

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於只屬概要，故並無載列所有可能對閣下屬重要的資料。

業務概覽

本集團的主營業務是產銷家居及醫療用途的一次性衛生用品，產品主要包括醫療用廢物袋、一般廢物袋、一次性膜袋及圍裙。截至二零一零年三月三十一日止三年各年及截至二零一零年六月三十日止三個月，我們的營業額按環節、業務模式及產品類別分類如下：

	截至三月三十一日止年度						截至六月三十日止三個月			
	二零零八年		二零零九年		二零一零年		二零零九年		二零一零年	
	估營業額 百分比 千港元	(%)	估營業額 百分比 千港元	(%)	估營業額 百分比 千港元	(%)	估營業額 百分比 千港元 (未經審核)	(%)	估營業額 百分比 千港元	(%)
家居環節										
製成品銷售										
— 膜袋	197,686	70.1	163,358	52.4	119,745	28.0	32,536	38.2	34,389	30.2
— 一般廢物袋	52,663	18.7	95,689	30.7	105,424	24.7	34,164	40.1	19,009	16.7
醫療環節										
製成品銷售										
— 醫療用廢物袋	9,125	3.2	21,482	6.9	23,994	5.6	9,353	11.0	4,118	3.6
— 一般廢物袋	4,119	1.4	384	0.1	1,112	0.3	398	0.5	18,965	16.7
— 圍裙	18,487	6.6	30,694	9.9	37,785	8.8	8,688	10.2	4,849	4.3
產品貿易										
— 一般廢物袋	—	—	—	—	139,056	32.6	—	—	32,376	28.5
總計	<u>282,080</u>	<u>100.0</u>	<u>311,607</u>	<u>100.0</u>	<u>427,116</u>	<u>100.0</u>	<u>85,139</u>	<u>100.0</u>	<u>113,706</u>	<u>100.0</u>

鑑於董事認為醫療耗用品市場的增長潛力較佳，本集團的未來策略將更著重於醫療類產品，同時仍然會努力銷售家居類產品。

自製產品銷售

本集團不少產品屬創新設計，我們的創辦人覃先生成功在不同的司法權區取得該等設計的專利。覃先生已訂立專利轉讓，將他的歐盟專利、中國專利及美國專利的所有權轉讓予本集團。歐盟專利及美國專利的轉讓已經完成。根據有關中國法律法規，中國專利轉讓應向專利管理當局註冊。中國專利轉讓將在註冊當日生效，而因此惠州駿洋將成為中國專利的登記所有人。此外，覃先生與惠州駿洋亦訂立中國專利特許證協議，據此，惠州駿洋獲許可使

概 要

用中國專利。據中國法律顧問的意見，根據中國專利特許證協議，惠州駿洋現時有權使用中國專利。覃先生及惠州駿洋正進行有關註冊及備案手續，而中國專利特許證協議將在完成中國專利轉讓註冊時終止生效。據中國法律顧問進一步的意見，覃先生及惠州駿洋在完成上述註冊及備案手續上並無重大的法律障礙。

我們的部分產品按客戶特定的要求，以可氧化生物降解材料，利用自身開發的配方製成。截至二零一零年三月三十一日止三年及截至二零一零年六月三十日止三個月，我們具可氧化生物降解性質產品的收益約為4,152,000港元、37,139,000港元、29,048,000港元及3,775,000港元，分別佔有關期間的總營業額約為1.5%、11.9%、6.8%及3.3%。

我們的生產設施位於中國廣東省惠州市，設計年產能達38,600噸一次性衛生用品。我們已成功就關鍵生產工藝應用的多項生產技術申請專利。該等專利技術專為提升生產效率而設，並有利我們以專利設計進行批量生產。我們的惠州生產設施已獲得ISO9001：2008及GB/T 19001-2008認證，反映了我們保持產品質量的承諾。

