

概 要

概要

我們為大型奢侈手袋及小皮具外判製造商。我們主要業務為代Coach、Fossil、Michael Kors、Lacoste及Prada等國際領先的高檔及奢侈品牌，及Tumi等高檔旅行品牌開發及製造手袋、小皮具及旅行用品，該等公司其後向其客戶銷售我們開發及製造的產品。我們亦為美國著名大型百貨連鎖店研究、開發、設計及製造私人標籤手袋及小皮具。此外，以我們約30年之營運歷史為基礎，我們於二零一一年二月推出TUSCAN'S品牌手袋及小皮具，此高檔時尚品牌源自意大利，於二零一一年二月及三月已在中國廣州開設兩家零售店。於二零一一年十月三十一日，我們於中國多個城市擁有七家獨立零售店及九個百貨店專櫃。

我們尤其受益於與Coach長達13年的業務關係，促使我們成為Coach最大手袋供應商，且於往績記錄期間，Coach成為我們最大客戶。於二零零九、二零一零及二零一一財政年度，我們從Coach所取得的收益分別為562,000,000港元、908,400,000港元及1,327,600,000港元，分別佔我們收益的41.6%、52.6%及53.2%。同期，來自我們五大客戶的收益總額分別為1,020,800,000港元、1,451,200,000港元及2,055,600,000港元，分別佔我們收益75.6%、84.1%及82.4%。然而，由於我們並非任何客戶的獨家供應商且並無與任何客戶訂立長期採購協議，故就個別客戶進行的工產量或每年不同。於二零一一年六月三十日，我們餘下四大客戶包括一家美國上市專門消費時裝配飾設計、營銷及分銷的環球公司；一家法國皮具、旅行袋及配飾供應商；一家美國上市大型美國百貨店零售商；及一個以美國為基地的手袋品牌。

我們產品生產中多個步驟需要高水平的工藝。通過我們與國際高檔及奢侈品牌的悠久經營歷史，我們已就高檔及奢侈手袋以及小皮具生產過程中每一個重要步驟積累深入專業知識及技術。複雜手袋的生產過涉及逾200個步驟，包括由技術卓越的工人以人手組裝逾100個獨立部件。根據我們的經驗，只有少數步驟能自動化，大多數步驟須以人手進行，且眾多步驟亦涉及工藝，為提高產品質量及優化效率，故要求高水平的技術或須熟練。該等步驟包括特製皮革裁剪、縫補、刺繡、拼布、織布及打褶等。儘管我們不會根據工藝純熟度將僱員分類，惟只有經驗豐富的僱員方獲准進行需運用工藝技術的工作。

製造

於二零一一年十月三十一日，我們經營五家製造設施，共有208條生產線、約14,700名員工，建築面積合共約148,700平方米。其中四家製造設施位於中國廣東省東莞市，一家位於中國廣東省英德。我們的製造設施戰略選址廣東省，務求受惠於完善的交通及物流基建以及原料供應商。我們於往績記錄期間大幅擴充生產力。我們於二零零九財政年

概 要

度製造及售出約7.2百萬件產品，而二零一零財政年度及二零一一財政年度則分別為約9.0百萬件及12.3百萬件。於二零零九年、二零一零年及二零一一年六月三十日，我們的估計年產能分別約為10.5百萬件、12.8百萬件及16.1百萬件手袋、小皮具及旅行用品，相應財政年度估計使用率則分別約為69%、73%及76%。我們的估計年產能乃按我們於有關財政年度所錄得最高產量的生產月份，並假設於該財政年度每月均會達致相同產量計算。估計使用率為所製造產品實際數目除有關財政年度估計年產能。估計年產能增加乃主要由於客戶對產品的需求增加，以致我們的生產線於往績記錄期間由123條增至191條。我們相信，此增幅亦已改善我們生產的彈性及效率，讓我們更能迎合客戶不斷轉變的要求。

我們計劃繼續擴展生產力。就生產設施而言，我們現時的擴展計劃包括英德製造設施第二期擴展。我們已於二零一零年九月就部分英德製造設施第二期擴展的兩幢樓宇訂立建築合約，且根據我們的中國法律顧問，我們已就興建該兩幢樓宇向有關中國機關取得一切必要批准及許可證。我們正就餘下樓宇商討建築合約，並將於生產前就該等樓宇領取必要房地產所有權證。預期第二期設施首兩幢樓宇將於二零一一年十二月或前後投產。現時預期餘下樓宇將於二零一三財政年度投產，約50%產能於二零一三財政年度初可供使用，餘下產能則於二零一三財政年度底可供使用。於全面完成時，第二期生產線數目將增加84條，我們的估計年產能則增加約8.1百萬件。由於我們預期將於有關設施安裝技術較現有製造設施更為先進的機器及設備，故我們預期，擴充英德製造設施將提升我們的技術水平。

