

業 務

概覽

我們始創於1999年，為家居裝飾品的知名原設計生產商及供應商，以海外市場為目標。我們的家居裝飾品包括蠟燭、家居香薰及家居飾品，主要獲消費者廣泛用於改善室內環境及氣氛。蠟燭及家居香薰（即我們的主要產品）為大眾日常生活中的受歡迎消費品。於不同文化中的用途歷史悠久。經歷約20載的歷史，我們於產品中注入創意及概念備受讚賞，並榮幸將產品於海外市場全球分銷。據弗若斯特沙利文報告所示，於2018年，我們就來自製造及銷售蠟燭的收益於中國排名第二，而我們就來自製造及銷售家居香薰的收益於中國排名第四。

蠟燭及家居香薰為我們的主要產品，該等產品於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月佔總收益分別83.9%、83.5%、84.6%及81.1%。我們透過自置生產設施及分包安排，根據客戶的訂單生產及出售蠟燭及家居香薰。我們亦提供及銷售由合約製造商生產的家居飾品，以豐富我們的產品組合。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，家居飾品佔我們總收益分別16.1%、16.5%、15.4%及18.9%。我們一直致力了解市場趨勢、積極為產品設計提出和應用創新意念以及銷售各式各樣產品和應付客戶不同需要，故此我們就產品供應方面較競爭對手更具優勢。往績記錄期，我們提供及出售逾1,000種家居裝飾品，設計、尺寸、香氣及成分各有不同。

我們的業務主要以ODM基礎進行。我們根據潮流趨勢及消費者喜好營銷一系列家居裝飾品。產品樣本於我們的潛在客戶到訪前在展銷會及陳列室展示。我們亦不時聯繫或到訪客戶或潛在客戶，以推廣我們的產品並物色商機。客戶可能向我們提供構思以我們的初步設計應合其特定要求。當彼等同意設計及訂購數量後，我們將安排生產。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們來自ODM銷售的收益分別佔總收益96.6%、97.0%、96.7%及97.1%。

為培養品牌忠誠度、提升品牌知名度及豐富我們的收益來源，我們主要通過電子商貿平台、分銷商及中國自營商店於中國及澳洲銷售自家品牌產品的特選系列，例如「Fumare」及「Aromart」品牌的蠟燭及家居香薰。以「Fumare」品牌出售的產品目標為中高端消費者市場，而以「Aromart」品牌出售的產品目標為中端及大眾市場。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，品牌銷售的收益佔總收益分別3.4%、3.0%、3.3%及2.9%。

我們的業務以出口為主。往績記錄期，我們的產品售予超過20個國家及地區的客戶，包括法國、英國、荷蘭、德國、加拿大及澳洲。歐洲是我們的最大地區市場，於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月分別佔我們總收益分別72.5%、74.1%、76.3%及77.0%。往績記錄期，我們的總收益有小部分來自中國銷售，於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月分別佔總收益分別1.2%、1.0%、1.2%及1.7%。

業 務

我們的主要客戶包括零售商，如連鎖超市、家居裝飾店及禮品店，目標客戶為一般消費者市場及通過其自設的分銷網絡將我們的產品出口及銷售至海外市場的批發商。

於最後實際可行日期，我們於其兩個位於中國浙江省寧波市和紹興市生產基地進行生產，總樓面面積為24,635.5平方米(僅包括用作生產用途的物業)。我們獲接的所有生產訂單會按照手頭訂單、交付時間表、技術繁複程度以及生產相關批次所需的自動化水平要求分配至寧波廠房或紹興廠房。於2019年6月30日，我們聘有278名員工負責營運生產設施。往績記錄期，我們將若干產品的生產訂單外判予我們於中國的獨立第三方合約製造商。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，分包成本佔我們銷售成本分別46.7%、47.9%、46.1%及51.3%。詳情請參閱本文件「業務—分包安排」。

於往績記錄期，我們的收益穩步增長，於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月分別為人民幣399.5百萬元、人民幣445.9百萬元、人民幣444.7百萬元及人民幣216.3百萬元。我們的毛利由2016財政年度人民幣85.2百萬元增至2017財政年度人民幣96.5百萬元，2018財政年度增至人民幣107.0百萬元。我們的毛利於2019年六個月為人民幣53.6百萬元。我們的純利由2016財政年度人民幣45.5百萬元減至2017財政年度人民幣37.6百萬元，於2018財政年度升至人民幣77.1百萬元。我們的純利於2019年六個月為人民幣7.6百萬元，相當於2018年六個月人民幣6.5百萬元增加約16.9%。有關於往績記錄期間的財務表現詳細討論與分析載於本文件「財務資料—綜合收益表篩選項目描述」。

競爭優勢

我們堅信以下競爭優勢有助於我們成功，並使我們從競爭對手中脫穎而出：

我們非常重視產品創新，以迎合客戶及消費者迅變的需求

自我們成立以來，我們秉持其核心價值「品牌、創意引領市場」。因此，我們著重市場研究及產品規劃。我們的研發專注於產品設計及表現，著力提供與同業不同的產品種類及品質。我們已達成此目標，全賴我們設計團隊的努力和專業知識，構思及開發產品設計。於2019年6月30日，我們有八名設計師，大部分獲取設計相關的大學學位或專業教育資格及擁有豐富行業經驗。

除產品設計外，於2019年6月30日，我們擁有由52名成員組成的技術團隊，負責研究蠟燭及家居香薰材料及改良產品表現。團隊設於工程技術中心，於2011年獲認可為「寧波市企業工程技術中心」。於往績記錄期間，我們與浙江大學寧波理工學院簽訂合作協議，據此，研究學院將

業 務

向我們提供新產品開發及研究成果商業化的研究及技術支援。我們亦與中科院寧波材料所訂立協議，據此，一名博士後研究人員於蠟燭產品新物料的研究中向本集團提供研究及技術支援。我們與該等機構的合作提升我們的研究能力，並顯示我們以運用最新技術的承諾，從而改良產品性能。詳情請參閱本節「研發」。我們的研究能力狀態獲認可為中國國家水平。自2008年起，我們已獲取為「高新技術企業」的地位。現時狀態於2017年11月重續，並將於2020年11月屆滿。

於最後實際可行日期，我們的重大知識產權包括(i)中國、香港、歐盟、美國及澳洲的43個商標；(ii)中國的六項專利；及(iii)一個域名。往績記錄期，我們的研發開支(不計及研發人員的薪金)於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月分別為人民幣8.3百萬元、人民幣8.1百萬元、人民幣8.3百萬元及人民幣5.0百萬元。詳情請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—B.有關本集團業務之進一步資料—2.知識產權」。

我們對適用於不同文化背景產品質量及表現信心十足

我們積極為產品發掘、引入及應用新意念、設計、成分及物料。我們營銷團隊、設計團隊與技術團隊保持緊密協調及溝通，以便將各部門對最新市場趨勢、消費者喜好、嶄新設計和概念可併入我們的產品發展工作。為適時回應市場需求的轉變，我們研究和改良核心產品的成分，並優化生產核心產品所需混合成分及香薰的配方，以吸引不同消費群。根據弗若斯特沙利文報告所示，由於我們的天然植物蠟燭等以環保物料製造，符合健康生活的概念以及消費者日益增長的環保意識，具有強大的市場潛力。

我們深明產品安全和質量的重要。我們的生產系統獲得ISO 9001:2015(質量管理)認證及ISO 14001:2015(環境管理)認證。我們就產品表現(如燃燒狀況、穩定性及安全)按照工業標準(如QB/T 4359-2012(茶蠟產品)及QB/T 2903/2007(附容器蠟燭)(蠟製品))進行品質監控。此外，本集團及執行董事金先生亦是草擬部分行業標準之兩員。由於我們的產品大部分出口至海外，故此我們的產品已採用相關國際標準，如BS EN 15493-2007：蠟燭—防火規格、BS EN 15426-2007：蠟燭—燻黑行為的規格以及REACH法規EC1907/2006：化學品註冊、評估、授權及限制。就原材料而言，我們僅向符合我們有關品質、能力、產能，以及交付時間表的要求的供應商採購原材料。詳情請參閱本節「原材料及供應商」。有關質量監控措施的詳情，請參閱本節「質量控制」。

根據弗若斯特沙利文報告所示，本集團從事文化及創意業務，而我們的主要產品蠟燭及家居香薰成為大眾日常生活中受歡迎的消費品。由於蠟燭及家居香薰的使用於不同文化中均歷史悠久，我們的產品適合不同文化處境之用。我們提供不同主題的產品，旨在通過不同的氣味及香氣激發及觸發人們的不同感受，因而令彼等的生活及文化體驗更豐富。為表彰我們作為文化企業的地位與產品的質量及文化元素，自2011年起及於整個往績記錄期間，於政府官員及專家進行多輪

業 務

評估後，我們已獲中國政府中央機關授出國家文化出口重點企業的地位。該地位每半年重續，而我們最近期的地位乃於2018年2月獲授。根據中國商務部於2018年2月年所頒布，中國於2018年僅有298間企業獲授此地位。詳情請參閱本文件「業務－獎項及認可」。

我們有世界各地的客戶基礎及多種的銷售渠道

往績記錄期，我們出售的產品銷往位於超過20個國家及地區的客戶，包括法國、英國、荷蘭、德國、加拿大及澳洲。2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，位於海外的客戶數目分別佔我們同期總收益分別98.8%、99.0%、98.8%及98.3%。基於我們堅持產品創新、質控嚴謹、於海外市場累積相當經驗，故此與多名海外客戶建立了互信，並贏得他們的信心，該等客戶為知名的家飾零售商或批發商。例如，我們於往績記錄期向下列主要客戶出售產品：

- 我們2016財政年度、2018財政年度及2019年六個月最大客戶J.J.A. SA. (「**J.J.A.**」)，其為法國知名品牌，主要於法國從事家品及家居裝飾品批發，與我們擁有大約13年的業務關係；
- 我們2018財政年度第二大客戶Koopman International B.V. (「**Koopman**」)，為知名荷蘭公司，主要於荷蘭從事家居裝飾品、食品、玩具等批發貿易業務，與我們擁有大約10年的業務關係；及
- 我們2016財政年度及2017財政年度第三大客戶Top Marketing Taiwan Corp. (「**Top Marketing**」)，為著名歐洲百貨公司的採購代理，總部設於台灣，主要從事木產品、陶瓷器、家居硬件等出口業務，與我們擁有大約19年的業務關係。

於往績記錄期間，五大客戶與我們維繫了五年至約19年的業務關係，向彼等作出的銷售合共佔2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月總收益分別48.1%、49.7%、54.3%及59.0%。

自2016年開始，我們開始委任分銷商，主要向中國客戶及消費者銷售我們自家品牌蠟燭及家居香薰的特選系列。於2016年、2017年及2018年12月31日及2019年6月30日，我們於中國主要城市(如北京、上海、杭州、寧波、中山及鄭州)分別有一名、兩名、10名及13名分銷商，彼等擁有其自家分銷網絡。我們亦透過中國電子商貿平台及自營店銷售我們自家品牌產品。於澳洲，我們的自家品牌產品透過澳洲附屬公司及透過其本身的零售網絡分銷產品的零售客戶出售至市場。我們多種的銷售渠道有助我們拓展銷售網絡的地域覆蓋、擴大客戶基礎、豐富收益來源以及促進有關最新市場趨勢的資訊流通。

業 務

我們擁有一支穩定、具經驗且熱誠盡責的管理團隊，行業經驗相當豐富

高級管理團隊在我們營運所處行業的經驗紮實而豐富。於1999年，我們的控股股東、主席兼執行董事金先生與其當時的合資夥伴於中國成立我們中國主要經營附屬公司寧波曠世。自2016年，彼獲委任為中國日用化工協會蠟燭分會副主席。於2019年6月30日，金先生擁有超過19年蠟燭設計、生產及銷售之經驗，一直牽頭制定業務策略和推動我們整體業務增長。於金先生的領導下，我們的業務迅速拓展，產品出售予位於超過20個國家及地區的客户。

我們建有一支盡心、具經驗及能幹的董事及高級管理團隊，在執行業務策略、洞悉市場契機和推動產品銷售的往績彪炳。例如，我們的執行董事茹先生自2002年開始加入本集團，於2019年6月30日擁有超過17年的行業經驗，專責我們的日常營運及營商事務。執行董事田先生從事本行超過10年，負責企業管治。有關董事及高級管理層的詳情，請參閱本文件「董事、高級管理層及僱員」。

我們的綜合生產設施有助我們達致規模經濟效益

我們於寧波市及紹興市均設有兩個生產基地進行生產活動，總樓面面積為24,635.5平方米（僅包括用作生產用途的物業）。除蠟燭若干生產訂單與家居香薰及家居飾品生產訂單會外判予外部合約製造商外，我們會於自家生產設施處理蠟燭的生產。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們生產設施的平均使用率分別為81.2%、98.4%、95.1%及77.6%。據弗若斯特沙利文報告所示，我們於2018年以收益計就製造及銷售蠟燭及家居香薰分別排名第二及第四。我們為寧波廠房的若干生產設施進行現代化升級，配備自動化或半自動化機器以提升生產效率及規範我們的生產工序。我們的生產規模有助我們達致規模經濟效益，從而降低我們的單位生產成本。

我們按策略將生產基地設於鄰近主要港口設施連同發展成熟道路基建，故此可能降低我們的物流及運輸成本，亦可以具成本效益的方法準時於採購原材料和向國內外客户交付產品。寧波市及紹興市亦為主要沿岸城市，交通相當便利，有助吸納周邊省區的設計人才及技工。

我們的業務策略

根據弗若斯特沙利文報告所示，我們產品蠟燭及家居香薰的市場預期於目標市場溫和擴展。為推動業務增長、積極把握市場商機、提升產品銷售及增加市場份額，董事相信，須透過實行擴展計劃採取有關措施，詳情載列如下。

業 務

我們擬應用[編纂][編纂]為若干擴展計劃融資。進一步詳情請參閱本分節的披露及本文件「未來計劃及[編纂]—[編纂]」。

於海外設立實體店以提高我們產品的市場滲透率，為主要客戶提供更優質服務並擴大主要市場的客戶群

自於1999年成立後，我們主要於海外市場一直銷售家居裝飾品。歐洲為我們產品的最大地域市場，分別佔2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月總收益的72.5%、74.1%、76.3%及77.0%。於往績記錄期間，我們大部分主要客戶位於歐洲，例如法國J.J.A.與荷蘭Koopman。我們旨在透過努力開發中國及澳洲等不同地域市場降低單一市場的銷售集中度，以於可見未來實現收益來源多元化，歐洲仍為我們產品的最大市場，而我們的增長大致取決於我們於歐洲的銷售業績。

另一方面，我們洞察到歐洲市場的增長機會。根據弗若斯特沙利文所示，歐盟為2018年全球主要蠟燭及家居香薰消費市場。於2018年，歐盟蠟燭消費佔全球總蠟燭消費的43.4%，金額為151億歐元。根據弗若斯特沙利文所示，歐盟以零售值計蠟燭的市場規模由2014年5,955.8百萬歐元增加至2018年6,551.6百萬歐元，2014年至2018年的複合年增長率相當於2.4%。歐盟以零售值計家居香薰的市場規模由2014年1,543.1百萬歐元增加至2018年1,940.4百萬歐元，複合年增長率相當於5.9%。弗若斯特沙利文預測，歐盟蠟燭及家居香薰的零售值將於2018年至2023年分別增加3.3%及6.3%。詳情請參閱本文件「行業概覽」。

誠如本文件「未來計劃及[編纂]—[編纂]」的理由—建立區域銷售辦事處以增加對現有客戶的銷售及確保從新客戶取得訂單的商業理據」更詳盡披露，透過提供區域聯繫及支持點，實行我們的營銷計劃，以更積極有效的方式物色銷售機會，以提高參與率及鞏固與歐洲主要客戶的業務關係，並增加市場滲透率及獲取分析市場趨勢及產品規劃的第一手市場資訊。我們計劃於歐洲設立實體店。

業 務

實施計劃詳情載列如下：

描述	估計支出 人民幣百萬元	估計竣工 時間 ^(附註1)
1. 兩所歐洲區域銷售辦事處的兩年租金及租賃物業翻新及裝修開支 ^(附註2)	[編纂]	2020年上半年
2. 招聘13名銷售人員(包括監督經理、區域銷售經理、銷售主任及銷售助理)並支付其薪金的兩年費用 ^(附註3)	[編纂]	-
3. 準備產品樣本及快遞費用的開支及其他營運開支	[編纂]	-
總計	[編纂]	

附註：

1. 基於[編纂]將於[編纂]進行的假設。
2. 參考可獲得的市場資料，目標位置的新區域銷售辦事處的預期月租為人民幣43,000元至人民幣80,000元，視乎物業的大小及位置。兩個將成立的區域銷售辦事處的資本開支預期金額為人民幣1.3百萬元。
3. 我們計劃僱用13名銷售人員經營兩個區域銷售辦事處，而其相關月薪範圍(包括基本薪金、佣金及稅項)將為4,200歐元至8,400歐元。

我們擬將[編纂][編纂]的[編纂]撥入擴展計劃以於歐洲設立兩所區域銷售辦事處，預計該項目將涵蓋自實施日期起兩年期間的相關成本及開支。估計開支不足將由我們的內部資源適當撥資。

根據當時市況，我們計劃選擇主要歐洲城市(如巴黎、阿姆斯特丹及倫敦)作為首兩個海外銷售辦事處的所在地。我們預期區域銷售辦事處(如設立)預期將位於若干主要客戶附近。董事相信，於此階段設立兩個銷售辦事處為優先，此乃由於該等銷售辦事處可各自位於歐洲不同部分，而市場趨勢及消費者喜好有所不同。

我們就各銷售辦事處擬向獨立第三方租賃不少於400平方米的物業，部分物業將用作陳列室及樣本及產品儲存用途。經計及區域銷售辦事處的地點，董事將考慮多項因素，例如(i)客戶或潛在客戶建議地點的可及性；(ii)位於同一國家的主要客戶數目；(iii)當地經濟狀況；及(iv)當地勞工成本、當地租賃水平及其他營運開支。

業 務

擴展及提升我們的生產設施，藉以加強內部生產能力，以實現規模經濟

為配合海外擴展計劃及把握蠟燭及家居香薰海外市場的商機，我們須維持充足備用產能及提升我們的生產能力。於往績記錄期間，我們的蠟燭生產設施的使用率維持於相對較高水平。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們的生產設施的平均使用率分別為81.2%、98.4%、95.1%及77.6%。

