

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[編纂]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。閣下在決定投資本公司股份前，應仔細閱讀[編纂]全文。

任何投資均存在風險。投資[編纂]的部分特定風險載列於本[編纂]「風險因素」一節。閣下在決定投資本公司股份前，應仔細閱讀該節。

我們的業務概覽

我們是動漫衍生產品行業及性感內衣行業的一站式綜合解決方案供應商。根據元哲諮詢報告的資料，二零一四年，按收益計，我們是中國最大的角色扮演假髮製造商、第三大角色扮演服飾製造商及第二大性感內衣製造商。二零一四年，我們角色扮演假髮、角色扮演服飾及性感內衣的收益分別約為人民幣180.0百萬元、人民幣181.0百萬元及人民幣37.0百萬元，分別佔中國有關市場6.3%、0.5%及0.5%的市場份額。

我們的產品主要出口至海外顧客，包括美國、德國、英國及澳洲。截至二零一四年十二月三十一日止三個年度及截至二零一五年三月三十一日止三個月，我們的出口銷售所得收益分別約為人民幣237.5百萬元、人民幣293.8百萬元、人民幣391.5百萬元及人民幣94.4百萬元，分別佔我們收益約96.6%、98.3%、98.4%及96.9%，而我們國內銷售的收益分別約為人民幣8.3百萬元、人民幣5.0百萬元、人民幣6.4百萬元及人民幣3.0百萬元，分別佔我們收益約3.4%、1.7%、1.6%及3.1%。因此，我們享有從該等出口銷售產生的中國關稅退稅。退稅旨在退回或抵銷因製造出口產品而購買原材料所增加的增值稅。於往績記錄期，我們的角色扮演假髮及其他節日產品的退稅率為13%及15%以及角色扮演服飾和性感內衣的退稅率為16%及17%。我們獲得出口退稅分別約人民幣18.0百萬元、人民幣19.9百萬元、人民幣30.3百萬元及人民幣4.9百萬元。

我們的業務模式

我們的業務可分為兩個主要類別，即CMS業務及OBM業務。除嚴格按照客戶的要求及規格製造產品外，我們亦能夠視乎客戶的具體需要提供產品設計及開發服務。下表載列截至二零一四年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零一五年三月三十一日止三個月我們有關CMS業務及OBM業務的收益：

	截至三月三十一日							
	截至十二月三十一日止年度						止三個月	
	二零一二年		二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
CMS業務	194,249	79.0	231,888	77.6	324,588	81.6	71,709	73.6
OBM業務	51,576	21.0	66,864	22.4	73,335	18.4	25,684	26.4
總計	245,825	100.0	298,752	100.0	397,923	100.0	97,393	100.0

概 要

我們的CMS業務

在CMS業務模式下，我們在CMS客戶或其最終客戶的品牌下生產及銷售產品，乃根據(i)客戶的具體設計及規格；或(ii)彼等所期望產品的概念性想法，利用我們在設計方面的投入，將初步概念轉化為商業上可行的產品設計。於往績記錄期及於最後實際可行日期，我們的CMS業務是我們收益的主要來源。

我們的OBM業務

憑藉我們在向CMS客戶提供增值解決方案方面的經驗，我們於二零零八年開始增設產品線及以我們的自有品牌開發產品。我們的OBM客戶會購買我們自有品牌的製成品外，或要求我們訂製我們產品目錄所展示的我們自有品牌產品以滿足他們特定的需要及要求。我們在批量生產前以自有品牌名義製作出樣品以供客戶審查。

我們目前共擁有七個品牌，其中三個比較活躍，即「Party Time」、「Secret Temptations」及「Styler」。

我們的產品

我們的主要產品為角色扮演服飾、角色扮演假髮及性感內衣。我們的部分角色扮演產品以來自第三方擁有的動漫角色為原型的流行動漫角色為特色，而我們按相關許可或授權生產該等產品。下表顯示於往績記錄期按產品劃分的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至三月三十一日	
	二零一二年		二零一三年		二零一四年		二零一五年	
	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	% 人民幣千元	人民幣千元	%
角色扮演服飾	106,507	43.3	138,658	46.4	181,128	45.5	54,037	55.5
角色扮演假髮	110,370	44.9	133,924	44.8	179,755	45.2	39,123	40.2
性感內衣	28,199	11.5	24,475	8.2	36,934	9.3	3,601	3.7
其他(附註)	749	0.3	1,695	0.6	106	0.0	632	0.6
總計	<u>245,825</u>	<u>100.0</u>	<u>298,752</u>	<u>100.0</u>	<u>397,923</u>	<u>100.0</u>	<u>97,393</u>	<u>100.0</u>

