

概要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此乃概要，故並不包含對閣下而言可能屬重要的一切資料。閣下在決定投資於[編纂]前應閱讀整份文件。任何投資均涉及風險。投資於[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」。閣下在決定投資於[編纂]前應仔細閱讀該節。

概覽

根據弗若斯特沙利文的報告，按2017年零售額計算，本公司是中國第二大天然健康食品公司。天然健康食品是指利用天然成分製成的包裝食品，不含任何人造或合成食品添加劑，並且含有有益的營養成分，可幫助消費者維持或恢復健康的生活方式和改善均衡飲食。天然健康食品不包括主食、生鮮食品及飲料。本公司絕大部分產品為天然健康食品，基於「本來自然，何須添加」的核心價值觀，致力於打造中國最具價值的天然健康食品品牌。於過往11年，本公司將「五谷磨房」品牌打造成一個深受中國人喜愛的家喻戶曉的健康食品品牌，成為優質、安全和健康食品的代名詞並在市場上得到廣泛認可。根據弗若斯特沙利文調查，我們的「五谷磨房」品牌為中國最知名天然健康食品品牌，在中國所有天然健康食品品牌中，我們在最先想到的品牌知名度和客戶滿意度方面排名第一，並在中國所有天然健康食品中為最常購買的品牌。此外，本公司品牌於2017年獲廣東省著名商標評審委員會認定為「廣東省著名商標」，自2015年起連續三年被沃爾瑪評為多類別「年度最佳供應商」，並於2017年獲有關獎項評審委員會評為「安永復旦中國最具潛力企業」之一。我們獲得的多項嘉獎顯示我們的成功和強大的品牌認知度。於2017年12月31日，我們獲高度認可的品牌，已吸引超過16百萬名註冊會員和約6百萬名微信官方賬號粉絲。我們認為，本公司高知名度的品牌可以讓本公司擁有較高的消費者忠誠度，從而產生更高的複購率，並降低本公司獲客成本。

良好的財務往績印證了本公司的成功，業績記錄期間本公司取得了顯著增長和利潤率的提升。收入由2015年的人民幣937.1百萬元增至2016年的人民幣1,205.5百萬元，並於2017年進一步增長至人民幣1,576.1百萬元，複合年增長率為29.7%。經調整純利由2015年的人民幣84.8百萬元增至2016年的114.7百萬元，並於2017年進一步增長至人民幣187.9百萬元，複合年增長率為48.9%。經調整純利率由2015年的9.0%增至2016年的9.5%，並於2017年進一步增至11.9%。

我們的產品

本公司的產品從中國傳統食養文化及「藥食同源」的理念入手，並融入現代營養科學和食品加工技術精製而成。本公司提供產品多元種類豐富的天然健康食品，以滿足不同年齡段消費者的廣泛需求。我們多元化產品組合包括70多種由穀物類、豆類、堅果、果乾和其他天然原料製成的產品。主要原料包括經烘製與研磨後混合的黑芝麻、核桃、淮山、枸

概要

杞、豆類、奇亞籽、燕麥和紅棗。本公司粉狀產品通常需要於服用前加水攪拌並可以添加糖、煉乳或果脯作為調味。在核心產品穀物粉的基礎上，本公司已成功開發多種延伸產品，包括增強口感和質感的五谷伴侶、健康零食及天然原料製成的個人護理用品，旨在滿足不同年齡段消費者的多樣化需求。我們的產品可按產品分類分為四類，即(i)標準配方穀物粉、(ii)個性化配方穀物粉、(iii)五谷伴侶及(iv)其他天然健康食品和產品。

我們提供豐富的天然健康食品選擇，滿足不同年齡層消費者的廣泛需求，吸引有一般和特定需求的消費群體。本公司吸引一般消費者的產品包括由天然成分經科學驗證配方加工而成的各種產品，如植物益生元八珍。吸引特定消費群體的產品包括滿足不同年齡段消費者特定需求的各類產品，例如吸引女性、青少年及老年人的產品，如精準六方。我們也精心研發了一系列產品以吸引在不同渠道購物的消費者。例如，為滿足年輕一代的口味和需求，我們推出奇亞籽穀物燕麥片等多種線上專供產品。我們還提供穀物面膜和黑枸杞茶包等專屬會員產品，以滿足會員的其他健康需求。

