

即時發佈

宏峰太平洋公佈計劃於香港交易所創業板上市

鐘錶及人造首飾貨源搜尋公司
以每股 0.80 港元至 1.10 港元之間之配售價
發行 42,000,000 股配售股份
籌集資金淨額最高 3,020 萬港元

投資摘要

- 強大的產品設計及開發能力
- 與可靠之合約生產商及供應商建有長期合作關係
- 穩定且經驗豐富之管理團隊
- 提供質優可靠產品的能力
- 與主要客戶建有長期合作關係
- 天霸表位列五大中國鐘錶品牌，透過進一步鞏固其品牌價值，捕捉新中國鐘錶業務的增長商機
- 交叉銷售產品與拓寬客戶基礎所帶來的商機

香港，二零一一年一月十三日－鐘錶及人造首飾貨源搜尋公司宏峰太平洋集團有限公司（「宏峰」或「公司」，股份代號：8265）公佈計劃透過以配售方式於香港聯合交易所（「聯交所」）創業板上市。公司以每股不高於 1.10 港元，並預期不低於 0.80 港元之配售價，發行 42,000,000 股配售股份。

聯昌國際證券（香港）有限公司及卓怡融資有限公司為建議上市之聯席保薦人，聯昌國際證券（香港）有限公司為獨家賬簿管理人。定價日期預定為二零一一年一月十八日（星期二）或以前。公司股份預期於二零一一年一月二十六日（星期三）開始在創業板進行買賣。

宏峰主要從事貨源搜尋業務，為品牌擁有人及進口商為主之客戶提供貨源搜尋及採購解決方案。公司為客戶搜尋多類產品，包括鐘錶、人造珠寶及陳列包裝品。貨源搜尋業務之製成品大多出口海外。

宏峰已建立設計及產品開發實力以支持貨源搜尋業務。公司因應客戶需要提供吸引的產品設計，並與客戶攜手進行他們所擬定的產品設計，向客戶提供生產可行性意見及支援。此等實力為集團更勝競爭對手的主要優勢之一。

集團為客戶搜尋及採購種類繁多的商品：(i)鐘錶零部件，包括機械及石英機芯、錶殼、錶盤及錶帶；(ii)人造珠寶，包括銀飾；及(iii)陳列包裝品。

宏峰主席、執行董事兼監察主任廖天澤先生（「廖先生」）表示：「吾等深信，集團在過去多年以來一直提供優質服務，擁有良好付貨記錄，使客戶信賴宏峰能向其提供全面的貨源搜尋解決方案，涵蓋整條供應鏈，當中包括從初期的產品設計、產品開發及樣品，到中段的原材料及部件搜尋及生產工序（外判予合約製造商）統籌及監督，以至後期的物流管理、交貨安排及海外銷售。」

考慮到中國市場對集團長遠發展的重要性，並從而善用集團在貨源搜尋業務上的經驗，集團自二零一零年三月，以天霸及海霸品牌，在中國開展鐘錶業務。集團於二零一零年六月購入此兩個品牌，截至二零一零年十二月，其銷售網絡在中國 54 個城市之百貨公司及商場內設有 110 個銷售點。

根據中國社會經濟調查研究中心於二零一零年五月的一份鐘錶行業報告，按二零零九年銷售額及銷售量計，天霸為五大中國鐘錶品牌之一。天霸在中國本地鐘錶品牌之總銷售額及銷售量中，均佔約 2.3% 份額。

以上報告亦指出，鐘錶消費者購買鐘錶時，著重質量、潮流款式及價格者，分別約佔 71%、63% 及 40%。

廖先生補充：「鐘錶日漸成為中國人的時尚飾物與身份象徵，因此，鐘錶的價格及功能不再為消費者最終決定購買的主要及唯一考慮因素。行業統計數據凸顯消費者著重鐘錶的質量和款式。隨著中國城市家庭人均家庭消費支出呈現上升趨勢，預計消費者花費更多可支配收入於零售商品及奢侈品上，中國鐘錶零售市場於可見將來的發展前景依然強勁。」

根據集團中國鐘錶業務的銷售網絡擴展計劃，目標是於二零一一年年底前將銷售點增至 150 個。為實現此擴展計劃，集團的最新策略為每月平均推出四個新型號鐘錶，以豐富集團的產品種類，並讓零售客戶有更多選擇。集團憑藉在鐘錶貨源搜尋及採購以及為品牌擁有人進行包裝及陳列方面的經驗，在中國的中檔鐘錶市場中開闢獨特市場，專注開發能迎合現代生活模式的原創設計、手工及功能。

