
概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料之概覽，並應連同本文件全文一併閱讀。由於此僅為概要，故並無載有可能對閣下而言屬重要之所有資料。閣下決定投資於發售股份前須閱讀整份本文件。

任何投資均存在風險。投資於發售股份之若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下決定投資於發售股份前須仔細閱讀該節。

本概要所用的多個詞語定義見本文件「釋義」及「詞彙」各節。

概覽

我們主要從事以多個品牌開發、營銷、銷售及分銷種類繁多之個人護理產品(主要包括洗浴及沐浴露、洗髮露及護髮素、頭髮護理及護膚產品)、保健產品(主要包括口服健康補充食品，包括兒童專用開奶茶、食用補品、開奶茶沖劑、營養飲料、感冒止咳沖劑、草本茶及活絡油)及家居產品(主要包括洗衣液及消毒殺菌劑)。

該等產品為(i)向品牌擁有人採購之品牌產品；(ii)以我們自家品牌開發及分銷之產品；或(iii)自特約經銷商、獨立商號、生產商或水貨商購買之產品。

我們發展階段之簡介

本集團由彭先生及彭太太於1996年創立。當時我們專注於銷售及分銷採購自特約經銷商及獨立商號之個人護理產品、健康護理產品及家居產品，並將產品出售予香港之小型獨立藥店。漸漸地，我們於香港建立了我們的銷售網絡，其對我們之業務發展及擴充(其後稱為品牌開發及管理分部以及產品開發分部)至為重要。

自我們於1999年或前後在建立銷售網絡方面取得初步成功後，我們獲幾名品牌擁有人及生產基地位於中國廣東省之生產商委聘以按獨家基準於特定地區銷售及分銷其個人護理產品。由我們在香港所管理之最受歡迎之品牌包括澳雪、雪完美、花世界、櫻雪、珍妮詩及迪西茵。除了作為該等品牌於香港及東南亞(不包括中國)之獨家分銷商外，我們還負責於該等地區管理和發展其產品品牌。為擴大我們獨家分銷之該等個人護理產

概 要

品之銷售，我們於往績記錄期間已於東南亞(主要為澳門)委聘該等產品之分銷商。董事確認，我們並無就有關此重新分銷安排接獲任何品牌擁有人之任何投訴，乃由於此安排將有助其銷售個人護理產品，對我們及品牌擁有人之業務均帶來益處。

於2004年，我們開始以我們之自家品牌衍生開發保健產品，包括口服健康補充食品。於2006年，我們開發家居產品，主要是安高品牌項下之殺蟲劑及驅蚊劑。於2008年及2009年，我們開始首次推出我們之個人護理產品，主要是因為您及美肌の誌品牌項下之護膚產品。

我們之業務分部

鑑於上述發展階段，我們之業務因此可大致分為三個業務分部，即品牌開發及管理分部、產品開發分部以及貨品買賣分部。我們之目標是向價格敏感之消費者提供價廉物美之產品。該等業務分部之部分產品的性質可能有所重疊，但我們透過該等業務分部出售之品牌產品而言並不相同。

該等業務分部之收入概要

於往績記錄期間，我們之所有收入均產生自該等業務分部之貨品銷售。截至2014年3月31日止年度，產品開發分部成為最大之分部，佔收入之約74.6%，其僅佔截至2013年3月31日止年度之約52.4%。品牌開發及管理分部於整個往績記錄期間保持穩定之收入份額。貨品買賣分部錄得持續下跌，由佔截至2012年3月31日止年度收入之約51.6%下跌至截至2014年3月31日止年度之約8.4%。

品牌開發及管理分部

我們自1999年起就我們品牌擁有人(其主要為產品之生產商及／或品牌擁有人)主要於香港市場出售之個人護理產品為彼等管理及開發若干品牌並具歷史證明。一旦品牌擁有人通過我們嚴格之篩選程序並且一經挑選，我們與品牌擁有人訂立獨家分銷協議，並開始向其提供一站式市場推廣、銷售及交付服務，以與品牌擁有人維持長期關係。此分部之所有品牌擁有人均為獨立第三方。

