

概覽

我們乃一家以中國為生產基地，為中國境內外的國際公認或享有品牌地位的酒店、款客服務及旅遊業營運商提供優質賓客用品及配件的供應商及製造商之一。董事相信我們已在中國確立地位，因為我們在中國逾20年的經營、一站式一應俱全的產品種類、雄厚的設計及度身訂製能力、全面綜合的生產流程、精深的生產技術及優良的質量管理，以及專注發展酒店、款客服務及旅遊業客戶的策略。該等業務優勢令我們成為少數迎合豪華及高檔酒店及國際航空公司營運商需求的賓客用品供應商之一，並使我們於其他一般賓客用品供應商中脫穎而出。

我們主要以國際知名酒店連鎖集團及航空公司營運商為我們的直銷客戶或最終用戶。我們的直銷客戶有知名酒店、酒店連鎖集團及航空公司營運商，包括若干在各自行業中具領導地位的知名公司如香格里拉酒店集團、三亞喜來登度假酒店、釣魚臺國賓館、香港JW萬豪酒店、香港日航酒店、數碼港艾美酒店、九龍萬麗酒店、國泰航空、港龍航空及漢莎天廚(德國漢莎航空的全資附屬公司)。香格里拉酒店集團為我們五大客戶之一，並於截至二零零六年十二月三十一日止年度，佔我們的銷售總額約4.8%。其他著名直銷客戶為個別酒店，而彼等各自的銷售額為於往績記錄期內的銷售總額貢獻少於1%。至於航空公司營運商，截至二零零六年十二月三十一日止年度，國泰航空佔銷售總額約1.9%。截至二零零六年十二月三十一日止年度，我們並無錄得數碼港艾美酒店、港龍航空及漢莎天廚(德國漢莎航空的全資附屬公司)的任何銷售額，因為彼等自二零零七年起才成為我們的客戶。我們的客戶亦包括賓客用品的主要國際分銷商，如Guest Supply、Guest International、JRS Amenities、Room Service Amenities及Wessco(向其他國際知名最終連鎖酒店用戶及航空公司營運商以及服務供應商提供賓客用品)。截至二零零六年十二月三十一日止年度，各自分別佔銷售總額約11.1%、11.1%、2.1%、3.6%及3.3%。董事認為，該等目標客戶及最終用戶對賓客用品及配套用品的經常需求非常殷切，尤其是特別為酒店或飛機設計一次性使用的產品。我們亦向其他分銷商如一家用完即棄醫療設備的海外分銷商及Paris Presents提供少量醫療手術設備用膠套以及供零售業務用途的訂製禮品包，佔截至二零零六年十二月三十一日止年度銷售總額分別約3.9%及3.3%。

業 務

由於市場動態不同，於往績記錄期內，我們的產品出售予主要在大中華及東南亞市場的直銷客戶及分銷客戶，或出售予批發分銷商及貿易公司，供應其他海外市場的其他最終用戶。於往績記錄期內，我們直接及分銷銷售的收入百分比載於下表。

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	收入	收入百分比								
	(千港元)	(%)								
分銷 ¹	284,795	81.2	407,545	80.3	531,743	77.4	242,209	77.3	290,352	75.8
直銷 ²	65,922	18.8	99,842	19.7	155,663	22.6	71,077	22.7	92,855	24.2
總計	<u>350,717</u>	<u>100.0</u>	<u>507,387</u>	<u>100.0</u>	<u>687,406</u>	<u>100.0</u>	<u>313,286</u>	<u>100.0</u>	<u>383,207</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 分銷客戶主要包括批發分銷商及貿易公司，包括若干主要國際賓客用品分銷商及批發商。
2. 直銷客戶主要包括服務供應商客戶(包括酒店及航空公司營運商)。

我們通常不會與直銷客戶及分銷商訂立超過一年的長期供應合約。儘管如此，我們與主要直銷客戶及分銷商維持了平均10年的穩定及友好關係。

以地區而言，北美洲、歐洲、中國、香港及其他亞太區國家為我們於往績記錄期的五個主要市場。往績記錄期內我們收入來源的地區分析如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	收入	收入百分比								
	(千港元)	(%)								
北美洲	156,122	44.5	210,657	41.5	263,897	38.4	114,021	36.4	146,937	38.3
歐洲	71,186	20.3	95,898	18.9	170,794	24.8	81,743	26.1	84,997	22.2
中國	50,178	14.3	66,441	13.1	90,310	13.1	38,970	12.4	53,186	13.9
香港	46,244	13.2	76,308	15.1	75,327	11.0	35,646	11.4	54,654	14.3
其他亞太區										
國家 ¹	22,216	6.3	51,859	10.2	71,815	10.5	35,764	11.4	35,845	9.3
其他 ²	4,771	1.4	6,224	1.2	15,263	2.2	7,142	2.3	7,588	2.0
總計	<u>350,717</u>	<u>100.0</u>	<u>507,387</u>	<u>100.0</u>	<u>687,406</u>	<u>100.0</u>	<u>313,286</u>	<u>100.0</u>	<u>383,207</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 其他亞太區國家主要包括日本、阿拉伯聯合酋長國、泰國、菲律賓、馬來西亞及新加坡。
2. 其他主要包括南非、埃及、摩洛哥及尼日利亞。

由於我們於往績記錄期的大部分收入來自海外市場銷售，董事相信，中國經濟的迅速增長加上二零零八年北京舉辦奧運會及二零一零年上海舉辦世博會及於廣州

業 務

舉辦亞運會，於可預見未來將會為我們呈現極為吸引的商機。為了更有效地服務及增進我們與大中華區客戶的關係以及抓緊我們預期的中國業務擴展計劃，除位於深圳平湖生產基地的銷售部門外，我們已於大中華區四個主要城市（即香港、北京、上海及大連）設立銷售辦事處，並計劃在其他主要城市包括武漢、重慶及西安成立新的銷售辦事處。

我們提供多元化及一應俱全的產品，大致可分為兩大類別，包括(i)酒店房間賓客用品及配套用品，包括個人護理用品及其他房間配套用品；及(ii)航空賓客用品，包括航機用品包及配套用品。絕大部分產品由我們生產，其他是向第三方製造商採購作進一步加工及訂製。我們亦生產醫療手術設備用膠套以及供零售業務用途的訂製禮品包。

為了盡量提升產能及減少設備及人力資源的閒置時間，董事一直積極開拓市場潛力，透過批量生產及供應自有品牌或特許品牌的標準化及統一賓客用品，將我們之銷售擴大至中國中檔及連鎖式經濟型酒店。我們擬動用發行新股所得款項淨額中約15,000,000港元，以設立新銷售辦事處、拓展銷售網絡及將銷售拓展至大中華區的中檔及連鎖式經濟型酒店。我們不但能夠利用該等產品批量生產的規模經濟，從而取得較高的利潤率，而我們的服務供應商客戶亦預期可從較低的採購成本而獲得穩定供應高質素的賓客用品中受惠。

於往績記錄期，我們的業務不斷擴充。我們的收入及純利分別由截至二零零四年十二月三十一日止年度約350,700,000港元及26,500,000港元增至截至二零零五年十二月三十一日止年度的507,400,000港元及55,000,000港元，增幅分別約44.7%及107.5%，並於截至二零零六年十二月三十一日止年度進一步增至687,400,000港元及92,400,000港元，增幅分別約35.5%及68.0%。截至二零零七年六月三十日止六個月，我們的收入及純利分別約為383,200,000港元及59,700,000港元，較二零零六年同期增加約22.3%及40.1%。董事將該等增長主要歸功於我們產品銷售的增長。而產品銷售增長乃由多種因素所達致，例如酒店及旅遊業前景秀麗而帶動市場需求增加、我們在市場已確立的知名度、我們持續策略性地專注於發展專門市場、不斷改善的產品質素、不斷擴大的產品種類、設計及訂製能力的提高、不斷擴張的物流及分銷網絡以及更為注重的售後服務。

於往績記錄期內，我們的主要生產線均位於平湖生產基地，而若干生產工序繼續於平湖現有車間進行。平湖生產基地佔總建築面積約58,439平方米，於截至二零零六年十二月三十一日止年度，浴帽、牙刷、日化產品、浴皂及針線包的估計產能

分別約為80,200,000件、55,300,000件、190,800,000件、157,200,000件及9,600,000件。自二零零六年九月起，羅定租賃廠房已投入經營，該基地的總建築面積約為12,401平方米。於截至二零零六年十二月三十一日止三個半月及四個月，浴帽及針線包的估計產能分別約為13,200,000件及8,800,000件。平湖生產基地專注生產要求更先進生產工藝的產品，而羅定租賃廠房則支援要求較勞動密集型的生產工序。

競爭優勢

策略性專注發展酒店、款客服務及旅遊業市場

自成立以來，我們一直以國際知名酒店連鎖集團及航空公司營運商為主要直銷客戶或最終用戶。於往績記錄期，逾88%收入來自該等客戶及最終用戶的銷售。視乎地區市場而定，我們的產品透過直銷方式出售或出售予批發分銷商及貿易公司，為其他最終用戶提供產品，分別佔截至二零零六年十二月三十一日止年度的營業額約23%及約77%。董事認為，該等目標客戶及最終用戶對賓客用品及配套用品有著龐大的經常需求，尤其是酒店或飛機上一次性使用的產品。

由於我們一早策略性地專注於發展酒店、款客服務及旅遊業市場，我們能夠透過精深的市場常識及生產技術知識開發出有效的資源配置系統，亦使我們得以更有效地向客戶及最終用戶提供獨有及訂製產品，對市場的變動及發展作出快速反應，在推出適合市場的新產品方面享有獨特的優勢。

於業內已確立的知名度、公認的企業形象及於專門市場的地位

自一九八零年代早期開始，我們一直從事以「明輝」企業形象供應賓客用品業務。憑藉在創辦人及管理團隊領導及管理下逾二十年的經營歷史及行業經驗，我們已穩健地成立業務據點及於市場建立備受推崇的企業形象，並擁有知名酒店、酒店連鎖集團及航空公司營運商的直銷客戶基礎，包括多家於各自行內具領導地位，且家喻戶曉的品牌，如香格里拉酒店集團、三亞喜來登度假酒店、釣魚台國賓館、香港JW萬豪酒店、香港日航酒店、數碼港艾美酒店、九龍萬麗酒店、國泰航空、港龍航空及德國漢莎航空的全資附屬公司漢莎天廚。我們的客戶亦包括賓客用品的主要國際分銷商，如Guest Supply、Guest International、JRS Amenities、Room Service Amenities及Wessco（這些分銷商向其他國際知名的最終酒店連鎖集團用戶及航空公司營運商以及服務供應商供應賓客用品）。批發分銷商、貿易公司、酒店連鎖集團及

航空公司營運商的客戶基礎穩健，主要市場位於北美洲、歐洲、中國、香港及其他亞太區國家。於最後實際可行日期，我們與五大客戶中的四家客戶（包括我們的最大客戶）有不少於十年的業務往來。

董事認為，我們於業內地位鞏固，且佔盡市場優勢，已使得及將繼續推動我們抓緊新的商機及吸引新的高質素客戶，以及推介及宣傳推廣我們自有品牌的產品。

一應俱全的一站式產品組合

我們產品種類繁多，涵蓋酒店或航空公司營運商可能需求的全面賓客用品。目前，我們所供應的賓客用品包括從個人護理用品（諸如洗髮水及護髮素、浴皂及牙刷）及房間配套用品（如浴帽、針線包、刮鬍用品、潔齒用品、房門掛牌、購物袋及洗衣袋）至航空賓客用品包及配套用品。大部分賓客用品均由我們生產，但亦有採購製成品作進一步加工及訂製。是項雙線採購策略使我們得以提供更為全面的賓客用品及從而向客戶提供一站式供貨服務，同時能夠繼續專注生產可締造更佳經濟效益及收益的產品。

董事認為，一站式供貨服務加上優質產品信譽、雄厚設計及訂製能力均令我們較競爭對手及其他賓客用品供應商更具競爭優勢。

雄厚設計及訂製能力

本集團的成就某程度上歸因於我們雄厚的設計及訂製能力，此乃向客戶提供不可或缺的增值服務。除根據客戶規格生產的原設備製造產品外，我們亦擁有一支具備相關專業技術及經驗的專業產品設計團隊，就產品設計及包裝提供建議。

雄厚的設計能力使我們得以為直銷客戶包括三亞喜來登度假酒店、香港日航酒店、Mission Hills等若干豪華及高級酒店設計整套一系列的賓客用品，從而提高客戶對我們產品的忠誠度。

此外，我們亦擁有一座先進的日化及微生物實驗室及聘用相關技術資格的化學技術員，可針對我們日化產品開發及改良產品技術規格、相關樣品及測試。我們從而可根據設計及包裝及產品訂製程式，向客戶提供訂製產品。

董事認為，掌握雄厚及獨立的設計及訂製能力令我們從其他一般原設備賓客用品供應商中脫穎而出。

全面綜合生產流程及享有規模經濟效益

我們的生產流程為垂直綜合，始於產品設計及原材料及用料採購，直至製造及包裝，及最後交貨及物流配送。此外，我們以基本元件或原材料製造該等產品的製劑（如洗髮水及護髮素、補濕用品及浴皂）及包裝物（如塑膠瓶、管及紙盒）。此等垂直綜合業務流程可令我們嚴格監控產品交付期及產品質量。

董事相信以經營歷史及生產規模計，我們為中國信譽卓著的主要賓客用品製造商之一。董事認為，集團經營規模令我們有更大的議價能力，使我們得以就若干類別原材料及供應品議定優惠價格。此外，亦令我們得以更有效地應用垂直綜合生產流程進行更具效益及效率的生產。

嚴格的質量管理

集團一向非常重視產品的質素和一致性，並因此實施符合中國政府及國際標準的嚴格質量管理制度。我們於整個生產過程中均推行質量管制檢定，由原材料及供應品的採購到製造工序以及製成品的分銷。我們於平湖的生產設施的質量體系首先於一九九八年獲得ISO認證，截至最後實際可行日期均持續符合ISO管理制度標準。此外，在平湖生產基地生產的日化產品經評估符合美國FDA及歐洲理事會的《化妝品產品的良好生產規範》(GMPC)。董事認為，我們致力保持嚴格質量管理標準使我們成為信譽確立、以中國為基地的優質賓客用品製造商之一。

強勁經營現金流量支持資本開支並達至顯著財務增長

本集團現金流量強勁，除足以支持本集團的資本開支需求外，亦具備充裕流動資金派發股息。於截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，本集團經營業務產生之現金流量淨額分別約為37,700,000港元、50,900,000港元、81,200,000港元及56,800,000港元，而資本開支則分別約為15,700,000港元、23,300,000港元、23,800,000港元及14,000,000港元。

