

概覽

根據弗若斯特沙利文報告，就2019年商品肉雞的產量而言，我們是中國第二大全面一體化白羽肉雞生產商，市場份額為3.1%。根據弗若斯特沙利文報告，按2018年出口收入及出口量(市場份額分別為8.6%及10.4%)計算，我們亦是中國最大的全面一體化白羽雞肉出口商，擁有向海外出口生白羽肉雞製品及深加工白羽肉雞製品的往績記錄。根據弗若斯特沙利文報告，2019年，按雞隻生產數量及生產噸數計，我們在中國白羽肉雞及黃羽肉雞總產量中所佔市場份額分別為1.7%及1.4%。

我們主要位於中國山東，主要用白羽肉雞生產雞肉製品。我們亦生產及推銷各種深加工雞肉製品。我們的主要產品包括(1)雞肉製品，主要包括生雞肉製品及深加工雞肉製品；及(2)雞苗。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們生雞肉製品貢獻的收入分別約佔總收入的62.4%、54.7%、53.8%及48.1%，而深加工雞肉製品貢獻的收入分別約佔總收入的26.7%、37.4%、37.0%及36.5%。我們亦用於中國四川(我們的部分生產設施位於此地)養殖的四川山地烏骨雞生產一小部分雞肉製品，其銷量分別約佔我們截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度總收入的零、0.03%、0.12%及0.22%。

除在中國的領先國內市場地位外，我們亦擁有成熟並不斷壯大的出口業務，向日本、馬來西亞、歐洲聯盟、韓國、蒙古及新加坡的海外客戶供應多種優質雞肉製品。我們的白羽雞肉製品採用伊斯蘭屠宰儀式進行清真認證。通過始終向客戶提供優質的禽肉製品，我們已與客戶建立長期穩固的關係。我們的主要國內及海外客戶包括國際知名食品加工商及貿易商以及大型快餐連鎖店運營商(及其禽肉供應商及採購代理)。於整個往績記錄期間，國內銷售產生的收入佔比約為70%，而海外銷售產生的收入佔比約為30%。

我們的主要競爭優勢之一是我們雞肉製品的縱向一體化業務模式，從養雞、屠宰加工到銷售生雞肉製品及深加工雞肉製品。我們亦生產飼料用於種雞場及肉雞場養雞。我們已採用一體化「從農場到餐桌」模式，使我們能夠控制家禽生命週期的每個階段，從而有效管理從肉雞養殖到雞肉製品分銷及銷售整個流程的質量及成本。於最後可行日期，我們擁有22個種雞場、三個孵化場、45個肉雞場(我們已將其中11個肉雞場從地養系統改為籠養系統)、八個屠宰加工廠、兩個飼料加工廠及一個有機肥料廠。於最後可行日期，我們位於山東的生產設施總建築面積約為5.1百萬平方米。

我們致力於確保我們生產的雞肉製品及由我們採購用以生產飼料、父母代種雞苗、雞苗及雞肉製品的原材料的安全及質量之高標準。我們已獲得(其中包括)ISO22000(食品安全)

業 務

認證及ISO9001(質量)認證。此外，我們的冷藏與冷凍雞肉製品食品加工廠還通過了HACCP(危害分析與關鍵控制點)認證。於最後可行日期，本集團擁有20名通過中國國家獸醫資格考試的獸醫。

我們的家禽業務包括三個分部：(i)養雞；(ii)屠宰加工；及(iii)銷售雞肉製品、雞苗及其他產品(包括部分非禽肉製品)。我們的養雞分部包括雞的飼養及雞場營運。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們養殖的白羽肉雞總數分別約為111.6百萬隻、111.4百萬隻、103.8百萬隻及101.7百萬隻。我們的屠宰加工分部包括雞隻屠宰以及生雞肉製品及深加工雞肉製品生產。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們加工的白羽肉雞總量分別約為177,000噸、184,000噸、174,000噸及174,000噸。我們的銷售分部負責於國內外銷售我們的雞肉製品、雞苗及其他產品。

我們生產多種生雞肉製品及深加工雞肉製品，並通過企業對企業(B2B)及企業對消費者(B2C)模式進行銷售。我們的產品通過直接銷售及分銷商以B2B銷售模式售予國內及海外客戶，主要包括(i)食品服務或工業客戶；(ii)速食餐廳；及(iii)食品零售商。就B2C銷售模式而言，我們通過中國境內線上及線下的銷售平台銷售及營銷我們品牌(包括「鳳祥食品(Fovo Foods)」及「優形(iShape)」品牌)下的雞肉製品。我們計劃通過廣告和促銷活動及擴張銷售平台(尤其是電子商務渠道)進一步發展我們的B2C業務模式，以提高我們在深加工雞肉市場的品牌知名度。此外，我們向當地雞農及其他家禽業務經營者(為獨立第三方)銷售雞苗。

我們認為，持續向客戶交付優質且多元化的產品為保持競爭地位及確保未來增長與成功的主要因素之一。我們有選擇地開發新產品以滿足客戶需求。我們持續推出新產品、為現有產品引進新口味、新包裝及推出升級產品，以更好地迎合消費者的喜好及提高我們的產品質量。於往績記錄期間，憑藉我們在新產品開發方面的專業知識，我們已大大拓寬可向客戶提供的禽肉製品選擇及強化產品組合。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們已分別推出47種、48種、104種及64種新產品。

我們的收入呈增長勢頭，年複合增長率為18.6%，從2016年的約人民幣2,354.1百萬元增至2019年的約人民幣3,926.2百萬元。我們的利潤從2016年的約人民幣119.8百萬元減至2017年的約人民幣37.1百萬元，但隨後緩慢增至2018年的約人民幣136.6百萬元。我們的利潤於2019年大幅增至約人民幣837.4百萬元，主要是由於2019年雞肉製品及雞苗的市價上漲，及部分是由於該期間原材料(如豆粕)的平均採購成本下降。

競爭優勢

我們認為本集團以下競爭優勢能使我們繼續作為中國領先的全面一體化白羽肉雞生產商及出口商之一。憑藉我們強大的市場地位，加上我們具有深厚的白羽肉雞行業知識、龐

業 務

大的規模、嚴格的生產要求、嚴格的食品安全管理、豐富的管理專業知識及穩健的財務實力，我們認為我們於我們營運業務所在行業及市場中具備競爭優勢。我們的競爭優勢包括：

縱向一體化業務模式使我們能(1)提升生產效率及(2)具有適應及把握不同客戶需求的強大能力和靈活性

(1) 提升生產效率

我們是中國大型一體化白羽肉雞生產的領先者之一。我們的縱向一體化業務模式涵蓋整個白羽肉雞產業價值鏈，包括飼料生產、養雞、屠宰加工、禽肉製品(主要包括生雞肉製品及深加工雞肉製品)的分銷及銷售。我們能夠根據客戶訂單(包括產品的種類及數量以及交付時間表)生產深加工雞肉製品。相較於部分專注於雞隻養殖(上游)或屠宰加工(下游)的競爭對手，我們能更好地控制整個生產流程及降低生產成本，這使我們能不斷提升生產效率並具有高度的可靠性，幫助我們擴展我們的業務運營。

我們已在整個生產過程的設計及運營方面付出巨大努力，應用行業最佳做法。通過多年的累積經驗，我們已在選址以及養雞場設計、運營及管理方面開發出專門技術，令我們能持續提升生產效率及擴大我們的業務範圍。

利用我們的經驗及專業知識，我們已主要通過生產流程標準化及精細化提升勞動生產率及疾病防控能力。這亦使我們能夠實現產品追蹤，以更好地保證安全性及質量。我們擁有先進的養殖技術，且自我們成立以來，並無發現主要的禽類疾病，此外我們還具有靈活的飼料生產能力及專門的飲食管理專業知識，董事認為，這使我們的肉雞產出令人滿意，雞隻的成活率亦穩定。我們每隻肉雞的出欄均重從2016年的2.04千克增至2019年的2.08千克，降低了每千克雞肉的平均屠宰加工成本，從而令每隻雞的利潤增加。肉雞的平均成活率保持穩定，2016年為92.9%、2017年為92.4%、2018年為91.2%及2019年為90.5%，這顯示了我們維持肉雞繁殖能力的的能力。我們擴大產能及提高運營效率的經證實能力已幫助我們增加市場份額並降低生產成本，從而從規模經濟中獲益。

(2) 具有適應及把握不同客戶需求的強大能力和靈活性

縱向一體化業務模式已進一步增強了我們在適應不斷變化的行業趨勢和客戶偏好的同時維持平衡而穩定產量的能力。我們控制家禽生命週期的每個階段，從而有效管理從肉雞養殖到禽肉製品銷售的質量及成本，並能於市場低迷時保持良性增長，從而確保穩定的利潤率及產量。

我們能夠(a)提前管理及計劃生產階段內的每個程序，以便根據預設計劃立即作出市場波動調整；(b)有效控制各生產階段及附屬流程的成本，從而有效控制整體的生產成本，因

業 務

此，我們具備承受市場或生產風險和壓力的綜合能力；及(c)我們能夠根據客戶訂單(包括若干產品的種類及數量以及交付時間表)生產深加工雞肉製品。

我們在不同地區向各種類型的客戶提供多元化產品。憑藉養殖及生產白羽肉雞所積累的經驗以及所建立的業內地位，我們通過開發新雞肉製品的強大能力進一步擴大我們的產品組合，以向現有客戶提供更多元化的產品選擇及吸引新客戶。我們認為，我們的全面一體化模式令我們在雞肉製品生產及銷售方面具備出色的能力與靈活性，從而使我們得以成功把握不斷增加的雞肉製品市場需求，不斷實現產品改良、持續擴大產品供應以及保持我們於雞肉製品行業的競爭力。

我們已與本地及海外市場的主要知名客戶建立穩定及多元化的客戶群

多年來，我們已經建立了穩定及多元化的客戶群。我們主要通過B2B模式經營業務，截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度分別佔我們總收入的98.0%、98.0%、96.7%及93.6%。我們為本地及海外客戶提供大量多元化雞肉製品選擇。受益於我們的縱向一體化業務模式，我們已建立良好的市場聲譽，在產品質量、大規模生產及穩定供應方面有明顯優勢。董事認為，鑒於本集團的良好往績記錄，與主要客戶之間的長期穩定關係足證我們備受業界認同。我們於往績記錄期間的五大客戶與我們的合作關係大多超過20年，貢獻的收入分別佔我們截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度總收入的約35.8%、40.0%、37.7%及28.9%。

由於我們的主要客戶對雞肉製品的需求較大及對該等產品有特定的要求，董事認為，產能較低的雞肉生產商很難與我們競爭該等客戶的訂單。

我們的雞肉製品能夠達到進口國家所設立嚴格的質量控制標準。根據弗若斯特沙利文報告，按2018年出口收入及出口量(市場份額分別為8.6%及10.4%)計算，我們是擁有完整生產線的中國最大白羽雞肉出口商，擁有向海外出口生白羽肉雞製品及深加工白羽肉雞製品的往績記錄。根據弗若斯特沙利文報告，在我們五大競爭對手中，就2018年的出口收入而言，我們是生雞肉製品及深加工雞肉製品的中國最大出口商。我們將我們的雞肉製品出口至日本、馬來西亞、歐洲聯盟、韓國、蒙古及新加坡。我們的白羽雞肉製品採用伊斯蘭屠宰儀式進行清真認證。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們來自海外銷售的收入分別約為人民幣550.3百萬元、人民幣661.3百萬元、人民幣960.6百萬元及人民幣966.4百萬元，分別約佔我們總收入的23.4%、27.2%、30.1%及24.6%。

由於世界各地雞肉價格的差距相對較大，我們密切關注國際市場的發展，並憑藉因領先市場地位而享有的議價能力，為我們的主要客戶提供具成本競爭力的產品及增值服務。

業 務

牢固的客戶關係帶來穩定的訂單來源，且為我們提供了與本地及海外客戶公開互動及磋商的機會，以更好地了解彼等的需求及要求，我們認為我們對現有及新客戶的吸引力將因此而提高。

我們已建立嚴格及全面的食品安全衛生體系及質量控制系統，以有效保證產品品質及安全方面的高標準

雞肉製品的安全及衛生對本集團的成功至關重要。倘我們向公眾出售受污染產品，消費者對我們產品的信心將會受到嚴重影響，這反過來將對我們的業務產生不利影響。我們已建立嚴格及全面的食品安全衛生體系及質量控制系統，以確保雞肉製品的品質。我們致力於確保(i)我們所生產的雞肉製品；及(ii)我們採購的用以生產飼料、父母代種雞苗、種蛋及雞肉製品的原材料的安全及品質方面達到高標準。我們已獲得(其中包括)：(i) ISO22000(食品安全)認證；及(ii) ISO9001(質量)認證。有關食品安全衛生體系及質量控制系統的詳情，請參閱下文「一 質量保證」及「一本集團食品安全管理體系」。

近年來，中國食品安全事件突顯了食品企業在控制原材料源頭方面所面臨的困難及挑戰。該等事件令中國消費者對食品安全的敏感度及食品安全意識大幅提高。為確保我們產品的安全及質量，我們已對生產流程的各個環節制定並保持嚴格的技術規範及程序。我們已建立完善全面的產品追溯體系，並已取得及持有質量和安全管理體系認證。我們的產品符合農業部(「**農業部**」)及國家食品藥品監督管理總局(「**國家食藥監局**」)要求的標準，並已通過與獸藥或違禁化學物有關的檢測。

我們已在整個營運中制定並維持供應商管控措施，建立了供應商准入體系(包括根據供應商的表現對其進行分級管理)。我們亦制定了原材料檢查體系以確保原材料的質量。我們擁有自身的飼料生產設施，我們使用這些飼料進行肉雞飼養。例如，我們所供應的每批飼料在進入養雞場前均須進行查驗。我們對每個品種的飼料均進行重要衛生指標(如黴菌毒素)的抽樣檢測，亦根據(其中包括)產品質量及服務標準等因素對原材料供應商及父母代種雞苗供應商進行年度績效評估。

我們已對種雞場、肉雞場及屠宰加工設施實施嚴格的衛生措施。所有肉雞均在僅允許指定人員進入的雞舍中長大，而進入該場地的所有員工均須於進入前接受全面的衛生程序。該等衛生措施耗費甚巨，銷售類似產品的小型生產商未必能夠實施。透過實施該等全面的衛生程序，我們雞肉製品的安全及衛生可得到保證，而消費者亦將對我們的產品充滿信心。

我們向日本、馬來西亞、歐洲聯盟、韓國、蒙古及新加坡出口我們的雞肉製品，該等國

家對食品質量及安全有嚴格要求。我們一直維持對該等國家的穩定供應，這進一步證明我們雞肉製品的安全性及質量。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未就我們的產品質量或安全性而遭受有關政府部門的任何重大罰款或其他懲罰，而且我們無須進行任何強制性產品召回。

我們擁有成熟先進的生產技術及以市場為導向的研發能力，使我們能夠滿足市場對安全及優質雞肉製品日益增長的需求

為擴大我們全面一體化經營的效益以及進一步控制各生產階段的成本，我們利用業務經營的經驗創造及開發新技術，這使我們能夠滿足市場對安全及優質雞肉製品日益增長的需求。本集團的研發能力反映於我們的(a)生產設備及養殖技術；及(b)開發滿足市場需求的以市場為導向的產品。

(1) 先進的生產設備及成熟的養殖技術

我們致力於維持一支由45名成員組成的具有競爭力的研發隊伍，且已於研發方面作出大量投資。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們產生的研發開支分別約為人民幣6.2百萬元、人民幣8.3百萬元、人民幣13.5百萬元及人民幣16.3百萬元。與較小的生產商不同，我們已投入大量資源，用於研發環境保護以及發展可持續的養雞技術及設施。我們擁有位於山東、上海及東京的三個研究機構。我們的技術研發隊伍由我們負責實施研發項目整體規劃與協調的山東研究機構集中管理。我們的專職研發隊伍逐漸探索出一套生產技術流程以促成縱向一體化業務模式，且我們已開發出：(a)飼養設備及技術(如氣霧清洗雞舍設備及箱型飼養設備)；(b)屠宰及切割技術(如九片雞肉切割技術、自動選切線)；及(c)深加工食品生產技術(如沸煮線、煎炸線及熏制線)，以提高我們的生產效率及通過減少污染物的排放確保環境得到保護。

我們嚴格的質量控制系統以及我們於生產流程各階段投入的研發努力使本集團得以更好地預防疾病及控制和加強食品安全。於最後可行日期，本公司於飼養過程中從未出現任何大規模傳染病流行。

(2) 以市場為導向的產品研發能力

優質雞肉製品形成我們的核心競爭優勢。我們強調迎合客戶對健康食品供應的偏好。因此我們於以下方面作出研發努力：(a)嚴格挑選飼料的原材料(如玉米不發霉)；(b)我們所生產的生雞肉製品蛋白質及營養含量高，藥物殘留少；(c)我們所生產的熟食不含添加劑。

業 務

除確保產品質量及食品安全外，為適應不斷變化的消費方式，我們投入資源研發及改良產品與加工技術，以促進業務增長並提高競爭力。我們的專業產品開發中心不斷開發出新的深加工雞肉製品，尤其是即烹雞肉製品。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們分別推出47種、48種、104種及64種新的深加工雞肉製品。

我們擁有經驗豐富的管理團隊及專業的工作隊伍

我們的高級管理團隊成員在我們業務的各個方面(包括牲畜養殖、肉類加工及禽肉製品銷售)擁有平均超過約20年的行業經驗，其中多名高級管理團隊成員在本集團擔任職務期間獲得管理專業知識，並於企業管理及項目執行方面取得突出成績。此外，部分高級管理團隊成員之前曾於跨國畜牧企業(尤其是家禽相關企業)任職，彼等帶來的經驗為我們發展成為養雞行業的領跑者提供了幫助。

創辦人兼非執行董事劉學景先生在家禽業擁有豐富的經驗，且已擔任本集團領導多年。其帶領本集團從中國本地肉類加工廠成長為中國領先的雞肉生產商之一。董事會主席兼執行董事劉志光先生自其加入本公司起在家禽業擁有約九年的經驗，其為本集團帶來豐富的企業及業務管理經驗及洞察。執行董事肖東生先生、區永昌先生及王進聖先生均以其傑出的領導力及業務運營方面的經驗為本集團作出了巨大貢獻，為本集團的快速增長及國際擴張作出了顯著貢獻。該等行業專家在優化養雞技術、提升動物檢疫系統、提高自動化程度、研發優質深加工雞肉製品及完善質量控制系統方面為本公司提供了協助。我們持續改進管理體系，包括策略制定、員工培訓及建立以績效為基礎的激勵制度。

業務策略

我們擬動用上市所得款項淨額為我們的業務策略提供資金(詳情載於下文)。有關擴大白羽肉雞生產產能的任何資金短缺則擬通過本集團的內部資源及／或外部借款撥付。

擴大大白羽肉雞生產的產能，以進一步增強我們的縱向一體化業務模式

我們將繼續擴大在整個肉雞行業價值鏈上的營運規模以增強我們業務的縱向一體化。我們有意透過實施籠養系統來提高我們種雞場、孵化場以及肉雞場的產能。於最後可行日期，我們分別已將11個肉雞場從地養系統改為籠養系統，以提高現有生產基地的效率和產能。根據弗若斯特沙利文報告，由於籠養方法可促成更加有序、有效及集中化的生產，因此領先參與者廣泛採納該方法，而產業化肉雞生產商也越來越多地使用該方法。平均飼料轉化率亦普遍高於其他飼養方法。

業 務

本公司已委聘羅兵咸永道會計師事務所(「羅兵咸永道」)根據香港會計師公會頒佈的香港鑒證業務準則第3000號(修訂版)「歷史財務信息審計或審閱以外的鑒證業務」，就本公司編製的本集團於2018年9月1日至2019年5月31日期間六個雞場(「個別雞場」)每千克單位生產成本及歐洲效益指數的計算(「單位成本及歐洲效益指數的計算」)進行有限鑒證業務(「計算表」)(「羅兵咸永道報告」)。有關羅兵咸永道責任的詳情，請參閱下文「—我們的擴張計劃—建立籠養系統的原因」。根據羅兵咸永道呈交對計算表的報告，相較於2018年9月1日至2019年5月31日期間三家可比較的地養肉雞場的加權平均單位生產成本每千克人民幣7.55元，採用三家籠養肉雞場(本集團已在編製計算表時將其轉換為籠養系統)的加權平均單位生產成本更低，為每千克人民幣7.10元，差額代表成本效益增加5.96%。此外，計算表顯示，於2018年9月1日至2019年5月31日期間，我們三家可比較的地養肉雞場的歐洲效益指數介乎241.52至254.71，而三家籠養肉雞場(本集團已在編製計算表時將其轉換為籠養系統)的歐洲效益指數介乎292.83至353.66。董事認為，較高的歐洲效益指數通常代表較高的肉雞生產管理水平、較高的育種效率及較高的肉雞盈利能力。為進一步擴大白羽肉雞的產能並提高我們的市場份額，我們計劃為山東的25個帶有籠養系統的肉雞場、一個屠宰加工廠、十個種雞場、一個孵化場、一個飼料加工廠及一個有機肥料廠採購所需設施。有關我們擴張計劃的詳情，請參閱下文「—我們的擴張計劃—籠養系統」。

我們的目標為建立在中國具有主導地位的最完整及最有競爭力的雞肉供應鏈。隨著我們對11個肉雞場採用籠養系統提升我們的產能，連同現代化設備和設施、高品質產品、品牌知名度以及市場需求上升，我們將能夠增加銷量並擴大我們的國內和出口業務。

我們擬動用至多合共約人民幣1,458.3百萬元為產能擴充計劃提供資金，我們預計動用約45.0%(或627.8百萬元(相當於人民幣572.3百萬元))的所得款項淨額為帶籠養系統的肉雞場、屠宰加工廠、種雞場、孵化場、飼料加工廠及有機肥料廠採購所需設施。任何資金短缺均計劃由本集團內部資源及／或外部借款提供資金。有關該業務策略實施計劃的詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

繼續擴大銷售及分銷網絡以及進入新市場

我們認為維持有效及廣泛的銷售和分銷網絡對我們業務的成功及未來增長至關重要。根據弗若斯特沙利文報告，以中國電子商務產生的零售價值衡量，深加工肉類及海鮮市場規模在過去幾年迅速增長，由2015年的約人民幣1,354.4百萬元增至2019年的約人民幣5,507.8百萬元，年複合增長率為42.0%。鑒於分銷鏈的現代化，預計現代零售店和新鮮食品電子商務平台對生雞肉製品及深加工雞肉製品的需求將不斷增加。由於我們發現我們於中國的深

加工雞肉製品在該等渠道中的巨大增長潛力，我們擬積極擴大我們目前的電商網絡（如通過京東、蘇寧易購、盒馬鮮生和天貓），以加大市場滲透及迎合我們消費者的購買方式。我們將繼續通過線上銷售平台及便利店銷售我們的「優形(iShape)」品牌下的即食雞肉製品以迎合注重健康的年輕消費者，並將提供更多類型的產品以滿足我們B2C業務模式的需求。

我們計劃與其他知名電子商務經營商進一步合作，如在B2C平台展示我們的產品及參加線上營銷活動以提升我們的品牌及產品知名度。我們將持續探索與不同目標客戶群體的數據分析相關的更有效的營銷策略，及研究不同數字營銷趨勢以令我們以具成本效益的方式接觸潛在客戶，從而更好地了解我們潛在客戶的偏好、與我們現有客戶建立信任及信心、推廣我們的雞肉製品及增強我們的企業品牌形象。

此外，我們的雞肉製品出口到日本、馬來西亞、歐洲聯盟、韓國、蒙古及新加坡。於往績記錄期間，我們海外銷售產生的收入約為人民幣550.3百萬元、人民幣661.3百萬元、人民幣960.6百萬元及人民幣966.4百萬元，分別約佔截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度總收入的23.4%、27.2%、30.1%和24.6%。我們計劃進一步於全球擴展我們的海外出口銷售及分銷網絡，以進入新地域市場獲得更廣泛的客戶。在進入新市場之前，我們將進行研究以了解（其中包括）市場需求以及適用的法律法規，從而減小潛在的業務風險。

繼續擴大產品組合並使產品組合多元化，以及重點發展深加工雞肉製品

根據弗若斯特沙利文報告，深加工雞肉製品的利潤率比生雞肉製品更高。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們深加工雞肉製品分別約佔我們總收入的26.7%、37.4%、37.0%及36.5%，這與我們從生雞肉製品轉向深加工肉製品的總體戰略一致。我們認為，持續產品創新和差異化是我們進一步增加雞肉製品市場份額的重要因素。我們計劃投資並增強以市場為導向的產品開發活動，以持續提供新型及創新型產品，使我們在雞肉製品的質量、外觀、口味及種類方面從其他競爭對手中脫穎而出，並適應消費者不斷變化的偏好。例如，隨著消費者的健康意識普遍增強，我們計劃將產品開發工作側重於生產即食和富含蛋白質的深加工雞肉製品。我們認為，為了在中國深加工雞肉行業保持競爭力，我們務必要擴大產品種類並使產品組合多元化，以應對不斷變化的消費者口味和偏好。

為深化我們的市場滲透率，我們有意透過下列舉措繼續發展我們的深加工雞肉製品：
(i)擴大我們的雞肉熟食製品種類來滿足不斷變化的消費者要求；(ii)擴大熟食、半熟食及調味雞肉製品的產品供應類型；(iii)加速擴展我們深加工雞肉製品的銷售渠道及平台，特別是電子商務渠道，以吸引新客戶；及(iv)加大我們在各種媒體渠道上的營銷力度，以進一步發

展我們的品牌，如在社交媒體上投放廣告、為中國運動員提供贊助及聘請KOL來推廣我們的品牌及產品。我們基於一套選擇標準主要以運動員及KOL為目標。我們計劃選擇全國範圍內各領域的知名頂級運動員，並基於在社交媒體上的影響力(包括在線粉絲數量)及我們相關產品或品牌的目標客戶選擇KOL。我們計劃與運動員及KOL訂立為期一年的協議，並基於多種因素(包括彼等的經歷、證書及知名度)向其支付年費。我們認為，我們強大的產品開發能力加上我們已確立的品牌知名度以及銷售和分銷網絡，為我們開發並向市場推出新的即食雞肉製品提供了堅實的基礎。我們相信，憑藉我們在相關領域的現有經驗和優勢，我們將能夠鞏固我們的市場地位，擴大我們在行業內(尤其是B2C領域)的市場份額，並在我們的產品開發活動以及有關新產品和改良產品的品牌推廣、銷售和營銷方面實現協同效應。

增強研發能力以將產品組合多元化並提升我們的專業知識和技術訣竅

我們有意投入其他資源來進一步加強研發能力以將深加工雞肉製品的產品組合多元化，把握更多國內外業務機會，從而提升有關產品品質、生產技術及效率的專業知識以及技術訣竅。我們致力於滿足客戶的不同需求及不斷變化的偏好。我們將注重所提供產品(包括廣泛研發新產品及對消費趨勢進行市場調查)的多元化。我們認為，我們使產品多元化的能力與我們的縱向一體化業務模式，將使我們能夠對市場需求作出迅速有效的回應並優化產品組合，從而提高盈利能力。除了提升我們一貫重視的產品品質外，我們還著眼於提升生產技術和降低生產成本。我們在山東、上海及東京設立了三個產品研究機構，負責收集消費者反饋以及根據不斷變化的消費模式及消費者需求開發更多產品配方、口味及產品包裝方案，並提高我們的技術訣竅，包括育種效率、疾病控制及雞肉製品的生產過程。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們分別推出了47種、48種、104種及64種新產品(包括新口味、新包裝及產品升級)。我們將繼續增強我們的強大國內市場地位及不斷增長的出口業務，方式為：(i)招募及培訓研發人員以確保擁有扎實的人才儲備及市場競爭力；(ii)購買研發機器以配合我們對研發能力日益增長的需求；(iii)擴大我們的東京研究機構的規模以進一步獲得領先的食品加工技術及食品設計概念；及(iv)加強我們與智能及高效養殖技術有關的育種研發能力，尤其是通過投資環境控制技術及飼料配方微調技術，我們認為此舉將提高我們的育種效率。目前我們擬在未來三年內將研發人員總數增加52人左右。我們計劃僱用(i)工程師(具有至少一年的環境控制、工程或研發的必備經驗，並接受過與機械工程、畜牧業、供暖、通風和空調(HVAC)及／或食品科學相關的高等教育)；(ii)研發經理(具有至少五年的相關經驗，並接受過與食品科學及工程相關的高等教育)，以監督及管理我們的總體育種及產品開發過程；(iii)飼料配方專家(具有至少五年的相關經驗，並接受過動物營養方面的高等教育)，以微調及優化我們的飼料配方；(iv)廚師(具有至少三年的相關經驗及高級廚師資格)，以開發創新的飲食概念；及(v)育種及獸醫技術人員(接受過針

