
概 要

本概要旨在讓閣下總覽本[編纂]所載之資料。由於此乃概要，故未必載列閣下認為重要之全部資料。閣下決定投資配售股份前應先閱讀整份文件。任何投資均涉及風險。部份為投資配售股份獨有之風險載於本[編纂]「風險因素」。閣下於決定投資配售股份前應細閱該節。

業務概覽

我們為一間於香港經營的燈飾及設計師品牌家具及配件產品零售連鎖公司。我們提供眾多的不同設計產品選擇，價格範疇多樣，以迎合社會各界不同客戶群的需求。我們將自身的市場定位設定為品牌營運商以及優質燈飾及設計師品牌家具產品的品牌導向零售商。我們現時為逾30家國際燈飾及家具產品品牌及設計師品牌的香港指定或授權分銷商。產品由一般常見的產品(如天花板燈)到國際上著名的品牌及設計師品牌的燈具不等，其中主要包括ARTEMIDE、KARTELL及TOM DIXON。我們並非我們出售的產品的獨家分銷商，我們亦知悉我們於香港的若干競爭對手亦代理我們若干產品。我們並無銷售我們自有品牌名稱的產品，並僅銷售第三方品牌的產品。

我們透過策略性地設於香港有利位置的零售店網絡分銷我們的產品。於最後實際可行日期，我們於香港擁有共17間零售店。根據Ipsos報告，按收益及零售商店數目計，我們於二零一三年為香港最大的燈飾專營零售商，在市場上分佔燈飾產品零售行業總收益的約12.1%。

我們的業務模式

業務程序

我們的業務程序可分析成包括以下主要步驟：

I. 品牌選擇

我們根據我們多年來與各家國際品牌及設計師品牌的業務合作中所積累的品牌管理專業知識以及行業經驗，尋求新的國際品牌組合，以物色於香

概 要

港市場內具有良好發展潛力的品牌。當落實選擇一家新品牌時，我們決定的主要依據為其聲譽及專業形象；其產品展現的品質及設計能力及新品牌與我們的策略性方向配合。

II. 產品選擇

我們從新加入品牌的各項產品中挑選我們已評估為可能受到本地市場歡迎的特定產品。我們根據我們對本地消費者行為特徵的見解，以及我們多年來在所選擇的領域與客戶及品牌經理人直接接洽所累積的經驗，作出我們最終的產品選擇決定。

III. 供應商採購

就我們已測試並評估將獲得正面市場反應的該等產品而言，我們進而作出商業規模訂單。我們直接自多個外國供應商及製造商，連同本地及中國的供應商採購所選擇的產品。我們的採購僅以件計及按訂單的形式一次性採購製成品。我們一般並不訂立任何長期供應安排。我們所有的供應均為製成品，而產品主要直接送達我們位於香港的中央倉庫。特定零售商店少量採購如LED燈泡及面板等燈飾配件則可能直接交付至我們的零售商店。

IV. 商品零售

我們透過我們的零售連鎖網絡銷售特定商品，以於展示並售予客戶。我們以有助於提升整體客戶購物體驗的標籤貼紙、品牌標牌及海報等宣傳材料設計及裝飾我們的零售商店，使我們的銷售過程更為完善。我們借助我們代理的大量國際品牌為本集團揉合及綜合眾多產品種類，為指定的零售商店建立最具吸引力的組合。

概 要

零售網絡

根據Ipsos報告，我們擁有香港其中一個覆蓋最廣泛的燈飾產品零售連鎖網絡。於最後實際可行日期，我們經營共17間零售商店，其總樓面面積約為28,513平方呎。下表載列我們的零售網絡區域分佈的分析：

	<u>區內零售商店數目</u>	<u>概約總樓面面積 (平方呎)</u>
香港島灣仔摩理臣山道	9	22,042
香港島灣仔駱克道	3	1,200
九龍旺角	2	2,635
新界沙田	3	2,636

