

## 概 要

本概要旨在為閣下提供本文件所載資料之概覽。由於其為概要，故並不包含所有對閣下而言可能屬重要之資料，且應與本文件全文一併閱讀，以確保其完整性。閣下在決定[編纂]於[編纂]之前，應閱讀整份文件。任何投資均涉及風險。[編纂]於[編纂]的部分獨有風險載於「風險因素」。閣下決定投資[編纂]前，應先細閱該節。

### 概覽

我們為擁有全球水上休閒產品市場的頂尖及其中一個最成熟品牌的公司，以優秀產品設計、品質、性能及價值見稱。根據弗若斯特沙利文報告，按二零一六年零售銷售額計算，我們為全球水上休閒產品市場第三大業者，市場份額為2.3%。水上休閒產品為全球戶外休閒產品市場(涵蓋範圍較廣，價值達1,807億美元)的主要組成部分，我們亦為該分部的主要業者，尤其是充氣式及相關產品分類(我們的傳統強項及主要焦點範疇)。根據弗若斯特沙利文報告，按二零一六年零售銷售額計算，我們為全球充氣式戶外休閒產品市場的第二大業者，市場份額超過30%。我們於一九九四年成立於中國上海市，我們的願景是透過我們提供的產品和服務為所有人創造有趣、難忘的體驗。自成立以來，我們默默耕耘，致力加強研究、設計、開發及製造能力，同時不斷擴大產品及品牌組合。我們的產品現時在全球六大洲超過110個國家行銷。

我們主要設計、開發、製造及銷售種類豐富的優質及創新戶外休閒產品，主要以自家BESTWAY主品牌加上一批專為特定產品市場開發的子品牌進行銷售推廣。我們目前提供約1,100款產品，分為四大產品組別。包括：地上游泳池及便攜移動式spa、娛樂產品、運動產品、野營產品等，貨品選擇一應俱全，其設計旨在切合不同消費者群及地區市場。

我們的營運在全球層面上垂直一體化，涵蓋產品研究、設計、開發、製造、銷售及營銷以至售後服務。根據弗若斯特沙利文報告，全球一體化業務模式在戶外休閒產品行業甚為罕見，並讓我們享有獨特及重大的競爭優勢。我們能有效發揮國際研究、設計及開發實力，連同在中國的內部製造規模及技術能力和廣泛的全球銷售網絡，以爭取最大的增長、盈利能力和營運效率。

我們於往績期間的收入增長強勁而穩定，盈利能力方面更顯著上升，因為我們在美國等主要目標增長市場站穩陣腳。收入由截至二零一四年十二月三十一日止年度的467.9百萬美元增至截至二零一六年十二月三十一日止年度的584.5百萬美元，複合年增長率為約11.8%，高於整體行業增長。年內溢利由截至二零一四年十二月三十一日止

## 概 要

年度的8.4百萬美元增至截至二零一六年十二月三十一日止年度的43.0百萬美元，複合年增長率為約125.9%。於往績期間，於各年度開始時，我們通常可為我們的產品物色到採購訂單，金額佔有關年度收入約40%至50%，為我們的年度銷售額提供了高度可預測性及使我們可實施嚴謹的策略性預算及籌劃程序。

### 品牌及產品

我們提供各式各樣的戶外休閒產品。我們的產品分類為四個核心產品組別及十六個產品類別。我們根據產品類別及市場定位，主要以自家BESTWAY品牌加上一批子品牌進行銷售推廣：