產品貿易

本集團於二零零九年與美國客戶Spectrum Bags, Inc. 展開供醫療環節使用的一般廢物袋貿易業務，成功立足於美國市場。據其網站資料顯示，Spectrum Bags, Inc. 成立於一九八五年，為零售商店、餐廳、超市、醫院、寓所屋苑及工業用印花袋製造商兼進口商。與此新客戶展開貿易為截至二零一零年三月三十一日止年度的營業額顯著增幅提供了巨大貢獻。我們與該家新美國客戶的業務採取背靠背貿易模式，我們按照此美國客戶下達各項訂單的條款包括數量、單價、產品說明及付款方式等，向製成品供應商下達訂單。為生產合乎此特定美國客戶要求規格的產品，我們的惠州廠房部分生產設備當時將需要進行調整，而此舉將涉及較長的時間，因此，我們與此美國客戶採納上述交易模式。為了減低意料以外的設備改造和試驗測試延誤，而導致未能符合交付進度的風險（可對較新近建立的業務關係帶來即時的負面影響），本集團向能夠即時供貨的第三方購買有關產品，出售予此美國客戶。今後，我們計劃向美國引進更多已證實於歐洲市場取得良好反應的自製產品。

概 要

客戶

於[●]，本集團的最大客戶佔我們的總銷售額分別約為28.1%、28.8%、32.6%及45.1%，而本集團的五大客戶佔我們的總銷售額分別約為84.6%、76.1%、87.1%及92.3%。本集團在截至二零零九年三月三十一日止兩年的最大客戶Stenqvist AS，於[●]佔我們的總銷售額約為28.1%、28.8%、19.0%及24.5%，而截至二零一零年三月三十一日止年度及截至二零一零年六月三十日止三個月，本集團的最大客戶為Spectrum Bags, Inc.。Stenqvist AS為歐洲的一家包裝用品生產商，據其網站資料顯示，其集團自一八九四年起成立，於瑞典、北歐部分地區及歐洲大陸設有生產設施，業務包括供應垃圾袋等清潔耗用物料，以及高檔塑膠袋及購物膠袋。至於Spectrum Bags, Inc.，據其網站資料顯示，成立於一九八五年，為零售商店、餐廳、超市、醫院、寓所屋苑及工業用印花袋的製造商與進口商。此外，我們的主要客戶包括HPC Healthline UK Limited (英國衛生部公眾保健系統的診所及醫院一次性醫療用品的認可分銷商之一)及英國其中一家最大連鎖超市營運商。截至二零一零年三月三十一日止三年及截至二零一零年六月三十日止三個月，HPC Healthline UK Limited的營業額佔我們的總營業額約為13.5%、19.0%、17.4%及8.5%。

我們的財務摘要

截至二零一零年三月三十一日止三年及截至二零一零年六月三十日止三個月，我們分別錄得收益約為282,100,000港元、311,600,000港元、427,100,000港元及113,700,000港元，我們的淨利潤分別約為43,100,000港元、43,500,000港元、78,900,000港元及16,900,000港元。

我們的增長策略

我們現時對中國市場並無營銷經驗。我們的增長策略之一是借助我們的產品優勢和經營歐美一次性衛生用品市場的經驗，特別是醫療與護理類產品，進軍中國的醫療耗用品市場，因為中國的醫療耗用品消耗率仍遠低於歐美市場。此外，我們計劃投入大量資源，進一步拓展在法國、德國、意大利及瑞典等其他歐洲市場的佔有率。詳情請參閱本文件「業務」一節「我們的戰略與未來計劃」分節內「開拓中國醫療耗用品市場」及「鞏固歐美市場佔有率」兩段。

概 要

我們的競爭實力

客源基礎雄厚，信譽昭著

我們的營銷活動集中於大型客戶，並已與該等客戶建立及致力維持緊密長遠的關係。我們的主要客戶包括醫療及零售行業的知名一次性產品供應商，譬如Stenqvist AS(歐洲一家包裝用品生產商)、HPC Healthline UK Limited(英國衛生部公眾保健系統的診所及醫院一次性醫療用品認可的分銷商之一)及英國其中一家最大連鎖超市營運商。以上公司於截至二零零九年及二零一零年三月三十一日止年度各年，均屬我們十大客戶之列。

