

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「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。由於僅屬概要，故並未包括所有對閣下而言可能屬重要的資料。閣下在決定投資於[編纂]前，應細閱整份文件。任何投資均附帶風險。投資於[編纂]所涉及的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，應細閱該節內容。

概覽

我們為一家以香港為基地的健康及個人護理產品零售商，向品牌擁有人提供品牌管理及發展服務並透過完善的「澳至尊」銷售及分銷網絡經營。我們的健康及個人護理產品主要採購自澳洲可大致上按性質分類為三大類產品：(i)健康補充產品；(ii)蜂蜜及花粉產品；及(iii)個人護理產品。本集團自成立以來一直專注採購源自澳洲的健康及個人護理產品，其活性成分來自天然資源提取物，這點構成我們品牌形象的核心價值。

我們目前為止已開發及管理主要三個來自澳洲的品牌（「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」），其產品已透過我們完善的多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡出售，包括香港及澳門自營專門店的零售；香港及澳門的代售店舖（包括專櫃銷售及上架產品）之代售；個體及連鎖零售商之批發；中國網上購物平台；透過我們本身網站的網上銷售以及新加坡獨家分銷商的分銷銷售。我們亦於展覽會及貿易展銷會銷售產品。

下表載列本集團按產品種類劃分的收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
健康補充品	187,781	96.1	213,661	94.6	197,373	93.6
蜂蜜及花粉	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
個人護理	3,522	1.8	5,904	2.6	6,264	3.0
總計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

我們的業務模式

我們向品牌擁有人提供一站式綜合服務，包括品牌管理、開發、銷售及營銷產品、消費者喜好分析、發展銷售網絡及交付產品。我們相信，我們的一站式業務模式通過整合產品所有生產後服務及向品牌擁有人提供品牌管理及發展服務，將會以具有成本效益的方式給我們可持續發展的競爭優勢。

1) 通過評估品牌擁有人的產品質素及潛力及生產設施物色潛在品牌擁有人並挑選產品

本集團在挑選品牌擁有人和採購品牌時採用以下嚴格方法：(i)對品牌擁有人的資歷進行初步評估，確定其背景生產設施及商譽，並估計其製造及／或供應的特定產品的預測銷量；(ii)取得品牌擁有人擬讓本集團分銷的產品的成分資料及產品規格，以確保產品符合工業標準，且成分符合相關法律及法規的規定；

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

及(iii)在香港進行市場調查及研究，為了收集更多更新的資料，其中包括消費者對這類產品的喜好，以及由潛在品牌擁有人製造及分銷產品的質素及安全。

2) 與品牌擁有人訂立的獨家分銷協議

經對品牌擁有人的證書進行初步評估、審視成分資料及產品規格以及進行市場調查及研究後，我們的董事在權衡及考慮所有因素後將挑選品牌擁有人、相關品牌及我們將管理及開發的產品後，我們其後將與品牌擁有人訂立獨家分銷協議。於往績記錄期，我們與合共三名品牌擁有人(亦為我們的供應商)訂立獨家分銷協議。有關獨家分銷協議的其他詳情，請參閱本文件「業務 — 供應商 — 主要供應商協議的主要條款」一節。

3) 推廣及營銷活動

我們的銷售及營銷部門負責進行市場調查、媒體策劃、制定營銷策略及推廣我們的品牌和產品，而我們的合規團隊負責審查我們的產品說明及推廣材料。

本集團透過進行多項廣告及推廣活動發展品牌擁有人項下的品牌，包括媒體廣告、展覽會及貿易展銷會、聘用代言人、店鋪陳列及店內營銷、設立會員制度及與業務夥伴聯合推廣。

4) 採購和指定的包裝和產品設計

在不斷開展推廣及營銷活動的同時，本集團在獨家分銷協議所列的選定產品清單內向我們的品牌擁有人採購產品。我們在下訂單訂購產品前，質量控制小組將由供應商取得成分資料及產品規格，確保產品符合行業標準，且成分符合相關法律法規的規定。該等產品的包裝和設計將由我們的合規團隊進行內部審查，確保彼等遵守產品銷售地區的規則及規例。

