
概 要

本概要旨在向閣下提供本招股章程所載資料的概覽，且應與本招股章程全文一併閱讀。由於僅屬概要，故並未包括對閣下而言可能屬重要的所有資料。閣下在決定投資於配售股份之前，應閱讀整份招股章程。

任何投資均附帶風險。投資配售股份時的某些特定風險載於本招股章程「風險因素」一節。閣下決定投資配售股份前，應先細閱該節。

盈利警告

於上市後，本公司可能就本集團截至二零一四年九月三十日止六個月及截至二零一五年三月三十一日止年度的財務業績非常大幅下降刊發盈利警告。經董事會初步審閱及估計，截至二零一四年九月三十日止六個月，受上市開支約8.1百萬港元(一次性非經常性開支)影響，本集團溢利將出現非常大幅的下滑，或可能處於虧損狀態，及本集團截至二零一五年三月三十一日止財政年度的溢利亦將受到估計上市開支約11.4百萬港元及(程度較低)行政開支(例如董事薪酬)及與開設新零售店舖有關的開支(例如員工薪金、租賃開支及攤銷)預期增加的重大不利影響，而在計及該等開支後，本集團可能處於虧損狀態。該等上市開支乃當前估計，僅供參考，將自本集團截至二零一四年九月三十日止六個月及截至二零一五年三月三十一日止年度的損益賬扣除的最終金額或會出現變動。

概覽

本集團的收入主要源自於其兩個業務部門下製造及銷售純羊絨服裝及其他服裝產品：(i)原設備製造業務分部，承擔產品設計及開發、原材料採購、製造及產品質量控制管理(「原設備製造業務」)及(ii)服裝零售業務分部，透過於香港的零售網絡以本集團的專屬商標「Casimira」及「Les Ailes」承擔設計、採購、製造、市場推廣及零售純羊絨服裝及其他服裝產品以及配飾(「零售業務」)。於往績記錄期間，本集團分別約94.2%及90.3%的收入產生自其原設備製造業務。

截至二零一五年三月三十一日止年度的財務表現

董事認為，本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的財務表現將受到主要與上市有關的上市開支及行政開支增加及隨後的董事薪酬增加及與開設新零售店舖有關的開支(例如員工薪金、租賃開支及攤銷)增加的重大影響。一次性上市開支約

概 要

11.4百萬元將於截至二零一五年三月三十一日止年度的綜合損益及其他全面收益表中扣除。此外，行政開支預期將增加，主要由於董事薪酬由截至二零一四年三月三十一日止年度的約3.3百萬元增至截至二零一五年三月三十一日止年度的約7.0百萬元，乃產生自現有董事的薪酬增加及於上市前委聘新的獨立非執行董事。董事想強調的是，該等上市開支金額及董事薪酬增加乃目前估計，僅供參考，而最終金額有待根據審核及變量及假設變動調整。

基於上述上市開支、行政開支及與開設新零售店舖有關的開支增加，董事認為，儘管董事薪酬及非經常性上市開支增加，惟本集團業務的商業及營運可行性並無出現根本性惡化。因此，股東及有意投資者應知悉，本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的財務業績將受到上市開支、行政開支及與開設新零售店舖有關的開支估計增加(可能約達合共15.1百萬元，分別佔本集團截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度的淨利潤約103.4%及214.1%)的重大影響。鑑於預期上市後上市開支、行政開支及與開設新零售店舖有關的開支將會增加，本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的淨利潤相較過往財政年度將大幅下跌，而於計及上市開支後可能處於虧損狀態，本公司可能因該等淨利潤下跌於上市後立即刊發盈利警告。

本集團於往績記錄期間的財務表現

以下載列本集團於往績記錄期間按業務分部劃分的營業額、毛利、毛利率及分部業績明細：

收入

	截至二零一三年 三月三十一日止年度		截至二零一四年 三月三十一日止年度	
	千港元	%	千港元	%
原設備製造業務	352,358	94.2	343,387	90.3
零售業務	21,729	5.8	37,058	9.7
總收入	<u>374,087</u>	<u>100.0</u>	<u>380,445</u>	<u>100.0</u>

毛利及毛利率

	截至二零一三年 三月三十一日止年度		截至二零一四年 三月三十一日止年度	
	毛利	毛利率	毛利	毛利率
	千港元	%	千港元	%
原設備製造業務	62,524	17.7	60,205	17.5
零售業務	5,294	24.4	10,718	28.9
毛利及毛利率總計	<u>67,818</u>	<u>18.1</u>	<u>70,923</u>	<u>18.6</u>

概 要

分部業績

	截至二零一三年 三月三十一日止年度	截至二零一四年 三月三十一日止年度
	千港元	千港元
原設備製造業務	25,286	11,286
零售業務	(4,474)	(324)

