

## 概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料概覽。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[編纂]前，務請細閱整份文件。

任何投資均涉及風險。有關投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下在決定投資於[編纂]前，務請細閱該節內容。

### 概覽

我們於截至二零一四年十二月三十一日止年度將錄得淨虧損狀況

我們的純利由截至二零一三年六月三十日止六個月的約18.0百萬港元減少至截至二零一四年六月三十日止六個月的約2.2百萬港元。

我們是香港領先的流動電話分銷商之一，具有廣泛的本地分銷渠道。根據Ipsos報告，於二零一三年，就收益而言，我們是香港最大的流動電話分銷商，市場佔有率約為21.7%。截至二零一三年十二月三十一日止三個月及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們分別出售超過157,000部、378,000部、318,000部及243,000部流動電話。

於往績記錄期間，我們大部分的收入來自國際知名品牌(如知名韓國品牌、黑莓、宏基、Sugar及Alcatel One Touch)的流動電話之分銷。我們作為供應商的非獨家分銷商，於香港向彼等採購流動電話。其後，我們銷售及提供該等產品予我們的分銷客戶，彼等為香港的批發客戶、電訊服務運營商及連鎖零售商。

下表載列截至二零一三年十二月三十一日止三個月年度各年及截至二零一三年六月三十日及二零一四年六月三十日止各六個月，本公司的收入貢獻明細及其佔我們總收入的百分比：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	估收益 總額	估收益 總額	估收益 總額	估收益 總額	估收益 總額	估收益 總額	估收益 總額	估收益 總額	估收益 總額	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
流動電話	455,751	88.7	1,232,678	89.5	1,127,614	88.5	535,021	89.0	749,652	88.5
其他(附註)	57,849	11.3	143,897	10.5	147,231	11.5	66,001	11.0	97,071	11.5
總計	<u>513,600</u>	<u>100.0</u>	<u>1,376,575</u>	<u>100.0</u>	<u>1,274,845</u>	<u>100.0</u>	<u>601,022</u>	<u>100.0</u>	<u>846,723</u>	<u>100.0</u>

附註：其他包括(i)銷售平板電腦及就若干品牌產品提供客戶支援服務所收取服務收入；及(ii)於我們在二零一三年所開設合作店銷售流動電話配件、電視、家庭影院、藍光播放器、數碼靜態照相機、顯示器及打印機等的銷售。

我們目前為一家母公司的全資附屬公司，其於緊隨完成分拆後仍為我們的控股股東。母公司集團為一家自一九九二年起，已於聯交所主板上市的科技產品分銷及投資控股公司。

## 概 要

### 截至二零一四年十二月三十一日止年度的虧損警告

儘管截至二零一四年十月三十一日止四個月較截至二零一四年六月三十日止六個月的毛利率有所改善，本集團截至二零一四年十二月三十一日止年度的財務表現乃受到以下因素的不利影響：(i) 鼓吹民主的人士「佔中」抗議削弱我們批發客戶的需求，原因是截至二零一三年十二月三十一日止三個年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們有關分銷業務的約24、27、32及37名批發客戶（佔我們上述同期收入的約6.3%、15.1%、17.2%及11.1%）於旺角地區經營，該地區若干街道已由示威者長期堵塞，令我們的銷售受到影響；(ii) 截至二零一四年六月三十日止六個月的毛利及毛利率較截至二零一三年六月三十日止六個月的有所減少（有關截至二零一四年六月三十日止六個月的毛利及毛利率減少之原因，請參閱本文件「財務資料—過往經營業績回顧」一節）；(iii) 零售店舖的租金開支增加及員工成本增加以支持更大程度的銷售活動；(iv) 有關上市所產生非經常性開支，詳情載於本文件「概要—上市開支」一節。本集團預計上市開支的22.1百萬港元將自我們截至二零一四年十二月三十一日止年度的綜合收益表扣除。上述上市開支乃基於現時估計而僅供參考，將確認的實際金額將根據審核及當時變量及假設變化予以調整；(v) 知名韓國公司的主要競爭對手於二零一四年九月推出新款主要流動電話型號；及(vi) 於截至二零一四年十月三十一日止四個月，我們主要供應商較二零一三年同期供應較少新推出的主要流動電話型號。計及以上因素，我們認為本集團的財務表現將受到不利影響而我們於截至二零一四年十二月三十一日止年度將錄得淨虧損狀況。