附註：其他主要包括配件，如假髮配飾、假睫毛及裝飾珠寶等。

我們的客戶

CMS客戶：我們的CMS客戶主要包括一個源於美國的國際著名戶外主題公園連鎖品牌的指定持牌人、北美及歐洲流行動漫角色的擁有人或持牌人以及主要在北美、德國、英

概 要

國、澳洲等地區經營的知名品牌及百貨商店。於往績記錄期，我們的主要CMS客戶包括(但不限於) R.H. Smith & Sons (Wigmakers) Ltd、Spencer Gifts, LLC、Lovin Enterprises Inc.、Leg Avenue, Inc.、Elope, Inc.、Widmann S.R.L.及Easter Unlimited, Inc.。

OBM客戶：我們的董事指出我們主要的OBM客戶主要為(i)角色扮演服飾、角色扮演假髮及性感內衣的新入行者(彼等在市場上欠缺成熟的品牌及產品線)；(ii)相對在我們現有CMS客戶業務而言比較微小的市場的業務參與者；及(iii)中國國內市場上的終端客戶。多年來，我們已與主要客戶形成穩定的業務關係。

於往績記錄期，兩個業務類別之間的競爭極小，主要是由於動漫衍生產品行業及性感內衣行業市場的規模及可得的機會充足。

於最後實際可行日期，美國、德國及英國為本集團的三大出口目的地。下表載列按地理位置劃分的收益明細：

	截至十二月三十一日止年度						截至三月三十一日止三個月			
	二零一二年		二零一三年		二零一四年		二零一四年		二零一五年	
	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	%
北美洲 (附註1)	93,666	38.1	121,422	40.6	155,237	39.0	14,299	28.6	43,524	44.7
歐洲 (附註2)	75,509	30.7	85,696	28.7	139,182	35.0	16,309	32.6	24,825	25.5
大洋洲 (附註3)	20,123	8.2	26,578	8.9	31,340	7.9	4,949	9.9	9,966	10.2
南美洲 (附註4)	22,579	9.2	26,445	8.9	26,429	6.6	8,317	16.6	9,319	9.6
亞洲(不包括中國) (附註5)	25,010	10.1	32,408	10.8	37,511	9.4	4,471	8.9	6,726	6.9
中國	8,322	3.4	4,994	1.7	6,404	1.6	1,683	3.4	3,033	3.1
非洲	616	0.3	1,209	0.4	1,820	0.5	—	0.0	—	0.0
總計	245,825	100.0	298,752	100.0	397,923	100.0	50,028	100.0	97,393	100.0

附註：

1. 我們的北美洲客戶主要包括位於美國、加拿大及墨西哥的客戶。
2. 我們的歐洲客戶主要包括位於德國、英國、荷蘭、法國、俄羅斯、比利時及希臘的客戶。
3. 我們的大洋洲客戶主要包括位於澳洲及新西蘭的客戶。
4. 我們的南美洲客戶主要包括位於巴西、阿根廷、哥倫比亞、秘魯及厄瓜多爾的客戶。
5. 我們的亞洲客戶主要包括位於日本及韓國的客戶。

概 要

董事確認，我們於往績記錄期內並無違反特定制裁規定向任何目前受美國、澳洲及歐盟指定制裁的國家出口任何產品。

截至二零一四年十二月三十一日止三個年度及截至二零一五年三月三十一日止三個月，我們向五大客戶的銷售分別佔我們收益約27.4%、28.2%及31.1%及33.6%，而向最大客戶的銷售則分別佔我們收益約7.5%、8.4%及7.6%及11.0%。於最後實際可行日期，我們與五大客戶的業務關係維持了平均逾七年。

我們的生產設施

我們在宜春生產廠房及義烏生產廠房製造產品總地盤面積合計約為101,188.3平方米。

我們的兩個生產廠房於往績記錄期維持較高的利用率。下表載列截至二零一四年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零一五年三月三十一日止三個月我們生產廠房的產能：

