

概 要

本概要旨在為閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於本文僅為概要，故並未載列對閣下屬重要的所有資料。閣下決定投資發售股份前，務請閱讀整份招股章程。

任何投資均涉及風險。有關投資發售股份的若干特定風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下決定投資發售股份前，務請細閱該節。

概覽

2010年，在所有中國的國內品牌中，本集團的青蛙王子品牌是國內領先的兒童護理產品品牌，按零售額計算，於護膚產品、沐浴洗髮產品及口腔護理產品市場均擁有最大份額¹。

本集團主要在中國設計及供應種類繁多的自有品牌兒童護理產品，包括專為中檔市場設計的護膚產品、沐浴洗髮產品，以及口腔護理產品與尿布產品。除兒童護理產品外，本集團亦以自有品牌提供嬰兒護理產品、家庭衛生產品和成人護理產品以及製造OEM產品。

遍及全國的高效銷售網絡乃本集團成功的關鍵。本集團透過分銷商網絡銷售自有品牌產品，分銷商再向次級分銷商及／或終端零售商分銷及轉售本集團的產品。於最後可行日期，本集團的銷售網絡有173名分銷商，透過該等分銷商將產品分銷至大型超市、超市、母嬰產品專營店及便利店等不同類型的零售店，網絡遍佈中國全部各省份、自治區及直轄市。本集團借助青蛙王子品牌所建立的銷售網絡分銷其他產品系列，例如雙飛劍及深呼吸品牌的家庭衛生產品。

本集團相信，青蛙王子品牌廣受好評的優質產品及良好信譽亦是本集團成功的關鍵。本集團非常注重產品的質素及安全，於整個生產流程中實施嚴格的品質控制措施。本集團現正生產的所有嬰兒護理及兒童護理產品與家庭衛生產品均符合中國的相關國家標準。此外，為更確保本集團產品的質素及安全，本集團主動聘請(i) Intertek (HK)²對本集團現時生產的所有嬰兒護理及兒童護理產品與化妝品進行測試，證明所有呈交 Intertek (HK)的產品均通過歐盟有關化妝品產品的化妝品指令的安全及規格主要參數的測試³；及(ii) Pony⁴對本集

附註：

1. 根據 Euromonitor 的資料，2010年，本集團的青蛙王子品牌的兒童保濕乳液產品、兒童沐浴洗髮產品與兒童口腔護理產品於該三個市場所佔市場份額分別約為23.1%、10.0%及14.6%。按兒童保濕乳液產品、兒童沐浴洗髮產品與兒童口腔護理產品的零售額計算，2010年，本集團的青蛙王子品牌於所有國內外品牌中佔第二大市場份額。2010年，本集團的兒童保濕乳液產品、沐浴洗髮產品及口腔護理產品的總零售額佔中國兒童護理產品市場總零售額約15.5%。
2. 獲得香港認可處、United Kingdom Accreditation Service及中國合格評定國家認可委員會的認可的檢測實驗室，為獨立第三方。
3. 於2011年2月18日。
4. 獲得中國合格評定國家認可委員會的認可的測試機構，為獨立第三方。

概 要

團現時生產的所有家庭衛生產品進行其他獨立測試，證明全部符合中國相關國家標準⁵。自1995年本集團成立以來，本集團並無公佈任何產品召回，亦無因質量瑕疵、潛在副作用或存在有害化學成分或物質而經歷任何產品退換貨或作出任何賠償，且未曾收到有關對本集團業務或聲譽有重大不利影響的質量或安全問題的任何投訴。

鑒於產品質素是本集團成功的基礎，本集團亦成功建立品牌形象及提升品牌在客戶中的知名度。本集團基於品牌人物青蛙王子創造並製作自有動畫片集。該動畫片集第一季於2006年至2008年在中國全國播放。憑藉該動畫片集第一季的成功，本集團製作並於2010年播出第二季。本集團相信製作自有動畫片集以提升品牌知名度的策略可令本集團自其他競爭對手中脫穎而出，且按在中國的品牌知名度及受消費者歡迎程度計算，本集團成功晉升為國內頂級嬰兒及兒童護理產品品牌⁶。隨着動畫片集第一季及第二季於中央電視台少兒頻道與江蘇衛視卡通頻道等其他主要電視頻道播出，相信本集團能向廣泛觀眾群體有效推廣青蛙王子品牌，提高本集團未來數年的銷售額。

