒常採購的原材料。我們相信我們能成功提供該等服務，是我們結合知識面以及堅持緊跟市場資訊的成果。

此外，為確保所建議的餐飲策劃服務的可行性，我們的財務、市場推廣及生產部門緊密合作，以確保可及時在市場投入符合經濟效益的新產品。我們所考慮的標準包括對原材料採購、所需產能、大量生產新產品的技術及設備以及相關成本的分析。此外，為確保我們所建議的餐飲策劃服務可持續實施並得到理想成果，我們為客戶提供基本咖啡設備及設計準備技術詳情。

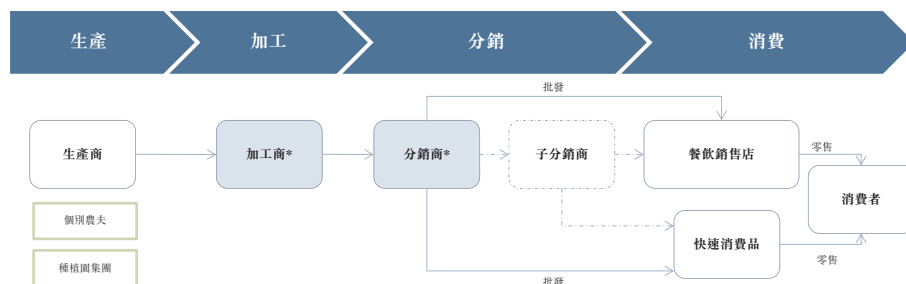
業 務

我們的目標是成為「世界級綜合餐飲服務供應商」，而我們不斷尋找提升提供餐飲策劃服務能力及水平業務擴充的方法。我們透過委聘更多國際認可的供應商及深化與現有供應渠道的關係，繼續加強我們全球採購網絡的廣度及深度。同時，憑藉我們所累積的豐富行業知識，繼續運用至日常營運，我們堅持建立訣竅數據庫，以更有效地制定綜合咖啡及紅茶餐飲策劃服務，改善日後服務質量。

多年來，我們亦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。我們於2003年開始在香港向連鎖快餐店及茶餐廳提供咖啡產品連同咖啡機，提供新鮮炒磨咖啡及特濃咖啡，為該等場所的終端用戶持續創造口味更佳的咖啡產品。與此同時，我們開始在香港進口用於咖啡及紅茶飲品的法國知名高級糖漿品牌Monin。自此，我們已成功將Monin產品發展為廣為接受的飲料添加品，為引入其他Monin果茸及風味粉產品奠下業務基礎。我們深信，我們是首批實施該等市場措施的公司，而我們相信該等市場措施不僅提升香港連鎖快餐店及茶餐廳的咖啡及紅茶飲品的服務標準，同時亦提升我們品牌在客戶及／或其終端用戶間的知名度，從而鞏固我們的業務增長及領先市場地位。

咖啡及茶產品市場價值鏈

咖啡及茶產品市場由生產商流向消費者。生產商（如個別農夫或種植園集團）栽種咖啡豆及茶葉，並向加工商出售原料產品。經加工後，此等產品將透過批發渠道分銷往餐飲銷售店及快速消費品。然後，消費者透過此等零售點購買咖啡或茶產品。



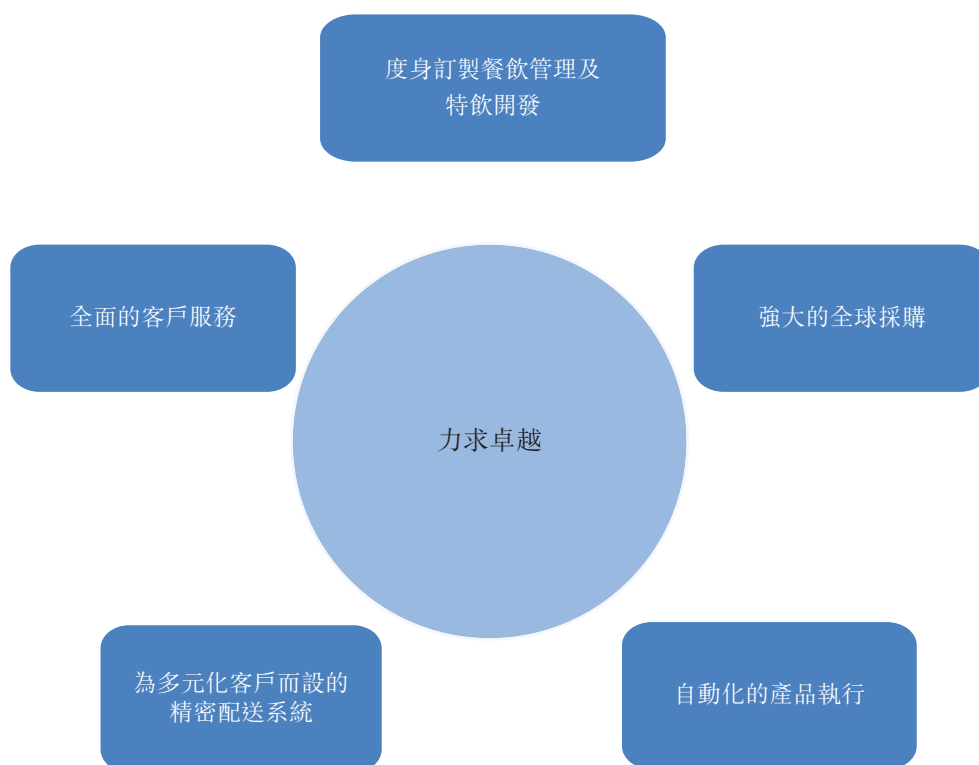
* 本公司參與此等程序。

業 務

餐飲策劃服務業務模式

我們相信我們的成功乃建基於我們就及時提供客製餐飲策劃服務的積極方針。該等餐飲策劃服務乃以一站式客戶為重心、以餐飲策劃服務為本的業務模式由五個緊密連繫的營運模塊執行，該等營運模塊相輔相成並與我們的企業資源規劃系統連接。有關企業資源規劃系統的進一步詳情，請參閱本節「業務 — 市場資訊及資訊科技」。

我們五個營運模塊包括下圖所示的(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。



* 我們的業務營運與企業資源規劃系統全面整合及連接。進一步詳情請參閱本節「業務 — 市場資訊及資訊科技」一節。

業 務

1. 制定綜合餐飲策劃服務

度身訂製餐飲管理及特飲開發

充份了解客戶需要為成功的基礎。因此，我們定期與客戶討論透過多渠道銷售及分銷網絡收集的最新市場喜好及最佳方法，並收集客戶對現有產品的反饋及新餐飲概念。在適當時，我們會主動向客戶介紹可用於新產品的新成份及／或原材料。我們在業績記錄期內已成功並貫徹地透過該等措施介紹新產品。我們亦相信，雙向對話有助我們更了解客戶需求，與客戶建立穩固關係。客戶的信賴以及有能力作為客戶餐飲管理過程的一部分，我們倍感自豪。

我們的綜合餐飲策劃服務涵蓋整個「概念至市場」過程。我們不單幫助客戶制定產品，同時亦提供基本咖啡設備及設計準備技術詳情，以確保貫徹一致的終端用戶體驗。該等措施包括推薦合適的機器及準備步驟（以分鐘計），以用於提升終端產品的質量及終端用戶的體驗。此外，憑藉我們對本地消費市場的認識，我們提供市場推廣資源或與客戶一同進行聯合推廣活動。我們相信我們在此方面的優勢在於我們清楚了解產品特點與消費者的最新喜好的關係。因此，我們相信，我們對產品特點的處理能力在於客戶餐飲管理／產品開發過程的最初階段中在產品形成的投入。我們為自己能夠提供該等增值資源而引以自豪，而我們相信該等緊密合作有助我們建立多元且穩定的客戶組合。

2. 強大的全球採購

透過主要供應商取得全球存貨

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，而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。

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。憑藉該等優質原材料，我們持續引入可供包裝批發及／或分裝零售的多種味道客製餐飲，在不同季節推出，滿足多元化客戶群的需求。該等措施經

業 務

常涉及將特色原材料拼配，並以客製份量包裝，以調配出預期的味道。我們相信本身在提供該服務的能力，顯示我們的行業知識廣博。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。

3. 自動化的產品執行

自動化產能及嚴格質量控制系統

為確保我們能夠有效地為客戶提供質量一致的客製飲品，我們已設有自動化的生產系統，其包含一套全面的自動化生產設施。透過該等設施的自動化功能，我們可向以嚴格執行食品質量規定見稱的行業領先食品及餐飲供應商交付大量度身訂製產品。

我們亦於整個生產及交付過程實施嚴格的質量控制程序。我們安裝自動化數碼系統以確保可追蹤產品及盡量減低線下人手操作，而我們於香港及中國的營運已獲 HACCP 及 ISO 9001：2008、ISO 14001：2004 及 ISO 22000：2005 等國際認可的質量評估機構的質量保證認證。

4. 為廣大客戶而設的精密配送系統

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

我們每日向香港約750個配送地點配送產品，這對我們而言是一項挑戰。此外，由於客戶層多元化，我們亦須及時同步提供包裝批發產品及預製零售產品。我們透過採納營運系統克服該挑戰，該系統可提供從倉庫至交付前的仔細計劃，交付前由我們具經驗的人員重複檢查。我們之後將依賴香港的貨車隊伍並與第三方物流供應商合作，按時交付產品。於中國，我們與具信譽的第三方物流供應商合作，以確保按時履行所接訂單。

完善的物流系統有助我們確保及時交付優質產品，從而發展穩定多元化的客戶群，包括大眾市場客戶（例如連鎖快餐店、茶餐廳及咖啡店）及小部分客戶（例如高級酒店、航空公司及主題公園）。因此，廣泛的市場覆蓋有助我們緊貼不同市場分部消費者的最新喜好，並提升我們的行業知識。

業 務

5. 全面的客戶服務

盡心盡力及資源豐富的支援團隊

建基於我們作為綜合B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商的成功，我們持續尋求多種方法改善服務並提升我們提供全面餐飲策劃服務的能力。作為我們提供一套完整餐飲策劃服務的努力，我們於2013年已打入香港及中國的急凍肉類市場，並於2015年和2016年分別進軍香港和中國的急凍預製食品市場。

我們的銷售團隊緊貼客戶的需要並定期提供輔助服務(例如產品培訓、最新設備知識及有關服務、沖泡及準備技巧的客戶培訓)，確保優化終端用戶的體驗。我們恒常地向客戶提供該等服務，而當有新的措施推出市場而我們認為該等措施與客戶相關，則更頻密提供該等服務。我們相信該等恒常的輔助服務，顯示我們不單堅持為客戶提供優質產品，亦為產品的終端用戶提供更好的體驗。我們亦應用我們自與客戶溝通所得的市場知識以制訂綜合餐飲策劃服務，從而建立鞏固知識的良性循環。與此同時，我們致力探索措施改善終端用戶的體驗。該等措施包括與知名設備供應商合作及就最新消費者喜好進行市場研究，我們定期將有關研究提供予我們的多元客戶群。我們亦設立客戶服務中心以提供售後支援，包括提供24小時咖啡機維修保養支援。

與市場參與者緊密互動使我們及時掌握消費者喜好的變化。該等經驗讓我們從悠久歷史中累積市場知識財富及產品訣竅，從而加強我們作為領先B2B咖啡及紅茶供應商的地位。

業 務

食品

於業績記錄期，我們大部分收入源自於香港及中國的食品銷售。我們的食品包括急凍肉類及急凍預製食品。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。進一步詳情請參閱本[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。憑藉浩新於急凍肉類貿易的經驗，我們迅速擴展我們的經營規模並在此新業務營運領域開展業務。我們進行進口急凍肉類的貿易及銷售，該等急凍肉類來自巴西、新西蘭、日本、美國、泰國及中國，而我們亦向客戶提供客製急凍預製食品。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，請參閱本節「業務 — 代工生產承包商」。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。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，食品業務所得收入分別佔總收入約24.3%、24.8%及25.5%。

產品

我們提供一系列的餐飲食品，主要為(i)餐飲策劃服務業務下的烘焙咖啡、拼配茶及其他餐飲策劃服務產品(例如咖啡機及奶類)；及(ii)食品業務下的急凍肉類及急凍預製食品。於業績記錄期，我們亦提供雪糕產品，但已於2016年出售該項業務。有關我們出售雪糕業務的進一步詳情，請參閱本節「— 已終止經營業務」。

本聆訊後資料集為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本聆訊後資料集時，必須一併細閱本聆訊後資料集首頁「警告」一節。

業 務

下表按產品類別劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度					
	2015年	佔總額	2016年	佔總額	2017年	佔總額
	(千港元)	百分比	(千港元)	百分比	(千港元)	百分比
餐飲策劃服務	634,723	75.7%	639,175	75.2%	711,349	74.5%
— 咖啡	194,654	23.2%	189,676	22.3%	198,033	20.7%
— 茶	188,738	22.5%	190,962	22.5%	228,676	24.0%
— 奶	80,082	9.6%	92,547	10.9%	97,009	10.2%
— 其他						
— 雜貨及其他 ⁽¹⁾	85,894	10.2%	81,338	9.6%	87,669	9.2%
— 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%	48,339	5.7%	54,476	5.7%
— Monin產品	24,826	3.0%	26,062	3.1%	28,418	3.0%
— 咖啡機及茶機	11,025	1.3%	10,251	1.1%	17,068	1.7%
食品	203,429	24.3%	210,545	24.8%	243,261	25.5%
— 急凍肉類	201,909	24.1%	202,211	23.8%	226,579	23.7%
— 急凍預製食品	1,520	0.2%	8,334	1.0%	16,682	1.8%
合計	838,152	100%	849,720	100%	954,610	100%

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。

業 務

餐飲策劃服務

咖啡產品

除了少量不需進一步加工而直接向客戶轉售的生咖啡豆外，我們所出售的絕大部分咖啡產品均為我們自家生產廠房生產的熟咖啡豆、炒磨咖啡粉及掛耳式咖啡包。我們的自家拼配咖啡產品以幾個不同系列的形式提供，該等系列在產地、等級及香味特徵方面各有不同，可迎合客戶不同需要。我們亦與客戶緊密合作以研發客製特飲及生產不同形式、口味及包裝的度身訂製咖啡產品。

我們的主要咖啡產品包括以下各項：

產品	詳情	保質期	說明圖片
生咖啡豆	我們主要選用南美、非洲及亞洲國家的咖啡豆，包裝尺寸由59至70千克不等。	24個月	
熟咖啡豆	我們提供多種熟咖啡豆，包裝尺寸由1至5磅不等。我們一般將此等產品與咖啡機一併提供。	12個月	
咖啡粉	咖啡粉的包裝尺寸由1至5磅不等。	12個月	
掛耳式咖啡包	我們新推出的捷榮掛耳式咖啡由原粒咖啡豆製成，滿足想自行沖泡咖啡的咖啡愛好者。餐廳用掛耳式咖啡為每包12克，而零售用的則為每包10克。	12個月	 

業 務

茶產品

除少量不需進一步加工而直接轉售予客戶的加工茶葉外，我們大部分茶產品為由自家生產廠房加工的混合拼配茶。我們亦與客戶緊密合作以研發客製特飲及生產不同形式、口味及包裝的度身訂製茶產品。

我們的主要茶產品包括以下各項：

產品	詳情	保質期	說明圖片
加工茶葉	我們從斯里蘭卡及僅從獲斯里蘭卡茶委會銷售中心認可的來源採購茶葉，亦會從印尼及中國的來源採購。我們只選擇獲ISO22000及HACCP證書的合作夥伴。包裝尺寸為每包4至50磅。	24至36個月	 
拼配茶葉	我們根據客戶的規格拼配各種加工茶葉。包裝尺寸為每包6安士至5磅。	24個月	
捷榮茶作系列	我們生產中國茶、西方茶及日本茶包。就商業客戶而言，每包有20小包x2克的茶包。而就零售而言，每包有10小包x2.5克的茶包。	24個月	 

「即溶系列餐飲」產品

我們的「即溶系列餐飲」產品包括自家生產廠房生產的即溶系列咖啡粉、茶及鴛鴦產品，主要供應超級市場及便利店等零售門店。

我們的主要即溶系列餐飲包括以下各項：

產品	詳情	保質期	說明圖片
即溶系列餐飲	我們為餐廳及零售提供即溶系列咖啡及奶茶。	24個月	 

業 務

其他餐飲策劃服務產品

為方便客戶進行一站式購買，除了我們的烘焙咖啡及拼配茶產品外，我們亦推銷及銷售多種其他餐飲策劃服務產品。我們為法國高級糖漿品牌Monin產品在香港及澳門的唯一授權代理、立頓黃牌茶包在香港的分銷商及Rex-Royal咖啡機在香港及澳門的獨家分銷商。

