

未來計劃及[編纂]

未來計劃

有關我們未來計劃的詳細描述，請參閱本文件「業務」一節「我們的業務策略」分節。

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的中位數，並假設[編纂]未獲行使），於扣除我們就[編纂]產生的[編纂]費用及佣金（未計及任何酌情費用）及估計開支約[編纂]港元後，我們估計，我們將收取約[編纂]港元的[編纂][編纂]。

倘[編纂]定於每股[編纂][編纂]港元（即本文件發所述[編纂]範圍的上限，並假設[編纂]未獲行使），我們將收取的額外[編纂]約為[編纂]港元。

倘[編纂]定於每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的下限，並假設[編纂]未獲行使），我們收取的[編纂]將減少約[編纂]港元。

我們擬將[編纂][編纂]用作下列用途：

- (i) 約[編纂]（或[編纂]港元）將用作進一步拓展我們於海外市場及中國的銷售及營銷網絡。
 - 約[編纂]港元（或約[編纂]）將用作擴展我們海外市場（如美國、加拿大、澳大利亞）的業務。我們擬於目標市場參加更多貿易展，如拉斯維加斯家具展（每年舉辦兩次）及其他展銷會，以增加我們與潛在客戶的接觸。我們計劃[編纂]後每年至少參加三次貿易展。根據我們於過往年度參加海外貿易展的經驗及實際支出，我們估計參加每個貿易展的開支約為[編纂]港元，取決於租賃面積的大小、展出產品的成本、運輸成本及裝修貿易展展廳的成本而定。此外，我們將招募更多的銷售人員，以加大出口業務的銷售力度，並於[編纂]後委聘更多美國銷售代理協助我們擴大美國銷售網絡。我們計劃於截至2017年、2018年、2019年及2020年12月31日止年度各年招聘不少於六名美國銷售代理及七名銷售人員。增加銷售人員的成本（包括招聘開支、工資和員工福利及銷售佣金）估計約為每年[編纂]港元。向所委聘的額外銷售代理支付及由其產生的銷售佣金及相關營銷開支估計為每年[編纂]港元。

未來計劃及[編纂]

- 約[編纂]港元（或約[編纂]）將透過建立國內銷售及營銷團隊、在長江三角洲地區開設旗艦店及設立電商平台以擴大及鞏固我們於中國的銷售網絡。我們計劃於截至2017年及2018年12月31日止年度各年招聘不少於十五名銷售及營銷員工，負責制定銷售策略及銷售計劃、組織營銷及推廣活動以及監督直營店的員工執行銷售活動。國內銷售及營銷團隊於截至2017年12月31日止年度產生的成本（包括招聘開支、工資及員工福利）估計約為[編纂]港元。我們估計與開設每家旗艦店有關的開支（包括但不限於門店租金、門店裝修及翻新、招聘門店員工及水電費）將約為[編纂]港元。開設一家其他直營店的估計開支將約為[編纂]港元。

於往績記錄期間，本集團已採納下列銷售及營銷策略：

- (a) 我們已參加於美國北卡羅來納州高點市舉辦的高點家具展，高點家具展是全球最大的家居用品行業展銷會之一，而我們的展示區由2013年的8,930平方英尺增加至2016年的28,136平方英尺；
- (b) 我們已將我們的銷售及營銷團隊由2013年的11人擴展至最後實際可行日期的22人；
- (c) 我們已聘請美國一家商業諮詢公司及一名銷售代理，專門就本集團在美國市場將予採用的銷售及營銷策略以及活動向我們提供建議；及
- (d) 自2015年起，我們開始定期在主流家具雜誌《今日家具》（美國行業刊物）上刊登廣告。

於往績記錄期間，我們參加貿易展相關的成本及費用已由2013年的人民幣1.6百萬元增加至2015年的人民幣2.4百萬元，並於截至2016年8月31日止八個月進一步增加至人民幣2.9百萬元。同時，我們應付我們的美國商業顧問及銷售代理的佣金以及廣告及推廣活動成本已由2013年的人民幣10.5百萬元增加至2015年的人民幣11.1百萬元，並於截至2016年8月31日止八個月進一步增加至人民幣13.1百萬元。

未來計劃及[編纂]

我們的董事認為，參加貿易展及增強我們的銷售實力乃本集團的兩大銷售及營銷策略，已成功幫助本公司將重心由OEM業務轉移至OBM及ODM業務，從而致使於往績記錄期間我們產品的平均售價上漲及總體毛利率有所提高。根據上述本集團過往及現有銷售及營銷策略，我們的董事認為，將[編纂][編纂]的31.3%用作拓展海外市場及中國銷售及營銷網絡的現有計劃與本集團過往銷售及營銷策略相符。

詳細計劃及預期時間框架載列如下：

	截至下列日期止年度				總計
	2017/ 12/31 百萬港元	2018/ 12/31 百萬港元	2019/ 12/31 百萬港元	2020/ 12/31 百萬港元	
海外批發市場業務					
參加貿易展	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
鞏固銷售團隊	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
委聘美國銷售代理	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
中國直銷業務					
建立銷售團隊	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
開設旗艦店成本	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
開設標準直營店成本	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
電商	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
小計	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
總計	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]

未來計劃及[編纂]

- (ii) 約[編纂] (或[編纂]港元) 將用於償付我們未償還的部分銀行借款。

銀行	未償還本金額 (人民幣元)	利率(每年)	到期日	用途
銀行1	20百萬元	7.4%	2017年2月	營運資金
	3百萬元	7.4%	2017年2月	營運資金
銀行2	15百萬元	5.22%	2017年1月	營運資金
	5百萬元	5.22%	2017年4月	營運資金
銀行3	14百萬元	6.14%	2017年7月	營運資金

- (iii) 約[編纂] (或[編纂]港元) 將透過電視、報刊、雜誌、網絡及參加貿易展等各種渠道，用作於家具市場提升我們的品牌認可度，從而增加我們品牌對現有及潛在客戶的展示程度，並透過營銷及推廣我們現有的自有品牌家具加大我們的市場推廣力度及開發我們的設計能力。

- (iv) 約[編纂] (或[編纂]港元) 將用作一般營運資金及其他一般企業用途。

- (v) 約[編纂] (或[編纂]港元) 將用於提高我們在柬埔寨的產能。詳情請參閱本文件「業務」一節「我們的業務策略—提高於柬埔寨的產能及降低生產成本」分節及「風險因素」一節「有關在柬埔寨運營業務的風險」分節。於往績記錄期間，我們的資本開支(在建工程資本開支除外)約為人民幣11.5百萬元。該等資本開支及不斷提升的生產能力，使沙發的設計產能由截至2013年12月31日止年度的806,000件增加至截至2016年8月31日止八個月的892,000件。我們的董事認為，本公司一貫的策略乃升級機器設備，以應對沙發銷量的不斷增加，故此我們拓展柬埔寨產能的計劃符合本集團的過往策略。

未來計劃及[編纂]

倘[編纂]獲悉數行使，假設[編纂]為每股發售股份[編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的上限），我們預計[編纂]該等額外股份的額外[編纂]將約為[編纂]港元，而假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述[編纂]範圍的下限），則預計發售該等額外股份的額外[編纂]將約為[編纂]港元。我們擬將額外的[編纂]按上述比例應用於以上用途。

倘[編纂]釐定為高於或低於估計[編纂]範圍的中位數，則上述[編纂]的分配情況將按比例作出調整。

倘[編纂]未實時投入上述用途，在適用法律法規允許的範圍內，我們擬將[編纂]存入持牌銀行的計息銀行賬戶及／或香港金融機構。