至於蠟燭，倘我們擁有所需的產能，並於商業上屬可取或符合成本效益，由於我們更能控制生產成本及品質，並更能滿足主要客戶的要求，我們的常規乃自行生產有關產品。經計及於往績記錄期間生產設施的高使用率及我們於完全及成功實施本分節所披露的其他業務策略後可能產生採購訂單的潛在增加，我們認為需要增加蠟燭的生產線，此將讓我們能備用產能以承接新訂單並向現有客戶擴大銷售。

至於家居香薰，鑑於(i)如弗若斯特沙利文報告所證明，歐盟家居香薰的市場規模由2014年至2023年的歷史及預測增長；(ii)本產品分類於往績記錄期間收益及毛利的逐漸增長；(iii)進一步提升來自本分部的毛利率的可能性；(iv)因本分部規模持續增長而減低依賴合約製造商的程度並更能滿足客戶要求的意願；及(v)經多年來考慮到高級管理層就有關產品的質量控制及供應鏈管理方面的豐富經驗及參與，我們有動力擴大家居香薰的自家產能，以更能控制產品的成本、生產前置時間及產品品質，此有助於我們將有關產品的盈利能力提升至最大並增加市場份額。

另一方面，為支援我們於本分節下文詳盡披露的自家品牌產品擴展計劃，我們樂於增加蠟燭的內部產能，並進一步發展家居香薰的產能，我們須保持嚴格控制生產成本及產品品質，因此隨其規模逐步擴大，該分部的盈利能力亦逐步提高。

有關我們擴大產能及能力的商業理由的詳細解釋，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]—[編纂]的理由—擴大產能和實力以滿足日後增長的商業理據」。

鑑於上述情況，我們計劃(i)於寧波租用面積約12,000平方米的新生產基地；(ii)擴大蠟燭產能；及(iii)裝置內部生產設施以裝備製造家居香薰的能力。全面實施該計劃後，我們將減少相關產品外包安排的規模，以致內部生產設施能有效生產有關產品。

業 務

下文概述我們計劃的生產設施擴建及為此目的而產生的估計成本：

描述	估計使用 年限 年	估計支出 人民幣百萬元
• 新生產基地的兩年租金及翻新及裝修開支 ^(附註1)	10	[編纂]
• 購置機器以於兩個階段增加六條蠟燭生產線	10	[編纂]
• 購置機器以增加三條家居香薰生產線	10	[編纂]
• 容器配套加工系統	10	[編纂]
• 環境保護設備，包括排放系統及污水處理系統	10	[編纂]
• 招聘額外生產人員的兩年費用及支付其薪金 ^(附註2)	–	[編纂]
• 購買原材料以支援生產線的增加	–	[編纂]
	總計	[編纂]

附註：

1. 參考可獲得的市場資料，新生產基地的預期月租為人民幣144,000元。
2. 我們計劃僱用81名人員經營新生產基地，而其於目標位置的相關月薪範圍將為人民幣4,633元至人民幣6,940元。

我們擬將[編纂][編纂]的[編纂]撥入增加蠟燭產品線及擴充家居香薰的產能計劃，預計該計劃將涵蓋自完成相關實施階段日期起約兩年期間的相關經營成本及開支。尤其是，[編纂][編纂][編纂]擬用於收購蠟燭的六條生產線(包括員工薪金、原材料購買、經常開支及翻新成本)，而[編纂][編纂][編纂]擬用於收購家居香薰的三條生產線(包括員工薪金、原材料購買、經常開支及翻新成本)。所有蠟燭及家居香薰的新生產線將於新生產基地安裝。估計開支短缺將由我們的內部資源適當撥資。

業 務

於最後實際可行日期，我們已物色五個位於寧波鄞州區的合適工廠物業，其中所有均可供租賃。我們預期於[編纂]後租賃五個已物色合適工廠物業之一，以及受限於商業磋商，目標為與業主訂立為期10年的租約，租金為每平方米人民幣7.0元至人民幣10.0元。租約詳情將於訂立時根據上市規則予以披露。

根據以下假設，新生產線的盈虧平衡期及投資回收期自相關生產線投入營運當日起計預期約為一年及五年。盈虧平衡期指已擴大生產設施產生的收益相等於直接經營成本(包括員工成本與銷售及分銷費用，但不包括稅務及折舊)所需的時期，而投資回收期則指新生產線的利息、稅項、折舊及攤銷前累計收益所需的時期，以收回總投資成本。

盈虧平衡期及投資回收期乃基於以下假設：

- 生產線擴展總成本根據我們建議實施計劃而產生；
- 須投入投資時間及成本的三個月使蠟燭及家居香薰生產線投入營運。此基於我們於機器在投入營運前就運輸、校正及測試所需時間的估計；及
- 於新生產線投入營運時，由新生產線主管及生產員工組成的額外生產人員將根據我們的建議實施計劃獲聘。

我們於寧波廠房生產線的過往收支平衡期及投資回本期分別為一年至三年，參考2017年至2018年生產線升級所得的資料計算，僅供說明用途。

我們概述有關生產的建議實施計劃如下：

實施計劃	估計完成時間 ^(附註)
1. 協商及落實生產設施計劃收購的條款及租賃生產處所	2020年上半年
2. 交付、安裝、校正及測試三條蠟燭生產線及三條家居香薰生產線的設備及機器(「第一階段擴展」)	2020年上半年
3. 招聘第一階段擴展的額外生產人員	2020年上半年

業 務

實施計劃	估計完成時間 ^(附註)
4. 交付、安裝、校正及測試額外三條蠟燭生產線的設備及機器 (「第二階段擴展」)	2020年下半年
5. 招聘第二階段擴展的額外生產人員	2020年下半年

附註：基於[編纂]將於2020年1月進行的假設。

完成第一階段擴展及第二階段擴展後，擴充生產線預期使我們蠟燭產能較我們於2018財政年度的產能達致年度淨增加約82%。就家居香薰而言，根據董事估計並參考2018財政年度家居香薰應佔的銷售成本，當計劃的生產線全面運作，將運用其產能約70%。

制定生產方面的擴展計劃時，我們考慮以下各項：

- 本集團與總部位於英國的跨國消費品公司(「客戶X」)就潛在商機進行磋商。客戶X於倫敦證券交易所上市，為富時100指數的成分股。於最後實際可行日期，我們與客戶X進行多次磋商，包括交換產品規格及技術要求的文件。鑑於客戶X的規模及全球足跡，董事相信，一旦我們能成為其供應商，我們與客戶X日後有大量銷售機會。鑑於客戶X的規模及嚴格的產品質量要求，通過與彼等持續合作，我們可提升公司形象及質量管理。根據我們最近的討論，客戶X關注我們根據現時產能確保產品供應穩定的能力。於最後實際可行日期，我們尚未從客戶X收到已落實的訂單。
- 本集團與總部位於荷蘭的家居飾品分銷商(「客戶Y」)就潛在商機進行磋商。客戶Y擁有主攻歐洲市場的潮流家品品牌。我們已與客戶Y簽訂諒解備忘錄，合作將涉及與歐洲的分銷平台共同創建蠟燭及家居香薰品牌。鑑於客戶Y於歐洲已建立的據點，董事相信，我們與客戶Y的合作將進一步提升我們於歐洲的聲譽，從而令我們的銷售額增加。根據我們最近的討論，客戶Y有意向我們採購蠟燭及家居香薰。於最後實際可行日期，我們尚未從客戶Y收到已落實的訂單。
- 本集團一直委聘兩名合約製造商生產家居香薰產品，但由於我們預計家居香薰的銷售額將會增長，因此須分散供應商集中程度。我們收到有關外包予合約製造商的家居香薰產品的品質及交付時間的若干客戶反饋，反映合約製造商可能已達致其產能

業 務

的極限。董事相信，倘我們於自家生產設施生產家居香薰，我們將更嚴格及密切控制品質，我們將能生產品質更穩定的家居香薰，從而提高客戶的滿意度及我們的銷量機會。

- 由於產能有限，我們過去曾收到現有及潛在客戶的投訴。該等投訴的例子包括本集團無法按照客戶訂單的交貨時間表進行，導致於進一步磋商後延誤交貨或潛在客戶並無進一步後續訂單。根據我們可獲取的記錄，於往績記錄期間，我們已從十名客戶收到上述投訴(其收入貢獻共佔我們於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月總收入分別41.7%、44.7%、47.0%及50.5%)，此乃由於因產能原因，我們延誤彼等訂購的產品交付。我們相信，生產設施的使用率相對較高將降低客戶增加與我們下達訂單規模的意願，從而限制我們的增長機會。
- 蠟燭及家居香薰市場預期將於不久將來增長。根據弗若斯特沙利文報告所示，歐盟蠟燭及家居香薰的零售值將於2018年至2023年分別按複合年率3.3%及6.3%增加。
- 於往績記錄期間，我們的蠟燭及家居香薰的收益及毛利均自然增長。家居香薰應佔收益由2016年人民幣44.3百萬元增加至2017年人民幣46.2百萬元，並於2018年進一步增加至人民幣65.0百萬元，而家居香薰的毛利則分別為人民幣7.6百萬元、人民幣7.9百萬元及人民幣18.4百萬元。於2019年六個月，家居香薰的收入及毛利分別為人民幣35.5百萬元及人民幣9.4百萬元。鑑於本集團於2019年上半年同一產品分類的表現，董事相信此增長勢頭將會持續。

於最後實際可行日期，除就新生產基地物色合適地點及向機器及設備賣方取得報價外，我們尚未實施上述擴展計劃，並未就此計劃產生支出。

加強我們的研發能力，以豐富我們的產品供應及提高我們的整體競爭力

家居裝飾品屬消費品，其為用於改善室內環境及氛圍的常見應用產品之一。因此，我們於產品創新及提高產品性能方面的努力對我們的長遠成功及盈利能力至關重要，並將鞏固我們作為蠟燭及家居香薰的領先製造商及供應商的地位。為應對製造技術的未來技術改進、快速改變的消費者喜好，對我們銷售的產品成分及功能提出日益嚴格的標準，並確保我們的產品保持競爭力並吸引消費者，我們認為有必要豐富我們的產品供應及增強其功能，透過密切關注當前行業及市場趨勢而及時應對市場變化，並將有關市場資訊納入我們的產品規劃流程，從而抓住商機，加強我們的研發能力。

業 務

為此，我們計劃(i)升級我們的研發基建；(ii)招聘經驗豐富的研究人員進行我們的產品開發計劃；及(iii)進行著重產品成分、特色及性能的研究項目。我們有關我們研發能力的實施計劃詳情如下。

提升我們的研發基建

於最後實際可行日期，我們於寧波總部的工程技術中心從事研發活動。我們的主要研究設施包括煙霧測試儀及資訊系統，而部分設施已達到預期使用年限的尾聲。因此，我們須更換及升級若干設備。下表載列各類須動用[編纂][編纂]取代及升級的現有設備和其相應可使用年期：

現有設備類型	數目	平均營運 年期 ^(附註1)	估計平均 可使用 年期 ^(附註2) (年)	估計剩餘 可使用 年期 ^(附註2) (年)
資訊系統及其他數碼設備	21	11.1	5	—
打印機	6	6.6	5.8	—
測試儀及相關設備	11	9.0	6.3	—
灌蠟機	2	2.6	10	7.3

附註：

- (1) 我們採用設備營運的年期。
- (2) 設備的估計可使用年採用會計政策的折舊。

預期有關研發基建升級的資本開支預期總額為[編纂]。估計開支短缺將由我們的內部資源適當撥資。

此外，為滿足日益嚴格或苛刻的行業或市場標準，我們計劃獲得內部測試及實驗室設備，用於分析、測量及檢查進料原材料及製成品的成分、煙霧排放、顏色及性能，以確保我們產品的質量。為提升我們的產品設計能力，我們亦計劃購買設計軟件、3D打印機及工業打印機等設備，以設計及創建產品原型或設計迭代。為放置我們的新設備，我們須重新配置工程技術中心，此將涉及現有車間及實驗室的翻新及裝修，從而為住房設備及研發人員騰出更多空間。

招聘經驗豐富的研究人員進行我們的產品開發計劃

設計人材及市場研究人員的數量及經驗對我們實施計劃的執行及成功至關重要。隨我們於研發方面增加投資，我們計劃招聘經驗豐富的研究人員及委聘科學及工程專家以作諮詢，提供培

業 務

訓並籌劃與研究機構合作，以提高我們管理及擴展研發及產品開發能力的的能力。

進行不同研究項目

除繼續擴展我們的產品系列以補充現有產品組合外，我們計劃將產品開發重點放在產品的功能上，例如在我們的產品中使用健康及天然成分，改善蠟燭及家居香薰的香味及芬芳的種類及使用期限，並開發可用3D打印的蠟。如有必要，我們將與外部機構合作，提供諮詢或共同開展研究項目。於成功開發新產品後，我們認為有必要對相關知識產權進行全面法律保障，我們將尋求相關專有技術的專利註冊。

下文概述為此產生的估計費用及估計竣工時間：

描述	估計
	估計支出 完成時間 ^(附註1)
	人民幣百萬元
1. 提升我們的研發基建	[編纂] 2020年上半年
2. 招聘經驗豐富的研究人員進行我們的產品開發計劃 ^(附註2)	[編纂] -
3. 進行不同研究項目	[編纂] -
	<u>[編纂]</u>
	<u>總計 [編纂]</u>

附註：

1. 基於[編纂]將於[編纂]進行的假設。
2. 我們計劃僱用16名人員進行產品開發計劃，而其相關月薪範圍將為人民幣5,000元至人民幣7,000元。

我們擬將[編纂][編纂]之[編纂]用於加強我們的研發能力。估計開支短缺將由我們的內部資源適當撥資。

提升我們的資訊系統與物流能力，以提高我們的營運效率

由於業務將繼續增長，為處理資訊管理日益增加的需要、提高我們的營運效率及確保我們業務各方面之間的有效協調，我們計劃為生產設施安裝綜合企業資源計劃系統，以更妥善控制銷

業 務

售及生產資訊，並管理我們與客戶及供應商的實時關係。

我們旨在購買企業資源計劃系統監控整個生產過程。此綜合網上系統使我們能追蹤及監控我們的生產資訊，如我們的採購訂單數量、日產量、原材料時間表及交貨時間表，以及允許我們的客戶追其訂購產品的生產狀態。

此外，隨產量的預期增長，於交付前存儲貨物需要更多空間。新倉庫或額外存儲空間與補充設備實為需要。我們計劃租用樓面面積約3,500平方米的新倉庫，將位於我們將落成的新生產設施相鄰。

下表載列往績記錄期間現有倉庫的使用率：

倉庫	總樓面 面積 ^(附註1) 平方米	使用率 ^(附註2)			
		2016 財政年度	2017 財政年度	2018 財政年度	2019年 六個月
寧波	4,746.47	91.1	93.1	92.6	92.3
紹興	5,514.56	60.5	62.5	75.9	67.0

附註：

1. 根據相關倉庫於2019年6月30日的總樓面面積。
2. 特定年度／期間的貯存使用率為該年度／期間四個季度（及兩個季度，倘2019年六個月）的季度使用率平均數，僅供說明用途。季度使用率按於季度最後一天儲存於指定存儲容量中的倉庫的原材料及製成品的估計總佔用空間計算。

就該等用途產生的的估計成本及估計完成時間如下：

描述	估計年期 年	估計支出 人民幣百萬元	估計完成 時間 ^(附註1)
1. 獲取信息管理系統	10	[編纂]	2020年上半年
2. 新倉庫的兩年租金及翻新及 裝修開支 ^(附註2)	–	[編纂]	2020年上半年
3. 倉庫設備及系統	10	[編纂]	2020年上半年
4. 招聘額外人員的兩年費用及 支付其薪金 ^(附註3)	–	[編纂]	–
	總計	<u>[編纂]</u>	

業 務

附註：

1. 基於[編纂]將於[編纂]進行的假設。
2. 參考可獲得的市場資料，新倉庫的預期月租為人民幣42,000元。
3. 我們計劃僱用11名人員(包括裝載機、叉車操作員及支援人員)營運新倉庫，而其相關月薪範圍將為人民幣4,700元至人民幣4,900元。

我們擬將[編纂][編纂]之[編纂]用於資訊系統及物流能力升級。估計開支不足將由我們的內部資源適當撥資。

總括而言，上述擴展計劃擬使用[編纂][編纂]撥資，將產生估計開支合共[編纂](相等於[編纂])。下表載列擬使用[編纂][編纂]撥資的開支分配：

	人民幣百萬元
• 於海外設立實體店	[編纂]
• 擴展及提升我們的生產設施	[編纂]
• 加強我們的研發能力	[編纂]
• 提升我們的資訊系統與物流能力	[編纂]
	<hr/>
	總計： <u><u>[編纂]</u></u>

附註：開支包括於兩年內攤分的經營成本。

加強我們的銷售及營銷工作，以擴大市場份額，培養品牌忠誠度，並把握歐洲以外市場的潛在商機

誠如上文所述，我們計劃於海外設立實體業務，以開拓屬我們最大地理市場的歐洲市場。另一方面，我們將繼續推行多項營銷計劃，以支持我們的計劃擴展，將我們於不同地區市場的可見度推至最大化，擴展客戶群，並進一步發展自家品牌，從而推動整體增長，該等營銷計劃及我們設立區域銷售辦事處的計劃並不相互排斥，並可以同時實施。為此，我們計劃繼續投入內部資源，於中國發展我們的銷售團隊，進行國內營銷活動及業務規劃，參與展銷會及展覽，並利用線上及線下銷售渠道推廣我們的自家品牌產品及提高目標消費者的品牌知名度。

於該等策略中，我們計劃逐步擴大與我們的自家品牌產品的營銷工作。自2016年以來，我們開始於中國及澳洲以「Fumare」及「Aromart」等自家品牌銷售蠟燭及家居香薰的特選系列。儘管該分部的收入貢獻較小，分別佔我們於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019

業 務

年六個月總收益的3.4%、3.0%、3.3%及2.9%，該分部於同期的毛利率分別為37.0%、38.8%、36.5%及35.3%，相比我們的ODM銷售較高。此外，有賴中國消費者的可支配收入及生活水平不斷提高，我們的自家品牌產品主要向中國消費者出售，其市場規模龐大。