本集團過往於收益及淨收入方面亦有強勁財政增長。本集團於截至二零零六年十二月三十一日止年度之收入約為687,400,000港元，較截至二零零五年十二月

三十一日止年度之約 507,400,000 港元增加 35.5%。截至二零零六年十二月三十一日止年度，本公司權益持有人應佔溢利約為 92,400,000 港元，較截至二零零五年十二月三十一日止年度之約 55,000,000 港元增長 68.0%。

經驗豐富及穩定的管理層

創辦人領導經驗豐富及穩定的管理層團隊。管理層大部分成員加盟本集團逾十年。創辦人於酒店及航空賓客用品業擁有逾二十年的廣泛經驗。由彼等所領導的管理層團隊具有財務及業務管理、採購、生產、銷售及市場推廣、物流及存貨管理以及資訊科技應用的不同領域的經驗。

我們的管理層團隊亦與主要供應商及客戶建立長久業務往來。我們認為，管理層團隊具備的行業知識及不同領域的經驗，加上彼等深入瞭解市場趨勢及客戶需要，乃本集團致勝及未來發展的關鍵。

環保賓客用品

我們乃率先將 PSM 生物可分解材料用於生產一次性賓客用品的先鋒之一。於二零零六年，我們就供應 PSM 生物可分解材料與獨立第三方武漢華麗環保科技有限公司訂立合作協議，以該材料取替傳統塑膠原材料，用以生產 PSM 環保賓客用品。

PSM 生物可分解材料由澱粉製成，以取代傳統塑膠原料，並已於中國取得專利。幾乎所有傳統塑膠製成的賓客用品（如牙刷及梳子）均可由 PSM 生物可分解材料取代。PSM 生物可分解材料製成的賓客用品可生物分解及在焚化期間不會產生或產生較少有毒排放物（取決於所用 PSM 生物可分解材料的百分比）。我們的 PSM 產品進行了有關澱粉含量、可生物分解程度、燃燒排放、重金屬等測試，並取得滿意成績。

於二零零六年十月，我們的 PSM 環保賓客用品樣品（包括牙刷、鬚刨、針線包、擦鞋盒及梳子）開始試產，供我們各銷售辦事處作宣傳推廣用途。於二零零七年五月，我們開始生產本集團首批 PSM 產品，已為某家航空公司營運商大量生產牙刷。

我們認為，提供環保賓客用品乃迎合客戶普遍對環保的關注和體現社會責任，並進一步將我們與其他普通賓客用品供應商區分。該等措施亦可顯示我們對提供安全標準產品，提升企業本身及作為我們的客戶及最終用戶於彼等的客戶及其他相關

群體中的企業形象的承諾。我們對環保產品生產的投資，將逐步減少我們對塑膠及其他不甚環保的原材料的依賴，讓我們更有效管理有關原材料成本的波動。

業務策略

本集團業務目標為加強我們作為酒店及航空公司營運商一站式綜合優質賓客用品供應商之地位。

本集團計劃透過鞏固我們於酒店、款客服務及旅遊業之業務基礎，擴大集團產品種類範圍、進軍中國中檔及連鎖式經濟型酒店市場、精簡生產流程及業務營運，以及在製造與供應環保賓客用品方面建立領導地位。

鞏固於酒店、款客服務及旅遊業之基礎

我們早已專注發展酒店及旅遊業市場的策略，透過直銷或批發分銷商及貿易公司，以國際知名酒店連鎖集團及航空公司營運商為我們的直銷客戶或最終用戶。我們認為，該等國際知名營運商於彼等各自行業享有龐大市場份額，以該等客戶及最終用戶為目標客戶，我們不僅可以透過該等客戶本身的業務增長增加我們的收入，更可提高公司價值。

我們認為，為了鞏固集團於此行業的地位，保持及進一步提升企業形象及與客戶，尤其是與我們的主要客戶的關係實屬必要：

- 保持供應種類全面的優質產品及準時交貨；
- 維持有效政策，將備用賓客用品存貨量盡量減少，確保向若干主要客戶穩妥及快速地提供所需貨品；
- 積極透過與客戶直接溝通以及實際瞭解其需要，尋求途徑改良產品設計及產品種類；
- 藉著現有銷售辦事處所形成的銷售網絡及成立新辦事處，直接與我們的直銷客戶溝通，並提供即時及有效的售後服務；及
- 參加商品展銷會及展覽，及於行業刊物刊登宣傳廣告以提升品牌知名度，提高整體企業形象及推廣我們的賓客用品。

擴大產品種類範圍

我們認為，為保持一站式供應商的競爭力及開拓新收入來源，我們實有必要進一步擴大產品種類範圍。我們擬透過以下方式達致此目標：

- 維持及鞏固我們現行的雙線採購策略，從第三方製造商採購半製成品及製成品，以及集中資源生產能締造較高經濟回報及收益的產品；
- 加強我們的採購能力，以擴闊根據客戶需要採購半製成品及製成品的種類；及
- 發揮我們的設計及訂製能力，開發新產品及改良現有產品。

擴充業務至中國中檔及連鎖式經濟型酒店市場

透過批量生產及供應標準化及統一的賓客用品，我們將積極地研究開拓進軍中國中檔及連鎖式經濟型酒店市場的潛力。我們計劃在主要為豪華及高檔酒店及國際航空公司營運商生產訂製產品的同時，以自有或特許品牌製造該等產品，此舉為我們提供額外收入來源及同時減少任何閒置及使用率不足的生產力。由於我們能夠利用該等產品批量生產的規模經濟效益，因此取得較高的利潤率，亦預期客戶可以從較低的採購成本獲得穩定供應高質素的賓客用品中受惠。

精簡生產流程及業務營運

我們相信，為盡量提高效益，改善產品質量及增強訂製能力，精簡生產流程及業務營運，乃集團業務增長及保持穩健利潤率的關鍵。我們擬透過下列方式達致該目標：

- 透過成立及／或收購新生產設施及改善我們現有生產設施提高生產力；
- 提升自動化生產技術，及重組我們於平湖及羅定生產工場的生產工序；
- 向各級生產人員提供定期培訓；
- 不斷監督及檢討生產管理工序，確保能夠保持一貫的順利及高效生產，以及研究改良生產的方法；

- 在其他策略性位置設立倉庫，提高物流管理能力，以促進我們的產品的配送效率；及
- 藉著於二零零八年一月推出ERP系統，取代我們現有的FLEX-side系統，改善及提升我們的管理資訊系統，全面提升資訊安全及分享。

建立製造及供應環保賓客用品之領導地位

隨著全球對環保的關注及為承擔社會責任，我們預期，長遠而言，環保產品將會取代供酒店客房及飛機用一次性的傳統塑膠產品。因此，我們擬於製造及供應環保賓客用品方面建立領導地位。我們相信，該等措施可顯示我們對提供安全產品的承諾，並將提高本身及客戶及最終用戶在彼等的客戶及其他相關群體中的企業形象。

我們計劃促進研發，擴闊應用PSM生物可分解材料於更多賓客用品及改善我們PSM環保賓客用品的質量。此外，我們將會利用產品優質及已建立客戶基礎的市場聲譽，促銷我們的PSM環保賓客用品，並為該等產品物色新的合適客戶及最終用戶。

於二零零六年十月，我們的PSM環保賓客用品樣品(包括牙刷、鬚刨、針線包、擦鞋盒及梳子)開始試產，供我們各銷售辦事處作宣傳推廣用途。於二零零七年五月，我們開始生產本集團首批PSM產品，已為某家航空公司營運商大量生產牙刷。

此外，我們計劃於二零零八年推出新一代PSM環保賓客用品，以抓緊二零零八年北京奧運會及二零一零年上海世博會及廣州亞運會的商機。

業 務

產品

我們的產品一應俱全，大致可分為兩大類別，包括(i)酒店客房用品及配套用品，包括個人護理用品及其他室內配套用品；及(ii)航空賓客用品，包括航空賓客用品包及配套用品。我們自行生產大部分該等產品，也有向第三方製造商採購若干半製成配件與元件及製成品，作進一步加工及訂製。我們亦有生產醫療手術用設備膠套以及供零售業務用的訂製禮品包。

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	收入	收入 百分比	收入	收入 百分比	收入	收入 百分比	收入	收入 百分比	收入	收入 百分比
	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)
酒店客房 用品及配 套用品 ¹	274,511	78.3	389,922	76.8	508,584	74.0	241,317	77.0	294,450	76.8
航空 賓客用品 ²	35,536	10.1	74,559	14.7	101,198	14.7	40,225	12.9	55,015	14.4
其他 ³	40,670	11.6	42,906	8.5	77,624	11.3	31,744	10.1	33,742	8.8
總計	350,717	100.0	507,387	100.0	687,406	100.0	313,286	100.0	383,207	100.0

附註：

- 酒店客房用品及配套用品包括個人護理用品如浴皂、沐浴露、洗髮水、護髮素、潤膚乳液及浴鹽，以及其他房間配套用品，如浴帽、針線包、刮鬍用品、潔齒用品、拖鞋、紙巾盒、盤、房門掛牌、購物袋、洗衣袋、書桌配套用品、記事簿、圓珠筆及鉛筆、掛衣架、杯墊、玻璃杯蓋、調酒棒及牙籤。
- 航空賓客用品主要包括航空賓客用品包及配套用品。
- 其他主要包括醫療手術設備用膠套，分別佔我們截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月的收入約4.7%、2.0%、3.9%及3.2%及供零售業務用途的訂製禮品包，分別佔我們截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月的收入約3.0%、2.8%、4.5%及2.1%。

我們大部分產品特別為直銷客戶及產品的最終用戶訂製，因此以客戶自有品牌分銷。為擴闊產品種類，我們亦開發品牌，包括「Rose Magnifique」、「Essence d'Orient」及「Nobility」。我們亦獲特許以各類第三方品牌如「Santa Barbara Polo & Racquet Club」、「Baronessa Cali Oliva and Tarocco」及「Natūra U」分銷產品。我們相信，本集團具備眾多商標及品牌選擇，將會有助並提供直銷客戶及產品的最終用戶靈活性，迎合彼等各自不同最終用戶的市場推廣及品牌策略。

酒店客房用品及配套用品



航空賓客用品



PSM 環保產品

我們乃率先將PSM生物可分解材料應用於生產一次性賓客用品的先鋒之一。於二零零六年，我們就供應PSM與獨立第三方武漢華麗環保科技有限公司訂立合作協議，該材料取替傳統塑膠原材料，用以生產PSM環保賓客用品。根據合作協議，

PSM生物可分解材料供應商視本集團為其於酒店及航空用一次性賓客用品領域的唯一策略合作夥伴。我們負責PSM生物可分解材料製成品的研發、生產及銷售工作。

PSM生物可分解材料由澱粉製成，以取代傳統塑膠原材料，並已於中國取得專利。幾乎所有傳統塑膠製成的賓客用品(如牙刷及梳子)均可由PSM生物可分解材料取代。PSM生物可分解材料製成的賓客用品可生物分解及在焚化期間不會產生或產生較少有毒排放物(取決於所用PSM生物可分解材料的百分比)。我們的PSM產品進行了有關澱粉含量、可生物分解程度、燃燒排放、重金屬等測試，並取得滿意成績。

於二零零六年十月，我們的PSM環保賓客用品樣品(包括牙刷、鬚刨、針線包、擦鞋盒及梳子)開始試產，供我們各銷售辦事處作宣傳推廣用途。於二零零七年五月，我們開始生產本集團首批PSM產品，已為某家航空公司營運商大量生產牙刷。

PSM 產品



我們相信，提供環保賓客用品，乃迎合大眾普遍對環保的關注和體現社會責任，並進一步將我們與其他普通賓客用品供應商區分。該等措施亦顯示我們對提供符合安全標準產品，並提升企業本身及作為客戶及最終用戶於彼等客戶及其他相關群體中之企業形象的承諾。我們對環保產品生產的投資，將逐步減少我們對塑膠及其他不甚環保的原材料之依賴，讓我們更有效管理有關原材料成本的波動。

銷售及市場推廣

我們的銷售及市場推廣小組主要分為兩個地區分部，一個分部主要專注於大中華市場，而另一個專注於我們的海外銷售及航空公司客戶。我們的產品乃透過若干內地小型分銷商的分銷所支援的直銷出售予主要在大中華及東南亞市場的客戶或出售予批發分銷商及貿易公司以向其他海外市場的最終用戶供應產品。我們的市場策略旨在維持我們的市場地位及擴展客戶基礎。

市場推廣及宣傳

由於我們向行內營運商而非零售最終客戶供應產品，我們的市場推廣工作傾向以行業為主，包括：

- **廣告宣傳**：我們定期於《中國酒店採購報》及《中外酒店》等行業刊物刊登廣告，並以顯眼的廣告牌顯示我們公司品牌的形象及產品。
- **商品展銷會及展覽會**：我們經常參與廣州、香港、新加坡及澳洲等中國境內外的商品展銷會及展覽會。
- **網站及搜索引擎**：我們為集團及其本身部分自有品牌設立網站，包括「*Nobility*」及「*Essence d' Orient*」。我們的資料亦可於互聯網透過搜索引擎容易找到。
- **實地探訪**：我們定期邀請客戶及準客戶探訪生產廠房及陳列室，讓彼等更了解我們的生產工序及所提供的產品，從而提升彼等對本集團及產品的信心。

於往績記錄期內，我們的廣告、市場推廣及宣傳相關開支總額分別約為4,600,000港元、6,000,000港元、7,300,000港元及3,700,000港元，佔相關期間的總分銷成本分別約14.2%、17.1%、16.7%及14.2%。

銷售人員及銷售渠道

我們的銷售人員大致上分為兩個地區小組，一個小組主要負責我們在大中華區的銷售，而另一組主要負責我們的海外銷售及航空公司營運商銷售。除一般與客戶對外聯絡及在多個部門間進行內部協調工作以協助客戶訂購產品外，我們的銷售隊

業 務

伍亦會主動向客戶介紹樣品，並與彼等會晤，討論客戶的要求、喜好及業務發展抱負，旨在改善我們所供應的產品，以及加深市況及趨勢的了解。

我們的銷售人員直接接觸潛在客戶，包括賓客用品分銷商及酒店及航空公司營運商以開展業務關係。我們亦透過現有客戶的轉介物色新客戶。為促進直銷業務，我們計劃積極參與大中華區及其他亞洲市場酒店連鎖集團及航空公司營運商的賓客用品供應合約之招標。

