

概 要

本概要旨在向閣下提供本文件所載資料的概述。由於僅為概要，本節並不包含對閣下而言可能屬重要的所有資料，應與本文件全文一併閱讀，以保證其完整性。在決定投資[編纂]前，閣下應閱讀本文件全文，包括相關附錄。任何投資均涉及風險。投資[編纂]的若干特定風險載於本文件「風險因素」。閣下決定是否投資[編纂]前，應細閱該節。

願 景

本集團的願景為「讓世界更美麗」。

概 覽

本集團於2018年按收益計為馬來西亞第二大光學產品零售商，約佔市場份額的7.1%。本集團提供廣泛光學產品，該等產品通常包括(i)國際品牌；(ii)本集團的自有品牌；及(iii)本集團運營的製造商品牌的鏡片、鏡框、隱形眼鏡及太陽眼鏡。於最後實際可行日期，本集團的光學產品品牌組合包括逾220個國際品牌及自有品牌，可迎合眼鏡零售市場的各種價格。於2009年及2010年，為加深其於馬來西亞眼鏡零售市場的滲透率，本集團分別開始其許可業務及特許經營業務。於2019年8月，本集團推出其線上銷售平台，該平台專注於在馬來西亞向客戶銷售其自有品牌的鏡框。於最後實際可行日期，本集團的零售網絡(包括其83家自有、10家特許經營及兩家許可零售店)位於馬來西亞半島中部、南部、北部及東部。下表載列本集團按其主要業務活動劃分的收益明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2018年		2019年	
	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比	收益	佔總收益百分比
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%
零售業務	96,594	94.8	111,360	96.4	131,362	98.3	59,561	97.7	73,516	98.7
特許經營及許可業務	2,626	2.6	1,489	1.3	1,632	1.2	816	1.3	972	1.3
少數股東銷售業務(附註)	2,691	2.6	2,613	2.3	621	0.5	621	1.0	—	—
總計	<u>101,911</u>	<u>100.0</u>	<u>115,462</u>	<u>100.0</u>	<u>133,615</u>	<u>100.0</u>	<u>60,998</u>	<u>100.0</u>	<u>74,488</u>	<u>100.0</u>

附註：於最後實際可行日期，本集團已停止向泰國擁有權益公司銷售光學產品，且截至2019年3月31日止年度，本集團亦收購Mido Eyewear及New Success Eyewear的控股權益。

本集團採取多品牌策略以迎合眼鏡零售市場中的不同人群。於最後實際可行日期，本集團有10個零售品牌，覆蓋馬來西亞眼鏡零售市場的高端、中端及大眾市場分部。除上述10個零售品牌外，本集團的零售品牌組合亦包括專注於銷售隱形眼鏡的零售品牌。本集團的零售品牌載列如下：

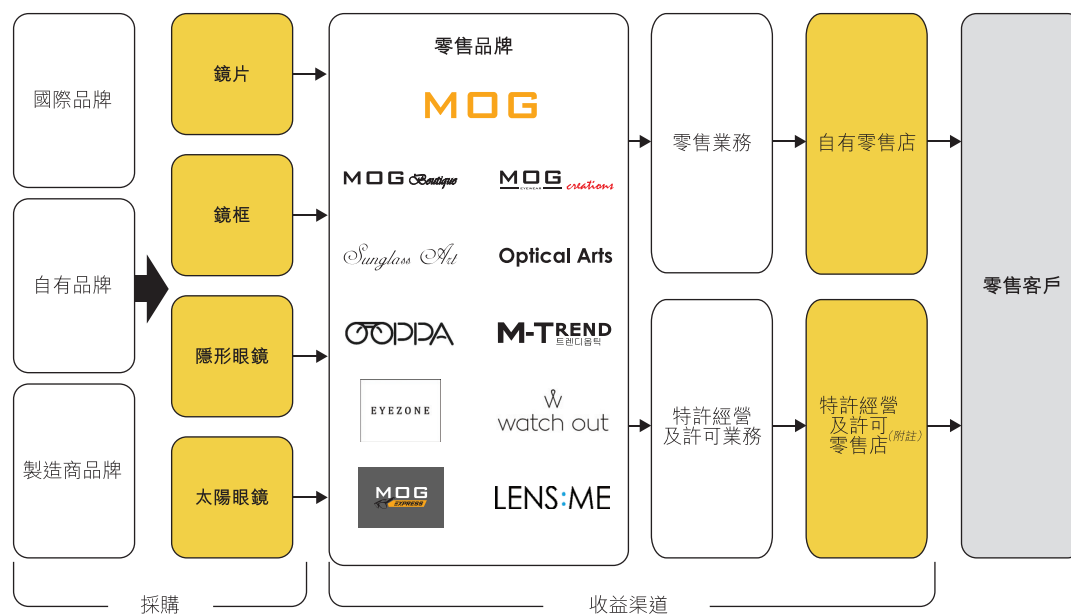
高端分部  中端分部   

大眾市場分部      其他 

概 要

業務及收益模式

下表概述本集團於最後實際可行日期的主要業務活動：



附註：根據本集團的特許經營及許可業務，本集團將特許及許可其各自的特許經營人及被許可人使用其零售品牌。特許經營人須自本集團採購彼等存貨，然而被許可人無須如此行事，且於往績記錄期，概無存貨售予被許可人。

