

概 要

本概要旨在為閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於僅屬概要，故本文並無載列一切可能對閣下而言屬於重要的資料。閣下在決定投資於發售股份前務須細閱整份招股章程。

任何投資均涉及風險。閣下在決定投資於發售股份前務須仔細考慮本招股章程所載的所有資料，更應考慮本招股章程「風險因素」一章所載的風險。

本概要所用詞彙的涵義與本招股章程「釋義」一章或「技術詞彙」一章所界定者相同。

業務

緒言

本集團主要在中國及香港從事分銷、研發及製造天然生命食品的業務。天然生命食品是指大致不含或完全不含人造成份、防腐劑及其他化學物質的天然生命食品。天然生命食品乃指一般公眾人士由於產品的味道、營養價值及健康利益而於正常膳食以外進食的產品。於最後實際可行日期，本集團的分銷網覆蓋中國及香港等28個城市。

董事認為，本集團的產品(如燕窩、蜂蜜酒及蜂蜜)為天然生命食品，均為100%天然，並為大眾一般於正餐以外食用的天然生命食品。所有該類產品均深受大眾公認為含有豐富營養價值的可口健康食品。

本集團所分銷的產品

現代人愈來愈着重飲食質素，藉以改善體質及保持身體健康，天然生命食品因而變得愈來愈受歡迎及大眾化。鑑於天然生命食品的市場潛力，本集團於一九九九年七月在香港開展其首種天然生命食品—燕窩的分銷業務。燕窩的主要成分包括(但不限於)還原糖、硫磺、蛋白質、纖維及氮複合物(包括酸胺、胡敏素、單氨基氮、非氨基氮、組氨酸、賴氨酸、氨基己糖及精氨酸等)。

本集團在香港經營燕窩銷售業務。營業記錄期間內，本集團向香港批發商及中國的食肆分銷白燕，白燕是官燕的一種。官燕是三種屋燕中最優質的一種，其餘兩種屋燕分別為毛燕及草燕。屋官燕本身可按其品質、色澤、形狀及大小分為四類，即血燕、橙燕、白燕及黃燕。本集團於截至二零零二年六月三十日止兩個年度分別售出約309公斤及1,001公斤燕

窩，期間增幅約為223.9%。董事相信，燕窩營業額之增長主要由於批發商客戶的數目有所增加所致。本集團的燕窩營業額分別約達4,400,000港元及16,700,000港元，佔本集團於截至二零零二年六月三十日止兩個年度的營業總額分別約50.5%及26.6%。

張女士及陳先生相信天然生命食品市場，具有龐大潛力。因此，繼一九九九年七月開始分銷燕窩，他們決定擴濶本集團的產品系列，藉以增加本集團的收入來源，並減低所需承擔的市場及行業風險。經慎重考慮後，張女士及陳先生決定分銷本集團第二種天然生命食品－蜂蜜酒，原因是張女士及陳先生相信此產品最能配合本集團的業務目標。蜂蜜酒及燕窩兩者均(i)性質相同；(ii)在人力資源、銷售及分銷渠道、市場推廣策略等方面，以大致相同的經營模式進行生產，而其最終客戶亦相類似。有關本集團經營模式之詳情，請參閱本招股章程「概要」一章「營運模式」一節；及(iii)可合併組成嶄新的天然生命食品。因此，張女士及陳先生便開始物色蜂蜜酒供應商。於一九九九年十月十日，燕麟莊與蕪湖酒業訂立分銷協議，向客戶分銷蜂蜜酒產品，包括甜蜂蜜酒及乾蜂蜜酒。

自燕麟莊達成分銷協議後，本集團不斷在中國推廣其產品及委聘銷售代理，以擴大其分銷渠道。本集團於二零零零年七月開始分銷蜂蜜酒產品，包括甜蜂蜜酒及乾蜂蜜酒。蜂蜜酒的主要成份是蜂蜜。蜂蜜的成份包括(但不限於)果糖、葡萄糖、蔗糖、麥芽糖、糊精、泛酸、生物素、氮複合物、有機酸、檸檬酸、蘋果酸、香精油、非有機鹽、維他命(B1、B2、B6、C、E、D、K)、蛋白質、氨基酸、礦物質及花粉。本集團主要在中國經營蜂蜜酒銷售業務。

