

## 概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概覽。由於本節僅為概要，故並無載列對閣下可能屬重要的所有資料。閣下於決定投資股份前應閱覽整份文件。

任何投資均涉及風險。有關投資股份的若干特定風險載於本文件「風險因素」一節。閣下於投資股份時務請細閱該章節。

本概要所用多個詞彙均於本文件「釋義」一節界定。

## 概 覽

我們為知名的背包及行李箱製造商及出口商之一，主要按照我們的業務模式經營多元化產品組合的設計、開發、製造及銷售。我們有關產品組合的背包及行李箱產品分類為：(i) 自有標籤產品；及(ii) 品牌產品，涵蓋特許品牌產品及自家 *Ellehammer* 品牌產品。該等產品迎合兒童、青少年、運動、休閒、商業、旅行及技術領域的需求。根據灼識諮詢報告，按照二零一八年的出廠收益計算，我們於總部設在中國的背包及行李箱產品OEM、ODM及OBM公司之中排名第八，市場佔有率約為0.71%。下表進一步闡述我們的業務模式：

產品組合	採用的業務模式
自有標籤產品	OEM及ODM
品牌產品	ODM—根據與國際知名品牌特許商(包括特許商A、特許商B及特許商C)訂立的特許安排用於特許品牌產品。  OBM用於自家 <i>Ellehammer</i> 品牌產品

我們於一九八九年開始經營業務。我們的總部設於香港，生產廠房位於中國廣東省深圳及江西省贛州。我們於丹麥奧爾胡斯設有銷售及營銷辦事處。我們亦分別於香港總部、丹麥奧爾胡斯的銷售及營銷辦事處以及中國深圳的全球發展及供應鏈中心設有三間展廳。

## 概 覽

除向自有標籤客戶直接銷售外，我們亦採用混合營銷體系，據此，我們使用自營分銷渠道及第三方分銷商銷售我們的品牌產品。我們的自營分銷渠道設於我們在丹麥奧爾胡斯的銷售及營銷辦事處經營，主要向歐洲的批發商及零售商銷售產品。在我們大部分的地區市場中，我們採取的策略是委聘第三方分銷商於彼等各自的當地市場分銷我們的品牌產品，藉此利用彼等已建立的分銷網絡，以更便利及更具成本效益的方式滲透至該等市場。

於往績記錄期間，我們的收益穩定增長。於截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，我們的收益分別約為630.4百萬港元、660.0百萬港元及677.5百萬港元。

下表載列於所示年度按產品劃分的收益、毛利及毛利率：

	截至十二月三十一日止年度											
	二零一六年			二零一七年			二零一八年					
	收益	佔總額百分比	毛利率	收益	佔總額百分比	毛利率	收益	佔總額百分比	毛利率	毛利	佔總額百分比	毛利率
千港元	%	%	千港元	%	%	千港元	%	%	千港元	%	%	
背包及其他袋	349,853	55.5	25.0	389,832	59.1	26.0	381,905	56.4	28.1	107,361	43.6	16.1
行李箱	280,517	44.5	12.6	270,216	40.9	14.7	295,559	43.6	22.9	47,539	100.0	22.9
總計	630,370	100.0	19.5	660,048	100.0	21.3	677,464	100.0	22.9	154,900	100.0	22.9

