
概 要

概覽

我們是中國一家休閒木製品(包括研發、設計、生產及銷售休閒家居用品及木屋及其相關構(部)件)企業。我們推出一系列休閒木製品以支持休閒自然的生活方式。我們於二零一一年十二月開設首間自營店。我們計劃於二零一二年至二零一四年開設更多自營店，此項發展將為我們的額外業務焦點。

我們的產品主要按OEM及ODM基準售予擁有零售網點網絡的貿易公司客戶及海外零售公司。於往績記錄期內，OEM及ODM業務的收益由截至二零零九年十二月三十一日止年度約人民幣110.0百萬元增至截至二零一零年十二月三十一日止年度約人民幣172.5百萬元，再增至截至二零一一年十二月三十一日止年度約人民幣240.9百萬元，佔我們截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度總收益分別約100.0%、86.4%及78.5%。

雖然我們能保持OEM及ODM業務收益的大幅增長，但自二零一零年起，我們通過向中國市場推出我們的「Merry Garden美丽家园」品牌產品開拓額外收益來源。儘管主要透過委聘經銷商及設立自營店推出我們的自有品牌產品，但我們的業務模式並無重大轉變，我們將維持發展我們的OEM及ODM業務。我們於二零一零年十二月三十一日及二零一一年十二月三十一日及最後實際可行日期，分別委聘了4名、7名及9名經銷商分銷我們的自有品牌產品。

我們的主要中國客戶位於福建省、廣東省及上海。我們產品的市場較為分散。

我們的OEM及ODM業務與銷售我們的「Merry Garden美丽家园」品牌產品

我們透過OEM及ODM安排以我們的自有品牌「Merry Garden美丽家园」銷售產品。根據OEM安排，我們為註明特別規定(如藍圖、產品所需材料、將應用的防銹技術)的客戶製造產品。ODM業務方面，我們根據客戶的特別訂單提供設計及製造服務。我們自二零一零年起推出自行設計及生產的自有品牌產品，並以自有品牌「Merry Garden美丽家园」銷售該等產品。

我們的OEM及ODM業務為本集團於往績記錄期內的主要收益來源，故我們的重點一直是與現有OEM及ODM客戶維持及增強業務關係，並進一步發展我們的OEM及ODM網絡。鑒於OEM及ODM業務的重要性和貢獻，推出我們的自有品牌產品將不代表我們的業務模式有重大轉變。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

下表載列我們的OEM、ODM及自有品牌產品於往績記錄期內及截至二零一二年四月三十日止四個月（根據我們的未經審核管理賬目計算）的銷售額分析。

	二零零九年		截至十二月三十一日止年度				截至四月三十日止四個月	
			二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
OEM	89,419	81.3	108,664	54.4	148,581	48.4	58,986	39.8
ODM	20,614	18.7	63,829	32.0	92,361	30.1	40,350	27.3
Merry Garden								
美丽家园	—	—	21,977	11.0	57,685	18.8	44,166	29.8
其他	—	—	5,133	2.6	8,524	2.7	4,563	3.1
	<u>110,033</u>	<u>100.0</u>	<u>199,603</u>	<u>100.0</u>	<u>307,151</u>	<u>100.0</u>	<u>148,065</u>	<u>100.0</u>

有關進一步詳情，請參閱本文件「業務」一節。

我們的產品及服務

我們的主要產品可分為：(i)休閒家居用品；及(ii)木屋及其相關構(部)件。下表列示我們於往績記錄期內按產品類別劃分的收益分析：

	二零零九年		截至十二月三十一日止年度			
			二零一零年		二零一一年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
休閒家居用品	92,680	84.2	158,712	79.5	217,285	70.8
遊戲類用品	30,522	27.7	45,789	22.9	74,750	24.3
園藝類用品	35,343	32.1	45,402	22.8	46,918	15.3
室內外傢俱產品	6,291	5.7	41,970	21.0	64,532	21.0
寵物類用品	20,524	18.7	25,551	12.8	31,085	10.2
木屋及其相關構(部)件	17,353	15.8	35,758	17.9	81,342	26.5
其他	—	—	5,133	2.6	8,524	2.7
	<u>110,033</u>	<u>100.0</u>	<u>199,603</u>	<u>100.0</u>	<u>307,151</u>	<u>100.0</u>