隨着可支配收入增加及生活水平提高，中國父母更關注子女所用產品的質素及安全，因而更願意購買安全且迎合子女特定需要的優質兒童護理產品。根據 Euromonitor 的資料，兒童護理產品需求迅速增長，其市場規模自2006年的人民幣3,325,400,000元增至2010年的人民幣5,336,600,000元，複合年增長率為12.6%。截至2013年底，預計市場規模將達人民幣8,679,400,000元，自2011年的複合年增長率為17.6%。憑藉品牌知名度、產品開發能力及遍及全國的銷售網絡，本集團於中國生機蓬勃的兒童護理產品市場佔據有利位置。截至2008年、2009年及2010年12月31日止三年度，本集團的青蛙王子品牌兒童護理產品銷售額自2008年約人民幣320,300,000元大幅增至2010年的人民幣578,900,000元，複合年增長率為34.4%。

2009年，為把握中國嬰兒尿布產品的巨大市場需求，本集團擴充產品組合，以青蛙王子品牌提供嬰兒尿布產品。自2009年推出尿布產品以來，本集團在福建、河南、湖南、湖北、江西、山東、四川及雲南等26個省分銷尿布產品，並會繼續借助現有及日後銷售網絡擴展尿布產品在全國的分銷。自2009年推出尿布產品以來，尿布產品銷售於截至2009年及2010年12月31日止兩年度的營業額分別為人民幣8,800,000元及人民幣20,200,000元。

雙飛劍及深呼吸品牌家庭衛生產品並非核心業務部分，但鑒於本集團可通過青蛙王子品牌所建立的銷售網絡有效分銷該等產品，即使本集團並無大肆推廣或營銷，該家庭衛生

附註：

5. 於2011年2月16日。

6. 截至2010年12月31日，根據Frost & Sullivan的資料。

概 要

業務部分營業額亦顯著增長。本集團預計家庭衛生產品營業額會一直隨本集團銷售網絡的擴充而增加。截至2008年、2009年及2010年12月31日止三年度，家庭衛生產品營業額分別為人民幣84,300,000元、人民幣109,400,000元及人民幣180,000,000元，複合年增長率為46.1%。

營業紀錄期間，本集團生產的其他產品包括嬰兒護理產品、成人護理產品及OEM產品。

不同於在國內銷售的本集團自有品牌產品，本集團的所有OEM產品均售予境外客戶。本集團自行或聘用出口代理出口OEM產品至海外客戶。就董事所知，海外客戶會再將產品售予中國境外的零售商或次級分銷商。截至2008年、2009年及2010年12月31日止三年度，來自銷售OEM產品的收益分別佔總收益約13.4%、12.1%及9.0%。為維持與OEM客戶的關係，本集團會繼續OEM業務並接受符合本集團利益的訂單。

營業紀錄期間，除雙飛(美國)外，本集團所有海外客戶及所聘用的出口代理均為獨立第三方。有關本集團向雙飛(美國)供應OEM產品的更多詳情，請參閱本招股章程「關連交易」一節。

營業紀錄期間，本集團的整體收益及純利大幅增長。截至2008年、2009年及2010年12月31日止三年度，本集團的收益分別為人民幣474,000,000元、人民幣624,400,000元及人民幣838,000,000元，複合年增長率為33.0%；而同期純利分別為人民幣72,200,000元、人民幣91,800,000元及人民幣144,500,000元，複合年增長率為41.5%。

違規事件

營業紀錄期間，本集團有數宗未符合公司條例及本公司生產及銷售若干超出本集團營業執照或其他批文的業務範圍的產品的案件。本集團已改正該等事件並就生產及／或銷售該等產品取得相關執照及批文。此外，本集團有六種產品未能通過政府機構的隨機檢查。由於該等違規事件並未對本集團用戶造成任何安全問題及健康風險，且本集團未有收到任何終端消費者有關該等產品質量的投訴或索償，故本集團並無亦沒有被責令宣佈回收該等產品。該等產品其後均通過相關政府機構進行的檢驗，且現時符合相關行業標準。本集團已獲得相關中國機構確認本集團不會因該等違規事件而受到處罰。有關該等事件及本集團的緩解措施的詳情，請參閱本招股章程「業務—訴訟及合規」一節。