5) 品牌擁有人進行產品生產、包裝、質量控制及交付

一旦已經協定產品的設計和包裝，我們的供應商將生產和包裝產品。品質控制團隊將向我們的供應商索取產品樣本，透過香港外部化驗所進行成分檢測，確保我們產品的品質及安全符合香港相關規則及規例規定。同時亦會對全部所購買及向我們交付的產品進行例行檢查。於交付前我們的供應商亦會進行品質控制，確保產品符合相關標準，如GMP或HACCP。

6) 產品交付我們的銷售渠道、存貨儲存和交付安排

於往績記錄期內，本集團在香港租用倉庫作存貨儲存之用。我們的產品先由供應商運送至倉庫，而本

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

集團安排產品運送至我們在香港及澳門的批發商、代售零售店銷售專櫃及專門店。我們採取方針視乎相關銷售估計而維持各類產品的存貨於適當水平當存貨水平，確保有足夠存貨可供銷售而不會存貨過剩。

7) 擴大了產品的銷售渠道

為了保持我們的競爭優勢及提高我們的銷售覆蓋面，本集團繼續發展及擴大「澳至尊」銷售及分銷網絡，於最後可行日期，銷售網絡包括我們的專門店、代售零售店舖銷售專櫃、本身網站網上銷售、中國網上平台及新加坡分銷商。

8) 銷售支援客戶服務

我們相信，透過推銷員與客戶的有效溝通，我們能夠推廣旗下產品、提升品牌形象，並加深對客戶需求和喜好的了解。我們的專門店為獲優質旅遊服務計劃認可的店舖並維持一套優質保證政策。我們保證產品的質素，當我們的客戶對產品質素並不滿意，如出售的產品發現瑕疵，客戶可於購買後十四天內退還或交換產品。有關透過代售店舖出售的產品將會遵循代售店舖的退款及更換產品政策。

我們的產品

我們提供多款產品可供選擇，截至最後實際可行日期，包括「Organic Nature」及「Top Life」品牌61款健康補充品、「Superbee」品牌21款蜂蜜及花粉產品，以及「Organic Nature」、「Top Life」及「Golden Hive」11款其他個人護理產品。

健康補充產品

我們的健康補充產品一般為口服，呈藥丸、藥片、軟膠囊或液體狀，以關注健康的客戶為目標。我們大部分主要健康補充品的有效成分均以水果或動植物其他部分等來源為主。我們的健康補充品保存期限一般為生產日期起計18個月至三年。

我們的健康補充產品並非歸類為藥物、藥劑製品或中藥，無需根據《中醫藥條例》(香港法例第547章)或《藥劑業及毒藥條例》(香港法例第138章)註冊。

我們的健康補充品一般以「Organic Nature」及「Top Life」品牌銷售。「Organic Nature」品牌旗下的某些健康補充品包裝上亦印有「澳至尊」中文字字樣(同時被視為我們自家品牌銷售及分銷網絡的旗艦產品)。

蜂蜜及花粉產品

蜂蜜及花粉產品包括主要為不同口味的各種蜂蜜、蜂蜜相關產品(如蜂巢蜜)及花粉產品。我們的蜂蜜及花粉產品以「Superbee」品牌出售，為澳洲廣受認可的蜂蜜品牌。「Superbee」蜂蜜及花粉產品主要以澳洲蜂蜜生產，並於澳洲製造。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

個人護理產品

本集團亦銷售及分銷「Organic Nature」、「Top Life」及「Golden Hive」品牌旗下個人護理產品，由我們的澳洲品牌擁有人供應。部分該等個人護理產品（如潔面乳、蜂膠牙膏及鸚鵡油）乃加入天然成分生產，與本集團的健康天然形象相符。

供應商

我們向澳洲三個主要供應商購入成品，我們與該等供應商已有超過五年的長期穩定關係。

我們旗下產品的主要供應商為HCL、Homart及Bee Wonderful，該等供應商亦為我們的品牌擁有人。HCL及Homart為我們「Organic Nature」品牌、「Top Life」品牌及「Golden Hive」品牌健康補充產品及個人護理產品的主要供應商，而Bee Wonderful為我們「Superbee」品牌旗下蜂蜜及花粉產品的主要供應商。

