

概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料的概覽，其應與載於本文件其他部分的更詳盡資料及財務資料一併閱讀，以確保其完整性。由於僅為概要，故並無載有對閣下而言可能屬重要的所有資料，務請閣下於作出投資決定前細閱整份文件。本概要所用的各種詞彙於本文件「釋義」及「技術詞彙表」章節予以界定。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下於決定投資[編纂]前應細閱該節。在決定投資[編纂]前，敬請閣下細閱整份文件。

概覽

我們為裝飾性園藝產品的頂尖製造商及出口商，主打適用於戶內外的裝飾性塑膠花盆。我們通過長期的商業關係，為北美的大型大眾商品及家居裝修零售商供貨，包括勞氏、沃爾瑪、山姆會員店及開市客(Costco)。於往績記錄期，大部分收入來自向美國銷售，另外向加拿大、墨西哥及澳大利亞銷售。我們目前在中國經營五間生產廠房。此外，我們已在柬埔寨設立生產廠房，目前處於準備階段。我們以一體化方式管理產品設計、模具開發、材料採購及製造工藝。

根據灼識諮詢的資料，我們為裝飾性塑膠花盆行業按2024年收入計的全球最大製造商(市場份額為4.6%)，裝飾性塑膠花盆行業是裝飾性花盆行業的子分部(按收入計，約佔裝飾性花盆市場51.1%)。我們亦為2024年按收入計中國花盆製造商中最大的出口商。我們的市場地位反映了我們的生產規模、製造能力及與大型零售商客戶建立的供應關係。

我們亦是全球少數能夠完全自主管理產品設計、模具開發及大規模生產的製造商之一，這使我們能夠加快開發週期、確保質量控制的一致性，並為大批量零售項目提供可靠的交付保障。我們的產品包括戶外裝飾性花盆(直徑一般為12英吋以上)、戶內裝飾性花盆(直徑一般為12英吋以下)及其他園藝產品。憑藉覆蓋中國及柬埔寨六家生產廠房的規模產能，我們受益於高成本效益的生產、出口韌性及與客戶的深入互動，使我們發展為裝飾性塑膠花盆供應鏈中的重要全球參與者，在該領域擁有領先地位。我們的產品獲EQA認證，並經BSCI及SCAN計劃審計且符合RCS標準。

概 要

根據灼識諮詢的資料，北美的裝飾性花盆市場於2024年達17億美元。在此市場中，裝飾性塑膠花盆佔總市場價值的約54.3%，2024年的子分部規模約為9億美元。裝飾性塑膠花盆分部於2020年至2024年錄得約8.2%的複合年均增長率，反映增長優於整體裝飾性花盆市場。裝飾性塑膠花盆分部擴張受多項結構性因素所推動，包括：(i)關稅令人們尋找陶瓷花盆的替代品；(ii)與塑膠產品有關的成本及加工優勢；及(iii)樹脂模具及塑膠美觀的持續改善。在此產業背景下，我們利用與主要美國大眾商品及家居裝修零售商的長久關係，將自身確立為美國裝飾性塑膠花盆市場的主要供應商，而按收入計，我們為服務此市場的眾多中國製造商中最大的製造商之一。

於往績記錄期，我們截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度的收入分別為422.9百萬港元、357.5百萬港元及474.5百萬港元，複合年均增長率約為5.9%。截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的收入分別為194.0百萬港元及186.1百萬港元。截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月，我們的毛利分別為211.6百萬港元、199.9百萬港元、282.4百萬港元、109.6百萬港元及111.6百萬港元，毛利率則分別為50.0%、55.9%、59.5%、56.5%及60.0%。同期純利分別為82.6百萬港元、79.7百萬港元、126.0百萬港元、40.2百萬港元及33.9百萬港元。於往績記錄期的整體增長主要受北美零售商訂單量增加、SKU滲透加深以及生產效率改善所推動。

我們計劃拓展產品開發能力，提升自動化水平，加強在中國及東南亞的原材料採購，並持續擴大在中國及柬埔寨的生產規模。透過穩固的客戶基礎、多元化的製造佈局以及裝飾性塑膠花盆領域發展的有利行業趨勢，我們相信我們已具備充分優勢，可實現進一步增長。