### 競爭優勢

我們相信我們的以下競爭優勢將繼續是我們未來成功的推動力：

- 香港流動電話分銷業務市場領先者之一，受日益發展的大型分銷網絡支持
- 已與主要供應商建立扎實關係
- 具有與分銷客戶已建立的長期關係的廣大及多元化客戶基礎
- 具有良好履歷及專注人力資本的資深管理團隊

### 業務策略

我們的目標是保持在香港的領先地位。我們將繼續通過以下策略取得市場佔有率：

- 繼續擴大我們的產品供應及產品組合
- 進一步擴大我們的分銷網絡及提高由我們的銷售團隊提供的客戶服務質素
- 通過實施新的ERP系統提升我們的管理能力及效率
- 收購新辦公室及倉庫物業以降低營運成本

## 概 要

### 風險因素

我們的業務受多種風險所限，包括但不限於與我們業務有關的風險、與行業有關的風險及與[編纂]有關的風險。尤其是，我們的業務很大程度依賴少數供應商(包括知名韓國公司)，如果該等供應商單方面終止其與我們的關係，此可能損害我們向客戶交付產品的能力並導致訂單取消及收入及市場佔有率損失。此外，我們若干供應商提供不同銷售獎勵及價格保障補償，而有關銷售獎勵及價格保障補償的減少可能導致我們的毛利下降。再者，本集團大部份收入來自我們的主要客戶。如果行業前景發生任何變動令我們的主要客戶及供應商選擇與另一方直接交易，我們的競爭力可能受到影響。另外，我們的收入及盈利能力取決於客戶偏好及消費模式，而這超出我們的控制範圍及難以預測。我們產品的性質受短壽命週期所限，視乎競爭水平、其他新款流動電話型號的推出及技術發展的速度而定，而此等因素不受我們控制。

由於不同的投資者對釐定重大風險有不同的詮釋及準則，閣下在決定投資於[編纂]前，務請細閱本文件「風險因素」全文。閣下不應倚賴有關刊物、調研分析報告或其他媒體所載與我們及[編纂]有關的任何資料，該等資料可能與本文件所載資料有所不符。

### 我們的供應商

我們有兩類供應商，即流動電話及平板電腦供應商(我們作為授權分銷商代其行事)及流動電話配件、電子產品及電器供應商。於二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日以及二零一四年六月三十日，我們分別合共擁有6名、9名、8名及8名流動電話供應商。

於往績記錄期間，我們的五大供應商應佔總採購額分別約佔我們總採購額的98.6%、99.3%、98.9%及99.7%。於同期，我們的最大供應商應佔採購額分別約佔我們總採購額的55.6%、86.8%、86.1%及96.0%。截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們與大多數五大供應商保持逾4年的業務關係。

### 我們的客戶

我們有兩類客戶，即(a)分銷客戶，其包括批發客戶、電訊服務運營商、連鎖零售商及(b)零售客戶。於往績記錄期間，我們大部份收入來自我們對批發客戶的銷售額。截至二零一三年十二月三十一日止三個年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們已分別與185名、243名、264名及263名分銷客戶進行交易往來。

於往績記錄期間，截至二零一三年十二月三十一日止三個年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們的五大客戶所貢獻的收益分別佔我們收益總額約47.6%、44.1%、35.9%及56.9%。我們的最大客戶所貢獻的收益分別佔我們同期收益總額約11.1%、20.0%、14.2%及35.0%。截至二零一三年十二月三十一日止三個年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們與大多數五大客戶保持逾3年的業務關係。



