
概要及重點

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於僅為概要，並不包括可能對閣下而言屬重要的所有資料，且在整體上受限於本招股章程全文，故閣下應連同本招股章程全文一併閱讀。閣下在決定投資於發售股份前，務請閱讀整份本招股章程(包括其附錄)。任何投資均涉及風險。有關投資發售股份的若干特定風險載於本招股章程第49至52頁「風險因素」。閣下在決定是否投資發售股份前務請細閱該節。

概覽

我們於一九九七年成立，為於香港專營中檔瑞士製腕錶品牌之腕錶零售商，具多年歷史。於往績記錄期間，我們的收益分別約為304.8百萬港元、351.6百萬港元、446.9百萬港元及241.5百萬港元。供應商A為我們於整段往績記錄期間的最大供應商，乃全球聲譽昭著的瑞士腕錶製造商及分銷商的香港分銷附屬公司，且我們與其有逾15年業務關係。於最後實際可行日期，我們已建立一個零售網絡，由合共17間零售店組成，涵蓋10間多品牌商店及七間單一品牌精品店，均位於香港黃金地段，例如時代廣場、海港城及國際廣場。於最後實際可行日期，我們代理逾80個腕錶品牌，主要涵蓋瑞士、德國及日本腕錶品牌。於往績記錄期間，我們代理的五大品牌為卡西歐、Junghans、浪琴表、Mido、Roamer of Switzerland、天梭及瑞士梅花表。此外，我們目前經營小規模的批發分銷業務，而有關業務於二零一零年十二月方始開展。

我們就採購適合我們目標客戶的中端腕錶(即零售價範圍約為5,000港元及20,000港元之間的腕錶)，研究及分析市場趨勢、客戶喜好、腕錶品牌商譽及銷路。我們在決定採購條款(包括數量、運貨及價格均)後即下達採購訂單，並會考慮與供應商訂立的任何書面協議(倘適用)。我們進行市場營銷活動，包括店內市場營銷，如設計腕錶陳列及佈置或與我們的供應商聯合舉辦推廣活動，如媒體廣告或與購物商場聯合舉辦的推廣活動。我們維持銷售點(POS)系統，以記錄零售店交易及銷售數據。我們的批發客戶並無訂立任何書面協議下向我們作出採購訂單。所有隨後向我們的供應商重新入貨的訂單需經我們的管理層批准。我們提供腕錶維修及保養服務作為我們的售後服務之一，為此我們目前營運兩間腕錶維修中心。

我們的業務

零售業務及零售網絡

於往績記錄期間，我們大部分的收益來自香港腕錶零售。根據我們的零售業務，我們作為零售商透過我們的零售網絡直接向零售客戶出售腕錶。就我們於最後實際可行日期營運的17間零售店而言，我們就我們的14間零售店與第三方業主訂立租賃協議，並就相關零售店與供應商A訂立營運協議。於往績記錄期間後及最後實際可行日期前，我們的兩間零售店租約屆滿，以及於最後實際可行日期，我們的九間零售店目前的租約將於二零一五年屆滿。該等11間零售店應佔我們於往績記錄期間的收益分別為約13.4%、20.2%、25.7%及24.3%。於最後實際可行日期，我們的物業租賃及相關開支(不包括差餉)(不包括我們租用作為董事宿舍的物業，因有關物

概要及重點

業被視為董事薪酬待遇的一部分)佔我們的總收益分別約13.1%、14.4%、13.8%及12.1%。我們已就三間新零售店與獨立第三方業主訂立租賃協議，於最後實際可行日期，其中兩間物業正進行翻新，而另一項物業租期尚未開始。相關零售店的租賃乃由供應商A與相關業主訂立，而我們獲授權根據營運協議營運該等零售店。該等營運協議現時為期三年，並與供應商A與相關業主訂立之相關租賃的年期一致。根據營運協議，我們將每月付款予供應商A，金額相等於供應商A應就該零售店應付的租金及其他成本。倘我們違反任何營運協議條款而於指定期間內並未糾正或終止相關特許經營協議、腕錶供應協議或相關租賃協議，營運協議可予終止。供應商A亦可在未有任何理由下透過給予我們一個月通知終止協議。我們已根據(就六間單一品牌精品店而言)個別書面特許經營協議及(就一間單一品牌精品店而言)書面授權書獲授就營運單一品牌精品店使用特定品牌的權利。我們的特許經營協議為期三年，並可自動重續一年，如發生若干違規情況，包括特許經營協議可於通知後或即時予以終止。該等特許經營協議訂明指定店舖獲授權、一般禁止零售店之間的存貨轉移、載列有關零售店裝飾及原列產品之要求，並述明我們有權獲取特許經營商之若干銷售支援。

