

本文件為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽資料時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

概 要

本概要旨在向閣下提供本[編纂]所載資料的概覽。由於此為概要，故並無載有可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下於決定投資於[編纂]前須閱讀本[編纂]全文。任何投資均有風險。投資於[編纂]的若干特定風險載於本[編纂]第25至43頁「風險因素」一節。閣下於決定投資於[編纂]前須仔細閱讀該節。

概覽

我們為從事一應俱全的葡萄酒產品及其他酒類產品（專注於頂級珍藏紅酒及精選紅酒）銷售以及提供多項以客為先的增值服務的香港酒品專家。

我們推行綜合一站式店舖業務模式，包含一應俱全的產品及增值服務系列，目的是提升我們客戶的便利、滿足感和挽留客戶。我們的一站式店舖概念包括(i)葡萄酒產品（分類為頂級珍藏紅酒、精選紅酒、頂級珍藏白酒及精選白酒）；(ii)其他酒類產品（選擇包括香檳、氣泡酒、葡萄氣酒、干邑、威士忌、貴腐酒）；(iii)葡萄酒配件產品（例如開酒器、醒酒器及酒杯）；(iv)顧問服務；(v)採購服務；(vi)送貨服務；(vii)儲藏服務；(viii)評估服務；及(ix)寄售服務。我們主要專注於葡萄酒產品銷售，尤其是頂級珍藏紅酒及精選紅酒。截至2014年及2015年3月31日止年度，銷售我們頂級珍藏紅酒及精選紅酒所產生的收益合共佔總收益分別約90.5%及92.3%，而於2014年及2015年3月31日，我們頂級珍藏紅酒及精選紅酒的存貨合共分別佔總存貨約89.3%及86.4%。

於最後實際可行日期，我們於(i)現有店舖（將於新旗艦店在2015年6月中或前後開幕時終止業務營運）及(ii)總辦事處提供我們的產品作銷售。

於業績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們的所有銷售均來自香港。截至2014年及2015年3月31日止年度，我們分別錄得收益約70.0百萬港元及145.7百萬港元，而我們分別錄得純利約7.2百萬港元及14.3百萬港元。

競爭優勢

我們相信，我們成功的主要優勢包括(i)我們的葡萄酒愛好者團隊，各成員具深厚知識及豐富的行業經驗；(ii)我們的全面產品組合，網羅世界頂級莊園、葡萄園和酒莊的葡萄酒產品；(iii)我們龐大的供應網絡，讓我們可採購最令人期待的葡萄酒產品；(iv)我們的一站

概 要

式店舖模式提供一應俱全的葡萄酒產品及其他酒類產品及葡萄酒配件產品及增值服務；及(v)我們穩固的客戶基礎。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]第84至87頁「業務－競爭優勢」一節。

業務策略

我們使業務持續增長及在香港酒類行業中建立領先地位的業務策略包括(i)產品組合擴大及多元化；(ii)策略收購一名或以上的香港葡萄酒商；(iii)增加營銷及推廣力度；(iv)加強人力資源；及(v)進一步增加補充產品及服務，以豐富我們的現時一站式業務模式。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]第87至89頁「業務－業務策略」一節。

風險因素

任何投資均涉及風險，可大致分為與我們的業務、香港酒類行業、在香港經營業務及[編纂]有關的風險。我們的主要風險包括：(i)我們從公開市場採購的產品在現時市場價格的波動；(ii)租賃市場狀況；(iii)消費者口味、喜好及認知變化；(iv)有缺乏品質，而我們無法控制所採購產品品質；(v)產品檢驗過程不足；(vi)香港酒類行業內競爭激烈；(vii)公眾對酒精飲品的不利輿論及認知；(viii)有關酒精飲品徵稅的變動；(ix)適用香港政策及規例的變動；及(x)香港經濟、政治及社會狀況變動。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]第25至43頁「風險因素」一節。

