

概 要

經營模式

本集團二零零一年在香港成立，主要從事成衣產品的設計、製造及銷售，專攻女裝時尚外衣如外套和夾克、連身裙、休閒服、長褲及牛仔褲。本集團以香港為根據地，並於中國經營其自置廠房——嘉興廠房。此外，本集團分別於紐約、洛杉磯、香港及嘉興廠房經營四個陳列室。

本集團的營業額主要源自銷售成衣產品。本集團的產品可分為兩大類，即貼牌產品與自有品牌產品。貼牌產品是按本集團客戶擁有或指定的私有品牌設計製造的產品，而自有品牌產品則是在本集團專屬品牌名下設計和製造的產品。下表載列往績期間按產品類別劃分的本集團營業額分析：

	截至二零一一年 十二月三十一日止年度		截至二零一二年 十二月三十一日止年度		截至二零一二年 五月三十一日止五個月		截至二零一三年 五月三十一日止五個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
貼牌產品(附註)	275,258	89.9	293,249	88.6	57,372	85.0	53,355	87.7
自有品牌產品	31,056	10.1	37,839	11.4	10,154	15.0	7,504	12.3
總計	306,314	100.0	331,088	100.0	67,526	100.0	60,859	100.0

附註：本集團的全部貼牌產品銷售額均可視作原設備製造銷售額，因為儘管貼牌產品的原設計或靈感是由本集團提供，但有關產品的設計一般是依據客戶的要求改動而成。

在本集團貼牌產品業務方面，本集團恒常向客戶提供和推薦新的產品設計和意念。本集團客戶可開發及／或加以改動本於本集團獻議或意念的設計，亦可向本集團提供本身的設計。在與客戶確認設計及收到客戶訂單後，本集團會在嘉興廠房製造產品，又或將整個製造流程或其核心部分外判予第三方產品供應商。

至於自有品牌產品業務，本集團一方面向客戶展示新產品設計，並於接到客戶的採購訂單後安排產品生產，另一方面，本集團亦確保根據銷售量推測及前瞻潮流趨勢預先選定的若干產品款式會保持一定水平的存貨。

下表載列往績期間本集團嘉興廠房所造產品及由第三方產品供應商提供產品所佔的本集團營業額分析：

	截至二零一一年 十二月三十一日止年度		截至二零一二年 十二月三十一日止年度		截至二零一二年 五月三十一日止五個月		截至二零一三年 五月三十一日止五個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
嘉興廠房	177,026	57.8	182,806	55.2	25,198	37.3	28,824	47.4
第三方產品 供應商(附註)	129,288	42.2	148,282	44.8	42,328	62.7	32,035	52.6
總計	306,314	100.0	331,088	100.0	67,526	100.0	60,859	100.0

概 要

附註：數字包括的本集團營業額，有來自第三方產品供應商提供的產品，而其中的原料是本集團向該第三方產品供應商供應以進行進一步加工及／或由第三方產品供應商自行採購。

在決定應在本集團嘉興廠房製造產品，抑或將之外判予第三方產品供應商時，本集團會考慮嘉興廠房產能的使用率水平、在嘉興廠房進行有關訂單生產的經濟效益及機會成本，以及產品涉及的原料種類。

銷售及市場推廣及銷售管道

為了與現有客戶保持緊密關係並嘗試與本集團潛在客戶締結新的業務關係，本集團定期造訪美國和加拿大的現有客戶，致力貼近它們的要求和發展趨勢和方向。本集團亦會藉專人當面作口頭報告，或邀請潛在客戶親臨本集團位於嘉興廠房的生產設施及／或本集團在紐約、洛杉磯、香港及嘉興市的陳列室，向他們示範和介紹本集團的產品設計及產能，當中本集團會向客戶示範貨版及當面作新產品設計的口頭報告。本集團產品售予客戶後，通常會由本集團客戶在其各自的零售店舖和百貨店銷售予消費者。本集團本身並無經營零售業務。本集團的經營模式不涉及經銷代理、特許經營或寄售安排。

主要客戶、供應商及代工商

本集團貼牌產品客戶主要包括位於美國的知名服裝品牌擁有人及時裝專營連鎖店，以及一家加拿大自有服裝品牌批發商。本集團自有品牌產品客戶涵括美國的著名連鎖百貨店以至獨立時裝店。於截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，本集團分別有不少於32名、43名及24名客戶。

