

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料之概覽。由於僅屬概要，故並無載列對閣下而言可能屬重要之所有資料。閣下在決定投資於[編纂]前務須閱讀整份文件。

任何投資均存在風險。有關投資於[編纂]之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]前務須細閱該節。

## 概覽

本集團主要從事製造及銷售POE雨傘及尼龍雨傘。於往績記錄期間，本集團亦生產及向客戶銷售雨傘零部件，如塑料布及中棒。於往績記錄期間，本集團出口銷售收益約人民幣263百萬元、人民幣339百萬元、人民幣427百萬元及人民幣399百萬元，分別約佔本集團總收益約80.8%、89.9%、88.3%及76.1%，而本集團國內銷售收益約人民幣62百萬元、人民幣38百萬元、人民幣57百萬元及人民幣125百萬元，分別約佔本集團總收益約19.2%、10.1%、11.7%及23.9%。根據弗若斯特沙利文之資料，於二零一三年，按出口量計算，本集團為中國最大之雨傘及陽傘出口商，出口總量約為31百萬把，市場份額為3.4%。就塑料雨傘市場而言，於二零一三年，按銷量計算，本集團為中國最大之塑料雨傘製造商，約佔20.4%之市場份額。於二零一三年，按銷量計算，塑料雨傘市場約佔中國整個雨傘市場8.6%。於二零一三年，按銷量計算，本集團亦為日本最大之塑料雨傘供應商，約佔43.1%之市場份額。於二零一三年，按銷量計算，本集團為中國第三大雨傘及陽傘製造商，約佔2.0%之市場份額及總銷量為33百萬把。

## 本集團之業務模式及產品

本集團主要按出口基準向海外客戶銷售POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件，於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之80.8%、89.9%、88.3%及76.1%。於往績記錄期間，本集團向日本、香港、韓國、台灣、法國及柬埔寨等市場出口POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件。海外客戶一般會向本集團提供其設計及規格。本集團之銷售人員將與客戶密切溝通。視乎該等海外客戶之特定需求，本集團之銷售人員將向客戶提呈研發人員對設計及規格修改之建議供彼等考量。客戶決定最終設計及規格時，本集團將製作樣品並提供給客戶批准。

## 概 要

就國內市場而言，本集團在中國向客戶銷售POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件，於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度各年以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之19.2%、10.1%、11.7%及23.9%。國內客戶將從本集團現有之POE雨傘及尼龍雨傘產品中選擇向本集團下單，該等產品均由本集團之研發團隊設計。本集團亦以集成品牌向非貿易客戶（如超市）銷售部分POE雨傘及尼龍雨傘，於截至二零一三年十二月三十一日止三個年度以及截至二零一四年十月三十一日止十個月，分別約佔本集團總收益之5.4%、2.8%、2.4%及2.1%。

本集團亦製造雨傘零部件，主要作為本集團現有客戶（海外及國內客戶）之配套產品，部分現有客戶亦向本集團購買POE雨傘及尼龍雨傘。

本集團之產品主要包括POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件，如塑料布及中棒。

下表載列往績記錄期間本集團收益按業務分部劃分之明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至十月三十一日止十個月			
	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	
	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%	人民幣 千元	%
	(未經審核)									
<b>出口銷售</b>										
POE雨傘	212,840	65.4	286,028	75.8	372,220	77.0	327,272	77.8	316,410	60.3
尼龍雨傘－直桿	30,336	9.3	26,458	7.0	16,597	3.4	14,527	3.5	27,728	5.3
尼龍雨傘－折疊	17,152	5.3	24,047	6.4	23,750	4.9	21,091	5.0	26,128	5.0
雨傘零部件*	2,772	0.8	2,552	0.7	14,378	3.0	12,453	3.0	29,115	5.5
小計	<u>263,100</u>	<u>80.8</u>	<u>339,085</u>	<u>89.9</u>	<u>426,945</u>	<u>88.3</u>	<u>375,343</u>	<u>89.3</u>	<u>399,381</u>	<u>76.1</u>
<b>國內銷售</b>										
POE雨傘	12,216	3.8	7,751	2.0	14,808	3.1	10,604	2.5	60,356	11.5
尼龍雨傘－直桿	5,629	1.7	3,167	0.8	4,740	1.0	4,629	1.1	11,881	2.3
尼龍雨傘－折疊	7,089	2.2	3,306	0.9	5,653	1.1	3,874	0.9	33,489	6.3
雨傘零部件*	37,529	11.5	24,058	6.4	31,469	6.5	25,991	6.2	19,596	3.8
小計	<u>62,463</u>	<u>19.2</u>	<u>38,282</u>	<u>10.1</u>	<u>56,670</u>	<u>11.7</u>	<u>45,098</u>	<u>10.7</u>	<u>125,322</u>	<u>23.9</u>
合計	<u><u>325,563</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>377,367</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>483,615</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>420,441</u></u>	<u><u>100.0</u></u>	<u><u>524,703</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

