
概 要

本概要旨在為閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於僅為概要，因此並無載列所有可能對閣下而言屬重要的資料。閣下在決定投資於我們的股份前，應細閱本招股章程的全文。任何投資均有風險。有關投資於發售股份的若干特定風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下在決定投資於發售股份前應細閱該節。本節所用多個詞彙均在本招股章程「釋義」一節界定或解釋。

概覽

我們主要從事電壁爐及家居裝飾產品的設計、開發、製造及銷售。我們的電壁爐及家居裝飾產品的設計及開發追求具吸引力的設計及功能性。我們旨在創作新穎、多元化且兼具藝術設計及功能性的產品，以提高用家生活環境的質素，反映彼等的裝修風格。亞倫品牌於2011年就家居裝飾產品獲國家工商行政總局認可為中國馳名商標，並於2012年就電壁爐獲福建省工商行政管理局認可為福建省著名商標。

我們自1993年起主要從事陶瓷產品的出口，並自2005年起開始以亞倫品牌設計、開發、製造及銷售家居裝飾產品。董事認為該業務分部相對成熟，而我們於往績記錄期內自該業務分部產生的收益相對穩定。我們於2008年開始銷售電壁爐，而我們其後自該業務分部產生收益的增長速度較家居裝飾產品分部為快。我們預期電壁爐業務將成為我們日後的主要業務分部。

我們的業務模式

我們的業務模式配合與我們亞倫品牌以及原設計製造及原設備製造客戶相關的業務。我們的產品主要以亞倫品牌於中國銷售，並於往績記錄期內佔我們收益超過80%。我們亦按原設計製造／原設備製造基準向海外客戶(如美國、德國、加拿大、法國、澳洲、台灣及日本的客戶)銷售部分產品。

我們一般以原設計製造／原設備製造客戶的品牌或並非以任何特定品牌向海外客戶直接銷售我們的原設計製造及原設備製造產品。就原設計製造銷售而言，我們按原設計製造客戶的要求設計、開發、製造及銷售我們的產品。就原設備製造銷售而言，我們根據原設備製造客戶提供的設計及規格製造及銷售我們的產品。

我們的產品

電壁爐

我們的電壁爐為以電力驅動的暖爐，其模擬燃燒煤炭、木材或天然氣時的形態。電壁爐為用戶提供額外的便利，讓彼等可選擇使用「只有火焰觀賞效果」的設定，使電壁爐僅作為創意家居裝飾品提供燃燒的火焰之視覺效果，或可額外用作供熱來源。我們的電壁爐一般分為有框電壁爐及無框電壁爐，並備有各種尺寸，可為不大於40平方米的空間供暖。有框電壁爐的爐芯一般會嵌入框架或壁爐架，而我們按框架或壁爐架

概 要

的主要原材料將有框電壁爐分為三個系列：(i)無機系列；(ii)木製系列及(iii)天然石系列。為配合客戶的不同喜好，我們提供各種風格的壁爐架。我們的無框電壁爐包括便攜式及壁掛式的型號。我們的無框電壁爐一般為獨立式電壁爐，並提供不同尺寸、顏色及風格。於2013年6月30日，我們提供超過190款型號的電壁爐以供客戶選擇。

家居裝飾產品

我們提供多元化的家居裝飾產品，包括室外園藝裝飾品及室內工藝品。我們的家居裝飾產品包括日常使用的裝飾品及可用於復活節、萬聖節及聖誕節等不同節日及節慶的產品。我們提供不同尺寸的家居裝飾產品，包括迷你塑像、室內裝飾工藝品(如花瓶、相框及塑像)，以至較大型的產品(如噴泉、瀑布及室外用桌子及凳子等庭院傢俱)。我們的家居裝飾產品可按產品的主要原材料分為三個系列：(i)樹脂系列；(ii)陶瓷系列及(iii)無機系列。於2013年6月30日，我們提供超過4,000件家居裝飾產品以供客戶選擇。