下表載列往績期間本集團營業額按客戶所在地的分析：

	截至二零一一年 十二月三十一日 止年度		截至二零一二年 十二月三十一日 止年度		截至二零一二年 五月三十一日 止五個月		截至二零一三年 五月三十一日 止五個月	
	千港元	%	千港元	%	千港元	%	千港元	%
美國	216,102	70.6	217,669	65.7	25,840	38.3	29,050	47.7
加拿大	80,942	26.4	109,495	33.1	40,487	60.0	30,600	50.3
其他(附註)	9,270	3.0	3,924	1.2	1,199	1.7	1,209	2.0
總計	306,314	100.0	331,088	100.0	67,526	100.0	60,859	100.0

(未經審核)

附註：其他地點包括中國、澳洲、以及歐洲及中東的多個國家。

截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，本集團最大客戶佔本集團銷售額之百分比分別約為26.4%、33.1%及50.3%，而本集團五大客戶合共佔本集團銷售額的百分比則分別約為83.2%、84.7%及94.7%。

本集團的供應商包括：(i) 第三方原料供應商；及(ii) 第三方產品供應商。截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，本集團分別委聘約349名、324名和184名第三方原料供應商，以及約40名、40名及19名第三方產品供應商。本集團生產所用的主要原料包括面料和皮革。本集團進行生產時，亦需要其他原料包括鈕扣、拉鏈、包裝物料、標織等，以及其他配件。第三方產品供應商是中國的服裝貿易商或製造商，本集團將其部分產品的整體製作工序或當中的核心工序外判給它們。

概 要

當本集團沒有能力或產能在嘉興廠房完成某些附屬工序，如洗滌和模壓，本集團亦會委託外部專門代工商承接該等附屬工序。於截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，本集團分別委聘約101名、95名及46名代工商承包附屬工序。

競爭格局

時裝及服裝行業的市場參與者眾多，而中國服裝生產業的競爭亦相當激烈。以美國及加拿大國際服裝集團及專營連鎖零售企業為目標對象的服裝生產商(如本集團)，主要就下列各項進行比拼：(i)產品設計與開發及預測時裝趨勢的能力；(ii)可靠的產品質素與準時交付；(iii)價格競爭力；及(iv)能否按客戶訂立的各項社會合規標準運作。請參閱本文件「行業概覽」章節，以詳盡了解本集團所面對的競爭格局、未來機遇與挑戰。

競爭優勢

本集團相信其經營具有若干長處，使之較競爭對手享有優勢，並讓本集團可繼續茁壯發展，提升盈利能力。本集團的競爭優勢包括：(i)堅實而充滿創意的產品設計與開發能力；(ii)前沿至後端縱向一體化業務；(iii)具備生產精密服裝的工藝能力；(iv)與國際時裝零售商擁有持久關係；及(v)嚴格管控質量措施以確保產品達優質水平。

經營戰略

本集團的主要業務目標是進一步鞏固其已奠定之縱向一體化服裝設計、製造及供應商地位。本集團擬藉著：(i)深入發展自有品牌產品業務；(ii)提升本集團的製造設施；及(iii)進一步增強本集團的設計能力，以實現未來擴展計劃。

股東

於緊隨重組後但於●前，本公司由以下各方擁有：(i)其中50%由All Divine持有，其為一間投資控股公司，由田先生全資實益持有；及(ii)其中50%由Fortune Zone持有，其為一間投資控股公司，由Gozashti先生全資實益持有。

田先生與Gozashti先生為本集團的創辦人。田先生亦是董事會主席兼執行董事，而Gozashti先生則出任執行董事兼本集團營銷總監。田先生及Gozashti先生並無直接或間接營運、參與或從事任何其他業務或另外持有此等業務的權益，而該業務與本集團業務構成或可能構成競爭。有關田先生與Gozashti先生的背景資料，請參閱本文件「董事及高級管理層」章節。

不合規事項

下表概述本集團於往績期間的過往不合規事項：

不合規事項	不合規的原因	已經及將會採取的補救行動	法律後果及潛在最高罰則
時尚嘉興並無為其僱員向指定銀行賬戶作出若干住房公積金供款。	於籌備●前，本集團並不充份了解相關中國法律及法規下的有關規定，亦無就此委聘外部顧問提供專業意見。此外，本集團當時的若干僱員無意參與計劃，原因是他們不願承擔部份住房公積金供款。	自二零一三年六月起，本集團已為時尚嘉興的僱員作出所需住房公積金供款。 本集團已採取本文件「業務」章節下「為免再次發生不合規事項而採取的主要措施」一段所載的措施，確保就作出住房公積金供款繼續遵守相關中國法律及法規。	據中國法律顧問所告知，根據相關中國法律及法規，如未有對住房公積金作出供款，有關部門可敕令本集團於指定期間內，清付尚未作出的供款，或於有關期間屆滿時，向地方法院申請強制執行令，並可就無法於時限內遵守登記住房公積金及開立賬戶的規定，施加介乎人民幣10,000元至人民幣50,000元的罰款。