\* 雨傘零部件主要包括塑料布、中棒及其他零部件。

## 概 要

		截至十二月三十一日止年度						截至二零一四年	
		二零一一年		二零一二年		二零一三年		十月三十一日止十個月	
		POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘
<b>出口銷售</b>									
平均售價	人民幣	10.8	11.8	12.1	12.7	13.2	13.5	14.1	16.4
銷量	千把	19,682	4,022	23,615	3,966	28,211	2,986	22,483	3,289
毛利	人民幣千元	58,487	9,938	77,188	9,586	97,518	9,107	85,763	13,254
毛利率	%	27.5	20.9	27.0	19.0	26.2	22.6	27.1	24.6

於往績記錄期間，出口銷售毛利增加主要是由於平均售價提高以及本集團之銷售成本按年相對地適當增加所致。於往績記錄期間，本集團在銷量及平均售價方面均維持兩位數增長。該增長由於(i)往績記錄期間本集團日本客戶總數由38位增加至50位，及本集團其他出口銷售客戶由20位增加至25位，(ii)本集團持續努力對雨傘產品之設計進行微調以吸引客戶及按客戶要求改變生產雨傘產品時使用之原材料類型，如生產中棒及手柄之原材料，及(iii)本集團在上調雨傘產品之售價時亦將計及市場主要競爭者之價格調整所致。根據弗若斯特沙利文之資料，於往績記錄期間，本集團大部分主要市場競爭對手亦主要因銷售成本增加而上調雨傘產品之售價。根據弗若斯特沙利文之資料，並無有關日本雨傘批發價之官方數據。誠如上文所述，於二零一四年，本集團POE雨傘及尼龍雨傘每把平均售價分別約為人民幣14元（約230日元）及人民幣16元（約262日元）。就日本之零售商（以連鎖便利店為代表）而言，POE雨傘及尼龍雨傘之零售價一般分別介乎約400日元至600日元（約人民幣24元至人民幣37元）及約600日元至900日元（約人民幣37元至人民幣55元）。就連鎖便利店而言，毛利潤率一般介乎約20%至30%。於此情況下，POE雨傘及尼龍雨傘之平均批發價估計分別約為307日元至500日元（約人民幣19元至人民幣31元）及461日元至750日元（約人民幣28元至人民幣46元）。於往績記錄期間，POE雨傘及尼龍雨傘之平均批發價均略有上漲。就POE雨傘而言，批發價與本集團出口價不同之主要原因主要為(i)POE雨傘之質量取決於不同客戶要求之原材料類型／品質；及(ii)該等零售商按個別基準預期之目標利潤率。至於尼龍雨傘，批發價與本集團出口價不同之主要原因主要為(i)應客戶要求使用不同織物及

## 概 要

其他原材料製成之各類尼龍雨傘（介乎直桿與折疊雨傘）；及(ii)該等零售商按個別基準預期之目標利潤率。於往績記錄期間，本集團尼龍雨傘之平均售價上漲主要是由於本集團向出口銷售客戶出售更多兩摺雨傘之產品組合變動所致。於往績記錄期間，與三摺雨傘及直桿雨傘相比，兩折雨傘之售價最高。有關本集團尼龍雨傘產品之售價詳情，請參閱本文件「業務」一節「本集團之產品－尼龍雨傘」一段。

		截至十二月三十一日止年度						截至二零一四年	
		二零一一年		二零一二年		二零一三年		十月三十一日止十個月	
		POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘
<b>國內銷售</b>									
平均售價	人民幣	8.4	14.9	8.5	13.4	11.1	14.2	14.1	17.0
銷量	千把	1,451	854	911	482	1,328	731	4,276	2,674
毛利	人民幣千元	3,040	2,441	1,423	1,140	3,607	2,253	15,809	10,634
毛利率	%	24.9	19.2	18.4	17.6	24.4	21.7	26.2	23.4

POE雨傘之國內銷量由二零一一年之約1.5百萬把減少至0.9百萬把，而尼龍雨傘之國內銷量由約0.9百萬把減少至二零一二年之0.5百萬把。二零一二年本集團POE雨傘及尼龍雨傘之國內銷量下跌主要由於來自本集團中國客戶（主要包括貿易公司）之採購減少所致。由於中國出口市場競爭激烈及該等中國貿易公司之銷售訂單依賴自其終端客戶收取之訂單，當該等中國貿易公司對其相應之終端客戶之銷量減少時，本集團來自該等中國貿易公司之銷量出現波動。例如，於往績記錄期間，本集團一間中國貿易公司客戶之銷售分別約為人民幣8.9百萬元、人民幣3.4百萬元、人民幣14.4百萬元及人民幣14.6百萬元，其銷售排名亦有所波動，於截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度及二零一四年十月三十一日分別名列第7位、第19位、第8位及第10位。董事確認，於往績記錄期間，並無導致本集團國內銷售波動之單一事件。有關波動主要是由於於二零一一年、二零一二年及二零一三年上半年本集團專注於出口業務及本集團國內銷售客戶之流失率相對較高，本集團國內銷售之表現不如出口銷售之表現穩定。然而，由二零一三年下半年起，本集團向國內銷售分配更多資源以發展中國市場及本集團努力獲得若干中國客戶，如客戶G，及該等中國客戶開始向本集團大量採購，導致截至二零一四年十月三十一日止十個月本集團國內銷售大幅飆升。誠如董事確認，本集團POE雨傘國內銷售之平均售價上漲之原因包括(i)本集團中國客戶對製造POE雨傘所需原材料之類型之要求提高，彼等在某種程度上更傾向於高質量之終端產品，而非如過往僅注重低製造成本及低售價，(ii)與日本市場類似，若干中國客戶現時偏愛大號POE雨傘，例如約53厘米長至58厘米長，導致生產成本增加及售價上漲，及(iii)本集團在上調POE兩傘之售價時亦將計及市場主要競爭者之價格調整。與本集團出口銷售類似，本集團尼龍雨傘國內銷售之平均售價上漲主要是由於本