我們在香港管理及開發之產品中，澳雪、櫻雪、花世界及滋采等品牌之洗浴和沐浴產品在香港已是家傳戶曉。根據BMI報告，於2013年1月至2013年12月期間，該等洗浴

概 要

及沐浴產品之總市場份額佔2013年香港洗浴及沐浴市場之市場規模約1,005.1百萬港元之約3.0%。

產品開發分部

我們憑藉我們的分銷及銷售經驗，開發以我們自己之保健、個人護理、及家居產品，該等產品乃以我們多個本身品牌，包括衍生、美肌の誌、因為您、雙龍、殺菌王及安高項下出售。而此業務分部最終存在於本集團。

我們於2004年開始發展「衍生」品牌，其主要由保健產品組成，其中包括健康補充食品。根據BMI報告，我們衍生品牌之嬰兒及兒童維他命及食用補品於2011年至2013年在香港市場佔領導地位，而於2011年、2012年及2013年，衍生品牌於香港兒童專用維他命及食用補品市場之市場份額分別為42.4%、38.7%及53.6%。

於2008年，我們開始首次推出「因為您」品牌項下之護膚產品，並於2009年「美肌の誌」品牌護膚產品於推出後不久即成為我們之暢銷品牌。

於2012年，我們進一步加強我們新開發之若干個品牌如I LOVE BB、乖寶貝、延生及雙龍項下之保健產品。我們預期該等品牌將逐漸受到歡迎，並進一步加強本集團於保健產品之市場佔有率。

若干產品開發分部的產品獲分類為中成藥產品，故於生產、包裝或於香港出售前，須依法取得牌照或註冊。因此，我們已要求生產商於生產我們之產品前取得及持有有關註冊。董事確認，於往績記錄期間，所有生產商已取得所有生產我們產品必須之牌照及許可。

於往績記錄期間，我們外包產品內容之所有生產予香港、中國及台灣之第三方生產商，其將為我們生產成品或粉狀或顆粒狀之半成品。我們於2013年7月向彭先生及彭太太出售太和堂製藥前，我們由太和堂製藥承擔該等半成品之大部分包裝過程。由於出售太和堂製藥，我們已將我們全部中成藥產品及若干非中成藥產品之包裝過程外包予太和堂製藥，我們並就此與太和堂製藥訂立包裝協議。我們自行及由其他供應商包裝部分非中成藥產品。

儘管我們自家品牌下之產品製造及包裝皆有外包安排，我們於市場推出任何新產品前，會透過(其中包括)採用嚴格之措施挑選及審核生產商及供應商之表現及其產品質量、檢查生產過程、向具信譽之知名中心如台灣檢驗科技股份有限公司、香港標準及檢定中心、香港中華廠商聯合會工業發展基金有限公司或中國廣州分析測驗中心遞交樣本進行質量測試，以堅持並維持我們產品之質量。

概 要

貨品買賣分部

我們自1996年起從事向供應商(主要是東南亞地區之特約分銷商)或向區內之生產商或獨立商號採購護膚產品、個人護理產品及家居產品之買賣及分銷業務，於往績記錄期間涉及約60個品牌。貨品買賣分部之所有供應商均為獨立第三方。

由於我們於此貨品買賣分部所分銷之產品將無可避免地包括進口水貨，我們已採取所有可能之保護措施，確保該等產品並非贗品或盜版貨品而銷售該等產品將不會違反香港任何法例及規例，或侵犯任何第三方知識產權。董事經尋求香港法律顧問就業務經營提供之法律意見後，認為本集團已就分銷進口水貨於所有重大方面遵守香港之相關適用法例及法規。

