

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[編纂]均涉及風險。投資於[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[編纂]於[編纂]前應細閱該節。在決定[編纂]於[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。我們目前在中國及柬埔寨經營六間生產廠房。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，以零售額計算，2025年全球園藝市場約為1,086億美元，預計到2030年將增長至約1,351億美元，此期間的複合年均增長率約為4.5%。在全球園藝市場的各個產品類別中，園藝花盆於2025年佔總市場規模約7.1%，市場規模約為77億美元，預計2025年至2030年的複合年均增長率約為7.3%。

在園藝花盆類別中，裝飾性花盆為一個重要的細分市場，於2025年佔園藝花盆市場份額的59.8%。裝飾性塑膠花盆構成我們的主要產品類別，按收入計算，於2025年佔裝飾性花盆市場約51.5%。根據灼識諮詢的資料，我們為裝飾性塑膠花盆行業按2024年及2025年收入計的全球最大製造商(各年的市場份額為4.6%)。我們亦為2024年及2025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。我們的產品獲外部質量評估認證，並經商業社會責任倡議及供應商合規審計網絡計劃審計且符合回收聲明標準。

概 要

根據灼識諮詢的資料，北美的裝飾性花盆市場於2025年約達18億美元。在此市場中，裝飾性塑膠花盆佔總市場價值約55.4%，2025年的子分部規模約為10億美元。裝飾性塑膠花盆分部於2021年至2025年間錄得約5.9%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)適用於塑膠及陶瓷花盆產品的關稅待遇有所不同，可能會影響若干客戶的採購決定及產品組合偏好，(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2023年、2024年及2025年12月31日止年度的收入分別為357.5百萬港元、474.5百萬港元及501.8百萬港元，複合年均增長率約為18.5%。截至2023年、2024年及2025年12月31日止三個年度，我們的毛利分別為199.9百萬港元、282.4百萬港元及289.4百萬港元，毛利率則分別為55.9%、59.5%及57.7%。同期淨利潤分別為79.7百萬港元、126.0百萬港元及81.8百萬港元。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；
- 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更多詳情，請參閱本文件「業務 — 我們的競爭優勢」一節。

概 要

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更多詳情，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。我們的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、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。

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，並符合外部質量評估、amfori商業社會責任倡議、供應商合規審計網絡及回收聲明標準，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佔收入少於約2.5%，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我們的自有品牌業務，有關活動主要作為補充渠道以提升市場知名度。

概 要

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		
	2023年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元
裝飾性花盆產品			
— 戶外裝飾性花盆	230,877	324,967	326,674
— 戶內裝飾性花盆	79,477	87,660	102,962
其他園藝產品	47,191	61,850	72,180
總計	357,545	474,477	501,816

下表載列我們於往績記錄期出售的單位數目。

售出單件產品 ⁽¹⁾	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	千	千	千
裝飾性花盆產品			
— 戶外裝飾性花盆	4,927	6,983	6,462
— 戶內裝飾性花盆	4,273	4,062	4,556
其他園藝產品	3,888	6,314	9,821
總計	13,088	17,359	20,839

附註：(1) 為免生疑問，下表中所提述的銷售單位數目乃指本集團的定價以及客戶的訂單慣例及喜好所界定的銷售單位，而非個別產品。依照客戶規格及產品配置的不同，單款產品可能包括多件一併包裝或銷售的產品。因此，售出的單件產品數量與出貨的單件產品數量並無直接關係。單位數量數據僅為說明呈列，並非作為各期間對比的主要基準，而應參考收入、產品組合及利潤資料評估。

下表載列我們的各產品線於往績記錄期的平均售價。

平均售價 ⁽¹⁾	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	港元	港元	港元
裝飾性花盆產品			
— 戶外裝飾性花盆	46.9	46.5	50.6
— 戶內裝飾性花盆	18.6	21.6	22.6
其他園藝產品	12.1	9.8	7.3
所有產品	27.3	27.3	24.1