本集團之銷售隊伍於接納銷售訂單前會評估本身的生產力。本公司與大部分客戶均無訂立任何長期書面銷售合約。訂單通常以口頭或透過電郵或傳真作出，此慣例乃行業慣例。

為了更有效地服務及促進我們與大中華區客戶的關係以及抓緊預期於中國的業務擴展計劃，除在深圳的平湖生產基地的銷售部門外，我們已於大中華區四個主要城市，即香港、北京、上海及大連設立銷售辦事處，並計劃在其他主要城市包括武漢、重慶及西安成立新的辦事處。

銷售市場

以地區而言，北美洲、歐洲、中國、香港及其他亞太區國家為我們於往績記錄期的五個主要市場。於往績記錄期我們收入來源的地區分析如下：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	收入	收入百分比								
(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	
北美洲	156,122	44.5	210,657	41.5	263,897	38.4	114,021	36.4	146,937	38.3
歐洲	71,186	20.3	95,898	18.9	170,794	24.8	81,743	26.1	84,997	22.2
中國	50,178	14.3	66,441	13.1	90,310	13.1	38,970	12.4	53,186	13.9
香港	46,244	13.2	76,308	15.1	75,327	11.0	35,646	11.4	54,654	14.3
其他亞太區										
國家 ¹	22,216	6.3	51,859	10.2	71,815	10.5	35,764	11.4	35,845	9.3
其他 ²	4,771	1.4	6,224	1.2	15,263	2.2	7,142	2.3	7,588	2.0
	<u>350,717</u>	<u>100.0</u>	<u>507,387</u>	<u>100.0</u>	<u>687,406</u>	<u>100.0</u>	<u>313,286</u>	<u>100.0</u>	<u>383,207</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 其他亞太區國家主要包括日本、阿拉伯聯合酋長國、泰國、菲律賓、馬來西亞及新加坡。
2. 其他主要包括南非、埃及、摩洛哥及尼日利亞。

業 務

雖然我們於往績記錄期的大部分收入乃源自海外市場的銷售，董事認為，中國經濟增長迅速，再加上二零零八年北京舉辦奧運會及二零一零年上海舉辦世博會及廣州舉辦亞運會，於可預見未來中國將會為我們呈現極為吸引的商機。

由於我們的產品地域市場分散，業務並不受明顯的季節性因素影響。

銷售方式

我們的產品乃透過直銷及分銷出售予主要在大中華及東南亞市場的客戶或出售予批發分銷商及貿易公司以向其他海外市場的最終用戶供應產品。於往績記錄期，我們直銷及分銷的銷售比例載於下表。

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零零四年		二零零五年		二零零六年		二零零六年		二零零七年	
	收入	收入 百分比	收入	收入 百分比	收入	收入 百分比	收入	收入 百分比	收入	收入 百分比
	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)	(千港元)	(%)
分銷 ¹	284,795	81.2	407,545	80.3	531,743	77.4	242,209	77.3	290,352	75.8
直銷 ²	65,922	18.8	99,842	19.7	155,663	22.6	71,077	22.7	92,855	24.2
總計	350,717	100.0	507,387	100.0	687,406	100.0	313,286	100.0	383,207	100.0

附註：

1. 分銷客戶主要包括批發分銷商及貿易公司，當中包括若干主要國際賓客用品分銷商及批發商。
2. 直銷客戶主要包括酒店及航空公司營運商等服務供應商客戶。

就大中華及東南亞市場的銷售而言，由於我們的根基及業務據點均位於該等地區，故憑藉廣泛及不斷擴充的物流及配送網絡，讓我們能直接與當地酒店及航空公司營運商進行銷售。除致力投放更多資源於現有網絡，務求更有效地服務我們的豪華及高級酒店及航空公司營運商客戶外，我們亦透過進軍中國中檔及連鎖式經濟型酒店市場，充分利用物流及配送能力。

就海外銷售而言，我們與批發分銷商及貿易公司建立了長期業務關係，該等分銷商及貿易公司向於海外酒店及航空業其他最終用戶供應產品。此銷售方式使我們能在較短時間內以最低的投資接觸更多消費者，故我們可著力將資源投放於生產優

質產品。董事相信，我們乃根據行業慣例透過分銷商（尤其是大型及具規模的賓客用品批發分銷商及貿易公司）在該等海外市場銷售賓客用品。

客戶

我們的客戶包括批發分銷商及貿易公司、酒店連鎖集團、航空公司營運商以及若干著名化妝品及護膚品公司及其他零售業務營運商。

直銷客戶

我們的直銷客戶有知名酒店、酒店連鎖集團及航空公司營運商，包括若干在彼等各自行業中具領導地位的知名公司如香格里拉酒店集團、三亞喜來登度假酒店、釣魚臺國賓館、香港 JW 萬豪酒店、香港日航酒店、數碼港艾美酒店、九龍萬麗酒店、國泰航空、港龍航空及漢莎天廚（德國漢莎航空的全資附屬公司）。

我們亦向除酒店及航空公司營運商以外的其他知名品牌提供包裝及裝貨服務，如 Crabtree & Evelyn（著名沐浴用品、身體護理、芳香用品及家品公司）及 Molton Brown（創新奢侈品國際零售商，我們向其提供包裝服務並擁有在中國分銷其品牌的賓客用品的獨家權利）。截至二零零六年十二月三十一日止年度，Crabtree & Evelyn 及 Molton Brown 的銷售額分別佔我們的銷售總額約 0.3% 及 2.9%。

分銷客戶

我們的分銷客戶包括賓客用品主要國際分銷商，如 Guest Supply、Guest International、JRS Amenities、Room Service Amenities 及 Wessco（該等分銷商向其他國際知名最終酒店連鎖集團用戶及航空公司營運商供應賓客用品）及若干中國內地小型賓客用品分銷商，彼等為我們直銷範圍以外的多家當地最終酒店用戶供應賓客用品。我們亦向其他分銷商（包括一名用完即棄醫療設備的海外分銷商及 Paris Presents）供應少量用於醫院手術設備的膠套及用於零售業務的客戶禮品套裝。

於最後實際可行日期，我們有約 550 名分銷商，均為獨立第三方。我們的主要分銷商大都位於北美洲及歐洲。我們一般不會與分銷商訂立任何正式或長期分銷協議。在正常情況下，我們的分銷商在其需要額外存貨用於分銷予其各自的最終用戶（包括酒店及航空公司營運商）時會發訂單購買我們的賓客用品。訂單將列明（其中包括）其所需產品數量、產品規格及該批訂貨的購買價。就分銷商銷售而言，我們通常

為主要分銷客戶提供按銷售額百分比(一般由0.5%至3.0%不等)計算的銷售回佣及佣金作為銷售獎勵。我們對分銷客戶銷售貨品，當賓客用品的所有權轉移至客戶，亦即客戶收取及接納貨品，並可合理確定可收取有關應收賬款時，便確認有關銷售收入。我們的收入確認政策的進一步詳情，請參閱本招股章程「財務資料」一節的重要會計政策附註(h)。我們的產品是為客戶特別設計和訂製。產品樣本按客戶提供的規格製備，在量產前由客戶確認。在這方面，於往績記錄期，過去退貨的金額極少，我們因此並無任何銷售退貨政策。

我們不能控制該等分銷商。我們未必能透過分銷商及時接獲有關銷售資料的回饋。我們的分銷商有可能囤積存貨以應付日後的需求，而非實際售予最終客戶。

直銷及分銷商銷售

我們專注於連鎖酒店集團及航空公司營運商為產品的直銷客戶或最終用戶，因為我們相信該等客戶及用戶對賓客用品有龐大及持續的需求。在大中華及東南亞市場，我們利用地理位置建立直接上門送貨之物流及配送網絡，為該等市場的直銷客戶服務，並利用在行內已確立的企業形象。我們亦有若干本地小型賓客用品分銷商拓展我們在中國的覆蓋面。在其他海外市場方面，鑑於地理覆蓋面的擴展，並為了擴大消費者層面，我們在貿易業務方面，依重批發分銷客戶及其他貿易公司。我們的分銷商客戶及貿易公司客戶大部分規模相當龐大，並在為酒店及航空業分銷賓客用品方面佔有重大及主要的市場份額，如Guest Supply、Guest International、JRS Amenities、Room Services Amenities及Wessco。我們兩大客戶為Guest Supply及Guest International，分別為美國及英國的著名賓客用品分銷商，我們與該兩家公司已維持逾十年的業務關係。

我們通常不會與直銷客戶及分銷商訂立超過一年的長期供應合約。儘管如此，我們與主要直銷客戶及分銷商維持了平均十年的穩定及友好關係。

從分銷商客戶的產品規格及標籤規定，我們知悉分銷商現時供應產品的酒店、連鎖酒店集團以及航空公司營運商的最終用戶。然而，我們的直銷客戶與分銷商客戶的最終用戶之間很少會重疊，因為我們的分銷商主要服務海外市場而非我們的直銷客戶主要位於大中華區及東南亞。我們亦擁有若干中國內地小型分銷商為位於我們直銷範圍以外的各類的當地最終酒店用戶供應賓客用品。

於往績記錄期內，我們的銷售在一定程度上集中於少數客戶或最終用戶。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年六月三十日止六個月，我們的五大客戶（其中四名客戶為批發分銷商及貿易公司）的銷售總額分別佔我們的收入總額約32.2%、31.0%、34.4%及33.5%，其中最大客戶的銷售額分別佔集團收入總額約13.4%、16.0%、11.1%及13.8%。於最後實際可行日期，我們與五大客戶其中四名（包括我們最大客戶）建立不少於十年之業務關係。有關集中於若干主要客戶的相關風險討論，請參閱本招股章程「風險因素－我們依重若干主要直銷客戶及分銷商」一節。於往績記錄期，董事或彼等之聯繫人士或任何現有股東，就董事所知悉，概無擁有多於已發行股本之5%，且概無於我們五大客戶中擁有任何權益。

信貸管理及付款條款

就所有以人民幣為單位之中國國內銷售而言，約99%的發票乃以電匯支付，而餘下的發票乃以現金支付。

就海外銷售而言，客戶以多種方法包括電匯、不可撤銷即期信用證、現金、支票、付款交單及30天期美元或港元承兌交單的方式支付貨款。

我們維持嚴謹的信貸政策。我們一般給予中國國內客戶30至60日的信貸期，而我們一般給予海外客戶7至90日信貸期。不同客戶的信貸政策因應其信貸狀況、交易及付款記錄、年度銷售額以及與本集團的業務關係而定。超過一個月的信貸期僅會經銷售經理及銷售董事慎重審閱後始給予客戶，且須不時進行檢討及重新評估。

就收回債項而言，我們根據政策，分別於有關付款到期日起計15天及30天發出發票提示，如在有關付款到期日的60日內仍未收到所有應收款項，我們將凍結該客戶的賬戶及暫停向該客戶交貨，直至清償所有未付款項為止。於往績記錄期內，我們並無遇到有關收回貿易債項的任何重大問題。然而，為審慎起見，我們就認為不能收回或不大可能於合理期限內收回的任何應收賬款作出撥備。於往績記錄期內，呆壞賬撥備分別佔我們的應收貿易賬款及票據約1.0%、1.5%、1.9%及2.3%。

定價

在釐定產品價格時，我們考慮多個因素，包括生產成本（如原材料成本、勞工成本及其他間接成本，物流及配送成本及質量監控成本）、目標溢利、競爭對手產品價格及因應不同客戶而推出的市場策略等。為了為產品訂出最有利的價格，我們不時會設定價格目標、確定市場需求、估計我們的生產成本及分析競爭對手的價格。

原材料及供應品

我們在生產過程中使用種類繁多的原材料及半製成配件與元件及製成品。我們所使用的主要原材料或半製成原材料包括塑膠、皂胚、紙張及化工鈉鹽。我們所採購的主要半製成配件與元件以及製成品為該等我們認為自行生產並不合符經濟效益或利潤不高的產品（包括木製品如木製掛衣架、筆、襪、牙膏及皮革製品），該等產品採購自第三方供應商，由我們作進一步加工及訂製以符合客戶的要求。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年六月三十日止六個月，我們的總原材料及供應品成本分別佔我們的總銷售成本約70.4%、73.6%、73.6%及74.6%。

我們的採購部負責所有採購需要，於二零零七年六月三十日，採購部由25名僱員所組成。我們透過批發分銷商或直接自原材料供應商及製成品生產商購買原材料及供應品。

我們並無與任何供應商訂有任何長期合約，故我們可從多個供應商採購同樣的原材料或半製成品及製成品。我們相信，是項安排有助我們維持廣泛的供應網絡，確保我們可採購具最高品質及具競爭力價格的原材料及供應品。我們在業內鞏固的地位及聲譽，加上訂單數量甚多，令我們可與供應商建立良好的關係。我們與其五大供應商已建立不少於三年的業務關係。

為確保供應品維持高質素，以提升集團產品本身的質素，我們備有一個嚴謹的系統，甄選可靠及有質素的供應商。聘用供應商（尤其是半製成品及製成品的供應商）前，我們的採購隊伍將進行實地視察及會見高級管理人員了解產品質素、製造工序及質量監控系統以及體察符合我們具體質素要求的能力。我們在甄選供應商時所考慮的因素包括定價、產品質素、可靠性及準時交貨以及一般市場信譽。我們備有各類型原材料及供應品的認可供應商名單，名單乃定期檢討及重新評估。我們的品質監控隊伍亦就重新評估目的提供定期報告及最新信息。

業 務

於往績記錄期內，我們並未因供應不足而令生產受到重大干擾。鑑於我們與多個供應商的關係，我們認為，倘我們遭到任何非預料之內的供應中斷或與我們任何主要供應商中止業務關係，我們仍可維持穩定的供應，且毋須大幅上調原材料及供應品價格。供應商收到我們的訂單後，起貨時間一般由兩星期至一個月不等。

供應商一般給予我們交貨後30及60日的信貸期。部分新供應商或會要求我們支付採購款額最多30%的定金。我們主要透過支票及電匯方式向供應商結算付款。採購主要以港元及人民幣計值及結算。

截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，自五大供應商所作購貨分別佔我們原材料及供應品總採購額約17.4%、20.9%、21.7%及18.4%。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，最大供應商分別佔我們原材料及供應品總採購額約5.4%、5.9%、5.7%及4.9%。

於往績記錄期，概無董事、彼等的聯繫人士或就董事所知擁有本公司已發行股本5%以上的任何現有股東在我們五大供應商中擁有任何權益。

生產

生產設施

於平湖的生產設施

我們在平湖的生產設施主要包括平湖生產基地及平湖現有車間。於往績記錄期內，我們的主要生產線位於平湖生產基地，而若干生產工序(如禮品包、旅遊用針線包生產及製成品包裝)繼續於平湖現有車間進行。