本集團於往績記錄期的收益主要包括向(i)零售業務下的零售客戶；(ii)特許經營及許可業務下的特許經營人；及(iii)其少數股東銷售業務下的馬來西亞擁有權益公司及泰國擁有權益公司銷售光學產品。本集團亦有較少部分收益產生自特許經營及許可業務項下的特許經營費及使用費。下表載列本集團於往績記錄期的總收益明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2018年		2019年	
	估總收益 收益	百分比	估總收益 收益	百分比	估總收益 收益	百分比	估總收益 收益	百分比	估總收益 收益	百分比
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%
光學產品銷售										
— 向零售客戶銷售	96,594	94.8	111,360	96.4	131,362	98.3	59,561	97.7	73,516	98.7
— 向特許經營人銷售	2,081	2.0	1,050	0.9	1,209	0.9	607	1.0	762	1.0
— 向馬來西亞擁有權益 公司及泰國擁有 權益公司銷售	2,691	2.6	2,613	2.3	621	0.5	621	1.0	—	—
	101,366	99.4	115,023	99.6	133,192	99.7	60,789	99.7	74,278	99.7
特許經營費及使用費	545	0.6	439	0.4	423	0.3	209	0.3	210	0.3
總計	101,911	100.0	115,462	100.0	133,615	100.0	60,998	100.0	74,488	100.0

概 要

光學產品及光學產品品牌

光學產品

本集團提供廣泛的光學產品，該等產品通常包括鏡片、鏡框、隱形眼鏡及太陽眼鏡。下表載列於往績記錄期本集團按光學產品類別劃分的來自向其零售客戶、特許經營人、馬來西亞擁有權益公司及泰國擁有權益公司銷售光學產品的收益：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2018年		2019年	
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%
鏡片	34,884	34.4	42,739	37.2	53,267	40.0	24,453	40.2	31,378	42.2
鏡框	25,943	25.6	27,402	23.8	30,760	23.1	14,153	23.3	16,442	22.1
隱形眼鏡	23,975	23.7	28,361	24.7	32,101	24.1	14,019	23.1	17,911	24.1
太陽眼鏡	15,846	15.6	15,553	13.5	16,067	12.1	7,562	12.4	7,764	10.5
其他 (附註)	718	0.7	968	0.8	997	0.7	602	1.0	783	1.1
總計	101,366	100.0%	115,023	100.0%	133,192	100.0%	60,789	100.0%	74,278	100.0%

附註：其他包括眼鏡及太陽眼鏡盒以及隱形眼鏡護理液等光學產品配件。

於整個往績記錄期，本集團自銷售光學產品所得收益的增長乃主要歸因於馬來西亞對光學產品的需求日益增加及本集團零售網絡的擴張。有關詳情，請參閱本文件「財務資料—按產品類別劃分的光學產品銷售額分析」。鏡片銷售為本集團自銷售光學產品所得收益的最大貢獻來源，且自截至2017年3月31日止年度至截至2019年3月31日止年度按約23.6%的複合年增長率增長。鏡片銷售額亦由截至2018年9月30日止六個月至截至2019年9月30日止六個月增加約28.2%。銷售鏡框所得收益亦為本集團銷售光學產品所得收益的重要貢獻來源，其自截至2017年3月31日止年度至截至2019年3月31日止年度按約9.0%的複合年增長率增長。其亦由截至2018年9月30日止六個月至截至2019年9月30日止六個月增加約15.5%。隱形眼鏡的銷售於往績記錄期發揮著越來越重要的作用，自截至2017年3月31日止年度至截至2019年3月31日止年度按約15.7%的複合年增長率增長。其由截至2018年9月30日止六個月至截至2019年9月30日止六個月增加約27.9%。銷售太陽眼鏡所得收益於整個往績記錄期保持相當穩定。