附註：(1) 我們呈列每單位的平均售價，乃按相關期間各產品線的收入除以出售單位數。然而，有關每單位平均售價不應被視為我們的定價策略或各期表現對比的有意義指標，原因如下：(1)不同產品的單位並不相同。「單位」為根據客戶規格所釐定的商業訂購單位，可能包括不同數量的單件產品、尺寸及包裝形式。因此，跨產品及期間的銷售單位不可用作同類比較；(2)產品組合變動。我們的銷售包括規格與定價各異的多種不同產品。一段期間內出售的產品類型變動可能影響所計算的每單位平均售價，而未能反映相關定價的任何變動；及(3)

概 要

訂單特定的定價安排。定價按客戶與訂單個別協商而定，考量因素包含訂單規模、品項組合及其他商業條款，這使得有關平均售價的分析價值受限。因此，每單位平均售價僅供參考，應與收入、銷量、產品組合及利潤資料一併閱讀，而非用作衡量我們的營運表現的獨立指標。

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。有關我們客戶的更多資料，請參閱本文件「業務 — 主要客戶及供應商 — 我們的客戶」一節。

客戶及美國市場高度集中

我們的收入高度集中於有限的數名客戶，且主要來自美國市場。於往績記錄期，我們的五大客戶分別佔2023年、2024年及2025年的總收入約96.6%、94.7%及92.9%。此外，來自美國市場的收入分別佔2023年、2024年及2025年的總收入約94.8%、93.5%及93.5%。鑑於如此集中，任何主要客戶訂單減少、採購延遲或取消、未重續合約、我們與主要客戶的關係惡化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。

如此高度客戶及地域集中使我們面臨與主要客戶所採納的採購策略、採購安排、庫存管理決策、訂單量或商業條款的變動，以及美國零售市場的不利發展、消費者需求波動以及美國貿易政策或關稅措施變動相關的風險。來自一家或多家主要客戶的任何採購量大幅減少或流失，都可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響。

我們的供應商

截至2025年12月31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及柬埔寨境內均擁有約30家合資格替代供應商。經董事確認，於往績記錄期及直至最

概 要

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更多資料，請參閱本文件「業務 — 主要客戶及供應商 — 我們的供應商」一節。

我們的生產廠房

我們於中國及柬埔寨運營生產廠房網絡。截至2025年12月31日，我們於中國有五座生產廠房（位於廣東省惠州市，總建築面積為123,750.28平方米），並於柬埔寨有一座生產廠房（總建築面積為12,703平方米），合共交付超過每年28.8百萬件的設計產能。我們的生產足跡及規模令我們可支援廣泛的產品組合，並滿足裝飾性園藝領域客戶不斷演變的需求。

於2024年，作為我們「中國加一」擴展策略的一部分，我們開始於柬埔寨建立新生產廠房（「柬埔寨廠房」）。柬埔寨廠房以較高自動化水平設計及受益於相對較低的勞工成本，共同預期提升我們隨時間的成本效益。截至最後實際可行日期，柬埔寨廠房處於爬坡及試驗階段，貢獻總產能少於10%。隨著使用率改善，我們預期其於未來數年的貢獻將增加至佔總產能約30%。

建立柬埔寨廠房通過分散我們的生產足跡提升我們的運營靈活性，繼而降低我們的地域集中風險及改善我們的響應能力，以回應貿易政策及客戶採購策略的變動。其亦提供額外產能，以適應尤其是來自國際客戶的大量訂單以及支援生產持續性及交付可靠性。隨著使用率改善，柬埔寨廠房預期將提升成本吸收及生產效率。

以下為年產能概要，包括於往績記錄期的生產機器數目、設計年產能、實際年產能及利用率：

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
機器數目	51	60	77
設計產能(件)	17,833,325	20,441,645	28,822,263
實際產能(件) ⁽¹⁾	13,782,003	18,182,814	19,897,507
利用率(%)	77.3%	88.9%	69.0%

