
未來計劃及 [編纂]

未來計劃

我們旨在透過落實以下策略擴張業務，從而保持及提升其市場地位(「擴張計劃」)：

- 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
- 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
- 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
- 提升我們的資訊系統與物流能力，以提高我們的營運效率
- 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

有關實施擴張計劃的詳情，請參閱「業務－我們的業務策略」。

[編纂]的理由

把握商機及應對融資需求

樂觀的市場展望以及我們專注歐洲市場海外銷售的貫徹方針

我們為主攻海外市場的家居裝飾品製造商及供應商。歐洲為我們產品的最大地域市場，分別佔我們於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度、2018年六個月及2019年六個月總收益的72.5%、74.1%、76.3%、75.0%及77.0%。於往績記錄期，我們的主要客戶大多位於歐洲。使用蠟燭及家居香薰為歐洲消費者日常生活的一部分，以裝飾家居或放鬆身心，因此歐洲市場規模龐大。根據弗若斯特沙利文所示，歐盟為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蠟燭總消費151億歐元的43.4%。於2018年，歐盟家居香薰消費佔全球家居香薰總消費65億歐元的29.7%。

另一方面，我們預視歐洲市場的增長潛在。歐洲的蠟燭及家居香薰市場近年經歷穩定增長。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%。於2018年，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%。據弗若斯特沙利文所預測，歐盟蠟燭及家居香薰的零售值將於2018年至2023年分別按複合年增長率3.3%及6.3%增加。詳情請參閱本文件「行業概覽」。

未來計劃及 [編纂]

鑑於歐洲市場的規模及溫和增長，以及我們於歐洲蠟燭及家居香薰銷售額僅佔相關市場零售值相當少的比例，我們預視到歐洲市場的業務潛力，而我們進一步在歐洲擴張市場份額及擴大客戶基礎在商業上屬有理可據，這與我們過去的業務策略及銷售重點一致。

建立區域銷售辦事處以增加現有客戶的銷售及從新客戶取得訂單的商業理據

在此背景之下，我們作為中國家居裝飾品製造商及供應商，主要按B2B基準向客戶銷售產品。我們的主要客戶大多為位於歐洲的零售商或批發商，據董事所知，彼等在中國的業務有限或完全沒有涉足中國市場。因此，我們業務營運的重要一環為尋找潛在海外客戶，向彼等推廣及推銷產品理念及樣品，通過多種營銷渠道物色出口機會，例如參加貿易展銷會、偶爾邀請客戶參觀我們的廠房及陳列室以及拜訪主要客戶。此乃向海外客戶推銷及展示產品的主要渠道。

鑑於我們每年可參加的貿易展銷會有限，以及潛在海外客戶前往中國參觀本公司的不便及地理阻礙，僅依賴該等營銷措施挽留現有客戶及物色新客戶並不足夠積極有效，尤其是大型客戶，我們必需與其採購團隊保持緊密頻繁的接觸才有望定期取得大額訂單。此外，一般而言，自發出銷售確認書起，我們的產品前置時間普遍最多約為95天。因此，一旦我們未能積極物色銷售機會及在歐洲主要銷售旺季(通常為節慶期)前獲得足夠的銷售訂單，我們將錯失銷售良機。

另一方面，由於我們於海外的據點有限，我們過往依賴海外貿易代理轉介新客戶及告知我們有關客戶或海外市場的最新發展，但此安排或會阻礙我們發展和鞏固與該等獲轉介客戶的直接業務關係及向該等客戶取得最佳潛在商業條款，且有關海外貿易代理亦會向我們收取銷售佣金，因而增加我們的銷售成本。隨著我們的業務規模持續擴張和對海外市場了解加深，我們長遠不能單靠海外貿易代理來轉介新客戶及擴大客戶基礎。

作為我們的主要營銷措施之一，於往績記錄期，高級管理層成員拜訪歐盟主要客戶，以認識及會見其採購團隊，聆聽其需求，獲取最新市場資訊以及了解其最新業務發展，這些資料有助我們進行產品及業務規劃，讓我們可儘早識別銷售機會。然而，因為我們在歐洲並無建立實體據點，中國與歐洲的距離以及管理層每次出差產生的大量時間成本有損營銷力度的成效以及分散管理層對業務營運其他部分的關注。上述種種限制了我們擴大業務規模、與主要客戶保持關係及獲取新客戶的機會及能力。

未來計劃及 [編纂]