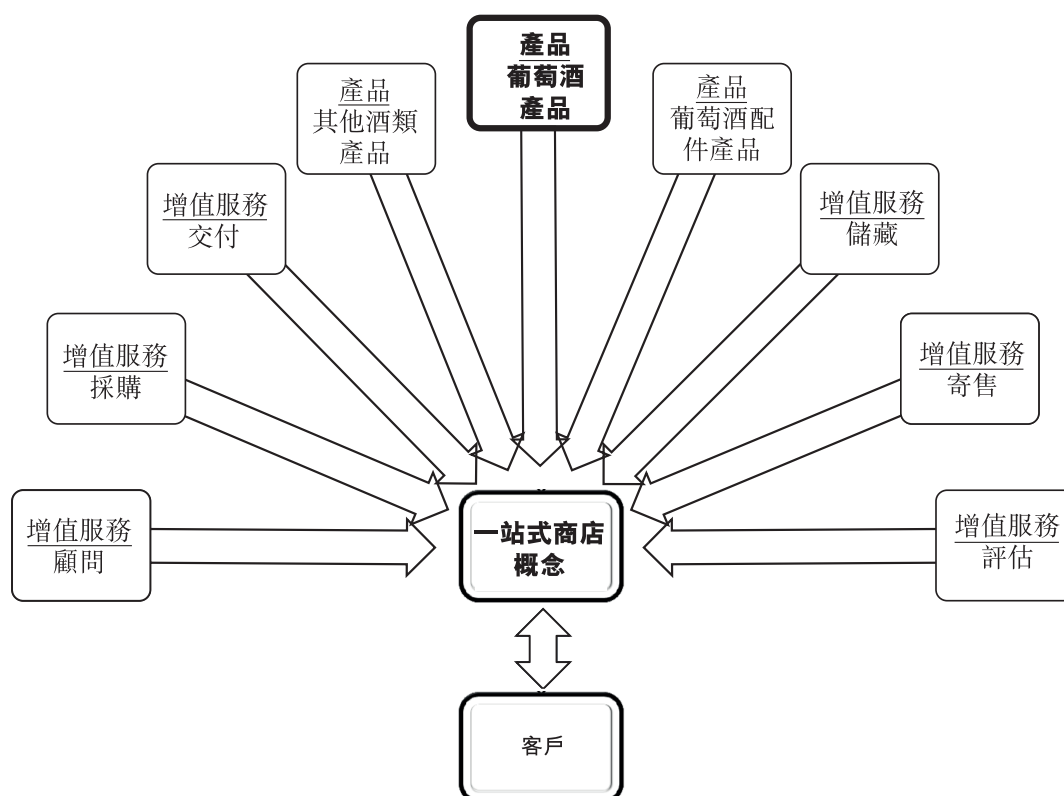
競爭格局

根據益普索報告，香港的葡萄酒行業的葡萄酒市值自2008年取消葡萄酒進口關稅後持續而強勁增長。香港葡萄酒總市值由2010年的約1,879.8百萬港元增長至2014年的約2,779.1百萬港元，複合年增長率為約10.3%。香港葡萄酒行業主要由紅酒組成。根據香港商務及經濟發展局，於2014年超過80.0%的葡萄酒消費為紅酒，而2010至2014年間紅酒進口額佔所有進口至香港的葡萄酒的95%以上。香港葡萄酒行業由最大市場參與者進行整合及壟斷，而2014年最大五名市場參與者已貢獻香港葡萄酒總市值的約65.6%，而剩餘的市場為十分分散。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]第52至63頁「行業概覽」一節。

概 要

業務模式

我們推行綜合一站式店舖業務模式，包含種類全面的葡萄酒產品、其他酒類產品、葡萄酒配件產品及增值服務。請參閱本[編纂]第90至第91頁「業務—一站式店舖概念」一節，了解其他詳情。下圖說明我們的一站式店舖概念：



銷售及市場營銷

於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們所有的銷售均來自香港。於最後實際可行日期，我們於位於灣仔的現有店舖及位於北角的總辦事處提供我們的產品作銷售。我們將策略上將現有店舖搬遷至人流較高的新旗艦店，且同樣位於灣仔，預期吸引較高公眾認知程度。我們預期新旗艦店將於2015年6月中或前後開始業務營運，而現有店舖將於新旗艦店開幕時終止業務營運。鑑於我們與大部份客戶已建立的關係以及新旗艦店鄰近現有店舖，董事相信搬遷將不會對我們的業務營運構成任何重大影響。

目前，我們預期就翻新新旗艦店產生總資金開支約3.6百萬港元，將於截至2016年3月31日止年度財務報表內確認。經計及（其中包括）(i)新旗艦店月租付款為205,000港元（不包括差餉及管理費），較現有店舖的月租280,000港元（不包括差餉、管理費及空調費）少75,000港

