

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。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。閣下於決定投資於我們股份前須閱讀本文件。

任何投資均附帶風險。有關投資[編纂]股份的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定是否投資我們的[編纂]前，務請先細閱該節。

我們的業務概覽

我們是澳門會所及娛樂業務經營者中的佼佼者，主要在澳門路氹經營位於新濠天地的Club Cubic及籌辦當中的特色活動。於2013年12月，Club Cubic被travel.cnn.com評為澳門三大會所之一。於2014年7月，Club Cubic於福布斯中文網的「世界十大會所品牌」中排名第四位。於2016年1月，Club Cubic獲hkclubbing.com評為2015年香港及澳門最佳夜間俱樂部。根據歐睿報告，以總建築面積計算，於最後實際可行日期，Club Cubic是澳門第二大的會所式娛樂場所。

我們致力於將Club Cubic打造為優質高檔的會所及娛樂場所，並以介乎18至50歲的中高端消費者、旅客、音樂愛好者及參加派對的人為目標客戶。根據歐睿報告，Club Cubic的估計每位客人每晚平均支出一般高於歐睿認定的澳門其他會所式娛樂場所。有關詳情，請參閱本文件「行業概覽—澳門會所式娛樂場所的經營概覽」一節。

於業績記錄期間，通過我們的主要業務，即(i)我們的會所業務及(ii)我們於Club Cubic舉行的音樂相關活動，我們產生的收益主要來自於Club Cubic向零售客戶的飲品銷售及自公司客戶及飲品供應商(包括凱權及COD)收取的贊助收入，包括就於活動中展示公司客戶標誌或產品而向其收取的贊助費以及根據我們向飲品供應商的採購額而收取的獎勵費。飲品銷售為本集團最大的產品銷售分部，分別佔我們截至2014年及2015年12月31日止年度及截至2016年4月30日止四個月的收益的78.3%、74.0%及80.3%。根據我們的優質高檔定位，我們主推香檳作為我們的主要飲品產品，其售價一般為每瓶澳門幣1,500元。根據歐睿報告，截至2015年12月31日止年度澳門香檳當場消費零售銷售價值的市場規模為19.6百萬美元(相等於152.5百萬港元)。基於該估計，我們的香檳銷售佔截至2015年12月31日止年度澳門香檳當場消費零售銷售價值的市場規模約35.4%。

截至2014年及2015年12月31日止年度及截至2016年4月30日止四個月，香檳銷售分別佔我們飲品銷售的55.8%及58.2%及62.3%，以及佔同期總收益的43.6%、43.0%及50.0%。根據歐睿報告，巴黎之花為優質香檳品牌及為於澳門最受歡迎的三個香檳品牌之一，該香檳為我們的主要產品，分別佔我們截至2014年及2015年12月31日止年度及截至2016年4月30日止四個月香檳銷售的92.3%、94.5%及96.9%。經巴黎之花香檳澳門獨家分銷商凱權確認，自Club Cubic於2011年在現址開業以來，以(i)瓶數及(ii)在澳門的銷量計算，我們是巴黎之花香檳於澳門的最大客戶及零售點。該排名標誌著我們成功將ClubCubic打造成於澳門的優質高檔會所及娛樂熱點。

概 要

會所業務

Club Cubic位於澳門路氹新濠天地新濠大道2樓及3樓。我們根據經營協議(根據其所載條款可能延長至2025年3月)向COD取得經營Club Cubic的權利，期限直至2020年3月31日。作為代價，我們向COD支付Club Cubic利潤的一部分另加固定基本費用。Club Cubic佔地兩層，總建築面積達25,780平方呎，通過提供絕佳的會所式娛樂場所及現場娛樂空間，配備時尚藝術燈飾以及呈獻音樂與現場表演，致力為顧客帶來優質的會所及娛樂體驗。有關我們會所的詳情，請參閱「業務—我們的會所及服務」。

舉辦活動

憑藉我們於會所業務取得的成功，我們亦從事舉辦音樂相關特色活動以向顧客提供音樂娛樂。一般而言，本集團從事整體籌備工作，包括物色DJ、市場推廣、售票、舞台設計及設置，以及提供Club Cubic作為盛事場地。自Club Cubic於2011年4月開業以來，我們已成功邀請國際知名的DJ(如Afrojack、deadmau5、Steve Aoki、Tiesto及Zedd)以及藝人(如Akon、Big Bang、Chris Brown、LMFAO及PSY)到Club Cubic在我們的特色活動上表演，以吸引媒體及公眾關注並進一步提升我們的優質及高檔形象。我們相信，我們的品牌高度認受性令Club Cubic吸引更多客戶及音樂愛好者，及因此，我們可於業績記錄期間在日常營運維持相對穩定的收益。就我們聘請國際知名DJ及藝人表演的特色活動而言，我們一般向每位客人收取更高的入場費、就預留位置或包廂收取更高的最低費用以及向贊助活動的公司客戶收取更高費率。因此其將通過增加每位零售客戶的平均消費及每名公司客戶的平均贊助費而使本集團受惠。於2015年6月，我們於Club Cubic內舉辦了2015 Road to Ultra Macau活動。2015 Road to Ultra Macau活動為於大中華地區(台灣除外)首次舉辦的Road to Ultra活動。我們於2016年9月17日在香港舉辦2016 Road to Ultra活動。有關我們舉辦活動的詳情，請參閱「業務—舉辦活動」。