除我們本身的零售連鎖網絡外，我們目前並沒有其他銷售安排或分銷渠道。

聚集零售業務方式

我們戰略性地將9間零售商店(合共17間零售商店)設於灣仔摩理臣山道，位置相近，其時加上其他於灣仔摩理臣山道的同行競爭對手所擁有的照明電器零售商店，產生凝聚效應，以推廣該區成為照明電器產品的主要據點，從而提高該區的顧客人流及銷售力，並使我們從中得益。

自家商標的零售店品牌

我們各零售商店由自家商標的零售店品牌指定。我們的主要商標為E LIGHTING，其次為其他附屬商標，即E DESIGN、E COLLECTION、MANHATTAN、EUROLUX、METROPOLIS及ELEMENT LIGHTING DESIGN。我們已為我們的零售商店設計不同的獨特銷售主題，以提升其特有的市場定位。

照明電器產品及燈具

我們的照明電器產品及燈具範圍包含下列類型：

- 高級國際品牌燈具
- 主要源自歐洲的優質裝飾燈具

概 要

- 一般燈飾及照明電器產品
- 天花風扇燈
- LED燈泡
- 開關掣及面板

有關我們代理的各個產品類別的詳情，請參閱本[編纂][業務—我們的產品]分節。

設計師品牌家具及配件產品

由我們分銷的設計師品牌家具及配件產品主要包括來自意大利KARTELL(其為全球知名品牌)的產品，如設計師桌椅以及多種可作多元用途的組裝製品。我們亦代理精選的TOM DIXON及另一個意大利品牌的家具產品。

產品定價

我們的統一產品價格表適用於我們整個零售連鎖網絡，並由我們各零售點的銷售人員導從行事。我們若干名主要供應商向不同的分銷商實行統一的定價政策。供應商的該等統一定價政策一般預設概略之建議價格表，並預期或建議同業分銷商跟隨有關定價。就該等訂立統一定價政策的供應商而言，我們可能須面對客戶議價，並須就特定標價向彼等提供有限的銷售折扣，但於未有取得供應商事先同意前，我們預期可能不可修改有關標價。除上述所列的供應商外，我們一般就產品定價方面實施賦予更自主的控制。我們經評估消費者就該等產品的消費行為以及由我們的競爭對手所提供類似產品的現行價格後，我們為該等其他產品釐訂合適的價格。

客戶

我們的客戶來自社會各階層的獨立人士，且我們並不以任何特定的性別、年齡或收入範圍的客戶群為目標。儘管如此，擁有較高可支配收入的中產階級至上層社交圈的客戶對我們而言仍具有戰略重要性，因彼等為我們的高價品牌及設計師品牌產品的主要客戶，而該等產品乃為我們品牌組合之支柱。於往績記錄期間，我們的五大客戶均為獨立第三方，而向該等客戶的銷售合共佔我們於往績記錄期間的總營業額不足5%。

概 要

供應商

我們的業務取決於我們維持穩定及充足存貨供應的能力，以滿足客戶對我們的燈飾及設計師品牌家具產品的需求。我們的供應商包括位於意大利、德國及英國等海外國家的國際品牌擁有人及設計師品牌，以及若干香港及中國供應商。我們作為零售商須要並已於我們可出售附帶相關品牌擁有人的品牌名稱或設計師品牌的產品前獲彼等指定或授權出售。我們一般不會與供應商訂立長期書面合約。相反，我們按個別訂單方式與我們的供應商（包括主要供應商）合作。我們相信，我們建立的品牌管理專門知識及銷售能力，加上我們良好的零售網絡，將促進我們與供應商之間的穩定長期合作關係，並減緩我們可能失去任何主要供應商。於往績記錄期間，本集團五大供應商均為獨立第三方，而我們與該等主要供應商均有2至10年的業務關係。該五大供應商的背景詳情載列於本[編纂]第148頁「業務—採購及供應商—向供應商進行採購」一段。