然而，與具有標準生產要求及生產時間的特定產品製造設施不同，我們的手袋、小皮具及旅行用品的生產要求及生產時間基於多項因素大幅改變，如產品風格與結構差別、特定產品生產線可用的工人數目，以及產品生產涉及高水平工藝，因而限制生產過程中可自動化的步驟數目。此外，我們或會接獲產量較低但售價較高的複雜產品訂單，以及產量較高但售價較低的複雜產品訂單。因此，我們的估計年產能及使用率可能並非產能運用的準確指標，或於估計我們的盈利能力時毫無意義。

概 要

原材料及供應商

我們自300多家不同供應商購買原料，其中大部分位於中國境外，亦包括大量中國原料供應商。於二零零九、二零一零及二零一一財政年度，單一最大供應商於各期間應佔採購分別佔總採購的4.8%、4.7%及4.3%，五大供應商於各期間應佔採購則分別佔總採購的18.2%、16.9%及16.0%。於二零一一年六月三十日，我們五大供應商包括一家以西班牙為基地、提供皮具、小皮具及鞋皮革的國際供應商；一家以南韓為基地、提供高檔手袋及服裝紡織原料及布料的環球供應商；一家以南韓為基地、提供時裝產品優質皮革的供應商；一家以中國為基地的皮革供應商；及一家以南韓為基地的皮革供應商。於二零一一年六月三十日，我們與十大供應商已建立平均逾六年的業務關係。眾多客戶均訂明我們製造彼等產品時必須使用指定原料供應商，因此可使我們受惠於彼等的定價手段及影響力並讓我們優先取得優質原料。然而，視乎客戶及訂購產品而定，我們絕大部分供應商同時為指定及非指定供應商，而於二零零九、二零一零及二零一一財政年度，所有五大供應商同時為指定及非指定供應商。當供應商獲客戶指定，唯一主要差別在於客戶指定我們採購團隊將向供應商採購的原材料。我們亦受惠於鄰近若干供應商，並可進入高效的港口設施以收取來自中國境外供應商的貨物，從而使我們減低成本及縮短交付時間。

產品研究、開發及設計

我們設有內部創意中心及研發中心，與國際領先之高檔及奢侈品牌客戶合作開發產品。內部創意中心負責生產源自設計概念之雛型及銷售樣品，而儘管研發中心並無直接參與產品研究、開發及設計，其負責研究及採用製造技術，如引進半自動鑲邊機器及壓紋機器至生產過程若干步驟(如適合)，務求高效地生產優質手袋及小皮具，並為不同設計的手袋及小皮具的生產過程就產品設計與材料而言在大量生產可行性方面提供意見。此兩家中心均參與我們生產的每件產品的生產過程且密切合作，為美國著名大型連鎖百貨店研究、開發及設計私人標籤手袋及小皮具。於二零一一年十月三十一日，創意中心及研發中心分別擁有約1,100名及62名員工，當中眾多員工於我們的行業具備豐富經驗，提升我們就客戶產品開發過程與其合作的能力。我們亦聘請意大利設計工作室之設計團隊不時為我們提供設計理念，以供我們參考及使用。於二零零九、二零一零及二零一一財政年度，我們的創意中心分別與客戶設計及開發或合作設計及開發超過5,000件、6,200件及7,400件獨一無二之手袋及小皮具。我們亦設有內部設計及開發團隊，專責為若干主要客戶服務。

概 要

儘管銷售按個別採購訂單進行，而我們並非任何客戶的獨家供應商，惟我們已與若干主要客戶建立長久穩定的業務關係，相信憑著我們之市場領導地位，加上過往一直提供優質服務之往績，定必可為我們提供超越其他競爭對手之優勢。此外，我們相信，憑著我們龐大之經營規模，將更有利於我們應對客戶不斷轉變之喜好及滿足客戶之各種需求。我們還相信，我們在手袋及小皮具之研究、開發、設計及製造專長已為我們奠下穩固基礎，吸引及續留領先國際高檔及奢侈品牌客戶。董事確認，於往績記錄期間，我們從主要客戶接獲的訂單總數按年計算繼續增加，且我們未曾須對任何一名客戶延長信用期限。