分銷Monin產品的標準分銷協議的主要條款包括：

- 年期：一般為一年半，可默許重續三年。
- 獨家經營權：我們在港澳地區獨家獲授權代理Monin產品。
- 定價：我們負責呈報Monin產品在相關地區的銷售狀況、價單及任何價格調整。
- 付款條款：一般而言，我們在原發票所示出廠日期後60日內付款。
- 獎勵計劃：我們如能實現累進的銷售目標，可獲獎勵。獎勵計劃形式一般為折扣及津貼。
- 終止：一般而言，可在下列情況終止：(i)任何一方破產或被司法機構清盤，該方可予終止；(ii)任何一方違反協議，對方可予終止；(iii)我們未能實現最低額度最少60%，Monin Asia K1 Sdn Bhd (「Monin」) 可提前90日書面通知予以終止；或(iv)任何一方可提前六個月發出書面通知予以終止。

我們於2004年首次與Monin訂立分銷協議，當中包括可默許重續協議的條款。我們自此根據該條款重續該協議。我們現時與Monin的分銷協議定於2020年12月31日屆滿，可默許重續三年。

業 務

在香港分銷立頓黃牌茶包的標準分銷協議的主要條款包括：

- 年期：我們一般每六個月訂立協議。
- 付款條款：一般由發票日期起計60日內付款。
- 獎勵計劃：我們如能實現累進的銷售目標，可獲獎勵。獎勵計劃形式一般為信用單據。
- 定價：一般訂明單價，並可通知予以變更。然而，我們提出的所有推廣價及價格變更須待供應商確認。

我們在超過十年前首次與Unilever Food Solutions Hong Kong(「聯合利華」，一家主要提供美味材料及食譜等餐飲供應品的公司)訂立分銷協議。我們現時與聯合利華的分銷協議將於2018年6月30日屆滿，並已就重續該協議與聯合利華開展討論。我們預期在重續分銷協議上不會有任何重大阻礙，並預期將於現有協議屆滿前訂立經重續的協議。

分銷Rex-Royal咖啡機的標準分銷協議的主要條款包括：

- 年期：兩年。
- 獨家經營權：我們在港澳地區獨家分銷Rex-Royal咖啡機。
- 付款條款：一般由月結單日期起計60日內付款。
- 定價：一般按照牌價釐定，惟可參照我們的採購數量而作出調整。
- 終止：一般由任何一方提前三個月發出書面通知予以終止。

我們於1998年首次與Rex-Royal訂立分銷協議。我們現時與Rex-Royal的分銷協議將於2018年12月31日屆滿。我們計劃於屆滿前三個月開始商討重續該協議。

業 務

我們的其他餐飲策劃服務產品包括以下各項：

產品	詳情	保質期	說明圖片
奶	我們的奶產品包括植脂淡奶及全脂奶。	12至18個月	
Monin產品	糖漿： Monin的優質糖漿以精選材料及砂糖製成，以萃煉濃縮及芳香的味道，提供超卓的多功能性以製作特色飲料之用。	18至36個月	
	果茸： Monin選用最少擁有50%以上的原個水果的獨特配方，適用於調製冰沙、雞尾酒、無酒精雞尾酒及其他以水果為主的食品。	18至21個月	
	風味粉： Monin的風味粉功能廣泛，可配合其他產品創作多種味覺享受。	18個月	
砂糖	我們為批發用途包裝砂糖產品。	24個月	
咖啡機／茶機	我們提供由多間生產商，包括知名瑞士品牌Rex-Royal生產的半自動及全自動特濃咖啡膠囊咖啡機。我們亦提供配備自動功能的茶機。	不適用	

有關代工生產承包商的進一步詳情，請參閱本節「業務 — 代工生產承包商」。

業 務

食品

急凍肉類

我們在進口急凍肉類產品後直接轉售該等產品，而在其他急凍肉類供應商及／或加工商提取該等急凍肉類產品前，我們概不作進一步加工或重新包裝。

我們的急凍肉類產品主要包括由批發商客戶向快餐店及茶餐廳出售的急凍牛肉、豬肉、羊肉及家禽。我們除了定期採購急凍肉類以滿足客戶需求外，我們亦維持特別急凍肉類產品的穩定供應，以確保可隨時取得批發客戶的終端用戶需求甚殷的產品。

急凍預製食品

我們的急凍預製食品包括在簡單準備步驟後可即時享用的產品。我們亦按照客戶需求提供客製急凍預製食品。除向其他批發供應商及餐廳進行全球備受信賴品牌的急凍預製食品貿易外，我們亦從事自家品牌「Papa Chef」(其為於香港及中國註冊的商標)的急凍預製食品的銷售。我們的急凍預製食品包括多種食品，如烤雞、串燒、薯餅、炸豬肉及海鮮，保質期達12至18個月。

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。我們不會生產此類食品，並僅進口及直接轉售該等產品。有關我們代工生產安排的進一步詳情，請參閱本節「業務 — 代工生產承包商」。

生產設施

我們的自動化生產

我們在香港和中國東莞擁有自家生產設施。我們的生產設施主要配備結合先進的包裝工藝的自動化生產機械及設備，使我們的產品得以自動包裝於指定的容器。全自動生產線允許同步在線監測、追蹤每包產品、即時存儲生產數據及對份量、烘焙時間和溫度的數據分析。於設定生咖啡豆的烘焙時間後，大型烘焙系統即可自動完成烘焙過程而無需人力輸入，

業 務

並同時確保過程中的質量一致性。我們相信，此等措施的實施幫助我們建立了彪炳的業績記錄，贏得了具有嚴格質量標準要求的跨國公司客戶的信任。

我們在香港的生產線、產能及使用情況

於最近的切實可行日期，我們在香港的生產設施約佔23,086平方呎，設有兩條在香港的烘焙咖啡生產線和兩條拼配茶生產線。我們的生產線每天運作大約10個小時，每週運作5.5天。於2017年12月31日，我們的生產團隊中有24名員工操作和管理我們在香港的生產線。

下表載列於業績記錄期我們在香港的生產設施的總產能及使用率：

產品	截至12月31日止年度								
	2015年			2016年			2017年		
	設計產能 ⁽¹⁾ (磅)	實際產量 ⁽²⁾ (磅)	使用率 ⁽³⁾ (%)	設計產能 ⁽¹⁾ (磅)	實際產量 ⁽²⁾ (磅)	使用率 ⁽³⁾ (%)	設計產能 ⁽¹⁾ (磅)	實際產量 ⁽²⁾ (磅)	使用率 ⁽³⁾ (%)
咖啡	4,464,706	4,458,835	100%	4,464,706	4,630,628	104%	4,464,706	4,489,144	101%
茶	3,970,588	3,829,797	96%	3,970,588	3,579,843	90%	3,970,588	3,432,554	86%

附註：

1. 設計產能乃根據多台機器每天10小時及每個曆年250個工作日每小時最佳生產速度計算得出，當中計及每周半天清洗咖啡烘焙機的時間。
2. 就我們產品的實際產量，所考慮的因素包括我們的人力資源、生產設施的面積和各種生產機器及設備的最佳生產速度。
3. 使用率乃按實際產量除以同期設計產能計算得出。

於業績記錄期內，我們在香港的咖啡及茶產品設計產能平穩。2016年，隨著香港銷售額穩步增長，咖啡生產線的使用率亦上升；但由於部分茶及咖啡的生產分別自2015年及2017年底起轉移至我們的中國設施，因此茶及咖啡生產線的使用率下降。於業績記錄期內，香港的咖啡及茶生產均用於支持香港的銷售及海外銷售。

香港生產設施的現有設計包裝產能約為每年8.5百萬磅，目前已使用其設計產能的99%。

業 務

我們在中國東莞的生產線、產能及使用情況

於最近的切實可行日期，我們在中國東莞的生產設施約佔51,600平方呎，在中國東莞設有兩條烘焙咖啡生產線、兩條拼配茶生產線和四條即溶系列餐飲生產線。於2017年12月31日，我們的生產團隊有93名員工操作和管理我們在中國東莞的生產線。

下表載列於業績記錄期我們在中國東莞的生產設施的總產能及使用率：

產品	截至12月31日止年度								
	2015年			2016年			2017年		
	設計產能 ⁽¹⁾ (磅)	實際產量 ⁽²⁾ (磅)	使用率 ⁽³⁾ (%)	設計產能 ⁽¹⁾ (磅)	實際產量 ⁽²⁾ (磅)	使用率 ⁽³⁾ (%)	設計產能 ⁽¹⁾ (磅)	實際產量 ⁽²⁾ (磅)	使用率 ⁽³⁾ (%)
咖啡	2,807,470	1,937,769	69%	2,807,470	1,956,274	70%	2,807,470	2,334,879	83%
茶	2,028,604	1,739,927	86%	3,955,774 ⁽⁴⁾	2,481,254	63%	6,011,872 ⁽⁴⁾	3,183,282	53%
即溶系列	9,324,201	3,735,102	40%	9,324,201	3,406,916	37%	9,324,201	3,915,983	42%

附註：

1. 設計產能乃根據多台機器每天10小時及每個曆年250個工作日每小時最佳生產速度計算得出，當中計及每周半天清洗咖啡烘焙機的時間。
2. 就我們產品的實際產量，所考慮的因素包括我們的人力資源、生產設施的面積和各種生產機器及設備的最佳生產速度。
3. 使用率乃按實際產量除以同期設計產能計算得出。
4. 我們於2015年在中國建成茶加工廠，但至2016年才投入營運，因此我們的中國設計茶產能至2016年方錄得增幅。由於我們加裝包裝機器，因此我們於2017年在中國的設計茶產能進一步增加。

於業績記錄期內，我們在中國的咖啡產品及即溶系列產品設計產能維持平穩。自2016年底起，我們將香港設施的部分咖啡生產轉移至中國，繼而導致2017年的使用率上升。該等產品中有少部分會用於應付我們的香港訂單。我們在中國的即溶系列生產線負責支援我們在中國及香港的銷售。因此，於業績記錄期內，我們在中國的咖啡及即溶系列生產主要用作應付中國的銷售，同時支援香港的有關產品銷售。

我們於2015年建成茶加工廠，並於2016年投入營運，導致2016年的茶產能大幅增加，

業 務

2017年則因加裝包裝線而進一步增加。於業績記錄期內，我們在中國的茶生產線生產出來的產品可應付中國的茶產品銷售，同時支援香港一部分的茶產品銷售。

我們在中國的生產設施的使用率普遍低於香港生產設施。這差異主要是由於：(i)我們在東莞設立的產能高於為準備未來擴展的即時需要；及(ii)我們計劃逐步將香港的部分生產轉移至東莞，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，主要是由於我們於2015年建成茶加工廠，並於2016年投入營運，加上2017年加裝包裝機器，導致茶類產品的設計產能的上升。

中國設施的現有設計包裝產能約為每年18.0百萬磅，目前已使用其設計產能的45%。

我們的生產機器及設備

我們所有的主要生產機器及設備均為自設。我們的咖啡加工線採用從巴西、美國、中國及日本進口的咖啡烘焙系統、咖啡炒磨機、金屬探測器、全自動和半自動包裝機器。我們的茶拼配線包括在香港製造的茶拼配系統和在印度和中國製造的各種全自動及半自動包裝機器。

下表載列於2017年12月31日我們的生產設施的主要生產機器及設備：

設備名稱	設備的用途和特點	產地	預計可用年期	平均剩餘可用年期
咖啡烘焙系統	烘焙咖啡豆	巴西／美國	5-25年	7年
茶拼配系統	拼配茶葉	印度／香港	5-25年	5年
金屬探測器	檢測金屬基質	日本／中國	4-10年	4年
全自動和半自動包裝機器	包裝	中國	3-15年	2年

我們定期對相關機器及設備進行維護，必要時更換或升級生產設備和機器，以提高生產力或功能性。於業績記錄期，我們的生產過程並無因設施或設備出現故障而出現重大中斷。

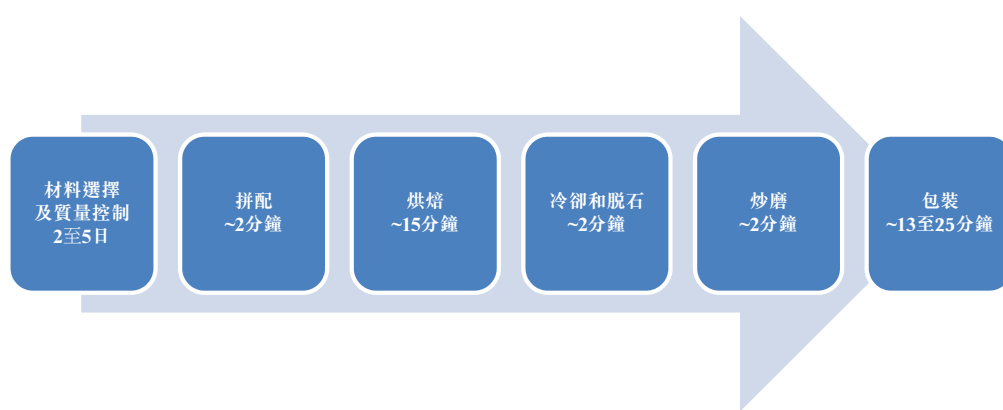
業 務

生產過程

我們的生產過程因產品而異。生產過程中每個步驟的所需時間因產品的具體要求而異。一般來說，於原材料投入各自的生產線後，需時不超過兩個小時（取決於產品類型）以生產製成品。以下載列主要產品的生產流程。

(i) 烘焙咖啡

以下流程圖概述了我們的烘焙咖啡產品的生產過程：



- (1) **材料選擇及質量控制**：生咖啡豆的濕度、風味、大小和質量都需進行質量檢測。通過質量檢測後，對其進行真空洗淨，以去除可能污染咖啡豆的任何異物。
- (2) **拼配**：然後根據不同的配方，將不同類型的已洗淨的生咖啡豆按比例拼配，以滿足我們客戶的各種口味和要求。我們現有的生產線可以拼配多達八種咖啡豆。
- (3) **烘焙**：於混合後，生咖啡豆進入大型的烘焙系統。此烘焙過程消除了咖啡豆的所有微生物污染。以不同比例、烘焙時間和溫度烘焙不同規格的咖啡豆，使產品具有獨特的香氣、醇厚度和味道。
- (4) **冷卻和脫石**：烘焙後將進行快速冷卻和脫石工藝，從中去除異物。
- (5) **炒磨**：經烘焙的咖啡豆冷卻後，將其以原粒儲存或在炒磨機中進行進一步加工以形成炒磨咖啡粉。

業 務

- (6) **包裝**：我們的全自動包裝設備使我們能夠將不同大小的咖啡產品按85克至5磅規格及以不同類型的材料(如具除氣閥的鋁箔紙或濾紙)進行包裝，以滿足我們的客戶的不同要求。

我們亦在整個生產過程中進行質量控制措施，如X光掃描和條形碼標籤，以提高可追蹤性並去除異物，進一步詳情請參閱本節「— 質量管理 — 餐飲策劃服務 — 生產過程之質量控制」一節。

(ii) 拼配茶

以下流程圖概述了我們拼配茶產品的生產過程：



- (1) **材料選擇及質量控制**：加工茶葉須進行濕度、風味、大小和質量的質量檢測。
- (2) **濾網洗淨**：通過質量檢測後，通過濾網清潔加工茶葉，除去異物和污染物。
- (3) **拼配**：然後根據不同的配方拼配加工茶葉，以滿足我們客戶的各種口味和要求。
- (4) **包裝**：我們的全自動包裝設備使我們能夠將不同大小的茶葉產品按60克至5磅規格及不同類型的材料(如錫箔紙或濾紙)包裝，以滿足客戶的不同需求。我們的半自動包裝機器使我們可將茶類產品包裝為10磅裝。

業 務

(iii) 即溶系列餐飲

我們的即溶系列咖啡、茶和鴛鴦產品(統稱「**即溶系列餐飲**」)的生產在中國東莞的生產廠房進行。

以下流程圖概述了我們的即溶系列餐飲的生產過程：



- (1) **材料選擇及質量控制**：用於生產我們的即溶系列餐飲的原材料是速溶咖啡和茶粉、咖啡奶和糖。生產前須進行徹底的檢查，我們的質量控制部門對常規供應商的樣品進行抽查，以確保原材料的質量。
- (2) **拆裝及消毒**：通過質量檢測後，於潔淨室對原材料進行拆裝，並使用紫外(UV)光進行消毒，以消除任何微生物污染。
- (3) **拼配**：然後根據各種拼配配方拼配原材料，以生產即溶系列餐飲製成品。
- (4) **包裝**：製成品隨後裝入包裝袋和盒子，準備出口到香港市場或在中國分銷。