業 務

對育種技術人員的與畜牧業、供暖、通風和空調(HVAC)及／或機械工程相關的高等教育，具有至少五年的經驗，並接受過針對獸醫技術人員的獸醫學高等教育)，以增強我們的育種及環境控制技術能力。根據市況及市場上的可用人才，我們計劃於2020年僱用五名工程師、一名研發經理、一名飼料配方專家、一名廚師以及三名育種及獸醫技術人員；於2021年僱用七名工程師、兩名廚師以及18名育種及獸醫技術人員；於2022年僱用八名工程師、一名研發經理、一名飼料配方專家、一名廚師以及三名育種及獸醫技術人員。我們提供優厚薪酬，以吸引及留住優秀僱員，並通過向初級及高級研發人員分別提供約人民幣100,000元及人民幣280,000元的預計平均年薪進一步在我們的共同目標中將我們的利益與僱員的利益相結合。

我們目前計劃自上市後以三年期分階段實施上述增強措施，為此，我們已自全球發售所得款項淨額中撥出約34.9百萬港元。

尋求建立適當的戰略聯盟、合資企業或其他收購機會

我們主要透過有機增長來發展業務。展望未來，我們亦可能尋求建立戰略聯盟、合資企業或其他收購機會。我們將基於品牌認知度、發展潛力、與我們現有雞肉製品的互補效應、分銷覆蓋範圍、管理及價格等因素在家禽業尋求合適的收購和業務機會。我們的主要目標是擁有成熟養殖技術及能力且(i)在管理上聲譽昭著且經驗豐富；(ii)擁有至少五年的良好往績記錄；(iii)擁有完善的運營平台，以加強我們的縱向一體化業務模式，其年設計產能至少為100,000套祖父母代種雞苗；及(iv)註冊資本至少為人民幣100百萬元的父母代種雞苗供應商。我們亦會考慮收購國內及／或國際知名的雞肉製品品牌的機會，以補充我們現有的業務，提升我們的競爭力及進一步鞏固我們的領先市場地位。在選擇我們的戰略投資或收購目標時，我們力圖平衡各項考慮因素。我們認為合適的收購將使我們能夠在開發新產品方面獲得經驗和專業知識，以及日後將向我們提供適當的平台以擴大我們的產品供應類型。我們認為我們能夠繼續通過收購和其他合作機會來發展我們的業務。

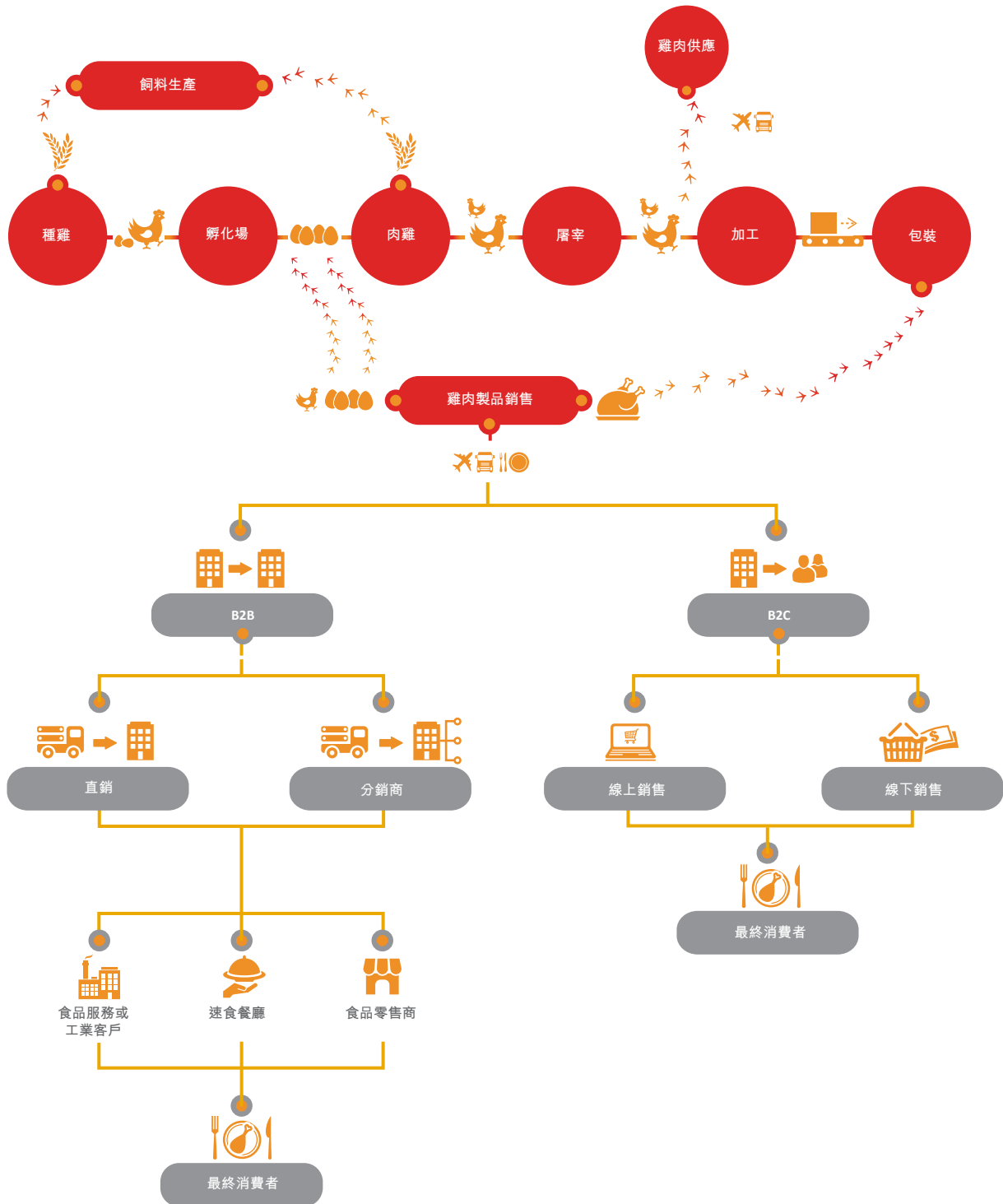
我們認為我們成功的往績記錄能夠幫助我們識別聯盟與收購候選者並執行交易。我們的管理層計劃謹慎評估不時出現並能為股東增加長期價值的各項擬定收購、投資或戰略合作機會。於最後可行日期，我們並未識別任何目標亦未就任何戰略聯盟或收購訂立任何具有約束力的承諾。

業務模式

我們將縱向一體化業務模式擴展至整個家禽產業價值鏈，包括飼料生產、養雞、屠宰加工、禽肉製品的分銷及銷售。我們的縱向一體化「從農場到餐桌」業務模式有助於我們確

業 務

保食品安全及產品質量，讓我們能夠在整個家禽產業價值鏈中獲取價值。我們的業務模式概述如下。



附註：我們亦向當地雞農及其他家禽業務經營者銷售雞苗。

業 務

產品

我們向客戶提供生雞肉製品及深加工雞肉製品。我們大部分的生雞肉製品原料來自我們的白羽肉雞，一小部分來自我們的四川山地烏骨雞。我們的深加工雞肉製品原料來自白羽肉雞。我們生產及推銷一系列禽肉製品，其中主要包括：

- (1) 雞肉製品(主要包括生雞肉製品及深加工雞肉製品)；及
- (2) 雞苗。

下表載列於往績記錄期間按產品分部劃分的收入明細(於對銷分部間交易後)：

	截至12月31日止年度							
	2016年		2017年		2018年		2019年	
	人民幣千元	佔總收入的百分比	人民幣千元	佔總收入的百分比	人民幣千元	佔總收入的百分比	人民幣千元	佔總收入的百分比
收入								
白羽雞肉製品.....								
雞肉製品.....	2,097,888	89.1	2,240,995	92.1	2,902,846	90.8	3,320,625	84.6
生雞肉製品.....	1,469,917	62.4	1,330,977	54.7	1,719,278	53.8	1,887,398	48.1
深加工雞肉製品.....	627,971	26.7	910,018	37.4	1,183,568	37.0	1,433,227	36.5
雞苗.....	149,367	6.3	69,875	2.9	172,110	5.4	426,448	10.9
小計.....	2,247,255	95.4	2,310,870	95.0	3,074,956	96.2	3,747,073	95.5
其他 ^(附註)	106,849	4.6	123,522	5.0	122,143	3.8	179,144	4.5
合計.....	<u>2,354,104</u>	<u>100.0</u>	<u>2,434,392</u>	<u>100.0</u>	<u>3,197,099</u>	<u>100.0</u>	<u>3,926,217</u>	<u>100.0</u>

附註：其他產品包括銷售四川山地烏骨雞、飼料、雞副產品(包括雞毛、雞血及尚未使用的雞隻內臟)、成年種雞、未滿足我們生產要求的種蛋、包裝材料及雜項產品。

本公司於評估其產品分部的整體盈利能力後，根據市況及趨勢調整其產品分部組合。董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們的業務重點並無任何變動。

白羽雞肉製品

我們將肉雞的大多數部位加工成不同類型的白羽雞肉製品。該等白羽雞肉製品可分為兩大類：(1)生雞肉製品；及(2)深加工雞肉製品，其中包括(a)雞肉熟食製品；(b)雞肉半熟食製品；及(c)調味雞肉製品。我們的雞肉熟食製品包括即食雞肉製品及冷凍雞肉製品。我們亦將肉雞的其他部位加工成副產品，該等副產品不構成我們雞肉製品的一部分。

業 務

雞肉製品原料主要來自肉雞的不同部位，其中包括：

生雞肉製品：

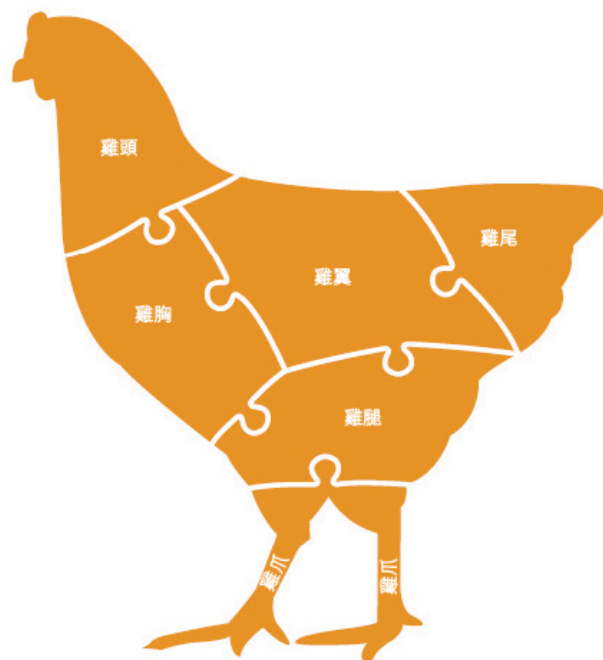
- 全雞
- 雞胸
- 雞翼
- 雞腿
- 雞頭
- 雞爪
- 雞尾

深加工雞肉製品：

- 全雞
- 雞胸
- 雞翼
- 雞腿

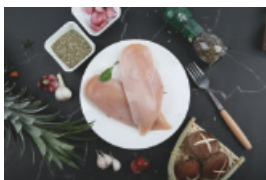
其他雞副產品：

- 雞毛
- 雞血
- 雞隻內臟



生雞肉製品

我們提供生白羽雞肉製品，其中包括冷凍全雞及雞部位，如雞翅尖、雞胸、雞小腿、雞翅根、帶骨雞腿、無骨雞柳、雞頭、雞爪及雞腿。我們屆時將根據內部或客戶要求將肉雞切成各個部位，並根據產品性質將其冷藏或冷凍。下列為生雞肉製品的樣品圖：



雞胸



雞小腿



雞翅根



雞翅尖

深加工雞肉製品

我們以自有品牌「鳳祥食品(Fovo Foods)」、「優形(iShape)」及「五更爐(Wu Genglu)」推廣深加工雞肉製品。我們認為深加工雞肉製品在市場中處於有利地位，且預期在該不斷增長的市場中擁有巨大的發展潛力。

我們擬透過擴大地域覆蓋範圍以及開發及推出新的深加工雞肉製品以滿足消費者需求，從而繼續滲透深加工雞肉製品市場。我們的深加工雞肉製品包括雞肉熟食製品、雞肉半熟食製品及調味雞肉製品。該等深加工產品需冷藏或冷凍，視乎加工方法而定。

業 務

於最後可行日期，我們擁有七家生產生白羽雞肉製品及深加工白羽雞肉製品的屠宰加工廠(均位於山東)，每年總產能分別約為120百萬隻及230,000噸。我們於深加工雞肉生產中所使用的生雞肉由我們自身供應，或自中國及海外的獨立第三方供應商採購。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們加工的雞肉製品分別約為193,000噸、210,000噸、220,000噸及229,000噸。

雞肉熟食製品

我們的雞肉熟食製品包括即食雞肉製品及冷凍雞肉製品。我們的雞肉熟食製品已完全煮熟並消毒。待高溫處理後，我們將對雞肉熟食製品進行冷藏或冷凍及包裝。最終消費者於食用前需根據包裝上的指示重新加熱冷凍雞肉熟食製品。最終消費者可以隨時食用即食雞肉製品，無需進一步加工。以下為雞肉熟食製品的樣品圖：



瓦倫西亞秘製飄香風味即食雞腿



泰國沁心檸檬風味即食雞腿



優形蒸雞胸肉切片



優形沙拉雞胸肉MINI (黑胡椒味)

雞肉半熟食製品

我們的雞肉半熟食製品已經加工。待加熱處理後，我們將對雞肉半熟食製品進行冷藏或冷凍及包裝。最終消費者於食用前需根據包裝上的指示進一步加工雞肉半熟食製品(包括清蒸、炙烤、燒烤或油炸)。以下為雞肉半熟食製品的樣品圖：



樂享雞塊



香辣翅中



鹽酥雞



馬蹄雞肉獅子頭

業 務

調味雞肉製品

我們的調味雞肉製品採用生雞肉與若干原料或香辛料調製而成。以下為調味雞肉製品的樣品圖：



川香雞柳



微波雞翅



炙烤雞腿肉



黃金戰甲大雞排

我們亦提供預先加工的即烹肉類食品，包括中式菜餚。以下為預先加工的即烹肉類食品的樣品圖：



香菇滑雞

原料：雞肉、蘑菇粒、辣椒



咖喱雞塊

原料：雞肉、土豆及洋蔥



魚香肉絲

原料：雞肉絲、胡蘿蔔、辣椒、黑木耳

雞苗

我們銷售一部分由種蛋孵化成的雞苗予其他獨立第三方，以飼養成肉雞。我們的雞苗銷量基於受市場驅動的雞苗平均售價。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度以及往績記錄期間後直至最後可行日期，按出售的雞苗數量佔基於我們孵化場產量孵化的雞苗數量的百分比計，我們向其他第三方出售的雞苗數量約佔30.0%、29.9%、31.0%、37.3%及27.7%。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們來自雞苗的收入約為人民幣149.4百萬元、人民幣69.9百萬元、人民幣172.1百萬元及人民幣426.4百萬元，分別約佔我們總收入的6.3%、2.9%、5.4%及10.9%。我們雞苗分部的收入從2018年的約人民幣172.1百萬元增加約147.8%至2019年的約人民幣426.4百萬元，主要是由於2018年至2019年期間，雞苗的平均售價大幅上漲約91.9%。

業 務

其他產品

我們銷售其他產品，包括銷售飼料、雞副產品(如雞毛、雞血及尚未使用的雞隻內臟)、成年種雞、未滿足我們生產要求的種蛋以及包裝材料及雜項產品。

價格範圍及平均售價

下表列示主要白羽雞肉製品及雞苗於往績記錄期間的價格範圍及平均售價：

	截至12月31日止年度				
	2016年 (人民幣元)	2017年 (人民幣元)	2018年 (人民幣元)	2019年 (人民幣元)	
產品分部					
白羽雞肉製品					
生雞肉製品.....	價格範圍(每千克)	7.98至9.30	7.21至9.62	8.56至11.52	10.77至12.69
	平均售價(每千克)	8.7	8.4	9.9	11.8
深加工雞肉製品....	價格範圍(每千克)	17.86至20.95	17.81至20.11	17.58至19.87	19.56至21.58
	平均售價(每千克)	19.7	19.1	19.3	20.6
雞苗.....	價格範圍(每隻)	1.72至4.21	0.55至3.02	2.00至6.79	2.31至10.44
	平均售價(每隻)	3.1	1.5	3.7	7.1

在籠養系統中飼養的肉雞與在地養環境下飼養的肉雞的雞肉製品售價並無重大差異。

從截至2018年12月31日止年度至截至2019年12月31日止年度，我們生雞肉製品的平均售價上漲約19.2%，乃由於2018年8月爆發非洲豬瘟導致對雞肉的消費需求增加以彌補急劇下降的豬肉消費。

於往績記錄期間，深加工雞肉製品的平均售價保持相對穩定。

從截至2018年12月31日止年度至截至2019年12月31日止年度，鑒於非洲豬瘟爆發以及海外祖父母代種雞苗供應預期出現短缺，雞肉製品的需求增加，雞苗的平均售價亦上漲約91.9%。於往績記錄期間，由於價格波動，我們雞苗的銷售毛利率波動較大。詳情請參閱「財務資料—毛利及毛利率」。

業 務

生產

白羽肉雞的生產過程載列如下：



業 務

採購父母代種雞苗及種雞場

本集團的生產過程由採購父母代種雞苗開始。於往績記錄期間，我們主要向生產父母代種肉雞種雞的養殖公司採購父母代種雞苗。於最後可行日期，該等供應商(為獨立第三方)從海外(如新西蘭)進口祖父母代種雞苗。於最後可行日期，我們向五名與我們約有4年至16年業務關係的父母代種雞苗供應商採購父母代種雞苗。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，本集團向父母代種雞苗供應商採購父母代種雞苗的成本分別約為人民幣32.0百萬元、人民幣21.4百萬元、人民幣32.8百萬元及人民幣46.3百萬元。於往績記錄期間，本集團父母代種雞苗的採購成本通常平均分佈於我們的四名主要父母代種雞苗供應商，詳情如下。

下表載列截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度我們父母代種雞苗供應商所供應父母代種雞苗的詳情及套數：

	截至12月31日止年度			
	2016年	2017年	2018年	2019年
	(約)	(約)	(約)	(約)
父母代種雞苗供應商A ⁽¹⁾	314,000	533,000	713,000	527,000
父母代種雞苗供應商B ⁽²⁾	131,000	255,000	87,000	237,000
父母代種雞苗供應商C ⁽³⁾	174,000	—	84,000	86,000
父母代種雞苗供應商D ⁽⁴⁾	325,000	333,000	182,000	115,000
父母代種雞苗供應商E ⁽⁵⁾	75,000	—	—	—
合計	1,019,000	1,121,000	1,066,000	965,000

附註：

- (1) 父母代種雞苗供應商A是一家於2013年9月成立的外商獨資有限責任公司，註冊資本為15.0百萬美元。父母代種雞苗供應商A專注於祖父母代種雞苗的繁殖及父母代種雞苗的銷售。
- (2) 父母代種雞苗供應商B是一家於2002年11月在中國成立的有限責任公司，註冊資本為人民幣5.0百萬元。父母代種雞苗供應商B專注於祖父母代種雞苗的繁殖及銷售以及父母代種雞苗的銷售。
- (3) 父母代種雞苗供應商C是一家於1986年10月成立的中外合資企業，註冊資本約為15.4百萬美元。父母代種雞苗供應商C由一家專注於飼料的國有農業企業(位於中國)及一家農業食品集團的成員公司(位於越南)共同設立。父母代種雞苗供應商C是最早於中國成立的祖父母代種雞苗繁殖公司之一且專注於父母代種雞苗的繁殖及銷售。
- (4) 父母代種雞苗供應商D是一家於1988年11月成立的中外合資企業，註冊資本約為人民幣61.6百萬元。父母代種雞苗供應商D由一家國有農業企業及一家於美國註冊成立且專注於祖父母代種雞苗及父母代種雞苗的家禽公司共同設立。
- (5) 父母代種雞苗供應商E是一家股份有限公司，註冊資本約為人民幣576百萬元，其股份於深圳證券交易所上市。父母代種雞苗供應商E專注於祖父母代種雞苗的繁殖以及父母代種雞苗和肉雞的繁殖及銷售。

本集團選擇主要向該等供應商採購父母代種雞苗，原因為父母代種雞苗已接種疫苗、相關供應商與本集團有業務關係且彼等供應的每批父母代種雞苗的品質及定價均符合本集團的要求。

由於中國白羽肉雞養殖公司的行業慣例為不直接從海外進口祖父母代種雞苗，且鑒於我們與父母代種雞苗供應商已建立多年的穩定業務關係，本集團目前並無任何計劃直接從海外進口祖父母代種雞苗。

業 務

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，本集團購買了約1.1百萬套、1.1百萬套、1.1百萬套及1.0百萬套父母代種雞苗，每套父母代種雞苗的平均採購價分別約為人民幣31.4元、人民幣19.0元、人民幣30.8元及人民幣47.9元。父母代種雞苗的採購價可能受不同因素的影響，包括政府關於進口祖父母代種雞苗的政策、祖父母代種雞苗的繁殖時間表及存活率、我們父母代種雞苗供應商供應父母代種雞苗的時間以及於相關時間雞肉製品的市場需求。於最後可行日期，我們的父母代種雞苗供應商自海外進口祖父母代種雞苗。由於自2015年起禁止自法國及美國進口祖父母代種雞苗，導致祖父母代種雞苗的供應減少，令2015年父母代種雞苗的採購價上漲。進口禁令已分別於2019年3月及11月解除。於2016年5月，我們與父母代種雞苗供應商之一就以協議價採購父母代種雞苗訂立一份為期五年的戰略合作協議。董事認為，此舉令我們能有更穩定的供應及更好的成本控制，以緩解父母代種雞苗採購價波動對我們經營的影響。

雌性種雞會與雄性種雞配種組成一套種雞。雌性種雞與雄性種雞的交配比例約為8.5:1。父母代種雞苗將根據時間表付運至本集團位於山東的種雞場。其後，父母代種雞苗將在本集團種雞場飼養長大，以生產種蛋。於最後可行日期，本集團有21個白羽肉雞種雞場。

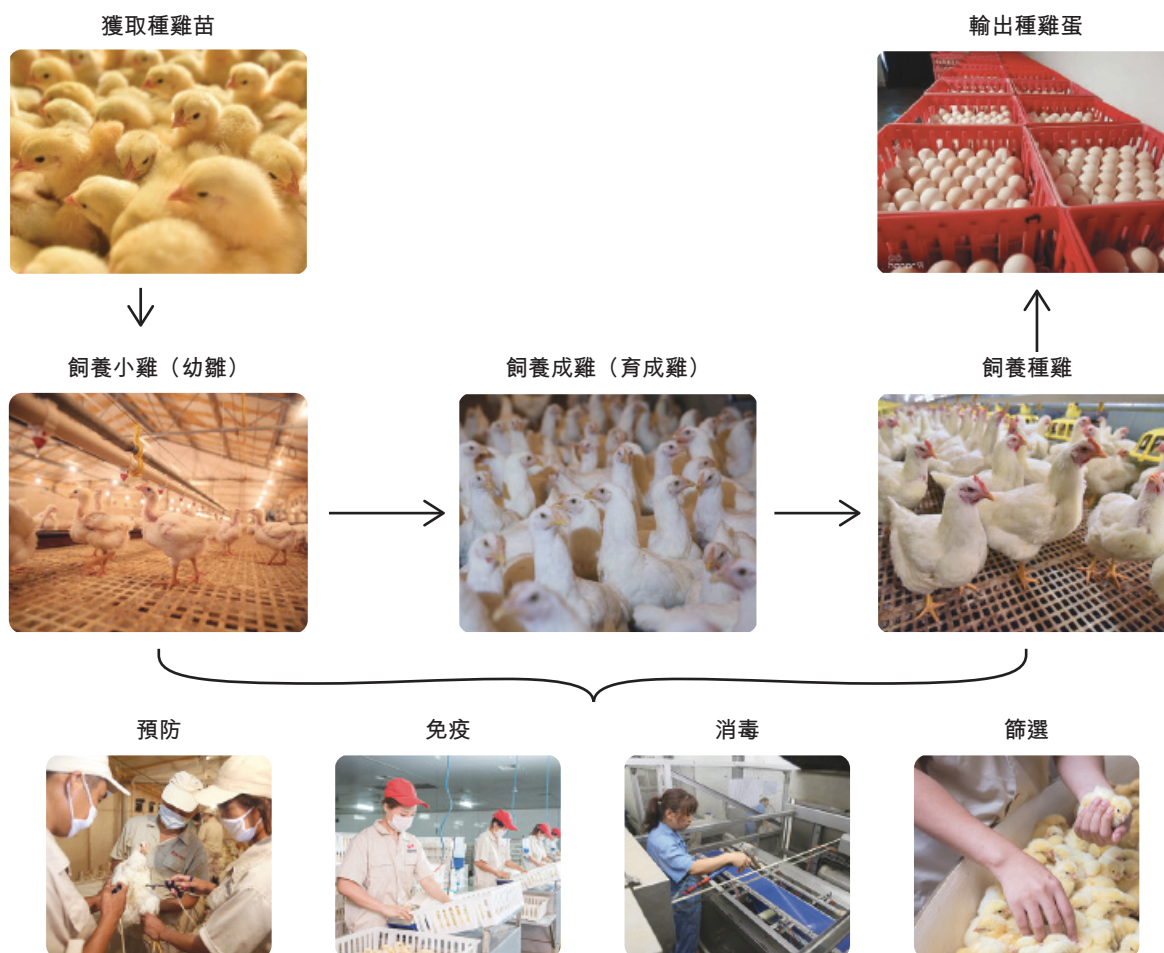
本集團已在各種雞場內安裝自動化飼料餵養設施。父母代種雞苗將在本集團的種雞場內成長為種雞，並由出生後約第25週至第65週開始生產種蛋。於每個為期65週的週期內，每套父母代種雞苗可平均產下約160枚符合本集團品質要求的種蛋。於第65週後，該等成年種雞將被出售，而不會用作生產本集團的雞肉製品。

為確保本集團的父母代種雞苗不受傳染病感染，本集團對種雞場實施嚴格的生物安全措施。僅特定人員獲准進入種雞場。任何其他人員如要進入種雞場，須經過全面的檢疫程序，包括該等人員或員工在進入一個種雞場後，須留在本集團指定的場所至少72小時後才可進入另一個種雞場。所有進出種雞場的運輸車輛亦須進行特定的消毒程序。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，本集團種雞的存活率分別約為95.6%、95.6%、94.6%及94.8%（按出生後第25週種雞場內種雞數量除以相關種雞場收到的種雞苗數量計算得出）。