1 地上游泳池及 便攜移動式spa	2 娛樂產品	3 運動產品	4 野營產品
<p>Hydrium™ Power Steel™</p> <p>Steel Pro™ Steel Pro™ MAX</p> <p>Fast Set™</p> <p>FLOWCLEAR SalúSpa</p> <p>Lay-Z-Spa Lay-Z-Spa Xtras</p>		<p>HYDRO SWIM HoGO!</p> <p>HYDRO PRO HYDRO PRO</p> <p>CoolerZ</p> <p>AQUA BONES Swim Safer</p> <p>HYDRO FORCE HYDRO FORCE</p>	<p>SIDEWINDER™ AC AIR PUMP AIR HAMMER™ INFLATION PUMP</p> <p>ALWAYZAIRE Dream Glimmers</p> <p>COMFORT QUEST™ AIRFRAME™</p>
<p>1. 金屬支架地上游泳池</p> <p>2. 軟體浮圈地上游泳池</p> <p>3. 地上游泳池配件</p> <p>4. 便攜移動式spa及配件</p>	<p>5. 娛樂產品</p>	<p>6. 運動漂流用品及水上大型浮島</p> <p>7. 充氣式硬體水上滑板</p> <p>8. 運動休閒船及配件</p> <p>9. 潛水布</p> <p>10. 游泳訓練用品</p> <p>11. 游泳裝備用品</p> <p>12. 雪筏</p>	<p>13. 植絨氣墊床</p> <p>14. 布面氣墊床</p> <p>15. 充氣式休閒家具</p> <p>16. 野營裝備及配件</p>

下表按銷售額及佔總收入百分比列載於往績期間四大核心產品組別收入：

產品組別	截至十二月三十一日止年度					
	二零一四年		二零一五年		二零一六年	
	美元	%	美元	%	美元	%
地上游泳池及便攜 移動式spa	193.6	41.4	236.3	46.0	274.3	46.9
娛樂產品	113.4	24.2	119.7	23.3	125.7	21.5
運動產品	43.7	9.3	49.7	9.7	76.0	13.0
野營產品	117.2	25.1	107.8	21.0	108.5	18.6
總計：	467.9	100	513.5	100	584.5	100