附註：(1) 每部機器的年產能按每週運作5.5日及每年運作52週計算。我們生產廠房的年產能乃按通常的兩班制合計16小時的基礎計算（假設所有生產機器全年正常運作）。

我們的利用率於往績記錄期有所波動，由2023年的77.3%上升至2024年的88.9%，其後下降至2025年的69.0%，乃主要由於客戶需求變動及我們的產能擴充所致。有關進一步詳情，請參閱「業務 — 我們的生產廠房」。

概 要

美國關稅及園藝豁免

我們大部分產品乃出口至美國。美國法律顧問建議，於往績記錄期，我們的產品（主要是根據美國協調關稅表的相關標題分類的裝飾性塑膠產品）毋須繳納第301條措施項下的額外關稅，通常符合關稅豁免或免稅資格（通常稱為「園藝豁免」）。我們的美國法律顧問進一步告知，特朗普政府推出的各項額外關稅措施（包括依據1974年《美國貿易法》第301條所徵收的關稅及後續根據行政命令與總統公告所實施的關稅措施）並未修改或推翻《美國協調關稅表》(HTSUS)第98章中規範園藝豁免的規定。因此，凡仍然符合適用關稅分類及豁免要求的產品，仍符合資格享有該項豁免。因此，我們於往績記錄期並無產生任何直接關稅成本。有關進一步詳情（包括我們美國法律顧問的意見基礎、潛在關稅風險及敏感度分析），請參閱「業務 — 美國關稅及園藝豁免」。

儘管上文所述，美國關稅政策的發展可能會間接影響我們的業務。具體而言，在面對關稅相關的不確定因素下，若干客戶採用更審慎的補貨方法，導致部分訂單被延後處理及對交貨時間表進行調整。概無法保證園藝豁免將於日後繼續適用。倘有關豁免被修訂或豁免，我們出口至美國的產品可能須繳納額外關稅，此可能增加成本、降低價格競爭力，並對我們的業務、財務狀況及營運業績造成不利影響。進一步詳情請參閱「業務 — 美國的關稅及園藝豁免」一節。

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2023年、2024年及2025年12月31日止年度按地理區域劃分的收入明細。

	截至12月31日止年度					
	2023年		2024年		2025年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
美國.....	338,994	94.8%	443,832	93.5%	469,045	93.5%
加拿大.....	7,071	2.0%	7,947	1.7%	8,375	1.7%
墨西哥.....	5,850	1.6%	13,728	2.9%	13,317	2.6%
澳大利亞.....	3,496	1.0%	5,665	1.2%	4,558	0.9%
其他國家.....	2,134	0.6%	3,305	0.7%	6,521	1.3%
總計.....	<u>357,545</u>	<u>100.0%</u>	<u>474,477</u>	<u>100.0%</u>	<u>501,816</u>	<u>100.0%</u>

附註： 其他國家主要包括英國、智利及危地馬拉。

概 要

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更多資料，請參閱本文件「業務—競爭格局」一節。

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。下文所述的綜合財務數據概要應與本文件所載的綜合財務報表(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綜合財務報表。

概 要

綜合損益表的節選資料

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元
收入	357,545	474,477	501,816
銷售成本	(157,615)	(192,100)	(212,421)
毛利	199,930	282,377	289,395
其他收益	3,667	3,455	4,183
其他收益及虧損淨額	(9,709)	939	(4,316)
銷售及分銷成本	(30,316)	(40,208)	(61,437)
行政開支	(64,498)	(90,509)	(99,109)
[編纂]	—	—	(19,765)
財務成本	(2,024)	(1,635)	(1,485)
除稅前利潤	97,050	154,419	107,466
所得稅開支	(17,325)	(28,378)	(25,665)
本公司擁有人應佔年內利潤	79,725	126,041	81,801
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	(4)	26	(57)
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	(2,235)	(849)	(4,480)
終止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	2,235	849	4,480
海外業務換算產生的匯兌差額	(1,419)	(2,499)	4,763
本公司擁有人應佔年內全面收益總額	78,302	123,568	86,507