我們的銷售及客戶

我們大部分收益來自中國銷售，而國內銷售乃主要向位於華東及中國西南部的客戶，以及華北及中國東北部等多個地區進行。有關我們國內及海外銷售的進一步詳情，請參閱本招股章程第155至163頁「業務－銷售與營銷」一節。

下表載列我們於所示期間的國內、海外銷售、以亞倫品牌銷售及按原設計製造／原設備製造基準銷售的明細：

	截至12月31日止年度						截至6月30日止六個月			
	2010年 人民幣千元	%	2011年 人民幣千元	%	2012年 人民幣千元	%	2012年 人民幣千元	%	2013年 人民幣千元	%
中國銷售(亞倫品牌)	624,565	83.1	672,923	83.7	840,960	86.8	355,610	89.5	451,152	91.3
海外銷售(按原設計製造/ 原設備製造基準)										
—北美(附註1)	101,152	13.5	81,255	10.1	93,741	9.7	27,088	6.8	23,592	4.8
—歐洲國家(附註2)	13,106	1.7	22,965	2.9	23,664	2.4	9,820	2.4	14,511	3.0
—其他(附註3)	12,996	1.7	26,929	3.3	10,661	1.1	5,011	1.3	4,636	0.9
小計：	<u>127,254</u>	<u>16.9</u>	<u>131,149</u>	<u>16.3</u>	<u>128,066</u>	<u>13.2</u>	<u>41,919</u>	<u>10.5</u>	<u>42,739</u>	<u>8.7</u>
總計：	<u>751,819</u>	<u>100.0</u>	<u>804,072</u>	<u>100.0</u>	<u>969,026</u>	<u>100.0</u>	<u>397,529</u>	<u>100.0</u>	<u>493,891</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 包括美國及加拿大。
2. 主要包括英國、愛爾蘭、荷蘭、挪威、比利時、丹麥、西班牙、瑞典、法國、德國及芬蘭。
3. 主要包括香港、台灣、澳洲、日本、智利及俄羅斯。

概 要

於往績記錄期內，我們的中國銷售收益呈增長趨勢，而海外銷售收益則有所減少。此乃主要由於我們分配更多資源於中國市場推廣及開發電壁爐所致，而電壁爐的毛利率一般較我們的家居裝飾產品為高。

於往績記錄期內，我們直接向客戶銷售產品。我們於交付產品予客戶時確認銷售產品的收益。我們的客戶包括貿易實體、零售公司及個人客戶。於2013年6月30日，我們有121名客戶。據董事所深知，我們的貿易實體客戶向彼等的客戶(包括裝修工程公司、物業建築公司及家居裝飾物料的零售商)轉售我們的產品，而大部分貿易實體客戶均主要從事貿易業務，且部分有關客戶亦從事景觀設計及翻新。於往績記錄期內，向該等貿易實體客戶進行銷售所產生的收益佔我們總收益超過80%。我們的零售公司客戶一般經營百貨公司、超級市場或大型超市，彼等透過其零售網絡向終端用戶轉售我們的產品。我們一般根據客戶的業務規模、與我們的業務關係及過往付款記錄等因素授予彼等60天至90天的信貸期。我們的客戶一般通過銀行匯款向我們付款。

我們鼓勵貿易實體客戶以亞倫品牌開設陳列室，以進一步推廣及提升品牌認知度。我們為此與20個貿易實體客戶訂立框架協議，據此，我們授權該等貿易實體客戶於指定地區以非獨家形式出售我們的產品予國內客戶，為期三年，而彼等須按我們的設計規格佈置陳列室。我們不會參與陳列室的運作，亦不會控制彼等日常的銷售活動，惟規定彼等不得以低於我們建議的價格出售產品。框架協議並無規定最低購買量，而我們對有關客戶使用我們品牌的情況進行審查。截至2012年12月31日止三個年度及截至2013年6月30日止六個月，與我們訂立框架協議的貿易實體客戶的銷售分別佔我們總收益的約23.8%、43.4%、50.1%及50.6%。有關我們的客戶及該等框架協議的進一步詳情，請參閱本招股章程第157至161頁「業務—銷售與營銷—我們的客戶」一節。