## 概 要

集團出售更多兩摺雨傘之產品組合變動所致。於往績記錄期間，與三摺雨傘及直桿雨傘相比，兩折雨傘之售價最高。有關本集團尼龍雨傘產品之售價詳情，請參閱本文件「業務」一節「本集團之產品－尼龍雨傘」一段。

董事確認，本集團之策略為在維持日本為本集團主要市場之同時繼續進一步擴大本集團之中國市場及其他海外市場以擴大市場佔有率及確保長期業務增長。

## 退稅

中國當期出口退稅率為15.0%。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十月三十一日止十個月，本集團之退稅額約為人民幣27百萬元、人民幣43百萬元、人民幣56百萬元及人民幣62百萬元，分別佔本集團總收益之8.4%、11.5%、11.5%及11.8%，以及佔本集團純利之65.9%、97.7%、93.3%及96.9%。於往績記錄期間，出口退稅為本集團之純利作出巨大貢獻。退稅包括退回就用於在中國製造其後出口之雨傘之原材料所產生之增值稅。董事認為出口退稅乃於本集團日常業務過程中產生。

下表列明扣除本集團出口雨傘產品出口退稅前海外銷售之毛利及毛利率。

		截至十二月三十一日止年度						截至二零一四年	
		二零一一年		二零一二年		二零一三年		十月三十一日止十個月	
		POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘	POE雨傘	尼龍雨傘
出口銷售									
毛利	人民幣千元	43,756	7,937	48,243	7,390	58,717	5,498	43,742	6,280
毛利率	%	20.6	16.7	16.9	14.6	15.8	13.6	13.8	11.7

## 客戶

本集團直接向客戶（大部分為海外或國內貿易公司）銷售雨傘產品。於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十月三十一日止十個月，本集團最大客戶分別約佔本集團總銷售額之24.5%、26.1%、21.1%及20.0%，而本集團五大客戶分別約佔本集團總銷售額之59.9%、60.3%、47.7%及53.3%。截至二零一三年十二月三十一日止三個年度，本集團所有五大客戶均為主要從事貿易業務之日本公司。截至二零一四年十月三十一日止十個月，於本集團五大客戶中，三位客戶為日本公司，餘下兩位客戶分別為亦主要從事貿易業務之柬埔寨公司（即客戶I）及中國公司（即

## 概 要

客戶G)。尼龍雨傘之國內銷售總額由截至二零一三年十二月三十一日止年度之約人民幣10百萬大幅增長至截至二零一四年十月三十一日止十個月之人民幣45百萬元。另一方面，POE雨傘之國內銷售總額由截至二零一三年十二月三十一日止年度之約人民幣14百萬增長至截至二零一四年十月三十一日止十個月之人民幣60百萬元。該增長主要由於來自客戶G（二零一四年本集團新客戶）之業務增長，其佔本集團尼龍雨傘銷售額之約35百萬元及佔本集團POE雨傘銷售額之41百萬元。有關客戶G及客戶I之詳細資料請參閱「業務」一節「銷售及市場推廣－本集團客戶」一段。儘管於往績記錄期間日本經濟蕭條，如下表所示，主要由於與日本主要客戶建立之穩固關係及本集團雨傘產品之質量，本集團於日本之銷售業績呈穩步上升趨勢。有關本集團競爭優勢之詳情，請參閱本文件「業務」一節「競爭優勢」一段。

本集團一般向國內銷售客戶提供最多150日之信貸期，及向出口銷售客戶（包括日本及柬埔寨之客戶）提供最多30日之信貸期。董事認為，向中國客戶提供較長之信貸期為市場慣例，而信貸期更短之出口銷售客戶一般通過電匯付款。本集團出口銷售客戶及國內銷售客戶之主要銷售條款大致相同。

下表載列往績記錄期間本集團收益按客戶五大地理位置劃分之明細：

排名		截至十二月三十一日止年度						截至二零一四年				
		二零一一年		二零一二年		二零一三年		十月三十一日止十個月				
		人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%			
1	日本	246,517	75.7	日本	313,916	83.2	日本	366,825	75.9	日本	312,255	59.5
2	中國	62,463	19.2	中國	38,282	10.1	中國	56,670	11.7	中國	125,322	23.9
3	台灣	7,130	2.2	韓國	12,559	3.3	韓國	15,801	3.3	香港	28,872	5.5
4	韓國	3,225	1.0	台灣	6,601	1.8	台灣	13,293	2.7	柬埔寨	27,311	5.2
5	越南	2,265	0.7	越南	2,550	0.7	泰國	9,061	1.9	韓國	12,314	2.3
	其他*	3,963	1.2	其他*	3,459	0.9	其他*	21,965	4.5	其他*	18,629	3.6
合計		<u>325,563</u>	<u>100.0</u>	<u>377,367</u>	<u>100.0</u>	<u>483,615</u>	<u>100.0</u>	<u>524,703</u>	<u>100.0</u>			