零售

為充分利用我們於奢侈品牌手袋及小皮具製造行業悠久及根深蒂固之經驗，以及完備之製造平台，我們近日以源於意大利的高檔時尚品牌TUSCAN'S進軍增長迅速之中國手袋及小皮具零售市場。TUSCAN'S品牌以優質現代意大利皮革手袋及小皮具見稱，乃於一九七四年隨著TUSCAN'S Europe在意大利托斯卡納的歷史皮革加工及製造中心Ponte a Egola製革廠區成立而建。自其成立以來，TUSCAN'S Europe已藉參與多個知名貿易展銷會及將其業務拓展至新市場，在世界各地擴展TUSCAN'S品牌的佔有率。TUSCAN'S Europe現時於歐洲各地分銷TUSCAN'S品牌產品，並於雅典、佛羅倫斯、米蘭及羅馬設有陳列室。於二零一一年二月，根據我們與TUSCAN'S Europe訂立的商標轉讓協議，TUSCAN'S Europe向我們轉讓於國際商標註冊項下指定國家中國及日本註冊的「TUSCAN'S」商標的權利、所有權及權益。有關轉讓已由世界知識產權組織記錄，而我們為該等於中國及日本註冊的商標的註冊持有人。

根據我們與TUSCAN'S Europe訂立的商標轉讓協議，TUSCAN'S Europe亦已同意，向我們轉讓TUSCAN'S Europe已經或將會於香港、澳門、台灣、泰國、馬來西亞、阿拉伯聯合酋長國、美國、新加坡及南韓司法權區等國際商標註冊項下指定國家申請註冊的「TUSCAN'S」商標。商標將待各自註冊完成後轉讓。於最後可行日期，商標已於香港及澳門註冊，而我們已獲轉讓於香港及澳門註冊的商標權利、所有權及權益。已安排於相關政府機關記錄有關轉讓。

於等待該等餘下司法權區「TUSCAN'S」商標向我們轉讓之際，我們已根據TUSCAN'S Europe與我們公司於二零一一年一月訂立的商標特許協議，自TUSCAN'S Europe收購獨家及可轉讓特許權，以於台灣、泰國、馬來西亞、阿拉伯聯合酋長國、美國、新加坡及南韓就零售業務使用「TUSCAN'S」商標。

為貫徹意大利起源，我們將TUSCAN'S產品定位為高檔時尚及典雅的國際品牌。於二零一一年十月三十一日，我們聘用93名零售僱員，並有七家獨立零售店，其中北京及廣州各有兩家，重慶、濟南及深圳各有一家。於二零一一年十月三十一日，我們亦設有

概 要

九個百貨店專櫃，其中上海佔五個，合肥、濟南、寧波及蕪湖則各佔一個。我們亦擬於香港就增設零售店訂立租約，預期該等零售店將於二零一一年十二月或前後展開業務，且現時計劃於中國及澳門開設更多零售店。自二零一一年二月開始零售業務以來，我們已通過不同的營銷渠道，包括諸如雜誌的大眾媒體、諸如機內廣告的交通工具內廣告、店內促銷活動以及時裝秀，推銷TUSCAN'S的手袋及小皮具。我們零售業務的日常營運、業務發展、管理及行政由一名在中國零售鏈管理方面擁有逾20年經驗的總經理帶領。我們總經理獲擁有逾八年中國零售管理經驗、專責培訓及發展銷售團隊的華北地區區域銷售董事、擁有逾五年中國手袋及皮具零售管理經驗、專責銷售管理的華東地區區域銷售董事以及擁有逾九年中國手袋及皮具零售管理經驗、專責零售店發展的華南地區區域銷售董事支持。我們相信，我們零售管理的規模及經驗以及員工為零售業務日後增長奠下穩固基石，預期隨著中國零售網絡增長，我們將擴展零售團隊。我們現時計劃於未來三年透過將我們於中國的零售店總數增至約100家，擴展中國零售網絡。我們相信，由於我們TUSCAN'S產品的價格範圍普遍較我們主要客戶者為低，且有關產品一般針對不同消費群及市場界別，加上我們TUSCAN'S的設計團隊屬獨立及與我們其他客戶的設計及開發團隊分開工作，有關產品將不會與我們現有客戶構成直接競爭。