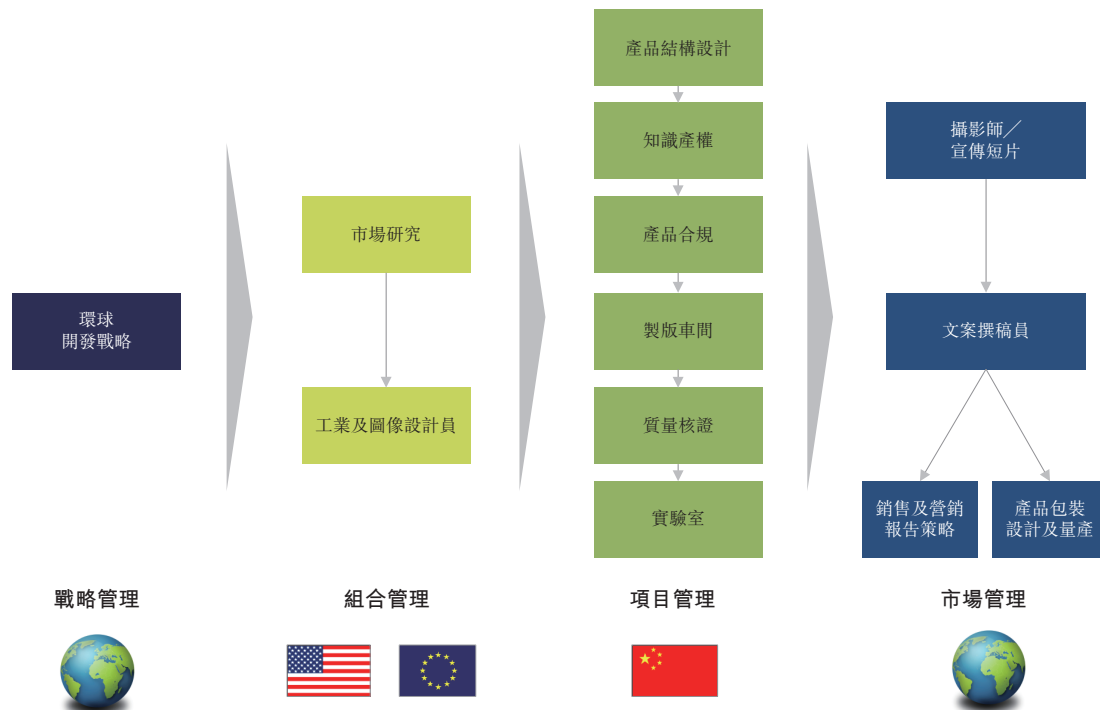
更多詳情請參閱「業務—品牌」及「業務—產品」。

## 概 要

### 研發

我們的產品開發平台為增長戰略的重要部分，因為我們認為改良現有產品及推出新產品是維持市場份額及應付客戶需求的關鍵。我們在產品開發周期每個階段均不會只著重新產品的單一元素，而是考慮整個開發程序中的各種因素，包括競爭情況、監管及產品規定及消費者預期。我們相信，我們的成功離不開我們的整合產品開發平台，當中包括我們的管理、研發、採購、製造、合規及銷售和營銷職能。

下圖顯示我們的一體化產品開發平台：



我們的一體化產品開發平台包括四項職能元素：(i) 戰略管理，我們的首席戰略官 Patrizio Fumagali 先生領導及管理全球產品開發策略；(ii) 組合管理，由我們的駐總部技術中心及駐鳳凰城、美國、米蘭及意大利的海外產品開發團隊所支持，以管理我們的產品組合及開展新產品開發項目；(iii) 項目管理，於駐上海總部的技術中心進行產品初步評估、結構性設計開發、評審及測試；及 (iv) 市場管理，我們的海外市場團隊制定銷售及市場營銷計劃及準備宣傳物資。

### 銷售網絡及客戶

我們的產品透過廣泛的國際銷售網絡銷往全球六大洲超過110個國家。我們的客戶主要包括零售商及進口商。根據弗若斯特沙利文報告，我們的銷售網絡乃全球戶外休閒產品市場內最廣泛的網絡之一，讓我們於每個主要地區市場均設有銷售。我們透

## 概 要

過監督九間海外附屬公司的營運，在上海總部管理全球銷售網絡，該等附屬公司位處全球策略要點。為了善用當地市場知識及專才，我們於委聘海外銷售團隊及第三方地區關係經理，負責在全球推廣及營銷我們的品牌及產品。

我們的銷售模式借助當地人員的地區市場知識、資源及專才，直接銷售產品予多元化客戶基礎，主要由以下各方組成：(i)零件商，包括大眾市場零售商、專門零售商及海外線上零售商；(ii)進口商；及(iii)電子商務消費者及其他。詳情請參閱「業務—客戶」。

下表按金額及佔總收入百分比列載於往績期間各地區的收入：

地區	截至十二月三十一日止年度					
	二零一四年		二零一五年		二零一六年	
	美元	%	美元	%	美元	%
			<i>(百萬，百分比除外)</i>			
歐洲 <sup>1</sup>	259.8	55.5	259.4	50.5	310.4	53.1
北美 <sup>2</sup>	77.3	16.5	124.2	24.2	161.2	27.6
中國	8.8	1.9	7.7	1.5	9.4	1.6
全球其他地區	122.0	26.1	122.2	23.8	103.5	17.7
總計：	<u>467.9</u>	<u>100</u>	<u>513.5</u>	<u>100</u>	<u>584.5</u>	<u>100</u>

1. 包括歐洲經濟區國家、瑞士、土耳其、俄羅斯、哈薩克斯坦、吉爾吉斯、阿爾巴尼亞、安道爾、波斯尼亞和黑塞哥維那、格魯吉亞、馬其頓、摩爾多瓦、塞爾維亞、黑山和烏克蘭。
2. 包括美國、加拿大及波多黎各。

