

---

## 概要

---

### 概覽

我們主要從事專注中高端價位消費群的床墊及軟床產品的設計、製造及銷售。我們的床墊定位於傢俱業務的消耗品分部。我們認為床墊銷售更多倚賴於產品質量及定價，而非品牌吸引力，且其產品範圍多樣化亦屬重要。我們的床墊主要分為連結式彈簧系列、普通彈簧系列、袋裝彈簧系列、椰棕系列、分區系列及海綿系列，輔以多種填充料及夾層（如針織、提花編織、棉花、記憶海綿或舒適海綿）及飾面（如枕頭頂或歐式頂）選擇。我們的床墊以賽菲婭標籤及皇朝標籤（經授權）於國內銷售，並以 BH Beds 標籤、其他第三方 OEM 標籤或不帶任何標籤進行出口。

我們的軟床為一整套軟墊床，包括床頭板、床架及床墊，輔以床邊櫃及配套床上用品（如床單、羽絨被及羽絨被套、枕頭及枕頭套）等可選配套部件，且可由最終消費者選擇單獨或整體購買。由於我們的軟床產品為設計型產品，故我們認為品牌概念及產品設計是吸引最終消費者的關鍵。我們的軟床產品以賽菲婭品牌及卡森雷特品牌進行銷售，以中高端價位消費群體為目標。我們的賽菲婭品牌於二零一一年十二月被中國名企排行網([www.paihang360.com](http://www.paihang360.com)) 評為「2011 中國軟床十大品牌」，並於二零一二年十二月被中國傢俱行業年度總評榜評為「2012 年最受消費者歡迎十大軟床品牌」及「2012 年中國傢俱行業最具競爭力品牌」。我們於中國按兩類別出售我們的軟床，即整床系列及床架系列。我們的整床系列可進一步分類，根據我們的賽菲婭品牌分為傳統系列及兒童系列，及根據卡森雷特品牌分為現代系列。我們於床架系列的產品透過提供可選變種（如儲藏單元、升降床架及電視床架）作為整床系列的一部份出售。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載資料並不完整，或會有所更改。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

## 概要

下表載列我們於往績記錄期間按產品類別及品牌劃分的收益：

### 按產品類別及品牌劃分的收益

|              | 截至三月三十一日止年度    |              |                |              |
|--------------|----------------|--------------|----------------|--------------|
|              | 二零一二年          |              | 二零一三年          |              |
|              | 千港元            | %            | 千港元            | %            |
| 皇朝品牌—床墊(附註1) | 52,301         | 42.9%        | 23,323         | 18.2%        |
| 向皇朝集團的OEM銷售  | 9,796          | 8.0%         | 2,220          | 1.7%         |
| 賽菲婭品牌        |                |              |                |              |
| — 床墊         | 9,405          | 7.7%         | 28,257         | 22.1%        |
| — 軟床(附註2)    | 26,510         | 21.7%        | 28,238         | 22.1%        |
| 小計           | <u>35,915</u>  | <u>29.4%</u> | <u>56,495</u>  | <u>44.2%</u> |
| 卡森雷特品牌—軟床    | —              | —            | 2,616          | 2.1%         |
| 床墊的海外銷售(附註1) | <u>24,019</u>  | <u>19.7%</u> | <u>43,217</u>  | <u>33.8%</u> |
| 合計           | <u>122,031</u> | <u>100%</u>  | <u>127,871</u> | <u>100%</u>  |

附註：

1. 我們皇朝標籤的床墊銷售額及床墊出口銷售額包括床上用品等其他產品的小比例銷售額。
2. 於二零一一年九月至十一月期間，我們銷售三種類型的賽菲婭品牌軟床(亦提及「Royal/皇朝」品牌名稱)，金額約380,000港元，其目的在測試市場對兩個品牌混合的認可程度。

### 銷售及分銷

於往績記錄期間，我們的產品主要透過零售商及OEM分銷商銷售予最終消費者。我們的零售商及OEM分銷商為獨立第三方，惟皇朝集團除外。皇朝集團為本集團的關連人士，且為我們的唯一國內OEM客戶。皇朝集團向我們採購床墊並於其自營門店將其轉售予最終消費者。此外，我們於二零一三年三月亦開始於東莞及廣州的兩間自營專賣店銷售我們的賽菲婭及卡森雷特品牌產品。

