

財務資料

閣下閱讀本節時，應一併閱讀載於本文件附錄一所載會計師報告的本集團的經審核合併財務資料(包括隨附附註)(「合併財務資料」)。合併財務資料已根據國際財務報告準則編製。閣下應閱讀會計師報告全文，而不應僅依賴本節所載資料。

以下討論及分析載有反映現時對未來事件及財務表現看法之若干前瞻性陳述。該等陳述乃基於本集團憑藉本集團的經驗及對歷史趨勢、目前狀況及預期未來發展理解以及本集團相信在該等情況下屬適當之其他因素所作之假設及分析。然而，實際結果及發展會否與預期及預測一致，則取決於多項本集團無法控制之風險及不確定因素。有關詳情，請參閱本文件「風險因素」。

本文件任何表格或其他部分所列總額與合計金額間的差額可能因約整所致。

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。本集團於最後實際可行日期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。於最後實際可行日期，本集團的零售網絡(包括83家自有、10家特許經營及兩家許可零售店)遍及馬來西亞半島中部、南部、北部及東部。本集團採取多品牌策略以迎合眼鏡零售市場中不同人群。於最後實際可行日期，本集團有10個零售品牌，覆蓋馬來西亞光學零售市場的高端、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。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	%
	(未經審核)									
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	101,911	100.0	115,462	100.0	133,615	100.0	60,998	100.0	74,488	100.0

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。

財務資料

截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，本集團之收益分別約為101.9百萬令吉、115.5百萬令吉、133.6百萬令吉、61.0百萬令吉及74.5百萬令吉，而本公司擁有人應佔溢利分別約為10.4百萬令吉、13.2百萬令吉、20.6百萬令吉、8.8百萬令吉及6.2百萬令吉。

呈列及編製基準

本公司為一間於2019年6月4日在開曼群島根據公司法註冊成立之獲豁免有限公司。有關重組的進一步詳情，請參閱本文件「歷史、重組及公司架構—公司重組」，於2020年3月6日，本公司成為本集團現時旗下公司的控股公司。緊接重組及2017年及2019年重組(定義見本文件附錄一會計師報告)前後，本集團現時旗下的本公司及其附屬公司(本文件附錄一會計師報告附註31所詳述的收購附屬公司除外)由控股股東最終控制。由於重組及2017年及2019年重組並無導致本集團業務的最終控制權出現任何變動，因此，重組及2017年及2019年重組被視為共同控制下的實體及業務的重組。

由控股股東以外各方持有的附屬公司及／或業務的股權及其變動乃呈列為於股權中的非控股權益。所有集團內交易及結餘已於合併時對銷。

於往績記錄期，本集團的合併財務資料乃根據國際財務報告準則編製。合併財務資料以令吉呈列，除另有指明外，所有金額均四捨五入至最接近之千位數(千令吉)。有關呈列及編製基準的詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註2。

採用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

國際會計準則理事會已於往績記錄期頒佈大量新訂／經修訂國際財務報告準則。就編製此合併財務資料而言，本集團已採用與其運營相關並於往績記錄期生效的所有適用新訂／經修訂國際財務報告準則，包括於往績記錄期貫徹採用的國際財務報告準則第9號「金融工具」、國際財務報告準則第15號「客戶合約收益」及國際財務報告準則第16號「租賃」，惟自2019年4月1日開始的會計年度尚未生效的任何新準則或詮釋除外。自2019年4月1日開始的會計期間已發行但尚未生效的新訂／經修訂會計準則及詮釋的詳情載於本文件附錄一會計師報告附註3。

相較於國際會計準則第39號「金融工具：確認及計量」以及國際會計準則第18號「收益」所呈列者，採用國際財務報告準則第9號及國際財務報告準則第15號對本集團於往績記錄期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。經審慎周詳考慮並計及(其中包括)經營租賃對本集團的重要性，董事已選擇提早應用國際財務報告準則第16號並於整個往績記錄期一直應用。

財務資料

國際財務報告準則第16號將導致幾乎所有租賃均在承租人的合併財務狀況表確認，因經營租賃與融資租賃之間的差別已移除。租賃確認為使用權資產，並在租賃資產可供本集團使用的日期確認相應負債。各項租賃付款乃分配至負債及融資成本。融資成本於租賃期內計入損益，以為各期間剩餘負債結餘產生固定週期利率。使用權資產乃按相關資產的租賃期及預計可使用年期（以較短者為準）按直線法折舊。

租賃產生的資產及負債乃按現值基準初步計量。租賃負債包括固定租賃付款（包括實質固定付款）的現值（減任何租金優惠）、可變租賃付款（取決於利率）、購買選擇權的行使價（倘應收承租人合理確定行使選擇權）及終止租賃罰款（倘租期反映出承租人行使選擇權終止租賃）。租賃付款乃使用本集團增量借貸利率貼現。使用權資產按成本計量，包括最初計量租賃負債之金額、於租賃開始日或之前的租賃付款減所收取之任何租賃優惠、最初直接成本以及本集團於拆解及搬遷相關資產、復原相關資產所在場地或復原相關資產至租賃的條款及條件所規定的狀況時產生的成本估計。

與租期為12個月或以下的短期租賃或資產價值較低的租賃相關的付款按直線法於損益中確認為開支。

本集團管理層釐定具有續新選擇權的租賃合約的租期。評估本集團是否合理確定行使相關選擇權會影響租期，其對租賃負債及已確認的使用權資產的金額產生重大影響。

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。下表載列採納國際財務報告準則第16號相較於採納國際會計準則第17號對本集團以下項目之主要影響的概要：(a)合併財務狀況表；(b)合併損益及其他全面收益表；(c)合併現金流量表；及(d)若干重大財務比率。

財務資料

(a) 對合併財務狀況表的影響

根據本集團的初步評估，倘於整個往績記錄期採用國際會計準則第17號而非國際財務報告準則第16號，本集團管理層估計本集團於2017年、2018年及2019年3月31日以及2019年9月30日的合併財務狀況表中的主要項目將受到以下影響：

	總資產				總負債			
	於3月31日		於9月30日		於3月31日		於9月30日	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>	76,869	83,252	83,415	92,076	37,850	34,271	25,088	32,154
現時根據國際財務報告準則第16號呈報	91,416	96,261	99,242	107,221	53,182	48,232	42,200	48,881
差額(- <A>)	14,547	13,009	15,827	15,145	15,332	13,961	17,112	16,727
	使用權資產				租賃負債			
	於3月31日		於9月30日		於3月31日		於9月30日	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>	-	-	-	-	-	-	-	-
現時根據國際財務報告準則第16號呈報	16,542	14,690	17,489	16,081	17,039	15,210	17,675	16,183
差額(- <A>)	16,542	14,690	17,489	16,081	17,039	15,210	17,675	16,183
	總權益							
	於3月31日		於9月30日		於3月31日		於9月30日	
	2017年	2018年	2019年	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>			39,019	48,981			58,327	59,922
現時根據國際財務報告準則第16號呈報			38,234	48,029			57,042	58,340
差額(- <A>)			(785)	(952)			(1,285)	(1,582)

採納國際財務報告準則第16號後，與國際會計準則第17號項下該等已呈列的資產淨額相比，本集團於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日的資產淨額並無受到重大影響，而本集團的非流動資產總額、流動負債、非流動負債及流動資產淨額均會受到影響。根據國際財務報告準則第16號，本集團作為承租人須確認代表其使用相關租賃資產權利的使用權資產(即非流動資產)及代表其作出租賃付款義務的租賃負債(即流動及非流動負債)，從而導致本集團的非流動資產總額、流動負債及非流動負債總額增加以及本集團的流動資產淨額減少。

財務資料

(b) 對合併損益及其他全面收益表的影響

倘於整個往績記錄期應用的為國際會計準則第17號而非國際財務報告準則第16號，則本集團於往績記錄期的合併損益及其他全面收益表中的主要項目將受到以下影響：

	純利				銷售及分銷成本			
	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	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	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>	11,812	15,785	23,083	8,131	35,471	41,590	47,309	27,612
現時根據國際財務報告準則第16號呈報	11,490	15,617	22,751	7,833	35,136	40,958	46,800	27,424
差額(- <A>)	(322)	(168)	(332)	(298)	(335)	(632)	(509)	(188)
	行政開支				財務成本			
	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	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	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>	6,083	6,881	8,328	4,578	360	398	403	66
現時根據國際財務報告準則第16號呈報	6,182	6,983	8,474	4,649	918	1,096	1,098	481
差額(- <A>)	99	102	146	71	558	698	695	415

與國際會計準則第17號項下該等已呈列者相比，截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，採納國際財務報告準則第16號並無導致本集團的溢利及全面收入總額出現重大變動，然而，其對若干溢利及虧損項目構成(如銷售及分銷成本、行政開支及財務成本)產生影響乃主要由於確認使用權資產折舊及租賃負債的利息開支，以及終止確認租金開支。國際財務報告準則第16號對本集團溢利及全面收入總額的影響取決於已確認的開支模式(即使用權資產折舊及租賃負債的財務費用)。使用權資產折舊採用直線法計算，而租賃負債財務費用採用實際利率法計算。根據國際財務報告準則第16號確認的折舊及財務費用的組合產生了費用確認模式，其中較高的費用將於租賃的初始年度於損益及其他綜合收益表中確認，並導致較低的純利。

財務資料

(c) 對合併現金流量表的影響

	經營活動所得現金淨額				融資活動所用現金淨額			
	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	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	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>	14,690	17,417	23,071	15,079	(2,148)	(10,724)	(21,036)	(8,875)
現時根據國際財務報告準則第16號呈報	23,996	28,362	36,032	21,817	(11,454)	(21,669)	(33,997)	(15,613)
差額(- <A>)	9,306	10,945	12,961	6,738	(9,306)	(10,945)	(12,961)	(6,738)

與國際會計準則第17號項下該等已呈列者相比，截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，採納國際財務報告準則第16號導致本集團現金及現金等價物變動淨額受到重大影響，而本集團經營活動所得現金淨額及融資活動所用現金淨額增加乃主要由於根據國際財務報告準則第16號分類及確認租賃付款。根據國際財務報告準則第16號及國際會計準則第17號分類及確認有關租賃付款的現金流量的主要差異為根據國際財務報告準則第16號租賃付款獲分類為融資活動項下之現金流出，而根據國際會計準則第17號其獲分類為經營活動項下之現金流出。

(d) 對若干主要財務比率的影響

倘於整個往績記錄期應用的為國際會計準則第17號而非國際財務報告準則第16號，則本集團於往績記錄期的純利率、利息償付率、股本回報率、資產回報率、流動比率及資產負債比率將受到以下影響：

	純利率 ⁽¹⁾				利息償付率			
	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	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	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	%	%	%	%	(倍)	(倍)	(倍)	(倍)
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>	11.59%	13.67%	17.28%	10.92%	44.04	52.31	75.02	178.41
現時根據國際財務報告準則第16號呈報	11.27%	13.53%	17.03%	10.52%	17.53	19.48	27.87	24.72

	股本回報率				資產回報率			
	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	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	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	%	%	%	%	%	%	%	%
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>	30.27%	32.23%	39.58%	不適用 ⁽³⁾	15.37%	18.96%	27.67%	不適用 ⁽³⁾
現時根據國際財務報告準則第16號呈報	30.05%	32.52%	39.88%	不適用 ⁽³⁾	12.57%	16.22%	22.92%	不適用 ⁽³⁾

財務資料

	流動比率				資產負債比率 ⁽²⁾			
	截至3月31日止年度			截至9月30日止六個月	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	2019年	2017年	2018年	2019年	2019年
	(倍)	(倍)	(倍)	(倍)	(倍)	(倍)	(倍)	(倍)
猶如根據國際會計準則第17號呈報<A>	1.78	2.15	3.07	2.59	0.22	0.15	0.08	0.05
現時根據國際財務報告準則第16號呈報	1.42	1.71	2.15	1.91	0.61	0.43	0.37	0.30

附註：

1. 純利率乃按期內溢利除以各自財政期內收益計算得出。
2. 債務被定義為(i)並非於日常業務過程中產生的應付款項；及(ii)計息應付款項。本集團的總債務包括銀行透支、計息借款及租賃負債／融資租賃承擔。
3. 由於該比率不可與年度數據相比，其並不適用。

以上假設金額或財務比率僅為估計值，且呈報僅用於說明根據國際會計準則第17號對本集團於往績記錄期合併財務報表的影響。

重要會計政策、估計及判斷

董事已確認對本集團的合併財務報表編製有重要作用的若干會計政策。若干會計政策涉及主觀假設及估計，以及與會計條款相關的複雜判斷。就各情況而言，釐定該等項目要求管理層基於未來期間可能發生變更的資料及財務數據作出判斷。審查本集團的財務報表時，有意投資者應考慮：(i)本集團所選擇的重要會計政策；(ii)影響採納該等政策的判斷及其他不確定因素；及(iii)呈報結果對條件及假設變更的敏感性。就於往績記錄期本集團對投資物業、廠房及設備及使用權資產的減值及估計可使用年期、存貨的預期撥備及貿易及其他應收款項的預期信貸虧損、擁有續新選擇的合約租賃期限及修復成本撥備的會計估計而言，董事並未注意其估計與實際結果間的重大差異。此外，董事以往並未經歷任何估計變更，亦無相關假設發生變更。基於該等估計的方案及假設於未來將不大可能發生變化。更多詳情請參閱本文件附錄一會計師報告附註3。

影響經營業績的主要因素

本集團的經營業績及財務狀況已經並將持續受多種因素影響，主要包括下文所載因素：

馬來西亞的宏觀經濟環境及光學產品需求

本集團所有經營均在馬來西亞進行，因此，本集團的財務狀況及經營業績受馬來西亞宏觀經濟環境及光學產品需求影響。

財務資料

根據Ipsos報告，馬來西亞有利的司法框架、堅實的基礎設施、熟練的勞動力、穩定的政治環境及有利的稅收制度，增強其經濟競爭力。於2018年，較2017年約為9.8%的國內生產總值增長率，馬來西亞國內生產總值的增長率同比放緩至約5.5%，乃主要受如政府支出合理化及選舉後政策的不確定性因素等一次性因素所影響。於2019年，國內生產總值增長率估計將放緩至約4.4%。由於經濟風險預計將放緩且國內政策明朗，於2019年，馬來西亞的經濟展望預計將維持穩定。2019年後，預計馬來西亞的經濟將保持彈性，反映出多元化且開放的經濟，多年來成功地緩解了外部衝擊的影響。就馬來西亞眼鏡零售行業而言，光學產品的需求因近視、遠視及老視的數目不斷增加而增加。馬來西亞近視的人數從2014年約17.2百萬人增至2018年約18.4百萬人，而同期馬來西亞遠視的人數從約9.4百萬人增至約9.9百萬人。此外，老視的人數從2014年的約7.5百萬人增至2018年的約8.9百萬人。光學產品的需求亦有所增加，原因為進口太陽眼鏡及處方眼鏡及鏡框的商品及服務稅（「商品及服務稅」）由2015年的6%轉變為2018年6月的零。

本集團間接面臨影響其零售客戶的經濟因素及風險。對本集團零售客戶的可支配收入造成負面影響的政府政策及經濟狀況亦將對本集團的業務及財務狀況產生負面影響。

光學產品價格

由於品牌、類別、客戶偏好及市況等因素的影響，本集團光學產品的價格或因時期而異。倘本集團無法預測市場趨勢並及時對客戶偏好變動作出反應，其可能導致銷售量減少、售價降低、存貨過時及溢利減少，進而可能對本集團的市場份額、經營業績及業務前景產生重大影響。

員工成本

本集團的業務乃以優質服務為本，因此，吸引、激勵及挽留合資格僱員為本集團的重中之重。本集團的員工成本一直且將會持續為影響其經營業績的主要組成部分之一。截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，本集團產生的員工成本約為22.0百萬令吉、25.3百萬令吉、30.3百萬令吉、14.1百萬令吉及17.0百萬令吉，分別佔本集團收益的約21.6%、21.9%、22.7%、23.1%及22.8%。

僱員薪酬一般市場的任何變化（如法定最低工資的任何調整）均將對本集團的經營業績產生直接影響。根據Ipsos報告，自2019年至2023年期間，馬來西亞銷售及服務行業所僱用的僱員的平均薪資預計將按約5.1%的複合年增長率增長。因此，本集團的員工成本於日後可能將有所增加，且倘其未能將此增加轉嫁至其客戶，則本集團的盈利能力及經營業績或會受不利影響。有關進一步詳情，請參閱本文件「風險因素—與本集團業務有關的風險—馬來西亞最低工資規定可能進一步增加並影響本集團日後的員工成本」。

財務資料

租金開支

租金開支(定義見下文)為本集團零售業務主要成本之一。於往績記錄期，本集團已租賃主要用作其自有零售店、辦公物業及中央倉庫的物業。根據Ipsos報告，自2019年至2023年期間，吉隆坡私營商業物業每平方英尺的租金預計將分別按介乎約2.3%至2.9%的複合年增長率增長。儘管馬來西亞私營商業物業的每平方英尺的租金增長率相對較低，本集團的財務業績仍然很可能受馬來西亞租賃市場變動的影響。倘馬來西亞私營商業物業每平方英尺的租金大幅增加，則本集團的財務狀況可能受到負面影響。