概 要

不合規事項	不合規的原因	已經及將會採取的補救行動	法律後果及潛在最高罰則
時尚香港並無於田先生和Gozashti先生的個人資料(包括住址及護照號碼)變動後的十四日內，按照規定方式知會公司註冊處有關變動。	時尚香港的前任公司秘書負責為時尚香港向公司註冊處辦理所有法定存檔工作。即使時尚香港已分別在二零零四年及二零一零年呈交公司註冊處的周年申報表上，相應更新田先生和Gozashti先生的個人資料，惟時尚香港並無就各項相關變動，於指定時限內按照指定形式知會公司註冊處，原因是時尚香港的前任公司秘書誤以為時尚香港僅須於下一份周年申報表上更新董事的個人資料，毋須作出個別通知。	於二零一三年發現不合規事項後，時尚香港分別於二零一三年五月十三日及二零一三年七月十五日，向公司註冊處呈交指定表格，以根據公司條例第158(4)條，向公司註冊處知會董事個人資料變更。 本集團已採取本文件「業務」章節下「為免再次發生不合規事項而採取的主要措施」一段所載的措施，確保及時向公司註冊處送交必要通知，以符合公司條例的規定。	根據公司條例的相關條文，時尚香港、田先生和Gozashti先生(作為於關鍵時間的時尚香港董事)及時尚香港的前任公司秘書，須就各違規事項承擔最高10,000港元的罰款，並就每項持續違規每日罰款300港元。因此，倘起訴成立，則時尚香港、田先生、Gozashti先生和時尚香港的前任公司秘書，須就上述所有關於公司條例的不合規事項承擔最高1,254,200港元的罰款。

主要營運和財務數據

下表列載選自本集團合併全面收益表的資料和分析：

	截至 二零一一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至 二零一二年 五月三十一日 止五個月 千港元 (未經審核)	截至 二零一三年 五月三十一日 止五個月 千港元
收入				
— 貼牌產品	275,258	293,249	57,372	53,355
— 自有品牌產品	31,056	37,839	10,154	7,504
	<u>306,314</u>	<u>331,088</u>	<u>67,526</u>	<u>60,859</u>
毛利				
— 貼牌產品	57,769	69,094	9,459	10,892
— 自有品牌產品	8,794	12,128	2,248	1,964
	<u>66,563</u>	<u>81,222</u>	<u>11,707</u>	<u>12,856</u>
毛利率				
— 貼牌產品	21.0%	23.6%	16.5%	20.4%
— 自有品牌產品	28.3%	32.1%	22.1%	26.2%
— 整體	21.7%	24.5%	17.3%	21.1%
銷售量(以千件表示)	2,257	2,498	678	553
每件平均售價(港元)	135.7	132.5	99.6	110.1
除所得稅前溢利/(虧損)	<u>11,748</u>	<u>28,301</u>	<u>(3,765)</u>	<u>(4,862)</u>
本公司擁有人應佔年度/ 期間溢利/(虧損)	<u>9,417</u>	<u>23,152</u>	<u>(3,100)</u>	<u>(4,524)</u>

概 要

本集團營業額由截至二零一一年十二月三十一日止年度約306.3百萬港元，增長至截至二零一二年十二月三十一日止年度約331.1百萬港元，原因是本集團銷售量增加，而截至二零一三年五月三十一日止五個月的營業額則較二零一二年同期輕微減少，主要由於二零一三年本集團部分客戶延緩開立訂單(請參閱本文件「財務資料」章節內的深入闡釋)。

截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，本集團的毛利分別約為66.6百萬港元、81.2百萬港元及12.9百萬港元。截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，本集團整體的毛利率分別約為21.7%、24.5%及21.1%。由於季節因素影響，本集團通常於每年七月前的淡季錄得較低的毛利率。另外，本集團整體的毛利率亦受到不同類別產品的銷售比重所影響。董事認為銷售自有品牌產品的毛利率一般較銷售貼牌產品的為高。

本集團的年度溢利由截至二零一一年十二月三十一日止年度約9.4百萬港元，增長約146.8%或13.8百萬港元，至截至二零一二年十二月三十一日止年度約23.2百萬港元，主要歸因於截至二零一二年十二月三十一日止年度營業額增長以及毛利率改善的綜合影響。