於往績記錄期間，我們與其中三名五大供應商就採購腕錶訂立多項書面協議，包括供應商A。倘採購安排並無以書面訂立，我們則一概按採購訂單賣斷形式或寄售基準作出採購。有關詳情，請參閱「業務—供應商—採購安排」(第130至134頁)。

於往績記錄期間，我們依賴單一品牌精品店的銷售。由我們的單一品牌精品店所產生的銷售分別佔我們於往績記錄期間零售收益總額約74.7%、70.0%、66.8%及62.4%。有關相關風險，請參閱「風險因素—與我們的業務有關之風險—我們依賴單一品牌精品店的銷售。倘單一品牌精品店的實力出現任何大幅下降或我們無法繼續經營該等零售店，可能對我們的銷售、盈利能力及財務狀況造成不利影響。」(第33至34頁)。

我們於往績記錄期間自銷售品牌B腕錶產生大部分收益。自品牌B腕錶產生的銷售分別佔我們於往績記錄期間的收益總額約64.8%、61.9%、63.5%及61.0%。有關相關風險，請參閱「風險因素—與我們的業務有關之風險—我們於往績記錄期間自銷售少量腕錶品牌的腕錶產生大部分收益。該等品牌的形象有任何損害或轉差可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。」(見第33頁)。

於往績記錄期間，在我們的多品牌商店出售腕錶的毛利率(不包括滯銷存貨之撥備)分別約39.2%、37.6%、34.0%及33.9%。於同期，在我們的單一品牌精品店出售腕錶的毛利率(不包括滯銷存貨之撥備)分別約40.2%、39.2%、38.1%及37.7%。

我們已制定品牌管理策略，旨在建立緊密相連的產品組合，使不同腕錶品牌能互相補足，從而提升消費者對品牌的認識及我們的形象，並促進業務增長。於往績記錄期間，我們以非獨家基準為幾乎所有腕錶品牌進行銷售工作，而我們並非該等腕錶品牌的唯一零售商。我們相信，我們的品牌管理策略得以成功有賴多項因素，包括我們悠久的經營歷史、與供應商間的穩固關係及我們應對不斷變化的市場趨勢的能力。

概要及重點

同店銷售增長

下表載列我們於所示年度／期間同店銷售增長。

	截至四月三十日止年度		截至 十月三十一日 止六個月	截至 二月二十八日 止四個月
	二零一三年	二零一四年	二零一四年	二零一五年
同店銷售增長 (附註)				
多品牌商店	5.9%	3.3%	-2.4%	-13.7%
單一品牌精品店	12.0%	33.9%	11.6%	-25.6%
整體	10.7%	24.5%	6.5%	-22.3%

附註：同店銷售增長代表一組零售店於指定年度／期間至往後年度／期間之同組零售店銷售的同店銷售增長。截至二零一四年四月三十日止兩個年度各年、截至二零一四年十月三十一日止六個月及截至二零一五年二月二十八日止四個月用以計算同店銷售增長的多品牌商店數目分別為5間、6間、8間及9間。截至二零一四年四月三十日止兩個年度各年、截至二零一四年十月三十一日止六個月及截至二零一五年二月二十八日止四個月用以計算同店銷售增長的單一品牌精品店數目分別為5間、3間、4間及5間。

於往績記錄期間，我們的整體同店銷售之一般改善主要為我們的單一品牌精品店之同店銷售增長所致。截至二零一三年四月三十日止年度，我們的單一品牌精品店之同店銷售增長約為12.0%，主要由於出售腕錶的平均售價上升。截至二零一四年四月三十日止年度，我們的單一品牌精品店之同店銷售增長約為33.9%，主要由於品牌A及品牌B的單一品牌精品店收益增長強勁。截至二零一五年二月二十八日止四個月，我們的整體同店銷售增長下滑，主要由於若干零售店之銷售受佔領中環運動影響而下跌，以及一間零售店因所處之購物商場進行翻新而令銷售下跌。有關詳情，請參閱「財務資料—經營業績概要—收益—同店銷售增長」(第189至191頁)。

批發業務

根據我們的批發業務，我們取得腕錶品牌的獨家批發分銷權，並以批發方式將腕錶分銷予我們的批發客戶，就我們所深知，這些批發客戶會透過其零售渠道將腕錶售予最終客戶。我們目前為品牌C(五大品牌之一)進行批發。

