

概 要

概覽

我們的業務模式

我們主要從事製造及銷售無縫及傳統貼身衣物產品。我們專注於向我們的ODM客戶提供一站式內部貼身衣物製造解決方案，同時亦通過我們在中國的零售網絡主要以我們的「博尼」品牌銷售我們的品牌貼身衣物。我們製造各種無縫及傳統的貼身衣物，包括文胸、內褲、保暖衣及家居服，且我們亦生產功能性運動服裝。我們的大部分無縫產品售予我們的ODM客戶，而我們主要在我們於中國的品牌銷售中銷售傳統產品。

下表載列於往績記錄期間按業務分部劃分的我們的收入明細：

	截至12月31日止年度						截至2018年6月30日	
	2015年		2016年		2017年		止六個月	
	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比	收入	佔收入百分比
	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)	人民幣千元	(%)
ODM銷售	197,274	61.9	217,548	66.7	200,677	63.8	85,006	67.2
– 海外	179,686	56.4	163,687	50.2	137,403	43.7	61,234	48.4
– 中國	17,588	5.5	53,861	16.5	63,274	20.1	23,772	18.8
品牌銷售 ^(附註)	121,290	38.1	108,987	33.3	113,906	36.2	41,430	32.8
總額	318,564	100.0	326,535	100.0	314,583	100.0	126,436	100.0

附註：所有品牌銷售均屬國內銷售。

就我們的ODM銷售而言，我們按ODM基準為客戶生產無縫貼身衣物產品並銷售至包括美國、德國、荷蘭及中國在內的超過20個國家。我們的所有ODM產品均為無縫產品。根據弗若斯特沙利文報告，按2017年的總銷售額計，我們是中國第三大無縫貼身衣物製造商，約佔1.7%的市場份額。我們的主要ODM客戶包括服裝品牌採購代理及品牌持有公司自身。於最後可行日期，我們為超過30名ODM客戶（包括知名服裝及零售商品品牌）提供服務。我們業務發展的成功體現在我們於2018年7月就一個知名服裝零售商品品牌（一家總部位於日本的服裝零售商，於東京證券交易所及聯交所雙重上市）訂立框架供應協議，並於2018年8月與一家擁有若干世界知名服裝品牌的品牌持有公司（於紐約證券交易所上市）的美國採購代理訂立長期供應協議。憑藉我們在無縫貼身衣物生產方面的強大研發能力及技術專長，我們已成功滲透到哺乳文胸的細分領域，此

概 要

乃需要在產品設計及材料使用方面具備專業技能。自2017年以來，我們成為慕熙服飾的唯一獨家哺乳文胸ODM供應商，慕熙服飾在中國經營一家領先的孕婦產品品牌，其產品在天貓商城十分受中國哺乳女性歡迎，因此，我們的哺乳文胸銷售額由截至2016年12月31日止年度的約人民幣83,000元大幅增至截至2017年12月31日止年度的約人民幣26.2百萬元。於往績記錄期間，我們亦按ODM基準向亞馬遜電子商務平台上領先的哺乳文胸銷售商及一家領先的美國哺乳文胸品牌供應產品。

就我們的品牌銷售而言，我們通過遍佈中國的廣泛且有序的全國零售網絡（主要包括我們的自營店及加盟店，而並不涉及分銷商或多層加盟商）主要以我們的「博尼」品牌銷售產品。我們在品牌銷售中主要以傳統貼身衣物產品為主。於最後可行日期，我們的零售網絡包括遍佈中國20個省、直轄市及自治區的152間自營店及37間加盟店。

我們的產品

我們的產品可按生產技術，分為無縫及傳統產品。關於該兩類產品，我們提供多種貼身衣物產品，可分為(i)貼身衣物及其他產品；及(ii)功能性運動服裝。我們的大多數產品適於女性消費者，但我們也銷售少量男性貼身衣物產品、針織家居用品、內衣及配件。