本集團原設備製造業務的收入乃源自製造及向本集團原設備製造客戶銷售女裝、男裝及童裝純羊絨服裝及其他服裝，該等原設備製造客戶主要為總部位於美國及歐洲以其自有私人商標在全球銷售其產品的國際知名服裝品牌擁有人及連鎖百貨店。本集團產生自其原設備製造業務的收入由截至二零一三年三月三十一日止年度的約352.4百萬港元減少至截至二零一四年三月三十一日止年度的約343.4百萬港元，較上一個年度減少約2.5%。這主要是由於本集團透過獲得來自其他現有及新客戶的銷售訂單，以降低其對主要原設備製造客戶依賴的策略所致。上述銷售訂單主要為其他服裝。儘管所銷售的其他服裝數量大幅增加，但其平均售價遠低於純羊絨服裝。截至二零一四年三月三十一日止兩個年度，零售業務的收入由約21.7百萬港元增至約37.1百萬港元，增長約70.5%。增加主要是由於本集團成功開展市場推廣活動及戰略性選擇店鋪地點。

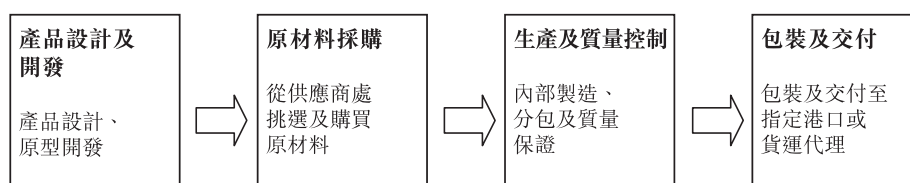
於往績記錄期間，毛利及毛利率有所上升，乃主要由於零售業務產生的毛利及銷售比例上升所致，而零售業務較原設備製造業務具有相對較高的毛利率。原設備製造業務的毛利及毛利率錄得輕微下降，乃由於截至二零一四年三月三十一日止年度，其他服裝的銷售(利潤率較低)較上一年成比例上升(相較於純羊絨服裝銷售)。自有品牌產品的銷售增加，主要得益於本集團成功的零售市場推廣活動及店鋪選址策略。截至二零一四年三月三十一日止兩個年度，本集團原設備製造業務分別產生分部溢利約25.3百萬港元及11.3百萬港元。

於往績記錄期間，零售業務的毛利及毛利率有所增加。自有品牌產品的產品質量及本集團的市場推廣活動已幫助本集團構建客戶忠誠及品牌知名度。因此，本集團能夠提高自有品牌產品的售價。自有品牌產品的售價提高，從而提高毛利及毛利率。儘管零售業務錄得毛利，但截至二零一四年三月三十一日止兩個年度，零售業務分別錄得分部虧損約4.5百萬港元及0.3百萬港元。本集團零售業務錄得分部虧損的原因主要是由於截至二零一四年三月三十一日止兩個年度支銷雜項成本分別約4.6百萬港元及4.1百萬港元。該等雜項成本包括廣告開支及銷售及營銷部門(負責本集團整體零售銷售及市場推廣活動等)的員工薪金。二零一四年虧損減少，主要由於(i)店鋪類型及地點組合；(ii)市場推廣及廣告策略及(iii)擴大的經營規模得以分攤雜項成本方面獲得改善所致。

本集團的經營分部

原設備製造業務

本集團為其原設備製造客戶生產多種時尚及商務休閒針織服裝產品。數年來，本集團已開發出一套獨特的生產技術，以達到贏得客戶忠誠的純羊絨服裝質量、外觀、質地及價格水平。除羊絨產品外，本集團亦製造混紡羊絨、美利奴羊毛、亞麻及棉產品。於原設備製造業務下提供的服務包括原材料採購、製造、質量保證及控制以及包裝及交付。作為本集團輔助增值服務的一部分，本集團亦按照客戶要求提供產品設計及開發服務，而無需額外費用。雖然本集團可能需要向客戶展示其設計創意，但該等客戶亦可能展示彼等本身的設計靈感，並指示本集團直接採納或進行修改以適合生產。下圖闡釋原設備製造業務的模式：

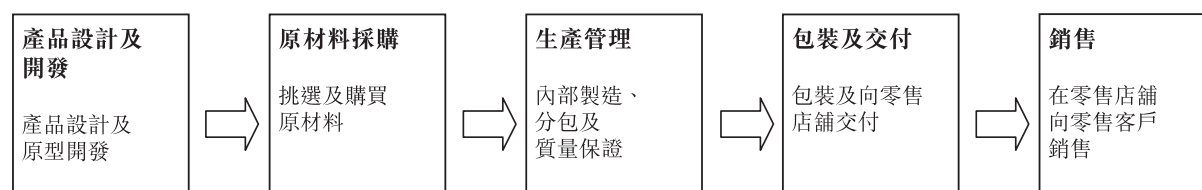


本集團按其原設備製造客戶地理位置劃分的營業額載列如下：

營業額	截至二零一三年 三月三十一日止年度		截至二零一四年 三月三十一日止年度	
	千港元	%	千港元	%
美國	344,448	97.8	315,840	92.0
歐洲	1,813	0.5	17,868	5.2
其他(香港、加拿大、墨西哥)	6,097	1.7	9,679	2.8
總計	<u>352,358</u>	<u>100.0</u>	<u>343,387</u>	<u>100.0</u>