於往績記錄期間，我們之收益及純利增長迅速。於二零零九、二零一零及二零一一財政年度，我們分別錄得收益1,349,700,000港元、1,726,300,000港元及2,493,300,000港元，複合年增長率為35.9%。同期，純利分別為78,200,000港元、151,800,000港元及302,400,000港元，複合年增長率為96.7%。我們深信，我們能夠過渡近期的金融風暴，令收益及溢利增長，足證我們的業務模式成效卓越，且目標市場反彈強勁。

我們的行業

按Frost & Sullivan所下定義，奢侈手袋主要包括手提包、手抓包、肩包及便攜袋等手袋，均由著名的奢侈品牌設計，零售價約由人民幣3,000元起。奢侈小皮具主要包括由奢侈品牌設計的錢包、化妝包、荷包、卡片套及鎖匙包，零售價約由人民幣1,500元起。高檔手袋及小皮具主要由國際或本地品牌設計，零售價約由人民幣1,000元至人民幣3,000元不等。儘管近年爆發經濟危機導致二零零八年至二零零九年之增長放緩，全球奢侈手袋及小皮具外判製造市場(包括奢侈手袋及小皮具外判製造市場)由二零零六年之2,900,000,000美元增長至二零一零年之3,800,000,000美元，複合年增長率為7.3%。Frost & Sullivan預計，該市場之規模將由二零一零年之3,800,000,000美元增長至二零一五年之6,800,000,000美元，複合年增長率為12.1%。全球奢侈手袋及小皮具零售市場由二零零六年之44,600,000,000美元增長至二零一零年之53,000,000,000美元，複合年增長率為4.4%。按現時全球經濟增長之預測，加上市場對奢侈商品之需求日益增長，特別是在中國地區，富裕人數攀升、生活水平上升及城市人口增加，故預期全球奢侈手袋及小皮具零售

概 要

市場之市場規模將於二零一五年增至82,900,000,000美元，二零一零年至二零一五年之複合年增長率則為9.4%。根據Frost & Sullivan，於二零一零年，全球三大奢侈手袋及小皮具外判製造商本公司、Simone Ltd. 及 Yamani Continental Inc. 在3,800,000,000美元的全球奢侈手袋及小皮具外判製造市場中分別佔5.0%、4.5%及3.0%市場份額，產量分別為7.1百萬件、6.3百萬件、4.5百萬件，反映市場極為分散。

儘管東南亞地區加入競爭，惟我們相信中國將繼續為奢侈手袋及小皮具之主要製造基地，原因在於該行業之門檻甚高且加上以下原因：

- 根據Frost & Sullivan，「中國製造」已經不再代表品質低劣；
- 中國擁有大量優質勞動資源及完備基建；
- 中國製造商基地毗鄰高增長市場；
- 中國具備促進發展之穩定經濟環境；及
- 中國反盜版法律及法規之制定及執行最近得到改善。

此外，我們近期在中國高檔手袋及小皮具市場推出零售業務，由於(其中包括)中國中產階層增長迅速，並對高檔手袋及小皮具之需求日增，根據Frost & Sullivan，預計該市場將於未來五年內急速發展。請參閱「行業概覽—中國高檔手袋及小皮具市場」。

我們的歷史及發展

我們的業務可追溯至一九七零年代，當時主席兼執行董事楊華強先生聯同行政總裁兼執行董事楊和輝先生以時代手袋廠名稱創立及經營。隨著我們的業務不斷拓展，不少歐美進口商及大型百貨連鎖店紛紛被吸引加入我們的客戶行列。我們開始時透過參與該等客戶之產品設計及開發建立內部手袋設計及開發能力。於一九九二年，我們開始獲得國際時尚品牌公司選用製造品牌手袋。有見國際手袋品牌對中國製產品之需求增加，我們於一九九八年將業務重心轉移至為國際高檔及奢侈品牌公司開發及製造皮革手袋及小皮具。隨著產品需求上升，管理層於二零零五年毅然決定在中國購置土地及興建新製造設施，分散生產基地及擴充生產力。為進一步發揮我們於製造手袋及小皮具之專長，於二零零七年，我們在產品組合內引進男士產品，其後在二零零九年拓展休閒及商務旅行之旅行用品市場。於二零一一年，我們推出「TUSCAN'S」品牌手袋及小皮具，從而開展我們的零售業務，並在中國開設了我們本身的零售店。