截至2016年3月31日止三個年度，我們向最大供應商HCL（包括HCL）作出的採購額分別佔採購總額約72.2%、81.3%及75.7%，而我們向產品的三大主要供應商作出的採購額分別佔有關年度採購總額約99.7%、100%及100%。

進一步詳情參閱「業務 — 供應商」一節。

銷售及分銷

我們已建立多渠道「澳至尊」銷售及分銷網絡，包括香港及澳門的自營專門店零售、香港及澳門的代售店舖寄售（包括專櫃銷售及上架產品銷售）、向個別及連鎖零售商批發銷售、中國網上購物平台、透過我們本身的網站進行網上銷售及新加坡的獨家分銷商的分銷銷售。我們亦於展覽會及貿易展銷會銷售產品。本集團首家專門店於2012年在香港開設。本集團的銷售團隊於最後實際可行日期由155名銷售及營銷員工組成。彼等駐守專門店及我們於代售店舖的銷售專櫃，以向消費者推廣我們的產品並提供產品資料。有關銷售與經銷網絡的詳情，請參閱本文件「業務 — 銷售與分銷」一節。

客戶

由於本集團業務性質使然，我們的客戶由普通大眾中的零售消費者及我們向其批發產品的個別及連鎖零售商組成（向客戶交付產品時轉移所有權的相關風險及獎勵）。我們大部分銷售乃透過本身的專門店及寄售店舖作出，我們的董事認為於往績記錄期內，透過該等零售及分銷渠道向個別消費者各自作出的銷售屬微不足道並難以個別量化，且我們向批發分銷商各自作出的銷售應佔截至2016年3月31日止三個年度總收益少於3.5%，我們的董事認為，本集團於往績記錄期內並無倚賴任何單一客戶。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

主要分銷商

我們的分銷商包括我們的代售商與個體及連鎖零售店。源自我們代售商的銷售額佔於代售店舖作出產品銷售[編纂]的預先協定百分比。寄售及批發銷售予個體及連鎖零售店合計佔我們往績記錄期內超過80%收益。

截至2016年3月31日止三個年度，我們透過五大分銷商進行的銷售佔我們總收益約85.2%、75.5%及74.1%，而最大分銷商佔我們同年總收益分別52.3%、44.2%及43.1%。

我們的競爭實力

我們的董事認為，我們的成功及未來前景乃由下列競爭優勢結合而成：

- 品牌享負盛名並在健康補充產品市場具領導地位
- 擁有完善銷售及分銷網絡及專業客戶服務的多方位營銷策略
- 基於與我們供應商的互補關係而享有穩定獨家分銷權
- 往績輝煌、經驗豐富及能幹的管理團隊及銷售團隊

我們的業務策略

本集團擬執行下列主要策略以擴充業務及為股東創造價值：

- 進一步發展並強化我們的品牌
- 維持、拓展及提升我們的銷售網絡
- 開拓業務合作及擴闊我們的客戶基礎
- 持續提升產品組合的多樣性並進行拓展

進一步詳情參閱「業務 — 業務策略」一節。

風險因素

我們的業務承受多種風險，投資[編纂]涉及多項風險。我們相信以下若干主要風險或對我們構成重大不利影響：

- 我們嚴重依賴主要供應商供應知名保健及個人護理產品，面臨風險集中，倘產品供應出現短缺或延遲，則可能對我們的業務及營運業績造成重大影響。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

