

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於此僅為概要，並不包括可能對閣下而言屬重要的所有資料。於閣下決定投資[編纂]前，須閱讀整份文件。任何投資均涉及風險。有關投資於[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定投資於[編纂]前應細閱該節。

概覽

我們是一間發展中的LED燈產品製造商及出口商，生產廠房設於中國廣東省東莞。我們主要從事製造並向北美、歐洲及亞太區客戶銷售優質LED燈產品。

我們的LED燈產品大致分為兩大類，包括(i) LED裝飾燈系列—主要用於節慶裝飾；及(ii) LED照明燈系列—主要用於室內照明。

下表列載本集團於往績期間按產品系列及營運模式劃分的收益明細：

收益

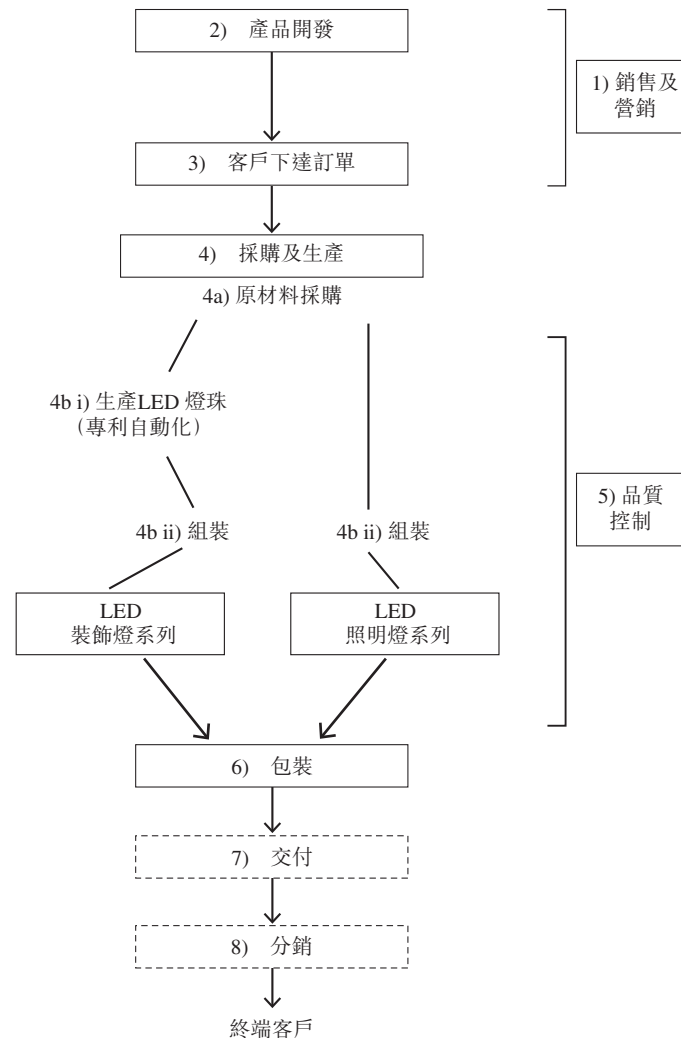
	截至四月三十日止年度					
	二零一五年		二零一六年		二零一七年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
LED裝飾燈	138,636	100.0	58,011	47.9	74,499	52.6
LED照明燈	—	—	62,977	52.1	67,168	47.4
總計	<u>138,636</u>	<u>100.0</u>	<u>120,988</u>	<u>100.0</u>	<u>141,667</u>	<u>100.0</u>

	截至四月三十日止年度					
	二零一五年		二零一六年		二零一七年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
原設計生產	78,783	56.8	80,755	66.7	90,968	64.2
原設備生產	59,853	43.2	40,233	33.3	50,699	35.8
	<u>138,636</u>	<u>100.0</u>	<u>120,988</u>	<u>100.0</u>	<u>141,667</u>	<u>100.0</u>