擴充

我們現正準備擴充Club Cubic，將會所場所擴展至與Club Cubic毗連的場所。我們預期就擴充範圍的裝修、傢俱及裝置以及擴充分配約22.1百萬港元，預期由[編纂]所得款項及內部資源撥付。有關詳情，請參閱「業務—我們的會所及服務—Club Cubic—擴充計劃」及「未來計劃及所得款項用途」。

為了進一步拓展多元化業務及擴大我們的覆蓋範圍，我們現正尋求商機開設新會所。我們亦會考慮於適當的時機進行投資及與當地合夥人建立夥伴關係。

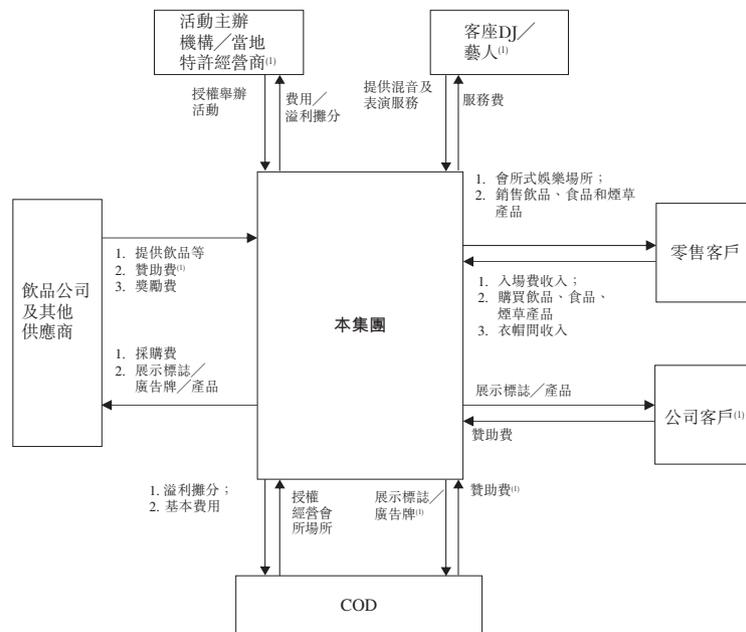
澳門競爭性營運的限制

根據經營協議，於經營協議期間未得COD同意前，我們不得於澳門擁有、經營任何與Club Cubic類似業務或於任何與Club Cubic類似業務擁有任何權益。有關詳情，請參閱「業務—與COD的關係—經營協議」。因此，倘出現於澳門開設另一會所場所的任何業務機會，我們須於進行該計劃前與COD磋商以取得其同意。倘未取得COD的同意，於經營協議期間我們娛樂會所的未來擴展將會限於澳門以外的機會。由於上述限制，我們將集中於澳門以外的業務機會(倘出現有關機會)。

概 要

業務及收益模式

下面的圖表總結了我們企業的業務及收益模式：



附註：

(1) 一般而言，該等參與方及項目僅與特色活動有關或僅就特色活動而聘用。

我們的客戶

於業績記錄期間，我們的客戶主要包括零售客戶以及貢獻贊助收入的公司客戶及飲品供應商。於業績記錄期間，我們的五大客戶包括凱權、COD在內的公司客戶及飲品供應商(主要帶來贊助收入)及個人零售客戶(主要帶來飲品、食品及煙草產品銷售收入以及入場費收入)。截至2014年及2015年12月31日止兩個年度及截至2016年4月30日止四個月，我們的五大客戶合共佔我們的總收益分別約15.0%、17.5%及16.0%，而我們的最大客戶凱權佔我們同期收益分別約8.7%、9.2%及5.7%。凱權於業績記錄期間亦為我們的最大供應商。

我們的供應商

於業績記錄期間，我們的供應商主要包括飲品供應商、調製雞尾酒所用水果及配菜及煙草供應商。於業績記錄期間，我們的五大供應商包括凱權(為我們最大的飲品供應商)、COD(向我們及新濠天地內的其他餐廳分銷飲品及其他消耗品)、其他飲品供應商、調製雞尾酒及配菜所用水果的供應商。截至2014年及2015年12月31日止年度及截至2016年4月30日止四個月，我們的五大供應商合共佔我們總採購額約95.5%、91.8%及94.1%，而我們的最大供應商凱權則於相關期間佔我們總採購額約73.4%、69.8%及76.5%。

凱權為澳門保樂力加產品的獨家分銷商，我們的保樂力加產品銷售分別約62.1百萬港元、63.5百萬港元及20.4百萬港元，分別相當於截至2014年及2015年12月31日止年度及截至2016年4月30日止四個月(i)我們收益約51.6%、50.6%及58.2%；及(i)我們飲品銷售約66.0%、68.3%及72.5%。倘我們與凱權的業務關係終止，我們可能無法推廣其他

概 要

產品至我們對保樂力加產品所作的推廣水平，且我們可能無法隨時按相若條款向其他供應商取得足夠產品供應，而經營業績及財務狀況或會受到不利影響。我們可能亦就翻新巴黎之花香檳吧及以新供應商品牌的銷售點材料取代現有銷售點材料產生時間及成本。

