

概 要

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的概覽。由於此為概要，故並未包括可能對閣下而言屬重要的所有資料。閣下決定投資發售股份前，務請細閱本招股章程全文。投資發售股份的若干具體風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下投資發售股份前，務請細閱本節。

概覽

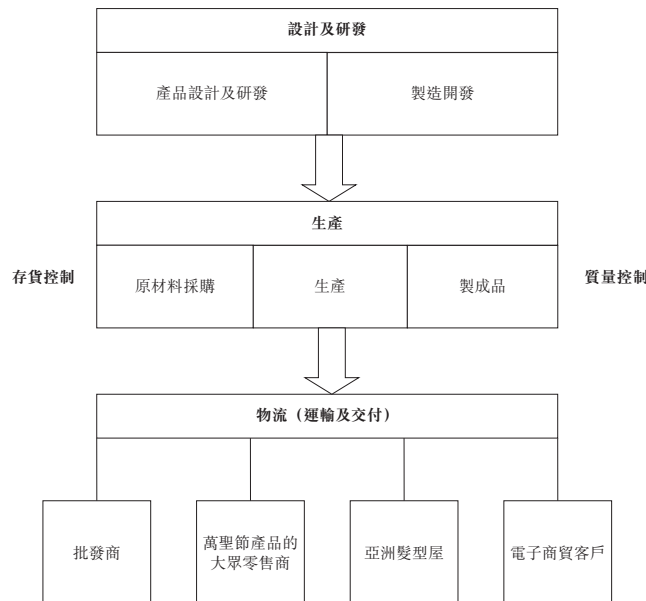
我們是一家全球領先的髮飾品（包括假髮、髮飾、辮子及高檔人髮接髮產品）製造商。根據弗若斯特沙利文報告，於2016年，我們化纖髮飾品的銷售額全球排名第五，約佔全球化纖髮飾品製造商收入市場份額的4.0%。我們為不同的種族群體及萬聖節市場設計、製造及向其銷售一系列由合成纖維及人髮製成的髮飾品。

我們的主要市場為美國，2016年約佔我們收入的76.3%。我們於美國主要銷售的產品包括主要供非裔女性用於日常穿戴、美容及裝扮的化纖髮飾品。我們的其他主要市場為歐洲及亞洲，2016年分別約佔我們收入的7.2%及14.3%。我們主要於這兩個市場銷售高檔人髮接髮產品及專為歐洲非裔女性設計的其他髮飾品。

我們分別於中國及孟加拉擁有三個及兩個生產中心。我們的生產設施最初設於中國。由於中國的人工成本不斷增加，於2009年，我們開始於孟加拉擴展生產，於該地區我們能夠以較低工資水平獲取大量充足的勞動力資源。我們計劃於2019年底前進一步於孟加拉建設及完成四項新生產設施，新增總建築面積約175,100平方米，計劃可另外容納約11,800名生產僱員。於2016年12月31日，我們於中國及孟加拉分別共有809名僱員及12,918名僱員。

業務模式

我們設計、製造及銷售一系列髮飾品。我們與客戶在市場研究及產品設計流程方面合作。我們的產品設計及研發團隊會根據客戶意見研製產品供客戶挑選，從而擴大髮飾品組合。我們的原材料主要包括多種合成纖維及人髮。我們為第三方自有品牌或其獲授權使用的品牌製造產品，並以批發商及電子商貿零售商身份於亞洲製造及銷售自有品牌產品。



生產

生產設施

我們擁有兩個生產基地，即中國生產基地及孟加拉生產基地。中國生產基地包括(i)位於雲南昆明的生產中心；(ii)位於深圳南頭的研發與展示中心及銷售處（備有設計師及一條小型生產線）；及(iii)位於河南禹州的人髮加工中心。

我們的主要生產力集中於孟加拉生產基地。孟加拉生產基地包括位於烏托拉出口加工區以內的烏托拉出口加工區生產中心及位於烏托拉出口加工區以外由六項鄰近設施組成的GT生產中心。

