

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件所載資料時，必須一併細閱本文件首頁「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覽。由於此乃概要，因此並不包含所有可能對閣下重要的資料。閣下應在決定投資[編纂]前閱讀整份文件。

任何投資均涉及風險。投資[編纂]的部分特定風險載於本文件「風險因素」。閣下於決定投資[編纂]前應細閱該節。

概覽

HONMA是高爾夫行業內最負盛名的標誌性品牌之一，是精湛工藝、追求卓越性能及產品質量無與倫比的代名詞。我們主要設計、開發、製造及銷售各種製作精美且性能卓越的高爾夫球桿。我們還供應HONMA品牌的高爾夫球、服裝、配件及其他相關產品，藉以為客戶提供全面的高爾夫生活體驗。我們成立於一九五九年，是目前市場上歷史最悠久的高爾夫專業品牌之一。憑藉傳承的工匠精神，我們致力打造引領全球高爾夫生活方式的企業。劉董事長於二零一零年收購本公司並實施新措施增加產品種類及擴大市場範圍後，我們的品牌於近年更添活力並得到進一步強化。我們相信我們品牌的標誌性優越地位可讓我們多項產品享有較高定價。該高定價因產品而異，而更高端產品的定價一般高於我們競爭對手的同類型產品。



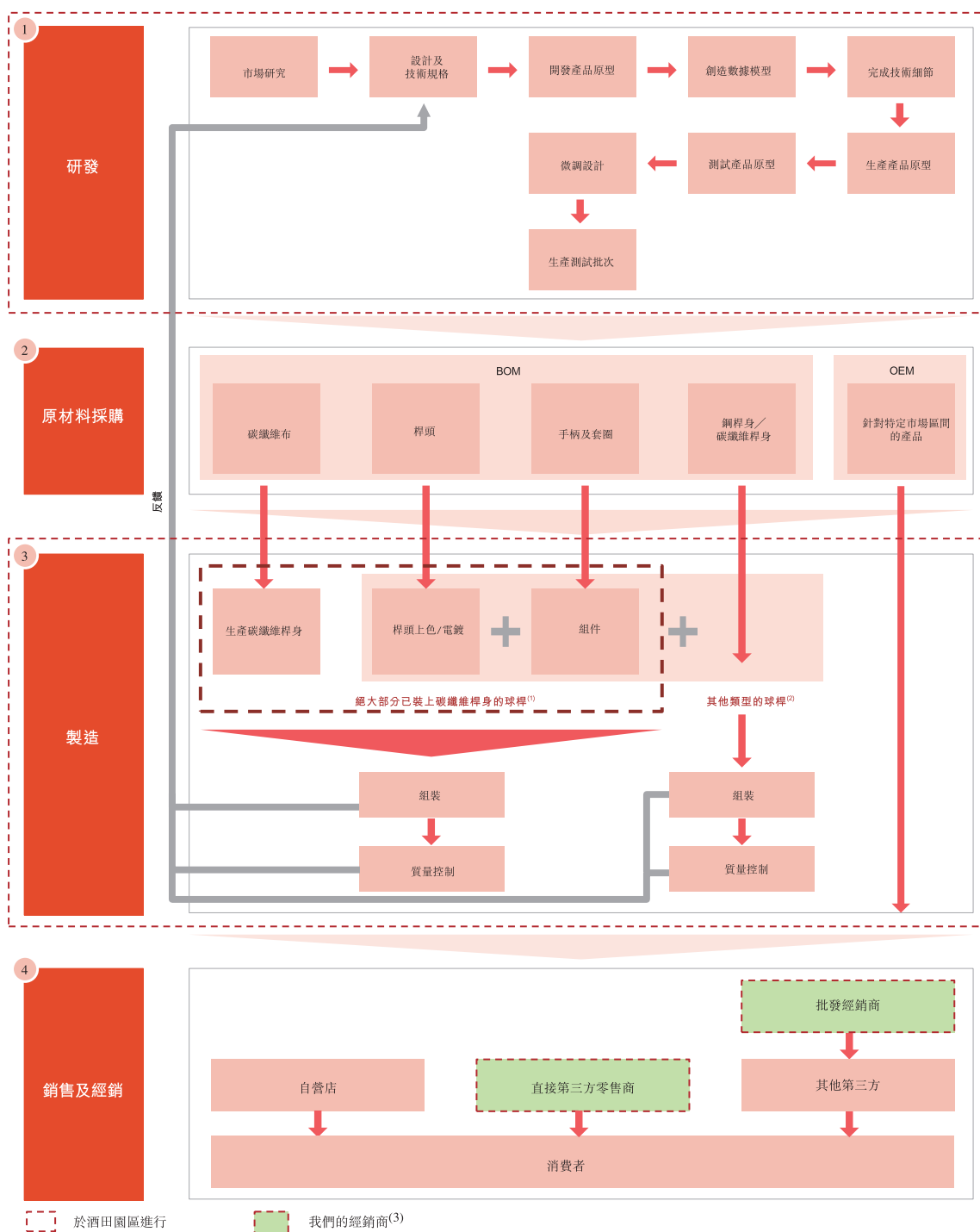
此為我們大師級工匠的工作照片。我們的高爾夫球桿由大師級工匠設計，彼等各具數十年經驗，是我們的文化傳承者。