客戶

我們之客戶主要為香港連鎖零售商及獨立零售商以及東南亞之分銷商。向我們之五大客戶之銷售分別佔我們截至2012年、2013年及2014年3月31日止三個年度之總收入之約35.7%、37.6%及40.1%，而向我們之最大客戶之銷售佔相關期間之總收入之約10.6%、16.9%及18.2%。

供應商

品牌開發及管理分部之主要供應商為品牌擁有人。產品開發分部之供應商主要為我們本身品牌項下產品之生產商及包裝材料供應商。貨品買賣分部項下有大量供應商出售種類繁多之產品。我們向五大供應商之採購分別約達151.1百萬港元、65.6百萬港元及65.7百萬港元，佔截至2012年、2013年及2014年3月31日止三個年度之總銷售成本之約58.4%、48.0%及59.2%。

競爭優勢

董事相信以下為我們成功之重要因素：

- 我們向品牌擁有人提供一站式店舖業務模式，包括產品開發、銷售及市場推廣、開發銷售渠道、物流及交付以及海外銷售能力；
- 我們提供保健產品、個人護理產品及家居產品之多元化組合；
- 我們強大之市場研發能力及致力於質量控制；
- 與連鎖零售商及獨立零售商建立了長久關係分銷本集團之產品；及
- 多層面市場推廣策略。

概 要

業務策略

我們擬實行以下主要策略，以擴充其業務及為股東創造價值：

- 尋求與品牌擁有人之業務合作機會；
- 進一步擴大我們本身品牌於中國及東南亞其他國家之銷售及分銷網絡；
- 以多層面之市場推廣策略不斷提高我們本身品牌及由我們開發及管理之品牌之品牌認知度；及
- 透過與合適之製藥公司開發新產品進一步擴大我們的產品組合。

上市開支

誠如本文件「財務資料」一節「行政開支」一段所解釋，估計上市所產生之開支合共約為25.3百萬港元。

有關估計開支屬非經常性質，對我們之財務表現造成以下影響：

- (i) 截至2012年3月31日，約3.0百萬港元之上市開支已計入綜合損益而其餘部分及計入之前年度及其他全面收益表內，其中約0.5百萬港元乃計入於截至2012年3月31日止年度而其餘部分乃計入之前年度；
- (ii) 約2.6百萬港元及1.4百萬港元之上市開支乃計入截至2013年及2014年3月31日止年度之綜合損益及其他全面收益表；
- (iii) 於往績記錄期間，約0.6百萬港元之上市開支已獲支付並予以遞延，以抵銷於上市後權益之股份溢價賬，並因此於預付款項中處理及於綜合財務狀況表內列入「貿易應收款項及其他應收款項」內；及
- (iv) 截至2015年3月31日止年度，上市開支估計約為17.7百萬港元，其中約8.2百萬港元將計入綜合損益及其他收益表內，而剩餘約9.5百萬港元將於上市後以權益之股份溢價賬抵銷。

近期發展

根據本集團截至2014年5月31日止兩個月之未經審核賬目，我們截至2014年5月31日止兩個月之收益低於2013年同期。下跌乃主要由於貨品買賣分部之產品銷量減少。然

概 要

而，我們於截至2014年5月31日止兩個月之毛利率較2013年同期高，乃主要由於毛利率相對較高之產品開發分部之營業額所佔比重有所增加所致。

我們的董事確認，自2014年3月31日起，我們的財務狀況或業務前景概無重大不利變動，亦無出現會對本文件附錄一會計師報告中所呈列的資料造成重大影響的事件。

上市開支對我們財務表現之影響

估計上市開支根據產生或將予產生之實際金額予以調整。鑑於上市後上市開支約8.2百萬港元將計入截至2015年3月31日止年度內之綜合損益及其他全面收益表，故預期我們於截至2015年3月31日止年度之純利率將較截至2014年3月31日止年度為低。由於上市開支的影響，故亦預期我們於截至2014年9月30日止六個月的純利將較2013年同期低。