業 務

本集團種雞場內父母代種雞苗的養殖過程載列如下：



孵化

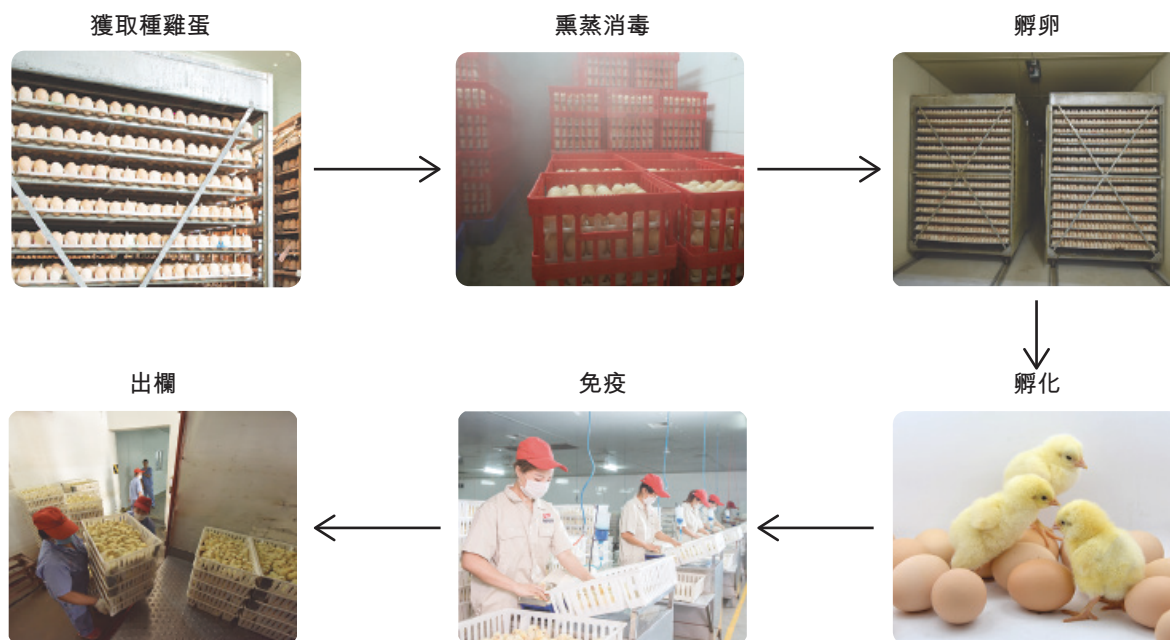
本集團收集在種雞場成長的成年種雞所產的種蛋並交付至孵化場，然後挑選符合本集團品質要求的種蛋。

本集團本身擁有孵化場，於2019年12月31日，每年可孵化約180百萬隻雞苗。種蛋首先經熏蒸消毒，隨後在機器中孵化，而本集團在整個孵化過程中會仔細監察及保持最佳溫度及濕度。種蛋孵化一般需時約21天。本集團會對孵化的雞苗進行檢查、挑選及接種疫苗，然後送至本集團的肉雞場。本集團還將採用配備各種檢測技術的自動化計算機系統對種蛋進行檢測及分級，以檢測出並移除非受精蛋、胚胎死亡種蛋及臭蛋。於最後可行日期，我們有兩家孵化場用以孵化白羽雞苗種蛋。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，本集團雞苗的孵化率分別約為85.2%、85.0%、84.3%及82.8%，乃按雞苗出欄量除以所收到的用於孵化的種蛋數量計算得出。

業 務

本集團種蛋在孵化場的孵化流程載列如下：



交付至肉雞場及養殖肉雞

孵化的雞苗隨後將交付至本集團的肉雞場。於最後可行日期，本集團擁有45個白羽肉雞雞場，每年可飼養合共約113百萬隻肉雞。

該等雞苗長成白羽肉雞後，將被加工成雞肉製品。飼養一隻雞苗至可供屠宰的肉雞通常需時約30至42日。

肉雞場

於最後可行日期，我們擁有45個白羽肉雞雞場，其中已有11個雞場從地養系統調整為籠養系統。我們於地養及籠養肉雞場建有多個雞舍，平均每個週期可容納合共不少於約17百萬隻肉雞。各肉雞場每年可經歷約6.5個至7.2個週期，因此基於我們於2019年12月31日的年設計產能，肉雞場每年合共可飼養不少於113百萬隻肉雞。我們對各個雞舍內的肉雞密度有特定要求，以確保肉雞平均分佈於雞舍內。各雞舍內的肉雞的平均飼養密度介乎每平方米12.5至20.0隻。

本集團已在肉雞場的雞舍內安裝自動化飼料餵養設施。本集團在整個飼養過程中會仔細監察及保持最佳溫度及濕度。為確保本集團的肉雞不受傳染病或其他疾病或病毒感染，本集團對肉雞場實施嚴格的衛生措施，包括對我們的肉雞場進行滅菌及消毒，以確保肉雞

業 務

場的最短空置期，並採取一套全面的疾病預防及疫苗接種措施。有關我們採用的預防及管理措施詳情，請參閱下文「— 質量保證 — 種雞及肉雞品質控制」。

肉雞場內的一個雞舍空出後，於另一批雞苗搬進飼養前將對該雞舍進行清潔並消毒。本集團肉雞場內肉雞的飼養過程載列如下：



屠宰加工

雞苗在肉雞場長成白羽肉雞後，我們會收集肉雞並將其運送至屠宰加工設施。我們自身擁有屠宰加工設施，年屠宰加工能力最多約為120百萬隻肉雞。於最後可行日期，我們擁有七家白羽肉雞屠宰加工廠。

我們屠宰加工操作的主要設備包括自動屠宰分配機器及食品加工機（如冰櫃及切碎機）。我們大部分的主要屠宰加工設備乃主要從荷蘭及德國的製造商進口，亦從中國製造商購買。我們的白羽雞肉製品採用伊斯蘭屠宰儀式進行清真認證。

於肉雞卸至我們的屠宰加工廠後，我們首先將肉雞懸掛在移動的流水線上。然後使用電流擊暈肉雞並將其放血。放血後，用熱水浸燙、去毛。完全去除羽毛後，接著去除內臟（我們會去除其內臟，並徹底清洗和檢驗肉雞）。經預冷以減少任何可能存在的食源性病原體後，肉雞方可加工及／或包裝成雞肉製品，包括但不限於雞翅尖、雞胸及雞腿。詳情請參閱上文「— 產品」。

伊斯蘭式屠宰

我們採用伊斯蘭方法屠宰肉雞以遵守伊斯蘭法律(尤其就衛生、食品安全、製成品標準及人性化處理方面)，以確保我們的白羽雞肉製品通過清真認證。

清真屠宰要求動物須為活物或被視為活物及健康，以由穆斯林屠宰員使用鋒利及乾淨的屠刀對其進行儀式性屠宰。在被屠宰之前，動物會被擊暈，不可動彈或失去知覺。在放血之前就已經死亡的動物將不宜用作清真食品。因擊暈過程而死亡的動物應被視為不符合清真標準，隔離並記錄在案，且由屠宰員從清真體系中剔除。緊接屠宰前，穆斯林屠宰員須誦念祈禱詞「Bismillah」。屠宰員的人數須充足，以確保每隻動物均妥為進行清真屠宰。

屠宰應先從頸部開一個切口，加快動物放血並致其死亡。放血應自然及徹底。屠宰只限一次完成，毋須干預以加快動物死亡。每日動物屠宰數量及非清真動物屍體應由監督機構確定及記錄，可用於審計。

於往績記錄期間，我們亦向符合內部控制規定的國內及海外(通常自巴西)獨立第三方供應商採購若干雞肉製品，以滿足客戶對我們的深加工雞肉製品的需求。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們自獨立第三方供應商所採購生雞肉製品的平均採購價分別約為每噸人民幣12,000元、人民幣12,000元、人民幣14,000元及人民幣15,000元，採購量分別約為14,000噸、12,000噸、31,000噸及45,000噸。所採購生雞肉成本佔銷售成本總額的百分比從截至2016年12月31日止年度的約4.0%增至截至2019年12月31日止年度的約15.7%，主要是由於本集團深加工雞肉製品的生雞肉需求增加以及該等生雞肉的平均採購成本上漲。有關雞肉製品第三方供應商的內部控制規定詳情，請參閱「業務 — 質量保證」。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，本集團採購的生雞肉製品成本分別約為人民幣90.5百萬元、人民幣132.5百萬元、人民幣394.5百萬元及人民幣549.3百萬元，分別約佔同期銷售成本(於生物資產公允價值調整前)的4.6%、6.2%、14.4%及20.3%。

董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們自供應商採購的雞肉製品並未出現任何重大質量問題。

雞肉製品的生產流程

我們將肉雞的大多數部位加工成不同類型的雞肉製品。我們兩大產品類別的生產流程如下：

生雞肉製品

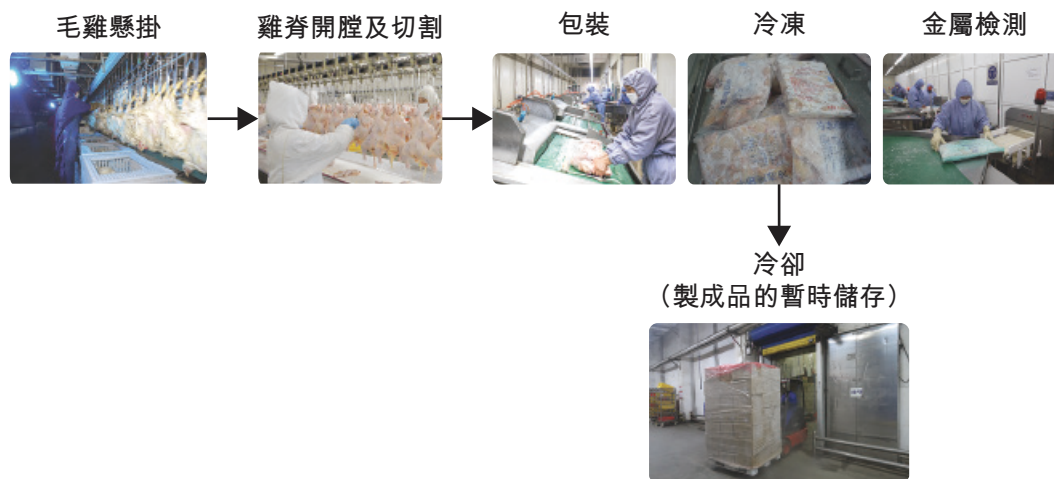
生雞肉製品的生產流程從將肉雞懸掛在移動的流水線上再將生雞肉的雞脊開膛和切割開始。將雞切割成不同部位後，將進行秤量、冷凍及包裝。我們自身擁有冷凍設施，可儲

業 務

存我們的雞肉製品。我們的生雞肉製品通常在我們的冷凍設施中儲存大約10至20天。產品其後將透過冷藏卡車送交客戶。有關我們在屠宰加工廠所執行的衛生及檢疫程序的詳情，請參閱下文「質量保證－雞肉製品品質控制」。

我們的生雞肉製品主要包括雞翅尖、雞腿及雞胸。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們的生雞肉製品分別約佔我們總收入的62.4%、54.7%、53.8%及48.1%。

生雞肉製品的生產流程載列如下：



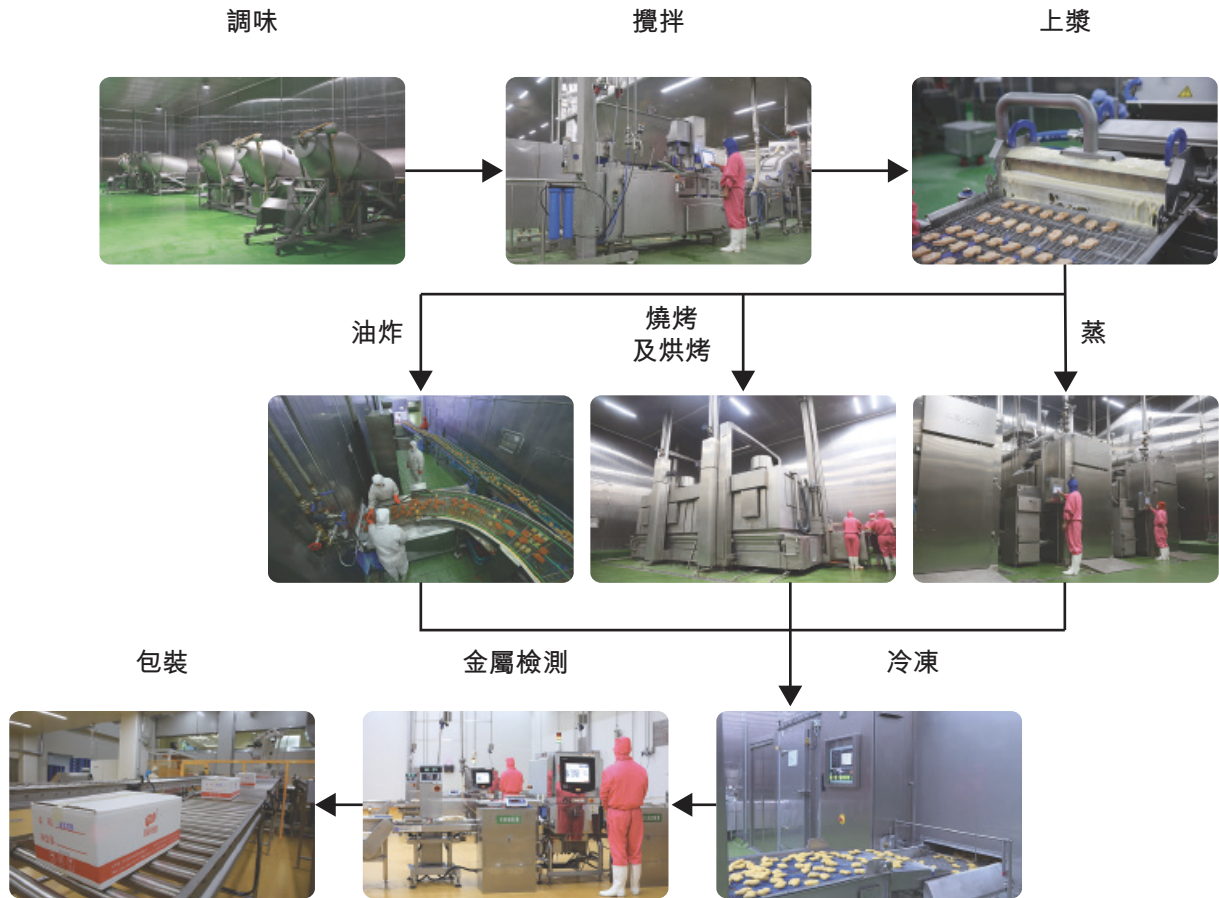
深加工雞肉製品

我們通常使用冷凍或冰鮮生雞肉來生產我們的深加工雞肉製品，對其進行修割整理及絞碎，並與香辛料及其他輔料進行混合。根據特定產品加工工藝的不同，對生雞肉和其他輔料的混合物進行斬拌、滾揉或醃製，根據深加工雞肉製品的類型，然後我們將混合後的雞肉餡裝入模具灌裝定型。雞肉熟食製品或雞肉半熟食製品在不同的溫度下進行加工。加工後，將雞肉熟食製品或雞肉半熟食製品進行冷卻或冷凍後進行包裝。

我們深加工雞肉製品加工工序所用的主要設備包括油炸機、蒸烤機、切割機、絞肉機、斬拌機、注塑機、煙燻爐、自動包裝機及製冷機。我們大多數主要的深加工雞肉製品生產設備是從德國、美國和日本的製造商進口。

業 務

我們的雞肉熟食製品及雞肉半熟食製品的生產流程載列如下：



業 務

我們的調味雞肉製品的生產流程載列如下：



飼料生產

我們的種雞場及肉雞場須使用自有飼料生產設施生產的飼料。飼料生產設施佔地面積約為23,814.05平方米，建築面積約為71,210平方米。於2019年12月31日，我們的飼料年產量合共為430,000噸。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們分別生產飼料約391,000噸、418,000噸、394,000噸及398,000噸。

我們向第三方採購飼料的原材料，包括玉米及豆粕。所有飼料及其他必要配料經加工後將按規定比例混合。最後，我們的飼料將利用飼料付運專用貨車直接運送至種雞場及肉雞場。

業 務

生產設施

我們自身擁有白羽肉雞生產設施，位於中國山東。我們每年可(i)飼養約113百萬隻肉雞；(ii)屠宰約120百萬隻肉雞；及(iii)加工約230,000噸雞肉。於最後可行日期，我們的生產團隊由6,923名僱員組成。下表載列於最後可行日期我們的白羽肉雞生產設施詳情：

現有設施	功能描述	數量	總佔地面積 (平方米)
			(約)
種雞場	將父母代種雞苗培育成種雞	21	973,756.7
孵化場	孵化種雞產下的種蛋	2	45,295.2
肉雞場	將雞苗培育成白羽肉雞	45	3,451,903.9
屠宰加工廠	肉雞屠宰以及生產雞肉製品	7	435,711.5
飼料加工廠	為我們的種雞及肉雞生產飼料	2	71,210.0
有機肥料廠	雞糞發酵及生產肥料	1	158,000.0

產能及利用率

下表載列於往績記錄期間我們種雞場、孵化場及肉雞場的產能及利用率：

現有設施	截至12月31日止年度			
	2016年	2017年	2018年	2019年
	千 (約)	千 (約)	千 (約)	千 (約)
種雞場⁽¹⁾				
設計產能 ⁽²⁾ (套)	1,600	1,600	1,600	1,720 ⁽⁴⁾
實際容量(套)	1,373	1,387	1,353	1,516
利用率 ⁽³⁾ (%)	85.8	86.7	84.6	88.1
孵化場				
設計產能 ⁽²⁾ (隻)	180,000	180,000	180,000	180,000
產量(隻)	159,614	158,829	150,659	162,280
利用率 ⁽³⁾ (%)	88.7	88.2	83.7	90.2
肉雞場				
設計產能 ⁽²⁾ (隻)	113,000	113,000	114,000	113,000 ⁽⁵⁾
產量(隻)	111,620	111,380	103,760	101,742
利用率 ⁽³⁾ (%)	98.8	98.6	91.0	90.0

附註：

- (1) 雌性種雞會與雄性種雞配種組成一套種雞。雌性種雞與雄性種雞的交配比例約為8.5:1。因此，雌性種雞的數目相等於種雞套數。
- (2) 種雞場、孵化場或肉雞場的設計產能按年末特定運營中種雞場、孵化場或肉雞場(視情況而定)的設計總產能計算。

業 務

- (3) 利用率按有關年度實際產能或產量(視情況而定)佔設計產能的百分比計算。
- (4) 截至2019年12月31日止年度，我們種雞場設計產能增加至1,720,000套，乃由於本集團的兩個肉雞場於2018年年底轉變為種雞場，且於2019年年初才投入有效運營。
- (5) 截至2019年12月31日止年度，我們肉雞場的年設計產能減少至約113,000隻，主要由於我們將八座肉雞場從地養轉換為籠養系統而引致的相關肉雞場的空置期。

下表載列於往績記錄期間我們的飼料加工廠的產能及利用率：

現有設施	截至12月31日止年度			
	2016年	2017年	2018年	2019年
飼料加工廠				
設計產能 ⁽¹⁾ (噸)	404,976	430,000 ⁽²⁾	430,000	430,000
產量(噸)	390,664	417,676	393,607	394,700
利用率 ⁽³⁾ (%)	96.5	97.1	91.5	91.8

附註：

- (1) 我們飼料加工廠的設計產能按每月26日及假定飼料加工廠每天運行22小時計算及按期末運營中飼料加工廠的設計總產能計算。
- (2) 自2017年起，由於若干機械升級令飼料生產效率提高，從而令我們飼料加工廠的設計產能提高。
- (3) 利用率按有關年度產量佔設計產能的百分比計算。

下表載列於往績記錄期間我們屠宰加工設施的產能及利用率：

現有設施	截至12月31日止年度			
	2016年	2017年	2018年	2019年
	千 (約)	千 (約)	千 (約)	千 (約)
屠宰業務				
設計產能 ⁽¹⁾ (隻)	120,000	120,000	120,000	120,000
產量(隻)	102,500	103,800	96,100	90,700
利用率 ⁽²⁾ (%)	85.4	86.5	80.1	75.6
加工業務				
設計產能 ⁽³⁾ (噸)	230	230	230	230
產量(噸)	177	184	174	174
利用率 ⁽⁴⁾ (%)	77.0	80.0	75.7	75.7

附註：

- (1) 屠宰業務年產能按一年300日計算，且假設每天可以屠宰400,000隻，並考慮到機器維護、修理及員工休息所需的時間。
- (2) 利用率按有關年度產量佔設計產能的百分比計算。
- (3) 加工業務年產能按每年300日計算，並考慮到機器維護、修理及員工休息所需的時間。
- (4) 利用率按有關年度產量佔設計產能的百分比計算。

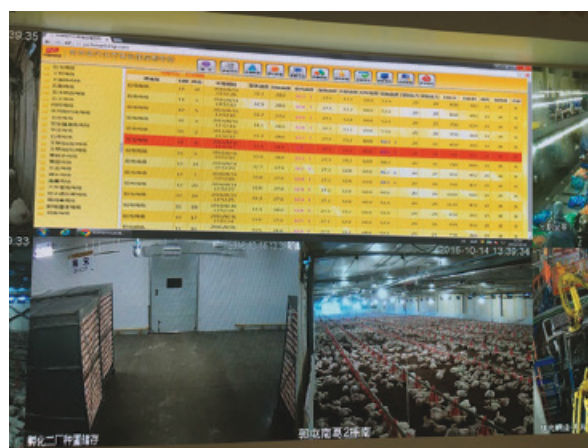
如下文「—我們的擴張計劃」及「未來計劃及所得款項用途」所披露，本集團擬為帶有籠養系統的肉雞場、新屠宰加工廠、種雞場、孵化場、飼料加工廠及有機肥料廠採購所需設備。有關我們位於四川的四川山地烏骨雞生產設施的詳情，請參閱下文「—四川山地烏骨雞—我們的產品及生產設施」。

遠程控制實時數據信息系統

我們設計開發了一個遠程控制實時數據信息系統以在整個養殖流程中24小時仔細監察及保持各種雞場及肉雞場的最佳溫度及濕度。

該信息系統監測並顯示肉雞場及種雞場的主要經營指標，包括實時溫度、濕度、飼料採食量、飲水量及通風。通過種雞場及肉雞場的內置報警系統及數據信息系統，可及時發現並解決異常情況。

此外，本集團會分析該數據信息系統的數據庫所保存的育種數據，有助於本集團根據分析結果持續改善養殖環境及繁殖性能。有關我們信息技術系統的詳情，請參閱下文「信息技術」。



四川山地烏骨雞

養殖流程

憑藉我們生產白羽肉雞的豐富經驗，本集團一直在抓住機會探索、投資及開發其他高端雞肉製品以多樣化及優化產品組合。於2016年5月，我們已與四川省興文縣財政局建立合資企業(即興文天養)以開展四川山地烏骨雞養殖及生產業務。四川山地烏骨雞為一種高蛋白雞肉製品，其肉、骨頭及器官均為黑色，乃產於四川。

不同於白羽肉雞的養殖方法，四川山地烏骨雞採用「散養」方法飼養，且在運輸至屠宰場前很少被關進籠中。除食用飼料之外，四川山地烏骨雞還食用昆蟲及多種綠色蔬菜，這使其飲食保持天然及富含高蛋白。養殖四川山地烏骨雞須有可適應當地自然環境的適養區，使四川山地烏骨雞可接觸戶外環境。因此，我們已於四川建立獨立的生產設施，包括種雞場、孵化場及屠宰廠，並聘請合約農場主養殖四川山地烏骨雞以生產雞肉製品。「散養」養殖方法需滿足環境及安全要求的若干特定標準(包括飼養環境、疫病防治)，且須根據當地政府頒佈的相關標準及要求執行。我們與合約農場主在養殖四川山地烏骨雞時須遵守上述要求。



四川山地烏骨雞的養殖及生產流程由我們在四川種雞場將原種代烏骨雞苗養殖成父母代種雞苗開始。父母代種雞苗產下的種蛋之後會在孵化場孵化約三週成為烏骨雞苗。烏骨雞苗之後會在我們的種雞場養殖約30至35天，然後再被移送予我們的合約農場主，雞苗長成肉雞需時約140至150天。我們向合約農場主收回肉雞，並移送肉雞至當地屠宰廠，以生產烏骨雞肉製品或者在市場上作為活雞出售。於往績記錄期間，我們擁有53名四川山地烏骨雞合約農場主。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，銷售四川山地烏骨雞所得收入分別約為零、人民幣0.7百萬元、人民幣3.9百萬元及人民幣8.8百萬元，約佔我們於各該等期間總收入的零、0.03%、0.12%及0.22%。

合約養殖及對合約農場主的控制

根據合約養殖安排，合約農場主須以合約規定的協議價(該價格可由我們釐定予以調整)向我們或自我們指定的藥店購買四川山地烏骨雞苗、飼料、藥物及疫苗，並禁止向其他第三方購買任何飼料、四川山地烏骨雞苗、其他原料、藥物或疫苗。倘發現合約農場主違反該規定，我們可拒絕向其回購肉雞。我們通常會以協議價(可予調整)自合約農場主回購且合約農場主有責任向我們出售所有滿足我們要求的四川山地烏骨雞。回購價將參考合約農場主運送至本集團的四川山地烏骨雞數目計算。

業 務

為確保合約農場主的經營符合我們的質量及衛生要求，我們已對合約農場主及相關設施的表現採取嚴格且全面的監管制度。我們亦要求合約農場主嚴格遵循我們有關合約養殖的指示，如農場消毒、處理死去肉雞及廢棄物、健康記錄報告、預防動物疾病及處理動物疾病爆發的應急程序。我們要求(其中包括)(1)合約農場主不得飼養及混養除我們以外的其他供應商處採購的四川山地烏骨雞種雞；(2)如果合約農場主在飼養過程中發現四川山地烏骨雞雞苗的質量存在任何缺陷，其必須向我們報告；及(3)合約農場主記錄四川山地烏骨雞的每日傷亡數量、每日採食量及每日使用的藥物。我們免費向合約農場主提供技術諮詢服務，並不時提供養殖防疫程序以供合約農場主參考。

在本集團自合約農場主收回四川山地烏骨雞前，相關合約農場主須提供負責檢疫的有關中國政府機構頒發的證書，證明相關批次成雞通過檢疫標準。我們亦在屠宰前對合約農場主供應的四川山地烏骨雞進行樣品檢測(包括藥物測試)。

董事確認，(a)除本招股章程所披露的合約養殖安排外，合約農場主概無與本集團、主要股東、董事、監事、高級管理層或彼等各自的任何聯繫人存在任何關係或交易，且其為獨立第三方；及(b)於往績記錄期間及直至最後可行日期，在合約農場主飼養的四川山地烏骨雞中，概無發現任何禽流感感染病例。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們與約零位、20位、16位及53位合約農場主(所有合約農場主均為獨立第三方)就我們的四川山地烏骨雞簽訂合約養殖安排。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，本集團自合約農場主回購約零、10,000隻、43,000隻及139,000隻四川山地烏骨雞，每隻四川山地烏骨雞的平均回購價分別約為零、人民幣64.7元、人民幣58.4元及人民幣52.2元。我們2019年自合約農場主回購四川山地烏骨雞的數量增加主要是由於對烏骨雞肉的市場需求增加，故而我們於該期間就合約養殖安排增加了我們的四川山地烏骨雞雞苗的孵化量，並聘請更多的合約農場主。

合約農場主的選擇

本集團通過評估潛在合約農場主農場的位置和區域、養殖四川山地烏骨雞的建議數量以及其農場與我們生產設施之間的距離評估彼等是否適合養殖四川山地烏骨肉雞。我們的技術人員還評估例如供水、電力設施和農場的交通便利程度等相關因素，詳情請參閱下文。

