

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

我們設計、開發、生產、銷售及營銷角色扮演產品(包括角色扮演服飾及角色扮演假髮)及非角色扮演服飾(主要包括性感內衣)。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179.8百萬元、人民幣181.1百萬元及人民幣36.9百萬元，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，我們享有從中國稅務局就該等出口銷售產生的退稅。我們的出口產品主要包括角色扮演假髮、角色扮演服飾及性感內衣，皆屬於《財政部、國家稅務總局關於出口貨物勞務增值稅和消費稅政策的通知》及《財政部、國家稅務總局關於調整部分產品出口退稅率的通知》的合資格退稅類別。

當出口產品的銷售獲確認(即產品已運送往FOB港口)時，我們有權及將會即時向稅務局辦理退稅申請。其後，退稅可於同時獲得確認，而我們的銷售成本將獲相應減少。退稅金額乃使用出口產品類別適用的退稅稅率及按出口銷售發票值為基準計算。於往績記錄期內，我們的大部分角色扮演假髮、角色扮演服飾及性感內衣的適用率分別為13%、16%及17%。我們其後將獲稅務局告知，相關退稅可透過一般於由申請日期起計約兩個星期內對應繳增值稅進行抵銷而獲取。倘應繳增值稅低於可享有的退稅，則稅務局將於由申請日期起計約四個星期內作出現金結算。於往績記錄期內，我們獲得的出口退稅分別為金額約人民幣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。

下表列示於往績記錄期內按出口銷售(計及退稅前後)及按國內銷售劃分的毛利及毛利率：

	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		二零一五年	
	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %	毛利 人民幣千元	毛利率 %
退稅前								
出口銷售	43,591	18.4	58,620	20.0	78,721	20.1	20,167	21.4
國內銷售	2,169	26.1	1,225	24.5	1,756	27.4	1,936	63.8
總計	45,760	18.6	59,845	20.0	80,477	20.2	22,103	22.7
退稅後								
出口銷售	61,590	25.9	78,555	26.7	109,026	27.8	25,038	26.5
國內銷售	2,169	26.1	1,225	24.5	1,756	27.4	1,936	63.8
總計	63,759	25.9	79,780	26.7	110,782	27.8	26,974	27.7

概 要

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。下表載列於往績記錄期內我們有關CMS業務及OBM業務的收益：

	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

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(以不同類別的不同商標註冊)，與我們業務有關的其中三個比較活躍，即「Party Time」、「Secret Temptations」及「Styler」。自二零一四年十月以來，我們開始透過「WithCity」電子商店在網上以「WithCity」品牌開發我們的OBM產品。於二零一五年四月之前，我們以被許可人身份利用「WithCity」品牌銷售我們在「WithCity」電子商店內的OBM產品，並於二零一五年四月購買「WithCity」商標。有關「WithCity」電子商店的進一步資料，請參閱本[編纂]「業務－業務模式－我們的業務模式－OBM業務」一段。

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角色扮演角色為特色，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 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	%
假髮：								
角色扮演假髮	110,370	44.9	133,924	44.8	179,755	45.2	39,123	40.2
服裝及其他：								
角色扮演服飾	106,507	43.3	138,658	46.4	181,128	45.5	54,037	55.5
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
小計	135,455	55.1	164,828	55.2	218,168	54.8	58,270	59.8
總計	245,825	100.0	298,752	100.0	397,923	100.0	97,393	100.0

附註：其他主要包括配件，如假髮配飾、假睫毛及裝飾珠寶等。

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

下表載列於往績記錄期內按業務及產品劃分的已售數目及平均單位售價明細：

	二零一二年		截至十二月三十一日止年度 二零一三年		二零一四年		截至三月三十一日 止三個月 二零一五年	
	已售數目	平均 單位售價 (人民幣)	已售數目	平均 單位售價 (人民幣)	已售數目	平均 單位售價 (人民幣)	已售數目	平均 單位售價 (人民幣)
CMS產品								
角色扮演假髮	7,960,745	12.2	9,015,603	11.2	15,124,244	10.1	2,422,250	11.2
角色扮演服飾	2,158,120	35.7	2,611,274	42.6	4,462,062	31.4	773,340	53.0
性感內衣	618,711	31.7	486,548	37.3	1,088,326	30.1	54,890	52.9
小計	10,737,576		12,113,425		20,674,632		3,250,480	
OBM產品								
角色扮演假髮	983,145	13.6	3,039,246	10.8	3,393,200	8.3	1,146,821	10.4
角色扮演服飾	728,136	40.4	615,510	44.5	1,597,278	25.8	169,010	77.0
性感內衣	203,729	42.1	129,488	49.0	156,719	26.7	18,598	37.4
小計	1,915,010		3,784,244		5,147,197		1,334,429	
總計	12,652,586		15,897,669		25,821,829		4,584,909	