下表載列於所示期間按產品類別劃分的收入明細：

	2015年		截至12月31日止年度 2016年		2017年		截至6月30日止六個月 2017年		2018年	
	收入 人民幣千元	佔收入 百分比 (%)	收入 人民幣千元	佔收入 百分比 (%)	收入 人民幣千元	佔收入 百分比 (%)	收入 人民幣千元	佔收入 百分比 (%)	收入 人民幣千元	佔收入 百分比 (%)
ODM銷售										
<i>無縫產品</i>										
貼身衣物及其他	136,340	42.8	165,791	50.8	149,670	47.6	65,879	51.8	59,608	47.1
— 哺乳文胸	—	—	83	0.0	26,238	8.3	4,742	3.7	13,674	10.8
功能性運動服裝	60,934	19.1	51,757	15.9	51,007	16.2	12,918	10.2	25,398	20.1
小計	197,274	61.9	217,548	66.7	200,677	63.8	78,797	62.0	85,006	67.2
品牌銷售										
<i>無縫產品</i>										
貼身衣物及其他	1,889	0.6	4,908	1.5	5,411	1.7	2,712	2.1	4,403	3.5
功能性運動服裝	—	—	—	—	47	0.0	10	0.0	45	0.0
<i>傳統產品</i>										
貼身衣物及其他	114,971	36.1	101,357	31.0	105,167	33.4	45,075	35.4	36,612	29.0
功能性運動服裝	4,430	1.4	2,722	0.8	3,281	1.1	619	0.5	370	0.3
小計	121,290	38.1	108,987	33.3	113,906	36.2	48,416	38.0	41,430	32.8
總額	318,564	100.0	326,535	100.0	314,583	100.0	127,213	100.0	126,436	100.0

附註：貼身衣物及其他包括貼身衣物、休閒服、保暖衣及其他產品的銷售。

概 要

就我們的ODM銷售而言，我們的全部產品均為無縫產品。另一方面，就我們的品牌銷售而言，我們的產品主要為傳統產品。我們的品牌產品主要以「博尼」品牌銷售，我們將「博尼」品牌定位為面向中高端貼身衣物市場的貼身衣物品牌。自2017年起，為擴大我們品牌產品的目標客戶群，我們通過經甄選自營店及加盟商向大眾市場推出「U+ Bonny (Bonny生活家)」品牌，我們將該品牌定位為專業針織家居及內衣品牌。我們在「U+ Bonny (Bonny生活家)」門店銷售的貼身衣物產品在產品多樣性、產品款式及價格方面有別於我們在「博尼」門店銷售的產品。除貼身衣物產品外，我們亦在「U+Bonny (Bonny生活家)」門店銷售其他針織家居用品、內衣及配件，例如襪子、浴巾及圍巾。更多資料，請參閱本文件「業務－產品」。

我們的客戶

我們的主要ODM客戶包括服裝品牌的採購代理及品牌持有公司自身。於最後可行日期，我們擁有超過30名海外ODM客戶。我們的所有品牌銷售主要均為以我們的「博尼」品牌及通過我們在中國廣泛及有序的全國零售網絡進行的零售。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年6月30日止六個月，我們的五大客戶（均為ODM客戶）合共分別佔我們總收入約45.2%、47.6%、50.1%及54.4%。於該各相同期間，我們的最大客戶分別佔我們總收入約20.8%、17.9%、13.5%及20.2%。於往績記錄期間，概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東（就董事所知，擁有我們5%以上的已發行股本）於我們五大客戶中擁有任何權益。更多資料，請參閱本文件「業務－客戶」。

