

業務目標及策略

有關我們業務目標及策略的詳情，請參閱本招股章程「業務 — 我們的業務策略」各段。

所得款項用途

假設超額配股權未獲行使及假設發售價為每股股份1.1港元（即指示性發售價範圍1.0港元至1.2港元的中位數），我們估計我們將自全球發售收取的所得款項淨額總額（經扣除本集團就全球發售已付或應付的包銷費用及估計開支後）將約為86.1百萬港元（相當於約人民幣75.5百萬元）。

董事認為，所有全球發售所得款項淨額將足以為實施本節「實施計劃」各段所載的本集團業務計劃提供資金。投資者務請注意，由於各種因素，本集團業務計劃的任何部分均可能無法按照上述時間表進行。在該等情況下，董事將審慎評估情況，並將有關資金撥作短期存款，直至相關業務計劃落實為止。

董事擬按以下方式動用該等所得款項淨額：

- 約人民幣41.5百萬元（相當於約47.3百萬港元），佔全球發售所得款項淨額的約55.0%，將用於建設位於湖州生產廠房附近的新生產廠房（「**新生產廠房**」），其中(i)約人民幣11.9百萬元將用作購地費；(ii)約人民幣14.0百萬元將用於建設生產設施；(iii)約人民幣15.5百萬元將用於為新生產廠房購置及安裝新注塑機器；及(iv)約人民幣0.1百萬元將用於為新生產廠房購置新的配套機器及設備。

考慮到(i)湖州生產廠房的機器及設備已幾乎達到其最大利用程度，於截至二零一八年、二零一九年及二零二零年十二月三十一日止年度以及截至二零二一年四月三十日止四個月，生產洗衣用品的注塑機器利用率分別約為94.4%、95.8%、91.0%及93.2%；及生產家居清潔用具的注塑機器利用率分別約為

未來計劃及所得款項用途

99.1%、93.8%、95.0%及93.2%；(ii)現有湖州生產廠房的空間限制及佈局限制了我們可在湖州生產廠房安裝注塑成型機器的數量；及(iii)我們產品交付目的地國家以及中國的晾衣架市場及家居清潔用具市場穩步增長，我們迫切需要增加我們的產能。

為此，我們已於湖州生產廠房附近物色一幅總佔地面積約為16,000平方米的湖州地塊以建設預計總建築面積約為21,900平方米的新生產廠房。新生產廠房可容納64台注塑機、60副自動化機械臂及一個傳送帶系統，並可設立智能倉庫。有關將於新生產廠房安裝的新機器及設備的詳情，請參閱本招股章程「業務 — 我們的業務策略 — 通過建立新生產廠房提高我們的產能 — (ii)為新生產廠房購置新機器及設備」各段。

新生產廠房主要用於生產我們產品的塑料部件，該等塑料部件其後將交付至湖州生產廠房進行組裝及進一步加工成為製成品。通過此安排，我們可減少對三名外部注塑服務提供商（為本公司的關連方，從事部分注塑成型加工）的依賴。

我們預期於新生產廠房開始使用新機器及設備並配合湖州生產廠房升級完成後，預計(i)我們的洗衣用品的年設計最大產能至二零二三年年底將達約2,658,000件；及(ii)我們的家居清潔用具的年設計最大產能至二零二三年年底將達約13,378,000件。

- 約人民幣6.0百萬元（相當於約6.8百萬港元），佔全球發售所得款項淨額約7.9%，將用於提高我們的湖州生產廠房的生產效率，購置新機器及設備，包括兩條自動化粉末噴塗生產線、兩台半自動毛刷植毛機及兩台自動噴漆機連同其他新機器及設備。

為應對新生產廠房投產後我們產品預計增加的塑料部件產量，我們的湖州生產廠房（將專注於粉末噴塗、噴漆、毛刷植毛及產品組裝）將相應提升其生產效率，原因為主要機器及設備於最後實際可行日期的平均剩餘使用年限介乎零年至6.8年。

- 約人民幣1.6百萬元（相當於約1.8百萬港元），佔全球發售所得款項淨額約2.1%，將用於開發一體化智能製造系統，使我們能夠實時監察生產的各個狀態並及時應對生產狀況的任何變化。