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、北美洲及歐洲流行動漫角色的擁有人或持牌人以及主要在北美洲、德國、英國、澳洲等地區經營的知名品牌及百貨商店。於往績記錄期內，我們來自動漫角色的擁有人或持牌人客戶的收益帶動我們的總收益增長，及分別為約人民幣94.8百萬元、人民幣125.5百萬元、人民幣174.8百萬元及人民幣52.2百萬元，分別佔我們總收益約38.6%、42.0%、43.9%及53.6%。於往績記錄期內，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產品及品牌)；(ii)相對在我們現有CMS客戶業務相對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。

於往績記錄期內，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。

於往績記錄期內，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：

	二零一二年		截至十二月三十一日止年度 二零一三年		二零一四年		截至三月三十一日止三個月 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 (未經審核)	%	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

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

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、俄羅斯及比利時的客戶。
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。

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平均長達七年以上。多年來，我們已與主要客戶形成穩定的業務關係。

我們的生產設施

於最後實際可行日期，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。

我們的生產廠房於往績記錄期內維持較高的使用率。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二零一四年三月三十一日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：

	二零一二年		截至十二月三十一日止年度 二零一三年		二零一四年		截至三月三十一日 止三個月 二零一四年		截至三月三十一日 止三個月 二零一五年		義烏生產 廠房 (附註2)
	宜春生產 廠房	於義烏市 租賃的 生產設施 (附註2)	宜春生產 廠房	於義烏市 租賃的 生產設施 (附註2)	宜春生產 廠房	於義烏市 租賃的 生產設施 (附註2)	宜春 生產廠房	於義烏市 租賃的 生產設施 (附註2)	宜春生產 廠房 (附註8)	於義烏市 租賃的 生產設施 (附註2)	
估計每單位平均 生產時間(秒) (附註1)											
假髮	453.3	601.3	456.6	611.3	421.7	549.2	350.7	523.7	604.3	551.8	447.0
服裝	1,600.9	1,644.5	1,743.0	1,738.7	1,305.7	1,684.1	1,069.3	1,433.0	2,466.7	877.4	2,338.5
估計最高產能(單位) (附註3)											
假髮	7,920,000	1,306,800	9,223,500	1,425,600	13,800,600	1,887,600	3,604,680	355,680	1,844,700	142,200	97,500
服裝(附註4)	3,003,000	1,016,400	2,966,700	871,200	4,712,400	1,003,200	1,178,000	209,760	589,680	148,800	60,000
	10,923,000	2,323,200	12,190,200 (附註9)	2,296,800 (附註9)	18,513,000 (附註9)	2,890,800 (附註9)	4,782,680	565,440	2,434,380	291,000	157,500
實際產量(單位)											
假髮	7,545,307	1,092,950	9,216,650	1,312,168	13,751,765	1,262,686	3,543,097	326,221	1,831,083	93,745	49,977
服裝(附註4)	2,823,497	1,014,752	2,865,624	846,720	4,608,076	937,238	1,175,776	179,113	574,570	123,197	15,455
	10,368,804	2,107,702	12,082,274	2,158,888	18,359,841	2,199,924	4,718,873	505,334	2,405,653	216,942	65,432
使用率(附註5)											
假髮	95.3%	83.6%	99.9%	92.0%	99.7%	66.9% (附註6)	98.3%	91.7%	99.3%	65.9%	51.3%
服裝(附註4)	94.0%	99.8%	96.6%	97.2%	97.8%	93.4% (附註7)	99.8%	85.4%	97.4%	82.8%	25.8%
總計	94.9%	90.7%	99.1%	94.0%	99.2%	76.1%	98.7%	89.4%	98.8%	74.6%	41.5%