於往績記錄期，本集團已租賃主要用作其自有零售店、辦公室物業及中央倉庫的物業。因此，倘本集團無法以本集團商業上可接受的條款訂立或續新租賃協議，或該租賃協議在到期前因任何理由終止，本集團將需關閉或搬遷有關零售店。業主或會找各種原因終止與本集團的租約或提供本集團認為不合理的商業條款。一般而言，向本集團提供的商業條款可能根據多個因素而有所不同，包括地址及市況。倘店舖關閉或搬遷，其相應的中斷或會對本集團業務造成負面影響，從而導致停止營業期間的收益損失，此外，本集團可能產生額外開支，例如裝修成本及支付租約按金等。此外，本集團不能保證搬遷後的零售店所產生的收益及溢利會較已停業的零售店先前所產生的相若或更多。

下表載列於往績記錄期本集團的租賃物業(包括其自有零售店、辦公物業及中央倉庫)產生的使用權資產折舊費用、其他租金及相關開支及與相關租賃物業有關的租賃負債的財務費用(「租金開支」)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
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
租金開支					
租賃物業產生的使用權資產的折舊費用	7,757	10,309	12,206	5,459	6,119
其他租金及相關開支	3,683	3,544	3,464	1,566	2,797
與相關租賃物業有關的租賃負債的 財務費用	558	698	734	390	414
總計	11,998	14,551	16,404	7,415	9,330

產品組合

為迎合廣大客戶基礎及提供全面購物體驗，董事相信，提供涵蓋不同風格及價格範圍的廣泛光學產品乃屬必要。根據Ipsos報告，產品多樣性為吸引及挽留客戶的關鍵因素，原因為零售客戶更有可能自能夠滿足彼等需求的光學產品零售商處重複購買產品。

本集團盈利能力取決於其產品組合，原因為不同光學產品及光學產品品牌擁有不同毛利率，而其可能影響本集團的整體盈利能力。有關本集團光學產品利潤率及光學產品品牌的詳情，請參閱本節「毛利及毛利率」。董事認為，本集團產品組合亦須能夠迎合各客戶的偏好及需求，而客戶的偏好及需求可能隨時間而改變。因此，

財務資料

倘本集團無法迎合客戶偏好制定其產品組合，則其業務、財務狀況及經營業績可能會受到影響。

經營業績

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		(未經審核)	
	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		

合併損益及其他全面收益表中節選項目說明

收益

本集團於往績記錄期的收益主要包括(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產生收益。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		(未經審核)	
	估總收益	估總收益	估總收益	估總收益	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			
	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		

財務資料

本集團的總收益由截至2017年3月31日止年度的約101.9百萬令吉逐步增加至截至2019年3月31日止年度的約133.6百萬令吉，複合年增長率約為14.5%。本集團的總收益亦由截至2018年9月30日止六個月的約61.0百萬令吉增加約13.5百萬令吉或22.1%至截至2019年9月30日止六個月的約74.5百萬令吉。截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，銷售光學產品產生的收益對本集團總收益貢獻最大，分別佔其總收益的約99.4%、99.6%、99.7%、99.7%及99.7%。

本集團來自銷售光學產品的收益中，於零售業務項下向零售客戶銷售光學產品的收益為最大貢獻來源，其由截至2017年3月31日止年度的約96.6百萬令吉增加約14.8百萬令吉或15.3%至截至2018年3月31日止年度的約111.4百萬令吉，並進一步增加約20.0百萬令吉或18.0%至截至2019年3月31日止年度的約131.4百萬令吉。向零售客戶銷售光學產品的收益亦由截至2018年9月30日止六個月的約59.6百萬令吉增加約13.9百萬令吉或23.3%至截至2019年9月30日止六個月的約73.5百萬令吉。該增加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。

本集團向特許經營人及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所得收益的較少部分由截至2017年3月31日止年度的約4.8百萬令吉減少約1.1百萬令吉或22.9%至截至2018年3月31日止年度的約3.7百萬令吉。相關減少乃主要歸因於特許經營零售店的數量減少。來自向特許經營人及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進一步減少約1.9百萬令吉或51.4%至截至2019年3月31日止年度的約1.8百萬令吉。向特許經營人、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所得收益亦由截至2018年9月30日止六個月的約1.2百萬令吉減少約0.4百萬令吉或33.3%至截至2019年9月30日止六個月的約0.8百萬令吉。相關減少乃主要歸因於截至2019年3月31日止年度，本集團收購於馬來西亞擁有權益公司的控股權益及停止向泰國擁有權益公司銷售光學產品。於本集團完成收購於馬來西亞擁有權益公司的控股權益後，由馬來西亞擁有權益公司持有的該等零售店被分類為本集團的「自有」零售店。

來自特許經營費及使用費的收益從截至2017年3月31日止年度的約0.5百萬令吉減少約0.1百萬令吉或20.0%至截至2018年3月31日止年度的約0.4百萬令吉。相關減少亦乃主要歸因於上文所披露的特許經營零售店的數量減少。截至2019年3月31日止年度，來自特許經營費及使用費的收益較截至2018年3月31日止年度維持穩定，約為0.4百萬令吉，因為關閉一家特許經營零售店的影響由餘下特許經營零售店的銷售額增加所抵銷。截至2019年9月30日止六個月，本集團自特許經營費及使用費所得收益較截至2018年9月30日止六個月維持穩定，約為0.2百萬令吉。

財務資料

按零售品牌劃分的收益分析

下表載列於往績記錄期本集團按零售品牌劃分的來自零售業務的收益：

	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	
	佔總零售收益		佔總零售收益		佔總零售收益		佔總零售收益		佔總零售收益	
	零售收益	百分比	零售收益	百分比	零售收益	百分比	零售收益	百分比	零售收益	百分比
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%
	(未經審核)									
MOG Boutique	3,850	4.0	5,287	4.7	5,632	4.3	2,783	4.7	2,136	2.9
MOG Eyewear	60,394	62.5	66,221	59.5	72,156	54.9	33,717	56.6	39,345	53.5
Optical Arts	9,728	10.1	8,692	7.8	8,879	6.7	4,330	7.3	4,599	6.3
Sunglass Art	2,223	2.3	2,111	1.9	2,888	2.2	1,067	1.8	1,627	2.2
MOG Creations	1,944	2.0	2,049	1.8	2,213	1.7	1,083	1.8	1,194	1.6
OOPPA	9,725	10.1	13,762	12.4	19,056	14.5	8,316	14.0	10,925	14.9
M-Trend	7,921	8.2	11,172	10.0	15,228	11.6	6,871	11.5	7,573	10.3
Watch Out	809	0.8	2,066	1.9	2,376	1.8	959	1.6	1,651	2.2
Eyezone	—	—	—	—	1,856	1.4	435	0.7	1,240	1.7
MOG Express	—	—	—	—	32	0.1	—	—	1,474	2.0
Lens:Me	—	—	—	—	1,046	0.8	—	—	1,752	2.4
總計	96,594	100.0	111,360	100.0	131,362	100.0	59,561	100.0	73,516	100.0

本集團面向眼鏡零售市場中端分部的旗艦零售品牌「MOG Eyewear」於2004年推出。本集團自「MOG Eyewear」零售品牌所得收益由截至2017年3月31日止年度的約60.4百萬令吉逐漸增至截至2019年3月31日止年度的約72.2百萬令吉，複合年增長率約為9.3%。自本集團的「MOG Eyewear」零售品牌的收益亦由截至2018年9月30日止六個月的約33.7百萬令吉增加約5.6百萬令吉或16.6%至截至2019年9月30日止六個月的約39.3百萬令吉。本集團收益於往績記錄期增加乃主要由於以本集團「MOG Eyewear」零售品牌運營的自有零售店數目增加，由2017年3月31日的32家增至2019年9月30日的39家。

於推出本集團旗艦零售品牌後，本集團已採納多品牌策略使其面向馬來西亞眼鏡零售市場的不同分部。因為本集團將眼鏡零售市場中端分部視作重要目標分部，於2007年本集團推出其「MOG Creations」零售品牌，該品牌專注於中端分部。於2008年及2009年，本集團分別進一步推出「Optical Arts」及「Sunglass Art」零售品牌，以獲取中端分部較大的市場份額。於往績記錄期，專注於眼鏡零售市場的中端分部的零售品牌為本集團零售業務收益的最大貢獻來源。截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，專注於中端分部零售品牌所貢獻的本集團零售業務所得收益分別約為74.3百萬令吉、79.1百萬令吉、86.1百萬令吉、40.2百萬令吉及46.8百萬令吉，佔本集團來自零售業務的收益的約76.9%、71.0%、65.5%、67.5%及63.6%。

因把握住馬來西亞眼鏡零售市場大眾市場分部的機會，尤其是大眾市場分部的快時尚元素，本集團分別於2014年推出其「M-Trend」零售品牌及於2015年推出其「OOPPA」零售品牌。於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日，本集團分別擁有八家、10家、13家及13家以其「M-Trend」零售品牌經營的自有零售店及

財務資料

六家、六家、九家及12家以其「OOPPA」零售品牌經營的自有零售店。本集團進一步推出／收購面向大眾市場分部的額外零售品牌，即「Eyezone」、「Watch Out」及「MOG Express」零售品牌。來自本集團零售業務的收益乃由專注於大眾市場分部的零售品牌所貢獻，由截至2017年3月31日止年度的約18.5百萬令吉增至截至2019年3月31日止年度的約38.5百萬令吉，複合年增長率約為44.3%。其亦由截至2018年9月30日止六個月的約16.6百萬令吉增加約6.3百萬令吉或38.0%至截至2019年9月30日止六個月的約22.9百萬令吉。

截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，本集團於零售業務項下向零售客戶銷售光學產品所得收益分別約為96.6百萬令吉、111.4百萬令吉、131.4百萬令吉、59.6百萬令吉及73.5百萬令吉。收益由截至2017年3月31日止年度的約96.6百萬令吉增加約14.8百萬令吉或15.3%至截至2018年3月31日止年度的約111.4百萬令吉，乃主要歸因於收益因開設額外四家「MOG Eyewear」零售店及兩家「M-Trend」自有零售店而分別增加約5.8百萬令吉及3.3百萬令吉，以及現有的「OOPPA」自有零售店所得收益增加約4.0百萬令吉。收益由截至2018年3月31日止年度的約111.4百萬令吉增加約20.0百萬令吉或18.0%至截至2019年3月31日止年度的約131.4百萬令吉，乃主要歸因於收益因額外開設或收購一家「MOG Eyewear」、三家「M-Trend」、兩家「Eyezone」及三家「OOPPA」自有零售店而分別增加約5.9百萬令吉、4.1百萬令吉、1.9百萬令吉及5.3百萬令吉，以及收益因於新「Lens:Me」零售品牌下開設兩家自有零售店而增加約1.0百萬令吉，該零售品牌主要專注於銷售隱形眼鏡。向零售客戶銷售光學產品的收益由截至2018年9月30日止六個月的約59.6百萬令吉增加約13.9百萬令吉或23.3%至截至2019年9月30日止六個月的約73.5百萬令吉。該增長乃主要歸因於「MOG Eyewear」自有零售店數量的增加導致收益增加約5.6百萬令吉及「MOG Eyewear」零售品牌旗下運營的其他自有零售店所得收益增加以及「OOPPA」自有零售店的數量增加導致收益增加約2.6百萬令吉。截至2019年3月31日止年度末開設／收購的本集團「Eyezone」、「MOG Express」及「Lens:Me」零售品牌旗下運營的自有零售店所得收益增加了約4.0百萬令吉亦為於截至2019年9月30日止六個月向零售客戶銷售光學產品的所得收益相較於截至2018年9月30日止六個月增加的原因之一。

財務資料

按零售品牌劃分的平均日／月銷售額及日／月銷售額範圍

下表載列於往績記錄期本集團自有零售店及其零售品牌有關平均每日／每月銷售額以及每日／每月銷售額範圍的若干運營統計數據：

	截至3月31日止年度			截至9月30日 止六個月
	2017	2018	2019	2019
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
每家自有零售店的平均日銷售額 ⁽¹⁾	5.6	5.3	5.3	4.9
每家自有零售店的日銷售額範圍 ⁽²⁾	0 ⁽³⁾ - 47	0 ⁽³⁾ - 53	0 ⁽³⁾ - 50	0 ⁽³⁾ - 45
每家自有零售店的平均月銷售額	168	159	159	147
每家自有零售店的月銷售額範圍	20 - 820	19 - 832	22 - 1,160	24 - 838
MOG Boutique				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	237	216	234	351
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	172 - 282	129 - 413	119 - 409	310 - 399
MOG Eyewear				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	165	159	162	168
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	20 - 687	30 - 679	22 - 613	27 - 530
Optical Arts				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	201	180	150	135
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	78 - 583	85 - 415	86 - 396	43 - 326
Sunglass Art				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	183	174	159	132
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	110 - 258	140 - 233	41 - 221	68 - 189
MOG Creations				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	159	168	183	195
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	141 - 218	137 - 243	148 - 229	175 - 228
OOPPA				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	192	186	213	168
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	51 - 820	50 - 832	67 - 1,160	24 - 838
M-Trend				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	123	102	102	96
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	68 - 318	19 - 278	26 - 353	30 - 329
Watch Out				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	213	171	156	135
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	127 - 184	129 - 236	100 - 232	92 - 207
Eyezone				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	—	—	114 ⁽⁵⁾	102
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	不適用	不適用	77-173	86-135
MOG Express				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	—	—	105 ⁽⁶⁾	63
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	不適用	不適用	不適用	36-91
Lens:Me				
按零售品牌劃分的平均月銷售額	—	—	165 ⁽⁷⁾	144
按零售品牌劃分的月銷售額範圍 ⁽⁴⁾	不適用	不適用	85-280	73-255

附註：

1. 每家自有零售店之概約日均銷售額乃通過每家自有零售店每月平均銷售額除以30計算得出。

財務資料

2. 每家自有零售店每日銷售額下限乃透過採用自有零售店於相關期間的每日最低銷售額計算得到，而每日銷售額上限乃透過採用自有零售店於相關期間的每日最高銷售額計算得到。
3. 每日最低銷售額少於1,000令吉。
4. 於相關期間，按零售品牌劃分的月銷售額下限乃通過採用有關零售品牌下的自有零售店之最低月銷售額計算得到，而月銷售額上限乃通過採用有關零售品牌下的自有零售店之最高月銷售額計算得到。
5. 本集團於2018年8月收購兩家「Eyezone」零售店，故運營統計數據可能並非全部具有可比性。
6. 於2019年3月末推出「MOG Express」零售品牌，故運營統計數據可能並非全部具有可比性。
7. 於2018年12月首次推出「Lens:Me」零售品牌，故運營統計數據可能並非全部具有可比性。

本集團每家自有零售店的平均日／月銷售額由截至2017年3月31日止年度的約5,600令吉／168,000令吉略微減少約5.4％／5.4％至截至2018年3月31日止年度的約5,300令吉／159,000令吉，乃主要由於2018年馬來西亞整體經濟增長較2017年放緩及該等截至2018年3月31日止年度開設的自有零售店的平均月銷售額相對較低導致同店銷售額出現負增長。截至2018年及2019年3月31日止兩個年度，每家自有零售店的平均日／月銷售額各自維持穩定在約5,300令吉／159,000令吉，原因為市場情緒提升引起的同店正增長由該等截至2019年3月31日止年度開設／收購的自有零售店的相對較低平均月銷售額所抵銷。截至2019年9月30日止六個月，本集團錄得每家自有零售店的平均日／月銷售額減少。該減少乃主要歸因於推出／收購零售品牌「Eyezone」、「MOG Express」及「Lens:Me」的影響，因為該等品牌的平均日／月銷售額通常較本集團其他零售品牌的平均日／月銷售額為低。

「MOG Boutique」零售品牌的平均月銷售額於截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度維持相當穩定。平均月銷售額於截至2019年9月30日止六個月顯著增長乃主要由於截至2019年3月31日止年度關閉一間平均月銷售額相對較低的自有零售店以及餘下自有零售店的平均月銷售額持續增加。

「MOG Eyewear」零售品牌的平均月銷售額於往績記錄期維持穩定。董事將該穩定歸功於其龐大的零售網絡使其不易受任何「MOG Eyewear」零售品牌下單一自有零售店的單獨表現影響。

「Optical Arts」零售品牌的平均月銷售額於往績記錄期呈下降趨勢，董事認為乃主要由於位於老舊購物中心的一家重要自有零售店的業績所致。該零售店於往績記錄期在交易筆數及每筆交易平均消費上錄得減少。於往績記錄期開設的該等自有零售店的平均月銷售額相對較低亦歸因於該等新自有零售店通常成交額較低且每筆交易平均消費較低導致平均月銷售額呈下降趨勢。

財務資料

「Sunglass Art」零售品牌的平均月銷售額於往績記錄期亦呈下降趨勢，乃主要由於2018年10月收購的一家自有零售店平均月銷售額相對較低。儘管該自有零售店的每筆交易平均消費與本集團「Sunglass Art」零售品牌下運營的其他零售店並無明顯差異，但其成交額相對較低。

「MOG Creations」零售品牌的平均月銷售額於往績記錄期錄得持續增長，乃主要由於每筆交易平均消費逐漸增長。董事認為每筆交易平均消費增長乃主要由於本集團唯一的「MOG Creations」自有零售店所在購物中心的店舖構成發生變動導致購物中心的客戶構成發生變動。