## 概 要

下表載列按產品組合及分銷渠道劃分的收益、毛利及毛利率明細：

	截至十二月三十一日止年度											
	二零一六年		二零一七年		二零一八年							
	收益 千港元	佔總額 百分比 %	毛利 千港元	佔總額 百分比 %	收益 千港元	佔總額 百分比 %						
<b>自有標籤產品</b>	397,732	63.1	47,670	12.0	429,754	65.1	47,887	11.1	514,392	75.9	75,572	14.7
<b>品牌產品</b>												
-特許品牌產品	108,338	17.2	47,954	44.3	139,677	21.2	68,390	49.0	139,158	20.6	72,536	52.1
• 第三方分銷商	74,501	11.8	27,280	36.6	92,181	14.0	38,524	41.8	82,489	12.2	44,288	53.7
• 第三方批發商及零售商	-	-	-	-	-	-	-	-	116	-	68	58.6
• 自營分銷渠道 <sup>(備註)</sup>	33,837	5.4	20,674	61.1	47,496	7.2	29,866	62.9	56,553	8.4	28,180	49.8
-Ellehammer 品牌產品	124,300	19.7	27,455	22.1	90,617	13.7	24,625	27.2	23,914	3.5	6,792	28.4
• 第三方分銷商	121,985	19.3	26,939	22.1	89,887	13.6	24,467	27.2	20,761	3.1	5,628	27.1
• 自營分銷渠道 <sup>(備註)</sup>	2,315	0.4	516	22.3	730	0.1	158	21.6	3,153	0.4	1,164	36.9
小計	232,638	36.9	75,409	32.4	230,294	34.9	93,015	40.4	163,072	24.1	79,328	48.6
總計	630,370	100.0	123,079	19.5	660,048	100.0	140,902	21.3	677,464	100.0	154,900	22.9

附註：我們的自營分銷渠道由BBM APS及BBM GMBH經營。

## 概 要

### 我們的客戶

我們已建立多元化的客戶組合，其中包括自有標籤客戶、分銷商、批發商及零售商。我們向主要位於北美、歐洲、中東及中國的客戶銷售各類背包及行李箱產品。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度各年，我們的產品按直銷形式分別售予56個、58個及59個國家。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，我們向五大客戶作出的銷售額分別佔銷售總額約69.5%、63.9%及57.5%，而向最大客戶作出的銷售額分別佔相應年度銷售總額約28.5%、28.7%及32.8%。於往績記錄期間，我們與五大客戶已建立兩至15年的穩定業務關係。有關我們客戶的進一步詳情載於本文件「業務—我們的客戶」一節。

### 我們的供應商

我們的供應商包括原材料供應商及分包商。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，我們向五大供應商作出的採購額分別佔採購總額約46.6%、40.6%及34.9%，而我們向最大供應商作出的採購額分別佔相應年度採購總額約12.7%、15.8%及11.7%。於往績記錄期間，五大供應商已與我們維持兩至七年的業務關係。我們主要向位於中國、台灣及南韓的供應商採購原材料。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，我們分別向125名、146名及134名原材料供應商採購。

我們有兩類分包商，即現場分包商及場外分包商，於我們的江西工廠的自有生產設施現場開展指定生產工序。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，我們分別有三名現場分包商以及有35名、49名及55名場外分包商。

有關我們原材料供應商及分包商的進一步詳情載於本文件「業務—我們的供應商」一節。

### 生產設施

我們的生產設施包括位於中國的深圳工廠及江西工廠，該等工廠於最後可行日期分別擁有3條及27條生產線。深圳工廠的生產規模較小，主要由於深圳的勞工成本高於江西。於最後可行日期，我們將硬殼行李箱的生產外判予分包商，此乃由於我們並無投資於有關生產機器。

## 概 要

下表載列於往績記錄期間內部生產設施的估計最大產能、實際產量及平均使用率：

生產設施	截至十二月三十一日止年度								
	二零一六年			二零一七年			二零一八年		
	估計		使用率	估計		使用率	估計		使用率
	最大產能	實際產量		最大產能	實際產量		最大產能	實際產量	
	<small>(附註1)</small>		<small>(附註2)</small>	<small>(附註1)</small>		<small>(附註2)</small>	<small>(附註1)</small>		<small>(附註2)</small>
	(件)	(件)	(%)	(件)	(件)	(%)	(件)	(件)	(%)
深圳工廠	239,700	153,054	63.9	237,000	212,670	89.7	157,000	141,256	90.0
江西工廠	6,821,100	6,325,039	92.7	7,434,000	7,254,478	97.6	8,438,000	8,231,737	97.6
總計	7,060,800	6,478,093	91.7	7,671,000	7,467,148	97.3	8,595,000	8,372,993	97.4