概 要

I. 休閒家居用品

我們提供多款休閒家居用品，有關產品可進一步分為四類：

1. 遊戲類用品

我們的遊戲類休閒家居用品側重於兒童遊藝類設施，例如秋千、兒童遊戲沙盤及戶外搖椅等。我們的遊戲類用品適用於公園及私家庭院，在設計上具有多功能特點。

2. 園藝類用品

我們的園藝類戶外休閒家居用品專為園林、風景區、庭院及公園等公共及私人戶外場所而設計。我們產品的性質及規模各不相同，包括花車、柵欄及垃圾箱。

3. 室內外傢俱

我們的室內外傢俱產品包括室外傢俱產品，如戶外使用的桌子及椅子，以及室內傢俱產品，包括床、櫃等。該等室內外傢俱與設計規格與我們的其他木製產品，如園藝類傢俱用品配套。

4. 寵物類用品

我們生產多種各具特色的寵物用品，亦可按客戶的規格定製該等產品。例如包括鳥屋、犬屋及寵物遊戲室、兔棚及倉鼠籠等。

II. 木屋及其相關構(部)件

我們此類別產品可分類為木屋及其相關構(部)件及經處理原木。於往績記錄期，我們銷售該等產品錄得的收益如下：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年 人民幣千元	二零一零年 人民幣千元	二零一一年 人民幣千元
木屋	—	2,235	10,670
非住宅木屋	7,223	5,556	9,967
相關構(部)件	10,130	22,644	45,461
經處理原木	—	5,323	15,244
	<u>17,353</u>	<u>35,758</u>	<u>81,342</u>

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

我們於休閒度假俱樂部、旅遊景區及公園使用並安裝木屋。我們根據客戶要求設計木屋，然後我們將設計送往合資格設計機構待其批署後方才開始生產。然後我們以散件形式付運產品，並安排我們的員工向客戶，或透過客戶或我們安排的第三方承包商提供現場安裝建議。

我們亦生產非住宅木屋作休閒或儲存用途，包括涼亭等。我們的非住宅木屋的面積介乎1.6平方米至17.5平方米之間。我們以散件形式付運產品，連同安裝手冊包裝在一起以套裝售賣。

此外，我們銷售自行設計或訂製的木屋相關部件或構件，如木框、露台及屋頂等。我們通常不會向客戶提供安裝服務。安裝工作(如有)將由我們的客戶自行進行。

除我們易於設計的產品外，我們亦銷售運用烘乾、塗層、拋光及／或防腐處理等不同生產過程／處理方式的原木。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務」一節。

銷售額

下表載列我們於往績記錄期內及截至二零一二年四月三十日止四個月的銷售額地區分析(根據我們的未經審核管理賬目)：

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日	
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
中國	37	0.0	75,787	38.0	148,956	48.5	84,182	56.8
北美	68,737	62.5	73,545	36.8	101,220	33.0	38,486	26.0
歐洲	10,057	9.1	12,376	6.2	39,613	12.9	16,972	11.5
亞太地區 (不包括中國)	31,202	28.4	37,895	19.0	17,362	5.6	8,425	5.7
	<u>110,033</u>	<u>100.0</u>	<u>199,603</u>	<u>100.0</u>	<u>307,151</u>	<u>100.0</u>	<u>148,065</u>	<u>100.0</u>

國際業務

我們透過與貿易公司客戶及零售公司客戶訂立的OEM／ODM安排將產品銷往海外市場。我們的海外市場覆蓋北美、亞太(不包括中國)及歐洲。

於往績記錄期，美國政府針對源自中國的若干類型木製品發起多項反傾銷調查及徵收反傾銷稅。此外，其他外國政府亦可能不時針對源自中國的產品實施反傾銷稅。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並不知悉針對我們的產品實施的任何反傾銷調查或反

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

傾銷稅，我們亦未向美國市場出口任何木製臥室家俱或生產任何須繳納其他外國政府徵收反傾銷稅的木製地板。於往績記錄期，我們的海外銷售佔我們總銷售分別約100.0%、62.0%及51.5%。