附註：

1. 假髮及服裝各自的估計每單位平均生產時間乃通過有關期內生產假髮及服裝各自的總實際生產時間除以我們所製造假髮及服裝各自的數量計算。每單位估計平均生產時間大致因有關期內相關生產廠房製造的各種假髮及服裝涉及的生產流程複雜性而有所不同。截至二零一三年十二月三十一日止兩個年度，本集團的生產組合大致仍然類似，因此同期的每單位平均生產時間維持穩定。由於與二零一四年世界盃效應

概 要

- 有關的產品（一般涉及複雜程度較低的生產流程）銷售額上升，故二零一四年的產品平均生產時間有所縮減。二零一五年的假髮及服裝平均單位生產時間增加乃由於產品銷售額增加（如向客戶G銷售角色扮演服裝（與大熱電影「Transformers」有關）等的售價上升）。該等產品涉及較複雜的生產流程。因此，義烏生產廠房的假髮及服裝估計平均單位生產時間由截至二零一四年三月三十一日止三個月的分別每單位350.7秒及每單位1,069.3秒增加至截至二零一五年三月三十一日止三個月的分別每單位604.3秒及每單位2,466.7秒，而宜春生產廠房的假髮及服裝估計平均單位生產時間則增加至截至二零一五年三月三十一日止三個月的分別每單位447.0秒及每單位2,338.5秒。由於義烏市的租賃生產設施自二零一五年一月起縮減營運規模並於二零一五年二月因義烏市的二零一五年搬遷計劃而全面停止，涉及複雜程度較低生產流程的服裝乃安排在義烏市的租賃生產設施進行生產，因此該市的服裝估計平均單位生產時間由截至二零一四年三月三十一日止三個月的每單位1,433.0秒變為截至二零一五年三月三十一日止三個月的每單位877.4秒。
- 於往績記錄期內，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將所有機器及設備投入運營。
 - 該年的估計最高產能按假設每年330天、每天10小時工作時間及估計每單位平均生產時間計算，僅供說明。截至三月三十一日止三個月的估計最高產能乃根據宜春生產廠房、義烏市的租賃生產設施及已投入運營的義烏生產廠房各自的實際天數（於二零一四年，宜春生產廠房－76天、義烏市的租賃生產設施－76天；於二零一五年，宜春生產廠房－78天、義烏市的租賃生產設施－31天、義烏生產設施－30天）及估計每單位平均生產時間計算。估計最高產能或會受於關鍵時間可用工人及機器的數量所影響。該等生產廠房及生產設施於中國春節假期關閉及由於我們搬往義烏生產廠房的搬遷計劃自二零一五年一月起義烏市的租賃生產設施的運營已逐漸減產及於二零一五年二月完全停工。此外，估計每單位平均生產時間將視乎每單位生產流程的複雜性而有所不同。
 - 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。
 - 使用率乃通過年內產量除以估計最高產能計算。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期內估計最高產能計算。
 - 在義烏市的租賃生產設施的假髮生產的使用率由二零一三年約92.0%減少至二零一四年約66.9%，此乃由於(i)義烏市假髮的估計最高產能由二零一三年的1,425,600個單位增加約32.4%至二零一四年的1,887,600個單位，而於相應期間假髮的實際產量並不應對有關增加，惟略微減少約3.8%，據此，假髮生產的相應使用率從而大幅減少；及(ii)假髮的實際產量由二零一三年的1,312,168個單位減少約3.8%至二零一四年的1,262,686個單位，因為我們當時為準備搬往我們自有的義烏生產廠房的搬遷計劃而於二零一四年第四季度縮減在我們義烏市的租賃生產設施的假髮產量。
 - 於二零一四年，在義烏市的租賃生產設施的服裝生產的使用率僅錄得輕微下降，由二零一三年的約97.2%減少至二零一四年的93.4%，因為於相應期間生產服裝的義烏市的租賃生產設施的產能並無大幅增加，及於二零一四年服裝生產的使用率輕微下降，因為我們當時為準備搬往我們自有的義烏生產廠房的搬遷計劃而於二零一四年第四季度縮減服裝產量。
 - 我們的估計最高產能乃以(i)我們生產廠房的營運時數及營運日數；及(ii)產品的估計平均生產時間計算。鑑於宜春生產廠房於截至二零一四年三月三十一日止三個月與截至二零一五年三月三十一日止三個月之間的營運時數及日數並無重大變動，故宜春生產廠房的假髮及衣服生產估計最高產能由截至二零一四年三月三十一日止三個月分別約3.6百萬單位及1.2百萬單位減少至截至二零一五年三月三十一日止三個月分別約1.8百萬單位及0.6百萬單位。此乃主要由於我們部分產品規格有別，即在二零一四年世界盃效應影響後期間須更高規格、更複雜的生產流程及人手作業的假髮及服裝產品生產增加，並導致相應期間內每個單位生產時間延長及產量下跌。截至二零一五年三月三十一日止三個月，宜春生產廠房的服裝及假髮由截至二零一四年三月三十一日止三個月分別約每單位1,069.3秒及每單位350.7秒增加至各自的平均生產時間約每單位2,466.7秒及每單位604.3秒。董事確認，部分產品於截至二零一五年三月三十一日止三個月的生產流程因涉及較複雜生產流程而延長。由於每單位的生產時間較長，因此估計最高產能相應減少。儘管生產流程延長及估計最高產能下跌，但這並無對本公司盈利能力造成不利影響。事實上，其經截至二零一五年三月三十一日止三個月的有關產品單位售價上升所補償。因此，本公司收益由截至二零一四年三月三十一日止三個月約人民幣50.0百萬元增加約94.7%至截至二零一五年三月三十一日止三個月約人民幣97.4百萬元。有關二零一五年產品銷售價格增加的進一步資料，請參閱本[編纂]「財務資料－按產品劃分的銷量及平均單位售價」一節。