為推動自家品牌的銷售及提升其知名度，視乎本分部的市況及表現，我們計劃逐步建立更多於中國銷售自家品牌產品的自營店，倘市場向我們有所保證，我們亦會於澳洲及其他國家建立有關自營店。於最後實際可行日期，我們於中國設有十間自營店。該等自營店作為離線銷售櫥窗及潛在消費者的零售陳列室，經過精心裝飾為我們投射一致的品牌形象，並展示我們蠟燭及家居香薰的特選系列。我們計劃動用內部資源撥付所需成本及費用。如上文本分節所披露者，我們已擴展的產能將支援因實施此策略而致使我們的自家品牌產品需求日增。

業務模式

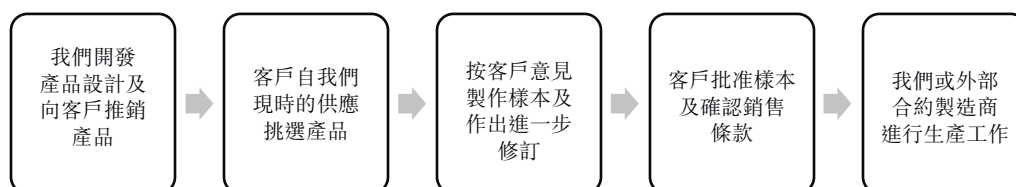
我們的收入主要來自按ODM基準銷售蠟燭、家居香薰及家居飾品。近年來，我們已開始以自家品牌設計及銷售蠟燭及家居香薰，此乃由於董事認為，該等品牌有潛力推動我們的未來增長。

ODM銷售

根據該模型，我們負責設計產品、採購原材料、製造產品、物色及監督合約製造商(如需要)。我們的專業設計師團隊根據預期潮流趨勢及消費者喜好創作產品的藝術及外觀設計。憑藉科研的支持，我們的技術研究員團隊創新蠟燭及家居香薰材料的工作。產品樣本於國內外潛在客戶獲邀到訪的展銷會及陳列室展示。客戶可能接受產品設計或向我們提供構思以作出進一步量身訂製。

於獲取客戶對設計及規格的批准後，我們將發出銷售確認書以記錄我們的產品詳情及銷售條款。然後，我們將以自置生產設施或透過外部合約製造商開始進行大量生產。根據本業務模式，製成品根據客戶指示包裝和貼標。

以下簡述我們ODM業務模式的流程：



業 務

品牌銷售

我們的業界供應商數以千計，我們致力以建立優質產品的自家品牌在芸芸競爭對手中脫穎而出。自2016年起，我們逐步使用自家品牌「Fumare」及「Aromart」，於目標主要為中國及澳洲的消費者市場銷售蠟燭及香薰的特選系列。「Fumare」品牌下出售的產品為工藝蠟燭及家居香薰，目標客戶為年輕消費者及中高端市場。「Aromart」品牌下出售的產品為工藝蠟燭及家居香薰產品，目標客戶為中端及大眾市場。往績記錄期內，我們逐漸將自家品牌產品的足跡伸延，亦向澳洲消費者出售少量工藝蠟燭及家居香薰。

開發自家品牌讓我們豐富產品組合，亦提升我們的品牌認受性，培養客戶對我們品牌的忠誠度，從而對我們業務的長線發展十分寶貴。我們自家品牌的產品大多由特選合約製造商按照我們批准的設計及規格所製造。詳情請參閱本節「分包安排」。我們主要通過電子商貿平台、分銷商及自營商店向消費者營銷及銷售我們的自家品牌產品。

下表載列我們於所示期間按不同業務模式劃分的收益明細分析：

業務模式	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	收益		收益		收益		收益	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
ODM銷售	385,952	96.6	432,525	97.0	430,141	96.7	209,981	97.1
品牌銷售	13,521	3.4	13,335	3.0	14,563	3.3	6,275	2.9
總計	399,473	100.0	445,860	100.0	444,704	100.0	216,256	100.0

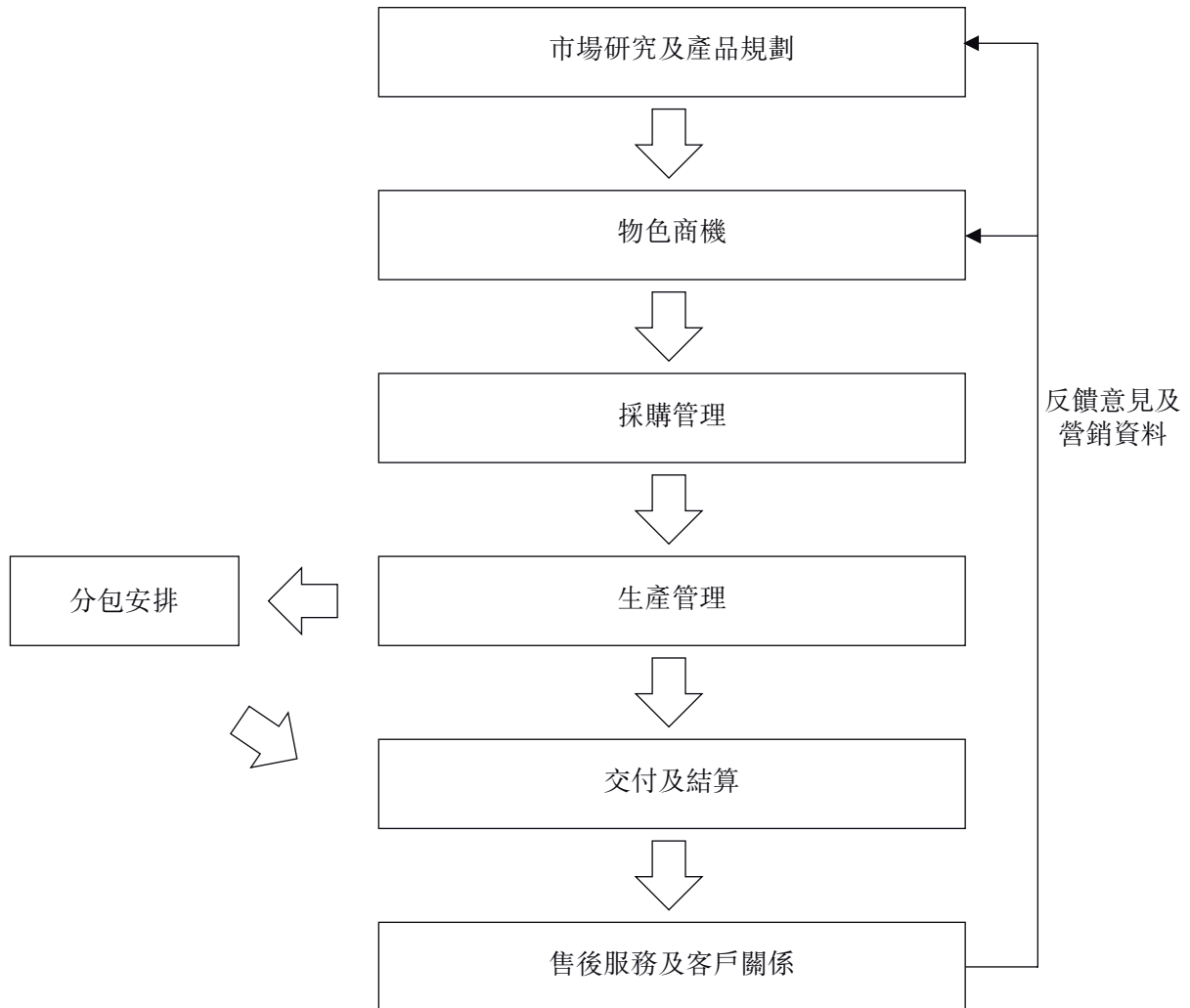
下表載列我們於所示期間按不同業務模式劃分的毛利及毛利率明細：

業務模式	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
ODM銷售	80,196	20.8	91,350	21.1	101,711	23.6	51,376	24.5
品牌銷售	4,999	37.0	5,171	38.8	5,318	36.5	2,213	35.3
總計	85,195	21.3	96,521	21.6	107,029	24.1	53,589	24.8

業 務

業務營運

下表簡述我們業務營運的主要程序：



業 務

1. 市場研究及產品規劃

我們的業務表現很大程度受消費者喜好及市場趨勢的改變所影響。此外，作為從事ODM業務的供應商，我們須不時向潛在客戶展示設計及供應鏈管理能力，以獲取購買訂單。因此，我們重視市場研究及產品規劃，此乃我們日常營運的重要一環。我們通過銷售團隊、營銷團隊及海外貿易代理收集市場資訊、評估行業趨勢及我們競爭對手的產品、了解目標顧客的要求及消費者的喜好、制定產品發展計劃及將我們的產品向潛在客戶推廣。

為支援我們的產品於預售階段的開發及營銷需要，我們的設計團隊與銷售團隊緊密合作，按照從客戶收集的市場資料或建議及意見改善現有產品設計，推出新產品。設計團隊創作的新產品設計將根據由銷售及營銷團隊就市場認受性作出的評審及批准而定。

2. 物色商機

當新產品設計獲批准，我們的銷售及營銷團隊由34名成員組成，通過參與展銷會、與現有及潛在客戶聯絡及會面，以及邀請彼等到訪我們的陳列室等不同營銷活動推廣產品。詳情請參閱本節「銷售及營銷」。

當潛在客戶表示對產品有興趣，銷售團隊將與其代表跟進詳細產品標準及規格。我們會視乎其特別要求，向潛在客戶提出設計建議或修訂，以供其考慮。客戶可能要求我們向彼等發送產品樣本以便其決策。於潛在客戶批准設計及規格後，我們將向客戶發出銷售確認，以記錄產品的類型及數量以及付款條款。於此階段，潛在客戶可能仍會要求我們向彼等發送樣本以確認對先前樣本作出的修改。於客戶同意最終樣品後，我們將開始採購及生產。

3. 採購管理

於客戶批准產品樣本後，我們一般會按照我們的生產計劃及訂購量。就普遍使用的原材料而言，我們將預先採購並保存安全存貨。就香薰精華等特別原材料而言，我們(或合約製造商)根據客戶購買訂單作出採購。詳情請參閱本節「存貨管理」。我們有供應商評估系統，以供挑選新供應商與評估現有供應商的表現。詳情請參閱本節「原材料及供應商－供應商評核及評估程序」。

4. 生產管理

就生產蠟燭而言，我們處理兩個生產基地的大部份採購訂單分別是寧波廠房及紹興廠房。我們的生產團隊根據購買訂單制定生產計劃，並根據手頭訂單、交付時間表、技術複雜程度及相

業 務

關生產批量所需的自動化水平，將生產活動分配予兩個生產基地。兩個生產基地的合作無間能讓我們接納不同數目的訂單以及處理大量訂製設計及規格的訂單。我們的質控及技術團隊與生產團隊並行工作，為原材料檢驗、產品測試、標籤及包裝提供支援，以確保產品符合相關法律及國際標準。

我們特別著重產品品質，並符合多項國家及國際標準。詳情請參閱本節「質量控制」。

5. 分包安排

我們向合約製造商(按我們的設計及／或規格生產)外判家居香薰及家居飾品的生產，而彼等將向我們的指定船運碼頭或指定倉庫交付製成品或半製成品。於蠟燭採購訂單相對較少量或規格或技術要求相對較簡單或於旺季時，我們亦委聘合約製造商，因此我們將生產資源集中於主要客戶下達蠟燭採購訂單。我們已實施合約製造商篩選政策及品質監控措施，以監察其表現。詳情請參閱本節「分包安排」。

6. 交付及結算

於生產完成後，我們將安排產品交付。通常自發出交付產品的銷售確認書日期起計需時最多95天，視乎訂單的技術複雜程度、訂單規模及有關訂單是否將直接由我們生產而定。實際期間根據規格的複雜程度變更，並包括客戶批准樣本的時間及客戶要求的進一步修訂。

就ODM銷售而言，交付成本主要以離岸價(FOB)而定，據此，我們負責處理出口清關及境內運輸。我們將安排產品交付至客戶指定的裝運港。我們的產品售價已包括於中國產生的物流費用。客戶將負責船運成本及進口國家的進口關稅。於若干例外的情況下，交付條款為「到岸價(CIF)」，據此，我們一般負責裝運及相關物流費用及投保成本。詳情請參閱本節「物流及運輸」。

就品牌銷售而言，我們通過電子商貿平台、分銷商或主要通過自營商店，銷售產品予客戶。有關分銷商的詳情請參閱本節「客戶－分銷商」。

我們將於客戶接收產品後發出發票。有關我們授出的信貸期詳情，請參閱本節「客戶－付款及信貸條款」。

業 務

7. 售後服務及客戶關係

當接獲客戶有關產品品質的投訴時，我們的銷售及營銷團隊對投訴作出跟進及調查。一旦確認客戶投訴成立，我們將安排退款或換貨。

為維持與客戶的關係，我們的銷售及營銷團隊透過多個渠道與客戶溝通，以收集其回饋意見，從而更了解其業務需要，以緊貼最新市場潮流，取得第一手市場資訊。我們亦委聘海外貿易代理跟進彼等轉介的客戶下達的訂單及取得客戶最新市場資訊。我們所收集的市場資訊及客戶回饋意見可供設計團隊就新產品規劃及改善共用。

主要產品

我們於往績記錄期內出售的主要產品大致可分為：

- 蠟燭；
- 家居香薰；及
- 家居飾品。

下表載列所示期間按產品分類劃分的收益明細：

產品	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
蠟燭	290,827	72.8	326,117	73.1	311,038	70.0	139,888	64.7
家居香薰	44,311	11.1	46,245	10.4	64,964	14.6	35,528	16.4
家居飾品	64,335	16.1	73,498	16.5	68,702	15.4	40,840	18.9
總計	<u>399,473</u>	<u>100.0</u>	<u>445,860</u>	<u>100.0</u>	<u>444,704</u>	<u>100.0</u>	<u>216,256</u>	<u>100.0</u>

業 務

下表載列所示期間按產品分類劃分的毛利及毛利率明細：

產品	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
蠟燭	67,000	23.0	76,900	23.6	74,581	24.0	35,525	25.4
家居香薰	7,649	17.3	7,932	17.2	18,439	28.4	9,398	26.5
家居飾品	10,546	16.4	11,689	15.9	14,009	20.4	8,666	21.2
總計	85,195	21.3	96,521	21.6	107,029	24.1	53,589	24.8

蠟燭

蠟燭為我們的主要產品。蠟燭使用蠟作為主要生產材料，主要用作照明及裝飾。具備不同的設計及物料，我們的蠟燭亦廣泛用於節日、慶祝活動或宗教儀式，以及文化、藝術或輕鬆場合。

我們的蠟燭主要可分為兩大類別：

- 工藝蠟燭：具有藝術及創新的外在表面、包裝、容器、形狀及設計(如動植物)的蠟燭。該等蠟燭可能以禮盒套裝出售。
- 普通蠟燭：簡單幾何圖形的蠟燭，如柱形、立方體及錐體。普通蠟燭的表面極少處理，乃素色或螺旋紋。普通蠟燭的例子包括柱蠟、尖燭、蠟燭燈及許願蠟燭。

下表載列按類別劃分的蠟燭收益及毛利率明細：

產品	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	收益	毛利率	收益	毛利率	收益	毛利率	收益	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
普通蠟燭	140,691	48.4	150,472	46.2	148,875	47.9	80,122	57.3
工藝蠟燭	150,136	51.6	175,645	53.8	162,163	52.1	59,766	42.7
總計	290,827	100.0	326,117	100.0	311,038	100.0	139,888	100.0

業 務

於往績記錄期間，我們根據市場上同類產品的價格及生產成本銷售蠟燭。我們亦考慮技術複雜性及我們預期實現的利潤率等其他因素。因此，工藝蠟燭比普通蠟燭實現更高毛利率，一般由於客戶需求及產品的更高技術複雜性。我們是否可於一個年度／期間為兩種蠟燭實現更高的毛利率，一般取決於該特定年度／期間的市況。有關定價政策的詳情，請參閱本節「業務－我們的客戶－定價政策」。

於2019年六個月，我們錄得普通蠟燭的增長，並構成總蠟燭銷售的57.3%，主要由於五大客戶於期內的普通蠟燭銷售訂單增加，以及2019年六個月人民幣兌美元的貶值，因客戶以美元開單及結算而對毛利率構成正面影響。

就材料而言，我們的蠟燭由(i)傳統蠟物料石蠟製成，特點為塑形容易及穩定耐用；(ii)植物蠟(例如棕櫚油)製成，可天然分解；及(iii)合成石蠟及植物蠟製成。我們的蠟燭可按預定配方於生產過程中加入香薰精華，增加香味。

我們使用專利技術混合石蠟及植物蠟製造合成蠟基。以我們的技術製成蠟基，其具有穩定燃燒及低煙灰指數。該等成分可再生及可降解，能裝載高含量香薰，並具有低熔點及低燃燒殘留物。

我們的蠟燭獨立或整套出售。我們主要以委聘我們以ODM形式生產及銷售的客戶(或其本身的客戶(倘客戶為批發商))的指示包裝蠟燭。

往績記錄期內，我們使用生產設施承擔大部分蠟燭的製造，而若干蠟燭的生產訂單則外判予合約製造商。

下表載列所示期間按生產模型劃分的蠟燭應佔收益明細：

生產方式	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	蠟燭應佔		蠟燭應佔		蠟燭應佔		蠟燭應佔	
	收益	收益百分比	收益	收益百分比	收益	收益百分比	收益	收益百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
自家製造	194,935	67.0	202,676	62.1	203,943	65.6	88,130	63.0
外判	95,892	33.0	123,441	37.9	107,095	34.4	51,758	37.0
總計	<u>290,827</u>	<u>100.0</u>	<u>326,117</u>	<u>100.0</u>	<u>311,038</u>	<u>100.0</u>	<u>139,888</u>	<u>100.0</u>

業 務

家居香薰

我們出售的家居香薰包括以天然植物材料香薰精華製成的產品，加入功能性的氣味，製造香氣效果。我們的家居香薰系列用途廣泛，例如改善空氣質素及除臭、驅蟲及減少煙霧，有助入睡、放鬆神經。因此我們相信我們的家居香薰可滿足用家的各種需要。

我們通常將家居香薰產品分為液體及固體形態。液體形式的家居香薰主要為擴香竹，由芳香劑、玻璃瓶及蘆葦組成。芳香劑合併溶液、水或酒精，以及香薰油。蘆葦可吸入芳香劑，並將香薰釋放至空氣中。固體形式的家居香薰主要指香膏，由凝膠及香薰油組成。該等香膏乃柔軟、易溶及能產生少量煙霧。大部分固體形式的家居香薰於拆開包裝後形成釋放量香薰，而當中有些需加熱以釋放香氣。我們家居香薰產品可以禮品套裝售賣。