概 要

歷史財務資料概覽

下表載列本集團經審核合併財務數據之概要。二零零九、二零一零及二零一一財政年度之合併財務數據乃摘錄自根據國際財務報告準則編製之經審核合併財務報表，該等財務報表載於本文件附錄一會計師報告內。合併財務數據概要應與該等經審核合併財務報表(包括有關附註)一併細閱，並全面保留意見。過往業績不一定為我們未來表現之指標。

| | 截至六月三十日止財政年度 | | |
|----------------------------|----------------|----------------|----------------|
| | 二零零九年 | 二零一零年 | 二零一一年 |
| | (千港元) | | |
| 收益表數據： | | | |
| 收益..... | 1,349,688 | 1,726,317 | 2,493,272 |
| 銷售成本..... | (1,120,992) | (1,385,778) | (1,940,152) |
| 毛利..... | 228,696 | 340,539 | 553,120 |
| 其他收入及收益..... | 8,921 | 10,057 | 27,404 |
| 銷售及分銷成本..... | (39,614) | (43,413) | (55,924) |
| 行政開支..... | (96,672) | (106,233) | (157,513) |
| 其他開支..... | (2,558) | (3,743) | (414) |
| 財務成本..... | (2,971) | (4,063) | (3,817) |
| 除稅前溢利..... | 95,802 | 193,144 | 362,856 |
| 所得稅開支 ⁽¹⁾ | (17,648) | (41,342) | (60,436) |
| 年內溢利..... | 78,154 | 151,802 | 302,420 |
| | 於六月三十日 | | |
| | 二零零九年 | 二零一零年 | 二零一一年 |
| | (千港元) | | |
| 財務狀況數據： | | | |
| 非流動資產..... | 144,775 | 223,520 | 317,866 |
| 流動資產..... | 314,138 | 494,308 | 672,507 |
| 資產總值..... | 458,913 | 717,828 | 990,373 |
| 非流動負債..... | 2,885 | 5,182 | 244 |
| 流動負債..... | 284,922 | 495,344 | 496,692 |
| 負債總額..... | 287,807 | 500,526 | 496,936 |
| 資產淨值..... | 171,106 | 217,302 | 493,437 |
| 權益總額..... | 171,106 | 217,302 | 493,437 |
| 負債及權益總額..... | 458,913 | 717,828 | 990,373 |

概 要

截至六月三十日止財政年度

| | 二零零九年 | 二零一零年 | 二零一一年 |
|-------------------|---------------|---------------|---------------|
| | | (千港元) | |
| 現金流量數據： | | | |
| 經營活動所得現金流量淨額..... | 91,125 | 110,523 | 294,613 |
| 投資活動所用現金流量淨額..... | (61,124) | (88,351) | (108,269) |
| 融資活動所用現金流量淨額..... | (17,109) | (3,098) | (157,300) |
| 現金及現金等價物增加淨額..... | 12,892 | 19,074 | 29,044 |
| 年初之現金及現金等價物..... | 19,427 | 31,745 | 50,146 |
| 現金及現金等價物之匯率變動 | | | |
| 影響..... | (574) | (673) | 1,200 |
| 年終之現金及現金等價物..... | <u>31,745</u> | <u>50,146</u> | <u>80,390</u> |

- (1) 於往績記錄期間，本集團由於與我們中國附屬公司之前的「三來一補」實體（已於二零一一年五月終止經營）進行外判加工安排，故在香港獲得稅務優惠。由於我們就此安排根據香港稅法獲得稅務優惠，我們從外判加工安排中所賺取溢利僅50%須繳納香港利得稅。此外，於往績記錄期間，按於二零零八年一月一日批准並生效的《中華人民共和國企業所得稅法》（「中國企業所得稅法」）所釐定，中國企業所得稅按我們中國附屬公司的應課稅溢利25%的法定稅率為基準。然而，由於我們的附屬公司時代英德為一家外商獨資企業且在中國企業所得稅法頒布前成立，故儘管其於往績記錄期間並無足夠的稅項負債以享有稅務優惠，惟其合資格享有50%稅率減免，直至二零一二年十二月三十一日止。倘我們無法以新稅項豁免、鼓勵措施以及其他稅務優惠抵消此等將屆滿且不會重續的稅務優惠，時代英德其後在中國的實際稅率將會增加至25.0%。有關於往績記錄期間本集團成員公司繳納的所得稅的進一步資料，請參閱「財務資料—所得稅開支」。