截至2018年3月31日止年度的「OOPPA」零售品牌的平均月銷售額相較於截至2017年3月31日止年度輕微下降，董事認為乃主要由於馬來西亞於2018年經濟衰退，其由一家位於柔佛的主要面向新加坡遊客的重要自有零售店的平均月銷售額持續增長所部分抵銷。「OOPPA」的平均月銷售額於截至2019年3月31日止年度恢復至約213,000令吉，主要由於位於柔佛的重要自有零售店的平均月銷售額再次持續增長，其平均月銷售額由截至2018年3月31日止年度的657,000令吉增加約18.7%至截至2019年3月31日止年度的約780,000令吉。「OOPPA」的平均月銷售額於截至2019年9月30日止六個月降至約168,000令吉。該減少乃主要歸因於截至2019年9月30日止六個月開設的三家新自有零售店平均月銷售額相對較低。

「M-Trend」零售品牌的平均月銷售額錄得減少，由截至2017年3月31日止年度的約123,000令吉減至截至2018年3月31日止年度的約102,000令吉。該減少乃主要由於截至2018年3月31日止年度開設的三家新自有零售店的平均月銷售額相對較低所致。相較於往績記錄期的剩餘零售店，「M-Trend」零售品牌的平均月銷售額保持相當穩定。

「Watch Out」零售品牌的平均月銷售額於往績記錄期呈下降趨勢，乃主要由於2019年1月開設的一家自有零售店平均月銷售額相對較低。該自有零售店專注於銷售本集團自有品牌及製造商品牌的光學產品，且擁有相較於擁有約2,000平方英尺銷售面積的其他「Watch Out」自有零售店而言面積較小的約300平方英尺銷售面積。

同店銷售額分析

於最後實際可行日期，本集團於馬來西亞經營83家自有零售店。本集團的獲利能力易受其成功增加現有的自有零售店所得收益的能力影響。同店銷售額增長率提供了不同期間店舖表現的比較，此乃由於同店銷售額增長率不計及因年內開設及關

財務資料

閉自有零售店而產生的增減。同店銷售額增長指於整個比較年度內該等一直營業的自有零售店銷售額的比較，且其他零售商計算該等指標的方法可能有所不同。因此，該等指標與本集團競爭對手的並不完全相若。下表載列本集團於所示財政年度的同店銷售額：

	截至3月31日止年度			
	2017年	2018年	2018年	2019年
同店數目 ⁽¹⁾		39		50
同店銷售額(千令吉) ⁽²⁾	81,689	80,924	95,628	98,160
同店銷售額增長		-0.9%		2.6%

附註：

- (1) 同店數目指於兩個年度內一直營業的自有零售店，且不包括於相關年度開設／關閉的零售店。
- (2) 同店銷售額指於兩個年度一直營業的自有零售店的銷售額，且不包括於相關年度開設／關閉的零售店。

較截至2018年3月31日止年度，本集團於截至2017年3月31日止年度錄得的同店銷售額負增長率約為0.9%，其主要歸因於馬來西亞於2018年的整體經濟增長較2017年出現下滑。於2018年，馬來西亞的國內生產總值增長率由2017年的約9.8%放緩至約5.5%，其乃主要由於一次性因素(如政府支出合理化及選舉後政策的不確定性)導致不良市場情緒。較截至2018年3月31日止年度，本集團於截至2019年3月31日止年度錄得的同店銷售額增長率約為2.6%，其主要歸功於馬來西亞經濟增長有所提升引起市場情緒升高及消費受到2018年6月免除上述商品及服務稅所刺激。

按零售品牌劃分的平均每日交易數及每筆交易消費額以及每筆交易消費範圍

每筆交易平均消費指自有零售店產生的收益除以相關期間內的交易數目。每筆交易平均消費受(其中包括)宏觀經濟因素、定價及產品組合、消費者偏好及消費模式的變動以及大眾生活方式趨勢所影響。下表載列本集團自有零售店及其零售品牌於往績記錄期的若干運營統計數據，內容有關(i)平均每日交易數；(ii)每筆交易平均消費及(iii)每筆交易消費範圍：

	截至3月31日止年度			截至9月30日
	2017年	2018年	2019年	止六個月
平均每日交易數	18.8	18.3	17.9	2019年 16.6

財務資料

	截至3月31日止年度			截至9月30日 止六個月
	2017年 令吉	2018年 令吉	2019年 令吉	2019年 令吉
每筆交易平均消費	298	290	296	295
每筆交易消費範圍	144 – 2,469	140 – 2,642	70 – 2,986	95 – 2,930
MOG Boutique				
每筆交易平均消費	388	395	387	414
每筆交易消費範圍	153 – 1,886	177 – 2,025	179 – 1,990	158 – 2,195
MOG Eyewear				
每筆交易平均消費	304	295	314	329
每筆交易消費範圍	175 – 2,469	186 – 2,642	185 – 2,986	182 – 2,930
Optical Arts				
每筆交易平均消費	359	337	300	312
每筆交易消費範圍	160 – 2,162	165 – 2,075	139 – 2,066	143 – 1,980
Sunglass Art				
每筆交易平均消費	257	232	248	249
每筆交易消費範圍	165 – 1,415	146 – 1,387	149 – 1,425	140 – 1,470
MOG Creations				
每筆交易平均消費	317	338	380	401
每筆交易消費範圍	187 – 1,832	160 – 2,001	155 – 1,930	186 – 2,247
OOPPA				
每筆交易平均消費	294	285	293	289
每筆交易消費範圍	159 – 1,844	171 – 1,906	143 – 1,974	140 – 2,206
M-Trend				
每筆交易平均消費	223	208	235	236
每筆交易消費範圍	144 – 1,495	140 – 1,599	127 – 1,613	127 – 1,665
Watch Out				
每筆交易平均消費	344	336	244	209
每筆交易消費範圍	179 – 1,179	189 – 1,176	168 – 1,122	160 – 1,088
Eyezone				
每筆交易平均消費	—	—	227 ⁽¹⁾	212
每筆交易消費範圍	不適用	不適用	100 – 1,099	112 – 1,178
MOG Express				
每筆交易平均消費	—	—	182 ⁽²⁾	185
每筆交易消費範圍	不適用	不適用	83 – 1,200	120 – 1,770
Lens:Me				
每筆交易平均消費	—	—	216 ⁽³⁾	248
每筆交易消費範圍	不適用	不適用	70 – 1,515	95 – 1,625

附註：

1. 本集團於2018年8月收購兩家「Eyezone」零售店，故運營統計數據可能並非全部具有可比性。
2. 於2019年3月末推出「MOG Express」零售品牌，故運營統計數據可能並非全部具有可比性。
3. 於2018年12月首次推出「Lens:Me」零售品牌，故運營統計數據可能並非全部具有可比性。

財務資料

於整個往績記錄期，每筆交易平均消費保持相當穩定。於整個往績記錄期，除本集團「Optical Arts」、「MOG Creations」及「Watch Out」零售品牌之外，本集團其他所有零售品牌的每筆交易平均消費亦保持相當穩定。

「Optical Arts」零售品牌的每筆交易平均消費於往績記錄期呈總體下降趨勢，乃主要由於位於老舊購物中心的一家重要自有零售店的每筆交易平均消費出現下滑的業績情況所致。該等於往績記錄期開設的新自有零售店的每筆交易平均消費相對較低亦導致「Optical Arts」零售品牌每筆交易平均消費出現下降趨勢。然而，「MOG Creations」零售品牌的每筆交易平均消費於往績記錄期錄得持續增長，主要由於先前披露於本節「收益－按零售品牌劃分的平均日／月銷售額及日／月銷售額範圍」一段的原因。就「Watch Out」零售品牌而言，其每筆交易平均消費於截至2017年3月31日止年度保持相對穩定在344令吉，直至截至2018年3月31日止年度的約336令吉，而後大幅減少至截至2019年3月31日止年度的約244令吉，並繼續減少至截至2019年9月30日止六個月的約209令吉。於截至2019年3月31日止年度開始的每筆交易平均消費呈下降趨勢乃主要歸因於2019年1月於柔佛開設的自有零售店每筆交易平均消費相對較低。該新自有零售店錄得相對較低的每筆交易平均消費，乃由於其主要專注於銷售本集團自有品牌及製造商品牌的光學產品，該等品牌一般擁有較低的平均售價。

按產品類別劃分的光學產品銷售額分析

下表載列於往績記錄期本集團按產品類別劃分的光學產品銷售額：

	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、太陽眼鏡盒以及隱形眼鏡護理液等光學產品配件。

截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，來自銷售光學產品的收益(鏡片銷售為最大貢獻來源)分別佔本集團銷售光學產品收益的約34.4%、37.2%、40.0%、40.2%及42.2%。銷售鏡片所得收益由截至2017年3月31日止年度的約34.9百萬令吉增加至截至2019年3月31日止年度的約53.3百萬令吉，複合年增長率約為23.6%。銷售鏡片所得收益亦由截至2018年9月30日止六個月的約24.5百萬令吉增至截至2019年9月30日止六個月的約31.4百萬令吉，增加約6.9百萬令吉或28.2%。銷售鏡框亦為本集團銷售光學產品所得收益的一個重要貢獻來源，截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，銷售鏡框所得收益分別佔本集團銷售光學產品收益的約25.6%、23.8%、23.1%、23.3%及22.1%。銷售鏡框所得收益從截至2017年3月31

財務資料

日止年度的約25.9百萬令吉增至截至2019年3月31日止年度的約30.8百萬令吉，複合年增長率約為9.0%。銷售鏡框所得收益亦由截至2018年9月30日止六個月的約14.2百萬令吉增至截至2019年9月30日止六個月的約16.4百萬令吉，增長約2.2百萬令吉或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，截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2018年及2019年9月30日止六個月，銷售隱形眼鏡所得收益分別佔本集團銷售光學產品所得收益的約23.7%、24.7%、24.1%、23.1%及24.1%。錄得的隱形眼鏡銷售額由截至2017年3月31日止年度的約24.0百萬令吉增加至截至2019年3月31日止年度的約32.1百萬令吉，複合年增長率約為15.7%。銷售隱形眼鏡所得收益亦由截至2018年9月30日止六個月的約14.0百萬令吉增加至截至2019年9月30日止六個月的約17.9百萬令吉，增加約3.9百萬令吉或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。

下表載列於往績記錄期按主要光學產品類別劃分的來自銷售光學產品的銷量及平均售價：

	截至3月31日止年度			截至9月30日
	2017年	2018年	2019年	2019年
鏡片				
銷量(千副) ⁽¹⁾	287	348	424	237
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	122	123	126	132
鏡框				
銷量(千副) ⁽²⁾	178	203	222	125
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	146	135	139	132
隱形眼鏡				
銷量(千盒) ⁽³⁾	360	411	490	278
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	67	69	66	64
太陽眼鏡				
銷量(千副) ⁽⁴⁾	44	46	48	24
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	360	338	335	324

附註：

1. 每單位指單獨一塊鏡片。
2. 每單位指單獨一副鏡框。
3. 每單位指由相關製造商預先包裝的單獨一盒隱形眼鏡。
4. 每單位指單獨一副太陽眼鏡。
5. 平均售價指本集團向零售客戶(不包括商品及服務稅)、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的光學產品的平均價格。

由截至2017年3月31日止年度至截至2019年3月31日止年度期間，鏡片、鏡框、隱形眼鏡及太陽眼鏡的銷量錄得複合年增長率分別約為21.5%、11.7%、16.7%及4.4%。有關增長乃歸因於馬來西亞對光學產品的需求增加及本集團零售網

財務資料

絡的持續擴張的合併影響。具體而言，鏡片的銷售量於整個往績記錄期持續強勁增長，其乃由於功能性鏡片的需求不斷增加。

儘管馬來西亞於2018年的整體經濟增長較2017年有所下滑，以及本集團專注於發展大眾市場分部，但鏡片的平均售價自截至2017年3月31日止年度至截至2018年3月31日止年度乃錄得約0.8%的小幅增長。相關小幅增長乃主要由於功能性鏡片（如紫外線防護及防藍光以及變色及漸進鏡片）的需求及銷量增加所致，該等鏡片通常擁有較高售價。鏡片的平均售價由截至2018年3月31日止年度的每塊約123令吉持續增至截至2019年9月30日止六個月的每塊約132令吉，乃主要由於上一財政年度對功能性鏡片的持續需求及整體市場情緒的改善。

鏡框及太陽眼鏡的平均售價分別從截至2017年3月31日止年度的約每副146令吉及每副360令吉降至截至2018年3月31日止年度的約每副135令吉及每副338令吉。相關減少乃主要由於馬來西亞於截至2018年3月31日止年度的不良市場情緒，以及本集團專注於發展大眾市場分部。截至2019年3月31日止年度，鏡框及太陽眼鏡的平均售價保持相對穩定，分別為每副139令吉及每副335令吉，並於截至2019年9月30日止六個月繼續保持相對穩定，分別為每副132令吉及每副324令吉。

於往績記錄期，隱形眼鏡的平均售價維持相對穩定並介乎約每副64令吉至每副69令吉，因為隱形眼鏡乃屬定期使用產品，其不易受市場狀況影響。

按產品品牌劃分的光學產品銷售額分析

董事認為，經營多種光學產品的光學產品零售商較其他光學產品零售商擁有優勢，因為多種光學產品的可用性增加了迎合零售客戶偏好及需求的可能性。此外，就價格及品牌而言，廣泛的光學產品使光學產品零售商可通過迎合不同市場分部來擴大其客戶基礎。為滿足不同客戶偏好及不斷變化的市場趨勢，董事擬繼續增強及發展本集團與其供應商的關係。於最後實際可行日期，為了迎合眼鏡零售市場的不同價格需求，本集團的光學品牌組合包括220多個國際品牌及自有品牌。下表載列於往績記錄期本集團銷售其國際品牌、自有品牌及製造商品牌旗下的光學產品所產生的收益明細：

	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	
	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	%
	(未經審核)									
國際品牌	80,467	79.4	89,893	78.2	101,305	76.1	46,344	76.2	56,176	75.6
自有品牌	11,805	11.6	14,574	12.6	18,122	13.6	8,216	13.5	9,192	12.4
製造商品牌	9,094	9.0	10,556	9.2	13,765	10.3	6,229	10.3	8,910	12.0
總計	101,366	100.0	115,023	100.0	133,192	100.0	60,789	100.0	74,278	100.0

財務資料

於往績記錄期，銷售國際品牌、自有品牌及製造商品牌旗下的光學產品產生的收益錄得持續增加，該增長乃與本集團零售網絡的擴張一致。於截至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，自銷售國際品牌下光學產品產生的收益約為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，分別佔本集團銷售光學產品所得收益的約79.4%、78.2%、76.1%、76.2%及75.6%。於截至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，來自本集團銷售自有品牌及製造商品牌光學產品的收益合共分別約為20.9百萬令吉、25.1百萬令吉、31.9百萬令吉、14.4百萬令吉及18.1百萬令吉，分別佔本集團銷售光學產品所得收益的約20.6%、21.8%、23.9%、23.8%及24.4%。銷售本集團自有品牌及製造商品牌光學產品的貢獻佔本集團銷售光學產品所得收益的百分比持續增加反映本集團通過增加面向大眾市場分部的自有零售店的數量（尤其是本集團的「OOPPA」及「M-Trend」零售品牌），努力進一步發展其於馬來西亞眼鏡零售市場的大眾市場分部的業務。有關按零售品牌劃分的來自零售業務的本集團收益的詳情，請參閱本節「按零售品牌劃分的收益分析」。

下文載列本集團國際品牌、自有品牌及製造商品牌旗下的主要光學產品於往績記錄期將會普遍下降的銷售量、平均售價及售價範圍有關詳情：

	截至3月31日止年度			截至2019年
	2017年	2018年	2019年	9月30日止 六個月
	令吉	令吉	令吉	令吉
國際品牌				
鏡片				
銷售量(千) ⁽¹⁾	223	273	326	181
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	121	124	124	132
鏡框				
銷售量(千) ⁽²⁾	54	60	66	34
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	292	255	257	263
隱形眼鏡				
銷售量(千) ⁽³⁾	330	367	433	244
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	68	71	67	66
太陽眼鏡				
銷售量(千) ⁽⁴⁾	35	32	33	15
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	411	424	420	440
自有品牌				
鏡片				
銷售量(千) ⁽¹⁾	64	75	89	44
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	123	120	125	120
鏡框				
銷售量(千) ⁽²⁾	9	12	14	7
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	180	183	189	204
隱形眼鏡				
銷售量(千) ⁽³⁾	30	44	57	34
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	49	53	52	53
太陽眼鏡				
銷售量(千) ⁽⁴⁾	4	6	7	4
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	208	186	196	206

財務資料

	截至3月31日止年度			截至2019年	
	2017年	2018年	2019年	9月30日止	
	令吉	令吉	令吉	六個月	
製造商品牌					
鏡片					
銷售量(千) ⁽¹⁾	不適用	不適用	9	12	
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	不適用	不適用	183	183	
鏡框					
銷售量(千) ⁽²⁾	115	131	142	84	
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	75	75	79	73	
太陽眼鏡					
銷售量(千) ⁽⁴⁾	5	8	8	5	
平均售價(令吉) ⁽⁵⁾	96	89	98	91	
			售價範圍(令吉)		
			國際品牌	自有品牌	製造商品牌
鏡片 ⁽¹⁾⁽⁵⁾			25-462	94-175	170-226
鏡框 ⁽²⁾⁽⁵⁾			63-523	88-386	39-130
隱形眼鏡 ⁽³⁾⁽⁵⁾			48-127	48-66	不適用
太陽眼鏡 ⁽⁴⁾⁽⁵⁾			160-700	137-300	60-158

