

本文件為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽資料時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概要。由於僅為概要，故並無包括閣下可能認為重要的所有資料。閣下在決定[編纂]前，應仔細閱讀文件。

任何投資均存在風險。投資[編纂]的部分特定風險載列於本文件「風險因素」一節。閣下在決定[編纂]前，應仔細閱讀該節。

### 概覽

我們是中國經濟型指針式石英手錶的領先國內手錶品牌擁有人兼領先的指針式石英手錶OEM製造商。根據Euromonitor的資料，截至二零一三年十二月三十一日止年度，按零售值計算，*Time2U*為中國經濟型指針式石英手錶分部的領先國內手錶品牌；按零售值計算，我們亦為中國五大指針式石英手錶製造商之一。我們於一九九四年成立，初時為手錶及相關產品的製造商，憑借逾十年手錶製造經驗，我們於二零一零年開始以自有品牌*Time2U*及榮凱設計、製造及銷售手錶，其後於二零一二年中期推出主要副品牌*Color*。憑藉時尚新潮的設計、面向主流大眾市場的可負擔價格，我們將手錶定位為「快時尚」產品以把握最新的消費趨勢。

我們按OEM基準為OEM客戶生產手錶，此類手錶附帶OEM客戶指定的企業標誌或品牌。憑藉我們的設計和生產實力，我們於二零一零年成功開展品牌手錶業務。在「快時尚」主題下，我們銷售數個獨具特色的品牌及副品牌的手錶，這些品牌的產品特色、國內定價及目標市場均與眾不同。*Time2U*是我們的旗艦品牌，提供針對不同消費群體的各種時尚手錶。榮凱是我們的高檔品牌，面向較為成熟、練達的消費者，*Color*是我們的主要副品牌，面向年輕、時髦的消費者。

### 我們的業務模式及主要經營數據

我們有兩條主要業務線，即我們主要為我們的OEM客戶從事設計，生產及組裝手錶，並以*Time2U*、榮凱及*Color*品牌設計、製造及銷售手錶。

本文件為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽資料時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

## 概 要

### 我們的品牌及產品

我們的收入來自(i)銷售OEM手錶；(ii)銷售品牌手錶；及(iii)第三方品牌手錶貿易。下表載列於所示期間我們品牌手錶按銷售組合及產品組合劃分的收益及收益百分比：

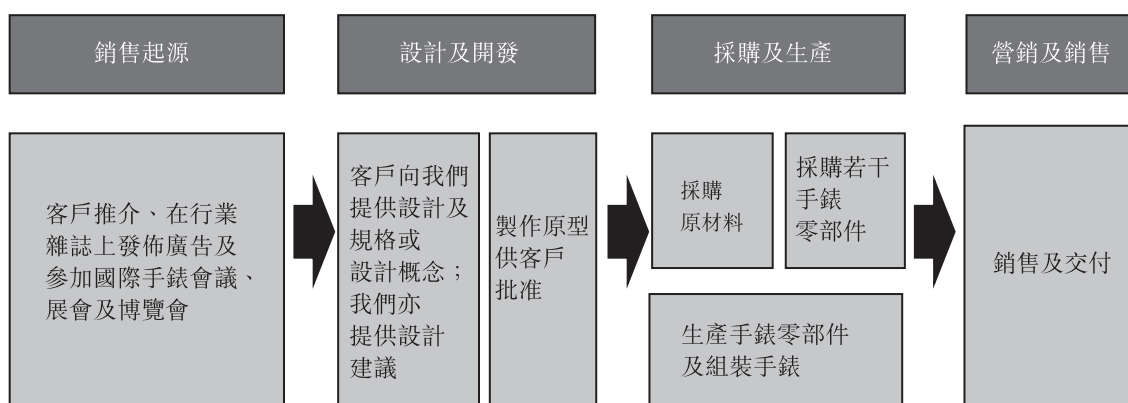
	截至十二月三十一日止年度						截至四月三十日止四個月			
	二零一一年		二零一二年		二零一三年		二零一三年		二零一四年	
	(未經審核)									
	(人民幣千元，百分比除外)									
	佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益		佔總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
OEM手錶	255,151	77.3%	292,243	63.4%	302,386	52.1%	85,626	50.9%	110,879	51.5%
品牌手錶										
– Time2U	58,154	17.6%	95,024	20.6%	105,934	18.3%	39,151	23.3%	33,275	15.5%
– Color	–	–	31,782	6.9%	112,305	19.3%	24,915	14.8%	51,042	23.7%
– 榮凱	16,938	5.1%	29,093	6.3%	48,942	8.4%	14,387	8.5%	18,571	8.6%
品牌手錶小計	75,092	22.7%	155,899	33.8%	267,181	46.0%	78,453	46.6%	102,888	47.8%
第三方手錶 <sup>(附註)</sup>	–	–	12,665	2.8%	10,879	1.9%	4,299	2.5%	1,503	0.7%
總計	330,243	100.0%	460,807	100.0%	580,446	100.0%	168,378	100.0%	215,270	100.0%