零售業務

為進軍香港零售市場，及實施擴展原設備製造業務以外業務的多元化策略，本集團於二零零九年進入本地時裝零售市場，為對預算敏感的消費者提供價格實惠的羊絨服裝及非羊絨服裝。首間零售店舖位於香港鰂魚涌，以其專屬商標「Casimira」及「Les Ailes」提供多款價格實惠的優質服裝。於最後可行日期，本集團於香港11個社區擁有12間零售店舖。下圖闡釋本集團零售業務的模式：



市場及競爭

中國的羊絨服裝製造行業適度集中，在二零一三年，有超過約3,200位製造商，而十大製造商佔該行業總收入的約55.4%。香港羊絨服裝零售市場中，在二零一三年有22位羊絨服裝零售商，五大零售商佔該市場總零售收入的約58.0%。雖然許多零售商出售羊絨服裝，但僅有其中少數專營該類服裝。

競爭優勢

本集團相信，下列競爭優勢為其成功做出貢獻：

- 工藝能力及服務於頂尖國際品牌擁有者的能力；
- 全面的質量控制措施以確保產品的高質量；
- 增值產品設計及開發能力；
- 管理團隊的專業知識為本集團業務提供多種優勢；
- 處於擴展香港零售時裝市場的有利地位；及
- 零售業務最大限度地利用淡季的產能。

業務目標及策略

本集團的主要業務目標是透過實施以下策略，進一步提升其於原設備製造市場的地位及其零售業務，有關詳情，載於本招股章程「未來計劃及所得款項用途」一節：

- 升級及擴展本集團的生產設施；
- 本集團原設備製造業務的市場推廣及宣傳；
- 開設及擴展零售店舖；及
- 於香港宣傳及推廣「Casimira」品牌。

本集團的產品

本集團的產品包括一系列針織服裝及配飾（包括毛衣、羊毛衫、圍巾、鞋子、夾克及襯衫）。本集團產品可分為兩個主要產品類別，即(i)純羊絨服裝；及(ii)其他服裝。截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，純羊絨服裝的銷售分別約佔總營業額的77.5%及65.0%。

客戶及供應商

客戶

原設備製造業務的客戶包括總部位於美國及歐洲的知名及國際公認服裝公司。於往績記錄期間，本集團分別擁有13名及23名客戶，其中五大客戶分別佔總收入的約92.7%及84.1%。過往，本集團專注於服務特定的經常性客戶，原因是董事認為，管理一小群客戶可令業務營運更為精簡及降低雜項開支。然而，由於彼等意識到現有客戶對本集團產品的需求最終將達到上限，因此彼等於過去數年進一步實現本集團客戶群的多元化。董事亦意識到擁有較大的客戶群有望緩解與客戶集中相關的風險。於往績記錄期間及直至最後可行日期，本集團並無遭遇原設備製造客戶取消訂單或重大違約。

零售業務的客戶為香港的零售消費者，彼等喜愛集舒適、功能性、靈活搭配及性價比於一體的休閒或商務休閒風格的羊絨服裝。自本集團的零售店舖（於最後可行日期包括6間專櫃店及6間專賣店）購買產品的消費者須於購買時付款，並有權於購買後7日內退換產品。

依賴主要客戶

客戶J於截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度分別佔本集團總收入的約89.2%及72.5%。由於本集團正在開辟新的客戶群，於往績記錄期間，本集團與客戶J開展的業務所佔營業額錄得顯著下降。董事認為，本集團對客戶J的依賴並未嚴重到將會影響本集團是否適合上市，且本集團能夠降低其對客戶J的依賴。請參閱本招股章程「業務」一節的「減少對主要客戶的依賴」。

關於客戶J—本集團已與客戶J建立超過8年的業務關係，客戶J為國際知名的服裝及配飾零售商，於美國、歐洲及香港擁有零售店舖及郵購及在線訂購的銷售渠道。客戶J與本集團的交易乃透過客戶J於香港的代理進行。本集團按照客戶J的規格製造服裝，而並未與客戶J訂立長期協議。然而，本集團與客戶J不時訂立個別採購訂單。基於客戶J的預計採購訂單，客戶J可能要求本集團按客戶J與指定供應商（即供應商A及供應商B）預先釐定的協定價格，直接向該等供應商採購羊絨紗線。通常，倘於滿足客戶J所有的預期訂單後本集團的存貨結餘中仍有過剩的紗線，或倘客戶J最終下達的訂單少於預期，致使所採購的部分紗線並未消耗，本集團可將剩餘紗線用於其他原設備製造客戶的訂單或生產於零售業務下銷售的商品，且董事確認，使用該等剩餘紗線無需取得客戶J同意。同時，本集團可要求客戶J就未使用