## 概 要

### 我們與知名韓國公司的關係

近年來，我們專注向香港批發客戶分銷知名韓國品牌的流動電話。截至二零一三年十二月三十一日止三個年度及截至二零一四年六月三十日止六個月，我們來自知名韓國品牌產品銷售的收益分別佔我們總收益的約51.1%、85.5%、85.4%及95.2%。Synergy（我們於二零一一年七月自獨立第三方收購的全資附屬公司），已於二零零九年與知名韓國公司開始業務關係。我們與知名韓國公司的供應協議的年期為一年並可自動重續一年，惟提前終止除外。任何一方可終止供應協議，惟前提為（其中包括）任何一方未能於非違約方發出書面通知後30日內補救重大違約行為（我方的重大違約包括於授權以外地區分銷產品、更改產品包裝及未能根據協定的支付條款向知名韓國公司結算付款）或任何一方向另一方發出30日通知。

我們專注銷售知名韓國品牌產品符合本集團的策略，以追隨主流客戶偏好的最新趨勢及產品的受歡迎程度。根據Ipsos報告，香港各流動電話分銷商僅專注於供應有限數目的流動電話品牌，此亦為行業規範。我們乃香港一間根基隱固的流動電話分銷商。憑藉我們的豐富業內知識及經驗，我們與若干國際知名品牌供應商順利發展並維持著牢固的關係，且於香港建立了廣闊及多元化的銷售網絡。基於上述情況，在我們與知名韓國公司的現時業務關係惡化的情況下（儘管不大可能發生），我們認為我們將能夠快速調整業務方向以面對任何新挑戰。我們已不時物色將與之合作的潛在品牌。例如，我們已自二零一四年十月下旬起與聯想開始業務關係以於香港分銷其產品。作為一個應急計劃，我們將繼續(i)增加我們分銷該等品牌的流動電話數量及／或開發分銷彼等所供應的其他類型產品的業務；及(ii)探索與流動電話的其他品牌或新品牌（根據我們董事的行業洞悉及我們對現行消費偏好及產品受歡迎程度的了解，我們認為其有良好市場潛力）進行合作及分銷的可能性。

有關我們與知名韓國公司的關係的進一步詳情，請參閱本文件「我們的業務 — 我們與知名韓國公司的關係」一段。

### 控股股東資料

緊隨[編纂]及資本化發行完成後，母公司將實益擁有我們已發行股本的約52.33%（倘[編纂]未獲行使）或我們已發行股本的約51.11%（倘[編纂]獲悉數行使）。母公司於一九九二年七月八日在百慕達註冊成立為一家獲豁免有限公司，其股份於一九九二年八月十八日在聯交所上市。有關母公司之進一步詳情，請參閱本文件「歷史及重組」一節。

### 分拆

母公司已就分拆根據上市規則第15項應用指引（「第15項應用指引」）向聯交所遞交分拆建議，而聯交所於二零一四年九月二十二日已確認母公司可進行分拆。根據上市規則，分拆完成後母公司所持本公司股權的減少屬母公司之重大交易。因此，分拆須取得（其中包括）第15項應用指引及上市規則項下的母公司股東批准方可實行。本公司將於必要時遵守第15項應用指引項下的規定及上市規則第14章的適用規定（包括公佈、通函、委任獨立財務顧問及股東批准規定）。

## 概 要

### 本集團及保留母公司集團間的業務劃分

因分拆，本集團將主要從事流動電話產品分銷而其經營主要局限於香港，而保留母公司集團將專注以下業務，包括：(i)一般於亞洲分銷資訊科技及相關產品(如打印機及其他電腦硬件及軟件產品，此與流動電話產品顯著不同)；(ii)投資房地產物業(包括酒店、商業、工業及住宅物業)；及(iii)投資具發展潛力的業務及／或資訊科技公司。因此，本集團及保留母公司集團所提供相關產品及／或服務之間具有明確業務劃分，原因是彼等性質或地區位置不同。在實際營運中，彼等各自業務經營獨立。本集團之業務發展、員工配備、物流、行政管理、融資、資訊科技、銷售及市場推廣或公司秘書職能並無依賴保留母公司集團。本集團擁有其自身部門，專門處理已經及預期繼續獨立於保留母公司集團及與其分開經營的該等有關方面業務。此外，本集團就其業務營運及人力資源管理擁有其自身的員工人數計劃。