定價策略

就我們的零售業務而言，我們一般根據供應商提供的建議零售價及折扣監控政策釐定我們的售價。就我們的批發業務而言，我們一般可自由釐定售價。我們注意到近日有新聞報導及文章指部分腕錶公司已經考慮或正考慮提高以其他貨幣計算的瑞士腕錶價格，以抵銷瑞士法郎兌歐元於二零一五年年初升值的影響，導致由瑞士向其他國家出口腕錶的成本上漲。有關相關風險，請參閱「風險因素—與我們的業務有關之風險—我們從瑞士製腕錶產生大部分收益。瑞士法郎升值可增加我們的採購成本及令我們的營運成本上升，從而對我們的盈利能力造成不利影響。」(第41頁)。根據Ipsos報告，自二零一五年一月瑞士法郎與歐元突然脫鈎以來，未有為香港腕錶行業帶來有關採購成本或銷售價格對腕錶分銷商或零售商的實際直接影響。腕錶之最終訂價策略不會單憑外幣匯率波動而釐定，亦以租賃成本、勞工成本、經

概要及重點

濟表現及零售表現等多項因素釐定。根據Ipsos報告，行業內若干腕錶品牌價格已下調，如一奢侈瑞士腕錶品牌，自二零一五年一月瑞士法朗升值以來，其售價已下調最多達約22%，以維持穩定需求，此說明品牌擁有人可能因多個因素而調整訂價策略，而並非一定僅因外匯波動。於最後實際可行日期，我們並無因上述瑞士法朗升值而經歷任何採購瑞士腕錶之採購價上升。

存貨周轉

下表載列所示年度／期間的整體平均存貨周轉日數。

	截至四月三十日止年度			截至 十月三十一日 止六個月
	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一四年
整體平均存貨周轉日數(附註)	83.2	98.8	113.4	122.0

附註：整體平均存貨相等於年／期初總存貨加年／期末總存貨除以二。整體平均存貨周轉日數相等於整體平均存貨除以總銷售成本，並乘以365(就年度)及183(就六個月期間)。

我們的整體平均存貨周轉日數由截至二零一二年四月三十日止年度約83.2天增加至截至二零一三年四月三十日止年度約98.8天。該增加主要由於截至二零一三年四月三十日止年度多品牌商店數目增加導致多品牌商店的存貨量增加所致(原因是於多品牌商店出售的部分品牌較不熱門，多品牌商店的存貨周轉日數一般較多)。整體平均存貨周轉日數於截至二零一四年四月三十日止年度進一步增加，主要是由於品牌B的存貨量因於二零一三年八月及二零一三年十二月分別開設了兩間品牌B的單一品牌精品店所採購之存貨而增加。整體平均存貨周轉日數於截至二零一四年十月三十一日止六個月維持於相對穩定水平。預期多品牌及單一品牌精品店往後將維持穩定增長，並預期於截至二零一六年四月三十日止年度的整體平均存貨周轉日數將為平穩。

依賴我們的最大供應商

於往績記錄期間，我們非常依賴供應商A(我們的最大供應商)。向供應商A作出的採購量分別佔我們於往績記錄期間總採購量約84.6%、84.4%、88.0%及89.1%。由供應商A所供應之腕錶的銷量分別佔我們於往績記錄期間總收益約84.9%、83.0%、84.8%及86.7%。於我們目前自供應商A採購的八個腕錶品牌中，三個品牌為我們於往績記錄期間的五大品牌，該三個腕錶品牌的腕錶的銷量分別佔我們於往績記錄期間的總收益貢獻約83.8%、81.7%、83.0%及84.8%。由我們以品牌A及品牌B經營的單一品牌精品店產生的收益於往績記錄期間分別為我們的總收益貢獻約73.7%、68.8%、65.7%及61.6%。同期，來自相關零售店的收益分別為我們的總收益貢獻約37.0%、40.0%、55.6%及53.3%。於往績記錄期間及截至最後實際可行日期，供應商A所供應的腕錶的毛利率(不包括滯銷存貨撥備)分別約為38.8%、37.0%、35.2%、34.4%及35.1%。有關相關風險請參閱「風險因素—與我們的業務有關之風險—於整段往績記錄期間，我們的最大供應商佔我們的總採購量80%以上。倘我們與其關係轉差或終止，我們的業務及經營業績將會受到不利影響。」(第29至30頁)。

供應商A乃全球認可且信譽良好的瑞士腕錶製造商及分銷商(「供應商A的母公司」)的香港分銷附屬公司。根據Ipsos報告，供應商A的母公司於二零一四年為香港的第二大腕錶分銷商，其按收益計之市場份額為約15.8%。供應商A的母公司為一間於瑞士證券交易所上市的公司，截至最後實際可行日期，其市值為約23,820.1百萬瑞士法郎。根據其二零一四年年度報告，其於二零一四年內錄得經營溢利約1,752.0百萬瑞士法郎及總銷售額約9,219.0百萬瑞士法郎，其中約8,936.0百萬瑞士法郎產生自其腕錶及珠寶分部。