概 要

紗線的全部價值提供退款。儘管該退款機制並無載列於採購訂單或任何協議之中，惟此乃客戶J及本集團接受的做法，及由本集團就未使用紗線的全部價值向客戶J出具的收款通知及客戶J於結算該等收款通知時作出付款的書面證明支持，且自該退款機制實施以來，本集團能夠獲得客戶J就未使用紗線的全部價值作出的退款。有關本集團針對客戶J採取的定價策略，本集團採納成本加成定價模式(與其他客戶的定價策略相似)，據此向客戶J作出的報價反映紗線成本及其他生產成本連同加成。截至二零一三年三月三十一日及二零一四年三月三十一日止兩個年度，向客戶J作出的銷售所產生的毛利率分別為18.0%及18.7%，及同期向除客戶J以外的其他五大客戶作出的銷售所產生的毛利率分別為12.0%及12.5%。

供應商A及供應商B均為總部位於意大利的國際著名羊絨紗線及織物生產商。供應商A亦為高檔服裝及配飾製造商及供應商。本集團與供應商A及供應商B已建立超過7年的業務關係。由於彼等為客戶J的指定羊絨紗線供應商，客戶J不時要求本集團按供應商A及供應商B與客戶J事先釐定的價格向彼等採購羊絨紗線。因此，董事認為，向供應商A及供應商B作出的採購波動在很大程度上與客戶J應佔本集團營業額的變動一致。截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，向供應商A作出的採購總額分別約為155.6百萬港元及130.8百萬港元。截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，向提供相似紗線的其他供應商作出的採購總額分別約為30.7百萬港元及47.5百萬港元。與此同時，截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，本集團與供應商A有關的銷售成本分別為152.6百萬港元及111.1百萬港元，分別佔本集團於相關期間總銷售成本的49.8%及35.9%。截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，本集團與提供類似紗線的其他供應商有關的銷售成本分別為43.8百萬港元及55.2百萬港元，分別佔本集團於相關期間總銷售成本的14.3%及17.8%。除自供應商A及供應商B購買紗線外，本集團可自由選擇供應商及取得任何其他供應商的報價，並根據彼等與本集團的業務關係及歷史記錄、聲譽、產品質量、可靠性、服務往績記錄、交付時間及定價等標準作出購買決定。

原材料及供應商

本集團採購及使用的原材料包括純羊絨、混紡羊絨、美利奴羊毛、亞麻及棉紗線。零售業務方面，本集團亦購買一定數量由中國第三方製造商生產的成衣產品(主要為男式服裝及配飾，包括夾克、扣領襯衫及鞋子)。截至二零一三年及二零一

四年三月三十一日止年度，純羊絨紗線的採購量最大，分別佔原材料採購總量的約82.0%及74.0%。自二零零九年以來，羊絨紗線的平均批發價大幅上漲，由二零零九年每千克92.9美元升至二零一零年每千克97.1美元、二零一一年每千克121.9美元、二零一二年每千克125.6美元及二零一三年每千克132.6美元。於往績記錄期間，本集團分別向20名及36名主要供應商購買原材料，大部分供應商位於意大利及中國。截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，本集團向五大供應商作出的總購買額分別佔本集團總採購成本的約89.4%及85.5%，而向本集團最大供應商(即供應商A)作出的總購買額分別佔總採購成本的約68.5%及54.3%。

有關本集團最大供應商(供應商A)及主要供應商(供應商B)的進一步詳情，請參閱本節「依賴主要客戶」一段。

業務營運及生產設施

本集團的總部位於香港，負責其核心業務職能，包括行政、財務、設計及開發、銷售及營銷、以及一間為其原設備製造客戶開設的展示廳。總部用作原設備製造客戶的主要聯絡點以及本集團所有戰略管理及職能運作的中心。

本集團的製造流程在其位於中國的兩個生產廠房—惠州廠房及贛州廠房進行。贛州廠房(總地盤面積約為23,469平方米)主要進行洗水前工序。惠州廠房(總地盤面積約為20,059平方米)進行整個的生產流程，包括編織、縫合、修剪、洗滌、熨燙及包裝。由贛州溢升完成至洗水前階段的在製品透過溢升出口至泰亞及／或樂亞集團。惠嘉織造透過盈天管理從泰亞及／或樂亞集團進口在製品以作進一步加工。除直接向第三方製造商購買的小部分產品外，本集團的產品均於該兩個生產廠房生產。於截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，本集團的估計年生產能力(不包括分包產能)分別約為1,647,000件及1,647,000件服裝。於最後可行日期，贛州廠房及惠州廠房分別擁有136名及449名僱員。

分包

於(i)本集團產能不足(最有可能出現在本集團財政年度第二季度內)；及／或(ii)本集團並無擁有合適的機器或熟練工人執行某些生產工藝(如刺繡)的情況下，本集團可能會把部分工作程序外包予第三方分包商(位於中國的獨立廠房)。於往績記錄期間，本集團分別僱用10名及15名主要分包商，分包費用總額分別約為14.3百萬港

概 要

元及39.3百萬港元，分別佔本集團總製造成本的約4.8%及12.4%及分別佔本集團總銷售成本約4.7%及12.7%。本集團五大分包商分別約佔本集團於各年度的總分包成本78.5%及76.0%。截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，本集團最大分包商應佔總分包費用分別約佔本集團總分包成本的40.0%及46.1%。

