

---

## 業 務

---

### 概覽

我們是一間女士手袋公司，按線上零售銷售收益計算，我們在2016年於中國線上中端女士手袋市場位列首位。我們主要於中國設計、推廣及出售女士手袋、小型皮具產品及旅行用品(包括手提包、手抓包、錢包、零錢包、卡片套及行李箱)。我們的品牌組合包括兩個品牌，即(i)我們的特許品牌ELLE；及(ii)我們的自家品牌Jessie & Jane。各品牌切合不同年齡組別消費者的喜好。

我們開發及設計我們的產品，並委聘供應商(為製造商)生產該等產品。我們有內部措施，以規管挑選及評估我們的供應商，以及持續監管彼等的表現的程序。我們亦已制定我們的品質監控措施，以確保我們的供應商生產的製成品付運至我們的銷售網絡(涵蓋線上及線下零售點)前達到嚴格的質量標準。

自我們於2005年於中國成立辦公室以來，我們已於中國的一、二線城市建立我們的線下銷售網絡。為在不產生重大成本的情況下有效地擴展我們銷售網絡於中國其他城市的地域覆蓋，我們按批發基準向第三方零售商出售我們的產品，而第三方零售商其後透過彼等的零售點向最終客戶出售，包括商場內的零售商店及百貨店內的銷售櫃檯。於2017年3月31日，於中國四個市、19個省及四個自治區中，我們有[13]個自營線下零售點及[94]個零售商營運的線下零售點，以出售我們的產品。

鑒於科技急速發展以及中國年輕一輩的消費購物習慣出現轉變，我們於2010年推出我們的首個線上零售點。於往績記錄期間，我們透過不同電子商貿平台(如天貓、京東及唯品會)開展線上業務。目前，我們的線上銷售網絡包括(i)我們在電子商貿平台的自營線上零售點(如天貓、京東及唯品會)；及(ii)其後透過第三方零售商在電子商貿平台營運的線上零售點向最終客戶出售產品的第三方零售商營運的零售點。於2017年3月31日，我們的產品透過[16]個自營線上店舖及[19]個零售商營運的線上零售點出售。

截至2015年及2016年12月31日止年度以及截至2017年3月31日止三個月，我們分別產生約人民幣192.4百萬元、人民幣210.5百萬元及人民幣53.1百萬元的收益。截至2015年及2016年12月31日止年度以及截至2017年3月31日止三個月，我們來自線上銷售渠道的收益分別約人民幣107.6百萬元、人民幣136.6百萬元及人民幣36.5百萬元，佔我們的總收益分別約55.9%、64.9%及68.7%。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

下表載列所示年度／期間按品牌劃分的收益。

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
ELLE	[164,767]	[85.6]	[149,887]	[71.2]	[32,004]	[60.3]
Jessie & Jane	[27,681]	[14.4]	[60,594]	[28.8]	[21,114]	[39.7]
<b>總計</b>	<b>[192,448]</b>	<b>100.0</b>	<b>[210,481]</b>	<b>100.0</b>	<b>[53,118]</b>	<b>100.0</b>

下表載列所示年度／期間產生自自營零售點(零售)及向第三方零售商作出銷售(批發)的收益明細。

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
<b>零售銷售</b>						
線上零售點	[85,519]	[44.4]	[115,719]	[55.0]	[32,461]	[61.1]
線下零售點	[65,239]	[33.9]	[48,694]	[23.1]	[6,821]	[12.8]
<b>小計</b>	<b>[150,758]</b>	<b>[78.3]</b>	<b>[164,413]</b>	<b>[78.1]</b>	<b>[39,282]</b>	<b>[73.9]</b>
<b>批發</b>						
售予線上零售商 <sup>(附註)</sup>	[22,031]	[11.5]	[20,865]	[9.9]	[4,019]	[7.6]
售予線下零售商	[19,659]	[10.2]	[25,203]	[12.0]	[9,817]	[18.5]
<b>小計</b>	<b>[41,690]</b>	<b>[21.7]</b>	<b>[46,068]</b>	<b>[21.9]</b>	<b>[13,836]</b>	<b>[26.1]</b>
<b>總額</b>	<b>[192,448]</b>	<b>100.0</b>	<b>[210,481]</b>	<b>100.0</b>	<b>[53,118]</b>	<b>100.0</b>

附註：當中包括按批發基準向一名客戶(為獨立第三方)銷售我們的產品。該名客戶其後將產品售予企業(例如銀行，可能將產品作為回饋禮品給予其客戶)。截至2015年及2016年12月31日止兩個年度及截至2017年3月31日止三個月，我們向該名客戶作出的銷售分別為約人民幣[9.9]百萬元、人民幣[5.9]百萬元及人民幣[1.9]百萬元，佔我們的總收益分別約[5.2]%、[2.8]%及[3.6]%。

---

## 業 務

---

### 我們的競爭優勢

我們的董事相信，作為業內聲譽良好的女士手袋公司，我們能脫穎而出並取得卓越成就，乃歸因於我們擁有以下競爭優勢：

#### 我們的產品設計及開發能力

我們透過提供時尚設計的產品適應瞬息萬變的市場趨勢。我們的內部產品設計及開發部門有兩個設計團隊，分別位於香港及上海，負責產品設計。我們的香港團隊由我們的設計組長方昕先生領導，彼於設計行業擁有逾20年經驗。彼負責設計及開發我們的ELLE產品。我們的上海團隊則由我們的設計總監江英女士領導，彼擔任我們的Jessie & Jane品牌的設計總監並自2008年起開始設計Jessie & Jane的產品。於2011年10月，江女士獲上海市經濟和信息化委員會、中共上海市經濟和信息化工作委員會及上海市婦女聯合會頒授上海市優秀女設計師獎。彼負責設計及開發我們的Jessie & Jane產品。我們的設計總監及設計組長均對中國女士手袋業有深入了解。有關方昕先生及江英女士的進一步背景資料，請參閱本文件「董事及高級管理層—高級管理層」一節。為緊貼最新時裝趨勢及季度主題，我們的設計師定期造訪本地及國際時裝中心、出席不同本地及國際貿易及／或時裝展覽，並積極透過不同渠道（包括時裝表演、展覽及雜誌）留意趨勢及尋找靈感。因此，我們的設計反映最新市場趨勢，我們相信此舉有助產品吸引消費者，令我們在中國女士手袋業維持競爭力。

#### 廣泛的線上及線下銷售網絡

憑藉我們於自營線下零售點營運及管理第三方零售商多年來累積的豐富經驗，我們已發展出極廣泛的線下銷售網絡，截至2017年3月31日，我們於中國多個城市內設有107個零售點，且過半數位於中國一、二線城市。鑒於科技急速發展以及中國年輕一輩消費模式出現轉變，我們擴闊銷售渠道並於2010年開辦我們的線上業務。於2017年3月31日，我們透過[16]個自營線上零售點及[19]個零售商營運的線上零售點出售我們的產品。截至2015年及2016年12月31日止兩個年度及截至2017年3月31日止三個月，我們自線上銷售渠道產生的收益分別約人民幣107.6百萬元、人民幣136.6百萬元及人民幣36.5百萬元，佔我們的總收益分別約55.9%、64.9%及68.7%。由於我們能夠把握商機，根據弗若斯特沙

---

## 業 務

---

利報告並按線上零售銷售收益計，我們於2016年在中國線上中端女士手袋市場中位列首位。我們相信，線上及線下銷售渠道相輔相成，並有效加強我們的品牌知名度，從而為我們帶來更多業務及增加我們的市場份額。

### 與可靠的供應商保持緊密關係

我們已與中國若干優質製造商建立緊密穩定的業務關係。於往績記錄期間，我們已與逾30名供應商維持業務關係。直至最後實際可行日期，我們已與我們於往績記錄期間的五大供應商建立約兩至11年的業務關係。我們相信，我們提供優質產品的能力在一定程度上取決於我們挑選擁有所需技術、工藝及生產能力的合適供應商的能力。我們與供應商的緊密關係不但使我們能緊貼最新生產知識及市場資訊，亦有助我們滿足我們的消費者對優質產品的需要。

### 我們的品質保證及監控措施確保我們的產品品質優良，能滿足消費者需要

由於我們相信我們的消費者一般要求優質產品，我們已實施我們的品質監控措施以確保我們的產品品質優良。我們的品質監控人員參與整個生產過程。在製成品付運至我們的銷售網絡前，我們會檢查由我們供應商採購的原材料品質、進行現場生產檢驗，並檢查製成品。我們相信，我們的品質監控措施加上我們的產品設計及開發能力，為我們能夠吸引及挽留消費者的主要因素。

### 我們擁有豐富行業經驗的專責管理團隊確保我們的業務發展成功

我們的專責管理團隊擁有對女士手袋業的豐富知識及出眾的營運技能。我們的執行董事及非執行董事各自於中國女士手袋業擁有逾15年經驗。特別是本集團創辦人邱氏家族及李達輝先生一直在建立我們於中國女士手袋業的市場份額方面擔當重要角色。有關我們董事及高級管理層的履歷及背景，請參閱本文件「董事及高級管理層」一節。在我們的管理團隊領導及監督下，於往績記錄期間，我們已建立我們的系統性研究、設計及開發能力，並已於中國發展廣泛的銷售網絡，業務達致穩定增長。彼等對行業的深入知識及經驗確保本集團能制