非香港財務報告準則財務計量

我們使用經調整淨利潤(非香港財務報告準則計量)，其為評估我們的經營業績的非香港財務報告準則財務計量，並作財務及營運決策之用。我們將經調整淨利潤(非香港財務報告準則計量)定義為經加回[編纂]調整的淨利潤。我們相信此計量方法有用，由於其有助於補充評估我們的營運表現。[編纂]主要指與本次[編纂]有關的開支。詳情請參閱「財務資料 — 非香港財務報告準則財務計量」。

下表呈列我們截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度的非香港財務報告準則財務計量。

	截至12月31日止年度		
	2023年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元
年內淨利潤	79,725	126,041	81,801
加：[編纂]	—	—	19,765
年內經調整淨利潤 (非香港財務報告準則計量)	79,725	126,041	101,566

概 要

我們的經調整淨利潤由2023年的79.7百萬港元增至2024年的126.0百萬港元，主要由於年內客戶需求回升及銷量增加令收入及毛利上升。我們的經調整淨利潤其後於2025年減少至101.6百萬港元，主要由於(i)與擴展業務營運有關的銷售及分銷開支以及行政開支增加；(ii)年內其他虧損淨額增加；及(iii)我們擴充產能，包括柬埔寨生產廠房的產能提升，導致在產能全面使用前產生額外經營成本。因此，儘管我們在2025年的收入有所增加，但經調整淨利潤卻較2024年有所減少。

收入

我們的收入主要來自銷售(i)戶外裝飾性花盆；(ii)戶內裝飾性花盆；及(iii)其他園藝產品。於往績記錄期，戶外裝飾性花盆為我們最大的收入來源。於2023年、2024年及2025年，我們的收入分別為357.5百萬港元、474.5百萬港元及501.8百萬港元。

戶外裝飾性花盆：截至2023、2024及2025年12月31日止年度，來自戶外裝飾性花盆的收入分別為230.9百萬港元、325.0百萬港元及326.7百萬港元，佔各年度總收入的64.6%、68.5%及65.1%。2023年至2024年的收入增加，主要反映零售商存貨水平在去庫存後恢復正常，以及恢復較典型的季節性訂貨模式。2024年至2025年的收入大致保持穩定，輕微增長主要反映持續的採購需求，儘管2025年客戶因關稅相關成本考慮而調整訂購步伐及交付時間表。

戶內裝飾性花盆：截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，來自戶內裝飾性花盆的收入分別為79.5百萬港元、87.7百萬港元及103.0百萬港元，佔各年度總收入的22.2%、18.5%及20.5%。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、現有客戶的計劃參與度擴大(包括現有及新推出產品的採購量上升)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年的收入進一步增加，主要是由於穩定的客戶需求，以及新產品推出和更新設計產品所帶來的增量貢獻。

其他園藝產品：截至2023年、2024年及2025年12月31日止年度，來自其他園藝產品的收入分別為47.2百萬港元、61.9百萬港元及72.2百萬港元，佔各年度總收入的13.2%、13.0%及14.4%。該分部包括配套園藝及裝飾配件，如簡易花盆、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年至2024年的增長主要反映客戶在去庫存後採購模式正常化而擴大產品範圍，而2025年的進一步增長反映訂購模式持續正常化及更廣泛的產品種類需求。

概 要

在所有產品類別中，往績記錄期的表現變動反映市場整體存貨調整及隨後的客戶採購模式趨於正常化。於2024年觀察到的復甦及持續至2025年的復甦主要反映正常訂貨週期的恢復、存貨水平與終端消費者需求之間的一致性改善，以及我們各類產品的基本市場需求穩定。