更多詳情請參閱「業務—銷售網絡及市場營銷」。

## 生產

於往績期間，我們在內部生產絕大部分產品。我們於上海、江蘇省南通及鹽城的生產設施進行主要生產程序，地處華東內陸，各設施之間均可駕車直達。於最後可行日期，該三個生產基地佔地合共584,398平方米，總建築面積約833,856平方米，乃生產設施、配送中心、物流倉庫、辦公大樓及僱員宿舍所在地。更多詳情請參閱「業務—生產」。

## 採購

我們採購生產所用的原材料、輔配件及包裝材料。我們用於生產產品的主要原材料包括PVC樹脂及增塑劑。於二零一四年、二零一五年及二零一六年，原材料成本分

## 概 要

別佔總銷售成本79.2%、78.6%及76.9%。我們的供應商主要位於中國、日本、台灣、南韓及美國。我們通常不會與供應商訂立長期協議。我們通常與大型知名國際供應商合作，以採購原材料。原材料通常可由多名供應商供應，而我們通常為每類原材料擁有多個供應源，以致我們毋須依賴單一供應商。更多詳情請參閱「業務—採購」。

### 競爭優勢

我們的優勢包括以下各項：

- 國際知名、領導市場的品牌；
- 有趣、實用及創新的豐富產品組合以及得到驗證的設計和開發能力往績；
- 廣泛的國際銷售網絡，且獲當地市場專才支持；
- 垂直一體化業務模式及強大的內部製造能力；
- 重視產品品質、客戶滿意程度及企業持續發展；及
- 經驗豐富、盡心盡責、專業的國際管理團隊。

### 增長策略

我們計劃實行下列增長策略，以發揮在充氣式及相關產品行業方面的傳統強項，於全球整個戶外休閒產品行業鞏固市場地位：

- 持續進行產品創新及開發以提升和擴闊產品組合；
- 立足厚實根基，開發仍有大量滲透空間的中國和亞洲市場，擴大整體市場的消費能力；
- 鞏固我們的市場領導地位，提高在全球主要市場的佔有率；
- 擴大及強化內部生產實力，同時提升價值鏈營運效率；及
- 整合先進技術解決方案以進一步提高競爭力。

## 概 要

### 過往財務資料概要

下文為我們於截至二零一四年、二零一五年及二零一六年十二月三十一日止年度的綜合財務資料概要。我們從本文件附錄一會計師報告所載綜合財務資料摘錄有關概要。下列概要應與本文件附錄一的綜合財務資料(包括隨附附註)及本文件「財務資料」所載資料一併閱覽。我們的綜合財務資料乃根據香港財務報告準則(「香港財務報告準則」)編製。

### 綜合損益表概要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
	千美元	千美元	千美元
收入	467,914	513,532	584,529
銷售成本	(371,066)	(401,487)	(419,993)
<b>毛利</b>	<b>96,848</b>	<b>112,045</b>	<b>164,537</b>
銷售及分銷開支	(44,384)	(48,003)	(60,704)
行政開支	(35,135)	(41,800)	(48,625)
其他收入	1,838	5,428	2,101
其他(虧損)/收益淨額	(4,431)	920	4,667
財務收入	660	1,345	492
財務開支	(3,528)	(8,081)	(5,427)
<b>除所得稅前溢利</b>	<b>11,868</b>	<b>21,854</b>	<b>57,042</b>
所得稅開支	(3,437)	(6,664)	(14,022)
<b>年內溢利</b>	<b>8,431</b>	<b>15,190</b>	<b>43,020</b>
以下各方應佔：			
本公司擁有人	8,175	16,460	43,340
非控權權益	256	(1,270)	(320)
	<b>8,430</b>	<b>15,190</b>	<b>43,020</b>

### 綜合財務狀況表概要

	於十二月三十一日		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
	千美元	千美元	千美元
流動資產	340,186	323,831	302,118
流動負債	283,475	288,445	256,933
流動資產淨值	56,710	35,386	45,186
總資產減總負債	185,270	184,166	206,048
資產淨值	174,541	179,517	203,908
本公司擁有人應佔權益	173,455	179,840	204,495