---

## 業 務

---

定可持續業務策略、預測時裝趨勢的變動、評估及管理風險及把握市場機遇。鑒於以上所述，我們相信我們的管理團隊能妥善管理我們的業務，並確保我們的業務可繼續發展壯大。

### 策略及未來計劃

我們的目標是令業務取得可持續增長，並為我們的股東創造長遠價值。為達致此等目標，我們將實施以下業務策略：

#### 透過加強營銷工作強化我們於女士手袋行業的市場地位

根據弗若斯特沙利文報告，中國女士手袋市場由2012年至2016年出現上揚趨勢，複合年增長率為約13.4%，而由2012年至2016年中國線上女士手袋市場亦已急速發展，複合年增長率為約44.9%。預期由2017年至2021年，中國女士手袋市場及線上女士手袋市場將按複合年增長率分別約7.8%及21.3%增長。

我們有意強化我們於中國女士手袋行業的市場地位，同時提升我們品牌的認受性及關注程度，務求擴大我們的市場份額，把握中國市場發展的優勢。我們計劃透過加強於各式各樣的媒體渠道內的營銷工作（例如於社交媒體內刊登廣告或為藝人及中國電視節目提供贊助）而推廣我們的品牌。為提升我們的市場地位，我們亦會參與時裝秀及貿易展覽。我們相信透過不間斷的營銷工作，我們將可以鞏固我們的市場地位，並擴大我們於行業內的市場份額。

#### 進一步提升我們的產品設計及開發能力

我們相信，我們的產品設計及開發能力為我們吸引我們的消費者並在業內維持競爭力的主要因素。我們計劃透過招聘更多具備所需經驗、了解時裝趨勢及消費者喜好，以及有能力為我們的中國的消費者開發產品的設計師，提升我們的設計及開發能力。我們亦計劃於歐洲聘請一名設計顧問，為Jessie & Jane品牌提供時裝趨勢的資訊及設計意見。此外，我們亦計劃招募一名產品開發經理及一名採購行政人員，以加強我們的產品開發能力。我們相信產品設計及開發能力一經強化，我們便可為我們目前的品牌推出更多產品及／或為本集團開發新品牌及把握更多商機。

---

## 業 務

---

### 繼續擴展我們的銷售網絡

我們已成功建立廣泛而妥善管理的銷售網絡，我們相信，這為我們維持我們現有市場份額、提升我們的市場地位及擴展我們的客戶基礎作日後發展提供了穩固的基礎。我們相信線上及線下銷售渠道乃相輔相成，且線上及線下銷售渠道亦可從加強我們的營銷工作當中得益。我們計劃透過於中國多個城市（包括上海、深圳、重慶及鄭州）增加零售商營運的線下零售點數目加強及擴展我們的銷售網絡，以把握女士手袋市場內的更多銷售機遇。當我們的第三方零售商開辦新店時，我們將繼續根據具體情況向其提供商店裝潢補貼，以擴大我們的銷售網絡。另外，我們計劃於上海設立ELLE品牌的旗艦店（其將為自營線下零售點），以塑造品牌及強化我們的線下銷售網絡。此外，我們將不時修葺或翻新我們的零售點，務求提升我們品牌的認受性。我們相信銷售網絡一經擴大，我們將有能力接觸更多消費者，並增加我們的市場份額。

### 就業務擴展而加強我們的資訊管理系統及資訊科技支援

我們相信業務擴展的成功必須由根基穩健的資訊管理系統支持。因此，我們計劃透過提升我們的財務系統及其他系統內的功能而強化我們的資訊管理系統。我們亦將購買新的軟件版權，為我們系統添加新功能，如客戶關係系統。此外，我們計劃加強我們為不同部門提供資訊科技支援的能力，以確保我們能夠有效營運及擴展我們的業務。

有關我們的未來計劃的進一步詳情，請參閱本文件「未來計劃及[編纂]—未來計劃—實施計劃」一節。

### 我們的業務

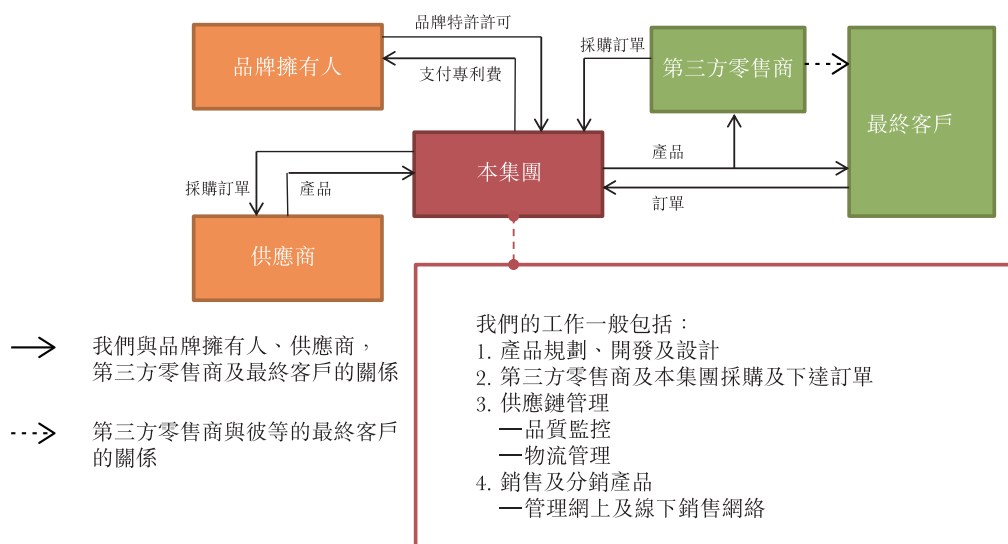
我們主要於中國設計、推廣及出售特許品牌ELLE及自家品牌Jessie & Jane的女士手袋、小型皮具產品及旅行用品（包括手提包、手抓包、錢包、零錢包、卡片套及行李箱）。

一般而言，我們開發及設計我們的產品，並委聘供應商（為製造商）生產該等產品。我們有自家品質監控措施，以確保我們的供應商生產的製成品付運至我們的銷售網絡（涵蓋線上及線下零售點）前達到嚴格的質量標準。我們直接透過我們營運的線上及線下零售點向最終客戶出售我們的產品，亦按批發基準向第三方零售商出售我們的產品，第三方零售商其後透過彼等營運的線上或線下零售點向最終客戶出售我們的產品。

## 業 務

### 業務模式

以下簡圖說明我們的現有業務模式：



### 品牌組合

我們的品牌組合涵蓋信譽良好的知名國際及本地品牌，我們相信這些品牌能吸引中國中等收入組別消費者。我們以特許品牌ELLE出售我們的產品。我們就於中國出售ELLE品牌的產品訂立特許權協議。我們亦以自家品牌Jessie & Jane出售我們的產品。該等品牌在中端市場內擁有其各自細分市場的目標消費者。

#### ELLE

- 品牌概述：
- 其為全球最大的時裝雜誌，於全球發行46個版本。
  - 其於1945年創刊。
  - 其為時尚、正面的當代品牌，啟發女性探索及認同其自身風格。
  - 其亦體現法國的優雅風格。
  - 本集團的特許品牌。

## 業 務

目標消費者： — 於中國賺取中等收入、介乎25至45歲並對優質時尚時裝觸覺敏銳的女性消費者。

產品： — 手袋(包括手提包、手抓包及背包)、小型皮具產品(包括錢包、零錢包及卡片套)以及旅行用品(包括硬面行李箱及軟面行李箱)。

### 手袋



### 皮夾



### 旅行用品



建議零售價： — 我們手袋的建議零售價一般設定為介乎人民幣500元至人民幣2,500元。

— 我們小型皮具產品的建議零售價一般設定為介乎人民幣100元至人民幣600元。

— 我們旅行用品的建議零售價一般設定為介乎人民幣300元至人民幣2,500元。

於2017年3月31日的 — 10個自營線下零售點。

線下銷售網絡： — 55個零售商營運的線下零售點。



---

## 業 務

---

- 於2017年3月31日的  
線上銷售網絡：
- [7]個自營線上零售點。
  - [11]個零售商營運的線上零售點。
- 特許詳情：
- 請參閱本節「有關使用ELLE品牌的特許權協議」一段。
- 與本集團的歷史：
- 自2006年1月起，我們已獲授於中國使用ELLE品牌的特許權。

### 有關使用ELLE品牌的特許權協議

於2015年12月31日，我們就使用ELLE品牌與一名獨立第三方Hachette Filipacchi Presse, S.A. (作為特許權授出人)訂立特許權協議。特許權協議的主要條款如下：

- **特許權**：於或就有關(其中包括)(i)分銷及銷售女士手袋、行李及旅行袋；(ii)使用展示及推廣材料；(iii)營運時裝店；及(iv)以營銷、推廣、分銷及電子商貿的方式銷售產品以使用ELLE品牌的專有權及特許權。(i)製造ELLE產品及向特許權授出人的其他特許權持有人採購產品及(ii)向香港及澳門出口產品的非專有權及特許權。此外，我們將負責設計、製造、營銷、分銷、銷售及使用ELLE產品。我們亦可委聘製造商生產ELLE產品。
- **覆蓋地區**：中國。
- **目前期限**：由2015年12月31日至2020年12月31日(可額外重續5年，由2021年1月1日起至2025年12月31日止)。
- **最低銷售額**：我們須於各合約年度達到經協定的最低銷售額。倘未能達到任何合約年度的經協定最低銷售額，特許權授出人有權透過發出30日通知終止特許權協議。
- **專利費**：我們須就產品批發及零售銷售按淨銷售總額向特許權授出人支付專利費；惟專利費在任何情況下不得低於專利費的經協定最低金額。
- **付款條款**：專利費須於指定日期以人民幣支付。
- **事先書面批准**：我們須就有關(其中包括)(i)製造、分銷、宣傳及推廣或出售任何ELLE產品；(ii)開設、關閉或使用任何零售點；(iii)生產或使用任何展示及宣傳材料；(iv)舉辦任何一般公開宣傳及推廣活動；(v)開設電子商