經過差不多一年分銷蜂蜜酒後，張女士及陳先生均對蜂蜜酒產品的質素及其受歡迎程度感到滿意。他們認為：(i)本集團可藉蕪湖酒業現有及研發中的天然生命食品，進一步擴濶其產品系列；(ii)除上述橫向增長外，本集團應作出縱向整合，兼及生產蜂蜜酒，從而獲取更高的邊際利潤及確保享有穩定的蜂蜜酒產品供應；及(iii)蕪湖酒業的研發隊伍擁有開發嶄新的天然生命食品類別的專門技術及能力。燕麟莊與蕪湖酒業於二零零一年十月在中國成立中外合資公司蕪湖蜂蜂。自蕪湖蜂蜂成立日期開始，蕪湖酒業即停產，並向本公司承諾不再從事蜂蜜酒之推銷、開發及製造，亦不會採購純天然蜂蜜。有關中外合資公司的詳情，請參閱本招股章程「業務」一章「歷史及發展」一節。本集團的蜂蜜酒營業額佔本集團於截至二零零二年六月三十日止兩個年度的營業總額分別約49.5%及70.7%。

本集團的蜂蜜酒獲：(i)中國管理科學研究院評定為中國優質食品及；(ii)中國安徽省蕪湖市政府及廣東省珠海市政府機關選為接待指定飲料。

本集團的蜂蜜酒產品年分銷量於截至二零零二年六月三十日止兩個年度分別約為90,079公斤及1,300,000公斤。本集團的蜂蜜酒營業額由截至二零零一年六月三十日止年度約4,300,000港元增至截至二零零二年六月三十日止年度約44,500,000港元，增長超過900%。董事相信，本集團蜂蜜酒營業額上升實有賴產品本身愈趨普及所致。

為進一步擴闊本集團的產品系列，本集團決定分銷其第三種天然生命食品－蜂蜜。本集團於二零零二年二月及四月從兩家蜂蜜供應商取得分銷權。本集團所分銷的蜂蜜乃採自中國佛教聖地九華山及世界自然及文化遺產保護區中國黃山的純天然花蜜。本集團於二零零二年三月開始在中國分銷蜂蜜，而截至二零零二年六月三十日止年度，本集團來自分銷蜂蜜的營業額佔本集團的營業總額約2.7%。

營運模式

本集團每一種產品的營運模式(包括人力資源、銷售及分銷途徑、市場推廣策略及最終客戶)均大致相同。

人力資源

營業記錄期間，本集團每一種產品的營運及開發均由大體上相同的管理隊伍管理。

銷售及分銷途徑

營業記錄期間，本集團的產品大多由本集團相同的銷售及市場推廣隊伍所分銷，而本集團的客戶主要為：(i)食肆；(ii)超級市場或零售店；或(iii)批發商(包括商人及本集團委聘的銷售代理)，他們會將產品轉售予食肆或零售店，供顧客於該等食肆享用或最終消費者在家享用。本集團於截至二零零二年六月三十日止年度的五大客戶中的其中三位為本集團所委聘的銷售代理。

市場推廣策略

董事相信，現代人比以往更注重有高質素及健康的飲食，而進食的目的已不單為求充飢，更希望藉此改善體質及保持身體健康。因此，天然生命食品已變得愈來愈受歡迎及大眾化。由於產品均為天然生命食品，其營養價值可促進身體健康，故此，本集團已經展開推廣且將繼續向講求健康的客戶推廣其產品。

最終消費者

本集團各類產品的最終消費者大部份的背景均十分相似，而最明顯的是消費者於中式食肆享用產品或自超級市場及其他零售店購買產品回家享用。於營業記錄期間，本集團有部份客戶同時購買本集團的燕窩及蜂蜜酒兩種產品。

研究與開發

自燕湖蜂蜂於二零零一年十月成立以來，本集團已有能力研發嶄新天然生命食品的工作。本集團的最重要目標之一是製造出可保存基本純天然生命食品大部份養份的產品，例如眾所周知，蜂蜜含有抗菌及抗氧化物質，亦含有容易被人體吸收產生能量的葡萄糖、果糖及其他單糖。

本集團強調研究及開發為本集團天然生命食品業務重要的一環，並致力開發及物色新的天然生命食品來擴充產品系列。為此，本集團於二零零二年一月委聘一家生物科技公司（為獨立第三方）為本集團的蜂蜜酒產品進行養份分析及研究。董事相信，倘能藉增加新產品來擴闊產品類別，將對本集團有莫大益處。董事確認，自中外合資公司燕湖蜂蜂於二零零一年十月成立以來，本集團已開始投資於研究及開發方面；而截至二零零二年六月三十日止年度，本集團於研發方面的投資額約達107,000港元。

釀製蜂蜜酒產品

為了(i)擴大本集團的產品系列；(ii)進行縱向整合，納入蜂蜜酒的生產，以便獲取更高邊際利潤，並掌握穩定的蜂蜜酒產品供應；以及(iii)利用燕湖酒業研發隊伍的專門技術及能力，開發嶄新的天然生命食品類別。燕麟莊與燕湖酒業於二零零一年十月在中國成立中外合資股份企業燕湖蜂蜂。該企業由燕麟莊擁有55%的權益，而其餘45%權益則由燕湖酒業擁有。有關中外合資股份企業的詳情，請參閱本招股章程「業務」一章「歷史及發展」一節。於二零零一年十月至二零零二年二月底，本集團利用燕湖酒業之生產設備，進行生產。於二