概 要

9. 宜春生產廠房及義烏市的租賃生產設施估計最高產能由截至二零一三年十二月三十一日止年度分別約12.2百萬單位及2.3百萬單位增加至截至二零一四年十二月三十一日止年度分別約18.5百萬單位及2.9百萬單位。有關增加主要由於(i)我們招聘更多工人、收購新機器導致提升生產效能；(ii)二零一四年世界盃影響導致二零一三年及二零一四年世界盃相關產品大量需求。該等產品涉及較不複雜的生產流程，因而估計最高產能由於有關產品生產時間縮短而提升。

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兩座新工廠大樓。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)產品製造技術；及(ii)產品包裝有關。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

我們著重於實現一致良好的產品質量。於往績記錄期內，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業務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。

概 要

我們的業務策略

我們計劃實施以下主要策略擴充業務：(i)進一步增強我們的研發能力；(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)我們可能無法保持增長或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；(x)倘若我們出口產品的國家或銷售產品的客戶面臨美國、歐盟、聯合國、澳洲及其他相關制裁機構所實施的經濟制裁，我們可能會受到不利影響；(xi)我們的銷售表現可能因電影及動漫角色不斷變化的潮流及受歡迎程度而受到重大影響；及(xii)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。

於受制裁國家的業務活動

於往績記錄期內，我們向俄羅斯客戶(若干受制裁人士所在地)銷售產品。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，我們向俄羅斯客戶銷售產生的收益分別佔我們總收益的零、約0.10%、0.01%及零。我們有關國際制裁法的法律顧問歐華律師事務所表示，我們於往績記錄期內在俄羅斯的過往銷售及其他業務活動並不影響相關制裁法對本集團或任何人士或實體(包括本集團投資者或聯交所)的適用性。有關於俄羅斯的業務活動的詳情，請參閱本[編纂]「業務－於受制裁國家的業務活動」一節。我們的董事確認，除本[編纂]「業務」一節所披露者外，本集團於往績記錄期及直至最後實際可行日期並無從事與任何受美國、歐盟、聯合國或澳洲制裁的國家、政府、實體或個人(包括但不限於屬任何OFAC制裁對象的任何政府、個人或實體)有關的任何業務活動。就我們於往績記錄期及直至最後實際可行日期向俄羅斯的客戶作出的銷售而言，我們並無收到我們將受到任何制裁的通知。概無訂約方被明確指明列於OFAC保有的特定國民與禁止往來人員名單，或歐盟、聯合國或澳洲保有的其他受限制各方名單，因此不會被視為受制裁對象。此外，於最後實際可行日期，我們的銷售並無涉及現時受美國、歐盟、聯合國或澳洲視為特定制裁的行業或領域，因此不會被視作相關制裁法律及法規項下的受禁活動。