本集團於截至二零一二年及二零一三年五月三十一日止五個月錄得虧損，主要歸咎於季節波動因素。對本集團成衣產品的需求一般於冬季相對較高。為籌備於冬季的旺季，客戶一般於每年第二季至第三季向本集團下冬裝訂單，而本集團則於每個曆年下半年向客戶交付相關製成品。截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年，本集團於七月至十一月期間有較高的已確認銷售額，分別佔本集團截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年的全年營業額約67.7%及65.1%。相對之下，本集團於一月至五月期間確認的銷售額較低，分別佔本集團截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年的全年營業額約18.5%及20.4%。

下表列載選自本集團合併財務狀況表的資料：

	於二零一一年 十二月三十一日 千港元	於二零一二年 十二月三十一日 千港元	於二零一三年 五月三十一日 千港元
流動資產	107,597	137,883	131,388
流動負債	88,264	101,245	99,028
非流動資產	23,042	20,513	20,286
非流動負債	649	418	317
權益總額	41,726	56,733	52,329

下表列載選自本集團合併現金流量表的資料：

	截至 二零一一年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至 二零一二年 十二月三十一日 止年度 千港元	截至 二零一二年 五月三十一日 止五個月 千港元 (未經審核)	截至 二零一三年 五月三十一日 止五個月 千港元
經營活動所得／(所用) 現金淨額	40,399	29,795	(33,716)	(24,964)
投資活動(所用)／所得 現金淨額	(6,080)	2,607	(6,247)	(4,615)
融資活動(所用)／所得 現金淨額	(22,696)	(8,916)	29,674	23,967
現金及現金等值項目 增加／(減少)淨額	11,623	23,486	(10,289)	(5,612)

概 要

存貨

下表載列本集團於以下各個財務狀況結算日之存貨結餘概況：

	於二零一一年 十二月三十一日 千港元	於二零一二年 十二月三十一日 千港元	於二零一三年 五月三十一日 千港元
原料及耗材	7,728	8,983	16,875
在製品	1,731	813	1,522
製成品	14,331	17,479	23,663
	<u>23,790</u>	<u>27,275</u>	<u>42,060</u>

本集團的存貨增加，主要源於本集團的業務增長及季節因素，詳情請參閱本文件「財務資料」章節下的「存貨分析」分節。

存貨初步按成本確認，其後按成本及可變現淨值之較低者列賬。本集團於各呈報日審閱存貨，並對過時、滯銷及減值項目進行減值撥備。截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，本集團的存貨撇減金額分別約為293,000港元、零及零。

下表列載本集團於二零一三年五月三十一日的製成品存貨賬齡分析及截至二零一三年十月三十一日止的結算日後銷售額：

賬齡組別	於二零一三年 五月三十一日 的製成品 存貨結餘 千港元		截至二零一三年十月三十一日 止的結算日後銷售額 千港元 (未經審核)	%
0-30日	8,591	7,839		91.2
31-90日	1,214	982		80.9
91-180日	864	551		63.8
181-365日	3,884	2,606		67.1
超過一年	9,110	5,082		55.8
總計	<u>23,663</u>	<u>17,060</u>		<u>72.1</u>

概 要

雖然本集團約9.1百萬港元的製成品存貨(主要為本集團之自有品牌產品)賬齡超過一年，但董事認為毋須於二零一三年五月三十一日作出撥備，因為(i)相關系列冬裝的風格及設計屬經典和全球通行，不容易落伍，並可於兩或三個旺季(即兩或三年)出售；(ii)本集團通常旨在於作出任何減值前，於兩年內(兩個旺季)銷售其製成品存貨；(iii)全賴本集團發展自有品牌產品業務的策略，本集團自有品牌產品的銷售由至二零一一年十二月三十一日止年度的31.1百萬港元增加21.5%，至截至二零一二年十二月三十一日止年度的37.8百萬港元，而毛利率則由同期的28.3%增加至32.1%，因此，董事認為本系列存貨可按高於成本的價格於二零一三年旺季出售；及(iv)截至二零一三年十月三十一日為止，本集團約有55.8%於二零一三年五月三十一日賬齡已超過一年的製成品存貨其後已售出(如上表所示)。基於上述，董事認為，截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，分別撇減存貨約293,000港元、零及零實屬足夠。

有關本集團存貨的詳盡分析，請參閱本文件「財務資料」章節下的「存貨分析」分節。

結構性外匯遠期合約

於往績期間，本集團與香港兩間銀行訂立若干結構性外匯遠期合約，以對沖有關人民幣兌美元升值的貨幣風險。根據該等結構性外匯遠期合約的條款，銀行將須向本集團及/或本集團將須向銀行大概每月支付若干金額的款項，視乎於每份結構性外匯遠期合約所指定的各個評值日期人民幣兌美元的匯率而定。結構性外匯遠期合約的基本運作方式是，與事先協定的匯率比較，人民幣兌美元升值愈多，本集團將自銀行收取的款項淨額則愈多(受若干上限所規限)；而與事先協定的匯率比較，人民幣兌美元貶值愈多，則本集團須向銀行支付的款項淨額將愈多。