---

## 概要

---

### 國內銷售網絡

我們根據若干因素選擇我們的零售商，當中包括零售商的營運資金及門店面積。我們亦考慮我們的零售商的門店地點，且為避免競爭及自相蠶食，本集團的政策是確保店舖並無位於鄰近地區或於鄰近地區經營。據董事所知，有關國內零售商包括(其中包括)傢俱旗艦店、連鎖店、大型傢俱購物中心及傢俱百貨店，銷售多個供應商供應的不同品牌的多種傢俱產品，而部分店舖中，店面分為專門的產品區域，讓不同供應商展示其產品。

我們與國內零售商的關係為製造商與客戶的關係並受為期一年的標準銷售合約規限，可每年經雙方協議後重續。於銷售合約到期後，我們會根據(其中包括)該等門店的銷售表現考慮重新選擇我們的零售商。標準銷售合約項下並無任何條文涉及最低額訂單量、銷售目標或特許使用費或安裝費。另外，並無訂有退貨或保修的條文。只有當客戶在我們的廠房檢查時提出有關產品質量的疑問時，我們才會提供換貨。我們並無於往績記錄期間及截至(●)收到任何退貨。我們通常要求新客戶預先付款，而我們通常為我們的現有客戶提供信貸期30日至90日不等。

於二零一三年四月一日至二零一三年七月三十一日期間，我們已與逾70間國內零售商進行交易，覆蓋地區包括但不限於湖南、湖北、山東、廣東及江蘇。皇朝傢俬及本集團於該等門店均有業務。據董事深知，零售商慣常以品牌業務名稱經營店舖，我們部分國內零售商選擇「皇朝」作為與之建立關係的品牌，並將「皇朝」作為其店內業務名稱的一部分。儘管本集團大部分國內零售商同為皇朝集團的特許經營商，據我們的董事所知，其中部分零售商在其店內的業務名稱中包含「皇朝」並同時於其店舖銷售其他傢俱品牌。此外，本集團的軟床及床墊產品並非皇朝傢俬特許經營協議項下的標的事項。因此，我們的零售商並無義務向本集團購買或出售任何產品，且本集團的收益並非來自根據任何分銷協議進行捆綁銷售或存貨持有安排。

## 概要

我們的國內零售網絡可按以下各類劃分：

(i) 專賣零售商

專賣零售商乃指我們的產品在其處於品牌陳列櫃中展示的零售商（「專賣零售店」）。我們的專賣零售店定位為將我們的軟床產品銷售予中高端價位最終消費者。我們的軟床通產以最少5個整床及最多12個整床為一組展示，視乎展廳面積而定。客戶一般就店舖選址及品牌相關事宜（如店舖陳列設計、裝飾及員工培訓）徵求我們的意見，惟客戶一般並無合約義務採納或遵守我們提出的建議。我們的所有軟床乃根據訂單生產，其生產交貨時間約為15日。於二零一三年四月一日至二零一三年七月三十一日期間，我們已與專賣零售商進行交易，當中56間及2間分別銷售我們的賽菲婭及卡森雷特產品。分別銷售我們的賽菲婭及卡森雷特產品。

(ii) 非專賣零售商

非專賣零售商乃指我們的產品在其處獨立展示而並無擁有品牌陳列櫃的零售商（「非專賣店」）。我們的非專賣店定位為將我們的床墊銷售予大眾市場。非專賣店不一定需要裝飾。據董事所深知，我們的床墊於不同專門產品區內擺放於不同供應商所製造的整床上，且至少兩至三種不同類型的床墊將會在各門店出售，此為慣常作法。各門店獲提供我們的產品目錄，以方便客戶根據個人喜好選定產品。據我們的董事確信，非專賣店並無存貨。我們通常能夠於接獲該等門店發出的訂單後五日內付運我們的床墊，惟前提是我們存有所需的床墊。