未來計劃及所得款項用途

- 約人民幣11.3百萬元(相當於約12.9百萬港元)，佔全球發售所得款項淨額約15.0%，將用於擴大我們於海外市場及中國市場的銷售及營銷網絡。

為把握洗衣用品及家居清潔用具的目的地國家的晾衣架市場及家居清潔用具市場的預期增長(相關市場的預期增長詳情，請參閱本招股章程「行業概覽」一節及本招股章程「業務—我們的業務策略—擴大我們的銷售及市場推廣網絡」一段)，我們計劃擴大我們的銷售網絡，方式為(i)招聘九名銷售及營銷員工，其中五名負責制定營銷計劃及為我們的產品於中國物色新銷售渠道，另外四名負責維繫與現有海外客戶的關係並於海外市場物色更多客戶；(ii)透過更多電商平台及設立一間新的線上旗艦店加強我們的線上銷售；(iii)擴大及探索更高效的線上營銷策略；及(iv)參加更多業內的展銷會。

- 約人民幣7.6百萬元(相當於約8.7百萬港元)，佔全球發售所得款項淨額約10.0%，將用於加強我們的設計及開發能力，以豐富我們的產品種類以及多元化我們的產品組合。

我們計劃加強我們的研究及開發能力，以(i)提升我們的產品設計；及(ii)提升我們的生產技術，實現降本增效。為此，我們計劃購置先進的設計軟件及設備、分別增聘三名具有豐富行業經驗的產品工程師及設計師、為我們的設計及開發員工提供持續培訓以及與中國的大學及研發機構合作。

- 約人民幣7.5百萬元(相當於約8.6百萬港元)，佔全球發售所得款項淨額約10.0%，將用作一般營運資金。

實施計劃

為實現上述業務目標，本集團自上市日期至二零二三年十二月三十一日期間的實施計劃載列如下。投資者務請注意，以下實施計劃乃根據本節下文「基準及假設」一節所述的基準及假設制定。有關基準及假設存在許多固有不確定性及不可預測因素，尤其是本招股章程「風險因素」一節所列風險因素。因此，概不保證本集團的業務計劃將按照估計時間表落實及我們的未來計劃將完全得以完成。

未來計劃及所得款項用途

擬定資本 支出(a)	所得款項用途					估所得款項淨 額概約百分比	來自內部資源 及／或銀行或 其他融資 (a-b)，一般 營運資金除外)
	截至十二月三十一日止年度				總計(b)		
	二零二一年	二零二二年	二零二三年				
人民幣 百萬元	人民幣 百萬元	人民幣 百萬元	人民幣 百萬元	人民幣 百萬元	人民幣 百萬元		
建立新生產廠房及倉庫							
— 購地	11.9	11.9	—	—	11.9	15.8%	—
— 建設新生產廠房	23.6	1.1	12.6	0.3	14.0	18.6%	9.6
— 購買注塑機器	15.5	—	7.9	7.6	15.5	20.5%	—
— 購買配套機器及設備	11.1	—	0.1	—	0.1	0.1%	11.0
為湖州生產廠房購買機器及設備	6.8	—	3.4	2.6	6.0	7.9%	0.8
開發集成智能製造系統	2.0	—	1.6	—	1.6	2.1%	0.4
擴大及加強銷售及營銷能力							
— 招聘更多市場銷售人員	2.1	0.1	0.8	1.2	2.1	2.8%	—
— 加強我們的線上銷售	1.4	1.0	0.2	0.2	1.4	1.9%	—
— 拓展及探索更有效的生產策略	2.9	0.2	1.2	1.1	2.5	3.3%	0.4
— 參加行業展銷會	5.3	0.9	1.6	2.8	5.3	7.0%	—
加強我們的設計開發能力							
— 採購先進的設計軟件及設備	4.3	0.9	1.7	1.7	4.3	5.7%	—
— 招聘具有豐富行業經驗的專家	1.2	0.1	0.5	0.6	1.2	1.6%	—
— 為我們的設計開發人員提供持 續的培訓	1.8	0.2	0.8	0.8	1.8	2.3%	—
— 與中國高校及研究機構合作	0.7	—	0.3	—	0.3	0.4%	0.4
一般營運資金 ^(附註)	—	3.8	3.7	—	7.5	10.0%	—
總計	<u>90.6</u>	<u>20.2</u>	<u>36.4</u>	<u>18.9</u>	<u>75.5</u>	<u>100.0%</u>	<u>22.6</u>

附註：一般營運資金並不構成實施計劃所需總金額的一部分。

倘發售價最終釐定為高於或低於每股發售股份1.1港元(即指示性發售價範圍的中位數)，則上述建議所得款項淨額分配將按比例分配動用。

未來計劃及所得款項用途

倘行使超額配股權，則自配發及發行額外股份的要約中收取的額外所得款項淨額將根據上述分配按比例進行分配。有關超額配股權的詳情，請參閱本招股章程「全球發售的架構及條件」一節。