於最後可行日期，本集團持有三份未平倉結構性外匯遠期合約。由於結構性外匯遠期合約潛在重大下行風險，董事確認，除該三份未平倉結構性外匯遠期合約外，日後除非取得股東事先批准(但田先生、Gozashti先生及他們各自的聯繫人須就相關決議案放棄投票)，否則於●後不會再訂立任何其他結構性外匯遠期合約。請參閱本文件「業務」章節下的「貨幣風險對沖」段落以了解進一步詳情。

概 要

往績期間後的近期發展

儘管本集團於截至二零一三年五月三十一日止五個月錄得銷售減少及虧損淨額增加，董事確認，截至本文件日期為止，本集團的經營及財務表現於二零一三年並無遭遇或經歷任何重大不利變動。尤其於二零一三年首五個月內本集團客戶延遲發出訂單的情況(見本文件「財務資料」一節的進一步闡述)於二零一三年五月三十一日後逐步改善，根據本集團的未經審核管理層賬目，截至二零一三年十月三十一日止十個月的本集團收入，及截至二零一三年十月三十一日止十個月本集團接獲之訂單總金額，已超越截至二零一二年十月三十一日止十個月的同期數字：

	截至 二零一二年 十月三十一日 止十個月 千港元 (未經審核)	截至 二零一三年 十月三十一日 止十個月 千港元 (未經審核)	變化 %
收入	285,745	297,378	4.1
接獲訂單總金額	321,160	335,686	4.5

根據本集團的未經審核管理層賬目，截至二零一三年十月三十一日止十個月，本集團錄得毛利約69,997,000港元，毛利率約23.5%。總銷售量由截至二零一三年五月三十一日止五個月約553,000件，增至截至二零一三年十月三十一日止十個月約2,366,000件，每件平均售價由截至二零一三年五月三十一日止五個月每件約110.1港元，微升至截至二零一三年十月三十一日止十個月的每件約125.7港元。本集團的流動資金水平保持穩健，於二零一三年十月三十一日的流動比率約為1.24。

基於上述者，尤其於截至二零一三年十月三十一日止十個月本集團的已確認收入及已接獲訂單總金額較截至二零一二年十月三十一日止十個月有所增長，董事認為本集團並無遇到任何訂單量下滑或流動資金水平變壞的情況。

根據本集團管理層編製的未經審核財務資料，截至二零一三年十月三十一日止，本集團於二零一三年五月三十一日的貿易應收款項約為23.1百萬港元，其中約23.0百萬港元已獲結付。此外，截至二零一三年十月三十一日止，本集團已結付於二零一三年五月三十一日的貿易應付款項41.5百萬港元之中約39.3百萬港元。

董事確認，於往績期間以後及截至本文件日期，本集團之財務或業務狀態或前景概無重大不利變動。

股息

於截至二零一二年十二月三十一日止兩個年度各年及截至二零一三年五月三十一日止五個月，時尚香港分別派發約3.9百萬港元、8.3百萬港元及0.4百萬港元的中期股息予田先生與Gozashti先生。此外，時尚香港於二零一三年六月已宣派特別股息20.0百萬港元予田先生與Gozashti先生，並於二零一三年六月悉數派付。所有已宣派股息於最後可行日期前已全數派付，該等股息均由本集團以內部資源支付。

概 要

未來宣派和派付股息將取決於董事會的決定，其會考慮(其中包括)本集團的盈利、前景、投資機遇及現金需求，並對應當時經濟狀況。本集團並無任何預先釐定的股息比率。

風險因素

部分特定風險已載於本文件的「風險因素」章節，當中涉及本集團較重大的風險包括：

- 本集團五大客戶佔其大部分收入，而向任何該等客戶作出的銷售出現任何跌幅將會影響本集團的營運及財務業績；
- 銷售存在季節波動，因此本集團於各個曆年或任何中期期間的旺季的經營業績或不能當作其於整個曆年的表現指標；
- 本集團與客戶並無訂立長期協議，故概不保證本集團與任何客戶現時的關係日後可持續；
- 本集團承受其客戶的信貸風險；及
- 本集團的表現及盈利能力可能受到美國及加拿大消費者的消費水平影響。