定價

我們釐定產品價格時考慮市價、原材料成本、生產成本、包裝規定、海外銷售的匯率影響以及我們的業務計劃及目標等多項因素。家居裝飾產品的價格一般按成本加利潤率基準釐定。就電壁爐而言，我們亦按成本加利潤率基準定價，惟原材料成本的調整空間較小。原材料價格的任何波動可能會影響我們的生產成本。因此，我們持續監察原材料價格的變動並相應調整我們產品的價格。有關我們產品的價格(包括最高、最低單位價格及平均售價)的資料，請參閱本招股章程第221頁的「財務資料—主要收益表項目—定價」一節。

營 銷

我們已並將繼續透過進一步採用行業雜誌、廣告牌及互聯網的廣告宣傳以及參與貿易展覽等多個媒體渠道，提升亞倫品牌的認知度。我們亦可能會委聘品牌大使或代言人進一步推廣亞倫品牌。我們亦銳意與選定的貿易實體客戶合作，於中國主要城市設立創意家居傢俱概念店。我們相信創意家居傢俱概念店將使我們得以展示產品，而客戶及終端用戶亦能於高端環境中體驗產品。有關建議創意家居傢俱概念店的進一步資料，請參閱本招股章程第122至124頁「業務－我們的業務策略－提升於中國的市場份額及滲透率」一節。

銷售策略及售後服務

於2013年6月30日，我們的銷售及營銷團隊由40名員工組成。我們的銷售團隊定期與客戶溝通，並收集客戶對產品質量、喜好及要求的反饋意見。我們的銷售團隊與設計及技術團隊緊密合作，以交流市場趨勢及客戶喜好的資料，更有效地將客戶的反饋意見納入產品開發中。

我們一般就電壁爐提供為期一年的產品保用，而我們的客戶負責向彼等的客戶提供售後服務。根據與客戶的協議，彼等須負責向終端用戶提供維修及服務，而我們則提供服務熱線，以供終端用戶就進一步的問題或關注向我們查詢。我們亦就電壁爐的安裝、基本保養及其他產品知識向新客戶提供售後培訓。我們一般允許客戶更換有缺陷的產品，惟一般不接受客戶退回無缺陷產品。

採購及供應商

製造電壁爐所用的主要原材料為大理石框架、電壁爐框架所需的木材及冷軋板。製造家居裝飾產品所用的主要原材料包括樹脂、黏土及氧化鎂。我們一般按照銷售訂單，以集中採購方式購買原材料。我們現時從中國採購所有原材料，並就若干常用於生產流程的原材料維持約兩週的存貨水平。我們的供應商一般授予我們介乎30至90天的信貸期。於2013年6月30日，我們有超過200個合資格供應商。我們於甄選供應商時採用若干程序，並考慮其業務規模、質量監控系統及所提供的服務等多項因素。我們亦對供應商進行實地視察及年度評估，以確保彼等符合我們的準則及標準。於往績記錄期內，我們並無因產品質量及缺陷產生任何保用開支、就保用計提任何撥備，或接獲任何客戶投訴及產品更換要求，而對我們的業務造成重大影響。

概 要

我們的生產設施及擴充計劃

我們於兩個生產設施製造我們的產品：洛江生產設施及泉港生產設施。我們於2013年6月30日共有1,979名生產人員。洛江生產設施主要用作製造及組裝電壁爐及電壁爐的木製框架，而泉港生產設施則主要用作製造家居裝飾產品及電壁爐的無機框架。由於三個系列的家居裝飾產品及電壁爐的無機框架涉及不同生產流程，我們於泉港生產設施設有獨立生產設施，專門負責製造以不同類別原材料所製的產品。下表概列於往績記錄期內，我們生產設施的產能及利用率：