倘上述目的不即時需要全球發售的所得款項淨額，或倘我們無法進行擬定未來發展計劃的任何部分，則只要符合我們的最大利益，我們可將有關資金以短期存款的形式存放於持牌銀行或認可機構（定義見香港法例第155章銀行業條例（經修訂））。倘我們就未來計劃需要除發行發售股份的所得款項淨額以外的其他資金，則短缺額於必要時將由我們的內部資源及銀行融資撥支。

倘董事決定將擬定所得款項淨額用途在重大程度上重新分配至本集團之其他業務計劃及／或新項目，及／或對上述所得款項淨額用途進行任何重大修改，則本集團將適時刊發適當公告。

基準及假設

於編製截至二零二三年十二月三十一日止的實施計劃時，董事已採納以下主要假設。

- (a) 本集團於未來計劃相關期間內將具有充足的財務資源以滿足計劃的資本開支及業務發展需求；
- (b) 香港、中國或本集團任何成員公司開展業務或將開展業務的任何其他地區的現有政治、法律、財政、社會或經濟狀況並無出現重大變動；
- (c) 本招股章程所述的本集團各項未來計劃的資金需求與董事估計金額並無重大變動。
- (d) 現有法律及規例、與本集團有關的其他政府政策，或本集團經營所在地的政治、經濟或市場狀況並無出現重大變動。
- (e) 本集團取得的許可、批文及資格的有效性並無變動。

未來計劃及所得款項用途

- (f) 本集團業務適用的稅基或稅率並無出現重大變動。
- (g) 本集團將能夠挽留管理層及主要營運部門的骨幹員工。
- (h) 本集團將能夠挽留客戶及供應商。
- (i) 概無出現自然、政治或其他災難導致本集團業務或營運出現重大中斷。
- (j) 本集團不會受到本招股章程「風險因素」一節所載的風險因素的重大影響。
- (k) 本集團的營運(包括未來計劃)將不會被有關我們業務活動適用的通脹、利率或匯率的任何不可預見的經濟變動中斷。

上市理由

我們的董事認為，上市將提升本集團的形象，全球發售所得款項淨額將加強我們的財務狀況，讓本集團能夠實施本招股章程「業務 — 我們的業務策略」各段所載的業務策略，把握我們產品交付的目的地國家的晾衣架市場及家居清潔用具市場以及中國家居必需品行業的預計增長。上市理由載列如下：

(A) 滿足我們的資金需求

- (i) 我們當前可用的現金資源及營運活動所得現金流量僅可維持我們現有的業務營運，但不足以進行業務擴張*

於二零二一年四月三十日，我們的現金及現金等價物約為人民幣68.9百萬元。

截至二零一八年、二零一九年及二零二零年十二月三十一日止年度以及截至二零二一年四月三十日止四個月，我們的平均每月營運成本(不包括折舊、攤銷、減值及上市費用)主要包括我們的銷售成本、銷售及分銷開支、行政及其他經營開支以及財務費用，分別約為人民幣22.5百萬元、人民幣22.8百萬元、人民幣25.0百萬元及人民幣26.0百萬元。

未來計劃及所得款項用途

另一方面，於二零二一年四月三十日，我們的貿易及其他應付款項約為人民幣110.1百萬元，該等款項需要定期支付。

鑒於以上所述，董事認為我們目前的現金及現金等價物可能足以維持我們目前的業務運作，但可能不足以應對任何重大和意外的困難，例如經濟低迷、我們產品的市場需求變化、我們客戶延遲支付我們的應收款項、自然災害及流行病。從審慎的財務管理角度來看，董事認為，本集團應經常保持足夠數量的立即可用現金資源，以應對我們日常營運中產生的付款義務和我們的流動性需求，以防發生不可預見的困難。

考慮到截至二零二一年、二零二二年及二零二三年十二月三十一日止年度的擴張計劃所需資金，並計及我們需將一般營運資金維持在安全水平，我們的手頭現金不足以全盤為擴張計劃提供資金。

(ii) 近期在中國及全球爆發的COVID-19疫情加劇了我們的流動資金壓力

董事進一步認為，考慮到近期在中國及全球爆發的COVID-19疫情，我們的流動資金壓力將加劇。因此，倘我們僅依靠未來的經營現金流量，我們的業務擴張計劃將受能夠產生足夠現金的時間的影響。這將不可避免地延長我們擴張計劃的實施，並使我們在擴張計劃的實施方面處於相對不利位置，因此，我們可能無法完全把握本地及全球市場中家居必需品需求預期增加所帶來的業務機會。