競爭優勢

我們相信，我們的成功主要歸因於以下競爭優勢：

- 我們擁有香港其中一個覆蓋最廣泛的燈飾及設計師品牌產品零售連鎖網絡，大大推動我們的銷售能力。
- 我們已成功建立獨特的市場定位—於香港擁有豐富的優質燈飾及設計師家具產品知識的專家。
- 我們擁有卓越的品牌管理專業知識，並可展示及完美呈現我們的品牌。
- 我們於產品多元性、存貨供應及負擔能力方面表現卓越，並能較我們的競爭對手為客戶提供更為全面的產品種類。
- 我們為有意打入香港市場的國際品牌的理想合作夥伴。
- 我們已與主要品牌供應商建立長期的合作關係，使我們能夠緊貼彼等產品的最新趨勢及新興的市場趨勢。
- 我們擁有精通商業、經驗豐富的管理團隊，此於我們的競爭對手中並不常見。

概 要

股東資料

緊隨資本化發行及配售(但不計及行使發行量調整權或根據購股權計劃可能授出的任何購股權)完成後，Time Prestige將於我們的股份中擁有以下數目及比例的權益，且將被視為我們的控股股東：

<u>控股股東</u>	<u>持有股份數目</u>	<u>佔已發行股本 權益百分比</u>
Time Prestige (由許先生全資擁有)	[編纂]	[編纂]

緊隨資本化發行及配售(但不計及行使發行量調整權或根據購股權計劃可能授出的任何購股權)完成後，除Time Prestige外，Star Adventure將於我們的股份中擁有以下數目及比例的權益，並將被視為我們的主要股東：

<u>主要股東</u>	<u>所持股份數目</u>	<u>佔已發行股本 權益百分比</u>
Star Adventure (由許國釗先生全資擁有)	[編纂]	[編纂]

許先生及許國釗先生均為我們的執行董事。許先生為本公司的行政總裁。許國釗先生為本公司的主席。許國釗先生為許先生的胞弟。

根據購股權計劃，購股權或授予合資格人士(包括董事)，以認購合共不超過於批准購股權計劃日期的已發行股份總數10%股份。行使該等購股權將會導致攤薄其他股東擁有權的百分比，並會因發行後發行在外的股份數目增加而導致其他股東應佔每股股份的盈利及每股股份的資產淨值遭相應攤薄。

控股股東將繼續控制我們30%以上的股份，而不論全部或部份發售量調整權及購股權計劃下授出的任何購股權獲行使，或兩者皆獲行使。

控股股東確認，彼等概無持有或經營直接或間接與我們業務構成競爭或可能構成競爭的任何業務。

概 要

財務資料概要

下表為截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止兩個年度的本集團合併業績概要，其摘錄自本[編纂]附錄一所載的會計師報告並應一併參閱。

合併全面收益表

	截至三月三十一日止年度			
	二零一三年		二零一四年	
	千港元	佔收益 百分比	千港元	佔收益 百分比
營業額	68,779	100.0%	79,158	100.0%
毛利	39,914	58.0%	47,183	59.6%
經營溢利	10,622	15.4%	7,524	9.5%
年度溢利	9,055	13.2%	5,857	7.4%

為闡明本集團業務的盈利能力，在達致以下載列的年內經調整溢利時已剔除若干非經常性收益及開支項目。

	截至三月三十一日止年度	
	二零一三年	二零一四年
	千港元	千港元
年內溢利	9,055	5,857
加：上市費用	—	2,758
處置物業、廠房及設備的虧損	—	71
年內經調整溢利	<u>9,055</u>	<u>8,686</u>

合併財務狀況表

	於三月三十一日	
	二零一三年	二零一四年
	千港元	千港元
流動資產	18,027	25,703
非流動資產	5,838	6,829
流動負債	8,621	11,431
流動資產淨值	9,406	14,272
資產淨值	15,244	21,101