---

## 業 務

---

貿銷售網站或對其作出任何重大變動；及(vi)使用任何商標、商標名稱、設計及標誌而向特許權授出人取得事先書面批准。

一 **其他權利**：我們有權向第三方零售商出售我們的產品，惟產品不可按獨家基準售予我們的第三方零售商。

一 **終止**：(i)倘出現不可抗力事件(包括天災、任何政府或超國家行動或規例、戰爭或全國緊急狀態)；或(ii)倘另一方嚴重違反協議之任何條文而倘有關違反可予補救而在發出書面通知後30日內未作出補救，則可透過向另一方發出書面通知即時終止特許安排。此外，倘出現任何(其中包括)以下事件：

(i) 我們在未有特許權授出人的同意下變更控制權；

(ii) 我們未能根據協議及時支付專利費及／或呈交特許權授出人所需報告；

(iii) 我們違反協議重大條文而未能作出補救；

(iv) 我們面對清盤或面臨呈請宣佈清盤；

(v) 我們違反任何商標用家的重大條款；

(vi) 我們在收到特許權授出人拒絕或收回批准有關產品或營銷材料的書面通知後仍然繼續製造、使用、分銷或出售產品或營銷材料；

(vii) 我們在未有特許權授出人的事先書面同意下將我們的銷售架構變更為僅作批發銷售；或

(viii) 我們挑戰特許權授出人註冊及／或申請ELLE品牌的擁有權或有效性，則特許權授出人有權即時終止協議。

## 業 務

- 規管法律：特許權協議乃受中國法律規管。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已於所有重大方面全面遵守特許協議內的條款且並不知悉與特許協議相關的任何重大違反事項。據我們的中國法律顧問告知，特許權協議具法律約束力。

### ***Jessie & Jane***

品牌概述：

- Jessie & Jane 體現時尚及經典風格。
- 品牌由一名中國的本地設計師江英女士於2008年創立。
- 本集團自2014年起取得及擁有的品牌。

目標消費者：

- 收入達平均水平、介乎20至40歲並追求個性時尚的女性消費者。

產品：

- 手袋(包括手提包、手抓包及背包)以及小型皮具產品(包括錢包、零錢包及卡片套)。

手袋



皮夾



建議零售價：

- 我們手袋的建議零售價一般設定為介乎人民幣200元至人民幣1,000元。
- 我們小型皮具產品的建議零售價一般設定為介乎人民幣100元至人民幣500元。

## 業 務

- 於2017年3月31日的  
線下銷售網絡：
- [3]個自營線下零售點。
  - [39]個零售商營運的線下零售點。
- 於2017年3月31日的  
線上銷售網絡：
- [9]個自營線上零售點。
  - [8]個零售商營運的線上零售點。
- 與本集團的歷史：
- 我們於2014年11月購入Jessie & Jane品牌。

下表載列所示年度／期間按品牌劃分的收益。

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
ELLE	[164,767]	[85.6]	[149,887]	[71.2]	[32,004]	[60.3]
Jessie & Jane	[27,681]	[14.4]	[60,594]	[28.8]	[21,114]	[39.7]
<b>總額</b>	<b>[192,448]</b>	<b>100.0</b>	<b>[210,481]</b>	<b>100.0</b>	<b>[53,118]</b>	<b>100.0</b>

下表呈列所示年度／期間按產品類別劃分的收益細目。

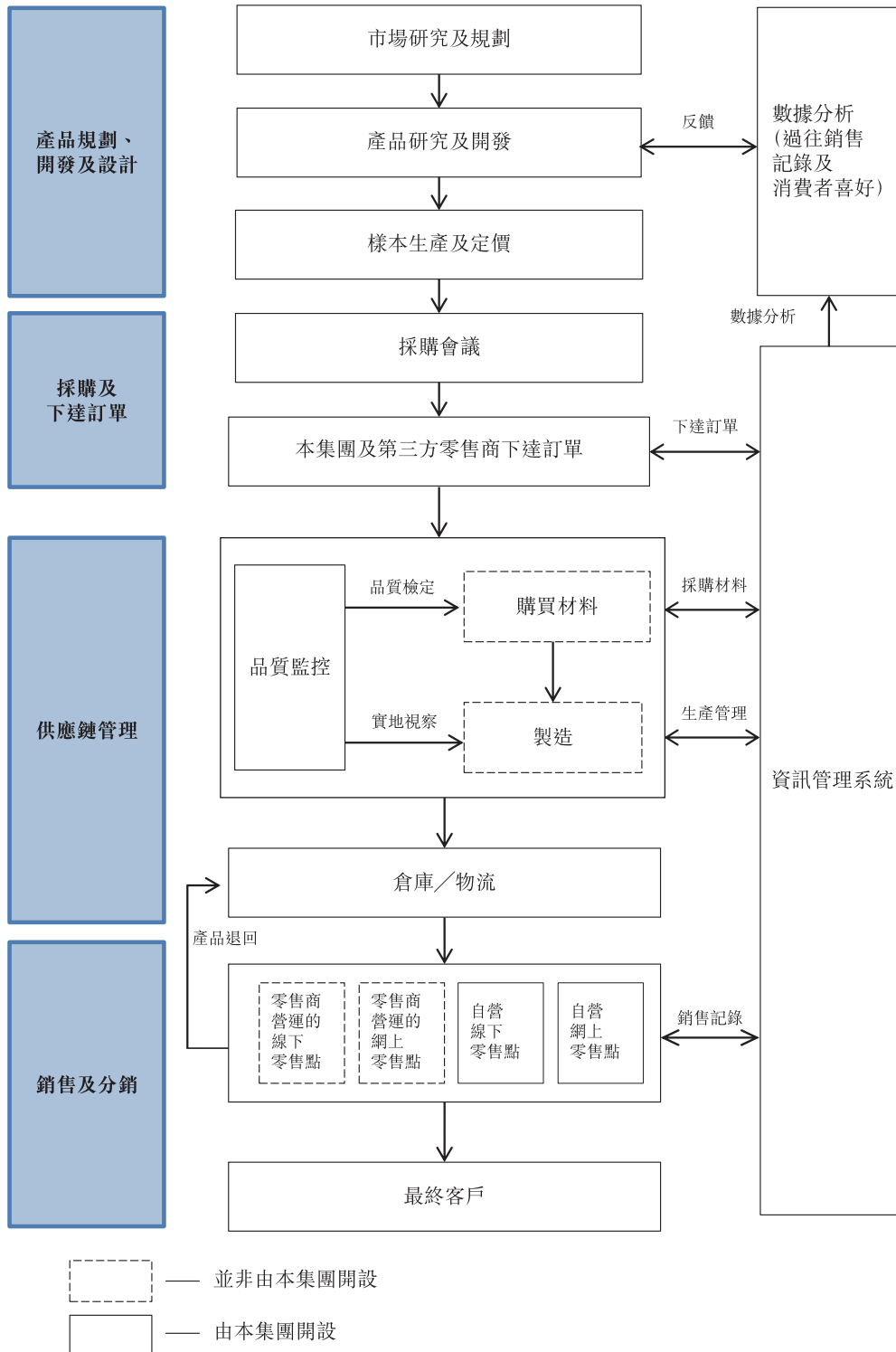
	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
手袋	173,500	90.1	191,726	91.1	47,763	89.9
其他 <sup>(附註)</sup>	18,948	9.9	18,755	8.9	5,355	10.1
<b>總計</b>	<b>192,448</b>	<b>100.0</b>	<b>210,481</b>	<b>100.0</b>	<b>53,118</b>	<b>100.0</b>

附註： 其主要包括皮夾、旅行用品、小型皮具及名片夾等。

## 業 務

### 我們的營運過程

以下簡圖說明我們的營運流程：



---

## 業 務

---

### A. 產品規劃、開發及設計

我們相信，我們的產品設計一直為我們發展和成功的關鍵之一。我們的女士手袋的形象及風格經精心設計，能迎合中國消費者的品味，同時亦貫徹我們的品牌的獨特形象及理念，故能在競爭對手的產品中脫穎而出。

#### 產品設計及開發部門

我們已建立內部產品設計及開發部門，專責設計及開發我們各個品牌。於最後實際可行日期，我們的內部產品設計及開發部門的設計團隊包括六名設計師及設計師助理，其中(i)三名設計師駐於香港，負責設計及開發我們的ELLE產品；及(ii)三名設計師及設計師助理駐於上海，負責設計及開發我們的Jessie & Jane產品。

我們的ELLE產品的設計及開發由我們的設計組長方昕先生領導，彼於設計業擁有逾20年經驗，並對手袋生產擁有深入了解。而我們的Jessie & Jane產品的設計及開發則由我們的設計總監江英女士領導，彼擔任我們Jessie & Jane品牌的设计總監並已開始設計Jessie & Jane品牌下的產品。江女士為中國本地設計師，於設計手袋業擁有約九年經驗，並對中國手袋市場趨勢及消費者需求擁有豐富知識。有關方昕先生及江英女士的進一步背景資料，請參閱本文件「董事及高級管理層—高級管理層」一節。

#### 我們的產品設計及開發過程

我們的產品一般分為春夏系列及秋冬系列兩大系列。我們通常於推出新系列前[六]個月開始我們的產品設計及開發工作。根據我們管理層的經驗及最佳知識，我們手袋的壽命週期一般持續介乎六個月至兩年。