業 務

為確保合約農場主可以滿足本集團的要求，我們已採納下列選擇標準來選擇合約農場主：

- (i) 農場位置須位於方便出入之處以便養殖設備及飼料進出；
- (ii) 環境須乾燥，適當通風；
- (iii) 農場應具備充足的淨水供應；
- (iv) 必須具備合適的土質建造四川山地烏骨肉雞雞舍；
- (v) 四川山地烏骨肉雞雞舍應配備適當的飼養系統、排水系統、照明設施、加熱裝置和通風裝置；及
- (vi) 我們對於(a)雞舍的規模和方位；及(b)各肉雞雞舍之間的距離具有特殊規定。

我們的產品及生產設施

於往績記錄期間，我們只向國內客戶銷售整隻四川山地烏骨雞活雞。我們於2017年開始銷售四川山地烏骨雞。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們四川山地烏骨雞生雞肉製品每千克的價格範圍分別約為零、人民幣27.0元至人民幣34.0元、人民幣18.0元至人民幣32.1元及人民幣18.0元至人民幣34.0元，而每千克的平均售價分別約為零、人民幣30.3元、人民幣27.2元及人民幣23.9元。

我們四川山地烏骨雞的屠宰程序與我們白羽生雞肉製品的屠宰程序大致相似。

我們的四川山地烏骨雞生產設施位於四川。於最後可行日期，我們有一個種雞場、一個孵化場、一個示範肉雞場及一個屠宰廠，該等設施皆由我們租賃而來。於往績記錄期間，合約農場主向我們提供合共約190,000隻四川山地烏骨雞，其回報率約為84.3%，按達到必要養殖要求的四川山地烏骨雞數量除以合約農場主飼養的四川山地烏骨雞苗數量計算得出。

我們的擴張計劃

籠養系統

於最後可行日期，我們的11個肉雞場採用籠養系統。這些肉雞場擁有三個層級以最大程度利用可用佔地面積並優化飼養密度。雞籠乃由固體鐵絲製成，雞籠排成一長排，上下排列。雞籠的底部乃由鐵絲網製成，可使雞糞落下，再加上每層之間的傳送帶，可每天清除雞糞，防止其掉落在下方的肉雞上。傳送帶隨後將雞糞從雞舍運輸至我們的有機肥料廠。

我們對雞籠內的一般肉雞容量訂有具體要求，確保肉雞在雞籠內平均分佈。我們雞籠內平均肉雞容量為每平方米20.0隻。與地養系統類似，我們的籠養系統具備自動氣候控制、

業 務

飼養、水、通風、照明及雞糞收集功能。通過一個由鐵絲網製成的定制飼料槽向肉雞提供飼料，並使用架空乳頭飲水系統向肉雞餵水。籠養雞場的肉雞飼養環境與我們地養肉雞場的環境相同。有關最佳飼養環境的詳情，請參閱下文「一質量保證一種雞及肉雞品質控制」。以下是我們已採用籠養系統的肉雞場圖片：



建立籠養系統的原因

作為我們策略的一部分，我們擬通過為採用籠養系統的額外肉雞場採購所需設備來擴大白羽肉雞的養殖及產能。於最後可行日期，我們將11個肉雞場從地養系統改為籠養系統。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們肉雞場的使用率平均約為98.8%、98.6%、91.0%及90.0%。此外，根據弗若斯特沙利文報告，深加工白羽雞肉製品的市場規模按14.1%的年複合增長率由2015年的人民幣143億元增至2019年人民幣242億元，且預計從2019年至2024年市場總規模將按20.1%的年複合增長率繼續穩定增長，產品組合將更加多元化，這得益於年輕一代日益尋求便利和多樣化。因此，本集團目前每年飼養約113百萬隻肉雞的設計產能不足以把握未來市場增長。此外，從第三方供應商採購生雞肉的成本不斷增加。因此，我們通過將11個自有肉雞場改造成籠養系統以提升我們的產能，以滿足客戶的需求。董事認為，這種趨勢將繼續保持，這使得提高我們的產能迫在眉睫，且抵銷其採購成本的影響符合本集團的利益。

為了滿足客戶的需求，董事認為，本集團能夠確保和加強對肉雞供應的及時性、質量和可預測性的控制具有重要戰略意義。因此，擁有籠養系統的肉雞場對本集團實現該等業務目標至關重要。

本集團採用籠養系統的計劃並非僅取決於中國肉雞消耗預計增多，也取決於世界範圍肉雞消耗預計增多。目前，我們採用地養方法的每個肉雞場的現有肉雞設計容量約為每平方米13.5隻肉雞。隨著對籠養系統的計劃改造和採用，預計肉雞設計容量將增至每平方米約20.0隻，相當於增加48.1%，此乃由於每單位面積可飼養肉雞增多。根據我們的過往轉變肉雞場的經驗，將採用地養方法的肉雞場轉為籠養系統通常須耗時三至四個月。由於肉雞場的轉變將分階段進行，且轉變後每單位面積可養殖大量肉雞，故我們肉雞場的總設計產能

業 務

會分階段提高。因此，董事認為，轉變後總設計產能及成本效益提高、加權平均單位生產成本降低及歐洲效益指數(基於羅兵咸永道呈交對計算表的報告)提高將能夠彌補轉變期間暫停營運的損失。因此，預計因將採用地養方法的肉雞場轉為籠養系統而導致的暫停營運對本集團業務及財務狀況的潛在影響將會很小。詳情請參閱下文羅兵咸永道呈交對計算表的報告。

於最後可行日期，我們已將我們45個肉雞場中的11個改造成籠養系統，並計劃將我們現有採用地養方法的白羽肉雞場中的六個轉為籠養系統，以及計劃保留28個配備地養系統的現有白羽肉雞場，以滿足我們若干客戶的內部需求。我們預計我們採用地養方法的六個現有白羽肉雞場轉換成籠養系統的成本總額約為人民幣75.0百萬元。

我們已制定擴張計劃，預計投入成本總額約人民幣1,458.3百萬元(其中約人民幣572.3百萬元將由下文所示的全球發售所得款項淨額全額提供)提高我們的產能，包括為帶有籠養系統的肉雞場的建造採購設施及採購其他生產設施，用以提升我們生產設施的年設計產能，使其達至下列有關基準：

生產設施	所涉生產 設施數量	年設計產能	預計投資成本 總額 ⁽¹⁾ (人民幣百萬元)	動用所得款項 淨額 ⁽²⁾ (人民幣百萬元)
種雞場	10	2.6百萬套	228.8	100.4
孵化場	1	230百萬隻	40.7	26.0
肉雞場	25	194百萬隻	743.0	314.6
屠宰加工設施.....	1	200百萬隻	246.9	27.8
飼料加工廠.....	1	830,000噸	94.8	56.4
有機肥料廠.....	1	140,000噸	104.1	47.1
合計.....			1,458.3	572.3

附註：

- (1) 預計投資成本總額包括建設成本(包括基礎建設以及電力、水處理、供水、通風、供暖及其他環境控制系統的安裝)以及採購設施。
- (2) 我們擬動用約人民幣572.3百萬元的所得款項淨額僅用於為擴張計劃採購設施。

我們預計有關擴張計劃將於上市後約26個月內完成。設施採購的估計投資成本預計約為627.8百萬港元(相當於約人民幣572.3百萬元)。本集團擬在24個月期間進行設施採購(視當時採購價而定)，將用45.0%的全球發售所得款項淨額提供資金。董事認為，我們的產能或會同比增加約63.6%，此乃基於本集團設施於2019年12月31日的年化設計產能及上文所載有關基準間的差異計算所得。

業 務

我們估計，擴張計劃的投資回收期將約為7年，經計及(其中包括)預計產能、預計安裝時間及相關設施的建造，並假設市場需求並無重大變化。

我們亦預計我們的人工成本將從每噸約人民幣364元減至每噸人民幣270元，相當於成本減少約25.8%。

基於上文所述，董事認為，本集團的肉雞生產通常可在以下方面從採用籠養系統中獲益：

- **減少面積擴大產能。**通過採用籠養系統，我們每單位面積的產能可能增加，原因是據估計，我們的肉雞設計容量將增加約48.1%，從約為每平方米13.5隻肉雞增至每平方米20.0隻肉雞，這使我們單位面積可飼養更多的肉雞。我們的管理費亦會於更多的肉雞之間分攤。實現空間最大化能夠提高產能，以滿足我們客戶的需求。
- **增加成本效益。**本公司已委聘羅兵咸永道根據香港會計師公會頒佈的香港鑒證業務準則第3000號(修訂版)「歷史財務信息審計或審閱以外的鑒證業務」，就本公司編製的本集團於2018年9月1日至2019年5月31日期間個別雞場單位成本及歐洲效益指數的計算進行有限鑒證業務(「**計算表**」)。

羅兵咸永道的責任為根據所完成的工作就計算表作出結論，並根據委聘項下協定的條款僅向本公司(作為一個團體)報告彼等的結論，不作其他用途。就羅兵咸永道報告的內容而言，羅兵咸永道對任何其他人士概不負責或承擔任何責任。於委聘範圍內，羅兵咸永道未被要求且未對計算表所使用的雞隻數量和重量進行監察。羅兵咸永道執行(其中包括)下列程序：

- 詢問本公司管理層，包括負責編製個別雞場單位成本及歐洲效益指數的計算的人員；
- 了解編製及記錄個別雞場單位成本及歐洲效益指數的計算的主要系統設計、程序及控制；
- 根據本公司的編製基準審查個別雞場單位成本及歐洲效益指數的計算；及
- 應用分析審查程序，並抽樣審查文件證據，包括但不限於發票、收據及雞的計數表和重量表。

根據羅兵咸永道呈交對計算表的報告，相較於2018年9月1日至2019年5月31日期間三家可比較的地養肉雞場的加權平均單位生產成本每千克人民幣7.55元，採用三家籠養肉雞場(本集團已在編製計算表時將其轉換為籠養系統)的加權平均單位生產成本更低，為每千克人民幣7.10元，差額代表成本效益增加5.96%。此外，計算

業 務

表顯示，於2018年9月1日至2019年5月31日期間，我們三家可比較的地養肉雞場的歐洲效益指數介乎241.52至254.71，而三家肉雞場(本集團已在編製計算表時將其轉換為籠養系統)的歐洲效益指數介乎292.83至353.66。

董事認為，較高的歐洲效益指數通常指較高的肉雞生產管理水平、較高的育種效率以及肉雞的高盈利能力。

鑒於肉雞場較高的肉雞密度，更易於維持穩定的溫暖氣溫，從而可降低我們的燃料成本及每隻肉雞的供熱成本。

- **改善衛生。**雞籠的底開式設計使雞糞直接掉落並清除垃圾問題，改善衛生狀況。此外，每天將雞糞從肉雞場運出，並將雞糞用作有機肥料。這方法可以改善衛生狀況，因為肉雞場不會累積有害氣體，這有利於肉雞場的環境控制，從而令通過糞便傳播的疾病發病率降低。通過將肉雞分散在雞籠中，肉雞只會與同籠的肉雞接觸，防止肉雞之間傳播疾病。
- **定性飼養肉雞。**籠養系統使飼養肉雞成為一個習慣性流程，這意味著對雞給予更多照護。這是因為通過一個由鐵皮製成的定制飼料槽飼養雞，並使用固定在肉雞前面的架空乳頭飲水系統給肉雞餵水。這使我們確保向肉雞提供充足的飼料及新鮮水，進而使肉雞更健康且更具生產力。
- **易於獲得肉雞的記錄及獸醫護理。**由於肉雞安置在雞籠中，這便於我們記錄肉雞，一旦發現肉雞出現任何疾病，可提供獸醫護理。這亦將促進肉雞場清潔及消毒，有效降低致病微生物的可能性。

除上文所述主要益處外，董事在決定採用籠養方式時亦考慮下列缺點：

- **額外成本及開支。**改造及採購籠養系統設備不可避免會產生額外成本。具體而言，我們的資本開支預計會增加，該等支出可能導致折舊費用增加。即便如此，該等成本可能被上述益處所抵銷，因為採用籠養系統實現利用最大化並減少每隻雞的成本，以滿足我們客戶的需求。
- **增加疾病的可能性。**鑒於肉雞的生理和心理空間有限，發病率提高，例如腿部衰弱、籠養蛋雞疲勞症及脂肪肝綜合症。雖然活動受限仍為一個不利條件，但保持平穩可降低龍骨變形或骨折的風險，而這種情況在地養或自然棲息習慣時會發生。
- **增加對肉雞造成損耗的可能性。**與地養方法相反，肉雞在雞籠中養殖。若把肉雞

業 務

移出籠外，其身體更可能會與雞籠的鐵絲摩擦，這可能導致其羽毛損傷、擦傷及磨傷。

- *歐洲聯盟及若干客戶的動物福利問題*。出於福利原因，歐洲聯盟及若干客戶禁止使用籠養方式養雞。因此，我們肉雞場採用籠養系統飼養的肉雞不能出口到歐洲聯盟及售予該等客戶。因此，我們保留了若干地養肉雞場，以飼養出口至歐洲聯盟的肉雞，並滿足若干客戶購買地養系統所飼養的肉雞的偏好。盡董事所知，我們目前出口的國家(歐洲聯盟除外)及我們擬銷售產品的國家並無類似的動物福利問題。

有關採用籠養系統的風險，請參閱「風險因素 — 我們面臨與越來越多地採用帶有籠養系統的肉雞場相關的風險」；有關我們食品安全管理的詳情，請參閱下文「一本集團食品安全管理體系」。

董事認為採用籠養系統將有利於促進本集團業務的可持續發展，而且其劣勢可予以解決。預計全球發售所得款項淨額約627.8百萬港元(約佔全球發售所得款項淨額的45.0%)將用於通過為我們的生產設施(包括帶有籠養系統的肉雞場)採購設備來擴大白羽肉雞的養殖及產能。倘若資金出現短缺，該支出將通過銀行借款／內部資源進行融資。

於最後可行日期，我們尚未確定擬建造的採用籠養系統的肉雞場的合適場所，且並未訂立與該等場所有關的臨時或正式買賣協議。

有關本集團策略、預計資本開支及實施該等策略將花費的所得款項用途比例的詳情，請參閱上文「一業務策略」、「財務資料 — 資本開支」及「未來計劃及所得款項用途」。

業 務

銷售

我們透過B2B及B2C銷售模式銷售產品。下表載列於往績記錄期間按銷售模式劃分的收入明細，分別以絕對金額及佔總收入的百分比列示：

	截至12月31日止年度							
	2016年		2017年		2018年		2019年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
B2B模式								
直銷.....	2,262,568	96.1	2,332,044	95.8	3,045,870	95.3	3,631,310	92.5
國內市場.....	1,712,264	72.7	1,670,705	68.6	2,085,225	65.2	2,664,871	67.9
海外市場.....	550,304	23.4	661,339	27.2	960,645	30.1	966,439	24.6
分銷商.....	45,027	1.9	53,740	2.2	45,043	1.4	42,401	1.1
小計.....	2,307,595	98.0	2,385,784	98.0	3,090,913	96.7	3,673,711	93.6
B2C模式								
線上銷售.....	7,344	0.3	11,597	0.5	72,825	2.3	168,679	4.3
線下銷售.....	39,165	1.7	37,011	1.5	33,361	1.0	83,827	2.1
小計.....	46,509	2.0	48,608	2.0	106,186	3.3	252,506	6.4
合計.....	2,354,104	100.0	2,434,392	100.0	3,197,099	100.0	3,926,217	100.0

B2B銷售模式

我們向國內及國際B2B客戶直銷或分銷產品。我們的B2B客戶包括：(i)食品服務或工業客戶；(ii)速食餐廳；及(iii)食品零售商。

向國內客戶銷售

直銷

於最後可行日期，我們的雞肉製品有超過1,500名國內客戶。我們直接向客戶銷售大部分雞肉製品，該等客戶包括但不限於快餐連鎖店及食品加工商等。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，我們雞肉製品的銷售收入總額約有97.4%、96.9%、97.9%及98.4%分別來自向客戶直接銷售。

我們通常與國內客戶訂立供應合約，主要條款如下：-

- 供應合約期限通常最長為一年；
- 本集團所供應的產品的價格及數量須經供應合約的相關方不時商討，並無最低購買數量；
- 本集團供應的產品須遵守相關中國法律及有關食品質量、衛生及安全的標準，而且我們須提供供應合約中指定的相關許可證及證書；
- 我們的產品包裝須涵蓋若干信息，包括但不限於產品名稱、生產日期及產品保質期及儲藏方法；

業 務

- 倘若我們的產品未能滿足客戶要求，客戶有權拒絕接收我們的產品或有權要求按售價退款；
- 倘若本集團違反供應合約的任何條款：
 - (a) 我們須向客戶支付賠償金，有關金額相等於供應合約所規定向客戶作出的產品售價的若干百分比，或向客戶賠償其因該等違約遭受的所有損失；
 - (b) 若我們的產品連續多次不能滿足客戶要求或我們的產品引發質量問題而引致第三方向客戶提出索賠，則相關客戶可單方面終止合約；及
- 任何一方可給予另一方特定期限的事先書面通知終止該等合約。

我們設立了專責團隊負責與我們的主要客戶保持密切聯繫，以便為他們提供更加個性化的服務。該團隊專注於了解每位主要客戶的特殊需求，然後與我們的研發團隊協調，經考慮產品的特性、規格和成本後，為其開發定制雞肉製品。我們亦定期與我們的主要客戶保持溝通，以獲得其反饋，提高我們的服務標準並確保成功推出我們的產品。我們相信該安排有效地建立並提升了主要客戶的滿意度，從而進一步提高了銷售額。

向分銷商銷售

我們雞肉製品的另一銷售渠道為向國內分銷商進行銷售，彼等的指定銷售區域均位於中國境內。我們與所有分銷商的關係均為買賣關係。我們對售予分銷商的產品不保留所有權控制。分銷商按交易基準向我們下訂單，當商品所有權的重大風險及回報已轉歸分銷商時，我們確認銷售商品所得收入。我們認為，採用分銷商銷售雞肉製品可利用分銷商對當地市場的了解及資源，進一步提升雞肉製品的銷量，加深市場滲透及擴大地域覆蓋範圍。就董事所深知，通常，該等分銷商將我們的產品轉售至批發市場、超市、濕貨市場、餐廳或食堂。根據弗若斯特沙利文報告及基於我們的行業知識，我們認為採用分銷商銷售雞肉製品基本符合行業慣例。有關分銷商獨立於本集團運作。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，總收入分別有約1.9%、2.2%、1.4%及1.1%乃產生自分銷商銷售。於最後可行日期，我們與七名分銷商有合作關係，彼等均為位於中國的獨立第三方。於往績記錄期間，概無分銷商為我們的五大客戶。

業 務

下表分別載列於2016年1月1日、2017年1月1日、2018年1月1日、2019年1月1日及2019年12月31日我們聘用的分銷商數目以及於該等期間分銷商數目的變動：

	截至12月31日止年度			
	2016年	2017年	2018年	2019年
期初.....	6	6	6	6
新增.....	—	—	—	2
終止.....	—	—	—	(1)
期末.....	6	6	6	7

截至2019年12月31日止年度增加兩名分銷商，主要歸因於本集團擴張銷售網絡。盡董事所知及所信，截至2019年12月31日止年度終止與一名分銷商的關係乃由於相關分銷協議期限屆滿。於2016年1月1日至2019年12月31日期間，本集團並無於到期日前單方面終止與分銷商的任何合約，且本集團與分銷商之間並無重大糾紛。

於最後可行日期，我們與分銷商的關係年限約為一至九年。我們的分銷商主要在中國境內指定銷售區域從事生及／或深加工雞肉製品銷售。我們的分銷商於2019年所需的最低月銷售額介乎每月零至每月約人民幣13.0百萬元。

我們的分銷商僅可透過特定銷售渠道於分銷協議訂明的地區銷售我們的產品。根據分銷協議的條款，我們亦可於分銷商覆蓋的區域透過直銷方式銷售我們的雞肉製品。為了盡量降低兼併風險，我們通常對分銷商採取以下措施：(i)在篩選分銷商時，我們會考慮其各自的地域範圍，以避免同一區域內分銷商之間的潛在競爭；(ii)我們的分銷協議會訂明指定分銷區域；及(iii)我們與分銷商溝通，並對銷售點進行現場檢查，以監控其銷售活動的各個方面並追蹤分銷商之間的任何潛在兼併或競爭。盡董事所知及所信，在我們合理問詢之後，於往績記錄期間，我們並未知悉同一銷售區域內的分銷商之間存在任何重大兼併或競爭。我們之所以委聘分銷商銷售產品，是因為彼等可通過於其各自的指定銷售區域接觸最終消費者以擴大我們的地域覆蓋範圍。我們的員工須對分銷商進行定期考察或面談，以獲取彼等的整體客戶資料。在正常情況下，分銷商須以高於我們向分銷商銷售雞肉製品的價格之價格銷售我們的雞肉製品，從而在其交易活動中獲利。鑒於以上所述，董事認為，本集團與分銷商的客戶有任何重疊的可能性很低。

我們會審核潛在分銷商的經驗、信譽、業務及投資能力。倘該潛在分銷商達到我們的內部標準並通過我們的評核，本集團將進而與潛在分銷商訂立分銷協議，潛在分銷商將成為我們的分銷商。

業 務

分銷協議的條款

我們與分銷商訂立非獨家分銷協議，主要條款大致如下：

- 期限：通常為一年。
- 地域或其他專營權：通常，分銷商禁止在分銷協議所列指定分銷地區以外區域轉售我們的產品。
分銷商一般不得與本集團的競爭對手合作或成為本集團的競爭對手。
- 銷售目標及激勵計劃：鼓勵分銷商實現階段銷售目標。激勵計劃通常採用深加工雞肉製品折扣方式。
- 銷售及定價政策：我們並未為我們的分銷商設定價格。
- 陳舊存貨安排：分銷協議中未明確說明。
- 退貨安排：除非我們的產品存在缺陷或分銷協議終止，否則分銷商不得退貨。
- 銷售及擴張目標：有。
- 銷售及存貨報告及預計：有。
- 最低採購額：有。每月最低採購額列載於各自的分銷協議中。
- 付款及信貸期：本集團通常採用成本加運費方式交付我們的產品，在此情況下，我們無需就貨物丟失或損壞風險投購海險。付款須在產品交付前作出。
- 知識產權：不得轉讓我們的知識產權。
- 終止及重續分銷協議的條件：倘分銷商違反若干重要條文(如於指定分銷地區的條文)，則本集團可終止分銷協議。

分銷協議並無禁止分銷商銷售其他供應商產品的限制。分銷協議中並無有關產品責任的條文。

就董事所深知，通常，分銷商將我們的產品轉售至批發市場、超市、濕貨市場、餐館或食堂等。一旦我們的產品出售予分銷商，我們即確認銷售，而與有關產品相關的所有權及風險會被轉移至分銷商。分銷商在確認接受相關產品後，若其後彼等未能將產品售出，其並無對本集團的追索權。

分銷商管理

為推廣我們的產品、確保遵守分銷協議條款及管理分銷商的運作，我們的銷售人員(i)不時與分銷商面談以收集其反饋意見；(ii)觀察我們產品的銷售表現以了解市況；及(iii)於隨機選中的彼等客戶的商店(包括零售店舖)實地抽查我們產品的售價，以確保符合我們的定價政策。

鑒於(i)雞肉製品屬易變壞性質；(ii)分銷商須承擔我們將雞肉製品交付予彼等後所有與之相關的風險；及(iii)我們要求分銷商在交付前根據我們的「非缺陷問題概不退貨或換貨」政策向我們付款，董事認為我們的銷售額反映市場對我們雞肉製品的需求並可避免分銷商存貨累積的風險。於往績記錄期間，我們並不知悉分銷商存在任何重大囤積我們產品的行為。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，向最大分銷商作出的銷售額分別約佔我們總收入的0.5%、0.5%、0.4%及0.3%，而向所有分銷商作出的銷售額則分別約佔我們總收入的1.9%、2.2%、1.4%及1.1%。

董事已確認，於往績記錄期間，本集團委聘的所有分銷商均為獨立第三方。

業 務

向海外客戶銷售

除在中國佔據國內領先市場地位外，我們已建立不斷壯大的出口業務，主要為日本、馬來西亞、歐洲聯盟、韓國、蒙古及新加坡的客戶提供一系列優質雞肉製品。我們在維持我們強大的國內市場地位及建立不斷壯大的出口業務方面的成功突出表現在我們於往績記錄期間的過往禽肉銷量及收入增長。我們直接向海外客戶出售我們的雞肉製品。



下表載列於所示年度按地理區域劃分的向海外客戶銷售雞肉製品的收入，及彼等各自對我們自海外銷售所產生收入作出的貢獻。

	截至12月31日止年度							
	2016年		2017年		2018年		2019年	
	人民幣千元	佔海外銷售收入的百分比 ⁽¹⁾	人民幣千元	佔海外銷售收入的百分比 ⁽¹⁾	人民幣千元	佔海外銷售收入的百分比 ⁽¹⁾	人民幣千元	佔海外銷售收入的百分比 ⁽¹⁾
海外銷售收入								
日本.....	338,928	61.6	420,203	63.6	491,071	51.1	461,599	47.8
馬來西亞.....	160,553	29.1	151,028	22.8	302,284	31.5	220,715	22.8
歐洲聯盟 ⁽²⁾	17,964	3.3	30,440	4.6	66,645	6.9	186,602	19.3
其他外國國家 ⁽³⁾	32,859	6.0	59,668	9.0	100,645	10.5	97,523	10.1
合計.....	550,304	100.0	661,339	100.0	960,645	100.0	966,439	100.0

附註：

- (1) 佔我們自海外銷售所產生總收入的概約百分比。
- (2) 我們的雞肉製品主要銷往荷蘭及英國。
- (3) 其他外國國家及地區主要包括韓國、蒙古及新加坡。

有關我們按地理區域及海外客戶產品分部劃分的收入詳情，請參閱「財務資料 — 節選全面收益表項目說明 — 收入」。

海外擴張

與2017年相比，我們向馬來西亞的海外客戶出售雞肉製品的收入在2018年錄得100.2%的大幅增長，以及與2018年相比，我們向歐洲聯盟的海外客戶出售雞肉製品的收入在2019年錄得180.0%的大幅增長。透過聘請新分銷商及／或接觸其他類型的海外客戶，我們有意進一步擴大全球市場、加深我們的市場滲透並擴大地域覆蓋範圍。我們計劃在新市場挖掘商機。有關我們海外擴張戰略的詳情，請參閱上文「一 業務策略 — 繼續擴大銷售及分銷網絡以及進入新市場」。

B2C銷售模式

在我們的B2C銷售模式下，我們通過中國境內的線上及線下平台向最終消費者銷售產品。我們銷售及推廣「鳳祥食品(Fovo Foods)」、「優形(iShape)」及「五更爐(Wu Genglu)」品牌產品。董事認為，我們的綜合線上及線下B2C銷售結構使我們能夠接觸到我們雞肉製品的最終消費者並提高客戶忠誠度。我們不時與第三方線上銷售平台運營商以及便利店及精品超市的中間商進行溝通，以便緊跟行業趨勢並提供更能夠滿足最終消費者不斷變化的需求及偏好的產品。

線上銷售安排

為增加品牌曝光率及向最終消費者出售雞肉製品，我們通過我們所經營及運營的旗艦店及其他第三方線上銷售平台運營商來維持我們在第三方線上商城(包括京東、蘇寧易購、盒馬鮮生及天貓)上的業務。

於往績記錄期間，我們與第三方線上銷售平台運營商訂立框架服務協議，該等協議通常為期一年並可經協議各方協定續約。該等框架服務協議的主要合約條款與本集團和我們的B2B客戶所訂立合約大致相似。