概 要

我們的收益由截至二零一三年三月三十一日止年度的約68,800,000港元增加至截至二零一四年三月三十一日止年度的約79,200,000港元，升幅約為15.1%。該增加乃主要歸因於我們於新界沙田零售區銷售收益的明顯增長，其增長因我們於二零一二年十一月於此零售區開設零售樓面面積達1,204平方呎的燈飾店。此燈飾店於截至二零一三年三月三十一日止年度營運約四個月，而於截至二零一四年三月三十一日止年度則營運整整十二個月，使銷售收益貢獻相應大幅增加。另外，約於二零一一年九月，我們於此零售區開設首間KARTELL單一品牌家具店。由於此店舖的業務於截至二零一四年三月三十一日止年度持續增長，我們錄得持續增長的銷售收益。由於此店舖的業務逐漸穩定，我們透過於店內陳列更高比例的較高價大型家具以擴大產品類型及收益來源。由於此等零售店舖位於新界其中一個最大型的家具購物中心，且位置優越，人流較多及顧客的人均購買力較高，故我們位於新界沙田的零售區於往績記錄期間的收益貢獻顯著上升。

於二零一二年七月，我們於香港島摩理臣山道進一步開設燈飾及家具旗艦店，整層專售KARTELL產品。截至二零一三年三月三十一日止年度，該燈飾店已營業約八個月，而於截至二零一四年三月三十一日止年度則營運整整十二個月，使該年度的收益貢獻相應增加。截至二零一四年三月三十一日止年度，我們於香港多個地區增設三間新燈飾產品零售店舖，包括位於九龍半島的一間旗艦店。零售連鎖網絡的擴充支持我們的銷售能力及進一步有助我們取得銷售收益增長。

截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，我們的毛利率分別為58.0%及59.6%。我們認為毛利率上升主要由於我們近年將更多資源投放於積極分析店舖的產品組合方面，以應付瞬息萬變的市場環境，包括提升我們專注於高質素的高價歐洲品牌產品及LED產品（整體導致溢利率上升）。我們認為我們的市場策略有助提升我們的業務組合，長遠而言將使我們可於近期生意減少的市場環境中取得增長，並使客戶喜好逐步由非品牌產品轉向品牌產品。

儘管本集團於截至二零一四年三月三十一日止年度總銷售收益錄得整體增長，我們截至二零一四年三月三十一日止年度的純利（主要撇除上市開支的影響）約為8,700,000港元，而與截至二零一三年三月三十一日止年度比較則約為9,100,000港元，錄得約4.4%的跌幅。我們主要透過開設新零售商店以擴充我們

概 要

的零售連鎖網絡，於截至二零一四年三月三十一日止年度使本集團銷售收益能錄得增長。此外，如隨後「主要地域零售區的可資比較銷售額」一段所強調，對於旺角及沙田零售區域的現有店舖，透過同一店舖之生意的增加，我們的銷售收益按年錄得增長。儘管如上文所述，物業市場內成交量低迷導致現時香港家居裝飾產品的營商環境更趨困難，令我們的收益較難以足夠快比率取得增長以追上日益增長的租金及雜費。尤其灣仔摩理臣山道的集中零售區（佔我們整體收益基礎超過60%）的每間零售商店銷售量整體下跌；另一方面，香港物業市場的價格水平居高不下，加上我們於往績記錄期間開設更多零售商店及以更高的租金重續現有零售商店的租約，使我們的租金成本持續上升。另外，我們於年內開設的若干零售商店正處於開業的初期階段，並未達到其全面銷售能力，使我們更難達到較理想的營運業績。

於二零一三年及二零一四年三月三十一日，我們分別錄得約9,400,000港元及14,300,000港元的流動資產淨值。流動資產淨值於整個往績記錄期間增加主要反映(i)存貨增加以配合我們已擴大的銷售能力，此乃由於我們開設更多零售店舖，以及因調整我們的產品組合以提高高價商品的比例；(ii)來自新店開業的額外租賃按金及上市開支預付款項的貿易及其他應收款項增加；及(iii)我們的業務錄得盈利令現金及現金等價物增加。有關我們於往績記錄期間的財務表現及財務情況的進一步資料，請參閱本[編纂]「財務資料」一節。