	截至12月31日止年度			截至2013年
	2010年	2011年	2012年	6月30日止 六個月
洛江生產設施				
<i>電壁爐生產設施</i>				
有效設計產能(個)	226,200	268,950	277,500	132,275
利用率(%)	27.2	46.1	75.3	92.1
泉港生產設施				
<i>樹脂生產設施</i>				
有效設計產能(噸)	36,000	36,000	36,000	17,160
利用率(%)	40.6	43.4	42.9	38.1
<i>陶瓷生產設施</i>				
有效設計產能(噸)	18,000	18,000	18,000	8,580
利用率(%)	72.9	60.4	52.7	51.5
<i>無機生產設施</i>				
有效設計產能(噸)	16,200	16,200	16,200	7,722
利用率(%)	81.0	78.8	82.5	84.7

有關我們的生產設施及產能的進一步詳情，載列於本招股章程第145至152頁「業務－生產設施」一節。

我們現正擴大我們的產能，以滿足電壁爐的不斷上升需求。根據弗若斯特沙利文報告，預期電壁爐的總銷售價值將由2013年的約人民幣196億元增長至2016年的約人民幣283億元，複合年增長率約為13.0%。預期電壁爐銷售將因高端房地產的發展、可支配收入增加及對西方文化的接納程度提高而有所增加。截至2013年6月30日止六個月，洛江生產設施的利用率約達92.1%，而由於現有電壁爐生產設施的利用率較高，董事相信擴充計劃將讓我們得以應付預期增加的未來需求。我們將興建經擴充洛江生產設

概 要

施，以擴大產能，該設施將導致我們現時的電壁爐年產能增加約50,000個。我們預期經擴充洛江生產設施的建設將於2014年中完成，而資本開支將約為人民幣65.0百萬元，有關款項將由內部資源撥支。我們亦計劃透過興建安徽生產設施擴充產能，該設施將主要專門用作製造電壁爐。我們預期安徽生產設施的電壁爐最大年產能將約為300,000個。安徽生產設施亦將設有陳列室、辦公大樓、設計及研發中心、員工宿舍及物流中心。安徽生產設施將分三個階段興建，預期分別於2014年中、2015年第一季及2015年底前完成。我們預期此項目將產生約人民幣554.5百萬元的資本開支總額。有關安徽生產設施的其他資料(包括實施時間表及估計資本開支的詳情)載於本招股章程第149至152頁「業務－生產設施－安徽生產設施」一節。

然而，安徽生產設施可能會導致多項風險，包括但不限於銷售成本及折舊大幅增加，且我們的收益及溢利的增幅未必與產能的增幅成正比。請參閱本招股章程第31頁「我們的生產設施(尤其是安徽生產設施)的擴充未必如規劃般成功或有關擴充可能導致產能過剩、銷售成本及折舊大幅增加，並可能影響我們的業務、財務狀況及對我們電壁爐的需求，而我們的收益及溢利的增幅未必與產能的增幅成正比」該項風險因素。

我們的競爭優勢及業務策略

我們的董事相信我們擁有下列的競爭優勢：

- 亞倫品牌為業內知名品牌
- 我們為中國領先的品牌電壁爐製造商之一
- 我們具備產品設計及開發的能力
- 我們專注於質量監控及產品安全
- 我們與主要客戶建立長期業務關係
- 我們提供多元化的產品
- 我們擁有豐富經驗及盡心竭力的管理層團隊，彼等的行業經驗豐富

我們擬實施以下業務策略達致目標：

- 於中國改善品牌認知度及提升品牌知名度
- 加強產品設計及開發能力，優化產品組合
- 提升於中國的市場份額及滲透率
- 擴大產能
- 於海外市場推廣品牌及提升品牌知名度