#### 市場研究及規劃

一般而言，我們的內部產品設計及開發部門會進行市場研究，而我們的生產部門則會於各新系列推出前進行銷售分析。我們收集有關我們產品過往銷售表現的市場數據，分析最新時裝趨勢以識別行業所用的優質產品的材料，並向我們的供應商收集最新生產資料。我們的設計師定期造訪本地及國際時裝中

---

## 業 務

---

心、出席不同本地及國際貿易及／或時裝展覽，並積極透過不同渠道（包括時裝表演、展覽及雜誌）留意趨勢及尋找靈感，以緊貼最新時裝趨勢及季度主題。我們的ELLE產品的設計、研究及開發亦獲我們的ELLE特許權授出人支持，彼不時向我們提供最新市場趨勢資料及設計指引。於往績記錄期間，我們亦從一間意大利設計公司（一名獨立第三方）取得時裝潮流資料。

### 產品研究及開發

進行市場研究及規劃後，各設計團隊就包括建議產品主題、顏色及材料向我們的管理層、營銷部及生產及物流部提出其意見及概念，以商討及制定產品計劃。其後，我們產品設計及開發部的設計團隊將根據產品計劃設計產品。我們的設計師將挑選原材料及指示我們的供應商生產產品雛型。我們的管理層、營銷部及生產及物流部其後將檢討雛型並提出意見。對於ELLE的產品，我們的特許權授出人將於推出產品前檢討、修改及／或通過我們的ELLE產品的設計。我們其後將制定及落實我們的產品規格。

### 樣本生產及定價

於落實我們的產品設計時，我們挑選供應商（為我們的製造商）並要求彼等按我們的產品規格就大量生產向我們提供成本明細。我們的管理層、營銷部及生產及物流部將釐定我們產品的零售價。我們採納市場主導的定價方法。我們按若干主要因素釐定我們產品的價格，如市場研究及分析、過往銷售數據、生產成本、設計及生產複雜性、建議利潤率及我們產品的市場定位。

我們按以下步驟釐定我們的建議零售價：(i)我們的營銷部經參考我們競爭對手的產品價格及我們的產品定位後擬定各產品的初步定價計劃；(ii)我們的產品設計及開發部門於產品設計及開發過程中考慮生產成本及潛在利潤率；及(iii)我們的生產及物流部根據初步定價計劃計算生產成本及訂立我們的利潤目標，以得出各產品的零售價。

---

## 業 務

---

### B. 採購及下達訂單

我們一般會舉行兩次產品採購會以向我們的第三方零售商展示我們的春夏及秋冬系列。舉行採購會後，我們的第三方供應商一般會與我們確認採購訂單。

其後，我們會向供應商下達採購訂單，我們亦會於開始生產前與供應商確認詳細的生產計劃。

#### 存貨控制

我們相信維持適當的存貨水平對我們的現金流量及整體盈利能力至為關鍵。為減少過量存貨及持有存貨的庫齡，我們已實施以下措施管理我們的存貨：

- 我們的生產及物流部主要負責我們的銷售及採購計劃及我們的存貨控制。我們根據(其中包括)我們的過往銷售表現及銷售目標按年及為每季制定我們的銷售及採購計劃。
- 根據我們的銷售及採購計劃以及根據市場季節性需求及產品實際銷售表現而向我們的自營零售點配送存貨。
- 我們一般會為第三方零售商購買我們的產品而舉行產品採購會議。我們相信該等採購會議有助我們規劃我們向供應商的採購並有效維持我們的存貨水平。
- 我們已安裝管理資訊系統以管理我們自營的線下及線上零售點及監察我們的存貨水平。線下零售點亦須安裝我們的管理資訊系統並向我們提供彼等的銷售數據。
- 我們不時進行產品銷售及存貨分析，而我們可據此調整我們的銷售及營銷政策。我們根據我們的銷售數據定期向自營零售點補充及分配存貨。

於2015年12月31日、2016年12月31日及2017年3月31日，我們的存貨周轉天數分別約115.4天、110.1天及95.8天。於2015年12月31日、2016年12月31日以及2017年3月31日，我們的存貨金額為約人民幣28.3百萬元、人民幣28.7百萬元及人民幣22.4百萬元。



---

## 業 務

---

### C. 供應鏈管理

#### 供應商

我們策略性地投放資源在產品研發、推廣我們的品牌及管理我們的銷售網絡。考慮到建立及經營生產我們產品的工廠所需的資金投資，我們選擇委聘供應商(為製造商)生產產品。供應商一般負責採購我們的產品的生產原材料。經過多年營運，我們已與可靠的供應商建立網絡，我們亦全面了解彼等各自的技能、工藝及產能。於往績記錄期間，我們已與逾30名供應商建立業務關係。直至最後實際可行日期，我們已與我們於往績記錄期間的五大供應商建立約兩年至11年的業務關係。

我們會根據若干要求(包括產品價格、訂單規模、產品設計複雜性、供應商的經驗、工藝水平、產能、人力資源及品質監控效率)從現有網絡中挑選供應商。為確保我們的產品能於指定期限內付運至我們的銷售網絡，我們根據過往經驗估計生產所需時間，並與我們的供應商討論以決定生產時間表。

倘委任一名新供應商，我們產品設計及開發部的品質監控團隊將對潛在供應商的設施進行實地視察，以評估其生產及技術能力，以及檢查製造設施的運作情況，以確保符合我們的製造標準。我們亦要求潛在供應商生產樣本產品以作檢查。我們僅挑選該等通過我們檢查的供應商。

有關我們供應商的進一步詳情，請參閱本節下文「供應商」一段。

#### 品質監控

我們尤其關注產品品質，以確保我們的供應商生產的製成品品質優良。因此，我們已實施自家品質監控措施。

我們的產品設計及開發團隊的品質監控團隊負責(i)抽樣檢查我們的供應商採購的原材料；(ii)實地視察整個生產過程；及(iii)於付運前檢查製成品。

---

## 業 務

---

一般而言，我們的產品的原材料由我們在中國的供應商採購。作為品質管理程序的一環，我們將抽樣檢查我們的供應商所採購的原材料的品質、進行測試，並在我們指定的第三方實驗室進行原材料測試。

我們產品設計及開發部的品質監控人員會於開始製造我們的產品時造訪我們的供應商的生產設施，以確保原材料達致我們的品質監控標準。我們的現場品質監控人員會與我們的供應商共同緊密監察生產過程，並就生產細節及產品品質提供意見，確保製成品的產品品質優良如一。我們的品質監控人員將會抽樣檢查半製成品及製成品。我們亦會對製成品進行抽樣測試。

當我們的品質監控人員進行生產檢查時，彼等將向我們的管理層匯報有關任何不合格或違規的調查結果及作出所需的內部記錄。我們將查閱該等調查結果，並與我們的供應商跟進處理。同時，我們監察及管理生產時間表以確保我們產品的生產將根據採購訂單載列的協定時間表完成。

於製造過程完成後，我們的供應商將按照我們的指示包裝製成品。我們的品質監控人員將抽樣檢驗包裝以確保製成品的包裝符合我們的要求及規格。

### 物流

我們的生產及物流部門負責製成品的物流管理。為確保製成品能及時付運至我們的倉庫及我們的銷售網絡，我們就付運時間與我們的供應商、我們的第三方零售商及我們的第三方物流公司保持緊密聯絡。

## D. 銷售及分銷

自我們於2005年於中國成立辦公室以來，我們已於中國的一、二線城市建立我們的線下銷售網絡。為在不產生重大成本的情況下有效地擴展我們的銷售網絡的地域覆蓋，我們按批發基準向第三方零售商出售我們的產品，第三方零售商其後透過彼等的零售店向最終客戶出售產品。鑒於科技急速發展以及中國年輕一輩的消費模式出現轉變，我們於2010年推出我們首個線上零售點。

## 業 務

下表載列於所示年度／期間內產生自線上及線下銷售渠道的收益明細。

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
<b>線上銷售渠道</b>						
自營線上零售點	[85,519]	[44.4]	[115,719]	[55.0]	[32,461]	[61.1]
銷售予線上零售商 <sup>(附註)</sup>	[22,031]	[11.5]	[20,865]	[9.9]	[4,019]	[7.6]
<b>小計</b>	<b>[107,550]</b>	<b>[55.9]</b>	<b>[136,584]</b>	<b>[64.9]</b>	<b>[36,480]</b>	<b>[68.7]</b>
<b>線下銷售渠道</b>						
自營線下零售點	[65,239]	[33.9]	[48,694]	[23.1]	[6,821]	[12.8]
銷售予線下零售商	[19,659]	[10.2]	[25,203]	[12.0]	[9,817]	[18.5]
<b>小計</b>	<b>[84,898]</b>	<b>[44.1]</b>	<b>[73,897]</b>	<b>[35.1]</b>	<b>[16,638]</b>	<b>[31.3]</b>
<b>總額</b>	<b>[192,448]</b>	<b>100.0</b>	<b>[210,481]</b>	<b>100.0</b>	<b>[53,118]</b>	<b>100.0</b>

附註：當中包括按批發基準向一名客戶（為獨立第三方）銷售我們的產品。該名客戶其後將產品售予企業（例如銀行，可能將產品作為回饋禮品給予其客戶）。截至2015年及2016年12月31日止年度及截至2017年3月31日止三個月，我們向該名客戶作出的銷售分別為約人民幣[9.9]百萬元、人民幣[5.9]百萬元及人民幣[1.9]百萬元，佔我們的總收益分別約[5.2]％、[2.8]％及[3.6]％。