零零二年二月，本集團把其已有的蜂蜜酒生產設施遷往中國安徽省蕪湖市。本集團按照ISO創立的品質管理系統標準執行品質管理系統制度。中國進出口品質檢定中心已核證本集團的品質管理系統，並頒發ISO9001:2000品質管理系統認證證書。此外，蕪湖酒業已把其蜂蜜酒釀製配方即一種蜂蜜酒的釀製方法的專利申請權，轉授予本集團，本集團現正申請專利註冊。於最後實際可行日期，蕪湖蜂蜂估計其蜂蜜酒年產量約達4,000,000公斤。有關生產設施的詳情，請參閱本招股章程「業務」一章「生產」一節。

本集團的主要優勢

董事相信，本集團的成功取決於下列主要因素：

- 與供應商關係穩固，讓本集團能取得優質原料、保持產品質素及維持產品成本處於低水平；
- 多元化產品系列(包括燕窩、蜂蜜酒及純蜂蜜)，減低所承擔的市場及業內風險；
- 本集團擁有超濾科技，能提升蜂蜜酒的產量及品質；及
- 研究及開發隊伍協助本集團開發及探索新天然生命食品，以擴大本集團產品類別。

概 要

營業記錄

以下為本集團於截至二零零二年六月三十日止兩個年度各年的合併業績概要，此概要乃根據本招股章程附錄一會計師報告所載「財務資料的呈列基準」一節所列的呈列基準編製：

| | 截至六月三十日止年度 | |
|------------|--------------|--------------|
| | 二零零一年 千港元 | 二零零二年 千港元 |
| 營業額(附註1) | 8,784 | 62,850 |
| 銷售成本 | (7,377) | (40,968) |
| 毛利 | 1,407 | 21,882 |
| 其他收入 | — | 152 |
| 分銷成本 | (31) | (3,746) |
| 行政支出 | (135) | (2,873) |
| 經營溢利 | 1,241 | 15,415 |
| 融資成本 | — | (1,072) |
| 除稅前溢利 | 1,241 | 14,343 |
| 稅項 | (191) | (368) |
| 除少數股東權益前溢利 | 1,050 | 13,975 |
| 少數股東權益 | — | (362) |
| 本年純利 | 1,050 | 13,613 |
| 股息(附註2) | 920 | — |
| 每股盈利(附註3) | | |
| — 基本 | 0.35仙 | 4.48仙 |

概 要

附註：

(1) 營業額指本年已售貨品之已收及應收款項淨額。

(i) 按地區市場分析的營業額如下：

| 地區市場 | 截至六月三十日止年度 | | | |
|------|--------------|------------|---------------|------------|
| | 二零零一年 | | 二零零二年 | |
| | 千港元 | % | 千港元 | % |
| 中國 | 4,349 | 49.5 | 46,160 | 73.4 |
| 香港 | 4,435 | 50.5 | 16,690 | 26.6 |
| | <u>8,784</u> | <u>100</u> | <u>62,850</u> | <u>100</u> |

(ii) 按產品分析的營業額如下：

| 產品 | 截至六月三十日止年度 | | | |
|-----|--------------|------------|---------------|------------|
| | 二零零一年 | | 二零零二年 | |
| | 千港元 | % | 千港元 | % |
| 燕窩 | 4,435 | 50.5 | 16,690 | 26.6 |
| 蜂蜜酒 | 4,349 | 49.5 | 44,457 | 70.7 |
| 蜂蜜 | — | — | 1,703 | 2.7 |
| | <u>8,784</u> | <u>100</u> | <u>62,850</u> | <u>100</u> |

(2) 截至二零零一年六月三十日止年度之股息乃由本集團自其留存溢利中撥出款項派付予當時之股東。

(3) 營業記錄期間之基本每股盈利乃根據有關期間合併純利及於此期間已發行的304,000,000股股份計算，並假設集團重組已於二零零零年七月一日生效。

風險因素

董事認為，本集團的業務涉及若干風險，該等風險的概要簡述於本招股章程「風險因素」一章。該等風險大致可分為(i)有關本集團的風險；(ii)有關行業的風險；及(iii)有關中國的風險，現概述如下：

有關本集團的風險

- 物業權益
- 因購股權的行使而攤薄股東權益
- 對印尼燕窩供應商的倚賴
- 對主要客戶的倚賴
- 產品法律責任及保險
- 污染
- 可供分派溢利
- 股息政策
- 對蜂蜜酒的倚賴
- 優惠稅項待遇