有關我們與保留母公司集團關係的進一步詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」一節。

### 分派

作為分拆的一部分，母公司董事會於二零一四年十二月二十二日有條件地批准分派。據此，各母公司合資格股東於分派記錄日期營業時間結束時每持有100股母公司股份均可獲發32股股份或等值現金付款(扣除開支後)(如適當)。根據於最後可行日期母公司已發行股本及假設母公司於分派記錄日期前不會發行新股，為進行分派，待[編纂]在各方面成為無條件的情況下，根據分派將分派合共88,668,443股股份，而緊隨分派後，母公司將持有146,531,557股股份，相當於經[編纂]擴大後本公司全部已發行股本約52.33%(未計及可能因行使[編纂]而發行的任何股份)。

母公司除外股東(如有)將有權獲得分派，但不會收取股份。取而代之，彼等根據分派原應收到的股份將由母公司在合理可行情況下盡快於股份開始在聯交所買賣後代彼等出售，彼等將收到相等於該項銷售所得款項淨值的現金款項。有關出售所得款項(扣除開支)將以港元向母公司除外股東支付。有關付款預期將於二零一五年一月二十九日或之前作出。

分派須待[編纂]在各方面成為無條件的情況下方可作實。進一步詳情請參閱本文件「分拆及分派」一節。

## 概 要

### 所得款項用途

假設[編纂]為[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，我們估計來自[編纂]之所得款項淨值(經扣除[編纂]及其他有關[編纂]的估計開支後)將合共約為[編纂]百萬港元(倘[編纂]未獲行使)。我們計劃將[編纂]所得款項淨值作以下用途：

- (i) 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作升級我們的資訊系統以進一步改善我們的營運管理能力。用作升級我們的資訊系統的總成本預計約為[編纂]百萬港元，其擬由來自[編纂]的所得款項淨額[編纂]百萬港元撥資及剩餘由內部資源撥資；
- (ii) 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用於購買物業作為我們的新辦公室及倉庫。購買物業和擴大辦公室及倉庫的資本開支總額估計約為[編纂]百萬港元，我們擬於上市後約3年使用[編纂]所得款項淨值的[編纂]港元對其進行撥資和使用銀行抵押貸款及內部資源對餘下開支撥資；及
- (iii) 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作營運資金及其他一般公司用途。

更多詳情，請參閱本文件「未來計劃及所得款項用途」一節。

### 財務資料概要

#### 合併損益及其他全面收益表摘要

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一三年	二零一四年
	金額	金額	金額	金額	金額
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審核)	
收益	513,600	1,376,575	1,274,845	601,022	846,723
銷售成本	(496,027)	(1,309,630)	(1,218,869)	(573,222)	(823,157)
毛利	17,573	66,945	55,976	27,800	23,566
除稅前溢利	6,571	53,001	38,196	20,664	3,893
所得稅支出	(1,446)	(8,304)	(4,705)	(2,619)	(1,661)
本公司擁有人年/期內應佔溢利 及全面收益總額	<u>5,125</u>	<u>44,697</u>	<u>33,491</u>	<u>18,045</u>	<u>2,232</u>

## 概 要

我們的收益由截至二零一一年十二月三十一日止年度的約513.6百萬港元增加約863.0百萬港元或168.0%至截至二零一二年十二月三十一日止年度的約1,376.6百萬港元。該增加主要由於二零一一年僅錄得來自我們主要附屬公司Synergy的少於半年度之收益貢獻，因為其自二零一一年七月起成為本集團成員公司。

我們的毛利由截至二零一三年六月三十日止六個月的約27.8百萬港元減少約4.2百萬港元或15.1%至截至二零一四年六月三十日止六個月的約23.6百萬港元，主要由於提供予批量購買流動電話的若干分銷客戶的特別折扣價所致。於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年，我們就批量銷售若干流動電話向我們的若干分銷客戶提供特別折扣價。於截至二零一四年六月三十日止六個月，我們較二零一三年同期進行更多批量銷售以提高溢利，因於該期間推出的新款流動電話型號較少。我們的毛利率由截至二零一三年六月三十日止六個月的約4.6%減少至截至二零一四年六月三十日止六個月的約2.8%，主要由於截至二零一四年六月三十日止六個月推出的新款流動電話型號少於二零一三年同期，為提高毛利，我們以較低毛利率進行更多批量銷售，我們分銷業務的毛利率因而下降。我們的期間溢利由截至二零一三年六月三十日止六個月的約18.0百萬港元減少約15.8百萬港元或約87.7%至截至二零一四年六月三十日止六個月的約2.2百萬港元，主要由於(i)我們的毛利率減少；(ii)衍生財務工具公平值收益轉變為虧損；(iii)租金開支增加；及(iv)二零一四年上半年產生的部分上市開支。