	截至十二月三十一日止年度						截至三月三十一日		
	二零一二年		二零一三年		二零一四年		二零一五年		義烏生產 廠房 (附註1) (單位)
	於義烏市 租賃的 宜春生產 生產設施 (附註1) (單位)		於義烏市 租賃的 宜春生產 生產設施 (附註1) (單位)		於義烏市 租賃的 宜春生產 生產設施 (附註1) (單位)		於義烏市 租賃的 宜春生產 生產設施 (附註1) (單位)		
估計最高產能 (附註2)									
假髮	7,920,000	1,306,800	9,223,500	1,425,600	13,800,600	1,887,600	1,844,700	142,200	97,500
服裝(附註3)	3,003,000	1,016,400	2,966,700	871,200	4,712,400	1,003,200	589,680	148,800	60,000
	<u>10,923,000</u>	<u>2,323,200</u>	<u>12,190,200</u>	<u>2,296,800</u>	<u>18,513,000</u>	<u>2,890,800</u>	<u>2,434,380</u>	<u>291,000</u>	<u>157,500</u>
實際產量									
假髮	7,545,307	1,092,950	9,216,650	1,312,168	13,751,765	1,262,686	1,831,083	93,745	49,977
服裝(附註3)	2,823,497	1,014,752	2,865,624	846,720	4,608,076	937,238	574,570	123,197	15,455
	<u>10,368,804</u>	<u>2,107,702</u>	<u>12,082,274</u>	<u>2,158,888</u>	<u>18,359,841</u>	<u>2,199,924</u>	<u>2,405,653</u>	<u>216,942</u>	<u>65,432</u>
使用率(附註4)									
假髮	95.3%	83.6%	99.9%	92.0%	99.7%	66.9%	99.3%	65.9%	51.3%
服裝(附註3)	94.0%	99.8%	96.6%	97.2%	97.8%	93.4%	97.4%	82.8%	25.8%
總計	94.9%	90.7%	99.1%	94.0%	99.2%	76.1%	98.8%	74.6%	41.5%

附註：

- 於往績記錄期，我們在義烏市向獨立第三方租賃兩個生產設施。我們於二零一五年二月開始於義烏生產廠房繼續生產。

概 要

2. 估計最高產能按每年330天及每天10小時工作時間計算，僅供說明。
3. 服裝包括我們的角色扮演服飾及性感內衣，兩者的生產流程相同。
4. 使用率乃通過年內產量除以產能計算。截至二零一五年三月三十一日止三個月的使用率乃通過期內實際產量除以90天的估計最高產能計算。

為更好地控制我們的生產規劃及更迅速地應對市場變化，我們計劃在義烏生產廠房採購新機器及在宜春生產廠房建造一座新工廠大樓。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務－業務策略－加強產能」一節。

研發

我們力求為客戶提供創新及優質的產品。我們經驗豐富的研發部門致力通過開發專利技術提高生產效率及提升產品質量。截至最後實際可行日期，我們成功在中國取得兩項發明專利、十二項實用新型專利及五項設計專利，主要與(i)產品製造；及(ii)產品包裝技術有關。我們亦就專利技術的研發與大學及學院合作。有關我們研發能力的進一步詳情，請參閱本[編纂]「業務－研發」一節。

質量控制

我們著重於實現產品質量始終如一的良好。於往績記錄期，我們已確保遵循國內外質量標準，包括(但不限於)美國ASTM標準、歐洲EN71及REACH標準以及安全生產標準化企業證書。我們亦獲授ISO9001:2008、ISO14001:2004及OHSAS 18001:2007等多項認證。鑒於我們能夠遵守嚴格的質量規定，我們已連續九年成為源於美國的國際著名戶外主題公園連鎖品牌的認可製造商。我們的質量控制部門負責確保我們遵守所有內部政策、客戶及相關規管施加的外部標準及適用法規。我們在整個生產流程中實施嚴格的質量控制措施，以確保產品的質量。有關我們質量控制措施的更多詳情，請參閱「業務－質量控制」一節。

原材料及供應商

我們在生產過程中使用採購自中國的原材料主要包括面料、髮絲、假髮帽、頭飾、包裝材料及服裝配件等。我們已與認可供應商建立穩定的業務關係，且於往績記錄期並無遇到原材料供應方面的任何嚴重短缺或延誤。截至二零一四年十二月三十一日止三個年度各年及截至二零一五年三月三十一日止三個月，我們向五大供應商的總採購額分別佔相應期間我們總採購成本約40.6%、39.7%、41.5%及37.5%，而我們向最大供應商的採購額分別佔相應期間我們總採購成本約17.4%、17.1%、15.8%及14.9%。

我們的競爭優勢

我們相信，以下各項是我們成功的重要組成部分：(i)我們與客戶維持長期關係並透過優質產品及增值服務吸引新客戶；(ii)我們能夠提供全面產品開發及製造解決方案；(iii)我們擁有強大的研發能力；(iv)我們開發自有品牌(包括「Party Time」、「Styler」及「Secret