有關行業的風險

- 競爭

有關中國的風險

- 中國的政治結構及經濟環境
- 中國法制的演變

整體業務目標

本集團的目標在於成為中國及香港天然生命食品工業的市場領導者之一，在市場佔有率及產品質素方面均要勝人一籌。

業務策略

為達成業務目標，本集團管理層制訂了下列業務策略：

擴展分銷網絡

本集團認為中國是其主要市場，故此將繼續把焦點集中於發展中國業務，同時亦計劃進軍日本、韓國、美國及其他歐洲國家，增加集團於上述市場的佔有率。本集團亦計劃委聘更多本地及海外銷售代理，以加強及擴大中國分銷網，並建立海外分銷網。

擴潤產品系列

利用其現有產品系列的優勢，本集團計劃進一步加以擴充，從而增加收入來源及減輕所承擔的風險。本集團的宗旨，是為上班一族製造天然生命食品，並將進一步研究方便食用的產品。本集團計劃開發既方便食用又不含防腐劑的燕窩產品，並將探索及制訂嶄新的釀酒秘方，創製獨一無二的優質蜂蜜酒。本集團預期藉著混和不同的材料，並使生產程序精益求精，可彰顯現有產品的優點和／或創出全新的產品。董事確認本集團將於二零零三年推出燕窩蜂蜜酒及蜂蜜飲品。有關本集團就產品開發的未來計劃詳情，請參閱本招股章程「業務」一章「研究與開發」一節「開發中的產品」一段；及「業務目標陳述」一章「實施計劃」一節。

提高產量

本集團計劃在中國珠海市興建新生產設施，提高產量。本集團亦計劃添置更多機器設備，用來製造嶄新的天然生命食品。

提高品牌知名度

管理層深知建立品牌知名度的重要性，並致力於推廣本集團及其產品在公眾人士／客戶間的認受性。

本集團乃網站www.chinamead.com的註冊擁有人。本集團計劃改進現有天然生命食品網頁，從而促進公眾對本集團產品的認識。網頁將增設的內容包括燕窩、蜂蜜酒及蜂蜜資訊、特別優惠、提供食譜的烹飪園地及為天然生命食品愛好者而設的討論地帶。

本集團將向注重健康的客戶推介產品。董事相信，天然生命食品市場有進一步擴展的潛力。本集團將向目標客戶加強宣傳其產品不含人造成份、防腐劑及其他化學物質的特點，並將繼續提高產品的公眾知名度。

隨着本集團在中國其他未有銷售的城市的市場佔有率不斷上升，本集團將推行大大小小的市場推廣活動，務求令本集團的產品愈趨普及。本集團計劃在未來兩年到三年建立全國知名的品牌。

股份發售原因及所得款項用途

董事認為，由股份發售所帶來的所得款項淨額，十分重要，可為本集團的實施計劃，提供資金（詳情見本招股章程「業務目標陳述」一章）。

概 要

以指示發售價0.40港元(即每股發售股份發售價介乎0.40港元與0.55港元之間所列明範圍內的最低價格)為基準計算，經扣除就股份發售由本公司支付的有關包銷佣金及估計支出後，股份發售所得款項淨額估計約達30,200,000港元。所得款項淨額計劃作下列用途：

所得款項用途

| | 截至六個月止 | | | | | | 小計 |
|-----------------------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|------------------|----------------|-------------|
| | 由最後實際 可行日期至 | | 二零零三年 | | 二零零四年 | | |
| | 二零零二年 十二月三十一日 | 二零零三年 六月三十日 | 二零零三年 十二月三十一日 | 二零零四年 六月三十日 | 二零零四年 十二月三十一日 | 二零零五年 六月三十日 | |
| | 百萬港元 | | | | | | |
| 擴充中國珠海市的 新生產設施(附註1) | | | | | | | |
| (i) 購置土地 | 0.2 | - | 0.3 | - | 0.8 | - | 1.3 |
| (ii) 建築成本 | 1.8 | 2.0 | 1.7 | - | - | - | 5.5 |
| 進行多項研發計劃， 務求增加本集團 產品類別(附註2) | | | | | | | |
| (i) 蜂蜜飲品 | - | 0.6 | 0.5 | 0.3 | 0.2 | 0.2 | 1.8 |
| (ii) 蜂蜜酒 | - | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.1 | 0.1 | 1.1 |
| (iii) 燕窩產品 | - | 0.3 | 0.4 | 0.4 | 0.2 | 0.2 | 1.5 |
| 推銷及推廣活動(附註3) | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 1.8 |
| 購買生產新天然 生命食品的新機器 (附註4) | 0.7 | 0.8 | - | 1.1 | - | - | 2.6 |
| 贖回可轉換票據(附註5) | 14.0 | - | - | - | - | - | 14.0 |
| 一般營運資金 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.1 | 0.6 |
| 合計 | <u>17.1</u> | <u>4.4</u> | <u>3.6</u> | <u>2.5</u> | <u>1.7</u> | <u>0.9</u> | <u>30.2</u> |