我們的客戶一般對產品要求甚高，既要品質優良、合乎規格，又需成本低廉，其中有一家客戶具備診療／醫療／護理監管機構認可供應商的資格。因此，某些客戶通常只與少數能夠符合其嚴格要求的優選供應商合作，新晉供應商如欲加入市場將倍添困難。優選供應商必須以滿意的水平通過品質測試要求，在品質、價格、財務實力及產能方面俱展示良好的往績記錄，兼備良好市場信譽。我們的產品具備創新設計且品質一向優良，使我們的聲譽漸隆，客戶忠誠度與日俱增。由於我們能夠遵照客戶的要求並提供「度身訂製」服務，具備滿足個別一次性衛生用品規格要求的能力，因此部份主要客戶均倚重我們。

專利開發往績斐然，生產技術與產品設計屢創新猷

我們的創辦人覃先生，從事一次性衛生用品業務多年，期間開發多項專利生產技術及產品設計應用於我們的關鍵生產工藝及產品開發。我們藉著該等專利生產技術及設計，成功改良擠壓工藝，大大提高生產效率，開發材料質量理想的產品，為最終使用者提供便利。例如創新易用「易拉」設計的一次性膜袋、專利「易戴」設計的一次性醫療手套、以及增強配戴舒適度的一次性圍裙。

二零一零年十月二十日、十一月九日及十二月十三日，覃先生作為有關生產技術及創新產品設計的美國專利、歐盟專利及中國專利，合共18項有效專利的登記所有人，分別簽立美國專利轉讓、歐盟專利轉讓及中國專利轉讓，將他的美國專利、歐盟專利及中國專利的所有權分別轉讓予本集團。歐盟專利及美國專利的轉讓已經完成。根據有關中國法律法規，中

概 要

國專利轉讓應向專利管理當局註冊。中國專利轉讓將在註冊當日生效，而因此惠州駿洋將成為中國專利的登記所有人。此外，覃先生與惠州駿洋亦訂立中國專利特許證協議，據此，惠州駿洋獲許可免專利費使用中國專利。於[●]，有關研發產生的費用，主要是研發部門三名職員的成本，截至二零一零年三月三十一日止三年各年，合計不超過人民幣100,000元，就此而言，董事認為研究開發開支金額對本集團不算重大。詳情請參閱本文件附錄六「法定及一般資料」一節「有關本公司業務的其他資料」一段「我們的知識產權」分段。

自行開發原材料成分配方，迎合客戶偏好與需求

我們已發展一套原材料成分配方訣竅(並未申請專利)，能夠迎合客戶要求所需的物料特性。這些配方與我們的專利生產技術相結合，能通過調節配方以符合客戶的特定要求，包括(視乎情況而定)加入可降解添加劑。

嚴格的品質保證與控制程序

我們已制定和採納嚴格的品質保證與控制程序，符合ISO9001：2008及GB/T19001-2008標準。我們的品質保證與控制團隊共有17位成員，負責監察若干生產工藝的主要步驟，執行品質檢查與控制程序。[●]內，我們從未遭遇任何客戶退貨，反映我們的品質保證記錄良好，這進一步鞏固了我們的聲譽和客戶的忠誠度。

管理團隊經驗豐富

我們的管理團隊對一次性衛生用品行業擁有廣泛經驗。創辦人之一兼主席覃先生在一次性衛生用品行業經驗豐富，在根據專利轉讓向本集團轉讓所有以下專利前，曾為有關不同生產技術和產品設計的有效歐盟專利、中國專利及美國專利的登記所有人。上述專利均有助提高我們的生產效率並增強了我們的產品競爭力。此外，覃先生以製造膜袋的專利生產技術，開發定制化生產設備「塑質膜袋連續封口製袋機」，獲國家科技進步獎評審委員會及國家

概 要

科技發明獎評審委員會分別頒授：「第六屆國家科技成果「進步獎」一等獎」及「第六屆國家專利技術「發明獎」一等獎」。再者，我們的執行董事之一兼行政總裁覃漢昇先生為產品設計提出創新理念，並正就相關專利提出申請。此外，覃漢昇先生進行大量營銷工作，與知名的歐美大公司客戶建立並維持了密切的關係。