### 線上銷售網絡

經考慮科技急速發展以及中國年輕一輩消費模式出現轉變，我們於2010年在中國一個知名的電子商貿平台推出我們首個線上零售點。根據弗若斯特沙利文報告，中國線上零售市場規模已由2012年的人民幣13,110億元增長至2016年的約人民幣51,556億元，複合年增長率為約40.8%。於往績記錄期間，我們透過不同的第三方電子商貿平台（如天貓、京東及唯品會）經營線上業務，我們並無自家電子商貿平台。於往績記錄期間，我們大部分收益乃產生自我們於第三方電子商貿平台營運的自營線上零售點。截至2015年及2016年12月31日止年度以

---

## 業 務

---

及截至2017年3月31日止三個月，產生自我們自營線上零售點的收益分別約為人民幣85.5百萬元、人民幣115.7百萬元及人民幣32.5百萬元，分別佔我們總收益約44.4%、55.0%及61.1%。根據弗若斯特沙利文報告，按2016年零售銷售收益計，我們於中國線上中端女士手袋市場中位列首位。

我們的線上銷售網絡目前主要包括：

- (a) 我們在電子商貿平台的自營線上零售點（如天貓、京東及唯品會）；及
- (b) 第三方零售商營運的線上零售點，其透過該等第三方零售商在電子商貿平台營運的線上零售點向最終消費者出售產品。

於2017年3月31日，我們的產品透過[16]個自營線上零售店及[19]個線上零售商營運的線上零售點出售。自營零售店及零售商營運的線上零售點提供詳盡的產品描述、消費者評論及多角度的圖像說明，以協助最終消費者選購產品及改善彼等的購物體驗。

### 自營線上零售點

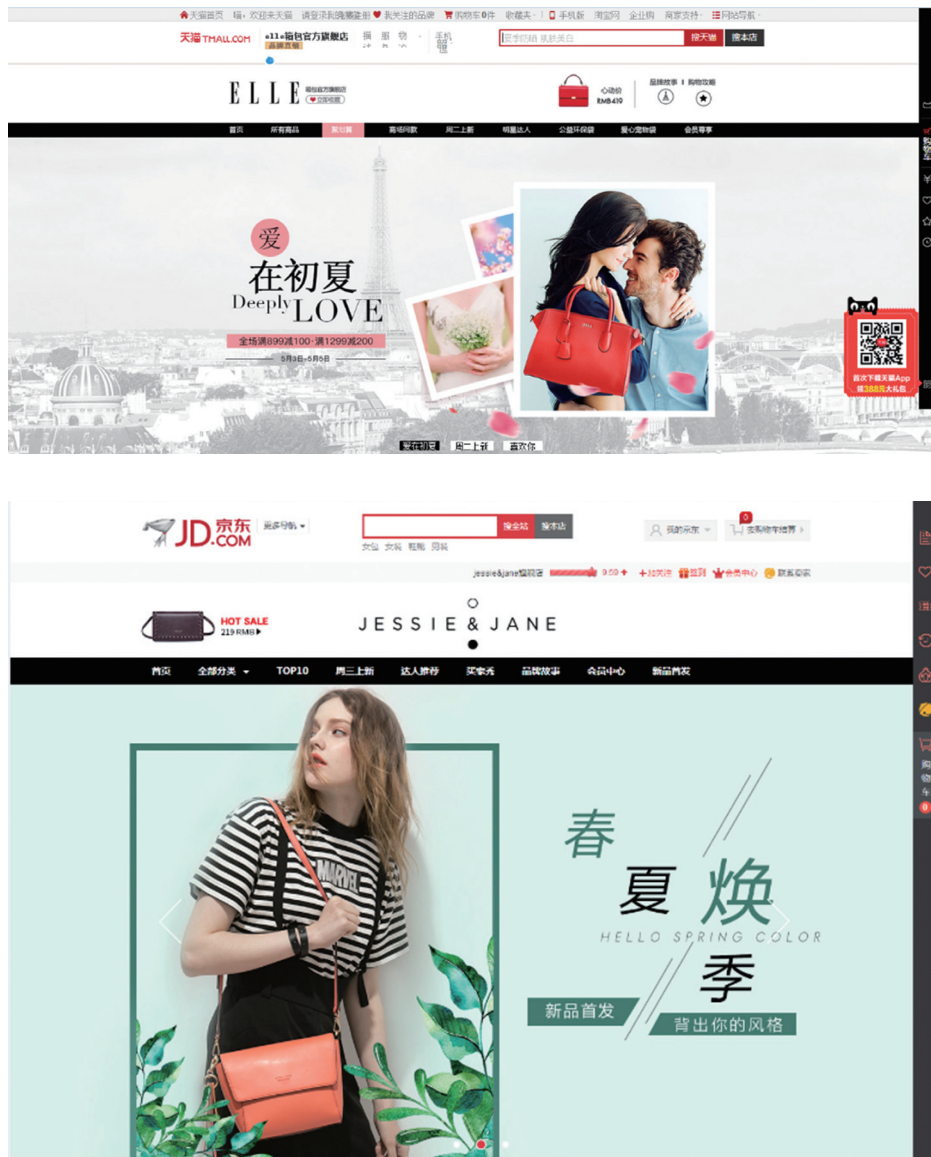
我們的線上業務營運部門負責於不同電子商貿平台經營我們的線上業務。我們一般與電子商貿平台營運商訂立服務協議及要求電子商貿平台營運商向我們提供所需技術支援政策而營運，以確保我們在彼等的平台進行業務。我們的線上銷售點須遵守各電子商貿平台運營商設計的一般管理。例如，我們須就於電子商貿平台出售的產品提供公平正確的資料。我們通常向各電子商貿平台運營商支付年費及佣金。佣金一般按透過電子商貿平台進行的銷售的所得款項的固定百分比計算。我們一般為我們的線上零售點設計網頁介面，並於我們的線上零售點展示我們的產品資料及品牌故事。

我們的生產及物流部及我們的線上業務營運部門透過我們的自營線上零售點監察我們的產品的銷售表現及分析在線上購買我們產品的客戶的喜好。我們設計部份產品以吸引線上客戶，並僅於我們的自營線上零售點推出該等產品。我們亦推出僅於由本集團及我們的第三方零售商營運的線下零售點發售的產品。我們相信，此等措施亦可避免我們的第三方零售商與我們之間出現潛在衝突，並保持利益一致。

本網上預覽資料集為草擬本，其內所載資訊並不完整，亦可能會作出變動。閱讀本網上預覽資料集時，須與本網上預覽資料集封面「警告」一節一併閱覽。

## 業 務

以下為我們自營線上店舖的介面例子：



為促進我們自營線上零售點的運作，我們委聘了兩名線上店舖營運商以於往績記錄期間提供資訊科技的支援、客戶服務及送貨服務。彼等協助我們上傳資料及美化我們的線上店舖網站及／或第三方營運的電子商貿平台，並代表我們每日回覆最終消費者就我們的產品及服務所提出的查詢。當我們的最終消費者於我們的自營線上零售點購買產品，彼等會為我們的產品安排送貨。其中一名線上店舖營運商為獨立第三方，另一名線上店舖營運商為關聯方。有關進一步資料，請參閱「董事及高級管理層—董事—行政總裁兼執行董事」之段落

---

## 業 務

---

誠如我們的中國法律顧問告知，根據(i)《互聯網信息服務管理辦法》、(ii)《非經營性互聯網信息服務備案管理辦法》，及(iii)《商務部辦公廳關於外商投資互聯網、自動售貨方式銷售項目審批管理問題的通知》，由於我們僅在第三方營運的電子商貿平台出售我們的產品，故我們毋須申請營業執照。我們亦毋須向中國相關機關登記上述的電子商貿平台。誠如中國法律顧問告知，我們的電子商貿銷售渠道符合相關中國法例及法規，我們毋須就此向任何機關申請任何營業執照或作出登記。

### 零售商營運的線上零售點

我們的線上業務營運部門亦負責處理我們與第三方零售商的銷售，該等第三方零售商透過彼等在電子商貿平台營運的線上零售點向最終消費者出售產品。於往績記錄期間，我們一般與此等第三方零售商訂立合作協議，合作協議的主要條款如下：

- 期限：一般為一年。
- 線上銷售平台：第三方零售商應負責設計、營運及管理線上零售點。
- 出售產品：本集團應按第三方零售商的要求向彼等提供產品清單，而本集團與第三方零售商之間的銷售其後在第三方零售商向我們下達購買訂單後確定。
- 產品退回：我們一般接受因產品瑕疵或任何其他原因而退回的產品。
- 運輸：我們會安排將我們的產品運送至第三方零售商的指定地點。
- 付款及信用條款：第三方零售商一般於我們向彼等送貨後或售出我們產品後的30天內償還款項，並應以銀行轉賬方式償付。
- 終止：協議應由協議任何一方發出一個月書面通知予以終止。

## 業 務

我們的合作協議一般不會提供最低購買承諾或銷售目標。然而，我們會不時檢討及評估我們第三方零售商的表現。於往績記錄期間，概無終止我們與我們線上零售商之間的合作協議。

### 線下銷售網絡

於2017年3月31日，於中國四個市、19個省及四個自治區中，我們的銷售網絡由107個線下零售點組成，且過半數位於中國一、二線城市。下表載列於2017年3月31日我們的零售店的地域分佈：

	零售店數目
<b>市</b>	
上海	9
北京	6
其他 <sup>(1)</sup>	<u>8</u>
小計	<u>23</u>
<b>省</b>	
四川	21
江蘇	13
湖北	7
廣東	5
其他 <sup>(2)</sup>	<u>32</u>
小計	<u>78</u>
<b>自治區</b>	
新疆	3
其他 <sup>(3)</sup>	<u>3</u>
小計	<u>6</u>
總計	<u><u>107</u></u>