- 主要供應商可能修改其現有的銷售或市場推廣策略，(其中包括)更改其出口策略、減少其銷售或產量、改變其售價或在我們現時業務所在或我們計劃拓展打進的市場委任其他或會與我們競爭的分銷商。
- 我們的業務高度取決於「澳至尊」及我們產品的品牌名稱的市場認受性，若商標蒙上任何污點或視作無效或品牌未能有效加以推廣，可能對我們的業務及經營業績造成重大不利影響。
- 香港市場可能放緩，或會對我們的業務、經營業績及財務表現帶來影響。
- 我們可能因消費者喜好、觀感及消費習慣轉變而蒙受不利影響，若我們無法開拓或豐富產品組合或新產品未為市場所接受，我們的業務亦可能面臨負面影響。
- 我們可能因產品責任索償超逾Homart及Bee Wonderful分別提供的產品責任投保範圍或產品回收而產生虧損。
- 自香港水貨商及／或透過電子商務平台自中國市場進口的產品可能損害我們的品牌及聲譽，或會對我們的業務、財務狀況、經營業績及前景造成重大不利影響
- 我們極之依賴通過代售商及第三方零售商進行銷售而面臨集中風險，且我們未持有其控制權。
- 由於我們租用經營專門店的全部物業，我們須承受涉及商用物業租務市場的風險。我們可能與業主出現糾紛，若我們未能按商業上有利的條款重續現有租約，我們的業務、經營業績及實現增長策略的能力將蒙受不利影響。
- 現有專門店位置可能不再吸引，由於我們與其他零售商爭逐優秀地段時面對激烈競爭，我們未必能夠按合理條款覓得具吸引力的新地點，甚至完全無法成事。
- 其他貨幣兌港元的匯兌波動可能影響我們的盈利能力

不合規事件

我們的香港附屬公司曾發生不遵守若干法規規定的事件，包括(i)我們產品於往績記錄期若干廣告可能違反《不良廣告(醫藥)條例》第3及／或3B條，原因為本集團產品的廣告使用若干受限制字眼；(ii)未有根據稅務條例按時遞交資料準確的報稅表；及(iii)因未及時根據進出口條例呈交有關向香港進出口的進出口報關單而導致的不合規事件。有關詳情，請參閱本文件「業務 — 不合規事宜」一節。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

合併財務資料概要

主要收益表資料

以下截至2016年3月31日止三個年度的合併財務資料概要應與本文件附錄一的合併財務資料(包括隨附的附註)及本文件「財務資料」一節所載的資料一併閱讀。合併財務資料乃根據香港財務報告準則編製。

	截至3月31日止年度		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
收益	195,461	225,788	210,840
毛利	163,680	189,864	180,342
本公司權益擁有人應佔年內純利	34,575	23,174	12,351
本公司權益擁有人應佔年內經調整純利(不包括[編纂]開支)	<u>34,575</u>	<u>25,266</u>	<u>25,400</u>
	於3月31日		
	2014年 千港元	2015年 千港元	2016年 千港元
非流動資產總額	14,287	14,711	7,718
流動資產總額	68,872	83,357	76,706
流動負債總額	47,085	38,760	22,276
資產淨值	<u>35,656</u>	<u>58,687</u>	<u>61,955</u>
本公司權益擁有人應佔總權益	<u>35,656</u>	<u>58,687</u>	<u>61,955</u>

收益

我們的收益指扣除退貨(如有)及向本集團消費者提供貿易折扣後的已售出貨品的發票淨值。於往績記錄期間，我們的收益主要來自本集團銷售三個主要類別的保健及個人護理及美容產品，其大致上分類為：(i)健康補充品，(ii)蜂蜜及花粉產品及(iii)個人護理產品。

按不同產品種類劃分的收益

下表載列本集團按產品種類劃分的收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
健康補充品	187,781	96.1	213,661	94.6	197,373	93.6
蜂蜜及花粉	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
個人護理	<u>3,522</u>	<u>1.8</u>	<u>5,904</u>	<u>2.6</u>	<u>6,264</u>	<u>3.0</u>
總計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

我們的保健及個人護理及美容零售市場為消費者市場。我們所售的各類產品受需求水平及消費者喜好影響，而這些因素亦取決於一連串因素，包括但不限於(其中包括)我們產品的定價、我們的產品獨特之處、品牌形象、我們的市場推廣活動、顧客忠誠度、接觸我們產品分銷渠道的便利程度以及整體市場趨勢等。