我們按市場趨勢及客戶要求設計家居香薰產品。由於雅緻的產品外觀讓一般可向零售客戶或下游零售商索取較高零售價，家居香薰產品的售價根據其外觀設計及裝飾的雅緻程度而不同。收到客戶對設計及香氣批准後，我們將透過合約製造商開始生產程序。製成品將包裝及交付至我們的貨倉，我們將於交付客戶前檢查製成品。我們亦可於該等合約製造商的生產場地進行檢查。往績記錄期內，除ODM銷售外，我們亦於中國及澳洲銷售「Fumare」及「Aromart」等自家品牌家居香薰特選系列。以「Fumare」品牌出售的家居香薰目標為中高端消費者市場，而以「Aromart」品牌出售的家居香薰目標為中端及大眾市場。

下表按類別載列家居香薰收益、毛利及毛利率：

	2016財政年度			2017財政年度			2018財政年度			2019年六個月						
	收益 人民幣千元	毛利 %	毛利率 人民幣千元	收益 人民幣千元	毛利 %	毛利率 人民幣千元	收益 人民幣千元	毛利 %	毛利率 人民幣千元	收益 人民幣千元	毛利 %	毛利率 人民幣千元				
液體形式的家居香薰																
50毫升或以下	14,370	32.4	1,748	12.2	12,540	27.1	1,545	12.3	16,462	25.3	4,321	26.2	7,447	21.0	1,671	22.4
50毫升以上至100毫升	10,985	24.8	2,344	21.3	13,926	30.2	2,833	20.3	26,906	41.4	9,283	34.5	15,668	44.1	4,135	26.4
100毫升以上	7,770	17.6	1,411	18.2	9,770	21.1	1,562	16.0	8,813	13.6	2,097	23.8	7,582	21.3	1,954	25.8
小計	33,125	74.8	5,503	16.6	36,236	78.4	5,940	16.4	52,181	80.3	15,701	30.1	30,697	86.4	7,760	25.3
固體形式的家居香薰																
禮品套裝及其他	5,156	11.6	1,212	23.5	7,208	15.6	1,116	15.5	6,622	10.2	1,602	24.2	3,691	10.4	1,047	28.3
禮品套裝及其他	6,030	13.6	934	15.5	2,801	6.0	876	31.3	6,161	9.5	1,136	18.4	1,140	3.2	591	51.9
總計	44,311	100.0	7,649	17.3	46,245	100.0	7,932	17.2	64,964	100.0	18,439	28.4	35,528	100.0	9,398	26.5

業 務

下表載列我們按外觀設計劃分的液體形式家居香薰收益、毛利及毛利率明細：

	2016財政年度			2017財政年度			2018財政年度			2019年六個月						
	收益	毛利	毛利率	收益	毛利	毛利率	收益	毛利	毛利率	收益	毛利	毛利率				
	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	人民幣千元	%	人民幣千元	人民幣千元	%				
有裝飾玻璃容器	4,946	14.9	1,297	26.2	5,621	15.5	1,103	19.6	29,551	56.6	10,356	35.0	15,966	52.0	4,765	29.8
無裝飾透明玻璃容器	28,179	85.1	4,206	14.9	30,615	84.5	4,837	15.8	22,630	43.4	5,345	23.6	14,731	48.0	2,995	20.3
合計	33,125	100.0	5,503	16.6	36,236	100.0	5,940	16.4	52,181	100.0	15,701	30.1	30,697	100.0	7,760	25.3

有關本分部財務表現的評述，請參閱本文件「財務資料—過往經營業績回顧」。

家居飾品

我們銷售的家居飾品包括與蠟燭及家居香薰一併使用的裝飾品，例如燭台，以及其他補充或獨立飾物，如LED蠟燭、玻璃樽、廚房用品、相架及花瓶。我們的家居飾品組合由多元化產品組成，可廣泛地分類為玻璃製品、蠟燭飾品及裝飾品、廚房用品及傢俱及其他。家居飾品種類繁多，主要用於室內外裝飾，改善家居氣氛。由於我們出售家居飾品作為配套產品，以豐富我們的產品組合，而彼等的產品生命週期相對為短，我們根據客戶要求及市場趨勢不時調整家居飾品的組合，導致本分部業績的波動相對較大。

家居飾品的設計通常根據銷售及營銷團隊的批准由設計團隊負責。我們亦可能考慮合約製造商提供的樣本，並提供藝術及其他調整，因此產品於市場認受性及技術可行性方面均屬適合。往績記錄期內，我們將家居飾品的生產外判予合約製造商。

業 務

下表載列我們按種類劃分的家居飾品收益、毛利及毛利率明細：

	2016財政年度			2017財政年度			2018財政年度			2019年六個月						
	收益	毛利	毛利率	收益	毛利	毛利率	收益	毛利	毛利率	收益	毛利	毛利率				
	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	% 人民幣千元	%	人民幣千元	% 人民幣千元	%				
玻璃製品	25,777	40.1	4,235	16.4	30,637	41.7	5,272	17.2	33,478	48.7	6,932	20.7	15,974	39.1	3,588	22.5
非玻璃製品																
- 蠟燭飾品及裝飾品	28,379	44.1	4,865	17.1	32,726	44.5	4,848	14.8	28,472	41.4	5,604	19.7	20,825	51.0	4,217	20.3
- 廚房用品	9,797	15.2	1,437	14.7	6,738	9.2	1,004	14.9	4,487	6.5	960	21.4	2,077	5.1	448	21.6
- 傢俱及其他	382	0.6	10	2.8	3,397	4.6	565	16.6	2,265	3.4	513	22.7	1,964	4.8	413	21.0
合計	<u>64,335</u>	<u>100.0</u>	<u>10,547</u>	<u>16.4</u>	<u>73,498</u>	<u>100.0</u>	<u>11,689</u>	<u>15.9</u>	<u>68,702</u>	<u>100.0</u>	<u>14,009</u>	<u>20.4</u>	<u>40,840</u>	<u>100.0</u>	<u>8,666</u>	<u>21.2</u>

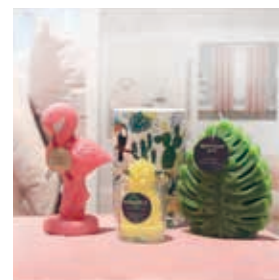
下表載列往績記錄期內我們銷售的若干產品的圖片：

蠟燭

普通蠟燭



工藝蠟燭



家居香薰

液體形式



固體形式



業 務

家居飾品

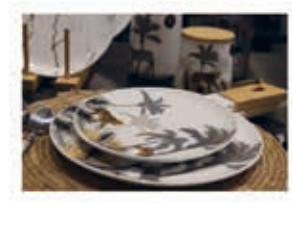
玻璃製品



蠟燭飾品



廚房用品



銷售及營銷

我們的銷售及營銷團隊處理銷售及營銷活動。於2019年6月30日，我們的銷售及營銷團隊有45人。彼等為我們的業務發展中心之一部分，主要負責處理與客戶、分銷商及供應商對外聯繫。我們的業務發展中心對內與設計及技術團隊等不同部門合作，以制定及執行銷售及產品開發策略。我們的銷售及營銷團隊亦參與處理所有銷售訂單、監督銷售進度，以及探訪客戶及與彼等透過電話及電郵聯繫。其亦負責進行市場研究、就產品規劃與設計團隊合作及籌劃營銷活動。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們就營銷相關活動產生的銷售及營銷開支分別為人民幣6.2百萬元、人民幣8.4百萬元、人民幣6.9百萬元及人民幣3.0百萬元。我們的主要營銷策略包括：

著重市場研究

我們的目標是引入時尚感強、設計流行的產品，滿足客戶不停轉變的需要。我們深信產品設計須緊貼市場趨勢，為產品創造時尚元素，以保持強勁消費者需求。為達到此目的，我們的營銷團隊不時評估客戶過往的購買模式，以預測下一季的產品需求，並向管理層匯報，以制定相應生產及營銷規劃。

參與展銷會及展覽

於往績記錄期間，我們已參與兩年一度的中國進出口商品交易會(亦稱為「廣交會」)的所有會議，其為中國最大展銷會之一，吸引世界各地的海外買家。廣交會為本集團提供向全球商戶及潛在客戶展示最新產品組合的重要場地。於客戶滿意展出樣本時，彼等可能直接下達訂單。銷售及營銷團隊亦可能於展銷會後跟進彼等的訂單，從而了解彼等是否希望產品設計及包裝作出任何調整。

業 務

除廣交會外，我們亦參與於海外展銷會。董事相信定期參與該等展覽不單可讓客戶獲取我們的最新產品資訊及向潛在客戶推廣產品及服務，亦可讓我們收集意見及市場資料，有助我們分析最近市場趨勢及客戶對產品設計的喜好。

商務訪問

為加強我們的其他營銷活動，高級管理層成員出席歐洲主要客戶的商務訪問，以了解及會見其採購團隊、聽取其需要、獲取最新市場資訊，以及了解其最近業務發展，此均為我們產品的有用資訊及業務規劃，允許我們鞏固與主要客戶的業務關係，並儘快物色與彼等銷售或合作機會。

發展線上及線下營銷及分銷權銷售

我們以官方網站(<http://www.kwungs.com/>)作推廣平台及發佈主要產品的最新資訊，讓瀏覽者及潛在客戶對我們的產品介紹有更深認識。我們亦通過若干中國電子商貿平台(包括天貓、WZJ.com及JD.com)銷售我們的自家品牌產品。

為使我們自家品牌產品接觸更多客戶，我們透過經營零售門店或百貨公司的銷售專櫃分銷商營銷我們的自家品牌產品。此外，我們亦於10間位於中國的自營商店，以展示及出售自家品牌產品的特選系列，而客戶將於該地點購買。

委任海外貿易代理

為接觸海外潛在客戶，我們委聘海外貿易代理轉介潛在客戶予我們及為我們提供客戶或海外市場的最新發展。往績記錄期內，我們委聘兩名屬獨立第三方的貿易代理，並與彼等有五至十五年業務關係。我們就該等貿易代理提供的服務授予零售佣金。我們根據向彼等介紹的相關客戶作出的銷售價值的協定百分比計算銷售佣金。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，總銷售佣金分別為人民幣1.3百萬元、人民幣2.0百萬元、人民幣1.5百萬元及人民幣0.6百萬元。

覆蓋廣泛地域

往績記錄期內，我們通過直接客戶將產品售予消費者，彼等於連鎖超市、精品店及家居裝飾店尋找及購買我們的產品。我們亦已與多個著名及大型批發或零售歐洲品牌建立長久穩定的關係，包括法國J.J.A.及荷蘭Koopman，彼等為直接客戶。

業 務

就收益而言，我們向位於歐洲的客戶營銷及銷售大部分產品。我們的目標市場為法國、英國、荷蘭及德國等歐洲富裕國家，當地消費者廣泛接受並能負擔蠟燭及家居香薰，且該等產品是日常生活及消費習慣的一部分。我們亦已於澳洲及加拿大逐步擴展立足地以爭取銷售機會。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們的海外銷售佔收益合共分別佔98.8%、99.0%、98.8%及98.3%。下表載列所示期間根據客戶所在位置按地域市場劃分的收益明細：

地域市場	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
海外								
法國	85,610	21.4	92,479	20.7	107,203	24.1	52,112	24.1
英國	75,323	18.9	109,144	24.5	86,618	19.5	33,605	15.5
荷蘭	40,566	10.2	48,564	10.9	62,557	14.1	33,934	15.7
德國	73,184	18.3	59,058	13.2	51,091	11.5	28,199	13.0
台灣	32,172	8.1	39,061	8.8	40,209	9.0	18,140	8.4
加拿大	15,836	4.0	20,133	4.5	22,520	5.1	9,034	4.2
香港	39,705	9.9	32,351	7.3	18,629	4.2	10,435	4.8
其他 ^(附註)	32,097	8.0	40,660	9.1	50,635	11.3	27,206	12.6
小計	394,493	98.8	441,451	99.0	439,462	98.8	212,665	98.3
中國	4,980	1.2	4,409	1.0	5,242	1.2	3,591	1.7
總計	399,473	100.0	445,860	100.0	444,704	100.0	216,256	100.0

附註：「其他」包括澳洲、挪威、葡萄牙、西班牙、新西蘭及18個其他國家，而該18個國家各自的銷售額佔相關年度收益少於1%。

有關按地域市場劃分的收益的重大波動詳情，請參閱本文件「財務資料—綜合收益表篩選項目描述—按地區劃分」。

業 務

我們的客戶

客戶

我們已建立完備的銷售網絡，我們的產品透過該等渠道接獨市場上廣大客戶群。下表載列所示期間按客戶種類劃分的收益明細：

各業務模式的 客戶種類	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2018年六個月		2019年六個月	
	估總收益		估總收益		估總收益		估總收益		估總收益	
	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比	收益	百分比
	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	%
零售商										
ODM銷售	166,113	41.6	198,501	44.5	181,639	40.8	64,519	38.4	79,438	36.7
品牌銷售	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
批發商										
ODM銷售	219,839	55.0	234,024	52.5	248,502	55.9	97,419	57.9	130,543	60.4
品牌銷售	7,742	2.0	-	-	-	-	-	-	-	-
分銷商										
ODM銷售	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
品牌銷售	92	0.0	641	0.1	60	0.0	47	0.0	139	0.1
終端客戶										
ODM銷售	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
品牌銷售	5,687	1.4	12,694	2.9	14,503	3.3	6,231	3.7	6,136	2.8
總計	399,473	100.0	445,860	100.0	444,704	100.0	168,216	100.0	216,256	100.0

零售商

我們按B2B基準將產品出售予零售商，包括超市、家居裝飾店及精品店。我們部分零售客戶為著名的連鎖超市，例如英國的客戶A及客戶D。該等客戶主要按B2C基準向消費者出售我們的產品。

批發商

我們按B2B基準將產品售予批發商，批發商之後將我們的產品通過其本身的銷售網絡如超市、連鎖店、園藝店及家居飾品店按B2B基準出售予市場。該等批發商客戶包括位於荷蘭及台灣等海外的家居裝飾品或家居用品進口商及貿易商。我們將應要求安排產品直接交付至該等進口商或貿易商的客戶的地址。

業 務

分銷商

為了進軍對消費品有龐大需求的中國市場，自2016年起，我們在中國以我們的自家品牌通過第三方分銷商（為獨立第三方）銷售蠟燭及家居香薰。

分銷商包括與我們訂立框架協議於我們品牌名稱旗下的獨立特許經營店及其他實體的獨立營運商，根據與我們簽訂的框架協議，該等分銷商通過其當地銷售網絡（如零售店或百貨公司內的銷售專櫃）出售我們的產品。鑑於中國市場幅員廣闊，我們採納分銷銷售模式，此乃由於我們相信此可讓我們憑分銷商的知識及其已有的本地市場業務網絡，接觸更廣客戶群，有效擴展我們的業務，因我們毋須直接經營地域廣闊的中國市場銷售網絡，我們可將成本減至最低。我們亦相信採納自家品牌產品分銷銷售模式與行業慣常做法一致。於2016年、2017年、2018年12月31日及2019年6月30日，我們分別有一名、兩名、10名及13名中國分銷商。我們與四名額外分銷商簽訂框架協議，年期為2019財政年度直至最後實際可行日期。

我們與分銷商的關係主要乃買賣關係。我們的分銷商直接購買產品，且不附帶追索權，並自行轉售產品。我們通過與彼等簽訂的框架協議，限制我們向市場出售產品的銷售渠道，或以其他方式對其施加不同營銷及品牌建設責任。我們要求分銷商於交付前向我們悉數付款。來自向分銷商銷售的收益於彼等收回貨品時確認，即產品的風險及產權轉移至該等分銷商的時候。除品質問題外，分銷商無權向我們退回其未售貨品。

我們一般於遴選新分銷商時考慮：(i)透過其本身的銷售團隊進入當地市場；(ii)分銷能力及營銷資源；(iii)承諾遵守我們的營銷及定價政策；(iv)財務實力及信譽。

我們已與分銷商訂立框架協議，主要條款概述如下：

期限	:	一至兩年（可予重續）
位置	:	我們指定分銷商於指定地點或地區營運。分銷商須於獲取我們的同意後，方能於指定地點或地區以外的地方經營業務。
獨家產品	:	除特許經營店外，彼等大部分僅可於其零售店出售其品牌的貨品。
定價	:	本集團將向分銷商以劃一價格出售產品。分銷商於轉售產品時預期遵循我們建議的定價政策。

業 務

- 付款條款及交付 : 於收到付款後，我們會將於三日內產品交付至分銷商指定的地點。分銷商以銀行轉賬結清購買付款。
- 產品退貨政策 : 產品的任何缺陷須於交付後三天內通知，否則分銷商會將被視為已接受產品。
- 營銷需要 : 至於特許經營店，我們將提供裝修計劃及設計全部所需營銷材料。
- 使用商標的授權 : 若干分銷商可能獲准依據指示於其銷售活動使用我們的商標或商號。分銷商於獲批准使用我們的商標或商號時，有責任保護我們的商譽、形象及知識產權。
- 終止 : 倘分銷商以未經授權的方式使用我們的商標，並無執行我們的市場管理政策，或侵犯我們的知識產權，我們可終止協議。分銷商可於30日(倘為特許經營店則為三個月)前通知終止協議。

於往績記錄期間，我們並不知悉我們與分銷商訂立的框架協議條款有任何重大違反，而我們並未與我們的分銷商於相關屆滿日前終止任何框架協議。

於往績記錄期間，董事或其各緊密聯繫人或任何股東(據董事所深知於最後實際可行日期擁有已發行股本5%以上)於任何分銷商擁有任何權益。

消費者

除上述傳統銷售渠道的客戶外，我們直接向消費者銷售自家品牌產品。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們主要通過天貓、WZJ.com及JD.com以及中國自營商店向客戶進行銷售。網上電子商貿平台的付款乃透過支付寶收取。於自營商店的付款乃以現金或通過多種電子付款途徑作出。