附註：

- (1) 某一年度的估計最大產能按設計月產能(基於假設每月有23.5個計劃生產日)乘以該年度的月份總數計算。
- (2) 某一年度的使用率按年內實際產量除以該年內估計最大產能計算。

### 我們的成本結構

於往績記錄期間，我們的銷售成本包括(i)已售存貨成本；(ii)勞工成本；(iii)運輸及貨運費用；(iv)租金及差餉；及(v)折舊。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，銷售成本總額分別約為507.3百萬港元、519.1百萬港元及522.6百萬港元。於往績記錄期間，已售存貨成本及勞工成本為銷售成本總額的主要組成部分。已售存貨成本主要包括製成品成本、原材料成本及分包費用。已售存貨成本佔銷售成本的最大部分，於截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度分別佔銷售成本總額約81.2%、81.5%及82.4%。勞工成本包括僱員及從事生產活動的員工的工資及福利，於截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度佔銷售成本總額約15.0%、14.7%及13.8%。有關銷售成本明細的詳情載於本文件「財務資料－經營業績－銷售成本」一節。

## 概 要

### 銷售及營銷

下表載列於往績記錄期間按地區劃分的收益明細。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，我們的自有標籤及品牌產品按直銷基準分別售往56個、58個及59個國家。該收益被視為來源於就自有標籤客戶所處位置或分銷商、批發商或零售商所處位置而言的特定地理區域。

	截至十二月三十一日止年度					
	二零一六年		二零一七年		二零一八年	
	收益	佔總額	收益	佔總額	收益	佔總額
	千港元	%	千港元	%	千港元	%
北美 <sup>(附註1)</sup>	265,535	42.1	285,820	43.3	327,902	48.4
歐洲 <sup>(附註2)</sup>	248,699	39.5	250,338	37.9	230,979	34.1
中國	42,423	6.7	48,832	7.4	47,196	7.0
中東 <sup>(附註3)</sup>	36,543	5.8	28,855	4.4	20,710	3.0
其他 <sup>(附註4)</sup>	37,170	5.9	46,203	7.0	50,677	7.5
總計	<u>630,370</u>	<u>100.0</u>	<u>660,048</u>	<u>100.0</u>	<u>677,464</u>	<u>100.0</u>

附註：

1. 北美洲包括美國、加拿大及墨西哥。
2. 歐洲主要包括荷蘭、德國、丹麥及法國。
3. 中東主要包括阿拉伯聯合酋長國及伊拉克。
4. 其他主要包括新加坡、南韓、澳洲、菲律賓、秘魯及智利。

### 第三方分銷商

#### 分銷安排

我們的大部分目標市場主要採用分銷銷售策略，因為分銷安排讓我們節省與當地零售商磋商及管理該等零售商的成本，且我們能夠利用對當地市場的瞭解、分銷商已建立的網絡及銷售渠道，以快速有效的方式擴大我們的銷售網絡。根據灼識諮詢報告，分銷安排在背包及行李箱行業屬常見。在分銷安排下，我們直接向分銷商銷售品牌產品。我們於品牌產品交付時確認向分銷商銷售貨物所得收益。我們與各分銷商的關係一般而言為賣方與買方。

## 概 要

### 管理分銷商

我們對分銷商的分銷網絡並無擁有權或管理控制權，而我們透過監察分銷商遵守分銷協議條款的情況管理分銷網絡。

截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，我們分別有合共63名、56名及54名第三方分銷商。截至二零一七年十二月三十一日止年度分銷商數目減少，主要是由於我們有意集中於少數分銷商，並加強與彼等的合作。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度各年，品牌產品透過第三方分銷商售予97個、91個及83個國家。

### 定價政策

就自有標籤產品而言，我們根據與各客戶的磋商按個別情況向彼等提供報價。就品牌產品而言，我們的商業總監一般有權根據個別情況按預定售價向分銷商授予允許範圍內的折扣。對於超出允許範圍的折扣，我們的銷售及營銷團隊將向管理團隊尋求授權。