我們的競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢可幫助我們取得成功並從競爭對手中脫穎而出：

- 我們是設計及製作裝飾性塑膠花盆產品的領先企業，廣獲全球認可，由長期客戶合作關係與可靠的交付往績支持；

概 要

- 我們開發適應性極高的客製化及可持續發展產品組合，以滿足消費者多元化的需求；
- 我們設有垂直整合的全球生產系統，結合大規模的產能及卓越的營運靈活性；
- 我們以直銷為導向的網路，讓我們得以精準掌握客戶需求，並培養穩定、高價值的客戶組合；及
- 本集團由經驗豐富兼具備整個裝飾性園藝花盆供應鏈的深厚專業知識的管理團隊領導。

有關我們競爭優勢的詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的競爭優勢」一節。

我們的策略

我們的目標是通過以下策略進一步發展我們的業務：

- 聚焦高增長領域及提升核心產品的競爭力；
- 促進全球產能升級及優化供應鏈效率；
- 推動生產全面數字化轉型以及加強設計、研究及產品開發創新與提升營運效率；
- 優化國際銷售網路及客戶組合，減少對關鍵客戶的依賴，並降低對區域市場的依賴；
- 擴展新物料產品類別及提升產品組合。

有關我們發展策略的詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的發展策略」一節。

我們的業務分部及產品

我們主要生產適用於戶內外的裝飾性塑膠花盆，構成我們的產品組合的核心。戶外裝飾性花盆一般直徑為12英吋以上，適合露台及花園，而戶內裝飾性花盆一般直徑為12英吋以下，用於戶內裝飾及內部擺設。除花盆外，我們亦生產一系列其他園藝產品，包括簡易花盆、抗壓樹脂花盆、托盤、自動澆水花盆、垂直園藝產品及水管收納盆，使我們能夠覆蓋更廣泛的應用場景，涵蓋家庭園藝、景觀美化及季節性裝飾等領域。

概 要

我們的產品組合種類繁多。於往績記錄期，我們每年通常會推出超過220個新SKU，涵蓋多種風格、材料配方、材質、形狀及顏色飾面，並保留按季度被重新訂購的經常性項目，支撐持續創新及穩定的補貨量。產品開發由內部模具設計與工具製作能力支持，使我們能夠推出與零售商規劃週期相匹配的新系列、主題組合及定製化規格。有關我們產品組合的詳情，請參閱本文件「業務—我們的產品」一節。

我們採用合約制造模式，主要為美國大型零售商供貨。通過長期合作，我們從產品構思到最終交付全程參與客戶項目，提供設計建議、模具開發、材料採購、生產排程及質量保障製造服務，以滿足推銷及季節性項目需求。部分產品線採用再生樹脂材料，並符合EQA、amfori BSCI、SCAN及RCS標準，反映出我們對質量、社會責任與可持續發展的承諾。於往績記錄期，自有品牌貢獻的銷售額約佔收入的2.5%以下，且目前為我們整體業務的非核心部分。本集團目前並無計劃擴展其自有品牌業務，有關活動主要作為補充渠道以提升市場知名度。

下表載列本集團於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審核)	
裝飾性花盆產品					
— 戶外裝飾性花盆.....	297,785	230,877	324,967	128,209	121,572
— 戶內裝飾性花盆.....	74,228	79,477	87,660	38,401	39,121
其他園藝產品.....	50,888	47,191	61,850	27,436	25,382
總計.....	<u>422,901</u>	<u>357,545</u>	<u>474,477</u>	<u>194,046</u>	<u>186,075</u>

概 要

按地區市場劃分的收入

於往績記錄期，我們的絕大部分收入來自美國市場，而加拿大、墨西哥、澳大利亞及其他國家則提供補充貢獻。下表載列我們截至2022年、2023年及2024年12月31日止年度以及截至2024年及2025年6月30日止六個月按地理區域劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)									
美國.....	380,975	90.1%	338,994	94.8%	443,832	93.5%	184,167	94.9%	174,763	93.9%
加拿大.....	14,075	3.3%	7,071	2.0%	7,947	1.7%	6,170	3.2%	5,536	3.0%
墨西哥.....	8,848	2.1%	5,850	1.6%	13,728	2.9%	—	0.0%	2,198	1.2%
澳大利亞.....	10,108	2.4%	3,496	1.0%	5,665	1.2%	2,562	1.3%	1,764	0.9%
其他國家.....	8,895	2.1%	2,134	0.6%	3,305	0.7%	1,147	0.6%	1,814	1.0%
總計.....	<u>422,901</u>	<u>100.0%</u>	<u>357,545</u>	<u>100.0%</u>	<u>474,477</u>	<u>100.0%</u>	<u>194,046</u>	<u>100.0%</u>	<u>186,075</u>	<u>100.0%</u>