概 要

業務模式

以下圖表顯示我們的業務的主要階段及過程：



我們董事認為本集團將繼續集中LED裝飾燈及LED照明燈產品。各LED照明燈系列所貢獻的收益取決於本集團所收取及接納的LED照明燈產品的採購訂單組合，其主要受下列因素影響：(i)我們各LED照明燈產品的市場需求及我們的產能，兩者均受季節性影響；(ii)我們客戶所下達採購訂單的利潤及條款；及(iii)董事就處理採購訂單而決定分配的內部資源。

概 要

業務

產品

我們提供各種LED燈產品，可大致分類如下：(i)LED裝飾燈系列；及(ii)LED照明燈系列。LED裝飾燈產品主要用於室內及室外節日裝飾(尤其是聖誕裝飾)，例如主題公園、購物商場、商業及住宅樓宇等地方，LED裝飾燈產品會懸掛或置於在窗戶、屋頂、路燈、樹木及地板等固定物件上。由於LED能效高、壽命長、可靠度高及光度高，因此本集團使用LED作為產品的光源。我們的產品能夠按照客戶的要求，在我們設計的電子設備輔助下展現不同的燈光效果和顏色。就產品安全而言，本集團需要遵守若干安全標準，例如我們客戶所要求的UL及CSA標準。我們的出售價乃按成本加成基準釐定。利潤溢價指估計成本與售價之間的差額。於往績期間，我們的年度毛利率介乎約26.1%至31.1%。

下表載列本集團LED照明燈產品於往績期間的銷量及平均售價概要：

	截至四月三十日止年度					
	二零一五年		二零一六年		二零一七年	
	估總銷量 (概約千件)	百分比(%)	估總銷量 (概約千件)	百分比(%)	估總銷量 (概約千件)	百分比(%)
銷量						
LED裝飾燈	1,678	100	1,202	41.5	1,638	58.7
LED照明燈	—	—	1,692	58.5	1,153	41.3
總計	1,678	100	2,894	100	2,791	100
平均售價	(港元/每件)		(港元/每件)		(港元/每件)	
LED裝飾燈	82.6		48.3		45.5	
LED照明燈	—		37.2		58.3	

本集團LED照明燈產品於往績期間的銷量及平均售價詳情載列於本文件「財務資料—合併損益及其他全面收益表主要項目的討論—按產品系列劃分的收益」。

客戶

客戶主要包括(i)經營連鎖百貨公司及貨倉式商場的零售商，並以其自身品牌名稱銷售我們的產品；及(ii)貿易公司，其會以自身的品牌名稱及/或指定名稱將我們的產品進一步分銷予本地及/或海外消費者市場；及(iii)主要包括建築公司的其他用家，其採購我們的產品供其建築項目使用。雖然我們於往績期間的總收益逾60%來自向海外國家的出口銷售，惟我們截至二零一七年四月三十日止兩個年度於亞洲地區(主要包

概 要

括中國及台灣)的銷售大幅增加。截至二零一七年四月三十日止三個年度，我們向五大集團式客戶作出的銷售額約為132.5百萬港元、103.9百萬港元以及95.3百萬港元，分別佔本集團總收益約95.6%、86.1%及67.3%。

截至二零一五年四月三十日止年度，我們售予客戶B(一名立足美國的零售商並位列截至二零一五年四月三十日止年度的第二大客戶)的LED裝飾燈系列約佔我們整體收益的57.0百萬港元或約41.1%。然而，本集團於截至二零一七年四月三十日止兩個年度並無承接來自客戶B的採購訂單，此乃由於(i)大型零售客戶擁有相對較強的議價能力，導致條款相對不利；及(ii)LED照明燈市場的正面前景。更多詳情，請參閱「業務 — 客戶 — 主要客戶 — 我們與客戶B的關係」一節。儘管本集團截至二零一七年四月三十日止兩個年度未有承接客戶B的採購訂單，我們董事認為本集團截至最後可行日期為止，一直與客戶B維持良好業務關係。於截至二零一七年四月三十日止年度及直至最後可行日期為止，客戶B一直要求索取LED裝飾燈產品的報價，而本集團一直就達成更佳商業條款與客戶B進行磋商。客戶B亦於二零一五年八月親臨本集團於東莞的廠房，檢查本集團的生產設施。於二零一六年十月，我們探訪身處美國的客戶B，簡介我們的新產品。