### 競爭優勢及業務策略

我們相信，我們的成功及進一步增長的潛力有賴以下競爭優勢：(i)全球特許策略及與國際知名品牌特許商建立穩固長期的關係；(ii)強大的設計及研發能力；(iii)精簡的生產流程使我們能夠有效管理成本；(iv)由第三方分銷商及自營分銷渠道組成的廣泛而多樣的國際銷售網絡；及(v)具備全面行業、市場及產品類別知識且往績記錄彪炳的資深管理團隊。有關我們競爭優勢的進一步詳情載於本文件「業務－競爭優勢」一節。

我們的主要業務目標為加強我們於背包及行李箱行業的地位。我們擬透過落實以下策略達致該等目標：(i)透過獲取國際知名品牌特許商新的特許權增加我們的產品供應；(ii)擴大及提高我們於特許品牌產品領域的佔有率；(iii)提升我們的設計及開發能力；(iv)擴大我們的銷售及營銷網絡；(v)加強及擴大我們的製造能力；及(vi)加強資訊科技管理系統以提高營運效率。有關我們業務策略的進一步詳情，請參閱本文件「業務－我們的業務策略」一節。

## 概 要

### 經營業績概要

下表載列本集團於往績記錄期間的經營業績概要。有關我們財務表現的進一步詳情，請參閱本文件附錄一所載會計師報告。

### 綜合全面收益表摘要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一六年	二零一七年	二零一八年
	千港元	千港元	千港元
收益	630,370	660,048	677,464
毛利	123,079	140,902	154,900
經營溢利	33,763	40,354	41,592
除所得稅前溢利	29,503	35,627	36,142
年內溢利	24,618	28,329	27,119
年內溢利及其他全面收入	23,889	30,848	25,651

於整個往績記錄期間，我們的收益來自銷售多元化背包及行李箱產品組合。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，收益分別約為630.4百萬港元、660.0百萬港元及677.5百萬港元，而相關年度溢利及其他全面收入分別約為23.9百萬港元、30.8百萬港元及25.7百萬港元。

### 非香港財務報告準則衡量指標

於往績記錄期間，我們於損益中確認[編纂]為行政開支。該等[編纂]在性質上屬非經常性開支，故我們已作出調整以排除為說明用途而呈列的該等年內開支(性質上屬未經審核)。年內溢利(不包括[編纂])並非香港財務報告準則項下的表現衡量方法。

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一六年	二零一七年	二零一八年
	千港元	千港元	千港元
年內溢利	24,618	28,329	27,119
加：[編纂]	[編纂]	[編纂]	[編纂]
年內溢利(不包括[編纂])	<u>24,618</u>	<u>30,250</u>	<u>40,114</u>

截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，年內溢利(不包括[編纂])分別約為24.6百萬港元、30.3百萬港元及40.1百萬港元。



## 概 要

作為非香港財務報告準則的衡量指標，呈列年內溢利(不包括[編纂])的原因為管理層認為該資料將有助投資者透過撇除屬非經常性[編纂]的影響來評估年內溢利。使用年內溢利(不包括[編纂])作為分析工具存在限制，原因為其並不包括所有影響相關年內溢利的項目，故不應單獨形式考慮，或替代根據香港財務報告準則呈列的財務業績、表現或流動資金的分析。

### 綜合財務狀況表摘要

	於十二月三十一日			於
	二零一六年	二零一七年	二零一八年	二零一九年 四月三十日
	千港元	千港元	千港元	千港元 (未經審核)
非流動資產總值	79,600	84,103	89,704	88,807
流動資產總值	318,500	309,808	338,273	271,815
非流動負債總額	22,524	18,369	23,896	20,692
流動負債總額	256,850	301,128	324,016	266,458
流動資產淨值	61,650	8,680	14,257	5,357
權益總額	118,726	74,414	80,065	73,472