## 概 要

### 綜合現金流量表概要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
	千美元	千美元	千美元
經營活動(所用)／所得現金淨額	(21,581)	27,347	65,366
投資活動所用現金淨額	(34,806)	(44,580)	(36,419)
融資活動(所用)／所得現金淨額	56,150	23,654	(30,360)
現金及現金等價物(減少)／增加淨額	(237)	6,422	1,413
年初現金及現金等價物	16,723	16,326	23,455
現金及現金等價物匯兌(虧損)／收益	161	708	922
年末現金及現金等價物	16,326	23,455	22,965

### 主要財務比率

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
毛利率 <sup>(1)</sup>	20.7%	21.8%	28.1%
純利率 <sup>(2)</sup>	1.8%	3.0%	7.4%
股本回報率 <sup>(3)</sup>	4.9%	8.6%	22.4%
資產回報率 <sup>(4)</sup>	2.1%	3.2%	9.2%

	於十二月三十一日		
	二零一四年	二零一五年	二零一六年
流動比率 <sup>(5)</sup>	1.20	1.12	1.18
速動比率 <sup>(6)</sup>	0.54	0.47	0.54

附註：

- (1) 等於毛利除以收入並乘以100%。
- (2) 等於期內溢利除以收入並乘以100%。
- (3) 等於期內溢利除以期初及期末總股本平均數並乘以100%。
- (4) 等於期內溢利除以期初及期末總資產平均數並乘以100%。
- (5) 等於各財政期間結算日的流動資產除以流動負債。
- (6) 等於各財政期間結算日的流動資產減去存貨再除以流動負債。

### 風險因素

我們的經營涉及若干風險，部分風險並非我們所能控制。該等風險可大致分為：(i) 與我們業務及行業有關的風險；(ii) 與中國有關的風險；及(iii) 與[編纂]有關的風險。我們認為我們所面臨屬最重大的風險包括：

- 我們的業務顯著依賴於我們的品牌和信譽優勢及市場認受性。如果我們無法保持和加強我們的信譽和品牌形象，終端消費者對我們及我們品牌和產品的認可和信任可能受到重大不利影響。

## 概 要

- 我們受有關管理未來增長及擴展的風險影響。
- 我們致力開發、推出及推廣新產品，惟不一定成功。倘我們無法有效應對市場趨勢及客戶偏好，可能會對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。
- 我們的增長策略很大部分取決於我們能否成功擴展至新市場和銷售渠道，以及鞏固我們在現有市場的市場地位。
- 我們的業務容易受我們經營所在市場的經濟、政治及社會狀況影響。

有關全部風險因素的詳細討論載於「風險因素」，謹請閣下決定[編纂][編纂]前仔細閱畢該節。

### 近期發展

由債務日期及截至最後可行日期，我們已向中國一家商業銀行取得一項新銀行融資，金額約14.7百萬美元，據此我們已悉數提取為我們的營運資金撥資，將於二零一八年五月到期。除了截至債務日期的借貸(見「財務資料—債務」披露)外，於最後可行日期，我們已根據於債務日期擁有的銀行授信融資額外提取約10.0百萬美元為營運資金撥資。

董事確認，直至本文件日期，我們的貿易或財務狀況或前景並無重大不利變動，且自二零一六年十二月三十一日起，並無發生將對本文件附錄一所載經審核財務資料造成重大不利影響的事件。

### 股東資料

緊隨[編纂]完成後，榮成實業將直接擁有[編纂]股股份，佔我們的現有已發行股本約[編纂]%(倘[編纂]未獲行使)，或現有已發行股本約[編纂]%(倘[編纂]全數行使)。榮成實業分別由榮達實業、奧特蘭實業、Bogdan Nowak先生、Patrizio Fumagalli先生持有72.4%、8.1%、18.0%及1.5%。榮達實業則由朱強先生持有92.0%及朱強先生之子朱嘉晨先生持有8.0%。由於榮達實業、奧特蘭實業、Bogdan Nowak先生、Patrizio Fumagalli先生、朱強先生及朱嘉晨先生透過榮成實業持有本公司之權益，因此，緊隨[編纂]後榮成實業、榮達實業、奧特蘭實業、Bogdan Nowak先生、Patrizio Fumagalli先生、朱強先生及朱嘉晨先生將被視為我們的控股股東(定義見上市規則)。