平湖生產基地於二零零三年投產，負責生產我們大部分產品，總建築面積約58,439平方米，於截至二零零六年十二月三十一日止年度，浴帽、牙刷、日化產品、浴皂及針線包的估計產能分別約為80,200,000件、55,300,000件、190,800,000件、157,200,000件及9,600,000件。平湖生產基地包括生產車間、行政及辦公大樓、員工宿舍、倉庫及其他輔助設施。我們亦已建設先進的日化及微生物實體室，負責產品規劃及若干化學及微生物測試，確保我們的日化產品的質素。

我們於平湖的生產設施質量體系首先於一九九八年獲頒ISO認證，並於最後實際可行日期持續符合ISO管理系統標準。平湖生產基地生產的日化產品經評估符合美國FDA及歐洲理事會的《化妝品產品的美好生產規範》(GMPC)。

於羅定的生產設施

羅定租賃廠房於二零零六年九月投產，總建築面積約12,401平方米。羅定租賃廠房負責生產塑膠產品(主要包括浴帽、洗衣袋及針線包)，於截至二零零六年十二月三十一日止三個半月，浴帽的估計產能約為13,200,000件，截至二零零六年十二月三十一日止四個月，針線包的估計產能約為8,800,000件。

鑑於羅定的勞工成本較低，我們已採取步驟並將繼續將平湖生產基地的部分勞動密集型的生產，如產品印刷及包裝，遷往羅定租賃廠房進行。作為遷廠的一環，我們亦擬持續以更先進且生產力更高的機器取代平湖生產基地的部分陳舊機器，並將該等被取代的機器遷往羅定租賃廠房。此外，我們已採取步驟將平湖現有車間的生產設施遷往羅定租賃廠房，負責低端生產工序。

鑑於業務持續增長以至有需要物色額外生產設施，故我們已就羅定一塊土地的土地使用權以建造羅定生產基地與廣東省羅定市雙東鎮人民政府簽訂土地轉讓協議。有關該塊土地的詳情載於本招股章程附錄四。上述土地的土地使用權的總代價約人民幣10,000,000元。於二零零七年六月三十日，我們於羅定的土地投資約人民幣3,700,000元，主要為收購土地使用權的預付款項。根據日期為二零零七年三月九日的批文，廣東省國土資源廳已批准將所述土地性質從農業用地轉換為建設用地。由於土地開墾及土地出讓程序仍在進行中，羅定生產基地的建造工程尚未施工。待羅定生產基地竣工(現時預期為二零零九年初)，我們計劃將羅定租賃廠房的生產工序遷往羅定生產基地。

計及員工技術、勞工成本及其他輔助經營費用，我們在平湖的生產工場專注生產需要更先進生產技術的產品，而我們在羅定的生產工場則支持較為勞動密集型的工序。

與此同時，我們正尋求羅定以外具備設立新生產工場潛力的地方，但並未採取任何具體步驟或簽立任何協議。有鑑於此，我們的新生產設施未必會建於羅定，或

業 務

會建於對我們有利的其他地方（經考慮重置的成本影響、對製造業尤其是海外企業有利的政府策略、勞工充足及鄰近中國客戶等因素後）。倘我們不進行羅定生產基地的興建工程，我們將出售原本計劃用作興建用途的上述土地的現有權益。董事預期，我們將不會因該出售而蒙受任何重大虧損。

產能及使用率

截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，我們主要產品的估計最高產能、實際產量及生產設施使用率如下：

於平湖之生產設施

產品	截至十二月三十一日止年度									截至六月三十日止六個月		
	二零零四年			二零零五年			二零零六年			二零零七年		
	估計最高 產能 ¹	概約實際 產能	概約 使用率	估計最高 產能 ¹	概約實際 產能	概約 使用率	估計最高 產能 ¹	概約實際 產能	概約 使用率	估計最高 產能 ⁴	概約實際 產能	概約 使用率
(千件)	(千件)	(%)	(千件)	(千件)	(%)	(千件)	(千件)	(%)	(千件)	(千件)	(%)	
浴帽	88,826	70,079	78.9%	91,104	76,414	83.9%	80,184	77,152	96.2%	10,764	816	7.6% ⁵
牙刷	55,255	26,601	48.1%	55,255	32,869	59.5%	55,255	42,945	77.7%	27,628	21,717	78.6%
日化產品	93,475	69,785	74.7%	153,972	120,505	78.3%	190,819	173,649	91.0%	179,634	131,613	73.3% ⁶
浴皂	117,936	42,668	36.2%	131,040	72,107	55.0%	157,248	100,005	63.6%	78,624	59,005	75.1%
針線包	13,728	10,556	76.9%	13,728	12,295	89.6%	9,610	8,024	83.5%	-	-	- ⁸

上述於平湖的生產設施指我們於平湖生產基地的生產設施，乃由於平湖現有車間並無生產上表所列的產品。

於羅定的生產設施

(i) 羅定租賃廠房

產品	截至十二月三十一日止年度									截至六月三十日止六個月		
	二零零四年			二零零五年			二零零六年			二零零七年		
	估計最高 產能 ¹	概約實際 產能	概約 使用率	估計最高 產能 ¹	概約實際 產能	概約 使用率	估計最高 產能 ¹	概約實際 產能	概約 使用率	估計最高 產能 ⁴	概約實際 產能	概約 使用率
(千件)	(千件)	(%)	(千件)	(千件)	(%)	(千件)	(千件)	(%)	(千件)	(千件)	(%)	
浴帽 ²	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	13,195	9,580	72.6%	32,760	18,884	57.6% ³
針線包 ³	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	不適用	8,793	5,086	57.8%	20,132	3,359	16.7% ⁷

上文所述我們在羅定的生產設施是指我們的羅定租賃廠房的生產設施。

(ii) 羅定生產基地

我們現時預期羅定生產基地將於二零零九年初竣工並開始營運。於二零零九年底前，羅定生產基地預期日化產品、牙刷及浴皂的年產能力分別約187,200,000件、124,800,000件及62,400,000件。

附註：

1. 各產品的估計最高產能乃根據相關產品的估計每日最高產能及假設每月生產26日，以及全年12個月期間計算。
2. 於羅定的浴帽生產於二零零六年九月中始展開。截至二零零六年十二月三十一日止年度的相關數字乃按營運3.5個月計算。
3. 於羅定的針線包生產於二零零六年九月初始展開。截至二零零六年十二月三十一日止年度的相關數字乃按營運4個月計算。
4. 各產品的估計最高產能乃根據相關產品的估計每日最高產能及假設每月生產26日，以及全年6個月期間計算。
5. 概約使用率減少乃因為(i)浴帽之生產設施由平湖遷移至羅定及(ii)增加外判浴帽之生產導致位於平湖及羅定之浴帽實際生產設施整體減少，原因是浴帽為低毛利率產品。
6. 概約使用率減少主要因為基於銷售及日化產品的估計最高產能增加而推出新的生產設施。
7. 概約使用率減少主要因為(i)針線包生產廠房由平湖遷往羅定而導致其估計最高產能大幅增加；及(ii)由於針線包為低毛利率產品，增加外判針線包生產導致平湖及羅定的針線包的實際產能減少。
8. 自二零零七年初，我們已停止在平湖製造針線包，並將我們的針線包生產廠房遷往羅定。

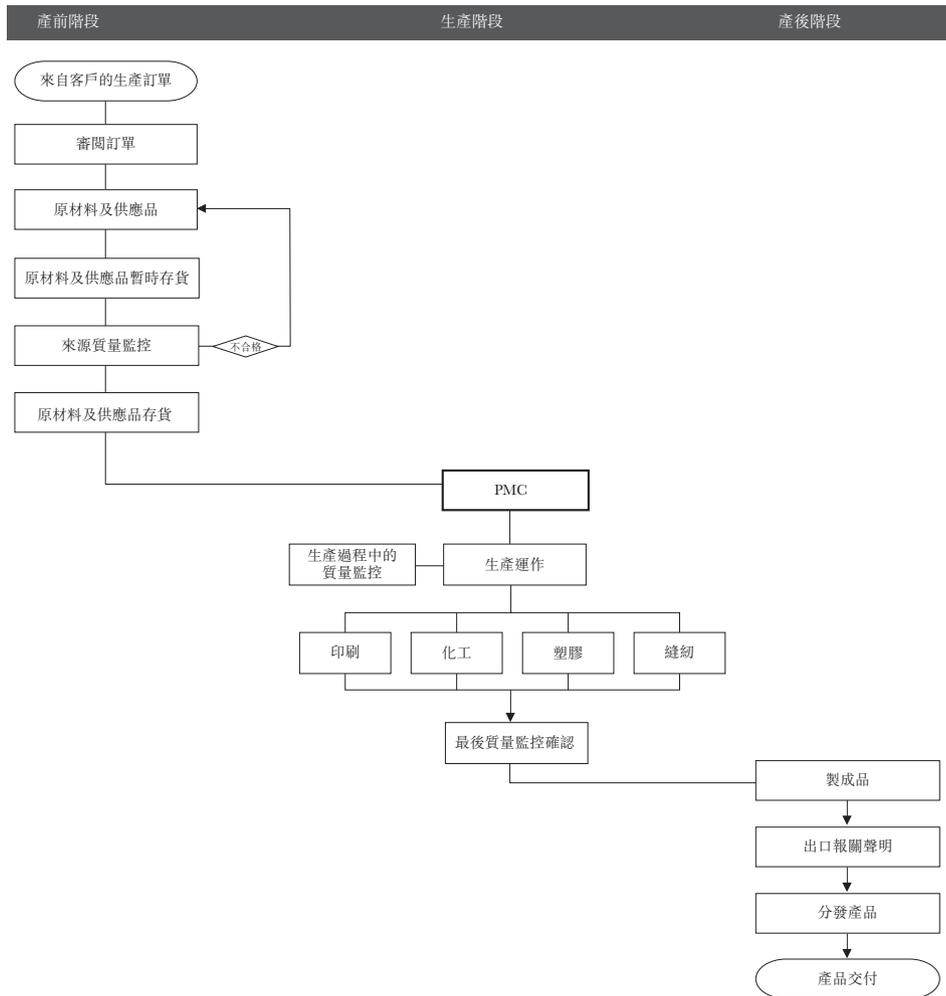
生產過程

我們自行製造的賓客用品相關生產流程屬垂直綜合式，始於產品設計及原材料採購，至製造與包裝，及最後交貨及配送物流。除了產品組合(如洗髮水及護髮素、補濕用品及浴皂)外，我們亦為產品製造各種包裝物(如塑膠瓶、管及紙盒)。我們相信，該垂直綜合模式令我們能夠更嚴格控制生產及交貨時間以及產品的質素。並非

業 務

我們生產而由我們訂製加工的產品，包括木製品如木製掛衣架、筆、襪、牙膏及皮革製品乃自第三方製造商採購。

下圖列示我們的營運流程：



我們的營運流程旨在準時向客戶交付貨品。所有客戶的生產訂單乃經PMC單位評估，確保我們具備所需產及原材料及供應品能適時應付訂單。倘生產訂單須額外購買原材料及供應品，PMC單位將就相關的採購向採購部發出材料採購列表。

所採購的原材料及供應品會暫時儲存，待質量監控單位進行質量監控。質檢員會抽樣檢查所採購的原材料及供應品，任何未符合標準的原材料及供應品會退回供應商。

PMC單位負責為各生產訂單制定生產計劃。每星期檢討生產計劃的進度，確保我們的營運不會超出負荷。倘需要，若干生產工序會外判予第三方製造商。

生產部根據PMC單位制定的生產計劃製造產品。生產業務可進一步分為四個主要部門，包括印刷、化工、塑膠及縫紉。生產程序遵照ISO9001標準進行。生產過程中的質量監控在生產過程中履行。此外，各生產階段均會進行多項產品檢驗及測試，直至產品包裝為止。製成品送往倉庫待交付予客戶前，質量控制人員亦會進行最後質量檢查及AQL檢查。

質量監控

我們對維持高質素產品的承諾乃致勝之關鍵。我們實施符合中國及國際標準的嚴格質量管理措施，確保產品質量達致客戶的期望。整個生產過程（從原材料及供應品的採購至生產過程以及製成品分銷）均實施質量管理。我們亦就產品的質量標準搜集服務供應商客戶如酒店及航空公司營運商的意見，讓我們及早發現問題所在，並藉改良產品設計及製作及／或改善質量管理程序從而解決問題。

我們無論於原材料及供應品採購、生產過程、存儲、包裝及交付產品及員工培訓方面均遵循ISO9001標準要求及程序。我們的質量系統首先於一九九八年獲得ISO認證，截至最後實際可行日期均持續符合ISO管理制度標準。

本集團的日化產品因符合GMPC標準而獲認可，範疇包括生產廠房、採購原材料、生產過程、存儲、廢物處置、衛生及害蟲控制、不合規格產品管理、員工培訓、生產外判及文件編製，獲認可乃因我們的日化產品均按照現時應用於美國及歐洲的GMPC標準生產。

日化產品分別根據中國質量監督檢驗檢疫總局於二零零三年二月所頒發的全國工業產品生產許可證及廣東省食品藥品監督管理局於二零零五年十一月所頒發的衛生許可證獲得批准。

質量監控主要由質量監控部執行，確保所有原材料、供應品及製成品均通過質量監控程序及符合集團的質量監控標準。由於涉及特定專業知識及技術，故化工生產的質量監控工作乃由生產部門的化工生產單位的特定團隊進行。

生產過程中所應用的主要質量監控程序如下：

有關採購的質量監控

除推行嚴謹的供應商甄選系統外，將原材料及供應品存放在倉庫供日後使用前，我們的品質監控人員會抽樣檢查原材料及供應品。我們維持採購的原材料及供應品於某一 AQL。倘不合規格的原材料及供應品的數目超過該 AQL，我們會向供應商退回全批原材料及供應品。由於涉及特定專業知識及技術，化工生產的質量監控（包括對化工原材料所進行的複雜生化測試）乃由我們化工生產單位人員在先進的日化及微生物實驗室內進行。

生產過程中的質量監控

於生產階段，質量監控人員與生產部緊密合作，監控半製成品的質量。我們於各個生產階段在不同的檢查點進行各項質量監控檢驗。一般所使用的方法包括目測、主要規格檢驗及功能檢驗以及重量及體積檢驗。只有質量檢驗合格的半製成品方可進入下一生產階段。我們亦會就各項半製成品發出工藝流程圖及規範參考，生產過程中必須嚴格遵守該等流程及規範。

最後質量監控檢查

我們根據各類型產品的標準檢查規定進行抽檢。與所採購物料進行的質量監控程序類同，我們維持製成品於某一 AQL。倘不合規格的製成品的數目超過該 AQL，我們會將全批製成品退回生產單位。通過我們質量檢查的製成品可裝箱，妥為標識，並送至倉庫存放等候交貨。