按本集團管理的產品品牌劃分之收益

本集團產品主要以三個澳洲品牌，即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」作銷售。

下表載列於往績記錄期間按本集團管理的品牌劃分之收益明細：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
Organic Nature	152,984	78.3	181,355	80.3	170,728	81.0
Top Life	35,810	18.3	34,220	15.2	28,261	13.4
Superbee	4,158	2.1	6,223	2.8	7,203	3.4
其他 (附註)	2,509	1.3	3,990	1.7	4,648	2.2
總計	<u>195,461</u>	<u>100</u>	<u>225,788</u>	<u>100</u>	<u>210,840</u>	<u>100</u>

附註： 其他包括亦由本集團管理的Golden Hive及其他品牌

本集團管理的主要品牌的銷售量及平均售價

下表載列於截至2016年3月31日止三個年度我們管理的三個主要品牌的銷售量及平均售價概要：

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
		%		%		%
銷售量(概約單位)						
Organic Nature	264,000	66.8	366,000	72.5	420,000	74.7
Top Life	74,000	18.7	81,000	16.0	75,000	13.4
Superbee	24,000	6.1	40,000	7.9	49,000	8.7
平均售價(港元/單位)						
Organic Nature	579.5		495.5		406.5	
Top Life	483.9		422.5		376.8	
Superbee	173.3		155.6		147.0	

附註： 每個單位相當於我們產品的一個包裝

我們以不同品牌名稱出售我們的保健及個人護理產品，於往績記錄期間主要銷售三個我們管理的澳洲品牌，即「Organic Nature」、「Top Life」及「Superbee」。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

「Organic Nature」產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Organic Nature」產品的平均售價分別約為579.5港元及495.5港元及406.5港元。董事認為往績紀錄期內整體售價下跌乃主要由於：(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對中國內地訪港人數下降而使香港零售業呆滯的市況；及(ii)經自營專門店銷售「Organic Nature」產品的銷售額增加，而我們經此在銷售若干產品（包括相對滯銷的產品以及零售價較低的產品）提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關我們專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 澳至尊專門店」。

「Top Life」產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Top Life」產品的平均售價分別約為每件483.9港元、422.5港元及376.8港元。該跌幅乃主要由於：(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對中國內地訪港人數下降而使香港零售業呆滯的市況；及(ii)經自營專門店銷售「Top Life」產品的銷售額增加，其中我們在銷售若干產品（包括相對滯銷的產品以及零售價較低的產品）提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關我們專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 澳至尊專門店」。

「Superbee」產品的平均售價分析

截至2016年3月31日止三個年度，「Superbee」產品的平均售價分別約為每件173.3港元、155.6港元及147.0港元。截至2016年3月31日止三個年度蜂蜜及花粉產品整體平均售價因應以下原因下跌(i)受惠於澳元貶值，我們存貨的採購成本下降，因而增加我們產品的折扣及推廣，以應對中國內地訪港人數下降而使香港零售業呆滯的市況；及(ii)經自營專門店銷售「Superbee」產品的銷售額增加，其中我們在銷售若干產品（包括若干零售價相對較低不同口味的澳洲蜂蜜產品及蜂膠蜂蜜潤喉糖）提供折扣及推廣優惠方面一般較具靈活性。有關我們專門店銷售的分析，請參閱本文件「財務資料 — 澳至尊專門店」。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

按產品種類劃分的銷量及平均售價

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
		%		%		%
銷量 (概約單位)						
健康補充品	326,000	82.5%	426,000	84.4%	476,000	84.7
蜂蜜及花粉	24,000	6.1%	40,000	7.9%	49,000	8.7
個人護理	45,000	11.4%	39,000	7.7%	37,000	6.6
平均售價 (港元/單位)						
健康補充品	576.0		501.5		414.6	
蜂蜜及花粉	173.3		155.6		147.0	
個人護理	78.3		151.4		169.3	

附註： 每個單位相當於我們產品的一個包裝。

按銷售渠道劃分的銷量及平均售價

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
		%		%		%
銷量 (概約單位)						
寄售	311,000	78.7	338,000	66.9	361,000	64.2
專門店	61,000	15.4	109,000	21.6	123,000	21.9
其他銷售渠道	23,000	5.9	58,000	11.5	78,000	13.9
平均售價 (港元/單位)						
寄售	560.0		523.1		440.7	
專門店	261.0		315.8		274.8	
其他銷售渠道	234.2		251.0		229.8	