我們的業務模式

我們的垂直整合業務模式讓我們能夠控制價值鏈的最關鍵元素，包括設計、開發、生產、營銷和銷售及經銷。我們的研發及核心生產過程集中在我們的酒田園區，給予我們建立一個培養團隊成員創意的環境。我們乃唯一一間具備專業手工藝技巧以及強大的內部製造能力的大型高爾夫產品公司。我們在酒田園區生產我們絕大多數的碳纖維桿身及組裝絕大部分的高爾夫球桿。我們擁有廣泛的銷售及經銷網絡，容許我們在目標市場接觸廣泛客源。我們的銷售及經銷網絡由HONMA品牌自營店及經銷商組成。我們的經銷商包括(a)由我們向其直接銷售產品的第三方零售商(各自為「直接第三方零售商」)，包括大型體育用品店，及(b)轉售我們的產品至其他第三方的批發經銷商(「批發經銷商」)。

概 要

我們的業務模式於下列圖表說明。



附註：

- (1) 我們採購碳纖維布來製造碳纖維桿身，並內部生產絕大部分碳纖維球桿，同時向BOM供應商採購其他部件。
- (2) 我們採購其他類型的桿身(包括少量碳纖維桿身)，並組裝已採購的部件以生產其他類型的球桿。
- (3) 我們的經銷商包括(a)直接第三方零售商，包括大型體育用品店，及(b)轉售我們的產品至其他第三方的批發經銷商。

概 要

我們的行業及市場地位

根據弗若斯特沙利文報告，自二零一零年至二零一五年，全球高爾夫產品市場穩定擴展，複合年增長率為2.2%，零售銷售價值於二零一五年達到118億美元。根據該份報告，預計該市場未來數年將維持溫和增長，整個市場規模將於二零一九年達到零售銷售價值133億美元，即二零一五年至二零一九年複合年增長率為3.0%。就產品而言，高爾夫球桿佔有最大市場份額，二零一五年零售銷售為47億美元，相當於整個高爾夫產品市場的39.6%。

根據弗若斯特沙利文報告，按二零一五年的零售銷售計，HONMA為全球第七大高爾夫產品品牌及第六大高爾夫球桿品牌，市場份額分別為2.7%及5.7%。然而，按二零一四年至二零一五年的同比零售銷售增長計，HONMA迄今為止是十大品牌當中增長最快速的的品牌，體現了消費者對HONMA品牌及產品日益增加的關注及興趣。按二零一五年的零售銷售計，HONMA亦是全球第一的高端高爾夫球桿品牌，市場份額為22.6%，足證其享負盛名的地位。高端高爾夫球桿指每支售價超過700美元的木桿及每支售價超過200美元的鐵桿。

根據弗若斯特沙利文報告，全球高爾夫球桿市場於未來幾年的主要趨勢是消費者越來越關注產品性能。我們相信基於我們致力於創新及提高產品質量，我們將可以充分利用此市場趨勢。

我們的產品

我們通過廣泛組合的HONMA品牌高爾夫球桿、高爾夫球、服裝、配件及其他相關產品，為客戶提供全面的高爾夫生活體驗。下表列示於往績記錄期我們產品組按金額計的收益及其佔我們總收益的百分比：

	截至三月三十一日止年度								
	二零一四年			二零一五年			二零一六年		
	日圓	港元	%	日圓	港元	%	日圓	港元	%
高爾夫球桿	13,274,424	1,006,401	84.5	15,608,625	1,183,368	84.3	18,852,732	1,429,320	84.3
高爾夫球	84,965	6,442	0.5	338,181	25,639	1.8	419,891	31,834	1.9
服裝、配件及其他 相關產品 ⁽¹⁾	2,354,068	178,473	15.0	2,578,286	195,473	13.9	3,096,138	234,734	13.8
總計	15,713,457	1,191,316	100.0	18,525,092	1,404,480	100.0	22,368,761	1,695,888	100.0