業 務

客戶

於業績記錄期，直接銷售的客戶主要包括香港及中國的連鎖快餐店、茶餐廳、高級酒店、咖啡店、餐廳、航空公司及主題公園。我們也委聘了分銷商進行銷售。有關進一步詳情，請參閱本節「— 銷售及市場推廣 — 銷售渠道 — 分銷商」。

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	<u>838,152</u>	<u>100%</u>	<u>849,720</u>	<u>100%</u>	<u>954,610</u>	<u>100%</u>

下表載列本集團五大客戶各自於所示期間的背景資料及收入貢獻：

截至2015年12月31日止年度

排名	客戶名稱	佔銷售總額的		提供的主要產品	客戶背景
		銷售額 (千港元)	百分比		
1	S公司 ⁽¹⁾	125,554	15.0%	咖啡、茶及雜貨	S公司是全球具領先地位的快餐店，在逾100個國家擁有逾36,000家店。
2	澳利高	25,644	3.1%	急凍肉類	澳利高是私人公司，為餐廳及酒店提供各類冷凍產品，乃本公司的關連人士。
3	M公司	24,940	3.0%	咖啡、茶及雜貨	M公司是領先的泛亞洲零售商，經營知名品牌的超市、大型綜合超市、便利店、健康美容店及家具店。
4	L公司	22,196	2.6%	咖啡、茶及雜貨	L公司於2004年成立，總部設於廣西柳州，為港式餐飲連鎖。
5	U公司	17,046	2.0%	咖啡、茶及雜貨	U公司是亞洲最大上市餐廳及餐飲集團之一。U公司主要從事經營連鎖速食餐飲業務及特式餐廳，並已縱向橫向擴展至機構餐飲及食品加工業務。

附註：

(1) 誠如本節下文「定價」一段所披露，該等銷售包括按固定價格銷售咖啡產品所得的收入。

本聆訊後資料集為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本聆訊後資料集時，必須一併細閱本聆訊後資料集首頁「警告」一節。

業 務

截至2016年12月31日止年度

排名	客戶名稱	佔銷售總額的		提供的主要產品	客戶背景
		銷售額 (千港元)	百分比		
1	S公司 ⁽¹⁾	119,896	14.1%	咖啡、茶及雜貨	S公司是全球具領先地位的快餐店，在逾100個國家擁有逾36,000家店。
2	澳利高	28,986	3.4%	急凍肉類	澳利高是私人公司，為餐廳及酒店提供各類冷凍產品，乃本公司的關連人士。
3	M公司	28,508	3.4%	咖啡、茶及雜貨	M公司是領先的泛亞洲零售商，經營知名品牌的超市、大型綜合超市、便利店、健康美容店及家具店。
4	L公司	20,333	2.4%	咖啡、茶及雜貨	L公司於2004年成立，總部設於廣西柳州，為港式餐飲連鎖。
5	U公司	16,797	2.0%	咖啡、茶及雜貨	U公司是亞洲最大上市餐廳及餐飲集團之一。U公司主要從事經營連鎖速食餐飲業務及特式餐廳，並已縱向橫向擴展至機構餐飲及食品加工業務。

截至2017年12月31日止年度

排名	客戶名稱	佔銷售總額的		提供的主要產品	客戶背景
		銷售額 (千港元)	百分比		
1	S公司 ⁽¹⁾	122,596	12.8%	咖啡、茶及雜貨	S公司是全球具領先地位的快餐店，在逾100個國家擁有逾36,000家店。
2	M公司	37,996	4.0%	咖啡、茶及雜貨	M公司是領先的泛亞洲零售商，經營知名品牌的超市、大型綜合超市、便利店、健康美容店及家具店。
3	澳利高	37,455	3.9%	急凍肉類	澳利高是私人公司，為餐廳及酒店提供各類冷凍產品，乃本公司的關連人士。
4	V公司	17,368	1.8%	茶及雜貨	V公司為在日本成立的日式「牛肉丼」連鎖快餐店。V公司香港分支於1991年成立，並於1992年進入中國市場。
5	U公司	16,514	1.8%	咖啡、茶及雜貨	U公司是亞洲最大上市餐廳及餐飲集團之一。U公司主要從事經營連鎖速食餐飲業務及特式餐廳，並已縱向橫向擴展至機構餐飲及食品加工業務。

附註：

⁽¹⁾ 誠如本節下文「定價」一段所披露，該等銷售包括按固定價格銷售咖啡產品所得的收入。

穩定多元客戶群

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。我們的主要客戶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。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們分別約有5,600名、5,800名及6,100名客戶。我們在向主要客戶進行供應方面平均有十年以上經驗。

業 務

餐飲策劃服務業務

我們的食品及服務供應商廣泛。我們多元化的客戶群為我們提供了於2016年可接觸香港約60%食店的分銷網絡，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率。通過與連鎖快餐店和其他大眾市場餐飲商的合作，我們提供的餐飲策劃服務和我們推出的產品可面向廣泛市場。這不僅有利於我們的發展使我們帶領市場趨勢，同時亦提升了我們作為領先的綜合B2B咖啡和紅茶餐飲策劃服務供應商的地位。與此同時，服務小眾特別需求的客戶使我們加強特定終端用戶分部的行業知識及訣竅，繼續建立作為全面餐飲策劃服務供應商的能力。

我們的配送網絡所帶來的廣泛市場覆蓋，加上我們對客戶服務的追求使我們能夠緊貼各市場分部最新的消費者喜好。我們相信，我們時刻緊貼不同消費群體的需求的能力將使我們從大多數競爭對手中脫穎而出，並為我們作為向多元客戶群提供綜合咖啡和紅茶策劃服務供應商的成功作出貢獻。

與餐飲策劃服務的主要直銷客戶的主要條款如下：

- 年期：與餐飲策劃服務的主要直銷客戶的協議年期一般為一年，可於到期時重續。
- 最低採購規定：我們餐飲策劃服務的主要直銷客戶一般承諾在合約期內採購產品的最低金額。
- 定價：於訂立合約時協定的產品價格在合約期內有效。
- 銷售回扣：我們一般會每季提供銷售回扣，回扣比率最高至若干百分比。
- 交付：我們一般在收到採購訂單的下一個營業日向香港客戶交付產品。
- 付款期：我們一般要求貨到付款或提供30日信貸期。我們一般要求以現金或支票支付或電匯至我們指定的賬戶。
- 退換產品：我們一般僅允許質量有問題的產品的退貨。

業 務

- 機器擁有權及保養：我們向部分咖啡產品客戶出租咖啡機。在合約期內，我們仍是咖啡機的法定擁有人，有權就咖啡機的任何嚴重損壞或損失向客戶索償。我們在合約期內就咖啡機提供保養服務。倘若證實相關問題並非因操作錯誤或疏忽引致，我們亦會免費更換有問題的零件。

食品業務

透過於2013年收購與急凍肉類相關的資產及業務，我們建立穩定的急凍肉類客戶群，彼等主要為連鎖快餐店及茶餐廳提供服務，當中多名急凍肉類客戶已與我們的附屬公司浩新建立長久的業務關係。彼等透過浩新採購急凍肉類及其他特別急凍肉類產品。我們相信，我們對採購優質產品的堅持，並以具競爭力的價格持續採購及提供急凍肉類產品的能力有助我們建立穩定的急凍肉類客戶群。

與食品直銷客戶的主要條款如下：

- 年期：我們並無與食品直銷客戶訂立長期合約。食品客戶根據業務需要向我們下達採購訂單。
- 交付：我們一般在下兩個營業日內向香港客戶交付產品。
- 付款期：我們一般要求貨到付款或提供30日信貸期。我們一般要求以現金支付或電匯至我們指定的賬戶。
- 退換產品：我們一般僅允許質量有問題的產品的退貨。

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食品分部總收入約21.8%、22.4%及23.9%，而向最大客戶的銷售額分別佔食品分部總收入約12.6%、13.8%及15.4%。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。我們在業績記錄期的五大客戶包括連鎖快餐店、餐廳、餐飲分銷商、食品加工公司和國際知名連鎖快餐店的指定分銷中心。有關我們與指定分銷中心銷售安排的進一步詳情，請參閱本節「— 銷售及市場推廣 — 銷售渠道 — 指定分銷中心」。

業 務

於業績記錄期，我們的五大客戶之一澳利高由朱新智先生（「朱先生」）及其兒子分別擁有52.4%及47.6%權益。其後，朱先生向其兒子轉讓其於澳利高的全部權益。朱先生及范燕芬女士（朱先生的配偶）為浩新之少數股東，合共持有其全部已發行股本之40%。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們對澳利高的銷售額分別約為25.6百萬港元、29.0百萬港元及37.5百萬港元，其分別佔我們同期總收入約3.1%、3.4%和3.9%。自2018年1月1日起，由於朱先生之子所持有的公司進行重組，澳利高國際將逐步取代澳利高，作為向浩新採購急凍食品的實體。有關我們與澳利高／澳利高國際的銷售安排的進一步詳情，請參閱本[編纂]「持續關連交易 — 不獲全面豁免持續關連交易 — 向澳利高及澳利高國際供應急凍食品」一節。

於最近的切實可行日期，除澳利高外，我們的五大客戶均為獨立第三方。除本[編纂]所披露者外，於業績記錄期，概無董事或彼等各自的緊密聯繫人或（據董事所知，於最近的切實可行日期持有本公司已發行股本5%以上的）任何股東在任何一名五大客戶中擁有任何權益。於業績記錄期，我們一般延長五大客戶的信貸期至30至120天，其主要通過電匯向我們支付款項，我們認為這符合市場慣例。

於業績記錄期及直至最近的切實可行日期，除授出信貸期外，我們並沒有為我們的任何客戶提供融資。於業績記錄期及直至最近的切實可行日期，我們並無面臨客戶作出的重大產品退貨或產品交換。進一步詳情請參閱本節「— 消費者反饋、產品退貨及保固」。

定價

我們的產品根據多項因素定價，包括產品成本（包括原材料及包裝材料）、經常費用（包括生產、質量控制及質量保證成本）、商品價格、競爭產品的相應定價、產能、議價能力，以及提供售後服務的成本。我們可按逐項交易基準向客戶提供批量折扣。

就其中一名五大客戶，我們一般在九個月前訂立固定價格協議，當中參考現行價格和紐約期貨交易所的咖啡豆商品期貨價格後釐定咖啡產品在三至十二個月期間的銷售價格，以盡量減低咖啡豆價格波動對損益的影響。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度內，來自該客戶的咖啡產品銷售收入分別為57.3百萬港元、51.2百萬港元及53.9百萬港元。

業 務

於業績記錄期，我們的產品的單價有所波動。下表載列於業績記錄期按產品類別劃分的產品平均價格範圍及銷量。

	截至12月31日止年度					
	2015年		2016年		2017年	
	平均售價 (港元)	銷量 (千)	平均售價 (港元)	銷量 (千)	平均售價 (港元)	銷量 (千)
餐飲策劃服務						
— 咖啡 (磅)	30.4	6,404	29.4	6,450	29.6	6,700
— 紅茶 (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

原材料價格管理

我們相信，良好的原材料價格管理對我們的財務狀況和盈利能力至關重要。因此，我們定期對主要原材料進行市場分析，並經常與供應商溝通，這使我們能夠獲得寶貴的行業數據，從而使我們能夠更好地預測關鍵原材料的未來價格，並相應調整採購計劃。我們相信我們與主要供應商長期以來所建立的關係，以及我們始終如一地堅持緊貼最新的原材料價格走勢，有助我們於業績記錄期達致財務穩定和取得盈利，並將力求繼續實施這些措施。

我們主要透過存貨管理管理咖啡豆的原材料價格。對於阿拉比卡咖啡豆，我們保持三個月的倉庫庫存和三至六個月的船期。對於羅布斯塔咖啡豆，我們一般維持一個半月的存貨供應及最多六個月的船期。此外，我們亦透過與咖啡供應商磋商及釐定差價合約管理咖啡豆的原材料價格，以進一步管理我們的採購成本。

我們僅在有需要的時候為咖啡豆採購進行對沖，並根據估計年度消耗、庫存及在途存貨以及現有對沖合約，以限制咖啡豆的最高對沖數量。

我們於業績記錄期內並無從對沖活動錄得任何溢利或虧損，皆因我們於業績記錄期內並無訂立任何對沖合約。一般而言，我們自交易日起計三日內，就所購買的咖啡豆重量對應的重量結算期貨合約，將手上期貨合約平倉。我們並無就期貨合約施加任何止蝕限制，皆因

業 務

該等合約僅用作對沖，最終會與實際購買的材料配對。一個財政年度內最高累計虧損淨額不得超過1百萬美元。

商品委員會

我們就對沖和交易活動實施內部指引。我們的董事會和高級管理人員監督對沖風險，並制訂風險上限和對沖程序。作為對沖監督工作的一部分，我們實施全面的內部監控和審計程序。我們的商品委員會由黃先生（行政總裁兼執行董事）、集團首席財務官、供應鏈總經理、採購經理、生產經理和研發部經理組成，負責管理對沖和交易活動。商品委員會根據營運需要決定購買咖啡豆的實際庫存量和相關的對沖決定。我們的財務部門每月審查交易規定，執行風險監控措施、編製財務報告及進行資本承擔及信貸限制方面的控制程序。我們的內部核數部門審查和監督我們就遵守內部指引的合規情況，並審查財務部門編製的績效報告。

銷售回扣安排

本集團為客戶所購買咖啡、茶、奶、立頓牌、Monin牌等產品及其他雜貨提供銷售回扣。我們與客戶訂定回扣協議，以識別可予回扣產品範圍、回扣有效期、回扣率及金額。回扣頻率有四種，包括每月、每季、每半年及每年。我們有兩類回扣安排，分別為定率及累進比率。回扣協議的大多數客戶屬定率安排。定率安排規定以銷售金額乘以固定回扣比率計算回扣值。在香港，回扣比率大多介乎0.5%至13%，而中國則介乎0.5%至15%。而較少用的累進比率安排則用於快餐店客戶方面的回扣。累進比率安排規定，回扣比率隨合約期內的銷售總額上升而上升，一般介乎0.2%至5%。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們向客戶提供的銷售回扣分別為18.7百萬港元、22.1百萬港元及23.8百萬港元。

業 務

銷售及市場推廣

餐飲策劃服務業務

銷售及市場推廣團隊

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。作為我們綜合餐飲策劃服務的一部分，我們的銷售和市場推廣團隊還定期與客戶合作，為客戶的產品開展銷售活動和廣告。為確保所建議的綜合餐飲策劃服務具理想效果，我們的銷售及市場推廣團隊將安排所需咖啡機的供應及保養。另外，我們與一家獨立第三方機構合作設立了一項咖啡課程，為公眾提供專業和工餘課程，旨在培育咖啡文化，促進咖啡行業的長期發展。此外，我們已於中國東莞設立一家概念店，作為客製產品的試飲場地，並將此店產生的收入入賬為餐飲策劃服務。

為了支持我們的業務發展，我們運用QlikView Business Discovery平台(或QlikView)，在我們現有的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。業務分析使我們更為靈活應變，並能根據客戶的特定需求度身訂製服務。我們相信這些增值服務對支持業務發展具有重要作用。

業 務

銷售地區

香港

自我們於1930年代初在香港成立以來，我們多年來逐漸在香港建立了一個完善的銷售和配送網絡。於最近的切實可行日期，除了我們獨立的急凍肉類產品銷售和市場推廣團隊，我們在香港的餐飲策劃服務業務銷售及市場推廣團隊由超過25名銷售員工組成，分為以下六個分部：

- 港島分部；
- 九龍分部；
- 新界分部；
- 酒店及機構分部；
- 快速消費品分部；及
- 進出口分部。

港島、九龍及新界分部負責向連鎖快餐店及其他個別食店進行餐飲銷售，而酒店及機構分部以及快速消費品分部的銷售人員則專責處理各自行業的銷售及客戶服務。六大銷售部門的主要職能是為客戶進行產品培訓，並與客戶保持良好的業務關係及發掘新商機。