我們售予海外市場的產品透過裝運港船上交貨運輸，據此，我們產品的法定所有權、風險及回報將於有關產品轉移至我們的海外客戶在中國出口口岸指定的船舷時轉移至我們的海外客戶。然而，為減少美國政府實施反傾銷稅的潛在影響，本集團正透過在中國及歐洲市場開發新客戶來減少我們對美國市場的依賴。

中國市場

隨著中國國內消費者開支水平增加，我們於二零一零年將我們的自有品牌產品引入中國市場以開拓額外收益來源。中國的銷售額及來自我們自有品牌產品的銷售額自此一直增加。中國的銷售額增加部分原因是推出我們的「Merry Garden美麗家園」品牌產品，部分原因則是我們的客戶之一自二零一零年起將銷售訂單由香港德瑞華轉至廈門德瑞華。於二零一一年十二月，我們在福建省漳平市設立及開設首家美麗家園自營店。我們計劃於二零一二年至二零一四年設立更多自營店，而該發展將為我們的額外業務焦點。

客戶

下表載列我們於往績記錄期內及截至二零一二年四月三十日止四個月按銷售渠道劃分的銷售額分析(根據我們的未經審核管理賬目)：

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日	
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
貿易公司	100,968	91.8	144,286	72.3	214,459	69.8	90,468	61.1
終端用戶	—	—	29,275	14.7	51,205	16.7	24,872	16.8
經銷商	—	—	12,422	6.2	25,416	8.3	26,655	18.0
零售公司	9,065	8.2	13,620	6.8	15,558	5.1	3,523	2.4
店舖銷售	—	—	—	0.0	513	0.1	2,547	1.7
	<u>110,033</u>	<u>100.0</u>	<u>199,603</u>	<u>100.0</u>	<u>307,151</u>	<u>100.0</u>	<u>148,065</u>	<u>100.0</u>

貿易公司

我們以OEM/ODM安排向中國及國際市場的貿易公司客戶銷售產品。據董事所悉，貿易公司客戶之後會將我們的產品轉售彼等的客戶(主要為海外超市及零售商)。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

我們部份「Merry Garden美丽家园」的產品亦售予貿易公司客戶，貿易公司客戶然後向中國相關國內市場出售這些產品。我們不會對其進一步分銷我們的產品施加控制。

終端用戶

我們向主要位於中國的終端客戶直接銷售我們的「Merry Garden美丽家园」品牌產品及ODM產品。我們向終端用戶的銷售主要以項目為基礎。彼等購買的產品主要用於旅遊景點、公園及市政工程項目。

經銷商

我們自二零一零年起，在中國市場開始建立「Merry Garden美丽家园」品牌產品的經銷商網絡。截至最後實際可行日期，我們共與九家經銷商簽訂了分銷協議，透過彼等於中國福建省及上海市的自有已成立的零售點銷售我們的產品。上述各項分銷協議為期介乎兩至三年。根據上述分銷協議，經銷商通常承諾最低年度採購規定，倘其違反有關規定，我們將有權終止上述分銷協議。此外，上述分銷協議亦對經銷商施加了地域限制及獨家銷售安排。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務」一節。

零售公司

我們直接向擁有零售網絡(如超市或通過互聯網銷售)的零售公司客戶(如日本及德國的零售商)銷售我們的OEM產品。該等零售公司客戶透過本身渠道向終端用戶銷售我們的產品。

店舖銷售

於二零一一年十二月，我們在福建省漳平市成立及開設首家自營店，總建築面積為200平方米。我們通過該自營店向最終客戶出售我們的「Merry Garden美丽家园」品牌產品。我們的計劃為於二零一二年至二零一四年設立更多自營店。

供應商

我們的原材料主要為軟木，主要包括鋸材雲杉板、雲杉精密下料板及砂磨雲杉板。我們亦向供應商採購半成品。於往績記錄期，我們的木材原材料(不包括木製半成品)分別佔採購總額約68.1%、58.8%及61.4%。

概 要

除從中國市場採購外，我們自二零一零年起亦向位於北美及澳洲的供應商進口原材料。該等原材料主要為原木或人造板。於往績記錄期，我們分別向國際供應商採購價值約零、人民幣9.8百萬元及人民幣27.2百萬元的原材料，分別約佔我們原材料採購總額的零、8.5%及16.0%。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務」一節。