此外，我們於日常業務過程中錄得來自凱權的贊助收入。截至2014年及2015年12月31日止年度及截至2016年4月30日止四個月，來自凱權的贊助收入分別約為9.9百萬港元、11.2百萬港元及1.7百萬港元。倘我們的業務關係終止，我們可能無法找到能提供此贊助收入水平予本集團的另一供應商或無法找到另一供應商。

尤其鑑於(i)本集團可享有批發價及根據我們與凱權的採購合約(將有助其經營業績)有權向凱權收取贊助收入及獎勵費用；(ii)本集團仍能從其他供應商及分銷商購買飲品產品；(iii)澳門香檳市起的行業格局當中，三大最受歡迎香檳品牌僅由兩間本地分銷商主導；(iv)戰略合作對凱權及Club Cubic同樣有利；及(v)參與Club Cubic以外的活動。董事認為，透過採取上述措施及實施本文件「業務 — 業務策略」一段所載策略，我們將能夠控制對凱權依賴的風險及於市場上抓緊增長機會。因此，董事認為，我們對凱權的依賴將不會影響本集團是否適合[編纂]。

與COD的關係

Club Cubic自計劃階段起已與COD密切合作。自2011年4月Club Cubic於新濠天地盛大開幕以來，Club Cubic一直為新濠天地內唯一的會所式場所。我們認為，我們已向新濠天地的旅客及遊客以及酒店客人等客戶提供高檔及高端會所式及娛樂體驗，並努力為新濠天地吸引客戶人流。根據經營協議，我們自COD取得經營Club Cubic的權利。作為代價，我們支付COD一部分Club Cubic的溢利加固定基本費用。

經營協議主要商業條款概要載列如下。有關詳情，請參閱「業務 — 與COD的關係 — 經營協議」：

(a) 溢利攤分安排：

根據經營協議，有一項溢利攤分安排，Club Cubic的淨收益(「淨收益」)須由COD(「擁有人的攤分溢利」)及澳門陸慶(「經營商的攤分溢利」)攤分。淨收益乃按自收益扣減以下金額計算：(a)相當於Club Cubic收益(不包括贊助收入)固定百分比的專利權費(「專利權費」)；(b)基本費用；(c)雙方協定的經營成本；及(d)就裝置、傢俱及設備(「裝置、傢俱及設備儲備」)的固定儲備金額。淨收益將由COD及澳門陸慶按固定溢利攤分比率攤分，該比率於業績記錄期間維持不變，並將於重續期及潛在重續期維持不變。

擁有人的攤分溢利的最低及最高金額將於第一階段擴充開始設定直至2020年3月31日。與COD攤分的淨收益部份將由我們每季支付，除有關最低金額可能承前轉結的差額外。有關詳情，請參閱「業務 — 與COD的關係 — 經營協議 — 溢利攤分安排」。

(b) 基本費用：

由澳門陸慶每月支付固定金額每平方呎澳門幣12元乘以Club Cubic總建築面積(25,780平方呎)。基本費用將於2017年4月1日起增加至每平方呎澳門幣15元，並於潛在重續期開始後進一步增加至每平方呎澳門幣20元(乘以現有總建築面積加擴充面積)。若干基本費用豁免期已由COD就擴充的總建築面積授出。

概 要

- (c) 專利權費：按Club Cubic收益(不包括贊助收入)乘以固定百分比計算的款項。倘於任何財政年度出現經營虧損，專利權費將減少至較低的固定百分比。上款項將由澳門陸慶保留，並就計算上述COD與澳門陸慶之間溢利攤分安排項下Club Cubic的溢利而從Club Cubic收益中扣除。此並非計入本集團綜合損益及其他全面收益表的項目。百分比於業績記錄期間維持不變，並將於經營協議期間維持不變。有關詳情，請參閱「業務 — 與COD的關係 — 經營協議 — 專利權費」。
- (d) 經營虧損：澳門陸慶毋須就Club Cubic的任何累計經營虧損負責。有關此安排的詳情，請參閱「業務 — 與COD的關係 — 經營協議 — 經營虧損」。截至2014年及2015年12月31日止兩個年度，Club Cubic並無產生累計經營虧損(即負淨收益)，因此並無觸發該條款。該條款每年應用。

經營協議為長期合約，為期直至2020年3月，可能按合約所載條款延長至2025年3月。COD無法單方面終止經營協議，除非(a)出現任何違約事宜，或(b)於COD已從本公司收到蔡紹傑先生終止持有指定水平之本公司股權的通知後雙方未能於60日內(或經COD同意的更長期限內)就Club Cubic的業務方向達成協議，或(c)極端情況(如出現涉及博彩當局或其博彩牌照的若干不利事件)，或(d)出現導致新濠天地或Club Cubic無法或不適合商業用途的不可抗力事宜。有關詳情，請參閱「業務 — 與COD的關係 — 經營協議 — 終止」。倘出現任何此等事宜，COD可能終止經營協議，並完全控制Club Cubic且於COD按其全權酌情認為合適的情況下向其他方授出新經營協議。