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

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、合併財務狀況表及節選財務比率的若干主要項目。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	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
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

於往績記錄期內，我們的純利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	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
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	73,270	87,512	93,396	91,744
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	39,740	40,904	84,326	85,375
流動資產淨值	33,530	46,608	9,070	6,369

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

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
	%	%	%	%
毛利率(附註1)	25.9	26.7	27.8	27.7
純利率(附註2)	12.1	12.5	14.7	13.0
總資產回報率(附註3)	28.1	27.6	24.7	—(附註9)
股本回報率(附註4)	44.9	39.5	38.4	—(附註9)
流動比率(附註5)	184.4	213.9	110.8	107.5
速動比率(附註6)	113.5	142.9	82.2	82.6
資產負債比率(附註7)	18.7	23.4	42.3	34.8
淨資產負債比率(附註8)	—(附註10)	—(附註10)	13.0	9.6

附註：

1. 毛利率等於年／期內毛利除以收入再乘以100%。
2. 純利率等於年／期內利潤除以收入再乘以100%。
3. 總資產回報率等於年／期內利潤除以總資產再乘以100%。
4. 股本回報率等於年／期內利潤除以權益總額再乘以100%。
5. 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。
6. 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。
7. 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。
8. 淨資產負債比率按債務淨額除以權益總額再乘以100%計算得出。債務淨額界定為包括短期借款(經扣除現金及現金等價物)。
9. 股本回報率及總資產回報率乃按全年基準計算。
10. 於二零一二年及二零一三年十二月三十一日本集團為淨現金狀況。

股權資料

緊隨[編纂]完成後，Master Professional及Summit Quest(分別由陳先生及陳聖冠先生實益全資擁有)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、陳聖冠先生、Master Professional及Summit Quest分別為控股股東。有關進一步詳情，請參閱本[編纂]「與控股股東的關係」一節。

[編纂]

概 要

[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付股息。於往績記錄期內，派息比率分別約為67.1%、53.8%、零及零。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。本公司目前並無固定的股息政策，並可能以現金方式或董事認為適當的其他方式分派股息。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]並無獲行使，[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

假設每股股份的[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兩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。

進一步詳情，請參閱本[編纂]「未來計劃及所得款項用途」一節。

概 要

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。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。

根據我們於截至二零一五年七月三十一日止七個月的未經審核管理賬目，我們於截至二零一五年七月三十一日止七個月的收益約為人民幣327.4百萬元，與截至二零一四年七月三十一日止七個月相比增加約44.6%。收益增加主要是由於二零一五年我們的現有CMS客戶就角色扮演服飾及角色扮演假髮的訂單增加所致。我們於截至二零一五年七月三十一日止七個月的銷量及平均單位售價與截至二零一四年七月三十一日止七個月相比亦穩步增加。我們於截至二零一五年七月三十一日止七個月的毛利率約為29.0%，高於截至二零一四年七月三十一日止七個月的約28.3%。我們的流動資產淨值由二零一五年三月三十一日的約人民幣6.4百萬元增至二零一五年七月三十一日的約人民幣26.3百萬元，主要是由於截至二零一五年七月三十一日止四個月期間我們產生純利且有關純利得以保留並持作現金及現金等價物所致。

上文所披露的財務資料摘錄自本公司截至二零一五年七月三十一日止七個月的未經審核綜合中期財務資料，有關資料已由申報會計師按照香港審閱工作準則第2410號「實體的獨立核數師審閱中期財務資料」進行審閱。

董事確認，直至本[編纂]日期，自二零一五年三月三十一日(我們最近期經審核合併財務報表的編製日期)以來，我們的業務及財務狀況並無重大不利變動。

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。然而，自二零一五年一月起，我們已為選擇作出其本身住房公積金供款及其原居地位於相關市區的僱員支付足夠的住房公積金供款而部分糾正該不合規事件。此外，「WithCity」電子商店的網站以往載有不準確內容。我們已於二零一五年六月底或前後刪除不準確內容並修改網站以避免客戶有任何誤會，從而已糾正該不合規事件。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。