光學產品品牌

本集團的光學品牌組合通常可被分類為三大主要分部，即(i)國際品牌；(ii)本集團的自有品牌；及(iii)製造商品牌。組成本集團國際品牌的品牌通常包括國際奢侈及高端時尚光學品牌，而本集團的自有品牌帶有本集團註冊商標，使本集團可將其供應的產品從其競爭對手的產品中區分開來。組成製造商品牌的品牌通常快速變動，因為彼等可能根據市況重新命名。於往績記錄期，國際品牌光學產品之銷售為本集團銷售光學產品所得收益的最大貢獻來源。截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度以及截至2018年及2019年9月30日止六個月，國際品牌所得收益分別約為80.5百萬令吉、89.9百萬令吉、101.3百萬令吉、46.3百萬令吉及56.2百萬令吉，分別約佔本集團銷售光學產品所得收益的79.4%、78.2%、76.1%、76.2%及75.6%。本集團於往績記錄期來自銷售光學產品所得收益的剩餘部分由本集團的自有品牌貢獻，分別約佔11.6%、12.6%、13.6%、13.5%及12.4%，而製造商品牌所得收益分別約佔9.0%、9.2%、10.3%、10.3%及12.0%。有關光學產品品牌的詳情，請參閱本文件「財務資料—按產品品牌劃分的光學產品銷售額分析」。

概 要

定價政策

本集團通常採納成本加成定價政策，而光學產品的零售價格乃參考相關光學產品的採購成本及品牌以及目標利潤率後釐定。此外，本集團亦將考慮其競爭對手的相關定價來釐定光學產品的零售價格。本集團亦採納一項政策，即與其零售網絡的所有零售店的相同型號光學產品的價格通常相同。

銷售光學產品所得毛利及毛利率

截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度以及截至2018年及2019年9月30日止六個月，本集團銷售光學產品的毛利分別約為55.7百萬令吉、67.5百萬令吉、83.5百萬令吉、37.5百萬令吉及47.1百萬令吉。本集團銷售光學產品的毛利率由截至2017年3月31日止年度的約55.0%增至截至2019年3月31日止年度的約62.7%，並亦由截至2018年9月30日止六個月的約61.7%增至截至2019年9月30日止六個月的約63.4%。下表載列本集團於往績記錄期銷售光學產品的毛利及毛利率的明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2018年		2019年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%
銷售光學產品										
鏡片	28,499	81.7	36,075	84.4	46,160	86.7	20,713	84.7	27,109	86.4
鏡框	13,815	53.3	15,122	55.2	17,688	57.5	7,925	56.0	9,376	57.0
隱形眼鏡	7,829	32.7	10,484	37.0	13,381	41.7	5,960	42.5	7,433	41.5
太陽眼鏡	5,484	34.6	5,707	36.7	6,231	38.8	2,879	38.1	3,051	39.3
其他 ^(附註)	80	11.1	73	7.5	77	7.7	53	8.8	110	14.0
	55,707	55.0	67,461	58.7	83,537	62.7	37,530	61.7	47,079	63.4
特許經營費及使用費	545	100.0	439	100.0	423	100.0	209	100.0	210	100.0
總計	56,252	55.2	67,900	58.8	83,960	62.8	37,739	61.9	47,289	63.5

附註：其他包括眼鏡及太陽眼鏡盒以及隱形眼鏡護理液等光學產品配件。

一般而言，本集團出售鏡片的毛利率高於本集團出售其他光學產品的毛利率，因為生產完成一副眼鏡通常需要驗光師及配鏡師的合力以及用於切割及視力檢查的複雜設備。然而，本集團出售隱形眼鏡的毛利率通常低於本集團出售其他光學產品的毛利率，因為本集團經營的隱形眼鏡品牌主要為其他零售商通常出售的知名品牌，因此本集團對供應商的議價能力及對公眾的定價力相對有限。於整個往績記錄期，本集團鏡片、鏡框、隱形眼鏡及太陽眼鏡的毛利率因各種原因增加。就鏡片而言，相關增加乃主要由於對功能性鏡片（如紫外線防護及防藍光以及變色及漸進式鏡片）的需求增加，其通常擁有較高毛利率。就鏡框及太陽眼鏡而言，相關增加乃主要由於本集團自有品牌及製造商品牌旗下的鏡框及太陽眼鏡的銷售額增加，彼等通常擁有較高毛利率。就隱形眼鏡而言，相關增加大部分乃由於本集團推廣具有較高毛利率的若干國際品牌隱形眼鏡所作出的努力。

概 要

下表載列於往績記錄期本集團按品牌類別劃分的銷售光學產品毛利及毛利率的明細：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2018年		2019年	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%
	(未經審核)									
國際品牌	40,808	50.7	49,397	55.0	59,716	58.9	26,677	57.6	33,573	59.8
自有品牌	8,779	74.4	11,129	76.4	14,368	79.3	6,521	79.4	7,196	78.3
製造商品牌	6,120	67.3	6,935	65.7	9,453	68.7	4,332	69.5	6,310	70.8
總計	55,707	55.0	67,461	58.7	83,537	62.7	37,530	61.7	47,079	63.4