業 務

主要客戶

往績記錄期內，我們的主要客戶包括主攻一般消費品市場的家居裝飾品零售商以及透過自有分銷網絡進口我們的產品並將其售往海外市場的批發商。我們的主要客戶主要位於歐洲。我們與往績記錄期內五大客戶的關係分別介乎五年至約19年。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，來自五大客戶的收益合共佔我們同期總收益分別48.1%、49.7%、54.3%及59.0%。下表載列我們於所示期間五大客戶的背景資料：

2016財政年度

排名	客戶	已售產品/服務	客戶類型	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期		信貸期	付款方式	佔總銷售	
						年	年			銷售額 人民幣千元	百分比 %
1	J.J.A.	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事家居用品及家居裝飾品批發。其若干家居裝飾品以自家品牌（即「atmosphere」、「Le Comptoir de la Bougie」及「Feeric」）出售。其總部有約200名僱員及近100,000平方呎的陳列室。	法國	13	60天	電匯	60,916	15.3	
2	客戶A <small>(附註)</small>	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	零售商	其為於倫敦證券交易所上市的所屬集團公司的零售部門，於英國擁有逾500間店舖，主要從事一般零售買賣。其若干家居裝飾品以自家品牌出售。	英國	12	貨到現金付款	電匯	47,677	11.9	
3	Top Marketing	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事木產品、陶瓷器、家居硬件等出口業務。其於台灣及中國擁有3個辦公室。其若干家居裝飾品以第三方品牌出售。	台灣	19	貨到現金付款	電匯	31,646	7.9	

業 務

排名	客戶	已售產品/服務	客戶類型	背景	總部地點	截至2019年	信貸期	付款方式	估總銷售	
						6月30日 與本集團的 業務關係年期 年			銷售額 人民幣千元	百分比 %
4	Koopman	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事家居裝飾品、食物、玩具 等批發買賣。其為全球貿易公司， 於逾24個國家設有陳列室及辦公 室。其若干家居裝飾品以第三方品 牌出售。	荷蘭	10	貨到現金付款	付款交單	27,145	6.8
5	客戶B	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	零售商	其於歐洲有逾300間店舖，並主要從事 零售買賣，包括手工藝品、郵票、 硬幣等家居裝飾品及飾物。其產品 以自家品牌出售。	德國	15	貨到現金付款	電匯	24,806	6.2
總計									192,190	48.1

2017財政年度

排名	客戶	已售產品/服務	客戶類型	背景	總部地點	截至2019年	信貸期	付款方式	估總銷售	
						6月30日 與本集團的 業務關係年期 年			銷售額 人民幣千元	百分比 %
1	客戶A <small>(附註)</small>	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	零售商	其為於倫敦證券交易所上市的所屬集 團公司的零售部門，於英國擁有逾 500間店舖，主要從事一般零售買 賣。其若干家居裝飾品以自家品牌 出售。	英國	12	貨到現金付款	電匯	72,207	16.2

業 務

排名	客戶	已售產品/服務	客戶類型	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期		信貸期	付款方式	估總銷售	
						年	年			銷售額 人民幣千元	百分比 %
2	J.J.A.	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事家居用品及家居裝飾品批發。其若干家居裝飾品以自家品牌(即「atmosphere」、「Le Comptoir de la Bougie」及「Feeric」)出售。其總部有約200名僱員及近100,000平方呎的陳列室。	法國	13	60天	電匯		65,064	14.6
3	Top Marketing	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事木產品、陶瓷器、家居硬件等出口業務。其於台灣及中國擁有3個辦公室。其若干家居裝飾品以第三方品牌出售。	台灣	19	貨到現金付款	電匯		38,446	8.6
4	Koopman	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事家居裝飾品、食物、玩具等批發買賣。其為全球貿易公司，於逾24個國家設有陳列室及辦公室。其若干家居裝飾品以第三方品牌出售。	荷蘭	10	貨到現金付款	付款交單		23,001	5.2
5	客戶C	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其為全球貿易公司，主要從事家居用品、電子及季節性配件等逾20,000件商品之出口。其若干家居裝飾品以第三方品牌出售。	荷蘭	6	貨到現金付款	電匯		22,856	5.1
									總計	221,574	49.7

業 務

2018財政年度

排名	客戶	已售產品/服務	客戶類型	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期		信貨期	付款方式	估總銷售	
						年	年			銷售額 人民幣千元	百分比 %
1	J.J.A.	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事家居用品及家居裝飾品批發。其若干家居裝飾品以自家品牌(即「atmosphere」、「Le Comptoir de la Bougie」及「Feeric」)出售。其總部有約200名僱員及近100,000平方呎的陳列室。	法國	13	60天	電匯	77,484	17.4	
2	Koopman	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事家居裝飾品、食物、玩具等批發買賣。其為全球貿易公司，於逾24個國家設有陳列室及辦公室。其若干家居裝飾品以第三方品牌出售。	荷蘭	10	貨到現金付款	付款交單	46,819	10.5	
3	客戶A (附註)	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	零售商	其為於倫敦證券交易所上市的所屬集團公司的零售部門，於英國擁有逾500間店舖，主要從事一般零售買賣。其若干家居裝飾品以自家品牌出售。	英國	12	貨到現金付款	電匯	40,943	9.2	
4	Top Marketing	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事木產品、陶瓷器、家居硬件等出口業務。其於台灣及中國擁有3個辦公室。其若干家居裝飾品以第三方品牌出售。	台灣	19	貨到現金付款	電匯	39,155	8.8	

業 務

排名	客戶	已售產品/服務	客戶類型	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期		信貸期	付款方式	估總銷售	
						年	年			銷售額 人民幣千元	百分比 %
5	客戶D	蠟燭及家居香薰	零售商	其主要於英國從事一般零售買賣。其若干家居裝飾品以自家品牌出售。	英國	5		貨到現金付款	電匯	37,238	8.4
總計										241,639	54.3

2019年六個月

排名	客戶	已售產品/服務	客戶類型	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期		信貸期	付款方式	估總銷售	
						年	年			銷售額 人民幣千元	百分比 %
1	J.J.A.	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事家居用品及家居裝飾品批發。其若干家居裝飾品以自家品牌(即「atmosphere」、「Le Comptoir de la Bougie」及「Feeric」)出售。其總部有約200名僱員及近100,00平方呎的陳列室。	法國	13	60天		電匯	43,783	20.2
2	客戶A ^(附註)	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	零售商	其為於倫敦證券交易所上市之所屬集團公司的零售部門，於英國擁有逾500間店舖，主要從事一般零售買賣。其若干家居裝飾品以自家品牌出售。	英國	12		貨到現金付款	電匯	27,903	12.9

業 務

排名	客戶	已售產品/服務	客戶類型	背景	總部地點	截至2019年	信貸期	付款方式	估總銷售	
						6月30日 與本集團的 業務關係年期			銷售額	百分比
									人民幣千元	%
3	Koopman	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事家居裝飾品、食物、玩具 等批發買賣。其為全球貿易公司， 於逾24個國家設有陳列室及辦公 室。其若干家居裝飾品以第三方品 牌出售。	荷蘭	10	貨到現金付款	付款交單	27,194	12.6
4	Top Marketing	蠟燭、家居香薰 及家居飾品	批發商	其主要從事木產品、陶瓷器、家居硬 件等出口業務。其於台灣及中國擁 有3個辦公室。其若干家居裝飾品以 第三方品牌出售。	台灣	19	貨到現金付款	電匯	17,559	8.1
5	客戶D	蠟燭及家居香薰	零售商	其主要於英國從事一般零售買賣。其 若干家居裝飾品以自家品牌出售。	英國	5	貨到現金付款	電匯	11,200	5.2
總計									127,639	59.0

附註：客戶A應佔的銷售額乃客戶A與其聯屬公司的銷售總額。

概無董事、彼等各自之緊密聯繫人或任何股東(據董事所盡悉於最後實際可行日期擁有本公司已發行股本多於5%的股東)於往績記錄期間任何五大客戶中擁有任何權益。往績記錄期內所有五大客戶均為獨立第三方。

付款及信貸條款

我們並無與客戶訂立長期或框架協議。客戶通常下達購買訂單，而我們會向彼等發出銷售確認書。下表載列我們向主要客戶發出的標準銷售確認書所載銷售的主要條款：

客戶訂單：銷售確認書載有用於追蹤客戶購買訂單的參考編號

業 務

規格	:	銷售確認書載有產品描述，如型號、顏色、蠟的重量(倘為蠟燭)、香味類型及包裝要求，以及用於追蹤的批號
裝運日期	:	我們通常能於銷售確認書發出後約80至95天內裝運訂購產品
交付條款	:	於大多數情況下按FOB基準進行，而於例外情況下且僅限於少數客戶則按CIF基準進行
付款條款	:	我們通常於收款後交付產品
訂單數量	:	件數或紙箱呈列。倘交付的貨物數量少於協定數量一小百分比(如1.5%)，則客戶無權拒收貨物
單價	:	一般以美元列值。我們通常根據現時市價及生產成本設定價格。請參閱本節「我們的客戶—定價政策」

除我們向消費者作出接受以現金或透過電子支付網關付款且不附帶信貸期的銷售外，我們一般接受客戶以銀行電匯付款。

信貸評估

於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們的平均貿易應收款項週轉天數分別為48天、46天、46天及52天。我們的政策是持續審閱逾期結餘及我們的應收款項結餘，而管理層團隊會作出合適評估，決定是否須計提貿易應收款項減值撥備。於2016年、2017年、2018年12月31日以及2019年6月30日，貿易應收款項減值撥備為人民幣0.9百萬元、人民幣0.2百萬元、人民幣0.5百萬元及人民幣1.1百萬元。往績記錄期後及截至最後實際可行日期，我們並無就於到期時收取主要客戶應收款項方面遇上重大困難。

定價政策

我們根據市場上類似貨品的價格及生產成本而決定產品定價。其他影響我們定價決定的因素包括技術複雜程度、我們預期達到的利潤率、與有關客戶的關係、信貸及付款條款、訂單規模及預期交付日期。我們亦參考12個月期間向有關客戶提供的總銷售額而向若干客戶提供大額回扣。

業 務

售後服務及退貨

為了為客戶提供更佳服務，並適時取得市場資料，我們的政策是客戶的所有投訴、意見及查詢均應儘快回覆處理。我們的銷售及營銷團隊負責接收及處理海外客戶的投訴，以及為客戶提供售後服務。一般而言，倘有任何有關我們產品的投訴、意見或查詢，我們的技術團隊將提供相關服務。客戶亦可能會聯絡跟進其各自賬戶的銷售代表，處理其投訴、意見及查詢。

除非有品質方面的原因，否則我們一般不接受產品退貨。就海外銷售而言，我們接受自產品抵達目的地港口起計三個月內的產品退貨或換貨要求。倘事件與產品品質有關，我們會於確認投訴後密切跟進客戶的產品退貨、對客戶投訴進行調查、於投訴已確定後安排退款或修正，並可能會按個別事件基準與客戶談判以解決事件。

往績記錄期內及截至最後實際可行日期，我們並無任何重大產品責任申索或有關我們產品或品質的重大不利公眾消息，並無發生對我們有重大影響的產品退貨或收回事件。有關與我們製造及出售的產品有關的產品責任風險性質，請參閱本文件「風險因素－我們或會遭受產品責任索償，而有關索償可能對我們的業務、財務狀況及聲譽造成重大不利損害」。

季節性因素

我們的產量及銷售表現受季節性因素影響。我們產品的需求與目標市場客戶的購買及消費模式有直接關係。我們的主要產品為快速消費品，主要出口至歐洲，蠟燭及家居香薰是彼等日常生活風格及消費習慣的一部分，蠟燭常用作聖誕節或萬聖節等節日裝飾。因此，考慮到由下達訂單到交付所需的時滯及國際裝運所需的時間，我們一般於下半年接獲的訂單較年中其他月份多，亦因此於有關月份錄得較高銷售。

研發

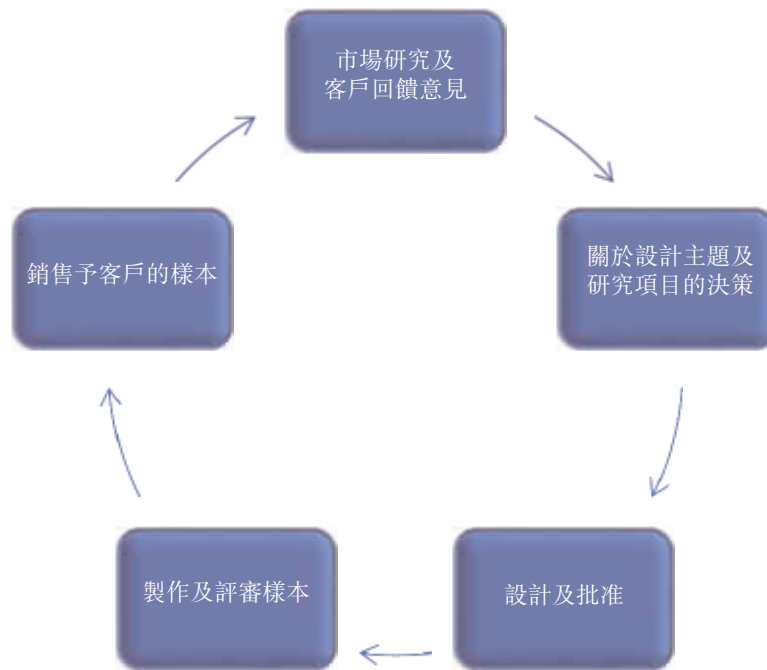
我們的產品設計及研究能力為我們核心競爭力的關鍵因素。我們旨在種類及質量方面將我們的產品與同行的產品作出區分。我們已透過設計團隊的不斷努力及專業知識實現此目標，該團隊負責產品外觀設計，而技術團隊則負責原材料及材料創新、技術可行性及安全合規性。

關於產品設計，我們設計團隊負責構思產品的產品概念及平面設計。團隊中的大多數成員均獲得設計相關學科的學位或專業教育資格，平均擁有8年行業經驗。於往績記錄期間，我們提供逾1,000種不同設計、尺寸、香氣及成分的家居裝飾品。

業 務

至於蠟燭及家居香薰的物料及材料開發，技術團隊的所在基地為我們的工程技術中心，該中心於2011年獲認可為寧波市企業工程技術中心。技術團隊負責改良及開發現有生產線，包括品質改良及引入新風格及技術、包裝及設計，以及於市場上物色新產品。於2019年6月30日，我們的技術團隊包括52名成員，其中43名已獲得專業教育資格學位，而技術團隊的主要成員至少有逾15年行業經驗。於2019年六個月，由於我們進行五個蠟燭及家居香薰的產品開發項目，技術團隊人員有所增加。

我們重點產品的主要研發程序列示如下：



1. 市場研究及客戶回饋意見

銷售及營銷團隊、設計團隊，以及技術團隊保持密切對話，以將最新市場趨勢、消費者喜好、新設計及概念融入我們的產品開發工作中。銷售及營銷團隊積極參與展銷會及展覽，彼等可從客戶及競爭對手收集第一手市場情報。我們亦透過澳洲附屬公司收集市場資訊並推廣產品。此外，銷售及營銷團隊及設計團隊亦從互聯網上獲取資訊，以及時了解客戶喜好的最新市場趨勢。

另一方面，技術團隊透過與相關機構的合作及其本身的研究，緊貼最新技術及合規規則。

業 務

2. 關於設計主題及研究項目的決策

根據從市場調研中收集的信息，我們制定產品開發建議，以待管理層批准。就藝術及外觀設計，我們將於明年提出產品主題。項目中包括的主題及項目將由設計團隊設計，並獲得銷售及營銷團隊經理批准。

就原材料及技術項目而言，技術團隊將自行或與合作機構設計開發項目。該等項目須獲得管理團隊的批准。

於往績記錄期間，我們與浙江大學寧波理工學院訂立為期三年的合作協議，據此；(i)研究院同意於新產品開發及研究成果商業化方面向我們提供研究及技術支援；(ii)我們協定為學院的教師及學生提供在職培訓，並為畢業生提供工作機會。除合作協議外，我們已就浙江大學寧波理工學院的香薰精油的指定研究項目簽訂一份協議，據此，我們有權應用專利並享有使用有關專利權及分派相關利益的權利。我們亦與中科院寧波材料所與博士後研究人員訂立三方協議，據此，學院及我們共同委聘博士後研究人員為本集團為期兩年的蠟燭產品新材料研究項目提供研究及技術支援，所有研究的知識產權歸本集團所有。

我們與該等科研機構的合作提升研究能力，並展示我們致力於產品中使用最新技術的材料。

目前，中科院寧波材料所的博士後研究員的研究重點乃使用植物蠟提高產品性能，降低生產成本。

我們致力於開發製造具有緩燃及穩定且持久釋放香氣的蠟燭的技術。根據弗若斯特沙利文報告，我們的天然植物蠟燭及家居香薰預期具有強大的市場潛力，此乃由於該等產品採用環保材料製成，符合消費者的健康生活理念及日益增長的環保意識。

3. 設計及批准

設計草案將按設計團隊及銷售及營銷團隊進行討論而定。銷售及營銷團隊將根據市場認受性評審設計。設計將於測量及原材料要求方面進行標準化，就批量生產準備就緒。設計一經批准，將記錄於由營銷經理簽署的申請表中，並提交予生產團隊以生產樣本。

業 務

4. 製作及評審樣本

於製作樣本時，生產團隊會記錄與樣本相關的數據及原材料，以備日後參考。樣本連同生產程序中生產團隊的回饋意見將提交予設計及銷售及營銷團隊進行進一步評審。另一方面，技術團隊將提供有關技術性及遵守適用標準或法律規定的回饋意見。

5. 銷售予客戶的樣本

樣本一經批准，將於展銷會及陳列室的攤位上展出，或於到訪客戶時展示。銷售及營銷團隊亦可直接向客戶推廣新產品。客戶可接受我們的樣本並下達訂單，或彼等可因應其要求向客戶提供意見以調整樣本。

我們的研究能力獲國家認可。自2008年起，我們已獲取「高新技術企業」的地位（須每三年重續一次）。目前狀態於2017年重續，並將於2020年11月屆滿。

於最後實際可行日期，我們已註冊以下重大知識產權：(i)中國、香港、歐盟、美國及澳洲的43個商標；(ii)中國的六項專利；及(iii)一個域名。詳情請參閱本文件附錄四「法定及一般資料－B.有關本集團業務之進一步資料－2.知識產權」。於往績記錄期間，(i)就研發目的所產生與原材料及消耗品有關的開支分別為人民幣7.5百萬元、人民幣7.3百萬元、人民幣7.5百萬元及人民幣4.3百萬元；及(ii)研發人員所產生的僱員福利開支分別為人民幣6.3百萬元、人民幣7.0百萬元、人民幣6.5百萬元及人民幣3.5百萬元。