附註：

在分銷我們的品牌手錶時，我們偶爾採購第三方品牌手錶並售予我們的分銷商以加強產品及服務範疇。銷售這類產品的所得收益指銷售總額，並只是我們主要業務的附帶服務，而我們計劃逐漸停止該等業務。

### OEM業務營運

下圖說明我們的OEM業務分部所採用的業務模式：

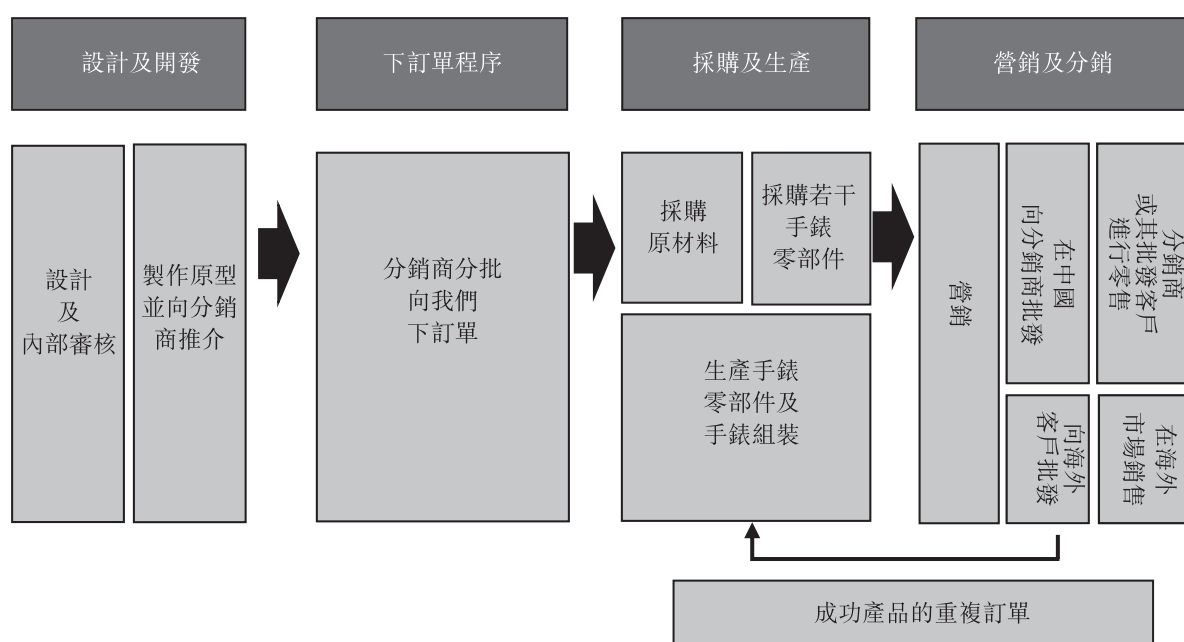


## 概 要

我們按OEM基準為我們的客戶設計、開發、製造及組裝手錶(主要為指針式石英錶)。我們的OEM手錶主要根據OEM客戶的設計及規格製造。此外，我們根據OEM客戶的概念及要求向其提供不同的手錶設計和開發建議及服務，例如提供設計概念、市場趨勢資料及改良產品。我們亦為OEM客戶提供我們的內部設計團隊開發的建議設計。