附註：其他國家主要包括英國、智利及危地馬拉。

我們的客戶及供應商

我們的客戶

我們的客戶主要包括北美的大型大眾商品及家居裝修零售商。我們按B2B基準向該等零售商供應裝飾性塑膠花盆及園藝產品，並不直接面向終端消費者銷售。我們與多家美國領先連鎖企業保持長期商業關係，包括勞氏、沃爾瑪、山姆會員店及開市客，同時業務覆蓋加拿大、墨西哥及澳大利亞。於往績記錄期，美國市場銷售額佔收入的絕大部分。有關我們客戶的詳情，請參閱本文件「業務 — 主要客戶及供應商 — 我們的客戶」一節。

我們供應商

截至2025年6月30日，我們從由超過50名供應商組成的多元化供應商名單採購關鍵原材料，包括樹脂、顏料及包裝物料。我們僅與符合內部資質標準的供應商開展合作。我們的採購團隊會對業務運營、產品質量、過往表現、財務穩定性及滿足技術與質量

概 要

要求的能力等方面進行評估。我們的採購嚴格遵守相關法律法規，並堅持僅從合法且可追溯的渠道獲取材料。

為確保供應穩定性並緩解價格波動影響，我們維持主要原材料多重供應選擇，每類核心材料在中國境內均擁有約20家合資格替代供應商。經董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們未遭遇任何重大原材料短缺或延遲情況。有關我們供應商安排的詳情，請參閱本文件「業務 — 主要客戶及供應商 — 我們的供應商」一節。

競爭格局

裝飾性花盆及園藝產品領域有相對較高的進入門檻，尤其是對新入行者而言。與更廣泛的園藝品類相比，該市場規模相對較小，導致專業人才儲備與製造技術積累有限。新入行者一般需要時間建立產品開發能力、模具工程經驗及供應鏈規模。零售採購週期較長，供應商入駐往往跨越多個季節，因此快速更換供應商的情況並不常見。一旦建立合作關係，客戶關係往往具有粘性，這主要源於模具兼容性、重複訂購需求及質量穩定性等因素。許多國際零售商亦採用「中國加一」採購策略，傾向選擇同時具備中國與東南亞等替代地區生產能力的供應商。儘管東南亞近年產能提升，但在模具技術、產業集群化及資源整合方面仍遜於中國，導致僅少數供應商能滿足雙地生產、質量及規模的要求。

我們的核心產品類別的競爭相對集中，主要由少數專業供應商構成，包括無自有生產廠房的美國供應商。與之相比，我們採用垂直整合模式，涵蓋自主設計、模具開發、生產管理及質量檢驗，從而能更嚴格地控制成本結構、交貨週期及產品一致性。依託覆蓋中國及柬埔寨的整合生產佈局，結合模具製造能力及與北美主要零售商的成熟合作關係，我們在規模擴展、成本效益及產品創新方面持續保持競爭優勢。有關我們競爭格局的詳情，請參閱本文件「業務 — 競爭格局」一節。

概 要

財務資料概要

下表載列我們於往績記錄期的歷史財務資料概要，該等資料摘錄自附錄一所載的會計師報告。下文所述的合併財務數據概要應與本文件所載的合併財務報表(包括相關附註)一併閱讀。我們的歷史財務資料乃摘錄自根據與香港會計師公會頒佈的香港財務報告準則會計準則一致的會計政策編製的合併財務報表。

合併損益表的節選資料

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
收入.....	422,901	357,545	474,477	194,046	186,075
銷售成本	(211,303)	(157,615)	(192,100)	(84,433)	(74,454)
毛利.....	211,598	199,930	282,377	109,613	111,621
其他收益	2,867	3,667	3,455	1,429	2,004
其他收益及虧損淨額	(2,854)	(9,709)	939	131	(718)
銷售及分銷成本.....	(36,082)	(30,316)	(40,208)	(17,666)	(21,661)
行政開支	(70,875)	(64,498)	(90,509)	(39,136)	(44,739)
財務成本	(2,185)	(2,024)	(1,635)	(722)	(864)
除稅前利潤.....	102,469	97,050	154,419	53,649	45,643
所得稅開支.....	(19,857)	(17,325)	(28,378)	(13,472)	(11,763)
年/期內利潤.....	82,612	79,725	126,041	40,177	33,880
其他全面收益					
其後可能重新分類至損益的項目：					
按公允價值計量且其變動計入其他全面收益 的貿易應收款項(減值虧損撥回)減值 虧損淨額	(31)	(4)	26	28	(49)
按公允價值計量且其變動計入其他全面收益 的貿易應收款項公允價值變動.....	(1,075)	(2,235)	(849)	(269)	(1,062)
取消確認按公允價值計量且其變動計入其他 全面收益的貿易應收款項重新分類調整...	1,075	2,235	849	269	1,062
海外業務換算產生的匯兌差額.....	(6,491)	(1,419)	(2,499)	(1,865)	2,411
年/期內全面收益總額.....	76,090	78,302	123,568	38,340	36,242