於往績記錄期間，我們亦已開始在第三方線上銷售平台上經營旗艦店或店鋪，並已安排僱員負責經營。我們通常通過第三方物流供應商直接向我們的最終消費者安排發貨。我們能夠通過相關第三方線上運營商的後台系統追蹤產品銷售情況。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們通過B2C銷售模式下的線上銷售安排所得收入分別約為人民幣7.3百萬元、人民幣11.6百萬元、人民幣72.8百萬元及人民幣168.7百萬元，約佔我們同期總收入的0.3%、0.5%、2.3%及4.3%。

線下銷售安排

於最後可行日期，我們的線下銷售安排包括(i)主要向山東陽穀的若干超市及便利店直銷；及(ii)與中間商(通常為綜合餐飲服務提供商及交易商)合作，彼等在線上向全國範圍內的便利店及精品超市銷售我們的產品。我們按B2C銷售模式銷售我們品牌下的產品。我們自2018年起開始與中間商合作以擴大在全國範圍內的消費者群體。

業 務

我們主要向山東陽穀(我們的倉庫所在地)的若干超市及便利店直銷我們的產品以在山東境內滲透我們的品牌。該等超市及便利店通常安排直接從我們的倉庫提取雞肉製品。

通過與中間商合作向最終消費者銷售雞肉製品是我們的B2C銷售策略，這符合行業慣例。根據上述安排，我們通常通過向該等中間商供應雞肉製品與其進行合作，使其能夠向便利店和精品超市出售我們的產品。我們並無直接向便利店及精品超市提供任何雞肉製品的合約責任。利用我們中間商廣泛分佈於全國各個地區的便利店及精品超市，我們與其合作以擴大我們在全國(包括北京、廣州、上海、杭州及武漢)的最終消費者覆蓋範圍，並以高效經濟的方式提高我們的品牌知名度。我們向超市、便利店及中間商提供我們雞肉製品的建議零售價。我們採取無追索權的銷售政策，除非我們的雞肉製品存在質量問題，否則客戶不得向本集團進行任何追索。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們通過B2C銷售模式線下銷售安排所得收入分別約為人民幣39.2百萬元、人民幣37.0百萬元、人民幣33.4百萬元及人民幣83.8百萬元，約佔我們同期總收入的1.7%、1.5%、1.0%及2.1%。

客戶

於往績記錄期間，我們在全球擁有由逾3,000名客戶所組成的多元化客戶群，包括國際知名食品加工商及貿易商以及快餐連鎖店(及其禽肉供應商及採購代理)。我們出口的國家包括日本、馬來西亞、歐洲聯盟、韓國、蒙古及新加坡。於整個往績記錄期間，國內銷售產生的收入佔比約為70%，海外銷售產生的收入佔比約為30%。我們亦將產品售予分銷商。我們通常不會與客戶訂立長期買賣協議。與客戶的主要合約條款載於銷售合約及採購訂單。若干客戶表明彼等購買由本集團自行飼養或按照雞肉製品特定標準切割的肉雞的需求。

於往績記錄期間，我們的收入來自雞肉製品、雞苗及其他產品銷售。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，我們的單一最大客戶分別約佔總收入的19.1%、20.6%、16.8%及13.5%，我們向五大客戶作出的銷售額分別約佔總收入的35.8%、40.0%、37.7%及28.9%。於往績記錄期間，我們的五大客戶均為獨立第三方。於最後可行日期，我們的五大客戶與本集團大多有超過20年的業務關係。

業 務

主要客戶

下表載列截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年的五大客戶詳情：

截至2016年12月31日止年度：

客戶	已出售的主要產品	地址	銷售總額	佔收入的概約百分比	排名	於最後可行日期與本集團的業務關係年期
			(人民幣千元)			
客戶A ⁽¹⁾	生雞肉製品及深加工雞肉製品	中國	448,509.7	19.1%	1	20年
Foodlink Corporation ⁽²⁾	深加工雞肉製品	日本	211,671.3	9.0%	2	22年
日本食品株式会社 ⁽³⁾	深加工雞肉製品	日本	72,064.5	3.1%	3	22年
客戶B ⁽⁴⁾	生雞肉製品	馬來西亞	65,859.7	2.8%	4	22年
客戶C ⁽⁵⁾	生雞肉製品	中國	42,543.2	1.8%	5	7年
合計：			<u>840,648.4</u>	<u>35.8%</u>		

附註：

- (1) 客戶A為一家公司的全資附屬公司，該公司於紐約證券交易所上市，市值約為160億美元，其母公司亦在紐約證券交易所上市。客戶A的團隊經營(其中包括)一家領先的美式快餐連鎖店，該連鎖店專門於中國從事炸雞銷售。
- (2) Foodlink Corporation為日本三菱商事株式會社旗下食品行業集團附屬公司，三菱商事株式會社持有其99.4%的股權。三菱商事株式會社於東京證券交易所上市(股份代號：8058.T)。Foodlink Corporation主要從事禽肉製品銷售業務，為一家加工肉製品(包括雞肉及豬肉)的專業公司。
- (3) 日本食品株式會社，為日本火腿股份有限公司(股份於東京證券交易所上市(股份代號：2282.T))的一家附屬公司，主要從事肉類生產及肉類銷售。
- (4) 客戶B為一家在紐約證券交易所上市的公司的附屬公司，主要從事深加工肉類、魚類、冷凍食品及其他食品的生產及貿易。
- (5) 客戶C為一家於中國主要從事冷凍食品銷售及購買業務的公司。

業 務

截至2017年12月31日止年度：

客戶	已出售的主要產品	地址	銷售總額	佔收入的概約百分比	排名	於最後可行日期與本集團的業務關係年期
			(人民幣千元)			
客戶A	深加工雞肉製品	中國	502,125.1	20.6%	1	20年
Foodlink Corporation	深加工雞肉製品	日本	211,138.1	8.7%	2	22年
日本食品株式会社	深加工雞肉製品	日本	141,144.8	5.8%	3	22年
客戶B	生雞肉製品	馬來西亞	83,766.8	3.4%	4	22年
客戶D ⁽⁶⁾	深加工雞肉製品	韓國	36,840.2	1.5%	5	5年
合計：			975,015.0	40.0%		

附註：

(6) 客戶D為一家在韓國成立的私營公司，主要從事食品業務(包括速食，例如便當、飯團、漢堡包及三明治)。

截至2018年12月31日止年度：

客戶	已出售的主要產品	地址	銷售總額	佔收入的概約百分比	排名	於最後可行日期與本集團的業務關係年期
			(人民幣千元)			
客戶A	生雞肉製品及深加工雞肉製品	中國	537,002.2	16.8%	1	20年
Foodlink Corporation	深加工雞肉製品	日本	297,684.3	9.3%	2	22年
客戶B	生雞肉製品	馬來西亞	183,432.9	5.7%	3	22年
日本食品株式会社	深加工雞肉製品	日本	112,974.2	3.5%	4	22年
Ayamas Food Corporation Sdn Bhd ⁽⁷⁾	生雞肉製品	馬來西亞	78,197.2	2.4%	5	20年
合計：			1,209,290.8	37.7%		

附註：

(7) Ayamas Food Corporation Sdn Bhd為馬來西亞一家大型的家禽加工廠，專門在當地和出口市場從事雞肉(包括優質清真產品)的加工和零售。Ayamas Food Corporation Sdn Bhd於1989年創立，為QSR Brands (M) Holdings Bhd的綜合家禽運營分部(包括家禽生產及加工)下的實體，主要向其餐廳業務提供支持以及在Ayamas品牌名下從事國內及國際市場的對外分銷。

業 務

截至2019年12月31日止年度：

客戶	已出售的 主要產品	地址	銷售總額	佔收入的 概約百分比	排名	於最後 可行日期與 本集團的 業務關係 年期
			(人民幣千元)			
客戶A	生雞肉製品及深加工 雞肉製品	中國	530,233.9	13.5%	1	20年
Foodlink Corporation	深加工雞肉製品	日本	326,714.2	8.3%	2	22年
客戶B	生雞肉製品	馬來西亞	110,446.2	2.8%	3	22年
北京每日優鮮電子商務 有限公司(「北京 每日優鮮」) ⁽⁸⁾	生雞肉製品及深加工 雞肉製品	中國	86,753.5	2.2%	4	3年
Ayamas Food Corporation Sdn Bhd	生雞肉製品	馬來西亞	82,569.8	2.1%	5	20年
合計：			1,136,717.6	28.9%		

附註：

(8) 北京每日優鮮為一家在中國主要從事食品(包括新鮮蔬菜及水果)批發及零售的公司。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，據董事所知，概無實益擁有本公司5%或以上權益的董事、監事或其聯繫人或任何股東於任何五大客戶中擁有任何權益。

定價政策

我們的產品通常不受中國政府部門的任何價格控制或監管規限。通常情況下，我們採用成本加成模型釐定產品售價時會考量諸多因素，如原材料成本、客戶關係、競爭格局、我們的品牌定位、市況及我們不時採納的業務策略等。我們亦視乎不同銷售渠道及目標地域市場調整價格。

我們直接銷售予客戶的生雞肉製品的價格乃經參考市場情況、物流費及儲存費釐定。對於若干客戶，倘彼等對我們生雞肉製品的可追溯性及安全性有額外要求，價格亦將經磋商釐定。

我們直接銷售予客戶的深加工雞肉製品的價格乃經參考採購額、生產成本(包括研發成本及加工成本)及市場情況，採用成本加成法與客戶磋商釐定。

雞苗的價格乃經參考雞苗的等級及市場情況釐定。雞苗的等級乃根據雞苗各自孵化的時間分類。

業 務

雞副產品的價格乃經參考飼養成本、加工成本、包裝成本、現行市價及於投標過程中釐定的最終投標價釐定。

於往績記錄期間，本集團供應予客戶的雞肉製品的價格並非完全相同。

付款方式

於往績記錄期間，本集團(i)對客戶的銷售主要以銀行轉賬及在線支付結算；及(ii)對我們分銷商的銷售主要以銀行轉賬結算，且大體上均以人民幣及／或美元計值。

本集團已採納對沖政策以最大程度減輕外幣風險。具體而言，我們與中國的若干銀行訂立了外匯遠期合約，以對沖上述源自我們客戶以美元付款結算的風險。展望未來，管理層將持續監控經濟形勢及本集團外匯風險情況，並將考慮於日後採取適當的對沖措施。我們於交付予客戶後確認我們產品的銷售額。

信貸政策

就某些客戶而言，我們於收到有關採購價後交付產品。我們亦參考客戶的商業信譽、財政能力、資本充足率等向若干客戶(包括我們的主要客戶及海外客戶)提供30至60日的信貸期。

我們會要求債務人償還過期未付結餘，以結清其未償還發票金額。當本集團認為收回有關款項的可能性甚微時，該等被視為無法收回的款項將會被撇銷。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，本集團的貿易應收款項周轉日數分別約為12.0日、14.0日、16.9日及18.4日。當有客觀證據表明本集團將無法按應收款項的原始條款收回所有到期款項時，本集團採納一項政策為貿易應收款項減值作出撥備。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，貿易應收款項減值撥備約人民幣1.6百萬元、零、人民幣1.8百萬元及人民幣0.5百萬元已分別從本集團的合併全面收益表中扣除，約佔本集團各期間總收入的0.07%、零、0.06%及0.01%。

銷售退貨

我們對其生產線的各個階段進行檢查及監督，以確保其產品質量及安全符合內部規定及相關中國法律、規則及法規的規定。除非產品有缺陷或協議終止，否則概不允許我們的客戶退貨。

倘自任何客戶收到有關產品任何缺陷的任何投訴，我們將按項目基準評估投訴，並制定適當解決方案解決各項投訴。倘我們須對產品的缺陷負責並認為向客戶回購產品屬解決

客戶投訴的適當方法，我們將會如此行事，並將相關採購價退還予客戶。董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無遭遇任何對我們的運營有重大影響的重大銷售退貨。

物流及運輸

就向國內客戶交付而言，我們聘請第三方物流服務供應商自我們的生產設施取走產品並運送至我們的倉庫或客戶指定的目的地。我們與第三方物流服務供應商的運輸安排讓我們可投入與開發及維持自身大型物流系統所需比較少的資本投資。外包該等服務亦讓我們可轉移大部分與運輸及交付產品有關的風險。於往績記錄期間及於最後可行日期，我們並未遭遇任何可能對業務營運造成重大不利影響的重大交付延誤問題且我們並無遭遇任何物流服務供應短缺的情況。此外，現有物流服務市場為我們提供充足的備選物流服務供應商，其可提供與我們現有物流服務供應商所提供條款相類似的條款。有關對物流質量控制的詳情，請參閱下文「質量保證」。

為監控運輸流程，以確保遵守我們的內部質量控制程序，於最後可行日期，我們已建立由逾200名成員組成的物流部門，以優化中國境內物流管理。具體而言，我們通常會在冷藏卡車駛離冷藏倉庫設施前對其進行檢查，並遵守我們的內部儲存及運輸程序，以確保我們的產品在適當條件下進行運輸。我們亦會檢查有關產品以確認待交付產品的數量及交付目的地。

就向海外客戶交付而言，我們通常聘請第三方物流服務供應商及祥光物流為本集團提供物流相關服務，包括倉儲、物流、運輸、清關服務，主要涉及通過將產品運至中國指定港口將本集團產品出口至中國境外。詳情請參閱「關連交易 — 不獲豁免持續關連交易 — 2.採購物流服務」。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，我們向祥光物流支付的物流費用分別約為人民幣9.2百萬元、人民幣14.9百萬元、人民幣12.8百萬元及人民幣14.8百萬元，分別約佔同期我們所產生物流費用總額的27.1%、45.2%、27.2%及27.1%。我們認為，即使我們轉向獨立第三方服務供應商，我們仍有能力以可資比較的價格獲得類似服務。

季節性

根據我們的過往經驗，我們的雞肉製品銷售額及業務經營於往績記錄期間經歷季節性波動。我們通常於下半年錄得較高收入，原因是國內消費者在夏季以及國外假期或年終節日的消費模式。

供應商

於往績記錄期間，我們(i)採購原材料(包括玉米、豆粕、豆油及麵粉)以生產飼料，及(ii)採購父母代種雞苗以生產雞肉製品。為生產深加工雞肉製品以迎合不斷增長的客戶需求，

我們亦從中國第三方供應商及海外(通常從巴西)採購生雞肉製品。於2017年3月，由於銷售沙門氏菌感染腐肉的醜聞，中國與歐洲聯盟減少巴西肉製品進口，同月，中國解除對所有肉類進口的相關臨時進口禁令。根據公開可得資料，巴西21家肉製品加工單位牽涉該事件，當該醜聞發生時，其中一名供應商於2017年向我們供應雞肉製品。自醜聞發生以來，本集團已停止從陷入相關醜聞的工廠進口。由於中國的進口禁令僅於2017年3月20日至2017年3月25日持續了六天，且由於我們於最後可行日期並未因銷售巴西供應商生產的雞肉製品而收到客戶或公眾的任何投訴，董事確認，2017年3月的進口禁令對本集團的經營業績及財務狀況並無任何重大不利影響。

過去，我們一直從本公司同系附屬公司採購原材料，且該採購已於最後可行日期前終止。董事確認，該採購不會嚴重歪曲本集團於往績記錄期間的業績。於往績記錄期間，我們並未遭遇任何將嚴重影響我們業務運營的供應質量問題或任何原材料供應短缺問題。

於往績記錄期間，我們就豆粕、玉米及豆油的商品價格進行對沖活動。詳情請參閱下文「一 原材料價格 一對沖」。

選擇供應商的基準及標準

本集團的供應商包括(其中包括)用於生產飼料的原材料、父母代種雞苗及雞肉製品(統稱「採購材料」)供應商，乃根據其向本集團準時供應優質材料的能力選出。

於接獲採購部門的通知後，本集團的質量控制團隊將會對採購材料進行檢查，並就此提供檢查結果。不符合本集團生產要求的所有不達標採購材料將會退還予供應商。

為確保員工遵守有關從第三方供應商採購採購材料的內部規定，我們已實施以下主要內部控制措施：

- 負責採購的員工將評估並選擇合適的供應商。在正常情況下，其於作出選擇前應接洽至少兩家或以上潛在供應商。該等供應商須擁有中國政府部門頒發的相關證書；
- 負責質量控制的員工將檢查採購部門採購的材料，以確保有關材料符合本集團的相關質量要求；
- 本集團要求用作生產飼料的原材料的潛在供應商提供相關質量證書和將予供應的相關原材料的樣品，以確保該等材料符合我們的要求；

業 務

- 銷售部門將記錄由客戶作出的投訴。有關投訴其後將轉交採購部門進行調查，採購部門須向銷售部門報告調查結果；
- 採購部門的員工將不時就所供應材料的質量及準時性與供應商進行溝通。若供應商出現任何問題，應做好記錄以備年度評估；
- 採購部門將對供應商進行年度評估，評估委員會成員應包括來自技術控制部門、質量控制部門、採購部門及財務部門的代表；及
- 本集團將指派特定員工編纂及保存供應商記錄。未經採購部門負責人同意，任何其他員工不得修改相關記錄。

主要供應商

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們的單一最大供應商(本公司同系附屬公司)分別佔我們採購總額的約17.7%、15.7%、16.5%及6.1%。我們的五大供應商分別合共佔我們採購總額的約29.8%、25.4%、24.1%及19.1%，且彼等(我們的單一最大供應商除外)均為獨立第三方。

業 務

下表載列截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年我們五大供應商的詳情：

截至2016年12月31日止年度：

供應商	已採購的主要產品	註冊成立地點	採購總額 (人民幣千元)	佔採購總額的概約百分比	排名	於最後可行日期與本集團的業務關係年期
山東陽穀大豐食品有限公司 (「陽穀大豐」) ⁽¹⁾	豆粕、豆油、 蛋白粉及 其他添加劑	中國	319,925.3	17.7%	1	6年
Seara Alimentos LTDA及 Seara Meats B.V. ⁽²⁾	雞肉製品	巴西及 荷蘭	72,636.6	4.0%	2	4年
山東香馳糧油有限公司 (「山東香馳」)及龍口香馳糧油 有限公司(「龍口香馳」) ⁽³⁾	豆粕及豆油	中國	64,592.1	3.6%	3	6年
供應商A ⁽⁴⁾	玉米	中國	46,644.6	2.6%	4	1年以下
供應商B ⁽⁴⁾	玉米	中國	34,702.4	1.9%	5	1年以下
合計：			<u>538,501.0</u>	<u>29.8%</u>		

附註：

- 陽穀大豐為一家於中國成立的私營公司，為本公司同系附屬公司。自2019年8月31日起，本集團已停止向陽穀大豐進行採購。詳情請參閱下文「與陽穀大豐的關係」。董事確認，於往績記錄期間，我們向陽穀大豐採購豆粕、豆油及添加劑乃按正常商業條款進行。
- Seara Alimentos LTDA及Seara Meats B.V.均為JBS S.A.（一家股份於巴西證券交易所上市的公司（證券代碼：JBSS3））的附屬公司，且均為專門從事肉製品分銷的食品加工公司。於往績記錄期間，Seara Alimentos LTDA及Seara Meats B.V.自巴西向我們供應雞肉製品。
- 山東香馳及龍口香馳均為於中國成立的私營公司，且均為香馳控股有限公司的直接及間接附屬公司。山東香馳及龍口香馳主要從事豆粕及豆油的生產。
- 供應商A及供應商B均為於中國成立的私營公司，主要從事糧食銷售及採購，註冊資本分別為人民幣2.8百萬元及人民幣2.0百萬元。基於公開可得資料，供應商A及供應商B已經股東決議案批准解散，且分別於2019年1月及2018年6月完成解散。

業 務

截至2017年12月31日止年度：

供應商	已採購的 主要產品	註冊 成立地點	採購總額	佔採購 總額的概約 百分比	排名	於最後 可行日期與 本集團的 業務關係 年期
陽穀大豐	豆粕、豆油、 蛋白粉及 其他添加劑	中國	335,921.7 (人民幣 千元)	15.7%	1	6年
Seara Alimentos LTDA及 Seara Meats B.V.	雞肉製品	巴西及 荷蘭	61,407.1	2.9%	2	4年
供應商C ⁽⁵⁾	玉米	中國	53,474.2	2.5%	3	2年
供應商D ⁽⁶⁾	玉米	中國	52,392.8	2.4%	4	1年以下
陽穀縣昊盛糧食經營有限公司 (「陽穀昊盛」) ⁽⁷⁾	玉米	中國	41,020.3	1.9%	5	6年
合計：			<u>544,216.1</u>	<u>25.4%</u>		

附註：

- (5) 供應商C為一家於中國成立的私營公司，主要從事糧食銷售及採購，註冊資本為人民幣3.0百萬元。基於公開可得資料，供應商C已經股東決議案批准解散，且於2019年3月完成解散。
- (6) 供應商D為一家於中國成立的私營公司，主要從事糧食銷售及採購，註冊資本為人民幣2.0百萬元，且主要從事糧食的採購、批發及零售。基於公開可得資料，供應商D已經股東決議案批准解散，且於2019年3月完成解散。
- (7) 陽穀昊盛為一家於中國成立的私營公司，主要從事食品的採購、存儲及銷售。

業 務

截至2018年12月31日止年度：

供應商	已採購的 主要產品	註冊 成立地點	採購總額	佔採購 總額的概約 百分比	排名	於最後 可行日期與 本集團的 業務關係 年期
陽穀大豐	豆粕、豆油、 蛋白粉及 其他添加劑	中國	360,418.8	16.5%	1	6年
長春市和源糧食經銷有限公司 (「長春和源」) ⁽⁸⁾	玉米	中國	51,146.1	2.3%	2	4年
長春市明武糧食有限公司 (「長春明武」) ⁽⁹⁾	玉米	中國	45,171.7	2.1%	3	2年
湖北正大有限公司 (「湖北正大」) ⁽¹⁰⁾	雞肉製品	中國	36,825.0	1.7%	4	4年
Seara Alimentos LTDA及 Seara Meats B.V.	雞肉製品	巴西及 荷蘭	32,252.2	1.5%	5	4年
合計：			<u>525,813.8</u>	<u>24.1%</u>		

附註：

(8) 長春和源為一家於中國成立的私營公司，主要從事食品的採購、批發及零售。

(9) 長春明武為一家於中國成立的私營公司，主要從事食品分銷。

(10) 湖北正大為一家中國的雞肉製品生產企業，且為卜蜂國際有限公司(一家股份於聯交所上市的公司，股份代號：0043)的間接全資附屬公司。

業 務

截至2019年12月31日止年度：

供應商	已採購的 主要產品	註冊 成立地點	採購總額	佔採購 總額的概約 百分比	排名	於最後 可行日期與 本集團的 業務關係 年期
陽穀大豐	豆粕、豆油、 蛋白粉及 其他添加劑	中國	149,728.9	6.1%	1	6年
供應商E ⁽¹²⁾	雞肉製品	中國	101,856.4	4.1%	3	9年
山東佳盈食品有限公司 (「山東佳盈」) ⁽¹³⁾	雞肉製品	中國	84,415.7	3.4%	3	2年
山東嘉冠糧油工業集團 有限公司(「山東嘉冠」) ⁽¹⁴⁾	豆粕及豆油	中國	80,056.5	3.2%	4	8年
WT Foods Beverages Uruguay S.A. ⁽¹⁵⁾	雞肉製品	烏拉圭	56,044.8	2.3%	5	1年
合計：			<u>472,102.3</u>	<u>19.1%</u>		

附註：

(12) 供應商E為一家於中國成立的私營公司，主要從事肉雞的養殖及加工以及雞肉製品的生產。

(13) 山東佳盈為一家於中國成立的私營公司，主要從事雞肉製品及速凍食品的加工及銷售。

(14) 山東嘉冠為一家於中國成立的私營公司，主要從事食用植物油、豆粕及豆油的加工及銷售。

(15) WT Foods Beverages Uruguay S.A.從事肉製品採購。於往績記錄期間，WT Foods Beverages Uruguay S.A.從巴西向我們供應雞肉製品。

就董事所深知，供應商A、供應商B、供應商C及供應商D(統稱「已解散供應商」)及其各自的實益擁有人(為中國公民)皆為獨立第三方且彼此互不關聯。本集團與各已解散供應商的採購條款與本集團其他玉米供應商類似。

於往績記錄期間，本集團的所有採購均以人民幣或美元結算。部分供應商要求我們支付全額或一定金額的定金，並將於我們付清餘下款項後向我們交付原材料。部分供應商則向本集團提供約15日的信貸期。

除本節所披露者外，據董事所知，截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，概無實益擁有本公司5%或以上權益的董事、監事或其聯繫人或任何股東於我們任何五大供應商中擁有任何權益。

與陽穀大豐的關係

於往績記錄期間，陽穀大豐為新鳳祥集團的聯繫人，並為本公司的最大供應商。於往

業 務

績記錄期間，新鳳祥集團為一個涉及多種業務活動的企業集團。陽穀大豐及本公司均為新鳳祥集團的成員公司。詳情請參閱「與控股股東的關係—控股股東的背景」。

陽穀大豐由控股股東於2000年4月8日成立並於2019年9月7日通過股東決議案解散，該解散於2019年12月31日完成（「解散」）。於解散前，陽穀大豐的註冊資本為人民幣30百萬元。陽穀大豐履行新鳳祥集團根據其管理策略不時指派的不同職能。自其成立以來，主要從事家禽、家畜及魚類飼料的生產加工以及獸藥銷售。於往績記錄期間，陽穀大豐為鳳祥集團及其附屬公司（包括本集團）履行菱鎂板的原材料採購、生產及安裝以及投資控股職能。陽穀大豐亦直接或間接持有獲中國銀保監會發牌的兩家金融機構不到10%的權益，且該等權益於2019年12月25日轉讓予鳳祥集團。

在本公司於2010年成立時，本集團透過其自身的採購職能為本集團的飼料生產向若干第三方供應商採購豆粕、豆油、蛋白粉及其他添加劑。於2014年，由於業務擴張及養雞能力增強，本集團對有關原材料的採購量增加。因此，為簡化採購程序及運營（如與供應商交流），從而減少行政開支、節省時間及提高新鳳祥集團的業務運營效率，陽穀大豐自2014年8月起獲指派承接本集團的部分採購職能，主要為本集團的飼料生產採購豆粕、豆油、蛋白粉及其他添加劑。

基於陽穀大豐截至2016年、2017年及2018年12月31日止三個年度以及截至2019年9月30日止九個月的本地賬目（陽穀大豐解散前的最新賬目），其資產總值的賬面值分別約為人民幣95.6百萬元、人民幣192.6百萬元、人民幣107.6百萬元及人民幣128.4百萬元，其收入分別約為人民幣296.8百萬元、人民幣302.8百萬元、人民幣319.0百萬元及人民幣140.2百萬元。同期，本集團向陽穀大豐貢獻的收入分別約為人民幣296.8百萬元、人民幣296.0百萬元、人民幣318.9百萬元及人民幣140.2百萬元，分別約佔陽穀大豐總收入的99.99%、97.75%、100.00%及100.00%。陽穀大豐於往績記錄期間所產生收入的其他來源為陽穀大豐銷售廢棄材料及來源於一次性公司間貸款安排的利息。截至2016年、2017年及2018年12月31日止三個年度以及截至2019年9月30日止九個月，陽穀大豐因其向本集團銷售原材料錄得的毛利率分別約為0.1%、0.2%、0.2%及0.2%。

經計及陽穀大豐自2019年8月31日起停止向本集團銷售原材料之後僅履行持有上述兩家金融機構權益的職能，控股股東於2019年9月作出商業決定，解散陽穀大豐。

與陽穀大豐的交易

於往績記錄期間，本集團從陽穀大豐採購的大部分原材料包括豆粕、豆油及蛋白粉。

業 務

於往績記錄期間，各年度從陽穀大豐及其他第三方供應商採購此類主要原材料的平均採購成本之差不超過±6%。

承擔本集團部分採購職能的陽穀大豐定期(通常大量)向我們供應此類主要原材料。該等安排已簡化採購程序及運營(包括與供應商交流)，從而減少行政開支、節省時間及提高新鳳祥集團的業務運營效率。在某些情況下，我們從其他第三方供應商購買相對少量的有關主要原材料。