### 品牌手錶業務營運

下圖說明我們的品牌手錶業務營運所採用的業務模式：



我們現時以Time2U、榮凱及Color等品牌及主要副品牌以及該等品牌及主要副品牌各自旗下的不同手錶系列提供手錶。

基於我們在OEM業務方面的成就及豐富經驗，我們於二零一零年開始廣泛分銷我們首兩個品牌Time2U及榮凱的手錶。其後，我們於二零一二年中期推出主要副品牌Color。我們的主打品牌Time2U在中國逐步取得認可及市場份額。根據Euromonitor的資料，按二零一三年零售值計，我們的Time2U品牌為中國經濟型指針式石英錶分部的領先國內手錶品牌。我們擬繼續於中國及香港提升我們的品牌知名度，並策略性進軍歐洲、美洲、東南亞及中東等國際地區。

本文件為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽資料時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

## 概 要

下表載列我們品牌的推出年度、產品形象、目標市場及價格範圍(我們會就此開展定期評估)：

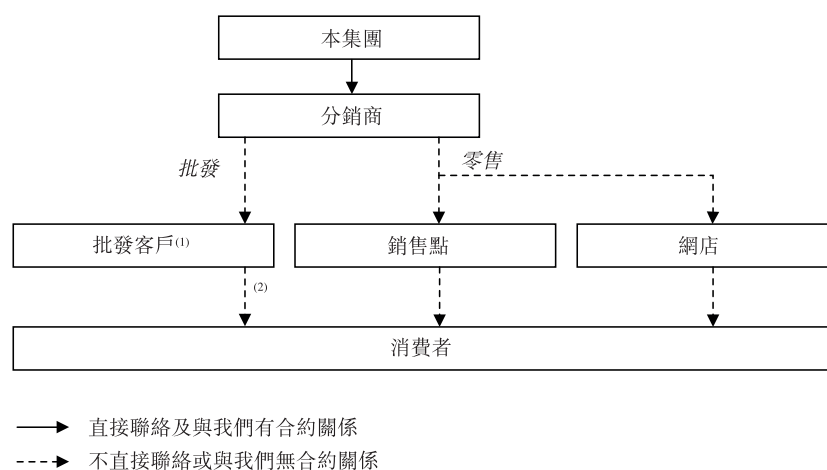
品牌	推出年份	產品形象	目標市場	概約價格範圍
<i>Time2U</i>	二零一零年	時尚潮流，分別為男士和女士設計	20至35歲的潮流男女	大部分人民幣200元至人民幣1,000元
<i>榮凱</i>	二零一零年	傳統／成熟	23至45歲的時尚男女	大部分人民幣1,000元至人民幣2,000元
<i>Color</i>	二零一二年	年輕時尚，主要特色是設計男女皆宜	青少年及年輕人，即14至26歲的青年男女	大部分人民幣35元至人民幣200元

### 銷售、營銷及分銷

我們一般將我們的OEM手錶直接銷售及分銷予OEM客戶，其中包括(i)直接向我們採購的國內外公司；及(ii)我們OEM最終客戶的貿易及採購公司。

我們所有在國內銷售的品牌手錶乃按批發基準售予和我們訂有相應分銷協議的分銷商。分銷商繼而把我們的手錶(i)通過零售轉售予其經營的各銷售點及網店的消費者，或(ii)通過批發轉售予其批發客戶，包括第三方零售商、二級分銷商及其他批發買家。我們面臨多項與我們的分銷模式有關的風險。進一步詳情請參閱「風險因素－與我們業務有關的風險－我們須承受我們品牌手錶分銷模式涉及的風險」。