此外，於最後實際可行日期，我們有7項待決的專利申請，與蠟燭及配套產品的蠟成分，以藝術及外觀設計的發展相關。

業 務

生產

生產程序

蠟燭的一般生產間隔期約為80至95日，視乎產品的複雜程度而定。下圖列示兩種主要的蠟燭生產方法，視乎最後製成品會否灌入容器當中：



業 務

- 熔蠟 : 根據技術需要，不同材料的混合物會經過熔蠟過程以創造不同的蠟基，例如石蠟、植物蠟及複合蠟。
- 灌蠟至容器或模具 : 液態蠟會灌入不同種類的模具或容器。過程中將把燭芯插進蠟中。
- 冷卻蠟 : 於蠟冷卻時，半成品將脫離模具或留在容器中有待修整。
- 表面處理 : 當半成品從模具取出後，彼等將進行機械拋光、鑽孔或銑削。其表面其後將塗色或以絲網進行加工。
- 修整及清潔 : 修整及清潔產品。
- 包裝及儲存 : 於檢查後，製成品將會組裝、裝箱及存倉。

生產設施

於最後實際可行日期，我們分別在位於浙江省寧波市及紹興市樓面面積為24,635.5平方米（僅包括用作生產用途的物業）的兩個生產基地進行生產活動。我們的寧波廠房及紹興廠房部分位於向寧波投資及紹興景明（由本公司關連人士金先生控制的公司）承租的物業內。有關租賃安排，詳情請參閱本文件「持續關連交易」。

業 務

我們根據當時產能及使用率向兩間生產基地委派生產工作。兩間生產基地的主要分別如下：

	寧波廠房	紹興廠房
將生產的產品類型	<ul style="list-style-type: none">• 主要生產附容器蠟燭。	<ul style="list-style-type: none">• 無容器蠟燭(如柱蠟、香薰杯蠟及浸染蠟燭)。
生產力	<ul style="list-style-type: none">• 生產力較高及自動化及標準化水平較高。• 機器及設備連同灌蠟機的輸送帶及控制系統主要用於執行將蠟固定於容器中及灌蠟至容器的程序。• 至於熔蠟、灌蠟至模具、表面處理、修整及清潔、包裝及儲存，我們的生產人員將會以人手配合熔蠟煮沸系統、模具及工具等其他簡單設備協助進行該等程序。	<ul style="list-style-type: none">• 生產力低於人手能力依賴高水平的寧波廠房。• 生產程序大部分由我們的生產人員以人手配合熔蠟煮沸系統、模具及工具等簡單設備協助進行。
於2019年6月30日的生產僱員數目	185	93

業 務

於2019年6月30日，我們共有278名僱員營運及管理我們的生產設施。於最後實際可行日期，寧波廠房有八條蠟燭生產線，而紹興廠房有兩條蠟燭生產線。下表列載於往績記錄期我們於寧波市及紹興市的生產設施的設計產能、產量及使用率：

	設計產能 ^(附註1)			產量 ^(附註2)			平均
	寧波廠房	紹興廠房	總計(a)	寧波廠房	紹興廠房	總計(b)	使用率 ^(附註3)
	(標準產品數目(百萬))						(b)/(a)
2016財政年度	16.5	4.8	21.3	13.2	4.1	17.3	81.2%
2017財政年度	15.5	4.9	20.4	15.3	4.7	20.1	98.4%
2018財政年度	15.4	4.9	20.3	14.0	5.3 ^(附註4)	19.3	95.1%
2019年六個月	7.5	2.5	9.9	5.7	2.0	7.7	77.6% ^(附註5)

附註：

1. 設計產能乃按董事估計根據每年可生產的標準尺寸蠟燭(7.3 x 8厘米附容器蠟燭)(「標準產品」)數量的估計而計算，僅供說明用途。就此而言，我們假設於往績記錄期間，每日生產時間為八小時，而每年生產天數為304天。
2. 產量乃參照生產記錄計算。為計算產量，我們尺寸及類型不同的產品數目將按董事估計參照有關產品的生產要求轉換為標準產品，僅供說明用途。
3. 使用率以將標準產品的產量除以生產設施的設計產能而得出。
4. 我們錄得紹興廠房的產量比其於2018財政年度的設計產能較高，此乃由於我們的生產設施一直高出假設的生產時間超時操作，以於旺季執行若干採購訂單。
5. 2019年六個月的平均使用率一般較低，此乃由於生產活動及銷售於上半年一般比下半年較低。

我們的生產水平須按季節而定。由於我們的主要產品主要出口歐洲，用作下半年節慶期間的裝飾，經考慮下達訂單至交付所需的前置時間及國際船務所需的時間，我們一般於下半年錄得更高銷量。此通常導致下半年的生產設施比上半年的平均使用率提升。詳情請參閱本節「季節性因素」。

據中國法律顧問的意見，於最後實際可行日期，我們已取得分別於寧波廠房及紹興廠房營運我們的生產設施所需的所有相關執照及證書。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的業務及營運並無蒙受任何重大中斷，亦無因機器或設備故障或損壞而導致生產營運的長期停運，或會對我們的業務或財務狀況帶來重大影響。

業 務

機器及維護

我們於生產中所使用的主要機器及設備詳情如下：

寧波廠房

機器／設備名稱	機器／ 設備數目	功能	平均 操作年期	估計平均 可使用年期 (年)	估計平均剩餘 可使用年期 (年)
灌蠟機及監控系統	17	灌蠟至容器	1.8	10	8.2
自動燈芯固定機	1	將燈芯插進蠟中	2	10	8
澆蠟機	2	澆蠟至模具	1	10	9
扭芯機	1	扭芯	4	10	6

紹興廠房

紹興廠房並無任何主要生產機器及設備。生產程序大部分由我們的生產人員以人手配合熔蠟煮沸系統、模具及工具等簡單設備協助進行。

我們擁有用於生產程序的所有主要機器及設備，並已就我們的機器及設備執行維護系統，包括維護及修理的定期停工時間，以及定期檢查生產設施及設備，以將生產線維持在最佳水平。我們的生產團隊每三個月對機器及設備進行定期檢查及每年進行大修。

原材料及供應商

原材料

我們的主要原材料包括蠟、容器、包裝材料、燭台配件及香薰精華。包裝材料包括內部及外部包裝的包裝紙、塑料緞帶及紙箱。我們自中國供應商採購大部分主要原材料，並相信有關原材料可隨時於市場上購得。我們亦自境內進口商或海外供應商購入源自東南亞及法國的植物蠟、

業 務

染料及香薰。董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可日期，我們於主要原材料並無經歷任何質量問題、重大延誤或短缺，可能會對我們的業務營運帶來重大不利影響。

我們於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月使用的原材料及消耗品分別為人民幣137.4百萬元、人民幣148.5百萬元、人民幣151.7百萬元及人民幣65.4百萬元。

採購團隊負責挑選及評審供應商，質控團隊負責測試原材料，而技術團隊則負責對技術及合規要求。採購團隊負責下達原材料訂單。於2019年6月30日，採購團隊包括21名僱員。

主要供應商

供應商包括原材料及消耗品供應商及合約製造商。由於我們及我們的合約製造商製造的產品性質繁多，因此我們維繫廣闊網絡以支援我們的運作。2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們分別向超過400名、440名、500名及300名供應商採購。我們的主要原材料及消耗品供應商為主要於中國從事生產及／或銷售蠟、容器、配件及香薰精華的企業實體。有關合約製造商的詳情，請參閱本節「分包安排」一節。

我們與往績記錄期各五大供應商的關係介乎兩年至11年。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們向五大供應商所作的採購應佔同期我們的購買成本分別22.0%、23.3%、21.6%及25.3%。下表列載五大供應商於所示期間的背景資料：

2016財政年度

排名	供應商	已購 產品/服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係			購買額 人民幣千元	佔總購買 百分比 %
					年期 (年)	信貸期	付款方式		
1	集團A(附註1)	蠟	其主要從事銷售化學品及原材料。	中國	2-5	貨到付款	銀行轉賬	16,630	5.8
2	集團B(附註2)	蠟	其主要從事買賣及分銷化學品、建築物料及日用品。	中國	10-11	貨到付款	銀行轉賬	15,111	5.2
3	寧波市海曙華森日用品有限公司(附註3)	擴香竹	其主要從事製造及加工塑料品、日用清潔及香薰產品、電子配件、硬件、蠟燭及模具。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	14,278	4.9
4	南通明藝玻璃科技有限公司	容器	其主要從事研發、製造、加工及銷售玻璃製品。	中國	7	貨到付款	銀行轉賬	8,964	3.1

業 務

排名	供應商	已購 產品/服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係			購買額 人民幣千元	佔總購買 百分比 %
					年期 (年)	信貸期	付款方式		
5	寧海縣豪來韻日用品 有限公司	擴香竹	其主要從事製造及 加工雜項日用塑料 品、塑膠部件及香 薰。	中國	8	貨到付款	銀行轉賬	8,628	3.0
總計								63,611	22.0

2017財政年度

排名	供應商	已購 產品/服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係			購買額 人民幣千元	佔總購買 百分比 %
					年期 (年)	信貸期	付款方式		
1	寧波市海曙華森 日用品有限公司 (附註3)	擴香竹	其主要從事製造及加 工塑料品、日用清 潔及香薰產品、電 子配件、硬件、蠟 燭及模具。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	22,745	6.8
2	集團B(附註2)	蠟	其主要從事買賣及分 銷化學品、建築物 料及日用品。	中國	10-11	貨到付款	銀行轉賬	19,289	5.8
3	上高華源玻璃科技 有限公司	容器	其主要從事製造玻璃 製品。	中國	4	貨到付款	銀行轉賬	15,461	4.6
4	寧波豐彩工藝品 有限公司	鏡及電線	其其其主要從事製造及 買賣藝術及手工設 計品。	中國	9	貨到付款	銀行轉賬	11,573	3.5
5	天津市華泰蠟燭 有限責任公司	蠟燭	其主要從事生產蠟燭。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	8,716	2.6
總計								77,784	23.3

業 務

2018財政年度

排名	供應商	已購產品/ 服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期 (年)	信貸期	付款方式	購買額 人民幣千元	佔總購買 百分比 %
1	寧波市海曙華森日用品 有限公司(附註3)	擴香竹	其主要從事製造及加工塑料 品、日用清潔及香薰產品、 電子配件、硬件、蠟燭及模 具。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	27,421	8.1
2	上高華源玻璃科技 有限公司	容器	其主要從事製造玻璃製品。	中國	4	貨到付款	銀行轉賬	13,763	4.1
3	集團B(附註2)	蠟	其主要從事買賣及分銷化學 品、建築物料及日用品。	中國	10-11	貨到付款	銀行轉賬	11,547	3.4
4	常州市金壇星星制燭 有限公司	蠟燭	其主要從事製造及銷售工藝蠟 燭，以及製造及加工紙盒。	中國	3	貨到付款	銀行轉賬	11,525	3.4
5	寧波豐彩工藝品 有限公司	鏡及電線	其主要從事製造及買賣藝術及 手工設計品。	中國	9	貨到付款	銀行轉賬	8,684	2.6
							總計	72,940	21.6

業 務

2019年6個月

排名	供應商	已購產品/ 服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期		付款方式	佔總購買	
					信貸期	年		購買額 人民幣千元	百分比 %
1	寧波市海曙華森日用品有限公司(附註3)	擴香竹	其主要從事製造及加工塑料品、日用清潔及香薰產品、電子配件、硬件、蠟燭及模具。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	18,876	10.1
2	上高華源玻璃科技有限公司	容器	其主要從事製造玻璃製品。	中國	4	貨到付款	銀行轉賬	9,185	4.9
3	山東格萱輕工製品有限公司	容器	其主要從事製造及銷售玻璃、陶瓷、金屬及木製手工藝品及飾物。	中國	2	貨到付款	銀行轉賬	7,234	3.9
4	常州市金壇星星制燭有限公司	蠟燭	其主要從事製造及銷售工藝蠟燭，以及製造及加工紙盒。	中國	3	貨到付款	銀行轉賬	7,031	3.7
5	集團B(附註2)	蠟	其主要從事買賣及分銷化學品、建築物料及日用品。	中國	10-11	貨到付款	銀行轉賬	4,986	2.7
總計								47,312	25.3

附註：

1. 集團A包括寧波華商供應鏈股份有限公司(於往績記錄期間並非五大供應商)及寧波華商石化銷售有限公司。該等公司均受相同控制，整合其應佔購買成本作說明用途。
2. 集團B包括撫順金業石化有限公司及哈爾濱金通化工產品經銷有限公司(於往績記錄期間並非五大供應商)。該等公司均受相同控制，整合其應佔購買成本作說明用途。
3. 寧波市鄞州華森日用品有限公司於2017年9月5日更名為寧波市海曙華森日用品有限公司。我們於上述採用新名稱作說明用途。

業 務

於往績記錄期，我們並無與供應商訂立任何長期協議。我們將按各購買向彼等發出採購訂單。於往績記錄期與原材料及消耗品供應商及合約製造商訂立採購訂單的主要條款如下：

主要條款	描述
產品描述	包括原材料或產品的明細，例如產品類別、型號及產品規格。
訂單詳情	列明每種顏色及／或尺碼的件數、單位價格及總金額。
交付	供應商負責所有交付安排，並交付產品至我們指定的地點，風險及費用由彼等承擔。
付款條款	供應商一般要求我們貨到付款。我們因此會相應結清付款。付款一般以銀行轉賬以人民幣作出。至於海外供應商，我們一般提前以美元結算。
退貨政策	於交付時接納原材料及產品僅將視為初步接納。倘供應商提供的原材料及產品與我們的標準不符，供應商應負全責。一般而言，供應商將(i)對整批原材料或產品作出退款、(ii)改良、替換及重新交付有缺陷的原材料或產品或(iii)於與我們磋商後提供價格折扣。
符合安全	來自供應商的原材料或產品不得含有指定水平的任何重金屬(包括鉛、鋼、鋅等)或任何會影響人體健康或環境的物質。所有原材料或產品應符合歐盟最新規例的要求，包括(但不限於)危害物質限用指令(RoHS)及化學品註冊、評估、授權和限制法規(REACH)。因不符合相關法規導致的任何損失或罰款應由供應商承擔。

我們已實施措施穩定主要原材料的價格及供應來源。詳情請參閱本節「存貨管理」。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們實質遵守與主要供應商訂立的合約條款，且我們並無經歷亦不知悉任何可導致提早終止供應合約或導致與主要供應商出現合約爭議或供應商提出申索的情況。

業 務

概無董事、彼等各自的緊密聯繫人或任何股東(據董事所深知於最後實際可行日期擁有本公司已發行股本逾5%)於往績記錄期於任何五大供應商擁有任何權益。於往績記錄期的全部五大供應商均為獨立第三方。

據董事所深知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們的其他主要客戶及主要供應商並無任何重疊。

供應商評核及評估程序

為確保生產過程順利及產品質量，我們已制定適用於原材料供應商及合約製造商的供應商評核政策，將供應商遴選、評核及跟進行動標準化。我們鄰選供應商主要乃基於以下準則：(a)價格；(b)展示有能力符合我們或客戶所訂下之準則的產品及服務質量；(c)所提供的付款期；(d)供應商的背景及信譽；及(e)業務關係年期。我們經已與主要原材料的供應商建立穩定的關係。

遴選程序

倘有潛在供應商，我們的採購團隊將檢查及要求查閱公司文件、供應商背景及其產品資料。我們亦將評估供應商人選的產品樣本、資格、技術專業知識及其他指標。

於程序中，我們的採購團隊會與質控團隊就測試樣本方合作，並與技術團隊就技術及合規要求方面合作。彼等將就前一段所述若干特定指標評審供應商。團隊其後會共同就其發現結果發出報告。在我們的採購團隊批准後，通過評估的供應商將會列入我們的合資格供應商名單內。

評估程序

我們每年對現有供應商作出評估，包括實地考察。有關評估按各團隊提供的信息進行，包括品質控制團隊、採購團隊、生產團隊及技術團隊。我們的團隊將評估有關產品的質量、價格、交付表現、包裝、證書、服務及業務營運批文。彼等其後會根據評核結果編製供應商年度評估表格，並建議行動以供管理層批核。

除定期評估外，於我們對供應商在產品質量、交付、價格及服務等方面有任何顧慮時，亦可對供應商進行臨時評估。

業 務

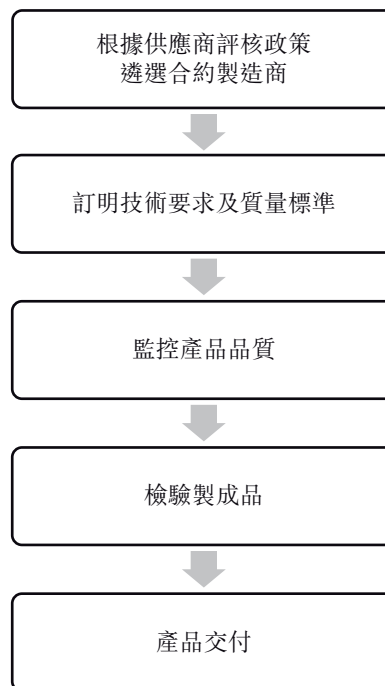
分包安排

往績記錄期內，我們向外部製造商分包若干生產訂單。該等安排使我們可集中資源製造較高技術內容的蠟燭以及產品開發、設計及創新，旨在優化生產成本。我們於分包安排中應用與供應商相同的遴選及評估流程。詳情請參閱本節「原材料及供應商」。

我們的分包安排大致可分為兩大類別。於第一類中，合約製造商將按我們批核的規格及參數生產製成品，而彼等將按我們要求採購原材料。透過分配若干無須高技術複雜程度的訂單予外部合約製造商，此分包類型將涵蓋我們於高峰期預期有需要優化生產成本及提升整體生產效益之情況，或我們並未具備相關生產設備之情況。

於第二類分包中，我們向合約製造商提供半製成品，供其進一步包裝及表面處理等加工。合約製造商將按要求採購原材料。

我們的分包安排可以下列流程表簡述：



我們與我們五大合約製造商建立的業務關係於2019年6月30日介乎一年至十年。我們參考合約製造商的技術能力、價格、工作質量、資格及過往相關工作經驗挑選候選人。於往績記錄期，我們委聘兩名合約製造商生產家居香薰產品，我們於同期為彼等之主要客戶。於往績記錄期，全部合約製造商為獨立第三方。