附註：

(1) 包括服裝、高爾夫球具包、高爾夫桿頭套、鞋履、手套、帽子及其他高爾夫相關配件。

我們大部分收益產生於銷售高爾夫球桿。我們現時主要提供四個主要產品家族的高爾夫球桿，即BERES、TOUR WORLD、Be ZEAL及G1X，每個家族針對特定的消費者市場區間。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件所載資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

下表列示於往績記錄期我們產品組的毛利及毛利率。

	截至三月三十一日止年度								
	二零一四年			二零一五年			二零一六年		
	日圓	港元	%	日圓	港元	%	日圓	港元	%
	(千日圓/千港元，百分比除外)								
高爾夫球桿	8,506,292	644,905	64.1	9,758,137	739,813	62.5	11,703,958	887,336	62.1
高爾夫球	44,171	3,349	52.0	199,175	15,100	58.9	239,161	18,132	57.0
服裝、配件及其他 相關產品 ⁽¹⁾	809,257	61,354	34.4	947,730	71,852	36.8	1,251,724	94,899	40.4
總計	9,359,720	709,608	59.6	10,905,042	826,765	58.9	13,194,843	1,000,367	59.0

附註：

(1) 包括服裝、高爾夫球具包、高爾夫桿頭套、鞋履、手套、帽子及其他高爾夫相關配件。

我們的銷售及經銷網絡

我們的銷售及經銷網絡包括HONMA品牌自營店及經銷商。我們按國家發展及管理我們的銷售及經銷網絡，以迎合特定的零售市場環境及消費人口特徵。

截至二零一六年三月三十一日，我們擁有86間HONMA品牌自營店，為主要高爾夫公司之中自營店數目最多的公司。我們的自營店為客戶提供個性化定制「HONMA購物體驗」，並構成我們業務模式的組成部分。我們的經銷商包括(a)直接第三方零售商及(b)轉售我們的產品至其他第三方的批發經銷商。

下表載列於往績記錄期按金額計我們的自營店及經銷商應佔的收益及其佔總收益的百分比：

	截至三月三十一日止年度								
	二零一四年			二零一五年			二零一六年		
	日圓	港元	%	日圓	港元	%	日圓	港元	%
	(千日圓/千港元，百分比除外)								
自營店	6,791,400	514,890	43.2	8,413,590	637,876	45.4	8,334,484	631,879	37.3
經銷商									
直接第三方零售商 ⁽¹⁾	5,482,628	415,665	34.9	6,048,205	458,545	32.7	8,410,387	637,634	37.6
批發經銷商	3,439,429	260,761	21.9	4,063,297	308,059	21.9	5,623,890	426,375	25.1
經銷商小計	8,922,057	676,426	56.8	10,111,502	766,604	54.6	14,034,277	1,064,009	62.7
總計	15,713,457	1,191,316	100.0	18,525,092	1,404,480	100.0	22,368,761	1,695,888	100.0

附註：

(1) 包括大型體育用品店。

展望未來，由於我們計劃透過與優質經銷商合作進一步打入新市場，並逐漸將重點轉向若干現有地域市場的經銷模式，故我們預期向經銷商(包括直接第三方零售商及批發經銷商)進行的銷售佔我們總收益的比例將繼續會增加。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件所載資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

我們的全球據點

我們的產品於全球約50個國家出售，主要在亞洲，亦遍及北美洲、歐洲及其他地區。下表載列於往績記錄期按金額計各地區應佔的收入及其佔總收入的百分比。

	截至三月三十一日止年度								
	二零一四年			二零一五年			二零一六年		
	日圓	港元	%	日圓	港元	%	日圓	港元	%
	(千日圓/千港元，百分比除外)								
日本	9,099,791	689,901	57.9	9,705,131	735,795	52.3	11,889,359	901,392	53.2
韓國	1,932,702	146,528	12.3	2,233,705	169,348	12.1	2,816,042	213,498	12.6
中國(包括香港及澳門)	1,879,086	142,463	12.0	3,335,914	252,912	18.0	4,190,468	317,700	18.7
北美洲	651,300	49,378	4.1	698,402	52,949	3.8	793,164	60,134	3.5
歐洲	542,918	41,161	3.5	626,731	47,516	3.4	665,997	50,493	3.0
世界其他地區	1,607,660	121,885	10.2	1,925,209	145,960	10.4	2,013,731	152,671	9.0
總計	15,713,457	1,191,316	100.0	18,525,092	1,404,480	100.0	22,368,761	1,695,888	100.0