我們的流動資產淨值狀況由二零一六年十二月三十一日約61.7百萬港元減少至二零一七年十二月三十一日約8.7百萬港元，減少約53.0百萬港元。我們的權益總額狀況由二零一六年十二月三十一日約118.7百萬港元減少約44.3百萬港元至二零一七年十二月三十一日約74.4百萬港元。於二零一七年十二月三十一日，流動資產淨值及權益總額減少主要由於截至二零一七年十二月三十一日止年度(i)宣派股息40.0百萬港元及(ii)視作向直接控股公司分派約35.2百萬港元。有關股息及視作分派已透過計入與直接控股公司的往來賬結算。

## 概 要

### 綜合現金流量表摘要

	截至十二月三十一日止年度		
	二零一六年 千港元	二零一七年 千港元	二零一八年 千港元
經營活動所得現金淨額	48,553	42,670	15,980
投資活動所用現金淨額	(35,569)	(41,822)	(23,910)
融資活動所得／(所用)現金淨額	(16,522)	(2,481)	616
現金及現金等價物減少淨額	(3,538)	(1,633)	(7,314)
年初現金及現金等價物	12,105	8,978	5,749
匯兌差額	411	(1,596)	2,173
年末現金及現金等價物	<u>8,978</u>	<u>5,749</u>	<u>608</u>

有關貿易應收款項及貿易應付款項的進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—經選定資產負債表項目的討論—貿易及其他應收款項」及「財務資料—經選定資產負債表項目的討論—貿易及其他應付款項」。

### 經選定主要財務比率

下表載列本集團於所示日期的若干財務比率：

	於十二月三十一日／ 截至十二月三十一日止年度		
	二零一六年	二零一七年	二零一八年
流動比率(倍)(附註1)	1.2	1.0	1.0
速動比率(倍)(附註2)	1.0	0.8	1.0
資產負債比率(附註3)	58.3%	111.0%	117.5%
股本負債比率(附註4)	40.7%	82.1%	95.4%
利息覆蓋率(倍)(附註5)	7.1	7.4	6.3
資產回報率(附註6)	6.2%	7.2%	6.3%
股本回報率(附註7)	20.7%	38.1%	33.9%

資產負債比率由二零一六年十二月三十一日約58.3%升至二零一七年十二月三十一日約111.0%，主要由於截至二零一七年十二月三十一日止年度宣派股息為數40.0百萬港元導致權益減少所致。

## 概 要

附註：

1. 流動比率按流動資產(不包括持作出售的非流動資產)除以流動負債計算。
2. 速動比率按流動資產(不包括持作出售的非流動資產)減存貨再除以流動負債計算。
3. 資產負債比率按債務總額除以權益總額再乘以100%計算。債務總額定義為融資租賃承擔、租賃負債、銀行透支以及銀行及其他借款的總和。
4. 股本負債比率按債務淨額除以權益總額計算。債務淨額定義為扣除銀行及手頭現金後的債務總額。
5. 利息覆蓋率按除融資成本及所得稅開支前溢利除以融資成本計算。
6. 資產回報率按本公司擁有人應佔純利除以資產總值期末結餘計算。
7. 股本回報率按本公司擁有人應佔純利除以權益總額期末結餘計算。

### [編纂]

於二零一七年十月三日，GPG與[編纂]訂立股份購買協議，據此，[編纂]同意收購GHL英屬處女群島16股股份，佔GHL英屬處女群島全部已發行股本的16%，代價為14.4百萬港元，乃由GPG與[編纂]經參考GHL英屬處女群島資產淨值公平磋商後達成。代價12.0百萬港元於二零一七年十月四日以現金償付。餘下代價2.4百萬港元於二零一七年十月三十一日以現金償付，而[編纂]完成，其後GHL英屬處女群島成為由GPG及[編纂]分別擁有84%及16%權益。

於二零一八年十月十二日，本公司向[編纂]收購GHL英屬處女群島的16股股份(相當於GHL英屬處女群島全部已發行股本的16%)。作為上述收購的代價，1,600股股份獲配發、發行及入賬列作繳足予[編纂]。進行上述收購、配發及發行後，本公司由[編纂]擁有已發行股份總數16%。[編纂]後，[編纂]將持有本公司股權[編纂]。