於最後實際可行日期，我們向供應商A採購八個腕錶品牌，包括五大品牌的其中三個。我們目前於七間多品牌商店出售採購自供應商A的品牌及我們以自供應商A採購的兩個品牌(即品牌A及品牌B)營運五間單一品牌精品店。我們自一九九九年起與供應商A建立業務關係。我們已與供應商A(或供應商A的母公司的相關集團公司(如適用))就腕錶供應及經營若干單一品牌精品店訂有多份書面協議。我們並無供應商A於往績記錄期間及截至最後實際可行日期是否向我們供應的八個腕錶品牌的香港獨家分銷商的資料。我們的董事認為，供應商A或供應商A的母公司不公開這些資料屬正常之舉，原因為(i)供應商A的母公司擁有全球銷售及分銷網絡，覆蓋全球不同地區多名本地零售商；及(ii)這些資料對與供應商A進行業務交易並無必要。就我們的董事所知，除了供應商A外，在香港並無該腕錶品牌的其他授權分銷商。

董事認為，存在依賴主要由於(i)供應商A的母公司的市場主導地位；(ii)行業慣例；(iii)我們傾向持續採購過往表現令人滿意的品牌；及(iv)我們與供應商A之間的既有關係。董事亦認為，儘管存在依賴，我們的業務將能持續經營，此乃由於(i)有關依賴為相互的及具互補性；(ii)我們計劃改善我們的供應商網絡；(iii)我們的多品牌商店有助分散風險；(iv)我們的應變計劃；及(v)行業前景及業務的可行性。有關詳情請參閱「業務—供應商—依賴我們的最大供應商」(第124至129頁)。

我們的供應商及客戶

於往績記錄期間，我們分別共有38間、41間、41間及37間供應商。我們多年來已與主要供應商建立緊密關係及特別是與供應商A建立超過15年的業務關係。

我們的客戶基礎包括零售及批發客戶。我們主要透過於香港之零售網絡向個別消費者進行銷售，目標為中產消費者及一般遊客。我們的批發客戶主要包括腕錶零售商、珠寶商及生活產品零售商，而就我們所盡悉，彼等透過彼等的零售渠道出售腕錶予最終消費者。

行業及市場

根據Ipsos報告，就進口價值而言，香港於二零一三年為最大瑞士腕錶進口市場。瑞士腕錶的產品組合範圍甚廣，而瑞士品牌負有高生產技術、優質及優越的標誌性信譽。香港及中國消費者對瑞士製腕錶，尤其是當中世界瑞士腕錶領導品牌的品牌A及品牌B有高度需求。儘管瑞士製腕錶普及，由二零零九年至二零一三年德國製腕錶的接受程度亦有所增長。

概要及重點

香港的平均年度家庭可支配收入及平均年度家庭消費支出有穩定增長，預期可刺激對腕錶的需求。自二零零九年起，香港經濟以及香港零售銷售市場已從全球金融危機穩定地恢復。詳情請參閱「行業概覽—香港經濟概覽」(第64至68頁)。

由於中國經濟強大增長，香港已因位置鄰近而成為中國旅客的首選旅遊城市之一。由截至二零一四年四月三十日止三個年度各年及截至二零一四年十月三十一日止六個月期間以中國銀聯付款佔我們的香港零售營業額約79.8%、83.4%、86.2%及86.9%可見，中國旅客構成其中一個我們香港銷售的主要客戶組別。中國旅客的複合年增長率由二零零九年至二零一三年增加22.6%。中國旅客數目增加，增加了訪港旅客花費，以及中國旅客數目整體增加，成為香港腕錶零售業的市場增長動力。香港及中國政府官員近日就二零零三年個人遊計劃下收緊二零零九年實施的多次入境許可討論。根據中國政府網站，國務院港澳事務辦公室於二零一五年四月十三日確定實施「一週一行」政策，據此持有多次入境許可的深圳居民僅可每週訪港一次，而非無限到訪。根據Ipsos報告，由於收緊政策的目的是要限制水貨客的數目，而且多次入境許可的消費模式已逐漸由集中於購買珠寶、腕錶及時鐘以及名貴禮物轉移至日常用品(如奶粉及中藥(其中包括))(視乎實際採納之政策及採取之實務措施)，故收緊對於香港腕錶零售業的影響被判斷為極小或小。我們的目標客戶包括中國旅客，惟非水貨客。Ipsos報告指出，倘未來多次入境許可政策出現任何變動，無法區分水貨商及旅客的到訪目的，或採納之政策及實施之措施無法分辨旅遊區及鄰近深圳邊境的區域(為受使用多次入境許可的中國人歡迎的目的地)，並同時旨在遏止中國旅客數目增長及／或其於香港的開支，可導致中國旅客大量減少訪港。倘發生此情況，香港的零售業將受到不利影響，而我們亦可能錄得重大銷售減少。人民幣由二零零九年至二零一四年整體升值，造成對港元更有利的匯率，以致香港產品零售價下降，令相同產品在香港購買相比在中國購買更便宜，對中國旅客而言，這成為一個額外動力以在香港消費更多。由於預期人民幣在未來將持續升值，將給予包括在香港零售及分銷之腕錶行業更多機會。