就我們董事所知、所悉及所信，客戶C(我們五大集團式客戶之一，為一間貿易公司)於截至二零一六年四月三十日止年度削減採購訂單，原因是彼於截至二零一六年四月三十日止年度已有足夠存貨以供顧客購買。截至二零一七年四月三十日止年度，我們向客戶C銷售LED裝飾燈產品的銷售額約為923,000港元。

收益

下表列載於往績期間按客戶類別分類的營業額百分比明細：

	截至四月三十日止年度					
	二零一五年		二零一六年		二零一七年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
LED裝飾燈						
零售商	116,198	83.8	35,495	29.3	33,924	23.9
貿易公司	17,590	12.7	10,604	8.8	26,117	18.4
其他用戶(附註1)	4,848	3.5	11,912	9.8	14,458	10.3
小計	<u>138,636</u>	<u>100.0</u>	<u>58,011</u>	<u>47.9</u>	<u>74,499</u>	<u>52.6</u>
LED照明燈						
貿易公司	—	—	53,657	44.4	49,901	35.2
其他用戶(附註1)	—	—	9,320	7.7	17,267	12.2
小計	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>62,977</u>	<u>52.1</u>	<u>67,168</u>	<u>47.4</u>
總計	<u>138,636</u>	<u>100.0</u>	<u>120,988</u>	<u>100.0</u>	<u>141,667</u>	<u>100.0</u>

附註1：其他用戶主要包括建築、物業發展、農業公司及酒店。

概 要

下表列載本集團於往績期間按出口銷售地理位置劃分的收益明細：

	截至四月三十日止年度					
	二零一五年		二零一六年		二零一七年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
加拿大	101,747	73.4	35,491	29.3	33,891	23.9
中國	4,462	3.2	34,614	28.6	48,015	33.9
台灣	682	0.5	33,179	27.4	32,707	23.1
美國	9,690	7.0	16,470	13.6	19,594	13.8
香港	8,801	6.3	1,021	0.8	1,009	0.7
墨西哥	7,032	5.1	—	—	—	—
其他*	6,222	4.5	213	0.3	6,451	4.6
總計	<u>138,636</u>	<u>100.0</u>	<u>120,988</u>	<u>100.0</u>	<u>141,667</u>	<u>100.0</u>

* 其他包括英國、日本、澳洲、泰國、西班牙、意大利及丹麥。

於往績期間，我們透過於北美(包括加拿大、美國及墨西哥)銷售LED燈產品產生大部分收益。向北美的銷售總額為約118.5百萬港元、52.0百萬港元及53.5百萬港元，分別佔截至二零一七年四月三十日止三個年度我們收益約85.5%、42.9%及37.7%。截至二零一六年四月三十日止年度向北美的銷售下跌主要由於(i)本集團並無承接客戶B的採購訂單；及(ii)我們有策略地擴充產品，向亞洲客戶(彼等向我們提供的採購訂單條款較佳)出售整體毛利率約31.1%的LED照明燈系列。

我們向客戶B的銷售包括加拿大、美國、墨西哥、亞太區國家及其他地方，分別佔本集團截至二零一五年四月三十日止年度之收益約30.7%、1.0%、5.1%、1.5%及2.8%。儘管無承接客戶B的採購訂單對本集團於北美的出口銷售有重大影響，我們對美國的出口銷售(主要為LED裝飾燈系列)佔本集團收益於截至二零一六年四月三十日止兩個年度有所增加，由約7.0%增至13.6%，並於截至二零一七年四月三十日止年度穩定維持在13.8%左右。截至二零一六年四月三十日止年度的有關增幅乃主要歸因於本集團在往績期間向客戶D及八名當時新客戶的銷售，該等客戶均非本集團五大客戶。於截至二零一七年四月三十日止三個年度，向客戶D(於截至二零一六年四月三十日止兩個年度，為五大客戶中唯一一名總部設於美國的客戶)的銷售分別僅佔本集團收益約5.2%、5.2%及3.7%。我們出口到美國的銷售截至二零一七年四月三十日止年度維持相當穩定，佔本集團的收益約13.8%。我們出口台灣的銷售於截至二零一七年四月三十日止兩個年度遠高於截至二零一五年四月三十日止年度。向台灣的銷售主要為LED照明燈系列；而出口到北美的銷售則主要為LED裝飾燈系列。