概 要

Temptations」以把握日漸增長的國內市場；(v)我們在義烏市及宜春市擁有策略性選址的大規模生產設施；及(vi)我們擁有經驗豐富的管理團隊、良好的往績記錄以及熟練的員工隊伍。

我們的業務策略

我們計劃實施以下主要策略擴充業務：(i)進一步加強我們的研發能力；(ii)於中國市場拓展我們的OBM業務，從而擴大我們的客戶群；(iii)擴大我們的產品在海外市場的市場份額；及(iv)加強產能。

風險因素

任何投資均存在風險。我們的業務所面對的風險包括本[編纂]「風險因素」一節載列者，尤其是以下最為重大的風險：(i)我們面臨產品在出口地營銷和銷售的相關風險；(ii)我們面臨人民幣與美元間匯率波動的風險；(iii)我們可能面臨出口商品退稅減少或者廢止；(iv)我們可能受到我們產品終端客戶有關產品質量及安全標準的索償，且我們的保險覆蓋不包括產品責任；(v)我們可能無法繼續保持增長或無法成功實施我們的業務計劃；(vi)我們並未與客戶簽訂長期合約；(vii)我們的OBM銷售拓展計劃可能會與我們的CMS客戶直接競爭並導致失去此等客戶；(viii)我們可能面對與我們知識產權有關的風險，並可能遭受與侵犯第三方知識產權有關的索償；(ix)我們的研發項目可能不會成功，新產品可能不受市場歡迎；及(x)我們未必能有效維持質量控制體系，因而可能導致未能使我們的經營及產品繼續符合國際及國內質量標準。

財務資料概要

我們於下表呈列合併損益及其他全面收益表、合併財務狀況表、節選財務比率及合併現金流量表的若干主要項目。有關更多詳情，請參閱本[編纂]「財務資料」一節。

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			截至三月三十一日 止三個月	
	二零一二年 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	二零一四年 人民幣千元	二零一五年 人民幣千元
收益	245,825	298,752	397,923	50,028	97,393
銷售成本	(182,066)	(218,972)	(287,141)	(37,166)	(70,419)
毛利	63,759	79,780	110,782	12,862	26,974
除所得稅前溢利	39,994	49,904	78,270	6,189	17,171
年／期內溢利	29,794	37,202	58,580	4,360	12,623

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

於往績記錄期，我們的淨利潤由截至二零一二年十二月三十一日止年度的人民幣29.8百萬元增至截至二零一三年十二月三十一日止年度的約人民幣37.2百萬元，隨後增至截至二零一四年十二月三十一日止年度的約人民幣58.6百萬元，並由截至二零一四年三月三十一日止三個月的人民幣4.4百萬元增至截至二零一五年三月三十一日止三個月的約人民幣12.6百萬元，主要是由於新客戶數目增加及現有客戶採購訂單增加後我們的OBM及CMS業務擴張所致。

合併財務狀況表摘要

	於十二月三十一日			於三月 三十一日
	二零一二年 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	二零一五年 人民幣千元
流動資產				
存貨	28,177	29,051	24,039	21,209
貿易及其他應收款項	12,321	15,961	24,256	28,658
預付土地租賃款項	89	293	293	293
現金及現金等價物	32,683	42,207	44,808	41,584
流動資產總值	<u>73,270</u>	<u>87,512</u>	<u>93,396</u>	<u>91,744</u>
流動負債				
貿易及其他應付款項	24,580	15,536	15,888	24,030
短期借款	12,407	22,000	64,677	57,528
應付所得稅	2,753	3,368	3,761	3,817
流動負債總額	<u>39,740</u>	<u>40,904</u>	<u>84,326</u>	<u>85,375</u>
流動資產淨值	<u><u>33,530</u></u>	<u><u>46,608</u></u>	<u><u>9,070</u></u>	<u><u>6,369</u></u>

節選財務比率

	於十二月三十一日／ 截至該日止年度			於三月 三十一日／ 截至該日 止三個月
	二零一二年 %	二零一三年 %	二零一四年 %	二零一五年 %
淨利潤率(附註1)	12.1	12.5	14.7	13.0
總資產回報率(附註2)	28.1	27.6	24.7	—(附註7)
股本回報率(附註3)	44.9	39.5	38.4	—(附註7)
流動比率(附註4)	184.4	213.9	110.8	107.5
速動比率(附註5)	113.5	142.9	82.2	82.6
資產負債比率(附註6)	18.7	23.4	42.3	34.8