下文載列我們自2019年8月31日起全面停止向陽穀大豐採購前後向陽穀大豐及其他第三方供應商採購此類主要原材料的關鍵條款之比較：

- *採購的主要產品*。我們從陽穀大豐及其他第三方供應商採購的主要產品為豆粕、豆油、蛋白粉及其他添加劑。
- *銷售及定價政策*。從陽穀大豐及其他第三方供應商採購的貨物的總價格根據重量、數量及單價載於各銷售訂單中，而單價乃於採購時參考當時的市價釐定。
- *退貨安排*。就陽穀大豐及其他第三方供應商而言，由於質量問題或倘其質量不符合銷售訂單規定的有關行業及國家標準，經雙方同意後可以退貨。
- *付款及信貸期*。就陽穀大豐而言，在交付已售貨物後須立即開具發票，且款項一般須於下達銷售訂單後立即或於交付已售貨物後15天內通過電子轉賬支付(可能須根據具體情況支付預付款項)。就其他第三方供應商而言，在交付已售貨物後須立即開具發票，且款項一般須於收到發票後5至30天內通過電子轉賬支付。

基於上文所述，我們向陽穀大豐及其他第三方供應商採購此類主要原材料的關鍵條款大致類似，於往績記錄期間，根據相關銷售訂單，向陽穀大豐及其他第三方供應商採購有關主要原材料的平均採購成本並無重大差異。因此，董事確認，於往績記錄期間我們向陽穀大豐作出的採購乃按公平原則並根據正常商業條款磋商。

於往績記錄期間，陽穀大豐已允許本集團將票據用作向陽穀大豐結算採購安排項下應付款項的付款方式之一，且陽穀大豐已通過貼現該等票據獲得購買將出售予本集團的原材料的融資。由於陽穀大豐自上述票據貼現安排產生的融資成本直接與購買將出售予本集團的原材料有關，故本公司已同意承擔有關融資成本(已反映於附錄一會計師報告附註9)。

鑒於本集團考慮獨立開展其業務並與控股股東的業務運營區分開來，本集團自2019年8月31日起停止通過陽穀大豐採購原材料，並直接從其他第三方供應商採購。於往績記錄期

間，大多數該等第三方供應商亦為陽穀大豐的供應商。董事確認，該停止不會對本集團的營運及財務表現產生重大影響。

父母代種雞苗供應商

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們分別自五名、三名、四名及四名供應商購買父母代種雞苗。我們與父母代種雞苗供應商之一訂立一份受法律約束的戰略合作協議，並通常與其他父母代種雞苗供應商訂立供應框架協議。有關協議的主要條款載列如下：

戰略合作協議

- 該合約自2016年5月起生效，為期五年；
- 父母代種雞苗供應商須於本集團下達的銷售訂單指定的期間按雙方協定的固定價格供應有關數量的優質父母代種雞苗，並不對我們施加最低採購承諾；
- 父母代種雞苗須按本集團要求接種疫苗；
- 本集團須於交付父母代種雞苗28日前支付採購價，且銷售訂單一經支付則無法取消；
- 本集團須驗收交付的父母代種雞苗，倘父母代種雞苗不符合合約所述要求則須於交付日期後七日內知會雞苗供應商；及
- 若不可抗力事件持續一段時間，則任何一方可發出書面通知終止該協議。

考慮到供應穩定性、定價及所提供的父母代種雞苗的質量，我們與父母代種雞苗供應商簽訂長期合約。該協議並未規定任何最低購買承諾。

供應框架協議

- 該協議的期限為一年以下；
- 父母代種雞苗供應商須於本集團下達的銷售合約指定的期間按參考中國家禽業協會最新公佈的平均價格釐定的價格供應有關數量的父母代種雞苗；
- 父母代種雞苗須按本集團要求接種疫苗；
- 父母代種雞苗供應商須遞交檢疫報告；
- 父母代種雞苗供應商須安排技術員工於我們指定的種雞場提供有關飼養父母代種雞苗的指導；
- 本集團須於交付父母代種雞苗七日前支付採購價；及
- 雙方均可重續該協議。

雞苗供應商

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並未向任何供應商採購雞苗，但我們已與一家雞苗供應商就應急用途訂立採購合約。根據採購合約，我們須按訂單採購雞苗，且雞苗供應商須在本集團下達的銷售訂單所載期間內按根據市價釐定的價格提供有關數量的雞苗。供應商亦須向本集團提供相關證書，包括檢疫證書。本集團將驗收交付的雞苗，而倘雞苗不符合協議訂明的要求，則將在出具雞苗驗收報告後四日內通知供應商。本集團須在交付相關星期的雞苗前一週初支付採購價。

飼料供應商

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們分別自108名、146名、151名及152名供應商購買飼料。我們通常與飼料供應商訂立為期一年以下的協議，據此，供應商須按照訂明的要求提供協議訂明的有關種類及數目的飼料。

雞肉製品供應商

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們分別自25名、25名、53名及46名供應商購買雞肉製品。我們已按訂單基準與雞肉製品供應商訂立購買協議。雞肉製品供應商須在合約規定的期限之前以合約價格提供有關數量及類型的雞肉製品。

雞肉製品供應商須確保雞肉製品符合相關法律法規所載的食品安全標準，並須符合本公司的內部加工要求及驗收標準。本集團須驗收交付的雞肉製品。若雞肉製品不符合本集團規定，本集團有權全部拒收。

原材料價格

原材料的採購價通常根據現行市況釐定。我們存貨管理的目標是確保為我們的生產計劃穩定供應優質原材料，且我們亦自多名供應商採購主要原材料，但由於我們通常於與客戶訂立銷售合約之前與供應商訂立採購安排，故我們或不能有效地將因該等成本波動而產生的影響轉嫁予我們的客戶。然而，董事認為可確定替代原材料供應商，因為在中國有大量質量相當的可用原材料供應商。

對沖

在過去十年，我們生產飼料所用主要原材料豆粕及玉米的價格發生波動。於往績記錄期間，在我們認為出現緩解固有價格風險的適宜條件時，我們就豆粕、玉米及豆油的商品

價格開展對沖活動。我們未使用衍生工具進行投機。實施相關對沖措施的主要目標是降低生產利潤率的波動性及緩解商品價格風險。儘管相關對沖活動可能限制我們分享有利的商品波動所帶來利潤的能力，但是其亦可能減少原材料價格的不利變動所帶來的虧損風險。

我們已就對沖活動制定內部指引，據此董事會為監督對沖活動相關業務的最高權力機構。董事會主要負責制定及監督我們的對沖風險管理程序。我們已委派員工制定策略及監督我們的對沖活動，並根據我們的生產計劃、歷史價格及相關市場狀況，設定豆粕、玉米及豆油的採購量及價格限額，並且隨後將採購豆粕、玉米及豆油期貨合約以實現在所確定的價格限額內且其認為審慎的與我們實際採購計劃相關的豆粕、玉米及豆油的淨持倉。

我們一般於大連商品交易所採購交易最活躍的豆粕、玉米及豆油期貨合約，以確保我們對沖倉位的流動性。我們每年可對沖的豆粕、玉米及豆油的最高數量不會超過年度採購量。於往績記錄期間的各交割日期，本集團並無任何重大未結算豆粕、玉米及豆油期貨合約。

我們認為，於往績記錄期間，我們對沖活動的擬定目的總體得到實現及我們的對沖活動總體有效。

於往績記錄期間，董事確認，我們的業務或財務狀況並未因原材料價格波動而受到任何重大不利影響。詳情請參閱「風險因素 — 與我們業務有關的風險 — 我們的經營業績受到禽肉製品的售價(影響收入)及原材料採購價的波動或原材料供應中斷(影響成本)的重大影響」及「行業概覽 — 肉雞市場的價格和原材料」。

銷售及營銷

我們通過B2B及B2C銷售模式銷售我們的產品。有關我們銷售模式的詳情，請參閱上文「— 銷售」。

我們的銷售和營銷部門負責監督和監管本集團的本地和國際銷售及營銷活動以及制定營銷策略，以加強我們產品的關注程度和適銷性以及提升品牌知名度。

於往績記錄期間，我們在B2B客戶方面的銷售及營銷工作注重通過與B2B客戶發展長期密切關係來建立戰略合作夥伴關係以及交付通過我們研發工作開發的安全優質的雞肉製品。

於往績記錄期間，我們在B2C客戶方面的銷售及營銷工作主要包括在個別銷售點進行銷售及促銷活動(如試吃、贊助活動(包括贊助中國體育訓練局國家隊運動員)、在社交媒體及第三方在線購物平台開展廣告活動)。我們亦與中間商合作於便利店及精品超市開展促銷活

業 務

動。我們通常推出廣告活動，以配合新產品上市。我們可能會不時聘請運動員作為我們的產品代言人，以推廣我們的品牌。展望未來，我們計劃參與更多的在線營銷活動以提升我們的品牌及產品知名度，我們認為這將有助於我們接觸更年輕的消費者。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們的推廣及廣告開支分別約為人民幣24.8百萬元、人民幣8.4百萬元、人民幣21.0百萬元及人民幣43.4百萬元，分別約佔我們銷售成本總額的1.1%、0.4%、0.7%及1.2%。

品牌塑造

我們的雞肉製品以整體核心品牌「鳳祥食品(Fovo Foods)」出售。我們認為強大的品牌知名度和聲譽有利於我們的業務取得成功。我們的「鳳祥(Fovo)」及「五更爐(Wu Genglu)」品牌分別於2007年及2012年被國家工商總局商標局及山東省工商行政管理局認定為「中國馳名商標」及「山東馳名商標」。

我們「優形(iShape)」品牌的戰略設計旨在針對追求健康生活方式且擁有健康意識的年輕消費者，而我們的「五更爐(Wu Genglu)」品牌旨在針對所有國內消費者。如上文所述，自我們於2016年推出「優形(iShape)」品牌以來，我們通過各種營銷和促銷活動來提升其知名度。通過我們的營銷和促銷策略，我們認為我們的「優形(iShape)」品牌在中國深加工雞肉製品行業已獲得更廣泛的知名度和歡迎度。

存貨管理

本集團存貨主要包括(i)飼料及其原材料，其中主要包括豆粕及玉米；(ii)雞肉製品半成品；(iii)成品，即待售雞肉製品；及(iv)包裝材料。我們尋求根據預期需求模式、客戶的銷售訂單量及我們產品的保質期將存貨維持在適當水平。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們的存貨周轉日數分別約為73.6日、76.6日、51.8日及43.4日，而我們的存貨結餘分別約為人民幣497.1百萬元、人民幣508.8百萬元、人民幣347.5百萬元及人民幣485.0百萬元。父母代種雞苗、種雞及肉雞不計入存貨，因為其被視作財務報表中的生物資產。有關存貨及生物資產的詳情，請參閱「財務資料—節選財務狀況表項目分析—存貨」及「財務資料—節選財務狀況表項目分析—生物資產」。我們已就存貨制定存貨控制政策：

飼料原材料

我們根據歷史銷售及管理層對特定年度的年度銷售評估採購原材料、計劃生產及管理存貨水平，以最大限度縮小儲存空間及減少持有成本。我們在每個飼料加工廠所在倉庫儲存飼料的原材料。我們的飼料原材料通常維持最多45日的存貨水平。為管理因若干原材料

業 務

未來採購價變化造成的原材料價格波動以及因該等原材料供應推遲或短缺而可能造成的短缺情況，我們會訂立我們認為適當的對沖安排。詳情請參閱上文「— 原材料價格 — 對沖」。我們的儲存管理人員將進行每月實地存貨盤點以確保飼料存貨充足。

半成品及成品(雞肉製品)

我們的半成品雞肉製品存貨水平很大程度上依據下個年度的預測銷售水平而定，我們一般根據當前市場趨勢及客戶偏好制定下個年度的計劃。由於雞肉製品屬於易腐商品，本集團採用實際「先進先出」政策以確保雞肉製品的新鮮度。我們於自有及租賃的冷藏設施中儲存生雞肉製品及深加工雞肉製品以保持其質量及延長保質期，並在該等產品進入設施後約10天至20天內售出。生產團隊工作人員亦將進行每月實地存貨盤點及檢查，以監督生雞肉製品及深加工雞肉製品的存貨狀況。倘雞肉製品作為存貨的成本大於其可收回金額，我們將每年就存貨減值作出撥備。

包裝材料

我們的包裝材料採購包括內包裝袋及外包裝盒。儲存管理人員進行每月實地盤點，以便記錄及管理。我們的採購頻率很大程度上取決於過往銷售表現。

質量保證

董事認為，高質量及高標準乃本集團成功的關鍵。我們設有質量控制小組，該小組於最後可行日期由380名成員組成，部分成員受過與生物學、食品科學及禽畜獸醫學等有關的高等教育，且在食品檢驗及研究方面富有經驗。彼等負責我們產品的質量保證，包括制定質量標準及控制措施。本集團產品已進行內部生產控制及質量保證控制以及嚴格的測試。我們致力於確保(i)我們生產的雞肉製品；及(ii)採購自供應商(獨立第三方)用以生產飼料的原材料、父母代種雞苗、種蛋及雞肉製品安全及質量的高標準。我們已獲得ISO 22000(食品安全)認證及ISO 9001(質量)認證。

我們採用嚴格的質量及管理控制系統監督整個生產過程，以保證我們的產品質量符合標準。我們於操作流程的各個階段執行質量控制程序，以保證我們產品的質量。

生物安全措施

為將我們種雞及肉雞感染疾病的風險降到最低，我們已制定下列生物安全措施：

- 隔離種雞場及肉雞場。我們的種雞場及肉雞場位於遠離人類活動和公共機構的地

業 務

區，且坐落於劃定的圍欄區以為種雞及肉雞的飼養提供最佳環境。此外，根據相關中國法律法規，我們的種雞場及肉雞場之間的距離不應少於500米。

- **封閉管理。**進出我們生產設施受到控制。僅專業人員獲准進入封閉場地。我們授權有工作任務的專業人員管理其位於種雞場及肉雞場的專用雞舍並要求其居住在其責任雞舍。所有有意進入雞舍的人員須完成若干衛生程序。
- **消毒與記錄。**車輛、人員、參觀者及相關設備進出種雞場及肉雞場需進行消毒並記錄在案。
- **衛生措施。**所有人員在進入種雞場及肉雞場所在封閉區域前均需穿上本集團提供的制服及鞋子。我們禁止員工將其制服帶離封閉場區以將由外部環境帶入細菌的幾率降至最低。
- **適當的醫療程序。**根據中國及出口國相關法律法規的規定，我們必須採取免疫及醫療措施，並於整個飼養過程中嚴格遵守獸醫處方。

種雞及肉雞品質控制

為確保我們生產設施的營運符合本集團的品質要求，我們已採取以下防範和管理措施：

- **空置期。**我們要求肉雞場每間雞舍在肉雞出欄後須分別空置約14日至18日。於空置期，我們要求飼養場在新一批肉雞到來之前進行徹底清洗及消毒。我們隨後進行消毒取樣測試以防控與前批致病微生物的交叉感染。
- **滅菌和消毒。**我們每天徹底清潔種雞場及肉雞場並每週採用氣霧清洗雞舍設備對肉雞場進行三次消毒。使用專用氣霧清洗雞舍設備能夠增加每個肉雞場每年的週期數量，並確保不會以違反適用中國法律法規的方式排放廢水。我們之後進行消毒結果檢驗及監督。
- **全進全出政策。**我們採用「全進全出」政策，指的是在新一批牲畜被轉至空置雞場前，每間種雞場及肉雞場均會完全空置、徹底清潔及煙燻消毒，以確保其不受過往批次的任何殘餘廢物及細菌污染。在下一批次進入之前，我們會對雞場進行全面檢查，包括檢查衛生狀況、消毒記錄及設備維護情況。倘檢查結果不符合要求，則將必須在新一批牲畜進入雞場之前採取整改措施。此舉乃為防止不同批次種雞及肉雞之間可能存在的疾病傳播。
- **疾病防控和疫苗接種。**我們已實施全面的疾病防控措施，加強針對特定疾病的任何

業 務

特殊預防措施。疫苗及用於治療的獸藥必須經過檢驗，且檢驗合格後方可接受。詳情請參閱上文「— 質量保證 — 生物安全措施」。

- **處理死屍**。我們的工作人員每日檢查並清除死亡的種雞及肉雞，我們會監測死亡率。為防止疾病擴散或環境污染，我們按照中國所有適用的法律及法規及時將死亡的種雞及肉雞放置於消毒容器內運送至高溫禽畜屍體分解處理廠進行分解。
- **雞糞發酵**。為有效降低雞糞中病原菌及微生物的濃度，在肉雞離開肉雞場後，我們將雞糞置於70°C以上的溫度下發酵五天。
- **最佳飼養環境**。我們在已按照溫度、濕度及通風的規定標準設計及建造的種雞場及肉雞場內飼養種雞及肉雞，詳情如下：

編號	監控項目	關注事項
1.	溫度	<ul style="list-style-type: none">• 檢查溫度是否在我們規定的標準範圍內
2.	濕度	<ul style="list-style-type: none">• 檢查濕度是否符合我們的規定標準
3.	通風級別	<ul style="list-style-type: none">• 觀察各種雞場及肉雞場通風是否存在差異• 測量風速、二氧化碳濃度(冬季)及氨氣濃度等
4.	加熱時間	<ul style="list-style-type: none">• 根據各雞場的場長或副場長於每天20時正前提交的記錄，對各雞場的加熱時間差異進行分析
5.	供料及供水系統	<ul style="list-style-type: none">• 檢查自動送料系統運行是否正常• 記錄每隻種雞及肉雞每日進食的飼料種類及分量以及飲用水的分量，並與我們的規定標準相比較
6.	種雞及肉雞狀態	<ul style="list-style-type: none">• 觀察種雞及肉雞分佈情況及舒適度• 積極監測種雞及肉雞的健康狀況，例如，聆聽肉雞的呼吸聲，檢查其是否有喘氣、怪叫或咳嗽的情況

原材料品質控制

飼料

- **飼料檢查**。我們根據內部飼料質量控制程序檢查供應予肉雞的飼料的外觀(包括顏

業 務

色、濕度及粉化率)。任何不符合要求的飼料將不予接收並上報給主管領導和相應的飼料加工廠。

- **營養飼料配方。**我們根據肉雞所必需的營養水平制定飼料配方，並通過高溫加工生產飼料。
- **不添加生長促進劑。**我們不會在飼料中添加抗生素生長促進劑，亦不會在飼料中使用動物性原料。

父母代種雞苗

- **選擇性採購。**我們自滿足我們內部要求的供應商處採購父母代種雞苗。有關父母代種雞苗供應商的選擇標準，請參閱上文「一 生產 — 採購父母代種雞苗及種雞場」。為確保我們父母代種雞苗的健康狀況，我們對父母代種雞苗樣本進行測試，以確保其不被診斷患有沙門氏菌或禽流感等疾病。倘所收集的父母代種雞苗樣本被診斷為病雞，則整批銷毀。

雞苗

- **先進先出政策。**我們採取「先進先出」政策，這意味著我們會分批孵化種蛋，以便在雞苗中爆發傳染病或其他疾病的情況下，追查雞苗的來源。
- **消毒和滅菌。**我們按照有關規定收集種蛋，對合格的種蛋及時消毒。非受精蛋、胚胎死亡種蛋及臭蛋將被清除。
- **標準化經營程序。**我們的員工須遵守標準化的孵化程序，以控制孵化場的溫度、濕度及衛生。我們會不時進行樣本消毒測試。
- **死亡率。**我們檢查及清除死亡雞苗、監控死亡率、分析死亡原因並相應採取適當的控制措施。

雞肉製品品質控制

為確保雞肉製品不受污染，本集團在屠宰加工設施內實施嚴格的衛生措施，包括：

- **限定員工活動。**限制員工於屠宰加工設施內的走動範圍。尤其是屠宰區的員工不得進入加工區。
- **日常消毒。**屠宰加工設施內的設施、設備、工具和食品接觸面必須每日清潔和消毒。
- **衛生程序。**凡進入屠宰加工區的員工及其他人員必須進行全面的衛生程序，包括清潔雙手及穿上本集團提供的經消毒制服。

我們亦已就生產雞肉製品採納以下控制標準及程序：

- **集中管理。**我們的食品安全控制團隊監督本集團食品質量控制的實施，以確保雞肉製品的質量及安全。
- **保持追蹤及記錄。**我們記錄及追蹤每批運送至客戶的雞肉製品，及每批用於生產雞肉製品的原材料、配料及包裝材料。通過我們覆蓋整個白羽肉雞產業價值鏈的縱向一體化業務模式，我們可控制雞肉製品的來源及有效監控養殖過程的所有方面，這有效保證了雞肉製品的安全及衛生。我們亦已制定產品召回程序。我們不時進行常規產品召回測試，以確保在必要的情況下我們的雞肉製品可被有效召回。
- **檢測中心。**我們擁有獨立的具備成熟實驗室質量管理體系的檢測中心，其已獲中國合格評定國家認可委員會評定符合ISO/IEC 17025標準。檢測中心分批檢測將於國內或國外銷售的所有輸出雞肉製品，以確保我們的產品可完全符合客戶的要求及出口的國家的要求。
- **標準化操作程序。**我們的員工須遵循嚴格遵守HACCP及GMP(良好作業規範)要求的標準化生產及操作程序，從原材料、設備到個人衛生全方位有效監控及管理食品安全。該等程序幫助我們確保雞肉製品質量穩定。
- **關鍵質量點。**我們選擇並密切監控生產過程中的關鍵點，如加熱及配料混合，其可能對我們最終產品的質量產生重大影響，有助於我們及時識別及處理任何質量問題。
- **工作場所的管理。**根據強調整潔、衛生及安全的綜合原則，我們已實施系統的工作場所管理制度。潔淨及有組織的工作場所是有效實施質量控制系統的關鍵。
- **售前檢查。**將雞肉製品銷售給客戶之前，我們進行抽樣檢查及測試以確保將交付予客戶的產品的質量。

緊急疫情控制系統

本集團已實行全面的種雞及肉雞疾病防控程序，並重點關注應對任何疾病爆發的潛在風險的響應措施。本集團的一名技術專員負責收集禽類疾病的相關資訊並進行預警。

具體而言，我們實施了疾病及死亡率監控計劃，藉此，我們的員工將會檢查及清除已死亡的種雞及肉雞，並根據情況通知我們的獸醫。我們的獸醫每日監控種雞及肉雞的死亡

業 務

率，而我們記錄其整個生命週期的健康狀況。該等記錄包括飼料消耗、死亡率、日產蛋量、平均蛋重、藥物治療、疫苗接種及消毒記錄。

當種雞或肉雞的每日死亡率超過3.0%，且倘每日死亡率連續兩日超過0.5%，我們的員工將會提高其對我們種雞及肉雞場的消毒頻率，隔離有關種雞或肉雞雞舍，並限制進入雞場。倘我們的員工查明，可能會發生或爆發某種禽類相關的疾病(如禽流感或一種新的瘟疫)，有關情況將及時報告予我們的獸醫或技術專員，我們的獸醫或技術專員須評估情況並制定適當的措施。

於最後可行日期，本集團有20名通過中國國家獸醫資格考試的獸醫，我們的獸醫及技術人員須於肉雞場的各週期中進行兩次實地視察。

董事已確認，於2016年及2017年中國禽流感爆發期間以及於往績記錄期間及直至最後可行日期，於本集團肉雞場中並無發現感染病例。

可追溯體系

為更好符合本集團的內控體系及食品安全要求，我們制定如下所詳述的可追溯體系，以能夠保證於屠宰加工過程中的可追溯性：

- **收到肉雞**：當我們的屠宰加工設施收到肉雞時，我們的人員須開具《准予屠宰通知單》。
- **掛雞**：掛雞負責人須根據《准予屠宰通知單》出具《雞源信息傳遞單》(包括肉雞場名稱、飼養編號、掛雞時間、進預冷時間及出預冷時間)，並傳遞相關信息。
- **宰殺**：宰殺環節負責人須根據《雞源信息傳遞單》進行信息傳遞。
- **包裝**：根據傳遞的信息，所有雞肉製品均需標明品名、規格和生產日期。在相關雞肉製品的外箱上，根據客戶要求標明生產日期、保質期、相關肉雞場標識編號等內容。
- **速凍**：我們要求在冷藏車上懸掛產品追溯標識牌，以每小時為間隔點標明產品批次，並在各小時段的最後一架車上標註時間。我們的雞肉製品亦須按照固定路線入速凍庫。
- **儲存**：我們已實施詳細的倉儲操作程序，例如及時記錄、妥當貼標籤及定期盤存。我們的成品按品種、生產日期和批次分開碼垛。根據及時的入庫及出庫記錄，我們能夠密切監控及維持我們的產品從相關生產車間到我們客戶手中的可追溯性。

本集團食品安全管理體系

我們已制定並持續使用貫穿各個業務階段的質量控制系統。除貫穿各個業務階段的質量控制系統外，我們亦建立了食品安全控制系統，以解決與研發、供應商認證及管理、採購、生產、儲存、運輸以及銷售與分銷活動有關的問題，主要包括以下措施：

- **食品標籤及包裝。**我們的包裝須帶有特定標籤以及法律及客戶規定的其他信息。此外，我們所有的雞肉製品在儲存、運輸及交付予客戶的過程中須小心保護以防受到可能損壞產品的物理及生物刺激物影響。因此，出於對食品安全的考慮，我們力圖對產品進行細緻充分包裝，以最大程度地保持產品的新鮮度及品質並標示正確的信息。
- **有針對性的疾病預防與疫苗接種。**我們已採取一套全面的疾病預防與疫苗接種措施，針對特定疾病加強特定預防措施。我們對肉雞進行抽樣檢測，並按照內部指引，根據雞苗及肉雞的年齡及健康情況對其進行適當的疫苗接種。在所有物品、車輛及人員進入我們的場地之前都要進行消毒。我們的預防系統持續監控及報告疾病爆發(如有)或疫情以及害蟲發現及管理情況。專業的獨立第三方每年檢查及審核我們的疫病防治系統。
- **細菌。**為確保細菌水平不超過有關適用法律規定的許可標準，我們已制定一份內部控制計劃，從原材料到加工及成品都有相應的控制措施。我們的加工設施亦設置嚴格的溫度和時間控制以保持雞肉的新鮮。在我們的場所內測量的參數包括溫度、濕度和風流，以確保不易滋生細菌。我們有一個內部實驗室用於檢測細菌，該實驗室設備由外部合資格人員定期檢查並校準。

食品安全管理體系評估

下文載列食品安全管理洞察報告之摘錄，在作出或不作出任何投資決定時，不應過於依賴該摘錄。應注意的是食品安全管理洞察報告或其調查結果並不構成根據香港會計師公會所發佈準則或任何其他司法管轄區的任何其他專業實體的任何準則進行的核證工作。普華永道食品安全顧問及／或羅兵咸永道會計師事務所公司網絡的其他成員公司對本招股章程中披露或以其他方式提供之食品安全管理洞察報告或其調查結果所針對的任何一方不承擔任何責任(包括疏忽責任)。

本公司強調其食品安全管理體系，並不時審查其有效性。於2019年1月，本公司委託普華永道商務諮詢(上海)有限公司北京分公司(「普華永道食品安全顧問」)(獨立的食品安全顧問)對本集團的食品安全管理體系進行評估，並於2020年6月30日發佈了食品安全管理洞察

報告(「**食品安全管理洞察報告**」)。普華永道食品安全顧問作為羅兵咸永道全球網絡(於157個地區擁有超過276,000人)的一部分，致力於提供質量的審計及鑒證、諮詢及稅務服務。普華永道食品安全顧問提供將食品行業專業知識與風險管理、內部控制、供應鏈、戰略、合規、資本市場及併購方面的能力相結合的服務。