我們的供應商及原材料

我們生產所用的主要原材料包括紗線、服裝配件、染料及包裝材料。我們就貼身衣物採購的紗線主要以錦綸製成。我們已與五大供應商建立介乎約四至八年的穩定關係。截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年6月30日止六個月，向我們五大供應商作出的採購額合共分別佔我們採購總額約33.9%、36.8%、37.3%及41.9%，而向我們最大供應商作出的採購額則分別佔我們採購總額約21.0%、14.2%、16.4%及12.8%。除德施普新材料（於截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年6月30日止六個月為我們的最大供應商）外，於往績記錄期間及截至最後可行日期概無董事或彼等各自的聯繫人或任何股東（據董事所知，彼等擁有5%以上的已發行股份）在我們五大供應商中擁有任何權益。有關本集團與德施普新材料之間交易的進一步詳情，請參閱本文件「持續關連交易」一節。更多資料，請參閱本文件「業務－供應商及原材料」。

概 要

我們的生產設施

我們擁有兩處生產基地，即均位於中國浙江省義烏的蘇溪生產基地及北苑生產基地。目前我們僅營運蘇溪生產基地用作生產營運，並在該生產基地生產我們的所有無縫產品及大部分非無縫產品。我們的北苑生產基地分為一期（已竣工）及二期（在建中）。我們計劃利用我們的北苑生產基地擴大我們的無縫產能及用作相關研發目的。我們的計劃產能擴張詳情載於下文。更多資料，請參閱本文件「業務－生產－生產設施」。

競爭優勢

我們認為，下列競爭優勢使我們與其他行業參與者區別開來，促進我們取得成功，並將繼續使我們能夠增加市場份額及把握未來增長機會：

- 我們在提供綜合的內部貼身衣物製造解決方案方面擁有良好的往績記錄。
- 我們與在廣泛的地域範圍進行銷售的優質ODM客戶建立了穩固的業務關係。
- 我們在無縫貼身衣物生產方面的強大產品研發能力及技術專長有助於我們將業務擴展到具有高增長潛力的新產品領域。
- 我們對營運有嚴格及全面的質量控制。
- 我們擁有資深、勝任及敬業的管理團隊。

業務策略

我們的目標為繼續鞏固我們於無縫貼身衣物行業的市場地位及優化我們在中國的品牌銷售。我們擬透過以下舉措達致該等目標：

- 鞏固於無縫貼身衣物市場的地位
- 優化我們於中國的銷售網絡
- 提升產品設計及研發能力

概 要

綜合財務資料概要

綜合損益及其他全面收益表概要

下表載列於所示期間我們的綜合損益及其他全面收益表概要。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2015年	2016年	2017年	2017年	2018年
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
收入	318,564	326,535	314,583	127,213	126,436
– ODM銷售	197,274	217,548	200,677	78,797	85,006
– 品牌銷售	121,290	108,987	113,906	48,416	41,430
毛利	151,177	140,658	139,683	67,442	50,904
稅前溢利／(虧損)	22,147	21,393	20,849	4,724	(3,343)
年／期內溢利／(虧損)	<u>19,241</u>	<u>19,296</u>	<u>18,409</u>	<u>4,547</u>	<u>(2,945)</u>

作為無縫貼身衣物製造商，我們的ODM收入受我們的產能限制。於往績記錄期間，我們的ODM收入保持相對穩定，與我們的穩定使用率（於截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度以及截至2018年6月30日止六個月分別為81%、81%、82%及80%）一致。

我們的品牌銷售收入於往績記錄期間整體呈減少趨勢，乃主要由於我們為確保自營店的成本效益及提升我們的溢利而採取通過關閉財務或經營表現欠佳的零售店來精簡我們零售網絡的策略所致。

於往績記錄期間，我們的毛利波動乃主要由於分部變動所致，而不同分部可能錄得不同毛利率，取決於原材料成本、生產成本、產品定位、定價及市場推廣策略等因素。

於截至2015年、2016年及2017年12月31日止年度，我們的溢利整體穩定。截至2018年6月30日止六個月錄得虧損乃主要由於主要因原材料成本較高而導致期內毛利減少所致。