控股股東

緊隨資本化發行及配售完成後(並無計及因行使根據購股權計劃可能授出的任何購股權而可能予以發行的任何股份)，控股股東，包括YWH、Yang's Holdings及楊先生(作為楊氏家族信託的委託人)，合共有權控制行使本公司股東大會75%的投票權。進一步詳情，請參閱本招股章程「與控股股東的關係」一節。

主要營運及財務資料

下表載列本公司的合併全面收益及財務狀況表及主要財務比率的節選資料及分析：

經營業績

	截至二零一三年 三月三十一日止年度	截至二零一四年 三月三十一日止年度	變動百分比
	千港元	千港元	%
收入	374,087	380,445	+1.7
毛利	67,818	70,923	+4.6
年度溢利	14,608	7,053	-51.7

財務狀況

	於二零一三年 三月三十一日	於二零一四年 三月三十一日	變動百分比
	千港元	千港元	%
流動資產	156,341	155,214	+0.7
流動負債	124,870	118,170	-5.4
流動資產淨值	31,471	37,044	+17.7
資產淨值	100,609	108,331	+7.7
資產總值	225,871	227,018	+0.5

主要財務比率

	截至二零一三年 三月三十一日止年度／於該日	截至二零一四年 三月三十一日止年度／於該日
毛利率	18.1%	18.6%
淨利潤率	3.9%	1.9%
總資產回報	6.5%	3.1%
股本回報	14.5%	6.5%
流動比率	1.3	1.3
速動比率	0.8	0.6
資產負債比率	88.4%	84.7%

概 要

截至二零一四年三月三十一日止兩個年度，本集團錄得(i)淨利潤由約14.6百萬港元減至約7.1百萬港元；及(ii)淨利潤率由約3.9%降至約1.9%。截至二零一四年三月三十一日止年度亦錄得負經營現金流量約25.8百萬港元。

淨利潤及淨利潤率減少，主要是由於下列各項的綜合影響所致：(i)銷售及分銷開支增加，主要由於(a)開拓新的原設備製造客戶及(b)支付予零售業務擴張項下的銷售及營銷員工的薪金及佣金；及(ii)行政開支增加，主要由於(a)支付予行政人員的薪金，主要由於為推進擴展計劃而增聘高級管理員工；(b)辦公室及機器的維修及維護；及(c)其他行政開支，主要由於社會保障及住房公積金費用撥備所致。

儘管本集團的淨利潤率由截至二零一三年三月三十一日止年度的約3.9%降至截至二零一四年三月三十一日止年度的約1.9%，但本集團能夠於成本加成定價模式下維持穩定的毛利率，於該模式下，羊絨紗線的成本波動一直反映在報價中，以致紗線任何上漲的成本會一直在生產開始前獲得客戶確認及接受。本集團將密切監控與其擴展計劃相關的成本，以確保其銷售及分銷開支及行政開支一般會隨著收益的增長而增加。

截至二零一四年三月三十一日止年度產生的負經營現金流量，主要是由於本集團於二零一三年年底按客戶J的要求從供應商A大量購買羊絨紗線，由於客戶J與本集團之間對未使用的紗線作出補償安排，本集團將僅會在收到客戶J的採購訂單前採購羊絨紗線。所採購的紗線數量乃由客戶J基於預期於二零一四年全年將向本集團下達的訂單總額釐定。因預期羊絨紗線價格上升，客戶J要求本集團獲取大量存貨，於最後可行日期，該等羊絨紗線基本被本集團消耗用於為客戶J生產羊絨服裝。通常，倘於滿足客戶J所有的預期訂單後本集團的存貨結餘中仍有過剩的羊絨紗線，或倘客戶J最終下達的訂單少於預期，致使所採購的紗線並未完全消耗，本集團可將剩餘紗線用於其他原設備製造客戶或生產於零售業務下銷售的商品，且董事確認，使用該等剩餘紗線無需取得客戶J同意。同時，本集團可要求客戶J退還未使用紗線的全部價值。儘管該補償機制並無載列於採購訂單或任何協議之中，惟此乃客戶J及本集團接受的做法，及由本集團就未使用紗線的價值向客戶J出具的收款通知及客戶J於結算該等收款通知時作出的付款支持，且自該退款機制實施以來，本集團能夠獲得客戶J就未使用紗線的全部價值作出的退款。由於客戶J一直能遵守該補償安排，董事認為客戶J將繼續遵循該安排，於日後按本集團的要求退還按客戶J的要求購買而未使用的紗線價值。於最後可行日期，於二零一四年三月三十一日的存貨結餘隨後使用約64.2百萬港元，佔於二零一四年三月三十一日存貨結餘約83.0百萬港元的約77.3%。因此，董事認為，截至二零一四年三月三十一日止年度的

概 要

負經營現金流量為短期性質，不會對本集團的財務表現構成任何重大不利影響，主要由於本集團截至二零一四年三月三十一日止年度大量購買羊絨紗線被視為發生於特殊情況下的特定時間點，日後未必會重複發生。