附註：

1. 包括重慶及天津。
2. 包括河北、安徽、山西、甘肅、福建、遼寧、陝西、雲南、山東、山西、河南、浙江、湖南、青海及黑龍江。
3. 包括寧夏、廣西及內蒙古。

## 業 務

該等零售點由本集團或我們的第三方零售商營運。我們審慎管理我們的銷售網絡，以確保其配合我們業務擴展的步伐。我們透過一系列的措施監督及控制我們的零售專門店，措施包括審慎選址、統一店舖裝潢及產品陳列、劃一建議零售價、日常營運監控以及存貨監控及控制。下表載列我們的自營零售點及我們零售商營運的零售點的若干主要特點及安排：

	自營零售點	零售商營運的零售點
品牌	<ul style="list-style-type: none"> <li>— ELLE</li> <li>— Jessie &amp; Jane</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— ELLE</li> <li>— Jessie &amp; Jane</li> </ul>
營運	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 直接由本集團營運。</li> <li>— 由我們的零售商營運。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 零售點的營運成本由我們承擔。</li> <li>— 零售點的營運成本由我們的零售商承擔。</li> </ul>
產品所有權及擁有權	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 所有權及擁有權屬於我們。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 所有權及擁有權屬於零售商。</li> </ul>
店舖裝潢及產品陳列	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 於所有零售點採用標準店舖裝潢及產品陳列。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 於所有零售點採用標準店舖裝潢及產品陳列。有關我們店舖裝潢補貼的資料，請參閱「向第三方零售商提供的支援及服務」一段。</li> </ul>
零售價	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 適用於所有零售點的建議零售價。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— 適用於所有零售點的建議零售價。</li> </ul>



## 業 務

	自營零售點	零售商營運的零售點
退貨	<ul style="list-style-type: none"><li>— 根據我們的政策，倘產品處於可銷售狀態，則終端客戶一般可以於七日內退貨而不需提供理由。倘出現任何產品質量問題，我們容許於購買後90日內退回我們的產品。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— 根據我們的政策，倘產品處於可銷售狀態，則終端客戶一般可以於七日內退貨而不需提供理由。倘出現任何產品質量問題，我們容許於購買後90日內退回我們的產品。</li><li>— 第三方零售商可向本集團退回不多於採購成本總值30%的產品，以交換其他產品。</li></ul>
物流配送	<ul style="list-style-type: none"><li>— 透過中央配送系統將產品交付至我們的零售點。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— 根據中央配送系統內的採購訂單向我們的零售商交付產品。</li></ul>
僱員	<ul style="list-style-type: none"><li>— 由本集團聘請我們的銷售代表。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— 零售商負責聘請銷售代表。有關員工培訓服務的資料，請參閱本節「向第三方零售商提供的支援及服務」一段。</li></ul>
資訊管理	<ul style="list-style-type: none"><li>— 我們的資訊科技及管理系統直接連接至我們上海辦公室的系統內。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>— 零售商須按要求安裝我們的資訊科技及管理系統，並定期向我們提供銷售數據。</li></ul>

## 業 務

於2017年3月31日，我們有(i)[10]個自營線下零售點及[55]個零售商營運的線下零售點出售ELLE產品以；(ii)[3]個自營線下零售點及[39]個零售商營運的線下零售點出售Jessie & Jane產品。下表載列於所示年度／期間按品牌劃分的各類零售點及線下第三方零售商變動：

	ELLE 品牌			Jessie & Jane 品牌		
	12月31日		3月31日	12月31日		3月31日
	2015年	2016年	2017年	2015年	2016年	2017年
<b>自營零售點</b>						
於期初	51	44	24	2	6	5
加：新開設零售點	5	—	—	5	1	—
減：已關閉零售點	11	14	7	0	1	1
減：向第三方零售商轉讓零售點	1	6	7	1	1	1
於年末	44	24	10	6	5	3
<b>零售商營運的零售點</b>						
於期初	64	59	53	—	5	32
加：新開設零售點	19	13	0	4	26	6
加：本集團轉讓零售點	1	6	7	1	1	1
減：已關閉零售點	25	25	5	—	—	—
於年末	59	53	55	5	32	39
<b>第三方零售商數目</b>						
於期初	28	28	21	—	4	18
加：新第三方零售商	7	5	1	4	14	3
減：已終止業務的第三方零售商	7	12	2	—	—	—
於年末	28	21	20	4	18	21

附註：截至2015年12月31日、2016年12月31日及2017年3月31日，有1、5及6名第三方線下零售商同時為我們ELLE品牌及Jessie & Jane品牌的營運零售點。

於往績記錄期間，我們對我們的第三方零售商進行定期表現回顧。倘我們的第三方零售商違反協議或因表現欠佳而未能符合我們的財務要求或營運要求，則我們有權終止若干合作協議。有關我們合作協議的主要條款之進一步資料，請參閱本節「我們的客戶—與我們線下第三方零售商的合作協議」一段。

---

## 業 務

---

### 選址

我們相信選址對我們銷售網絡營運是否成功十分關鍵。我們的管理層於評估及挑選我們的銷售網絡的潛在場地方面已累積寶貴的經驗。我們的零售店一般位於中國地區及城市的主要商業地區內人流暢旺的購物商場及百貨店。我們相信，我們發現及為我們的零售店取得具吸引力的場地的能力為我們成功的主要因素之一。

我們的線下業務營運部門負責管理我們的線下銷售網絡。彼等於發現日後零售點的潛在場地後編製報告。根據此報告，透過比較競爭對手開設的零售店及其各自的銷售數據、競爭格局及預期銷售收益，我們分析人口密度、消費者購買力、購物商場位置及樓層等因素。

我們於選址過程中一般考慮及評估以下因素：

- 地理位置；
- 同區內主要品牌的競爭格局；及
- 估計營運成本及預期銷售表現。

我們計劃尋求具吸引力的場地以審慎地擴展我們的銷售網絡。我們計劃日後專注於擴展零售商營運的零售點以於現有市場進一步發展業務。

### 自營線下零售點

於2017年3月31日，我們合共有[13]個自營線下零售點，直接由線下業務營運部門管理。我們營運零售點以加強我們的品牌認知度、吸引潛在第三方零售商以擴展我們的分銷網絡及打入策略性市場。自營零售點亦讓我們有機會取得一手市場資料以知悉最新市場趨勢、消費者需求及喜好，並向我們的第三方零售商提供更佳營運支援。

## 業 務

下表載列我們於所示年／期末按品牌分類的自營零售點數目：

	12月31日		3月31日
	2015年	2016年	2017年
ELLE	[44]	[24]	[10]
Jessie & Jane	[6]	[5]	[3]
<b>總數</b>	<b>[50]</b>	<b>[29]</b>	<b>[13]</b>

### 零售商營運的零售點

為在不產生重大成本的情況下有效地擴展我們的銷售網絡的地域覆蓋，我們按批發基準向第三方零售商出售我們的產品，而第三方零售商其後透過彼等的零售點向最終消費者出售。該等零售點根據我們的自營零售點的相同品牌模式營運，故我們的銷售網絡所展示的品牌形像一致，而消費者於我們的自營及零售商營運的零售點購物時會有相同的購物體驗。

我們相信此業務模式在不產生重大成本的情況下能有效地擴展我們銷售網絡的地域覆蓋。此業務亦有助我們在統一的品牌形像下為消費者提供標準的購物體驗。我們相信此業務模式與中國女士手袋業的市場慣例一致。

### 第三方零售商的挑選準則

我們已就擴充我們零售商營運的零售點制定程序。我們按若干準則挑選我們的第三方零售商，包括(其中包括)彼等的背景、行業經驗、營運規模、財務狀況、聲譽及零售點位置。

---

## 業 務

---

### 向第三方零售商提供的支援及服務

憑藉我們多年來於營運零售點所累積的重要經驗，於2017年3月31日，我們已在中國四個直轄市、19個省及四個自治區內建立廣泛的銷售網絡，且過半數該等零售點位於中國一、二線城市，我們向我們的第三方零售商提供持續的支援，確保彼等無縫整合於我們的銷售網絡內，並完成彼等的業務目標。我們向我們第三方零售商提供的支援及服務涵蓋零售點管理的主要方面，包括以下各項：

- **評估零售點位置**：我們的線下業務營運部按尤如零售點由我們營運的準則評估及評價零售點的選址。
- **店舖裝潢及產品陳列**：我們向我們的第三方零售商提供店舖裝潢設計及產品陳列服務，以確保我們第三方零售商營運的零售點採用統一的設計、外觀、裝潢、佈局、顏色及燈光設計。裝潢工程須由本集團指定的內部設計公司進行，而裝潢成本一般由我們的第三方零售商承擔，而視乎情況而定，本集團或會向我們的第三方零售商提供裝潢津貼，金額為裝潢成本的50%，以作為新店開張的補貼。
- **實地視察**：我們會不時到訪我們的零售點，以確保彼等根據我們的政策及營運程序營運。
- **員工培訓**：我們十分注重零售點員工的培訓及就不同零售營運事宜向我們的第三方零售商提供內部培訓。當員工加入我們的第三方零售商或在彼等於我們零售商營運的零售點開始工作前會接受有關培訓。