概 要

我們於亞洲(主要包括中國及台灣)的銷售大幅增加，分別佔截至二零一七年四月三十日止三個年度總銷售約3.7%、56.0%及57.0%。有關顯著增幅乃源於截至二零一六年四月三十日止年度開始向中國及台灣客戶(包括客戶G及客戶F)及截至二零一七年四月三十日止年度開始向客戶I銷售LED照明燈產品。有關增幅因香港的LED裝飾燈產品銷售下跌而部分抵銷，我們於香港的銷售由截至二零一五年四月三十日止年度約8.8百萬港元跌至截至二零一六年四月三十日止年度約1.0百萬港元，並於截至二零一七年四月三十日止年度維持平穩，約為1.0百萬港元。

供應商

截至二零一七年四月三十日止三個年度，向五大供應商作出的採購額約為19.3百萬港元、42.8百萬港元及40.1百萬港元，分別佔我們的總採購額約41.8%、61.4%及48.8%。向最大供應商作出的採購額約為6.0百萬港元、15.7百萬港元及10.0百萬港元，分別佔截至二零一七年四月三十日止三個年度我們總採購額約13.1%、22.5%及12.1%。於最後可行日期，我們的認可供應商名單列有逾100名供應商。

廠房產能

經計及用於組裝程序(由直接勞工操作)的廠房規模後，我們的廠房產能及使用率概述如下：

產品	估計最大產能			概約生產單位			概約使用率		
	截至四月三十日止年度			截至四月三十日止年度			截至四月三十日止年度		
	二零一五年	二零一六年	二零一七年	二零一五年	二零一六年	二零一七年	二零一五年	二零一六年	二零一七年
	(千枚)	(千枚)	(千枚)	(千枚)	(千枚)	(千枚)	%	%	%
LED裝飾燈(附註1、3、5)	2,400	1,967	1,760	2,615	1,195	1,156	109.0 (附註5)	60.8	65.7
LED照明燈(附註2、4)	不適用	2,400	2,880	不適用	1,687	1,153	不適用	70.3	40.0

附註：

- (1) 截至二零一七年四月三十日止三個年度，使用率的計算方法為所生產LED燈串概約數目除以廠房生產LED燈串的估計最高產能。
- (2) 截至二零一七年四月三十日止兩個年度，使用率的計算方法為所生產LED光管概約數目除以廠房生產LED光管的估計最高產能。
- (3) 我們估計生產廠房生產LED裝飾燈產品的最高產能，乃基於假設截至二零一五年四月三十日止年度及截至二零一五年六月三十日止兩個月，廠房約4,500平方米用於生產LED裝飾燈產品，截至二零一五年九月三十日止三個月，約4,050平方米用於生產LED裝飾燈產品，以及截至二零一六年四月三十日止七個月及截至二零一七年四月三十日止年度，約3,300平方米用於生產LED裝飾燈產品。我們生產廠房生產LED裝飾燈的最高產能乃基於假設生產員工截至二零一七年四月三十日止三個年度內，每週工作五日，每天連續八小時。

概 要

- (4) 我們估計生產廠房生產LED照明燈產品的最高產能，乃基於假設截至二零一六年四月三十日止十個月及截至二零一七年四月三十日止年度，廠房約450平方米用於生產LED照明燈產品。我們生產廠房生產LED照明燈的最高產能乃基於假設生產員工截至二零一六年四月三十日止十個月及截至二零一七年四月三十日止年度內，每週工作五日，每天連續八小時。Ipsos認為該假設為行業常見市場做法之一，董事認為採納上述假設乃基於本集團僱員手冊，其列明生產員工每日工作八小時。
- (5) 為於交付時間緊迫的情況下達致客戶需求，我們的廠房加班運作(即每日工作八小時以上或每週工作五日以上)，故生產LED裝飾燈產品的使用率超過100%。