附註： 每個單位相當於我們產品的一個包裝。

毛利及毛利率

毛利指營業額超過銷售成本的金額。下表載列分別按(i)產品種類；(ii)品牌；及(iii)銷售渠道劃分的毛利及毛利率概要：

(i) 按產品種類劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利%	千港元	毛利%	千港元	毛利%
按產品種類劃分的毛利						
健康補充品	158,408	84.4	181,026	84.7	170,248	86.3
蜂蜜及花粉	2,635	63.4	4,199	67.5	4,846	67.3
個人護理	2,637	74.9	4,639	78.6	5,248	83.8
合計	<u>163,680</u>	<u>83.7</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5</u>

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

(ii) 按品牌劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利%	千港元	毛利%	千港元	毛利%
按品牌劃分的毛利						
— Organic Nature	128,635	84.1%	153,282	84.5%	146,768	86.0%
— Top Life	30,434	85.0%	29,108	85.1%	24,648	87.2%
— Superbee	2,635	63.4%	4,199	67.5%	4,846	67.3%
— 其他	1,976	78.7%	3,275	82.1%	4,080	87.8%
總計	<u>163,680</u>	<u>83.7%</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1%</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5%</u>

(iii) 按銷售渠道劃分的毛利及毛利率

	截至3月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	千港元	毛利%	千港元	毛利%	千港元	毛利%
按銷售渠道劃分的毛利						
— 代售店舖	147,049	84.4%	151,462	85.7%	138,715	87.2%
— 專門店	12,820	80.5%	28,002	81.3%	28,512	84.3%
— 其他銷售渠道	3,811	70.8%	10,400	71.4%	13,115	73.2%
合計	<u>163,680</u>	<u>83.7%</u>	<u>189,864</u>	<u>84.1%</u>	<u>180,342</u>	<u>85.5%</u>

主要財務比率

下表列示於所示日期或年度的若干主要財務比率：

	截至3月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
流動比率 ¹ (倍)	1.5倍	2.2倍	3.4倍
速動比率 ² (倍)	1.2倍	1.9倍	3.0倍
債務與權益比率 ³ (%)	不適用	不適用	不適用
資本負債比率 ⁴ (%)	21.8%	25.8%	20.8%
利息償付比率 ⁵ (倍)	449.8	141.6	38.9
資產回報率 ⁶ (%)	41.6%	23.6%	14.6%
股本回報率 ⁷ (%)	97.0%	39.5%	19.9%
毛利率 ⁸	83.7%	84.1%	85.5%
純利率 ⁹	17.7%	10.3%	5.9%
經調整純利率 ¹⁰	17.7%	11.1%	12.1%

附註：

1. 流動比率按各年末流動資產總額除以流動負債總額計算。
2. 速動比率按各年末流動資產總值(減存貨)除以流動負債總額計算。
3. 債務與權益比率按各年末債務淨額(全數借貸(扣除現金及現金等價物))除以權益總額再乘以100%計算。
4. 資本負債比率按各年末計息負債除以總權益再乘以100%計算。
5. 利息償付比率按各年計息及課稅前溢利除以利息計算。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

6. 總資產回報率按期間純利除以各年末資產總額再乘以100%計算。
7. 股本回報率按期間純利除以各年末權益總額再乘以100%計算。
8. 毛利率按各年毛利除以收益再乘以100%計算。
9. 純利率按各年純利除以收益再乘以100%計算。
10. 經調整純利率按各年純利扣除[編纂]開支除以收益再乘以100%計算。

純利率及經調整純利率

截至2016年3月31日止三個年度，我們的純利約為34.6百萬港元、23.2百萬港元及12.4百萬港元，而純利率分別約為17.7%、10.3%及5.9%。儘管我們的毛利率在往績記錄期內保持強勢，下跌主要受以下因素推動：(i)市場推廣活動的投資增加及迅速拓展「澳至尊」於香港的銷售及分銷網絡，及(ii)截至2015年及2016年3月31日止年度確認[編纂]開支2.1百萬港元及13.0百萬港元。如扣除我們的[編纂]開支，本集團於相關年度的經調整純利約為34.6百萬港元、25.3百萬港元及25.4百萬港元，而經調整純利率分別約為17.7%、11.1%及12.1%。董事認為促進上述作用部分由香港零售市況疲弱所抵消，以及受香港數次反內地人示威及人民幣貶值令中國內地遊客減少所影響。