## 業 務

下表載列於所示年度／期間產生自自營零售點(零售銷售)及向第三方零售商作出銷售(批發)的收益明細。

	截至12月31日止年度				截至3月31日止三個月	
	2015年		2016年		2017年	
	人民幣千元	%	人民幣千元	%	人民幣千元	%
<b>零售銷售</b>						
線上零售點	[85,519]	[44.4]	[115,719]	[55.0]	[32,461]	[61.1]
線下零售點	[65,239]	[33.9]	[48,694]	[23.1]	[6,821]	[12.8]
小計	[150,758]	[78.3]	[164,413]	[78.1]	[39,282]	[73.9]
<b>批發</b>						
售予線上零售商 <sup>(附註)</sup>	[22,031]	[11.5]	[20,865]	[9.9]	[4,019]	[7.6]
售予線下零售商	[19,659]	[10.2]	[25,203]	[12.0]	[9,817]	[18.5]
小計	[41,690]	[21.7]	[46,068]	[21.9]	[13,836]	[26.1]
總額	[192,448]	100.0	[210,481]	100.0	[53,118]	100.0

附註：當中包括按批發基準向一名客戶(為獨立第三方)銷售我們的產品。該名客戶其後將產品售予企業(例如銀行，可能將產品作為回饋禮品給予其客戶)。截至2015年及2016年12月31日止兩個年度及截至2017年3月31日止三個月，我們向該名客戶作出的銷售分別為約人民幣[9.9]百萬元、人民幣[5.9]百萬元及人民幣[1.9]百萬元，佔我們的總收益分別約[5.2]%、[2.8]%及[3.6]%。

### 營銷及推廣

我們的營銷及推廣策略對加強我們的品牌認知度及增加銷售十分重要。我們透過廣泛的媒體渠道(如雜誌)及社交媒體為我們的品牌進行營銷，以提升我們品牌的知名度及加強我們的企業形象。此外，為確保品牌形象一致，我們採用直接店內營銷策略，專注於店內以時尚、吸引及一致的方式展示產品，以提升我們的品牌在消費者之間的知名度。我們亦不時舉辦銷售推廣活動(特別是於我們的電子商貿平台)，以推動我們的銷售表現。為進一步提升我們產品及品牌的形象，我們亦會向藝人及電視節目提供贊助。再者，為建立消費者忠誠度，我們已為我們的消費者設立會員計劃。我們的會員可兌換自線上或線下購買所累積的會員積分於下次購買時獲得折扣。

---

## 業 務

---

截至2015年及2016年12月31日止年度以及截至2017年3月31日止三個月，我們的營銷開支分別為約人民幣8.5百萬元、人民幣11.6百萬元及人民幣3.2百萬元，分別佔我們收益約4.4%、5.5%及6.0%。

### 售後服務

就我們透過第三方電子商貿平台出售的產品而言，我們的客戶有權於收到產品七日內退貨而不需提供理由。就我們透過本集團或我們第三方零售商營運的線下零售點出售的產品而言，倘產品於退回時處於可銷售狀態，終端客戶一般可以於七日內退貨而不需提供理由。倘出現任何產品質量問題，我們容許於購買後90日內退回我們的產品。對於我們ELLE的產品，為進一步提升客戶滿意度，我們亦向我們的客戶提供皮具產品的終身保養服務，而我們僅向客戶收取原材料成本。我們的營銷部負責處理來自我們的客戶或第三方零售商的投訴。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未從我們的客戶或第三方零售商收到任何重大產品回收要求或從我們的客戶或第三方零售商收到任何重大投訴。

### 季節性

我們的業務及經營業績受一定程度的季節性波動影響。我們通常於節日之前及期間（如中國國慶節及中國電子商貿平台營運商舉辦如雙十一等的國際性營銷活動）錄得較高的銷售額。我們的董事相信季節性將繼續對我們整體的經營業績帶來影響。

### 客戶

於往績記錄期間，我們主要透過我們於中國的自營線上及線下零售點向終端客戶出售產品及向我們於中國的線上及線下零售商批發產品。於2015年12月31日及2016年12月31日以及2017年3月31日，我們分別共有40名、46名及47名線上及線下零售商。截至2015年及2016年12月31日止年度各年以及截至2017年3月31日止三個月，我們的五大客戶分別佔我們收益約12.9%、11.4%及11.0%，而我們的最大客戶則佔我們收益約5.2%、3.9%及3.6%。截至2015年及2016年12月31日止年度以及截至2017年3月31日止三個月，我們的五大客戶為我們的線上及線下零售商，彼等於中國從事零售業務。

我們已與五大客戶維持良好的業務關係。於往績記錄期間，我們的五大客戶全部為獨立第三方。於最後實際可行日期，我們於往績記錄期間已與我們的五大客戶

---

## 業 務

---

建立約兩至六年的業務關係。概無董事、彼等的聯繫人或(就董事所知)任何持有我們股本5%以上的股東於任何此等五大客戶擁有任何權益。

於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未經歷、預期或預見本集團與我們的五大客戶之間有任何重大衝突、分歧或撇銷。

### 與我們線下第三方零售商的合作協議

於往績記錄期間，我們與我們的第三方零售商訂立合作協議，合作協議的主要條款如下：

- **期限**：一般為一至三年。
- **地理區域及獨家權**：我們的第三方零售商根據合作協議按獨家基準各自獲授權於指定地理區域內營運零售點。彼等須於在相關區域內開設新零售點時向我們申請批准。
- **銷售表現**：我們定期檢討及評估我們第三方零售商的銷售、財務及營運表現，並將監控彼等的表現。我們要求我們的第三方零售商安裝我們的資訊科技及管理系統以及每周或每月向我們提供銷售數據。
- **採購會**：我們的第三方零售商須每年出席兩次採購會。
- **產品退回**：我們接受因產品瑕疵而退回的產品，我們亦准許第三方零售商退回總值不超過採購成本30%的產品，以交換其他產品。
- **運輸**：我們委聘第三方物流服務供應商向我們的第三方零售商付運產品。運輸成本由我們的第三方零售商承擔。
- **付款及信用條款**：我們的第三方零售商一般須於確認採購訂單後五日內向我們支付相等於採購訂單價值20%的不能退還按金，並須根據我們產品的生產時間表償付餘額。我們的第三方零售商須於我們發出通知後5日內償付餘款。
- **終止**：倘出現任何(其中包括)以下事件：(i)第三方零售商未經授權銷售我們的產品；(ii)第三方零售商於零售點內進行任何非法行為；(iii)第三方零



---

## 業 務

---

售商拒絕出席我們的採購會；(iv)第三方零售商於訂立合作協議後三個月內未有下達任何採購訂單；(v)第三方零售商不遵從建議零售價擅自改變售價；(vi)向任何第三方轉授特許權；及(vii)侵犯我們的商標或我們任何知識產權時，我們有權終止合作協議。

我們的合作協議一般不會提供最低購買承諾、銷售目標及目標存貨水平。然而，我們會不時檢討及評估我們第三方零售商的表現。於往績記錄期間，我們並無終止與線下零售商的合作協議。

### 供應商

於往績記錄期間，我們外聘製造商為供應商，以在中國生產我們的產品。截至2015年12月31日、2016年12月31日及2017年3月31日，我們供應商總數分別為20名、22名及11名。截至2015年及2016年12月31日止年度各年以及截至2017年3月31日止三個月，我們五大供應商分別佔我們銷售成本約86.6%、88.4%及64.4%，而我們最大供應商則佔我們銷售成本約25.4%、24.3%及29.9%。截至2015年及2016年12月31日止年度以及截至2017年3月31日止三個月，我們的五大供應商為我們的手袋及小型皮具製造商，而大部分供應商乃為位於中國廣東省的手袋製造商。於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們並未經歷任何來自供應商的產品供應短缺或延誤而對我們的業務及營運屬重大。

我們已與五大供應商維持良好的業務關係。除東莞泰亨外，於往績記錄期間，我們的五大供應商全部為獨立第三方。有關我們與東莞泰亨的交易之進一步資料，請參閱本文件「持續關連交易—非豁免持續關連交易」一節。於最後實際可行日期，我們於往績記錄期間已與我們的五大供應商建立約兩年至11年的業務關係。除上述的東莞泰亨外概無董事、彼等的聯繫人或(就董事所知)任何持有我們股本5%以上的股東於任何此等五大供應商擁有任何權益。

於往績記錄期間，我們就各項採購向我們的供應商下達採購訂單。然而，我們一般亦會與我們的供應商訂立採購協議作為框架協議，其主要條款如下：

- 期限：一般為一年
- 產品保修期：我們的供應商應於付運產品後向我們提供六個月的產品保修期。於產品保修期內，我們的供應商須負責維修、保養或退回任何有瑕疵的產品。

---

## 業 務

---

- **運輸**：我們的供應商須負責將製成品付運至本集團指定的地點。
- **付款**：我們一般每月償付生產成本。我們的供應商會於我們確認我們自彼等收到的製成品數量後向我們發出發票。此外，我們一般提供信貸期約0至90日。

根據採購協議，我們不受任何最低採購承諾所限。

### 資訊科技系統

目前，我們的線上商店設於獨立第三方電子商貿平台，如天貓、京東及唯品會，而線上商店的銷售管理功能則由獨立第三方服務供應商按經協議費用提供。我們亦會於實體商店及後勤辦公室部署若干標準會計、管理資訊系統以及其他軟件組合，以供產品設計的規劃及管理、外包生產、預算、人力資源、存貨控制、零售管理及財務匯報之用。我們現存的系統亦可供我們監督大部分零售點(自營及零售商營運)的銷售表現，亦可供我們定期搜索及分析其營運及財務方面的數據及資料。

鑒於我們於線上銷售渠道方面的策略重點以及將自己定位為中國領先的線上中端女士手袋公司，我們非常重視可支援我們高效供應鏈管理的綜合式管理資訊系統。因此，我們計劃於近期內對我們的硬件及軟件進行全面升級，務求讓我們的資訊科技範疇達至更高的集成度，而有關詳情載於本文件「未來計劃及[編纂]」一節。資訊科技升級計劃旨在以實時方式供我們快速存取及分析主要營運數據及資料，包括採購、銷售、存貨及物流方面的數據。