\* 其他主要包括法國、泰國、美國及其他國家。

## 概 要

除於往績記錄期間將日本維持為本集團最大之市場外，本集團亦擴大中國、香港及柬埔寨等其他市場以擴大市場佔有率以及確保業務持續發展。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務」一節。

### 本集團之生產設施

本集團在位於中國福建省晉江市之東石生產基地及永和生產基地生產傘產品。東石生產基地首先於一九九六年開始生產，而永和生產基地於二零零四年開始生產。本集團經營之生產基地及其他配套設施之總佔地面積約為78,644平方米及總建築面積約為99,228平方米。本集團之部分生產過程實現自動化，但需大量工人。下表載列往績記錄期間兩個生產基地之產能：

	截至十二月三十一日止年度									截至二零一四年		
	二零一一年			二零一二年			二零一三年			十月三十一日止十個月		
	永和 生產基地	東石 生產基地	合計	永和 生產基地	東石 生產基地	合計	永和 生產基地	東石 生產基地	合計	永和 生產基地	東石 生產基地	合計
千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	千把	
<b>估計最大產能<sup>(i)</sup></b>												
POE雨傘	14,118	14,567	28,685	23,625	14,625	38,250	24,750	15,750	40,500	19,602	12,474	32,076
尼龍雨傘	5,354	4,604	9,958	5,375	4,623	9,998	5,375	4,623	9,998	4,257	3,661	7,918
	<u>19,472</u>	<u>19,171</u>	<u>38,643</u>	<u>29,000</u>	<u>19,248</u>	<u>48,248</u>	<u>30,125</u>	<u>20,373</u>	<u>50,498</u>	<u>23,859</u>	<u>16,135</u>	<u>39,994</u>
<b>實際產量</b>												
POE雨傘	12,277	8,218	20,495	12,282	11,406	23,688	10,215	14,970	25,185	14,601	12,329	26,930
尼龍雨傘	2,814	1,632	4,446	2,018	1,323	3,341	1,243	1,765	3,008	3,051	3,074	6,125
	<u>15,091</u>	<u>9,850</u>	<u>24,941</u>	<u>14,300</u>	<u>12,729</u>	<u>27,029</u>	<u>11,458</u>	<u>16,735</u>	<u>28,193</u>	<u>17,652</u>	<u>15,403</u>	<u>33,055</u>
<b>使用率<sup>(ii)</sup></b>												
POE雨傘	87%	56%	71%	52%	78%	62%	41%	95%	62%	74%	99%	84%
尼龍雨傘	53%	35%	45%	38%	29%	33%	23%	38%	30%	72%	84%	77%
總計	77%	51%	65%	49%	66%	56%	38%	82%	56%	74%	95%	83%

#### 附註：

- (i) 估計最大產能乃按每年365日（公眾假日除外）及每日8個工時計算，僅供說明用途。
- (ii) 二零一一年、二零一二年及二零一三年之使用率乃以年實際產量除以年度估計最大產能計算。截至二零一四年十月三十一日止十個月之使用率乃以該期間之實際產量除以300天之估計最大產能計算。

為滿足本集團雨傘產品不斷增長之需求，本集團計劃在位於中國山東省安丘市的工業園建設新生產工廠。有關進一步詳情，請參閱本文件「業務－業務策略－擴大產能」一節。

## 概 要

### 原材料及供應商

本集團於生產過程中使用多種原材料及配件。主要原材料包括鋼板、化工材料（主要包括LDPE及LLDPE）、塑料布、尼龍布及若干雨傘架組件（如雨傘骨及中棒）。本集團相信，目前該等原材料之國內供應足以滿足本集團之生產需求。本集團亦向第三方採購包裝材料等其他原材料。本集團已與多家供應商建立穩定之業務關係，於往績記錄期間，並無經歷任何原材料嚴重短缺或延遲供應。

### 本集團增長之主要動力及本集團之競爭優勢

誠如本文件「行業概覽」一節「日本雨傘及陽傘市場之市場預測」一段所載之兩個表格所示，於往績記錄期間，日本雨傘需求曾出現波動，尤其是POE雨傘消費數量從二零一二年之76百萬把降低至二零一三年之65百萬把。儘管市況欠佳，但本集團向日本市場之銷售於往績記錄期間保持穩定增長趨勢。董事認為，董事認為，本集團成功之主要驅動力包括(i)本集團花費數年鞏固之與主要日本客戶之穩健關係，及該穩健關係乃以本集團可滿足日本客戶嚴格需求之優質產品為依託；及(ii)於往績記錄期間本集團拓展至中國及其他東南亞市場以及該等市場之銷售增長亦顯著促進本集團之增長。

本集團亦相信以下各項為本集團成功之關鍵組成部分：(i)本集團為中國領先之雨傘製造商及日本市場出口商之一；(ii)本集團已與主要客戶建立長期業務關係；(iii)本集團生產優質產品並擁有受惠於本集團與主要出口客戶關係之強大產品開發能力；(iv)本集團擁有經驗豐富及盡忠職守之管理層團隊，彼等具備廣泛之行業經驗；(v)本集團集成品牌為中國業內知名品牌；及(vi)本集團擁有所處位置具有戰略意義之大規模生產設施，可實現規模經濟及降低生產成本。