於業績記錄期間及於最後實際可行日期，Club Cubic為我們的唯一經營會所場所，而我們預期該情況將持續至我們開設新會所。因此，我們大部份收益(除我們可能於會所場所外進行的活動舉辦業務外，例如2016 Road to Ultra Hong Kong活動)均產生自於Club Cubic的業務。此外，基於我們與COD的關係，我們委聘COD Hotels以向我們提供會計服務，於業績記錄期間，我們就經營Club Cubic的舞廳牌照及卡拉OK牌照由COD Hotels持有。於●，COD Hotels轉讓經營Club Cubic所需的牌照予我們。有關詳情，請參閱本文件「業務 — 與COD的關係 — COD Hotels於業績記錄期間持有的牌照」一節。

尤其鑑於(i)COD與本集團之間的互惠互利；(ii)長期業務關係及經營協議的合約期；(iii)本集團獨立經營Club Cubic的能力；(iv)與COD的合約關係終止後搬遷至另一場地的靈活性；(v)經營協議到期後搬遷Club Cubic的潛在影響；及(vi)本集團透過參與Club Cubic外舉辦的活動擴闊我們收益來源的努力，我們的董事認為依賴Club Cubic作為唯一會所場所的風險並非極高，且我們將能夠管理依賴COD及Club Cubic作為唯一會所式娛樂場所的風險，並透過實行上述措施及實施本節「一業務策略」一段所載策略把握市場發展機會，我們依賴COD及Club Cubic作為唯一會所式娛樂場所將不會影響本集團是否適合[編纂]。

有關我們與COD的關係及交易的進一步詳情以及有關討論經營協議及與COD及其聯繫人的其他安排為各方經公平商業磋商的結果及經營協議背後商業理由的詳情，請參閱本文件「業務」一節內「與COD的關係」一段。

概 要

搬遷 Club Cubic 對本公司運營和財務表現的潛在影響

我們已經確定一處滿足相關許可需求的合適場所，鑒於新場所設計的複雜性和改造，預計本公司將用時約3個月將Club Cubic遷至新址(含為新址申請許可證的時間)。視乎會所新物業的位置，我們估計搬遷成本介乎約澳門幣13.1百萬元至澳門幣45.2百萬元。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務 — 與COD的關係 — 經營協議到期後搬遷 Club Cubic 的潛在影響」一節。參閱截至2015年12月31日止兩個年度的平均季度表現，於臨時停業期間至Club Cubic在新址重新開業，預計此次搬遷將會導致收入減少約30.7百萬港元及利潤及本公司擁有人應佔年內全面收益總額減少約2.3百萬港元。

經濟格局

澳門博彩業的近期衰退

根據歐睿報告，經過多年不間斷，博彩收益增加推動澳門經濟迅速增長，宏觀經濟發展、全球競爭加劇及政治因素的影響阻礙經濟急速擴展，以致2014年經濟繁榮戛然而止。根據歐睿報告，澳門本地生產總值於2010年至2013年期間按複合年增長率13.9%增加，於2014年實際收縮0.9%，隨後於2015年大幅減少20.3%。

誠如歐睿報告所述，急劇收縮的主要原因為博彩業收益大幅減少，而博彩業收益過往佔澳門本地生產總值約一半以及其稅項收益超過四分三。澳門博彩總收益由2014年的澳門幣3,527億元減少34.3%至2015年的澳門幣2,318億元。歐睿報告亦說明中國中央政府的長期反貪腐行動已在內地富人中造成恐慌，而此等富人為澳門博彩收益的重大貢獻者。根據歐睿報告，由於中國反貪腐官員謹慎審查，此等大客戶已遠離澳門，導致博彩收益於2014年及2015年大幅下降。

根據歐睿報告，儘管澳門博彩業衰退的負面影響，私人消費開支由2010年的澳門幣526億元穩定增加至2015年的澳門幣948億元，相當於2010年至2015年的複合年增長率12.5%。此表明本地澳門人享有較高可支配收入以及娛樂(包括會所式娛樂等活動)的任意開支增加。有關詳情，請參閱本文件「行業概覽 — 澳門的宏觀經濟環境 — 經濟及人口指標」。此部份抵銷博彩業衰退對澳門經濟的影響。

於截至2015年12月31日止兩個年度，我們的收益由截至2014年12月31日止年度的約120.3百萬港元輕微增加約5.2百萬港元或4.3%至截至2015年12月31日止年度的約125.5百萬港元。此增加乃主要由於我們於2015年策略性集中於舉辦特色活動(如2015 Road to Ultra Macau)以及與具高人氣及媒體關注度的國際知名DJ及藝人(如Big Bang及Chris Brown)的活動。截至2015年及2016年4月30日止四個月，我們的收益由截至2015年4月30日止四個月約33.8百萬港元輕微增加約1.2百萬港元或3.6%至2016年同期約35.0百萬港元。此增加乃主要由於我們舉辦國際知名DJ及藝人(例如Tiesto、Steve Aoki及Jason Derulo)出席的特色活動之戰略重點，我們一般對該等活動收取較高入場費及較高預約檯或私人卡拉OK房間的最低收費。有關詳情，請參閱本文件「財務資料 — 各期間經營業績比較」。