我們的戰略與未來計劃

開拓中國醫療耗用品市場

我們現時在中國市場並無銷售及營運經驗，但計劃利用在一次性衛生用品行業的豐富經驗打開中國市場。我們專營產銷家居及醫療用途的一次性衛生用品，供應歐洲市場，往績記錄斐然，並藉著與一家主要客戶進行貿易業務，已成功立足美國一次性衛生用品市場。我們的增長策略之一是，借助旗下產品優勢和經營歐美市場的經驗進軍中國的醫療耗用品市場。中國的醫療耗用品消耗率仍遠低於歐美市場，因此我們相信，中國的一次性醫療用品市場具有龐大潛力。儘管我們的醫療產品於[●]的利潤率較低，但考慮到中國對醫療產品需求的預期增長，董事認為，本集團醫療產品的利潤率今後將會有所改善。為迅速有效地在中國醫療產品市場得到認可並佔有一席位，並奠定將來推出自營醫療產品的基礎，我們對中國醫療市場有以下的擴充計劃：

於中國醫療市場的拓展計劃

1. 我們擬開始向海外醫療產品供應商進口減低脊骨受壓系統(根據國家食品藥品監督管理局(前稱國家藥品監督管理局)《醫療器械分類目錄》的分類，屬第二類醫療器械)，轉售予中國北京市的醫院。
2. 我們計劃在中國建造一項新生產設施用於製造醫療產品。我們正考慮多項經挑選具潛質的產品，研究其市場認受性及業務潛力，並將在我們的新生產設施進行生產，及向中國北京市的診所及醫院銷售，產品包括醫療手套(屬《醫療器械分類目錄》的第一類醫療器械)及圍裙(本集團現有產品)。

概 要

資本開支

1. 發展中國分銷渠道的資本開支估計約為23,000,000港元。渠道將劃撥用於分銷本集團將進口及自製的擬定醫療產品。
2. 建造新生產設施的資本開支估計約為224,000,000港元。按目前計劃，這項新生產設施的建造將分兩期進行，第一期計劃將於二零一二年三月三十一日前竣工。本集團估計建造第一期生產設施的投資成本將約為68,000,000港元，而倘若我們現有的惠州廠房經調整達致相等的產能，則估計涉及成本約為52,000,000港元。第二期的建造計劃將於二零一三年三月三十一日前完成。

拓展中國醫療消耗品市場涉及的風險

我們對在中國生產及銷售產品並無任何經驗。因此，我們無法確定所生產的有關醫療器械能否在商業上達致成功。此外，在中國產銷該等醫療器械須獲得有關中國政府當局頒發的適當許可證、執照、批文及／或認證。我們並未為旗下新生產設施領取相關的許可證、執照、批文及／或認證以在中國產銷第一類醫療器械及銷售第二類醫療器械，我們或未能領取及續領有關所需的適當許可證、執照、批文及／或認證，若然如此，我們將不能在中國產銷自有的醫療產品。倘若該等許可證、執照、批文及／或認證提高合規標準，將可能令我們的業務增加合規成本，且遭受更多限制，可能會對本集團的營運及盈利產生不利的影響。

倘若我們未能展開及完成建造在中國的生產設施以製造歸類為第一類醫療器械的產品，我們或未能按照我們的整體市場拓展計劃自行生產該等醫療產品於中國銷售。上述情況可能會對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利的影響。

概 要

有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素」一節「我們未必能夠為中國的新生產設施申領及續領適當的許可證、執照、批文及／或認證，以在中國產銷第一類醫療器械及銷售第二類醫療器械」及「我們並無在中國產銷圍裙及第一類醫療器械和進口第二類醫療器械的經驗」各段。

鞏固歐美市場佔有率

我們產銷醫療及家居用途的一次性衛生用品主要供應歐洲市場，尤其側重英國。我們計劃投入大量資源，借鑒我們經營英國醫療一次性衛生用品市場的成功，以及利用與英國信譽卓著醫療護理一次性用品分銷商的深厚關係，進一步拓展在法國、德國、意大利及瑞典等其他歐洲國家的市場佔有率，因為董事相信一次性衛生用品在上述市場有巨大的潛力。此外，由於我們初步利用一種貿易模式成功進軍美國市場，本公司擬向美國引入更多已證實於歐洲市場取得良好反應的自製產品。為實踐市場拓展計劃，我們計劃按需要擴大惠州廠房於一次性衛生用品的產能，譬如醫療用圍裙、手套、棄置袋(並不屬於《醫療器械分類目錄》的分類)等，惟視乎未來利用狀況而定。