業 務

我們通常不會與合約製造商訂立長期協議。我們按逐個訂單與合約製造商訂立服務協議。我們與合約製造商採納與其他供應商相同的協議。詳情請參閱本節「原材料及供應商－主要供應商」。

我們同意向合約製造商支付的單價參考多項因素後釐定，包括原材料成本、產品技術元素及交付條款。2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，分包成本分別為人民幣146.7百萬元、人民幣167.2百萬元、人民幣155.8百萬元及人民幣83.5百萬元，分別佔銷售成本的46.7%、47.9%、46.1%及51.3%。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無與合約製造商發生重大糾紛。

下表載列所示期間按生產模式劃分的收益及毛利明細：

按生產模式劃分的產品	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	收益		收益		收益		收益	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
自家製造	194,935	48.8	202,676	45.5	203,943	45.9	88,130	40.8
外判	204,538	51.2	243,184	54.5	240,761	54.1	128,126	59.2
總計	<u>399,473</u>	<u>100.0</u>	<u>445,860</u>	<u>100.0</u>	<u>444,704</u>	<u>100.0</u>	<u>216,256</u>	<u>100.0</u>

按生產模式劃分的產品	2016財政年度		2017財政年度		2018財政年度		2019年六個月	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
自家製造	47,925	24.6	54,415	26.8	58,266	28.6	26,970	30.6
外判	37,270	18.2	42,106	17.3	48,763	20.3	26,619	20.8
總計	<u>85,195</u>	<u>21.3</u>	<u>96,521</u>	<u>21.6</u>	<u>107,029</u>	<u>24.1</u>	<u>53,589</u>	<u>24.8</u>

業 務

下表載列於所示期間五大合約製造商的背景資料，彼等均為獨立第三方：

2016財政年度

排名	合約製造商	已購產品/ 服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期 (年)		付款方式	購買額 人民幣千元	佔所有合約 製造商的 購買額 百分比 %
					信貸期				
1	寧波市海曙華森日用品 有限公司(附註1)	擴香竹	其主要從事製造及加工塑料 品、日用清潔及香薰產品、 電子配件、硬件、蠟燭及模 具。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	15,891	10.9
2	寧海縣豪來韻日用品 有限公司	擴香竹	其主要從事製造及加工雜項日 用塑料品、塑膠部件及香薰。	中國	8	貨到付款	銀行轉賬	8,287	5.7
3	台州黃岩凱樂星工藝廠	蠟燭	其主要從事製造蠟燭、木製 品、發泡膠、玻璃、鋼製 品、塑料藝術手工品及水泥 製品。	中國	10	貨到付款	銀行轉賬	7,111	4.9
4	臨海市博曄工藝品 有限公司	蠟燭	其主要從事製造竹材、塑膠、 皮革手工、布、傢俱及工藝 蠟燭。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	6,799	4.7
5	紹興上虞宏遠日昇蠟業 有限公司	蠟燭	其主要從事製造及加工蠟燭、 盒及金屬產品，亦從事銷售 蠟燭輔料。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	6,495	4.5
總計：								44,583	30.7

業 務

2017財政年度

排名	合約製造商	已購產品/ 服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期 (年)		付款方式	佔所有合約 製造商的 購買額 百分比	
					信貸期	購買額 人民幣千元		購買額 百分比 %	
1	寧波市海曙華森日用品 有限公司(附註1)	擴香竹	其主要從事製造及加工塑料 品、日用清潔及香薰產品、 電子配件、硬件、蠟燭及模 具。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	21,647	13.0
2	寧波豐彩工藝品 有限公司	鏡及電線	其主要從事製造及買賣藝術及 手工設計品。	中國	9	貨到付款	銀行轉賬	10,317	6.2
3	天津市華泰蠟燭 有限責任公司	蠟燭	其主要從事生產及買賣藝術及 手工設計品。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	8,230	4.9
4	常州市金壇星星制燭 有限公司	蠟燭	其主要從事製造及銷售工藝蠟 燭，以及製造及加工紙盒。	中國	3	貨到付款	銀行轉賬	7,114	4.3
5	臨海市博曄工藝品 有限公司	蠟燭	其主要從事製造竹材、塑膠、 皮革手工、布、傢俱及工藝 蠟燭。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	6,885	4.1
							總計：	54,193	32.5

業 務

2018財政年度

排名	合約製造商	已售產品/ 服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期 (年)		付款方式	佔所有合約 製造商的 購買額	
					信貸期	購買額 人民幣千元		百分比 %	
1	寧波市海曙華森日用品 有限公司(附註1)	擴香竹	其主要從事製造及加工塑料 品、日用清潔及香薰產品、 電子配件、硬件、蠟燭及模 具。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	20,959	13.6
2	常州市金壇星星制燭 有限公司	蠟燭	其主要從事製造及銷售工藝蠟 燭，以及製造及加工紙盒。	中國	3	貨到付款	銀行轉賬	12,721	8.2
3	台州黃岩凱樂星工藝廠	蠟燭	其主要從事製造蠟燭、木製 品、發泡膠、玻璃、鋼製 品、塑料藝術手工品及水泥 製品。	中國	10	貨到付款	銀行轉賬	7,608	4.9
4	丹東佳信工藝品有限公司	蠟燭	其主要從事製造及銷售工藝產 品、蠟燭產品、蠟盒、燭台 及機器。	中國	1	貨到付款	銀行轉賬	7,561	4.9
5	臨海市博曄工藝品 有限公司	蠟燭	其主要從事製造竹材、塑膠、 皮革手工、布、傢俱及工藝 蠟燭。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	6,874	4.4
總計：								55,723	36.1

業 務

2019年六個月

排名	合約製造商	已售產品/ 服務	背景	總部地點	截至2019年 6月30日 與本集團的 業務關係年期 (年)	信貸期	付款方式	佔所有合約 製造商的 購買額	
								購買額 人民幣千元	百分比 %
1	寧波市海曙華森日用品 有限公司(附註1)	擴香竹	其主要從事製造及加工塑料 品、日用清潔及香薰產品、 電子配件、硬件、蠟燭及模 具。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	12,425	14.5
2	常州市金壇星星制燭 有限公司	蠟燭	其主要從事製造及銷售工藝蠟 燭，以及製造及加工紙盒。	中國	3	貨到付款	銀行轉賬	5,544	6.5
3	天津市華泰蠟燭 有限責任公司	蠟燭	其主要從事生產及買賣藝術及 手工設計品。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	4,369	5.1
4	山東格萱輕工製品 有限公司	容器	其主要從事製造及銷售玻璃、 陶瓷、金屬及木製手工藝品 及飾物。	中國	2	貨到付款	銀行轉賬	3,947	4.6
5	臨海市博擘工藝品 有限公司	蠟燭	其主要從事製造竹材、塑膠、 皮革手工、布、傢俱及工藝 蠟燭。	中國	5	貨到付款	銀行轉賬	3,526	4.1
							總計：	29,811	34.8

附註：

- 寧波市鄞州華森日用品有限公司於2017年9月5日更名為寧波市海曙華森日用品有限公司。我們採用上述實體的新名稱作說明用途。

業 務

存貨管理

存貨包括原材料、半成品及製成品。採購團隊負責監控存貨水平，以滿足生產要求及減少生產設施的存貨浪費或陳舊存貨。於2016年、2017年、2018年12月31日及2019年6月30日，存貨分別為人民幣27.9百萬元、人民幣36.5百萬元、人民幣39.3百萬元及人民幣47.7百萬元。我們根據生產計劃、手頭訂單數量及對原材料價格波動的評估採購原材料。我們根據原材料性質採納採購程序，詳情概述如下：

採購蠟

由於中國是世界主要石蠟生產國之一，我們的石蠟供應充裕，足以滿足需求。為確保我們的採購價格具競爭力，我們將對比若干供應商人選的類似產品及供應條款，並能於採購前先向彼等獲取報價。採購團隊負責密切監察石蠟價格的實時變動，每季編寫價格波動評估報告，從而釐定採購石蠟的最佳時機。

植物蠟的原產地為東南亞國家。我們從國內進口商採購植物蠟，而採購根據生產計劃進行。

採購香薰及容器

香薰及容器等輔料的採購週期相對較短，且供應充足及價格穩定。我們通常根據客戶訂單採購該等產品。購買該等物料的數量取決於手頭訂單的數量而定。

我們在寧波廠房及紹興廠房設有儲存空間，儲存原材料及製成品。我們按先進先出原則檢索存貨，檢索存貨需具備適當許可。全年內，我們每月均盤點庫存，不時進行存貨賬齡分析，確保妥當管理存貨，避免老舊存貨不必要的堆積。於往績記錄期，我們並無經歷存貨損失，概無老舊存貨對業務營運或財務狀況造成重大影響。

於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們的存貨週轉日數分別為31天、34天、41天及48天。於2016年、2017年、2018年12月31日及2019年6月30日，本集團的存貨撥備分別為零、人民幣0.2百萬元、人民幣0.2百萬元及人民幣0.3百萬元。

物流及運輸

我們主要按離岸價(FOB)將貨品交付予海外客戶，據此我們一般負責將貨品交付至裝運港，我們亦會承擔中國相應交付成本。於該情況下，客戶負責國際裝運及相關開支。

業 務

於例外情況下且僅限於少數客戶，我們交付產品或以到岸價(CIF)基準，據此我們承擔運費、清關費、國際海運及空運運費，以及保險費等。

產品的風險及產權於客戶收取產品或產品送達客戶後，產品的風險及所有權將轉嫁至客戶。

於往績記錄期，我們將送貨及物流服務外包予外部服務供應商(均為獨立第三方)，負責將產品運離我們或合約製造商的倉庫。該等外部物流服務供應商負責運輸過程中的製成品損毀，並須就我們蒙受的損失作出賠償。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，我們共委聘四名物流服務供應商，同期的運輸開支分別達人民幣10.9百萬元、人民幣14.2百萬元、人民幣11.6百萬元及人民幣6.0百萬元。

就採購主要原材料而言，我們的供應商通常負責安排交付至倉庫，而其售價計入物流開支。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，送貨過程並無出現重大妨礙，產品亦無損毀。

質量控制

我們致力保證產品質量，並在整個生產中建立了質量控制體系。於最後實際可行日期，我們於生產程序中計及以下質量標準：

序號	描述
QB/T 2902-2007	工藝蠟燭產品標準
QB/T 2903-2007	罐裝蠟燭產品標準
QB/T 2119-2007	普通蠟燭產品標準
GB/T 22256-2008	果凍蠟燭產品標準
SN/T 3839-2014	商品檢驗標準
QB/T 4359-2012	小圓蠟燭產品標準
QB/T 4362-2012	蠟製品標準
HDB/QB 096-2015	單耗檢驗標準

我們於生產過程中亦計及以下國際標準：

歐盟標準	描述
BS EN 15493-2007	: 蠟燭－消防安全規格
BS EN 15494-2007	: 蠟燭－產品安全標籤

業 務

歐盟標準	描述
BS EN 15426-2007	: 蠟燭－舒緩行為規格
REACH法規 EC1907/2006	: 化學品註冊、評估、授權及限制
BS EN 71-3-1995	: 玩具的安全性－第3部：若干元素的遷移
BS EN 1183-1997	: 與食品接觸的材料及物品－熱衝擊測試方法及熱衝擊耐受性
德國標準	描述
RAL GZ-041/1	: 家居蠟燭、錐形蠟燭、柱蠟及其他蠟燭的特別質量及檢驗規範

質量監察

我們已實施監控供應商提供的原材料來貨質量的政策。我們參考所供應原材料的質量、價格和效率評估原材料供應商。

採購部採納處理不合規原材料來貨的措施。我們設有「供應商管理及質量保證系統」，記錄所有與我們有合作關係的供應商資料，例如產品質量、產能、送貨時間及其他我們認為對自身及客戶屬重要的指標。

我們意識到安全、質量及環境控制的重要性，這些因素直接影響我們的聲譽及盈利能力。因此，我們已制定及落實有關安全、環境及質量管理的綜合管理系統。我們已獲得註冊證明書，證明我們現時符合ISO 9001:2015(質量管理系統)及ISO 14001:2015(環境管理系統)標準。董事相信，有效的管理系統有助我們降低面臨申索的風險並提高整體盈利能力。

同時，我們已訂明內部質量標準及政策，例如「外包服務的檢驗規格」、「質量檢驗標準」、「製成品的抽樣檢驗標準」及「檢驗規定」，以更好控制及保證產品質量。

針對合約製造商的質量控制

採購團隊定期審閱及評估外包訂單，以避免在生產及運輸過程中出現可能影響產品質量的問題。隨後，採購團隊密切跟進合約製造商進度，要求彼等在量產前向我們提供首批製成品以供檢驗。其後，質量控制團隊抽樣評估外包製成品。

業 務

原材料來貨

採購團隊抽樣檢驗原材料來貨。採購團隊亦可與採購團隊合作制定相應的修正及預防措施。不合格原材料將被退回供應商更換。

生產

在生產流程的各個主要階段，質量控制團隊的成員與技術部門合作進行多項檢驗、檢查及複檢。製成品要通過諸多內部質量檢驗系統，例如「感官檢驗」及「種類檢驗」，範圍涵蓋色澤、產品外觀效果、氣味及安全規範等質量指標。生產過程中的多項檢驗及檢查確保產品符合客戶規定、滿足我們的質量標準及並無重大缺陷。

客戶行為守則

我們同意遵守若干客戶各自的條款及條件或各自行為守則，包括要求我們的產品要求符合若干法律法規及客戶規格。因此，我們已採取全面質控流程，確保我們的產品符合相關行業標準以及內部標準。

此外，部分客戶要求我們遵守他們的規定，其中包括不得歧視及騷擾、童工、薪資、工時及環境、健康及安全。

根據主要客戶各自訂立之行為守則，主要客戶或對我們的生產設施進行審查，確保我們遵守彼等各自行為守則的規定。於往績記錄期及直至最後實際可行日期，主要客戶進行工廠審查時並無發現重大違規行為。

業 務

獎項及認可

我們於往績記錄期內獲得對我們的業務屬重大的獎項或認可載列如下：

獎項／認可	頒獎組織／認證機構	獲獎日期	獎項有效期
浙江文化出口重點企業	浙江省商務廳、中國共產黨浙江省中央委員會宣傳部、浙江省文化和旅遊部及浙江省廣播電視局	2019年7月	2019年至2020年
國家文化出口重點企業	財政部、文化部、商務部、國家新聞出版廣電總局及中國共產黨中央委員會宣傳部	2016年6月、 2018年2月、 2019年9月	2015年至2016年、 2017年至2018年、 2019年至2020年
高新技術企業	寧波市科學技術局、寧波市財政局、寧波市國家稅務局、寧波市本地稅務局	2017年9月	2017年11月至 2020年11月
副會長單位	中國日常應用化工業協會第五屆理事會	2016年11月	2021年11月

業 務

獎項／認可	頒獎組織／認證機構	獲獎日期	獎項有效期
浙江省文化產業示範基地	浙江省文化和旅遊	2018年9月	永久，頒獎機構 每兩年進行審查

環保合規

我們於業務營運中極為重視環境保護。我們已採納一項內部政策管理廢物排放及能源使用。我們遵守中國環保法律及法規，管治與我們的營運有關的水污染、空氣污染、固體廢物排放及噪音污染。進一步詳情，請參閱本文件「監管概覽－中國法律及法規」。

我們於製造過程中產生少量廢物，我們亦於生產設施中採納一套廢物處理程序，以防止或減少污染，並已採取措施控制生產過程中排放的氣體及廢水，以符合適用環保標準。我們就安裝生產設施耗用人民幣1.8百萬元購買環保設備。我們已委聘外部工業廢物收集商收集該等廢物作進一步處理或回收。除此之外，我們的生產過程並無產生大量化工廢物、廢水或其他工業廢物。因此，我們相信生產過程對環境的負面影響有限。然而，我們已採取措施確保遵守所有適用環保法律法規，例如(i)《中華人民共和國環境保護法》；及(ii)《中華人民共和國固體廢物污染環境防治法》。生產設施的管理系統已評估並認證符合ISO14001:2015的環境管理規定。

於最後實際可行日期，我們遵守適用中國法律及法規的相關規定進行及通過所有環境影響評估及／或環境驗收檢查。中國法律顧問確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已在所有重大方面遵守所有適用中國環保法律法規，並取得在經營業務所需的所有必要許可及牌照。我們並未因違反相關環境規例而面臨罰款或行政行為處罰，董事並無知悉環境監管部門對我們實施任何尚未了結或對我們形成威脅的行動。

於往績即記錄期間，我們並無為遵守環境法律而產生任何開支，我們預期日後不會因遵守環境法而產生重大成本。

業 務

職業健康及安全

職業健康及安全

我們致力為員工提供健康及安全的工作環境，已實施適用於所有員工的安全指引，旨在進一步促進職業健康及工作場所安全及確保遵守適用法律法規。於往績記錄期，在招聘及為彼等安排工作時，我們還向員工提供有關職業安全的充足培訓。此外，根據適用法律法規要求，我們為合資格員工組織年度及半年度健康檢查。有關適用的職業健康及安全規定及規例之進一步詳情，請參閱本文件「監管概覽」。

為確保員工嚴格遵守內部規定，於往績記錄期，我們已發佈及註冊內部勞動規例，規定(其中包括)工作場所秩序、職業安全、保護資產、危機管理以及防火安全。

中國法律顧問告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們並無經歷任何嚴重火災，且我們在所有重大方面遵守一切適用中國職業健康及安全法律法規。

僱員

於2018年12月31日及2019年6月30日，我們聘用431名及476名全職僱員。三名僱員的基地為澳洲，彼等分別於我們的澳洲附屬公司Neobee履行管理、銷售及營銷，以及物流的職責。其餘僱員的基地則在中國。於2018年12月31日及2019年6月30日，按職責劃分的僱員人數明細載列如下：

職責	僱員人數	
	於2018年 12月31日	於2019年 6月30日
管理	6	8
會計	14	19
設計	7	8
生產	263	278
質量控制	10	14
銷售及推廣	34	45
人力資源及行政	15	9
採購	20	21
物流	29	22
研發	33	52
總計	431	476