下表載述我們的國內零售商數量於往績記錄期間及截至二零一三年七月三十一日分為專賣及非專賣零售商的明細：

|        | 截至二零一二年<br>三月三十一日<br>止年度 | 截至二零一三年<br>三月三十一日<br>止年度 | 於二零一三年<br>四月一日至<br>二零一三年<br>七月三十一日<br>期間 |
|--------|--------------------------|--------------------------|--|
| 專賣零售商  | 26                       | 58                       | 58                                       |
| 非專賣零售商 | 45                       | 51                       | 14                                       |
| 總計     | <u>71</u>                | <u>109</u>               | <u>72</u>                                |

(iii) 自營專賣店

我們於東莞及廣州之自營專賣店於二零一三年三月開始營業，出售我們的賽菲婭及卡森雷特品牌產品。該兩間自營專賣店的面積約285平方米至約355平方米，每間店均配備兩名員工。

## 概要

### 海外零售商

於往績記錄期間，本集團為逾20個國家的海外客戶製造床墊，該等客戶主要位於澳大利亞、新西蘭、美國、歐洲及亞洲。我們大多數出口銷售來自對OEM客戶的出口。該等客戶通常根據自身的規格及工藝需求從我們的標準產品範圍選擇產品。據我們的董事所知，我們的海外零售商主要為傢俱零售商及OEM分銷商，彼等一般透過各自的零售網絡向我們採購床墊並將我們的產品轉售予最終消費者。我們並無與海外客戶訂立任何銷售合約。我們與海外客戶的交易按逐宗交易基準進行。概無就信貸期限、退貨政策、產品責任及保修條款與海外客戶訂立任何安排。我們對海外客戶的銷售均按船上交貨基準進行。於往績記錄期間及截至〔●〕，我們並無接獲我們海外客戶的任何退貨。

下表列示往績記錄期間我們按地區劃分的出口銷售額：

|           | 截至三月三十一日<br>止年度 |               |
|-----------|-----------------|---------------|
|           | 二零一二年<br>千港元    | 二零一三年<br>千港元  |
| 澳大利亞及新西蘭  | 12,209          | 17,865        |
| 亞洲        | 5,714           | 8,782         |
| 歐洲        | 1,556           | 7,888         |
| 北美洲       | 1,770           | 5,998         |
| 其他地區      | 2,770           | 2,684         |
| <b>總計</b> | <b>24,019</b>   | <b>43,217</b> |

### 供應商

我們軟床的原材料主要為皮革、木材、布料及海綿，而我們的床墊原材料包括彈簧、海綿及布料。我們主要透過採購訂單在中國採購我們的原材料，並透過賬戶方式結付原材料的採購費用，且我們通常享有信貸期限30至90日。我們的原材料成本由二零一二年約78.1百萬港元增至二零一三年約81.8百萬港元，增幅約為4.8%。於往績記錄期間及截至〔●〕，我們並無向我們的供應商退還任何原材料。

---

## 概要

---

### 生產設施

本集團現時於位於中國廣東省廣州市增城石灘的自有設施製造寢具。我們用於製造床墊及軟床的生產廠房的建築面積為6,002.79平方米。本集團分別有1條及1條生產線製造床墊及軟床。於往績記錄期間，由於海外床墊的銷售額增幅遠遠超逾國內市場的跌幅，我們床墊的年產能約為100,000套及100,000套，及有關生產設施的利用率由約89%增至約99%。於往績記錄期間，我們軟床的年產能約為6,000套及6,000套，有關生產設施的利用率分別達致約87%及94%。利用率增加反映截至二零一三年三月三十一日止財政年度的軟床的銷量增加。我們的管理層認為，二零一三年銷量增加乃主要歸功於相應期間推出多款新型號的軟床，且定位為銷售我們的軟床產品的專賣零售商數量與日俱增。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務」一節「生產設施」一段。

### 競爭優勢

我們的董事認為，本集團的成功主要歸功於以下因素：(i) 我們擁有由陳菜文先生主管的強大軟床設計研發團隊，並由經驗豐富的高級經理張輝榮先生負責床墊研發及製造；(ii) 於二零一三年四月一日至二零一三年七月三十一日期間，形成與逾95間客戶進行交易的固定客戶群；(iii) 我們的賽菲婭品牌於中國軟床業的知名度頗高；(iv) 我們擁有嚴格的質量控制體系確保我們的產品質量；及(v) 我們擁有寢具行業經驗豐富的管理團隊（由我們的創辦人兼執行董事謝先生領導）。有關進一步詳情請參閱本文件「業務」一節「競爭優勢」一段。

