

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並明確表示概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因依賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。



Tibet Water Resources Ltd.

西藏水資源有限公司

(於開曼群島註冊成立的有限公司)

(股份代號：1115)

進一步澄清及自願性公告

茲提述西藏水資源有限公司(「本公司」，連同其附屬公司統稱「本集團」)日期為二零一七年十月四日、二零一七年十月六日及二零一七年十月十日的公告(「先前公告」)。

本公司注意到 Iceberg Research 及 Flaming Research 分別於彼等日期為二零一七年十月四日及二零一七年十月九日的報告(「該等報告」)對本公司作出若干指控。如先前公告所述，該等報告並無事實依據，當中所載的指控屬不準確、虛假及存在誤導成分。本公司留意到，Iceberg Research 及 Flaming Research 的作者完全不了解本公司的業務和財務狀況，該等報告充斥大量不專業的錯誤臆斷和誤導信息，是不可依賴的。作為一間負責任的上市公司，本公司藉此機會針對該等報告中提及的指控，向本公司股東及潛在投資者提供事實真相，以令股東及潛在投資者更加瞭解本集團的業務情況和發展前景。

我們水板塊的業務情況

- 水板塊的強大經銷網絡及低營銷成本

本集團的水板塊擁有強大的經銷網絡，機構客戶及零售渠道客戶構成本集團的客戶基礎。於二零一六年，通過戰略夥伴，以及包括超市、便利店、酒店、電影院綫、機場、電商平台、餐飲和健康娛樂店點在內的零售渠道，本集團的水產品主要在中

國大陸和香港銷售¹。於二零一六年十二月三十一日，在中國大陸，本集團通過第三方零售經銷商令水產品的銷售地域範圍覆蓋達108個城市，經銷商和銷售網點的數目已經分別達到249個和9,776家²。在二零一七年上半年，來自於機構客戶的本集團水產品銷售收入佔本集團全部水產品銷售收入的50%以上³。由於機構客戶的包括推廣費用在內的銷售成本相對較低，總體而言，銷售給機構客戶的平均利潤率相較零售經銷商的平均利潤率高。

作為高端水產品的生產商，本集團在嚴格控制銷售及推廣費用的同時，透過贊助會議、論壇及高端體育項目向目標高端客戶推廣產品，同時我們也在知名航空公司、鐵路、高端酒店及餐廳進行產品推廣。此精準營銷戰略的成本比其他同業公司的營銷戰略的成本較低。

此外，作為行業內的常見做法並為鼓勵經銷商推廣彼等經銷的產品，本集團亦實施若干營銷激勵活動，如向部分經銷商提供優惠價格及多元化激勵機制，而由該等經銷商自費安排營銷及推廣活動。有關優惠機制包括延長經銷協議期限、向該等經銷商提供特定渠道或區域的獨家經銷權或向本集團作出重大貢獻的經銷商提供購股權等。

近年來，本集團推出了新的中高端產品「格桑泉」，市場反應很好，經銷商及銷售網絡發展迅速。為響應本集團加強零售渠道及推廣新品牌水產品「格桑泉」，本集團的經銷商利用其資源及渠道安排了更多廣告及推廣活動。由於這些營銷活動的成本是由經銷商承擔，因此有關成本並不會反映於本集團的賬目內。本公司相信上述激勵措施可激勵經銷商就營銷本集團品牌／產品作出貢獻，為本集團創造「雙贏」局面。

¹ 請參閱本公司於二零一七年四月二十五日刊發的二零一六年年報（「二零一六年年報」）第25頁。

² 請參閱二零一六年年報第25頁。

³ 請參閱本公司於二零一七年九月二十八日刊發的截至二零一七年六月三十日止六個月中期報告第9頁。

此外，本集團內由中國石油化工集團（「中石化」）控制的聯營公司西藏高原天然水有限公司（「高原天然水」）的主要水產品「易捷·卓瑪泉」也已覆蓋全國超過2萬家中石化加油站便利店，發展非常迅猛。

基於上述渠道建設和精準的營銷戰略的成功及收效，本集團水業務的營銷開支低，而高端水產品的平均售價高，因此本集團水板塊的利潤率相對較高。

- **水板塊的發展前景**

綜上，本集團目前已形成包括「5100 西藏冰川礦泉水」、「格桑泉」、「卓瑪泉」和「易捷·卓瑪泉」在內面對不同定位的多元化產品結構，並已建立強大及遍布中國的銷售網絡，本集團還將繼續拓展更多機構和家庭用戶，並大力發展國際市場，作為西藏水產業的代表，向中國和世界其他地區提供西藏高質量的水，將本集團旗下品牌打造為國際市場上的知名品牌。同時，本集團將繼續尋覓能體現本集團西藏特色的產品，搭建西藏特色水產業的大平台，讓本集團的業務和產品更多元化，使更多消費者受惠。