於2016年12月31日，我們的中國生產基地佔地面積約113,163平方米，總建築面積為54,091平方米，而孟加拉生產基地佔地面積約58,000平方米，總建築面積為65,699平方米。

產能及利用率

生產流程因產品而異。我們擁有一系列髮飾品，其中許多髮飾品無須進行全套生產流程。我們產品的生產流程載於「業務－生產－生產流程」一節。我們根據(i)假設於孟加拉生產基地的每名生產僱員每年工作2,912小時及於中國生產基地的每名生產僱員每年工作2,720小時；及(ii)年內每件產品的估計平均生產時間，釐定指定年度的估計最大產能。

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們於孟加拉生產基地所有產品分類的整體生產利用率分別為估計最大產能的88.5%、95.2%及93.4%，而於中國生產基地的整體生產利用率分別為估計最大產能的88.1%、88.4%及93.6%。詳情請參閱「業務－生產－產能及利用率」。

生產擴張計劃

我們計劃於2019年底前完成於孟加拉的四項新生產設施建設。我們的GT手工編織設施目前處於在建階段，並計劃於2017年底前開始建設其他三項設施，即漂染綜合設施、烏托拉出口加工區印刷設施及烏托拉出口加工區紙箱設施。建設及完成該等生產設施所需資金總額預計約為193.0百萬港元。我們的資金將主要來源於(i)全球發售所得款項；(ii)經營活動所得現金；及(iii)外部融資渠道。

產品

我們設計、製造及銷售一系列由合成纖維及人髮製成的髮飾品。我們的主要產品包括全假髮、半假髮、花邊假髮、髮飾（如拉繩款）、配件（如髮髻）、一般辮子、特殊辮子、髮條、男士假髮、高檔人髮接髮產品以及萬聖節產品。

概 要

我們根據以下各期間收入及相應的銷售比例對以下產品分類的銷售進行監督、審查及管理：

產品分類	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	(百萬港元，百分比除外)					
假髮、假髮配件及其他 ⁽¹⁾						
非裔－美國及歐洲 ⁽²⁾	310.1	58.1%	326.9	59.0%	371.3	62.3%
非洲原住民	32.2	6.0%	9.8	1.8%	6.9	1.2%
白種人	43.1	8.1%	33.8	6.1%	23.4	3.9%
亞洲人						
自有品牌	1.3	0.2%	2.3	0.4%	3.1	0.5%
其他產品及人髮買賣	6.2	1.2%	5.7	1.0%	4.6	0.8%
小計	392.9	73.6%	378.6	68.3%	409.3	68.7%
高檔人髮接髮產品	100.7	18.9%	130.6	23.5%	141.5	23.8%
萬聖節產品	40.3	7.5%	45.3	8.2%	44.9	7.5%
合計	<u>533.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>554.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>595.7</u>	<u>100.0%</u>

附註：

- (1) 自假髮、假髮配件及其他獲得的收入已按用戶來源劃分作進一步分析。
- (2) 就購買風格、原材料及質量類似的髮飾品而言，美國及歐洲非裔客戶的購買力比非洲非裔客戶更高，因此，我們將自美國及歐洲非裔客戶獲得的收入分為一類，將自非洲原住民獲得的收入另分一類。

下表載列於所示期間按生產線劃分的銷售額。

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	(百萬件)		
按生產線劃分的銷售額			
假髮、假髮配件及其他	27.6	20.7	23.4
高檔人髮接髮產品	0.4	0.5	0.5
萬聖節產品	2.6	2.4	2.1
合計	<u>30.6</u>	<u>23.6</u>	<u>26.0</u>

下表載列於所示期間按生產線劃分的平均售價。

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	(港元)		
按生產線劃分的平均售價 ⁽¹⁾			
假髮、假髮配件及其他	14.2	18.3	17.4
高檔人髮接髮產品	263.2	288.4	283.5
萬聖節產品	15.7	18.9	21.7
整體	<u>17.5</u>	<u>23.6</u>	<u>22.9</u>