此外，我們曾接獲潛在客戶的非正式查詢，我們是否擁有當地銷售團隊及支援。我們相信，客戶認為倘我們在當地或臨近地區擁有銷售代表將更為便利，而客戶代表將更願意接觸我們，我們的銷售代表可熟知客戶要求，一旦我們發現潛在銷售機會可隨時及更頻繁地推銷產品，密切跟進客戶的採購訂單，提供即時回覆及支援，我們可透過頻繁交流鞏固客戶採購團隊的信心。我們同時可在服務水平層面跟擁有當地或區域銷售辦事處的競爭對手有效競爭。我們相信，透過建立區域銷售辦事處提升服務水平可鞏固我們與主要客戶的業務關係，展示我們對地區市場的投入程度，這對我們取得更多訂單以及與客戶更緊密合作至關重要。

就潛在客戶而言，我們一直計劃透過向身為大型連鎖零售商的新客戶銷售產品，從而擴大海外客戶基礎，提高市場覆蓋。我們與兩名潛在新客戶已進行商討及探求商機，彼等為根據地分別為英國及荷蘭的大型消費品分銷商或批發商。我們計劃主動展示產品線以及保持定期接洽，以成為其獲選供應商並定期從彼等取得大額銷售訂單。有關該兩名潛在新客戶的背景資料，請參閱本文件「業務－我們的業務策略－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」。擁有位於歐洲的區域銷售辦事處有助我們開展針對新客戶的銷售及營銷計劃，彼等過去與我們並無業務往來，或業務往來時間較短，增加市場曝光可提高彼等對我們的信心。

就研發而言，作為消費品ODM供應商，產品設計及開發為我們業務模式必不可少的一環，我們在該方面的能力可將我們與同濟區分開來。目前，我們主要通過參考曾拜訪客戶或參加貿易展銷會的員工的反饋、我們的海外銷售代理的資料以及其他公開資料，分析及預測消費者的偏好及潮流。將理念融入產品為持續過程，這要求我們創新想法、根據可得資料改進設計以及發揮設計師的創意。倘我們委派銷售及營銷人員常駐歐洲，我們可通過深入的市場研究及定期接觸當地客戶或消費者，密切研究目標市場的消費者喜好及消費習慣，取得第一手市場資料及得悉最新的潮流趨勢，這可向設計團隊持續提供靈感，提高我們將產品理念融入廣受歡迎的消費品的能力。

儘管我們於1999年成立後，在沒有成立海外銷售辦事處的情況下亦成功發展歐洲業務，惟鑑於上述理由，客戶期望持續增長，多年來市場競爭加劇，加上可獲取第一手市場資訊及與主要客戶或潛在新客戶緊密互動的好處，我們已成長至一定規模，可保證歐洲的區域銷售辦事處能促進業務增長及有助執行營銷措施。設立歐洲的區域銷售辦事處亦與我們過往的業務常規一致，當我們計劃探索自家品牌產品的海外市場時，我們於2017年在澳洲收購一間附屬公司。

未來計劃及 [編纂]

鑑於上文所述，我們計劃分配[編纂][編纂]的[編纂]，用作撥付成立兩個歐洲區域銷售辦事處的計劃，以促進增長及增加市場份額。有關計劃的落實詳情，請參閱「業務－我們的業務策略」。

擴大產能和實力以滿足日後增長的商業理據

為配合海外擴張計劃及把握蠟燭及家居香薰市場的商機，我們需要維持充足備用生產能力，方能滿足客戶及消費者的潛在訂單增長。於往績記錄期，蠟燭生產設施的使用率維持相對較高水平。2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，生產設施的平均使用率分別為81.2%、98.4%、95.1%及77.6%。

因此，在保證質量及產品前置時間的情況下，當我們的生產設施已或預期將達到產能上限，我們或須放棄蠟燭新生產訂單，承擔失去客戶或銷售擴張機會的風險。我們過去曾遇到潛在或現有客戶查詢我們的產能的情況，彼等表示有意下達全新或大額的採購訂單，但由於有關期間，考慮到當時的產能及高使用率，我們不得不回絕部分要求，以保證產品質量及及時交付，或經歷交付延誤，或者當有關產品適合分包，我們將生產流程外包予合約製造商，而我們負責控制成本及質量，但此舉不如內部生產般有效直接，部分客戶亦不願將生產分包。