概 要

元；及(ii)有關新旗艦店的其他經營成本預期與現有店舖相若，新旗艦店的投資回收期目前預期約為六個月。經考慮總資金開支估計金額及估計投資回收期，董事認為，搬遷將不會對我們截至2016年3月31日止年度的財務表現構成重大不利影響。

於業績記錄期間，我們已進行各項市場營銷活動，包括於我們的銷售點的推廣活動、互聯網市場營銷、電話市場營銷、直接郵件、網[編纂]場營銷以及與香港著名餐廳的策略性合作及寄售安排。截至2014年及2015年3月31日止年度，我們的廣告及推廣開支分別為1.4百萬港元及1.2百萬港元，分別佔我們總收益約2.0%及0.8%。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]第99至102頁「業務－市場營銷及公眾關係」一節。

產品及服務

我們的一站式店舖概念中心為我們的產品組合，包括(a)葡萄酒產品(分類為頂級珍藏紅酒、精選紅酒、頂級珍藏白酒及精選白酒)；(b)其他酒類產品(選擇包括香檳、氣泡酒、葡萄氣酒、干邑、威士忌、貴腐酒)；及(c)葡萄酒配件產品(例如開酒器、醒酒器及酒杯)。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]第91至94頁「業務－產品組合」一節。

下表載列我們於所示期間各葡萄酒產品其他酒精飲品的收益、收益百分比、總銷量及平均售價：

	截至3月31日止年度									
	2014年					2015年				
	收益	總收益	毛利	數目	平均售價	總收益	百分比	毛利	數目	平均售價
(千港元)	百分比	(千港元)	(酒瓶)	(港元)	收益	百分比	(千港元)	(酒瓶)	(港元)	
	(%)				(千港元)	(%)				
葡萄酒產品										
頂級珍藏紅酒	53,057	75.8	15,528	9,794	5,417	102,566	70.4	26,015	19,618	5,228
精選紅酒	10,319	14.7	5,749	20,455	504	31,877	21.9	10,685	73,082	436
頂級珍藏白酒	2,002	2.9	861	614	3,260	5,866	4.0	1,873	1,412	4,154
精選白酒	1,133	1.6	420	1,721	658	1,615	1.1	407	2,810	575
其他酒類產品	3,513	5.0	2,133	1,854	1,894	3,724	2.6	1,120	2,695	1,382
總計：	70,024	100.0	24,691	34,438	—	145,648	100.0	40,100	99,617	—

概 要

我們的增值服務是我們核心產品系列附屬的服務，旨在加強客戶的便利性及滿意度，包括顧問服務、採購服務、送貨服務、儲藏服務、評估服務及寄售服務。我們的評估寄售服務為於2014年11月推出的「麥迪森尊貴收藏家計劃」一部份，據此，我們透過我們的銷售網絡以寄售方式向「麥迪森尊貴收藏家計劃」成員評估及出售葡萄酒產品。於最後實際可行日期，我們已訂立五份寄售協議。自2014年11月及直至2015年3月31日，我們透過寄售出售360瓶葡萄酒產品，並於截至2015年3月31日止年度錄得寄售收入約1.1百萬港元。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]第94至96頁「業務－增值服務」一節。

客戶

如董事觀察所得，我們大部份客戶為本地及海外的酒商、香港及中國狂熱葡萄酒收藏家、香港聞名餐廳及高淨值人士及商人。截至2014年及2015年3月31日止年度，自我們五大客戶產生的收益分別佔總收益約26.9%及18.5%，而自我們單一最大客戶產生的收益分別佔總收益約7.3%及5.4%。我們一般不會向我們客戶提供信貸期，惟獲管理層批准下，我們可能向客戶提供高達30日的信貸期。

於業績記錄期間及截至最後實際可行日期，我們並無與我們任何客戶訂立任何長期銷售協議。

採購及供應

我們主要從公開市場採購產品，而於業績記錄期間，我們已透過以下渠道採購酒類產品：(i)從葡萄酒商及酒莊購買；(ii)從拍賣行購買及(iii)自個人葡萄酒收藏家購買。截至2014年及2015年3月31日止年度，來自我們五大供應商產生的購買分別佔總購買約48.6%及59.9%，而自我們單一最大供應商產生的購買分別佔總購買約16.0%及24.3%。