我們的競爭優勢

董事相信本集團的下列競爭優勢讓我們得以取得成功及於經營所在的行業有效競爭：(i)包含全球認可的瑞士腕錶品牌的龐大腕錶品牌組合；(ii)與國際腕錶供應商的穩固業務關係；(iii)位於黃金地段的高效零售網絡；(iv)策略性的市場定位加上良好的聲譽；及(v)經驗豐富且深諳腕錶市場的管理層團隊。

我們的策略

我們旨在透過以下策略維持我們在中檔腕錶市場的增長並提升我們的整體競爭力及市場佔有率：(i)擴大我們的零售及銷售網絡；(ii)改善我們的同店銷售增長及毛利率；(iii)改善我們的供應商網絡及加強我們的銷售員工知識；及(iv)加強市場營銷力度。

風險因素

我們的業務涉及若干風險，亦有若干風險與股份發售有關，當中多項風險乃非我們所能控制。該等風險大致上可分類為(i)與我們的業務有關之風險；(ii)與我們行業有關之風險；及(iii)與股份發售有關的風險。該等風險因素於「風險因素」進一步描述(第29至52頁)。下文載列部分可能會對我們造成重大不利影響的主要風險：

- 於整段往績記錄期間，我們的最大供應商佔我們的總採購量80%以上。倘我們與其關係轉差或終止，我們的業務及經營業績將會受到不利影響。
- 我們的業務營運依賴零售網絡。倘無法按商業上可接受的條款或甚至無法確保重續我們的零售店的現有租約及／或我們就經營單一品牌精品店與腕錶供應商訂立的任何協議，則我們的增長前景及業務狀況可能遭受不利影響。
- 倘我們與供應商A訂立的書面協議因任何理由而不獲重續或予以終止，而我們的應變計劃無法達成我們預期結果，我們的業務狀況及經營業績將受到重大不利影響。
- 由於我們為我們的業務營運租賃若干物業，其中包括我們的零售店營運所在的14項物業，我們面對與商業房地產租賃市場相關的風險，當中包括無法預計及潛在的昂貴租賃成本及對優質地點的競爭。
- 我們於往績記錄期間自銷售少量腕錶品牌的腕錶產生大部分收益。該等品牌的形象有任何損害或轉差可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。
- 我們依賴單一品牌精品店的銷售。倘單一品牌精品店的實力出現任何大幅下降或我們無法繼續經營該等零售店，可能對我們的銷售、盈利能力及財務狀況造成不利影響。
- 訪港中國旅客人數於二零一五年三月減少。訪港中國旅客人數出現任何進一步減少，均可影響零售業，從而對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。
- 香港及中國政府就中國旅客訪港的政策有任何轉變，可能影響我們的財務狀況及經營業績。
- 我們過往面對高員工流失率，而我們的營運可能因難以招聘及挽留充足人手以應付我們的需要而受到不利影響。
- 香港零售業的近期發展或會影響我們的營運環境。

股東資料

控股股東

緊隨股份發售及資本化發行完成後(並無計及可能根據購股權計劃授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)，本公司由滴達投資擁有70.625%權益，而該公司分別由林先生及陳女士實益擁有90%及10%。因此，林先生被視為於滴達投資持有的股份中擁有權益。由於陳女士為林先生之配偶，彼亦被視為於林先生擁有權益的股份中擁有權益。因此，滴達投資、林先生及陳女士將為我們的控股股東(具有上市規則賦予的涵義)。

概要及重點

除本集團外，於往績記錄期間，林先生持有公司A及公司B，該等公司並非本集團的成員公司。公司A主要於澳門從事腕錶零售，分別由林先生及其他獨立第三方持有29%及71%權益。公司B主要於香港及澳門以自家品牌從事腕錶批發分銷，分別由林先生及其他獨立第三方持有24%及76%權益。有關將公司A及公司B的業務自本集團中撇除的理由，請參閱「與控股股東的關係—我們的控股股東的其他業務權益」。為確保未來將不會存在競爭，控股股東與我們訂立不競爭契據，以確保每名契諾人將不會，亦將促使其各自之緊密聯繫人將不會直接或間接地設立、投資、參與、從事、管理或營運任何與本集團進行之業務構成或可能構成競爭的任何業務或直接或間接地於當中以任何形式持有任何權利或權益。有關控股股東的進一步詳情，請參閱「與控股股東的關係」(第156至164頁)。