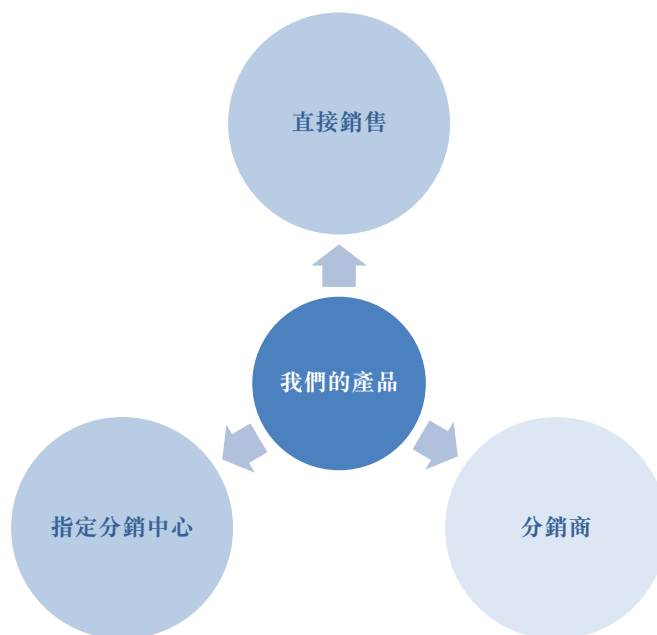
中國、澳門和其他海外市場

我們自1994年起通過推出咖啡產品進入中國市場，於最近的切實可行日期有一支32人的銷售團隊。在中國，我們多年來一直把銷售和分銷業務集中在華東和華南的一、二線城市，該等城市市場潛力巨大，經濟增長快速，如北京、上海、廣州、珠海、東莞、杭州和深圳。由於中國市場在地理上比香港市場廣闊，我們在北京、上海、廣州、深圳及東莞等地設立了區域銷售和分銷辦事處，以覆蓋中國的主要城市和經濟特區。澳門是我們業務的另一個重要市場，我們於2012年進入澳門市場。此外，我們還通過分銷商將小部分產品出口到台灣及其他海外國家，包括加拿大、澳洲、美國、馬來西亞及菲律賓。

業 務

銷售渠道

我們利用直接和間接的銷售渠道分銷我們的產品。下圖顯示我們的銷售渠道策略的架構：



直接銷售

在香港市場，我們的銷售和市場推廣團隊負責向所有客戶進行直接銷售。我們也在中國直接銷售大部分的產品。這確保我們的銷售及市場推廣團隊與客戶緊密合作，並能夠滿足彼等的特定要求。我們定期探訪我們的客戶，特別是我們的商業客戶，以了解彼等的需求，並為彼等的銷售和市場推廣活動提供戰略和技術支持，包括幫助彼等根據最新的市場趨勢制定餐飲管理理念。

我們的大部分產品直接銷售予飲食業的客戶，包括主要的連鎖快餐店、茶餐廳、咖啡店、餐廳及其他食品和餐飲場所，其中一些已經是我們超過10年的客戶。我們還向高級酒店、主題公園及航空公司提供產品。有關進一步詳情，請參閱本節「— 客戶」。

雖然我們在澳門和中國的業務相對香港而言尚未發展成熟，但我們已經成功地與酒店、連鎖快餐店(包括更多中國麥當勞門店)及國內航空公司就供應咖啡、紅茶、奶和其他餐飲相關產品訂立合同。

我們亦自向零售商客戶(包括遍佈香港的超市和7-11等的便利店)進行直接銷售快速消費品產生收入。

業 務

我們的食品業務直接銷售客戶主要包括急凍肉類加工商，其一般會在向客戶進行轉售前進一步加工和包裝急凍肉類產品。我們通常不會與急凍肉類客戶訂立任何銷售協議，僅通過採購訂單向彼等出售急凍肉類產品。

指定分銷中心

我們也通過向麥當勞指定的全球獨立第三方分銷中心（「**客戶分銷中心**」）銷售和交付我們的產品，將我們的產品出售予中國及香港麥當勞專營店。

我們直接與中國及香港麥當勞專營店進行日常的業務討論，定期參與其餐飲管理流程，提供客製餐飲策劃服務，並組織聯合推廣活動。我們也與中國及香港麥當勞專營店達成預先協議，每季度設定指定咖啡產品的價格範圍。

同時，中國及香港麥當勞專營店通過其指定的客戶分銷中心向我們下達採購訂單。按照有關安排，我們不會向中國及香港麥當勞專營店交付產品或收取付款。相反，我們將產品交付予客戶分銷中心，並於向客戶分銷中心交付及其接受產品後確認銷售。我們直接從客戶分銷中心收取付款。在中國，我們在銷售確認中使用「擴展庫存模式」，即只有當我們的產品由客戶分銷中心交付給中國麥當勞專營店並獲有關專營店接納時方會確認我們對客戶分銷中心的銷售。

香港方面，我們與香港麥當勞的專營店直接訂立業務關係協議，據此，只有在收到載列該等產品價格、數量及交付、支付及其他條款的書面訂單或電子訂單時，才構成銷售承諾。香港麥當勞的專營店透過其授權的一方，即客戶分銷中心，向我們發放採購訂單，載列產品描述、數量及交付日期。因此，收入是在交付貨物至客戶分銷中心並且由客戶分銷中心確認收訖（即代表客戶分銷中心接納我們的產品）時予以確認。我們在交付產品予客戶分銷中心後並無任何進一步的責任。

中國方面，我們與客戶分銷中心訂立採購協議，據此，當客戶分銷中心向中國麥當勞的專營店交付貨物時，貨物的擁有權才轉移至客戶分銷中心。倘若在客戶分銷中心持有我們的

業 務

產品至中國的麥當勞專營店收取產品期間，產品有任何損壞，我們須承擔有關損失的風險。因此，收入是在客戶分銷中心交付貨物並且由中國麥當勞的專營店接納時才予確認。

就業務關係而言，我們視中國及香港麥當勞專營店為我們的終端客戶。

分銷商

除直接銷售外，我們利用分銷商在中國、澳門及其他海外市場銷售餐飲策劃服務產品。我們與分銷商維持穩定的合作關係。於最近的切實可行日期，我們於業績記錄期與五大分銷商平均有超過四年的業務關係。我們藉著分銷商各自建立的各個本地市場渠道接觸我們的終端客戶，並一直在該等司法權區擴展市場據點的廣度及深度。

分銷協議

我們一般與分銷商訂立標準分銷協議，訂明一系列條款(包括指定地區、銷售目標及產品退貨政策)。該等協議的主要條款包括：

- **年期：**大部分分銷協議的年期介乎一至兩年，並可於屆滿時重續。我們一般於現有分銷協議屆滿前三個月與分銷商開始磋商重續分銷協議。
- **指定分銷地區及市場分部：**分銷商不得在彼等的指定分銷地區及市場分部以外地區或市場銷售或分銷我們的產品。
- **獨家權利：**大部分分銷商獲授予獨家權利在指定地區為特定市場分部分銷若干類型的產品。
- **銷售目標及最低採購要求：**大多數分銷商通常承諾達成最低年度銷售目標，其由我們與分銷商根據分銷商的能力而釐定及協定。倘分銷商未能達到最低年度銷售目標的70%，我們有權終止分銷協議。
- **轉售價格管理：**我們建議分銷商向彼等的客戶轉售我們的產品的價格。我們亦告知分銷商不要在未徵詢我們的意見前按高於或低於建議價格的價格銷售產品。

業 務

- **存貨水平：**我們通常要求我們的分銷商維持貨品的最低存貨水平，即可供應不少於30天。大部分分銷商須向我們提供每月存貨資料。
- **退回產品：**我們僅容許因質量問題而退回產品。就質量問題以外的原因，分銷商可在取得我們的事先書面同意下向我們退回產品。因質量問題以外的原因而向我們退回的產品須餘下最少一半的保質期，且包裝並無損壞。
- **信貸期：**我們一般要求於交付前付款或提供30至60天的信貸期。我們一般要求以電匯方式付款予我們指定的戶口。
- **銷售獎勵／回扣：**我們一般根據分銷商的購買金額提供若干百分比的銷售獎勵／回扣。
- **保密性：**分銷商承諾不會向任何第三方洩露我們的任何商業秘密或其他業務信息。
- **終止：**倘(其中包括)任何一方變更業權、重組、合併及收購，彼可透過提前30天書面通知而終止分銷協議。我們一般容許於分銷商未能達成銷售目標的70%或分銷商違反分銷協議時，即時終止協議。

根據分銷協議，我們一般根據原材料價格的波動制定分銷產品的售價。我們一般按批發基準向分銷商銷售產品。我們於交貨並由彼等接納時確認收入。我們並無保留售予彼等的產品的擁有權，與該等產品有關的所有重大風險及回報均於交貨並由彼等接納時轉嫁予彼等。我們的分銷商其後轉售我們的產品予零售商或其他客戶。彼等承擔客戶拖欠付款的風險。因此，我們與分銷商的關係被視為買賣雙方的關係。

甄選分銷商

我們嚴格採納指引以甄選、評估及監察分銷商。我們一般向來自中國的潛在分銷商進行背景調查及驗證及索取營業執照及稅務登記證的副本。我們在甄選及評估分銷商的表現時亦會考慮一系列因素，包括：

- 位置、分銷網絡及客戶群；
- 相關經驗、聲譽、信譽及可信程度；

業 務

- 經營及管理能力；
- 倉儲設施及運貨能力；及
- 過往銷售價值及財務狀況。

我們發展及維持穩定的分銷網絡有賴多項因素支持，包括(i)馳名品牌；(ii)在各區域與數目有限的知名及可靠的分銷商合作，有助避免彼等之間自相蠶食；及(iii)向分銷商提供全面支持及培訓。

分銷商管理

我們一般與分銷商訂立分銷協議，一般主要條款載列上文。我們的銷售及市場推廣團隊持續聯絡分銷商代表以評估其未來訂單的估計需求及計劃。我們亦向分銷商提供包括產品到期日及儲存要求等資料，以確保我們的產品在保質期內能妥為存放。

倘出現有關我們違反協議的任何投訴，我們一般會調查，而銷售及市場推廣團隊將妥善處理投訴及作出決定。

為確保對分銷商進行的銷售可反映真實市場需求及減低分銷商之間自相蠶食的風險，我們採取了下列政策：

- 當我們甄選分銷商時，我們會考慮分銷商的相關地理區域以及分銷渠道，以確保其銷售網絡並無重大重疊；
- 根據分銷協議，分銷商僅限於相關指定的分銷區域及市場分部分銷產品；
- 我們為產品制定建議轉售價，並密切監察分銷商的存貨水平，以避免累積過多存貨；及
- 除非產品有缺陷，否則我們不接受產品退貨。

我們並不知悉於業績記錄期分銷渠道有任何重大存貨累積。

業 務

下表載列於所示日期分銷商數目的變動：

分銷商數目	於12月31日		
	2015年	2016年	2017年
期初	149	162	170
增加新分銷商	31	28	20
終止現有分銷商	18	20	33
期末	162	170	157

分銷商數目於2015年至2016年間增加，主要由於我們計劃擴大分銷渠道及市場覆蓋範圍，尤其是在中國。此外，我們委聘我們相信擅長涵蓋小眾分部的分銷商，以幫助進一步發展我們的市場覆蓋範圍。於2017年12月31日，我們委聘的分銷商數目減少至157間，主要由於(i)我們調整發展政策及減少透過分銷商銷售快速消費品；(ii)我們致力專注與業務穩健及／或大型分銷商發展市場；及(iii)自然流失。

於業績記錄期內，已終止分銷商的年度銷售目標介乎25,000港元至1.3百萬港元，而該等已終止分銷商於截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度貢獻的總收入分別為3.9百萬港元、0.9百萬港元及零。

據董事所知，(i)分銷模式獲部分餐飲業同行所採用；(ii)所有分銷商均為獨立第三方，且彼等於業績記錄期概非由我們現任或前僱員全資擁有或佔多數控制權；及(iii)分銷商主要於相關司法權區從事分銷食品及餐飲業務。

於業績記錄期及直至最近的切實可行日期，我們並無向任何分銷商提供融資，惟我們根據相關分銷協議向彼等授出的信貸條款除外。於業績記錄期及直至最近的切實可行日期，我們並無遇上任何來自分銷商的重大產品退貨或產品更換。進一步詳情請參閱本節「—消費者反饋、產品退貨及保固」。

食品業務

就所收購的急凍肉類業務而言，我們一般維持其原有七名成員的銷售及市場推廣團隊以對我們的急凍肉類產品進行銷售及市場推廣，乃由於彼等與供應商及客戶已維持長久的關係。我們安裝了業務軟件Gideon以追蹤急凍肉類業務的銷售。自2016年起，急凍肉類業務的銷售數據已併入企業資源規劃系統以提升經營管理、銷售表現及識別交叉銷售的機會。

業 務

我們透過餐飲策劃服務業務的銷售及市場推廣團隊進行急凍預製食品的銷售及市場推廣。與我們的餐飲策劃服務銷售類似，我們的銷售人員協助我們急凍預製食品客戶提供最符合其需求的客製產品。我們旨在向我們的客戶提供急凍預製食品，並將該等產品融入客戶的中央廚房。有關餐飲策劃服務銷售的進一步詳情，請參閱本節上文「 — 銷售及市場推廣 — 餐飲策劃服務業務 — 銷售及市場推廣團隊」。

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。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。雖然第三方物流服務供應商可向我們提供專業服務，但我們的外判物流服務仍具有風險。有關外判物流服務風險的進一步詳情，請參閱本[編纂]「風險因素 — 與我們業務有關的風險 — 我們依賴第三方物流服務供應商交付部分產品，而我們的銷售及聲譽可能因該等第三方物流服務供應商延誤交付或處理不當而受到重大不利影響。」一節。

餐飲策劃服務

為確保產品能以最佳質量送抵客戶手上，我們已就餐飲策劃服務產品設立24小時內交付服務。憑藉發展成熟的預先交付系統、盡職盡責的配送團隊、具備11輛配送貨車及一輛小型貨車的車隊以及第三方物流服務供應商，我們可在收到訂單後24小時內為全港客戶提供可靠的配送服務。

為促使準確及時將餐飲策劃服務產品交付中國的客戶，我們已在東莞廠房建立佔地超過6,930平方米的倉庫配備綜合專業物流系統，以與第三方物流服務供應商協調交付。於業績記錄期，中國物流服務並無出現重大中斷。

食品

因冷鏈物流的需求，我們一般委聘知名的物流公司為於香港出售的急凍肉類及急凍預製食品提供儲存及分銷服務。該等物流公司一般負責將急凍肉類及急凍預製食品由港口交付至我們的第三方倉庫，以及管理其向我們出租的倉庫內所儲存的急凍肉類及急凍預製食品。

業 務

我們大部分的香港客戶直接自第三方倉庫內提取急凍肉類及急凍預製食品。倘我們的急凍肉類及急凍預製食品客戶要求交付服務，第三方物流公司可在我們的要求下，協助我們提供物流支援，為全港多個地區的客戶提供服務。倘客戶選擇向我們提取急凍肉類及急凍預製食品，彼等一般可於下達訂單後第二個工作天收到產品。就要求交付服務的本地客戶而言，交貨時間一般為一個工作天。

採購原材料及供應商

餐飲策劃服務

我們的供應網絡覆蓋全球各地，主要由一組全球知名的供應商所組成，我們向彼等採購平均有超過十年以上。我們可透過主要供應商從各氣候區取得全面的生產所用的優質原材料供應，主要包括咖啡豆、茶葉及奶，以供餐飲策劃服務業務之用。彼等提供的原材料來自世界各洲不同的氣候帶，品質上乘，種類繁多，我們可按照客戶需求快速調製出產品的口味。

除我們購買用於咖啡及紅茶生產的原材料及包裝物料外，我們採購多種貿易產品，以使我們能為商業客戶提供一站式購買體驗。我們能與策略供應商達成獨家分銷協議證明我們的採購能力強大。例如，我們為立頓黃牌茶包的香港分銷商，而且我們為法國優質糖漿品牌「Monin」在香港及澳門的唯一授權代理，我們得以與客戶共同創作新穎的特飲。

食品

我們並無對進口自海外供應商的急凍肉類及急凍預製食品進行任何加工及重新包裝。我們只會由獲得香港食物環境衛生署批准的國家及供應商進口急凍肉類及急凍預製食品。於業績記錄期，我們主要由日本、巴西、美國及越南進口豬肉，主要由美國、日本、巴西、澳洲及新西蘭進口牛肉，以及由美國及泰國進口禽肉。絕大部分急凍肉類及急凍預製食品供應商多為急凍肉類及急凍預製食品生產商而非上游分銷商。