### 我們的控股股東

緊隨資本化發行及[編纂]完成後(並無計及[編纂]及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使時可予發行的任何股份)，GPG將持有本公司已發行股本[編纂]。GPG為並無任何業務營運的投資控股公司，於重組完成後由RHS、Easy Achiever、優立及Berg Group分別擁有11.3%、10.2%、23.4%及55.2%。RHS由

## 概 要

Henriksen先生全資擁有。Easy Achiever、優立及Berg Group各自由Berg先生全資擁有。Berg先生、Easy Achiever、優立、Berg Group、Henriksen先生、RHS及GPG各自為我們的控股股東，並將共同組成一組控股股東，其有權控制本公司緊隨資本化發行及[編纂]完成後(並無計及[編纂]及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使時可予發行的任何股份)已發行股本[編纂]。

### [編纂]

假設並無行使[編纂]及按每股[編纂]的[編纂]為[編纂]港元計算，則估計由本集團承擔有關[編纂]的[編纂]及佣金的總額約為[編纂]港元。

由本集團承擔的[編纂]總額[編纂]港元中，因發行新股份直接產生的[編纂]約[編纂]港元將於[編纂]後在權益中扣除。[編纂]約[編纂]港元及[編纂]港元於截至二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度已分別自損益扣除，而餘額約[編纂]港元將於截至二零一九年十二月三十一日止年度自損益扣除。有關[編纂]的開支屬非經常性質。估計[編纂]將予承擔的[編纂]約為[編纂]港元。

除[編纂]外，董事確認，截至最後可行日期，我們自二零一八年十二月三十一日(即本集團編製最近期經審核綜合財務報表日期)起的財務或經營狀況或前景概無重大不利變動。自二零一八年十二月三十一日起亦無發生會對本文件附錄一會計師報告所示資料造成重大影響的事件。

### [編纂]統計數據

根據每股  
[編纂]港元的  
[編纂]計算

[編纂]時的市值 <sup>(附註1)</sup>	[編纂]
本集團每股未經審核備考經調整 綜合有形資產淨值 <sup>(附註2)</sup>	[編纂]

附註：

1. 股份市值乃根據緊隨[編纂]及資本化發行完成後(未計及因[編纂]及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能配發及發行的任何股份)的已發行[編纂]股股份計算。
2. 本集團每股未經審核備考經調整綜合有形資產淨值參考若干估計及調整後得出。有關進一步詳情請參閱本文件附錄二。

## 概 要

### 股息

股息或會以現金方式或我們認為合適的其他方式派付。我們其中一間附屬公司於截至二零一七年十二月三十一日止年度經由往來賬戶向其當時股東宣派及悉數償付股息40.0百萬港元。本公司於截至二零一八年十二月三十一日止年度經由往來賬戶向其股東宣派及悉數償付股息20.0百萬港元。任何未來股息的派付將由董事會酌情作出，並將視乎我們的盈利、現金流量、財務狀況、資本需求、法定儲備資金需求及董事認為相關的任何其他條件而定。

任何未來股息的宣派、派付及金額將受組織章程文件規限，包括於必要時取得股東批准。投資者務須注意，過往的股息分派並非未來股息分派政策的指標。

有關進一步詳情載於本文件「財務資料—股息」一節。

### 未來計劃及[編纂]

按[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算，我們估計，我們將自新股份(作為[編纂]的一部分)所收取的[編纂]將約為[編纂]港元(經扣除[編纂]費用及佣金以及我們就[編纂]應付的估計開支，並假設[編纂]並無獲行使)。