- **本集團銷售包裝材料產生的收入**

如本公司日期為二零一一年六月二十日的招股章程（「招股章程」）⁴所披露，本集團位於拉薩的生產設備擁有數條由 Husky 製造並從加拿大進口的先進瓶坯注塑成型生產綫及瓶蓋生產綫。目前，本集團所有自身使用的 PET 瓶裝礦水瓶由上述生產設備生產。這不但可減少本集團對第三方供應商的依賴，更可確保水瓶的質量及安全，為本集團降低生產成本及營運風險。基於對本集團先進的瓶坯及瓶蓋生產綫的信賴，如二零一六年年報⁵所披露，高原天然水向本集團採購瓶坯及瓶蓋用於包裝其所生產的水產品「易捷·卓瑪泉」，本集團由此產生人民幣八千七百萬元收入。高原天然水的最終控股股東為中石化，其主要水產品「易捷·卓瑪泉」在全國中石化

⁴ 請參閱招股章程第 154 頁。

⁵ 請參閱二零一六年年報第 143 頁及第 200-201 頁。

加油站易捷便利店銷售，二零一六年，高原天然水的銷量約為十八萬噸⁶。預計「易捷•卓瑪泉」的銷量未來還將繼續大幅增加，因此本集團銷售包裝材料產生的收入還會相應持續增加。

我們啤酒板塊的業務情況

- 與「拉薩啤酒公司」的雙贏戰略合作

本集團的啤酒板塊由本集團的非全資附屬公司西藏天地綠色飲品發展有限公司（「**天地綠色**」）經營。本集團於二零一二年及二零一三年分別收購天地綠色35%及30%股權，現共持有天地綠色65%的股權。天地綠色所生產的啤酒產品包括青稞系列啤酒及易拉罐裝拉薩啤酒。按我們知悉，在本世紀初，多個國際及外省啤酒品牌湧入並有意搶佔西藏啤酒市場，而當時西藏拉薩啤酒有限公司（「**拉薩啤酒公司**」）的易拉罐生產設備又破舊不可使用，只能生產銷售低端價位的大玻璃瓶裝拉薩啤酒，難以獨力應對激烈的競爭。在此情況下，為了支持和保護西藏民族品牌，於西藏政府的支持及指導下，拉薩啤酒公司與天地綠色達成若干項戰略合作安排。自二零一二年至今，雙方的安排（「**安排**」）情況為：拉薩啤酒公司提供其「拉薩啤酒」商標予天地綠色，而天地綠色使用其先進的易拉罐生產設備以「拉薩啤酒」的商標生產易拉罐裝拉薩啤酒，易拉罐裝拉薩啤酒成為雙方的合作產品（以下稱「**合作產品**」）。在此安排下，一方面由天地綠色根據拉薩啤酒公司發出的訂單生產合作產品並銷售予拉薩啤酒公司，拉薩啤酒公司再銷售予其客戶；另一方面，天地綠色也可根據市場需求生產合作產品並自行透過天地綠色的經銷商銷售予這些經銷商的客戶。在此安排下，拉薩啤酒公司能夠以無須投資新易拉罐裝生產設備的方式填補其產品線的空缺，而天地綠色能於其部分產品使用「拉薩啤酒」的商標，雙方分別享有此合作產品所各自帶來的銷售收益，有關安排為雙方達成「雙贏」局面，也使「拉薩啤酒」這一品牌持續發展壯大。

⁶ 請參閱二零一六年年報第29頁。

- **啤酒板塊的高利潤率**

本集團啤酒板塊的高利潤率乃出於以下主要競爭優勢：(i) 低運輸成本：由於約98%的天地綠色啤酒產品乃於西藏銷售，天地綠色的主要客戶是自行安排物流及於天地綠色的生產工廠交付啤酒產品；(ii) 低營銷開支：為了壯大西藏本地品牌，並作為對西藏優秀本土企業的扶持，西藏政府在青稞系列啤酒和拉薩啤酒的品牌傳播和推廣方面給予了大力支持，因此天地綠色及其經銷商不需要就天地綠色啤酒產品投入過多資金用於廣告營銷。由於天地綠色按批發價向當地經銷商銷售啤酒產品以便經銷商向其客戶轉售，當地經銷商可根據其業務計劃及策略自行開展推廣及營銷活動；(iii) 高平均售價：由於天地綠色銷售的是青稞系列啤酒及易拉罐裝拉薩啤酒(均為中高端啤酒產品)，因此，天地綠色啤酒產品的平均售價比產品結構中包含低端價位啤酒的企業的平均售價高。天地綠色啤酒產品的價格乃經天地綠色的管理層考慮產品定位、地區需求及價格敏感度等因素後釐定；及(iv) 高需求：作為中高端啤酒產品，天地綠色的啤酒產品符合西藏對高質素啤酒的需求，因此於西藏日益增加的外省及國際旅客之間深受歡迎。此趨勢有助擴大本集團啤酒產品的市場佔有率。