下表載列我們於所示期間按性質劃分的銷售成本明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	佔銷售成本		佔銷售成本		佔銷售成本		佔銷售成本		佔銷售成本	
	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比	金額	百分比
千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	
	(未經審核)									
已售存貨成本	511,763	103.2	1,338,185	102.2	1,300,853	106.7	595,387	103.9	946,777	115.0
減：										
銷售獎勵	(14,883)	(3.0)	(24,625)	(1.9)	(75,133)	(6.1)	(20,617)	(3.6)	(118,914)	(14.4)
價格保障補償	(853)	(0.2)	(3,930)	(0.3)	(6,851)	(0.6)	(1,548)	(0.3)	(4,706)	(0.6)
<b>總計</b>	<b>496,027</b>	<b>100.0</b>	<b>1,309,630</b>	<b>100.0</b>	<b>1,218,869</b>	<b>100.0</b>	<b>573,222</b>	<b>100.0</b>	<b>823,157</b>	<b>100.0</b>

我們所收取銷售獎勵指若干我們供應商按我們於特定期間內向我們客戶所售產品數量就特定型號流動電話銷售提供折扣價以鼓勵我們的銷售。於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年確認銷售獎勵主要受相關供應商營銷策略推動以鼓勵我們從該等供應商採購及我們於期內向我們客戶銷售若干型號流動電話。截至二零一三年十二月三十一日止年度的銷售獎勵金額較二零一二年同期增加及截至二零一二年十二月三十一日止年度的銷售獎勵金額較二零一一年同期增加，主要是由於知名韓國公司提供的銷售獎勵增加，原因是(i)自二零一一年以來的累計可供銷售的流動電話型號；及(ii)其因競爭激烈而擴大其市場份額的業務策略。截至二零一四年六月三十日止六個月所確認銷售獎勵增加乃主要由於若干客戶對大宗背對背銷售若干產品(屬我們自知名韓國公司所提供銷售獎勵)的需求大幅增加所致。該銷售獎勵由知名韓國公司單方

## 概 要

面釐定及經參考多項因素(如當時的市況及供應商有關相關產品的營銷策略)而逐項釐定，而銷售獎勵金額乃經參考我們所售產品銷量釐定。

價格保障補償機制令我們於供應商決定降低流動電話產品售價時就存貨的價值下降索償。根據我們與知名韓國公司間的供應協議，我們有權於我們從知名韓國公司所採購任何流動電話零售價下降(不包括該等示範目的)後就其價格保障賠償規定期內索償。往績記錄期間內價格保障賠償金額增加乃受相關流動電話型號價格波動頻率及幅度增加所推動，從而受關鍵時間相關流動電話型號的市場接受所影響。該價格保障補償由我們的供應商單方面釐定。知名韓國公司通常於零售價降價生效前幾天告知我們由彼等逐項釐定的各流動電話型號的新建議零售價及價格保障補償金額。並無共同因素可以解釋知名韓國公司單方面釐定價格保障補償金額。然而，本公司知悉知名韓國公司於釐定有關價格保障補償時所考慮的因素是零售價降價金額及我們於零售價降價前規定時間內的採購數量。

倘銷售獎勵或價格保障賠償金額於評估我們的財務表現時並未考慮，則我們的毛利將受到不利影響。根據我們的行業知識及我們與供應商交易的過往經驗，我們董事認為於可預見將來我們供應商的銷售獎勵撥備機制及知名韓國公司的價格保障賠償將與所採納現有機制無重大差異。