有關廠房產能的詳細闡述，請參閱本文件「業務 — 4.採購及生產 — 機器及使用率」一節。

競爭優勢

我們認為，以下競爭優勢是我們迄今為止取得成功的關鍵因素，我們將可藉此增加市場份額，捕捉目標市場的未來增長機遇：

- 我們擁有穩健的全球銷售網絡及擴大客戶基礎的能力；
- 我們有豐富及靈活的產品開發能力，嚴格控制質量；及
- 我們的管理團隊饒富經驗，專心致志。

業務策略及前景

我們矢志憑藉我們成熟的業務模式，成為中國首屈一指的LED燈產品製造商之一，並達到可持續增長，而我們相信此目標將可使股東價值最大化。為實現我們的目標，我們擬採取以下業務策略：

- 升級生產設施；
- 擴充產品組合及加強產品開發能力；及
- 增加銷售人手及拓展銷售渠道。

主要風險因素

我們認為我們的業務及營運及就[編纂]涉及風險：

- 我們大部分收益來自向主要客戶作出的銷售。倘我們主要客戶完全終止與我們的關係，及倘我們未能發掘新客戶，則我們的業務將會受到不利影響；
- 我們並無知名品牌名稱，且我們的業務依賴LED燈產品行業對我們的觀感及對產品的認知；

概 要

- 本集團從事生產及(主要向北美及亞太區)銷售LED燈產品。該等地區的LED燈產品的市場狀況、業務及財務資源倘出現任何重大惡化或市場失靈或會對本集團的業務及財務業績構成不利影響；
- 我們的銷量受季節性或消費者開支模式變化影響；
- 我們預期會與競爭對手發生激烈價格競爭及我們在未來可能無法降低我們的產品價格來競爭；
- 我們的業務和盈利能力受原材料成本波動或原材料供應的穩定性規限；
- 本集團截至二零一七年四月三十日止年度的經營現金流量錄得負數，而倘若本集團經營現金流量日後繼續錄得負數，我們可能面臨流動資金及營運風險；及
- 我們無權管控貿易公司。

經營業績概要

下表載列本集團截至二零一七年四月三十日止三個年度的經審核財務業績概要。有關更詳細資料，請參閱本文件附錄一會計師報告。本文及本文件附錄一會計師報告所載財務資料乃根據香港財務報告準則編製，乃假設猶如現有集團架構於整個呈列年度一直存在。

	截至四月三十日止年度		
	二零一五年 千港元	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元
收益	138,636	120,988	141,667
毛利	36,168	37,572	42,395
年內溢利	8,613	11,969	16,061
年內全面收益總額	9,003	11,767	15,257

收益

本集團的收益明細詳情載於本文件「財務資料 — 合併損益及其他全面收益表主要項目的討論 — 收益」一節。

概 要

毛利及毛利率

下表載列本集團於往績期間的毛利及毛利率：

	截至四月三十日止年度					
	二零一五年	利潤率	二零一六年	利潤率	二零一七年	利潤率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
LED裝飾燈						
零售商	28,131	24.2	9,924	28.0	9,377	27.6
貿易公司	5,881	33.4	3,809	35.9	7,965	30.5
其他用戶	2,156	44.5	4,251	35.7	4,321	29.9
小計	<u>36,168</u>	<u>26.1</u>	<u>17,984</u>	<u>31.0</u>	<u>21,663</u>	<u>29.1</u>
LED照明燈						
貿易公司	—	—	16,341	30.5	15,154	30.4
其他用戶	—	—	3,247	34.8	5,578	32.3
小計	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>19,588</u>	<u>31.1</u>	<u>20,732</u>	<u>30.9</u>
總計	<u>36,168</u>	<u>26.1</u>	<u>37,572</u>	<u>31.1</u>	<u>42,395</u>	<u>29.9</u>