概 要

歷史財務資料概要

下表載列所示期間的綜合收益表概要、主要業務分部的毛利率明細及純利率。此財務資料乃摘錄自本招股章程附錄一第I-1頁起所載的會計師報告中本集團的財務資料，並應與其一併閱讀。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2010年 人民幣千元	2011年 人民幣千元	2012年 人民幣千元	2012年 人民幣千元	2013年 人民幣千元
收益	751,819	804,072	969,026	397,529	493,891
電壁爐	192,230	243,127	436,858	149,796	255,364
家居裝飾產品	559,589	560,945	532,168	247,733	238,527
毛利	322,520	331,230	428,197	170,321	225,133
電壁爐	93,940	111,284	215,057	72,079	129,511
家居裝飾產品	228,580	219,946	213,140	98,242	95,622
毛利率	42.9%	41.2%	44.2%	42.8%	45.6%
電壁爐	48.9%	45.8%	49.2%	48.1%	50.7%
家居裝飾產品	40.8%	39.2%	40.1%	39.7%	40.1%
本公司權益持有人應佔溢利 及全面總收益	218,943	218,261	261,629	95,080	129,538
純利率	29.1%	27.1%	27.0%	23.9%	26.2%

於往績記錄期內，銷售電壁爐的收益增長較家居裝飾產品為快，乃主要由於我們分配更多資源於中國市場推廣及開發電壁爐(其毛利率一般較家居裝飾產品為高)所致。

下表載列於所示日期的綜合財務狀況表概要：

	於12月31日			於2013年
	2010年 人民幣千元	2011年 人民幣千元	2012年 人民幣千元	6月30日 人民幣千元
非流動資產	395,168	417,112	411,624	414,299
流動資產	364,646	340,207	752,494	744,627
流動負債	204,178	155,347	354,235	265,261
流動資產淨值	160,468	184,860	398,259	479,366
非流動負債	10,649	4,724	5,406	2,662
總權益	544,987	597,248	804,477	891,003

概 要

下表載列所示期間的綜合現金流量表摘要：

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2010年 人民幣千元	2011年 人民幣千元	2012年 人民幣千元	2012年 人民幣千元 (未經審核)	2013年 人民幣千元
經營活動所得現金淨額	193,584	148,152	293,954	131,939	82,412
投資活動(所用)/所得 現金淨額	(251,634)	(168,339)	33,663	35,805	(19,611)
融資活動所得/(所用) 現金淨額	35,662	8,000	10,951	(4,700)	(33,309)

以下載列所示期間的主要財務比率：

	於12月31日		於2013年	
	2010年	2011年	2012年	6月30日
流動比率	1.8	2.2	2.1	2.8
資產負債比率(%)	16.9%	8.4%	8.1%	7.2%

董事確認，經計及本集團可用的內部資源，包括全球發售的估計所得款項淨額、可用銀行融資及經營活動產生的現金流量後，我們有充足營運資金應付目前需求，即本招股章程日期起計至少未來12個月所需。

於往績記錄期後的最新發展

我們確認，於往績記錄期後及直至本招股章程日期為止，本集團的財務或經營狀況或前景並無任何重大不利變動。根據未經審核管理賬目，我們的收益由截至2012年10月31日止十個月的約人民幣754.2百萬元增加約21.6%至截至2013年10月31日止十個月的約人民幣917.0百萬元，而毛利率於相關期間則保持相對穩定。截至2013年10月31日止十個月的電壁爐及家居裝飾產品的毛利率分別約為49.9%及38.6%，而截至2012年10月31日止十個月則分別約為49.1%及39.3%。於2013年6月30日後及直至最後實際可行日期為止，我們的產品定價政策並無遇上重大變動，且原材料成本並無重大變動。

有關股東的資料

緊隨全球發售及資本化發行完成後(並無計及因超額配股權及根據購股權計劃可能授出的購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)，智華、Ocean Equity及Clear Zone將分別直接於本公司已發行股本中擁有69.4%、5.3%及5.3%權益。

董事認為，於最後實際可行日期，概無主要股東或任何彼等各自的聯繫人於任何直接或間接與本集團業務競爭，或可能構成競爭的業務中擁有任何權益，惟由本集團成員公司經營的業務除外。

截至2013年12月31日止年度的溢利預測

董事相信，在並無不可預見的情況下及根據本招股章程附錄三第III-1頁「溢利預測」一節所載的基準及假設，截至2013年12月31日止年度本公司權益持有人應佔預測綜合溢利及未經審核備考每股預測盈利如下：