### 策略

透過以下主要策略：(a) 透過參加展覽會把握床墊業務的增長機會；(b) 透過參加中國展覽會提高賽菲婭及卡森雷特品牌的知名度；(c) 透過增聘設計人員加強產品設計開發；(d) 透過建立兩家自營專賣店及於二零一四年三月三十一日前與我們的國內專賣店商客戶訂立分銷安排擴展中國零售網絡；及(e) 於天津建立新生產設施，增加我們的產能及擴展地域覆蓋範圍，我們旨在(i) 成為中國領先的全民軟床專家（包括床墊及軟床）；(ii) 擴展我們的床墊於海外市場的銷售覆蓋範圍；及(iii) 繼續致力發展床墊及軟床業務，務求將賽菲婭品牌發展成為中國床墊及軟床市場的領先品牌。有關進一步詳情請參閱本文件「業務」一節「策略」一段。

---

## 概要

---

### 控股股東

於〔●〕，本公司由Platinum Tools、香港皇朝傢俬、Man Sau Ying、Hui Ka Fai及World Partner擁有權益分別為55%、38%、4%、2%及1%。Platinum Tools由謝先生及嚴先生擁有權益分別為56.36%及43.64%。皇朝傢俬及Chitaly透過其全資附屬公司香港皇朝傢俬於我們的已發行股本中視為擁有38%權益。因此，謝先生、嚴先生、Platinum Tools、皇朝傢俬、Chitaly及香港皇朝傢俬於〔●〕前為我們的控股股東。

### 與皇朝傢俬的關係

本集團自二零零四年起向海外出口床墊產品。自二零零七年起，皇朝傢俬透過其全資附屬公司香港皇朝傢俬已成為控股股東。

由於皇朝傢俬及香港皇朝傢俬將仍為主要股東，故彼等被視為本公司的關連人士。謝錦鵬先生為皇朝傢俬的主席及控股股東。因此，謝錦鵬先生視為本公司的關連人士。

謝錦鵬先生亦為謝先生的叔伯，而謝煥章先生（皇朝傢俬董事）為謝先生（本集團創始人）的親屬。謝錦鵬先生及謝煥章先生均以彼等本身的身分於廣東家夢早期成立期間（分別為二零零四年至二零零五年以及二零零五年至二零零七年）擔任廣東家夢的法定代表人及主席。

除以上所述者外，皇朝傢俬及其董事未曾提供任何資金援助，亦無干涉我們的營運自主權，且自廣東家夢成立起至〔●〕並無控制或管理本集團。

為拓展我們早期於中國市場的業務，我們自二零零六年起獲皇朝集團授權使用皇朝商標。於往績記錄期間，我們亦向萬利寶及裕發（均為皇朝傢俬的全資附屬公司）出售我們的產品約9.8百萬港元及2.2百萬港元，分別佔本集團的總收益約8.0%及1.7%。預期商標授權安排及我們向萬利寶及裕發的銷售將會於〔●〕後持續進行，因此根據〔●〕將會構成本公司的持續關連交易。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載資料並不完整，或會有所更改。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

## 概要

皇朝集團從事設計、製造及銷售家居實木及平板傢俱(當中有(其中包括)板床及實木床)。由於該等產品的主要功能均為就寢之用，我們的軟床與皇朝品牌板床或實木床同時透過相同國內零售商陳列及出售時，將會構成競爭。儘管事實如此，我們認為彼等不同的次級功能符合最終消費者有關(其中包括)生活方式、產品舒適度及與其家居內部設計主題的一致性的不同喜好。正是次級功能將本集團與皇朝集團的有關產品及目標客戶區分開來。軟床及板床/實木床亦因原材料及產品設計上不同且彼等亦需要不同產品技術、技術處理及工作流程而千差萬別。因此，我們認為，產品區分及市場分類足以將我們的產品自皇朝傢俬的產品中區分出來，且皇朝傢俬與本集團之間不會有任何直接或極端的產品競爭，而且(●)亦就此表示同意。