主要營運及財務數據

下文載列我們於所示期間的匯總業績概要，乃摘錄自本招股章程附錄一會計師報告。

匯總全面收益表摘要

	截至四月三十日止年度			截至十月三十一日 止六個月	
	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一三年	二零一四年
	千港元	千港元	千港元	千港元 (未經審核)	千港元
收益	304,819	351,636	446,913	192,690	241,520
銷售成本	(183,226)	(216,791)	(284,295)	(121,523)	(155,326)
毛利	121,593	134,845	162,618	71,167	86,194
除稅前利潤	49,735	43,509	45,524	18,625	25,116
年度／期間利潤	41,646	36,288	37,863	15,402	20,194

匯總財務狀況表摘要

	於四月三十日			於二零一四年 十月三十一日
	二零一二年	二零一三年	二零一四年	
	千港元	千港元	千港元	千港元
非流動資產	7,504	15,470	18,697	17,192
流動資產	92,334	107,433	133,873	141,586
非流動負債	498	2,021	2,533	2,034
流動負債	23,171	39,925	67,317	111,688
流動資產淨值	69,163	67,508	66,556	29,898
總資產減流動負債	76,667	82,978	85,253	47,090

於往績記錄期間的財務表現

我們的收益由截至二零一二年四月三十日止年度約304.8百萬港元增加至截至二零一三年四月三十日止年度約351.6百萬港元，增加約15.4%。於截至二零一四年四月三十日止年度，收益進一步增加至約446.9百萬港元，增加約27.1%。我們的收益由截至二零一三年十月三十一日止六個月約192.7百萬港元增加至截至二零一四年十月三十一日止六個月約241.5百萬港元，增加約25.3%。於往績記錄期間，零售銷售貢獻我們近乎全部收益。我們的零售銷售收益於往績記錄期間增加主要由於零售店數目增加及同店銷售於截至二零一四年四月三十日止兩個年度增加。截至二零一四年四月三十日止三個年度及截至二零一四年十月三十一日止六個月，我們的純利率分別約為13.7%、10.3%、8.5%及8.4%。

業務分部明細

下表載列於所示年度／期間按業務分部劃分的收益(及佔總收益之百分比)、毛利及毛利率之明細。

	截至四月三十日止年度						截至十月三十一日止六個月													
	二零一二年			二零一三年			二零一四年			二零一三年			二零一四年							
	收益	毛利率	毛利	收益	毛利率	毛利	收益	毛利率	毛利	收益	毛利率	毛利	收益	毛利率	毛利					
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	%	千港元	千港元					
零售業務	303,065	99.4	119,922	39.6	349,724	99.5	132,467	37.9	444,283	99.4	160,568	36.1	191,762	99.5	70,010	36.5	240,106	99.4	85,600	35.7
(附註)																				
批發業務	5,741	1.9	1,671	29.1	6,769	1.9	2,378	35.1	7,210	1.6	2,050	28.4	3,092	1.6	1,157	37.4	3,403	1.4	594	17.5
分部間銷售	(3,987)	(1.3)	—	—	(4,857)	(1.4)	—	—	(4,580)	(1.0)	—	—	(2,164)	(1.1)	—	—	(1,989)	(0.8)	—	—
總計	304,819	100.0	121,593	39.9	351,636	100.0	134,845	38.3	446,913	100.0	162,618	36.4	192,690	100.0	71,167	36.9	241,520	100.0	86,194	35.7

附註：我們自零售業務收益亦包括售後服務收益。

概要及重點

毛利率、銷量及平均售價

下表顯示我們的腕錶零售於所示期間的毛利率、銷量及平均售價明細。

	截至四月三十日止年度			截至十月三十一日 止六個月	
	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一三年	二零一四年
毛利率 (%)	39.9	38.3	36.4	36.9	35.7
銷量 (件)	51,339	55,702	62,486	30,430	32,605
平均售價 (港元)	5,931	6,307	7,145	6,326	7,400

我們腕錶的未來價格趨勢取決於(其中包括)市場趨勢等因素。

主要財務比率

下表載列本集團於所示日期的若干主要財務比率。

	於／截至四月三十日止年度			於／截至 十月三十一日 止六個月
	二零一二年	二零一三年	二零一四年	二零一四年
資本負債比率	2.9%	17.9%	17.9%	15.9%
權益回報率	51.1%	42.7%	41.6%	不適用
流動比率	4.0	2.7	2.0	1.3
速動比率	2.0	0.9	0.4	0.4
利息覆蓋率	250.9	175.7	127.1	139.8
總資產回報率	39.0%	28.1%	22.5%	不適用
債務權益比率	0.3	0.5	0.8	2.5