此外，奧特蘭實業由朱強先生持有11.0%及由計劃參與人持有89.0%。奧特蘭實業由朱強先生於二零一三年十一月二十七日創立，以實行[編纂]股份獎勵計劃，據此，奧特蘭實業將配發及發行或朱強先生會轉讓奧特蘭實業股份予本集團僱員，藉此獎勵



## 概 要

他們過往對本集團的貢獻並予以激勵。預期將不會於[編纂]後發行奧特蘭實業的新股份及根據計劃，朱強先生日後可轉讓彼持有的奧特蘭實業股份予僱員，以獎勵他們對本集團的貢獻。有關[編纂]股份獎勵計劃的詳情，請參閱「歷史、發展及重組—[編纂]股份獎勵計劃」。由於計劃參與人僅因參與[編纂]股份獎勵計劃而成為奧特蘭實業的股東，緊隨[編纂]完成後，彼等將不會被視為我們的控股股東(定義見上市規則)。

### 股息政策

本公司於二零一四年及二零一六年向其當時的股東分別宣派2,822,935美元及3,236,670美元。我們的附屬公司之一榮威歐洲於二零一五年向其時的股東宣派93,324美元的股息。我們已支付所有該等應付股息。未來股息宣派未必反映我們過往的股息宣派，任何擬派股息均由董事會酌情決定並遵照開曼群島公司法行事。我們日後在考慮我們的經營業績、總權益、業務情況、未來擴展策略或需求、我們的資本開支需求、附屬公司支付予我們的股息、股息分派對我們營運資金及財務狀況的影響以及董事在有關情況下可能認為相關的其他因素後，或會宣派股息。在上述限制下，董事預計我們日後可不時支付的股息的總額約佔本公司擁有人應佔可供分派利潤起碼30%。

### [編纂]統計數據<sup>(1)</sup>

	根據[編纂] 每股[編纂] [編纂]計算	根據[編纂] 每股[編纂] [編纂]計算
股份[編纂] <sup>(2)</sup>	[編纂]	[編纂]
[編纂]每股[編纂] <sup>(3)</sup>	[編纂]	[編纂]

附註：

- (1) 本表所有統計數據均假設[編纂]並無獲行使。
- (2) 市值乃基於根據[編纂]預期將予發行的[編纂]股股份計算，並假設緊隨[編纂]完成後已發行及發行在外[編纂]股股份(假設[編纂]未獲行使)。
- (3) 未經審核備考經調整每股綜合有形資產淨值乃經作出「附錄二—未經審核備考經調整綜合有形資產淨值報表」所述的調整後計算及基於：已發行合共[編纂]股股份，經計及於二零一六年十二月三十一日已發行的1,001股股份，並假設根據資本化發行的[編纂]股股份及根據[編纂]發行的[編纂]股股份已完成。

## 概 要

### [編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂](即本文件所載[編纂]中位數)，我們估計(i)我們將收取的[編纂][編纂]將為約[編纂]；及(ii)我們將收取的[編纂][編纂](經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]及佣金及估計開支)將為約[編纂]。

我們擬將[編纂][編纂]用於以下用途([編纂]釐定為每股[編纂](即指示性[編纂]的中位數))：

- 約[編纂]將[編纂]；
- 約[編纂]將[編纂]；
- 約[編纂]將[編纂]；
- 約[編纂]將[編纂]；及
- 約[編纂]將[編纂]。

除[編纂]預期[編纂]外，[編纂]。

有關詳情，請參閱「未來計劃及[編纂]」。

[編纂]