概 要

收入

於2022年、2023年及2024年，我們的收入分別為422.9百萬港元、357.5百萬港元及474.5百萬港元，而我們於2024年及2025年上半年的收入分別為194.0百萬港元及186.1百萬港元。

戶外裝飾性花盆：於整個往績記錄期，戶外裝飾性花盆是我們最大的收入來源，於2022年、2023年及2024年以及2024年及2025年上半年分別佔總收入的70.4%、64.6%、68.5%、66.1%及65.3%。2023年的收入減少是由於美國零售商削減補貨訂單以消化COVID疫情期間及疫情後初期積累的過剩庫存，市場整體進入去庫存週期。隨著客戶庫存水平回歸正常，2024年出貨量隨著常規季節性訂單的恢復以及裝飾性園藝產業的銷售表現的改善而回升。2025年上半年業績較2024年同期略有下滑，主要是由於零售商採購規劃進程內的交付時間安排，而非項目參與度或基本需求變化所致。此外，在關稅相關成本考量及採購策略調整影響下，部分美國客戶採取更謹慎的補貨步伐，導致選擇性訂單延遲，而非結構性需求疲軟。

戶內裝飾性花盆：於2022年、2023年及2024年以及2024年及2025年上半年，戶內裝飾性花盆分別佔總收入的17.6%、22.2%、18.5%、19.8%及21.0%。該品類收入相比戶外裝飾性花盆展現出更穩定的增長態勢，得益於持續的家居裝飾偏好趨勢、城市生活環境中戶內園藝的興起以及消費者對設計小巧精緻產品的日益增長需求。2024年的增長是由於零售銷售提升、計劃參與度擴大以及具備更新設計及功能格式(包括輕質材料及現代塗料)的SKU產品組合擴大。2025年上半年的收入與2024年同期基本持平，波動主要反映出與零售商客戶定期季節性項目的常規交付時間安排，而非基本需求或客戶關係的變化。主要零售商客戶的訂單承諾保持穩定。

其他園藝產品：於2022年、2023年及2024年以及2024年及2025年上半年，其他園藝產品分別佔總收入的12.0%、13.2%、13.0%、14.1%及13.7%。該分部包括配套園藝及裝飾配件，如簡易花盆、抗壓樹脂花盆、托盤、自動澆水花盆、垂直園藝組件及水管收納盆。於往績記錄期，該品類收入保持相對穩定。2023年小幅下滑主要是由於零售商在之

概 要

前幾年的廣泛去庫存週期中進行SKU優化，而2024年的回升則反映出隨著門店銷售改善及客戶採購模式回歸常態，客戶逐步擴大訂購產品範圍。2024年上半年至2025年的波動不大，與出貨週期一致。

在所有產品類別中，往績記錄期內的業績波動反映出市場整體因素及產品特有發展的綜合影響。戶外裝飾性花盆作為最具季節性且銷量驅動的品類，因美國零售商庫存調整及更廣泛的宏觀經濟狀況而呈現最大幅度的波動。戶內裝飾性花盆展現出更穩定的表現，受設計導向型需求及消費者生活方式潮流所支持。與此同時，其他園藝產品貢獻穩定的補充性收入，未對整體收入波動產生實質性影響。2024年所有產品類別的全面回升，表明零售商訂貨模式趨於正常化，消費者需求及SKU規劃的匹配度提升。

銷售成本

我們的銷售成本主要反映我們製造活動的規模及組合，並主要由原材料消耗、直接勞工及生產日常開支所推動。原材料(尤其是樹脂基材投入)是我們銷售成本的最大組成部分，受產量、產品規格及現行市價影響。直接人工及生產日常開支受生產規模、工廠利用率及製造工序的自動化水平影響。因此，我們於往績記錄期的銷售成本變動主要是由於出貨量及產品組合變動、樹脂價格波動及人民幣兌美元匯率變動，以及持續的自動化措施所帶來的效率提升所致。

於2023年，我們的銷售成本同比減少，主要是由於出貨量減少，導致原材料及相關生產投入的消耗下降，尤其是戶外裝飾性花盆(其每單位原材料密度較高)。此外，於2023年人民幣兌美元貶值，降低了樹脂及若干其他原材料的人民幣計價成本，進一步導致銷售成本下降。