### 本集團之業務策略

本集團計劃執行以下主要策略以擴大業務及為股東創造價值：(i)提高及發展本集團於海外市場之市場份額；(ii)加強產品設計及開發能力，優化產品組合；(iii)提升於中國之市場份額及滲透率並於中國推廣本集團品牌及提升品牌知名度；及(iv)擴大產能。



## 概 要

### 風險因素

任何投資均涉及風險。本集團業務所面臨之風險包括本文件「風險因素」一節載列者，尤其是以下重大風險：(i)日後減少出口退稅可能對本集團盈利能力造成不利影響；(ii)失去主要客戶可能會對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成影響；(iii)本集團可能面臨政治和經濟不穩定及外幣匯率波動，其風險與向日本及其他海外客戶出售雨傘產品有關；(iv)未能於生產設施維持有效的質量監控系統可能會損害本集團的業務；(v)生產設施任何預期之外之中斷可能會對本集團的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響；(vi)本集團可能面臨勞工短缺或勞工成本可能繼續增加有關之風險；(vii)本集團並未獲得客戶長期採購承諾，這可能導致營業額出現波動；(viii)依賴日本居民購買力、中國年度人均可支配收入及每戶生活開支；(ix)本集團截至二零一四年十二月三十一日止年度及截至二零一五年十二月三十一日止年度之財務業績可能產生重大不利變動，主要原因是產生與[編纂]相關之上市開支。

### 財務資料概要

下表為本集團截至二零一一年、二零一二年及二零一三年十二月三十一日止三個年度以及截至二零一四年十月三十一日止十個月之綜合業績概要。

#### 綜合損益及其他全面收益表節選

	截至十二月三十一日止年度			截至十月三十一日止十個月	
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
收益	<u>325,563</u>	<u>377,367</u>	<u>483,615</u>	<u>420,441</u>	<u>524,703</u>
毛利	<u>80,949</u>	<u>93,697</u>	<u>119,392</u>	<u>104,949</u>	<u>137,611</u>
本公司擁有人應佔溢利	<u>40,580</u>	<u>43,135</u>	<u>57,631</u>	<u>51,073</u>	<u>62,778</u>

## 概 要

### 綜合財務狀況表節選

	於十二月三十一日			於二零一四年
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	十月三十一日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
流動資產	285,215	404,014	385,928	342,121
資產總值	412,366	525,566	501,601	467,183
流動負債	244,108	313,159	279,439	237,360

### 財務比率

	於十二月三十一日／截至該日止年度			於二零一四年
	二零一一年	二零一二年	二零一三年	十月三十一日
流動比率 <sup>(1)</sup>	1.2倍	1.3倍	1.4倍	1.4倍
股本回報率 <sup>(2)</sup>	24.6%	20.8%	26.9%	-% <sup>(4)</sup>
資產負債比率 <sup>(3)</sup>	81.0%	66.8%	77.9%	70.9%

附註：

1. 流動比率乃根據有關年／期末之流動資產總值除以流動負債總額計算。
2. 股本回報率乃根據年內全面收益總額除以有關年末之股本總額，再乘以100%計算。
3. 資產負債比率乃根據有關年／期末之計息負債除以權益總額計算。
4. 股本回報率乃按全年基準計算。

### 存貨

於往績記錄期間，存貨結餘分別約為人民幣173百萬元、人民幣163百萬元、人民幣119百萬元及人民幣94百萬元，分別約佔本集團流動資產總值之60.7%、40.4%、30.7%及27.4%。於往績記錄期間，本集團之平均存貨週轉日數分別約為229日、216日、141日及82日。存貨週轉日數減少主要由於本集團採納採購部門定期審查及監控本集團存貨水平之措施，藉參考生產計劃及本集團需要之各類原材料之當時市價維持適當水平之存貨。

## 概 要

### 現金流狀況

下表載列所示期間本集團之現金流量概要：

	截至十二月三十一日止年度			截至十月三十一日止十個月	
	二零一一年 人民幣千元	二零一二年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元	二零一三年 人民幣千元	二零一四年 人民幣千元
經營活動(所用)					
所得現金淨額	(34,526)	156,254	41,194	(92,246)	17,423
投資活動(所用)					
所得現金淨額	(18,769)	(139,064)	144,888	148,347	(12,789)
融資活動所得					
(所用)現金淨額	51,152	(2,396)	(24,745)	22,725	(75,935)
現金及現金等價物					
(減少)增加	(2,143)	14,794	161,337	78,826	(71,301)
年初／期初之現金 及現金等價物	12,415	10,272	25,066	25,066	186,403
年末之現金及現金等價物	<u>10,272</u>	<u>25,066</u>	<u>186,403</u>	<u>103,892</u>	<u>115,102</u>

於往績記錄期間，銀行結餘及現金分別約為人民幣10百萬元、人民幣25百萬元、人民幣186百萬元及人民幣115百萬元。於往績記錄期間現金流狀況之增長趨勢主要由於日常經營所產生之現金及銀行借款增加所致。