本公司編製年度預算，乃為滿足其擴展計劃及相關成本的需要。為控制相關成本，董事每月與本集團財務總監召開內部會議，以討論本集團以預算為基準的財務表現，包括成本不尋常增加的原因。儘管於往績記錄期間的淨利潤由於成本增加而減少，惟基於本公司與其主要客戶的過往經驗，董事認為，發展一位新原設備製造客戶直至該客戶的盈利能力達到合理水平，可能通常會花費數年時間。於產生發展新的原設備製造客戶的初始成本後，本集團隨後服務該等客戶的經營成本將基本保持穩定。因此，該等客戶應佔淨利潤率預期將隨時間而增加。為改善本集團未來的淨利潤率，本集團計劃採取下列措施：(i) 致力於縮短從新獲得客戶獲得更多採購訂單的時間；及(ii) 加強成本控制措施。鑑於本集團於往績記錄期間獲得新原設備製造客戶的信任，本集團預期從該等原設備製造客戶獲得的訂單將增加，且董事認為本集團的前景將保持良好並持續改善。有關本集團前景的進一步詳情，請參閱本節「近期發展」一段及本招股章程「財務資料」一節。

按經營分部劃分的銷量及平均售價

按經營分部劃分的總銷量(不包括原型銷售)列示如下：

	截至二零一三年 三月三十一日止年度		截至二零一四年 三月三十一日止年度	
	已售件數(千件)	%	已售件數(千件)	%
原設備製造業務				
— 純羊絨服裝	614	44.2	552	33.7
— 其他服裝	675	48.6	937	57.2
小計	1,289	92.8	1,489	90.9
零售業務				
— 純羊絨服裝	29	2.1	41	2.5
— 其他服裝	71	5.1	108	6.6
小計	100	7.2	149	9.1
總計	1,389	100.0	1,638	100.0

原設備製造業務總銷售量增加乃主要由於其他服裝產品的銷售增加。對於零售業務，增加主要是由於本集團成功為其零售業務開展零售營銷活動及實施其他擴展策略。下表載列原設備製造產品及自有品牌產品的平均售價：

	截至二零一三年 三月三十一日止年度	截至二零一四年 三月三十一日止年度
	港元	港元
原設備製造產品(附註1)	268.9	227.5
自有品牌產品(附註2)	218.2	248.7
整體	265.2	229.4

附註：

1. 原設備製造產品的平均售價指於相關財政年度源自原設備製造業務的營業額(不包括原型銷售)除以原設備製造業務的總銷量(不包括原型銷售)。
2. 自有品牌產品的平均售價指於相關財政年度源自零售業務的營業額除以零售業務的總銷量。

原設備製造產品的平均售價降低，主要是由於本集團致力於降低對主要原設備製造客戶的依賴，而獲得其他現有及新客戶的銷售訂單。新獲得的銷售訂單主要為其他服裝，而其平均售價大幅低於純羊絨服裝。因此，原設備製造產品的產品組中的其他服裝銷售增加導致平均售價降低。而於零售業務方面，自有品牌產品的產品質量及本集團的市場推廣活動已幫助本集團構建客戶忠誠及品牌知名度。因此，本集團能夠提高自有品牌產品的售價。

上市開支

本集團就上市產生的估計總上市開支(包括包銷佣金)約為16.4百萬港元(假設配售價為每股配售股份0.5港元，即指示性配售價範圍每股配售股份0.4港元至0.6港元的中位價)。根據香港會計準則第32號金融工具：呈列，發行新股份直接應佔的開支作為權益扣減入賬，而與發行新股份無關的開支則於產生時在綜合損益及其他全面收益表中確認。發行新股份及現有股份上市所共同涉及的開支會按已發行新股份數目與已發行並於聯交所上市的股份總數的比例於該等活動之間分配。本集團估計上市開支11.4百萬港元將於截至二零一五年三月三十一日止年度的綜合損益及其他全面收益表中扣除。約5.1百萬港元的結餘預期將於上市後在股份溢價賬扣除。該等上市開支主要包括向保薦人、法律顧問及申報會計師就彼等於上市及配售提供的服務的已付及應付專業費用。鑑於上市開支約11.4百萬港元將於上市後自截至二零一五年三月三十一日止年度的綜合損益及其他全面收益表扣除，預期本公司截至二零一五年三月三十一日止年度的淨利潤及淨利潤率將較截至二零一四年三月三十一日止年度為低。該等成本為目前估計，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。

近期發展

於二零一四年三月三十一日之後及直至最後可行日期，本集團一直持續專注於客戶訂單多元化及通過積極尋求及吸引新原設備製造客戶及識別合適的地點開設新的零售店舖，減低對最大客戶的依賴。