於往績記錄期，本集團的國際品牌較本集團的自有品牌及製造商品牌而言通常擁有較低的毛利率，因為組成本集團國際品牌的光學品牌包括(其中包括)眾多通常售予其他零售商的國際奢侈時尚及眼鏡品牌，因而限制本集團對供應商的議價能力及對公眾的定價力。有關詳情，請參閱本文件「財務資料－毛利及毛利率」。

客戶

由於本集團的業務性質，於往績記錄期，來自本集團零售業務的收益佔本集團總收益的約94.8%、96.4%、98.3%及98.7%，餘下收益來自本集團特許經營及許可業務及少數股東銷售業務。截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度以及截至2019年9月30日止六個月，本集團的客戶概無佔其總收益的5%或以上，且於往績記錄期，本集團並無依賴任何單一客戶。

供應商

本集團通常自內部認可供應商名單中採購其光學產品，且於最後實際可行日期，本集團內部認可名單中擁有超過160名認可供應商。為確保國際品牌光學產品的真實性，本集團僅將授權分銷商或品牌持有人本身納入內部認可名單，就本集團自有品牌及製造商品牌供應商而言，在被納入內部批准名單前，本集團會要求彼等滿足若干選擇標準。截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度以及截至2019年9月30日止六個月，來自本集團五大供應商的採購額佔本集團總採購額的約55.3%、50.9%、54.9%及57.0%，而來自本集團最大供應商的採購額分別約佔18.9%、13.8%、15.3%及19.0%。於最後實際可行日期，本集團與其五大供應商的業務關係年限介乎五至11年。有關詳情，請參閱本文件「業務－供應商」。

競爭優勢

本集團認為其擁有以下競爭優勢：

- 通過多品牌策略建立聲譽，以迎合廣大客戶；
- 光學產品的多元化組合；
- 穩固且具有策略性定位的零售店的零售網絡；及
- 經驗豐富的管理團隊。

有關詳情，請參閱本文件「業務－競爭優勢」。

概 要

業務策略

本集團擬實施及進行下列業務策略以增強其於眼鏡零售市場的市場地位：

- 繼續擴張本集團的零售網絡；
- 升級及翻新本集團自有零售店；
- 繼續提高本集團11個零售品牌的認知度及進一步發展及營銷本集團的自有品牌；
- 提升本集團定制化鏡片的產能；及
- 升級本集團信息技術系統及提升其運營效率。

有關詳情，請參閱本文件「業務－業務策略」。

合併財務資料概要

下表載列本集團於往績記錄期的主要財務資料概要，且應連同本文件「財務資料」所載資料及附錄一會計師報告以及隨附附註一併閱讀。

摘錄自合併損益及其他全面收益表的選定資料

下表概述本集團於所示期間的合併損益及其他全面收益表：

	截至3月31日止年度						截至9月30日止六個月			
	2017年		2018年		2019年		2018年		2019年	
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%
收益	101,911	100.0	115,462	100.0	133,615	100.0	60,998	100.0	74,488	100.0
銷售成本	(45,659)	(44.8)	(47,562)	(41.2)	(49,655)	(37.2)	(23,259)	(38.1)	(27,199)	(36.5)
毛利	56,252	55.2	67,900	58.8	83,960	62.8	37,739	61.9	47,289	63.5
其他收入	1,128	1.1	1,352	1.2	1,872	1.4	1,318	2.2	944	1.3
銷售及分銷開支	(35,136)	(34.5)	(40,958)	(35.5)	(46,800)	(35.0)	(21,411)	(35.1)	(27,424)	(36.8)
行政開支	(6,182)	(6.1)	(6,983)	(6.1)	(8,474)	(6.3)	(4,115)	(6.8)	(4,649)	(6.3)
貿易應收款項減值虧損撥回淨額	27	0.0	40	0.0	38	0.0	—	—	—	—
財務成本	(918)	(0.9)	(1,096)	(0.9)	(1,098)	(0.8)	(530)	(0.9)	(481)	(0.7)
[編纂]	—	—	—	—	—	—	—	—	(4,268)	(5.7)
除稅前溢利	15,171	14.8	20,255	17.5	29,498	22.1	13,001	21.3	11,411	15.3
所得稅開支	(3,681)	(3.6)	(4,638)	(4.0)	(6,747)	(5.0)	(2,917)	(4.8)	(3,578)	(4.8)
年內溢利	11,490	11.2	15,617	13.5	22,751	17.1	10,084	16.5	7,833	10.5
下列人士應佔年/期內溢利及全面收入總額：										
本公司擁有人	10,405		13,186		20,641		8,790		6,168	
非控股權益	1,085		2,431		2,110		1,294		1,665	
	11,490		15,617		22,751		10,084		7,833	