業 務

我們一般根據需求向供應商下訂單，且沒有與急凍肉類及急凍預製食品供應商訂立任何長期購買協議。我們與大部分供應商維持穩定及長遠的合作關係。我們定期考察供應商的廠房及辦公室，以對其生產過程及安全標準進行質量控制審查。我們負責在香港為進口急凍肉類及急凍預製食品辦理清關手續。根據進出口條例(香港法例第60章)，每批急凍肉、冷藏肉、急凍禽肉或冷藏禽肉的貨物均須申領一項進口牌照，我們須負責申請該牌照。因此，各批進口急凍肉必須具有由出口國家認可發證實體發出的有效衛生證明書。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，原材料(包括包裝物料)成本分別約為562.2百萬港元、543.9百萬港元及632.2百萬港元，佔同期總銷售成本分別約95.0%、94.5%及95.1%。

甄選原材料供應商

我們細心挑選供應商，評估彼等的整體業績記錄、財政實力、可靠程度、供應的穩定性、質量控制措施、價格的合理程度以及物流安排。倘符合我們的甄選條件，該供應商將成為我們的合資格供應商。我們相信嚴謹的食品質素及安全標準為我們的核心價值，所以我們與供應商密切溝通及監察，並要求所有由彼等提供的原材料均須符合我們嚴謹的內部及相關國家及／或國際質量標準。我們一般要求供應商就彼等供應的原材料提供證明書。進一步詳情請參閱本節「 — 質量管理 — 餐飲策劃服務 — 採購之質量控制」。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，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%，而向最大供應商的採購佔同期總銷售成本分別約24.5%、22.5%及22.8%。於最近的切實可行日期，我們與五大供應商於業績記錄期有六年至超過十年的關係。於業績記錄期，五大供應商包括貿易公司(其協助我們向巴西、哥倫比亞及斯里蘭卡的生產商採購原材料(如咖啡豆及茶葉))，以及新西蘭的生肉屠宰及包裝的出口商。於業績記錄期，五大供應商一般就供應原材料而向我們授予自發票日期起最多60天的信貸期，通常以電匯結付。

業 務

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們的最大供應商為前股東。該等採購乃參照市價進行，而董事確認該等採購乃按公平原則根據正常商業條款進行。進一步詳情請參閱本[編纂]「歷史、發展及公司架構」一節。除本[編纂]所披露者外，於業績記錄期內，董事或任何彼等各自的緊密聯繫人或任何股東（據董事所知，於最近的切實可行日期持有本公司超過5%的已發行股本），概無在該五大供應商中擁有任何權益。我們於業績記錄期並無就供應商供應原材料及部件遇上任何重大中斷、爭議、短缺或延誤。我們一般可將原材料價格上升的波幅轉嫁予客戶。

下表載列五大供應商各自於所示期間的背景資料及採購額：

截至2015年12月31日止年度

排名	供應商名稱	佔銷售成本的		主要採購產品	供應商背景
		採購額 (千港元)	百分比		
1	N公司(前股東)	145,036	24.5%	茶及奶類	N公司是日本公司，提供各種服務及產品。
2	P公司	50,318	8.5%	立頓	P公司自1880年代起開業，提供超過400個品牌。
3	O公司	24,996	4.2%	急凍牛肉及羊肉	O公司是新西兰跨國內類合作社。該公司是新西兰具領先地位的畜產品加工及市場推廣公司。
4	R公司	22,467	3.8%	咖啡	R公司主要從事咖啡、棉花及可可產品，其從原產地採購原材料，主要向在多個國家經營的品牌產品製造商提供加工、物流及風險管理服務及銷售。
5	Q公司	19,727	3.3%	咖啡	Q公司於1851年成立，是農產品零售商及加工商，專營食品、農產品、五金、運輸及風險管理服務。

截至2016年12月31日止年度

排名	供應商名稱	佔銷售成本的		主要採購產品	供應商背景
		採購額 (千港元)	百分比		
1	N公司(前股東)	129,619	22.5%	茶及奶類	N公司是日本公司，提供各種服務及產品。
2	P公司	49,850	8.7%	立頓	P公司自1880年代起開業，提供超過400個品牌。
3	Q公司	26,428	4.6%	咖啡	Q公司於1851年成立，是農產品零售商及加工商，專營食品、農產品、五金、運輸及風險管理服務。
4	O公司	24,946	4.3%	急凍牛肉及羊肉	O公司是新西兰跨國內類合作社。該公司是新西兰具領先地位的畜產品加工及市場推廣公司。
5	Monin	17,668	3.1%	糖漿	Monin於法國成立，提供各種產品，包括優質糖漿、烈酒、醬汁、水果沙冰、雞尾酒混合飲品及風味粉。

本聆訊後資料集為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本聆訊後資料集時，必須一併細閱本聆訊後資料集首頁「警告」一節。

業 務

截至2017年12月31日止年度

排名	供應商名稱	佔銷售成本的		主要採購產品	供應商背景
		採購額 (千港元)	百分比		
1	N公司(前股東)	151,570	22.8%	茶及奶類	N公司是日本公司，提供各種服務及產品。
2	P公司	53,372	8.0%	立頓	P公司自1880年代起開業，提供超過400個品牌。
3	Q公司	31,441	4.7%	咖啡	Q公司於1851年成立，是農產品零售商及加工商，專營食品、農產品、五金、運輸及風險管理服務。
4	R公司	30,156	4.5%	咖啡	R公司主要從事咖啡、棉花及可可產品，其從原產地採購原材料，主要向在多個國家經營的品牌產品製造商提供加工、物流及風險管理服務及銷售。
5	O公司	28,330	4.3%	急凍牛肉及羊肉	O公司是新西蘭跨國內類合作社。該公司是新西蘭具領先地位的畜產品加工及市場推廣公司。

質量管理

餐飲策劃服務

作為餐飲供應商，我們主要專注確保產品安全及高質量。在整個採購、生產、儲存及分銷過程中，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方面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人手操作。

於2017年12月31日，我們在香港及中國分別有一支6名及16名質量控制人員的團隊。大部分的品質檢驗人員畢業於營養學、食品科學或相關專業，並於餐飲生產／質量控制具備相關工作經驗。

國際認可及認證

HACCP

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。HACCP為國際認可系統，用於減少食品安全危害風險，包括減少生物、化學及物理危害。為符合HACCP，我們須執行及維持危害分析、關鍵控制點連同相關監管上限的定期記錄，以及在需要時進行修正措施以確保我們的生產過程符合HACCP過程。

業 務

ISO

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ISO 9001：2008，自2008年起在香港及自2011年起在中國榮獲ISO 22000：2005。透過ISO 9001認證，證明我們的經營一貫滿足客戶及適用法定及監管規定。ISO 22000證書證明我們的原材料採購、生產、製成品及分銷在消除生物、化學及物理危害方面符合相關國際標準。

該等認證代表我們致力追求健全及全面的質量及安全管理，繼而確保我們的產品安全及高水準。

採購之質量控制

嚴謹的質量控制程序始於監察原材料的質量。我們已界定原材料的規範，包括原產地、大小及濕度規定。我們實施嚴格的供應商審批程序，並僅向獲行業認可（如ISO 22000及HACCP證書）的認可供應商採購。我們亦可於向潛在供應商採購前對彼等進行審核。

付運前的抽樣檢查

我們的主要原材料為自海外市場進口的咖啡豆及加工茶葉。於接收一批咖啡豆或加工茶葉前，我們會收到來自供應商對各批貨運的樣本，並進行付運前的抽樣檢查，一般包括感官測試，即與上一批接納的貨品（如適用）比較顏色、香味、味道及外觀、物理計量（如茶片大細分佈）、對總溶解固體的化學計量以及酸鹼值。倘相關付運前樣本符合要求時，我們方會接納該批原材料。

進廠檢驗

於咖啡豆及加工茶葉送抵本地港口後，我們進行進廠檢驗，一般包括證書核證、數量檢查、淨重量檢查、包裝檢查、感官測試、物理計量、化學計量、杯測品評測試及保留自接收原材料所得的樣本。

生產過程之質量控制

我們於潔淨及良好的生產工場內進行生產，而所有生產員工須佩戴保護衣物以確保產品不受污染物所污染。

業 務

烘焙及炒磨咖啡產品生產過程的質量控制包括下列措施：

- **拼配檢驗：**就拼配過程而言，我們相互參照原材料批號及拼配成份以確保原材料的確實規格及拼配的比例。
- **烘焙監察：**我們監察烘焙的時間及溫度，並為運作中的工序進行烘焙顏色指標的檢驗。質量控制員工逐個批次隨機抽查烘焙咖啡豆以評估烘焙水平是否合乎標準。我們每年亦於實驗室檢驗烘焙期間經濾水系統過濾的水及測試過濾水質。此外，我們於脫石過程中監察氣壓指數。
- **炒磨檢驗：**我們每年兩次檢查磨豆機的設定及透過篩選器對磨豆機進行校準，以確保炒磨的大小合乎標準。
- **包裝檢驗：**我們使用不同的包裝技術（如真空包裝）以確保產品妥為包裝。我們檢驗包裝封口及檢查產品包裝上的生產／有效期限及產品編號。各生產批次均獲分配獨一無二的批次編號以提升對批次的追蹤程度。我們亦進行淨重量檢查及以X光檢驗系統進行金屬探測。

茶類產品及即溶餐飲產品生產過程之質量控制一般包括與上述用於烘焙及炒磨咖啡產品相同的拼配檢驗及包裝檢驗措施。

有關根據代工生產安排生產的餐飲策劃服務產品的質量控制措施，請參閱本節「— 代工生產承包商」。

製成品之質量控制

我們記錄烘焙及炒磨咖啡製成品的規格，包括顏色指數、總溶解固體值、酸鹼值及淨重量。就茶類製成品而言，我們記錄濕度、淨重量及灰塵含量等規格。就即溶餐飲產品而言，我們記錄濕度及淨重量等規格。我們亦進行杯測品評測試以確保咖啡及紅茶產品有合適的香味、酸度、甜度、口感及回味程度。我們保留每個製成品生產批次的樣本。各生產批次均獲分配獨一無二的批次編號以提升對批次的追蹤程度，而我們定期進行產品回收演練。

業 務

倉存、物流及分銷之質量控制

我們在香港及中國的倉庫內儲存原材料及製成品。倉庫管理得到企業資源規劃系統的支援。我們為各批次的進廠原材料及製成品分配特定批號以確保可予追蹤。儲存的原材料及製成品乃按照先進先出的形式消耗。我們密切監察倉庫內的儲存環境，包括溫度及濕度，確保原材料及製成品於儲存期間保持適當的條件。此外，我們定期進行滅蟲以確保倉庫沒有蟲害。

我們亦採納質量控制措施以避免於交付期間受到污染。例如，我們的產品在控溫控濕的環境下交付，而我們定期對配送貨車進行衛生檢查。

食品

香港的食物環境衛生署負責實施食品安全控制的政策及執行食品法例。就此而言，其部分職責為行使公眾衛生及市政條例第62(1)條賦予的權力，於進港口岸採集食品樣本進行多項測試，包括微生物驗證及化學分析。除本地政府機關對進口食品進行的測試外，作為香港食品進口商，我們負責透過與出口國家密切溝通，確保我們所採購的食品符合本地法例。尤其是肉類、禽類及海產等選定食品，因其容易腐爛或高風險的性質而有特定的進口法律規定或行政安排。進一步詳情，請參閱本[編纂]「監管概覽 — 香港法例及法規概覽 — 《進出口條例》(香港法例第60章)」一節。有關涉及原材料的風險(包括2017年3月巴西肉事件)，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。」一節。

採購之質量控制

我們只會由獲得香港食物環境衛生署批准的國家及供應商入口急凍肉類及急凍預製食品。為協助確保入口食品的衛生水準，我們要求急凍肉類及急凍預製食品供應商提供由相關原產地國家發證實體出具的衛生證明書並附於產品上，以證明該等食品適合人類食用。就由日本入口的產品而言，我們僅由獲香港政府批准的日本部分州份入口食品，該等食品附有由農林水產省根據法規而出具的證書。

業 務

倉存、物流及分銷之質量控制

我們委聘專業的第三方物流公司為急凍肉類及急凍預製食品於倉庫及交付期間作妥善儲存。我們在香港的訂約第三方急凍食品物流公司負責確保安全及適當的儲存環境，有助保證急凍肉類及急凍預製食品的質量。急凍肉類及急凍預製食品倉庫設有閉路電視，記錄整個卸貨及儲存過程。此外，我們有權隨時於急凍肉類及急凍預製食品倉庫實地考察及審核。我們定期(尤其當新貨抵達時)檢查存放於倉庫的急凍肉類及急凍預製食品。

代工生產承包商之質量控制

有關根據代工生產安排生產的急凍預製食品的質量控制措施，請參閱本節「— 代工生產承包商」。

代工生產承包商

我們在自有生產設施生產若干部分的產品，另委聘立陶宛、捷克共和國及泰國等國家的獨立第三方代工生產承包商，負責擴展及分散我們的產品組合。該等產品主要包括餐飲策劃服務業務的奶產品及食品業務的若干急凍預製食品。產品由我們的代工生產承包商所經營的廠房生產，最終產品則以我們的品牌出售。根據代工生產安排，我們的代工生產承包商一般負責採購原材料及對其為我們製造的產品進行質量控制。我們亦按每批次貨運對代工生產承包商製造的產品進行質量控制。於2015年、2016年及2017年12月31日，我們分別委聘8名、10名及11名代工生產承包商，彼等與我們建立的業務關係大部分已超過兩年。

我們根據嚴格準則挑選代工生產承包商，包括過往表現、生產設施、管理能力、質量控制、技術訣竅及財務狀況。此外，我們所有代工生產承包商均須每年接受評估，當中包括評估其產品品質、價格及產品交付時間。我們一般與代工生產承包商訂立為期介乎一至三年的代工生產總協議。該等協議及向代工生產承包商發出的相關訂單，一般會載有產品規格、生產規定、最低訂單數量及付款安排等條款。我們向代工生產承包商支付的款項反映了相關生產成本，主要包括原材料、勞工及加工，以及與所提供代工生產服務有關的費用。代工生產安排的條款視乎相關產品而各有不同，一般包括下列各項：

- 年期：有效年期一般為一至三年，可予重續。

業 務

- 獨家權：代工生產承包商以及其聯繫人如未獲各方事先書面相互同意，不得直接或間接向相關地區的食品服務市場以及便利店分銷相同產品。
- 定價：一般訂明單價，而各方可相互批准作出特定調整。
- 採購數量：採購數量一般在採購訂單內訂明。一般而言，協議訂明每張採購訂單的最低採購數量。
- 付款條款：一般而言，我們在收到發票後45日內付款。
- 交付：代工生產承包商一般按「成本及貨物」或「成本、保險及貨物」方式交付產品，前者指代工生產承包商負責除保險以外的交付產品至目的地港口的所有費用，而後者指代工生產承包商負責包括保險在內的交付產品至目的地港口的所有費用。
- 生產時間：生產時間一般為收到採購訂單後60個曆日後
- 產品規格：我們一般訂明產品詳情，包括產品名稱、包裝規格、物理分析、化學分析、微生物分析、成份組成、流程、營養資料及產品保質期。
- 監管合規：代工生產承包商負責遵守香港食品法規及在其司法權區適用的法規。
- 產品投訴：代工生產承包商收到我們有關產品的投訴後，須全權負責進行透徹的調查，並於10個工作天內，書面提供全面解釋，以及呈報防範和糾正措施。代工生產承包商負責其生產過程中的實際和可驗明的質量問題。
- 知識產權：代工生產承包商不應使用我們的品牌或商標進行任何商業或非商業用途。
- 終止：一般而言，在代工生產承包商違反協議時我們可以立刻終止，另外任何一方亦可提前三個月發出書面通知以終止協議

業 務

代工生產承包商一般要求在接獲發票後45天內結清付款。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，來自代工生產承包商的採購分別約為61.7百萬港元、67.7百萬港元及50.4百萬港元，佔我們的總銷售成本分別約10.4%、11.8%及7.6%。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們來自五大代工生產承包商的採購額佔代工生產承包商的總採購額分別約99.5%、98.2%及95.3%，而同期來自最大代工生產承包商的採購額佔代工生產承包商的總採購額分別約82.4%、71.6%及52.9%。董事確認，於整段業績記錄期內，董事或彼等各自的緊密聯繫人或(據董事所知)任何持有已發行股份超過5%的股東，概無在該五大代工生產承包商中擁有任何權益。