截至二零一一年十二月三十一日止六個月的預測溢利

截至二零一一年十二月三十一日止六個月的

本公司擁有人應佔綜合溢利預測⁽¹⁾.....不少於175,000,000港元

- (1) 截至二零一一年十二月三十一日止六個月的本公司擁有人應佔綜合溢利預測乃按照本集團截至二零一一年九月三十日止三個月的未經審核綜合業績以及本集團截至二零一一年十二月三十一日止餘下三個月的綜合業績預測編製。溢利預測在各重大方面已按照與會計師報告II節所載本集團現時採納的會計政策一致的基準編製，有關全文載於本文件附錄一。

概 要

溢利預測的敏感度分析

本公司董事會認為，截至二零一一年十二月三十一日止六個月的本公司擁有人應佔綜合溢利預測主要受皮革產品售價及原材料採購價影響。下表顯示在預測期間本公司擁有人應佔綜合溢利預測對本集團所銷售每件產品售價的變動敏感度，所有其他變數保持不變：

| | 截至二零一一年 十二月三十一日 止六個月 | |
|------------|----------------------------|----------|
| | 增加／(減少) | 增加／(減少) |
| | % | 千港元 |
| 指標： | | |
| 倘售價上升..... | 5 | 34,756 |
| 倘售價下降..... | (5) | (34,756) |
| 倘售價上升..... | 10 | 69,512 |
| 倘售價下降..... | (10) | (69,512) |

我們一般於接獲客戶採購單前，與其商討及設定我們製造產品時所用主要原材料高檔牛皮等原材料的成本，作為每件產品估計單位價格，故我們過往能夠將任何原材料價格升幅轉嫁予客戶。下表顯示在預測期間本公司擁有人應佔綜合溢利預測對本集團所採購高檔牛皮平均採購價的變動敏感度，所有其他變數保持不變，並假設我們不再能夠將有關升幅轉嫁予客戶：

| | 截至二零一一年 十二月三十一日 止六個月 | |
|------------|----------------------------|----------|
| | 增加／(減少) | 增加／(減少) |
| | % | 千港元 |
| 指標： | | |
| 倘售價上升..... | 5 | (9,714) |
| 倘售價下降..... | (5) | 9,714 |
| 倘售價上升..... | 10 | (19,428) |
| 倘售價下降..... | (10) | 19,428 |

概 要

股息及股息政策

於二零零九、二零一零及二零一一財政年度，其中一家附屬公司時代手袋向其當時股東宣派股息，分別為30,000,000港元、110,000,000港元及440,000,000港元。為進行重組，於二零一一年五月二十八日，時代手袋向其當時股東宣派特別股息400,000,000港元，有關股東向我們公司轉讓該等應派股息。除該等股息外，於往績記錄期間，我們或附屬公司並無派發其他股息。有關我們過往股息的更多資料，請參閱本文件附錄一會計師報告附註14。

股息宣派須待我們的董事酌情決定，並獲得我們股東批准(如有必要)後，方可作實。宣派及派付的實際股息金額亦將取決於我們集團的盈利及現金流量、財務狀況、資本要求、投資要求、合約限制及我們董事視作相關的任何其他條件。任何宣派及派付以及股息金額亦須遵守組織章程細則及公司法。我們日後的股息宣派不一定會反映我們的過往股息宣派。根據上述因素，我們董事現時計劃就於截至二零一二年六月三十日止財政年度派付不少於我們股東應佔可供分派溢利30%的股息金額。有關意向概不保證或代表或暗示我們必須或將會按該等方式宣派及派付股息及派付任何股息。

我們的競爭優勢

我們相信，下列競爭優勢為貢獻我們至今成就之主要因素，將有助我們增加市場份額及於目標市場把握未來增長機遇：

- 我們在不斷增長的市場中擁有大規模及靈活生產力；
- 我們擁有由國際知名高檔及奢侈品牌以及高檔旅行用品品牌組成的廣闊客戶基礎，並已與若干主要客戶建立悠久穩定的業務關係；
- 我們具備超卓的手袋及小皮具研究、開發、設計及商業化能力；
- 我們對高檔及奢侈手袋及小皮具擁有深入認知及純熟工藝技術；
- 我們擁有高效及穩定的供應鏈管理系統並實施精簡生產；及
- 我們擁有具備豐富行業知識的優秀高級管理團隊及穩固的往績記錄。