本集團收益及本公司擁有人應佔溢利的增長反映馬來西亞對光學產品不斷增長的需求及本集團於往績記錄期通過持續開設新自有零售店來擴張其零售網絡的策略。本集團的自有零售店由2017年3月31日的55家零售店增加至2019年9月30日的84家零售店。

概 要

摘錄自合併財務狀況表的選定資料

下表載列於所示日期本集團的資產及負債明細：

	於3月31日			於9月30日
	2017年	2018年	2019年	2019年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
流動資產	60,728	67,362	70,585	78,920
流動負債	42,752	39,328	32,905	41,281
流動資產淨額	17,976	28,034	37,680	37,639
非流動資產	30,688	28,899	28,657	28,301
非流動負債	10,430	8,904	9,295	7,600
資產淨值	38,234	48,029	57,042	58,340

本集團的流動資產主要指存貨及銀行結餘及現金，而本集團的非流動資產主要包括與本集團租賃店舖有關的使用權資產。本集團的流動負債主要指應付其供應商的貿易應付款項及與本集團租賃店舖有關的租賃負債，而本集團的非流動負債主要包括有關本集團租賃店舖的租賃負債。本集團的資產淨值由2017年3月31日的約38.2百萬令吉增加至2019年9月30日的約58.3百萬令吉，該增加乃主要由於(i)本集團經營活動產生的銀行結餘及現金增加及(ii)貿易及其他應付款項以及應付控股股東款項減少的合併影響。於2020年1月31日，本集團的流動資產及流動負債分別約為83.9百萬令吉及38.4百萬令吉。有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—合併財務狀況表的主要部分分析」。

摘錄自合併現金流量表的選定資料

下表載列本集團於所示期間的合併現金流量表概要：

	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	
	2017年	2018年	2019年	2018年	2019年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
營運資金變動前經營現金流入	26,669	34,412	45,150	20,086	19,622
營運資金變動	416	(641)	(3,051)	(2,919)	5,120
經營所得現金	27,085	33,771	42,099	17,167	24,742
已付所得稅	(3,089)	(5,409)	(6,067)	(2,978)	(2,925)
經營活動所得現金淨額	23,996	28,362	36,032	14,189	21,817
投資活動(所用)所得現金淨額	(4,309)	(2,823)	6,518	3,686	(1,274)
融資活動所用現金淨額	(11,454)	(21,669)	(33,997)	(12,370)	(15,613)
現金及現金等價物增加淨額	8,233	3,870	8,553	5,505	4,930

於往績記錄期，本集團經營活動所得現金淨額穩定增長，該增長乃主要由本集團零售網絡持續擴張使光學產品銷售增加所驅動。截至2017年及2018年3月31日止年度，由於就新開設的自有零售店購買驗光設備，本集團錄得投資活動所用現金淨額。截至2019年3月31日止年度，由於出售其投資物業所得款項及自持牌銀行提取定期存款之現金流入超過就新開設的自有零售店購買驗光設備之現金流出，本集團錄得投資活動所得現金淨額。截至2019年9月30日止六個月，本集團錄得投資活動所用現金淨額，此乃主要由於新開設零售店購買驗光設備所用的現金流出及持牌銀行定期存款增加超過出售投資物業的現金流入。於往績記錄期，本集團融資活動所用現金淨額錄得增長。截至2017年3月31日止年度，本集團融資活動所用現金淨額主要指償還有關本集團商舖的租賃負債。本集團截至2018年及2019年3月31日止年度以及截至2019年9月30日止六個月的融資活動所用現金淨額主要指償還有關本集團自有零售店的租賃負債及向本集團旗下實體的當時權益擁有人派付股息。有關進一步詳情，請參閱本文件「財務資料—現金流量」。

概 要

主要財務比率

下表載列於往績記錄期本集團的主要財務比率的概要：

主要財務比率	於3月31日／截至該日止年度			於9月30日／ 截至該日 止六個月
	2017年	2018年	2019年	2019年
流動比率(倍)	1.42	1.71	2.15	1.91
速動比率(倍)	0.89	1.11	1.43	1.26
資產負債比率(倍)	0.61	0.43	0.37	0.30
債務對權益比率(倍)	0.04	不適用	不適用	不適用
利息償付率(倍)	17.53	19.48	27.87	24.72
股本回報率(%)	30.05%	32.52%	39.88%	不適用
資產回報率(%)	12.57%	16.22%	22.92%	不適用