就蠟燭而言，於往績記錄期，我們的慣常做法是在若干情況下將產品外包。詳情請見本文件「業務－分包安排」。我們通常將技術要求不高的蠟燭（如普通蠟燭）生產外包。我們相信，這可盡可能降低監察技術要求不高的外包產品質量而產生的成本，還可降低在資源有限的情況下的初始資本投資。我們於旺季亦會將我們的產品外判生產。就度身定製訂單而言，為收取更高的價格，我們須對生產成本保留高水平的控制權，避免合約製造商漲價，因此於我們擁有備用產能及所需專業知識的情況下，將生產外判並非我們慣常做法，因我們能具效率自行生產。於2016財政年度、2017財政年度、2018財政年度及2019年六個月，自製產品的毛利率分別為24.6%、26.8%、28.6%及30.6%，高於同期外判予合約製造商的產品毛利率分別為18.2%、17.3%、20.3%及19.1%。此外，我們於客戶（通常為主要連鎖零售商）的質量期望較高時不會將蠟燭外判，在商業上，我們應自行負責生產以提高客戶對產品質量的信心。因此，我們對必要時將生產外包持開放態度，當我們擁有所需產能及專業知識時，我們的慣例為自主生產蠟燭以達致經濟規模。經考慮本文件「業務－我們的業務策略」所披露我們完全成功落實業務策略導致的生產設施使用率及潛在購買訂單增加，我們認為需要保持有餘的蠟燭產能，此可讓我們接獲新訂單及擴大對現有客戶的銷售。

未來計劃及 [編纂]

就家居香薰而言，於往績記錄期，我們並無配備有關生產設施，而我們將產品生產外包予兩名合約製造商。鑑於(i)根據弗若斯特沙利文報告顯示歐盟的家居香薰市場規模的歷史及預期增長；(ii)於往績記錄期，該產品分類的收益及毛利逐漸增加；(iii)該分部毛利率進一步增加的可能性(進一步詳情如下)；(iv)由於該分部規模持續增長及為更妥善滿足客戶要求，我們有意減少依賴合約製造商的程度；及(v)高級管理層於有關產品質量監控及供應鏈管理多年廣泛的從業經驗證明我們具應付家居香薰生產的能力，以上因素驅使我們擴大自身家居香薰產能。

於設立家居香薰的內部生產設施後，我們將遵循與蠟燭生產相同的運營模式，並由我們現有的管理團隊管理業務營運。我們將直接自相關供應商採購香薰精華及功能性的氣味等原材料，以生產香薰精油及擴香器。我們將招聘新生產團隊來開展家居香薰的生產活動。除添置生產設施及操作生產線的人力外，預期對我們的業務營運並無重大影響。就財務表現而言，經考慮以下因素，我們的家居香薰內部生產安排預期提升於該產品分部的盈利能力：

- 我們將更妥善控制生產成本，尤其是勞工成本及原材料成本，並隨生產及採購量增加而享有規模經濟；
- 透過將生產模式從分包生產逐步轉型為內部生產，我們將能使兩家家居香薰合約製造商的生產成本內部化，以將我們對採購價的波動影響減至最低，並減少對任何單一合約製造商或一小組合約製造商的依賴，此對我們維持穩定的成本架構至關重要；及
- 我們將能直接監控內部生產過程，因此更能控制產品質量，從而使我們能有效地開發及營銷其家居香薰產品，並獲得重視產品質量的客戶訂單，以及日後就該類產品要求更高價格。

根據我們參考2019年六個月蠟燭的內部生產所產生的員工成本及經常開支之估計勞工成本，以及從主要原材料(如容器、香薰精油、擴香器及包裝物料)供應商獲得的初步報價，於開始內部生產後，假設家居香薰的規格與我們於2019年六個月出售的家居香薰一致，而原材料的成本波動於5%或以下，相比採購自現有合約生產商的家居香薰，我們將能節省生產成本約7%至10%，並獲取來自銷售自製家居香薰的平均毛利率約5%至7%增長，惟僅供說明。

未來計劃及 [編纂]

另一方面，為支持自家品牌產品的擴張計劃（詳見本文件「業務－我們的業務策略」），我們致力提高內部產能，這樣，我們一般於定價及產品組合方面具有更高的靈活性，並將對我們的品牌及包裝設計使用等本集團相關知識產權提供更妥善保護。

請參閱「業務－我們的業務策略－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」，當中載有我們對此擴張計劃的主要考慮因素。鑑於上文所述，我們計劃將[編纂][編纂]的[編纂]用於撥付有關產能的擴張計劃。