本公司權益持有人應佔預測綜合溢利 ⁽¹⁾	不少於人民幣295.0百萬元 (相當於約368.8百萬元)
未經審核備考每股預測盈利 ⁽²⁾⁽³⁾	不少於人民幣0.16元 (相當於約0.20港元)

附註：

- (1) 編製上述截至2013年12月31日止年度溢利預測的基準及假設已於本招股章程附錄三第III-1頁概述。
- (2) 截至2013年12月31日止年度的未經審核備考每股預測盈利乃按截至2013年12月31日止年度的本公司權益持有人應佔之預測綜合溢利，並以於整個期間已發行1,800,000,000股股份為基準，且假設全球發售已於2013年1月1日完成計算。計算並無計及因購股權計劃下授出的購股權獲行使而可能發行的任何股份，或本公司根據本招股章程第205頁「股本」一節所述發行股份的一般授權或購回股份的一般授權可能配發及發行或購回的任何股份。
- (3) 就本公司權益持有人應佔預測合併溢利及未經審核備考每股預測盈利而言，以人民幣呈列的金額按人民幣1.00元兌1.25港元的匯率兌換成港元。概不表示該等人民幣金額已經、可能已或可以按該匯率兌換成港元，反之亦然。

概 要

全球發售統計數字

我們根據指示性發售價編製下列發售統計數字，當中並無計及1%經紀佣金、0.003%證監會交易徵費及0.005%聯交所交易費。我們亦已假設並無行使超額配股權。

	按發售價 每股股份1.80港元計算	按發售價 每股股份2.35港元計算
我們的股份的市值(附註1)	3,240.0百萬港元	4,230.0百萬港元
預測市盈率		
備考全面攤薄(附註2)	9.0倍	11.8倍
未經審核備考經調整每股 有形資產淨值(附註3)	人民幣0.76元(0.95港元)	人民幣0.85元(1.06港元)

附註：

- (1) 計算全球發售完成後的市值時，乃假設緊隨全球發售完成後將予發行及發行在外的股份為1,800,000,000股股份。
- (2) 備考全面攤薄基準的預測市盈率乃按截至2013年12月31日止年度未經審核備考每股股份預測盈利及按已發行合共1,800,000,000股股份為基準，並計及每股發售股份的指示性發售價1.80港元及2.35港元計算。
- (3) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值乃作出本招股章程附錄二第II-1至II-2頁所載的「未經審核備考財務資料—未經審核備考經調整有形資產淨值」一節所述的調整後計算，並以緊隨全球發售後已發行合共1,800,000,000股股份為基準。

概 要

敏感度分析

以下載列於往績記錄期內經參考主要原材料(即樹脂、大理石及木材)的價格波動的純利敏感度分析，僅供說明用途。下表列示主要原材料價格上升或下跌對我們的純利的假設性影響(假設我們無法將該等變動轉嫁予我們的客戶)，而所有其他因素維持不變：

	假設 樹脂價格 上升/下跌 10% 人民幣千元	假設 樹脂價格 上升/下跌 20% 人民幣千元	假設 樹脂價格 上升/下跌 30% 人民幣千元
純利減少/增加：			
截至2010年12月31日止年度	6,894	13,788	20,682
截至2011年12月31日止年度	6,572	13,144	19,716
截至2012年12月31日止年度	5,555	11,110	16,665
截至2012年6月30日止六個月(未經審核)	2,679	5,358	8,037
截至2013年6月30日止六個月	2,285	4,570	6,855
截至2013年12月31日止年度(預測)	5,675	11,350	17,025

	假設 大理石價格 上升/下跌 10% 人民幣千元	假設 大理石價格 上升/下跌 20% 人民幣千元	假設 大理石價格 上升/下跌 30% 人民幣千元
純利減少/增加：			
截至2010年12月31日止年度	4,050	8,100	12,150
截至2011年12月31日止年度	4,136	8,272	12,408
截至2012年12月31日止年度	4,729	9,458	14,187
截至2012年6月30日止六個月(未經審核)	1,626	3,252	4,878
截至2013年6月30日止六個月	2,008	4,016	6,024
截至2013年12月31日止年度(預測)	4,403	8,806	13,209