有關詳情，請參閱本文件「財務資料－主要財務比率」。

採納國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第15號及國際財務報告準則第16號的影響

相較於根據國際會計準則第39號「金融工具：確認及計量」及國際會計準則第18號「收益」所呈列者，於往績記錄期採用國際財務報告準則第9號「金融工具」及國際財務報告準則第15號「客戶合約收益」對本集團的財務狀況及表現並無重大影響。

於往績記錄期，本集團的租賃物業包括自有零售店、辦公物業及中央倉庫。經適當及慎重考慮且計及(其中包括)經營租賃對本集團的重要性，董事於整個往績記錄期已選擇提早採用國際財務報告準則第16號「租賃」。於提早採納國際財務報告準則第16號後，租賃(租賃期低於12個月或價值較低除外)以資產(即合併財務狀況表中的使用權資產)連同相應的金融負債(即合併財務狀況表中的租賃負債)的形式確認，而有關折舊開支及融資成本而非銷售及分銷成本項下之租金開支會被扣除。有關詳情，請參閱本文件「財務資料－採納國際財務報告準則第9號、國際財務報告準則第15號及國際財務報告準則第16號的影響」。

市場競爭

根據Ipsos報告，馬來西亞眼鏡零售市場被認為是一個成熟的市場，且行業收益預期於2019年至2023年將按約5.9%的複合年增長率增長，主要為需要視力矯正的人群數量增加以及引入創新光學產品使對光學產品的需求更高所驅動。此外，馬來西亞眼鏡零售市場的高端、中端及大眾市場分部預期自2019年至2023年將分別按約4.7%、6.2%及6.6%的複合年增長率增長，而中端分部預期於2023年將佔收益的最大份額，即約37.3%。有關詳情，請參閱本文件「業務－市場競爭」。

控股股東

緊隨[編纂]及[編纂]完成後(假設[編纂]未獲行使且不計及根據購股權計劃可能授出的任何購股權獲行使而可能發行的任何股份)，作為一組控股股東透過佳聯(一間於英屬處女群島註冊成立且由拿督Frankie Ng全資擁有的投資控股公司)、天樂(一間於英屬處女群島註冊成立且由拿督Henry Ng全資擁有的投資控股公司)及佳福(一間於英屬處女群島註冊成立且由拿汀Bernice Low全資擁有的投資控股公司)一致行動的各名最終控股股東拿督Frankie Ng、拿督Henry Ng及拿汀Bernice Low將間接持有本公司合共[編纂]%的股權。有關詳情，請參閱本文件「與控股股東的關係」。

概 要

關連交易

本集團已訂立租賃協議，據此，本集團作為承租人已自若干控股股東租賃若干物業作辦公用途及自一名關連人士租賃若干物業作辦公用途及作為其僱員的住所。此外，本集團亦已訂立許可協議，據此，本集團作為許可人已就其零售品牌授予拿督Frankie Ng（一名控股股東）的若干聯繫人使用其商標的許可。根據上市規則，上述各項協議為獲豁免持續關連交易。有關詳情，請參閱本文件「關連交易」。

股息

截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2019年9月30日止六個月，本集團的附屬公司已分別向彼等當時股東宣派及派付現金股息約0.2百萬令吉、5.8百萬令吉、12.7百萬令吉及8.2百萬令吉。本集團並無固定股息政策，然而，董事預計於[編纂]後，本集團的股息派付率將不會低於其年度可供分派純利的30.0%。有關詳情，請參閱本文件「財務資料—股息政策」。

[編纂]

於往績記錄期，本集團產生並確認了約[編纂]令吉的[編纂]（相當於約[編纂]港元）。本集團預期將進一步產生[編纂]令吉（相當於約[編纂]港元）之[編纂]，即[編纂]總額約為[編纂]令吉（相當於約[編纂]港元），包括[編纂]及其他開支（假設每股[編纂]之[編纂]為[編纂]港元，即指示性[編纂]範圍的中位數），其中約[編纂]令吉（相當於約[編纂]港元）將於合併損益及其他全面收益表中確認為開支及約[編纂]令吉（相當於約[編纂]港元）將於[編纂]後根據有關會計準則於權益扣除。總[編纂]佔[編纂][編纂]的約[編纂]%，該[編纂]乃按每股[編纂][編纂]港元（即指示性[編纂]範圍的中位數）的[編纂]估計約為[編纂]港元。該等開支及[編纂][編纂]為目前估計，且僅供參考。將確認為本集團損益或將予資本化的最終金額可根據審核及有關變量及假設的變動而予調整。有意投資者務請注意本集團截至2020年3月31日止年度的財務表現很大程度上受上述估計[編纂]影響。