所得款項用途

我們相信股份於主板上市可提升我們之形象，而股份發售之所得款項淨額將鞏固我們之財務狀況並使我們能夠根據本文件「未來計劃及前景」一節所載落實及執行我們之業務計劃。我們亦相信，於主板公開上市之地位將提升我們之公眾意識及我們之品牌和產品，並且為我們之未來業務發展提供進入資本市場之渠道，並加強我們之競爭力。

按發售價每股發售股份[編纂]港元之假設作計算（即指示性發售價範圍每股發售股份[編纂]港元至[編纂]港元之中位數），於超額配股權獲行使前及於扣除上市相關開支後，估計股份發售產生之所得款項淨額合共約為[編纂]百萬港元。股份發售之所得款項淨額擬作以下用途：

- 最多[編纂]，或約[編纂]港元，將用於尋找與新品牌擁有人合作之機會，其次用於市場推廣活動，以提升品牌知名度，從而擴大我們之分銷網絡。
- 最多[編纂]，或約[編纂]港元，將用於提升我們本身品牌之知名度及多層面市場推廣策略，並加強培訓我們之推廣人員，以支持及協助我們擴充涵蓋包括中國、台灣、澳門及其他東南亞國家之銷售網絡。
- 最多[編纂]，或約[編纂]港元，將用於提升我們在中國之市場推廣及宣傳活動。

概 要

- 最多[編纂]，或約[編纂]港元，將用於透過與中醫藥機構及製藥公司合作開發新中成藥及健康補充食品擴大我們之品牌及產品組合，以滿足消費者之期望。
- 剩餘結餘之[編纂]，或約[編纂]港元，將用於本集團一般營運資金用途。

有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及前景」一節。

股東資料

緊隨股份發售及資本化發行完成後(不計及根據行使超額配股權或根據首次公開發售前購股權計劃授出及根據購股權計劃可能授出之任何購股權後可能配發及發行之任何股份)，彭先生及彭太太將透過衍富共同持有本公司已發行股本總額之[編纂]。進一步詳情請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

於最後實際可行日期，我們已根據首次公開發售前購股權計劃授出購股權(行使該等購股權將使承授人有權獲得合共[編纂]股股份，相當於本公司於緊隨股份發售及資本化發行完成後(不計及根據超額配股權或根據購股權計劃可能授出之任何購股權而可能發行之股份)已發行股本之約[編纂])。有關首次公開發售前購股權計劃之詳情，請參閱本文件「法定及一般資料—E.該等購股權計劃—1.首次公開發售前購股權計劃」一段。

股息及股息政策

於上市完成後，我們可能以現金或董事會認為合適的其他方式派發股息。於2013年7月3日，本公司透過實物分派以本公司間接持有的太和堂製藥之所有已發行股份，向彭先生及彭太太宣派及派付約146,000港元的股息。於2013年10月15日，透過抵銷應收董事款項宣派及派付20百萬港元的股息。於2014年1月24日，30百萬港元的特別股息獲宣派及將自我們的累計溢利向股東派付。有關獲宣派之股息將由我們的內部資源撥付並預期將於上市前派付。除此之外，我們於往績記錄期間並無宣派及向股東派付任何股息。

分派任何中期股息或建議派付任何末期股息的決定將須董事會酌情批准，概不能保證將能夠宣派或分派任何董事會計劃所載的任何股息金額或根本無法宣派或分派任何股息金額。過往作出的股息分派並不表示本公司日後將會宣派或派付股息，亦不可作為釐定我們日後可能宣派及派付的股息金額之參考或基準。請參閱本文件內「財務資料」一節「股息及股息政策」分節以獲取進一步詳情。

概 要

主要財務及營運資料概要

以下主要財務及營運資料應與本文件附錄一所載之會計師報告一併閱讀。

下表載列本集團截至2012年、2013年及2014年3月31日止三個年度之綜合全面收益表經挑選項目：

	截至3月31日止年度		
	2012年	2013年	2014年
	千港元	千港元	千港元
收入	360,414	235,114	253,171
毛利	101,469	98,410	142,341
純利	22,067	15,383	49,704