於2024年，由於出貨量恢復，我們的銷售成本增加，導致原材料、直接勞工及生產日常開支的消耗增加。增加部分被(i)年內樹脂市價下跌及(ii)人民幣兌美元持續貶值所抵銷，這有助減低以人民幣計價的原材料採購成本。

概 要

於2025年上半年，我們的銷售成本較2024年同期有所下降，主要是由於樹脂價格下跌以及人民幣兌美元持續貶值，共同降低了以人民幣計價的原材料採購成本。此外，持續實施的生產自動化措施提高了勞動效率，降低了期內的單位勞工及日常開支成本。這些有利因素部分被出貨量及不同產品類別的產品組合變動所抵銷。

毛利及毛利率

於2022年、2023年及2024年，我們的毛利分別為211.6百萬港元、199.9百萬港元及282.4百萬港元，相應年度的毛利率分別為50.0%、55.9%及59.5%。於2024年及2025年上半年，毛利分別為109.6百萬港元及111.6百萬港元，同期毛利率分別為56.5%及60.0%。於往績記錄期，毛利率整體改善乃歸因於多項因素的共同影響所致。具體而言，期內投入成本狀況較為有利，包括原材料成本下降及人民幣兌美元貶值的影響，均有助降低單位生產成本。期內產品類別內及不同產品類別間產品組合變化亦影響利潤表現。此外，2023年的去庫存週期後客戶訂單模式逐步恢復正常導致產能利用率及營運槓桿改善，從而降低每單位日常開支分配。截至2025年6月30日止六個月，毛利率進一步受自動化提升導致生產效率改善所支持，有助降低單位生產成本。綜觀而言，該等因素共同支撐本集團於往績記錄期的整體盈利能力。

下表載列我們於所示期間按產品類別劃分的毛利及毛利率：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2022年		2023年		2024年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)									
裝飾性花盆產品.....										
— 戶外裝飾性花盆.....	147,127	49.4%	134,315	58.2%	198,419	61.1%	74,679	58.2%	74,104	61.0%
— 戶內裝飾性花盆.....	38,343	51.7%	41,830	52.6%	50,730	57.9%	21,341	55.6%	22,255	56.9%
其他園藝產品.....	26,128	51.3%	23,785	50.4%	33,227	53.7%	13,593	49.5%	15,262	60.1%
毛利總額.....	<u>211,598</u>	<u>50.0%</u>	<u>199,930</u>	<u>55.9%</u>	<u>282,377</u>	<u>59.5%</u>	<u>109,613</u>	<u>56.5%</u>	<u>111,621</u>	<u>60.0%</u>

概 要

戶外裝飾性花盆：於往績記錄期，戶外裝飾性花盆是我們的最大收入來源。由於尺寸更大、樹脂用量更高且處理要求更耗人工，戶外產品的利潤率在結構上低於戶內花盆。期間變動主要受2023年樹脂價格波動及人民幣兌美元貶值影響，貶值降低了人民幣計價的原材料採購成本。美國大眾零售商的季節性項目訂單亦影響了吞吐量和利用率，2023年產量下降導致每單位分攤的間接成本上升。2024年樹脂價格較2023年初走軟，加之訂單量回升和生產吞吐量提升，每單位樹脂使用成本總體下降，推動戶外產品銷售成本降低，2024年出貨計劃恢復正常化，進一步提升了成本效益。

戶內裝飾性花盆：由於單件尺寸較小、樹脂用量較低且設計差異化程度更高，我們的戶內裝飾性花盆通常比戶外產品實現更高利潤率。於往績記錄期，得益於家居裝飾潮流、城市戶內園藝偏好以及新品系列的推出，需求始終保持強勁。利潤率的穩定亦得益於較大型花盆而言更簡化的處理要求及更短的生產週期。

其他園藝產品：我們的其他園藝產品是規模較小但構成穩定的收入來源，其利潤率因SKU類型而異。該類別包括簡易花盆、抗壓樹脂花盆、托盤、自動澆水花盆及其他作為核心產品補充產品銷售的配件。於往績記錄期，其他園藝產品的毛利及毛利率總體保持穩定。2023年的利潤率與2022年基本保持一致，是由於人民幣貶值降低樹脂採購成本，抵銷出貨量下降導致的利用率下滑。於2024年，吞吐量提升及樹脂價格走軟降低單位成本，致使毛利及毛利率小幅改善，但該分部的貢獻保持穩定，未對整體產品組合構成實質性改變。