附註：

- (1) 按生產線劃分的平均售價乃以按生產線劃分的收入除以按有關生產線劃分的銷售額計算。

概 要

我們向美國、歐洲、非洲及亞洲的客戶銷售產品。下表載列按國家劃分的產品銷售明細：

國家	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
		(%)	
美國	66.0	73.9	76.3
英國	8.6	8.7	6.6
中國	9.1	8.5	8.1
日本	3.7	3.6	5.5
南非	5.9	1.8	1.2
德國	0.9	1.0	0.6
俄羅斯	2.2	0.9	0.7
其他	3.6	1.6	1.0
合計	100.0	100.0	100.0

下表載列於所示期間我們產品分類的毛利及毛利率。

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	(百萬港元，百分比除外)					
毛利及毛利率						
假髮、假髮配件及其他.....	118.7	30.2%	118.9	31.4%	122.5	29.9%
高檔人髮接髮產品	49.3	49.0%	62.4	47.8%	74.9	53.0%
萬聖節產品	6.1	15.2%	13.5	29.8%	13.9	30.9%
毛利總額及整體毛利率	174.1	32.6%	194.8	35.1%	211.3	35.5%

我們的產品包括以下產品分類：

- **假髮、假髮配件及其他** – 該產品分類主要包括主要售予美國及歐洲客戶的一系列假髮及其他假髮配件，在美國及歐洲，該等產品擁有龐大的非裔女性市場。
- **高檔人髮接髮產品** – 該產品分類包括售予北美洲、歐洲及亞洲髮型屋的高檔人髮接髮產品。我們的高檔人髮接髮產品通常售予批發商，其進而將該等產品以其自有品牌或其獲授權使用的品牌透過其自有銷售渠道售予美國、歐洲及其他國家的多家零售商。我們亦將高檔人髮接髮產品以自有品牌售予亞洲髮型屋，並由當地的髮型師將該等產品用於消費者。與我們其他產品分類相比，銷售該產品分類中的產品利潤率更高。
- **萬聖節產品** – 該產品分類包括為派對及節日設計的假髮、髮飾及服裝。銷售該產品分類中的產品主要受萬聖節狂歡月推動，其特點為可預測的季節需求及適用期相對較長。

銷售及市場推廣

我們與大部分主要客戶維持長期的重要業務關係。我們在採購訂單及產品規格或產品組合變動的任何指示方面與客戶緊密合作。我們定期自客戶獲取有關新產品的市場情報。我們亦透過髮型匯演、網絡渠道、雜誌、電影及流行文化活動觀察時尚趨勢以開展市場研究。我們旨在透過定價、質量、及時交付及龐大的產能獲得競爭優勢，從而增加對現有客戶的銷售或不時獲得新客戶。

供應商及原材料

我們的原材料主要包括合成纖維及人髮。於往績記錄期間，我們主要自日本、韓國及中國採購合成纖維，並主要自中國及印度採購人髮。我們直接向供應商購買絕大部分原材料。於往績記錄期間，合成纖維的價格僅出現輕微波動，而人髮價格出現高達約10%的大幅波動。

概 要

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們的五大供應商合共供應的原材料分別佔銷貨成本的32.5%、34.0%及33.7%。同期，我們最大供應商供應的原材料分別佔銷貨成本的22.5%、24.9%及23.2%。

客戶

我們主要向：(i)批發商；(ii)萬聖節產品的大眾零售商；(iii)亞洲髮型屋；及(iv)電子商貿客戶銷售產品。我們的銷售模式使我們能夠擴大地域分佈及加強我們的市場滲透力。

我們的收入於交付產品及將產品所有權轉移予客戶時予以確認。下表載列於所示期間按銷售渠道劃分的銷售明細，所示各項均為佔銷售總額的百分比。

銷售渠道	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	(百萬港元，百分比除外)					
批發商.....	492.5	92.2%	504.5	91.0%	538.8	90.5%
萬聖節產品的 大眾零售商.....	13.7	2.6%	16.9	3.0%	19.8	3.3%
亞洲髮型屋.....	26.5	5.0%	30.8	5.6%	34.0	5.7%
電子商貿客戶.....	1.2	0.2%	2.3	0.4%	3.1	0.5%
合計.....	<u>533.9</u>	<u>100.0%</u>	<u>554.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>595.7</u>	<u>100.0%</u>