我們的綜合分銷網絡

本公司運營具有「新零售」特性的分銷平台，由直接向最終客戶出售本公司產品的線上和線下渠道組成。截至2017年12月31日，我們的分銷平台包括：(i)線下網絡：在中國453個城市的超市（如，沃爾瑪、大潤發、永輝、華潤萬家和家樂福）中開設的3,690個直營專櫃；及(ii)線上渠道，其中包括(a)天貓、京東和唯品會等主要電商平台和(b)社交網絡平台，即我們的微信會員店。下表載列了我們銷售渠道的收入明細，每一項均顯示了所示年份的絕對金額和於收入總額的佔比。

	截至12月31日止年度					
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
線下渠道	909,538	97.1	1,131,061	93.8	1,369,163	86.9
線上渠道	27,547	2.9	74,443	6.2	206,982	13.1
電商平台 . .	25,789	2.7	58,344	4.8	143,715	9.1
微信會員店 .	1,758	0.2	16,099	1.4	63,267	4.0
收入總額	<u>937,085</u>	<u>100.0</u>	<u>1,205,504</u>	<u>100.0</u>	<u>1,576,145</u>	<u>100.0</u>

本公司是天然健康食品行業率先在超市的直營專櫃推出「體驗式」零售模式的公司之一，消費者可通過看、聞、嘗、聽和摸等多重感官來瞭解產品，而公司在專櫃也配備了專業的營養顧問，根據個人消費者喜好及需求提供量身定制的各種有益及實用的營養和健康資訊。線上加線下的綜合分銷平台使我們在各銷售渠道上受益。例如，直營專櫃可宣傳我們的自身品牌、鼓勵客戶複購（不論於店內或通過其他銷售渠道）及吸引新客戶。我們亦運營強大的電商業務以助於我們在未設有直營專櫃實體業務的地區提升品牌知名度。我們的

概要

線上平台也可作為一個具成本效益的途徑，以測試市場對新產品的接受程度、評估客戶反饋和收集用作引導線下擴張計劃的信息。此外，微信會員店旨在向客戶宣揚我們的健康食品理念和願景，並作為我們與客戶積極溝通的創新渠道，同時加強我們與客戶的聯繫和提高品牌知名度。

原料採購

大規模採購系統使本公司能夠與知名供應商建立長期直接的合作關係。我們與長期供應商的合作關係平均長達六年。此種合作可促進規模經濟，使本公司能夠獲得充足可靠的原料供應。為確保食材的新鮮度，本公司採購的原材料來自世界各地。例如，由於核桃容易腐壞和保質期短，本公司從中國雲南省、美國和澳大利亞三個地區全年交替採購新鮮核桃。我們也從比利時採購含有營養豐富益生菌的優質菊苣根，於玻利維亞的高海拔農地採購優質奇亞籽，並從澳大利亞西部採購優質燕麥。此外，我們已於廣西省興建淮山加工基地，當淮山從農田收成後，我們即於加工基地以非硫熏方式加工淮山，確保質量和新鮮度。

我們的行業及市場狀況

根據弗若斯特沙利文的資料，按2017年零售額計，我們為中國第二大天然健康食品公司，市場份額為1.7%。中國天然健康食品行業的強勁增長使我們受益匪淺。中國天然健康食品行業的零售額由2013年的人民幣680億元增至2017年的人民幣1,031億元，複合年增長率為11.0%，預計2022年將達到人民幣1,839億元，自2017年起計的複合年增長率將為12.3%。消費者越來越關注產品質量和對健康生活方式的認知度提高等多個因素，促進了天然健康食品市場較中國整體食品行業取得更快的增長。根據弗若斯特沙利文報告，中國食品行業的總收入從2013年的人民幣9.2萬億元增至2017年的人民幣12.1萬億元，預計2022年將進一步增長至人民幣16.8萬億元，自2017年起計的複合年增長率將為6.8%。我們認為，本公司的領先市場地位、廣受認可的品牌形象和具吸引力的產品，以及本公司對線上和線下分銷渠道的充分應用，使本公司能夠充分把握中國天然健康食品行業未來強勁的預期增長機會。

我們的競爭優勢

我們認為，以下核心競爭優勢讓我們可進一步鞏固我們的市場領導地位。

- 中國迅速發展的天然健康食品行業領導者，具有極高的品牌知名度；
- 創新產品開發能力支持多元化產品組合；
- 由線上和線下渠道組成的完善的綜合分銷平台；
- 強大的專有技術平台支持卓越的運營效率；
- 強大的食品安全控制和食材供應能力；及
- 管理團隊遠見卓識、經驗豐富且注重人力資本。