附註：

- 董事確認，位於中國廣東省珠海市的新生產設施預期包括一個生產中心、一個研發中心及一個銷售及分銷中心。
- 董事確認，預期將進行有關引入嶄新口味的蜂蜜酒、蜂蜜飲品及不同種類的燕窩產品(包括燕窩膠囊、燕窩茶及燕窩精等)的多項研發計劃。
- 推銷及推廣活動將包括(但不限於)在各類媒體刊登廣告、派發推廣禮品、張貼海報、參與交易會及舉辦任何其他推廣活動。

4. 董事確認，根據本集團的實施計劃，本集團預期於二零零三年開始生產蜂蜜飲品及燕窩產品。故此，董事計劃添置新機器設備，務求在各有關期間內生產上述新產品。
5. 可轉換票據乃於二零零二年一月發出。該等可轉換票據乃由執行董事張女士及陳霆先生及本公司之附屬公司燕麟莊有限公司作無條件及不可撤銷擔保，按季度支付年利率7.5%利息。由張女士、陳霆先生及燕麟莊有限公司提供的擔保條款，將緊隨本公司股份於認可的證券交易所上市而告屆滿、終止及失效。董事確認，於二零零二年六月三十日後，為防止本公司股東之持股量減少及攤薄本公司資產及每股盈利，所有可轉換票據根據一份日期為二零零二年九月三日之補充契約由本公司答允予以贖回。
6. 上述股份發售所得款項淨額用途的時間表可按業務環境及市場發展的轉變而更改。
7. 倘發售價為0.55港元（即發售價列明範圍內之最高價格），則董事擬將該額外所得款項淨額約13,800,000港元之約40%用於研究及開發，約40%用於市場推廣及宣傳活動及約20%作為本集團之一般營運資金。

倘全數以指示發售價0.40港元及0.55港元（即發售價列明範圍內之最低及最高價格）行使超額配股權，本公司將分別獲得額外所得款項淨額約6,300,000港元及8,700,000港元。董事現計劃將該筆額外所得款項淨額用於研究及發展（約40%）、市場推廣及宣傳活動（約40%）及作為本集團的一般營運資金以支持進行中之營運及擴展業務（約20%）。

倘發售股份所得款項並未即時撥作上述用途，董事目前擬將該筆所得款項淨額存放於香港的銀行及／或財務機構內作短期存款。

董事相信，股份發售所得款項淨額連同內部產生資金將足以撥付本集團於本招股章程「業務目標陳述」一章所述的全部計劃及／或建議項目。倘本集團決定額外投資於現時計劃及／或建議項目以外的項目上，則本集團可能需進一步融資。本集團將於適當時就此作出公佈。董事預期股份在創業板上市後，本集團可通過各種途徑（包括動用內部資源、獲取額外股本融資或債務融資或一併採用上述各種方法）為該等額外項目提供資金。就此而言，根據創業板上市規則第17.29條，除創業板上市規則豁免者外，自上市日期起計6個月內，本公司不得發行或構成任何協議以發行任何其他股份或可轉換為股本證券的其他證券。

概 要

倘本集團未能按計劃實現任何業務目標，董事將仔細評估當時情況，並在董事認為符合本公司及股東整體最佳利益的情況下，可將資金重新分配，以便為其他業務計劃及／或新項目提供資金；及／或將持有所得款項作短期存款。倘遇到上述情況，本公司將遵守創業板上市規則的有關披露規定，發表公佈。

股份發售統計數字

| | 按每股股份 指示發售價 0.40 港元 計算 | 按每股股份 指示發售價 0.55 港元 計算 |
|--------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| 市值 | 1.60億港元 | 2.20億港元 |
| 每股股份經調整有形資產淨值(附註1) | 11.9仙 | 15.3仙 |
| 每股盈利全數攤薄備考(附註2) | 3.09仙 | 3.09仙 |

附註：

1. 每股經調整有形資產淨值乃在作出本招股章程「財務資料」一章「經調整有形資產淨值」一段所述的調整後及根據本招股章程「股本」一章所述的已發行及將予發行股份400,000,000股計算得出，惟並無計入根據本招股章程附錄四「有關本公司的其他資料」一章所述因行使超額配股權或根據首次公開招股前購股權計劃或購股權計劃而授予或可能授予的購股權或本公司根據一般授權而可能配發、發行或購回的任何股份。
2. 每股盈利全數攤薄備考乃根據截至二零零二年六月三十日止年度本集團除稅後但未計非經常項目前之合併溢利而計算，並假設該年度已發行股份總計為440,000,000股，並計及因全面行使根據首次公開招股前購股權計劃所授出的購股權而可能配發及發行的任何股份，即本公司股份首次於創業板開始買賣當日之已發行股本10%。然而，並未計入任何根據超額配股權的行使或根據購股權計劃而可能授予的購股權而可能配發及發行的任何股份；或根據一般配發、發行及購買授權而可能配發、發行或由本公司購買的任何股份，詳情請參閱本招股章程附錄四「本公司全體股東於二零零二年九月十六日及二零零二年十月十八日通過的書面決議案」一段所述。