截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們向五大客戶作出的銷售額合共分別佔我們於各期間總收入的43.6%、52.2%及51.0%。同期，我們向最大客戶作出的銷售額分別佔我們於各期間總收入的14.5%、16.1%及13.6%。

定價及付款

我們通常採用以下三種方式之一對產品進行定價：(i)參考可資比較市價按成本加利潤基準；(ii)按市價基準；或(iii)按需求基準。我們的大部分產品使用第一種方法進行定價。然而，我們會按對產品的預計需求調整定價策略。暢銷的時尚產品通常會產生溢價。我們的定價策略通常可使我們為產品提供具競爭力的定價，同時在暢銷產品上獲得更高的利潤。考慮到萬聖節產品的季節性因素及作為我們生產計劃的一部分，我們亦向於上一年度8月31日前向我們發出預先採購訂單的萬聖節產品批發商客戶提供3%至5%的提早訂購優惠。

授予客戶相關信貸期時，我們會考慮有關客戶的信譽、支付方式、定價政策及銷售訂單規模。我們通常授予批發商客戶30至90日的信貸期及授予大眾零售商客戶75至150日的信貸期。我們的批發商主要從事髮飾品或其他假髮相關產品的銷售。我們的大眾零售商客戶主要包括銷售各類產品並通常具有很強的與其供應商議價的能力的商場零售商、百貨公司及超市。此外，我們的大眾零售商客戶通常每年僅進行一次萬聖節產品的大量採購。因此，我們授予大眾零售商客戶更長的信貸期。客戶一般以電匯方式結算其貿易應付款項。

我們的競爭優勢

我們認為以下競爭優勢為我們過往取得成功的主要因素，且將繼續促使我們增加市場份額並抓住目標市場日後的增長機會：

- 全面的產品組合可佔領不同市場及引領流行趨勢；
- 透過孟加拉策略生產基地降低生產成本；
- 與客戶的長期穩定關係；
- 與客戶在產品設計及研發方面密切合作，使我們能夠成功並持續擴大產品範圍；
- 及
- 強大高級管理團隊具備深厚行業知識。

詳情請參閱「業務－我們的競爭優勢」。

概 要

我們的業務策略

我們計劃透過實施以下業務策略增加市場份額、增加收入來源及提高盈利能力：

- 將更多人髮飾品引入「非裔－美國及歐洲」產品分類；
- 進一步發展「高檔人髮接髮產品」產品分類；
- 增加我們的「萬聖節」產品分類的滲透力；
- 擴大及提升於孟加拉的產能；
- 提升及拓展設計、研發及其他增值服務；及
- 拓展電子商貿業務。

詳情請參閱「業務－我們的業務策略」。

經營業績

下表載列於所示年度我們的綜合經營業績明細，所示各項均為收入的絕對百分比：

	截至12月31日止年度					
	2014年		2015年		2016年	
	<i>(百萬港元，百分比除外)</i>					
收入	533.9	100.0%	554.5	100.0%	595.7	100.0%
銷貨成本	(359.8)	67.4%	(359.6)	64.9%	(384.4)	64.5%
毛利	174.1	32.6%	194.8	35.1%	211.3	35.5%
其他收入	3.2	0.6%	3.5	0.6%	2.7	0.5%
其他收益及虧損 ⁽¹⁾	(1.4)	0.3%	(8.7)	1.6%	(4.8)	0.8%
投資物業的公允價值變動 ⁽²⁾	5.6	1.0%	1.4	0.3%	–	–
可贖回可轉換優先股的公允價值變動 ⁽³⁾	–	–	–	–	(39.3)	6.7%
分銷及銷售開支	(14.9)	2.8%	(12.9)	2.3%	(12.9)	2.2%
行政開支	(82.2)	15.4%	(92.5)	16.7%	(87.4)	14.7%
其他開支 ⁽⁴⁾	(0.2)	–	(1.8)	0.3%	(14.9)	2.5%
融資成本	(12.4)	2.3%	(12.5)	2.3%	(17.6)	2.9%
稅前利潤	71.8	13.4%	71.3	12.9%	37.1	6.2%
稅項 ⁽⁵⁾	(1.4)	0.3%	(2.6)	0.5%	(4.3)	0.7%
年內利潤	70.4	13.2%	68.7	12.4%	32.8	5.5%