普華永道食品安全顧問於2019年1月開展了評估工作，在通過抽樣方法選出的地點進行實地考察、員工訪談並分析自本公司提供的材料獲得的資料，以評估本集團於2018年1月1日至2018年12月31日期間的食品安全管理體系。評估基於普華永道食品安全顧問參考獲全球食品安全倡議(GFSI)認可的先進國際食品安全標準建立的風險管理框架，即普華永道風險管理框架；全球食品安全倡議由消費品論壇(一家國際貿易協會)於2000年5月根據比利時法律以非營利性為基礎設立並管理，其將全球零售商、製造商及食品服務運營商的食品安全標準作為現有食品安全標準的基準，以為食品安全規定提供共同基礎。

普華永道食品安全顧問根據普華永道風險管理框架及八個模塊評估了我們食品安全管理體系的成熟度：(1)監管與程序；(2)人員與公司文化；(3)供應商管理；(4)生產管理；(5)檢驗管理；(6)倉儲物流管理；(7)食品質量與安全系統；及(8)危機管理。就每個模塊而言，成熟度通過以下六個維度被評估為三個級別，即啟蒙期、成長期、成熟期：(a)計量確定性；(b)報告框架；(c)資料完整性；(d)一致性；(e)績效指標透明性；及(f)外部核證。基於上述內容，普華永道食品安全顧問所進行的評估工作涵蓋我們食品安全管理體系的48個評估領域。

根據食品安全管理洞察報告，普華永道食品安全顧問認為本集團食品安全管理體系的整體評估為成熟期，有五個評估領域被評定為成長期，且已就其向本集團提出建議以作進一步改進。於最後可行日期，本集團已採納該等評估領域的有關建議。普華永道食品安全顧問認為該等建議未對本集團食品安全管理體系的運作產生任何重大影響。

質量控制往績記錄

我們已於山東為我們的生產設施取得ISO 9001質量管理體系認證、ISO 22000食品安全管理體系認證及ISO 14001環境管理體系認證。我們亦獲得了英國零售商協會(BRC)食品安全全球標準(A級)認證。下表載列我們就產品或加工設施已取得的重要認證或牌照以及所顯示的相關資料。

證書	最近發證日期	到期日	主要內容
ISO 9001:2015質量管理體系認證	2018年8月14日	2021年8月13日	深加工禽肉製品的設計、生產、銷售及服務的質量管理體系

業 務

證書	最近發證日期	到期日	主要內容
ISO 9001:2015質量管理體系認證	2019年2月14日	2021年1月12日	用於冷藏、冷凍及冷藏預製雞肉製品加工的質量管理體系
ISO 14001:2015環境管理體系認證	2019年12月4日	2022年12月11日	雞配合飼料、家禽育種、禽肉製品以及冷藏及冷凍雞肉加工及其他相關管理活動的環境管理體系
ISO 14001:2015環境管理體系認證	2019年12月4日	2022年12月11日	禽肉製品生產及相關管理活動的環境管理體系
ISO 14001:2015環境管理體系認證	2019年12月4日	2022年12月11日	冷凍雞肉及冷凍雞部位加工及相關管理活動的環境管理體系
HACCP體系認證證書	2018年12月4日	2020年12月4日	冷凍、炸蒸雞肉製品加工
HACCP體系認證證書	2019年2月14日	2021年1月12日	冷藏、冷凍及冷藏預製雞肉製品加工
ISO 22000:2005食品安全管理體系認證	2019年11月15日	2022年11月14日	雞配合飼料生產的食品安全管理體系
ISO/IEC 17025:2005檢測和校準實驗室能力證書	2016年8月22日	2022年8月21日	檢測中心授予ISO/IEC 17025標準認證
中國合格評定國家認可委員會(CNAS)實驗室認可證書	2016年8月22日	2022年8月21日	檢測中心認證
英國零售商協會(BRC)食品安全全球標準(第八版):2018年8月, A級	2019年10月31日	2020年10月9日	類別2: 生禽

業 務

證書	最近發證日期	到期日	主要內容
英國零售商協會(BRC) 食品安全全球標準 (第八版):2018年8月， A級	2020年2月4日	2021年2月7日	類別8：熟肉及魚產品
國際食品標準(IFS) (第6.1版)， 2017年11月(高級)	2020年2月4日	2021年2月19日	紅白肉類、家禽及其他 肉製品
英國零售商協會(BRC) 食品安全全球標準 (第八版):2018年8月， A級	2020年3月31日	2021年4月26日	生產塑料袋包裝的冷凍 蒸炸雞肉製品
國際食品標準(IFS) (第6.1版)， 2017年11月(高級)	2020年4月1日	2021年6月11日	紅白肉類、家禽及其他 肉製品

產品責任

本集團採取無追索權的銷售政策。一旦產品銷售及交付予客戶(包括直接客戶及分銷商)，與該等雞肉製品有關的所有風險及責任將轉嫁予客戶，而客戶無權向本集團作出任何追索。在客戶提出索償後，倘產品被發現含有過量殘餘藥物、微生物或在其他方面並不理想，本集團將考慮召回產品。

根據食品安全管理洞察報告，我們於產業鏈的上下游設立了食品安全管理體系。我們遵循已獲GFSI和相關國內組織批准的相關國際食品安全管理體系(如BRC、FSSC22000等)。我們亦已根據《中華人民共和國食品安全法》的規定、GB/T 27341-2009危害分析與關鍵控制點(HACCP)體系—食品生產企業通用要求以及其他法律法規及相關行業標準制定食品安全及管理體系指南及程序文件。此外，雞肉製品細菌測試結果符合中華人民共和國鮮、凍禽產品國家標準，我們從已獲得所需牌照及許可證的第三方供應商採購原材料、父母代種雞苗及冷凍雞肉製品。此外，我們於往績記錄期間並未收到客戶或消費者的任何產品責任索賠。

為盡量減低任何客戶及分銷商提出任何產品責任索償的可能性，我們已實施質量保證及內部控制措施，包括(其中包括)肉雞場的衛生規定、要求第三方供應商獲得並向我們出示相關牌照及許可證，有關詳情分別載於上文「一 生產」及「一 質量保證」。

市場及競爭

雞肉生產行業對潛在市場參與者設有較高進入門檻。首先，雞肉生產行業屬資本密集性質，需要廣闊土地飼養雞苗、種雞及肉雞以及配備屠宰加工雞肉製品的先進設備及全套生產設施，從而提高產品的質量及生產力。雞肉生產商需在食品安全及衛生方面投入大量

資源。這需要大量資本投資，且將給新創企業帶來沉重的財務負擔，尤其是中小企業。此外，雞肉生產行業需要重要的人力資源。就確保雞肉製品質量滿足客戶及開展業務與出口產品所在地的相關機構的要求而言，專業技術人員極為重要。例如，在肉雞飼養過程中，彼等需要確保有利的飼養環境，包括肉雞成長所需的溫度和通風條件。此外，高效生產肉製品需要經驗豐富的員工進行屠宰及保存。

根據弗若斯特沙利文報告，截至2019年12月31日止年度的中國白羽雞肉生產總量約為7.6百萬噸。中國白羽肉雞生產行業相對分散，就產量而言，2019年五大生產商佔市場份額的19.9%，其中領先的全面一體化白羽肉雞生產商年生產白羽肉雞約505.2百萬隻，佔市場份額的9.5%，其後是本集團，年生產白羽肉雞162.3百萬隻，佔市場份額的3.1%。中國僅有少數大型雞肉生產商。我們與競爭對手進行競爭，在很大程度上依賴我們建立及維持我們客戶對我們產品的信心的能力以及將市場擴展至中國其他地區及海外市場的能力。出口雞肉製品的產品分部包括生雞肉和深加工雞肉。許多中國雞肉出口商均重點關注生雞肉或深加工雞肉，若僅關注一種產品，則會對其未來經營構成風險。在全面一體化的雞肉出口商中，就出口收入及出口量而言，本集團於2018年在競爭者中均居首位，市場份額分別為8.6%及10.4%。就出口收入及出口量而言，五大參與者分別合共佔29.9%及28.7%的市場份額。

按銷售收入計的白羽雞肉市場規模由2015年的人民幣692億元增至2019年的人民幣831億元，過去五年的年複合增長率為4.7%。就長期而言，隨著需求增長及國內生產的恢復，預計從2019年至2024年市場將以10.1%的年複合增長率增長。由於近年來國內生產量下降，中國的雞肉出口額由2014年的1,610.3百萬美元減至2018年的1,574.8百萬美元，自2014年至2018年的年複合增長率為-0.6%。隨著國內生產的恢復，受雞肉單價上升的驅動，中國雞肉出口總額迅速增長，預計到2023年將達2,164.7百萬美元，年複合增長率為6.6%。

有關我們競爭優勢的詳情，請參閱上文「一 競爭優勢」。

有關我們於業務經營中遭遇的挑戰及威脅，請參閱「行業概覽」。然而，我們認為，上市將可增強我們的財務資源及鞏固我們的市場地位，使我們得以與國內及國外競爭對手進行競爭。

研究與開發

我們在家禽產業價值鏈上開展研究及開發活動，包括用於飼養肉雞的新技術和機器、新產品，特別是我們的即食食品和包裝。我們在山東、上海及東京運營三個研究機構。我

業 務

們的研發工作主要專注於在國內外擴大我們的產品供應，提高我們的質量控制技術及開發新的生產方法和技術。

我們的研發團隊包括45名成員且大多數成員接受過大專或以上教育。該團隊負責對飼料的組成及成份、飼養肉雞的效率、控制傳染病、雞肉製品的生產過程及產品開發進行研究。截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，我們產生的研發開支分別約為人民幣6.2百萬元、人民幣8.3百萬元、人民幣13.5百萬元及人民幣16.3百萬元。

新技術與機器

我們致力提供優質產品，且一貫注重研發工作。本集團或我們的僱員完成的研發項目載列如下：

- **雞糞發酵。**肉雞長成白羽肉雞離開肉雞場後，我們會讓雞糞在70°C以上溫度下發酵五天，以有效降低雞糞中的病原體和微生物濃度；
- **氣霧清洗雞舍設備。**我們使用專門的氣霧清洗雞舍設備清潔我們的種雞場和肉雞場，以增加每個肉雞場每年的週期數量，並確保廢水排放符合適用的中國法律和法規。使用該等清潔設備可用水量減少約80%；及
- **家禽屍體分解。**我們安裝了先進的地下分解設施，通過高壓蒸汽分解家禽屍體，有效減少空氣污染。

我們亦就多項研發項目與大學、政府機構及商業機構等其他機構訂有合作安排，包括(i)與當地政府合作，共同就飼料的組成及效率、肉雞副產品的加工、雞苗性別的確定、傳染病預防及控制、肉雞雞舍及生物污水過濾系統的設計進行研究；及(ii)與商業機構合作，改良我們的信息管理系統。

新產品

本集團認為，開發新產品種類以迎合不斷變化的消費模式、促進我們的業務增長及提高我們的創新能力及競爭力至關重要。我們投入資源進行研發、升級產品和加工技術。我們專門的產品開發中心最初於山東成立。

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度，我們分別推出47種、48

業 務

種、104種及64種新品(包括新口味)，均為深加工雞肉製品。以下為2018年及2019年推出的若干深加工雞肉製品新品的樣品圖：



優形蛋白棒



五更爐鹽焗雞



低溫即食雞腿



香菇肉餅

本集團的研發政策包括著重開發營養健康食品以及產品類別。我們的各產品開發項目主要包括以下關鍵步驟：

- 搜集有關市場發展的外界資料。我們的新產品研發以市場為導向。本集團關注國內外市場發展及技術更新，並積極參加國內外食品展銷會及展覽。
- 創建新食品原型及試嘗。一旦敲定可能的新食品，我們會生產原型並通過不斷改進潛在新食品的口味、產品組合和製備方法進行微調。
- 通過銷售團隊取得客戶反饋。我們的產品開發團隊與我們的銷售團隊密切合作，評估市場趨勢和消費者喜好，這對於我們確定新產品及研製其配方至關重要。本集團的銷售團隊獲得本集團客戶作出的反饋，並將該等資料轉達產品開發團隊，以改良生產方法、生產效率、產品質量及控制生產成本。董事認為，持續更新客戶喜好及口味將可維持本集團與客戶的關係，有利於本集團日後的發展。

上述研發工作使得我們能夠研究及持續跟進不斷變化的客戶喜好，以改善我們的產品口味。我們不斷改良產品的口味，比如根據客戶調查所收集的反饋資訊對調味醬及產品配比進行適度調整。該等反饋資訊向我們提供了有關客戶對我們產品的滿意度及預期的一手資料。我們亦對加工所需的時間進行測試及調整，比如根據不同產品採用燉或高溫蒸，以使各產品的味道最佳。

業 務

牌照及許可證

本集團需獲得以下主要牌照及許可證以開展業務及營運：

牌照／許可證	牌照／許可證持有人	頒發機構	頒發／備案日期	屆滿日期
種畜禽生產經營許可證 ⁽¹⁾	本公司	聊城市行政審批服務局	2017年10月26日至2020年3月5日	2020年10月25日至2023年3月4日
動物防疫條件合格證 ⁽²⁾	本公司	陽穀縣或東阿縣行政審批服務局	2019年4月11日至2019年4月25日	不適用
糧食收購許可證	本公司	陽穀縣行政審批服務局	2019年3月13日	2022年3月12日
飼料生產許可證 ⁽³⁾	本公司	山東省畜牧獸醫局	2018年4月24日至2018年9月5日	2023年4月23日至2023年9月4日
取水許可證 ⁽⁴⁾	本公司	東阿縣水務局、陽穀縣水務局或陽穀縣行政審批服務局	2018年1月8日至2019年9月1日	2022年4月27日至2024年8月31日
對外貿易經營者備案登記表	本公司	陽穀縣商務和投資促進局	2018年11月30日	不適用

業 務

牌照／許可證	牌照／ 許可證 持有人	頒發機構	頒發／備案日期	屆滿日期
海關報關單位註冊登記證書	本公司	濟南海關駐聊城辦事處	2018年12月11日	不適用
安全生產標準化證書	本公司	山東省安全生產監督管理局	2018年6月19日	2021年6月
排污許可證 ⁽⁵⁾	鳳祥食品發展	聊城市生態環境局	2018年12月14日	2021年12月13日
食品生產許可證	鳳祥食品發展	聊城市食品藥品監督管理局	2016年6月8日	2020年12月30日
食品經營許可證	鳳祥食品發展	聊城市食品藥品監督管理局	2017年3月9日	2022年3月8日
清真證書	鳳祥食品發展	中國山東省伊斯蘭教協會	2019年7月26日	2022年7月25日
出口食品生產企業備案證明 ⁽⁶⁾	鳳祥食品發展	山東出入境檢驗檢疫局	2016年3月21日至2020年1月16日	2024年4月7日至2070年12月31日
海關報關單位註冊登記證書	鳳祥食品發展	濟南海關駐聊城辦事處	2016年7月19日	不適用
安全生產標準化證書	鳳祥食品發展	山東省安全生產監督管理局	2018年6月19日	2021年6月
指定熱處理設施	鳳祥食品發展	日本農森水產大臣	不適用	不適用
出口食品生產企業備案證明 ⁽⁶⁾	鳳祥實業	山東出入境檢驗檢疫局	2017年9月11日至2020年1月16日	2021年9月10日至2070年12月31日

業 務

牌照／許可證	牌照／ 許可證 持有人	頒發機構	頒發／備案日期	屆滿日期
食品生產許可證	鳳祥實業	聊城市食品藥品監督管理局	2018年2月13日	2023年2月12日
食品經營許可證	鳳祥實業	陽穀縣工商行政管理局	2017年3月9日	2022年3月8日
清真證書	鳳祥實業	中國山東省伊斯蘭教協會	2018年12月11日	2021年12月10日
動物防疫條件合格證	鳳祥實業	陽穀縣行政審批服務局	2019年8月8日	不適用
飼料生產許可證	鳳祥實業	山東省畜牧獸醫局	2019年2月14日	2024年2月13日
對外貿易經營者備案登記表	鳳祥實業	陽穀縣商務和投資促進局	2017年1月18日	不適用
海關報關單位註冊登記證書	鳳祥實業	濟南海關駐聊城辦事處	2016年5月17日	不適用
安全生產標準化證書	鳳祥實業	山東省安全生產監督管理局	2018年6月19日	2021年6月
排污許可證 ⁽⁵⁾	鳳祥實業	聊城市生態環境局	2018年12月14日	2021年12月13日

業 務

牌照／許可證	牌照／許可證 持有人	頒發機構	頒發／備案日期	屆滿日期
印刷經營許可證	鳳祥實業	聊城市文化廣播新聞出版局	2019年8月16日	2021年3月31日
全國工業產品生產許可證	鳳祥實業	山東省質量技術監督局	2019年8月27日	2024年8月26日
國外屠宰場批文	鳳祥實業	馬來西亞獸醫局	不適用	不適用
排污許可證	興文天養	宜賓市環境保護局	2018年11月9日	2021年11月8日
食品經營許可證	興文天養	興文縣食品藥品監督管理局	2017年11月8日	2022年11月7日
種畜禽生產經營許可證	興文天養	四川省農業廳	2018年8月6日	2021年8月5日
動物防疫條件合格證 ⁽²⁾	興文天養	興文縣畜牧水產局	2017年12月5日至 2018年6月21日	不適用
食品生產許可證	禹城鳳鳴	德州市食品藥品監督管理局	2018年5月28日	2023年5月27日
食品經營許可證	鳳祥食品	陽穀縣食品藥品監督管理局	2019年7月4日	2021年4月5日
山東省肥料正式登記證 ⁽⁷⁾	陽穀祥雨有機肥	農業部	2017年8月31日至 2018年2月12日	2022年8月至 2023年2月

業 務

牌照／許可證	牌照／ 許可證 持有人	頒發機構	頒發／備案日期	屆滿日期
肥料登記證 ⁽⁸⁾	陽穀祥雨 有機肥	農業部	2019年7月8日	2024年7月
安全生產標準化證書 ⁽⁹⁾	陽穀金鳳 彩印包裝 有限公司	山東省安全生 產監督管理局	2018年6月19日	2021年6月

附註：

- (1) 於最後可行日期，本公司獲得了21份種畜禽生產經營許可證。
- (2) 於最後可行日期，本公司及興文天養分別獲得了70份及3份動物防疫條件合格證。
- (3) 於最後可行日期，本公司獲得了兩份飼料生產許可證。
- (4) 於最後可行日期，本公司獲得了三份取水許可證。
- (5) 於最後可行日期，鳳祥食品發展及鳳祥實業分別獲得了四份及兩份排污許可證。
- (6) 於最後可行日期，鳳祥食品發展及鳳祥實業均已獲得兩份出口食品生產企業備案證明。
- (7) 於最後可行日期，陽穀祥雨有機肥已獲得三份山東省肥料正式登記證。
- (8) 於最後可行日期，陽穀祥雨有機肥已獲得兩份肥料登記證。
- (9) 於2019年6月，陽穀金鳳彩印包裝有限公司被鳳祥實業合併。根據陽穀縣應急管理局頒發的一份日期為2019年7月26日的證明，基於所述合併，安全生產標準化證書於其有效期內可繼續使用。

據中國法律顧問告知，本集團於往績記錄期間及直至最後可行日期在中國獲得業務和營運所需的所有重要批文、許可證、同意、牌照及註冊，且其於最後可行日期均屬有效。據日本法律顧問告知，本集團獲得於往績記錄期間及直至最後可行日期將本集團雞肉製品從中國出口至日本以及日本鳳祥自其於2017年12月28日註冊成立直至最後可行日期的業務營運(主要包括食品研發)所需的所有批文、許可證、同意、牌照及註冊，且其於最後可行日期均屬有效。除上文所披露者外，據中國法律顧問告知，本集團可根據適用程序在牌照及許可證到期後提交相關的續期申請，且董事確認，於最後可行日期，本集團申請上文所載的批文、許可證、同意、牌照及註冊續期不會有重大法律障礙。我們將於各屆滿日期前申請牌照及許可證續期。除本招股章程所披露者外，於往績記錄期間，本集團並無遭遇任何被拒絕申請經營所需牌照續期的情況。

據中國法律顧問告知，於往績記錄期間，本集團已在所有重大方面遵守適用於我們雞肉製品的《中華人民共和國食品安全法》。

業 務

獎項及證書

經過多年的發展，我們的產品及營運已完成多個里程碑，我們已獲得多個獎項及證書，概述如下：

獎項／證書	頒獎／頒發機構	頒發日期	屆滿日期
中國肉類產業最具價值品牌	中國肉類協會	2012年10月	不適用
山東老字號(五更爐)	山東省商務廳	2014年3月	不適用
農業產業化國家重點龍頭企業	中華人民共和國農業部	2014年9月	2020年12月
出口食品「三同」示範企業	國家品質監督檢驗檢疫總局進出口食品安全局	2016年11月	不適用
2016年度最佳養殖表現獎	Cobb-Vantress, Inc.	2017年1月	不適用
中國肉類食品行業強勢企業	中國肉類協會	2017年10月	2020年9月
2017中國食品七星創新獎	新華網	2017年11月	不適用
國家知識產權優勢企業	國家知識產權局	2017年12月	2020年11月
2017年度最佳工廠質量綜合績效獎	百勝中國控股有限公司	2017年12月	不適用
科寶冠軍 — 2017年公司雞平均生產數量卓越表現	Cobb-Vantress, Inc.	2018年7月	不適用
體育 — 訓練局國家隊運動員備戰保障產品	國家體育總局訓練局	2020年5月	2021年5月
2018年度品質管制卓越獎	百勝控股有限公司	2018年6月	不適用
京東生鮮農場(白羽雞指定養殖基地)	北京京東世紀信息技術有限公司	2018年8月	不適用
2018中國肉類食品行業先進企業 — 影響力品牌	中國肉類協會	2018年9月	不適用

業 務

獎項／證書	頒獎／頒發機構	頒發日期	屆滿日期
食安肉類品牌產品	山東省肉類協會	2018年11月	2021年11月
科寶冠軍 — PS晚羽性卓越表現	Cobb-Vantress, Inc.	2019年3月	不適用
肉雞無高致病性禽流感小區	中華人民共和國農業 農村部	2019年5月8日	不適用

僱員

於最後可行日期，我們有7,880名直接受僱於我們的僱員，其中在中國僱用7,878名僱員且兩名僱員位於日本。下表載列於最後可行日期我們按職能劃分的僱員明細：

職能	僱員總數
生產.....	6,923
質量控制、研發及工程.....	380
銷售及營銷.....	244
財務、人力資源及行政.....	333
合計.....	<u>7,880</u>

僱員薪酬待遇包括薪金、獎金及津貼。按照中國法規規定，我們參加由相關地方政府機構運作的社會保險計劃，並為部分僱員設立強制性養老金供款計劃並投購醫療保險、工傷保險、失業保險及生育險。我們亦為部分僱員支付住房公積金供款。

當我們作出僱傭決定時，會考慮業務策略、發展計劃、行業趨勢和競爭環境等因素。我們基於僱員的工作經驗、教育背景及職位空缺需求等眾多因素來聘請僱員。我們致力於吸引並留住適當和合適的人員來為本集團服務。

我們向僱員提供繼續教育及培訓課程，以提高其技能及發揮其潛能。我們亦採納評估計劃，據此，僱員可收到反饋意見。我們通過提供多種員工福利及個人發展支持來促進牢固的僱員關係。我們於中國的附屬公司已根據適用中國法律成立工會。我們毋須遵守任何集體談判協議。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無遭遇任何重大勞資糾紛或索賠。

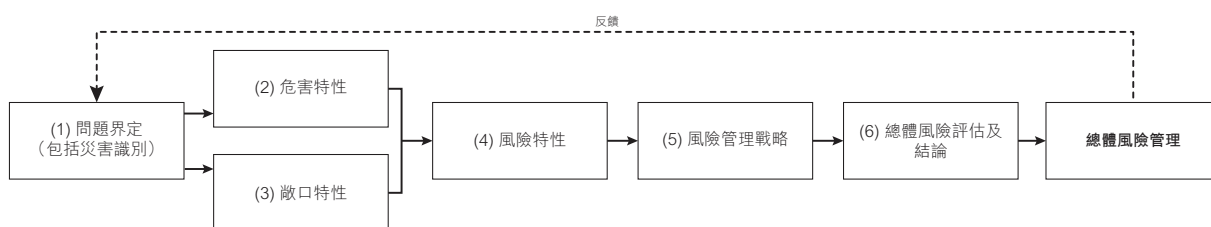
環境保護

我們須遵守中國國家及地方環保法律法規，包括但不限於《中華人民共和國環境保護法》、《中華人民共和國水污染防治法》及《中華人民共和國大氣污染防治法》，尤其是關於我

們屠宰加工設施所產生污水的處理的環保法規，而我們須接受監管機構關於遵守該等法律法規的年檢。倘我們未能遵守適用的中國環境保護法律法規，可能會帶來嚴重後果，包括行政、民事及刑事處罰、損害賠償責任以及負面報導。此外，該等未能遵守或被指控未遵守有關環境保護的相關中國法律、法規或政府政策，可能會導致費用高昂的訴訟或受到相關司法或政府部門的處罰。我們注重環保，並努力將我們業務運營對環境的影響降至最低。於往績記錄期間，本集團未因違反有關環境保護的中國法律或法規而受到重大行政處罰。

環境風險評估

我們具備環境風險評估系統，使我們可評估我們的業務對環境產生危害的可能性，我們將於上市後採用某個系統披露環境相關資料。這包括在採取預防措施以降低風險前對潛在危害及影響進行描述。我們按以下六個步驟進行環境風險評估：



為符合針對不同污染物的環保要求，我們採取了以下環保措施：

- 污水。我們的營運產生污水，及排放煙塵、二氧化硫以及包括使用過的包裝材料及雞部位等其他廢棄材料。我們已根據相關中國法律法規在我們的屠宰加工設施安裝了污水處理系統。污水系統可於處理前過濾污水。該系統亦與當地政府的指定污水處理網絡連接。我們亦安裝帶有過濾設備的渦輪機，以降低大氣中煙塵的排放。其他廢料由本集團收集並由當地政府的環保部門運輸至堆填區。
- 死雞。我們安設先進的地下分解設施，以環保方式分解死雞。死雞將集中運送至指定的分解設施，並在此進行高壓蒸汽處理。該無害的分解方法有效減少空氣污染。
- 雞糞。就我們於地養雞舍中飼養的肉雞而言，雞隻離開肉雞場後，我們會讓雞糞在70°C以上溫度下厭氧發酵五天，以有效降低雞糞中的病原體和微生物濃度。就採用籠養系統的肉雞場所產生的雞糞而言，雞糞被運輸至我們的有機肥料廠進行發酵。我們的禽類糞便管理也有助於減少空氣污染物排放。

業 務

截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度各年，本集團就環境事宜的開支(包括遵守適用規則及規例所耗成本)分別約為人民幣5.2百萬元、人民幣4.4百萬元、人民幣4.9百萬元及人民幣10.3百萬元。董事預計截至2020年12月31日止年度用以遵守適用規則及規例的成本約為人民幣8.5百萬元。

於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們並無遭遇任何違反有關適用環保法律法規的重大問題，亦無收到客戶或公眾就環保問題作出的任何投訴。董事認為，在任何重大方面並無任何環保法律法規可能對我們的生產造成影響。中國法律顧問確認，於往績記錄期間，我們在所有重大方面均符合中國的適用環保法律法規。