物流及配送

貨倉及存貨

我們的存貨主要包括原材料及供應品、在製品及製成品，全部均存放於倉庫內。我們的主要倉庫均位於平湖生產基地，總建築面積約13,831平方米。除位於中國深圳平湖生產基地的倉庫外，我們亦於馬來西亞、新加坡及於大中華其他兩個主要城市，即香港及上海設立倉庫，支援該等市場的直銷業務。

為確保生產過程不會因供應短缺而中斷及我們有充足製成品以滿足客戶訂單，我們一般保留若干最低水平的存貨。為提升客戶的忠誠度及提供優質的客戶服務，我們亦為若干主要客戶存放賓客用品的最低備用存貨量，確保能穩妥及快捷地為彼等供應產品。

我們已制訂下列存貨管理程序以監控存貨：

- 所有原材料及供應品的採購必須獲採購部管理級人員的授權及批准，並記錄於存貨管理系統；
- 所有輸出供生產用的原材料及供應品必須獲生產經理授權方可輸出，並須記錄於存貨管理系統；
- 所有製成品於交貨時必須由客戶認收及記錄於存貨管理系統；及
- 我們定期於倉庫進行存貨驗證及檢驗。此策略令我們可確認存貨管理系統所記錄資料的準確性及識別陳舊或滯銷存貨。

我們謹慎監控原材料及供應品、在製品及製成品的存貨水平，以盡量縮短存貨時間。所有存放於我們的倉庫的存貨乃貼上標籤，列明相關到期日，使我們能按先進先出基準耗用現成的原材料及供應品並檢索製成品資料。於往績記錄期，我們並無遇到任何重大存貨滯銷問題。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月，我們平均存貨周轉日數分別為46.5日、41.1日、39.5日及44.2日。

運輸及配送

我們大部分產品付運工作外判予不同地區第三方物流供應商。這些外判安排讓我們得以節省資本投資及減低付運途中的意外事件、延遲交付或損失的責任風險，這些風險概由物流供應商承擔。我們亦會定期重新評估物流供應商的資格證明及表現，如表現未能令我們滿意則會終止服務。我們與優質物流供應商建立了長期業務關係，以減低因物流供應商表現欠佳而令我們蒙受損失的風險。

我們在香港及深圳擁有自己的運輸隊伍，負責將產品由我們的生產工場運送至香港港口及鹽田港以供出口，如有需要亦會協助將產品直接送交客戶。擁有本身運輸隊伍令我們能更靈活調配及有效控制產品準時交付，並確保產品準時運送予客戶。

我們主要以貨車運送產品。至於海外客戶則一般以海運方式交貨。我們使用香港及鹽田作為主要港口，處理出口船務並從海外採購原材料。

董事確認，就彼等所深知，於往績記錄期內，我們並無因延遲交付貨品而蒙受任何重大損失或支付任何重大賠償。

設計

具備雄厚設計實力乃集團能保持向客戶提供訂製產品地位的關鍵，並因此令我們於其他賓客用品供應商中脫穎而出。

於最後實際可行日期，我們擁有由16名員工組成的專責產品設計隊伍。彼等從屬於銷售及市場推廣部，設計人員大部分持有產品設計及相關科目的大學學位或於相關領域擁有廣泛經驗。彼等亦會接受最新趨勢培訓。設計工作人員會盡量配合客人的要求及喜好。彼等向我們提供設計及包裝樣品，該等樣品然後由我們的銷售人員向客戶展示。

強大設計實力使我們得以為豪華及高級酒店以及連鎖酒店營運商三亞喜來登渡假酒店、香港日航酒店、Mission Hills等設計各式各樣的賓客用品。此舉有助提高客戶對我們產品的忠誠度。

我們相信，雄厚的設計及訂製能力讓我們為客戶提供必需的增值服務，而該等服務不能由其他一般原設備製造賓客用品供應商提供。

日化產品的生產

我們的日化產品在平湖生產基地生產，該等日化產品包括洗髮水、護髮素、沐浴露、潤膚乳液及其他個人護理用品。

我們的日化產品是由生產部的化工生產組負責生產。化工生產組亦負責化工生產過程中的品質保證工作，包括檢查所採購的化工原料及日化產品配製的研究及開發工作。

我們設有自有日化及微生物實驗室，並僱用相關技術人員負責運作。大部分專業化學技術人員均擁有大專學歷，主修化學或微生物學或相關科目，並於化學及微生物方面擁有廣泛經驗。

品質保證

由於所涉及的專門知識及專業技術，有關化工生產的質量監控由化工生產組進行。我們的專業技術人員進行抽樣及測試，確保我們在化工生產方面的質量及多樣化。

我們在公司內部進行多種生化測試，例如測試原材料、反滲透水質素、半製成品及製成品。我們監察產品的不同方面：(1) 外觀、顏色、香味、酸鹼值、耐熱及耐冷等物理特性；及(2) 生化測試包括含菌量、微生物、重金屬、過氧化物及其他有毒物質。在平湖生產基地生產的日化產品經過評定，符合FDA及歐洲理事會的GMPC規定。

研究及開發

我們的產品設計隊伍專注開發產品及包裝設計，研發隊伍則專注於開發及改良我們為直銷客戶或最終用戶(透過分銷商銷售)生產，或以我們自有品牌生產的日化產品所採用的產品配方。

我們開發新產品配方以供客戶有多種選擇。為不同客戶提供特設服務，我們亦接納客戶提出改良產品配方，以配合彼等的個別需要及市場推廣策略。我們在開發日化產品配方時，並無也預計不會以動物進行試驗。

業 務

下表載列我們於截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月所開發的產品配方數目。

	截至十二月三十一日止年度			截至 六月三十日止 六個月
	二零零四年	二零零五年	二零零六年	二零零七年
	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>
開發產品配方數目				
— 洗髮水	9	8	43	18
— 護髮素	10	12	26	16
— 沐浴露	9	16	68	31
— 潤膚乳液	6	26	96	63
— 其他	3	19	9	7
	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>	<u> </u>
總計	<u> 37</u>	<u> 81</u>	<u> 242</u>	<u> 135</u>

我們於往績記錄期的研究及開發費用主要指若干生產員工的薪酬支出。這些員工負責產品開發及日常生產工作。過往我們並無將有關成本以不同賬項分開記錄。我們的員工成本全列入銷售成本。於往績記錄期內，所有研究及開發支出均於產生時支銷。

獎項及嘉許

本集團及我們的產品獲多個貿易組織及政府機構頒授獎項及嘉許。主要獎項及嘉許載列如下：

授予年度	獎項／嘉許	頒獎機構
二零零七年	全球酒店「五星金鑽獎」－中國酒店業十大品牌供應商	全球酒店發展研究中心／ 國際傳媒資訊集團／ 國際金融協會／旅遊衛視／ 全球酒店論壇組織
二零零六年	航空旅行套裝產品獎	Travel Plus 雜誌
二零零五年	中國十大優秀供應商特別榮譽獎	中華文化發展基金會／ 直通VIP聯合商會／ 中外酒店論壇／ 亞太國際資訊集團

競爭

我們在充滿競爭的行業中經營，特點為眾多參與者、經常變動的市場需求及客戶要求標準的不斷提高。

由於我們從事賓客用品製造及供應業務，我們認為，在某程度上，賓客用品製造商及供應商均為我們的競爭對手。我們的主要競爭對手均以一次性酒店房間賓客用品作為主要產品，但業務模式及目標市場不同。

我們在中國市場的競爭對手主要是當地小型生產商。我們與該等競爭對手主要在價格方面進行競爭，但我們仍在產品質量、客戶服務、設計及配製能力、物流及配送能力及產品種類方面較我們的競爭對手優越。這些競爭對手規模較小，且不屬於能提供全線賓客用品的「一站式」供應商。儘管這些經營規模較小的當地生產商能夠滲透入中國本土市場，董事相信我們於賓客用品業的穩固市場地位、我們產品的高質素及持續致力於研究及技術方面，以及規模經濟效益將使我們勝於這些當地競爭對手。

在海外市場，我們面對大量規模各異的競爭對手的競爭。我們在財務實力、業務網絡、生產規模及生產技術方面或許有所不及，董事相信我們享有位於中國的地理優勢，生產成本相對較低，因此仍較海外競爭對手佔優。

我們認為，建立可與集團比較的業務經營規模(包括具備先進的生產廠房、龐大的生產力、優質管理系統、豐富的製造及經營技術知識)須耗用龐大的資金以及時間，故對新進入者構成重大的障礙。然而，我們亦認為，該進入障礙並非過大，故新進入者亦會不時對我們的業務構成潛在的競爭。

儘管我們須面對上述競爭及潛在競爭，基於本招股章程上文「一 競爭優勢」一節所載的集團競爭優勢及上述競爭優勢，我們相信，我們為行內最具競爭力的營運商之一。

保險

我們一直實行審慎的業務風險管理控制措施。我們已購買多項保險計劃，保障不同風險。我們購買財產保險，以保障主要固定資產、機器、原材料、供應品以及製成品、個人意外保險、汽車保險，亦有就中國境內由我們引起的第三方個人損傷及財產損害購買公共責任保險，以及產品責任保險。

我們相信，相對同業人士而言，我們的承保範圍足以應付營運需要。董事確認，於往績記錄期，我們並無提出任何重大保險申索。

環境保護

我們的製造經營全部在中國進行，因此須遵守相關中國環境法律及法規。

有關適用於本集團業務及營運的相關中國環保法律及法規的詳情，請參閱本招股章程「法規」一節。

我們的經營產生的空氣污染物包括塑料制模及注塑機的氣味、印刷機器排出的有機氣體、發電機的燃燒排放及餐廳廚房排出的油煙。我們的經營排放的空氣污染量相當小，並完全符合適用法定標準。我們已安裝通風設備及其他設備用於在向大氣層排放前過濾污染物，並於特定位置安裝排放管以減少對周邊地區的空氣污染。

我們的經營產生的水污染物主要為我們的化工生產的淨化過程及印刷設施以及其他內部下水道排放的廢水。該等廢水在集中儲存以供我們委任的中國國家認證廢物回收公司回收前，進行中和程序處理。我們已安裝下水道處理設施以處理我們產生的污水，在向外排放前已減少了氨、氮及磷的含量。

我們的固體廢物包括正常工業廢物，如包裝廢料及塑料、內部廢物及若干危險及有毒廢物。我們已委任一間獲中國國家認證的廢物回收公司來處理我們的生產過程中排放的有毒及危險物。我們生產部門的PMC單位亦盡力以最有效方式利用我們的原材料。生產過程留下的若干原材料，如廢棄塑料，已循環再用。

我們的機器及發電機運作時產生的噪音在可接受監管標準內。

我們負責環境保護的人員亦負責本招股章程「－社會責任－生產安全」一節所述的生產安全。該等人員確保我們的營運符合有關環境保護的適用法律及法規。彼等已參與計劃及監管安裝排放前處理當地污水的設施。此外，彼等就環境保護問題及

製備呈交予相關政府部門有關污染水平及解決措施的詳細報告，諮詢我們外聘的顧問公司。彼等亦有經驗應付相關政府部門，以獲准轉移及處置經營時所產生的工業廢料。

由於董事確認過往我們已遵守適用的環保法律及法規，我們現時並無就解決環保問題於日後可能產生的風險作出任何具體計劃。

截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月期間，我們遵守有關環境保護的相關法律及法規的開支分別約為20,000港元、40,000港元、80,000港元及260,000港元。截至二零零八年十二月三十一日止兩個年度，我們預期有關開支分別約370,000港元及230,000港元。

根據本集團中國法律顧問的意見，根據深圳市環境保護局發出日期為二零零七年五月十一日的證書，明輝深圳在發證日期前三年，並無因違反中國環保法律及法規而受到任何行政處分。此外，根據羅定市環境保護局發出日期為二零零七年六月二十一日的證書，羅定市品質旅遊用品自其成立以來並無因違反中國環保法律及法規而受到任何行政處分。

社會責任

適用於我們的經營業務有關社會、健康及安全事宜的相關中國法律載於「法規—中國社會、健康及安全事宜」一節。

產品安全及質量

我們相信，我們對質量標準的嚴格控制是我們與競爭對手相比的競爭優勢之一。我們已根據中國及國際標準實行嚴格的質量管理措施，以確保我們的產品滿足客戶的需求及適用安全及質量標準。有關我們業務中的質量監控措施的進一步詳情，請參閱本招股章程「—質量監控」一節。

生產安全

我們重視僱員的健康及生產安全。我們已在生產設施實行措施以提升職業安全並確保遵守適用的法律及法規。

我們擁有八名成員的指定職業安全團隊，負責管理及推廣職業安全。其中四人已完成由深圳市安全生產監督管理局所舉辦的安全主任資格課程，而其中兩人已取得上述課程的註冊執照。我們發佈職業安全討論公告以提升僱員對職業安全的重視

業 務

並提高安全意識。我們已在生產活動的不同方面建立一系列指引、規則及程序，包括防火安全、倉庫安全、用電安全、工傷及緊急情況疏散程序。我們備存一份事故及危險情況記錄的一般登記冊。我們已安裝適當的防火設備，亦進行消防演習並向職員提供防火培訓。

我們認為已採取足夠的措施確保遵守相關法律及法規。我們確認我們的經營在所有方面符合相關安全法律及法規，於往績記錄期內，我們並未經歷任何個別或合計對我們的財務狀況及經營業績有重大影響的事故。

截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年六月三十日止六個月期間，我們遵守有關生產安全的相關法律及法規的開支分別約為 890,000 港元、120,000 港元、470,000 港元及 160,000 港元。截至二零零八年十二月三十一日止兩個年度，我們預期有關開支分別約 290,000 港元及 270,000 港元。

社會福利

根據中國有關社會保險的有關法律及法規，我們將參與基本養老保險、基本醫療保險、失業保險、工傷保險及生育保險。我們亦須向僱員提供住房公積金。欲了解我們遵守中國有關社會福利保險及住房公積金的法律和法規的詳情，請參閱本招股章程中「董事、高級管理層及僱員－僱員－社會福利」一節。

物業

於中國的生產設施

平湖生產基地

平湖生產基地位於中國廣東省深圳市龍崗區平湖鎮白泥坑村和地嶺的兩幅相鄰土地，面積分別約為 25,872 平方米（「平湖土地一」）及 27,371 平方米（「平湖土地二」）。