增加可氧化生物降解一次性衛生用品的產量

現時，我們按客戶的特定要求產銷以可氧化生物降解材料製成的一次性衛生用品，利用自行研發的配方控制原材料的成份，從而調節產品的可降解度。由於預期市場對環保意識的提高，我們相信全球對可降解一次性衛生用品的需求將愈趨殷切，按照我們現時的生產設施及技術，能夠提高可氧化生物降解一次性衛生用品的產量。我們將繼續投放資源並改良技術及產品，致力佔有未來全球可降解一次性衛生用品更大的市場份額。

加強我們的研發能力

在生產工藝中應用定制化專利生產技術以及不斷開發創新專利產品設計，實為我們公司發展的成功要素之一。我們深悉，研發工作是保持競爭優勢的關鍵因素，也是開發創新與設計易用的一次性衛生用品的基礎。我們計劃加強研發實力，增聘專才及／或研究人員以研究如何改良有關一次性衛生用品的技術。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

下表載列本集團目前的產品與有關地區市場，以及我們未來擬推出的產品及有關目標市場：

1. 目前的業務

生產基地	產品	目標市場
惠州廠房	醫療用廢物袋、圍裙、 一般廢物袋及膜袋	海外市場，主要包括 英國、挪威、瑞典、 德國及美國

2. 未來擴張計劃

生產基地	產品	目標市場	時間進度	資本開支 (百萬港元)
將在中國新建的 生產廠房	醫療手套(屬第一類醫療器 械)及醫療用圍裙	目標是向中國北京市 的診所及醫院銷售	第一期將於二零一二年 三月三十一日前 完成，而第二期將於 二零一三年 三月三十一日前完成	224
生產設施經擴充及 升級的惠州廠房	醫療用圍裙、手套及棄置袋 (不屬《醫療器械分類目 錄》的分類)	目標是向海外及 中國市場銷售	將於二零一二年 三月三十一日前完成	34
自海外供應商進口 的醫療器械	減低脊骨受壓系統 (屬第二類醫療器械)	目標是向中國北京市 的醫院銷售	將於二零一一年 三月三十一日前展開	—
在中國發展 分銷渠道	上述擬定進口及自製產品	目標是於中國銷售	將於二零一二年 三月三十一日前完成	23

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

財務資料摘要

下表載列[●]我們的合併收益表及合併財務狀況報表摘要，報表為按照香港會計準則、香港財務報告準則、香港會計師公會頒佈的修訂及詮釋編製，摘要取材自本文件附錄一所載會計師報告內的合併財務報表。

合併全面收益表

	截至三月三十一日止年度			截至六月三十日止三個月	
	二零零八年 千港元	二零零九年 千港元	二零一零年 千港元	二零零九年 千港元 (未經審核)	二零一零年 千港元 (未經審核)
收益	282,080	311,607	427,116	85,139	113,706
銷售成本	<u>(219,863)</u>	<u>(247,268)</u>	<u>(334,299)</u>	<u>(56,889)</u>	<u>(89,009)</u>
其他收入 (附註)	62,217	64,339	92,817	28,250	24,697
銷售及分銷開支	4,628	1,034	7,497	6,477	2,295
行政開支	(14,233)	(10,827)	(11,747)	(3,002)	(2,916)
[●]開支	(9,463)	(10,680)	(8,619)	(1,909)	(2,844)
	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>—</u>	<u>(3,746)</u>
除稅前利潤	43,149	43,866	79,948	29,816	17,486
稅項	<u>—</u>	<u>(335)</u>	<u>(1,004)</u>	<u>(374)</u>	<u>(540)</u>
年度／期間利潤	<u>43,149</u>	<u>43,531</u>	<u>78,944</u>	<u>29,442</u>	<u>16,946</u>
其他全面收入					
換算產生的匯兌差異	<u>3,746</u>	<u>1,409</u>	<u>135</u>	<u>24</u>	<u>155</u>
本公司擁有人應佔年度 ／期間全面收入總額	<u>46,895</u>	<u>44,940</u>	<u>79,079</u>	<u>29,466</u>	<u>17,101</u>
每股盈利					
— 基本 (港仙)	<u>8.52</u>	<u>8.59</u>	<u>15.58</u>	<u>5.81</u>	<u>3.34</u>

