

未來計劃及業務目標

本集團的使命為成為中國其中一家最大的家居用品及配件生產商，並在產品設計、質量控制及有效的成本控制方面達致國際水平。

為達成其使命，本集團計劃採取及實行以下策略：

擴充生產廠房及設施提高產能

本集團其中一項主要優勢為能夠生產多類家居用品及配件的靈活性，此項能力從本集團不斷引入新生產線及設施中獲到支持。於業績紀錄期間，本集團購置新生產設施，並於現有生產設施興建新廠房。配合日益上升的市場需求，本集團計劃擴充現有生產線及設施以提高產能。於二零零五年八月十九日，本集團與餘姚市國土資源局姚北工業新區分局就其拓展計劃及於未來兩年興建主要生產廠房訂立國有土地使用權轉讓協議，受讓一幅44,105平方米的土地。廠房的建築工程分為兩期。第一期將於二零零六年初動工，包括興建一總建築樓面面積約15,000平方米的新生產廠房。預期第一期於二零零六年底完竣。第二期為興建另一總建築樓面面積約為15,000平方米廠房，並將於二零零七年動工。新生產廠房將配備新生產機器及設施，包括衝壓機、表面處理設施及全自動金屬片剪板機。

目前，本集團向第三者分包商外判部份生產工序。在購置新生產機器後，本集團計劃將外判工序減至最少，以對生產質量、時間及成本有更好控制。

產品多元化

藉著本集團在生產金屬製品方面的豐富經驗及技術專業知識，除不銹鋼產品外，本集團亦計劃採用其他類型的原材料，使其家居用品及配件多元化。本集團將成立一個新的研究及開發小組，專攻採用各類型鋼材的生產技術。此外，本集團亦將考慮在其家居用品及配件更多採用其他諸如木材等原料。

開拓新商機及擴大本集團客戶基礎

本集團計劃在家居用品市場擴大其客戶基礎。在這方面，本集團計劃擴大其市場推廣部，並增加銷售員工及代表辦事處，以便在中國及海外開拓新商機，從而增加本集團的收益。此外，作為一項中期至長期的業務策略，本集團計劃建立本身的品牌，並通過上述市場推廣措施及分銷網絡，向中國及全球市場的不同零售商銷售本集團本身的家居用品系列產品。董事認為，在宜家傢俬繼續是本集團其中一名最重要客戶的同時，本集團亦將以例如大型家居用品零售或分銷商等有潛力客戶為對象，繼續擴大客戶基礎。

改善整體管理體系

為實現本集團達致業內國際標準的目標，本集團計劃投入更多資源改進其管理體系。本集團將推行ISO 9000標準及企業資源規劃系統，進一步改善其營運效益。本集團計劃聘用專業顧問，協助本集團達致ISO 9000標準，推行企業資源規劃系統及整體管理體系重組。

執行計劃

	由最後實際 可行日期至 二零零五年 十二月三十一日 止期間	截至 二零零六年 六月三十日 止六個月	截至 二零零六年 十二月三十一日 止六個月	截至 二零零七年 六月三十日 止六個月	截至 二零零七年 十二月三十一日 止六個月
擴充生產廠房及設施	- 完成在本集團現有生產設施興建5,000平方米的新生產廠房 - 完成購買總建築樓面面積約40,000平方米的土地供本集團擴充	在該新土地上興建總建築樓面面積約15,000平方米的第一期新生產廠房	- 購買生產廠房第一期建築工程的新設施，包括電力供應、消防設施及辦公室裝飾 - 設置自動生產設施	在該新土地上興建總建築樓面面積約15,000平方米的第二期新生產廠房	- 購買第二期生產廠房用的新設施，包括電力供應、消防設施及辦公室裝飾 - 設置自動生產設施
以配售所得款項淨額 投資的估計款額	6,500,000港 元	4,700,000港 元	2,800,000港 元	4,900,000港 元	2,000,000港 元

未 來 計 劃 及 業 務 目 標

	由最後實際 可行日期至 二零零五年 十二月三十一日 止期間	截至 二零零六年 六月三十日 止六個月	截至 二零零六年 十二月三十一日 止六個月	截至 二零零七年 六月三十日 止六個月	截至 二零零七年 十二月三十一日 止六個月
不銹鋼生產設施的技術改進，以及開發使用其他金屬的產品	- 成立新研究及開發小組，配合使用其他類型鋼材的家居用品及配件的開發 - 改善現有研究及開發設施	就使用不銹鋼以及其他類型鋼材的家居用品及配件，購買新生產機器及設施	完成生產使用其他類型鋼材的設置	繼續進行研究及開發及推出使用其他類型鋼材的新家居用品及配件	改進生產工作流程及改善工作環境，以便提高使用不銹鋼及其他類型鋼材的家居用品及配件的產量
以配售所得款項淨額投資的估計款額	800,000港 元	1,300,000港 元	1,100,000港 元	300,000港 元	200,000港 元