概 要

下表按品牌、產品類型及產品系列載列截至2008年、2009年及2010年12月31日止三年度的收益分析：

品牌	類型	產品系列	截至12月31日止年度					
			2008年		2009年		2010年	
			金額 (人民幣 千元)	佔總收益 百分比 (%)	金額 (人民幣 千元)	佔總收益 百分比 (%)	金額 (人民幣 千元)	佔總收益 百分比 (%)
青蛙王子	兒童護理產品	護膚品	202,419	42.7	255,621	40.9	359,011	42.8
		沐浴洗髮產品	44,042	9.3	72,921	11.7	100,747	12.0
		口腔護理產品	39,012	8.2	39,860	6.4	55,694	6.6
		尿布產品	—	—	8,769	1.4	20,199	2.4
	成人護理產品	口腔護理產品	34,811	7.4	55,409	8.9	43,238	5.2
	小計		320,284	67.6	432,580	69.3	578,889	69.0
雙飛劍	家庭衛生產品	殺蟲劑產品	67,132	14.2	97,100	15.6	165,350	19.7
深呼吸	家庭衛生產品	空氣清新劑	17,173	3.6	12,324	2.0	14,689	1.8
其他(附註)	OEM及其他		69,377	14.6	82,392	13.1	79,063	9.5
總計			473,966	100.0	624,396	100.0	837,991	100.0

附註：其他指OEM產品及本集團其他品牌的成人口腔護理產品與護膚產品。

競爭優勢

本集團相信，過往的成功及未來發展取決於以下各種競爭優勢：

- 國內頂級嬰兒及兒童護理產品品牌(以在中國的品牌知名度及受消費者歡迎程度計算)
- 具備市場領先地位有利於掌握中國高速發展的嬰兒及兒童護理產品市場的優勢
- 遍佈全國的完善銷售網絡

概 要

- 廣泛多樣的產品組合
- 產品質素卓越
- 經驗豐富及盡心盡力的管理團隊

策略

為維持在中國兒童護理產品市場的領先地位，進一步發展業務並且不斷增長，本集團計劃實施下列策略：

- 不斷強化及提高青蛙王子品牌形象
- 進一步豐富及增加產品種類
- 進一步普及至中國其他地區並提升零售網絡
- 繼續擴充產能及提高生產效率
- 繼續鞏固產品研發實力

概 要

過往財務資料概要

下表呈列本集團截至2008年、2009年及2010年12月31日止三年度的合併收益表概要。本集團合併收益表概要摘錄自且應與本招股章程附錄一會計師報告所載合併財務報表一併閱讀。本集團的合併財務報表根據國際財務報告準則編製。投資者亦須一併閱讀下列節選財務數據與本招股章程「財務資料」一節所討論者。

合併收益表

	截至12月31日止年度		
	2008年	2009年	2010年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益.....	473,966	624,396	837,991
銷售成本.....	(291,074)	(385,412)	(515,052)
毛利.....	182,892	238,984	322,939
其他收入及收益.....	775	1,992	992
銷售及分銷成本.....	(67,295)	(94,811)	(130,786)
行政開支.....	(13,911)	(14,714)	(23,586)
其他營運開支.....	(635)	(43)	(21)
融資成本.....	(2,410)	(5,142)	(1,638)
除稅前溢利.....	99,416	126,266	167,900
所得稅開支.....	(27,192)	(34,467)	(23,431)
本公司股權持有人應佔 年度溢利.....	72,224	91,799	144,469

合併全面收益表

	截至12月31日止年度		
	2008年	2009年	2010年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
年度溢利.....	72,224	91,799	144,469
其他全面收入：			
換算海外業務之滙兌差額.....	27	16	2,191
本公司股權持有人應佔年度 全面收入總額.....	72,251	91,815	146,660

概 要

合併財務狀況表

	12月31日		
	2008年	2009年	2010年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產			
物業、廠房及設備	27,703	46,140	82,067
預付土地租金	4,112	25,280	20,466
無形資產.....	3,555	3,375	144
可供出售投資	250	550	—
預付款項及按金	21,141	100	8,387
非流動資產總額	56,761	75,445	111,064
流動資產			
存貨.....	30,384	34,323	34,737
貿易應收款項及應收票據.....	35,609	74,559	59,149
應收關連方款項	10,731	11,091	26,144
預付款項、按金及其他			
應收款項	11,992	2,337	3,731
已抵押存款	2,997	3,662	2,350
現金及現金等價物	27,786	114,442	72,299
流動資產總額	119,499	240,414	198,410
流動負債			
貿易應付款項及應付票據.....	9,390	35,270	33,894
其他應付款項及應計費用.....	6,978	14,028	17,211
計息銀行及其他借貸.....	45,700	85,728	—
應付關連方款項	1,218	2,025	89,565
應付稅項.....	8,191	12,210	7,349
流動負債總額	71,477	149,261	148,019
流動資產淨值	48,022	91,153	50,391
總資產減流動負債	104,783	166,598	161,455
非流動負債			
計息銀行貸款	—	20,000	15,800
非流動負債總額	—	20,000	15,800
資產淨值	104,783	146,598	145,655
權益			
本公司股權持有人應佔權益			
已發行股本	11	11	11
儲備.....	104,772	146,587	145,644
權益總值.....	104,783	146,598	145,655