上市開支

我們的董事認為，本集團截至二零一五年四月三十日止年度的財務業績預期受到(其中包括)有關股份發售的非經常性上市開支之不利影響。有關股份發售的上市開支總額主要包括已付或應付專業人士費用以及包銷費用及佣金，估計約為28.8百萬港元(按指示性發售價範圍的中位數每股發售股份0.7港元及200,000,000股發售股份計算得出)。於往績記錄期間內，我們產生上市開支約7.4百萬港元，其中約4.9百萬港元於匯總全面收益表確認，而約2.5百萬港元則於匯總財務狀況表確認為預付款項。我們預期於完成股份發售前進一步產生有關股份發售的上市開支約21.4百萬港元，其中(i)約8.0百萬港元預期將於上市後入賬為權益扣減；及(ii)約13.2百萬港元及0.2百萬港元預期分別於截至二零一六年四月三十日止兩個年度各年的匯總全面收益表中確認為開支。

我們的董事謹此強調，上市開支的金額為現時估計，僅供參考，而將在本集團截至二零一六年四月三十日止兩個年度綜合財務報表中確認的最終金額可能根據審計以及當時就可變因素及假設的變動而予以調整。潛在投資者應留意，本集團截至二零一五年四月三十日止年度之財務表現預期受到上述估計非經常性上市開支的不

概要及重點

利影響，未必與本集團的過往財務表現可作比較。有關相關風險請參閱「風險因素—與我們的業務有關之風險—若干非經常性開支將影響我們截至二零一五年四月三十日止年度之財務表現」。

所得款項用途

我們估計我們自股份發售將收到的所得款項淨額(扣除包銷費用及本公司應付與股份發售有關之估計開支後)將約為111.2百萬港元(假設發售價為每股發售股份0.7港元，即本招股章程所述指示性發售價範圍的中位數)。我們擬將股份發售的所得款項淨額用於下列用途：

業務策略	所得款項淨額 概約金額或百分比
擴展我們的零售及銷售網絡	38.9百萬港元或35.0%
改善我們的同店銷售增長及毛利率	13.4百萬港元或12.0%
改善我們的供應商網絡及提高銷售員工的知識	4.4百萬港元或4.0%
加強營銷力度	7.8百萬港元或7.0%
償還短期銀行貸款連利息(附註)	38.9百萬港元或35.0%
營運資金及其他一般企業用途	7.8百萬港元或7.0%

附註：短期銀行貸款乃借用以(其中包括)撥資已宣派但仍未支付的截至二零一四年十月三十一日止六個月的部分股息付款及繳付若干應付董事款項。任何未被銀行貸款涵蓋的剩餘股息及應付董事款項將以我們的內部資源涵蓋。我們的董事確認全部剩餘未支付的股息及應付董事的金額將於上市前結付。

股息政策

於截至二零一四年四月三十日止三個年度各年及截至二零一四年十月三十一日止六個月，集團公司已分別宣派股息約13.0百萬港元、31.5百萬港元、38.6百萬港元以及72.1百萬港元。於最後實際可行日期，就上述期間所宣派的100%、100%、100%及37.6%股息已由我們本身的內部資源支付。

受限於公司法及我們的章程大綱及細則，我們可透過股東大會以任何貨幣宣派股息，惟所宣派股息不得超過董事會建議之金額。我們的董事亦可能視乎我們的盈利而不時宣派中期股息。將於日後宣派或派付的任何股息金額將取決於(其中包括)我們的經營業績、現金流量、財務狀況、營運及資金需求、未來前景及董事認為相關的其他因素。任何股息宣派及派付以及有關金額均須遵守我們的組織章程文件及公司法，包括我們的董事酌情提出的建議及(除細則所訂明者外)本公司股東的批准。我們不能保證日後將於何時、會否及以何種形式派付股息，且過往股息率不應用作釐定未來股息金額的參考或基準。於任何特定年度未予分派的任何可分派利潤將會保留並可供其後年度分派。倘利潤作為股息分派，有關利潤部分將不可用作再投資於我們的營運。

往績記錄期間後的近期發展

往績記錄期間後，我們繼續完善我們的零售網絡。我們已就於沙田新城市廣場以品牌C開設一間單一品牌精品店訂立一份租賃協議，自二零一五年三月一日起計為期三年。預期此單一品牌精品店將於二零一五年四月開始營運。我們亦計劃將零