日本是我們的主要本土市場，於往績記錄期收益貢獻最大。我們日本應佔的收益由截至二零一四年三月三十一日止年度的9,099.8百萬日圓增至截至二零一六年三月三十一日止年度的11,889.4百萬日圓，複合年增長率為14.3%。我們於日本的收益增長主要歸因於我們產品組合的優勢以及我們自營店表現出色連同擴展經銷網絡。

於往績記錄期，我們亦在我們其他國內市場取得強勁增長。我們韓國應佔的收益由截至二零一四年三月三十一日止年度的1,932.7百萬日圓增至截至二零一六年三月三十一日止年度的2,816.0百萬日圓，複合年增長率為20.7%。我們在韓國的成功歸因於我們產品組合的優勢、在該國與獨家經銷商的成功合作及我們在有效營銷方面的努力。我們於往績記錄期的中國(包括香港及澳門)應佔的收益因我們持續致力於擴展銷售及經銷渠道而穩健增長，但因重組而無法比較。有關更多資料，請參閱「我們的歷史—重組」。我們於往績記錄期在其他地區的收益增長相對穩定。

下表載列於往績記錄期各地區應佔的毛利及毛利率。

	截至三月三十一日止年度								
	二零一四年			二零一五年			二零一六年		
	日圓	港元	%	日圓	港元	%	日圓	港元	%
	(千日圓/千港元，百分比除外)								
日本	5,173,936	392,262	56.9	5,492,267	416,396	56.6	6,984,238	529,510	58.7
韓國	934,523	70,851	48.4	1,055,402	80,015	47.2	1,403,807	106,430	49.9
中國(包括香港及澳門)	1,428,433	108,297	76.0	2,349,955	178,162	70.4	2,488,683	188,680	59.4
北美洲	424,164	32,158	65.1	464,776	35,237	66.5	508,520	38,553	64.1
歐洲	342,028	25,931	63.0	372,699	28,256	59.5	348,909	26,453	52.4
世界其他地區	1,056,636	80,109	65.7	1,169,943	88,699	60.8	1,460,686	110,741	72.5
總計	9,359,720	709,608	59.6	10,905,042	826,765	58.9	13,194,843	1,000,367	59.0

於往績記錄期，各地區的毛利率一直相對穩定，惟不包括中國(包括香港及澳門)及歐洲。

概 要

我們在中國（包括香港及澳門）的毛利率由截至二零一四年三月三十一日止年度的76.0%減至截至二零一五年三月三十一日止年度的70.4%，並進一步減至截至二零一六年三月三十一日止年度的59.4%，主要歸因於我們於往績記錄期透過中國的經銷商擴充銷售，而其毛利率一般低於透過自營店進行的銷售。

我們於歐洲的毛利率亦由截至二零一四年三月三十一日止年度的63.0%減至截至二零一五年三月三十一日止年度的59.5%及截至二零一六年三月三十一日止年度的52.4%，主要歸因於我們在歐洲發售的高爾夫球桿的產品組合轉變。

銷售及營銷

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度，銷售及經銷成本分別為6,589.0百萬日圓（499.5百萬港元）、7,752.3百萬日圓（587.7百萬港元）及8,058.1百萬日圓（610.9百萬港元），分別佔相關年度總收益的41.9%、41.8%及36.0%。銷售及經銷成本包括(i)直接參與銷售及經銷活動人員的福利；(ii)廣告及推廣開支；(iii)租賃費用及(iv)銷售及經銷活動相關的其他成本。截至二零一四年、二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度，廣告及推廣開支分別為1,778.7百萬日圓（134.9百萬港元）、2,076.7百萬日圓（157.4百萬港元）及2,367.8百萬日圓（179.5百萬港元），分別佔相關年度總收益的11.3%、11.2%及10.6%。有關更多資料，請參閱「業務－營銷－廣告及推廣」及「財務資料－損益表主要組成部分－銷售及經銷成本」。我們擬利用[編纂]所得款項淨額約[編纂]%用作北美洲及歐洲的銷售及營銷活動，包括(i)廣告宣傳活動，如在這些市場進行銷售點宣傳活動及贊助職業球手，(ii)提高這些市場銷售員工的福利，及(iii)為第三方零售商調試設備。此外，我們擬利用[編纂]所得款項淨額約[編纂]%用作我們於日本、韓國及中國（包括香港及澳門）本土市場的銷售及營銷活動，其中將包括(i)銷售點宣傳活動，(ii)通常就錦標賽及推出主要產品而舉行的場內銷售活動，及(iii)在自營店或與第三方零售商合作開設更多試打中心。有關更多資料，請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