附註：

1. 每單位指單獨一塊鏡片。
2. 每單位指單獨一副鏡框。
3. 每單位指由相關製造商預先包裝的單獨一盒隱形眼鏡。
4. 每單位指單獨一副太陽眼鏡。
5. 平均售價指本集團向零售客戶(不包括商品及服務稅)、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的光學產品的平均價格。

於往績記錄期，本集團國際品牌、自有品牌及製造商品牌旗下的本集團主要光學產品的平均售價維持相當穩定。一般而言，本集團國際品牌旗下的本集團主要光學產品(除鏡片外)的平均售價高於本集團自有品牌及製造商品牌旗下的本集團主要光學產品，原因為其產品組合包括售價高出很多的國際奢侈時尚光學品牌。然而，於往績記錄期，本集團國際品牌旗下的光學產品的價格範圍的幅度遠大於本集團自有品牌及製造商品牌旗下的光學產品，原因為國際品牌的品牌知名度使其光學產品具有巨大的大眾吸引力，因此本集團致力於維持其國際品牌光學產品的多樣化產品陣容。

本集團製造商品牌鏡片的平均售價高於本集團國際品牌及自有品牌鏡片的平均售價，主要由於產品組合差異。截至2019年3月31日止年度，本集團開始銷售選擇有限的製造商品牌鏡片，即功能性鏡片。然而，與選擇製造商品牌不同的是，本集團維持多樣化鏡片產品陣容，包括其國際品牌及自有品牌旗下不同價格的功能性及非功能性鏡片，且以及自國際品牌及自有品牌的低價非功能性鏡片的高銷量導致本集團國際品牌及自有品牌旗下鏡片的平均售價相對較低。

財務資料

銷售成本

銷售成本指於本集團於往績記錄期自其供應商採購光學產品的成本。本集團的銷售成本受限於多種因素，包括本集團購買的光學產品的數量及光學產品的類型。本集團的銷售成本由截至2017年3月31日止年度的約45.7百萬令吉增加約1.9百萬令吉或4.2%至截至2018年3月31日止年度的約47.6百萬令吉，並由截至2018年3月31日止年度的約47.6百萬令吉進一步增加約2.1百萬令吉或4.4%至截至2019年3月31日止年度的約49.7百萬令吉。本集團的銷售成本亦由截至2018年9月30日止六個月的約23.3百萬令吉增加約3.9百萬令吉或16.7%至截至2019年9月30日止六個月的約27.2百萬令吉。銷售成本的增加一般與本集團於往績記錄期銷售光學產品所產生收益的增加一致。

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，本集團的毛利分別約為56.3百萬令吉、67.9百萬令吉、84.0百萬令吉、37.7百萬令吉及47.3百萬令吉。於截至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，銷售光學產品為本集團毛利的主要貢獻因素，且分別佔本集團毛利總額的約99.0%、99.4%、99.5%、99.4%及99.6%。本集團毛利的餘下部分來自特許經營費及使用費。於往績記錄期，毛利增加乃主要由本集團收益增長及本集團毛利率提升所推動，本集團毛利率由截至2017年3月31日止年度的約55.2%增至截至2019年3月31日止年度的約62.8%。本集團的毛利率亦由截至2018年9月30日止六個月的約61.9%增至截至2019年9月30日止六個月的約63.5%。董事認為，本集團於往績記錄期毛利率的持續增長歸功於其在推廣國際品牌具有較高毛利率的光學產品以及自有品牌及製造商品牌光學產品(彼等通常具有較高毛利率)方面的整體努力。下表載列本集團於往績記錄期的毛利及毛利率明細：

	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								
	千令吉	%								
	(未經審核)									
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。

財務資料

一般而言，本集團已出售鏡片的毛利率高於本集團出售的其他光學產品的毛利率，因為生產完成一副鏡片通常需要驗光師及配鏡師的合力以及用於切割及眼部檢查的複雜設備。此外，根據 Ipsos 報告，普遍認為鏡片為一副處方眼鏡的最重要部分，且零售客戶非常重視一副鏡片的性能，因此，有關零售客戶通常願意為彼等選擇的鏡片支付昂貴金額。本集團已售鏡片的毛利率從截至2017年3月31日止年度的約81.7%增至截至2019年3月31日止年度的約86.7%，且由截至2018年9月30日止六個月的約84.7%亦增至截至2019年9月30日止六個月的86.4%。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及變色以及漸進式鏡片）的需求增加，該等鏡片通常具有較高毛利率。於往績記錄期，銷售功能性鏡片所得收益分別佔本集團銷售鏡片所得總收益的約36.6%、45.0%、54.8%及56.1%。

本集團銷售鏡框的毛利率從截至2017年3月31日止年度的約53.3%增至截至2019年3月31日止年度的約57.5%，並亦從截至2018年9月30日止六個月的約56.0%增至截至2019年9月30日止六個月的約57.0%。就太陽眼鏡而言，由於零售客戶流行購買本集團國際品牌的太陽眼鏡，故其通常具有較低的毛利率。太陽眼鏡的毛利率從截至2017年3月31日止年度的約34.6%增至截至2019年3月31日止年度的約38.8%，且亦由截至2018年9月30日止六個月的約38.1%增至截至2019年9月30日止六個月的約39.3%。有關增長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（其通常擁有較高的毛利率）的銷售額增加。於往績記錄期，銷售本集團自有品牌及製造商品牌旗下鏡框所得收益分別佔本集團銷售鏡框總收益的約39.2%、44.0%、45.2%及46.0%，而銷售本集團自有品牌及製造商品牌旗下的太陽眼鏡所得收益分別佔本集團銷售太陽眼鏡總收益的約8.6%、11.6%、13.2%及16.1%。

本集團於往績記錄期已售隱形眼鏡的毛利率通常低於本集團的其他光學產品，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，因此相對限制本集團對供應商的議價能力及對公眾的定價力。然而，隱形眼鏡的毛利率從截至2017年3月31日止年度的約32.7%增至截至2019年3月31日止年度的約41.7%，其主要歸因於本集團於推廣毛利率較高的若干國際品牌隱形眼鏡中所作的努力。隱形眼鏡的毛利率於截至2019年9月30日止六個月保持相當穩定，約為41.5%。

財務資料

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								
	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	<u>55,707</u>	<u>55.0</u>	<u>67,461</u>	<u>58.7</u>	<u>83,537</u>	<u>62.7</u>	<u>37,530</u>	<u>61.7</u>	<u>47,079</u>	<u>63.4</u>

於往績記錄期，國際品牌光學產品的毛利率通常低於自有品牌及製造商品牌光學產品的毛利率，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。國際品牌光學產品的毛利率由截至2017年3月31日止年度的約50.7%增加至截至2019年3月31日止年度的約58.9%。其亦由截至2018年9月30日止六個月的約57.6%增至截至2019年9月30日止六個月的約59.8%。該增加主要由於國際品牌鏡片的銷售增加所致，因為國際品牌已售鏡片的毛利率一般比其他國際品牌光學產品的毛利率更高。於往績記錄期，國際品牌旗下鏡片的銷售分別佔本集團國際品牌旗下光學產品銷售收益的約33.5%、37.6%、39.9%及42.6%。國際品牌旗下隱形眼鏡的毛利率增加亦導致國際品牌光學產品的毛利率增加。國際品牌隱形眼鏡的毛利率由截至2017年3月31日止年度的約32.0%增加至截至2018年3月31日止年度的約36.0%並進一步增加至截至2019年3月31日止年度的約40.9%。該增長乃主要由於本集團於推廣若干具有較高毛利率的國際品牌隱形眼鏡所作出的努力。國際品牌隱形眼鏡截至2019年9月30日止六個月的毛利率較截至2018年9月30日止六個月的毛利率保持相當穩定，約為40.3%。

本集團自有品牌光學產品的毛利率由截至2017年3月31日止年度的約74.4%增加至截至2019年3月31日止年度的約79.3%。該增加主要歸因於由本集團自有品牌鏡片的毛利率增加所致，其由截至2017年3月31日止年度的約80.5%增加至截至2019年3月31日止年度的約87.4%。本集團自有品牌隱形眼鏡的毛利率增加亦導致本集團自有品牌光學產品的毛利率增加。本集團自有品牌隱形眼鏡的毛利率由截至2017年3月31日止年度的約43.3%增加至截至2019年3月31日止年度的約49.7%。該增加乃主要由於本集團減少其採購成本的能力。截至2019年9月30日止六個月，本集團自有品牌光學產品的毛利率約為78.3%，相較於本集團截至2018年9月30日止六個月自有品牌光學產品的毛利率約79.4%保持相當穩定。

財務資料

製造商品牌旗下光學產品的毛利率基本保持穩定，由截至2017年3月31日止年度的約67.3%至截至2018年3月31日止年度的約65.7%再略微增加至截至2019年3月31日止年度的約68.7%。該增加乃主要歸因於本集團於截至2019年3月31日止年度開始銷售製造商品牌旗下鏡片，而鏡片一般擁有較高的毛利率。截至2018年及2019年9月30日止六個月，製造商品牌旗下光學產品的毛利率維持相當穩定，分別約為69.5%及70.8%。

下表載列於往績記錄期本集團按其零售品牌劃分的毛利及毛利率明細：

	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								
	千令吉	%								
MOG Boutique	2,208	57.4	3,095	58.5	3,498	62.1	1,661	59.7	1,363	63.8
MOG Eyewear	33,645	55.7	40,106	60.6	45,835	63.5	21,450	63.6	25,147	63.9
Optical Arts	5,388	55.4	5,252	60.4	5,607	63.1	2,698	62.3	2,939	63.9
Sunglass Art	1,194	53.7	1,185	56.1	1,640	56.8	603	56.5	931	57.2
MOG Creations	1,035	53.2	1,247	60.9	1,455	65.7	694	64.1	787	65.9
OOPPA	6,119	62.9	8,763	63.7	12,188	64.0	5,348	64.3	7,178	65.7
M-Trend	4,496	56.8	6,765	60.6	9,789	64.3	4,390	63.9	5,006	66.1
Watch Out	420	51.9	1,184	57.3	1,442	60.7	562	58.6	1,015	61.5
Eyezone	—	—	—	—	1,208	65.1	252	57.9	809	65.2
MOG Express	—	—	—	—	21	65.6	—	—	979	66.5
Lens:Me	—	—	—	—	441	42.2	—	—	752	42.9
總計	54,505	56.4	67,597	60.7	83,124	63.3	37,658	63.2	46,906	63.8

於往績記錄期，本集團的11個零售品牌各品牌毛利率均錄得持續增長。就本集團「MOG Boutique」零售品牌而言，於往績記錄期，其毛利率增長率相較於本集團其他零售品牌相對較慢，乃由於其主要專注於眼鏡零售市場之高端分部，尤其是本集團具有較低定價靈活性之國際品牌下的國際奢侈及時尚光學產品。就本集團專注於眼鏡零售市場中端分部的「MOG Eyewear」、「Optical Arts」及「MOG Creations」零售品牌而言，其毛利率增長率通常相對高於「MOG Boutique」零售品牌，乃由於儘管彼等專注於銷售國際品牌光學產品，彼等的光學產品主要來源於本集團具有相對較高定價靈活性的國際高端時尚光學品牌，尤其是專注於小眾國際品牌銷售之「MOG Creations」零售品牌。本集團的「Sunglass Art」零售品牌毛利率由於其主要專注於銷售通常擁有較低毛利率的太陽眼鏡而錄得穩定增長率。就本集團專注於大眾市場分部的「OOPPA」、「M-Trend」、「Eyezone」及「MOG Express」零售品牌而言，該等零售品牌之毛利率增長率因彼等運營本集團的自有品牌及製造商品牌相對較高比例的光學產品而相對較高，而本集團的零售品牌專注於高端及中端分部。由於本集團具有較高的定價靈活性，本集團自有品牌及製造商品牌的光學產品毛利率一般相較於本集團國際品牌的光學產品更高。就本集團的「Watch Out」零售品牌而言，其起初專注於銷售本集團國際品牌的折扣光學產品，但後來轉而銷售本集團的自有品牌及

財務資料

製造商品牌光學產品，進而導致其毛利率增長率於往績記錄期大幅增加。就本集團專注於銷售隱形眼鏡的「Lens:Me」零售品牌而言，其毛利率與本集團於往績記錄期銷售的隱形眼鏡之毛利率相對一致。

其他收入

本集團的其他收入主要包括來自投資物業的租金收入、銀行利息收入、收取來自關聯方的簿記費收入及出售廠房及設備及使用權資產所得收益。下表載列本集團於往績記錄期的其他收入及佔本集團其他收入百分比之明細：

	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		(未經審核)	
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%		
來自投資物業的租金收入	314	27.8	275	20.3	354	18.9	153	11.6	159	16.8		
銀行利息收入	217	19.2	245	18.1	198	10.6	136	10.3	47	5.0		
簿記費用收入	215	19.1	188	13.9	256	13.7	162	12.3	22	2.3		
匯兌收益淨額	88	7.8	—	—	140	7.5	199	15.1	55	5.8		
管理費收入	72	6.4	94	7.0	52	2.8	40	3.0	—	—		
出售廠房及設備所得收益	48	4.3	36	2.7	183	9.8	83	6.3	18	1.9		
保薦收入	41	3.6	181	13.4	149	7.9	79	6.0	116	12.3		
出售分類為持作出售資產所得收益	—	—	—	—	13	0.7	—	—	291	30.9		
出售使用權資產所得收益	—	—	—	—	268	14.3	268	20.4	—	—		
雜項收入	133	11.8	333	24.6	259	13.8	198	15.0	236	25.0		
總計	1,128	100.0	1,352	100.0	1,872	100.0	1,318	100.0	944	100.0		

銷售及分銷成本

於往績記錄期，本集團銷售及分銷成本主要包括(i)本集團銷售及營銷員工的員工成本，(ii)使用權資產折舊，(iii)零售店的其他租金及相關開支，(iv)廠房及設備折舊；(v)服務費用；及(vi)廣告及宣傳開支。下表載列於往績記錄期本集團銷售及分銷成本以及佔本集團銷售及分銷成本總額百分比的明細：

	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		(未經審核)	
	千令吉	%										
員工成本	17,816	50.7	20,770	50.7	24,843	53.1	11,360	53.1	14,269	52.1		
使用權資產折舊	8,553	24.3	10,957	26.8	12,759	27.3	5,636	26.3	6,335	23.1		
零售店的其他租金及相關開支	3,588	10.2	3,430	8.4	3,332	7.1	1,501	7.0	2,730	10.0		
廠房及設備折舊	1,685	4.8	1,833	4.5	2,056	4.4	1,059	4.9	1,334	4.9		
服務費用	839	2.4	931	2.2	977	2.1	501	2.3	470	1.7		
電話及公用事業開支	630	1.8	689	1.7	808	1.7	398	1.9	389	1.4		
廣告及宣傳開支	608	1.8	809	2.0	892	1.9	382	1.8	802	2.9		
維修及保養	394	1.1	331	0.8	350	0.7	182	0.9	286	1.0		
其他開支	1,023	2.9	1,208	2.9	783	1.7	392	1.8	809	2.9		
總計	35,136	100.0	40,958	100.0	46,800	100.0	21,411	100.0	27,424	100.0		

財務資料

於截至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，本集團產生銷售及分銷成本分別約35.1百萬令吉、41.0百萬令吉、46.8百萬令吉、21.4百萬令吉及27.4百萬令吉，分別佔本集團總收益的約34.4%、35.5%、35.0%、35.1%及36.8%。於往績記錄期，銷售及分銷成本增加大體與本集團零售網絡持續擴張相符。

員工成本主要指向本集團的銷售及營銷員工支付的工資、銷售佣金、酌情花紅、津貼及界定供款計劃供款。於截至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，本集團產生員工成本分別約為17.8百萬令吉、20.8百萬令吉、24.8百萬令吉、11.4百萬令吉及14.3百萬令吉，分別佔本集團的銷售及分銷成本總額的約50.7%、50.7%、53.1%、53.1%及52.1%。於往績記錄期的員工成本增加乃主要由於僱傭額外僱員以應付本集團零售網絡擴張及員工工資及津貼的年度增加。於2017年、2018年及2019年3月31日以及2019年9月30日，本集團銷售及營銷人員總數分別約為334名、370名、436名及465名。

使用權資產折舊主要指國際財務報告準則第16號項下就商舖及汽車資本化的租賃付款的折舊費用，據此，租賃資產被視為使用權資產。使用權資產乃於租期或相關資產的預計使用年期(以較短者為準)折舊。零售店的其他租金及相關開支主要指可變租賃付款(其通常按與使用權資產業主協商的自有零售店產生的收益的百分比計算)及租期為12個月或以內之租賃的租賃付款。於截至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，本集團已產生租賃資產相關的開支分別約12.1百萬令吉、14.4百萬令吉、16.1百萬令吉、7.1百萬令吉及9.1百萬令吉，分別佔本集團銷售及分銷成本總額的約34.5%、35.2%、34.4%、33.3%及33.1%。於往績記錄期，使用權資產折舊增加乃主要由於自有零售店數量增加導致租賃店舖相關的折舊增加。