下圖說明我們品牌手錶於中國的分銷模式：



附註：

- (1) 據董事所知，包括第三方零售商經營者及二級分銷商。
- (2) 批發客戶或不直接向消費者銷售。

---

## 概 要

---

### 我們的競爭優勢

我們相信，我們的成功及潛在未來增長主要歸因於以下競爭優勢：

- 作為指針式石英錶市場的國內領先品牌，加上具競爭力的品牌策略，能把握中國快速增長的手錶市場優勢；
- 產品設計及開發能力；
- 由我們與供應商的穩定關係支撐並由我們在國際質量控制標準方面的豐富經驗補足的垂直整合手錶生產及組裝能力；
- 綜合、多元化及廣泛的銷售及分銷網絡；及
- 擁有卓越往績的資深管理層團隊。

### 我們的業務策略

我們的主要業務目標是成為國際經濟型指針式石英手錶分部領先的時尚手錶品牌擁有人之一，同時維持及進一步鞏固我們在中國作為OEM製造商的穩固市場地位及競爭力。我們力求通過以下的主要業務策略實現此目標：

- 通過加強我們的營銷活動以推廣我們的品牌知名度以及打造全面的網上銷售平台，進一步擴充我們的國內外品牌手錶業務營運
  - 加強國內市場的市場滲透及品牌知名度
  - 全球擴張分銷網絡
  - 擴充網上銷售平台
- 升級製造設施及設備及繼續提高生產效率與產能
- 通過改善手錶設計及開發能力，從而提高我們的核心競爭力

本文件為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽資料時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

## 概 要

### 合併財務資料概要

#### 合併損益表概要

	截至十二月三十一日止年度			截至四月三十日止四個月	
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一三年	二零一四年
	(未經審核)				
	(人民幣千元)				
收益	330,243	460,807	580,446	168,378	215,270
銷售成本	(228,038)	(312,656)	(391,697)	(115,054)	(142,293)
毛利	102,205	148,151	188,749	53,324	72,977
其他收入及收益	1,771	1,243	1,621	147	800
銷售及分銷開支	(19,583)	(25,369)	(30,424)	(8,542)	(10,770)
行政開支	(16,964)	(36,845)	(30,584)	(10,484)	(9,659)
應佔一間聯營公司的虧損	—	—	(1,020)	—	(509)
融資成本	(11,564)	(12,762)	(12,727)	(4,765)	(2,902)
除稅前溢利	55,865	74,418	115,615	29,680	49,937
稅項	(14,204)	(22,747)	(30,870)	(7,607)	(12,914)
年／期內溢利	41,661	51,671	84,745	22,073	37,023

截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度以及截至二零一四年四月三十日止四個月，我們的收入分別為人民幣330.2百萬元、人民幣460.8百萬元、人民幣580.4百萬元及人民幣215.3百萬元。往績記錄期內收入增長主要是由於我們的品牌手錶銷售額大幅增長和我們的OEM手錶銷售額穩定增長。

往績記錄期內，我們的整體毛利及毛利率均有所增加。整體毛利上升主要反映OEM手錶及品牌手錶總計銷量增加。整體毛利率於往績記錄期內的上升主要是由於我們的品牌手錶銷售所貢獻的毛利增加所致，這使得品牌手錶的毛利率要高於OEM手錶。然而，由於我們為集中資源發展品牌手錶而傾向於接受利潤更高的OEM手錶訂單，OEM手錶的毛利率於往績記錄期內亦有小幅上升。

本文件為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽資料時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

## 概 要

### 合併財務狀況表概要

	於十二月三十一日			於四月三十日
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年
	(人民幣千元)			
資產				
非流動資產	205,280	214,895	245,136	243,632
流動資產	205,244	250,781	300,157	291,274
負債				
流動負債	252,968	255,126	253,989	207,146
流動(負債)/資產淨額	(47,724)	(4,345)	46,168	84,128
總資產減流動負債	157,556	210,550	291,304	327,760
資產淨值	157,556	210,550	291,304	327,760