於往績記錄期，我們與僱員保持良好的工作關係。我們招聘及挽留富有經驗且技藝精湛的僱員的能力對生產穩定性、品質及持續發展至關重要。

業 務

我們一般透過公開市場(透過網上、報紙及學校發佈職位)招聘我們的僱員。我們的管理團隊密切檢視所有申請並邀請具備合適素質的候選人進行面試。我們並無就招聘及挽留富經驗或技術人員遇到任何困難。

我們向僱員提供在職培訓，以改善彼等的技術及產品知識，以及使彼等得知最新發展。我們亦安排為僱員提供外部專業培訓。

我們已設立工會。往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並無遇到任何重大勞工糾紛或其他工潮，可對我們的營運構成干擾。

我們提供的僱員薪酬待遇由我們的管理團隊制定，其包括薪金、酌情花紅及津貼，乃按年作為我們的內部評核之部分進行檢討。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，就所有員工的僱員福利開支分別為人民幣40.9百萬元、人民幣42.5百萬元、人民幣43.7百萬元及人民幣17.9百萬元。

根據中國適用法律法規所規定，於往績記錄期，我們為中國僱員的社會保險(包括養老保險、醫療保險、工傷保險、失業保險及生育保險)及住房公積金賬戶供款。此外，根據澳洲適用法律法規，我們已於往績記錄期間為澳洲僱員的退休基金供款。據中國法律顧問及澳洲法律顧問告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，除「業務－合規及訴訟－監管合規」所披露者外，我們分別在重大方面遵守中國及澳洲相關法律法規就社會保險及住房公積金與退休基金(視情況而定)供款的規定。

競爭

根據弗若斯特沙利文所示，中國蠟燭及家居香薰的市場相對集中，少數參與者屬較大規模，而餘下市場由零散小製造商組成。根據弗若斯特沙利文所示，我們於2018年以收益計就製造及銷售蠟燭及家居香薰分別於中國排名第二及第四。中國為歐盟最大的蠟燭出口商，佔歐盟的蠟燭總進口值的65.4%，金額為361.7百萬歐元。另一方面，根據弗若斯特沙利文所示，蠟燭及家居香薰的主要消費市場之一歐盟對該等產品的需求預期繼續增長。

根據弗若斯特沙利文所示，蠟燭及家居香薰市場參與者主要就下列因素競爭，如：(i)產品設計及研發能力；(ii)產能；(iii)分銷網絡／銷售渠道；及(iv)規模經濟。我們相信，我們於產品創新、我們對高質素產品的承諾、讓我們得以接觸世界各地的客戶群、綜合生產設施，連同本節「我們的業務策略」所載建議實施我們的未來計劃，將使我們繼續有能力於競爭者中脫穎而出，擴大市場份額。

業 務

保險

往績記錄期內及於最後實際可行日期，我們為樓宇、固定資產及製成品投購多張保單。我們亦根據中國法律法規為僱員投購社會保障保險及為汽車購買強制交通事故責任保險。

我們相信保單保障屬適當，且與行業規範相符。於往績記錄期及截至最後實際可行日期，我們並無作出或面臨任何重大產品責任或保險索償。

物業

自有物業

下表概述於最後實際可行日期我們擁有的自有物業資料：

地址	土地／建築概約 樓面面積 平方米	土地使用權 屆滿日期	擁有人	土地／建築物用途
寧波市海曙區古林鎮 薛家村	總土地使用面積 11,743.6平方米／ 總建築面積 13,689.54平方米	2051年10月16日	寧波曠世	工業／工業及陳列室
寧波市鄞州區首南街道 人才公寓 1 幢338室	總樓面面積 63.82平方米／ 總內部樓面面積 45.68平方米	2077年12月16日	寧波曠世	住宅
寧波市鄞州區首南街道 人才公寓地下二層 039號車位	總土地使用面積 13.56平方米／ 總建築面積 13.56平方米	2077年12月16日	寧波曠世	車位

誠如中國法律顧問所告知，於最後實際可行日期，我們已獲取相關必要證明及批文，並合法擁有上述物業。

業 務

租賃物業

於最後實際可行日期，我們租用以下物業：

地址	概約 租賃面積 平方米	租賃期	租金及費用 人民幣元	用途	業主
寧波市海曙區古林鎮薛家村	4,746.47	2020年1月1日至 2020年6月30日	年租 683,491.68元	倉庫	寧波投資
寧波市鄞州區瞻岐鎮大嵩鹽場	300	2018年12月20日至 2020年12月19日	年租4,800元	工廠／辦公室	獨立第三方
寧波市鄞州區四明中路999號 寧波鄞州萬達廣場的 一層部分區域	8.6	2018年12月22日至 2019年12月21日 <i>(附註)</i>	場地管理費 209,808元及 物業管理費 每年6,192元	商店	獨立第三方
寧波市鄞州區錢湖北街路288號 印象城商場第F1層編號為 L1-K01號的島櫃位	38.35	2019年3月28日至 2020年3月27日	月租6,696元 或每月營業額 16% (以較高者 為準) 及管理費 每月1,304元	商店	獨立第三方
紹興市生態產業園人民東路1437號	13,317	2018年9月10日至 2021年9月9日	年租 1,402,979元	辦公室及生產 設施	紹興景明
杭州西湖區留和路129號1552室	30	2019年11月11日至 2020年11月11日	月租15,000元	商店	獨立第三方

業 務

地址	概約 租賃面積 平方米	租賃期	租金及費用 人民幣元	用途	業主
慈溪市澁山街青少年宮南路99號 銀泰購物中心2F-DZ-03鋪位	18	2019年7月13日至 2020年7月12日	年租80,000元	商店	獨立第三方
余姚市新建北路217號余姚銀泰 1F-DZ-34的鋪位	16	2019年7月20日至 2020年7月19日	年租60,000元	商店	獨立第三方
寧波市海曙區中山東路166號天 一廣場國際購物中心2樓30號 櫃位	48	2019年6月1日至 2020年5月31日	月租7,500元 或每月銷售額 25%，以較高 者為準	商店	獨立第三方
寧波市江北區大慶南路99號寧波來 福士廣場B1-13A/14A	33.42	2019年10月17日至 2020年12月25日	月租20,720.40元	商店	獨立第三方
北京市朝陽區東三環中路「樂成中 心Space3」地上1層K02號房屋	15.92	2019年10月20日至 2020年10月19日	月租9,552元	商店	獨立第三方

業 務

地址	概約 租賃面積 平方米	租賃期	租金及費用 人民幣元	用途	業主
中國江蘇無錫經濟開發區團結中路 3號無錫薈聚中心場地	15	2019年11月23日至 2020年11月22日	月租12,318.75元 或業主提供的 結單所示每月 拆分金額(以 較高者為準)	商店	獨立第三方
台州市椒江區開發大道路799號 台州萬達廣場一層JY-CD-003 部分區域場地	15	2019年12月1日至 2020年11月30日	年租36,000元	商店	獨立第三方
寧波市海曙區藥行街152號寧波酷 購店一樓2011101010076號櫃位	10	2019年9月13日至 2021年8月31日	2019年9月13日 至2020年8月31 日：月租12,000 元或每月銷售額 20%；2019年 9月1日至2021年 8月31日：月租 13,000元或月銷 售額21%	商店	獨立第三方

附註：於最後實際可行日期，我們正與業主商討新租約。

位於薛家村及人民東路的物業乃向我們的關連人士寧波投資及紹興景明租賃。進一步詳情請參閱本文件「持續關連交易」一節。

於最後實際可行日期，我們兩個生產基地的總樓面面積為24,635.5平方米，包括(i)寧波廠房，由樓面面積為13,689.54平方米及來自寧波投資(地址為寧波市海曙區古林鎮薛家村)的租賃面積為4,746.47平方米，扣除辦公室空間7,117.47平方米(並非用於生產用途)組成；及(ii)紹興廠

業 務

房，由來自紹興景明的租賃面積為13,317平方米（地址為紹興市生態產業園人民東路1437號）組成。寧波投資及紹興景明均由本公司關連人士金先生控制。

自從其於2016年註冊成立，Neobee已獲獨立第三方授權佔用地址為Unit 4/376 Newbridge Road Moorebank NSW 2170, Australia的處所並進行業務，Neobee已將該處所用作辦公室及倉庫。於最後實際可行日期，佔用上述處所的月費為7,024.60澳元。

我們並無參與上市規則第5.01條界定的任何物業活動。於最後實際可行日期，我們於2019年6月30日並無任何單一項物業權益（構成我們非物業活動之部分）賬面值佔總資產的15%或以上。我們毋須根據上市規則第5.01B條於本文件載入任何估值報告。根據香港法例第32L章《公司（豁免公司及文件遵從條文）公告》第6(2)條，本文件獲豁免遵守公司（清盤及雜項條文）條例第342(1)(b)條有關公司（清盤及雜項條文）條例附表3第34(2)段關於所有土地或樓宇權益估值報告的規定。

知識產權

於最後實際可行日期，我們有多項被視為對我們業務屬重大的知識產權，包括43項於中國、香港、美國、歐盟及澳洲註冊的商標、六項於中國註冊的專利及一項域名。我們亦於中國擁有20項待決的商標申請及7項待決的專利申請。詳情請參閱本文件附錄四「法定及一般資料—B.有關本集團業務之進一步資料—2.知識產權」。

董事確認，就彼等經作出一切合理查詢後所知，於最後實際可行日期，我們並不知悉本集團的知識產權蒙受嚴重侵權並對業務產生不利影響，或我們面臨與侵犯第三方擁有的知識產權有關的尚未了結或對之形成威脅的訴訟及法律程序。

業 務

牌照及許可

中國法律顧問告知，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已就於中國的業務營運取得所有必需的許可、牌照及批文，且於最後實際可行日期，有關批文、牌照及許可未被吊銷、註銷或屆滿，且我們未被國家或當地機關因違反法律法規予以重大懲罰。

我們的重要許可證、牌照或批文詳情載列如下：

許可證、牌照或批文	發行機構	屆滿日期
1. 營業執照	中華人民共和國國家工商行政管理總局	2029年1月3日
2. 中華人民共和國報關單位註冊登記證書	中華人民共和國海關總署	永久
3. 對外貿易經營者備案登記表	中華人民共和國商務部	不適用 ^(附註2)
4. 安全生產標準化證書	國家安全生產監督管理總局	2019年7月18日 ^(附註1)
5. 機構信用代碼證	全國組織機構代碼管理中心	2023年11月13日
6. 高新技術企業證書	寧波市科學技術局、寧波財政局、寧波市國家稅務局、寧波市地稅局	2020年11月28日

附註：

1. 根據中國法律顧問的建議，我們已於2019年4月申請重續安全生產標準化證書，我們於重續有關證書方面並無法律障礙。
2. 根據中國法律顧問的建議，有關許可證、牌照或批文並無列示有效期，因此該等許可證、牌照或批文將於註冊後繼續有效。

業 務

合規及訴訟

監管合規

下表載列往績記錄期內，若干過往不遵守適用法律及法規事件之概要。董事認為該等不合規事件預期不會對我們構成重大營運或財務影響。

涉及的實體名稱	不合規詳情	不合規理由	最高罰款／處罰	補救行動
寧波曠世、寧波香薰時代及寧波苛曼（統稱「不合規寧波附屬公司」）	各不合規寧波附屬公司未能為所有僱員悉數支付社會保險供款，違反《中華人民共和國社會保險法》。	各不合規寧波附屬公司根據其僱員接受並確認的供款基數繳納社會保險供款。有關供款基數高於當地機關不時頒布的最低供款基數，惟低於《中華人民共和國社會保險法》規定的供款基數，構成社會保險供款繳費赤字。	根據《中華人民共和國社會保險法》，僱主未按時悉數繳納社會保險供款，社會保險機關有權責令訂明期限繳納自供款到期之日起計按日加收0.05%的滯納金。倘有關僱主於訂明期限內仍未能繳納逾期供款，則社會保險機關有權施加相等於逾期金額一至三倍的罰款。	<p>於2019年1月7日，海曙人力資源及主管機構社會保障局發出三封信，確認不合規寧波附屬公司為其僱員繳納社會保險，自不合規寧波附屬公司成立以來，並無因任何不遵守相關社會保障法律及法規而對該等公司實施行政處罰的任何記錄。</p> <p>於2019年1月7日，海曙人力資源及主管機構社會保障局於會談中向我們的中國法律顧問確認，指不合規寧波附屬公司現時的社會保險保障及供款乃屬正常，概無欠付供款。不合規寧波附屬公司的實際社會保險供款符合當地法規及當地監管規定。當局亦注意到，如前所述，若干僱員已自願與不合規寧波附屬公司協定作出社會保險供款，故其不會採取行動責令不合規寧波附屬公司支付任何未付社會保險供款，亦不會施加任何滯納金或處罰。</p>

業 務

涉及的實體名稱	不規規詳情	不規規理由	最高罰款／處罰	補救行動
紹興苛源	紹興苛源未能為其僱員悉數支付社會保險供款，違反《中華人民共和國社會保險法》。	紹興苛源根據其僱員接受並確認的供款基數繳納社會保險供款。有關供款基數高於當地機關不時頒布的最高供款基數，惟低於《中華人民共和國社會保險法》規定的供款基數，構成社會保險供款繳費赤字。	根據《中華人民共和國社會保險法》，僱主未按時悉數繳納社會保險供款，社會保險機關有權責令訂明期限繳納自供款到期之日起計按日加收0.05%的滯納金。倘有關僱主於訂明期限內仍未能繳納逾期供款，則社會保險機關有權施加相等於逾期金額一至三倍的罰款。	於2019年1月8日，主管機構紹興市越城區社會保障管理局發出信函，確認紹興苛源已為其僱員繳納相關社會保險，且並無拖欠付款。 於2019年2月22日，主管機構紹興市越城區國家稅務局於會談中向中國法律顧問確認，並無未繳任何紹興苛源的社會保險繳費，亦並無針對紹興苛源的待決調查、查詢、索賠或其他有關事宜。

我們的控股股東金先生已就因上述附屬公司未能為僱員悉數支付《中華人民共和國社會保險法》規定的社會保險供款而導致的任何及全部財務損失承諾向本集團作出彌償。

據中國法律顧問，海曙區人力資源和社會保障局及紹興市越城區社會保障管理局為主管機關，由於該等實體已向作為「社保代理」（定義見中國《社會保險法》第8條）的有關當局為其各自僱員以社保供款作出社保登記，據此，有關社保代理須提供社保服務及負責（其中包括）社保登記、維持個人權利及權益的記錄，以及社保付款。基於上文所述，我們的中國法律顧問認為(i)各不規規寧波附屬公司及紹興苛源已符合繳付社會保險供款的當地監管規定；(ii)不規規寧波附屬公司及紹興苛源因未能為其僱員悉數繳付社會保險供款而被責令賠償或繳付滯納金，或受處罰的可能性極低；及(iii)概無因本分節概述的不規規事件對我們的財務狀況或業務營運構成重大不利影響。

除本分節披露者外，董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面遵守我們附屬公司進行業務所在國家的適用法律法規，且概無性質屬重大或系統性的不規規事件。

業 務

董事確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，我們或任何董事並無面臨尚未了結或對之形成威脅的申索、訴訟或索償程序，會對我們的營運、財務狀況、經營業績或聲譽構成重大不利影響。

訴訟

董事確認，於最後實際可行日期，我們並不知悉我們或任何附屬公司面臨尚未了結或對之形成威脅的訴訟、索償或行政訴訟，會對我們的財務狀況或經營業績構成重大不利影響。

內部控制

董事認為，內部控制對於業務的發展及成功至關重要，而彼等負責監察我們的內部控制措施的實施及審閱其成效。為籌備[編纂]及確保於2018年12月我們的內部控制系統足以管理外部及內部風險並遵守適用法律及法規，本集團已於2018年12月及2019年1月聘請獨立內部控制顧問（「**內部控制顧問**」），對本集團的內部控制系統進行檢討及就識別調查結果提供推薦意見。內部控制顧問已於2019年7月進行跟進檢討。

內部控制措施

內部控制審核中，內部控制顧問提供建議，供管理層考慮，以提升我們的內部監控系統。我們已採納及實施該等措施，其重點包括：

- 環境、社會及管治－我們採納一項內部控制政策，以保護環境並減少於生產過程中排放的廢物，例如管理水及電力使用，控制空氣污染物、噪音及有害固體廢物，亦於生產設施回收固體廢物及垃圾。
- 內部控制機制－我們已建立並採用內部控制機制以管理及監管企業管治及程序、行為守則、利益衝突及員工培訓，改善本集團的內部合規系統及監察正當的業務行為。
- 風險管理及監察機制－本集團已採納風險管理政策，並設立正式風險管理機制，以識別、分析及監控本集團所面對的內部及外部風險，並將不時檢討以檢查其有效性。
- 遵守上市規則－本集團已建立及採納不同機制及程序以遵守上市規則的規定，包括但不限於關連交易、利益衝突及內幕消息披露。我們已委任興證國際為合規顧問，就有關上市規則的合規事宜向我們提供意見。

業 務

- 財務管理系統－本集團已建立財務管理系統並採用政策以涵蓋本集團(包括澳洲附屬公司)內的財務報告及會計事宜，以確保遵守上市規則及本集團成員公司所在國家的所有相關法律及法規。
- 風險管理－我們將實施措施以管理其外匯風險。詳情見本文件「財務資料－外匯風險管理措施」。

我們已採納上文「合規及訴訟－監管合規」所披露的下列特定內部控制措施防止有關社會保障供款的過往不合規事件再次發生：

- 本集團已採納社會保障保險供款付款機制，據此，中國附屬公司會計師將編製列表顯示將為其各名中國員工作出供款的金額計算。有關列表將於付款前向我們的首席財務官劉仲緯先生呈報，以待批准，如有需要會尋求中國法律顧問的協助。

董事及獨家保薦人的意見

鑑於上述各項，我們的董事相信，內部控制措施將有效確保妥當的內部監控系統並維持本集團良好的企業管治常規。鑒於所採用的措施，我們的董事認為及獨家保薦人同意，我們根據上市規則採納的該等內部控制措施就確保本集團持續遵守有關法律法規而言屬充足及有效。

我們的董事認為及獨家保薦人同意，由於(i)我們已採取補救措施；及(ii)過往不合規事件並不涉及董事的任何失信行為或亦不會導致保薦人對彼等的誠信及能力存疑，故該等不合規事件(i)不會影響上市規則第3.08及3.09條所規定的董事適任能力；及(ii)不會影響上市規則第8.04條所規定本公司[編纂]的適宜性。