[編纂]的統計數字

	根據[編纂]每股 [編纂][編纂]港元	根據[編纂]每股 [編纂][編纂]港元
股份市值 ⁽¹⁾	[[編纂]港元]	[[編纂]港元]
本公司擁有人應佔本集團未經審核備考 經調整合併每股有形資產淨值 ⁽²⁾	[[編纂]港元]	[[編纂]港元]

附註：

1. 股份市值乃根據假設[編纂]未獲行使，緊隨[編纂]及[編纂]完成後的[編纂]股已發行股份計算。
2. 有關詳情，請參閱本文件「附錄二—未經審核備考財務資料」。

概 要

[編纂]

基於[編纂]每股[編纂][編纂]港元(即指示性[編纂]範圍的中位數)，自[編纂][編纂]中扣除本公司已付或應付的估計[編纂]及[編纂]相關之其他開支合共約[編纂]港元後及假設[編纂]未獲行使，根據[編纂]發行[編纂]的[編纂]估計約為[編纂]港元(假設[編纂]未獲行使)。

董事擬按以下方式應用[編纂][編纂]：

- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於擴張本集團的零售網絡，方法為於馬來西亞多個地區開設36家自有零售店(擬屬全資擁有)；
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於升級及翻新本集團的自有零售店；
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於推廣本集團11個零售品牌的知名度及透過多種廣告途徑(包括國家營銷活動、傳統印刷媒體及使用社交媒體影響者以及聘用品牌顧問及產品設計師)進一步發展及營銷本集團的自有品牌光學產品；
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於增強本集團定制化鏡片的產能，方法為與國際知名鏡片製造商於馬來西亞聯合開發生產定制化鏡片的光學實驗室；
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用於升級本集團的信息技術系統及增強其營運效率，方法為收購零售管理系統及升級其POS系統；及
- 約[編纂]%或[編纂]港元將用作一般營運資金。

有關進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」。

近期發展及並無重大不利變動

往績記錄期後及自2019年10月1日直至最後實際可行日期(包括該日)期間，本集團的業務模式一般維持不變。本集團零售網絡中的零售店數量仍為95家零售店維持不變，原因為一家「OOPPA」自有零售店的關閉由增設「MOG Eyewear」特許經營零售店所抵銷。「OOPPA」自有零售店由於其財務表現未能達致本集團預期而關閉但關閉前並無虧損。根據本集團的未經審核財務資料，其自2019年10月1日起的每筆交易平均消費及平均每日交易數通常與本集團於往績紀錄期的每筆交易平均消費及平均每日交易數一致。

最近COVID-19於全球爆發已對包括馬來西亞在內的世界多國造成影響，且於2020年3月16日，馬來西亞政府實施一項行動限制令，生效期間為2020年3月18日至2020年3月31日。行動限制令乃根據1988年傳染病預防及控制法及1967年警務法制定，據此，(i)普遍禁止在全國範圍內進行包括宗教、體育、社會及文化活動在內的群眾運動及集會；(ii)所有出境旅遊的馬來西亞居民於回國時需接受健康檢查並隔離14天；(iii)禁止外籍人士入境；(iv)所有中小學(無論屬私立或政府成立者)將停學；(v)將關閉所有高等教育機構；及(vi)除涉及水、電、能源、電信、郵政、運輸、

概 要

灌溉、石油、天然氣、燃料、潤滑油、廣播、金融、銀行、衛生、製藥、消防、監獄、港口、機場、安全、國防、清潔、零售及食品供應等必要服務外，所有政府及私人處所均應關閉。經馬來西亞法律顧問確認，儘管馬來西亞政府並未就COVID-19宣佈全國進入緊急狀態，且行動限制令並未要求關閉眼鏡零售店，因彼等被視作不可缺少的業務。此外，(i)由於該行動限制令本質上屬臨時性命令，乃因其僅會在有限期間內生效；(ii)政府的聲明；(iii)其對馬來西亞社會及經濟的影響，因為長期執行行動限制令將對馬來西亞經濟帶來負面影響並會干擾人類活動及貨物的運輸；及(iv)其他國家抑制COVID-19蔓延所採取類似措施取得的成功，董事認為該項命令不太可能長期存在且正常的業務活動將於上述命令屆滿後恢復。然而，根據Ipsos報告，預計COVID-19將對馬來西亞經濟產生直接及間接影響而預計不會產生任何長期負面影響，此乃由於馬來西亞政府公佈了一系列激勵措施，包括對購物中心等六類企業的每月電費實行15%的特別折扣。