### 合併現金流量表概要

	截至十二月三十一日止年度			截至四月三十日止四個月	
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一三年	二零一四年
	(未經審核)				
	(人民幣千元)				
經營活動所得現金淨額	43,213	85,960	97,477	27,769	91,755
投資活動(所用)/所得現金淨額	(43,973)	(40,694)	(63,171)	(9,424)	(8,556)
融資活動所得/(所用)現金淨額	17,079	(18,245)	(27,652)	11,315	(70,176)
現金及現金等價物增長淨額	16,319	27,021	6,624	29,660	30,135
年/期初的現金及現金等價物	33,919	50,119	78,357	78,357	85,551
年/期末的現金及現金等價物	50,119	78,357	85,551	108,238	115,411

本文件為草擬本，所載資料並不完整，並可能會作出修訂。閱覽資料時須一併細閱本文件封面「警告」一節。

## 概 要

### 主要財務比率

以下載列於往績記錄期我們的主要財務比率：

	截至十二月三十一日止年度			截至 四月三十日 止四個月
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	二零一四年
流動比率 <sup>(1)</sup>	0.8	1.0	1.2	1.4
速動比率 <sup>(2)</sup>	0.5	0.6	0.8	1.0
資產負債比率 <sup>(3)</sup>	135.2%	98.6%	67.7%	45.8%
負債權益比率 <sup>(4)</sup>	103.4%	61.3%	38.4%	10.6%
權益回報率 <sup>(5)</sup>	30.6%	28.1%	33.8	不適用 <sup>(8)</sup>
總資產回報率 <sup>(6)</sup>	11.3%	11.8%	16.8%	不適用 <sup>(8)</sup>
利息保障比率 <sup>(7)</sup>	5.8	6.8	10.1	18.2

附註：

- (1) 流動比率按總流動資產除以總流動負債計算。
- (2) 速動比率按總流動資產減存貨並除以總流動負債計算。
- (3) 資產負債比率按總借款除以總權益並乘以100%計算。
- (4) 負債權益比率按總借款減現金及現金等價物除以總權益並乘以100%計算。
- (5) 權益回報率相等於期內溢利除以有關期間總權益的平均結餘並乘以100%計算。平均結餘按有關期間的期初結餘及期末結餘的總額除以二計算。
- (6) 總資產回報率相等於期內溢利除以有關期間總資產的平均結餘並乘以100%計算。平均結餘按有關期間的期初結餘及期末結餘的總額除以二計算。
- (7) 利息保障比率相等於除息稅前溢利除以有關期間的利息開支計算。
- (8) 截至二零一四年四月三十日止四個月的溢利不可與截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度各年比較。

### 近期發展

基於未經審核管理賬目，我們截至二零一四年五月三十一日止月份的收益及毛利相較截至二零一四年四月三十日止四個月的每月平均收益及毛利有所改善。



---

## 概 要

---

董事確認，自二零一四年四月三十日(即本文件附錄一會計師報告所載的近期經審核財務業績日期)起至最後實際可行日期止，我們的財務或貿易狀況或前景並無任何重大不利變動。就我們所知，手錶市場狀況並無出現任何已經或將會重大或不利影響我們的業務經營或財務狀況的重大變動。

### 過往不合規事件

於往績記錄期，我們未能遵守若干適用法律及法規。董事認為，該等不合規事件不會對我們產生任何重大營運或財務影響。為確保日後於不同營運方面均符合適用法律及法規及有關政策，我們已經採取多種補救措施。有關本集團過往不合規事件的詳情，請參閱本文件第162頁起「業務－相關法律法規的合規情況」。

### 股息及股息政策

根據公司法，我們可於股東大會上以任何貨幣宣派股息，但不得宣派超過董事會所建議金額的股息。我們的細則規定可以我們的溢利(已變現或未變現)或以董事酌情從溢利撥出的任何儲備宣派及派付股息。在通過普通決議案後，亦可根據公司法及我們的細則就此批准的股份溢價賬或任何其他基金或賬目宣派及派付股息。

日後的股息派付亦會視乎能否自我們的中國附屬公司獲取股息而定。中國法律規定股息僅以根據中國會計準則計算的純利派付，這在許多方面有別於其他司法權區的公認會計準則。中國法律亦規定在中國註冊成立的企業撥出部分稅後溢利作為法定儲備，而該儲備不可分派作現金股息。另外，我們的附屬公司如產生債務或虧損或我們或我們的附屬公司日後可能簽訂的銀行信貸融資或其他協議有任何限制條款，亦可能限制附屬公司向我們分派股息。