### 競爭

我們在競爭高度激烈及相對分散的行業經營業務。我們與多間女士手袋公司競爭。根據弗若斯特沙利文報告，中國女士手袋市場五大參與者佔2016年銷售收益約1.87%。根據弗若斯特沙利文報告，進入中國女士手袋市場的主要門檻包括(其中包括)品牌認知度、產品品質及設計以及先進的銷售網絡。我們相信中國女士手袋市場的主要競爭因素涉及品牌形象、設計能力、銷售網絡、零售專門店管理、挽留熟練人員的能力、資本資源以及客戶忠誠度。

## 業 務

我們的品牌面對來自若干國際及本地女士手袋品牌的競爭。儘管如此，我們相信我們的設計能力、廣泛覆蓋的銷售網絡、領先的品牌名稱及管理將讓我們得以從我們的競爭對手中脫穎而出，並繼續於市場中有效競爭。

### 物業

#### 自有物業

於最後實際可行日期，我們並無擁有任何物業。

#### 租賃物業

##### 香港

於最後實際可行日期，我們向宇基租賃一項位於香港的物業。下表載列該物業的概要：

編號	承租人	地點	總樓面面積	目前用途	目前租賃年期
1.	森浩企業	香港九龍觀塘開源道64號 源成中心21樓1號室	1,335平方呎	辦公室	由2016年1月1日至 2018年12月31日

有關我們與宇基的特許安排之進一步資料，請參閱本文件「持續關連交易—獲豁免持續關連交易」一節。

##### 中國

於最後實際可行日期，我們已向獨立第三方於中國租賃七項物業，總樓面面積為約1,032.34平方米。下表載列該等物業的概要：

編號	承租人	地點	總樓面面積	目前用途	目前租賃年期
1.	森浩上海	中國上海浦東新區 祖沖之路1239弄7號 長泰廣場第一層 地庫07-3號店	47.85平方米	零售店	由2016年4月15日至 2018年4月14日
2.	森浩上海	中國上海虹口區 西江灣路388號 凱德龍之夢虹口 第二層42B號店	84平方米	零售店	由2015年4月9日至 2018年4月8日

## 業 務

編號	承租人	地點	總樓面面積	目前用途	目前租賃年期
3.	森浩上海	中國上海長寧區 長寧路1018號 龍之夢購物中心 第二層2203C號店	58平方米	零售店	由2017年4月1日至 2019年3月31日
4.	森浩上海	中國上海葉家宅路100號 事久大樓102室	346平方米	辦公室	由2017年1月21日至 2019年1月20日
5.	森浩上海	中國上海葉家宅路100號 事久大樓202室	400平方米	辦公室	由2017年1月21日至 2019年1月20日
6.	森浩上海	中國上海葉家宅路100號 事久大樓205室	66平方米	辦公室	由2017年1月21日至 2019年1月20日
7.	森渲上海	中國上海自由貿易區 德堡路38號1幢樓203- 13室	30.49平方米	辦公室	由2017年4月7日至 2018年4月6日

有關森浩上海租賃用作我們自營零售點的店舖及森渲上海租賃的辦公室，我們尚未就該等租賃協議與相關中國部門作出正式登記。我們的中國法律顧問已告知，我們可能就每項未能成功向相關土地及房地產管理局登記的相關租賃協議而遭受罰款，最高金額為人民幣10,000元。於最後實際可行日期，位於上述物業的自營零售點的營運未有因未能就相關租賃協議作出登記而引起糾紛。鑒於該等罰款金額相對輕微，董事相信其不會對本集團的業務、財務狀況及經營業績構成任何重大不利影響。

有關森浩上海租賃用作辦公室的物業，據我們的中國法律顧問所告知，該等物業由中國軍方擁有，而相關物業的許可證須向軍方的物業管理部門取得。於最後實際可行日期，出租人未有向我們提供上述的許可證，亦無提供其與中國軍方的租賃協議。據我們的中國法律顧問所告知，我們在繼續租用該等物業方面或會遭受阻礙。倘我們未能繼續租賃該等物業，我們會將我們的辦公室搬遷到另一個處所。董事估計本集團搬遷到另一個處所所須的時間為約一個月，而相關成本為約人民幣500,000元。於最後實際可行日期，我們並未知悉一名第三方或政府部門作出可能對

---

## 業 務

---

我們目前的營運構成影響的任何挑戰。此外，董事並不預期在物色可資比較的替代處所並用作辦公室方面會出現任何重大實際阻礙。除上文披露的搬遷成本外，董事相信搬遷辦公室將不會對本集團的業務、財務狀況及經營業績不會構成任何重大不利影響。

請參閱本文件「風險因素—有關我們業務的風險—我們面對與中國租賃物業相關的若干風險」一節。

### 知識產權

我們依靠商標、商業秘密及其他知識產權法例，以及與我們的供應商、第三方零售商及其他人士訂立的協議內的知識產權保護及保密條款，以保障我們的商標、商業秘密及其他知識產權。於最後實際可行日期，我們有權按永久、獨家及／或專利基準使用多個商標，而我們認為其中14個商標對我們的業務及營運十分重要。於該等商標當中，12個於中國註冊，兩個於香港註冊。與此同時，我們有兩個域名。有關我們已註冊商標及域名的詳情，請參閱本文件附錄四「有關本公司業務的進一步資料—本集團的知識產權」。

於最後實際可行日期，我們並無涉及侵犯任何第三方知識產權的任何重大法律訴訟，且我們並不知悉有任何待決或威脅向我們提出的知識產權相關的重大訴訟或索償。

### 保險

我們一直有足夠的保險政策以應付風險及意外事件。我們已就我們的固定及流動資產投購物業保險。

就我們於香港的營運而言，我們為我們的員工投購勞工保險。根據相關合約的條款，我們或須以保險保障我們工作地點的員工所遭受的傷害以及物業及設備遭受破壞的風險。我們的董事認為，我們的保險涵蓋範圍對營運而言已足夠。

就我們於中國的營運而言，我們根據中國相關法律及法規為我們的僱員投購社會保險。我們的董事認為，我們的保險涵蓋範圍對營運而言已足夠。

我們認為我們的保險涵蓋範圍對營運而言已足夠。於最後實際可行日期，我們概無提出任何重大保險索償或成為其針對目標。

## 業 務

### 僱員

於最後實際可行日期，我們於香港僱用九名全職僱員及於中國僱用87名全職僱員。於最後實際可行日期，我們的全職僱員的職能分佈如下：

部門	僱員數目	
	香港	中國
產品設計及開發	5	7
線下業務營運	—	28
線上業務營運	—	11
營銷	—	15
產品及物流	0	14
財務	1	6
管理及行政	3	3
資訊科技	—	3
總計	<u>9</u>	<u>87</u>

我們相信，我們的員工的質素對維持我們的營運效率以及我們的產品開發至關重要。為招聘、發展及挽留優秀僱員，我們向員工提供具競爭力的薪酬待遇，包括內部晉升機會。我們亦向僱員提供培訓，包括以銷售技巧及色彩分析為主題的技術培訓。

我們與我們的員工保持良好的工作關係，且我們於往績記錄期間並無與我們的員工出現任何重大問題或因罷工或其他勞工糾紛而中斷我們的業務營運。

除直接聘用外，我們亦有與一家職業介紹所（為獨立第三方）訂立一份勞工派遣合約。該合約於2014年6月生效，合約雙方均可於任何時候提供30天的書面通知將合約終止。根據勞工派遣合約，我們須向職業介紹所支付服務費用，而職業介紹所根據我們的工作要求而為我們提供合適的工作者。職業介紹所須根據相關中國法律及法規而為工作者承擔社會保險、住房公積金及其他福利待遇。受派遣工人乃受聘於職業介紹所，因此本集團並非彼等之雇主。

### 環境事宜

由於我們的業務性質，我們的營運活動並無直接產生工業污染，且我們概無於往績記錄期間直接產生任何遵守適用環保規則及法規的成本。於往績記錄期間及直

---

## 業 務

---

至最後實際可行日期，我們並無收到任何來自我們客戶或任何其他方就任何環保事宜作出的投訴。我們亦無經歷任何產生自我們營運的重大環境事件。

### 職業健康及安全

我們的營運受監管且可能受地方工作安全機關定期監察。倘我們未能遵守現行或日後頒佈的法律及法規，我們將遭受罰款、暫停業務或終止營運。我們已制定工作安全政策及程序，以確保我們的營運符合適用的工作安全法律及法規。

於往績記錄期間，我們於營運過程中未有經歷任何涉及個人或財產損失或健康或安全相關賠償的重大事故。

### 執照及許可

我們的董事根據香港法律顧問的意見確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已就香港的業務營運自相關政府機構取得所有必需執照、批准及許可。

我們的董事根據中國法律顧問的意見確認，於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，我們已就中國的業務營運的重大方面自相關政府機構取得所需執照、批准及許可。

### 法律訴訟及合規

於最後實際可行日期，我們並無涉及任何待決或受威脅或面臨重大的訴訟、仲裁、行政訴訟或申索而可能對我們的財務狀況及經營業績造成重大不利的影響。董事確認於往績記錄期間及直至最後實際可行日期，本集團在中國及香港的適用法律、規則及法規方面概無重大不合規事項。

### 風險管理

我們的管理層已制定及實行風險管理程序，以應對我們業務營運的相關潛在風險(包括策略風險、營運風險、財務風險及法律合規風險)。我們設有用以識別、分析、分類、降低及監控多項風險的程序。我們的管理層負責監督整體風險管理，並每年評估及更新我們的風險管理程序。