附註：截至二零一零年三月三十一日止兩年，本集團分別將1,000,000港元及5,000,000港元確認為來自應收單先生款項的估算利息收入，此乃非現金及非經常性收入。

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

合併財務狀況報表

	本集團			本公司	
	於三月三十一日			於二零一零年	於二零一零年
	二零零八年	二零零九年	二零一零年	六月三十日	六月三十日
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
非流動資產					
物業、廠房及設備	49,143	45,952	42,370	41,257	—
預付租賃款項	6,568	6,598	6,417	6,389	—
應收一名董事款項	11,000	61,000	—	—	—
	<u>66,711</u>	<u>113,550</u>	<u>48,787</u>	<u>47,646</u>	<u>—</u>
流動資產					
存貨	69,434	33,607	43,773	34,965	—
預付租賃款項	192	197	198	198	—
應收貿易賬款及其他應收款 項以及預付款項	50,287	32,942	124,754	82,163	—
可退回稅款	288	—	—	—	—
應收董事款項	10,826	56,808	155,933	—	—
受限制銀行存款	517	—	—	—	—
銀行結餘及現金	7,980	17,861	9,237	32,982	—
	<u>139,524</u>	<u>141,415</u>	<u>333,895</u>	<u>150,308</u>	<u>—</u>
流動負債					
應付貿易賬款及其他應付款 項以及應計款項	10,807	11,770	54,965	31,719	—
應付董事款項	89,472	95,964	100,325	61,202	—
應付稅款	—	335	1,339	1,879	—
	<u>100,279</u>	<u>108,069</u>	<u>156,629</u>	<u>94,800</u>	<u>—</u>
流動資產淨值	<u>39,245</u>	<u>33,346</u>	<u>177,266</u>	<u>55,508</u>	<u>—</u>
	<u>105,956</u>	<u>146,896</u>	<u>226,053</u>	<u>103,154</u>	<u>—</u>
資本及儲備					
股本／實繳資本	1,097	1,097	1,175	1,175	—
儲備	104,859	145,799	224,878	101,979	—
	<u>105,956</u>	<u>146,896</u>	<u>226,053</u>	<u>103,154</u>	<u>—</u>

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

下表載列本集團於[●]按地區、產品環節、業務模式及產品類別劃分收益的分析：

	截至三月三十一日止年度			截至六月三十日止三個月	
	二零零八年 千港元	二零零九年 千港元	二零一零年 千港元	二零零九年 千港元 (未經審核)	二零一零年 千港元
按地區劃分之收益					
英國	124,013	127,771	151,424	46,123	26,345
挪威	79,317	89,600	81,228	21,969	28,304
瑞典	35,348	16,878	2,296	459	338
德國	18,010	20,934	24,766	5,862	2,936
美國	10,924	9,254	141,203	904	53,544
新加坡	4,448	34,486	15,400	7,058	—
其他	10,020	12,684	10,799	2,764	2,239
	<u>282,080</u>	<u>311,607</u>	<u>427,116</u>	<u>85,139</u>	<u>113,706</u>
家居環節					
製成品銷售					
膜袋	197,686	163,358	119,745	32,536	34,389
一般廢物袋	52,663	95,689	105,424	34,164	19,009
小計	<u>250,349</u>	<u>259,047</u>	<u>225,169</u>	<u>66,700</u>	<u>53,398</u>
醫療環節					
製成品銷售					
醫療用廢物袋	9,125	21,482	23,994	9,353	4,118
一般廢物袋	4,119	384	1,112	398	18,965
圍裙	18,487	30,694	37,785	8,688	4,849
產品貿易					
一般廢物袋	—	—	139,056	—	32,376
小計	<u>31,731</u>	<u>52,560</u>	<u>201,947</u>	<u>18,439</u>	<u>60,308</u>
總計	<u>282,080</u>	<u>311,607</u>	<u>427,116</u>	<u>85,139</u>	<u>113,706</u>