	假設 木材價格 上升/下跌 10% 人民幣千元	假設 木材價格 上升/下跌 20% 人民幣千元	假設 木材價格 上升/下跌 30% 人民幣千元	假設 木材價格 上升/下跌 40% 人民幣千元
純利減少/增加：				
截至2010年12月31日止年度	1,943	3,886	5,829	7,772
截至2011年12月31日止年度	746	1,492	2,238	2,984
截至2012年12月31日止年度	1,980	3,960	5,940	7,920
截至2012年6月30日止六個月 (未經審核)	474	948	1,422	1,896
截至2013年6月30日止六個月	1,758	3,516	5,274	7,032
截至2013年12月31日止年度 (預測)	3,854	7,708	11,562	15,416

概 要

下文載列於往績記錄期內經參考我們的產品平均售價的純利敏感度分析。以下分析所用的產品平均售價變動代表我們的產品於往績記錄期內的平均售價出現5%、10%、15%及最大波動：

	假設 電壁爐 平均售價 上升/下跌 5% 人民幣千元	假設 電壁爐 平均售價 上升/下跌 10% 人民幣千元	假設 電壁爐平均 售價 上升/下跌 15% 人民幣千元	假設 電壁爐平均 售價 上升/下跌 21% 人民幣千元
純利增加/減少				
截至2010年12月31日止年度	8,410	16,820	25,230	35,322
截至2011年12月31日止年度	10,637	21,274	31,911	44,675
截至2012年12月31日止年度	18,566	37,132	55,698	77,977
截至2012年6月30日止六個月 (未經審核)	6,366	12,732	19,098	26,737
截至2013年6月30日止六個月	10,853	21,706	32,559	45,583
截至2013年12月31日止年度 (預測)	28,842	57,684	86,526	121,137

	假設 家居 裝飾產品 平均售價 上升/下跌 5% 人民幣千元	假設 家居 裝飾產品 平均售價 上升/下跌 10% 人民幣千元	假設 家居 裝飾產品 平均售價 上升/下跌 15% 人民幣千元	假設 家居 裝飾產品 平均售價 上升/下跌 33% 人民幣千元
純利增加/減少				
截至2010年12月31日止年度	24,482	48,964	73,446	161,581
截至2011年12月31日止年度	24,541	49,082	73,623	161,971
截至2012年12月31日止年度	19,956	39,912	59,868	131,710
截至2012年6月30日止六個月 (未經審核)	9,290	18,580	27,870	61,314
截至2013年6月30日止六個月	8,944	17,888	26,832	59,030
截至2013年12月31日止年度 (預測)	19,179	38,358	57,537	126,579

股息政策

於往績記錄期內，我們於截至2010年12月31日止年度、截至2011年12月31日止年度、截至2012年12月31日止年度及截至2013年6月30日止六個月分別宣派股息人民幣128.3百萬元、人民幣166.0百萬元、人民幣54.4百萬元及人民幣91.8百萬元。

董事認為我們的附屬公司未分派盈利的若干金額乃用於在中國進行再投資，而非分派。將向股東分派的實際股息金額將取決於我們的盈利及財務狀況、營運需求、資本需求及董事可能視為相關的任何其他條件，並須待股東批准後方可作實。日後宣派及派付的任何股息可能或未必反映過往宣派及派付的股息，而我們的董事對此有絕對酌情權。有關我們已派付的股息及宣派股息所考慮的因素的額外詳情，請參閱本招股章程第260至261頁「財務資料—股息政策」一節。

所得款項用途

我們估計全球發售所得款項淨額(經扣除我們就全球發售應付的包銷費用及估計開支，並假設發售價為每股發售股份2.075港元，即指示性發售價範圍1.80港元至2.35港元的中位數，且超額配股權未獲行使)約為698.6百萬港元(或假設超額配股權獲悉數行使，則約為807.3百萬港元)(將於上市後收取)。董事擬將全球發售所得款項淨額作下列用途：