加強研究及發展能力的商業理據

誠如本文件「業務－我們的業務策略」的詳細披露，由於我們主要產品的性質為消費品，我們須持續努力創新產品，提升產品性能，這對我們長遠的成功及盈利能力至關重要，並會加強我們作為蠟燭及家居香薰領先製造商及供應商的市場地位。為應對製造技術日後的發展、快速轉變的消費者喜好、針對我們出售的產品的成分及特性嚴苛的標準，我們認為必須加強研究及發展能力，豐富產品組合並優化其特性，通過密切研究現行行業及潮流趨勢並將最新市場資訊融入產品規劃流程，及時回應市場變動，以把握商機及保持競爭力。因此，我們計劃將[編纂][編纂]的[編纂]用於研究及發展基礎設施升級，招聘經驗豐富的研究人員，以及制定及執行商業潛力巨大的新研究計劃。

董事認為，擴張計劃項下的業務策略在商業上合理可行。鑑於該等計劃彼此間緊密相關，擴張計劃為一個連貫完整的計劃，部分或選擇性地落實擴張計劃在商業上並不切實可行。

資金需求

於2019年10月31日，我們的現金及現金等價物合共人民幣78.0百萬元。我們於2017財政年度及2018財政年度的現金及現金等價物之增加主要來自經營活動的現金淨流入人民幣84.3百萬元、就重組進行一次性出售附屬公司所得款項人民幣59.5百萬元以及股東注資人民幣49.0百萬元，其中被2018財政年度已付股東股息人民幣120.1百萬元所抵銷。

我們的日常營運涉及多種現金量，包括但不限於向供應商、僱員付款以及收取客戶貿易款項。我們保持充足營運資金之資金管理慣例為準時支付予僱員，亦按供應商授出的信貸期履行向供應商付款的責任。由於大多數供應商要求於產品交付之時付款，故此我們一般維持的資金足以支付未來兩個月向供應商的付款。於2018財政年度，我們平均每月獲取客戶的款項約人民幣43.8

未來計劃及 [編纂]

百萬元，而我們平均向供應商的付款為人民幣36.8百萬元。因此，我們就支付其日常營運的一般營運資金目標安全水平為不少於人民幣29.8百萬元。董事認為我們有需要審慎管理備用財務資源，維持充足的流動資金以支持我們日常營運的營運資金需求。

考慮到我們實施擴張計劃後首12個月(2020年1月至12月)及其後擴張計劃餘下期間撥付擴張計劃所需資金分別[編纂]及[編纂]，以及維持安全的一般營運資金所需，我們手頭現金不足以全數應付我們擴張計劃所需的資金。

股權融資對比債務融資

董事已審慎考慮通過債務融資撥付擴張計劃的合意性，鑑於以下因素，董事認為相比僅依賴債務融資，尋求股權融資更符合本公司利益及有吸引力：

- (i) 在中國，私人企業於向銀行取得債務融資時常遇到困難。是否獲得銀行債務融資視乎多項因素，例如中國政府收緊財政及貨幣政策、中國整體經濟狀況、我們開展業務所在行業的整體表現以及銀行的風險管理政策，種種超出中國私人企業的控制並不時變動。此外，誠如本文件「業務－我們的業務策略」的詳細披露，我們計劃在歐洲市場建立實體據點。就此目的而言，我們需要充足的外幣支付初始資本及將產生的支出。鑑於上文及基於董事的經驗，我們作為私人公司按商業可接受條款從銀行於中國境外取得用於業務擴展的充足信貸額度存在不確定性，亦可能無法取得信貸額度。相反，以[編纂]方式進行股權融資將為我們提供必要及即時中國以外可用資金撥付海外擴展；
- (ii) 借款銀行通常對私人公司施加限制性契諾，例如抵押品要求、現金存款要求、須維持一定水平的財務比率以及限制將貸款所得款項用於非貿易用途，因此會限制我們能用於擴張計劃的資金，限制我們的業務活動，例如限制我們支付股息或取得額外融資的能力，並窒礙我們日後的擴張。根據最近與中國數家銀行的交易，彼等極有可能施加上述一項或以上契諾或限制，以及不能向我們借出大額資金作業務擴張之用；
- (iii) 此外，於2019年10月31日，我們可用作抵押品的非流動資產(主要包括土地使用權、樓宇、在建資產及機器)為人民幣60.7百萬元。考慮到我們可提供作為抵押品的非流動資產的價值，我們未必能提供足額的抵押品，因此難以從銀行籌集足夠資金用於擴張計劃。此外，依賴有關抵押品來源將不可避免地限制債務融資的金額，從而窒礙日後業務發展；

未來計劃及 [編纂]