股息

截至2016年3月31日止三個年度，本集團成員宣派股息約30.0百萬港元、無及10.7百萬港元，相當於相關年度間母公司擁有人應佔溢利及全面收入總額約86.7%、無及85.6%。本集團派付的所有股息均派付予控股股東。宣派予控股股東的截至2014年3月31日止年度股息於2015年7月前悉數以現金支付。截至2016年3月31日止年度金額約為10.7百萬港元的中期股息，於抵銷應收控股股東款項尚欠餘額後以現金支付。該等股息由我們的內部資源撥款。[編纂]的投資者及於[編纂]後成為股東的人士將不會獲派該等股息。董事認為，派付股息不會對本集團整體財務及流動資金狀況構成重大不利影響。

我們或以現金或我們認為合適的其他方式分派股息。宣佈及支付任何股息須經董事會酌情提出建議。此外，一個財政年度的末期股息須待股東批准後方可作實。日後宣佈或支付任何股息及任何股息金額的決定將視乎多項因素，包括我們的經營業績、財務狀況、附屬公司向我們支付的現金股息以及董事會可能認為有關的其他因素。概不保證我們將能夠宣派或派發任何董事會計劃內的股息金額或將會宣派或派發股息。過往派息的記錄未必能夠作為日後董事會宣派或派付股息的水平的參考或基準。本集團目前並無股息政策。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

[編纂]開支

根據[編纂][編纂]港元(即本文件所載[編纂]範圍的中位數)計算，有關[編纂]的估計[編纂]開支(包括[編纂])約為[編纂]港元，其中約[編纂]港元及[編纂]港元已於截至2016年3月31日止兩個年度的合併損益及其他全面收益表扣除，及約[編纂]港元預期將於截至2017年3月31日止年度餘下數月的合併損益及其他全面收益表扣除，及約[編纂]港元預期將於進行[編纂]後根據有關會計準則資本化為遞延開支及於權益扣除。

控股股東資料

據董事所知，緊隨[編纂]及資本化發行完成後(不計及[編纂]項下或因[編纂]獲行使而可能獲認購的股份)，以下人士將於股份或相關股份中擁有根據證券及期貨條例第XV部第2及3分部的規定須向本公司披露的權益或淡倉，或直接或間接擁有附帶權利於任何情況下在本集團任何其他成員公司的股東大會表決的任何類別股本面值10%或以上的權益：

於股份的好倉

姓名／名稱	權益性質	所持股份數目	持股概約百分比
Beatitudes	實益擁有人(附註1)	[編纂]	[編纂]%
蔡先生	受控法團權益(附註2)	[編纂]	[編纂]%
蔡太太	受控法團權益(附註2)	[編纂]	[編纂]%

附註：

1. *Beatitudes*為一家於英屬處女群島註冊成立的公司，緊隨[編纂]及資本化發行完成後(惟不計及因根據購股權計劃可能授出的購股權而將予發行的股份)將擁有本公司[編纂]股權。
2. 蔡先生及蔡太太各自(連同我們的一群控股股東)於*Beatitudes*的已發行股本擁有50%。緊隨[編纂]及資本化發行完成後(惟不計及因根據購股權計劃可能授出的購股權而將予發行的股份)，*Beatitudes*將為持有本公司[編纂]股權的實益擁有人，因此，根據證券及期貨條例，蔡先生及蔡太太各自將被視為或視作於*Beatitudes*實益擁有的全部股份中擁有權益。蔡先生及蔡太太為*Beatitudes*的董事。

[編纂]統計數據

[編纂]

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

[編纂]

[編纂]