概 要

競爭格局

根據歐睿報告，澳門會所業由五間會所式娛樂場所經營者主導，均為滿足特定類型客戶群的喜好而設，如高端客戶、旅客、澳門當地人及年輕派對愛好者。

我們通過向高端客戶及音樂愛好者提供優質會所及娛樂服務而從競爭對手中脫穎而出。我們主要以(i)我們強大的品牌認知度；(ii)我們針對高端客戶及音樂愛好者的優質會所及娛樂服務；及(iii)我們於路氹的戰略性地點展開競爭。根據歐睿報告，Club Cubic為會所式娛樂場所行業中的佼佼者，擁有彪炳的往績記錄。自Club Cubic開業以來，我們已通過邀請國際知名DJ及藝人於我們的兩層舞台表演而建立及發展我們的品牌。根據我們的優質高檔定位，我們主要推廣優質香檳作為我們於Club Cubic的主要飲品產品，每瓶售價一般超過澳門幣1,500元。此外，我們策略性位於路氹區，鄰近賭場以方便高端客戶及旅客，而我們若干競爭對手位於路氹區以外。

憑藉我們彪炳的往績記錄、備受認可的品牌、我們的經驗、我們完善的網絡及我們舉辦擁有國際知名DJ及藝人的音樂相關活動的戰略重心，我們相信我們能夠於澳門會所及娛樂行業保持競爭地位。

競爭優勢

我們相信，本集團下列的競爭優勢都為我們的成功作出貢獻：(i)我們於澳門會所式娛樂場所市場的領先地位和強大的品牌知名度；(ii)我們努力提供高品質及優質的娛樂和會所場所的娛樂體驗及與享譽全球的DJ及藝人建立良好的人際網絡；(iii)在澳門路氹城佔據策略性位置及已擁有大規模營運業務；及(iv)我們擁有一支經驗豐富且具備深厚行業知識的管理團隊。

經營策略

我們計劃通過實行下列經營策略以維持我們於澳門會所式娛樂場所市場的領先地位：(i)繼續擴大Club Cubic的規模；(ii)策略性集中於舉辦特色活動及借助我們於其他場所及室外舉辦活動的經驗；(iii)繼續加強我們的客戶服務及娛樂經驗的品質；(iv)加強品牌營銷及鞏固品牌知名度；(v)於澳門以外地區進行擴張。

主要風險因素

與任何投資相關的風險。可能對我們產生重大不利影響的部分主要風險包括(i)僅由一個會所式場所組成的會所式業務，受與COD的經營協議限制；(ii)本集團可能無法重續與COD的協議或就未來會所無法以有利條款或無法重續任何租賃協議；(iii)我們依賴澳門市場，包括但不限於澳門的本地客戶以及中國及香港的旅客及遊客，並面對若干與在澳門經營業務有關的政治及經濟風險；(iv)我們可能無法取得或重續若干所需批准、牌照及許可以經營本集團業務，可能對其業務及經營業績有重大不利影響；(v)我們依賴主要供應商；(vi)我們可能無法成功實施我們的擴充計劃；(vii)我們擴充至於Club Cubic以外舉辦活動層面可能無法成功，乃由於經營此等服務時缺乏經驗及專業知識。

主要財務及經營數據

我們目前在我們綜合財務報表及主要財務比率以及特選財務及經營數據。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務」及「財務資料」一節。

概 要

綜合損益及其他全面收益表中摘錄

	截至12月31日止年度		截至4月30日止四個月	
	2014年 千港元	2015年 千港元	2015年 千港元 (未經審核)	2016年 千港元
收益	120,349	125,521	33,841	34,979
除稅前溢利／(虧損)	9,826	10,220	2,409	(536)
本公司擁有人應佔年度／期間溢利／ (虧損)及全面收益／(虧損)總額	8,792	9,420	2,221	(536)

我們於2015年的收益及溢利增加主要乃由於特色活動之一—2015 Road to Ultra Macau致使我們贊助收入增加。我們截至2016年4月30日止四個月的收益增加，主要歸因於我們舉辦國際知名DJ及藝人(例如Tiesto、Steve Aoki及Jason Derulo)出席的特色活動之戰略重點，我們一般對該等活動收取較高入場費及較高預約檯或私人卡拉OK房間的最低收費。

截至2016年4月30日止四個月，我們錄得淨虧損約0.5百萬港元，乃主要由於確認非經常性[編纂]開支約2.9百萬港元。除去非經常性[編纂]開支的影響且不計及相關稅務影響，我們截至2016年4月30日止四個月之經調整純利將約為2.4百萬港元，較2015年增加約9.1%。

綜合財務狀況報表中摘錄

	於12月31日		於2016年
	2014年 千港元	2015年 千港元	4月30日 千港元
非流動資產	4,112	5,994	5,839
流動資產	31,041	38,838	28,153
總資產	35,153	44,832	33,992
流動負債	21,922	30,013	25,540
總負債	21,922	30,013	25,540
流動資產淨額	9,119	8,825	2,613
資產淨額	13,231	14,819	8,452

我們於2015年的資產淨額增加，乃主要由於經營活動所得現金淨額導致現金及現金等價物增加致使我們總資產增加。於2016年4月30日，我們的資產淨額減少，主要歸因於我們的營運附屬公司於2016年1月宣派股息約5.8百萬港元。

綜合現金流量表摘錄

	截至12月31日止年度		截至4月30日止四個月	
	2014年 千港元	2015年 千港元	2015年 千港元 (未經審核)	2016年 千港元
除稅前溢利／(虧損)	9,826	10,220	2,409	(536)
非現金項目調整	2,502	2,016	596	734
營運資金變動前的經營現金流量	12,328	12,236	3,005	198
經營活動(所用)／所得現金淨額	(8,143)	9,579	(3,950)	(9,600)
投資活動所用現金淨額	(1,476)	(2,918)	(304)	(100)
融資活動所用現金淨額	—	—	—	(672)
現金及現金等價物淨(減少)／增加	(9,619)	6,661	(4,254)	(10,372)