由賣方提呈發售的銷售股份

賣方根據配售以發售價發售銷售股份16,000,000股。按每股指示發售價0.40港元計算(即每股發售股份發售價介乎0.40港元與0.55港元之間所列明範圍內的最低價格)，在扣除賣

概 要

方就股份發售應付的有關包銷佣金及估計費用後，賣方因出售銷售股份而獲得之所得款項淨額約為5,000,000港元。董事認為，賣方發售的銷售股份為其重整部份其於本公司初期投資資本的方法。

股東

下表顯示於緊隨股份發售及資本化發行(假設並未行使超額配股權)完成後本公司的股權架構。下表並無計入根據首次公開招股前購股權計劃或購股權計劃授出或可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份：

| 股東名稱 | 首次取得 本集團 股權日期 (附註1) | 緊隨股份 發售及資本化 發行完成後所持 股份數目及 股權百分比 (假設並未行使 超額配股權) | | 每股 股份投資 概約成本 港元 | 概約 總投資成本 港元 | 上市日期後 的禁售期 |
|--|------------------------------|--|-------|--------------------------|-------------------|---------------|
| | | 持有股份數目 | % | | | |
| 主要股東及 | | | | | | |
| 上市時管理層股東： | | | | | | |
| Best Frontier Investments Limited (附註2) | 二零零二年 六月十二日 | 262,080,000 | 65.52 | 不適用 | 不適用 | 12個月 (附註5) |
| 張女士 (附註2) | 一九九五年 一月十六日 | 262,080,000 | 65.52 | 數目極少 | 999 | 12個月 (附註5) |
| 陳先生 (附註2) | 一九九五年 一月十六日 | 262,080,000 | 65.52 | 數目極少 | 1 | 12個月 (附註5) |
| 受禁售期所限的公眾股東： | | | | | | |
| Super Bond Securities Limited (附註3及6) | 二零零二年 六月六日 | 14,400,000 | 3.6 | 0.066 (附註7) | 947,368 | 12個月 (附註6) |
| Bright Smile Ltd. (附註4及6) | 二零零二年 六月六日 | 11,520,000 | 2.88 | 0.082 (附註8) | 947,368 | 12個月 (附註6) |
| 不受禁售期所限的 其他公眾股東 | 二零零二年 十一月十二日 | 112,000,000 | 28 | 發售價 | — | 不適用 |
| | | 400,000,000 | 100 | | | |

附註：

1. 指各方成為本集團股東(無論直接或間接)的實際日期。
2. 股份由於英屬處女群島註冊成立的有限公司Best Frontier Investments Limited持有，而該公司則分別由張女士及陳先生持有99.89%及0.11%的權益。於披露權益條例下，Best Frontier Investments Limited、張女士及陳先生被視為擁有該262,080,000股股份的權益。張女士為陳先生之妻，陳霆先生為張女士及陳先生之子。
3. Super Bond Securities Limited為一間於英屬處女群島註冊成立的有限公司，並為本公司的公眾股東，其已發行股本僅由獨立第三方劉自輝先生所持有每股面值1美元的不記名股份組成。
4. Bright Smile Ltd.為一間於英屬處女群島註冊成立的有限公司，並為本公司的公眾股東，其已發行股本僅由每股面值1美元的不記名股份組成，並由獨立第三方朱維鵬先生、陳少文先生、何耀明先生及李疇賡先生持有。
5. 上市時管理層股東(亦作為本公司的主要股東)已向本公司、保薦人、牽頭經辦人(代表其本身及包銷商)及聯交所承諾，由上市日期起計12個月期間：
 - (a) 除非創業板上市規則第13.18條許可，否則彼等將不會出售(或訂立任何協議以出售)或批准其登記持有人出售(或訂立任何協議以出售)任何彼等、彼或其於本公司各自直接或間接擁有的任何權益；
 - (b) 彼等所擁有的股份(或被視為擁有的股份)〔「有關股份」〕將於股份發售及資本化發行完成後按聯交所接納的條款存託於聯交所認可的存託代理；
 - (c) 倘彼等根據創業板上市規則或根據聯交所按創業板上市規則授出的任何權利或豁免將彼等於有關股份的任何直接或間接權益質押或抵押，則彼等必需立即通知本公司，並隨後按創業板上市規則第17.43條所列明的細則披露詳情；及
 - (d) 彼等如上文(c)分段所述將彼等於有關股份的權益質押或抵押後，倘彼等知悉承質人或承押人已出售或有意出售該等權益，則彼等必需立即知會本公司，並告知本公司受影響的有關股份數目。