在無可能影響可供分派儲備金額的情況下(無論因虧損或其他原因所致)，董事現時有意向股東分派我們中國經營實體任何可供分派純利約30%。然而，我們將會每年重新評估股息政策，且並不保證會於任何指定年度宣派或分派任何金額的股息。此外，宣派及／或派付股息或會受到法律限制及／或我們日後可能訂立的任何協議或合約的限制。

## 概 要

### [編纂]統計數字

下列所有統計數字乃基於假設超額配股權或根據購股權計劃將予授出的任何購股權並無獲行使。

	按[編纂] [編纂]港元計算	按[編纂] [編纂]港元計算
股份市值 <sup>(1)</sup>	[編纂]港元	[編纂]港元
未經審核備考經調整合併每股有形資產淨值 <sup>(2)</sup>	[編纂]港元	[編纂]港元

附註：

- (1) 於[編纂]完成後我們市值的計算乃基於假設緊隨[編纂]完成後[編纂]股股份將已發行及發行在外。
- (2) 每股未經審核備考經調整有形資產淨值乃於作出本文件「附錄二－未經審核備考經調整合併有形資產淨值」所述調整後根據按各自[編纂]合共已發行[編纂]股股份的基準計算。

### 未來計劃及所得款項用途

假設超額配股權並無獲行使及[編纂]為[編纂]港元(即建議[編纂]範圍[編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，[編纂]所得款項淨額(扣除本公司就此應付的包銷費用及估計開支後)估計約為[編纂]百萬港元。我們擬將所得款項淨額用於以下用途：

- 約[編纂]百萬港元或[編纂]%用於進一步在國內外擴張我們的品牌手錶業務經營，方式為加強營銷活動以提高我們的品牌知名度，以及建立網上綜合銷售平台，包括：
  - 約[編纂]百萬港元或[編纂]%用於我們品牌手錶在國內市場的營銷活動，以加強市場滲透及品牌知名度，如增加廣告支出，重點投放於電視及互聯網方面，並投放戶外廣告和傳統媒體廣告，針對不同消費群體，以及參加中國大型展銷會；
  - 約[編纂]百萬港元或[編纂]%用於通過幫助我們的分銷商與多個中國電子商貿平台的電子商貿營運商建立關係，以發展我們品牌手錶的網上零售平台；及

---

## 概 要

---

- 約[編纂]百萬港元或[編纂]%用於在國際範圍內擴大我們的銷售網絡，包括為我們的產品開發新市場以及為該等市場的廣告及推廣材料作出投資，以及出席貿易展銷會以與國際手錶市場建立進一步聯繫。
- 約[編纂]百萬港元或[編纂]%用於升級製造設施及設備，以提高生產效率與產能，包括：
  - 約[編纂]百萬港元或[編纂]%用於升級現有手錶配件生產車間，以改善產量及手錶組裝環境，並在歐沃斯工廠添置車間和組裝線，擴展手錶配件的產能；及
  - 約[編纂]百萬港元或[編纂]%用於添置更多先進機器和設備，以提高生產設施自動化程度，從而增加生產效率。
- 約[編纂]百萬港元或[編纂]%用於通過加強現有設計團隊的設計知識和增聘人才，以及成立磨具設計和製造中心在內部生產模具，提高我們的手錶設計和開發實力，從而增強我們的核心競爭力。

倘[編纂]定為高於或低於估計[編纂]範圍的中位數或超額配股權獲行使，則上述所得款項的分配情況將按比例作出調整。

倘[編纂]定為建議[編纂]範圍的上限，扣除本公司就[編纂]已付及應付的包銷費用及佣金和其他估計開支後，我們估計本公司將收取所得款項淨額約[編纂]百萬港元。

倘[編纂]定為建議[編纂]範圍的下限，扣除本公司就[編纂]已付及應付的包銷費用及佣金和其他估計開支後，我們估計本公司將收取所得款項淨額約[編纂]百萬港元。

倘超額配股權獲悉數行使，扣除本公司就[編纂]已付及應付的包銷費用及佣金和其他估計開支後，我們將收取所得款項淨額[編纂]百萬港元（假設[編纂]為[編纂]港元，即建議[編纂]範圍的上限）。