- **啤酒板塊的發展前景**

一方面，拉薩啤酒公司和天地綠色一致同意將雙方互惠共贏的戰略合作持續下去，已確認將安排的期限延續到二零二二年十二月三十一日，雙方將精誠合作，繼續攜手為做大做強西藏民族品牌和啤酒產業做出貢獻。另一方面，本集團將會利用水業務產生的協同效應擴大本集團的啤酒業務，並在與潛在戰略合作夥伴洽談將透過強大及良好的經銷渠道於西藏以外地區銷售青稞系列啤酒，把青稞系列啤酒發展為全國性品牌。

本集團的強勁現金流

誠如本集團於年報所披露，本集團繼續維持強勁及穩定的現金流。於二零一六年，融資活動所得的現金流入一直增加。本集團維持良好現金流入主要出於下列主要原因：

- 本集團一直在尋找併購目標，尤其是可為本集團現有業務提供協同效應及補充本集團現有業務並立足西藏的業務。在西藏，出讓方對擁有強勁及現時可用現金的公司有較大信心，故而本集團維持合適的現金水平及強勁的營運資金狀況。這有助於與出讓方磋商優惠條款，為本集團尋找合適的併購機會帶來靈活性。
- 由於本集團的主要業務活動位於西藏，以其優秀信貸評級，本集團能獲得西藏利率較優惠的銀行借款，而本集團已充分利用此優勢。考慮到信貸風險及估計開支，本集團購買數份結構金融產品及提供短期(一般為一年)融資予業務夥伴。該等生息活動可利用閒置資金，因此於若干程度上抵銷本集團的利息開支。

本集團的有價值收購

就早前收購天地綠色及高原天然水的股權，本集團已就有關收購事項委任中國法律顧問。中國法律顧問就該些收購事項進行了盡職審查工作，包括但不限於過往天地綠色及高原天然水的股權變動。經中國法律顧問確認，天地綠色及高原天然水過往股權轉讓的對價乃經公平磋商後釐定，而所有過往之股權轉讓已妥善完成。本公司已遵守香港聯合交易所有限公司證券上市規則的相關規定，並適時就收購事項刊發

相關公告及通函。於有關公告及通函，本公司已就代價基礎及有關收購天地綠色及高原天然水股權的其他重要資料作出詳細披露。⁷本公司已遵守所有相關規則及規例，並就收購天地綠色及高原天然水股權獲得所有必要批准。

有關收購後，天地綠色及高原天然水的收入已如收購時所預計的增加，並為本公司股東產生了穩定回報。本公司相信兩家公司的表現顯示出本集團的收購及兩家公司於收購時的估值乃公平合理，並證明本公司管理層所做出的收購決策是完全正確且具戰略眼光的。

本公司的強大股東基礎

本公司於二零一七年一月十一日的公告披露本公司當時的控股股東已訂立協議轉讓本公司已發行股本總額18%予霍爾果斯天山一號產業投資基金有限合夥企業（「**天山基金**」）。有關轉讓完成後，天山基金成為本公司的單一最大股東，而該早前控股股東仍間接持有本公司已發行股本約15%。天山基金是由新疆天山產業投資基金管理有限公司作為執行事務合伙人進行管理，新疆金融投資有限公司、申萬宏源集團股份有限公司及其他有限合伙人共同出資設立的，專注於跨境併購的產業投資專項基金。如二零一六年年報所披露，天山基金表示將發揮自身優勢和資源，支持本集團現有的管理團隊，擴大本集團的市場份額，以及加強本集團的競爭力，為本公司股

⁷ 有關詳情請參閱本公司下列公告：日期為二零一二年十二月五日有關收購天地綠色之35%股權之須予披露交易的公告、日期為二零一二年十二月十三日有關收購天地綠色之35%股權須予披露交易之補充公告的公告、日期為二零一三年四月十日有關收購天地綠色的30%股權的主要交易及更改全球發售所得款項用途的公告、日期為二零一三年六月二十日有關收購天地綠色的30%股權的主要交易的通函、日期為二零一四年十一月五日有關收購高原天然水20%股權的公告及日期為二零一五年一月二十九日有關進一步收購高原天然水13%股權的公告。

東和西藏及新疆當地經濟創造更大價值回報。本公司相信，天山基金成為主要股東之一必定提升及加強本公司的股東基礎，有利於本公司的長期發展。

董事會亦謹此提醒各位股東及潛在投資者在買賣本公司證券時審慎行事，且不應依賴有關本公司的任何非正式公佈資料買賣本公司證券。

承董事會命
西藏水資源有限公司
主席兼獨立非執行董事
麥奕鵬

香港，二零一七年十一月十七日

於本公告刊發日期，執行董事為王東先生(行政總裁)、岳志強先生、劉晨先生、王克勤先生及韓林攸女士，非執行董事為姜曉虹女士，獨立非執行董事為麥奕鵬先生(主席)、李港衛先生及蔚成先生。