按主要產品類別劃分的收益

下表載列我們於往績記錄期間按產品類別劃分的收益：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一三年	二零一四年
	千港元	千港元
銷售照明電器產品	63,139	71,276
銷售設計師品牌家具及配件	<u>5,640</u>	<u>7,882</u>
合計	<u>68,779</u>	<u>79,158</u>

概 要

於整段往績記錄期間，燈飾產品銷售額佔我們銷售收益總額的主要部份。

按主要地域零售區劃分的收益及毛利率

下表載列我們位於下述地點的各個主要零售區於往績記錄期間的銷售收益及毛利率明細：(i)香港島灣仔摩理臣山道；(ii)香港島灣仔駱克道；(iii)九龍旺角；及(iv)新界沙田：

	截至三月三十一日止年度					
	二零一三年			二零一四年		
	千港元	%	毛利率	千港元	%	毛利率
香港島灣仔摩理臣山道	53,989	78.5%	58.3%	49,669	62.7%	60.5%
香港島灣仔駱克道	3,023	4.4%	58.5%	6,744	8.5%	56.6%
九龍旺角	4,471	6.5%	57.7%	7,106	9.0%	55.9%
新界沙田	7,296	10.6%	55.9%	15,639	19.8%	59.9%
合計	<u>68,779</u>	<u>100.0%</u>		<u>79,158</u>	<u>100%</u>	

於整段往績記錄期間，我們位於摩理臣山道的零售區繼續佔我們收益總額的最大部份。然而，由於我們於近年發展其他零售區，特別是我們位於新界沙田的零售區，摩理臣山道零售區應佔銷售收益總額的百分比整體下跌。

概 要

下表載列我們於往績記錄期間的主要零售區的經扣除有關零售區的直接應佔租金開支及員工薪酬後的毛利及毛利率明細：

	截至三月三十一日止年度			
	二零一三年		二零一四年	
	千港元 (附註)	經扣除後 毛利率 %	千港元 (附註)	經扣除後 毛利率 %
香港島灣仔摩理臣山道	16,028	29.7%	14,014	28.4%
香港島灣仔駱克道	708	23.4%	1,150	17.1%
九龍旺角	948	21.2%	977	13.8%
新界沙田	<u>2,106</u>	<u>28.9%</u>	<u>5,943</u>	<u>38.1%</u>
總計	<u>19,790</u>		<u>22,084</u>	

附註：此表代表將各零售區的毛利扣除相關零售區的直接應佔租金開支及員工薪酬後各零售區的盈利能力。

儘管於往績記錄期間我們的摩理臣山道零售區的毛利率(經扣除租金開支及員工薪酬前)有所增長，該零售區經扣除租金開支及員工薪酬後的毛利率由截至二零一三年三月三十一日止年度約29.7%下跌至截至二零一四年三月三十一日止年度約28.4%，此跌幅主要由於重續位於該零售區內的現有店舖的租約時租金上漲所致。由於在往績記錄期間我們的摩理臣山道零售區的銷售營業額錄得下降，生意減少加上租金不斷上升，導致該零售區經扣除租金開支及員工薪酬後的毛利率下降。就我們於摩理臣山道以外的其他零售區而言，我們認為經扣除租金開支及員工薪酬後的毛利率波幅一般與各零售區的扣除前的毛利率波幅一致。

於所有零售區當中，經扣除租金開支及員工薪酬後，我們位於旺角的零售區的盈利能力跌幅最為顯著(與扣除此零售區於截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度跌幅前的毛利率分別約為57.7%及55.9%比較)。此乃因此零售區的常見消費者行為，該零售區中有較高比例的銷售來自零售價較低的商品項