集團利用多種媒體渠道，例如中國國內的電視廣告、印刷媒體及戶外廣告，向市場傳達天霸的品牌形象及產品信息。集團將繼續進行直接媒體推廣活動，亦會尋求名人贊助及代言，以提升天霸的品牌價。集團目前提供「英雄本色」、「智者本色」、「勇者本色」及「名仕本色」四大系列產品，涵蓋多類鐘錶款式。

集團已在深圳設有一條專為天霸表及海霸表而設之組裝線，每月的產能約為 6,300 件。集團日後或會因應顧客對產品的需求而擴充其組裝線。集團相信，擁有自家組裝線，使其可密切監察鐘錶的質量控制並確保生產質素。

若以建議配售價範圍的中位數每股 0.95 港元計算，預計配售的所得款項淨額約為 2,410 萬港元。所得款項擬用作企業擴展及擴大在中國的鐘錶業務。

截至二零零九年十二月三十一日止兩個年度及截至二零一零年六月三十日止六個月（「往績記錄期」），集團首五大客戶的銷售額佔總收入分別約 95.1%、92.8% 及 91.0%。集團一直積極物色新客戶，以降低對主要客戶的過分依賴。於往績記錄期內，集團已成功將客戶基礎擴闊至逾 60 名客戶。集團一直與主要客戶保持業務往來。

集團已奠定正確根基，可藉此成功擴展貨源搜尋業務。集團將投資於先進設備，以進一步加強產品設計及開發實力，以滿足客戶對更先進及精密產品的需求。

集團善於了解客戶的需要，為他們搜尋及採購合適產品。集團對尋找不同現有產品之間的協同效益，擁有出色能力。集團將進一步發展這方面的能力，向不同產品的客戶交叉銷售集團的服務及產品。集團現有的三個產品系列，即鐘錶、人造珠寶及包裝陳列品，彼此之間相輔相成。

此外，集團正與中國的其他主要消費產品及服務供應商探索合作及協作機會，為他們搜尋及生產具宣傳及市場推廣用途之禮品及贈品。集團相信隨著中國市場愈來愈以消費者帶動和導向，此一市場領域將更舉足輕重。

以配售價每股 0.8 港元及 1.10 港元配售價計算，公司市值將分別為 1.2 億港元及 1.65 億港元。於二零零九年十二月三十一日及二零一零年六月三十日，集團之負債比率分別為 1.1% 及 0.8%。

傳媒查詢：

雋陸公關有限公司

李靜宜／何漢峰／周嘉寶

電話：(852)2511 8388／傳真：(852) 2511 8238／電郵：powerwell@t6pr.com

往績紀錄

合併業績摘要

	十二月三十一日止年度		六月三十日止六個月	
	二零零八年	二零零九年	二零零九年	二零一零年
	千港元	千港元	千港元	千港元
			(未經審核)	
收入	199,128	164,511	78,987	84,214
毛利	39,470	38,604	18,266	19,096
年／期內溢利／全面收入總額	11,388	17,566	8,225	4,614

按業務劃分的收入

	十二月三十一日止年度				六月三十日止六個月			
	二零零八年		二零零九年		二零零九年		二零一零年	
	千港元	%	HK'000	%	千港元	%	HK'000	%
	(未經審核)							
貨源搜尋業務：								
• 鐘錶	114,399	57.4	71,790	43.6	28,106	35.6	38,769	46.0
• 陳列包裝	68,950	34.6	73,246	44.5	41,089	52.0	34,346	40.8
• 人造首飾	15,779	8.0	19,475	11.9	9,792	12.4	8,460	10.1
小計：	199,128	100.0	164,511	100.0	78,987	100.0	81,575	96.9
中國鐘錶業務	-	-	-	-	-	-	2,639	3.1
總計：	199,128	100.0	164,511	100.0	78,987	100.0	84,214	100.0

毛利率

	十二月三十一日止年度		六月三十日止六個月	
	二零零八年	二零零九年	二零零九年	二零一零年
	%	%	%	%
	(未經審核)			
貨源搜尋業務：				
• 鐘錶	13.8	15.9	15.2	14.5
• 陳列包裝	27.1	27.2	25.4	25.6
• 人造首飾	31.4	37.1	36.2	42.2
中國鐘錶業務	-	-	-	42.1
整體毛利率	19.8	23.5	23.1	22.7

主要財務比率

	於十二月三十一日		於二零一零年
	二零零八年	二零零九年	六月三十日
貿易應收款項周轉日	43.4	44.4	51.8
貿易應付款項周轉日	60.0	45.5	66.2
存貨周轉日	21.1	4.2	38.9
股本回報	29.6%	46.2%	11.6%
負債比率	2.3%	1.1%	0.8%
流動比率	2.0	2.4	1.5
速動比率	1.7	2.3	1.2
資產回報	14.9%	27.7%	5.0%