概 要

截至2014年12月31日止年度我們錄得經營活動現金流出淨額約8.1百萬港元。有關現金流出主要歸因於(i)應付賬款及其他應付款項減少，現金流出約14.0百萬港元；(ii)應收關聯方款項增加，現金流出約7.4百萬港元；被(iii)營運資金變動前的經營現金流入約12.3百萬港元抵銷。

應付賬款及其他應付款項減少，現金流出約14.0百萬港元，主要歸因於(i)償付就向COD購買飲品的貿易應付款項17.9百萬港元；及(ii)向COD償付約25.5百萬港元應付租金，包括累計租賃付款及溢利攤分應付款項；被(i)COD負擔的開業前虧損10.3百萬港元；(ii)COD直至2012年3月31日負擔的經營後虧損約15.1百萬港元；及(iii) COD行政人員及其聯繫人於我們日常業務過程中到訪Club Cubic作公共關係或業務發展用途時的累計飲品銷售及入場費收入約3.8百萬港元扣除。

截至2016年4月30日止四個月，我們錄得經營活動現金流出淨額約9.6百萬港元，乃由於以下因素合併影響：(i)來自應付賬款及其他應付款項減少的現金流出約6.7百萬港元，主要歸因於根據經營協議償付應付COD的基本費用及分佔溢利導致應付租金減少；及(ii)來自應收賬款及其他應收款項增加的現金流出約3.4百萬港元，主要與貴賓客戶的信貸購買相關。

主要財務比率

	於12月31日／ 截至12月31日止年度		於2016年 4月30日／ 截至2016年 4月30日止 四個月期間
	2014年	2015年	
流動比率	1.4	1.3	1.1
速動比率	1.3	1.2	1.0
權益回報率	66.5%	63.6%	不適用

有關主要財務比率波動詳情，請參閱本文件「財務資料」一節。

Club Cubic的主要財務及經營數據摘錄

	於12月31日／ 截至12月31日止年度		截至4月30日 止四個月	
	2014年	2015年	2015年	2016年
概約客戶到訪人次 ¹	137,000	132,000	37,000	38,000
每概約客戶到訪次數的平均消費 ²	776.9港元	821.1港元	826.8港元	843.1港元
已舉辦特色活動概約數目 ³	64	47	15	13

附註：

1. 客戶到訪人次指進入會所場所的人次。為免生疑問，倘客人於一晚內多次進出會所，其將視作多次客戶到訪人次。就計算每概約客戶到訪次數的平均消費用途，並無包括活動租金收入及贊助收入。
2. 每概約客戶到訪次數的平均消費乃按來自零售客戶的總收入(包括(i)飲品、食品及煙草產品銷售；(ii)入場費收入及(iii)衣帽間收入)除以客戶到訪人次計算。
3. 特色活動指我們特地舉辦的活動且非我們的固定活動，通常於星期五、星期六或於澳門節日及主要活動時舉辦。

概 要

按所提供的產品及服務類別劃分的收益明細

在我們的經營過程中，我們錄得若干服務／產品類別項下的收益。下表載列按服務／產品類別劃分的收益明細：

	截至2014年12月31日		截至2015年12月31日		截至2015年4月30日		截至2016年4月30日	
	止年度		止年度		止四個月		止四個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
飲品、食品及煙草產品銷售	97,869	81.3	96,669	77.0	28,492	84.2	29,057	83.1
贊助收入	9,930	8.3	14,263	11.4	2,233	6.6	2,320	6.6
入場費收入	8,244	6.9	11,480	9.1	2,008	5.9	2,891	8.3
活動租金收入	3,977	3.3	2,872	2.3	1,018	3.0	621	1.8
衣帽間收入	329	0.2	237	0.2	90	0.3	90	0.2
總計	<u>120,349</u>	<u>100.0</u>	<u>125,521</u>	<u>100.0</u>	<u>33,841</u>	<u>100.0</u>	<u>34,979</u>	<u>100.0</u>

按飲品項目劃分的飲品銷售

於業績記錄期間，飲品銷售為我們收益的最大部分。其中，香檳為我們最暢銷項目。下表載列所示期間飲品銷售：

飲品類別	截至2014年12月31日		截至2015年12月31日		截至2015年4月30日		截至2016年4月30日	
	止年度		止年度		止四個月		止四個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
香檳	52,536	55.8	54,026	58.2	15,705	57.6	17,505	62.3
一巴黎之花香檳	48,509	51.5	51,073	55.0	14,575	53.4	16,958	60.4
烈酒	29,976	31.8	27,801	29.9	8,348	30.5	6,776	24.1
其他	11,647	12.4	11,047	11.9	3,235	11.9	3,810	13.6
總計	<u>94,159</u>	<u>100.0</u>	<u>92,874</u>	<u>100.0</u>	<u>27,288</u>	<u>100.0</u>	<u>28,091</u>	<u>100.0</u>