我們擬將[編纂][編纂]用於以下用途：

- 約[編纂]港元或[編纂][編纂]用於加強我們於特許品牌產品設計及開發的工作，以提升我們的市場滲透率；
- 約[編纂]港元或[編纂][編纂]用於加強我們的設計及開發能力；
- 約[編纂]港元或[編纂][編纂]用於擴大我們的銷售及營銷網絡；
- 約[編纂]港元或[編纂][編纂]用於加強及改善我們的製造能力；
- 約[編纂]港元或[編纂][編纂]用於提升我們的資訊科技管理系統，以提升營運效率；
- 約[編纂]港元或[編纂][編纂]用於償還若干未償還銀行貸款；及

## 概 要

- 約[編纂]港元或[編纂]將用於本集團的營運資金。

我們估計，[編纂]將自出售銷售股份收取的[編纂](經扣除包銷費用及佣金以及[編纂]應付的估計[編纂]，並按[編纂]每股[編纂][編纂]港元計算，且[編纂]並無獲行使)約為[編纂]港元。我們將不會自[編纂]收取任何[編纂]。

有關[編纂][編纂]的進一步詳情載於本文件「未來計劃及[編纂]」一節。

## 風險因素

本集團業務及財務表現可能受多項主要風險影響，並可能對我們的業務、財務經營業績造成重大不利影響，該等風險包括：(i)我們依賴與我們合作的品牌特許商，而未能重續我們與特許商的特許經營安排可能影響我們的業務；(ii)我們須承擔與品牌產品分銷模式相關的風險；(iii)我們從自有標籤客戶接獲的採購訂單可能會不時波動；(iv)五大客戶於往績記錄期間為我們的總收益貢獻大部分銷售額，而我們向彼等任何一方作出的銷售額減少將對我們的經營及財務業績造成重大不利影響；(v)我們依靠分包商生產產品；(vi)我們面對客戶信貸風險；(vii)我們或未能及時預測及回應消費者偏好及市場趨勢的變化；(viii)我們的銷售額或會受季節性因素影響；及(ix)我們依重出口銷售，而與此相關的固有風險可能對我們的業務、經營業績及財務狀況造成不利影響。

有關我們所面對風險的進一步詳情載於本文件「風險因素」一節。

## 於受國際制裁國家的業務活動

於往績記錄期間，我們透過直接銷售或分銷商銷售，將我們的背包及行李箱產品銷往埃及、伊拉克、黎巴嫩、俄羅斯、巴爾幹半島、烏克蘭及委內瑞拉等若干受國際制裁國家。於往績記錄期間，我們來自向該等客戶進行銷售的收益分別約為10.5百萬港元、14.6百萬港元及18.1百萬港元，分別佔截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度收益總額約1.7%、2.2%及2.7%。據我們的國際制裁及美國法律顧問所告知，於評估我們所面臨的風險後，我們於往績記錄期間進行的活動並無牽涉國際制裁項下的限制。有關進一步詳情載於本文件「風險因素－與我們業務有關的風險－如向受美國、歐盟、聯合國、澳洲及其他有關制裁當局制裁或成為美國、歐盟、聯合國、澳洲及其他有關制裁當局的制裁對象的若干國家進行銷售，我們或會因此受到不利影響」及「業務－於受國際制裁國家的業務活動」一節。

## 概 要

### 物業估值

獨立物業估值師威格斯資產評估顧問有限公司（「物業估值師」）於二零一九年四月三十日為我們的物業權益市值進行估值。就本集團於香港持有作自用及投資的物業權益而言，物業估值師已採用直接比較法，將假設以其現況出售物業與空置管有的利益進行比較並透過參考於相關市場可取得的可資比較出售交易，對物業進行估值。就本集團於中國持有作自用的物業權益而言，物業估值師已於評估地塊及建於土地上的樓宇及建築時，分別採用合併市場及折舊重置成本法。有關進一步詳情載於本文件附錄三。

投資者務請注意，我們物業權益的估值不應被視為其實際可變現價值或對其可變現價值的預測。有關進一步詳情載於本文件「風險因素－與我們業務有關的風險－我們物業的估值可能與其實際可變現價值有別，且受不明朗因素或變動影響」一節。