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、直接勞工及間接製造成本所推動。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。直接人工及間接製造成本受生產規模、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。

我們的銷售成本由2023年的157.6百萬港元增加至2024年的192.1百萬港元，主要是由於2023年去庫存週期後客戶訂單回升，出貨量增加，導致原材料消耗、直接勞工及間接製造成本增加。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。

隨著收入及產量持續增長，我們的銷售成本於2025年進一步增加至212.4百萬港元。成本增加亦反映產品組合的變動，特別是較大型戶外裝飾性花盆所佔比例較高，一般涉及較高的單位原材料消耗，因而增加整體成本強度。此外，銷售成本受年內人民幣兌美元升值的影響，增加了我們的生產成本。此外，隨著我們在中國的產能擴充，以及新建立的生產設施(包括柬埔寨業務)逐步投產，年內某些新增或預留的產能尚未完全使用，導致單位間接成本的吸收增加。該等因素部分被自動化及生產優化措施所帶來的持續效率改善所抵銷。

毛利及毛利率

於2023年、2024年及2025年，我們的毛利分別為199.9百萬港元、282.4百萬港元及289.4百萬港元，各年度的毛利率分別為55.9%、59.5%及57.7%。2023年至2024年毛利率整體上升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的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。

概 要

於2025年，毛利率較2024年下降主要是由於人民幣兌美元升值，增加了我們的生產成本。此外，隨著我們在中國的產能擴充及新建立的生產設施（包括我們的柬埔寨業務）的產能提升，若干新增或預留的產能尚未完全使用，導致單位間接成本的吸收增加。該等因素部分被自動化及生產優化措施所帶來的持續效率改善所抵銷。

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					
	2023年		2024年		2025年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
裝飾性花盆產品						
— 戶外裝飾性花盆.....	134,315	58.2%	198,419	61.1%	192,376	58.9%
— 戶內裝飾性花盆.....	41,830	52.6%	50,730	57.9%	56,525	54.9%
其他園藝產品.....	23,785	50.4%	33,228	53.7%	40,494	56.1%
毛利總額／毛利率.....	199,930	55.9%	282,377	59.5%	289,395	57.7%

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。與2023年相比，2024年戶外裝飾性花盆的毛利率有所改善，主要原因是2023年去庫存週期後出貨量回升，提高產能利用率，減少單位管理費用的吸收。此外，年內較低的樹脂價格和有利的匯率變動也降低了單位生產成本。2025年，戶外裝飾性花盆的毛利率與2024年相比略有下降，主要反映了產品組合的變化，包括較大尺寸產品的比例增加。較大型的裝飾性花盆每單位一般需要顯著較多的樹脂及其他原材料投入。雖然有關產品的售價通常較高，但生產成本的升幅未能完全抵銷售價的相應升幅，導致毛利率低於較小型的產品。此外，利潤表現亦受到年內人民幣兌美元升值的影響，增加了以人民幣計值的生產成本，以及新擴充的產能提升導致單位間接成本增加。這些因素部分被持續的營運改善及穩定的投入成本狀況所抵銷。

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。2024年戶內裝飾性花盆的毛利率較2023年有所改善，主要由於零售銷量改善、新推出較小型戶內花盆產品的銷量上升及更新產品的供應導致產品組合有所優化。與尺寸通常較大的戶外裝飾性花盆產品相比，該等戶內產品每單位一般需要較少樹脂

概 要

及其他原材料投入，故一般能夠實現較高毛利率。此外，於2024年間較低的樹脂價格進一步降低了原材料成本，並導致毛利率有所改善。於2025年，戶內裝飾性花盆的毛利率較2024年下降。毛利率下降的主要原因是人民幣兌美元升值，增加了以人民幣計值的生產成本，以及與新擴充產能提升相關的每單位管理費用吸收增加。這些因素部分被持續的需求和相對穩定的產品組合，以及我們在生產流程中更多地採用自動化，從而提高了營運效率和成本控制所抵銷。