附註：

- (1) 其他收益及虧損包括截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度的外匯虧損淨額，分別為1.6百萬港元、3.9百萬港元及1.0百萬港元。
- (2) 我們於2015年4月出售投資物業。
- (3) 公允價值虧損為非現金項目。於全球發售完成前，可贖回可轉換優先股將按一兌一基準轉換為股份，且2016年12月31日的可贖回可轉換優先股公允價值與該等股份轉換後的公允價值之間的差額，將於截至2017年12月31日止年度的綜合損益表內確認為公允價值收益或虧損。公允價值收益或虧損將為非現金項目。假設上市將於2017年12月31日或之前完成，則2017年12月31日之後的任何財政期間將不會錄得可贖回可轉換優先股公允價值收益或虧損。
- (4) 截至2016年12月31日止年度，我們產生上市開支14.0百萬港元，其被確認為其他開支。
- (5) 截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們於孟加拉的附屬公司之一分別享有所得稅免稅8.2百萬港元、11.1百萬港元及14.0百萬港元。因此，於往績記錄期間，於孟加拉向我們授出稅項豁免的稅務影響屬重大。

不計及上市開支及投資物業與可贖回可轉換優先股的公允價值變動，我們於往績記錄期間的經調整純利（僅供說明）如下：

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	<i>(百萬港元)</i>		
年內利潤	70.4	68.7	32.8
投資物業的公允價值變動	(5.6)	(1.4)	–
可贖回可轉換優先股的公允價值變動	–	–	39.3
上市開支	–	–	14.0
經調整純利	64.8	67.3	86.1

概 要

經調整純利從2014年的64.8百萬港元增至2016年的86.1百萬港元，年複合增長率為15.3%。經調整純利撇銷可贖回可轉換優先股公允價值變動及上市開支（已作為並可能於全球發售完成前繼續作為我們業務中的重大經常性因素）的影響。其亦撇銷於2015年4月出售的投資物業公允價值變動的影響。經調整純利一詞並非根據《香港財務報告準則》界定。由於經調整純利並不包括影響我們年內純利的所有項目，採用經調整純利作為分析工具存在重大限制。

收入

於往績記錄期間，各期間的產能乃限制收入的主要因素。由於我們將主要生產基地從中國遷往孟加拉，我們的整體產能亦暫時下降，而我們於孟加拉生產基地的產能將初步提升。我們預計，由於我們於孟加拉擴大經營範圍，新增人髮採購、漂染、印刷及包裝，並從中國轉移更多功能，縮短我們的產品交付期，我們的產能可能會進一步變動。

下表所載按生產基地劃分的收入表明，於往績記錄期間，來自中國生產基地的收入減少，反映出中國生產基地產量下降。相反，由於我們將主要生產基地從中國遷往孟加拉，同期，來自孟加拉生產基地的收入增加，反映出產能的提高。

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	(百萬港元)		
按生產基地劃分的收入			
中國 ⁽¹⁾	245.1	172.0	107.7
孟加拉	288.8	382.5	488.0
合計	533.9	554.5	595.7

附註：

(1) 包括截至2016年12月31日止年度的其他收入0.1百萬港元。

節選主要財務比率

下表載列於所示年度我們的若干主要財務比率。

	截至12月31日止年度		
	2014年	2015年	2016年
	(%)		
毛利率 ⁽¹⁾	32.6	35.1	35.5
純利率 ⁽²⁾	13.2	12.4	5.5
總資產回報率 ⁽³⁾	9.4	8.5	3.6
權益回報率 ⁽⁴⁾	18.9	18.8	13.9
流動比率 ⁽⁵⁾	112.5	111.7	99.6
資本負債比率 ⁽⁶⁾⁽⁸⁾	87.6	97.0	495.4
淨負債權益比率 ⁽⁷⁾⁽⁸⁾	66.2	76.8	428.2