於最近的切實可行日期，我們的業務並無因未能取得代工生產供應產品而受到重大干擾，我們在獲取所需的代工生產產品方面未曾遇上亦預期不會遇上任何重大困難。我們持續使用代工生產承包商須承擔若干風險。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 — 我們將若干產品的生產外包予代工生產承包商。產品供應的任何中斷可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。」一節。於最近的切實可行日期，我們並不知悉代工生產承包商有任何違反其所適用的重大法律及法規的情況。

市場資訊及資訊科技

我們運用資訊科技系統支持我們的營運、採購、存貨控制、銷售管理、財務及成本控制、生產規劃及整體管理職能。我們的企業資源規劃系統由包括SAP、QlikView及Gideon System等綜合應用程式套件組成。

供應鏈管理

我們的企業資源規劃系統與生產規劃及供應鏈管理功能全面整合。我們採用國際知名的業務營運系統，以管理由供應商至客戶的產品供應鏈。系統通過追蹤採購訂單及存貨水平等各項活動，促進存貨管理，按照先進先出法，對整體倉庫施以有效管理。

管理層可及時查閱每天存貨及銷售數據，因而能夠有效監察銷售表現，作出規劃、採購、製造及交付產品的決定。鑒於我們能夠以有效、系統化的方式監察存貨流動及銷售數

業 務

據，故可因應市況及客戶需要作出適當的營運調整，更準確預測未來的需求。該等措施繼而亦有助我們進行成本管理，提升盈利能力。

食品業務方面，我們採用Gideon System管理存貨。Gideon System會追蹤和監察我們的急凍肉類產品的存貨、儲存及銷售，並將發票匯整至會計系統。

業務分析管理

我們的企業資源規劃系統也可結合不同來源的商業數據，製作接近實時的報告，以便我們審閱經營業績及決策。

取得SAP及Gideon System的營運數據後，我們會運用QlikView，從採購決定及營運效益方面對香港業務進行商業分析。QlikView會對個別產品進行接近實時的自訂銷售分析。其後，我們會利用有關分析調整採購決定及產品組合。我們亦透過QlikView提供的分析，識別香港的交叉銷售機遇，從而套用目標營銷戰略。我們相信，在支持我們於業績記錄期內的增長方面，此等功能擔當舉足輕重的角色。

財務報告管理

我們的企業資源規劃系統亦會統一處理會計及報告程序，並就財務報告整合採購及銷售等多個模組的交易預訂。管理團隊掌握不同業務階段的整合財務資料後，便可更深入了解整體業務表現，更高效地作出所需的營運調整。

存貨控制

原材料及在製品

我們的兩個生產設施均設有倉庫。我們在香港的餐飲策劃服務分部倉庫總面積超過76,488平方呎，以供儲存原材料、製成品及包裝材料。我們在中國東莞的生產設施設置了佔地逾6,930平方米的倉庫，配備綜合專業物流系統。為配合市場需求和生產時間表，我們審慎管理存貨及維持較高的存貨水平，確保在兩個月的前置時間內備存不多於三個月的餐飲策劃服務分部產品存貨。

此外，於最近的切實可行日期，我們在香港向四名第三方物流服務供應商租用五個倉庫，專門用作儲存需要溫度和濕度控制的急凍肉類及急凍預製食品。該等第三方物流服務供應商負責倉庫的安全及監督，確保急凍肉類及急凍預製食品在倉庫存放期間的儲存條件(例

業 務

如溫度)理想。我們會小心監察急凍肉類及急凍預製食品的存貨水平，急凍肉類及急凍預製食品存貨一般維持於大約兩個月的銷售量。

製成品

我們的餐飲策劃服務分部製成品，主要由銷售及市場推廣團隊和分銷商負責儲存和分銷。我們的整體目標是維持足夠應付預測需求的存貨水平，平均保持不多於三個月的存貨水平。我們的銷售及市場推廣團隊會與生產團隊會面，向生產及採購團隊提供有關生產時間表及材料採購計劃方面的市場訊息。

我們會定期檢討存貨水平，以監控是否有滯銷、陳舊存貨或市值降低的情況。我們實行精細的倉庫營運程序，例如先進先出存貨管理法及定期盤點。我們亦為將屆到期日的存貨舉行促銷活動。

於2015年、2016年及2017年12月31日，我們的期末存貨結餘分別約為163.7百萬港元、147.2百萬港元及195.4百萬港元，佔我們的流動資產總值分別約42.7%、33.5%及45.0%。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們的平均存貨週轉天數分別為117天、99天及94天。進一步詳情請參閱本[編纂]「財務資料 — 財務狀況表若干組成部分的描述 — 存貨」一節。

產品開發

我們作為香港領先的綜合B2B咖啡及紅茶餐飲策劃服務供應商之一，必需與時並進，掌握最新市場趨勢、發展及消費者口味，評估及改良現有產品配方及產品組合，以迎合客戶不斷變化的需求。我們擁有產品開發團隊，在香港及中國各有四名及八名專業人員，分別來自不同部門。我們全部產品開發人員均具備食品科學或化學工程資格，及／或在餐飲業擁有五年或以上的經驗。

我們的產品開發團隊由高級產品開發經理帶領，彼在食品研發方面具備逾30年經驗，並為中國食品工業協會罐藏委員會專家委員。該團隊的成員包括饒富經驗的食品工程師，以及具備相關專業經驗的茶和咖啡嘗味師和培訓師。12名團隊人員中有10位持有學位或文憑。我們的產品開發團隊由持有多項專業資格的人員組成，包括ISO22000內審員資格證、高級

業 務

公共營業師及國際食品中級檢驗工。我們的首席茶及咖啡專家在本集團的茶及咖啡產品開發方面具有逾24年經驗。

我們的產品開發團隊以市場導向為中心，能夠分析市場趨勢和不斷變化的消費者口味，評估新產品和現有產品在本地及國際市場的可銷性和增長。

客製產品

我們的產品開發團隊與銷售及市場推廣團隊緊密合作，把概念轉化為商業上可行的產品。我們不斷與商業客戶合作研發餐飲及特飲，開發的客製拼配咖啡及紅茶，以迎合客戶旗下餐飲店的顧客口味。以不同的比例和烘焙時間拼配不同規格的原材料，可得出香味、醇厚度和口味獨特的產品。為開發怡人口味，我們的產品開發團隊會研究原材料的特點，例如咖啡豆的來源地及海拔高度。

另外，我們會為客戶推介及設計適當的產品包裝種類。舉例而言，可因應客戶要求提供層壓鋁箔紙包裝，並設置排氣閥，讓咖啡烘焙後釋放之二氧化碳氣體單向排出，以達到保鮮效果。我們會考慮客戶經營的食品及餐飲場所類別、所用設備及理想的產品保質期，向個別客戶推薦材料及尺寸合適的包裝。

識別及推出新產品

我們在內部培訓的咖啡及紅茶專家協助下，能夠有效品嚐及分析競爭對手的產品，從而根據該等寶貴的參考資料開發新產品。識別新產品後，我們的產品開發團隊便會對生產過程進行可行性研究，確保我們擁有所需的產能、技術及設備，以大量生產該項新產品。我們通常可於識別後一至三個月內推出全新的咖啡及紅茶拼配產品。

至於我們的代工生產或貿易性質產品，我們會利用市場情報識別受歡迎的產品，憑藉我們的採購能力持續識別及採購新產品，藉以優化產品組合，為客戶提供一站式的購物便利。

業 務

在業績記錄期內，我們就目標市場進行食品及餐飲調研，所產生相關開支入賬為產品開發開支一部分。於最近的切實可行日期，我們持續進行的研發項目如下：

項目／產品	描述	目前狀況	預計完成 或推出日期	預計所需 資金金額
茶機	與Rex-Royal合作設計及建造全自動茶機，以配合我們向客戶銷售的奶茶產品	正創造原型	2019年下半年	10.0百萬港元 ⁽¹⁾
餐飲策劃服務	創設所有餐飲策劃服務的資料庫或數據庫，以更好地收藏我們的產品配方	正完成用戶測試階段	2018年上半年	0.5百萬港元

附註：

(1) 開支的一大部分將用於創製茶機模具。

截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們錄得產品開發開支(不包括攤銷成本)分別0.1百萬港元、0.2百萬港元及0.1百萬港元，主要為我們產品開發人員的員工差旅成本及所產生的餐飲研究費，而該等費用並不包括產品開發人員的薪金，皆因與進行該等活動有關的員工成本，已納入該等員工的薪金內。由於該等員工隸屬不同部門，加上我們的管理層會根據不同職能追蹤員工成本作內部分分析及規劃用途，而不會追蹤產品開發人員耗用在特定項目上的時間，因此根據香港財務報告準則的相關規定，相關成本不符合資本化的資格，並已於業績記錄期內支銷。展望未來，我們並無計劃改變該等成本的會計處理，並將繼續支銷日後性質相同或相似的成本，此乃由於該等成本並不符合相關會計準則設定的資本化條件，而我們會將符合相關條件的研發成本資本化。在業績記錄期，概無將產品開發開支撥充資本，因此我們並無就此產生攤銷成本。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，概無任何產品開發開支資本化為無形資產。

消費者反饋、產品退貨及保固

消費者反饋

消費者反饋是我們持續進步的基礎，因此我們極為重視其反饋意見。我們設有消費者服務熱線，以處理消費者查詢、反饋及投訴。我們的產品均印有標籤，當中載有生產日期、時間和批號等資料，以便我們追蹤管理系統內記錄的相關資料，解決該等問題。根據客戶服

業 務

務部收集的資料，相關部門會獲通知任何產品瑕疵通報，並採取必要的補救措施。再者，我們的重大審閱委員會每月審閱客戶投訴，如有任何尚未解決的問題，將會跟進處理。倘產品出現任何瑕疵，我們會考慮供應商是否須負上責任，並在必要時與彼等磋商。

產品退貨及保固

除瑕疵產品外，客戶在收取貨物後一般不得退換產品，但我們在少數情況下或會准許在香港提供餐飲服務的客戶至少於產品到期日前三個月向我們退回咖啡及茶等若干產品。我們訂有標準產品退換規約，根據產品種類、發票日期與客戶要求退貨日期之間的天數以及產品包裝狀況等因素，制定不同的處理方式。我們特別為即將結業的餐飲供應商指定特別的退貨政策，以折扣方式接受退貨。因應所涉及的退回產品價值，退貨須經不同級別的管理層批准。退回產品的銷售收入會直接從我們相關期間的總收入中扣除。退回產品的退換成本由我們負責。

危機管理委員會

我們相信食物安全至為重要。我們已設立由多個部門高級管理層組成的危機管理委員會（「**危機管理委員會**」），實施產品回收政策，回收已於市場流通的不合格產品。如對產品質量有懷疑，食品安全團隊（由人力資源與行政經理、供應鏈經理、採購經理、質量保證經理、物流經理、研發代表及銷售經理組成）會首先評估情況，並向危機管理委員會匯報。危機管理委員會會決定是否回收，並制訂詳細的回收計劃，包括回收方式、數量及時間表。我們視乎產品問題的嚴重程度及影響，將產品回收分為三類，其後再根據所劃分的類別，從不同銷售渠道回收產品。食品安全團隊會編製通知，列出回收產品的詳情。已回收產品會被隔離檢驗，以確定問題成因及適當的處置方法。食品安全團隊亦會在完成回收後編製全面報告，檢討回收過程及結果，並建議任何防範措施。

於業績記錄期內及直至最近的切實可行日期，我們的客戶並無發生重大的產品回收或產品退回，我們亦無因產品質量問題而遭客戶提出任何重大投訴或產品責任或其他法律申索。

業 務

內部監控及風險管理

內部監控

董事會負責確保我們維持穩健有效的內部監控，時刻保護股東的投資及我們的資產。我們已採納並預期於[編纂]前採納一連串內部監控政策、程序及計劃，務求就達成目標提供合理的保證，其中包括有效及高效的營運、可靠的財務報告以及遵守適用的法律及法規。具體而言，該等措施包括：

1. 委聘獨立內部監控顧問並採納該顧問建議的改善措施；
2. 設立審核委員會，負責監督本公司的財務記錄、內部監控程序及風險管理系統；
3. 委任上銀國際有限公司為我們[編纂]後的合規顧問，以就遵守上市規則向我們提供意見；
4. 委聘外聘法律顧問，以就遵守上市規則向我們提供意見，並在必要時確保我們不會違反任何相關監管規定或適用法律；及
5. 向相關僱員提供有關監管要求及涉及中國財產的適用法律的培訓，以免過往不合規事件再次發生（詳情載於本節下文「—法律程序及合規」）。

我們已採取措施，透過成立團隊組織和檢討我們的內部監控系統，以及向董事、高級管理層及僱員提供上市規則及其他適用法律及法規下有關內部監控政策、上市公司董事及管理層職務及職責的指導，確保內部監控系統行之有效。

風險管理

隨著我們的營運增長及擴展，與我們業務有關的潛在風險亦隨之增加。為識別、評估及控制可能阻礙業務增長的風險，我們已設計及實行風險管理政策，以應對就我們營運所識別的各項潛在風險，包括營運風險、信貸風險、市場風險、財務風險及法律風險。我們的風險管理政策載有識別、分析、分類、減低及監控各項風險的程序，以及在我們營運中識別的風

業 務

險的報告層級。我們各個業務部門及職能負責識別和評估與其營運範圍有關的風險，以及落實我們的風險管理及內部監控系統。我們的審核委員會負責監督管理層落實整體風險管理及內部監控系統，以及評估我們的風險管理及內部監控系統的有效性。我們的主要內部監控及風險管理人員包括風險管理與營運經理及內部審核經理，彼等各自在專業領域擁有超過十年經驗。

知識產權

於最近的切實可行日期，本集團分別於香港持有47項及於中國持有91項對我們的業務屬重大的註冊商標。於最近的切實可行日期，我們於中國有7項待批准的商標申請及3項商標重續申請。此外，於最近的切實可行日期，我們為29項域名的所有人。有關我們的知識產權的詳情載於本[編纂]「附錄四 — 法定及一般資料 — B.有關本集團業務的其他資料 — 2.知識產權」及「附錄六 — 知識產權」各節。

我們視知識產權為寶貴資產，並採取積極態度管理我們的知識產權組合。我們的僱傭合約一般載列保密條文及不競爭條文，以保障我們的知識產權、保密資料及訣竅，據此，我們的僱員同意不會外洩工作過程中獲取的機密資料，亦不會於終止受僱後六個月內與我們競爭。我們委聘了一名第三方代理監察及匯報全球「TWG」商標的使用。當發現我們的商標被侵犯，我們將採取行動。例如，於業績記錄期內，我們於香港就TWG Tea Co Pte Ltd及The Wellbeing Group (HK) Company Limited侵犯我們的註冊商標(包括「TWG」)展開法律程序。有關詳情請參閱本節「— 法律程序及合規」一段。

我們所售賣的產品皆為正貨，不應與盜版產品混淆。經考慮現行法例(包括商標條例、

業 務

版權條例及普通法)後，董事信納並無有關任何就我們的產品涉嫌侵犯知識產權引致向我們採取行動的重大風險；該等行動倘成功，將對我們的業務及經營有重大不利影響。

我們亦倚賴商業機密以保護我們調配產品的專業訣竅，尤其是若我們認為專利保障不合適或無法取得。我們與僱員的僱傭合約及僱員手冊包含有關處理機密資料(包括專業訣竅及商業機密)的保密條文。

競爭

餐飲策劃服務

我們香港餐飲業務的主要競爭對手包括中小型獨立咖啡烘焙商及茶分銷商，以至國際咖啡及茶公司。在香港，我們就向茶餐廳供應咖啡、茶及其他雜貨，與超過10間獨立咖啡烘焙商直接競爭。於2016年，香港有約16,560間食品及餐飲銷售店。我們多元化的客戶群為我們提供多渠道分銷網絡，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率。

根據弗若斯特沙利文報告，我們就向酒店及連鎖餐廳提供咖啡及茶方面，亦與五大香港及國際咖啡及茶公司競爭。我們現時供應予香港240間酒店其中的34間、及11間經營超過10間分店的主要快餐連鎖店的其中9間。市場五大參與者於2016年在香港B2B咖啡及紅茶產品市場的份額為70.8%，而我們於2016年的收入高踞榜首，佔市場24.5%。

中國的B2B咖啡及茶產品市場極為分散。於2016年，按收入計的五大公司僅佔整體中國B2B咖啡及紅茶產品市場的14.8%。於中國，我們面對來自國際知名品牌以及地方咖啡生產商的競爭。我們現時於中國北京、上海、武漢、廣州及深圳等大城市供應予超過800間酒店、連鎖快餐店及食店。我們亦為中國約24家國內航空公司當中的7間提供餐飲。