毛利

截至二零一六年四月三十日止兩個年度，整體毛利為約36.2百萬港元及37.6百萬港元，毛利率分別為約26.1%及31.1%。截至二零一五年四月三十日止年度的毛利完全來自銷售LED裝飾燈系列，而截至二零一六年四月三十日止年度的毛利乃來自銷售LED裝飾燈及照明燈系列，分別佔總毛利47.9%及52.1%。截至二零一七年四月三十日止年度，整體毛利進一步增至約42.4百萬港元，相當於毛利率約29.9%。一如LED裝飾燈系列及LED照明燈系列截至二零一七年四月三十日止年度的銷售，LED裝飾燈系列帶來的毛利由截至二零一六年四月三十日止年度的約18.0百萬港元，增加約20.6%至截至二零一七年四月三十日止年度約21.7百萬港元，而LED照明燈系列帶來的毛利由截至二零一六年四月三十日止年度約19.6百萬港元，增加約5.6%，至截至二零一七年四月三十日止年度約20.7百萬港元。進一步詳情請參閱本文件「財務資料—合併損益及其他全面收益表主要項目的討論—毛利及毛利率」一節。

概 要

毛利率

LED裝飾燈系列的毛利率分析

售予零售客戶的LED裝飾燈系列的毛利率一般低於售予貿易公司及其他用戶的毛利率。此乃主要由於北美著名零售客戶的議價能力較強，令LED裝飾燈系列的條款較遜色及毛利較低。整體毛利率於截至二零一六年四月三十日止兩個年度由約26.1%增加至約31.1%，此乃主要由於(i)截至二零一六年四月三十日止年度，本集團並無承接客戶B的採購訂單(有關原因載列於本文件「業務—客戶—主要客戶—我們與客戶B的關係」一節)；及(ii)本集團選擇性地接納顧客所下達採購訂單以磋商較有利條件及條款。我們LED裝飾燈的毛利率輕微下跌至截至二零一七年四月三十日止年度的約29.1%，主要受以下因素的影響：(i)主要由於我們的新中國客戶的毛利率較低，導致其他用戶的毛利下跌；及(ii)貿易公司毛利率減少主要由於我們開始向客戶H及客戶D銷售LED玩具燈產品，兩名客戶均為我們於往績期間的五大客戶。有關產品與其他LED裝飾燈產品相比，毛利相對較低。

LED照明燈產品的毛利率分析

截至二零一六年四月三十日止年度，我們展開LED照明燈系列的銷售，其總毛利率截至二零一七年四月三十日止兩個年度分別約為31.1%及30.9%。LED照明燈產品總體利潤率相對較高乃主要由於我們向客戶的銷售所致，該等客戶分類為其他用戶。截至二零一七年四月三十日止兩個年度，相關毛利率分別約為34.8%及32.3%。例如，(i)客戶E，一間中國建築公司，截至二零一七年四月三十日止兩個年度採購我們的產品，用於其建築項目；及(ii)我們的新中國客戶，截至二零一七年四月三十日止年度採購我們的防碎LED光管產品，用於其物業開發項目。截至二零一七年四月三十日止兩個年度，售予貿易公司LED照明燈系列的毛利率分別約為30.5%及30.4%。截至二零一七年四月三十日止年度期間LED照明燈系列毛利率輕微減少主要由於我們開始向新中國客戶銷售用於農業的LED燈泡及LED光管，其毛利率較低，惟考慮到相對較大的採購量，董事認為以減價吸引新客戶於商業層面屬有利之舉，將使本集團擴大客戶基礎，擴闊產品範圍並提高市場佔有率。

概 要

合併財務狀況表概要

	於四月三十日		
	二零一五年 千港元	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元
非流動資產總值	24,898	26,549	23,248
流動資產淨值	6,616	6,318	23,934
流動資產總值	78,757	53,770	80,027
流動負債總值	72,141	47,452	56,093
資產淨值	28,036	30,303	45,560

合併現金流量表概要

	截至四月三十日止年度		
	二零一五年 千港元	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元
年初現金及現金等價物	14,231	39,378	13,485
經營活動所得／(所用)現金淨額	23,758	15,615	(3,086)
投資活動所用現金淨額	(4,164)	(4,693)	(408)
融資活動所得／(所用)現金淨額	5,247	(34,531)	(1,593)
現金及現金等價物增加／(減少)淨額	24,841	(23,609)	(5,087)
匯率變動對現金及現金等價物的影響	306	(2,284)	104
年末現金及現金等價物	39,378	13,485	8,502
營運資金變動前的經營現金流量	19,654	21,197	25,841