我們通過(i)與職業高爾夫球手訂立贊助及代言安排及(ii)進行廣告宣傳為產品進行廣告及品牌推广。截至二零一六年三月三十一日，我們贊助40名職業高爾夫球手並由其擔任代言。我們透過傳統及線上媒體開展廣告宣傳，並根據各地區客戶的特點分區域進行設計，但會在全球層面協調以推廣統一的品牌形象。

我們的內部研發能力

HONMA的核心價值包括精湛工藝、追求卓越性能及無與倫比的產品質量，這些價值一貫反映在我們的所有產品上。我們的高爾夫球桿均由大師級工匠設計，每名工匠均有數十年經驗，且我們投入大量資源進行新產品的設計、開發及創新。我們於截至二零一四年、二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度產生的研發成本分別約為442.5百萬日圓（33.5百萬港元）、503.2百萬日圓（38.2百萬港元）及535.3百萬日圓（40.6百萬港元），複合年增長率為10.0%。截至二零一六年三月三十一日止年度研發成本佔總收益的百分比有所下降，由截至二零一四年三月三十一日止年度的2.8%降至2.4%。有關減少主要因為我們致力提升研發活動的成本效益，尤其是有關活動所用的材料。有關更多資料，請參閱「財務資料－損益表主要組成部分－行政開支」。我們通過不斷改善現有設計並融入最新技術而持續開發新產品。例如，我們於二零一三年、二零一五年及二零一六年分別推出TOUR WORLD家族高爾夫球桿、G1X家族高爾夫球桿及Be ZEAL家族高爾夫球桿。我們擬繼續投入資源用於開發新產品的研發活動。

概 要

我們的製造工序

我們在酒田園區進行高爾夫球桿的關鍵製造工序，並將部分非核心製造工序外判予戰略供應商夥伴，而我們與大部分戰略供應商夥伴已建立長期穩定關係。這種內部製造工序與外判製造工序相結合的方式，有助我們控制核心技藝及知識產權，並在控制生產成本的同時可保證產品質量。我們的酒田園區位於日本山形縣酒田，佔地面積約163,000平方米，聘有約360名平均從業經驗達27年的工匠，另外還有其他輔助員工。在我們的內部製造工序中，我們的工匠致力於產品質素，這使我們得以維持在高爾夫行業內最負盛名的標誌性品牌地位。

我們的競爭優勢

我們相信以下競爭優勢推動我們取得成功並有助實現增長戰略：

- 數十年來對品質和工藝的不懈追求，打造出標誌性高爾夫品牌
- 創新的研發實力帶來高性能訂製化產品
- 垂直整合的業務模式和廣泛的銷售及經銷網絡
- 根深蒂固的消費者至上企業文化帶動強勁的客戶滿意度及忠誠度
- 管理團隊具備高度熱誠、敬業精神並且富有經驗
- 可持續增長和盈利能力的往績記錄

我們的戰略

我們的願景是憑藉傳承的工匠精神，致力打造引領全球高爾夫生活方式的企業。我們打算通過實施下列戰略實現該願景：

- 持續優化我們的產品組合以拓展周邊消費者市場區間
- 繼續產品創新和發展以迎合不斷變化的行業趨勢
- 進一步在現有市場增加市場份額並提升品牌知名度
- 打入北美及歐洲新市場，尤其是美國及英國
- 繼續投資於營銷及推廣我們的HONMA品牌
- 持續提高營運效率及優化成本結構
- 通過擴展周邊產品線（例如高爾夫球、服裝、配件及其他相關產品）為客戶提供全面的高爾夫生活體驗

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件所載資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

綜合財務資料概要

下表為截至二零一四年、二零一五年及二零一六年三月三十一日及截至該等日期止年度的綜合財務資料概要，乃摘錄自本文件附錄一會計師報告。下列概要應與附錄一綜合財務資料一併閱覽。