有關詳情，請參閱本文件「財務資料—過往經營業績回顧」一節。

### 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						截至六月三十日止六個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
分銷	17,573	3.4	66,945	4.9	50,858	4.1	27,014	4.5	19,603	2.4
零售	—	—	—	—	5,118	17.5	786	21.1	3,963	19.1
總計	17,573	3.4	66,945	4.9	55,976	4.4	27,800	4.6	23,566	2.8

### 流動電話銷量及平均售價

	截至十二月三十一日止年度						截至六月三十日止六個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價	銷量	平均售價
	部	港元	部	港元	部	港元	部	港元	部	港元
流動電話	157,972	2,885	378,637	3,256	318,837	3,537	145,566	3,675	243,015	3,085

## 概 要

我們流動電話的銷量由二零一一年至二零一二年大幅增加，乃由於上述收購 Synergy 所致。平均售價由截至二零一三年六月三十日止六個月的3,675港元減少至二零一四年同期的3,085港元，主要由於提供予若干分銷客戶的特別折扣價所致。於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年，我們就批量銷售若干流動電話向我們的若干分銷客戶提供特別折扣價。於截至二零一四年六月三十日止六個月，我們較二零一三年同期進行更多批量銷售以提高溢利，因於該期間推出的新款流動電話型號較少。

### 合併財務狀況表摘要

	於十二月三十一日			於
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年 六月三十日
	千港元	千港元	千港元	千港元
非流動資產總值	121	2,009	2,015	1,610
流動資產總值	123,058	132,628	220,444	201,950
流動負債總額	115,315	82,076	136,407	115,276
流動資產淨值	7,743	50,552	84,037	86,674
總權益	7,864	52,561	86,052	88,284

於二零一一年、二零一二年、二零一三年十二月三十一日及二零一四年六月三十日，我們錄得的流動資產淨值分別為約7.7百萬港元、50.6百萬港元、84.0百萬港元及86.7百萬港元。本集團的流動資產淨值由二零一一年十二月三十一日的約7.7百萬港元增加至二零一二年十二月三十一日的約50.6百萬港元。該增加主要是由於下列各項的綜合影響：(i)存貨增加約21.3百萬港元，用以促進業務擴張；及(ii)應付關聯公司款項減少約27.5百萬港元，因為我們償還關聯公司墊款所致。

### 合併現金流量表摘要

	截至十二月三十一日止年度			截至六月三十日止六個月	
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一三年	二零一四年
	千港元	千港元	千港元	千港元	千港元
				(未經審核)	
(用於)源自經營業務之現金淨值	(23,996)	27,438	52	(16,688)	(628)
源自(用於)投資活動之現金淨值	3,367	(3,281)	(1,030)	(625)	(241)
源自(用於)融資活動之現金淨值	41,811	(27,513)	13,012	22,007	(1,583)
現金及現金等價物增加(減少)淨值	21,182	(3,356)	12,034	4,694	(2,452)
年/期初現金及現金等價物	441	21,623	18,267	18,267	30,301
年/期終現金及現金等價物	21,623	18,267	30,301	22,961	27,849

於截至二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一三年六月三十日及二零一四年六月三十日止六個月，我們錄得來自經營活動負現金流量淨額約24.0百萬港元、16.7百萬港元及0.6百萬港元。我們於截至二零一一年十二月三十一日止年度以及截至二零一三年及二零一四年六月三十日止六個月的負經營現金流量主要由於採購產品所致。我們於截至二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度分別錄得經營活動所得現金淨額約27.4百萬港元及52,000港元。有關我們經營活動所得現金流量於往績記錄期間的波動詳情，請參閱本文件「財務資料—流動資金及資本資源」一節。

## 概 要

### 我們的主要財務比率

下表載列我們於所示日期或期間的主要財務比率：

	截至十二月三十一日止年度			截至
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年 六月三十日 止六個月
毛利率(%)	3.4	4.9	4.4	2.8
純利率(%)	1.0	3.2	2.6	0.3
純利率(不包括衍生 財務工具之公平值)(%)	2.1	2.9	1.9	0.5
股本回報率(%)	65.2	85.0	38.9	不適用
總資產回報率(%)	4.2	33.2	15.1	不適用