動物福利

我們通過於繁殖及屠宰過程中採用內控程序來尋求對種雞及肉雞身心健康的保護。具體而言，我們於以下方面確保種雞及肉雞的健康：

- 飼料。為我們的種雞及肉雞提供安全優質的飼料：
 - 我們不在飼料中添加許多國家禁止的抗生素。
 - 選擇適當類型和數量的飼料，並根據種雞及肉雞在不同發育階段的營養需求，餵給種雞及肉雞。為確保種雞及肉雞攝入足夠的營養並改善其健康狀況，我們根據其生長階段專門定制飼料配方。
 - 我們已在各種雞及肉雞場安裝自動化飼料餵養設施，其在規定時間以機械方式運送飼料，以滿足種雞及肉雞的餵養需求並保證飼料的新鮮度。飼料在專用卡車的封閉隔間內運輸，運輸時飼料被遮蓋，以減輕在運輸途中的污染風險。
- 生活條件。我們為種雞及肉雞提供乾淨舒適的全自動生活環境，具體而言：
 - 我們在已按照溫度、濕度及通風的規定標準進行設計和建造的種雞及肉雞場中飼養種雞及肉雞，並通過遠程控制實時數據信息系統對環境進行監測，以確保生活環境適合不同發育階段種雞或肉雞的需要。我們有一個內置的通風系統，以確保空氣新鮮及保持風速相對平穩，以適合種雞及肉雞的生活需要。有關最佳飼養環境的詳情，請參閱本節「質量保證—種雞及肉雞品質控制」。
 - 我們確保肉雞的生長環境可使其符合自然本能及行為，包括足夠的活動空間及充足的棲息空間，平均容量介乎每平方米12.5至20.0隻，同時有足夠的飼料和水。

業 務

- 我們確保我們雞籠底部的鐵絲網眼不會傷害到肉雞的腳，我們的雞籠及相關工具均無可能會傷害到肉雞的鋒利部分，從而為肉雞創造一個安全的生活環境。
- 我們提供適當的供暖設備進行通風並使種雞及肉雞在冬季保持溫暖，以便其享受舒適的生活環境。

我們為我們的肉雞提供衛生的生活環境。肉雞離開地養肉雞場後，我們會將雞糞厭氧發酵五天，以降低雞糞中病原體及微生物的濃度。就我們採用籠養系統的肉雞場而言，雞籠的底開式設計使雞糞直接從雞籠掉落並解決垃圾問題。我們每天將雞糞從我們的籠養系統運輸到我們的有機肥料廠進行發酵。

- 水。為我們的種雞及肉雞提供充足的潔淨水：
 - 我們為種雞及肉雞提供足夠數量的飲水器，並記錄每隻種雞及肉雞每天消耗的水量。
 - 我們定期監測水質，以確保水的安全及符合中國牧畜飲用水國家標準。
- 總體健康。為管理種雞及肉雞的整體健康：
 - 我們通過24小時遠程控制實時數據信息系統及不時進行現場檢查，積極監控種雞及肉雞的健康，尤其是雞籠頂部和底部的肉雞。
 - 我們對用於治療種雞及肉雞的獸藥的採購、儲存及使用均嚴格遵守《獸藥管理條例》、《關於禁止在飼料和動物飲用水中使用的藥物品種目錄》及其他相關法律法規以及我們的內部政策及程序。我們在養殖過程中嚴格控制獸藥的使用。計及有關法律法規及行業最佳慣例後，為防止使用禁用藥及我們雞肉製品中出現藥物殘留，我們在養殖過程中制定並不斷更新准許使用的獸藥清單及其各自的停藥期(即使用一種藥物後為確保自肉雞生產的雞肉製品中所含藥物殘留量低於最高殘留限量的必要期間)。我們的生產人員嚴格執行有關停藥期的規定，在養殖過程中記錄獸藥的使用情況，並根據有關藥物的停藥期終止獸藥的使用。
 - 我們已安裝先進的地下分解設施以分解死雞，並使用先進的設備以環保方式發酵雞糞，以避免臭氣散發。詳情請參閱本節「一 環境保護」。
- 屠宰。為避免不必要的痛苦及煎熬：
 - 我們嚴格遵守伊斯蘭屠宰儀式，以確保按照伊斯蘭法律以人性化的方式處理肉雞。

業 務

- 為使肉雞在屠宰前安靜下來，我們會為屠宰平台蓋上黑布，以最大程度減少外界光照並減小過度噪音。
- 在擊暈肉雞前，我們會懸掛肉雞足夠長的時間，以使彼等平靜放鬆。這優化了擊暈效果，從而使得肉雞在整個屠宰及放血過程處於無意識狀態，最大程度減少痛苦。有關屠宰過程的詳情，請參閱上文「一 生產—屠宰加工」。

職業健康與安全事宜

我們遵守勞動、安全和工作相關事件的相關中國法律法規。根據該等法律法規，我們須維持安全生產條件，並保障我們僱員的職業健康。我們根據中國相關法律法規實施生產安全管理政策及安全措施，包括調查程序、向管理層匯報及發生事故時的整改活動。我們的僱員須遵循相關程序。

於2018年10月，我們獲得了職業健康與安全管理證書。於往績記錄期間及直至最後可行日期，並無發生涉及任何嚴重人身傷害或重大財產損害的重大事件。據中國法律顧問告知，於往績記錄期間，我們在所有重大方面均遵守與中國安全生產監管規定相關的所有適用中國法律法規，且不存在對我們的財務狀況或業務營運造成重大不利影響的任何安全生產事宜有關的任何處罰或爭議。

董事亦認為，現時採取的生產安全措施符合本集團所從事行業的市場慣例。

保險

我們已就財產損害對其物業及固定資產、生產設施及設備購買了綜合保險。我們亦按照中國有關法律法規的規定為部分僱員繳納社會保障保險。我們並未就國內和出口銷售購買產品責任保險保障，該保險在中國並非強制購買。我們依賴嚴格的質量控制來限制我們的產品責任風險。考慮到(i)我們嚴格的質量控制程序；(ii)我們通過獲得相關健康和食品安全批文、證明書、註冊或任何其他法律規定的文件，於所有重要方面在中國及我們產品出口的目的地國家遵守適用於我們的相關法律法規；及(iii)中國目前可購買的保險保障類型有限，因此，董事得出的結論是，購買產品責任保險保障的成本超過我們能從該保險保障中獲得的利益。董事認為這與本集團所屬行業在中國的一般做法一致。

董事認為，我們已為我們的業務及營運購買足夠保險。

法律程序

於往績記錄期間及直至最後可行日期，概無針對本集團或任何董事的未決或威脅提起的可對本集團財務狀況或經營業績產生重大不利影響的訴訟或仲裁。

物業

我們的總辦事處及生產設施(包括白羽肉雞的種雞場、孵化場、肉雞場、飼料加工廠、屠宰加工廠)位於山東不同地點。我們的四川山地烏骨雞的生產設施位於四川。我們亦有三個研究機構，分別位於山東、上海及東京。

自有物業

於最後可行日期，我們在中國擁有總面積約為889,781.9平方米的38幅地塊，以及總建築面積約為316,076.48平方米的31棟建築或單元。上述所有物業均用作《上市規則》第5.01(2)條所界定的非物業活動。根據仲量聯行企業評估及諮詢有限公司編製的物業估值報告，於2020年3月31日，我們物業權益的總市值約為人民幣776.2百萬元。於2020年3月31日，仲量聯行企業評估及諮詢有限公司已對我們所擁有的物業進行估值。由仲量聯行企業評估及諮詢有限公司發出的函件及估值報告全文載列於「附錄三一物業估值」。

業 務

土地使用權

於最後可行日期，我們已為我們擁有的38幅地塊取得適當的土地使用權證，總佔地面積約為889,781.9平方米，其中12幅地塊已被抵押。下表載列我們土地使用權的概要：

序號	土地使用權 擁有人	地塊 數量	位置	總佔地面積 (平方米)	現有用途	到期日
1	本公司	12	山東省陽穀縣 壽郭路西及安 樂鎮	204,337.81 (其中40,053 為共用)	工業及 辦公用地	2045年12月26日至 2070年2月18日
2	鳳祥食品 發展	8	山東省陽穀縣 安樂鎮	282,042.09 (其中134,380 為共用)	工業用地	2046年5月28日至 2070年3月30日
3	鳳祥實業	5	山東省陽穀縣 安樂鎮	375,598 (其中263,998 為共用)	工業用地	2045年12月26日至 2059年12月30日
4	陽穀祥雨 有機肥	2	山東省陽穀縣 閭樓鎮	316,000 (共用)	工業用地	2056年12月26日
5	禹城鳳鳴	9	山東省禹城市	28,939 (其中25,757 為共用)	工業用地	2050年6月6日至 2062年9月24日
6	鳳祥食品	2	山東省陽穀縣 安樂鎮	80,107	工業用地	2066年9月22日至 2067年7月16日

業 務

樓宇

於最後可行日期，我們於中國擁有31幢樓宇，總建築面積約為316,076.48平方米，其中十幢樓宇已抵押。下表載列我們所佔用的樓宇的概要：

序號	樓宇使用方	樓宇數量	位置	總建築面積 (平方米)	現有用途
1	本公司	10	山東省陽穀縣安樂鎮	54,763.95	工業及辦公
2	鳳祥食品 發展	6	山東省陽穀縣壽郭路西及安樂鎮	115,267.19	工業、廠房 及車間
3	鳳祥實業	5	山東省陽穀縣安樂鎮	108,088.25	工業用房
4	陽穀祥雨 有機肥	2	101省道西側	29,843.58	工業用房
5	禹城鳳鳴	8	山東省陽穀縣閭樓鎮	8,113.51	工業用房

我們尚未獲得四棟建築面積約為1,144.72平方米的樓宇的房屋所有權證。該等樓宇用作我們的僱員的臨時非生產設施(如餐廳及宿舍)。董事認為，房屋所有權證缺失不會影響該等樓宇的安全狀況或本集團於該等樓宇內進行的活動，且該等房屋所有權證缺失將不會對本集團收購該等樓宇的成本造成任何重大影響。根據適用的中國法律法規，在我們獲得相關房屋所有權證之前，本集團不得合法轉讓、抵押或另行處置該等物業。根據適用的中國法律法規，本集團可能會被要求拆除該等臨時設施。我們已向有關政府部門申請該等其餘樓宇的房屋所有權證，我們預計於2020年7月底之前獲得該等房屋所有權證。於最後可行日期，本集團尚未收到有關政府部門拆除該等設施的任何通知。董事認為，該等臨時設施僅佔本集團價值的一小部分，對我們的營運並無任何重大影響。

控股股東已承諾就本集團因物業相關不合規事件而產生或與之相關的所有罰款及處罰向本集團作出彌償。有關控股股東所作的彌償保證，請參閱「附錄七 — 法定及一般資料 — G.其他資料 — 7.稅項及其他彌償保證」。

業 務

租賃土地

於最後可行日期，我們在中國租賃134塊土地，總面積約8,481.94畝。下表載列我們所租賃地塊的租賃安排概要：

序號	承租人	地塊數量	位置	租賃面積(畝)	租賃期限	租賃到期日
1	本公司	123	山東省陽穀縣	8,249.4	20至50年	2033年11月14日至 2070年1月19日
2	興文天養	11	四川省興文縣	232.54	12至50年	2029年7月13日至 2066年8月30日

租賃物業

於最後可行日期，我們在中國及日本已租賃若干物業，總建築面積約為4,920.23平方米。下表載列本集團在中國及日本租賃的物業：

序號	承租人	位置	租賃面積(平方米)	現有用途	租賃期限	租賃到期日
1	興文天養	興文縣太平苗族工業園區九天物流園區	370.0	工廠	六個月	2020年12月31日
2	鳳祥食品	東城區建國門內大街9號北京國際飯店主樓第12樓45-58號房間	770.0	辦公樓	八年	2027年1月7日
3	本公司	國家級祥光生態工業園區東區新鳳祥大廈8層	1,409.2	辦公樓	一年	2020年12月31日
4	興文天養	興文縣太平苗族工業園區興文縣飛龍食品有限責任公司辦公大樓西側	1,600.0	加工及屠宰廠	一年	2020年12月30日
5	鳳祥食品發展	上海市長寧區楊宅路255號5幢A座	614.0	辦公樓	四年	2022年6月27日
6	日本鳳祥	日本東京品川區西五反田2-11-20五反田磚樓地下室一層	157.03	辦公樓	兩年	2022年3月31日

根據適用的中國法律法規，物業租賃合約須於中國建設(房地產)主管部門的地方分支機構登記。於最後可行日期，我們尚未於中國登記全部五份租賃協議。中國法律顧問已告知我們，未登記該等租賃不會影響此類租賃在中國法律下的有效性或可強制執行性，並且中國法律顧問還告知我們，未登記各租賃協議可被處以最高人民幣10,000元的罰款。與我們租賃有關的估計最高罰款總額為人民幣50,000元。於最後可行日期，我們正在糾正上述未登記事項，且我們並未因未登記任何租賃協議而遭受任何監管部門的罰款，亦未面臨與該等未登記事項有關的任何重大申索。

業 務

除上文所披露者外，於最後可行日期，本集團並無任何其他物業權益。董事確認，於2019年12月31日，概無構成本集團非物業活動一部分的單一物業權益的賬面值為綜合資產總值的15%或以上。董事認為，樓宇及使用權資產主要指本集團的生產設施(包括種雞及肉雞場)及辦事處所在土地及樓宇，對本集團的整體業務至關重要。在考慮本集團物業權益的重要性的過程中，本公司及獨家保薦人計及聯交所發佈的常問問題系列十五、常問問題編號十所載因素，即物業權益(合計)用於本公司的主要業務，而主要業務構成本公司收入的重大部分。有關本集團物業估值的詳情，請參閱本招股章程附錄三的「物業估值」，物業估值提供有關本集團活動、資產與負債、財務狀況、管理及前景以及其利潤和虧損的其他資料。

知識產權

於往績記錄期間，本集團的雞肉製品乃以「鳳祥食品(Fovo Foods)」、「優形(iShape)」及「五更爐(Wu Genglu)」商標銷售。於最後可行日期，我們已(i)分別在中國及香港註冊13項及三項重大商標；(ii)在中國獲授61項重大專利；(iii)在香港有一項待決商標申請；及(iv)在中國有16項待決專利申請。該等商標有效期為10年，獲授的發明專利和獲授的實用新型專利有效期自各自申請日期起計分別為期20年和10年。該等商標和專利對本集團至關重要，故已經及將會於中國就商標和專利的續期向相關機構提出申請。

董事認為，上述商標和專利於相關日期屆滿時在中國申請續期並無法律障礙。詳情請參閱「附錄七一法定及一般資料—C.有關業務的其他資料—2.知識產權」。

於最後可行日期，我們並不知悉與我們任何知識產權相關的任何重大侵權或任何待決或遭威脅提起的申索，或者就知識產權之重大侵權針對我們的任何待決或遭威脅提起的申索。董事認為，我們已採取合理的措施以防止我們的知識產權遭受任何侵權行為。

監管合規

於往績記錄期間，除上文「一 牌照及許可證」所披露者外，董事確認，本集團已於中國取得開展業務及營運所需的所有重要批文、許可證、同意、牌照及註冊，目前均處於有效期。於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們於中國監管機構的常規審查中並無遇到問題，營運所需牌照的重續申請也未遭受任何拒絕。據中國法律顧問告知，除本招股章程所披露者外，於往績記錄期間及直至最後可行日期，我們在中國的業務並無嚴重違反適用法律法規的情況。據日本法律顧問告知，自日本鳳祥註冊成立以來及直至最後可行日期，日本鳳祥的業務營運(主要包括食品研發)並未違反任何適用的日本法律法規。

未能在中國作出足額社會保險金供款及住房公積金供款

於往績記錄期間，本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥、鳳祥食品、禹城鳳鳴及興文天養未能為若干僱員悉數繳納社會保險金及住房公積金供款，未完全遵守《中華人民共和國社會保險法》(「《社會保險法》」)及《住房公積金管理條例》(「《住房公積金條例》」)之條文。

我們估計，截至2016年、2017年、2018年及2019年12月31日止四個年度的社會保險金及住房公積金供款差額分別約為人民幣28.9百萬元、人民幣26.7百萬元、人民幣29.6百萬元及人民幣9.7百萬元。

我們的不合規主要由於若干僱員為外來務工人員及／或來自農村地區，且該等外來務工人員／農民工已在其家鄉登記了住所。董事認為，該等外來務工人員具有較高的流動性且聲明其已經在家鄉繳納社會保險金供款。相關地方政府部門對農民工的社會保險及住房公積金供款計劃有不同的慣例。此外，部分僱員拒絕繳納僱員部分社會保險及住房公積金供款，若無彼等的供款，本集團無法悉數繳納供款。

法律後果

根據《社會保險法》及據中國法律顧問告知，企業有義務向地方社會保險經辦機構申請社會保險登記，並根據僱員的實際收入代其繳納保費。若企業未能按時或悉數繳納社會保險保費，主管部門將會要求企業在限期內結清未繳款項，並自逾期付款之日起處以每天0.05%的逾期罰款。若限期內仍未結清逾期款項，則處以未繳款項一至三倍的額外罰款。

根據《住房公積金條例》及據中國法律顧問告知，企業必須在住房公積金主管中心登記，並在銀行開設僱員住房公積金存款賬戶。僱主須代其僱員按時及悉數繳納住房公積金。未能悉數繳納的僱主或會被處以罰款且責令於限期補足差額，且公積金管理中心可針對限期屆滿後仍未能遵守的企業向人民法院申請強制執行。

於最後可行日期，我們尚未收到上述中國監管部門或其他主管部門的任何通知或要求，責令我們繳納追溯性付款或社會保險金及住房公積金供款的任何付款差額。我們亦未發現任何僱員提出控告或要求繳納社會保險或住房公積金供款。

業 務

就本集團若干成員公司未能在中國作出足額社會保險金供款及住房公積金供款而言，我們已採取下列整改措施：

社會保險金供款

於2020年3月3日，陽穀縣人力資源和社會保障局(「陽穀社保局」)及陽穀縣醫療保障局(「陽穀醫保局」)(即中國法律顧問確認的主管部門)已各自發出確認函，確認於往績記錄期間及直至該等確認的日期，本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥及鳳祥食品均未違反任何與勞動保護有關的法律、措施及法規，且概無因不合規事件對本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥及鳳祥食品施加行政處罰。陽穀社保局及陽穀醫保局均亦確認(i)其不會處以罰款或要求繳納未繳供款；(ii)其並未收到本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥及鳳祥食品的僱員提出補足有關差額的任何要求；及(iii)倘任何上述僱員要求繳納社會保險金供款，其將要求該僱員提供有關判決，因此，有關部門要求本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥及鳳祥食品繳納社會保險金供款差額的可能性較小。

於2020年3月4日，禹城市人力資源和社會保障局及禹城市醫療保障局(即中國法律顧問確認的主管部門)已各自發出確認函，確認於往績記錄期間及直至該確認函日期，禹城鳳鳴並未違反任何與勞動、社會保險、醫療保險及生育保險有關的法律、措施及法規，且概無因不合規事件對禹城鳳鳴施加行政處罰。

於2020年3月4日，興文縣社會保險局和興文縣醫療保障局(即中國法律顧問確認的主管部門)已各自發出確認函，確認自興文天養成立之日起直至有關確認函日期，興文天養並未違反任何與勞動和社會保障以及醫療保險有關的法律、措施及法規，且概無因不合規事件而對興文天養施加行政處罰。

住房公積金供款

於2020年3月4日，聊城市住房公積金管理中心陽穀縣管理部(「聊城住房公積金中心」)(即中國法律顧問確認的主管部門)已發出確認函，確認於往績記錄期間及直至該確認函日期，本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥及鳳祥食品並未違反任何與住房公積金供款有關的法律、措施及法規，且本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有

業 務

機肥及鳳祥食品各公司並未因不合規而受到行政處罰。聊城住房公積金中心亦確認(i)其不會處以罰款或要求支付未繳納的供款；(ii)其並未接到本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥及鳳祥食品的僱員補繳的要求；及(iii)倘有任何僱員要求公司繳納住房公積金供款，其將要求該僱員提供有關判決，因此，有關部門要求本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥及鳳祥食品支付社會保險金供款差額的可能性較小。

於2020年3月4日，德州市住房公積金管理中心禹城市管理部(「德州住房公積金中心」)(即中國法律顧問確認的主管部門)已發出確認函，確認於往績記錄期間及直至該確認函日期，禹城鳳鳴並未違反任何與住房公積金供款有關的法律、措施及法規，且禹城鳳鳴未因不合規而受到行政處罰。德州住房公積金中心亦確認(i)其不會處以罰款或要求支付未繳納的供款；(ii)其並未接到禹城鳳鳴僱員補繳的要求；及(iii)倘有任何僱員要求公司繳納住房公積金供款，其將要求該僱員提供有關判決，因此，有關部門要求禹城鳳鳴支付住房公積金供款差額的可能性較小。

於2020年3月4日，宜賓市住房公積金管理中心興文縣管理部(即中國法律顧問確認的主管部門)已確認自興文天養成立起及直至該確認函日期，興文天養並未違反任何與住房公積金供款有關的法律、措施及法規，且概無因不合規事件對興文天養施加行政處罰。

基於上述理由且據中國法律顧問告知，董事認為，本公司、鳳祥食品發展、鳳祥實業、陽穀祥雨有機肥、鳳祥食品、禹城鳳鳴及興文天養各自的社會保險及住房公積金供款不合規事件將不會對本集團的經營及財務狀況產生重大不利影響。

內控及補救措施

我們已經採用以下持續措施：

- 我們委聘內部控制顧問就上述不合規事件對我們的內部控制措施進行評估，並採納有關內部控制顧問提出的建議；
- 本公司將繼續定期與當地政府相關部門進行溝通，並(如必要)就按相關政府部門批准的費率計算社會保險及住房公積金供款的適用基準來諮詢中國法律顧問，並且相關供款政策應根據該等諮詢結果予以更新；

業 務

- 我們已且將繼續向僱員提供有關社會保險及住房公積金供款合規要求及相關法律法規的定期培訓；
- 我們已根據相關中國法律法規就社會保險及住房公積金供款制定內部控制政策並已向我們的僱員分發及已開始實施相關政策。我們還委派我們的人力資源職員定期了解有關社會保險及住房公積金供款的中國法律法規的最近發展，及更新相關內部控制政策；及
- 我們已委派我們的人力資源職員監督薪水及供款金額的付款狀況並編製月報，該月報將由獨立人員審核，按相關政府部門批准的費率計算社會保險及住房公積金供款。

本集團亦一直在培養及教育其外來／農村僱員，使彼等了解確保其社保權利的必要性及重要性，並一直鼓勵彼等繳納社會保險及住房公積金供款以改善本集團在中國的社會保險及住房公積金供款狀況。

為保護拒絕繳納社會保險及住房公積金供款的外來／農村僱員的社保權利，本集團一直向選擇參與城鄉居民基本醫療保險及城鄉居民基本養老保險計劃（統稱「**城鄉醫療和養老保險**」）的僱員（該等僱員自願放棄或拒絕繳納社會保險及住房公積金供款）提供補償，該等保險計劃均為山東省根據國務院分別於2016年及2014年發佈的指導意見設立的保險計劃，包括醫療及養老保險。

僱主在收到其外來／農村僱員提供的報銷發票後，全額承擔有關費用，無需僱員承擔。董事認為，本集團的外來／農村僱員參與城鄉醫療和養老保險計劃更加符合僱員的實際需求。儘管現有中國法律法規並無條文規定參與城鄉醫療和養老保險可以取代社會保險和住房公積金供款，但本集團正在盡最大努力通過為外來／農村僱員安排繳納城鄉醫療和養老保險來補足社會保險供款。基於本集團所有僱員在經本公司培養及鼓勵後均願意繳納社會保險及住房公積金供款的假設，本公司預計將於2020年12月31日或之前為本集團所有僱員繳納社會保險及住房公積金供款，以符合適用中國法律法規。倘本集團僱員堅持拒絕就社會保險及住房公積金作出供款，本集團計劃將於上市後兩至三個財政年度內分階段替換該等僱員，以降低對本集團業務運營的影響。

此外，控股股東已承諾就本集團因上述不合規事件而產生或與之相關的所有罰款及處罰（包括直至上市日期社會保險金及住房公積金供款的任何短缺）向本集團作出彌償。有關

控股股東所作的彌償保證，請參閱「附錄七 — 法定及一般資料 — G.其他資料 — 7.稅項及其他彌償保證」。

基於上述確認及控股股東對本集團作出彌償的承諾，於2019年12月31日，我們尚未作出撥備以補足於往績記錄期間的社會保險及住房公積金供款短缺。

有關適用於本集團在中國及日本的業務及營運的相關法律法規，請參閱「監管概覽」。

風險管理及內部控制

風險管理

隨著我們的業務發展及擴張，與業務有關的潛在風險亦增加。為識別、評估及控制可能阻礙我們業務增長的風險，我們已制定及實施風險管理政策，以解決就營運所識別出的各類潛在風險，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列有關程序，以識別、分析、分類、化解及監控各類風險以及在營運中所識別風險的報告等級。各業務部門及職能部門負責識別及評估與其經營範圍有關的風險及實施風險管理及內部控制系統。

我們的審核委員會負責監督管理層實施整體風險管理及內部控制系統及評估風險管理及內部控制系統。有關我們的審核委員會成員資格及經驗的詳情，請參閱「董事、監事及高級管理層」。

我們已採納風險管理系統，當中包括四個步驟：

- **識別**。我們識別現有及新出現的風險並按風險性質分類。
- **評估**。根據風險識別及分類，我們參考過往經驗分析及評估潛在風險的可能性及損失程度。
- **化解**。我們主要通過兩種方法化解風險的潛在影響：(i)我們全力改變風險狀況以降低損失頻率及風險本身損失幅度，如設定較高安全標準；及(ii)我們作出財務安排以消除風險的影響及損害，如購買保單。
- **評價**。我們評價化解措施的成本及影響，以評估風險管理系統的成效及效率。評價結果隨後向管理層及董事會匯報，作為參考意見，以進一步改進風險管理系統。

有關對質量控制及其他風險的措施，請參閱上文「— 質量保證」、上文「— 本集團食品安全管理體系」及「財務資料 — 市場及其他財務風險」。

內部控制

董事會負責確保本公司維持穩健有效的內部控制，以時刻保障股東投資及本集團資產。我們已採取或預期於上市後立即採取一系列針對性內部控制政策、程序及計劃，為達成切實有效的營運、可靠的財務申報及遵守適用法律法規等目標提供合理保證。我們的內部控制系統摘要如下：

- **操守準則。**我們的操守準則向各僱員切實表明我們的價值、決策的可接受標準及行為基本規則。
- **內部審計。**我們的內部審計團隊定期監察主要控制措施及程序，以向管理層及董事會確保內部控制系統按預期運作。審核委員會負責監管我們的內部審計職能。
- **適當培訓。**根據《上市規則》及其他適用法律法規，我們定期向董事、高級管理層及僱員提供有關本集團內部控制政策及上市公司董事及管理層職責及責任的培訓。
- **遵守《上市規則》。**我們的各種政策旨在確保遵守《上市規則》，包括但不限於企業管治、關連交易及董事及監事進行證券交易的規定。
- **合規顧問。**本公司已委聘西證(香港)融資有限公司為本集團合規顧問，就持續遵守《上市規則》及香港其他適用證券法律法規提供意見。

董事認為，現時的內部控制措施充足有效。

信息技術

我們現已制定信息技術政策，當中載有多項信息技術安全措施。信息安全風險管理方面，我們已採取防火牆及數據加密等多項安全措施，以增強信息安全防禦及管理並確保持續維護安全信息系統。為降低系統、軟件或硬件潛在故障產生的風險，我們制定應急計劃備份運營系統數據及在備份數據出現故障或丟失時恢復硬盤數據的相關程序，亦制定應急計劃防止網絡病毒入侵我們的信息系統及網絡。我們相信信息技術基建及信息系統對我們業務的有效管理及成功發展至關重要。為適應不斷變化的企業管治要求，我們將繼續優化升級信息技術基建及現有系統功能。