財務業績概要

下表載列我們的綜合經營業績於往績記錄期的概要。各個項目亦以佔收益百分比列示。

	截至三月三十一日止年度								
	二零一四年			二零一五年			二零一六年		
	日圓	港元	%	日圓	港元	%	日圓	港元	%
	(千日圓/千港元，百分比除外)								
綜合損益表									
收益	15,713,457	1,191,316	100.0	18,525,092	1,404,480	100.0	22,368,761	1,695,888	100.0
銷售成本	(6,353,737)	(481,708)	(40.4)	(7,620,050)	(577,715)	(41.1)	(9,173,918)	(695,521)	(41.0)
毛利	9,359,720	709,608	59.6	10,905,042	826,765	58.9	13,194,843	1,000,367	59.0
其他收入及收益	925,393	70,159	5.9	90,825	6,886	0.5	77,125	5,847	0.3
銷售及經銷成本	(6,589,045)	(499,549)	(41.9)	(7,752,319)	(587,742)	(41.8)	(8,058,098)	(610,925)	(36.0)
行政開支	(922,750)	(69,958)	(5.9)	(1,195,421)	(90,631)	(6.5)	(1,362,533)	(103,300)	(6.1)
其他(開支)/收入淨額	(69,151)	(5,243)	(0.4)	(46,248)	(3,506)	(0.2)	104,565	7,928	0.5
融資成本	(10,776)	(817)	(0.1)	(7,490)	(568)	(*)	(24,073)	(1,825)	(0.1)
融資收入	13,403	1,016	0.1	9,213	698	*	27,307	2,070	0.1
除稅前溢利	2,706,794	205,216	17.3	2,003,602	151,902	10.8	3,959,136	300,162	17.7
所得稅(開支)/抵免	(118,185)	(8,960)	(0.8)	298,467	22,628	1.6	(394,596)	(29,916)	(1.8)
純利	2,588,609	196,256	16.5	2,302,069	174,530	12.4	3,564,540	270,246	15.9
非國際財務報告準則的財務計量									
經調整純利 ⁽¹⁾	1,762,444	133,620	11.2	2,278,272	172,727	12.3	3,390,234	257,031	15.2

附註：

* 不足0.1%

(1) 我們以純利(i)減其他收入及收益，(ii)加其他(開支)/收入及(iii)加稅務影響得出經調整純利。有關經調整純利與純利的對賬，請參閱「財務資料－非國際財務報告準則的財務計量－經調整純利」。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件所載資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

綜合資產負債表概要

下表載列我們截至所示日期的綜合資產負債表概要。

	截至三月三十一日止年度					
	二零一四年		二零一五年		二零一六年	
	日圓	港元	日圓	港元	日圓	港元
			(千日圓/港元)			
資產						
非流動資產	4,567,938	346,318	5,342,040	405,007	5,689,990	431,387
流動資產	11,603,279	879,703	12,268,408	930,129	14,378,784	1,090,128
資產總值	16,171,217	1,226,021	17,610,448	1,335,136	20,068,774	1,521,515
權益總額	8,608,846	652,680	3,515,792	266,550	5,527,297	419,053
負債						
非流動負債	2,299,432	174,331	2,242,367	170,005	2,605,157	197,510
流動負債	5,262,939	399,010	11,852,289	898,581	11,936,320	904,952
負債總額	7,562,371	573,341	14,094,656	1,068,586	14,541,477	1,102,462
流動資產淨值	6,340,340	480,693	416,119	31,548	2,442,464	185,176
資產總值減流動負債	10,908,278	827,011	5,758,159	436,555	8,132,454	616,563

現金流量表概要

下表載列我們於往績記錄期的現金流量概要。

	截至三月三十一日止年度					
	二零一四年		二零一五年		二零一六年	
	日圓	港元	日圓	港元	日圓	港元
			(千日圓/港元)			
經營活動所得/(所用) 現金流量 淨額	1,972,960	149,580	(136,842)	(10,375)	1,430,499	108,453
投資活動所得/(所用) 現金流量 淨額	471,296	35,731	(296,899)	(22,509)	(1,296,126)	(98,266)
融資活動所用現金流量淨額	(746,533)	(56,598)	(442,613)	(33,557)	(547,351)	(41,497)
現金及現金等價物增加/ (減少) 淨額	1,697,723	128,713	(876,354)	(66,441)	(412,978)	(31,310)
年初現金及現金等價物	1,230,950	93,324	3,018,000	228,809	2,315,069	175,516
外匯匯率變動影響淨額	89,327	6,772	173,423	13,148	(76,282)	(5,783)
年末現金及現金等價物	3,018,000	228,809	2,315,069	175,516	1,825,809	138,423

概 要

主要財務比率

下表載列截至及於所示日期止期間的關鍵財務比率。

	截至三月三十一日止年度 ／截至三月三十一日		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
盈利能力：			
毛利率	59.6%	58.9%	59.0%
純利率	16.5%	12.4%	15.9%
經調整純利率	11.2%	12.3%	15.2%
回報率：			
資產回報率	16.0%	13.1%	17.8%
股本回報率	30.1%	65.5%	64.5%
流動資金：			
債務權益比率	5.8%	14.2%	30.9%
流動比率	2.2	1.0	1.2
速動比率	1.0	0.4	0.6