概 要

綜合財務狀況表概要

下表載列於所示日期我們的綜合財務狀況表概要。

	於12月31日			於2018年
	2015年	2016年	2017年	6月30日
	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元	人民幣千元
非流動資產	197,888	202,769	197,573	217,936
流動資產	296,670	288,659	290,603	253,614
流動負債	299,495	331,669	510,273	335,152
流動負債淨額	(2,825)	(43,010)	(219,670)	(81,538)
非流動負債	55,800	–	–	–
淨資產／(負債)	139,263	159,759	(22,097)	136,398

於整個往績記錄期間，我們錄得流動負債淨額，乃主要由於本集團獲取大量短期計息銀行借款，以(i)滿足我們收購位於浙江省義烏市的土地的資金需求及我們北苑生產基地的建設費用；及(ii)鑑於我們需要就零售業務儲備存貨以滿足客戶需求導致存貨週轉天數較長而需支持我們的營運資金所致。我們的流動負債淨額於2017年12月31日尤其高乃由於(i)應付關連方款項人民幣100.9百萬元；(ii)應付董事（駱衛星先生）款項人民幣2.3百萬元；及(iii)應付巴瑞貿易及當時12名個人股東（駱衛星先生除外）其他應付款項人民幣50.8百萬元，全部款項均有關於本集團向浙江博尼當時股東收購其股權（作為重組的一部分）。於2018年4月以現金方式結清上述收購應付款項後，我們的流動負債淨額由2017年12月31日的人民幣219.7百萬元大幅增至2018年6月30日的人民幣81.6百萬元。

於2018年6月30日，儘管我們的流動負債淨額約為人民幣81.5百萬元，但經考慮以下因素後董事認為，我們有充足的營運資金，可滿足現時及自本文件日期起計未來至少12個月的需求：(i)我們已確認獲得一家銀行授予銀行融資總額約人民幣179.8百萬元，倘本集團並無重大不利變動，該銀行將於銀行融資到期後繼續提供信貸支持；(ii)未動用銀行融資約人民幣79.6百萬元；(iii)我們於往績記錄期間錄得經營活動產生正現金淨額；及(iv)於往績記錄期間，我們並無在償還銀行借款方面出現重大違約且我們並無遭遇任何信貸遭撤回及要求提早償還銀行借款的情況。

概 要

綜合現金流量表概要

下表載列於所示期間我們的綜合現金流量表概要。

	截至12月31日止年度			截至6月30日止六個月	
	2015年 人民幣千元	2016年 人民幣千元	2017年 人民幣千元	2017年 人民幣千元	2018年 人民幣千元
經營活動所得／(所用)					
淨現金流量	43,048	59,717	40,193	(5,763)	37,289
投資活動所用淨現金流量	(15,449)	(6,513)	(32,852)	(65,085)	(35,871)
融資活動(所用)／所得					
淨現金流量	<u>(19,730)</u>	<u>(34,702)</u>	<u>(36,933)</u>	<u>44,275</u>	<u>(14,069)</u>
現金及現金等價物淨					
增加／(減少)	7,869	18,502	(29,592)	(26,573)	(12,651)
年初現金及現金等價物	31,729	39,809	58,386	58,386	28,770
匯率變動影響淨額	<u>211</u>	<u>75</u>	<u>(24)</u>	<u>(12)</u>	<u>4</u>
年末現金及現金等價物	<u><u>39,809</u></u>	<u><u>58,386</u></u>	<u><u>28,770</u></u>	<u><u>31,801</u></u>	<u><u>16,123</u></u>

於往績記錄期間，我們錄得經營活動產生的正淨現金流量。於往績記錄期間，我們的投資活動所用負淨現金流量乃由於購買物業、廠房及設備項目及添置其他無形資產所致。於往績記錄期間，我們錄得融資活動所用負現金流量，用於償還借款、支付股息及利息。

概 要

主要財務比率

下表載列於所示日期或期間的主要財務比率。有關我們主要財務比率的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料－主要財務比率」。