概 要

目，因我們理解到與我們若干其他零售區比較，此零售區的顧客中有相對較高比例來自較低收入群。因此，我們一般從每元已產生的租金中賺得較低溢利。

我們位於沙田的零售區反映盈利能力(經扣除租金開支及員工薪酬後，與扣除此零售區於截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度跌幅前的毛利率分別約55.9%及59.9%比較)下跌幅度最低，因為該零售區所有零售商店均位於商場，而由於位置優越，顧客的人均購買力普遍較高，該零售區的零售商店增加售價及毛利率較高的LED及照明電器產品的比例，因此使我們從每元已產生租金中賺得較高溢利。

截至二零一三年三月三十一日止年度，我們分別位於摩理臣山道及駱克道的零售區各有一間零售商店於扣除租金開支及員工薪酬後錄得虧蝕。截至二零一四年三月三十一日止年度，我們位於駱克道的零售區有一間零售商店及位於摩理臣山道的零售區有兩間零售商店於扣除租金開支及員工薪酬後錄得虧蝕。有關該等於往績記錄期間錄得虧蝕的零售商店的進一步資料，請參閱本[編纂]「財務資料—營運業績主要組成部分的討論及分析—主要地域零售區的毛利及毛利率」一段。

主要地域零售區的可資比較銷售額

我們的盈利能力部份受我們成功增加現有零售店舖收益的能力所影響。因此，可資比較零售店舖銷售額能提供零售店舖於各期間表現的重要比較，因為有關銷售額並不計及開設新零售店舖所帶來的增長。我們界定可資比較零售店舖的基準為於整段比較期間內一直開業的零售店舖。在作出比較時撇除開設新店的影響。下表載列各主要地域零售區的可資比較零售銷售額明細。

概 要

	可資比較零售店舖數目	截至三月三十一日止年度	
		二零一三年	二零一四年
		千港元	千港元
香港島灣仔摩理臣山道	7	49,628	43,199
香港島灣仔駱克道	1	2,527	1,888
九龍旺角	1	4,471	5,017
新界沙田	1	4,188	6,013
總計		<u>60,814</u>	<u>56,117</u>

我們於摩理臣山道及駱克道的零售區域(合共佔所有零售區域可資比較銷售總額不少於80%)於往績記錄期間的可資比較零售銷售額錄得下跌的主要因為銷售量下降所致。我們認為，銷售量整體下跌主要歸因於物業市場內的低成交量而使香港燈飾及家具產品的業務環境漸趨困難，從而令我們的連鎖零售業務的銷量下跌。另外，因應市場環境的轉變，近年，我們調整我們的零售市場策略，以集中於高質素、高價的歐洲品牌產品及LED產品。由於此等貨品一般價格較高，大眾較難負擔此等產品及因此使我們的整體銷售量下跌。

主要營運及財務比率

下表為於往績記錄期間主要營運及財務比率概要：

	截至三月三十一日止年度	
	二零一三年	二零一四年
零售店的平均數目	12.1	14.6
各零售店的平均年度銷售收益	5,684	5,422
毛利率	58.0%	59.6%
純利率	13.2%	7.4%
總資產回報率	37.9%	18.0%
權益回報率	84.5%	32.2%

概 要

	於三月三十一日	
	二零一三年	二零一四年
流動比率	2.1	2.2
資產負債比率	零	零

上市開支對我們的財務表現的影響

誠如本[編纂]第204頁「進行配售的原因及所得款項用途—所得款項用途」分節所載，按配售價每股[編纂]港元計算，並假設發售量調整權不獲行使，將因上市產生的估計開支約為15,800,000港元。上市開支指發行新股份及將股份於創業板上市所產生的費用及成本。根據相關會計準則，僅直接來自發行新股份的遞增成本入賬為自權益賬扣除。成本來自上市則會直接於產生時記錄於損益。發行新股份及上市所產生的若干成本乃按配售項下發行的新股份數目對於上市完成後已發行股份總數的百分比配發。由於配售項下將予發行的新股份數目佔上市完成後已發行股份總數的[編纂]，不能分開分配的上市開支會按25：75的比例計入股權及全面收益表。因此，被視為根據上市建議發行新股份直接產生的增量成本約5,500,000港元將於上市完成後自權益扣除；及被視為與上市相關的成本約10,300,000港元將於本集團的合併全面收益表扣除。上市開支由本集團根據相關會計準則按配售項下將予發行的新股份總數及上市後股份總數進行分配。