附註：

- 淨利潤率等於年／期內利潤除以收入再乘以100%。

概 要

2. 總資產回報率等於年／期內利潤除以總資產再乘以100%。
3. 股本回報率等於年／期內利潤除以權益總額再乘以100%。
4. 流動比率按流動資產總值除以流動負債總額再乘以100%計算得出。
5. 速動比率按減去存貨的流動資產總值除以流動負債總額再乘以100%計算得出。
6. 資產負債比率按債務總額除以權益總額再乘以100%計算得出。債務總額包括短期借款。
7. 股本回報率及總資產回報率乃按全年基準計算。

股權資料

緊隨[編纂]完成後，Master Professional (由陳先生實益全資擁有) 將持有[編纂]股股份，佔本公司已發行股本的[編纂]%。就上市規則而言，陳先生及Master Professional為控股股東。有關進一步資料，請參閱本[編纂]「與控股股東的關係」一節。

[編纂]

股息政策

截至二零一二年及二零一三年十二月三十一日止年度，我們的附屬公司向彼等當時的股東宣派及派付股息分別為人民幣20百萬元及人民幣20百萬元。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三月三十一日止三個月，我們的附屬公司並無宣派亦無派

概 要

付股息。股份未來股息的形式、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、未來前景及我們或營運附屬公司支付股息的監管限制等因素。無法保證會派付股息。投資者須考慮本[編纂]「風險因素」一節所載影響本集團的風險因素與本[編纂]「前瞻性陳述」一節所載有關前瞻性陳述的警告提示。

[編纂]開支

假設每股股份的[編纂]為[編纂]港元(即本[編纂]所示的指示性[編纂]範圍的中位數)及[編纂]未獲行使，[編纂]有關的估計[編纂]開支總額約為[編纂]港元，其中約[編纂]港元於截至二零一五年三月三十一日止三個月內的損益內扣除。我們預期將[編纂]開支的約[編纂]港元於截至二零一五年十二月三十一日止年度的損益內扣除及結餘約[編纂]港元將予以資本化。

估計[編纂]開支為最近期的最佳估計，僅供參考，並可基於已產生或將予產生的實際金額而予以調整。我們的經營業績預期受到已產生的非經常性[編纂]開支的不利影響。

所得款項用途

假設每[編纂]的[編纂]為[編纂]港元(即指示性[編纂]範圍每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元的中位數)，[編纂]的所得款項淨額估計將約為[編纂]港元。董事擬將[編纂]的所得款項淨額作以下用途：

- 約[編纂]港元(佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]%)將用於為宜春生產廠房建設一座新工廠大樓而增加我們的產能；
- 約[編纂]港元(佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]%)將用於建立義烏生產廠房的研發中心；
- 約[編纂]港元(佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]%)將用於在義烏生產廠房設立電子商務經營中心與服務及體驗中心；及
- 餘下約[編纂]港元(佔[編纂]所得款項淨額約[編纂]%)將用作額外營運資金及其他一般公司用途。

概 要

進一步詳情，請參閱本[編纂][未來計劃及所得款項用途]一節。

近期發展及無重大不利變動

我們的業務模式、收入結構及成本結構自二零一五年三月三十一日以來保持不變。我們的業務保持穩定發展，各業務分類的貢獻與過往記錄一致。我們經營所在行業的整體經濟及市場狀況並無重大變動。

我們截至二零一五年十二月三十一日止年度的溢利預計受截至二零一五年十二月三十一日止年度確認估計[編纂]開支[編纂]港元(假設[編纂]為[編纂]港元及[編纂]並無獲行使)的不利影響。儘管董事相信，在正常化基準且並無計及[編纂]開支情況下，與截至二零一四年十二月三十一日止年度相比，我們截至二零一五年十二月三十一日止年度的財務表現將不會有重大不利變動，惟截至二零一五年十二月三十一日止年度的純利可能遠低於截至二零一四年十二月三十一日止年度的溢利。

董事確認，自二零一五年三月三十一日以來(即我們最近期經審核合併財務報表的編製日期)，直至最後實際可行日期，我們的業務及財務狀況概無重大不利變動。

法律及監管事項

董事已確認，於往績記錄期及截至最後實際可行日期，並無針對本集團的懸而未決或具威脅性質的可能對本集團財務狀況及經營業績造成重大不利影響的訴訟或仲裁。就本集團的不合規事件而言，我們於往績記錄期內並無根據中國適用的法律設立住房公積金賬戶並為所有僱員支付住房公積金供款。自二零一五年一月起，通過足額支付住房公積金供款，我們已糾正是項不合規事件。有關本集團法律及監管事項的進一步詳情，請參閱本[編纂][業務－法律與合規]一節。