(i) 平湖土地一

我們擁有並佔用平湖土地一，並於其上建有如下總建築面積約39,552平方米的主要平湖生產基地房屋構築物：(1) 1號車間、(2) 2號車間、(3) 行政大樓、(4) 1號宿舍、(5) 2號宿舍、(6) 辦公大樓、(7) 紙料倉庫，及(8) 危險品倉庫。據中國法律顧問指出，除第(6)至(8)項總建築面積約1,323平方米的房屋構築物外，我們已取得所有該等房屋的有效房屋所有權證。至於第(6)至(8)項房屋構築物，明輝深圳擁有該等房屋的實益擁有權。欠缺有效房地產權證是由於我們未能達成相關報建批准手續。據中國法律顧問指出，於完成相關的施工批准程序後，我們為這些房屋取得相關房地產權證不存在法律障礙。

然而，我們現時並不計劃繼續進行相關施工批准程序，因為董事認為上述物業（即總建築面積僅約1,323平方米的辦公室及倉庫設施）對我們的生產程序及整體業務並非至關重要。董事相信，倘我們須由該等物業搬遷，附近另有地盤可供重置用途而重置成本及對業務構成的影響將為極少。重置所需的時間將約為14日，而相關的重置成本將約為人民幣55,000元。在任何情況下，控股股東已同意就重置的成本、費用、損失及損害彌償我們。

(ii) 平湖土地二

根據與白泥坑村委會（一名獨立第三方）所訂立日期為二零零二年九月二十六日的租賃協議，我們租賃並佔用平湖土地二，年期由二零零二年一月一日起計，為期50年。我們於平湖土地二上建有總建築面積約18,887平方米的平湖生產基地主要房屋構築物如下：(1) 大型倉庫、(2) 香港職員宿舍、(3) 儲物間、(4) 飯堂及廚房，及(5) 浴室。我們尚未取得所有該等房屋的有效所有權證。

所述房屋乃位於農民集體所有土地上。根據《中華人民共和國土地管理法》，農民集體所有土地不可出讓、轉讓或租賃作非農業建設用途。然而，據中國法律顧問指出，鑒於中國的工商業發展迅速，而有關鄉村城市化立法的進展相對較為緩慢，鄉村集體經濟實體於取得有效所有權證或完成必要法律程序前，轉讓或租賃農民集體所有土地作工業或商業用途乃常見現象（尤其在深圳）。

根據國務院頒佈的《關於深化改革嚴格土地管理的決定》，及廣東省人民政府頒

佈的《廣東省集體建設用地使用權流轉管理辦法》，農民集體所有土地可於完成辦理有關所需申請及批准程序後合法地轉讓。

根據深圳市人民代表大會常委會於二零零一年十二月十九日所頒佈的《深圳經濟特區處理歷史遺留生產經營性違法建築若干規定》(「若干規定」)，於一九九九年三月五日前未取得國土資源部相關政府部門批准，或未獲得相關建築工程許可且於非法佔用的土地上興建的工業房屋的房屋構築物，可於按若干規定支付罰款及土地開墾及轉讓手續後，確立有效所有權。

白泥坑村委會擁有平湖土地二的所有權，並於完成轉為建設用地的批准手續後，有權向我們出租。於本招股章程日期，白泥坑村委會並未完成相關的批准手續，中國法律顧問因此未能確認平湖土地二租賃協議的合法性。當我們獲取平湖土地二的房屋構築物的房地產證後，白泥坑村委會的租賃可合法地確認。

建於平湖土地二上的樓宇由明輝深圳自行興建。根據若干規定，明輝深圳須按照標準費率建築面積每平方米人民幣30元繳納罰款，明輝深圳就總建築面積約18,887平方米的房屋可能須繳款總額約為人民幣567,000元。控股股東已同意，倘明輝深圳須繳付罰款會向我們作出彌償。

我們已採取步驟，就有關土地開墾及轉讓的糾正手續，透過向有關政府機關提出必要申請，修正我們對於有關房屋的土地使用權。然而，據中國法律顧問指出，糾正手續相對複雜且相關政府機關正在處理糾正申請，故我們未能確定是否可獲得有關房屋的有效所有權證。儘管如此，我們現時預期於二零零八年底前完成相關的糾正。待有關申請有結果前，我們可能須應有關政府機關要求空置相關物業。然而，董事確認，我們尚未收到有關政府機關發出的任何空置通知或決定。倘我們於任何時間自相關政府機關接獲空置通知或決定，我們將會遷離該等房屋。倘我們被逐出平湖土地二，於二零零六年十二月三十一日，建於其上的樓宇可能須註銷的賬面淨值將約為13,500,000港元。倘我們被相關政府機關逐出建於平湖土地二的樓宇，控股股東已同意就於相關時間內建於平湖土地二上的樓宇的已註銷賬面淨值向我們作出彌償，直至所有權缺陷獲糾正為止。

倘我們須遷離該等房屋，附近另有地盤可供重置用途，董事目前預期該等搬遷所需成本將約為人民幣680,000元，完成搬遷所需時間將約為三星期。由於該等物業用於非生產用途，因此對我們的業務並不重要，可容易物色到取代的物業，而重置成本少且重置時間短。董事預期重置該等房屋不會導致生產重大暫停。控股股東已同意就由該等物業搬遷的成本、費用、損失及損害彌償我們。

平湖現有車間

我們向Ming Fai Plastic Industrial Co租賃及佔用位於中國深圳市龍崗區平湖白泥坑村和地嶺尼九坑，面積約4,400平方米的另一幅土地（「平湖土地三」）。Ming Fai Plastic Industrial Co乃我們的關連人士，並為由創辦人及程志強先生於一九八四年設立的合夥企業，主要從事製造浴帽業務，但除了其對平湖現有車間的擁有權外，其已停止營業。我們亦向Ming Fai Plastic Industrial Co租賃位於平湖土地三的房屋構築物。租賃房屋構築物總建築面積約2,376平方米，包括(1) 1號車間及(2) 變電室及附屬辦公室。除租賃房屋構築物外，Ming Fai Plastic Industrial Co其後於平湖土地三上興建總建築面積約8,686平方米的兩座其他房屋構築物：(1) 2號車間及(2) 3號車間。

正如平湖土地二有關農民集體所有土地的類似原因，我們尚未取得有關平湖土地三房屋的有效所有權證。我們已根據若干規定向相關政府機構申請相關土地開墾及轉讓糾正程序。然而，據中國法律顧問指出，糾正手續相對複雜且相關政府機關正在處理糾正申請，故我們未能確定是否可獲得有關房屋的有效所有權。儘管如此，我們現時預期於二零零八年底前完成相關的糾正。然而待該等申請有結果前，我們可能須應有關政府機關要求空置有關物業。然而，董事確認，我們尚未收到有關政府機關發出的任何空置通知或決定。

董事認為，平湖現有車間雖然用作生產用途，以收入貢獻而言，對我們的整體業務並不重要。截至二零零六年十二月三十一日止年度，平湖現有車間的生產只佔我們的銷售總額約8.6%，而於截至二零零七年六月三十日止六個月，更進一步減至7.2%。

倘該等物業的擁有人未能於二零零八年底前（所有權糾定預期完成之時）糾正平湖土地三及其上的房屋構築物的所有權及取得相關所有權證，我們須將平湖土地三

(即平湖現有車間)的生產設施遷往羅定租賃廠房或其他工地。不論結果如何，我們現正將平湖現有車間的若干低端生產工序遷往羅定以利用當地的較低勞工成本。倘我們須遷離該等物業，我們相信可容易物色到取代的物業，而且生產重置及恢復生產可於約短短兩天的時間內完成，重置成本相對較少，僅約人民幣16,000元。重置所需的時間相對短，而重置成本相對少，是因為若干生產程序已經重置並已有代替物業，而所有設施(主要用於包裝工序)於重置時均容易搬移。控股股東已同意彌償我們重置的成本、費用、損失及損害。

羅定生產基地

根據廣東省羅定市雙東鎮人民政府所訂立，日期為二零零六年五月三十日的土地轉讓協議，我們獲出讓羅定一幅面積不少於150畝(相當於約100,000平方米)土地的土地使用權，自土地轉讓日期起計為期五十年。我們會將該地塊撥作羅定生產基地的未來規劃建造用途。

根據相關中國法律，將農業用地轉為建造用地須經省級土地及資源部門批准。土地性質轉變後，於轉讓有關土地使用權前，有關農民集體所有土地將被開墾成為國有土地。於支付代價及相關收費後，將發出相關土地使用權證。

根據日期為二零零七年三月九日的批文，廣東省國土資源廳已批准將所述土地性質從農業用地更改為建造用地。羅定市國土資源局現正開墾有關的集體所有土地。據中國法律顧問指出，完成相關轉讓手續後，我們將擁有所述土地的有效所有權。

當我們獲取上述土地的有效所有權時，我們將展開羅定生產基地的建設工程。我們預計，羅定生產基地將於二零零九年初竣工及展開營運。然而，倘我們未能於二零零八年底以前獲取有效所有權，我們將會出售於原計劃用以建設羅定生產基地的土地中的現有權益，並於其他地方設立新生產廠房。我們將會透過我們自股份發售所得的所得款項淨額、內部資源及外來融資(包括銀行貸款)為羅定生產基地的建設工程融資。

羅定租賃廠房

我們亦租賃及佔用位於中國廣東省羅定市羅城鎮工業路1號的羅定租賃廠房，該廠房乃自羅定市對外經濟合作局（「出租人」）租賃的一棟11層高廠房。羅定租賃廠房的總建築面積約12,401平方米。

根據羅定租賃廠房的房屋所有權證，有關房屋的登記擁有人為羅定縣招商大廈而非出租人。根據中國法律顧問向羅定市房地產管理局專責人員了解，羅定租賃廠房乃由出租人的前身，以羅定縣外經委招商大廈管理小組的名義於一九八七年興建，故羅定縣招商大廈錯誤登記為權利人，並獲發相關房屋所有權證。然而，羅定縣招商大廈從未作經營實體的商業登記，且羅定租賃廠房的真實權利人應為出租人。據中國法律顧問指出，出租人擁有物業的實質及實益擁有權，相關租賃協議為合法及有效。

欠缺正式所有權證

就我們於平湖及羅定的現有生產設施（即平湖生產基地、平湖現有車間及羅定租賃廠房）而言，我們佔用合共24幢樓宇，總建築面積約81,903平方米。

除包括倉庫、職員宿舍及無關生產用途的其他房屋構築物的若干房屋構築物（佔平湖生產基地約58,439平方米總建築面積中約20,210平方米）外，我們已取得平湖生產基地所有樓宇的有效所有權證。

此外，總建築面積約11,062平方米的平湖現有車間的房屋構築物尚未取得有效所有權證，該車間約10,963平方米的總建築面積用於禮品包及其他低值產品的輔助生產廠房。

平湖及羅定現有生產設施總建築面積中，約57.5%總建築面積用作主要營運大樓，包括生產車間（「營運樓宇」），而其餘42.5%用作職員宿舍、倉庫、餐廳及其他輔助設施等非營運樓宇。就營運樓宇而言，缺乏正式所有權證的總建築面積約達10,963平方米，佔截至二零零六年十二月三十一日營運樓宇約47,081平方米總建築面積中約23.3%。

缺乏相關所有權證的原因，是因為在平湖土地一上的若干房屋構築物並未達成相關報建批准手續及平湖土地二及平湖土地三的樓宇乃位於上述農民集體所有土地上。我們與相關出租人已採取步驟糾正有關物業的所有權，絕大多數有關物業並非與我們的生產設施直接相關，或僅作為輔助生產及倉庫用途。

鑒於(i)有關物業主要用作倉庫、宿舍、餐廳及其他輔助設施，(ii)僅合共約10,963平方米總建築面積用於生產用途，僅佔撥作生產用途的總建築面積約23.3%，(iii)缺乏正式所有權證的營運樓宇(即平湖現有車間)乃大部分用以生產若干低端生產工序，現正遷至羅定租賃廠房；及(iv)倘就有關物業的合法所有權產生任何糾紛及／或倘我們佔有有關物業的權利受到質疑，且我們必須空置有關物業並遷至他處，董事相信(a)可輕易找到替代物業，已向地產代理取得報價，顯示平湖有可比較的廠房設施及倉庫且有關搬遷及／或重投生產可於短短約兩天的時間內，以相對較少的搬遷成本約人民幣16,000元完成，(b)現於所有權存在缺陷的物業中進行的生產工序，可分包予深圳區內的其他第三方分包商；及(c)當我們的生產設施由平湖遷往羅定，及羅定生產基地及其他新生產工場竣工後，我們可增加整體生產力並將所述生產設施遷至新生產設施，董事認為，所述物業缺乏相關所有權證不會對我們的業務造成任何重大不利影響。

董事確認，截至最後實際可行日期，彼等概無獲悉與我們佔用的有關物業的有效所有權相關的任何糾紛。若有關我們佔用物業的合法所有權產生任何糾紛，我們可能須空置有關物業並遷至他處。重置或會導致額外開支及／或業務中斷。控股股東已向我們提供彌償，以賠償因重置可能招致的任何損失或損害。

我們並未就以下物業獲取房屋所有權證：(1)平湖土地二的房屋構築物；(2)位於平湖土地一的辦公大樓、紙品倉庫及危險品倉庫；及(3)平湖現有車間的房屋構築物，因此在使用該等物業時(為不合法及失效)存在法律缺陷。根據中國法律顧問，我們須承擔因該等物業的房屋構築物缺陷而造成的意外的任何法律責任。儘管如此，如上文所述，董事認為，該等物業對我們的整體業務並不重要。控股股東已同意就欠缺所有權證的房屋構築物的缺陷而造成的意外所產生的罰款、損失及損害，向我們作出彌償。

於中國的其他物業權益

除我們的生產設施外，我們於中國其他地方（即北京、大連、上海及成都）還佔用合共七項物業。所述樓宇或單位的總建築面積約4,050平方米。

未登記租約

我們於中國租用的物業中，總建築面積約11,593平方米的九座房屋或單位，其相關租約尚未於相關機構登記。我們的平湖現有車間的租約未能登記乃由於其房屋構築物乃位於農民集體所有土地上，而根據中國法律顧問，現時的中國法律及法規毋須就租賃建於農民集體所有土地上的構築物進行登記。至於其他租用物業，完成有關租約的登記需要有關業主的合作，短期內未必可以成事。鑒於該等困難及基於該等物業對我們的整體經營並非至關重要，董事目前不擬完成登記。除平湖現有車間約11,062平方米面積外，該等物業均未用於生產營運。據中國法律顧問指出，未能登記協議並不影響租約效力。有效租約可針對物業的後續買方、受抵押人及承租人執行。未能登記租約將不會導致承租人遭受行政處罰。控股股東已同意就未能登記租約而產生的任何成本、開支、損失及損害，向我們作出彌償。