服務費用指向信用卡付款服務供應商支付的服務費用。於截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度，本集團產生服務費用約0.8百萬令吉、0.9百萬令吉及1.0百萬令吉，分別約佔本集團銷售及分銷成本總額的約2.4%、2.2%及2.1%。服務費用增加乃與本集團的收益增長一致。截至2018年及2019年9月30日止六個月，本集團的服務費保持相對穩定，約為0.5百萬令吉及0.5百萬令吉，分別約為本集團總銷售及分銷成本的約2.3%及1.7%。然而，截至2019年9月30日止六個月，服務費佔本集團總銷售及分銷成本的百分比下降乃主要由於借記卡(具有相對較低的服務費)使用量增加。

廣告及宣傳開支主要指為宣傳及營銷本集團光學產品及零售品牌所產生的開支。於截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度，本集團產生的廣告及宣傳開支分別約為0.6百萬令吉、0.8百萬令吉及0.9百萬令吉，分別佔本集團銷售及分銷成本總額的約1.8%、2.0%及1.9%。截至2018年及2019年9月30日止六個月，本集團產生的廣告及宣傳開支分別為約0.4百萬令吉及0.8百萬令吉，佔比約1.8%及

財務資料

2.9%。於往績記錄期，廣告及宣傳開支增加乃主要由於本集團為宣傳本集團經營的光學產品及本集團零售品牌的形象作出的投入增加。

行政開支

於往績記錄期，本集團的行政開支主要包括本集團行政人員的員工成本(包括董事酬金)、投資物業折舊、核數師薪酬、法律及專業費用及辦公室開支。下表載列於往績記錄期本集團的行政開支及佔本集團行政開支總額的百分比的明細：

	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		(未經審核)	
	千令吉	%										
員工成本	4,159	67.3	4,538	65.0	5,439	64.2	2,694	65.5	2,743	59.0		
投資物業折舊	334	5.4	168	2.4	111	1.3	65	1.6	39	0.8		
核數師薪酬	293	4.7	424	6.1	593	7.0	257	6.2	340	7.3		
辦公室開支	233	3.8	274	3.9	485	5.7	240	5.8	234	5.0		
法律及專業費用	188	3.1	325	4.7	676	8.0	107	2.6	306	6.6		
廠房及設備折舊	150	2.4	172	2.5	148	1.7	78	1.9	67	1.4		
使用權資產折舊	104	1.7	102	1.5	146	1.7	197	4.8	72	1.6		
其他租金及相關開支	95	1.5	114	1.6	132	1.6	65	1.6	67	1.5		
其他開支	626	10.1	866	12.3	744	8.8	412	10.0	781	16.8		
總計	6,182	100.0	6,983	100.0	8,474	100.0	4,115	100.0	4,649	100.0		

於截至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，本集團分別產生行政開支約6.2百萬令吉、7.0百萬令吉、8.5百萬令吉、4.1百萬令吉及4.6百萬令吉，分別佔本集團總收益的約6.1%、6.1%、6.4%、6.7%及6.2%。行政開支於往績記錄期的增加與本集團的零售網絡擴張一致，據此，本集團已僱傭額外僱員來處理因本集團零售業務擴張導致的行政工作增加。

員工成本主要包括向本集團的行政人員支付的工資、酌情花紅、津貼及界定供款計劃供款。於截至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，本集團已產生員工成本分別約4.2百萬令吉、4.5百萬令吉、5.4百萬令吉、2.7百萬令吉及2.7百萬令吉，分別佔本集團行政開支總額的約67.3%、65.0%、64.2%、65.5%及59.0%。員工成本增加乃主要由於行政人員數量增加及員工工資及津貼的年度增加。於2017年、2018年及2019年3月31日以及2019年9月30日，本集團行政人員總數分別為64名、68名、80名及79名。

財務資料

財務成本

於往績記錄期，本集團的財務成本包括租賃負債財務費用、計息借款利息及銀行透支利息。下表載列於往績記錄期本集團財務成本及佔本集團財務成本總額的百分比的明細：

	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	
	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%	千令吉	%
	(未經審核)									
租賃負債財務費用 . . .	656	71.5	822	75.0	868	79.1	410	77.4	448	93.1
計息借款利息	244	26.6	240	21.9	230	20.9	120	22.6	33	6.9
銀行透支利息	18	1.9	34	3.1	—	—	—	—	—	—
總計	918	100.0	1,096	100.0	1,098	100.0	530	100.0	481	100.0

租賃負債財務費用主要指使用本集團的增量借款率貼現租賃項下租賃付款至其現值所產生的估算利息開支，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，其分別佔本集團財務成本總額的約71.5%、75.0%、79.1%、77.4%及93.1%。租賃負債財務費用增加乃主要由於本集團自有零售店的使用權資產於往績記錄期有所增加。本集團於截至2019年9月30日止六個月的計息借款有所減少乃主要由於該財務期間償還計息借款約2.1百萬令吉所致。

所得稅開支

於往績記錄期，本集團的所得稅開支主要指本集團根據相關馬來西亞所得稅規則及規例的即期及遞延稅項開支。即期稅項包括馬來西亞企業所得稅，其一般按24.0%的稅率評估，並由本集團的馬來西亞附屬公司支付彼等應課稅收入。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，本集團的實際稅率分別約為24.3%、22.9%、22.9%、22.4%及31.4%。本集團實際稅率於截至2019年9月30日止六個月顯著增長乃主要由於截至2019年9月30日止六個月所產生的[編纂](不可扣稅)。本集團於往績記錄期的實際稅率通常與馬來西亞企業所得稅稅率24.0%一致。

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，董事確認，本集團已履行所有稅務責任，且並無任何未解決的稅項糾紛。

歷史經營業績回顧

截至2018年3月31日止年度與截至2017年3月31日止年度的比較

收益

本集團的收益由截至2017年3月31日止年度的約101.9百萬令吉增加約13.6百萬令吉或13.3%至截至2018年3月31日止年度的約115.5百萬令吉。該增長主要由本集團零售業務推動，其由截至2017年3月31日止年度的約96.6百萬令吉增至截至2018年3月31日止年度的約111.4百萬令吉，增加約15.3%。本集團零售業務的增長乃主

財務資料

要由於本集團零售網絡持續擴張導致本集團各類光學產品的銷量增加。本集團的自有零售店由2017年3月31日的55家零售店增至2018年3月31日的61家零售店。特許經營及許可業務所得收益由截至2017年3月31日止年度的約2.6百萬令吉減至截至2018年3月31日止年度的約1.5百萬令吉，減少約42.3%。相關減少乃主要由於向本集團特許經營人銷售光學產品減少。

毛利及毛利率

本集團的毛利由截至2017年3月31日止年度的約56.3百萬令吉增加約11.6百萬令吉或20.6%至截至2018年3月31日止年度的約67.9百萬令吉。該增長主要由於本集團收益增加及本集團毛利率提高的綜合影響。本集團毛利率由截至2017年3月31日止年度的約55.2%增加至截至2018年3月31日止年度的約58.8%。

其他收入

本集團其他收入由截至2017年3月31日止年度的約1.1百萬令吉增加約0.3百萬令吉或27.3%至截至2018年3月31日止年度的約1.4百萬令吉，乃主要由於自國際品牌供應商收到的保薦收入增加約0.1百萬令吉及雜項收入增加約0.2百萬令吉。

銷售及分銷成本

本集團銷售及分銷成本由截至2017年3月31日止年度的約35.1百萬令吉增加約5.9百萬令吉或16.8%至截至2018年3月31日止年度的約41.0百萬令吉，乃主要由於(i)為應對本集團零售網絡擴張增加銷售及營銷人員數量以及應付銷售營銷員工之工資、銷售佣金、酌情花紅及津貼增加產生員工成本約3.0百萬令吉；及(ii)於截至2018年3月31日止年度主要因開設六家額外自有零售店導致使用權資產折舊增加約2.4百萬令吉。

行政開支

本集團行政開支由截至2017年3月31日止年度的約6.2百萬令吉增加約0.8百萬令吉或12.9%至截至2018年3月31日止年度的約7.0百萬令吉，乃主要由於(i)行政人員數量增加以及應付行政人員的工資、酌情花紅及津貼增加導致員工成本增加約0.4百萬令吉；(ii)法律及專業費用增加約0.1百萬令吉；及(iii)其他開支增加約0.2百萬令吉。

財務成本

本集團財務成本由截至2017年3月31日止年度的約0.9百萬令吉增加約0.2百萬令吉或22.2%至截至2018年3月31日止年度的約1.1百萬令吉，乃主要由於有關本集團的自有零售店使用權資產增加導致租賃負債之財務費用增加約0.2百萬令吉。

財務資料

所得稅開支

本集團所得稅開支由截至2017年3月31日止年度的約3.7百萬令吉增加約0.9百萬令吉或24.3%至截至2018年3月31日止年度的約4.6百萬令吉。該增長乃主要由於除所得稅前溢利增加約33.5%。實際稅率於截至2017年及2018年3月31日止年度分別約為24.3%及22.9%。

年內溢利及純利率

由於上述原因，本集團之純利由截至2017年3月31日止年度的約11.5百萬令吉增加約4.1百萬令吉或35.7%至截至2018年3月31日止年度的約15.6百萬令吉。本集團純利率由截至2017年3月31日止年度的約11.2%增至截至2018年3月31日止年度的約13.5%。本集團純利率增加乃主要由於本集團的整體毛利率由截至2017年3月31日止年度的約55.2%增加至截至2018年3月31日止年度的約58.8%。

截至2019年3月31日止年度與截至2018年3月31日止年度的比較

收益

本集團的收益從截至2018年3月31日止年度的約115.5百萬令吉增加約18.1百萬令吉或15.7%至截至2019年3月31日止年度的約133.6百萬令吉。該增長乃主要由本集團的零售業務所推動，其從截至2018年3月31日止年度的約111.4百萬令吉增加約18.0%至截至2019年3月31日止年度的約131.4百萬令吉。本集團的零售業務的相關增加乃主要由於本集團的零售網絡的持續擴張導致本集團各類光學產品的銷量增加。本集團的零售店從2018年3月31日的61家零售店增至2019年3月31日的75家零售店。來自本集團特許經營及許可業務的收益從截至2018年3月31日止年度的約1.5百萬令吉略微增至截至2019年3月31日止年度的約1.6百萬令吉。有關增加乃主要由於向特許經營人銷售光學產品增加所致。

毛利及毛利率

本集團的毛利由截至2018年3月31日止年度的約67.9百萬令吉增加約16.1百萬令吉或23.7%至截至2019年3月31日止年度的約84.0百萬令吉。該增長主要由於本集團收益增加及本集團毛利率提高的綜合影響。本集團毛利率由截至2018年3月31日止年度的約58.8%增加至截至2019年3月31日止年度的約62.8%。

其他收入

本集團其他收入由截至2018年3月31日止年度的約1.4百萬令吉增加約0.5百萬令吉或35.7%至截至2019年3月31日止年度的約1.9百萬令吉，乃主要由於外匯所得收益約0.1百萬令吉、出售廠房及設備所得收益增加約0.1百萬令吉及出售租賃汽車的使用權資產所得收益約0.3百萬令吉。

財務資料

銷售及分銷成本

本集團的銷售及分銷成本由截至2018年3月31日止年度的約41.0百萬令吉增加約5.8百萬令吉或14.1%至截至2019年3月31日止年度的約46.8百萬令吉，乃主要由於(i)因銷售及營銷人員數量增加及應付銷售及營銷人員的工資、銷售佣金、酌情花紅及津貼增加而導致員工成本增加約4.1百萬令吉；及(ii)截至2019年3月31日止年度，主要因開設14家額外自有零售店而導致使用權資產折舊增加約1.8百萬令吉。

行政開支

本集團行政開支由截至2018年3月31日止年度的約7.0百萬令吉增加約1.5百萬令吉或21.4%至截至2019年3月31日止年度的約8.5百萬令吉，乃主要由於(i)因行政人員的數量增加及應付行政人員的工資、酌情花紅及津貼增加而導致員工成本增加約0.9百萬令吉；(ii)法律及專業費用增加約0.4百萬令吉；及(iii)本集團業務日益增長導致辦公室開支增加約0.2百萬令吉。

財務成本

截至2018年及2019年3月31日止年度，本集團的財務成本維持相當穩定，約為1.1百萬令吉。

所得稅開支

本集團所得稅開支由截至2018年3月31日止年度的約4.6百萬令吉增加約2.1百萬令吉或45.7%至截至2019年3月31日止年度的約6.7百萬令吉。該大幅增加整體與除所得稅前溢利增加約45.6%相符。實際稅率於截至2018年及2019年3月31日止年度保持穩定在約22.9%。

年內溢利及純利率

由於上述原因，本集團的純利由截至2018年3月31日止年度的約15.6百萬令吉增加約7.2百萬令吉或46.2%至截至2019年3月31日止年度的約22.8百萬令吉。本集團的純利率由截至2018年3月31日止年度的約13.5%增加至截至2019年3月31日止年度的約17.1%。本集團的純利率增加乃主要由於本集團毛利率從截至2018年3月31日止年度的約58.8%增加至截至2019年3月31日止年度的約62.8%。

截至2019年9月30日止六個月與截至2018年9月30日止六個月的比較

收益

本集團收益由截至2018年9月30日止六個月的約61.0百萬令吉增加約13.5百萬令吉或22.1%至截至2019年9月30日止六個月的約74.5百萬令吉。該增加主要由本集團的零售業務驅動，其由截至2018年9月30日止六個月的約59.6百萬令吉增加至截至2019年9月30日止六個月的約73.5百萬令吉，相當於增加約13.9百萬令吉或

財務資料

23.3%。本集團零售業務的有關增長主要由於本集團的零售網絡的持續擴張導致本集團各類光學產品的銷量增加及分別於2018年12月及2019年3月推出「Lens:Me」及「MOG Express」兩個零售品牌。本集團零售店由2018年9月30日的70家零售店增加至2019年9月30日的84家零售店。來自特許經營及許可業務的收益由截至2018年9月30日止六個月的約0.8百萬令吉增加約0.2百萬令吉或25%至截至2019年9月30日止六個月的約1.0百萬令吉。該增加主要由於向特許經營人銷售光學產品增加所致。截至2019年9月30日止六個月，本集團概無就向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錄得收益，因為其少數股東銷售業務於截至2019年3月31日止年度終止。

毛利及毛利率

本集團的毛利由截至2018年9月30日止六個月的約37.7百萬令吉增加約9.6百萬令吉或25.5%至截至2019年9月30日止六個月的約47.3百萬令吉。該增長主要由於本集團收益增加及本集團毛利率提高的綜合影響。本集團毛利率由截至2018年9月30日止六個月的約61.9%增加至截至2019年9月30日止六個月的約63.5%。

其他收入

本集團的其他收入由截至2018年9月30日止六個月的約1.3百萬令吉減少約0.4百萬令吉或30.8%至截至2019年9月30日止六個月的約0.9百萬令吉。該減少主要由於銀行利息收入、簿記費收入及匯兌收益合共減少約0.4百萬令吉。

銷售及分銷成本

本集團的銷售及分銷成本由截至2018年9月30日止六個月的約21.4百萬令吉增加約6.0百萬令吉或28.0%至截至2019年9月30日止六個月的約27.4百萬令吉，主要歸因於(i)因銷售及營銷人員數量增加及應付銷售及營銷人員的工資、銷售佣金、酌情花紅及津貼增加而導致員工成本增加約2.9百萬令吉；(ii)自有零售店數目增加導致使用權資產折舊增加約0.7百萬令吉，零售店的其他租金及相關開支增加約1.2百萬令吉以及廠房及設備折舊增加約0.3百萬令吉；及(iii)廣告及宣傳開支增加約0.4百萬令吉。

行政開支

本集團的行政開支由截至2018年9月30日止六個月的約4.1百萬令吉增加約0.5百萬令吉或12.2%至截至2019年9月30日止六個月的約4.6百萬令吉，主要歸因於本集團業務不斷增長導致法律及專業費用增加約0.2百萬令吉及其他開支增加約0.4百萬令吉。

財務資料

財務成本

截至2019年9月30日止六個月，本集團的財務成本相較於截至2018年9月30日止六個月繼續維持穩定，約為0.5百萬令吉。計息借款利息減少部分由租賃負債之財務費用增加所抵銷。

所得稅開支

本集團的所得稅開支由截至2018年9月30日止六個月的約2.9百萬令吉增加約0.7百萬令吉或24.1%至截至2019年9月30日止六個月的約3.6百萬令吉。截至2019年9月30日止六個月的實際利率約為31.4%，其高於截至2018年9月30日止六個月約22.4%的實際利率。該增加乃主要由於截至2019年9月30日止六個月所產生的[編纂](不可扣稅)。

年內溢利及純利率

由於上述原因，本集團的純利由截至2018年9月30日止六個月的約10.1百萬令吉減少約2.3百萬令吉或22.8%至截至2019年9月30日止六個月的約7.8百萬令吉。本集團的純利率由截至2018年9月30日止六個月的約16.5%減少至截至2019年9月30日止六個月的約10.5%。該減少乃主要歸因於截至2019年9月30日止六個月所產生的[編纂]。