張女士及陳先生各人均已向本公司、保薦人、牽頭經辦人(代表其本身及包銷商)及聯交所承諾，自上市日期起計12個月期間，彼等將不會出售(或訂立任何協議以出售)或批准其登記持有人出售(或訂立任何協議以出售)彼等、彼或其各自於Best Frontier Investments Limited的任何直接或間接權益。

6. 鑑於：(i)股份在創業板上市前需要更多營運資金，以促進本集團業務發展；(ii)股份在上市前流通量低；及(iii) Super Bond Securities Limited及Bright Smile Ltd.在上市前進行的投資所涉及的風險，董事認為，該等上市前投資者就股份所付的代價均為合理，並符合本公司的利益。Super Bond Securities Limited及其股東劉自輝先生，以及Bright Smile Ltd.及其股東朱維鵬先生、陳少文先生、何耀明先生及李疇賡先生均已向本公司、保薦人、牽頭經辦人(代表其本身及包銷商)及聯交所承諾，自上市日期起計12個月期間，(a)彼等將不會出售或准許其持有人出售(或訂立任何協議以出售)任何彼等、彼或其各自於本公司直接或間接擁有的權益；及(b)彼等將把所擁有的股份(或被視為擁有的股份)於股份發售及資本化發行完成後按聯交所接納的條款存託於聯交所認可之存託代理暫為保管。
7. 每股投資成本約為總投資成本(並不包括約800,000股銷售股份的成本)除以緊隨資本化發行及股份發售完成後(假設並無行使超額配股權)之持股約數。
8. 每股投資成本約為總投資成本(並不包括約640,000股銷售股份的成本)除以緊隨資本化發行及股份發售完成後(假設並無行使超額配股權)之持股約數。

首次公開招股前購股權計劃

截至最後實際可行日期，本公司已根據首次公開招股前購股權計劃有條件地授予本集團四名董事、一名顧問及八名僱員購股權，可按每股股份相當於發售價50%的認購價認購合共40,000,000股股份，佔截至股份首次開始在創業板買賣日期本公司已發行股本之10%(假設並未行使超額配股權)。董事確認，首次公開招股前購股權計劃旨在鼓勵或獎勵經甄選的參與者，表揚他們對本集團發展及成長及本公司之上市所作的貢獻。有關首次公開招股前購股權計劃的詳情，請參閱本招股章程附錄四「首次公開招股前購股權計劃」一節。所授出的購股權詳情如下：

| 名稱 | 職位 | 開始 受聘月份 | 購股 權下相關 股份數目 | 認購價(發 售價折讓 百分比) | 地址 | 上市日期後 的適用禁售期 (附註) |
|-----|------|------------|--------------------|-----------------------|----------------------------|-------------------------|
| 張女士 | 執行董事 | 一九九五年七月 | 4,000,000 | 50% | 香港 九龍 又一村 紫藤路1B地下 | 12個月 |

概 要

| 名稱 | 職位 | 開始 受聘月份 | 購股 權下相關 股份數目 | 認購價(發 售價折讓 百分比) | 地址 | 上市日期後 的適用禁售期 (附註) |
|-----|---------------|------------|--------------------|-----------------------|---|-------------------------|
| 陳先生 | 執行董事 | 一九九五年七月 | 4,000,000 | 50% | 香港 九龍 又一村 紫藤路1B地下 | 12個月 |
| 陳霆 | 執行董事 | 二零零一年七月 | 4,000,000 | 50% | 香港 九龍 海棠路7號 1樓D室 | 12個月 |
| 馮戩雲 | 獨立非執 行董事 | 二零零二年九月 | 2,600,000 | 50% | 香港 薄扶林 沙灣徑25號 1座20A | 12個月 |
| 范忠達 | 顧問 | 二零零二年九月 | 4,000,000 | 50% | 台灣 台北 松德路 3樓223號 | 12個月 |
| 關耀明 | 財務總監 | 二零零一年八月 | 4,000,000 | 50% | 香港 西營盤 正街40號5樓 | 12個月 |
| 馮敬謙 | 高級業務 發展經理 | 二零零二年二月 | 3,600,000 | 50% | 香港 跑馬地 毓秀街23號22樓A | 12個月 |
| 盧慧筠 | 業務發展 經理 | 二零零二年二月 | 3,200,000 | 50% | 香港 英皇道989號 24樓A6室 | 12個月 |
| 何萍萍 | 銷售及市場 推廣經理 | 二零零一年七月 | 3,200,000 | 50% | 香港 新界 花都廣場 4座27樓C室 | 12個月 |
| 劉獻根 | 財務經理 | 二零零一年七月 | 2,400,000 | 50% | 香港 新界 荃灣 綠楊新邨 K座5樓4號室 | 12個月 |
| 陳威遜 | 業務發展 經理 | 二零零二年五月 | 2,000,000 | 50% | 香港 新界 荃灣 大河道88號 灣景廣場 38樓D室 | 12個月 |