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十月三十一日，銀行貸款金額分別約為人民幣136百萬元、人民幣142百萬元、人民幣173百萬元及人民幣163百萬元。銀行貸款金額增長主要旨在提高營運資金水平，及由於在永和生產基地籌備及建設新大樓及為申請土地所有權作出儲備之相關開支及本集團若干土地相關開支所致。據董事所深知，於福建省取得新銀行融資愈發困難。即使取得新銀行融資，有關新銀行融資之利率將較現有銀行融資之利率為高。因此，為與中國銀行保持良好關係，繼而令本公司保持穩定之銀行融資，董事認為，保持現有銀行貸款屬必要。

## 概 要

### 股權資料

緊隨[編纂]完成後，集成投資（由黃先生全資實益擁有）將持有[編纂]股股份，佔本公司已發行股本[編纂]%。就上市規則而言，黃先生及集成投資為本公司之控股股東。有關進一步資料，請參閱本文件「與控股股東之關係」一節。

### [編纂]統計數據

[編纂]之[編纂]數目	:	[編纂]
[編纂]數目	:	[編纂]
[編纂]數目	:	[編纂]
[編纂]	:	[編纂]
[編纂]範圍	:	每股[編纂][編纂]
每手買賣單位	:	2,000

	基於[編纂] [編纂]	基於[編纂] [編纂]
市值	[編纂]百萬元	[編纂]百萬元
本集團擁有人應佔未經審核	[編纂] <sup>(2)</sup>	[編纂] <sup>(2)</sup>
備考經調整每股綜合有形資產淨值 <sup>(1)</sup>	[編纂] <sup>(4)</sup>	[編纂] <sup>(4)</sup>

附註：

- 有關所用假設及計算方法之進一步資料，請參閱本文件附錄二「未經審核備考財務資料」一節。
- 本集團於二零一四年十一月三十日之預付租賃款項及樓宇已由獨立估值師國際評估有限公司評估，且有關物業估值報告載於本文件附錄四中。經參考載於本文件附錄四之本集團物業權益之估值，本集團於二零一四年十一月三十日之預付租賃款項及樓宇之權益約為人民幣115.7百萬元。較之本集團於二零一四年十一月三十日之預付租賃款項及樓宇之未經審核賬面值淨額（約為人民幣98.1百萬元）約有人民幣17.6百萬元之重估盈餘。倘重估盈餘併入本集團之財務報表中，則將收取約人民幣2.2百萬元之額外年度攤銷及折舊費用。由於本集團選擇根據相關香港會計準則以成本減累計攤銷／折舊及任何減值虧損呈列其預付租賃款項及樓宇，故重估之盈餘不會反映在隨後幾年本集團綜合財務報表內。
- 本公司擁有人應佔本集團未經審核備考經調整綜合有形資產淨值概無作出任何調整以反映於二零一四年十月三十一日之後本集團訂立之任何交易結果或其他交易。

## 概 要

4. 未經審核備考經調整每股綜合有形資產淨值乃按人民幣0.794元兌1.00港元之匯率換算為港元，概不表示人民幣金額已經、可能已經或可按該匯率兌換為港元，反之亦然。

### 股息政策

截至二零一三年十二月三十一日止年度，本集團附屬公司向彼等當時之股東宣派及派付股息合共人民幣50百萬元。本集團附屬公司亦於二零一四年九月向彼等當時之股東宣派股息合共人民幣56百萬元及於二零一四年十月以現金形式支付。本集團並無既定之股息政策。股份未來股息之形式、次數及金額將由董事會酌情釐定並取決於經營業績、現金流量、財務狀況、未來前景及本集團或營運附屬公司支付股息之監管限制等因素。不保證會支付股息。投資者須考慮本文件「風險因素」一節所載影響本集團之風險因素與本文件「前瞻性陳述」一節所載有關前瞻性陳述之警告提示。

### 上市費用

本公司承擔之上市費用估計約為[編纂]（不包括包銷佣金）。於往績記錄期間，本公司產生上市費用約[編纂]，已於截至二零一四年十月三十一日止十個月之綜合損益及其他全面收益表內確認為行政開支，及約[編纂]已在於二零一四年十月三十一日之綜合財務狀況表內撥充為將確認為權益扣減之遞延開支。本公司預期產生其他上市費用（不包括包銷佣金）約[編纂]，其中[編纂]預期確認為截至二零一五年十二月三十一日止年度之行政開支，及約[編纂]預期直接確認為權益扣減。假設[編纂]為[編纂]（即[編纂]範圍之中位數），本公司預期產生之包銷佣金約為[編纂]，將從本公司之股權中扣除。上市費用約[編纂]將分別從本集團截至二零一四年十二月三十一日止年度及截至二零一五年十二月三十一日止年度之損益賬中扣除，這將分別於本集團截至二零一四年十二月三十一日止年度及截至二零一五年十二月三十一日止年度之行政開支中反映。

估計上市費用為最近期之最佳估計，僅供參考，並可基於已產生或將予產生之實際金額而予以調整。本集團之經營業績預期受到產生之非經常性上市費用之不利影響。

有關詳情，請參閱本文件「風險因素－預期本集團之財務業績將會受上市相關開支所影響」一節。

## 概 要

### 截至二零一四年十二月三十一日止年度之溢利估計

本公司權益股東應佔估計 綜合溢利 <sup>(1、2及3)</sup>	不少於人民幣72百萬元（約90百萬港元）
每股未經審核備考估計盈利 <sup>(3)</sup>	不少於[編纂]（約[編纂]）