食品

香港的急凍肉類產品市場高度分散，有超過100間公司專注於提供急凍肉類批發服務。由於我們的急凍肉類及急凍預製食品交易業務屬轉售性質，我們所有急凍肉類及急凍預製食品供應商及客戶均有可能成為我們於此行業的競爭對手。過去數年，香港的急凍肉類市場正面發展，由2012年的4,758.2百萬港元增長至2016年的6,237.6百萬港元，複合年增長率為7.0%。

業 務

中國的急凍肉類市場極為分散，大部分為個別生產商、加工商及小型工場。領導市場的主要是有工業化生產及較佳食品安全管理的大型國有企業及合營企業。主要業者透過將服務由禽畜養殖擴展至急凍肉類及急凍預製食品以進行垂直整合的趨勢漸趨明顯，預期中國的急凍肉類行業將更穩固及集中。中國的急凍肉類市場從2012年的人民幣1,157億元大幅增長至2016年的人民幣1,927億元，複合年增長率為13.6%。弗若斯特沙利文報告預期，截至2021年，急凍肉類的整體市場規模將達致人民幣2,903億元，自2017年以複合年增長率7.8%增長。

僱員

我們的經營及財務事務由位於香港的總部中央管理，我們的管理團隊全部位於香港。於2017年12月31日，我們共有506名僱員，包括234名香港僱員及272名中國僱員。下表載列我們於2017年12月31日按職能分類的僱員明細：

職能	僱員數目	佔僱員百分比
供應鏈	138	27.3%
銷售及市場推廣	106	20.9%
生產	117	23.1%
企業管理	62	12.3%
人力資源	34	6.7%
質量保證	22	4.3%
採購	15	3.0%
研發	12	2.4%
合計	506	100.0%

我們的僱員一般與我們訂立標準僱傭合約。僱員薪酬可能包括以下一項或多項元素：基本薪酬、生產力掛鉤獎金及績效掛鉤花紅。我們為僱員根據彼等職位及部門設定表現指標，並定期檢討彼等的表現。檢討結果將用於釐定彼等的薪酬、花紅獎勵及晉升評估。我們向僱員提供各類福利計劃，包括按年遞增年假、退休金、醫療保險、人壽保險及產假福利。我們於中國的僱員已根據當地勞動法加入工會。於最近的切實可行日期，我們未有經歷任何對或可能對我們的業務造成重大影響的罷工行動或勞資爭議。

業 務

我們高度重視僱員的招聘、培訓及留聘。我們維持高度招聘標準並提供具競爭力的薪酬待遇。我們亦提供有關管理及專業技能及知識的內部及外界培訓，以及食品安全培訓。我們亦資助僱員參與外界培訓。

我們為所有僱員提供在職培訓，並要求監工向僱員提供有關適應工作環境及改善工作方式的日常指導及輔導。我們亦於每年年初為僱員安排有關不同職能的特設課程的內部及外部培訓。例如，我們為生產員工提供良好生產規範培訓、個人衛生及安全培訓及茶包裝過程培訓。我們亦採納了考核計劃，好讓僱員可以收到反饋意見。我們透過提供多種員工福利及個人發展支援，建立良好的僱傭關係。

獎項與殊榮

下表載列我們的主要獎項及認可：

年份	獎項	頒發機構
2012年	2012香港100最具影響力品牌	世界品牌實驗室 (World Brand Laboratory)
2013年	最佳實務獎 (Best Practice Award)	中國與香港麥當勞的專營店
2014年	最佳業務夥伴 (Best Business Partner)	7-11
2015年	中國區進口斯里蘭卡茶最大 進口商銅獎	斯里蘭卡茶葉局
2016年	2015-2016年度金牌供應商	全國工商聯房地產商會酒店投資商 分會 (Hotel Investors Association China Real Estate Chamber of Commerce)
2016年	2015年度麥當勞中國傑出品質 領導力A級供應商	麥當勞中國食品質量管理部門
2016年-2018年	社會資本動力獎	勞工及福利局

本聆訊後資料集為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本聆訊後資料集時，必須一併細閱本聆訊後資料集首頁「警告」一節。

業 務

年份	獎項	頒發機構
2014年及2017年	中國最佳綜合餐飲服務供應商	中國飯店業年會組織委員會
2008年–2017年	商界展關懷	香港社會服務聯會
2016年	北京烹飪協會最佳合作單位	北京烹飪協會
2016年	優質食品源頭追蹤計劃金獎	香港貨品編碼協會
2016年	家庭友善僱主	民政事務局
2017年	銀級惜食傳承獎	香港女工商及專業人員聯會
2017年	優質食品源頭追蹤計劃鑽石獎	香港貨品編碼協會
2017年	銀級惜食成就獎	香港女工商及專業人員聯會
2017年	知慳惜電勁減百分比大獎(機構組) 亞軍	地球之友

業 務

健康、工作安全、社會及環境事宜

健康及安全事宜

我們須遵守香港及中國多項訂明維持安全生產狀況及保障僱員職業健康的法律、法規及標準。根據此等規定，未有足夠設施及設備確保安全生產的實體概不可從事生產及業務經營。有關詳情請參閱本[編纂]「監管概覽」一節。生產設施及設備的設計、製造、安裝、使用、檢查及保養均須符合適用的國家或行業標準。

我們在生產設施實施了安全措施，以確保遵守適用監管規定及減低僱員受傷的風險。我們為所有僱員實施健康及工作安全指引，設下我們的健康及工作安全政策並於工作地點推廣健康及安全。此外，我們委託了專業檢測評估服務公司為工作場所作定期職業性有害因素檢查。我們委託了安全培訓公司就工場作安全評估。此外，我們在香港成立了健康及安全委員會，而為僱員提供培訓及教育，調查意外起因及發表審核報告。我們相信此等措施有助降低僱員工傷的數目及嚴重性，且足夠及有效預防嚴重工傷。我們相信我們於業績記錄期在各重大方面遵守適用的健康及安全法律及法規，亦沒有任何對我們的財務狀況或業務經營有重大不利影響的事件或投訴。

於業績記錄期內，我們曾發生非重大工傷索償事件，而就工傷索償所支付的賠償總額約為747,513港元，已由或將由我們的僱員賠償保險全面涵蓋。除本節「— 法律程序及合規」一段所披露者外，於最近的切實可行日期，本集團並無持續發生重大工傷索償。

業 務

環保事宜

我們須遵守香港及中國若干有關環境保護的法律及法規。根據適用的中國法律及法規，任何工作場所建設或裝修工作開展前，必須接受環境影響評核並由相關環保部門批准。建設或裝修項目完成後，一般來說，正式開始使用相關場地前，我們應從相關環保部門取得並通過現場檢查。有關此等法律及法規的進一步資料，請參閱本[編纂]「監管概覽」一節。

我們的生產過程產生少量廢水及固體廢物。為遵守相關環境法律及法規，我們採納了防止污染措施以有效維持環保標準。於業績記錄期，我們在各重大方面遵守適用環境法律及法規。此外，我們委託了專業環保公司以處理及(在可能情況下)循環使用廢料。我們於香港及中國的營運獲ISO 14001：2004認證，展示我們致力做好生產方面的環保工作。ISO14001為與環境管理有關的一系列標準，旨在幫助組織(a)將其營運(例如其程序)對環境的負面影響(即污染空氣、水源或土地)減至最低；(b)符合適用法律、法規及其他針對環境的規定，及(c)持續改善以上各項。在業績記錄期內，我們涉及兩宗有關排放黑煙造成滋擾的環境不合規行為。根據《空氣污染管制條例》，我們按香港環境保護署要求繳付總額為15,000港元的罰款。於最近的切實可行日期，我們已糾正相關事件。為減低類似事件的風險，我們於2017年4月29日更新了我們的生產設備保養程序手冊。為確保遵守適用法律及法規，我們委任了一名經理監管及監察遵守有關環境事宜的法定規定及內部標準，我們亦有就相關意外及不合規事件作記錄。我們現時並無牽涉於任何重大環境申索、訴訟、處罰或行政處分。

在業績記錄期內，我們有關環境法律及法規的合規成本並不重大。董事預期，有關遵守適用環境法律及法規的持續成本將不會大幅增加。

業 務

保險

我們為僱員投購醫療險、僱員薪酬險、人壽險及旅遊險等保險，以及業務中斷險、一般商業責任險、汽車險、受污染產品險、罪案險、機器損壞險、金錢險、財產險、國內貨物運輸險、航運險及董事及高級管理人員責任險。就我們的急凍肉類及急凍預製食品業務而言，我們一般負責購買航運保險以涵蓋急凍肉類及急凍預製食品入口運輸期間損失或損壞的風險。我們就急凍肉類及急凍預製食品儲存亦有一般商業責任保險及受污染產品一切險。

於業績記錄期內及直至最近的切實可行日期，我們既無作出亦沒受到對本集團屬重大性質的保險索償。

於業績記錄期，為遵守適用的中國法律、規則及法規的所有重大方面，我們為僱員的社會保障保險供款。

董事相信，於最近的切實可行日期，就我們經營的投保範圍乃足夠及符合行業慣例。然而，有關我們的業務及經營的風險可能不受保險全面涵蓋。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 — 我們的保險範圍未必足以涵蓋所有風險。」一節。

物業

香港及中國的自置物業

於最近的切實可行日期，我們於香港擁有14項物業，樓面總面積約為34,865平方呎，作為我們的生產設施、貨倉及後勤辦事處，另有七個車位。

於最近的切實可行日期，我們持有一幅位於中國東莞的土地的土地使用權，佔地面積31,999.05平方米，並就位於中國東莞該土地上的物業持有四張房屋所有權證。此外，我們就中國廣州的物業持有三張房屋所有權證。我們持有房屋所有權證的生產設施、辦公室及員工宿舍的樓面總面積為21,800.54平方米。我們曾於2010年6月30日至2014年7月13日期間，在未有取得任何證書下佔用位於中國東莞的另一幅土地，但隨後已於2014年7月14日取得集體所有土地使用權證。我們正在申請變更此幅土地的土地使用權的性質為國有土地。在此過程中，我們須交回集體所有土地使用權證，以待完成土地出讓程序。進一步詳情請參閱本節「法律程序及合規 — 不合規事宜」一段。

業 務

香港及中國的租賃物業

於最近的切實可行日期，我們在香港租賃及佔用21項物業，樓面總面積為68,516平方呎，作為我們的貨倉、辦事處及寓所，另有四個車位及六個汽車許可區域。

於最近的切實可行日期，我們在中國北京、上海、深圳及珠海租賃及佔用五項物業，樓面總面積為677.3平方米，作為我們的辦事處。

根據上市規則第5.01B(2)條，倘物業權益(定義見上市規則第5.01(3)條)的賬面值(定義見上市規則第5.01(1)條)為或超過總資產(定義見上市規則第5.01(4)條)15%，[編纂]須包括此等物業權益的估值報告全文。根據上市規則第5章，本[編纂]不須包括我們的物業估值。

牌照、批文及申請

為在香港經營我們的餐飲策劃服務及食品業務，我們須取得並維持如食物業牌照等牌照，包括食物製造廠牌照，一般有效期為一年，可每年續期。就香港的食品業務而言，任何經營食物進口／分銷業務的人士均須向食物環境衛生署署長登記為香港食物進口商／食物分銷商。

就中國的餐飲服務及食品業務而言，任何經營食物生產、流通或營運業務的人士均須取得由縣級或以上的地方食品藥品監管部門發出的相關證書。

本聆訊後資料集為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本聆訊後資料集時，必須一併細閱本聆訊後資料集首頁「警告」一節。

業 務

誠如中國法律顧問及香港特別顧問告知，董事確認我們已為所有附屬公司向相關部門取得業務經營所有所需的牌照、許可及批文。下表載列有關我們業務及經營的主要牌照、登記及證書(除有關一般業務規定者)、批出部門、最近授出日期及屆滿日期：

司法權區	牌照／登記／ 證書類型	附屬公司	批出部門	最近授出日期	屆滿日期
中國	食品生產許可證	東莞捷榮	東莞市食品藥品監督 管理局	2016年9月30日	2021年2月25日
中國	食品流通許可證	嘉迪餐飲	深圳市市場和質量監 督管理委員會	2016年3月18日	2019年3月17日
中國	食品經營許可證	上海捷榮	上海市浦東新區市場 監督管理局	2017年5月3日	2022年5月2日
香港	食物製造廠牌照 (附註1)	捷榮咖啡	食物環境衛生署	2017年10月1日	2018年9月30日
香港	食物製造廠牌照 (附註1)	捷榮咖啡	食物環境衛生署	2017年12月10日	2018年12月9日
香港	食物製造廠牌照 (附註1及2)	捷榮咖啡	食物環境衛生署	2017年10月1日	2018年9月30日
香港	食物進口商／ 食物分銷商登記	浩新	食物環境衛生署	2016年1月28日	2019年1月27日
香港	製造廠登記	捷榮咖啡	工業貿易署	2017年8月1日	2018年7月31日

附註1： 本集團在香港以食物製造廠營運的各個物業要求獨立的食物製造廠牌照。

附註2： 根據香港法例第612章《食物安全條例》第4及5條及附表1，持有食物製造廠牌照的公司獲豁免食物進口商／食物分銷商登記。由於捷榮咖啡已取得食物製造廠牌照，據此可經營食物進口及食物分銷業務，因此獲豁免遵守取得食物進口商／食物分銷商登記的規定。

我們將於相關牌照即將屆滿時申請續期，而誠如中國法律顧問及香港特別顧問所告知，董事並不知悉亦並無預見此等牌照屆滿續期時的任何法律障礙。有關我們須遵守的法律及法規的進一步詳情，請參閱本[編纂]「監管概覽」一節。

業 務

法律程序及合規

我們面臨日常業務所產生的法律程序及申索。

除下文披露者外，於業績記錄期及直至最近的切實可行日期，本集團並無成員公司涉及任何重大訴訟、申索或仲裁，我們的董事亦無知悉針對本集團任何成員公司的未決或構成威脅的重大訴訟、申索或仲裁。

法律程序

僱員賠償申索及人身傷害申索

於業績記錄期及直至最近的切實可行日期，本集團發生四項有關兩名僱員的僱員賠償申索及兩項人身傷害申索，事故涉及分別於2014年9月1日、2015年6月8日、2016年10月5日及2016年11月24日發生的四宗工傷意外。

於2014年9月1日及2015年6月8日發生的工傷意外涉及同一僱員。在兩宗意外中，該名僱員在貨車中提起貨物時扭傷背部。該名受傷僱員就上述兩項工傷意外各自對本集團同時展開僱員賠償申索及人身傷害申索。根據2017年6月15日區域法院頒佈的法令，兩項僱員賠償申索合併為一項法律行動。根據日期為2017年9月28日的命令，該兩項僱員賠償申索已悉數清償，並由保險悉數賠付。根據日期為2017年10月27日的高等法院命令，該兩項人身傷害申索已合併為一項法律訴訟（「**合併人身傷害申索**」）。憑藉日期為2018年3月13日的同意令，合併人身傷害申索已全數結清，並將由保險全額償付。

於2016年10月5日及2016年11月24日發生的工傷意外涉及另一名僱員。在2016年10月5日發生的意外中，該名僱員在向客戶交付貨品時因地面濕滑而滑倒在地，因此弄傷了腰部及右手肘。在2016年11月24日發生的意外中，該名僱員在提起貨物時弄傷腰部。於最近的切實可行日期，該名受傷僱員就上述兩項工傷意外各自對本集團展開僱員賠償申索，惟並無展開人身傷害申索。

業 務

除上文披露者外，於最近的切實可行日期，所有該等申索仍在進行。於最近的切實可行日期，該名受傷僱員就2016年10月5日及2016年11月24日發生的工傷意外向法院提出的兩項有待解決的僱員賠償申索並無顯示所申索的賠償金額，因此仍未能評估該兩宗僱員賠償申索的最高潛在風險。預期上述所有仍在進行中的賠償申索將悉數由我們投購的保險保障，因此並無就任何責任計提撥備。