  

	於十二月三十一日			於
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年 六月三十日
流動比率	1.1	1.6	1.6	1.8
資產負債比率(%)	977.6	103.2	80.9	79.5
淨債務權益比率(%)	702.7	68.4	45.7	48.0

股本回報率及總資產回報率由二零一一年至二零一二年期內有所增加，主要由於我們的收益大幅增加導致純利增幅百分比超過股東權益及資產總值增幅百分比。該等比率於二零一二年至二零一三年期內有所減少，乃由於溢利累積致使純利減少及總權益及資產增加。資產負債比率及淨債務權益比率於二零一一年有所上升，主要由於我們的權益金額有限及有關關聯公司早期所提供以支持我們業務的墊款的應付關聯公司款項金額較大所致。該等比率於往績記錄期間減少，乃因償還應付關聯公司款項及溢利累積致使總權益增加所致。上述比率的計算詳情請參閱本文件「財務資料 — 主要財務比率」一節。

### 上市開支

假設每股[編纂]的[編纂]為[編纂](即指示性[編纂]範圍的中位數)，本公司承擔之上市開支目前估計約為[編纂]港元，當中[編纂]直接應佔約[編纂]港元，將根據相關會計準則於權益中扣減。餘額約[編纂]港元將自合併收益表扣除，其中約[編纂]港元自截至二零一四年六月三十日止六個月之合併收益表扣除，及約[編纂]港元預期於我們截至二零一四年十二月三十一日止年度的綜合損益表扣除。

### 近期發展

基於我們的未經審核管理賬目，我們截至二零一四年十月三十一日止四個月的收益較二零一三年同期減少約15.7%。收益減少主要是由於(i)知名韓國公司的主要競爭對手預期於二零一四年九月推出新的主要流動電話型號，從而影響我們於截至二零一四年十月三十一日止四個月分銷的流動電話型號。有關競爭對手於二零一四年九月推出新的主要流動電話型號帶來的影響更甚於二零一三年九月同一競爭對手推出的主要新款流動電話型號帶來的影響；及(ii)於截至二零一四十月三十一日止四個月期間

## 概 要

我們的主要供應商較二零一三年同期較少供應新推出的主要流動電話型號。我們截至二零一四年十月三十一日止四個月的毛利率較截至二零一四年六月三十日止六個月有所改善。該財務表現改善，主要是由於自我們的供應商取得更多銷售獎勵及價格保障補償申索。

我們注意到若干網站(包括聲譽卓著的研究機構)有不同文章報導知名韓國公司的近期表現如下：

- 知名韓國品牌為五大品牌中唯一錄得全球出貨量同比下降的公司。
- 知名韓國品牌的一款旗艦流動電話產品在高端市場因其主要競爭對手的主要新款流動電話型號日益受歡迎而受影響，同時其於其他流動電話分部的優勢亦受到中國手機製造商的挑戰。
- 根據知名韓國公司管理層，作為該品牌於競爭激烈的市場環境下的一部分策略及為了專注發展其旗艦型號，知名韓國公司計劃於二零一五年減少推出流動電話型號數量。
- 據宣佈，該知名韓國公司將於未來數月推出定位於中端分部的新系列流動電話，以抗衡中國手機製造商的競爭。
- 據報導，知名韓國公司於推出其新款旗艦平板流動電話後30天內即售出4.5百萬部且超過其前款平板流動電話型號的銷售速度，及知名韓國公司青睞假期購物季以及擴展平板流動電話的實用性。

該等文章某些由著名研究機構發佈，而其中大多數未曾披露所報道的資料來源。因此，該等文章所載資料未經我們獨立核實。我們並不知曉知名韓國公司已特意對知名韓國公司官方網站上的刊文內容作出任何回應。因此，概無就該等文章內容的準確性發表聲明。獨家保薦人同意我們的調查結果。根據Ipsos報告，知名韓國品牌於截至二零一四年九月三十日止九個月的市場份額約為香港流動電話零售銷量的25.4%。