建銀國際資產管理、Joyful 及 Paramount 的首次公開發售前投資

為進一步籌集資金以供本集團經營業務(如品牌推廣及市場推廣活動)、提升本集團企業管治及為建設新生產線供資,建銀國際資產管理、Joyful 及 Paramount 於2010年7月成為青蛙王子國際的首次公開發售前投資者。根據青蛙王子國際、青蛙王子(香港)、青蛙王子(中國)、李先生、謝先生、振飛投資及金麟投資與建銀國際資產管理、Joyful 及 Paramount 各

概 要

自於2010年7月29日訂立的多份購股協議(統稱為「購股協議」)的條款，建銀國際資產管理、Joyful 及 Paramount 各自以代價10,000,000美元、1,500,000美元及2,000,000美元分別認購10,785股、1,618股及2,157股青蛙王子國際股份，而該代價已於2010年8月悉數支付。該代價乃按公平基準，參考青蛙王子(中國)於2009年財政年度的估計財務表現釐定。假設發售價為每股3.14港元(即建議發售價範圍每股2.51港元至3.76港元的中間價)，則首次公開發售前投資者的每股投資成本約為每股1.10港元(根據匯率1.00美元兌7.7921港元兌換)，較發售價折讓65.0%。認購後，建銀國際資產管理、Joyful 及 Paramount 分別持有青蛙王子國際約9.42%、1.41%及1.88%股權。建銀國際資產管理、Joyful 及 Paramount 所持股份自本集團上市起計有六個月禁售期且會計入公眾持股量。

重組及緊隨全球發售及資本化發行後，假設不行使超額配股權，則建銀國際資產管理、Joyful 及 Paramount 分別持有本集團經擴大已發行股本約7.06%、1.06%及1.41%。

有關建銀國際資產管理、Joyful 及 Paramount 的投資詳情，請參閱本招股章程「歷史及重組 — 重組及財務投資」一段。

轉讓知識產權

根據版權指讓協議，福建雙飛向青蛙王子(中國)指讓青蛙王子動畫系列的所有版權及其他相關權利。

此外，根據有關協議，福建雙飛同意向青蛙王子(中國)轉讓所擁有或申請的73個商標(其中68個於中國註冊，其餘5個於中國境外註冊)及36個商標申請(其中35個於中國申請，其餘1個於中國境外申請)、16個專利、1個專利申請及12個域名。73個所轉讓的商標及36個所轉讓的商標申請中，82個與青蛙王子品牌有關。根據有關的協議，上述轉讓完成前，青蛙王子(中國)可免費使用該等商標。

於最後可行日期，有關協議所述的六個商標(不包括轉回予福建雙飛的「BODY & EARTH」及「GREEN CANYON SPA」兩個商標)及所有專利、專利申請與域名已自福建雙飛轉讓至青蛙王子(中國)。六個所轉讓的商標均與青蛙王子品牌有關。董事根據經驗估計，福建雙飛向青蛙王子(中國)的所有商標轉讓均可於上市後一年內完成。本公司中國法律顧問競天公誠律師事務所亦向本集團表示，根據中國法律轉讓剩餘94個商標(包括根據福建雙飛轉讓予青蛙王子(中國)的商標申請新註冊的商標)及2個商標申請並無法律障礙。控股股東、謝先生及金麟投資承諾，倘福建雙飛未能向青蛙王子(中國)轉讓該等商標及商標申請，則控股股東、謝先生及金麟投資將會促使福建雙飛向青蛙王子(中國)授出獨家永久特許權以免費使用該等商標。

概 要

上述轉讓的詳情，請參閱本招股章程「歷史及重組」一節的「重組及財務投資 — 重組 — (1)境內重組」一段。

溢利預測

根據本招股章程附錄三所載基準及假設，倘無不可預見情況，本集團預計截至2011年6月30日止六個月本公司股權持有人應佔合併溢利預計不會少於人民幣67,700,000元。