本集團將密切監測及採納馬來西亞政府針對COVID-19提出的措施，並亦已採取以下措施：(i)將於工作場所為僱員提供衛生口罩及溫度計；(ii)曾前往海外並需隔離的僱員須告知本集團人力資源部門；(iii)出現任何呼吸系統疾病癥狀的僱員必須尋求治療、不得上班並告知其上司；(iv)提醒僱員保持個人健康及衛生的重要性；(v)本集團將與零售店所處商場之管理層協調以實施該等應對COVID-19之措施；(vi)儘管本集團之業務並未受制於行動限制令，為降低僱員及客戶面臨之風險，本集團將於2020年3月18日至2020年3月31日期間關閉全部自有零售店。董事估計於2020年3月18日至2020年3月31日期間本集團自有零售店的業務將導致收益虧損約5.7百萬令吉(經參考本集團於往績記錄期平均每日銷售額計算得出)；及(vii)本集團亦將檢討其每月開支並採取措施降低運營成本。

董事認為，假如馬來西亞爆發COVID-19的規模擴大或長期實施行動限制令，其會導致本集團暫停產生收益的業務，經計及本集團於2020年2月29日約43.7百萬令吉的銀行結餘及現金，本集團的財務仍可維持五個月以上。

於往績記錄期，據董事所深知及確信，本集團五大供應商向其所供應光學產品的製造商主要位於美國、哥斯達黎加、英國、愛爾蘭共和國、意大利、比利時、馬來西亞、新加坡、泰國、越南、中國及日本。本集團已收到大部分該等供應商的確認，主要確認(i)近期爆發的COVID-19並未對彼等的供應鏈造成重大影響；(ii)彼等預計按本集團的歷史採購量向本集團供應國際品牌光學產品並無任何困難；及(iii)彼等預期該等將供應的國際品牌光學產品的價格並無任何重大波動。就本集團自有品牌及製造商品牌光學產品的供應而言，據董事所深知及確信，該等製造商主要位於中

概 要

國。直至最後實際可行日期，本集團並無遭遇與採購本集團自有品牌及製造商品牌光學產品相關的任何重大困難或問題。本集團亦預計COVID-19將不會影響持續供應本集團自有品牌及製造商品牌的光學產品，原因為(i)於最後實際可行日期，本集團手頭上整體擁有約30.3百萬令吉的存貨，董事認為足以維持至少三個月的運營；(ii)中國政府最近開始命令公司復工；及(iii)並未對中國製造商品實行出口限制。因此，董事並不認為COVID-19將對本集團整個供應鏈產生影響，亦經馬來西亞法律顧問所確認，行動控制令不適用於物流服務供應商，原因為其對本集團供應鏈之影響可能甚微。

綜上所述，董事確認，馬來西亞COVID-19爆發帶來的任何不可預見的變動對本集團的業務、運營或供應鏈並無造成任何長期重大不利影響。董事確認自2019年10月1日起及直至本文件日期，(i)市況或本集團營運所在行業及環境並無出現對財務及營運狀況造成重大不利影響的重大不利變動；(ii)本集團貿易及財務狀況或前景並無出現任何重大不利變動；及(iii)並無發生對本文件附錄一會計師報告內所示資料造成重大不利影響的事件。

風險因素

任何投資均涉及風險。有關本集團的若干相對重大風險包括，(i)本集團的財務業績有賴現有零售店及新零售店的成功；(ii)本集團可能無法就位於理想位置的有關零售店或按商業上可接受的條款獲得及延續租賃協議；(iii)本集團依賴其主要供應商提供產品且通常不會與其供應商訂立長期供應協議；(iv)本集團的成功取決於其品牌於馬來西亞眼鏡零售市場充分的認可度，而對品牌聲譽的任何損害可能對本集團的業務及經營業績造成重大不利影響；(v)本集團有賴於其主要員工及業務夥伴；及(vi)本集團可能無法及時把握市場趨勢及客戶偏好。

於往績記錄期，本集團錄得同店銷售額出現相對有限的增長。截至2018年3月31日止年度，本集團錄得同店銷售額較截至2017年3月31日止年度出現負增長約0.9%；而截至2019年3月31日止年度，本集團錄得同店銷售額較截至2018年3月31日止年度增長約2.6%。該波動乃主要歸因於彼時馬來西亞的影響著消費者情緒的經濟及政治不確定因素。因此，於往績記錄期，本集團收益增加乃主要由其擴大零售網絡之策略所驅動，從長遠上看，本集團將繼續高度依賴於該策略。[編纂][編纂]的約[編纂]%將用於擴張本集團的零售網絡，因此，成功擴張將對本集團的財務表現產生重大影響。