本網上預覽資料集為草擬本，當中所載信息並不完整，並可予更改。本網上預覽資料集必須與其封面所載之「警告」一節一併閱讀。

概 要

毛利及毛利率

毛利指收益與銷售成本之差額。下表載列[●]按業務模式及環節劃分的毛利及毛利率。

	截至三月三十一日止年度						截至六月三十日止三個月			
	二零零八年		二零零九年		二零一零年		二零零九年		二零一零年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
	(未經審核)									
按業務模式劃分										
製成品銷售	62,217	22.1	64,339	20.6	82,524	28.6	28,250	33.2	22,442	27.6
產品貿易	—	—	—	—	10,293	7.4	—	—	2,255	7.0
總計	<u>62,217</u>	22.1	<u>64,339</u>	20.6	<u>92,817</u>	21.7	<u>28,250</u>	33.2	<u>24,697</u>	21.7
按環節劃分										
家居環節	59,520	23.8	63,602	24.6	74,654	33.2	25,950	38.9	18,694	35.0
醫療環節	<u>2,697</u>	8.5	<u>737</u>	1.4	<u>18,163</u>	9.0	<u>2,300</u>	12.5	<u>6,003</u>	10.0
總計	<u>62,217</u>	22.1	<u>64,339</u>	20.6	<u>92,817</u>	21.7	<u>28,250</u>	33.2	<u>24,697</u>	21.7

整體毛利率由截至二零零八年三月三十一日止財政年度的約22.1%降至截至二零零九年三月三十一日止財政年度的約20.6%。整體毛利率下降是由於我們的醫療類產品之毛利率下降，由約8.5%下跌至1.4%，原因為消耗的聚乙烯比例增加，導致銷售成本上升，而增加成本並未在相應期內完全反映於我們的醫療類產品售價，因為本集團期望與客戶維持良好的關係。

整體毛利率由截至二零零九年三月三十一日止財政年度的約20.6%升至截至二零一零年三月三十一日止財政年度的約21.7%。整體毛利率上升主要由於家居及醫療環節自製品的毛利率俱升，原因是聚乙烯採購價下跌。然而，利潤率改善的影響，部分為截至二零一零年三月三十一日止財政年度展開的貿易業務毛利率為較低的7.4%所抵銷。

與截至二零一零年三月三十一日止財政年度比較，於截至二零一零年六月三十日止三個月，本集團的整體毛利率維持約21.7%的平穩水平。與截至二零一零年三月三十一日止財政年度比較，我們的家居及醫療類產品的毛利率進一步改善，但其影響全部為利潤率較低的醫療環節佔收益比例趨升所抵銷。我們醫療類產品的毛利率一般低於家居類產品，因為本集團有意維持醫療類產品具有競爭力的價格，以及我們的自製品之中，醫療類產品(例如圍裙)所消耗的聚乙烯比例屬於較高。

概 要

股息政策

我們或以現金或我們認為合適的其他方式分派股息。宣派及派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可能認為有關的其他因素。

根據中國法律，股息僅可以按照中國會計原則計算的淨利潤支付，而中國會計原則與其他司法權區普遍接納的會計原則(包括香港財務報告準則)存在差異。中國法律還規定，外資企業，例如我們部分在中國境內的附屬公司，須將部分淨利潤劃撥為法定儲備。該等法定儲備不可作為現金股息分派。

在任何既定年度未作分派的任何可分派利潤將被保留，並可用於往後年度的分派。倘將利潤作為股息分派，有關部分的利潤將不可重新投資在我們業務上。

截至二零零八年三月三十一日止年度，我們通過騰美向其股東派付1,000,000港元之股息。於截至二零一零年六月三十日止三個月，我們向旗下附屬公司之股東宣派股息140,000,000港元，部分以董事結餘償付，而有關股息餘款將於[●]前悉數派付。基於上述因素，在上述限制下並假設沒有出現因虧損或其他原因而減少可分派利潤的金額之情況下，我們現擬向股東分派不少於本公司截至二零一一年三月三十一日止年度可分派利潤之30%。