概要及重點

售店2及零售店3(均為於往績記錄期間營運的多品牌商店，並於最後實際可行日期前關閉)(租約均於二零一五年三月十三日屆滿)遷至同一購物商場內的兩個毗鄰舖位，以繼續於黃金地段經營零售業務。該兩個舖位的合共面積將與該兩間現有零售店的合共面積相若。我們已簽訂涵蓋該兩個物業的租賃協議，其中一份年期由二零一五年三月三十日開始，而另一份則由二零一五年六月十二日開始，兩者均於二零一八年三月二十九日屆滿。我們已於二零一五年一月接獲零售店4的業主的終止通知，指將會因購物商場進行翻新工程而終止零售店4的租約，我們將於二零一五年四月三十日前搬離該舖位。我們計劃關閉該零售店，且我們的董事確認，由於租賃開支已全數折舊故毋須撇銷。於往績記錄期間內，我們已產生上市開支約4.9百萬港元，且目前預期我們於截至二零一五年四月三十日止年度的財務業績將受到非經常性上市開支約13.4百萬港元(假設發售價為每股股份0.7港元(即指示性發售價範圍的中位數)計算得出)之負面影響，其中分別約13.2百萬港元及0.2百萬港元預期將於截至二零一六年四月三十日止兩個年度各年的匯總全面收益表中確認為開支。預期我們於截至二零一五年四月三十日止年度的純利將較上一個財政年度大幅下跌。

佔領中環運動

於二零一四年九月底，香港展開了一場稱為佔領中環的公民抗命運動(「運動」)，橫跨及主要影響四個地區，包括金鐘、尖沙咀、銅鑼灣及旺角。於我們當時營運的19間零售店當中，14間乃位於受影響地區。其中九間受影響零售店於截至二零一四年十二月三十一日止三個月(即相關零售店受運動影響的期間)的同店銷售錄得不同程度的跌幅，對我們截至二零一五年四月三十日止年度的收益造成影響。儘管如此，鑑於運動已於二零一四年十二月平息，且經計及本集團零售分部於截至二零一四年十二月三十一日止八個月的收益依然錄得增長，董事認為，運動並無對我們的業務營運及財務狀況整體造成任何重大不利影響。相關風險請參閱「風險因素—與我們行業有關之風險—宏觀經濟因素曾經並可能對我們的業務、財務狀況及經營業績造成重大不利影響」。

訪港旅客減少

誠如媒體近日廣為報導，旅客數目於二零一五年三月大為減少，並根據該等媒體報導：(i)在香港旅遊業議會登記的內地旅行團平均數目於二零一五年三月為每日320個，而於二零一四年三月為每日470個，即約30%的減幅，於二零一五年復活節及清明節假期期間的內地旅行團數目與去年同期比較錄得約20%的減幅；及(ii)於二零一五年三月，訪港旅客數目較二零一四年三月減少約8.7%，當中中國旅客數目減少約10.0%。

近日美元升值亦影響香港旅遊業。根據Ipsos報告，因美元升值令日圓、新加坡幣或韓圓相對較弱，旅客或會認為鄰近亞洲國家如日本、新加坡或南韓更為吸引，

概要及重點

故訪港旅客數目減少。Ipsos報告指出，不僅是腕錶及珠寶業，香港整個零售業亦將受美元升值影響。

鑑於上文所述及如前述因於二零一五年三月十三日租賃協議屆滿導致零售店2及零售店3關閉，於二零一五年三月，本集團的銷售較二零一四年三月大幅下跌。如訪港旅客數目持續減少，我們的董事預期收益及盈利能力將繼續受到影響。有關相關風險，請參閱「風險因素—與我們的業務有關之風險—訪港中國旅客人數於二零一五年三月減少。訪港中國旅客人數出現任何進一步減少，均可影響零售業，從而對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響」。

除上文所披露者外，董事確認我們的財務或經營狀況或前景於往績記錄期間後並無出現重大不利變動。

發售統計數字

	按發售價	
	每股發售股份 0.6港元計算	每股發售股份 0.8港元計算
市值(附註1)	480百萬港元	640百萬港元
未經審核備考經調整 每股股份有形資產淨值(附註2)	0.17港元	0.22港元

附註：

1. 股份的市值乃以指示性發售價範圍每股發售股份0.6港元至0.8港元及緊隨資本化發行及股份發售完成後已發行合共800,000,000股股份為基準計算，惟並無計及本公司可能行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權可予配發及發行或根據本招股章程附錄四所指配發及購回股份的一般授權配發及發行或購回之任何股份。
2. 未經審核備考經調整每股有形資產淨值乃經作出本招股章程附錄二「未經審計備考財務資料」所述的調整及按已發行800,000,000股股份的基準計算，假設資本化發行及股份發售已於二零一四年十月三十一日完成，惟並無計及本公司可能行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權可予配發及發行或根據本招股章程附錄四所指配發及購回股份的一般授權配發及發行或購回之任何股份。