(B) 實施業務策略以搶佔行業更多市場份額的必要性

良好的市場前景及擴張我們的銷售及營銷網絡的商業理據

我們的業務為出口導向型，而我們的產品主要銷往美國、英國、德國及澳洲。截至二零一八年、二零一九年及二零二零年十二月三十一日止年度以及截至二零二一年四月三十日止四個月，對該等國家的銷售共計分別約為人民幣302.5百萬元、人民幣310.9百萬元、人民幣342.0百萬元及人民幣104.6百萬元，分別佔我們總收益的約92.0%、92.3%、88.9%及82.8%。

未來計劃及所得款項用途

另一方面，我們留意到我們產品主要交付的目的地國家穩步增長。

根據灼識諮詢報告，英國晾衣架市場(此乃洗衣用品行業的一個分支)的市場規模由二零一五年85.9百萬英鎊增加至二零二零年91.4百萬英鎊，複合年增長率為1.2%，預計將於二零二五年達至103.2百萬英鎊，二零二一年至二零二五年複合年增長率約為2.6%。德國晾衣架市場的市場規模由二零一五年178.1百萬歐元增加至二零二零年184.2百萬歐元，複合年增長率為0.7%，預計將於二零二五年達至201.4百萬歐元，二零二一年至二零二五年複合年增長率約為1.9%。澳洲晾衣架市場的市場規模由二零一五年82.3百萬澳元增加至二零二零年94.0百萬歐元，複合年增長率為2.7%，預計將於二零二五年達至115.1百萬澳元，二零二一年至二零二五年複合年增長率約為4.5%。

同時，根據灼識諮詢報告，美國的家居清潔用具市場由二零一五年的6,611.2百萬美元增加至二零二零年的7,915.0百萬美元，複合年增長率為3.7%，預計將於二零二五年達至9,270.8百萬美元，二零二一年至二零二五年複合年增長率約為3.7%。

根據灼識諮詢報告，於二零二一年至二零二五年，中國的晾衣架出口值預計由384.5百萬美元增加至438.7百萬美元，複合年增長率約為3.4%，而中國的家居清潔用具出口值預期由二零二一年的約7,507.6百萬美元增加至二零二五年的8,589.6百萬美元，二零二一年至二零二五年的複合年增長率約為3.4%。因此，中國該兩項分類各自的出口值預期會穩定增長，而我們的董事預期對我們產品的整體需求將穩定增長。有關詳情，請參閱本招股章程「行業概覽」一節。

鑒於行業的整體增長情況，為把握海外市場的市場機遇，我們已制定擴張本集團面向海外市場及中國市場客戶的產品銷售及營銷網絡的業務策略。我們的董事深知需要額外資金擴展業務，方可於競爭激烈的家居用品行業維持我們的地位及搶佔更多市場份額。

因此，我們的董事認為，儘管業內競爭激烈，但上市可讓我們有效實施業務策略，搶佔家居用品行業的更多市場份額。

未來計劃及所得款項用途

拓展生產能力以滿足日後擴張的商業理據

為配合我們的擴張計劃及把握晾衣架及家居清潔用具市場的商機，我們需要維持充足的備用產能，方能滿足客戶的潛在採購訂單增長需求。於往績記錄期間，我們的注塑機已接近滿負荷運轉。於截至二零一八年、二零一九年及二零二零年十二月三十一日止年度以及截至二零二一年四月三十日止四個月，我們用於生產洗衣用品的注塑機的使用率分別約為94.4%、95.8%、91.0%及93.2%；用於生產家居清潔用具的注塑機的使用率分別約為99.1%、93.8%、95.0%及93.2%；及用於生產廚房用具的注塑機的使用率分別約為65.8%、63.1%、98.5%及86.0%。鑒於我們現有湖州生產廠房的空間限制及佈局令我們可於湖州生產廠房安裝的注塑機數量受限，我們將部分注塑成型加工(董事認為此乃整個產品生產過程中的瓶頸)外包予外部注塑服務提供商，但我們對成本及質量的控制不如內部生產般有效直接。於截至二零一八年、二零一九年及二零二零年十二月三十一日止年度以及截至二零二一年四月三十日止四個月，本集團向該等外部注塑服務提供商支付的加工費分別約為人民幣12.8百萬元、人民幣14.5百萬元、人民幣15.9百萬元及人民幣8.0百萬元，分別佔同年及同期我們總銷售成本的約5.4%、6.0%、5.9%及8.8%。

鑒於(i)灼識諮詢報告所述我們交付產品之目的地國家的晾衣架及家居清潔用具市場的市場規模的歷史及預期增長，及(ii)我們有意降低對外部注塑服務提供商的依賴程度及更妥善地控制我們的產品質量及成本，以上因素驅使我們擴大自身生產能力。董事預計，於新生產廠房投入營運後，所有注塑成型加工均可由我們於新生產廠房內部生產完成，屆時則可終止外包安排。