環境－國際認證

本集團在採購原材料時會考慮環境問題。我們已向FSC及PEFC取得認證，令我們可以進入對環保敏感的市場。我們向人工林購買木材及在生產工序中採取FSC及PEFC措施。

對於生產附帶FSC及PEFC標籤的產品，我們須確保僅使用來自FSC或PEFC認證供應商的木材。就其他產品而言，我們採納多項措施確保我們木材原料的合法性，並確保我們的國內外供應商持續遵守相關環境法律及法規。例如，我們訂有一項政策是對營業執照、採伐許可證、木材運輸許可證及原產地證書及官方植物檢疫證書等進行檢驗及審核。

儘管獲取FSC及PEFC認證的規定限制了我們的供應商選擇範圍，但該等認證有助於我們進入對環保敏感的市場。目前，FSC或PEFC認證材料製成的所有產品售往國際市場。截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度，我們的FSC/PEFC認證產品的銷售收益分別為人民幣3.6百萬元、人民幣21.6百萬元及人民幣67.4百萬元，分別佔營業額約0.5%、10.8%及21.9%。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務」一節。

CCA

目前，許多國家限制使用CCA，在ACQ-D變得普及前，CCA在以往被廣泛使用。於往績記錄期內，我們僅在少數情況下應部分中國客戶的特別要求使用CCA於產品之上，而我們以CCA處理的所有產品均售予中國市場的客戶。我們銷售以CCA處理的產品所得的收益佔截至二零零九年、二零一零年及二零一一年十二月三十一日止年度總收益分別約零、零及0.4%。據中國法律顧問表示，根據中國相關國家標準允許使用CCA。然而，由於業內近期的趨勢是選擇使用ACQ-D，我們預期未來不會繼續使用CCA。

概 要

生產設施

我們的生產設施位於福建省西南部的漳平市。於最後實際可行日期，我們的生產線僱有合共401名生產工人。在生產過程中，我們依據不同產品的規格採用不同的生產工藝／處理方法，包括木材乾燥處理、塗裝處理及拋光處理。下表說明於往績記錄期我們的木材乾燥設備、塗裝設備及拋光設備的產能及利用率：

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
木材乾燥設備			
最大產能(千立方米)	41.0	47.3	68.3
利用率(%)	98.9	100.0	77.8
塗裝設備			
最大產能(千立方米)	63.3	74.1	99.7
利用率(%)	80.2	91.7	93.2
拋光設備			
最大產能(千立方米)	36.4	45.1	58.1
利用率(%)	91.8	93.5	97.1

於往績記錄期，我們根據客戶的規格及設計稿在我們的自有生產設施設計及製造自有產品或製造產品。於生產高峰期(即在冬季)，我們亦向其他第三方採購半成品。我們隨後將在自有生產設施進一步加工該等半成品。詳情請參閱本文件「業務」一節。

我們的競爭優勢－概要

- (i) 我們就OEM／ODM業務與客戶保持長期的業務關係
- (ii) 我們「Merry Garden美丽家园」品牌防腐木獲認定為福建名牌產品
- (iii) 我們擁有強大的產品設計能力
- (iv) 我們是一家休閒傢俱木製品企業，於木材保護應用技術方面擁有豐富的經驗
- (v) 我們獲得我們行業內多間國際機構的認證
- (vi) 我們擁有經驗豐富的管理團隊

業務策略

- (i) 維持及增強與現有OEM及ODM客戶的業務關係並進一步發展我們的OEM及ODM網絡
- (ii) 擴大產能並提升我們的生產效率
- (iii) 在中國設立自營店
- (iv) 提升我們的公司形象及推廣我們的「Merry Garden美丽家园」品牌
- (v) 增強研發及設計能力
- (vi) 進一步透過併購活動擴充業務

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

憑藉我們的競爭優勢，我們相信上述措施有助我們提升盈利能力並增加海外及中國市場的市場份額。

財務資料概要

節選匯總收益表及資產負債表數據

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收益	110,033	199,603	307,151
毛利	29,457	71,884	111,904
除稅前溢利	21,973	63,430	81,077
所得稅	(5,581)	(10,298)	(10,370)
年內溢利	16,392	53,132	70,707