流動資金及資本資源

	截至四月三十日止年度		
	二零一五年 千港元	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元
營運資金變動前的經營現金流量	19,654	21,197	25,841

概 要

經選定主要財務比率

	於四月三十日／截至四月三十日止年度		
	二零一五年	二零一六年	二零一七年
流動比率	1.1 倍	1.1 倍	1.4 倍
速動比率	0.7 倍	0.6 倍	1.0 倍
資產負債比率	2.1 倍	0.8 倍	0.6 倍
負債與權益比率	64.8%	38.6%	39.7%
利息償付比率	4.6 倍	5.4 倍	12.5 倍
總資產回報率	8.3%	14.9%	15.6%
權益回報率	30.7%	39.5%	35.3%

更多詳情請參閱「財務資料—經選定主要財務比率」一節。

股息

截至二零一七年四月三十日止三個年度，本集團成員公司宣派股息約零、9.5百萬港元及零，佔相關年度的年內純利約零、79.4%及零。本集團派付的所有股息已派發予控股股東。

截至二零一六年四月三十日止年度，中期股息約5.5百萬港元已於二零一五年九月三十日宣派並於二零一五年十一月二十四日、二零一五年十一月二十五日及二零一五年十二月二日以現金支付。截至二零一六年四月三十日止年度的末期股息約4.0百萬港元已於二零一六年四月三十日宣派並於二零一六年六月一日以現金支付。所有股息以內部資源撥付。董事認為派息並無對本集團財務及流動資金狀況造成重大不利影響。

我們目前並無任何股息政策。股息或會以現金或我們認為合適的其他方式分派。宣派及支付任何股息須經董事會酌情提出建議。此外，一個財政年度的末期股息須待股東批准後方可作實。日後宣派或支付任何股息及任何股息金額的決定將視乎多項因素，包括我們的經營業績、財務狀況、附屬公司向我們支付的現金股息以及董事會可能認為有關的其他因素。概不保證本公司將能夠宣派或派發任何董事會計劃內的股息金額或將會宣派或派發股息。過往派息的記錄未必能夠作為日後董事會宣派或派付股息的水平參考或基準。

概 要

[編纂]

根據[編纂]港元的[編纂] (即本文件所述[編纂]範圍的中位數)及假設[編纂]不獲行使，上市總開支估計為約[編纂]百萬港元。在約[編纂]百萬港元的[編纂]總額中，發行[編纂]直接應佔的約[編纂]百萬港元將於[編纂]後入賬列為權益扣減。餘下[編纂]為約[編纂]百萬港元，其中約[編纂]百萬港元、[編纂]百萬港元、[編纂]百萬港元及[編纂]百萬港元乃於截至二零一七年四月三十日止四個年度於損益賬扣除，以及約[編纂]百萬港元預期將於截至二零一八年四月三十日止年度於損益賬扣除。

我們的股東

萬科的[編纂]

於二零一五年三月二十五日，邵先生與萬科訂立買賣協議。萬科投資的詳情載於本文件「歷史、重組及公司架構—[編纂]」一節。

我們的主要股東

姓名／名稱	身份及 權益性質	所持股份數目 (附註1)	概約持股 百分比
Real Charm (附註2)	實益擁有人	[編纂](L)	[編纂]
邵先生 (附註2)	於受控制法團的權益	[編纂](L)	[編纂]
鍾如春女士 (附註3)	配偶權益	[編纂](L)	[編纂]
萬科 (附註4)	實益擁有人	[編纂](L)	[編纂]
江女士 (附註4)	於受控制法團的權益	[編纂](L)	[編纂]
袁先生 (附註5)	配偶權益	[編纂](L)	[編纂]

附註：

- (1) 英文字母「L」表示股東於本公司股本的權益之好倉。
- (2) Real Charm由邵先生全資實益擁有。因此，邵先生根據證券及期貨條例被視為在[編纂]後於Real Charm持有的[編纂]股份中擁有權益。
- (3) 鍾如春女士為邵先生的配偶。因此，就證券及期貨條例而言，彼被視為於邵先生擁有權益的[編纂]股份中持有權益。
- (4) 萬科由江女士全資實益擁有。因此，根據證券及期貨條例，於[編纂]後，江女士被視為於萬科持有的[編纂]股份中擁有權益。
- (5) 袁先生為江女士的配偶。因此，就證券及期貨條例而言，彼被視為於江女士擁有權益的[編纂]股份中持有權益。