最近，少數中國手機製造商採用非傳統流動電話銷售模式，直接向零售商、連鎖零售商及／或電訊服務運營商銷售而毋須倚賴當地分銷商。彼等部分於銷售及市場營銷方面亦較其他主流流動電話品牌更倚賴電子商務渠道及社交網站。根據Ipsos報告，該等中國手機製造商已採用精簡分銷鏈條模式作為彼等的當前業務重點，旨在削減成本及銷售中低端價格範圍的流動電話，此舉與香港其他主流流動電話品牌(包括知名韓國品牌)的大眾市場策略背道而馳。根據Ipsos報告，據預計傳統分銷渠道將繼續是香港的主要分銷渠道。另外，該等中國手機製造商對香港零售商現行的消費習慣帶來的影響十分有限，而電子商務仍為本地流動電話市場的次要銷售渠道。此外，中國手機製造商的市場份額仍小。根據以上情況，我們預測中國手機製造商的新分銷模式將不會對本地主流流動電話分銷的前景產生重大改變，因此我們認為其對我們的影響十分有限。

我們的業務及前景取決於知名韓國品牌產品的受歡迎程度，但市場對我們供應商的不同新款產品的接受或不一致。知名韓國品牌現時是全球主要流動電話品牌之一，且預期於未來仍是翹楚。我們認為，我們與知名韓國品牌的關係符合集團策略，即迎合大眾消費喜好及緊貼受歡迎產品；且亦符合本地行業慣例做法，即專注分銷少數主

## 概 要

導品牌，以鞏固與主要供應商的關係。我們於香港的流動電話分銷業務方面是市場翹楚，並獲得不斷發展的分銷網絡的支持。我們一直能夠根據品牌及流動電話型號受歡迎程度的變化適應市場發展，且一直能夠順利發展並維持與若干國際知名品牌供應商的牢固關係。我們亦根據我們對主流消費喜好的瞭解，保持與其他具有市場潛力的品牌的關係。根據以上所述，我們認為我們的業務是可持續發展的。

我們的董事確認，得益於價格保障補償及銷售獎勵，於最後可行日期並無重大存貨積存。

倘我們銷售知名韓國品牌的產品未能達到我們的預期，我們認為我們將能及時應對市場挑戰，並迅速調整我們的業務方向以面對任何新挑戰。更多詳情，請參閱本文件「業務—本集團業務的持續性」。倘我們不能成功預期及應對我們分銷的主要品牌客戶需求的變化，以及實施有效、積極的銷售及營銷策略，我們可能出現銷量下降、庫存過剩及較低毛利率。此會對我們的經營業績及財務狀況有不利影響。

除本節「近期發展」分節所披露者外，我們的董事確認，截至本文件日期，我們的財務或貿易狀況或前景自二零一四年六月三十日以來並無重大不利變動，且自二零一四年六月三十日以來並無發生將對本文件附錄一所載會計師報告內所載之綜合財務報表之資料造成重大影響之事件。

### [編纂]統計數據

	基於[編纂]	基於[編纂]
	[編纂]港元	[編纂]港元
股份市值 <sup>(1)</sup>	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核備考經調整每股有形資產淨值 <sup>(2)</sup>	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 市值的計算乃基於每個參考[編纂]及緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份。
- (2) 未經審核備考經調整每股有形資產淨值已經本文件「財務資料—未經審核備考經調整有形資產淨值」一節所述的調整後達成，並基於緊隨[編纂]完成後已發行[編纂]股股份。

### 股息及股息政策

支付股息之建議乃由我們的董事會全權酌情決定，且於上市後，所宣派之任何年度末期股息須待我們的股東批准。我們的董事可於日後計及我們的營運、盈利、財務狀況、現金需要及可用現金、資本開支及日後發展需要以及其他當時被視為與之相關的因素建議後建議派付股息。任何股息宣佈及支付均須遵守我們的組織章程文件及公司法，包括我們的股東批准。

在任何一個年度未作分派的可分派溢利將予以保留，並可用於往後年度的分派。用作分派股息的溢利不可重新投資於我們的業務。

於往績記錄期間，本公司及本集團目前旗下的任何公司概無宣派或作出任何股息或分派。