附註：

- (1) 編製溢利估計所依基準乃載列於本文件附錄三。截至二零一四年十二月三十一日止年度本公司權益股東應佔估計綜合純利乃以本集團截至二零一四年十月三十一日止十個月之實際綜合業績及本集團截至二零一四年十二月三十一日止兩個月之估計綜合業績為基準。
- (2) 每股未經審核備考估計盈利乃由截至二零一四年十二月三十一日止年度本公司權益股東應佔估計綜合溢利除以假設全年合共已發行[編纂]股份計算得來，假設[編纂]已於二零一四年一月一日完成，且並未計及[編纂]獲行使時可能發行之任何股份。
- (3) 本公司權益股東應佔估計綜合溢利及每股未經審核備考估計盈利乃按人民幣1元兌1.25港元之匯率由人民幣兌換為港元，概不表示港元金額已經、可能已經或可按該匯率兌換為人民幣，反之亦然。

### 所得款項用途

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]（即指示性[編纂]範圍每股[編纂][編纂]之中位數），經扣除有關[編纂]之包銷費用和其他估計開支，[編纂]所得款項淨額預計約為[編纂]。

董事現擬將所得款項淨額作下列用途：

- 約[編纂]百萬港元（佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]）將用作透過於取得必要批文後建造新工廠以提高產能；
- 約[編纂]百萬港元（佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]）將用於支付有關於本集團永和生產基地建設及完成新10層高辦公樓宇（總建築面積約為10,782平方米，預期於二零一五年竣工）之代價之未支付餘款；
- 約[編纂]百萬港元（佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]）將用於透過加強營銷活動以於國內及海外市場提高本集團品牌知名度而進一步推廣本集團品牌雨傘，其中(i)約[編纂]百萬港元用於在傳統媒體及互聯網投放廣告、參與中國

## 概 要

及海外之主要貿易展覽會以及投資廣告及促銷材料以開發本集團雨傘產品之新市場，及(ii)約[編纂]百萬港元用於培訓銷售及技術團隊；

- 約[編纂]百萬港元（佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]）將用作增強本集團之技術專長及知識以確保持續改善本集團產品，其中(i)約[編纂]百萬港元用於為研發團隊招聘更多專家，(ii)約[編纂]百萬港元用於資助研發人員出席外部培訓，及(iii)約2百萬港元用於進一步與學術或專業機構合作及提高研發能力；及
- 約[編纂]百萬港元（佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]）將用作營運資金及其他一般公司用途。

有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及所得款項用途」一節。

### 本集團於往績記錄期間後之最近發展

於二零一四年十月六日，本集團就建設新工廠以擴大產能與中國山東省安丘市政府訂立具有法律約束力之備忘錄。有關拓展計劃詳情，請參閱本文件「業務－業務策略－擴大產能」一節。

根據已由本集團申報會計師審閱之本公司於截至二零一四年十二月三十一日止其後兩個月之未經審核管理賬目，出口銷售約為人民幣50百萬元，約佔本集團總收益之64.4%，而國內銷售約為人民幣28百萬元，約佔本集團總收益之35.6%。出口銷售中，POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件之銷售分別約為人民幣36百萬元、人民幣8百萬元及人民幣6百萬元，分別約佔本集團銷售總額之46.2%、10.6%及7.6%。就國內銷售而言，POE雨傘、尼龍雨傘及雨傘零部件之銷售分別約為人民幣20百萬元、人民幣6百萬元及人民幣2百萬元，分別約佔本集團銷售總額之25.8%、7.5%及2.3%。截至二零一四年十二月三十一日止兩個月，國內銷售較二零一三年同期大幅增加主要由於來自本集團一位中國客戶（即客戶G，自二零一四年起為本集團之新客戶）之採購，客戶G採購額約為人民幣23百萬元，約佔本公司截至二零一四年十二月三十一日止兩個月國內銷售總額之83.0%。就出口銷售而言，於截至二零一四年十月三十一日止十個月，本集團客戶I（自二零一三年開始與本集團建立業務關係及當時排名第19位）已成為本集團五大客戶之一。進一步拓展至柬埔寨等海外市場會對本集團之財務表現產生積極影響。就擴大市場佔有率及確保業務持續增長而言，董事認為，除維持本集團之日本市場份

## 概 要

額外，持續拓展至中國及其他海外市場至關重要。客戶G於二零零八年向本集團下達較小採購訂單，且由於其進行若干架構及業務策略重組，此後並無繼續向本集團購買產品。其滿足本集團產品質量及符合交貨時間，於二零一四年開始向本集團批量採購。本集團重視客戶G，因其與本集團在中國提高市場佔有率及擴大市場份額之業務策略相符。本集團董事亦認為，與客戶G之業務關係快速發展之原因為本集團之市場聲譽，尤其是本集團在日本市場之表現導致客戶G（作為新市場進入者）開始向本集團大量採購雨傘產品。另一方面，客戶I與日本客戶類似，於二零一三年在少量採購後開始向本集團大量採購。有關客戶G及客戶I之背景資料，請參閱本文件「業務」一節「銷售及市場推廣－本集團客戶」一段。據董事所深知，客戶G之後向客戶主要為海外客戶。