概 要

我們的業務策略

我們擬透過發揮手袋及小皮具之研究、開發、設計及製造專長提升股東價值，保持及增強我們作為領先奢侈品牌手袋及小皮具外判製造商之一的地位，並強化自家品牌。為達到目標，我們施行以下主要策略：

- 擴闊客戶基礎及擴展至新界別；
- 強化及擴闊研究、開發、設計及其他增值服務；
- 進一步提升營運效率及加強人力資源培訓；
- 繼續擴充及提升生產力；及
- 繼續增強TUSCAN'S品牌知名度及擴闊我們的零售業務。

風險因素

投資於我們股份涉及重大風險，而我們成功經營業務之能力受多種風險影響，包括於中國經營相關之一般風險。任何於本文件「風險因素」所載之因素可限制我們成功執行業務策略之能力。閣下務須審慎考慮本文件所載一切資料，尤其須評估載於「風險因素」之具體因素以決定是否投資於我們股份。該等風險概要載列如下。

有關我們業務的風險

- 我們依賴作為優質產品外判製造商的聲譽
- 我們的業務很大程度上依賴有限數目的客戶
- 我們的發展及生產力不一定能緊貼客戶需求
- 我們受制於各種風險及不確定因素，可能會影響我們為所製產品以低成本採購高質量原材料的能力
- 我們的經營業績取決於我們保持成本優勢的能力
- 我們可能無法有效地實施商業策略
- 我們可能面臨勞工短缺、勞工成本上漲及勞資糾紛，而對我們的發展及經營業績造成負面影響
- 我們依賴我們製造設施高效、妥善及不間斷運作

概 要

- TUSCAN'S 零售業務是否能夠繼續擴張取決於我們為該品牌成功實施業務策略的能力
- 未能成功保護我們客戶的知識產權可損害我們的業務
- 我們可能於產品設計、開發及製造流程中牽涉商業秘密糾紛
- 我們依賴我們的主要人員任職及我們吸引及留聘技術員工的能力
- 我們依賴我們的資訊管理系統，並受制於與系統中斷及故障相關的風險
- 我們的保險可能不足以保障與我們營運相關的風險
- 全球經濟環境目前存在的不確定因素可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大負面影響
- 我們受限於信貸風險
- 我們的製造運作受到大量環境、安全及衛生規定以及不同客戶強加的安全、衛生、環境、人權及反恐方針的限制，可能會增加成本或限制我們的營運
- 所有權不完整可影響我們於中國自置及租賃之若干物業
- 我們日後未必能獲取資金以令業務增長

有關行業的風險

- 最終消費者乃隨心意購買我們製造的商品，而彼等的需求可能波動
- 我們之行業競爭激烈
- 我們受限於外判手袋及小皮具設計、開發及製造服務予新興市場製造商之行業趨勢
- 我們受限於貿易政策及立法之變動

概 要

與於中國經營業務有關之風險

- 公眾觀感，尤其是高檔及奢侈品牌商品之消費者，可能會認為中國製產品屬不安全或質素惡劣，不論是否合理，均可影響我們向客戶銷售產品之能力
- 我們受中國政治、經濟及社會狀況、法律、法規、政策以及與其他國家外交／貿易關係變動之影響
- 中國法律制度隱藏之不確定性可能對我們的業務及事務、財務狀況以及經營業績產生不利影響
- 我們受限於中國政府對外國投資政策之變動
- 我們之擴充計劃可能受到有關海外實體收購國內公司之中國法規影響
- 人民幣價值波動或會對我們的業務造成不利影響及對我們的投資構成重大不利影響
- 我們受限於中國政府對貨幣兌換之控制
- 中國就離岸控股公司向中國實體提供投資及貸款之法規可能會延誤或阻礙本公司運用●向本集團成員公司提供額外注資或貸款
- 中國爆發任何嚴重傳染病可能會對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響

與本文件有關的風險

- 無法保證載於本文件有關政府官方及第三方來源及刊物(包括行業專家報告)所載若干資料之事實與其他統計數據是否準確
- 閣下不應依賴報章報道或其他媒體上所載關於本集團及●的任何資料
- 本文件所載前瞻性資料未必準確