有關若干主要財務比率的釋義，請參閱「財務資料－主要財務比率」。

我們的股權架構

緊隨[編纂] (假設[編纂]並無獲行使且並無計及因根據受限制股份計劃可能進一步授出的額外受限制股份或根據[編纂]後購股權計劃可能授出的購股權獲行使而發行的股份) 完成後，劉董事長將透過其控股公司Kouunn Holdings持有及有權於股東大會上行使約佔本公司已發行股本約[編纂]%的股份所附的表決權。因此，根據上市規則，劉董事長及Kouunn Holdings將繼續為我們的控股股東。於二零一六年五月，戰略投資者復星向Kouunn Holdings收購本公司已發行股本總額的[編纂]%，並成為我們的股東。

近期發展

以下為二零一六年三月三十一日 (即往績記錄期結束) 後我們財務狀況的近期發展情況，而有關資料乃按本公司於截至二零一六年六月三十日止三個月的未經審核中期綜合財務資料編製，已獲我們的申報會計師根據香港會計師公會所頒佈的香港審閱工作準則第2410號「由實體的獨立核數師對中期財務資料進行的審閱」審閱：

- 我們的收益由截至二零一五年六月三十日止三個月的4,959.6百萬日圓增至截至二零一六年六月三十日止三個月的5,336.0百萬日圓，按年增長率為7.6%，主要歸因於我們的業務在我們的本土市場持續擴張。
- 我們的毛利率由截至二零一五年六月三十日止三個月的59.8%增至截至二零一六年六月三十日止三個月的60.7%，主要歸因於生產效率及定價持續改善。
- 截至二零一七年三月三十一日止年度，我們預期將產生與[編纂]有關的額外開支，包括[編纂]開支[編纂]百萬日圓，其中[編纂]百萬日圓預期將確認為行政開支。有關更多資料，請參閱「財務資料－[編纂]開支」。此外，由於我們預期向經銷商的銷售於總收益所

概 要

佔百分比將持續增長，而其毛利率一般低於透過自營店進行的銷售，故可能會對我們的毛利率造成不利影響。因此，截至二零一七年三月三十一日止年度純利的按年升幅可能不及截至二零一六年三月三十一日止年度的升幅。

經過審慎周詳的考慮後，董事確認，直至本文件日期，我們的財務及交易狀況或前景自二零一六年三月三十一日以來並無任何重大不利變動，且自二零一六年三月三十一日以來並無發生任何事項會對本文件附錄一所載的經審核財務資料造成任何重大影響。

香港[編纂]

我們因以下理由申請於聯交所主板[編纂]。聯交所是亞洲區的上市首選地點。我們經營的業務遍佈全球，並專注在亞洲區。我們的主要市場為日本、韓國及中國（包括香港及澳門）。我們相信，我們的品牌特別獲得亞洲投資者的青睞。鑒於聯交所在全球資本市場中的聲望，其亦為我們能接觸來自世界各地的優質投資者提供理想的平台。我們預期，[編纂]將進一步提升我們品牌在全球的知名度，並有助我們拓展在北美及歐洲等市場中的據點。

[編纂]開支

於往績紀錄期，我們已產生[編纂]開支約[編纂]百萬日圓（[編纂]百萬港元），全部於我們截至二零一六年三月三十一日止年度的綜合收益表內確認為行政開支。按[編纂]指示性[編纂]中位數計算並假設[編纂]並無獲行使及[編纂]的所有酌情獎勵費用均已悉數支付，我們預期將產生額外[編纂]開支約[編纂]百萬日圓（[編纂]百萬港元），其中估計金額[編纂]百萬日圓（[編纂]百萬港元）將確認為我們截至二零一七年三月三十一日止年度的行政開支，而[編纂]百萬日圓（[編纂]百萬港元）預期將直接確認為自權益扣除。

[編纂]統計數據

[編纂]規模：..... 初步佔本公司經擴大已發行股本[編纂]%
[編纂]架構：..... 初步[編纂]%屬[編纂]（可予調整）及[編纂]%屬[編纂]（可予調整及視乎[編纂]獲行使與否而定）
[編纂]：..... 最多佔[編纂]項下初步可供認購[編纂]數目的[編纂]%
每股[編纂]：..... 每股[編纂][編纂]港元至[編纂]港元

	基於[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元	基於[編纂] 每股[編纂] [編纂]港元
[編纂]完成後本公司的市值 ⁽¹⁾⁽²⁾	[編纂]百萬港元	[編纂]百萬港元
每股未經審核備考經調整有形資產淨值 ⁽³⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾	[編纂]日圓 ([編纂]港元)	[編纂]日圓 ([編纂]港元)