溢利預測基於按本招股章程附錄一會計師報告所述，在所有重大方面與本集團現時所採用者一致的會計政策編製。根據上市規則第11.18條，本集團向聯交所承諾，截至2011年6月30日止六個月的中期報告已經審核。

售股建議統計數據

	基於發售價 2.51港元	基於發售價 3.76港元
預計市值(附註)	2,510,000,000	3,760,000,000
	港元	港元
未經審核備考經調整每股有形資產淨值	人民幣0.61元	人民幣0.86元

附註：本公司的市值基於最低及最高發售價與緊隨全球發售後合共已發行及將發行1,000,000,000股股份計算。該等股份數目不計入可能根據超額配股權或根據購股權計劃所授任何購股權將配發及發行的任何股份。

所得款項用途

發行新股份所得款項淨額的擬定用途

假設並無行使超額配股權，扣除本集團應付全球發售包銷費用及估計開支後，估計本集團收取的全球發售所得款項淨額總額(不包括出售銷售股份所得款項淨額)約為713,700,000港元(假設發售價為每股3.14港元，即建議發售價範圍每股2.51港元至3.76港元的中間價)。本集團現時計劃將該等所得款項淨額作以下用途：

- 約285,500,000港元(即40%)用於鞏固市場營銷及推廣本集團品牌及產品，並擴大及鞏固銷售網絡及渠道管理，包括實施全套綜合企業資源規劃系統；
- 約214,100,000港元(即30%)用於擴充及提升生產設施及產能，包括興建第二及第三期新廠房及員工宿舍樓並於新廠房安裝新設備；
- 約107,100,000港元(即15%)用於擴充產品種類；

概 要

- 約35,700,000港元(即5%)用於提升研發實力，包括於研發部門安裝新設備、為研發團隊僱用更多技術人員、於上海建立新研發中心並與學府及專業機構共同開發項目；及
- 約71,300,000港元(即10%)用作提供營運資金及其他一般企業用途。

倘發售價定於建議發售價範圍的最高價，則本集團全球發售所得款項淨額(不包括出售銷售股份所得款項淨額及假設並無行使超額配股權)將約為862,500,000港元(假設發售價為每股3.76港元)。倘發售價定於建議發售價範圍的最低價，則本集團全球發售所得款項淨額(不包括出售銷售股份所得款項淨額及假設並無行使超額配股權)將約為562,500,000港元(假設發售價為每股2.51港元)。撥作上述用途之所得款項淨額分配將按比例調整。

倘發行新股份所得款項淨額不足以支付上述用途，則本集團計劃透過多種方法(包括營運所得現金及銀行融資)籌集餘額。本集團目前相信，發行新股份所得款項淨額加上其他融資來源，將足以支付上述用途。

倘超額配股權獲悉數行使，本集團估計將收取額外所得款項淨額約90,400,000港元(假設發售價為每股2.51港元，即建議發售價範圍的最低價)、約113,000,000港元(假設發售價為每股3.14港元，即建議發售價範圍的中間價)及約135,400,000港元(假設發售價為每股3.76港元，即建議發售價範圍的最高價)。本集團擬按比例使用該等款項作為上述用途的額外資金。

倘全球發售所得款項淨額並未立即撥作上述用途，且相關法律及法規許可，本集團擬將款項撥作短期活期存款及／或貨幣市場工具。

根據全球發售出售銷售股份所得款項不會累計入本公司賬目。

股息政策

營業紀錄期間，本集團宣派及支付股息人民幣95,000,000元，但自2011年1月1日起至最後可行日期並無宣派及支付任何股息。

是否派付股息及所派付金額將視乎經營業績、現金流量、財務狀況、有關本集團派付股息的法定及監管限制、未來前景及本集團可能考慮的其他有關因素而定。股份持有人

概 要

將可所持已繳足或入賬列作繳足的股份比例收取有關股息。股息的宣派、派付及金額將由本公司酌情決定。

股息僅可自相關法律許可的可分派溢利派付。倘溢利已視作股息分派，則該部分溢利不可用作再投資於本集團業務。本集團無法確保能按董事會任何計劃所列金額宣派或分派任何股息，甚至未必宣派或分派任何股息。過往股息分派紀錄不可用作釐定日後可能宣派或派付之股息金額的參考或基準。