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、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。2024年的毛利率較2023年有所改善，主要是由於2023年去庫存週期後的產量增加及成本吸收改善，以及樹脂價格下降所致。2025年，此類產品的毛利率將繼續上升，主要是由於有利的產品組合，以及高毛利率產品線的貢獻增加。產品組合所帶來的正面影響，足以抵銷人民幣升值及產能擴充所帶來的單位間接成本上升的影響，加上投入成本狀況相對穩定。

淨利潤及淨利潤率

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2023年、2024年及2025年，我們的淨利潤分別為79.7百萬港元、126.0百萬港元及81.8百萬港元，淨利潤率分別為22.3%、26.6%及16.3%。

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，淨利潤及淨利潤率較2024年減少，主要是由於多項因素所致。其中，毛利率的下降反映了我們戶外裝飾性花盆分部產品組合的變化，包括大型產品的比例增加，以及人民幣兌美元升值，增加了我們以人民幣計值的生產成本。此外，柬埔寨生產廠房的擴建及中國產能的擴充，導致營運初期的單位間接成本增加。此外，年內行政開支增加，主要是由於確認**[編纂]**所致。年內收入持續增長及營運改善抵銷了上述部分因素。

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

概 要

綜合財務狀況表的節選項目

下表載列截至所示日期我們的綜合財務狀況報表摘要：

	截至12月31日		
	2023年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元
非流動資產	78,636	90,399	116,850
流動資產	348,927	397,131	347,765
流動負債	106,741	179,857	313,292
流動資產淨值	242,186	217,274	61,473
非流動資產	22,339	24,775	8,840
資產淨值	298,483	282,898	169,483

往績記錄期內的流動資產淨值波動

我們的流動資產淨值由截至2023年12月31日的242.2百萬港元減少至截至2024年12月31日的217.3百萬港元，主要是由於流動負債增加，包括貿易及其他應付款項增加，以及年內確認應付股息，抵銷了流動資產的增加有餘。

截至2025年12月31日，我們的流動資產淨值進一步減少至61.5百萬港元，主要反映流動負債大幅增加，包括較高的應付賬款及其他應付款、借款及應付股息，以及應付一名董事款項增加。儘管流動資產於年內亦有增加，原因是存貨及貿易應收賬款隨著業務擴展而增加，但該增幅被流動負債的增長所超越。

往績記錄期內的資產淨值波動

截至2023年12月31日，我們的資產淨值為298.5百萬港元，主要反映年內利潤79.7百萬港元所產生的保留盈利，部分被確認為分派的股息19.3百萬港元及法定儲備轉撥所抵銷。

截至2024年12月31日，儘管年內利潤為126.0百萬港元，我們的資產淨值減少至282.9百萬港元。淨資產減少主要是由於確認為分派的股息139.2百萬港元超出年內所產生的利潤所致。因此，2024年的資產淨值減少主要反映股東分派而非經營表現惡化。

截至2025年12月31日，我們的資產淨值進一步減少至169.5百萬港元，主要是由於年內確認分派股息200.0百萬港元，超過年內利潤81.8百萬港元所致。

概 要

綜合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		
	2023年	2024年	2025年
	千港元	千港元	千港元
經營活動產生的現金流量淨額.....	160,796	117,001	141,717
投資活動所用的現金流量淨額.....	(142,700)	(36,281)	(189,143)
融資活動所用的現金流量淨額.....	(60,562)	(22,291)	27,242
現金及現金等價物(減少)/增加淨額.....	(42,466)	58,429	(20,184)
年初現金及現金等價物.....	90,586	47,080	103,764
外匯匯率變動影響.....	(1,040)	(1,745)	2,019
年末現金及現金等價物.....	47,080	103,764	85,599