於截至2013年3月31日止年度，我們的收入較上一年度相比下跌約34.8%，其後於截至2014年3月31日止年度上升約7.7%。

於截至2013年3月31日止年度，我們的毛利較上一年度微跌約3.0%，其後於截至2014年3月31日止年度上升約44.6%。於截至2013年3月31日止年度，我們的利潤較上一年度微跌約30.3%，其後於截至2014年3月31日止年度上升約223.1%。我們的毛利及利潤之有關變動乃主要由於我們的分部收益於往績記錄期間出現變動所致。

下表載列我們於往績記錄期間按業務分部劃分之營運業績：

	品牌開發及管理分部			產品開發分部			貨品買賣分部		
	截至2012年3月31日止年度	截至2013年3月31日止年度	截至2014年3月31日止年度	截至2012年3月31日止年度	截至2013年3月31日止年度	截至2014年3月31日止年度	截至2012年3月31日止年度	截至2013年3月31日止年度	截至2014年3月31日止年度
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
分部收入	62,178	50,579	42,947	112,222	123,282	188,851	186,014	61,253	21,373
分部收入佔總收入百分比	17.3%	21.5%	17.0%	31.1%	52.4%	74.6%	51.6%	26.1%	8.4%
分部毛利	20,100	15,683	13,824	69,267	78,719	127,034	12,102	4,008	1,483
分部毛利率(附註)	32.3%	31.0%	32.2%	61.7%	63.9%	67.3%	6.5%	6.5%	6.9%

附註： 分部毛利率乃以我們的收入減銷售成本除以各分部收入計算所得。

概 要

進一步詳情請參閱本文件「財務資料」一節內「主要收益表項目」項下之「收入」及「毛利及毛利率」。

下表載列本集團截至2012年、2013年及2014年3月31日之綜合財務狀況表經挑選項目：

	於3月31日		
	2012年	2013年	2014年
	千港元	千港元	千港元
非流動資產	19,396	23,990	42,600
流動資產	117,645	179,336	115,684
資產總值	137,041	203,326	158,284
流動負債	54,629	101,294	63,989
流動資產淨值	63,016	78,042	51,695
資產總值減流動負債	82,412	102,032	94,295
非流動負債	2,186	6,280	—
資產淨值	80,226	95,752	94,295

下表載列我們於有關年度或所示日期之主要財務比率。

	於3月31日		
	2012年	2013年	2014年
盈利能力			
毛利率	28.2%	41.9%	56.2%
純利率	6.1%	6.5%	19.6%
股本回報率	27.5%	16.1%	52.7%
資產回報率	16.1%	7.6%	31.4%
流動資金			
流動比率	2.2	1.8	1.8
資產負債比率	31.3%	87.4%	—

進一步詳情請參閱本文件「財務資料」一節內之「其他主要財務比率」。

概 要

發售統計數字

	以每股股份 發售價[編纂]港 元為基準	以每股股份 發售價[編纂]港 元為基準
市值(附註1)	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值 (附註2)	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

1. 股份之市值乃根據每股發售股份之指示性配售價範圍[編纂]港元至[編纂]港元以及緊隨股份發售及資本化發行完成後已發行合共[編纂]股股份計算(惟未計及因行使超額配股權而可予發行之任何股份及根據購股權計劃而可予授出之任何購股權)。
2. 未經審核備考經調整綜合每股有形資產淨值乃於作出本文件「一未經審核備考財務資料」一節所述之調整後並於緊隨股份發售完成後將予發行[編纂]股股份為基準而達致。

風險因素

我們相信我們的營運涉及若干風險。大部分該等風險屬本集團無法控制。閣下應閱讀本文件「風險因素」整個章節，於作出任何有關本集團之投資決定前，務請仔細考慮當中所載之所有資料。