根據上文所述因素，本集團現計劃上市後各財政年度向全體股東建議分派不少於本公司股權持有人應佔可分派純利20%的款項。

風險因素

本集團業務涉及若干風險。該等風險可分類為：(i)與本集團業務有關的風險；(ii)與本集團行業有關的風險；(iii)與本集團在中國經營業務有關的風險；及(iv)與全球發售及本公司股份有關的風險。有關風險因素的詳細討論載於本招股章程「風險因素」一節。下文列示風險因素：

與本集團業務有關的風險

- 倘本集團無法有效推廣本身的品牌，尤其是青蛙王子品牌，本集團的業績及產品銷售或會受重大不利影響
- 本集團改善銷售網絡及擴展銷售渠道時或會遇到困難
- 本集團的成功取決於本集團能否有效管理業務營運及分銷商的手法
- 本集團分銷商未能遵守彼等獨家分銷權的限制及分銷協議的其他規定或會影響本集團的品牌形象和業務
- 本集團的分銷商可能會累積過量或過時存貨，而任何過量存貨的增加會影響分銷商日後的訂貨量，因此對本集團的業務有重大不利影響
- 本集團未必能繼續成功擴大及開發產品組合
- 終端用戶使用本集團的產品可能導致意料之外或不良副作用，因而可能引致質量控制問題、產品責任索償及客戶投訴，會對本集團業務及聲譽有重大不利影響
- 本集團品牌及產品或會遭第三方偽冒、模仿及／或侵犯知識產權

概 要

- 第三方可能指稱或聲稱本集團侵犯彼等的知識產權
- 與第三方生產商之間的外包合作如出現重大不利變動，會對本集團的產品供應、品質及成本有不利影響
- 本集團並無在生產設施保存大量原料及包裝材料，因此極易受原料及包裝材料價格影響，銷售成本或會增加
- 本集團依賴主要管理人員的貢獻
- 本集團的保險未必能完全保障本集團業務及營運相關的風險
- 本集團未必可按優惠條款甚至無法取得融資以應付資金需要
- 本集團所租用中國物業的業權問題可能影響本集團使用該等物業
- 本集團銷售受季節性影響
- 本集團無法控制的自然災害、戰爭、政治動蕩及疫症或會引致業務受損、損失或中斷

有關本集團行業的風險

- 本集團經營業務須取得及持有不同的牌照及許可，倘失去或未能續領任何相關牌照及許可，可能令業務受損
- 現有的法例及規例改變可能令本集團須支付額外費用以符合更嚴格的規例，因而拖慢本集團的產品開發進度和限制本集團的增長和發展

有關在中國經營業務的風險

- 中國政治、經濟及政府政策的改變可能對本集團的營運不利
- 中國稅率的不利變更可能對本集團營運不利
- 中國法例、規例或執法政策日後的任何改變均會影響本集團
- 根據中國法例派付股息的限制及本公司和股東所收取股息的稅務豁免可能受中華人民共和國企業所得稅法影響

概 要

- 本公司向投資者派付股息及出售股份的收益或須根據中國法例繳交預扣稅
- 外匯規例改變可能對本集團的業務、財務狀況及經營業績不利
- 中國法治制度的不明朗因素導致本集團難以預測可能涉及的任何糾紛結果，因而可能影響本集團的營運
- 本集團須遵守多項環境規例，如有違規或未能控制相關成本，本集團的業務可能受損
- 中華人民共和國勞動合同法和其他相關規例的執行可能對本集團的業務及經營業績不利

與全球發售及本公司股份有關的風險

- 本公司股份過往無公開市場，亦可能無法形成活躍交投的市場
- 本公司股份的流通量、成交量及成交價或會波動，可能導致股東有重大損失
- 本公司控股股東的利益未必一直與本公司及其他股東的利益一致，且可能對本集團行使重大控制或重大影響，並採取與公眾股東最佳利益不符或違背的行動
- 全球發售後，投資者的權益可能遭受即時大幅攤薄
- 任何主要股東日後出售或拋售大量股份可能對本公司股價有重大不利影響
- 股東權益或會因進行其他股本集資而被攤薄
- 投資者不應過度倚賴本招股章程所載來自官方政府刊物的行業及市場資料和統計數據
- 投資者不應過度倚賴本招股章程所載來自研究報告及市場調查的資料
- 根據購股權計劃將授出的購股權成本會對本集團經營業績有不利影響，行使授出的購股權亦可能導致股東權益被攤薄
- 閣下可能難以根據開曼群島法律保障本身權益
- 投資者應仔細閱讀整份招股章程，且考慮本招股章程或公開媒體報告的任何個別陳述前，亦應細閱本招股章程所載的風險及其他資料