根據《中華人民共和國城市房地產管理法》的有關規定，出租人應當就有關的租約向房產管理部門辦理登記備案手續，但是並未明確未辦理登記備案是否會導致有關的租約是否有效的任何法律後果。為此，全國人民代表大會常務委員會法制工作委員會經濟室於一九九七年二月三日答覆河北省人大常委會時，明確指出房屋租賃有關的租約未辦理登記備案手續並不影響租約的法律效力。

有關我們於中國的物業權益詳情，請參閱本招股章程附錄四。

於香港的樓宇

我們亦於香港擁有15個工業單位及四個停車位，總建築面積約20,395平方呎。我們佔用該等單位，用作倉庫及輔助辦公室用途。

於其他司法管轄區的樓宇

我們於新加坡擁有1項物業，樓面面積約560平方米，作辦公室及倉庫用途。

我們佔用的樓宇或單位的進一步詳情，請參閱本招股章程附錄四。

知識產權

雖然我們大部分賓客用品乃為酒店及航空公司營運商訂製，並因此以客戶的品牌分銷，但我們也開發自有的品牌包括「*Rose Magnifique*」、「*Essence d'Orient*」及「*Nobility*」。此外，我們相信，已建立信譽卓著的企業形象「明輝」以及我們的專才及技術，包括有關在經營歷史中所開發的PSM環保產品對我們的成功攸關重要。

因此，集團旨在根據對我們在中國、香港及其他目標市場的業務適用的監管限制及規定、商標及專利權而登記。此外，為了保障我們的知識產權，我們已採取適當措施，如簽訂不可披露及保密協議。

有關我們於最後實際可行日期所登記及申請的商標及專利權的詳情，載於本招股章程附錄六「知識產權」一節。

我們已分別自獨立第三方獲取商標使用許可，包括「*Santa Barbara Polo & Racquet Club*」（由John Lam & Associates Company Limited給予特許權）、「*Baronessa Cali Oliva and Tarocco*」及「*Natūra U*」。

除上述披露者外，我們並無購入或獲取任何許可權，以使用第三方所擁有的知識產權。

於最後實際可行日期，我們並未同意任何其他各方使用我們所擁有的任何商標或專利權。董事確認，彼等並不知悉(i)於往績記錄期內有重大侵犯我們所用之任何商標或專利權；及(ii)於往績記錄期內有關我們所用的知識產權之任何訴訟或重大糾紛。

訴訟

我們不時牽涉於我們認為屬一般業務過程中的訴訟。

於往績記錄期內，我們涉及下列法律或仲裁法律程序：

- (a) 於二零零七年一月，一名前僱員就其被明輝深圳終止僱用向深圳龍崗勞動爭議仲裁委員會提出人民幣86,457元的索償。仲裁委員會駁回其全部訴狀。彼其後展開法律行動，以推翻仲裁判決，並索償人民幣92,987元。該案件仍有待審訊。我們並未就上述前僱員所提出的申索作出任何撥備。
- (b) 於二零零四年五月，一名前僱員就人民幣28,578元（其於二零零四年三月十六日至七月三十日的產假期間的未支付薪金、經濟賠償及未支付社會保險費用）向深圳龍崗勞動爭議仲裁委員會提出索償。仲裁委員會判決，明輝深圳須支付人民幣7,952元，但駁回其所有其他訴狀。明輝深圳其後展開法律行動，以推翻仲裁判決。於二零零五年五月，第二審法院裁定，明輝深圳應向其前僱員支付人民幣7,952元乃最終判決。明輝深圳已根據最終判決支付有關金額，並毋須支付該前僱員所申索的餘額。

於二零零四年八月，同一前僱員就人民幣47,639元（其於二零零四年五月二十四日至二零零五年三月三十一日期間的未支付薪金、終止僱用的經濟賠償及未支付社會保險費用）向深圳龍崗勞動爭議仲裁委員會提出索償。仲裁委員會判決，明輝深圳應向其支付人民幣6,362元，但駁回其所有其他訴狀。彼其後展開法律行動，以推翻該仲裁判決。於二零零五年十月，第二審法院裁定，明輝深圳應向其支付人民幣18,895元乃最終判決。明輝深圳已根據最終判決支付有關金額，並毋須支付該前僱員所申索的餘額。

- (c) 於二零零六年三月，一名前僱員就其被終止僱用向深圳龍崗勞動爭議仲裁委員會提出索償人民幣72,399元。仲裁委員會判決，明輝深圳應向該名前僱員支付人民幣796元，但駁回其所有其他申索。彼其後向法院申請推翻該仲裁判決。於二零零七年一月，第二審法院裁定，明輝深圳應向其支付人民幣1,556元乃最終判決。明輝深圳已根據最終判決支付有關金額，並毋須支付該前僱員所申索的餘額。

(d) 於二零零五年，明輝深圳就一名前僱員侵吞明輝深圳的原材料，向其展開法律訴訟。法院裁決，被告人應向明輝深圳交回侵吞的原材料。

該前僱員並未向明輝深圳交回侵吞的原材料，而我們已註銷約12,000港元的金額，即該等原材料的成本。

除上文披露者外，據我們所知，我們並不知悉有任何對我們的財務狀況或經營業績構成任何重大不利影響的待決或威脅我們或任何董事的任何訴訟或仲裁訴訟。

董事相信，上述僱員相關的法律及／或仲裁程序乃屬個別及特殊情況，且對我們與員工的關係並無任何不利影響，我們與僱員維持良好的關係。

新加坡法律問題

我們於新加坡的業務乃透過QAS Singapore的全資附屬公司進行。QAS Singapore所進行的業務包括向酒店及款客業出售及供應賓客用品。QAS Singapore並無製造任何產品，而直接由其以中國為基地的供應商進口所有產品。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度，QAS Singapore應佔營業額分別約1,700,000港元、18,100,000港元及30,500,000港元，而於同期，溢利淨額分別約200,000港元、30,000港元及2,200,000港元。

於往績記錄期內，QAS Singapore並未符合有關於新加坡進口、出售及供應的頒發執照規定及其若干產品的標籤規定的若干新加坡法律及法規。相關新加坡法律及法規的詳情，請參閱本招股章程「法規－新加坡法律問題」一節。

於往績記錄期內，我們誤以為毋須取得執照或毋須遵守標籤規定，故我們並無申請必要的執照，而我們若干「口腔或牙齒衛生產品，包括口腔清新劑及牙粉」項下類別的產品（定義見相關新加坡法律及法規）未能遵守標籤規定。除上述者外，我們的新加坡業務已遵守所有相關新加坡法律及法規，而我們擁有所有必要的許可證及執照（包括營業執照及其他特別許可證）以於新加坡進行業務。

任何觸犯藥品法及上文所列舉的適用法規的人士一經定罪須繳納不超過5,000新加坡元的罰款或判監少於兩年或同時遭罰款及監禁。倘被定罪，該罰款可應用於法人團體。罰款及判監的刑罪亦可應用於法人團體的任何董事、經理、秘書或其他

人員，或意圖以此身份行事的任何人士（倘罪行被證明乃在得到該人員或人士的同意及默許的情況下觸犯或因該人員或人士的疏忽所導致）。可分別根據藥品法及適用法規個別作出檢控。根據我們的新加坡法律顧問，監禁刑罰通常應用於嚴重的違規事項，尤其是涉及造成傷害或有毒、受限制或被禁止物質或對人體有危險。我們進口至新加坡及在當地出售的化妝產品並無含有該等物質並在使用時對人體安全。因此，我們認為，我們任何高級管理層人員被監禁並因此影響我們的業務的機會甚微。

為糾正情況，我們已就現時進口至新加坡並於當地銷售的相關化妝產品向新加坡健康科學管理局申請並獲得所需執照。此外，我們會將化妝產品名稱、成份表列、進口商的名稱及地址、批號等資料標於產品上，以符合標籤的規定。

新加坡法律的法律顧問從負責的新加坡政府機構所得悉，倘我們採取行動以遵守相關法律及法規，會對先前的違規事項有助益。就此，董事確認，我們已就現時進口至新加坡並於新加坡銷售的相關化妝產品獲取相關進口及產品的執照，並將根據藥品法及有關我們進口至新加坡及／或於新加坡銷售的化妝產品的適當法規遵守標籤規定。據進一步了解，判監的刑罰通常在嚴重的違規事項（尤其是涉及造成傷害或含有毒素、受限制或被禁物料或對人體有危險的產品）。我們進口至新加坡並於新加坡出售的化妝產品並無含有該等物質並在使用時對人體安全。

控股股東已同意就因不遵守新加坡法律及法規所產生的任何成本、法律責任及損害彌償我們。

牙膏二甘醇問題

牙膏事件

於二零零七年六月一日，FDA 警告消費者避免使用標籤為「中國製造」的牙膏。當局發出警告及「進口警戒」以禁止標籤為含有二甘醇成份的牙膏以及來自若干中國製造商並標籤為含有二甘醇成份的若干牙膏品牌進入美國。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年七月三十一日止七個月內本集團銷售包括含有二甘醇的牙膏的潔齒用品的收入極微，分別約 1,000,000 港元、800,000 港元、800,000 港元及 600,000 港元。「進口警戒」將涵蓋的產品列入「無檢驗扣留」。即是說，有問題的產品將不准進入美國，除非進口商能證明其符合所有 FDA 規定。倘欠

缺該證明，該產品將不准進入，並一般會被銷毀或運送出境。根據美國法律顧問所提出的法律意見，倘產品「似乎」觸犯FDA規定，FDA可按法令不許該產品進口美國。此「似乎」準則乃低於FDA對已在美國市場出現的產品採取法律行動的準則。此乃「進口警戒」的法律基準。雖然我們的牙膏並非在FDA公佈中舉出的產品表列當中，獨立測試顯示，供應予我們其中兩名美國分銷商的牙膏含有二甘醇。

於二零零七年八月十三日，上述美國分銷商其中之一在FDA網站刊登新聞稿，指稱我們所供應的若干牙膏被發現含有二甘醇，而該分銷商已與FDA合作自願收回產品。

二甘醇乃一種溶劑，作防凍劑用途。牙膏並不是供使用者吞下，但FDA關注到無心吞下或嚙下含有二甘醇的牙膏的情況。直至最後實際可行日期，FDA並無收到有關含有二甘醇的牙膏的中毒報告，而於其發出警告後，FDA並無另行作出公佈要改變這個立場。然而，FDA關注長期接觸二甘醇以及若干人群，如小孩及腎病或肝病者接觸該產品。含有二甘醇的牙膏對該等人士造成低但不能忽視的毒性風險及傷害。

美國法律意見

根據美國法律顧問，倘FDA發現列明含有二甘醇成份的牙膏或含有過量二甘醇的牙膏（不論其成份有否於標籤聲明），最有可能的行動乃不准進口（如上文所述）或倘已進入美國市場，則要求「自願」收回。收回化妝品乃屬自願性，因FDA並無任何法定權力命令一間公司進行收回。然而，倘製造商或分銷商拒絕「自願」收回產品，FDA可發出令公司商譽及聲譽嚴重受損的信息。此外，倘FDA在某一地點發現大量這類牙膏，可提出訴訟沒收該等牙膏。雖然FDA有權以違反FDA規定為由處以刑責（向公司或負責人作出罰款及／或監禁負責人），FDA很少採取這行動。近年，FDA作出的刑事起訴大部分針對故意欺騙行為，如向該局呈交虛假資料。

由於二甘醇對健康不會導致即時危險而是慢性影響，美國法律顧問認為非特殊情況下，FDA應不會進一步採取執法行動。此外，只要我們的美國分銷商自願收回產品，相信FDA並無需要沒收產品。FDA將會跟進上述美國分銷商，以確保該收回為有效。例如，FDA會要求該分銷商定期呈交收回情況報告，並見證銷毀該被收回產品或最少獲提供銷毀行動的文件證明。

根據美國法律顧問，消費者不大可能個人提出訴訟，因為(i)大部分有問題的產品已從酒店收回或根本從未付運至酒店；及(ii)即使酒店賓客被發現嚙下一些牙膏，該賓客將須證明該牙膏含有二甘醇，而二甘醇導致若干可證實的健康問題。上述美

國分銷商較有可能的做法是就其產品收回成本、失去的銷售額及溢利及可能對其聲譽所造成的損害向我們尋求賠償。可理解地(但機會不大)，連鎖酒店集團亦可能以類似理據向上述美國分銷商提出申索，而分銷商可能因此與我們產生糾紛，嘗試要求我們承擔支付連鎖酒店集團的賠償金的責任。

根據美國法律顧問，牙膏事件不大可能導致一連串訴訟。潛在訴訟當事人(或倘集體訴訟，則為一群訴訟當事人)難以證明其受到可獲得賠償的傷害，原告人最多只能提出極小額(如有)的金錢索償。故此，甚少律師願意處理有關訴訟。於多名中國製造商生產的牙膏所發現的二甘醇含量經確定並不會對健康造成重大傷害，而FDA並無接獲美國境內有關含有二甘醇牙膏中毒的任何報告。鑑於我們所供應的牙膏乃供酒店業作一次性使用的客房賓客用品，故不大可能含有大量二甘醇成份。我們的牙膏將僅供酒店住宿的賓客短暫使用(而非在家居恒常使用)，而使用者以成人較小童為多。此外，我們即時收回有問題的產品，杜絕了持續使用的可能。美國法律顧問並無得悉已提出任何有關酒店賓客牙膏(或一般而言，受二甘醇污染的牙膏)的訴訟。雖然我們可能須面對一或多宗集體訴訟，但美國法律顧問認為，該等訴訟將不大可能證明我們的牙膏會造成的傷害及損傷。此外，尋求集體訴訟證明的原告人將須證明所受損害的共同性(即集體在法理或事實上的共同性)，但很難證明在低攝入量下能產生典型的傷害。美國法律顧問認為，透過進行即時及適當收回，我們已大大減低我們的負債風險。

就酒店所提出的索償而言，美國法律顧問認為，購買我們的牙膏(向我們直接購買或透過我們的分銷商購買)的酒店提出索償的機會較酒店住客提出索償的機會為多。然而，該等索償的數目以及潛在風險則更為低。酒店將不會就對人身的傷害而提出索償，而會就置換牙膏的成本及在客房浴室供應受污染的牙膏令酒店聲譽受損而提出索償。由於我們截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年七月三十一日止七個月期間銷售包括含有二甘醇的牙膏的潔齒用品的收入極微，分別約1,000,000港元、800,000港元、800,000港元及600,000港元；董事確認，更換有問題牙膏的勞工成本極低。此外，我們已與我們供應含有二甘醇的牙膏的兩名美國分銷商達成和解，包括置換成本。就聲譽受損而提出的索償不大可能成立，因為須證實酒店受到非推斷性的損害，但概無數據顯示因酒店沒有我們供應的牙膏而導致流失住客或酒店聲譽受損或酒店須割價以挽留人客。故此，雖然酒店(或更準確而言，酒店管理公司)提出索償的機會較個別住客提出索償的機會為多，但預計我們不會在這方面陷入訴訟困境。