	由最後實際 可行日期至 二零零五年 十二月三十一日 止期間	截至 二零零六年 六月三十日 止六個月	截至 二零零六年 十二月三十一日 止六個月	截至 二零零七年 六月三十日 止六個月	截至 二零零七年 十二月三十一日 止六個月
開拓新商機及加強銷售及市場推廣隊伍	擴大市場推廣部，向新客戶推廣本集團的家居用品及配件	- 擴大銷售部，應付日益擴大的中國市場 - 參加家居裝飾展銷會	在家居裝飾雜誌刊登廣告，推廣本集團品牌	設立海外代表辦事處，開拓新業務商機	加強銷售部
以配售所得款項淨額投資的估計款額	200,000港 元	200,000港 元	200,000港 元	200,000港 元	100,000港 元

未 來 計 劃 及 業 務 目 標

	由最後實際 可行日期至 二零零五年 十二月三十一日 止期間	截至 二零零六年 六月三十日 止六個月	截至 二零零六年 十二月三十一日 止六個月	截至 二零零七年 六月三十日 止六個月	截至 二零零七年 十二月三十一日 止六個月
改善生產管理及控制 體系	改進現有控制程序 及政策	- 加強生產管理 制度及推行 ISO9000標準 - 購買新電腦硬件及 軟件，以促進內部 控制	- 加強生產管理 制度及推行 ISO9000標準 - 購買新電腦硬件及 軟件，以促進內部 控制	全面推行企業資源 規劃系統，以達到 更佳的信息分享以 及改善營運效益	全面推行企業資 源規劃系統，以 達到更佳的信息 分享以及改善營 運效益
以配售所得款項淨額 投資的估計款額	200,000港 元	200,000港 元	200,000港 元	200,000港 元	100,000港 元

基準及假設

董事所制定的業務目標及策略乃以下列一般假設為基準：

- 本集團將不會因本招股章程「風險因素」一節所載的任何風險因素而受到不利影響；
- 適用於本集團的現有法律及法規及市場政策及法規，或中國、香港或其他地方的現有政治、法律、經濟、財政及市場狀況將不會出現任何重大不利變動；
- 實行上述計劃所需的實際資金需要與本集團估計的金額之間將不會出現重大差額；及
- 將不會出現任何將會對本集團的業務或經營造成嚴重中斷，或將會對本集團的物業或設施造成重大虧損、損害或毀壞的事件。

進行配售的原因及所得款項用途

按配售價每股股份0.88港元(即所列配售價範圍每股股份0.80港元至0.96港元的中位數)計，配售所得款項淨額在扣除本集團須支付的開支後約為26,400,000港元。董事相信，股份在創業板上市將提升本集團的形象，而配售所得款項淨額將加強本集團的財務狀況，以實現本節「未來計劃及業務目標」一段所載的業務計劃。董事計劃將所得款項淨額作以下用途：

- 約20,900,000港元將用於擴充生產廠房及設施；
- 約3,700,000港元將用於不銹鋼生產設施的技術改進，以及開發使用其他金屬的產品；
- 約900,000港元將用於開拓新商機及加強本集團的銷售及市場推廣隊伍；及
- 約900,000港元將用於提升生產管理體系，以及購買新電腦硬件及軟件以推行企業資源規劃系統。

倘配售價定為每股股份0.96港元，即指示性配售價範圍的最高位，假設並未行使發售量調整權，所得款項淨額將增加約3,200,000港元。董事擬動用約3,200,000港元作為本集團的額外一般營運資金。倘配售價定為每股股份0.80港元，即指示性配售價範圍的最低位，假設並未行使發售量調整權，所得款項淨額將減少約3,200,000港元。在該情況下，董事擬減少用於購買一幅土地及興建新生產廠房的所得款項約3,200,000港元。如發售量調整權獲悉數行使，按配售價每股股份0.88港元(即指示配售價範圍每股股份0.80港元至0.96港元的中位數)計算，在扣除本集團應付的開支後，估計額外可獲配售所得款項淨額約5,300,000港元，董事擬將該款項全數撥作一般營運資金。

對於毋須即時撥作上述用途的配售所得款項淨額，董事目前擬將之存於香港及／或中國的財務機構作短期存款。