### 近期發展及重大不利變動

美國與中國之間近期發生貿易糾紛，影響中國向美國出口若干產品的貿易流量。在一連串公布中，美國貿易代表處（「USTR」）辦公室已頒布一份將對來自中國的進口產品徵收額外關稅的清單。該等關稅不少已於二零一八年七月及八月生效。於二零一八年九月十八日頒布另一份清單，當中所列中國進口產品自二零一八年九月二十四日起繳納10%關稅。USTR確認，去年九月初步生效的關稅已自二零一九年五月十日起由10%進一步提升至25%。截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，我們於美國產生的收益分別佔我們收益總額約40.2%、39.6%及44.6%。據董事所深知、全悉及確信，根據USTR公布的最終關稅清單，倘有關關稅於往績記錄期間實施，所有我們向美國的銷售將須繳納25%的美國關稅。然而，由於我們向美國出售及付運的產品主要按離岸價基準進行，我們並無被視為產品進口商，故該責任由客戶而非本集團承擔。於往績記錄期間及截至最後可行日期，我們向美國出口貨物時毋須繳納任何反傾銷稅。

就董事所知悉，直至最後可行日期，概無客戶因美國政府實施貿易關稅而取消任何訂單，亦無於往績記錄期間後出現任何重大不利事件。即使宣布徵收該關稅後，我們仍持續自現有客戶獲取新採購訂單。董事已對美國於二零一八年九月推行10%關稅後的收益進行比較，結果顯示我們於美國的銷售總額自二零一七年十月一日至二零一八年三月三十一日止六個月期間約119.9百萬港元增加至二零一八年十月一日至二零一九年三月三十一日止六個月期間約143.4百萬港元，升幅約19.6%。特別是，截至二零一八年十二月三十一日止年度，客戶A佔我們於

## 概 要

美國的產品銷售約69.2%，佔同年收益總額約30.9%。儘管推行關稅，惟客戶A明確表示，鑒於與我們長期的互惠互利關係及我們製造的高技術規格產品，其有意與我們繼續保持穩定的客戶與供應商業務關係。於二零一八年八月八日，我們與客戶A就於美國市場分銷我們所製造兩個相關品牌的品牌產品，訂立兩份為期三年的分銷協議。就美國市場而言，兩份分銷協議於二零一九年、二零二零年及二零二一年共涉及最少訂購額4.0百萬美元、5.0百萬美元及6.0百萬美元。根據我們與客戶A的商討，我們預計該兩份協議下的產品銷售於二零一九年將達8.0百萬美元。

客戶A進一步確認，其將於二零一九年就現有自有標籤製造的袋向我們下單。於截至二零一六年、二零一七年及二零一八年十二月三十一日止年度，製造該等於美國銷售的自有標籤產品所產生收益分別約為22.6百萬美元、23.1百萬美元及26.9百萬美元。根據我們與客戶A的初步討論，於二零一九年，估計美國市場對有關自有標籤產品的訂單規模約為30.2百萬美元，其中約23.0百萬美元屬現有產品線，而約7.2百萬美元則屬於此自有標籤授予我們的新產品線。

此外，我們相信可採取數項策略減輕任何潛在不利影響，包括(i)與客戶合作將部分或全部關稅轉嫁予終端用戶；及(ii)委聘其他亞太地區製造商承接我們的生產訂單。由於我們所製造產品的高技術規格，我們的客戶對於增加成本可轉嫁至終端客戶抱持樂觀態度。我們密切監察事態發展，並與客戶一同制定策略，為適用關稅可能帶來的任何影響作好準備。有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素—與我們業務有關的風險—我們可能受與海外銷售有關的反傾銷稅或貿易配額所規限，從而可能對我們的業務及經營業績造成不利影響」及「業務—銷售及營銷—關稅」各節。

除[編纂]外，董事確認，截至最後可行日期，我們自二零一八年十二月三十一日(即本集團編製最近期經審核綜合財務報表日期)起的財務或經營狀況或前景概無重大不利變動。自二零一八年十二月三十一日起亦無發生會對本文件附錄一會計師報告所示資料造成重大影響的事件。