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		
	2023年	2024年	2025年
流動比率 ⁽¹⁾	3.27倍	2.21倍	1.20倍
速動比率 ⁽²⁾	3.01倍	2.01倍	0.94倍
資產回報率 ⁽³⁾	18.7%	25.9%	16.6%
權益回報率 ⁽⁴⁾	26.7%	44.6%	48.3%
利息償付比率 ⁽⁵⁾	48.95倍	95.45倍	73.37倍
資產負債比率 ⁽⁶⁾	12.3%	15.6%	33.7%

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2023年、2024年及2025年12月31日止財政年度的股息分別為19.3百萬港元、139.2百萬港元及200.0百萬港元。尚未派付的應付股息於截至2025年12月31日合共為62.6百萬港元。截至最後實際可行日期，所有未派付的股息均已全數結清，且並無未派付的應

概 要

付股息。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。有關我們如何計劃結清未支付應付股息的詳情，亦請參閱「— 近期發展及並無重大不利變動」。

[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。

除上文所披露者外，我們目前並無任何其他正式股息政策或任何固定或預定的股息支付比率，而任何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]，[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]預計將計入我們的綜合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]（即指示性[編纂]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廠房的產能。
- 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

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。

概 要

接近年底時，客戶的訂單量保持強勁，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。

柬埔寨生產廠房：截至最後實際可行日期，我們於柬埔寨營運約12,703平方米的生產廠房，有關租約將於2027年1月屆滿。柬埔寨廠房初始乃成立為我們於中國以外的首個生產平台，令我們可發展營運經驗、建立當地生產能力及評估於柬埔寨的營運環境。鑒於我們估計的生產要求(包括獲確認的客戶訂單及生產規劃)，我們目前正評估柬埔寨的潛在生產場地，並正就約45,000平方米的新生產廠房之租約進行磋商。我們預期此新廠房將成為我們於柬埔寨的主要生產平台，並同時支援我們近期及長期的產能要求。待成功完成磋商租約後，我們目前擬繼續使用現有的柬埔寨廠房直至其租約屆滿為止，並於其後將我們的營運逐步過渡至新廠房。

客戶多元化舉措：我們繼續探索將客戶基礎多元化及將地域市場風險擴展至美國以外的機遇。截至最後實際可行日期，該等工作仍然處於初步階段，主要涉及研究及評估於選定海外市場(包括歐洲及澳大利亞)的潛在商業機會。由於我們的擴展計劃很大程度上將由[編纂]的[編纂]淨額撥付，我們的多元化工作未導致客戶集中度或地域收入於截至最後實際可行日期出現任何重大變動。

董事確認，截至最後實際可行日期，我們的財務或貿易狀況、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。

截至2025年12月31日，本集團的現金及現金等價物約為85.6百萬港元。截至2025年12月31日，尚未派付的應付股息總額為62.6百萬港元。截至最後實際可行日期，所有未派付的股息均已全數結清，且並無未派付的應付股息。董事確認，預期該等未付股息將以本集團營運產生的內部資源(包括累計利潤及營運現金流)支付。截至2025年12月31日止年度，本集團錄得利潤81.8百萬港元及經營現金流入淨額141.7百萬港元。截至2025年12月31日，本集團的保留盈利為166.3百萬港元。董事認為這些資源足以支持支付尚未派發的股息。

董事確認，於上述擬派股息及安排生效後，本集團將維持充足營運資金，以應付本文件日期起計至少未來十二個月的現有需要，而擬派股息將不會對本集團的流動資金狀況或營運造成重大不利影響。

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。

概 要

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。

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]購股權計劃已授出或根據[編纂]購股權計劃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，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。

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]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，當中大部分均為美國的大型零售商。因此，我們的業務不僅面對客戶集中風險，亦面對影響美國零售市場的風險，包括消費者需求、經濟狀況、貿易政策及關稅措施的變動。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。