敏感度分析

有意投資者應注意以下分析乃基於於往績記錄期對歷史財務的假設且僅供參考。該分析不應視為有關假設性波動的實際影響。

銷售成本

本集團的銷售成本指本集團自其供應商購買光學產品的成本。倘本集團不能向其客戶提高價格，本集團的毛利可能會下降甚至會產生毛損。下列敏感度分析說明截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2019年9月30日止六個月銷售成本的假設性波動對本集團的除稅前溢利的影響。假設存貨成本的波動為5%、10%及17%（經計及本集團銷售成本的歷史波動）：

假設性波動	-17%	-10%	-5%	+5%	+10%	+17%
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
銷售成本的變動						
截至2017年3月31日止年度	(7,762)	(4,566)	(2,283)	2,283	4,566	7,762
截至2018年3月31日止年度	(8,086)	(4,756)	(2,378)	2,378	4,756	8,086
截至2019年3月31日止年度	(8,441)	(4,966)	(2,483)	2,483	4,966	8,441
截至2019年9月30日止六個月	(4,624)	(2,720)	(1,360)	1,360	2,720	4,624
除稅前溢利的變動 (附註)						
截至2017年3月31日止年度	7,762	4,566	2,283	(2,283)	(4,566)	(7,762)
截至2018年3月31日止年度	8,086	4,756	2,378	(2,378)	(4,756)	(8,086)
截至2019年3月31日止年度	8,441	4,966	2,483	(2,483)	(4,966)	(8,441)
截至2019年9月30日止六個月	4,624	2,720	1,360	(1,360)	(2,720)	(4,624)

附註：除稅前溢利之變動乃根據已確認為開支的銷售成本乘以各期間之假設函數計算。

財務資料

租金開支

以下敏感度分析說明截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2019年9月30日止六個月租金開支的假設性波動對本集團除稅前溢利的影響。經計及(i)2014年至2018年馬來西亞私人商業物業平均租金成本複合年增長率的概約範圍及(ii)本集團租金開支的歷史波動，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，假設租金開支的波動將為5%、10%及20%：

假設性波動	-20%	-10%	-5%	+5%	+10%	+20%
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
租金開支的變動						
截至2017年3月31日止年度	(2,400)	(1,200)	(600)	600	1,200	2,400
截至2018年3月31日止年度	(2,910)	(1,455)	(728)	728	1,455	2,910
截至2019年3月31日止年度	(3,281)	(1,640)	(820)	820	1,640	3,281
截至2019年9月30日止六個月	(1,866)	(933)	(467)	467	933	1,866
除稅前溢利的變動						
截至2017年3月31日止年度	2,400	1,200	600	(600)	(1,200)	(2,400)
截至2018年3月31日止年度	2,910	1,455	728	(728)	(1,455)	(2,910)
截至2019年3月31日止年度	3,281	1,640	820	(820)	(1,640)	(3,281)
截至2019年9月30日止六個月	1,866	933	467	(467)	(933)	(1,866)

員工成本

下列敏感度分析說明截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度及截至2019年9月30日止六個月員工成本的假設性波動對除稅前溢利的影響。假設員工成本的波動為5%、15%、20%及25%，經計及(i)專業服務、銷售及服務行業的僱員薪資及(ii)本集團員工成本的歷史波動：

假設性波動	-25%	-20%	-15%	-5%	+5%	+15%	+20%	+25%
	千令吉							
員工成本的變動								
截至2017年3月31日止年度	(5,494)	(4,395)	(3,296)	(1,099)	1,099	3,296	4,395	5,494
截至2018年3月31日止年度	(6,327)	(5,062)	(3,796)	(1,265)	1,265	3,796	5,062	6,327
截至2019年3月31日止年度	(7,571)	(6,056)	(4,542)	(1,514)	1,514	4,542	6,056	7,571
截至2019年9月30日止六個月	(4,253)	(3,402)	(2,552)	(851)	851	2,552	3,402	4,253
除稅前溢利的變動								
截至2017年3月31日止年度	5,494	4,395	3,296	1,099	(1,099)	(3,296)	(4,395)	(5,494)
截至2018年3月31日止年度	6,327	5,062	3,796	1,265	(1,265)	(3,796)	(5,062)	(6,327)
截至2019年3月31日止年度	7,571	6,056	4,542	1,514	(1,514)	(4,542)	(6,056)	(7,571)
截至2019年9月30日止六個月	4,253	3,402	2,552	851	(851)	(2,552)	(3,402)	(4,253)

財務資料

流動資金及資本資源

於往績記錄期，本集團主要通過其運營產生的現金流入、銀行融資及控股股東墊款的組合為其營運資金及其他流動資金需求提供資金。該等資金主要用於自供應商購買商品、擴張本集團零售網絡及償還銀行透支／借款。

現金流量

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
				(未經審核)	
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

經營活動

截至2017年3月31日止年度，本集團經營活動所得現金淨額約為24.0百萬令吉，乃主要歸因於其除稅前溢利約15.2百萬令吉，其對非現金及非經營項目約11.5百萬令吉，營運資金變動所得現金流入淨額約0.4百萬令吉及已付所得稅約3.1百萬令吉進行調整。就非現金及非經營項目作出的調整主要包括(i)廠房及設備折舊約1.8百萬令吉；(ii)使用權資產折舊約8.7百萬令吉；及(iii)財務成本約0.9百萬令吉。營運資金變動所得現金流入淨額乃主要由於貿易及其他應付款項增加約4.9百萬令吉，其與本集團的業務擴張一致該增加部分由(i)存貨因本集團不斷增長的業務而增加約3.4百萬令吉；及(ii)貿易及其他應收款項增加約1.2百萬令吉抵銷。

截至2018年3月31日止年度，本集團經營活動所得現金淨額約為28.4百萬令吉，乃主要歸因於其除稅前溢利約為20.3百萬令吉，其對非現金及非經營項目約14.1百萬令吉，營運資金變動所得現金流出淨額約為0.6百萬令吉及已付所得稅約5.4百萬令吉進行調整。就非現金及非經營項目作出的調整主要包括(i)廠房及設備折

財務資料

舊約2.0百萬令吉；(ii)使用權資產折舊約11.1百萬令吉；及(iii)財務成本約1.1百萬令吉。營運資金變動所得現金流出淨額乃主要由於(i)存貨因本集團不斷增長的業務而增加約1.1百萬令吉；及(ii)貿易及其他應收款項增加約0.4百萬令吉，其部分由貿易及其他應付款項增加約0.8百萬令吉(其與本集團的業務擴張一致)抵銷。

截至2019年3月31日止年度，本集團經營活動所得現金淨額約為36.0百萬令吉，乃主要歸因於除稅前溢利約為29.5百萬令吉，其對非現金及非經營項目約15.7百萬令吉、營運資金變動所得現金流出淨額約3.1百萬令吉及已付所得稅約6.1百萬令吉進行調整。就非現金及非經營項目作出的調整主要包括(i)廠房及設備折舊約2.2百萬令吉；(ii)使用權資產折舊約12.9百萬令吉；及(iii)財務成本約1.1百萬令吉。營運資金變動所得現金流出淨額約為3.1百萬令吉乃主要由於貿易及其他應付款項減少約7.9百萬令吉，乃主要歸因於及時的結算；部分由(i)存貨減少約1.9百萬令吉；及(ii)主要由於向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減少導致貿易及其他應收款項減少約2.7百萬令吉所抵銷。

截至2019年9月30日止六個月，本集團經營活動產生的現金淨額為約21.8百萬令吉，主要歸因於其稅前溢利約11.4百萬令吉，其對非現金及非經營項目約8.2百萬令吉，營運資金變動所得淨現金流入淨額約5.1百萬令吉且已付所得稅約2.9百萬令吉進行調整。就非現金及非經營項目作出的調整主要包括(i)廠房及設備折舊約1.4百萬令吉；(ii)使用權資產折舊約6.4百萬令吉；及(iii)財務成本約0.5百萬令吉。營運資金變動所得的現金流入淨額乃主要由於貿易及其他應付款項增加約9.4百萬令吉，其主要由於本集團於上一財政年度末沒有產生任何提前清算，部分由(i)存貨因自有零售店數量大幅增加而增加約3.5百萬令吉；及(ii)貿易及其他應收款項因預付款項以及已付可退還租金及其他相關按金增加而增加約0.9百萬令吉抵銷。

投資活動

截至2017年3月31日止年度，本集團的投資活動所用現金淨額約為4.3百萬令吉，主要為因本集團的零售網絡擴張而採購廠房及設備約3.4百萬令吉及於持牌銀行的定期存款投資增加約1.3百萬令吉。

截至2018年3月31日止年度，本集團的投資活動所用現金淨額約為2.8百萬令吉，主要為因本集團的零售網絡擴張而採購廠房及設備約2.8百萬令吉。

財務資料

截至2019年3月31日止年度，本集團的投資活動所得現金淨額約為6.5百萬令吉，其乃主要由於(i)出售廠房及設備所得款項約0.2百萬令吉，投資物業約1.6百萬令吉，使用權資產約0.8百萬令吉，分類為持作出售的資產約0.8百萬令吉；(ii)於持牌銀行的定期存款投資減少約5.6百萬令吉；及(iii)採購廠房及設備產生之流出約2.6百萬令吉。

截至2019年9月30日止六個月，本集團的投資活動所用現金淨額約為1.3百萬令吉，其乃主要由於(i)購買廠房及設備產生之流出約2.9百萬令吉；(ii)於持牌銀行的定期存款投資增加約1.3百萬令吉；及(iii)出售投資物業所得款項約2.6百萬令吉。

融資活動

截至2017年3月31日止年度，本集團的融資活動所用現金淨額約為11.5百萬令吉，其乃主要由於(i)償還租賃負債約10.2百萬令吉；(ii)償還控股股東款項約1.2百萬令吉；及(iii)已付利息約0.3百萬令吉，及部分由銀行透支融資約0.7百萬令吉抵銷。

截至2018年3月31日止年度，本集團的融資活動所用現金淨額約為21.7百萬令吉，其乃主要由於(i)償還租賃負債約12.0百萬令吉；(ii)償還控股股東款項約2.6百萬令吉；(iii)向本集團現時旗下實體彼時的股權擁有人派付股息約5.8百萬令吉；及(iv)結算銀行透支約0.7百萬令吉。

截至2019年3月31日止年度，本集團的融資活動所用現金淨額約為34.0百萬令吉，其乃主要由於(i)償還租賃負債約14.5百萬令吉；(ii)償還計息借款約1.9百萬令吉；(iii)償還控股股東款項約2.6百萬令吉；(iv)向本集團現時旗下實體彼時的股權擁有人派付股息約12.7百萬令吉；及(v)就集團重組而自控股股東收購本集團現時旗下若干實體的股權所支付的代價約2.1百萬令吉。

截至2019年9月30日止六個月，本集團的融資活動所用現金淨額約為15.6百萬令吉，其乃主要由於(i)償還租賃負債約7.1百萬令吉；(ii)償還計息借款約2.1百萬令吉；及(iii)向本集團現時旗下實體彼時的股權擁有人派付股息約8.2百萬令吉，其部分由控股股東注資約1.6百萬令吉抵銷。

財務資料

流動資產淨額

於2017年、2018年及2019年3月31日以及2019年9月30日及2020年1月31日，本集團分別錄得流動資產淨額18.0百萬令吉、28.0百萬令吉、37.7百萬令吉、37.6百萬令吉及45.5百萬令吉。下表載列所示日期本集團的流動資產及負債明細：

	於3月31日			於9月30日	於1月31日
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉
流動資產					(未經審核)
存貨	22,647	23,782	23,514	27,020	28,101
貿易及其他應收款項	8,637	9,121	8,080	8,969	8,603
於持牌銀行的定期存款	7,718	8,121	2,533	3,852	3,859
銀行結餘及現金	21,726	25,596	34,149	39,079	43,386
分類為持作出售資產	—	742	2,309	—	—
流動資產總額	60,728	67,362	70,585	78,920	83,949
流動負債					
貿易及其他應付款項	21,169	21,970	17,074	26,502	21,735
銀行透支	715	—	—	—	—
計息借款	3,844	3,681	2,076	58	58
租賃負債	9,159	8,626	10,634	10,877	11,170
應付控股股東款項	7,189	4,579	1,930	2,024	4,351
應付稅項	676	472	1,191	1,820	1,091
流動負債總額	42,752	39,328	32,905	41,281	38,405
流動資產淨額	17,976	28,034	37,680	37,639	45,544

本集團的流動資產淨額從2017年3月31日的約18.0百萬令吉增加約10.0百萬令吉或55.6%至2018年3月31日的約28.0百萬令吉。該增加乃歸因於本集團流動資產總額增加約6.6百萬令吉及本集團流動負債總額減少約3.4百萬令吉的合併影響。本集團流動資產總額的增加主要由本集團經營活動產生現金流入、存貨增加約1.1百萬令吉及將投資物業約0.7百萬令吉重新分類至分類為持作出售資產而導致於持牌銀行的定期存款及銀行結餘以及現金合共增加約4.3百萬令吉所致。本集團的流動負債總額減少乃主要由部分償還控股股東款項約2.6百萬令吉及結算銀行透支約0.7百萬令吉所致。

本集團的流動資產淨額由2018年3月31日的約28.0百萬令吉增加約9.7百萬令吉或34.6%至2019年3月31日的約37.7百萬令吉。該增加乃歸因於本集團的流動資產總額增加約3.3百萬令吉及本集團的流動負債總額減少約6.4百萬令吉的合併影響。本集團流動資產總額增加主要由銀行結餘及現金增加約8.6百萬令吉及持牌銀行的定期存款減少約5.6百萬令吉，分類為持作出售資產增加約1.6百萬令吉所產生的淨

財務資料

影響約3.0百萬令吉，貿易及其他應收款項減少約1.0百萬令吉及存貨約為0.3百萬令吉。本集團的流動負債總額減少乃主要由於部分償還控股股東款項約2.6百萬令吉而產生之淨影響，償還計息借款約1.6百萬令吉，貿易及其他應付款項主要因提早結算貿易債額而減少約4.9百萬令吉，租賃負債增加約2.0百萬令吉及應付稅項增加約0.7百萬令吉。

本集團的流動資產淨額於2019年9月30日保持穩定，約為37.6百萬令吉，其乃因為本集團的流動資產總額增加約8.3百萬令吉由本集團流動負債總額增加約8.4百萬令吉所抵銷。本集團的流動資產總額增加乃主要由本集團零售網絡擴張及銀行結餘及現金(主要因本集團業務活動所得現金流入)增長約4.9百萬令吉導致存貨增加約3.5百萬令吉所致。本集團流動負債總額增加乃主要由於本集團並未提前結算於上一財政年度末產生的貿易及其他應付款項，導致貿易及其他應付款項增加約9.4百萬令吉，由償還計息借款約2.0百萬令吉所部分抵銷所致。

本集團的流動資產淨額由2019年9月30日的約37.6百萬令吉增加約7.9百萬令吉或21.0%至2020年1月31日的約45.5百萬令吉。該增長歸因於本集團的流動資產總額增加約5.0百萬令吉及本集團的流動負債總額減少約2.9百萬令吉。本集團的流動資產總額增加乃主要由存貨增加約1.1百萬令吉及其經營所得的銀行結餘及現金增加約4.3百萬令吉所致。本集團的流動負債總額的減少乃主要由結算貿易債項導致貿易及其他應付款項減少約4.8百萬令吉所致。

營運資金

董事認為，經本公司及董事就本集團可用的財務資源進行適當及審慎的查詢後，尤其是其運營內部產生之資金及[編纂]估計[編纂]，本集團擁有足夠營運資金滿足其目前及自本文件日期起計未來12個月的需求。

合併財務狀況表的主要部分分析

投資物業

本集團的投資物業主要包括位於馬來西亞的持作租金收入及資本增值的店舖、辦公套件及住宅物業。於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日，本集團的投資物業約為7.7百萬令吉、6.8百萬令吉、2.8百萬令吉及2.7百萬令吉(其中，於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日，總賬面值分別約為7.4百萬令吉、6.8百萬令吉、2.8百萬令吉及2.7百萬令吉)乃質押以獲得按揭貸款。於往績記錄期，投資物業的大幅減少乃主要由於截至2019年3月31日止年度出售住宅物業以及將本集團已決定出售的若干投資物業重新分類為持作出售資產。

財務資料

使用權資產

於往績紀錄期，本集團的使用權資產主要指有關(i)店舖；(ii)租賃汽車；及(iii)傢俱、固定裝置及辦公設備的租賃安排。該等租賃資產根據國際財務報告準則第16號於本集團的合併財務狀況表中以資產(就使用權而言)的形式確認。該等使用權資產於相關資產的預期使用壽命或租期(以較短者為準)按直線基準折舊。下表載列本集團於所示日期的使用權資產：

	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
店舖	14,462	12,893	16,222	14,995
汽車	1,472	1,328	901	779
傢俱、固定裝置及辦公設備	396	249	209	142
租賃裝修	212	220	157	165
總計	16,542	14,690	17,489	16,081