概要

我們的發展戰略

本公司的目標是成為中國最具價值的天然健康食品品牌。本公司計劃通過實施以下主要戰略來實現目標：

- 進一步加強本公司綜合分銷平台並優化渠道組合；
- 秉承公司核心價值觀「本來自然，何須添加」，繼續擴大和豐富本公司產品組合；
- 進一步加強本公司品牌價值以增加市場份額；
- 進一步提高運營效率、優化技術平台；
- 招聘、培訓和激勵人才；及
- 尋求適當的戰略收購和商業機會。

綜合財務資料概要

以下為截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度及於該等日期的綜合財務資料概要，摘錄自本文件附錄一所載會計師報告。以下概要應與附錄一的綜合財務資料一併閱讀。

財務業績概要

下表載列於業績記錄期間本公司綜合經營業績。下表所列的過往業績未必反映任何未來期間的預期業績。

	截至12月31日止年度					
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
收入	937,085	100.0	1,205,504	100.0	1,576,145	100.0
銷售成本	(248,820)	(26.6)	(276,983)	(23.0)	(374,325)	(23.7)
毛利	688,265	73.4	928,521	77.0	1,201,820	76.3
其他收入及收益	10,002	1.1	14,604	1.2	15,624	1.0
銷售及分銷開支	(567,228)	(60.5)	(734,772)	(61.0)	(926,094)	(58.8)
行政開支	(39,938)	(4.3)	(69,854)	(5.8)	(85,603)	(5.4)
其他開支	(1,730)	(0.2)	(2,179)	(0.2)	(1,220)	(0.1)
融資成本	—	—	(964)	(0.1)	(216)	(0.0)
可轉換及可贖回優先股的公允價值變動虧損	(56,074)	(6.0)	(27,102)	(2.2)	(2,196)	(0.1)
除稅前溢利	33,297	3.6	108,254	9.0	202,115	12.8
所得稅開支	(4,618)	(0.5)	(20,647)	(1.7)	(16,416)	(1.0)
年內溢利	28,679	3.1	87,607	7.3	185,699	11.8
經調整純利 ⁽¹⁾	84,753	9.0	114,709	9.5	187,895	11.9

概要

註：

- (1) 我們呈列的經調整純利指扣除可轉換及可贖回優先股公允價值變動虧損前的年內溢利。經調整純利並非香港財務報告準則所規定或根據其呈列的計量方法。我們相信，經調整純利有助識別我們業務的相關趨勢，否則將通過撇除管理層認為並不反映我們的經營表現的項目的潛在影響，例如可轉換及可贖回優先股的若干影響，被我們納入營運收入及純利的開支的影響所扭曲。有關股份將於[編纂]完成後自動轉換為我們的普通股。將經調整純利用作分析工具存在限制，閣下不應將其視為獨立於我們根據香港財務報告準則呈報的經營業績或財務狀況，也不應將其視為分析有關經營業績或財務狀況的替代方法。有關詳情請參閱「—非香港財務報告準則計量—經調整純利」。

綜合資產負債表概要

下表載列於所示日期的本公司綜合資產負債表概要。

	於12月31日		
	2015年 人民幣千元	2016年 人民幣千元	2017年 人民幣千元
資產			
流動資產	405,544	514,416	671,569
非流動資產	152,380	175,625	196,712
資產總額	557,924	690,041	868,281
權益總額	38,042	51,872	364,509
負債：			
流動負債	502,307	621,124	486,916
包括：可贖回及可轉換優先股	372,532	399,634	222,287
非流動負債	17,575	17,045	16,856
負債總額	519,882	638,169	503,772
流動(負債)／資產淨值	(96,763)	(106,708)	184,653
資產總額減流動負債	55,617	68,917	381,365

現金流量表概要

下表載列於業績記錄期間的現金流量概要。

	截至12月31日止年度		
	2015年 人民幣千元	2016年 人民幣千元	2017年 人民幣千元
經營活動所得現金流量淨額	56,488	122,674	168,780
投資活動所得／(所用)現金流量淨額	(84,500)	(134,798)	34,661
融資活動所得／(所用)現金流量淨額	55,540	33,556	(55,253)
現金及現金等價物增加淨額	27,528	21,432	148,188
年初現金及現金等價物	31,466	59,067	81,171
外匯匯率變動的影響，淨值	73	672	(2,240)
年末現金及現金等價物	59,067	81,171	227,119