提高湖州生產廠房生產效率的商業理據

由於新生產廠房負責製造我們所有產品的塑料部件，為配合新生產廠房投入營運後預計增加的塑料部件產量，我們的湖州生產廠房(將專注於噴塗、噴塑、刷毛植入及產品裝配)需相應提高其生產效率，方能提升本集團的整體產能。值得注

未來計劃及所得款項用途

意的是，於最後實際可行日期，我們於湖州生產廠房的主要機器及設備的剩餘可使用年期平均約為四年。

加強我們的產品設計及研發能力的商業理據

誠如本招股章程「業務 — 我們的業務策略」一段詳細披露，由於我們的產品性質為旨在維持家庭良好生活及向用戶提供舒適安全體驗而售價較低的普通家居必需品，我們須持續努力改善產品於外觀、功能、特性及質量方面的設計；及優化生產工藝以提高生產效率及削減成本。根據灼識諮詢報告，消費者的需求日益多樣化，因此企業需擁有較高的產品設計、研發能力，方能滿足客戶的各種需求。董事相信，提高產品性能對我們的長遠發展及盈利能力至關重要，並將鞏固我們作為洗衣用品、家居清潔用具及廚房用具的成熟OEM及ODM製造商的市場地位。為應對製造工藝日後的技術升級、快速轉變的客戶喜好、針對我們銷售的產品的成分及特性嚴苛的標準，我們認為必須加強研發能力，豐富產品組合並優化其特性，通過密切研究現行行業及潮流趨勢並將最新市場資訊融入產品規劃流程，及時回應市場變動，以把握商機及保持競爭力。

(C) 採用股權融資還是債務融資

我們的董事亦已考慮通過債務融資為擴張計劃提供資金的合意性，並考慮到以下幾點後，認為股權融資比僅依靠債務融資更具吸引力：

- (a) 由於市場利率變動，對債務融資的依賴使我們面臨利率風險。股權集資使我們降低利率風險，因為股本的持久性質不涉及經常性利息支出。對於債務融資的嚴重依賴會使本集團承受更高的利率及融資成本。董事認為，倘我們利用債務融資為我們的擴張計劃提供資金，由於需要償還本金及利息，我們的財務表現及流動資金可能會受到負面影響；

未來計劃及所得款項用途

- (b) 董事亦相信，上市地位亦將使本集團獲得優勢以更優惠的條款(例如本公司提供公司擔保而非個人擔保)獲得銀行融資，從而為我們提供更多靈活性為我們的營運提供資金；及
- (c) 貸款銀行一般要求我們的控股股東提供抵押或個人擔保，以為我們的付款責任作擔保，尤其是對於大額長期貸款。無法保證控股股東將一直提供此等擔保，並且無論出於何種原因撤回或無法獲得任何此等擔保都會減少向我們提供的銀行授信額度。依靠一般要求控股股東及／或董事提供個人擔保或抵押的債務融資亦不符合本公司最佳利益，因為我們的戰略是最大程度地減少關連交易以使我們的業務開展獨立於關連人士。

權衡上述因素並考慮到我們實施擴張計劃的資金需求後，董事認為，此時股權融資比債務融資更具吸引力，並且通過上市尋求股權融資符合本公司及其股東的整體利益。

(D) 提升本集團的品牌知名度、市場聲譽及競爭力

我們的董事認為，本集團的知名度及市場聲譽對海外市場的業務擴張至關重要。隨著上市後信息透明度的提高，我們的現有及潛在客戶及供應商可公開查閱本集團的企業及財務資料，進一步提升彼等對本集團的信心。就此而言，上市將有助於鞏固本集團與品牌擁有人及連鎖零售商等的既有業務關係，保持業內關鍵競爭優勢。隨著市場上企業及品牌知名度的提升，我們的行業地位亦將有所提升。

我們的產品開發過程依賴合格且有經驗的設計師及工程師，尤其是在ODM及OBM銷售方面。於上市後，我們的企業形象及品牌知名度上升有助於我們吸引、招聘及挽留熟練僱員，對我們的長期增長而言至關重要。

(E) 上市可為我們的股份創造流動性並擴大我們的股東基礎

股份於聯交所買賣後，投資者將可通過股票市場獲得股份。董事認為，一旦股份通過上市流通，我們的股東基礎將得到擴大，從而使本公司可多元化我們的籌資活動，而不僅僅是依靠我們的業務營運產生的收入以及債務融資。