所得款項金額(%)	所得款項用途
375.1百萬港元(53.7%)	興建新的安徽生產設施及購買其生產機器及設備
111.8百萬港元(16.0%)	於2016年前在選定的中國主要城市以亞倫品牌開設七家創意家居傢俱概念店
51.0百萬港元(7.3%)	進一步擴展我們的自家品牌於海外(尤其是北美)的海外銷售網絡，參與貿易展及行業展覽，及設立海外銷售以及設計及開發團隊，以增加市場份額
48.9百萬港元(7.0%)	透過在多個媒體(例如電視、互聯網、廣告牌及雜誌)進行廣告宣傳及委聘品牌大使或代言人，以推廣亞倫品牌

概 要

41.9百萬港元(6.0%)

為技術團隊招聘更多專家，增強我們的技術專長及知識以確保我們產品的功能性特點能持續改善，進一步與學術或專業機構合作，以及改良自行開發產品。除與福建省福州一所大學及上海理工大學訂立的合作協議外，我們於最後實際可行日期並無與其他機構訂立任何其他合作協議

69.9百萬港元(10.0%)

用作營運資金及其他一般企業用途

倘超額配股權獲悉數行使，我們將收取的額外所得款項淨額將約為108.7百萬港元(假設發售價為每股發售股份2.075港元，即指示性發售價範圍1.80港元至2.35港元的中位數)。倘超額配股權獲悉數行使，董事擬將所有額外所得款項淨額按比例用於上述用途。

有關我們未來計劃的詳情，請參閱本招股章程第264至265頁「未來計劃及所得款項用途－未來計劃」及第120至126頁「業務－我們的業務策略」兩節。

風險因素

我們的業務及於全球發售的投資涉及風險。有關風險包括(i)由於我們自家品牌旗下的產品主要於中國銷售並佔我們收益的大部分，且較我們按原設計製造／原設備製造基準向海外客戶進行銷售的毛利率為高，我們日後的成功可能在很大程度上取決於品牌的市場認知度；(ii)我們的生產設施的擴充未必如規劃般成功或有關擴充可能涉及若干風險；(iii)我們的產品改良及新產品開發(特別是我們的電壁爐)未必會成功，而電壁爐的銷售於往績記錄期內乃推動我們收益增長的主要動力；及(iv)由於我們分配更多資源於中國推廣及開發電壁爐，我們的家居裝飾產品業務於2012年及截至2013年6月30日止六個月錄得的收益較過往年度／期間減少。若干特定風險載列於本招股章程第30頁起的「風險因素」一節。閣下於決定投資發售股份前應細閱該節全文。

不合規事宜

於往績記錄期內，我們並無完全遵守社會保險供款及住房公積金供款的法例及法規。我們並無就更改部分物業用途向相關中國政府機關取得批准，亦無就若干物業取得建設工程規劃許可證。我們並無更新部分產品的強制性認證。我們並無為其中一家香港附屬公司編製賬目。有關該等重大不合規事件的詳細資料，請參閱本招股章程第172至182頁「業務－法律合規及訴訟」一節。

上市開支

所有發行新股份直接應佔的遞增成本直接從權益扣減確認，而任何現有股份上市應佔的開支則計入於開支產生期間的損益賬。估計上市開支總額約為57.4百萬港元(假設發售價為每股發售股份2.075港元，即指示性發售價範圍1.80港元至2.35港元的中位數)，其中約31.2百萬港元直接因發行全球發售項下的新股份產生，並作為自權益扣減而入賬，而約26.2百萬港元將計入於開支產生期間的損益賬作為行政開支。上市開支約9.0百萬港元計入截至2012年12月31日止年度及截至2013年6月30日止六個月的損益賬，而預期約17.2百萬港元將計入2013年6月30日後的損益賬，並將反映於我們截至2013年12月31日止年度的行政開支。