概要

主要財務比率

下表載列本集團於所示年度或日期的若干主要財務比率。

	於12月31日／截至12月31日止年度		
	2015年	2016年	2017年
盈利能力：			
毛利率	73.4%	77.0%	76.3%
純利率	3.1%	7.3%	11.8%
經調整純利率	9.0%	9.5%	11.9%
回報率：			
資產回報率 ⁽¹⁾	6.0%	14.0%	23.8%
經調整資產回報率 ⁽²⁾	17.7%	18.4%	24.1%
股本回報率 ⁽³⁾	不適用 ⁽⁸⁾	194.9%	89.2%
經調整股本回報率 ⁽⁴⁾	24.9%	26.6%	36.2%
流動資金：			
流動比率 ⁽⁵⁾	0.81倍	0.83倍	1.38倍
速動比率 ⁽⁶⁾	0.70倍	0.71倍	1.21倍
資產周轉率 ⁽⁷⁾	1.96倍	1.93倍	2.02倍

註：

- (1) 資產回報率按純利除以該期間資產總額的期初與期末結餘的平均數再乘以100%計算。
- (2) 經調整資產回報率按經調整純利（定義見「財務資料—非香港財務報告準則計量：經調整純利」）除以該期間資產總額的期初及期末結餘的平均數再乘以100%計算。
- (3) 股本回報率按純利除以該期間股本總額的期初及期末結餘的平均數再乘以100%計算。
- (4) 經調整股本回報率按經調整純利（定義見「財務資料—非香港財務報告準則計量：經調整純利」）除以該期間股本總額的期初及期末結餘的平均數與可轉換及可贖回優先股的總和再乘以100%計算。
- (5) 流動比率按流動資產總額除以流動負債總額計算。
- (6) 速動比率按流動資產總額減去存貨再除以流動負債總額計算。
- (7) 資產周轉率按收益除以該期間資產總額的期初與期末結餘的平均數計算。
- (8) 截至2015年12月31日止年度股本回報率並不適用，因我們的可轉換及可贖回股份分類為負債，導致2015年初的負總股本。

有關主要財務比率的更多詳情，請參閱「財務資料—主要財務比率」。

我們的股東架構

控股股東

緊接[編纂]完成後（假設[編纂]並未行使及並不計及根據購股權計劃可能授出

概要

的購股權獲行使而可能發行的股份)，本公司創辦人張澤軍先生將間接實益擁有合共[編纂]%本公司已發行股本。請參閱「歷史、重組和公司架構」及「與控股股東的關係」。

[編纂]前投資

本公司[編纂]前投資者SAIF Partners III L.P.於2010年1月投資於本公司，並持有2,082股優先股。經一股拆細[編纂]股的股份拆細後，該等優先股獲分拆為[編纂]股優先股，並將於上市後自動轉換為本公司股份。作為[編纂]的一環，SAIF Partners III L.P.將[編纂][編纂]以供出售。緊接[編纂]完成後（假設[編纂]並未行使及並不計及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的股份），並假設優先股已按以一換一形式悉數轉換，SAIF Partners III L.P.將擁有合共[編纂]%本公司已發行股本。本公司於2010年從SAIF Partners III L.P.收於相當於人民幣70百萬元的美金，作為向SAIF Partners III L.P.發行及配發優先股的代價。根據與SAIF Partners III L.P.訂立的股東協議，SAIF Partners III L.P.於本公司擁有多項特權，均將於上市後終止。請參閱「歷史、重組和公司架構—[編纂]前投資」。

近期發展

下文載列2017年12月31日（即業績記錄期間結束時）後我們的業務及營運業績的若干重大發展：

- 於2018年6月，我們向於宣派有關股息時名列本公司股東名冊的本公司股東宣派特別股息270.0百萬港幣。預期該特別股息將於[編纂]完成前以現金支付；及
- 與2017年同期相比，我們於截至2018年4月30日止四個月繼續錄得收入增長。

經審慎周詳考慮後，我們的董事確認，直至本文件日期，自2017年12月31日以來我們的財務、營運或貿易狀況概無任何重大不利變動。

已產生及將產生的上市費用

2017年，本公司已產生上市費用約人民幣[編纂]元，其中人民幣[編纂]元已確認為行政開支，而人民幣[編纂]元將撥充資本為預付款項。本公司預計，2017年12月31日後將

概要

會產生額外上市費用約人民幣[編纂]元（假設[編纂]將按[編纂]範圍的中位數進行及[編纂]未獲行使），其中人民幣[編纂]元預計確認為[編纂]行政費用，而人民幣[編纂]元預計直接確認為權益扣減。董事預計，該等費用將不會對本公司[編纂]的財務業績造成重大不利影響。

[編纂]統計數字

- [編纂]： 初步為本公司經擴大已發行股本[編纂]%
- [編纂]： 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]而定）
- [編纂]： 最多為初步於[編纂]提呈的[編纂]數目[編纂]%
- 每股股份[編纂]： 每股[編纂][編纂]港幣至[編纂]港幣