股權資料

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(不計及行使根據購股權計劃下可能授出的任何購股權而可能發行的任何股份)，Welmen、Yui Tak、富理、永發、Perfect Succeed、蔡紹傑先生、蔡耀陞先生、區偉邦先生、歐家威先生、楊時匡先生、楊志誠先生將成為我們的控股股東，彼等之直接及實益權益合共佔已發行股本約[編纂]%。自2011年1月31日起，蔡紹傑先生、蔡耀陞先生、區偉邦先生、歐家威先生、楊時匡先生、楊志誠先生(作為一致行動之股東)已採取一致行動鞏固彼等於澳門陸慶及本集團之控制權，並確認日期為2016年3月2日的一致行動協議下的安排。於[編纂]後，一致行動之股東實益權益合共佔已發行股本約[編纂]%(不計及行使根據購股權計劃下可能授出的任何購股權而可能發行的任何股份)。詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

[編纂]前投資

於2016年1月20日，范駿華先生(通過Dynamic Charm)以總代價1,250,000港元向Welmen及Kenbridge收購250股本公司股份(佔本公司當時2.5%股權)。於2016年1月21日，歐諾華先生以總代價2,500,000港元向Welmen及Kenbridge收購500股本公司股份(佔本公司當時5%的股權)。於2016年1月26日，林楚華先生(通過Active Harvest)以總代價1,250,000港元向Welmen及Kenbridge收購250股本公司股份(佔本公司當時2.5%股權)。

概 要

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(不計及行使根據購股權計劃下可能授出的任何購股權而可能發行的任何股份)，Dynamic Charm、歐諾華先生和Active Harvest將分別擁有本公司已發行股本的[編纂]%、[編纂]%及[編纂]。有關詳情請參閱本文件「歷史、重組及公司架構—通過[編纂]前投資者投資」一節。

股息

截至2014年及2015年12月31日止年度，澳門陸慶向其當時股東宣派股息分別4.5百萬港元及7.8百萬港元。截至2014年及2015年12月31日止年度，有關股息以應收關聯方款項償付。於2016年1月8日，本集團附屬公司澳門陸慶向其當時唯一股東紀星宣派及批准股息約澳門幣6.0百萬元(相等於約5.8百萬港元)。約澳門幣3.4百萬元(相等於約3.3百萬港元)的股息已於其後截至2016年4月30日止四個月內透過扣除關聯方款項及現金付款清償，而餘下金額約澳門幣2.6百萬元(相等於約2.5百萬港元)確認為應付關聯方款項，將於[編纂]前透過我們內部產生的現金流量提供資金以現金付款清償。除上文所披露者外，本集團於業績記錄期間及直至最後實際可行日期並無宣派或派付任何股息。我們董事認為股息付款將不會引致任何對本集團財務及流動資金狀況的重大不利影響。

分紅的申報，支付金額將在我們的董事酌情決定，須經股東，並將取決於盈利，財務狀況，現金需求和供應情況，未來的發展前景，合同限制，適用的法律和規定以及其他相關因素。在一定程度上的利潤分配股息，利潤等部分將無法在我們的業務進行再投資。並沒有保證，股息支付的金額(如有)，或任何股息付款的時間。我們目前概無股息政策或派發股息的計劃。

進行[編纂]的理由

[編纂][編纂]將加強本集團的資本基礎，並為本集團提供額外的營運資本，以實現我們的業務策略，與落實本節所載的未來計畫。[編纂]所得款項淨額將為本集團提供財務資源以實行載於「業務—業務策略」一節中的業務策略，從而實現本集團的目標，即維持其作為澳門優質的會所及娛樂業務經營者的地位。

尤其是，根據經營協議，我們從2020年4月延長至2025年3月任期經營協議期限的條件，是本集團在2017年10月1日或之前展開第一期擴建計劃(受COD並無不合理撤回平面圖批准事項，且相關牌照已自相關政府機關取得所限，否則開業日期須延後至2017年11月1日，或訂約方協定的其他日期)。在第一期擴建投資應不得低於澳門幣15百萬元。有關詳情，請參閱本文件「業務—與COD的關係—經營協議」一節。本集團內部財務資源(扣除用作營運資金的金額後)不足以資助第一期擴建計劃。本集團試圖研究債務融資的可能性及獲得兩項信貸融資獲得總額8百萬港元(其中3.0百萬港元已被使用)，其中5.0百萬港元於2016年10月到期，但現時並無法找到其他合適的債務融資來源的主因是本集團未有上市，亦未有房地產作擔保。因此，本集團並沒有足夠金額進行業務擴張。因此，本集團急切籌集額外資金，通過[編纂]進行股權融資符合本集團利益。董事確認，本集團將於取得[編纂]所得款項淨額後開始業務擴展計劃。

概 要

有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及所得款項用途 — 進行[編纂]的理由」。

[編纂]開支及業績記錄期間其後的最新發展

於業績記錄期間後直至最後實際可行日期，我們的業務模式、收益架構及成本架構大致維持不變。

約●，COD Hotels轉讓經營Club Cubic所需的牌照予我們。我們預期向COD Hotels總共支付約澳門幣0.8百萬元(約0.8百萬港元)，並產生合共約澳門幣0.2百萬元(約0.2百萬港元)政府與法律及專業費用以收購牌照。收購成本(包括所有直接應佔法律及專業費用)將撥充無形資產，於轉讓完成後記入我們的綜合財務狀況表。