有關進一步詳情，請參閱本文件「與控股股東及皇朝傢俬的關係」及「關連交易」各節。

### 本集團的財務資料

下表載列本集團於往績記錄期間的主要財務資料，乃摘錄自本文件所載「財務資料」一節及附錄一「會計師報告」。概要財務數據應與本文件附錄一所載的「會計師報告」一併閱讀，包括相關附註。

#### 綜合全面收益表

|              | 截至三月三十一日<br>止年度 |              |
|--------------|-----------------|--------------|
|              | 二零一二年<br>千港元    | 二零一三年<br>千港元 |
| 收益           | 122,031         | 127,871      |
| 銷售成本         | (86,653)        | (90,928)     |
| 毛利           | 35,378          | 36,943       |
| 除所得稅前溢利      | 19,125          | 17,457       |
| 本年度溢利        | 15,778          | 10,617       |
| 本年度全面收益總額    | 17,823          | 10,880       |
| 應佔本年度溢利：     |                 |              |
| — 本公司擁有人     | 15,633          | 10,469       |
| — 非控股權益      | 145             | 148          |
| 應佔本年度全面收益總額： |                 |              |
| — 本公司擁有人     | 17,663          | 10,723       |
| — 非控股權益      | 160             | 157          |



本網上預覽資料集為草擬本，當中所載資料並不完整，或會有所更改。本網上預覽資料集必須與其封面「警告」一節一併閱讀。

## 概要

### 綜合財務狀況表

|         | 於三月三十一日      |              |
|---------|--------------|--------------|
|         | 二零一二年<br>千港元 | 二零一三年<br>千港元 |
| 非流動資產總值 | 16,254       | 15,777       |
| 流動資產總值  | 80,294       | 76,590       |
| 資產總值    | 96,548       | 92,367       |
| 流動負債總額  | 54,349       | 37,523       |
| 流動資產淨值  | 25,945       | 39,067       |
| 非流動負債   | 293          | 283          |
| 負債總額    | 54,642       | 37,806       |
| 資產淨值    | 41,906       | 54,561       |
| 總權益     | 41,906       | 54,561       |

### 毛利及毛利率

下表載列截至二零一三年三月三十一日止兩個年度我們按各產品類別劃分的毛利及毛利率：

|                 | 截至三月三十一日止年度   |              |               |              |
|-----------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
|                 | 二零一二年         |              | 二零一三年         |              |
|                 | 毛利<br>千港元     | 毛利率<br>%     | 毛利<br>千港元     | 毛利率<br>%     |
| <b>國內銷售額</b>    |               |              |               |              |
| — 床墊 (附註 1 及 2) | 22,985        | 32.1%        | 17,420        | 32.4%        |
| — 軟床            | 7,660         | 28.9%        | 9,962         | 32.3%        |
| <b>出口銷售額</b>    |               |              |               |              |
| — 床墊 (附註 1)     | 4,733         | 19.7%        | 9,561         | 22.1%        |
| <b>總計</b>       | <b>35,378</b> | <b>29.0%</b> | <b>36,943</b> | <b>28.9%</b> |

附註：1. 我們床墊的國內及出口銷售額包括床上用品等其他產品的小額銷售額。

2. 我們床墊的國內銷售額包括向皇朝集團的OEM銷售。截至二零一三年三月三十一日止兩個年度，向皇朝集團銷售床墊產品應佔毛利分別約3.26百萬港元及0.73百萬港元，而毛利率分別約為33.3%及32.8%。

## 概要

### 主要財務比率

下表載列本集團於往績記錄期間的主要財務比率概要：

| 千港元          | 於三月三十一日 |       |
|--------------|---------|-------|
|              | 二零一二年   | 二零一三年 |
|              | 千港元     |       |
| 流動比率         | 1.48    | 2.04  |
| 速動比率         | 1.44    | 1.98  |
| 資產負債比率       | 4.6%    | 不適用   |
| 平均存貨周轉日數     | 11      | 9     |
| 平均應收貿易款項周轉日數 | 63      | 69    |
| 平均應付貿易款項周轉日數 | 42      | 65    |