客戶與供應商重疊

根據益普索報告，鑒於供應有限，酒商於葡萄酒市場中同時作為客戶及賣家的情況在該行業並不罕見。請參閱本[編纂]第52至63頁「行業概覽」一節了解其他情況。

於業績記錄期間，我們有18名客戶－供應商，包括：(i)一名拍賣行客戶－供應商、(ii)13名本地及海外葡萄酒商人客戶－供應商、(iii)兩名個人客戶－供應商及(iv)兩名關連人士，即丁先生及峻嶺。在我們的18名客戶－供應商中：(a)拍賣行客戶－供應商是截至2015年3月31日止年度的其中一名五大客戶，也是截至2014年及2015年3月31日止年度其中一名五大供應商，及(b)其中一名葡萄酒商人客戶－供應商為截至2015年3月31日止年度其中一名

概 要

五大供應商。董事確認，我們所有來自客戶－供應商的買賣為非主要交易，並非互為條件、互相關連或被視為一項交易，及並無涉及相同產品。就我們的董事所深知及所悉，除與丁先生及峻嶺的買賣外，我們的所有客戶－供應商均為獨立第三方，而概無本集團的客戶－供應商與本集團、股東、董事、高級管理層、僱員或彼等各自的聯繫人於業績記錄期間直至最後實際可行日期過往或現時並無關係。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]第108至111頁「業務－客戶與供應商重疊」及第130至132頁「已終止關連交易－已終止關連交易」章節。

過往合併財務資料概要

我們的財務業績受下列因素影響，其中包括(i)我們經營成本的波動(包括銷售、員工成本及租金開支)、(ii)葡萄酒產品的現行市價、(iii)季節性波動、(iv)香港的經濟狀況、(v)競爭及(vi)外幣匯兌率波動。有關進一步的詳情，請參閱本[編纂]第150至153頁「財務資料－影響我們的財務狀況及經營業績的主要因素」一節。

合併損益及其他全面收益表摘要

下表載列本集團於截至2014年及2015年3月31日止年度的合併損益及其他全面收益表概要：

	截至3月31日止年度	
	2014年 (千港元)	2015年 (千港元)
收益	70,044	145,687
銷售成本	(45,353)	(105,587)
毛利	24,691	40,100
稅前利潤	8,655	17,290
本年應佔年度盈利及全面總收入	7,204	14,314

於業績記錄期間，我們的收益分別由截至2014年3月31日止年度約70.0百萬港元增加至截至2015年3月31日止年度約145.7百萬港元，我們的溢利淨額分別由截至2014年3月31日止年度約7.2百萬港元增加至截至2015年3月31日止年度約14.3百萬港元。該等增幅主要歸因於我們的主要產品類別頂級珍藏紅酒的銷售增加。有關進一步的詳情，請參閱本[編纂]第165至169頁「財務資料－按年審閱我們的經營業績－相較2014年3月31日止年度之截至2015年3月31日止年度－收益」一節。

概 要

經挑選財務比率

下表載列本集團於業績記錄期間的主要財務比率概要：

	截至3月31日止年度	
	2014年	2015年
毛利率	35.3%	27.5%
純利率	10.3%	9.7%
股本回報率	19.2%	27.3%
流動比率	2.6	2.8
速動比率	1.0	1.8
槓桿比率	25.1%	25.3%

法律及規例合規

於業績記錄期間，我們未能遵循前公司條例及公司條例。有關進一步的詳情，請參閱本[編纂]第118頁「業務一過往不合規意外」一節。誠如我們的香港法律顧問的建議，除本[編纂]所披露外，於業績記錄期間我們已遵循對業務經營屬重大的香港適用法律、規則及規例。

我們的股權架構

緊隨[編纂]及資本化發行完成後（惟不計及行使根據[編纂]而可能配發及發行之任何股份以及根據購股權計劃可能授出的任何購股權），Royal Spectrum將於本公司已發行股本[編纂]%擁有權益。Royal Spectrum為一間由Devoss Global控制77.3%的公司，而Devoss Global由丁先生全資擁有。因此，根據創業板[編纂]規則之定義，Royal Spectrum、Devoss Global及丁先生將為我們的控股股東。

[編纂]投資

本公司設有兩輪的[編纂]投資。於2015年4月20日，(i)Keywood按[編纂]百萬港元代價從Royal Spectrum收購麥迪森國際的1,087股股份，該項股份轉讓的代價款項於2015年4月30日償付，及(ii)時基按[編纂]百萬港元代價認購麥迪森國際870股新股份，該項認購的代價款項於2015年4月30日償付。於重組完成後，資本化發行及[編纂]（惟不計及行使[編纂]可能配發及發行的任何股份及根據購股權計劃可能授出的任何購股權），Keywood及時基將於[編纂]