[編纂]用途

我們估計，經扣除我們就[編纂]應付[編纂]費用及相關[編纂]開支後，並假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元(即指標[編纂]範圍的中位數)，[編纂][編纂]淨額將為約[編纂]港元(假設[編纂]未獲行使)。我們擬運用有關[編纂]淨額作以下用途：

- (i) 約[編纂]或[編纂]港元將用作進一步發展及鞏固我們的品牌，包括：
 - 動用[編纂]淨額[編纂]用作推出不不同營銷活動以宣傳品牌知名度；
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]加強我們的推銷員培訓活動及擴大我們銷售及營銷團隊及其他部門；
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]提升我們銷售支援及客戶服務；
- (ii) 約[編纂]或[編纂]港元將用作維持、拓展及改善我們的銷售網絡，包括(a)透過於香港增設自營專門店拓展我們的網絡(於2017年3月31日前增設一至三家專門店及於2018年3月31日前增設四至七家專門店)；及(b)拓展寄售覆蓋範圍及改良設於代售商零售店的銷售專櫃及專架(於2017年9月30日前增設一至三個銷售專櫃及於2018年3月31日前增設三至五個銷售專櫃)；
- (iii) 約[編纂]或[編纂]港元將用作發掘商業合作契機及擴大客戶群，包括：
 - 動用[編纂]淨額約[編纂]於開發電子商貿銷售網絡及於香港—中國及其他地區開拓與更多網上銷售平台合作的機會；

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

- 動用[編纂]淨額[編纂]於市場研究及可行性研究，以評估新市場(包括台灣及印尼)的潛力；
- (iv) 約[編纂]或[編纂]港元將用作豐富我們的產品組合，包括(a)與現有品牌擁有人，討論新產品的潛力及可行性；及(b)與其他品牌商進行商業合作之契機；
- (v) 餘下的[編纂]或[編纂]港元將作本集團一般營運資金之用。

詳情請參閱本文件「未來計劃及[編纂]用途」一節。

近期發展

根據本集團截至2016年4月30日止一個月的未經審核管理賬目，平均每月收益較截至2016年3月31日止年度減少。根據政府統計處的統計資料顯示，減少乃與香港2016年第一季總零售銷售整體上呈現跌勢相一致，該總零售銷售較2015年同期減少約12.5%。

於最後實際可行日期，本集團經考慮到人流及目標客戶群後於2016年4月訂立租賃協議以經營於屯門的專門店。於屯門的專門店於2016年4月開業。表現欠佳的尖東站專門店於2016年5月租賃期屆滿後，本集團不再重續港鐵許可協議並不再營運上述尖東站專門店。其他詳情請參閱「業務-物業」一節。

我們現時預計截至2017年3月31日止年度的純利將受以下各項的負面影響：[編纂]開支約[編纂]港元(按假設[編纂]每股股份[編纂]港元(即建議[編纂]範圍的中位數)計算)，全部將為[編纂]開支，將於我們合併損益及其他全面收益表內確認為開支，餘下直接與發行新股有關的[編纂]開支將於[編纂]完成後於權益中扣減。

於往績記錄期影響我們收益的因素(尤其是人民幣貶值及內地旅客數目正在減少)於往績記錄期後持續。根據由政府統計處及香港旅遊發展局收集的數據顯示，2016年3月的中國旅客總數較2015年3月減少約6.9%，而2016年3月總零售銷貨量較2015年3月減少約9.8%。

競爭條例(香港法律第619章)於2015年12月生效。我們的董事認為，有關法例將不會對本集團業務或銷售業務構成重大不利影響。

除上文所披露者外，據我們所悉，我們經營業務所處行業的整體經濟及市場狀況不曾出現任何重大轉變，因而自2016年3月31日起及截至本文件日期止並無對我們的業務經營及財務狀況構成重大不利影響。

本申請版本為草擬本，其所載資料不完整及可作更改。閱讀本申請版本時，必須一併細閱本申請版本首頁「警告」一節。

概 要

除上文披露者外，董事確認，截至本文件日期止，本集團自2016年3月31日（即會計師報告的報告期末）以來的財務或前景並無重大不利變動，且自2016年3月31日起及截至本文件日期止並無發生會對本文件附錄一會計師報告所載資料產生重大影響的事件。