附註：

- (1) 毛利率按指定年度的毛利除以收入計算。
- (2) 純利率按指定年度的年內利潤除以收入計算。純利率從截至2015年12月31日止年度的12.4%大幅減至截至2016年12月31日止年度的5.5%，主要由於2016年6月已發行優先股公允價值變動及上市開支。若不計及上市開支以及優先股及已出售投資物業的公允價值變動，截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，我們的經調整純利率將分別達12.1%、12.1%及14.5%。經調整純利率排除優先股公允價值變動及上市開支（已作為並將於全球發售完成前繼續作為我們業務中的重大經常性因素）的影響。其亦撇銷於2015年4月出售的投資物業公允價值變動的影響。《香港財務報告準則》並無對經調整純利率一詞進行界定。由於經調整純利率並不包括影響我們年內純利率的所有項目，故採用經調整純利率作為分析工具存在重大限制。
- (3) 總資產回報率按年內利潤除以資產總值計算，而資產總值為指定年度年初及年末資產總值結餘的平均數。
- (4) 權益回報率按年內利潤除以權益總額計算，而權益總額為指定年度年初及年末權益總額結餘的平均數。
- (5) 流動比率按指定年末的流動資產除以流動負債計算。
- (6) 資本負債比率按指定年末的計息債務總額（包括有抵押銀行借款、融資租賃承擔及可贖回可轉換優先股）除以權益總額計算。
- (7) 淨負債權益比率按指定年末的債務淨額（即我們的計息借款總額扣除(i)已抵押銀行存款；及(ii)銀行結餘及現金）除以權益總額計算。

概 要

- (8) 截至2016年12月31日止年度的資本負債比率及淨負債權益比率大幅增加主要反映出於2016年6月已發行優先股公允價值變動、有抵押銀行借款增加及因於有關期間宣派股息令儲備減少。於全球發售完成前，全部優先股將轉換為股份。假設於2016年12月31日優先股已轉換為股份，則於2016年12月31日的資本負債比率及淨負債權益比率應分別為144.6%及117.0%。詳情請參閱「財務資料－節選主要財務比率」。

可贖回可轉換優先股的公允價值變動

優先股被指定為以公允價值計量並計入損益的金融負債。截至2016年12月31日止年度，我們錄得優先股公允價值變動虧損39.3百萬港元。公允價值虧損為非現金項目。於全球發售完成前，優先股將按一兌一基準轉換為股份，且2016年12月31日的優先股公允價值與優先股轉換後的公允價值之間的差額，將於截至2017年12月31日止年度的綜合損益表內確認為公允價值收益或虧損。公允價值收益或虧損將為非現金項目。假設上市將於2017年12月31日或之前完成，則2017年12月31日之後的任何財政期間將不會錄得優先股公允價值收益或虧損。假設全球發售於2017年7月完成及指示性發售價為每股發售股份1.65港元至1.90港元，截至2017年12月31日止年度將錄得的優先股公允價值收益或虧損總額估計將介乎收益約1.5百萬港元至虧損約5.3百萬港元。倘截至2017年12月31日止年度我們錄得任何優先股公允價值虧損，我們該年度的利潤或會受到不利影響。

控股股東及主要股東

緊隨資本化發行及全球發售完成後（並無計及因根據購股權計劃可能授出的任何購股權行使而將予發行的任何股份），Evergreen Holdings將直接合共擁有本公司已發行股本的約54.8%。Evergreen Holdings為Golden Evergreen的直接全資附屬公司。Golden Evergreen 49%及51%的已發行股本分別由FC Investment（FC Management的直接全資附屬公司）及CLC Investment（CLC Management的直接全資附屬公司）擁有。FC Management及CLC Management均由HSBC International Trustee Limited（Felix Family Trust及CLC Family Trust的受託人）直接全資擁有。Felix Family Trust為張有滄先生（作為委託人）設立的全權信託，以張之龍先生、張家瑋先生（未成年人）及張有滄先生的子女為受益人。CLC Family Trust為張之龍先生（作為委託人）設立的全權信託，以張有滄先生及其子女為受益人。因此，就《上市規則》而言，我們將張之龍先生、張有滄先生、FC Management、FC Investment、CLC Management、CLC Investment、Golden Evergreen及Evergreen Holdings視為控股股東。有關與控股股東所控制實體進行交易的詳情，請參閱「關連交易」。我們預期將繼續與有關實體進行該項交易，並預期該項交易為《上市規則》項下完全獲豁免交易。