概 要

純利及純利率

於往績記錄期，我們的盈利能力保持強勁，隨著客戶訂單恢復及運營效率提升，2024年盈利狀況明顯改善。於2022年、2023年及2024年，我們的純利分別為82.6百萬港元、79.7百萬港元及126.0百萬港元，純利率分別為19.5%、22.3%及26.6%。於2024年及2025年上半年，純利分別為40.2百萬港元及33.9百萬港元，純利率分別為20.7%及18.2%。

2024年的利潤率提升主要反映美國零售商的銷售改善，乃由於去庫存壓力舒緩、更有利的產品組合(包括利潤率較高的戶內產品及SKU滲透加深)以及較低的樹脂價格及人民幣兌美元匯率的有利變動，有助減低原材料及生產成本。於2025年上半年，盈利能力繼續受惠於產品組合的改善和營運紀律，而純利率較2024年上半年為低，主要是由於我們業務的季節性特徵，較高比例的生產和出貨通常集中在下半年，為美國春季和夏季零售銷售旺季做準備。

有關詳細分析，請參閱本文件「財務資料 — 合併損益及其他全面收益表主要組成部分說明」一節。

概 要

合併財務狀況表的節選項目

下表載列截至所示日期我們的合併財務狀況報表摘要：

	截至12月31日			截至6月30日
	2022年	2023年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元	千港元
非流動資產				
物業、廠房及設備	26,123	25,382	28,668	38,329
使用權資產	48,097	30,318	37,830	29,622
投資性房地產	12,049	11,114	8,828	8,154
遞延稅項資產	—	6	4	7
其他金融資產	10,754	11,108	11,446	11,482
按金	5,780	708	3,623	5,347
總計	102,803	78,636	90,399	92,941
流動資產				
存貨	29,596	28,117	35,772	29,807
貿易及其他應收款項	21,637	21,046	35,545	12,570
按公允價值計量且其變動計入其 他全面收益的貿易應收款項...	147,204	116,958	156,546	43,536
其他金融資產	6,983	14,596	6,789	14,598
應收董事款項	—	108,625	41,232	86,455
應收股東款項	—	—	4,866	—
應收關聯公司款項	—	2	114	131
已抵押銀行存款	12,503	12,503	12,503	34,393
現金及現金等價物	90,586	47,080	103,764	147,270
總計	308,509	348,927	397,131	368,760
流動負債				
貿易及其他應付款項	55,393	62,341	75,368	39,886
應付所得稅	22,200	24,571	36,908	44,430
應付董事款項	31,905	—	—	—
借款	4,025	3,605	3,185	3,705
租賃負債	17,498	14,474	20,120	20,010
應付股息	4,038	1,750	44,276	18,977
總計	135,059	106,741	179,857	127,008
流動資產淨額	173,450	242,186	217,274	241,752
總資產減流動負債	276,253	320,822	307,673	334,693
非流動負債				
遞延稅項負債	3,626	3,768	4,060	3,103
租賃負債	33,191	18,571	20,715	12,372
總計	36,817	22,339	24,775	15,475
資產淨額	239,436	298,483	282,898	319,218
資本及儲備				
合併資本	2,331	2,331	2,331	2,409
儲備	237,105	296,152	280,567	316,809
權益總額	239,436	298,483	282,898	319,218

概 要

我們的流動資產淨值由截至2022年12月31日的173.5百萬港元增加至截至2023年12月31日的242.2百萬港元，主要是由於確認應收一名董事款項108.6百萬港元，增加流動資產，部分被客戶去庫存導致現金及貿易應收款項減少所抵銷。截至2024年12月31日，流動資產淨值減至217.3百萬港元，主要受應收董事款項減少及確認應付股息推動，導致流動負債增幅超過流動資產。截至2025年6月30日，流動資產淨值增至241.8百萬港元，得益於較強的現金狀況及改善的應收賬款回款。

總體而言，營運資金變動反映了出貨時間安排、採購週期及季節性經營現金流模式，隨著運營正常化，2025年上半年流動性及現金週轉率均有所改善。

合併現金流量表的節選項目

下表載列我們於往績記錄期的現金流量摘要：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2022年	2023年	2024年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審核)	
經營活動產生的現金流量淨額.....	178,784	160,796	117,001	49,897	161,455
投資活動所用的現金流量淨額.....	(43,737)	(142,700)	(36,281)	(5,591)	(83,615)
融資活動所用的現金流量淨額.....	(92,225)	(60,562)	(22,291)	(11,710)	(36,029)
現金及現金等價物增加(減少)					
淨額	42,822	(42,466)	58,429	32,596	41,811
年初現金及現金等價物	52,251	90,586	47,080	47,080	103,764
外匯匯率變動影響.....	(4,487)	(1,040)	(1,745)	(1,429)	1,695
年／期末現金及現金等價物.....	<u>90,586</u>	<u>47,080</u>	<u>103,764</u>	<u>78,247</u>	<u>147,270</u>