	二零一四年十一月一日至 十二月三十一日	
	人民幣千元	%
	(未經審核)	
<b>出口銷售</b>		
POE雨傘	35,981	46.2
尼龍雨傘	8,223	10.6
雨傘零部件*	<u>5,888</u>	<u>7.6</u>
小計	<u>50,092</u>	<u>64.4</u>
<b>國內銷售</b>		
POE雨傘	20,095	25.8
尼龍雨傘	5,836	7.5
雨傘零部件*	<u>1,790</u>	<u>2.3</u>
小計	<u>27,721</u>	<u>35.6</u>
總計	<u><u>77,813</u></u>	<u><u>100.0</u></u>

\* 雨傘零部件主要包括塑膠布、中棒及其他零部件。



## 概 要

下表載列自二零一四年十一月一日至二零一四年十二月三十一日本集團收益按客戶五大地理位置劃分之明細：

排名	二零一四年十一月一日至 二零一四年十二月三十一日	
	人民幣千元	%
1 日本	38,781	49.8
2 中國	27,721	35.6
3 柬埔寨	5,866	7.5
4 香港	3,068	3.9
5 台灣	1,051	1.4
其他*	1,326	1.8
總計	<u>77,813</u>	<u>100.0</u>

\* 其他主要包括德國、法國及其他國家。

儘管近期日元兌人民幣及美元貶值，本集團於日本市場之銷售業績於截至二零一四年十二月三十一日止兩個月相對保持穩定。依託持續努力對設計進行微調以一直讓客戶滿意，本集團於往績記錄期間設法適度提高雨傘產品之平均售價。本集團亦注意到本集團若干日本客戶相應地適度提高了本集團產品之售價以應對日元疲軟。截至二零一四年十二月三十一日止年度，本集團出口至日本市場之銷售額為人民幣351百萬元，約佔總收益之58.3%，而於截至二零一三年十二月三十一日止年度為人民幣367百萬元，約佔總收益之75.9%。儘管自二零一三年以來日元兌人民幣及美元貶值，以及本集團若干日本客戶不得不提高產品售價以緩解日元疲軟之影響，但本集團於日本之銷售保持相對穩定。

### 無重大不利變動

董事確認，截至本文件日期，本集團之財務或貿易狀況自二零一四年十月三十一日（即會計師報告所載本集團最近之經審核綜合財務報表之結算日）起概無重大不利變動。

## 概 要

### 不合規

本集團過往年度未完全遵守若干中國法律及法規，即：

1. 晉江集成位於中國福建省晉江市東石鎮永湖村之兩幅土地尚未取得國有土地使用權證。兩幅土地之總地盤面積分別為3,685平方米及5,806平方米。(1)一幢1層高樓宇(總建築面積約為2,971平方米)位於該3,685平方米土地上；(2)一幢5層高樓宇(總建築面積約為1,909平方米)位於該5,806平方米土地上；以及(3)一幢6層高及一幢4層高樓宇(建築面積分別約為1,449平方米及1,160平方米)部分位於該5,806平方米土地上。所有該等三幢樓宇總建築面積約為4,518平方米。由於兩幅土地(總地盤面積分別約為3,685平方米及5,806平方米)缺乏國有土地使用權證，所有上述四幢樓宇尚未取得規定之許可證、竣工驗收合格證、房屋所有權證。一幢1層高及一幢5層高樓宇為本集團之生產車間，而一幢6層高及一幢4層高樓宇為員工宿舍。本集團已於二零一五年一月七日就其中一幅土地(總地盤面積為3,685平方米)取得國有土地使用權證。
2. 晉江集成並無就位於一幅土地(國有土地使用權證晉國用(2006)字第00014號)上之一幢1層高樓宇(總建築面積約為397平方米)取得有關許可證、竣工驗收合格證及房屋所有權證。其用作生產車間。
3. 福建集成未能就位於中國福建省晉江市永和鎮一幅土地(國有土地使用權證晉國用(2008)字第00903號)上之兩幢1層高樓宇取得有關許可證、竣工驗收合格證及房屋所有權證。該兩幢樓宇之總建築面積分別為1,200平方米及810平方米。該兩幢樓宇均為生產車間。
4. 福建集成未能就位於中國福建省晉江市永和鎮一幅土地(國有土地使用權證晉國用(2009)字第00320號)上之一幢1層高臨時建築取得有關許可證。該幢臨時建築之總建築面積約為68平方米，用作配套維修車間。
5. 福建集成未能就位於中國福建省晉江市永和鎮一幅土地(國有土地使用權證晉國用(2009)字第00320號)上之一個在建工程取得建設工程規劃許可證及施工許可證。該建築之總建築面積為10,782平方米，為一幢10層高樓宇。該幢樓宇擬用作本公司辦公室。

## 概 要

---

由於具有業權瑕疵及目前正在使用之樓宇之總建築面積約佔本集團兩座生產基地及其他配套設施總建築面積之7.4%，且只需花費一至十二天拆除該等樓宇及一至六天搬運其中設施，故董事認為上述具有產權瑕疵之土地及樓宇對本集團業務營運而言並不重大。

有關本集團不合規事件之詳情，請參閱本文件「業務－不合規」一節。