於2015年3月，SEAVI Advent向本集團當時的控股公司Evergreen Group投資15百萬美元。詳情請參閱「歷史及發展－首次公開發售前投資」。重組後，SEAVI Advent持有36,908,517股優先股。有關重組的詳情，請參閱「歷史及發展－重組」。SEAVI Advent為售股股東，並將於全球發售及資本化發行完成後成為主要股東。

法律訴訟及不合規

於最後可行日期，我們並無涉及任何重大訴訟、仲裁或申索，亦無可能對我們的財務狀況或經營業績造成重大不利影響的重大訴訟、仲裁或申索尚未了結或對我們造成威脅。有關往績記錄期間及直至最後可行日期的重大不合規事件連同整改措施的詳情，亦請參閱「業務－牌照、監管批文及合規－不合規」一節。

股息政策

於重組前，截至2014年、2015年及2016年12月31日止年度，本集團分別向其當時股東合共分派股息20.0百萬港元、268.0百萬港元及50.0百萬港元，按30,000股普通股、30,000股普通股及136,908,517股股份（包括100,000,000股股份及36,908,517股優先股）計算，分別相當於每股股份666.7港元、8,933.3港元及0.37港元。

概 要

除上文所述外，本集團旗下其他公司於往績記錄期間，或本公司自其註冊成立以來概無派付或宣派任何股息。

我們無法保證將於日後派付股息。全球發售完成後，我們將以每股股份為基準宣派股息（如有），並將以港元派付該等股息。財政年度的任何末期股息均須由董事酌情釐定、經股東批准（如需要）及符合適用的法律法規規定。鑒於以上所述及如「財務資料—股息政策」所載，我們目前預計將於截至2017年及2018年12月31日止兩個財政年度各年分派不少於20%的可分派純利。

風險因素

任何投資均存在風險。投資股份存在若干風險及考慮因素，其中包括：

- 勞工短缺情況、人工成本增加或影響我們生產所需勞工供應的其他因素；
- 對美國及其他國際市場造成負面影響的事件（因為我們高度依賴於該等司法管轄區的銷售）；
- 外匯匯率波動；
- 無法於孟加拉全面實施擴張計劃以及與將現有設施升級及建設新設施有關的風險；
- 無法維持有效的質量控制體系及產品的消費者就產品質量及安全標準提出的潛在索償，而我們的投保範圍可能不足以涵蓋該潛在索償；
- 我們任何生產設施的重大中斷，例如生產線故障或電力或設施短缺；
- 現金流量錯配；
- 我們於2016年12月31日的流動負債淨額狀況；
- 於我們貸款協議中的契諾違規；
- 未能以最佳水平管理存貨；
- 我們於孟加拉的土地及物業存在尚未被發現或日後易遭到質疑的產權負擔或所有權缺陷；
- 未能遵守環境保護相關法律法規可能會令我們遭受處罰；
- 無充足的資金來源為產能擴張或業務營運提供資金；
- 優先股潛在公允價值虧損；
- 孟加拉政局不穩定；
- 孟加拉相對不確定及複雜的監管環境；
- 孟加拉落後的基礎設施狀況及自然災害；
- 孟加拉持續存在的貪污問題；及
- 規管於孟加拉國出口加工區經營的產業的法律法規變動。