概 要

主要財務比率

下表載列我們於往績記錄期之主要財務比率摘要，應與本文件附錄一所載會計師報告一併參閱。

	截至12月31日			截至6月30日
				(年化)
	2022年	2023年	2024年	2025年
流動比率 ⁽¹⁾	2.28x	3.27x	2.21x	2.90x
速動比率 ⁽²⁾	2.07x	3.01X	2.01x	2.67x
資產回報率 ⁽³⁾	20.08%	18.65%	25.85%	14.68%
權益回報率 ⁽⁴⁾	34.50%	26.71%	44.55%	21.23%
利息償付比率 ⁽⁵⁾	47.90x	48.95x	95.45x	53.83x
資產負債比率 ⁽⁶⁾	22.85%	12.28%	15.56%	11.30%

附註：

1. 流動比率乃按截至各年末之流動資產總額除以流動負債總額計算得出。
2. 速動比率乃按截至各年末流動資產總額減去存貨後，除以流動負債總額計算得出。
3. 資產回報率乃按截至各年末的淨利潤除以總資產，再乘以100%計算得出。
4. 權益回報率乃按截至各年末的淨利潤除以總權益，再乘以100%計算得出。
5. 利息償付比率乃按各年度的利息及稅前利潤除以利息支出計算得出。
6. 資產負債比率乃按截至各年末之總計息負債除以總權益，再乘以100%計算得出。

詳情請參閱本文件「財務資料 — 財務比率摘要」一節。

股息

於往績記錄期，本集團宣派截至2022年、2023年及2024年12月31日止財政年度的股息分別為31.5百萬港元、19.3百萬港元及139.2百萬港元，其中合共23.5百萬港元已經派付，而於最後實際可行日期仍有合共166.5百萬港元尚待派付。截至2025年6月30日止六個月並無宣派股息。該等股息的宣派及派付乃董事會經考慮本集團於相關時間的財務狀況、現金流量狀況及營運需要後釐定。

概 要

[編纂]後，我們將採用一般年度股息政策，每年宣派及派付股息不少於相關年度本公司股東應佔利潤的20%。股息分派將依據董事會的付款提案，並考慮是否符合任何適用財務契約及(如有)本公司的進一步財務需求後，分派予股東。

股息宣派須由董事酌情決定並(如必要)須經股東批准。董事會將考慮市況、我們的財務狀況、經營業績、前景、現金流量、資本需求及儲備、我們所參與的融資協議中對派付股息的潛在限制，以及董事認為相關的其他因素。任何股息的宣派及派付以及股息金額均須受到本公司憲章文件及開曼法律下的適用限制所規限，包括取得股東批准。我們未來宣派的股息可能會或可能不會反映我們過往的股息宣派。此外，董事日後可能重新評估我們的股息政策。

我們可能以現金或其他我們認為適當的方式分派股息。據我們有關開曼群島法律的法律顧問告知，根據開曼群島法律，股息可從我們的利潤或股份溢價賬中宣派及派付，前提是緊隨建議派付分派或股息日期後，本公司將有能力償付其於日常業務過程中到期的債務。

[編纂]

按指示性[編纂]的[編纂]計算，並假設[編纂]未獲行使，我們估計[編纂]將約為[編纂]，約佔[編纂][編纂]的[編纂]。我們的[編纂]總額包括(i)[編纂](包括[編纂]、聯交所交易費、證監會交易徵費及會財局交易徵費)[編纂]；及(ii)非[編纂]相關開支[編纂]，包括(a)應付獨家保薦人、法律顧問及申報會計師的費用[編纂]及(b)其他費用及開支[編纂]。

[編纂]，合共[編纂]預計將根據相關會計準則入賬列作權益扣減，而於往績記錄期後產生的其他[編纂][編纂]預計將計入我們的合併損益及其他全面收益表。上述[編纂]為最新的實際可行估計，僅供參考，且實際金額可能有別於該估計。董事預期該等開支不會對我們2025年的經營業績造成重大影響。

概 要

[編纂]