	於2018年			於12月31日／截至該日止年度 2015年 人民幣千元	2016年 人民幣千元	2017年 人民幣千元	6月30日／
	截至該日止 六個月 人民幣千元						
毛利率	47.5%	43.1%	44.4%	40.3%			
淨利潤率	6.0%	5.9%	5.9%	不適用	(附註2)		
權益回報率	13.8%	12.1%	不適用	(附註1)	不適用	(附註2)	
資產回報率	3.9%	3.9%	3.8%	不適用	(附註2)		
利息覆蓋率	2.7	3.3	2.8	0.5			

附註：

- 截至2017年12月31日止年度的權益回報率並不適用，因為我們於2017年12月31日錄得負權益狀況，原因是作為重組的一部分收購附屬公司當時股東的股權所致。
- 我們注意到截至2018年6月30日止六個月的純利為負。

我們的控股股東

緊隨資本化發行及[編纂]完成後（並無計及因[編纂]獲行使而將予發行的股份），Maximax將持有本公司約[編纂]%的已發行股本，而Maximax由金先生全資持有，因此金先生及Maximax將於[編纂]後繼續為我們的控股股東。更多資料，請參閱本文件「與控股股東的關係」。

近期發展情況

儘管截至2018年6月30日止六個月的淨虧損約為人民幣2.9百萬元（主要是由於[編纂]開支及季節性的影響），我們的營運財務表現自2018年6月30日以來有所改善。截至2018年8月31日止八個月我們每月平均收入與截至2018年6月30日止六個月的收入相比大幅增加至少約15.0%。基於此，並計及我們業務營運的近期發展，我們的董事認為我們的營運財務表現將於2018年下半年繼續獲得改善。

概 要

就我們的ODM銷售而言，我們繼續擴大我們的ODM客戶群，並維持及增加來自現有客戶及新客戶的訂單。我們業務發展的成功體現在我們於2018年7月就一個知名服裝零售商品牌（一家總部位於日本的服裝零售商，於東京證券交易所及聯交所雙重上市）訂立框架供應協議，並於2018年8月與一家擁有若干世界知名服裝品牌的品牌持有公司（於紐約證券交易所上市）的美國採購代理訂立長期供應協議。我們於哺乳文胸分部的銷售亦繼續增長，乃由於來自慕熙服飾（在中國經營一家領先的孕婦產品品牌，其產品在天貓商城十分受中國哺乳女性歡迎，我們是其唯一獨家哺乳文胸ODM供應商）及我們的新哺乳文胸ODM客戶（即亞馬遜電子商務平台上的一家領先哺乳文胸銷售商及一家領先的美國哺乳文胸品牌）的訂單增加。於截至2018年8月31日止八個月，我們已收到將於2018年12月31日之前向我們ODM客戶交貨的總金額約人民幣191.4百萬元的銷售訂單。於2018年9月，我們與慕熙服飾訂立策略合作框架協議，據此（其中包括）本集團的目標是在2019年向慕熙服飾作出哺乳文胸及其他產品的總銷售額達人民幣150百萬元至人民幣200百萬元，且我們應為向慕熙服飾提供相關產品的獨家供應商。

就我們的品牌銷售而言，於2018年，作為優化我們門店成本效益的策略的一部分，我們繼續精簡我們在中國的零售網絡。我們的零售店總數由2018年年初的215間減少至於最後可行日期的189間（包括152間自營店及37間加盟店）。

無重大不利變動

董事經審慎周詳考慮後確認，除[編纂]開支的不利影響外，自2018年6月30日起直至本文件日期，我們的財務、營運或貿易狀況並無重大不利變動。

[編纂]開支

假設[編纂]未獲行使及假設[編纂]為每股[編纂][編纂]港元（即本文件所述指示性[編纂]範圍的中位數），非經常性估計[編纂]開支總額（包括[編纂]佣金）估計約為[編纂]。