於截至二零一三年三月三十一日止年度，概無產生及記錄任何上市開支，乃由於我們僅於二零一三年中開始就相關服務產生開支。約2,800,000港元的上市開支已自本集團截至二零一四年三月三十一日止年度的合併全面收益表扣除，而餘下的7,500,000港元將於截至二零一五年三月三十一日止年度扣除。因此，我們截至二零一五年三月三十一日止年度的純利或會遠較截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度的純利為低。就此而言，我們可能於上市後及在適當時候刊發盈利預警公告。

近期發展及財務表現

於往績記錄期間後，我們於二零一四年第二季的銷售收益相比二零一四年第一季溫和下滑，其下滑主要因為香港政府為遏抑過熱樓價所推出的一系列的

概 要

降溫措施，導致物業市場的成交量低迷，從而令香港家居裝飾產品現時的營商環境更為困難。

然而，有跡象顯示此等負面影響已趨穩定及並未進一步惡化。根據土地註冊處最新公佈的住宅物業統計數字，香港住宅物業於二零一四第二季的交易量約為16,000宗，較二零一四第一季住宅物業的交易量高出約48.4%。住宅物業的交易量於二零一四年第二季回升，獲一手住宅物業供應增加及香港政府放寬對物業交易所實施的雙倍印花稅的條件所支持。此外，香港於二零一四年七月及八月的住宅物業交易量約達14,000宗，較二零一三年七月及八月同期高約89.4%。相應地，我們的銷售收益於二零一四年七月及八月有所回升，其淨結果為由二零一四年四月一日至二零一四年八月三十一日止五個月的平均每月營業額回復到與截至二零一四年三月三十一日止年度相若水平，並稍微高於二零一三年同期應佔平均每月營業額。此外，於新界沙田商場（我們有三間零售商店位於該處）展開的一系列推廣活動，亦有助銷售收益回升。

鑒於上文所述，本集團的財務表現於往績記錄期間後並無任何重大不利變動。

截至二零一五年三月三十一日止年度的營運業績淨額如本節前段「概要—主要營運及財務比率上市開支對我們的財務表現的影響」所述，預期因非經常性上市開支而遭受不利影響。

除確認約500,000港元的部份上市開支為開支外，於截至二零一四年八月三十一日止五個月的合併全面收益表中，概無任何其他重大非經常性項目。

概 要

未來計劃及前景

我們的業務目標乃為整合我們的定位，成為香港優質燈飾及設計師品牌家具及配件產品的成功品牌經理人，並成為香港客戶購買該等產品的不二選擇，並同時透過開設更多零售商店爭取不斷膨脹的市場份額。我們旨在藉著採用下列所載的業務策略達至我們的業務目標：

1. 主要透過於香港開設新零售商店進一步擴展我們的零售樓面面積，以進一步提升我們的銷售能力及獲得不斷增加的市場份額；
2. 加強我們的自家商標品牌的市場推廣及宣傳；
3. 發展及代理具潛力的新加入國際品牌及設計師品牌；
4. 作出定位以掌握發展蓬勃的LED市場；及
5. 加強我們的物流管理，包括於香港購置額外的倉儲設施。