有關投資我們的風險因素詳情，請參閱「風險因素」。閣下決定投資股份前，務請細閱該節全文。

上市開支

與全球發售相關的上市開支、佣金及最高獎勵費（如有）連同證監會交易徵費及聯交所交易費總額估計約為51.8百萬港元（基於全球發售指示性價格範圍的中位數，並假設超額配售權未獲行使），其中約48.5百萬港元應由我們支付及約3.3百萬港元應由售股股東支付。約14.0百萬港元的上市開支已於往績記錄期間計入收益表。上市後，我們上市開支的剩餘款項中，約22.4百萬港元預計將計入收益表，約12.1百萬港元預計將撥充資本。

發售統計數據

全球發售的發售股份數目.....	: 184,500,000股 ⁽¹⁾
香港發售股份數目.....	: 18,450,000股 ⁽²⁾
國際配售股份數目.....	: 166,050,000股 ^{(1)、(2)}
超額配售權.....	: 27,675,000股發售股份
每股發售股份發售價範圍.....	: 1.65港元至1.90港元
每手買賣單位.....	: 2,000股

概 要

附註：

- (1) 視乎超額配售權行使與否而定
- (2) 可予調整

下表所列全部統計數據乃基於以下假設(i)資本化發行及全球發售已完成；(ii)概無股份已根據購股權計劃獲發行；及(iii)於資本化發行及全球發售完成後，615,000,000股股份已獲發行及發行在外計算得出。

	按發售價 1.65港元計算	按發售價 1.90港元計算
市值	1,014,750,000港元	1,168,500,000港元
未經審核備考經調整每股綜合有形資產淨值....	0.74港元	0.81港元

所得款項用途

假設發售價為每股發售股份1.775港元（即本招股章程所述發售價範圍的中位數），經扣除與全球發售相關的包銷費用及佣金以及其他預計開支後，我們估計將獲得的全球發售所得款項淨額將約為224.4百萬港元。假設超額配售權未獲行使，按每股發售股份發售價1.775港元（即發售價範圍的中位數）計算，售股股東應佔的30,750,000股待售股份所得款項淨額將約為51.3百萬港元。

我們擬將全球發售所得款項淨額作以下用途：(1)約49.2%將用於在孟加拉生產基地加建生產設施以提高產能，其中約56.9%、8.1%、20.3%及14.7%將分別用於建設漂染綜合設施、GT手工編織設施、烏托拉出口加工區印刷設施及烏托拉出口加工區包裝設施；(2)約10.0%將用於搬遷深圳南頭研發與展示中心及銷售處以及設立廣東東莞物流中心；(3)約10.8%將用於擴展業務，其中約29.6%將用於在亞洲設立高檔人髮接髮產品銷售處，約33.4%將用於透過（其中包括以下方法）改善網上銷售平台的外觀並提升其功能、啟動不同的生產線及聘用一支專業的市場推廣團隊進一步發展電子商貿業務，及約37.0%將用於擴大萬聖節戲服銷售規模；(4)約20.0%將用於償還未償還信託收據貸款；及(5)約10%將用作營運資金及一般企業用途。詳情請參閱「未來計劃及所得款項用途」。

近期發展及無重大不利變動

基於我們的未經審核財務報表，我們於截至2017年4月30日止四個月的收入及毛利分別約為198.6百萬港元及69.3百萬港元，而於截至2016年4月30日止四個月的收入及毛利分別為191.1百萬港元及59.0百萬港元。

我們的申報會計師已根據香港會計師公會頒佈的《香港審閱委聘準則》第2410號「由實體獨立核數師審閱中期財務資料」審閱我們於截至2017年4月30日止四個月後的中期財務資料。

於2017年6月19日，本公司已批准發行324,341,483股股份，記入本公司股份溢價賬的貸方，條件是本公司股份溢價賬擁有足夠結餘或因上市日期或前後的資本化發行項下全球發售錄得進賬，詳情載於本招股章程附錄四。

董事確認，自2016年12月31日（即本招股章程附錄一會計師報告所載本公司最近期綜合財務業績編製日期）直至本招股章程日期，除「財務資料－上市開支」中所披露的上市開支確認及「財務資料－債項－可贖回可轉換優先股」中所披露將錄得的優先股潛在公允價值虧損外，我們的業務營運、經營業績或財務或貿易狀況並無重大不利變動。