於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日，本集團的使用權資產分別約為16.5百萬令吉、14.7百萬令吉、17.5百萬令吉及16.1百萬令吉。本集團的使用權資產由2017年3月31日的約16.5百萬令吉降至2018年3月31日的14.7百萬令吉，乃主要由於產生的折舊費用約11.1百萬令吉，其由截至2018年3月31日止年度添置租賃資產約9.3百萬令吉部分抵銷。本集團的使用權資產由2018年3月31日的約14.7百萬令吉增至2019年3月31日的約17.5百萬令吉，乃主要由於年內添置租賃資產約16.1百萬令吉，其由折舊費用約12.9百萬令吉部分抵銷。本集團的使用權資產由2019年3月31日的約17.5百萬令吉減至2019年9月30日的約16.1百萬令吉，主要由於產生折舊費用約6.4百萬令吉，由截至2019年9月30日止六個月添置租賃資產約5.1百萬令吉所部分抵銷。

廠房及設備

於往績記錄期，本集團的廠房及設備主要由電腦及軟件、傢俱、固定裝置及辦公設備、光學設備及租賃裝修組成。於2017年、2018年及2019年3月31日以及2019年9月30日，本集團的廠房及設備分別約為6.4百萬令吉、7.1百萬令吉、8.1百萬令吉及9.2百萬令吉。本集團的廠房及設備由2017年3月31日的約6.4百萬令吉增至2018年3月31日的約7.1百萬令吉，其乃主要由於年內為新開設自有零售店添置電腦及軟件、傢俱、固定裝置及辦公設備、光學設備及租賃裝修約2.8百萬令吉，其由截至2018年3月31日止年度折舊費用約2.0百萬令吉部分抵銷。本集團的廠房及設備由2018年3月31日的約7.1百萬令吉增至2019年3月31日的約8.1百萬令吉，其乃主要由於為年內開設及收購新自有零售店添置電腦及軟件、傢俱、固定裝置及辦公設備、光學設備及租賃裝修約3.2百萬令吉，其由截至2019年3月31日止年度之折舊費用約2.2百萬令吉部分抵銷。本集團的廠房及設備由2019年3月31日的約8.1百萬令吉進一步增至2019年9月30日的約9.2百萬令吉，其主要由於為該期間開業的新自有

財務資料

零售店添置電腦及軟件、傢俱、固定裝置及辦公設備、光學設備及租賃裝修約2.9百萬令吉，其由截至2019年9月30日止六個月折舊費用約1.4百萬令吉所部分抵銷。

存貨

本集團的存貨主要由作為來自供應商商品的光學產品組成，彼等保存於本集團中央倉庫及其各自有零售店內。下表載列本集團於所示日期的存貨結餘概要：

	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
商品	<u>22,647</u>	<u>23,782</u>	<u>23,514</u>	<u>27,020</u>

本集團致力於維持廣泛的不同樣式的產品，以迎合客戶的需求，並同時降低存貨風險。本集團已制定存貨政策，其規定本集團通常經參考歷史銷售數據釐定的不同光學產品的最低水平。於2017年、2018年及2019年3月31日，本集團的存貨維持穩定，分別約為22.6百萬令吉、23.8百萬令吉及23.5百萬令吉。然而，本集團於2019年9月30日的存貨增至約27.0百萬令吉，主要由於截至2019年9月30日止六個月自有零售店的數目大幅增長。於最後實際可行日期，本集團於2019年9月30日存貨的約16.4百萬令吉或60.7%其後已售出。

下表載列本集團於往績記錄期的存貨週轉天數：

	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	2019年
	存貨週轉天數 (附註)	167	178	174

附註：存貨週轉天數乃按各期間初及末的平均存貨除以有關期間銷售成本再乘以該期間的天數計算得出。

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，本集團存貨週轉天數維持穩定，分別為167天、178天、174天及170天，其乃主要由於本集團的有效存貨管理。有關本集團存貨管理的詳情，請參閱本文件「業務－存貨控制」。

財務資料

貿易及其他應收款項

貿易應收款項

於往績紀錄期，本集團的貿易應收款項主要指應自本集團特許經營人、被許可人、馬來西亞擁有權益公司及泰國擁有權益公司收取的有關銷售光學產品及特許經營及使用費的應收款項。於往績記錄期，本集團一般向其特許經營人及被許可人以及向其馬來西亞擁有權益公司及泰國擁有權益公司提供最多30天的信貸期。下表載列本集團於所示日期之貿易應收款項：

	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
特許經營人、被許可人及關聯方 . . .	1,262	1,250	196	322
減：虧損撥備	(78)	(38)	—	—
總計	1,184	1,212	196	322

本集團貿易應收款項於2017年及2018年3月31日維持穩定，約為1.2百萬令吉。本集團貿易應收款項由2018年3月31日的約1.2百萬令吉減少至2019年3月31日的約0.2百萬令吉。該減少乃由於(i)於截至2019年3月31日止年度本集團收購馬來西亞擁有權益公司之控股權益後，本集團與馬來西亞擁有權益公司間的貿易結餘於編製本集團合併財務報表時予以對銷；及(ii)本集團於截至2019年3月31日止年度停止向泰國擁有權益公司銷售光學產品。本集團貿易應收款項由2019年3月31日的約0.2百萬令吉增至2019年9月30日的約0.3百萬令吉，主要由於向其特許經營人的銷售增長。於最後實際可行日期，本集團於2019年9月30日的貿易應收款項約0.3百萬令吉或99.1%於隨後結清。

下表載列本集團於所示日期基於發票日期的貿易應收款項(扣除虧損撥備)之賬齡分析：

	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
30天內	940	313	173	221
31至60天	89	140	23	87
61至90天	32	41	—	14
超過90天	123	718	—	—
總計	1,184	1,212	196	322

財務資料

下表載列於所示日期本集團以到期日為基礎的貿易應收款項(扣除虧損撥備)之賬齡分析：

	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
尚未到期	940	313	173	221
逾期：				
30天內	89	140	23	87
31至60天	32	41	—	14
61至90天	91	11	—	—
超過90天	32	707	—	—
	244	899	23	101
總計	1,184	1,212	196	322

本集團應用簡化方法計算貿易應收款項之預期信貸虧損，基於各呈報日之全期預期信貸虧損確認虧損撥備，並已建立基於其過往信貸虧損經驗之撥備矩陣及就債務人及經濟環境之特定前瞻性因素進行調整。經計及就逾期少於90天的結餘及逾期超過90天的若干結餘而言，貿易應收款項的違約風險並不重大，本集團於往績記錄期並無對該等結餘應用預期信貸虧損率。於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日，本集團就貿易應收款項確認的虧損撥備分別約為78,000令吉、38,000令吉、零及零。

下表載列本集團於往績記錄期的貿易應收款項週轉天數：

	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	2019年
	貿易應收款項週轉天數 ^(附註)	3	4	2

附註：貿易應收款項週轉天數乃按各期間初及末貿易應收款項平均結餘除以相關期間收益再乘以該期間的天數計算得出。

於往績記錄期，本集團貿易應收款項週轉天數維持相對較少，分別約為三天、四天、兩天及一天。本集團貿易應收款項週轉天數由截至2018年3月31日止年度的約四天減少至截至2019年3月31日止年度的約兩天並進一步減少至截至2019年9月30日止六個月的約一天。該減少乃主要由於(i)於截至2019年3月31日止年度本集團收購馬來西亞擁有權益公司之控股權益後，本集團與馬來西亞擁有權益公司間的貿易結餘於編製本集團合併財務報表時予以對銷；及(ii)本集團於截至2019年3月31日止年度停止向泰國擁有權益公司銷售光學產品。

財務資料

其他應收款項

於往績紀錄期，本集團的其他應收款項主要包括可予退還租金及其他相關按金、預付款項及其他應收款項。可予退還租金及其他相關按金主要指租金按金、擔保按金及就向業主租賃自有零售店而存置的公用事業費按金。預付款項主要指向翻新承建商及供應商墊款以及預付開支。下表載列本集團於所示日期的其他應收款項明細：

	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
可退還租金及其他相關按金	5,352	5,260	6,173	6,243
預付款項	1,014	1,218	853	1,229
應收商品及服務稅	125	253	331	203
應收關聯方款項	—	253	—	—
其他應收款項	962	925	527	972
總計	7,453	7,909	7,884	8,647

本集團的其他應收款項由2017年3月31日的約7.5百萬令吉略微增加約0.4百萬令吉至2018年3月31日的約7.9百萬令吉，其乃主要由於預付款項增加約0.2百萬令吉及應收關聯方款項增加約0.3百萬令吉。於2019年3月31日本集團的其他應收款項結餘較2018年3月31日的結餘保持穩定，約為7.9百萬令吉。可予退還租金及其他相關按金增加約0.9百萬令吉乃主要歸因於增加新的自有零售店，其部分由其他應收款項減少約0.4百萬令吉及預付款項減少約0.4百萬令吉抵銷。本集團其他應收款項由2019年3月31日的約7.9百萬令吉增至2019年9月30日的約8.6百萬令吉，增長約0.7百萬令吉，其主要由於本集團業務運營持續增長導致預付款項增加約0.4百萬令吉及其他應收款項增加約0.4百萬令吉。

貿易及其他應付款項

貿易應付款項

於往績記錄期，本集團的貿易應付款項主要包括就購買產品應付其供應商的結餘。於往績記錄期，本集團供應商通常提供介乎30至120天的信貸期。於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日，本集團的貿易應付款項分別為12.6百萬令吉、14.5百萬令吉、8.5百萬令吉及16.9百萬令吉。下表載列本集團於所示日期基於發票日期的貿易應付款項的賬齡分析：

	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
30天內	5,502	4,957	3,886	7,189
31至60天	5,207	7,072	1,649	6,377
61至90天	1,197	1,527	2,852	2,446
超過90天	696	991	120	865
總計	12,602	14,547	8,507	16,877

財務資料

本集團貿易應付款項由2017年3月31日的約12.6百萬令吉增加至2018年3月31日的約14.5百萬令吉。該增加乃主要由於購買額於截至2018年3月31日止年度的最後一個季度增加。然而，本集團貿易應付款項由2018年3月31日的約14.5百萬令吉減少至2019年3月31日的約8.5百萬令吉。該減少乃主要歸因於於財政年度末提前清算應付兩名主要供應商的貿易應付款項。本集團貿易應付款項由2019年3月31日的約8.5百萬令吉增至2019年9月30日的約16.9百萬令吉。該增長主要由於本集團於上一財政年度末並無進行任何提前清算。於最後實際可行日期，本集團於2019年9月30日貿易應付款項的約16.4百萬令吉或97.0%已隨後結算。

下表載列於往績記錄期本集團的貿易應付款項週轉天數：

	截至3月31日止年度			截至
				9月30日止
	2017年	2018年	2019年	六個月
貿易應付款項週轉天數 ^(附註)	94	104	85	85

附註： 貿易應付款項週轉天數乃按各期間初及末貿易應付款項平均結餘除以相關期間的銷售成本再乘以該期間的天數計算得出。

於往績記錄期，本集團的貿易應付款項週轉天數由截至2017年3月31日止年度的約94天增加至截至2018年3月31日止年度的約104天。該增加主要歸因於購買額於截至2018年3月31日止年度的上一季度增加所致的貿易應付款項年末結餘增加，本集團貿易應付款項週轉天數由截至2018年3月31日止年度的約104天減少至截至2019年3月31日止年度的約85天。該減少乃主要歸因於由於財政年度末向兩名主要供應商提前清算貿易債項而導致貿易應付款項年末結餘的減少。本集團貿易應付款項週轉天數由截至2019年3月31日止年度的約85天直至截至2019年9月30日止六個月的約85天保持穩定。

其他應付款項

於往績紀錄期，本集團的其他應付款項主要包括(i)應付關聯方款項；(ii)應付附屬公司少數股東權益款項；(iii)應付薪資及津貼；(iv)採購廠房及設備應付款項；(v)應計開支；(vi)合約負債；及(vii)其他應付款項。應付附屬公司少數股東權益款項主要指附屬公司少數股東權益為有關非全資附屬公司營運資金所提供的資金。銷售光學產品所得收益於產品已銷售予客戶且產品之控制權已轉移予客戶以換取付款權利（即於完成履約義務）時確認。客戶的任何預付款項均為短期性質且不會被視為收益，惟於各財政年度末作為合約負債入賬。合約負債於光學產品交付予客戶後於隨

財務資料

後財政年度確認。有關本集團合約負債的詳情，見本文件附錄一會計師報告附註21(a)。下表載列本集團於所示日期的其他應付款項明細：

	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
應付關聯方款項	2,831	1,284	—	—
應付附屬公司少數股東權益款項 . . .	2,395	2,548	2,607	2,890
應付薪資及津貼	898	845	2,173	1,613
採購廠房及設備應付款項	850	466	711	341
應計開支	533	673	930	2,734
合約負債	373	482	738	871
應付租金	158	318	339	423
已收按金	140	159	314	181
其他應付款項	389	648	755	572
總計	8,567	7,423	8,567	9,625

本集團的其他應付款項由2017年3月31日的約8.6百萬令吉減少約1.2百萬令吉至2018年3月31日的約7.4百萬令吉。該減少乃主要由於應付關聯方款項減少約1.5百萬令吉以及採購廠房及設備應付款項減少約0.4百萬令吉，其乃因本集團不斷增長的業務產生的其他應付款項範圍內之其他項目增加而部分抵銷。本集團的其他應付款項由2018年3月31日的約7.4百萬令吉增加約1.2百萬令吉至2019年3月31日的約8.6百萬令吉。該增加乃主要由於薪資及津貼因銀行假期延遲結算而增加約1.3百萬令吉、合約負債增加約0.3百萬令吉、應計開支增加約0.3百萬令吉以及採購廠房及設備應付款項增加約0.2百萬令吉、與本集團投資物業有關的已收按金增加約0.2百萬令吉，部分由結算應付關聯方款項約1.3百萬令吉抵銷。本集團其他應付款項由2019年3月31日的約8.6百萬令吉增加約1.0百萬令吉至2019年9月30日的約9.6百萬令吉。該增加乃主要由於應計開支因[編纂]相關之法律及專業費用增加而增加約1.8百萬令吉，其因上一財政年度末沒有產生任何延遲結算而導致的應付薪資及津貼減少約0.6百萬令吉而部分抵銷。

財務資料

債務

銀行透支及計息借款

於往績記錄期，本集團主要動用銀行融資來撥付其營運資金需求。下表載列於所示日期本集團的借款結餘：

	於3月31日			於9月30日	於1月31日
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉 (未經審核)
計息借款－有抵押	5,564	5,314	3,445	1,380	1,355
銀行透支－有抵押	715	—	—	—	—
總計	6,279	5,314	3,445	1,380	1,355

於2017年3月31日，本集團銀行透支之利息為7.35%，其已於截至2018年3月31日止年度悉數結算。於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日，本集團計息借款之加權平均實際年利率分別約為4.31%、4.43%、4.55%及4.67%。

下表載列於所示日期本集團計息借款之明細：

	於3月31日			於9月30日	於1月31日
	2017年	2018年	2019年	2019年	2020年
	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉	千令吉 (未經審核)
須於以下期間償還之上述 借款之賬面值 ^(附註) ：					
一年內	254	175	114	58	58
一年以上但不超過兩年 . .	174	162	119	61	61
兩年以上但不超過五年 . .	507	531	391	203	203
五年以上	4,629	4,446	2,821	1,058	1,033
	5,564	5,314	3,445	1,380	1,355
減：列入流動負債之金額 .	(3,844)	(3,681)	(2,076)	(58)	(58)
列入非流動負債之金額 . . .	1,720	1,633	1,369	1,322	1,297

附註：若干銀行及其他借款包含按要求償還條款的無條件權利，因此該等款項列入流動負債。該等款項的到期日為貸款協議載列的計劃還款日期，不計任何按要求償還條款的影響。

財務資料

銀行透支及計息借款通過以下方式抵押：

- i) 拿督Frankie Ng及拿督Henry Ng提供之擔保；
- ii) 拿督Frankie Ng及拿督Henry Ng擁有的物業；
- iii) 於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日總賬面淨值分別約為7.4百萬令吉、6.8百萬令吉、2.8百萬令吉及2.7百萬令吉的投資物業；
- iv) 於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日賬面值分別約為0.1百萬令吉、0.1百萬令吉、零及零的已質押銀行存款；及
- v) 於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日賬面值分別約為零、0.4百萬令吉、2.3百萬令吉及零的分類為持作出售資產。

由拿督Frankie Ng及拿督Henry Ng提供的擔保及擁有的已質押物業預計將於[編纂]後解除並由本公司將發出之公司擔保取代。

董事確認，本集團的銀行透支及計息借款乃根據正常商業條款訂立，且不包括相關銀行融資中不常見的任何限制性契諾。董事進一步確認，於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團已及時結算所有其債務責任，並無面臨任何獲得貸款的困難且並無違反任何其銀行融資的財務契諾。董事亦確認本集團於2020年1月31日並無任何未動用銀行融資。

租賃負債

於往績紀錄期，本集團之租賃負債指本集團就其自有零售店及若干租賃傢俱、固定裝置及設備以及租購下的汽車訂立的租賃協議的付款義務。於2017年、2018年及2019年3月31日及2019年9月30日，租賃負債總額分別約為17.0百萬令吉、15.2百萬令吉、17.7百萬令吉及16.2百萬令吉。租賃負債初步按並非於開始日期支付之租賃付款之現值計量，並使用本集團的增量借款利率貼現。截至2017年、2018年及