經計及本集團現時可得的財務資源，包括其經營現金流量及〔●〕的預期所得款項，我們的董事認為，我們擁有充裕的營運資金以滿足自本文件日期起至少未來12個月的現時營運資金需要。

### 往績記錄期間後的最新發展

根據我們的未經審核管理賬目，於截至二零一三年六月三十日止三個月，我們錄得總收益約26.0百萬港元，當中我們的國內銷售額及出口銷售額分別為約12.9百萬港元及約13.1百萬港元，分別佔我們總銷售額約49.6%及50.4%。於截至二零一三年六月三十日止三個月，我們持續拓展品牌產品銷售。於截至二零一三年六月三十日止三個月，賽菲婭及卡森雷特品牌產品的銷售額分別為約10.4百萬港元及0.5百萬港元，分別佔我們國內總銷售額約80.6%及3.6%。

於二零一三年三月，我們參與第29屆國際名傢俱(東莞)展覽會。會上我們設立指定專櫃，旨在推廣我們的賽菲婭及卡森雷特產品。於傢俱展覽會上，我們成功與約46家潛在零售商訂立意向書，以於二零一四年開設專賣店銷售我們的賽菲婭及卡森雷特產品，該數量佔於二零一三年專賣零售商數量約79.3%。截至二零一三年七月三十一日，該等潛在零售商當中39家已開設專賣店並銷售我們的賽菲婭及卡森雷特產品。

我們預期本公司將予支付有關〔●〕及〔●〕的總開支約為〔●〕百萬港元，其中〔●〕百萬港元及〔●〕百萬港元已分別錄入截至二零一三年三月三十一日止兩個年度的全面收益表內。另〔●〕百萬港元預期計入截至二零一四年三月三十一日止年度的全面收益表內。該開支餘額〔●〕百萬港元將錄入權益內。我們的董事謹此強調，現時估計的有關總開支金額供僅參考，及最終金額可根據審計及變量及假設變化予以調整。因此，我們的董事預期，我們截至二零一四年三月三十一日止年度的財務業績可能蒙受重大不利變動，此乃主要由於有關〔●〕及〔●〕產生的非經常性項目開支所致。

---

## 概要

---

### 無重大不利變動

除截至二零一四年三月三十一日止年度的估計非經常性〔●〕開支約〔●〕百萬港元以外，我們的董事確認，直至〔●〕，本集團的財務或經營狀況或前景自二零一三年三月三十一日（即本集團最近期財務資料於本文件附錄一所載會計師報告的呈報日期）起並無任何重大不利變動。

### 股息及股息政策

本公司可能根據章程細則向股東派付股息，有關股息由我們的董事酌情釐定，並將取決於各種因素，包括市況、我們的策略規劃及前景、商機、財務狀況及經營業績、營運資金需求及預計現金需求、合約限制及責任、附屬公司向我們派付的現金股息及法律、稅務及監管限制。此外，控股股東將能夠影響我們的股息政策。

本公司並無任何預先釐定的派息率。未來股息的宣派須由董事會決定，並視乎（其中包括）盈利、財務狀況、現金需求及可利用水平、用以履行本集團銀行貸款融資契約的資金的可獲得性以及董事可能認為有關的任何其他因素而定。

### 風險因素

存在涉及本集團營運及與〔●〕有關並可能對我們的業務、財務狀況及營運業績構成重大不利影響的若干風險及不確定因素。若干與我們的業務有關的重大風險包括但不限於以下各項：—

- (i) 我們的大部分收益來自賽菲婭品牌旗下軟床及／或床墊的銷售；
- (ii) 於往績記錄期間，我們於中國使用皇朝集團商標及標籤一併銷售我們的產品（包括為本集團帶來大部分收益的皇朝床墊）及我們亦向皇朝集團銷售我們的產品；
- (iii) 由於該等產品的主要功能均為就寢之用，故我們的軟床可能與皇朝傢俬的板床／實木床構成競爭；及
- (iv) 我們截至二零一四年三月三十一日止年度的財務業績可能蒙受重大不利變動，此乃主要由於有關〔●〕產生的〔●〕的非經常性項目開支所致。

有關風險因素的進一步論述，請參閱本文件「風險因素」一節。