截至二零一四年七月三十一日止四個月的財務表現 — 基於截至二零一四年七月三十一日止四個月的未經審核管理賬目，本集團截至二零一四年七月三十一日止四個月的未經審核營業額較截至二零一三年七月三十一日止四個月增加約14.8%。於最後可行日期，本集團於二零一四年四月至九月已出售及獲得合共約978,000件服裝的已確認訂單。相比較而言，於二零一二年及二零一三年四月至九月止六個月期間，本集團僅分別出售約793,000件及828,000件服裝。基於二零一四年四月至九月已出售服裝及採購訂單（具有類似毛利率及信貸條款）總數增加，董事預期本集團於截至二零一四年九月三十日止六個月錄得的收入將較二零一三年同期增加。本集團截至二零一四年七月三十一日止四個月的毛利率與截至二零一三年七月三十一日止四個月相比維持相對穩定。本集團截至二零一四年七月三十一日止四個月的淨利潤（未計及上市開支）較截至二零一三年七月三十一日止四個月有所改善。

依賴主要客戶 — 客戶J為本集團一名主要客戶，佔其截至二零一四年七月三十一日止四個月的總收入超過70%。於財政年度首四個月向客戶J作出的銷售較高，主要是由於客戶J在年初下達訂單的做法所致。於最後可行日期，本集團已出售及收到客戶J的已確認訂單佔於二零一四年四月至九月止六個月期間預期收入約69.5%。於相同的二零一四年四月至九月止六個月期間，其他原設備製造客戶預期佔預期收入約25.3%，而零售業務預期佔餘下的5.2%。

存貨及銀行借貸 — 本集團的銀行借貸（主要以信託收據及打包貸款用於為購買原材料提供資金）於往績記錄期間後大幅增加，由二零一四年三月三十一日的約67.6百萬港元增加至二零一四年七月三十一日的約80.8百萬港元。本集團的存貨亦由二零一四年三月三十一日的約83.0百萬港元增加至二零一四年七月三十一日的約85.3百萬港元。上述增加主要是由於本集團業務的季節性所致，本集團的存貨一般於每年的二月至七月增加，並於年內餘下時間維持於較高水平，主要是由於本集團專注於生產以滿足於九月或十月作出原設備製造業務的交付，而該等原設備製造客戶開始接獲付運貨物以滿足感恩節及聖誕節的銷售。

概 要

上市開支 — 本集團估計上市開支11.4百萬港元將於本集團截至二零一五年三月三十一日止年度的綜合損益及其他全面收益表扣除。結餘約4.8百萬港元預期將於上市後從本公司的股份溢價賬扣除。有關上市開支的進一步詳情，請參閱本節上文「上市開支」一段。

貿易應收款項 — 於往績記錄期間之後及直至最後可行日期，本集團並無遭遇有關壞賬的任何問題、向其客戶交付貨物出現任何重大延遲、大量取消其客戶的採購訂單或其客戶於結算任何尚未償還的貿易結餘方面嚴重違約。於最後可行日期，於二零一四年三月三十一日尚未償還的應收款項約92.7%已收回。於二零一四年三月三十一日之後，鑑於原設備製造客戶的信用狀況及長期客戶關係，本集團將其部分原設備製造客戶的信貸期延長一至三個月。基於隨後的結算，還款歷史及該等原設備製造客戶的信貸質素無重大變動，董事認為，於最後可行日期獲延長信貸期的貿易應收款項約1.4百萬港元可悉數收回，因此無需就該等貿易應收款項計提減值撥備。鑑於截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度貿易應收款項平均周轉天數分別為20日及16日，短於本集團授予其原設備製造客戶的信貸期30至60日，且本集團於往績記錄期間並無於收取其客戶的付款方面遭遇任何重大困難，董事認為，延長其部分原設備製造客戶的信貸期對本集團的經營資本管理並無重大影響。請參閱本招股章程「財務資料」一節所載「貿易及其他應收款項」分節了解有關貿易應收款項分析的更多詳情。

除上文所披露者外，董事確認，概無有關本集團於往績記錄期間之後的近期發展的其他事宜須提請股東垂注。

重大不利變動

董事確認，本節上文「上市開支」一段所披露上市開支對本公司綜合損益及其他全面收益表的影響已導致本集團自二零一四年三月三十一日（即編製本招股章程附錄一會計師報告所載本集團最近期經審核合併財務報表的日期）直至本招股章程日期的財務或業務狀況或前景發生重大不利變動。此外，董事確認，於往績記錄期間之後及直至最後可行日期，本集團的定價策略（基於成本加成模式，主要考慮原材料成本、勞工成本、製造雜項費用及加成）及於本集團成本加成模式項下的加成並無重大不利變動。

股息及股息政策

截至二零一三年及二零一四年三月三十一日止年度，本集團概無派付或宣派任何股息。於二零一四年九月二十五日，本集團向Yang's Holdings宣派14.7百萬港元的股息，其中10.6百萬港元用於抵銷於二零一四年五月三十一日應收Yang's Holdings的等額款項及4.1百萬港元將於二零一四年十月七日或之前以經營所產生的現金支付。任何未來股息的派付及金額將由董事酌情決定，並取決於未來營運及盈利、資本需求及盈餘、整體財務狀況及董事認為相關的其他因素。投資者應注意，過往股息分派並非本公司未來股息分派政策的指示。本公司並無任何預先釐定的派息率。