根據歐睿報告，自2016年起，由於澳門會所場所增加，會所行業的競爭預期加劇。舉例而言，位於澳門路氹新濠影匯的派馳澳門自其於2016年1月正式開業起成為澳門總建築面積最大的會所場所。我們繼續策略性集中與具有高人氣及媒體關注度的國際知名DJ及藝人舉辦特色活動。截至2015年及2016年8月31日止八個月，我們於兩個期間均已舉辦31個特色活動。截至2016年8月31日止八個月，我們能夠吸引穩定的客戶到訪次數約81,000人次，相比截至2015年8月31日止八個月的約83,000人次。我們繼續推廣香檳作為我們於Club Cubic的主要飲品產品。其銷量能夠錄得輕微增長，從截至2015年8月31日止八個月的約19,000瓶增至2016年相應期間的約20,000瓶，其售價大致上保持每瓶超過澳門幣1,500元。憑藉我們於行業內的良好往績以及於澳門的品牌知名度，我們旨在透過提供優質會所及娛樂服務予高端客戶及音樂愛好者從競爭對手中脫穎而出。基於我們穩定的各期間經營數據，我們的董事認為我們的經營不會因來自現有及新競爭對手的競爭而受重大影響。我們亦於2016年9月在Club Cubic進一步舉行4個特色活動。

於2016年9月17日，本集團成功於香港舉辦2016 Road to Ultra Hong Kong活動，售出約6,800張門票。我們的收益主要產生自(i)飲品銷售；(ii)贊助收入；及(iii)入場費收入。

董事認為，2016 Road to Ultra Hong Kong活動在以下方面為本集團業務帶來正面貢獻：(i)收益增長；(ii)降低對Club Cubic的依賴；(iii)提升Club Cubic於香港的聲譽；及(iv)增加我們於香港舉辦活動的經驗。

為籌備[編纂]，我們就專業人士所提供服務產生[編纂]開支。假設[編纂]為每股[編纂]港元(即本文件所述[編纂]範圍的[編纂])，董事估計本集團承擔的[編纂]開支總額將約為20.7百萬港元。截至2015年12月31日止年度及截至2016年4月30日止四個月，我們產生[編纂]開支分別約2.5百萬港元及2.9百萬港元，於綜合損益及其他全面收益表扣除，扣除已結算金額。於業績記錄期間後，我們預計產生額外[編纂]開支約15.3百萬港元，其中約8.9百萬港元預期計入我們截至2016年12月31日止年度的綜合損益及其他全面收益表，而發行[編纂]直接有關的約6.4百萬港元將以股本扣減項目列賬。董事謹此強調，有關成本為目前估計所得，僅供參考，而將在我們的綜合損益及其他全面收益表內確認的或撥充資本的最終金額須根據審核及多項變數及假設其後的變動作出調整。

潛在投資者應注意，本集團截至2016年12月31日止年度的財務表現預期受上述非經常性[編纂]開支的重大不利影響。

概 要

我們的董事確認，截至本文件日起，(i)在一般的經濟和市場環境，法律和監管環境，以及我們經營的行業有重大不利影響本集團的財務或經營狀況，我們最新審定財務報表的日期自2016年4月30日以來，並沒有重大不利變化，(ii)自2016年4月30日起的經營和財務狀況或本集團的前景無其他重大不利變動，及(iii)除上述非經常性[編纂]開支外，自2016年4月30日以來並沒有發生將對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。

主要[編纂]數據

	基於指示的 [編纂]每股 [編纂][編纂] 港元計算	基於指示的 [編纂]每股 [編纂][編纂] 港元計算
市值(附註1)	[編纂]港元	[編纂]港元
備考調整後每股有形資產淨值(附註2)	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) [編纂]市值計算乃基於緊隨[編纂]及[編纂]完成後預期發行的[編纂]股股份，惟不計及行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權可能發行的任何股份。
- (2) 每股未經審核備考經調整有形資產乃按本文件附錄二「未經審核備考財務資料」一段內所指的調整後達致，並基於緊隨[編纂]及[編纂]完成後按[編纂]發行的[編纂]股股份。

所得款項用途

根據每股[編纂][編纂][編纂]港元(即指示[編纂]範圍中位數)，我們估計[編纂]所得款項淨額(經扣除[編纂]費用及估計開支就[編纂]後)將約為[編纂]百萬港元。我們打算撥出[編纂]事項為目的，在下文所載的金額之所得款項淨額：

- 所得款項淨額約[編纂]%(相當於約[編纂]百萬港元)將用作擴大澳門Club Cubic的規模，乃將主要分別用於裝修、傢俱及裝置開支，而餘下款項將用作聘請專業顧問；
- 所得款項淨額約[編纂]%(相當於約[編纂]百萬港元)將用作在Club Cubic以外場地舉辦活動，包括但不限於租賃場地、聘用表演者、舞者及招聘兼職員工以及活動營銷及宣傳；
- 所得款項淨額約[編纂]%(相當於約[編纂]百萬港元)將用作研究澳門以外地區的擴充計劃，其中包括委聘外部市場顧問及法律顧問進行業務發展研究和可行性研究，包括市場研究、業務、財務及法律分析。本集團目前就擴充計劃並無任何具體計劃或時間表；及
- 所得款項淨額約[編纂]%(相當於約[編纂]百萬港元)將用作一般營運資金及其他一般企業用途。