	根據[編纂]每股 [編纂][編纂]港幣	根據[編纂]每股 [編纂][編纂]港幣	根據[編纂]每股 [編纂][編纂]港幣
[編纂]完成後本公司的市 值 ⁽¹⁾⁽²⁾	[編纂]港幣	[編纂]港幣	[編纂]港幣
未經審核備考經調整綜合 每股股份有形資產 淨值 ⁽³⁾	[編纂]港幣	[編纂]港幣	[編纂]港幣

註：

- (1) 表中所有統計數字假設[編纂]尚未行使，且並無計及因根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份。
- (2) 市值的計算基於就[編纂]預期將予發行的[編纂]股份，並假設[編纂]股份於緊隨[編纂]完成後已發行及流通在外。
- (3) 未經審核備考經調整每股股份有形資產淨值經作出本文件附錄二「未經審核備考財務資料」所述調整（包括上市前宣派並以本公司可供分派儲備對銷尚未收取的應收股東款項的特別股息270百萬港幣（有關詳情，請參閱「財務資料—股息及股息政策」）後計算所得，並假設[編纂]股股份於緊隨[編纂]完成後已發行及流通在外。

概要

未來計劃及所得款項用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港幣（即本文件所述[編纂]範圍中間價）及[編纂]尚未行使，經扣除與[編纂]所有[編纂]有關的[編纂]費用及佣金以及其他估計開支後，我們估計將收取來自[編纂]所得款項淨額約[編纂]港幣。我們有意按以下用途運用[編纂]所得款項淨額。

- 約[編纂]百萬港幣（佔我們的估計總所得款項淨額約[編纂]%）計劃用於加強本公司綜合分銷平台並優化渠道組合；
- 約[編纂]百萬港幣（佔我們的估計總所得款項淨額約[編纂]%）計劃用於在廣東省廣州市興建南沙生產基地，並為此規劃加工設施採購機器和設備；
- 約[編纂]百萬港幣（佔我們的估計總所得款項淨額約[編纂]%）計劃用於審慎地進行收購以及進一步發展戰略合作夥伴；
- 約[編纂]百萬港幣（佔我們的估計總所得款項淨額約[編纂]%）計劃用於推廣我們的品牌並實施營銷策略；及
- 約[編纂]百萬港幣（佔我們的估計總所得款項淨額約[編纂]%）計劃用作營運資金及一般公司用途。

本公司估計，[編纂]將收到來自出售[編纂]的所得款項淨額（假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港幣）（即本文件所述[編纂]範圍的中位數）約[編纂]百萬港幣。我們不會收取來自[編纂]的任何所得款項。

更多有關我們的未來計劃及[編纂]所得款項用途資料的詳情（包括倘[編纂]訂於較估計[編纂]範圍中間價更高或更低水平時，所得款項分配的調整），請參閱本文件「未來計劃及所得款項用途」一節。

概要

股息及股息政策

我們可通過現金或董事會認為適當的其他方式進行派息。任何建議股息宣派由董事會酌情釐定及須經股東批准。董事會經考慮我們的經營業務、財務狀況、營運需求、資金需要、股東利益及任何其他董事會可能視為有關的條件後，可能於未來建議分派股息。

根據公司法及其他適用法律及法規，我們目前的目標為於任何特定年度分派可分派溢利約20%至40%予股東。我們無法保證我們將可於任何年度分派上述或任何金額的股息，甚或完全不能分派股息。股息宣派及派付亦可能受制於法律限制以及本公司及其附屬公司已訂立或未來可能訂立的貸款或其他協議。

我們並未於2015年及2016年宣派股息，我們於2017年宣派及派付股息人民幣52.8百萬元。於2018年6月，我們向於宣派有關股息時名列本公司股東名冊的本公司股東宣派特別股息270.0百萬港幣。

風險因素

我們的營運及[編纂]涉及若干風險，其中很多不受我們控制。該等風險可分類為(i)與本公司行業及業務有關的風險、(ii)與在中國經營業務有關的風險及(iii)與[編纂]有關的風險。例如，本公司業務很大程度上取決於「五谷磨房」品牌的市場知名度，以及我們品牌、商標或聲譽的任何損害或未能有效推廣我們的品牌，可能對本公司業務及經營業績產生重大不利影響。此外，公司業務受到消費者口味、喜好、觀念及消費模式變化的影響，而未能維持食品安全及始終如一的質量可能對公司品牌、業務及財務表現造成重大不利影響。涉及的所有風險因素的詳細討論載於「風險因素」，閣下應在決定投資於[編纂]前仔細閱讀該節全文。