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]（即[編纂]範圍每股[編纂][編纂]及[編纂]的[編纂]）且[編纂]未獲行使，我們估計，經扣除與[編纂]相關的[編纂]及其他估計開支後，我們將自[編纂]獲得[編纂]約[編纂]。根據我們的策略，我們擬按下述金額將[編纂][編纂]用作下列用途：

- 約[編纂]（或[編纂]）預期將用於收購工廠。
- 約[編纂]（或[編纂]）預期將用於擴大柬埔寨和中國工廠的產能。

概 要

- 約[編纂](或[編纂])預期將用於開發、銷售及推廣我們的新產品及高端市場的優質花盆產品。
- 約[編纂](或[編纂])預期將用於在歐洲及澳大利亞市場進行多元化發展。
- 約[編纂](或[編纂])預期將用於採購及實施新的企業資源規劃(ERP)系統。
- 約[編纂](或[編纂])預期將用作營運資金及其他一般企業用途。

近期發展及無重大不利變動

本集團持續致力於擴大生產廠房規模，提升產能及生產效率。例如，截至最後實際可行日期，我們於柬埔寨新設的海外生產廠房尚未全面投入運作。待該廠房於2026年全面投入運作後，本公司計劃其後根據營運準備情況及客戶需求提升產能。該工廠戰略性佈局旨在優化成本、降低風險，並為亞太、歐洲及北美等重點市場的業務增長提供堅實支撐。

自往績記錄期結束以來，我們的業務營運維持穩定，並繼續展現積極的經營勢頭。我們的收入繼續增長，主要受惠於客戶的持續需求及主要客戶持續履行我們核心產品類別的採購訂單。接近年底時，客戶的訂單量仍保持強勁，訂單定期下達，並普遍符合客戶既定的採購時間表及季節性計劃。我們繼續按照協定的交付時間表執行客戶訂單，且自往績記錄期結束以來，訂單延期、取消或訂單條款異常變動並無重大增加。董事確認，截至最後實際可行日期，我們的業務營運、客戶需求或整體經營狀況自往績記錄期結束以來並無重大不利變動。

此外，CSW HK已通過董事會決議案，於2025年12月1日宣派現金股息200.0百萬港元（「股息」）。在遵守其組織章程細則及適用的法律法規的前提下，預期股息將於[編纂]前派付予於2025年12月1日名列我們的股東名冊的股東。股息擬由我們的可分派儲備及內部資源撥付，預期不會對我們的營運資金狀況或計劃營運造成任何重大不利影響。

概 要

展望未來，本集團計劃拓展新型材料產品線並升級產品組合。通過聚焦產品差異化與創新，我們致力於創造可持續的增長動力，為客戶創造更大價值。

董事確認，由於我們的業務模式及經營所處的整體經濟及監管環境未發生重大變動，我們的業務經營及業務模式於往績記錄期後及直至本文件日期保持穩定。

[編纂]

控股股東

截至最後實際可行日期，盧先生持有本公司合共78.2%已發行股本的權益並控制該等股本。

於股份拆細及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使，且不計及可能因根據[編纂]已授出或根據[編纂]可能授出的任何購股權獲行使而發行的股份)，盧先生將直接持有本公司合共[編纂]已發行股本的權益並控制該等股本。

因此，盧先生為控股股東。有關盧先生的背景資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

概 要

風險因素

我們的業務及[編纂]涉及本文件「風險因素」所載的若干風險。閣下在決定[編纂]我們的股份前，應細閱該節全文。我們面臨的部分主要風險包括：

- 我們於往績記錄期的收入主要受一組集中客戶群推動。我們的業務表現因此視乎與該等客戶的關係的持續性與穩定性。倘該等客戶的訂單減少、採購延遲或取消、未重續合約或無法履行合約責任，可能會對我們的業務、財務狀況及營運業績造成重大不利影響；
- 我們的業務的擴張及盈利視乎消費者需求及可支配支出，兩者均受經濟下行及全球通脹等因素的顯著影響；
- 我們的成功取決於產品持續受歡迎、新產品成功上市及我們預料並及時應對消費者偏好變化的能力；
- 我們的財務表現可能受到原材料價格波動的影響，且我們未必能夠將原材料成本上升轉嫁予客戶；
- 貨幣匯率波動可能導致我們的營運業績出現波動；
- 全球貿易環境的不確定性、地緣政治和武裝邊境衝突，可能對我們的經營業績和財務狀況造成重大不利影響；及
- 我們出口至美國的產品受惠於若干免稅制度，該等制度日後可能會有所變動。在此情況下，該等客戶的營運可能會受到負面影響，進而影響我們來自該等客戶的收入。