我們已實施健康及工作安全指引及經加強的內部監控措施以應對該等受傷個案。詳情請參閱本節「健康、工作安全、社會及環境事宜」各段。

有關未付貿易應收款項的訴訟

於2017年2月22日，嘉迪企業透過發出傳訊令狀對我們其中一名中國客戶（「**被告人**」）提出申索，涉及金額約5.4百萬港元，包括被告人拖欠嘉迪企業所銷售及交付的貨品（即西梅乾）款項的總金額，以及我們由於被告人拖欠付款而中斷我們在中國的西梅乾業務所產生的費用。拖欠款項2.1百萬港元於截至2016年12月31日止兩個年度確認為減值虧損。嘉迪企業於2017年11月16日提交及送達申索陳述書。於最近的切實可行日期，嘉迪企業已向香港高等法院取得終局判決，據此，被告人遭下令向嘉迪企業支付合共約5.4百萬港元及法律程序的訟費。

有關商標侵權的訴訟

於2011年12月23日，捷榮香港、TWIC、捷榮咖啡及捷榮咖啡一族有限公司對TWG Tea Co Pte Ltd及The Wellbeing Group (HK) Company Limited（「**被告人**」）就在香港侵犯及假冒我們的註冊商標提出申索。

於2013年7月24日，原訟法庭頒下判決，本集團獲判勝訴。被告人向原訟法庭提出上訴。上訴法庭及終審法院已於分別2014年12月3日及2016年1月29日駁回上訴。該等法律行動導致被告人不得在香港使用「TWG Tea」品牌及標誌。

我們自被告人收取合共26.0百萬港元的賠償，分別於截至2015年及2016年12月31日止年度的其他收入及收益淨額中確認約10.0百萬港元及16.0百萬港元。有關進一步詳情，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。

業 務

不合規事宜

我們的日常業務過程須遵守多項法律、規則及法規。進一步詳情請參閱本[編纂][監管概覽]一節。除下文所披露外，據董事所知，於業績記錄期及直至最近的切實可行日期，我們在各重大方面遵守香港及中國適用於我們的法律及法規。

不合規事件	原因	法律後果及潛在最高刑罰	補救方法和目前狀況
1. 於2010年6月30日至2014年7月13日，我們並未就一幅位於中國東莞、面積約為7,153.3平方米的集體所有土地（「 東莞宿舍土地 」）取得任何土地使用權證。我們亦未就東莞宿舍土地上一棟樓面總面積約為5,388.7平方米作為員工宿舍及飯堂的建築物（「 宿舍 」）取得房地產所有權證。宿舍是在並未取得必要建設工程規劃許可及建築工程施工許可下興建。謹此澄清，東莞的生產設施概非位於東莞宿舍土地之上。	由於東莞宿舍土地及宿舍乃我們於2010年6月30日向一名並未取得上述證書的獨立第三方收購所得，因此東莞宿舍土地及宿舍並無上述證書。	誠如我們的中國法律顧問所告知，實體在沒有必要的土地使用權證下佔用土地，可能會被土地使用者責令交出該幅土地，而在該土地上興建的建築物及設施將被充公。 我們的中國法律顧問亦告知，實體在沒有必要的建設工程規劃許可和建築工程施工許可下佔用建設，可能會(i)被相關部門要求於若干限期內採取補救行動，(ii)被要求拆卸該項建設，及/或(iii)被判處高達建設工程造价22%的罰款。 根據宿舍的建設工程造价人民幣2.13百萬元，我們可能因佔用未有建設工程規劃許可或建築工程施工許可的建築物而估計被罰款高達人民幣469,040元。	於2014年7月14日，我們從東莞市人民政府取得東莞宿舍土地的集體所有土地使用權證。 其後，我們從相關部門（即東莞市橫瀝鎮已建房屋補辦房地產權手續工作辦公室、東莞市已建房屋補辦房地產權手續工作辦公室及東莞市人民政府辦公室）取得書面確認，同意我們獲准就宿舍辦理房地產所有權證。 取得該批准後，我們能夠辦理宿舍的建設工程規劃許可及建築工程施工許可。我們已取得建設工程規劃許可和房屋安全檢查證書。據中國法律顧問告知，根據東莞市人民政府於2009年頒佈的《東莞市已建房屋補辦＜房地產權證＞實施細則》，2001年9月1日前已建成的房屋在申請房屋所有權證時，應領取房屋安全檢查證書，以取代建築工程施工許可。宿舍於1999年10月建成，因此我們應領取房屋安全檢查證書，並已如此行事。 我們先前已就未取得宿舍建築工程施工許可而向東莞市住房和城鄉建設局支付人民幣29,638元的罰款。

業 務

不合規事件	原因	法律後果及潛在最高刑罰	補救方法和目前狀況
此外，於最近的切實可行日期，我們已交出東莞宿舍土地的集體所有土地 使用權證，並在未取得證書的情況下 使用該土地。	由於集體所有土地的許可用途有 限 ⁽¹⁾ ，為拓展中國業務以配合本 集團的未來發展，我們已提交該 申請，以將東莞宿舍土地的性質 由集體所有土地變更為國有土 地。於2015年12月至2017年12 月，相關部門已批准該申請，而 東莞宿舍土地的集體所有土地使 用權證已交回予相關部門。因 此，東莞宿舍土地的集體所有土 地使用權證其後已被註銷，現正 等待招拍掛程序的結果或由相關 部門不時指示的任何其他相關申 請程序（「 土地出讓程序 」） ⁽²⁾ 。	誠如我們的中國法律顧問所告知，其土地 使用權被沒收的實體將不再享有使用土地 的權利，也不得享有其上構築物及設施的 所有權，而倘若該實體繼續佔用該土地或 使用該土地上的構築物及設施，可能會被 土地使用者責令交出該土地以及其 上的構築物及設施。	由於我們其後於2015年6月3日提交土地收儲申請 （「 該申請 」）以將東莞宿舍土地的性質從集體所有 變更為國有土地，因此我們並無辦理宿舍的房地 產所有權證。提交該申請後，我們須交回集體所 有土地使用權證，以待招拍掛程序。由於已交回 集體所有土地使用權證，我們並無取得房地產所 有權證。 我們的中國法律顧問認為，由於(i)我們已就東莞 宿舍土地取得集體所有土地使用權證，(ii)我們已 取得由相關主管部門發出的確認，確認我們獲准 辦理宿舍的房地產所有權證，(iii)我們已就宿舍證 書瑕疵支付罰款並已取得建設工程規劃許可及房 屋安全檢查證書，及(iv)相關部門就有關事宜施加 罰款的兩年期限制已經失效，因此本集團將不會 就過往未取得東莞宿舍土地的集體所有土地使用 權證和現時未取得宿舍房地產權證事宜而遭受進 一步處罰或法律後果。 如上所述，由於我們須交回集體所有土地使用權 證作為土地出讓程序的一部分，我們現時在並無 土地使用權證下佔用東莞宿舍土地，以待招拍掛 程序。 於最近的切實可行日期，相關部門並無就欠缺必 要的土地使用權及房地產所有權證而向我們採取 或判處行政制裁、罰款或處罰。

不合規事件	原因	法律後果及潛在最高刑罰	補救方法和目前狀況
			在2017年7月25日與東莞橫瀝實業有限公司⁽³⁾及2017年8月24日與東莞市橫瀝鎮人民政府投資辦公室的會面時，我們已取得確認，可繼續使用東莞宿舍土地及宿舍，以待完成土地出讓程序。 根據上文所述，我們的中國法律顧問認為，我們在土地出讓程序結果前被相關部門責令交出東莞宿舍土地的風險較低。 由於土地出讓程序乃公開予公眾人士參加，涉及其他獨立第三方參加者，因此我們及中國法律顧問亦無法確定或評估本公司在土地出讓程序完成後成功取得東莞宿舍土地所有權的機會。 董事認為，經考慮本集團於2017年12月31日的資產總值，我們願意在土地出讓程序中就東莞宿舍土地(包括地上宿舍)支付的最高地價將不會對本集團造成重大財務影響。倘我們無法透過土地出讓程序取得東莞宿舍土地的國有土地使用權，我們或須搬遷宿舍及把東莞宿舍土地轉讓給中標者。董事認為，所涉及的搬遷成本不屬重大，而替代場所亦隨時可用，並預期搬遷宿舍將不會對我們的經營、財務狀況或經營業績有任何重大不利影響。

業 務

不合規事件	原因	法律後果及潛在最高刑罰	補救方法和目前狀況
2. 自我們於2010年9月6日獲得該幅位於中國東莞佔地面積31,999.05平方米的土地(「東莞廠房土地」)的土地使用權以來，我們並無就東莞廠房土地上的其中一座貨倉取得房產地產所有權證。我們亦無就東莞廠房土地上的另一座於2012年竣工的貨倉(統稱「該等東莞貨倉」，各自稱為「東莞貨倉」)取得房產地產所有權證。該等東莞貨倉的樓面總面積為1,608平方米。我們亦未完成向主管部門提交必要的建設竣工報告及文檔。	我們在未有取得必要的建設工程規劃許可及建築工程施工許可下開展該等東莞貨倉的建設，此乃由於我們未獲充分告知有關此等建設的相關法律及法規，且誤以為此等建設乃獲許可。 由於缺乏上述許可，我們並無法取得房產地產所有權證。	我們的中國法律顧問告知，實體在未取得必要的建設工程規劃許可和建築施工許可下開展建設或佔有建築物，及未能向主管部門提交必要的建設竣工報告及文檔時，可能會(i)被相關部門要求於若干限期內採取若干補救行動，(ii)被要求拆除有關建築物，及(iii)被要求就每項樓宇／倉庫支付最高相當於建設工程造價22%的罰款，另加最高人民幣600,000元罰款。 我們可能會被要求在臨時建設許可證到期時(如適用)拆卸東莞貨倉，並可能根據該等東莞貨倉的建設工程造價人民幣550,000元而被罰款最高達人民幣1,321,000元。	於最近的切實可行日期，相關部門並無就未有取得東莞倉庫的建設工程規劃許可及建築工程施工許可的情況下開展建設工程及未能向相關部門完成提交必要的建設工程竣工報告及文檔而採取或判處行政制裁、罰款或處罰。 2017年12月15日，我們就該等東莞倉庫其中一個取得臨時建設許可證，為期兩年。此外，我們正與相關部門溝通，並已向有關機關提交申請，以申請就另一個東莞貨倉獲取臨時建設許可證。倘若我們能夠獲取臨時建設許可證(一般有效期為兩年，並有機會於到期時續期一年)，我們可繼續在此行事，我們擬於必要時搬遷存放於另一個東莞貨倉的原材料及製成品至其他物業，並租用其他貨倉處所。根據中國法律顧問，仍不能確定本集團能否取得臨時建設許可證，而倘本集團取得許可證，本集團被施加罰款的風險較低。在臨時建設許可證到期時，我們須拆卸該等東莞貨倉，並搬遷存放於該等東莞貨倉的原材料及製成品。董事相信，倘我們接獲此等拆卸令，所牽涉的拆卸及搬遷成本為不重大，將不會對我們的經營、財務狀況或經營業績有任何重大不利影響。

業 務

不合規事件	原因	法律後果及潛在最高刑罰	補救方法和目前狀況
3. 於業績記錄期，我們曾進行未經許可建設工程，即在葵涌廠房屋頂上興建兩個合計少於2,500公升的柴油缸。 在未經屋宇署批准進行未經許可建設工程乃違反建築物條例第14(1)條。	該項工程是由於在關鍵時間未能及時取得專業意見。	建築事務監督或會發出建設令，要求物業擁有人(即捷榮香港)在特定日期前拆除未經許可構築物。未能遵守有關命令將使捷榮香港的董事須支付： (a) 罰款400,000港元及監禁2年；及 (b) 持續干犯期間每日罰款20,000港元。	有關柴油缸已於被發現為不合規後短期內拆除。由於尚無發出任何建設令，因此，香港特別顧問認為本集團不大可能因未能遵守該等建設令而被罰款。柴油現時直接從廠房220公升的筒式柴油容器中抽取至咖啡烘焙機。誠如香港特別顧問所告知，現時的安排並無在任何重大方面違反香港法律或法規，亦毋須向任何政府機關取得許可證或批准。我們已委派生產經理每日密切留意上述安排。 於最近的切實可行日期，捷榮香港並無收到建築事務監督發出的建設令。誠如香港特別顧問所告知，由於我們已進行上述補救措施，捷榮香港被檢控的可能性不大。

業 務

附註：

- (1) 據中國法律顧問表示，集體所有土地和國有土地的主要差別，在於集體所有土地使用權出讓、土地上新增建設，以及進行抵押融資，均需由集體經濟組織成員的2/3以上村民或者村民代表同意，而國有土地使用權出讓、土地上新增建設，以及進行抵押融資可根據土地出讓合同進行，一般較為寬鬆。此外，根據東莞相關法規，集體所有土地可用作工業用途。然而，根據中華人民共和國土地管理法，集體所有土地除農業外不可用作其他用途。由於在集體所有土地能否用於工業用途方面，中央政府層面和地方政府層面的法規有矛盾，此等規管集體所有土地的法規之間的矛盾的法律影響存在不確定性。
- (2) 據中國法律顧問表示，土地出讓程序可透過招標、拍賣或者掛牌方式進行，一般涉及下列程序：(i)主管部門發出公告，提供出讓的國有土地的詳情；(ii)潛在投資者提出申請；(iii)主管部門對潛在投資者進行資格審查；及(iv)主管部門按招標、拍賣、掛牌相應的程序實施。招標程序包括投標、開標、評標、定標和發出中標通知書；拍賣程序包括公告拍賣信息、按競價規則拍賣和簽訂成交確認書；掛牌程序包括公告掛牌信息、潛在投資者報價、確認報價和簽訂成交確認書。中標者與主管部門簽訂土地出讓合同，繳清土地出讓金後辦理土地登記。
- (3) 我們的中國法律顧問告知，東莞橫瀝實業有限公司（「**東莞橫瀝**」）並非中國政府轄下的機構。然而，中國法律顧問認為，東莞橫瀝能確認我們可繼續使用東莞宿舍土地及宿舍，以待完成土地出讓程序，原因是(i)我們與東莞橫瀝訂立協議，規管交回東莞宿舍土地及土地出讓程序的條款；及(ii)根據與東莞橫瀝人民政府投資辦公室（「**橫瀝投資辦公室**」）的會面結果，橫瀝投資辦公室確認東莞橫瀝及其本身負責協調有關東莞宿舍土地及宿舍的徵收及土地出讓程序。橫瀝投資辦公室為中國政府轄下部門，並在會面期間確認其可就有關事宜提出意見。

業 務

第1及2項事件而言，基於上文所披露，以及(i)此等業權有缺陷的物業個別或集體而言對我們的經營並非關鍵；(ii)倘有需要，我們可以找到相若的物業以搬遷宿舍或該等東莞貨倉或搬遷至我們其他自置物業；及(iii)我們不預期搬遷宿舍或該等東莞貨倉將有任何重大實際困難，且預計搬遷時間及成本其微，董事認為概無任何上文披露的不合規事宜將對我們的經營、財務狀況或經營業績有任何重大不利影響。經考慮導致上述的不合規事件的事實及情況，我們已實施若干內部控制措施，以避免此等不合規事件將來重複發生。進一步請參閱本節「— 內部監控及風險管理」。

控股股東已訂立彌償契據，據此控股股東同意在彌償契據條款及條件的規限下，就因本集團任何成員公司就本[編纂][編纂]的架構 — [編纂]的條件」一節所述條件獲達成之日前已存在的所有事項違反或未遵守任何適用法律、規則及規例而可能產生的所有損害賠償、罰款、收費、費用、損失向本集團提供彌償。彌償契據的進一步詳情載於本[編纂]附錄四「E.其他資料 — 1.稅項及其他彌償保證」一段。

董事及聯席保薦人的意見

經計及上文所披露的過往不合規事件的性質及原因、本集團已採取措施糾正此等不合規情況及已採納措施以防止將來違反事項、相關主管政府部門的書面確認、此等不合規事件的法律後果、我們的業務性質及經營規模後，我們的董事認為(而聯席保薦人亦同意董事的意見)我們已實行足夠及有效的內部控制程序，並符合上市規則項下的要求，而上文所披露的不合規事件將不會影響根據上市規則第3.08條、第3.09條及第8.15條董事作為上市發行人董事的適當性及／或根據上市規則第8.04條本公司[編纂]的適當性。

已終止經營業務

於業績記錄期內，我們透過Elect Gold集團從事雪糕製造及批發和零售店營運業務。於2016年5月31日，我們向由黃先生全資擁有的Hero Ace Limited出售Elect Gold的全部股權，以將資源集中於我們的現有業務。進一步詳情請參閱本[編纂]「歷史、發展及公司架構 — 除牌後的重大發展 — (b)註冊成立、收購及出售Elect Gold」一節。