然而，概不保證我們將能於任何年度派付該等金額或任何金額的股息。此外，宣派及／或派付股息可能受到法律限制及／或我們日後可能訂立的融資協議所限。

概 要

風險因素

有關本公司進軍中國市場的未來計劃的風險

- 我們並無在中國產銷圍裙及第一類醫療器械和進口第二類醫療器械的經驗
- 我們未必能夠為中國的新生產設施申領及續領適當的許可證、執照、批文及／或認證，以在中國產銷第一類醫療器械及銷售第二類醫療器械
- 我們在中國的新生產廠房建設工程延遲，可能會對我們的財務績效產生重大不利的影響

有關本集團的風險

- 若我們未能挽留主要管理層成員，可能有損本集團的發展和將來的成就，並對財務狀況造成損害
- 我們的大部分收益來自數家主要客戶的銷售，若銷售水平未能保持，可能會影響本集團的經營業績及財務績效
- 我們依靠客戶提供的服務質量，客戶若未能向其各自的最終客戶提供優質服務，可能會有損本集團的財務績效
- 我們依賴若干第三方原材料供應商
- 若原材料成本上漲或我們未能及時或以合理市價購得原材料，可能會對本集團的業務與財務績效產生不利的影響
- 我們在中國營銷產品面臨若干風險，然而中國是本集團將來發展的主要目標市場
- [●]之後，我們的控股股東將對本公司保留重大控制權
- 若發生嚴重天災或其他災難或電力短缺，影響到我們的製造設施，可能會損害或干擾本集團的營運
- 本集團的設施若未能保持有效的質控體系，可能會對其業務與營運產生重大不利的影響
- 若本集團未能維持有效的內部控制，對其業務、財務業績及信譽可能會產生重大不利的影響
- 本集團可能會承受潛在的產品責任

概 要

- 若未能定期改良、強化及／或開發創新產品設計，或未能成功將新產品商品化，可能會對我們的業務前景產生重大不利的影響
- 本集團產品的市場存在激烈競爭
- 本集團目前而且將來仍可能面臨勞工短缺，或限制我們擴充營運的能力
- 全球金融市場亂局，特別是美國及歐盟市場，可能會對我們的經營業績、財務狀況及現金流量產生重大不利的影響
- 我們可能需要遷移部分在中國的生產場所
- [●]內，我們的部分收入為非經常性收入
- 我們產品平均售價的波動可能對經營業績造成不利的影響
- 我們或未能維持毛利及毛利率
- 我們依賴的註冊專利不能重續
- 我們未獲繳清的應收貿易賬款及應收貿易賬款週轉日數於[●]持續上升
- 我們的大部分產品售往海外分銷商客戶
- 我們的營運可能受當局的轉讓價格調整所影響
- 我們或未能將銷售覆蓋擴大至於[●]仍未開拓的市場
- 本公司擁有人應佔截至二零一零年九月三十日止六個月利潤的估計不一定準確預示我們截至二零一一年三月三十一日止財政年度的全年財務業績，亦不應理解作後者的指引

概 要

有關本行業的風險

- 我們若未能遵守環保法規，可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績產生重大不利的影響
- 有關一次性衛生用品的法律法規與行業標準如有變更，可能會對我們的業務及經營業績產生不利的影響
- 若我們的出口產品成為反傾銷對象，或面對更嚴格的安全、衛生、技術及環境的技術標準，本集團的出口產品銷量可能會波動及大幅下降
- 有關使用膠袋的法律法規變動可能對我們的業務及經營業績造成不利的影響
- 預期可降解零售膠袋及醫療耗用品市場的增長趨勢放緩，可能對我們的經營業績及財務績效造成不利的影響

有關中國的風險

- 有關政治與經濟環境變化的風險
- 我們承受外匯風險
- 中國政府出台新法律或變更現行法律，均可能會對我們的業務產生不利的影響
- 政府控制貨幣兌換及人民幣兌其他貨幣的匯率，可能會對我們的財務狀況、營運及付息能力產生不利的影響
- 現行稅務優惠期屆滿後，我們的企業所得稅稅率將會提高
- 我們未必能夠享有相關稅務條約的優惠預扣稅率
- 新頒佈的中國勞動合同法，可能令我們的勞動成本提高
- 中國的醫療耗用品行業受到嚴格監管，政府將來的監管可能會對我們的業務構成額外負擔
- 在中國拓展醫療耗用品業務可能會存在困難，因為中國的健康護理體制尚在起步階段