於往績記錄期間，[編纂]開支約人民幣[編纂]百萬元（相等於[編纂]）已自綜合損益及其他全面收益表扣除。截至2018年12月31日止年度，我們估計[編纂]開支[編纂]將自損益扣除，而[編纂]將於成功[編纂]後根據相關會計準則自權益扣除。

董事謹此強調，上文所述的[編纂]開支屬現時估計，作參考用途，而將予確認的實際金額須根據審核及可變因素及假設的當時變動而作出調整。有意投資者務請留意，本集團截至2018年12月31日止年度的財務表現會受到上述[編纂]開支的重大不利影響。

概 要

[編纂]

[編纂]

假設[編纂]為每股[編纂][編纂]（即指示性[編纂]範圍的中位數）且[編纂]未獲行使，我們估計，經扣除我們就[編纂]及[編纂]應付的專業費用、[編纂]佣金及其他費用及開支後，我們自[編纂][編纂]將約為[編纂]百萬港元。我們擬將[編纂]按下列方式使用：

- 約[編纂]（或約[編纂]）將用於為與北苑生產基地（用於擴大我們無縫產品的產能）有關的投資提供資金，其中：
 - (i) 約[編纂]（或約[編纂]）用於北苑生產基地二期的建設；及
 - (ii) 約[編纂]（或約[編纂]）將用於購入及在北苑生產基地安裝額外的機器及設備，其中（根據我們獲得的報價及／或我們最近向機器供應商作出的採購訂單）約[編纂]將用於購入合共200台額外的無縫電子提花專用機、[編纂]用於購入空壓機及相關工具、[編纂]用於購入額外的縫紉機及[編纂]用作安裝費用。

概 要

- 約[編纂]（或約[編纂]百萬港元）將用於提升產品設計及研發能力；及
- 約[編纂]（或約[編纂]百萬港元）將用作營運資金及作一般公司用途。

有關[編纂]及[編纂]的理由及裨益的進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

股息

於截至2015年、2016年、2017年12月31日止年度各年及截至2018年6月30日止六個月，本集團分別宣派及派付股息零、零、人民幣50.0百萬元及零。董事會並無制定訂明派息率的股息政策。派付任何股息及金額（如派付）將取決於我們的經營業績、現金流量、財務狀況、未來前景、資本開支、擴張計劃及董事會可能認為相關的其他因素。過往的股息分派記錄不可用作釐定未來本公司可能宣派或派付股息的水平的參考或基準。在任何一年未獲分派的任何可分派溢利將保留並可於其後年度分派。倘溢利作為股息分派，則相關部分的溢利不可用於我們經營的再投資。有關更多資料，請參閱本文件「財務資料－股息」。

風險因素

我們的經營及[編纂]涉及若干風險，其中多數非我們所能控制。該等風險可劃分為：(i)與我們的行業及業務有關的風險；(ii)與在中國開展業務有關的風險；及(iii)與[編纂]有關的風險。若干特定風險包括：

- 我們倚賴少數主要客戶。
- 我們的ODM客戶並未向我們作出長期採購承諾，這會令我們可能不時受不確定性及收入波動影響。
- 我們現有生產設施的任何運作中斷均可能減少或限制銷售，並對我們的業務造成重大不利影響。
- 我們可能面對勞工短缺、勞工成本上漲及勞資糾紛等情況，這可能會對我們的增長及經營業績造成不利影響。
- 我們向ODM客戶授出信貸期，倘該等客戶未能清償款項或延遲付款，可能對我們的營運資金及現金流量狀況造成不利影響。

概 要

- 我們過往曾錄得流動負債淨額。

潛在投資者在就[編纂]作出任何投資決定前，務請細閱本文件「風險因素」。

法律合規

董事確認本集團已取得進行業務活動所需的所有重要牌照、許可證及批准。除本文件「業務－合規」所披露者外，董事確認，於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團已在所有重大方面遵守所有適用法律及法規。