我們預計，配售所得款項淨額以及由我們營運產生的現金流量的內部資源足以為我們實施未來計劃提供資金。

進行配售的原因及所得款項用途

進行配售乃為增加我們的資本基礎並為我們提供額外的資金以實施上述未來計劃及業務策略。此外，我們預期上市將為本集團及股東帶來以下額外利益：

1. 為未來增長進入資本市場；
2. 協助本集團定位為香港優質、創新及設計品牌的燈飾及設計師品牌家具的不二選擇；及
3. 提升本集團營運的透明度。

概 要

我們認為配售所得款項淨額對於我們的未來計劃及業務策略撥資而言至關重要。按照配售價每股配售股份[編纂]港元(即配售價每股配售股份[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，假設發售量調整權未獲行使，我們預計配售所得款項淨額(經扣除包銷費用及我們就配售應付的估計開支約15,800,000港元後)將約為[編纂]港元。目前擬將所得款項淨額於最後實際可行日期至二零一七年三月三十一日作以下用途：

	由最後實際 可行日期至 二零一五年 三月三十一日 (百萬港元)	截至 二零一五年 九月三十日止 六個月 (百萬港元)	截至 二零一六年 三月三十一日 止六個月 (百萬港元)	截至 二零一六年 九月三十日止 六個月 (百萬港元)	截至 二零一七年 三月三十一日 止六個月 (百萬港元)	總計 (百萬港元)
擴充LED專門店的零售樓面 面積	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
擴充燈飾店的零售樓面面積	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
擴充燈飾及家具綜合店的零售 樓面面積	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
營銷及推廣我們的自家商標 品牌	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
加強物流管理	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

約[編纂]港元的餘額將用作營運資金及其他一般公司用途。進一步詳情請參閱本[編纂]第204至206頁「進行配售的原因及所得款項用途」一節。

配售統計數據

	根據配售價 每股[編纂]港元 計算	根據配售價 每股[編纂]港元 計算
股份市值(附註1)	[編纂]	[編纂]
每股未經審核備考經調整合併 有形資產淨值(附註2)	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 股份市值乃按預期將於緊隨資本化發行及配售完成後將予發行的[編纂]股股份計算
- (2) 每股未經審核備考經調整合併有形資產淨值乃經作出本[編纂]附錄二「未經審核備考財務資料」一節所述的調整後得出，並以緊隨資本化發行及配售完成後將予發行[編纂]股股份為基準。

概 要

股息及股息政策

宣派及支付任何股息的決定須由董事會推薦建議及由股東批准。實際宣派及支付股息的金額將亦視乎盈利及現金流、財務狀況、資金要求、投資要求及董事視為有關之其他因素而定。任何宣派及支付以及股息金額亦受限於組織章程細則及公司法。

重大不利變動

我們的董事確認，自二零一四年三月三十一日（即本集團最近期的經審核合併財務報表的編製日期）及直至最後實際可行日期，我們的財務及貿易狀況並無重大不利變動。

我們的董事認為，於二零一四年三月三十一日後及直至最後實際可行日期，(i)香港燈飾及設計師品牌家具行業及相關市場以及監管環境；及(ii)我們的具體業務經營並無出現任何重大不利變動。

風險因素

我們相信，我們的業務涉及若干風險及不確定因素，當中若干乃非我們所能控制。該等風險大致分為與本集團、我們的行業、於香港進行業務及配售有關的風險，其中相對重大的風險包括(i)本集團依賴主要管理層人員；(ii)未能於租約到期時為我們的零售店重續我們現有全部租約；(iii)未能維持穩定及充足的存貨供應；(iv)實行未來計劃的不確定性；(v)依賴香港物業市場的表現；及(vi)競爭。

以上及其他風險因素的詳情載列於本[編纂]「風險因素」一節。閣下於決定投資我們的股份前，務請考慮載列於本[編纂]的風險因素。

過往違規事件

有關本集團重大違規事件及防止該等事件於日後發生的措施的詳情，請參閱本[編纂]「業務—監管及法律合規」分節。

控股股東已向我們作出涵蓋所有有關違規事件的彌償保證。有關彌償承諾的進一步詳情，請參閱本[編纂]附錄四內「其他資料—稅項及其他彌償保證」一段。