概 要

[編纂]用途及[編纂]的理由

本公司計劃使用[編纂]之[編纂]淨額(經扣除相關[編纂]費用及與[編纂]相關之估計開支並假設[編纂]完全不獲行使及[編纂]為[編纂]港元([編纂]範圍中位數))約[編纂]港元作下列用途：

- 約[編纂]港元(佔估計所得款項淨額約[編纂]%)用於升級生產設施；
- 約[編纂]港元(佔估計所得款項淨額[編纂]%)用於償還短期借貸及融資租賃；
- 約[編纂]港元(佔估計所得款項淨額約[編纂]%)用於擴充產品組合及加強產品開發能力；
- 約[編纂]港元(佔估計所得款項淨額約[編纂]%)用於增加銷售人手及拓展銷售渠道；及
- 其餘約[編纂]港元(佔估計所得款項淨額約[編纂]%)用於本集團的營運資本。

[編纂]將增強本集團的資本基礎及向我們提供額外資金來實施我們的未來計劃。董事認為[編纂]能夠為本集團帶來以下好處：

- 取得額外融資來源；
- 把握業內增長機遇；及
- 擴大客戶基礎。

向本集團作出的長期承諾

為展示控股股東對本集團作出的長期承諾，控股股東自願向本公司、保薦人、[編纂](為其本身及代表[編纂])承諾，除創業板上市規則第13.18條所允許者外，彼將不會並將促使相關註冊持有人不會於自本文件內控股股東持股披露資料所述日期起直至[編纂]後三十個月當日止期間，銷售或出售彼於本文件表示為實益擁有人的任何股份，或就該等股份訂立任何出售協議或以其他方式設置任何產權負擔。有關禁售期間乃超出創業板上市規則第13.16A(1)(a)條所提述的一般規定。詳情請參閱本文件「[編纂]—[編纂]—[編纂]」一節。

概 要

[編纂]統計數字

[編纂]時的市值^(附註1)： 150百萬港元至250百萬港元

[編纂]數目： [編纂]

[編纂]： [編纂]港元至[編纂]港元

未經審核備考經調整每股合併有形資產淨值^(附註2) 0.15港元至0.23港元

附註：

- (1) 股份的市值是根據[編纂]每股[編纂]港元至[編纂]港元及緊隨[編纂]及[編纂]完成後已發行[編纂]股份(惟並無計及倘[編纂]及購股權計劃下可能授出的購股權獲行使而配發及發行的任何股份)計算。
- (2) 未經審核備考經調整每股合併有形資產淨值乃經本文件附錄二「A. 未經審核備考經調整合併有形資產淨值」分節所述的調整後達致。

近期發展

根據本集團的未經審核管理賬目，截至二零一七年八月三十一日止四個月的收益較去年同期輕微上升。有關升幅主要由於(i) LED裝飾燈系列的銷售略有上升，主要由我們向新美國客戶銷售LED燈串所帶動，其為一家貿易公司，服務超過2,000名批發客戶，包括大型全國零售店、專業裝飾／裝置工程公司及小型商戶。該名客戶乃透過行政總裁周國安先生介紹予本集團，其於二零一七年年初向我們下達首張訂單；及(ii) LED照明燈系列的銷售上升，主要是我們向其中五位新中國客戶(由現有客戶或董事及高級管理層介紹)銷售LED照明燈產品所帶動。我們主要透過貿易展覽會以及董事、高級管理層、現有客戶及供應商的引薦去延攬新客戶。我們相信管理層團隊憑藉於LED燈製造業內的廣泛參與及人脈網絡，其一直能有效地為本公司帶來新客戶。

並無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，本集團自二零一七年四月三十日(即本文件附錄一會計師報告所載之本集團最近期經審核合併財務報表的編製日期)起的財務或經營狀況或前景並無重大不利變動，自二零一七年四月三十日起亦無任何事件對本文件附錄一會計師報告所載資料造成重大影響。