附註：

(1) 表中所有統計數據的基礎均是假設[編纂]並無獲行使。

本文件為草擬本，其所載資料並不完整及可作更改。閱讀本文件所載資料時，必須一併細閱本文件首頁「警告」一節。

概 要

- (2) 計算市值的基礎是[編纂]股預期將於股份拆細及資本化發行完成後及緊隨[編纂]完成後(惟於任何[編纂]獲行使之前)已發行及發行在外的股份。
- (3) 本公司擁有人應佔未經審核備考經調整綜合有形資產淨值不計及本公司於二零一六年五月派付的股息1,995百萬日圓。倘計及股息，則每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值將分別為[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元)及[編纂]港元(假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元)。
- (4) 每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值乃經作出上段所述調整計算得出，基準為假設[編纂]已於[編纂]完成後已發行股份為[編纂]股及[編纂]為每股股份[編纂]港元(即[編纂]範圍的下限)及假設[編纂]已於[編纂]完成後已發行股份為[編纂]股及[編纂]為每股股份[編纂]港元(即[編纂]範圍的上限)，惟不計及因[編纂]獲行使而可能發行的任何股份。
- (5) 每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值乃按1.00港元兌13.19日圓的匯率換算為港元。

未來計劃及所得款項用途

我們估計，於扣除包銷費用及佣金以及我們須就[編纂]支付的估計開支並假設[編纂]未獲行使後，我們將會獲得的[編纂]所得款項淨額(假設每股[編纂]的[編纂]為[編纂]港元(即本文件所述的[編纂]範圍中位數))將約為[編纂]百萬港元：

- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作從事業務或品牌的潛在戰略性收購及形成戰略聯盟，以提升我們在北美洲及歐洲的市場份額。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作北美洲及歐洲的銷售及營銷活動，包括(i)廣告宣傳活動，如在這些市場進行銷售點宣傳活動及贊助職業球手，(ii)提高這些市場銷售員工的福利，及(iii)為第三方零售商提供試打設備。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作我們於日本、韓國及中國(包括香港及澳門)本土市場的銷售及營銷活動，其中將包括(i)銷售點宣傳活動，(ii)通常就錦標賽及推出主要產品而舉行的場內銷售活動，及(iii)在自營店或與第三方零售商合作開設更多試打中心。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作撥付與(i)酒田園區購買設備以擴大產能、(ii)改善供應鏈管理及(iii)升級信息技術基礎設施有關的資本開支。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作償還計息銀行借款，包括(i)約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於償還瑞穗銀行借款[編纂]百萬日圓及(ii)約[編纂]%或[編纂]百萬港元用於償還東京都民銀行的借款[編纂]億日圓。
- 約[編纂]%或[編纂]百萬港元將用作為我們的營運資金及其他一般公司用途提供資金。

除我們預期用作償還計息銀行借款的[編纂]百萬港元外，倘[編纂]定於較估計[編纂]範圍中位高或低的水平或[編纂]獲行使，則上述的所得款項分配方式將按比例調整。

有關進一步詳情，請參閱「未來計劃及所得款項用途」一節。

概 要

股息政策

我們可以現金或我們認為合適的其他方式分派股息。董事現時擬用任何特定財政年度不少於30%的可供分派溢利宣派股息。此意向並不構成我們必須或將以此種方式宣派及派付股息或定會派付股息的任何保證、聲明或表示。宣派及派付任何股息的決定須經董事會批准，並由其酌情決定，惟須遵守適用法律。此外，任一財政年度的末期股息須經股東批准。董事會在確定是否宣派及派付股息時會基於下列因素不時檢討股息政策：(i)我們的經營業績；(ii)我們的現金流量；(iii)我們的財務狀況；(iv)我們的股東利益；(v)整體營商環境及戰略；(vi)我們的資本金需求；(vii)我們的附屬公司向我們派付現金股息；及(viii)董事會可能認為相關的其他因素。

截至二零一四年、二零一五年及二零一六年三月三十一日止年度，我們分別派付1,000.0百萬日圓(75.8百萬港元)、463.3百萬日圓(35.1百萬港元)及1,235.0百萬日圓(93.6百萬港元)的股息。

風險因素

我們的經營以及[編纂]均會涉及若干風險，其中的很多風險非我們所能控制。該等風險可分為：(i)與我們的業務有關的風險，(ii)與在日本經營業務有關的風險，及(iii)與[編纂]及我們股份有關的風險。比如，我們依賴HONMA品牌優勢。此外，我們未必能保持業務的高增長率。有關所有涉及風險因素的詳細討論載於「風險因素」。閣下於決定投資[編纂]前應務請仔細閱讀整個章節。