下表載列於往績記錄期內及至二零一二年四月三十日止(根據我們的未經審核管理賬目計算)按銷售渠道劃分的毛利及毛利率：

	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月	
	二零零九年		二零一零年		二零一一年		二零一二年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %
貿易公司	26,997	26.7	51,433	35.6	77,243	36.0	34,555	38.2
終端用戶客戶	—	—	11,360	38.8	19,158	37.4	9,249	37.2
經銷商	—	—	4,222	34.0	10,076	39.6	11,166	41.9
零售公司	2,460	27.1	4,869	35.7	5,114	32.9	1,221	34.7
店舖銷售	—	—	—	—	313	61.0	1,422	55.8
	<u>29,457</u>		<u>71,884</u>		<u>111,904</u>		<u>57,613</u>	

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整及可予修訂。本資料集須與本資料集封面「警告」一節一併閱讀。

概 要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
	%	%	%
毛利率	26.8	36.0	36.4
淨利率	14.9	26.6	23.0

	於十二月三十一日		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動資產	67,987	132,813	156,209
流動負債	72,032	114,382	118,649
流動(負債)／資產淨值	(4,045)	18,431	37,560
資產淨值	41,883	74,350	146,594

節選匯總現金流量表數據

	截至十二月三十一日止年度		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
經營活動所得／(所用)現金淨額	555	(11,826)	61,541
投資活動所用現金淨額	(5,965)	(13,114)	(51,258)
融資活動所得／(所用)現金淨額	5,457	25,279	(4,649)

財務比率

	於十二月三十一日		
	二零零九年	二零一零年	二零一一年
	%	%	%
流動比率	94.4	116.1	131.7
資產負債比率	45.1	59.7	52.9

有關詳情，請參閱本文件「財務資料」一節。

有關往績記錄日期後本集團的最新發展

於二零一一年十二月三十一日後及截至最後實際可行日期，我們繼續專注於發展不同產品，並擬透過參與不同國際及中國展覽及銷售會議和透過刊登廣告物色新OEM及ODM客戶。雖然我們將維持發展我們的OEM及ODM業務，但我們預期銷售自有品牌產品將產生更

概 要

大部分的收益。我們摘錄自未經審核管理賬目截至二零一二年四月三十日止四個月的收益約達人民幣148.1百萬元，其中人民幣99.3百萬元來自根據ODM/OEM安排銷售我們的產品。我們於二零一二年因爭取到逾10名新客戶，亦錄得木屋及其相關構(部)件銷售的增長。截至二零一二年四月三十日止四個月(根據我們的未經審核管理賬目)，我們來自木屋及其相關構(部)件的收益約為人民幣54.6百萬元。二零一一年十二月三十一日至最後實際可行日期，我們的定價政策並無出現重大變動，且我們的董事並無確定客戶明顯撤銷訂單/合同。我們確認，截至本文件日期，我們的財務或貿易狀況前景自二零一一年十二月三十一日以來概無出現任何重大不利變動，自二零一一年十二月三十一日以來亦無發生任何事件會對本文件附錄一所載本公司會計師報告所示的財務資料產生重大影響。

風險因素

本集團業務涉及若干風險，該等風險的詳情載於本文件「風險因素」一節。該等風險可大致分類為：(i)與本集團業務及經營有關的風險；(ii)與行業有關的風險；及(iii)有關中國的風險。與我們的業務有關且董事認為適當的部分重要風險包括，但不限於：

- 我們的表現在很大程度上取決於木材價格且我們沒有對木材價格波動作任何形式的對沖。
- 我們未必能按現在的速度維持收益、盈利及毛利率增長，或不能維持增長。
- 我們未來的表現依賴我們設計新產品及研發新木材處理技術的能力。
- 擴大生產設施及增加產能需時且可能對我們收益及產量構成不利影響。
- 由於我們非常依賴我們現有的銷售渠道及我們無法控制的任何不利事件，我們可能無法擴大或難以按現在的速度擴大我們於中國的市場份額。
- 倘我們的任何海外市場針對我們的產品提高其准入門檻或實行任何貿易保護措施，我們的業務經營、財務表現及業績可能受到不利影響。

閣下亦應參閱本文件「風險因素」一節，瞭解與我們的業務及營運有關的風險、與行業有關的風險及與中國有關的風險的進一步詳情。