- (iv) 借款銀行通常要求控股股東提供抵押品或個人擔保以保障還款責任，特別是大額長期貸款。無法保證控股股東可隨時作出擔保，出於任何理由撤回擔保或無法獲得擔保將減少我們能獲得的銀行融資。由於我們的策略為減少關連交易及關聯方交易，以獨立於關連人士開展業務，依賴控股股東及其聯繫人提供個人擔保或抵押品的債務融資亦不符合本公司的最佳利益；
- (v) 由於借款利率不時波動，依賴債務融資撥付日後營運將有可能持續增加我們的融資成本。儘管目前處於低利率環境，假設我們可從銀行取得債務融資，無法保證低利率環境是否會延續或延續到何時。利率上調將大幅影響我們的財務表現；及
- (vi) 履行債務責任將對營運產生負擔。倘我們未能按時履行有關債務責任或遵守任何契諾，我們將違反有關債務責任，我們的流動資金、金融信用及財務狀況將受到重大不利影響。

權衡上述因素及考慮落實擴張計劃的資金需求後，董事認為，目前股權融資較債務融資更為吸引，通過[編纂]尋求股權融資符合本公司及股東整體利益。

提升公司形象

本行業競爭激烈，存在大量小型及分散的蠟燭製造商，彼等之間的價格競爭劇烈。因此，通過持續增強公司形象及聲譽，提高整體競爭力對我們至關重要，我們可藉此物色及吸引新客戶並加大市場份額。此外，我們的客戶主要位於歐洲，部分主要客戶為歐洲著名家居裝飾批發商或連鎖零售商。因此，我們致力提升企業形象及聲譽，此為客戶挑選海外供應商時的考慮因素。品牌形象同時為我們培養自家品牌產品的客戶品牌忠誠度的重要工具。此外，[編纂]後的[編纂]地位將加強客戶及供應商對我們財務狀況及企業管治的信心，從而提高我們的可信性及釐定商業條款的議價能力，為我們贏得更多合作機會。

吸引人才

我們的生產開發流程(ODM銷售及品牌銷售業務必不可少的一環)依賴合資格且經驗豐富的設計師及技師。[編纂]後，公司形象及品牌知名度提高有助我們吸引、招聘及挽留寶貴的熟練僱員，從而有助本公司長遠發展。

未來計劃及 [編纂]

鑑於上文所述，董事相信，[編纂]對本公司及股東整體有所裨益。

[編纂]

下表載列我們將收取的估計[編纂][編纂]，經扣除我們就[編纂]應付的[編纂]用及佣金以及估計開支(「[編纂]」)，並假設並無行使[編纂]：

[編纂]金額	假設並無行使 [編纂] (百萬港元)	假設悉數行使 [編纂] (百萬港元)
倘[編纂]定為每股股份[編纂] (本文件所述[編纂][編纂])	[編纂]	[編纂]
倘[編纂]定為每股股份[編纂] (本文件所述[編纂][編纂])	[編纂]	[編纂]
倘[編纂]定為每股股份[編纂] (本文件所述[編纂][編纂])	[編纂]	[編纂]

假設並無行使[編纂]，且[編纂]定為每股[編纂][編纂](本文件所述[編纂][編纂])，我們擬將[編纂]用於以下用途：

- [編纂]或[編纂](相等於[編纂])將用作增加蠟燭的生產線，以及擴充家居香薰的產能；
- [編纂]或[編纂](相等於[編纂])將用作於歐洲設立兩所區域銷售辦事處；
- [編纂]或[編纂](相等於[編纂])將用作加強我們的研發能力；
- [編纂]或[編纂](相等於[編纂])將用作將資訊系統及物流能力升級；及
- [編纂]或[編纂](相等於[編纂])將用作一般營運資金用途。

未來計劃及 [編纂]

倘[編纂]定為指示性[編纂][編纂]，假設並無行使[編纂]，[編纂]將分別增加[編纂]或減少[編纂]。在此情況下，我們計劃按比例分別增加或減少用於上述用途的[編纂]。

倘悉數行使[編纂]，假設[編纂]定為每股[編纂][編纂]([編纂]每股[編纂][編纂]至[編纂]的[編纂])，我們估計將收取額外[編纂][編纂]，經扣除我們應付的[編纂]佣金、費用以及其他估計開支。我們擬將額外[編纂]全數按比例用於上述目的。

倘[編纂]並未即時用於上述目的，我們擬將相關款項存放於香港持牌銀行或金融機構作短期存款及／或作為相關法律法規許可的貨幣市場工具。倘我們的擴張計劃需要除[編纂]以外的融資，資金缺口將由內部資源及銀行融資(如適用)撥付。