概 要

]後分別持有本集團經擴大股本約[編纂]%及[編纂]%。經我們的董事確認，[編纂]Keyword及時基與彼等各自的實益擁有人為獨立第三方，[編纂]

股息

於業績記錄期間，我們並無宣派或支付任何股息予我們當時的股東。我們目前未有釐定固定的股息政策及可能於我們的董事認為於適當遵循我們的組織章程、公司法及適用法律及規例時不時宣派股息。

上市開支

董事認為，本集團截至2016年3月31日止年度的財務業績預期受到(其中包括)有關[編纂]的非經常性[編纂]之不利影響。有關[編纂]的[編纂]總額主要包括已付或應付專業人士費用以及包銷費用及佣金，估計約為[編纂]百萬港元(按每股[編纂]港元[編纂]，即指示性[編纂]範圍的[編纂]，並假設[編纂]未有行使)，當中約[編纂]百萬港元預期於截至2016年3月31日止年度合併損益表確認。

董事謹此強調，[編纂]的金額為現時估計，僅供參考，而將在本集團截至2016年3月31日止年度合併財務報表中確認的最終金額可能根據審計以及當時就可變因素及假設的變動而予以調整。潛在投資者應留意，本集團截至2016年3月31日止年度之財務表現預期受到上述估計非經常性[編纂]的不利影響，未必與本集團的過往財務表現可作比較。

概 要

所得款項用途

倘[編纂]未獲行使，並假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的[編纂]），我們估計經扣除包銷費用及佣金以及有關[編纂]的其他估計開支後，我們將會收到的[編纂]所得款項淨額將約為[編纂]百萬港元。我們擬將[編纂]所得款項淨額用作以下用途：

	最後實際 可行日期至 2016年3月31日 (百萬港元)	截至2016年 9月30日 止六個月 (百萬港元)	截至2017年 3月31日 止六個月 (百萬港元)	截至2017年 9月30日 止六個月 (百萬港元)	總計 (百萬港元)	概約 百分比 (%)
產品組合擴大及多元化	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
收購一名或以上香港 葡萄酒商 ^(附註)	—	—	—	—	[編纂]	[編纂]
透過增加營銷及推廣力度						
提升公眾對本公司的認知	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
一般營運資金	[編纂]	—	—	—	[編纂]	[編纂]
					合計	100

附註：我們計劃使用約[編纂]的所得款項淨額（相當於約[編纂]百萬港元）以收購一名或以上的香港葡萄酒商。於最後實際可行日期，我們並無有關建議收購的時間表。

[編纂]統計數字

[編纂]

概 要

最近發展及無重大不利變動

我們的業務模式、收益架構、財務表現、利潤率及成本架構自2015年3月31日起維持不變。根據我們的未經審核管理賬目，相較截至2014年4月30日止一個月，我們於截至2015年4月30日止一個月繼續錄得收益穩定增長，主要歸因於我們的業務持續擴展。

截至2015年4月30日止月，我們存貨結餘的約8.1%已於後期出售。於2015年3月31日，於2015年3月31日未償還貿易應收款項結餘的約86.7%已於後期償付及於2015年3月31日的全部未償還貿易應付款項已於後期償付。

我們於截至2015年4月30日止月出售1,277瓶頂級珍藏紅酒，相較2014年4月30日止月的993瓶，增長為約28.6%，而我們頂級珍藏紅酒的平均售價亦增加約30.4%。因此，相較截至2014年4月30日止月，我們於截至2015年4月30日止月錄得增長。

於2015年4月30日，除應付我們其中一名董事款項約9.3百萬港元（將於[編纂]前全數償付）及我們的集團內公司間負債外，本集團並無任何未償還債務、任何已發行及於市場流通或同意發行的借貸資本、銀行透支、貸款或其他類似債項、承兌負債或承兌信貸、債權證、按揭、押記、租購承擔、擔保或其他重大或然負債。

除本節「[編纂]」及「[編纂]投資」一段所披露者外，我們的董事於履行合理盡責努力後，確認自2015年3月31日起及截至本[編纂]日期，(i)我們所在的市場狀況、行業及規管環境並無重大不利變動，使我們的財務或經營狀況受到重大不利影響、(ii)本集團的業務、交易及財務狀況與前景並無重大變動及(iii)並無發生將重大不利影響本[編纂]附錄一會計師報告所呈列的資料。