概 要

| 名稱 | 職位 | 開始 受聘月份 | 購股 權下相關 股份數目 | 認購價(發 售價折讓 百分比) | 地址 | 上市日期後 的適用禁售期 (附註) |
|-----|----|------------|-------------------------|-----------------------|--|-------------------------|
| 郝淑萍 | 秘書 | 二零零一年七月 | 1,800,000 | 50% | 香港 九龍 牛頭角道77號 淘大花園2A期 J座14樓 1401室 | 12個月 |
| 王欣華 | 主任 | 二零零二年六月 | 1,200,000 | 50% | 香港 九龍 牛頭角道77號 淘大花園2A期 J座14樓 1401室 | 12個月 |
| | | | <hr/> <u>40,000,000</u> | | | |

附註：獲授予首次公開招股前購股權計劃之購股權之各承授人均已向本公司、保薦人、牽頭經辦人(代表其本身及包銷商)及聯交所承諾，自上市日期起計12個月期間，彼將不會出售(或訂立任何協議的出售)或批准其登記持有人以出售(或訂立任何協議以出售)任何根據首次公開招股前購股權計劃及其授予之購股權獲行使之股份之任何直接或間接權益。

除上文所述者外，本公司概無根據首次公開招股前購股權計劃授出或同意授出其他購股權，並將不會根據首次公開招股前購股權計劃進一步授出購股權，惟首次公開招股前購股權計劃的條文在其他各方面均持續具有十足效力及作用，而在首次公開招股前購股權計劃有效期間所授出的購股權可按照其發行條款繼續行使。

在中國及香港監管本集團產品的法律

燕窩

本集團在香港經營燕窩銷售。董事確認，本集團現計劃繼續在香港經營銷售燕窩的業務。董事確認，除需遵守香港有關貨物進口，以及成立公司進行貿易業務的有關香港法律及規例之一般適用條文外，本集團無須就其於香港之燕窩銷售業務申請特別註冊或申領牌照。

此外，本公司的印尼法律顧問認為：

- (a) 本集團從印尼供應商購入的燕窩為合法的，並且不受印尼法律所限制或禁止；及
- (b) 本集團毋須得到審批或牌照，以從其印尼供應商購買燕窩。

蜂蜜酒及蜂蜜

在中國，蜂蜜酒及蜂蜜的製造及分銷乃由管理食品生產、食品製造商之營運及食品之烹調、包裝及分銷之中國人民共和國食品衛生法所監管；亦受管理酒類產品之生產及製造之酒類衛生管理辦法所指導。在中國廣東省蜂蜜酒之製造及分銷乃受監管酒類之生產及分銷的廣東省酒類專賣管理條例所監管。

製造及分銷蜂蜜酒及蜂蜜，須符合有關的政府部門的衛生要求並獲得衛生許可證。蕪湖蜂蜂已就其釀製及分銷蜂蜜酒的業務取得有關之衛生許可證，該許可證有效期由二零零二年四月九日起至二零零三年四月九日屆滿。蕪湖蜂蜂就其分銷蜂蜜的業務，已於二零零二年九月十九日取得蕪湖衛生局之確認，毋須取得衛生許可證，此乃由於其出售之蜂蜜為原材料，其加工程序已減至最低。本公司之中國法律顧問認為目前蕪湖蜂蜂進行的釀製蜂蜜酒業務毋須申領酒類生產許可證，因為根據有關法例，蜂蜜酒並不歸類為白酒。蕪湖蜂蜂已根據下列要求取得衛生許可證：

- (a) 有關企業之產品須符合中國食品衛生法律；
- (b) 有關企業採用的生產設備須對有關企業之產品，作出品質保證；及
- (c) 有關企業之員工須取得每年檢討之健康證明書。

於廣東省之蜂蜜酒分銷商須向有關政府部門取得衛生許可證及酒類批發許可證。珠海蜂蜂已取得有關之衛生許可證，有效期由二零零二年九月二十五日開始至二零零三年九月二十五日屆滿，以及有關蜂蜜酒分銷業務之酒類批發許可證。

於廣東省之蜂蜜酒生產商須取得衛生許可證及酒類生產許可證。由於珠海蜂蜂之生產設施目前仍在興建中，於最後實際可行日期仍未開始進行生產，故此，毋須取得衛生許可證及酒類生產許可證。董事確認，於新生產設施落成後，珠海蜂蜂將申請所需之衛生許可證及酒類生產許可證。本公司的中國法律顧問認為，珠海蜂蜂在取得衛生許可證及酒類生產許可證方面，將不會遇上法律障礙。