中國的回應

於二零零七年七月十一日，中國國家質量監督檢驗檢疫局（「中國質檢局」）發出通知（「通知」），禁止牙膏製造商使用二甘醇作為成份。在發出通知之前，中國法律及法規並無禁止使用二甘醇作為牙膏的成份，或對二甘醇所佔牙膏的成份實施任何限制。中國質檢局於通知中重申中國政府立場，根據中國健康專家在二零零零年所進行的測試，含少量二甘醇仍屬安全。

根據中國法律顧問，於發出通知前，含有二甘醇成份的牙膏並不觸犯中國法律及法規。此外，在發出通知後，中國質檢局並無禁止含有二甘醇成份的牙膏在中國銷售。因此，在中國銷售於發出通知前製造並含有二甘醇成份的牙膏並無觸犯該通知。

我們的情況

我們向中國內地及境外的酒店、款客及旅遊業供應多款賓客用品（包括牙膏）。於往績記錄期內，我們並無製造任何由我們供應的牙膏，而是主要向中國八名牙膏分銷商購買，以供裝瓶及／或其後分銷予客戶之用。董事確認，於往績記錄期內，我們向各牙膏製造商訂下的全部採購訂單中，均沒有把二甘醇列入牙膏生產規格的一部分。故此，倘我們的客戶就上文所述的牙膏問題向我們提出任何申索，我們有權並將會考慮向相關牙膏製造商採取相應的法律行動，以補償該損失（如有）。

於截至二零零六年十二月三十一日止三個年度，我們所購買的牙膏總額分別約為8,100,000港元、11,700,000港元及21,900,000港元。其中，自兩名牙膏製造商採購的出口牙膏被發現含有二甘醇，佔截至二零零六年十二月三十一日止三個年度的購買總額合共約17.7%、14.1%及10.5%。

於往績紀錄期內，我們的牙刷及牙膏銷售額分別約為23,500,000港元、32,400,000港元、49,500,000港元及25,100,000港元，佔我們於有關期間的收入總額約6.7%、6.4%、7.2%及6.6%。被發現含有二甘醇的牙膏出售予兩名海外銷售的分銷商，包括上文所述牽涉入牙膏事件的美國分銷商。截至二零零六年十二月三十一日止三個年度及截至二零零七年七月三十一日止七個月，向該兩名分銷商銷售包括含有二甘醇牙膏的潔齒用品的收入分別約1,000,000港元、800,000港元、800,000港元及600,000港元。

就其他分銷商出售至歐洲的牙膏而言，其配方有別於出售至該兩名美國分銷商的牙膏的配方。由於出售至酒店的牙膏產品乃用完即棄型，分銷商及最終用戶所持有的存貨極少，以減低存倉成本。在二零零七年六月FDA作出公佈後，我們及該等牙膏的製造商已委聘屬於獨立第三方的認可實驗室及認證機構就成份進行抽樣實驗室測試，確認二甘醇含量不超過FDA及歐盟現時所接受的水平。我們亦獲歐洲客戶告知，彼等已進行實驗室測試，並確實結果相同。截至最後實際可行日期，董事已確認，除出售至上述兩名美國分銷商的牙膏外，我們並無接獲有關出售至歐洲的牙膏二甘醇含量超出可接受水平的任何投訴或報告。

我們的產品(包括牙膏)乃根據我們客戶要求的規格採購，而產品樣本乃由獨立牙膏製造商製造並在交付前隨機透過我們送往客戶確認。我們根據客戶先前所提供的規格供應產品。於往績記錄期內，概無任何重大退貨事件，而我們的產品質素在任何重大方面並無受到質疑。此外，由於牙膏乃用完即棄品，故分銷商及其他最終用戶所持有的存貨應極少。故此，董事確認，含有二甘醇的牙膏的置換成本對我們的財務狀況不會構成任何重大影響。此外，誠如上文所述，我們有權並將會考慮向中國相關牙膏製造商的法律行動，以補償該損失。

在自願收回後，我們已與我們供應被發現含有二甘醇牙膏的兩名分銷商和解，彼等已同意不會就因牙膏事件而造成的品牌聲譽受損而產生的任何成本或賠償向我們提出索償(包括就在牙膏事件前向彼等供應的任何牙膏的索償)。兩名美國分銷商各自己與我們副簽和解書，以確認其中所載的和解條款。對其中一名美國分銷商，我們同意支付370,000美元以解決有關收回及置換我們所供應的牙膏(包括牙膏事件前供應的牙膏)的索償、損失及開支，而相關美國分銷商同意免除我們就收回及置換所產生或將產生的所有實際開支的任何及所有索償、損失及開支及有關收回及置換牙膏及自市場收回的額外產品的營利損失、業務收入損失及對利潤率的不利影響而須承擔的責任。至於另一美國分銷商，我們同意就置換我們所供應的牙膏(包括牙膏事件前所供應的牙膏)而導致的索償、損失及開支繳付78,000美元。繳付的款項不包括有關收回牙膏的任何第三方產品責任索償。

董事確認，於最後實際可行日期，概無任何有關牙膏問題的訴訟或類似的法律程序。

由於我們已與兩名美國分銷商和解並根據上文所載的美國法律顧問的意見，我們認為該兩名美國分銷商所帶來的訴訟風險以及由涉及該兩名美國分銷商的牙膏問題所產生的任何進一步虧損極微。無論如何，我們已於二零零七年六月三十日作出為數3,900,000港元的撥備，以支付潛在虧損，包括退貨以及收回開支，並於同期註銷若干存貨。董事認為，上述撥備乃適合應付由牙膏問題所產生的潛在虧損。倘潛在虧損超過約3,900,000港元的撥備，差額將由控股股東所提供的彌償所支付。控股股東已同意就本集團任何成員公司於上市前出售含有有毒及有問題成份的產品而蒙受的所有成本、法律責任或損害，向我們作出彌償。有關詳情，請參閱本招股章程附錄六「其他資料—1. 遺產稅、稅項及其他彌償」一節。

我們緊密監察該情況並採取積極的步驟與我們的海外客戶合作，置換有問題牙膏，以減低對我們客戶造成的干擾。董事認為，牙膏問題是個別事件。

由於我們的產品主要為酒店房間或飛機用完即棄產品，該等產品向客戶以捆裝出售。牙膏事件的情況可能因該客戶訂購模式而加劇。我們的牙膏及牙刷通常被包裝在一起並以一套潔齒用品出售。當我們的牙膏被發現有品質問題，我們的客戶可能不再訂購我們的潔齒用品。倘我們若干產品日後因品質問題須進行產品收回，我們的客戶可能停止訂購與有問題產品配搭出售的其他產品，並產生進一步虧損。儘管如此，我們認為牙膏問題對我們的銷售額構成的影響甚微。由於牙膏問題，上述兩名美國分銷商中只有一名不再向我們訂購牙膏，但繼續向我們訂購牙刷及其他賓客用品。無論任何，向該名美國分銷商銷售包括含有二甘醇的牙膏的潔齒用品的銷售額甚低；截至二零零六年十二月三十一日止三個年度以及截至二零零七年七月三十一日止七個月，分別約1,000,000港元、800,000港元、800,000港元及400,000港元。另一名美國分銷商繼續向我們訂購潔齒用品（包括牙膏）。

事實上，自二零零七年六月FDA公佈以來，我們來自十大客戶（包括上述該兩名美國分銷商）的銷售額繼續錄得強勁增長。於二零零七年七月及八月，對我們十大客戶的每月銷售額分別約40,700,000港元及43,200,000港元，與截至二零零七年六月三十日止六個月對我們十名客戶的平均每月銷售額約30,800,000港元比較，錄得約32.1%及40.3%的大幅增長，顯示我們的銷售額並未受牙膏問題重大影響。除上述不再向我們訂購牙膏的美國分銷商外，我們十大客戶繼續向我們訂購賓客用品（包括牙膏）。因此，董事相信，牙膏問題將不會影響我們與客戶的關係。

持續遵規事項及其他可能品質問題

於二零零七年六月一日FDA作出公佈後，我們實施牙膏新採購規定。所有牙膏製造商須向我們確認(連同測試報告)，所生產的牙膏並不含二甘醇。我們將要求牙膏製造商提供分析證書(包括微生物測試及產品規格確認)、由認可測試機構所作出的二甘醇測試報告以及二甘醇含量不超過FDA及歐盟所接受範圍的確認書。我們的研究及開發部亦將就所購買的牙膏抽樣進行微生物測試。董事認為，上述程序足以減低牙膏問題日後再次出現的機會。我們已委聘兩間均為獨立第三方的檢定機構即勝邦(香港)公證有限公司(「勝邦」)及香港通用公證行有限公司(「通用公證行」)進行檢測，並可委聘其他類似的獨立檢測機構按季度就牙膏進行抽樣實驗室測試(包括二甘醇測試)。勝邦為跨國測試機構，在檢定方面有悠久歷史，並在香港及其他地方設有實驗室，提供廣泛認證服務，包括不同國際標準如ISO。通用公證行於測試及檢查不同行業產品，提供高水平專業技術及優質服務方面具有豐富的經驗，並為一家負責各類標準如ISO及食物管理系統的檢定機構。我們亦將繼續於我們的供應商(包括牙膏供應商)廠房進行審核，以監察其生產程序。此外，我們將檢討我們的產品測試程序，以確保遵守所有有關產品安全的已刊發中國國內及境外之規定。

我們所採購的日化項目主要為牙膏。就我們內部製造的日化產品(如洗髮水、護髮素、沐浴露、潤膚乳液等等)而言，我們將繼續對其品質實施嚴格監控。我們擁有內部實驗室及委聘專業技術員進行各類化學及微生物測試，以確保我們的化學產品的品質。我們亦委聘獨立檢定機構，對我們主要的內部日化產品抽樣進行個別實驗測試。於平湖生產基地所生產的日化產品獲評為符合FDA及歐洲理事會的GMPC標準。我們檢討該等機關所定標準及規定，以確保我們的產品不時遵守有關規定。

就牙膏的其他成份以及其他日化產品(不論是從第三方供應商購買或內部製造)而言，董事確認，彼等並無自主要市場的相關政府機構及／或客戶接獲任何有關品質或產品安全的任何通知，並認為我們應已符合產品的主要銷售市場的相關監管規定。董事將會密切定期監察主要市場的監管規定變動。此外，由於我們的日化產品為一次性使用，並為用完即棄性質，而我們的分銷商及其他最終用戶所持有的存貨極少，故董事認為，彼等注意到任何變動後，即能以最低成本遵守新的規定。

為了加強我們洞悉主要市場監管規定的變動的能力，我們經已或將會實施以下的政策：

- 將設立監察主任一職（其將直接向主席匯報）並由我們的化學研究及開發經理陳亦寧女士出任，陳亦寧女士將負責品質監察並記錄不同司法管轄區（尤其是中國、美國及歐盟）監管變動的最近發展。陳女士為香港化妝品化學家學會的會員，經常閱覽載有特別有關香港、中國、美國及歐盟的新監管規定的市場資料的期刊。監察主任將編製有關監管變動的每月報告（如有），並向高級管理層傳閱以便能採取即時行動；
- 新監察委員會（成員包括分別負責中國及國際銷售的執行董事劉子剛先生和陳艷清女士、負責生產的執行董事李景熙先生以及新監察主任）將會成立，每兩個星期會晤一次，透過從本地及海外客戶收集情報，以討論適用於我們及／或我們的產品（包括化妝產品）監管規定的最新變動（如有）；
- 已編寫有關上述事宜的政策及程序手冊並由主席批准。我們會將該手冊併入為我們的ISO文件一部分，並向全體員工發佈。倘我們的主要市場的監管規則有任何變動，我們將立即更新該手冊。我們亦將每年審閱該手冊，作為我們的ISO審閱過程一部分；及
- 在所有銷售合約中，將加入一項訂明海外分銷商及最終客戶負責確保所訂明的產品規格符合當地監管規定的條款。

此外，我們以往經常參與下列活動，以獲取有關全球監管環境的資料，日後將繼續參與這些活動：

- 陳亦寧女士出席每年於歐洲舉行的化妝品科學會議（IN-COSMETIC會議），以獲取美國及歐盟化妝品法規的最新趨勢及監管資料；
- 陳亦寧女士亦透過瀏覽政府或相關機構於相關司法管轄區的網站，搜集其於法規的變動；
- 我們為美國Cosmetic Toiletries Fragrance Association（「CTFA」）的活躍會員，並定期自CTFA獲取最新消息。我們亦購買其他書籍及參考資料以獲取有關適用於我們產品的化學品（全球可合法使用或被禁用的化學品）的全球監管的最新資料。

董事的確認

經考慮上述各項，包括(i) FDA施加刑事罰則的可能性極微；(ii)顧客或產品的最終用戶作出法律行動的可能性極微；(iii)我們可就中國相關牙膏製造商進行潛在的因應法律行動；及(iv)售予海外客戶含有二甘醇的牙膏數量不多，董事確認，因牙膏問題產生的虧損不會對我們的財務狀況構成重大影響。

牙膏問題引起的更廣泛關注

牙膏問題使我們的產品品質受到更廣泛的關注。作為一站式服務供應商，我們提供多種賓客用品及其他酒店房間配套用品。我們的產品乃內部製造或自第三方供應商採購。

為回應牙膏問題及保護我們的聲譽，我們即時向客戶解釋並向FDA澄請我們並無內部製造任何牙膏，而是自第三方供應商採購。我們非常關注該情況及實行專為牙膏而設的新採購規定及上文所述的其他品質保證措施。

牙膏乃我們自第三方供應商採購的主要日化產品。就其他採購項目而言，我們將維持嚴格系統以篩選可信賴及有質素的供應商。有關詳情，請參閱本招股章程「業務－原材料及供應品」一節。就我們內部生產的產品而言，我們已實施載於本招股章程「業務－質量監控」一節的嚴格品質監控程序。此外，如上文所述，我們亦已實行多項政策，包括編製政策及程序手冊，以記錄有關主要市場產品質素及安全方面的監管規定的變動。我們將會緊密監察該等變動並檢討及在適當的情況下調整我們的品質監控程序，以確保我們遵照不同司法管轄區的適用產品質素及安全法律及法規。

控股股東已同意就本集團任何成員公司因於上市前出售含有有毒及有問題成份的產品而蒙受的所有成本、責任或損害向我們作出賠償。有關詳情，請參閱本招股章程附錄六「其他資料－1.遺產稅、稅項及其他彌償」一節。

業務並無中斷

董事確認在過去十二個月本集團業務並無中斷而可能或已經對財務狀況造成重大影響。