經扣除[編纂]就[編纂]應付的[編纂]及估計開支，我們估計[編纂]自[編纂]的所得款項淨額將約為[編纂]百萬港元（將於[編纂]後收取且假設[編纂]定於指示性[編纂]範圍的中位數及

---

## 概 要

---

超額配股權未獲行使)。本公司不會收取[編纂]中[編纂]的任何所得款項。[編纂]不會收取因行使超額配股權的任何所得款項淨額。

倘[編纂]所得款項淨額並未即時用作上述用途，我們現擬將該等所得款項淨額存放於香港的持牌銀行及／或金融機構的計息銀行賬戶。

### 上市開支

上市開支指[編纂]所產生的專業費用、包銷佣金、交易徵費及費用。按建議[編纂]範圍的中位數計算，上市總開支估計為約人民幣26.6百萬元，其中約人民幣10.3百萬元直接歸因於發行新股份，入賬列作權益扣除，餘額約人民幣16.3百萬元已經或預期將於我們的合併損益及其他全面收益表中反映。分別約人民幣2.8百萬元及約人民幣1.5百萬元的上市開支已於截至二零一三年十二月三十一日止年度及截至二零一四年四月三十日止四個月的合併損益及其他全面收益表中反映，而約人民幣12.0百萬元預期將於往績記錄期後的合併損益及其他全面收益表中反映。

### 股東資料

緊隨[編纂]及資本化發行完成後(假設[編纂]為[編纂]港元(即建議[編纂]範圍的中位數)及超額配股權未獲行使)，Visual Wise(由林先生及嚴女士分別擁有[編纂]%及[編纂]%)將持有本公司已發行股本的[編纂]%。由於Visual Wise、林先生及嚴女士直接或間接個別或與他人共同有權行使緊隨[編纂]後於本公司股東大會上30%或以上的投票權或控制其行使，因此根據上市規則彼等各自將被視為我們的控股股東。

於二零一三年三月二十六日、二零一三年三月二十六日及二零一四年五月十九日，我們的[編纂]前投資者瑞祥、全年豐及Celestial Award分別以現金代價21.0百萬元及18.0百萬元成為我們的股東。代價乃由各方基於本集團的估值按公平原則磋商釐定。根據[編纂]前投資Celestial Award已獲授若干特別權利，包括先於任何其他股東出售[編纂]中價值相等於20百萬元股份的權利。緊隨[編纂]及資本化發行完成後(假設[編纂]為[編纂]港元(即建議[編纂]範圍的中位數)及超額配股權未獲行使)，本公司的所有已發行股本將分別由Visual Wise、Celestial Award、瑞祥及全年豐擁有[編纂]%、[編纂]%、[編纂]%及[編纂]%。進一步詳情請參閱「歷史、重組及公司架構—[編纂]前投資」。

---

## 概 要

---

### 風險因素

我們的業務存在若干風險，其中部分風險為我們所無法控制。有關風險大致可分為：(i)與我們業務有關的風險；(ii)與我們行業有關的風險；(iii)與在中國開展業務有關的風險；及(iv)與[編纂]及我們的股份有關的風險。

我們最重大的風險包括：

- 我們須承受我們品牌手錶分銷模式涉及的風險。
- 我們品牌手錶業務分部的營運史不長，故無法向閣下保證我們將會從品牌手錶業務分部盈利或不會從中蒙受虧損。
- 我們的業務依賴並將日益依賴我們的品牌及主要子品牌*Time2U*、*Color*及榮凱的實力，故對我們品牌的任何損害可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成重大不利影響。

上述風險並非可能影響我們經營的僅有重大風險。由於不同投資者可能對於風險重大性具有不同的理解及標準，閣下務請細閱本文件第28頁起「風險因素」一節。