不合規事件

於往績記錄期間，本集團並無全面遵守(i)與稅項申報、污染物排放、建築物業權證明書、社會保險供款及住房公積金供款有關的若干中國法律及法規；及(ii)前公司條例項下的若干條文。有關該等不合規事件的詳情，請參閱本招股章程「業務—不合規事件」一節。

配售統計數據

上市時的市值(附註1)	160百萬港元(按預期最低配售價每股配售股份0.40港元計算)及240百萬港元(按預期最高配售價每股配售股份0.60港元計算)
發售規模	佔本公司經擴大已發行股本25%
每股配售股份的配售價	不超過每股配售股份0.60港元，且預期不低於每股配售股份0.40港元
配售股份數目	100,000,000股股份
每手買賣單位	8,000股股份
未經審核備考每股股份有形資產淨值(附註2)	0.33港元，按配售價每股配售股份0.40港元計算；及 0.38港元，按配售價每股配售股份0.60港元計算

附註：

- (1) 股份市值乃根據緊隨配售及資本化發行完成後已發行及將予發行的400,000,000股股份計算。
- (2) 每股股份未經審核備考經調整合併有形資產淨值乃根據緊隨配售及資本化發行完成後已發行股份為400,000,000股計算，但並無計及因行使根據購股權計劃可能授出購股權而須予發行的任何股份，或正如本招股章程附錄五所提述本公司根據配發及發行或購回股份的一般授權而可能配發及發行或購回的任何股份。

- (3) 未經審核備考經調整綜合有形資產淨值及每股股份未經審核備考經調整綜合有形資產淨值並無計及宣佈支付的股息14.7百萬港元(將於二零一四年十月七日或之前悉數結清)。經計及合共14.7百萬港元的股息付款後，基於最低及最高配售價分別為每股股份0.40港元及0.60港元計算的每股股份未經審核備考有形資產淨值將分別減至每股股份0.29港元及0.34港元。

所得款項用途

本公司擬將配售所得款項按下文所載金額用作下述用途：

拓展本集團的原設備製造業務

- 約21.3百萬港元或63.1%用作進一步擴展及提升本集團的原設備製造業務：
 - 約1.4百萬港元或4.1%用於發展新的原設備製造客戶關係及擴展其原設備客戶的地域覆蓋範圍。
 - 約9.6百萬港元或28.5%用作為惠州廠房購買新的生產機器。
 - 約1.4百萬港元或4.1%用於改善惠州廠房的水質系統。
 - 約8.9百萬港元或26.4%用於購買用於生產的羊絨紗線。

拓展本集團的零售業務

- 約9.1百萬港元或27.0%用於擴展及加強本集團於零售市場的品牌知名度及開設新的零售店舖：
 - 約6.3百萬港元或18.8%用於在香港開設新的專櫃店或專賣店。
 - 約1.4百萬港元或4.1%用於品牌宣傳及市場推廣活動。
 - 約1.4百萬港元或4.1%用於升級企業資源規劃系統以改善管理接入及監控零售網絡日常營運的統計數據。

其他

- 約3.4百萬港元或9.9%用作本集團的營運資金。

雖然本集團的未來策略為繼續發展其原設備製造業務，惟其亦計劃分配部分配售所得款項用於擴展零售業務。有關本集團的未來計劃及配售所得款項就各業務分部的擬定用途詳情，請參閱本招股章程「業務—業務目標及策略」及「未來計劃及所得款項」各節。

風險因素

本集團業務受大量風險及不確定因素影響。若干顯著風險載列如下：

- 盈利警告—本集團於截至二零一四年九月三十日止六個月及截至二零一五年三月三十一日止年度的財務表現將受到本集團的一次性上市開支及行政開支預期增加及與開設新零售店舖有關的開支的影響；
- 於往績記錄期間本集團淨利潤下降；
- 本集團的最大客戶佔本集團總營業額的大部分。倘本集團的最大客戶終止其與本集團的關係或未能按時與本集團結清銷售所得款項，本集團的業務將受到不利影響；
- 原材料的價格上升、供應及質素，可能增加生產成本及影響本集團的財務表現；
- 本集團的淨利潤率微薄，可能無法維持與過往相當的盈利能力；
- 本集團未必能控制其向客戶作出的銷售所產生的利潤率；
- 本集團於往績記錄期間錄得負經營現金流量；
- 任何勞工成本的上升或會對本集團的業務經營及財務業績造成不利影響；
- 未能有效維持或推廣本集團的零售品牌或壯大本集團的市場推廣能力，可能對本集團日後成功或其產品的品牌名稱及聲譽構成不利影響；及
- 本集團廠房營運的任何重大中斷可能對本集團廠房的營運造成不利影響。

由於不同的投資者對風險重大程度的釐定可能有不同的詮釋及標準，閣下於決定投資股份前務須細閱本招股章程「風險因素」全節。閣下不應依賴報章、研究分析報告或其他媒體所載有關本集團及配售的任何資料，該等資料可能與本招股章程所載資料不符。