財務資料

或然負債

於2019年9月30日及直至最後實際可行日期，本集團並無任何重大或然負債。

除上文所述者及一般貿易及其他應付款項外，於2020年1月31日，本集團並無任何已發行或同意發行的未償還貸款資本、銀行透支、貸款、債務證券、借款或其他類似債務、承兌負債或承兌信貸、債券、按揭、質押、租賃承擔、租購承擔、擔保或其他重大或然負債。

資產負債表外安排

於最後實際可行日期，本集團並無訂立任何資產負債表外交易。

資本管理

本集團資本管理的主要目標為維護本集團持續經營的能力及保持健康的資本比率，以支持其業務及最大限度地提高股東價值。本集團根據經濟狀況的變動及相關資產的風險特徵管理及調整其資本架構。為保持或調整資本架構，本集團或會調整派付予股東的股息、向股東退回資本或發行新股份。

資本開支及承擔

除資本化使用權資產外，本集團資本開支主要包括採購廠房及設備開支。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，本集團產生資本開支分別約3.4百萬令吉、2.8百萬令吉、3.2百萬令吉及2.9百萬令吉。本集團大部分資本開支來自為本集團於往績記錄期開設的自有零售店添置傢俱、固定裝置及辦公設備、光學設備及租賃裝修。於2019年9月30日後及直至最後實際可行日期，本集團產生資本開支約1.0百萬令吉。於往績記錄期，本集團於本集團合併財務報表中並無未計提撥備的重大資本承擔。

[編纂]後，本集團之計劃資本開支可能會根據業務計劃、市況及經濟及監管環境的任何未來變動而作出修訂。有關進一步資料，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]」。

物業權益

董事確認，於最後實際可行日期，概無任何情況須根據上市規則第5.01至5.10條作出披露規定。於最後實際可行日期，有關物業權益並不構成本集團物業活動的一部分，且概無構成其非物業活動一部分的單個物業權益的賬面值佔其總資產的15%或以上。

財務資料

與關聯方的交易

於往績記錄期，本集團於一般業務過程中進行多項關聯方交易。該等關聯方交易乃基於雙方共同協商的價格及金額。有關該等關聯方交易的進一步詳情，請參閱本文件附錄一會計師報告附註32。董事確認，該等交易乃根據一般商業條款或對本集團而言不遜於獨立第三方可得的相關條款（倘適用）進行，且屬公平合理並符合股東的整體利益。董事進一步確認該等關聯方交易並不會歪曲於往績記錄期的經營業績亦不會使歷史業績不能反映其未來表現。

上市規則披露規定

於最後實際可行日期，董事確認概無任何情況須根據上市規則第13.12至13.19條作出披露規定。

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	公式	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)	流動資產／流動負債	1.42	1.71	2.15	1.91
速動比率(倍)	(流動資產－存貨)／流動負債	0.89	1.11	1.43	1.26
資產負債比率(倍)	總債務 ⁽¹⁾ ／權益總額	0.61	0.43	0.37	0.30
債務對權益比率(倍)	總債務 ⁽¹⁾ －銀行結餘及現金／權益總額	0.04	不適用	不適用	不適用
利息償付率(倍)	除稅前溢利及財務成本／財務成本	17.53	19.48	27.87	24.72
股本回報率(%)	年內溢利／各年結日權益總額 x 100%	30.05%	32.52%	39.88%	不適用 ⁽²⁾
資產回報率(%)	年內溢利／各年結日總資產 x 100%	12.57%	16.22%	22.92%	不適用 ⁽²⁾

附註：

- 債務被定義為(i)並非於日常業務過程中產生的應付款項；及(ii)計息應付款項。本集團的總債務包括銀行透支、計息借款及租賃負債。
- 由於該比率不可與年度數據相比，其並不適用。

財務資料

流動比率及速動比率

於2017年、2018年及2019年3月31日及於2019年9月30日，本集團流動比率約為1.42倍、1.71倍、2.15倍及1.91倍，而於同期末，速動比率分別為約0.89倍、1.11倍、1.43倍及1.26倍。截至2017年、2018年及2019年3月31日止年度，本集團流動比率及速動比率持續增長乃主要由於本集團運營及投資物業銷售的持續現金流入導致銀行結餘及現金及／或持牌銀行的定期存款增加。本集團於2019年9月30日的流動比率及速動比率較於2019年3月31日略微減少，乃主要由於截至2019年9月30日止六個月向本集團旗下實體的股權擁有人支付股息所致。

資產負債比率

本集團的資產負債比率由2017年3月31日的約0.61倍減少至2019年9月30日的約0.30倍，乃主要由於總權益因於往績記錄期的累計溢利而持續增加。

債務對權益比率

本集團的債務對權益比率從2017年3月31日的約0.04倍變為現金淨額狀況，乃主要由於銀行結餘及現金及／或持牌銀行的定期存款增加。

利息償付率

本集團的利息償付率由截至2017年3月31日止年度的約17.53倍增加至截至2019年3月31日止年度的約27.87倍，該增加乃主要由於本集團的盈利能力得益於本集團的收益增加及本集團毛利率增長而增加。本集團的利息償付率由截至2019年3月31日止年度的約27.87倍減少至截至2019年9月30日止六個月的約24.72倍。該減少乃主要由於本集團產生[編纂]約4.3百萬令吉大幅降低了期內溢利。

股本回報率

本集團的股本回報率由截至2017年3月31日止年度的約30.05%增加至截至2019年3月31日止年度的約39.88%，該增加反映本集團盈利能力增加的正面影響超過總權益因於往績記錄期的累計溢利而增加的負面影響。於往績記錄期，本集團的盈利能力增加乃主要由於本集團的收益增加及本集團的毛利率增加。

資產回報率

本集團的資產回報率由截至2017年3月31日止年度的約12.57%增加至截至2019年3月31日止年度的約22.92%，該增加反映本集團盈利能力增加的正面影響超過本集團資產增加的負面影響。於往績記錄期，本集團的盈利能力增加乃主要由於本集團的收益增加及本集團的毛利率增加。

財務資料

有關市場風險的定量及定性披露

本集團面臨(i)利率風險；(ii)外幣風險；(iii)信貸風險；及(iv)流動資金風險。有關本集團面臨的風險的詳情載於本文件附錄一會計師報告附註34。

金融工具

於往績記錄期及直至最後實際可行日期，本集團並無就對沖目的訂立任何金融工具。

可供分派儲備

本公司於2019年6月4日註冊成立為一間投資控股公司，且於最後實際可行日期，本公司並無可供股東分派之儲備。

股息政策

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，本集團之附屬公司已分別向彼等當時之股東宣派並派付現金股息約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。

本公司並無固定股息政策，然而，董事預計於[編纂]後，本集團的股息派付率將低於其年度可供分派純利的30.0%。儘管如上文所述，董事會對任何股息的任何建議分派、金額及派付方式擁有酌情權，而任何實際金額將視乎本集團的盈利及財務狀況、經營及資本要求及被視為相關的任何其他因素而定。此外，相關分派亦將受限於適用法律及法規，包括公司法、細則及股東批准(派付中期股息除外)。

馬來西亞法律規定須從本公司的溢利中派付股息，且倘派付導致本公司無償還能力，則不應派付該股息。此外，於授權分派股息前，董事須考慮本公司是否有能力於緊隨分派後12個月內支付到期債務。

[編纂]

於往績記錄期，本集團產生並確認[編纂]約[編纂]令吉(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)，包括估計[編纂]及其他開支，(假設[編纂]為每股[編纂][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。[編纂]總額佔[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。有關開支及[編纂][編纂]為目前估計，且僅供

財務資料

參考。將於本集團損益確認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以調整。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將在很大程度上受上述估計[編纂]影響。

未經審核備考經調整有形資產淨值

有關本集團未經審核備考經調整有形資產淨值的資料，請參閱本文件「附錄二—未經審核備考財務資料」。

申請財務匯報局認可馬來西亞致同會計師事務所為本公司獲認可公眾利益實體核數師

背景

本公司已委任中審眾環(香港)會計師事務所有限公司(「中審眾環(香港)」)及馬來西亞致同會計師事務所(「Grant Thornton MY」)(一間位於馬來西亞由公共會計師及特許會計師組成的海外核數事務所)為本公司聯席申報會計師以申請[編纂]，並且本公司擬於[編纂]後繼續委任彼等為本公司聯席核數師。

香港法例第588章財務匯報局條例之修訂案已生效

自2019年10月1日(「生效日期」)起，香港法例第588章財務匯報局條例(「財務匯報局條例」)之修訂案生效，且財務匯報局(「財務匯報局」)成為香港上市實體核數師的獨立監管機構。於生效日期後，所有擬與公眾利益實體(「公眾利益實體」)或海外實體(其包括在香港境外註冊成立之法人團體)進行財務匯報局條例附表1A第1部規定的任何業務(「公眾利益實體業務」)(其包括為尋求[編纂]其股份或股票的法團編製[編纂]文件所載會計師報告的有關業務)的核數事務所乃受登記制度(適用於香港核數師事務所)及認可制度(適用於非香港核數師事務所)所限而獲認可為公眾利益實體核數師(「獲認可公眾利益實體核數師」)。公眾利益實體為(a)[編纂]證券至少包括股份或股票的[編纂]公司；或(b)上市集體投資計劃。任何非香港核數事務所須於其有能力(i)「承接」(即接獲委任以進行)任何公眾利益實體業務；及(ii)進行任何公眾利益實體業務之前，由財務匯報局認可為海外實體的獲認可公眾利益實體核數師。

根據財務匯報局條例，海外權益發行人(如本公司)須首先自聯交所尋求不反對聲明(「不反對聲明」)以委聘其非香港核數師承接其公眾利益實體業務。於聯交所發出不反對聲明後，財務匯報局會考慮申請將非香港核數師認可為獲認可公眾利益實體核數師(定義見財務匯報局條例第3A條)。

財務匯報局條例第90條載有過渡協議，該協議適用於已接受委任為海外實體進行公眾利益實體業務，但於生效日期前尚未完成相關委聘事務之海外核數師(「過渡安排」)。

財務資料

本公司根據財務匯報局條例申請財務匯報局認可Grant Thornton MY為獲認可公眾利益實體核數師

鑒於(i)本公司已委聘Grant Thornton MY為有關[編纂]的聯合申報會計師之一以及(ii)[編纂]後，本公司將成為公眾利益實體，且倘其擬繼續委聘Grant Thornton MY作為本公司聯席核數師之一，本公司須向財務匯報局申請認可Grant Thornton MY為獲認可公眾利益實體核數師。考慮到委任Grant Thornton MY為有關[編纂]的聯合申報會計師之一已自生效日期前生效，上述過渡安排應適用於本公司向財務匯報局作出之申請。

根據過渡安排，於2019年9月4日，Grant Thornton MY提交過渡安排申請表，通知財務匯報局其將於過渡期間(定義見財務匯報局條例)為本公司繼續進行公眾利益實體業務之意圖。於2019年9月25日，本公司已向聯交所申請不反對聲明以支持本公司向財務匯報局申請認可Grant Thornton MY為獲認可公眾利益實體核數師。於2019年9月30日，已自聯交所接獲不反對聲明。於2019年11月15日，本公司已根據過渡安排向財務匯報局申請認可Grant Thornton MY為獲認可公眾利益實體核數師。於2020年1月24日，財務匯報局原則上批准認可Grant Thornton MY為本公司獲認可公眾利益實體核數師。該原則上批准於2020年1月24日起計6個月期間有效。Grant Thornton MY成為本公司獲認可公眾利益實體核數師之確認，乃於Grant Thornton MY於6個月有效期間內為本公司承接公眾利益實體業務時開始生效，並於2020年12月31日屆滿。於2020年2月7日，本公司確認Grant Thornton MY已確實為本公司承接公眾利益實體業務。認可Grant Thornton MY為本公司獲認可公眾利益實體核數師乃每年續簽一次，下一次續簽申請不得遲於2020年11月16日。

Grant Thornton MY的詳情如下：

- (i) Grant Thornton MY為Grant Thornton International Group之組成成員事務所，而Grant Thornton International Group為一家於135個國家擁有國際網絡重要且信譽良好的會計組織。

Grant Thornton MY為一家於馬來西亞會計師協會(「MIA」)註冊之審核事務所(特許會計師)。馬來西亞會計師協會為馬來西亞之國際會計機構，其亦為東盟會計師聯合會及國際會計師聯合會之成員。

於馬來西亞，Grant Thornton MY擔任於馬來西亞證券交易所之主要市場、ACE市場及LEAP市場上市的約70個實體之核數師。

根據馬來西亞2016年公司法，Grant Thornton MY合伙人乃經批准公司核數師。Grant Thornton MY及其所有合伙人亦於馬來西亞的審計監督委員會(「AOB」)註冊。

- (ii) Grant Thornton MY自2014年起一直擔任本公司若干主要營運附屬公司之核數師。截至2017年、2018年及2019年3月31日止財政年度，該等附屬公司之法定財務報表乃根據馬來西亞會計準則理事會頒佈的馬來西亞財務報告準則、國際財務報告準則及馬來西亞2016年公司法之規定編製。

財務資料

此外，Grant Thornton MY(獲分配進行與[編纂]有關的工作)的主要審計團隊成員具有充足的審計經驗，並具有相關本地及國際財務報告知識以及相關行業知識。Grant Thornton MY的審計合夥人擁有超過15年的審計經驗，包括馬來西亞的首次公開發售。因此，董事認為，委聘Grant Thornton MY為聯席申報會計師及聯席核數師之一，可在整個審計過程中提高工作效率、效率及質量。

- (iii) 馬來西亞證券事務監察委員會(「SCM」)根據於2010年4月1日開始生效之1993年馬來西亞證券事務監察委員會法令(「馬來西亞證券事務監察委員會法令」)成立審計監督委員會以於馬來西亞推廣及發展有效審核監督框架以及加強對公眾權益實體之經審核財務報表品質及可靠性的信心。根據馬來西亞證券事務監察委員會法令，馬來西亞公眾權益實體之核數師須於審計監督委員會註冊。審計監督委員會之主要職責之一為對註冊核數師進行檢查及監督計劃，以評估審計及道德標準之遵守情況。審計監督委員會於事務所層面或委聘層面或兩者進行檢查。事務所審查專注於對審計事務所之質量控制系統及慣例以及對國際質量控制準則第1號之規定的遵守情況的審查。委聘審查旨在評估註冊核數師進行之審計工作之審計及道德標準的遵守情況。因此，Grant Thornton MY須由審計監督委員會進行定期檢查及監督。

審計監督委員會為一個獨立於馬來西亞會計行業的監管機構。審計監督委員會亦為國際獨立審計監管機構論壇的成員，該論壇由來自非洲、美洲、亞洲、歐洲、中東及大洋洲司法權區的50多個獨立審計監管機構組成。審計監督委員會有權就違反法律或監管要求或與馬來西亞公共利益實體審計相關的專業標準及道德實施制裁。

馬來西亞證券事務監察委員會為國際證監會組織的關於諮詢、合作及分享信息的多邊諒解備忘錄(「國際證監會諒解備忘錄」)的締約方。香港證監會亦為上述國際證監會諒解備忘錄的締約方。馬來西亞證券事務監察委員會亦與包括香港證監會在內的多家海外監管機構簽訂了雙邊監管合作協議。

- (iv) Grant Thornton MY已確認其根據經批准的馬來西亞審計準則及香港會計師公會頒佈的香港審計準則(相當於國際會計師聯合會(「國際會計師聯合會」)通過國際審計與鑒證準則理事會頒佈之國際審計準則)對本公司及其附屬公司的財務報表進行審計。此外，Grant Thornton MY確認其已對本集團於往績記錄期的歷史財務資料進行審計，該財務資料乃根據符合國際會計準則理事會頒佈的國際財務報告準則的會計政策、根據香港會計師公會頒佈的香港審計準則編製。

此外，Grant Thornton MY已確認其符合馬來西亞會計師協會的章程(關於職業道德、行為及常規)及國際會計師職業道德準則理事會頒佈的專業會計師道德守則以及香港會計師公會頒佈的「專業會計師道德守則」中的獨立性及其他道德規範，該等規範以誠信、客觀、專業能力和應有謹慎、保密

財務資料

性及專業行為作為基本原則並基於國際會計師聯合會刊發的國際會計師職業道德準則理事會的專業會計師道德守則。Grant Thornton MY根據國際會計師聯合會的規定確認其獨立於本公司。

[編纂]後，除Grant Thornton MY外，中審眾環(香港)會計師事務所有限公司(一間會計師事務所)可根據上市規則第19.20條的要求的規定獲聯交所接納，亦將為本集團的建議核數師，共同擔任聯席核數師。

近期發展

有關詳情，請參閱本文件「概要－近期發展及並無重大不利變動」。

並無重大不利變動

除本文件「財務資料－[編纂]」、「財務資料－近期發展」及「概要」所披露者外，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。

本公司聯合申報會計師同意董事的意見，即(i)COVID-19的爆發對本集團載列於本文件附錄一會計師報告的相關歷史財務資料之衡量、確認及披露並無重大影響，且於申報期後將不構成調整或根據國際會計準則第10號「申報期後事件」及考慮到本文件中「業務－有關持續COVID-19傳染病之風險管理」中詳述的風險管理措施的調整或非調整事件，及(ii)COVID-19爆發對本集團的運營、主要市場及供應鏈無長期重大不利影響。